

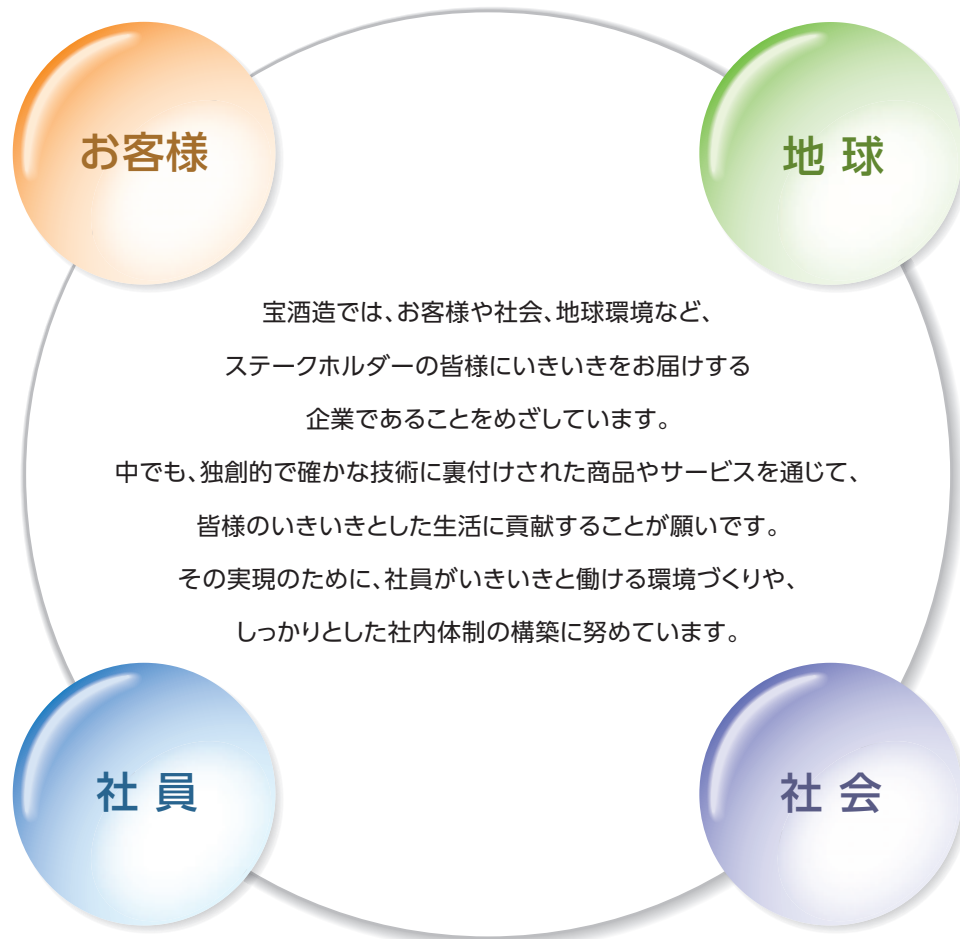
皆様の「いきいき」は私たちの「いきいき」

緑字企業報告書 2015

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」と定義し直し、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/pdf2015.htm>

 1～7 … 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、当社の主催する環境教育プログラム宝酒造「田んぼの学校」<収穫編>(P.21-22参照)で撮影されたもので、生徒の女の子が刈り取った稲束を持っているところです。田んぼの学校に参加の子供たちはみんないきいきとした表情をしており、そんな子供たちに「皆様にいきいきを届ける企業」であり続けたいという当社の想いを重ね合わせ、表紙の写真を選定しました。



目次

トップメッセージ	03
企業概要	05
事業紹介	07
〈特集〉世界に広がる日本の食文化	09
～宝酒造の海外酒類事業と海外日本食材卸事業～	

● 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
宝酒造「エコの学校」	23
タカラ・ハーモニストファンド	24
環境負荷削減の取り組み	25
環境会計	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、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。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重要なことであり、このため、当社の企業精神には自然環境に配慮する気持ちが受け継がれています。またその一方で、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。そのような理由から、当社との関わりが深い「自然保護」と「空容器問題」への取り組みを環境活動の2本柱と位置付けています。

当社の自然保護への取り組みは、1979(昭和54)年のサケを川に戻す市民活動を支援したカムバック・サーモンキャンペーンに始まり、企業の自然保護活動支援の先駆けとなりました。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、30年にわたって継続的に自然保護活動・研究の支援を行っています。また、2004(平成16)年より開催している宝酒造「田んぼの学校」は、次世代を担う子供たちに、自然の恵みの大切さやいのちのつながりを学んでもらう環境教育活動として取り組んでいます。

一方、当社が事業を展開するうえで避けて通れない空容器問題については、一般的なりデュース、リユース、リサイクルの3Rに、発生そのものを回避するリフューズを加えた4Rの考えで取り組んでいます。国内初のステイオン

タブの採用や中身だけをご購入いただく焼酎のはかり売りの展開、あらゆる容器の軽量化等、幅広い取り組みを長年にわたり続けています。こうした活動が評価され、2014(平成26)年には3R推進功労者等表彰において「内閣総理大臣賞」をいただきました。

この緑字企業報告書は、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CSR報告書です。また、特集ページでは、世界で広がる日本の食文化をテーマに、海外で清酒などを製造・販売する「海外酒類事業」と現地の日本食レストランに日本食材等を提供する「海外日本食材卸事業」についてとりあげています。特に30年以上前から米国で行っている、現地の米・米麴・水を使用したこだわりの酒づくりと、日本の食文化を世界に発信する取り組みについてスポットをあ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、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—

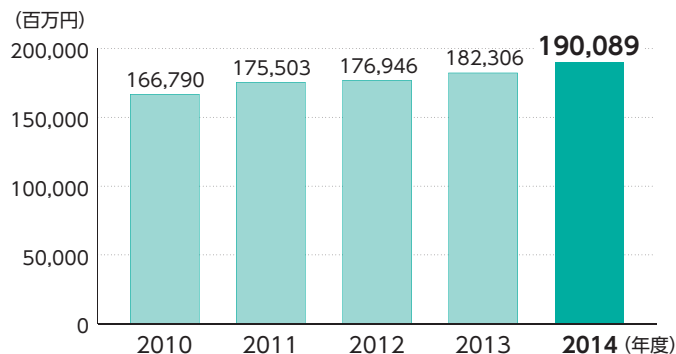
1. パートナーと協力し、自ら率先して仕事の質を高めます。
2. いつも「なぜ?」と問いかけ、変革をすすめます。
3. 自信と誇りにあふれるプロをめざし、スキルアップに努めます。
4. ユニークな発想で、摩擦を恐れず議論します。
5. 情報感度を磨き、目標に向かって迅速にチャレンジします。
6. 自己の言動に責任をもち、法・社会倫理を守り、自然との共生に取り組みます。

宝酒造株式会社 概要

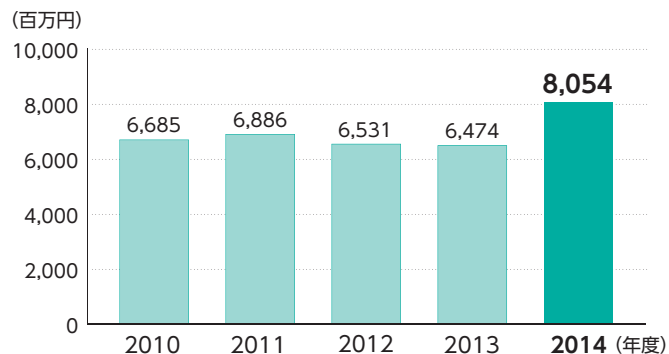
宝酒造株式会社は、持株会社である宝ホールディングス株式会社の傘下であり、酒類・調味料・酒精事業などを展開しています。

商号	宝酒造株式会社 (英文名:TAKARA SHUZO CO.,LTD.)	事務所	東京事務所(東京)
代表者	取締役社長 柿本 敏男	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)
設立年月日	2002年4月1日(持株会社体制移行により発足)	工場	松戸工場(松戸)・楠工場(四日市)・ 伏見工場(京都)・白壁蔵(神戸)・ 黒壁蔵(高鍋)・島原工場(島原)
資本金	1,000百万円	物流センター	東日本物流センター(松戸)・ 西日本物流センター(京田辺)
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		

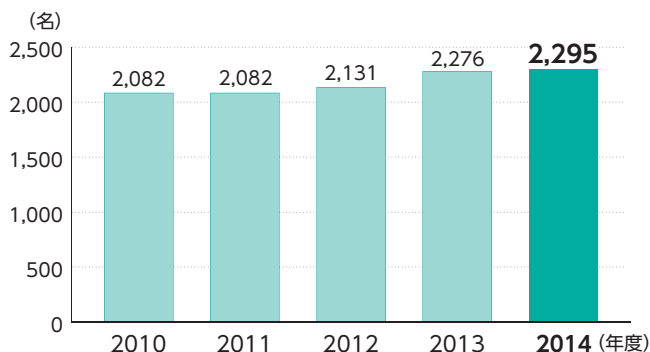
● 宝酒造グループ売上高



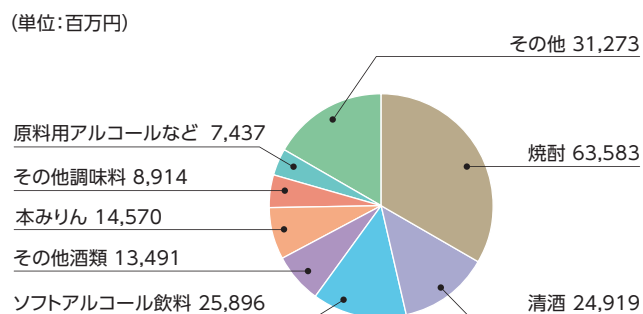
● 宝酒造グループ経常利益



● 宝酒造グループ社員数 (3月31日現在)



