

皆様の「いきいき」は私たちの「いきいき」

# 緑字企業報告書 2012

CSR Report



宝酒造株式会社



## ■ 編集方針

「緑字企業報告書2012」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:2011年4月1日～2012年3月31日

注)上記の期間以外は年度を記載します。

●発行時期:2012年7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/pdf2012.htm](http://www.takarashuzo.co.jp/environment/greenpdf/pdf2012.htm)

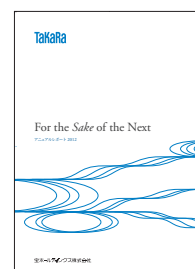
1～10・・・工場別報告などの詳細資料

A～I・・・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。

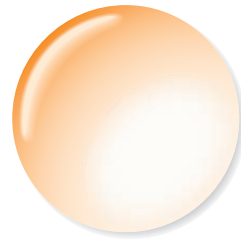
A:IR情報



## 目次

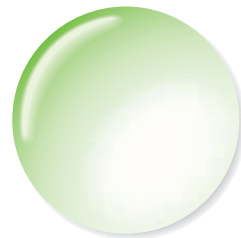
|          |    |
|----------|----|
| 編集方針     | 01 |
| トップメッセージ | 03 |
| 企業概要     | 05 |
| 事業紹介     | 07 |

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 〈特集〉おかげさまで<br>宝焼酎は発売100周年 | 09 |
|---------------------------|----|



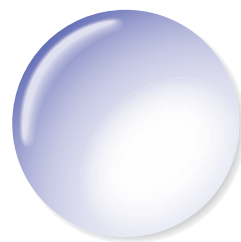
### お客様の「いきいき」のために

|              |    |
|--------------|----|
| 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   | 18 |



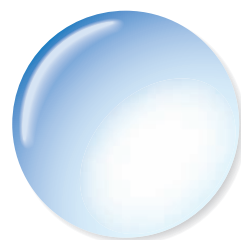
### 地球の「いきいき」のために

|             |    |
|-------------|----|
| 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 |



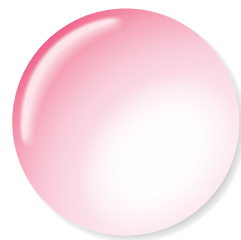
### 社会の「いきいき」のために

|                  |    |
|------------------|----|
| 宝酒造 田んぼの学校       | 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

|              |    |
|--------------|----|
| ワーク・ライフ・バランス | 32 |
| 働きやすい職場づくり   | 33 |



### 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

# 自然を大切にすることを 受け継いでいます。

宝酒造の主たる商品であるお酒は、穀物という自然の恵みをもとに、微生物の発酵という自然の働きがわり造り出されます。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ことを受け継がれており、その気持ちを「自然と社会と人間との調和をめざす」旨の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)年のことであります。

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。サケを川に戻す市民運動を支援したカムバック・サーモンキャンペーンは、1979(昭和54)年に始まり、企業の自然保護活動支援の先駆けとなりました。その後も各地の運動を支援、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、継続的に自然保護活動を支援する体制を作りました。

現在展開しております「宝酒造 田んぼの学校」は、環境教育イベントとして注目を集め、2012(平成24)年には企業フィランソロピー大賞の特別賞をいただきました。

また、当社が事業を展開する上で空容器問題は避けて通れない問題ですが、一般的なりユース、リデュース、リサイクルの3Rに、発生そのものを回避するという意味のリフューズを加えた4Rの考えでこの問題に取り組んでいます。従来からの一升びんなどのリユースシステムの利用とともに、商品のはかり売りやパウチパック商品など新たな環境配慮型商品の開発にも力を入れております。

当社が1998(平成10)年に導入した「緑字決算」は、これらの結果を数値化した、環境会計の先進的な取り組みとして高い評価をいただきました。

この緑字企業報告書は、環境に関する取り組みに加え、お客様の視点からの品質管理や安全安心への取り組み、さらには社会の視点、社員の視点からの取り組み等をご紹介した総合的なCSR報告書です。この報告書によって、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

市不敏男



#### 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。

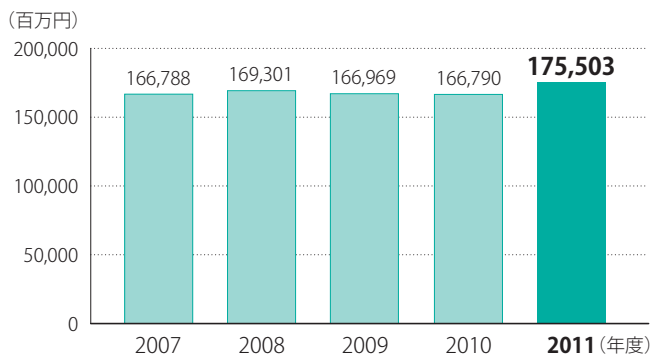
# 宝酒造株式会社 概要

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。

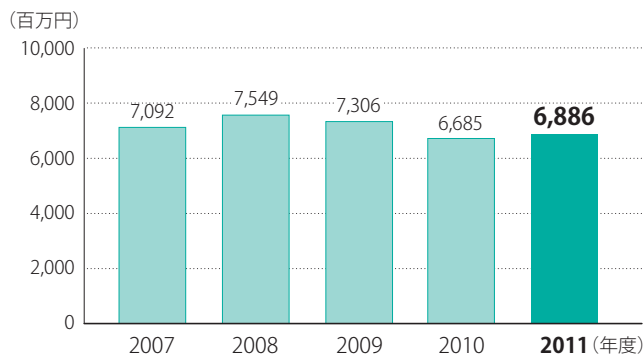
商号 宝酒造株式会社  
 (英文名:TAKARA SHUZO CO.,LTD.)  
 代表者 取締役社長 柿本 敏男  
 設立年月日 2002年4月1日(持株会社体制移行による)  
 資本金 1,000百万円  
 本店所在地 京都市伏見区竹中町609番地  
 本社事務所 京都市下京区四条通烏丸東入長刀鉾町20番地  
 決算期 毎年3月31日  
 主な事業 酒類、調味料、酒精の製造・販売

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(高崎)・  
 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)

