

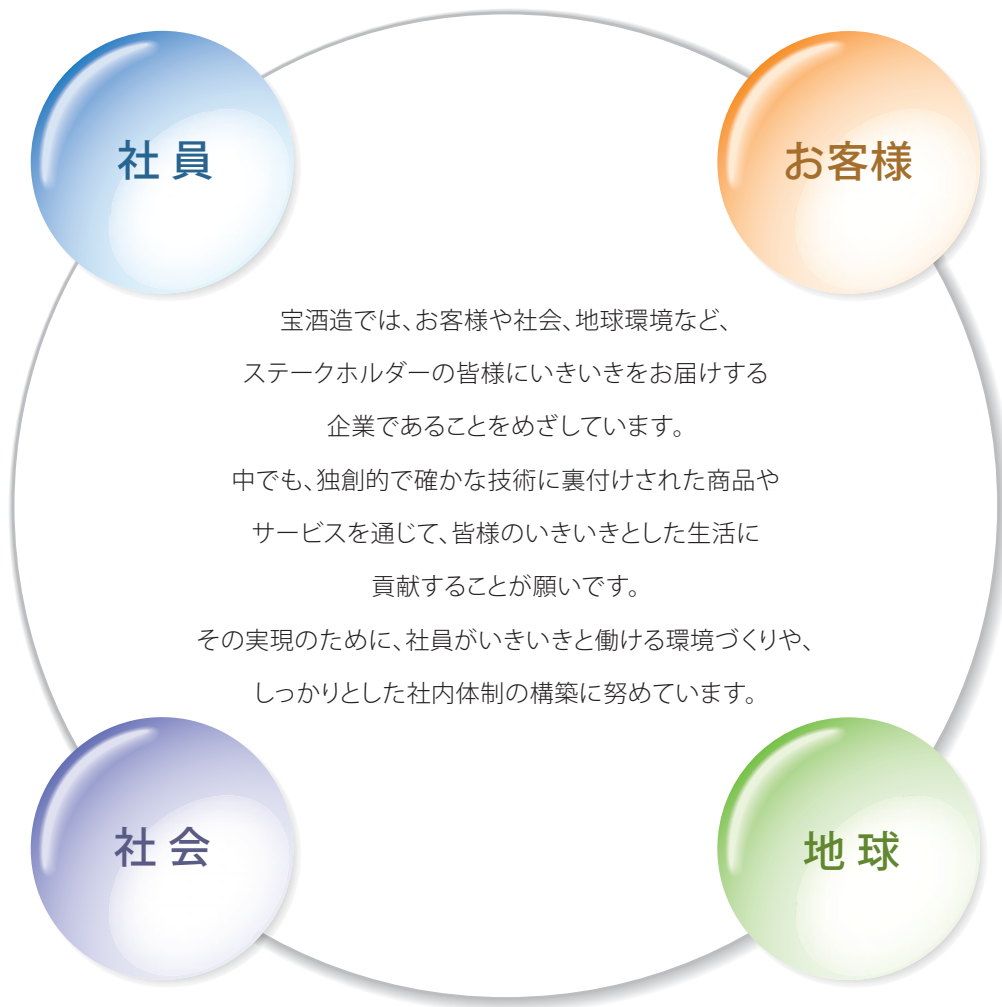
皆様の「いきいき」は私たちの「いきいき」

緑字企業報告書 2013

CSR Report



宝酒造株式会社



■ 編集方針

「緑字企業報告書2013」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:2012年4月1日～2013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:2013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/pdf2013.htm](http://www.takarashuzo.co.jp/environment/greenpdf/pdf2013.htm)

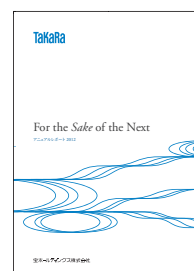
1～10・・・工場別報告などの詳細資料

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ン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/>)ではアン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。

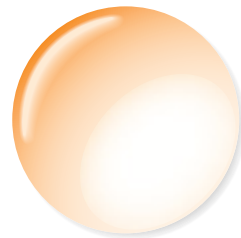
A:IR情報



目次

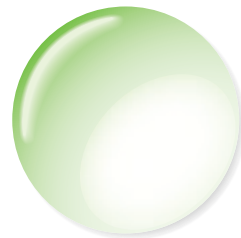
編集方針	01
トップメッセージ	03
企業概要	05
事業紹介	07

〈特集〉日本の食文化を支えて ～宝酒造の和酒、和の調味料～	09
----------------------------------	----



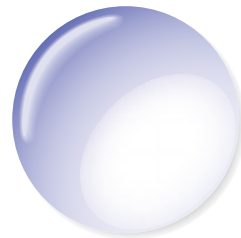
お客様の「いきいき」のために

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



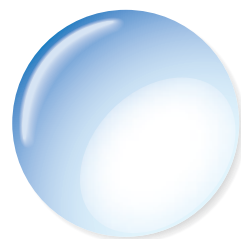
地球の「いきいき」のために

環境活動の基本的な考え方と体制	19
空容器問題への取り組み	21
タカラ・ハーモニストファンド	22
宝酒造 田んぼの学校	23
緑字決算	25
環境目標の達成状況	27



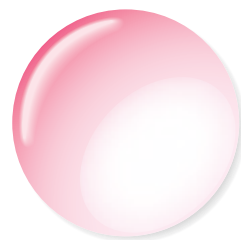
社会の「いきいき」のために

さまざまな社会貢献活動	29
事業を通じた社会貢献活動	31



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、事業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)年のことでした。

当社の環境活動も、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)年には公益信託タカラ・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。

また、2004(平成16)年より開催し、10年目を迎えた宝酒造「田んぼの学校」では、次世代を担う子どもたちに、農作業や自然観察を通じて自然の恵みと命のつながりを学ぶ場を提供してまいりました。

当社が事業を展開する上では避けて通れない空容器問題については、一般的なリデュース、リユース、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容器の軽量化など環境配慮型商品の開発にも継続して取り組んでいます。

そしてこれらの結果を独自指標で評価した「緑字決算」は、1998(平成10)年の導入以来、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、今日に至っています。

緑字企業報告書は、このような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り発足)

資本金 1,000百万円

創業年 1842年

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

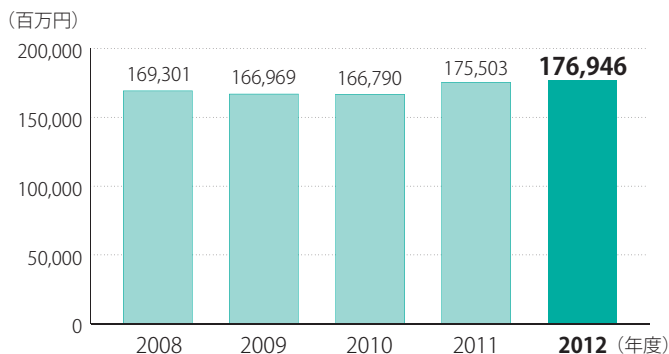
事務所 東京事務所(東京)

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)

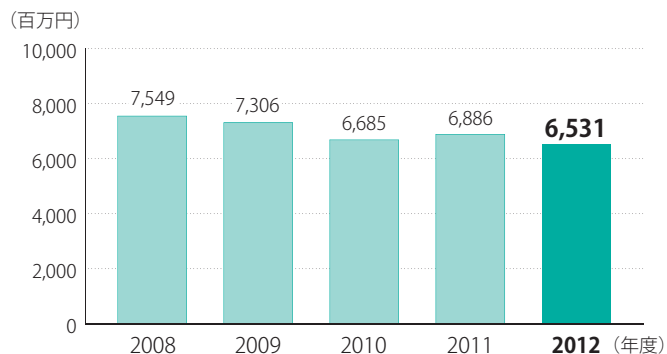
工場 松戸工場(松戸)・楠工場(四日市)・
伏見工場(京都)・白壁蔵(神戸)・
黒壁蔵(高鍋)・島原工場(島原)

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)

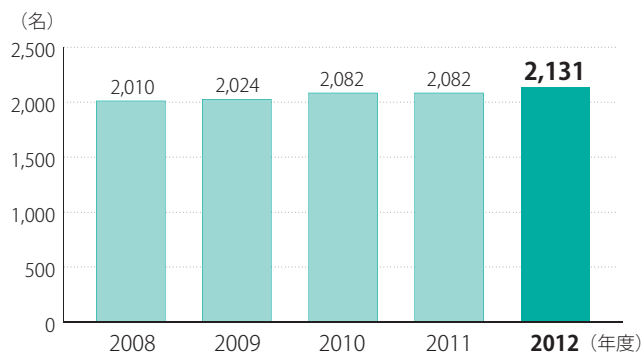
● 宝酒造グループ売上高



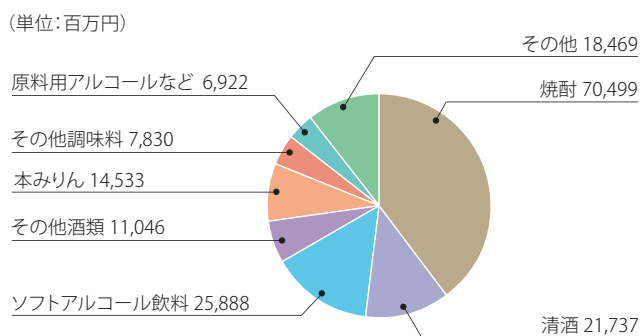
● 宝酒造グループ経常利益



● 宝酒造グループ社員数 (3月31日現在)