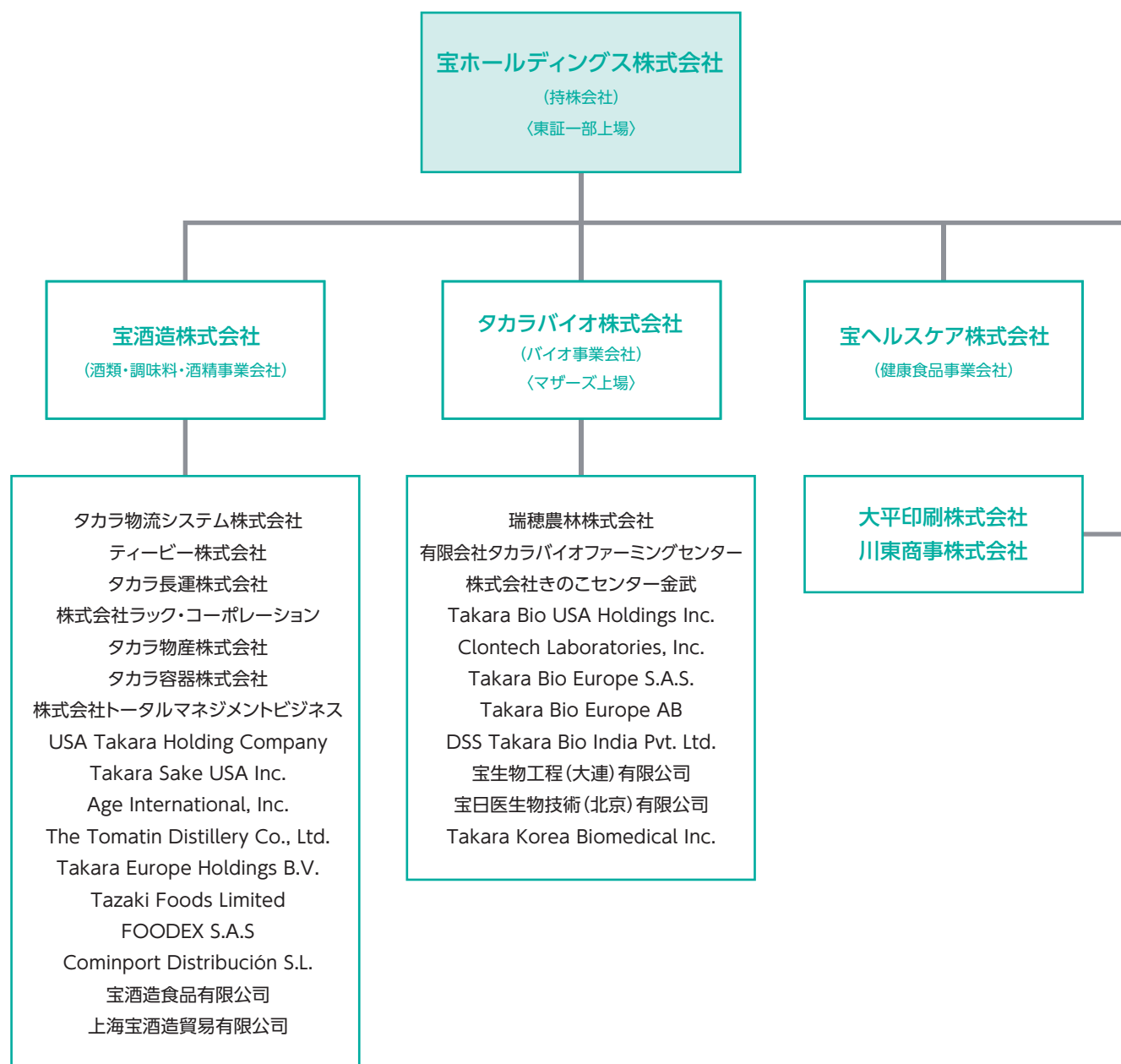
● 宝酒造グループカテゴリー別売上高



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」”、麦本来の味わいを追求した“本格麦焼酎「知心剣」”をはじめとするこだわり商品、日常の晩酌ニーズにきめ細かく対応する「よかいち」など、独自の技術によるオリジナリティーのある商品を開発・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を完成させ、新感覚のスパークリング清酒“松竹梅白壁蔵「霽」”や“松竹梅「白壁蔵」<生酏純米>”などの高品質酒を送り出しています。

また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ています。

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、業界初となる果汁を使用しながらも5つのゼロ(糖質ゼロ、プリン体ゼロ、甘味料ゼロ、香料ゼロ、着色料ゼロ)を実現した“TaKaRa果汁入り糖質ゼロチューハイ「ゼロ仕立て」”やジュレタイプのリキュール“ジュレのお酒「果莉那-Carina-」”などお客様に新しいおいしさをお届けする商品の開発・育成に取り組んでいきます。



■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」^{とうはい}”は、全量手づくりでこだわった伝統製法による深い味わいと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“ブランドン”、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、惣菜や加工食品などに適した酒類調味料「京寛」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“ブランドン”を扱うエイジ・インターナショナル社、スコッチウイスキーの製造・販売を行うトマーチン社の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ード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社をパートナーに迎えるとともに、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の構築を図り、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きます。



Takara Sake USA Inc.

世界に広がる日本の食文化

～ 宝酒造の海外酒類事業と海外日本食材卸事業 ～

近年、世界的な健康志向の高まりなどから、和食への注目が集まっています。2013年には「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たこともあり、国をあげて日本の食文化を広める取り組みが積極的に行われています。

この和食人気に伴って、日本伝統の酒である清酒、焼酎といった「和酒」も和食をひきたて、日本の食文化に彩を添えるものとして関心が高まっています。今回の特集では“世界に広がる日本の食文化”をテーマに、宝酒造の海外事業の2本柱である和酒や洋酒の製造・販売を行う「海外酒類事業」と、日本の食材などを現地のレストランや小売店などに販売する「海外日本食材卸事業」についてご紹介します。

高まる和食人気と清酒の需要

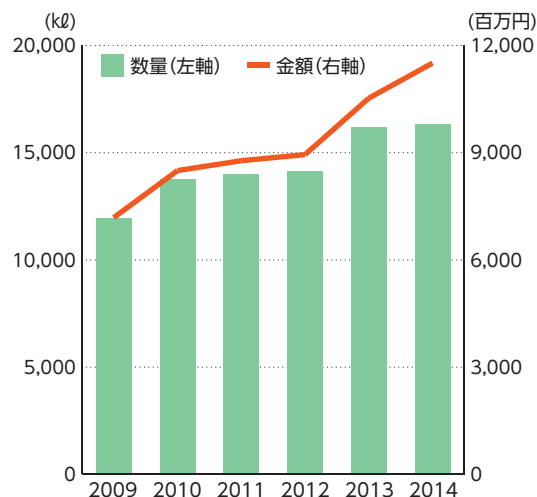
日本食レストランや清酒を取り扱う小売店等の広がりとともに、清酒の輸出量はこの5年で約140%、当社の海外販売数量も同等に伸長しており、今後もますます清酒の需要が拡大していくものと思われます。

また、伝統的な造りの清酒だけでなく、時流に合わせた新感覚の清酒、松竹梅白壁蔵「霽」スパークリング清酒は海外でも好評で、輸出国も20カ国以上に広がっており、国内だけでなく海外への広がりにも期待しています。

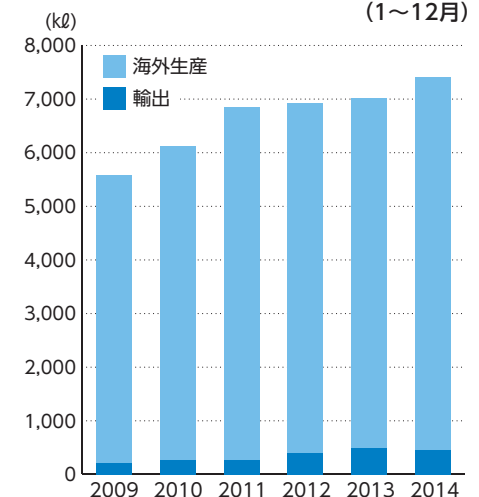
このような中、宝酒造の海外酒類事業は輸出のほか、アメリカと中国では現地での清酒「松竹梅」やみりんなどの製造・販売を行い、日本に勝るとも劣らない「おいしさ」と「安全・安心」の両面で高品質の酒づくりに取り組んでいます。



● 清酒の輸出量の推移(1～12月)



● 宝酒造の販売数量(輸出・海外生産量)の推移(1～12月)



日本に負けない米国宝酒造の酒づくり

安全・安心と品質へのこだわり

全国新酒鑑評会で12年連続金賞受賞している宝酒造の酒蔵「松竹梅白壁蔵」(神戸市灘区)。その「白壁蔵」を長年率いてきた仲 義博。米国宝酒造の社長としてアメリカにおける清酒づくりの最前線に立つ現在、アメリカの清酒市場や米国宝酒造の取り組みについて話を聞きました。

アメリカにおける清酒ファンは近年確実に増えていると感じます。アメリカで清酒を提供する日本食レストランが登場した当時は日本人相手が中心でしたが、今では多くのアメリカの方が日本食レストランを一人で訪れ、食中酒として清酒を楽しんでいる姿を見かけます。また、昔は温めて飲む“ホット・サケ”が中心でしたが、今では吟醸酒が冷やして飲まれるほか、にごり酒やライチなどの香りをつけたフレーバー酒など、現地の食文化やニーズに合わせてさまざまな清酒が楽しめるようになっており、人気とともに飲まれるお客さま側の知識も深まってきていると感じます。

宝酒造はアメリカで30年以上にわたり清酒づくりに取り組んできました。基本的な製造工程はもちろん、設備や機械は日本から持ち込んでいるため、日本国内と大きな違いはありませんが、米、米麹、水などの原料は現地のもので使います。日本で培われた技術を用い、現地の原料に適した条件を試行錯誤し日本と同じように厳しく品質管理することによって、米国でも日本産の清酒と遜色ない品質に仕上げる努力を重ねています。

