

皆様の「いきいき」は私たちの「いきいき」

緑字企業報告書 2014

CSR Report



宝酒造株式会社




■ 「緑字企業」「緑字企業報告書」とは


1998年、当社は独自の「ECO(エコ)」という指標を使った「緑字(りよくじ)決算」を開始し「緑字決算報告書」(環境報告書)の中で公表するとともに、「環境にやさしい企業＝「緑字企業」を目指します。」と宣言する新聞広告を出しました。


2005年より、「緑字企業」を「環境だけでなく、お客様、お取引先様など、すべての関係者にとってやさしい企業」と定義直し、環境以外の社会的な活動についても詳しくお伝えするべく、内容を一新し、名称も「緑字企業報告書」(CSR報告書)に変更し発行しています。

■ 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/pdf2014.htm](http://www.takarashuzo.co.jp/environment/greenpdf/pdf2014.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



■ 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>(P.21-22参照)で撮影されたもので、苗と苗の間を転がして稲の生育を妨げる草を土の中に埋めていく道具「田打ち車」を押しているところです。私たちは、このいきいきとした表情から、「皆様いきいきをお届けする企業」であり続けたいという当社の想いがより伝わり、表紙写真に選定しました。



目次

トップメッセージ	03
企業概要	05
事業紹介	07
〈特集〉日本の食文化を彩る ～日本伝統の酒「和酒」～	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
宝酒造「田んぼの学校」	21
タカラ・ハーモニストファンド	23
空容器問題への取り組み	24
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

社会貢献活動	29
地域への貢献	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
編集方針・編集後記	42

トップメッセージ

自然の恵みを大切に人と自然のより良い関係づくりをすすめています。

宝酒造の事業は、きれいな水や穀物などの自然の恵みと微生物の発酵という自然の働きを得て成り立っています。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、30年ほど前の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。その後もさまざまな運動を支援、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、今年11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するなど、これからも環境活動の充実に力を注いでいきます。

当社は、企業理念に則り、本業の事業活動を通じて社会に貢献していくことをすべての基本としています。

食の安全・安心に対するニーズに応えるため、商品企画から、品質設計、原料調達、製造、販売に至るまでのすべての段階において、確実な品質管理ができる体制を築き、商品をお届けしています。こうした商品やサービスを通じて、人々の暮らしを豊かなものにするとともに、常に品質を高めていく取り組みをこれからもグループ一丸となって進めてまいります。

緑字企業報告書は、環境に関する取り組みやお客様の視点からの安全・安心な品質への取り組みに加え、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。また、本年の特集ページでは、「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことにちなんで、「和食」とともに日本の食文化を彩る宝酒造の「和酒」のおいしさや日本の食文化を世界に広めていくための取り組みについてご紹介しています。

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、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

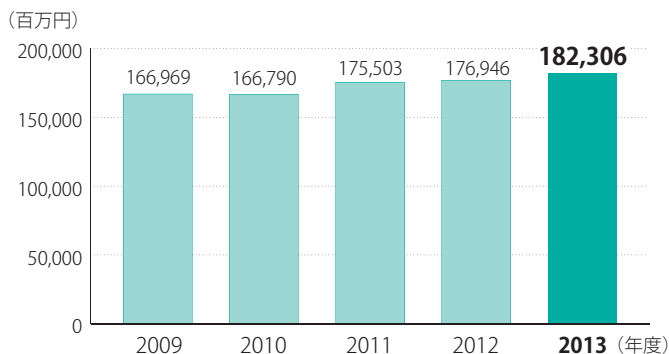
事務所 東京事務所(東京)

支社 北海道支社(札幌)・東北支社(仙台)・
首都圏支社(東京)・西関東支社(横浜)・
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)

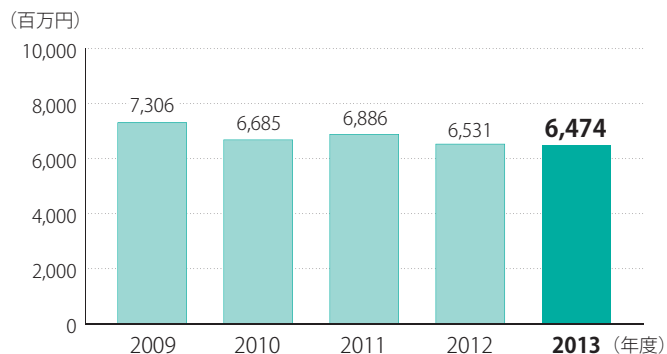
工場 松戸工場(松戸)・楠工場(四日市)・
伏見工場(京都)・白壁蔵(神戸)・
黒壁蔵(高鍋)・島原工場(島原)

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)

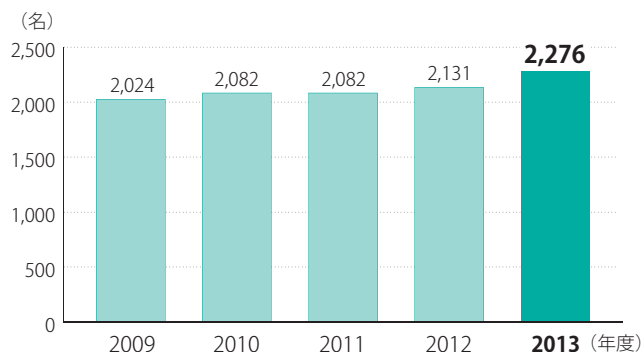
● 宝酒造グループ売上高



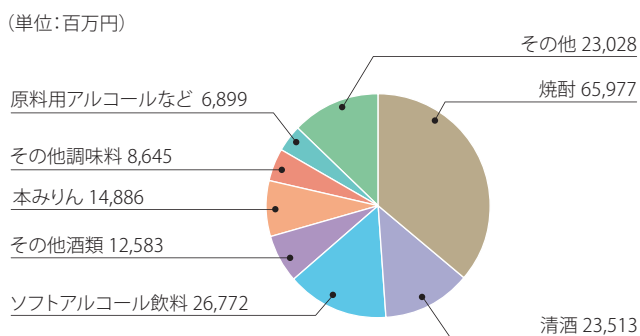
● 宝酒造グループ経常利益



● 宝酒造グループ社員数 (3月31日現在)



