

皆様の「いきいき」は私たちの「いきいき」

緑字企業報告書 2017

CSR Report



宝酒造株式会社

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。

■ 「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」をめざします。”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ご覧いただけます。また、本報告書の内容はウェブサイトでも公開しており、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/pdf2017.htm](http://www.takarashuzo.co.jp/environment/greenpdf/pdf2017.htm)

 1~9 … 詳細資料

 A~I … IR情報などの参考ページ

■ 財務情報の詳細について

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

 A: IR情報



■ 「緑字企業報告書2017」について

「緑字企業報告書2017」では、2016年4月～2017年3月の宝酒造株式会社単体を中心とした活動やデータを報告しています。

なお、宝グループは、2017年7月に宝酒造の海外事業を分社化し、国内事業を担う宝酒造、海外事業を展開する宝酒造インターナショナルグループ、バイオ事業を推進するタカラバイオグループ、そして、その他国内グループ会社という新しい体制で事業に取り組んでいます。

目次

トップメッセージ	03
企業概要	05
事業紹介	07
〈特集〉 お米の恵みから生まれた、 日本の食文化を支える本みりん	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
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
空容器問題への取り組み	28

● 社会の「いきいき」のために

社会貢献活動	29
--------	----

● 社員の「いきいき」のために

働きやすい職場づくり	31
ワーク・ライフ・バランスと女性活躍の推進	33

● 信頼される企業であるために

コンプライアンス	35
コーポレートガバナンス	37

宝酒造の歴史	39
第三者意見	41
編集方針	42

トップメッセージ

自然の恵みを大切に、
安全・安心な
商品やサービスの提供を通じて
社会に貢献します。

宝酒造では、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展開しています。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重要な要素であると考えています。一方、宝酒造の商品には、ガラスびんやPETボトル、紙パック、アルミ缶などの容器を使用しています。商品が消費された後に発生するこれらの空容器は、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は、「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。

当社の「自然保護」への取り組みは、サケを川に戻す市民運動を支援した1979(昭和54)年のカムバック・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。その後も、1985(昭和60)年に公益信託タカラ・ハーモニストファンドを設立し、30年以上にわたり継続的に自然保護活動・研究を支援するなど、さまざまな「自然保護」への取り組みを行っています。また、2004(平成16)年開校の宝酒造「田んぼの学校」では、次世代を担う子どもたちに、自然の恵みの大切さや命のつながりを学んでもらう環境教育活動を行っています。

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の考え方を取り入れています。この考え方のもと、容器の軽量化や、一升びんのリユースシステムの利用、リサイクルしやすい容器の採用といった取り組みに加えて、商品の中身だけをご購入いただく焼酎のはかり売りを展開するなど、環境配慮型商品の開発にも積極的に取り組んでいます。

こうした環境活動に加えて、当社が大切にしているのは、お客様に安全・安心な商品やサービスを提供することです。お客様に「安心」をお届けするためには、「安全」を幾重にも積み重ねていかなければならないという考え方のもと、品質管理には常に万全を期しています。その一環として、2016年度までに国内全6工場において、食品安全に関する最も厳格な国際規格のひとつである食品安全マネジメントの国際規格FSSC22000の認証を取得しました。

この緑字企業報告書は、環境に関する取り組みや、安全・安心な品質への取り組みに加え、社会貢献活動や労働環境整備の取り組みなど、さまざまなステークホルダーの「いきいき」を実現するための当社の取り組みをご紹介したCSR報告書です。また、特集ページでは、お米の恵みから生まれた、日本の食文化を支える本みりんをテーマに、「タカラ本みりん」の歴史やおいしさの秘密についてご紹介しています。

当社は、自然の恵みを大切に、技術に裏付けられた安全・安心な商品やサービスをお届けし、人々の暮らしを豊かなものにしていくことで社会に貢献してまいりたいと考えています。

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 村田 謙二



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

● 宝グループ企業の構成(主要子会社)



