

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 (2020年度)
従業員数	261名 (2021年3月)
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

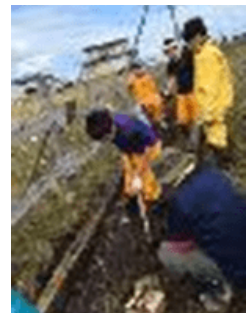
ミニカップ、リッド、スプーンや段ボールなどの包材を薄肉化し、包材軽量化による環境負荷低減に取り組んでいます。

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、定期的に当社従業員が地元の方々と共に、木道の補修を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) では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。

2020年からはオンラインでの受け入れも開始しています。



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	〒135-8631 東京都港区台場2-3-3 (サントリーワールドヘッドクォーターズ内)
設立	1958年3月
資本金	17億4,162万円
売上高	196億円 (2020年度実績)
従業員数	937名 (2020年12月末現在)
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	157億円 (2020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

■サステナビリティ経営の推進

サステナビリティ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サステナビリティ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。

サステナビリティという概念を独自に解釈し、全従業員で共有

サステナビリティ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、プロントが考えるサステナビリティを正しくわかりやすく伝えるためにサステナビリティという言葉を「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、プロント流サステナビリティを推進。ハンドブック「SHARING SMILE」を作成し、全従業員に配布。従業員には、心のご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』を感謝の気持ちで何い対応する
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。詳細は下記「P LOVE GREEN」リンクを参照ください。



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トピックスを参照ください



「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

フ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にとして再資源化・リサイクルしています。

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。



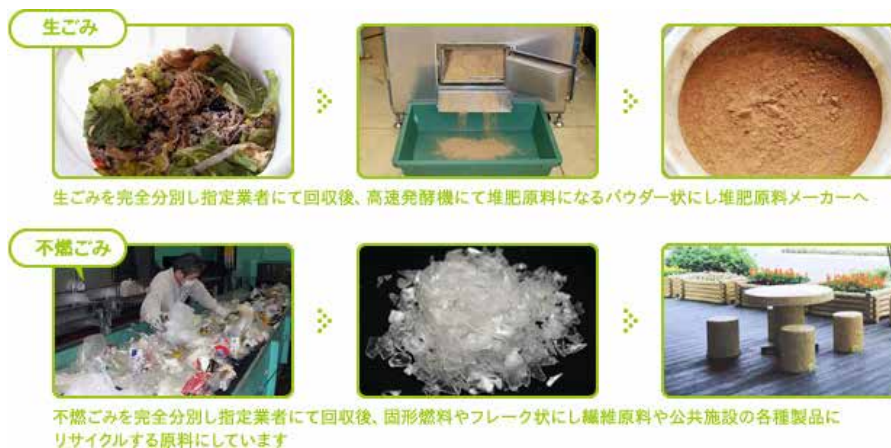
富士山の樹海での清掃活動



「天然水の森」の整備体験

多様な再資源化・リサイクルの推進

フ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。



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

店舗設計において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、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、今では当たり前のLED照明をいち早く導入し、冷房などの室内空調への負荷も軽減、消費電力を50%以上削減、CO₂削減するといった、先進的導入事例が、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」をコンセプトに省エネと居心地のよさを演出できる照明設計を実施。

※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す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きます。

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。



プ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	362名（2021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 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、ケータリング、デリバリー
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。創業者である一介の主婦が東京・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62店舗の直営店を運営するとともに、ケータリングやデリバリー、通信販売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12店、フィリピン4店、台湾6店の合計22店となっています。（2021年3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。

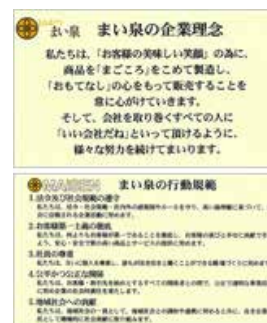
主なサステナビリティ活動

■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、「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

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、商標登録し、ロゴマークの使用についてはガイドライン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に「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、創業以来の味を守り続けています。

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。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による毛髪対策や、作業室入室ルールを徹底しています。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-ラーニングの受講率は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

「お客様第一の心を大切に」を实践するため、「お客様相談室」を設置し、お客様の声を積極的に収集しています。毎月の経営会議や店長会議で報告・共有し、全社をあげて商品・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、看板商品である「ヒレかつサンド」の品質をさらに改善するため、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、少し時間が経つとパサつきが感じられるというご意見から、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・賞味期限直前にも実施するようにして、美味しさの差をなくすよう努めました。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

ホームページや店頭告知やなどさまざまなメディアを通じた情報開示については、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、お問い合わせに的確にお応えしています。

商品ごとのカロリー表示・アレルゲン表示

近年の健康ブームを踏まえて、ホームページ上で商品ごとに栄養成分を表示しています。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、アレルゲン情報を開示しており、特定原材料7品目に加えて、特定原材料に準ずる21品目についても表示しています。

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カ国語（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。

■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。地域の一人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。またコロナ禍には、多忙を極める医療従事者の方々に温かくて手軽に食べられるお食事の支援活動も実施しています。

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、野球やサッカー、ゴルフなどのスポーツを頑張る子どもを対象として「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。こうした考えのもとに、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、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、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、フィリピンからの実習生67名を受け入れています。(2020年3月現在)

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	47億円（2020年度）
従業員数	56名（2020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30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イ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。

事務所の環境配慮

本社（東京都港区）、研究開発センター（滋賀県東近江市）において、環境に関連した法令を遵守すべく、年に1回チェックリストをもとに環境に配慮した施設運営ができているか確認を実施しています。

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	104億円 (2020年12月期)
従業員数	183名 (2021年1月1日現在) 男性104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、サントリーグループが実施する各種キャンペーンの企画運営や、サントリーグループの大切なお客様である居酒屋、バー、レストラン様等でご使用いただく各種備品の開発販売等を通じ、サントリーグループにおいて各種のお客様とのリレーションを支える役割を担っています。

■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

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。

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

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、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。また、当社は、単に安全・安心といった商品の品質だけではなく、お客様がサントリーの商品をお口に運んでいただいた際の飲用時品質や、飲食店様のオペレーションのご負担の軽減等にも徹底的にこだわった商品を開発しています。特に、省スペースに役立つスタッキング可能な各種備品や、定量計量が容易で飲用時品質の向上や歩留管理に役立つワンプッシュ型定量ディスペンサー（一押し君）等は、たいへんご好評を頂いています。



ハイボール用ジョッキの
液温度変化テスト



「スタッキングプラスチック水差し」

■お客様との関わり

自動発注システムの開発

コロナ禍による一時的な緩和は見られますが、飲食業界では以前より恒常的な人手不足が深刻化していました。また、発注作業に伴う閉店後の棚卸や売上予測等の負担が、飲食業界で働く方々の労働環境改善の負担となっていました。そこで当社は、以前より当社が提供する飲食店様向けオンライン受発注システム（NDCシステム）の新たな仕組みとして、過去の売上状況から将来の売上予想を計算し、自動的に発注することもできる機能を開発しました。材料不足による売上機会喪失の回避、食材の廃棄ロスや歩留の改善、業務負担の軽減につながるとしてたいへんご好評を頂いています。

個人情報を厳格に管理

当社は、販促キャンペーンの企画運営や酒類・関連グッズの開発販売事業を通じ、たくさんの一般消費者や事業者のみならずつながっています。このようなつながりは、お客様が当社に安心して情報を預けて頂くこと、そうした情報を当社が適切に扱うことにより成り立っているものと理解しています。このため、当社では、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

自然と響きあう ～環境～

■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
Reuse：再生資源の活用
Replacement：紙や竹、バイオマスプラスチック製品等、既存のプラスチック製品の材質見直し等に積極的に取り組み、環境負荷軽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

飲食店様に新しい販路を！「イエトソ」 開店！！

2020年に大流行したコロナウイルスは、飲食店様の営業にも大きな影響を及ぼしました。このような社会環境の変化に、当社はいち早く対応し、感染予防のため飲食店様が必要とされる設備や備品を取り揃え、感染予防策や飲食店様をご利用可能な補助金等の制度についてのご案内を発信してきました。

また、飲食店様にとって外出自粛により遠く客足に代わる販路となるよう、飲食店様専用のECモール「イエトソ」を開発いたしました。飲食店様の味をご自宅でも楽しめるとして、外出自粛された消費者のみならず、また、たいへんご好評をいただいています。



ボランティア活動の促進

当社の使命は、なるべく多くの方々へ良質な飲料体験を届けることにあると考えています。このため、当社従業員にも、既存のお客様や事業的に期待される潜在的なお客様に限らず、より広い方々へ視野を広げてもらいたいと考えており、社内でも参加しやすいボランティア活動等を案内し参加を促しています（ただし、あくまでボランティア活動ですので、会社が参加を強制したり、参加の有無を従業員の評価に影響させることは一切ありません）。また、地域福祉活動やボランティア活動により積極的に参加したいとする従業員には、ボランティア休暇制度を設け、その活動を支援しています。

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

公正でオープンな評価を徹底

公正な人事評価を行うため、成果とコンピテンシー（資質）の両輪で評価する制度を設けています。もちろん成果の高い従業員には報酬でお応えし、成果の出にくい難しい環境でも従業員の才能を埋没させることのないようコンピテンシー（資質）による評価も行っています。また、評価の透明性や納得感を高めるべく、目標設定にあたっては上司と部下が定期的に面談し、目標を定め、評価をフィードバックする運営を確立しています。

柔軟な働き方を支える人事制度

在宅勤務のほか、フレックスタイム制や時間単位年休制度など、時間や場所に捉われない働き方を推進しています。また、ウェブ会議システムやサテライトオフィスの提供など、柔軟な働き方を支える環境整備も進めています。特に2020年においては、緊急事態宣言の発出もあり多くの従業員が在宅勤務制度を利用し、国が要求する7割超の出勤削減を実現。削減された通勤時間を利用して資格取得等の自己研鑽に努める従業員も多くいました。

自己啓発を支援

英語、日本語、中国語など、さまざまな言語で学習できる多数（7か国語で計16,000コース以上（日本語は800コース超））のEラーニングを無償で従業員に提供しています。また、マネジメントを担って頂くことを期待する若手リーダーの方には、さまざまな企業の方々と共に具体的な社会課題の解決に取り組むプログラムに参加頂くなどの機会も設け、視座や思考、個人としての実力を高めて頂けるような機会の提供に努めています。