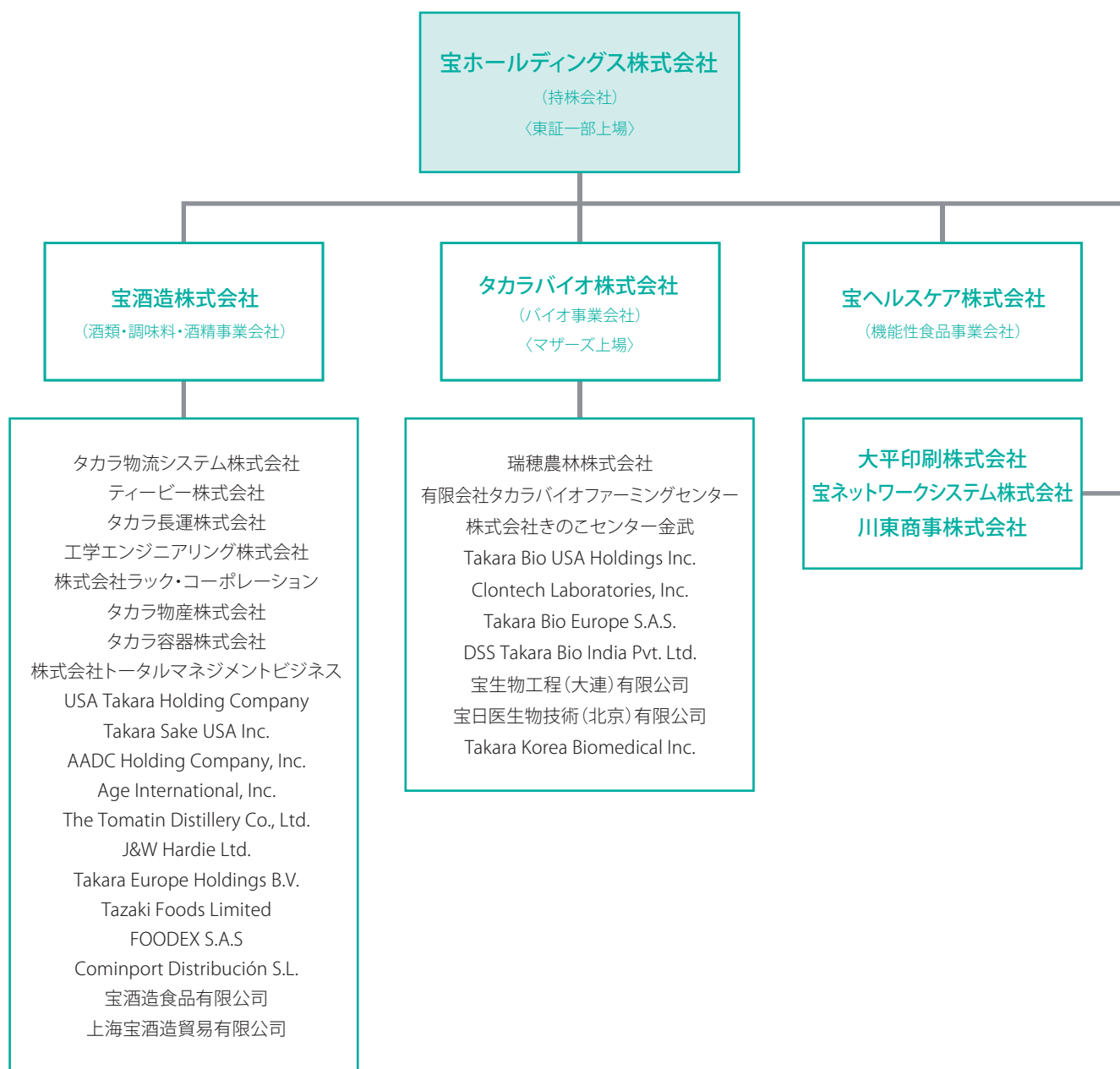
● 宝酒造グループカテゴリー別売上高



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

● 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

下町の大衆酒場で愛され続ける辛口な味わいを追求した“タカラ「焼酎ハイボール」”や、1984年に日本初の缶入りチューハイとして衝撃的なデビューを飾って以来、30年以上にわたりご愛飲いただいている“タカラcanチューハイ”など、確かな技術に裏打ちされた独自のおいしさが多くのお客様からご支持いただいています。

また、今までにないとろっとした口当たりと余韻のある果実の甘い味わいが高い評価をいただいている“ジュレのお酒「果莉那-carina-」”や、果実をすりおろしたようなみずみずしい果汁感が好評の“タカラcanチューハイ「すりおろし」”など、お客様のさまざまな嗜好にお応えす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、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

近年、健康志向の高まりによりおいしくヘルシーな日本食が世界中で広がりを見せている中、清酒「松竹梅」やタカラ本みりんをはじめとする宝酒造製品の輸出および現地での製造・販売を行う海外酒類事業と海外の日本食レストランや小売店に日本食材などを販売する海外日本食材卸事業を2つの柱として事業を展開しています。

海外酒類事業は米国全土及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、中国で清酒や本みりん、焼酎の製造・販売を行う宝酒造食品、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の4社を軸に、事業展開を積極的に進めています。

また、海外日本食材卸事業はフランスのフォーデックス社やイギリスのタザキフーズ社、スペインのコミンポート・ディストリビューション社をグループに迎えるとともに、長年の協力関係にある米国ミューチャルトレーディング社との連携を強化するなど、世界での日本食材卸ネットワークを拡大し、事業の拡大を進めています。

海外酒類事業と海外日本食材卸事業はそれぞれの事業拡大とともに、両事業のシナジーを発揮させ、日本の食文化をさらに世界に広めるとともに、海外市場における新たな販路拡大に取り組んでいます。



Takara Sake USA Inc.

特集

日本の食文化を彩る

～ 日本伝統の酒「和酒」～

2013年12月、ユネスコ第8回無形文化遺産保護条約政府間委員会において、「和食；日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産に登録されることが決まりました。「和食；日本人の伝統的な食文化」は、「和食」とは料理そのものだけでなく、「自然を尊ぶ」という日本人の気質に基づいた「食」に関する「習わし」と位置づけられています。

日本伝統の酒である清酒、焼酎といった「和酒」は、「和食」を引き立てる存在として、日本の食文化に彩りを添えています。

この特集では、宝酒造の「和酒」のおいしさ、安全・安心への取り組み、日本の食文化を世界に広めていくための取り組みなどをご紹介します。

「和食」を引き立たせ、人と人をつなげる「和酒」

日本人にとって主食であり、日本の食文化のかなめでもある米。その米で醸される清酒はもちろん、麦や芋といった自然の恵みからつくられる焼酎も「和食」とともに日本の



食文化を支えてきました。

日本では古くから、「酒」は神と人とを結びつけるものであり、同時に人々が一体感を得るためのものでした。

特別な日だけでなく日常の「食」と共に楽しく語らい、和ませるもの、家族や地域で人と人をつなぐ酒として「和酒」は親しまれてきました。

清酒、焼酎といった「和酒」は、素材の味わいを生かし「和食」のうまみと相まって「食」の楽しみを広げています。「和酒」は人と人との心をほぐし、「和食」を引き立たせる重要な役割を担っています。



「和食」文化の
保護・継承プロジェクト

宝酒造は、「和食」文化の保護・継承プロジェクトの活動を応援しています。

おいしい「和酒」を届けたい ～宝酒造の清酒、焼酎～

古来よりめでたきものの代表として、日本の美しい風景を彩ってきた松・竹・梅。その名を冠した清酒「松竹梅」は「よろこびの清酒」として日々の暮らしの中で「うれしいとき」や「楽しいとき」など、あらゆるよろこびのシーンで多くの方に支持されてきました。

2001年には「本当に旨くてよい酒とは何か」を追求するため、蔵人たちが育んだ伝統の技と最新の製造技術を



融合させた松竹梅白壁蔵が完成しました。

松竹梅白壁蔵が追い求めるものは、飲んだ瞬間にその酒が生まれた蔵の姿を想いめぐらすことのできるような酒をつくることです。

日本の食文化に合う本当に旨い酒と消費者の嗜好の変化を捉えた新しい酒づくりに挑戦してきました。

なかでも、お米うまれのほのかな甘みと爽やかな泡立ちが楽しめる新感覚のお酒、「松竹梅白壁蔵「霽」スパークリング清酒」は、食前酒として、食事といっしょに、また、食後のひとときを彩る新しい清酒として、さまざまなシーンでお楽しみいただいています。



また、宝酒造は焼酎のトップメーカーとして長年培ってきた独自の蒸留・貯蔵・ブレンド技術により、時代が求める新しい焼酎市場の創造に貢献してきました。

近年、日本人の食生活はますます豊かになり、日本の食文化も多様化しています。

宝酒造はこれまで“宝焼酎「純」”や“<極上>宝焼酎”などの商品を開発しお届けするとともに、焼酎をベースにしたミックス・ドリンクという飲酒スタイルをはじめとしたさまざまな飲み方を提案してまいりました。焼酎の飲みやすかつつきりとした味わいが支持され、水割り、炭酸割り、ロックなどいろいろな楽しみ方ができるお酒、日常のさまざまな食事に合うお酒として多くの方々に親しまれています。



本格焼酎では米、麦、芋などの自然の恵みを大切に、原材料やつくりこだわったお酒をお届けしています。

たとえば、“全量芋焼酎「一刻者」”は芋100%にこだわることで、芋本来の甘い香りとすつきりと上品な味わいを実現。日本各地の郷土料理との相性も良く、「和食」の味わいを引き立てます。

これからも宝酒造は「和食」を引き立たせ、人と人をつなぐ「和酒」に新しい価値を提案し、日本の食文化の豊かな未来に貢献していきます。



和酒のおいしさ、安全・安心、品質へのこだわり

「おいしさ」と「安全・安心」、両面での“品質重視”を貫く



白壁蔵 工場長 碓井 規佳

白壁蔵は、“品質重視”を掲げてつくられた蔵です。この「品質」にはおいしさだけでなく、飲んで安全・安心ということも含まれます。古くから、清酒づくりでは、蔵や道具を清潔に保つことを大切にしていますが、この伝統は現代的な設備を有する白壁蔵にも息づいています。白壁蔵の安全・安心は、蔵を清潔に保つこと、従業員同士のコミュニケーションを円滑にすることで皆が一丸となって守っています。