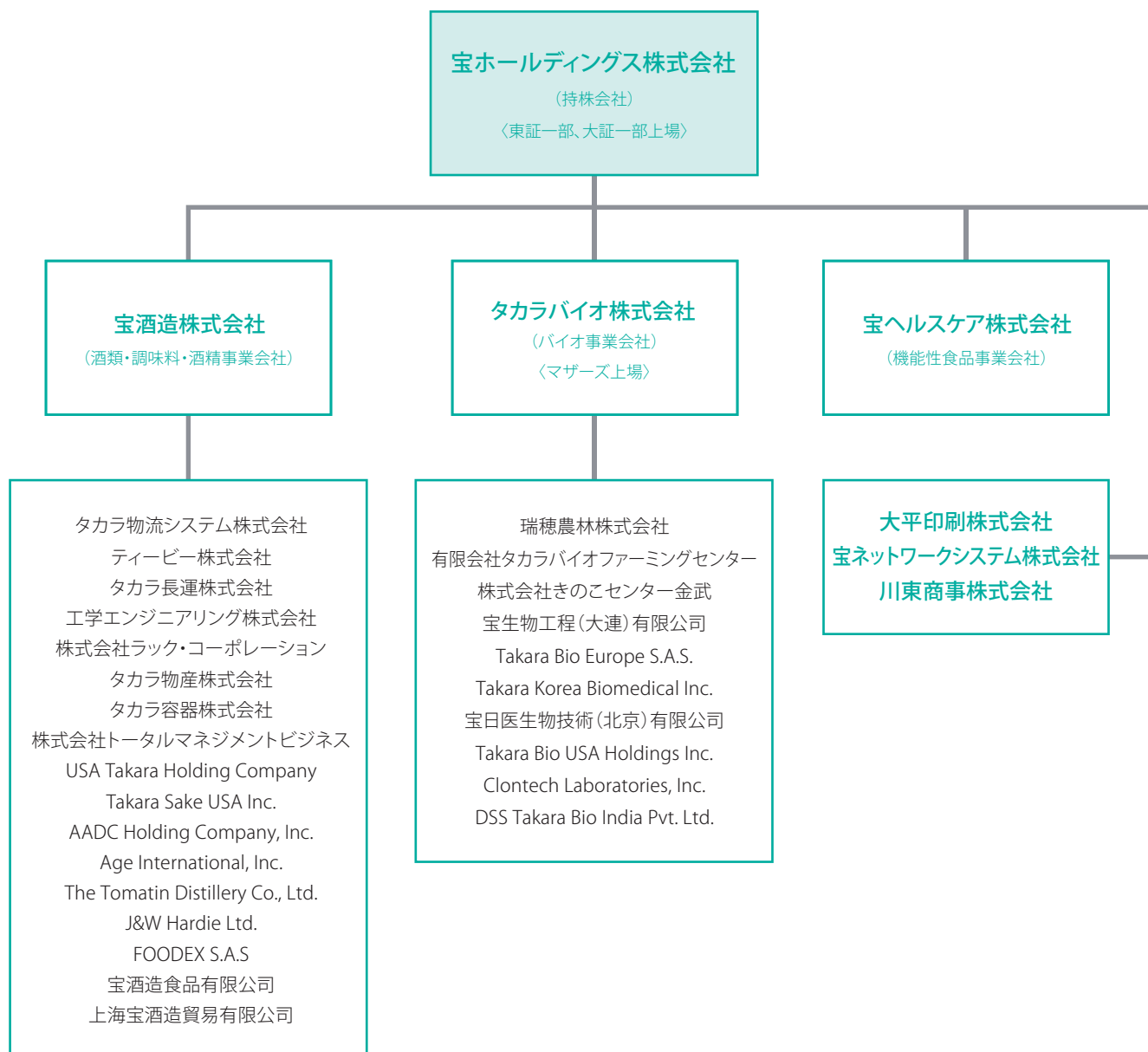
● 宝酒造グループカテゴリー別売上高



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 1925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“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」”、^{いっこもん}麦本来の味わいを追求した“本格麦焼酎「知心剣」”^{しらしんけん}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開発・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^{しらかべくら}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」”^{みお}や“松竹梅「白壁蔵」<生酏純米>”^{きもと}などの高品質酒を送り出しています。

また2011年には、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

これまでにない、とろっとした口当たりと程よい果実の甘さが特徴の新感覚リキュール“ジュレのお酒「果莉那-Carina-」”や果実をすりおろした様な果汁感とすっきりした甘さがお楽しみいただける果実入りチューハイ“タカラcanチューハイ「すりおろし」”等、話題性の高い新商品を発売し、独自のおいしさをお届けしています。

また、1984年に日本初の缶入りチューハイとして発売し、おかげさまで30年を迎えた“タカラcanチューハイ”、下町の大衆酒場で愛される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“アンティークアリー”、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)

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0(ゼロ)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きます。



■ 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・化学品などの業界にも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、フランス、イタリア、スイスなど欧州では、フーデックス社が日本食材卸事業を展開しています。海外酒類事業と日本食材卸事業のそれぞれを成長させると同時に、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。



特集

日本の食文化を支えて ～宝酒造の和酒、和の調味料～

近年国内においても、また海外においても和の食文化が注目を集めています。宝酒造は清酒、焼酎などの和酒、本みりん、料理清酒などの和の調味料を製造販売することによってその一端を担っています。

本特集では、日本の食文化と宝酒造のかかわりをご説明するとともに、

宝酒造の商品のおいしさ、品質、安全・安心へのこだわりについてもご紹介いたします。



国内外で日本の食文化に 貢献しています

明治以降、特に戦後、日本の食文化は欧米化が進み、近年ではエスニック料理の普及などもあって日本の食卓は多国籍化が進んできました。

しかし、海外で健康的かつ最先端の料理として日本食が高く評価されるようになり、また国内においても、日本的なもの良さが再評価される傾向が強まっています。さらに日本食文化をユネスコの無形文化遺産に登録するよう提案が行われたこともあって、日本食の魅力が再認識され、積極的に親しんでいこうという機運が盛り上がってきています。

また日本食とともに日本の食文化を構成する清酒や焼酎などの和酒についても、日本食と一緒に味わうことでお互いのよさを引き出し、それぞれのおいしさを一層際立たせる存在として、改めて関心を集めています。

宝酒造は清酒、焼酎などの和酒や本みりん、料理清酒などの和の調味料を長年にわたってお届けし、日本の食文化を支えるように努めています。

宝酒造の 和酒、和の調味料の商品

左から
松竹梅白壁蔵「みお薄」スパークリング清酒
松竹梅「白壁蔵」(生酛純米)
松竹梅「天」エコパウチ
極上(宝焼酎)
全量芋焼酎「一刻者」
本格麦焼酎「知心剣」
タカラ本みりん
タカラ「料理のための清酒」





Interview

天保8年創業 京都・南禅寺「瓢亭」
主人 高橋英一さん

タカラ本みりんは 日本料理に欠かせません

日本料理で一番大切なのはだしですが、だしを
ていねいに引き、これをベースに本みりんや清酒
などの調味料を重ね合わせていくことにより、深み
のある複合の味が生まれ、素材のおいしさが引き
出されます。タカラ本みりんは日本料理に欠かせな
い重要なプレイヤーです。

Interview

京都料理学校 副校長 小川洸さん

今後もずっと“ほんまもん志向”で

私は小学校で食育の授業の講師を務めていますが、そこでの子供たちの反応
を見ると日本の基本の味覚はまだまだ受け継がれているなど感じます。

素材・だし・調味料は日本料理の三本柱ですが、本みりんや料理清酒でそのうち
大きな一角を担う宝酒造さんには、今後もずっと“ほんまもん志向”で、守るべきと
ころを守って行ってほしいです。お酒についても、京都らしいお酒を造っていただ
きながら、個性的なものも造って食生活をより豊かにして行ってほしいですね。



Column

海外でも日本食文化の拡大に貢献しています

欧米やアジアでは日本食が“クール”で“ヘルシー”な食として人気を集めており、
和酒も同様に注目されています。たとえば米国では超高級レストランからカジュアル
な飲食店まで約14,000店の日本料理店があり、スシや焼き鳥、さらには他ジャンルの
料理の要素も取り込んだ“フュージョン”など、多彩なメニューが親しまれています。
またスーパーマーケットなどの小売店での取り扱いも拡大してきています。

宝酒造では、米国、中国のグループ会社で清酒、本みりんなどを生産しており、
日本からの輸出とあわせて世界で50以上の国と地域で宝製品が親しまれています。
米国や中国では松竹梅が清酒のトップブランドとなっています。

