

CONTENTS

サントリーグループの概要	03
トップ対談～世界に向けて「やってみなはれ」	07
サントリーグループの歴史・理念	11
サントリーグループの活動	13
お客様・お取引先と響きあう／商品・サービス	15
自然と響きあう／環境	21
社会と響きあう／文化・社会貢献	27
従業員と響きあう／ダイバーシティ経営	33
CSRマネジメント	37
ステークホルダー・ダイアログ (ダイジェスト)	39
CSRコミュニケーションツール	40



「人と自然と響きあう」

—— 人・社会・自然と共に生き、響きあうこと。

これは私たちSUNTORYが自ら掲げた使命であり、

追い求め続けている到達点です。

いま、サントリーグループが展開する企業活動の舞台は世界へと拡大していますが、

最高品質の商品・サービスをお届けすることを通じて、

人々の豊かな生活の創造に貢献すると同時に、

常に社会や美しい地球環境との共生を目指す私たちの姿勢に揺るぎはありません。

この冊子は、「人と自然と響きあう」に基づく

サントリーグループのさまざまな取り組みを紹介しています。



サントリーグループの概要

会社概要

サントリーグループ

グループ会社： 337 社※1

従業員数：42,081 名※1

連結売上高：26,868 億円※2

連結経常利益： 1,563 億円※2

※1 2015年12月31日現在

※2 2015年1月1日～12月31日

サントリーホールディングス株式会社

本社所在地：大阪府大阪市北区堂島浜 2-1-40

サントリーワールドヘッドクォーターズ所在地：東京都港区台場 2-3-3

創業：1899年

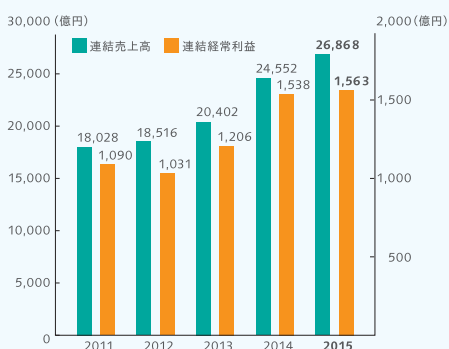
設立：2009年2月16日

代表取締役会長：佐治 信忠

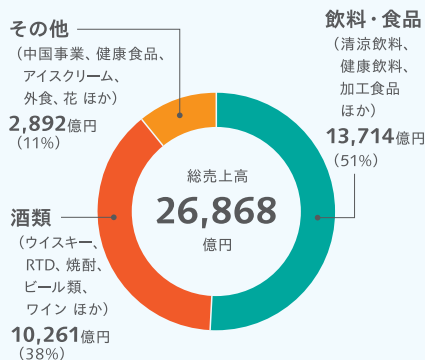
代表取締役社長：新浪 剛史

資本金：700 億円

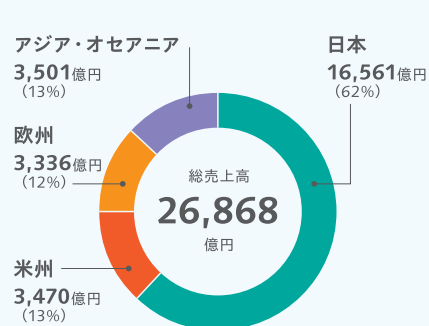
連結売上高／経常利益



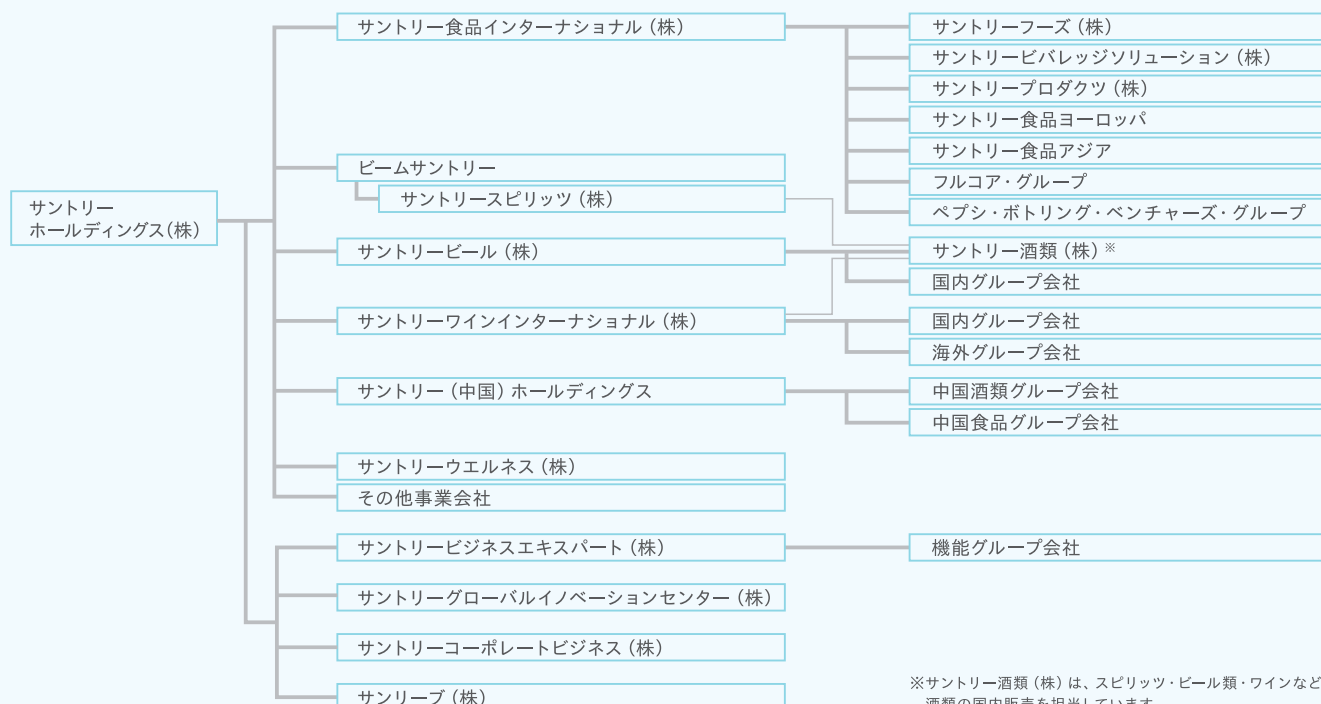
事業別売上構成 (2015年度)



地域別売上構成 (2015年度)



グループ組織図 (2016年4月1日現在)



※サントリー酒類(株)は、スピリッツ・ビール類・ワインなど、酒類の国内販売を担当しています。

事業概要

食品関連事業

お客様の豊かで健やかな生活に貢献するために、清涼飲料から健康食品、アイスクリームまで幅広い商品をお届けしています。ミネラルウォーター、コーヒー、緑茶、ウーロン茶、炭酸飲料、特定保健用食品など多くの飲料カテゴリーでラインアップを充実するほか、長年にわたる食の科学的研究やバイオ技術などを活かした健康食品事業を展開しています。海外においても、欧州、アジア・オセアニア、米州などでの清涼飲料および食品など、積極的な事業拡大を図っています。



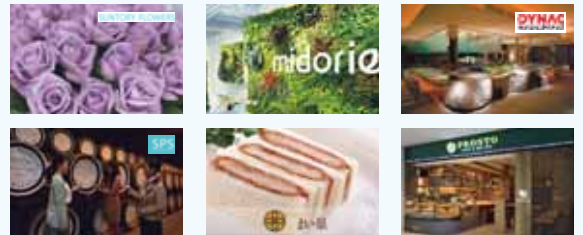
酒類関連事業

1899年にぶどう酒製造販売で創業以来、日本初の本格ウイスキーの製造、ビール事業の展開など、絶えざる挑戦により、総合酒類企業ならではの多彩な商品をお客様にお届けしています。さらなる成長を目指し、ビームサントリー社によるスピリッツ事業のグローバル展開とともに、サントリービール(株)のもと、ビール事業の強化を進めています。また、日本と欧州での高品質なワインづくり、世界各国の名門ワイナリーとの提携など、グローバルな視点に立ったワインビジネスを展開しています。



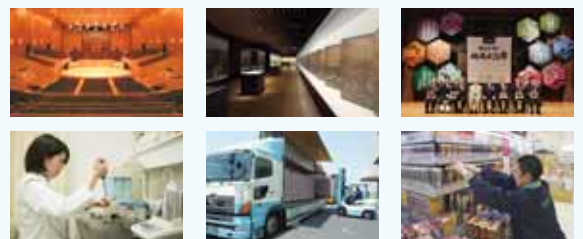
外食・花・サービス関連事業

個性豊かなバー・レストランなどを展開する(株)ダイナックをはじめとして、プロント、まい泉の展開、メキシコやアジアを中心としたレストラン事業など、国内外で外食事業を幅広く行っています。また、既存事業で培ったバイオ技術を活用した花事業では、世界初の青いバラをはじめ、多彩な商品を提供しています。その他、壁面緑化システムを提案する環境緑化事業や、広告宣伝、販促支援、文化施設でのレセプションサービスなどの事業も展開しています。



機能会社ほか

グループ各社に共通する業務を集約し、専門性を発揮しながら経営のさらなる効率化を進めるため、品質保証、技術開発、調達・物流、宣伝・デザイン、お客様リレーション、ビジネスシステムを担うサントリービジネスエキスパート(株)や、基盤研究、営業支援などを担う機能会社を設立しています。また、芸術・学術・地域文化振興のための3つの公益財団法人と高齢者福祉施設・保育園を運営する社会福祉法人の活動を支援し、文化・社会貢献活動にも積極的に取り組んでいます。