一方、白壁蔵は設立以来、酒づくりのあらゆる工程でさまざまなデータを蓄積しており、酒質や味・香りとの関係を解析し続けています。これが全国新酒鑑評会11年連続金賞受賞を達成するうえでも、大きな力を発揮しました。またデータ解析の基盤があったからこそ、「漉」のように革新的な商品

を生み出すこともできました。

近年、「和食」が国内外で注目を集め、清酒に明るい兆しが見えています。しかしこれに慢心することなく、100回飲めば100回おいしいと言っただけの清酒をお届けできるよう、一層、品質重視に努めたいと思います。

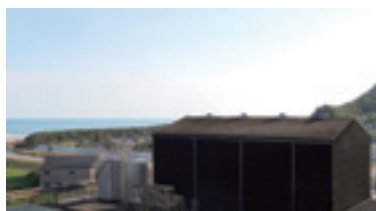


徹底した品質管理と独自の技術で、黒壁蔵のブランド価値向上をめざす

黒壁蔵では甲類焼酎の原酒だけでなく、「よかいち」シリーズをはじめとした本格焼酎もつくっています。甲類焼酎と本格焼酎の両方をつくる蔵は全国でも珍しく、加えて黒壁蔵は二万樽を貯蔵できる広大な樽貯蔵庫を所有しています。貯蔵庫に眠るさまざまなタイプの原酒をブレンドすれば、味わいの可能性は無限に広がります。こうした技術を背景に2014年4月、さまざまな「和食」と相性のよい“宝焼酎「ゴールデン」”を発売しました。海外、特に欧米では蒸留酒を食中酒として楽しむ習慣が少ないようです。黒壁蔵のブレンド技術を駆使すれば、今後は海外でも焼酎を「和食」とともに楽しんでいただけるようになるかもしれません。



黒壁蔵 工場長 大槻 達也



焼酎も清酒と同様、蔵に大小はあれども製法に大きな違いはなく、差異化された商品を出すためには、技術的に革新性を出せるかにかかっていると思います。消費者の方に飲んでいただいた時に、技術的に新しく、かつ味わいも新しい。そんな商品づくりにスピード感をもって取り組み、「黒壁蔵」ブランドの価値向上を目指していきたいと思っています。

誤表示防止の取り組み

2013年、食品の原料等の不適切な表示が社会問題化しました。宝酒造では、原料の納入、使用、貯蔵、びん詰め各工程で情報管理を徹底しています。また、酒税管理システムでは、正しい原料、製法だけが使用可能なように制限を掛け、誤使用を防いでいます。

また、びん詰め後も、製造日から使用原料米まで遡って確認することが可能となっています。



日本の食文化を世界に届けたい

宝酒造の海外事業は「海外酒類事業」と「海外日本食材卸事業」を2つの柱として、日本の食文化を世界に広め、清酒や焼酎などの「和酒」や日本食材の販路拡大を目指しています。

和酒の楽しみを世界に発信する海外酒類事業

宝酒造は、「和食」と密接な関係にある清酒・焼酎といった「和酒」、本みりん・料理清酒といった「和の酒類調味料」を世界中で販売しています。また、1983年にアメリカのカリフォルニア州で、さらに1997年には中国・北京市で清酒などの現地生産を開始。いずれも現地の米と水を使って、日本産と変わらぬ「松竹梅」を製造・販売し、両国でトップブランドとなっています。

和食のおいしさを世界に届ける海外日本食材卸事業

近年、健康志向の高まりなどを背景に、「ヘルシーでおいしい」と和食が世界中で注目されています。宝酒造では、欧州・米国でレストラン、小売店などに和食をつくるための食材などを販売する海外日本食材卸事業を展開しています。海外の人々に日本の食文化を知っていただくために、日本食材卸のネットワークを世界に広げていきます。

宝酒造グループの海外拠点

●…海外酒類事業の拠点 ●…海外日本食材卸事業の拠点

トマーチン (海外酒類事業の拠点)
タザキフーズ (イギリス) (海外日本食材卸事業の拠点)
宝酒造 (英国駐在事務所)
コミンポート (ポーランド) (海外日本食材卸事業の拠点)
フーデックス (ベルギー) (海外日本食材卸事業の拠点)
フーデックス (スイス) (海外日本食材卸事業の拠点)
フーデックス (フランス) (海外日本食材卸事業の拠点)
フーデックス (イタリア) (海外日本食材卸事業の拠点)
フーデックス (南仏) (海外日本食材卸事業の拠点)
宝酒造 (パリ駐在事務所)
コミンポート (スペイン) (海外日本食材卸事業の拠点)

宝酒造食品
エージ・インターナショナル
米国宝酒造
上海宝酒造貿易
宝酒造 (シンガポール駐在事務所)
ミューチャルトレーディング (持分法適用会社)

タザキフーズ (イギリス)
日本食材のプライベートブランド“Yutaka”を有し、ロンドンに本拠を置くイギリス最大規模の日本食材卸会社

フーデックス (フランス)
パリ本社のほか、フランス南部、ベルギー、スイス、イタリアに拠点を持つフランス最大規模の日本食材卸会社

コミンポート・ディストリビューション (スペイン)
スペイン、ポーランドで事業を展開するスペイン最大規模の日本食材卸会社

ミューチャルトレーディング (アメリカ)
ロサンゼルス本社をはじめ米国主要都市に拠点を持つアメリカ有数の日本食材卸会社



Column

世界に広がる松竹梅白壁蔵「霽」

白壁蔵の高い技術が生み出した新感覚のお酒が“松竹梅白壁蔵「霽」スパークリング清酒”です。米と米麴から生まれたほのかな甘みとほどよい酸味が特徴で、アルコール分は5度です。

2011年の発売以来好評で、国内と同様海外においても新しいタイプの清酒として高い評価を得ており、日本食レストランなどで「和食」とともに楽しみいただいています。



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・販売に至るまで、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・販売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

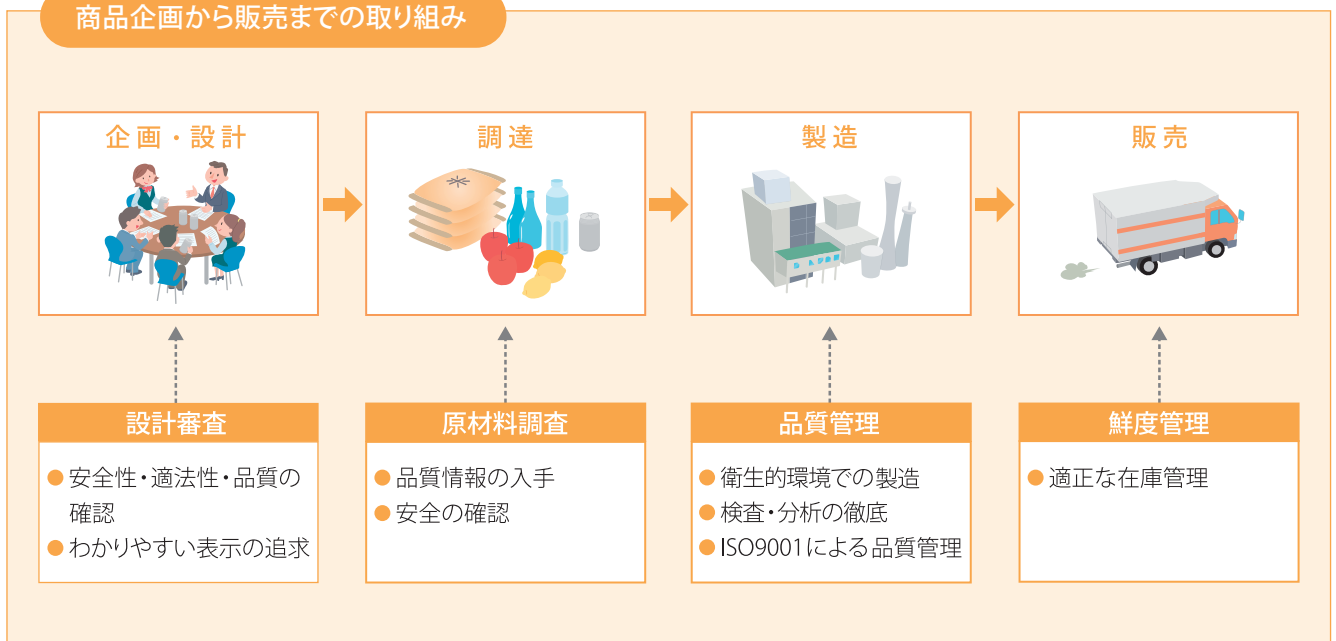
設計段階では、品質規格、商品の安全性から容器・包装品、製造工程に至る商品の設計内容すべてに対し、デザインレビュー(設計審査)の手法を用いて適法性や妥当性を確認しています。

