

目次

- 2 編集方針
- 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
企業理念／行動規準
- 9 経営方針／コーポレート・ガバナンス
- 10 コンプライアンス、危機管理体制

特集

- 11 ～宝焼酎「純」のふるさとを訪ねて～
「黒壁蔵」

お客様の「いきいき」のために

- 15 安全でおいしい商品をお届けします
- 17 お客様の健康を考えます
- 19 お客様とともに環境を守ります
- 21 お客様と対話します

パートナーとともに

- 23 「いきいき」とした市場、売り場、
地域づくりを推進します

社員の「いきいき」のために

- 25 やる気の出る職場づくりをすすめます
- 27 安心して働ける環境を整えます

社会の「いきいき」のために

- 29 NPOと協力してエコな輪を広げます
- 31 「お米とお酒の学校」とそのほかの社会
貢献活動

地球の「いきいき」のために

- 33 緑字決算を公表します
- 35 2005年度の目標と実績
- 37 一人ひとりが活動を推進します
- 39 環境コミュニケーションを推進します
- 41 環境活動を支える仕組み

- 42 第三者意見

3人の
レポーターが
「黒壁蔵」を見学



P11

「お客様相談室」
ホームページ開設
P21

「いきいき実践研修」
スタート！
P25


2005年度の
緑字決算は
0 ECO!
ゼロ P33

編集方針

「緑字企業報告書2006」は、宝酒造のCSR(企業の社会的責任)に関する取り組みを、ステークホルダー(利害関係者)の皆様へ誠実にわかりやすく報告することをめざして発行しています。

- 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。
- 対象期間:2005年4月1日～2006年3月31日
※上記の期間以外は年度を記載しています
- 参考にしたガイドライン:環境省「環境報告書ガイドライン2003」、GRI*「持続可能性報告のガイドライン2002」を参考に作成しています。
※GRI(Global Reporting Initiative)
環境面だけでなく社会、経済面も含めた報告書の世界的なガイドラインを作成している国際団体
- 編集体制:以下のメンバーで編集いたしました。
・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 計12名>
・編集委員会<CSR推進部門、広報部門、IR部門、経営企画部門、総務・人事部門、営業部門、商品開発・宣伝部門、購買・製造部門、品質保証部門、お客様相談部門、環境部門 計15名>
・編集責任者:大豊 規至(環境広報部 課長)
- 発行責任者:井野 拓磨(常務取締役 環境広報部長)
- 発行時期:2006年9月発行
(前回2005年8月、次回2007年8月発行予定)

詳細情報はホームページに掲載しています

本報告書に  マークを記載している情報につきましては、下記のアドレスからすべてご覧いただけます。また、本報告書の内容はホームページでも公開しており、最新版だけでなく過去の報告書もご覧いただけます。

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

 1～10・・・工場別報告などの詳細資料

 A～N・・・IR情報などの参照ページ

- 宝酒造の環境への取り組みにつきましては下記のアドレスをご参照ください。
<http://www.takarashuzo.co.jp/environment/>

財務情報について

財務情報の詳細につきましては、宝ホールディングス株式会社のアニュアルレポートをご覧ください。

なお、宝ホールディングスのホームページではアニュアルレポートだけでなく、決算短信、事業報告書、有価証券報告書などの情報もご覧いただけます。

 A:IR情報



アニュアルレポート



事業報告書

お問い合わせ先:宝酒造株式会社 環境広報部
〒600-8688 京都市下京区四条通烏丸東入
TEL:075-241-5186 FAX:075-241-5126

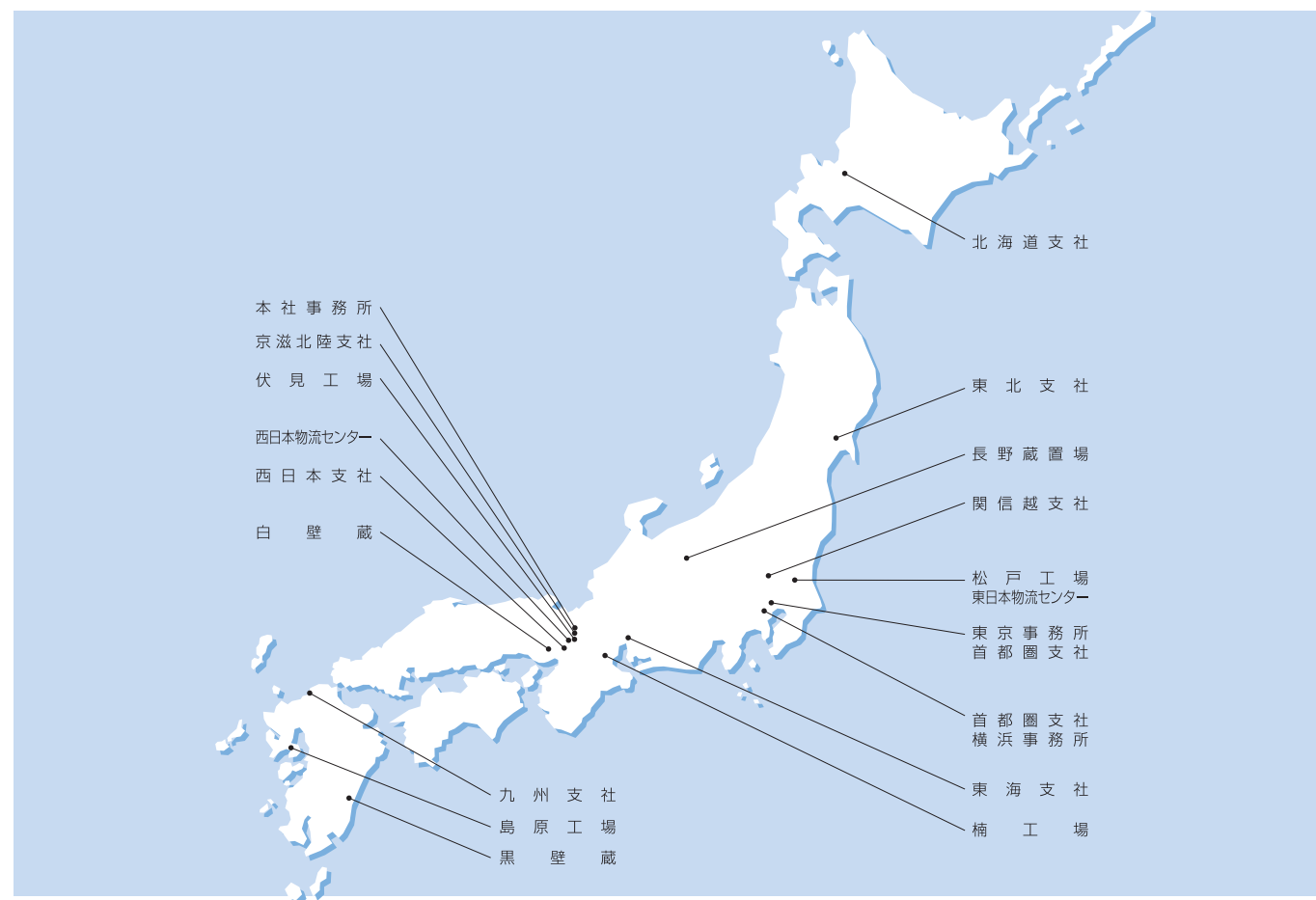
●宝酒造株式会社 概要

宝酒造は、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)・調味料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。

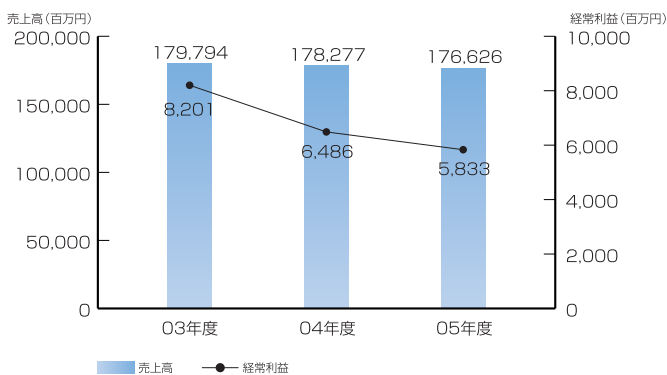
■主な事業	酒類、酒精、調味料の製造・販売
■本社所在地	京都市伏見区竹中町609番地
■設立	2002年4月1日(持株会社体制移行による)
■資本金	1,000百万円
■売上高	176,626百万円(※2)
■経常利益	5,833百万円(※2)
■従業員	1,416人(2006年3月末) (2005年3月末…1,474人、2004年3月末…1,542人)

■決算期	毎年3月31日
■事業所	●本社事務所(1) ●東京事務所(1) ●支社(8) ●工場(6) ●蔵置場(1) ●物流センター(2)

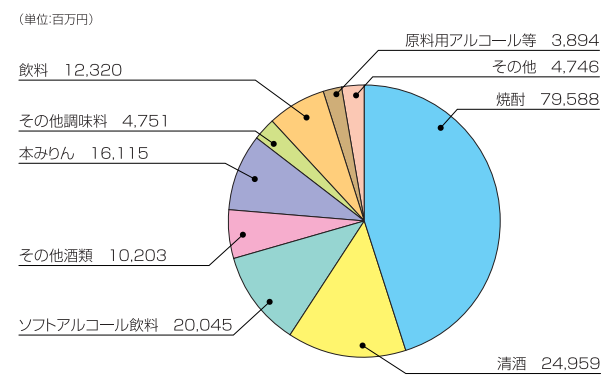
(※1)アルコール製造・販売
(※2)売上高、経常利益については宝酒造グループの連結実績を使用しています。宝酒造グループ子会社については9ページをご覧ください。



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 2005年度カテゴリ別売上高



●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



常に新たな市場創造をめざして

長年、焼酎スペシャリスト企業として培ってきた独自の優れた技術によって、時代が求める焼酎を追求し、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、2007年に発売30周年を迎えるロングセラー“宝焼酎「純」”、スタイリッシュなデザインとまろやかな味わいが特徴の“焼酎「JAPAN」”など、ボトル焼酎の新たなカテゴリーを築いてきました。本格焼酎においては、独自製法による“全量芋焼酎「一刻者(いっこもん)」、明治・大正時代の歴史を受け継ぐ“白壁蔵 粕取焼酎「日の本」”など、造りにこだわった焼酎を発売・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莫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」を徹底的に追求しています。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



焼酎にこだわったチューハイをご提案

1984年、衝撃的なデビューを飾った“タカラcanチューハイ”。厳選された「焼酎」「果汁」「水」と確かな技術に裏づけられた、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。2006年3月には、“TAKARA「焼酎ハイボール」”を発売。昭和20年代の東京下町で生まれた、チューハイの原点とされる「焼酎ハイボール」の味わいを追求した缶入りチューハイです。食事とも楽しめるドライな味わいで、お客様の飲用シーンを広げます。これからも、さらに愛されるブランドをめざし、当社ならではの「焼酎にこだわった」商品、お客様のニーズにおこたえす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(とうはい)」”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数余年中国酒市場をリードしてきました。そのほか、バーボンの“ブランドン”、スコッチウイスキーの“BIG T”、リキュールでは“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価値ある「高品質」輸入酒をご提案していきます。



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。江戸時代に誕生した“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、本みりんのトップブランドとして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」としてご愛用いただいています。そのほか、“松竹梅 酒蔵御膳「酒粕鍋つゆ」”など、「お酒のチカラでもっとおいしく」する個性豊かな調味料をお届けしていきます。



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ています。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。常にそんなこだわりを持って取り組んでいます。一方では、2001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製造・販売も開始するなど、積極的に新たな取組みを始めています。



ネットワークを生かして海外市場へ

米国には清酒「松竹梅」やみりん、梅酒を製造・販売するTakara Sake USA Inc.と、スーパープレミアムバーボン“ブランドン”を扱うAge International, Inc.があり、中国には清酒「松竹梅」やみりん、焼酎を製造・販売する宝酒造食品有限公司、日本やその他グループ製品の輸入販売を行う上海宝酒造貿易有限公司があります。また欧州では英国にてスコッチウイスキーの製造・販売を行うThe Tomatin Distillery Co., Ltd.があります。これらのネットワークを相互に活用・補完することで、より効果的な活動をめざすとともに、新たな事業も展開していきます。

●宝酒造の歴史

B: TaKaRaのあゆみ

	会社の沿革	商品の歴史	社会・環境活動の歴史
	<ul style="list-style-type: none"> ●1842(天保13年) 酒造業開始 		
1900	<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"> ●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"> ●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) 伏見に近代的なみりん工場完成 	<ul style="list-style-type: none"> ●1968(昭和43年) 松竹梅「たけ」発売 ●1969(昭和44年) タカラみりん「ミリバック」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 	<ul style="list-style-type: none"> ●1971(昭和46年) ビッグティールゴールド発売 ●1972(昭和47年) 日中国交正常化とともに中国酒の輸入販売開始 ●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発足 ●1985(昭和60年) 企業理念制定・TaKaRa CIの導入 	<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バービカン発売 ●1989(平成元年) ブランドン輸入販売開始 	<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드를設立 「Say No」運動スタート ●1989(平成元年) スポーツリンク「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"> ●1991(平成3年) 米国のエイジ・インターナショナル社に資本参加 ●1995(平成7年) 合併会社北京寛宝食品有限公司を中国北京市に設立 ●1996(平成8年) お客様相談室を設置 	<ul style="list-style-type: none"> ●1993(平成5年) 特定保健用食品として「カルシウムバーラー」許可 ●1994(平成6年) タカラcanチューハイ「デラックス」くすりおろしりんご」発売 ☆「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 本格米焼酎「よかいち」全国発売 	<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ンブルボトル化開始 環境・広報室を設置 ●1995(平成7年) 阪神大震災でボランティア活動実施 未成年者飲酒、飲酒運転の注意表示を開始 ●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) 品質保証部を設置 ●2001(平成13年) 企業理念の改定および行動規程の制定 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) 全量芋焼酎「一刻者」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「ファイバーバーラー」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 宝チューハイ壺詰発売 ●2006(平成18年) TAKARA「焼酎ハイボール」発売 焼酎「JAPAN」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 ●2005(平成17年) 「緑字企業報告書」初刊発行