サントリーグループの概要

世界に広がるサントリーグループ

グループ会社名：2016年4月1日現在

グループ会社数／従業員数：2015年12月31日現在（計 337社／42,081名）

売上高：2015年1月1日～12月31日（計 26,868億円）

- 食品関連会社
- 酒類関連会社
- 外食・花・サービス関連会社
- 機能会社ほか

売上高：3,336億円

グループ会社数：103社

従業員数：4,945名

欧州*1

Europe

- Suntory Beverage & Food Europe／サントリー食品ヨーロッパ
- Orangina Suntory France／オレンジーナサントリーフランス
- Lucozade Ribena Suntory／ルコゼードライバーナサントリー
- Schweppes Suntory España／シュウェップスサントリーエスパニャ
- Schweppes International／シュウェップスインターナショナル
- Château Lagrange S.A.S.／シャトー ラグランジュ
- Grands Millésimes de France S.A.(GMdF)／グラン ミレジム ド フランス
- Château Beychevelle／シャトー ベイシュヴェル
- Château Beaumont／シャトー ボーモン
- Barrière Frères S.A.／バリエール
- Weingut Robert Weil／ロバート ヴァイル醸造所

売上高：3,501億円

グループ会社数：98社

従業員数：13,851名

アジア・オセアニア

Asia/Oceania

- Suntory Beverage & Food Asia／サントリー食品アジア
- Cerebos Group／セレボス・グループ
- Suntory Garuda Group／サントリーガルダ・グループ
- Suntory PepsiCo Vietnam Beverage／サントリーペプシコ・ベトナム・ビバレッジ
- Tipco F&B／ティプコF&B
- Frucor Group／フルコア・グループ
- 三得利(中国)投資有限公司／サントリー(中国)ホールディングス
- 汇源三得利(上海)飲料有限公司／匯源サントリー(上海)飲料
- ASC Fine Wines Holding Ltd.／ASCファインワインズ
- 三得利(中国)投資有限公司／サントリー(中国)ホールディングス
- Suntory F&B International Group／SFBIグループ
- Suntory Business Expert Asia Pte. Ltd.／サントリービジネスエキスパートアジア
- 三得利分析技術(上海)有限公司
- Gold Knoll Ltd.／ゴールドノール

*1 ヨーロッパ、中東、およびアフリカ諸国

売上高：16,561億円
 グループ会社数：83社
 従業員数：18,100名

日本
Japan

- サントリー食品インターナショナル (株)
- サントリーフーズ (株)
- サントリーフーズ沖縄 (株)
- サントリービバレッジソリューション (株)
- サントリービバレッジサービス (株)
- (株) サンバンド
- (株) ジャパンビバレッジホールディングス
- エースター (株)
- サントリープロダクツ (株)
- サントリーウエルネス (株)
- (株) コネクト
- ハーゲンダッツ ジャパン (株)
- サントリースピリッツ (株)
- サントリーアライド (株)
- サンブレイン (株)
- 大隅酒造 (株)
- サントリービール (株)
- 沖縄サントリー (株)
- 九州サントリーテクノプロダクツ (株)
- サントリー酒類 (株)
- (株) エイチ・ビー・アイ
- サントリーワインインターナショナル (株)
- (株) ファインズ
- (株) 岩の原葡萄園
- モンテ物産 (株)
- (株) ダイナック
- (株) プロントコーポレーション
- 井筒まい泉 (株)
- サントリーフラワーズ (株)
- サントリーミドリエ (株)
- サントリーマーケティング&コマース (株)
- サントリーパブリシティサービス (株)
- サントリー興産 (株)
- (株) サン・アド
- サントリービジネスエキスパート (株)
- サンカフェ (株)
- カンパク (株)
- サントリーロジスティクス (株)
- サントリーシステムテクノロジー (株)
- サントリーグローバルイノベーションセンター (株)
- サントリーコーポレートビジネス (株)
- サンリーブ (株)

公益財団法人・社会福祉法人

- 公益財団法人 サントリー芸術財団
- 公益財団法人 サントリー文化財団
- 公益財団法人 サントリー生命科学財団
- 社会福祉法人 邦寿会

文化施設

- サントリー美術館
- サントリーホール

売上高：3,470億円
 グループ会社数：53社
 従業員数：5,185名

米州*2
Americas

- Pepsi Bottling Ventures Group / ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ・グループ
- Beam Suntory Inc. / ビームサントリー
- Restaurant Suntory Mexico Group / レストランサントリーメキシコグループ

*2 北米、および中南米諸国



トップ対談

世界に向けて「やってみなはれ」

—真に価値あるグローバル企業グループ「SUNTORY」の実現を目指して—

新浪剛史

サントリーホールディングス株式会社 代表取締役社長

エディー・ジョーンズ

ラグビーイングランド代表ヘッドコーチ

世界で戦える組織づくりをいかに行き、どのように競争優位を築くのか。

そして、価値ある存在となるために必要なものは何か—

かつてサントリーラグビー部のヘッドコーチを務めた、ラグビー界における“名将”エディー・ジョーンズ氏と、真のグローバル企業グループ「SUNTORY」の実現を目指す、

サントリーホールディングス(株)代表取締役社長・新浪剛史が考えや思いを語り合いました。

共通の価値観が強い組織をつくる

新浪 ラグビーワールドカップ2015(W杯)での日本代表チームを率いてのご活躍、本当にすばしかったですね。現在は、イングランド代表ヘッドコーチとしても大変なご活躍です。今日は、まさに世界の名将から当社のグローバル経営のヒントをいただければと思っています。

エディー W杯での戦いを通じて、日本のラグビー界に何か

貢献できたとすれば本当に嬉しい限りです。サントリーには今も特別な愛着を感じています。サンゴリアスはもちろんですが、大好きなザ・プレミアム・モルツにも。

新浪 私はラグビーというスポーツと企業経営にはかなり共通点があると思っています。いまサントリーグループは日本発のグローバル企業として世界を相手に挑戦していこうとしています。エディーさんは世界で戦えるチームづくりをどのように行ったのでしょうか。

エディー チームづくりでまず取り組んだのは選手たちの「can't do (できない)」から「cando (できる)」への意識改革です。日本人は世界で勝てない、という意識をメンバーから払拭することから始めました。できると前向きに挑戦する気持ちを持たせることが必要なのです。

その上で選手一人ひとりを理解し、その能力を最大限に引き出すマネジメントが大切です。世界に通用するチームになるためには、選手全員に明確な目標を持たせ、それを共通の価値観として意識させていきました。

新浪 私たちサントリーグループもグローバル化が進むにつれ、多様な人材を活かしていくダイバーシティ経営が大変重要になっています。そしてその多様な人材が一体感を持つには共通の価値観が欠かせません。

サントリーには創業者・鳥井信治郎が唱えた2つの創業精神 Founding Spirit が脈々と受け継がれています。サントリーならではの新しい価値創造に挑戦し続けていこうというチャレンジ精神「やってみなはれ」と社会への貢献を継続的に行っていくという「利益三分主義」です。

エディー 大事なことですね。ラグビーで言えば、たとえ個々のレベルでは競争相手に優っていなかったとしても、同じ価値観、同じ意欲、何をなすべきかを皆が理解・共有していれば、チームの総合力では相手の力を上回ることができます。W杯の私たちのチームにはそれがありませんでした。

新浪 共通の価値観をグローバルに浸透させるために、全社員の学びの場となる「サントリー大学」や「Suntory Founding Spirits Hall」を立ち上げました。事業エリアを超えた自由闊達なコミュニケーションも重要です。こうした場でコミュニケーションを活発にして「ONE SUNTORY」という合言葉のもと、一体感をより高めていきたいと思っています。

エディー 「ONE SUNTORY」、良い言葉ですね。サントリーの人たちは皆明るくて活気に溢れ前向きです。きっと創業者の精神が浸透しているのでしょう。チャレンジ精神はどの国の人も大切にしていますし、この精神があれば、一体感ある強固な組織を必ずつくれると私は思います。



エディー・ジョーンズ
1960年、豪州生まれ。1997年サントリーサンゴリアスコーチ/テクニカルアドバイザー就任。2009年より同ゼネラルマネジャー(2010年よりヘッドコーチ兼務)。2012年から2015年までラグビー日本代表ヘッドコーチ。現在はラグビーイングランド代表ヘッドコーチを務める。

「強み」を活かして世界と戦う

新浪 エディーさんは、世界に挑戦する代表チームを率いての戦い方で意識されていたことはありますか。

エディー グローバルを視野に入れて戦うには、まずは何が自分の強みかを知ることが大事です。日本の選手の場合、皆よく練習し、忠実でとても誠実です。私はそのような彼らの強みを引き出すために練習を推奨し、誠実であることを認め、忠誠心を発揮できる環境づくりを心がけました。その上で世界を相手にどのように勝つか、優位に立てる要素を見つけ、早い展開で相手に考える時間を与えないプレースタイルを貫きました。

新浪 その国の人たちが持ちえない文化や特長から生まれた「強み」をしっかりと認識した上で、それをさらに磨き上げることで世界の強豪相手と互角に戦う力を手に入れたということですね。大変共感できます。

エディー 常に自分の強みを探すことが必要です。自分たちが市場のどこにおいて優位に立てるか、という観点を持つことは経営においても同様のことではないでしょうか。

新浪 サントリーグループは酒類・清涼飲料・健康食品を事業の核とする総合酒類食品企業です。競争の激しいグローバル市場で成功するには、このユニークなポートフォリオを活かして、シナジーを追求し、強みを発揮しなくてはなりません。





世界に向けて、 「ONE SUNTORY」で イノベーションを起こしたいと 考えています

エディー 先ほどサントリーグループの事業内容を拝見しましたが、世界各国で事業を展開されていますね。驚きました。商品も実にバラエティに富んでいますし大変魅力的です。

新浪 ありがとうございます。私たちの強みは、お客様起点の発想で新しい価値を創造する力だと思っています。サントリーグループは、あらゆる世代に商品を提供しています。この幅広い接点からさまざまな知見を得て、新しいアイデアや活動に活かすことができます。そうしたお客様起点の発想を活かし、既存のカテゴリーや事業にとらわれることなく、われわれにしかできないイノベーションを実現していきたい。私たちは常にお客様の期待の先にいる必要があります。