清酒づくりや品質管理を丁寧に行ってきたことで、米国宝酒造創立30周年(2013年)の折には、素晴らしい大吟醸



米国宝酒造株式会社 社長 仲 義博

酒が生まれています。味と香りのバランスがとてもよく、どこに持っていても、誰もが“ワンドフル!” “おいしい!”と喜んでくれるのです。その人気には私も驚かされました。そんな清酒を現地でつくることができた今、米国産の清酒は今後もさらに評価される可能性を秘めていると感じています。

また、米国宝酒造で清酒づくりを紹介する展示スペース「酒ミュージアム」と「テイスティングルーム」は、年間約1万人の方にご来場いただいています。今後も日本の食文化としての清酒の本質を知っていただく活動をすすめ、米、米麹、水のみで造る伝統の酒づくりに真摯に取り組むとともに、現地で製造しているからこそわかる、消費者のニーズに応えたより良い商品づくりに取り組んでいきます。



● 米国宝酒造の主な商品ラインアップ

左から松竹梅クラシック、松竹梅にごり酒、フレーバー酒「HANA」(フジアップル)、松竹梅純米大吟醸



テイスティングルーム



酒ミュージアム

日本の食文化を世界に届けたい

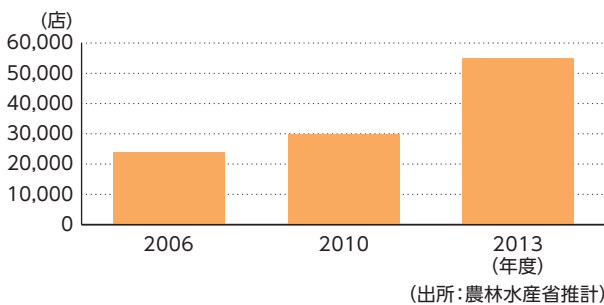
宝酒造では海外の日本食レストランや小売店に、日本の食材などを販売する「海外日本食材卸事業」に取り組んでいます。ここでは伸長著しい、欧州での取り組みを中心にをご紹介します。

おいしさとヘルシーさを兼ね備えた「和食」の人気の各国で高まり、海外での日本食レストラン数は約10年前に比べると2倍以上に増加しています。中でも欧州には日本食レストランが約5,500店舗あると言われており(2013年度:農林水産省推計)、寿司や天ぷらなどの手軽に食べられる和食を取り扱うレストランを中心に、店舗数が増加しています。

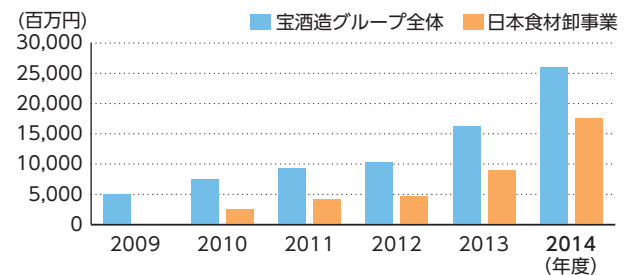
こうした世界的な和食人気の中、宝酒造では和食をつくるために必要な米、のり、しょう油、お酢などのさまざまな和の食材や周辺商材を現地のレストランや小売

店に販売する「海外日本食材卸事業」を展開しています。2010年にフランスのフードックス社の株式を取得して海外日本食材卸事業に本格参入し、その後イギリスのタザキフーズ社とスペインのコミンポート社をパートナーに加え、欧州で最大規模となる海外日本食材卸グループとなりました。宝酒造では今後もそれぞれの国や地域の市場特性に合わせた活動を展開し、「海外酒類事業」と「海外日本食材卸事業」の両事業を拡大するとともにさらなる日本の食文化の普及に取り組んでいきます。

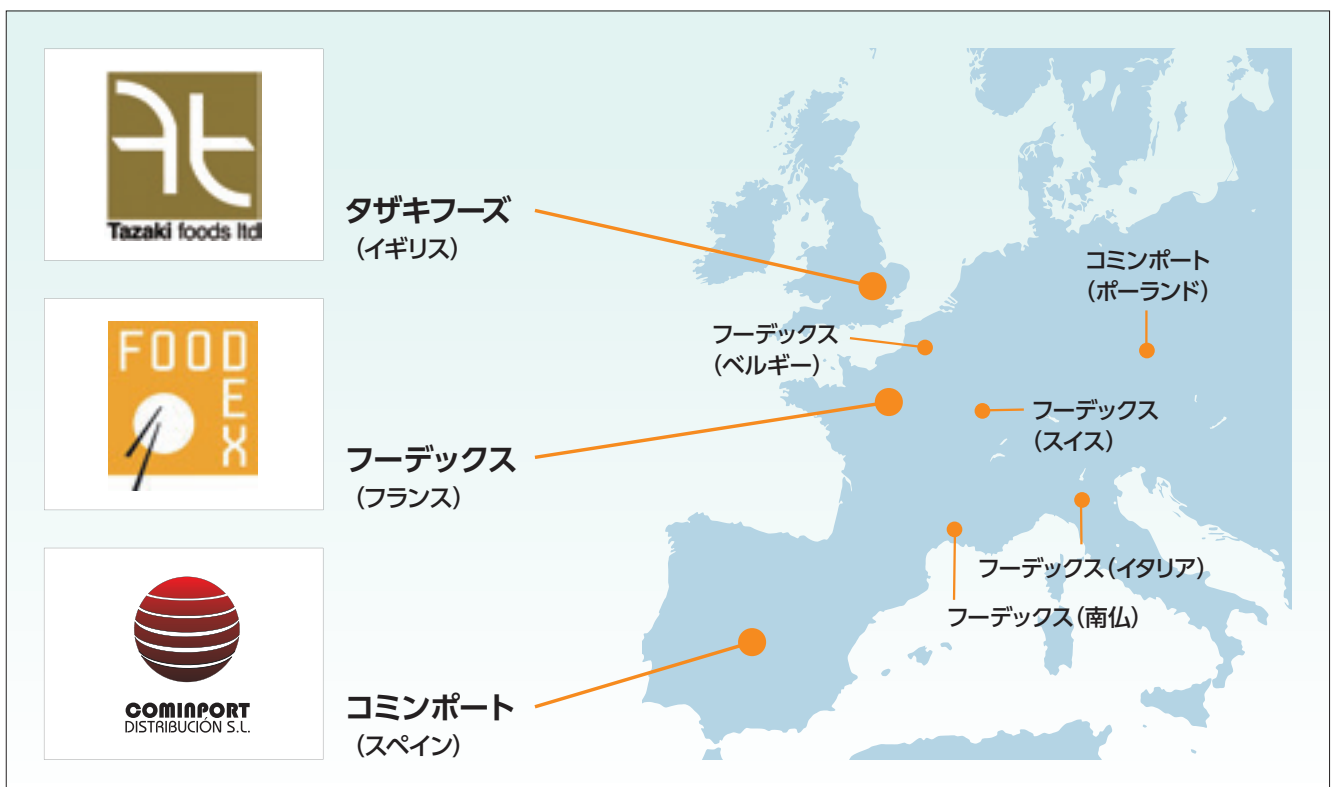
● 海外における日本食レストランの数の推移



● 宝酒造グループ海外連結売上高・日本食材卸売上高推移



宝酒造グループのヨーロッパにおける海外日本食材卸事業の拠点



ここでは、日本食材卸会社のそれぞれの取り組みについてご紹介します。

フーデックス(フランス)

1992年にパリで創業以来、スイス、イタリア、フランス南部、ベルギーへと拠点を拡大し、現在はフランス最大規模の日本食材卸会社として各国の日本食レストランを中心に食材を届け、欧州における日本食市場の着実な成長を支えています。

食の都パリでも和食は浸透してきており、近年では、寿司や天ぷらといった従来からの人気メニューに加え、焼き鳥、ラーメン、うどんなどの専門店も増え、幅広い和食の人气が高まっています。また飲食店だけでなく、おしゃれなテイクアウト寿司のチェーン店が街角や現地大手スーパーにも目立ち、和食がより身近な食として広がりを見せています。

今後も欧州各国に拠点を持つ幅広い販売網を活かし、さらなる日本食市場の拡大をめざします。

タザキフーズ(イギリス)

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で、1978年の創業以来、30年以上にわたりイギリスの日本食市場を牽引してきました。2013年に宝グループに加わり、フーデックス社やコミンポート社とも連携し、欧州における和食の普及・拡大の一翼を担っています。

タザキフーズ社が所有する日本食材のプライベートブランド“Yutaka”はイギリスの大手スーパーチェーン店で取り扱いが進んでおり、現地の方が手軽に入手できる日本食材として、和食がイギリスの家庭に浸透するきっかけとなっています。

また現地の大学や在英大使館で行われる日本食イベントに参加するなど、日本の食文化の普及活動にも積極的に取り組んでいます。

コミンポート(スペイン)

スペインのマドリードに本拠を置き、バルセロナと地中海沿いの都市アリカンテにも支店を持つスペイン最大規模の日本食材卸会社です。

豊かな食文化で知られるスペインでも和食人気は高まっており、マドリードにはミシュランでも高く評価されている日本食レストランもあります。他にも高級店から大衆店まで多くの日本食レストランがあり、コミンポート社が日本や世界各国から調達した食材を供給しています。

また2011年にはポーランドにも拠点を開設し、さらなる和食の普及・拡大に貢献しています。



人気のテイクアウト寿司チェーン店



大手スーパー内に並ぶ「Yutaka」ブランド



商談の様子

VOICE



タザキフーズ社
安東 政文

「お米20kg1袋、てんぷら粉1袋、西京味噌3kg、白ごま1袋、わかめ2袋、たこやき2袋、刻みゆず2袋、生わさび2本、滯6本、以上でご注文はよろしいでしょうか」このような注文のやり取りが、英語、日本語、時には中国語で日々繰り返されています。

