

皆様の「いきいき」は私たちの「いきいき」

緑字企業報告書 2011

CSR Report



宝酒造株式会社




■ 編集方針



「緑字企業報告書2011」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)の皆様には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：2010年4月1日～2011年3月31日
 注) 上記の期間以外は年度を記載します。
- 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：2011年9月

■ 緑字企業報告書の詳細について

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をご覧いただけます。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。

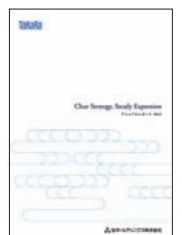
[http://www.takarashuzo.co.jp/
environment/greenpdf/pdf2011.htm](http://www.takarashuzo.co.jp/environment/greenpdf/pdf2011.htm)

-  1～10・・・工場別報告などの詳細資料
-  A～J・・・IR情報などの参考ページ

■ 財務情報の詳細について

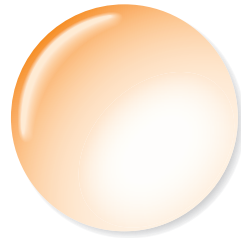
財務情報の詳細につきましては、宝ホールディングス株式会社のアニュアルレポートをご覧ください。なお、宝ホールディングスのホームページ(<http://www.takara.co.jp/>)ではアニュアルレポートだけでなく、決算短信、有価証券報告書などの情報もご覧いただけます。

 A:IR情報



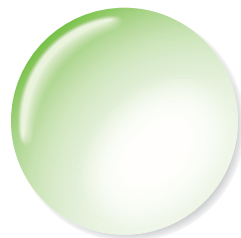
目次

編集方針	01
トップメッセージ	03
企業概要	05
事業紹介	07
〈特集〉日本の食文化の象徴 “SAKE”を世界へ	09



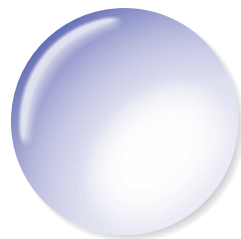
お客様の「いきいき」のために

安全・安心な品質への責任	13
お客様との対話	15
お客様の健康への配慮	17
わかりやすい商品表示	18



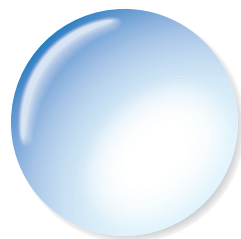
地球の「いきいき」のために

環境活動を支える仕組み	19
空容器問題への取り組み	20
緑字決算	21
環境目標の達成状況	23



社会の「いきいき」のために

TaKaRa田んぼの学校2010	25
TaKaRaハーモニストファンド	27
よりよい社会づくり	29



社員の「いきいき」のために

働きやすい職場づくり	31
ワーク・ライフ・バランス	33
人財育成・能力開発	34



信頼される企業であるために

社内体制の整備	35
コンプライアンス	37

宝酒造の歴史	39
第三者意見	41

トップメッセージ

皆様に「いきいき」を お届けできる企業であり続けたい。

宝酒造のマザービジネスである酒造りは、穀物という自然の恵みをもとに、微生物という自然の働きによって造り出されます。私どもは豊かな水ときれいな空気といった自然環境があるおかげでビジネスを行うことができます。そのため、当社には古くから自然を大切にする気持ちが受け継がれており、その気持ちを「自然と社会と人間との調和」という企業理念として制定したのは四半世紀以上前の1985(昭和60)年のことでした。

当社の社会貢献活動も、自然を大切にすることから始まっています。1979(昭和54)年に始まったカムバック・サーモンキャンペーンでサケを川に戻す市民運動を支援したのを皮切りに各地の運動を支援、1985(昭和60)年には公益信託TaKaRaハーモニストファンドを設立して地域での自然保護活動を継続的に支援しています。

また当社が事業を展開する上で避けて通ることができない空容器問題にも積極的に取り組み、「4R活動」として、一升びんなどの古くからのリユースシステムを利用しながら、新たな環境配慮型商品の開発も進めています。

企業の社会的責任とは、社会の一員として、事業活動を通じて、社会に貢献していくことだと考えております。当社の事業で申し上げるなら、国内にとどまらず、海外も含めて、消費者の方々が求める、高品質でおいしい商品を開発・生産し、提供することです。それによって、当社が行動規準で掲げている「消費者のいきいき」が実現できると考えております。そのために、商品の企画段階から、原料調達、製造、物流を経て消費者の皆様が召し上がるまでのすべての段階で確実な品質管理ができる体制を築き、また常に品質を高めていくべく、グループをあげて取り組んでおります。

この報告書では、さまざまなステークホルダー(利害関係者)を想定し、それぞれのステークホルダーごとに社会的活動をまとめています。この報告書を通じて当社の考え方と活動をご理解いただき、またご意見を承ることができれば幸いです。

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。

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—

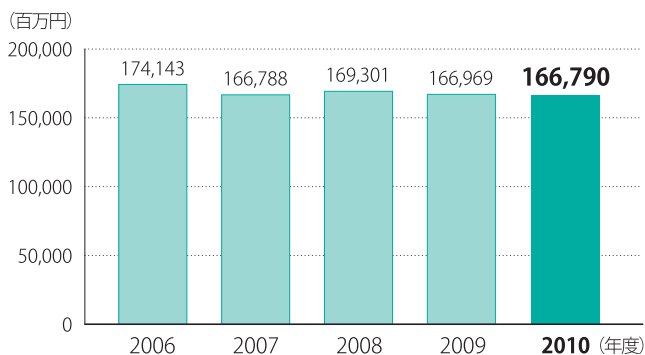
1. パートナーと協力し、自ら率先して仕事の質を高めます。
2. いつも「なぜ？」と問いかけ、変革をすすめます。
3. 自身と誇りにあふれるプロをめざし、スキルアップに努めます。
4. ユニークな発想で、摩擦を恐れず議論します。
5. 情報感度を磨き、目標に向かって迅速にチャレンジします。
6. 自己の言動に責任をもち、法・社会倫理を守り、自然との共生に取り組みます。

宝酒造株式会社 概要

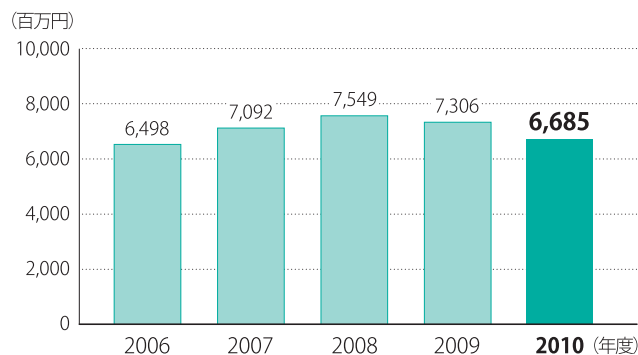
宝酒造株式会社は、持株会社である宝ホールディングス株式会社の傘下であり、酒類・調味料・酒精事業などを展開しています。

商号	宝酒造株式会社 (英文名:TAKARA SHUZO CO.,LTD.)	事務所	東京事務所(東京)
代表者	取締役社長 大宮久	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)
設立年月日	2002年4月1日(持株会社体制移行による)	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)
資本金	1,000百万円	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)
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、調味料、酒精の製造・販売		

● 宝酒造グループ売上高



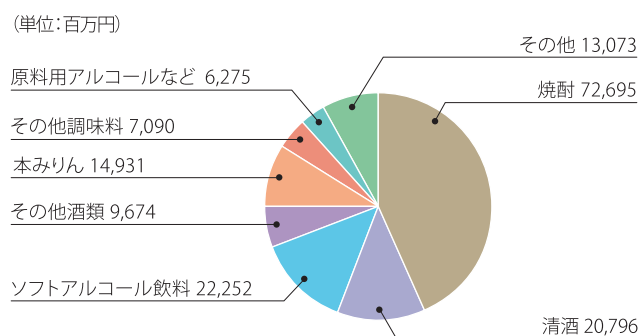
● 宝酒造グループ経常利益



● 宝酒造グループ社員数 (3月31日現在)



● 宝酒造グループカテゴリ別売上構成比



宝ホールディングス株式会社 概要

商 号 宝ホールディングス株式会社
 (英文名:TAKARA HOLDINGS INC.)

代 表 者 取締役社長 大宮 久

設立年月日 大正14年9月6日

資 本 金 13,226百万円

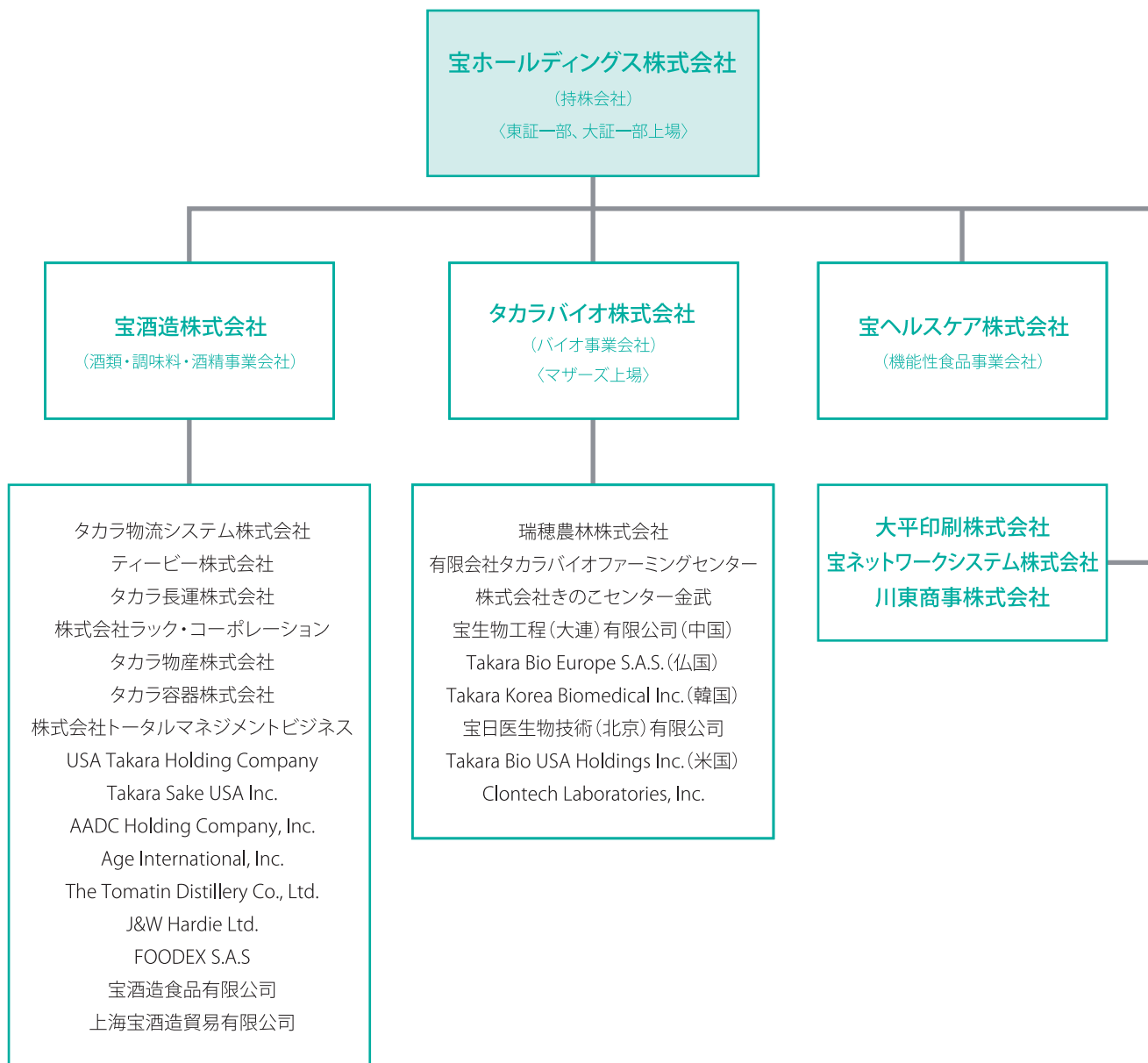
本店所在地 京都市下京区四条通烏丸東入長刀鉾町20番地

決 算 期 毎年3月31日

事 業 内 容 持株会社

上 場 市 場 東京証券取引所第一部、大阪証券取引所第一部

● 宝ホールディングスグループ企業の構成図



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

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、伝統と安心の甲類焼酎No.1ブランドの“宝焼酎”をはじめ、樽貯蔵熟成酒をブレンドしたひとクラス上の宝焼酎“極上<宝焼酎>”、発売から30年以上のロングセラーを続ける“宝焼酎「純」”など、品質で差別化さ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、本格焼酎では芋100%にこだわった“全量芋焼酎「一刻者」”、^{しつこもん}麦本来の味わいを追求した“本格麦焼酎「知心剣」”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商品を発売・育成しています。



■清酒

松竹梅は、「よろこびの清酒」として慶祝・贈答市場におけるトップブランドの地位を確立しています。2001年には「本当に旨くてよい酒とは何か」を徹底的に追求するため、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あわせ持った松竹梅白壁蔵を完成させ、“松竹梅「白壁蔵」<生酏純米>”や新感覚のスパークリング清酒“松竹梅白壁蔵「滯」”などの高品質酒を製造しています。

また、晩酌市場では二段酵母仕込みにより「コクがあってすっきり辛口」の“松竹梅「天」”が、業務市場においては「爛で冴える辛口」として“松竹梅「豪快」”が多くのお客様からご支持をいただいています。これからも松竹梅は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し、その厳選された「焼酎」「果汁」「水」と確かな技術に裏付けられたこだわりの品質は、今も多くのお客様から高いご支持をいただいています。