皆様に「いきいき」をお届けする 緑字企業をめざして



宝酒造株式会社
取締役社長

大宮 久

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。

宝酒造は水や農作物などの自然の恵みをうけて事業活動を行っています。豊かな自然環境なくして事業が成り立たないことから、古くから自然環境に配慮する企業精神が受け継がれており、企業理念に「自然と社会と人間との調和」を謳い、自然保護や環境負荷削減に積極的に取り組んでいます。その成果につきましては、1998年より独自の「ECO(エコ)」という指標を使った「緑字(りよくじ)決算」を開始し、「緑字決算報告書」の中で公表してまいりました。昨年から、環境以外の社会的活動についてもさらに詳しくお伝えすべく、これを「緑字企業報告書」へと発展させ、その中で“皆様に「いきいき」をお届けする緑字企業でありたい”とのメッセージをお届けいたしました。

「いきいき」をお届けする大前提として、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。私共は「法・社会倫理を守る」ということをすべての基本として行動規準に掲げ、その徹底に努めています。その上で、お客様の多様なニーズにおこたえした、おいしく、安全で安心できる商品をお届け

けることにより、お客様の豊かな生活と幸福に貢献できることを最大の「想い」としております。

そのために、お客様相談室や営業活動を通じてお客様の生の声を聞く事を重視するとともに、市場調査や全社員の提案によって、日々刻々と変化する市場ニーズを捉え、商品開発に努めています。また、商品には安全性と品質の確認がとれた原材料のみを使用し、確かな品質マネジメントシステムのもと厳しい検査で品質を守り、お客様へお届けしています。

一方、皆様に「いきいき」をお届けするためには、その担い手である当社の社員自身が活力をもって、仕事ができるような職場環境が重要だと思います。私は、明るく働きやすい企業風土の醸成や経営トップと社員の率直な意見交換の場を数多く持つことによって、社員に働く喜びと充実感を持って仕事をしてほしいと願っております。

宝酒造は「いきいきとした風土」のもと、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”をめざしてまいります。

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目指し、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めます。

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」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。

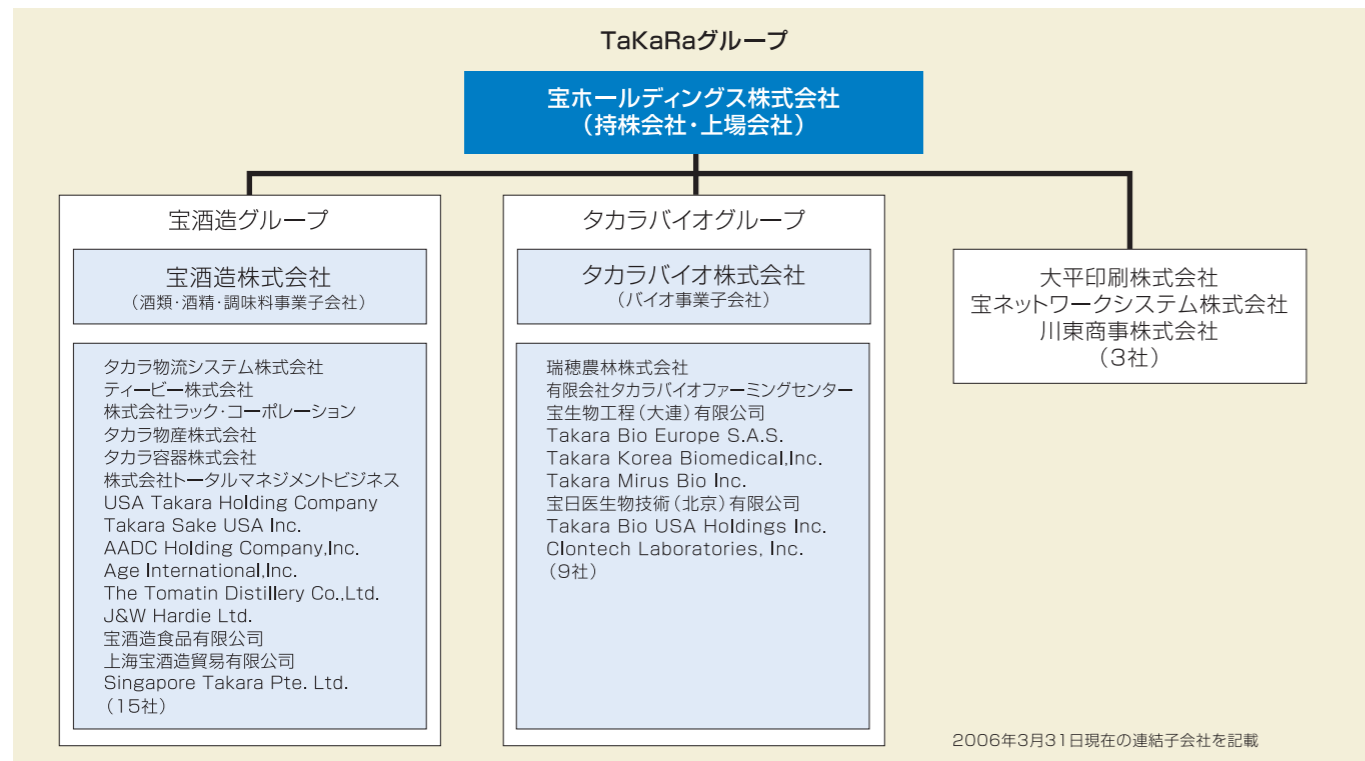
■コーポレート・ガバナンス（企業統治）

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27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



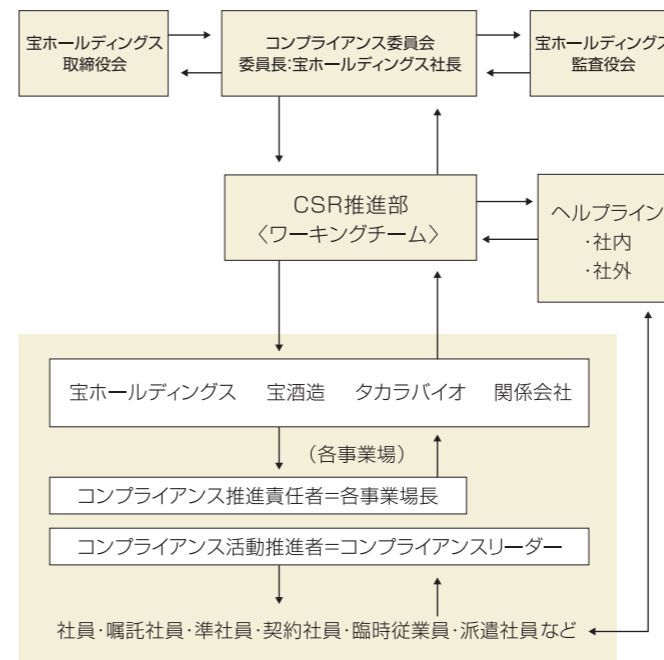
■コンプライアンス、危機管理体制

TaKaRaグループでは、2004年4月に「コンプライアンス委員会」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、集合研修や職場での教育啓発活動などにより、コンプライアンス・マインドの浸透・定着をはかっています。また、グループを取り巻くリスクや職場のリスクを洗い出し、できるものからすぐに実施する活動にも取り組んでいます。

さらに、法令違反や不正行為などを発見した場合、通報や相談を受け付ける手段として「ヘルプライン」を社内・社外に設け、リスクの早期発見、早期解決に努めています。

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

商品や景品の品質・安全性・適法性を確保するため、商品の設計や表示、景品の審査をしっかりと実施するとともに、自工場や委託先の品質監査も行う品質保証専門の組織を設置し、全社的な品質管理レベルの向上に取り組んでいます。

■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、アルコール依存症、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、自然保護活動など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など、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ホームページを通じた情報開示、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。



★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（バイオ）、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。

特集

～宝焼酎「純」のふるさとを訪ねて～

黒壁蔵

昭和52年に登場以来、多くの人々に愛されている宝焼酎「純」。焼酎の本場、九州の宮崎県高鍋町にある黒壁蔵は、宝酒造で唯一焼酎の貯蔵熟成酒を造り、全国の工場へ供給しています。「純」のふるさとへ、地元の方を生産課長の國藤公利がご案内しました。



美しい日向灘を臨む蚊口海岸のほど近くに、ひときわ黒い壁で目を引く建物があります。以前は国営アルコール工場でしたが、昭和27年に宝酒造が引き継ぎました。「この黒壁蔵は、宮崎の地場産業のシンボルですね」と吉野様。

「こんなに広いのに意外と人が少ないんですね」という佐藤様。確かにそう感じるかもしれません。でもお酒は生き物です。どれだけ機械化が進もうと“人”の存在が欠かせません。麹や酵母などの微生物とじっくり対話しながら、いい環境でいい条件で育てられるようにと私たち従業員はわが子のように見守り続けているのです。

黒壁蔵では歴代の技術者の経験から育まれた技術や知識がいまに伝承され、“匠の技”が生きています。「すべてのプロセスで、官能検査士(当社独自の資格)が五感を研ぎ澄ま

して品質を入念にチェックします。香りや味わいなどの微妙な違いは機械では検出できないのです。人が飲む物はやはり人が判断しないと」と生産課の一上将輝は言います。

製造後に出る焼酎粕をリサイクルする蒸留残渣焼却設備や飼料化設備にさしかかって「製品を子供たちとするなら、工場自体がいい教育をしていますね。子供たちがごはんを食べた後の始末までちゃんと考えられている」と門川様。穀物や微生物、水など自然の恩恵を受けているからこそ、廃棄物は捨てる前にリサイクルして役立てたり、元のきれいな状態に戻して自然にかえす。黒壁蔵は宝焼酎「純」を愛飲してくださる全国のお客様のために、環境にやさしい生産体制で優れた品質の製品を安定してお届けできるように日々努力しています。



ご参加いただいた方々



宮崎の自然を通じて教育活動を行う門川 貴信様



工場の緑化が進んでいますね。草花にプレートをつけるのいいですよ



黒壁蔵 生産課長 國藤 公利

ポットスチルを使用するのは意外かもしれませんがね

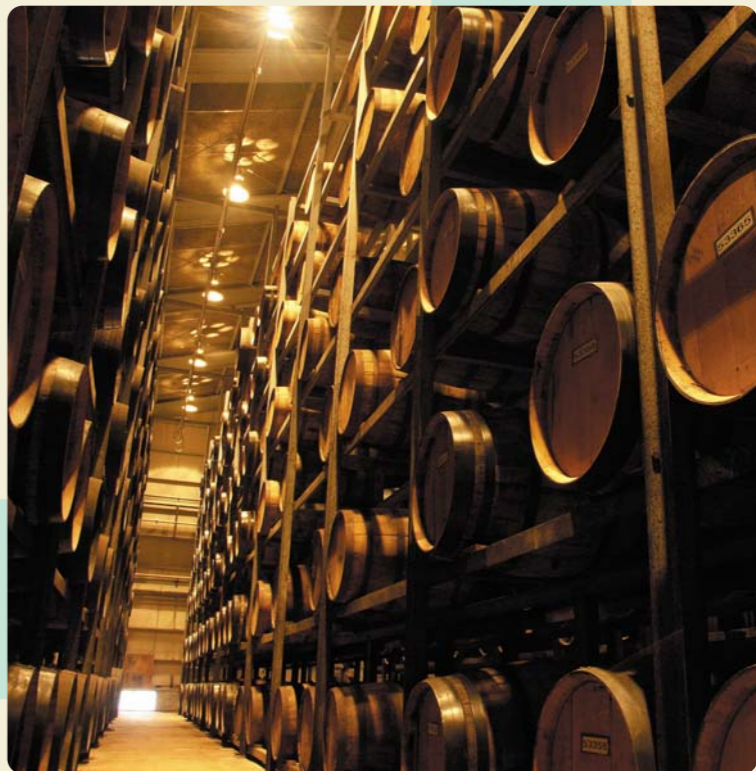


高鍋町にお住まいの佐藤 幸子様

品質を安定させるために樽の入れ替えですることには驚きました



蒸留室にある単式蒸留機「ポットスチル」



2万数千樽が眠る樽貯蔵庫

【ブレンド】

黒壁蔵から供給された11種類の貯蔵熟成酒を洗練された技術でブレンドして、宝焼酎「純」が誕生します。



宮崎市ホテルメリーージュ総支配人の吉野 明様

ブランデーのような華やかな香りがしますね

【官能検査】

貯蔵熟成酒は何人もの官能検査士が香りや味わいをチェックし、合格したものが各工場へ供給されます。



貯蔵熟成酒をテイasting

何人もの人間の舌によるチェックで「純」の品質を守っています



黒壁蔵 生産課 一上 将輝

【貯蔵】

焼酎をより味わい深いものに仕上げるために、樽などで貯蔵します。「樽にも人と同じように個性があり、材質、樽の焼き入れ具合によってできあがる貯蔵熟成酒が違ってくるんですよ」と一上。これらの樽は定期的の一つひとつチェックし、品質を均一化するために樽の入れ替えなども行います。