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。

商品企画から販売までの取り組み



米トレーサビリティ法への対応

米トレーサビリティ法の施行以降、清酒・本格焼酎・みりん等に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、ラベルに米の原産地を記載して、お客様に分かりやすく確実にお伝えしています。



原産地表示の例

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、継続的に製造用水・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ゾーンを分けています。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^{むじんふく}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。製造場内への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。

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

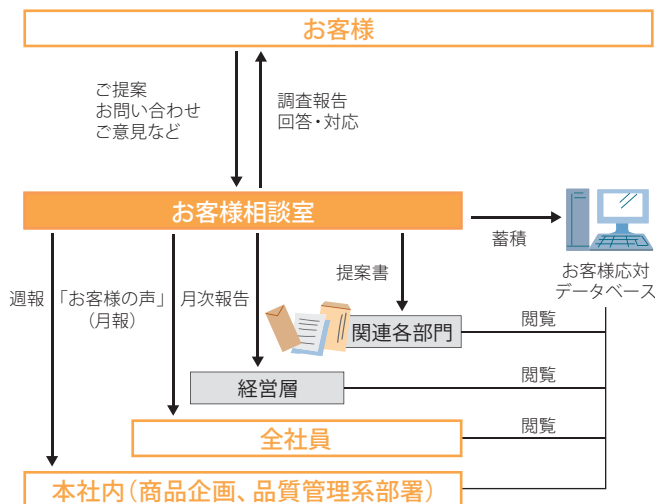
お客様の声を商品とサービスに反映

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

● お客様の声の社内フィードバック

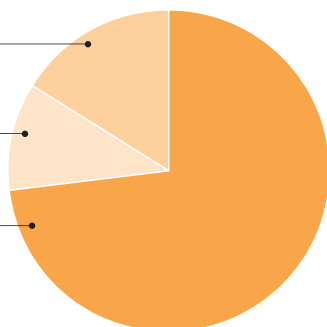


● お客様相談件数と内訳 2013年度 8,224件

その他 1,311件

ご指摘 885件

お問い合わせ 6,028件



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、適切でわかりやす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。



お客様対応マネジメントマニュアル

ホームページ「お客様相談室」のご紹介

お客様に役立つ情報を提供

宝酒造のホームページ上に「お客様相談室」のページを設けて、お客様に情報発信をしています。

また、お客様からのお問合せやご意見を受け、積極的なコミュニケーションを図っています。

2013年に「お客様相談室」ページをリニューアルし、お客様が知りたい情報をよりスムーズに知っていただくことができるようになりました。

●「お客様相談室」ページ



ホームページをリニューアル

「商品に関するQ&A」は、商品ジャンル別と目的別から検索可能となり、お客様が知りたい情報にスムーズにアクセスできるようになりました。

Q&Aの検索機能を新設しました。商品ジャンルや目的を選択し、キーワードを入力することによって、より詳細な検索ができるようになりました。

～よくあるご質問(例)～

- Q** 焼酎にプリン体は含まれていますか？
- A** 焼酎にプリン体は含まれておりません。焼酎は蒸留酒であり、原材料を発酵させた後に蒸留してできたお酒です。この蒸留の段階で、エキス分は除去され、プリン体も除去されます。
- Q** 本みりんの開封後の賞味期限は、どのくらいですか？
- A** 開封後の賞味期限は、ご使用状況や保管されている状況によっても異なります。開封後は、キャップをしっかりと閉めて、冷暗所に保管し、賞味期限にかかわらず、なるべく早くお使いください。1～2カ月を目途に使い切るようお薦めしています。

●商品に関するQ&A



Q&Aの詳細ページでは、「もっと知る!!」コーナーにおいて、関連情報のページのリンクを張り、幅広い情報の提供に努めています。

Q&Aを見たお客様から、問題の解決ができたかどうかなどのご意見をいただけるしくみができました。お客様からのご意見を伺い、掲載内容の改善に取り組んでいます。



スマートフォンでも「お客様相談室」のホームページをご覧いただけます。
<http://www.takarashuzo.co.jp/soudan/>

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」「捨てる時に解体しにくい」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解体・分別は不要です。

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。

発売以来好評をいただき、本格焼酎、本みりん、料理清酒などでもパウチパック商品を発売、容量も900ml、500mlに加え、200mlポケットパウチを新たに追加し、幅広い利便性を提供しています。



パウチパック入りの松竹梅「天」、タカラ「本みりん」、松竹梅「爽快冷酒」

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。

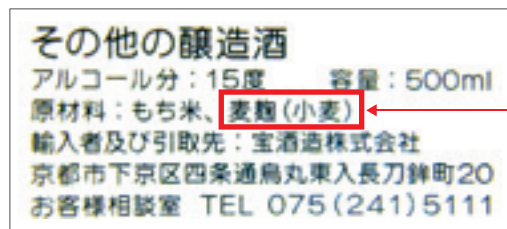


栄養成分表示の例

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27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。



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。

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。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。

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に基づ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。

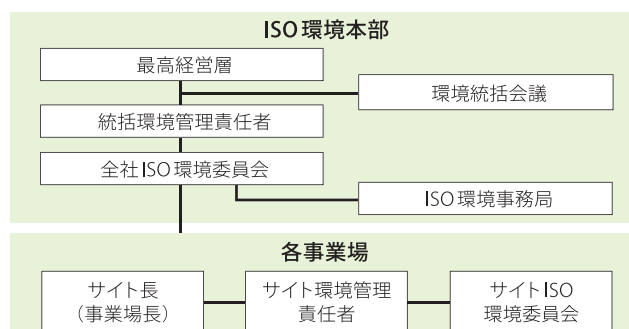
TaKaRaグループ環境マネジメントシステム

ISO14001に基づ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、2013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

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。小学生とそのご家族を対象に、5月から12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。

なお、宝酒造「田んぼの学校」は文部科学省の平成25年度「青少年の体験活動推進企業表彰」で審査委員会特別賞を受賞しました(P.30参照)。

 G: 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



苗を手に慎重に植えていきます。

自然観察



自然観察講師と一緒に植物観察。

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



家族みんなで草取りをしました。

自然観察



モリアオガエルの卵塊を発見。

9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



こんなにたくさん収穫できました。

脱穀体験



昔の脱穀も体験。

自然観察



捕まえた虫を2WAY眼鏡で観察。

12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^{がっこう}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、その間に田んぼの学校特製本みりに貼るラベルを作りました。

料理教室



みんなで収穫したもち米を使って料理を作りおいしくいただきました。

ラベル作り



特製本みりに貼るラベルの完成。

翌年 4月

特製
本みりん

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つくります。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。



スマートフォンで、全4回の活動レポートをダイジェスト動画でご覧いただけます。

<http://www.takarashuzo.co.jp/promo/env/01/>

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。2013年度は、多数の応募の中から、「津波被災地の大槌町における町民参加の湧水環境調査」や「コガタノゲンゴロウを主とした大型ゲンゴロウ類の動態把握と生息環境整備の模索」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301件、助成金累計額は1億4,492万円となりました。

F:タカラ・ハーモニストファンド

● 2013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	淡水型イトヨを守る会	岩手県	津波被災地の大槌町における町民参加の湧水環境調査
	十和田八幡平国立公園八幡平地区パークボランティア「ヒナザクラ会」	岩手県・秋田県	植生回復と荒廃した歩道の補修
	あざおね社中	神奈川県	カヤネズミなどを指標とした里地里山の生物多様性の調査と自然かんさつ会
	NPO法人 野鳥の病院	大阪府	野生動物リハビリテーター養成講座
	淀川水系イタセンパラ保全市民ネットワーク	大阪府	市民参加による淀川のイタセンパラ野生復帰のための環境整備とその普及啓発
	NPO法人 奥雲仙の自然を守る会	長崎県	「生かせいのちの森」自然環境保護・保全活動
研究の部	満尾 世志人	岩手県	ため池の接続性が魚類の移動及び群集構造に与える影響の解明
	森 晃	栃木県	河川に降下したナマズ稚魚の移動分散と生息場所の解明
	田原 義寛	山口県	コガタノゲンゴロウを主とした大型ゲンゴロウ類の動態把握と生息環境整備の模索
	中村 雅子	沖縄県	沖縄島恩納村沿岸海域における海流によるオニヒトデ幼生輸送/パターンの推定