ワークライフバランスや従業員の私生活を充実させるための取り組み

パソコンの使用時間等のデータと照合し監視する仕組みを設け、長時間労働やサービス残業といった不適切な労働発生の防止に努めています。住宅費補助制度や育児・介護のための休暇や短時間勤務制度、確定拠出年金制度など、従業員の私生活や将来設計に資する各種制度を用意しています。サントリーマーケティング&コマース株式会社として2016年に再出発して以降、のべ30名の従業員が育児休業を取得しています。

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	62億3800万円 (2020年12月期・連結ベース)
従業員数	2,693名: 契約社員、アルバイト等含む (2021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：文化ハピ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つて訪問しあい、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深さを伝え、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、超電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



Suntory Beverage & Food Asia

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

frucor SUNTORY

Frucor Suntory フルコア・サントリー

清涼飲料の製造・販売



Pepsi Bottling Ventures ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ

ペプシ系ボトラー



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 EECM- Export Markets and Belgium, Netherlands and Luxembourg

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/



代表ブランド：シュエップス、
オレンジーナ、ルコゼード、
ライビーナ、ラ・カセーラ、オアシス、
プルコ、メイ・ティー、トリーナ、
サニー D

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
-------	--

EECM-Benelux

Head Office SIL	SIL H.J.E. Wenckebachweg 123, 1096AM Amsterdam - THE NETHERLANDS
Head Office	SBFP Suntory Beverage & Food Poland, Al. Wycsigowa 6, 02-681 Warszawa - POLAND
Head Office	SBFB Suntory Beverage & Food Benelux, Rue du Cerf 127, 1332 Genval (Rixensart) - BELGIUM

会社概要・理念

■目的を持った持続的な成長

環境、社会、そしてガバナンスは私たちに大きな影響を与えます。私たちは、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、Our DRINKS(お客様と響きあう)、Our RESOURCES(自然と響きあう)、Our SOCIETY(社会と響きあう)、そしてOur SELVES(従業員と響きあう)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。



Our DRINKS ～お客様と響きあう～

私たちは、製造・販売する飲料を通じ、お客様と響きあうことで、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ています。私たちは、お客様が「もっと減らしてほしい」と言われる成分を減らし、人々がより健康的で幸せな生活を送れるような良いものを推進することで、この業界をリードしていきます。

■Less Sugar

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、2020年末までに2015年基準として22%の削減を達成しました。糖分を減らすために飲料を再配合するだけでなく、イギリスでは、天然フレーバーのフルーツベースの微炭酸飲料「Lucozade Revive」など、低糖・低カロリーの新しい飲料を発売しています。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、飲料の砂糖を42%削減することができました。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、主力製品の砂糖含有量を57%削減し、25,000トンの砂糖と980億カロリーを制限しました。最も広く知られている当社の飲料については、大きな決断をし、それぞれにカロリーゼロまたは低カロリーの製品を販売しました。

2020年には、フランスで主力製品であるOasis Tropicalでは、甘味料を使わずに砂糖を23%削減(2006年比)しました。同ブランドのレシピは、砂糖を削減しつつ、甘味料を使わなくてもお客様が愛してきた美味しさをそのままに保っています。

ヨーロッパの市場において、当社の飲料で使用されている砂糖の量は7.2%削減されています。これは、Schweppes Tonicなどの無糖の商品を北欧で発売し、ヨーロッパ市場における無糖飲料のシェアが拡大したことによる影響が大きいです。



■Positive Choices

私たちは、製品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も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署名し、小学校では当社の飲料を販売せず、中学校では砂糖を含む飲料の販売を制限することを約束しています。英国では、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製品を16歳未満（アイルランドでは18歳未満）の消費者に直接販売しないという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。

■More Natural

私たちは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。



Our RESOURCES ～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響きあうことを重視し、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、調達、製造、包装、流通、販売、消費者から出る廃棄物の管理など、すべての事業活動において「水と生きる」という約束を守ることで、環境影響を最小限に抑えます。

■Less and better packaging

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、革新的な技術に大きな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年までに飲料容器の再生プラスチック使用率を50%にすることを掲げています。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は、10年以上前から再生プラスチックを使用しています。

また、製造するパッケージ材も2025年もしくはそれより前に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。例えば、英国ではRibenaブランドのカートンパッケージに付属するストローをプラスチック製から紙製に変えることで16トンのプラスチックを削減しました。



スペインで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。Sunny Delightなどのブランドではスポーツキャップを平らなキャップに変えて使用するプラスチック量を削減し、カーボンフットプリントを減らしています。



2020年、Ribenaブランドは、100%リサイクル可能なパッケージに移行するために大きな投資を行い、ボトルのプラスチック製スリーブを小型のラベルに変更することで、年間200トンものプラスチックを削減しました。2020年に行った全国的なテレビ広告キャンペーンを2021年も行い、ブランドの持続可能性の取り組みをアピールしていきます。

スカンジナビア地域におけるSpendrups社（スウェーデン）やCarlsberg社（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活動を通して、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。現在では100%サステナブル原料のテストが行われています。これは素晴らしい事例であり、ボトラー各社と協力して野心的な目標を達成するという当社のビジョンを確信させてくれます。

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、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。2020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、2020年にRecycle Week（リサイクル週間）にLucozade Energy、Lucozade Sport、Ribenaの3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。

■ Less waste

当社は、工場からの廃棄物をゼロにするという目標を掲げており、その実現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なくしていきたいと考えています。私たちは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、循環型社会の実現に貢献できると考えています。英国で展開するRibenaのボトルには再生プラスチックを100%使用し、MayTeaのボトルは、2019年から再生原料が50%使用されており、2021年にさらに比率をあげる予定です。

私たちは、SDGs（持続可能な開発目標）の12.3を達成するために、当社製品の食品廃棄物を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、当社の余剰製品を慈善団体に寄付し、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時間でごみ袋45個分のごみを集めました。ベネルクス社の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、当社の工場が位置し、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ポイ捨て防止キャンペーン「Love Your Forest」への資金提供を2年延長することを2019年に発表しました。2020年には、キャンペーンを延長して消費者にリサイクルを促すとともに、国会議員のキャンペーンメンバーとプレス向けのイベントを行いました。

■ Respect water

水は貴重な共有資源であり、当社にとって最も重要な原料です。また、「水と生きる」を約束に掲げる企業グループとして次世代のために持続可能な水マネジメントを促進する役割があると信じています。

私たちは、**工場での水の使用量を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。**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大きく貢献しています。

スペインでは、「Guardians of Júcar (ジュカルの守護者) プロジェクト」という、バルクセタ河川の自然環境の回復(すでに完了)とグリーンフィルターの導入による水質の改善という2つの取り組みを通して、地表水の水質改善、河岸の自然環境の回復、水生生態系の理解と向上への貢献、河岸の外来種の駆除、そして自然地域の一般利用の促進を目指すプロジェクトがあります。このプロジェクトは、2020年の開始を予定していましたが、新型コロナウイルスによる制限が解除される2021年に延期されました。

スペインのチームは2021年の明けより、「Guardians of Tajo」というプロジェクトを通してトレド工場の近くを流れるタホ川の水質改善に取り組んでいます。現在は、改善に取り組むのに最も適したエリアを探す調査段階となっています。



フランスでは、メジュー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向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保全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。

■Reduce emissions

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50%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30%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年には、全船舶の12%のエコ化また排出ゼロを達成しております。2020年1月以降、すべての工場とオフィスの50%の電力は、再生可能な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おり、2021年には100%を達成する見込みです。これらの取り組みにより、スペインにおけるCO₂削減目標の15%（2015年比）を2020年には達成する見通しです。

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削減目標に大きく貢献しています。

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。

■Procure sustainably

2019年、SBFEはSEDEXに加盟しました。これにより、私たちはサプライヤーの環境・倫理的パフォーマンスのリスクアセスメントを推進しています。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。2020年は、サプライヤーの範囲を広げ、さらに広範囲で見える化を実現しました。

製品の製造には原料の調達に依存するビジネスとして、気候変動や非持続的な農法による生物多様性への影響を懸念しています。

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。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なプランに沿って、当社は200マイルにわたる荒れ地を回復し、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。

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。

Our SOCIETY ～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。

■Empowering communities

フランスでは、貧困と疎外への支援を提供する「Le Secours Populaire Français」や学校からのドロップアウト防止に努める「L' AFEV」などの団体とパートナーシップを組んでいます。

英国では2018年に「B Active」を立ち上げました。これは3年間のスポーツ開発プログラムで、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。

- ・16から24歳が10,095人参加
- ・コミュニティボランティア活動に3,699人の青少年が参加
- ・2,312人の青少年の単位認定

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社とのコラボレーションやENACTUS社との共同プロジェクト「The Water Price」など、地域に根ざした活動に大きな予算を投じました。新型コロナウイルスの影響により、2020年に延期となり、2021に再開される見込みです。学生たちは、革新的でインパクトのあるソリューションを開発することに挑戦し、最も有望なソリューションにはスポンサーがついて実行に移され、学生たちには収益性の高いビジネスを立ち上げるチャンスが与えられます。

スペインでは、従業員にいくつかのNGOに寄付金を提供する機会を設けています。Exit Foundationが組織する、学校から退学した社会的に恵まれない青少年を支援する企業ボランティア「The Coach Project」への参加を従業員に促しています。これは、地域社会との繋がりを強化するとともに、社会へ還元するという当社のサステナビリティ戦略の一貫となります。

■ Purposeful brands

私たちは、ブランドの力で「Growing for Good」を実現します。

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。

Our SELVES

コロナ禍の中、もっとも私たちの飲料を必要とする人々の手元に届くように真摯に努力を続けました。職務を果たすためのリフレッシュメント、水分・エネルギー補給源として、病院、フードバンク、介護施設、ホームレス支援施設、緊急救命士、警察などに飲料を提供しました。その数は、ロックダウンが開始してから200万本に上ります。飲料の寄付の他に、最前線で働く医療従事者に普段SBFEの工場で作られる個人用防護具を寄付しました。世界的な防護具の不足の中、力になれることをうれしく思います。

