



皆様の「いきいき」は私たちの「いきいき」

緑字企業報告書

2005

CONTENTS

- 1 編集方針／作成体制
- 2 宝酒造と社会／企業理念・行動規準
- 3 会社概要
- 4 事業紹介
- 6 宝酒造の歴史
- 7 トップメッセージ
- 9 経営方針／コンプライアンス

お客様の「いきいき」のために

- 11 安全でおいしい商品をお届けする
- 13 お客様の健康を考える
- 15 お客様とともに環境を守る
- 17 お客様と対話する

パートナーとともに

- 19 お取引先とともに
- 20 関連団体とともに

社員の「いきいき」のために

- 21 人財育成／労働安全衛生

社会の「いきいき」のために

- 23 お米とお酒の学校
- 25 社会貢献の取り組み

地球の「いきいき」のために

- 27 緑字決算
- 29 商品に関する取り組み
- 31 生産部門での取り組み
- 33 物流部門での取り組み
- 34 事務・営業部門での取り組み
- 35 環境コミュニケーション
- 37 環境活動を支える仕組み
- 39 環境会計

- 41 第三者意見

■編集方針

宝酒造の緑字企業報告書は、ステークホルダーの皆様に対し、誠実かつわかりやすい報告をめざしています。また昨年に引き続き、専門的なデータは下記のインターネットサイトにて公表し、皆様の多様なニーズにおこたえします。

 → 緑字企業報告書2005

<http://www.takarashuzo.co.jp/green05/>

 → 環境への取り組み

<http://www.takarashuzo.co.jp/environment/>

- 報告対象組織:宝酒造株式会社単体の活動や、データを中心に報告しています。ただし、一部TaKaRaグループ企業の活動やデータを含みます。グループ企業を含むデータ部分については企業名を記載しています。
- 報告対象期間:2004年4月1日～2005年3月31日
※上記の期間以外は年度を記載しています。
- 対象分野:環境及び社会的側面に関する事項
- 発行責任者:菊田 裕久(取締役 環境広報部長)
- 発行時期:2005年8月発行
(前回:2004年8月、次回:2006年8月発行予定)
- お問い合わせ先:宝酒造株式会社 環境広報部 環境課
〒600-8688 京都市下京区四条通烏丸東入
TEL:075-241-5186 FAX:075-241-5126
E-mail:eco@takara.co.jp
※この報告書は環境省の「環境報告書ガイドライン2003」、GRI(Global Reporting Initiative)の持続可能性ガイドラインを参考に作成しています。

■作成体制

「緑字企業報告書2005」を作成するにあたり、環境報告以外の多岐にわたる内容を掲載するため、以下のプロジェクトチームを結成しました。ページ構成、記載内容などについて意見を交換し、さまざまな部署にヒアリングや調査などを行いながら、皆様のニーズにおこたえできるよう努力しています。

- 環境統括会議(宝ホールディングス(株)・宝酒造(株)役員、グループ会社社長 等12名)
- 編集委員(広報部門、経営企画部門、総務部門、人事部門、コンプライアンス部門、商品開発・宣伝部門、購買・製造部門、品質保証・お客様対応部門 各1名)
- 事務局(環境部門5名、広報部門1名、人事部門1名、IR部門1名)

■宝酒造と社会

皆様の「いきいき」は私たちの「いきいき」

情報開示とコミュニケーション

- 財務決算（アニュアルレポート）
- 緑字決算（緑字企業報告書）
- 適正飲酒や容器リサイクルの啓発

法・社会倫理の遵守

- コンプライアンス・マニュアル
- 勉強会の実施



社会貢献活動

- ボランティア活動
- TaKaRaハーモニストファンด์
- TaKaRaお米とお酒の学校

環境保全の取り組み

- 省エネルギー、CO₂削減
- 廃棄物削減
- 環境配慮型商品の販売

■企業理念

自然との調和を大切に、
発酵やバイオの技術を通じて
人間の健康的な暮らしと
生き生きとした社会づくりに貢献します。

■行動規準

消費者のいきいきは、私のいきいき

すべての行動は消費者の視点からスタートします

1. パートナーと協力し、**自ら率先して**仕事の質を高めます。
2. いつも「なぜ？」と問いかけ、**変革**をすすめます。
3. 自信と誇りにあふれるプロをめざし、**スキルアップ**に努めます。
4. ユニークな発想で、摩擦を恐れず**議論**します。
5. 情報感度を磨き、目標に向かって**迅速**にチャレンジします。
6. 自己の言動に**責任**をもち、**法・社会倫理**を守り、**自然との共生**に取り組みます。

■宝酒造株式会社 概要 (2005年3月末現在)

宝酒造は、2002年4月に分社化し、持株会社である宝ホールディングス株式会社の傘下において、酒類・酒精(※1)・食品事業を展開する中核会社として事業活動を展開しています。

■主な事業 酒類、酒精、清涼飲料、調味料、その他食品の製造・販売

■本社所在地 京都市伏見区竹中町609番地

■設立 2002年4月1日

■資本金 1,000百万円

■売上高 178,277百万円(※2)

■経常利益 6,486百万円(※2)

■従業員 1,474人

(2004年3月末 1,542人、2003年3月末 1,597人)

■決算期 毎年3月31日

■事業所

- 本社事務所(1)
- 支社(10)
- 工場(6)
- 蔵置場(1)・物流センター(2)

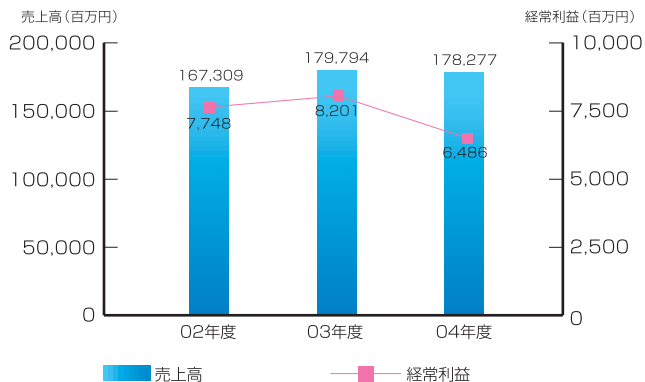
事業所案内 → 1

(※1) アルコール製造・販売

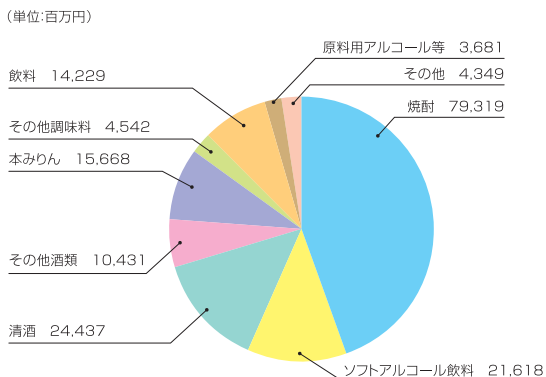
(※2) 売上高、経常利益については宝酒造グループを一般公表用として使用しています。宝酒造グループ子会社については9ページをご覧ください。



■宝酒造グループ 過去3年間の売上高と経常利益の推移



■宝酒造グループ 2004年度カテゴリー別売上構成比



■宝酒造の事業紹介

創業以来、伝統を守りながら、時代に合った新しい「おいしさ」をお届けしています。

焼酎



焼酎分野で新たな市場創造をめざします

“宝焼酎「純」”の発売以来、独自の蒸留技術と貯蔵技術によって時代が求める焼酎を追及し市場を創造し続けることで、焼酎市場のさらなる発展に貢献してきました。甲類焼酎では、“焼酎「ZIPANG」”を発売し、さまざまな情報発信を継続的に展開。また2005年には樽貯蔵焼酎市場の創造をめざし“長期貯蔵焼酎「秘蔵の扉」”を発売しました。本格焼酎においては、定番の“本格焼酎「よかいち」”に加え、“全量芋焼酎「一刻者（いっこもん）」”や“しそ焼酎「若紫ノ君（わかむらさきのきみ）」”を発売・育成し、伸長する本格焼酎市場においても確固たる地位を築いています。

清酒



「こだわり」とさらなる高品質を求めて

「松竹梅」は、時代の潮流に合致したマーケティング戦略により、慶祝・贈答市場におけるトップブランドとして磐石な地位を確立。「よろこびの清酒」として高品質なイメージを守り続け、成長を遂げてきました。また、ソフトパック市場においても“松竹梅「天」”を発売。差別化した酒質と榊山氏作の書画を採用したデザインも好評で、多くのお客様に支持されています。2001年秋には、高品質清酒のみを製造する「白壁蔵」が完成。「本当に旨くてよい酒とは何か」を徹底的に追及しています。今後も造りや原材料にこだわり、お客様に納得いただける高品質で個性的な商品を提案していきます。

ソフトアルコール飲料



焼酎にこだわった「高品質」チューハイ

1984年、衝撃的なデビューを飾った“タカラcanチューハイ”。「焼酎」「果汁」「水」などの技術に裏づけられた、そのこだわりの品質は、お客様からの絶大な支持により発売から20年を超えるロングセラー商品となりました。そして2005年3月には、“タカラcanチューハイ「本格辛口」”を発売。焼酎No.1メーカーの技術と英知を結集し「11種類の厳選貯蔵焼酎」を使用、またキレのある味わいの「青い果実」を用いた、「糖類不使用」の新canチューハイです。これからも、さらに愛される“タカラcanチューハイ”ブランドをめざし、当社だから展開できる「焼酎にこだわった」商品、またお客様のニーズにこたえる「高品質」商品を開発、育成していきます。

輸入酒



世界の「高品質」輸入酒をご提案

1972年の日中国交回復以来、常にお客様のご支持をいただいている信頼のブランド“紹興酒「塔牌（パゴダ）」”はさまざまなラインアップ展開でお客様のニーズに対応し、30数十年中国酒市場をリードしてきました。そのほか“ブランドン”や“トマーチン”、“グリーンバナナ”シリーズ、“桂花陳酒”など、世界各地から選りすぐりのブランドを取り揃え、ワインについてもカリフォルニアやフランス、ニュージーランドなど、愛好家屈指の一流ブランドで付加価値・情報価値あふれる商品展開をしています。今後もお客様それぞれの嗜好や飲用シーンにフィットする、世界の「高品質」輸入酒をご提案していきます。

調味料



お酒のチカラでもっとおいしく

古くから世界各地で使われてきた「調味料」としての「お酒のチカラ」に着目し、料理をおいしく、食卓を豊かにするさまざまな商品をご提案しています。江戸・天保年間に誕生した「タカラ本みりん」は日本料理に欠かせない調味料としてお客様にご支持いただき、日本の食文化とともに進化・発展を続けています。また「タカラ本料理清酒」は、素材の生臭さを消し、料理に深いコクを与える「料理のための清酒」として2001年に発売し、ご愛用いただいています。そのほか、「酒蔵御膳「酒粕鍋つゆ」や「彩食厨房 紹興酒のチカラ」など「お酒のチカラでもっとおいしく」するための個性豊かな調味料をお届けしていきます。

健康飲料



明るく楽しいポジティブな健康生活を応援

1986年ビアテイストドリンク「TaKaRaバービカン」の発売で食品分野への本格参入を果たし、その後は「think health」を基本理念として「カルシウムバーラー」や「ファイバーバーラー」で「特定保健用食品」の許可を取得するなど、清涼飲料市場で力強い成長を見せてきました。さらに健康食品市場への参入によってセルフメディケーション時代への対応をいち早く進めています。そのほか「黒酢バーモンド」をはじめとする「SELF CARE」シリーズや、「濃厚豆乳」シリーズなどを展開、「Natural（天然）and Functional（機能性）」を基本に、毎日無理なくおいしく飲み続けていただける飲料をご提案し、お客様の健康生活をサポートします。

酒精



日本の酒文化を明日に伝える

主に醸造原料として連続式蒸留機によって原料用アルコールを製造し、全国の清酒メーカーへ販売を行っています。また、清酒製造支援産業の立場から、ニーズに応じてアルコール製造に欠かせない酵母や酵素など清酒関連商品をご提供し、清酒メーカーとのパートナーシップを深めるとともに、あくまでも清酒造りの原点にかかわって業界の発展に寄与し、日本の酒文化である清酒を守っていききたい。宝酒造はそんなこだわりを持って取り組んでいます。また、一方では平成13年に施行されたアルコール事業法にもとづく工業用アルコールの販売も開始するなど、積極的に新たな取り組みを始めています。

海外



ネットワークを生かして海外市場へ展開

世界各国にある海外子会社が構築した販売ネットワークを生かして、酒類や調味料の輸出入、現地生産を行っています。Takara Sake USA Inc.（米国）では、清酒「松竹梅」や本みりん、梅酒を製造し、現地の酒販店や料飲店で販売を行っています。また北京宝酒造釀造有限公司（中国）は、清酒「松竹梅」や本みりん、焼酎を製造・販売し、上海宝酒造貿易有限公司（中国）では、TaKaRaグループ製品の輸入販売を行っています。このように宝酒造グループ海外子会社は、構築した販売ネットワークを相互に活用・補完することで、より効率的かつ効果的な事業活動をめざしています。

■宝酒造の歴史

	会社の沿革	商品の歴史	社会・環境活動の歴史
1900	<ul style="list-style-type: none"> ●1842(天保13年) 酒造業開始 	<ul style="list-style-type: none"> ●1916(大正5年) 自社で新式焼酎・新式みりんを製造開始 ●1933(昭和8年) 清酒「松竹梅」発売 	<ul style="list-style-type: none"> ●1923(大正12年) 関東大震災の東京に京都から 寶みりん、寶焼酎等を供給
1950	<ul style="list-style-type: none"> ●1925(大正14年) 寶酒造株式会社を創立 ●1933(昭和8年) 松竹梅酒造株式会社設立 ●1949(昭和24年) 株式を上場 	<ul style="list-style-type: none"> ●1953(昭和28年) タカラボンジュース発売 ●1957(昭和32年) タカラビール発売 	
1960	<ul style="list-style-type: none"> ●1960(昭和35年) 伏見にみりん工場完成 	<ul style="list-style-type: none"> ●1968(昭和43年) 松竹梅くたけ 発売 ●1969(昭和44年) タカramりんく(ミリパック) 発売 	
1970	<ul style="list-style-type: none"> ●1970(昭和45年) 大津市に中央研究所完成 ●1971(昭和46年) スコットランドのトマーチン社と 業務提携 ●1972(昭和47年) 中国酒の輸入販売開始 	<ul style="list-style-type: none"> ●1971(昭和46年) ビッグ“T” ゴールドラベル 発売 ●1972(昭和47年) 日中国交正常化とともに紹興酒輸入販売開始 ●1977(昭和52年) 宝焼酎「純」発売 	<ul style="list-style-type: none"> ●1979(昭和54年) 「カムバック・サーモン・ キャンペーン」開始
1980	<ul style="list-style-type: none"> ●1983(昭和58年) 米国宝酒造株式会社を設立 ●1985(昭和60年) 企業理念制定・TaKaRa CIの導入 ●1986(昭和61年) トマーチン社の資産を買収 	<ul style="list-style-type: none"> ●1980(昭和55年) タカラ料理酒発売 ●1984(昭和59年) タカラcanチューハイ発売 ●1986(昭和61年) TaKaRaパーベカン発売 ●1989(平成元年) エンシェント・エイジ、プラントン販売開始   	<ul style="list-style-type: none"> ●1985(昭和60年) 公益信託TaKaRaハーモニスト ファンドを設立 「Say No」運動スタート ●1989(平成元年) スポーツドリンク「PADI」に、日本で 初めてステイオンタブ(SOT)を採用
1990	<ul style="list-style-type: none"> ●1995(平成7年) 合弁会社北京寶宝食品有限公司を 中国北京市に設立 ●1996(平成8年) お客様相談室設置 	<ul style="list-style-type: none"> ●1993(平成5年) 特定保健用食品として「カルシウムパーラー」許可 ●1994(平成6年) タカラcanチューハイデラックス 「すりおろしりんご」発売   <p>☆1995年「すったもんだがありました」の CMコピーで流行語大賞受賞</p> <p>本格米焼酎「よかいち」全国発売</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●1994(平成6年) 北海道で宝焼酎「純」「純レジェンド」 のリターナブル化開始 環境・広報室の設置 ●1995(平成7年) 阪神大震災でボランティア活動実施 商品に点字で「おさけ」表示を開始 ●1998(平成10年) 焼酎のはかり売り開始 「緑字決算報告書」初刊発行
2000	<ul style="list-style-type: none"> ●2000(平成12年) 全工場でISO9002*認証取得完了 *品質保証に関する国際規格(現在はISO9001) ●2001(平成13年) 企業理念の改定および 行動規準の制定 清酒・特定名称酒の拠点として 「松竹梅白壁蔵」完成 ●2002(平成14年) 持株会社体制へ移行、 TaKaRaグループ新体制へ 	<ul style="list-style-type: none"> ●2000(平成12年) タカラ有機本みりん発売 ●2001(平成13年) 焼酎「ZIPANG」発売 ●2003(平成15年) 松竹梅「天」発売 ●2004(平成16年) 特定保健用食品として「ファイバーパーラー」許可 「タカラ有機本料理清酒」発売 ●2005(平成17年) 長期貯蔵焼酎「秘蔵の扉」発売 タカラcanチューハイ「本格辛口」発売     	<ul style="list-style-type: none"> ●2001(平成13年) ホームページで 「環境への取り組み」を公開 ●2004(平成16年) 17事業場でISO14001 統合認証を取得 コンプライアンス委員会、 コンプライアンス推進室を設置 各地自然災害被災地で ボランティア活動実施 環境教育教材「リサイクルロード」発刊 「TaKaRaお米とお酒の学校」設立 妊産婦飲酒の注意表示実施