また、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」”、“産地直搾り果汁”を使用し、果汁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、泡盛を使用した“TaKaRa「琉球ハイボール」”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・育成しています。



■ 輸入酒

30余年の長きにわたり、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」”は、こだわりの製法による深い味わいと馥郁とした香り、さらに万全の品質管理によって日本の中国酒市場をリードしてきました。

また、シングルバレルバーボンの“ブラントン”、スコッチウイスキーの“アンティクアリー”、オランダのリキュール“グリーン・バナナ”、中国の“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、高品質で価値ある世界の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、食塩無添加の料理清酒“タカラ料理のための清酒”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、お惣菜や加工食品などに適した酒類調味料「京寶」ブランドやだし調味料などの商品を取り揃えるとともに、食品分析や酒類の調理効果研究、レシピ開発など、お客様とともにさまざまな課題解決に取り組んでいます。



■ 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しています。また、原料用アルコールの販売を行うだけでなく、情報や周辺商品をご提供することで酒類メーカーとのパートナーシップを深めています。

お酒造りの原点にかかわって業界の発展に寄与し、日本のお酒文化を守っていきたい。常にそんなこだわりを持って取り組んでいます。

一方で、これまで培った技術力と信頼で、味噌などの食品や医薬品・化粧品・化学品などの原料として使用されるアルコールの製造・販売にも注力しています。



■ 海外事業

おいしくヘルシーな食事として日本食が注目を浴びグローバル化するのに伴って、清酒やみりんも普及しており、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」、タカラ本みりんをはじめとする“TaKaRa”商品が親しまれています。

米国全土および欧州向けに清酒やみりんなどを製造・販売する米国宝酒造、バーボンウイスキー“ブラントン”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、海外酒類事業の展開を積極的に進めています。

また、2010年には、フランスの日本食材輸入卸会社であるフーデックス社の株式を取得し、欧州における日本食材卸事業に本格的に参入しました。今後はさらに、海外酒類事業と日本食材卸事業の両事業のシナジーを発揮させ、日本の食文化をさらに世界に広めるとともに、海外の飲食店市場における新たな販路の獲得と拡大に取り組んでいきます。



日本の食文化の象徴 “SAKE”を世界へ

日本の風土と文化の中で生まれた日本酒は、近年の世界的な日本食の普及とともに、広く世界中で飲まれるようになってきました。この特集では、日本酒の普及に向けた取り組みと現地生産拠点における安全・安心、品質向上についてご紹介します。

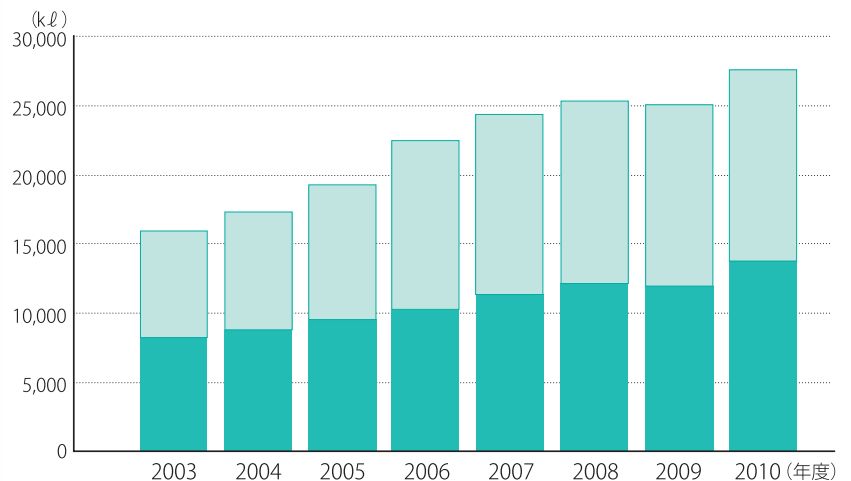


日本の酒から、世界の“SAKE”に

スシ、サシミ、テンプラといった日本食がヘルシーでおいしい料理として普及していくにつれて、海外での日本酒市場は年々増加し、2010年には輸出が13,770kℓ、現地生産が13,950kℓ、合計27,720kℓとなっています。これは国内市場の約5%に相当します。

● 日本酒の輸出量と海外での現地生産量

■ 輸出量 ■ 現地生産量



出典：輸出量 国税庁「酒類の輸出数量（2001年～2010年）」／現地生産量 醸造産業新聞社調べ



日本の食文化“SAKE”を世界に広めるための工夫

日本酒は日本文化、日本食文化において重要な役割を担っています。宝酒造では、日本酒にかかわる文化を紹介しながらの営業活動に努めています。

アメリカでは、お酒を温めて飲む日本酒独自の文化「燗」を普及させるため、おいしい温度、温め方、品質保持の方法などについて理解を促しています。また、めでたい席での「鏡開き」の普及にも積極的に取り組んでいます。さらに現地工場内に日本酒の製造方法や文化を紹介する「SAKE MUSEUM」、手軽に日本酒を試飲できるテイastingルームを設置、日本酒体験の場を提供しています。

ヨーロッパや中国においても同様に、日本酒文化の普及を図っています。2010年にはフランスの日本食材輸入卸売会社フーデックス社の株式を取得し、日本酒の普及拡大を加速させています。



ウェブサイトでも情報を発信



Takara Sake USA内の「SAKE MUSEUM」(上)とテイastingルーム(下)

現地生産でも変わらぬ品質を

宝酒造では1983年にアメリカのカリフォルニア州で、さらに1997年には中国・北京市で現地生産を開始しました。いずれも現地の米と水を使って、日本産と同品質の「松竹梅」を製造・販売し、両国でトップシェアのブランドとなっています。



Takara Sake USA Inc.
(アメリカ・カリフォルニア州)

B: Takara Sake USA Inc.



宝酒造食品有限公司
(中国・北京市)

C: 宝酒造食品有限公司

「安全・安心」そして、品質へのこだわり・・・

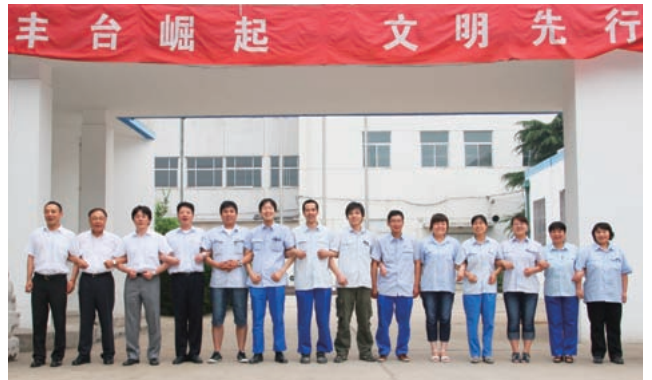
中国でも日本と同じ味わいの「松竹梅」をつくる

宝酒造はアメリカ・カリフォルニア州のTakara Sake USA Inc. (米国宝酒造株式会社)、中国・北京市の宝酒造食品有限公司の海外2拠点で現地の米と水を使って松竹梅を製造・販売しています。ここではその中で宝酒造食品有限公司の安全・安心、品質向上への取り組みをご紹介します。

宝酒造が中国・北京市に清酒製造会社を設立したのは1995年のことです。中国北部に位置する北京は気温が低く、清酒造りに適しており、また大消費地でもあることからこの地を選びました。設立から2年をかけて、米の調達先選定、地下水の処理方法の確立、清酒製造専用設備の導入、試験製造などを行い、1997年に製造を開始しました。以降、「日本と同じ味わいの松竹梅」にこだわって、「安全・安心」の確保、品質の向上に取り組んでいます。製造販売に必要なQSマーク※(生産許可証)も2008年1月に取得しています。

酒銘の「松竹梅」は中国でも縁起のいいものとして尊ばれており、ナンバーワンブランドとして大都市圏を中心に親しまれています。

※中国で義務付けられている安全表示。主管行政庁による安全検査に合格した商品のみ表示・出荷を許されます。



宝酒造食品有限公司

所在地：北京市豊台区南苑西路31号

従業員数：102名(2011年1月現在)

資本金：1億3,000万元

事業内容：酒類、調味料の製造・販売、宝酒造グループ製品の輸入販売

1 原料調達で

米は中国北部・遼寧省産のものを使用しています。酒造りの大敵である鉄分が少なく、また硬すぎず精米しやすいなど、酒造りに適しています。国内のさまざまな産地の米を試して、この米にたどり着きました。

その他の原料、包装材料も、すべてQSマークを取得したものを使用しています。



入荷した玄米をサンプリング

2 原料検査で

入荷した玄米は、日本国内と同様LC-MS/MS※で分析し、残留農薬など有害物質が含まれていないかをチェックします。

仕込水は地下水です。北京の水は日本に比べ硬度が高いため軟水化装置で処理し、おいしい酒造りができる水へと変えています。

※LC-MS/MS：高速液体クロマトグラフィ(HPLC)と質量分析計(MS)を組み合わせた分析装置。主に不揮発性の食品成分、農薬成分などについて、多成分を高感度に定量分析することができます。



LC-MS/MSで分析

3 製造で

検査を経た玄米はまず精米し、その後で蒸して、種麴を植え付け米麴をつくります。米麴ができたら、掛け米、仕込み水、酒母と混ぜ合わせてタンクで発酵させます。

約20日の発酵を経て搾り(上槽)、さらに約90日の貯蔵を経て壇詰めへと進みます。



精米された米
変わらぬ松竹梅の味を実現するため現地の米の中から品種を厳選し、丁寧に精米しています。



種麴の植え付け



発酵中の温度をこまめにチェック



麴造りや発酵でもっとも重要なのは温度管理。機械でコントロールするだけでなく、人の五感も使ってでき具合を観察しながら温度を微調節していきます。



品質管理課長兼製造本部長助理
張 立影

中国人技術者として、成分分析や官能検査、品質判定を手がけています。QSマークやISOの認証取得も、日本人技術者と協力しながら、中国当局との手続きややりとりを全面的に担当しました。

現在は部下の育成も大きな課題。そのためにも私自身が、さらに深く日本酒を理解したいと思います。

4 出荷の前後で

壇詰めにあたっては、機械でのチェックに加えて、目視検査などで異物が混入していないことを確認しています。

ラベルも、日本よりも空気が乾燥していること、長距離のトラック輸送が珍しくないことを考慮し、接着を強化する、ネットをかぶせて輸送中の汚損を防ぐ、など工夫しています。

また模造品との区別をつけるため特別な封緘シールを貼っています。このシールの情報を携帯電話などで入力すると、製造に関する情報を知ることができるようになっています。

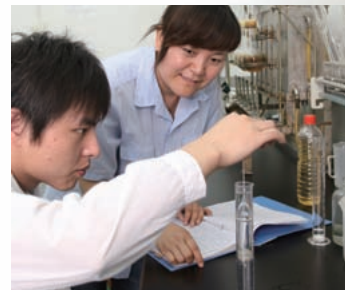
完成した日本酒はロットごとにアルコール度数検査、官能検査などを行い、これらに合格したものだけが出荷されます。



目視検査



本物を証明する
封緘シール



アルコール度数検査



官能検査



製造本部長兼工場長
伊藤 康二

日本と同じ酒を造るには、まず製造スタッフに日本酒を理解してもらわなければなりません。今工場にいる従業員は、10年以上経験のある人が多いこともあり、よい日本酒を皆で一緒に造ってこうという意識が高いですね。

日本と同じ味わいで安全・安心、高品質の「松竹梅」を、ここ北京から中国全土へ送り出していきます。

お客様の
「いきいき」の
ために

安全・安心な品質への責任

商品企画から製造・出荷に至るまで、すべてのプロセスにおいて、お客様に安全・安心な商品をお届けできるよう万全を期しています。

品質への取り組み

原料と商品の品質管理・確認を徹底

宝酒造では、商品企画から製造・出荷に至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。

全工場で品質マネジメントシステムの国際規格ISO9001の認証を取得し、品質管理の強化に取り組んでいます。原料の受入検査にはじまり、各工程の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。

 1:ISO14001、9001取得年表



ISO9001認定証(伏見工場)