スペインでは、もっとも恵まれてない人々に金銭的な支援を行う3つのプロジェクトを通して給料の一部を寄付し、セーブザチルドレン、UNICEF、CRUZ ROJA RESPONDEにあわせて8000ユーロ近くもの寄付となりました。フランスでは、社内CSRサイトを設置し、もっとも恵まれてない人々を支援するスクール・ポピュラー等のパートナー NGO向けの寄付金を募りました。



■ Inclusive and flexible

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。コロナ禍により、従来のオフィスでの仕事の様式がまもなくなくなりました。当社も、従業員と綿密な協議を行い、従業員ニーズに応えるためにSBFE全体で新しいフレックス勤務方針を制定しました。

■ Diversity and Inclusivity

当社は、ダイバーシティとインクルージョンが、多くの従業員が関心をもつ重要な課題であることを認識しています。当社を構成する従業員やサプライチェーンにおける性別、民族、年齢、障がい、社会的背景や、出世の機会、企業文化、風通し、柔軟性、業務慣行などがその要素に含まれます。

当社は、組織としてさらなる取り組みの必要性和余地があることを認識し、2020年をダイバーシティとインクルージョンを推進する年としました。そのため、2020年にCEOが手動するD&Iタスクフォースを立ち上げました。全地域から各部署と役職を代表する70名の従業員で構成されており、主な課題やリスクと機会の抽出において重要な役割を果たしました。また、従業員や事業における課題などを議論する場としても機能しました。

■Accountable for our value chain

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。

■Ethical employer

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。

2020年に、英国の全従業員が贈賄および汚職を受け、さらに営業担当やサプライチェーンの一部は現代奴隷に関する特別教育も受けました。

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。

Suntory Beverage & Food Asia

サントリー食品アジア

- ・ BRAND'S Suntory
- ・ Suntory PepsiCo Vietnam Beverage
- ・ Suntory PepsiCo Beverage Thailand
- ・ Suntory Garuda Group

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、飲料事業と健康食品事業の2つの事業をアジア太平洋で統括しており、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	https://suntorybeverageandfoodasia.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います。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

ブランド 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。

ブランド 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® (ブランド)」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やインスタグラム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」のボトリング工程

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。

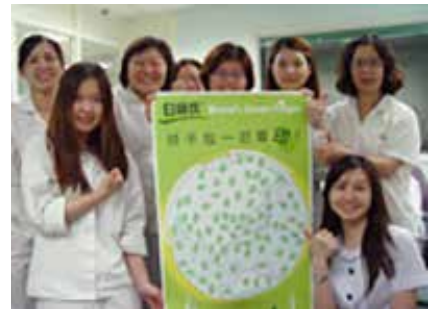


キャンプで水の保全活動に参加する子どもたち

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日が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。

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。



「Hope in a Bottle」プログラム参加者



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®プレー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®
プレーンスタディキャンプ

BRAND'Sサントリー台湾は、2017年に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® Funival(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。



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

・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。

STSPMF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年時点で合計14,000名を超え、支援金の総額はS\$520万に達しています。



SBFAが2005年より支援を続けているChildAid

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の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、才能を發展させる機会を提供する「ビジネス・タイムズ・バディング・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(ボークレア、タイ)

地域コミュニティ向け新型コロナウイルス支援

SBFAは、地域コミュニティ向けに新型コロナウイルス対策支援を積極的に行っています。

ブランド サントリータイは、7千本以上のBRAND'S® Essence of Chickenをバンコクとチョンブリの病院で働く最前線の医療従事者に提供しました。また、3万本以上のBRAND'S® Essence of Chickenをタイの首相に提供し、タイ国内にある900か所以上の検査所で働く国家公務員に分配されました。



タイの首相に寄付するブランド サントリータイ

ブランド サントリータイは、医療従事者、中央政府及び各地行政の公務員、運輸業界、隔離ホテルなどを対象に、免疫力を高めるためのBRAND'S® Essence of Chickenを数万本提供しました。ブランド サントリー香港は、3千本以上のBRAND'S® Essence of Chickenを医療施設で働く医療従事者に提供しました。

ブランド サントリミャンマーでは、BRAND'S® Essence of Chicken and BRAND'S® Bird's Nest のカートンや医療用マスク、消毒液をヤンゴン、マンダレー、ホウポーンの病院や隔離施設にいる隔離者、医療従事者、ボランティアに提供しました。

シンガポールのSBFA本社は、オンラインチャリティオークションを開催し、最初にシンガポールで新型コロナウイルスの被害をうけたLee Ah Mooi老人ホーム向けの寄付金をSGD25,500募りました。役員や従業員からの寄付でSGD20,500に上り、SBFAとしてさらにSGD5,000を寄付しています。

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

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。

サントリーグループの理念の推進

SBFAは、サントリーグループの理念を現地向けのアンバサダープログラムを通して積極的に推進しています。例えば、SBFAマレーシア (SBFM) とブランズ サントリーマレーシア (SBFM) が合同でマレーシア初のアンバサダープログラムに参加しました。サントリー大学の協力のもと、SBFA、SBFM、BSMYの各人事部が共同で開催され、参加者はサントリーの創業精神やOne Suntoryの精神について学びました。



マレーシアのOne Suntoryアンバサダープログラムにて

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、毎年炊き出しや教科書・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ピームサントリー、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

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、常にコミュニティに還元する企業に成長します。

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～

■安心・安全・高品質な製品の提供

Okkyは、若者がいつでもどこでも楽しめるRTD飲料です。Okkyゼリードリンクには、インドネシア産の天然海藻をつかっており、歯ごたえがあるナタデココが入ったフルーツフレーバーのさわやかな美味しい飲料です。Okkyは、厳選された天然の材料を使用したゼリーパウダーとナタデココが含まれています。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。

Mounteaは、2005年にインドネシアで発売されたお茶飲料の先駆けです。どのMounteaの種類も、天然の茶と爽やかな果物のフレーバーが調和され、上質な体験を提供します。2017年にはMountea Big Teh Manisを発売しました。Mountea Big Teh Manisは、無添加の甘味を使用した、程よい甘さの本格的なお茶の味を提供しています。洗練されたデザインと透明なカップにより安心感も提供しています。Mounteaは、お客様の「特別」を提供するお茶です。

インドネシアの人々に愛される定番のお茶になるため、2019年にMyTea Teh Pociを復活させました。MyTea Teh Pociは、馴染みのあるティーポットのお茶の安らぎと本格的な味を提供しています。厳選された上質なウーロン茶葉を最適な温度で処理することで、高級なお茶の香りとしっかりした口当たりとすっきりとした後味を実現しています。2021年には、爽やかで美味しいMyTea Plusを発売しました。MyTea Plusには、脂肪の吸収を抑える、ウーロン茶葉から抽出されたOTPPが含まれています。

Good Moodは、サントリーの技術を活用した水と天然の恵みからなる飲料です。

果汁と天然素材を使った透き通るの水は、口に広がる味で気分をリフレッシュさせます。Good Moodは、保存料、着色料、甘味料を一切使用していません。

■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。

SGBは、「KAIZEN」の精神の基、工場内のすべての機能部門で現場改善に取り組んでいます。この取り組みでは、顧客視点と生産性という観点で、無駄を排除することでコスト削減と効率化を図っています。現場改善は、プロセスを改善し、無駄を省くための日本の概念であり、サステナビリティを推進するための素晴らしいモデルとなります。

現場改善の取り組みのひとつ「ピザゲーム」を通して、お互いの価値観を共有し、力をあわせることの重要性を学ぶ機会を提供しています。



■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%がボトルドウォーターです。その中でも、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りつつあります。2016年、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捉え、日本の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・ボトルドウォーターに成長しています）。

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、他の多くの清涼飲料水に比べて、より自然な味わいとなっています。また、持ち運びに便利な握りやすいデザインを採用していますので、外出先でもお楽しみいただけます。

Good Moodは、飲料の消費の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が反映されています。



～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、サントリーグループの先進技術で、SGBはPETボトルの製造工程で初めて採用されました。Nitro-Hot Fillは、プラスチック重量を23グラムから17グラムに削減する技術で、「MyTea」と「Good Mood」は、PETボトルとしては東南アジア最軽量となりました。Nitro-Hot Fillは、は、製品の品質を維持しつつ、軽量でリサイクルが容易な環境にやさしいパッケージです。



Clean Indonesia Movementの
公式飲料Good Mood

■廃棄物の削減：廃棄物管理に関する教育

地方自治体の支援の下、SGBは水をきれいにする当社の取り組みの一環として2019年より水育を開始し、リサイクルに関する教育も共有しています。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。SGBは学校にプラスチックごみ専用のごみ箱を提供し、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。

有機性廃棄物に関しては、学校の敷地に雨水浸透井戸を掘るための授業を雨水浸透井戸の開発者であるKamir R. Brata教授の主導で行っています。



プラスチックごみの分別を学ぶ生徒たち



学校の敷地で雨水浸透井戸作りを
学ぶ生徒たち

■水へのリスペクトと水の保護

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。水の保全と節水をミッションに掲げるSGBは、インドネシアの著名大学の著水地質学者と協力し、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評価（SVA）の体系的なレビューを実施しました。

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、水源保全において非常に重要で、植樹や貯水池の設置を行っていく必要があります。

SGB社内では、環境基準と水を自然に戻す際の安全性を確保するために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、水の再利用と使用量の削減に取り組んでいます。



全てのSGB工場に導入されている廃水処理設備

～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

地震、津波、洪水等の自然災害がおこる中、SGBはセーブ・ザ・チルドレンやインドネシア赤十字社といったNGOや政府機関と協力し、寄付金、サントリー製品の提供、被害者への精神的なサポート、医療支援、パル市にSuntory Temporary Learning Space (TLS) を建設して6歳から12歳の150人の子供たちが再び学ぶ機会を提供するなど、被害者に対して支援を行っています。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。

コロナ禍の中、このような困難な時期を乗り越えるには、お互い助けあう事が不可欠です。その一環として、SGBは、医療従事者に感謝を表すために、個人用防護具を2000セットを寄付しました。また、インドネシアにおける大規模な社会貢献活動にも参加し、被害を受けたコミュニティに商品を寄付しました。