皆様に「いきいき」をお届けする 緑字企業であり続けるために

社会や地球にやさしい「^{りよくじ}緑字企業」へ

当社が初めて「緑字決算報告書」を発行した1998年、環境配慮型商品としてリニューアルした宝焼酎「エコペット」の紹介とともに、“「緑字企業」をめざします。”と宣言する新聞広告を出しました。環境広告というもの自体が少なかった当時、将来の環境問題を見据えたこの広告は、斬新なものであったと自負しています。しかし、21世紀も5年目に入った今、当社を目指す企業ビジョン、また皆様に期待される当社の姿に到達するには、環境活動以外にも多くの課題があることがわかってきました。この報告書においても、環境活動以外の社会的活動についてこれまで以上に詳しくお伝えするべく、内容を一新し、名称も「緑字企業報告書」に変更して発行することにいたしました。

これまで、宝酒造が目指してきた「緑字企業」とは、「環境にやさしい企業」でした。これからの「緑字企業」とは、「環境だけでなく、お客様、お取引先様など、すべての関係者にとってやさしい企業」であり、当社の企業理念や行動規準の言葉を使えば、“皆様に「いきいき」をお届けする企業”ということになります。皆様に「いきいき」をお届けするために、当社がこれまで実践してきたことをこの報告書の中でお伝えしたいと思います。

社会のルールを守り、 安全でおいしい商品をお届けする

まず、あらゆる企業活動の大前提として、法律や社会のルールを守り、信頼される企業でなければなりません。近年、企業の不祥事やその隠蔽^{いんぺい}が報道を通じて大きく取り上げられ、長年つちかってきた信用や信頼を失うという事態が数多く見られるようになりました。当社は、「法・社会倫理を守る」ということをすべての行動の基本としてTaKaRaグループ行動規準に掲げ、社員全員に教育を行うことで徹底に努めています。

次に、酒類・飲料メーカーとして大切なことは、「お客様の多様なニーズに対応し、安全でおいしい商品をお届けする」ということです。当社は2000年までにすべての工場^{工場}で品質に関する国際規格「ISO9001」の認証取得を完了

宝酒造株式会社
取締役社長

大宮久



し、日々生産現場において商品の品質管理に取り組んでいます。また、お客様の健康志向や環境配慮型商品の購買ニーズにお応えするため、“お客様の生活の質を高める”という視点に立って商品開発を行っています。

さらに、未成年者飲酒、健康障害、飲酒運転などについても重要な課題と考え、1980年代から広告やパッケージ表示を通して、適正飲酒を呼びかける「Say No運動」を展開して参りました。現在も啓発冊子を配布するほか、同内容をホームページ上でも公開しています。また、酒類商品のパッケージには、法定表示だけでなく、「妊産婦の飲酒に関する注意表示」を実施する他、2004年からスタートした社会・環境教育プログラム「TaKaRaお米とお酒の学校」の中でも、参加者の家族を対象に適正飲酒の重要性を呼びかけています。

皆様の「いきいき」のために 地球の「いきいき」を守る

生産活動を行う当社にとって、環境への取り組みは不可欠なものです。また、当社の商品は缶やびん、ペットボトルなどの容器に入っており、飲み終えた後容器がごみになるという問題への対応は、極めて重要だと考えます。当社は、容器を利用する事業者として、リサイクル費用の負担とい

う責務を果たすとともに、パートナーである関連団体などと協力し、容器リサイクルの推進に取り組んでいます。また、容器の軽量化やリサイクル性を追求した環境配慮型商品を開発、販売することも、当社の重大な責務と考えています。ただ、この問題の解決には、お客様、お取引先様など関係者の皆様のご協力が欠かせません。環境啓発絵本の配布や、ホームページでの情報公開を通して、今後もお協力を呼びかけて参ります。

また、京都議定書の発効により温室効果ガスの削減が急務となりました。当社は、2002年に京都議定書の早期発効を求める国際的企業グループ「^{イミッション}e-mission55」に参加署名するなど、その重要性を早くから訴えて参りました。今年2月の発効を受け、京都に本社を置く企業として今後も率先してその責任を果たして参ります。

当社の環境活動の統合指標である「^{エコ}緑字決算(ECO)」は、これまでの環境活動項目の他に、今年から社会的活動項目を対象に加え、当社が目指す「緑字企業」の指標として新たに再スタートいたします。また、この緑字決算対象項目やISO14001の環境目標を、第6次中期経営計画(2005-2007年度)と連動させ、宝酒造グループ全体が1つの目標に向かって活動を推進できる体制を整えました。

宝酒造はこれからも皆様に支持され、必要とされる企業であり続けるために、様々な方々と協力し、“皆様に「いきいき」をお届けする緑字企業”を目指して参ります。

信頼される企業であるために

※このページはTaKaRaグループ全体に関する内容です。

経営方針

TaKaRaグループは、穀物や水、微生物といった自然の恩恵をもとにした発酵技術と、最先端のバイオ技術をベースに企業活動を進めています。そして、自然の恵みに感謝するとともに、これらの技術を背景に消費者の皆様の視点を第一に考えた商品やサービスを提供することで「自然と社会と人間の調和」をめざしています。

2000年5月に発表した長期経営構想「TaKaRa Evolution-100」（略称：「TE-100」、Evolutionは進化、100は当社の第100期=2010年）では、この企業理念に基づいた経営方針として、「お客様の視点」、「人間尊重の視点」、「自然・社会との調和の視点」の3つの視点を大切に企業活動を行うことを掲げ、経営目標としてTaKaRaグループの企業価値の向上をめざしています。

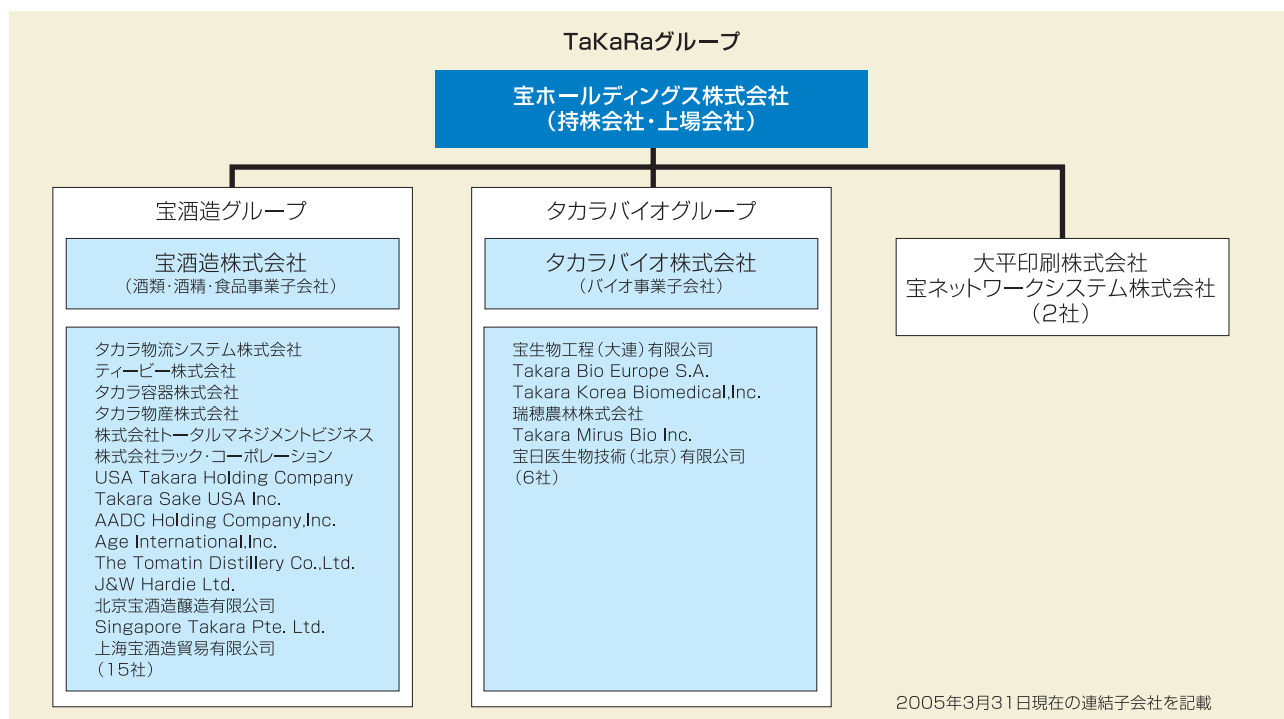
コーポレート・ガバナンス（企業統治）

TaKaRaグループは、2002年4月1日より持株会社体制に移行し、純粋持株会社「宝ホールディングス（株）」の傘下で、宝酒造（株）とタカラバイオ（株）他23社が事業活動を展開しています。持株会社体制下のコーポレート・ガバナンスの基本的な考え方は次の通りです。

●TaKaRa グループ全体の企業価値向上のために

- ①グループ各社に権限を委譲し、自立経営のもと事業の展開スピードをあげます。
- ②会議体の定期的な運営等を通じ、各社の事業報告や今後の経営方針・事業戦略について意見交換しあえる風土を維持します。
- ③法令遵守の姿勢や倫理性を確保し、コンプライアンス体制、危機管理体制を維持することで、グループ全体での企業の社会的責任を果たします。
- ④オープンかつタイムリー、そして正確な情報開示を継続し、適時開示に対する社内体制を維持することで、経営の透明性を高めます。

■TaKaRaグループ企業の構成図



★コーポレートマークの意味

TaKaRaグループのコーポレートマークは1985年デザイナー亀倉雄策氏によって「調和」というテーマで作られました。このマークの外側の大きな3つの円は、自然と社会と人間の調和という企業理念を表しています。また、真ん中の小さな白い3つの円は、酒類、薬品、食品の事業領域の調和を表しています。そして、マークの真ん中の「T」の字の3つの先端は、株主、経営者、社員との調和、そしてもうひとつ消費、流通、生産との調和を表しています。

コンプライアンス、危機管理体制

TaKaRaグループでは、2004年4月に「コンプライアンス委員会」およびその具体的推進組織として「コンプライアンス推進室」を設置し、グループ全体のコンプライアンス体制・危機管理体制の強化を推進しています。

社員一人ひとりがどのように行動すべきかを、「コンプライアンス・マニュアル」にわかりやすくまとめ、全社員に配付しました。さらに、本社での集合研修や、各社・各事業場での教育啓発活動などにより、コンプライアンス・マインドの定着・浸透をはかっています。また、法令違反や不正行為などを発見した場合に、通報や相談を受け付ける窓口「ヘルプライン」を設け、リスクの早期発見、早期解決に努めています。

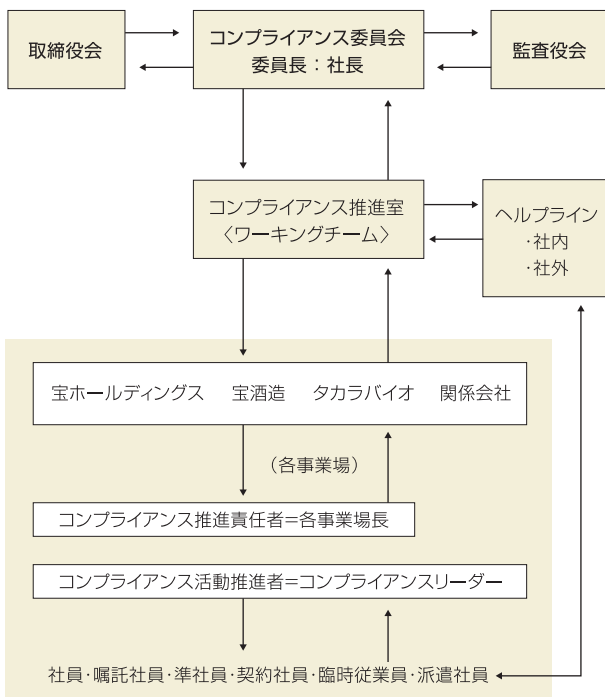


コンプライアンス研修



コンプライアンス・マニュアル

■TaKaRaグループ コンプライアンス推進体制



●品質保証について

商品の安全と品質に万全を期すため、宝酒造(株)では品質保証部を組織し、その下にお客様相談室および品質保証課、品質表示課を設置し、品質管理を徹底しています。

●飲酒問題について

適度な飲酒はストレスを緩和し、人間関係を円滑にする役割を果たすと言われてしています。しかし一方で、慢性飲酒による臓器障害、アルコール依存性、未成年者飲酒、妊婦の飲酒を通じた胎児への影響といった種々の問題を有することも見逃せません。これらの問題を認識したうえで、酒類の製造、販売を行う企業として、人々の健康を維持増進し、社会的責任を果たす観点から「節度ある適度な飲酒」を普及啓発するさまざまな取り組みを行っています。

●環境問題について

事業活動は根本的に地球環境に負荷を与える行為であると考えます。その事実を真摯に受け止め、地球環境への負荷を削減する努力と、事業利益の社会還元として、自然保護活動等の社会貢献活動を行う努力を企業としての責務と考え、環境活動を推進しています。

●情報の管理について

企業情報や個人情報の管理に関しては、管理体制の構築、責任者の設置、従業員に対する継続的な研修会の実施等、情報の漏洩を防ぐための万全の努力をしています。

●情報開示について

株主などのステークホルダーの皆様への情報開示については、宝ホールディングス(株)が窓口となり、「決算短信」、「事業報告書」、「アニュアルレポート」、などの各種報告書を配布。また、証券取引所や宝ホールディングスのウェブサイトを通じた情報開示、決算説明会やIRミーティングを通じた情報開示などを積極的に行っています。

安全でおいしい商品をお届けする

穀物や果実、水、発酵に必要な微生物など、
宝酒造は自然の恩恵を受けて、酒類・食品の製造を行っています。
社員一人ひとりがこのことを理解し、確かな品質と安全管理のもと、
安心できる商品をお届けしています。

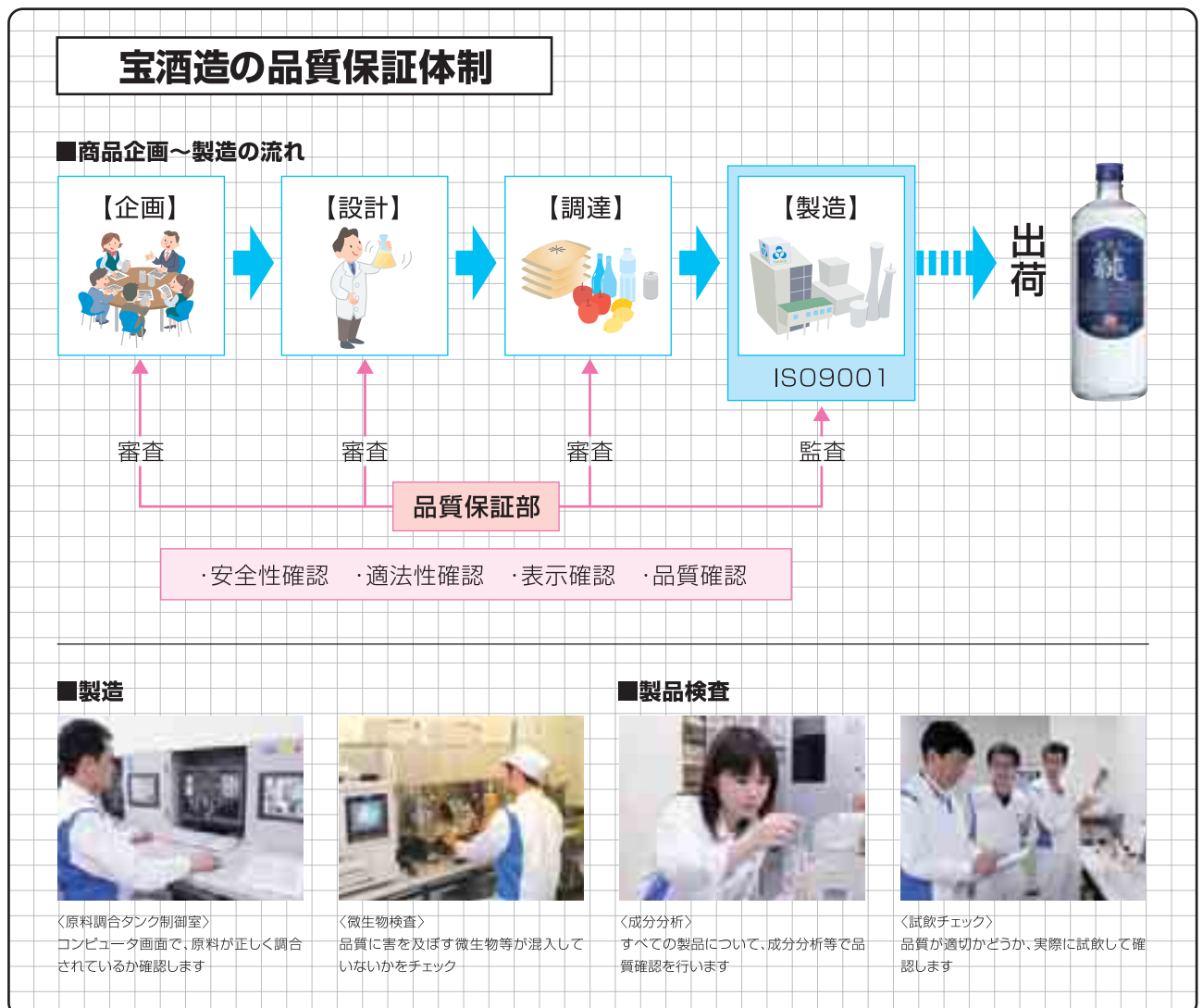


“信頼と安心のブランド”であり続けるために

宝酒造の歴史は「お客様との信頼の歴史」でもあります。
お客様に、安全で安心していただける商品をお届けする
ために、全工場で品質保証の国際規格ISO9001の認証
を取得しました。