エディー お客様起点の発想でイノベーションを起こす。商品が魅力的なのは、そのような考えがベースにあるからなのでしょう。

新浪 「強み」を支えているのがR&D&P（研究開発、生産）の力です。この力で、私たちは数々のイノベーションを起こしてきましたが、その力をより強化するために、昨年「サントリー ワールド リサーチセンター」を開設しました。事業やエリア、文化の違いを超えた連携、そしてオープンイノベーションを通して技術力をさらに強めていくことで、大きなシナジーを生み出すことができます。そしてより品質の高い商品の開発とともに、世界に向けて新しい価値を創造することで、より多くのお客様からの期待に応えていきたいと考えています。

エディー 新しい価値を創造して世界に貢献していく、それは素晴らしいことですね。サントリーは前向きに成長を続ける革新的な会社だと思います。

新浪 これらの強みを発揮していくための基盤として、安全・安心で高品質な商品を提供し続け、お客様から信頼をいただくことが何よりも大切です。最高の品質、美味しさにこだわり続けること。これこそが、サントリーが長い歴史の中で受け継いできた「ものづくり」の精神です。現状に満足することなく、常により高い品質を追求する精神を、グループ全体で共有し根付かせていきたいと思います。

人々から信頼される、価値ある存在に

新浪 日本代表チームはW杯で世界から高い評価と称賛を浴びました。日本は真に世界から認められたチームになったのではないのでしょうか。単に強いだけでなく、人々から認められ、称賛される

グローバルで戦うには、 自分の強みを知り、 強みを活かすことが 大事です

ようなチームを日本人として私は誇りに感じます。

エディー 一人ひとりがモチベーションを高く持ち、世界の強豪相手に一歩も引くことなく勇敢に戦ったからこそその評価だと思いません。そのプレースタイルは、世界の人々の日本ラグビーに対するイメージを大きく変えました。ベスト8入りはかないませんでしたが、このチームはファンの人たちの心に生涯残るすばらしいチームであり、私の誇りです。

新浪 私たちサントリーグループも、単にグローバルプレーヤーになること、より大きな利益を上げることだけを考えている訳ではありません。世界中で価値ある企業として認められる存在になりたいと思っています。「人と自然と響きあう」を企業理念に掲げ、社会・自然との共生を果たしながら世界中のお客様の生活、世の中を豊かにしていくことを目指し活動しています。それが社会からの信頼を獲得し、事業の成長を側面から支えていくことにつながると考えています。

エディー 何事もそうですが、自分がやっていることを信じることです。たとえ無謀と思えるような夢でも、目標を定め、できると信じて、やるべきことをやっていたら必ず実現する。また、そのように取り組んでいけば、その組織に対する信頼が生まれます。

新浪 そうですね。こうした私たちの社会・自然との共生の取り組みをより力強く推進するために、2005年に「水と生きる」というコーポレートメッセージを打ち出し、継続的な取り組みを進めています。そして、このメッセージのもと、サントリーグループのCSR経営をグローバルで積極的に展開していきたいと思えます。

エディー 「水と生きる」、すばらしいメッセージですね。サントリーの思いをグローバルに実現させていくという決意を強く感じます。私が知っているサントリーという会社はとても明るくて、ポジティブ、常に先を見据えており、成長を続ける革新的な会社です。サントリーは必ず世界の人々から信頼されるグローバル企業になれると確信しています。世界に向けて「やってみなはれ！」

新浪 本日はエディーさんとお話しさせていただいたことで、グローバルなCSR経営の実現に向けた思いを一層強くすることができました。世界のお客様に新たな感動をお届けするため、「ONE SUNTORY」で社員とともに、夢大きく、やってみなはれで、頑張っていきます！

本日はありがとうございました。



サントリーグループの歴史・理念

サントリーグループ成長の歴史は、
根底に流れる創業の精神に支えられています。

チャレンジ精神「やってみなはれ」

事業活動の歴史

ウイスキーをはじめとする日本の洋酒文化を切り拓いた創業者のチャレンジ精神を受け継ぎ、ビールや飲料・食品などさまざまな事業分野を開拓してきました。この精神は、自由闊達な社風と新たな価値の創造に挑戦していく原動力となっています。

1899 鳥井商店 創業



創業者・鳥井信治郎
(1879~1962)

大阪市に「鳥井商店」を開業、
ぶどう酒の製造販売を開始
(1921年「株式会社寿屋」創立)

1907
甘味葡萄酒
「赤玉ポートワイン」発売



1923
日本初の国産ウイスキー製造に着手



邦寿会創立・今宮診療院開設
1921

1937
「サントリー
ウイスキー角瓶」発売



1963
サントリー株式会社へ
社名変更



「サントリービール」
発売



1972
食品事業に本格参入



1978
メロンリキュール
「MIDORI」を
アメリカで発売



1981
「サントリーウーロン茶」
発売



1983
シャトーラグランジュ
経営開始



1970年代

1960年代



食品化学研究所設立
(現サントリー生命科学財団)
1946



サントリー美術館開館
1961



鳥井音楽財団設立
(1978年「サントリー音楽財団」
に改称
～現「サントリー芸術財団」)
1969



サントリー文化財団設立
1979



愛鳥活動開始
1973



バレーボール部創部
1973



ラグビー部創部
1980

社会・自然との共生「利益三分主義」

社会・環境活動の歴史

事業によって得た利益は、「事業への再投資」「お得意先・お取引先へのサービス」にとどまらず、「社会への貢献」にも役立てたい、という創業者の精神を受け継ぎ、ステークホルダーとともに持続的な成長を目指します。

サントリーグループは絶えず新たな価値の創造に挑戦し続けるとともに、豊かな社会の実現への貢献を追求してきました。その原動力となったのは、創業時から現在まで、脈々と受け継がれてきた「やってみなはれ」に基づくチャレンジ精神と、社会・自然との共生を目指す「利益三分主義」の精神です。



企業理念

人と自然と響きあう
の実現に向けて

サントリーグループの活動

企業理念「人と自然と響きあう」の実現に向けて、
サントリーグループはさまざまな活動に取り組んでいます。

企業理念

人と自然と響きあう
の実現に向けて

お客様・
お取引先 と響きあう
商品・サービス

最高品質の商品・サービスを通じて、
お客様に感動をお届けするために

お客様の声を広く企業活動に反映させるとともに、サントリー品質方針「All for the Quality」のもと、バリューチェーン全体で品質の維持・向上に取り組んでいます。また、アルコール関連問題にも積極的に取り組んでいます。

自然 と響きあう
環境

限りある水や資源を、
次の世代に引き継ぐために

持続可能な豊かな地球環境を次世代に引き継ぐべく、「環境ビジョン2050」を定め、「自然環境の保全・再生」「環境負荷低減」の2つの軸で、グループ全体での環境経営を推進していきます。

社会 と響きあう
文化・社会貢献

地域に根ざした活動で、
明るい未来を築くために

創業の精神「利益三分主義」に基づき、「芸術・文化」「スポーツ」「社会福祉」の分野を中心に、「次世代育成」「被災地支援」「地域貢献」など、時代を見つめた文化・社会貢献活動に継続的に取り組んでいます。

従業員 と響きあう
ダイバーシティ経営

世界へと夢を広げる、
多彩な人材を育てるために

「ダイバーシティ経営」を人事の基本方針とし、新たな価値創造に挑戦する「人材育成」と従業員一人ひとりが最大限に力を発揮する、創造性あふれる「職場環境づくり」を目指しています。

コーポレートメッセージ

水と生きる SUNTORY

「水と生きる SUNTORY」は、企業理念「人と自然と響きあう」に基づく私たちの思いを広く社会と共有するための言葉です。人と社会、自然との共生の実現を目指し、私たちは「水と生きる」を実践しています。



品質保証を推進する
「グループ品質会議」



「サントリー ワールド
リサーチセンター」設立



お客様の声にお応えする
「お客様センター」



グループ従業員による
「森林整備体験」研修



次世代環境教育「水育(みずいく)」
海外で活動開始



環境負荷低減に向けた
「2R+B戦略」展開・推進



開館30周年を迎える
「サントリーホール」



サンゴリアスによる
「ラグビークリニック」



「チャレンジド・スポーツ
(障がい者スポーツ)」支援



「サントリー大学」開校



理念を共有する
「アンバサダープログラム」



男性従業員と上司が参加する
「ちちおやガイダンス」





お客様・お取引先と響きあう

商品・サービス

最高品質の商品・サービスを通じて、 お客様に感動をお届けするために

お客様に信頼され、ご満足いただける商品・サービスを提供し続けるために。

サントリーグループは、お客様とのコミュニケーションを大切にし、

お客様の声を広く企業活動に反映するとともに、

サントリー品質方針「All for the Quality」のもと、

商品・サービスの企画・開発から

水や農産物、包材などの原材料調達、製造、流通、販売・サービスに至る

すべてのプロセスで品質の維持・向上に取り組んでいます。

また、グローバルな総合酒類食品企業として、

アルコール関連問題にも積極的に取り組んでいます。

サントリー品質方針

All for the Quality

商品・サービスに対してご指摘いただいたお客様への対応満足度アンケートで
「今後もサントリーの商品を利用したい」とお答えいただいた方の割合（2015年）

93%

お客様の 安全・安心

お客様第一の品質保証の基本 「All for the Quality」

グローバル展開と新規領域への事業拡大に伴い、サントリーグループは、安全・安心で健康に貢献する商品やサービスをお届けするため、国内外グループ各社の品質マネジメントシステムを整備・進化させてきました。サントリー品質方針「All for the Quality」のもと、商品企画・開発、水や原材料調達、製造、流通、販売・サービス、飲用時・飲食時に至るすべてのプロセスで品質の維持・向上とお客様視点に基づく品質保証活動を展開しています。