サントリーによるパル市の子どもの教育への支援に謝意を表す教育文化省長と校長先生



洪水後のルバックで無料の医療支援を提供



SJ182避難所と搜索拠点に Good Moodを提供



インドネシア医師会に個人用防護具を寄付



コロナ禍の中、大規模な社会貢献活動に参加



南カリマンタンで被災した子どもたちに精神的なサポートを提供

■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プログラムを開始しました。2019年の開始から、インドネシアの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6,500以上の子どもたちと1200人の教師が参加しています。

2021年には、アースデイと国民教育の日を祝うため、インドネシアの環境・林業省と新しいパートナーシップを結びました。この3年間のパートナーシップは、学校、関連団体、周辺地域の次世代に水の保全に関する教育を提供することを主な目的としております。



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や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。

水育では、森林再生、水ろ過、雨水浸透井戸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。

<インドネシアの水育>



2019年にインドネシアで開始された水育

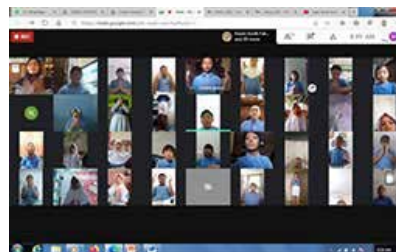


教師や校長向けの水育トレーナーを育成するクラス



水育で水の循環を学ぶ子どもたち

<オンライン水育>



コロナ渦中に開催されたオンライン水育

■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

OKKYブランドから発祥しOKKYユースサッカーリーグ（OYSL）は、インドネシアンジュニアサッカーリーグ（IJSL）と協力して、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の工場見学も提供しています。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。



インドネシアの有名大学とのオンラインキャリア相談



SGB工場見学



SGB工場のバーチャル見学

～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ル (断食明けの食事) 活動も開催されています。このイフタルは、従業員が交流する場としてだけでなく、調和と協働性に優れたチームを育成する機会でもあります。



SGBでの共同断食

■楽しさと感謝

SGBでは一丸となって献身的に働いていますが、楽しむことと健康も忘れていません。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。健康に関するセミナーでは、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人材が育成されています。リーダーシップセミナーからスマートフォンでの写真撮影ワークショップ、有機廃棄物の堆肥化の学習、水と環境保全についてのコンテストまで、従業員に対して、成長の機会と刺激を提供しています。2020年は、オンライン学習プラットフォームを導入し、従業員がいつでもどこでも学習し成長できるようにしました。今立ちどころの困難な状況を協力して乗り越えていくためにも、従業員の成長とその能力を発揮できるように支援を行っていきます。



本社と全SGB工場が参加する
タウンホールミーティング



CEOとのコーヒーミーティング



「The Great Shifting」ワークショップの様子

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。



また、SGBは、すべての従業員の才能と興味を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。



全従業員での体操



SGB従業員による健康に配慮した
SGBの設立記念バーチャルコンサート



SGB Got Talent 優勝者による
伝統的ダンスのアスモロドノ

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います。

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、サントリー、ペプシコ、ペプシリプトンの各グループやベトナム政府が定めた基準に準拠しています。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）に関連する検査を全拠点で実施しており、営業チームには品質に関する情報をお客様に伝えるための特別なツールを提供しています。

■お客様との関わり

お客様対応

お客様の満足を第一に考え、お客様からのご意見やご要望をお聞きするためのホットラインを設置しています。お客様の声は、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。近年、SPVBの営業チームは、「消費者が店舗のディスプレイに魅力を感じれば、それに比例して販売量も増える」という結論を導き出しました。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った指標ができました。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

2013年にベトナムで発売されたTEA+ Oolong Teaは、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活かして作られたお茶です。ウーロン茶葉から抽出した脂肪吸収抑制効果のある天然成分「OTPP」を配合し、すっきりとしたおいしさを実現しました。烏龍茶に含まれるOTPPを最大限に抽出することで、烏龍茶のおいしさや花の香りはそのままに、より健康的な生活を提案します。発売から6年が経過し、TEA+は今やホーチミン市で1番人気の飲料となりました。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年にベトナム市場初の商品として発売されました。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サントリー烏龍茶の開発で培った技術を活かして作られました。



TEA+ Oolong No Sugar

ベトナムの消費者が糖分の摂取を控える傾向にあることから、ベトナムではヘルス&ウェルネスがトレンドになっていることを予測し、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。



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。



GOOD MOOD 一付加価値飲料水

Good Moodは、2019年4月にベトナムで発売され、付加価値飲料水という新しいカテゴリーを確立しました。オレンジ果実エキス入りとヨーグルト入りの2種類があり、お客さまに美味しい水分補給の選択肢を提供しています。Good Moodは、保存料や着色料が含まれないより健康的な飲料なため、安心して楽しむことができます。自然な味とビタミンやミネラルが添加されたGood Moodは、日々の水分補給にぴったりです。



■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27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・協力には感謝できません。

自然と響きあう

～水、環境、サステイナブルパッケージ～

■水と環境への取り組み

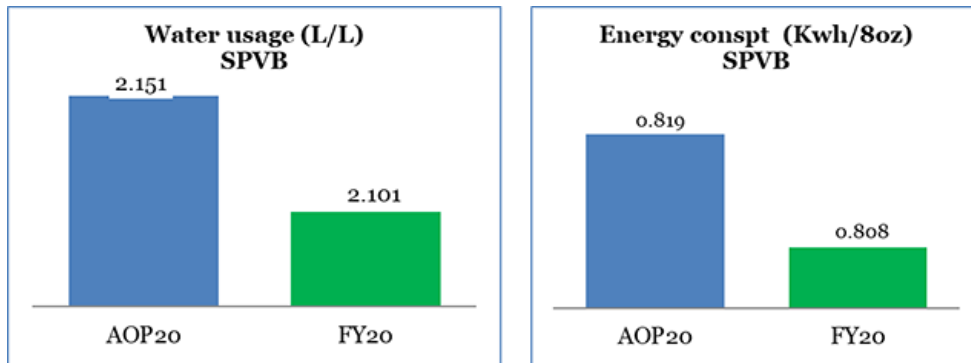
環境マネジメント

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が、どれも優れた結果を示し、否定的な指摘もありませんでした。

FY2020	Hocmon			Cantho			Dongnai			Bacninh			Quangnam			Vietnam				
Compliance	Monthly KPI	Units	MTD	YTD	AOP	MTD	YTD	AOP	MTD	YTD	AOP	MTD	YTD	AOP	MTD	YTD	AOP	MTD	YTD	AOP
WWTP compliance	-		●	●	% ●	●	●	% ●	●	●	% ●	●	●	% ●	●	●	% ●	●	●	% ●
Environment compliance	%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Internal audit Score	%	N/A	93.0%	88.0%	N/A	96.5%	88.0%	N/A	93.5%	88.0%	N/A	93.0%	88.0%	N/A	94.5%	88.0%	N/A	94.1%	88.0%	

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。

2020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、水の保全についても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み、CIPサイクルの拡大するとともに、水使用量のKPIを導入して最適な技術の選択が可能となりました。

ドンナイ工場、クアンナム工場、カントー工場では、処理した排水をリサイクルして園芸や社内清掃に利用利用しています。地下水への影響を減らすとともに使用量を削減するため、5つの工場の内ドンナイ、クアンナム、ホクモンの工場で生産工程に市水を使っています。来年には、バクニン工場にも適用する予定です。カントー工場では、深井戸のライセンスが終了する2025年に適用する予定です。

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、ブロワーにエコオープンの使用、小型ランプをLEDに変えることでの省エネ化、作業場に自然光を用いる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年にバクニン工場のものも交換しました。
- 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、バクニン工場を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。

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。全工場で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、以下のように再利用しています。

- ・バイオ肥料への添加剤として使用
- ・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。

廃棄物処理に関する最先端の技術を有する業者を見つけ業務契約を結ぶとともに、その処理工程を監督・評価することでリサイクルされる量を最大限にし、焼却量を減らしています。



固形廃棄物管理



廃水処理プラント

次世代環境教育「水育 (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、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として試験的に開始しました。元々の日本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。



バクニン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CCYPO (Central Council of Ho Chi Minh Young Pioneer Organization) とVNUS (ベトナム全国学生連盟) 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76校へと規模を拡大し、38,000人が水源保護に関する教育を受けています。また、14の衛生施設と68の水ろ過システムが設置され、きれいな水を39,000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の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。

2021年は、ベトナムにおける水育の7周年となり、全国展開から5年となります。今年は現在の76校に加え、新たにランソン、クアンナム、ドンナイの省の計15校が参加します。

今後も、「I Love Clean Water」プログラムがベトナムの行政機関やマスコミの注目を集め、この実践的なプログラムがさらに他の地域や全国的に行われることを目指しています。



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：水騎士が環境を守る」でリサイクル展を行うランソンの生徒たち

■サステナブルパッケージ

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、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。

PROベトナム (Packaging Recycling Organization Vietnam)

PROベトナムの設立メンバーでもあるSPVBは、以下の目標を掲げています。

- ・パッケージのリサイクルと分別に関する周知
- ・パッケージ回収のエコサイクルの実現
- ・3Rに関して政府との協力
- ・リサイクル関連取り組みのサポート



プラスチック容器リサイクルの取り組み

SPVB は、2020年からVNUSと協力してエコ煉瓦トイレを小学校に設置しています。エコ煉瓦は、砂、プラスチック袋チップ、PETボトルで作られています。1,300人以上のボランティアが300日をかけて、9つのエコ煉瓦トイレをベトナムで初めて完成させました。これにより、以下のことを達成しています。

- ・PETボトル、プラスチックごみ、ナイロンのリサイクル
- ・32,500本のPETボトルと270kgのプラスチック廃材のリサイクル
- ・建設費を25%削減
- ・小学校で水の衛生を確保



SPVBとVNUSが初のエコ煉瓦トイレの完成とタイグエン省で6つのプロジェクトを開始

ベトナムの海岸清掃に協力

SPVBは、VNUSと協力して、2019年から2020度にかけて10箇所での海岸清掃活動を行いました。その成果として、2,500人近くの地元ボランティアとSPVB従業員により30トンものゴミを拾いました。



