

地球の「いきいき」のために

環境目標の達成状況を報告します

第6次中期経営計画(2005~2007年度)と連動させて設定した10項目の環境目標の達成状況を報告します。



	2007年度の目標と結果	04年度~07年度の推移	取り組み・達成状況
1	生産部門CO₂削減 生産量1kℓあたり 2004年度対比 [目標] 2%増加 → [結果] 4.9%増加	■生産活動におけるCO₂排出量 	アルコールの蒸留や製品の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。 →2006年まではアルコール蒸留時のエネルギーの増加や多品種小ロット生産による生産効率の悪化により増加していました。ガスボイラーの導入や省エネ活動によりCO ₂ の削減に努めた結果、2007年は目標達成までには足りませんでした。総量、原単位とも減少に転じました。
2	物流部門CO₂削減 販売数量1kℓあたり 2004年度対比 [目標] 10%削減 → [結果] 15.2%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。 →運送子会社のタカラ物流システムのトラック燃費向上や消費地の近い工場での生産率を高めることにより、工場からの製品物流に伴うCO ₂ 総排出量は削減することができました。
3	生産部門用水削減 生産量1kℓあたり 2004年度対比 [目標] 6%増加 → [結果] 9.5%増加	■生産活動における水使用量 	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。 →2006年度より総量では5.7%減少しましたが、芋焼酎の原料芋洗浄用水の増加や、アルコール蒸留の増加による冷却水の増加があり、1kℓあたりでは目標を達成できませんでした。
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 [目標] 19%削減 → [結果] 12.5%増加 <small>(副産物再資源化率99.5%以上) (副産物再資源化率98.0%)</small>	■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などにより2004年度対比では増加していますが、焼酎廃液の飼料化プラントの導入効果により、総量、原単位とも減少傾向にあります。
5	オフィス部門 電力使用量の削減 2004年度対比 [目標] 3%削減 → [結果] 1.5%削減	■オフィスの電力使用量^{※1} 	オフィス内の蛍光灯に一つずつスイッチを付れたり、必要以上に明るい場所の蛍光灯を減らしたり、空調の適温調整などにより電気使用量の削減に取り組んでいます。 →上記の活動を各オフィスで実施することにより、全体では2004年度比で1.5%削減することができました。しかし温度を一定に保つ必要がある部屋(コンピュータールームなど)は外気の寒暖の影響が大きく電気使用量が増加したため、目標達成には足りませんでした。

※1: 工場副産物・廃棄物の用途

	2007年度の目標と結果	04年度~07年度の推移	取り組み・達成状況
6	コピー用紙削減 2004年度対比 [目標] 10%削減 → [結果] 6.2%削減	■オフィスのコピー用紙使用枚数[※] 	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気とともに社員の環境意識のバロメーターと考えています。 →6.2%削減し、2年連続して減少しましたが目標を達成できませんでした。
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 [目標] 2品目以上発売 → [結果] 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。 →上撰松竹梅「たけ」180mlの外装に生分解性フィルムを採用したほか、ペットボトル、ビンの軽量化など資源を節約し、CO ₂ を削減する改良型商品を発売しました。
8	環境配慮型商品の販売促進 「はかり売り」新規実施 [目標] 10店以上 → [結果] 19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19の販売店舗ではかり売りをはじめることができ、焼酎のはかり売りによる販売量も増加しています。
9	営業部門 低公害車導入率の向上 低公害車導入率 [目標] 80%以上 → [結果] 94%	■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。燃費のよ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94%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転を実践しています。
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 [目標] 13,000部以上 → [結果] 22,443部	■緑字企業報告書の配布部数 	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2007」などの環境イベントを通じての配布などにより、目標を大幅に上回ることをできました。

※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

※5: 工場別サイトレポート

お客様の「いきいき」のために
社会の「いきいき」のために
地球の「いきいき」のために
社員の「いきいき」のために
信頼される企業であるために

お客様の「いきいき」のために
社会の「いきいき」のために
地球の「いきいき」のために
社員の「いきいき」のために
信頼される企業であるために