

サステナビリティへの取り組み

グループ各社のサステナビリティ

1899年の創業以来、サントリーは、その長い歴史の中で事業を拡大し、現在では、サントリーグループとして、酒類、食品事業にとどまらず、健康食品、外食、花事業など広範な分野で活動しています。

さらに、アジア・オセアニア、欧州、米州における食品・酒類ビジネスなど、世界各国で幅広く事業を展開しています。

本サイトでは、グループ会社のさまざまな取り組みを掲載しています。

国内グループ会社
の活動



海外グループ会社
の活動



国内グループ会社の活動

SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

サントリー食品インターナショナル (株)

国内・海外の食品事業



ハーゲンダッツ ジャパン (株)

スーパープレミアム・アイスクリーム「ハーゲンダッツアイスクリーム」の製造・販売



(株) ダイナックホールディングス

「響」「魚盛」「鳥どり」などの多業態飲食店の経営、ゴルフ場・リゾートレストランの運営受託



(株) プロントコーポレーション

カフェとしてもバーとしても利用場面の多い「PRONTO」の経営およびフランチャイズ展開



井筒まい泉 (株)

とんかつおよび揚げ物、和風・洋風・会席料理などのレストラン運営（仕出弁当・ケータリング）、ヒレかつサンドをはじめとする各種お弁当・和風惣菜の製造および販売



サントリーフラワーズ (株)

花苗・鉢花、野菜苗および切花の開発・生産・販売



サントリーマーケティング&コマース (株)

酒類関連備品販売（酒販店様・飲食店様向け）、企業の販促支援・代行（キャンペーン企画・景品提案・配送・事務局運営等）、ワイン等酒類の店頭、通信販売



サントリーパブリシティサービス(株)

サントリーグループ各社の広報・マーケティング支援業務・コンサートホール・美術館など文化施設の管理運営・サービス業務・イベントの企画・運営業務・コールセンターの運営・研修・コンサルティング業務・人材派遣業務など

ハーゲンダッツ ジャパン (株)

本社所在地	〒153-0051 東京都目黒区上目黒2-1-1
設立	1984年8月
資本金	4億6,000万円
売上高	479億円 (2019年度)
従業員数	256名 (2020年2月末)
事業内容	「ハーゲンダッツアイスクリーム」の製造・販売
ホームページ	www.haagen-dazs.co.jp/



会社概要・理念

■ “Dedicated to Perfection. (完璧を目指す)”

1984年8月の創業以来、ハーゲンダッツ ジャパン (株) は「お客様の期待を超えるフローズンデザートを提供することにより、お客様に喜びと感動を提供し続ける」ことを使命として企業活動を行っています。

その活動を支える哲学ともいえる企業理念が「Dedicated to Perfection (完璧を目指す)」です。商品の開発からお客様の元に届くまで、品質・ブランドはもちろんのこと、すべての企業活動においてお客様の視点に立って完璧を目指し、私たちの使命を果たしていきます。

主なサステナビリティ活動

■ CSR経営の推進

CSRに関する意識啓発を徹底

企業倫理綱領を制定し、これに基づきCSR活動を推進しています。

また、外部講師による研修、社内イントラネットを活用した情報提供などにより、CSRに関する意識啓発を継続して行っています。

食品に関する従業員教育を展開

■ 食品の安全と品質への取り組み

原材料の品質を追求

お客様にハーゲンダッツ・モーメント (ハーゲンダッツを口にしたときの至福の瞬間) をお届けするために、品質には徹底的にこだわっています。アイスクリームの主原料である牛乳には特にこだわり、酪農家の方々は牛一頭一頭の体調に合わせた飼料の調整や、牛乳の成分を左右する牧草や土壌の成分まで管理しています。また、味を決めるフルーツやナッツ、チョコレートなどの副原料も世界各地から厳選して使用しています。安全・安心な商品づくりはもちろん、お客様に感動していただける、より高品質な商品を提供することがハーゲンダッツブランドを高めていくと考えています。

食品安全、および品質管理に関する認証を取得

ハーゲンダッツ群馬工場では1998年に「総合衛生管理製造過程による食品の製造または加工」(厚生労働省HACCPプログラム)、2013年5月には国際的な食品安全マネジメントシステムであるFSSC22000も取得しました。このFSSC22000に則った管理を徹底することにより、原料調達から、生産、物流までのすべての工程において、食品安全をさらに強固なものとしています。



群馬工場

品質に関する従業員教育を展開

すべての従業員が品質について正しく理解し、日々の業務を行えるように、品質ハンドブックを従業員に配布しています。この冊子では、ハーゲンダッツの品質への取り組みがまとめて見られるようになっています。また、従業員一人一人が品質管理の大切さを十分に身に付けるための取り組みとして、社内研修も行ってあります。

■お客様との関わり

お客様とのコミュニケーションを強化

お客様とのコミュニケーションを大切に、いただいたご意見を事業活動に反映しています。2010年には「お客様満足のための基本方針」を制定。この方針に則って、全従業員が行動しています。

お客様満足のための基本方針

わたしたちは、社会のよき一員としての役割を果たすため、さまざまな活動を通じてあらゆるお客様のさらなる満足の確保、維持、向上に努めます。お客様とのコミュニケーションを大切に、お客様に信頼され、喜んでいただける安心・安全な商品、サービス、情報の提供を行うとともに、お客様の声を企業活動に反映させていきます。

お客様相談室の行動指針

- 1.お客様からのお問い合わせ・ご指摘などに対して、迅速かつ的確に、丁寧に対応して参ります。また、公平、公正であるように努めて参ります。
- 2.お客様に信頼され、喜んでいただけるさまざまな情報を、お客様に提供いたします。
- 3.お客様のご意見・ご要望や社会の求めるものを、社内に適切に反映させて参ります。
- 4.お客様の権利を保護するため、消費者保護に関する法規および社内の自主基準を遵守いたします。

また、ハーゲンダッツ ジャパン(株)は、上記基本方針・行動指針を行動規範として、ISO10002に則った「お客様対応規定」を制定しました。この規定では、お問い合わせやご指摘をいただいたお客様の権利を認識し、企業活動へのお客様の満足を維持・向上することを目的に、お客様対応に関しての積極的な取り組みと責務を明確にしています。さらに、この規定に基づいた詳細な基準・手順を定め、周知徹底を図っていきます。

お客様からのお申し入れ情報は、ご連絡を受けた時点でその内容を社内情報システムに入力。担当部門と連携しながらお問い合わせなどにお応えして、その結果も記録しています。この仕組みを活用することで、お客様の声に迅速・的確に対応するだけでなく、お客様からいただいた貴重な情報を全社でリアルタイムに共有し、品質改善や商品開発、リスクマネジメント強化などにつなげています。

ホームページやお客様向け小冊子「おいしさの秘密」などを積極的に活用し、お客様のお役に立つ情報をお届けしています。たとえば、ホームページでは、お買い求めの際の注意点やご家庭での保存方法など、アイスクリームをおいしくお召し上がりいただくための情報を提供しています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

環境の国際規格ISO14001を取得

ハーゲンダッツ群馬工場では、2001年に環境の国際規格であるISO14001を取得。水道や電気の使用量の削減目標を設定して、環境に配慮した商品づくりを行っています。さらに、製造の途中で出た原料の残りは、動物の飼料にするなど食品リサイクルに取り組み、資源の有効活用を図っています。

ライフサイクル全体でCO₂削減に向けた取り組みを推進

生産から物流、販売に至るまでCO₂削減に向けた省エネ活動を推進しています。また、オフィスでも電気や紙などの使用量を管理して、省エネ活動に取り組んでいます。

包材の軽量化

ミニカップ、リッド、スプーンや段ボールなどの包材を薄肉化し、包材軽量化による環境負荷低減に取り組んでいます。

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

霧多布湿原ナショナルトラストを支援

主原料の牛乳の生産地である北海道根釧地区において、2007年から厚岸郡浜中町の霧多布湿原ナショナルトラストへの支援を行っています。霧多布湿原は国内では3番目に大きな湿原で、1993年にはラムサール条約にも登録されています。資金面の支援に加え、毎年当社従業員が地元の方々と共に、木道の補修するなど湿原の景観保全のボランティア活動を行っています。



木道補修風景

フードバンクにアイスクリームを寄贈

2007年よりNPO法人セカンドハーベスト・ジャパンのフードバンク活動[※]への食品寄贈を行っています。毎年、夏休みやクリスマスシーズンに社会福祉施設の子どもたちにアイスクリームをプレゼントしています。

2018年に引き続き、2019年もサントリーグループとハーゲンダッツ ジャパン（株）の従業員が協働で、母子施設や児童養護施設などにアイスクリームを配送するフードバンク[※]のボランティアを行いました。

※フードバンク活動：製造・流通過程などで出る、安全上は問題がないにも関わらず、廃棄される食品の寄付を受け、社会福祉施設などに無償で提供する活動



児童養護施設へ
アイスクリームを寄贈

食育+キャリア教育の出張授業を開催

食育やキャリア教育を目的に、東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県の小中学校を中心に出張授業「おいしさってなんだろう?」というプログラムを年間約30校で実施しています。「食への感謝の気持ち」や「仲間と協力する楽しさ」、また「仕事を通じて誰かに喜んでもらう嬉しさ」を多くの子どもたちに体験してもらっています。

その他、2019年はサントリーグループの東日本大震災復興支援「サントリー東北サンさんプロジェクト」の一環として、福島県のいわき市・相馬市で小学生対象の授業を実施しました。



食育出前授業の様子



子どもたちが考えた新商品の企画を発表

企業訪問を受け入れ

中高生を対象にハーゲンダッツ ジャパン（株）本社での企業訪問を受け入れ、「ブランド」「品質へのこだわり」「商品開発の流れ」などを学んでいただいています。



企業訪問の様子

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

公正な人事制度を整備

従業員がやりがいをもって働けるように、自己評価と上司からの評価を面接で話し合い、公正で納得性の高い評価制度を整備しています。

障がい者雇用を促進

主に本社事務職などの業務を対象に、障がい者雇用を行っています。

ワークライフバランスを推進

従業員の仕事と家庭・社会生活の両立を支援するために、ワークライフバランスに配慮した取り組みを推進しています。特に、長時間勤務は従業員の心身への影響も大きいと、時間外勤務の削減を全社的課題と位置づけ、徹底した管理を実施するほか、パソコンの使用可能時間を5:00～20:00に限定するなど、労働時間の適正化を図っています。

次世代育成支援の取り組みを強化

従業員が長く働きやすい環境で活躍できるよう、育児休業制度や育児短時間勤務制度の充実・強化を図るとともに、早期に復職し活躍したい従業員を支援するため、早期復職支援制度も導入しています。



健康で働きやすい職場づくり

独自の取り組みとして、従業員一人一人の行動をポイント化する福利厚生制度「ロハスポイント」を導入しています。この制度は、マラソン・ウォーキングイベントへの参加やスポーツクラブ利用など、健康によいことを実践するごとにポイントが加算される制度で、貯まったポイントに応じてカタログから好きな景品をプレゼントしています。

また、心の健康にも配慮し、社外窓口を設置して相談を受け付けています。メンタルヘルスに関する研修も年1回実施するなど、疾病の予防と早期発見に努めています。

さらに、職場における差別やハラスメントを防止するために研修会や職場勉強会を開催し、従業員の意識啓発に取り組んでいます。

(株) ダイナックホールディングス

本社所在地	〒160-0022 東京都新宿区新宿1-8-1 (大橋御苑駅ビル8F)
設立	1958年3月
資本金	17億4,162万円
売上高	371億8,987万円
従業員数	978名
事業会社	・(株)ダイナック・(株)ダイナックパートナーズ
事業内容	・(株)ダイナック 「響」「魚盛」「鳥どり」「パパミラノ」などの多業態飲食店の経営、パーティケータリング事業 ・(株)ダイナックパートナーズ ゴルフ場レストラン・リゾートレストランの運営受託、道の駅・高速道路サービスエリア運営
ホームページ	https://www.dynac.co.jp/



会社概要・理念

■「食の楽しさをダイナミックにクリエイトする」それが私たちの仕事です

悲しみ、苦しみ、怒りのとき、人は食を欲しない。お祭り、語り、出会い、記念日など、人間にとって食べることはいつも楽しさにつながっている。私たちの仕事はそんな喜びあふれる生活に貢献することです。これは大変な仕事であり、終わりのない努力を要する仕事です。しかし価値のある仕事でもあります。食の楽しさを縦横に切り拓き、お客様に喜んでいただけるプログラムをいっぱいもっている企業。そんな企業を目指しています。

主なサステナビリティ活動

■サステナビリティ経営の推進

サステナビリティの考え方

サステナビリティの基本は本業を全うすることであり、安全・安心な「最高の商品」と「最高のサービス」を提供し、お客様からいただいた「ありがとう」「おいしかったよ」「また来るよ」といった言葉を仕事の喜びにつなげて持続することと考えています。

コーポレート・ガバナンス

(株)ダイナックホールディングスではコーポレート・ガバナンスの推進体制として、監査等委員会設置会社を選択しております。取締役会は6名で構成され(監査等委員3名含む)、経営全般に関わる課題の意思決定を行っています。また、執行役員制度により迅速な業務執行を図っています。

監査等委員会は社外取締役2名を含む3名で構成され内部統制システムを利用して、取締役の職務執行や経営全般の職務執行状況について監査を実施しています。加えて、外部監査法人が会計監査を実施し、第三者の立場から検証しています。内部監査は監査部を設置し、業務執行の健全性の維持に努めています。

また、重要なリスクについてはグループリスクマネジメント委員会において網羅的・総括的に管理しています。さらに品質保証/CSR本部を設け、組織機能のすべてにおいてサステナビリティの推進を図っています。

コンプライアンスの徹底

「サントリーグループ企業倫理綱領」に基づき、コンプライアンス規定およびコンプライアンス・ホットライン規定を制定し、遵守の徹底を図っています。

従業員の意識啓発

イントラネット上で従業員向けにコンプライアンスをわかりやすく解説するとともに、コンプライアンス・ハンドブックを作成し、全従業員に配布しています。また、経営幹部が直接店舗にて講習会を開催し、各部署での勉強会や「従業員意識調査」も定期的を実施し、浸透度を確認しています。

さらに、コンプライアンス・ホットライン周知のため、啓発ポスターを全店舗に掲載しています。

リスクマネジメント

ダイナックグループでは、経営危機管理、機密管理、リスクマネジメントに関して規定を設け、企業経営に関わるリスクマネジメントの充実強化を図っています。また、情報セキュリティについても、個人情報の保護、従業員の保護に関する規定のもと、個人情報の開示・訂正・利用停止等対応基準、ITシステム利用基準などを制定し、厳格な運用に努めています。さらに、事業に関わるさまざまなリスクを抽出し、リスク発生の未然防止と迅速な対応を図る体制づくりに取り組んでいます。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■お客様との関わり

品質保証マネジメントシステムによる安全・安心の追求

食の安全・安心を追求し、お客様にご満足いただけるサービスを提供するために、品質保証マネジメントシステムを構築・運用しています。これに基づき、品質保証本部が中心となって品質保証方針（計画）の策定や店舗の衛生検査・不良商品の分析を実施。さらに、内部監査を実施して継続的な改善に取り組んでいます。

「お客様の声対応方針」の制定

ダイナックグループは、「お客様の声対応方針」を制定し、常にお客様満足度の向上に取り組んでいます。

お客様の声対応方針

- 一、私たちはお客様からのお問い合わせ・ご指摘に対し誠意を持って迅速かつ適切に対応してまいります。
- 一、私たちはお客様のご意見・ご要望に対し心から感謝し積極的に企業活動に反映してまいります。
- 一、私たちはお客様の声に常に耳を傾けることで商品・サービスの向上に活かしてまいります。

お客様の声を店舗の活動に反映

ホームページやレシートアンケートなどからお客様の声を積極的に収集し、ご意見・お問い合わせを全店舗で共有できるネットワークを構築しています。また、各店舗に対するご指摘は、店舗および営業責任者にフィードバックし、店舗の改善活動に反映しています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

ISO14001認証を取得

環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証を2009年12月より継続取得しています。ダイナックグループの掲げる環境方針の実践に向け、PDCAサイクルによって継続的に環境改善活動を推進しています。

省エネルギーの取り組み

各店舗では、省エネルギーの取り組みとして、電気・水・ガスの使用量削減に目標を定めて取り組んでいます。

食品廃棄物の削減・再資源化

ダイナックグループは、食品リサイクル法を遵守し、生ごみなどの食品廃棄物の削減・再資源化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～

■従業員に対する取り組み

従業員の成長

人材育成のため、各種内定者研修をはじめ、入社時研修やマネジメント研修、リーダーシップ研修などを実施しております。また、業務プロセスを評価する制度として「ダイナックアワード」を開催し、おもてなし力・技術力・チーム力の向上をはかっております。さらに、接客技術を競う「D1グランプリ」、「商品開発コンテスト」、「ドリンク開発コンテスト」なども全社規模で開催し、従業員の成長を全員で共有できる場を設けております。



ダイナックアワード（年2回開催）



D1グランプリ（おもてなし接客コンテスト
接客実演とサービスへの思いスピーチ）



商品開発コンテスト
（各回テーマを決めて実食審査）



ドリンク開発コンテスト
（各回テーマを決めて実演と試飲・メイキングエピソードなど審査）

ダイバーシティの推進

企業の発展には多様性の尊重が重要であると、ダイナックグループは考えています。性別や年齢にとらわれず多様な従業員が活躍できるよう社内体制を整備しております。

また、各店舗における地域への貢献も企業成長のために不可欠であり、特に障がい者雇用は重要な課題だと考えています。今後も、地域の支援機関・ハローワーク・支援者・保護者と連携し、障がい者本人の働きがいや生きがいとなるように、個々にきめ細やかな対応を心がけて取り組みを継続しています。

公正で納得性の高い評価制度

ダイナックグループでは、職能資格制度を導入しています。管理職の従業員は、目標管理シートによって自身の目標を設定し、その結果を上司との面談を通じて話し合い、納得性の高い評価・処遇につなげています。

労働時間の適正化

毎月、個々の労働時間を集計し、適正値を超える従業員をリストアップして、経営陣および所属部署長に報告し是正を促しています。また、労働時間の適正化に向けて、人員配置の見直し、店舗オペレーションの修正などを行い根本的な解決を図っています。

育児・介護のサポート

法律を遵守した社内規則を制定し、育児・介護休業の取得を促進しています。また、対象者の要請があれば時短勤務、所定外労働の免除、深夜業の制限なども行っています。

心身の健康管理を支援

従業員の健康管理については、定期健康診断の受診を徹底し、メンタルヘルスケアに関しては従業員のストレスチェックを毎年実施し管理体制の充実に努めています。役員を含む管理職に対して管理者研修を実施しているほか、社外に相談窓口を設け、カウンセリングとメンタルサポートを行っています。

(株) プロントコーポレーション

本社所在地	〒108-0075 東京都港区港南1-8-27 (日新ビル)
設立	1988年2月1日
資本金	1億円
売上高	281億円 (2019年度実績)
従業員数	344名 (2019年12月) (連結)
事業内容	カフェとしてもバーとしても利用場面の多い「PRONTO」の経営およびフランチャイズ展開
ホームページ	http://www.pronto.co.jp/



会社概要・理念

■ひとつの文化とも呼べる“くつろぎの場”の創造。それがプロントの役割です

プロントが目指しているのは、イタリアの「バル」やフランスの「カフェ」、そしてイギリスの「パブ」に見られるような、お客様との親密で活気あるお付き合いです。一日中いつ行っても居心地がよく、ほしい飲み物や食事、そして大きなくつろぎが得られるコミュニティとも言える空間。ひとつの文化とさえ呼べる、そうした新しい価値観を、プロントは日本で初めてカタチにしていきたいと考えています。そのために、プロントでは昼間はカフェとしての、夜はバーとしての顔を持ち、お客様にとってなじみの深い憩いの場を提供するための努力を重ねています。

“3つのベスト”が、プロントだけのくつろぎを生む

プロントの提案をお客様にとっての魅力として定着させていくためには、もちろん相当の努力が必要です。

それが“3つのベスト”つまりベストプライス・ベストクオリティ・ベストホスピタリティの実践です。

ベストプライスとは単に安さだけでなく、おいしさやボリュームとプライスの最高のバランス。

ベストクオリティとは、メニューやサービスのひとつひとつ、例えばコーヒー豆にどれだけこだわり、そのこだわりを絶対にカタチにしていこうという決意。

そしてベストホスピタリティとはおもてなし。必要最低限のマニュアルだけを用意し、むしろその場その場にもっともふさわしい、お客様に合わせた意識の高いサービスこそプロントの考える『おもてなし』なのです。

やりがいがあるから、仕事が面白い。そして利益が生まれる

バルやカフェやパブのような、くつろぎの場の提供。そしてひとつの文化の創造。

プロントはその実現に大きなやりがいを感じています。やりがいがあるから、仕事が面白い。そしてその結果として利益が生まれてくる。これが、プロントの情熱の方向性、つまり、プロントの経営理念といえます。

「DREAM COMES TRUE!」。実現可能な夢を持って、その達成に向けて、プラス思考で歩む。それがプロントです。

主なサステナビリティ活動

■CSR経営の推進

CSRに関する意識啓発を徹底

コンプライアンスの推進、情報開示、リスクマネジメントといった、企業の基礎的で根幹的な活動に注力しています。社長を委員長とするコンプライアンス委員会の定期開催、幹部・管理職への研修、職場単位での研修、職場リーダーによる職場勉強会などを通じて、企業人としてのあるべき姿を再確認しています。また、社内イントラネットでコンプライアンス、リスクマネジメント、品質保証、環境などのさまざまなCSR活動に関する情報を全従業員へ発信し、意識啓発を図っています。

さらに、従業員によって倫理的に正しくない行為が行われていることに気づいた際、報告・相談できる窓口として「コンプライアンス・ホットライン」を設置しています。このホットラインについては「コンプライアンス・ハンドブック」や全従業員・直営キャスト全員に配布した名刺サイズのカードや各種研修で従業員への周知徹底を図っています。

CSRという概念を独自に解釈し、全従業員で共有

CSR経営を推進していくためには、全従業員が共通の価値観をもつことが何よりも重要だと考えています。すべての従業員に、プロントが考えるCSRを正しくわかりやすく伝えるためにCSRという言葉に「Customer Smile Relationship（プロントグループに関わるすべての人たち（Customer）が笑顔（Smile）になるような関係（Relationship）をつくる）」と定義し、プロント流CSRを推進。ハンドブック「SHARING SMILE」を作成し、全従業員に配布。従業員には、心のこもったおもてなしを提供することが、お客様の笑顔につながると伝えています。



「当たり前のことを、あえてメッセージとして伝える」ことを主眼に絵本タイプの「ハンドブック」を作成

コンプライアンスの浸透を徹底

コンプライアンス面では、全従業員に冊子「Suntory Group's Philosophy」を配布するとともに、各部署間でコンプライアンスの意識啓発活動を実施し、問題点を抽出して対策・啓発に努めています。また、全従業員向けに「コンプライアンス・ホットライン」を設置し、従業員の抱えるさまざまな問題に速やかに対応しています。



「Suntory Group's Philosophy」

リスクマネジメントの推進

食品の衛生管理、お客様の店舗における事故、地震などの災害を対象としてリスクマネジメント委員会を組織し、各リスクへの基本対策を協議・立案しています。

また、情報セキュリティ・個人情報保護・機密情報保全などについては、専門担当部門を設置し、方針・規定の制定や社外への発信、従業員への理解浸透を図っています。

さらに、自社ブランドの知的財産権を取得する場合に他社の知的財産を侵害しないよう、新規商品名や業態名を調査し、必要に応じて商標や意匠権の取得を行っています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■品質への取り組み

品質マネジメントを徹底するためには、すべての商品の導入時からお客様のお口へ入るまで、一元管理が必要と考えています。そのため、食材の安全性はもとより、食材の品質、食材流通時の品質、飲食時の品質など、すべてのシーンにおける品質条件を守るべく、さまざまな取り組みを行っています。

衛生検査体制の確立

通常業務での品質・衛生環境チェックはもちろん、外部機関による定期衛生検査を実施し、店舗衛生品質の強化に努めています。さらにチェーン全体での衛生知識向上のために講習会を実施し、店舗衛生管理意識の醸成を行っております。

VOC（お客様の声）の反映

お客様からのご指摘やご意見・ご要望などを、貴重な外部評価と捉え、品質マネジメントの向上に反映すべく、VOC推進に努めています。お客様から寄せられたご指摘情報を各部署へ素早くフィードバックするのももちろん、VOCグループと各事業部内会議にて相談・協議を行っています。

■お客様との関わり

お客様の声への対応方針に基づく活動を展開

（株）プロントコーポレーションは「お客様の声への対応方針」「行動指針」に基づいて、お客様満足度の向上を目指し、お客様対応に取り組んでいます。

「お客様の声への対応方針」

私たちは、一つ一つのお客様の声に対して、真摯に向き合い誠実・迅速に対応します。また、お客様の声を頂けることに感謝し企業活動へ反映させます。

「行動指針」

- 1.『お客様の声』を感謝の気持ちで伺い対応する
2. 誠実・迅速・公平・公正に対応する
- 3.『お客様の声』を企業活動へ反映させ、基本理念を体現した店舗づくりを行う

お客様に適正飲酒を啓発

すべての店舗の入口に「20歳以下、ドライバー飲酒禁止シール」を掲出して、お客様に適正飲酒の呼びかけを行っています。また従業員間の集まりにおいても、20歳以下の飲酒、ビンジドリンクなど不適切飲酒の防止に努めています。

すべての店舗の入口に「20歳以下、ドライバー飲酒禁止シール」を掲出して、お客様に適正飲酒の呼びかけを行っています。



20歳以下、ドライバー
飲酒禁止シール

Webサイトでのアレルギー情報開示

食物アレルギーによる重篤な事故の発生を抑制するため、運営する各業態のグランドメニューにおいて特定原材料7種、特定原材料に準ずるもの20種を情報公開し、お客様に安心してお食事を楽しんでいただける環境を整えています。

店内の環境改善（健康増進法）を推進

受動喫煙対策・健康増進法改正を考慮し、新しい店舗は飲食不可の喫煙室を設置しております。既存のお店は、2020年4月までに全
面禁煙店舗や飲食不可の喫煙室改装を進めました。今後も社会からの要請や法令等に対応して店内環境の向上に努めていきます。



店内に飲食不可の喫煙室を設置

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

プロントグループでは、2008年に「環境委員会」（現・エコ推進委員会）を設置。「環境方針」を制定して、さまざまな環境活動に取り組みんでいます。

「環境方針」

- 1.プロントグループは、以下を重点実施項目として取り組みます。
 - 1.省資源・省エネを行いCO₂の削減に努めます。
 - 2.廃棄物の減量化・再資源化に取り組みます。
 - 3.従業員自らエコオフィスを実現し、グリーン調達を推進します。
 - 4.地域と連携した環境保全活動に努めます。
 - 5.広く社会に環境情報を開示します。
- 2.環境マネジメントシステムを構築し、環境目的・目標を設定して環境保全活動に取り組み、継続的改善・環境汚染の予防につなげます。
- 3.環境関連の法規制・協定を遵守します。
- 4.この環境方針は、プロントグループCSR基本理念である「関わるすべての人たちが笑顔になるような関係をつくる」ことをめざし、全従業員・ビジネスパートナー様等携わるすべての人々に周知し、環境教育・啓発などを通じ、環境意識の向上に努めます。

ISO14001認証を取得

2009年12月に環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証を取得し、継続的に環境活動を推進しています。

コーヒーチェーン初 エコマーク認定店取得

飲食店としてエコマークの認定取得。

6項目全ての環境配慮活動において定められた認定基準を満たすことが要件となり、認定基準を満たした上で認定審査及び審査委員会での認定されされました。

飲食店は消費者の関心も高いことから、環境に配慮した飲食店の普及を通じて情報発信を行い、環境配慮行動を後押し出来たらと取得に至りました。

エコマークとは

「飲食店」認定基準では、省エネ・節水などの基本的な環境対策に加えて、食材への環境配慮、食品ロス削減に向けた食べ残しが減るような啓発や運動などの消費者の理解を深める取り組みを評価されています。



P LOVE GREEN 宣言

プロントは、2010年4月に「お客様の精神（こころ）と肉体（からだ）に安らぎと喜びを与え、明日への創造を生み出すJUNCTIONとなる」という基本理念と、プロントのブランドカラーである「Green」という原点を見つめ直し「P LOVE GREEN 宣言」を発表し、新たな活動をスタートさせました。人と自然にやさしい、また、ワクワクするプロントらしい活動を「P LOVE GREEN」と名づけ、メニューや店内環境、さまざまな支援活動という社会貢献活動にまで広がっています。

※「プロント・ラブ・グリーン」キャンペーンに関するお知らせ

マークの付いた商品代金の一部は、2010年、東京都の「海の森」プロジェクト（東京オリンピック会場）の寄付から始まり、2011年東日本大震災以降は東北被災地の緑化復興活動の支援に当てられています。また、2016年は、熊本地震復興支援活動、2018年は、西日本豪雨災害支援活動、2019年は、台風19号被災地支援活動も行い、次世代の子どもたちに環境配慮の襪（たすき）を渡すべく子どもたちとともに環境活動を実施しています。本来は災害支援における復興緑化支援目的でなく、日本にもっと「Green」をテーマに、植樹活動を続けたく、地球温暖化を止める自動努力をし、本来の目的の「プロント・ラブ・グリーン」を取り戻し、国産・産地指定素材や製法にこだわった厳選素材を使った新メニューを「PRONTO」全店で続々と導入していきます。今後も従業員一丸となり活動を支援してまいります。



