



宝酒造では、お客様や社会、地球環境など、
 ステークホルダーの皆様にいきいきをお届けする企業であることをめざしています。
 なかでも、独創的で確かな技術に裏付けられた商品やサービスを通じて、
 皆様のいきいきとした生活に貢献することが願いです。
 そして、その実現のために、社員がいきいきと働ける環境づくりや、
 しっかりとした社内体制の構築に努めています。

編集方針

「緑字企業報告書2009」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）の皆様によりわかりやすく誠実に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：2008年4月1日～2009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「環境報告ガイドライン2007年版」、GRI*「持続可能性報告のガイドライン2006」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。

●発行時期：2009年9月
 （前回2008年9月、次回2010年8月予定）

詳細情報はホームページに掲載しています

本報告書にHP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/environment/greenpdf/pdf2009.htm>

- HP 1～10・・・工場別報告などの詳細資料
- HP A～H・・・IR情報などの参照ページ

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。

HP A：IR情報



目次

編集方針…………… 01
 トップインタビュー…………… 03

〈特集〉

環境配慮型商品の開発：4Rの取り組み……………05
 ～持続可能な社会の実現に向けて～

お客様の「いきいき」のために

お客様へ安心・安全をお届けします…………… 11
 お客様との対話を大切にします…………… 13
 お客様の健康を考えます…………… 15

社会の「いきいき」のために

次世代に自然の大切さを伝えます…………… 17
 よりよい社会づくりをめざします①…………… 19
 よりよい社会づくりをめざします②…………… 21

地球の「いきいき」のために

環境活動を支える仕組みを整えます…………… 23
 「緑字決算」を公表します…………… 25
 環境目標の達成状況を報告します…………… 27

社員の「いきいき」のために

働きやすい環境づくり・人財育成に取り組みます……………29
 自己選択・自己責任・自己実現できる社員の育成に
 取り組みます…………… 31
 仕事と家庭の両立を考えます…………… 33

信頼される企業であるために…………… 35
 企業概要／事業紹介…………… 37
 宝酒造のあゆみと社会・環境活動の歴史…………… 39
 第三者意見…………… 41

皆様に「いきいき」をお届けすることが私たちの最大の責務です。

宝酒造株式会社 取締役社長

大宮 久



—宝酒造のCSR活動の基本は何でしょうか？

宝酒造が社会から信頼され必要とされる企業であることです。当社の企業理念には、自然との調和を大切に、人々の健康的な暮らしと生き生きとした社会づくりに貢献することを掲げています。この企業理念を実現することこそが宝酒造のCSRであり、皆様からの信頼と支持を得られるものと考えています。そのためには、社員一人ひとりが誠実な気持ちで日々の業務に取り組むことが大切だと感じています。

—具体的にはどのような活動が大切だと考えていますか？

まず第一は、事業活動を通じ、消費者の方々が求める高品質でおいしい商品を開発し届けることです。商品やサービスを通じて、消費者の皆様へ「いきいき」とした生活を送ってもらえることが最も重要な社会的責任だと思っています。

そのためには、消費者の皆様が何を望んでいるかを感じ取ることが何より大切です。心の中にある潜在的な欲求を汲み取りそれを商品として具現化するわけですから、簡単なことではありませんが、社員には常に消費者の視点に立って考えるよう求めています。当社の行動規準にも、このような思いが反映されています。

第二は、しっかりした品質管理のもと製造された商品をお届けすることです。

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。

—しかし近年、事故米の事件をはじめとする不祥事が相次ぎ、食の安全・安心への信頼が揺らいでいます。

宝酒造では、消費者の信頼を得るために、どうしていますか？

原料から製造過程、最終商品に至るまでのすべての段階での品質管理が重要です。

そのため、それぞれの段階に携わる社員の意識やスキルといった人の面と、高精度の分析機器の導入や二重三重の検査といった管理体制の面の両方から品質管理を進めています。

—地球温暖化問題や生物多様性の問題など地球環境の破壊は深刻さを増しており、環境に配慮した事業活動はCSRの重要な要素となっています。

宝酒造ではどのような取り組みを行っていますか？

当社の主力商品は、穀物やきれいな水、微生物など自然の恵みを得て成り立っています。

すなわち、豊かな自然は当社が事業活動を続けて行くうえでの大前提です。このような考えから、自然保護活動には30年もの前から継続して力を入れて取り組んでいます。

また、当社が与える環境負荷では、商品を購入いただき消費された後に発生する空容器の問題が大きいと捉えています。このため、この空容器問題に対しても早くから全社で継続的に取り組んでいます。

—最後にステークホルダーの皆様へ一言。

昨年秋以降の世界同時不況をはじめ社会環境が大きく変化する中で、改めて当社はステークホルダーの皆様へ支えられていることを実感しています。

これからも社員一人ひとりが皆様の声を真摯に受け止め、皆様へ「いきいき」をお届けしていくことが、当社の最大の責務であると考えています。

この報告書を通じてステークホルダーの皆様へ当社の活動をご理解いただき、忌憚のないご意見をいただければ幸いです。

〈特集〉

環境配慮型商品の開発: 4Rの取り組み

～持続可能な社会の実現に向けて～

宝酒造では、焼酎や清酒、チューハイ、本みりんなどを製造し、ガラスびんやペットボトル、アルミ缶、紙パックなどさまざまな容器に充填して販売しています。ところが、これらの商品を販売し中身が消費された後に発生する空容器は、社会に大きな環境負荷を与えています。

このため、当社では以前からこの空容器の問題に対処するため、リデュース(減量化)・リユース(再利用)・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。

今では当たり前になったステイオンタブを日本で最初に採用したり、宝焼酎「純」の容器をリターナブルびんへ変更したことは、その一例です。

この問題の解決にあたっては、特定の専門部署だけが関わるのではなく全社的な課題として関連部署が連携して取り組むこと、

そして、それを地道に継続的に取り組んでいくことが大切だと考えています。

この特集では、全社を挙げての環境配慮型商品の開発・4Rの取り組みを紹介していきます。

Refuse (リフューズ)

余分な物は買わずに、必要な物だけを買うことにより、ごみを減らす活動です。「はかり売り」は余分な容器を購入せず、必要な分だけ中身を買うという意味でリフューズにあたります。



Reduce (リデュース)

容器や包装に使う材料を減らすことで、ごみになる物を減らします。製造時の資源消費や商品輸送に伴う燃料使用の削減などの環境負荷削減効果が期待できます。



Reuse (リユース)

同じ容器を何度も使うことで、資源の節約やごみの発生を抑えます。清酒や焼酎、本みりんなどで使用されている一升びんやビールびん、牛乳びんなどのリターナブルびんは代表的なリユース事例です。



リターナブル化

Recycle (リサイクル)

使用済みの容器包装を燃やしたり埋め立てたりするのではなく、もう一度資源として再利用することです。



環境配慮型商品の開発: 4Rの取り組み

～持続可能な社会の実現に向けて～

お客様相談室

お客様相談室では、さまざまなご意見・ご提案をいただきます。その中には、容器のリサイクルやリユースといった環境に関するものもあります。皆様からいただいたこのようなお声は、容包品調達部門や商品開発部門など社内の関連部署に伝えるようにしています。いただいたご意見等は、必ずしもすぐに活かせるとは限らないのですが、「お客様の声」を適切に担当部署に伝えることで、少しでも改善が進むようにと思っています。



SCM部

(サプライ・チェーン・マネジメント): 環境に配慮した容包品等の調達

容包品の調達にあたっては、軽量化された容器やリサイクルに配慮した容包品などの情報について常に意識しています。お客様相談室への要望や他社での事例も参考としながら、より一層環境に配慮した容包品を開発するために、容包品メーカーに対して提案を行うこともあります。

HP 1: グリーン調達・4Rガイドライン

1989年

日本で初めて ステイオンタブを採用

1989年に日本で初めて、スポーツドリンク「PADI」に缶からタブ(引き金)が外れないステイオンタブを採用しました。それまでの飲み口から外れるプルタブで問題となっていた、ポイ捨てによるタブの散乱や動物のタブ飲み込み被害の防止に役立ちました。



1994年

「純」、「純」レジェンドを リターナブルびんに変更

1994年から主力商品の宝焼酎「純」、宝焼酎「純」レジェンド720mlびんをリターナブルびんに変更しました。



HP 2: 720mlリターナブルびんの推移



環境配慮型商品開発部会

環境配慮型商品の開発にあたっては、関連部署間の連携が欠かせません。このため、組織横断型の情報交換の場として、「環境配慮型商品開発部会」を開催しています。この会議には、資材調達等にかかわるSCM部、リサイクル関連の情報に接する機会が多い環境課、商品の企画・開発を担っている商品部のメンバーが集まって情報交換を行い、情報の共有化を図っています。

② B:環境配慮型商品

商品部:環境に配慮した商品の企画・開発

商品部では、消費者の皆様が求める高品質でおいしい商品の企画・開発に努めていますが、あわせてリサイクルのしやすさや軽量化など環境への配慮も念頭に置いて商品づくりを進めています。その際には、お客様相談室にご連絡いただいた提案も参考にしています。

③:環境に配慮した商品開発のための指針



SCM部&工場:新規環境配慮型商品の製造試験

新しい環境配慮型商品は、従来の商品と形状や強度が異なる事があります。このため、このような商品の製造にあたっては、容包品メーカーでの性能試験や自社工場でのラインテスト、物流テスト等を行った上で、必要に応じて容包品の仕様再検討や、工場設備の改造を施します。その後、関連部署間にて試験結果の確認を行い、ようやく新しい環境配慮型商品が生まれます。



新規容包品を使用して実際に工場のラインにてテスト充填を行い、ライン上でのトラブルや積み置き保管時のトラブルが発生しないかどうかを評価します。これらの評価を総合的に検証し、新規容包品の採用可否を最終判断します。



支社:焼酎のはかり売りの新規取り扱い店舗の開拓

はかり売りは、お客様に持参していただいた容器に商品を入れて販売する、すなわち中身だけを販売する方法ですので、はかり売り店舗を増やすことは容器の削減につながります。このため、当社の焼酎のはかり売りを取り扱っていただける販売店様を増やすことを目標に掲げて取り組んでいます。

焼酎のはかり売り10周年の成果

1998年に焼酎のはかり売りを開始して以来、10周年を迎えることができました。この間に節約できた容器は、2.7ℓのペットボトルに換算すると443万本に上ります。この10年間に節約できたペットボトルの製造過程で排出される二酸化炭素量は約1,150トンにもなります。この二酸化炭素の量は、乗用車が地球を125周するときに発生する量に相当します。



1998年

酒類業界で初の「指定ペットボトル自主設計ガイドライン」に準拠したペットボトルを開発

1998年、リサイクルの効率化のために策定されたPETボトルリサイクル推進協議会の「指定ペットボトル自主設計ガイドライン」に完全準拠し、ラベルははがしやすく、取っ手は持ちやすいグリップに変更するなどしたリサイクルしやすいペットボトルを開発しました。



1998年

焼酎のはかり売りを開始

1998年から、新たな容器を使用せず中身だけをご購入いただく「焼酎のはかり売り」を開始しました。



1999年

はずせるキャップ採用

お客様の分別作業が容易になるように、本みりんや料理用清酒に「はずせるキャップ」を採用しました。



2004年

飲み物容器のリサイクル啓発絵本「TaKaRaリサイクルロード」を作成

2004年、NPO法人日本環境倶楽部と共同で飲み物容器のリサイクル啓発絵本「TaKaRaリサイクルロード」を作成しました。



環境配慮型商品の開発: 4Rの取り組み

～持続可能な社会の実現に向けて～

環境課:4Rの取り組みの情報発信

宝酒造では、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に取り組んでいます。この4Rの取り組み内容を、エコプロダクツ展やアースデイなどの環境イベントや市民イベントで紹介するようにしています。また、3R関連の講演会やパネルディスカッションにも参加しています。当社の4Rの取り組みに対する率直なご意見をいただける貴重な機会ですので、今後も積極的に出展、参加し、コミュニケーションを図っていきたくと考えています。



環境フォーラムきょうとの様子

環境フォーラムきょうと

2009年3月、京都市等が主催する「環境フォーラムきょうと」に出展しました。このイベントは、資源循環型社会へ転換を図るためにごみと資源についてみんなで考えることを目的として開催されたものです。環境配慮型商品を展示し4Rの取り組みを説明した当社のブースにも多くの方がお見えになり、たくさんのご意見やご質問をいただきました。

エコプロダクツ2008

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、10周年を迎えた「はかり売り」を中心に、当社の4Rの取り組みを紹介しました。紹介後には、環境クイズを行い、正解者には酒パックをリサイクルした景品をプレゼントしました。



エコプロダクツ展の様子

2007年

業界初!清酒の外装フィルムに 生分解性プラスチックを採用

2007年、清酒の外装フィルムにトウモロコシのでんぷんを原料とする生分解性プラスチックを業界で初めて採用しました。



全社を挙げてみんなで取り組んでいます!



