

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)

アイスクリーム等乳製品、氷菓及び菓子その他食料品の製造・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	528億円 (2021年度)
従業員数	265名 (2022年4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	<a href="http://www.haagen-dazs.co.jp/">www.haagen-dazs.co.jp/</a>



## 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、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。

### ■ 食品の安全と品質への取り組み

#### 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、社内研修も行ってまいります。

## ■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

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申し出られ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。

## ■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。

## ■サントリーサステナビリティビジョンに対する取り組み

CO<sub>2</sub> 

### ライフサイクル全体でCO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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。

## 原料

### 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。

## 容器・包装

### 包材の脱プラスチック・削減、軽量化

2025年を目標とする「プラスチック資源削減目標」を設定し、プラスチック削減への取り組みを強化いたします。これにより、最終的にプラスチック使用量を年間で50%の削減（2021年比）を目指します。

また、アイスクリームの包材（リッド、タンパーエビデンスなど）、スプーンを、石油由来のプラスチックから、環境配慮型プラスチック、もしくは、非プラスチック素材に、順次切り替えを推進していきます。

あわせて、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。

## 人権

### 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。

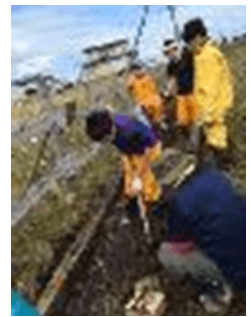
さらに、職場における差別やハラスメントを防止するために研修会や職場勉強会を開催し、従業員の意識啓発に取り組んでいます。



## 生活文化

### 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室・釧路地区において、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、日本初のフードバンク団体である「認定NPO法人セカンドハーベスト・ジャパン」を支援しています。

食品を無償で社会福祉施設などに提供するフードバンク活動<sup>\*</sup>を行っている「セカンドハーベスト・ジャパン」への食品寄贈を通して、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提供し、幸せな時間、笑顔をプレゼントしています。

<sup>\*</sup>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

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。



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

中学生・高校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。



オンライン企業訪問の様子

# (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	50百万円
売上高	172億円 (2021年度実績)
従業員数	900名 (2021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	<a href="https://www.dynac.co.jp/">https://www.dynac.co.jp/</a>



## 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

わたしたちダイナックグループは、企業理念『食の楽しさをダイナミックにクリエイトする』に基づき、よき企業市民として、お客様・従業員そしてすべてのステークホルダーに寄り添い、豊かで楽しいコミュニケーションを“食”を通じて実現することで、食文化の発展、新しい価値と感動を創造し、持続可能な社会を実現することを目指します。

#### 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、監査役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(監査役2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。

監査役は2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。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。さらにサステナビリティ経営推進室を設け、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、購買・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。

## ■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。

### 食品廃棄物の削減・再資源化

『食べきり』と食材の『仕入量』や『使い切る』の工夫

- ・料理内容を検証し、ひとりあたりの可食量の適正化を図り『食べきり』に取り組んでいます。
- ・食材は、在庫管理を日々行い、無駄な在庫をなくすことで、廃棄ロスを減らしています。
- ・食材を多岐にわたるメニューに活用し廃棄の減少に努めています。

また、ダイナックグループでは、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。



## ■サントリーサステナビリティビジョンに対する取り組み

### CO<sub>2</sub>

#### 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。

### 原料

#### サプライヤーとの取り組み

お客様の声を広く企業活動に反映させるとともに、ダイナック品質方針『All for the Quality』のもと、【食品安全理念】【食品安全活動方針】を定め、お客様に最高品質を提供するため、フードチェーン全体で品質の維持・向上に取り組んでいます。

### 容器・包装

#### プラスチック問題への取り組み

各店舗で使用するストローは、バイオマスプラスチック配合の環境配慮型素材を使用しています。また、2022年4月1日施行された『プラスチック資源循環促進法』に合わせて、さらなるプラスチック削減への取り組みを継続・実現しています。

### 人権

#### 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います。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。

### 生活文化

#### 地域との取り組み

地域に根差し・つながり、食文化を広めるため、地域の生産者・企業・自治体と連携し、食を通じて持続可能な街づくりや地域活性化に向けた取り組みを推進し、地域の成長力を確保することを目指します。

# (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 125億円 (2021年度実績)

従業員数 2,405名 (21年) ※正社員、契約社員、アルバイト含む

事業内容 1988年に創業し、「昼はカフェ、夜はサカバ。」という「二面性」をキーワードに、使い勝手の良い空間を一日中ご用意する『PRONTO』（プロント）、気軽にワインとお料理を楽しむ“ワインの酒場”の『Di PUNTO』（ディプロント）、レモネードとこだわりのグルメドッグを提供するカフェ『É PRONTO』（エプロント）、お茶と和スイーツの和カフェ『Tsumugi』（ツムギ）など、複数の飲食業態をフランチャイズ展開しております。

ホームページ <http://www.pronto.co.jp/>



## プロントグループのサステナビリティ

### ■ “笑顔がつくる未来の笑顔” SHARING SMILE

プロントグループは、持続可能な社会（未来）のために“笑顔がつくる未来の笑顔” SHARING SMILEを私たちの使命に掲げ、誰もが笑顔分かち合う社会の実現を目指していきます。

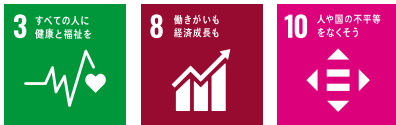


## 主なサステナビリティ活動

フロントグループが取り組む4つの領域



### ■人を守る



#### 安全安心の商品提供

法令を順守した品質マネジメントを徹底しています。食材の品質・安全性はもとより、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ため、日々の品質・衛生環境チェックや、外部機関による定期衛生検査を実施し、安全な環境と安心な商品の強化に努めています。

#### 従業員の働きがいとダイバーシティ推進

人材育成のため、各種研修を用意しています。

また、スキルを高めるための各種資格の取得支援など専門技能をもった人材育成を行っています。

採用面では、新卒・キャリア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んでいます。また、多様な人材を採用しダイバーシティを推進しています。

### ■海を守る



#### 容器・資材の環境配慮品への対応

使い捨て(ワンウェイ)プラスチックに対し「3R+Renewable」を推進して、貴重な資源を循環させて持続可能な社会を目指しています。

REDUCE ごみを減らす・プラスチック素材使用の軽量化

REUSE 繰り返し使用・店内提供飲食にグラス・陶器製の食器を使用

RECYCLE ごみを資源にして再利用・環境負荷低減燃料として再利用

RENEWABLE 再生可能な資源への置き換え・プラスチック素材をバイオマスプラスチック素材に変更

### ■資源を守る



#### 食品ロス削減の推進

オリジナルSCM（サプライチェーン管理）システムによる在庫管理で、食品ロス削減を推進しています。また、各店舗でのデータに基づく適正な受発注管理により需給調整をしています。

#### リサイクルの推進

生ゴミ・不燃ゴミ・食用油の等の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65%以上を達成しています。

## 水のサステナビリティ

プロントグループはサントリーグループの一員として、水循環への理解、節水・再利用・浄化水資源保全、地域社会との共生などの活動を推進しています。

## 環境に配慮した店舗設計

プロントグループは、徹底した省エネと環境にやさしい店舗設計をしています。

### 遮熱フィルムの使用

熱線反射・遮熱性能を備えたフィルムを採用し、空調効率アップ

### ハイブリット厨房機器導入

蒸気熱回生ユニットを積む食器洗浄機を採用

従来品より60%～70%の節電効果

### 節水設備

節水機能に加えさらに洗浄効果のある設備の導入で、従来品より50%の節水

## ISO認証・エコマーク認定

2009年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

2017年には飲食店として初のエコマークの認定を取得（PRONTO店舗）

## ■ 森を守る



## P LOVE GREEN

プロントグループは、2010年から“日本にもっとGreen”をテーマに「P LOVE GREEN」の活動を推進し、産地や製法にこだわった素材を使った「P LOVE GREEN メニュー」の売上一部を寄付しています。

主な寄付先は 公益社団法人 国土緑化推進機構 で、森林循環を守るために「植える・育てる・使う」の緑化活動へ活用しています。





# 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	102億円（2021年度実績）
従業員数	362名（2021年3月現在）
事業内容	レストラン事業、百貨店・商業施設等での直営販売事業、 デリバリー事業、卸販売事業、通販事業、海外事業
ホームページ	<a href="https://mai-sen.com/">https://mai-sen.com/</a>



## 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14店舗に加え、百貨店や駅ナカを中心とした全国63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3店、台湾2店の合計17店となっています。（2022年4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。

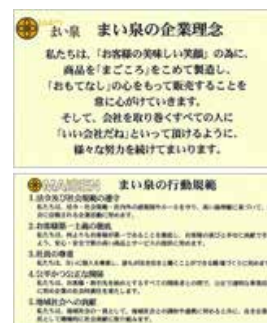
## 主なサステナビリティ活動

### ■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「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。

### ■食品の安全と品質への取り組み

#### 品質を支える「こだわり」

「とんかつまい泉」の美味しさへのこだわり「妥協」の文字はありません。お客様に本当に美味しいとんかつを召し上がっていただくために、豚肉をはじめとしたすべての食材・調理方法にこだわり、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の認証を取得しました。2016年には7S活動を開始し2021年にはHACCP制度化をしました。



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」を実践するため、「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。

## 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。

## ■サントリーサステナビリティビジョンに対する取り組み

### 原料

#### 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。

#### 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。

#### 濾過器付きフライヤーの導入

上記の取組みに加え、店舗のフライヤーを濾過器付に順次切り替えることで、女性の厨房スタッフの業務負荷軽減とともに、廃油量の大幅削減を実現しています。2022年末で約40店舗の切替を完了する予定です。

#### 食品ロスの削減

日配品を取り扱うことから売れ残り即廃棄となるため、売上向上かつ食品ロス最小化のマネジメントに取り組んでおり、業界でも最高水準のロス率を達成しています。

### 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」

### 容器・包装

#### レジ袋の切替

直営販売店でのテイクアウト用レジ袋を2021年にバイオマス25%に切替えを実施しました。またマイバッグ促進のためにまい泉商品がちょうどよく収納できるまい泉特製エコバックを開発し店舗にて販売しています。

### 健康

#### 商品ごとのカロリー表示・アレルギー表示

近年の健康ブームを踏まえて、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、アレルギー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。

### 人権

#### ビジネスパートナーとの関わり

##### 技能実習生

まい泉では2016年よりフィリピンからの技能実習生の受け入れをしており、惣菜製造の技能習得のため現在約50名の実習生が工場勤務しています。

#### 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。

## 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。

### 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。

## 生活文化

### 本店周辺の地域活性化に貢献

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



# 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	50億円（2021年度）
従業員数	59名（2021年）
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	<a href="https://www.suntory.co.jp/flower/">https://www.suntory.co.jp/flower/</a>



## 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

### ■サステナビリティ経営の推進

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。

### ■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。



ホームページ

#### 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に集計しています。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。

## ■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。

## ■サントリーサステナビリティビジョンに対する取り組み

### 水

#### ウォーターエイドジャパンへ寄付しています

「緑との新しいつながりを創るグリーンブランド」をコンセプトとした室内用観葉植物「&Green」の売り上げの一部を、特定非営利活動法人ウォーターエイドジャパンに寄付しています。



### CO<sub>2</sub>

#### 物流におけるCO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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。

### 原料

#### 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。

### 容器・包装

#### 育林材の活用

もっと身近に、もっと手軽に、味わう喜びを楽しんでいただくことをコンセプトとした食用テーブルハーブ「Ready to Harvest」の培地の一部に、水を育む森を育てる“天然水の森”活動を通じて、副産物として生まれる木材「育林材」を使用しています。

### 健康

#### 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

## 人権

### ビジネスパートナーに対する取り組み

#### 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。

### 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。

## 生活文化

### 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、地域の皆様で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」

### 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」「サンビーナス」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

### 女性活躍支援プログラムへの参画

5歳から18歳までの少女を支援する北米のNPO団体「Girls Inc」へのチャリティプログラムに2020年から参加し、花苗ブランド「Soiree® Kawaii」の売り上げの一部を毎年寄付しています。一部は若いホームレスの支援にも送られました。



Soiree® Kawaii  
※日本国内ではフェアリースターとして展開中。

### 次世代を担う人材を支援するため奨学金プログラムを設立

植物業界の発展、花の未来を創造すべく「Dream Big」奨学金を2022年に、American Floral Endowment(AFE)と提携して設立、熱意ある農学系の学生を応援し、次世代を育て、植物業界に還元していきます。

# 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	96億円 (2021年12月期)
従業員数	182名 (2021年12月31日現在) 男性103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	<a href="https://www.suntory.co.jp/smc/">https://www.suntory.co.jp/smc/</a>



## 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し、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

### ■サステナビリティ経営の推進

#### 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の浸透・啓発に取り組んでいます。



## ■品質への取り組み

### 徹底した品質の確保・向上

サントリーグループの一員として、各種関連法規およびサントリーグループの品質方針を遵守し、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



スタッキング可能な各種備品と  
ワンプッシュ型定量ディスペンサー「一押し君」

## ■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、業務負荷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

## ■サントリーサステナビリティビジョンに対する取り組み

### 容器・包装

#### 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。

### 人権

#### 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。

#### 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。

#### 生活文化

##### 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りと考えています。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。

# 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	63億5600万円 (2021年12月期・連結ベース)
従業員数	2,643名: 契約社員、アルバイト等含む (2022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	<a href="https://www.sps.sgn.ne.jp/">https://www.sps.sgn.ne.jp/</a>



## 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

### ■サステナビリティ経営の推進

#### 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。

## ■お客様との関わり

### お客様の個人情報の管理を徹底

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

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

### スタッフが目指す姿を定めて接客サービスの質を向上

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



振り返りの  
ミーティングを実施

### お客様視点を把握して事業に反映

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

### 商品の表示内容の見やすさ・わかりやすさを確認

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

## ■サントリーサステナビリティビジョンに対する取り組み

### 水

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



## 容器・包装

### 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。

## 健康

### 長時間勤務の是正を強化

労働安全衛生法に則って「衛生委員会」を設置し、安全・衛生に係る具体策の検討・審議を行っており、長時間勤務への対策を重点活動の一つとして取り組んでいます。また、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、対策の強化を図っています。