またパリに本拠を置くグループ会社フーデックス社は、米、和酒、和の調味料など
日本食に使われる食材を総合的に輸入卸売しており、フランスをはじめとしたヨー
ロッパ諸国で日本の食文化の拡大に貢献しています。

和のおいしさ、品質、安全・安心へのこだわり

より品質が高く、より安全・安心な和酒、和の調味料をお届けできるよう、宝酒造では日々努力を続けています。

伝統の技と最新テクノロジーの絶妙なバランス



白壁蔵は2001年の竣工以来、酒造りの工程をつぶさに分析・データ化し、また造り手を育成するなど、蔵を一からすべて作り上げてきました。

白壁蔵の酒造りには分析結果や数値データを活用していますが、酒造りは決して機械任せではできません。麴や醪の状態を目視や香り^{もろみ}で確認し、現状を判断する人の感性も必要です。このように最新のテクノロジーと伝統的な日本の酒造りのよいところを組み合わせることが、全国新酒鑑評会で2004年から10年連続金賞を受賞するなど、成果に現れてきていると思います。

お酒の品質には蔵の質が現れます。消費者の方に「おいしい!」と言っていただくため、品質と安全について、白壁蔵で酒造りに携わるすべての者が、「良いものを造ろう」という意識を共有し、取り組んでいます。

白壁蔵 生産課 専門部長 金子義孝



独自の蒸留技術・貯蔵技術で高品質な焼酎造りを

黒壁蔵では焼酎の発酵、蒸留、貯蔵などを行っていますが、そのすべてのプロセスで宝酒造ならではの技術が生きています。

たとえば、連続式蒸留は一般的にアルコール以外の成分を取り除く蒸留方法ですが、単にピュアにするのではなく、香りのいい成分、味のいい成分だけは残すことによって、味わい深い焼酎原酒ができあがります。そのためには科学的に細かく成分を確認することと人の五感を用いる官能検査との両方が必要です。

また蒸留した焼酎は樽、甕、タンクに貯蔵して熟成させますが、容器やその貯蔵環境で味わいや熟成の速度が異なり、未熟、適熟、過熟と酒質は刻々と変化していきます。幾度にもわたるサンプリングと分析により貯蔵酒の酒質の変化を掴み、さらにそれらをブレンドする技術を駆使し、品質の安定化を図ります。



今後も人の感覚と科学技術を合わせることによって、製品の安全・安心を堅持し、常に高品質の製品をお客様に提供していくことが、焼酎のトップメーカーとしての宝酒造の使命と感じています。

黒壁蔵 生産課 専任課長 郷司浩平





みりんのトップメーカーとして



現在と同じ伏見東工場の地で宝酒造がみりん製造を開始したのは江戸時代末期です。以来、宝酒造はみりんのリーディングカンパニーとして走り続けています。みりんの基本的な製造法は昔も今も変わりませんが、品質の向上とお客様の安全・安心のため、ISO9001の導入など、時代の要請に合った厳しい管理を行っています。一方で目に見えない微生物を利用した製造であるため、製品の状態を確認する研ぎ澄まされた人の五感も欠かせません。

宝酒造では伏見工場と松戸工場のみりんを製造しています。厳しい品質基準など、製造工程や分析値をしっかり管理することで、全国に同じ品質のタカラ本みりんをお届けすることができるのです。



海外での日本食ブームなど、みりんの飛躍の可能性も見えてきています。本物だからこそできる味を次世代につなげるよう、良いみりんを造り続けていきたいです。

伏見工場 生産管理部 製造課 次長 北原康孝

調理機能の「可視化」で支持される宝酒造の調味料

調味料カスタマーセンターでは、加工食品メーカーや外食産業のお客様の課題に対し、宝酒造の酒類調味料、だし調味液、発酵調味液など、和の調味料を用いたレシピの提案を行っています。

宝酒造の本みりんや料理清酒には、一般の調味料とは異なる、臭みを取る、煮崩れを防ぐなどの調理機能があります。宝酒造では見てわかるデータによってこうした調理機能と調理効果をお客様にお伝えすることで支持をいただいています。また食の安全・安心への関心が高まる中で、多くのお客様は、これまで食品添加物で補っていた調理効果を、自然由来の調味料に求める傾向があります。宝酒造の調味料は、そうしたお客様にも大変喜ばれています。

最近は海外でも日本食がブームです。今後は宝酒造の和の調味料を世界中で使っていただけるよう、味わいや調理機能を海外でもアピールしていきたいです。



調味料開発部 東日本調味料カスタマーセンター長 郡田美樹

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登録証(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。

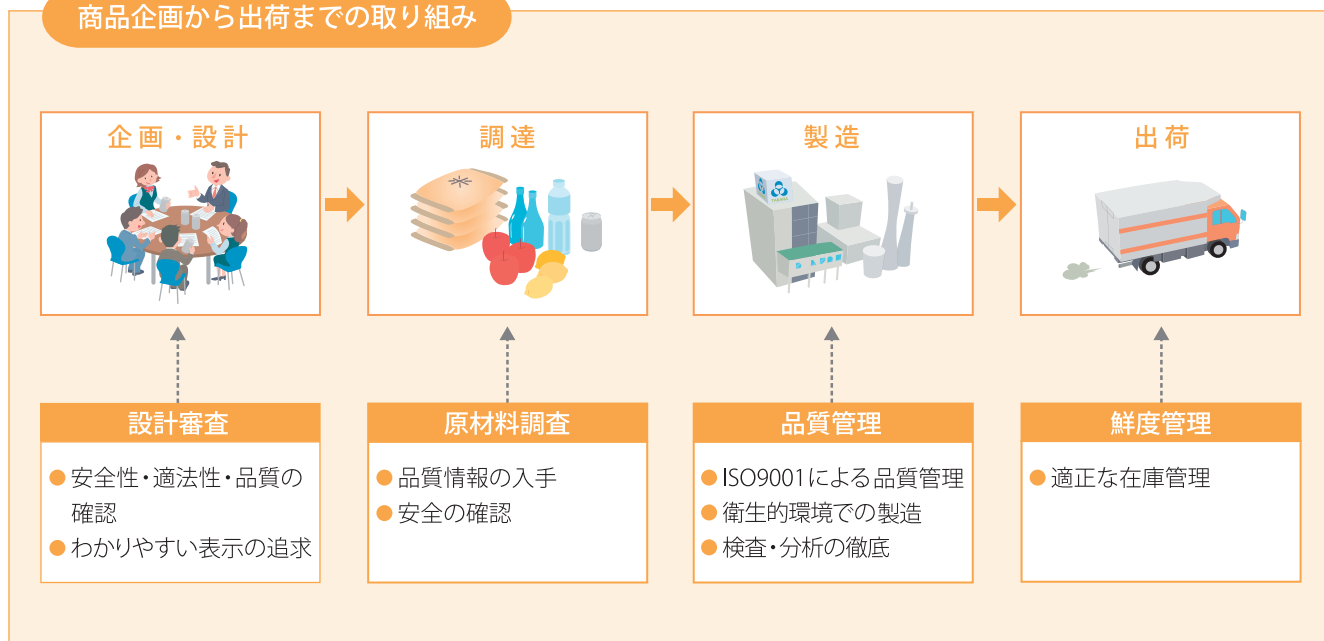
安全な原料の調達

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、お客様にわかりやすく確実にお伝えしています。

商品企画から出荷までの取り組み



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。



検査員による充填後の目視検査



エアシャワー室での異物除去

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カ所) 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。



パレットに貼付したバーコードによる製品情報管理

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

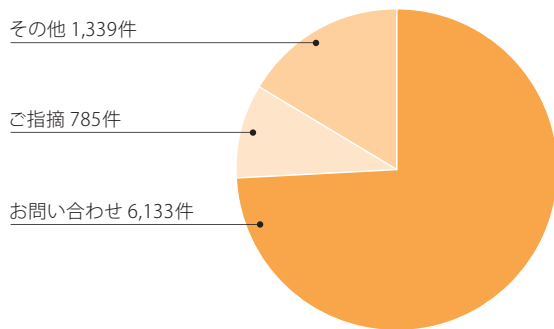
お客様の声を商品とサービスに反映

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。お客様の声は、すべて個人情報保護した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。