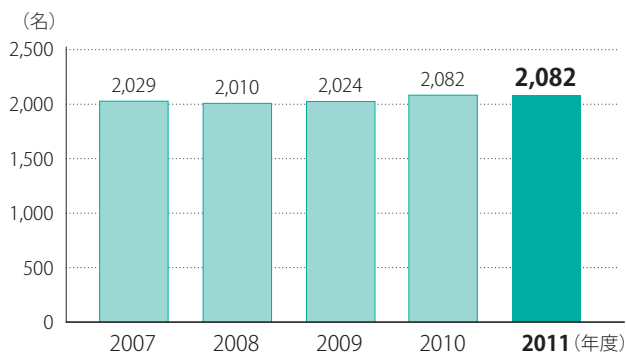
## ● 宝酒造グループ売上高



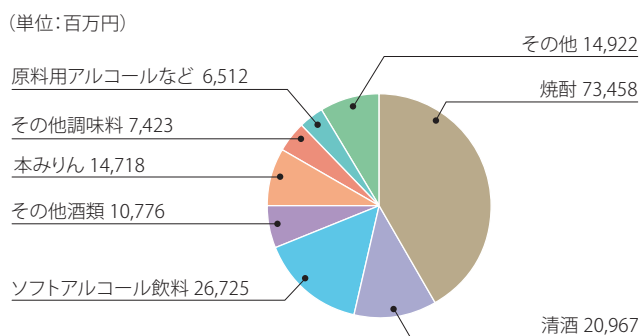
## ● 宝酒造グループ経常利益



## ● 宝酒造グループ社員数 (3月31日現在)



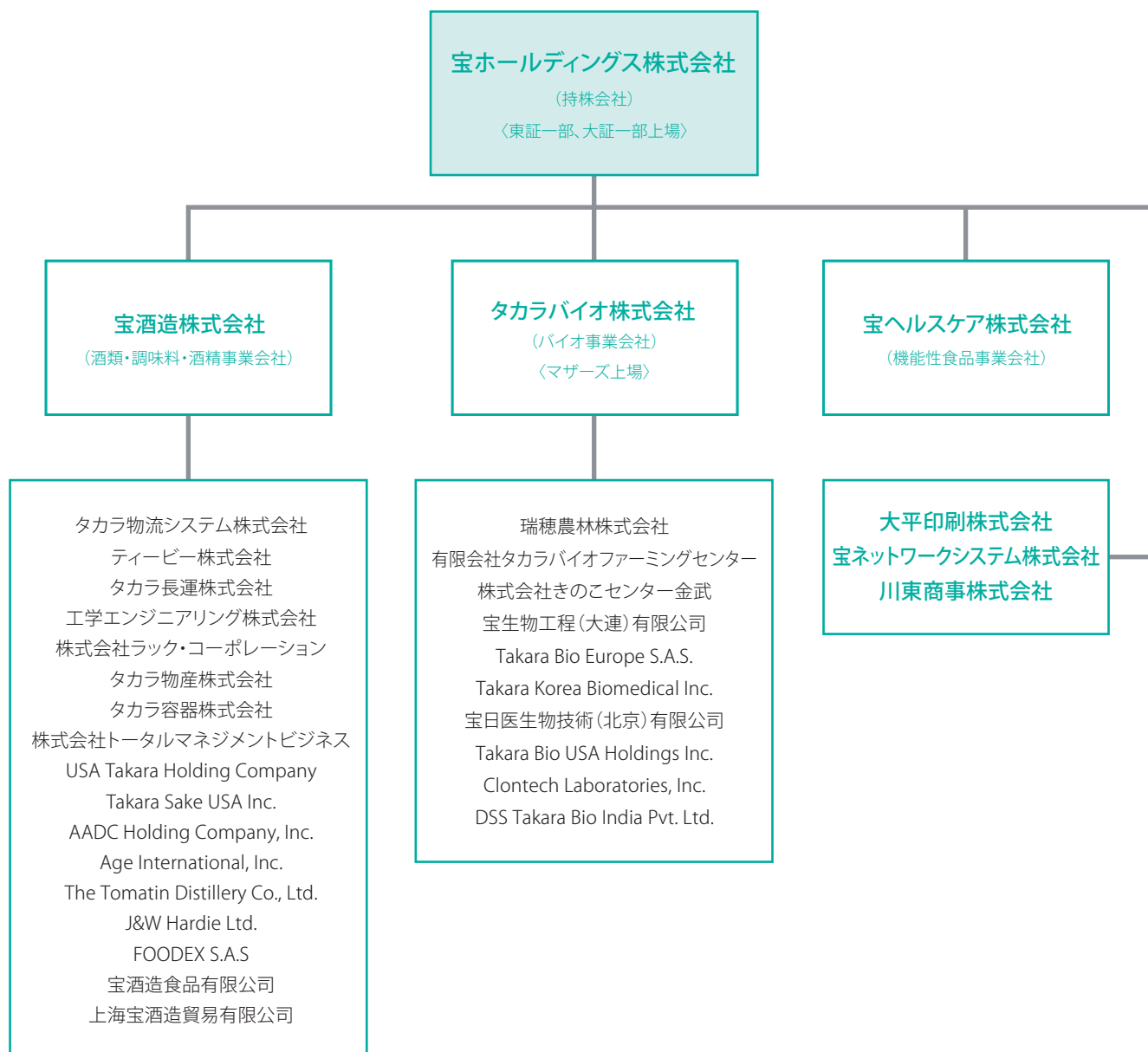
## ● 宝酒造グループカテゴリー別売上高



# 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 柿本 敏男  
 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、発売100周年を迎えた伝統と安心の甲類焼酎No.1ブランド“宝焼酎”、樽貯蔵熟成酒を3%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、独自の品質と味わいを持つ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」”、麦本来の味わいを追求した“本格麦焼酎「知心剣」”をはじめとするこだわり商品、日常の晩酌ニーズにきめ細かく対応する「よかいち」など、独自の技術によるオリジナリティーのある商品を発売・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併せもった松竹梅白壁蔵を完成させ、新感覚のスパークリング清酒“松竹梅白壁蔵「霽」”や“松竹梅「白壁蔵」<生酏純米>”などの高品質酒を送り出しています。

また昨年、晩酌市場に向けた、二段酵母仕込みで「コクがあってすっきり辛口」の“松竹梅「天」”に新容器パウチパックを発売。お客様の多様なニーズに応えます。業務市場においては“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、新しい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発売された“タカラcanチューハイ”、下町の大衆酒場で愛される辛口焼酎ハイボールの味わいを追求した“タカラ「焼酎ハイボール」”など、独自の味わいで多くのお客様からご支持をいただいています。

この他にも「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、なめらかな口当たりとやさしい甘さが特徴の“タカラCANチューハイ「直搾り」くちどけ”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

40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、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)

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、「お酒のチカラでもっとおいしく」をテーマに、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(原料用アルコール)

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、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。

お酒づく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

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宝酒造製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株式会社、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、日本の酒類と食材を組み合わせた提案を行うという強みを活かし、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まいります。



# おかげさまで 宝焼酎は発売100周年

宝焼酎は2012年に発売100周年を迎えました。

今回の特集では宝焼酎の100年の歩みを振り返るとともに、

宝焼酎の品質向上、安全安心への取り組みをご紹介します。  B:100年の歴史・伝統



## 宝焼酎100年の歩み

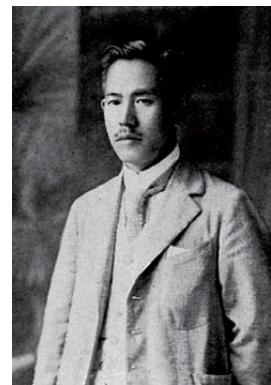
大正元年に販売開始。  
新式焼酎「寶焼酎」で活路を拓く。

宝焼酎は、1912年、新式焼酎（現在の甲類焼酎の原型）の関東での販売権を獲得し、商標「寶」を冠して販売したことに始まります。この「寶」ブランドの新式焼酎はたちまち市場を席卷。供給が追いつかないほどの売れ行きとなりました。

爆発的にヒットした寶焼酎。  
その名声は全国区へ。

1916年には新式焼酎を開発した技師の大宮庫吉くらきちを招聘して宝焼酎の自社生産を開始。さらなる評判を呼び、前年の実に10倍の生産高を記録するなど、爆発的な売れ行きを見せました。

さらに1918年に発売された「壇詰め宝焼酎」(640ml)は、衛生的で中身も安心ということや、目新しさもあって、「寶焼酎」は庶民の酒としてますます人気を博していったのです。



大宮庫吉

激動の時代をたくましく生き抜く。

時代は昭和へと移り、戦時体制になるとお酒の生産はほとんどなくなります。戦争が終わり復興が始まった頃、人々の疲れを癒し、人気を集めたのは米を使わずに生産する焼酎でした。1949年には全酒類の中でトップの生産量を誇るようになりました。

しかし、焼酎市場の人気の影で、闇市ではバクダン（メチル酒）やカストリ（密造芋焼酎）などと呼ばれた粗悪な酒が出回り、焼酎のイメージは低下していきました。



昭和初期の壺詰め焼酎



昭和初期のポスター



1980年代の居酒屋の様子

## 焼酎苦難の時代へ。

食料事情が安定し、高度成長が進んでくると、需要はビール、清酒、ウイスキーなどへとシフトしていき、一方で、焼酎の消費は減っていきます。そして食料も満足になかった時代の暗い思い出とも重なる焼酎は次第に敬遠されるようになり、安酒としてのイメージが定着していきます。

## 焼酎の需要拡大を目指し、新機軸の商品を積極的に導入。

焼酎のイメージが低下する中、宝酒造は焼酎の需要拡大を目指し、「タカラエース」「チューロック」「ホワイトドッグ」などの新技術、新機軸の商品を世に問い続け、焼酎のイメージアップを目指しました。その中で焼酎の味わいに広がりをもたらし樽貯蔵熟成酒の製造とそのブレンド技術が蓄積されていきました。

## 独自の技術を確立し、宝焼酎「純」発売。

焼酎復活に向けて努力を続けている頃、米国でジンやウオツカなどの透明な酒が国民酒と言われていたバーボンの消費量を抜くという現象が起こります。この現象は「白色革命(ホワイトレボリューション)」と呼ばれました。

当社はこの波が必ず日本にも到来し、日本の蒸留酒・焼酎の再発見につながり、焼酎にマイナスイメージを持たない世代に注目されるに違いないと信じ、製造技術をさらに磨き、商品開発を急ぎます。そして1977年、宝焼酎「純」を発売しました。



宝焼酎「純」



極上<宝焼酎>

## 白色革命を追い風に、甲類焼酎復活。

宝焼酎「純」の発売から間もない1980年頃、いわゆるニュー居酒屋の台頭に伴いチューハイという飲み方が爆発的なブームとなります。焼酎の暗い時代のイメージを持たない世代には、新鮮で、飲みやすく、いろいろな楽しみ方のできる酒として焼酎が熱狂的に支持されました。

## これからの100年へと挑戦は続く。

その後、外圧によるウイスキーとの酒税格差是正の動きから度重なる増税が続いた焼酎ですが、口当たりの良さ、飲み方の多様性などの点が引き続き消費者に評価されています。

2007年には樽貯蔵熟成酒を3%ブレンドした、まろやかな口当たりと芳醇な味わいを特徴とする極上<宝焼酎>を発売、ひとクラス上の味わいを提供しています。

これからも宝酒造は消費者志向を徹底し、長年にわたる焼酎造りの歴史の中で培った技術やノウハウを結集させ、独自性のある商品をお届けしてまいります。

# 宝焼酎の品質と安全安心

## ～極上<宝焼酎>を中心に～

### ベースとなる焼酎

極上<宝焼酎>のベースとなる焼酎の原料はサトウキビ糖蜜です。原産国で発酵・蒸留を行い、輸入されます(粗留アルコール)。受け入れ時には高感度分析装置で35種の不純成分を検査しています。

検査をパスした粗留アルコールは連続式蒸留機を使用してアルコール度数95度程度まで蒸留されます。連続式蒸留機では各種成分の沸点の差を利用することで不要な成分を除去し、純度の高いエチルアルコールのみを取り出すことができます。蒸留中は24時間1日3回の検査体制で品質の微妙な変化に対応しています。

宝酒造で最大の連続式蒸留機は千葉県松戸市の松戸工場にあります。幾多の改良が加えられた最新鋭機のスーパーアロスパス式蒸留機で、高さは約35m、国内有数の蒸留能力を有しています。



松戸工場の連続式蒸留機



定期的に熟成度合いをチェックし、極上<宝焼酎>に最適な味わいの樽を使用します。



独自の技術・ノウハウで蒸留工程を調整し、めざす品質を作り出します。

## 樽貯蔵熟成酒

極上<宝焼酎>の味わいを特徴付ける樽貯蔵熟成は宮崎県高鍋町の黒壁蔵で行われます。

とうもろこし、大麦等を原料として糖化発酵させた醪もろみを、求める品質にあわせて最適な蒸留方法を選択して蒸留します。

蒸留された焼酎はホワイトオークの樽に詰められ、貯蔵庫で熟成されます。高鍋の穏やかな気候の中で、焼酎はまるやかさを増し、深い味わいを持つようになります。宝酒造は蒸留方法や貯蔵する樽の種類・貯蔵期間・精製方法の異なる様々な味わいの樽貯蔵熟成酒を約85種類・約2万樽保有しています。



黒壁蔵には約85種類、約2万樽が眠っています。



ボトルング時には、最新鋭の機械での検査に加え、人の目で最終チェックを行い、万全を期しています。



鍛え抜かれた味覚、嗅覚をもつ技術者が製品サンプルの官能検査を行います。

## 製造

樽貯蔵熟成焼酎とベースの焼酎は品質設計に沿ってブレンド・割水され、ボトルングされます。極上<宝焼酎>では、長年培った経験と技術をもとに、樽貯蔵熟成酒の使用比率を3%としました。