ホーチミン市カンゾの海岸清掃活動

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■社会貢献

SPVBは、社会貢献を通し、会社の成長とともに社会への還元と関わる人々に良い影響を与えるために邁進しています。コミュニティに還元できてこそ成功を取めることができたと考えており、還元することが私たちの感謝の気持ちを表すことでもあります。

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、社会への貢献が行われました。2018年から2020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。

- ・2018年にロンアン、2019年にバックカン、2020年にクアンビンのグリーン・サマー・キャンペーンの全国キックオフイベントに6,500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）
- ・25のスポーツ広場と遊び場（バクニン、ハノイ、ホーチミン市、ダナン、カントー、カマウ、フート）
- ・59.3万本の製品とTシャツを13,300トン分ボランティアに提供



ダナンのスポーツ広場



全国で多くの活動に参加するSPVB製品とTシャツを着るボランティアと生徒

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、約112億VNDを使用し、山岳や遠隔地域の児童向けに6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、150のHHプログラムが開始されています。



ホクモン工場とダナン工場のヘルピングハンズ委員会がビンフオックの遠隔地に設立・改修した学校



コミュニティ・デーにSPVB従業員が2,000ベトナムドン分の食事を、ホーチミン市の恵まれない人々に提供

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24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

災害時コミュニティ支援

SPVBは、人が企業の発展の中心にあると考えており、社会貢献を通して人々の健康と生活水準を改善するコミュニティ支援を行っています。

SPVBは、過去27年間、ベトナム社会に還元を続けてきました。例えば、災害やパンデミック被害者に延べ数十万の商品の寄付、数百件の心臓手術支援、数千のTetギフトの寄付、奨学金の提供、医療、教育、清潔な水を提供する施設の建設などを全国で行ってきました。



塩水侵入対策支援

ベンチエ省のチャウタン区とビンダイ区の恵まれない4千世帯及び障がい者学校に4万リットルの水を寄付



新型コロナウイルス対策支援

2020年までに、10の新型コロナウイルス対策に合計80億ベトナムドンを寄付



自然災害支援

2020年に、大雨に被害を受けた中部地方に5つの活動を通して合計44億ベトナムドンを寄付

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17億ベトナムドン近くを集め、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県との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、28億ベトナムドン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。

2020年は、トーナメント過去最高の17.8億ベトナムドンを集め、ホーチミン市のPoor Patient Sponsor Associationをとおして癌に苦しむ子どもたちに寄付しました。



2020年のゴルフ大会で集めた17.8億ベトナムドンの募金をホーチミン市 Poor Patient Sponsor AssociationのNguyen Van Ranh副会長に贈与

美しき文化の醸成



17年連続グエンフエ通り花祭りを支援し、ベトナム文化の保存に貢献しています

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員

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、能力開発、販売教育、業務教育の3つの開発を中心とする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。



2018年初期に設立した販売教育チームは、多彩な教育プログラムと専門的な能力を取り組みにより、短期間でフロントオフィスもバックオフィスもノウハウの蓄積とビジネスパートナーの信頼を得ました。成功をおさめ、影響も大きかったプログラムとして、ASMアカデミー、セールスアップ、DCRリフレッシュ、土曜日学習&Fritalkなどがあげられます。



業務能力フレームワークの導入とあわせ、SPVB従業員の業務能力と各レベルで優れた業務チームを開発するための教育とロードマップの作成を目的とした業務能力開発チームを2020年に立ち上げました。業務能力開発チームの発足から半年間で、SVPB初となる業務能力評価フレームワークと作成と導入、全5工場の管理者向けのワークショップと評価項目の作成、教育分析と管理者能力向上計画の策定などを行いました。今後、業務能力開発チームは段階的評価フレームワークを技術者や作業員レベル向けに展開、新人研修プログラムの標準化、従業員教育マスタープランの作成を行います。





ソフト面の教育では、能力開発チームが全国で毎年40から50のコースを提供しており、従業員に合計10,500時間の教育をおこなっています。一般向けとリーダーシップスキルの教育のみならず、能力差分析に基づいた各部署向けの専門的なワークショップも開催しています。

アジャイル開発の文化と、70:20:10の法則に基づいた積極的な自己啓発と成長の機会の醸成を目指しています。

- ・70 - 経験: 実務、部署間プロジェクト
- ・20- 薫陶: 共有、ランチ学習、Fritalk、Protalks
- ・10 - 研修: 販売学習ポータルAMENA、新しいe-ラーニングポータルサントリー大学とLinkedInラーニング、実務トレーニング、図書館、柔軟な予算管理の最大化、DBA (Becoming Agile Learner) シリーズ、キャンペーン21により短期学習の推進、デジタル学習を通して知識の上書きの慣習化、社内トレーナークラブで共有の文化の醸成、ヘルピングハンズとシンクロした活動、アジャイル学習とサントリーの利益三分主義の精神の推進。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7,000件のe-kudosが贈られています。

タワー・ワトソンが主催する、97%を超える回答率を得た2019年の健康アンケートでは、SPVBは20のカテゴリー中、行動計画、革新性、コラボレーションなど20のカテゴリーでOHS 2017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スコアは、OHS 2017よりも2点高い90点を獲得しました。グローバル飲料および食料業界の水準を上回り、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るようにしています。



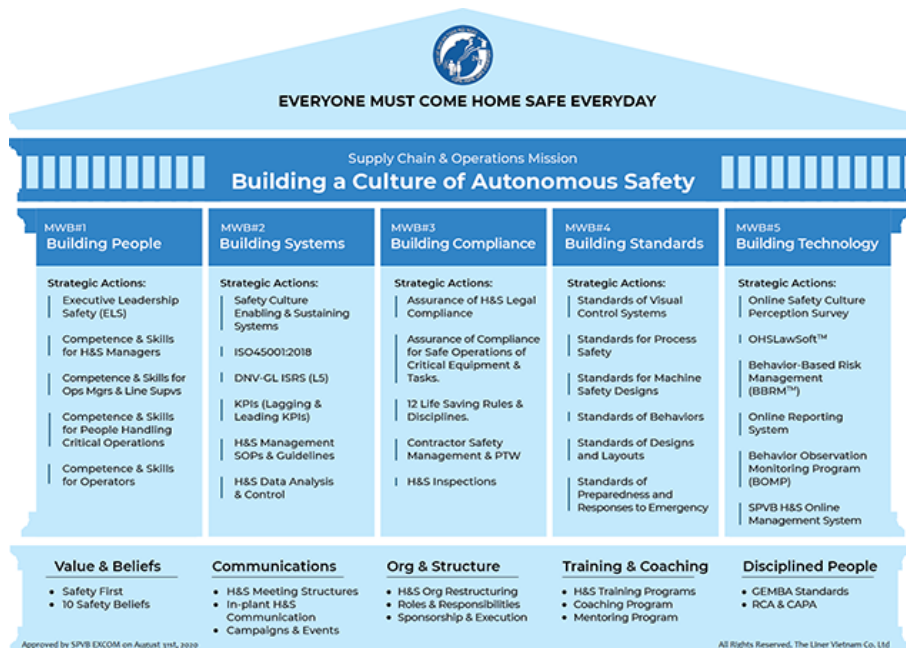
安全衛生

SPVBにとって、全従業員、契約業者、訪問者の健康と安全は2020年の優先事項となりました。2020年3月に新しい安全衛生管理者のQuan Hong Ducの就任により、全ての安全衛生戦略、プログラム、取り組みが見直され、より明確な体系と指令が与えられました。5つの達成すべき目標（人材育成、体系化、コンプライアンス、標準化、技術開発）に基づいた新しいビジョン、ミッション、方針により多数の安全に関するプロジェクトやプログラムを全国規模、工場規模及び各オフィスで導入しました。

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. 安全衛生ビジョン：ミッション

SPVBで安全面の大きな変更のひとつとして、2020年8月31日に策定された安全に関するビジョンとミッションがあります。安全衛生役員の検討後に執行委員会とCEOの承認も得たSPVB初の安全衛生ビジョンとミッションは、安全関連の取り組みのベースと戦略の基準となります。SPVBは、工場、オフィス、社外で働く全ての従業員が、毎日無事に家に帰れることを目指しています。ショートカットや安全のための作業やシステムを避けてまで急ぐに値するものではありません。バイクに乗っている時に、スピード違反をしてまで急ぐ必要がある現場はありません。これは安全のためのみならず、家に帰って家族や大切な者との時間を余すところなく過ごすためでもあります。



毎日無事に家に帰ることだけがSPVBのビジョンではありません。執行委員会にとっての期待であり、各責任者に正しい慣行、しっかりした手順の開発、危険やリスクの排除、コンプライアンス遵守を要求するものです。従業員の努力と献身は、工場やオフィスから無事に帰宅した従業員に向けられる家族の笑顔と形で還元されます。毎日無事に家に帰ることは、SPVBの基本的価値観のひとつで、事業・業務における大原則でもあります。全員が一丸となって、SPVBで働くことの一部としていきます。

2021年の業務とサプライチェーンにおける安全目標は、コンプライアンスと規律です。ここ数年、特に2020年に、工場の安全を改善しました。2020年末には、全5工場と物流センターで、従業員、下請け、3PL（サード・パーティ・ロジスティクス）の休業を伴う事故の件数をゼロに抑える事ができました。また、全5工場で器具のコンプライアンス評価を行うとともに、労働許可プログラムの導入、事故報告の文化も根付いてきました。

ただし、これらの進展は全従業員にとって心身ともに安全な職場を実現するまでの小さなステップでしかありません。まだ一部の従業員の危険な行動が見受けられます。コンプライアンスを違反している状態や、安全規定や手順に従っていないケースもあります。事故もまだ発生しています。このため、取締役会は、安全習慣、コンプライアンス、規律の推進を目指す2021年の安全目標を重視しています。これにより、しっかりとした基礎が作られ、安全性の向上につながると考えています。

コンプライアンスと規律の文化を醸成することで、安全基準の策定、安全慣行と基準への理解、業務中に安全基準を遵守し実行することの習慣化を目指しています。従業員が毎日無事に家に帰れるように、安全習慣のレベルを高め、より良い職場環境の実現を目指しています。