商品に関しては、「品質保証部」が中心となって、企画
から設計、調達、製造にいたる各工程で審査にあたり、食

品衛生法をはじめとする法律の遵守はもちろんのこと、
すべての商品において適切な品質と安全性を追求して
います。また、お客様相談室にお寄せいただいた声を真
摯に受けとめ、よりよい商品づくりや品質の向上に取り組
んでいます。



安全な商品は安全な原材料から

商品づくりの原点となる原材料は、安定した品質と供給を確保できるお取引先を選んで調達しています。品質保証書を入手するとともに関連法規への適合を確かめています。特に、残留農薬など、日本と基準の異なる海外からの輸入原材料については、必要に応じて自社分析や

外部検査で確認を行った上で、品質が保証されたもののみを使用しています。

また、主要な原材料についてはお取引先を定期的に訪問し、品質管理状況の監督や指導を行っています。

衛生管理の徹底

工場では2000年にゾーニング規定を策定し、工場内を一般区、清浄区、特別清浄区に区分けしています。高い衛生管理が求められる充填室はクリーンルーム仕様にするなど、特別清浄区に指定・管理しています。また、同時に、手洗いや服装、製造施設の清掃・防虫基準などを強化して衛生管理規定に組み入れました。

今後も、設備と運用の両面で高度な衛生管理水準を維持し、商品の安全と品質の安定に努めます。



特別清浄区に設置されたクリーンルーム内の充填設備

安心できる表示を目指して

食品表示はお客様と商品をつなぐ大切な情報です。正確でわかりやすい情報をお伝えするために、品質保証部では食品表示に関する法規適合性(添加物、アレルギー、遺伝子組み換え等)の確認を行っています。

また、表示に関する法規、公正競争規約、業界基準、社内ルールなどを「表示の手引き」として関連部署に公開し、情報の共有化を図っています。今後も安全で安心していただける商品をめざし、公正な品質表示への取り組みを進めていきます。

清酒「松竹梅」に関する品質表示



料理番組や料理学校で、調味料を使った料理の楽しさを紹介

昭和20年代から30年代にかけて、宝酒造はテレビ番組の提供や料理講習会を通じて、新しい生活スタイルをお客様とともに考えながら、日本の食卓を豊かにしてきました。



日本が大きく変化した高度成長期。人々の生活も豊かになり、食事が空腹を満たすためだけのものから、おいしさを楽しむものへと変化していきました。当時、みりんは料亭などで使われる高級調味料でしたが、新しい生活スタイルを求める人々のニーズをキャッチしながら、家庭の食卓にみりんを紹介していきました。

昭和29年に宝酒造が提供したテレビ番組『タカラお料理手帳』や全国各地で実施

した料理講習会は、世間に大きな反響を呼びました。ある時は隠し味としてスプーン一杯だけ、またある時はたっぷりそがれるみりに、人々の関心は徐々に集まってきました。さらに当時主流だった一升瓶から洒落た小型のボトルへと、みりんの容器を改良しました。伏見工場で製造されたこの容器は“化粧びん”の愛称で親しまれ、モダンなライフスタイルの象徴としても人気を博しました。変化する暮らしの中に、

宝酒造はこうして新しいライフスタイルを提供していったのです。



料理番組の先駆けとなった『タカラお料理手帳』

お客様の健康を考える

宝酒造では、健康と安心へのお客様のニーズにおこたえするため、清涼飲料分野では“think health”をテーマに独自の高度な技術を生かした商品をお届けしています。

また、不適切な飲酒によるお客様の健康障害を防止するため、未成年者、妊産婦、ドライバーの飲酒の禁止と、適度な飲酒やマナーの必要性を呼びかけています。



天然素材の機能を生かして

毎日を元気に明るい笑顔で暮らすこと。「食」はその基本です。宝酒造は“think health”をテーマに、天然素材にこだわり、素材がもつ機能や成分をそこなわずに、おいしく飲みやすい商品をご提案しています。また、お客様に安心して飲んでいただくために、よりわかりやすい表

示をめざし、積極的に特定保健用食品*の開発を進めていきます。

*特定保健用食品…科学的試験結果に基づいて、食品中の成分が健康に有用な機能性があると厚生労働省が認め、製品に健康表示（健康への効用を認める表現）を許可した食品のこと。

商品大解剖 特定保健用食品「カルシウムパーラー」

宝酒造は、日本人に不足しがちな栄養素を手軽においしく摂取できる健康飲料、「パーラーシリーズ」を開発。第1号の「ビタミンパーラー」に次いで発売された「カルシウムパーラー」は、1993年、カルシウム飲料では初の「特定保健用食品」として許可を受けました。

【担当者の声】 お客様に末永く愛される商品を開発

毎年膨大な数の健康飲料が市場に出回るなか、私たち宝酒造は目先の流行にとらわれることなく、お客様にとって本当に価値ある健康飲料とは何か、をいつも考えています。お子様からご年配の方まで毎日手軽においしく飲めること、健康を維持する生活習慣のひとつとして長く飲み続けられること。そんなコンセプトから生まれた商品に、お客様から喜びの声をいただくことが何より嬉しいですね。これからも、末永く愛される商品を開発していきます。



酒類・食品事業統括本部
機能性食品部 機能性食品営業開発課
加曾利 一樹



成分

成人に必要なカルシウムは1日あたり800mgですが、平均して200mg不足しているといわれています。これを、コップ2杯分（約300ml）で補えるよう、CCM（クエン酸リンゴ酸カルシウム）を配合しました。

機能

からだに吸収されにくいカルシウムを、独自の技術により吸収率を高めました。

味

3種類の果汁をブレンドすることによってフルーツの香りと甘みを加え、牛乳が苦手な方やお子様にも飲みやすくしました。

ネーミング

ヘルシーでフレッシュな「フルーツパーラー」をイメージし、親しみやすいネーミングとパッケージにしました。

「セルフメディケーション」を飲料でサポート

少子高齢化や医療費の負担など現代の日本の社会を考えると、自分の健康は自分で守ることを考えなければなりません。この「セルフメディケーションの流れ」に対応し、2000年から「黒酢バーモント」などの健康酢飲料を中心に「SELF CAREシリーズ」を販売しています。健康食品として注目される酢や青汁などに果汁を加えておいしく飲みやすく、さらにビタミン補給や

ダイエットなどの機能もプラスして食生活や美容をサポートしています。

また、花粉対策をコンセプトに誕生した機能性飲料「甜茶+しそ」など、季節のニーズに対応する商品開発も行っています。機能や品質だけでなく、ペットボトルに1回分の目安量を目盛りで表示するなど、効果的に摂取していただけるような工夫もしています。



独創的な技術力で、新しい「健康」を提案

お客様の健康志向にいち早くおこたえし、1986年から「TaKaRaバービカン」で“リアルティストドリンク”という新しい飲料のあり方をご提案し、ご好評をいただいています。2004年にはさらにアルコール分0.1%未満で低カロリー・ダイエット志向にこたえる「バービカン<リアルティスト>」を発売

しています。

また、タカラcanチューハイでも、糖質やカロリーを大幅にカットし、アミノ酸やミネラル、食物繊維などの成分をプラスした「バランスプラス」シリーズを展開。良質の素材にこだわり、独自の技術で機能性を付加した商品づくりを進めています。



お酒と上手につきあうために

お酒は、適量であれば、ストレス緩和やコミュニケーションを円滑にするのに役立ちますが、飲みすぎによる健康障害や未成年者飲酒などの問題があることも事実です。宝酒造では、酒類を製造・販売する企業の責任として、適正飲酒の啓発活動にいち早く取り組んできました。



■広告を通じて

1985年、マナーをわかまえる適度な飲酒習慣と飲んではいけないときに断る勇気をお正月の新聞1ページ広告で大々的に呼びかけ、「Say No」キャンペーンをスタート。「いい日、いい酒、いいマナー」を提唱し、さまざまなかたちでメッセージを発信しました。



■冊子を配布

1986年に適正飲酒を啓発するパンフレット「Say No読本」を発行し、現在も配布しています。これはお酒の正しい知識や飲み方をわかりやすくまとめたもので、ルールを守ってお酒と上手におつきあいいただくことを目的としています。1995年にリニューアルし、現在は「Say No! Press」と名称変更しています。



■広告表現、表示への配慮

未成年者飲酒防止のために、不適切な広告表現や表示、テレビCMの放映時間、宣伝活動などについて、厳しく規制しています。2004年7月からは酒類の容器に順次、妊産婦に対する飲酒の注意表示を行っています。



宝酒造の主なエコプロダクツ

リターナブルびん

リターナブルは資源の節約や廃棄物の削減という観点から、循環型社会に適したシステムであると考えます。宝酒造では清酒、焼酎、みりん等で使用している一升びんの他に1994年から宝焼酎「純」、「純」レジェンド720mlびんもリターナブルに切り替えました。また、2003年には日本ガラスびん協会と日本酒造組合中央会が共同開発した「300ml統一リターナブルびん」を採用した特撰松竹梅<特別純米>300mlを発売しました。



720mlびん再使用本数の推移 → 2

エコフロストボトル

2001年から焼酎「ZIPANG」のフロスティボトル（表面がすりガラス状のボトル）には、環境にやさしい特殊なフロスト加工を採用しています。従来のように化学薬品を使用せず、セラミック製の研磨剤を吹きつけてすりガラス状に加工しています。また、製造プロセスで発生するガラスや研磨剤の粉などはガラス原料としてリサイクルすることができます。



エコペット

宝酒造は、1998年に業界で初めて「指定ペットボトル自主設計ガイドライン」に対応したペットボトルを開発しました。キャップを樹脂に、2.7リットルボトルの取っ手は外して容器の形状をグリップ状にし、4リットルボトルは取っ手をペットボトルのリサイクル樹脂に改良し、ラベルははがしやすく工夫しました。また、本みりんや料理酒の中栓キャップは外しやすいよう、1999年「はずせるキャップ」を採用。お客様の分別作業や再資源化が容易になりました。



エコロジーボトル

ワインや輸入焼酎などに多く見られる色つきガラスびん（透明や茶色を除く）はガラス原料へのリサイクルが容易ではありません。宝酒造では、この問題への対策として、さまざまな色のカレット（使用済み色つきガラスびんを砕いたもの）を90%以上使用した「エコロジーボトル」を、2000年に業界で初めて清酒の容器として採用しました。



「タカラ有機本みりん」が世界の食品で初めて「EPDタイプⅢ環境ラベル」を取得



<タカラ有機本みりん 500ml>
 ●登録番号:S-P-00042
 ●登録日:2003.2.19
 ●改訂日:2005.1.11
 容器包装変更による改訂
 ●審査登録機関:
 (財)日本ガス機器検査協会
 環境製品評価部

2000年、宝酒造は本みりんのトップブランドとして、世界のオーガニックのスタンダードであるOCIAの認証を取得した「タカラ有機本みりん」を発売しました。ラベルには非木材紙(ケナフ紙)を使用し、本体のびんとプラスチックキャップを分別しやすく設計した「はずせるキャップ」を採用しています。また2003年には従

来より約100g軽い“超軽量ガラスびん”を採用し、2004年にエコマークを取得するなどの改良を加えてリニューアルしました。また食品で初めてEPDのタイプⅢ環境ラベルも取得し、お客様に環境にやさしい商品をお選びいただく際の指標となっています。

※OCIA (Organic Crop Improvement Association International:有機農産物改良協会) …アメリカの国際的な民間有機認証機関。

※EPD (Environmental Product Declaration:環境製品宣言認証) …スウェーデン環境管理評議会による国際的な認証で、日本では(財)日本ガス機器検査協会が認証機関として認定されている。タイプⅢの環境ラベルは、原料の生産からゴミとして廃棄されるまで、LCA (ライフサイクルアセスメント)に基づいて環境データを公表することが義務づけられ、環境配慮型商品としての判断は消費者に委ねられる。

お客様と対話する

お客様によりよい商品やサービスをお届けし、ご満足いただくためには、お客様とのコミュニケーションは欠かせません。宝酒造では、1996年にお客様相談室を設置。お客様一人ひとりの声に誠実に耳を傾け、信頼とご期待にこたえられる企業をめざしています。

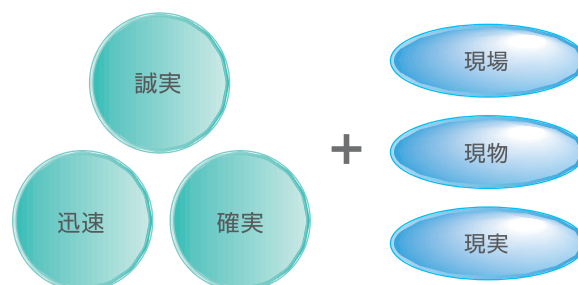


お客様の「満足」のために

お客様からのお申し出には、“誠実・迅速・確実”をモットーにお客様にベストな答えができるよう日々努力しています。全国10支社におけるお客様対応勉強会を通じて、お客様相談室と支社との連携体制を強め、お客様満足の向上に努めています。

またお客様の声はすべて大切なご意見として、データベースや週報、月報で社内に公開され、全社員が共有してよりよい商品やサービスづくりに役立てています。

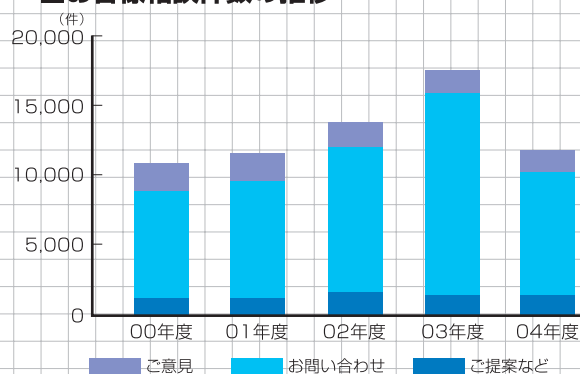
■お客様対応のモットー



お客様相談室

2004年度は、約12,000件のお問い合わせやご意見、ご提案をいただきました。そのうち、商品に関するご指摘については全国の営業部門と連携し、状況に応じてお客様のもと（現場）へ赴き、商品（現物）をお預かりし、品質や状況（現実）の調査報告を行って事業活動の改善に生かしています。また、緊急対応もできる体制をとっています。

■お客様相談件数の推移



【担当者の声】

お客様の声はタカラの山

お客様相談室
増田 美也子

焼酎、清酒、調味料、健康飲料など、宝酒造の商品は多岐にわたっているのですが、どんな問い合わせにもおこたえできるよう、情報収集や勉強は欠かせません。お礼のメールや手紙をいただくこともたびたびあり、「ありがとう」と言われて受話器を置くとときにこの仕事のやりがいを感じます。

私は、“厳しいご意見やご指摘の中にもこそ改善点のヒントがある”と考えています。毎日、お客様の生の声をお伺いしていますから、社内の各部署からもよく問い合わせがあります。お客様の声が商品化されたり、反映されているのを見ると本当に嬉しいですね。

お客様の声を反映した商品改良事例

お客様からお寄せいただいた貴重なご意見をもとに、さまざまな商品の改良や改善に取り組んでいます。

■キャップをより安全に

「タカラ本みりん」「タカラ丸もちみりん」「タカラ本料理清酒」(1.8リットルびん)のキャップは、お客様からの「うまく開封できない」「アルミの端で怪我をする」などといったご意見をもとに、より安全なタイプに切り替えました。



引き裂きツマミ部のアルミ端面を折り返し、幅を広くしました

■レシピをよりわかりやすく

「ホワイトタカラ果実酒の季節」1.8リットルデカンタイプのは、お客様からの「このままの容器で漬け込むとあふれる」というご意見をもとに、ご使用方法の表示を

追加。よりわかりやすく改善しました。あわせて果実酒レシピも、容器サイズに適した900ミリリットル用に修正しました。



■日付表示(賞味期限・製造年月)をよりわかりやすく

清酒の「製造年月」と本みりんの「賞味期限(年月)」の表示は、「西暦下2桁+月」を表示していたため、お客様から「月日」と読み間違える」というご意見をいただいていた。そこで2004年10月製造分より、清酒・本みりんの日付表示を「西暦4桁+月」に変更、よりわかりやすく改善しました。



〔変更前〕



〔変更後〕

ユニバーサルデザインの採用

宝酒造では、1995年に誤認飲酒防止のために国内で初めてタカラcanチューハイシリーズの缶ぶたに点字で「おさけ」の表示を入れ、2002年には、やはり国内で初めて酒類紙パック商品のキャップに同様の表示を入れました。また、2003年にリニューアルした「タカラ有機本みりん」のラベル表記も読みやすく改良したほか、問い合わせ先の電話番号や賞味期限を見やすい位置に変更するなどさまざまな工夫を凝らしています。