宝酒造株式会社 概要

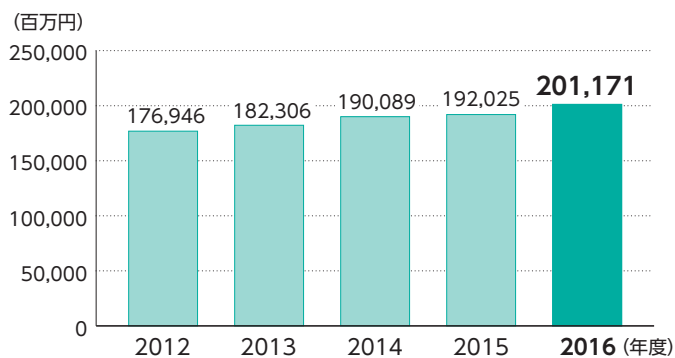
宝酒造株式会社は、宝グループの中核事業会社で、国内における酒類事業、調味料・酒精事業などを展開しています。

商号 宝酒造株式会社
(英文名:TAKARA SHUZO CO.,LTD.)
代表者 取締役社長 村田 謙二
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 国内の酒類、調味料、酒精の製造・販売

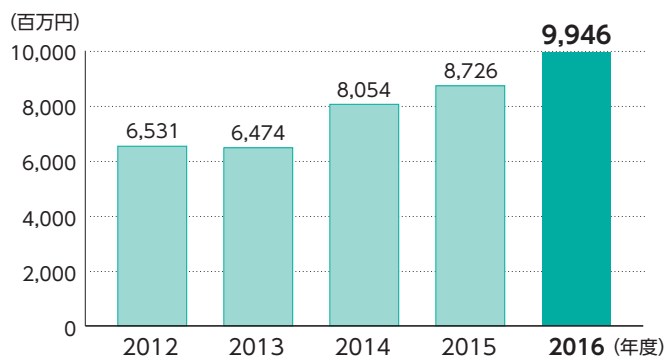
事務所 東京事務所(東京)
支社 北海道支社(札幌)・東北支社(仙台)・首都圏支社(東京)・西関東支社(横浜)・関信越支社(高崎)・東海支社(名古屋)・京滋北陸支社(京都)・西日本支社(大阪)・九州支社(福岡)
工場 松戸工場(松戸)・楠工場(四日市)・伏見工場(京都)・白壁蔵(神戸)・黒壁蔵(高鍋)・島原工場(島原)
物流センター 東日本物流センター(松戸)・西日本物流センター(京田辺)

※宝酒造は、2017年7月3日付で海外事業を分社化し、宝酒造インターナショナルを設立しました。(P.8参照)
そして、宝酒造インターナショナルは宝ホールディングスの子会社となりました。

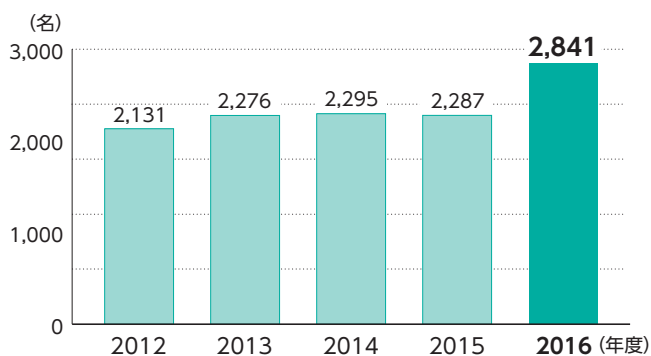
● 宝酒造グループ売上高



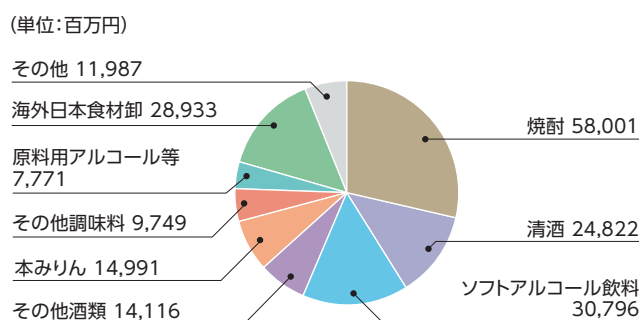
● 宝酒造グループ経常利益



● 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



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。

宝酒造(国内事業)