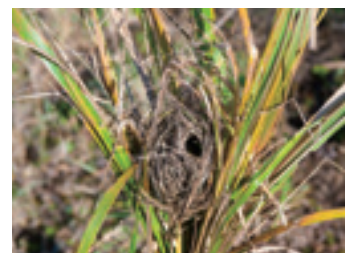
VOICE



あざおね社中
会長 村山 史世 様

地元の人々を巻き込んで、地域の生物多様性を保全

「あざおね社中」は2011年、神奈川県相模原市の山間部に位置する青根地区の生物多様性の把握、環境教育、環境まちづくりを目的に活動をスタートしました。メンバーは麻布大学の学生と教員、市民。2012年は水田の生態系の調査をし、青根地区には個体数が減りつつあるカヤネズミやアカガエル類がいることが分かりました。この自然環境は非常に貴重です。そこで私たちはその価値を多くの人々に伝えるために、2013年は青根内外の小中高生も参加できる自然観察会を実施しました。こうした活動を通して地域の方々にも青根の自然環境の豊かさを知っていただき、生物多様性の保全へとつなげていきたいと考えています。



カヤネズミの巣

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)
Reuse
(再使用)
Recycle
(再資源化)

Refuse
(発生回避)



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、2013年度は極上く宝焼酎25°900mlのパウチパック採用など計10件の環境配慮型商品の開発や改良を行いました。

2013年度環境配慮型商品の開発・改良事例

- 極上く宝焼酎25°900mlにパウチパック採用
- 宝焼酎25°900mlにパウチパック採用
- 南高梅のおいしい梅酒900mlにパウチパック採用
- 本格芋焼酎「黒甕」720mlビンの軽量化

 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160店舗にご協力いただき、1998年の開始以来2014年3月までに、2.7ℓ ペットボトル換算で約752万本、段ボール約188万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2013年8月2日・3日の両日、京エコロジーセンター(京都市)にて実施しました。

両日あわせて約60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体験やオリジナルうちわを作りました。

この「エコの学校」で、宝酒造は京都市の第11回京都環境賞奨励賞を授賞しました。



ごみ問題についての授業の様子



オリジナルうちわの完成



スマートフォンで、「エコの学校」動画レポートをご覧ください。

<http://www.takarashuzo.co.jp/promo/env/02/>

 E: 宝酒造エコの学校

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

項目ごとに目標値を設定し、その目標値に対する達成度合いにより、+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。

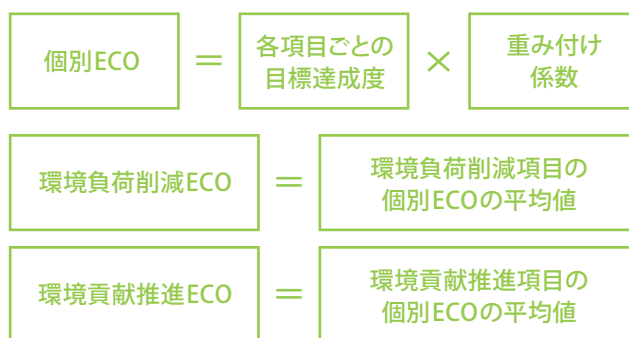


図5: 緑字決算対象項目選定と重み付け詳細

2013年度の緑字決算結果

2013年度の緑字決算結果は、環境負荷削減項目が-11.0ECO、環境貢献推進項目が+12.0ECO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、

生産部門などの個別ECOがマイナスとなったためです。

一方で、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 (kwh)	コピー用紙の 使用枚数 (枚)
2010年度実績値	197	40.6	11.6	9.42	1,960,998	8,648,851
2013年度目標	207	42.4	12.7	8.35	1,568,879	7,570,709
2013年度実績	226	42.4	13.5	9.16	1,585,697	7,434,642
目標達成度	-30	10	-10	-20	-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	11.2	-9.1	-23.9	-8.3	5.7

環境負荷削減 ECO
環境負荷削減 個別ECOの平均値
-11.0

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 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 (%)
2010年度実績値	97.9	57	125	15	36
2013年度目標	97.0	85	200	10	73
2013年度実績	97.9	92	203	12	79
目標達成度	10	10	10	20	10
重み付け係数	1.25	0.84	1.06	0.99	0.86
個別ECO	12.5	8.4	10.6	19.8	8.6

環境貢献推進 ECO
環境貢献推進 個別ECOの平均値
12.0


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。

2013年度のISO14001環境活動結果

● 2013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 ₂ 削減 焼酎換算商品1klあたりのCO ₂ 排出量(2010年度比)	5.4%増加 ⇒ 14.9%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。2013年度はガスボイラーの導入など、CO ₂ 削減に努めましたが、購入電力のCO ₂ 換算係数が大幅に悪化したため、目標を達成できませんでした。
物流部門CO ₂ 削減 焼酎換算商品1klあたりのCO ₂ 排出量(2010年度比)	4.5%増加 ⇒ 4.5%増加 	省エネ運転やコンテナ輸送時のフェリーの利用などのモーダルシフト*、消費地から近い工場での生産を推進し、物流に伴うCO ₂ 削減に取り組んでいます。2013年度は、西日本の工場から東日本への製品の出荷が増えましたが、製品のフェリー輸送を開始するなど、従来の取り組みを維持・強化することにより目標を達成できました。
生産部門用水削減 焼酎換算商品1klあたりの 用水使用量(2010年度比)	9.4増加 ⇒ 16.9%増加 	お酒の原料として水を使用するほか、生産工程(装置や容器の洗浄及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。2013年度は、用水使用量の多い商品の生産数量が想定以上に増えたため、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)	11.3%削減 ⇒ 2.7%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。2013年度は、缶、びんなどの資材廃棄ロス削減の取り組みや、2012年に更新した汚泥処理設備が順調に稼働し、排水汚泥の発生量が減少したこともあり、廃棄物の総排出量は前年より削減できましたが、原単位では目標を達成できませんでした。
事務所電気使用量削減 事務所の電気使用量 (2010年度比)	20.0%削減 ⇒ 19.1%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。2013年度は、猛暑の影響などによりわずかに目標を達成できませんでした。
コピー用紙使用枚数削減 コピー用紙使用枚数 (2010年度比)	12.5%削減 ⇒ 14.0%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。2013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 ⇒ 97.9% 	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み、2013年度は、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	85件 ⇒ 92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。2013年度は、ロハスフェスタなどイベントでの環境NPOとの協力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	200件 ⇒ 203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。2013年度も、節電や廃棄物削減、コピー用紙削減などにつながる様々な提案が採用されました。
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。2013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	73%以上 ⇒ 79% 	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。2013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に基づく全社での活動

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。

2013年度環境目標の達成度

ISO14001の活動目標の11項目のうち、2013年度は7項目で目標を達成しました。特に、「環境社会貢献活動の推進」、「コピー用紙削減」「エコカー導入推進」の3項目については、新たな環境イベントへ出展、資料・データの電子化の推進、ハイブリットカーの導入により目標を達成できました。一方で、「生産部門CO₂削減」、「生産部門用水削減」「工場廃棄物排出量の削減」、「事務所電気使用量削減」、4項目については、購入電力のCO₂換算係数の悪化や生産数量の増加、気候条件の影響などにより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、蒸気配管の保安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。

2013年度は、排水処理設備更新などによる「公害防止コスト」やはかり売り用タンク購入などによる「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)			119,145	571,914
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	48,420	347,462
	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	63,225	77,370
	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	7,500	147,082
(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	23,018	201,730
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	4,668	341,307
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	22,626
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	36
合計			146,831	1,137,613

(集計範囲:宝酒造単体、2013年度対象期間:2013年4月1日~2014年3月31日、単位:千円)