— 支社 —



— 工場 —



— お客様相談室 —



— 商品部 —



— 環境広報部 —



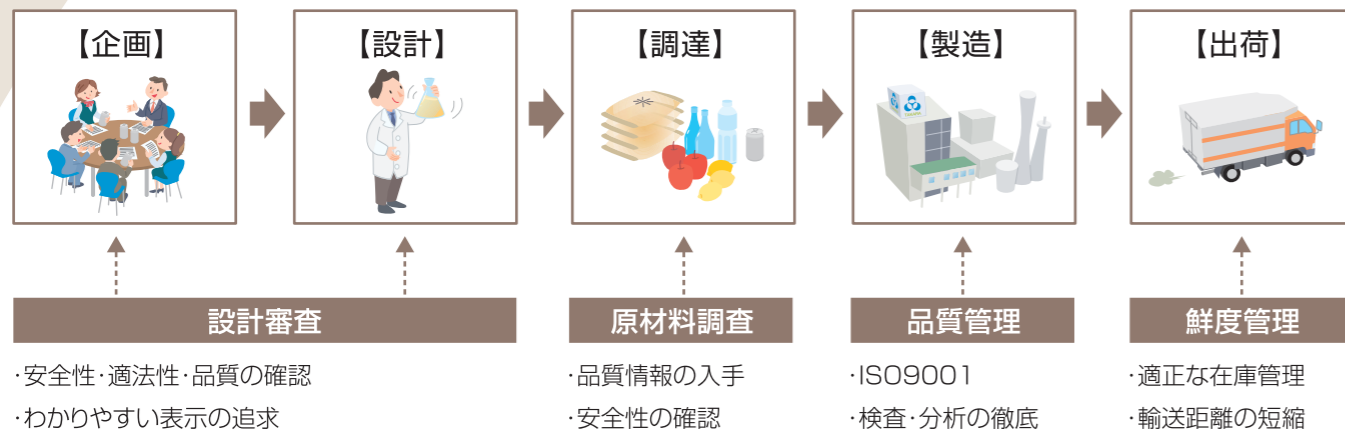
— SCM部 —

お客様の
「いきいき」のために

お客様へ安心・安全をお届けします

商品企画から製造・出荷にいたるまでの確かな品質管理体制のもと、お客様に安全で安心していただける商品をお届けできるよう努めています。

■商品企画から出荷までの取り組み



商品企画

商品企画の段階では、消費者アンケートやグループインタビューを行いながらお客様や市場のニーズをキャッチし、高品質でオリジナリティあふれる商品開発に取り組んでいます。また近年では、食の安全・安心に対する意識の高まりを受けて、原料の品質や産地にこだわった商品の開発をすすめています。

確実な品質設計の実施

設計段階では、品質規格、商品の安全性から容器包装品、製造工程にいたる商品の設計内容すべてに対して、デザインレビュー（設計審査）の手法を用いて徹底した確認を行っています。設計段階において、不良となりうる点を極力なくし、しっかりした品質設計であることを確認した上で、製品化します。

賞味期限やラベルの表示内容についても、製品化前に十分審査し、適正・適切な製品表示に努めています。

安全な原料の調達

製品に用いる原料は、直接農産物を原料とするものから、農畜水産物を起源とし高度に加工を施されたものまでさまざまなものがあります。これまでは、直接の取引先は把握しているものの、原料調達ルート全体を把握しきれていないものも一部ありましたが、昨年の事故米穀不正規流通事件の発生を受け、すべての原料サプライヤーに対し、調達ルートの再調査を実施しました。その結果、調達ルートが確実に確認できることおよび品質保証書における品質・安全性・適法性の確認できた原料のみを採用するようになりました。

原料分析による安全確認

輸入原料や米、麦などの農産物原料に対しては、残留農薬、重金属などの分析を全ロット実施し、安全性を確認しています。分析に際しては、分析専門業者と同等レベルの、高性能な分析機器（LC-MS/MS^{※1}・GC-MS等）を分析センターと必要な工場に設置し、分析を実施しています。一部の機器は、グループ企業であるタカラバイオ（株）の販売しているものであり、高度な分析技術を保有している当社グループならではの技術力を活かし、原料の安全性を確認しています。



LC-MS/MSによる分析

※1：LC-MS/MSとは、高速液体クロマトグラフ（HPLC）と質量分析計（MS）を組み合わせた分析装置です。試料成分のイオンを2段階MSで選別するため選択性が高く、高感度にたくさんの成分を定量することができます。

品質マネジメントと衛生的環境での製造

宝酒造では全工場でISO9001品質マネジメントシステムの認証を取得し、品質保証の強化に取り組んできました。原料受入から出荷にいたるまで、品質検査に合格したものが次工程に進み、最終検査を経て出荷されます。

また、衛生環境のレベルアップにも、毎年取り組んでおり、充填室など高度な清浄性が要求される作業区域は、クリーンルーム仕様を採用し異物混入が発生しないような製造環境を整えています。充填室へは、専用の無塵服を着用し、エアシャワー室で付着異物の除去後入室しています。さらに不要物の持ち込み禁止等厳重な入室管理を実施して、衛生的な作業環境を維持しています。



充填室では無塵服を着用



エアシャワーで異物を除去

充填後の製品は、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確保に努めています。



自動検査装置によるキャップの検査

紹興酒における取り組み

宝酒造では、30余年にわたり、「塔のマーク」として親しまれている紹興酒「塔牌」を中国から輸入しています。中国浙江省の紹興で醸造される老酒だけが紹興酒と呼ばれ、その中でも「塔牌」は中国政府から「中華人民共和国原産地域産品」の認定マークを発行されている確かな品質の製品です。さらに当社では、製品の輸入ロットごとに自社にて成分分析や農薬等の一斉分析を実施しています。使用する原料（もち米、小麦）については、品質証明書による確認だけでなく、サンプルを入手し、日本国内の検査機関にて分析を行い安全性を確認しています。また、当社の技術者が定期的に中国の生産工場を訪問し、品質の維持・向上に関する協議を継続して、確かな品質の紹興酒を安定的にお届けできるよう努めています。



紹興酒の品質証明書



紹興酒「塔牌」花彫（陳五年）600ml



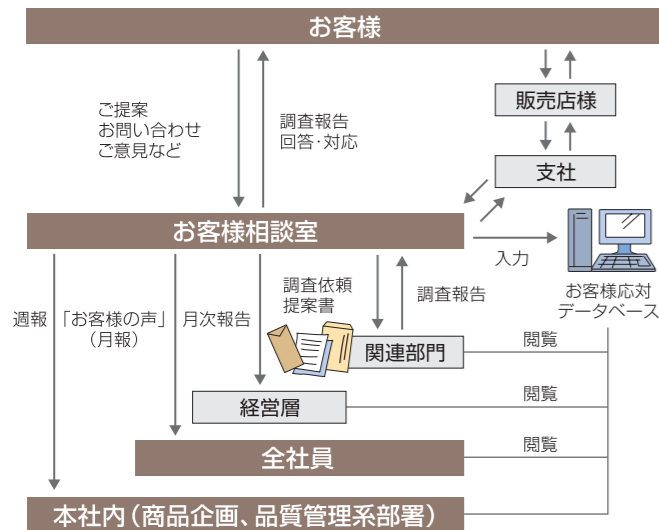
お客様との対話を大切にします

お客様によりよい商品やサービスをお届けし、皆様の信頼とご期待にお応えできる企業であるために、お客様とのコミュニケーションを大切にしています。

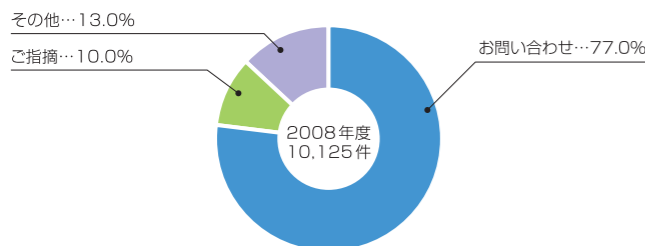
お客様相談室の役割と仕組み

お客様相談室では年間、約1万件のお客様の声(ご意見、お問い合わせ)をいただきます。私たちは、その一つひとつに真摯に耳を傾け、より良い製品をより安全に提供できるように、お客様と宝酒造との懸け橋となるべく努めています。「消費者のいきいきは、私のいきいき」を行動規準にしている宝酒造では、お客様の声は個人情報保護した上で、すべてデータベースに蓄積し、全社員に公開しています。会社の窓口として、相談室一同、「誠実・迅速・確実」をモットーに、お客様にベストな対応ができるよう努めています。

■お客様対応の流れ



■お客様相談件数と内訳



お客様へのさまざまな情報提供

宝酒造ホームページ内に「お客様相談室」を開設し、お客様からよくいただくご質問とその回答を掲載しています。また、梅酒をはじめとするホームメイドリキュールの作り方や、調味料を使った料理レシピの検索など、お客様のお役に立つ情報もホームページに多数掲載しています。

【お客様相談室のアドレス】 C: お客様相談室

<http://www.takarashuzo.co.jp/soudan/index.html>

Eメール受付窓口を、当社のホームページに設置

2007年9月より、「Eメール受付窓口」を設置しています。お電話での受付時間には、平日の9時~17時と制約がありますが、Eメール受付窓口では、夜間や休日などご都合のよい時間にご質問やご意見をお受けすることが可能です。当社では、原則、3営業日以内の返信を心がけて対応しております。生活パターン多様化の時代を受け、Eメール受付窓口を通じた、お客様とのコミュニケーション機会は増えつつあります。ぜひご利用ください。



ホームページ内のEメール受付部分

週報・月報を活用した社内フィードバック

お客様対応の情報は、個人情報を伏せた形で、社内にフィードバックされています。

本社向け週報

毎週1回、本社内において、タイムリーに企画や品質管理の担当者へ、Eメール配信します。

○編集者

お客様相談室 | 清水 弘子

私たち「お客様相談室」は、直接お客様からお話をお聞きすることによって、日々、さまざまなことに「気づきのヒント」をいただきます。時にはメーカー側の視点ではわからなかった製品の思わぬ側面に気づかされることがあります。この「週報」により、関係部署のキーマン担当者に直接「お客様の声」が届き、担当者よりレスポンスをいただくことによって、明日のよりよい製品づくりやサービスに弾みがつくことを願っています。

掲載する視点
・注目すべき特記事項(ご意見等)
・お問い合わせで多いもの
・CMや新製品へのご意見



週報



月報

毎月1回、全社員向けの「お知らせ」(データベース)に掲載します。

○編集者

お客様相談室 | 増田 美也子

お客様と直接お話しできることは、貴重な機会だと感じています。お客様の声によって、商品のよさを改めて実感することあれば、よりよい製品づくりのヒントをいただくこともあります。また、お客様の価値観や嗜好を知ることもできます。これらのお客様から寄せられる大切な声にお応えし、お客様視点に立って、お客様の声を広く企業活動に活かせるような情報発信をし、お客様の満足を高めていきたいです。



月報「お客様の声」

支社



首都圏支社(横浜事務所) 岡日出男

お客様の視点を知る貴重な情報サイトとして、毎月興味深く読んでいます。製品の原材料表示や裏貼りのラベル表示など「お客様は実に細かいところまでご覧になっているなあ」とその意識の高さに感心すると同時に、「我々営業も、もっと勉強しないといけない」と身も心も引き締まる思いのセールスも多いのではないのでしょうか。これからもお客様目線のワンポイントアドバイスを期待しています。

工場



伏見工場 伊藤 滋

月報「お客様の声」は、文字通りお客様の生の声が掲載されている大切な資料として受け止めています。現在の工場は4月に赴任したばかりですが、毎月掲示板に貼り付けることとし、さらに社員への周知を図っています。特に自らの工場生産している商品をお客様に愛飲いただいていた、「これからもよい商品を…」という応援のお声を目の当たりにすると、その「ご期待に応えなければ!」という社員の気持ちの高揚が伺えます。今後も社員のモチベーションにつながる貴重な情報として「お客様の声」を活用していきたいと思っております。



お客様の健康を考えます

適切でない飲酒によるお客様の健康障害などを防止するため、適正飲酒の啓発活動を行うとともに、商品の特性をわかりやすくお伝えする表示を心掛けています。

適正飲酒の啓発活動

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にすることに役立ちますが、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、適正飲酒の啓発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年にはお酒の正しい知識や飲み方をわかりやすくまとめたパンフレット「Say No読本」を発行しました。

今年からは「Say No読本」の内容をリニューアルした「お酒おつきあい読本」をさまざまなイベントでご提供しています。

未成年者飲酒防止の取り組みとしては、1995年から製品本体における注意表示を実施しています。また、飲酒運転防止に関しても同年より自主的な取り組みとして注意表示を実施しています。