■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”、桜樽貯蔵熟成酒を3%使用した“宝焼酎「NIPPON」”、発売から40周年を迎え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」”、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「本当に旨くてよい酒とは何か」を徹底的に追求するため、伝統的な手づくりの原理を再現した最新鋭の設備と、人の手でいう酒造りの両方をあわせもった製造拠点「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「滯」”や“松竹梅「白壁蔵」<生酛純米>”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」”で新容器パウチパックを発売。お客様の多様なニーズにお応えしています。業務用市場においては“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、新しい商品をご提案していきます。



■ソフトアルコール飲料

下町の大眾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をいただいています。

また業界初となる、果汁を使用しながらも糖質・プリン体・甘味料・香料・着色料を合わせた「5つのゼロ」を実現した“タカラ果汁入り糖質ゼロチューハイ「ゼロ仕立て」果実なキレ”など、お客様に新しい価値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年以上の長きにわたり、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^{とうはい}「塔牌」”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“ブラントン”、スコッチウイスキーの“アンティクワリー”、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。

お酒造りの原点にかかわって業界の発展に寄与し、日本のお酒文化を守っていききたい。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・化学品といった業界で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。



宝酒造インターナショナルグループ(海外事業)

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、日本から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、“清酒「松竹梅」”や“タカラ本みりん”をはじめとする宝酒造商品の輸出に加え、米国全土および欧州向けに清酒やみりんなどを製造・販売する米国宝酒造、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。

一方、海外日本食材卸事業は、これまでグループ会社であるフードクス社(フランス)、タザキフーズ社(イギリス)、コミンポート社(スペイン)、ケタフーズ社(ポルトガル)とともに、主に欧州で展開してきましたが、この度新たに、米国のミューチャルトレーディング社、オーストラリアのニッポンフード社をパートナーに迎え入れることで日本食材卸ネットワークを世界に広げ、事業拡大を進めています。

宝酒造インターナショナルグループは、今後もさらなる拡大が予想される世界での日本食市場の広がりを背景に、世界の和酒・和食市場におけるリーディングカンパニーをめざして取り組んでいきます。



米国宝酒造



フードクス社

特集

お米の恵みから生まれた、 日本の食文化を支える本みりん

宝酒造は、水や穀物などの自然の恵みを大切に、
人と自然のより良い関係づくりに努めています。
お米など自然の恵みからつくった調味料である「本みりん」は、
古くから、日本の食卓のおいしさを支えてきました。
今回の特集では、そんな「本みりん」に焦点をあて、その魅力をご紹介します。



おいしさを支える タカラ本みりんの歴史

日本には、みりん・酒・酢・味噌など、米を主原料とする調味料がたくさんあります。その中でみりんは、もち米・米麴・焼酎または醸造アルコールを主原料として造った甘味のある調味料です。みりんの文字や名称が初めて文献に現われるのは今から400年余り前、1590年代（安土桃山時代）です。当時は「美淋酒・密淋酒」と呼ばれ、女性や下戸向けの“甘いお酒”として親しまれていました。

みりんが料理に使われるようになったのは、江戸時代後期。特に江戸の町では、「そば屋」や「鰻屋」が、つゆ・タレなどに用いるようになり、調味料としての用途が主流となったのは明治期以降です。

「たからみりん寶味淋」誕生

当社の創業は1842(天保13)年。京都・伏見で、寶酒造の前身である四方家よもが興した酒造業を起源としています。みりんの製造を始めたのは、江戸末期の1864(元治元)年頃。その後徐々に生産量を伸ばし、明治期にはみりんを主力商品とし、1897(明治30)年に、「寶」の商標をみりんにおいて最初に登録したのが、タカラブランドの始まりです。