2. 5つの達成すべき目標

承認された安全衛生ビジョンとミッションは、達成すべき目標により、全国的、各工場での目標とプログラムとして明らかにされました。達成すべき目標は、人材育成、体系化、コンプライアンス、標準化、技術開発の5つの柱に分かれています。各柱でやるべきことが特定され、目標達成に向けたプログラムや責任者が定められています。5年後、10年後を見据えた長期的な戦略に基づいて安全習慣の定着を達成するためのプログラムの継続を可能としています。達成すべき目標のロードマップは以下になります。

- 目標1 (人材育成): 経営層(ELSW)、従業員の安全衛生管理者の能力とスキル、業務管理者、ライン管理者、重要業務担当者、作業員に対する目標。
- 目標2 (体系化): 安全習慣、ISO 45001:2028、KPIの進捗、安全衛生管理SOPs、ガイドライン、データ分析と管理に関するシステム。
- 目標3 (コンプライアンス): 安全衛生の法的要求達成、重要機器の安全作業・タスク、12の安全ルール、業者の安全管理と安全衛生検査。
- 目標4 (標準化): 安全な手順、機器の安全設計、行動基準、設計とレイアウト、事故予防・対策などの表示管理システムの標準化。
- 目標5 (技術開発): 安全習慣のオンライン調査、OHS Lawsoft、組織行動リスクマネジメント、オンライン報告システム、行動観察・監視プログラム、安全衛生オンライン管理システム。

3. 安全衛生方針

2020年11月18日に新しい安全衛生方針が最高責任者であるCEOに承認されるまでは、工場ごとにそれぞれの工場長が承認をしていました。新しい方針では、経営層から全5工場の従業員に視覚的にも発信されました。この方針は、安全習慣を根付ける長期的な取り組みのために達成すべき目標をまとめたものでもあります。これにより、困難や課題を乗り越え、改善を継続して行っていきます。

4. リーダーシップの強化

「従業員の意欲と安全を高めるのには何が一番いいか?」という疑問は、職場でリーダーシップをとるものにとって必要な課題です。SPVBでは、執行委員会、工場長、全国および各工場のEHSチームが参加するELSW (Executive Leadership Safety Workshop) にて成果、重点事項、次の年にも継続すべき重点活動、KPIの検討を行っています。これらを共有することで、安全対策に関する理解の向上と目標に向かって一丸となって進めることができます。ELSWは、リーダーシップの強化のため発足され、全5工場の工場長と全国EHSチームが参加するELSWレベル2 (工場レベル) もオンライン形式で行われています。安全衛生に関する13の重点項目と7つのKPIに沿った取り組みが行われています。



5. 12の安全ルール

2020年に、全社的のルールとは別に、12の重大安全ルールがあることがわかりました。この混在により資料などで表記する際等に理解の齟齬が生じていました。これらの「安全ルール」を統一するため、12の安全ルールとして環境・労働安全と人事チームが協議のうえまとめ、全工場・施設に適用しました。12の安全ルールは、安全に基づいて考え、行動する時の基準となっています。

6. コンプライアンス評価

過去にボイラーの運転及びアンモニアと空気濃度のDOP標準が現地の基準を満たしていなかったことから学び、業界の専門家であるSOSHI (Ho Chi Minh City Science of Occupational Safety and Health Institute) による安全に関するコンプライアンス監査を行いました。この徹底した監査で、機器の不適切な設計やリスクのある作業、法令が定めた基準を満たしているか、違反が無いかの確認が行われます。この監査は、2020年に5つの工場で完了しており、2021年も継続して行われます。

7. 業務能力チームとの協力

OE (Operational Excellence) とOps Cap (Operations Capability)は、EHSを含む全ての業務レベルにおける従業員の能力とスキルを向上するためにNguyen Thi Ngoc Lanhが2020年に設立した機能です。全国労働安全衛生チームの責任者であるMac Dang ThemがEHSプロジェクトリーダーとして任命され、OE-OpsCap担当と協力して各レベルの能力・教育マトリックスの明確化を作成及び効果の確認を行いました。部門間の協力無くして優れた仕事はできないという事を証明しています。

また、各部門・レベルで必要となる中核および専門スキル等の洗い出しも行いました。2021の重点課題として、管理者、役員・監査レベルのスキルの構築があります。

-組織行動リスクマネジメント: EHS管理者向けに作られ、工場にも展開済み

-根本原因解析: HM工場とBN工場向けに作られ、他の工場にも展開中

8. 安全習慣アンケート

安全習慣とは、従業員が共有する様々な考えや価値と会社にあるリスクに基づいたものです。企業文化の一部として多様な形で体现されます。全従業員に対するアンケートは、安全習慣に関して確認する手段のひとつです。2020年7月に全5工場で行われ、全国EHSチームが確認し、各工場長に承認されました。2020年の全部門とサプライチェーンの最終スコアは、Nguyen Duc Huy (EVP-Ops SC)、Dang Thanh Tan (EVP-Ops)、工場長5人、ELSWメンバー 38人 (監査) により、2021年1月27日に確認されました。2021年の目標は52点に設定されており、全従業員がすべきこととそれぞれの責任を理解しています。

9. 安全トーク

安全トークは、毎月リーダーシップチームの生産マネジャーや経験豊かな従業員が開催する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、2020年も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、安全を日々行う業務やその他の業務の優先事項とさせるようにしています。従業員にとって興味があり話しやすく、もっとも効果的なトピックを優先しています。このプログラムは、毎月行われる定期イベントとなり、どの従業員での行動で示すことを体现することを可能としています。

10. 全国EHS部の組織変更

2019年に、全国EHS部は品質管理部と合併して品質管理・EHS部となりました。2020年には、全国安全衛生チームが品質管理・EHS部より分離しましたが、環境チームに関してはそのまま、工場のEHS部は問題解決、能力開発、他部署への助言等に取り組む時間はありませんでした。また、安全衛生及び環境の組織変更は急で、業務レベルの維持とその後の安全習慣に関する取り組みの推進ができていませんでした。正しくその役割と責任を果たし、適切な人事を行えるように全国EHSチームと工場のEHSチームの再組織化が2021年3月5日に承認されました。

EHSチームに環境が再び戻り、工場のEHS担当者は、EHS役員に報告をすることになります。全国EHSチームの各メンバーは、システム・基準、コンプライアンス、データ分析等を担当し、工場のEHS担当者は、改善のための全国プロジェクトなどを主導する形になります。この組織変更により、EHSのさらなる充実を達成できると考えています。



11. GEMBA (標準化された新プロセス)

GEMBAは、計画、ルート、回数、監視が要求される取り組みです。また、報告と経過確認が必要で、課題の特定と解決も行わなければならない。効果的なGEMBAには、スタッフと作業員の直接的なコミュニケーションが必要で、作業員の正しい理解と行動、問題の認識も要求されます。SPVBではGEMBA活動を、検査を行うように行っています。

現在3つの要素がGEMBAの効果的な運用を妨げています。

- 設備、補助設備、器具、行動基準、安全作業に関する標準が整備しきれていない。
- GEMBA報告書が存在しない。GEMBAを完了した従業員が、それぞれの方法で報告している。(Zaloを利用してGEMBA中に撮影した写真をEHS担当者へ送信、EHS担当者が集まった情報をエクセルにまとめる等。)
- GEMBA活動の分析データが存在しない

これらを鑑み、2020年10月に見直しを行い、名前と回数を管理するGEMBAボード、工場のエリア毎に設計されたGEMBAルート、GEMBAルートの各ピットストップで記入していくEMBAレポート、正しい行動を称賛または間違った行動をとったときに原因を確認するGEMBAダイアログを導入しました。

12. 安全の価値

SPVBでは、安全の価値に基づいた6つの取り組みで「思想」の定着を進めています。ここで言う「思想」とは、それを信じることで、それに沿った行動をとるというものです。これに基づき、全国EHSチームが業務において従業員が行うべき6つの行動を制定しています。

- 全てのミーティングは安全から始める
- 安全より優先されるものは無い
- 業務上の全ての判断において安全を考慮する
- リーダーは、安全上問題のある行動や状況に注意する
- 安全衛生に関する正規の管理基準を満たした従業員のみ機器を操作できる
- 従業員の健康は安全と同等に重要である

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

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など、さまざまなタイプの飲料を提供・販売しています。V Energy、h2go、Just Juice、Maximus、Fresh Up、Simply Squeezed等の代表ブランドを提供しており、ニュージーランドの南オークランドにある工場で年間2500万ケースもの飲料を生産しています。

オーストラリアとニュージーランドで、合計1000人を超える従業員を雇用し、お客様の多様なライフスタイルにあった多様な飲料を提供するとともに、将来の飲料ニーズを満たすために全力で取り組んでいます。

"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、市場において独自のポジションを築くことができている。



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、National Program 3 (NP3)、Food Control Plan (FCP)からISO 9001/ISO 22000まで、国内外のさまざまな食品安全・品質管理プログラムに基づいて運営しています。また、オーガニック認定も取得しています。

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。

私たちの品質管理チームの役割は、私たちの商品が品質管理における全ての品質基準を満たしているかを確認することです。



「KAIZENプロジェクト」を継続

フルコア・サントリーは、改善活動を通して優れた製造工程の実現を目標にしたSMWフレームワークを導入しています。これにより、標準、ツール、システム、工程の策定を通して実現可能な能力の確立と、深化を目指しています。

また、これまで12年にわたり、整理、整頓、清潔、清掃、躰けの5Sを実践しています。毎年、フルコア・サントリーの生産チームは、数百の改善アイデアを導入しています。

全業務を対象とした改善プログラムを導入しており、多くの従業員が教育を通してグリーンベルト（持続的向上）を取得しています。さらに、ホワイトベルトとイエローベルトプログラムの導入により、能力の向上とロス削減を達成しています。



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。

お客様に多彩な低糖、無糖、減糖飲料を提供することに積極的に取り組むとともに、機能性と自然な原料にもこだわっています。私たちのR&Dセンターでは、美味しい低糖や無糖の飲料の開発に注力しており、サントリーと協力して代替砂糖の開発などを行っています。

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。ニュージーランドの保健省の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ニュージーランド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。



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、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

フルコア・サントリーは、サントリーと同じく未来の環境を考え、高い目標を設定しています。2030年までに以下の5つ主要目標を達成するために努力を続けています。

- ・CO₂排出量の35%削減
- ・埋め立てゼロ
- ・2030年までに全てのパッケージをリサイクル可能にする
- ・水使用量の20%削減
- ・販売する全飲料の1/3を低糖または無糖にする