ボトルング前には熟練技術者による官能検査と分析機器による検査を行っています。松戸工場においては放射性物質の検査も行っています。

ボトルング時には機械と目視とで何重にも検査を行い、容器の汚損や異物混入などを防いでいます。

また詰め上がった製品のサンプルは分析機器での検査と官能検査を行い、再度品質を確認しています。

## 在庫管理

箱詰めされた商品は、パレットにバーコードを貼付し、製造ライン、製造日時などの情報を管理しています。

このようにして、宝酒造では100年にわたって努力を続け、宝焼酎の品質向上と安全安心へのノウハウを確立しています。これからも、より高いレベルをめざし、消費者の方々の期待に応えてまいります。

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。



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、こだわりをキャッチすることや、自社の独自技術の市場適合性を確認することによって、オリジナリティのある商品を提供してまいります。

### 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、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。

### 安全な原料の調達

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。

### 米トレーサビリティ法への対応

2010年10月より「米トレーサビリティ法」が施行され、2011年7月からは、清酒・本格焼酎・みりん等において、使用している米の原産地を消費者に伝達することが義務付けられました。宝酒造では、米の原産地をラベルに記載することで、お客様に分かりやすく確実にお伝えしています。

### 原料分析による安全確認

一部の輸入原料や農産物原料に対しては、前述の取り組みに加え、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<sup>\*1</sup>・GC-MS<sup>\*2</sup>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、農業成分などについて、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

### 放射能汚染への対応

福島第一原発事故に伴う放射能汚染への対応として、国産原材料については、放射性物質の基準値への適合を確認した上で調達しています。また、念のため、国産原材料の自社による検査を並行して実施しています。さらに、関東・東北エリアの生産工場においては、継続的に製造水・製品の放射性セシウムをモニタリングし、基準値への適合を確認しています。

### 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商品の品質情報を迅速に確認できる体制を整えています。



バーコードによる製品情報管理

### グループ会社の取り組み ラック・コーポレーション

ラック・コーポレーションは、ファインワインのインポーターです。ブルゴーニュを中心に、世界的に著名なワイナリーの貴重な商品を取り扱っており、品質管理、とりわけワインの品質に大きな影響を与える温度管理に万全を期しています。

生産者の貯蔵庫から出航港までの陸送の段階からリーファー（定温）コンテナを使用し、海上輸送もリーファーコンテナを使用。日本に到着後は定温倉庫で保管され、出荷前にすべてのワインの目視検査を実施し、お客様へ適正温度で配送しています。

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

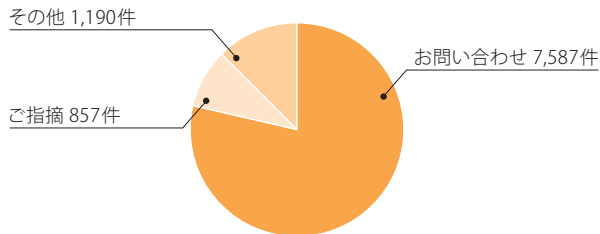
### お客様の声を商品とサービスに反映

お客様相談室には年間約10,000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、すべて個人情報保護の上でデータベースに蓄積し、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、お客様にベストな対応で臨みます。

 C:お客様相談室

● お客様相談件数と内訳 2011年度 9,634件



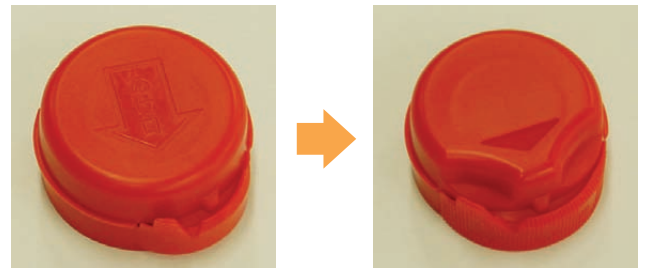
### ホームページでお客様に役立つ情報を提供

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等の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。

## お客様の声を反映した改善事例

### ＜タカラ本みりん・タカラ料理のための清酒などのキャップをリニューアル＞

従来より、いたずら防止機能のついたキャップを採用しておりますが、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、開けやすく改良しました。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ました。



従来品

改良品

### ＜タカラ本みりんのラベルの改良＞

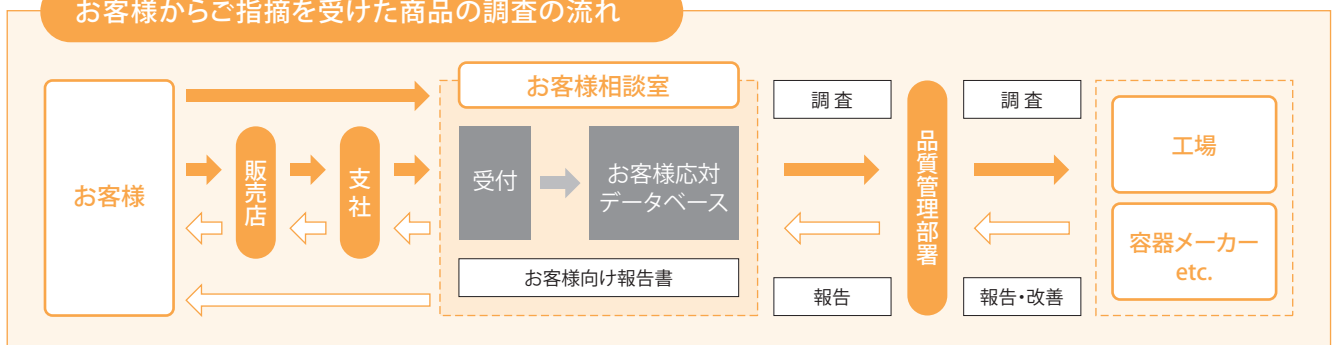
タカラ本みりん1.8リットル取手付きペットボトルに関して、「収納棚に並べた時に他の調味料との区別が付きにくい時がある」というご指摘が数件ありました。このため、ラベルの背面にも「タカラ本みりん」の表示を入れ、どの方向からも判別できるように改善しました。



正面

背面

### お客様からご指摘を受けた商品の調査の流れ





## 消費者視点の「お客様満足」に向けて

### JISQ (ISO) 10002の自己適合宣言

宝酒造は、JISQ10002 (ISO10002)「品質マネジメント—顧客満足—組織における苦情対応のための指針」に則り、「お客様満足のための基本方針」と「お客様対応の行動指針」を定めました。そして、これら基本方針と行動指針を実行に移すために、お客様対応マニュアル・手順書等を体系的に整備しました。お客様満足の向上に向け、社員一人ひとりがお客様の目線で考え、お客様対応プロセスの継続的な改善に取り組んでまいります。

#### お客様満足のための基本方針

私たちは、お客様の目線で考え、お客様の声を企業活動に反映させてまいります。  
より良い商品、より良い品質、より良いサービスを提供することに努め、お客様に信頼される企業を目指します。

#### お客様対応の行動指針

- ①お客様に対して、誠実、迅速、確実を心がけ、真摯に対応します。
- ②お客様に対して、公平かつ公正な対応に努めます。
- ③お客様に対して、適切でわかり易い情報提供に努めます。
- ④お客様の声は社内でも共有し、商品開発や商品改良に反映します。
- ⑤お客様の個人情報は、関連法令や社内規準を遵守し適正に取り扱います。

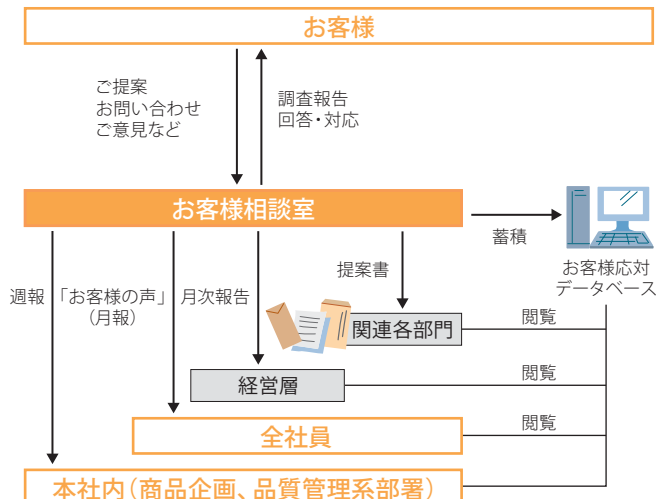
#### JISQ (ISO) 10002の概要

ISO10002は、2004年に国際標準化機構 (ISO) が発行した「組織における苦情対応のための指針」です。国内においては、これを日本語に翻訳したJISQ10002が発行されています。JISQ(ISO) 10002は、第三者機関の認証による審査登録制度ではなく、組織の内部監査などによって指針への適合性を認識できた時点で、自ら適合宣言を行うことができます。なお、宝酒造は、2012年3月30日付で、自己適合宣言をしました。

### お客様の声を社内で反映させるための仕組み

お客様相談室で受けたお客様の声は、個人情報保護した上で、すべてデータベースに入力され、全社員にリアルタイムで公開されています。また、社内への情報フィードバックとして週報や月報を社内へ配信するとともに、経営層へ月次報告を行い、品質改善やサービス向上につなげています。

#### ● お客様の声の社内フィードバック



お客様相談室

## お客様の声を反映した新商品開発

### 松竹梅「天」にパウチパックを採用

宝酒造で紙パック清酒のユーザーを対象に調査を行ったところ、「冷蔵庫の中で場所をとる」「捨てるときに解体しにくい」などの不満があることがわかりました。そのような声にお応えして、2011年にパウチパック入りの松竹梅「天」900mlエコパウチを新発売しました。