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

ウォーキングイベントへの参画や、健康アプリの利用促進を行い、従業員の健康維持をサポートしています。また、産業医・産業保健師による健康相談日を対面・オンライン双方で設け、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。

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。また、各種研修に「セルフケア」「メンバーケア」「ラインケア」のプログラムを組み込んで、従業員のメンタルケアをサポートしています。

## 人権

### 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。



## 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「トモニン」

・厚生労働省「トモニン」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

### 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2.3%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。2022年3月末時点での雇用率は2.6%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、個人々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。

## 生活文化

### 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。

#### ・「みんなの音楽会 バリアフリーコンサート」

SPSが指定管理者として運営する「大和市文化創造拠点シリウス」では、国内で活躍するアーティストによる「バリアフリーコンサート」を開催しています。小さなお子様からお年寄りまで幅広い年代のお客様が楽しめるプログラムを提供すると共に、手話通訳や難聴者支援システムの導入、サービス介助士の配置など、ハンディキャップを持つお客様への鑑賞サポートも行っています。個性を尊重し合う共生社会を目指して、多様な方々が同じ空間でコンサートを楽しむ機会を継続的に創り出しています。



公演の様子



手話通訳者



難聴者用ヘッドフォン

### 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可能性や成長を促進・支援するさまざまな活動を展開しています。

#### ・職業体験

地域の子どもたちに文化芸術に親しみを持ってもらうきっかけとして、SPSが指定管理者として運営する公共施設での職業体験を実施しています。

「やまぎん県民ホール（山形県総合文化芸術館）」では、舞台スタッフの仕事を体験できる「親子で参加しよう！舞台のお仕事体験会」を開催しています。実際にステージにスポットライトを当てたり、音響機材に触れてスピーカーから音を出す等、公演を支えるプロの技術を体験を通して学びます。



「小井市民交流センター」では、市内の小中学生を対象に、記者になりきって公演の取材をする「こがねいジュニア特派員」のイベントを開催しています。子どもたちならではの個性豊かな視点と表現力で取材レポートを作成する体験を通じて、新たな学習への意欲向上へと繋げています。



## 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 Pacific サントリー食品アジアパシフィック

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



### 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



### トヨタサントリーミドリエ(上海) 園芸有限公司

環境緑化システム「花のかべ」「森のかべ」「ミド  
リエデザイン」等の製造・販売・メンテナンス、  
オゾン浄化塗料「Ozo eater」製品の製造・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	<a href="https://www.suntorybeverageandfood-europe.com/">https://www.suntorybeverageandfood-europe.com/</a>

### サントリー食品フランス

本社所在地	52 boulevard 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	Calle Mahonia, 2 5ª Planta , 28043 Madrid - SPAIN
-------	---

### EECM-Benelux

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



代表ブランド：シュウエップス<sup>※</sup>、  
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  
<sup>※</sup> サントリー食品ヨーロッパの個々の  
担当区域内で所有・商品化



## 会社概要・理念

### ■パーパスに根差した持続的な成長

私たちは、環境、社会、そしてガバナンスを非常に重要と捉えています。サントリー食品ヨーロッパでは、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 Resources(自然と響きあう)、Our Drinks(お客様と響きあう)、Our People(従業員と響きあう)、そしてOur Society(社会と響きあう)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尊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取り組みを続けています。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。



## 主なサステナビリティ活動

### 水

#### ■Respect water (水資源の尊重)

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。

サントリー食品ヨーロッパは、自社工場での水使用量を2030年までに20%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。トレドにある当社の先進的な工場では、2017年時点で既に水の使用量を5%削減しており、2年以内に20%の削減を達成する予定です。

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。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。

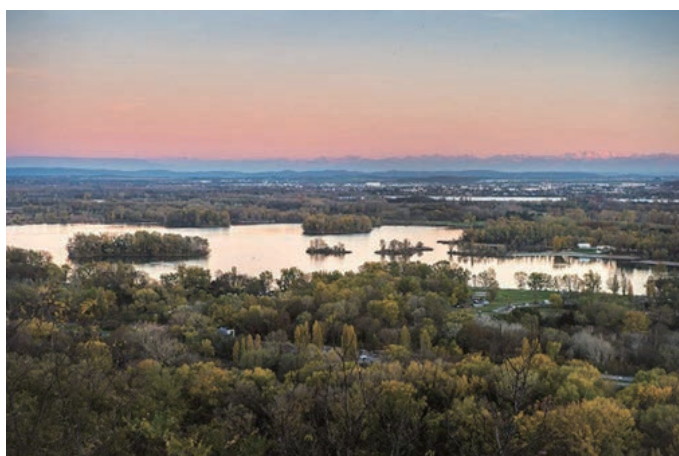
スペインでは、「Guardians of Júcar (ジュカル守護者) プロジェクト」という、バルクセタ河川の自然環境の回復(すでに完了)とグリーンフィルターの導入による水質の改善という2つの取り組みを通して、地表水の水質改善、河岸の自然環境の回復、水生生態系の理解と向上への貢献、河岸の外来種の駆除、そして自然地域の一般利用の促進を目指すプロジェクトがあります。



2022年のはじめに、スペインにおける2つ目の水源保全プロジェクト、「Guardianes del Tajo (テージョ川の守護者) プロジェクト」を立ち上げました。このプロジェクトでは、トレド市に水を供給する3つの貯水池のうちの1つであり、またスペインの主要工場の1つがあるグアハラス貯水池周辺での活動を計画しています。このプロジェクトの主な目的は、同貯水池の水質と水量を改善し、ボランティアキャンペーンを進め、水育(サントリーが推進する子どもを対象とした教育プログラム)を実施することにより従業員、主要関係者、そして子どもたちの意識向上を図ることにあります。



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ています。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る西ヨーロッパ最大の淡水湖の復元を目的として、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。

英国では、2022年に「Water Wisdom (水の知恵)」という家族向けの水育プログラムを開始する予定です。環境チャリティ団体「Severn Rivers Trust」と協力して立ち上げたこのプログラムでは、流域の消費者に対し夢中になれるような体験を通じて、次世代に水を引き継ぐためにどのように水を保全、保護すればいいのかについて考える機会を提供しています。

## CO<sub>2</sub>

### ■Reduce emissions (排出量の削減)

当社は、バリューチェーン全体でのGHG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、自社拠点で50%のGHG排出量削減(スコープ1および2)とバリューチェーン全体で30%のGHG排出量削減(スコープ3)という目標を掲げています。また、当社は2050年までにGHG排出量の実質ゼロを達成することを目標としています。当社では、レポートでの透明性を高めるためにCO<sub>2</sub>排出量を年に1回測定しています。2021年に当社の全工場と所有する事業施設が購入した電力は、すべて再生可能エネルギーでした。

フランスにおいて、地球温暖化は最重要課題の1つに挙げられています。当社は2015年以降、生産する飲料1リットル当たり41%のCO<sub>2</sub>排出量を削減しています。輸送は当社のCO<sub>2</sub>排出量の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におけるCO<sub>2</sub>排出量ゼロの達成に向けて取り組みを行っています。2022年には、全船舶の70%のエコ化また排出ゼロを達成しています。2020年1月以降、すべての工場とオフィスの50%の電力は、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%を達成しました。

これらの取り組みにより、スペインにおけるCO<sub>2</sub>削減目標の34%（2015年比）を2020年に達成しました。

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CO<sub>2</sub>削減目標に大きく貢献しています。

また、気候変動に立ち向かうという当社の目標に全従業員が貢献しています。その1つの方法は通勤手段によるものです。当社は、「cycle to work」補助金スキームを通じて自転車で通勤することを推奨しています。また、英国オフィスは2022年に、電気自動車への移行を従業員に奨励するために、駐車場に充電スタンドを設置する予定です。

## 原料

### ■ Procure sustainably (サステナブルな調達)

2019年、当社は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。サプライヤーのリスクを明確に評価し、さらに改善に繋げるため、当社の原材料および包装資材サプライヤーの91%がSedexプログラムとプロセスに加盟しています。サプライヤーの60%は、SMETA準拠を含むSedexによる審査の全てのプロセスを完了しています。そのうち17%は低リスクのサプライヤーと評価されました。なお、重大な違反があり、さらに違反に対する是正策がないサプライヤーはありませんでした。

製造過程では、原料調達の影響を受けるビジネスとして、気候変動や非持続的な農法による生物多様性への影響が懸念されます。

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を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プランに沿って、当社は200マイルにわたる荒地を回復し、2,000個の巣箱を作るとともに、ロンドン市よりも面積が大きい地域に花粉と花蜜が豊富な植物を植え、湿地帯の造成、沼の復元、植林を行い、養蜂箱を作っています。

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で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向上、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、原料として使用するすべての果物の持続可能な調達をコミットしています。このような背景があり、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ました。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。

## 容器・包装

### ■Less and better packaging (より環境負荷の少ない容器包装)

2019年9月に、2030年までにグローバルで使用する全ペットボトルに、リサイクル素材あるいは植物由来素材のみを使用し、100%サステナブル化を目指すという目標を発表しました。当社は、リサイクルペット(rPET)の使用量を増やし、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CO<sub>2</sub>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リサイクルペットの使用率を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リサイクルペットが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年以上前からリサイクルペットを使用しています。また、2025年までに全ての容器包装を100%リサイクル可能なものにしていくことを目指しており、そのために当社の使う容器包装を必要に応じて変更していきます。例えば、英国ではRibenaブランドの Karton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。



スペインでは、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、製品ライフサイクルにおけるCO<sub>2</sub>排出量を減らしています。

また、Schweppesは2022年5月にrPET 100%になり、La Caseraも2023年までにrPET 100%を達成する予定です。両ブランドをrPETに置き換えることにより、2024年以降年間10,750トンのCO<sub>2</sub>排出量を削減できます。

英国では2020年、Ribenaを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。Lucozade Sportは2022年に同様の転換を予定しており、新たに一部のみを覆うスリーブを導入し、キャップとラベルを除き、ペットボトルは100%リサイクル素材のものとなります。



スカンジナビア地域では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、当社目標を予定よりも早く達成することができました。この地域では数年前から、少なくとも25%、最大100%の再生プラスチックが使用されています。このように、ボトラー各社と協力して高い目標を達成していきます。

2030年の目標を実現するために、2019年に当社は、リサイクルペットの分野でバイオ産業をリードするCarbios社への投資を行いました。Carbios社は、酵素を使い、プラスチック廃棄物を劇的に削減し、業界の課題であるペットボトルの循環型経済の実現を推進しています。当社は、Carbios社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。2021年6月、当社は世界で初めて、酵素を使ったリサイクルPETを使用したOranginaボトルの最初の試作品を発表しました。さらに、2021年9月、Carbios社は酵素を使った独自のリサイクル技術を世界に公開し、デモプラントを創設しました。

当社がPETのリサイクルプロセスに関与することは、お客様にリサイクルを推奨する効果もあります。当社の主要ブランドにおいては、マーケティングキャンペーンを通じて、重要なサステナビリティメッセージの発信を継続しています。また、業界全体の取り組みにも参画していきます。

英国では、2021年の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発信しました。またフランスでは、広告、および店舗での活動を通じて、MayTeaのサステナビリティに関する取り組みを発信しました。

## 健康

### ■Less Sugar（低糖・無糖の取り組み）

2025年までに商品ポートフォリオ全体で砂糖の添加量を35%削減することを目標に掲げています。

また、2021年に新しく制定された責任ある食品事業とマーケティング慣行に関するEU行動規範に、創設企業として署名しました。レシピの変更、食品廃棄物の削減、そして持続可能なパッケージの開発に向けてコミットを続けることにより、さらに健康的な製品を市場に投入し、循環社会への移行を支援するというEUの目標を後押ししていきます。

当社は、目標に向かい、2021年末までに2015年と比較してすでに23%の削減を達成しています。レシピ変更や、砂糖の含有量を減らすと同時に、英国のLucozade Zeroなどの低カロリーブランドへの投資を積極的に進めています。

スペインでは、飲料の砂糖を42%削減（2015年比）した上、低カロリーのシュウェッス（Schweppes Lemon、Orange、Pink、およびGinger Ale）の販売を開始しました。さらに、近日中（2022年内）にAgrumとTonic Lemonを販売する予定です。低カロリーのシュウェッスは広く流通していて、98%の小売店で販売されています。



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。また、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。

2021年には、フランスで主力製品であるOasis Tropicalにおいて、甘味料を使わずに砂糖を24%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。

その他の欧州では、当社の飲料に添加される砂糖の量を6%削減しました（2021年）。低カロリーのシュウェッス（Schweppes PINK）の人気の高まりと、商品ポートフォリオの継続的な改善によって成し遂げられました。サントリー食品ポーランドは現在、低カロリー商品ポートフォリオへと移行しており、35%の砂糖含有量削減を達成しています（2015年比）。





## ■Positive Choices (ポジティブな選択)

当社は、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、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、独自の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 (よりナチュラルへ)

当社は、飲料を通じてナチュラルな新商品を提供するため、商品ポートフォリオ全体で人工着色料と香料を削減するという目標を掲げています。

当社は、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）に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が良い例です。

## 人権

### ■Inclusive and flexible (包括的で柔軟な対応)

人は大切です。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。コロナにより、オフィスで仕事をするという従来のスタイルが成立しなくなりました。当社も、従業員と綿密な対話を行い、当社全体で新しいフレックス勤務方針を制定しました。この新しいフレックス勤務制は従業員に喜ばれました。フレックス勤務制はデジタル技術と新しいシステムへの投資により可能となったものであり、自宅で働くという新しい働き方に全従業員が適応できるようになりました。