商品企画

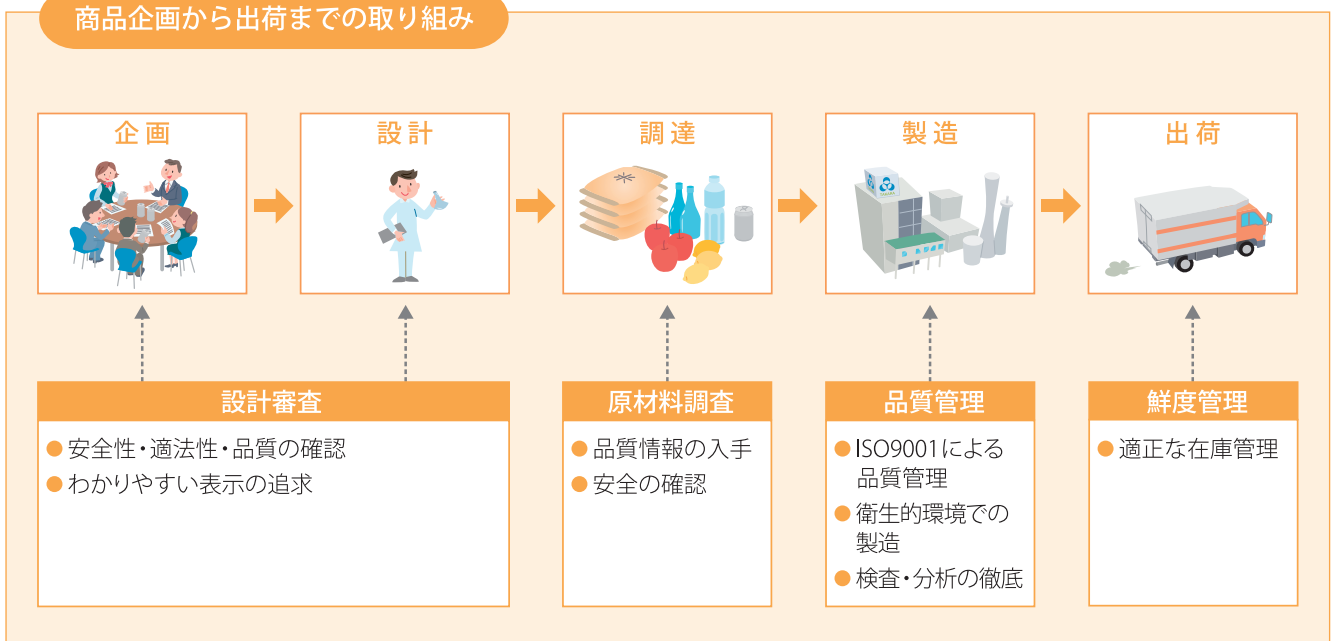
商品企画にあたっては、日々の営業活動による情報収集に加えて、消費者アンケートやグループインタビューも実施しています。味わいや安全・安心に関するお客様の潜在的なニーズ、こだわりをいち早くキャッチして独自の技術で商品化し、提供していくことをめざしています。

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、製造工程に至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)の手法を用いて適法性や妥当性を確認しています。

こうして「不良」となりうる可能性を設計段階で極力排除し、万全な品質設計であることを確認した上で、商品化します。

商品企画から出荷までの取り組み



安全な原料の調達

2008年の事故米穀不正規流通事件を受け、すべての原料サプライヤーに対して調達ルートを遡って再調査を実施しました。その上で、調達ルートがすべて間違いなく確認できる原料、もしくは品質保証書において品質・安全性・適法性が確認できる原料のみを採用するようにしています。

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で実施し、安全性を確認しています。

原料分析に際しては、専門分析機関と同等レベルの高性能な分析機器(LC-MS/MS※1・GC-MS※2など)を分析センターと主力工場に配備しています。分析機器には、グループ企業であるタカラバイオが販売する商品もあり、高度な分析技術を有するTaKaRaグループならではの強みを活かし、原料の安全性を確認しています。

※1 LC-MS/MS: 高速液体クロマトグラフィ(HPLC)と質量分析計(MS)を組み合わせた分析装置。主に不揮発性の食品成分、農薬成分などについて、多成分を高感度に定量分析することができます。

※2 GC-MS: ガスクロマトグラフィ(GC)と質量分析計(MS)を組み合わせた分析装置。主に揮発性のにおい成分、異臭成分などについて、多成分を高感度に定量分析することができます。



分析の様子

衛生的環境での製造と検査

工場の建屋内は清浄度別に3段階のゾーンに分けています。充填室など最も高度な清浄性が要求される作業区域においては、異物混入が発生しないようにクリーンルーム仕様を採用、作業者は専用の無塵服を着用し、エアシャワー室で付着異物を除去してから入室しています。作業者がゾーンを移動する際は、必ず作業着、作業靴を取り換え、ゾーンごとの清浄度を確保しています。いずれのゾーンも不要物の持ち込みは禁止されています。

充填後は、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、商品の安全と品質を確保しています。



エアシャワー室での異物除去



検査員による充填後の目視検査

製造後の品質管理

各工程での厳しい品質検査に合格した商品は、製造後ただちに物流センター(東西2か所)に転送され、そこから出荷されます。

物流センターでは、パレットごとに貼付したバーコードによって、製造ライン、製造日時などの情報を管理しています。製造履歴を管理することで鮮度の良い商品をお届けする体制を整えています。

お客様の
「いきいき」の
ために

お客様との対話

お客様に良質の商品とサービスをお届けし、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。

お客様の「いきいき」のために

お客様相談室の役割と仕組み

お客様の声をデータベース化して商品とサービスに反映

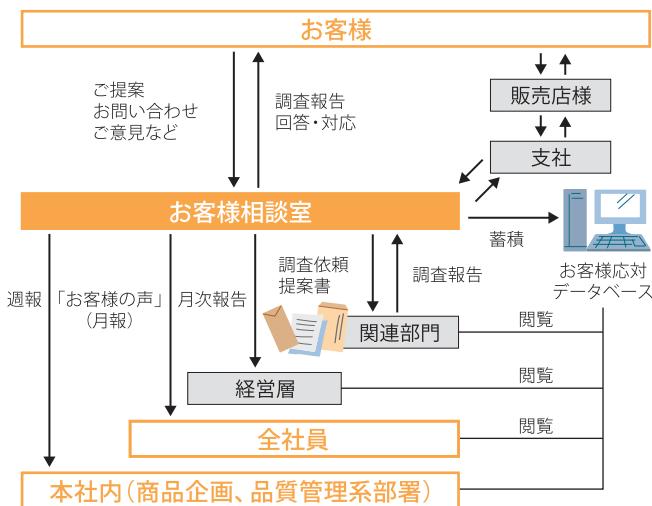
お客様相談室には年間約8,000件のお客様の声が寄せられています。内容は、商品の取り扱い店、賞味期限、原材料の原産地などに関するお問い合わせ、さらには商品に関するご指摘など、多岐にわたります。これらの声の一つひとつに真摯に耳を傾け、お客様と宝酒造をつなぐ懸け橋となるべく努めています。

宝酒造では、「消費者のいきいきは、私のいきいき」を行動規準にしています。このため、お客様の声は、すべてデータベースに蓄積し、個人情報保護した上で、全社員に公開することで、お客様のニーズに応える商品づくりとサービス向上につなげています。

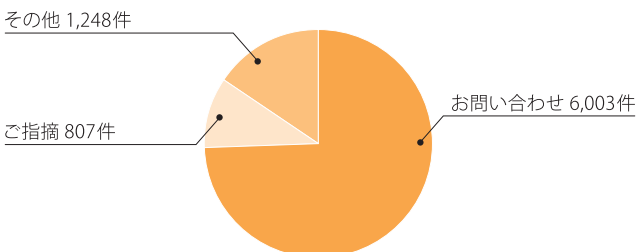
今後も、「誠実・迅速・確実」をモットーに、お客様に最適な対応で臨みます。

HP D: お客様相談室

● お客様対応の流れ



● お客様相談件数と内訳 2010年度 8,058件

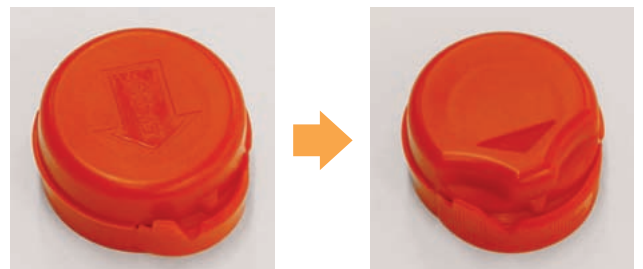


お客様の声を反映した改良事例

タカラ本みりん、タカラ料理清酒などのキャップをリニューアル

タカラ本みりん、タカラ料理清酒などのPETボトル調味料商品では、購入前の開栓を防止し、また使用後の分別リサイクルが簡単にできる機能をもったキャップを採用しています。このキャップに関して、お客様から「指がかけにくくて、うまく開封できない」とのご意見をいただいたため、形状を再検討し、開けやすい形に改良したものを2011年4月から導入しました。

あわせてラベルには開封方法をわかりやすく図入りで掲載しています。



従来品

改良品



ラベルに開封方法を記載



お客様相談室

お客様へのさまざまな情報提供

ホームページでお客様に役立つ情報を提供

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、ホームページ内にはお客様に役立つ情報として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、調味料を使ったレシピ紹介など、各種コーナーを設置しています。

また携帯電話向けホームページを大幅に拡充し、手軽に、どこでも商品情報や料理レシピなどをご覧いただけるようにしました。また携帯電話のカメラ機能で読み込むだけでホームページにアクセスできる2次元コードを商品ラベルや新聞・雑誌広告などに掲載して、より利便性を高めています。

モバイルホームページアドレス：<http://takarashuzo.mjmk.jp/>



ホームメイドリキュールの作り方を紹介したホームページ

グループ会社の取り組み 宝ヘルスケア

お客様の「安全」「安心」に配慮

健康食品販売会社の宝ヘルスケアでは、お客様の声を反映し、飲み忘れ防止策を実施しています。

健康食品は毎日定量を継続して飲んでいただきたい商品ですが、お客様からは「つい飲み忘れてしまう」「量を間違えてしまう」という声が寄せられることがありました。そこで、1日あたりの量を記入して商品のキャップ部分に貼付する「継続応援シール」や、飲んだかどうかチェックできる「飲み忘れ防止カレンダー」を定期購入のお客様に配布し、飲み忘れ防止の一助としています。また1日の目安量が見やすいよう、商品ラベル正面に大きく表示する変更を順次行っています。



継続応援シール

飲み忘れ防止カレンダー

お客様の
「いきいき」の
ために

お客様の健康への配慮

酒類メーカーの社会的責任として、率先して適正飲酒の啓発に取り組んでいます。

お客様の「いきいき」のために

適正飲酒の啓発活動

酒類を製造・販売する企業の社会的責任として

宝酒造は、酒類を製造・販売する企業の責任として、飲みすぎによる健康障害や未成年者飲酒、飲酒運転などを防止するため、適正飲酒の啓発に取り組んでいます。1984年の「はたちまでストップ」キャンペーン以来、過剰な飲酒や未成年者飲酒、妊産婦飲酒、飲酒運転の危険性について情報発信を継続。一方で、こうした不適正な飲酒を誘発するような広告表現や表示、販売方法を行わないように留意しています。

啓発情報の発信

1986年に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。

さらに2009年にはこれをリニューアルした「お酒おつきあい読本」を発行し、適正飲酒を呼びかけています。この冊子をさまざまなイベントでご提供しているほか、同内容を宝酒造ホームページでも公開しています。



お酒おつきあい読本

☒ E: お酒おつきあい読本

広告での配慮

酒類のテレビCMについては、①未成年者飲酒を誘発するような表現はしない、②過度の飲酒を勧めるような表現や社会的良識に反する飲酒の表現はしない、③未成年者飲酒禁止、飲酒運転禁止などを明示する、④放送時間帯を制限する(昼間[18時まで]は放送しない)といった業界基準を遵守しています。また、未成年の視聴者が多い番組での放送は自粛しています。

新聞・雑誌などテレビCM以外の宣伝広告についても同様に、未成年者の飲酒を禁止する旨などのメッセージを、読者の目に付きやすい位置にはっきりと表示しています。

商品表示や販売上の配慮

未成年者の飲酒を防止する取り組みとして、1995年から商品パッケージに「未成年者の飲酒は禁止されている」旨の表示をしています。また、未成年者の飲酒につながりかねない酒類自動販売機の屋外設置は受け付けていません。

さらに、妊娠中や授乳期の飲酒防止のために、2004年から商品パッケージや新聞・雑誌広告に妊産婦飲酒に関する注意表記を表示しています。

飲酒運転の防止に関しては、1995年から酒類全商品のパッケージに飲酒運転に関する注意表記を表示しています。

また誤飲を防ぐため、ソフトアルコール飲料に「お酒」マークを業界で初めて表示しました。

試飲や試供品配布は、未成年者でないこと、運転者でないことが確認できる場合に限っています。

妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。未成年者の飲酒、ならびに飲酒運転は法律で禁じられています。

注意表記の表示の例



VOICE

社会の変化にあわせた適正飲酒啓発活動の継続をめざしています

1984年の「はたちまでストップ」キャンペーンで、酒類メーカーとして初めて未成年者飲酒問題に正面から取り組んだのが当社です。

社会の変化とともに人とお酒の付き合い方も大きく変わりつつありますが、行政、医学界、教育界、消費者団体、そして業界とも連携しながら、適正飲酒啓発活動に取り組んでいきたいと考えています。

環境広報部 副部長
人部 恭造



お客様の
「いきいき」の
ために

わかりやすい商品表示

宝酒造は、お客様が求める情報を伝わりやすい形で商品に表示しています。

商品の表示に関する取り組み

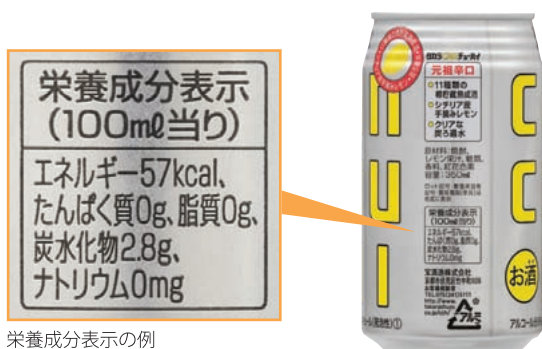
必要な情報をわかりやすく表示

ラベルの記載内容に関しては、法律などの遵守はもちろん、誤解を招くような紛らわしい記載やわかりにくい表現、誇大表現などが無いことを確認した上で商品ラベルを作成しています。