お客様・加盟店・従業員が協力して緑化を推進

「P LOVE GREEN 宣言」の活動の第1弾として、2010年5月から国産素材にこだわった商品売上げの一部を東京都の「海の森」プロジェクト（東京オリンピック会場）に寄付する「P LOVE GREEN キャンペーン」を開始しました。2010年度の東京都「緑の東京募金」への7,130,220円の寄付にはじまり、その後も継続的に各緑化活動に寄付を行っています。

2019年度末には、1億円を超えるまでになりました。

また、寄付だけに留まらず、従業員とフランチャイズ加盟店の希望者が「海の森」植樹祭に参加し、2010年から5年間にわたり、述べ240名が参加し、約6,000本の苗木を植樹しました。

「海の森」プロジェクトは、ごみと建設発生土で埋め立てられた東京湾内の中央防波堤内側埋め立て地に苗木を植え、美しい森に生まれ変わらせる計画で、2020年には東京オリンピック会場として活用されることが決まっています。

この活動をきっかけに、2011年以降は日本各地の環境緑化へと活動を広げています。

2011年の東日本大震災以降は被災地の緑化事業にも寄付し、2012年および2015年には農林水産大臣感謝状をいただきました。加えて、少しずつですが復興復旧が始まった、岩手県吉里吉里地区で、高台に移転した幼稚園への植樹活動を実施。現地の方々の冬に欠かせない「復活の薪」と名づけた薪づくりの支援、関東の千葉県においても被災した防災林などの植樹活動を現地の子どもたちとともに実施しています。さらには、次世代の子どもたちへ環境学習の襪（たすき）を渡す活動を新たに加え、従業員一丸となり活動を支援してまいります。

プロントのホームページにおいて、活動の詳細を報告しています。

今後も「Green」をテーマに国産・産地指定素材や製法にこだわった厳選素材を使った新メニューを拡充してまいります。

※詳細や最新情報は当社CSRトピックス参照ください



「P LOVE GREEN キャンペーン」の対象商品



「海の森」植樹祭



当社社長より寄付金を贈呈



林野庁沖修司長官から
農林水産大臣感謝状（3度目）



前田信弘副知事から東京都知事



茨城県神栖市で行われた
矢田部海岸防災林植樹



水戸市の小学生300人と
植樹活動



津波警報時に逃げる高台の
避難路の森林整備



高台に移転した幼稚園の
周りの山桜の植樹



東北の方々の冬に欠かせない
「復活の薪」づくり



西日本豪雨災害における
住宅水害復興支援活動



北海道胆振地震における
森林復興支援活動



台風15号19号における
森林公園復興支援活動

廃棄物の減量化・再資源化

プロントグループ全店でごみの完全分別に取り組んでいます。指定廃棄物処理業者と直接契約できるテナント店舗においては、生ごみの堆肥化または発電燃料として推進し、不燃ごみも主に発電燃料のサーマルリサイクルとして再資源化・リサイクルしています。

コーヒー豆かすを再利用した植木鉢「CAFE TSUCHIKO」の開発

プロントで廃棄されるコーヒー豆かすは1日約2トン。おいしく飲まれている一方で毎日大量のコーヒー豆かすが廃棄されています。

試行錯誤を重ね、誕生したのがコーヒー豆かすと間伐材からできた植物由来の植木鉢「CAFE TSUCHIKO (カフェ ツチコ)」です。

「CAFE TSUCHIKO」には、細かな空気穴があるため土に十分な空気を送ることができ、根腐れが起こりにくく、植物に最適な環境をつくれます。

また、植物由来の製品のため、植物が大きくなったら、そのまま大きな鉢や庭に植え替えることができ、自然に土に還ります。



多様な再資源化・リサイクルの推進

プロントグループでは、自然の恵みを商品としてお客様に提供していることから、その恵みをできるだけ循環させることが大切であり、将来に向けて再生していく義務があると認識しています。そのため、グループを挙げて食品廃棄物の削減に積極的に取り組んでいます。食品リサイクル法では外食産業には食品廃棄物の50%のリサイクル、または削減という義務数値が定められていますが、当チェーンは68%という数値を達成しています。



リペアによる長期使用で廃棄物を削減できる「PRONTOブロンズグラス」

お客様に「ザ・プレミアム・モルツ」のプレミアム感をより深く味わっていただくために開発した「PRONTOブロンズグラス」。ブロンズグラスは、ガラス製グラスのように簡単には破損しないものの、美しい色合いは次第に劣化します。そこでプロントでは、リペアしてブロンズ本来の色合いをよみがえらせ、長期間使用することで廃棄物の削減につなげています。



店舗での節水活動を推進

水使用量削減のため、各店舗では節水コマや節水トイレを導入しています。また、2012年から全店舗で水使用量・排水量の可視化を進め、水の使用量削減に努めています。

社会福祉活動

ビジネスパートナー様などから年末年始に頂くカレンダーで、活用できずに不要となったものを回収し、社会福祉法人港区社会福祉協議会様へ社会貢献の一環として寄付を実施しています。



環境活動に従業員も参加

従業員の有志がNPOに協力して富士山の樹海でのごみ清掃に参加しており、こうした活動を通じて店舗におけるごみ減量の意識を高め、さらにサントリー「天然水の森 赤城（法人の森林（もり）」整備活動への参加体験を通じて店舗で使う水の節水意識を高めるなどして、環境意識の啓発活動も実施してきました。



富士山の樹海での清掃活動



「天然水の森」の整備体験

プロント品川店が環境省の省エネ照明モデル事業に選定

(株)プロントコーポレーションでは、地球環境を経営資源の1つと認識し、環境との調和に配慮して、環境保全と循環型社会の実現を目指し活動しています。その一環として、LED普及前の2009年の新規店舗・改装店舗を皮切りに、客席照明の発光ダイオード(LED)採用を進めています。今では当たり前となったLEDですが、発熱量が少なく、冷房などの室内空調への負荷も軽減できるため、標準店舗と比較して消費電力を50%以上削減できます。これはCO₂換算で年間約7トンの削減に相当します。

2010年2月には、この改装プランが、環境省の「平成20年度省エネ照明デザインモデル事業[※]」に選ばれました。「Talk to the Lights ～もう一度照明と語り合いませんか」をコンセプトにした照明計画では、従来の照明を抜本的に見直し、一層の省エネと居心地のよさを演出できる照明設計を実施。客席をはじめ店内通路や外部看板の照明もLED電球に切り替え、消費電力とCO₂排出量を大幅に削減しました。

新店舗については、店内照明のほぼ100%をLED電球化していますが、既存店でも順次切り替え、現在では約8割の店舗でLED電球化が実施されています。

当社は、今後も、お客様や従業員の環境意識を高め、エコ企業にふさわしい活動を展開していきます。

[※]省エネ照明デザインモデル事業：省エネ照明の導入を通じてCO₂排出量の削減を加速させるため、省エネ照明を率先して導入する商業施設や店舗などを公募し、全国に広く普及しうる省エネ照明導入モデルの確立を目的とする事業



社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

災害時の被災者支援

地震などの災害が発生したときには、携帯電話の無料電源供給やトイレの提供、さらにライフラインが止まっていない場合には温かい飲み物の提供なども行っていく予定です。

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

従業員の心と体の健康をサポート

従業員のメンタルヘルス対策のために、外部専門家と提携した24時間対応の電話相談窓口を設置、産業医面談との健康相談を実施しています。また、体の健康管理としては、通常の健康診断、生活習慣病検診、人間ドックなど、従業員が自らの健康維持に役立てられる環境を整えています。

従業員に連休取得を義務づけ

従業員の仕事と生活の両立を支援するために、各種休暇制度を導入しています。ダイナミックホリデー制度は、従業員に5連休以上を年2回以上取得することを義務づける制度です。また、レクリエーション制度なども導入しています。

従業員の成長・自己実現を支援

人材育成のため、各種内定者研修(入社前4回)をはじめ、入社時研修(3ヵ月)や、マネジメント研修、サービス研修、リーダーシップ研修、海外研修、さらにはサントリーグループ共通研修も用意しています。さらにより専門スキルを高めることを奨励する制度を設け、社労士や宅建といった国家資格の取得支援やソムリエやコーヒーマイスターなどの飲食専門資格をはじめとする専門技能をもった人材育成に励んでおります。

さらに、採用面では、新卒・中途採用以外にキャスト(アルバイト)からの社員登用にも積極的に取り組み、雇用の安定に貢献していきます。



フロントキッチン研修



ワイン研修

ダイバーシティの推進

多様な人材を採用し、人事活性化を目指して、ダイバーシティを推進しています。障がい者雇用・外国人雇用の促進を積極的に行っています。さらに次世代の人材の養成と共存を図るために、嘉悦大学・女子栄養大学・千葉商科大学・三幸学園との産学連携を通じてゼミ講師・インターンシップの受け入れにも取り組んでおります。

井筒まい泉（株）

本社所在地	〒150-0001 東京都渋谷区神宮前4-8-5
設立	1965年11月30日
資本金	1千万円
売上高	127億円（2019年度実績）
従業員数	364名（2020年3月現在）
事業内容	とんかつおよび揚げ物、和風・洋風・会席料理などのレストラン運営（仕出弁当・ケータリング） ヒレかつサンドをはじめとする各種お弁当・和風惣菜の製造および販売
ホームページ	https://mai-sen.com/



会社概要・理念

■お客様第一の心を大切に

とんかつ専門店のトップブランド「とんかつまい泉」で知られる井筒まい泉（株）は、1965年の創業以来、「お客様第一の心を大切に」をモットーに、安心・安全で美味しい食材の提供に努めることで、着実な発展を遂げてきました。一介の主婦が創業者となり東京・日比谷に開いた1号店を皮切りに、現在では直営レストラン13店舗に加え、百貨店や駅ナカを中心とした全国65店舗の直営店を運営するとともに、仕出しやお弁当、通信販売事業など、こだわりの味をさまざまな事業を通じてお届けしています。また、2012年から海外でのレストラン展開をしており、タイ13店、フィリピン3店、台湾10店の合計26店となっています。（2020年1月現在）

2008年からサントリーグループの一員となり、グループのバックボーンを活かしながら、伝統ある「まい泉」ブランドを大切に守り続けています。

企業理念

私たちは、「お客様の美味しい笑顔」の為に、
商品を「まごころ」をこめて製造し、
「おもてなし」の心をもって販売することを
常に心がけていきます。
そして、会社を取り巻くすべての人に
「いい会社だね」といって頂けるように、
様々な努力を続けてまいります。

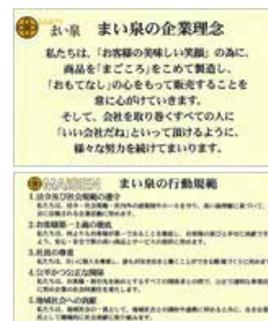
主なサステナビリティ活動

■CSR経営の推進

企業理念・行動規範を全従業員で共有

まい泉が果たすべきCSRとは、創業以来の「お客様第一の心」をもって、『お客様の美味しい笑顔』の為に、商品を『まごころ』をこめて製造し、『おもてなし』の心をもって販売する」という企業理念の実践にほかなりません。

まい泉では、CSR経営の原点とも言える「企業理念」に加え、従業員がなすべきことを示した「行動規範」を策定しています。これらを携帯可能なカードにして全従業員に配布するとともに、朝礼での唱和などを通じて浸透を図っています。



企業理念と行動規範を記したカードを全従業員が携帯

行動規範

1.法令及び社会規範の順守

私たちは、法令・社会規範・社内外の諸規則やルールを守り、高い倫理観に基づいて、社会に信頼される企業活動に努めます。

2.お客様第一主義の徹底

私たちは、何よりもお客様が第一であることを徹底し、お客様の喜びと幸せに貢献できるよう、安心・安全で質の高い商品とサービスの提供に努めます。

3.社員の尊重

私たちは、互いに個人を尊重し、誰もが生き生きと働くことができる職場づくりに努めます。

4.公平かつ公正な取引

私たちは、お客様・取引先を始めとするすべての関係者との間で、公正で透明な事業活動に努め企業の社会的責任を果たします。

5.地域社会への貢献

私たちは、地域社会の一員として、地域社会との調和や連携に努めると共に、良き企業市民として積極的に社会貢献に取り組みます。

リスクマネジメントの推進

まい泉は、お客様の個人情報の取り扱いについて、管理ルールを設けて厳重に管理しています。個人情報を扱う機会の多い通信販売事業においては、サントリーグループのネットワークを使用し、グループと同等のセキュリティ対策を実施しています。

また、近年、従業員のSNSを用いた不適切な情報発信が社会問題となっていることを踏まえて、独自の「SNSポリシー」を設けるとともに、店長会議などを通じて従業員への意識啓発を強化しています。

ブランドマネジメントの強化

創業以来、約半世紀にわたって培ってきた「まい泉」ブランドの価値を守り、高めていくために、商標登録するとともに、ロゴマークの使用についてはガイドラインやマニュアルを定めて厳格に管理しています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■食品の安全と品質への取り組み

品質を支える「こだわり」

「とんかつまい泉」の美味しさへのこだわり、「妥協」の文字はありません。お客様に本当に美味しいとんかつを召し上がっていただくために、豚肉をはじめとしたすべての食材・調理方法にこだわり、培ってきた味を妥協なく守り続けています。

衛生管理体制の確立

まい泉では、レストランや直営店舗で調理したてのとんかつを提供していますが、食材の加工や下ごしらえなどは、高津工場（神奈川県川崎市）、都筑工場（神奈川県横浜市）、大阪工場（大阪府大阪市）の3工場で行っています。最初の工場である高津工場は1995年に設立され、2008年には規模の拡大にあわせて衛生管理面も含めた全面改装を行い、汚染防止のためのゾーニングと気圧管理、異物混入防止のための金属探知機、X線探知機などを導入しました。また、品質衛生管理部を中心とした組織体制を整備するとともに、エアシャワーや粘着ローラーなど毛髪対策や、作業室に入室する際のルールを徹底しました。さらに、カードロックの導入や、工場内の順路を一方通行にするなど、物理セキュリティ対策も強化しました。これら設備面での取り組みと基準やルールづくりを推進したことで、2010年には品質管理の国際規格であるISO9001の認証を取得しています。



高津工場全景



都筑工場全景

国内均一の品質管理体制

高津工場の活動で培った品質管理の手法やノウハウをベースに、2013年に大阪工場、2016年に都筑工場を設立しました。各工場ともに徹底した品質管理に取り組んでおり、品質の維持向上に努めています。

また、フードディフェンスの観点から各工場に品質保証カメラを設置し、防犯体制を整備すると共に、作業の可視化による品質管理向上を図っています。

衛生管理教育の徹底

「食の安全・安心」を支えるのは、従業員一人ひとりの食品衛生に対する知識と意識です。このため、パート・アルバイトを含めた全従業員を対象に、徹底した衛生管理教育を実施しています。e-ラーニングに加えて、ネットワーク環境のない店舗のために紙での教材も用意しており、受講率は100%を維持しています。

■お客様との関わり

お客様との対話を重視

創業以来のモットーである「お客様第一の心を大切に」を実践するため、「お客様相談室」を設置しているほか、代表電話やWebでのお問い合わせフォームなどを通じて、お客様の声を積極的に収集しています。こうして収集した声は、広報部門が集計・分析し、毎月の経営会議や店長会議で報告・共有し、商品・サービスの改善につなげています。

お客様の声を踏まえた改善事例

まい泉では、人気商品である「ヒレかつサンド」の“パサつき”を改善するために、パンの製法やレシピを見直し続けています。2013年は、販売後、少し時間を置くとパサつきが感じられるという声を踏まえて、完成直後に実施していた検食を、お客様と同じ条件になるよう、消費・賞味期限直前でも実施するようにして、美味しさの差をなくすように努めました。今後もできたての美味しさに加えて、お客様の「喫食時品質」を重視した活動を継続していきます。

適切な情報開示

店頭や広告、Webなど、さまざまなメディアを通じた情報開示・広告宣伝については、すべて品質・衛生管理部およびマーケティング部が遵法性や妥当性を確認した上で実施しています。特に、商品の一括表示や、店頭でのPOP・プライスカードなどについては、正確な表示とわかりやすい表現に努めています。

また、情報発信に対するお客様のニーズや関心を踏まえて、適宜、情報開示の強化や改善を心がけています。メニューの表記についてもすべてチェックし、誤解を招きかねない表現や、根拠が曖昧な表現がないようにしています。

トレーサビリティの確保

「食の安全・安心」に関する意識の高まりに伴い、お客様やお取引先から、豚肉などの原産地についての問い合わせが増えています。このため、産地証明書類などを整備し、お問い合わせにタイムリーにお応えしています。

商品ごとのカロリー表示・アレルギー表示

近年の健康ブームを踏まえて、Webサイト上で商品ごとにカロリー表示を実施しています。また、お客様が安心してお食事を楽しんでいただけるよう、アレルギー情報を開示しており、表示義務のある7品目に加えて、推奨20品目についても表示しています。

栄養成分	
エネルギー:266kcal	食塩相当量:1.7g

法令で規程している特定原材料7品目							
小麦	卵	乳	そば	落花生(ピーナッツ)	えび	かに	(魚介類)
○	○	○	-	-	-	-	-

表示を推奨する特定原材料20品目									
あわび	いか	しぐら	オレンジ	キウイフルーツ	牛肉	くるみ	さけ	さば	ごま
-	-	-	-	-	○	-	-	-	-
大豆	鶏肉	バナナ	豚肉	まつたけ	もも	やまいも	りんご	ゼラチン	カシューナッツ
○	○	-	○	-	-	-	○	○	-

Webサイトでの詳細な情報開示(ヒレかつサンド3切)

海外のお客様に配慮

近年、外国人のお客様が増加していることから、レストランでは4か国語(日本語・英語・中国語・韓国語)表記のメニューブックを導入しています。今後のさらなるグローバル化を見据えて、対応言語を増やしていく計画です。

■ビジネスパートナーとの関わり

お取引先の工場監査を実施

お客様に安全・安心なお食事をお届けするためには、豚肉など原材料の調達先などお取引先との信頼関係が不可欠です。このため、新規の調達先と取引を開始する際は、国内・海外を問わず現地での工場監査を実施し、信頼できる調達先であることを確認しています。また、既存の調達先についても定期的に監査を実施し、必要に応じて改善を要請するなど、サプライチェーン全体で安全・安心を守る体制づくりに努めています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

ISO14001認証を取得

環境マネジメントシステムの国際規格であるISO14001の認証を2009年12月に取得し、全社的な環境活動を推進するための実務者を置いて継続的に活動しています。

食品リサイクルの推進

早くから廃油の100%リサイクルを実現するなど、食品廃棄物の排出量削減とリサイクルに注力しています。「ヒレかつサンド」製造時に切り落とされるパンの耳については、パン粉製造者や飼料製造者に販売するなど、有効活用してきました。これらの取り組みの結果、高津工場ではリサイクル率100%、店舗では約50%を維持しており、今後もさらなる向上に努めていきます。

食品リサイクルによるオリジナル豚肉「甘い誘惑」

まい泉では、2012年に、飼料製造業者や養豚事業者との連携のもと、「ヒレかつサンド」のパン耳を飼料として育てたオリジナル豚肉「甘い誘惑」を開発し、とんかつなどの原料として利用する取り組みを開始しました。また食品リサイクル法の定める再生利用事業者として届出・登録しました。オリジナル豚肉「甘い誘惑」は、2020年3月時点では月に約30頭の提供ですが、今後はさらに規模を拡大していく方針です。



オリジナル豚肉「甘い誘惑」

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

本店周辺の地域活性化に貢献

本社所在地である渋谷区にある青山本店は地域商店街の中核的な存在として、地元の方々に親しまれています。地域の一員としての責任を果たすため、「街づくりの会」に参画するほか、交通安全活動などにも協力しています。

食事を通じて子どもたちの成長を支援する「こどもプロジェクト」

次世代を担う子どもたちの健やかな成長を応援するため、2011年から「こどもプロジェクト」を展開しており、子どもを対象としたスポーツ活動に「ヒレかつサンド」を提供しています。美味しさはもちろん、「カツ」と「勝つ」をかけたゲン担ぎ的な意味もあり、子どもたちからも好評です。



大和市少年野球教室でのヒレかつサンド贈呈

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

従業員の成長を支える環境づくり

お客様に笑顔になっていただくためには、商品やサービスを提供する従業員一人ひとりの自覚と成長が欠かせません。こうした考えをもとに、まい泉では、職種別・階層別の研修体制を整備するとともに、外部研修も活用し、従業員の成長意欲に応えています。

従業員の心と体の健康をサポート

従業員が常にいきいきと働けるよう、年1回（夜間勤務者は2回）の定期的な健康診断を実施し、受診率は100%を維持しています。また、産業医による定期的な相談会を開催し、体調管理はもちろん、メンタルヘルスのセルフチェック推進やチェック結果に対するフォローアップも実施しています。さらに、安全な職場づくりに向けて、衛生委員会の主催で月1回職場巡視を実施しています。

モチベーションを高める独自のコンテスト

お客様に接する機会が多い店舗従業員の接客品質を高めるため、2012年は「スマイルコンテスト」、2013年は「社内接客コンテスト」を開催。2014年からは毎年「まい泉ホスピタリティ NO.1」をコンセプトとした「M-1グランプリ」を開催しています。いずれも、店頭での模範となる笑顔や接客ぶりを表彰するもので、表彰者のモチベーションアップはもちろん、他の従業員への波及効果も表れています。



2016年「第3回M-1グランプリ」

社内業績表彰制度

特筆すべき業績への功労や社会貢献活動など、模範となる実績を上げた従業員を表彰しています。これによって会社業績の向上と士気の高揚を図るとともに、企業理念の実現を目的とした「まい泉 of the year」制度を導入しています。2019年度には、業績部門で9名、功労・社会貢献部門で6名の社員が表彰されました。

ワークライフバランスの推進

まい泉では、店頭を中心に女性従業員の比率が高いこともあり、早くから仕事と家庭を両立できる環境づくりに注力してきました。2011年には産休・育休制度を導入し、多くの従業員が制度を活用しています。

ダイバーシティの推進

まい泉では、性別や年齢、国籍、障がいの有無を問わず、多様な人材が活躍できる職場づくりを目指しています。

障がい者の採用にも積極的で、2020年3月時点で12名が在籍しています。また技能実習生制度を導入しており、2020年3月現在フィリピンからの実習生67名を受け入れています。

サントリーフラワーズ（株）

本社所在地	〒108-0014 東京都港区芝4-17-5（相鉄田町ビル4F）
設立	2002年7月<サントリー（株）花事業部から分社独立>
資本金	1億円
売上高	46億円（2019年度）
従業員数	52名（2019年12月31日現在）
事業内容	花苗・鉢花、野菜苗・野菜青果 および切花の開発・生産・販売
ホームページ	https://www.suntory.co.jp/flower/



会社概要・理念

サントリーは、1980年代から花を「人々の生活に潤いをもたらす、心の健康をもたらすもの」と位置づけ、酒類・食品分野で培った基礎研究を応用して、植物の研究開発を行うとともに、お客様に「花のある暮らし」を提案してきました。そして、事業の拡大に伴い、2002年7月に分社独立し、サントリーフラワーズ（株）を設立しました。現在では、日本国内だけでなく、ヨーロッパや北米、オーストラリア等を中心に、販売エリアは世界20数カ国にのぼり、グローバルに事業を展開しています。これからも「花・野菜のプレミアムな商品を通じて世界中のお客様の心に潤いと感動を提供し続ける」という志のもと、日々活動してまいります。

主なサステナビリティ活動

■CSR経営の推進

グループ企業理念「人と自然と響きあう」を実現するために、「花のある暮らし」を提案する企業としての行動指針を、グループ企業倫理綱領に基づき制定。社内への徹底を図ることで、コンプライアンス経営活動を全従業員で推進しています。

知的財産権を保護・活用

植物の育成者権や商標権などを活用した、サントリーフラワーズ（株）ならではの高付加価値商品を継続して提供できるよう、自社の知的財産権の保護に努めるとともに、その侵害に対しては適切な処置を行っています。また、第三者が保有する知的財産権に配慮し、権利侵害を行わないよう社内教育を徹底しています。

下請法を遵守

サントリーフラワーズ（株）にとって、花苗、野菜苗等の生産委託をしている生産農家は事業を推進していくための大切なパートナーです。双方がWIN-WINの関係を継続していくために、当社では、契約・発注・納品・検収・支払いの各段階で下請法を遵守しながら、公正な取引を行っています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■お客様との関わり

お客様に「花のある暮らし」「育てる楽しさ」を提案

多様化するライフスタイルに合った植物の楽しみ方を提案することで、お客様とのコミュニケーションの輪を広げていきたいと考えています。お客様に「花のある暮らし」「育てる楽しさ」をご提案し、ご満足いただくために、サントリーフラワーズ（株）では、ホームページ上に販売店様を検索できるコーナーや育て方に関するQ&A、育て方動画、品種ごとの特性紹介、品質管理の取り組みなどを掲載しているほか、お客様センターを設置し、電話やEメールを通じてさまざまなご相談にお応えしています。また、商品ラベル裏面には、植物の特性や栽培のポイントを記載しています。



お客様の声を活かした商品・サービスの改善

サントリーフラワーズ（株）のお客様センターに入るお客様のご意見・ご要望の情報は、すべて記録するとともに定期的集計しています。そして、情報を関係者で共有し、商品・サービスの改善や新商品の開発に活かしています。

安全・安心への取り組み

お客様に安心して「花のある暮らし」をお楽しみいただくため、オランダにある園芸作物の品質検査を行う公的機関の検査基準に沿って、商品母株の微生物や細菌類を調べるウイルスおよびウィロイド検査を自主的に行っています。

また、商品生産段階での品質管理については、社内の品質委員会で生産状況の情報を共有し、品質トラブルの予防・対策を徹底しています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

環境関連法令遵守を徹底

サントリーフラワーズでは、環境関連法令の遵守を徹底するため、毎年対象となる法令をリスト化し、定期的に法令遵守のチェックを行っています。そのほかの取り組みとしては、パンフレットにおけるFSC認証用紙やベジタブルオイルインキの継続使用、本社事務所の電気使用量のさらなる削減、契約農家へ農業使用時の環境配慮を引き続き要請するなどの活動を行いました。従業員に対する環境教育としては、入社研修時のほか、年1回のe-ラーニングを実施し全従業員が受講しています。

本社事務所の環境配慮

2011年7月の本社事務所の移転に伴い、新事務所では当初から天井の蛍光灯を半分に間引き、エントランスやリフレッシュコーナーにLED照明を導入することで、移転後の電気使用量を2008年比で79.4%と削減しました。

物流におけるCO₂削減

輸送エリア内での需給率を高め、商品の輸送距離をできる限り短くするなど、物流におけるCO₂削減活動に取り組んでいます。

環境に配慮した商品の発売

近年の環境意識の高まりを受けて、サントリーフラワーズ（株）は、グリーンカーテン向け商品（エコゴーヤなど）や葉の蒸散効果の高い商品（サンビーナス、テラスライムなど）といったお客様にエコな暮らしを提案できる商品を販売しています。また、育て方や楽しみ方のご紹介も行っています。

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

花を通して地域の活性化、次世代育成を支援

東日本大震災後の2012年から、公園や公共施設などに花を植え、コミュニティの活性化に役立てていただく活動「赤い花プロジェクト」、2015年からは「大きな花プロジェクト」を全国で展開。花苗を全国各地の団体へ寄贈してきました。プロジェクトに参加し、地域の皆様が花を育てることを通じて、会話や笑顔の輪が広がった、というレポートを多数いただきました。また、花を通して仲間と協力することや、地域の方々との交流に役立てていただくことを目的に、全国の小学校に花苗を寄贈（応募形式）し、子どもたちが花を育てる活動を支援する活動「キッズガーデニングプロジェクト」を展開してきました。2017年からはこれらの活動を集約し、東北、熊本の震災復興支援を中心とした活動を展開しています。さらに2019年からは「あしたの花にできることプロジェクト」として、花の力で一人でも多くの人達が笑顔になるよう、活動を継続していきます。



「大きな花プロジェクト」の植栽



「キッズガーデニングプロジェクト」

日本乳がんピンクリボン運動へ寄付しています

サントリーフラワーズ（株）の「プリンセチア」は「日本フラワー・オブ・ザ・イヤー 2009」や海外の展示会でもゴールドメダルを受賞するなど、国内だけでなく海外においても高い評価をいただいています。また、プリンセチアの売り上げの一部を、日本乳がんピンクリボン運動（J.POSH）に寄付し、活動を支援しています。



プリンセチア

東日本大震災の被災地に花・苗などを寄贈

2011年・2012年と「MUFG・ユネスコ協会 東日本大震災復興育英基金」が運営する「花壇再生プログラム」に花苗を提供したほか、宮城県の小学校や、被災地のグリーンアドバイザーの活動用にも花苗を提供しました。また、従業員が岩手県陸前高田市を訪問し、2011年は「ミリオンベル」「サンビーンズ」を植えたプランターを仮設住宅の方々にお届けし、2012年～2014年は地域の皆様とも協力し国道脇に花壇をつくるボランティア活動を行いました。2016年以降は、サントリーホールディングスと協働で実施している花植えワークショップを、東北エリアの児童館や学童保育、熊本の仮設住宅で行っています。



2011年岩手県陸前高田市を訪問した従業員



2012年陸前高田国道脇花壇づくりに参加した従業員とボランティアの皆様



2015年石巻市子どもセンターでのワークショップに参加した皆様



2017年熊本仮設住宅でのワークショップに参加した皆様

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

一人ひとりに合った柔軟な働き方を推進

サントリーフラワーズ（株）は、2019年1月にテレワーク勤務制度を導入しました。これにより、オフィスや出張先だけでなく、在宅でも仕事をすることができるようになり、社員一人ひとりに合った働き方を推進しています。また、ITツールを更に充実させることで、場所を選ばない柔軟な働き方を支援しています。