私の主な業務は、レストランや小売店向けに日本食材や清酒などを販売することで、在英国日本大使館や英国の大学で行われる日本食イベントにも参加し、日本食の普及活動に取り組んでいます。タザキフーズでは1,000種類以上の食材と150種類以上のお酒を販売しており、最近ロンドンでは現地有名レストランやスーパーで「ゆず」が注目されています。ゆずが“YUZU”として現地の方に認知されているのは日本人として嬉しい限りです。今後も日本食材はより広がる可能性を秘めており、ゆず以外のさまざまな日本食材が英国で活躍できると期待しています。



YUZUソース

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。

品質マネジメントシステムの国際規格ISO9001の認証を全工場で取得し、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

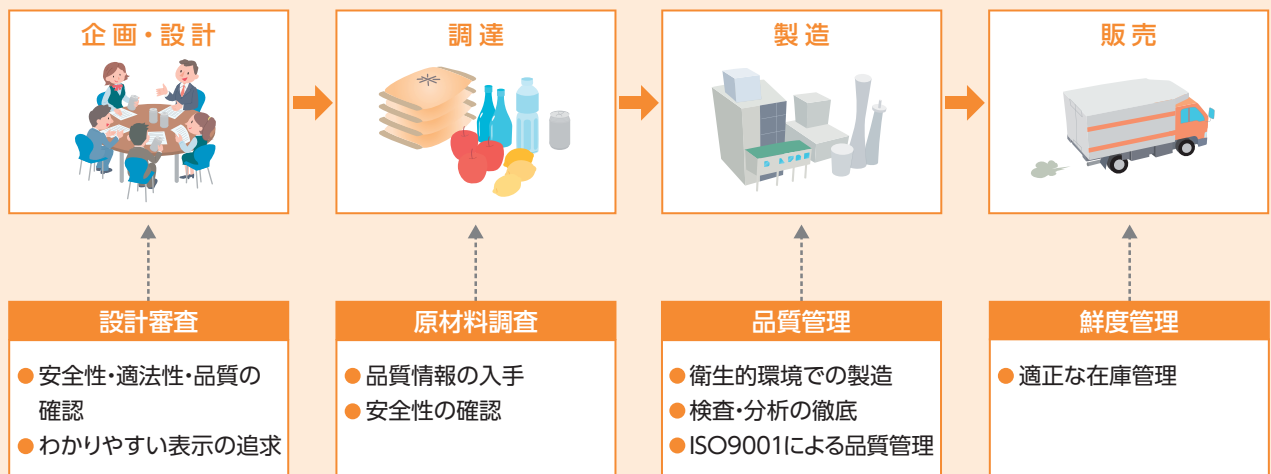
設計段階では、品質規格、商品の安全性から容器・包装品、製造工程に至る商品の設計内容すべてに対し、デザインレビュー(設計審査)の手法を用いて適法性や妥当性を確認しています。

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。主に揮発性のにおい成分、異臭成分などについて、多成分を高感度に定量分析することができます。



分析の様子

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^{むじんぷく}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

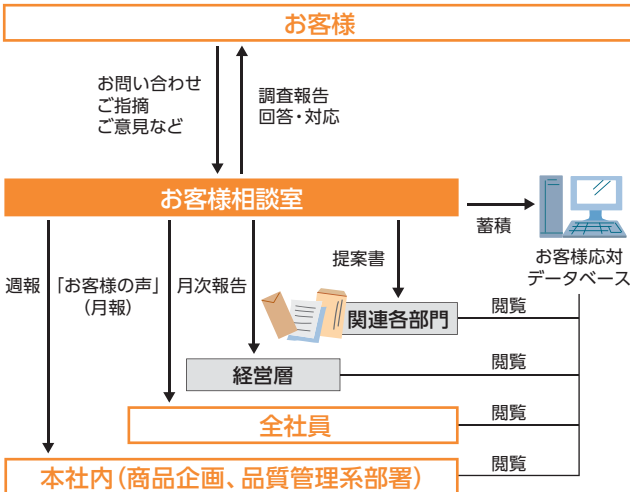
お客様の声を商品とサービスに反映

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架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ができるよう努めてまいります。

 B: お客様相談室

● お客様の声の社内フィードバック

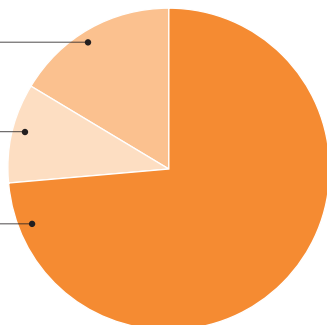


● お客様相談件数と内訳 2014年度 7,844件

その他 1,268件

ご指摘 790件

お問い合わせ 5,786件



消費者視点の「お客様満足」に向けて

JISQ10002 (ISO10002) の自己適合宣言

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

お客様満足のための基本方針

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

お客様対応の行動指針

- ① お客様に対して、誠実、迅速、確実を心がけ、真摯に対応します。
- ② お客様に対して、公平かつ公正な対応に努めます。
- ③ お客様に対して、適切でわかり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

お客様の声を反映した改善事例

宝酒造では、お客様から寄せられるご意見などを参考に、よりお客様に満足していただける商品づくりや商品の改良に取り組んでいます。

【事例1】ごみの分別

シュリンクフィルムをより簡単にはがしやすく改良
(2013年)

<お客様の声>

「商品のシュリンクフィルムがはがしにくく、苦勞しています。もう少しはがしやすくしてください」

<改善点>

・焼酎の220mlペットカップのシュリンクフィルムを改良しました。シュリンクフィルムはミシン目に沿ってはがすようになっていますが、写真のように取っ掛かり(ツマミ)を大きくしたり、底面側には凹部をつくりました。

改善前



改善後



【事例2】商品名の表示

背面からも商品がわかるように改良 (2011年)

<お客様の声>

「収納棚に並べて背面から見ると、他の調味料との区別がつきにくい」

<改善点>

・タカラ本みりんの1.8ℓ取手付きペットボトルのラベルの背面にも商品名の表示を入れ、どの方向からでも本みりんであることが判別できるようにしました。



正面

背面

【事例3】製造年月日の表示

キャップの表示と色味を改良 (2014年)

<お客様の声>

「キャップを開ける方向がわかりにくい」
「製造年月日が読みにくい」

<改善点>

・スパークリング清酒「霽」の開栓方向をわかりやすくするため、キャップの側面に矢印を追加しました。
・同キャップの表示を見やすくするため、キャップ天面の色合いを見直し、青の色味を薄くしました。

改善前



改善後



改善前



改善後



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。

パウチパックな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るので、紙パック容器のような解体・分別は不要です。

発売以降好評をいただき、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」、タカラ「料理のための清酒」

おいしさと機能性を実現した高アルコールチューハイ

近年健康志向の高まりにより、糖質ゼロなどの機能性を訴求した商品に注目が集まっています。宝酒造でチューハイユーザーを対象に調査を行ったところ、人工的な味わいや甘さに不満が多いことがわかりました。そこで、当社独自の「果実のおいしさ閉じ込め製法」により、業界初となる、果汁を使用しながらも糖質、プリン体、甘味料、香料、着色料ゼロと「5つのゼロ」を実現し、キレのある果実感と飲みごたえのある高アルコールチューハイ「TaKaRa果汁入り糖質ゼロチューハイ「ゼロ仕立て」」を開発しました。



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	0g/
食物繊維	0g/
ナトリウム	0mg
プリン体	0mg
※1:食品添加物としての甘味料(人工甘味料)は使用していません。	
※2:栄養表示基準に基づき、100mlあたり糖質0.5g未満を糖質ゼロとしています。	

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。

その他の醸造酒

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

アレルギー表示の例



お客様の健康への配慮

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。缶入り製品および300ml以下の酒類製品で、アルコール分10度未満の全ての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

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

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。

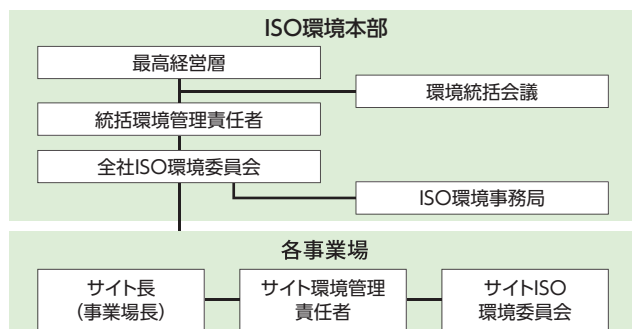
TaKaRaグループ環境マネジメントシステム

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、および宝ホールディングス、トータルマネジメントビジネスで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、自主基準を設定しています。

なお、2014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、紙パック、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年より環境教育プログラム宝酒造「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。その一環として、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」は京都府後援のもと、地元農家や環境NPO法人、大学生など多くの方々の協力を得て運営しています。

 D: 宝酒造 田んぼの学校

春

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の生き物を観察しました。

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

夏

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、トゲや臭いで危険から身を守る植物など、たくさんの生き物を観察しました。

草取り体験



家族みんなで草取りをしました



草取りマシン「田打ち車」を体験

自然観察



珍しい生き物を発見!

秋
収穫編

稲刈り体験では、1mを超える大きさに育った稲を鎌で刈り取ります。また、千歯こきやこきばしによる脱穀も体験しました。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、いろいろな方法で子孫を残す生き物の知恵を学びました。

稲刈り体験



鎌を使って稲を収穫

脱穀体験



昔の脱穀も体験

自然観察



捕まえたバッタを観察

冬
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。最後に、食育の授業として、日本の食文化「おせち」の由来を学びました。

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



食育の授業



大学生による食育授業

翌春
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/03/>

地球の
「いきいき」の
ために

宝酒造「エコの学校」

次世代を担う子どもたちに、ごみ問題の現状やごみを減らす方法について伝えます。

宝酒造「エコの学校」

宝酒造では、ごみ問題の現状やごみを減らす方法を親子で楽しく学べる宝酒造「エコの学校」を2012年より開催しています。2014年はこれまでの京都市(京エコロジーセンター)に加え、新たに神戸市(こうべ環境未来館)でも開催しました。8月初旬の夏休みに京都と神戸合わせて計4回開催し、約100名の参加者がありました。

「エコの学校」は3時間構成となっており、1時間目は施設の展示物を見学しながらごみ問題の現状を、2時間目はごみを減らす方法について学んできました。3時間目はお酒の紙パックからパルプを回収し、これを原料に紙漉きを行ってオリジナル絵はがきを作りました。

今後も開催都市を拡大していきたいと考えています。

 E:宝酒造 エコの学校

1時間目

環境学習施設のごみに関する展示物を見学しながら、地域のごみ問題の現状について学びます。



地域のごみの量やごみの処理にかかる費用等について説明を聞きます

2時間目

マイバックの持参や繰り返し使用など、ごみを減らす方法について学びます。



「マイバック使っている人〜?」の質問に、たくさんの手が上がりました

3時間目

アルミ付き紙パックから回収したパルプを使って紙漉き体験。思い思いの絵柄のオリジナル絵はがきを作ります。



紙パックからアルミ部分を剥がします



紙漉きをしてオリジナルの絵はがきを作成



素敵な絵はがきが完成しました!