「純」の貯蔵熟成酒ができるまで START



【原料の糖化】

大麦やトウモロコシなどの原料は、大きなサイロに蓄えられています。原料を蒸釜で蒸した後、麹や酵素の力により、原料中のでんぷんをぶどう糖に変えます。これを糖化と言います。

【発酵】

糖化された原料に、水と酵母を加えて発酵させるとアルコールを含んだもろみができます。

【蒸留】

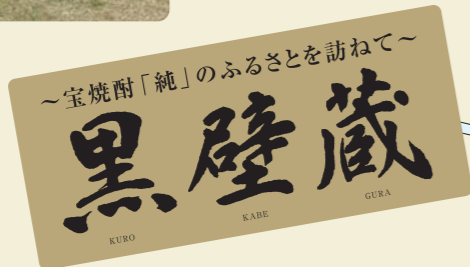
できたもろみを連続式蒸留機や単式蒸留機で蒸留し、さまざまな味わいをもった焼酎をつくらします。

■地域への貢献活動

黒壁蔵は50年以上もこの高鍋で酒造りをしています。それだけに地域の人々との交流も深く、グラウンドの無料貸し出しや、中学校や高校のインターンシップ受け入れなど、積極的に地域に根ざした活動を行っています。また毎年宝酒造の創立記念日には宝酒造労働組合が「地球びかびか大作戦」を実施しており、黒壁蔵では社員やその家族が参加して近くの蚊口海岸を清掃し景観美化に努めています。



①黒壁蔵の向かい側にあるグラウンド。地元の少年野球チームが元気に練習する姿が見られます②③④地元の人々に愛される蚊口海岸。美しい砂浜と青い海を守るために毎年クリーン活動を行っています



■徹底した環境管理

地域に愛される企業であるためには、工場から周辺にかけての環境配慮は欠かせません。黒壁蔵ではISO14001を取得し、その基準に基づいて環境に負荷をかけない生産体制を整えています。「海や川が近いだけに特に排水が気になります。社員は地元出身者が多いので、自分たちの環境は自分たちで守るという意識が強いのです」と環境保全係の笠松徹也。工場内はリサイクルシステムが充実し、リサイクル率は99%を維持しています。



⑥1998年、焼酎粕の海洋投棄を全廃するために蒸留残渣焼却設備を設置。粕を燃やして少量の灰にし、セメントの原料として活用していますお父さんも黒壁蔵に勤務していた笠松徹也。環境保全のために厳しいチェックを日々行っています⑦2005年に飼料化設備を設置。焼酎廃液を濃縮して麦糠を加え、養豚飼料の原料のひとつとしてリサイクルしています



⑤日向灘に注ぐ宮田川。海岸は国際保護動物のアカウミガメ産卵地。製造で使われた水は工場内で浄化して川へかえします。その清らかさは工場の排水口にウナギが上ってくることもあるほどです



「黒壁蔵」見学を終えて

見学終了後、宝酒造や黒壁蔵についてご意見をお伺いしました。



工場の人々やリサイクルが印象的

門川様 工場の皆さんが礼儀正しく、お酒をわが子のように見守る姿に感銘を受けました。リサイクル設備も充実しており、企業として信頼できます。

吉野様 煙突から、黒ではなく白い煙が出ているのを見て、以前見学した時より随分進化したなと思います。

佐藤様 私も工場から出る廃棄物はどうなるのだろうと思っていたので安心しました。また、とても静かです。騒音対策にも気を配られているんですね。



門川 貴信様
自然楽校・未来船 楽校長
平成16年度Takaraハーモニスト
ファンド助成先
「日向灘海岸を考えるサミット」顧問
●宮崎の自然と人間交流に視点を
置き、不登校の子供たちの学校や社
会への復帰をめざすセカンドスク
ールを運営

企業姿勢のアピールを

吉野様 この工場は貯蔵熟成酒造りという重要な役割を担っていて、味や品質を守るために多くの人が関わっています。工場=工業的なイメージがありますが、消費者に貯蔵熟成酒ができるまでの姿を知ってもらえば、それも払拭できるはず。もっとメディアを通じてアピールしたり、商品に表示することができれば付加価値が上がると思います。

佐藤様 主婦は日頃商品をブランドイメージで選びますから、企業や商品の認知度を上げることも大切です。工場でも商品を販売してみたいかがでしょう。

門川様 クリーン活動などについても、新聞などで私たちに知らせてほしいですね。

宝酒造に期待すること

佐藤様 こういう見学をすると、自分が宝酒造の製品をつくっている気持ちになって愛着がわきます。一般の人々にも見学会を開いてほしいですね。

吉野様 環境管理は幅広く奥が深い。海外から仕入れる原料やつくられている環境は？とそこまで取り組む企業であってほしいと思います。

門川様 たとえば地元でスポーツ大会を主催するなど社会貢献にもっと力を注いでほしいと思います。

佐藤 幸子様

高鍋町にお住まいの主婦
●ご本人はお酒を飲まないが、ご主人様は大の焼酎党。最近高鍋町で厳しくなったゴミ分別やリサイクルが気になっている



貴重なご意見をいただきありがとうございます。皆様のご期待に沿えますようさまざまな面で努力してまいります。



宝酒造株式会社 黒壁蔵
生産課長 國藤 公利

黒壁蔵データ

- 敷地 / 約7.3万㎡
- 貯蔵樽 / 約2万数千樽
- 業務内容 / 甲類焼酎、乙類焼酎の製造・貯蔵熟成
- 従業員 / 55名
- 所在地 / 宮崎県児湯郡高鍋町蚊口浦5323

お客様の「いきいき」
のために

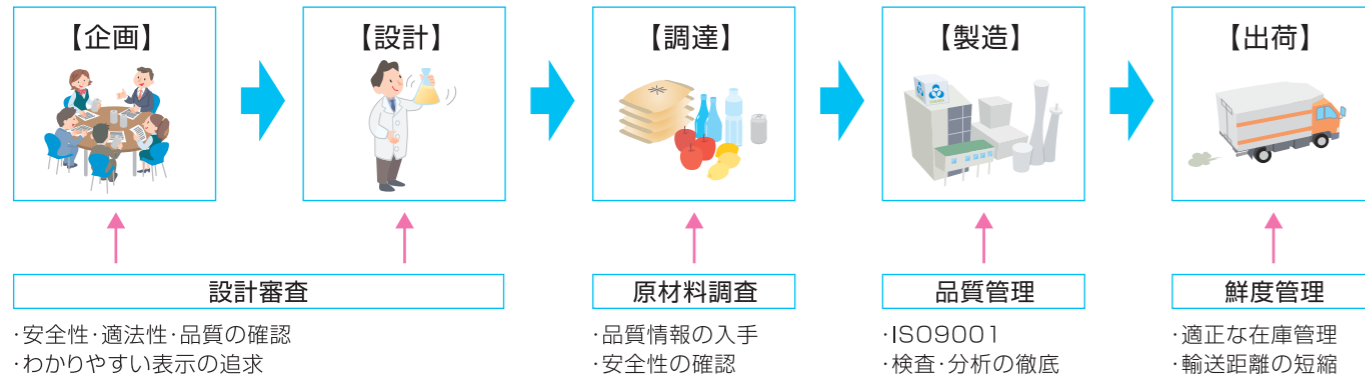
安全でおいしい商品をお届けします

宝酒造は確かな品質保証体制のもと、
安全で安心できる商品をお客様にお届けしています。

■確かな品質、安心できる商品づくりへの取り組み

宝酒造ではお客様に安全でおいしい商品をお届けするため、
確かな品質で安心いただける商品づくりに取り組んでいます。
食品衛生法をはじめとした法律の遵守はもちろん、商品の
企画から設計、調達、製造、出荷にいたるすべての工程で品
質と安全性を追求しています。

商品企画から出荷までの取り組み



安心できる原料でおいしい商品を開発します

私はチューハイや梅酒の酒質開発を担当しています。お酒は嗜好品のため、味の好みは人それぞれ。しかし、土台となるものがあるはず。見た目がきれいで、安心できる材料で商品ができていることが大切です。新製品を作る時は、使用原料の由来をしっかりとチェックすると共に試作品を保存試験にかけて沈殿物が出ないか、味の劣化がないかを確認しています。味わいと共に、その土台である「安心できる商品である事」を大切にしながら、「もう一度飲みたい」と思っただけの「おいしい」お酒を開発していきます。

お客様に感動いただけるお酒づくりをめざしています

白壁蔵では、総米140キログラムから6,000キログラムまでの清酒の仕込みを行っています。少量生産の高付加価値商品が多く、原料米は酒造好適米のほか、古代米など当社で初めて扱うものも数多くあります。「お客様が口にし、そして感動いただけるお酒をつくる」という信念を、日々製造に携わるスタッフ全員が持ちながら作業に励んでいます。お酒は微生物が一生懸命造ってくれた宝物。微生物の働きやすい環境を作ってやることは私たちの役目であり、清潔な環境を守ることでも大前提。これらをしっかりと肝に銘じて、今後もお酒づくりに取り組んでいきます。

金子 義孝

白壁蔵
生産課 専門部長



品質の確認できた原材料のみを使用しています

安心できる商品をお届けするため、原材料は安定した品質と供給を確保できるサプライヤーを選定し調達しています。使用する原材料はすべて品質保証書入手し、安全性を確認するとともに、農産物の産地など詳細な情報も把握しています。2006年5月に施行された残留農薬等のポジティブリスト制度*に対応し、原材料の再調査を実施し宝酒造のすべての商品の適合性を確認しました。また、今年度より商品の設計から原材料情報までを一元管理できる「原材料情報管理システム」を導入し、お取引先やお客様からのお問い合わせに迅速に対応できるよう努めています。

*残留農薬等のポジティブリスト制度
食品衛生法等の一部改正にともなって、基準が設定されていない農薬等が一定量を超えて残留する食品の販売等を原則禁止する制度(2006年5月29日から適用)

つくりたてのおいしさを追求しています

宝酒造では商品はあらかじめ見込み数量で製造し注文に応じて在庫から出荷していますが、お客様につくりたての商品をお届けするため、在庫を極力少なくしてより鮮度の高い商品を出荷できるように努力しています。さらに、東西の基幹工場(松戸・伏見)を中心に、できるだけ消費地に近い工場が生産した商品をお届けし、輸送距離を短くすることで、品質はもちろんのこと環境にも負荷をかけない輸送を心がけています。



わかりやすい表示を心がけています

食品の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内容をお伝えするため、設計審査時にラベル表示が食品表示に関する法規に適合していること、表示の根拠が十分に確保されていることを確認を行っています。

また、お客様からいただいたご意見を参考に、本当に見やすい表示か、優良誤認*を招く表現はないかといった点で常に見直しを行い、よりわかりやすい表示になるよう改善しています。表示に関しては法令や業界基準では明確でないものが多いため、事例ごとにルールを決めて、社内データベースを活用して情報の共有化を図っています。

*優良誤認
商品・サービスの品質、規格、その他の内容についての不当表示のことで、一般消費者に対し、実際のものより著しく優良であると誤認させたり、実際はそうではないのに自社のものを競争事業者のものより著しく優良であると誤認させる表示のこと

厳しい検査で品質を守ります

ISO9001品質マネジメントシステムの認証を全工場で行っており、お客様の視点に立った商品づくりを行っています。原料受入から出荷に至るまで、品質検査に合格したものだけが次工程に進み、最終検査を経て出荷されます。自動検査装置による異物検査や印字検査、検査員による目視検査や官能検査、最新の分析装置を利用した成分分析を実施して、商品の安全と品質の安定に努めています。



缶製品の自動検査の様子

自主回収と再発防止措置について

2005年7月、「濃厚豆乳飲料<麦芽&コーヒー>200ml紙パックスリム」の一部の商品に乳酸菌が混入。これにより商品が凝固する可能性があることが判明したため、物流倉庫内で出荷停止措置を講じていたところ、誤って当該商品が出荷されてしまいました。対象数量は580本で、不良率は約2%程度(約12本)と推定され、

飲用された場合でも人体に悪影響を及ぼす恐れがないことを確認しておりましたが、誤出荷という事態を重く受け止め、商品の自主回収を実施しました。また直ちに、出荷停止措置を講じた商品については厳格に別管理することをシステム化すると共に、社内教育で再発防止を徹底しました。

お客様の健康を考えます

宝酒造では、不適切な飲酒によるお客様の健康障害を防止するため、適正飲酒の推進活動を実施しています。

■適正飲酒の推進活動

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、飲酒運転などの問題があることも事実です。宝酒造では、適正飲酒の推進は酒類を製造販売する企業の重要な責任と考え、この問題にいち早く取り組んできました。1985年の「Say Noキャンペーン」では「いい日、いい酒、いいマナー」を提唱し、さまざまな形でメッセージを発信したほか、1986年には啓発パンフ

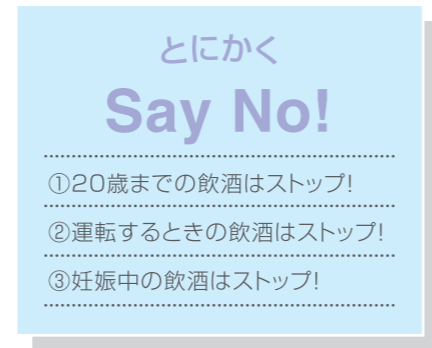
レット「Say No読本」を作成し、現在では1995年にリニューアルした「Say No! Press」を希望者に配布しています。また2004年には酒類業界として酒類の容器に妊産婦に対する飲酒の注意表示を入れることを決め、当社のすべての商品に表示しました。2005年には適正飲酒を促す広告「いい飲み方、あなたと考えたい」を出稿したほか、12月に開催した「エコプロダクツ展」の環境クイズにも適正飲酒を呼びかけるメッセージを記載しました。