自己啓発を支援

自己啓発促進のために、サントリーグループ共通の自己啓発支援プログラム「SUNTORY Self Development Program」を導入し、従業員が必要とするさまざまなプログラムを受講できるようにしています。

ワークライフバランスを推進

従業員の仕事と生活の両立を支援するため、育児・介護の休業制度、短時間・時差出勤制度を制度化。2014年からは残業時間の目標を設定し、時間管理を徹底し、業務の都合により休日勤務が発生した際には代休取得を徹底するといった取り組みを行い、残業時間を大きく削減しています。

サントリーマーケティング&コマース(株)

本社所在地	〒104-6231 東京都中央区晴海1-8-12 (晴海アイランドトリトンスクエア オフィスタワー Z 31F)
設立	1975年1月
資本金	1億円
売上高	105億円 (2019年12月期)
従業員数	181名 (2020年1月1日現在) 男性102名 女性79名
事業内容	・酒類関連備品販売 (酒販店様・飲食店様向け) ・サントリー事業会社の販促支援・代行 (キャンペーン企画・景品提案・配送・事務局運営等) ・ビール・ワインウイスキー等販売
ホームページ	https://www.suntory.co.jp/smc/



会社概要・理念

■会社概要

サントリーマーケティング&コマース(株)は、2016年1月1日、(株)サントリーショッピングクラブとサントリーサービス(株)が統合して誕生した会社です。2016年9月1日、株式会社エイチ・ビー・アイを吸収合併しました。

■企業理念

私たちは、社会のよき一員としての役割を果たすため、さまざまな活動を通じてあらゆるお客様のさらなる満足の確保、維持、向上に努めます。

お客様とのコミュニケーションを大切に、お客様に信頼され、喜んでいただける安心・安全な製品、サービス、情報の提供を行うとともに、お客様の声を企業活動に反映させていきます。

上記理念を実現するため、経営の基本方針として、次の5項目を掲げています。

- ・誠実な企業行動
- ・働きやすく、活気ある職場風土
- ・お客様第一
- ・安全・品質の追求
- ・新しい価値への挑戦

主なサステナビリティ活動

■CSR経営の推進

個人情報を厳格に管理

サントリーマーケティング&コマース(株)は、販促キャンペーンの受託事業や酒類・関連グッズの販売事業を行う中で、数多くのお客様情報をお預かりします。大切なお客様情報の紛失や漏洩等の事故を防ぐために、JIS Q 15001に準拠した個人情報の管理を厳格に行っています。



プライバシーマーク

コンプライアンス浸透・啓発

私たち一人ひとりがよき企業市民であると同時に、よき市民であることを常に念頭において業務を行えるよう「Suntory Group's Philosophy」(コンプライアンス・ハンドブック)を全社員が確認し、職場ディスカッションを通じてコンプライアンス浸透・啓発に取り組んでいます。

■環境への取り組み

サントリーグループ「プラスチック基本方針」に基づく取り組み

サントリーグループ「プラスチック基本方針」を受け、当社は、特に消費量が多くなりがちな業務用備品のサプライヤーであることを認識し、Reduce：プラスチック製品のダウンサイズ
Replacement：ストロー/バンドル袋/うちわの、プラスチック製から紙製/竹製への材質変更により、使用プラスチック原料削減、環境負荷軽減に取り組んでいます。

NDCシステムの提案による食品廃棄ロス削減

飲食店様の食材・飲料をオンラインで発注を行う受発注システム(NDCシステム)に、新たな付加価値機能として飲食店様の発注作業軽減と発注量の適正化を叶えるための自動発注機能を開発しました。
人手不足が深刻化する飲食業の省人化と、発注の適正化による食品の廃棄ロス削減の実現に貢献しています。

社員考勤の変革

社内に啓発ポスターの掲示、ごみ分別の表示をおこない、社員考勤の変革に努めています。

■品質への取り組み

徹底した品質の確保・向上

サントリーグループの一員として、各種関連法規およびサントリーグループの品質方針を遵守し、徹底した品質管理を行っています。
新規商材の開発、既製品の調達において企画・開発から、原材料の選定・調達・製造・流通・販売に至る商品ライフサイクルに関わるすべてのプロセスで、徹底した品質の確保・向上に取り組んでいます。



ハイボール用ジョッキの液温度変化テスト

■お客様との関わり

お客様の声を全社で共有

電話やEメール、インターネット等を通じていただく、お客様からのお問い合わせやご意見・ご指摘等を、全社で共有し、商品の開発、品質の改善につなげています。

ご要望に応える商品を自社で開発

当社のお取引先である居酒屋、バー、レストラン様等では、食器類のスペースの確保に苦労されているケースが多く見られます。

このような背景を受けて「スタッキングビアピッチャー」を開発しました。通常は重ねることのできないビアピッチャーの形状を工夫し、積み重ねて収納ができるようにした商品で、省スペースにつながるとご好評をいただいています。

また、ハイボール、カクテルなどはつくる人によって味に違いが出てしまうことがあるとのお客様の声を受け、定量のアルコールが正確に出てくる「ワンプッシュ型定量ディスペンサー」を開発し、大ヒット商品となりました。

当社は、単に商品の品質だけではなく、飲食店様が提供する飲料・サービスの品質の維持・向上にも徹底的にこだわっています。



「スタッキングプラスチック水差し」と「ワンプッシュ型定量ディスペンサー」

脱プラスチックのニーズに沿った商材を提供

酒類の店頭販売を含めたすべての小売りを対象とした「プラスチック製レジ袋の有料化」に対応する商品をご用意していきます。

環境に配慮したバイオマス原料を25%以上配合したレジ袋や、酒用のエコバッグ等、様々なニーズにあわせて選択いただけるよう準備いたします。

■地域・社会に対する取り組み

ボランティア休暇制度

個々の従業員には地域福祉活動、ボランティア活動に積極的に参加できるよう、ボランティア休暇制度を設けています。

大規模災害時の支援体制

大規模災害の発生時には、従業員の安全を確保する体制を構築しています。

また、地域への救援・支援活動への参加を社内で積極的に呼びかけ、社会の一員としての役割を果たしています。

■従業員に対する取り組み

公正でオープンな評価を徹底

公正でオープンな人事評価を行うため、目標設定にあたっては上司と部下が面談し、納得のいく設定に努めています。また、評価結果は必ず本人にフィードバックし、透明性を確保しています。

自己啓発を支援

従業員一人ひとりの自己啓発を支援するため、サントリーグループのあらゆる研修プログラムの受講について支援しているほか、外部研修機関との提携により自己啓発や能力開発に関する研修の受講を制度化しています。

健康増進のための取り組みを実施

産業医による定期的な面談により、健康に不安があるときの相談、残業の多い従業員のケアを迅速に行う体制を整えることで、疾病予防や健康の維持管理を推進しています。

ダイバーシティ経営への取り組み

多くの女性管理職社員が活躍しています。2020年1月1日現在、女性管理職9名(全管理職中27%)。

また育児・介護のための休暇や短時間勤務制度が、単に法律どおりに決められているのではなく、実際に運用され、実績となっています。(2016年から2019年までの実績で、のべ26人が育児休業を取得)

ワークライフバランスの推進

長時間労働抑制のため、パソコンの使用時間等の各種勤怠情報を確認できるシステムを導入、また在宅勤務制度の対象範囲を全社員に拡大するなど、ワークライフバランスの実現に努めています。

サントリーパブリシティサービス(株)

本社所在地	〒135-0061 東京都江東区豊洲3-2-24 (豊洲フォレシア16F)
設立	1983年3月1日
資本金	1億円<サントリーホールディングス(株) 100%出資>
売上高	75億9500万円 (2019年12月期・連結ベース)
従業員数	2,789名: 契約社員、アルバイト等含む (2020年4月時点)
事業内容	サントリーグループ各社の広報・マーケティング支援業務、企業PR 施設・商業施設インフォメーションなどのサービス業務、コンサートホール・美術館など文化施設の管理運営・サービス業務、イベントの企画・運営業務、コールセンターの運営、研修・コンサルティング業務、人材派遣業務 他
ホームページ	https://www.sps.sgn.ne.jp/



会社概要・理念

サントリーパブリシティサービス(株) (SPS) は、サントリーの工場や、多くのコンサートホール・美術館で、お客様の感動体験にふさわしい高品質・高付加価値なサービスを提供しています。また、全国の公共文化施設の指定管理者施設や商業施設の総合案内、企業ミュージアムの受付なども運営。さらに近年では、教育研修、施設運営コンサルティング、総務業務、事務局業務、イベントの企画・運営、企業のCSR活動支援など、多岐にわたる領域へ事業を拡大させています。私たちSPSは、これからも社会・地域・企業への貢献を目指してまいります。

主なサステナビリティ活動

■CSR経営の推進

従業員自らサービス憲章「OUR CREDO」を作成

サントリーパブリシティサービス(株)には、サービスに必要なホスピタリティマインドの醸成と継承のために、3つのモットーと18のスタンダードからなる独自のサービス憲章「OUR CREDO」があります。「OUR CREDO」は、サービス提供者としての気持ちや行動の指針となるものを従業員自らの手により明文化し、誰にでもわかりやすくまとめたものです。この憲章の内容を実際のサービスに活かすために、従業員全員が常にこの「OUR CREDO」を携帯しています。特にサービスの現場ではミーティング時にスタッフ一人ひとりが、サービスの事例を振り返り「OUR CREDO」と照らし合わせることで、ホスピタリティマインドを共有しています。



サービス憲章「OUR CREDO」

コンプライアンス活動を推進

コンプライアンス体制を構築・運用していくために、情報セキュリティ、個人情報管理、長時間労働対策、コンプライアンス全般に関する社内教育（集合研修の実施・e-ラーニングの実施・教育用ハンドブック作成・社内イントラネット上のコンプライアンスページの管理）などに取り組んでいます。また、各職場でコンプライアンスの周知・啓発を実施しています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■お客様との関わり

お客様の個人情報の管理を徹底

個人情報保護法に基づき、個人情報管理台帳を作成して、個人情報の管理を行っています。年1回、個人情報管理台帳の見直しを行うとともに、個人情報管理台帳の申請書フォーマット類・管理ルールなどの見直しを随時実施しています。

2018年6月、ISO27001 (ISMS) 認証取得（認証登録範囲：文化ハビネス事業による公立文化施設運営のための拠点サポート及び新規開拓業務及びゲストリレーション事業による音楽ホール、劇場、美術館運営のための拠点サポート及び新規開拓業務）

スタッフが目指す姿を定めて接客サービスの質を向上

スタッフに必要な接客・サービスの意識、マインドやスキルを細かく具体的な項目に落とし込み、それに沿ってスタッフの育成や研修を実施。ロールプレイングや価値観すり合わせを通じて、お客様の気持ちに添ったサービスを提供できているか、多角的に検証しています。実際の接客についても、目指す姿に基づいて確認・検証しています。



振り返りの
ミーティングを実施

お客様視点を把握して事業に反映

当社が運営を受託している施設では、随時お客様へのアンケートを実施しています。お客様よりご指摘いただいた内容については、その施設で働くすべての従業員で共有し、改善に向けて取り組んでいます。また、各施設で働く従業員同士がお互いにお客様の立場に立って訪問しあい、サービスの質を確認しています。

商品の表示内容の見やすさ・わかりやすさを確認

商品のパッケージやラベル、取扱説明書などへの表示内容については、サントリーグループ基準に則り、表現のわかりやすさ、文字や絵の大きさ、文字と背景色のコントラスト、表示の位置などの項目を確認しています。

■ビジネスパートナーとの関わり

下請法の遵守を徹底

下請法説明資料・注文書のひな型を用意し、定期的の実態調査を行っています。新しく設置された部署については、下請法対象会社との取引における注意点などについての説明会を実施し、下請法を遵守するよう確認を行っています。

企業調査を実施して信頼性を確認

新たにお取引を開始する際、サントリーパブリシティサービス（株）は新規にお取引を開始するお取引先についての企業調査を実施するほか、「反社会的勢力の排除」の契約条項を盛り込んだ契約書を交わして、お取引先の社会的立場や信頼性を確認しています。

また、食品やグッズなどの開発を委託しているお取引先に対しては定期的に製造現場を調査。品質管理・環境への取り組みなどを確認しています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

販売する商品にも環境視点を採用

商品を新たに開発する際や、取り扱う際には、(1) 商品や包材に環境に負荷のかかる素材を使用しない、(2) 包材識別マークを付ける、(3) 過剰包装を行わない、などの環境視点での基準を設けています。また、製造元の環境への取り組み状況もあわせて確認しています。

次世代環境教育「水育（みずいく）」を展開

「水育（みずいく）」は、次世代を担う子どもたちに、人間にとっての水の大切さや関わりの深さなどを伝え、水を育み自然を愛する心を育てるサントリー独自のプログラムです。サントリーパブリシティサービス（株）では、サントリーに提案を行い、子どもたちに伝えたい内容をともに考えてきました。年間を通して約200校の小学校での「出張授業」と自然体験プログラム「森と水の学校」を担当しています。



地域の環境美化に貢献

サントリーパブリシティサービス（株）の本社がある地域の清掃活動に、本社の従業員が参加しています。

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

災害時支援

指定管理者として管理運営を行っている公共文化施設は、地域の方々をはじめ多くの方が訪れます。そのため、災害時や緊急時に迅速かつスムーズな対応ができるよう、所轄消防署の指導のもとで定期的に防災訓練や応急救護研修、AED（自動体外式除細動器）研修などを実施しています。また、本社では大規模地震対応マニュアルを整備し、継続的な啓発活動を行っています。



防災訓練の実施

地域社会への貢献活動

公の施設の指定管理者として、施設の魅力を最大限に活かした文化事業の企画・立案を行い、ホスピタリティあふれるサービスの提供に努めています。特に、地域の方々が自ら企画や運営に参画できるプログラムや青少年育成を目的とするオリジナリティの高い企画、近隣施設へのアウトリーチ活動など、文化振興・活性化につながる取り組みや、利用者の声を運営に活かすしくみを通じ、どなたにも利用しやすく、長く愛される施設運営を目指しています。



親子で参加するコンサート

次世代の育成支援

サントリーパブリシティサービス（株）（SPS）は、次世代を担う子どもたちの成長を支援するさまざまな活動を展開しています。

「じしゃくが社会をかえる！～超電導リニアのしくみ～」

SPSが受付・ご案内業務を担当している「リニア・鉄道館（JR東海）」では、小学生やその他教育機関等に赴き、「じしゃくが社会をかえる！」と題した磁石に関する「出張授業」を行っています。小学生が学習する磁石の性質を学び、超伝導リニアにどのように応用されているかを紹介しています。社会を動かす技術を子どもたちに実感してもらうことで、次世代の育成を支援しています。



「子どもレセプション体験」

地域の子どもたちに文化芸術に親しみをもってもらうきっかけとして、サントリーパブリシティサービス（株）が運営する公共施設では、小学生を対象にコンサートホールでお客様をご案内する仕事を体験する職業体験の機会を提供しています。



従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

ワークライフバランスを推進

さまざまな価値観・働き方・ライフスタイルを持つ従業員が、仕事でもプライベートでも充実した日々を送り、働きがいをもって活躍できる会社・組織を目指し、制度や運用の整備を進めています。産前産後休暇や育児休業制度、時間単位での代休取得制度をはじめ、時短勤務や時差勤務なども導入し、従業員の柔軟な働き方をサポートしています。

「テレワーク」「子育てセーフティネット」導入

育児休暇を終えて復職する社員が、「キャリア形成と育児の両立」を実現できる環境を整えるために、「テレワーク」と「子育てセーフティネット（ベビーシッター制度等）」を導入しました。

「テレワーク」は、子育て中の社員以外の活用も推進し、場所や時間に捕らわれない働き方をサポートしています。

厚生労働省認証マークを獲得

女性の活躍推進に関する認証「えるぼし」（厚生労働省）

2017年、厚生労働省が「女性の活躍推進に関する状況等が優良な企業」を認定する制度「えるぼし」認定の第2段階目マークを獲得しました。この他、地方自治体が制定する、女性が活躍する企業に与えられる認証も受けています。今後も、制度や環境を整備し、女性だけでなくさまざまな社員が働きやすい環境を維持していきます。

・厚生労働省「えるぼし」第2段階目認定

「仕事と介護を両立できる職場環境」の整備促進のためのシンボルマーク「トモニ」

・厚生労働省「トモニ」認定

その他自治体の認証

・「大阪市女性活躍リーディングカンパニー」二つ星認証、「イクメン推進企業」認定
・札幌市「ワーク・ライフ・バランス plus」ステップ2認証

長時間勤務の是正を強化

労働者の健康障害防止のための基本方策や健康保持増進のための対策などの審議を行う機関として、労働法の要請に則って「衛生委員会」を設置し、過勤の削減策などを共有しています。衛生委員会での報告内容は、役員会議等でも報告・検討され、長時間労働への対応を強化してきました。また、特に管理者層については、長時間労働がもたらす影響やその内容を伝え、労働時間管理の重要性を理解する研修の場を定期的に設けており、従業員の過勤削減、健康管理に関する意識の醸成を行っています。

健康維持・増進をサポート

毎月1回以上、産業医・産業保健師による健康相談日を設けています。健康相談日には体の健康はもちろん、メンタルヘルスについての相談も実施し、心と体の疾病の予防と早期発見に役立っています。また、電話相談窓口「心とからだの相談窓口」も設置し、気軽に相談できる体制を整えています。

ダイバーシティの推進

サントリーパブリシティサービス（株）は、「多様性を認めあう」を全社の方針とし、多様性を認め合う風土づくりや施策に積極的に取り組んでいます。当社は従業員の9割を女性が占めますが、お客様や価値観の多様化を鑑み、男性社員や外国籍社員の採用も増やしています。

障がい者雇用を促進

事務や物販、文化施設の来館者対応など、幅広い分野で障がいのある従業員が活躍しています。全社で目標とする雇用者人数を掲げ、法定雇用率2.2%の達成・維持を目指して、障がい者雇用に取り組んでいます。2019年2月末時点での雇用率は2.7%です。

また、一人ひとりの適性に合わせた仕事に従事できるよう、全国の各拠点で管理者層が障がいに対する理解を深めるとともに、現場業務の特性や必要なスキル、業務量などをきめ細かく確認し、能力を発揮できる業務の創出に努めています。あわせて、通勤や就業に関してもできる限りの配慮を行っています。

新たな研修制度で従業員の能力開発を支援

入社時研修、サントリーグループ共通の応募型研修のほか、職位別研修、キャリア研修を実施しています。自己学習支援も積極的に推進しており、通信教育やe-ラーニングを導入し、個々人の課題に合った能力開発の機会として提供しています。また、OJTに役立つ学びと対話の場として、社内セミナーを実施し、従業員同士のつながりや学びを促進しています。研修以外の全社活動（会議体やプロジェクト）も教育の機会と捉え、従業員のキャリア開発・人材育成につなげています。

また、目標設定に基づく「成果考課」と、期待役割に基づく「行動考課」による人事考課制度を導入しており、上司とのキャリア面談によって納得性の高い評価を行っています。

グループ各社のサステナビリティ

海外グループ会社の活動



Suntory Beverage & Food Europe サントリー食品ヨーロッパ

欧州を中心とした飲料事業の経営戦略の立案、
経営管理等



Pepsi Bottling Ventures Group ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ・ グループ

ペプシ系ボトラー



Suntory Beverage & Food Asia サントリー食品アジア

アジア太平洋地域における健康食品、飲料、
食品、コーヒーの製造・販売



Suntory Garuda Group サントリーガルダ・グループ

清涼飲料の製造・販売



Suntory PepsiCo Vietnam Beverage サントリー ペプシコ・ベトナム・ ビバレッジ

清涼飲料の製造・販売

frucor SUNTORY

Frucor Suntory フルコア・サントリー

清涼飲料の製造・販売



Beam Suntory Inc. ビーム サントリー

ウイスキーをはじめとしたスピリッツの製造・
販売



Château Lagrange S.A.S. シャトー ラグランジュ

ワインの製造・販売



Weingut Robert Weil ロバート ヴァイル醸造所

ワインの製造・販売

Suntory Beverage & Food Europe

サントリー食品ヨーロッパ

- ・サントリー食品フランス
- ・サントリー食品イギリス
- ・サントリー食品スペイン

サントリー食品ヨーロッパ

本社所在地 2 Longwalk Road, Stockley Park, Uxbridge UB111BA - UK

事業内容 欧州を中心とした飲料事業の経営戦略の立案、経営管理等

ホームページ <http://www.suntorybeverageandfood-europe.com/>

サントリー食品フランス

本社所在地 40-52 bd du parc, 92200 Neuilly-sur-Seine - FRANCE

サントリー食品イギリス

本社所在地 2 Longwalk Road, Stockley Park, Uxbridge UB111BA - UK

サントリー食品スペイン

本社所在地 Paseo de la Castellana 202, 28046 Madrid - SPAIN



10の中核商品：オレンジーナ、
シュウェップス、ルコゼード、
ラ・カセーラ、プルコ、トリーナ、
オアシス、ライビーナ、
サニーデライト、メイ・ティー

会社概要・理念

■目的を持った持続的な成長

環境、社会、そして企業ガバナンスは私たちに大きな影響を与えます。私たちは、自社の飲料の製造、マーケティング、および販売を通して人と地球に貢献するというグループのグローバルビジョン「Growing for Good」に向かって努力を続けています。

サステナビリティに向けた私たちのアプローチは、自社の飲料、資源、社会、そして私たち自身という4つの要素を基盤としています。この4つの要素はすべて、より良い持続可能な将来を築くために国連が提唱するSDGsを推進するものです。

明確で測定可能な目標の下、これらの領域における影響と課題を管理し、強力なリーダーシップを育てることによって、私たちは自然に対する畏敬の姿勢を崩すことなく、消費者、お客様、そして従業員との響きあいを実現する努力を続けています。私たちの責任とリーダーシップの体制は、私たちが前進するための原動力であり、指針とインスピレーションを提供するものでもあります。また、「Growing for Good」の壮大なビジョンの実現にも欠かせない要素です。



私たちの飲料 ～お客様と響きあう～

私たちは、私たちが製造および販売する飲料を通して、お客様とのハーモニーを創造し、当社の商品に対する信頼を築き、お客様の生活でポジティブな役割を果たします。私たちは、消費者が欲しない材料を削減し、人々の健康と幸せを促進することにより、この業界を進化させる力となります。

■砂糖の減量

2025年までに商品ポートフォリオ全体での砂糖の使用量を35%削減します。この計画に従って、2019年末までに2015年基準として19%の削減を達成しました。当社の飲料の原料を見直して糖含量を減らすとともに、低糖・低カロリーの飲料も市場に投入しています。英国で販売されているLucozade Reviveは天然フレーバーのフルーツベースのライトスパークリング飲料として知られています。また、原料の46%以上が果物で、果物に含まれる天然の糖分(5g/100ml)以外の糖分を使用していないフルーツフレーバー飲料水Oasis O'Vergerは、その爽やかな味がフランスで広く愛されています。



スペインでは、低カロリーのシュウェッПС (Schweppes Lemon、Orange、Pink、およびGinger Ale) を販売しています。これらの飲料は広く流通していて、98%の小売店で販売されています。ベネルクス(ベルギー、オランダ、ルクセンブルク)では、砂糖や甘味料を使用せず、果物(40%以上)と天然由来の原料だけを使用したOasis Aquafruitを販売しています。



英国とアイルランドでは、主要な飲料の50%で砂糖含有量を削減し、広範な原料見直しプログラムを通して25,000トンの砂糖と98BNのカロリーを排除しました。最も広く知られている当社の飲料に関する決定に基づいて、当社は各商品のカロリーゼロまたは低カロリーバージョンを販売しています。

ヨーロッパのすべての輸出および商業市場において、当社の飲料で使用されている砂糖の量は4.6%削減されています。2019年だけで30種の新しいカロリーゼロまたは、低カロリー商品のSKUが全市場のポートフォリオに追加されました。

■恵をもたらす選択

私たちは、消費者向け飲料の栄養成分を公開しています。情報はすべてのラベルとウェブサイトでわかりやすく表示されています。また、業界パートナーと協力して当社の飲料は責任あるマーケティングを展開しています。さらに、UNESDAが提唱する学校における責任あるマーケティングプログラムに参加し、小学校で当社の飲料を販売せず、砂糖を含む飲料の販売はすべてのEU加盟国の中学校で制限しています。

英国では、企業活動の中心に責任ある企業を据える独自の自主マーケティング規範を作成しました。これには、脂肪、砂糖、および塩の含有率が高い商品を16歳未満の消費者に直接販売しないという当社のコミットメントが含まれます。

フランスでは、12歳未満の子供を対象としたテレビ番組と雑誌での広告を2009年に自粛しました。2013年以降、私たちは自社のコミットメントをさらに強化し、視聴者の35%以上が子供である一般番組での広告も禁止しました。

スペインでのマーケティング規範では、12歳未満の子供への広告を行わないこと、および生徒を対象としたイベントにスポンサーとして参加しないことが明記されています。また、当社のすべての広告キャンペーンでは健康な生活習慣を推進するメッセージを発信しています。

■より自然に

私たちは自社の飲料を通してナチュラルであることを促進する新しい方法を常に模索しています。同時に、**5年以内に商品ポートフォリオからすべての人工着色料と香料を取り除くという目標を掲げています。**

私たちは、よりナチュラルな商品を求める消費者のニーズに対して、添加物を天然甘味料（ステビア）で置き換えて砂糖とともに排除し、人工添加物を最小限に抑える製造プロセスを採用することによって応えています。スペインで販売されているSchweppes PINKが好例です。

英国で展開している新しいLucozade Reviveには天然のフルーツフレーバーから作られていて、疲労回復を促進するビタミンB3、B5、B6、およびB12が含まれています。人工着色料は一切含まれていません。

フランスでは、Oasisを刷新して砂糖の含有量を減らし、100%天然由来の原料を使用しています。フランスのベストセラー飲料だったOasis Tropicalを2019年6月にリニューアルしたのを皮切りに、同年末に100%天然由来の材料を使用するOasis Pomme Cassis FramboiseとOasis Multifruitがラインアップに加わりました。Oasisブランドでは、すべての商品の原料が2022年までに見直される予定です。



当社の資源 ～自然と響きあう～

私たちは天然資源の管理において自然とのハーモニーを重視し、資源を過剰に採取することや私たちの生命とビジネスの拠り所である自然を傷つけることは決して行いません。私たちは、当社のすべてのビジネス活動（原料調達、製造、パッケージング、配送、販売、消費材廃棄物管理）において資源に「水と生きる」という約束を適用することによって環境影響を最小限に抑えます。

■パッケージの減量と品質向上

2019年9月に、2030年までに当社の商品ポートフォリオ全体で**100%リサイクル**または**植物由来の原料**を使用してペットボトルの**100%サステナブル化を実現する初のグローバル飲料企業**となるという目標を発表しました。当社は、再生プラスチックの購入量を増やし、革新的な新しい技術に大型の投資を行うことによって、プラスチック消費と二酸化炭素排出を最終的に削減することを計画しています。

中期目標として、2025年までに飲料の容器の原料の50%を再生プラスチックにする予定です。一部の飲料の容器にはすでに再生プラスチック（rPET）が100%使用されています。たとえば、英国で展開しているRibenaでは、10年以上にわたって再生プラスチックが使用されています。

また、製造するパッケージ材も2025年またはそれ以前に100%リサイクル可能にする予定で、使用するすべての容器および商品のパッケージ材が対象となります。

スペインでのパッケージ材は既に100%リサイクル可能ですが、完全なサステナブル化に向けた取り組みを続けています。

2019年には、英国のリサイクルインフラストラクチャ内で「ボトルからボトルへ」のリサイクルを促進する目標の下、英国でRibenaボトルのデザイン刷新プロジェクトが開始されました。フルプリントのスリーブを削減して透明性を向上させることによって、英国のリサイクルセンターの自動仕分け機のパッケージ識別精度が向上することが期待されています。その結果、各ボトルが最適にリサイクルされて新しいペットボトルの原料として利用できるようになります。



また、大規模なスポーツイベントでのプラスチックパッケージと水の削減を目的として、英国で展開しているLucozade Sportブランド全体、食用および生分解性のサステナブル容器を製造するベンチャー企業Notplaへの投資を行いました。

スカンジナビア地域におけるSpendrups（スウェーデン）やCarlsberg（デンマークおよびフィンランド）などとのパートナーシップでは、原料の25%をrPET（再生プラスチック）にするという当社目標を、予定よりも早く2019年に50%を達成しました。パイプラインでは100%サステナブル原料のテストが行われています。これは優れた実績例として、ボトルと協力して大きな目標を達成するという当社のビジョンをさらに堅牢なものとしています。

サステナブルなプラスチックという目標を実現するために、2019年にサントリー食品ヨーロッパ（SBFE）は、酵素作用を使用したペットボトルのリサイクルの分野でバイオ産業をリードするCarbiosへの投資を行いました。SBFEは、プラスチック廃棄物を劇的に削減し、ペットボトルの循環型経済ソリューションを確立することのできるマスマーケットソリューションを推進するために、この革新的技術に投資するコンソーシアムに参加しています。

リサイクルプロセスを支援することは、消費者にリサイクルを推奨することでもあります。2019年に当社の主要ブランドは、マーケティングキャンペーンを展開し、これらの重要なサステナビリティメッセージを発信しました。また、マスマーケットの社会動向に向けた業界全体の努力も支援しています。

英国では、Recycle Week（リサイクル週間）にLucozade EnergyとRibenaの2つのブランドでデジタル広告を展開し、認知度の高いブランドアンバサダーを活用してリサイクルに向けたメッセージを各家庭に届けました。