缶ぶたに点字を表示



キャップに点字を表示

今後も、ユニバーサルデザインの考え方を広く取り入れ、すべてのお客様に安心して商品をお選びいただけるよう、工夫を続けていきます。

お客様情報の保護

お客様情報は、当社がお客様からお預かりしている大切な情報です。宝酒造は、これを守るのは企業の当然の責任ととらえ、これまでも安全な情報管理に取り組んできました。2005年4月に個人情報保護法が全面施行され、この体制をさらに強化するべく、全事業場に個人情報管理責任者を設け、社員それぞれが保有するお客様情報が、いつでもどのような利用目的で収集されたものかを明

確にし、ルールに基づいた運用を徹底しています。

また、キャンペーンはがきを店頭での応募箱で収集する方式を原則禁止にするほか、ホームページやパソコンにおけるセキュリティの確保などを進めています。

個人情報保護に関する基本方針 → 3

お取引先、関連団体と協力し、お客様に喜ばれ 社会に必要とされる企業をめざします

宝酒造は、社会の一員として消費者の皆様をはじめ、すべてのお取引先にも信頼され必要とされる企業でありたいと考えています。企業活動に関わりのある法律の知識を身につけ、法遵守を徹底するとともに、お取引先や関連団体と協力して、事業を活性化し社会に貢献できるよう取り組んでいます。

お取引先とともに

公正な取引を行う

「TaKaRaグループ コンプライアンス行動指針」では、公正な企業活動について規定しています。具体的には「独占禁止法」や「不正競争防止法」を遵守し、公正で自由な企業間競争を行うことや、宣伝広告においては誇大な表現、他社を中傷する表現、社会差別につながる用語は使用しないこと、商品の表示について関係法令に従い消費者に誤認を与えるような表示をしないこと等を明記しています。特に守るべきことが多く存在する表示については、社内のデータベースで情報を共有し、関係部門で確認しています。

また、購買部門では「下請法」の外部講習会受講や社内勉強会の実施を通じて法遵守を徹底し、お取引先に対し良識と誠実さをもって接し、公平かつ公正な取引を行うことに努めています。「コンプライアンス行動指針」は定期的に研修を受けた各部署のコンプライアンス委員を通じて、全社員へ徹底しています。

情報の共有化をはかる

宝酒造では、営業活動を通じた通常の情報交換の他に、セミナーや講演会の開催を通じて、お取引先とのコミュニケーションを図っています。

例えば、2004年3月18日には中国・北京で「食のセミナー」を開催し、北京宝酒造醸造有限公司のスタッフが食品加工企業に対し商品の製造管理や酒類調味料の調理効果について講演を行いました。さらに2005年2月18日には、岡山で「お酒のチカラセミナー」を実施、講師をお招きしてお取引先や社員と一緒に食について学びました。

また、お取引先に製造工程を見学していただくなど、商品知識を深めていただくための勉強会も行っています。

TaKaRaグループ コンプライアンス行動指針に、 公正な取引について以下の通り定めています。

●独占禁止法の遵守

独占禁止法を遵守し、不当な取引制限や不公正な取引を行わず、公正で自由な企業間競争を行います。

●不正競争の防止

不正競争防止法を遵守し、他社の商品と混同させるような表示を行わず、不当な手段による他社の営業秘密や企業秘密を取得・使用いたしません。

●納入業者との適正取引、下請法の遵守

下請法を遵守し、納入業者とは公平かつ公正に取引します。

●適切な接待・贈答

接待・贈答は、一般常識、社会的な常識の範囲内とします。また、国家公務員倫理法を遵守し、公務員またはこれに準ずるものに対する接待・贈答は行いません。

●外国公務員への贈賄禁止

外国の政府や地方公共団体の役職員に対しては、ビジネス上の便宜の見返りとして、金銭などの供与、その約束・申し出もいたしません。

※TaKaRaグループ コンプライアンス行動指針「1.お客様の視点から 1.消費者・お得意先・パートナー・同業他社との関係」より関わる部分を要約



北京宝酒造醸造有限公司が主催した「第1回食のセミナー」



製造工程勉強会

地域や売場を活性化する

宝酒造では、お取引先のニーズにおこたえすることやお取引先と協力して何かを行うことで、どちらにもよい効果ができる“win-win”の関係をめざしています。

例えば、焼酎「ZIPANG」は、京都「木屋町ボトル」、各地の「桜ボトル」や「祭ボトル」など、地域の活性化やPRとしてご活用いただいています。「愛・地球博」でもオリジナルボトルを作成し、万博の活性化の一助となっています。

また、松竹梅「天」を対象商品に、陳列のボリュームや売場の演出方法を競う「大陳コンクール」を実施。お取引先と当社の担当セールスが丸となってよりよい売場をめざしてコンクールに挑戦し、小売店の活性化につながったという声もいただきました。今後もこのように“win-win”効果をさらに広められるよう取り組み続けていきます。



大陳コンクール入賞作品

関連団体とともに

容器リサイクルを推進する

容器リサイクルを推進するためには、業界全体で取り組まなくては解決できない問題がたくさんあります。宝酒造では、自社で容器リサイクルの推進に注力するだけでなく、各リサイクル業界団体にも積極的に参画し、効率的なリサイクルシステムの構築やリサイクル推進に向けた活動を展開しています。リサイクル団体では日頃は立場が違ったり、事業活動では競合しているメンバーが、容器リサイクルの推進という共通の目的を達成するために、定期的に会合を開催し積極的な議論を行っています。

また機関誌、ホームページ、展示会出展などを通じて幅広く、容器リサイクルの啓発活動を行っています。

■宝酒造が加入しているリサイクル団体

- ・(財)日本容器包装リサイクル協会
- ・アルミ缶リサイクル協会
- ・ガラスびんリサイクル促進協議会
- ・紙製容器包装リサイクル推進協議会
- ・PETボトルリサイクル推進協議会



ガラスびんリサイクル促進協議会 展示ブース

関連団体から



ガラスびんリサイクル促進協議会
理事・事務局長 森 雅博 様

ガラスびんリサイクル促進協議会は、ガラスびん製造事業者、ガラスびん利用事業者、カレット商、びん商等のガラスびんリサイクルに関連する様々な事業者で構成されています。循環型社会形成推進基本法、容器包装リサイクル法に対応してガラスびんの3R（リデュース、リユース、リサイクル）を促進するため、会員相互の情報交換や連携を図りながら活動を行っています。

現在、容器包装リサイクル法が制定後10年を迎え見直しの検討が行われています。ガラスびんに

ついて、発生抑制の面から、容器としての機能を維持した上で軽量化を一層進めていくことが求められます。また、減少傾向にあるリターナブルびんの普及についても大きな課題です。リサイクルについては、製びん時のカレット利用率の向上と他用途利用の需要拡大を進めていく必要があります。

当協議会では、これからも宝酒造様をはじめ、会員の皆様方のお知恵とご協力をいただきながら、ガラスびんの3R促進のための活動を続けてまいります。

「人を育む風土」と、明るく働きがいのある 職場づくりをめざしています

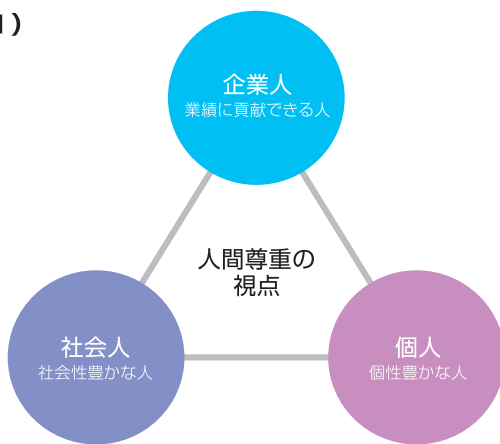
宝酒造では、社員が「企業人・社会人・個人」としてバランスのとれた「人財」となることを願い、健康で安全に働くことができるよう人事システムや各種制度の充実に取り組んでいます。

人財に対する考え方

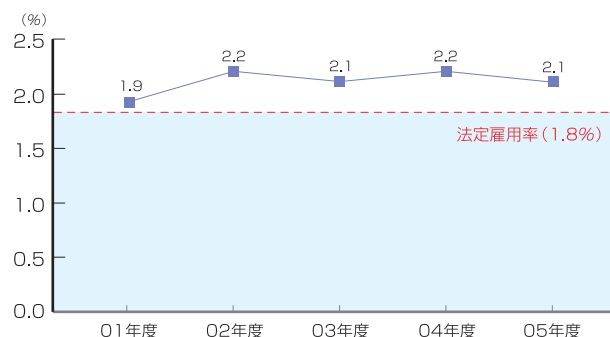
宝酒造では、社員はかけがえのない「財産」であるとの視点から、人材を「人財」と表現しています。そしてこのような人間尊重の考え方のもと、「いきいきと明るい職場、人を育む風土」をつくり、その中で「企業人・社会人・個人のバランスのとれた人財」の育成をめざしています。(図1)

2005年4月1日現在の従業員数は1,454名で、うち女性は172名で構成比12%、管理職は292名で、うち女性は4名で構成比1.4%です。人事部門の中期経営計画(2005-2007)の中で女性社員の活用を目標としているほか、2005年4月1日からはシニアパートナー(再雇用)制度を導入しています。障害者雇用率については、2005年6月1日現在2.1%で法定雇用率である1.8%を上回っています。(図2)

(図1)



(図2) 障害者雇用率 (2005年6月1日現在)



人財育成・能力開発の考え方

宝酒造では、評価・処遇・人財育成(能力開発)を連動したシステムとして位置づけています。

能力開発については、「階層別研修」、「職種別研修」を実施しているほか、社員が行う自己啓発に対し「通信教育制度」「大学院履修援助制度」などの支援制度を設置しています。

配属・異動に関しては、入社後10年間で3つの職務(職場)を経験することを原則とし、「自己申告制度」を通じて、社員が会社に対し申告した職務や自己の成長に関する希望をふまえたジョブローテーションを実施しています。

評価・処遇については、人財育成や能力開発を図り、公平な処遇を実現するために、「人事考課制度」を実施しています。制度の特徴は“絶対考課方式”“目標管理型”“チャレンジ・加点主義の採用”“公開性”となっています。

新入社員の研修については、現場体験に裏づけられた「お客様の視点」「ものづくりの知識」「プロ意識」を身につけた、将来にわたって通用する強い「TaKaRaパーソン」の育成をめざし、新入社員導入研修(事務・営業系、技術系共通)の後、事務・営業系新入社員に対しては、本社・工場・支社・流通現場において長期研修を実施しています。

働きやすい職場環境づくり

宝酒造では、誰もが「いきいき」と働くことができる職場環境づくりをめざし、それらを支援するために様々な制度を設けています。

休日休暇については、年間休日124日(完全週休2日制)、有給休暇10~20日(40日間を限度に積み立てが可能)の他、5年ごとにリフレッシュ休暇制度を設けています。(図3)

福利厚生制度については、社員の一人ひとりが、自分のライフデザインに最適なメニューを選ぶことができるよう、あらかじめ用意されている福利厚生メニューから一定ポイントの範囲内で、個々のニーズに合わせて自由に選択して利用できる「カフェテリアプラン」を導入しています。



(図3) 休暇制度の利用状況

	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度
有給休暇取得率	62%	59%	63%	59%	59%
育児休職制度(利用者数)	10人	10人	7人	5人	9人
介護休職制度(利用者数)	0人	0人	0人	0人	0人
乳幼児看護休暇制度(利用者数)	—	—	—	—	51人
妊産婦・乳幼児健診休暇制度(利用者数)	—	—	—	—	20人

安全で衛生的に働ける環境づくり

全社で労働安全衛生委員会を設け、ゼロ災害をめざして従業員の危険予知能力や安全意識の向上に向けて活動をしています。(図4)

工場では、労働安全衛生マネジメントシステムに基づくリスクアセスメントの手法を取り入れ、潜在リスク(危険が潜む作業や設備)を明らかにしてリスクポイントとして数値で把握することで、事故の防止や業務改善に努めています。

危険予知の感性を高めるため、工場の各課ではKYT(危険予知トレーニング)や各従業員が自身で体験したり新たに発見したリスクを「ヒヤリハットシート」に記入して報告するなど、危険回避に取り組んでいます。

また、「整理・整頓・清掃・清潔(4S)」を徹底することで、安全で動きやすい環境づくりの実現をめざしています。

(図4) 休業災害度数率

	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度
全産業	1.82	1.79	1.77	1.78	—
食品・たばこ	2.51	2.25	2.77	2.72	—
宝酒造	0.00	0.00	0.00	0.00	0.83

※宝酒造の2004年度休業災害の発生は1件(休業1日)です。
●度数率:災害発生頻度を表す指数で、延べ100万労働時間あたりの災害件数(資料出所:厚生労働省 労働災害動向調査)

社員の声

VOICE 1 あいさつの習慣で明るい職場に

伏見工場 工場管理部 工場管理課長 渡辺 薫

伏見工場ではいきいきと明るい職場づくりをめざし、人材教育も積極的に行っています。著名な方を招いて講演会を開いたり、食堂に図書コーナーをつくって気軽に利用できるようにしています。また、一日の始まりである朝礼であいさつの唱和を習慣づけたことで、以前よりも活気あふれる職場になりました。

VOICE 2 本社の女性管理職第1号に

ビジネスサポートセンター 人材サポート課 専任課長 松井 光子

宝酒造は女性の人材登用にも積極的です。入社当時は、女性はアシスタント業務がメインでしたが、今では自発的に動けばチャンスはどんどん得られると実感しています。スキルアップのためのプログラムも充実していて、私も外部セミナーで勉強しました。現在の所属課では、社会保険や福利厚生などの諸手続などを担当しています。社員が気持ちよく働けるようサポートしているという面でもやりがいを感じています。

VOICE 3 会社の制度を大いに活用しています

東海支社 流通推進課 塚本 紘平

宝酒造の福利厚生制度は、豊富なメニューからそのときどきで自分に合ったものを選んで、利用のしがいがあります。最近では「アニバーサリープラン」を利用して、母の日に花を贈りました。また、自己啓発のための通信教育も、終了すると会社から費用の補助がありますので、仕事に生かせるよう「販売士」の資格を取りました。次は、「ワインアドバイザー」に挑戦したいと思っています。

「TaKaRaお米とお酒の学校」を 開校しました

2004年4月、米づくり、酒づくりを通して自然の尊さや社会ルールを学ぶ「TaKaRaお米とお酒の学校」を開校しました。社名にある「宝」は「田から」にも通じ、この学校を通して次世代の子供たちに自然の恵みに感謝する気持ちや、適正飲酒について伝えていきたいと考えています。

自然と親しみながら交流を

「お米とお酒の学校」は、古くから米づくりが盛んな千葉県印旛郡栄町でスタートしました。お酒の原料であるお米をつくることで、自然の力がお米を育むこと、そのお米がお酒になっていくことを実際の体験を通じて学んでいくとするもので、NPO法人「森の学校」の協力を得て、社員ボランティア、地域の人々が一体となって取り組んでいます。2004年度は抽選で選ばれたご家族約150名が参加しました。

プログラムには毎回、田んぼの周辺に生息する生き物を観察したり生態系を学ぶ、「自然かんさつ」や、草笛やかかしづくり、紙すきなどの「田んぼあそび」が組み込まれ、自然と楽しくふれあいながら、自然そのものだけでなく、自然と人間の関係についても考えるよい機会になっています。また、毎回最後には、その日の体験が記憶され生活の中に活かされることを願って、一日を振り返って絵や文字で記録する「日記づくり」の時間をもうけています。



写真やコメントをふんだんにつかって活動の様子を報告する「お米とお酒の学校新聞」



参加者に配布されるしおり



①スタッフから苗を受け取ります。ちょっとドキドキ!?②学校ではグループに分かれて活動します。ひと作業終了後は、気持ちもほぐれて和気あいあい。③等間隔になるよう、慎重に苗を植えていきます。④「自然かんさつ」でザリガニをキャッチ!⑤一日の締めくくり、絵日記のできあがり!⑥大人も童心にかえって絵日記にチャレンジします。



作物を育み、収穫する喜び

この学校は、4月に「田植え編」、6月に「草取り編」、8月に「収穫編」、10月には「恵み編」と、年4回開かれます。

自分たちの手で苗を植える「田植え編」、豊かな実りのために雑草を取る「草取り編」、そして昔ながらの農具を使って稲を刈り取り、稲を天日干しする「収穫編」。最終回は宝酒造松戸工場で「恵み編」を開催。みんなで育てたお米でおにぎりをつくってのパーティーをはじめ、お米のわらを使ってつくられる“こも樽巻き”の実演を見学する「お酒と文化」、お酒が微生物の力でつくられることを観察や実験から知る「お酒と科学」、工場内でクイズに答えながら自然の恵み

でお酒がつけられていることを学ぶ「ファクトリークイズラリー」などさまざまな楽しいカリキュラムを用意しています。

収穫したお米は食べるだけでなく、工場で「清酒 松竹梅」の技術陣が丹精を込めて清酒につくりあげ、子供たちが手づくりしたオリジナルラベルを貼って、世界でひとつしかない日本酒として、参加されたご家庭にお届けしました。

2004年に引き続き、2005年度も首都圏を中心に約2,000人もの応募があり、約100名のご家族が4月から始まった「TaKaRaお米とお酒の学校 2005」に参加しています。



⑦田んぼに入って雑草取り。⑧⑨かかしづくりに挑戦。力作が勢ぞろい! ⑩昔ながらの農具を使って脱穀。⑪みんなの努力で見事に実った稲穂。⑫「おいしい〜」自分たちでつくったお米の味は格別。⑬子どもたちがラベルを手作りした、世界でたったひとつのお酒。お父さんお母さん大事に飲んでね!