持続可能な循環型社会の貢献

フルコア・サントリーは、使い切りの飲料パッケージが環境に与える影響を減らす責任を認識しています。持続可能な対策により、廃棄物の埋め立て処理の削減、回収可能なパッケージの回収率、リサイクル率および再処理率の向上を目指しています。

ニュージーランドでは、2020年に全国的に飲料の容器回収に関するシステムの検討と計画が始まりました。この計画では、容器が回収場所や処理所でリサイクルされると払い戻しされるシステムが含まれています。昨年末には、包括的な提案がニュージーランド政府に提出されました。フルコア・サントリーもNew Zealand Beverage Councilのメンバーとして、このシステムの設計を担当するワーキンググループに参加しました。

オーストラリアでは、既に5つの州で払い戻しのシステムが導入されており、今後も増える見込みです。

ニュージーランドで、リサイクルを促すため、容器を回収する「自動回収機」を2つの大学で試験的に導入しています。この回収機は、1500個のプラスチックと缶容器を回収することが可能です。



環境負荷の低減

2017年にToitū Envirocareと協力してカーボンフットプリントの削減を目指し始めてから、ニュージーランドとオーストラリアのほぼ全ての部署や工場から排出される温暖化ガスの排出量を測定しています。

2020年にはハイブリッド車を導入し、現在では営業チームが使用する車両の20%を占めています。フルコア・サントリーが直接排出する量を測定するのみならず、お客様と協力して店舗で使われる冷蔵庫がどのように環境に影響を与えるかの把握にも取り組んでいます。省エネの冷蔵庫を使うことで、全体的な排出量の削減と、光熱費や維持費の削減にもつながります。

リデュース・リユース・リサイクル

私たちは2020年に大きな進歩を遂げ、フルコア・サントリーとして初めてリサイクルされたプラスチック「rPET」を使用した製品を発売しました。これにより「NZナチュラル」シリーズは、リサイクル可能なパッケージを採用し、可能な限り現地でリサイクルされた資源を使っています。

rPETボトルの開発では、世界中のサントリーグループ社員の専門知識を導入するとともに、成果を共有しました。この他にも、グローバル規模のプロジェクトが多数進められています。

既存のパッケージの改善に関しては、3R（リデュース・リユース・リサイクル）を基準としています。これは、生産と流通の効率性（CO₂排出量の削減）、機能性、安全性、リサイクル性を考慮しつつも、お客様が愛し、よく知る商品であることを維持し、パッケージが環境へ与える負荷を最小限に抑える事を目指しています。



リサイクルの取り組み

オークランドの生産拠点は、フルコア・サントリーで最も多くの廃棄物を排出しています。2020年は、埋め立て地に廃棄される廃棄物量を内部でリサイクルし、削減することに取り組みました。廃棄物に関する監査を契約する廃棄物処理業者と行い、最も影響が大きい項目と、改善点を洗い出しました。その結果、廃棄物を適切な場所に配置することと、正しい慣習の重要性がわかりました。

- ・廃棄物回収の導入：食べ残し等を分別してコンポスト化する
- ・電子廃棄物の回収を通年で行き、1トン近く回収
- ・RD&Iチームが品質チェックで毎日使うテイスティングカップをリサイクル可能なものにする

また、調達チームは主要なサプライヤーとフルコア・サントリーの計画を共有し、パッケージに使われる材料をリサイクル可能なものに移行する可能性を探ってもらっています。

この様な継続的な改善により、2020年は埋め立て処理する廃棄物を5%減らすことができました。

水への配慮

生産拠点に新たな機器導入することで、年間1200万リットルの水を削減する他に、水の節約のために様々な取り組みを行っています。サントリーグループとして、ベストプラクティスや機器の性能に関する情報や節水、水の再生と再利用に関する最新の取り組みを定期的に共有・確認しています。

これまで製造過程で使われる水の一滴まで大切に扱う姿勢により、2030年に向けた改善目標を大幅に前倒しで達成することができました。

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、積極的にコミュニティ貢献活動を行っています。昨年は、サントリーグループで合わせて、山火事に苦しむコミュニティに合計50万ドルを、オーストラリア赤十字社、ニューサウスウェールズ地方消防局、ニューサウスウェールズの野生動物保護団体 Wildlife Information Rescue and Education Service (WIRES)に寄付しました。

また、10万ドル相当のSimply Squeezed JuiceとSmoothiesをホークスベイ洪水の被害にあった地域医療保健委員会のスタッフ、介護師やその家族に提供いたしました。



従業員のボランティア活動

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、最大で8時間の有給ボランティア制度「Make a Difference Leave」を設けています。個人またはチームとして地元コミュニティ、慈善活動やグループを支援する従業員をサポートすることの価値を認識しています。Make a Difference Leaveの最大の利点は、その柔軟性にあります。ボランティア時間は、一日で使い切るだけでなく、日数、団体、イベント、活動に分けて使うこともできます。昨年度は、多くの従業員がMake a Difference Leaveを活用し、地元コミュニティのオークランド市伝道団の配給所でボランティアを行う等のボランティアに参加しました。



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、従業員が安全で衛生的な職場で活躍できる環境づくりに取り組んでいます。それに伴い、従業員の健康を実現するために必要な方針、教育、資源を提供しています。従業員が毎日安全に家族のもとに帰れるように、従業員の健康と安全が私たちのビジョンの中心にあります。

当社は何をするにあっても、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。健康安全方針を見直し、従業員の安全と健康をサポートするとともにお互いの安全を守る職場の実現に対する考えを改めて発表しました。私たちは、誰もが安全と健康を推進するリーダーとなれること理解しており、積極的にインクルーシブな企業文化の確立と会話と協力を促しています。これを通して、リーダーやそのチームが協力して実用的な安全・健康の取り組みを形にしています。

従業員選抜の健康・安全担当者60名が従業員の代表として活動しています。従業員の代表として健康・安全の文化の確立と醸成に大きく貢献しています。18ヶ月間にわたり、メンタルヘルスと健康に関する取り組みの見直しを行い、繋がる、積極性、気付き、継続的な成長、譲り合いを健康のための5つの項目として制定し、メンタルヘルスとセルフケアの重要性を再確認しました。これらの5つの項目は、習慣的に行う事で、従業員のメンタルヘルスの強化し、バランスを保つ助けとなり、さらなる健康に繋がると考えています。



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。昨年度は、教育と育成の取り組みとダイバーシティとインクルージョン戦略を中心に強化しました。フルコア・サントリーでは、従業員の投資することが、企業文化や事業の成功につながると考えています。

これらの取り組みが評価され、2020年Human Resources Director (HRD) New Zealandに「New Zealand Employer of Choice」を受賞しました。この賞は、以下の教育と育成およびダイバーシティとインクルージョンの取り組みが大きく評価されての受賞となりました。

- ・ダイバーシティとインクルージョン戦略の導入
- ・消費財メーカーとしてニュージーランドで始めて性別に関係なく育児休暇が取得できる企業となった（法令で定められた育児休暇に加え、13週間の休暇が可能）
- ・コロナ渦の最中、デジタルラーニング環境「MySU」を導入（現地開発のLinkedIn ラーニングとサントリーグローバルコンテンツの活用）
- ・コミュニケーション方法とデジタル技術の深度
- ・リーダー育成コースとリーダー的思考のための教材



Pepsi Bottling Ventures

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ

本社所在地 4141 ParkLake Ave., Suite 600, Raleigh, NC 27612, USA

設立 1943年

事業内容 米国におけるペプシコおよびPBVの飲料ブランドの生産・流通・販売

ホームページ <http://www.pepsibottlingventures.com/>



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの生産施設（ノースカロライナ州ウィンストンセーラム）

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、安全で高品質な商品を提供するため、ペプシコ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と食品安全システム

■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、ペプシコのWebサイトから、当社商品の栄養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、製造プロセス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、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは高度な浄水システムに投資を続け、排水を最小限にしつつ、製品の品質を最大限に保てるように努めています。



ウィンストン・セーラムの生産拠点の飲料水ライン

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%以上を達成しています。



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自社工場で製造を開始しました。2020年には、プラスチック包装材の生産を拡大し、プラスチックをボトルの形に成型する射出成形の工程を導入しました。ペットボトルとプリフォームの自社生産により、プラスチック梱包資材運搬用トラックを30台から1台に減らすことができました。また、新しいボトルは、再生プラスチックを10%使用しています。さらに、新たに導入した生産設備は、従来の設備と比較すると、エネルギー効率が20%改善されています。



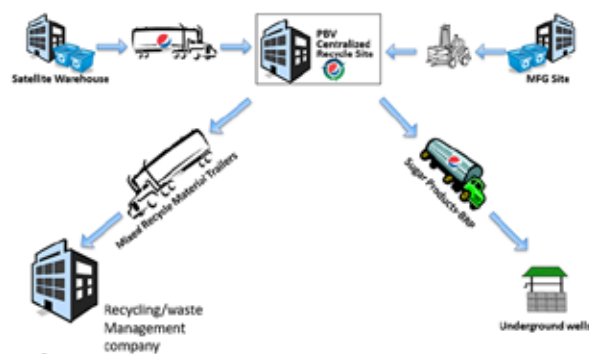
(左) ノースカロライナ州ガーナーの自社プラスチックボトル生産施設 (右) 射出成形機

再利用・リサイクル—パレット再利用・プラスチック製ケース

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズで使われるプラスチックと木製のパレットの99%は、複数回再利用されています。また、プラスチック製ケースは、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自社施設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



PBV リサイクルフロー

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、2020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、自然災害の被災者のために、支援団体や赤十字に多くの資金援助を行っています。

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30万人以上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。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、在来の環境を取り戻す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、組織全体の改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

東部の地域で実施していた運動促進プログラムも、大きな成功を収めました。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的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。



PBV従業員に健康的なライフスタイルを啓発する資料

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。

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	2014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

プレミアムスピリッツの世界的リーダーであるビームサントリーは、原料の生産から消費に至るまでのバリューチェーンの全工程において、「Proof Positive（プルーフポジティブ）」という、持続可能性に関する長期的な取り組みを行っています。自然、消費者、地域社会に対するこれらの取り組みは、国連の持続可能な開発目標（SDGs）に沿っており、ビームサントリーとそのすべてのステークホルダーのために、より持続可能で公平な未来を創造することを目指しています。