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/04/>

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。2014年度は、多数の応募の中から、「宝島の海とあゆむ大学生プロジェクト」など全国で11件の自然環境保全に関する活動・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312件、助成金累計額は1億4973万2千円になりました。

 F: タカラ・ハーモニストファンド

● 2014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 オオタカ保護基金	栃木県	サシバと里山の生きものを守る谷津田ビオトーププロジェクト
	ブルーエコサポート事務局	静岡県	伊豆半島におけるアオリイカの産卵床の設置
	NPO法人 漁師のNPO	高知県	高知県室戸岬で捕獲されるウミガメ類の実態調査
	いなべの里山を守る会	三重県	里山の保全活動と環境保全啓発活動
	宝島の海とあゆむ大学生プロジェクト	鹿児島県	鹿児島県トカラ列島「宝島」沿岸地域における海外製漂着ゴミ調査と子どもたちの環境教育活動
研究の部	日本野鳥の会道北支部	北海道	北海道北部における鳥類生息分布に関する調査
	島田 健一郎	北海道	アライグマ低密度生息地域における捕獲方法の開発
	中川 雅博	滋賀県	侵入初期の要注意外来生物タイワンシジミの順応的管理手法による個体数抑制
	東 浩司	京都府	さく葉標本から読み解く野生植物における外来系統の侵入・分布拡大過程の解明
	タンポポ調査・西日本実行委員会	大阪府	西日本の絶滅危惧タンポポの分布に関する研究
	横川 昌史	熊本県	草原再生が半自然草原の植生と土壌に与える影響の検証

VOICE

鹿児島県トカラ列島「宝島」沿岸地域における海外製漂着ゴミ調査と子どもたちの環境教育活動



「宝島の海とあゆむ大学生プロジェクト」は、鹿児島県トカラ列島の宝島にて活動する学生団体です。2013年、宝島の海に流れつく漂着ゴミ問題をきっかけに、島のバナナ農家さんと東京都の大学生がつながることで活動をスタート。初回の活動では、漂着ゴミの実態調査を行い、結果、宝島のカメレオン色の海にアジア諸国から多くのプラスチックが流れ着いていることが分かりました。2014年は、宝島の子どもたちへの環境教育と、島暮らしを通じて大学生の人材育成を実施しました。宝島の美しい自然を通して、若い世代に、自然保護の大切さを学んでほしいと考えています。

宝島の海とあゆむ大学生プロジェクト

地球の「いきいき」のために

環境負荷削減の取り組み

宝酒造は、酒類の製造メーカーとして商品の開発から原材料の調達、商品の生産、物流、販売に至るすべての段階で、地球環境への負荷削減に取り組んでいます。

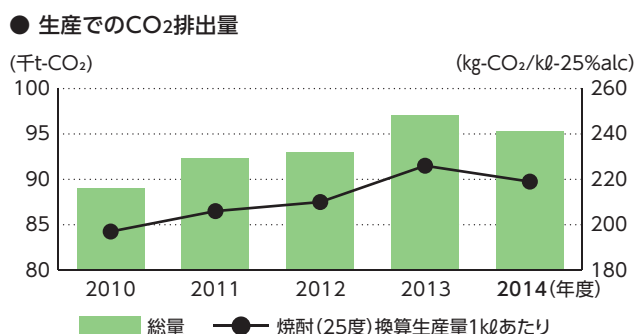
CO₂の削減

生産でのCO₂削減

アルコールの蒸留や製品の殺菌のために使う蒸気をつくる際にガスや重油を使います。また、製品を容器につめる際に電気を使用します。

宝酒造では、日々の省エネ活動やガスボイラーへの転換など省エネ設備を導入することで生産部門からのCO₂排出量の削減に取り組んでいます。

2014年度は重油ボイラーの一部をガスボイラーへ転換したり(楠工場)、アルコール蒸留工程の改善などの効果で、2013年度と比較して総量、原単位とも改善しました。



〈生産でのCO₂削減の取組事例〉

- ・重油ボイラーからガスボイラーへの転換および高効率ボイラーへの更新
- ・蒸気や高温排水の廃熱の再利用
- ・コージェネレーション(熱電供給)システムの導入



マイクロガスタービンコージェネレーションシステム
発電用ガスタービンから排出される高温の排気によって蒸気を作ることで燃料を効率的に利用しています。

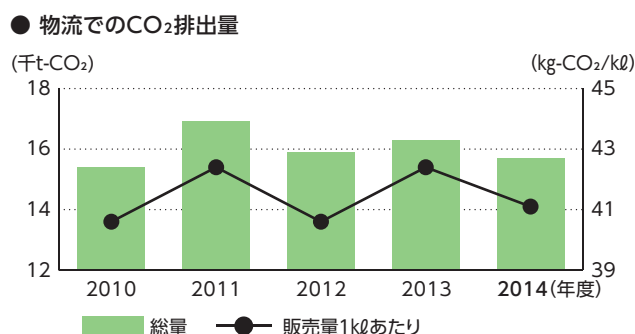
物流でのCO₂削減

工場からトラックや鉄道、船舶等で商品を運ぶのに伴いCO₂が発生します。

宝酒造では物流の効率化や省エネ運転、モーダルシフト※の推進により、物流部門からのCO₂の排出量の削減に取り組んでいます。

2014年度は消費地生産による東西間の輸送の削減に努めたことで、2013年度と比較して総量、原単位とも改善しました。

※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。



〈物流でのCO₂削減の取組事例〉

- ・フェリー、鉄道等へのモーダルシフト※
- ・消費地生産による東西間の転送の削減
- ・物流子会社による高積載トラックの開発



専用タンカーでのアルコール輸送
島原工場で蒸留したアルコールを神戸まで専用タンカーで運んでいます。

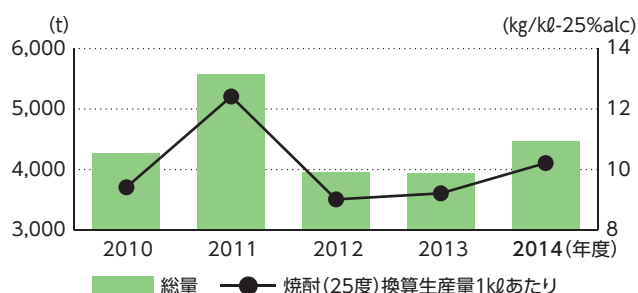
廃棄物の削減

工場では焼酎粕などの副産物や排水汚泥、原料や容器の運搬資材の廃棄物が発生します。

そのため焼酎粕の飼料化やかつお粕の肥料化など食品系副産物の有効利用により工場廃棄物排出量の削減に取り組んでいます。

2014年度は飼料原料として販売していた焼酎粕の一部が需要低迷による減少で産業廃棄物となったため、2013年度と比較して総量、原単位とも増加しました。

● 生産での廃棄物排出量



〈廃棄物削減の取組事例〉

- ・焼酎粕飼料化設備の導入
- ・排水汚泥の減容化

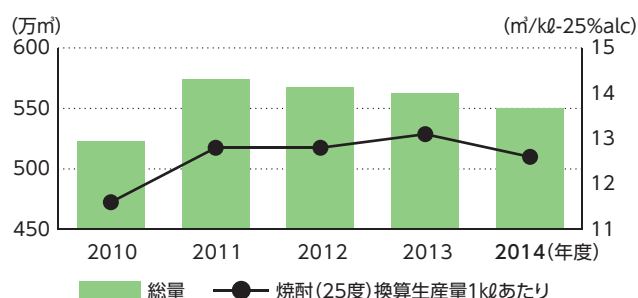
用水使用量の削減

お酒の仕込水として水を使用するほか、装置や容器の洗浄および冷却などにも水を使います。

生産工程での水の再利用や節水により用水の削減に取り組んでいます。

2014年度は生産設備の洗浄方法の改善などを進め、2013年度と比較して総量、原単位とも改善しました。

● 生産での用水使用量



空容器問題への取り組み

空容器の発生回避に向けて

一般家庭から出るごみの5割強(容積比)は、容器包装が占めています。

このため、宝酒造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、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。

☑ G:環境に配慮した容器・包装

☑ 2:720mlリターナブルびんの推移

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。

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2015年3月までに、2.7lペットボトル換算で約792万本、段ボール約198万枚を節約することができました。



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、2014年度はジュレのお酒のパウチパック採用や業務用調味料のコンテナでの販売など計12件の環境配慮型商品の開発や改良を行いました。

