

地球の「いきいき」のために

環境コミュニケーションを進めます

環境問題をより効果的に解決するために、多くのステークホルダーの方々の
双方向コミュニケーションを積極的に進めています。

環境問題は、市民の皆様をはじめ、産・官・学など多くの
ステークホルダーの方々と連携することで、より効果的な
解決が図れると思います。そのためには、日頃からの双方
向のコミュニケーションが欠かせません。

宝酒造では、緑字企業報告書やインターネットを通じて、
また、環境イベントへの出展や環境セミナーでの講演など
さまざまな方法を通じて、双方向のコミュニケーションに
努めています。特に、環境イベントや環境セミナーでの講

演は、宝酒造の環境への取り
組みに対するご意見を直接伺
える貴重な機会と考えています。

中尾 雅幸
環境課



環境イベントへの協賛・出展

2007年度は、4月開催の「アースデイ東京」、8月のびっくりにエコ100選、12月の「京都環境フェスティバル」と「エコプロダクツ展」に協賛・出展しました。

これらの展示会においては、空容器の問題への取り組み(環境配慮型商品の開発)や環境教育の取り組みを中心に紹介しました。

●京都環境フェスティバル2007

18年目を迎える「京都環境フェスティバル2007」は、地
球温暖化防止京都会議(COP3)開催10周年を記念して、
例年にも増して活発に行われました。ここでは、宝酒造が協
賛した「京都環境ポスターコンクール」の優秀30作品の展
示もなされました。宝酒造のブースでは環境配慮型商品
を中心に宝酒造の環境活動を紹介しました。



京都環境フェスティバルの様子

●エコプロダクツ展2007

国内最大規模の環境展である「エコプロダクツ展」に出
展し、「はかり売り」や宝焼酎「純」のリターナブルびんなど
の環境配慮型商品の紹介を行うとともに、子どもたちには
環境啓発絵本「リサイクルロード」を配布しました。当社の
環境活動をより知ってもらうために、宝酒造ブース内のパネ
ルを読んで答える「宝酒造環境クイズ」を実施し、3日間で
約5,000名のクイズ参加者がありました。また、主催者と連
携したイベント企画としてペロタクシーの体験乗車も実施
しました。「エコプロダクツ展」は、来
場者数が年々増
加しており、市
民の方々と直接情
報交換できる重要
な機会であると思
っています。



エコプロダクツ展の様子

ホームページでの取り組み

宝酒造の環境サイト「環境への取り組み」は、2005年に
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て「こどもタカラ」を新設。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ども向けサイトとしました。

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、双方向コミュニケ
ーションを進めています。



「こどもタカラ」のホームページ

HP: こどもタカラ

セミナーでの講演

日本環境倶楽部主催の環境セミナーで宝酒造の社会貢
献活動について紹介したほか、ガラスびんのリユースに関
するパネルディスカッションにパネラーとして参加するなど、
宝酒造の環境活動、社会貢献活動を紹介するとともに、多く
の方々と意見交換ができました。



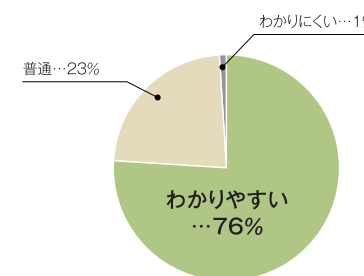
日本環境倶楽部主催環境セミナーでの講演の様子

CSR報告書の発行

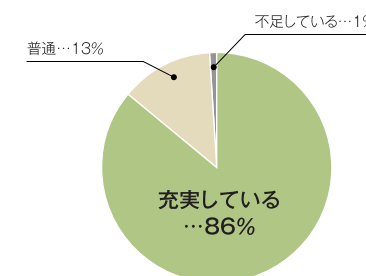
1998年から「緑字(ECO)」という独自の指標を用いて、地球環境に関する収支決算を「緑字決算」という形で開示してい
ます。毎年発行している報告書にはアンケート用紙を同封しており、「緑字企業報告書2007」(2007年8月発行)につきまし
ては、694件の回答をいただきました。皆様から返信いただいたご意見などを参考に、今後もよりわかりやすい報告書の作成
に努めてまいります。

■2007年度のアンケートの結果

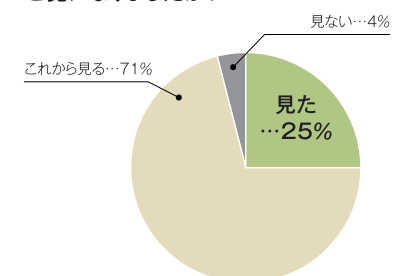
わかりやすさはいかがですか?



情報量はいかがでしたか?



ホームページで公開している「詳細資料」は
ご覧になりましたか?



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