「Proof Positive」の2030年および2040年の目標には、次のものがあります。

NATURE POSITIVE (環境への取り組み)



効率的なテクノロジーおよびよりクリーンな燃料への投資を通じて、ビームサントリーは生産単位あたりの水の使用量を22%削減し、事業活動によって排出される温室効果ガスを19%以上削減しました。ビームサントリーは、この環境フットプリント削減の進展を足掛かりに、環境保護に重点を置いたバリューチェーン全体に対する大胆な目標を設定しています。目標は次のとおりです。

- ・2030年までに事業活動による温室効果ガス排出量（GHG）を50%削減し、さらには2040年までにバリューチェーン全体で排出されるよりも多くの炭素を除去します。特に、今年後半にケンタッキー州クレルモンにオープン予定のFred B. Noe Craft蒸留所は、再生可能エネルギーを動力源とする同社初の蒸留所となり、世界中のビームサントリー拠点において、石炭や燃料油などの高炭素燃料から、天然ガスや液化石油ガスなどの低炭素燃料への転換が行われることになります。同社はまた、世界各地にある蒸留所全てにおいて、再生可能燃料に移行するための選択肢の評価を開始しました。
- ・2030年までに生産単位毎の水使用量を50%削減し、2040年までに地域社会や自然にとっても不可欠な水源での事業活動で使われるよりも多くの水を涵養します。ビームサントリーの水域保全プログラム「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」は、持続可能な水資源保全へのサントリーの真摯な取り組みから始まり、周辺の地域社会のため、また自社のスピリッツ製品に使用するために水源を保護しようとする強い意志を反映しています。メーカーズマークとジェームズB.ビームディスティリング社は、バーボンの製造に不可欠な地元の水源を保護するために、ケンタッキー州に天然水保護区を設立しました。
- ・ウイスキーの樽を作るために収穫するよりも多くの木を植えることを目的に、2030年までに年間50万本を植林します。ビームサントリーの象徴的なバーボンブランドは新しい焦がし樽でのみ熟成させるため、将来の生産に必要なアメリカンホワイトオークの持続可能な供給源を確保し、持続可能な林業をサポートするための取り組みを強化しています。
- ・2040年までに、取引を行うのは持続可能な活動を行うサプライヤーのみとします。
- ・2030年までに、使用するリサイクル可能なパッケージの割合を100%にし、梱包材の総重量に占めるリサイクル材の割合を40%にします。

CONSUMER POSITIVE (消費者への取り組み)



ビームサントリーは、「ドリンク・スマート」プログラム (www.drinksmart.com) を通じて、消費者が自分自身の健康や他者への影響について前向きな選択をするためのツールを提供しています。また、未成年者の飲酒や大量飲酒、飲酒運転をなくすための科学的根拠に基づくプログラムにおいて世界中の組織と提携して実施しているほか、主要製品のカロリーとアルコール含有量を消費者へ表示しています。有害な飲酒を減らし、消費者が正しい選択を行えるようにする取り組みをさらに強化するために、ビームサントリーは次のような目標を設定しました。

- ・5億ドルを投資して、責任あるブランドコミュニケーションを大幅に拡大し、「ドリンク・スマート」プラットフォームを強化し、根拠に基づくパートナープログラムをサポートすることで、消費者の責任ある商品選択の意思決定を促進し、消費行動にプラスの影響を与えます。ビームサントリーは、責任ある商品選択の意思決定を促進し、有害な飲酒を減らすように設計されたメッセージとツールを使用して、2030年までに3億人以上の消費者にリーチすることを目指しています。
- ・2030年までに、ウイスキー、テキーラ、ジン、ウォッカ、RTDなどの主要カテゴリにおけるノンアルコールや低アルコール製品の認知度を高め、導入し、投資することで、選択肢の拡大を可能にします。
- ・2030年までに、すべての製品の栄養およびアルコール含有量の情報を、パッケージまたはオンラインで表示します。

COMMUNITY POSITIVE (地域社会への取り組み)



ビームサントリーは、ビジネス全体で性別、人種、民族の多様性を高めることを目指しながら、より包括的で公平な文化を育み、世界中の従業員のボランティア活動を支援し続けます。目標は次のとおりです。

- ・世界の指導的地位にある女性の割合を50%、米国では人種のおよび民族的にマイノリティな従業員の割合を45%に上げ、2030年までに従業員の帰属意識を業界最高水準に引き上げます。
- ・2030年までに世界中の地域社会で行うボランティア活動の累積時間数を100万時間にし、業務店をサポートし、より強力なコミュニティを構築し、社会正義を促進する取り組みと組織に投資し続けます。
- ・ビームサントリーの持続可能性戦略は、厳格な行動倫理規範とグローバルシチズンシップポリシーに根ざした企業価値によって支えられています。

ビームサントリーは、毎年目標に対する進捗状況を開示します。

また、目的主導型のブランドとプログラミングによって、すでに大きな進歩を遂げています。需要事項は次のとおりです。

ジェームズB.ビームディスティリング社

ケンタッキー州クレルモンにあるジェームズB.ビームディスティリング社のFred B. Noe Craft蒸留所は、今年後半にオープンする予定で、再生可能エネルギーを動力源とする最初の蒸留所となり、電気ボイラーを含むいくつかの新しい持続可能な技術を活用します。この拠点では、ワンパス冷却システムのソリューションである閉ループ冷却システムも設置しており、水の使用量を大幅に削減しています。この技術は非常に大きな投資でしたが、今後何年にもわたって大きな効果をもたらすでしょう。

メーカーズマーク

メーカーズマークは、業界で最も持続可能な企業であるというビジョンを持って、2022年までに埋め立て廃棄物をゼロにする、樽倉庫ヘソーラーパネルを設置する、ケンタッキー大学と提携して、バーボンを熟成させるための樽に使用されるアメリカンホワイトオークのDNAを研究するなど、数多くの活動を行ってきました。また、ガバナンス、環境、地域社会、顧客、および従業員の持続可能性に対するブランドの取り組みを示すことで、B Corp認証を取得することを目指しています。

シップスミス

シップスミスは、2020年に埋め立て廃棄物をゼロにしました。また、ガバナンス、環境、コミュニティ、顧客、および従業員に対して便益をもたらしていることを示すB Corp認証を取得しました。

カーサ・サウサ社

サウサとホルニトステキーラを製造するカーサ・サウサ社は、蒸留所、アガベ事業、瓶詰め事業における二酸化炭素排出量と水の使用率がテキーラ業界で最も低いです。この拠点は、燃料油から天然ガスに移行し、高効率の天然ガスボイラーを設置しました。また、廃水とバイオソリッドを処理して現場での堆肥化作業に再利用することで、水の使用量を削減することに成功しています。カーサ・サウサ社は、森林再生、土壌保全、帯水層の再充電を通じてレルマ-サンティアゴ川流域を回復・保護するための、飲料業界の国際的な環境サステナビリティ向上業界団体（BIER）および他の6つの飲料製造会社との共同流域イニシアチブである「Charco Bendito」プロジェクトに参加しています。

クルボアジェ

クルボアジェは、フランスのジャルナックにある蒸留所で、高効率、低窒素酸化物（NOx）バーナーを活用し、物流の輸送手段をディーゼルトラックから鉄道に切り替えることで、炭素排出量を削減しました。また、パッケージ変更を行うことでガラスの重量やプラスチックを減らす取り組みを行うだけでなく、生物多様性の改善にミツバチや羊がどのような効果をもたらすかを調査したり、地元のエコ認定生産者からワインを購入したりするなど、農業慣行の変更も行っています。

ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ

ビームサントリーの「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」プログラムは、持続可能な水質保全へのサントリーの真摯な取り組みに端を発しています。私たちは、このプログラムを拡大し、この取り組みへの地域社会の協力を促すことに取り組んでいます。現在、ナチュラル・ウォーターサンクチュアリは、ケンタッキー州ロレットにあるメーカーズマークと、ケンタッキー州クレルモンのバーンハイム・アーボリータム&リサーチフォレスト内にあります。

流域の保護と計画

ビームサントリーは、流域の保護および計画に取り組んでいます。これには、流域マッピング、水質テスト、保全・保護活動、および水量供給計画が含まれます。この活動は、ケンタッキー、メキシコ、インド、セントクロア、アイルランド、スコットランドにある8つの拠点にて行われています。

ケンタッキー大学

ビームサントリーは、500万ドルを投じて、ケンタッキー大学に、次世代の蒸留酒製造業者を教育するためのカリキュラムをサポートする「James B. Beam Institute for Kentucky Spirits」を設立しました。この設立によってさらに強化された、ビームサントリーとケンタッキー大学とのパートナーシップは、ケンタッキー蒸留所全体の流域バランスを整え、保全・保護活動を継続的に監視することを目的としています。

責任ある飲酒

責任ある飲酒のための国際同盟（IARD）の創設メンバーとして、ビームサントリーは、業界の同業者とともに、未成年者の飲酒と有害な飲酒を防ぐことを目的に設定された高い業界基準を通じて、アルコール関連の問題解決に大きな進展をもたらしました。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のメンバーでもあり、オーストラリアのDrinkwise（ドリンクワイズ）、英国のDrinkaware、南アフリカのAWARE.org、米国のResponsibility.orgなど、アルコールによる大きなリスクに取り組む組織の活動を支援しています。また、責任あるアルコール消費を促進するためのグローバルな教育プラットフォームであるドリンク・スマートを通じて、消費者へのツールと情報の提供を行っています。

ボランティア活動

ビームサントリーの従業員は、地域に変化をもたらすための地域組織との強力な関係の構築、地域への還元に関心に取り組んでいます。同社のボランティア活動へのグローバルな取り組みは拡大を続けています。2019年に最初のグローバルサービスデー「Together for Good」を開催し、「ビームサントリー・ケアズプログラム」を拡大しました。このプログラムでは、有意義なボランティア活動や社会活動に従事するために、従業員に対して毎年最大3日間の有給休暇を取ることを奨励しています。

プルーフポジティブの詳細については、次のURLをご覧ください。<http://www.beamsuntory.com/sustainability>

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・テイスト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ストングを行います。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	Mühlberg 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。品質の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。