親子で学ぶ「適正飲酒」

「お米とお酒の学校」では、社会問題となっている未成年者飲酒などアルコールに関するさまざまな問題についてのカリキュラムを実施し、適正飲酒の啓発活動を行っています。

子供がお酒を飲んではいけない理由、大人になってからの上手なお酒とのつき合い方、妊娠中や車の運転時など絶対に飲んではいけない理由についてパネルディスカッション形式で、子供たちにもわかりやすく解説します。

これは、アルコールが体におよぼす効果、影響を子供だけでなく大人にも正しく学んでいただき、未成年者飲酒や飲酒運転を防止しようという取り組みで、親子で共に考え学ぶことでお酒についての正しい知識とマナーを身につけていただきたいと考えています。

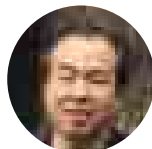


看護士さん(左端)を招いて医学的な立場からのお話しも



大人も子供も真剣に耳を傾けました

ご協力先の声



NPO法人「森の学校」
代表 佐伯 剛正様

NPOの活動における基本スタンスは、市民レベルで無理なく取り組み、息長く続けていくことです。私たちはこの12年間活動を続けるなかで、多くのノウハウや実績を蓄積してきました。そんな時に、宝酒造さんと連携して「お米とお酒の学校」を運営する話がもちあがりました。

企業の中においても、私たち「森の学校」のテーマである「自然に対する価値意識の向上」が広まることは願ってもないことです。しかし、どんな形でも良いという訳ではなく、今回のように社員の方も一緒に現場に出て、積極的に活動する姿勢が大切だと考えます。参加される方から見ても、単に主催しているのとそうでないのとはすぐに分かります。これからは、こうした取り組みがさらに増えて欲しいと願っています。

◆「TaKaRaお米とお酒の学校」の情報はホームページでも公開しています。

“ハーモニスト”をめざし 社会貢献活動やボランティア活動を推進します

宝酒造は、「ハーモニスト」というスローガンを掲げています。調和を意味する「Harmony」に人格を示す「ist」を加え、自然と人、そして社会のよりよい関係づくりに向け、さまざまな社会貢献活動やボランティア活動を推進しています。

公益信託「TaKaRa ハーモニストファンド」 助成金が累計1億円を突破

1985年、創立60周年を機に公益信託「TaKaRaハーモニストファンド」を設立し、以来毎年、日本の森林や水辺の自然環境を守る活動、そこに生息する生物を保護するための研究などに対して助成を行っています。19回目を迎えた2004年度で、助成先は延べ208件、助成累計金額は1億25万円になりました。

また2004年度には、初めて助成先に小学校が選ばれたほか、大分県、福井県、宮崎県から初めて助成先が誕生するなど、環境保全の輪がさらに広がりました。また、同年度より社員がポイント制福利厚生制度を利用して「ハーモニストファンド」にポイントを寄付し、自然保護活動を応援することができるようになりました。



本で行われた助成金贈呈式の様子

■2004年度TaKaRaハーモニストファンド助成先一覧（助成額は各50万円）

	助成先団体・個人	地域	テーマ
研究の部	利尻島自然情報センター	北海道	利尻島南浜湿原の保全と利用のための科学的調査
	特定非営利活動法人むさしの里山研究会	埼玉県	水田への依存度が高いトンボ数種の水田での生息実態調査
	伊豆沼・内沼・ドジョウ・ナマズ研究会	宮城県	小規模水田魚道の遡上実験
	(個人)鈴木 蒼士	奈良県	水田ネットワークにおける魚類数種の個体群動態に関する研究
活動の部	南国市立大塚小学校	高知県	蛭を呼び戻そう
	大分トンボの会	大分県	ベッコウトンボの幼虫飼養・増殖の活動
	(個人)川内 一憲	福井県	絶滅危惧IA類アベサンショウウオの福井県における新規棲息地探索
	河川環境健康問題研究所	宮崎県	日向灘海岸を考えるサミット
	特定非営利活動法人NPOホテル野	千葉県	新川耕地をホテルサンクチュアリに!
	びわ湖自然環境ネットワーク	滋賀県	魚ののぼれる川づくりのための活動
	タンボ調査・近畿2005実行委員会	大阪府	市民参加による近畿地方におけるタンボボ活動

自然災害の被災者を支援

2004年は、新潟県中越地震、新潟県・福井県集中豪雨、台風21号、台風22号、台風23号などさまざまな自然災害が起こり、多くの方々が被害に遭われ被災地では食料や水が不足しました。

宝酒造では、給水車を派遣するとともに、当社の商品である「養老山麓の自然水」や「TaKaRa烏龍茶」などを提供しました。さらに本社スタッフや被災地近辺の支社スタッフが、ボランティアとして給水作業や浸水した店舗の清掃作業、水の汲み出し作業など復旧を支援しました。被災地の、一日も早い復旧を心よりお祈りいたします。

助成先の声



特定非営利活動法人
大分トンボの会
代表理事 佐藤 京子様

「大分トンボの会」は「種の保存法」に指定されたベッコウトンボの復元活動を中心に、トンボ相の調査、トンボを中心とした環境教育と会報の発行などを行っています。ベッコウトンボの復元活動とは、ベッコウトンボがかつて1000個体ほど生息していたと知られる御澄池の個体群がいまや絶滅の危機に瀕して

いるため、その復元のためにベッコウトンボの幼虫を人工飼育し増殖させるものです。今春には149匹のベッコウトンボが御澄池内設置の水槽で羽化し、4月下旬から5月上旬にかけてメスの交尾、産卵活動も確認でき、増殖活動の大きな一歩を踏み出す事ができました。活動へのご支援に深く感謝するとともに、これから種の多様性に貢献する活動を地道に展開してまいります。



羽化したベッコウトンボ

CO₂ゼロの「ペロタクシー」に協賛

2005年2月15日、地球温暖化防止のための京都議定書が発効される前日、「TaKaRa」のロゴマークを掲げたペロタクシー4台が京都市内をパレードし、その発効を多くの市民にPRしました。

ペロタクシーは、環境先進国ドイツで生まれた三輪の自転車タクシーで、地球温暖化の原因となるCO₂を排出しないクリーンな乗り物です。国内ではNPO法人「環境共生都市推進協会」が運営、2002年に初めて京都で走行を開始して以来、徐々に全国に広まっています。宝酒造は環境保全への取り組みのひとつとして、京都での試験走行段階から協賛しています。



全国に活動の輪を広げる「ペロタクシー」

海外での活動

米国宝酒造 (Takara Sake USA Inc.) は、サンフランシスコの日系企業として日系団体のイベントだけでなく、地元の祭りや自然環境団体を幅広く支援しています。

日本文化をアメリカに伝えていくジャパントウン最大のイベント「桜祭り」に代表される日系イベントへの協賛はもとより、日本総領事館・北加日本商工会議所の年間イベントを数多くサポートしており、今や「松竹梅」の鏡開きは日系イベントには欠かせないものとなっています。日本庭園「箱根ガーデン」でのイベントにも毎年参加し、売上全額を庭園維持のための基金に寄付しています。また、本社近くで開催されている祭り「Jazz on 4th」でも清酒の有料テイスティングを行い、その売上全額を地元主催者に寄付しています。

自然環境保護の分野では、シエラネバダの大自然を守るシエラクラブ財団に対して清酒「シエラコールド」の売上の一部を毎年寄付しています。



「松竹梅」の鏡開き風景



シエラコールド

■その他の社会貢献活動

社会貢献活動 (協賛)
スペシャルオリンピックス冬季世界大会
芝生スクール京都
日本自然保護協会ネイチャーキャンプ
日本赤十字社「スマトラ沖大地震義援金」
竹文化振興協会
阿武隈川きらきらキャンペーン
北海道遺産を守ろうキャンペーン
長野の宝を守ろうキャンペーン
東京都中央区フラワーサポート
読売サイエンスフェスタ
車椅子駅伝チャリティー
アースデイ
第27回全国障害者技能競技大会
各地共同募金 など

ボランティア活動
京都市まちの美化推進事業団地域清掃 (京都)
「江戸川クリーン大作戦」(松戸)
「阿武隈川クリーン作戦」(福島)
太鼓クラブの老人福祉施設への活動支援 (京都)
浜離宮恩賜庭園での菰はずし (東京)
月刊「ボラみみ (ボランティアのみより情報誌)」の掲示 (愛知)
「アジアこども会議」(福岡)
労働組合「地球びかびか大作戦」地域清掃 など

■緑字決算の対象となる社会性項目

2004年度を基準年とする「第3期 緑字決算」に、「社会貢献金額」と「ボランティア参加人数」を社会性項目として算入します。

2004年度の社会貢献金額 (会社の金銭的支援) は、「TaKaRaお米とお酒の学校」がスタートしたことや、自然災害被災地への救援物資の提供などにより増加し97.0百万円となりました。またボランティア参加人数 (社員の人的支援) は、「お米とお酒の学校」、災害支援、地域の清掃活動などに社員が参加し、延べ395人となりました。

■社会貢献費用の推移

(単位:百万円)

年度	社会貢献費用 (百万円)
00年度	70.8
01年度	73.6
02年度	91.2
03年度	73.7
04年度	97.0

※2004年度からは、環境以外の社会貢献金額も含まれます。

緑字決算を公表します

宝酒造では、事業活動は根本的に地球環境に負荷を与える行為であるということを受容し、地球環境への負荷の軽減や自然保護活動、ボランティア等の社会貢献活動を、企業としての責務と考えています。これらの活動の成果を「緑字決算（ECO）」という形で表現し、皆様にご報告しています。

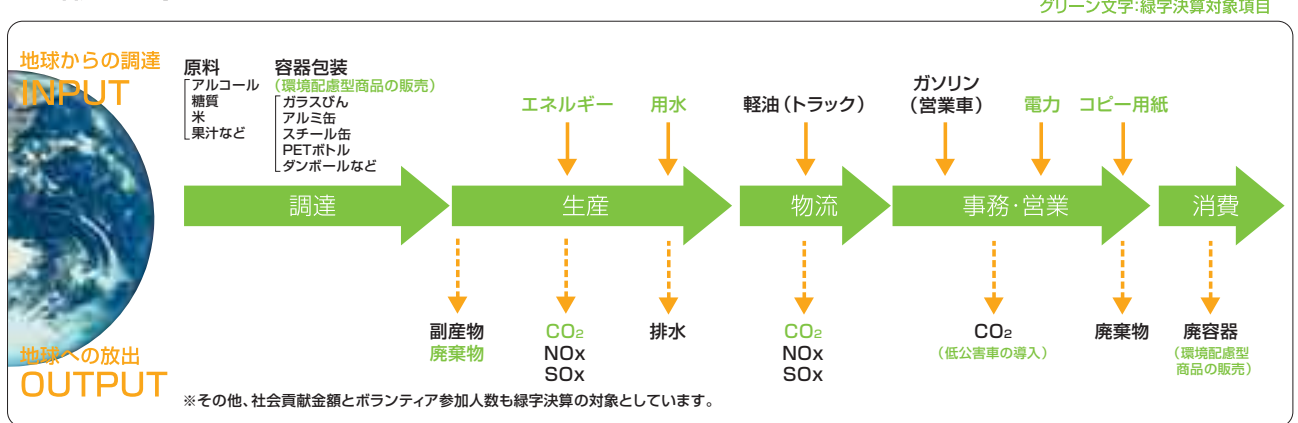
緑字とは

経済活動の成果は一般的に「赤字」「黒字」と表現します。これを踏まえ、環境活動の成果を表現するにふさわしい言葉は何かと考えた結果、環境＝緑のイメージから1998年に「緑字（りょくじ）」という言葉が生まれ、以来毎年「緑字決算」として環境活動の取り組み成果を公表してきました。2005年からは、環境活動にとどまらず、皆様に「いきいき」をお届けするための企業活動の指標にしたいと考えています。

緑字決算とは

「緑字（りょくじ）決算」とは、宝酒造のさまざまな環境負荷や環境配慮、社会的活動の中から重要な項目を選定し、その改善度（成果）を“ECO（エコ）”という一つの指標で表したものです。宝酒造では、これを「環境活動や社会的活動に関する収支決算」として皆様に公表し、また経営に役立てるために使用しています。活動の成果を一つの指標で表現するのは、単位や重要度の異なる個々の活動の成果が、総合的に見て“良かったのか悪かったのか”ということを誰にでもわかりやすく理解してもらうためです。

■宝酒造と地球とのかかわり



第3期の改訂ポイント

緑字決算はその時代のニーズや課題に合わせて対象とする項目を見直し、重要度も再検討することになって

います。2005年度から2007年度までの活動を評価する「第3期緑字決算」では、以下のポイントを変更しました。

- ① (社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会環境委員会の委員の方々からのご意見や、インターネットの市民投票によるご意見を取り入れ、より市民の皆様とのコミュニケーションを強化しました。
- ② CSR会計への第一歩として、社会貢献に関する2項目を追加しました。
- ③ 地球温暖化問題を重視し、CO₂排出量を、生産部門CO₂と物流部門CO₂に分離しました。
- ④ 生産工程の廃棄物は、リサイクル率では高い水準に達しているため、今年度からは総量の削減を追加しました。
- ⑤ 中期経営目標とISO14001の目標、及び緑字決算対象項目を連動させ、目標を一本化しました。



緑字決算は地球とのやりとりに関する収支決算



第3期緑字決算対象項目改定会議



緑字決算 インターネット市民投票画面

緑字決算の算出方法と重み付け

第3期緑字決算の対象となる11項目は、それぞれ単位が違うため、単純に足し算することができません。そこで、各項目の改善率に「重み付け値」を係数化したものを掛け合わせ、それを平均して統合指標ECOを算出します。改善された場合は「プラスECO」その逆は「マイナスECO」とします。

「重み付け値」とは、各項目について「宝酒造が取り組むべき重要度」という観点で有識者5名、宝酒造環境担当者5名、インターネット市民投票137名が5段階評価を行い、3つの重み付け値を平均して整数化したものです。

$$\text{緑字統合指標 ECO} = \text{各項目ごとの改善率} \times \text{係数化した重み付け値}$$

■緑字決算対象項目の改訂と重み付けに関わったメンバー

同志社大学 経済学部	教授	郡嘉 孝
京都府立大学 人間環境学部	講師	山川 肇
グリーンマーケティング研究所	主任研究員	前浜 三四郎
	主任研究員	中路 達也
	研究員	錫木 圭一郎
宝酒造	環境広報部長	中嶋 哲(※)
	環境課長	大豊 規至
	環境課 専任課長	藤原 邦夫
	環境課	井上 哲也、北村 理恵

(※) 現・酒類・食品事業統括本部 副本部長(機能性食品担当)

重み付け投票詳細→ [📄 4](#)

2004年度は基準年のため0 ECOです。

緑字決算を「環境経営指標」としていくために、宝酒造グループの中期経営計画の対象期間(2005年度~2007年度)と合わせて、基準年度を2004年度といたします。そのため、2004年度の緑字決算報告に関しては、0(ゼロ)ECOとなります。また2007年度までに+4ECO達成を目標として取り組みを進めています。

■第3期 緑字決算対象項目と基準値(2004年度実績)

	生産				物流	オフィス		販売		社会	
	エネルギー使用量	用水使用量	CO ₂ 排出量	廃棄物排出量	CO ₂ 排出量	電力使用量	コピー用紙使用量	営業車の低公害車導入率	環境配慮型商品販売量	社員のボランティア活動参加人数	社会貢献活動費用
	千GJ	千m ³	t-CO ₂	t	t-CO ₂	千kWh	千枚	%	千	人	百万円
第3期基準値	1,475	4,332	83,235	4,338	22,128	2,271	9,331	44	36,263	395	97.0

■緑字対象項目の「重み付け」5段階評価

評価値	市民	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
	有識者	3	2	5	3	4	2	1	4	5	3	1
宝酒造	3	2	5	3	5	2	1	3	4	4	2	4
重み付け値	3	3	5	3	4	3	2	4	4	4	3	3

第2期基準での緑字決算は+10ECOです→ [📄 5](#)

環境データ算出方法→ [📄 6](#)

省資源化やリサイクルなど、容器包装に関わる 取り組みを中心に環境負荷の削減を進めています

リデュース（減量化）・リユース（再使用）・リサイクル（再資源化）の3Rにリフューズ（発生回避）を加えた4Rの取り組みを、明確な優先順位付けのもとに実施しています。また商品開発部門、購買部門、環境部門で構成される「環境配慮型商品開発部会」を定期的に開催し、進捗状況の確認や環境関連情報の交換を行っています。

環境に配慮した商品開発のための指針

4R活動を徹底するために「環境に配慮した商品開発のための指針」を制定し、商品設計の段階で確実に配慮されるようにしています。

【指針概要】

●環境配慮型商品の基本的な考え方

酒類・食品商品は中身が消費された後、容器包装は廃棄物となる。この容器包装が引き起こす環境問題は我々の当面の重要課題であり、消費後に発生する環境問題も我々の責任範囲と考えなければならない。我々は商品設計段階での環境配慮が最も重要でかつ効率的な環境対策である事を認識し環境配慮型商品開発を進めるものとする。