☑ 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

地球の「いきいき」のために

環境会計

環境会計ガイドラインに基づく環境会計、並びに当社独自指標である緑字決算を公表します。

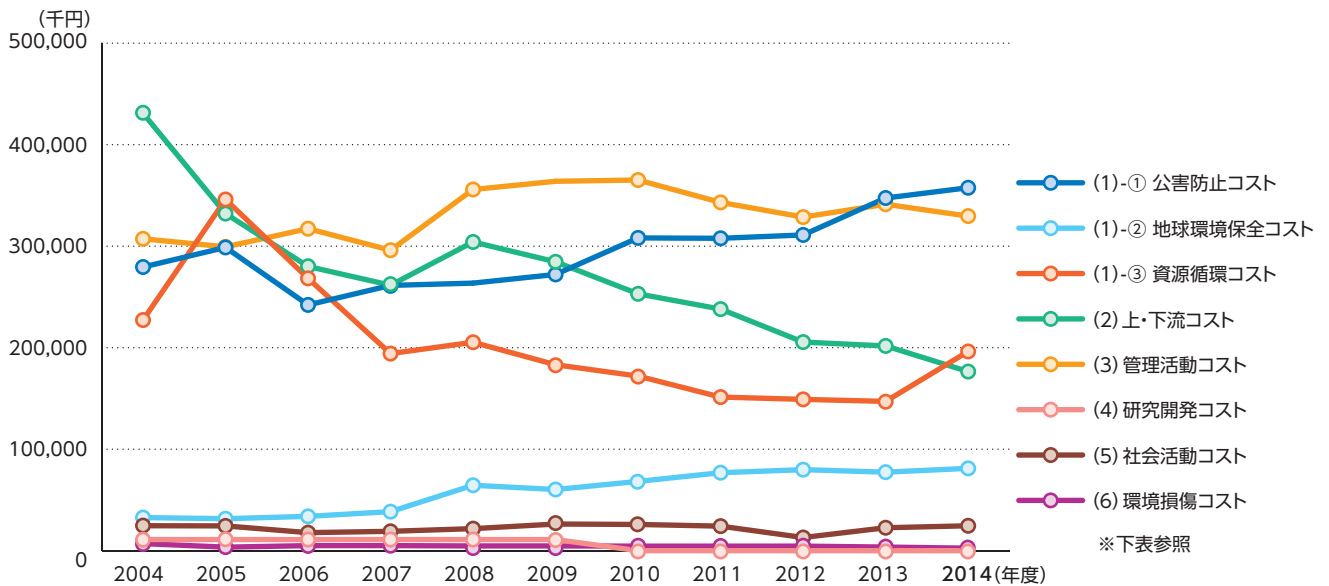
環境会計ガイドライン(環境省)に基づく環境会計

継続性のある「費用」について2004年度以降の推移を以下のグラフに示します。

環境会計ガイドライン(環境省)に基づく分類において、過去11年間で「公害防止コスト」と「地球環境保全コスト」が増加する一方、「上・下流コスト」と「資源循環コスト」が減少傾向にあります。「公害防止コスト」はボイラー、排水処理施設の保守点検や修理等、大気汚染や水質汚濁を防止するための費用、「地球環境保全コスト」は省エネに配慮した効率的な設備の点検・補修費用などが多くを占めています。「上・下流コスト」は販売した商品の容器のリサイクル費用が減少しています。「資源循環コスト」が2013年度まで減少傾向にあるのは、廃棄物の有効利用が進み、産業廃棄物の処理費用が減少したためです。

2014年度の環境会計は、投資額合計が197,075千円、費用額合計が1,165,668千円で、2013年度に比べて投資、費用とも増加しています。主な増加要因は、焼酎粕焼却設備の補修などによる「資源循環コスト」の増大によるものです。

● 過去11年間の環境会計(費用)のグラフ



● 2014年度環境会計(2014年4月～2015年3月)

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)		157,633	635,007
内訳	① 公害防止コスト	26,563	357,573
	② 地球環境保全コスト	77,967	81,133
	③ 資源循環コスト	53,103	196,301
(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	5,822	176,490
(3) 管理活動における環境保全コスト(管理活動コスト)	環境マネジメントシステムの整備・運用、環境設備の運用など	33,640	329,624
(4) 研究開発活動における環境保全コスト(研究開発コスト)	製品等の製造段階における環境負荷の抑制のための研究開発	0	0
(5) 社会活動における環境保全コスト(社会活動コスト)	環境教育イベント実施、環境NPO支援など	0	24,545
(6) 環境損傷に対応するコスト(環境損傷コスト)	産業廃棄物適正処理推進基金	0	2
合計		197,075	1,165,668

(集計範囲: 宝酒造単体、単位: 千円)

緑字決算

環境活動の成果を独自指標で評価

企業は、原材料やエネルギーを利用したり、廃棄物や温室効果ガスを排出するなど、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。

緑字決算の定義

原材料の調達から生産、物流、消費後に至るまでのすべてのプロセスで発生する環境負荷の中から重要な環境負荷項目を選定し、その環境負荷の改善度をECO(エコ)という1つの統合指標で表したものです。

緑字決算ECOの算出方法

①「緑字決算」の指標に選定した環境負荷項目はそれぞれ単位が違うので単純には比較できません。そこで、それぞれの環境負荷の基準年(2013年度)からの改善率(%)を求めることにより単位を揃えました。

②環境負荷の影響度はそれぞれ異なっているので、改善率を単純には平均出来ません。そのため環境負荷項目に重み付けを行いその「重み付け係数」を掛けて個別ECOを求めたあと、その平均をとって統合指標ECOを算出しました。なお、「重み付け係数」の決定にあたってはインターネット上で、約1,000人の方に重要度の順位付けを行っていただきその結果を係数化しました。

$$\text{個別ECO} = \text{項目ごとの改善率} \times \text{重み付け係数}$$

$$\text{緑字決算ECO} = \text{個別ECOの平均値}$$

図5: 緑字決算対象項目選定と重み付け詳細

2014年度の緑字決算は+0.2ECO

容器包装の減量化や省エネ、省資源活動の結果、原料、燃料、用水などの削減が進み、9項目中6項目がプラスECOとなりました。

一方で、飼料原料として販売していた焼酎粕が需要減のため産業廃棄物となり、「工場廃棄物」が大幅なマイナスECOとなりました。

その結果、2014年度の緑字決算は+0.2ECOとわずかにプラスとなりました。

● 2014年度 緑字決算報告(2014年4月～2015年3月)

	地球環境からの調達					地球環境への放出			
	原材料の調達		資源・エネルギーの調達			大気・水系への排出		廃棄物の排出	容器包装の排出
(単位)	原料 (t)	容器包装 (t)	燃料 (物流を含む) (kℓ・原油換算)	電力 (kwh)	用水 (千m)	CO ₂ (物流を含む) (t-CO ₂)	工場排水 (千m)	工場廃棄物 (t)	リサイクル されない 容器包装 (t)
2014年度	148,942	47,381	39,739	41,146	5,501	110,985	4,138	4,465	11,885
2013年度(基準年)	152,054	49,769	40,385	41,116	5,626	113,466	4,054	3,938	12,617
①改善率(%)	2.0%	4.8%	1.6%	-0.1%	2.2%	2.2%	-2.1%	-13.4%	5.8%
②重み付け係数	0.94	1.04	1.07	1.13	0.89	1.08	1.06	1.00	0.78
個別ECO=①×②	1.9	5.0	1.7	-0.1	2.0	2.4	-2.2	-13.4	4.5

②の重み付け値はインターネットアンケート調査により決定します。
リサイクルされない容器包装=容器包装×(1-容器包装のリサイクル率)

図6: 環境データ算出方法 図7: 過去の緑字決算結果

環境決算 ECO	+0.2
----------	------

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

2015年2月にインターネット動画募金*を実施し、公益社団法人日本環境教育フォーラムに386,195円、NPO法人中部リサイクル運動市民の会に313,815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である、宝酒造「田んぼの学校」(P.21-22参照)や宝酒造「エコの学校」(P.23)の様子をそれぞれ3分程度にまとめた動画をご覧頂きました。

*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。2014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	2010	2011	2012	2013	2014
インターンシップ受け入れ人数(名)	12	8	8	8	8

ペロタクシーに協賛

ペロタクシーは、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法人ペロタクシー・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にも役立つペ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、2013年には現行のペロタクシーの車体がドイツ製であるため購入コストが高く日本の道路事情からするとやや大きいという課題を解決するために日本の事情にあった国産初のペロタクシーの開発にも協賛しました。

2014年度は、従来のドイツ製の車体に加え2014年11月より走行を始めた国産のペロタクシーの広告協賛を実施しました。



試乗会の様子(第22回ハスフェスタin万博公園)



国産ペロタクシー試乗会の様子(京都カーフリーデー2014)

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。2014年度は10カ所12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800人多いのべ7,412人の方にご参加いただきました。



「宝酒造杯」の様子

アースデイ東京・ロハスフェスタin万博公園に協賛

4月19日、20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「アースデイ東京2014」に協賛出展しました。また、4月25日～27日に万博記念公園で開催された「ロハスフェスタin万博公園」にも協賛出展しました。

多数のNPOやNGOのブースが立ち並び、当社の展示ブースでは空容器問題への取り組み（P.26参照）や宝酒造「田んぼの学校」(P.21～22参照)、宝酒造「エコの学校」(P.23参照)、タカラ・ハーモニストファンド (P.24参照) などの取り組みを紹介しました。



宝酒造の展示ブースの様子

「3R推進功労者等表彰」で内閣総理大臣賞を受賞

空容器問題に対する当社の取り組みが、平成26年度リデュース・リユース・リサイクル推進功労者等表彰（以下、3R推進功労者等表彰）で内閣総理大臣賞を受賞しました。

3R推進功労者等表彰は、リデュース（発生抑制）、リユース（再利用）、リサイクル（再資源化）に取り組み、顕著な実績をあげている企業、学校、団体、個人などを表彰するもので、3R推進協議会が都道府県や環境団体から推薦された中から選出します。今回は全国114件の応募の中から当社が内閣総理大臣賞を受賞しました。



3R推進功労者等表彰式

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。2014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。2014年度は、16,338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」、公益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。

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」2014(P.21～22参照)で収穫したもち米324kg(精米)を体験田んぼのある京都府南丹市園部町の小学校の給食用として寄贈しました。