「寶」の商標

1913(大正2)年に「寶味淋」は宮内省大膳寮だいぜんりょう(皇室の調理場)の御用達となり、次第に名声が高まっていきました。そして、1928(昭和3)年と1940(昭和15)年に、宮内庁御用達の称標許可を受けるに至り、名実ともに、日本を代表する「みりん」のブランドとして認められるようになりました。



みりんの代表ブランドとして
宮内省御用達を謳うポスター(昭和初期)

その後、戦中・戦後の激動期を乗り越え、1950年代半ばには、みりんの需要も徐々に回復していましたが、この頃はまだ業務用が中心でした。もともと高級酒であり、酒税率も高かったため、販売価格は1953(昭和28)年当方で一升790円。大卒の初任給が約8,000円の時代、みりんは一般家庭にはまだまだ手の届かないものでしたが、家庭用調味料としての将来性をにらんでいた当社はいち早く、一般家庭への販売促進活動を開始しました。

まずは、放送開始から間もないテレビに注目し、今日のテレビ料理番組の原型ともいえるテキスト連動型の番組提供を行いました。続いて、各地の新聞社や料理学校と連携した「料理教室」を開催し、家庭用調味料としてのPR活動に尽力しました。



提供する料理番組の撮影シーン

しかし、当時のみりんは価格の4割が酒税。この高い酒税が下がらない限り、家庭への普及は進まないと考え、「みりんは調味料である」と訴え減税運動を展開。その結果、二度にわたる酒税改定が実施され、大幅減税が実現しました。食生活が豊かになり、減税により買い求めやすくなったみりんの需要は年々拡大し、家庭用調味料としての認知も高まってきました。

そんな傾向に拍車を掛けるため、イメージ訴求に重点を置いたマーケティング活動を推進。1969(昭和44)年、「奥さんの使いやすさを考えました」をキャッチフレーズに、軽くて割れない新容器のタカラみりん「ミリパック」を発売。親しみやすさを強調するため、ブランド名を従来の「實味淋」から「タカラみりん」に改め、家庭用需要の拡大に努めました。



1969年
タカラみりん「ミリパック」
300ml



減税による値下げを
告知するポスター

「タカラみりん」から「タカラ本みりん」へ

1953(昭和28)年、日本に初めて登場したスーパーマーケットが、1960~70年代、急速に台頭します。生鮮食品から調味料まで、あらゆる商品をスーパーで購入できるようになり、酒類販売免許が不要な「みりん風調味料」が急速にシェアを伸ばし始めました。

そこで当社は、調理効果の違いや優位性を周知するため、1984(昭和59)年に、ブランド名を「タカラみりん」から「タカラ本みりん」へ変更するとともに、“本もの本みりん”キャンペーンをはじめとしたさまざまな販売促進活動を展開しました。それらの地道な啓発活動を経て、「タカラ本みりん」は、本みりんシェアNo.1ブランド※としての地位を確立したのです。

そして現在。食卓も多様化し、調味料の選択肢も多彩かつ多国籍になってきました。「タカラ本みりん」も、和食はもちろん、和食以外のメニューやデザートまで、さまざまな使い方提案をすることで、お客様や時代のトレンドにも柔軟に対応しつつ、“料理に欠かせない名脇役”として、日本の食文化と日々のおいしさを支えています。

※平成27酒造年度本みりん課税移出数量において最大のシェアを持ちます。(全国味淋協会資料)



“本もの本みりん”雑誌広告

タカラ本みりんのおいしさの秘密



“料理に欠かせない名脇役”として家庭に普及した「本みりん」ですが、その造り方や詳しい調理効果をご存知ですか？料理をおいしくする秘密は、「本みりん」がお米から生まれた“お酒（酒類）”調味料であるということにあります。ここからは、知っているのと得をする、「本みりん」の秘密について学んでいきましょう。