1985年当時の「Say Noキャンペーン」ポスター



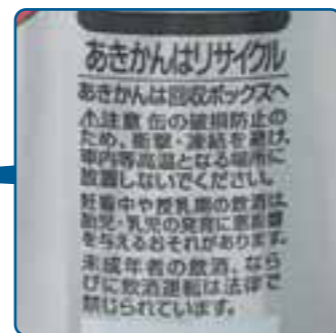
HP:「お酒おつきあい読本」

「お酒おつきあい読本」

妊産婦飲酒の防止

妊娠中の女性が飲酒をすると、アルコールは血液を介して赤ちゃんの体内に入ります。その結果、生まれてくる赤ちゃんに脳や身体の発育障害、特徴のある顔貌、臓器・生殖器・手足の皮膚・骨・筋肉などの障害が現れる危険性があります。これらは「胎児性アルコール症候群」と呼ばれており、出産障害の原因の一つとされています。

宝酒造では、ホームページや「お酒おつきあい読本」を通じて妊産婦飲酒の危険性についてお知らせしています。また、2004年に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、当社の酒類商品においても「妊産婦飲酒警告表示」を実施しています。

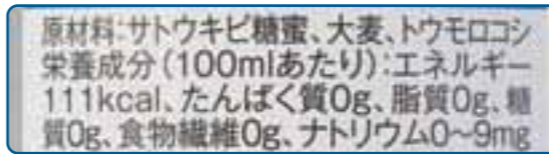


適正飲酒に関する注意表示

原材料・栄養成分・アレルギー等の表示

関連法規に準じて表記することはもちろんのこと、以下のような表示を実施し、お客様への適切な情報提供に努めています。

①厚生労働省が定めた栄養表示基準の適用対象品以外で



宝焼酎「純」の裏ラベルに原材料・栄養成分を表示



アレルギー表示の例(紹興酒)

も、お客様から問い合わせの多いチューハイおよび甲類焼酎製品には栄養成分表示を実施しています。

②法的には表示義務のない酒類商品へのアレルギー表示を実施しています。



原材料・栄養成分



誤飲防止の取り組み

宝酒造では、1995年に目の不自由な方の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」の表示を入れました。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。



缶ぶたやキャップに点字を表示



商品の表示に関するさまざまな取り組み

商品表示に関連する法改正等に対応した商品表示に取り組んでいる例をご紹介します。

①加工食品向けのキュービテナー等の商品は、これまでJAS法の表示義務対象から除外されてきました。2008年4月から業者間取引の商品についても原材料名等を、商品に表示し、もしくは納品書・規格書等に記載して納入先に伝達することが義務付けられました。当社では、より確実に情報を伝えるために、商品に直接表示する方法を採用し、実施いたしました。



(原材料名)
かつお節調味液、食塩、にぼし粉末、アルコール、砂糖、かつおエキス、こんぶエキス、調味料(アミノ酸等)、安定剤(キサンタン)

加工食品向けの商品にも原材料を表示

②2008年6月に食品衛生法の一部(アレルギー物質を含む加工食品の表示制度)が改正され、表示奨励品目であった「えび、かに」が表示義務品目に変更になりました。2010年6月までは移行期間ですが、当社では、今回の表示義務品目の変更に関わりなく、アレルギー表示制度が導入された2002年以降、義務表示5品目と奨励表示20品目のすべてを対象としてアレルギー表示を実施し、商品に含まれるアレルギー物質の正確な情報を提供できるよう努めています。

社会の
「いきいき」のために

次世代に自然の大切さを伝えます

自然の恵みと命のつながりを学ぶ「TaKaRa 田んぼの学校」を開校しました。

TaKaRa 田んぼの学校 2008 を開校

宝酒造は、穀物や水、微生物など自然の恵みを受けて事業活動を行っています。このため、企業理念に「自然との調和」を謳い、古くから環境活動に積極的に取り組んできました。

このような活動の一環として、次世代を担う子どもたちに自然の尊さやそれを守ることの大切さを伝えることを目的として、「TaKaRa 田んぼの学校」を開校しました。

HP E: 田んぼの学校

田植え編

〈田植え体験〉〈草花名刺づくり〉〈自然観察〉



草取り編

〈草取り体験〉〈かかしづくり〉〈自然観察〉



収穫編

〈稲刈り体験〉〈脱穀体験〉〈わら紙づくり〉〈自然観察〉



恵み編

〈餅つき〉〈ラベルづくり〉〈本みりんの効果(実験など)〉



本みりんの完成



収穫したもち米を使って、当社伏見工場で作本みりんを造ります。子どもたちが手づくりしたオリジナルラベルを貼って、それぞれのご家族のもとへ届けます。

TaKaRa 田んぼの学校とは

この学校は、4月からの半年間に計4回の授業を実施します。第1回の「田植え編」から「草取り編」「収穫編」などの授業は、千葉県印旛郡の田んぼで行います。そこでは、自分の手で苗を植え、草を取り、稲を刈り取って、お米(もち米)ができるまでを体験するとともに、田んぼやその周辺の植物や昆虫などの生き物を観察します。第4回の「恵み編」の授業は、当社松戸工場で行います。そこでは、簡単な実験を交えながら料理をおいしくするお酒や本みりんの力などについて学んだり、自分たちが育てたもち米でお餅つきを行います。

収穫したお米は、当社工場で作本みりんとなり、子どもたちが手づくりしたオリジナルラベルを貼って、参加者のもとにお届けします。

テーマ

自然の恵みと命のつながりを学ぶ

趣旨

- ①自然を守り大切にすることを養う
(環境教育)
- ②農体験を通じて自然の恵みに感謝する心を培う
(食育)
- ③お米と本みりんに関する認識を深める
(社会・伝統文化教育)

「TaKaRa 田んぼの学校」を支えている人たち

「TaKaRa 田んぼの学校」は、宝酒造の社員とともに、NPO法人森の学校のみなさんや、千葉県印旛郡栄町の農家の方々、千葉県自然観察指導員協会のみなさんなど、多くの人たちの協力に支えられて運営しています。

NPO 法人森の学校: 学校運営支援

NPO 法人森の学校は、生きる知恵と力を育む自然学校を群馬県南牧村で年間を通じて開校しており、環境教育についての豊富な経験とアイデアを持っています。このため、TaKaRa 田んぼの学校の授業内容や学校運営について全面的な支援をしてもらっています。



千葉県自然観察指導員協会 (自然かんさつ千葉) のみなさん: 自然観察指導

自然観察の授業は、千葉県自然観察指導員協会の方々を担当していただいています。田んぼの中やその周辺の身近な自然の中に生息する生き物を、興味深い話を交えながら紹介していただいています。



千葉県印旛郡栄町の農家の方々: 稲作指導

田植え、草取り、稲刈りなどの指導は、栄町の農家の方々に指導してもらっています。特に、田んぼを提供していただいている帯金さんには苗の準備から、日頃の田んぼの管理までお願いしています。



社員ボランティア: 授業の準備や補助

毎回、20~30名の宝酒造およびTaKaRaグループ会社の社員が、ボランティアとして参加しています。自然観察や農作業体験など各授業の準備をしたり、講師の先生の補助をして授業のサポートをします。また、4回目の恵み編では授業の講師としても活躍しています。



社会の
「いきいき」のために

よりよい社会づくりをめざします①

ボランティア活動や学生支援などさまざまな形で社会貢献活動を推進しています。

クリック募金

当社の社会貢献活動である田んぼの学校と連動する形で、田んぼを舞台にした環境教育や自然保護活動などを展開しているNPO法人等を対象として、その活動内容の紹介や寄付金の提供による活動支援を目的としたクリック募金を実施しました。具体的には、「TaKaRa田んぼの学校」の活動内容（〈田植え編〉、〈草取り編〉、〈収穫編〉、〈恵み編〉、〈募集告知〉）をホームページで紹介するタイミングに合わせて、6つの団体（下記表参照）を対象にしたクリック募金を実施しました。

※クリック募金とは…クリック募金サイト上の募金ボタンをクリックするだけで、スポンサー企業が選定した支援先（環境問題や人道支援など）に取り組むNGOやNPOなどに無料で寄付ができる仕組みです。スポンサー企業は、クリック数に応じた金額（通常、1クリックが1円）を支援先に寄付します。

■クリック募金寄付先

寄付先	寄付金額
NPO法人 棚田ネットワーク	369,842円
NPO法人 菜の花プロジェクトネットワーク	352,474円
NPO法人 コウノトリ市民研究所	322,796円
NPO法人 いちへい自然農園の会	306,471円
国際自然保護連合日本委員会	286,178円
NPO法人 旅するおさかなサポーター	278,694円

インターンシップの取り組み

職場体験を通じて企業活動や組織について理解を深め、自分の適性や能力に見合った職業を選択する意識を醸成してもらうことを目的に、大学生および大学院生を対象としたインターンシップを1998年から実施しています。学生のみなさんは「商品企画のプロセスから“ものづくり”の考え方を学ぶ」をテーマに、商品コンセプトの設計や市場データの調査、試作品の制作などを体験していただきました。



クリック募金の画面。寄付先の活動紹介もしている

■インターンシップ受け入れ状況

	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度
インターンシップ (受け入れ人数)	6	8	8	12	12

北海道洞爺湖サミット

および世界学生環境サミットin京都を応援

●北海道洞爺湖サミット

2008年7月、主要国首脳会議（G8サミット）が北海道・洞爺湖で開催されました。この大規模で重要な国際会議の円滑な実施を支援する目的で設置された「北海道洞爺湖サミット道民会議」の活動を応援するため、宝酒造では、化石燃料を使わない事によりCO₂削減に貢献しているペロタクシーの広告面の一部を提供するとともに、当社北海道支社では焼酎「JAPAN」の〈洞爺湖ボトル〉を発売しました。



ペロタクシーの走行風景



提供した広告面

●世界学生環境サミットin京都

洞爺湖サミットでは地球温暖化問題など地球環境が大きなテーマとなりましたが、このサミットに先立ち、6月には京都において世界12カ国の大学の学生が地球市民の立場から持続可能な発展に向けた議論を行う世界学生環境サミットin京都が開催されました。

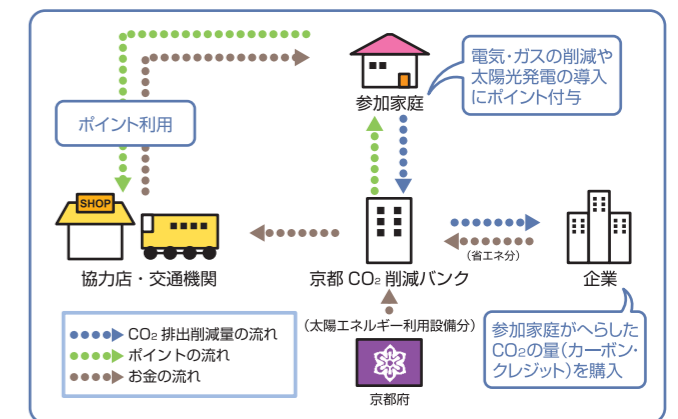
宝酒造では、次世代を担う学生たちのこの活動を応援するために、ペロタクシーの広告面の一部を提供するとともに、開催当日には最寄駅と会場間にこのペロタクシーを無料運行しました。



世界学生環境サミットin京都

京都エコポイントモデル事業に協力

宝酒造では、京都府が進める京都エコポイントモデル事業に協力しました。京都エコポイントモデル事業は、家庭での電気・ガスの省エネ等によるCO₂削減に対し、協力店での商品購入代金の割引や交通機関利用代金の割引などを与え、京都府全体でのCO₂削減意識を向上させ削減を進めることを目的とするものです。当社では、参加家庭が減らしたCO₂の量（カーボン・クレジット）を購入することで、このモデル事業に協力しました。



その他の社会貢献活動

宝酒造では次のような社会貢献活動も行っています。

■その他の社会貢献活動（協賛）

支援先	活動内容
阿武隈川きらきらキャンペーン（福島県）	阿武隈川清掃活動
長野の宝を守ろうキャンペーン（長野県）	雷鳥保護活動
ペロタクシー（京都市、東京都、札幌市）	自転車タクシー支援
びっくり!エコ100選（京都府、東京都）	環境配慮型商品の紹介
芝生スクール京都（京都市）	校庭の芝生化活動
第2回ボランティア・市民フェスタ（京都市）	市民活動の支援
東京都中央通り はな街道（東京都）	フラワーサポーター

各地のボランティアにも参加

社会貢献活動の一環として、各地のボランティア活動に積極的に参加しています。

■主なボランティア活動

実施内容	事業場
阿武隈川 清掃ボランティア	東北支社
京都市まちの美化 清掃ボランティア	本社、京滋北陸支社
油小路（新堀川通り） 清掃ボランティア	伏見工場
「江戸川を守る会」主催の「江戸川クリーン作戦」に参加	松戸工場
宮田川付近のヒドラルツツジ植栽活動	黒壁蔵
「TaKaRa田んぼの学校」 サポーターボランティア	全社
「地球びかびか大作戦」 事業場周辺清掃	労働組合