パウチパックですので、狭い隙間にも収納でき、また中身が少なくなるとさらに省スペースになります。飲用後は丸めて簡単に、キャップとともにプラスチックごみとして捨てられますので、紙パック容器のような解体・分別は不要です。またごみを50%減量(当社同容量紙パック製品重量比)できるなど、環境にも優しい容器です。

開発にあたっては、注ぎやすい形状、注ぎやすい持ち方、品質劣化の起きにくい材質等を検証し、独自の容器を開発しました。注ぎ口は斜めに配置し、注ぐときの滑り止めとしてエンボス加工を施しました。誤飲防止のための「お酒」の点字もつけています。



パウチパック入りの松竹梅「天」

## 商品の表示に関する取り組み

### 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。

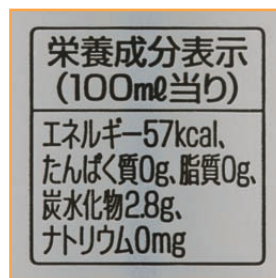


缶ぶたやキャップに点字を表示

### 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。



栄養成分表示の例



### 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。

### その他の醸造酒

アルコール分：15度 容量：500ml  
 原材料：もち米、**麦麴(小麦)**  
 輸入者及び引取先：宝酒造株式会社  
 京都市下京区四条通烏丸東入長刀鉾町20  
 お客様相談室 TEL 075(241)5111

アレルギー表示の例

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。

## 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、飲酒運転の防止に関する情報発信を継続。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徹底しています。


### 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年にはこれを増補・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等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

 D: 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)、⑤未成年の視聴者が多い番組での放送は自粛するといった業界基準を遵守しています。

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

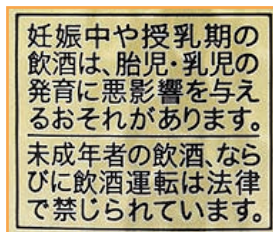
未成年者の飲酒を防止する取り組みとして、1995年から商品パッケージに「未成年者の飲酒は禁止されている」旨の表示をしています。また、未成年者の飲酒につながりかねない酒類自動販売機の屋外設置は受け付けていません。

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。

また清涼飲料との誤飲を防ぐため、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。2011年から、アルコール分10度未満で300ml以下のすべての酒類製品に同様のマークを表示しています。

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。



注意表記の表示の例



お酒マークの表示の例



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、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。

2012年6月28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 柿本 敏男

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。

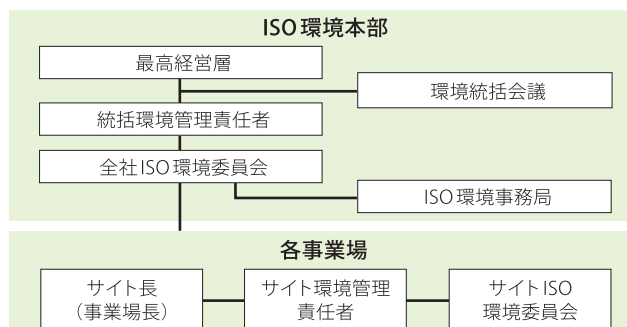
## TaKaRaグループ環境マネジメントシステム

### 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、2011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

# 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、ガラスびんやペットボトル、アルミ缶、紙パックなど様々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、余分なものを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。

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



はかり売り

**F** 環境に配慮した容器包装

**2**: 720mlリターナブルびんの推移

### 自社での取り組み

宝酒造では、「環境配慮型商品の開発」を継続的に進めています。ISO14001の毎年の目標にも掲げ、商品改良や開発を行っており、2011年度は松竹梅「天」のパウチパック採用 (P17参照) など計8件の環境配慮型商品を開発発売しました。

また、当社独自の活動として、焼酎のはかり売りを展開しています。「はかり売り」実施店の新規開拓をISO14001の目標に掲げ、焼酎のはかり売りの拡大に取り組んでいます。

「焼酎のはかり売り」は、新たな容器を使用せず中身だけを販売する「リフューズ」の実践です。お客様は家庭にあるペットボトルなどの空容器を販売店に持参し、宝酒造は1klや200lの専用タンクで焼酎を販売店に工場から直送し

ます。販売店ではお客様が持参した空容器を洗浄し、店頭でその容器にお客様が必要な分だけ詰めて販売します。

はかり売りは、資源の節約や廃棄物の削減を実現するために人手を使う販売方法であり、消費者、販売店、メーカーの信頼関係をベースにお互いが協働することで成り立っています。

現在は全国で約200店舗にご協力いただき、1998年の開始以来2012年3月までに、2.7l ペットボトルで約659万本、段ボール約165万枚を節約することができました。

### 2011年度の環境配慮型商品の開発・改良事例

- 松竹梅「天」900mlにパウチパック採用
- 松竹梅「まろやか冷酒」900mlにパウチパック採用
- タカラ「料理のための清酒」500mlにパウチパック採用
- 焼酎2.7l ペット製品の外函軽量化
- 白壁蔵金賞受賞酒の外函中仕切廃止による軽量化
- 黒壁蔵紙パック製品のキャップ軽量化

**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

容器リサイクルを推進するためには、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、ガラスびんやペットボトル、紙容器など、種々の容器について、関連するリサイクル団体に加入し、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

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。

## 緑字決算とは

### 環境活動の成果を独自指標で評価

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。

緑字決算の対象項目は、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。宝酒造のさまざまな環境負荷削減や環境貢献推進の中から重要な項目を選定し、その成果を“ECO(エコ)”という指標で表したものです。

### 2011年度～2013年度の緑字決算の変更点

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。2011年度は1年目にあたるため算出方法について見直しを行いました。

#### 1. 緑字ECO対象項目の変更

CO<sub>2</sub>削減、廃棄物削減につながる項目を増やし、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、今回の見直しで一部の目標に関しましては評価指標の単位の見直しなども実施しました。

| 新たな緑字項目   | 緑字から外した項目  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>●食品系副産物等の有効利用率の高水準の維持</li> <li>●事務所電気使用量の削減</li> <li>●コピー用紙使用量の削減</li> <li>●環境社会貢献活動の推進</li> <li>●エコ提案の推進</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>●環境啓発冊子リサイクルロードの配布部数</li> <li>●森林認証された用紙への仕様変更可能率</li> <li>●環境ボランティアの推進</li> <li>●環境配慮型商品の開発</li> </ul> |

#### 2. 環境負荷削減ECOと環境貢献推進ECOに分類

これまでの緑字決算ECOは、環境負荷の削減の結果から算出されるECOと環境貢献の推進の結果から算出されるECOを1つにまとめていましたが、今回の見直しでは、環境負荷の削減度合いと環境貢献の推進状況の内訳が分かるように環境負荷削減ECOと環境貢献推進ECOに分類し、そのそれぞれを公表することとしました。

#### 3. ECO算出方法の見直し

##### (1) 緑字ECO評価基準の変更

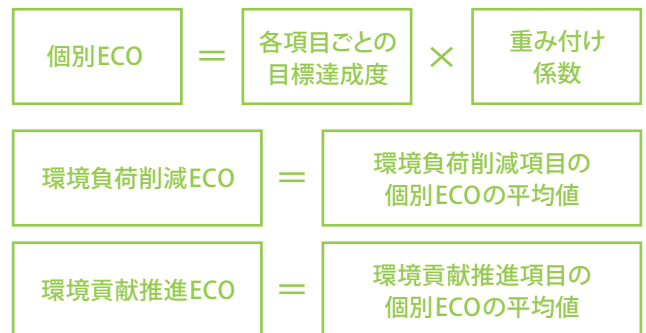
これまでの目標値に対しての達成率をもとに計算する方法から各項目の基準値に対しての目標値の達成度により+30~-30の値を付して計算する方法に変更しました。

##### (2) 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、緑字項目それぞれの重要度に関して順位付けをしていただきました。約1,000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。

##### (3) 緑字決算ECOの算出方法の変更

緑字決算の対象となる項目は、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度に「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。



5: 緑字決算対象項目選定と重み付け詳細

## 2011年度の緑字決算結果

2011年度の緑字決算結果は、環境負荷削減項目が-16.0ECO、環境貢献推進項目が+20.4ECOとなりました。

環境負荷削減項目が、マイナスECOとなったのは、東日本大震災による影響が想定以上に大きく、生産部門・物流

部門などの個別ECOがマイナスとなったためです。

しかしながら、環境貢献推進項目ではエコ提案の採用件数が伸びたことや、「はかり売り」実施店の新規開拓が順調に進んだことなどによりプラスECOとなりました。

### ● 緑字決算：環境負荷削減項目

| 項目           | 生産部門<br>CO <sub>2</sub> 削減  | 物流部門<br>CO <sub>2</sub> 削減   | 生産部門<br>用水削減  | 工場廃棄物<br>排出量の削減                               | 事務所電気<br>使用量の削減        | コピー用紙<br>使用枚数の削減       |
|--------------|---|--|---|---|------------------------|------------------------|
| 評価指標<br>(単位) | 焼酎換算商品<br>製造量あたりの<br>CO <sub>2</sub> 排出量<br>(kg-CO <sub>2</sub> /kl-25%alc) | 物流部門CO <sub>2</sub> 削減<br>商品販売量あたりの<br>CO <sub>2</sub> 排出量<br>(kg-CO <sub>2</sub> /kl) | 焼酎換算商品<br>製造量あたりの<br>用水使用量<br>(m <sup>3</sup> /kl-25%alc) | 焼酎換算商品<br>製造量あたりの<br>廃棄物排出量<br>(kg/kl-25%alc) | 事務所電気<br>使用量<br>(千kwh) | コピー用紙の<br>使用枚数<br>(千枚) |
| 基準値          | 156   | 40.6   | 9.18  | 7.47  | 2,134                  | 8,649                  |
| 2011年度目標     | 154   | 41.2   | 9.13  | 7.25  | 2,066                  | 8,597                  |
| 2011年度実績     | 162   | 42.4   | 10.09   | 9.77  | 1,848                  | 8,040                  |
| 目標達成度        | -30   | -30  | -30   | -30   | 30                     | 30                     |
| 重み付け係数       | 1.38  | 1.12   | 0.91  | 1.19  | 0.83                   | 0.57                   |
| 個別ECO        | -41.5   | -33.5  | -27.3   | -35.8   | 24.8                   | 17.1                   |