 B:お客様相談室

● お客様相談件数と内訳 2012年度 8,257件



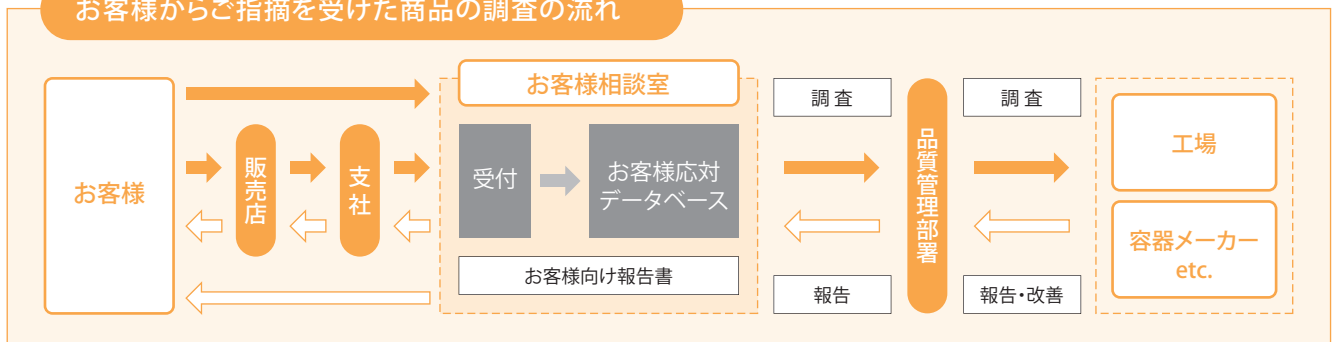
ホームページ「お客様相談室」をリニューアル

より見やすく、探しやすい

新しくなったホームページ「お客様相談室」では、お客様からよくいただく質問とその回答を商品ジャンル別、目的別に検索できるようになりました。さらに、キーワードからも検索できるようになり、お客様が知りたい情報をより早く見つけられるようになりました。お客様相談室では、今後もお客様に役立つ情報の提供に努めてまいります。



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 (2012年3月30日)

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。

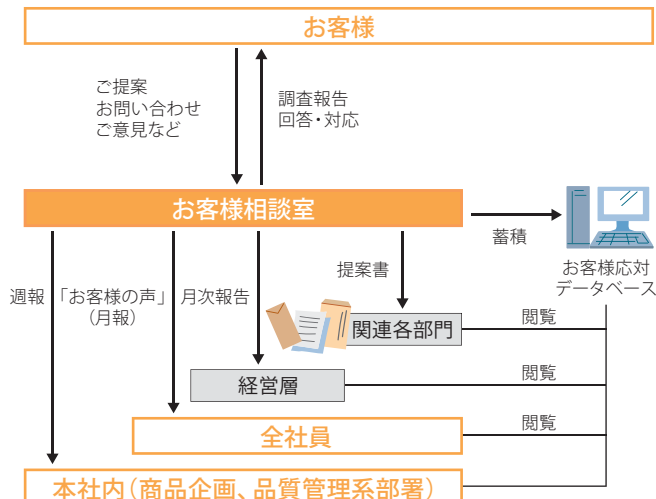


お客様対応マネジメントマニュアル

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



顧客満足度調査について

お客様相談室では、「お客様への個々の対応」がご満足いただけるものであったのかどうかについて、率直なご意見を伺うべく、アンケートはがきを活用しております*。

いただいたご意見は、日々の活動に活かしていきたいと考えています。

*書面で調査報告書をお客様へ郵送する際には、原則、アンケートはがきも同封しています。



お客様の声を反映した新商品開発

酒類の容器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省スペースになります。飲用後は丸めて、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分別解体は不要です。

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」、本格焼酎「黒よかいち」(芋)

発売以来好評をいただき、本格焼酎、みりん、料理清酒などでもパウチパック商品をラインアップに加えています。

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(100mlあたり)	
エネルギー	42kcal
たんぱく質	0g
脂質	0g
糖質	0.2~0.6g
食物繊維	0g
ナトリウム	0mg
プリン体	0mg

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、 麦類(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

 C: 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未成年者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



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

環境活動の基本的な考え方と体制

自然と社会と人間との調和を大切に「自然環境保護」と「空容器問題」に取り組んでいます。また、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。

地球の「いきいき」のために

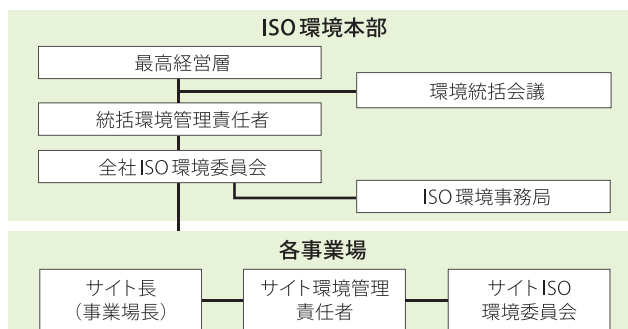
TaKaRaグループ環境マネジメントシステム

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体制



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、2012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

宝酒造の環境活動

宝酒造は、穀物や水、微生物など自然の恩恵を受けて酒類や調味料、酒精といった幅広い事業を行っています。このため、豊かな自然環境が保たれることは、当社が存続するうえでの大前提となります。一方、当社の商品は、ガラスびんやペットボトル、紙容器、アルミ缶などの容器に詰めて販売します。商品が消費されたあと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。以上の理由から、当社とのかかわりが深い「自然保護」と「空容器問題」への取り組みを環境活動の2本柱と位置付けてきました。

「自然保護」では、1979年にスタートしたカムバック・サーモン・キャンペーンをはじめ、1985年に設立した公益信託「タカラ・ハーモニストファンド」、2004年開校の宝酒造「田んぼの学校」など、30年以上にわたりさまざまな活動に取り組んでいます。

「空容器問題」では、容器の3R (Reduce・Reuse・Recycle) を考慮した商品開発を進めるとともに、当社独自の取り組みとして、新たな容器を必要としない焼酎のはかり売り (Refuse) を加えた4Rの取り組みを推進しています。また、2012年より環境教育イベント宝酒造「エコの学校」を開校しています。

宝酒造は自然と社会と人間との調和を大切にしています



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、ガラスびんやペットボトル、アルミ缶、紙パックなどさまざまな容器に充填して販売しています。ところが、これらの商品を販売し中身が消費された後に発生する空容器は、社会に大きな環境負荷を与えています。

このため、当社では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)

Refuse
(発生回避)


Reuse
(再使用)

Recycle
(再資源化)



はかり売り

 D: 環境に配慮した容器包装

 2: 720mlリターナブルびんの推移

環境配慮型商品の開発

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の目標にも掲げて商品改良や開発を行っており、2012年度は本格焼酎「黒よかいち」や本みりん「醇良」のパウチパック採用 (P.17参照) など計8件の環境配慮型商品を開発・発売しました。

2012年度の環境配慮型商品の開発・改良事例

- 本格焼酎「黒よかいち」900mlにパウチパック採用
- タカラ本みりん「醇良」500mlにパウチパック採用
- 料理のための清酒900mlにパウチパック採用
- 超特撰松竹梅(特別純米)純米金箔入り1.8ℓの内函軽量化
- 焼酎1920mlペット製品の外函軽量化

 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

焼酎のはかり売りの展開

宝酒造独自の活動として、焼酎のはかり売りを展開しており、「はかり売り」実施店の新規開拓についても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。

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工場から販売店に直送します。販売店ではその容器にお客様が必要な分だけ詰めて購入します。

「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180店舗にご協力いただき、1998年の開始以来2013年3月までに、2.7ℓペットボトルで約708万本、段ボール約177万枚を節約することができました。

宝酒造エコの学校の開催

宝酒造では、容器の4Rについて親子で楽しく学べる「エコの学校」を2012年12月に京エコロジーセンター(京都市)にて実施しました。

約20名の親子が参加し、ごみ問題の現状や容器の4Rについて学んだ後、お酒の紙パックをリサイクルして紙すきを体験、オリジナルはがきを作りました。


今後も年に数回、「エコの学校」を開催し、容器の4Rについて伝える教育の場を設けていきたいと考えています。



ごみ問題についての授業の様子



オリジナルはがきの完成

 E: エコの学校

地球の
「いきいき」の
ために

タカラ・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。

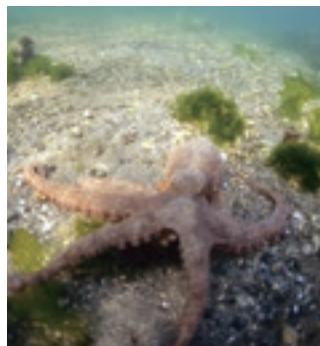
公益信託「タカラ・ハーモニストファンド」

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「タカラ・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。2012年度は、多数の応募の中から、「瀬戸内海におけるスナメリの呼称(地方名)分布図の制作と配布」や「京都における絶滅危惧種カスミサンショウウオの生息状況調査」など全国で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291件、助成金累計額は1億4,005万円となりました。