適正飲酒に関する注意表示



「エコプロダクツ展」で使用した環境クイズ。裏面には適正飲酒を呼びかけるメッセージを記載



■「Say No! Press」で適正飲酒の啓発

「Say No! Press」は、「知っておきたい酔いのメカニズム」「身体にやさしいお酒の飲み方」「お酒に関するウソ・ホント」の3つの章からなる小冊子です。イラストを用いながら、

わかりやすい内容となっていますので、お客様の健康と適正飲酒に役立てていただきたいと思います。掲載している内容を簡単に、各章の中から一つずつ紹介します。

大男、総身に酒が回りかね・・・(第一章より)

同じお酒を飲んでも酔いやすい人、酔いにくい人がいるのは不思議ですね。体重の多い人は血液も多く、血中濃度が上がりにくいからで、単純にいうと100キロの人は50キロの人の倍お酒が飲める計算になります。次はアルコール代謝能力による差です。アルコールを分解する酵素がもともと多い人はお酒に強いとされ、体重の多い人は酵素も多いためお酒に強いというわけです。



「チャンポン」は悪酔いの黄信号(第二章より)

「チャンポン飲みは悪酔いする」とよく言われます。この混ぜ合わせ飲みがなぜ悪酔いにつながるのかというと、まず飲む度に違うアルコール濃度に、体がいちいち適応しなくてはいけないこと。さらにお酒によって違うアルコール以外の成分にも対応しようとするため、体はてんてこ舞いの状態になってしまうからです。



飲むと赤くなるほうが、いい?悪い? さて、どっち?(第三章より)

「赤くなる人はお酒に弱い」「すぐ赤くなる方が健康的」など言われますが、どうなのでしょう。実はこの赤くなるという現象は、アルコールが分解してできるアセトアルデヒドという物質が原因なのです。アセトアルデヒドが血中に多く流れ出すと、動悸が激しくなったり、血行が良くなってからだが温まり、皮膚の表面が赤くなるわけです。このアセトアルデヒドの代謝能力の弱い人、強い人によって、「赤くなる、赤くならない」の違いがでできます。代謝能力が弱いわけですから、「赤くなる人はお酒に弱い」と言えそうですね。



親子で学ぶ「適正飲酒」

「TaKaRa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防止をはじめとする適正飲酒のためのプログラムを実施しています。

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付き合い方、妊娠中や授乳期、車の運転時など絶対に飲んではいけない理由などについて「お酒のよくないチカラ」としてイラスト等も使い、子供たちにもわかりやすく解説しています。

また、アルコールが体におよぼす効果、影響を親子で共に考え学び、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くために、パッチテストなどの体験も取り入れ、看護師さんに医学的にお話をいただいています。



看護師さんに適正飲酒のお話をいただきました。

お客様の「いきいき」のために

お客様とともに環境を守ります

宝酒造では、環境に配慮した商品開発をすすめるとともに、お客様と協力して容器リサイクルの推進に取り組んでいます。

■エコプロダクツの開発

宝酒造では、容器の素材選びなども含め、エコプロダクツ（環境に配慮した商品）の開発をすすめています。特に中身が消費された後の容器は廃棄物となるため、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の取り組みをすすめています。

「焼酎のはかり売り」でリフューズを実践

「はかり売り」は新たな容器を使用せずに中身だけ販売する「リフューズ」の実践です。当社の工場から1キロリットルや200リットルの専用タンクを販売店様へ直送し、店頭でお客様が持参した容器に必要な分だけ詰めて販売しています。手間をかけることによって資源の節約や廃棄物の削減を実現していますが、これはまさにお客様、販売店様のご協力によって成り立っています。現在は全国で約220店舗にご協力いただき、1998年の開始以来2006年3月までに2.7リットルペットボトルで約340万本、ダンボール約57万枚節約することができました。



HP D: はかり売り実施店舗一覧

2005年度の環境対応事例

対象商品、資材	環境配慮の内容	開始時期
タカラcanチューハイ「WMIX」	350ミリリットル缶の軽量化	11月～
<伝承健寿>梅肉エキス入り濃縮飲料	替え栓に「自然に還るプラスチック」である「生分解性プラスチック製キャップ」を採用	10月～
調味料PET外箱ダンボール	本みりん・本料理清酒の1.8リットル、1リットル、500ミリリットルの外箱ダンボールの紙使用量削減	7月～

HP 1: 環境に配慮した商品開発のための指針 HP 2: グリーン調達・4Rガイドライン

お客様への環境情報提供

宝酒造ではホームページや展示会、緑字企業報告書など、さまざまな方法を通じてエコプロダクツの紹介や、容器リサイクルについての啓発を行っています。

また、環境教育の観点から、子供向けに漫画でわかりやすく解説したリサイクル絵本「TaKaRaリサイクルロード」を発行し、ご要望いただいた小学校などに配布しています。

HP E: リサイクルロード



ホームページや冊子などを通じて、環境問題への啓発活動を行っています

■宝酒造の主なエコプロダクツ

随所にこだわりの環境配慮 有機本みりん

リデュース

宝酒造は、2000年に世界のオーガニックのスタンダードであるOCIA※1の認証を取得した「タカラ有機本みりん」を発売しました。「はずせるキャップ」の採用はもとより、ラベルに非木材紙を使用するなど環境配慮にこだわりました。また、2003年には食品で初めて「EPDタイプⅢ環境ラベル※2」を取得し、お客様に環境にやさしいものをお選びいただく際の指標ができました。さらに2004年には従来よりも約100グラム軽い「超軽量ガラスびん」採用でエコマーク※3を取得しました。



※1 OCIA (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



※2 EPDタイプⅢ環境ラベル (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。原料の生産からごみとして廃棄されるまで、製品のライフサイクルを通じた環境データの公表を義務づけられたもので、環境配慮型商品としての判断は消費者に委ねられる



※3 エコマーク 環境保全に役立つと認められた商品に付けることができる (財) 日本環境協会の認定マーク

F: 有機本みりん環境データ

容器を再使用 リターナブルびん

リユース

リターナブル容器の使用は、資源の節約や廃棄物の削減に有効な手段であると考えます。しかし、清酒や焼酎などで使用されている一升びんは減少の一途をたどっています。そこで宝酒造では、1994年から主力商品の宝焼酎「純」、宝焼酎「純」レジェンド720ミリリットルびんをリターナブルびんに変更したほか、リターナブルシステムに欠かせないP函（プラスチックケース）レンタル会社や洗びん会社設立への参画など、インフラの整備にも努めてきました。また、2003年から「300ミリリットル統一リターナブルびん」を採用した特撰松竹梅く特別純米>300ミリリットルを販売しています。

HP 3: 720mlリターナブルびんの推移



色つきびんのリサイクル エコロジーボトル

リサイクル

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（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。



分別作業が簡単 エコペット

リサイクル

宝酒造は、1998年にリサイクルの効率化のために策定された「指定ペットボトル自主設計ガイドライン」に酒類業界で初めて完全準拠したペットボトルを開発しました。キャップを樹脂に、取っ手をなくすかりサイクルペット素材に変更し、ラベルをはがしやすく改良しました。また、本みりんや料理酒には「はずせるキャップ」を採用し、お客様の分別作業やリサイクルを容易にしました。



お客様と対話します

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が欠かせません。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、信頼とご期待におこたえできる企業をめざしています。

「お客様相談室」ホームページを開設

2006年3月、宝酒造ホームページ内に「お客様相談室」を開設しました。当社製品の栄養成分情報など、お客様からよくいただくご質問について掲載しています。今後は掲載内容の充実を図っていききたいと考えています。



よくいただくご質問を少しだけ紹介します

Q1
焼酎の甲類と乙類の違いは何ですか？

A1 甲類は大麦・とうもろこし・さとうきびなどを原料に連続式蒸留機で連続的に蒸留を繰り返すため、純粋なアルコールに近いスッキリとした味わいです。乙類は米・麦・いもなどを原料に単式蒸留機で蒸留し、原料のもつ風味が残る、こくのある個性的な味わいに仕上がります。

Q2
本みりんの注ぎ口に白い固まりができたのですが？

A2 みりんに含まれる糖分が白く結晶したもので、加熱すると溶けます。品質には問題ございません。冷蔵庫など低温で保管されますと、結晶が出やすくなりますので、キャップをきちとして、日の当たらない涼しい場所に保管してください。

Q3
清酒はどのように保管すればよいですか？

A3 清酒は「温度」と「光」の影響を受けやすく、風味に変化が起こります。高温状況下や直射日光が当たる場所での保管は避けていただき、冷暗所に保管してください。



お客様の声を反映した商品改良事例

①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、お客様からいただいた「うまく開封できない」「アルミの端だけがをる」などのご意見をもとに、より安全なタイプに切り替えました。

安全に

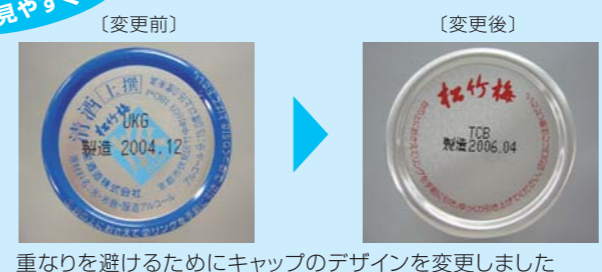


引き裂きツマミ部のアルミ端面を折り返し、幅を広くしました

②日付表示(賞味期限・製造年月)をより見やすくわかりやすく
清酒200ミリリットルびんカップの日付印字が、「キャップのデザインと重なって見にくい」というご意見をもとに、キャップのデザインを変更して見やすくしました。

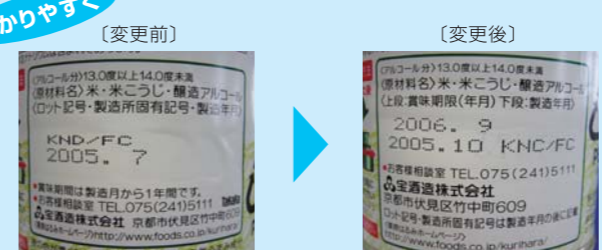
また、「料理用清酒のPET製品の賞味期限がわかりにくい」というご意見をもとに、賞味期限印字を開始しました(従来は製造年月のみ印字し、賞味期間は製造月から1年間と表示)。

見やすく



重なりを避けるためにキャップのデザインを変更しました

わかりやすく



製造年月だけでなく、賞味期限の印字を行いました

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は初めてタカラcanチューハイシリーズの缶ぶたに、点字で「おさけ」の表示を入れました。また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。



缶ぶたに点字を表示

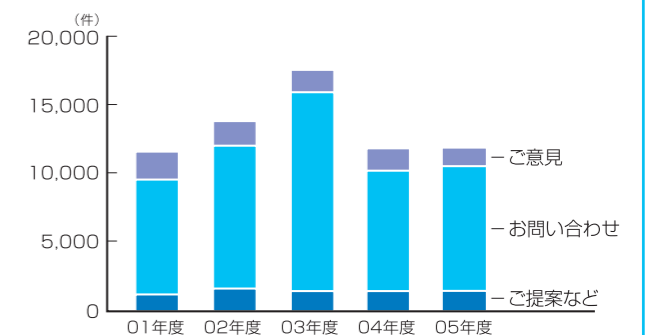


キャップに点字を表示

お客様相談室

2005年度は、約1万2,000件(前年比100%)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へ赴き、商品をお預かりし、品質や状況の調査報告を行って、事業活動の改善に生かしています。

お客様相談件数の推移



「いきいき」とした市場、売り場、地域づくりを推進します

宝酒造では、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、お客様をはじめ地域や社会に貢献できるように、一丸となって取り組んでいます。

お客様にとって よい売り場とは何かを考えます

宝酒造では、お取引先のニーズにおこたえすると共に相互協力関係を強化し、お客様にとってより良い売り場づくりに取り組んでいます。

リテイルサポートシステム

売り場づくりをお手伝いする仕組みとして、宝酒造では「リテイルサポートメニュー」を各種ご用意しています。これはお取引先との協業により、魅力あるお酒売り場を構築するためのシステムです。このメニューを活用することで、お客様にお買い物を楽しんでいただける売り場や、お客様にもっとお酒を知っていただくための売り場づくりをめざしています。



ご案内パンフレット

大陳コンクール

松竹梅「天」の店頭での陳列ボリュームや演出方法を競う「大陳コンクール」を実施。お取引先と宝酒造の担当セールスが一丸となって、よりよい売り場、お客様が選びやすい売り場づくりを競いました。これは店舗活性化の一助になっています。



大陳コンクールのグランプリ受賞作品

地域の優れた商品を 全国のお客様にお届けします

地域に根差した九州の本格焼酎蔵元との提携により、こだわりの伝統製法やノウハウを提携先から宝酒造へ、品質向上のための近代的な製造管理手法や合理的な販売管理手法を宝酒造から提携先へと、お互いに提供しあっています。得意な分野を相互補完する形の交流により、お互いのトータルな技術力向上を図りながら地域の優れた商品を全国のお客様にお届けしています。



「一刻者」製造元の小牧醸造(株)



全量芋焼酎「一刻者」

TaKaRa リテイルサポートの考え方

顧客第一主義

TaKaRaはお客様の満足を目指します。

- 楽しく買い物をしていただくために
- もっとお酒のことを知ってもらうために
- お酒のある暮らしを楽しんでいただくために

幅広いサポートメニュー

TaKaRaは売場全体の改善支援から、単一カテゴリーの棚割提案までニーズに合わせて幅広く対応します。

オーダーメイド

TaKaRaのリテイルサポートは、画一的な分析だけでなく、個性を伸ばすオリジナルの分析をもとにご提案をお届けします。

商品を通じて地域の活性化を支援します

焼酎「JAPAN」のデザイン特性を活かして、ご当地の名所やイベントなどをデザイン化したオリジナルボトルを多数販売しています。商品を通じた話題づくりにより、地域振興やPRの一助となっています。