環境負荷削減  
ECO

環境負荷削減  
個別ECOの平均値

-16.0

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。

### ● 緑字決算：環境貢献推進項目

| 項目           | 食品系副産物等の<br>有効利用         | 環境社会貢献<br>活動の推進       | エコ提案の<br>推進          | 環境配慮型商品の<br>販売促進                 | 営業車のエコカー<br>導入の推進                 |
|--------------|--------------------------|-----------------------|----------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| 評価指標<br>(単位) | 食品系副産物等の<br>有効利用率<br>(%) | 実施・参加・協力<br>件数<br>(件) | エコ提案の<br>採用件数<br>(件) | 「はかり売り」<br>実施店<br>新規開拓店舗数<br>(店) | H22燃費基準<br>+25%達成車の<br>導入率<br>(%) |
| 基準値          | 97.0                     | 57                    | 125                  | 10                               | 36                                |
| 2011年度目標     | 97.0                     | 67                    | 126                  | 10                               | 45                                |
| 2011年度実績     | 98.3                     | 75                    | 219                  | 13                               | 45                                |
| 目標達成度        | 20                       | 20                    | 30                   | 20                               | 10                                |
| 重み付け係数       | 1.25                     | 0.84                  | 1.06                 | 0.99                             | 0.86                              |
| 個別ECO        | 25.1                     | 16.8                  | 31.8                 | 19.8                             | 8.6                               |

環境貢献推進  
ECO

環境貢献推進  
個別ECOの平均値

20.4

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。

## 2011年度のISO14001環境活動結果

### ● 2011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CO <sub>2</sub> 削減<br>焼酎換算商品1klあたりのCO <sub>2</sub> 排出量(2010年度比) | 1%削減 ⇒ 3.9%増加<br>    | 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。2011年度は、電力不足に対応するために設置したディーゼル発電機からのCO <sub>2</sub> 排出などにより目標を達成できませんでした。 |
| 物流部門CO <sub>2</sub> 削減<br>焼酎換算商品1klあたりのCO <sub>2</sub> 排出量(2010年度比) | 1.4%増加 ⇒ 4.5%増加<br>  | コンテナ輸送の際にフェリーを利用する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 <sub>2</sub> 排出量の削減を進めてきましたが、東日本大震災の影響による西地区の工場から東地区への転送が発生したため、目標を達成できませんでした。     |
| 生産部門用水削減<br>焼酎換算商品1klあたりの用水使用量(2010年度比)                             | 0.5%削減 ⇒ 9.9%増加<br>  | 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。2011年度は、東日本大震災で被災した製品の補充などによる生産数量の増加などにより目標を達成できませんでした。 |
| 工場廃棄物排出量の削減<br>焼酎換算商品1klあたりの廃棄物排出量(2010年度比)                         | 3%削減 ⇒ 30.8%増加<br>   | 排水汚泥やびん、缶などの空き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。2011年度は、東日本大震災の影響で、被災した商品などの廃棄が増えたため、目標を達成できませんでした。  |
| 事務所電気使用量削減<br>事務所の電気使用量(2010年度比)                                    | 3.2%削減 ⇒ 13.4%削減<br> | 事務所内の蛍光灯の間引きや昼休み時間の消灯、クールビズの実施による空調の適温調整など節電の徹底により目標を大幅に達成できました。   |
| コピー用紙使用枚数削減<br>コピー用紙使用枚数(2010年度比)                                   | 0.6%削減 ⇒ 7.0%削減<br>  | IT機器の導入による会議資料の電子化や両面・縮小印刷などによるコピー用紙使用枚数の削減を進めています。2011年度は、タブレット型パソコンによる会議資料の電子配布などの取り組みにより目標を大幅に達成できました。  |
| 食品系副産物等の有効利用<br>食品系副産物等の有効利用率                                       | 97%以上 ⇒ 98.3%<br>    | お酒やみりんの製造過程では、“酒粕”や“みりん粕”といった食品系副産物が発生します。これら食品系副産物を捨てるのではなく、可能な限り有効利用できるよう取り組んでいます。2011年度は、これらの取り組みの維持向上を図ることで、目標を達成できました。                        |
| 環境社会貢献活動の推進<br>環境社会貢献活動の実施・参加・協力件数                                  | 67件 ⇒ 75件<br>        | 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への参加、環境に関わる社会貢献活動への協力に取り組んでいます。2011年度は、自社企画した環境ボランティア活動の実施数の増加などにより目標を達成できました。  |
| エコ提案の推進<br>エコ提案採用件数   | 126件 ⇒ 219件<br>      | 環境への取り組みは社員一人一人の環境意識を高めることも重要と考えています。社内での提案制度を通して社員の声を拾い、小さなことからでも取り組んでいます。2011年度は、節電やコピー用紙削減など新たに様々な提案が採用され目標を達成できました。                            |
| 環境配慮型商品の販売促進<br>「はかり売り」実施店<br>新規開拓店舗数                               | 10店舗以上 ⇒ 13店舗<br>    | 「はかり売り」は新たなPETボトル容器を使用せずに焼酎を販売できるので、資源の節約のほかCO <sub>2</sub> の削減にも貢献できます。2011年度は新たに13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。                           |
| 営業車のエコカー導入の推進<br>営業車のH22燃費基準<br>+25%達成車 導入率                         | 45%以上 ⇒ 45%<br>      | 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、燃費の良いエコカーの導入を推進しています。2011年度も引き続き、ハイブリッド車などのエコカーへの入れ替えを進め、目標を達成できました。   |

\*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。



## 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、2011年から2013年の3年間は、深刻化する地球温暖化の問題や廃棄物排出量の問題に対応するため、CO<sub>2</sub>排出量削減や廃棄物排出量の削減につながる問題を中心に取り組みます。

※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。

### 2011年度環境目標の達成度

ISO14001の活動目標の11項目のうち、2011年度は7項目で目標を達成しました。特に、「エコ提案の推進」、「事務所電気使用量削減」、「コピー用紙削減」の3項目については、日々の活動や省エネ意識の高まりもあり、目標を大幅にクリアしました。

一方で、「生産部門CO<sub>2</sub>削減」、「物流部門CO<sub>2</sub>削減」、「生産部門用水削減」、「工場廃棄物排出量の削減」の4項目については、東日本大震災の影響が想定以上に大きく、目標を達成できませんでした。

 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

### 環境会計

宝酒造の環境コストでは、蒸気配管の保温など省エネ対策としての「地球環境保全コスト」、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、「宝酒造 田んぼの学校」などの環境教育や地球温暖化防止に

貢献するNPO支援などにあてた社会活動コスト、資源循環コストなどがあります。

2011年は、電力不足に対応するためにエネルギー利用効率のいいガス発電機や蒸気配管の保温工事などの実施による「地球環境保全コスト」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)  |             |                                       | 165,989 | 535,934   |
| 内訳  | ① 公害防止コスト   | 排水処理設備更新、ボイラー設備更新、賦課金など               | 31,446  | 307,758   |
|   | ② 地球環境保全コスト | ガス発電機の導入、蒸気配管の保温、排熱回収設備、冷蔵、冷凍設備の更新など  | 125,649 | 76,833    |
|   | ③ 資源循環コスト   | 飼料化設備、廃棄物リサイクル設備の更新など                 | 8,894   | 151,343   |
| (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 | 0       | 238,004   |
| (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、環境設備の運用など          | 5,574   | 343,131   |
| (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)                            |             | 環境教育イベント実施、環境NPO支援など                  | 0       | 24,197    |
| (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  |             |                                       | 171,562 | 1,141,311 |

(集計範囲：宝酒造単体、2011年度対象期間：2011年4月1日～2012年3月31日、単位：千円)

社会の  
「いきいき」の  
ために

# 宝酒造 田んぼの学校

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。

## 宝酒造 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（環境教育）や自然の恵みのありがたさ（食育）を伝えることを目的として、2004年より「宝酒造 田んぼの学校」を開校しています。8年目となる2011年度からは、場所をこれまでの千葉県から新しく京都府に移し開催しました。

小学生とご家族を対象に、5月から11月までの間に南丹市園部町の田んぼと宝酒造伏見工場で、稲作体験や自然観察などの授業を4回にわたって行います。

 F:宝酒造 田んぼの学校

5月

### 田植え編

田植え体験では、20cmほどに育ったもち米の苗をみんなで植えます。自然観察の授業では、「はじめよう自然観察 五感を使って」をテーマに2~3家族ずつの小さな班に分かれて、講師や社員サポーターと一緒に田んぼの周辺を観察します。

#### 田植え体験



おそろおそろ田んぼの中に足を踏み入れ、田植えのスタート。

#### 自然観察



自然観察講師の説明に興味津々。

7月

### 草取り編

草取り体験では、成長の妨げとなる草を抜いたり田んぼの土の中に埋めたりして、稲が育ちやすい環境をつくります。自然観察の授業では、「生きるための知恵と工夫」をテーマに、ルーペを使って、たくさんの生き物を観察します。

#### 草取り体験



根が張った草を抜くのは一苦労。

#### 自然観察



ルーペを使って、ヒマワリの花をよ〜く観察。

10月

収穫編

稲刈り体験では、1mを超える大きさに育った稲をカマで刈り取ります。また、千歯こぎによる脱穀体験や稲を天日で干すはざかけも体験します。自然観察の授業では、「田んぼの中の命のつながり」をテーマに田んぼや生き物を観察し、いろんな生き物が稲を育てていることを学びます。

稲刈り体験



株をかき分けながら刈るのは結構難しい。

脱穀体験



モミがパラバラと落ちて楽しい。

自然観察



バッタやコオロギなどたくさんの生き物に夢中。

11月

恵み編

恵み編は、宝酒造伏見工場で開催します。工場見学をしながらクイズに答えたり、植物の種子の不思議について学んだりします。昼食は収穫したもち米を使ってのおもちパーティー。午後からは、大人と子どもに分かれて、大人は本みりんの授業を受け、子どもは田んぼの学校特製本みりんに貼るオリジナルラベルを作成します。

おもちパーティー



自分たちで育てたもち米で作ったおもちの味は格別。

オリジナルラベル作り



お父さん、お母さんへの感謝の気持ちを込めました。

翌年

特製本みりん完成!