 F:タカラ・ハーモニストファンド

● 2012年度タカラ・ハーモニストファンド助成先一覧

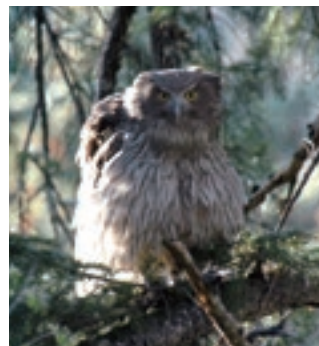
	助成先団体・個人	地域	テーマ
活動の部	NPO法人エトピリカ基金	北海道	北海道東部における海鳥類繁殖地の保全活動
	青森イヌワシ調査会	青森県	白神山地イヌワシ生息実態調査
	大阪湾見守りネット	大阪府	タコの生態や歴史・人とのかかわりを通して大阪湾を知る活動
	牛窓のスナメリを見守る会	岡山県	瀬戸内海におけるスナメリの呼称(地方名)分布図の制作と配布
	NPO法人九州バイオマスフォーラム	熊本県	阿蘇草原環境学習の指導者育成事業
研究の部	竹中 健	北海道	シマフクロウの繁殖率と給餌生態の解明
	田和 康太	滋賀県	冬期湛水農法の水田における水生動物の生息状況と保全に関する研究
	西川 完途	京都府	京都における絶滅危惧種カスミサンショウウオの生息状況調査
	松田 春菜	徳島県	徳島県の山間部地域に生息する希少貝類の保全に向けた研究
	NPO法人くすの木自然館	鹿児島県	クロツラヘラサギの越冬地におけるエリア利用と生活パターンの解明



マダコ



スナメリ



シマフクロウ



カスミサンショウウオ

※写真はいずれも助成先より提供

地球の
「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や自然の恵みのありがたさ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。

小学生とご家族を対象に、4月から11月までの間に京都府南丹市園部町の田んぼと京都市内のクッキングスクールにて、稲作体験や自然観察、料理教室などの授業を4回にわたって行います。

 G: 宝酒造 田んぼの学校

4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



苗を手に取り、みんなで田植えのスタート。

自然観察



自然観察講師の説明に興味津々。

6月

草取り編

草取り体験では、生育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



田んぼの中を歩くのも稲の生育を助けます。

自然観察



捕まえた虫を2WAY眼鏡で観察します。

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、千歯こき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」をテーマに田んぼの生き物などを観察し、いろいろな生き物が稲を育てていることを学びます。

稲刈り体験



カマを使って慎重に刈り取ります。

脱穀体験



昔の脱穀は力も必要でした。

自然観察



カマキリも大きくしてみると新たな発見があります。

11月

恵み編

料理教室では、収穫したもち米や本みりんなどを使って親子で料理をつくります。大人を対象としたみりんの楽校では、本みりんや料理清酒についての知識を深め、子どもは、その間に自然観察の授業で、種の不思議について学びます。

料理教室



みんなで収穫したもち米を使って料理をつくり、おいしくいただきました。

みりんの楽校



みりんや料理清酒について学びました。

翌年3月

特製
本みりん

収穫したもち米を使って、当社の工場で作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。



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

企業は、資源やエネルギーを利用したり、廃棄物や温室効果ガスを放出するなど、地球環境と密接にかかわり合いながら事業活動を行っています。そこで、地球に対する事業活動における環境面の収支を報告する必要があると考え、導入したのが「緑字決算」です。この「緑字(りよくじ)」という言葉は、経済活動の成果を一般的に「黒字」「赤字」と表現することから、環境活動の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、宝酒造の事業活動におけるさまざまな環境負荷削減活動や環境貢献推進活動の中から重要な項目を選定していますが、それぞれ単位が異なるためその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、「ECO(エコ)」という独自指標で成果を表しています。

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の見直しを行っています。現在の算出方法は、2011年度～2013年度の3年間について使用いたします。

緑字決算ECOの算出方法

1. 環境負荷削減ECOと環境貢献推進ECOに分類

2010年度までの緑字決算ECOは、環境負荷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を一つにまとめていましたが、2011年度の見直しにて、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に分類して、それぞれのECOを算出しています。

2. ECO算出方法

(1) 目標達成度

項目ごとに基準値を設定し、その基準値に対する目標値の達成度合いにより、+30～-30の値を付しています。

(2) 重み付け係数

多くの方のご意見を反映するため、2011年度にインターネット上の調査を実施し、約1,000人の方に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。その結果を係数化したものを重み付け係数としています。

(3) 算出方法

項目ごとの目標達成度に重み付け係数を乗じて“個別ECO”を算出します。

次に、環境負荷削減項目についての個別ECOの平均値、環境貢献推進項目についての個別ECOの平均値を算出し、“環境負荷削減ECO”、“環境貢献推進ECO”それぞれの緑字決算ECOを算出します。

緑字決算ECOの数値は、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。

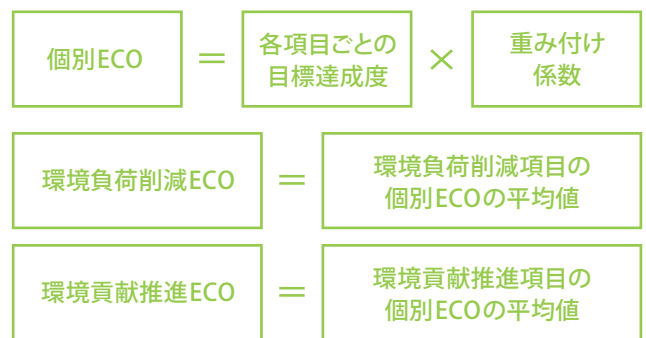


図5: 緑字決算対象項目選定と重み付け詳細

2012年度の緑字決算結果

2012年度の緑字決算結果は、環境負荷削減項目が-6.9ECO、環境貢献推進項目が+18.7ECO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、目標達成に向けて活動を推進してきましたが、東日本大震災以後の購入電力のCO₂排出係数の変更などがあり、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、日々の活動が実を結びプラス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 CO ₂ 削減	物流部門 CO ₂ 削減	生産部門 用水削減	工場廃棄物 排出量の削減	事務所電気 使用量の削減	コピー用紙 使用枚数の削減
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)	物流部門CO ₂ 削減 商品販売量あたりの CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /kl)	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)	事務所電気 使用量 (千kwh)	コピー用紙の 使用枚数 (千枚)
基準値	156	40.6	9.18	7.47	1,961	8,649
2012年度目標	153	40.2	9.09	7.84	1,667	7,957
2012年度実績	164	40.6	10.04	6.89	1,533	7,596
目標達成度	-30	-20	-30	30	10	10
重み付け係数	1.38	1.12	0.91	1.19	0.83	0.57
個別ECO	-41.5	-22.3	-27.3	35.8	8.3	5.7

環境負荷削減
ECO
環境負荷削減
個別ECOの平均値

-6.9

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 有効利用	環境社会貢献 活動の推進	エコ提案の 推進	環境配慮型商品の 販売促進	営業車のエコカー 導入の推進
評価指標 (単位)	食品系副産物等の 有効利用率 (%)	実施・参加・協力 件数 (件)	エコ提案の 採用件数 (件)	「はかり売り」 実施店 新規開拓店舗数 (店)	H22燃費基準 +25%達成車の 導入率 (%)
基準値	97.9	57	125	15	36
2012年度目標	97.0	81	157	10	56
2012年度実績	98.6	85	212	12	63
目標達成度	20	10	30	20	10
重み付け係数	1.25	0.84	1.06	0.99	0.86
個別ECO	25.1	8.4	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

18.7


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。

2012年度のISO14001環境活動結果

● 2012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(2010年度比)	2%削減 ⇒ 5.4%増加 	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。2012年度は、発電機導入により購入電力量は減少しましたが、購入電力のCO ₂ 換算係数の悪化により目標を達成できませんでした。
物流部門CO₂削減 焼酎換算商品1klあたりのCO ₂ 排出量(2010年度比)	0.9%削減 ⇒ 0.1%増加 	コンテナの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 排出量の削減を進めてきましたが、2012年度は西日本の工場から東日本への製品の出荷が当初予定より増えたため、目標を達成できませんでした。
生産部門用水削減 焼酎換算商品1klあたりの用水使用量(2010年度比)	1%削減 ⇒ 9.4%増加 	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。2012年度は、用水使用量の多い製品の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 焼酎換算商品1klあたりの廃棄物排出量(2010年度比)	5%増加 ⇒ 7.8%削減 	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。2012年度は、汚泥の処理設備の更新による排水汚泥の発生量減少などにより、目標を達成できました。
事務所電気使用量削減 事務所の電気使用量(2010年度比)	15%削減 ⇒ 21.9%削減 	事務所内の必要以上に明るい場所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により事務所内の電気使用量の削減に取り組んでいます。2012年度はこれらの取り組みにより目標を達成できました。
コピー用紙使用枚数削減 コピー用紙使用枚数(2010年度比)	8%削減 ⇒ 12.2%削減 	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。2012年度は、これらの取り組みにより目標を達成できました。
食品系副産物等の有効利用 食品系副産物等の有効利用率	97%以上 ⇒ 98.6% 	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。2012年度は、これらの取り組みの維持向上を図ることができ、目標を達成できました。
環境社会貢献活動の推進 環境社会貢献活動の実施・参加・協力件数	81件 ⇒ 85件 	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。2012年度は、エコの学校開催など自社企画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 エコ提案採用件数	157件 ⇒ 212件 	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。2012年度は、節電や廃棄物削減、コピー用紙削減など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 「はかり売り」実施店 新規開拓店舗数	10店舗以上 ⇒ 12店舗 	「はかり売り」実施店舗を増やすことで新たなペットボトル容器を使用せずに焼酎を販売でき、資源の節約のほかCO ₂ の削減にも貢献できます。2012年度は新たに12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 営業車のH22燃費基準+25%達成車 導入率	56%以上 ⇒ 63% 	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、数年前から燃費の良いエコカーの導入を推進しています。2012年度も引き続き、エコカーやハイブリッド車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、深刻化する気候変動の問題や廃棄物の問題に対応するため、CO₂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。