サントリー品質方針

All for the Quality

わたしたちは、安全で心に響く商品・サービスをお届けし、お客様の夢と信頼に応え続けます。

1. サントリーグループの一人一人が、お客様の立場に立って、誠実に商品・サービスをお届けします。
2. お客様に正確で分かりやすい情報をお届けし、お客様の声に真摯に耳を傾け、商品・サービスに活かします。
3. 法令を遵守します。
4. 商品・サービスの安全性を徹底します。
5. 国際標準を活用し、よりよい品質の追求を続けます。



▲海外グループ会社との品質会議

グループ全体の品質保証力向上

グループ会社の品質マネジメントシステム強化のために、サントリーホールディングス(株) CQO (Chief Quality Officer) による品質会議を実施しています。この会議は、グループ各社の品質マネジメント状況を評価し、各社の強みと課題を明確にして、グループ全体の品質保証力を向上させることを目的としています。今後も、このような取り組みを継続的に進化させることによって、グループ各社およびグループ全体の品質マネジメント力と品質保証レベルの向上に取り組んでいきます。

Topics 外食グループ会社における品質保証活動

サントリーグループは、「品質保証委員会」のもとに「外食品質保証委員会」を設置しています。同委員会では、外食グループ会社が一堂に会して重大トラブルの未然防止活動を共有・推進し、発生した品質トラブルについてはその原因究明と再発防止に取り組んでいます。

▶外食品質保証委員会



CSR調達

の推進

ビジネスパートナーとの連携強化

サントリーグループは、サステナブルな社会の実現に貢献するため、ビジネスパートナーとともにCSR調達を推進し、サプライチェーン全体での取り組みを推進しています。2015年は、ウーロン茶などの生産現場で品質のみならず、環境への取り組み状況、労働環境などもあわせて調査を行い、適切に運営されていることを確認しています。また、国内外の調達担当者が集まり、年に1回、グローバル調達会議を実施。「サントリーグループCSR調達基本方針」を確認するとともに、推進に向けた活動内容を共有し、改善につなげています。



▲グローバル調達会議

◀ウーロン茶畑 (中国・福建省)での品質確認の様子

価値創造

健康で豊かな生活への貢献にむけた研究開発

健康に留意されるお客様のニーズや嗜好に合った商品・サービスの提供を通じて、お客様の健康で豊かな生活に幅広く貢献しています。サントリーウエルネス(株)健康科学研究所や、サントリーグローバルイノベーションセンター(株)の研究グループを中心に、健康と美に役立つ素材を探求し、その機能を科学的に解明、さらに商品開発部門や品質保証部門と連携しながら特定保健用食品や健康食品を開発しています。また、異なる事業分野の研究開発関連部門が横断的に協働・連携しながら取り組むことで、グループ全体で新たな価値を創造し、お客様に提案していきます。



▲サントリー ワールド リサーチセンター

SWRの所員数
約 **400** 名

Topics

サントリー ワールド リサーチセンター(SWR)を設立

—イノベーションを起こす
新たな研究開発拠点—

2015年5月、基盤研究、技術開発の機能を集約した新たな研究開発拠点「サントリーワールド リサーチセンター (SWR)」を設立しました。SWRでは、大学や研究機関が集まる「けいはんな学研都市」という立地を活かして、周辺の研究機関などとの交流や国内外のグループ企業の相互交流を積極的に促し、専門性を深化させるだけでなく、さまざまな分野で交流を深め視野を広げています。すべての探究・創造の大前提に「安全・安心」を位置づけた上で、自然の恵みを探究し、その恵みを未来に残すための研究を推し進めます。

高品質・安定供給を実現する 契約農園

コーヒーの主要原料として高品質なコーヒー豆の安定供給を目的に、その一部をブラジルミナスジェライス州セラード地区にある同国有数のスペシャルティコーヒー農園である「Bau農園」と契約し輸入しています。同農園は、レインフォレスト・アライアンス^{※1}やUTZ^{※2}など国際的な認証を取得しており、徹底した品質管理と労働環境面で大変高い評価を受けています。サントリーグループでは今後も安全かつ安心な商品をお客様にお届けできるようビジネスパートナーとの取引をしっかりと進めていきます。



▲Bau農園 (ブラジル)

※1 レインフォレスト・アライアンス: 1987年 地球環境保全のために、熱帯雨林を維持することを目的に設立された国際的な非営利団体です。

※2 UTZ: 持続可能な農業のための国際的な認証プログラムです。適正な農業実践と農園管理、安全で健全な労働条件、環境保護、児童労働撤廃など、すべての基準を満たして初めて認証されます。

お客様満足 を目指して

お客様満足のために、「迅速・的確・丁寧」な 対応を徹底推進

お客様センターは、お客様とサントリーとを直接つなぐ重要な窓口と考え、トレーニングを受けた従業員がお客様への確かな情報を提供しています。また、お客様からいただいた貴重な声は、すみやかにお客様情報管理システムに記録し、関連部署と共有することで、品質改善、対応改善などにつなげています。ご指摘をいただいたお客様への対応満足度アンケートでは93%の方から「今後もサントリーの商品を利用したい」との声をいただきました。



お客様の声を活かす取り組み

お客様からのご意見やご要望（2015年実績98,894件）は何よりの宝物。より安全で使いやすい商品の開発を行うためには、お客様の視点が大切です。いただいた声に真摯に耳を傾け、さまざまな角度から分析し、関連部門と連携しながら、すべての人にやさしく親切な商品・サービスの提供を目指しています。

お客様センターによせられた声

年間約 **100,000** 件

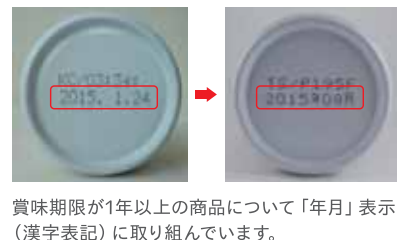
正確な表示とわかりやすい表現を推進

サントリーグループが提供する商品やサービスをお客様に安心・信頼してご利用いただくためには、商品に正確でわかりやすい表示を記載するだけでなく、サントリーグループ全体で取り組んでいる品質保証活動をWebサイトなどでわかりやすくお伝えしていくことが重要だと考えています。商品の表示や宣伝・広告表現については、グループ各社の開発・生産・広報・宣伝などの関係部門と連携して、品質保証本部が遵法性・妥当性を確認するしくみを構築し、正確な表示とわかりやすい表現を推進しています。

■ 誤認飲酒防止のための表示例



■ 賞味期限の「年月」の表示例



■ Webサイト「サントリーの安全・安心への取り組み」とサイト内コンテンツ「ものづくりひとがたり」



適正飲酒への取り組み

グローバルでの取り組み

サントリーグループは、世界の主要酒類メーカーとともにWHO（世界保健機関）の「アルコールの有害な使用の低減のための世界戦略」の実現に寄与するため、責任ある飲酒を推進する国際連盟「IARD」（International Alliance for Responsible Drinking）に参画し、「業界コミットメント」の推進に2013年から取り組んでいます。

2015年からは、グローバルなレベルでの責任あるマーケティングの実践や、適正飲酒の啓発活動の展開を行うため、定期的に会議を開催し、中期的なビジョンのもと、グローバルなマーケティング規定の整備や啓発プログラムの推進に取り組んでいます。



▲酒類メーカーのCEOが集まるコミットメント会議

ビームサントリーの「DRINK SMART®」プログラム

ビームサントリーは、責任あるマーケティングの取り組みとして「DRINK SMART®」プログラムをグローバルに展開しています。同社では、未成年者飲酒や飲酒運転の防止、適正飲酒の啓発、飲酒をしない人への配慮といった基本原則をふまえ、関係団体と協力しながら各市場固有のニーズ・文化に合わせたプログラムを推進しています。



▲サントリーホールディングス（株）とビームサントリーの打合せ

DRINK  SMART®

国内での取り組み

サントリーでは、積極的にアルコール関連問題に取り組むために、1991年に専門の部署「ARP室」※を社内に設置し、販売・宣伝活動の社内チェック機能を果たすなど、責任あるマーケティング活動を推進するほか、社内外への適正飲酒の啓発を積極的に実施しています。また、公益社団法人 アルコール健康医学協会などの活動への参加・協力と「アルコールと健康」研究会などの学術研究への支援も行っています。

※ARP：Alcohol-Related Problems = WHO（世界保健機関）が定義した用語で「アルコール関連問題」の意

◀モデレーション（適正・飲酒）・キャンペーンで節度ある飲み方を啓発



◀「親子で学べる未成年者飲酒防止教材」を発行



◀業界と連携した「STOP! 未成年者飲酒キャンペーン」ロゴ



自然と響きあう

環境

限りある水や資源を、 次の世代に引き継ぐために

サントリーグループの事業の多くは、水や農作物など、
かけがえのない自然の恵みによって支えられています。
企業理念「人と自然と響きあう」のもと、環境経営を推進し、
持続可能な豊かな地球環境を次世代に引き継ぐことは、
私たちの大切な責務です。