### ■Diversity, Equity, and Inclusion (ダイバーシティ、エクイティ、インクルージョン)

当社は、ダイバーシティとエクイティ、そして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、社会的背景などがその要素に含まれます。また当社は、組織内での経験も非常に大事なことだと考えています。キャリアアップのための道筋、労働文化、新しいアイデアに対するオープンさ、そして、流儀やフレキシビリティ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、エクイティ、そしてインクルージョンを推進する年としました。2020年以降、当社は、より多様でインクルーシブな従業員と職場を実現するための戦略を進めています。そのため、2020年にCEO自らが主導するD&Iタスクフォースを立ち上げました。地域をまたいだ、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。2021年、サントリーホールディングスは世界的なDE&Iフレームワークを立ち上げました。当社は組織の全レベルにこの考え方を広めています。2021年末には、当社のエグゼクティブリーダーシップチームがDE&I研修を受けました。この研修は2022年以降、より広範囲の組織へと広げていく予定です。

### ■Accountable for our value chain (バリューチェーンにおける責任)

信頼を築くということは、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強制労働や人身売買が発生しないよう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。これには、サプライヤーとの連携や仕入れを担当する従業員は受講必須のトレーニングが含まれています。



## ■ Ethical employer (倫理的な雇用)

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

2021年に、英国の全従業員が贈賄および汚職の研修を受け、さらに営業担当やサプライチェーン担当の多くは強制労働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) という研修を通して、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。

## 生活文化

### ■ Empowering communities (地域社会の活性化)

アマゾン川流域における森林破壊に反対している「Ishpingo」、環境保護のための連帯休業制度を設立し、地域コミュニティの発展を支援している「Planète urgence」、貧困と差別への支援を提供している「Secours populaire français」、ドロップアウト防止に取り組んでいる「AFEV」等、環境、人々、そしてコミュニティにポジティブな影響をもつ組織とパートナーシップを結んでいます。2021年、当社のブランドOasisと小売店などは、「Le Secours populaire français」のために約26万ユーロを集めました。また当社は、勤務時間を割いて、年1回のボランティアデイを設けることを決定しました。当社は、「Vendredi」ともパートナーシップを結んでおり、ボランティア活動への参加を望む従業員の橋渡しを行っています。

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。3年間で「B Active」は次の成果を上げています。

- ・英国の5つの都市において10,703人の青少年を支援
- ・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人の青少年の公認職業資格の単位認定
- ・94%の青少年が「B Active」は意欲を高めてくれ、人生のターニングポイントとなったと述べており、74%は参加したことで素晴らしいキャリアの機会を得られたと述べています。

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を受けました。評価結果と改善案は2021年に公開されました。その改善案に従い、「Coach the Coaches」という新たなメンタリングプログラムを開始しました。このプログラムは、青少年による同年代同士でのコーチングを行うという内容です。

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。一部の従業員には「CONNECTING LINKS」のボランティアへの参加を勧めています。このプログラムは、ボランティアが祖父母世代と継続的な関わり合い(3ヶ月以上)を持つことで、世代間での学びを推進することを目的としています。ボランティアは、週に一度、最もマッチする人と30分間電話で話します。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環となります。

### Purposeful brands

「Growing for Good」のビジョンを持つことで、当社、そして当社のブランドは意義のあるコラボレーションを実践できます。例としては、「Apprentice Nation」と当社のLucozadeブランドのパートナーシップが挙げられます。Lucozadeは、「Apprentice Nation」と協力し、「Unlock Your Potential」というプラットフォームにおいて新たなカリキュラムを立ち上げました。不利な状況にある英国の若者をオンライン学習により支援することで、彼らが自信を持ち、生活と就業のためのスキルを身につけることを目的としています。プラットフォームにメンターを提供すると同時に、Lucozadeは「Apprentice Nation」の参加者に限定したイベントと就業体験会を開催しています。可能性は誰にでもあるが、機会は誰にでも与えられるものではないからこそ、パートナーシップを通じて、過小評価されているコミュニティの青少年に対し、キャリアを手にするチャンスを与え、意義のあるトレーニングを提供したいと当社は考えています。

## ■ Giving Back to Society (利益三分主義)

コロナの影響が続く中、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。ロックダウンが始まってから、約200万本の飲料を最前線に提供しました。飲料の寄付とともに、当社のフランスチームは通常は当社の工場で使用している個人用保護具（PPE）を寄付することで最前線の医療関係者を支援しました。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、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、スクール・ポピュレール等のパートナー NGO向けの寄付金を募りました。



## その他のサステナビリティへの取り組み

### ■ Less waste (廃棄物削減)

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が100%使用されており、MayTeaと小型のPulcoのボトルでも、2021年から再生プラスチックが100%使用されています。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の湖で実施し、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、「Love Your Forest in the Forest of Dean」という不法投棄反対キャンペーンを立ち上げました。この地域には当社の工場があり、また多くの従業員がその側で暮らしています。過去6年間に、このキャンペーンには15,000人の地元住民が参加し、不法投棄とリサイクルの問題に取り組みました。120回のコミュニティイベントが開催され、リサイクルのためのインフラがこの地域に整備されました。このキャンペーンは、英国の田園地方における最初の不法投棄反対キャンペーンの1つとなり、田園地方での不法投棄とリサイクルに関する行動の変化を望む他の地方当局のお手本となっています。

Suntory Beverage & Food Asia Pacific

## サントリー食品アジアパシフィック

- ・ Suntory Beverage & Food Thailand
- ・ Suntory PepsiCo Vietnam Beverage
- ・ Suntory PepsiCo Beverage Thailand
- ・ Suntory Garuda Group
- ・ Frucor Suntory Group

### サントリー食品アジアパシフィック (SBFAP)

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パシフィックは、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・太平洋における飲料、健康エンリッチメントの製造・販売

ホームページ <https://suntorybeverageandfood-apac.com/>



### Suntory Beverage & Food Thailand (SBFT)

本社所在地 17th Floor, Kian Gwan Building 2, 140/1 Wireless Road Lumpinee, Patumwan, Bangkok 10330

ホームページ <https://www.brandsworld.co.th/>

### Suntory PepsiCo Vietnam Beverage (SPVB)

本社所在地 5/F, Sheraton Saigon Hotel & Towers 88 Dong Khoi Street, District 1 Ho Chi Minh City, Vietnam

ホームページ <https://www.suntorypepsico.vn/en>

### Suntory PepsiCo Beverage Thailand (SPBT)

本社所在地 9th Floor, 622 Emporium Tower, Sukhumvit Road, Klongton, Klongtoey, Bangkok 10110, Thailand

ホームページ <https://www.suntorypepsico.co.th/>

### Suntory Garuda Group (SGB)

本社所在地 Jl.R.A.Kartini - Kav.8 Cilandak Barat, Jakarta Selatan, Indonesia

ホームページ <https://www.suntorygaruda.com/>

### Frucor Suntory Group

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

ホームページ <https://www.frucorsuntory.com/>

## 会社概要・理念

### SBFAPのサステナブル戦略

#### SBFAP

SBFAP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。

#### Frucor Suntory

60年余前に設立されたFrucor Suntoryは、オセアニア地域のトップ飲料メーカーであり、オークランドとシドニーのオフィスにおいて1,200人の従業員を擁し、ニュージーランドに2つの製造工場(オークランドとネイピア)と、地域全体で5つの物流センター(オークランド、ブリスベン、シドニー、メルボルン、パース)をもちます。

Frucor Suntoryは、“hungry to make drinks better”(よりよい飲料を求めて)を合言葉として掲げています。20を超えるブランドの製造・マーケティング・販売をしており、ブランドにはV Energy、BOSS Coffee、Maximus、NZ Natural、Simply Squeezedなどがあります。ニュージーランドでは、PepsiCo社およびSanitarium社と長期のパートナーシップを締結し、Pepsi Max、Gatorade、Rockstar等の素晴らしいブランドの魅力全てをお届けしています。

### Code of Ethical Conduct

SBFAPは、コーポレート・ガバナンスにおいて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、全従業員は研修を受けて自らの行動の責任について学びます。SBFAP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

SBFAP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。両部門の目的は、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SBFAP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、基準がベースとなっています。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。

### ■ Frucor Suntoryの取り組み

#### Frucor Suntory: 2030年に向けたサステナビリティ目標

Frucor Suntoryは、サントリーと同じく未来に向けた事業を考え、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。

- ・ CO<sub>2</sub>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





## Suntory Beverage and Food Thailand (SBFT):

### SBFTは水育プログラム「Save the Water to Save the World (水を守り世界を守る)」を実施します

2021年、SBFTはタイ環境研究センター（EECTAI）、ならびに同社のボランティア従業員と協力して環境の持続可能性に対する取り組みを強化し、水育 - ブーケットにおける若者向けの自然・水教育プログラムを実施しました。このプログラムでは、「Save the Water to Save the World」というコンセプトの下で様々な活動を通じて、地元の子どもたちに水保全に関する知識を伝え、水保全に関する意識を高めました。SBFTは、サントリーとEECの知識を集結し、ブーケットの地元の子どもたちにそれを教えることで地元の子どもたちの環境保全に対する意識を高めるためのプラットフォームを設立しました。このプログラムでは、海洋資源や保全ガイドラインについての話とともに、水保全に関する知識を子どもたちと共有しました。これらの話には、水の重要性、恩恵、脅威、陸地と海の生態系を豊かにする水源の働き、廃棄物管理、そして廃棄物の循環が含まれ、同時にビーチ清掃とDIY廃棄物ワークショップも行われました。子どもたちが、活動に参加することで得られた知識を活かし、それを友達や家族と共有し、さらに将来の持続可能な水保全の実現のためにその知識をさらに深めることが期待されます。



水育教育プログラムの参加者



屋外教室での水保全についての学習

## Suntory PepsiCo Vietnam Beverage (SPVB): 2021年、100万本の樹木 - グリーンベトナム プログラム 開始

SPVBとクアンガイ省青年団は、2021年にクアンガイ省のミンロン県において開始式典を行い、約5.5ヘクタールの森林に6,600本を植樹しました。このプログラムは、「100万本の樹木 - グリーンベトナム」プログラムのフレームワークの一部です。開始から5ヶ月後に、「100万本の樹木 - グリーンベトナム プログラム」は、多くの成果を上げました。クアンナムとクアンガイの森林の河川流域において30,000本の樹木を植え、また植樹には多くの地元住民が参加しました。「グリーンコミットメント」キャンペーンなどの支援活動では28,407人が登録し、「グリーンアクション」には18,876人が参加しました。「100万本の樹木」のフォトコンテストには、2,419件の応募があり、1000万を超える人々が関心を寄せました。情報発信活動は広く展開され、省のファンページでは3,216件、県のファンページでは219,878件の投稿があり、2500万人を超える人々が関心を寄せました。有意義かつ実践的な方法で、ラオスヒノキ林を調査し、より多くの樹木を植え、クアンナム省の少数民族に恩恵をもたらすために、プログラムの締めくくりとなる活動が開催されました。



100万本の樹木 - グリーンベトナム プログラム 2021



### Suntory PepsiCo Vietnam Beverage (SPVB): 水の保全について学ぶための子ども向けの教育プログラムの開始 2021年

SPVBは、「Central Council of Young Pioneer Organization」と共に、「水育 - I love clean water」プログラムの教育コンテンツとして、子ども向けの水資源の保全に関するアニメを送り出しました。全部で5つのエピソード(5つの冒険)が制作され、水資源の保護というメッセージを子どもたちに新鮮味のあるかたちで、かつ分かりやすく伝えました。その後、すべてのエピソードが2か国語の字幕付きで子ども向けのYoutubeチャンネルにアップされました。SPVBは、この教育コンテンツが社会に環境メッセージを広めることを願っています。子どもたちに水保全について教えるための優れたプログラムとして、今後もこの水育プログラムを継続する予定です。



ベトナムで子ども向けに公開された水資源保全に関するアニメ(水育 - I love clean water)

### Suntory PepsiCo Beverage Thailand (SPBT): National River & Canal Conservation and Development Day 2022

SPBTは、「National River & Canal Conservation and Development Day 2022」プロジェクトのオフィシャルパートナーとなることで、天然資源・環境省の水資源局と協力して、継続的に水資源の保全に取り組んでいます。このプロジェクトは、天然水資源の重要性についての意識を高めることで、青少年、一般人、公的部門や民間部門の人々が水資源の保全に注意を払うようになることを目指したものです。主に次の3つの活動があります。バーチャル展示、様々な基調演説者が天然資源の保全に関する知識を参加者と共有するハイブリッド型の知識共有セミナー、そして「Action for the River」というテーマでの動画と写真のコンテストです。このコンテストでは、持続可能な天然資源の保全と教育に関する専門家と研究者が審査員を務めます。コンテストが、関心を持つ人々や熱心な学生が持続可能な水資源の保全のための独創的な研究やアイデアをプレゼンする機会となることを期待しています。



「Action for the River」をテーマとした「National River & Canal Conservation and Development Day 2022」の開催

## Suntory PepsiCo Beverage Thailand (SPBT): もう一つの成功した水育プログラム：青少年向けの水教育

SPBTは、天然資源・環境省の環境品質促進局、水資源局と教育省の初等教育局、基礎教育局、そして社会・環境開発に関する活動団体「Klong Wises」とともに、「水育 2021 プログラム：青少年向けの水教育」の成果を公表しました。プロジェクトでは、全国から6,000人を超える生徒が水資源管理プログラムに参加しました。このプログラムは、水保全教育プロジェクトとして大きな成功を収めました。あらゆる関係機関、関係者から圧倒的な反響があり、バンコク、アユタヤ、ナコンパトム、サラブリー、パトゥムターニーの260校の学校からの反応は素晴らしいものでした。プロジェクトでは、活動を通じて6,065人の青少年に、天然水資源の保全に関する知識と環境を大事にする方法を教えました。さらに、228人の先生がトレーニングプログラムに参加し、全般的な水資源管理について教える方法を学びました。SPBTは、タイの青少年と生徒が「環境に配慮する責任ある市民」として成長し、水資源の価値を認識し、水を大事に使うように、「水育プログラム：青少年向けの水教育」を全国の学校に広げるつもりです。持続可能なかたちでの天然資源と環境の保護に共に取り組むために、知識と哲学を伝え、そして水育プログラムに参加することで得られた経験を今後、家族やコミュニティと共有する予定です。