2012年度環境目標の達成度

ISO14001の活動目標の11項目のうち、2012年度は8項目で目標を達成しました。特に、「工場廃棄物排出量の削減」、「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4項目については、目標を大幅にクリアしました。

一方で、「生産部門CO₂削減」、「物流部門CO₂削減」、「生産部門用水削減」の3項目については、目標を達成できませんでした。

各活動結果の詳細は、2012年度のISO14001環境活動結果(P.27)をご覧ください。

 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。

2012年度は、排水処理設備更新などによる「公害防止コスト」や飼料化関係設備の整備などによる「資源循環コスト」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)			187,892	539,998
内訳	① 公害防止コスト	排水処理設備更新、ボイラー設備メンテナンス、賦課金など	74,703	311,064
	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	90,776	79,842
	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	22,414	149,092
(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	8,466	205,516
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	2,835	328,657
研究開発活動における環境保全コスト(研究開発コスト)		製品等の製造段階における環境負荷の抑制のための研究開発	0	0
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	12,997
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			199,193	1,087,212

(集計範囲: 宝酒造単体、2012年度対象期間: 2012年4月1日～2013年3月31日、単位: 千円)

社会の
「いきいき」の
ために

さまざまな社会貢献活動

「自然と社会と人間との調和」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。

動画募金を通じて、 日本自然保護協会へ寄付

2013年2月から約2カ月インターネット動画募金*を実施し、公益財団法人日本自然保護協会に150万円の寄付を行いました。

インターネット動画募金に際しては、当社が実施する環境教育活動、宝酒造「田んぼの学校」2012の様子(P.23-24参照)を3分程度にまとめた動画を閲覧いただきました。

*動画閲覧者が、スポンサー企業の提供する動画を閲覧後募金ボタンをクリックすることによりスポンサー企業が選定した支援先団体に無料で寄付できる仕組みです。スポンサー企業はクリック数に応じた金額を支援先団体に寄付します。



宝酒造「田んぼの学校」で収穫した もち米を地元小学校等に寄贈

宝酒造「田んぼの学校」2012で収穫したもち米90kg(精米)を体験田んぼのある京都府南丹市園部町の小学校に寄贈しました。寄贈したもち米は給食用として使用されました。

また、田んぼの学校で使用する看板やのぼり等の制作でかわりのある社会福祉法人京都太陽の園など障がい者の福祉作業所3団体にも収穫したもち米を寄贈しました。



目録を掲げる南丹市教育委員会の西田課長補佐(左)

ベロタクシーへの協賛

ベロタクシーは、1997年にドイツの首都ベルリンで「環境にやさしい新しい交通システムと動く広告が一つになった乗り物」として開発された自転車タクシーです。日本での運行は、NPO法人環境共生都市推進協会が京都でスタートさせました。

宝酒造では、気候変動問題の啓発として役立つベロタクシーに共感し、2002年の走行開始以来毎年協賛しています。

また、アースデイ東京や未来フェスタ京都、マザーズタウン・イン・ゼスト御池の市民イベントや環境イベントにおいてベロタクシーの無料体験試乗会を実施し、ベロタクシーの紹介と気候変動問題に対する啓発を行いました。



ベロタクシー

アースデイ東京に協賛

4月21日、22日の両日、代々木公園で開催された日本最大級の環境フェスティバル、アースデイ東京2012に協賛・出展しました。

多数のNPOやNGOのブースが立ち並ぶ中、宝酒造の展示ブースでは、①焼酎のはかり売りやリサイクルが容易な「はずせるキャップ」、「パウチパック」の採用などの空容器問題への取り組み、②宝酒造「田んぼの学校」やタカラ・ハーモニストファンドなどの自然保護活動への取り組みを紹介しました。



宝酒造の展示ブースの様子

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」は初心者の方でも全国大会を目指せる、日本最大級のクラス別アマチュア大会で、クラス別に対局できることに加えて、試飲やクイズラリーなどのイベント、プロ棋士の指導碁、サイン会なども催される盛りだくさんの大会です。2012年度は8カ所9回の地方大会ならびに決勝の全国大会あわせて昨年より約1,200人多い述べ5,476人の方にご参加いただきました。



「宝酒造杯」の様子

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。

2012年は7月31日に、保護者も含めて過去最高の約60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た後、工場内で実演見学や洗米などの作業体験を行いました。



「ジュニアさけスクール」の様子

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。2012年度は外国人留学生1名を含む12名を受け入れ、「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	2008	2009	2010	2011	2012
インターンシップ 受け入れ人数	12	12	12	8	12

その他の社会貢献活動

宝酒造では、ライチョウ保護活動への協賛を継続して行っているをはじめ、地域の環境イベント等への協賛や協力、大学の講義への協力、社員のボランティア活動など、全国のさまざまな活動に積極的に参加、協力を行っています。

内容
長野の宝を守るうキャンペーン(ライチョウ保護) 協賛
東京都中央区フラワーサポート 協賛
びっくりエコ100選 協賛(京都府)
オープンフォレスト・イン・松戸 協賛(千葉県)
大阪産業大学 授業協力
日本ボーイスカウト長崎連盟島原第一団 物品協賛
エコ商店街キャンペーン 物品協賛(京都府)
マザーズタウン・イン・ゼスト御池 協力(京都府)
未来フェスタ京都 ~科学×エコ 協力
京都市まちの美化 清掃ボランティア活動
本社周辺清掃ボランティア活動
地球ピカピカ大作戦(各事業場) 各事業場周辺清掃ボランティア(労働組合主催)
京都府・おいしい食の応援隊ボランティア参加
京都府・ふるさとボランティア参加

社会の
「いきいき」の
ために

事業を通じた社会貢献活動

事業活動を通じての社会貢献活動を実施しています。

グループ会社の取り組み

タカラ物流システム

木質舗装材ブロック「ウィードロック」

タカラ物流システムとタカラ長運は、株式会社SIONの販売特約店として木質舗装材ブロック「ウィードロック」の取り扱いを2012年4月より本格的に開始しました。

この木質舗装材ブロックは、主に間伐材をチップ化し、木の樹脂から抽出・生成したバインダー（接着剤）でチップ全体を固形化した100%自然素材でできています。無公害製品（土壌汚染溶出試験にて35品目オールクリア）で、屋外にも利用ができ、耐久年数15年を実現した



ウィードロック

循環型環境リサイクル製品です。主な特徴としては、照り返し軽減によるヒートアイランド現象の防止効果、透水性、保水性、歩行時のひざへの負担軽減、耐荷重5t以上

で駐車場にも使用可能などがあり、2012年4月にリニューアルオープンした京都市動物園「もうじゅうワールド」にも採用されました。

全国的に森林保護のために間伐を行う人材が不足し、また間伐された木材がその場に放置される事態も多く、二次災害の原因として問題視されています。このような状況のもと、「ウィードロック」のような商品が今後、全国的に注目されると思われます。



ウィードロックが採用された京都市動物園「もうじゅうワールド」

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。

今後も、各お得意先様の制作物に対して配慮しながら、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。2012年度は、23,588人分のワクチンを贈りました。



大平印刷オリジナル
チャリティペーパー

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「ワクチンペーパー」を使用しています。

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	2008	2009	2010	2011	2012
育児休職制度利用者数(名)	14	9	7	8	7
介護休職制度利用者数(名)	0	0	0	0	1
乳幼児看護休暇制度利用者数(名)	57	68	50	44	41
妊産婦・乳幼児健診休暇制度利用者数(名)	12	18	15	13	9

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

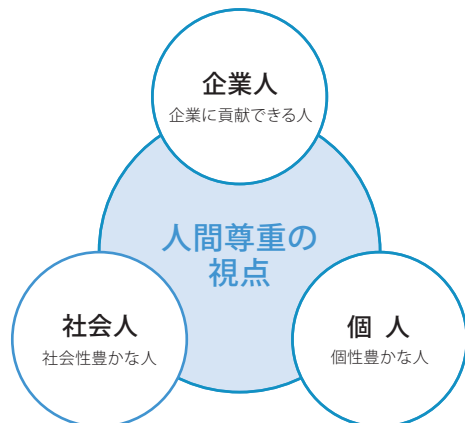
企業人・社会人・個人のバランスを重視

「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

社員の
「いきいき」の
ために

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

2013年3月31日現在の社員数は1,306名です。うち、男性は1,150名、女性は156名です。

● 社員数内訳

		2008年3月31日		2013年3月31日	
		人数(名)	構成比(%)	人数(名)	構成比(%)
社員総数	男性	1,164	88.4	1,150	88.1
	女性	153	11.6	156	11.9
	合計	1,317		1,306	
うち 管理職数	男性	271	98.2	348	98.9
	女性	5	1.8	4	1.1
	合計	276		352	