「水と生きる」企業として、2014年に「環境ビジョン2050」を策定し、
「2020年目標」を掲げました。

「自然環境の保全・再生」「環境負荷低減」の2つの軸で、
グループ全体での環境経営を推進していきます。

サントリーグループが定めた
2050年を見据えた環境経営の方向性

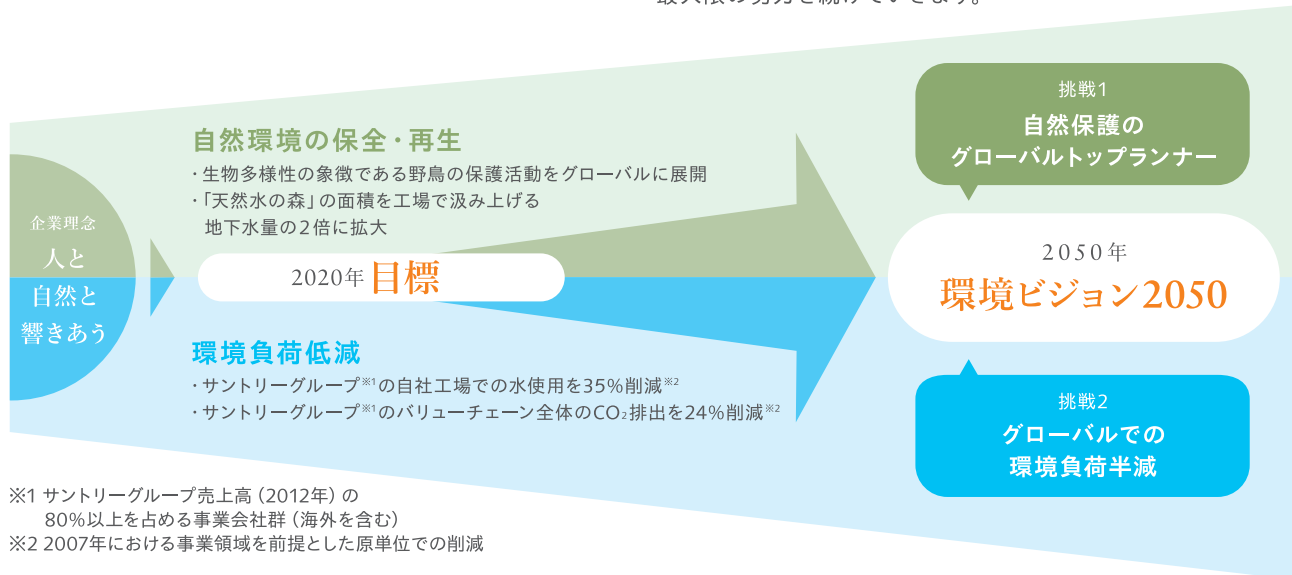
Vision toward 2050

環境経営 の推進

「サントリー環境ビジョン2050」策定

—あわせて「2020年目標」を設定—

サントリーグループの環境経営に、より明確な方向性を反映させるため、グローバルでの環境活動を視野に入れた方針を定めています。豊かで持続可能な社会を構築するため、グループ全体にこの考え方を浸透させ、「自然環境の保全・再生」と「環境負荷低減」に最大限の努力を続けていきます。



自然環境の



▲「天然水の森」での森林整備体験研修



豊かな水を育む森づくり

サントリーグループは、商品の製造段階で多くの良質な地下水を使用します。工場で汲み上げる以上の地下水を育むため、サントリーでは工場の水源涵養エリアで水を育む森づくり「天然水の森」活動を2003年から実施。科学的根拠に基づいた調査・研究を行い、50年先、100年先を見据えた森林整備活動を進めています。2020年目標として、工場で汲み上げる地下水量の2倍の水を育む面積まで拡大することを掲げ、さらなる活動を展開しています。

森林整備体験参加対象者

6,000名

グループ従業員による森林整備体験研修
食品事業・酒類事業を中心に、2016年末までの3年間で約6,000名の従業員が参加する見込みです。



▲「天然水の森」での巣箱かけ

生物多様性を未来につなげるサントリー愛鳥活動

野鳥を保護することが人間や自然環境を守ることにつながるの考えから、サントリーグループは、1973年より野鳥保護の重要性を社会と共有する愛鳥活動に取り組んでいます。1989年には「サントリー世界愛鳥基金」を創設。国内外の鳥類保護活動に対して1990年から助成を行っており、27年目を迎えた2016年までに延べ320団体に3億7,646万円の助成を行い、大きな成果をあげています。



▲ベトナムでの「水育」



◀自然体験プログラム
「森と水の学校」

自然や水の大切さを伝える 次世代環境教育「水育(みずいく)」

次世代環境教育「水育(みずいく)」は、未来に水を引き継ぐために何ができるのかを考える、次世代に向けたプログラムです。「森と水の学校」と「出張授業」の2つを中心に活動を展開。2004年から活動を開始し、参加者は2015年7月末までに10万人を超えました。同年には海外では初めてとなるベトナムでも「水育」を実施。海外グループ会社の水事情に合わせた活動を始めました。

「水育(みずいく)」参加者数

100,000名突破

保全・再生

世界各地で自然との共生を実践

North America

Beam Suntory

アメリカ・ケンタッキー州には、バーボンウイスキー「ジムビーム」の主力工場であるクレアモント工場や、メーカーズマーク蒸溜所など、4つの工場が立地し、豊かな大自然と共生したもののづくりを行っています。ウイスキーづくりに欠かせない冷却工程には、工場敷地内にある湖の水を循環利用するほか、創業から200年以上にわたって地域と連携しながら自然環境の保全に取り組んでいます。



▲メーカーズマーク蒸溜所



▲自然環境保護活動に取り組む社員

Europe

Lucozade Ribena Suntory

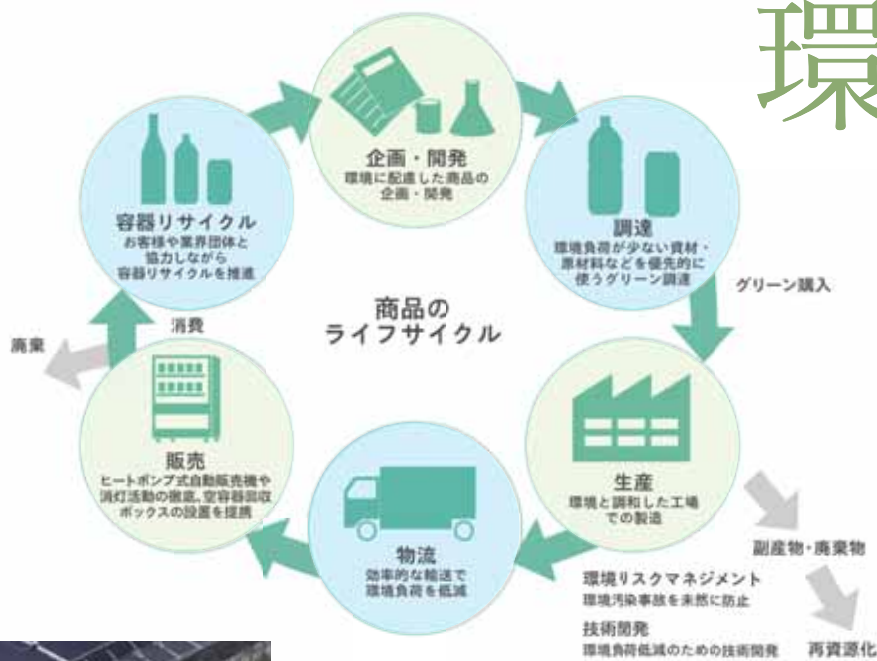
果汁飲料「ライビーナ」に使用される「カシス」の生産地の自然を保護するために、2004年から自然保護団体「Wildlife Trusts」の協力を得て、生物多様性保全に取り組んでいます。また、同社コールフォード工場周辺の広大な森林地帯の自然環境を保護するため、「生物多様性行動計画 (BAP^{※3})」を策定しています。

※3 生物多様性条約では、締約国にBAP (Biodiversity Action Plan) の策定を求めており、民間企業・団体は自主的に策定している場合もあります。

環境

バリューチェーン全体で 取り組むCO₂排出量と 水使用量の削減

サントリーグループは、原材料調達、製造から物流、販売、リサイクルに至るまで、バリューチェーン全体で地球温暖化防止や資源の有効活用、汚染防止・化学物質管理、さらには容器の軽量化やリサイクル素材の活用、省エネ型の自動販売機の設置などを進めています。



▲サントリープロダクツ(株)天然水南アルプス白州工場太陽光発電パネル

生産における省エネ・節水の取り組み

サントリーグループの工場では、環境に調和した生産活動を行うため省エネルギーを徹底しています。稼動状況を一元的に記録・管理し、生産工程での省エネ活動に活用するほか、CO₂排出量の少ない燃料への転換や再生可能エネルギーの利用など、さまざまな角度から地球温暖化防止に取り組んでいます。また、限りある水資源を大切にするため、水の「3R」(Reduce・Reuse・Recycle)を徹底し、水使用量の削減に向けた活動を強化しています。

■CO₂排出実績2015年(国内生産24工場、海外生産43工場)

	排出量(千t)	原単位削減率※
日本	349	5.2%減
米州	182	11.0%減
欧州	120	1.7%減
アジア・オセアニア	103	5.1%減

※サントリーグループ売上高の過半を占める事業会社群が所有する国内生産24工場、海外生産43工場
※原単位は製造kℓあたりの排出量、削減率は対前年比
※電気由来のCO₂排出量はGHGプロトコル2007年CO₂排出係数を使用

■水使用実績2015年(国内生産24工場、海外生産43工場)

	使用量(千m ³)	原単位削減率※
日本	21,877	6.2%減
米州	8,015	11.9%減
欧州	5,433	0.5%減
アジア・オセアニア	4,877	5.8%減

※サントリーグループ売上高の過半を占める事業会社群が所有する国内生産24工場、海外生産43工場
※原単位は製造kℓあたりの使用量、削減率は対前年比

“超省エネ”自動販売機を導入

従来の自動販売機に比べて、電力使用量を大幅に削減できる「ヒートポンプ式自動販売機^{*1}」を省エネ型自動販売機の主力機と位置づけ、設置を推進。2017年末にはサントリーグループの自動販売機の全稼動台数の80%を超える見込みです。さらに2014年4月からは、従来の「ヒートポンプ式自動販売機」に比べておよそ半分の、国内最小^{*2}の消費電力で稼動を実現する「超省エネ自動販売機(エコアクティブ機)」の導入を開始しました。

※1 ヒートポンプ式自動販売機とは、冷却庫室で発生した熱を回収し、加温庫室で活用するシステムを搭載した自動販売機です。
※2 2015年1月時点 国内主要自販機メーカーの主要25セレクションに於いて、年間消費電力国内最小の420kWh/年を実現(サントリーフーズ(株)調べ)



▲超省エネ自動販売機(エコアクティブ機)