また、発足から2年目を迎えるプラスチック廃棄物削減宣言「UK Plastics Pact」の参加企業として、プラスチックに関する最新情報を伝えるclearonplastics.comの立ち上げを支援するとともに、業界大手企業とパートナー提携を結び、英国最大のリサイクルコラボレーションを新たに2つの都市に拡大しました。

■廃棄物の削減

当社は、生産施設からの埋め立てごみをゼロにするという目標に向けて着実に前進しています。また、バリューチェーン全体で廃棄物を排除することも目標にしています。私たちは循環型経済が廃棄物を排除するための最良の方法と考え、パッケージに使用する再生原料の量を増やすことによって、その実現に貢献できると考えています（たとえば、英国で展開するRibenaのボトルには2018年から再生プラスチックが100%使用されています）。MayTeaのボトルでは、2019年から再生原料が50%使用されています。

私たちは、SDG（持続可能な開発目標）12.3を支援するために当社商品の食品廃棄物を50%削減するという目標も掲げています。この目標に向けた取り組みの一環として、当社の余剰商品を余剰食糧組織と慈善寄付に提供し、貧困に苦しむ人々を支援しています。

当社では、廃棄物削減に関する従業員教育を行っています。ベネルクスでは、Green Week（7日間、7つのワークショップ）を立ち上げました。私たちは協力して、廃棄ゼロ、パッケージ削減、そして地産地消の運動に取り組み、ジョギングをしながらごみを拾い集める取り組みをオフィスの近くにある湖で実施し、1時間でゴミ袋45個分のごみを集めました。ベネルクスの120名すべての従業員は、このイベントに少なくとも1回は参加しました。

英国では、当社の施設が位置し、多くの同僚が居住するForest of Deanの周辺を対象とした独自の投棄防止キャンペーン「Love Your Forest」への資金供給を2年延長することを2019年に発表しました。この発表は、このキャンペーンの成果を他のコミュニティでも奨励することを目的に開発された新しい投棄防止ツールキットの発表に合わせて行われました。投棄防止の精神の下、英国の3つの施設すべてにおいてボランティアチームが使用できるごみ拾い器具を準備しています。

■水への感謝

水は当社の全商品の主要な材料であり、いろいろな意味において当社ビジネスの源です。また、企業としての当社の目標（「水と生きる」）でもあります。これが、このコミュニティの保護において次世代のためにサステナブルな水管理を推奨するという役割を私たちが担っていると信じる理由です。

私たちは、生産施設の水の使用量を2030年までに15%削減するという目標の実現に向けた取り組みを続けています。私たちは、すべての工場で多くの水削減および水の再利用の取り組みを展開し、水使用の効率化を可能な限り向上させるためのベストプラクティスを共有しています。スペインのトレドにある工場では大きな成果が上がり、2019年までに水の使用量が10%削減されました。

2020年1月、英国では新しい高速充填ラインに1300万ポンドの投資を行いました。従来のラインに比べて、このラインでのエネルギーと水の使用量が40%低いので、使用資源の削減という当社の目標に直接貢献しています。

スペインでは、バルクセタ河川の自然環境の回復（完了）とグリーンフィルターの実装による水質の向上（2020年末までに開始予定）という2つの取り組みを通して、地表水の品質向上、河岸の自然地域の回復、水生生態系の理解と向上への貢献、河岸の侵入生物種の排除、そして自然地域の公共使用の促進を目的としたGuardians of Júcar（ジュカルの守護者）プロジェクトを展開しています。このプロジェクトは、2021年6月の完了を予定しています。



フランスでは、メジュール工場の近隣に位置する自然公園グラン・パーク・ミリベル・ジョナージュ（Grand Parc Miribel Jonage）と20年間のパートナーシップを締結しました。グラン・パーク・ミリベル・ジョナージュは都市部にある保護公園です。当社は、水育プログラムの支援と水の役割に関する理解を深めることを目的とした子供と家族受けのワークショップを支援しています。また、ローヌ川周辺の沖積森林の移植や復元活動も支援しています。



オランダでは、島、湿地帯、および干潟を作ることによって西ヨーロッパ最大の淡水湖を復元するためにDutch Society for Nature Conservationがマルケル・ワデン湖で実施しているプロジェクトを後援しています。

■炭素排出量の削減

当社は、バリューチェーン全体での炭素排出量を削減することによって気候変動の問題に取り組んでいます。科学的な根拠に基づき、製造過程で25%の炭素排出量削減（スコープ1および2）とサプライチェーン全体で20%の炭素排出量削減（スコープ3）という目標を掲げています。当社では、レポートでの透明性を高めるために二酸化炭素排出量を年に1回測定しています。

フランスでは、地球温暖化は最重要課題の1つに挙げられています。2020年までにフランス国内の4工場でカーボンニュートラルを達成するという目標の下、過去10年間の製造過程において飲料1リットルあたりのCO₂排出量は35%削減されました。輸送は当社の二酸化炭素の11%を占めているので、商品の移動距離を短くするために、倉庫の数と場所が最適なものになるよう見直しを行っています。また、トラックの空輸送の回数を減らすために輸送の流れの改善にも取り組んでいます。

スペインでは、2030年までにすべての輸送船舶で排出ゼロを達成するよう取り組んでいます。2020年1月以降、すべての工場とオフィスの50%の電力は、グリーンエネルギー契約に基づいて管理された再生可能エネルギーで賄われています。

英国の工場では再生可能エネルギーを購入しています。2020年にはソーラーエネルギーを導入し、エネルギー需要の25%を賄う予定です。2020年1月、英国では新しい高速充填ラインに1300万ポンドの投資を行いました。このラインのエネルギー使用量は従来のラインに比べて40%少なく、工場のエネルギー使用量が4%削減されたので、当社のCO₂削減目標に直接貢献しています。

また、すべての従業員は、気候変動の問題に対する当社の目標を支援しています。ベネルクスのチームは、ビルの暖房を入れる時間枠を変更することによって光熱費を17.5%削減しました。2019年の照明費は、ビルのネオンライトをLEDネオンライトで置き換え、さまざまなトイレに人を認識するセンサーを設置した結果、13.5%削減されました。

■持続可能な調達

2019年、SBFEはSEDEXに加盟しました。このグローバル組織の一員として、当社は環境とサプライヤーの倫理的行動に関するさらに深い洞察を取得することに努めています。2020年末までに、主要原料を供給するすべての主要サプライヤーへの自己評価表（SAQ）提出を要請し、SAQプロセスにおいて何かしらの問題が検出されたサプライヤーに対してSMETA監査を追加実施する予定です。

清涼飲料用の果物の調達に依存するビジネスとして、当社は気候変動と持続可能でない農業行為による生物多様性へのグローバルな影響に対して懸念を抱いています。

英国では、Ribenaの原料のカシス（ブラックカラント）の90%に英国産のものが使用されています。当社は、可能な限り最も持続可能な農作物を作ることが当社の義務と考えています。当社は、各生産者が各農場の個々の生息地に適した多様性植物を育成することができるよう、常勤の農学者を雇用し、Farming & Wildlife Advisory Groupとパートナー提携を締結しています。2004年から実施されている包括的プランに沿って、当社は200マイルにわたる荒地を回復し、2,000個の巣箱を作るとともに、ロンドン市よりも面積が大きい地域に花粉と花蜜が豊富な植物を植え、湿地帯の造成、沼の復元、植林を行い、養蜂箱を作っています。

2019年にはブログとWebサイトのバードガイドを使ってプログラムを紹介し、カシス農場と生産者をRibenaの国内TV広告キャンペーンで取り上げました。

スペインでは、生産拠点の近くのサプライヤーと協力して現地の製造および開発を推進しています。さらに、原料サプライヤーとの契約には、環境保全へのコミットメント、二酸化炭素排出量削減、水とエネルギー消費に関する工場、そして廃棄物管理の向上を始めとする環境に関する条項が含まれています。原料として使用する果物の23%は、生産拠点の半径100km以内で供給されています。

フランスでは、すべての果物の持続可能な調達にコミットしています。これが、持続可能な調達に関するガイドラインをフランスで発行した理由です。このガイドラインはフランス国内のすべてのパートナーによって承認および署名されています。

私たちの社会 ～人と響きあう～

サントリーの創業者、鳥井信治郎は「利益三分主義」の精神をもってサントリーを創業しました。その精神は今も継承されており、商品を生産および消費するコミュニティに良い影響を与え、人と響きあうことを目指しています。私たちの働き方や社会貢献、私たちのブランドが伝えるメッセージによってこれを成し遂げます。

■コミュニティの活性化

フランスでは、貧困と疎外への支援を提供するLe Secours Populaire Francaisや恵まれない青少年に対する就労機会の提供と退学防止に努めるL'AFEVなどの団体とパートナー提携を締結しています。

英国では2018年に3年間のスポーツ開発プログラムB Activeを開始しました。このプログラムは、支援を必要とするコミュニティに住む16～24歳の青少年にスポーツと運動の力でキャリアパスの育成と活性化を支援することを目的としています。2018以降、B Activeでは以下の成果が上がっています。

- ・8,000人の青少年にスポーツと運動への定期的なアクセスを提供
- ・無料参加を提供することによる参加への障害の排除
- ・コミュニティボランティア活動に1,400人の青少年が参加
- ・950人の青少年のさまざまなコースでの単位認定
- ・16歳以上の女性へ女性専用セッションを提供しての共同参画の推進

このプログラムはリーズベケット大学の学者による第三者評価が行われています。この結果は2021年に公開される予定です。

モロッコでは、パートナーのLEMOとのコラボレーションを通して現地での多様性を推進するための予算が生まれ、水へのアクセスに関連する問題に関する周知と地下水保全に向けた「The Water Price」プロジェクトでENACTUSと協力しています。ENACTUSは、革新的で影響力の高いプログラムの開発に取り組んでいます。当社は、学生に起業する機会を与えるプログラムを支援しています。

■明確な意図のあるブランド

当社は、当社のブランドの影響を通して「Growing for Good」を実現しています。

英国では、Lucozade Sportのブランドが広く活用されています。同ブランドは、女性の国際サッカーチーム「The Lionesses」のスポンサーとなった最初の清涼飲料ブランドとして、チームメンバーを取り上げた限定ボトルを製造しました。女性チームを取り上げた新しいTV広告には、男性チーム向けのキャンペーンと同じレベルの広告費が割り当てられました。このスポーツに対する支援活動は、多くのマーケティングおよびスポーツ業界で多くの受賞に輝きました。

私たち自身 ～従業員と響きあう～

当社は、私たちの事業によって定義されます。私たちは、開放的で柔軟、かつ誠実な考えで働くことによって従業員とのハーモニーを重視し、サプライチェーン全体の人々を支え、私たちが行う活動の全てが最高の水準を満たすように取り組んでいます。

SBFEのすべての従業員は、「Growing for Good」デーを利用できます。これは、ボランティアや資金集めを通してコミュニティに貢献できる有給日です。2019年には、全従業員の約20%がこのプログラムを利用して、カリブ海とアムステルダム海峡の海岸でのごみ拾いから英国のForest of Deanで当社が展開している「Love Your Forest」投棄防止キャンペーンまで多岐にわたる現地のコミュニティ活動に参加しました。



ポルトガルでは、20名の従業員がシントラビーチの清掃活動に参加しました。11月にはスペイン東部のカルカイヘントで勤務する50名の従業員が「Guardians of Water」(水の守護神)プロジェクトの一環として清掃活動と河岸の復元に参加しました。当社のボランティアはワークショップにも参加し、きれいな水と健康的な河川生態系の重要性について学習しています。



スペインのチームは、現地のコミュニティに金銭と物資の両方を寄付しました。フードバンクに対して当社従業員が行った経済貢献は会社によるマッチングが行われ、従業員は食糧貧困の緩和を支援するために食品と飲料を集めて現地のフードバンクに持ち込みました。当社は、当社飲料25,000ケースを現地のチャリティセンターとフードバンクセンターに寄付しました。

従業員に対するサステナビリティ活動への参加奨励は、私たちの行動を変える最も強力な手段です。ベネルクスチームは多くのグリーン活動に参加し、3か月間にわたってグリーンアイデア/グリーンアクションの作成と実装を行いました。たとえば、人事部門は廃棄物ゼロの再生商品だけを販売する出店を作り、財務チームは不要なすべての電子メールを削除してサーバーのデータ容量を解放しました。また、販売促進チームは、全社用車のタイヤの空気圧をチェックしました。最優秀賞を獲得したサプライチェーンのチームは、多くの笑いを取ったシアター形式のショートプレゼンを通して毎週、エコ活動の周知を図りました。

この期間中、すべての従業員は少なくとも1回は通勤に電車、相乗り、または自転車を利用しました。

トリニダードでは、世界海洋デーに合わせてサントリーが企画した清掃活動に全国で100名以上のボランティアが参加し、3000ポンドのごみ(190ポンドのプラスチック廃棄物、380ポンドのガラス、2,078ポンドの一般廃棄物)を回収しました。

■包含性と柔軟性

人は最大の資源です。当社は、従業員の健康なライフスタイルを奨励および促進しています。英国では、2018年に導入したフレックス制に続いて、2019年にはFlexible Fridays(フレックス金曜日)を導入しました。この新しいイニシアチブは、全従業員から高く評価されています。

フランスでは、優れた職場環境を確立することを目的にワークライフの品質と均等機会に関する取り組みを展開しています。このプログラムの一環として、親の立場、男女共同参画、ワークライフバランスに関するさまざまなイニシアチブが展開されています。

スペインでは、個人とプロフェッショナルの両方の面における従業員の成長機会の創出に注力しています。このイニシアチブには、新しい言語の学習に関する奨励金、リーダーシップ開発プログラム、広範な才能に関するポリシー、付加価値イニシアチブとチーム構築などが含まれます。

スペインのマネジメントチームは、人気のあるマインドフルネスプログラムを始めとする身体、知性、および感情のコアプログラムにも注力しています。2019年には、全従業員の適切なワークライフバランスを促進するための新しい「FLOW」というプランを開始しました。

Schweppes Internationalの本社では、「ウォークミーティング」など、就業時間中に移動し続けることが奨励され、ヨガクラス、ボクシング、ランニング、ズンバ(エクササイズ)などのスポーツアクティビティが定期的に提供されています。社内ではフレッシュフルーツも提供されています。全従業員は広範なオンラインコースに参加することができます。

■バリューチェーンへの説明責任

信頼を築くことは、自分や他人が持つ許容範囲を広げること、そして常に相手に敬意をもって行動することです。当社の「現代奴隷法に対する声明」には、事業やサプライチェーンで奴隷状態や人身売買が発生しないようにするための対策が打ち出されており、私たちは今後も継続して取り組んでいきます。SEDEXのアセスメントとともに、私たちは、サプライチェーン全体でのセキュリティと透明性の向上に努力し、私たち自身と協力企業の基準を高く維持します。

■倫理的な雇用

サントリーの価値観の中心にあるのは、誠意をもって働くというコミットメントです。私たちは、常に誠実で明朗、かつ公正なやり方で事業を行っているという評価に大きな誇りを感じています。そのためにも、コンプライアンスなどのトピックに関する教育を行って全従業員に関連法と責任を周知しています。

スペインでは、従業員の健康と安全の向上を目的として、すべての役職レベルでのコミットメントと全従業員の参加に焦点を置き、「禁止」の意識を変える取り組みを推進しています。Vision ZERO、道路安全計画、応急処置トレーニングやEnjoyable Wellness/Working(楽しいウェルネス/仕事)など、社会にも影響のあるさまざまな取り組みに反映されています。

フランスではPlay Safe(リスク回避)というトレーニングを通して、リスクに直面した際の対処方法を学習し、全員が安全に貢献できるよう取り組んでいます。

Pepsi Bottling Ventures Group

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ・グループ

本社所在地	4141 ParkLake Ave., Suite 600, Raleigh, NC 27612, USA
設立	1943年
事業内容	ペプシ系ボトラー
ホームページ	http://www.pepsibottlingventures.com/



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの配送センター（ノースカロライナ州セントポールズ）

主なサステナビリティ活動

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■品質への取り組み

品質マネジメント

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、品質管理を徹底し、高品質な商品を提供するため、ペプシグループ共通の品質基準と自社独自の品質基準を遵守するとともに「AIBフードセーフティ（GMP）指導・監査システム^{※1}」を導入しています。また、国際食品安全イニシアチブ（GFSI）の承認した食品安全システムスキームであるFSSC22000^{※2}の認証も取得しています。

※1 安全な食品を製造するためにとらなければならない行動のガイドラインであるGMP（適正製造規範）を重視した食品安全管理システム

※2 Food Safety System Certification 22000 (FSSC-22000): ISO22000とISO/TS22002（以前のPAS-220）を組み合わせたGFSI承認の食品安全認証スキームであり、食品製造のための食品安全に関する前提条件プログラム

■お客様との関わり

健康的な食生活のサポート

お客様の食生活において飲料の栄養バランスを改善することを目的とした数多くの取り組みの1つとして、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、お客様の健康に貢献するドリンク各種を販売しています。お客様は、ペプシのWebサイトから、当社商品の栄養組成に関する情報を入手することができます。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

水使用の最適化

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの商品にとって欠かせない重要な水。その水に対する責任は、製造工場では極めて重要となります。最先端の逆浸透ろ過装置は、水の純度と節水を最適化できるように設計されています。また、逆浸透ろ過装置や他の製造過程から出される排水は、下水処理前に再利用され、さらに節水活動を徹底させています。また、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは新しい浄水システムに投資を続けています。その結果、高純度の原料水を精製し、1ガロンの商品を製造する過程で必要となる何ガロンもの水を削減することができるのです。ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは2017年、1.73ガロンから1ガロンの商品を製造するという高い水利用効率を達成しました。



ウインストン・セーラムの生産拠点に新しく導入した飲料水ライン

省エネルギー・CO₂削減に寄与する車両と配送システムの導入

2011年、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、全米のペプシボトラーで初めて、CooLift（クーリフト）パレットと特注の昇降式トレーラーを組み合わせた自動オーダーピッキングシステムを導入しました。このシステムの導入で、配送時間が短縮され、配送員の体力的負担も軽減されました。また、日々最適な配送ルートを選び、配送時間とガソリンを削減しています。さらに、ハイブリッド車の採用率は50%を達成しています。



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの営業チームが使用するハイブリッド型のセダン



ノースカロライナ州セントポールの配送センターに配備された配送トラック

製品ラインでペットボトル容器を製造 — エネルギー使用量削減

2012年ペプシ・ボトリング・ベンチャーズでは、ペットボトル容器の外部調達を停止し、ノースカロライナにある2つの自社工場で製造を開始しました。自社で製造、ラベリングを行うことで、梱包資材運搬用トラックを11台から1台に減らすことができました。また、ペットボトル自体を平均20%軽量化すると同時に、再利用プラスチックも10%使用しています。さらに新たに導入した設備は、外部調達で使用されていた設備と比較すると、エネルギー効率が20%改善されています。



ボトリング工程に入る前の未整形素材

プラスチック製ケース・パレット — 再利用

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの商品の31%は、配送に多目的プラスチックケースとパレットを使用しています。何年も繰り返し使用できる素材を採用することで、埋め立て処理される段ボールや木材を使う必要がなくなりました。破損してしまったケースやパレットは製造工場に送られてリサイクルされ、再び新しく生まれ変わります。その他の商品には、リサイクル可能な収縮フィルムを使用し、補助梱包を使わないように努めています。



ノースカロライナ州ガーナーに保管されている配送用パレット

リサイクルセンターの集中化 — 再生利用

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの製造工場は、リサイクルセンターとしての役割も果たしています。段ボール、ストレッチフィルム、金属、ペットボトルといった資源は分別回収され、リサイクルセンターに集められます。顧客から返品された賞味期限切れの商品は粉碎処理され、再利用可能なパッケージは外部に販売します。さらに車両庫では、古い車や廃油、バッテリーやタイヤがリサイクルされています。これによって、2018年はペプシ・ボトリング・ベンチャーズの総廃棄量のリサイクル率は90%でした。



ガーナーの配送施設から配送される
リサイクルボトル



Unifiの施設に搬入されるリサイクルボトル。
ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、
Unifiと資源のリサイクルに関するパートナーシップを組んでいます。

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

自然災害の被災地支援

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、ハリケーン・フローランスと熱帯暴風雨マイケルの被災者のために、支援団体や赤十字に多くの資金援助を行いました。

地域に根ざした活動



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズとKay Yow Cancer Fundのパートナーシップを伝える特殊デザインのトラック

工場周辺の河川上流の水質保護活動を実施

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ (PBV) の本社工場は、アメリカ・ノースカロライナ州中央部のヌース川上流域に位置します。ヌース川上流域には、住人や地元企業など約30万人に生活水や飲料水を提供している貯水池があります。この地域では、人口が急速に増加していることから、ヌース川の水域をきれいに保ち、持続的に豊かな水を地域に提供する重要性はますます増えています。そこでPBVでは、2005年から地元の森林保全団体、自治体、土地所有者らと「ヌース川上流クリーンウォーターイニシアティブ」を通じて連携し、河川の水質を守るため、土壌の保全に取り組んでいます。また、外来種を取り除き、在来野生生物の生息地を取り戻すなど水質によい影響を与える活動にも取り組んでいます。



ヌース川上流



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズが毎年支援する
Conservation Trust of North Carolina が開催する
North Carolina Youth Conservation Corpsのサマープログラムの参加者

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

従業員が健康でいきいきと働ける職場づくり

従業員の健康を守るために安全管理部から改称した安全衛生部が健康管理を行い、より健康的に働けるように指導をしています。また、すべての従業員に対して毎年健康診断の受診を促し、従業員とその配偶者に無料でインフルエンザの予防接種を行っています。毎年選抜された工場で行われる「安全管理の日」では、地元の病院や健康の専門家を招き、正しい水分補給の方法や心臓の健康といったトピックスについて講演を行っています。AED（自動体外式除細動器）は全工場に設置されており、選ばれた従業員が基本的な応急処置方法と心肺機能蘇生法の訓練を受けています。「金曜日は新鮮フルーツの日」は全事業所で毎月1回開催され、健康的な朝食や軽食を提供し、従業員の健康維持・増進を図っています。

さらに、総体的に組織の健全性を維持するため、1年おきに従業員意見調査を実施しています。従業員の意見に耳を傾けて話し合いの場を設けることで、組織全体の变革へとつなげています。

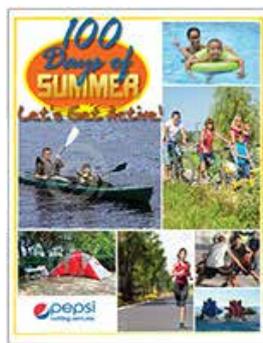
選択された施設において、従業員数に応じたバイオメトリックテストも行われています。スクリーニングは、当社従業員に、現在の健康状態に関する知識や意識の醸成に役立っています。従業員は自分の健康状態に関する理解を深めることになり、状況の改善が必要な場合には担当医に相談することもできます。予防的健康維持は従業員の健康と安全の主要なテーマの1つです。



「金曜日は新鮮フルーツの日」



従業員とのバイオメトリクス健康診断



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズに健康的なライフスタイルを推進する資料

一部の地域で実施していた運動促進プログラムも、大きな成功を収め、2018年半ばまでには全地域で展開される予定です。同様のプログラムを作成しているいくつかの企業（例：UPS、ボーイング、フォルクスワーゲンなど）のように、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズも作業中の従業員の傷害リスクを軽減するために、このプログラムを採用しました。ストレッチ、痛みを管理するためのボディセラピーの自己マッサージ技術、商品取り扱い時の人間工学に基づいた荷上げ技術が、このプログラムの重要な要素となっています。



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ Industrial Athleteプログラムとストレッチ・運動エリア

作業環境の安全は、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズが最も真剣に捉えている課題です。「安全第一」を厳守するため、当社では数多くの施設に「安全の日」を設定しています。「安全の日」の活動は、ハイウェイパトロールによるインストラクター主導のトレーニングから、消火訓練やフォークリフト訓練など、実践的な活動まで多岐にわたります。「安全の日」のイベントは、安全かつ生産的な作業環境に向けた最適な実践方法を作業者に楽しく学んでもらう機会です。

本社所在地	18 Cross Street, #12-01/08, Cross Street Exchange, Singapore 048423
設立	サントリー食品アジアは、サントリー食品インターナショナルの完全子会社で、健康食品事業（ブランズ サントリー）と飲料事業（アジア、中東・サブサハラアフリカ）の2つの事業をアジアで統括しており、多くのブランドが各国の市場で確固たる地位を築いています。
事業内容	アジアにおける飲料、健康エンリッチメントの製造・販売
ホームページ	http://www.sbfapac.com/



主なサステナビリティ活動

■サステナブル経営の推進

SBFAのサステナブル戦略

SBFAは、自然や社会と響きあい、持続的な成長を遂げることを目指しています。サステナブル経営を推進し、地域社会に貢献することを最優先としております。私たちにとって「Growing for Good」は、従業員と価値観にとって重要なものです。お客様に最高品質の商品やサービスを提供に努めるとともに、文化、生活、世界的な持続可能な環境の発展に貢献に尽力しています。私たちは、お客様、ビジネスパートナー、従業員、地域社会と建設的な関係を築く事が人、地球、利益のバランスを保つ上で必要だと考えています。

Code of Ethical Conduct

サントリー食品アジアは、コーポレート・ガバナンスに高い基準を設定しています。また、コーポレート・ガバナンス関連の法律を遵守しており、事業活動は幅広く、経験豊かな経営陣によって先導されています。独占禁止、腐敗及び利害関係に関する方針に基づき、全従業員は研修をうけて自らの行動の責任について学びます。サントリー食品アジアの行動規範は、全従業員の日々の判断基準となっております。

品質保証

サントリー食品アジアは、ベストプラクティス企業を目指す取り組みの一環として、グループ品質・統括部門を立ち上げました。両部門の使命は、研究、企画、開発、調達、登録、生産、流通、販売、消費のすべてのプロセスを通して関連法規に基づいた、最高の商品とサービスをお客様に提供することにあります。これはサントリー食品アジアの使命、企業理念、ビジョンに沿っており、グループ全体に一貫して浸透している原則、方針、基準が手引きとなっております。これらの原則、方針、基準は、以下の領域に重点を置いています。

- ・ Customer Focus : お客様重視
- ・ Enhanced Innovation : イノベーションの強化
- ・ Risk Management : リスクマネジメント
- ・ Essence of Lean, Clean & Green : 無駄がなく、清潔で、環境にやさしい
- ・ Brand Image & Reputation Protection : ブランドイメージと評価の維持
- ・ Ownership, Shared Responsibility & Accountability : オーナーシップと説明責任
- ・ Strategic Partnership : 戦略的パートナーシップ

グループ品質・統括部門は、サプライチェーンのさまざまな機能や管理職と連携し、品質管理に関連するしくみを構築しており、よりよい組織と品質管理のもと、部門を超えたグループ全体で最高品質を実現しています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■お客様との関わり

お客様満足の追求

サントリー食品アジアでは、お客様とのよりよい関係を維持することをマーケティングの基本理念としています。その一環として、すべての地域で、CRM（顧客関係管理）システムを運用し、お客様ニーズを把握するとともにお客様満足の向上につなげています。当社が管理する顧客データは数百万名以上に達し、なお増え続けています。データベースから、お客様と直接コミュニケーションを図るなど、より交流を深めながらブランドへの親近感を高めています。

Keeping Customers Safe

ブランズ サントリータイ(BSTL)はタイの高速道路交通警察隊と協力し、年末の自動車事故を減らす目的の「Don't Drive Drowsy, Rest and Drink BRAND'S」(居眠り運転禁止。休んでBRAND'Sを飲もう)キャンペーンを12年以上行っています。タイの年末は、長い休暇を使い多くの人がバンコクから里帰りや旅行する時期で、事故がもっとも起こる時期です。ドライバー達に居眠り運転防止の注意を喚起するために、BSTLは年末にBRAND'S Essence of Chickenを各県の高速道路交通警察署やチェックポイントに提供しています。ドライバーが運転中に疲れを感じた時に、チェックポイントや提携しているガソリンスタンドによってストレッチやそこで提供されているBRAND'S Essence of Chickenを飲んでリラックスすることを促しています。安全運転への注意喚起するとともに、交通安全に貢献するこの取り組みはBSTLにとって意味のある活動です。

ブランズ サントリータイは、アジアで展開する人気な健康商品「BRAND'S® (ブランズ)」と同様の栄養分を持ち、さらに新しい味と香りをプラスした「BRAND'S® We-Like」を発売しました。新しい味の香りのついたパッドを大衆紙の一面に載せ、地下鉄利用者すべてに配付するという革新的なアイデアで販売を促進しました。また、「BRAND'S®」を買うお客様にFacebookやInstagram経由で写真をアップロードしてもらい、賞品を獲得してもらうオンラインのフォトコンテストも実施しました。

「BRAND'S®」の新しい味と香りによって、料理に「BRAND'S®」を使うのを躊躇していた人にも受け入れられ、今後は従来とは異なる新しい考えや価値観をもつ10代や若い世代の新たなお客様の獲得にもつながると期待されます。



お客様との交流がデジタル化

コミュニケーションや会話の方法は、ここ数年間で劇的に変化しました。こうした変化から、お客様との交流や商品のブランディング方法に新しい視点を取り入れています。私たちは徐々に、伝統的なメディア媒体によるキャンペーンから、デジタルマーケティングに注力し、デジタル世代の顧客層へと展開していきます。

デジタル化によって、よりお客様との距離を縮められる可能性があり、このチャンスを活かしてデータ分析とデジタル技術を駆使したお客様との交流方法を実践することにより、お客様のライフスタイルをいち早く把握していきます。また、デジタルマーケティング力を強化し、お客様との関係を維持しながら魅了し続けることで、ブランドに対するロイヤリティを構築し持続可能な成長を達成していきます。