「水育プログラム：青少年向けの水教育」の表彰セレモニー

## Suntory PepsiCo Beverage Thailand (SPBT): SPBTのチェンマイ県における流域保全プロジェクト

2021年、SPBTはチェンマイ県のメーチェム地区において砂防ダムの建設、樹木、ベチパー、苗木の植え付け、そして森林を侵食し劣化させる火災を防止するための防火帯の建設を行い、水資源と環境の保護、並びに河川流域の森林の再生を行うべく、Raks Thai Foundationとパートナーシップを締結しました。この活動を通じて、水質が改善され、清潔な水を利用できるようになり、また火災が防止されたことで、この地域に住む人々の暮らしが改善されました。また、環境保護に対する意識も改善されました。100人を超える従業員とBaan Huay Pak Kood村の住民が、砂防ダムの建設と再生プロジェクトに参加しました。このプロジェクトが森林の生態系にもたらした影響は非常に大きく、水流が緩やかになったことで高い保水レベルが維持され、その結果、森林火災の可能性は低くなりました。2019年から、SPBTは、「水と生きる」、「Living with Water」の企業哲学を実践しています。2019年からの成果は次のとおりです。

- ・76校の152人の先生に対し「Train the Trainer Water Program」を実施。3つの県において6,080人を超える生徒と内容を共有。
- ・水資源の重要性についての意識の向上を目的として、1,054人の生徒を青少年キャンプと水に関する活動に招待。
- ・700ライ（1ライ=1,600m<sup>2</sup>）の植林、100ライのベチパー植え付け、被害を受けやすい地域での25kmの天然林防火帯。また、チェンマイ県のメーチェム地区のMae Suk川流域の森林地域において1,166の砂防ダムを建設。
- ・チェンマイ県のメーチェム地区、Mae Sukの4つの丘陵部族コミュニティに上下水道と濾過システムを提供。清潔な水を利用できるようになったことにより、コミュニティで暮らす人々の生活の質が改善。



流域保全プロジェクトに参加したボランティア



## Suntory Garuda Beverage (SGB): 地域コミュニティが清潔な水を利用できるように

SGBは、地域の人々が清潔な水を利用できるように、様々な水保全のプログラム、教育を通して水の保全に取り組んでいます。SGBは、2021年に工場の近くのコミュニティの人々が清潔な水を利用できるようにするために、全工場で行った取り組みを展開しました。例えば、南カリマンタンのバンジャルバル、Landasan Ulin Selatanでは、SGBは370軒の家庭向けに12個の井戸を再生し、毎月約270,000リットルの清潔な水を利用できるようにしました。井戸の再生では、井戸の再掘削、ウォーターポンプの交換、人々の家に清潔な水を通すための分岐水管の設置を行います。スマトラのパカンバルでは、SGBは水育ブースを建築し、近隣のコミュニティに毎月45,000リットルの水を届けました。また、西ジャワのボゴールでは、SGBは植林と廃棄物の分別を行うことで、清潔な水を持続的に利用できるようにコミュニティを支援しました。中部ジャワのパティでは、SGBは侵食を防ぎ、沿岸部の生態系を回復させるために6,000本のマングローブを植林する政府のプログラムを支援しました。SGBは、これらの取り組みがコミュニティの健康を改善し、すべての住民が水と水保全施設を大事にし、力を合わせて水を守ることを願っています。



地域コミュニティが清潔な水を利用できるように海外部の生態系を回復させるためにマングローブを植林

## Suntory Garuda Beverage (SGB): 青少年向けの水育2021

SGBは、コロナ渦の中で、オンライン形式の水育学習モジュールの開発を続けています。このモジュールは、自宅学習においても先生や生徒が使用できます。学習教材には、ビデオ形式の水育モジュール、Mizu Adventure アプリ、Mizu-Townウェブサイトがあります。Mizu Adventureアプリを通して、子どもたちは清潔な水とそれを保護する方法を楽しみながら学ぶことができます。このゲームは、子どもたちが学校に戻ったときに先生が教えられるように、ボードゲーム形式でも提供しています。SGBはまた、Mizu Project: 水保全イノベーションコンペも開始しました。インドネシアの6つの地域から24校の小学校が、4週間から5週間に渡ってこのコンペに参加し、入賞した5校は5,500リットルを超える節水を達成しました。2022年、水育では新たに700名が水育チームメンバーとなりました。水育チームメンバーは、学校と家庭の両方で水保全を実践し、友達に環境保護活動への参加を積極的に勧める、選ばれた生徒たちです。2021年に、水育は水と環境の保全に関する指導スキルを向上させることを目的として、780人を超える先生に向けたトレーニングも行いました。水育では、学校やコミュニティとともに、水の保全と環境保護のための重要なステップとして、1,100本を超える樹木を植えました。

SGBは、インドネシア環境林業省 (KLHK) とともに、水育スクールの1つに最初のグリーンハウスを開設しました。この開設是水育2021プログラムの一環として、また世界水週間を祝って行われました。小学生を対象とした環境学習施設としてのグリーンハウス・パイロットプロジェクトは特別な取り組みで、子どもたちは様々な植物とその特性について学ぶことができます。植物の植え付けと手入れの方法を学び、また灌漑の重要性、そして節水、水の再利用、リサイクルを通じて水を大切に使うライフスタイルについて学ぶことができます。グリーンハウスでは、有機堆肥製造のための栄養ゾーン、植物データについて学ぶための知識ゾーンなどの学習ゾーンが設けられています。食用ガーデン、野菜の種まきゾーン、植物栽培ゾーン、水の再利用システムなどに焦点を当てた活動や、グリーンハウスの周囲に「biopore hole」を作るためのゾーンなども計画しています。



さまざまなオンラインの水育学習モジュール



水育で初めてグリーンハウスについて学ぶ子供たち

### Frucor Suntory: 水への配慮

水の保全是2030年に向けたサステナビリティ目標において優先度が非常に高く、2017年の水準から水の使用量を20%削減することを目標に掲げています。水の使用効率の改善に取り組んだことにより、2021年までに水の使用量を23%削減することに成功し、当初の予定よりも9年前倒しで節水目標を達成することができました。

空気洗浄機を導入することで、製品を完成させるために使用する水の量を減らすことができました。これまでに1,200万リットルを節水しており、これはオリンピック用のスイミングプール5つ分に相当します。空気洗浄機の成功は、チームが新たな独創的なアイデアを試行するモチベーションとなりました。例えば、パースト・リンシングは、水を断続的に供給することで、より少量の水で洗浄を行うものです。また、排出された洗浄水は冷却塔に送られ、水を蒸発させることで工場の冷却を行います。現在、Frucor Suntoryは、2030年までに2015年の水準から水使用量を33%削減する、また2050年までに2015年の水準から水使用量を50%削減するという、さらに高い節水目標に向かって取り組んでいます。水を節約し、再生利用するソリューションを見つけることで、この野心的な目標を達成できると確信しています。



オークランドのウィリ工場の新しいエアリンサー

### Frucor Suntory: 裏庭の再生の支援

ウィリにあるFrucor Suntoryの物流センターの背後には、プヒヌイ川が流れています。プヒヌイ川は、マヌカ川とマヌカ湾に囲まれた南オークランドの集水域であり、地理的、生態学的に、また人類史的にも豊かな地域です。南オークランドの都市化により、この集水域は大きな変化に直面しています。

2021年、Frucor Suntoryは、裏庭にあるプヒヌイストリームの再生を支援するために、オークランド市議会と新たに協定を結びました。このパートナーシップは、近隣の生態系の健全性を守ることで「水と生きる」というサントリーのコミットメントを実現するものです。

毎年、川沿いでの定期的なゴミ拾いウォーキング、水質改善のための植え付け、植物の成長を促すための定期的な除草を行っています。その地域に自生する樹木を植えることで、野生生物が増え、食料源とシェルターを提供でき、また川岸の侵食と下流での泥砂の堆積を防ぐことができます。また、コミュニティの人々にとってより楽しめる空間となっています。

協定を結んだ後すぐに、「ストリームチーム」として知られる熱心なボランティアチームが、50kgを超えるゴミを回収し、水路に沿って600本の在来樹木を植えました。

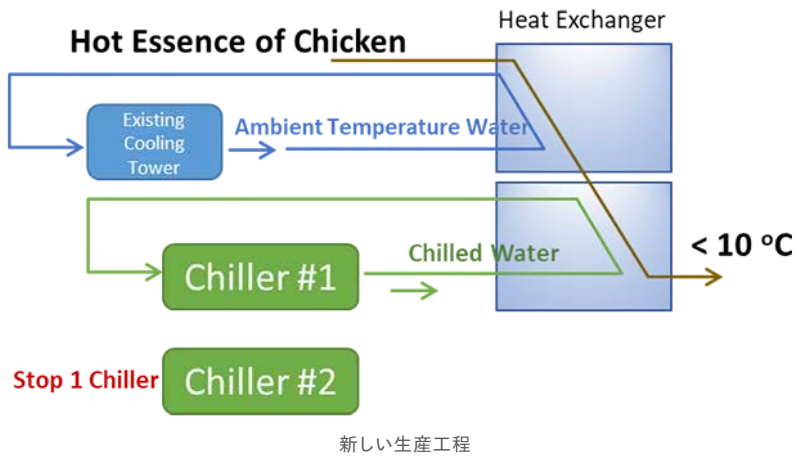
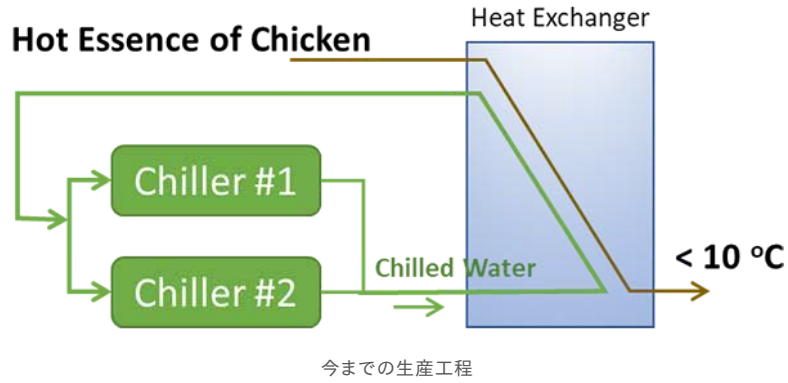
Frucor Suntoryは、定期的な除草を行うことで植物の成長を促し、川をきれいにし、マヌカコミュニティの人々が健全で活気に満ちた空間を享受できるように、プヒヌイ川再生チームと今後も緊密に連携していく予定です。



オークランド、プヒヌイ清流の近くでの植林

**Suntory Beverage & Food Thailand (SBFT): 生産工程での冷却水使用量の削減**

これまで、エッセンスオブチキンの生産では、2台の冷却器が必要でした。SBFTは、生産時の冷却水の使用量を削減するために、第1段階で常温の水を使用し、第2段階で冷却水を使用して温度をさらに下げること、製品の冷却を行うようにしました。以前は製品の冷却のために2台の冷却器を必要としていましたが、1台に減らすことができました。この改善は、1年あたり290,143kg.CO2の大幅なGHG排出量削減をもたらし、また冷却器が必要とする電力を1年あたり476,190kWh節減しました。





### Suntory Garuda Beverage (SGB): 気候変動への影響を削減

地球温暖化の脅威を低減し、環境の観点から持続可能な開発に一団となって取り組むために、SGBは、2019年から吸収式冷凍機を工場に導入しています。吸収式冷凍機では、エンジンの排気ガスによるエネルギーが冷凍機に送られ、空調のために使用されます。この取り組みにおいて、1年あたり117トンを超える排出量を含む、2つのスコープ1の排出項目の削減することができました。

これに加えて、バイオマス・ボイラーは環境に優しい代替技術であり、生物由来の再生可能な天然資源からエネルギーが生成されます。この取り組みは、2011年から行われており、気候変動の影響の低減に貢献すべく、現在段階的にすべてのSGB工場へと拡大しています。



気候変動の影響を低減するために吸収式冷凍機とバイオマス・ボイラーを設置

### Frucor Suntory: 空間を埋めて二酸化炭素排出量を削減

Frucor Suntoryの事業では、製品を消費者に届けるために、道路、海、航空、鉄道を使用しています。二酸化炭素排出量の35%削減という2030年に向けた目標を達成するために、Frucor Suntoryは常に、配送時間や品質を損なうことなく、いかに輸送量を削減できるかを考えています。

製品の一部は、長さ40フィートの大型コンテナを使用して輸送されます。Frucor Suntoryは、軽量で、リサイクル可能な材料から作られたAstron社のシートパレットを使用することで、パレットを2段重ねにしています。これにより、コンテナ重量を削減しつつ、空間を節約できます。それでもなお、コンテナの上部には2トンの空間があり、軽量の製品であればそこに積み込むことが可能です。

この無駄な空間を減らすことで、二酸化炭素排出量を削減する効率的な方法を見つけることが重要でした。2019年、Frucor Suntoryは、他のFMCG企業と連携してコンテナの空間をシェアすることで、輸送による二酸化炭素排出量を削減すべく、サードパーティのロジスティック・プロバイダーであるSorted Logistics社と協力して新しい共同発送の試みを開始しました。

以前は空であった空間が今では、トイレットペーパーなどの軽量製品の輸送に使用されるようになりました。昨年だけで、1,030個のコンテナで他の製品との相積みが行われました。この取り組みは大きな成功を収めており、2019年に相積みのパートナーシップを結んでから、95トンを超える二酸化炭素を削減することができました。使用していない空間をなくし、ニュージーランド-オーストラリア間の輸送をより効率的なものとするために、Sorted Logistics社とのパートナーシップを継続して行く予定です。