負荷低減

環境に配慮した容器包装の開発・導入を推進

容器包装がもたらす社会的な影響を強く認識し、1997年に設定した自主基準に基づき、LCA (Life Cycle Assessment) の観点から、環境に配慮したパッケージの追求を続けています。中でも使用量が拡大するペットボトルにおいては、植物由来原料30%使用の国産最軽量^{※1}ペットボトルを「サントリー天然水」(550ml) に導入するなど、サントリーグループ独自の「2R+B」戦略^{※2}のもと、「環境への配慮」と「使いやすさ」を併せ持つ容器の開発に取り組んでいます。こうしたペットボトルの設計ノウハウ・製造技術は、ヨーロッパを中心に海外グループ各社にも展開しています。

※1 国産ミネラルウォーターペットボトル (500ml~600ml) 対象 2016年3月時点 当社調べ

※2 ペットボトル開発において、樹脂使用量の削減と再生素材の使用により徹底した資源の有効利用を図りつつ、可能な範囲で石油由来原料を再生可能原料で代替していく考え方 (Reduce・Recycle+Bio)



国産最軽量キャップ[※]
※30φペットボトル対象

国産最薄ラベル
(再生PET樹脂80%使用)

国産最軽量ペットボトル^{※1}
(植物由来原料30%使用)

2R+B[※]

※2R+Bは登録商標です。



▲アネロテック社の実証プラントの一部

Topics

植物由来原料100%使用 ペットボトルの開発に向けて

サントリーホールディングス(株)と米国バイオ化学ベンチャー企業・アネロテック社は、2012年より植物由来原料100%使用ペットボトルの共同開発に取り組んでいます。2016年1月には、米国テキサス州に商品への実用化に向けたペットボトル原料を生成する実証プラント建設に着工、年内に竣工・稼働の予定です。将来的には、サントリー食品インターナショナル(株)の「サントリー天然水」ブランドを中心に植物由来原料100%使用ペットボトルを導入していく計画です。

North America

Climate Performance Leadership Index

Topics

サントリー食品インターナショナル(株)が 2年連続で“環境経営の先進企業”に選出!

CDP[※]による環境活動調査「CDP2015 Japan 500」において、サントリー食品インターナショナル(株)の「温室効果ガス排出量の削減および気候変動リスクの緩和に対する活動」と「気候変動情報開示に対する活動」が高い評価を受け、気候変動パフォーマンス先進企業「Climate Performance Leadership Index (CPLI)」に2年連続で選出されました。

※CDP: 企業や都市の重要な環境情報を測定・開示・管理・共有するための国際NPOです。運用資産総額95兆米ドルを有する822の機関投資家を代表して、全世界を対象に気候変動情報開示を求める質問書を送付し、その回答をもとに評価を行い、公表しています。





「エッセンバッハ指揮ウィーン・フィルハーモニー管弦楽団2015年日本公演より」（於サントリーホール）

社会と響きあう

文化・社会貢献

地域に根ざした活動で、 明るい未来を築くために

サントリーグループの文化・社会貢献活動の原点は、
創業者・鳥井信治郎の「利益三分主義」の精神にさかのぼります。
時代を見つめた文化・社会貢献のあり方を追求し続ける姿勢は、
世代を超えて受け継がれており、
「芸術・文化」「スポーツ」「社会福祉」の分野を中心に、
「次世代育成」「被災地支援」「地域貢献」など
多岐にわたる文化・社会貢献活動に取り組んでいます。

サントリーホール・サントリー美術館の2015年来館者数

101万人

社会福祉法人「邦寿会」創立

1921年

豊かな生活文化への貢献

公益財団法人 サントリー芸術財団

1961年の「サントリー美術館」開館を皮切りに、1969年「鳥井音楽財団」（1978年にサントリー音楽財団に改称）を設立。1986年には「サントリーホール」を開館し、美術と音楽を中心に、サントリーグループは芸術分野における社会貢献にほぼ半世紀にわたり取り組んできました。これらの芸術分野での貢献活動を21世紀にふさわしい新たなかたちに革新するべく、2009年には「公益財団法人サントリー芸術財団」を設立。日本の音楽・美術のさらなる普及と発展への貢献を目指して活動を行っています。

Japan

サントリー美術館

「生活の中の美」を基本理念に、国宝1件、重要文化財15件をはじめとする約3,000件の収蔵品を所有。多彩な企画展を展開し、日本人の「美への感性」を次世代に継承していく活動を続けています。2015年は約40万人のお客様にご来館いただきました。



サントリーホール

1986年に東京初のコンサート専用ホールとして開館。2016年に開館30周年を迎えました。国内外の一流アーティストによる演奏を中心に、2015年は年間約600を超える公演に、約62万人のお客様にご来場いただきました。



Topics

音楽を通じた グローバルな文化交流

サントリーホールのグローバルパートナーであり、シンガポールを代表する総合文化施設「エスプラネード」は、2016年5月に日本とシンガポールの外交関係樹立50周年を記念して、「SUPER JAPAN—Japanese Festival of Arts」を開催。日本を代表するアーティストの公演と並んで、サントリーホール制作（2014年）の古代祝祭劇「太陽の記憶—卑弥呼」も“Himiko: Memories of the Sun Goddess”として上演されました。

Asia



▲現地メディアに掲載

▶シンガポールでの公演の様子



公益財団法人 サントリー文化財団

創業80周年を記念し、社会科学・人文科学分野の研究活動や、日本の地域文化の向上に貢献するために、1979年に設立されました。「サントリー学芸賞」や「サントリー地域文化賞」の贈呈、社会・人文科学や地域文化に関する研究や海外出版への助成、財団自ら実施する調査研究など、さまざまな活動に取り組んでいます。近年では若手研究者の支援に注力し、「若手研究者のためのチャレンジ研究助成」「若手研究者による社会と文化に関する個人研究助成（鳥井フェロー）」「外国人若手研究者による社会と文化に関する個人研究助成（サントリーフェロー）」などのプログラムを充実させています。



▲「若手研究者のためのチャレンジ研究助成」報告会



▲「サントリー地域文化賞」贈呈式

次世代育成

スポーツを通じた育成支援

ラグビー部「サンゴリアス」・バレーボール部「サンバーズ」の選手が子どもたちを直接指導するクリニックを各地で開催しています。2015年は約6,000名の子どもたちが参加しました。その他、サンゴリアスは「サントリーカップ全国小学生タグラグビー選手権大会」の運営サポートなど、子どもたちがラグビーに触れるさまざまな機会を協力、サンバーズは小学校の授業で「体を動かす楽しさを知ってもらうためのボール遊び教室」の開催や、地域のバレーボール大会の運営サポートなどを実施しています。



▲サンゴリアス ラグビークリニック



▲サンバーズ バレーボールクリニック

芸術・文化を通じた育成支援

サントリー美術館では、次世代への教育普及活動に積極的に取り組んでいます。お客様と美術館をつなぐ交流の場を「エデュケーション・プログラム」として、親子ワークショップ、体験型ミニレクチャーを開催。毎週土曜日には展示解説「フレンドリートーク」を実施しています。また、小・中学生とその保護者を対象に休館日の美術館を無料開放し、さまざまなプログラムを実施する特別イベント「まるごといちにちこどもびじゅつかん!」を2014、15年に開催しました。サントリーホールでは、「こども定期演奏会」の開催や、「港区&サントリーホール Enjoy! Music プロジェクト」を2014年から継続的に行っています。その他、若手演奏家をウィーン・フィルメンバーが直接指導する「ウィーン・フィル首席奏者によるマスタークラス」、演奏家や音楽業界での活躍を目指す若い学生を対象にした「レインボウ21」などのプログラムを実施しています。

▼まるごといちにち こどもびじゅつかん!



▲こども定期演奏会

地域社会への貢献



▲高殿苑とつぼみ保育園の交流

社会福祉法人 邦寿会

サントリーグループの創業者・鳥井信治郎が社会奉仕への強い信念のもと、生活困窮者救済のため、1921年に大阪市愛隣地区に無料診療院「今宮診療院」を開設したことから「邦寿会」の歴史が始まりました。その後、今日まで社会福祉法人として活動を続け、高殿苑（特別養護老人ホーム）、どうみょうじ高殿苑（総合福祉施設）、旭区西部地域包括支援センター（大阪市から受託）、つぼみ保育園を運営しています。



2017年春、高殿苑とつぼみ保育園は新築移転にて竣工を迎え、さらに満足いただける介護、豊かな感性をはぐくむ保育を目指していきます。

◀2017年完成予定の高殿苑・つぼみ保育園

従業員のボランティア活動

サントリーグループでは従業員の「ボランティア休暇制度」を設けています。2015年は約40名が利用し、さまざまな活動に参加しました。また「邦寿会」が運営する高齢者福祉施設では、従業員に窓拭きや草取りなどの作業への参加を募るとともに、新入社員は研修の一環として、施設でのボランティア活動に参加しています。この他、事業所内で昼休みや就業時間外に気軽に参加できるプログラムを実施し、ボランティア活動への参加を促進しています。2015年はカンボジアなどに絵本や人形を届ける活動を計9回開催し、約230名の従業員が参加しました。



▲社内ボランティア体験「みんなで布チョッキン」の様子



シャトー庭園での音楽祭開催

シャトーグランジュでは地元の方との交流の場として、初夏にあたる7月ごろに音楽祭を開催しています。第4回目となる2015年にはシャトーの前庭を使用してオーケストラの演奏を行い、およそ400名の方にご満足いただきました。演奏の後は、シャトーグランジュのワインをカナッペとともにお出ししています。

Europe

地域救援センターへ運搬車寄贈

サントリー食品インターナショナルケニアは、ケニアの首都ナイロビで子どもたちに安全な水を提供している「ケングミ救援センター（KRC）」に対し、子どもたちが集落の近くまで水を運ぶ重労働を軽減するため、運搬車のトゥクトゥク（オート三輪車）を2015年10月に寄贈しました。