「本みりん」と「みりん風」の違い

Q 「本みりん」と「みりん風」って何が違うの？

A アルコール分が含まれているかどうかが一番の違いです。

Q なぜ「みりん風」にはアルコールが入ってないの？

A 本みりんはアルコール分が含まれているので酒税がかかりますが、酒類にしたいくないため、アルコールを入れずにつくったのが「みりん風」です。

Q アルコール（お酒）にはどんな効果があるの？

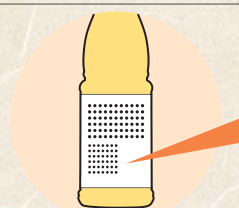
A アルコールには煮くずれを防いだり、食材にうまみ成分をしっかり浸透させる効果などがありますが、アルコールが含まれない「みりん風」にはそれらの調理効果は期待できません。また、「みりん風」は原材料である酸味料などの酸味がついてしまうほか、アルコールを含まないので、開栓後は要冷蔵となります。

	本みりん	みりん風調味料
分類	酒類 (一般的にアルコール度数 12.5%~14.5%)	非酒類(食品) (アルコール度数1%未満)
原材料	もち米、米麴、 醸造アルコール、糖類など (酒税法で定められた原材料のみを使用)	水あめ、米、米麴、 酸味料、醸造酢など (使用する原材料に規定はない)
製法 (略図)		
保存法	冷蔵不要(冷暗所保存)	開栓後は要冷蔵

「本みりん」と「みりん風」の見分け方は？

実際にラベルを見て確かめてみよう

正確に識別するには、ラベルの原材料表示を見てみましょう。「アルコール分」と「原材料名」の欄が見分けるポイントです。



〈名称〉本みりん
 〈アルコール分〉12.5度以上13.5度未満
 〈原材料名〉もち米・米こうじ・
 醸造アルコール・糖類

「本みりん」の優れた調理効果

みりんといえば、「甘味をつけ、てり・つやを出す」調味料と思われがちですが、実はそれだけではありません。お米うまれで、アルコール分を含んだ「本みりん」だからこそ、優れた調理効果があるのです。

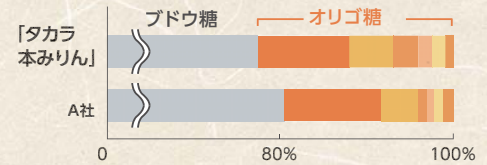
	「タカラ本みりん」	みりん風調味料
てり・つやを出す	◎	◎
まろやかな甘みで味をまとめる	◎	△
煮くずれを防ぐ	◎	×
味のしみ込みをよくする	◎	×
生臭みを消す	◎	×
コクとうまみを与える	○	△

「タカラ本みりん」、選ばれ続けるその理由

(1) 9種類以上の複雑な糖がバランスよく含まれています

本みりんは熟成期間中に、でんぷん質が米麹の持つ酵素に分解されることで、複雑な糖が作られます。タカラ本みりんは他社本みりんに比べ、味に深みを出して、てり・つやの持続効果の高いオリゴ糖が豊富で、糖組成のバランスが良いのを最大の特長としています。この独自の糖組成が、上品でまろやかな甘みに加え、優れた調理効果をもたらします。

● 本みりんの糖組成比(当社調べ)



(2) 18種類以上のアミノ酸が豊富に含まれています

コク・うまみに効果のある米由来の18種類以上のアミノ酸を含む窒素分が豊富に含まれています。

● 本みりんの全窒素分(当社調べ)



Interview 「瓢亭」高橋英一さん

京・名料理人が語る「タカラ本みりん」の魅力

「タカラ本みりん」は、ご家庭はもちろん、食のプロの皆様方にも、広くご愛顧いただいています。日本料理界を代表する名店、京都・南禅寺「瓢亭」もそのひとつ。第14代当主 高橋英一さんが語る、「本みりん」の魅力をご紹介します。