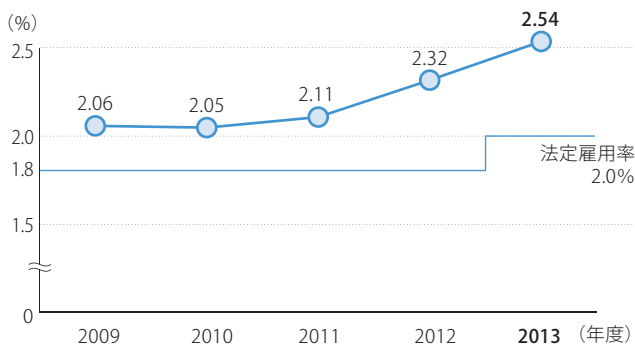
障がい者の雇用促進

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、2013年4月1日現在の障がい者雇用率は2.54%で、法定雇用率2.0% (2013年4月から)を上回っています。

● 障がい者雇用率の推移 (4月1日現在)



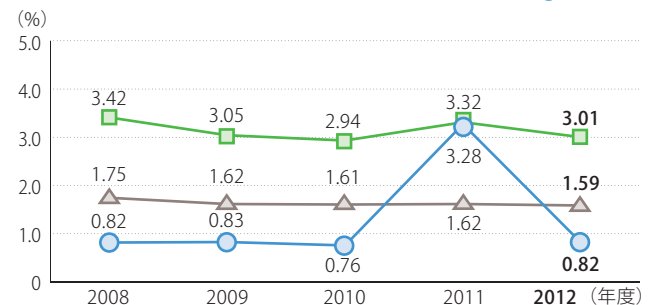
安全衛生管理

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、2012年度の休業災害は1件で、前年度より3件減少しました。今後も事故発生原因と対策の水平展開を図り、労働災害ゼロ化をめざしていきます。

● 休業災害度数率*



*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

「あなたとともに楽しい毎日」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。「あなたとともに楽しい毎日」をスローガンに掲げ「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～健康で生き生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
佐々木 隆



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・独身寮などの基本的な福利厚生制度だけでなく、「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

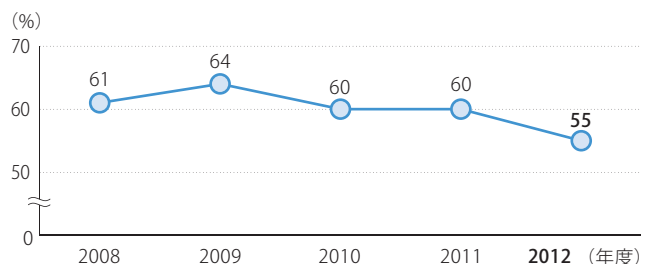
休日休暇制度

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38社（2013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。

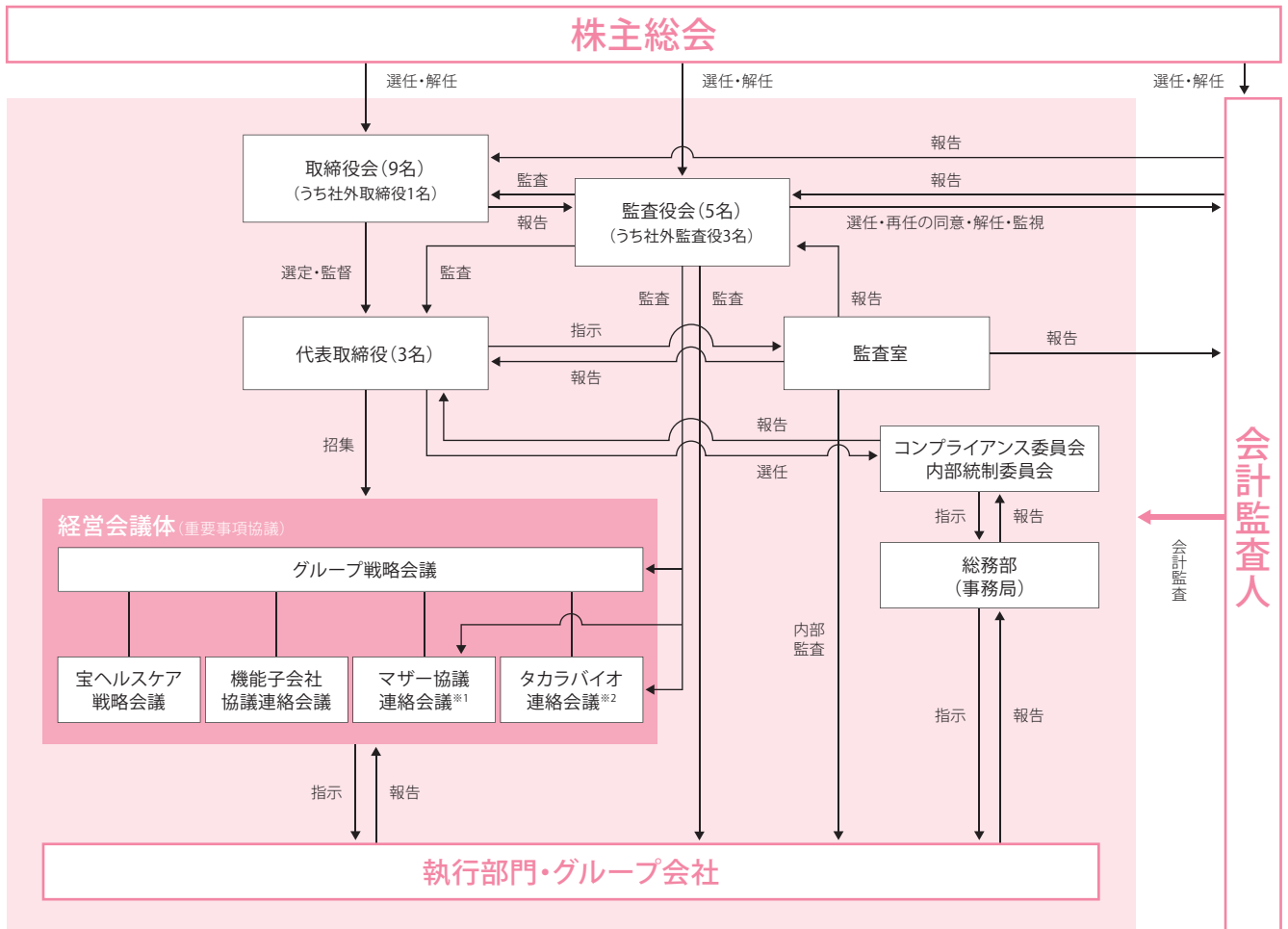
① 監査役設置会社として、監査役は、取締役会などの重要

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

(2013年6月27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^{※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。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 (P.37参照) 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。

東日本大震災の経験を踏まえ、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。また、計画に基づく訓練を実施するなど実効性の確認も行っています。

一方で、身の回りの安全対策を再点検し、従来の対策に加え、重量物の低位置保管や耐震ジェルマットによる什器・備品の転倒防止などを本社事務所・各事業場・国内グループ会社で実施しました。このような安全確保に向けた活動は引き続き実施していきます。

今後も、大規模地震以外の災害についての検討も含め、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

コンプライアンス

法・社会倫理の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法・社会倫理に則った行動を実践しています。

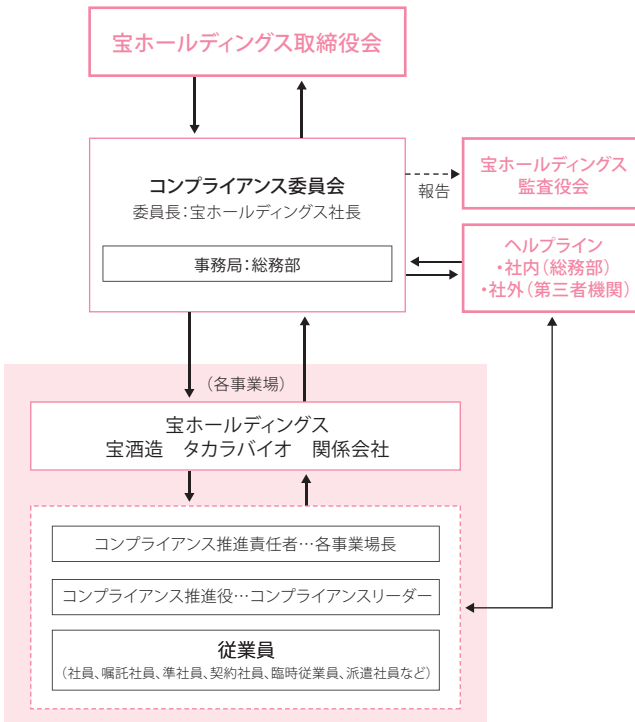
コンプライアンス推進体制

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は追求しません。

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、職場における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」を制定し、守るべき基本的な行動ルールをいつでも確認できるように小冊子を作成し全員に配付しています。また、内容についてはコンプライアンス委員会で、適宜見直しを行っています。