Africa



被災地支援



東日本大震災復興支援活動

サントリーグループは、2011年に発生した東日本大震災の復興に向けて、太陽のようにあたたかい光が被災地にさんさんとふりそそぐように笑顔と元気をお届けしたいとの思いを込めて、「サントリー東北サンさんプロジェクト」を立ち上げ、「漁業」「子ども」「チャレンジド・スポーツ（障がい者スポーツ）」「文化・スポーツ」の分野を中心に支援活動を継続しています。



▲岩手県で「山田町ふれあいセンター」建設



▲「ウィーン・フィル&サントリー音楽復興基金」の公演活動

熊本地震支援活動

サントリーグループは、2016年4月に発生した熊本地震への救援活動等に役立てていただきたいとの思いから、義捐金1億円を拠出するとともに、救援物資として熊本県を中心とする被災地の自治体に、ミネラルウォーター「サントリー天然水」を約21万本供出しました。今後も、被災の状況に応じて、さらなる支援を実施していきます。



▲蒲島郁夫 熊本県知事に義捐金を贈呈



Topics

サントリー チャレンジド・スポーツプロジェクト

東日本大震災復興支援活動の一環として、2014年から「チャレンジド・スポーツ」支援を開始しました。アスリートへの奨励金や競技用用具寄贈などを行っているほか、東北の小中学校などで車椅子バスケットボール体験教室を開催。年間2,000名以上に参加いただいています。

2015年からは公益財団法人 日本障がい者スポーツ協会および一般社団法人 日本車椅子バスケットボール連盟のオフィシャルパートナーとして、復興支援に留まらず、競技活動や大会のサポート、従業員によるボランティアなどに取り組んでいます。



従業員と響きあう

ダイバーシティ経営

世界へと夢を広げる、 多彩な人材を育てるために

サントリーグループは、人材の多様性を推進し、
多様な価値観や発想を取り入れ、活かすことにより、より大きな価値を創出する
「ダイバーシティ経営」を人事の基本方針としています。
現在のサントリーグループにとって最も重要な課題は、
新たな価値創造に挑戦する「人材育成」と
従業員一人ひとりが最大限に力を発揮する、創造性あふれる「職場環境づくり」です。
多様な従業員が失敗をおそれず、
より高い目標にチャレンジする人材を
評価する仕組みも構築しています。

サントリーグループ従業員数

42,081名

2025年達成目標の女性管理職の比率

20%

人材育成

「Global One Suntory」の実現のために サントリー大学を開校

サントリーグループは公正で納得性の高い人事制度を基本に、能力を開発・発揮しやすい環境づくりに努めています。

企業の成長の源泉は人材にあると考え、さまざまな人材育成施策に取り組んできました。企業を取り巻く環境が大きく変化する中、グループの一人ひとりが学び続け、成長し続けることが組織の成長につながるという認識のもと、2015年4月に「サントリー大学」を設立しました。サントリーに集うすべての人の学びの場であり、創業の精神を共通価値として真に「Global One Suntory」の実現を目指しています。

【サントリー大学3つの学部】

- 理念学部** 国内外のすべてのグループ会社を対象に、企業理念や「やってみなはれ」「利益三分主義」といった創業の精神の共有を図っています。
- 経営響創学部** グローバルリーダーを継続して育成していくために、メンバーからマネジャー層まで広く社内外と接点を持つ機会を提供しています。
- 基盤人材学部** 新人からマネジャーまで、各階層別研修によりビジネスの基礎スキルの習得から、さまざまな分野における自己啓発を支援するプログラムを実施し、個々のスキルアップを図ります。

SUNTORY UNIVERSITY



▲2016年1月 創業の精神をより多くの従業員に伝える新たな拠点として、「Suntory Founding Spirits Hall」を設立



◀グローバルリーダー育成研修風景



▲アンバサダープログラムの様子

創業の精神を伝えるアンバサダーを育成

サントリー大学の「アンバサダープログラム」は「海外グループ会社の従業員を対象にサントリーグループのDNAを学ぶ」「海外グループ会社の現地でワークショップ等を行う」という2つのプログラムを実行しており、プログラム終了後は、参加者が各社の“伝道師”としてサントリーグループのDNAを伝えます。2015年は228名が本プログラムに参加、アンバサダーは累計で542名となりました。

アンバサダー累計
542名

Topics

やってみなはれをグローバルで発揮するために

従業員一人ひとりが向上心をもってより高い目標にチャレンジするために「有言実行やってみなはれ大賞」を創設し、自ら旗を掲げ、従来のやり方にとらわれない全く新しい発想に基づくチャレンジングな活動によって「やってみなはれ」を実践したチームを表彰しています。初年度の2015年は、世界各国から延べ6,000名のエントリーがありました。サントリーグループは世界中で、夢大きく切磋琢磨しながら、新たな価値創造に挑み続けるために、取り組みを進化させていきます。

延べ **6,000**名



▲やってみなはれ大賞授賞式

ダイバーシティの推進

女性の活躍を推進

多様な従業員が「やってみなはれ」を発揮できるよう、従業員の属性の多様化を推進し、違いを受け入れ、活かす組織づくりに取り組んでいます。女性の活躍推進については、2025年に女性管理職20%達成を目指して、女性の活躍支援に努めています。継続的に女性管理職を輩出する為に、中堅メンバー層を対象に「女性リーダーのためのキャリアカフェ」を開催。また、「女性マネジャーフォーラム」や「女性マネジャーネットワーク幹事会」の実施などにより、女性経営層からの働きかけによる「考動」変革やネットワーク強化にも努めています。

障がい者雇用を推進

障がい者の方の可能性を広げるため、職域を限定せず、新卒・経験者の両者を対象に採用を行っています。また、グループ会社全体での雇用促進も進めており、グループ合同での就職ガイダンスを実施するなど、積極的な活動を展開しています。

65歳定年制度の導入

シニア層従業員の就労ニーズに応えることは、企業の社会的責任であると同時に、長年にわたって培われた経験やスキルを有効活用するチャンスでもあります。そこで、2013年から65歳定年制を導入するとともに、50代の従業員を対象とした「キャリアワークショップ」など、シニア期のキャリアを考える機会を提供しています。

海外グループ各社と

「グローバル人事会議」を開催

海外グループ各社の人事担当者との「グローバル人事会議」を定期的で開催しており、シナジー創出を目的に、「リーダーシップ開発」「将来のキータレント育成」などの具体的な課題を設定し、各国・各社の情報共有やディスカッションを行っています。採用活動においても、英語版採用Webサイトの作成や留学生向けセミナーの開催、海外に赴いての採用活動など、グローバルな活動を強化しています。



ワーク・ライフ・バランスの推進



男性従業員のより一層の意識改革を目的に「ちちおやガイダンス」を開催

フレキシブルな働き方で 育児・介護の両立も支援

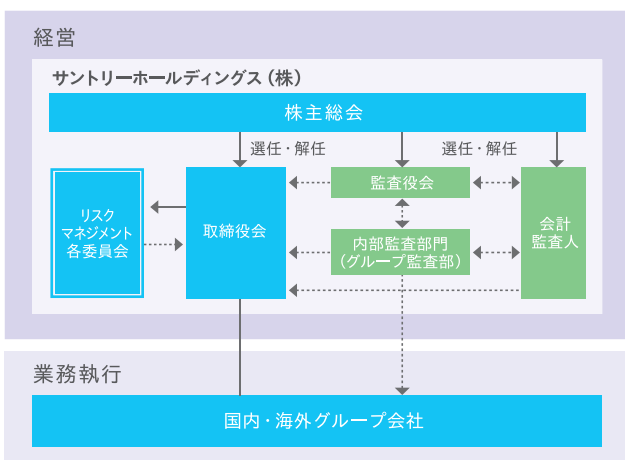
フレキシブルな働き方を可能にする制度や法定以上の福利厚生制度を多く設け、生活と仕事のバランスを保ちつつ、メリハリのある働き方の実現に向けて取り組んでいます。ワークスタイル革新の取り組みにより、原則コアタイムのないフレックス勤務、10分単位での利用ができるテレワーク勤務などフレキシブルな働き方が可能となっています。また、拡充した育児・介護の両立支援制度と組み合わせることで時間・場所の制約があっても、いきいきと働き続けられる仕組みとなっています。さらに育児については産休前ガイダンスやベビーシッター補助、復職後の研修などサポート体制も充実しています。

CSRマネジメント

コーポレート・ガバナンス

サントリーグループは、「グループ経営」と「業務執行」を分離させる純粋持株会社制を導入しています。地域社会やお客様、ビジネスパートナーなどすべてのステークホルダーと良好な関係を保ち、企業としての社会的責任を果たすため、コーポレート・ガバナンスの充実に努めています。

コーポレート・ガバナンス体制



◆グループ経営を担う各種会議体

サントリーホールディングス(株)の取締役会は、社外取締役1名を含む11名(2016年4月現在)の取締役で構成されています。取締役会では、グループ全体の経営課題について具体的な検討・協議・意思決定を行うとともに、グループ各社の業務執行を監督する役割を担っています。また、執行役員制度の導入により、経営の意思決定と業務執行を分離し、機動的な意思決定を実現しています。

◆経営を監査する体制

サントリーホールディングス(株)の監査役会は、社外監査役2名を含む4名(2016年4月現在)の監査役で構成され、業務の執行状況や内部統制システムの整備状況などを監査しています。監査役会室を設置し、監査役会の監査活動を補助しております。加えて、グループ各社の業務執行状況などを監査・検証する内部監査部門としてグループ監査部を設けています。また、外部監査法人が会計監査を実施し、会計や会計に関わる内部統制の適正性や適法性について、客観的な立場から検証しています。

リスクマネジメント

グループのグローバルな事業拡大に伴い、海外グループ会社を含めたグループ全体のリスクマネジメント推進体制を強化するため、「グローバルリスクマネジメント委員会(GRMC)」を2015年4月に新設しました。