初の3DのARインタラクティブゲームに感動するお客様

ビジネスパートナーとの関わり

サントリー食品アジアは、CSR活動におけるベストプラクティス企業を目指す活動の一環として、ビジネスパートナーと協業し、人権、労働基準、環境保全などの社会的責任を各自が果たすことに取り組んでいます。これによって、サントリー食品アジアのビジネス活動だけでなく、ビジネスパートナーのビジネス活動も持続可能になると考えています。また、地域調達方針も策定し、調達活動やサプライヤーの選定におけるガイドラインを設けています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

ISO14001認証を取得

サントリー食品アジアは12カ国に22の工場を有しており、ほぼすべての工場がISO14001（環境マネジメントシステム）とISO22000（食品安全マネジメントシステム）の認証を取得しています。特にベトナム、タイ、マレーシアに設立した最新工場は、環境に配慮した機能を設計段階から組み込み、運営にも活かしています。アジアでは、すべての事業がISO14001とOHSAS18001（労働安全衛生マネジメントシステム）の認証取得に向けて取り組みを進めており、良好な環境マネジメントを維持しつつ、さらなる改善を目指しています。

工場での取り組み

サントリー食品アジアのオーストラリアの工場は、DUES（Department of Utilities, Energy and Sustainability）とともに、資源の使用量削減とリサイクルに力を注いでいます。

現在は、スタッフ啓発プログラム、液体廃棄物処理方法の改善、下水使用量の削減、水を使用しないボトルコンベヤー注油法の試験導入などを進めています。また、環境に影響を与える包装廃棄物の削減にも取り組んでいるほか、当社は2000年にオーストラリアの包装協定「National Packaging Covenant」の方針への支持を表明しています。使用済みのパッケージ廃棄量の削減、生産プロセスの効率化、パッケージ材料の再利用やリサイクルによる資源の節約等の取り組みを通してパッケージに関わる環境への影響を最小限に抑えています。近年オーストラリアでは、パッケージに関わる環境への影響をさらに抑えるため、デザイン、リサイクル、製品管理責任の具体的な目標を打ち出した5カ年計画を設定しました。ニュージーランドではCerebos Gregg's（セレボスグレッグス）がパッケージの機能、資源利用の効率化、環境影響の少ない材料の使用、ライフサイクルの終わりへの配慮に焦点を当てたパッケージの製品管理責任スキームに参加しました。

環境に配慮したサステナブルな工場が完成

2017年6月にベトナムに開設した最新の工場は、2Eの理念（環境配慮、従業員のやる気）に基づいて設計されました。環境配慮に関しては、新しい排水処理のベンチマークを設定し、生産で使用する水の70%を排水する前に処理しています。工場は全てLED照明を利用するとともに、ロッカールームや食堂で使用される温水は太陽光発電で行っています。また、従業員のニーズも考慮され、円滑なコミュニケーションと効率性を可能としたモダンで洗練された職場環境になっています。工場内には、技術文書やスキルブック等が所蔵された中央図書館があり、従業員が休み時間に利用できます。

2010年に開設したタイとマレーシアの2つの新工場は、環境にやさしく、エネルギー効率のよさが特徴です。太陽電池、省エネ型電球、自然採光、ボイラーやクーラーを管理する省エネユーティリティシステムと、生産ラインで使用した水を衛生システムに再利用するしくみなどを取り入れています。この2つの工場はGMP（工程設計）、ISO9001（品質マネジメントシステム）、ISO14001（環境マネジメントシステム）などの国際基準の認証を取得しています。さらに、タイ工場はOHSAS18001（労働安全衛生マネジメントシステム）も取得しています。サントリー食品アジアは、今後も環境負荷低減に向けた取り組みを推進し、持続可能な未来に向けて、地域社会とともに成長し続けます。



ベトナム国クアンナム省の新工場



タイの工場での「Bird's Nest」のボトルング工程

自然を通じた次世代教育

タイのBRAND'S®ジュニア・チームは、タイ環境教育センター（Environmental Education Centre Thailand）と協力し、科学を通して自然に対する意識を向上させるキャンプ体験プログラムを立ち上げました。実体験と実験を行い、参加した子どもたちに自然の探求を促しています。このプログラムでは、無脊椎動物の観察を通して水質を判断する方法を学ぶ等水の保全に関わる活動や、ハイキングで森に住む動植物について学ぶことができます。また、水資源管理に関わるフィールドリサーチにも参加します。この活動は、サントリーの水理念を体現するだけでなく、参加する子どもたちの問題解決能力や、自信を高めることも目指しています。

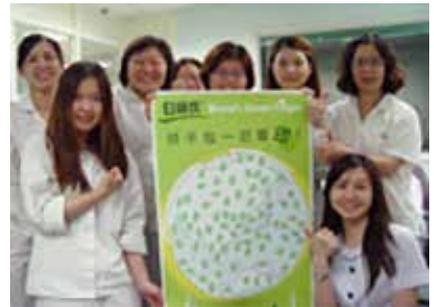


キャンプで水の保全活動に参加する子どもたち

廃棄物削減のプログラムを導入

サントリー食品アジアのシンガポール本社オフィスでは、2010年に廃棄量とリサイクルプログラムを導入し、10.4トンの紙と2.97トンのガラスのリサイクルに成功しました。取り組み開始から5年目には、新たに廃棄物を紙、プラスチック、ガラスの3つに分別するシステムを導入しました。色分けしたサインをゴミ箱に貼り付け、容易に識別、分別できるようにしています。2015年第4四半期の開始から、2,030kgの紙、プラスチック、ガラスがリサイクルされています。

シンガポールオフィスで実施された廃棄物削減とリサイクルプログラムの導入成功に続き、台湾でもこのプログラムを実施することになりました。現在、台湾ではエコライフスタイルが奨励され、全従業員が日々の活動から取り組みを始めており、コンセントをこまめに抜く、両面印刷をする、空調の温度管理をする、といった環境に配慮した数々の省エネ活動を続けています。「小さな努力の積み重ねで、地球環境の保全に貢献できる」というメッセージは従業員一人ひとりに届き、環境に対する理解が進み、このプログラムは大きな成功を収めました。現在も従業員に毎月エコアイデアを提案し、環境保護のためにできることを続けています。



社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

地域に根ざした社会貢献活動

サントリー食品アジアが社会的に信頼される企業であるために、地域貢献は重要な要素です。日頃から従業員とその家族、恵まれていない人たちの生活がより豊かになるよう、革新的で意義のある活動を提供する機会を探しています。当社の活動は健康・教育・スポーツ・芸術など幅広い分野に貢献しています。

地域の取り組みへの支援

ブランド サントリータイでは、タイの人々にBRAND'S® Bird's Nest 母の日キャンペーンを通して、ソムサワリー王女が後援するQuality Mother Foundationが設立した小児がんの支援団体（Children Cancer Foundation）への支援を促しています。これは私たちの子どもたちがタイの将来を担う存在であり、治療を受け、完治し、日常生活を取り戻す機会を可能な限り得るべきと認識しているからです。さらに、BRAND'S®は、白血病と戦う女の子とその母親が骨髄を提供した事例のテレビCMを制作しています。

夢をはばたかせよう ― 台湾の子どもたちの可能性を引きだそう」をブランドサントリーが支援

ブランド サントリー台湾は、「台湾の子どもたちの可能性を引きだそう」プロジェクトを立ち上げました。これは、学校を基点とした「創造性の開発」プログラムと、全国展開している「Hope in a Bottle（ホープ・イン・ア・ボトル）」プログラムという2つのプログラムで構成されています。この取り組みは、身体的・精神的・知的潜在能力を引き出し、夢の実現を支援することにより、台湾の子どもたちの生活に、よい変化をもたらすことです。

「創造性の開発」プログラムでは、経済的な理由から学業的支援が必要な台湾の学校に、芸術と創造性を重視したカリキュラムを提供しています。セレボスのボランティアスタッフも、地域や文化に関連する色やモチーフ、建築様式について学ぶ1日かかりのプログラムに毎週学生とともに参加し、学生個々のアートプロジェクトやさらにスケールの大きな地域のアートプロジェクトに発展させています。

「Hope in a Bottle」は、学生個人やグループに対し、コミュニティに有意義な影響を与える企画を彼らが考えることを通じて、大きな夢を抱くことを支援する全国的なプログラムで、BRAND'S®サントリー台湾は助成金を提供しています。また、BRAND'S®サントリーが主催する「Hope Coaches（ホープ・コーチズ）」や「Hope Team（ホープ・チーム）」のボランティアが学生たちにガイダンスを行い、プロジェクトや夢の実現を果たした学生チームから学ぶ機会を提供しています。

次世代のニーズに焦点を当てることで台湾にサステナブルで活気のあるコミュニティを創出するという当社の長期的な取り組みが、このプログラムを通じて実証されています。



「Hope in a Bottle」プログラム参加者

模範的CSRとして評価

サントリー食品アジアのCSR活動はアジアで高く評価されています。最近では、シンガポール健康科学局から「Excellent Stakeholder and Partnership Award」、またシンガポールHRインスティテュートから「Leading HR Practices Award」など、企業の社会的責任に関する賞を授与されています。

また、国連グローバル・コンパクト・ネットワーク・シンガポール（GCNS）とアジアの現地ネットワークと強固なパートナーシップを結びました。CSRに関する牽引役の立場を確立し、GCNSの年次サミットでも大きく取り上げられました。最近では、ASEAN CSRネットワークの地域ビジネスインテグリティ会議にパネルスピーカーとして招待され、アジアにおける良き企業市民として認められています。

2015年に、セレボスは初めてサステナビリティレポートを発行しました。レポートでは、セレボス・グループが近年取り組んでいる活動の概要とともに、持続可能な組織を目指す上での取り組みも紹介しています。セレボスは、アジアサステナビリティレポートアワード2015でアジアの初めて発行したサステナビリティレポートのカテゴリーで最終候補の1社に選ばれました。



世界各地で多様なCSR活動を展開

2016年11月に、各地域で初めてのチャリティーセールを行いました。シンガポールの本社を先頭に、各子会社もそれぞれの地域社会に貢献するために同様のチャリティーセールを行いました。香港、インドネシア、マレーシア、台湾、タイ、ベトナムのオフィスは、「Growing for Good」に沿った子ども支援やフードバンク独自のチャリティー組織を支援しました。

サントリー食品アジアは、タイの大学入試を控えた学生の受験勉強を支援する「BRAND'S®サマーキャンプ」など、長期的なボランティア活動に参加しています。BRAND'S®サマーキャンプは、25年以上続いており、大学入試を支援した学生が50,000名を超えました。この活動は、2014年にBRAND'S®ブレインスタディキャンプとしてミャンマーの首都ヤンゴンに広がり、入学試験また、シンガポールの従業員は、援助を必要とする子どもたち100名をセレボスのクリスマスパーティに招待し、子どもたちのためにプレゼントを贈ったり、特別なプログラムを通して楽しみました。さらに、ボランティアスタッフが、シンガポールの恵まれない家庭に4,000食を届ける大規模な料理イベントに参加しました。



タイのBRAND'S®サマーキャンプ



「ザ・ストレイト・タイムズ・スクール・ポケット・マネー・ファンド」による
サントリー食品アジア・クリスマスパーティ



料理イベントに参加し、ランチを
料理し配ったサントリー食品アジア



ミャンマーでのBRAND'S®
ブレインスタディキャンプ

BRAND'Sサントリー台湾は、2017に5つの医療関係団体を支援し、医学生が運営する「健康診断と健康的な食生活」と題するチャリティープログラムを発足しました。地方に住む500人もの子どもたちに健康診断や医療に関する相談を行う機会を提供しました。従業員ボランティアも、子どもたちに健康的な食生活に関して教え、BRAND'S® Essence of Chickenを健康をサポートする食品として提供しました。



BRAND'Sサントリー台湾の活動に参加した地方の子どもたち

各地域での活動

・シンガポール

BRAND'S®は「BRAND'S® Funi val(ファンニヴァル)」の期間中、ワールド・ビジョン・インターナショナルと提携し、「BRAND'S® Essence of Chickenを飲んで、寄付をしよう」という慈善募金活動に従事しました。買い物客は1シンガポールドルで「BRAND'S® Essence of Chicken」を購入し、慈善活動という大義のためにその場で飲むという趣旨の活動です。S\$2,000以上が寄付され、開発援助や緊急人道支援に取り組む国際NGO「World Vision International (ワールド・ビジョン・インターナショナル)」に贈られました。この寄付金は、弱い立場にある子どもたちが巻き込まれている世界の貧困問題に、将来積極的に取り組んでいくワールド・ビジョンのユース使節団を育成するための資金となります。

・マレーシア

マレーシアで開催された「Smart Achievers Campaign (スマートアチーバーズキャンペーン)」では、研究と課外活動両方に秀でた学生を表彰しました。また、「Cerebos Charity Warehouse Sales (セレボスチャリティウェアハウスセールス)」を開催し、14日間にわたる「BRAND'S®キャンペーン」と合わせて、災害救助に対する寄付と助成を呼びかけました。



ワールド・ビジョン・インターナショナルへの募金活動のBRAND'S®のボトルキャップコレクション

STSPMFとを企業チャリティに設定 and ChildAid Asia Concerts

サントリー食品アジアは、慈善募金基金「STSPMF (The Straits Times School Pocket Money Fund) / ストレーツ・タイムズスクールのポケットマネー・ファンド」創設メンバーとして、2000年の創設以来、継続して協力を行っています。この団体の活動趣旨は、収入の低い家庭の子どもたちが、文房具などを購入できずに学校に通っていることを、世間にもっと知ってもらうことです。STSPMFは子どもたちに対し、給食費、バス代や文房具代などの援助を行っています。援助を受けた子どもたちの数は、2015年時で合計14,000名を超え、支援金の総額はS\$520万に達しています。



SBFA has supported ChildAid since 2005.

サントリー食品アジアは、ストレーツ・タイムズとビジネス・タイムズが2005年より主催するシンガポールで毎年行われる最大の子ども向けチャリティーコンサートのChildAidを長年支援しています。これは、「STSPMF」と、体系だった芸術教育と、才能を発展させる機会を提供する「ビジネス・タイムズ・パディング・アーティスト・ファンド」を支援する活動です。ChildAidの成功に習い、他にも東京、クアラルンプール、ジャカルタ等アジア地域で音楽やダンスで恵まれない子どもたちへの寄付を募る同様のコンサートが開かれました。サントリー食品アジアは、ChildAidのコンサートのスポンサーとして、この地域の子どもの芸術面の才能をサポートすることを誇りに思っています。

■ワールド・ビジョン・インターナショナル

BRAND'S®は、参入するアジア市場すべてで「良い方向に変える」ことをテーマに恵まれない子どもたちの支援をしています。そのために、ワールド・ビジョン・インターナショナルと共同し、S\$180,000を募るとともに、180名の子どもを支援しています。募った寄付金はすべて各地のワールド・ビジョンの受益者に配布されました。コミュニティや支援している子どもごとのニーズに合わせ、清潔な水、学費の支援を通じた教育、学校の資材や教師の教育、よりよい栄養や医療を提供しています。



サントリー食品アジアの従業員とワールド・ビジョンの受益者 (ポークレア、タイ)

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

サントリー食品アジアは、ビジネスの成長には優れた人材が不可欠であるとの考えから、あらゆる階層で活発なリーダーシップを重視しています。サントリー食品アジアは、「最もエキサイティングな企業、最も学ぶべき組織、最も必要とされる会社、そして最も給与の高い企業」となることを目指しています。商品革新、研究開発、お客様との強固な関係により、このビジョンの実現を目指します。

サントリー食品アジアは、「GfW (Grow from Within / 内部からの成長)」戦略を開発しました。GfWは、サントリー食品アジアの従業員の潜在能力を引き出し、サントリー食品アジアの成長を目指した戦略的意思決定権を従業員に与えることで、ビジョンの達成を支援するものです。

人材の開発 - Heart of Performance

GfW戦略の基盤であるこの取り組みは、社内からリーダーを育成するために、コーチングのアプローチを用いて、サントリー食品アジアの管理職全員にスキルを習得させることを目指しています。サントリー食品アジアのリーダーはそれぞれのマネジャーのどのスキルを育成させるべきか見極め、必要なツールを提供します。ラインマネジャーや上級・最高経営幹部の支援に向け特別に考案された「Heart of Performance」は、パフォーマンス力とリーダーシップ力の開発を図ります。

人材の開発 - SBFA-NUS リーダーシップ開発プログラム (LDP)

LDPは、サントリー食品アジアの将来のリーダーであり、成長の牽引役となる中間管理職向けプログラムです。このプログラムには、クアクアレリ・シモンズ社による世界大学ランキングで、2019年にアジア1位になったシンガポール国立大学 (NUS) との連携プログラムも含まれ、5カ月間にわたるリーダーシップ開発プログラムをサントリー食品アジア向けにカスタマイズしています。LDPの基盤となっているのは、リーダーシップ能力と戦略的な優先順位づけができる能力です。LDPは、学習を参加型で有意義なものとするようにしています。

人材開発 : SBFAサプライチェーン・リーダーシップ開発

サントリー食品アジアは、事業におけるサプライチェーンの重要性を認識しており、シンガポールマネジメント大学と協力して、2018年に5日間にわたるサプライチェーン・リーダーシップ開発プログラムを作りました。このプログラムでは、リスク管理、持続可能性、データ分析、デジタル化などのサプライチェーンに関することを学びます。地域の参加者とサントリーの今後の10年間のサプライチェーン戦略を作り上げることを課題としてあげられるとともに、実際にいくつかのプロジェクトにチームで取り組みました。その後、経営層が参加する発表会で考えた提案を共有しました。このプログラムは、SBFAのサプライチェーンにおける課題や機会を提起するもので、次世代のサプライチェーン・リーダーを発掘することを目指しています。

従業員の成長を支援

サントリー食品アジアのビジョンであるアジア・太平洋地域で最も優れた健康食品・加工食品会社になるため、従業員、お客様、および株主のために価値を創造するため、従業員の成長を支援しています。

長年にわたり、当社は従業員とつながり、従業員の声に耳を傾けるプラットフォームとしくみを確立してきました。サントリー食品アジアは、従業員調査、半年ごとのタウンホールミーティング、管理職との対話を実施しています。これらの機会では、従業員に人事問題に関する疑問を解消したり、考えや問題と感じている課題を共有したりする機会を提供します。

このように、従業員が経営幹部と距離を縮め、交流する機会をもつことで、人として魅力的で気力あふれる従業員育成の一助となっています。

従業員のボランティア活動を支援

サントリー食品アジアは、従業員が社会と共生するため、サステナビリティ戦略を職場とライフスタイルに組み込んでいます。「健康委員会」(現在の名称:クオリティワークライフ委員会)を設立し、各部署から代表者が参加し、従業員の関心に応じたさまざまな活動を行っています。委員会メンバーは、毎年焼き出しや教科書・文房具を恵まれない子どもたちに提供するなどの地域貢献活動・ボランティア活動など、従業員の創造力や興味を促すさまざまな企画を立案・実施しています。

また、サントリー食品アジアは従業員に時間を使うかたちのボランティアの機会も提供しています。シンガポールではボランティア休暇を使い、慈善団体を支援することができます。

健康的な行動で社会に貢献

2019年は、サントリーホールディングが主催するグローバルOne Suntoryウォークイベントでチームサントリー、サントリー食品インターナショナルと連携してOne Suntory Active Day をシンガポールで開催しました。3社が連携して行うこの新しいイベントは、One Suntoryとして各ステップで環境に貢献することを目的としています。



2015年に、BRAND'Sサントリー・アジアは公正雇用慣行のための三者連合が発行する本で、優良ワーク・ライフ戦略のトップ50リストに含まれました。先進的な職場の慣行により、より多くの従業員が生産性に貢献しながら、健康的でアクティブなバランスの取れた私生活を過ごさせています。

BRAND'Sサントリー・アジアは、本の従業員に積極的にレクリエーションやボランティア活動に参加するように促す組織を取り上げる「Play」セクションで特集されました。

また、BRAND'Sサントリー・アジアはシンガポール全国労働組合会議、女性開発事務局、公正雇用慣行のための三者連合が祖組織する「Mums SG50 Special Award」で最優秀企業に選ばれました。この賞は、法令で求められる以上の柔軟なワーク・ライフ手当を従業員の人生やキャリアに応じて提供している企業を表彰するものです。

PT Suntory Garuda Beverage

サントリーガーダ・グループ

本社所在地	South Quarter Tower C, 3rd floor. Jalan R.A. Kartini Kav.8. Cilandak Barat. Jakarta Selatan 12430. Indonesia
設立	2011年7月
事業内容	清涼飲料の製造・販売



「Growing for Good」－ 目的を持った持続的な成長

常にコミュニティに還元する企業に成長します。社会と環境に貢献することによって、より良い明るい未来を創ります。

Growing for Good - Sustainable Growth with Purpose

SUNTORY GARUDA

Good PRODUCTS | Harmony with CONSUMERS

Safe, reliable and high quality
Innovation
Fun and refreshing



Mizu To Ikiru

Good RESOURCES | Harmony with NATURE

Less and better packaging
Less waste
Respect and conserve water

Good PEOPLE | Harmony with SOCIETY

Support and empowering
communities
Purposeful brand
Develop young talent



Good COMPANY | Harmony with EMPLOYEES

Respect diversity
Fun and appreciation
Yatte Minahare

～お客様と響きあう～

■高い安全性、信頼性、そして品質の製品の提供。

Okky はインドネシアの子供やティーンエージャーに広く愛されているブランドです。2003年の発売以来、Okkyは、天然保存のココナッツウォーターで作ったナタデココにフルーツフレーバーを加えたゼリー飲料としても販売されています。

Okkyゼリードリンクの発売によってOkkyブランドは新しく生まれ変わり、手軽に楽しめる軽食という新しい製品カテゴリが生まれました。インドネシアのデザートゼリー市場で多くのシェアを占めるOkkyゼリードリンクは、先進的なアイデアと製造品質による成功例です。

Okkyゼリードリンクには、ゼリーパウダーとナタデココが含まれています。どちらも厳選された天然の材料です。両方の材料の品質は気候と季節の影響を受けるので、一貫した品質、食感、そして味を保つには保管と調理プロセスでの取り扱いには細心の注意が必要です。

Okky容器には、1つ1つがSGBの厳格な品質管理基準を満たしたものが使用されています。材料やパッケージ材の調達から製品の取り扱い、製造、そして保管までのすべてのステップに適用されるこの品質管理基準には、サントリーの「All for the Quality」というミッションの下、すべての従業員がそれぞれの担当ステージで積極的に取り組んでいます。



■イノベーション：バリューチェーン全体でのコスト効率、製造の最適化とイノベーションの推進。

データ、統計、そして分析を通じた意思決定および新しいイニシアチブの推進を行うことのできるアセスメントと継続的な改善の文化を構築および推進した後、SGBのマネジメントは、2020年に工場内のすべての機能部門に現場改善を実装しました。この取り組みでは、顧客視点と生産性というレンズを通じた廃棄物の排除および全従業員の「リーン生産志向」の基本行動の開発を通じたコスト削減と効率性向上に重点が置かれています。

現場改善は、プロセスを強化し廃棄物を排除することを目的に設計された日本のコンセプトなので、サステナビリティの推進に関する優れたモデルとなります。

■楽しさと爽快感：ユニークでプレミアム、そして自然で健康的な製品による新しい価値創造。

一年を通してトロピカルな気候のインドネシアの飲料市場では、約50%がボトルウォーターです。中でも、必要な水分を補給すると同時に天然のフルーツフレーバーを楽しむことのできるフレーバーウォーターの消費がインドネシアの若年層の間で広がっています。2016年、サントリー・ガルーダ・ビバレッジ (SGB) では、フレーバーウォーターが主要な市場トレンドであると位置づけられ、日本のパートナーであるサントリーの技術と専門知識を活用してGood Moodの開発が開始されました (Good Moodは現在、インドネシアで最も愛されるフレーバーボトルウォーターに成長しています)。

オレンジ、ハニーレモン、ストロベリー、カシス、そしてヨーグルトのフレーバーをラインナップに揃えるGood Moodには保存料、合成着色料、合成甘味料が含まれていないので、その他のほとんどのソフトドリンクに置き換わる自然な代替製品として愛されています。最終製品は消費者が握りやすいようにデザインされたペットボトルに詰められます。この製品の発売は、ナチュラルフルーツフレーバーを日々の生活に取り入れることによって作り出されるポジティブなムードをハイライトする一連のTVコマーシャルによってインドネシア国内に広く知られる所となりました。

SGBのR&Dチームは、社会の健康志向のトレンドに沿った製品イノベーションがインドネシアの消費者に好まれることを突き止めました。Good Moodには、単なる新しい飲料製品の開発ではなく、飲料の消費に関連する新しいライフスタイルを創造するというサントリーの伝統も反映されています。

～自然と響きあう～

パッケージの少量化と品質向上

廃棄物の削減

水へのリスペクトと水の保護

■パッケージの少量化と品質向上：世界最軽量のホットペットボトル

Nitro-Hot Fill（熱間充填）は、ペットボトル製造プロセスにおいて最初の事業部門としてサントリーグループとSGBで実装された最新の技術です。Nitro熱間充填技術は、プラスチック負荷を23グラムから17グラムに削減する「水と生きる」を具現する技術で、MyTeaとGood Mood製品はSGBにおけるペットボトルの製造を世界最軽量の熱間充填ペットボトルとなっています。Nitro熱間充填では、軽量でリサイクルが容易なパッケージで環境負荷を抑えながら製品の品質を維持することができます。

■廃棄物の削減：廃棄物管理に関する教育。

インドネシア南スラウェシ州の支援に加えて、環境NGOとプラスチック廃棄物のリサイクル関連団体の協力の下、SGBは、水をきれいにする当社の取り組みの一環として2019年に水育モデルを開発し、廃棄物管理に関する教育を共有しました。分別収集したプラスチック廃棄物をリサイクルすれば環境を汚すことはありません。有機廃棄物の管理に関しては、SGBは、微生物で生ごみを処理するバイオリホールを学校の校庭に作るよう子供たちに勧めています。プラスチック廃棄物に関しては、SGBは特殊なプラスチック製ごみ袋を学校に提供し、プラスチック廃棄物を定期的に収集しています。このイニシアチブは、学校環境を中心にWaste Bank（ごみ銀行）と呼ばれる資源回収方法の導入（市民が資源物をWaste Bankのオフィスに持ち込み、その代金を銀行のように預金できるシステム）活動の普及を進める政府のプログラムを目に見える形で支援するものです。収集されたプラスチック廃棄物は洗浄され、リサイクルセンターに運ばれます。

■水へのリスペクトと水の保護：水のサステナビリティおよび脆弱性に関するアセスメント（SVA）

SGBの生産プロセスは、きれいな水を選択と浄化から始まります。水は、標準化されたプロセスを通して最もきれいな水資源から採取されます。インドネシアの著名大学の水理地質学者と協力し、SGBは、インドネシア国内の生産拠点がある8つのエリアで水のサステナビリティおよび脆弱性に関するアセスメント（SVA）の体系的なレビューを行いました。その結果は、水資源管理に対する相対的なアプローチの下に協議され、水資源管理に統合されています。水のコンテキスト外で発達した社会的考慮（適応、制度、ガバナンスなど）に関する指標と運用評価を取り入れることにより、水の脆弱性アセスメントの効率性を向上させる大きなチャンスが生まれます。

SVAでは、上流または水採取の領域における正確なデータを取得できます。この領域は、水のサステナビリティの保護と保全の点において非常に重要です。1つの方法は、集めた湧き水を必要に応じて居住区に分配する保全沼の作成や植樹を行うことです。SGBは、環境のサステナビリティに不可欠なもう1つの改善は、酸素と水の重要なソースである樹木のグローバルレベルでの不足を緩和すると共に地球温暖化効果の削減につながる植樹であると考えています。

SGB社内では、製造施設で廃水処理設備を稼働させています。さらに、水の使用量の少ない設備の選択や設備の改良に加えて、水の再利用計画の実装とそのような再利用および廃水処理に関する目標の設定を行っています。



～社会と響きあう～

コミュニティの支援と活性化
明確な意図のあるブランド
人材開発

■コミュニティの支援と活性化

SGBは、「人と自然と響き合う」というミッションだけでなく、「社会への還元」というサントリーの基本理念を親会社のサントリーと共有し、サステナブルな社会を次世代に渡すための当社の重要なミッションであると考えています。

サントリーグループの支援の下、SGBはインドネシアのランブン州、パル、そしてアニェールの地震と津波の被災者を支援しています。この活動を通して、これらの地域住民の方々が災害から復興するプログラムを支援しています。

寄付は金銭的支援やサントリー製品に加えて、従業員、ディストリビューター、サプライヤー、セールス部門、難民、および自身と家族が津波の被災に遭った子供を対象とした向けの奨学金として提供され、さらに、この寄付活動は、工業省やその他の政府機関などとも連携しています。

2019年末に最初のSuntory Temporary Learning Space (TLS) が正式にオープンしました。この施設では、6歳から12歳の150人の子供たちがテーブルとイス、学習機材、ゲーム、そして子供向けの保健衛生施設を備えた屋内で学習しています。

一方、2020年初頭には、ジャカルタおよびその周辺地域（デポック、ブカシ、タンゲラン、バンテン州など）で洪水と地滑りが発生しました。173,000人以上の住人が避難し、鉄砲水によって車、家屋、学校、そして橋が流されました。洪水で家屋が損傷した多くの従業員に支援を提供するとともに、SGBは、洪水と地滑りの被災者を救済するための募金活動を開始しました。

一部の被災地域には、政府と民間の両方から迅速な支援が提供されます。しかし、メディアで取り上げられることの少ない地域には必要な支援が届いていません。バンテン州レバック県で鉄砲水と地滑りの被害にあった地域もそのような場所の1つです。SGBチームは被災地を訪問して、洪水の被害にあったモスクのカーペットを交換し、靴やスクールバッグ、現地のインドネシア赤十字のボランティア用の長靴、照明を提供し、多くの小学生に無償の医療治療を行いました。困難な期間であっても、これらの地域が或る程度の回復を迎えることを祈っています。