よりよい社会づくりをめざします②

「自然と社会と人間との調和」をめざし、TaKaRaグループでは皆様とともに、さまざまな社会貢献活動を推進しています。

※このページはTaKaRaグループに関する内容です。

公益信託「TaKaRa ハーモニストファンド」(宝ホールディングス)

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、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きました。第1回からの助成先件数はのべ250件、助成金累計額は1億2,025万円、地域は40都道府県に広がりました。2008年度は、特定非営利活動法人亀岡 人と自然のネットワークによる「南丹市八木町におけるアユモドキ個体群の復元に関する調査」など10件が選ばれました。

HP: TaKaRa ハーモニストファンド



■2008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	奥多摩ツキノワグマ研究グループ	茨城県	奥多摩山地におけるツキノワグマの秋期の土地利用に関する研究
	亀岡 人と自然のネットワーク	京都府	南丹市八木町におけるアユモドキ個体群の復元に関する調査
	ミヤジマトンボ保護管理連絡協議会	広島県	ミヤジマトンボの生息地の復活
	浅香 智也(個人)	愛知県	希少種スナヤツメが生息できる農業用水路の環境に関する研究
	鈴木 規慈(個人)	滋賀県	滋賀県のため池における絶滅危惧種カワバタモロコシの個体群動態に関する研究
活動の部	自然史教育談話会	三重県	宮川浄化センターにおける絶滅危惧種ヒマイトンボの保護・保全活動
	グローバルヒューマン	滋賀県	社会参加型ボランティア事業としてのホンモロコシ養殖と琵琶湖放流活動
	六甲山自然保護センターを活用する会	兵庫県	六甲山記念碑台と近畿自然歩道周辺区域の環境整備及び調査
	福岡都市圏の生き物を考える会	福岡県	福岡都市圏津屋崎地区における長期的保全活動のための基盤構築
	石垣島沿岸レジャー安全協議会	沖縄県	石垣島沿岸域のサンゴの定点調査

助成先の声 | 代表 上田 稔様 特定非営利活動法人 亀岡 人と自然のネットワーク

特定非営利活動法人「亀岡 人と自然のネットワーク」では、天然記念物アユモドキの保全活動として、地元の人々と一緒に湧水期における救出活動、密漁の防止パトロール、生息環境の整備として魚道の試行的設置などを実施するほか、生息状況調査としてアユモドキの産卵場所の特定や生息環境・生態的特性を把握するための調査を専門の先生指導のもと継続的に行ってきました。

また、2009年4月には自然環境功労者環境大臣表彰(保全活動部門)を受賞させていただき、光栄であるとともに

もに今後の調査活動に身の引き締まる思いです。今回は、近年著しく減少した京都府南丹市八木町に生息するアユモドキ個体群の復元・復活をテーマに、地元の南丹自然と人ふるさとクラブと連携して活動しています。この活動で、日本で3カ所しかないアユモドキの生息地を保全するとともに地域振興に寄与できることを確信しています。



亀岡 人と自然のネットワーク 代表 上田 稔様



ワクチンペーパー(大平印刷)

大平印刷では、世界の子どもにワクチンを購入するための寄付金を含んだ印刷用紙「ワクチンコート」・「ワクチンマットコート」を日本紙パルプ商事(株)と共同で作成し、「世界の子どもにワクチンを日本委員会(JCV)」の活動を支援しています。

現在、世界では1日に約4,000人も5歳に満たない子どもたちが、はしかやポリオ、ジフテリアなどで亡くなっています。その多くは、ワクチンがあれば救える命とされています。

この印刷用紙の使用により、所定の寄付金が「世界の子どもにワクチンを日本委員会(JCV)」を通じて、発展途上国の子どもたちのためのワクチン購入に充てられます。



海外での活動(米国宝酒造)

米国宝酒造(Takara Sake USA Inc.)は、サンフランシスコの企業として、日系団体のイベントだけでなく、地元の祭りやさまざまなボランティア活動などに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、売上金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(カリフォルニア州サタゴ市)



環境活動を支える仕組みを整えます

ISO14001の統合認証を取得し、全社が一丸となって環境活動を推進できる体制をとっています。

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。

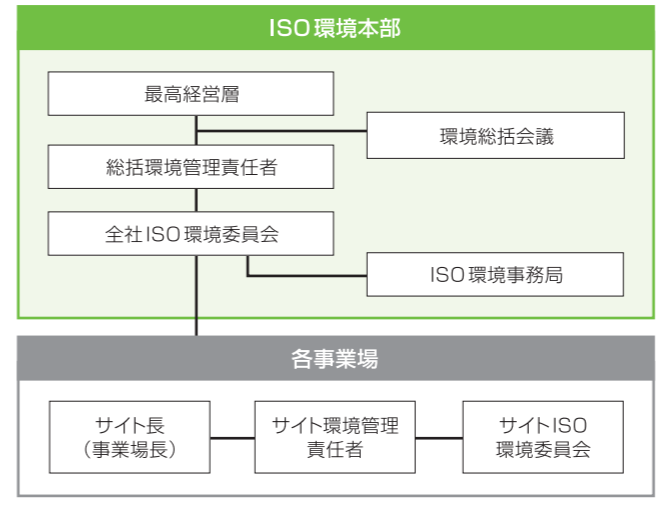
2. 基本方針
 宝グループの業務内容は、宝グループ全体の経営資源配分等グループ戦略の推進やIR活動および酒類・食品・酒精事業全般とこれを支援するマーケティング調査・人材派遣、IT化支援など多岐にわたっています。
 これらの活動が環境に与える影響を的確に把握し、地球環境保全に貢献するために、次の基本方針に基づき活動します。

(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およ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、教育啓発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。 <p style="text-align: right;">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</p> <p>(注) ISO14001:2004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。</p>
--	---

宝グループ環境マネジメントシステム組織図

宝酒造の全工場、全支社、本社、および(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ISO14001の認証を取得しています。2005年1月には事業所単位での認証を統合し、ISO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。

HP 4:ISO14001、9001 取得年表



環境関連法規遵守状況

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2008年度は、水質汚濁に関する基準オーバーと大気汚染に関する記録不備についての2件の是正指導を受けました。速やかに是正処置を行い再発防止の対策を実施しました。また、環境汚染の未然防止の観点から、自主基準やガイドラインも設定しています。

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)
- 地球温暖化対策推進法
- 省エネルギー法
- 防災・危険物関係法規 など

循環型社会形成推進功労者等 環境大臣表彰(伏見工場)

循環型社会形成推進功労者表彰は、廃棄物の発生量の抑制(リデュース)、再利用(リユース)、再生利用(リサイクル)の適切な推進に顕著な功績があった個人、企業、団体を表彰するもので、2008年度には、循環型社会形成推進功労(企業)・3R活動優良企業として伏見工場が表彰されました。伏見工場では工場内のエコステーションを見てわかる「見える化」活動を実施していましたが、さらに魅力あるエコステーションをめざして「魅せる化」活動へと移行し、製造段階で発生する廃棄物を大分類で10、中分類で25の区分けで分別、回収し、布類などの一部を除き、再資源化率99%以上を達成しています。



表彰状



「魅せる化」にも取り組んだエコステーション



「緑字決算」を公表します

地球環境への負荷削減や自然保護活動などの活動結果を「緑字決算 (ECO)」という独自の指標として公表します。

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(りよくじ)」という言葉が生まれました。以来毎年「緑字決算」として宝酒造の環境活動の取り組み結果を公表しています。

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削減や環境配慮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、企業全体として結果的によくなったのか悪くな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。

第3期(2005~2007年度)→第4期(2008~2010年度)緑字決算の変更点

1. 緑字ECO評価基準・計算方法の変更
 これまでの基準年からの改善率をもとに計算する方法から、その年の目標値に対する達成率をもとに計算する方法に変更しました。

基準年からの改善率 → ISO環境目標の達成率
 (ISO環境目標は2007年度を基準として設定)

2. 緑字ECO対象項目の変更
 環境にプラスに働く項目を増やし、これまでの継続的な環境活動により一定の成果の得られたものについては、今後も活動は継続しますが緑字の対象項目からは外しました。また、今回の見直しで緑字ECO対象は「環境活動に関するもの」に限定し、社会貢献活動に関するものは「社会の「いきいき」のために」の部分で取り組みを具体的に紹介することにしました。

緑字決算ECOの算出方法

緑字決算の対象となる10項目は、それぞれ単位が違うためその1年間の成果を単純にたし算することができません。そこで、各項目の目標に対する達成率に「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。目標を達成できた場合は、「プラスECO」、その逆は「マイナスECO」で表します。なお、緑字決算ECOは、地球環境や社会情勢の変化に対応するため3年ごとにその算出方法を見直しています。2008年度は4期目にあたるため、算出方法について見直しを行いました。

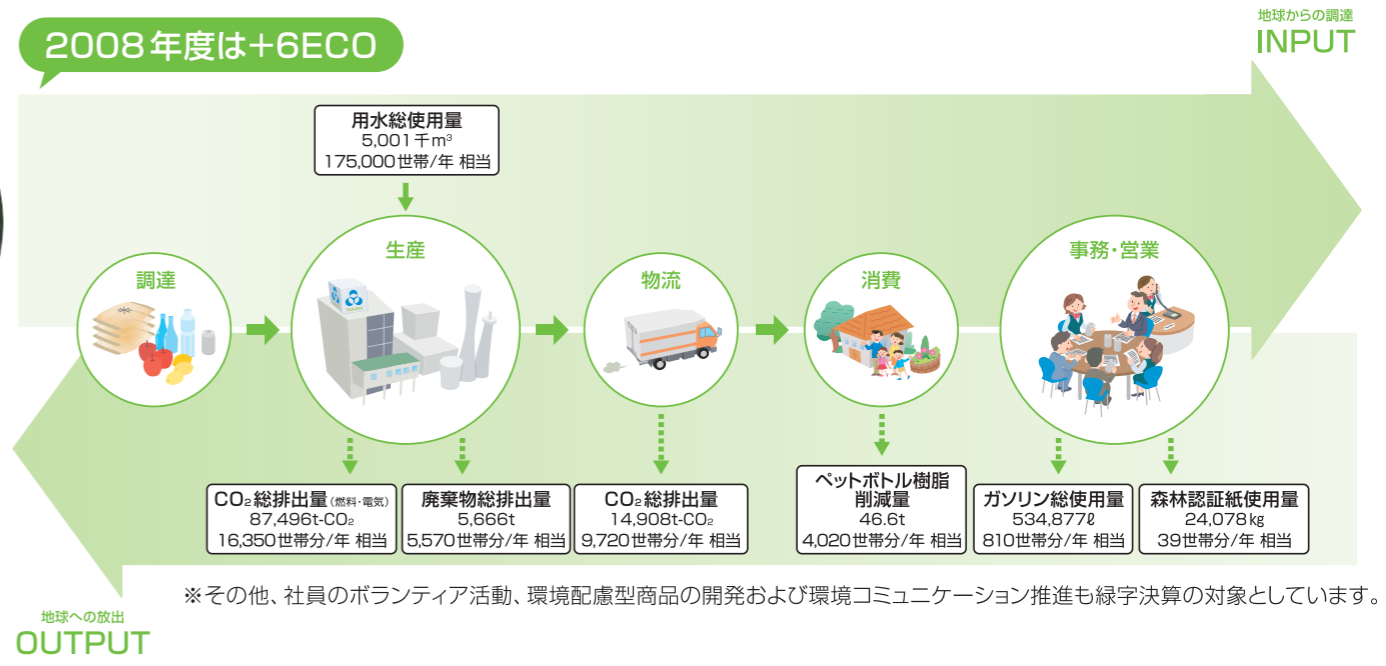
$$\text{個別ECO} = \text{各項目ごとの目標達成率} \times \text{重み付け係数}$$

HP5: 緑字決算対象項目と重み付け投票詳細

新たな緑字項目	緑字から外した項目
環境コミュニケーションの推進	オフィス部門電力使用量の削減
グリーン購入の推進 (森林認証用紙の使用拡大)	コピー用紙使用量の削減
環境配慮型商品の開発	生産部門エネルギー使用量の削減
環境ボランティアの推進	社会貢献活動費用

3. 緑字ECO対象項目ごとの重み付けの変更

重み付けについてはより多くの方のご意見を反映したいと考え、インターネット上の調査で、次期の緑字項目それぞれの重要度に関して5段階評価をしていただきました。約15,000名の方に参加していただき、その結果を係数化したものを今回の重み付けとしました。