栄養成分の表示

お客様からカロリーのお問い合わせが多いチューハイについては、自主的にカロリーを含む栄養成分を表示しています。

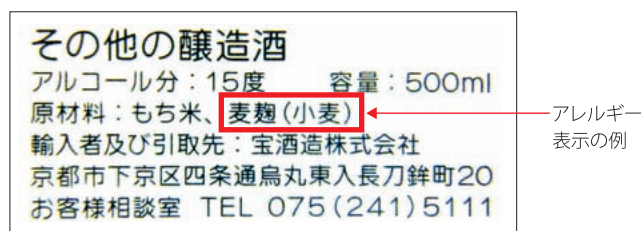
また甲類焼酎についても、自主的に栄養成分表示を実施するなど、適正な商品情報をお客様にわかりやすく提供しています。



アレルギー物質の表示

宝酒造では、アレルギー表示制度が導入された2002年以降、義務表示と推奨表示に指定された全25品目のアレルギー物質を原材料欄に表示しています。

同制度ではお酒に含まれるアレルギー物質の表示は免除されています。しかし当社では、制度にかかわらず、商品に含まれるアレルギー物質をお客様に正確にお伝えしています。



目の不自由なお客様の誤飲防止

宝酒造では、目の不自由な方の誤認飲酒を防止するため、1995年に国内で初めてタカラcanチューハイの缶ぶたに点字で「おさけ」の表示を実施しました。2002年には、やはり国内で初めて紙パック酒類のキャップに、同様の点字表示を行いました。



紹興酒での認定マークの表示

宝酒造では、「塔のマーク」で親しまれている紹興酒「塔牌」を30余年にわたり中国から輸入しています。中国浙江省の都市・紹興で厳格な基準に従い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」認定マークを発行されている確かな品質の商品です。

当社では、輸入ロットごとに成分分析や農薬などの分析を実施。使用される原料(もち米、小麦)についても、原料サンプルを入手し、日本国内の検査機関において分析し、安全性を確認しています。

また、当社の技術者が毎年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。



お客様の「いきいき」のために

地球の
「いきいき」の
ために

環境活動を支える仕組み

TaKaRaグループ環境方針のもとにISO14001に基く環境マネジメント体制を構築し、事業活動全般にわたる環境負荷削減に取り組んでいます。

TaKaRa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、TaKaRa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

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

- (1) 地球環境の保全と事業活動の調和を経営の重要課題の一つとして取り組みます。
- (2) 環境マネジメントシステムを構築し、継続的な改善と汚染の予防に努めます。
- (3) 環境に関する法規制及び組織が同意するその他の要求事項を遵守します。
- (4) 事業活動全般の環境影響評価を的確に行い、技術的、経済的に可能な範囲で目的・目標を定めて実践し、また定期的に見直すことにより環境パフォーマンスの向上を図ることを約束します。
- (5) TaKaRa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 天然資源を大切にし、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TaKaRa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 取締役社長／宝酒造株式会社 取締役社長 大宮 久

注) ISO14001:2004におけるTaKaRaグループは、宝ホールディングス、宝酒造、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で構成されています。

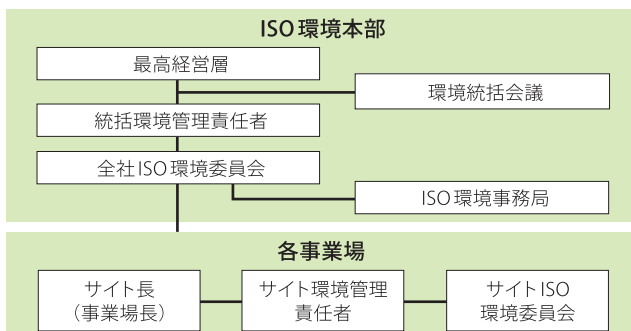
TaKaRaグループ環境マネジメントシステム

ISO14001に基く環境マネジメント体制を確立

宝酒造の全工場、全支社、本社、および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でISO14001の認証を取得しています。ISO環境本部を中心に経営と直結した目標に向かって活動しています。

 1: ISO14001、9001取得年表

● TaKaRaグループ環境マネジメントシステム組織図



環境関連法規の遵守状況

定期的に遵守状況をチェック

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、法規の遵守状況を確認しています。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を設定しています。

なお、2010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。

主要な環境関連法規

- 公害関係法規(水質汚濁防止法など)
- 廃棄物処理関係法規(廃棄物処理法など)
- 化学物質管理関係法規(PRTR法、毒物劇物取締法など)
- リサイクル関連法規(容器包装リサイクル法など)
- 省資源関連法規(省エネ法など)
- 防災・危険物関係法規(消防法など) など

地球の
「いきいき」の
ために

空容器問題への取り組み

リデュース、リユース、リサイクルの3Rにリフューズを加えた4Rに取り組んでいます。

4Rの推進による空容器問題への対応

空容器の発生回避に向けて

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PET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。

当社ではこの空容器の問題に対処するため、リデュース (Reduce: 減量化)、リユース (Reuse: 再使用)、リサイクル (Recycle: 再資源化) の3Rにリフューズ (Refuse: 発生回避) を加えた4Rの取り組みを進めています。リフューズとは、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。

3R+R
Reduce (減量化)
Reuse (再使用)
Recycle (再資源化)
Refuse (発生回避)



F: TaKaRaエコプロダクツ
 2: 720ml リターナブルびんの推移 (はかり売り)

自社での取り組み

宝酒造では、焼酎の「はかり売り」を展開しています。「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。

また、ISO14001の目標に「環境配慮型商品の開発」を掲げ、毎年2件以上の商品改良や開発を行うことを目標として活動しています。

2010年度の環境配慮型商品の開発・改良事例

- 本格焼酎1.8ℓびんの外箱を一部ダンボールからP箱 (プラスチック製の通い箱) に変更
- 清酒ギフトに軽量化びん (-40g/本) を採用

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

各種団体との連携による取り組み

空容器問題の解決には、関連する業界全体での取り組みが不可欠です。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・展示会などを通じた容器リサイクルの啓発活動などは、関連する業界全体で取り組むことが効果的です。

宝酒造では、ガラスびんやPETボトルなど種々の容器について、関連のリサイクル団体に加入。各団体の活動に積極的に参加しています。

宝酒造が加入している主なリサイクル団体

- ガラスびんリサイクル促進協議会
- PETボトルリサイクル推進協議会
- アルミ缶リサイクル協会
- 紙製容器包装リサイクル推進協議会
- 酒パックリサイクル促進協議会

VOICE

関係者が一体となって、 ガラスびんの資源循環を推進しています

ガラスびんリサイクル促進協議会は、ガラスびんメーカー、中身メーカー、びん回収業、カレット (ガラスくず) 回収業などガラスびんの資源循環にかかわるさまざまな事業者で構成されています。ガラスびんの環境負荷を低減し、資源循環型社会の構築に寄与するため、会員相互の情報交換や関係者と連携を図りながら積極的に活動しています。

現在、当協議会では、容器の軽量化をさらに進めるとともに、カレット回収量の増量と資源循環の強化に取り組んでいます。また、くり返し利用できるリターナブルびん商品が減少する中、ガラスびんリユースシステムを存続させることも重要な課題です。国・自治体・事業者・消費者などすべての関係者が協力し、取り組まなければならないと考えています。

当協議会は、これからも宝酒造様をはじめ会員の皆様方とともにガラスびんの資源循環に取り組んでいきます。

ガラスびんリサイクル促進協議会
事務局長
幸 智道様



地球の「いきいき」のために

緑字決算

事業活動における地球環境への負荷削減や自然保護活動などの結果を「緑字決算」という独自の指標で毎年公表しています。

緑字決算

環境活動の成果を独自指標で評価

経済活動の結果を一般的に「黒字」「赤字」と表現することから、環境活動の結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(りょくじ)」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、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、その成果を「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、活動の成果が、結果的にどうであったのかを皆様にわかりやすく理解していただくためです。

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年間の結果を単純に足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。



図5: 緑字決算対象項目選定と重み付け投票詳細

地球の「いきいき」のために

環境会計

宝酒造の環境コストでは、リターナブルびんシステムの維持や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、環境マネジメントシステムの運用や活動推進のための管理活動コスト、また公害防止コストの割合が高くなっています。そのほかにも、「田んぼの学校」などの環境教育や地球

温暖化の防止に貢献するNPOの支援などにあてた社会活動コスト、地球環境保全コスト、資源循環コストなどがあります。

2010年は排水処理設備増強やボイラー設備の更新によって公害防止コストが、屋上緑化や排水監視装置の整備などによって管理活動コストが増加しました。

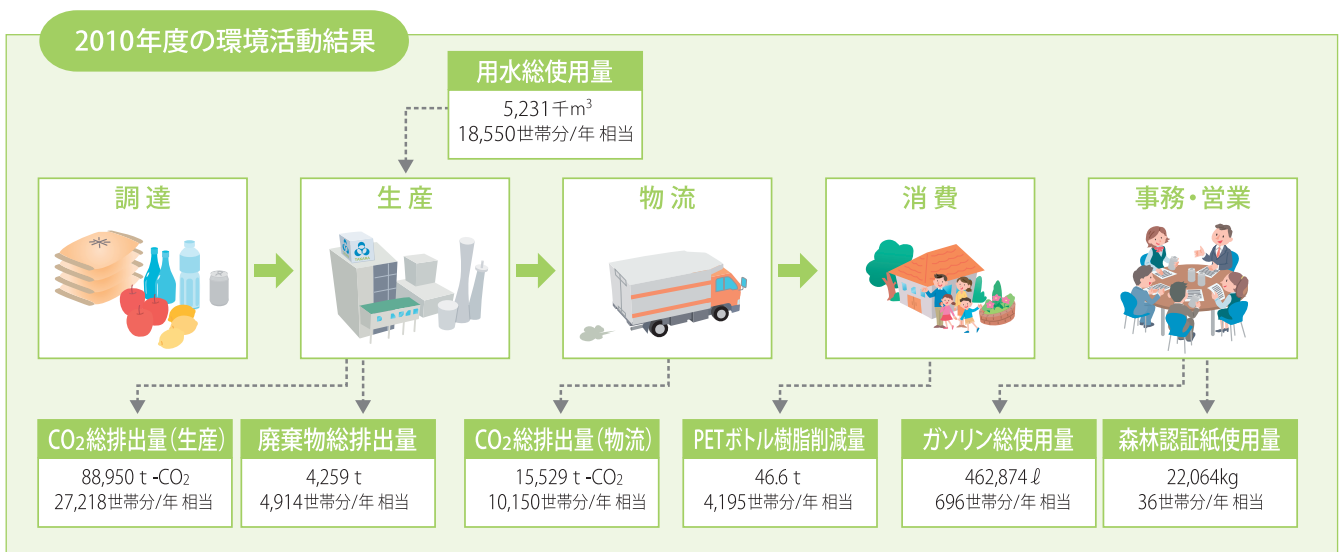
分類	主な取り組みの内容	投資	費用	
(1) 主たる事業活動により事業エリア内で生じる環境負荷を抑制するための環境保全コスト(事業エリア内コスト)		129,242	548,456	
内訳	① 公害防止コスト	排水処理設備増強、ボイラー設備更新、賦課金など	40,262	308,150
	② 地球環境保全コスト	蒸気配管の保温、排熱回収設備、冷蔵、冷凍設備の更新など	50,899	68,274
	③ 資源循環コスト	飼料化設備、廃棄物リサイクル設備の整備など	38,080	172,032
(2) 主たる事業活動に伴ってその上流又は下流で生じる環境負荷を抑制するための環境保全コスト(上・下流コスト)	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など	75	253,057	
(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、環境広告など	52,303	365,180	
(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)	商品など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	0	
(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、ペロタクシー、エコプロダクツ展など	0	25,861	
(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	45	
合計		181,620	1,192,599	

(集計範囲: 宝酒造単体、2010年度対象期間: 2010年4月1日～2011年3月31日、単位: 千円)

2010年度の緑字決算結果+17ECO

2010年度は全体での緑字決算の結果は+17ECOとなりました。プラスECOとなったのは環境配慮型商品の開発品数の増加や「はかり売り」実施店の新規開拓が順調に進んだ

ことが主要因です。一方で、物流部門CO₂削減、環境ボランティアの推進については目標達成に向けて活動を推進してきましたが届かず、個別ECOがマイナスとなりました。



注) この他にも、社員のボランティア活動、環境配慮型商品の開発および環境コミュニケーション推進も緑字決算の対象としています。

● 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)	焼酎換算商品 製造量あたりの CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /kℓ -25%alc)	焼酎換算商品 製造量あたりの 用水使用量 (m ³ /kℓ -25% alc)	焼酎換算商品 製造量あたりの 廃棄物排出量 (kg/kℓ -25% alc)	商品販売量 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(名)	森林認証された 用紙への 仕様変更可能率 (%)	環境配慮型の 工夫仕組みを 持つ商品の 開発品数(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	80	2	10	11	2,565
2010年度目標	168	9.61	7.43	40.2	673	100	2	10	65	4,000
2010年度実績	156	9.18	7.47	41.1	489	100	4	15	73	4,570
目標達成率(%)	7.8	4.7	-0.5	-2.2	-27.3	0.0	100.0	50.0	12.3	14.3
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	9.0	5.1	-0.6	-2.4	-20.7	0.0	107.0	53.5	13.0	8.0

焼酎換算商品製造量：宝酒造では生産時の環境負荷の異なる多様な商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。