■明確な意図のあるブランド：水育

サントリーグループの一員として、SGBは、当社のビジネスの根幹に位置するとともに人の生活を支える貴重な資源である水のサステナビリティを重視しています。

2019年2月、SGBは、若い世代にきれいな水と水資源の保全の重要性を教えるサントリー水育パイロットプログラムを開始しました。2019年と2020年の最初の水育のフェーズでは、南スラウェシ州ゴワ、南カリマンタン州バンジャルバル、バンテン州タンゲラン、東ジャワ州シドアルジョ県、そしてジャカルタ首都特別州の2,500人の小学生（10～11歳）と教師が対象となっています。

サントリー独自の水育プログラムは、次の世代に自然の美しさと水の重要性を気づかせるだけでなく、将来に向けて水資源を守るにはどうすればよいかを考える機会を与えることを目的としています。水育のモジュールには、屋内と屋外の両方での実施する学習が含まれ、生徒たちはきれいな水の保全をさまざまな要素を学習することができます。学習は対話型のディスカッション、ゲーム、唄とダンスに加えて、きれいな水の保全に関するモチベーションを促進する屋外活動を通して行われます。このモジュールは、実施場所に依って1回のセッションで行うことも複数のセッションで実施することもできます。

水育では、森林再生、水ろ過、洪水防止穴の活用などを通して、きれいな水を守る活動も紹介します。水育には、水の再利用と廃水処理を紹介するSGBの工場ツアーも含まれています。さらに、SGBは、子供たちの公衆衛生の向上を目的として小学校のトイレと洗面所の設置とリノベーションにも取り組んでいます。



また、廃棄物はきれいな水を汚染する大きな問題です。プラスチック廃棄物は、適切に管理すればリサイクルすることができます。したがって、水育では、2,000人の小学生にプラスチック廃棄物の分別に関する教育を提供し、水資源をクリーンな状態に保つための廃棄物収集とリサイクル活動についても紹介しています。同時に、水育プログラムは、その延長としてゴワとマカッサルの2つの都市で集約されています。

SGBは、革新的な新製品の開発、当社の価値の共有、従業員とビジネスパートナーへのメリットの提供、そして当社がビジネスを展開するコミュニティへの貢献を通して、お客様の生活を豊かにするために努力を続けます。

■人材開発：OKKYユースサッカーリーグ、工場見学、キャリアトーク

PTサントリーガルーダ・ピバレッジのOKKYブランドから発祥しOKKYユースサッカーリーグ(OYSL)は、インドネシアジュニアサッカーリーグ(IJSL)と協力を、インドネシアにおける才能豊かな子供たちを育てています。OYSLは、スポーツとしてゲームを楽しむことを常に重視しています。トーナメントを勝ち抜くことだけでなく、子供たちは友人を作り、最高のパフォーマンスを発揮できるように自由にプレイするよう指導されます。

OYSL 2017はジャボデタベックだけでしたが、OYSL 2018では対象地域がジャワの6つの主要都市に拡大されたので、参加チームの数は250にまで増え、同チームは2018年のSinga Cup (シンガポール・カップ)で優勝するまでに成長しました。興奮冷めやらぬ中、2019年、OKKYユースサッカーチームは2019年のSinga Cupでも優勝しました。

OKKYユースサッカーリーグの活動は、インドネシアの子供たちが「信頼できて賢く優しい人になるだけでなく、明るく幸せな雰囲気の中で育つ」ことを支援しているので、将来、OKKYからインドネシア代表チームになるプレーヤーが育つことが期待されています。青少年スポーツ省 (Ministry of Youth and Sports) からの支援は、PTサントリーガルーダ・ピバレッジが、インドネシアのサッカー文化を育成するためのプログラムを継続するために不可欠です。



SGBは、小学生から高校生、そして大学生を対象としたSGBの製造拠点ツアーも提供しています。参加者は、自分たちが日常的に口にする製品がどのように製造され、SGBで品質と環境保全がどのように位置づけられているかを学習することができます。さらに、ジャカルタのいくつかの有名大学と協力して、University Relations Program (URP) を開催し、キャリア、ビジネストレンド、プロフェッショナルスキルの開発などについて話し合う機会を設けてインドネシアの将来のリーダーの育成活動にも参加しています。



～従業員と響きあう～

■多様性の尊重

インドネシアのサントリーガルーダ・ピバレッジ (SGB) の従業員の約90%がイスラム教徒です。ラマダン (断食月) の間、日の出から日没まで食物を口にしないイスラム教徒の従業員を支援するために、全社レベルで柔軟な就業時間が設けられています。始業時間を早めることや昼休みを短縮することができるので、従業員は8時間の就業時間を維持したまま午後4時半に退社できます。通勤ラッシュを考慮に入れても、断食が終わる午後6時には家族と一緒に時間を過ごすことが可能です。さらに、SGBでは、本場で働く従業員と製造拠点に勤務する従業員を対象とした共同イフタール (断食明けの食事) 活動も開催されています。このイフタールは、従業員が交流する場としてだけでなく、調和と協力性に優れたチームを育成する機会でもあります。SGBでは、インスピレーションと目標、そして強さを与え、人と自然の調和を生み出す聖なる月を全員で祝います。



■「やってみなはれ」

サントリーは、未知のことに積極的に取り組んでいます。当社は、いつも現状を見直し、飽きることなく新しい挑戦を続けています。私たちは、成功のカギは勇気であること、そして将来は大きな夢を持つ者が創り上げることができることを信じています。

この信念は、大きな夢、挑戦、そして諦めないことを意味する当社の「やってみなはれ」という価値に具現化されています。これは揺らぐことのない野心的な当社のスピリットを創業者である鳥井信治郎の言葉で表したもので、今日のサントリーの中核となる価値となっています。「やってみなはれ」は、私たちの揺らぐことのない挑戦の原動力です。私たちは、この言葉のパワーを信じて、新しい挑戦に取り組み、現状を見つめなおし、将来に向かって前進しています。

SGBは、日本とインドネシアの文化の強さを組み合わせた「ワンチーム」の精神を重視し、規律を持ち、目標を設定するとともに、温かく楽しい企業文化を形成することに努めています。製品イノベーションの個々のステップで、私たちは顧客満足度を常に最優先しています。私たちは、自社の強みは製品の品質にあると考え、進化に向けた努力を怠ることなく、常に新しい製品を消費者に喜んでもらえる機会を提供し続けたいと考えています。新しい製品、新しいフレーバー、新しいマーケティングコンセプト、または新しいデザイン。私たちは常にクリエイティブで有り続け、新しい価値を市場に投入します。

「やってみなはれ」の精神は、大きな夢を持って新しい挑戦に取り組み、諦めないことの大事さを教えてくれます。社内外の障害物は避けることができず、タイミングは適切であるかどうかや戦略が正しいかどうかという疑念は払うことはできません。しかし、飲料業界はますます動的なものとなっています。当社は異なるアプローチをとり、顧客のニーズをさらに重視しています。「やってみなはれ」は、向上を続けお客様に最高の製品を提供するためのインスピレーションを与えてくれます。

また、SGBは、すべての従業員がサントリーのジャーニーに触れ、新しい価値を創造し、コミュニティに最高の製品を提供し、社会に貢献することを通して「やってみなはれ」を生活に取り込む方法を理解するためにアンバサダープログラムを組織しています。

■楽しさと感謝

SGBはコミットメントの下に全員が協力していますが、楽しむことと健康であることの大事さを忘れてはいません。当社は、フットサル、野球、バドミントン、ジムを始めとするさまざまなスポーツクラスを提供し、健康に関するセミナーや定期的な検診も提供しています。健康に関するトークでは、従業員は健康リスクについて学習し、アクティブで健康的なライフスタイルに向けた取り組みを行うことができます。私たちは、当社のビジョンを実現するための最大の要因が健康であると考えています。



SGBの従業員トレーニングおよび研修を通して、高いスキルを有するワークフォースが育成されています。学習クラスでは、関連する興味深いトピックが紹介されています。私たちは、適切に管理されたトレーニングプログラムは、業界に関する従業員の理解を促進し、業務での課題に積極的に取り組むために役立つと考えています。多くの傑出したCEOのリーダーシップと成功に関するインスピレーションにあふれたトークからスマートフォンでの写真撮影ワークショップから、有機廃棄物のコンポスト処理、水と環境の保全に関するVログ大会まで、SGB Employee Cornerは、従業員エンゲージメントとエクスペリエンスに大きなインスピレーションを与えています。



SGBでは、一貫して優れた業績を上げ、優れた貢献度を示す従業員とチームをカテゴリ別に表彰しています。このEmployee Recognition Award (ERA) を通して、従業員はその業務に対する姿勢を組み込むべきSGBバリューのロールモデルとして認識されます。



また、SGBは、従業員の才能と興味に高く評価しています。SGB Got Talentプログラムでは、すべての従業員を対象に、ダンスや歌唱、地域的な文化アトラクション、モダンビートボックス、そしてドラマ脚本まで、さまざまな優れた才能が開花しています。



Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Co., Ltd.

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジ

本社所在地	Sheraton Saigon Hotel & Towers, 88 Dong Khoi Street, Ben Nghe Ward, District 1 Ho Chi Minh City, Vietnam
事業内容	清涼飲料の製造・販売
ホームページ	http://www.suntorypepsico.vn/en



会社概要・理念

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジ (SPVB) は、2013年4月にペプシコとサントリーホールディングスの間で戦略的パートナーシップに基づいて結ばれた100%出資の外資系企業で、ベトナムのホーチミン市1区ドンコイ通り88のシェラトンホテル5Fに本社があります。「やってみなはれ」と「利益三分主義」の理念を基に、持続的な発展目標、従業員やビジネスパートナーへの還元、事業を展開する地域へのコミュニティ貢献を行ってまいります。

品質保証

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジの品質と安全品質方針は、ベトナムの法規とサントリー、ペプシコ、ペプシ・リプトンの各グループが規定した基準に沿っています。また、全工場がFSSC22000認証を取得済みです。さらに、AIB (国際検査統合基準) 監査が全事業所で実施されているほか、営業チームは特殊なツールを用いて品質に関する情報をお客様に提供しています。

■お客様との関わり

お客様対応

お客様満足は最優先事項であり、お客様からのご意見やご要望を募るホットラインが設置されています。お客様のご意見は定性調査の重要な部分を占めており、サービスの強化とともに、きめ細かいマーケティング活動や満足度の向上に役立てられています。また、近年営業チームは、お客様がディスプレイを好ましいと思うほど販売量が増えるという結論にいたりしました。この発見によりその後、実際の現場で営業スタッフによって冷蔵ディスプレイと商品棚にSPVBの主要商品を並べるという指標ができました。さらに、営業チームは、ポスターなどのディスプレイで商品がアピールされているかを確認することが必須となりました。



Neatly displayed visi-cooler (left) and rack

綺麗に並べられた冷蔵ディスプレイおよび商品棚

健康への貢献

サントリー ペプシコ・ベトナム・ピバレッジは、ペプシ、7UP、マウンテンデュー、Sting、Mirinda、Aquafina、リプトン、Revive、トロピカーナ、Twister、Tea Plusなど多彩なブランドを提供しています。ベトナムのお客様に、脂肪の吸収を抑えるOolong TEA Plusといった健康的な飲料の選択肢を増やし、健康に貢献する商品を提供すべく、商品の栄養価の改善に真摯に取り組んでいます。

TEA+ Oolong Tea

TEA+ Oolong Teaは、2013年にベトナムで発売された、ベトナムで先駆けとなる商品です。日本で30年以上愛されているサントリー烏龍茶の開発で培った技術を使用しています。すっきりとした美味しさのTEA+ Oolong Teaには烏龍茶の葉に含まれるOTPPが入っており、お客様に美味しく、烏龍茶の風味を残したまま、より健康的なライフスタイルを実現する飲料です。発売から6年がたち、TEA+は今やホーチミン市で1番人気のモダントレード飲料となりました。今後2年で、南部でも1番人気を目指しています。



TEA+ Oolong Lemon

TEA+ Oolong Lemonは、烏龍茶とレモンの風味が混ざった特徴的な飲料で、2018年に発売されたベトナムで初めての商品です。リフレッシュな味とレモンのおいしさを提供するとともに、烏龍茶の成分であるOTPPで脂肪の吸収を抑えて健康的なライフスタイルをサポートしています。日本で30年以上愛されている一番人気※のサントリー烏龍茶の開発で培った技術を使用しています。



TEA+ Oolong No Sugar

将来ベトナムにおける健康志向の上昇による砂糖摂取を抑えるトレンドを予測し、2019年にTEA+ Oolong No Sugarを発売しました。この新しいテイストは、TEA+ Oolong OTPPの脂肪吸収を抑える効果とウーロン茶の味と香りを無糖で提供しています。さらに、日本で培ったノウハウで、健康志向、高級感、味でTEA+ブランドをさらに高めています。この新しいテイストは、ベトナム中のモダントレードで提供されています。



TEA+ Matcha

TEA+ Matchaは、新しいTEA+ブランドの飲料で、2016年にベトナムで発売されました。しっかりとしたお茶の味と独自の先端技術により抽出されたテアニンが含まれたTEA+ Matcha は、飲む人をリラックスさせるリフレッシュな飲料です。TEA+ Matchaで日々をリラックスした楽しい毎日に。



※2017年Euromonitor調べ。日本のRTDにおけるブランドシェア基準

■ビジネスパートナーとの関わり

ビジネスパートナーとの協業

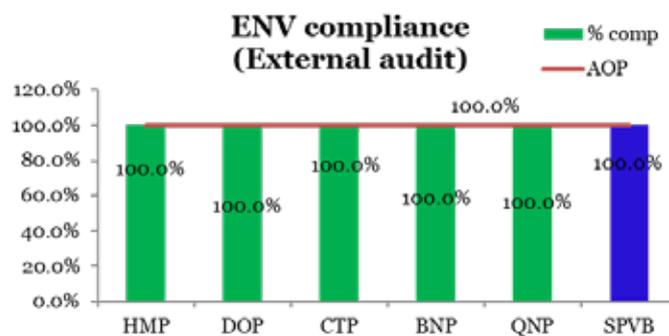
サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、すべてのビジネスパートナーと公平に接し、尊重しています。ジョイント・ベンチャーとして発足以来、サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは多くのビジネスパートナーやサプライヤーと苦楽を共に邁進してきました。いくつかのビジネスパートナーとは、ペプシコがベトナムで事業を始めた25年前から協力関係にあります。サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジとしても、ビジネスパートナーの貢献・協力には感謝しきれません。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

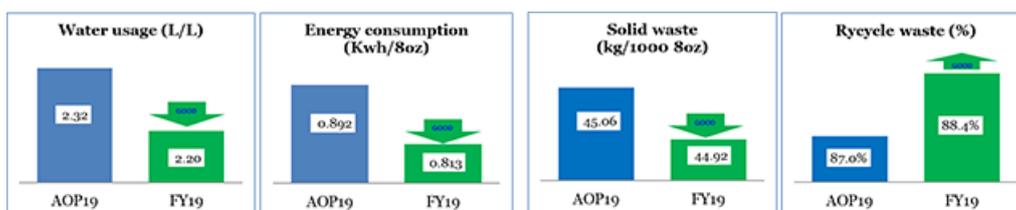
環境マネジメント

すべてのSPVBの工場がISO14001認証を取得するとともに、ベトナムの法規制に完全に準拠しています。2020年は、6つの監査が行われました。



当社は、環境の持続可能性を測る重要業績評価指標 (KPI) を立て、水の使用量とエネルギー消費量削減目標の管理をしています。KPIの数値は製造会議で毎週検討・見直しを行っています。当社の2019年の削減目標に対するKPIの達成度は以下のとおりです。

2019年の目標と実績



水の保全

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、水の保全について方針と目標を掲げています。水の使用量および排水量の削減に向け、処理工程、ボトル洗浄、定置洗浄 (CIP) での水の再利用にも取り組んでいます。

ドンナイ工場とクアンナム工場では、処理水をガーデニングや内部の清掃用に再利用しています。

水の流量を解析し、集中して管理するポイントを特定しています。

気候変動

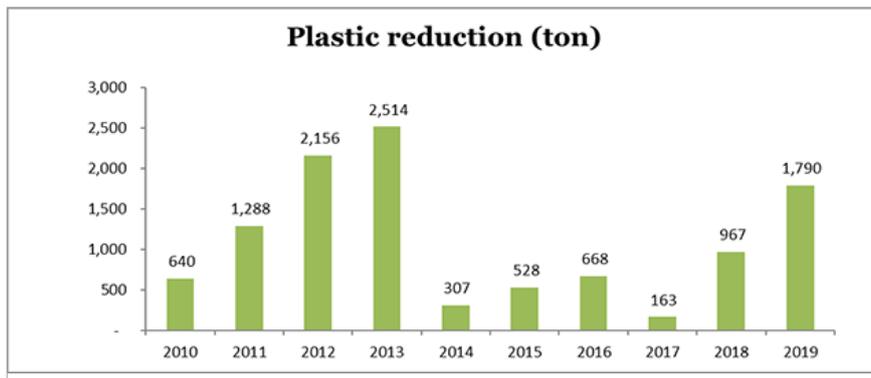
当社工場では、エネルギー使用量とCO₂排出量を計測し、それらの削減に取り組んでいます。取り組みの例として、熱回収やモーター、ポンプ、エアコンで蛍光表示管を使用、省エネ照明、オフィスでの自動タイマー使用、ブLOWERにエコオープンの使用などを行っています。

さらに、以下のような最新の技術を導入してCO₂排出量を削減しています。

- 1.2018年に、カントー工場のボイラーをバイオマスボイラーに変更し、2019年にクアンナム工場、2020年にクアンナム工場のものも交換。
- 2.2015年のバクニン工場と、2020年完成予定のドンナイ工場（1MWH）の太陽光発電プロジェクト。このプロジェクトを継続し、ドンナイ工場を4MWH、クアンナム工場を3MWH、バクニンを3MWHまで拡張いたします。
- 3.蛍光表示管の導入やすべてのパイプと設備での熱回収などの運営・システムを改善し、省エネを推進する多くの小規模プロジェクト。CO₂排出の削減できる項目を特定するために、2020年に温暖化ガス削減の監査を行いました。CO₂削減の目標として、2015年を基準に2030年までに25%削減することを目標とし、CO₂排出量を集計するシステムを構築しています。

省資源

当社の工場では、廃棄物削減とリサイクル率向上を目標として、固形廃棄物の発生率およびリサイクル率を測定しています。当社は、3R活動（リデュース、リユース、リサイクル）を徹底することの重要性を認識しています。資源を節約し、輸送時の消費エネルギーを削減するために、より軽量の容器包装を開発し（社内の生産・設計が連携して実施）、3Rを商品設計に取り入れています。また、ペットボトルのラベルの材質はPVCからOPPに、ガラスびんのラベルはPVCからACLラベルにそれぞれ変更し、環境負荷の低減と適切なリサイクルの推進につなげています。さらに工場では使用済み原料を回収し、再利用またはリサイクル用に第三者機関に売却しています。ほかにも軽量化プロジェクトを推進して、破棄されるプラスチック量を減らし、環境への影響を削減しています。



汚染防止および化学物質管理

当社は、土壌・水・大気汚染を防ぐためのあらゆる法規制の遵守を徹底しています。全工場環境影響評価を実施し、政府の承認を得ています。また、危険廃棄物管理システムを導入し、各事業所で適切な処理および廃棄を確実に実施するために、環境部門のリーダーを配置しています。

また、すべての工場の廃水処理プラントから排出される汚泥は回収され、以下のようにほかの目的に再利用しています。

- ・バイオ肥料への添加物
- ・レンガの素材の一部

また、汚泥は環境への影響を避けるため埋め立て処理をしていません。



固形廃棄物管理



廃水処理プラント

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域社会との関わり

「利益三分主義」の考え方によるCSRは、SPVBの持続可能な成長戦略の中核です。SPVBでは、教育と環境の2つを中核としてベトナム全土のSPVBの従業員が支援し、実施する奉仕活動であるHelping HandsなどのCSR活動を行っています。

次世代環境教育「水育(みずいく) : Mizuiku - I Love Clean Water プログラム」

水育は、サントリーが2004年に開始したプログラムで、2019年に15周年を迎えます。2015年にベトナムの北部で小学生に水資源保護に関する教育と、ベトナムの遠隔地に水のろ過システムを提供する活動を試験的に行いました。元々の活動内容をベトナムに合うように変えて、子どもたちの興味をそそる学びの場として再構築しました。



クアンナム工場で見学ツアーする生徒たち

2017年からは、サントリーグループとSPVBがYoung Pioneer Organizationとホーチミン中央教育審議会と協力し全国規模で展開するようになりました。

今では全国6校から90校へと規模を拡大し、25,000人の小学生が水源保護に関する教育を受けています。また、15の衛生施設と53の水ろ過システムが設置され、きれいな水を34,500人以上の人に提供しています。2019年は、水育の一環として子ども向けの絵本を作成し、水のキャラクターを使った水資源保護に関する物語を伝えました。水育は、2017年から始まったベトナム全土の子どもを対象とした試験的な活動で、2019年も教育・訓練省及びホーチミン共産青年同盟の共同プロジェクトに参加しています。

2020年は、ベトナムにおける水育の6周年となり、全国展開から4年となります。今年は現在の90校に加え、新たにランソン、クアンナム、ドンナイ、ベンチェの省の計20校が参加します。今年は、パートナーや現地の自治体の協力によりベンチェの全小学校とハノイ、ホーチミン市の小学校のインターナショナルスクールに範囲を広げ、対象の生徒数を増やしました。また、グリーン・サマーに参加する学生ボランティア向けのeラーニングクラスを導入します。



ベトナムのベンチェの水育活動
「私の町の川」に参加する生徒たち



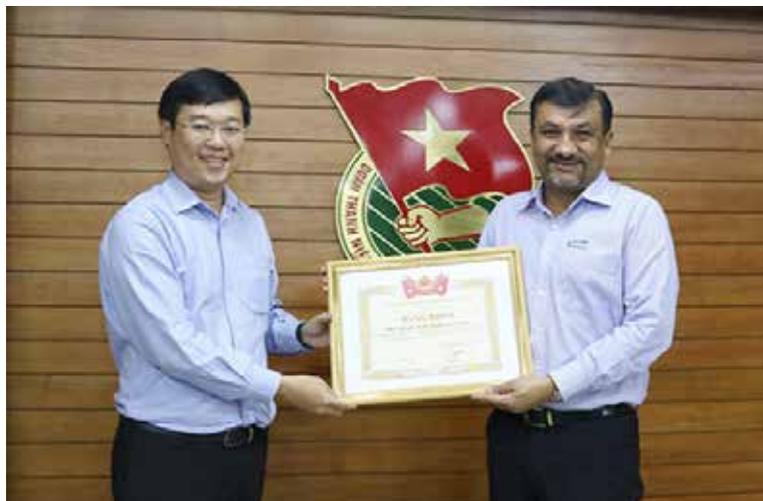
「リサイクルデー：環境を守る」に参加する生徒たち

グリーン・サマー・キャンペーン

グリーン・サマー・キャンペーンは、生徒がボランティア活動に参加できるように毎年夏にVietnam National Union of Students（ベトナム全国学生連盟）が開催するキャンペーンです。

全国から多数のボランティアの参加が参加し、地方の道路、橋、授産所の建設や修復、交通安全活動への参加、都市部でのコミュニケーション活動、大学受験支援などの活動を通じて、社会への貢献が効果的に行われました。近年のグリーン・サマー・キャンペーンの活動ハイライトは以下になります。

- ・ホーチミン共産青年同盟と3年間（2018～2020年）の戦略的パートナーシップを結束し、プラスチックのリサイクル活動における従業員な政府機関パートナーとなった。
- ・SPVBのベトナムの青少年に対する貢献をホーチミン共産青年同盟に表彰された。
- ・2018年にロンアンと2019年にバックカンのグリーン・サマー・キャンペーンの全国キックオフイベントに5,000人以上が参加。
- ・8省で19の水処理施設（クアンナム、ベンチェ、ハザン、ランソン、クアンニン、ハイフォン、クアンチ、ビンディン）
- ・9のスポーツ用具と12の遊び場（バクニン、ハノイ、ホーチミン市、ダナン、カントー、カマウ）
- ・5省で開催した5つのビーチ清掃イベントでは、参加する従業員やお客様が230人以上増え、1000人以上のボランティアが参加し、8.5トンのゴミを清掃しました。（ハイフォン、クアンニン、ビンディン、クアンナム、ベンチェ）



ホーチミン共産青年同盟の一等書記官Le Quoc Phongから賞状を受け取る元CEO & GD



クアンナムのビーチ清掃イベント2019



多くの活動に参加するSPVBとREVIVEのボランティア

Helping Hands ヘルピング・ハンズ

Helping Handsは、従業員ボランティアと募金プログラムであり、従業員に地域社会をはじめ地球全体を支援する機会をもたらすものです。このプログラムは、SPVBのコアバリューを向上し、企業風土を構築するとともに、事業と社会の両方の持続可能な成長に対する長期的なコミットメントと貢献に従業員の参加を促すため、2011年8月に立ち上げられました。従業員により集められた募金は、マッチング募金として会社も同額を寄付いたします。また、このプログラムは、従業員、地域社会、事業のすべてに対して、良い基盤になっています。2011年以降、10の「Helping Hands委員会」が組織され、5,000名以上のボランティアにより、18,000人/時間のボランティア活動が行われ、約84億VNDを使用し、山岳地域の児童向けに3つの学校、3つの家屋、3つの図書館を建設、数千名の奨学金、1,600件の眼科手術支援、公的施設の障がい者や高齢者に対するギフト贈与など、110のHHプログラムが開始されています。



バクニン工場とハノイ営業所のヘルピングハンズ委員会がソナラ（北ベトナムの山岳地）に設立した学校



ダナン眼科病院の恵まれない患者たちに笑顔と贈り物を提供
(クアンナム工場のヘルピングハンズ)

教育 — DYNAMICコンテスト

才能のあるベトナムの若者に、国内外の人々との交流や学習の機会を行えるチャンスを提供するため、SPVBは長期にわたりあらゆるリソースを活用してきました。

SPVBは、過去23年、「DYNAMIC - 未来の事業家」コンテストに参加しており、2017年からは新しく生徒たちが起業のアイデアの発案をするコンテストをホーチミン市経済大学と協賛しています。

- ・参加する大学数の増加：全国14校が参加
- ・4地域、7大学の2,000人以上の学生がDYNAMICキックオフイベント2019に参加
- ・営業・財務・マーケティング部による合同機能性トレーニング等の部門間で協力した貢献活動



ペプシコベトナムの副社長及びセールス担当の
Mai Quang Vinhのトークショー



SPVBのマーケティング担当専務取締役Nguyen Xuan Linh Trangによる
マーケティング研修



Blocky (UEH) : Dynamic 2019優勝チーム



シンガポールのSBFAオフィスを訪問する
Dynamic 2019優勝チームのベトナムの学生たち

SPVBゴルフ大会

SPVBゴルフ大会は2001年に組織された、会社の成功に助力したビジネスパートナーや友人に感謝を伝えるためのイベントです。2007年からは、貧困に苦しむ人を支援する目的の募金イベントとして組織されており、今年で16年目を迎えます。毎年開催されるSPVBフレンドシップチャレンジ・ゴルフ大会は、大事なお客様、ビジネスパートナー、友人、そして地域に感謝を伝えるとともに、利益を共有するイベントです。2007年から2015年の間に本大会で集めた募金は、380の心臓手術、40の奨学金、数千の孤児院の子どもたちやお年寄りへの新年祭の贈り物、30人の優れた障がい者スポーツ選手の支援、6つの医療施設、28戸の家、4つの保育園と2つの医療施設の建設に使われました。2016年と2017年だけでも17億ベトナムドル近くを集め、5つの学校とベンチエ省の島地域の6箇所に浄水施設を建設して、4,000人の地域住民と子どもたちにきれいな水を提供、また74の水ろ過フィルターを提供し、7つの学校の生徒1,600人と、毎年ロンアン省タンチュウ県の2つの医療施設で年間約7,000人の患者にきれいで安全な飲料水を提供しています

SPVBゴルフ大会2018と2019で、SPVBとホーチミン市のPoor Patient Sponsor Associationの協力で、28億ベトナムドルを超える募金を集め、同団体に寄付されます。この募金は、ベンチエ省の生徒たちに清浄な水を提供するプロジェクト「小学校にきれいな水」に使われます。



2019年SPVBゴルフ大会にて、SPVBのJahnzeb Khan CEOが集めた募金をホーチミン市のPoor Patient Sponsor Associationに贈与

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員

多様性

サントリー ペプシコ・ベトナム・ピバレッジは、現地採用と国内労働力の開発を推進しています。加えて、当社はダイバーシティを尊重し、従業員と経営層の啓発を行っています。経営における重要業績評価指標の一つは、女性の雇用比率です。この指標は、ベトナム全体で重要と考えられています。

人材開発

サントリー ペプシコ・ベトナム・ピバレッジは、事業の成長に従業員の成長を継続的に支援することが不可欠であると考えています。従業員がそれぞれの役割を果たし、事業に貢献するにはそれに伴った能力を得るために、リーダーシップトレーニング、一般スキル、専門スキル等のバランスのとれた教育を提供しています。毎年、60～70回のワークショップを開催し、1,700人以上がワークショップに参加しています。



ワークショップのほかにも、ランチで勉強、社内トレーナークラブ等を通して学び、知識を共有する機会を提供しています。

2015年7月からは、表彰制度を導入し、e-kudos (e-称賛) というオンラインで称賛する制度を導入しました。この取り組みは、ライン管理者と従業員に高く評価され、毎年約1,000件のe-kudosが贈られています。