社会の
「いきいき」の
ために

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など、さまざまな社会貢献活動を推進しています。

動画募金を通じた寄付を実施

2014年2月にインターネット動画募金*を実施し、全国の棚田保全活動などを推進するNPO法人棚田ネットワークに335,055円、京都市ごみ減量推進会議に273,775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」2013の様子(P.21-22参照)や宝酒造「エコの学校」2013の様子(P.24参照)をそれぞれ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。



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。2013年度は外国人留学生1名を含む8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、試作品の製作などを体験していただきました。

実施年度	2009	2010	2011	2012	2013
インターンシップ 受け入れ人数	12	12	8	8	8

ベロタクシー協賛&新型ベロタクシー開発

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法人ベロタクシー・ジャパン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。

しかしながら、現行のベロタクシーの車体はドイツ製であるため、輸送費がかかり購入価格が高くなる、日本の道路事情からするとやや大きいなどの悩みがありました。そこで、当社の開発・協賛のもと、日本の事情にあった国産初のベロタクシー車両の開発をすすめました。



試作車の試乗会(第20回ハスフェスタin万博公園)



試作車の展示(京都カーフリーデー)

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。2013年度は9カ所10回の地方大会ならびに決勝の全国大会あわせて前年より約1,000人多いのべ6,612人の方にご参加いただきました。



「宝酒造杯」の様子

宝酒造「田んぼの学校」が文部科学省の「青少年の体験活動推進企業表彰」で審査委員会特別賞を受賞

宝酒造が開催している社会・環境プログラム 宝酒造「田んぼの学校」が文部科学省の平成25年度「青少年の体験活動推進企業表彰」で審査委員会特別賞を受賞しました。

文部科学省「青少年の体験活動推進企業表彰」は「社会貢献活動の一環として青少年の体験活動に関する優れた実践を行っている企業を表彰し、全国に広く紹介することにより、青少年の体験活動の機会の推進を図ること」を目的に始まったもので、今回が初めての表彰です。

表彰式は、「～とびだせ! キッズ!～ みんなで体験活動ワールド」(2014年2月1日～2日、東京都豊島区サンシャインシティ)期間中の2月1日(土)に同会場内で執り行われました。



青少年の体験活動推進企業表彰式

アースデイ東京・ロハスフェスタin万博公園に協賛

4月20日、21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「アースデイ東京2013」に、また4月27日、28日及び11月2日～4日に万博公園で開催された「ロハスフェスタin万博公園」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、焼酎のはかり売りやりサイクルが容易な「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、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

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。2013年度も、阪急電鉄(株)のサインデザインに採用されました。

チャリティペーパー

寄付金を含んだ印刷用紙「ワクチンペーパー」を日本紙パルプ商事株式会社と共同で開発し、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。2013年度は、20,326人分のワクチンを贈ることができました。同様の仕組みで、日本赤十字社には「赤十字ペーパー」、財団法人日本盲導犬協会には「盲導犬支援ペーパー」を活用することで、各団体の活動を支援しています。この緑字企業報告書も「赤十字ペーパー」を使用しています。

社会の
「いきいき」の
ために

地域への貢献

ボランティア活動や講義への協力など地域に密着した社会貢献活動を推進しています。

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」2013で収穫したもち米150kg(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)

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。

2013年は7月31日に、保護者も含めて約50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作業体験を行いました。



「ジュニアさけスクール」の様子

白河工場跡地を白河市に寄付

宝酒造は所有していた白河工場跡地(福島県白河市郭内、18,238平方メートル)を2014年3月に白河市に寄付しました。

2003年に閉鎖した白河工場の跡地は、白河市を通じた福島県からの要請を受け、東日本大震災で被災された方々の応急仮設住宅用地として一部区画(合計約15,000平方メートル)を2011年以降県に貸与していました。

このような状況を踏まえ、自治体が土地を所有し直接活用できるようになれば、被災地の1日でも早い復興の一助になるのではと考え、また、長年にわたってお世話になった地域社会へなんらかの貢献ができればとの思いから、白河市への寄付に至りました。

講義への協力&各地への地域貢献

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
東京都中央区フラワーサポート 協賛
オープンフォレスト・イン・松戸 協賛(千葉県)
大阪産業大学・京都産業大学 授業協力
京都ノートルダム女子大学 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
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

社員の
「いきいき」の
ために

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	2009	2010	2011	2012	2013
育児休職制度利用者数(名)	9	7	8	7	10
介護休職制度利用者数(名)	0	0	0	1	0
乳幼児看護休暇制度利用者数(名)	68	50	44	41	43
妊産婦・乳幼児健診休暇制度利用者数(名)	18	15	13	9	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。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

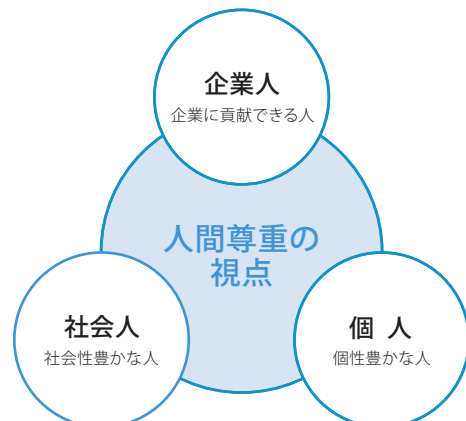
企業人・社会人・個人のバランスを重視

「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

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

2014年3月31日現在の社員数は1,309名です。うち、男性は1,153名、女性は156名です。

● 社員数内訳

		2009年3月31日		2014年3月31日	
		人数(名)	構成比(%)	人数(名)	構成比(%)
社員総数	男性	1,159	88.7	1,153	88.1
	女性	147	11.3	156	11.9
	合計	1,306		1,309	
うち 管理職数	男性	282	98.6	360	98.9
	女性	4	1.4	4	1.1
	合計	286		364	

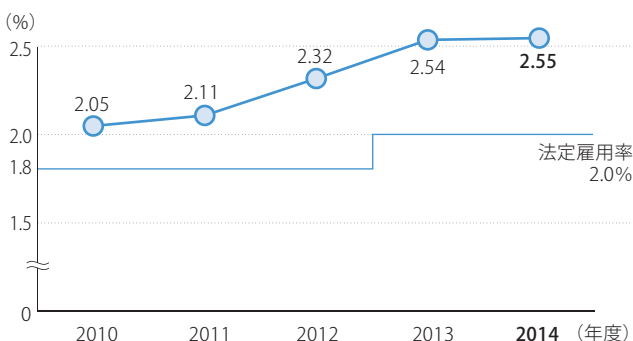
障がい者の雇用促進

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、2014年4月1日現在の障がい者雇用率は2.55%で、法定雇用率2.0%（2013年4月1日から適用）を上回っています。

● 障がい者雇用率の推移（4月1日現在）



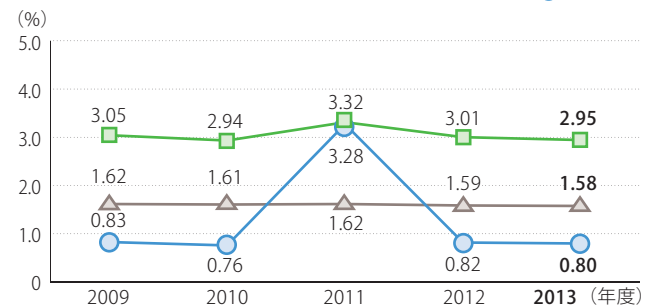
安全衛生管理

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」に基づき、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、2013年度の休業災害は1件。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、それを使用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

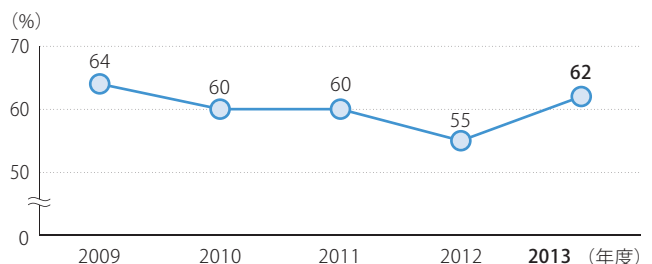
休日休暇制度

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44社（2014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。