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。



南丹市立園部学校給食共同調理場への寄贈の様子

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。

2014年は8月21日に、保護者も含めて約30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

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。

主な内容
東京都中央区フラワーサポート 地域美化活動に協賛
オープン・フォレスト・イン・松戸 地域の環境イベントに協賛
京都カーフリーデー 協賛
小学校や環境イベントほか希望者への 容器のリサイクル絵本「宝酒造りサイクルロード」の提供
大阪産業大学 ゼミの環境授業に協力
花いっぱい運動 ボランティア参加 (長崎県)
芝桜公園 除草ボランティア参加 (長崎県)
蚊口浜ビーチクリーン ボランティア参加 (宮崎県)
御殿場海岸 清掃ボランティア参加 (三重県)
京都市まちの美化 清掃ボランティア参加
京都府おいしい食の応援隊 ボランティア参加
江戸川クリーン作戦 ボランティア参加 (千葉県)
西京区天皇の杜 清掃ボランティア参加 (京都府)
宮田川 清掃ボランティア参加 (宮崎県)
使用済み切手の回収・提供 (群馬県、長崎県)
各事業場周辺の清掃ボランティア活動 (全国)



清掃ボランティア活動の様子

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。

● 休職休暇制度利用状況

集計年度	2010	2011	2012	2013	2014
育児休職制度利用者数(名)	7	8	7	10	10
介護休職制度利用者数(名)	0	0	1	0	0
乳幼児看護休暇制度利用者数(名)	50	44	41	43	37
妊産婦・乳幼児健診休暇制度利用者数(名)	15	13	9	9	5

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。

VOICE

私は、同期の男性がかつて育児休職を取得していたことが後押しとなり、制度の利用を決めました。職場に休職取得の希望を伝える時は少し勇気がいりましたが、大きな理解と協力を得られたことに本当に感謝しています。休職期間中は育児や家事のサポートに専念することができ、家族には大変感謝されました。自分の制度利用が、後に続く人たちの背中を押すことになればと願っています。

海外営業部海外営業課
清水 祐作
育児休暇取得(2014年度)



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

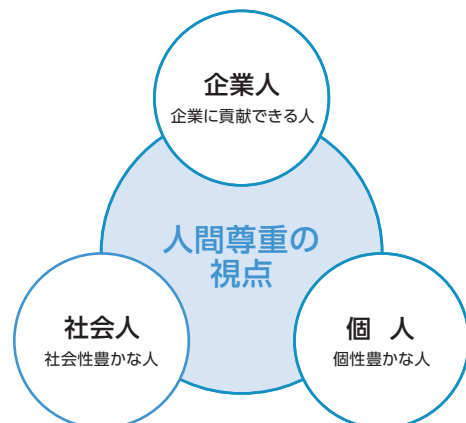
企業人・社会人・個人のバランスを重視

「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

2015年3月31日現在の社員数は1,293名です。うち、男性は1,139名、女性は154名です。

● 宝酒造社員数内訳

		2010年3月31日		2015年3月31日	
		人数(名)	構成比(%)	人数(名)	構成比(%)
社員総数	男性	1,166	88.6	1,139	88.1
	女性	150	11.4	154	11.9
	合計	1,316		1,293	
うち 管理職数	男性	299	98.7	363	98.4
	女性	4	1.3	6	1.6
	合計	303		369	

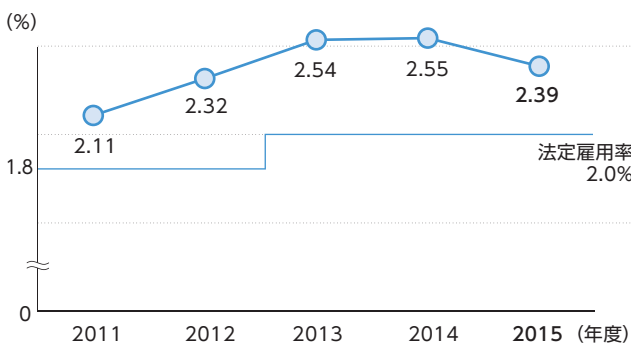
障がい者の雇用促進

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、2015年4月1日現在の障がい者雇用率は2.39%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）



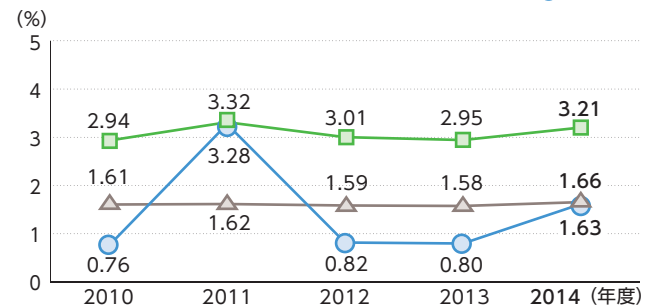
安全衛生管理

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、2014年度の休業災害は2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、働きがいや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	

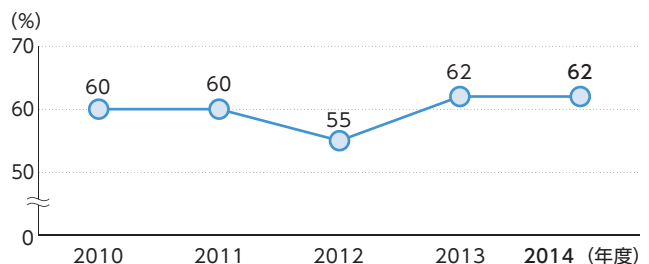
休日休暇制度

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

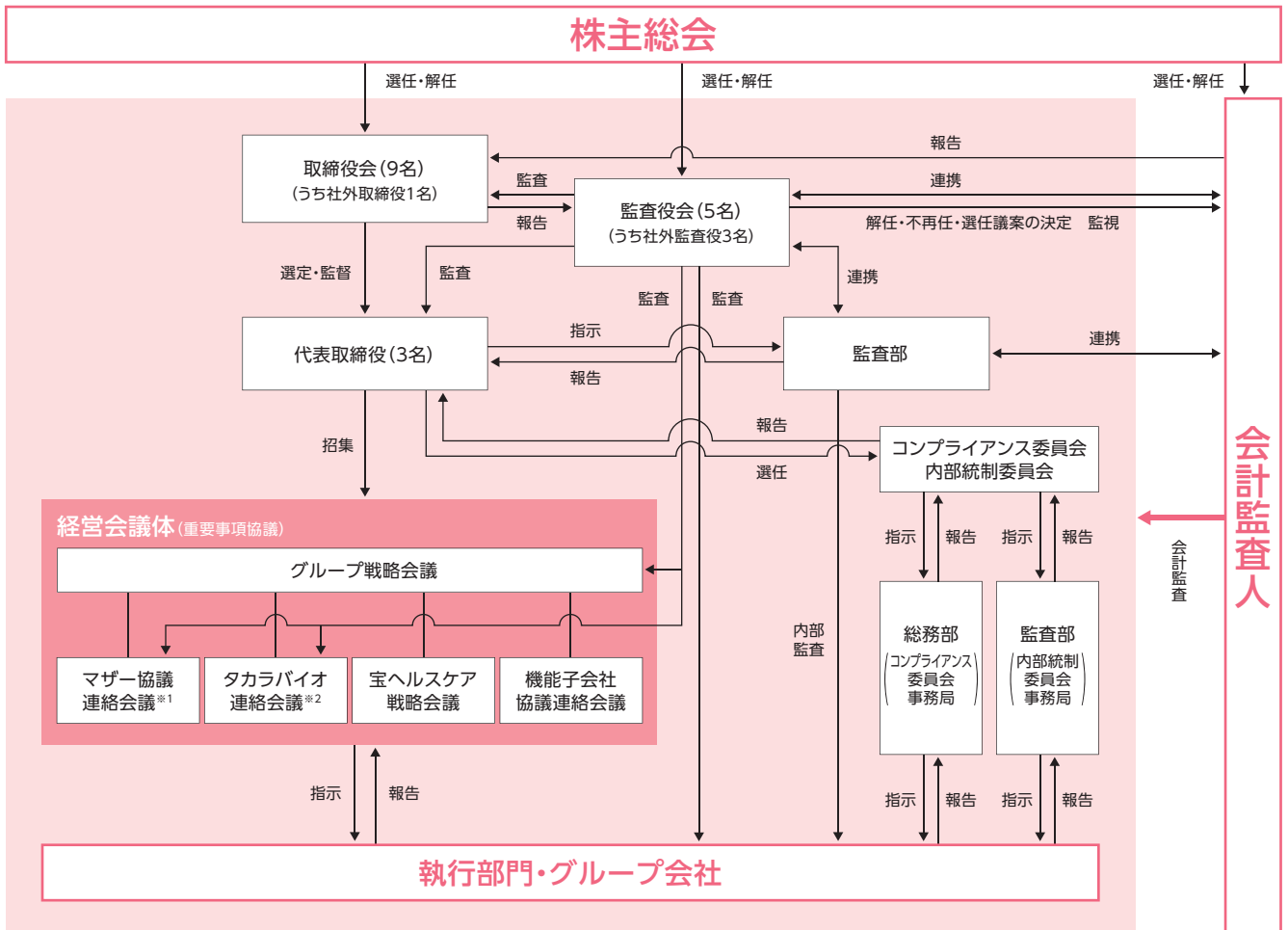
TaKaRaグループは、純粋持株会社宝ホールディングスと、宝酒造、タカラバイオ、宝ヘルスケアなどのグループ会社46社（2015年3月31日現在）で構成されており、宝ホールディングスは、グループ各社の独自性・自立性を維持しつつ、持株会社として各社の業務執行を監督するため、「グループ会社管理規程」を制定し、以下の体制で業務を執行、監査・監督しています。

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 (2015年6月26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。