2008年度の緑字決算結果は、+6 ECOです

2008年度の緑字決算(ECO)は、2008年度目標と2008年度実績から計算した目標達成率に重み付け係数を掛けた個別ECOから算出されます。2008年度は10項目中7項目で目標を達成でき、全体での緑字決算の結果は+6 ECOとなりました。プラスECOとなったのは生産部門のCO₂排出量の削減

や営業車の低排出ガス車への転換が順調に進んだこと、森林認証された用紙の使用が想定以上に進んだことが要因です。一方で、目標達成に向けて活動を推進してきましたが、生産部門用水削減・工場廃棄物排出量削減・環境ボランティアの推進については個別ECOがマイナスとなりました。

緑字決算

項目	生産部門CO ₂ 削減	生産部門用水削減	工場廃棄物排出量の削減	物流部門CO ₂ 削減	環境ボランティアの推進	グリーン購入の推進	環境配慮型商品の開発	環境配慮型商品の販売促進	営業車の低排出ガス車導入の推進	環境コミュニケーションの推進
評価指標(単位)	焼酎換算製品製造量あたりのCO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /kℓ-25%alc)	焼酎換算製品製造量あたりの水使用量 (m ³ /kℓ-25%alc)	焼酎換算製品製造量あたりの廃棄物排出量 (kg/kℓ-25%alc)	製品販売量あたりのCO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /kℓ)	社員の環境ボランティア参加人数 (人)	森林認証された用紙の使用量 (kg)	環境配慮型の商品の開発数 (品目)	「はかり売り」実施店新規開拓店舗数 (店)	営業車の低排出ガス車導入率 (%)	環境啓発冊子リサイクルロードの配布部数 (部)
2007年	177	9.61	9.91	41.7	523	7,326	2	10	11	2,565
2008年度目標	175	9.51	9.86	41.3	623	18,315	2	10	20	3,000
2008年度実績	170	9.71	11.00	41.1	445	24,078	2	11	28	3,762
目標達成率 (%)	2.9	-2.1	-11.6	0.5	-28.6	31.5	0.0	10.0	40.0	25.4
重み付け係数	1.16	1.09	1.29	1.11	0.76	0.90	1.07	1.07	1.06	0.56
個別ECO	3.4	-2.3	-15.0	0.6	-21.7	28.4	0.0	10.7	42.4	14.2

緑字決算(ECO)=個別エコの平均値
 焼酎換算製品製造量: 宝酒造では生産時の環境負荷の異なる多様な製品を生産していることから生産部門の指標の原単位分母には、焼酎(アルコール度25%)に換算した量を用いています。

HP6: 環境データ算出方法
 HP7: 過去の緑字決算結果

2008年度
 緑字決算
 +6ECO



環境目標の達成状況を報告します

緑字決算の対象項目は、全社で取り組むISO14001環境目標としています。
 緑字対象項目の見直しに伴い、全社の環境目標も見直しを行いました。

環境会計

2008年度の環境コストは、公害防止コストのほか、地球環境への負荷を減らすために取り組んでいる省エネ活動や資源循環活動の費用、環境設備導入のための投資の割合が高くなっています。前年度と比較すると、小型蒸気発電機など省エネ設備の導入や整備にかかるCO₂削減のための地球環境保全コストと食品廃棄物の有効利用のためのリサイクル設備や廃棄物削減にかかる費用が増加しました。

そのほかには、中身を消費した後の容器包装のリサイクルを進めるための上流・下流コストや、法令や規制を遵守するためにかかる管理活動コストなどがあります。さらに事業活動以外では、環境部門が実施している「田んぼの学校」などの環境教育や、ベロタクシーなど地球温暖化の防止に貢献するNPOを支援する社会活動コストがあります。

(集計範囲: 宝酒造単体、2008年度対象期間: 2008年4月1日~2009年3月31日、単位: 千円)

分類	主な取り組みの内容	2008年度	
		投資額	費用額
(1) 主たる事業活動により事業エリア内で生じる環境負荷を抑制するための環境保全コスト(事業エリア内コスト)		198,853	533,412
内 訳	① 公害防止コスト	27,034	263,603
	② 地球環境保全コスト	78,682	64,464
	③ 資源循環コスト	93,137	205,345
(2) 主たる事業活動に伴ってその上流又は下流で生じる環境負荷を抑制するための環境保全コスト(上・下流コスト)	はかり売り用タンク購入、再商品化委託費用、リターナブルびんシステム維持等	17,844	304,153
(3) 管理活動における環境保全コスト(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	6,389	355,851
(4) 研究開発活動における環境保全コスト(研究開発コスト)	製品等の製造段階における環境負荷の抑制のための研究開発	0	384
(5) 社会活動における環境保全コスト(社会活動コスト)	田んぼの学校、ベロタクシー、エコプロダクツ展等	4,620	21,738
(6) 環境損傷に対応するコスト(環境損傷コスト)	産業廃棄物適正処理推進基金	0	47
合 計		227,706	1,215,585

※分類は環境会計ガイドライン2005年版による

ISO14001 環境活動結果

全社で取り組むISO14001の環境目標項目は、緑字決算の対象項目と同一として環境活動を進めています。2008年度のISO14001環境目標の達成状況を報告します。

■2008年度 ISO14001 活動結果表



…目標を達成できました



…目標を達成できませんでした

項目 具体的指標	目標 → 結果	取り組み・達成状況	2010年度目標
生産部門CO ₂ 削減 焼酎換算製品1kℓあたりのCO ₂ 排出量 (2007年度対比)	1%削減 → 4%削減 	アルコール蒸留での蒸気圧力差を利用する小型蒸気発電機の導入や、廃熱の回収、蒸気配管の保温など、エネルギーの効率利用によりCO ₂ 削減することができ、目標を達成できました。	2007年度対比 3%削減
生産部門用水削減 焼酎換算製品1kℓあたりの水使用量 (2007年度対比)	1%削減 → 1%増加 	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。アルコール蒸留の増加による冷却水の増加があり、目標は達成できませんでした。	2007年度対比 3%削減
工場廃棄物排出量の削減 焼酎換算製品1kℓあたりの廃棄物排出量 (2007年度対比)	0.5%削減 → 11%増加 	焼酎製造量増加に伴い発生する焼酎粕も増加したため、工場から排出される廃棄物が増加し、目標は達成できませんでした。なお、焼酎粕は工場から出た後、肥料にリサイクルされています。	2007年度対比 2.5%削減
物流部門CO ₂ 削減 製品販売量1kℓあたりのCO ₂ 排出量 (2007年度対比)	1%削減 → 1%削減 	コンテナ輸送の際のフェリーの利用などのモーダルシフトや、消費地から近い工場での生産を推進することにより、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、目標を達成できました。	2007年度対比 2%削減
環境ボランティアの推進 社員の環境ボランティア参加の増加人数 (2007年度対比)	100人増加 → 78人減少 	社内のお知らせデータベースなどで積極的に環境ボランティア情報の発信(発信回数約66回)は行いましたが、天候不良によるイベントの中止などもあり、ボランティア人数は減少し、目標を達成できませんでした。	2007年度対比 ボランティア参加人数の増加 300人増加
グリーン購入の推進 森林認証された用紙の使用量 (2007年度対比)	150%増加 → 229%増加 	緑字企業報告書など印刷物に使用する紙に森林認証された用紙を使用することで、生物多様性に配慮した環境広報活動が可能となります。2008年度に改訂増刷した環境啓発冊子のリサイクルロードにも使用し、目標値を大幅にクリアすることができました。	2007年度対比 200%増加
環境配慮型商品の開発 環境配慮型の工夫仕組を持つ商品の開発品数	2品目以上 → 2品目 	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を渡すからの環境負荷も削減したいと考えています。2008年度は、焼酎2.7ℓペットボトルの軽量化、贈答用1.8ℓびんのシュリンクフィルムの廃止を行いました。2品目で目標を達成できました。	環境配慮型商品の開発 2品目以上
環境配慮型商品の販売促進 「はかり売り」実施店新規開拓店舗数	10店舗以上 → 11店舗 	はかり売りの実施店舗を増やすことで、新たなペットボトル容器を使用せずに焼酎を販売でき、資源の節約のほかCO ₂ の削減にも貢献できます。2008年度は新たに11の販売店で焼酎の「はかり売り」を開始していただき、目標を達成できました。	「はかり売り」新規開拓 10店舗以上
営業車への低排出ガス車導入の推進 営業車の低排出ガス車導入率	20%以上 → 28% 	営業部門でも、燃費のよい低排出ガス車の導入によって環境負荷の低減を図るため、低排出ガス車の導入率向上に取り組んでいます。4WD車の低排出ガス車の導入がすすんだため目標を大幅に達成できました。環境活動の中で省エネ運転も実践しています。	低排出ガス車導入率 40%以上
環境コミュニケーションの推進 環境啓発冊子リサイクルロードの配布部数	3,000部以上 → 3,762部 	アースデイやエコプロダクツ展などのイベントでの来場者への配布のほか、ご要望いただいた小学校等へ送付しました。また、NPO等の開催する環境イベントにも提供した結果、目標以上の配布数を達成できました。	環境啓発冊子の配布部数 4,000部以上

※1 モーダルシフト:トラックから環境負荷の小さい鉄道・海運利用へ、貨物輸送を転換することをいいます。

8: 過去のISO14001活動結果 9: 工場副産・廃棄物の用途 10: 工場別サイトレポート



働きやすい環境づくり・人財育成に取り組めます

社員がいきいきと安心して働ける職場づくりや「企業人・社会人・個人」のバランスのとれた人材を育てるために、人事制度をはじめ、能力開発やスキル向上を目的とした研修制度の拡充に取り組んでいます。

雇用状況

2009年3月31日現在の社員数は1,306名で、5年前に比べると効率化や体質の強化によるスリム化の推進により、236名少なくなりました。一方で、2005年4月1日からシニアパートナー制度を導入し、定年後も活躍できる体制を整えています。

■社員数内訳

		2004年3月31日		2009年3月31日	
		人数	構成比	人数	構成比
社員総数	男性	1,352名	87.7%	1,159名	88.7%
	女性	190名	12.3%	147名	11.3%
	合計	1,542名		1,306名	
うち管理職数	男性	289名	99.3%	282名	98.6%
	女性	2名	0.7%	4名	1.4%
	合計	291名		286名	

人権問題・セクシャルハラスメントの防止

社員の人権を尊重し、差別のない明るくいきいきと働くことができる職場づくりをめざし、入社時や管理職研修において、人権に関する啓発活動を実施しています。採用活動においても、男女雇用機会均等法を遵守するとともに、人権に関する事項を徹底するため、採用にかかわる社員に、マニュアル等により事前の説明を行っています。

また、セクシャルハラスメント防止に向けて、事業場ごとに相談・苦情の窓口、ならびに苦情処理委員会を設置しています。

障がい者の雇用促進

障がい者の雇用にあたっては、職業能力の把握、障がい者特性に応じた職域の確保・開発、作業施設の改善など、多くの配慮すべき点があります。これら一つひとつを改善し、解決していくことで、障がい者がその能力を十分に発揮できる職場、健常者とともに職業生活に参加し、働く生きがいをみいだすことができる職場を確保するべく取り組んでいます。

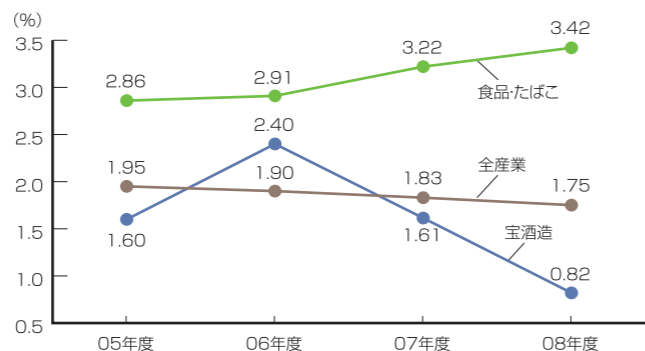
なお、2009年4月1日現在の当社の障がい者雇用率は、2.06%、現行の法定雇用率は1.80%となっています。

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、社員の危険予知能力や安全意識の向上に向けた活動を行っています。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。

2008年度の休業災害は1件で、昨年度より1件減少しました。今後も事故発生原因と対策の水平展開を図り、労働災害ゼロ化をめざしていきます。

■休業災害度率

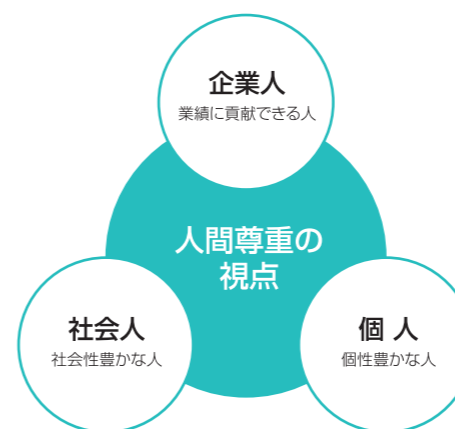


※度率: 災害発生頻度を表す指数で、延べ100万労働時間あたりの災害件数 (資料出所: 厚生労働省 労働災害動向調査)