オセアニア地域のお客様への発送に備えてパレットが包装されているオークランド物流センター

## 原料

### Suntory Garuda Beverage (SGB): インドネシアの地元生産者とベンダーの支援

SGBは、インドネシアの消費者向けのお茶をより美味しく、ユニークなものとするために、地元のベンダーを支援しています。2022年時点で、SGBはMounteaとMYTEA向けにお茶を生産する2つの農園を承認しており、3番目となる農園と茶葉工場を同じ地元ベンダーと設立することを計画しています。2021年以降、SGBは中部ジャワの自社の農園と工場と共同での茶葉の栽培・加工のために、Rancabolang農園において、PT Perkebunan Nusantara VIII（州所有のインドネシアの農業会社）との提携を開始しました。SGBは、輸出市場において存在感のある水準のお茶を創り出すために地元生産者を支援することを重視しています。

茶葉以外にも、SGBは最高品質のナタデココを入手するためにインドネシアの地元のココナッツ生産者を支援しています。ナタデココは、ココナッツ水を発酵することにより生産され、噛みごたえをもたらすために様々なOkky Jelly Drink製品に加えられています。SGBは、ココナッツをきれいにカットするための機械の試作品の開発や、高品質の製品を生み出す軽発酵方法を探すための研究を通じて、優良製造規範（GMP）に従って、ナタデココ生産を先導することにより生産者を支援しています。



茶葉を収穫する地元生産者

### Frucor Suntory: 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。

常にサステナブルな調達を可能とするために、世界最大のサプライヤー情報の共有プラットフォームである「Sedex」に加入しています。このプラットフォームにより、サプライヤーが当社の高い基準を満たす、社会的、環境的なコンプライアンスを維持している企業であるかに関する重要な情報を集めることができます。2021年5月時点で、Frucor Suntoryのサプライヤーの70%超はSedexを通じて採用されています。これにより、サプライヤーが責任をもって操業し、労働者を保護していることを確信でき、サステナブルな調達を約束できます。

### Suntory Beverage & Food Thailand (SBFT): リサイクルに対する意識向上のためにタイ政府と民間部門と連携

2021年、SBFTは、拡大生産者責任（EPR）のコンセプトを一般の人々に普及させるために、タイ工業連盟に所属する「Thailand Institute of Packaging and Recycling Management for Sustainable Environment」との覚書に署名しました。タイ工業連盟は、教育部門を含め、サプライチェーン全体（メーカー、サプライヤー、アグリゲーター、リサイクル工場）からの50を超えるNGOと民間部門から構成されています。この「Pack Back Project」への参加を通じて、SBFTは2021年12月にはチョンブリー県の試験エリアにおいてパッケージ回収実験を実施し、プロジェクトを始動させ、循環型社会に向けて前進しました。2022年初頭には、消費者のリサイクル行動に関するデータ収集とリサイクルネットワークパートナーの構築を行いました。また、SBFTは、BRANDボトルなどの小型ガラスボトルのリサイクル率を分析するデータを収集するために、研究に参加し、試験エリアを訪れました。SBFTと一部の主要飲料メーカーは、2022年の後半に、チョンブリー県の学校や購入場所など様々なエリアにおいて、消費者のリサイクルに対する意識を高めるための活動を開始することを計画しています。この活動では、業界全体で1つのモデルを共有するために、試験エリアでの小型ガラスボトルのリサイクル率の改善を追跡する予定です。



方針を決定するための地元当局との会合

### Suntory PepsiCo Vietnam Beverage (SPVB): 製品品質を損なうことなくパッケージで使用するプラスチック重量を削減する

SPVBは、パッケージがもたらす環境への影響を低減するために、各ボトルで使用するプラスチックの量を削減しています。軽量プラスチックに関し最も優れた会社になることを目標とし、SPVBは2021年7月にベトナムのホーチミン市において、500mlのAquafina軽量プラスチックボトルの発売を公表しました。最先端の技術を使用し、SPVBは強度、品質、ブランドエクイティを損なうことなく、ボトル重量を13.5グラムから11.0グラムに減らすことに成功しました。また、コロナ禍にもかかわらず、開発に2年をかけた非常に薄いクロージャーをボトルに加えることで、炭酸が抜けることを防ぎました。この最初の成功を受けて、PepsiCoとAquafinaは、2022年にそのポートフォリオ内の残りのボトルについても徐々にプラスチック重量を削減していき、以前のボトルで使用されていたデザインと比較して、約20%プラスチック使用量が削減される予定です。これにより、SPVBはよりグリーンな世界に向けてさらに環境に貢献します。SPVBは、その事業において地球の持続可能性と幸福を最も優先順位の高いものの1つとしています。

## Suntory PepsiCo Vietnam Beverage (SPVB):

### ベトナムにおいて100%リサイクルプラスチック<sup>※</sup>からなるパッケージを使用した初めての製品を発売

2022年4月、SPVBは100%リサイクルプラスチック<sup>※</sup>からなるパッケージを使用したPepsi330mlをベトナム市場で初めて発売しました。この画期的なイニシアチブは、Pepsiブランドの数々のイノベーションによりもたらされたものであり、SPVBを持続可能な開発目標に向けて前進させます。この新しいパッケージは、その利便性を失うことなく、また製品独自の味とブランドそのものを維持した上で、消費者に対し爽快感と喜びの他に、真にサステナブルな価値をもたらします。「Growing for Good」というビジョンとベトナムの消費者のためにという革新的な考えをもって、SPVBの製品ポートフォリオは常に変化し、国際的な品質基準を満たし、さらにベトナム人消費者のニーズと好みに常に寄り添っています。SPVBは常に、環境に関する問題を解決する自身の役割と責任を認識しており、より環境に優しいものとなるように製品と生産工程を改善し続けています。これは、SPBVがベトナムの飲料市場において先導的な地位を長年維持している大きな要因の1つです。ベトナムにおいて100%リサイクルプラスチック<sup>※</sup>からなるパッケージを使用した初めての製品を発売したことは、SPVBにとって大きな誇りであり、またベトナムの消費者がこの新たなイニシアチブを歓迎・支持してくれることを願っています。

※330mlのPepsiペットボトルは、蓋とラベルを除き、リサイクルプラスチックから作られています。



「常に、より環境に配慮した製品や製造工程になるように、改善を継続する」と語るSPVB CEOのJahanzeb Khan氏



## Suntory PepsiCo Beverage Thailand (SPBT):

### 化石由来のバージンプラスチックの使用量を削減し、持続可能なパッケージを通じて環境を守ることを約束

SPBTは、社会と環境に配慮しながら事業を行うことで「Growing for Good」や持続可能な成長というビジョンを強化し、循環型経済のコンセプトの下でリサイクル可能な環境に優しいパッケージを選択、開発し、プラスチック廃棄物の問題を緩和するよう懸命に努力しています。使用済みの透明で無着色のPETボトルは100%リサイクル可能であり、色付きのボトルよりも価値が高いことから、PET（ポリエチレン・テレフタレート）プラスチックはSPBTの全飲料でパッケージとして選択されてきました。透明の無着色PETボトルは、容易にリサイクル可能で、洋服や自動車部品用の繊維など、幅広い製品に生まれ変わります。SPBTは、ボトル製造における新品プラスチックの使用量を低減する軽量プラスチックを生み出すために、生産とパッケージ設計工程において技術開発を行っています。これらのボトルは、パッケージ基準に準拠しており、清潔で、安全、軽量、丈夫、衝撃に強く、また環境に優しく、管理が容易です。パッケージに関するサステナビリティ・マネージメントは、SPBTの最も重要なサステナビリティ・ポリシーの1つです。2018年以降、未使用プラスチックの使用量を削減するというSPBTのコミットメントにより、2021年時点で、合計531.6トンの削減を達成しました。SPBTはまた、学校やコミュニティにおいて廃棄物の分別に関する教育プログラムを開始しており、さらにタイの主要なリサイクルリング会社であるWongpanit社などのビジネスパートナーとも協力しています。Wongpanit社は、Suntory PepsiCoから透明の無着色PETボトルを通常のPETボトルよりも1キロあたり1パーツ高い価格で購入していることを公表しています。その他に、「ReFun Machine」など、新技術のパイロットプロジェクトにも取り組んでいます。このプロジェクトでは、バンコクとメトロポリタンエリアの10店舗のセブンイレブンの前に10台の「ReFun machine」を設置しました。この主な目的は、消費者に正しい廃棄物分別を奨励し、使用済みのPETボトルがシステム化されたりリサイクルプロセスに戻ってくるようにすることです。これらの取り組みを通じて、SPBTは化石由来のバージンプラスチックの使用量を削減し、持続可能なパッケージを通じて環境を守ります。



容易にリサイクル可能な透明の無着色PETボトル

## Suntory Garuda Beverage (SGB): より環境に優しいパッケージを求めて

SGBは、より軽量で、より環境に優しいパッケージを目指して、イノベーションを続けています。現在、MYTEAとGood Moodのボトルは、「nitro hot-fill（熱間充填）」技術を使用した世界で最も軽いPETボトルとなっています。さらに、OkkyとMounteaのパッケージでは、段階的にPPプラスチックを削減しています。

段ボールパッケージについても、寸法と使用する材料を調整し、より軽量で、より効率的なものとしています。2019年からは段階的に、倉庫や配送センターにおいて使用済みのリサイクルPPプラスチック製のパレットを導入しています。

プラスチック原材料の使用量を削減する工場での取り組みに加えて、ジャカルタとその周辺地域のコミュニティの協力の下に、プラスチックパッケージと段ボール廃棄物の回収、使用済みの飲料用段ボールのコーポレートギフトとしての利用、ウェビナー、バーナー、リーフレット形式での一般向けの教育活動も行っています。

## Frucor Suntory: リデュース・リユース・リサイクル

「Growing for Good」というビジョンに導かれ、Frucor Suntoryはリサイクル材料の使用量を増やし、新たな素材と資源を評価し、パッケージの体積と重量を最小化し、またオーストラリアとニュージーランドのリサイクルシステムとインフラを改善するべく業界と政府と連携することで循環型社会への移行を先導します。

また、今あるPETボトルのリサイクル性も改善しました。7Upシリーズの緑色のボトルを透明な再生プラスチックに変え、前面に新たなリサイクルロゴを表示しました。今までの緑色のプラスチックボトルでもリサイクルはできましたが、透明なプラスチックボトルに変えることで消費者はリサイクル性をより認識しやすくなります。

プラスチックパッケージで使用する素材を変えると同時に、2020年にはガラス瓶を軽量化するための研究を開始しました。その結果、不要な材料を取り除き、材料の使用量と機能性を最適化したことにより、新たに軽量の330mlのガラス瓶を導入することができました。今までの瓶と交換することで、ガラスの使用量を4トン削減でき、二酸化炭素排出量を1.3トン削減できると推定しています。

リサイクルの取り組みに関しては、二酸化炭素排出量を低減するために、今後数年間ですべてのPETボトルをrPETに変えていく予定です。この移行は、飲料水ブランドであるh2goとNZ Naturalから開始し、2022年4月には全国的な持続可能性に関するメディアキャンペーンとあわせて、ニュージーランドのPepsiCoポートフォリオ全体で（Pepsi Max、7UP、Mountain Dew）600mlの100%リサイクルプラスチックボトルを発売しました。現在では、Frucor Suntoryの93%のパッケージがリサイクル可能となっており、2030年までに100%リサイクル可能なパッケージという目標を達成するべく取り組んでいます。



2022年4月にニュージーランドで発売された新しいPepsi MaxのrPETボトル



## 健康 犬

### Suntory PepsiCo Beverage Thailand (SPBT) & Suntory Garuda Beverage (SGB): TEA+ Oolong teaとMYTEA+の健康的な選択肢

SPBTは、商品ポートフォリオをより健康的な飲料へと拡大しています。その1つが最新の製品TEA+です。また、Suntory Garuda Beverage (SGB) は、MYTEA+の発売開始を公表しました。これらはどちらも、美味しかつ無糖のウーロン茶です。これは、1本で美味しさ、フレッシュさ、そしてヘルシーさを求める、若年消費者の最新のライフスタイルに合わせた製品であり、日本の製品と同等の品質をもちます。このウーロン茶は、最高のウーロン茶とするためにサントリー独自の技術を使って、早朝の光の中での茶葉の手摘みから、発酵プロセス（半発酵）、火入れ・ローリングまで、各段階で細心の注意を払って製造されています。この新製品は、爽やかさに加えて、芳醇な味わいと華やかな香りを持ち、さらにOTPP（ウーロン茶の天然成分）を含む、あなたの1日を明るくする理想的な飲料です。TEA+では、2つの味、テイスター（低糖）と無糖があります。



SPVBがTEA+を発売



SGBがMYTEA+を発売

### Frucor Suntory: 砂糖についての前進

「hungry to make drinks better」（よりよい飲料を求めて）という合言葉はFrucor Suntoryの原動力であり、これは多様で、かつ美味しい飲み物を提供することを意味します。

お客様は高品質な低糖飲料を求めています。これは、低糖や無糖のエナジードリンクのラインナップで最も販売量が伸びているV Sugar Free Blueの成功からも明らかです。

砂糖を減らし甘みを強める技術に関しては、サントリーとFlavour Houseと緊密に連携して、美味しさを維持しつつ、砂糖を少なくする新しい方法を模索しています。

Frucor Suntoryは2021年時点で、複数の製品でHealth Star Rating食品表示を採用しています。お客様が情報を得た上で決定を下せるように、今後商品ポートフォリオ全体に広げる予定です。