:オリジナルボトル



「北海道遺産」に選定されている松前城をデザインした「松前公園のさくら」

法を守り公正な取引を行います

「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、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は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を社内で徹底しています。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・マニュアル

関連団体と連携して社会問題の解決に取り組みます

容器リサイクルについては、業界全体で取り組まなければ解決できない問題がたくさんあります。宝酒造では容器リサイクル団体に加入し、運営も含めた団体の活動に積極的に参加しています。リサイクル団体では、日頃は事業活動で競合しているメンバーがリサイクル推進という共通目的のために知恵を出し合い、効率的なリサイクルシステムの構築や機関誌、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を行っています。



黄色いほびを着て説明する当社社員(NEW環境展2005 PETボトルリサイクル推進協議会ブース)

関連団体と連携してお客様と情報交換を行います

宝酒造のお客様相談室スタッフは、(社)消費者関連専門家会議*(通称:ACAP/エイキャップ)に所属し、その活動を通じて、政府や府県主催の消費者向けの催しに参加・協力しています。例えば消費者講座での講師を務めたり、展示会で

お客様と直接対話することを通じて、情報交換を行っています。

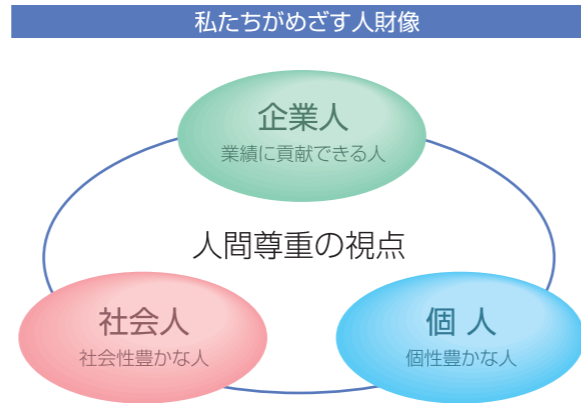
※(社)消費者関連専門家会議
さまざまな業種・企業のお客様相談業務に携わる者が会員となっている公益法人
通称「ACAP(エイキャップ)」

やる気のでる職場づくりを すすめます

宝酒造では、「企業人・社会人・個人」のバランスのとれた「人財」を育てるために、人事システムをはじめ、さまざまな研修・制度の充実に取り組んでいます。

宝酒造がめざす人財像

「人」はかけがえない「財産」であるとの視点に立ち、人材を「人財」と表現しています。企業価値の向上を図るためには、風土・人財の進化が欠かせないと考えています。人間尊重の立場に立ち、「いきいきとした明るい職場、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」を育成することをめざしています。



人財育成・能力開発のために

宝酒造では、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て申告した職務や自己の成長に関する希望を踏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「絶対考課主義」「目標管理型」「チャレンジ・加点主義」「公開制」をとり入れた「人事考課制度」を実施しています。

- 絶対考課主義
能力、成績、意欲態度の3つの観点から考課を行います
- 目標管理型
目標を設定し、その目標の取り組み結果についての考課を実施します
- チャレンジ・加点主義
高度な目標設定、職種転換などによる加点措置
- 公開制
考課結果を本人に通知します

経営参画意識の醸成のために

社員一人ひとりの経営参画意識を高め、それを経営に生かしていくために「商品開発提案制度」と「コスト削減提案制度」を導入しました。この2つの制度を下支えし、より有効に機能させるために、土台となる風土を活性化していく施策として「挨拶励行運動」を開始しました。新商品の開発とコストダウンというメーカーとして大切な柱に焦点をあて、そのことに社員全員が直接参加できることでモチベーションを高めるとともに業績向上に結びつけたいと考えています。

また、新たな試みとして、「いきいき実践研修」を開始しました。第1回目は「会社の業績向上のために私たちができること」をテーマに、日常の業務で感じていることについて議論し、その結果は社長をはじめとした経営層に直接提案され、経営陣を交えた積極的な意見交換が行われました。



チームに分かれて普段感じていることを議論。その結果を経営層にプレゼンテーションしました。

いきいき
実践研修

さまざまな制度で人財を育成します

人財を育成するためにさまざまな制度を設け、能力開発の支援を行っています。新入社員研修をはじめとする「階層別（新入社員～管理職）研修」や「職種別研修」のほか、社員が行う自己啓発に対しても支援を行っています。

新入社員研修制度

新入社員に対し約1カ月間、主に会社や酒類業界に関する知識習得や学生から社会人への意識転換を目的としたプログラムを実施します。その後、営業系新入社員は、約1年間をかけて「熟成プログラム」と呼ばれる研修に入ります。具体的には、営業実習で先輩社員に同行して実際の営業業務を学ぶOJTのほかに、全国にある工場モノづくりの現場を体験し製造知識を身につけ、本社ではプレゼンテーション資料作りやスピーチなどのスキルも習得します。この研修で特に注力しているのは、商品の製造工程をしっかりと理解した上で、宝酒造の付加価値を十分に訴求できる企画力を持った営業社員を養成することです。



白壁蔵での実習の様子

自主選択型研修プログラム

宝酒造がめざしている「自己責任・自己選択・自己実現」（＝3つの自己）ができる人財を育成するため、公募制の研修を設けています。社員は自分自身に必要な（あるいは不足している）能力を身につけるために、自ら考え自主的に参加しています。このプログラムは、今後ますます拡充していく予定です。

大学院履修援助制度

働きながら大学院履修を希望する社員に対しては、その入学金や授業料の一部を援助する制度を設けています。

資格・免許取得表彰制度

資格取得に対する表彰制度を設け、資格試験への積極的なチャレンジを促すとともに、業務上必要不可欠な資格取得を推進しています。

社員の声



新入社員研修 「熟成プログラム」を受けて

東海支社 販売第三課
齊藤 真美

「熟成プログラム」で学んだたくさんのことは、私のかけがえない財産となり、現在の営業の仕事にも生かされています。営業実習で先輩社員に同行し、十人十色の営業スタイルを肌で感じたことは、今の“自分らしい”営業スタイルにつながっています。工場実習で自分たちの手でお酒をつくり、製造現場を五感で体感し、お酒づくりの難しさ、奥深さを学びました。つくり手の想いを学び商品への愛着がわいた、その経験から営業の現場では商品づくりについて思わず熱く語ってしまいます。研修中には人との交流のなかで学ぶことが大変多く、人との出会いを通して成長できたと思います。これからも熟成プログラムで学んだことを忘れず、仕事に生かし、成長していきたいと思っています。

「いきいき実践研修」 に参加して

首都圏支社 業務市場第二課
森重 成裕



「いきいき実践研修」では、参加者60名が10チームに分かれ、各々「第6次中期経営計画を達成するためには何をすべきか？」ということを議論した結果、我々のグループは最終的に「全量芋焼酎“一刻者（いっこもん）”で勝つ!」というテーマを掲げました。これは日常の営業活動の中で一刻者の味、デザインが評判良く、お客様にも認知されていること。また芋ブームが落ち着きを見せ淘汰される中、麴にも芋を使用した「芋100%」という差別化された商品であったためです。今回研修に参加し経営者にプレゼンテーションを実施したことが貴重な経験となり、今後の営業活動にも生かされたいと思います。

安心して働ける環境を整えます

宝酒造では、仕事と生活のバランスを大切にしながら、社員が安心して働ける職場づくりのために、さまざまな取り組みをしています。

■働きやすい職場づくり

雇用の状況

宝酒造の2006年4月1日現在の従業員は1,405名で、うち女性は167名で構成比は11.9%、管理職は291名で、うち女性は5名で構成比は1.7%です。2006年6月1日現在、障害者雇用率は2.1%で、法定雇用率(1.8%)を上回っています。2005年4月1日より定年退職後の社員についてはシニアパートナー(再雇用)制度を導入し、希望する社員の再雇用をすすめています。

ゆとりのある休日休暇制度

年間124日(完全週休2日制)の休日のほか、有給休暇は社歴によって10日~20日取得できます。また、取得せずに2年以上経過した有給休暇は最大40日まで積み立て可能で、本人の疾病、家族の介護、資格の取得の際などに利用することができます。さらに、25歳~55歳まで5年ごとに最低10日間の連続休暇が取得できるリフレッシュ休暇制度も設けています。また、事業場単位で週1回の「ノー残業デー」を設け、長時間労働の抑制を図っています。

休暇制度の利用状況

	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
有給休暇取得率	59%	63%	59%	59%	61%
育児休暇制度(利用者数)	10人	7人	5人	9人	7人
介護休暇制度(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	57人
妊産婦・乳幼児健診休暇制度(利用者数)	—	—	—	20人	26人

仕事と家庭の両立支援

原則子供が1歳の誕生日までを限度として「育児休暇」を取得することができます。また、小学校就学前の子供の負傷や疾病に対しては年間5日を限度として「乳幼児看護休暇」を利用できるほか、妊産婦や乳幼児の健康診査を受ける際も休暇を取得することができます。

宝酒造では、社員が仕事と家庭を両立できる働きやすい環境をつくることによって、社員の能力が十分に発揮できるような体制づくりに取り組んでいきたいと考えています。

労使関係の状況

宝酒造は「TaKaRa労働組合」と労働協約を結び、労使の信頼を基盤に健全な労使関係を構築しています。定期的に労使協議会を開催して賃金をはじめとする労働条件について協議するとともに、賃金や福利厚生などの重要なテーマについては労使で専門委員会を設置し、定期的に課題解決に向けた協議を行っています。

TaKaRa労働組合から

労働条件の向上と働きがいを得るための活動

TaKaRa労働組合 中央執行書記長
大館 洋一

TaKaRa労働組合は、健全な労使協調路線のもと、賃金や労働時間などの直接的な労働条件の向上のみならず、働きがいえられる職場をめざして活動しています。執行部のオルグ活動による組合員との直接対話などをもとに積極的に会社に提言し、会社の健全な発展と同時に、働きがいなども含めた労働条件の向上をめざしています。さらに、近年は労使でメンタルヘルスの問題にも取り組んでいます。会社や健康保険組合の取り組みを側面からサポートするとともに、メンタルヘルスについての組合員の理解を深めることにも努めています。

ニーズに合わせた福利厚生制度

社員一人ひとりが自分のライフプランに合わせて、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内で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。また、社宅・独身寮のほか、単身赴任者や遠距離通勤者のための帰省旅費補助の制度もあります。

カフェテリアプランの例

- 育児サービス利用補助
- 介護サービス利用補助
- 自己啓発利用補助
- 医療費補助
- 宿泊施設利用補助
- スポーツ施設利用補助

■安全と健康を守る職場づくり

安全衛生管理の取り組み

社員が安全に働ける環境を整えるために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た活動をしています。工場では「労働安全衛生マネジメントシステム」に基づき、危険が潜む作業や設備を明らかにして事故の防止に努めています。

また、危険予知トレーニングや新たに発見されたリスクや危険箇所を「ヒヤリハットシート」に記入して危険回避に取り組んでいます。

危険予知トレーニングシート



どんな危険がひそんでいますか?



全員が「危険予知トレーニングシート」を見ながら危険箇所や危険行動について順次指摘していきます。複数の意見を聞くことにより、違う視点での危険にも気づくことができ、より危険に対する意識を高めることができます。

労働災害

休業災害については、1999年から2003年までの5年間発生しませんでした。残念ながら2004年度は1件、2005年度は2件発生しました。事故の発生原因と対策の水平展開を図るとともに、さらに「労働安全衛生マネジメントシステム」の徹底を図り、労働災害ゼロをめざしていきます。

休業災害度数率

	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
全産業	1.79	1.77	1.78	1.85	—
食品・たばこ	2.25	2.77	2.72	2.86	—
宝酒造	0.00	0.00	0.00	0.83	1.60

●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」)

メンタルヘルスケアの実施

近年社会的な関心が高まっている心の健康状態については、外部の機関を利用して定期的にチェックしています。診断結果は本人のみに通知され、希望に応じてカウンセリングを受けることができます。

社員の声



制度を有効に活用して子育てとの両立を

ビジネスサポートセンター 業務サポート課
安孫子 千晶

子供が小さい間は検診や保育所の行事などで、どうしても休まなければならないことが多く発生します。それ以外にも急な発熱や病気で保育所から呼び出しがかかることもあり、半日有休が10回取得できるものの、それでも有休が足りなくなってしまう。そんな中で看護休暇は半日ずつ分割して取得できるのでとても助かっています。この制度は昨年からできたのですが、仕事と子育てや看護を両立するための手段として、社内でもっと定着すればいいと思います。

利用しやすい福利厚生制度で健康生活を

伏見工場 計画・検定課
奥村 理抄



宝酒造の福利厚生制度は、私にとって利用しやすいのが最大の利点です。診療費や薬品代、リラクゼーション施設の利用費なども、簡単な手続きだけで補助が受けられるので、病院にかかった時や薬を購入した時はもちろん、マッサージのお店に行ったり、人間ドックを受けた時など、日々の生活の中で大いに活用しています。また、旅行費として補助の一部を積み立てることができるので、リフレッシュ休暇をとる際、無理なく充実した休みを楽しむことができます。今後も、幅広く生活に密着した制度を積極的に有効利用し、心身ともに健康な生活に役立てたいと思っています。