めざすべき人財像

「人」はかけがえのない「財産」であるとの視点に立ち、私たちは人材を「人財」と表現しています。また、TaKaRaグループ長期経営構想 (TE-100) でめざしている企業価値の向上を実現するためには、「風土・人財の進化」が欠かせないと私たちは考え、私たちは人間尊重の立場に立ち、「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」を育成していきます。

■私たちがめざす人財像



人事制度の概要

私たちの人事制度では、その中心を「役割」に置いた「役割等級制度」を採用しています。この制度の目的は、役割や成果の発揮に応じた公平・公正な処遇を実現することで、社員一人ひとりが持つ力をより一層引き出していくことにあります。目標管理から評価までのプロセスにおいて、利益管理を徹底するとともに、個人業績と評価との連動性を高め、成果を上げればしっかりと報われる制度となっています。一般社員の制度運用にあたっては、労働組合とともに適正な運用を心掛けています。

人財育成・能力開発のために

「めざすべき人財像」や求められる「役割」を発揮できる人財に育成すべく、目標管理制度による職場での仕事を通じた人財育成を基本にしています。

また、自己申告制度により、社員一人ひとりのキャリアの方向性を把握し、それも踏まえた人財ローテーションを行うことで、社員の能力開発につなげています。そして新入社員アドバイザー制度をはじめとするOJT、各種Off-JT (集合研修)、自己啓発支援制度などにより能力開発につながる環境を整えています。

■人財育成、能力開発に関する主な制度、研修

目標管理制度、自己申告制度、新入社員アドバイザー制度		
集合研修メニュー	階層別研修	新入社員研修、新任管理職研修、考課者研修、マネジメント研修 etc.
	キャリア形成支援	キャリアデザイン研修(30歳コース、35歳コース、40歳コース)
	自主選択型研修プログラム	プレゼンテーション研修、ロジカルシンキング研修、プラスマインド研修 etc.
	その他研修	いきいき実践研修、職種別研修 etc.
自己啓発支援制度	通信教育、資格・免許取得者表彰、大学院履修援助	

キャリアデザイン研修レポート | 不破 千亜紀 京滋北陸支社 販売第一課



2007年度よりスタートしたこの研修では、30歳・35歳・40歳という節目の時期に、自身の「これまで」と「これから」を考え、キャリアデザインや目標を明確にすることで、「自己責任」「自己選択」「自己実現」ができる人財の育成をめざしています。

今回参加した「30歳コース」には全国から25名の社員が集まり、個人ワークやグループ討議を行い、最終的には個々のキャリアビジョンを明確にすることができました。忙しい日々を送っている中でも、じっくり自分を見つめ直し将来を考える事が大切であると気づく、非常によい機会となったと思います。また、同年代の仲間達が頑張っている姿にも刺激を受け、励みとなりました。



新入社員研修(熟成プログラム)

自己選択・自己責任・自己実現 できる社員の育成に取り組みます

「企業人・社会人・個人」としての自覚を促し、「自立型人材」としての土台づくりやさまざまなスキルを習得することを目的とした新入社員研修を実施しています。

新入社員研修では、マナー・規則といった「基本行動」を身につけること、現場体験に裏打ちされた深い商品知識を習得するとともに、即戦力となる営業スキル、業務スキルを習得すること、そして会社内で広く・深いネットワークを築くことを目的として1年間の研修を行っています。ここでは営業系の新入社員の研修をご紹介します。

HP G:採用情報

新入社員研修レポート

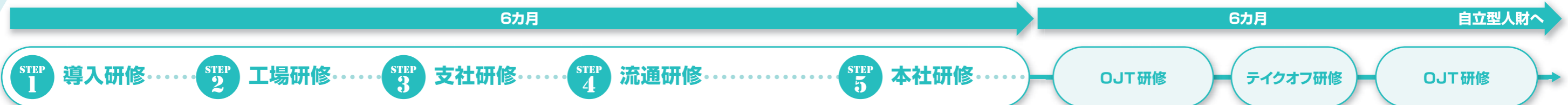
新入社員熟成プログラムは宝社員の土台づくりをする期間であり、自社商品の知識を体験的に学ぶことのできる研修だったと感じています。特に工場研修では実際の製造工程を体験し、「自社商品の魅力」と「つくり手の熱い思い」を深く感じ取ることができました。商品を見るたびに造り手の顔が浮かんでくるのは、生の「現場」経験があったからです。この経験は、商談の際に強い想いとなり、セールストークにも熱が入ります。また研修中は同期と常に行動を共にしていたので、全国各地に配属になった現在でも、同期との繋がりは健在です。悩んだ時に同期と話をすることで解決することもあり、お互いに支えあえる関係となっています。研修を通して「出会えた人」、「経験」、「知識」のすべてが現在の私の営業ベースとなっています。



九州支社 販売第一課
安東 政文

OJT研修

先輩社員(もしくは上司)より具体的な仕事を通じて、仕事に必要な知識・技術・態度などを計画的・継続的に学び自立した社員をめざします。



導入研修

社会人への意識の切り替えを目的とした体験学習をはじめ、会社の経営・人事・事業に関する各種講義により、会社や業界に対する理解を深めます。また、語学研修、人権学習、マナー研修、OA研修などを通じて、社会人、企業人として必要な基礎知識を学びます。導入研修は事務職、技術職共通で実施します。



焼酎の仕込み作業を体験

焼酎原料の良い仕上がりに喜ぶ新入社員

工場研修

自社工場で、焼酎・清酒・チューハイ・みりんの製造工程を実際に体験し、つくりの知識や自社技術を深く理解します。ものづくりの大切さを学び、つくり手の想いを感じることで、商品への愛着、メーカーとしての誇りやプロ意識を育てます。



出来上がったばかりの製品の最終チェック

工場の先輩社員との交流

支社研修

支社の先輩社員に同行し、直接取引先と接しながら営業の基本を学びます。実際の営業活動を体験する中で営業に必要な能力やスキルを明確にし、市場の現状を客観的に分析する力を養います。



学んだ成果をプレゼンテーション

流通研修

お客様のご協力のもと実際にスーパーマーケットの売場に立ち、店舗の方々に指導していただきながら、品出しや陳列、試食販売、店頭販売などの仕事を体験します。お客様の視点や、お客様であるスーパーマーケットの業務を徹底的に学び、現場に密着した提案のできるセールスをめざします。



スーパーマーケットでの商品陳列

本社研修

プレゼンテーションやスピーチ練習などの社員研修、グループワークを通じて、基本スキルの向上や幅広い知識を習得します。また、2008年度は、お酒のつくりを中心とした研修ハンドブックの製作を行いました。知識を吸収するだけでなく、アウトプットを求めるとのがTaKaRaの研修スタイルです。



商談を意識したプレゼンテーション演習



仕事と家庭の両立を考えます

仕事と家庭のバランスを大切に、働きやすい職場づくりに取り組んでいます。

仕事と家庭の両立のために

個人の価値観やライフスタイルに応じて、社員が仕事と家庭を両立できる働きやすい環境を整えることによって、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ます。

「次世代育成支援企業」に認定

2007年4月1日より「父親が配偶者の出産時に取得できる休暇制度」と「結婚・出産・育児・介護・配偶者の転勤など家庭の事情を理由とする退職者の再雇用登録制度」を導入しました。また、男性社員の育児休職取得を推進したことにより、2007年6月に京都労働局より次世代育成支援対策推進法に基づく「基準適合一般事業主」の認定を受けました。



認定マーク「くるみん」

育児休職者に対する支援

「育児と仕事を両立できる環境」の実現をめざし、育児休職者に対して、インターネットによる職場復帰支援プログラムを実施しています。これは、休職者の豊かな育児生活とスムーズな職場復帰を支援するための取り組みで、休職期間中の能力開発や会社とのコミュニケーション促進を図るものです。社員の育児休職期間をブランクの期間からブラッシュアップの期間に転換し、男女ともに働きやすいワークライフバランスのとれた企業をめざしています。

■休日休暇制度利用状況

	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度
育児休職制度(利用者数)	9	7	15	18	14
介護休職制度(利用者数)	0	0	0	0	0
乳幼児看護休暇制度(利用者数)	51	57	56	56	57
妊産婦・乳幼児健診休暇制度(利用者数)	20	26	20	23	12

メンタルヘルスの取り組み

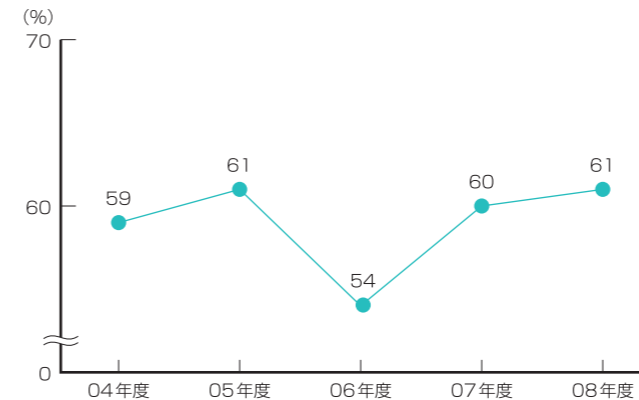
社員の心の健康状態については、宝グループ健康保険組合が外部機関を利用して定期的にチェックしています。診断結果は本人のみに通知され、希望に応じて電話や面談によるメンタルカウンセリングを受けることができます。

休日休暇制度

年間124日(完全週休2日制)の休日のほか、有給休暇は入社時に年10日間付与され、以後勤続年数によって最大年20日間付与されます。また、2年以上経過した有給休暇は最大40日まで積み立てが可能で、本人の疾病、家族の介護、資格取得の際などに利用することができます。

さらに、25歳から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。その他、事業場単位で週1回「ノー残業デー」を設け、長時間労働の抑制を図っています。

■有給休暇取得率の推移



福利厚生制度

社宅・独身寮などの基本メニューのほかに、社員一人ひとりが自己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の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。毎年社員の要望に応じて、ポイント利用メニューの拡充、変更を行い、積極的な活用を呼びかけています。

■カフェテリアプランの例

- 社宅・寮使用料補助
- 住宅ローン利子補給
- 育児サービス利用補助
- 介護サービス利用補助
- 子女入学金補助
- 医療費用補助
- 自己開発メニュー利用補助
- 書籍購入費用補助
- 宿泊施設利用補助
- スポーツ施設利用補助
- レジャー施設利用補助

健全な労使関係

宝酒造はTaKaRa労働組合と労使の信頼を基盤に健全な労使関係を構築しています。労使協議会や各種労使専門委員会を開催し、経営内容に関する報告や労働条件について協議を行っています。

TaKaRa労働組合から | 大館 洋一 TaKaRa労働組合 中央執行書記長



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、働きがい得られる職場をめざして活動しています。2007年～2013年の長期計画「サンシャイン2013」においては、「仕事と私事のバランスがとれた毎日～オンもオフも充実させよう～」「心身ともに健康な毎日～健康で生き活きたした生活を送ろう～」「目標をもって熱くなれる毎日～達成感・満足感を追い求めよう～」「信頼しあえる仲間がいる毎日～仲間とともに喜びを分かちあおう～」という4つの毎日を実現していくことをめざしています。

信頼される企業であるために

社内の体制を整えます

グループの経営方針やコンプライアンスを推進するための社内体制について報告します。

経営方針

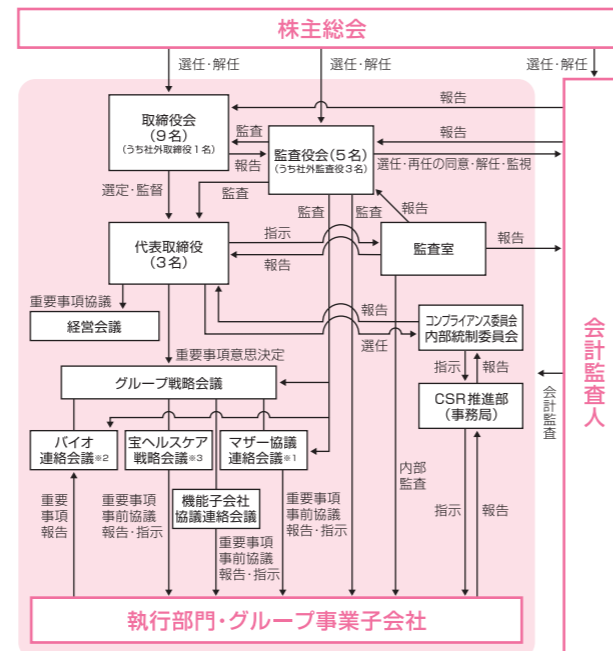
TaKaRaグループは、穀物や水、微生物といった自然の恩恵をもとにした発酵技術と、最先端のバイオ技術をベースに企業活動を進めています。そして、自然の恵みに感謝するとともに、これらの技術を背景に消費者の皆様視点の視点を第一に考えた商品やサービスを提供することで「自然と社会と人間との調和」をめざしています。