京都の料理は、素材の味や香りを活かすように味つけします。そのためには、おいしいだし、塩に加えて、「本みりん」を上手に使うことが大切です。例えば、「蒸しずし」の錦糸卵は、卵液に本みりんを混ぜるだけで、砂糖は加えません。それは、本みりんの力で、卵の自然な甘みを引き出すことができ、しっとりとした焼き上がりになるからです。

みりん風調味料だと、アルコール分を含まないため、本みりんのような働きはありません。加えて塩分や酸味料が含まれているものもあり、余計な味がつくこともありますから、やはり、「本みりん」を使いたいですね。

そして何より、料理は「おいしいものを食べさせたい」という気持ちで、ひと手間を惜まず、楽しくつくといいですよ。(2017年『きょうの料理』3月号記事より抜粋)



高橋英一 創業400年以上の歴史を誇る、京都・南禅寺「瓢亭」の第14代当主。京料理の伝統を支えるのみならず、全国の料理学校の教壇に立ち、若手料理人の育成に努めるなど、多方面で活躍。数多くの受賞歴と著書がある。NPO法人「日本料理アカデミー」顧問。

簡単「ちょい足し」!

本みりんの裏ワザ

本みりんと言えば“煮物”...というイメージをお持ちの方も多いと思いますが、お酒のチカラを持つ本みりんなら、幅広い料理に活用できます。料理を簡単においしくする裏ワザの代表例をご紹介します。



ふっくら卵焼き

いつもの味付けに、卵1コにつき本みりんを小さじ1杯

さめてもふんわりキープでお弁当にも大活躍!

「タカラ本みりん」検索 ← その他の裏ワザもチェック!

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

宝酒造は2016年度までに国内全6工場(松戸工場、楠工場、伏見工場、白壁蔵、黒壁蔵、島原工場)にて、食品安全マネジメントの国際規格FSSC22000の認証を取得しました。FSSC22000(Food Safety System Certification)は、食品安全に関する最も厳格な国際規格の一つです。

この規格は、食品安全を確保する衛生管理手法であるHACCPに品質に関する継続的な改善システムであるISO9001の考えを取り込んだISO22000に、設備の構造、レイアウトや洗浄、殺菌など一般衛生管理の具体的要求事項を規定したISO/TS22002-1(前提条件プログラム)、さらに食品安全教育をはじめとした従業員の管理などの追加要求事項を加えたシステムです。

今後もこのシステムを維持・運用し継続的に改善していくことで、食品安全・品質管理に万全を期し、お客様に安全・安心で魅力ある商品を提供していきます。

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います。

確実な品質設計の実施

設計段階では、品質規格、商品の安全性から容器・包装品、製造工程に至る商品の設計内容すべてに対し、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

企画・設計



設計審査

- 品質・安全性・適法性の確認
- わかりやすい表示の追求

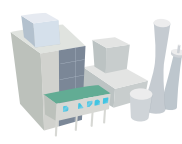
調達



原材料調査

- 品質情報の入手
- 安全性の確認

製造



品質管理

- 衛生的環境での製造
- 検査・分析の徹底
- FSSC22000による食品安全の徹底

販売



鮮度管理

- 適正な在庫管理

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宝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。

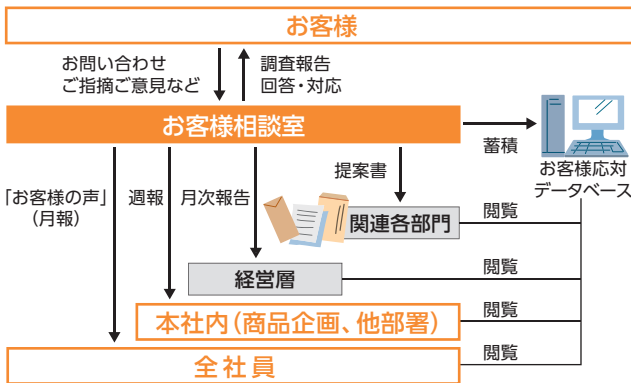
お客様相談室の役割と仕組み

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。

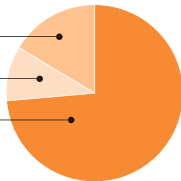
宝酒造では、「消費者のいきいきは、私のいきいき」を行動規準にしています。お客様の声は、すべて個人情報保護した上でデータベースに蓄積し、お客様のニーズに応える商品づくりとサービス向上につなげています。今後も、「誠実・迅速・確実」をモットーに、お客様にベストな対応ができるよう努めてまいります。  B: お客様相談室