2010年度緑字決算
緑字決算ECO=個別ECOの平均値
+17ECO

6: 環境データ算出方法

7: 過去の緑字決算結果

地球の
「いきいき」の
ために

環境目標の達成状況

ISO14001に基いて環境目標を定め、全社で環境活動に取り組んでいます。

2010年度のISO14001環境活動結果

2010年度は8項目で目標を達成することができました。

● 2010年度 ISO14001環境目標の達成状況



…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
生産部門CO₂削減 焼酎換算商品1kℓあたりのCO ₂ 排出量(2007年度比)	5%削減⇒12%削減 	アルコールの蒸留や製品・生産設備の殺菌などに使う蒸気を作るため重油やガスを使用しています。また、容器への製品充填などの生産工程では電気も使用します。2010年度は、ボイラーの省エネ型への更新や廃熱回収設備の導入、熱のロスを防ぐ保温工事などの省エネ対策の効果によって、目標の5%を上回る12%の削減を達成しました。
生産部門用水削減 焼酎換算商品1kℓあたりの用水使用量(2007年度比)	±0%⇒4.5%削減 	お酒の原料として水を使用するほか、生産工程(装置や容器の洗浄およびアルコール蒸留や商品の冷却など)でも水を使います。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。2010年度は、目標の±0%を上回る4.5%の削減を達成しました。
工場廃棄物排出量の削減 焼酎換算商品1kℓあたりの廃棄物排出量(2007年度比)	25%削減⇒25%削減 	排水汚泥やびん、缶などの空容器の削減を中心に工場廃棄物排出量の削減に取り組んでいます。2009年に引き続き排水処理設備への負荷削減に努めた結果、排水汚泥の発生量が少なくなったため、目標を達成できました。
物流部門CO₂削減 焼酎換算商品1kℓあたりのCO ₂ 排出量(2007年度比)	3.6%削減⇒1.5%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し、工場からの商品物流に伴うCO ₂ 総排出量の削減を進めてきましたが、東日本大震災の影響で西日本の工場から東日本への出荷が増えたため、目標を達成できませんでした。
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年度比)	150名増加⇒34名減少 	自社で企画したボランティア活動や外部からのボランティア募集情報を社内へ発信しています。2010年度は自主企画活動の実施数や社内への情報発信数は増えましたが、天候不順によって中止となったボランティア活動分をカバーできず、目標を達成できませんでした。
グリーン購入の推進 森林認証された用紙への仕様変更および使用量(2007年度比)	仕様変更可能分についての使用率 100%⇒100% (使用量240%増加⇒201%増加) 	緑字企業報告書をはじめ、アニュアルレポートや商品のご案内などの印刷物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。仕様変更可能なものに関しては100%森林認証された用紙を使用し、目標を達成できました。
環境配慮型商品の開発 環境配慮型の工夫や仕組みを持つ商品の開発品数	2品目以上⇒4品目 	環境に配慮した商品を開発、販売していくことで生産、物流段階や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。2010年度は、ガラスの使用を減らすため、清酒に軽量化びんを採用。また、紙の使用を減らすため、外箱ダンボールの一部を繰り返し使えるプラスチック製ケースに変更するなど、紙箱の仕様を変更したことで目標を達成できました。
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⇒15店舗 	「はかり売り」の実施店舗数を増やすことで新たなPET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。2010年度は新たに15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。
営業車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	65%以上⇒73% 	営業部門での環境負荷の低減を図るため、セールス活動に使用する自動車について、燃費のよい低排出ガス車の導入を推進しています。2010年度も引き続き、低排出ガス車やハイブリッド車への入れ替えを進め、目標を上回る低排出ガス車導入率を達成できました。
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	4,000部以上⇒4,570部 	環境啓発冊子リサイクルロードを環境イベント(アースディ、エコプロダクツ展など)で宝酒造ブースを訪れた子どもたちに配布したほか、環境教育用にとご要望いただいた団体などへ送付しました。また、NPOなどの開催する環境イベントにも提供した結果、2010年度は目標を上回る部数の環境啓発冊子を配布することができました。

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

8: ISO14001活動結果詳細

9: 工場副産・廃棄物の用途

10: 工場別サイトレポート

ISO14001に基く全社での活動

3年ごとにグループ目標を見直し

TaKaRaグループ※では1999年からISO14001環境マネジメントシステムを導入し、商品の開発から原材料の調達、商品の生産、販売、物流に至るまでのすべての段階で環境目標を設定して環境負荷の削減に取り組んでいます。

グループで取り組む環境目標は、3年ごとに見直ししており、2008年から2010年の3年間は、深刻化する地球温暖化の問題に対応するため、CO₂排出量削減につながる目標を中心に取り組みました。

※ ISO14001:2004におけるTaKaRaグループは、宝ホールディングス、宝酒造、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で構成されています。

3年間で22,156 t のCO₂排出量削減

CO₂排出量を削減するため、本社・支社・工場それぞれの部門で取り組みました。

商品開発段階では容器の軽量化など環境配慮型商品の開発を進めました。生産段階ではガスボイラーなどの省エネ設備の導入や日々の省エネ活動に努めました。物流段階においてはフェリーや鉄道輸送を増やすことによるモーダルシフトの推進やトラック配送の効率化を進めました。また販売段階では新たな容器を必要としない「はかり売り」の拡大やセールスカーのハイブリッド車導入、エコドライブなどに取り組みました。焼酎のはかり売りでは、3年間でPETボトル約166万本※を削減し、そのPETボトル製造時に発生するCO₂、409tの発生を回避することができました。以上の取り組みによって、3年間で合計22,156 t のCO₂を削減することができました。

2011年度からの活動においても、CO₂排出量削減をはじめとする地球環境への負荷削減の取り組みを継続するとともに、地球環境にとってプラスとなる取り組みにも注力していく予定です。

※ 2.7ℓのPETボトルで換算した場合。

グループ会社の取り組み タカラ物流システム

輸送効率の高いトラックをメーカーと共同開発

酒類・食品・通販物流を担うグループ企業のタカラ物流システムは、効率輸送による環境負荷低減に注力しています。その一環として、15tトラックをメーカーと共同開発しました。

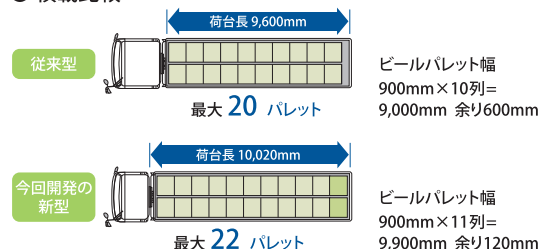
従来の大型トラックは最大積載量が13.5tで、輸送効率の向上を図るには積載量アップが必要でした。そこで、積載量を容積・重量ともに10%増とする15tトラックの開発に、いすゞ自動車株式会社と共同で取り組みました。ボディーを延長する一方、各部材の見直しとボディーの総アルミ化など思い切った軽量化を図った結果、従来の13.5 t車と比べパレット(荷台)積載数が10%増え、効率的な輸送を可能としました。

この新型車を2010年10月に導入し、2011年3月末

までの約半年間の実績では、1台あたり燃料約600ℓ、CO₂1,580kgの削減を果たしています。新型車は物流他社からも注目されており、タカラ物流システムとの共同開発車としていすゞ自動車から発売される予定です。



● 積載比較



社会の「いきいき」のために

TaKaRa 田んぼの学校 2010

次世代を担う子どもたちに、自然環境や生物多様性を守ることの大切さを伝えます。

TaKaRa 田んぼの学校

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「自然と社会と人間との調和」を掲げ、古くから環境活動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環境や生物多様性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ています。

4月 田植え編

〈田植え体験・自然観察・草花名刺作り・振り返り〉



指導員が捕まえたカエルを観察する子どもたち

6月 草取り編

〈草取り体験・自然観察・振り返り〉



草花の観察



振り返りの授業で一日の体験を記録

社会の「いきいき」のために

地元、環境NPO、企業の3者の協働で運営

TaKaRa 田んぼの学校は、地元農家や千葉県自然観察指導員協議会の皆様、NPO法人森の学校の皆様、さらには宝酒造の社員ボランティアなど、多くの人たちの協力に支えられて運営しています。

VOICE

お米のありがたさ、自然の恵みについて考えてください

この学校では、田植えから収穫まで農作業の流れをすべて体験できます。都会に住む方たちが自ら田んぼに入って苗を植え、草取りをし、収穫をすることで、「お米はこうやってできるんだ」ということを肌で感じてもらうことができる、素晴らしい企画だと思います。

参加されたみなさんは、ご飯を食べるときに、お米のありがたさや、自然の恵みということを考えてくれるのではないのでしょうか。

農業指導 地元農家 帯金 国男様



VOICE

自然と人間の深いかかわりが学べる自然教育の場です

自然観察会の主旨は、「命のつながり」を教えながら、自然の豊かさ、奥深さを伝えていくことにあります。この「田んぼの学校」は、お米作りを体験することによって、農業の大切さを実感し、さらにはそれが、自然と人間の深いかかわり合いによって成り立っていることが学べる、自然教育の場です。

自然観察指導 千葉県自然観察指導員協議会 高井 昭夫様



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学ぶ（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）

 G: 田んぼの学校

9月 収穫編

〈稲刈り・脱穀体験・自然観察・振り返り〉



農具「千歯こき」を使った脱穀体験

11月 恵み編

〈餅つき・ラベル作り・振り返り〉



こも樽造りの見学

翌年 本みりん 完成



収穫したもち米を使って、当社工場で本みりんを造ります。子どもたちが手作りしたオリジナルラベルを貼って、参加者のももにお届けします。

社会
の「いきいき」のために

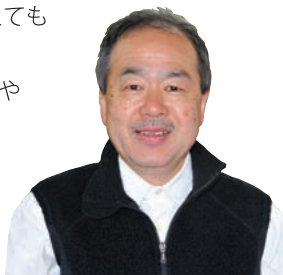
VOICE

田んぼは「命のつながり」を五感で学べる 絶好の場所です

1粒の小さな種籾が1,000～2,000粒にもなる“お米という命”を育むのが田んぼです。だから田んぼは「命のつながり」を学ぶ絶好の場所。田んぼの中や周りの草花、そして草花と虫たちの関係を五感を使って観察すると、生きものたちの「生きる知恵」と「命のつながり」がとてもよくわかります。

田んぼの学校は、そんな感動や学びを心に蓄えることを大切にしています。

企画・運営支援 NPO法人森の学校
佐伯 剛正様



VOICE

子どもたちが自然と触れ合い、気づき、 学んでいく姿に感動します

「田んぼの学校」は、「命のつながり」という大きなテーマのもとで、子どもたちに徐々に気づきを与えていく流れで授業が構成されていることに驚きました。

日ごろ自然と触れ合う機会が少ないお子さんたちが、実体験を通じて自然・食・生命について一生懸命考え、自分で学び取っていく姿を見て私自身も学ぶことが多くあります。

社員ボランティア 本社 商品部
日下田 美樹



社会の「いきいき」のために

TaKaRaハーモニストファンド

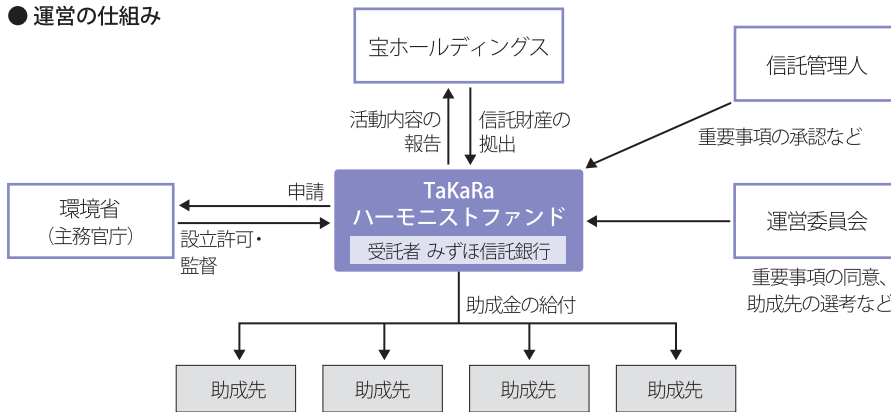
自然環境保全や生物多様性保全のための活動や研究に取り組む団体や個人を全国から公募し、広く支援し続けています。

公益信託「TaKaRaハーモニストファンド」

寶酒造（現在の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や、そこに生息する生物を保護するための研究などに対して助成を行っています。


2010年度は、イヌワシの行動圏と生息場所を調査しイヌワシの保全に必要な森林のあり方を検討するクマタカ生態研究グループや、棚田における景観整備・援農・自然環境教育活動を行うことで地域ぐるみで棚田・里山の再生に取り組むいこま棚田クラブなどに対し11件の助成を行いました。

● 運営の仕組み



● 2010年度の助成先

	助成先団体・個人	地域	テーマ
研究の部	霞ヶ浦漁業研究会	茨城県	シジミ漁業再生戦略研究
	クマタカ生態研究グループ	滋賀県	イヌワシの行動圏と生息場所利用の解明
	中西 康介(個人)	滋賀県	滋賀県の水田における水生動物群集の動態と保全に関する研究
	石谷 正宇(個人)	広島県	自然再生地における昆虫類の生物多様性保全に関する研究
活動の部	間伐ボランティア「札幌ウッドーズ」	北海道	甕れ 里山民有林再生事業
	志摩半島野生動物研究会	三重県	志摩市和具大島のアツバキミガヨラン駆除
	おにぐるみの学校	滋賀県	木の岡ビオトープの貴重な自然を活用した地域づくり
	いこま棚田クラブ	奈良県	生駒市の西畑地区の棚田・里山の再生と創造
	コウノトリ湿地ネット	兵庫県	コウノトリの採餌環境の造成と維持管理手法の研究
	NPO法人 自然再生センター	鳥取県	中海・彦名処理地の動植物相の現状調査と環境学習の場としての利活用の検討
	安田自治振興会	広島県	安田地域における絶滅危惧種ダルマガエルの保護・保全活動