2000年5月に発表した2010年までの10年間の長期経営構想「TaKaRa Evolution-100 (TE-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。

また3年ごとの具体的な行動計画である中期経営計画を策定し実行しています。2008年度からの3カ年の経営計画「TaKaRaグループ 第7次中期経営計画」では、「成長投資と株主還元を通じ、中核事業の持続的安定成長と、成長事業育成の加速を実現し、企業価値の向上をめざす」という基本方針のもと、グループ各社が最大限の成果とシナジーをめざして取り組みを進めています。

(2009年6月26日時点)



※1 マザー(酒類・調味料事業) 協議連絡会議 ※2 バイオリ(バイオ事業) 連絡会議
※3 宝ヘルスクア(健康食品事業) 戦略会議

●株主還元総額:3カ年累計100億円以上の実施

●株主還元性向(※1):下限値50%の設定

(※1)算出方法…株主還元性向=株主還元総額(配当総額+自己株式取得額)÷みなし連結当期純利益(※2)≥50%

(※2)みなし連結当期純利益=(連結経常利益-受取利息・配当金+支払利息)×(1-法定実効税率)

コーポレート・ガバナンス

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)」、「タカラバイオ(株)」、「宝ヘルスクア(株)」ほか30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。

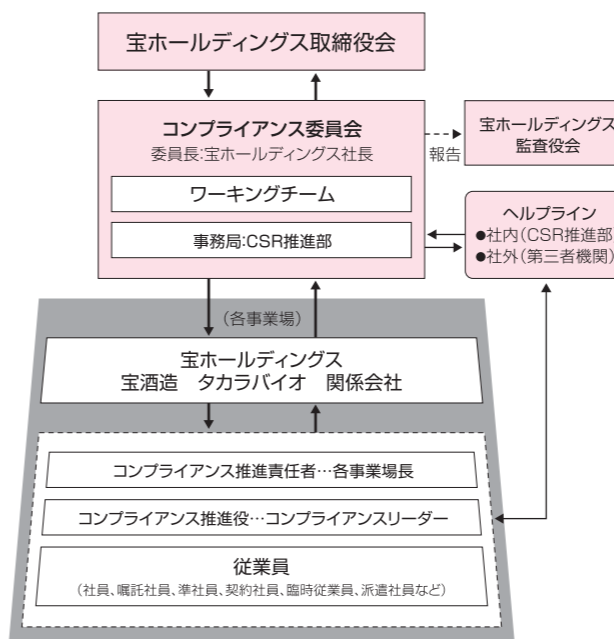
株主・投資家との信頼関係構築のために

宝ホールディングスは上場企業として、株主および投資家の皆様に正確かつタイムリーな情報開示を行うための社内体制を整え、経営の透明性を維持しています。また、株主の皆様への利益還元については、第7次中期経営計画の中で次のような明確な株主還元方針を定めています。

コンプライアンス推進体制

TaKaRaグループでは、誠実で公正な企業活動の確保をめざすため、社長を委員長とした「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推進体制(法・社会倫理の遵守、危機管理)の強化を図っています。コンプライアンス委員会の方針のもと、具体的な活動は各社の社長・コンプライアンス担当役員・事業場長が責任者となり指導・推進を行うとともに、職場ではコンプライアンスリーダーが推進役を担っています。

1. コンプライアンス推進体制



2. 法・社会倫理の遵守のために

①コンプライアンスマインドの浸透・定着

「TaKaRaグループ コンプライアンス行動指針」に基づき、トップ・管理職・一般社員の各階層別に、集合研修や職場教育などを行いコンプライアンスマインドの浸透・定着を図っています。

コンプライアンス行動指針の基本的な考え方

- ①国内外の法令を遵守するとともに、社会倫理を十分に認識し、社会人としての良識と責任を持って行動します。
- ②自然環境への負荷の軽減に取り組み、生命の尊厳を大切にしながら生命科学的発展に貢献します。
- ③この行動指針に反してまで利益を追求することをせず、公正な競争を通じた利益追求をすることで、広く社会にとって有用な存在として持続的な事業活動を行います。



コンプライアンス・トップセミナー



コンプライアンスリーダー研修

②コンプライアンス・マニュアルの作成と配付

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、ファイルや手帳、小冊子などの形で全員に配付しています。



コンプライアンス・マニュアル

3. 危機管理体制

①平時の対応

職場を総点検しリスクを洗い出すことで、優先順位をつけながらリスクの防止・軽減活動を進めています。このような活動は毎年繰り返し行い、その活動結果はコンプライアンス委員会で報告されています。活動の見直しを行いながら、さらにレベルアップした活動につなげていきます。

②緊急時の対応

人命・身体に危険が及ぶおそれのある事態、企業の信用や資産に重大な影響が及ぶおそれのある事態など、緊急事態が発生した場合は、「緊急時対応マニュアル」に基づいた体制をとります。各部署はただちに連携し、緊急対策本部を設置するとともに、迅速かつ的確に対応します。

4. ヘルプラインの設置

TaKaRaグループでは、法令違反や不正行為などを発見した場合、ただちに上司に伝え職場内で解決することを基本としています。しかし、それがうまくできない場合のために、社員からの相談や通報を受け付ける「ヘルプライン」を、社内(CSR推進部)および社外(第三者機関)に設けています。

ヘルプラインは、「公益通報者保護法」および「ヘルプライン規程」に基づいて、相談者の匿名性・プライバシーを守り、相談したことで不利益な取扱いを受けることがないように運用されています。寄せられた相談に対しては、秘密保持について十分に配慮した上で調査を行い、確認された事実関係に基づき適切に対応しています。さらに、対応した結果を相談者に報告しています。

宝酒造株式会社 概要

宝酒造株式会社は、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・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。

商号 宝酒造株式会社 (英文名:TAKARA SHUZO CO.,LTD.)
 代表者 取締役社長 大宮 久
 設立年月日 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
 本店所在地 京都市伏見区竹中町609番地
 本社事務所 京都市下京区四条通烏丸東入長刀鉾町20番地
 決算期 毎年3月31日
 主な事業 酒類、酒精、調味料の製造・販売

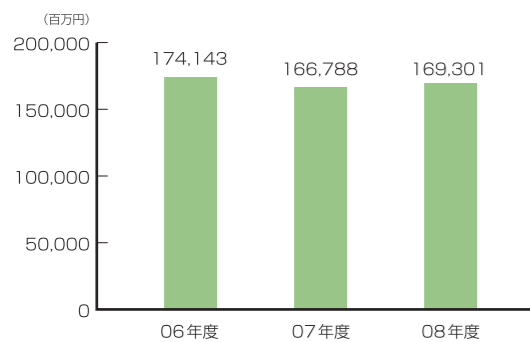
事務所 東京事務所(東京)
 支社 北海道支社(札幌)・東北支社(仙台)・首都圏支社(東京)・関信越支社(さいたま)・東海支社(名古屋)・
 京滋北陸支社(京都)・西日本支社(大阪)・九州支社(福岡)
 工場 松戸工場(松戸)・楠工場(四日市)・伏見工場(京都)・白壁蔵(神戸)・黒壁蔵(高鍋)・島原工場(島原)
 物流センター 東日本物流センター(松戸)・西日本物流センター(京田辺)

●主な関係会社

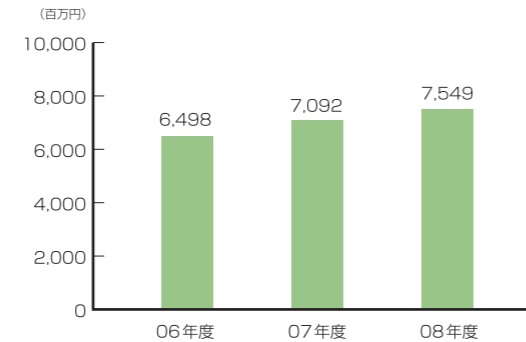
【国内】 タカラ物流システム株式会社(運送業、倉庫業、旅行業等)
 ティービー株式会社(運送業、倉庫業)
 長崎運送株式会社(運送業、通関業、倉庫業)
 株式会社 ラック・コーポレーション(ワインの輸入・販売)
 タカラ物産株式会社(食料品および飼料販売)
 タカラ容器株式会社(容器卸売業)
 株式会社トータルマネジメントビジネス
 (広告代理業、調査企画業務、人材派遣業、飲食店経営)

【海外】 USA Takara Holding Company(持株会社)
 Takara Sake USA Inc.(酒類の製造・販売)
 AADC Holding Company, Inc.(持株会社)
 Age International, Inc.(パーボンウイスキーの販売)
 The Tomatin Distillery Co.,Ltd.(スコッチウイスキーの製造・販売)
 J&W Hardie Ltd.(スコッチウイスキーの製造・販売)
 宝酒造食品有限公司(酒類、酒精、調味料の製造・販売)
 上海宝酒造貿易有限公司(酒類・食品の輸入販売および輸出)

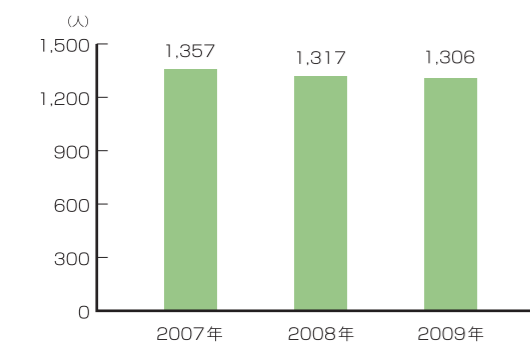
■売上高(宝酒造グループ)



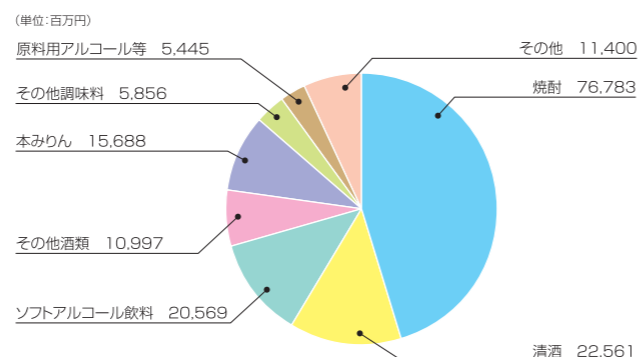
■経常利益(宝酒造グループ)



■社員数(宝酒造単体) ※3月31日現在



■2008年度カテゴリー別売上高(宝酒造グループ)



宝酒造株式会社 事業紹介

焼酎

長年培ってきた独自の蒸留技術や貯蔵技術によって、時代が求める焼酎を追求し、市場を創造し続けることで、焼酎市場の発展に貢献してきました。甲類焼酎では、発売から30年以上のロングセラーを続ける“宝焼酎「純」”をはじめ、伝統と安心の焼酎No.1ブランド“宝焼酎”など、品質に支えられたブランドによりトップシェアを堅持しています。また、芋100%にこだわった“全量芋焼酎「一刻者(いっこもん)」、麦本来の香りと飲みやすさを追求した“本格麦焼酎「知心剣(しらしんけん)」”など、さまざまな原料において独自の技術による品質にこだわった焼酎を発売・育成し、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

“松竹梅”は、「よるこびの清酒」として高品質なイメージにより成長を遂げ、慶祝・贈答市場におけるトップブランドとして盤石な地位を確立しています。ソフトパック市場においても、二段酵母仕込によるコクとキレを追求した“松竹梅「天」”が多くのお客様からご支持をいただいています。また、“松竹梅「白壁蔵」(生酛純米)”など特定名称酒については、伝統的な手造りの原理を再現した最新鋭の設備と、人の手で行う酒造りの両方を併せもつ兵庫県の灘にある白壁蔵を中心に製造しています。「本当に旨くてよい酒とは何か」を徹底的に追求し、これからも造りや原材料にこだわり、お客様に満足して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

1984年に日本初の缶入りチューハイとして衝撃的なデビューを飾った“タカラcanチューハイ”は、時代をとらえた商品として、その後の缶チューハイ市場をリードするとともに、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で今も多くのお客様からの高いご支持をいただいています。また、「ストレート混濁果汁」を使用し、果実のおいしさに徹底的にこだわった“タカラCANチューハイ「直搾り」”や、下町の大衆酒場で愛される辛口チューハイの味わいを追求した“TaKaRa「焼酎ハイボール」”、糖類不使用で果汁50%の「おいしいチューハイ」など、お客様のさまざまな嗜好にお応えできるこだわりの商品を開発、育成していきます。