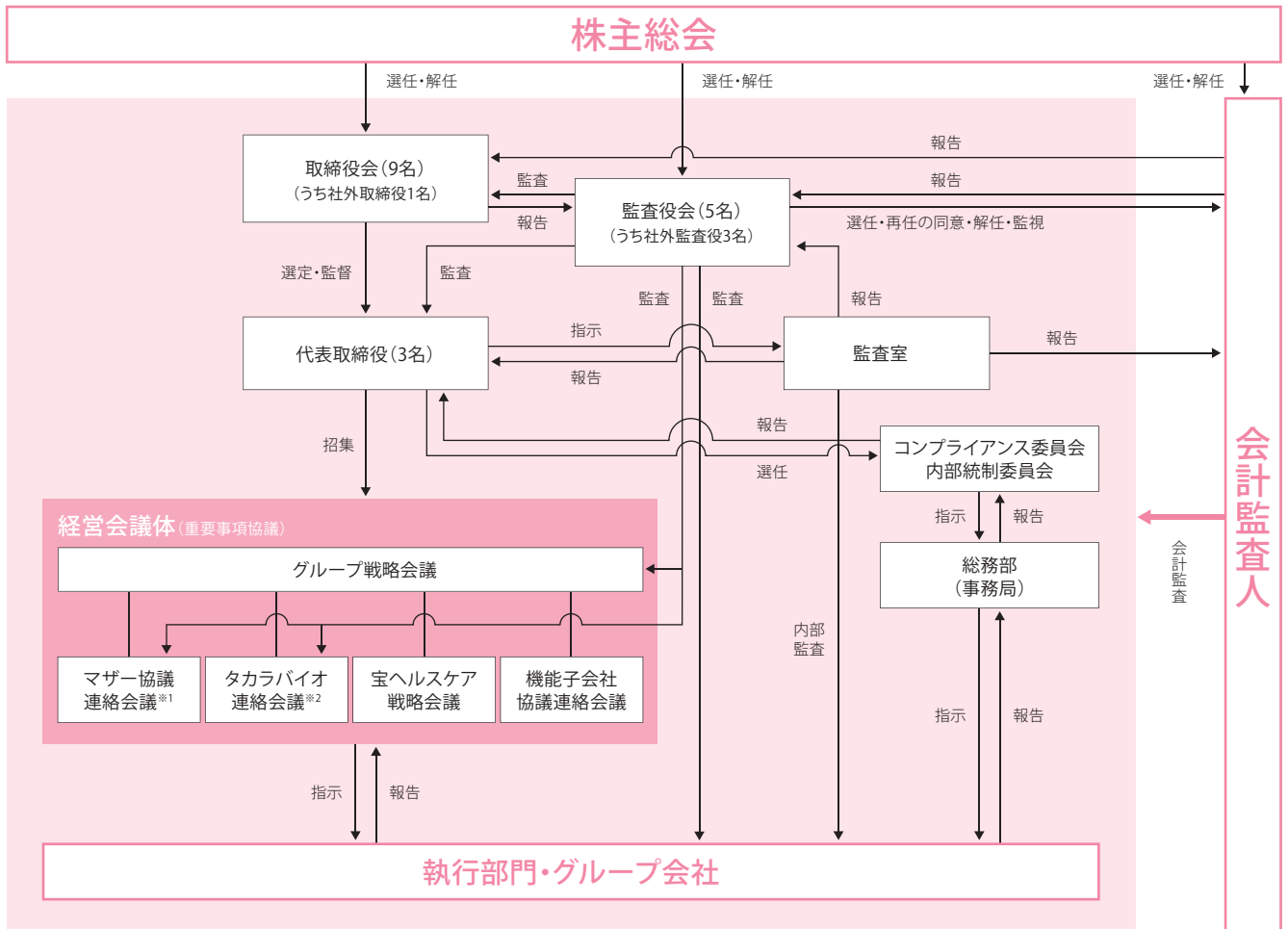
① 監査役設置会社として、監査役は、取締役会などの重要

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

(2014年6月27日現在)



※1 マザー協議連絡会議は、宝酒造株式会社の取締役会決議事項の事前協議や業績・活動状況等の報告を目的としたものです。
 ※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。

信頼される企業であるために

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2016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

資本効率を意識した適切な株主還元

連結営業利益の水準に応じて増配する方針とし、配当総額の税引後営業利益に対する比率を「みなし配当性向*」として、30%を目安に配当を行う。

また、資本効率の向上に資する自己株式取得についても、状況に応じて機動的な実施を検討する。

*みなし配当性向=配当総額/(連結営業利益×(1-法定実効税率))≒30%

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、事業継続に必要な対策を推進しています。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実施しました。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として、従来の対策に加え、重量物の低位置保管、什器・備品の転倒・落下防止策などを本社事務所・各事業場・国内グループ会社で実施しています。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。

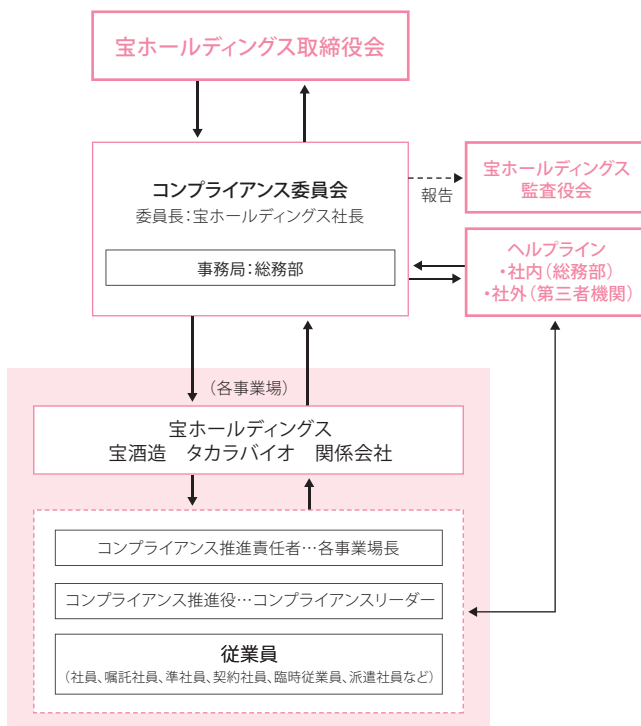
コンプライアンス推進体制

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づき適切に対応しています。さらに、対応した結果を相談者に報告しています。

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 タカラ物流システム

飲酒運転防止の取り組み

トラックによる物流業務を行っているタカラ物流システムグループでは、常日頃から飲酒運転防止教育に努めるとともに、ドライバー点呼の際にアルコールチェッカーでチェックを行い、その結果を記録しています。出先から出発する際も同様のチェックを行い、電話で報告するようにしています。



宝酒造の歴史

社会・環境活動の歴史

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)

四万十川の清流を守る「うキャン」開始
1994(平成6年)

北海道で宝焼酎「純」、「純」レジェンドのリターンブルボトル化開始
1994(平成6年)

第1回「TaKaRaKuri」canウォーキング」を開催
1991(平成3年)

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

適正飲酒啓発パンフレット「SayNo読本」を発行
1985(昭和60年)

「SayNo」キャンペーン実施
1985(昭和60年)

公益信託タカラ・ハーモニスタフアンドを設立
1985(昭和60年)

「はたちまでストップ」企業広告を実施
1984(昭和59年)

「カムバック・サーモンキャンペーン」開始
1979(昭和54年)



全国各地で料理講習会を開始
1954(昭和29年)

料理番組の先駆け「タカラお料理手帳」が放送開始
1954(昭和29年)