環境配慮型の商品開発を通じて消費者にとっての商品価値の向上、社会的費用の低減、商品競争力強化を実現する環境マーケティングを推進するものとする。

●商品設計における配慮事項

- (1) 4Rの優先順位を認識した商品開発の推進
- (2) 商品の安全性と調和を取りながら出来る限りの素材の減量化に努める
- (3) リターナブル容器の優先開発
- (4) リサイクルの効率化に寄与する容器改良の推進
- (5) 再生材を出来るだけ使用する
- (6) 塩化ビニール素材は使用しない
- (7) 環境ホルモン溶出の低減化を図る
- (8) 複合素材の利用は避ける
- (9) 消費者に親切なリサイクル表示の推進
- (10) 環境問題解決に寄与する新規技術、アイデアの業界に先駆けた開発、採用を進める

■4Rの考え方

1 リフューズ (発生回避)	2 リデュース (減量化)	3 リユース (再使用)	4 リサイクル (再資源化)
----------------------	---------------------	--------------------	----------------------

グリーン調達・4Rガイドライン

購買部門が購入する容器包装品に関して、4R (Refuse, Reduce, Reuse, Recycle) を推進するため「グリーン調達・4Rガイドライン」を制定しています。

【ガイドライン概要】

●4R推進の考え方

購入する容器包装品は環境に対して常に適切な品質であり、かつ商品のトータルパッケージとしても環境に対して常に配慮的でなければならない。そのため、容器包装品の購入業務において4Rを推進するための考え方として、「使用禁止物質の規定」「設計段階での環境配慮」「取引先の理解」の3つを基本とする。

●購入業務における配慮事項

容器包装品の購入は環境関連法規則の遵守と規定された使用禁止物質の含有がないことを前提とし、必要な品質・機能・経済的合理性に加えて環境負荷低減に関して以下のような諸項目を満たしている容器包装品を優先的に購入する。

- (1) 減量化を考慮した設計がされていること。
- (2) 廃棄時に減容できること。
- (3) 単一素材であること。
- (4) 複合素材の場合は廃棄時容易に分離できること。
- (5) 再使用が可能、または再使用率が高いこと。
- (6) 製造時に環境負荷が低いこと。
- (7) 再生材及び再生品使用比率の高い材料を使用していること。
- (8) 納入時の梱包仕様においても環境負荷が低くなること。

また取引先の選定にあたっては、品質・価格・納期・サービス・技術開発力等に加え取引機会の均等を図ると共に、ISO14001の認証を取得しているか、取得していなくても環境保全活動に意欲的な取り組みを実践している取引先との取引を優先する。



リターナブルびん、ステイオントップ、折りたためる紙パック

タカラ有機本みりんOCIA(有機認証)審査

分別しやすい「はすせるキャップ」

環境配慮型商品の販売

環境に配慮した商品の販売量を増加させることは、間接的に環境負荷を下げるにつながると考えます。宝酒造ではISO14001の目標に「環境配慮型商品の開発」と「環境配慮型商品の販売促進」を設定し、商品開発部門は毎年2件以上の商品の改良や開発をすることを目標として活動しています。また、営業部門では、はかり売り導入件数を増やすという目標を掲げ、日々の販売活動の中で環境活動を実践しています。さらに「環境配慮型商品の販売量」について、緑字決算の対象項目に設定し、社員への意識啓発を行っています。

当社の環境配慮型商品の定義は、中身の原材料や容器製造、容器リサイクル等の観点などから環境に対して配慮されており、通常の商品に比べて環境負荷が小さい商品です。その中から緑字決算に算入する環境配慮型商品の範囲は、「はかり売り」「リターナブル商品」「エコフロスト使用商品」「エコロジーボトル使用商品」「有機本みりん」「有機本料理清酒」です。2004年度の販売数量は36,263キロリットルでした。

容器リサイクル法への対応

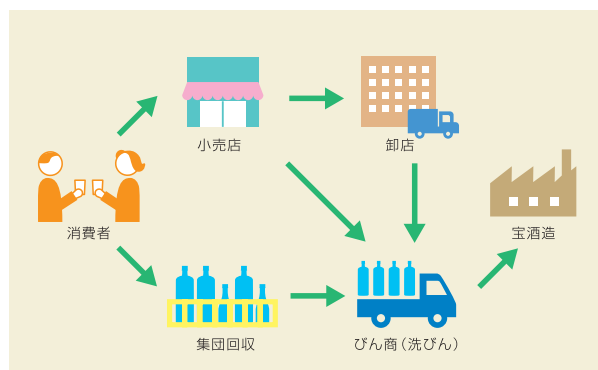
1997年に容器包装リサイクル法が施行されたことにより、当社は容器ユーザー企業として(財)日本容器包装リサイクル協会に再商品化(リサイクル)を委託し、販売数量に応じた委託金を支払っています。当社の場合はその負担金が2004年度で1億4,000万円(税込)にもなり、リサイクルには、エネルギー以外にも多額のコストが必要だということがわかります。宝酒造では、4Rの考え方にに基づき、「リサイクル」を考える前に、はかり売りによる「リフューズ」や、リターナブルびんに代表される「リユース」ができないかを優先的に考えています。

リターナブルびんのシステムは、お客様が空になったびんを販売店などに返却し、びん商がそれを回収し洗浄して容器ユーザーが再度使用するという方法で、資源循環型社会に適したシステムです。しかしながら、ライフスタイルの変化や流通構造の変化などで減少の一途をたどっています。当社は、商品のリターナブル化だけでなく、このシステムを維持するために必要な洗びん会社や回収に欠かせないP函(プラスチックケース)のレンタル会社の設立に参画するなど、「リユース」のためのインフラの整備にも取り組んでいます。

■2004年度 環境配慮型商品開発・改良事例

対象商品、資材	環境配慮の内容
1、タカラ有機本料理清酒	原料にOCIA有機認証取得の「有機米」と「有機米こうじ」のみを使用した料理用清酒を発売。容器には「超軽量びん」を採用し、エコマークの認定を受けました。
2、清酒一升びん中栓	金属とプラスチックの複合素材である清酒一升びんの中栓をプラスチックの単一素材にしました。(松竹梅「豪快」に採用)
3、大容量PET外箱ダンボール	4リットルPET、2.7リットルPETの外箱ダンボールの紙使用量を削減しました。
4、ギフト商品内箱	歳暮ギフト商品内箱(清酒1.8リットル2本入、清酒720ミリリットル3本入)の紙使用量を削減しました。

■リターナブルびんの回収フロー図(びん商ルート)



資源やエネルギーの有効利用に重点をおいて 生産活動を行っています

商品を生産するためには、地球から調達した資源・エネルギーを使用します。宝酒造では、生産工程における環境負荷を緑字決算の対象項目に定め、エネルギーの効率利用や廃棄物削減などに取り組んでいます。

エネルギー使用量・CO₂排出量の削減

地球温暖化物質であるCO₂の排出量を削減するため、さまざまな活動に取り組んでいます。工場では、ボイラーで発生した蒸気を蒸留工程や洗浄のお湯、殺菌のための加熱、保温用熱源、原料米の蒸しなどに使用しています。松戸工場（千葉）の「蒸気タービン発電システム」では原料用アルコールの製造工程（蒸留工程）にある減圧弁の代わりにタービン（羽根車）を設置し、今まで無駄になっていた熱エネルギーを回転エネルギーに変換して、発電機で電気エネルギーとして回収し、工場内で電力として使用しています。また、伏見工場（京都）内に天然ガス供給スタンドを設置し、フォークリフト50台中28台を天然ガス車に、18台を電動に切り替えました。その他、小型貨物車1台、トラック1台、乗用車2台にも天然ガス車を導入しています。

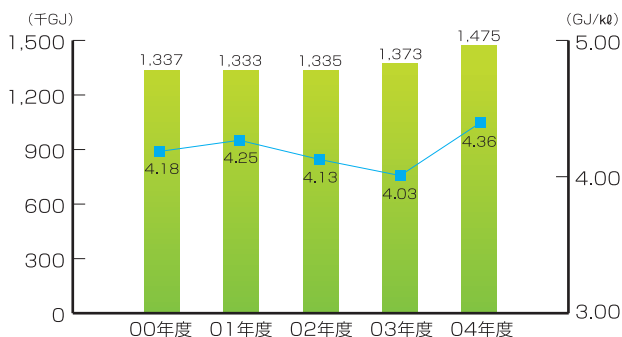
2004年度のエネルギー使用量は2000年度比総量では10%増加、生産量1キロリットルあたりでは4.3%増加しました。原因としては、エネルギーを多く使用する原料用アルコール蒸留の割合が増加したためです。また、エネルギー使用量の増加に伴い、2004年度のCO₂排出量は2000年度比総量では9.3%増加、生産量1キロリットルあたりでは3.4%増加しました。

用水削減

当社は商品の特性上、生産工程において大量の水を使用します。使用する水を少しでも減らすため、容器の仕上げ洗浄に使った水を、熱殺菌後の商品の冷却用水などに再利用しています。このように高品位水質を低品位水質に再利用するなど、工程用水の水質レベルの見直しを推進するとともに工場における徹底した節水活動を展開しています。その結果、2004年度用水使用量は2000年度比総量では27%減少、生産量1キロリットルあたりでは31%減少し、これに伴って工場から出て行く排水量も減少しました。各生産工程から出た水は、排水処理設備の活性汚泥槽の中で微生物処理を行い排出しており、水質汚染物質については定期的に水質チェックを行っています。

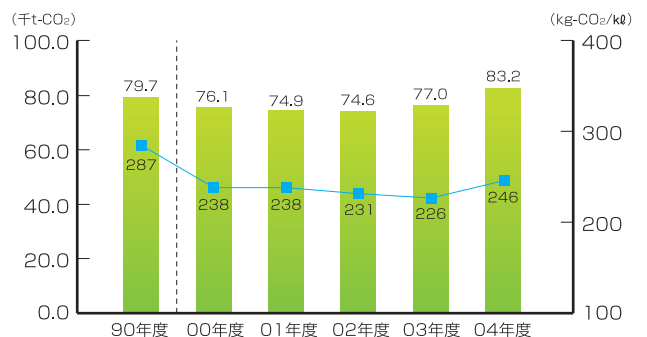
また、島原工場（長崎）では、アルコール蒸留工程で発生する冷却温排水を、島原市温水プールなどの地域施設に提供しています。

■生産活動におけるエネルギー使用量

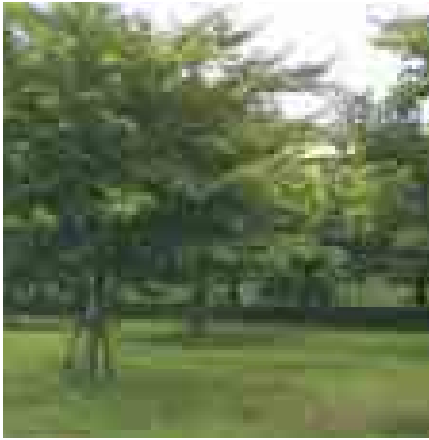


※2004年度の生産量は338,761kℓです。

■生産活動におけるCO₂排出量



※2004年度の生産量は338,761kℓです。



工場内緑地



製造ラインの適正管理



排水処理設備

廃棄物削減

工場から出る副産・廃棄物についても有効利用を進めています。

清酒粕やみりん粕など食品として利用できる副産物については、宝酒造グループ企業であるタカラ物産(株)が商品化して、加工食品メーカーなどに販売しています。一般家庭向けには、2003年から清酒「松竹梅」の酒粕を使った松竹梅酒蔵御膳「酒粕鍋つゆ」として販売しています。廃棄物については、排水処理設備から出た余剰汚泥を乾燥して肥料にするなどリサイクルして販売しています。その他、社員食堂から出る生ごみは、コンポスト化して工場内緑地に使用しています。

2004年度の工場廃棄物排出量(副産物を除く)は4,338トンで、2000年度比1,130トン減少しましたが、再資源化率は97.0%で、目標値の99.5%を下回ってしまいました。原因は本格焼酎の生産量が増加したためです。今後これらの解決のため、飼料化設備や廃液処理装置の増強などを実施します。

副産・廃棄物の用途→ 7



VOICE



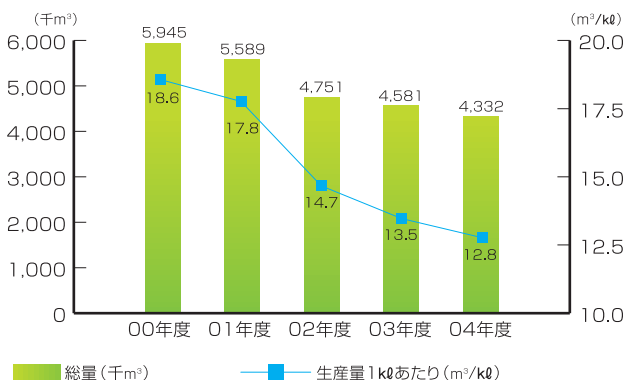
伏見工場 生産技術部 技術課 設備係
奥田 敏樹

ISO14001に基づいて徹底管理しています

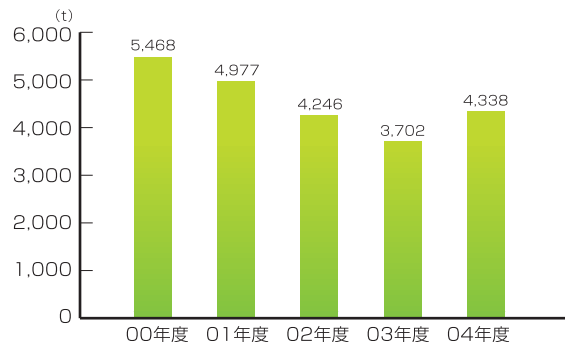
私が勤務する伏見工場では、ISO14001に基づいて資源やエネルギー利用の効率化に取り組んでいます。その中で、私は電力や用水の使用量、CO₂、NO_x、SO_xの排出量を毎日チェックしたり、排水処理場の管理を担当しています。定期的に緊急事態の対応に備えて訓練を受けるなど、数値の変化などに注意し環境負荷の抑制に努めています。また現場以外でも、トイレの節電や節水、昼休みの消灯、ゴミの分別などを心がけ、みんなで省エネやリサイクルを推進しています。

工場別サイトレポート→ 8

生産活動における用水使用量



生産活動における廃棄物排出量(副産物を除く)



「安全」と「環境保全」を両立する 輸送を行っています

宝酒造では、東西物流センターを拠点とし、受注を担う物流管理部門と配送を担うタカラ物流システム（株）とが連携して、全国に商品を輸送しています。効率的な配送やエコドライブによって、物流の重大な環境負荷であるCO₂やNO_x、SO_xの排出量削減に向けた活動を行っています。

安全運転とエコドライブの徹底を推進

タカラ物流システム（株）では、2003年に安全性優良事業所認定を受けたほか、2004年には物流サービスの品質向上のためISO9001の認証を取得しています（本社・関西支店で取得）。そして2004年12月からは、国土交通省が推進する「グリーン経営」認証の取得をめざして環境活動をスタートしました。（※2005年8月取得予定）。2005年3月に環境方針を定め、東西エリアごとにエコドライブ推進委員会を置いて、体制づくりや従業員への教育を行っています。

エコドライブについては、西エリアの全トラックに“エコドライブナビゲーションシステム”を搭載し、これまでのアイドリングストップや経済速度での走行に加え、燃費効率10%の改善を目標として活動しています。さらに、今後は車両をハイブリッド車や最新規制適合ディーゼル車に切り替えていくほか、毎日行う点検で黒煙の排出量が増加している場合は、車両交換を行っていくことをルール化しました。

※グリーン経営認証…国土交通省の外郭団体である交通エコロジー・モビリティ財団が認証機関となり、グリーン経営推進マニュアルに基づいて一定レベル以上の環境保全活動への取り組みをしている事業者に対して、審査の上認証・登録を行うもの。

輸送の効率化で環境保全とサービスを両立

配送拠点からお届け先に荷物を届ける際、帰りに荷物の乗っていない空のトラックを走らせることは、行きも帰りも荷物を載せて走る場合に比べて“物流効率が悪い”ということになります。宝酒造では、東西2カ所の物流センターを拠点に、高度な情報システムで最適な輸送手段と最適なルートを選択し、帰便の有効利用や長距離配送におけるモーダルシフト（鉄道輸送）の導入などによって車両台数を減らし、CO₂排出量の削減に努めています。

2000年10月からは北海道でサッポロビール株式会社と、2001年10月からは東北・北関東地区で灘・伏見の清酒メーカーと、2002年2月からは首都圏や北陸地方で清酒メーカーと共同配送を実施し物流の効率化に努めています。

また1998年から、従来使用していた木製パレットより耐久年数の長いプラスチックパレットを導入しています。



エコナビゲーションシステムを搭載したトラック

VOICE

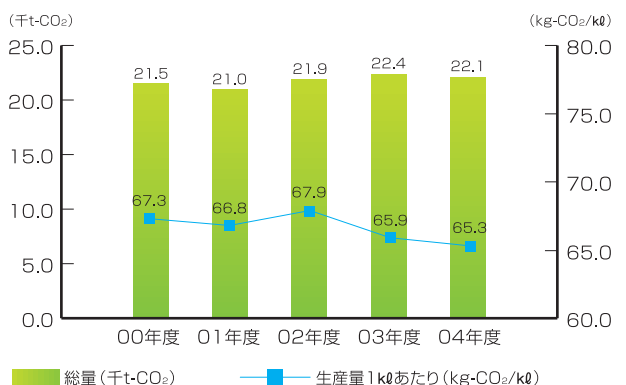


エコドライブで燃費が大幅にアップしました

タカラ物流システム（株）
中村 政和

グループに分かれて楽しくエコドライブ活動をしています。私のグループは“4S(Speed・Signal・Sheetbelt・Sake)運転”を目標にし、5段階評価でチェックしてメンバーの意識を高めています。エコナビ運転の結果やエコ点検については掲示板で公開されるのでいい競争になっていますね。私はエコナビのおかげで燃費向上30%という成果を達成しました。