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

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。

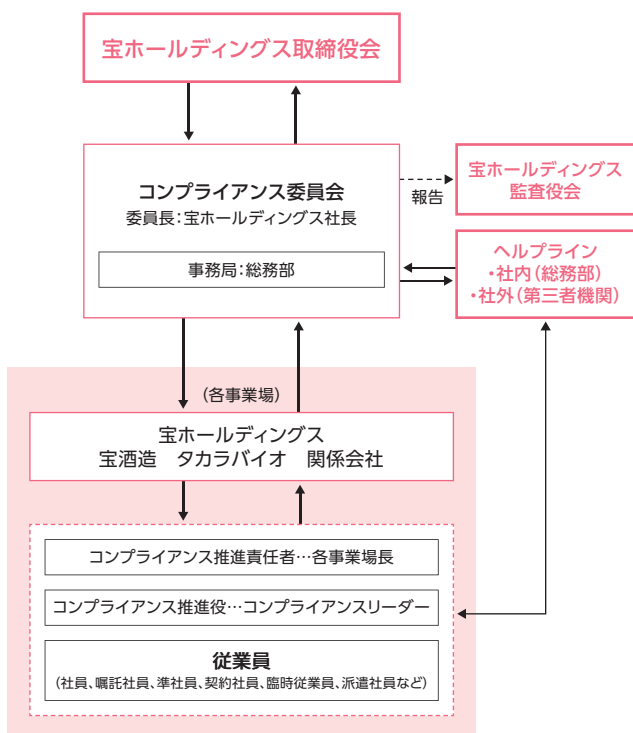
コンプライアンス推進体制

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された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、今後も継続してまいります。



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

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。また、宝酒造の支社、工場では、一つの目安として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



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)



公益信託タカラ・ホームニストファンドを設立
「はたちまでストップ」企業広告を実施

1984 (昭和59年)
1985 (昭和60年)
1985 (昭和60年)
1985 (昭和60年)

「Say No」キャンペーン実施
適正飲酒啓発パンフレット「Say No読本」を発行

1989 (平成元年)
1991 (平成3年)
1994 (平成6年)
1994 (平成6年)

北海道で宝焼酎「純」レジエンドのリターンナルボトル化開始
第1回「Takara Green Canウォーキング」を開催

1995 (平成7年)
1995 (平成7年)
1995 (平成7年)
1995 (平成7年)



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

1998 (平成10年)
1998 (平成10年)

商品に点字で「おさげ」表示を開始
未成年者飲酒、飲酒運転の注意表示を開始

1995 (平成7年)
1995 (平成7年)

1842

1950

1960

1970

1980

1990

会社・商品の歴史

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

1957 (昭和32年) タカラビール発売
1968 (昭和43年) 松竹梅(へたけ)発売

1970 (昭和45年) 中央研究所完成
1972 (昭和47年) 中国酒の輸入販売開始
1977 (昭和52年) 宝焼酎「純」発売
1979 (昭和54年) 「カムバック・サーモンキャンペーン」開始

1980 (昭和55年) タカラ料理酒発売
1983 (昭和58年) 米国宝酒造株式会社設立
1984 (昭和59年) タカラcanチューハイ発売
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

1989 (平成元年) ブラントン輸入販売開始
1994 (平成6年) 環境・広報室を設置
1994 (平成6年) 本格米焼酎「よかいち」全国発売
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

1996 (平成8年) お客様相談室を設置



「リデュース・リユース・リサイクル推進功労者等表彰」で
最高賞「内閣総理大臣賞」を受賞

2014(平成26年)

宝酒造「田んぼの学校」が「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

2014(平成26年)

宝酒造「エゴの学校」開始

2012(平成24年)

お客様相談室 J-ISO(ISO)10002マネジメントシステム構築

2012(平成24年)

宝酒造「田んぼの学校」が企業フィランソपी大賞特別賞を受賞

2011(平成23年)

・松竹梅「天」にパウチパックを採用

2011(平成23年)

東日本大震災で被災地給水を支援

2011(平成23年)

「お酒おつきあい読本」発行

2009(平成21年)



お客様相談室のホームページ開設

2006(平成18年)

CSR報告書「緑字企業報告書」初刊発行

2005(平成17年)

17事業場でISO14001統合認証を取得

2005(平成17年)

妊産婦飲酒の注意表示実施

2004(平成16年)

宝酒造「田んぼの学校」開始

2004(平成16年)

環境教育教材「リサイクルロード」発刊

2004(平成16年)

各地自然災害被災地でボランティア活動実施

2004(平成16年)

阿武隈川きらきらキャンペーンに協賛

2003(平成15年)

ヘロタクシーへの協賛開始

2002(平成14年)

地球環境大賞「地球環境会議が選ぶ優秀企業賞」受賞

2000(平成12年)

環境活動の基本理念制定

1999(平成11年)

タカラ本みりん「醇良」に「はずせるキャップ」を採用

1999(平成11年)

2010

2015(平成27年)

TaKaRa果汁入り
糖質ゼロチューハイ「ゼロ仕立て」発売



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



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)

全量芋焼酎二刻者発売



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



2000(平成12年)

(現在は9001)認証取得完了



「緑字企業報告書 2015」に対する意見



京都文教大学総合社会学部 教授
京都CSR研究会 代表幹事
島本 晴一郎

宝酒造(株) (以下同社) の緑字企業報告書は2005年に発展的にCSRレポートと銘打って、今日に至っている。本年度の報告書もまた、例年にたがわず田んぼの学校、エコの学校、ハーモニストファンドなど、本業とマッチした社会貢献の分野を詳細に発信し、極めてぶれのないCSR企業としての同社の側面を伝えている。本年度の報告書の特色は、得てして硬くなりがちなテーマを、人の顔が見える形で臨場感を持って伝えている点である。たとえば、従業員や取引先、協業先など異なるマルチステイクホルダーの生の声を、写真ともども「VOICE」という形で発信している。特集では、世界無形文化遺産の和食に焦点を当て、「世界に広がる日本の食文化」にかかる同社の主体的取り組みについて取り上げている。TPPなどの潮流によりさらに加速化が予測されるグローバル化の波の中で、同社のあるべきグローバル戦略の一端を浮かび上がらせている。なかでも、第一線で働く米国宝酒造(株)の仲義博社長の「生の声」は、その意気込みを伝えるに十分であり、いわば「人の顔が見える」CSRレポートとしての印象を演出することに成功している。

ところで、信頼できるCSRレポートとはどのような要件を充足すべきか? 個別の座標軸としては、具体性、可視性、継続性、開示性、真実性、統合性等の要件が満たされていることである。そのためには、正しいデータの開示が必要だが、個別データを客観的に示すだけでは十分ではない。何よりもそれらのデータが示す意味に対し、社としての

丁寧な説明が必要である。たとえば、本年度報告書では、直近の障がい者雇用率が低下しつつある(2.55%→2.39%)、あるいは有給休暇取得率の推移が横ばいである(62%→62%)。それら直近の結果に対する背景説明が、会社の認識として捉えられる。昨今、ダイバーシティの関連から、女性の雇用率や登用状況も会社のCSR度を占う判断材料となる。これまでの指標に加え、その辺りについてのデータ開示も必要になろう。また、社内体制の整備や、コンプライアンスについては、同社のような先進企業では既に出来上がった仕組みがある。その解説をするだけなら、よほど大きな変化がない限り記述内容は変わらないかも知れない。しかし、たとえば、コンプライアンス・セミナーの種類、回数など、その浸透に関する行動事例などに着眼すれば、より躍動的で丁寧なCSRレポートが完成するだろう。

次に、同社の緑字企業報告書のネーミングの由来とも言える同社の緑字決算について論述する。同社の緑字決算のしくみは、各年度における同社の製品開発から生産、販売に至るまでの環境負荷削減の取り組み、環境改善への貢献的な取り組みについて、それぞれの達成度を動的に把握せんとするものである。いわゆるECOは単純化された環境努力評価の数値ではあるが、どの取り組みがどの程度の達成度なのか、全体ではどうなのかを「見える化」することで、同社の環境傾斜度が診断できる。読者はこの数値を見ることにより、同社の本気度を知り、また今後の課題も知ることができるわけで、この仕組みを1998年以来継承

し、公表してきたことは、大変素晴らしいことである。ただ今回はこの緑字決算方法も含め、環境に関する発信内容に変化が見られる。

その一は、緑字決算報告の項目別構成についてである。従来、「環境負荷削減項目」に加え、「環境貢献推進項目」の具体的かつ総合的な項目(環境+社会)をあげ、それぞれのECOが算出されていた。今回は、これらを「地球環境からの調達」、「地球環境への放出」という言わばマテリアル・バランスの項目に変更している。地球環境との物質的収支に立った客観的な方法に切り替えた意味は大きいものの、環境貢献活動を含む社会性項目がECOの対象項目から外れてしまったことが留意点としてあげられる。

その二は、同社のユニークな「環境目標の達成状況」(カエルの笑顔、泣き顔による自己診断)が姿を消し、マテリアル・バランス項目の幾つかに絞って、過去5年間の経年グラフを示した「環境負荷削減の取り組み」に変更された点だ。環境負荷削減に関し、総量および原単位ベースで過去の推移が判ることは大きな前進であるものの、前年度までの目標→結果の自己診断表が割愛された点については、その理由を記しておくことが望まれる。

その三は、環境省の環境会計ガイドラインの扱い方である。今回は環境保全コストについて、過去10年間の推移をグラフに示しており、その意味ではかなり綿密なデータの開示に踏み切ったと言える。しかし、8項目の実績値推移を一堂に示されても、読者にとっては必ずしも判りやすいとは言えず、この点工夫を要する。

以上、同社の緑字決算の比較優位は、生身の声で読者に訴えるその訴求力にある。今後もそのことを念頭に丁寧な報告書作りにまい進してもらいたい。

編集方針

「緑字企業報告書2015」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:2014年4月1日～2015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:2015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、ユネスコ無形文化遺産に登録された日本の食文化に焦点をあて、“世界に広がる日本の食文化～宝酒造の海外酒類事業と海外日本食材卸事業～”と題して、当社の海外事業を紹介しています。

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。

最後に、第三者意見として京都文教大学の島本様より貴重なご意見を頂きました。ホームページ上での公開を通じて、また来年度の報告書作成時に出来る限り反映していきたいと考えております。

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。
- ・見やすいユニバーサルデザインフォントを採用しています。