収穫したもち米を使って、当社の工場の特製の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、参加者のもとにお届けします。




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。助成先の選考は、自然科学分野の専門性の高い有識者により構成される運営委員会により行われます。2011年度は、多数の応募の中から、<sup>けじょぬま</sup>化女沼本来の豊かな自然環境と生態系を取り戻すために外来魚の駆除方法の検討を行う活動や小笠原固有トンボ類の保全・再生をめざす活動など、里山や河川、海洋などさまざまな生態系における10件の自然保護活動や研究が助成先として選ばれました。第1回からの助成先件数は延べ281件、助成金累計額は1億3,508万3,000円となりました。  G:TaKaRaハーモニストファンド



外来魚駆除による  
保全活動のための調査研究

NPO法人 エコパル<sup>けじょぬま</sup>化女沼(宮城県)



琵琶湖・淀川水系、環境保全  
「川の清掃・流域一覧地図」の制作

琵琶湖・淀川流域圏連携交流会  
(滋賀県・京都府・大阪府)



河口ヨシ原保全のための啓発活動

NPO法人 <sup>ふじまえ</sup>藤前干潟を守る会(愛知県)



サンゴ保全にかかる普及啓発及び  
調査活動

足摺宇和海国立公園大月地区  
パークボランティアの会(高知県)



小笠原の固有トンボ類再生、  
保全のための活動

NPO法人 小笠原クラブ(東京都)



四国西南地域における  
ユビナガコウモリの休息場利用状況  
および集団構成の把握

やちもり  
谷地森 秀二(広島県)



鹿背山の里地里山を守り育てる活動

かせやま  
鹿背山倶楽部(京都府)



長野県安曇野のオオルリシジミ保護と  
住民への普及活動

あずみの  
安曇野オオルリシジミ保護対策会議  
(長野県)



放置竹林問題についての  
実践的啓蒙活動

一般社団法人 里山資源の利活用  
推進ネットワーク(京都府)



みしまのホタルをそ〜っと見守る  
里山保全活動

三島ライトアップ実行委員会(新潟県)

社会の  
「いきいき」の  
ために

# 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。

## 「宝酒造 田んぼの学校」、 企業フィランソロピー大賞特別賞を受賞

宝酒造が主催する環境教育活動「宝酒造 田んぼの学校」(P25-26参照)が、第9回企業フィランソロピー大賞特別賞を受賞しました。

企業フィランソロピー大賞は、公益社団法人日本フィランソロピー協会が「企業の本業を活かした社会貢献活動を顕彰する」ものとして2003年に創設した賞で、選考委員による書類選考およびヒアリング選考(現地訪問)を経て決定されます。

今回の受賞理由は「酒造会社とその最も重要な原料であるお米に着目し、お米が産出される田んぼに社会貢献の場を発見したことに共感を寄せるとともに高く評価できる」というものでした。



## 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。2011年度は8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               | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--------------------|------|------|------|------|------|
| インターンシップ<br>受け入れ人数 | 12   | 12   | 12   | 12   | 8    |

## 白壁蔵で地場産業学習イベントを受け入れ

神戸市東灘区が主催する小中学生対象の地場産業学習イベント「ジュニアさけスクール」を2004年以降、白壁蔵で受け入れています。

2011年は7月27日に、保護者も含めて約20名の参加のもと開催されました。参加者は最初に灘の酒造りの歴史や酒造りの工程の説明を受けてから工場の生産設備を見学し、洗米作業や麹菌の顕微鏡観察などを体験しました。



「ジュニアさけスクール」の様子

## 3R推進全国大会に出展

2011年10月に京都市勧業館みやこめっせで開催された「第6回3R推進全国大会 in Kyoto」に出展しました。

3R推進全国大会は、市民が気軽に参加できる多彩な催しを通じ、3R行動の大切さを身近に感じ、環境保全活動を進めるきっかけを提供する目的で開催されているものです。

宝酒造では、当社の空容器の問題への取り組みを中心とした紹介を行いました。



宝酒造展示ブースの様子

## 囲碁大会 「宝酒造杯クラス別チャンピオン戦」開催

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「宝酒造杯クラス別チャンピオン戦」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他、試飲やクイズラリーなどのイベント、プロ棋士の指導碁、サイン会など、盛りだくさんの大会です。2011年度は震災の影響で仙台大会を中止したため、例年より1大会減少して7か所8回の地区大会となりましたが、決勝の全国大会とあわせて昨年より約800人増の延べ4,279人の方にご参加いただきました。



「宝酒造杯」の様子

## リサイクル啓発絵本の無償提供、 酒パックリサイクル品の物品協賛

NPO法人日本環境倶楽部と共同で作成した飲み物容器のリサイクル啓発絵本「TaKaRaリサイクルロード」を最新の内容にリニューアルし、全国の小中学校の希望者や、3R推進全国大会などの環境イベントにおいて無料配布しています。

また、「未来フェスタ京都～科学×エコ」や「エコ商店街キャンペーン」などの地域で行われる市民活動や環境イベントにおいても、上記リサイクルロードの他に酒パックをリサイクルして作ったジグソーパズルや絵葉書の物品協賛を行いました。

## 各地のボランティア活動

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。

### ● 各地のボランティア活動

| 実施事例                                | 事業場   |
|-------------------------------------|-------|
| 京都市まちの美化 清掃ボランティア                   | 本社    |
| 本社周辺清掃活動                            | 本社    |
| 地球ピカピカ大作戦<br>各事業場周辺清掃ボランティア(労働組合主催) | 各事業場  |
| 京都府・おいしい食の応援隊 農村振興                  | 本社    |
| 津御殿場浜海岸 清掃ボランティア                    | 楠工場   |
| 中央区まちかどクリーンデー 清掃ボランティア              | 首都圏支社 |

## 講演会や授業への協力

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。2011年度も、当社が実施している環境教育の事例紹介など、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。

### ● 講演会や授業への協力

| 講演会名または学校名  |              |
|-------------|--------------|
| 大阪産業大学にて講義  | 宝酒造の環境活動紹介   |
| 京都CSR研究会    | 宝酒造のCSR活動紹介  |
| 京都食農体験農場交流会 | 宝酒造田んぼの学校の紹介 |

## 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

| 支援内容                         |
|------------------------------|
| 長野の宝を守ろうキャンペーン(ライチョウ保護)(長野県) |
| 東京都中央区フラワーサポート(東京都)          |
| 京都エコポイントモデル事業(京都府)           |
| ボランティア活動支援用ゴミ袋協賛(京都市)        |
| 江戸川を守る会(松戸市)                 |

グループ会社の取り組み

タカラ物流システム

カーシェアリングに乗用車を寄付

タカラ物流システムでは、東日本大震災の被災者が入居する石巻市流留<sup>ながる</sup>の仮設住宅で、入居者有志の方が車を管理し、共同利用するカーシェアリングの取り組みに乗用車を提供しました。このカーシェアリングとは、阪神大震災の被災者の方々に作られた「日本カーシェアリング協会」のプロジェクトで、被災地に車が無料で貸し出され、ガソリンや維持費もカンパなどで賄われます。タカラ物流システムでは協会の呼びかけ

に、被災された方の力になりたい、社会貢献をしたい、という思いからカーシェアリング用第1号として、乗用車を寄付しました。利用者からは「子供の送迎にしたい」「乗り合いなどを通じて交流が深まれば嬉しい」といった声が寄せられました。



寄付した車が利用されている様子

グループ会社の取り組み

大平印刷

カラーユニバーサルデザイン

大平印刷では、色弱の方をはじめ、あらゆる方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」の普及に取り組んでいます。制作にあたっては、NPO法人「カラーユニバーサルデザイン機構」の検証を受けています。

色弱の方は、日本人男性の20人に1人、女性の500人に1人、国内に延べ320万人、世界では2億人にのぼると推定され、まさにCUDへの対応が求められています。

2011年度には、2009年度から手掛けている阪急電鉄(株)の時刻表や停車駅案内を部分改訂しました。各お得意先様の制作物に対して配慮しながら、今後も引き続きさらなる普及に努めてまいります。

チャリティペーパー

もう一つの取り組みは、チャリティペーパー「ワクチンペーパー」の普及です。世界の子どもたちにポリオなどのワクチンを接種することで、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を日本紙パルプ商事(株)と共同で開発し、2008年より「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。2011年度は、25,134人分のワクチンを贈りました。

また、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」の活用も増えており、これらを通じて各団体の活動を支援しています。

この緑字企業報告書も「盲導犬支援ペーパー」を使用しています。



盲導犬支援ペーパーの啓発用チラシ

産学連携プロジェクト

京都の観光活性化を推進することを目的とし、産学連携プロジェクトとして、京都芸術デザイン専門学校と共同で「親子で歩こうKYOTOクイズラリー」を、自社が運営する京都情報サイト「DigiStyle京都」上に制作・公開し、2011年8月から約1ヵ月間実施いたしました。「歴史探索コース」と「親子ふれあいコース」を設定し、多くの親子連れの方にご活用いただきました。



「親子で歩こうKYOTOクイズラリー」の冊子



# 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                 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|----------------------|------|------|------|------|------|
| 育児休職制度利用者数(名)        | 18   | 14   | 9    | 7    | 8    |
| 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   | 57   | 68   | 50   | 44   |
| 妊産婦・乳幼児健診休暇制度利用者数(名) | 23   | 12   | 18   | 15   | 13   |