NPOと協力して エコな輪を広げます

「TaKaRaハーモニストファンド」による、自然保護への助成も20年目を迎えました。
宝酒造は今後もNPOとともに、さまざまな環境保全活動を推進していきます。

「TaKaRaハーモニストファンド」 設立から20周年

宝ホールディングスは、1985年の創立60周年を機に公益信託「TaKaRaハーモニストファンド」を設立しました。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い、2005年で20年目を迎えました。第1回からの助成先件数は延べ219件、助成金累計額は1億525万円、地域は39都道府県に広がりました。今回は、愛知教育大学附属高等学校の生徒による「高校生による身近な環境調査、研究および普及活動」という研究テーマをはじめ、福岡県初の助成先とし

てNPO法人「つやざき千軒いきいき夢の会」など11件が選ばれました。



2005年度「TaKaRaハーモニストファンド」助成先一覧

	助成先団体・個人	地域	テーマ
研究の部	矢敷 彩子 (個人)	沖縄県	ハマグリ資源の遺伝的攪乱状況の解明
	愛知教育大学附属高等学校自然探求コース	愛知県	高校生による身近な環境調査、研究および普及活動
	片野鴨池ガンカモ研究グループ	石川県	片野鴨池における越冬カモ類の保護に関する研究
活動の部	NPO法人 つやざき千軒いきいき夢の会	福岡県	津屋崎入り江のカブトガニ産卵調査と汽水域の生物調査
	万之瀬川の自然を守る会	鹿児島県	万之瀬川の豊かな自然を次世代に残す取り組み
	東 和明 (個人)	沖縄県	南大東島まるごとミュージアムを確立する
	NPO法人 阿蘇花野協会	熊本県	阿蘇花野再生プロジェクト～絶滅危惧種ハナシノブやツクシマツモトが咲き誇る「花野」の再生をめざして～
	藤江 晋 (個人)	北海道	標茶町・西別川に生育するバイカモの生長と河床変動との関係解明に関する研究
	NPO法人 流域調整室	京都府	流域素材である葦や柿渋利用の体験
	NPO法人 穴塚の自然と歴史の会	千葉県	市民・学生・地元農家の連携による里山保全活動
	中田 周作 (個人)	岡山県	岡南地区における干拓関連文化財を中心とした水辺環境に関する基礎的調査

助成先の声



山下 征夫 様

NPO法人 つやざき千軒いきいき夢の会
事務局長

「つやざき千軒いきいき夢の会」では、会員と福岡エココミュニケーション専門学校の学生との協働により、真夏の大潮時の4日間、津屋崎入り江のカブトガニ産卵調査を実施しました。また、福津市立津屋崎小学校の総合学習として、カブトガニ幼生調査、飼育観察、入り江の生物観察、ごみ拾いなどの体験学習、2月には地元ボランティアや小学生を対象に研究発表会を実施しました。今回、助成をしていただいたおかげで、これまでにない調査活動が行え、絶滅危惧種であるカブトガニに関する貴重な資料を収集することができました。これからも継続して活動を行える基盤ができたことに、深く感謝しています。



助成先の声



尾野 和広 様

山城町立山城中学校
教頭

山城中学校は「省エネルギー教育推進モデル校」「エネルギー教育実践校」に指定されており、エコスクール活動として、節電・節水・ごみの削減などの地球温暖化防止の活動を行っています。屋上の下の教室は夏に34℃を超える日があります。暑さ対策の新たな取り組みとして、太陽光発電で生ごみ処理機を動かす、給食の残飯でたい肥を作る。そのたい肥と雨水タンクの水でヘチマやニガウリを育て、校舎に「緑のカーテン」を設けました。また屋上には、山城町で問題になっている放置竹林を間伐した竹を設置するなど、二酸化炭素を出さない、地球にやさしい取り組みが可能になりました。ご支援に深く感謝するとともに、これらの活動を今後も続けてまいります。



「エコな挑戦」助成事業への協賛 創立80周年記念

TaKaRaグループは創立80周年にあたり、地元京都・滋賀の自然の恵みを受けてきた企業として、京都新聞社主催の「エコな挑戦」助成事業に協賛しました。この事業は市民や地域による、環境保全のための新たな行動を支援する取り組みとして2005年に創設されたもので、環境保全活動のアイデアを募り、入賞者に資金を提供して、そのアイデアを実現してもらおうというものです。「京都や滋賀らしい市民・地域などによる新たな取り組み」「環境に良い効果をもたらす」「実現できる意欲や計画を持っている」「将来も効果が期待され、夢のある取り組み」などの観点から審査され、応募総数70件の中から10件の助成先と特別賞1件が選ばれました。



「エコな挑戦」助成交付式典。当日は会場となった平安神宮神苑に関する対談や見学会、環境音楽の演奏会も実施

2005年度「エコな挑戦」助成先一覧

助成先	テーマ
山城町立山城中学校	持続可能な社会を目指した山中エコスクール活動
今津中学校エコ・スクール	源流の山とつながる
針江生水の郷委員会	藻刈りイベントを通じた河川の保全と情報発信/外来者の宿泊を活用した川端の保全
八木町西田区	ふるさと図鑑 ― 西田の川に生きつづける魚たち・第2集発行とこれに必要な調査研究
NPO法人朽木針畑山人協会	山村の創造的な再生と活性化 ― 針畑郷雪祭 針畑どんど
NPO法人森守協力隊	炭だらけ! まっくろけのけ! 第5回親子環境教室
伯母Q五郎～伯母川研究こどもエコクラブ～	城池水質改善プロジェクト②
特定非営利活動法人京都・雨水の会	京都市立小学校雨水タンク調査
NPO法人丹後環境会議	1960年の暮らしと21世紀のあかりを通して自然エネルギーを体験する
フリースクールげんき塾	太田プロジェクトwithげんき塾

「お米とお酒の学校」と そのほかの社会貢献活動

「お米とお酒の学校2005」を開校しました。
ほかにも地域の清掃活動や海外イベントの協賛など、幅広い活動を行っています。

■「お米とお酒の学校2005」を開校

初めて開校した2004年に引き続き、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「お米とお酒の学校2005」を開校しました。この学校では子供たちに自然の

恵みに感謝する気持ちや適正飲酒などについて伝えていきたいと考えています。



4月の「田植え編」
千葉県印旛郡栄町の「田んぼ」でお米作りのスタート。苗をもらってさあこれから田植えです。



6月の「草取り編」
稲が大きく育つように田んぼの草取り。取った草は田んぼに埋めて、稲の栄養源にします。昔ながらの草とり機も体験しました。



10月の「恵み編」
自分達でつくったお米で「おにぎりパーティー」。宝酒造松戸工場でお酒ができるまでや「適正飲酒」についても学びました。



8月の「収穫編」
いよいよ待ちに待った稲刈り。小さな苗がこんなに立派になりました。収穫した稲を「はざがけ」で乾燥させることでおいしいお米になります。



お酒の完成!
収穫したお米は宝酒造白壁蔵で清酒になりました。子供達が手づくりしたオリジナルラベルを貼って世界にひとつしかない日本酒が参加のご家族の元へ。

ブログはじめました!

「お米とお酒の学校」の舞台裏を知っていただけるブログを開始。お米ができるまでやお酒ができるまでの様子を日記形式で紹介しています。

HP L: ブログ



HP K: お米とお酒の学校

「お米とお酒の学校」から生まれたお酒を オンラインショップで販売

「お米とお酒の学校」で参加親子が育てた「あきたこまち」を使い、白壁蔵で丹精込めて製造した清酒の一部をオンラインショップで限定販売。なお、このお酒の売り上げの一部は、緑の募金に寄付させていただくことになっています。

HP M: オンラインショップ



「お米とお酒の学校」の情報は、携帯電話からもご覧いただけます

■国体開催地での清掃ボランティア参加

「晴れの国おかやま国体」の開催を控えた岡山県下全域で、「ギネスチャレンジおかやま一斉ゴミ拾いプロジェクト」が行われました。この大規模な清掃活動に宝酒造の社員や家族、計43名がボランティアの一員として参加。渋川海岸に落ちている花火のごみやたばこの吸殻を収集しました。TaKaRa労働組合では、毎年創立記念日に社員やその家族が参加する「地球びかびか大作戦」という清掃活動を実施しており、今回の活動はその一環として取り組んだものです。

■海外での活動

米国宝酒造 (TaKaRa Sake USA Ink.) 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、地元祭りの自然環境団体の活動にも幅広く貢献しています。

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のほとんどをサポート。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。



「箱根ガーデン」チャリティーイベントでの「松竹梅」の鏡開き風景

■ペロタクシーへの協賛

宝酒造では、NPO法人「環境共生都市推進協会」が京都でスタートさせたCO₂が発生しない自転車タクシー「ペロタクシー」に、2002年の試験走行以来、毎年協賛しています。2005年は京都、東京、名古屋、大阪の4都市を「TaKaRa」のロゴマークが入ったペロタクシーが走りました。

また、2005年12月に開催されたエコプロダクツ展では、宝酒造ブース内にペロタクシーを展示し、全国の環境に関心の高い企業や消費者の方に紹介しました。

そのほかの社会貢献活動

社会貢献活動 (協賛)
小倉百人一首歌碑建立事業 寄付
芝生スクール京都
北海道遺産を守ろうキャンペーン
阿武隈川きらきらキャンペーン
長野の宝を守ろうキャンペーン
アースデイ2005
びっくり!エコ100選
東京都中央区フラワーサポート
国際協力活動支援金 (日本経団連国際協力センター)
京都犯罪被害者支援センター
各地共同募金 など

ボランティア活動	
実施内容	事業場名
広瀬川倶楽部 チャリティコンサート	東北支社
「愛・地球博」 ケアセンター ボランティア	京滋北陸支社
夜臼地区 秋の一斉清掃	九州支社
江戸川クリーン大作戦 清掃活動	松戸工場
さくら保存会への協力 (桜並木用投光器の場内敷設)	楠工場
油小路 (新堀川通り) 公道清掃	伏見工場
ボランティアグループで養護施設やデイケア施設などの慰問	黒壁蔵
高鍋町蚊口浜ビーチクリーニング	黒壁蔵
京都市まちの美化推進事業団 地域清掃	本社
「地球びかびか大作戦」 事業所周辺清掃	労働組合

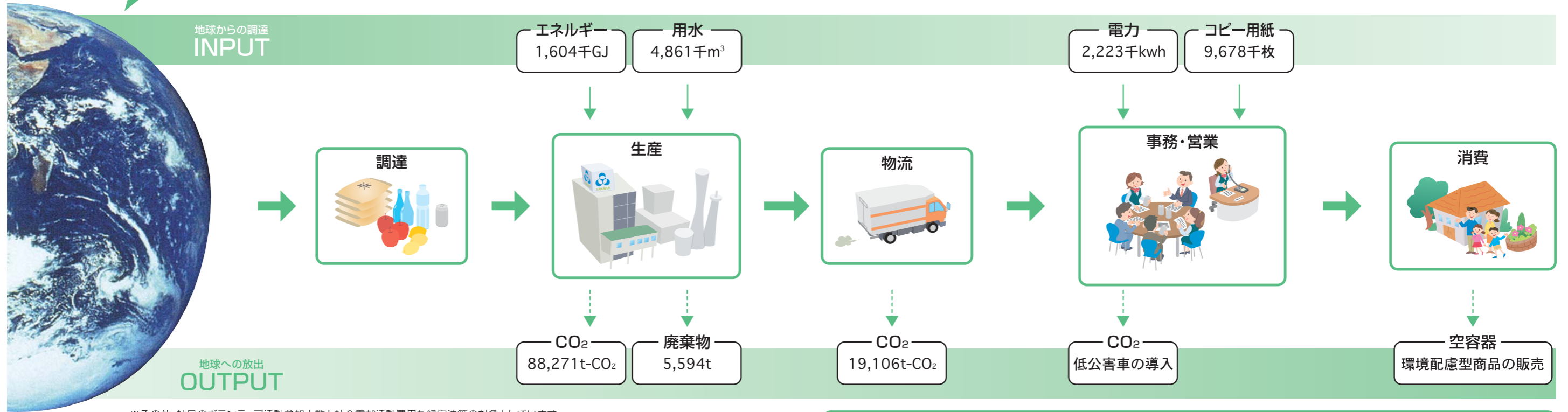


緑字決算を公表します

地球の「いきいき」のために

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実感を受け止め、地球環境への負荷軽減や自然保護活動、ボランティアなどの社会貢献活動を、企業としての責務と考えています。これらの活動成果を「緑字決算 (ECO)」という形で表現し、公表しています。

2005年度は0 ECO



※その他、社員のボランティア活動参加人数と社会貢献活動費用も緑字決算の対象としています。

2005年度の緑字決算結果は、0 ECOです

2007年度までの目標 +4ECO 達成には、生産関係の改善が課題です。

2005年度の緑字決算は、生産に必要なエネルギーが多い製品や廃棄物が多く発生する製品の構成比が高まったことや鮮度追求による多頻度小ロット生産によって生産効率が低下したため、生産関係はすべてマイナスECOとなりましたが、物流部門や社会貢献などのプラスECOとあわせると、全体では0 ECOとなりました。

緑字とは

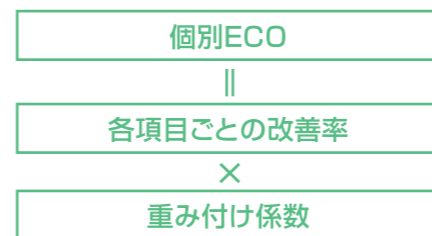
経済活動の成果を一般的に「黒字」「赤字」と表現することから、環境活動の成果を表現する言葉は何字だろう?と考えた時、環境=緑のイメージから1998年に「緑字」という言葉が生まれました。そして、今後は環境活動にとどまらず、「お客様、お取引先、社員、社会、地球など、皆様にとってやさしい企業」へ向けての活動の指標にしたいと考えています。