無糖のBlue V Energy

## 人権 人

### Suntory Beverage & Food Thailand (SBFT): 従業員のために安全で楽しい職場を

SBFTは従業員を大切に、コロナ禍においても業務支援を拡大し、従業員に配慮してきました。SBFTは一貫して、従業員に対し基本的な医療を提供し、また従業員同士のつながりを強めるためのバーチャル活動を実施しました。従業員のためのコロナワクチンのドライブスルー接種を行い、また、従業員が会社のリーダーと意見を共有するための活動を通じて組織内の垣根を取り払いました。また、従業員に対しコラボレーションへの参加を奨励、マスターチーフコンテストを開催し、さらに従業員の同士のつながりを構築するための「Welcome Back」活動を実施しました。これらのイニシアチブにより、従業員は「ONE SUNTORY」という企業文化を再確認しました。SBFTはまた、地域で最も権威ある刊行物であるHR Asiaにより「タイで最も働きがいのある企業 2021」の1つに選ばれました。



従業員同士のつながりを構築するためのWelcome back活動

## Suntory Garuda Beverage (SGB): 労働安全衛生賞を受賞

SGBは、インドネシア共和国、労働省、労働監督・労働安全衛生総局から2021年の労働安全衛生賞を授与されました。ゼロ災害賞の受賞者は、労働安全衛生、健康と雇用に関する社会保障、企業方針と文書を特定の指標に照らして評価した上で、インドネシア共和国の労働省が決定します。SGBの Pekanbaru工場は、2019年と2020年にリアウ州の労働局から同様の評価を受けており、これが3回目の受賞になります。SGBでは、一体化した安全管理を行っており、そこでは全従業員が能動的に役割を果たします。マニュアル、コーチングによる訓練や、Plan（計画）、Do（実行）、Check（評価）、Action（改善）というPDCAサイクル以外に、SGBのリスク管理ベースの安全管理は、全従業員が自ら危険を認識し、評価し、労働環境において損失又は災害を起こす恐れのあるインシデントを共有する一体化したシステムの開発を通じて実施されています。SGBでは、労働環境をより安全なものとするための従業員による継続的な取り組みとして、全従業員が潜在的な危険を認識し、職場でのニアミス・インシデントを共有し、防止策を立てることを推奨する一体化されたシステムが構築されています。



従業員に対する安全な職場環境の提供と労働安全衛生賞の受賞

## Frucor Suntory: 従業員の健康、安全、幸福を最優先に

Frucor Suntoryの健康・安全・幸福チームは、従業員のメンタルヘルスに焦点を当てて、労働災害を削減する重要な対策を講じました。

2021年、チームは継続中のコロナパンデミックと長引くコミュニティのロックダウンからの人々のニーズに応じて、メンタルヘルスに焦点を移しました。必要なときに必要な情報、ツール、支援を提供することで、従業員のメンタル面での健康を支えています。

正しく対処しなければ、メンタルヘルスは連鎖反応を引き起こし、職場での安全問題につながる恐れがあります。いくつかのイニシアチブとプログラムを実施することで、良好なメンタルヘルスの維持を支援しています。

また、健康・安全・幸福チームはFrucor Suntoryにおける労働災害の削減も重視しました。Frucor Suntoryにおける労働災害の件数は過去数年間一定レベルに留まっています。これに対処するために、リスク評価体制をより包括的なものとしてアップデートし、従業員がリスクを認識しそれをどうやって軽減するかをよりよく理解できるようにマニュアル対応訓練を特に重視しました。

「不安、苦痛、負傷」への早期対応を実施することで、問題を早期に特定し、従業員を積極的に支援することに成功しました。これらの変化の結果、労働災害の件数を大幅に削減することができました。



### Suntory PepsiCo Beverage Thailand (SPBT): 従業員が一丸となって社会に貢献

SPBTは、2018年以降、毎年8月を「Helping Hands Month」として定めています。その目的は、「Helping Hands project」を通じて「Being a Giver」という企業文化を実践することです。従業員に対し、社会支援活動にボランティアとして参加することを奨励しています。コロナ禍は2021年においても依然として拡大し続けていましたが、SPBTの従業員は、「Sharing Kindness by Providing Drinking Water」をコンセプトとする「Bring & Buy」活動を通して寄付金を集めました。これらの活動により集められた寄付金は、ラヨン県とサラブリー県の生徒のための清潔な飲料水システムの設置に使用され、6校の学校に支援が提供されました。生徒のための清潔な飲料水システムの提供に加えて、SPBTはコロナ対策により影響を受けたレストランパートナーに対し「Helping Hands」プロジェクトの下で支援を拡大しました。合計255,000パーツが生徒や飲食店パートナーを支援するために集められました。Helping Handsプロジェクトは、SPBTの従業員が社会貢献を行うことにより、従業員間の連帯感を高めています。

その他にも、SPBTは「Give Meals Give Hope」と呼ばれる合同イニシアチブにおいてPepsiCoとRaks Thaiと協力しています。このイニシアチブでは、約80,000人の人々に100万食を超える食事と乾燥食品バッグを提供しています。従業員や一般の人々からの支援により、この財政的援助を拡大したいと考えています。また、Suntory PepsiCoの製造工場があるサラブリー県とラヨン県を対象として、地域コミュニティに216,000食を超える食事と2,250個を超える救援物資を提供する予定です。このイニシアチブにより、さらに16,500人の人々を支援することとなります。個人用保護具（PPE）と医療機器が様々な病院に提供され、また食品パックがタイ全土の影響を受けやすいコミュニティに配られます。SPBTは、コミュニティ、人々、医療従事者と共に、コロナに立ち向かいます。



社会にとってためになることをしようというSPBTの取り組みにおいて、従業員は継続的にボランティアとして活動に参加しています。

### Suntory Garuda Beverage (SGB): コミュニティへの支援

2021年7月、SGBはジャカルタ国際空港とともに、スラバヤにおいて、空港のワクチン接種センターに飲料製品を提供しました。SGBはコロナ犠牲者のためにお墓を掘る人々への支援物資の提供などを通じて、コミュニティを支援しています。その他に、SGBはインドネシア共和国の社会省とインドネシア赤十字と協力して、ジャカルタ、スラバヤ、ポゴールの複数の地域においてコロナにより影響を受けた地域コミュニティを支援しました。また、殺菌やワクチン接種、また検査や追跡のためのキットなどの製品を、ジャカルタ市内の保険施設や隔離センター（Wisma Athleteなど）で自主隔離中の人々や、パンデミックに対応している職員に届けました。SGBはまた、6歳から12歳の子どもたちのコロナワクチン接種を支援しています（2022年1月に少数の学校で開始）。そして、コミュニティを支援する取り組みを継続しています。



医療従事者にSGBが清涼飲料を届けた

### **Frucor Suntory: 従業員のボランティア活動**

Frucor Suntory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。



コミュニティのために食事を準備する  
オーストラリアチーム

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 1999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 <https://www.pepsibottlingventures.com/>



ノースカロライナ州ウィンストン・セーラムにあるペプシ・ボトリング・ベンチャーズの生産拠点

### 主なサステナビリティ活動

#### 水

##### 水使用の最適化

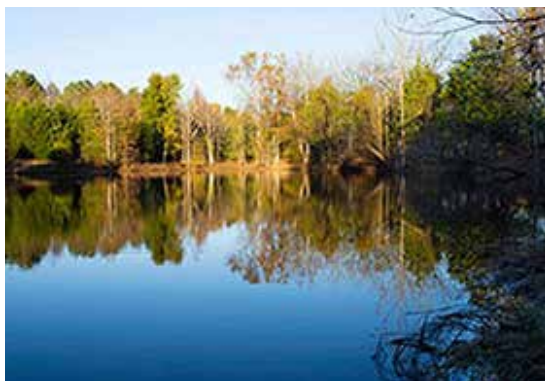
水は、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ (PBV) の商品にとって欠かせない重要な資源です。水に対する責任は、製造プロセスでは極めて重要となります。最先端の逆浸透ろ過装置は、水の純度と節水を最適化できるように設計されています。ROシステムやその他の製造プロセスから出る未使用の水を二次利用によりリサイクルすることで、放出前に水を最大限節約します。また、PBVは高度な浄水システムに投資を続け、排水を最小限にしつつ、製品の品質を最大限に保てるように努めています。



ウィンストン・セーラムの生産拠点の飲料水ライン

##### 工場周辺の河川上流の水質保護活動を実施

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しています。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



## CO<sub>2</sub>

### 省エネルギー・CO<sub>2</sub>削減に寄与する車両と配送システムの導入

2011年、PBVは、全米のペプシボトラーで初めて、CoolLift（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

### ペットボトルの内製化によるCO<sub>2</sub>削減

2012年PBV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。さらに、自社生産プロセスにより、PBVはペットボトルの重量を平均20%削減できました。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

## 容器・包装

### プラスチックケースとパレットのリユース・リサイクル

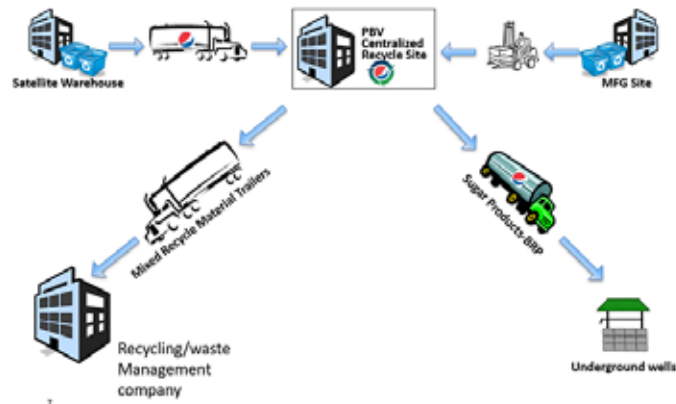
PBVで使われるプラスチックと木製のパレットの99%は、複数回再利用されています。また、プラスチック製ケースは、何年も繰り返し使用できる素材を採用することで、埋め立て処理される段ボールや木材を使う必要がなくなりました。破損してしまったケースやパレットは自社施設に送られてリサイクルされ、再び新しく生まれ変わります。その他の商品には、リサイクル可能な収縮フィルムを使用し、補助梱包を使わないように努めています。



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

## 自社工場内の集中型リサイクルセンターによるリサイクル推進

PBV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PBVの総廃棄量のリサイクル率は90%でした。



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズのリサイクル経路



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。  
PBV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。

## 健康

### 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、PBV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。

## 人権

### 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。



「金曜日は新鮮フルーツの日」

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。



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、PBV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。



健康的なライフスタイルを推進する取り組み

作業環境の安全は、PBV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。



## 生活文化

### 自然災害の被災地支援

PBV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



PBVとKay Yow Cancer Fund (がん基金) のパートナーシップを伝える特殊デザインのトラック

## ■品質への取り組み

### 品質マネジメント

PBV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<sup>※1</sup>」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<sup>※2</sup>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

Beam Suntory Inc.

## ビームサントリー

本社所在地	222 W. Merchandise Mart Plaza, Chicago, IL 60654 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	<a href="http://www.beamsuntory.com/">http://www.beamsuntory.com/</a>



### 会社概要・理念

プレミアムスピリッツの世界的リーダーとして、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。

以下では、ビームサントリーの2030年と2040年の目標、そして主要な進展についてお伝えします。

### NATURE POSITIVE（環境への取り組み）



ビームサントリーは、水、気候、森林、容器・包装に関連するフットプリントを低減し、持続可能で再生可能な手法を促進し、また森林の生態系の維持と改善を支援し、それらの生物多様性を向上させることで、ポジティブな社会的影響、環境的影響をもたらそうと取り組んでいます。ビームサントリーは、以下のようにバリューチェーン全体で力強い目標を掲げています。



## ■水

**2030年までに生産での水使用量原単位を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用されるよりも多くの水を涵養します。**

- ・ビームサントリーでは、流域図の作成、水質検査、保全・保護活動、水量および水の供給計画などを含む、流域の保護とその計画立案に取り組んでいます。米国ケンタッキー、メキシコ、インド、セントクロイ島、アイルランド、スコットランドにある8つの拠点で、取り組みを進めています。例えば、クルーザンでは、ラム製造時にでる残滓を蒸発させて処理し、その処理水を再利用することで、セントクロイ島での淡水使用量を大幅に削減しています。
- ・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、「水と生きる」サントリーの水のサステナビリティへの真摯な思いと取り組みに端を発しています。このプログラムは、貴重な天然資源である「水」を守るため、蒸溜所周辺の水源保全活動や森の生物多様性の向上をはじめとする自環境の保全を行っています。ケンタッキー州では、Maker's MarkとJames B. Beam Distilling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、「ナチュラル・ウォーター・サンクチュアリ」を設立しました。
- ・2021年、サントリーホールディングスとともに、ビームサントリーは泥炭地および水源保全活動「Peatland Water Sanctuary」を開始しました。これは、スコットランドにおける大規模な泥炭地再生と流域保全プロジェクトです。また、2030年までに1,300ヘクタールの泥炭地の再生と保全のために400万ドルを超える投資を行う予定です。これは、ビームサントリーがスコッチウイスキーを作るために毎年使用する以上の量の泥炭の生産を可能とします。イニシアチブの一環として、スコットランドの様々な場所において新たな流域保全プロジェクトを実施する予定です。第一弾のプロジェクトは2021年11月にArdmore蒸溜所付近で開始され、それに続いて、スコットランドのその他の拠点でプロジェクトが将来的に開始される予定です。
- ・ケンタッキー州のClermont蒸溜所とBooker Noe 蒸溜所では、循環型冷却システムを導入しました、この取り組みにより、水の使用量を大幅に削減することができました。同様の循環型冷却システムは、James B. Beam Distilling社のFred B. Noe Craft蒸溜所(2022年開設)において導入されています。
- ・Sauza、Hornitos、Tres Generacionesといったテキーラブランドを製造するCasa Sauza社では、継続的な改善プログラムなどにより、従業員一丸となって水の削減に取り組んでいます。また、工程管理や技術改善プロジェクトにより、製造工程における水の削減ならびに回収を向上しました。Casa Sauza社は、森林再生、土壌保全を通じてLerma-Santiago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8つの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。地域社会との取り組みの中で、このプロジェクトは水へのアクセスをもたない373人の地域住民に飲料水の提供や、養蜂と蜂蜜の生産を通じて地域での持続可能な農林業への就業を支援し、また地域社会の重要な遺産地域を保護しています。
- ・インドの事業では、排水を処理、再利用し、周辺の天然または天然に近い地域の緑地の灌漑を行っています。リサイクルした水を芝生への水遣りや景観整備のために使うことで、淡水の使用量を削減し、天然の地下水系の補給を助けることができます。
- ・2022年には、Proof Positive コミットメントの達成に対する報酬を含む新しい年次インセンティブプランを導入しました。初年度は、多様性、公平性、包括性に関する主要な指標とともに、水資源の保全に関する課題の進展に焦点を当てます。