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・介護にたずさわれる環境づくりに努めています。

## めざすべき人財像

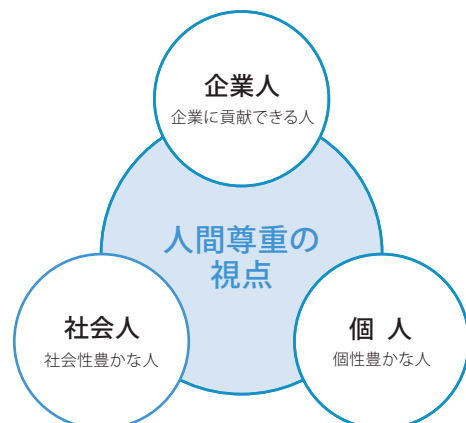
### 企業人・社会人・個人のバランスを重視

「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。

「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や自己申告制度を踏まえた人財ローテーションにより、社員の能力開発につなげています。

#### ● 私たちがめざす人財像



H:採用情報

# 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

2012年3月31日現在の社員数は1,309名です。うち、男性は1,155名、女性は154名です。

#### ● 社員数内訳

|            |    | 2007年3月31日 |        | 2012年3月31日 |        |
|------------|----|------------|--------|------------|--------|
|            |    | 人数(名)      | 構成比(%) | 人数(名)      | 構成比(%) |
| 社員総数       | 男性 | 1,198      | 88.3   | 1,155      | 88.2   |
|            | 女性 | 159        | 11.7   | 154        | 11.8   |
|            | 合計 | 1,357      |        | 1,309      |        |
| うち<br>管理職数 | 男性 | 264        | 98.1   | 329        | 98.8   |
|            | 女性 | 5          | 1.9    | 4          | 1.2    |
|            | 合計 | 269        |        | 333        |        |

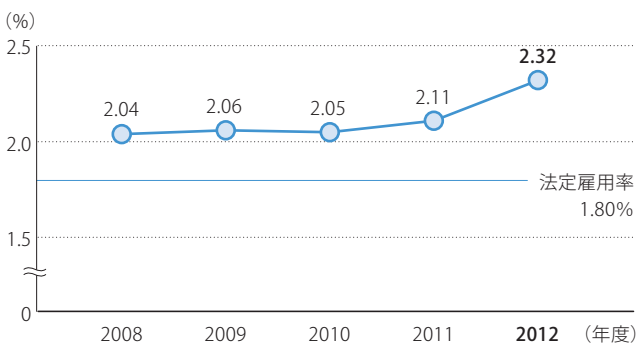
## 障がい者の雇用促進

### 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、2012年4月1日現在の障がい者雇用率は2.32%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)



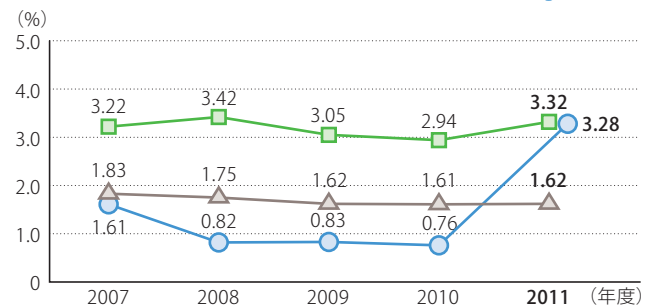
## 安全衛生管理

### 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、2011年度の休業災害は4件で、前年度より3件増加しました。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。2011年度に診断内容やアフターケアの利便性を見直しを行い、より充実したサービスを提供することができるようになりました。

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に加え、メールでの相談も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、コンプライアンスリーダー研修において、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にはマニュアルなどによる人権教育・啓発を行なっています。

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、働きがいと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

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

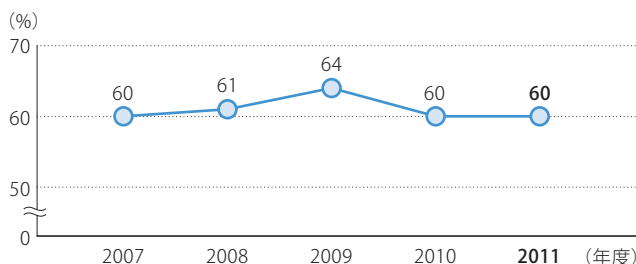
## 休日休暇制度

### 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



信頼される  
企業である  
ために

# 社内体制の整備

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。

## 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37社（2012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。

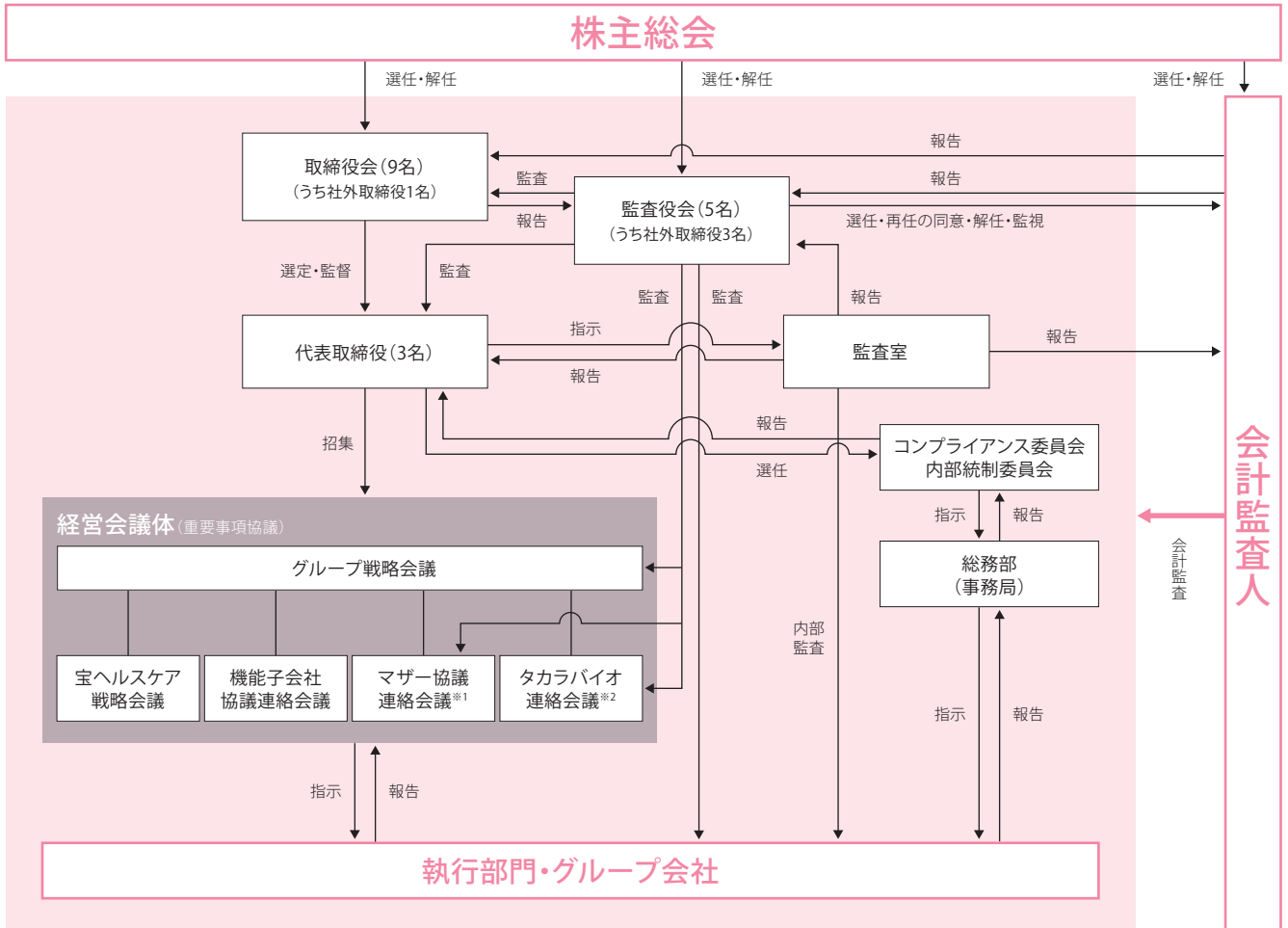
① 監査役制度のもと、監査役は、取締役会などの重要会議

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」を開催しています。

### ● コーポレート・ガバナンス体制の模式図

(2012年6月28日現在)



※1 マザー（宝酒造グループ）協議連絡会議

※2 タカラバイオ連絡会議は、タカラバイオ株式会社の業績・活動状況等の報告を目的としたものであり、同社の取締役会決議事項の事前承認等は求めておらず、同社の自主性・独立性を妨げるものではありません。

## 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<sup>※1</sup>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。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ています。

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。

東日本大震災の経験をふまえ、現存の計画の実効性をさらに高めるため、事業継続計画検討委員会および事業継続計画検討部会において検討を重ねています。具体的な対策として、自家発電装置導入による生産拠点での電力確保、情報伝達の確実性向上および被災時に設置するバックアップオフィスの準備などを進めています。

今後は、想定災害などの範囲を大規模地震以外にも拡大し、継続的に事業継続計画の改善に取り組んでいきます。

#### 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。

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。

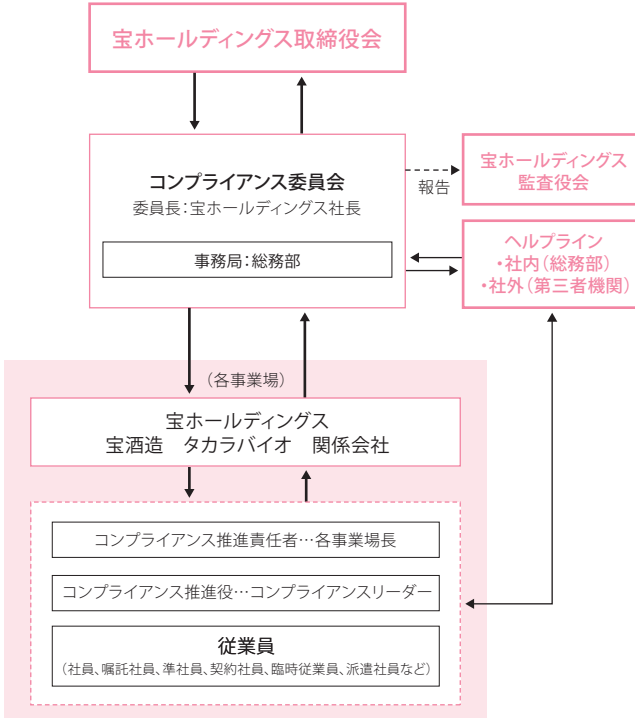
## コンプライアンス推進体制

### 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

「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。

### TaKaRaグループコンプライアンス行動指針の基本的な考え方

TaKaRaグループは、「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」という企業理念の実現をめざし、「消費者のいきいきは、私のいきいき」という行動規準に則り、常に誠実で公正な企業活動を行います。