緑字決算とは

「緑字決算」とは、宝酒造のさまざまな環境負荷や環境配慮、社会活動の中から重要な項目を選定し、その改善度を「ECO (エコ)」という一つの指標で表したものです。一つの指標で表現するのは、単位や重要度の異なる活動の成果が、結果的に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いただくためです。

緑字決算の算出方法

緑字決算の対象となる11項目は、それぞれ単位が異なるため、単純にたし算することができません。そこで、各項目の改善率に「重み付け係数」を掛けた「個別ECO」を平均して、緑字決算 (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」で表します。重み付け係数とは、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、インターネット上で市民137名が行った5段階評価を係数化したものです。



4: 緑字決算対象項目選定と重み付け投票詳細

	生産				物流	オフィス		販売		社会	
	エネルギー使用量	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
(単位)	千GJ	千m ³	t-CO ₂	t	t-CO ₂	千kwh	千枚	%	千個	人	百万円
2005年度	1,604	4,861	88,271	5,594	19,106	2,223	9,678	65	31,505	462	115
2004年度	1,475	4,332	83,235	4,338	19,929	2,326	9,593	44	34,165	395	97
A)改善率 (%)	-8.7	-12.2	-6.0	-29.0	4.1	4.4	-0.9	21.0	-7.8	17.0	18.6
B)5段階評価	3	3	5	3	4	3	2	4	4	3	3
C)重み付け係数	0.89	0.89	1.49	0.89	1.19	0.89	0.60	1.19	1.19	0.89	0.89
A)×C)個別ECO	-7.8	-10.9	-9.0	-25.9	4.9	4.0	-0.5	25.0	-9.3	15.1	16.6
2005年度 緑字決算 (ECO)	0										

$$\text{重み付け係数} = \frac{\text{各項目の5段階評価}}{\text{11項目の5段階評価の平均}}$$

$$\text{緑字決算 (ECO)} = \frac{\sum \text{個別ECO}}{11}$$

5: 環境データ算出方法


6: 過去の緑字決算結果

2005年度の目標と実績


地球の「いきいき」のために

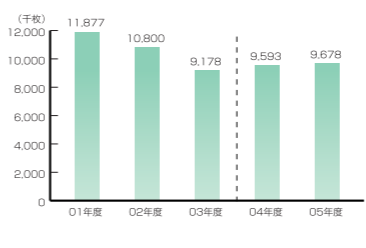

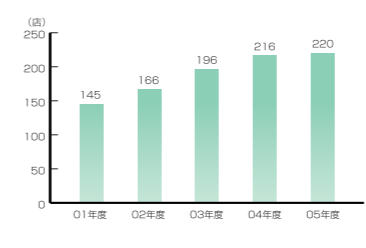
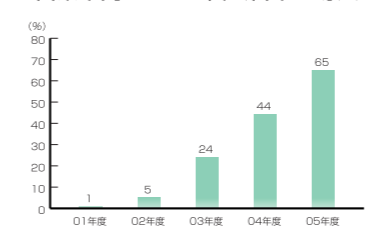

第6次中期経営計画(2005~2007年度)と連動させ、環境目標を設定しました。2005年度は環境目標10項目中6項目を達成しました。目標未達成の主な原因は、1kℓを生産するために必要なエネルギーが多い製品や廃棄物が多く発生する製品の構成比が高まったことや鮮度追求による多頻度小ロット生産によって生産効率が低下したことです。

 ...目標を達成できました


 ...目標を達成できませんでした

	2005年度の目標と結果	01年度~05年度の推移	取り組み・達成状況	今後の目標
1	生産部門CO₂削減 生産量1kℓあたり 2004年度対比 2%削減 ▼ 2004年度対比 8%増加	■生産活動におけるCO₂排出量 	アルコールの蒸留や洗浄殺菌のために使う蒸気をつくる際に重油やガスを使います。また、生産工程では電力も使用します。日々の省エネ活動やエネルギーの効率利用によりCO ₂ 削減に取り組んでいます。 → ガスボイラーの導入や省エネ活動によりCO ₂ の削減に努めましたが、エネルギーを多く使用するアルコール蒸留の増加や多頻度小ロット生産による生産効率の低下により増加しました。	2006年度目標 2004年度対比2%増加 2007年度目標 2004年度対比2%増加
2	物流部門CO₂削減 販売数量1kℓあたり 2004年度対比 8%削減 ▼ 2004年度対比 2%削減	■物流におけるCO₂排出量 	工場からトラックや鉄道、船舶等で製品を運ぶ際にCO ₂ が発生します。物流の効率化や省エネ運転、モーダルシフトの推進により、物流部門のCO ₂ の排出を抑制しています。 → 物流子会社のタカラ物流システムの燃費向上と消費地に近い工場での生産割合を高めることによりCO ₂ 排出量を削減することができましたが、目標値には達しませんでした。	2006年度目標 2004年度対比9%削減 2007年度目標 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 14%増加	■生産活動における用水使用量 	お酒の原材料として水を使用するほか、装置や容器の洗浄および製品の冷却などにも水を使います。生産工程での水の再利用や節水により用水の削減に取り組んでいます。 → 芋焼酎増産による洗浄用水の増加や、アルコール蒸留増加による蒸留冷却水の増加がありましたが、全体では目標を達成しました。	2006年度目標 2004年度対比8%増加 2007年度目標 2004年度対比6%増加
4	工場廃棄物削減 (副産物含まず) 生産量1kℓあたり 2004年度対比 7%増加 (副産・廃棄物再資源化率99.5%以上) ▼ 2004年度対比 31%増加 (副産・廃棄物再資源化率99.4%)	■生産活動における廃棄物排出量 	工場廃棄物の再資源化に取り組み、副産物を含む再資源化率は高い水準に達しています。現在は酒粕、みりん粕などの副産物を除く工場廃棄物排出量の総量削減に取り組んでいます。 → 芋焼酎増産による芋くずの増加や蒸留廃液の増加により大幅に増加しました。9月に黒壁蔵に飼料化設備を導入したことにより、今後は改善が見込まれます。	2006年度目標 2004年度対比17%削減 2007年度目標 2004年度対比19%削減
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 4%削減	■オフィスの電力使用量^{*1} 	事務活動の電力使用量削減は社員の省エネ意識の徹底により実現される、社員の環境意識の浸透度を高めるパロメーターと考えています。 → 必要以上に明るい場所の蛍光灯の一部撤去や空調の適温調整などにより目標を上回る削減を達成しました。	2006年度目標 2004年度対比3%削減 2007年度目標 2004年度対比3%削減

 7:工場副産・廃棄物の用途

	2005年度の目標と結果	01年度~05年度の推移	取り組み・達成状況	今後の目標
6	コピー用紙削減 2004年度対比 3%削減 ▼ 2004年度対比 1%増加	■オフィスのコピー用紙使用枚数^{*1} 	エコオフィスキャンペーンなどの社内運動を通じてコピー用紙の削減やリサイクルに取り組んでいます。コピー用紙使用量削減は電力と共に社員の環境意識のパロメーターと考えています。 → 2000年以降5年間減少を続けてきましたが、2005年度は1%増加し目標を達成できませんでした。	2006年度目標 2004年度対比6%削減 2007年度目標 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・仕組みをもつ商品を2品目以上発売 ▼ 環境配慮型の工夫・仕組みをもつ商品を5品目発売		製品仕様はすべての環境問題の方向性を決定します。宝酒造では環境配慮型商品を開発、発売していくことで消費者の皆様の手に渡ってからの環境負荷も削減したいと考えています。 → タカラcanチューハイ「WMIX」350ミリリットル缶の軽量化をはじめ、合計5品目に環境対応を実施しました。	2006年度目標 環境配慮型の工夫・仕組みをもつ商品を2品目以上発売 2007年度目標 環境配慮型の工夫・仕組みをもつ商品を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10店以上 ▼ 「はかり売り」新規実施14店	■「はかり売り」実施店舗数 	環境配慮型商品の販売量が増加することで環境負荷が低減されます。「はかり売り」の店舗数を増やすことで、商品への容器使用量の削減に取り組んでいます。 → 新たに全国で14の酒販店様ではかり売りをはじめることができました。	2006年度目標 「はかり売り」新規実施店10店以上(全社) 2007年度目標 「はかり売り」新規実施店10店以上(全社)
9	営業部門低公害車導入率の向上 低公害車導入率55%以上 ▼ 低公害車導入率65%	■営業車両における低公害車の導入率 	営業部門でも、製品物流と同様に多くの営業用車両を使用しておりCO ₂ や大気汚染物質が排出されます。燃費の良い低公害車の導入によって環境負荷の低減を図るため、低公害車の導入率向上に取り組んでいます。 → 支社の営業車を計画的に低公害車に更新することで、低公害車導入率65%を達成しました。また日々の営業活動の中で一人ひとりが省エネ運動を実践しています。	2006年度目標 低公害車導入率70%以上 2007年度目標 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14,668部	■緑字企業報告書の配布部数^{*2} 	緑字企業報告書をより多くの方にお読みいただくことで、宝酒造の環境への取り組みを消費者の皆様にご理解いただくことができると考えています。 → 「エコプロダクツ2005」などの環境イベントを通じて配布部数を伸ばし、目標を大幅に上回るすることができました。	2006年度目標 「緑字企業報告書」の配布部数13,000部以上 2007年度目標 「緑字企業報告書」の配布部数13,000部以上

*1 2004年度からは(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)の実績も対象にしています
 *2 01年度~03年度は発行部数

 8:工場別サイトレポート

一人ひとりが活動を 推進します

宝酒造ではISO14001の統合認証を取得し、
グループ会社と協力して環境活動を実践しています。

【工場:用水】

伏見工場 清酒係 主任 近藤 健爾
伏見工場では、36件の節水対策を講じ、
2005年度は前年対比8.4%減を達成。清酒係
は工場の約3分の1の用水を使用しているため
奮起一番、バルブの開閉一つひとつの無駄にも
気を配り、オーバーフロー水やコンプレッサー
冷却水の有効利用、CIP方法の見直し、送水圧力
の低減などで大きく寄与しました。



【本社:商品開発】

商品部 焼酎グループ
甲類焼酎課長 八木 孝憲
商品開発においては、容器だけで
なくラベル・キャップ・外箱も含めた
資材全体の材質見直しや形状変更に
よる軽量化を図ることなどで、省資源
化に取り組んでいます。また、分別し
やすく、リサイクルしやすい商品仕様
を常に心がけています。今後もさま
ざまな視点から、環境配慮型商品の
開発に取り組んでいきます。



【支社:管理】

九州支社 管理担当 高木 美弥子
九州支社では、事務所の電気が
2004年と比べて20%も削減でき
ました! 昼休みに一旦消灯したり、
会議や出張中などで不在のスペース
を消灯する、帰りの時間も一旦消灯す
るなど、日々小さなことからこつこつ
とやってきた結果だと思います。これ
からも無駄な電気を使っていないか
どうか常に気を配り、より気持ちを引
き締めて対応していこうと思います。

【支社:営業】

広域流通本部 広域第一課 課長補佐 秋野 崇
「はかり売り」は皆様のご理解なくしては成り立
ちません。お客様や販売店従業員の皆様と直接お
話をしながら、必要な分だけ購入でき、ごみ削減に
貢献するという「はかり売り」のシステムをご紹介
しています。このシステムをより多くの皆様にご
活用いただくために、今よりもタンクを簡単に設
置できるよう改善に向けて努力しています。



【関連会社:印刷】

大平印刷株式会社 営業本部営業1部
営業1課 川戸 光代
報告書の印刷にあたり、「100%リサイクル用紙」、
印刷廃水を出さない「水なし印刷」、大気汚染の原因
となる石油系溶剤を使わない「大豆油インキ」が採
用されました。また製版時の化学薬品消費量も大幅
に削減しています。今後も地球にも人にもやさしく、
さらに読みやすく手に取りたくなる印刷物を提案
していきたいです!

【工場:CO₂】

松戸工場 酒精係 主任 近藤 勉
松戸工場では、蒸気負荷の増加および老朽化により、
効率が悪化した小型貫流ボイラーの更新を行いました。
これにより高効率な運転が可能となりエネルギーロス
の削減、ならびに、燃料をA重油から天然ガスへ転換する
ことでCO₂の削減を図りました。結果、2005年9月~
2006年3月で約2,500トンのCO₂削減を実現しました。

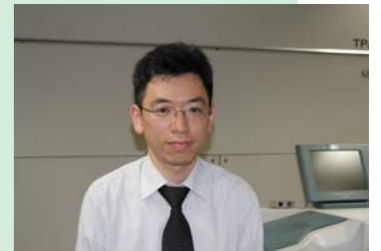


【関連会社:副産物】

タカラ物産株式会社 営業部長 都 秀明
タカラ物産は、宝酒造の各工場から出てくる酒粕
やみりん粕などの副産物を購入し、全国のお得意先
様に販売しています。酒粕には、甘酒や粕汁など人
が食用とするもの、粕漬け用、牛や豚などの飼料用、
有機肥料の原料などいろいろな用途があります。こ
れからも用途の開発や販路の拡大を図ることで、ゼ
ロエミッション化に貢献したいと思えます。

【関連会社:情報システム】

宝ネットワークシステム株式会社
業務システム課 植田 洋史
宝ネットワークシステムでは、積極的に複合機導入を進
めています。複合機を導入することにより、プリンタ、FAX、
スキャナー機能の一体化を進め、ランニングコストの削
減だけでなく、スキャナー機能を生かしたパソコンへの
電子保存による紙の節約、書類保存スペースカットを
実現しています。今後も、TaKaRaグループ全体のハード
・ソフト面において環境に優しく、かつ、効率化に貢献で
きるよう努力していきます。



【関連会社:物流】

タカラ物流システム株式会社
安全環境推進室長 丸山 利明
「エコドライブナビゲーションシ
ステム」の導入などハード面の対策に
加え、ドライバー自身が月2回、エコ
点検9項目を実施し、不具合は速や
かに対処することや、毎月各車両の
燃費を掲示し、全員がその結果を確
認できるようにするなど、ソフト面
での対応も行うことで大幅な燃費向上
を図ることができました。

【本社:環境】

環境広報部 環境課長 大豊 規至
全社のベクトルを合わせた環境活動を推進するた
めに、事業場で個々に取得していたISO14001の認
証を統合化したほか、環境目標を中期経営計画と連動さ
せて全社が一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。あとは一丸となって頑張るのみ!!