■物流におけるCO₂排出量



紙の使用を大幅に削減し グリーン購入も拡大しています

事務・営業部門（オフィス）での環境負荷は生産部門（工場）と比べてそれほど大きくはありませんが、さらなる削減が求められている分野です。宝酒造では2002年度までに10支社及び本社でISO14001の認証を取得し、オフィスにおける環境活動に取り組んでいます。

電気・ごみ・コピー用紙の削減

宝酒造では、電力の削減、コピー用紙の削減、廃棄物の削減とリサイクルをISO14001のオフィス部門の活動目標に掲げて活動を行っています。昼休みや退社時の消灯の徹底や、事務所スペースの集約を行い、経費削減と環境配慮の2つの視点から省エネ活動を行っています。

その結果2004年度のオフィスの電力使用量は、2000年度に比べて27%削減となりました。さらに2007年度までに2004年度比3%削減を目標とし、緑字決算対象項目に設定して活動に取り組んでいます。

オフィスから出るごみについては自治体の定める分別方法を各事業場で実施し、適正に処理しています。

コピー用紙については、1998年から本格的に削減活動をスタートし、業務の効率化と経費削減、環境配慮の視点から活動を進めています。具体的には、両面コピーや裏紙の利用、複合機導入によるスキャナや電子FAX機能の活用のほか、パソコンを使って会議を行うなど、配布資料の削減などにも努めています。その結果、2004年度までに2000年度比25%削減することができました。

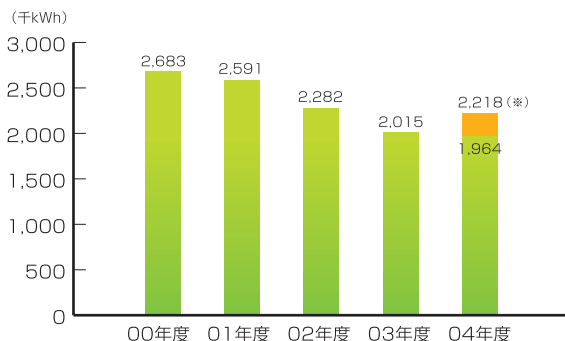
事務用品・営業車・印刷のグリーン購入

第2期緑字決算（2001-2003）では、対象項目に「事務用品のグリーン購入」を掲げ活動を進めてきました。全社共通の購入システムを利用し、担当者に環境配慮型マークがついているものを選択するように教育を行ったり、社内DBなどでの啓発を行った結果、2004年度は全社でグリーン購入率が目標の72%に対して86%となりました。

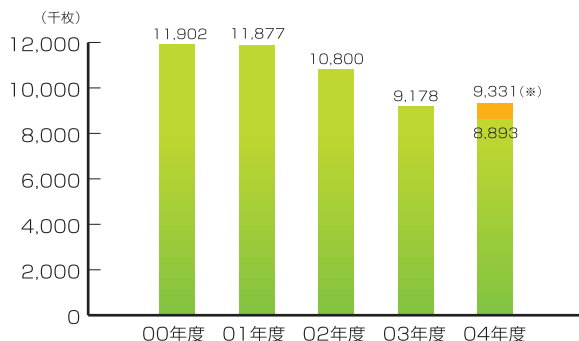
そこで第3期（2005-2007）は、新たに営業車の低公害車率の向上を目標に掲げ、緑字対象項目としました。2004年度の導入率は44%で、2007年度までに導入率80%を目標としています。また、支社から遠い営業先を訪問する場合は近くまで公共の交通機関を利用したり、安全運転やエコドライブにも心がけています。

そのほかにもTaKaRaグループ企業である宝ネットワークシステム（株）を通じて、環境に配慮したプリンターを優先的に購入したり、当社が発行する商品カタログやアニュアルレポートなどの印刷物に関して、大平印刷（株）から再生紙や環境に配慮した印刷方法の提案を受け、採用するなどグリーン購入を進めています。

■オフィスの電力使用量



■オフィスのコピー用紙使用枚数



※2003年度までは宝酒造（株）単体で報告していましたが、第3期緑字決算の基準値としては、本社事務所と同一ビルに入居している宝ネットワークシステム（株）、（株）トータルマネジメントビジネスを含む数値を使用します。（電力：2,218千kWh、コピー用紙9,331千枚）

情報開示と双方向コミュニケーションを推進し 社会や市民の皆様との連携に努めています

常に社会や市民の声を聞き、その時代に合った環境活動を進めるため、緑字企業報告書やホームページ、展示会などを通じて双方向のコミュニケーションを図っています。また、環境NPOとの協働や産官学の連携に努め、社会や市民との対話を心がけています。

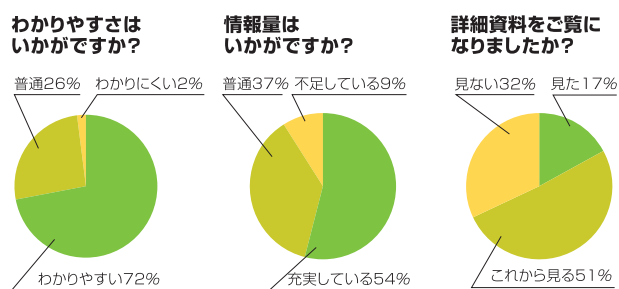
社会・環境報告書の発行

1998年から「緑字」という独自の指標を用い、地球環境に関する収支決算を「緑字決算報告書」という形で開示しています。なお2005年からは、名称を「緑字企業報告書」に変更しています。報告書にはアンケート用紙を同封し、返信いただいたお客様の声を環境活動や次年度の報告書作成の参考にしていきます。

2004年度は12,952部配布し、2005年3月までに100通以上の回答をいただきました。

お読みいただいた皆様からの評価は82点で、今後少しでも100点に近づけるように努力してまいります。

■2004年版アンケートの結果から



インターネットで環境情報を開示

宝酒造の環境サイト「環境への取り組み」は、2005年4月にリニューアルを実施し、常に新しい活動状況を公開しています。子供から大人まで一緒に学べる環境教育教材として、「森のリサイクル工房」「容器リサイクルの旅」「わかりやすい容器リサイクル」を掲載するほか、「お米とお酒の学校」では、「田んぼの不思議」や、「お酒ができるまで」、「適正飲酒について」のページを設けるなど総合的に学べるように工夫しています。

さらにお問い合わせ窓口を設けることで、お客様から直接ご意見をいただけるようにしています。2004年度にお客様からいただいた環境に関するメールは180件でした。

エコプロダクツ展への出展

宝酒造は2002年から、日本最大級の環境に配慮した製品の展示会「エコプロダクツ展」に出展し、環境活動の情報提供と、容器リサイクルに関する環境クイズを通じた環境啓発を行っています。2004年は2003年に続き環境クイズを実施し、前年の2倍以上の2,790人の方に参加していただき、宝酒造のエコプロダクツについて知っていただくことができました。

宝酒造 エコプロダクツ 環境クイズ

エコプロダクツ展でご来場者の皆様にご参加いただいたクイズです。

- 「焼酎のはかり売り」を利用すると何が節約できますか?
(1) 手間 (2) 容器 (3) 焼酎
- 「リターナブルびん」の特徴はどれですか?
(1) くり返し使える (2) 割れやすい (3) 持ちやすい
- 宝酒造のリサイクルしやすいPETボトルを何といいますか?
(1) パペット (2) フェレット (3) エコペット
- ガラスびんカレットを90%以上使用した再生ガラスびんのことを何といいますか?
(1) ユーゾーボトル (2) エコゾーボトル (3) エコタローボトル
- 環境にやさしい加工技術「エコフロスト」とは、びんを化学物質ではなく、何ですりガラス状にしたものでしょうか?
(1) 紙やすり (2) セラミックの研磨剤 (3) 小麦粉
- タカラ有機本みりんの超軽量びんは、何マークの認定を受けていますか?
(1) エコマーク (2) ロゴマーク (3) ブックマーク

※答えはP.40



エコプロダクツ2004



1998年から2004年までの緑字決算報告書



新入社員への環境教育

NPOとの協働プログラム

もっと市民の皆様身近な企業でありたいと考え、NPOの方々の協力を得てさまざまなプロジェクトに取り組んでいます。

- 「NPO法人 森の学校」や「千葉県自然観察指導員協議会」の方々の協力を受け「お米とお酒の学校」を実施しました。
- 「日本環境倶楽部」との協働プログラムとして、環境教育冊子「森のリサイクル工房」や飲み物容器のリサイクル啓発冊子「TaKaRaリサイクルロード」を発行しました。「TaKaRaリサイクルロード」は、全国の小中学校の希望者に配布しています。
- 「NPO法人 環境共生都市推進協会」の企画する京都議定書の発効を祝うベロタクシーのパレードに協賛し、市民に発効をPRしました。
- 当報告書の第3者意見を、2000～2004年までは環境NPO「気候ネットワーク」に、2005年は「京都CSR研究会」からいただきました。



市民・産業・行政とのコミュニケーション

緑字決算に市民の意見を取り入れるほか、大学で環境について学ぶ学生や研究者、また企業や自治体などからの環境活動や容器問題についての講演やインタビューへの要望に積極的に対応し、産官学の連携に努めています。

- 緑字決算に市民の意見を反映
- 専修大学の研究者へのインタビュー対応
- 広島大学の学生へのインタビュー対応
- 立命館大学の学生へのインタビュー対応
- 中央区環境保全ネットワーク(東京都)研修会にて講演
- 東急建設(株)環境発表会にて講演
- 京都市ごみ減量推進会議・京都商工会議所主催「見て聞いて・ごみ対策ツアー」対応
- 高槻小売酒販組合の環境研修会にて講演
- 京都府環境イベント「京都環境フェスティバル2004」パネル出展

社員とのコミュニケーション

ISO14001を通じて環境活動の教育を実施するほか、社内データベースでボランティア参加の呼びかけを行ったり、「お米とお酒の学校」のボランティア体験談を社内報に掲載するなど、社員への環境啓発活動を行っています。

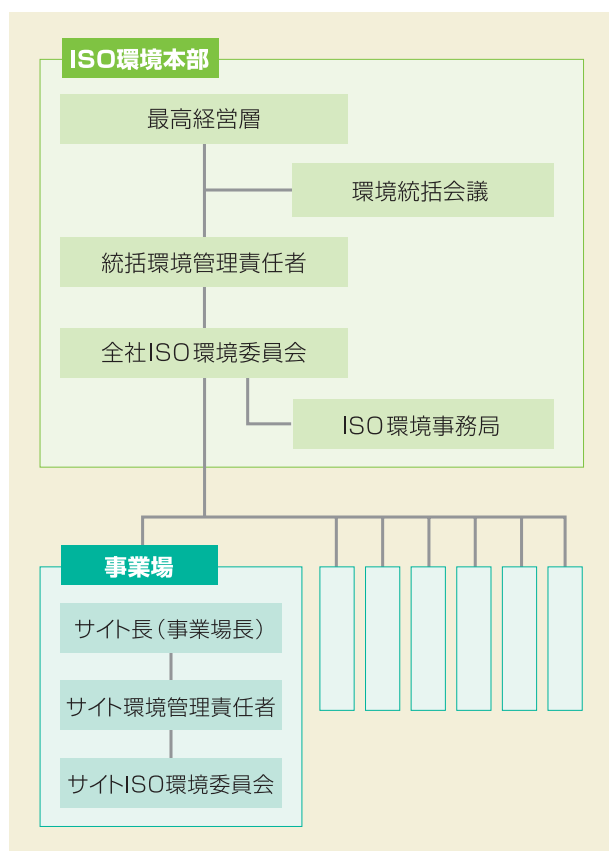
環境活動を支える仕組み

宝グループ環境マネジメントシステム組織図

宝酒造では2002年度までに国内全事業場である6工場、10支社、本社（同一ビルに入居している宝ネットワークシステム（株）、（株）トータルマネジメントビジネスを含む）でISO14001の認証取得を完了しました。そして2004年11月には統合審査を受審し、1月に統合認証を取得しました。現在は、環境本部を中心に、中期経営計画とISO14001の目標を連携させるなど、経営と直結した目標に向かって活動しています。

各事業場では、環境管理責任者が中心となり具体的な活動を推進しています。

ISO14001、9001取得年表→  9



宝グループ環境方針

1. TaKaRaの企業理念

「自然との調和を大切に、発酵やバイオの技術を通じて人間の健康的な暮らしと生き生きとした社会づくりに貢献します」

この基本理念に基づいて、宝グループは積極的に環境保全に取り組み、豊かな社会づくりに貢献します。

2. 基本方針

宝グループの業務内容は、宝グループ全体の経営資源配分等グループ戦略の推進やIR活動および酒類・食品・酒精事業全般とこれを支援するマーケティング調査・人材派遣、IT化支援など多岐にわたっています。

これらの活動が環境に与える影響を的確に把握し、地球環境保全に貢献するために、次の基本方針に基づき活動します。

- (1) 地球環境の保全と事業活動の調和を経営の重要課題の一つとして取り組みます。
- (2) 環境マネジメントシステムを構築し、継続的な改善と汚染の予防に努めます。
- (3) 環境に関する法規制及び組織が同意するその他の要求事項を遵守します。
- (4) 事業活動全般の環境影響評価を的確に行い、技術的、経済的に可能な範囲で目的・目標を定めて実践し、また定期的に見直すことにより環境パフォーマンスの向上を図ることを約束します。
- (5) 宝グループが行う事業活動の中、特に以下の項目について優先的に環境保全活動を推進します。
 - ①天然資源を大切に、省資源・省エネルギーに努めます。
 - ②環境に配慮した商品開発に努めます。
 - ③グリーン購入に努めます。
 - ④環境活動への取組み、環境パフォーマンス情報を積極的に開示し、社会とのコミュニケーションに努めます。
- (6) 本環境方針は、教育啓蒙活動を通じて宝グループの全構成員に周知するとともに、社員の社会貢献活動への参加を積極的に支援します。なお、本環境方針は、一般の人が入手可能なものにします。

2004年4月1日
宝ホールディングス株式会社 代表取締役社長
宝酒造株式会社 代表取締役社長
大宮 久

(注) ISO14001における宝グループとは、宝ホールディングス（株）、宝酒造（株）、（株）トータルマネジメントビジネス、宝ネットワークシステム（株）で構成されています。

環境関連法規遵守状況

環境汚染の未然防止の観点から、法令遵守はもとより自主基準やガイドラインを設定し、環境管理に取り組んでいます。ISO14001のシステムを有効に利用して定期的なチェックを実施し、法令遵守状況を確認しています。なお2004年度は環境関連法規に対する違反事項はありませんでした。

【主要な環境関連法規】

公害関係法規（大気、水質、騒音、振動、土壌汚染、悪臭）、廃棄物処理関係法規、化学物質管理関係法規（PRTR法、毒物劇物取締法）、リサイクル関係法規（容器包装リサイクル法、食品リサイクル法、資源リサイクル法）、防災・危険物関係法規 等

宝グループ環境目標

■2004年度 環境目標達成状況 (評価:達成が○、80%以上達成が△、80%未満達成が×)

項目	2004年度目標	2004年度結果	評価
1 生産部門省エネルギー (原油換算 生産量1kℓあたり)	2000年度対比 5%削減	2000年度対比 2.7%増加	×
2 生産部門用水削減 (生産量1kℓあたり)	2000年度対比 31%削減	2000年度対比 31.2%削減	○
3 工場廃棄物(副産物含まず) 排出量削減(生産量1kℓあたり)	2000年度対比 40%削減	2000年度対比 25.6%削減	×
副産・廃棄物再資源化率	再資源化率 99.5%以上	再資源化率 97.0%	
4 コピー用紙削減	2001年度対比 32%削減	2001年度対比 28%削減	△
5 グリーン購入推進 (対象:コピー用紙除く事務用品)	グリーン購入率 72%以上	グリーン購入率 86%	○
6 エコ商品の開発	環境配慮型の工夫仕組みを持つ 商品を2品目以上発売	環境配慮型の工夫仕組みを持つ 商品を2品目発売	○
7 環境コミュニケーション推進	環境報告書の配布部数 11,000部以上	環境報告書の配布部数 12,952部	○