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設置

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

TaKaRa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・研修で飲酒運転防止を強く訴えています。宝酒造の支社、工場では、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チェックを行っています。

グループ会社の取り組み トータルマネジメントビジネス

製造請負優良適正事業者認定

トータルマネジメントビジネスでは、2012年4月1日付で平成23年度製造請負優良適正事業者の認定を受けました。

この認定制度は、適正な請負体制の推進、雇用管理の改善を実現するための管理体制・実施能力が認められた事業者を認定するもので、厚生労働省の委託事業の一環として製造請負事業改善推進協議会が運営を行っています。

国内製造請負事業者は約10,000社あるといわれていますが、平成23年度までにこの認定を受けた企業はトータルマネジメントビジネスを含めわずかに26社のみです。

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

1979 (昭和54年)

「はたちまでストップ」企業広告を実施

1984 (昭和59年)

「Say No」キャンペーン実施
公益信託タカラ・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
北海道で宝焼酎「純」、「純」レジェンドのリターンナブルボトル化開始
第1回「TaKaRaクリーン缶ウォーキング」を開催

1989 (平成元年)
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



お客様相談室 J-ISO(ISO)10002マネジメントシステム構築
宝酒造「田んぼの学校」が企業フィランソピー大賞特別賞を受賞

宝酒造「エ」の学校」開始
松竹梅「天」にパウチパックを採用
東日本大震災で被災地給水を支援

「お酒おつきあい読本」発行
宝酒造「田んぼの学校」開始

お客様相談室のホームページ開設
「緑字企業報告書」初刊発行

17事業場でISO14001統合認証を取得
妊産婦飲酒の注意表示実施

TaKaRa「お米とお酒の学校」開始
環境教育教材「リサイクルロード」発刊

各地自然災害被災地でボランティア活動実施
阿武隈川きらきらキャンペーンに協賛

ベロタクシーへの協賛開始

地球環境大賞「地球環境会議が選ぶ優秀企業賞」受賞

環境活動の基本理念制定
タカラ本みりん「醇良」にはずせるキャップを採用

「緑字決算報告書」初刊発行
焼酎のはかり売り開始

全社環境対策プロジェクト「エコチャレンジ21」開始

商品に点字で「おさけ」表示を開始

未成年者飲酒 飲酒運転の注意表示を開始
阪神・淡路大震災で支援ボランティアスタッフを派遣



2000

2010

2013(平成25年) ジュレのお酒「果莉那Carina」発売



2011(平成23年) 松竹梅白壁蔵「霽」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」生酛純米「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「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(現在は9001)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2013」に対する意見

金沢大学 人間社会学域 地域創造学類 環境共生コース 准教授
香坂 玲



和食 自然と文化と

「世界遺産」と聞いて読者の皆様は何を思い浮かべるでしょうか。最近では、富士山が世界遺産に登録をされたということで話題となりましたが、こちらは実は自然遺産ではなく、富士山とその信仰にまつわる伝統の面での文化遺産としての評価になっています。他にも口伝えの物語、歌舞伎、能楽が無形の遺産として登録されています。

いま、その無形の遺産として「和食」がその候補として議論されています。清酒、焼酎などの和酒、本みりんなどの調味料の供給を通じ、宝酒造も日本の食文化に深く関わってきました。同時に、日本食のグローバル化のなかで、世界の50カ国以上で宝製品を提供しているとあります(P.9参照)。国連や研究機関で北米、欧州に10年以上暮らした私も、寿司を筆頭に和食が広がっていることを実感してきました。また、日本を離れて、和食の土台にお酒や調味料があり、和食が日本の水、稲、そして木など自然とも深い関わりがあることを改めて実感しました。

自然遺産などでは遺産に指定されると、ブームとなり、一気に訪問客が増えて、綺麗であった自然が踏み荒らされたり、トイレ・駐車場などの施設の問題も出てきました。日本食でも海外に展開した際に似て非なる「日本食もどき」が増殖し、私もブロッコリーの入ったラーメンなどで面食らった体験をしてきました。和食が本物かどうかを監視するスシ・ポリス構想も検討され、評判を呼びました。自然も、和食も、世界遺産になった後にこそ、どのようにその品質を保持するのが問われていることに気づかされます。

なぜ 緑字企業報告書を毎年出しているのか

その品質を保持し、皆さんが安心できる形で提供できていると納得してもらうには、どのような仕組みがいいでしょうか。第一に、品質や環境負荷を正確に「知る」こと、「可視化」

や「見える化」が必要となります。健康状態でいえば、体重や血糖値を測定することに当たります。つまり、今、どれだけの量やエネルギーが使われているのか、どこからどのように材料は来ているのかを把握すること、なるべく数字に見えるようにする努力が必要となります。品質の情報入手、在庫管理、米のトレーサビリティ法にも対応した原産地表示が該当します(P.13参照)。原材料では残留農薬や放射能汚染のチェック、製造段階では清掃度別のゾーニング、出荷後も鮮度管理や製造履歴が実施されており、食の安全・安心へのこだわりを感じます(P.14参照)。

ただ、その努力は、一定の水準に達したからいいというものではないのです。そこで次に、事業者が、その把握された量や取り組みを「改善する」ステップとなります。個人の健康でいえば、運動回数や食生活を良くする努力です。事業では具体的には、温暖化ガス、エネルギー、ゴミであれば減らすことでしょうし、生態系への影響の回避や自然の再生が該当します。宝酒造では、「緑字」という概念を1998年に報告書に導入して以来、決算の黒字や赤字といった言い回しで企業が財務状況を改善するように、環境への取組の改善に取り組んでいます。

最後に、知り、改善した中身を、「伝えること」も大事になります。まず、製品のレベルでの話では、ラベル、説明書き、認証で、品質や機能を分かりやすく伝える必要があり、「食品衛生法に基づく添加物の表示等について」が一部改正され、消費者、社会の食品表示への関心が高まっている中、宝酒造では、調理機能の見える化(P.12参照)などが実施されています。次に事業レベルでは、環境やCSR報告書として、定期的に事業での活動を伝えること、それも、一回ではなく、毎年といった具合に定期的にすることが大事です。なぜならば、事業として継続して定期的に報告をすることで改善や社会とのつながりを保つことができます。個人であれば、毎日の体重、運動

の記録を取って伝えていく作業でしょうか。

こうしてみると、「緑字」というのは、従業員にも消費者や株主にも分かりやすい概念で、従業員には自社のことを知り、改善していくツールとして、消費者などには毎年定期的に、その取り組みの進捗状況を報告する仕組みとなっていることが分かります。大災害やエネルギー問題があっても、正直に報告を続けることが、消費者や社会と真剣に向き合う道です。

今年の報告書をどう読むか

一目で概要が分かる、2012年のISO14001 環境活動報告結果をご覧くださいませ(P.27参照)。生産部門でも物流部門でも、CO₂削減の目標達成にやや苦戦しています。品質の命綱ともいえる、生産部門用の水についても削減ではなく、9.4%の増加となっています。激動のエネルギー事情には、対応しきれていないことが読み取れます。それを定期的な情報公開を一貫して開示した活動には透明性を感じますし、一定の評価もできます。更に、緑字決算では、「はかり売り」の新規開拓、エコ提案の件数など、明るい兆しも読み取ります。

今後は、決算で見えた課題にどのように対処を考えているのか、電力事情が不透明ななりに議論を深めていただきたいです。それが容易ではないことは理解していますが、企業理念にもあるように「ユニークな発想で、摩擦を恐れずに議論」をしていただき、そのプロセスで何度も「なぜ」と問いかけ、エネルギー面での変革を期待します。

最後に、私が本報告書で高く評価しているのは、人づくりの手を休めていないことです。自然保護と空容器という、本業の川上にあたる原料と、川下で出口となるリサイクルの問題の教育や環境活動に取り組むなかで、長期的に最も重要な、次世代の子どもを育成する、ということも地道ながら非常に重要な活動です。小学校の地場産業学習の受け入れ、田んぼの学校、インターンシップは、各年齢に応じて、どれも重要な活動です。タカラ・ハーモニストファンドは、数多くの活動や研究を支援してきました。遠回りのようでいて、宝酒造は原料となる水、米、などが自然との共生が本業に不可欠であること、その土台が人づくりにあることを感じさせます。ちょうど来年2014年は、持続可能な開発のための教育(ESD)の10年の最終年に当たり、岡山と名古屋において最終年の会議も予定されています。来年も、本業の製品や事業と、そして人づくりの緑字決算を楽しみにしています。

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」<草取り編>で撮影されたもので、参加されたお子さんが田んぼの中で見つけたおたまじゃくしを見せているところで



です。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、「日本の食文化を支えて～宝酒造の和酒、和の調味料～」と題して、近年国内外で注目を集めている日本の食文化について、当社のかかわりを紹介するとともに、おいしさや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配慮し、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「世界の子どもにワクチンを
日本委員会 (JCV)」に寄付されております。