 H: TaKaRaハーモニストファンド



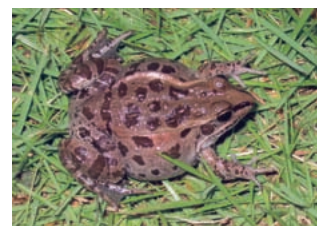
イヌワシ (中野晋氏提供)



棚田 (いこま棚田クラブ提供)



コウノトリ (コウノトリ湿地ネット提供)



ダルマガエル (安田自治振興会提供)

TaKaRaハーモニストファンド25周年

TaKaRaハーモニストファンドは、2010年度で25周年を迎えました。第1回からの助成先件数は延べ271件、助成金累計額は1億3,009万9千円になりました。

自然環境保全や生物多様性保全は継続して取り組むことが大切です。これからも自然を守る活動や研究を続ける団体や個人に対する支援を続けていきます。

ここでは、2つの助成先からいただいたコメントを紹介합니다。

VOICE

木の岡ビオトープの水質浄化機能の発揮に貢献しています

「おにぐるみの学校」は琵琶湖南湖にある木の岡ビオトープで活動をしています。ビオトープ内のごみ拾いや観察広場の除草作業、倒木の処理などの保全活動と、植物などのモニタリング調査やネイチャーゲーム、クラフト作り、ドングリの苗木の植樹、野草の天ぷらの試食などの自然体験学習に加え、冬の水鳥や秋の昆虫類などの観察会、それらの計画を策定する運営委員会が主な活動内容です。

TaKaRaハーモニストファンドに応募したのは、「日本の緑を構成する森林などの陸域、または海、湖沼、河川などの水域の自然環境に関する実践的な研究・活動に対して助成する」というファンドの目的が、私たちの活動と合致していると思ったからです。助成金は2010年度のモニタリング調査や植樹活動、イベントに役立てました。モニタリング調査では専門家にビオトープ内の植物リストを作成してもらい、これを用いて会員や地域の方々に植物の講習を実施することができました。

木の岡ビオトープは抽水植物域と湿生林域から形成された水辺のエコトーン（移行帯）としての役割を果たしており、上流から流入している生活雑排水や雨水の水質浄化機能を備えています。「おにぐるみの学校」の活動はその機能の発揮に役立っており、今後も継続的に広範な活動に取り組んでいきたいと考えています。

おにぐるみの学校
代表 小林 圭介 様



VOICE

干潟調査を主導できる若きリーダーが育ちつつあります

日本国際湿地保全連合 (Wetlands International Japan: WIJ) は沿岸域や湖沼・湿原といった「湿地」の調査・研究を行うNPO法人です。干潟は、有機物を分解する天然の水質浄化槽、魚介類

の繁殖場や生息場、渡り鳥の食事場や休憩場として、重要な役割を果たしています。WIJは、干潟の調査に取り組んでいますが、近年では調査できる人材の不足が課題です。

そこで私たちは「干潟調査ができる人を育てる」事業を立ち上げることとし、TaKaRaハーモニストファンドに、助成していただくこととなりました。人材不足は、「適切な教材の不足」と「研修を受ける機会の不足」に起因していたため、まずは教材開発に着手するとともに、「干潟生物の市民調査」を普及させる会をスタートしました。教材についてはガイドブックを作成し、研修会は福島県の松川浦、千葉県の小櫃川、和歌山県の和歌浦や有田川、熊本県の球磨川などで10回以上開催し、干潟調査を主導できる若き「調査リーダー」を育成しています。

こうした取り組みの結果、今では干潟調査をできる人材が育ち、人材不足が解消しつつあります。TaKaRaハーモニストファンドに助成していただいた事業の成果だと感謝しています。

NPO法人日本国際湿地保全連合
事務局長 佐々木 美貴 様



よりよい社会づくり

「自然と社会と人間の調和」をめざし、環境教育や学生支援、ボランティア活動など、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。

東日本大震災での支援活動

仙台市と石巻市で、タンクローリーで給水活動を支援

2011年3月11日に発生した東日本大震災に際しては、工場間での焼酎の転送などに使用している10kℓ大型タンクローリー車2台と運転手、オペレーターを被災地に派遣し、現地での給水活動を支援しました。

宝酒造では、これまでも1995年の阪神淡路大震災をはじめ、震災や自然災害の被災地に大型タンクローリー車を派遣し、給水活動を行っており、今回の支援活動もこうした経験を踏まえて行ったものです。

このほか、TaKaRaグループとして義援金3,000万円、TaKaRaグループ各社社員およびOBからの義援金254万円を日本赤十字社に寄付しました。



仙台市での給水活動

エコプロダクツ2010への出展

環境配慮型商品の展示や自然観察の授業を実施

2010年12月、国内最大規模の環境展であるエコプロダクツ2010に出展しました。ブースでは、焼酎の「はかり売り」推進や宝焼酎「純」でのリターナブルびん採用といった商品での環境配慮について展示。また、「TaKaRa田んぼの学校」の活動を紹介し、その中で実施している自然観察の授業をブースで再現して、多くの来場者に体験していただきました。

このほか、ブース内のパネル展示を読んで質問に答える環境クイズも企画し、正解者には酒パックをリサイクルして作った景品をプレゼントしました。



エコプロダクツ2010 当社ブース

囲碁大会「宝酒造杯」開催

対局のほか各種イベントも

日本の伝統・文化を大切に伝承する宝酒造は、囲碁とお酒が楽しめる囲碁大会「宝酒造杯」を公益財団法人日本棋院と共同で開催しています。

「宝酒造杯」は成人ならだれでも参加できるアマチュア向け唯一の全国規模の囲碁大会で、初心者から高段者までクラス別に対局できるほか、試飲やサイン会などのイベント、プロ棋士の指導碁など、盛りだくさんの大会です。2010年度は8か所9回の地区大会と決勝の全国大会で延べ3,486人の方にご参加いただきました。



大会の様子

各地のボランティア活動

環境教育の事例や環境負荷低減活動を紹介

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。

実施事例	事業場
京都市まちなみ美化 清掃ボランティア	本社
「TaKaRa田んぼの学校」 サポーターボランティア	全社
「地球ピカピカ大作戦」 各事業場周辺清掃ボランティア(労働組合主催)	各事業場
江戸川を守る会主催 「江戸川クリーン大作戦」参加	松戸工場

授業や講演会への協力

環境教育の事例や環境負荷低減活動を紹介

講演会等については、要請があれば積極的に協力しています。2010年度も、当社が実施している環境教育の事例紹介や環境負荷削減活動の紹介など、ご要望いただいた内容に合わせた授業や発表に取り組みました。

講演会名または学校名
京都府 「いただきます。地元産」プラン検討委員会にて講演
千葉県 「企業と生物多様性セミナー」にて講演
岡山県 就実中学校 会社訪問での環境活動講師
神戸市東灘区主催 ジュニアさけスクール開催

インターンシップの実施

“ものづくり”を学ぶ職場体験の場を提供

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、大学生と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。2010年度は12名を受け入れ、学生の皆様に「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。

実施年度	2006	2007	2008	2009	2010
インターンシップ 受け入れ人数	8	12	12	12	12

グループ会社の取り組み 瑞穂農林

地域で資源を循環させる事業モデルを構築

タカラバイオと京都府京丹波町ならびに京丹波森林組合との合併会社である瑞穂農林は「大粒丹波しめじ」を栽培しています。

瑞穂農林でのご栽培用の菌床に使われるおがくずは地元産のスギから製造したものを100%使用、また米ぬかもすべて京都産のものを使用しています。きのご栽培後の廃菌床は地元の畜産農家で肥料とし

て使用した後にたい肥に使用されます。このように瑞穂農林は地域における資源循環企業として、地元へ貢献しています。

この事業モデルが評価され、2010年度全国農業コンクールにおいて、毎日新聞京都支局長賞を受賞しました。



大粒丹波しめじ

グループ会社の取り組み 大平印刷

すべての人にやさしい印刷物の普及を推進

大平印刷では、色弱の方をはじめ、あらゆる人に見分けやすい配色「カラーユニバーサルデザイン(CUD)」を用いた、人にやさしい印刷物「ユニバーサルプリンティング」の普及拡大に取り組んでいます。色弱の方は国内に延べ320万人、世界では2億人にのぼると推定され、CUDへの対応がまさに求められています。大平印刷では、特定非営利活動法人「カラーユニバーサルデザイン機構」の検証のもとでこの「ユニバーサルプリンティング」を制作しています。

ユニバーサルプリンティングの導入事例としては、阪急電鉄株式会社の時刻表や路線図、停車駅案内などのデザインに採用されています。

寄付金付用紙による社会貢献

チャリティ紙「ワクチンペーパー」の普及を促進しています。世界の子どもたちがポリオなどのワクチンを接種でき、その幼い命を感染症から救う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」を日本紙パルプ商事株式会社と共同開発。2008年から「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。これによって2010年の1年間で、4万6,526名分のワクチンを贈ることができました。

同様の仕組みで、日本赤十字社への寄付金付用紙「赤十字ペーパー」や財団法人日本盲導犬協会への寄付金付用紙「盲導犬支援ペーパー」の取り扱いも2010年から開始しています。



赤十字ペーパー啓発用チラシ

働きやすい職場づくり

社員がいきいきと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。

雇用の状況

社員数内訳

2011年3月31日現在の社員数は1,316名です。5年前に比べると経営の効率化や組織のスリム化によって、社員数は100名少なくなりました。一方で、2005年4月1日からは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

		2006年3月31日		2011年3月31日	
		人数(名)	構成比(%)	人数(名)	構成比(%)
社員総数	男性	1,254	88.6	1,166	88.6
	女性	162	11.4	150	11.4
	合計	1,416		1,316	
うち 管理職数	男性	278	98.6	314	99.1
	女性	4	1.4	3	0.9
	合計	282		317	

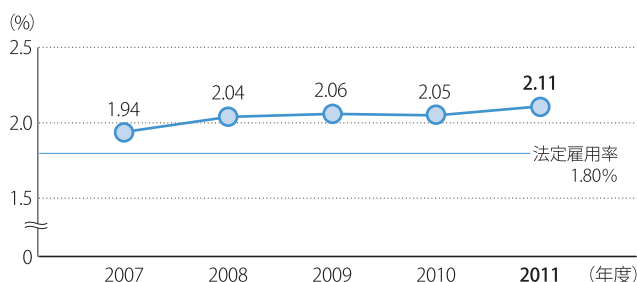
障がい者の雇用促進

障がい者が働きやすい職場づくりを推進

障がい者の雇用にあたっては、職業能力の把握、障がい者の特性に応じた職域の確保・開発、職場環境の改善など、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を確保する一方、障がい者が健常者とともに職業生活に参加し、働く生きがいを見出せる環境づくりに取り組んでいます。

その結果、2011年4月1日現在の障がい者雇用率は2.11%で、法定雇用率1.80%を上回っています。

● 障がい者雇用率の推移 (4月1日現在)



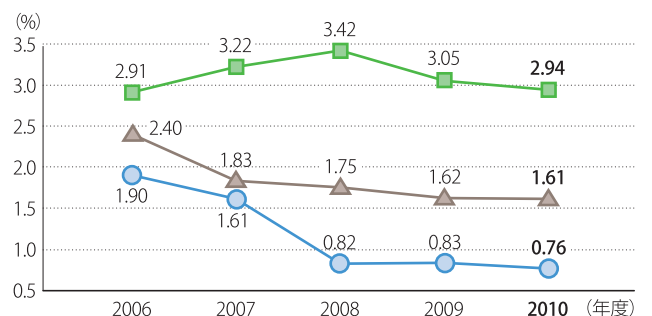
安全衛生管理

安全衛生委員会による活動を推進

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を高める活動を進めています。工場では「労働安全衛生マネジメントシステム」に基き、危険が潜む作業や設備を明らかにして事故防止に努めています。

なお、2010年度の休業災害は1件でした。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。

● 休業災害度数率※



※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)

メンタルヘルスの取り組み

外部機関による定期診断を実施

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を通じて、外部機関の診断を定期的に受けられるよう制度を整えています。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。

人権尊重

差別のない人権に配慮した職場づくり

社員の人権を尊重し、差別のない、明るくいいきと働け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、人権への配慮を徹底するため、採用にかかわる社員へのマニュアルなどによる人権教育・啓発に取り組んでいます。

また、セクシュアルハラスメント防止に向けて、事業場ごとに相談・苦情の窓口と苦情処理委員会を設置しています。

健全な労使関係

信頼関係を基盤に労使が協調

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しています。

VOICE

労働条件の向上と働きがいのある職場をめざしています

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、働きがいや得られる職場をめざして活動しています。2007～2013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～」 「心身ともに元気な毎日～健康で生き活きとした生活を送ろう～」 「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。

TaKaRa労働組合
中央執行書記長
大館 洋一



福利厚生制度

カフェテリアプランでライフスタイルを応援

社宅・独身寮などの基本メニューのほかに、「カフェテリアプラン」を導入しています。

これは社員一人ひとりが自分のライフプランに合わせて、多様なメニューから自由に福利厚生の内容を選択できる制度です。年度ごとに一定数のポイントが社員に付与され、それを消費することで各メニューを利用できます。毎年社員の要望に応じて、ポイント利用メニューを拡充、変更し、積極的な活用を呼びかけています。