■2005-2007年度 環境目標

ISO14001の環境目標設定期間を第6次中期経営計画(2005-2007年度)と連動させ、宝酒造グループ全体が一つの目標に向かって活動を推進できる体制を整え

るとともに、営業部門にかかわる目標も追加し、見直しを行いました。

項目	2005年度目標	2006年度目標	2007年度目標
1 生産部門CO ₂ 削減 (生産量1kℓあたり)	2004年度対比 2%削減	2004年度対比 2%増加	2004年度対比 2%増加
2 物流部門CO ₂ 削減 (販売数量1kℓあたり)	2004年度対比 8%削減	2004年度対比 9%削減	2004年度対比 10%削減
3 生産部門用水削減 (生産量1kℓあたり)	2004年度対比 14%増加	2004年度対比 8%増加	2004年度対比 6%増加
4 工場廃棄物(副産物含まず) 排出量削減(生産量1kℓあたり)	2004年度対比 7%増加	2004年度対比 17%削減	2004年度対比 19%削減
副産・廃棄物再資源化率	再資源化率 99.5%以上	再資源化率 99.5%以上	再資源化率 99.5%以上
5 オフィス部門電力使用量の削減	2004年度対比 2%削減	2004年度対比 3%削減	2004年度対比 3%削減
6 コピー用紙使用量削減	2004年度対比 3%削減	2004年度対比 6%削減	2004年度対比 10%削減
7 環境配慮型商品の開発	環境配慮型の工夫仕組みを持つ 商品を2品目以上発売	環境配慮型の工夫仕組みを持つ 商品を2品目以上発売	環境配慮型の工夫仕組みを持つ 商品を2品目以上発売
8 環境配慮型商品の販売促進	「はかり売り」新規実施店 10店以上	「はかり売り」新規実施店 10店以上	「はかり売り」新規実施店 10店以上
9 営業部門低公害車導入率の向上 (対象車両 ☆☆☆以上)	低公害車導入率 55%以上	低公害車導入率 70%以上	低公害車導入率 80%以上
10 環境コミュニケーション推進	緑字企業報告書の配布部数 13,000部以上	緑字企業報告書の配布部数 13,000部以上	緑字企業報告書の配布部数 13,000部以上

※生産部門CO₂は、2006年度以降原料用アルコール蒸留が増えるため増加の見込みです。

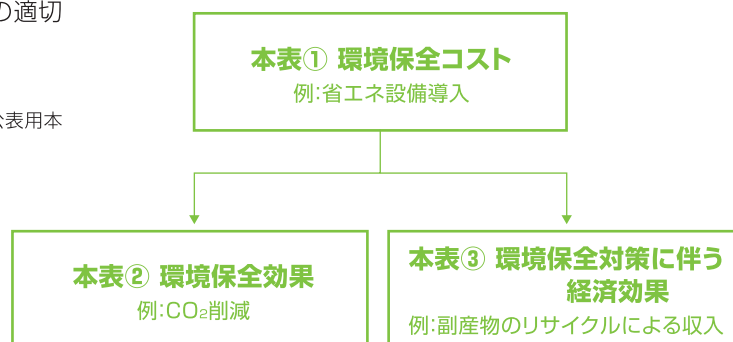
生産部門用水及び2005年度の廃棄物排出量は、本格焼酎の生産が増えるため増加の見込みです。

環境会計

環境コストと環境効果

環境会計では、環境保全にいくらコストがかかったか、またその結果いくら収入・効果を得たかを計算します。環境保全活動の収支を明らかにして投資や費用に対する効果を知ること、環境経営の効率化や経営資源の適切な配分を図るために活用します。

※公表様式は、環境省の「環境会計ガイドライン2005年版」の公表用本表①～③を利用しています。



本表① 環境保全コスト

～環境保全のためにいくら費用を使ったの?～

宝酒造の環境コストには、生産部門環境負荷削減コストとして公害防止設備の投資・メンテナンス費用、下水道使用料、汚染賦課金、産業廃棄物リサイクル費用等があります。その他主要なコストとして、ISO14001の運用コストや環境広告コスト、エコプロダクツ（はかり売り、リターナブルなど）のシステム運用コスト、容器包装リサイク

ルにかかるコスト、社会貢献活動（ハーモニストファンド、NPO支援など）のためのコスト等が計上されています。なかでも当社の事業特性上、工場での生産活動の環境負荷を減らすための“事業エリア内コスト”、容器包装のリサイクルなどに貢献する“上・下流コスト”の割合が高くなっています。

（集計範囲:宝酒造単体 対象期間:2004年4月1日～2005年3月31日 単位:千円）

分類	主な取組の内容	投資額	費用額	
事業エリア内コスト		21,031	539,345	
内 訳	1.公害防止コスト	排水処理設備更新、ボイラー更新、メンテナンス費用、下水道使用料、賦課金等	11,510	279,470
	2.地球環境保全コスト	ポンプインバーター導入、CNGフォークリフト等	2,648	32,629
	3.資源循環コスト	資源の効率的利用、産業廃棄物のリサイクル・処理等	6,873	227,246
上・下流コスト	再商品化委託費用、リターナブル容器回収、はかり売りタンク等	0	430,950	
管理活動コスト	環境マネジメントシステムの整備・運用、環境広告等	23,238	307,251	
研究開発コスト	商品の製造段階における環境負荷の抑制のための研究開発コスト	0	384	
社会活動コスト	ハーモニストファンド、ペロタクシー、芝生スクール京都、お米とお酒の学校等	0	24,602	
環境損傷対応コスト	産業廃棄物適正処理推進基金	0	70	
合計		44,269	1,302,603	

本表② 環境保全効果

～どれだけ環境負荷が削減できたの?～

宝酒造の環境負荷には、生産工程でのCO₂や物流でのCO₂、NO_x、SO_xの排出などがあります。この表では、設備投資や削減活動による努力によって環境負荷をどれだ

け減らせたかをご報告します。なお、緑字決算では、“地球とのやりとり”を考慮して「総量」での比較を行っており、報告目的により区分しています。

(集計範囲:宝酒造単体 対象期間:2004年4月1日～2005年3月31日 基準年:2000年度)

環境保全効果の分類	環境パフォーマンス指標	単 位	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	04年度実績(単位)	環境保全効果
事業活動に投入する資源に関する環境保全効果	原材料	kg/kℓ	341	366	341	391	376	127千t	▲11.9t(※1)
	容器中の天然資源	kg/kℓ	64.9	60.3	54.6	47.4	45.6	15,461t	6,513t
	燃料	MJ/kℓ	2,994	2,952	2,876	2,791	3,008	1,019千GJ	▲5,281GJ(※2)
	電気	kWh/kℓ	115	126	122	122	131	44,476千kWh	▲5,368千kWh(※3)
	用水	m ³ /kℓ	18.6	17.8	14.7	13.5	12.8	4,332千m ³	1,966千m ³
事業活動から排出する環境負荷及び廃棄物に関する環境保全効果	生産に伴うCO ₂	kg-CO ₂ /kℓ	241	238	231	226	246	83,235t-CO ₂	▲1,627t-CO ₂ (※4)
	物流に伴うCO ₂	kg-CO ₂ /kℓ	67.3	66.8	67.9	65.9	65.3	22,128t-CO ₂	668t-CO ₂
	NO _x	g/kℓ	538	522	517	512	547	185t	▲2.86t(※5)
	SO _x	g/kℓ	506	468	415	379	376	127t	44.2t
	排水	m ³ /kℓ	15.4	14.8	13.2	12.4	12.2	4,127千m ³	1,078千m ³
	廃棄物	kg/kℓ	17.7	16.2	13.3	10.9	13.1	4,438t	1,541t
事業活動から排出する財・サービスに関する環境保全効果	リサイクルされない廃棄物	kg/kℓ	64.8	63.3	55.7	52.9	51.0	17,270t	4,687t
その他の環境保全効果	オフィスの電気	kWh/kℓ	8.38	8.25	7.07	5.93	5.80	1,964千kWh	876千kWh
	コピー用紙	枚/kℓ	37.2	37.8	33.4	27.0	26.3	8,893千枚	3,706千枚

★環境保全効果=00年度の環境負荷量×(04年度生産量÷00年度生産量)-04年度環境負荷量 ただし、グリーン購入はグリーン購入額の増加分

【悪化(▲)の原因】

- ※1 原材料の増加:本格焼酎原料および原料アルコールが増加したため
- ※2 燃料の増加:アルコール蒸留の割合が増加したため
- ※3 電気の増加:品質管理を強化し空調設備が増加したため
- ※4 生産に伴うCO₂排出量:燃料増加と同理由
- ※5 NO_x排出量:燃料増加と同理由

本表③ 環境保全対策に伴う経済効果


～どれだけコストダウンや収益がでたの?～

環境活動の主目的は環境負荷低減です。しかし二次的効果として管理費の削減やエコプロダクツを採用することによるコストダウン・販売促進効果などがあります。ただし、社会貢献活動やPR活動などによる販売効果は原

因をはっきりと断定することができず、数字に表すのは困難なため計上していません。宝酒造では、リサイクルによって得られた収益や費用削減など「明らかに金額換算できるもの」を効果として公表しています。

(集計範囲:宝酒造単体 対象期間:2004年4月1日～2005年3月31日、単位:千円)

効果の内容	金 額	備 考
収 益	19,973	
費用節減	1,016	前年実績からの削減額:1kWh20円で計算
	344	前年実績からの削減額:1箱(2,500枚入り)1,500円で計算
	3,462	前年実績からの削減額

環境保全効果対比型環境会計→  10

P.35「宝酒造 エコプロダクツ 環境クイズ」の答え:1-(2)容器 2-(1)くり返し使える 3-(3)エコペット 4-(2)エコロジーボトル
5-(2)セラミックの研磨剤 6-(1)エコマーク

宝酒造 緑字企業報告書 ステークホルダーミーティング

宝酒造では、これまで発行してきた「緑字決算報告書」から「緑字企業報告書」へのリニューアルを機に、ステークホルダーミーティングを開催しました。

宝酒造は、地球の「いきいき」を守り、ステークホルダーの皆様に「いきいき」をお届けする緑字企業をめざし、新たな第一歩を踏み出しました。社会から信頼され、必要とされる企業であるためには何が求められているのか、京都CSR研究会の方々にお集まりいただき、さまざまなステークホルダーの立場からご意見をお伺いしました。

ステークホルダーミーティングの概要

■開催日時:2005年6月27日(月) 13:00~15:00

■場所:宝酒造本社

■内容:

- 1.宝酒造からのご挨拶
- 2.参加者自己紹介
- 3.宝酒造から報告書についての説明
- 4.ディスカッション

- (1) 報告書を読んだ感想(良い点、悪い点)
- (2) 社会から信頼される企業であるために期待すること

■参加者:

京都CSR研究会 4名

宝酒造 7名(環境部門5名、コンプライアンス部門(編集委員)1名、人事部門(事務局)1名)

■司会:筑紫 透(株)ゼネラル・プレス サステナビリティ・コミュニケーション事業部 企画調査室 主任研究員



● 京都CSR研究会

京都における「企業の社会的責任(CSR)」の実践例を学ぶと同時に、経営戦略への取り込み方や、異なるステークホルダーとの協業方法などを研究し、「京都発のCSR」を実践的に広げることが目的とする研究会。メンバーは企業、NPO、行政、大学、マスメディアなどの幅広い分野に在籍する個人から構成され、2003年10月の第1回研究会以来、月例会を重ねている。

ステークホルダーからの提言

● CSR(企業の社会的責任)の意識を全社員に浸透させてほしい
CSR推進のためには、トップのコミットメントの実現に向けて、全社員がCSRに対する理解を深め、同じ方向を向いて行動することが今後の課題である。そのためには基本方針を常に見直し、教育や研修などのさらなる強化が望まれる。

● 京都という地域性を大切に

日本の食文化を担ってきた宝酒造として、その原点である創業の地・京都という地域性を見つめ直してもらいたい。今後グローバル企業として一層の躍進を遂げるためにも、まず地元で信頼される企業であることが重要である。

● 未来への投資として社会性を強化

CSRとは、環境・社会・経済の3つのバランスがとれること。このうち社会性についてはどの企業もまだ議論が始まったばかりだが、一日も早く自分たちには何が不足しているのかを洗い出し、その方針やそれに基づく具体的な指針を定め活動してもらいたい。

● Next TaKaRaのビジョンを明確に

現在の取り組みだけでなく、どのようにステークホルダーを捉えてどのような関係性を築こうとしているのか、社会的な課題に対してどのように関わっていけるのか、これからの宝酒造のあり方とその達成に向けての取り組みをステークホルダーに明示することが企業の信頼性を高める。

● NPOやNGOとの連携を

先進企業として、CSRの一環である社会貢献活動にも積極的に取り組んでほしい。地域のNPOやNGOと連携し、金銭的寄付だけでなく、施設や人材、技術など宝酒造の経営資源を活用した支援活動を幅広く展開することが、社会や地域に貢献することにつながる。

企業価値向上のために “社会性”と“経済性”の両立を



京都文教大学
人間学部 現代社会学科
教授 島本 晴一郎様

今回の報告書は、社員や取引先などさまざまなステークホルダーの生の声を取り入れて、環境や社会面での具体的な取り組みが語られている点を高く評価します。

宝酒造には創業以来培ってきた企業価値があります。それをさらに発展させていくためにはCSRを費用ではなく投資と考え、長期経営戦略の核に据えることが必要です。この経営戦略に沿って常に社会性を意識しながらアプローチを考え、社会的活動をより明確に具現化し、全社一丸となって取り組んでいけば、企業の安定性や社会からの信頼感がより一層強化されるのではないのでしょうか。

宝酒造がどのようにして企業価値を高めることに成功し、今後どのように高めようとしているのかについて具体的に発信するのはもちろんですが、未だ実現できていないものは何で、それはどのような理由によるのかを包み隠さず情報公開することが報告書の信頼性を高めていくことになると 생각합니다。

地域のNPOと連携した活動を

特定非営利活動法人
きょうとNPOセンター
チーフ事業コーディネーター
藤野 正弘様



京都のNPOを支援する立場としては、先進企業としての宝酒造には、地域のNPOやNGOと連携した社会貢献活動の展開を期待します。工場の敷地の一部をバザーや音楽の練習などで市民に開放するなど身近なところから始めれば、もっと幅広い独自の活動になると思います。そのためにはボランティア参加のための社内体制や制度の現状についても具体的に報告していただきたいですね。

今回はCSRへの意識の高まりが感じられましたが、目標値に対してどれだけ成果を上げたのかを明示すること、企業として報告しにくい情報もすべて公開した方が企業の透明性は高まると思います。またグローバルを視野に入れると海外の子会社も雇用や労働について日本と同じ基準で報告してほしいですね。

京都の独自性を活かすグローバル企業に

株式会社 島津製作所
環境・安全推進室
専門課長 天野 輝芳様



宝酒造の緑字決算は、数値化しにくいことを数値化したことに意義があり、企業の環境指標として日本だけでなく、世界のスタンダードにもなり得るものだと思います。今回の報告書の内容についても必要な項目が網羅されており、非常にバランスのとれた企業活動をされている印象を受けました。

ただ同じ京都の企業として、もっともっと地域密着の活動を展開してほしいですね。まず地域で信頼されることがグローバル市場で信頼されることにつながると思いますから。

信頼される企業であり続けるためには、社員一人ひとりが経営方針に基づいて経済的にも環境的にも社会的にも地に足のついた地道な活動を継続して行うこと、そしてそれらの活動を正しく情報開示していくことが大切だと思います。

Next TaKaRaに期待します

立命館大学 大学院
経営学研究科
櫻井 暁子様



宝酒造の緑字決算報告書はずっと拝見していますが、今回の報告書では環境への配慮が商品としてきちんと実現されていることがわかりやすく報告されており、多くの方々に宝酒造の環境に対する強い思いが伝わるとと思います。

報告書は、宝酒造の今とこれからを報告するものです。何を報告するかより、なぜ報告するのかという問題意識とビジョンをもち、昨年度とは違う点、今年度はどこに重点を置いて取り組んだか、そして宝酒造として次はどういう方向へ向かっていくかを明確にしてほしいと思います。

お客様や社会とのコミュニケーションをより深め、確固とした信頼関係を築き上げるためにも、ステークホルダーのみなさんと共通点と相違点を見極め、その距離を縮めた先にあるNext TaKaRaに期待しています。

緑字企業としての第一歩を踏み出して

宝酒造株式会社
環境広報部長 中嶋 哲^(※)



大変貴重なご意見をいただきありがとうございました。当社は、1998年から緑字決算報告書を発行し、2003年からは同報告書の中で社会的活動についても開示してまいりました。今回緑字企業としての第一歩を踏み出すにあたり、現在何が不足しているか、これから何をすべきかを改めて深く考える契機となりました。

宝酒造は天保13年(1842年)創業という長い歴史をもち、京都はもとより日本の食文化の発展に貢献してまいりました。これからも日本の社会になくはならない企業として、またグローバルに羽ばたく企業としてさらに飛躍を遂げるためにも、地域や社会の要請に応じて、より高次の社会的責任を果たす企業活動をめざします。そして一方的に情報発信を行うのではなく、ステークホルダーの皆様と継続的にコミュニケーションを図り、より一層の評価をいただけるよう努力してまいります。

(※) 現・酒類・食品事業統括本部 副本部長(機能性食品担当)

TaKaRa

表紙写真

この写真は、2005年4月に当社の主催する社会・環境教育プログラム「TaKaRa お米とお酒の学校」田植え編で、参加されたお子様がお米の苗を大事そうに抱えて田んぼの中を歩いていく様子をとらえたものです。わたしたちはこのいきいきとした表情と青々としたクリアな空、そして緑の苗や土の色から、企業理念である「自然と社会と人間との調和」を感じ取ることができるのではないかと考え、表紙写真に選定しました。



この報告書は、「100%再生紙」を使用し、石油系溶剤を使用した樹脂タイプのインキと比べて環境負荷の低い「大豆油インキ」を使い、省資源で廃液の少ない「水なし印刷」を採用しています。