輸入酒

30余年にわたり、長年お客様の高い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多様なニーズに対応し、中国酒市場をリードしてきました。また、シングルバレルパーボンの“ブランドン”、スコッチウイスキーの“アンティクアリー”、色合いと味や香りのミスマッチが楽しめるリキュール“グリーン・バナナ”、“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ています。今後も、お客様それぞれの嗜好や飲用シーンにふさわしい、世界の高品質で価値あるお酒をご提案していきます。



調味料(家庭用・加工業務用)

「お酒のチカラでもっとおいしく」をテーマに、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・発展を続けてきた“タカラ本みりん”や、素材の生臭みを消し、料理に深いコクとうまみを与える“料理のための清酒”など、料理をおいしく、食卓を豊かにするさまざまな酒類調味料をご提案しています。また、加工業務用市場に向けては、「京寶」ブランドに代表される酒類調味料や「味するべ」「だしるべ」ブランドに代表される食品調味料など、幅広く商品を取り揃えるとともに、各種調味料の調理効果検証やレシピ開発、加工食品の分析など、さまざまな課題解決に取り組んでいます。これからはお客様のニーズにお応えしながら、食の新たな価値創造を支援していきます。



酒精事業

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、焼酎、リキュールメーカーへ販売を行っています。また、清酒製造を支援する立場から、お客様のニーズに応じて清酒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、日本の文化である清酒を守っていきたい。常にそんなこだわりを持って取り組んでいます。一方で、味噌などの食品や医薬品、化粧品などの原料として使用される工業用アルコールの製造・販売にも注力しています。



海外事業

日本食のグローバル化に伴い、現在、欧米やアジアを中心に世界40カ国以上の国々で、清酒「松竹梅」をはじめとする“TaKaRa”製品が親しまれています。米国全土および欧州向けの清酒やみりんなどを製造・販売する米国宝酒造(株)、パーボンウイスキー“ブランドン”を扱うエイジ・インターナショナル社、スコッチウイスキーの製造・販売を行うトマーチン社、中国で清酒やみりん、焼酎の製造・販売を行う宝酒造食品有限公司の4社を軸に、各拠点のネットワークを相互に活用しながら、より効果的な活動をめざすとともに、国際的な事業展開を積極的に進めていきます。



宝酒造のあゆみと社会・環境活動の歴史

会社・商品の歴史

- 酒造業開始 1842(天保13年)
- 自社で新式焼酎・新式みりんを製造開始 1916(大正5年)
- 寶酒造株式会社を創立 1925(大正14年)
- 清酒「松竹梅」発売 1999(昭和8年)

タカラビール発売 1997(昭和32年)



「自然と社会と人間との調和」をめざす企業理念を制定

- 中国酒の輸入販売開始 1972(昭和47年)
- 中央研究所完成 1970(昭和45年)
- タカカみりん「ミリバック」発売 1966(昭和44年)
- 松竹梅「たけ」発売 1966(昭和43年)
- 宝焼酎「純」発売 1977(昭和52年)
- タカラ料理酒発売 1980(昭和55年)
- 米國宝酒造株式会社を発売 1989(昭和60年)
- タカラcanチューハイ発売 1984(昭和59年)
- 本格米焼酎「よいかち」全国発売 1994(平成6年)
- 環境・広報室を設置 1994(平成6年)



お客様相談室を設置 1999(平成8年)

- 全工場でISO9002認証取得完了 2000(平成12年)
- 品質保証部を設置 2000(平成12年)
- タカラ有機本みりん発売 2000(平成12年)
- 企業理念の改定および行動規程の制定 2001(平成13年)
- 「松竹梅白壁蔵」完成 2001(平成13年)
- 全量芋焼酎「刻者」発売 2001(平成13年)
- TaKaRaグループ持株会社体制へ移行 2002(平成14年)
- 松竹梅「天」発売 2003(平成15年)
- 「ソノライアンス推進室を設置 2004(平成16年)
- 宝ヘルスケア株式会社設立 2006(平成18年)
- TaKaRa「焼酎ハイボール」発売 2006(平成18年)
- 「心」焼酎「心」発売 2007(平成19年)
- タカラCANチューハイ「直搾り」発売 2008(平成20年)
- 本格麦焼酎「知心剣」業務用ルート先行発売 2008(平成20年)
- 松竹梅「白壁蔵」(生酛純米)発売 2008(平成20年)



社会・環境活動の歴史

1925(大正12年) 関東大震災の東京から賣みりん、寶焼酎等を供給



1954(昭和29年) 全国各地で料理講習会を開始
1954(昭和29年) 料理番組の先駆け「タカラお料理手帳」が放送開始



1979(昭和54年) 「カムバック・サーモン・キャンペーン」開始



1989(平成元年) スポーツドリンク「PADI」に、日本で初めてスティオンタブ(SOI)を採用

1989(昭和60年) 適正飲酒啓発パンフレット「Say No読本」を発行

1989(昭和60年) 「Say No」キャンペーン開始

1989(昭和60年) 公益信託TaKaRaハートモニスタフアンドを設立

1984(昭和59年) 「はたちまでストップ」企業広告を実施

1991(平成3年) 「TaKaRaクリーンcanウォーキング」を開催

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ボトル化開始

1994(平成6年) 四万十川の清流を守るうきキャンペーン開始

1995(平成7年) 阪神・淡路大震災で支援ボランティアスタッフを派遣

1995(平成7年) 商品に点字で「おさげ」表示を開始

1995(平成7年) 未成年者飲酒、飲酒運転の注意表示を開始

1995(平成7年) 地球環境大賞「地球環境会議が選ぶ優秀企業賞」受賞

1999(平成11年) 環境活動の基本理念制定

1999(平成11年) タカラカみりん「醇良」にはずせるキャップを採用

1999(平成11年) 「緑字決算報告書」初刊発行

1999(平成11年) 焼酎のはかり売り開始

1997(平成9年) 全社環境対策プロジェクト「エコチャレンジ2」開始

2000(平成12年) 地球環境大賞「地球環境会議が選ぶ優秀企業賞」受賞

2000(平成12年) 環境活動の基本理念制定

2000(平成12年) タカラカみりん「醇良」にはずせるキャップを採用

2000(平成12年) 「緑字決算報告書」初刊発行

1999(平成11年) 焼酎のはかり売り開始

1997(平成9年) 全社環境対策プロジェクト「エコチャレンジ2」開始

2002(平成14年) ヘロタクシーへの協賛開始

2004(平成16年) 阿武隈川きらきらキャンペーンに協賛

2004(平成16年) 17事業場でISO14001統合認証を取得

2004(平成16年) 各地自然災害被災地でボランティア活動実施

2004(平成16年) 環境教育教材「リサイクルロード」発刊

2004(平成16年) 「TaKaRaお米とお酒の学校」開始

2004(平成16年) 妊産婦飲酒の注意表示実施

2004(平成16年) 「緑字企業報告書」初刊発行

2006(平成18年) お客様相談室のホームページ開設

2006(平成18年) お酒おつきあい読本」発行

2008(平成20年) 「TaKaRa田んぼの学校」開始

2009(平成21年) 「お酒おつきあい読本」発行





「緑字企業報告書2009」に対する意見

(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 西日本支部
支部長 三沢 邦子氏

はじめに:

企業の「社会的責任」とは、第一義的には、企業が社会に送り出した製品やサービスの行く末まで「責任を持つ」ということであろう。企業が責任を負うのは、企業活動によって収益を得ているからではなく、企業活動そのものには必然的に責任が伴うからである。消費者は、収益活動をしていなくても、モノを消費する日常生活の中で自然や環境に負荷を与えないように努力をする責任がある。企業もその活動が自然や社会に何らかの形で負荷を与えるものであれば、それを最小限にするよう努力するのが社会的責任であると考え。

内容について:

2009年度の緑字企業報告書は、特集として、容器包装の環境への負荷を軽減するための「4Rの取り組み」を取り上げている。容器のリデュース(減量化)、リユース(再使用)、リサイクル(再資源化)、そして容器そのものの使用を回避するリフューズである。

宝酒造がリフューズとして始めたのが焼酎の「はかり売り」であり、この10年間に2.7ℓペットボトル約440万本を節約したという。容器ゼロ、まさに究極のリフューズである。

はかり売りを扱う店舗は全国で190店舗とまだ数は少ないが、人手のかかるはかり売りをあえて長期間続けているその努力は、環境負荷の軽減に真剣に取り組んでいる証として大いに評価したい。消費者としても、はかり売りを積極的に利用し、店舗数がより増えるように応援したい。販売者と消費者の店頭での温かいコミュニケーションも取り戻せることであろう。

そしてリフューズにとどまらず、環境配慮型商品へのさまざまな地道な取り組みをもっと多くの人に知ってもらおう、その目的を明確にしてPRすれば、社会的評価や社会的信頼度はよりいっそう向上するであろう。

食品製造業の命ともいえる「安心・安全」については、原料調達から製品が消費者の手に届くまで十分な安全確認がされていると見て取れた。そして、生産の場と消費の場が遠く離れ、消費者が生産の場を見ることもできず、見ても何もわからない現代にあつては、安全確認のためには、製品の表示は大きな役割を果たす。宝酒造は、消費者の健康と安心のために業界に先駆けて飲酒運転防止の注意表示さらに妊産婦飲酒警告表示のデメリット表示を製品本体につけた。また、酒類製品については、法的に義務がないにもかかわらずアレルギー表示を実施している。今後もラベルの大きさの限度の中で、できる限り詳しく消費者へ有益な情報を提供していただきたい。

お客様相談室には、年間1万件もの消費者の声が寄せられており、そのうち「お問合せ」は77%、「ご指摘」は10%とある。主なお問合せとその回答は、ホームページに掲載してあるが、ご指摘の内容についても開示するとよいのではないかと。こういうご指摘があり、それがこのように改善に結びつた、というメッセージがあると、消費者と宝酒造との距離がより近いものになるだろう。

この緑字企業報告書も、企業案内・企業活動の現状報告にとどまらず、企業と消費者の相互交流のツールとして使えないであろうか。報告から一歩出て、呼びかけでも豆知識でもよい、消費者に共感を与え親しさを感じさせる冊子、つまり消費者の心を動かすものであってほしい。さらに、せつかくの報告書がより多くの消費者の目に触れるよう、配布先や置き場所を増やすことも検討していただきたい。

田んぼの中の子どもの笑顔の表紙が語るように、宝酒造の緑字企業報告書は、「環境を大切に」「次世代の子どもに明るい未来を」との理念が汲み取れる他社にはない独自色

を持つ報告書である。環境への真摯で本格的な取り組みは十分評価できる。環境負荷を測る「ECO」という単位は、よく考えて作られ、年ごとの変化を読み取るのに優れている。

ただ、社内の励みにはなるかもしれないが、外部から見れば、その基準が分かりにくい。より分かりやすく客観的な基準はないのだろうか。

いま、日本の社会にとってもっとも必要な消費者教育は、子どもたちの「未来の社会や他国の人たちを思い描く想像力」を養うことであろう。その点、宝酒造が、子どもたちを未来のステークホルダーとして大切に位置づけ、一粒の米の行く末から製品を想像し、田んぼの自然を守ることから環境の大切さに気づく子どもたちを育てる教育に力を注いでいることは、素晴らしいことであると思う。

最後に:

「すべての行動は消費者の視点からスタートします」が、宝酒造の行動規準である。社員の方一人ひとり、間違いなく消費者である。より広く消費者の視点を持って生産活動に携わり、消費者から信頼される企業であり続けていただきたい。



表紙について

この写真は、当社の主催する社会・環境プログラム「TaKaRa田んぼの学校」田植え編で撮影されたもので、参加された皆様が田植えを体験しているところです。私たちは、このいきいきとした表情から、「皆様にいきいきをお届けする企業」であり続けたいと願う当社の想いがより伝わるのではないかと考え、表紙写真に選定しました。

●編集後記

環境広報部長 佐藤 浩史

本報告書では、一企業市民として、社会のさまざまなステークホルダーの皆様との関わりをご報告しています。

本年度は特に、古いテーマでありながら今も重要な、そして当社とも関わりの深い商品消費後に発生する空容器問題について、当社の取り組みを知っていただきたいと思い、特集でご紹介しました。

また、昨年の報告書の第三者意見でいただきましたご意見を参考に、さまざまな社員の活動や声をできるだけ掲載するよういたしました。

今後もより有効かつ、有意義な活動の展開をめざすため、皆様方からの当社の企業活動、環境活動に対するご意見をお待ちしております。よろしく願い申し上げます。

●編集体制:

・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13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16名)

・編集責任者:中尾 雅幸(環境課長)

●発行責任者:佐藤 浩史(環境広報部長)

皆様の「いきいき」は私たちの「いきいき」

緑字企業報告書

CSR Report 2009



TaKaRa

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



この印刷物は環境に考慮し、大豆インキ・水なしオフセット印刷で制作しています。また、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。

TaKaRa 緑字企業報告書 2009は、京都エコポイントモデル事業でカーボンオフセットされた電力を使用して印刷しています。

宝酒造株式会社