ポイント利用メニューの例

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

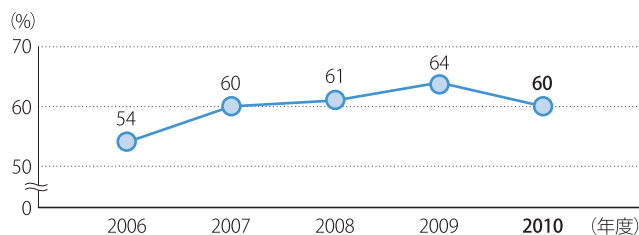
休日休暇制度

多様な休暇制度を採用

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10日以上連続休暇を取得するリフレッシュ休暇制度を設けています。その他、事業場単位で定時退勤の呼びかけを行うなど、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



ワーク・ライフ・バランス

個人の価値観やライフスタイルに応じて、仕事と家庭を両立しながらいきいきと働ける環境を整えています。

仕事と家庭の両立を支援

育児休職、短時間勤務などの制度を整備

宝酒造では2007年4月から、「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」を導入しています。さらに男性社員の育児休職取得も推進しており、それらの活動が認められて、同年6月に厚生労働省から「次世代育成支援企業」の認定を受けました。

個人の価値観やライフスタイルに応じて、仕事と家庭を両立しながらいきいきと働ける環境を整備し、社員が能力を十分に発揮できるよう取り組んでいます。

● 休職休暇制度利用状況

集計年度	2006	2007	2008	2009	2010
育児休職制度利用者数(名)	15	18	14	9	7
介護休職制度利用者数(名)	0	0	0	0	0
乳幼児看護休暇制度利用者数(名)	56	56	57	68	50
妊産婦・乳幼児健診休暇制度利用者数(名)	20	23	12	18	15

注) 利用者数は当該年度に制度を利用した人数。

育児休職者に対する支援

育児休職期間中の社員に対して、インターネットを通じた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。これによって社員の育児休職期間を「ブランク」ではなく「ブラッシュアップ期間」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ます。

育児短時間勤務制度、介護休暇制度

2010年6月に育児・介護休業法が改正され、3歳までの子どもを持つ労働者を対象とした短時間勤務制度の導入が事業主に義務付けられました。

宝酒造でも、子育て中の社員が利用できる短時間勤務や所定外労働の制限の制度化、小学校就学前の子の乳幼児看護休暇の拡充、介護休暇の新設などを行い、男女を問わず育児・介護にたずさわられる環境づくりに努めています。

VOICE

会社の制度を活用して 仕事と育児を両立しています

育児休職後にスムーズに職場復帰できた第一子の時と違い、第二子出産時は保育園の入所がかなわず、育児休職を3カ月延長し、その後、短時間勤務制度を利用しました。2011年4月に夫の転勤という家族にとっての一大事がありましたが、短時間勤務を利用しながら仕事と育児に奮闘しています。

第一子の時も、小学校就学までの育児フレックスタイム制度を利用しながら、仕事と育児を両立してきました。社員のことを考えた会社の制度と職場のみなさんには本当に感謝しています。

仕事も育児もどちらも選べる生活が、社員全員の当たり前になることを願っています。

調味料開発部 調味料商品開発課

川崎 里佳



社員の
「いきいき」の
ために

人財育成・能力開発

「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を拡充しています。

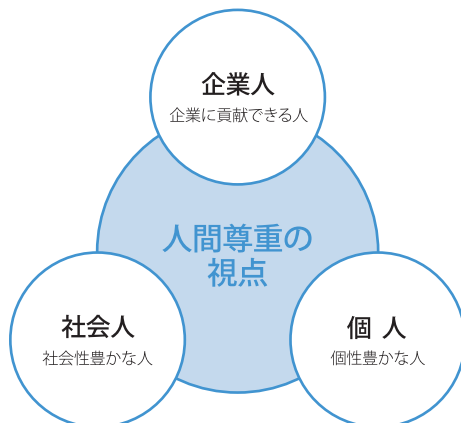
めざすべき人財像

企業人・社会人・個人のバランスを重視

「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、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



採用情報

人事制度

役割等級制度を基本に公平・公正に処遇

当社では、人事の基本システムとして「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。

制度の運用にあたっては、労働組合とも協議を図り、公平・公正を期しています。

人財育成・能力開発

実務や各種の研修を通じて社員の能力を開発

「めざすべき人財像」や求められる「役割」を発揮できる人財を育成するために、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、自己申告制度によって、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実施することで、社員の能力開発につなげています。さらに、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って社員の能力開発を促す環境を整えています。

人材育成・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
- 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)
- 集合研修
(階層別研修、キャリア形成支援、その他各種研修)

VOICE

研修を通して、今後のキャリアについて じっくり考えることができました

キャリア形成支援の一環であるキャリアデザイン研修は、今後のキャリアの方向性を意識すべき節目の時期に、自分自身の「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ものです。「自己責任」「自己選択」「自己実現」ができる人財の育成を目的としています。

私は「35歳コース」を受講しましたが、個人ワークやグループ討議を通じて、今まで自分がしてきた仕事を振り返り、自身の価値観や強み、そして会社における役割を認識することができ、今後の自分計画(キャリア)をどのように築いていくかじっくりと考える、非常に良い機会となりました。

海外管理部 海外管理課
松浦 慎一郎



社員の
「いきいき」の
ために

信頼される
企業である
ために

社内体制の整備

「TaKaRaグループビジョン2020」の実現に向けて、適切な業務執行・監督体制を確立し、すべてのステークホルダーから信頼される企業をめざします。

「TaKaRaグループ・ビジョン2020」の実現に向けて

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「自然と社会と人間との調和」をめざしています。

2011年4月に制定した2020年度末までの長期経営ビジョン「TaKaRaグループ・ビジョン2020」では、この企業理念に基いた経営方針として、これまで蓄積してきた高い技術力と独自の強固な事業ポートフォリオを

ベースに国内外での事業を伸ばし、環境変化に強いバランスのとれた事業構造を確立して持続的成長を遂げることを掲げ、企業価値の向上に努めます。

この長期経営ビジョンを実現するための第1ステップとして、2013年度までの3カ年の中期経営計画である「TaKaRaグループ中期経営計画2013」を策定しました。この中期経営計画では、「国内での安定成長を実現するとともに、海外で大きく成長するための事業基盤を拡大する」という基本方針のもと、グループ各社が「グループ経営基盤の強化」「風土・人材の育成」「社会・環境行動の推進」などの取り組みを進めています。

コーポレート・ガバナンス

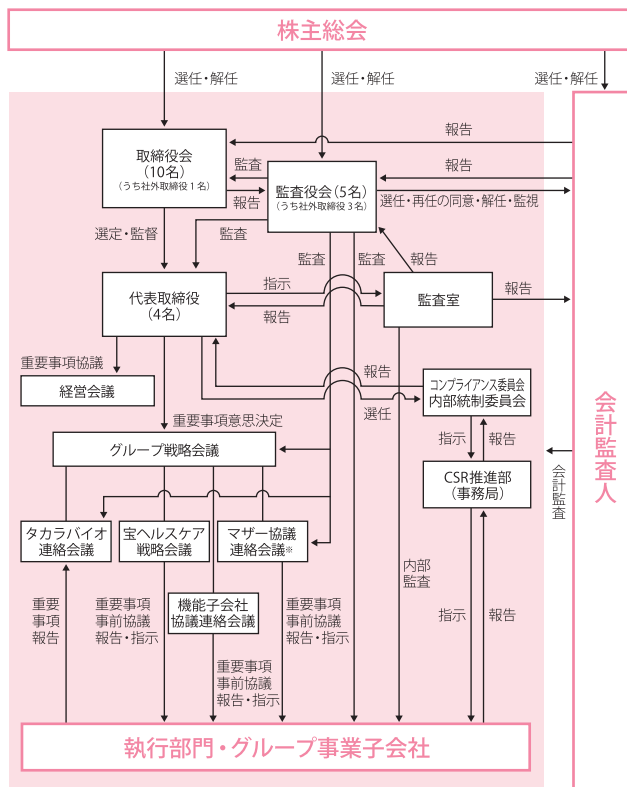
持株会社がグループの業務執行を監督

TaKaRaグループは、純粋持株会社「宝ホールディングス」と、「宝酒造」、「タカラバイオ」、「宝ヘルスケア」などのグループ会社36社（2011年3月31日現在）で構成されており、宝ホールディングスは、グループ各社の独自性・自立性を維持しつつ、持株会社として各社の業務執行を監督するため、「グループ会社管理規程」を制定し、以下の体制で業務を執行、監査・監督しています。

- ① 監査役制度のもと、監査役は、取締役会などの重要会議への出席や業務・財産と重要書類の調査を通じて、取締役の職務執行を監査しています。また、株主を含むすべてのステークホルダーの視点に立脚する独立性の高い社外取締役が、監査役会や内部統制担当役員と連携して業務執行の監査・監督に関与することで、経営に対する監督機能を強化しています。
- ② グループ全体の方針についての討議や、グループ会社間の報告を目的に、「グループ戦略会議」、「マザー協議連絡会議」、「タカラバイオ連絡会議」、「宝ヘルスケア戦略会議」、「機能子会社協議連絡会議」を開催するほか、特に急を要する事項や専門性の高い内容については、随時「経営会議」を開催して事前協議をしています。

● コーポレート・ガバナンス体制

(2011年6月29日時点)



※ マザー(宝酒造グループ)協議連絡会議

株主・投資家との信頼関係構築

正確かつタイムリーに情報を開示

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に情報開示する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、中期経営計画2013の中で次のような明確な株主還元方針を定めています。

株主還元方針

株主還元方針：配当と自己株式取得を合わせ、株主還元性向50%以上^{※1}を実施する。

※1 株主還元性向＝

$(\text{配当総額} + \text{自己株式取得額}) / \text{みなし連結当期純利益}^{\text{※2}} \geq 50\%$

※2 みなし連結当期純利益＝

$(\text{連結経常利益} - \text{受取利息} + \text{配当金} + \text{支払利息}) \times (1 - \text{法定実効税率})$

積極的なコミュニケーション

定期的な情報開示手段として、毎年5月と11月に機関投資家・証券アナリスト向けの決算説明会を開催しています。2011年5月16日に開催した決算説明会では、中期経営計画2013についても説明しました。説明に使用する資料は、図を多用するなど、わかりやすいものにするよう努めました。

このほか、宝ホールディングスのホームページ上に「IR情報」ページを設けています。最新の開示資料や財務情報、説明会資料に加え、TaKaRaグループの事業内容や経営計画などに関する情報も掲載し、グループについての理解を深めていただけるよう工夫しています。



「IR情報」ページ

 A: IR情報

危機管理体制

リスク回避・対応を徹底

平時の対応

職場を総点検しリスクを洗い出すことで、優先順位を付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実施し、その活動結果をコンプライアンス委員会(P37参照)で報告しています。活動を見直しながら、さらにレベルアップした取り組みを進めていきます。

事業継続計画(BCP)

大規模地震の発生により想定される被害への対策を検討し、事業継続計画(BCP: Business Continuity Plan)を策定しています。今後は、東日本大震災をふまえ、新たな視点で見出された課題への対応を事業継続計画に組み込んでいきます。

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」に基き、緊急対策本部を設置するとともに、各部署が連携し、迅速かつ的確に対応します。

東日本大震災発生時の対応

2011年3月11日に発生した東日本大震災(東北地方太平洋沖地震)に対応するため、TaKaRaグループでは地震発生当日に緊急対策本部を設置し、従業員の安否・グループ内の被害状況を確認するとともに、必要な対策を講じました。

被害としては、宝酒造松戸工場(千葉県松戸市)の生産施設の一部が損傷したほか、宝酒造東北支社(宮城県仙台市)で備品の落下や転倒、東日本の配送センターにて商品の破損などが発生し、一部商品の配送が滞りました。しかし生産拠点を東西に分散するなどの対策を取ってきたこともあり被災地以外では供給を継続することができました。

また、従業員の安否確認をメールで行う安否確認システムや緊急連絡網の活用などにより全社員の無事を確認できました。

信頼される企業であるために

信頼される
企業である
ために

コンプライアンス

法令遵守は企業の最も基本的な社会的責任です。社員のコンプライアンス意識を啓発しすべての職場で企業倫理に則った行動を実践しています。

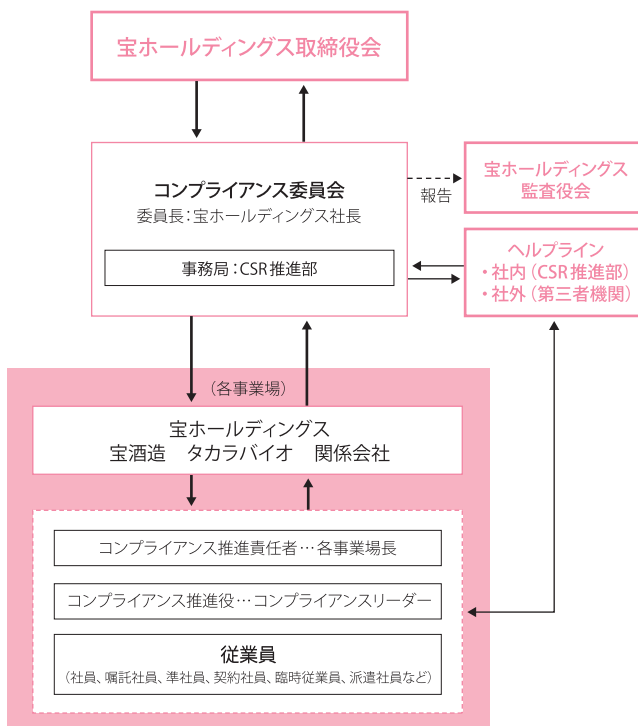
コンプライアンス推進体制

コンプライアンス委員会を中心に指導・推進

TaKaRaグループでは、誠実で公正な企業活動を確保するため、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の強化を図っています。そして、グループ各社が適正に、法・社会倫理を遵守し、危機管理に対応することで、TaKaRaグループ全体が企業の社会的責任を果たし、企業価値を向上させることをめざしています。