このGRMCの下、各事業会社にはリスクマネジメント委員会やリスクマネジメントチームを設置しています。これらの委員会やチームを通じて、自社リスクの把握や対策実行、クライシスマネジメント体制の整備などの活動を行い、お客様をはじめとしたステークホルダーの皆様に対する責任を果たすことを目指しています。

◆リスクへの体制基盤構築・強化

経済のグローバル化や情報化、企業の社会的責任に対する意識の高まりなどにより、企業を取り巻くリスクはますます多様化・複雑化しています。サントリーグループでは毎年グループ全社を対象としたリスクの棚卸しを行い、ステークホルダーの皆様には大きな影響を及ぼすおそれのあるリスクを特定、対策を講じています。

◆情報セキュリティガバナンスを強化

企業の情報セキュリティに対して、より適切な管理を求める社会的要請が高まっています。サントリーグループでは「情報の保護」「情報の活用」「事業継続性の維持」という3つの観点から「サントリーグループ情報セキュリティ基本方針」を定めています。

また、近年ユーザーが急増しているソーシャルメディア(フェイスブック・ツイッター・ラインなど)での情報漏洩などのリスクに備え、ソーシャルメディアの利用姿勢を定めた「サントリーグループソーシャルメディアポリシー」を制定しました。これらに基づきグループ全体の情報管理を進めるとともに、情報の取り扱いに対する従業員一人ひとりの意識強化を図っています。

◆「反贈賄」に関する啓発を実施

サントリーグループは「企業行動規範」の中で、政治・行政・関連団体や企業など、相手がいかなる法人・個人・団体であっても、過度な接待・贈答を禁止し、法令を遵守した健全で透明な関係を保つことを定めています。

The Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) 等の世界各国の贈賄に対する規制強化に伴い、2015年はグローバルスタンダードに合わせた接待・贈答に関するガイドラインを制定し、周知理解の展開を図りました。2016年はグローバル反贈賄ポリシーを制定。接待・贈答に加え、寄付や政治献金などを含めた新たなガイドラインを定め、説明会やサントリーグループ全従業員を対象にeラーニングを実施し、周知徹底を図っていきます。



▲「反贈賄」のガイドライン説明会

コンプライアンス

サントリーグループの全従業員が共通の価値観をもち、共通の基準で行動できるよう、2003年に「サントリーグループ企業倫理綱領」を制定。2012年にはこの綱領を従業員の「考動」を促すための指針とするため、内容を改定し、企業理念の実現のための土台を担う行動原則（Our Principles）と位置づけました。また、グループ全体に浸透させるため、グループの理念や「企業倫理綱領」をまとめた小冊子を海外も含めたグループの従業員に配付するとともに、イントラネット上で定期的な情報発信を継続しています。加えて、「企業倫理綱領」に反する行為を早期に発見し解決するため、グループ全体の共通窓口として、社内外2カ所に「コンプライアンス・ホットライン」を設置しています。



▲サントリーグループの理念や「企業倫理綱領」をまとめた「SUNTORY SPIRIT」



▲コンプライアンス・ホットラインポスター



▲コンプライアンス意識の啓発ポスター

◆コンプライアンス推進体制

グループ横断的な視点からコンプライアンスを推進するために、その専門組織として、リスクマネジメント本部の下にコンプライアンス室を設置しています。コンプライアンス室では、方針に沿った具体的な諸施策の立案・実施や各職場での実践状況の把握、課題に対する提言・助言のほか、「コンプライアンス・ホットライン（内部通報制度）」を設け、公平・公正に対応しています。また、国内外のグループ各社ではそれぞれにコンプライアンスを推進する責任者を配置し、各社の課題に対応した独自の行動指針を策定・周知するなど、主体的な推進活動を行っています。

ステークホルダー・ダイアログ

ダイジェスト

2016年4月22日、有識者の方々を2015年5月に竣工した「サントリー ワールド リサーチセンター」にお招きし、同センターの取り組みをご紹介させていただくとともに、日本発のグローバルな総合酒類食品企業を目指すサントリーグループのCSR活動についてディスカッションしていただきました。



- 開催日：2016年4月22日（金）
- 場所：サントリー ワールド リサーチセンター
- 有識者
 - ピーター D. ピーダーセン氏 株式会社イースクエア共同創業者
 - 秋山 をね氏 株式会社インテグレックス代表取締役社長
 - 楠木 建氏 一橋大学大学院国際企業戦略研究科教授
- サントリー
 - 平島 隆行 サントリーホールディングス(株) 執行役員 サントリーグローバルイノベーションセンター(株) 代表取締役社長
 - 福本 ともみ サントリーホールディングス(株) 執行役員 コーポレートコミュニケーション本部長
 - 内藤 寛 サントリーホールディングス(株) コーポレートコミュニケーション本部 エコ戦略部 部長
 - 富岡 正樹 サントリーホールディングス(株) コーポレートコミュニケーション本部 CSR推進部長



「やってみなはれ」で
新たな価値・スタンダードの
創出を期待します

ピーター D. ピーダーセン氏
(株式会社イースクエア共同創業者)

リーディングカンパニーの使命として、ただ良い製品を出していくだけの時代は終わりました。新しい価値・スタンダードを創出していくべき時代です。他社にはない独自の成長ストーリーを見出すことができるか？そしてそのストーリーを全員に共有させ内発的なイノベーションへと昇華できるか？ここが鍵です。サントリーには「やってみなはれ」という果敢に挑戦していくスピリットがあります。そして社内の雰囲気も明るい。不断のチャレンジを通して、応援したくなるようなサントリーをつくってください。その挑戦は、社員のモチベーションにも100%つながります。



「日本発のグローバル企業」
だからこそできる
社会的課題の解決が
強みになります

楠木 建氏
(一橋大学大学院国際企業戦略研究科教授)

CSRの切り口で言えば、その企業だからこそできるというものをきちんと示すことが総て。存在意義を考えていくうえで最もボトムに置くべきことです。(そういう意味で)成長を目指す「やってみなはれ」の裏側で、サントリーの価値に照らして「やらない」ものを決めることが大事だと思います。それが「強み」となり、社会的課題の解決につながるものがCSV(共通価値の創造)になるのです。サントリーにとって「水」は最もコアな課題でしょう。「日本発のグローバル企業」として、日本古来の価値観である「水や自然との共生」を世界へ発信して欲しいなと思います。



「言葉の壁」を破る、
共感できる
メッセージ発信が大切です

秋山 をね氏
(株式会社インテグレックス代表取締役社長)

「言葉の壁」を破り、何をどのようにメッセージとして発信していくのか—これは国際進出する日本企業すべてに共通する課題です。サントリーの活動については、まさにサステナブルな思想が底流にあることは間違いありません。国内ではすでに暗黙のうちに共有されているものがグローバルから俯瞰したときに各国の人々から受容されるか、言い換えれば、受け手が理解し、共感できるメッセージとしてどう発信していくのか。創業からの精神をもう一度確認し直す良いチャンスではないでしょうか。難しい課題ではありますが、期待しています。



ご意見をいただいて

福本 ともみ (サントリーホールディングス(株) 執行役員 コーポレートコミュニケーション本部長)

真のグローバル化という意味で、サントリーはスタートラインに立ったところです。本日は理念を軸にすえることの重要性を再確認できました。これまでのサントリーの歴史の中で育まれてきた、私たちの考える「サントリーらしさ」の中に、グローバルにも価値を持ち得る要素が多々あるというお言葉に勇気をいただきましたこと。また、グローバル化を進めるにあたって、実際にどう展開していけばよいのかという、まさに私たちがいま取り組んでいる課題について多くの示唆をいただきましたことを大変ありがたく思います。

皆様とのダイアログを通して、サントリーはどのような企業でありたいか、また、社会とどう向き合っていくか—改めて私たちの存在意義や本質を突き詰めていく必要性を強く感じました。日本発のグローバル総合酒類食品企業として、企業理念「人と自然と響きあう」に込めた私たちの思いを、そしてサントリーならではの価値を世界中のお客様にご理解いただき、認めていただけるよう、これからもCSR経営を推進してまいります。

2016年度ダイアログ

Webサイトでは全編をお読みいただけます。



<http://suntory.jp/dialogue>

サントリーグループ CSRコミュニケーションツール

サントリーグループは冊子やWebサイトなどを通じて、
さまざまな形でCSRの取り組みをお伝えしています。

サントリーグループ CSRコミュニケーションブック2016



本冊子は、サントリーグループが企業理念「人と自然と響きあう」の実現に向けて重点的に取り組んでいる活動やサントリーらしい取り組みに焦点をあて、わかりやすく、編集しています。

対象範囲

●対象組織

- ・サントリーホールディングス(株)を含む国内・海外グループ会社337社
- ・環境データは、サントリーグループ売上高の過半を占める事業会社群が所有する国内生産24工場、海外生産43工場 (P.25)
- ・人事データは、サントリーホールディングス(株)、サントリー食品インターナショナル(株)と雇用契約を結ぶ社員を対象 (P.33~36)

●対象期間

データは2015年1月1日~2015年12月31日の実績です。
活動については、直近のものも含めます。

●参考にしたガイドライン

- ・GRI「サステナビリティ・レポート・ガイドライン第4版」(G4)
- ・環境省「環境報告ガイドライン(2012年版)」
- ・ISO26000(社会的責任に対する手引)

発行

2016年6月(次回は2017年6月発行予定)

サントリーグループ CSRサイト2016



本冊子よりも詳細な情報を網羅的に掲載しています。
CSR関連データ集やグループ会社独自の取り組み、社会との対話などの情報も充実していますので、目的に応じて閲覧ください。
また、GRI「サステナビリティ・レポート・ガイドライン第4版」(G4)の「中核」に準拠して報告しています。



サントリーグループ
CSRサイト2016



<http://suntory.jp/CSR/>

水と生きる SUNTORY

CSRコミュニケーションブック2016に関するお問い合わせ先

サントリーホールディングス株式会社 コーポレートコミュニケーション本部 CSR推進部
〒135-8631 東京都港区台場2-3-3 TEL: 03-5579-1536 FAX: 03-5579-1755