1842 1950 1960 1970 1980 1990

1995(平成7年) 北京寛宝食品有限公司(現在の宝酒造食品有限公司)設立

1994(平成6年) 本格米焼酎「よかいち」全国発売

1994(平成6年) 環境・広報室を設置

1989(平成元年) ブラントン輸入販売開始

1985(昭和60年) 自然と社会と人間との調和をめざす企業理念を制定

1984(昭和59年) タカラCanチューハイ発売

1983(昭和58年) 米国宝酒造株式会社設立

1980(昭和55年) タカラ料理酒発売

1977(昭和52年) 宝焼酎「純」発売

1972(昭和47年) 中国酒の輸入販売開始

1970(昭和45年) 中央研究所完成

1969(昭和44年) タカラみりん「ミリパック」発売

1968(昭和43年) 松竹梅「たけ」発売

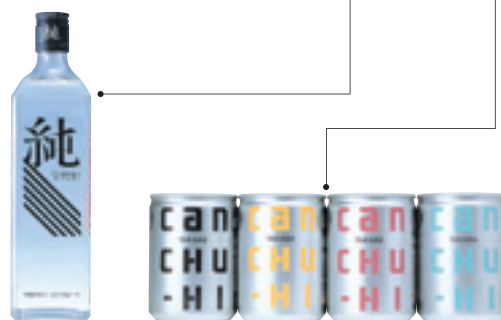
1957(昭和32年) タカラビール発売

1933(昭和8年) 清酒「松竹梅」発売

1925(大正14年) 寶酒造株式会社創立

1912(大正元年) 寶焼酎発売

1842(天保13年) 酒造業開始



会社・商品の歴史

京都環境賞奨励賞を受賞
宝酒造「田んぼの学校」が「青少年の体験活動推進企業表彰」審査委員会特別賞を受賞

宝酒造「工」の学校」開始

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」が企業フィランソロピー大賞特別賞を受賞



「お酒おつきあい読本」発行

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

お客様相談室のホームページ開設

CSR報告書「緑字企業報告書」初刊発行
17事業場でISO14001統合認証を取得



宝酒造「田んぼの学校」開始
妊産婦飲酒の注意表示実施
環境教育教材「リサイクルロード」発行
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
環境報告書「緑字決算報告書」初刊発行
焼酎のはかり売り開始

2010

2014(平成26年) 宝焼酎「ゴールデン」発売
2014(平成26年) スペインのコミンポート社の経営権を取得
2013(平成25年) イギリスのタザキフーズ社の経営権を取得
2013(平成25年) ジュレのお酒「果莉那Carina」発売



LP I:TaKaRaのあゆみ

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「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) コンプライアンス委員会を設置

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) 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

2000

1996(平成8年) お客様相談室を設置



「緑字企業報告書2014」に対する意見



千葉大学大学院 人文社会科学研究所 教授
倉阪 秀史

宝酒造の「緑字会計」は、日本の企業の中でも先駆的な取り組みとして高く評価されてきました。1998年という早い段階で発表された「緑字決算報告書」においては、「TaKaRaは緑字企業をめざします」と謳われ、「自然からの恩恵で事業活動を展開しているのなら自然に対してもその収支を報告しなければならないのではないか。私どもはこの自然環境に対する当社の事業活動の環境視点からの収支を「緑字」と名付けました。そしてその結果を「緑字決算報告書」として年1回、社会に対して報告することといたしました」と述べられています。その後、環境報告書からCSR報告書へと展開する中でも、当初の宣言通り、緑字会計に関する報告を今日に至るまで継続されていることは、高く評価されるべきです。

しかし、報告の内容としては、改善の余地があるのではないかと感じました。今回の第三者意見の執筆にあたって過去の報告書も拝見しましたが、「緑字企業報告書2008」まで、環境目標の達成状況についての過去5年間程度のグラフが示されていました。また、「緑字企業報告書2011」まで、ライフサイクルにわたる環境負荷量が掲載されていました。しかし、現在の報告書には、ライフサイクルの各項目に関する環境負荷の総量や、環境目標の達成状況に関する過去からの推移についての情報が掲載されていません。当初の報告書と現在の報告書を比較した場合、環境報告という観点からは後退しているのではないのでしょうか。

新しいECO指標が選定された2011年から現在までの指標の推移を過去の報告書から把握すると、事務所電気使用量、コピー用紙使用枚数、低公害車の導入率など毎年着実に改善している項目があります。過去からの年次

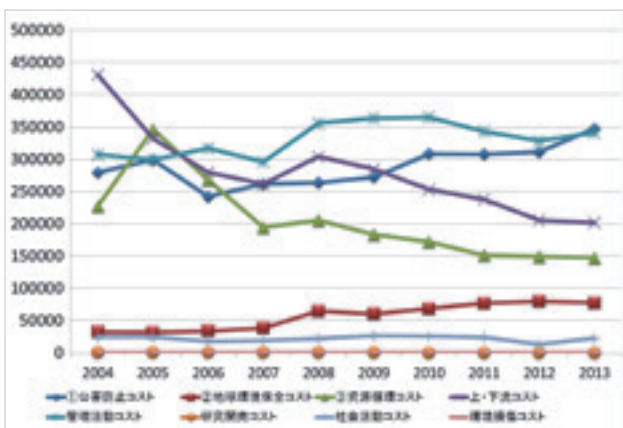
推移を示すことによって、このような努力を具体的にアピールすることができます。「社員のいきいきのために」の項目のように、環境の項目でも、過去からの年次推移がわかるように工夫すると良いと思います。

指標の中でも、二酸化炭素排出量や用水使用量の原単位は、残念ながら改善していません。二酸化炭素に関しては、電力会社のCO₂排出原単位が悪化していることが影響しています。用水使用量に関しては、アルコール度25度（焼酎）換算で原単位を出しているため、アルコール度数の少ない商品の売り上げが増えている影響で改善していないという説明です。企業努力を具体的に把握できるように、エネルギー消費量ベースの原単位データや売上げあたりの用水使用量データなどもあわせて示す必要があるのではないのでしょうか。

また、リユースに関する中心的な取り組みとして、はかり売りの拡大に取り組まれています。この点は他の企業にみられない貴重な取り組みです。新規開拓店舗数に関する目標を掲げて、毎年達成されていますが、この点でも「総量」が気になるところです。本報告書では現在全国で約160店舗に協力いただいている旨の記述がありますが、過去の報告書を見ると、2005年の段階で協力店舗数は210となっていました。酒屋さん自体の減少傾向が背景にあるのではないかと推測できますが、新規開拓店舗数のみではなく、協力店舗総数についての傾向も知りたいと思いました。

環境会計のデータについて、10年以上にわたって継続的に公表されていることは、大変すばらしいことです。環境保全コストには「投資」と「費用」がありますが、比較的継続性があると考えられる「費用」について過去10年間分をグラフにしてみました。途中で集計区分が変わっている

ところがあると思いますが、全体傾向としては、公害防止コストと地球環境保全コストが増加傾向にあり、容器包装リサイクル費用を含む上・下流コストや資源循環コストが減少傾向にあります。これは興味深い傾向です。コストがかかっていることが好ましくないということではありません。省エネやリサイクルへの支出は、エネルギー費用や廃棄物処理費用の削減というメリットを生み出します。できれば、メリット面も含めて、これらの傾向を評価していただくことが必要ではないでしょうか。



歴史が長い報告書は、毎年の記述がどうしても同じような内容になりがちです。とくに、毎年の数字などが記載されていない部分については、記述が固定してしまう傾向があります。理想としては毎年新しい活動内容を展開することが望ましいわけですが、そうでない場合にも、記事構成の見直し、イラストの入れ替えなどの工夫を行うことが必要です。

さらに、報告書の記述がわかりやすいものになっているかも常に確認することが必要です。たとえば、本報告書の特集記事に、「白壁蔵」「黒壁蔵」という言葉がでてきますが、最初はこれが工場であるとはわかりませんでした。会社概要のページを見て、白壁蔵が神戸、黒壁蔵が高鍋にある工場であることがわかりました。このような社内特有の用語には十分に気をつける必要があります。

以上、細かな点も含めて指摘させていただきましたが、宝酒造が他の企業に比べて先進的な取り組みを進められてきた事実はゆらぎません。今後も、環境マネジメントの先進企業として、継続的に活動を進められ、他の企業の範となる報告書を公表されることを願っております。

編集方針

「緑字企業報告書2014」は、宝酒造のCSR(企業の社会的責任)に関する取り組みを、ステークホルダー(利害関係者)の皆様によりわかりやすく誠実に報告することをめざして発行しています。

●対象組織:宝酒造株式会社単体の活動やデータを中心に報告しています。ただし、一部TaKaRaグループ企業の活動やデータを含みます。グループ企業を含むデータ部分については企業名を記載しています。

●対象期間:2013年4月1日~2014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:2014年7月

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、“日本の食文化を彩る~日本伝統の酒「和酒」~”と題して、「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことにちなんで、「和食」とともに日本の食文化を彩る宝酒造の「和酒」のおいしさや安全・安心への取り組み、そして日本の食文化を世界に広めていくための取り組みについてご紹介しています。

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。よろしくお願い申し上げます。

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:松本博久(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『日本赤十字社』に寄付されて
おります。