環境コミュニケーションを推進します

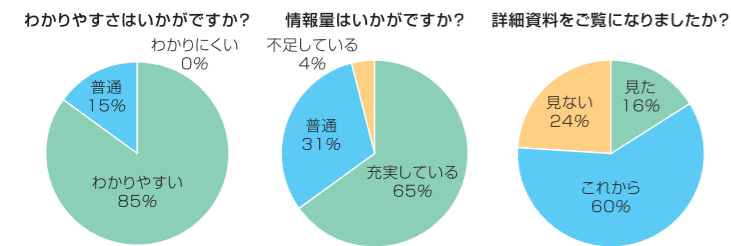
宝酒造では、社会や市民の皆様の声におこたえする環境活動を行うために、緑字企業報告書や展示会、ホームページなどを通じて、双方向のコミュニケーション活動を推進しています。また、NPOとの協働や産官学の連携にも努めています。

■緑字決算開示と緑字企業報告書の発行

宝酒造では、「ECO(エコ)」という独自の指標を用いて、地球環境に関する収支決算「緑字決算」を開示しています。緑字決算を掲載している「緑字企業報告書」は、2005年にリニューアルし、地球だけでなく、様々なステークホルダーの皆様とのコミュニケーションについてお伝えしています。また、同封のアンケートにご回答いただいたお客様の声は、環境活動や次年度の報告書作成の参考にしています。

2005年度は14,668部配布し、2006年3月までに46通のアンケートのご回答をいただきました。

2005年版アンケート結果



■ホームページでのさまざまな取り組み

宝酒造の環境サイト「環境への取り組み」は2005年4月にリニューアルし、常に新しい情報をお届けできるように運営しています。2006年4月には「環境への取り組み」内のエコキッズコーナーを独立させ「こどもタカラ」として新設。環境だけでなくタカラ本みりんの工場見学サイトへのリンクを行うなど、宝酒造の総合的な子供向けサイトになりました。

ほかにも、環境ポータルサイト「環境goo」の協力を得て「お米とお酒の学校ブログ」を開設するなど、より新鮮な情報を提供するとともに、双方向のコミュニケーションを進めています。



■ N:こどもタカラ

■エコプロダクツ展への出展

宝酒造では、毎年東京ビックサイトで開催される日本最大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、「はかり売り」をはじめとするエコプロダクツを紹介しています。2005年は地球温暖化防止のための「京都議定書」が発効したことから、CO₂削減につながる京都発のNPOの取り組みもブース内で紹介しました。宝酒造ブース内のパネルを読んでクイズに答える「宝酒造環境クイズ」への参加者は、3日間で5,000人にのぼり、大変ご好評いただきました。



■NPOと協働での取り組み

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」の方々の協力を得て「お米とお酒の学校」を実施しました。
- ◆「日本環境倶楽部」との協働で作成した飲み物容器のリサイクル啓発絵本「TaKaRaリサイクルロード」を、全国の小中学校の希望者に配布しています。
- ◆京都の「NPO法人 環境共生都市推進協会」のベロタクシー、「芝生スクール京都」の取り組みをエコプロダクツ展の宝酒造ブース内で展示、紹介しました。
- ◆当報告書の第三者意見を2005年は「京都CSR研究会」(研究者、企業CSR担当者、NPO、学生の4名)からいただきました。

■社内コミュニケーション

宝酒造では新入社員研修のプログラムに環境教育を組み込んでいることをはじめとして、毎年ISO14001に基づく環境教育を実施しています。また、TaKaRaグループ報に環境に関する情報を掲載したり、「お米とお酒の学校」を社員ボランティアで運営するなど、社員への環境啓発に力を入れています。



参加者をサポートする当社社員(黄色いリボン着用)



■市民・研究者・行政等とのコミュニケーション

社会全体で環境問題を解決するためには、市民の皆様をはじめとして産、官、学などが連携することが重要です。宝酒造では、業界および他業界との交流、大学での講義や学生からのインタビュー対応、インターネット、報告書、展示会などさまざまな方法を通じて双方向コミュニケーションを図っています。

- ◆(社)長野県産業環境保全協会総会で講演
- ◆(財)素材センター環境セミナーで講演
- ◆龍谷大学 授業で講演
- ◆龍谷大学法学部ゼミ工場見学対応
- ◆立命館大学学生委員会工場見学対応
- ◆大阪産業大学学生インタビュー対応
- ◆東北大学大学院学生インタビュー対応
- ◆日本自然保護協会学生リアルネイチャーセミナー パネラー
- ◆きょうとNPOセンター「企業の社会貢献とNPO」シンポジウム パネラー
- ◆企業とNPOの子育て支援協働推進セミナー2006・大阪 パネラー
- ◆京都大学環境報告書 ステークホルダー委員会 委員
- ◆びっくり!エコ100選企画委員会 委員

■環境会計

宝酒造の環境コストの中では、公害防止設備の投資やメンテナンス費用、CO₂削減のための投資、工場廃棄物リサイクル費用等の生産部門の環境負荷削減コストである「事業エリア内コスト」の割合が最も高い。そのほかにISO14001の運用費用や環境広告などの「管理活動コスト」や「社会活動コスト」などありますが、再商品化委託費用やリターンブル容器回収費用等の容器包装リサイクルに関わる「上・下流コスト」の割合が高いのが特徴です。

■ 9:その他の環境会計

(集計範囲:宝酒造単体 対象期間:2005年4月1日~2006年3月31日 単位:千円)

分類	主な取組の内容	投資額	費用額	
(1) 事業エリア内コスト		417,034	676,306	
内 訳	①公害防止コスト	排水処理設備更新、ボイラー、メンテナンス費用、下水道使用料、賦課金等	76,038	298,760
	②地球環境保全コスト	ガスボイラー、ポンプインバーター、CNGフォークリフト等	38,414	31,532
	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	302,582	346,014
(2) 上・下流コスト	再商品化委託費用、リターンブル容器回収、はかり売りタンク等	6,090	332,079	
(3) 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	5,250	299,352	
(4) 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	
(5) 社会活動コスト	ハーモニストファンド、ベロタクシー、芝生スクール京都、お米とお酒の学校等	0	24,435	
(6) 環境損傷対応コスト	産業廃棄物適正処理推進基金	0	60	
合 計		428,374	1,332,616	

地球の「いきいき」
のために

環境活動を支える仕組み

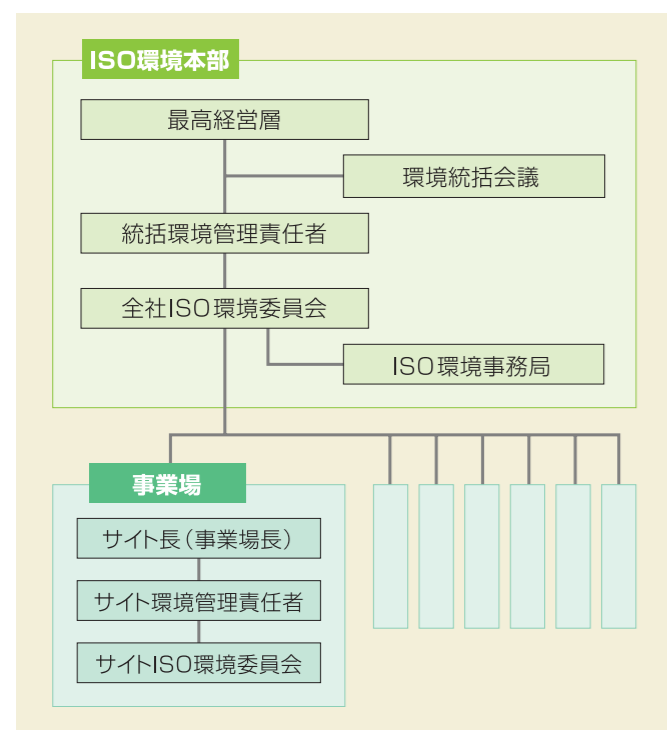
宝酒造ではISO14001の統合認証を取得し、全体が一つの目標に向かって活動を推進できる体制をとっています。

■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年度までに全工場、全支社、本社（同一ビルに入居している（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）を含む）でISO14001の認証取得を完了しました。そして2005年1月には統合認証を取得し、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。

 10:ISO14001、9001取得年表



■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2005年度は環境関連法規に関する違反事項はありませんでした。

■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・酒造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。

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 など



「緑字企業報告書2006」に対する意見

京都文教大学
現代社会学科
教授 島本 晴一郎
(京都CSR研究会幹事)

この緑字企業報告書2006は、同社の開発した環境指標であるECOによる緑字決算としての性格に、同社と社会との関連性を記載したいわばCSRレポートとしての性格が合わさったものといえる。作成に当たっては、グループ会社社長をも含めた環境統括会議、各部署から選ばれた委員からなる全社横断的な編集委員会が全面的に関わっているが、このことは同社の本報告書に対する真摯な姿勢を表している。

昨今、日本の企業の環境や社会に関する報告書は、GRIガイドライン(企業の経済・環境・社会活動報告国際基準)を踏まえて作成されることが多い。GRIガイドラインは、透明性の原則に始まり、網羅性、監査可能性、説明の完結性、関連性、維持可能な視点、正確性、中立性、比較可能性、明瞭性、時間的整合性などの諸原則を掲げており、参考とすべき点が多く、その意味ではこの報告書にも随所にその影響が見られる。

本報告内容の範囲は、地球環境に加え、顧客、パートナー、社員、社会、地域における広範なステイクホルダー別の視点をカバーしており、CSRレポートとしての網羅性は十分確保されている。因みにCSR(企業の社会的責任)とは、製品サービス、労働環境、自然環境、コンプライアンス(法令遵守)、コーポレートガバナンス(企業統治)、その他社会貢献などの分野に大別できるが、本報告書は、そのいずれも織り込んでいる。これまでの同社の緑字決算報告書は、環境の分野に力点を置きながら、さまざまな環境負荷という複合的な要素をECOという単位で置き換えてきたが、とりわけ今年度の報告書では、社会的関連指標をもECOに加えて数値化を図ったことは注目値する。

ところで、製品・サービスの安全性の追求、いきいきとした職場環境作りと自然への配慮の徹底が、よりよい製品につながることは明らかである。本報告書では、2005年7月に発生した乳酸菌混入による豆乳製品の自主回収の事実と経緯を正確に記しているが、これにより、同社の食の安全性に対する真剣さが読み取れる。また同様に、職場環境の指標として、伸び悩む有給休暇取得率、増加する休業災害度数が敢えて示されているが、これらも報告書の

透明性の証である。願わくばこれらの事象を記述報告のみに止めず、科学的にその原因を分析し、同社の対応を付記することが、信頼性を一層高めることになる。

コンプライアンスについては、同社は重層的にチェックアンドバランスが可能なシステムを構築しているが、なかでも社内外に「ヘルプライン」を設け、意見をCSR推進部に繋ぐようにしたのは画期的である。ここでも、報告書において「ヘルプライン」の稼働状況を明示すれば、説明の完結性が一層高まったものと思われる。同社の顧客との関係では、正しい飲酒のためのキャンペーンや環境啓発運動の内容、あるいはお客様相談室の状況とその対応まで具体的かつつばさに報告がなされている点が評価できる。

特集では、黒壁蔵と高鍋町の地域共生の実例をとりあげ、住民の生の声と、工場の環境や地域に対する姿勢をきめ細かく報告しており、具体的に企業と地域との関係が伝わってくる。なお、今年度ECOが伸び悩んだ原因のひとつとして、工場廃棄物の昨年度比増加があげられ、この背景には黒壁蔵の増産に伴う一時的な負荷の増加も一要因という分析が為されている。その点を併せて特集の部分にも付記しておくことより統一された記述になる。今後、記載事実と当該報告書の対象期間(2005年4月~2006年3月)との整合性に配慮することで、経済・環境・社会の3つの報告書の一体化が可能となり、また経年比較が容易な高質の報告体系になるだろう。

以上、主として技術的な側面に焦点を当てて述べてきたが、この報告書は冒頭にも述べたとおり、環境報告書から、完成されたCSRレポートへの成長の一里塚にあるものである。その意味では、同社の長い伝統により育まれてきた「いきいき」という概念や、「自然・社会・人間の調和」という企業コンセプトを更に深掘りして、あらためて未来にかけての企業戦略のコアに仕立てて欲しい。自分の見るところ、既にその予兆はこの報告書の随所に現れている。また、緑字決算という画期的な評価方法をパイオニアとして世に問うた同社であれば、CSRについての独自の、しかし説得的な評価方法を編み出してくれるものと信じてやまない。

TaKaRa



皆様の「いきいき」は私たちの「いきいき」
緑字企業報告書
2006

表紙写真

2005年6月、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」
草取り編の様子



この印刷物は、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構により色覚の個人差を問わず、多くの方に見やすく配慮されたデザイン(カラーユニバーサルデザイン)として認定されました。



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。