社内トレーナークラブ

タワー・ワトソンが主催する、99%を超える回答率を得た2017年の健康調査では、SPVBは16のカテゴリー中、給料・福利、経営、事業効率、業績管理など8のカテゴリーでベトナム国内平均より高いスコアを記録しています。特に、調査の重要な要素であるサステナビリティへの参画のカテゴリーでは、ベトナム国内および飲料業界の平均を上回り、従業員の会社への帰属意識を表しています。

ワークライフバランス

健全なワークライフバランスを推進させるために、サントリー・ペプシコ・ベトナム・ピバレッジは、柔軟性のある勤務時間を管理職クラス以上に提供しています。フレックスタイムに加え、1歳未満の幼児を抱える女性従業員は育児のために勤務時間を短縮することができます。過度な残業を防ぎ、自宅勤務制度も取り入れています。さらに、SPVBではチーム構築やチーム旅行等のチーム活動の促進に加え、スポーツプログラム、健康食の日や健康な生活スタイル促進キャンペーンなどの健康増進活動を行い、従業員とその家族の意識を健康維持と予防的健康管理に向けてようしています。



安全衛生

サントリー ペプシコ・ベトナム・ピバレッジにとって、従業員の健康と安全は優先事項の一つです。2019年は、多数の安全に関するプロジェクトやプログラムを全工場とオフィスに導入しました。これらの取り組みにより、労働環境を改善するとともに、従業員の安全に対する意識や技術を向上させました。

1. 2019年安全キャンペーン

2019年2月に、営業部の全従業員が参加した2019年安全キャンペーンを立ち上げました。このイベントでは、ニアミスレポートや3人チームによる安全に関するチーム対抗戦等が行われます。全国大会の最終戦は11月にハノイで行われ、安全活動の節目として成功を収めました。



2. 営業部と本社の全社員向けディフェンシブドライビング教習プログラムと安全運転ワークショップ

ディフェンシブドライビング教習は、SPVBとホンダベトナムが導入する特殊な教習プログラムです。このプログラムは、従業員に安全運転、危険な状況への対処を教えるとともに、事故の回避や交通法遵守の意識を高める事を目的としています。2019年は、4月4日から8日の間に本社を含む全ての拠点で開催されました。



3. オンライン安全クイズプログラム

オンライン安全クイズプログラムは、従業員の安全に関する知識と意識を高めるために作成されました。2019年11月に営業部の全従業員を対象に行われ、全ての対象者が参加しました。



4. 代理店向け倉庫安全訓練プログラム

2019年5月から8月にかけてSPVBのを対象とした倉庫安全訓練プログラムを行い、代理店の倉庫の安全に対する知識と意識を高めました。品質保証、品質管理、広報、営業、安全衛生などの多くの部署が連携し、様々な実用的な知識をベトナム内の代理店に提供しています。



5. 従業員向け健康カウンセリングプログラム

このプログラムは、SPVBの従業員の健康にとって重要な取り組みです。実用的で重要な知識、アドバイスを営業部と本社の従業員に提供することを目的としており、2回の実地開催とオンラインで行われています。11月と12月に全社の営業拠点で行われています。



6. Safety Deep Drive (SDD)

サントリー MONOZUKURI エキスパート (SME) の安全エキスパートは、安全に関する豊富な知識で作成した2019年のロードマップとアクションプランを通してSPVBをサポートしています。サントリーとSPVBの経営層のリーダーシップと管理により、改善点とサントリーの安全衛生システムとのすり合わせを行いました。主な目標は以下です：

- トレーナー教育：EHSM teamチームが日本にあるサントリーのトレーニングセンターに行き、リスク分析、危険予知、安全に配慮した機械設計、見える化、コミュニケーションなどの教育を受けました。その後、学んだ内容をベトナムに戻りSPVBの工場で導入しました。
- 現場活動：SMEとSBFがSPVBの5つの工場に訪問して現場を観察し、潜在的な危険や状態に関するフィードバックを行いました。
- 工場のエンジニア向けの安全な機械設計の講習は、SMEがベトナムに訪問した際に行うだけでなく、工場長、EHSマネジャー、SHEQ専務、SPVB経営陣とSBFAが参加する毎月のSDDオンライン会議を通しても行われています。



7. 安全トーク

安全トークは、毎月生産マネジャーが開催する30分ほどの短いミーティングで、1つのトピックに関して話し合われます。2019年に全国安全衛生チームが発足したこの新しいプログラムは、従業員に安全に関する知識を簡単に覚えやすく伝えることを目的としています。徐々に安全意識を高め、安全を日々の業務の優先事項とさせるようにしています。簡単に従業員の活動に導入できるように、天気のようにみんな興味があり話しやすいトピックを優先しています。2019年9月に始まったこのプログラムは、毎月行われる定期イベントとなりました。グループや部署によっては、安全やその部署の状況についての報告を行っています。2019-2020年の年間スケジュールを従業員に伝えており、見本となるように活動する意識を高めています。



8. ニアミス

ニアミスは、少し状況が違うだけで事故などになってしまう予測ができないできごとです。多くの安全活動は受動的で、問題が発生してから再発防止の対策をとっています。ニアミスは、事故がおこる前に発生しますが、けがや破損などの被害が無い場合は対応されないことがほとんどです。

SPVBでは、従業員に危険な状態や行動を含む、ニアミスを報告することを推奨し、KPI（ミス/月）で管理しています。また、ニアミス報告の質を保証するため、ニアミスを量ではなく、95%以上のニアミスに対応するとしてKPIにしています。

ニアミスの報告は、従業員の安全を大幅に向上するとともに、会社全体の安全文化を高める取り組みだと認識しています。このように、些細な点でも報告をすることで、大きな事故を防げると考えております。

9. 現場リーダーシップ

現場リーダーシップは、工場マネジメント層が現場の実態を把握するとともに、そこで働く従業員と接点をもつ日々の管理業務です。マネジメント層は、この活動を通して報告と実態が一致しているかを確認できるとともに、従業員との一体感を高めることができます。2019年は、SPVBのCEO、Exomや役員等のトップも参加しました。この活動は、安全規則を破りやすい夜間シフトでも行われています。危険な行動をとっていると即座に止められ、必要に応じて指摘を行います。これにより、会社の安全文化を高めています。この現場システムは、5つの工場に水平展開されています。



標準作業手順ベンチマークテスト

SPVBの標準作業システムを改善するために、SBFA、シンガポール、タイ、インドネシアなどにおけるサントリーの他工場の標準作業手順と照らし合わせて評価するベンチマークを全国安全衛生チームが作成しました。これは各国のグッドプラクティスや標準化に関して学ぶまたとない機会であり、それぞれの長所を取り込むことができました。SPVBのトップマネジメントの後押しを受け、それらの内容を従業員やビジネスパートナーに意識付けています。作業許可書、高所作業、ロックアウト・タグアウトなどの作業を中心としています。

10. 安全委員会議

SPVBでは、各委員の役割や責任を明確にした工場安全委員会を設置しています。委員は、工場と安全関連部門から構成されています。工場長が議題を詰める本会議は毎月開催され、前回からの持ち越し議題、法令順守、安全衛生KPI、危険な行動や労働環境、改善点、改善案などに関して話し合われます。

他にも、SBFAとSPVBのトップマネジメントにより構成される安全方針委員会も行われ、全工場の安全文化の現状を検証しています。



11. 安全訓練

安全訓練は、安全文化を定着させる上でとても大切です。安全訓練コースが法令で要求されており、訓練や分析を通して学ぶ機会となっております。SPVBでは18のトピックスを設定しており、教育資料も作成しています。また、全国安全衛生チームが、トピックスと職種の安全訓練システムを作成しています。このシステムにより、34のコース、期間、トレーナー、資料を各職種向けに用意しています。このような明確なガイドラインとシステムにより、教育をしやすくなっています。

Frucor Suntory

フルコア・サントリー

本社所在地 86 Plunket Ave, Manukau, Auckland 2104,
New Zealand

事業内容 清涼飲料の製造・販売

ホームページ <https://frucorsuntory.com/>

frucor SUNTORY

会社概要・理念

総合清涼飲料メーカーであるフルコア・サントリーは、エナジードリンク、果汁飲料、ミネラルウォーター、スポーツ飲料、昆布茶、乳飲料など、さまざまなタイプの飲料を提供しています。フルコア・サントリーのブランドは、ニュージーランドとオーストラリアの家庭で親しまれ、確かな地位を確立しています。このように市場から支持をいただいている理由の一つは、従業員全員が共有している価値観とその企業風土にあります。"Together" (一緒に)、"Go for it" (やってみなはれ)、"Make a difference" (変える) —これらの価値観と、私たちの行動原理である"hungry to make drinks better" (よりよい飲料を求めて) を全員で実践することで、私たちは市場において独自の地位を築くことができていると考えています。

主なサステナビリティ活動

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■品質への取り組み

品質管理と食品安全性の確保を徹底

フルコア・サントリーの工場は、HACCPやNational ProgrammeからISO 9001/ISO 22000まで、多岐にわたる国内や国際的な食品の安全性や品質管理プログラムに沿って運営されています。また、製品の有機性を裏づける認定も受けています。

委託製造業者に対しては、専門チームが監査を行い、当社が従う基準と同じ品質基準に適合しているかを確認しています。



「KAIZENプロジェクト」を継続

フルコア・サントリーは「あらゆる部門で無駄を省く」という方針を掲げて全社で活動しています。工場での製造工程における「5S (整理・整頓・清潔・清掃・しつけ)」ならびに「生産性向上プログラム」の実施は外部表彰の対象にもなりました。また、製造、品質、物流、研究開発、財務、IRなど各部門で「KAIZENプロジェクト」を行っています。当社では、10年にわたり、整理、整頓、清潔、清掃、躰けの5Sを実践し、また製造スタッフのほとんどがニュージーランド資格省 (NZQA) の競争生産レベル2の資格を得ています。最近では、生産性改善プログラムでの競争要素を向上するとともに、17名の従業員がシックスシグマ・グリーンベルト、2名の従業員がブラック・ベルトの解説者としての資格を取得しました。毎年、フルコア・サントリーの工場では800を超える改善アイデアが実施されています。こうした継続的な改善に向けた当社の意欲により、2015年、サントリーの世界改善フォーラム(WKF)での初代受賞会社となりました。2016年には、ニュージーランドのオークランドで、フルコア・サントリーが第2回のWKFイベントを主催しました。

この4年間に、さまざまな部門 (R&D、品質、製造、エンジニアリング、HR、ファイナンス) の37人がグリーンベルト (持続的向上) プロジェクトを修了しました。2019年の修了に向けて、さらに10人の候補者が受講中です。また、2名のスタッフがブラック・ベルトに認定されています。2018年には、15名が2日間のイエロー・ベルトコースを修了しましたが、2019年はさらに2つのプログラムの修了が予定されています。



よりよい飲料を求めて

「hungry to make drinks better (よりよい飲料を求めて)」は、フルコア・サントリーの事業全体に掲げられた目標です。この目標を元に私たちは「better for you (お客様にとってよりよい)」なより優れた商品づくりを行っています。

私たちは今後、低糖、無糖の製品がグループの成長の半分以上を占めるようにすることを約束し、2030年には販売する製品の三分の一の飲料を低糖、無糖にしていきます。

2018年には、Amplify kombucha (100mℓあたりの砂糖含有量1g未満)と砂糖と人工香料を含有しないNZ Naturalスパークリングフレーバーウォーター、砂糖なしのPepsi Max Vanillaの販売を開始しました。またOVIの成分を見直し、砂糖を50%減らして100mℓ中2gとしました。OHソーダも砂糖を100mℓ中2g未満にしました。さらに、V Pureの砂糖も10%減らしました。

当社ではすでに「% Daily Intake Energy」アイコンを使ったHealth Star Rating食品表示スキームを採用しており、砂糖で甘味を付けた飲料の学校での販売を自粛しています。保健省のHealthy Kids' Pledgeの一環で、小学校と中学校に販売しているのは水だけです。中学校には砂糖で甘味を付けたソフトドリンクや栄養ドリンクの直接販売は行っていません。

フルコア・サントリーは天然植物由来の甘味料であるステビアを世界で初めて使用した飲料企業の一つです。ステビアはフルコア・サントリーの多くの飲料で砂糖の代わりに使用されています。

お客様との関わり

フルコア・サントリーは、互いに相手を尊重する姿勢で、お客様に接しています。それがお客様との非常に良好な関係を築き、常に業界最高の企業として認識していただくことにつながっています。

優れたサービスの提供に貢献したと高く評価され、ドミノ・ピザオーストラリアとドミノ・ピザニュージーランドの2018年ビジネスパートナー賞を受賞しました。また、オーストラリアの営業チームは、V DeadpoolがBPの新商品賞を受賞、ニューサンライズグループの大会にて飲料・エネルギー部門でサプライヤー賞を受賞、AACS Convenience Leaders' Summitで飲料サプライヤー賞を受賞するなど、業界から多数の賞を受賞しました。

ビジネスパートナーとの関わり

できる限り地元産の原材料やサービスを調達するようにしていますが、一部は、要求を満たすために海外から調達しています。フルコア・サントリーは、すべての調達先に対し、従業員の待遇に関する社会的基準の遵守や地域の環境方針・規格の遵守を要請しています。フルコア・サントリーが調達するすべての原材料は、フルコア・サントリーの品質規格への適合を保証するため、厳格な原材料確認検査と調達先での製造工程検査を受けています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

環境方針

フルコア・サントリーは、世界と私たち自身のエコロジカルフットプリントの管理と低減に努めています。

私たちの2030年目標：

- ・埋め立てゼロ
- ・カーボンフットプリントの35%削減
- ・水使用量の20%削減

廃棄物削減とリサイクルを推進

廃棄物削減を重点項目と位置づけ、さまざまな取り組みを推進しています。また、フルコア・サントリーは、ニュージーランドとオーストラリアの複数の業界団体に所属し、公共の場所やイベント会場でのリサイクル活動、包材設計の改良、容器リサイクルに関する地域を基盤とした研究開発への資金提供など、廃棄物排出量の削減とリサイクル率向上への取り組みを推進しています。フルコア・サントリーの環境改善計画は、リサイクル率向上とエネルギー・水使用量を大幅に削減することを目標にし、体系的にサステナビリティに取り組んでいます。

優れたパッケージのデザインにより、パレットにこれまでより20%も多く商品を積載でき、フルコア・サントリーのトラックが減ることで環境への影響も減らす事ができます。



エネルギーと水資源を有効利用

フルコア・サントリーは、オーストラリアとニュージーランドでCEMARS認定を受けている数少ない企業の一つです。CEMARSとは Certified Emissions Measurement And Reduction Scheme（排出量測定削減認証制度）の略で、炭素排出量を積極的に管理して削減している企業を認証する国際的な認証制度です。

フルコア・サントリーでは、CO₂は、製造などのわかりやすいものから、目立たないものまで多くの排出源がありますが、CO₂の排出量を抑制するための対策を取っています。この18ヵ月間、環境コンサルタントと協力しつつ、炭素排出量の正確な測定や、排出量の削減のための新しい方法を探求してきました。これらの取り組みのおかげで、外部監査の要件に適合しつつ達成可能な、環境への影響を軽減するための目標を設けました。

当社のサプライチェーンチームは、エネルギーと水の使用量削減を推進しています。新しい技術への投資や削減に貢献する習慣をつけることによって、エネルギー原単位で12%、水の使用量で9.2%を削減しました。

ロジスティックチームも、CO₂の排出量全体を削減するために複数のキー・プロジェクトを実施しています。例えば、オーストラリアのビクトリア倉庫の照明をLEDに変更したことや、ニュージーランドのクライストチャーチ倉庫の最適化（10,500 kmの削減）、コンテナや運送効率の向上（40,000 kmの削減）などがあります。



エナジードリンク「V」のライン

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地元企業との関わり

フルコア・サントリーは、OzHarvest、Foodbank Australia、Surf Lifesaving NZ、Books in Homesなどのオーストラリアとニュージーランドのさまざまな団体と協力し、コミュニティ貢献活動を行い、従業員の地域ボランティア活動を支援しています。

また、2006年に砂糖が多く入った炭酸飲料やエネルギー飲料を小中学生に提供しないという自主協定をニュージーランド保健省、教育省と締結しました。2017年にはさらに関係を密にし、小学校と中学校では水だけしか販売しないことに合意しました。これは、ニュージーランド飲料評議会が、政府の子供の健康を意識した産業宣言への賛同を示しています。

従業員ボランティア活動

フルコア・サントリーは、従業員のボランティア活動を支援しており、従業員が定期的にOzHarvestやKiwiHarvestのコミュニティ貢献活動に参加しています。

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

労働安全衛生を推進：変革への道

当社は何をやるにあっても、人をその中心に置きます。当社のスタッフが、毎日、家族の元へ健康のまま、安全に帰れることが私たちのビジョンです。

このビジョンを実現するために、スタッフリーダーが、健康、安全、優れた業績を醸成する環境作りを推進しています。また、スタッフリーダーは、健康と安全の向上のため、周りとの対話を通して業務におけるリスクを把握し、リスクを減らすための取り組みを行っています。

安全衛生委員会のネットワークのほかにも、従業員選抜の健康・安全担当者70名が従業員の代表として活動しています。健康・安全担当者が会議に参加することで、改善案が実際の業務状況を考慮したものになります。

当社の安全衛生管理システムは、私たちの思いやビジョンの実現を可能にするツールやプロセスであり、健康と安全はすべての業務上の判断や計画において重要な要素です。健康や安全に関する法規や業界基準の遵守は最低要件であり、それを超える基準を目指して取り組んでいます。



オークランドの配送センターの従業員たち

研修と能力開発で従業員の成長を支援

フルコア・サントリーは、素晴らしい人材を確保していることを誇りに思っています。リーダーシップを重視して人材を育成すること、全従業員とビジョンおよび戦略を共有することに重点を置いています。グローバルな視野や競合に勝つための思考を従業員が身につけることを応援するフルコア・サントリー独自の社風が継承されています。



Beam Suntory Inc.

ビームサントリー

本社所在地	222 W. Merchandise Mart Plaza, Chicago, IL 6065 USA
設立	2015年5月（ジムビームブランドとしては1966年11月）
事業内容	バーボン・ウイスキーをはじめとしたプレミアムスピリッツの 製造・販売
ホームページ	http://www.beamsuntory.com/



会社概要・理念

人と人のつながりをインスパイアする

ビームサントリーは、世界で最大の規模を誇るプレミアムスピリッツ会社です。「Growing for Good」をビジョンに掲げる当社は、人と人とのつながりをもたらすことを使命としています。

業績の目標としては、世界で最も魅力的で成長の早いプレミアムスピリッツ会社になることです。有名ブランドの構築をはじめ、有利な市場の構築や獲得、成長を促すために、ビジョンを行動に移す戦略を通じて、持続可能な成長を目指します。

主なサステナビリティ活動

■CSR理念

「Growing for Good」ビジョンによるCSR戦略

よき企業市民であり、社会への責任を果たすことは、ビームサントリーの中核をなすものです。ビームサントリーは、親会社、お客様、消費者、ビジネスパートナー、従業員、コミュニティなど様々なステークホルダーの皆様に貢献し、成長し続ける会社です。そして、私たちの商品・コミュニティの基礎をなす貴重な資源を守るというサントリーの伝統を共有しています。

ビームサントリーのCSRプログラムは3つの領域（水と環境の保全、従業員が住み、働くコミュニティへの支援、私たちの商品の責任ある消費の普及）に注力しています。これらを実現するために、時間、資源、エネルギーを注いでいます。これらを重視するのは正しいことというだけでなく、私たちにとって企業としての価値であるからです。

自然と響きあう ～環境～

■自然環境に対する取り組み

水資源の管理

水は最大の原材料です。この貴重な天然資源を守るため、水域保全活動を行っています。ビームサントリーは、水ストレスが高い地域を中心に、継続的に全世界の生産拠点の水使用量を減らす活動を続けています。また、ナチュラル・ウォーターサンクチュアリの展開にも力を入れております。

今後も、引き続き水とエネルギー使用率および廃棄物埋立処分量の削減に努めます。過去10年の環境負荷削減に関する技術とシステムへの投資額は6,000万ドルになります。効果的かつ効率的な天然資源の活用は、私たちの生産拠点の長期的な成功のために重要な要素です。当社は、コジェネレーション技術の活用、廃棄物削減・リサイクル、生産拠点における水使用量削減など様々な取り組みを通して環境負荷を減らしています。

水源の保全

水資源保護を目的とした活動

当社は、半透性沈殿物制御構造、回収池、調整池などを活用して、水の流出、土壌侵食、水質の悪化を防ぐなどの雨水、地下水、地表水の源泉を守る活動を行っています。

水使用量、排水量削減

水使用量と排水量の削減は、当社の重要課題です。いくつかの生産拠点では水を再生する高度なシステムがあります。

ビームインディア: 機器の洗浄に使った工業用水を濾過、再利用することで、水の使用量と排水を削減しています。また豪雨などで地中に吸収される水を減らすため雨水を回収し、再利用しています。

ビームサントリーメキシコ (カーサ・サウサ社): 高度な水再生システムにより処理水の質が大幅に改善されました。拠点のコンポスト事業で再利用し、また、地域の消防署で消防車や消火設備にも再利用されています。

セント・クロイ島、バージン諸島: 高度な水再生システムによりプロセス用水を再生し、拠点内で再利用しています。これにより水の使用量と排水量が大幅に削減されます。メーカーズマーク工場でも2015年に同様のシステムを導入する予定です。

ナチュラル・ウォーターサンクチュアリの設置

メーカーズマーク・ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ

優れたバーボンは、良い水から始まります。メーカーズマーク・ナチュラル・ウォーターサンクチュアリは、水を濾過する土地を守る事を目指しています。蒸溜所の33エーカーの土地で行われるこの保全プログラムは、アメリカンホワイト・オークを含む植物の質とチャスジアメリカムシクイやズアカキツツキ等の在来種の生息地としての質の向上を目指しています。そして結果的に、より良いバーボンを作るために必要な地下水とその質の保護するためです。

バーンハイム・アーボリータム&リーサーチフォレストとの連携

ジムビームは、バーンハイム・アーボリータム&リーサーチフォレストと協力して、ジムビーム蒸溜所のすぐ隣にあるバーンハイム・アーボリータム&リーサーチフォレストが所有する15,625エーカーの土地の中にナチュラル・ウォーターサンクチュアリを設立しました。

この連携を通して私たちは、水質維持、野生動物の保護、在来種の植物や木々の復活などに取り組んでおり、環境教育の工場、水源保護計画の改善、上質な水の確保に関して共同することに対して長期的な合意に至っています。

省エネへの取り組み

ビームサントリーは、継続的に全世界の生産拠点のエネルギー使用率削減を目指しています。また、使い捨てのプラスチックの使用の削減にも取り組んでいます。以下は各地域で行われている取り組みの一部になります。

クレアモント、ケンタッキー州「ジムビームアメリカンステルハウス」: 米国グリーンビルディング協会よりLEED (Leadership in Energy and Environmental Design) のゴールド認証を取得しました。

フランクフォート、ケンタッキー州: ボトル詰めエリアと加工エリア全体でLED照明を使用し、照明の質を向上するとともに、エネルギー使用量とコストを削減しています。

ディアフィールド、イリノイ州: 全世界のオフィスで最新のWeb会議や印刷技術を活用してエネルギー消費量を抑えています。本社では、共同のワークスペースを設けています。特色ある施策としては、日光を感知して自動的に調光する照明があります。

本社、シカゴ、イリノイ州: グローバルヘッドクォーターとその他のオフィスでは、消費エネルギーを減らすために最新のWeb会議や印刷技術を導入しています。ヘッドクォーターは、オープンフロアと共有作業スペースを採用しています。歴史あるマーチャングイズ・マーケットにあるLEED認証の建物であるオフィスでは、自然光照明を導入しています。LEEDは、建物の省エネ性能、設計、建設、運営を評価するアメリカで有数のプログラムです。また、室内の自然光の強さによって自動消灯するエネルギー効率の高いLED照明も導入しています。**ワシントンDC**: ワシントンDCにあるグローバルパブリックアフェア室は、LEED認証を受けた建物内にあります。

マドリード、スペイン: マドリード市初のサステナブルオフィスビルです。外部からの騒音を最小限に抑え、ソーラーパネルや遮熱性のあるメタリックの外壁により省エネ効果を最大限に高めています。また余ったエネルギーをビル内でやり取りできるシステムも備えています。

マドリード、スペイン: 当社のオフィスビルは、マドリードで初めての持続可能性ビルでした。外部の相応は最小限に抑えられ、省エネはソーラーパネルや外部壁の断熱鉄パネルにより最大限行っています。また、余剰エネルギーはオンサイトシステムにより活用されています。

生産現場における節水と省エネ活動

コニャック、フランス：クルボアジエは、生産量の半分以上の輸送（コニャックからルアーヴル）をトラックから電車での輸送に切り替えています。トラックから電車への切り替えにより、温暖化ガス排出量が約92%、年間763トン削減されました。

ケンタッキー事業

ケンタッキーでは、全てのバーボン用の樽を効率的に再利用しています。多くは再利用されますが、一部は家具やその他の木製品に加工しています。バーボンの樽は持続可能なホワイト・オークの木材からできています。サプライヤーもホワイト・オークの持続可能な調達に積極的に協力しています。ケンタッキー州クレアモントのジムビーム蒸溜所では、近年石炭から天然ガスに切り替えました。

当社の蒸溜所では、使用済みの穀類を家畜の飼料等に効果的に再利用しています。また、水処理段階で生じるバイオソリッド（汚泥）も再利用しています。

また、ビームサントリーと、ビームサントリーが使っている樽を生産している会社Independent Stave Companyは、共同でケンタッキー州とミズーリ州の伐採者に持続可能性に関する啓発活動を行っています。

ジムビームアメリカンステルハウス

「ジムビームアメリカンステルハウス」は、LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) のゴールド認定を取得しています。この認定は、リーダーシップ、革新性、環境保護、社会的責任で優れた実績のある施設のみが取得できます。「ジムビームアメリカンステルハウス」における環境の持続性性能には以下のような特長があります。

- ・25%にリサイクル建材を使用
- ・節水型の設備、蛇口、水洗トイレにより水使用量を年あたり50%削減
- ・79%の建築廃材がリサイクルされ、埋立処分を回避



テキーラ、メキシコ：メキシコのカサ・サウザでは、廃棄物の99.8%をリサイクル・再利用し、年間平均47,000m³を埋め立て処理に送らずにすんでいます。アガベ（テキーラの原料）の繊維は回収され、コンポストにしています。このコンポストは、土壌の水を保ち、新しいアガベの栄養となります。

セゴビア、スペイン：暖房と電力発電プラント（コジェネレーション・プラント）に天然ガスを使用しています。発生した熱と電力は、蒸留段階で使われ、余剰の電力は地元の電力会社に売却しています。このコジェネレーションプロセスは、熱と電力を別々の施設で行うより30%も効率が良いことが結果としてでています。

資源の有効利用

ビームサントリーは、廃棄物埋立量およびリサイクル・再利用率をモニタリングし、報告しています。今後も、生産資材、製品の包装・容器のリデュース、リユース、リサイクル活動に努めます。

容器の3R

「ビームサントリー・デザイントゥバリュー（Design-to-Value）チーム」は、製品デザインを向上させながら包装材を減らす方法を追求し、最終的にお客様にも環境にも、よりよい影響をもたらすことを目指しています。このチームの成果としては、より軽量のボトルデザイン、ガラス容器からポリエチレン樹脂容器への切り替え、無駄な段ボール・包装材の廃止などがあります。これらにより、包装資材量が削減され、合計コストと環境への負荷が削減されました。当社はリサイクルと再利用活動も推進しています。アイルランドのクーリー蒸溜所は、法的義務によって包装資材廃棄物の回収・リサイクル資金を拠出する企業をサポートする包装コンプライアンス制度「REPAK」のメンバーです。

また、カーサ・サウサ社は2014年に「メキシコ・ベストリサイクル・ストックウェアハウス」を受賞しました。

従業員への環境教育

当社は、持続可能な環境ボランティアに従業員が積極的に参加することを推奨しています。従業員はBIER (Beverage Industry Environmental Roundtable) 等の大きな業界団体や、小さいローカル団体、ケンタッキー・サステナブル・スピリットやケンタッキー・エクセル等のプログラムに参加しています。また、ケンタッキー大学やケンタッキーの水資源研究所等の教育・研究機関と連携して、従業員、学生、教授と一緒に研究・学習・研修し、水に関する環境問題に対応する技術交換を行っています。当社の従業員は、私たちが働き、住むコミュニティに対して、これからも意味のある貢献を行い続けます。これらの活動を評価しており、毎年行われるVision Into Action (VIA) Awards 等を通して従業員を表彰しています。

汚染防止と化学物質の管理

当社は、グローバルな規格に基づいた安全データシートに従って、有害化学物質の安全な使用、保管、輸送を管理しています。また、カーサ・サウサ社はAMOCALI（民間組織）とSEMARNAT（環境天然資源省）による「クリーンフィールドプログラム」に参加し、農薬の安全な使用と容器のリサイクルを心がけています。

生物多様性保全を目的とした活動

シカゴ

ビームサントリーは、シカゴ川を人、植物、動物のために改善する活動を40年にわたって行ってきた団体Friends of the Chicago Riverとパートナーシップを組みました。このパートナーシップは、地域の水路の保護・保全を中心として、定期的に従業員がボランティア活動に参加するものです。シカゴのオフィスでは、ストローの使用を止め、オフィスの食べ物や飲み物に使い切りのプラスチックの使用をやめようとしています。