## ■GHG

**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。**

- ・2021年、ビームサントリーは国連気候変動枠組み条約（UNFCCC）の「Race to Zero（ゼロへのレース）」キャンペーンに参加しました。これは、企業、都市、地域、投資家のリーダーシップを結集し、サポートしあうことで、将来の脅威を防ぎ、適正な雇用を創出し、包括的で持続可能な成長を可能にする、健全で強靱なゼロカーボンの実現を目指すグローバルキャンペーンです。
- ・世界各地のビームサントリーの拠点において、石炭や燃料油などのハイカーボン燃料から、天然ガスや液化石油ガスなどのローカーボン燃料への移行を開始しています。また、当社の事業のグローバルフットプリント全体での再生可能燃料への移行についても評価を開始しており、蒸溜所での再生可能な天然ガスの生成方法とバイオ燃料の使用方法についても研究しています。
- ・Fred B. Noe Craft蒸溜所は、再生可能エネルギーを動力源とする（電気ボイラーと再生可能エネルギークレジットを使用）当社で初めての蒸溜所です。
- ・2021年には「WhiskHy」プロジェクトを通じて、Supercritical社（英国を拠点とするクリーン技術の新設企業）と製造技術センターと提携し、グリーンな水素ベースの脱炭素化技術のArdmore蒸溜所における実現可能性の研究を行いました。このグループは現在、この技術をスケールアップし、当社の別の蒸溜所において工業用水素のテストを行っており、ウイスキー蒸溜におけるゼロエミッション水素の使用の可能性を探っています。
- ・Maison Courvoisierは、フランスのジャルナックにある蒸溜所で、高効率、低窒素酸化物（NOx）バーナーを活用し、100%保証付きの再生可能電力を購入し、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。
- ・Casa Sauza社は、蒸溜所と瓶詰め事業における炭素排出量と水の利用率が最も低いテキーラ会社の1つです。同社では、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ています。蒸溜工程への投資を行うことで、必要な蒸気の量を2/3に削減しました。

## ■森林と農地

**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50万本超を植林します。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。**

- ・2022年には、The Nature Conservancyとの森林再生活動での連携を含め、全世界で約12万5千本の植樹を行う予定です。
- ・2022年、メーカーズマークはBコープ認証を受けました。ビームサントリーの象徴的なバーボンブランドは内側を焦がしたアメリカンオークの新樽でのみ熟成させるため、アメリカンホワイトオークの持続可能な供給源を確保することは非常に重要です。この先のアメリカンホワイトオークの保全、調査、保護のために、メーカーズマークを通じて、当社はケンタッキー大学とIndependent Stave Company（樽製造会社）と連携し、種のゲノム研究を行っています。Star Hill Farmにおいては、世界最大のアメリカンホワイトオーク遺伝子保管庫の設立に取り組んでいます。この保管庫は、この木と、この木が生息する何百万エーカーの森林に対する現在と将来の脅威に対処するための研究と木の改良の基盤となります。
- ・2021年、ビームサントリーは、山崎55年（55年物のジャパニーズシングルモルトウイスキー）の限定販売を祝って、米国森林基金とホワイトオークイニシアチブに対し50万ドルを寄付しました。この寄付は、その年に販売された山崎55年1本につき5,000ドルに相当し、このウイスキーの熟成に使用される樽を生み出す森林への敬意を示しました。
- ・2021年、中国のビームサントリーのメンバー 45名は地元NGOと連携し、800本の木の植林と整備など、岩石砂漠化の影響を受けている雲南省の土地の回復、森林再生を支援しました。
- ・The Nature Conservancyと連携し、2022年からは、ケンタッキー州で再生/持続可能な農業手法に関する研究プロジェクトの試験運用を開始しました。地元の農業生産者と密に連携し、特にトウモロコシ生産の現在の状況について評価を行い、その後、ケンタッキー州でより広く適用できる明確なガイドラインを構築し、成功事例を試験・展開する予定です。
- ・Northern Keep Vodkaは2020年以降、カナダのThe Nature Conservancyと連携して、カナダの自然地域の保全を支援しています。ボトル1本が売れるごとに、カナダ国内の生態学的に重要な土地の保護につながります。2021年、Alberta Premium Whisky、Alberta Pure Vodka、Northern Keep Vodkaなどのブランドを作っているアルバータ州カルガリーのAlberta Distillers社に代わって、ビームサントリーは「Habitat-Friendly Winter Wheat Ecolabel（生育地に優しい秋蒔き小麦エコラベル）」プログラムに参加しました。このプログラムのエコラベルは、「ハビタット・フレンドリー・ウィンター・ウィート」の認証を受けた小麦を30%以上使用した製品であることを示すもので、「ハビタット・フレンドリー・ウィンター・ウィート」の認証を受けた小麦を使用した製品は、エコラベルの対象となります。

## ■容器・包装

**2030年までに、リサイクル可能なパッケージの割合を100%にし、容器包装の総重量に占めるリサイクル材の割合を40%にします。**

- ・2022年、Maison Courvoisierは、自社のボトル、ラベル、パッケージを一新しました。各ラインの新ボトルでは、ガラスの重量が軽くなっており、ブランドのカーボンフットプリントを削減しています。更新されたデザインでは、より持続可能な材料が使用されており、同ブランドは100%リサイクル可能なパッケージへと前進しています。
- ・2021年、シップスミスはBコープ認証を受けました。そして、社会的・環境的な実績、透明性、そして説明責任のための同ブランドの長期的な取り組みを強調した、「Craft a Better Future by 2030」という戦略を定めました。この戦略には、2030年までにネットゼロを実現するための取り組みが含まれます。シップスミスはまた、LoopとTescoと連携し、10店舗において循環型システムを実験的に導入しています。このイニシアチブでは、消費者が店舗でシップスミスのボトルを購入し、それを自宅で飲み、本プログラムに参加するTesco店舗にそれを返却します。シップスミスは、循環型ボトルにより標準的なボトルと比べて二酸化炭素の排出量は15%少なくなり、さらにガラス材料が埋め立てやりサイクルに回されなくなると予測しています。
- ・当社は、パッケージデザインの評価向けに適合させた、クラウドベースのライフサイクル評価（LCA）ソリューションを実験的に導入しています。このソフトウェアの環境性能基準とデータは、当社の既存パッケージの分析に活用され、パッケージ属性や消費と排出指標、ライフサイクルなどを考慮した、容器包装の意思決定に役立てる予定です。

## 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](http://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他、主要製品のカロリーとアルコール含有量を消費者へ提供しています。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に向かって進んでいます。

### ■消費者とのつながりを構築する

**スマートな選択と行動を促進するモデレーションや適性飲酒啓発プログラムに5億ドルを投資し、2030年までに3億人を超える消費者とつながる**

- ・モデレーションや適性飲酒啓発プログラムを拡大していくために、モデレーションとより良い消費者動向の理解に焦点をあてた調査を行いました。ここから得られた情報は、今後の私たちのプログラム推進に役立てられます。

### ■イノベーションを通じた選択肢の拡充

**2030年までに主要カテゴリーで低アルコールとノンアルコールのイノベーションにおいてより多くの選択肢を提供することでモデレーションを支援します。**

- ・複数の新製品（Sipsmith FreeGlider、Lemon Sour Zero、Jim Beam Bourbon Sprizz）の新発売により、低アルコール製品とノンアルコール製品の選択肢が増えました。
- ・2021年には、189の試作品と100種類を超える原材料で試験を重ねた後に、シップスミスは英国で初めてのノンアルコール蒸溜酒であるFreeGliderを公表しました。
- ・日本においては2021年に、本格的なレモンサワーの味わいを、ノンアルコールで抽出した焼酎由来の濃厚なうまみで実現した「ノンアルコール晩酌」（ノンアルコールレモンサワー）の販売を開始しました。
- ・Jim Beam Bourbon Sprizzは、低アルコール部門では当社初のバーボンウイスキーベースのRTDシリーズとして、2022年にドイツにおいて発売されました。



## ■啓発におけるリーダーとして行動する

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。地域社会、消費者、従業員、そして業界のパートナーのためにさらなる啓発プログラムとリソースを支援、展開します。

- ・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。
- ・ビームサントリーは、責任あるアルコールの飲用について消費者に伝えるためのグローバルプラットフォームである、DrinkSmart.comにおいてより多くのリソースと情報を提供していきます。このサイトは現在、当社のポートフォリオ内の全ブランドについて、カロリー、糖質、脂質、炭水化物などの栄養成分情報と、標準的な分量あたりのアルコール含有量などの詳細を記載しています。
- ・ビームサントリーは、米国とヨーロッパにおいて、製品の容器包装に栄養成分とアルコール含有量、ならびに未成年による飲酒や妊娠中の飲酒、飲酒後の運転について警告する記号または文言の記載に向けて取り組みを進めています。

## COMMUNITY POSITIVE (地域社会への取り組み)



ビームサントリーは、企業、事業、地域社会を通してよりインクルーシブで公平な文化を促進しており、社会と環境にポジティブな影響を与えるべく、スキル、時間、リソースを投入しています。目標は次のとおりです。

### ■エクイティ

指導的地位にある女性の割合をグローバルで50%、米国では人種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。

- ・2021年に新規採用した女性の割合は6%増加し50%となりました。米国の多文化従業員の割合は中間管理職と上級管理職レベルにおいてともに4%増加しました。多文化人材の社内昇進の機会も拡大し、米国内の昇進においては19%となり、地域などをまたぐ昇進では21%となりました。
- ・2021年には、当社のエグゼクティブリーダーチーム向けにKorn Ferry's Inclusive Leader Trainingプログラムを開始し、2022年には100人のリーダーがプログラムに参加しました。このプログラムを通じて、リーダーはインクルーシブな職場をリードしサポートするための重要な能力とコンピテンシーを身につけるとともに、インクルーシブリーダーとして組織に与える影響を認識し理解できるようになります。
- ・さらに、当社の管理職は全員、個人目標に具体的かつ測定可能なDiversity, Equity & Inclusion (DEI) 目標を設定することが義務付けられており、当社の年間報奨制度では10%の重み付けで、自己開発を進め、より多様で公平かつ包括的な職場環境の実現に貢献する具体的な行動を含める必要があります。
- ・ビームサントリーは、採用候補者内において多様性があることを義務付けており、公平でインクルーシブな採用プロセスを支援し、既存の人材を拡大し、より公平な機会と経験を促進するリーダーの説明責任を明確にしています。
- ・2021年、社員が自分の職業的・個人的な成長を主体的に行えるよう支援するため、リーダーと社員が共同で学習する環境と知識の共有を促進することに焦点を当てた「Diversity Equity Inclusion Mentorship」パイロットプログラムを開始しました。このプログラムを通じて、メンティーは個人の特定のニーズに基づいてメンターとマッチングされます。それぞれ独自の関係性を築いていますが、それぞれのリーダーの知識、スキル、経験から学ぶことで、新しいスキルセット、専門分野、従業員の成長と発展の機会につながる強い人間関係を構築することを目的としています。2022年には、このプログラムは拡大され、年間を通じて定期的実施する予定です。



## ■ ボランティア

**2030年までに世界各地でのボランティア活動を累計で100万時間実施するとともに、飲食店をサポートし、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や団体を支援し続けます。**

- ・ 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。ビームサントリーのボランティアの取り組みは拡大し続けており、2022年4月には、第3回のグローバルイベント「Together for Good」を開催し、流域保護から地域社会のニーズにあわせた取り組みまで様々な活動に世界中の人々が参加しました。
- ・ 2021年には、ビームサントリーケアデイプログラムを拡大し、ボランティアへの参加または社会活動への従事のために従業員に対し年間最大3日の有給休暇を提供しました。
- ・ また、社員はBenevityプラットフォーム上にあるソーシャルグッドプラットフォーム「4Good」にアクセスし、ボランティア時間の記録、リアルタイムの寄付、ボランティアイベントの企画・検索などを行うことができます。
- ・ ビームサントリーでは、人種、性別、性的指向、軍歴など、多様な側面から社会から疎外されたコミュニティを代表する12のEmployee Impact Groupとワークストリームをグローバルに展開しています。社員が自主的に運営するこれらのグループは、チーム内や組織全体で重要な対話を促進し、帰属意識の向上やコミュニティの支援に役立っています。これらのグループは、教育セッションやコミュニティに焦点を当てたパートナーシップを通じて、文化的・親和的な瞬間について学ぶだけでなく、人種・ジェンダー平等、交差性、無意識の偏見などの重要なトピックについて率直な会話をする機会を定期的に従業員に提供しています。