私たちは、

- 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。
- ④就業規則を遵守し、就業規則に違反するような不正または不誠実な行為は行いません。
- ⑤常に公私のけじめをつけ、会社の資産・情報や業務上の権限・立場を利用しての個人的な利益を追求しません。

### 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。



## コンプライアンス行動指針の改訂と配付

社員一人ひとりがどのように行動すべきかを「TaKaRaグループコンプライアンス行動指針」として制定しています。制定から6年が経過したことから、社会環境の変化などを考慮し、行動指針の改訂を実施しました。これにともない、小冊子を全員に配付するとともに、コンプライアンスリーダーによる改定内容の職場教育を実施しています。



コンプライアンス行動指針

## 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(総務部)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。

## 飲酒運転防止の取り組み

### アルコールチェッカーの使用

宝酒造グループでは、コンプライアンス研修をはじめとした各種教育・研修で飲酒運転禁止を強く訴えているほか、現場でも飲酒運転を防止する取り組みを行っています。

営業車を運転することの多い宝酒造の支社では、事務所にアルコールチェッカーを常備し、運転前にチェックを行っています。また事務所に寄らず得意先に直行することが多い営業担当者の自動車にもアルコールチェッカーを配備し、自主的にチェックを行っています。

宝酒造の工場においても、業務で自動車を運転する前にアルコールチェッカーを使用しています。

物流業務を行っているティービー、タカラ長運でも、ドライバーの点呼の際にアルコールチェッカーでチェックを行い、さらにその結果を記録しています。

# 宝酒造の歴史

## 社会・環境活動の歴史



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)



「カムバック・サーモン・キャンペーン」開始  
「はたちまでストップ」企業広告を実施

1979 (昭和54年)  
1984 (昭和59年)

「SayNo」キャンペーン実施  
公益信託Takaraハーモニストファンドを設立

1985 (昭和60年)  
1985 (昭和60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  
適正飲酒啓発パンフレット「SayNo読本」を発行

1989 (平成元年)  
1985 (昭和60年)

北海道で宝焼酎「純」レジェンドのリターンナブルボトル化開始  
第1回「Takaraクリーンウォーキング」を開催

1994 (平成6年)  
1994 (平成6年)  
1991 (平成3年)

1842

1950

1960

1970

1980

1990

## 会社・商品の歴史

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

1957 (昭和32年) タカラビール発売

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

1977 (昭和52年) 宝焼酎「純」発売  
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

1989 (平成元年) ブラントン輸入販売開始  
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





「宝酒造 田んぼの学校」が企業フイランソロビー大賞特別賞を受賞

2011(平成23年)

松竹梅「天」にパウチパックを採用

2011(平成23年)

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)

「宝酒造 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「おさけ」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)

2000

2010

2011(平成23年) 松竹梅 白壁蔵「澤」スパークリング清酒発売

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」へ生酛純米を発売

2008(平成20年) 本格焼酎「知心剣」発売

2007(平成19年) 極上(宝焼酎)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) タカラ「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



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

# 「緑字企業報告書2012」に対する意見



関西大学大学院会計研究科 准教授  
大西 靖

### はじめに

ここでは、宝酒造株式会社（以下、宝酒造）が発行した『緑字企業報告書2012』の記載に基づいて、宝酒造のCSR活動について第三者としての意見を述べます。

宝酒造はCSR報告書である『緑字企業報告書』の前身として、1998年より『緑字決算報告書』と題した環境報告書を発行してきました。これは日本企業による環境報告としては非常に早い段階での取り組みです。

また、報告書本体では掲載しきれていない詳細情報については、宝酒造のウェブサイトでも2002年まで遡って閲覧できます。このように、過去の情報の入手可能性を確保していることも、説明責任を重視する企業姿勢のひとつとして評価すべきでしょう。

### 内容について

#### ・環境保全

宝酒造では、社会および環境への活動の成果について、黒字や赤字といった財務的な言葉ではなく、環境への貢献を意味する「緑字」という言葉を独自に作り出して、活動成果の統合的な報告を行っています。緑字決算には2つの点で特徴があります。

第1の特徴は、多様なCSR活動の成果を、環境負荷削減と環境貢献推進という2つの側面に数値を統合して報告する取り組みです。企業が自社の活動成果について、環境や社会に貢献しているか否かを開示することは、非常に勇気のいる取り組みです。しかも、CSRに関する多様な問題はいずれも性質が異なるため、各問題の重要性の判断については学術的にも十分に答えが出ていません。以上のような理由から、個別企業が環境保全活動の成果を統合的に評価するという実践は、非常に少ないのが実情です。そのため、CSR活動の成果についての総合的な自己評価を行う緑字決算は、日本だけ

でなく世界的にも最先端の取り組みのひとつであると考えられます。

第2の特徴は、緑字決算の集計プロセスでステークホルダーの意見を反映させていることです。緑字決算の数値は、個別の活動実績についての目標達成度に重みづけ係数を掛けた結果の合計値として算出されます。この重みづけ係数を決定するために、宝酒造は独自にインターネット経由でアンケート調査を行い、その結果をもとに個別の活動についての相対的な重要性を算出しています。

CSR報告は環境や社会の様々な側面を対象とするため、報告にあたっては企業をとりまくステークホルダーの意見をどのように取り入れるかという点が重要な課題となります。現在の緑字決算の計算方法は、CSR活動の総合評価という重要なプロセスで、ステークホルダーの意見を反映させたものです。このことは、宝酒造によるCSR報告の風通しの良さを示しているといえます。

緑字決算の集計方法は3年ごとに改訂が続けられており、宝酒造の熱意を強く感じます。今年度の環境負荷削減に関する総合評価は、震災の影響によりマイナスとなっていますが、評価結果にかかわらず報告を継続する姿勢を今後も期待したいと思います。

#### ・安全性

食品の製造企業である宝酒造では、主要な社会的責任のひとつとして安全性の確保が挙げられます。この問題に関する宝酒造の対応として、品質管理と製品における情報開示が注目されます。

品質管理について、本年度の報告書では、まず発売100周年を迎えた宝焼酎を対象とした品質管理活動を集めています。さらに、ISO9001の全工場での取得や、品質設計、および原料の調達等について報告しています。特に、一部の輸

入原料や農産物原料を対象とした、残留農薬や重金属などの全ロットにわたる分析は、消費者にとって心強い取り組みといえるでしょう。食の安全は社会的に重要な課題ですので、今後も安全性の確認に関する取り組みを継続および拡充することが期待されます。

製品における情報開示として、本報告書では、製品におけるカロリー等の栄養成分やアレルギー物質、およびアルコールを、率先して自発的に表示する取り組みが報告されています。このような取り組みは、特にアルコール製品を取り扱う企業において誤飲の防止や啓発という観点から、今後も重要であると思われます。

### ・社会貢献

宝酒造は企業理念として「自然と社会と人間との調和」を掲げており、長年にわたって環境保全を中心とした社会貢献活動を行ってきたことが、本報告書から読み取れます。現在の活動で特筆すべき活動は、小学生を対象に稲作体験や自然観察などの環境教育を行う「宝酒造 田んぼの学校」です。この活動は、もち米の栽培をテーマとして本業の知見を生かした社会貢献活動であり、企業フィランソロピー大賞の特別賞を受賞したことも肯けます。また、自然環境や生物多様性保全のための活動や研究を四半世紀以上にわたって助成している、「TaKaRaハーモニストファンド」も、重要な取り組みといえるでしょう。

### おわりに

現在では、CSR報告を財務報告に統合するための議論が、国際統合報告委員会(IIRC)によって進展しつつあります。このことは、企業評価にあたって、CSRに関する側面を重視するという傾向が、従来よりもはるかに強くなっていることを意味しています。

したがって、今後はCSRを企業経営のなかでどのように位置づけて、組織的に実施するかという問いを、すべての企業が真剣に検討する必要があると考えられます。とりわけ、経営者のCSRに対する姿勢をどのように示すか、そしてCSR活動と経営管理システムとの連携をどのように行うかという点は、非常に重要です。

宝酒造は、早くからCSRの重要性に着目して、独自に先進性の高い取り組みを行ってきた実績を持つ企業です。今後は、先進性の高い取り組みをさらに発展させるとともに、CSRの取り組みを組織全体に拡充することが期待されます。

### 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「宝酒造 田んぼの学校」<収穫編>で撮影されたもので、参加されたお子さんが刈り取った稲をはずに掛けています。私たちは、このいきいきとした表情から、「皆様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、「おかげさまで宝焼酎は発売100周年」と題し、大正元年から始まる宝焼酎100年間の歩みを紹介するとともに、その年の間に培った経験と技術に基づいた品質へのこだわりや消費者の方々の関心が高い安全安心への取り組みについても説明しています。

当社のCSR(企業の社会的責任)の取り組みに関しては、本報告書以外に当社のホームページにより詳しい情報を掲載しています。合わせてご覧いただければ幸いです。

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。よろしくご意見申し上げます。

### 編集体制

- ・編集委員会(広報部門、環境部門、総務部門、人事部門、事業管理部門、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、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、植物油インキ・  
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  
「財団法人 日本盲導犬協会」に寄付しています。