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・推進するとともに、職場ではコンプライアンスリーダーが推進役を担う体制を構築しています。

●コンプライアンス推進体制



コンプライアンス教育

教育を継続実施し、マニュアルも随時見直し

「TaKaRaグループコンプライアンス行動指針」に基き、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たい生命科学の発展に貢献します。
- 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

TaKaRaグループでは、役員・事業場長・各グループ会社社長などのトップ層を対象としたコンプライアンス・トップセミナーを毎年実施しています。この研修は、コンプライアンスの推進、リスク発生の防止や発生した緊急事態への対応などからテーマを選択し、外部講師による集合研修として実施しています。TaKaRaグループにおけるコンプライアンスの浸透・定着および危機管理の強化への取り組みの一環として、今後も継続していきます。



コンプライアンスリーダー研修

TaKaRaグループでは、職場におけるコンプライアンスの推進役として、毎年、コンプライアンスリーダーを選任し、集合形式のコンプライアンスリーダー研修を実施しています。そして、コンプライアンスリーダーは、コンプライアンス活動の推進の中核となって、各職場の従業員に対するコンプライアンス教育を実施しています。このように、コンプライアンス委員会、事務局、コンプライアンスリーダーの連携によって、現場へのコンプライアンス意識の定着に努めています。



コンプライアンス・マニュアルの作成と配布

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布しています。また、内容については、コンプライアンス委員会事務局が中心となり、適時見直しを進めています。



コンプライアンス・マニュアル

ヘルプラインの設置

社内外に公益通報窓口を開設

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)と社外(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」と「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り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し、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。

グループ会社の取り組み タカラバイオ

遺伝子組換え材料の安全確保に向けた活動

タカラバイオは、バイオテクノロジーの中核技術である遺伝子組換えに不可欠な研究用試薬類を製造・販売しています。こうした事業特性上、1980年代から遺伝子組換え生物を用いた事業を安全に遂行するための「遺伝子組換え安全委員会」を設置しています。

この委員会の指導・推進のもと、遺伝子組換え生物等の使用等の規制による生物の多様性の確保に関する法律(カルタヘナ法)を遵守し、遺伝子組換え生物を用いた技術開発や商品の製造・販売に取り組んでいます。

バイオセーフティ確保に向けた施策

タカラバイオでは、病原微生物の取り扱いに際して管理区域を設定し、バイオセーフティキャビネットの使用による封じ込め、使用後の湿熱滅菌や紫外線照射、消毒用エタノールによる除染を実施しています。こうしてバイオセーフティを確保することで、病原微生物などのバイオハザードによるヒトへの健康被害を防いでいます。

これらの活動を推進するため「バイオハザード安全委員会」を設置しており、作業者の安全確保と周辺への漏出防止に万全を期しています。

宝酒造の歴史

第1回「TaKaRaクリーン缶ウオーキング」を開催 1991(平成3年)

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

適正飲酒啓発パンフレット「Say No 読本」を発行 1985(昭和60年)

「Say No」キャンペーン実施 1985(昭和60年)

公益信託TaKaRaハーモニスタフアンドを設立 1985(昭和60年)

「はたちまでストップ」企業広告を実施 1984(昭和59年)

「カムバック・サーモン・キャンペーン」開始 1979(昭和54年)



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

社会・環境活動の歴史

1990

1989(平成元年) ブラントン輸入販売開始

1985(昭和60年) “自然と社会と人間との調和”をめざす企業理念を制定

1984(昭和59年) タカラCanチューハイ発売

1983(昭和58年) 米国宝酒造株式会社設立

1980(昭和55年) タカラ料理酒発売

1977(昭和52年) 宝焼酎「純」発売

1972(昭和47年) 中国酒の輸入販売開始

1970(昭和45年) 中央研究所完成

1969(昭和44年) タカラみりん「ミリバック」発売

1968(昭和43年) 松竹梅(たけ)発売

1957(昭和32年) タカラビール発売

1990

1980

1970

1960

1950

1842



1933(昭和8年) 清酒「松竹梅」発売
1925(大正14年) 寶酒造株式会社創立
1912(大正元年) 寶焼酎発売
1842(天保13年) 酒造業開始

会社・商品の歴史

東日本大震災で被災地給水を支援 2011(平成23年)

「お酒おつきあい読本」発行 2009(平成21年)

「TaKaRa田んぼの学校」開始 2008(平成20年)

お客様相談室のホームページ開設 2006(平成18年)

「緑字企業報告書」初刊発行 2005(平成17年)

17事業場でISO14001統合認証を取得 2005(平成17年)

妊産婦飲酒の注意表示実施 2004(平成16年)

「TaKaRaお米とお酒の学校」開始 2004(平成16年)

環境教育教材「リサイクルロード」発行 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)

阿武隈川きらきらキャンペーンに協賛 2003(平成15年)

ベロタクシーへの協賛開始 2002(平成14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 1999(平成11年)

タカラ本みりん「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 1998(平成10年)

焼酎のはかり売り開始 1998(平成10年)

全社環境対策プロジェクト「エコチャレンジ21」開始 1997(平成9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)

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)

四万十川の清流を守ろうキャンペーン開始 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)

2010

2010(平成22年) フランスのフーデックス社の株式を取得

2008(平成20年) 松竹梅「白壁蔵(生酏純米)」発売

2008(平成20年) 本格焼酎「知心剣」発売

2007(平成19年) タカラCANチューハイ「直搾り」発売

2006(平成18年) TaKaRa「焼酎ハイボール」発売

2006(平成18年) 宝ヘルスケア株式会社設立



2004(平成16年) コンプライアンス推進室を設置

2003(平成15年) 松竹梅「天」発売

2002(平成14年) TaKaRaグループ持株会社体制へ移行

2001(平成13年) 全量芋焼酎「一刻者」発売

2001(平成13年) 「白壁蔵」完成

2001(平成13年) 企業理念の改定および行動規準の制定

2000(平成12年) タカラ有機本みりん発売

2000(平成12年) 品質保証部を設置

2000(平成12年) 全工場でISO9002認証取得完了



2000

1996(平成8年) お客様相談室を設置



1995(平成7年) 北京寛宝食品有限公司(現在の宝酒造食品有限公司)設立

1994(平成6年) 本格米焼酎「よかいち」全国発売

1994(平成6年) 環境・広報室を設置

「緑字企業報告書2011」に対する意見

社会福祉法人 大阪ボランティア協会 常務理事

早瀬 昇

「新しい公共」推進会議 構成員
特定非営利活動法人 日本NPOセンター 副代表理事
特定非営利活動法人 環境市民 理事



報告書の発行自体の意味

宝酒造は、清酒・焼酎メーカーの中で群を抜く緻密で体系的なCSRを推進している企業と評価しています。

そもそも清酒・焼酎メーカーの中では、環境報告書やCSR報告書を発行している企業自体がほとんどなく、環境方針の制定やISO14000の認証取得にとどまっているところが大半です。もっとも、地域に密着したユニークな社会貢献活動に熱心に取り組む企業も少なくないですから、その点だけで見れば宝酒造はその一群の企業群の一つということになります。しかし宝酒造は、上記の努力に加え、地球温暖化防止京都会議（COP3）の翌年、1998年から環境報告書としての緑字決算報告書の発行を始め、2005年からは報告内容をCSR全般に広げた緑字企業報告書を発行し続けています。

こうした報告書の発行は、①企業経営全般に対しCSR視点での定量的チェックがなされ、その実績を踏まえてPDCAサイクルでのCSR向上が進められること、②CSRに関わる実績の全体像を体系的に公表することで、役職員はもとより、多様なステークホルダーとのコミュニケーションを進めやすくなること、など大きな利点があります。一方、報告書の発行には、目標の設定、実績の日常的な把握体制の整備、編集・発行に要する費用などの業務やコストが発生し、さらに一度発行を始めると中止しがたいものであるため、それ相応の覚悟が必要になります。

この意味で、本報告書の発行は、宝酒造が高いビジョンをもってCSR推進に取り組もうとしていることを示していると考えます。

「地球の『いきいき』のため」の取り組み

さて、宝酒造のCSRの取り組みの中でも特にユニークなのは、独自に生み出した環境会計「緑字決算」です。環境会計には、貨幣を基準とした米国式とCO₂排出などの環境負荷の物量を基準とした欧州式の2方式がありますが、緑字決算は

両者を反映したものとなっています。しかも、その実績を評価するため「個別ECO」という指標を設定し、これまで4回の見直しを重ね、常に新たな目標を設定する姿勢を続けています。独自に工夫された分、他社との比較には向かないものの、環境活動の実績を客観的に評価し改善を進める上で大きな成果をあげていると考えます。

その具体的評価項目の達成状況の今年度版の解説は、昨年と比べ、かなり詳しくなりました。ただし気になりましたのは、その目標項目の中で2004年度から盛り込まれた「社員のボランティア活動参加人数」は2007年度まで増加傾向でしたが、2008年度に「環境ボランティアの推進」と項目名が変更されて以降は、3年連続、目標達成ができていないことです。

この点について、社員のボランティア活動の範囲や環境ボランティアのプログラムの内容を詳細に把握できていないため見当外れの指摘かもしれませんが、そもそもプログラムに参加したボランティア数を指標とすること自体を見直す必要があるかもしれません。というのも元来、ボランティア活動は社員の自主的な取り組みであり、これを企業活動の評価にあげると、社員に動員的な強制的な負荷をかける危険性もあるためです。

それよりも宝酒造が実施するボランティア活動推進プログラム自体を評価することができれば、より適切だと思います。具体的には、ボランティア活動というと、従来からの奉仕活動のような窮屈な活動観を抱く場合もありますが、本来はテーマやペースを選べる自由な社会参加活動です。この活動の自由さに対する理解を広げる講座の実施や、その受講者数、あるいは事業所に近いボランティアセンターやエコロジーセンターに社員が参加しやすいボランティアプログラム情報を照会し、その情報提供数などを組み合わせて指標化することも考えられます。

他の分野での取り組みについて

宝酒造は環境対応の前に報告されている「お客様の『いきいき』」に関する取り組みでも業界のリード役を果たしています。視覚に障害のある消費者のために缶のふたに点字で「おさけ」と表示するなどのユニバーサルデザインの推進、アルコールを含む製品の販売という事業ならではの社会的責任として「適正飲酒」の啓発活動などが注目されます。特に後者は、飲酒運転や未成年・妊産婦の飲酒問題に対する関心が高まる中、重要な取り組みだと評価します。

次に「社会の『いきいき』」に関する記述では、「田んぼの学校」の報告などで社外関係者の声の紹介が詳しくなり、ステークホルダーとの対話でCSRを進めている姿勢が見て取れます。東日本大震災に対しても、本業を生かした宝酒造ならではの取り組みがなされたと考えます。

ただし「社員の『いきいき』」で気になるのが、女性管理職数が低いレベルで一進一退の状態が続いていることです。元々、女性従業員の比率が少なく、また1985年の男女雇用機会均等法施行からは25年を経るものの、99年の改正均等法施行からは11年であり、まだ管理職に昇格する適任者が育っていないのかもしれませんが。ここ数年、女性の採用比率が向上していますし、当然、男女の区別なく公正な能力評価を進めている企業だと評価していますが、女性の場合、出産と仕事の両立など特別な配慮が必要であり、この面でも業界のリーディングカンパニーとして一層の努力を期待します。

最後に2006年に公益通報者保護法が施行された後、企業などは公益通報窓口の設置が義務付けられましたが、窓口を社内のみ開設する企業も多い中、宝酒造の場合、ヘルプライン（公益通報窓口）を社内だけでなく、社外にも設けています。この点も高く評価したいと思います。

以上、細かい指摘が多くなってしまいましたが、これは宝酒造の取り組みが全般的にきわめて高い水準にあるがゆえの結果でもあります。今後ともCSR先進企業としての取り組みを深めてもらいたいと思います。また、我々、消費者は、こうした努力を正当に評価する「BUYCOTT」（不買運動を示す「BOYCOTT」をもとに生まれた造語で、CSRを考慮した積極的購買運動のこと）を広げることも大切だと考えます。

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、参加されたお子さんが田植え体験を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できる企業」であり続けたいという当社の想いがより伝わると考え、表紙写真に選定しました。

編集後記

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かかわりをご報告しています。

本年度の特集では、「日本の食文化の象徴“SAKE”を世界へ」と題して、日本の食文化の一つである日本酒を世界に広める取り組みを取り上げました。日本の風土の中で長年かけて培われてきた日本文化、日本食文化には素晴らしいものが数多くありますが、清酒もまたその一つです。ここでは、宝酒造がこれまでに進めてきた清酒にかかわる文化の普及活動や、海外現地生産拠点における「安全・安心」や「品質向上」への取り組みを紹介しています。

その他、多くの関係者の声を紹介しながら、できるだけ読みやすい紙面づくりを心掛けました。

今後もよりよい活動を進めていくために、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います。よろしくお願い申し上げます。

編集体制

- ・環境統括会議（宝ホールディングス株式会社・宝酒造株式会社役員、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、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、海外事業部門、品質保証部門、お客様相談部門、環境部門、宝ホールディングス株式会社IR部門 計15名）
- ・編集責任者：中尾雅幸（環境課長）

発行責任者：木下勝仁（環境広報部長）

●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。
この用紙費用の一部は日本赤十字社に寄付しています。