## ■ 慈善活動

**飲食店をサポートし、より強力なコミュニティを構築し、社会正義を促進するイニシアチブと組織への支援を継続します。**

- ・ ビームサントリーは、ケンタッキー大学において「James B. Beam Institute for Kentucky Spirits」を設立し、スピリッツ業界で必要な技能を網羅したカリキュラムを通じて次世代の蒸溜酒製造者、科学者、エンジニアを育てるために500万ドルを提供しました。「James B. Beam Institute for Kentucky Spirits」の研究活動は、ケンタッキー州のスピリッツ業界の具体的なニーズに対応するようにデザインされています。この機関は、スピリッツ業界が直面する現在と将来の課題に対処するための総合的な共同研究も推進しています。ケンタッキー大学とのパートナーシップは、サントリー水科学研究所の支援も受け、ケンタッキー州の蒸溜所全体の水の流域バランスを整え、水の保全・保護活動を継続的にモニタリングすることを目的としています。
- ・ 2020年以降、長年のパートナーである、「ラテンアメリカ市民連盟 (LULAC Institute)」と「We Are All Human (WAAH)」と協力して立ち上げた「A Fair Shot™」という複数年のイニシアチブを通じて、ホルニステキア州は市民の差し迫ったニーズと長期的ニーズへの支援を行っています。食べ物と必需品を通じた基本的な、差し迫ったニーズへの支援に加えて、このプログラムではスペイン語を話すコミュニティのメンバーに対し重要な市民情報を提供しています。
- ・ 2020年以降、当社の国際部門は、清潔で安全な飲料水を地球上のすべての人に届けるというミッションに関して、非営利のcharity;waterのパートナーとなっています。国際部門では、インド、モザンビーク、カンボジアなどの国々においていくつかの大規模プロジェクトを支援しており、200,000人を超える人々に清潔で安全な飲料水を提供しています。
- ・ 2018年、クルーザンラムは「Island Spirit Fund」の設立を支援し、販売数量に上限を設けない形で、2018年以降5年間で販売されたラム1ケースあたり1ドルを寄付することで、暴風雨により被害を受けた米国の地域社会の再建を支援しました。400万ドルを超える資金が調達され、300棟を超える家が建てられ、1,800本を超える木が植えられ、湿地が保護されました。
- ・ ビームサントリーは、危機や自然災害時に助けを必要とする従業員や近隣の人々を支援することをコミットしており、2021年には、サントリーホールディングスと連携して、竜巻により壊滅的な被害を受けたケンタッキー州西部と他の数州の地域社会において支援と復興を行う組織に対し100万ドルを寄付しました。2020年にも同様の活動を行っており、ビームサントリーを含むサントリーグループは、山火事により被害を受けたオーストラリアの地域社会の復興を支援するために500,000AUDドルを寄付しました。
- ・ コロナパンデミックにおいて、ビームサントリーは従業員、パートナー、そして地域社会への支援に注力してきました。2020年、ビームサントリーは、ファーストレスポnderや医療専門家に対し、40,000ガロンを超える手指消毒剤の生産と寄付を開始し、バーやレストラン業界で働く人々を支援するために300万ドルを提供し、また世界各地でコロナ緊急支援を提供する組織や基金への寄付を行いました。

## DOING BUSINESS THE RIGHT WAY (正しく事業を行う)

ビームサントリーのサステナビリティ戦略は、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。

Proof Positive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	<a href="http://www.chateau-lagrange.com">http://www.chateau-lagrange.com</a>



## 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うまでもありません。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。



### ■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。



2つ目は、製造工程の品質管理です。シャトー ラグランジュではサントリーグループの品質方針「All for the Quality」および「サントリー品質マネジメント規定」「サントリー品質スタンダード」に基づいた品質マネジメントを実践し、ぶどう栽培から醸造、瓶詰め、出荷までの全工程で品質管理を徹底しています。



品質管理の徹底

### 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・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つけを行うものです。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。



## ■お客様との関わり

### お客様・お取引先との交流

「プリムール」と呼ばれるボルドー特有のワイン先物買いシステムがあるため、生産者が消費者と直接接触する機会は限られています。しかし、ワイン商によるワイン・テイ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。



取引先との交流

## 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ティングを行います。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

## 主なサステナビリティ活動

水 

### 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。

CO<sub>2</sub> 

### 地球温暖化防止のためのCO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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。また、樽熟庫の消費電力は、2019年に設置した800m<sup>2</sup>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



## 原料

### 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、現在約30ha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ロゴ

### 生物多様性の保全

2020年の調査で、私たちの敷地には64種類の植物、54種類の鳥類が見つかりました。その後、私たちはさらなる生物多様性を育むための5カ年プランを策定し、現在推進中です。生物の生息地を増やすため、敷地内にさらなる木を植え、垣根を増やし、新たな水場をつくります。自然の恵みなくして、シャトー・ラグランジュの存在・発展はあり得ません。自然を尊敬し、感謝し、自然・ワイン・人が共存する未来を常に模索しています。



## 容器・包装

### 再資源化とリサイクルを推進

シャトー・ラグランジュでは、リサイクル素材の容器・包装を積極的に利用しています。2021年には従来の伝統的な木箱に加えて、リサイクル素材を利用した輸送用カートン箱での販売も積極的に開始しました。包装の軽量化を進めることで、輸送中の温室効果ガス削減に寄与しています。



## 人権

### ■お客様との関わり

#### 安全の確保と健康の維持

衛生・安全についての指針を定期的を確認し、情報共有を積極的に行うことで、スタッフの安全を確保しています。また、ぶどう畑や生産・出荷作業での負担を軽減するために、パワーアシストスーツを導入しました。



パワーアシストスーツの導入

## 生活文化

### ■地域社会に対する取り組み

#### 広報活動の実施

広報担当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。



#### 地域社会との交流

地元のスポーツイベント・慈善団体への寄付、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。



ラグランジュでの音楽祭

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	<a href="https://www.weingut-robert-weil.com">https://www.weingut-robert-weil.com</a>



### 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。



#### 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。



### 主なサステナビリティ活動

#### 水

##### ■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。

#### 容器・包装

ガラス、カートン、粘着テープ、キャップシールなどの包装材は、リサイクル可能な素材を使用しています。



## 人権

### ■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。

### ■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。

## 生活文化

### 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。



# トヨタサントリーミドリエ（上海）園芸有限公司

本社所在地	上海市長寧区婁山関路555号長房国際広場2304室
設立	2012年4月
資本金	US\$ 196,000
売上高	2億2,900万円（2021年度）
従業員数	7名
事業内容	環境緑化システム「花のかべ」「森のかべ」「ミドリエデザイン」等の製造・販売・メンテナンス、オゾン浄化塗料「Ozoater」製品の製造・販売
ホームページ	<a href="http://www.suntory-midorie.com/jp/">http://www.suntory-midorie.com/jp/</a>



国内最大級の「花のかべ」（京都）

## 会社概要・理念

### ■TOYOTAとSUNTORY— 両社のこれまでの活動内容

- ・トヨタは、1989年からバイオに関する基礎研究を開始。2001年専門組織としてバイオ・緑化事業部を設置してからは、豪州植林、都市緑化、花卉製造、畜産バイオマスなどのバイオ・緑化事業を進めてきました。特に都市緑化の分野においては、「スマートグリーンパーキング」「スマートグリーンウォール」など地球環境に貢献する多数の緑化商品を発表してきました。
- ・サントリーは、2008年、環境緑化部を設立し環境緑化事業に参入。「街を緑へ」をコンセプトに2009年4月にはサントリーミドリエ株式会社として独立分社化を果たしました。独自に開発した土に代わる新素材の「パフカル」を使用した画期的な屋内外の緑化システムにより、「緑のある快適な空間づくり」の提案を続け、2010年の上海万博に採用されるなど、中国においても、高い評価を受けていました。
- ・その両社が2012年4月に中国上海でトヨタサントリーミドリエ（上海）園芸有限公司を設立。以降、中国を中心に13の国と地域で環境緑化事業を展開しています。

## ■Green to Blue — 緑の意味を、緑の価値を、変えていく緑

土に代わる新素材「パフカル」の開発からはじまった、ミドリエの都市緑化。この新しい土壌に、壁面緑化システム「花のかべ」を組み合わせ、都市に生きる人が緑を絶やさない環境づくりに参加できるしくみをかたちにしました。置くだけの緑、飾るだけの緑から、自由にデザインできる緑へ。この青い星のために、一番貢献できるのは、都市の緑化だと信じて。

## ■Ozoater — 空気をキレイに

「Ozoater」はトヨタ自動車㈱とアイシン化工㈱が開発した、有害物質であるオゾン酸素を酸素に分解する性能を有する塗料であり、高い空気浄化性能が確認されています。トヨタサントリーミドリエでは、2022年よりこの塗料を活用した製品の製造・販売を本格的に開始。新たな環境貢献ビジネスに取り組み始めました。

## 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

私たちの事業そのものが地球環境への貢献につながり、グループ企業理念「人と自然と響きあう」にも重なっています。そのため事業の拡大・成長こそが本業を通じたサステナビリティ経営であると考えています。

コーポレート・ガバナンスについては、経営会議を通じて迅速な意思決定と業務執行を図り、経営を取り巻くさまざまなリスクについては未然防止と早期対応を行う体制を整えています。また、グループ企業倫理綱領に基づいてコンプライアンス意識の徹底を図り、コンプライアンス経営を全従業員で推進しています。

### ■お客様との関わり

#### 壁面・室内緑化に最適な緑化プランを提案

トヨタサントリーミドリエ（上海）園芸有限公司は、土に代わる新素材「パフカル」をベースに、植物の生育に適した緑化資材を開発するとともに、豊富な植栽バリエーションを整え、壁面・室内緑化に最適な緑化プランを提案しています。



中国のレクサス販売店

### ■サントリーサステナビリティビジョンに対する取り組み

CO<sub>2</sub> 

#### CO<sub>2</sub>削減効果

2012年の設立以降の10年間で、延べ**2,500件・50,000m<sup>2</sup>**以上の壁面緑化を導入し、1年あたり**170トン**以上の**CO<sub>2</sub>**を削減しています。

健康 

#### 健康・心の豊かさ

壁面緑化は、空気浄化、消音、湿度維持に加え、リラックス効果、心地よさなど、人々の健康と心の豊かさにも貢献しています。

## 人権

### 人材育成

従業員一人ひとりが自らの人生設計の中で能力を開発し、それを社業に発揮できるよう、現場で個々の能力を最大限に発揮できる育成・支援を行っています。また、公平な評価と成果に応じたメリハリある処遇によって、従業員の努力に報いることができる人事制度を運用しています。

### ■お取引先への取り組み

#### 国内外のお取引先と情報・意見交換

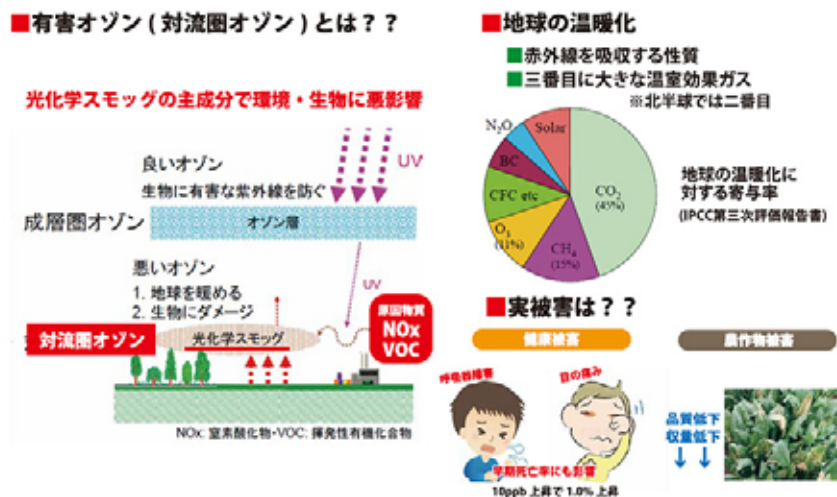
トヨタサントリーミドリエ(上海) 有限公司は、資材や苗などの調達先と積極的にコミュニケーションを取っています。資材については、生産現場で品質基準を守っているかを確認するとともに、情報・意見を交換しています。

また、現場での施工や販売を担う代理店とも定期的にコミュニケーションを取り、お客様への商品・サービス提供時の品質向上に努めています。

### ■その他環境への取り組み

#### 空気浄化への取組

CO<sub>2</sub>、CH<sub>4</sub>(メタン)に次ぐ温室効果ガスであるO<sub>3</sub>(オゾン)を半永久的に酸素に直接分解するオゾン浄化塗料「Ozoater(オゾイター)」をトヨタ自動車とアイシン化工が共同開発。オゾン汚染が深刻化している中国、アジアの空気浄化を目指し、Ozoaterをパフカルに塗布したOzoaterパフカルを商品化しました。また、Ozoaterはアンモニアや硫化水素による臭い成分に対して、99%以上の消臭効果もあるため、様々なシーンでOzoaterを活用頂けるよう、商品化を進めています。



オゾンとは?

**トヨタ自動車とアイシン化工が、大気中のオゾン半永久的に酸素に分解する「オゾン浄化塗料「Ozoater」」を共同開発**

**特に中国、アジアでオゾン汚染が深刻化しておりトヨタサントリーミドリエが事業化**

- ・全国338都市
- ・重点区域都市
- ・北京周辺地域
- ・長江デルタ

のいずれも、毎年オゾン濃度上昇

Ozoaterの事業化



### 心に緑の火を灯す活動

トヨタグループ、およびサントリーグループ従業員の環境意識・エコマインドを醸成するため、両社のオフィスや工場に壁面緑化を導入するとともに、両社グループ従業員に苗付きのパフカルを配布しています。この苗付きパフカルの配布により、一人ひとりが植物を育てる中で、癒しや活力を得られるだけでなく、「環境問題について意識が高まった」といった嬉しい声を数多く頂戴しています。



心に緑の火を灯す活動

### 生物多様性への取り組み

2010年11月にオープンした、ヨドバシカメラ「マルチメディア京都」の壁面に採用された当社の緑化システムは、総面積1,120m<sup>2</sup>の「花のかべ」です。このプロジェクトでは、生態系への配慮の観点から地元京都の「糺の森」に生育する植物を中心に企画・施工しています。

また、中国広州にある广汽トヨタ自動車有限会社（GTMC）では、工場と地域生態系の良い関係を築くという目標を持ち、地域の生物多様性の保護に力を入れるため、2020年に園内に地元の植物を植えたビオトープを建設しました。トヨタ自動車(株)との取り組みの一環として、トヨタサントリーミドリエもこの建設プロジェクトに参画しています。