ケンタッキー

ジムビームは、いくつかの河岸復活プロジェクトをケンタッキー州で成功させました。これらのプロジェクトでは化学物質を使わず、バイオテクノロジーを使っています。蒸溜所は、ケンタッキー州大学ともパートナーシップを組んで、河岸保護計画を企画しており、河岸の作成と広範囲の湿地帯の保護をしています。

ケンタッキー保全パートナー企業賞

メーカーズマーク蒸溜所は、620エーカーの敷地の一部を自然保護地区、自生植物保護地区と指定したことにより、野生生物と環境に良い影響を与えた企業として認められ、ケンタッキー州魚類・野生生物局長から「ケンタッキー保全パートナー企業賞」を授与されました。

ケンタッキー州環境保護局と環境保全プログラムを実施

ケンタッキー州にあるビームサントリーの全拠点が「ケンタッキーエクセル」メンバーとして活動。毎年従業員が主導する環境チームが自主的にいくつかの環境プロジェクトを展開しています。

自然と共生する工場で従業員の環境チームが活躍

メーカーズマーク蒸溜所の環境チームでは、敷地内に鳥の巣箱を設置したり、在来種の植物を植えたり、ケンタッキー野生生物局と協働で生物多様性の維持と生息地の改善のための活動を推進しています。

工場周辺に生息するハクトウワシの営巣を従業員がサポート

ケンタッキー州にあるブッカーノー工場周辺には、ハクトウワシが生息しています。工場の従業員たちは、ハクトウワシのために、繁殖期ごとに営巣づくりを手助けしています。また、ブッカーノー工場の樽貯蔵庫では、メンフクロウの巣箱を設置するなどし、絶滅危惧種の保護に取り組んでいます。

野生鳥類とミツバチの保護

当社のアードモア蒸溜所（スコットランド）は英国鳥類保護協会のスポンサー企業になっています。以前は「東スコットランドシーイーグル回帰プログラム」に協賛していましたが、2013年から同協会ネイチャーオブスコットランド賞の「スピーシーズチャンピオン賞」部門のスポンサーをしています。また、ジムビーム蒸溜所やメーカーズマーク蒸溜所は、野生鳥類の保護活動を行っています。両蒸溜所はいろいろな種類の鳥やコウモリの巣箱をつくり、維持しています。クルバジェ蒸溜所は、ミツバチの保護を支援しています。（年間ミツバチの巣箱2つ-1150m²の花畑に参加）



自然豊かな工場周辺



環境チーム



社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

従業員のボランティア活動

従業員の職場や住まいのある地域で、さまざまな慈善活動を行い、コミュニティをサポートしています。環境保全、災害時支援、ユナイテッド・ウェイ（※共同募金の団体）、ヘルスリサーチ、高等教育、文化施設など、コミュニティが必要とする重要な貢献活動に資金面で大きな援助をしています。ビームサントリーは、2019年に「Together for Good」という世界中の全拠点でボランティアに取り組む日を設定しました。最初の年は、拠点周辺の水源の保護・保全をテーマとしています。

ケンタッキーのチームは、ユナイテッド・ウェイと連携し、年度を通じた州規模の募金活動を行っています。この活動は、各地域コミュニティにとって最も重要な活動を支援するものです。ビームサントリーの従業員のケンタッキー・ユナイテッド・ウェイへの募金は、会社のマッチング募金を含み、過去12年で180万ドル以上となりました。

また、ビームサントリーは従業員の慈善活動を支持します。「ビームサントリー・ケアズプログラム」では、全従業員に、年2日間の有給休暇を取り、彼らの選んだコミュニティで奉仕活動をすることを奨励しています（全員が参加した場合の合計活動時間は年72,000時間以上になります）。また、従業員が米国で集めた寄付金と同額を寄付しております。

Growing for Good委員会

当社の従業員は、常に地域社会に還元する方法を探しています。一部のオフィスでは、従業員の地域貢献に対する熱意を形にするために、ボランティアの機会、募金等の活動に参加する機会を提供するGrowing for Good委員会を設置しています。

被災者支援活動

近年、自然災害が多く起きています。こうした事態を深刻に受けとめ、ビームサントリーでは世界のあらゆる被災地の復旧活動に赤十字を通じた資金援助や人道支援を行っています。また、各地で起こった自然災害に対し、安全できれいな飲料水を多くの被災地に贈っています。

文化・芸術振興活動

従業員の職場や住まいのあるコミュニティで、地域に密着した取り組みを行っています。たとえば、本社の近くで行われる北アメリカで最も歴史のある音楽祭「ラヴィニア音楽祭」の主要スポンサーをしており、アメリカ有数のオーケストラ、シカゴ交響楽団も毎年公演しています。36エーカーのラヴィニア公園は、静かな森の中にあり、音楽に親しむには最適な場所で、15歳までの子ども、高校生、大学生は、芝生エリアに無料で入場して、クラシック演奏を聴くことができます。

また、サポート企業となっている本社近くのシカゴ植物園は、385エーカーに26区画の庭と4つの自然エリアをもつ自然の宝庫です。毎年恒例のさまざまなイベント、プログラムを主催し、年中無休、入場無料です。

工場見学

アメリカ、メキシコ、スコットランド、アイルランド、フランス、スペイン、日本で生産工場見学を実施しています。

オペレーション・ホームフロント

ビームサントリーは2008年から通算で340万ドル以上の資金等を提供して非営利団体オペレーション・ホームフロントの周知を行い、軍事に准じる家庭が一生懸命守ったコミュニティでしっかりと安定した生活をおくれるよう取り組んでいます。2009年にビームサントリーの従業員の発想から始まったこの活動を通して、オペレーション・ホームフロントは過去10年で350,000以上の家庭にホリデーミールを提供しています。

地域コミュニティでの環境教育

当社は、地域コミュニティの環境教育活動に参加しています。たとえば、ケンタッキー州クレアモントの「キッズフィッシングダービー」「蒸溜酒サミット」など、さまざまなステークホルダーが参加するイベントへの協賛です。また、ケンタッキーにある大学や州知事が参加する安全衛生展示・協議会を対象とした「EHSリーダーシップラーニング講座」を主催しています。

■責任のある飲酒の啓発

責任のある飲酒の啓発

ビームサントリーの責任ある飲酒についての考え方は、当社のあらゆる行動の基盤になっています。そのため、責任あるマーケティングやアルコール教育を実施しているほか、飲酒運転や未成年者飲酒の防止などに注力している世界中の多様なプログラム、パートナーシップおよび団体のスポンサーとなり、資金を提供しています。また、すべての従業員が雇用と同時に当社とそのブランドの大使として、常に責任ある飲酒を家族や友人に対して示し、促進できるように、必要な知識を従業員に確実に提供するようにしています。

アルコール関連問題低減のグローバルコミットメント

ビームサントリーは、国際的な適正飲酒推進の取り組みを進める非営利組織「IARD」の発足メンバーです。業界をリードする酒類メーカーは、IARDを通して業績競争を忘れ、アルコール問題の低減のため力をあわせています。これは業界においてこれまでにない野心的で包括的な取り組みです。

ビームサントリーは、これらのコミットメントをFoundation for Advancing Alcohol Responsibility (FAAR; www.responsibility.org)の発足メンバーシップ、特別なコートで飲酒運転を繰り返す人を治療するためのシステムDWIコートを通して再度の飲酒運転を劇的に減らす、ルイスビル大学とケンタッキー大学の未成年の飲酒とキャンパス内のイッキ飲みを減らすBuilding Resilience in Campus Communitiesプログラム等の様々な形を通して世界中で取り組んでいます。

グローバルマーケティング指針

責任のある飲酒に対する当社のリーダーとして取り組む姿勢は、各管轄で適用されるすべての関連法、規制および業界の規範や規定を遵守することから始まります。そのため、ビームサントリーのグローバルマーケティング指針は、当社のすべてのブランドと地域で統一されており、広告をはじめ、消費者への販促、マーチャンダイジング、ブランドのWebサイト、POS、ダイレクトマーケティング、商品開発、プロダクトプレースメント、および消費者イベントにまで及びます。

責任あるマーケティング

ビームサントリーは、スピリッツ製品のマーケティングにおいて業界標準の設定におけるリーダーシップを担う企業として誇りをもっています。2007年にはアメリカで最も厳しい広告配置基準を自主的に採用し、合法的な購入年齢に満たない消費者への露出を削減しています。メディアオーディエンスにおける法律で酒類の購入を許可された年齢者の割合は、業界標準が71%なのに対し、当社は75%以上を指定しています。また当社では、アルコール飲料を購入できる法定年齢(LPA)の成人のみをマーケティングの対象にしています。加えて、アルコール飲料を購入できる法定年齢に達していない消費者が当社の広告メッセージを目にする機会を制限するため、「Spring Break」に関連するマーケティングプログラム、公園などの遊び場から500フィート以内の家庭外広告、ビデオゲームへの広告を禁止しています。

DRINK SMART®

DRINK SMART®は、法定飲酒年齢の消費者に飲酒に関して責任ある選択情報を提供するグローバルなプラットフォームです。また、消費者が率先してアルコールの不適切な使用を減らす活動のためのツールも提供しています。

DRINK SMART®のWebサイトとロゴは、ソーシャルメディアからテレビ放送まで、すべてのビームサントリーのグローバルなマーケティング資料に含まれています。ビームサントリーの全ての商品ラベルにDRINK SMART®が付けられ、ウェブ上に栄養分の情報が掲載されています。



安全運転

ビームサントリーとそのブランドは、定期的にUberと連携し、町中でお酒を飲んだ後に安全に帰るための送迎サービスを行っています。また、当社の従業員は、自分や友達が運転するのが危険な際にタクシー代を会社がもつ制度を利用できるようになっています。

行動規範と倫理規定の策定

ビームサントリーとそのすべての従業員は、最高水準の企業倫理を維持しながら、市場において積極的に競争できると信じています。

また、当社の従業員、役員、ディレクターは、ビームサントリーが策定した「行動規範と倫理規定」に記載された健全な商慣行と倫理規定に従うことで、誠実で最高品質のビジネスを行い、継続的にすべてのステークホルダーから信頼されることを目指しています。



行動規範と倫理規定は、7言語版がそろっている

■CSRマネジメント

コーポレート・ガバナンス

ビームサントリーの「行動規範と倫理規定」は、私たちが誠実で最高品質のビジネスを行うための指針となっています。この規定には、「Growing for Good」を踏まえたビジネス慣行、正しいビジネス（Beam Suntory way）を行うための方針が記載されています。従業員は、業界の規定だけでなく、当社の方針、手順、基準に従い、業界を主導する企業としての役割を果たさなければなりません。ビームサントリーでは、「グローバル・リスク・コンプライアンス委員会」を設置し、地域ごとの「リスク・コンプライアンス委員会」に加え、グローバル展開やサプライチェーン監査に関する各委員会も設けています。

コンプライアンスの推進

従業員には四半期ごとのGlobal Town Hallなどの社内のコミュニケーションを通じて、「正しいやり方、ビームサントリーのやり方でビジネスをする」、または要件に遵守して、可能な場合はベストプラクティスに沿って行う、というメッセージを一貫して発信しています。また、コンプライアンストレーニングは、実地研修やオンラインでも対面式の講習でも実施しています。また、ビームサントリーは、世界のどこからでも1日24時間週7日利用できる多言語のホットラインを用意しています。

積極的なリスクマネジメント

ビームサントリーは、上層部が主導となり事業へのリスクの特定や監視・管理する体制を整えています。統合リスクマネジメント（ERM）プログラムでは、潜在的リスクのある主な領域を積極的に特定し、エグゼクティブリーダーシップチームが指名した従業員がリスク低減に関する監視を担当します。「エグゼクティブリーダーシップチーム」は、定期的なミーティングを開き、戦略について議論しています。

クライシスマネジメント

重大事故は、迅速かつ効果的に管理するために、「グローバルメジャーインシデントマネジメント（MIM）チーム」が取り組みます。FACTS（Failure and Accidents Technical Information System）の事故調査は、「グローバルテクニカルサービスチーム」が、関連する事業のジェネラルマネジャーおよびリスク管理担当者と協力して行います。

重大事故が発生した場合、「グローバルMIMチーム」が招集され、実状の把握とリスクの精査を行い、リスクを低減するための適切な対応を図ります。「MIMチーム」は主要ステークホルダーに情報を伝えるために、適切な報告計画を作成します。重大な事故に対応する際には、従業員、お客様、地域住民の安全が何よりも優先されます。「グローバルMIMチーム」は、海外のガバナンス、統括、地域「MIMチーム」への指示を担当し、「グローバルテクニカルサービスチーム」は、環境、安全、品質、セキュリティ、ブランド保護、保険／リスクマネジメントなど各部門の技術リーダーの協力を得て、現場をサポートします。各生産拠点のジェネラルマネジャーと地域のリスク管理担当者が監督する地域「MIMチーム」は、予防リスクアセスメント、リスク低減計画、緊急時対応計画、緊急時対応行動、損害の評価、事業の回復などに取り組みます。

情報セキュリティ

ビームサントリーは、個人情報について事業を展開する各国の法令に遵守しています。

知的財産

ビームサントリーは、法務部内にグローバルな知的財産権（IP）の専門家を置き、IPチームが知的財産権の保守や告発、侵害の防止などに取り組んでいます。IPチームは、世界中の千単位の知的財産権を守っており、イノベーション・チームと協力して新しい製品やブランド拡大の確認と保護、第三者の知的財産侵害と海外の知的財産紛争、合併、買収、売却、ジョイントベンチャー、ライセンス、パートナーシップの際の知的財産に関するサポートを行っています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■品質保証への取り組み

品質管理方針・指標

ビームサントリーでは、生産拠点に品質と食品安全衛生のISO認証の取得を要請しています。さらに、グローバル基準を達成するために、品質、食品衛生、環境、健康、安全を網羅する統合マネジメント方針に基づいた手法を取り入れています。全生産拠点に重要業績評価指標があり、それらの品質要件を超えるための改善計画を確立しています。

さらに生産拠点では、TRACC方式（サステナブルな方法で継続的改善方式を実施するためのソフトウェアベースのガイド）に従って生産・継続的改善方式を実践しています。今後も、当社にとって最も貴重な資源である「従業員（安全）」「ブランド（品質）」「世評（コンプライアンス）」「環境」を守りながら、システム、プロセスをはじめ、事業活動のすべてを、従業員とステークホルダーの尽力によって改善していきます。

品質マネジメント

ビームサントリーの各生産拠点では、すべて品質マネジメントシステムの規格であるISO 9001の認証を取得しており、さらに多くの生産拠点でISO 22000（食品の安全性）、HACCPの認証も取得しています。また、共同生産を行っている下請けのびん詰業者にも定期的にISO規格の主要項目を含む技術監査を義務づけているほか、各生産拠点では定期的に社内の厳しい監査を実施しています。

■お客様への配慮

お客様の声の収集

お客様や消費者からいただいたご意見を集めるため、複数のデータベースを保持しています。フィードバックいただいたお問い合わせは、お答え又は必要に応じて調査のために該当する部署に送られ、適切に対応しています。

■ビジネスパートナーとの関わり

ビームサントリーは、責任ある企業市民であり、人を公正・公平に扱うための基準を維持しています。「ビームサントリー・グローバルシチズンシップポリシー」は、当社、従業員、サプライヤー、お取引先に対するガイドラインとなっています。

このポリシーは、強制労働、奴隷労働、強制収容労働の禁止を規定しており、2010年制定の「カリフォルニア州サプライチェーンの透明性に関する法律」に従って情報開示をしています。また、英国現代奴隷法2015にも当社のサプライヤーが奴隷労働、人身売買に関与していないことを確認しています。

ビームサントリー・グローバルシチズンシップポリシー

ビームサントリーにとって、当社の価値観は市場で継続的な成功をおさめるために不可欠な要素です。誠実、品質、責任、迅速性、強靭性、「やってみなはれ」などの価値観は成功のために重要なものです。当社の業績は従業員、サプライヤー、投資家、価値あるビジネスパートナー、職場であり生活の場でもあるそれぞれのコミュニティからの評価に基づいています。

【ポリシーの構成】

- 1.労働環境／安全衛生
- 2.児童就労
- 3.強制労働
- 4.差別
- 5.労働時間
- 6.賃金および手当
- 7.環境
- 8.マネジメントシステム
- 9.サプライヤーおよび請負業者

当社は、主要サプライヤーや請負業者にも同様の約束を要求しています。このポリシーに準拠することで、業界のリーダーシップを発揮し、その上で、当社の各ブランドの強化、優秀な人材を引き付け、確保する力の向上、サプライチェーンのよりよい管理と成果をもたらします。

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

ビームサントリーは、多様性のある職場環境づくりに努めるとともに、公平な雇用機会を提供しています。また、当社への入社条件を満たし、希望する応募者は、人種、肌の色、宗教、性別、性的指向、国籍、遺伝、障がい、年齢、退役軍人であるかにかかわらず選考の対象とし、多様性を尊重しています。

ワークライフバランスの推進

ビームサントリーは、ワークライフバランスを推進するため、従業員のフレキシブルな就業時間・就業場所をサポートする「グローバル・ガイドライン」を用意しています。このガイドラインに基づいて、各地域の人事部門では各地域に合った制度を策定し、従業員の業務への意欲とパフォーマンスを最大限に保つようサポートしています。一方、従業員は地域の法規制に準拠したフレックス勤務やフレックスロケーション勤務制度を利用できます。

フレックスタイム勤務

上司の許可を得た上で、1日の基準就業時間（コアタイム）を決めて勤務時間をずらす「ピークタイムフレックス勤務」や、週総労働時間を決めてフルタイムの条件を果たしつつ、出勤日を通常の週5日から減らす圧縮週労働日数制などがあります。

働きやすい職場づくり

当社は、労使間でのオープンなコミュニケーションと情報共有の場があり、各生産拠点での定期的な安全衛生トレーニングを実施しています。プロセス管理を徹底して効率化した「リーン生産方式」を実施している生産拠点では、毎日打ち合わせを行っており、特に安全性について話し合っています。このような話し合いでは総じてオープンで自由なコミュニケーションを大事にしています。

職場の安全衛生と従業員の健康管理

当社の全生産拠点に、労働安全衛生マネジメントシステムOHS18001に準拠した安全マネジメント基準を設けています。また、安全要件と要求を明確にしたグローバル安全基準を策定し、全生産拠点でその要求事項を満たす安全行動プログラムと手順を展開しています。当社は従業員の健康増進を奨励しています。定期的な健康診断に加え、精神的・身体的健康を促進する機会や健康サービスの提供を行っています。

Château Lagrange S.A.S.

シャトー ラグランジュ

本社所在地 33250, Saint-Julien Beychevelle, France

設立 1983年12月15日

事業内容 ワインの製造・販売

ホームページ <http://www.chateau-lagrange.com>



会社概要・理念

■エクセレンス

シャトー ラグランジュは、高品質なワインの製造を通して「生活文化」の発展に貢献してきました。記録によると、その歴史は少なくとも1631年にまでさかのぼります。優良なワインは、フランス語でいうところの「テロワール」、つまり大地の恩恵であり、自然の賜物であることはいまでもありません。1983年にサントリーグループに加わってからは、「人と自然と響きあう」というグループ理念を実践するため、ぶどうの木の手入れからびん詰め工程に至るまで、環境に最大限配慮しつつ、常に世界最高級のワインづくりに励んでいます。



主なサステナビリティ活動

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■品質への取り組み

品質管理と製品の安全性を徹底

「品質」という言葉には2つの意味があると考えます。1つ目はワインそのものの品質です。世界中のお客様に私たちの情熱を伝え「エクセレンス」という理想を保証するため、統合農業の手法に配慮しながら真の高級ワインづくりに取り組んでいます。ぶどう園が立地する「産地」の個性、そして栽培する「品種」の個性を引き出すべく、果実が最適に成熟するようにぶどう園でのひとつひとつの手入れを丹念に行っています。また、お客様の健康のために、ぶどう園では必要最小限の農薬しか使わない減農薬栽培を徹底しています。



減農薬栽培方法で健全に完熟したぶどう

2つ目は、製造工程の品質管理です。シャトー ラグランジュでは品質管理責任者を任命し、ぶどうの木の剪定（せんてい）から出荷までの全工程で品質管理を徹底しています。さらに、2007年には最新式のびん詰めラインを導入し、びん詰め段階でのガラスの破片や虫などの異物混入を防止しています。こうした多くの品質管理に関する手順や記録、チェックを徹底し、安全で魅力的な商品を提供しています。



ぶどうの品質保証

トレーサビリティを強化

シャトー ラグランジュでは、高級ボルドーワインに特有の伝統的な販売システムを尊重しています。これは、「ラ・プラス・ドゥ・ボルドー」で、特に「プリムール」と呼ばれる先物販売の期間中にワイン商が買い付けを行うものです。商品はワイン商を介してお客様のもとに届けられるため、トレーサビリティを維持し、またお客様からの反応を直接的に得ることは容易ではありません。そこで、商品の追跡を可能にするため、すべてのびんのキャップシールにコード番号をつけています。製造工程においては多くの製品分析を実施し、記録します。原料に加え、ワインに使用されるコルク・びん・ラベル・ケースなどすべての資材を検査し、その結果をコード番号で記録することで、ワイン1本1本の履歴を一貫してトレースすることができます。



キャップシールに印字された
コード番号

■お客様との関わり

お客様・お取引先との交流

「プリムール」と呼ばれるボルドー特有のワイン先物買いシステムがあるため、生産者が消費者と直接接触する機会は限られています。しかし、ワイン商によるワイン・テイस्टングのイベントが世界各地で数多く行われているため、そうした機会にワイン愛好家の方々と直接交流することができます。シャトー ラグランジュの取引先である、ボルドーの120社ほどのワイン商とよい関係を維持することで、国際的な販売促進ネットワークを利用し、世界中のお客様にワインをお届けしています。

訪問客の受け入れ

毎年、7,000名ほどのお客様がシャトー・ラグランジュを訪れます。訪問は予約制で、ワイン醸造学者、ソムリエ、シェフ、工業学校やビジネススクール関係者、ワイン鑑定家、ワインライターといった人々が見学やテイस्टングを行います。専門家だけでなく、ワイン愛好家の方々の訪問も歓迎し、葡萄畑、醸造施設、樽熟庫を巡りながら、ボルドー・グランクリュワイン造りをご覧ください。



訪問客の受け入れ

より健康的で安心できる商品の提供

お客様の健康的なライフスタイルをサポートするために、ぶどう園などの農薬散布をより少なくする研究を他の10カ所の醸造所と共同で行っています。



薬草を利用した病害虫対策研究

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

ISO14001およびHVE (フランス農業・食糧省による環境価値重視認定) を取得

2005年から環境にやさしい統合農業のラベル「TERRA VITIS (テラ・ヴィティス)」の認証を受けていましたが、活動をさらに深化させ、2017年からISO14001 (国際標準化機構による環境マネジメントシステム規格) およびHVE (HAUTE VALEUR ENVIRONNEMENTALEフランス農業・食糧省による環境価値重視認定)の最高レベルであるレベル3を取得しました。これらの認証では生物多様性、植物病虫害防除対策、肥料・灌漑管理など細部に亘る厳格な規制の遵守や年次監査が義務付けられています。環境と人の健康を守りながら、生態学的に持続可能な手法で高品質のぶどう生産を継続していることが認められた証です。

また、2008年からは約10haの試験区画で有機農法でのぶどう栽培も行っており、現在もHVEレベル3認定区画との比較を継続しています。



ISO14001の認証



HVE レベル3 (フランス農業・食糧省による環境価値重視認定最高レベル) の認証



HVEのロゴ

水使用量の削減

シャトー ラグランジュでは、水資源の保全のため、水使用量を把握・改善し、徹底した節水活動を行っています。

地球温暖化防止のためのCO₂排出量の削減

シャトー ラグランジュは、フランスで初めてCO₂排出量を測定した5つの醸造所のひとつです。温室効果ガスを低減するため、常に製造工程の見直しに努めています。2007年以降は発酵工程を見直すことで電気消費量を8.5%削減できました。また、場内の消費電力の約15%は、2019年に樽熟庫の屋根に設置した800m²のソーラーパネルにより供給されています。



樽熟庫屋根に新設置されたソーラーパネル

再資源化とリサイクルを推進

剪定したぶどうの枝木や発酵後に残るぶどうの皮を堆肥化して畑に還元し、肥料の購入量を減らしています。

また、業務全体を通して、空になったワイン樽や化学製品の容器などを有効に活用するため、資源の3Rを推進しています。2011年からは、ワイン樽を調達する際に、これまで梱包に使用していたプラスチックフィルムを廃止しました。このような環境に配慮をした積極的な活動を継続的に実施、改善することにより、2017年よりISO14001認証を受けています。

生物多様性の保全

ぶどう園に生垣や叢生栽培を導入し、種の多様性を保全しながら持続可能なぶどう栽培に取り組んでいます。殺虫剤や除草剤を全く使わず、ぶどう樹の畝間の雑草は緑肥として土壌中に耕し入れるなど、地中の微生物の多様性にも考慮しています。またシャトー前には色彩豊かな植栽が特徴のフランス式庭園、野鳥が羽を休める池、小動物も共存する自然の林が広がります。場内には養蜂の巣箱が設置されており、春から夏にかけてはミツバチも飛び交います。



敷地内に広がる40haの自然の林と庭園



シャトー庭園で羽を休める野鳥

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域社会に対する取り組み

広報活動の実施

広報担当マネジャーや広報関係スタッフがイベント運営やイベントへの参加を通じて、各種団体、ジャーナリスト、ソムリエ、ワインスクールなどとの交流を図り、「テロワール」の神秘や品質追求の取り組みについての理解を促進しています。



ワインのブレンディング講座によりワイン造りの知識を深める交流会

地域社会との交流

慈善オークションへの参加や地元のスポーツイベント・団体への寄付、シャトー庭園での音楽祭の開催など、積極的に地域社会との交流を図っています。2016年6月にオープンした世界のワインの聖地・ボルドーを具現化するワインの複合施設「ラ・シテ・ドゥ・ヴァン」の建設にあたっては他のシャトーと協働してサポートしました。また、シャトー ラグランジュは、毎年約8,500名のランナーが参加する世界的に有名なメドックマラソンで給水所を設置するなどの協力をしています。



シャトー庭園での音楽祭



ラ・シテ・ドゥ・ヴァン



ラ・シテ・ドゥ・ヴァン内部

～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

働きやすい職場づくり

シャトー ラグランジュは社内従業員組合を有し、従業員の権利の尊重に努めています。また従業員の横のつながりが希薄だと一般にいわれるフランス社会としては珍しく、従業員同士が親睦を深められるような社内行事の後援をしています。



社内従業員組合スキー旅行

安全の確保と健康の維持

「衛生・安全委員会」では、設備や用具の点検、就業中の姿勢の確認、製品の取り扱い、安全テスト、安全靴・防音保護具・安全ゴーグルの装着に配慮することで、従業員の就業中の安全を確保しています。また、定期的な健康診断を行い、従業員の健康管理をサポートしています。

Weingut Robert Weil

ロバート ヴァイル醸造所

本社所在地	Muhlberg 5D-65399 Kiedrich Rheingau, Germany
設立	設立1868年／サントリーグループは1988年に出資
事業内容	ワインの製造・販売
ホームページ	http://www.weingut-robert-weil.com



会社概要・理念

■つくり手としての最高品質へのこだわり

1868年の創業以来、ドイツ皇帝ヴィルヘルム2世も愛飲したという「ロバート ヴァイル ワイン」の名声を140年以上にわたり支え続けているのは、高品質を追求するフィロソフィです。ドイツが誇る高級品種「リースリング」にこだわり、すべての畑でリースリングのみを栽培し、醸造・瓶詰までを自社で行います。品質を追求に妥協は許されません。ドイツのキードリッヒ村にある私たちの畑ではブドウの仕立てから栽培まで厳しい管理のもとに行い、収穫作業もすべて手で行われます。醸造も可能な限り自然に行われ、ワインの熟成はその味わいのタイプによってステンレスタンクや樽などで別々に行われます。

その努力が結実し、世界各国の評論家からドイツのリースリング栽培のシンボルであるとみなされています。



主なサステナビリティ活動

■CSR経営の推進

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

安全・安心で高品質な商品を提供

お客様に安心してご愛飲いただける安全な商品を生産・提供し続けるしくみをつくることは、ロバート ヴァイル醸造所の経営上の最重要課題です。品質に対して厳しい自己規制を志向する生産者だけが入会できるドイツ高級ワイン生産者連盟にも加盟し、特に栽培と醸造工程において最高の品質を追求しています。



■ビジネスパートナーに対する取り組み

包材の調達や倉庫の改装・びん詰めラインなどの設備投資の発注先などに関して、品質保証上の安全性を最重要視しながら、公平かつ公正な競争機会を提供しています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

環境にやさしい方法でぶどう栽培を行っています。有機肥料のみを使用し、除草剤は使用していません。また、ぶどうの特性を活かし、害虫や病気から守っています。さらに、水の節約など、環境への配慮を意識した活動を推進しています。



■地域・社会に対する取り組み

地域社会への貢献活動

地域の公共機関やワイン連盟、さらにはラインガウ地区にある他のワイナリーとの緊密な交流を図り、地域活動に積極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～

■従業員に対する取り組み

多様な働き方の支援

従業員約30名の小規模なワイナリーですが、ノウハウを蓄積した従業員に長期的に勤務してもらうために、満足度の高い労働環境を整備しています。従業員の産休および育休（ドイツ労働法で認められている数カ月の有給休暇）取得を促進しており、この制度に加えて、約2カ月間の在宅勤務制度を設けるなど、仕事と家庭の両立を重視する、従業員の多様な働き方を支援しています。



ロバート ヴァイル醸造所の従業員

キャリア支援

従業員に対して各人の能力開発やキャリア支援に積極的に取り組んでいます。研修や能力開発が最も重要な投資の一つと考えています。