● 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 2016年度 7,550件

その他 1,114件
ご指摘 803件
お問い合わせ 5,633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・手順書など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

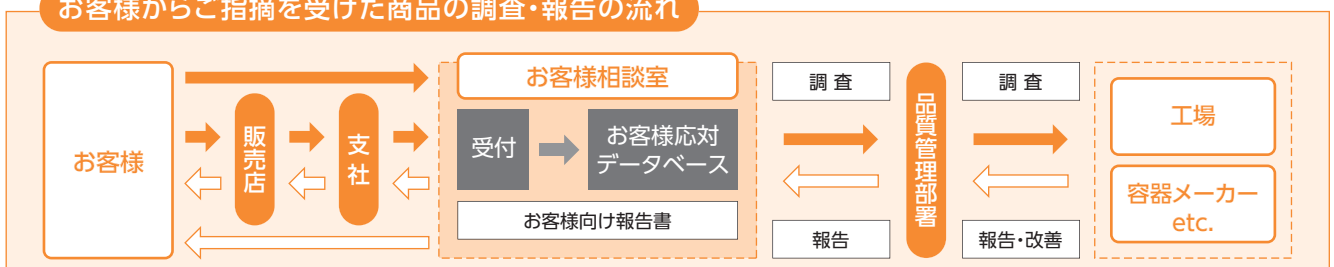
私たちは、お客様の目線で考え、お客様の声を企業活動に反映させてまいります。

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めざします。

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。

お客様からご指摘を受けた商品の調査・報告の流れ



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、苦労しています。もう少しはがしやすくしてください」

<改善点>

- ・焼酎の220mlPET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、ほか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PET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“松竹梅白壁蔵「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



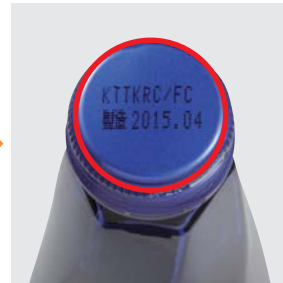
改善後



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」

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・着色料をゼロにした「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「タカラ果汁入り糖質ゼロチューハイ「ゼロ仕立て」<果実なキレ>」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当たり糖質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

アレルギー表示制度については、27品目のアレルギー物質が義務表示または推奨表示に指定されています。同制度では、お酒のアレルギー表示は免除されていますが、宝酒造では、原材料に含まれるアレルギー物質を酒類の商品にも表示し、お客様に情報提供しています。

その他の醸造酒

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

アレルギー表示の例

お客様の
「いきいき」の
ために

お客様の健康への配慮

酒類メーカーの社会的責任として、率先して適正飲酒の啓発に取り組んでいます。

適正飲酒の啓発活動

酒類を製造・販売する企業の社会的責任として

宝酒造は、酒類を製造・販売する企業の責任として、飲みすぎによる健康障害や未成年者飲酒、飲酒運転などを防止するため、適正飲酒の啓発に取り組んでいます。1984年の「はたちまでストップ」キャンペーン以来、過剰な飲酒や未成年者飲酒、妊産婦飲酒、飲酒運転の防止に関する情報発信を継続。一方で、こうした不適正な飲酒を誘発するような広告表現や表示、販売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などでご提供しているほか、同内容を宝酒造ウェブサイト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。缶入り商品および300ml以下の酒類商品で、アルコール分10度未満のすべての商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

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。

宝グループ環境方針

宝グループは、地球環境の保全と事業活動の調和を経営の重要課題のひとつとし、環境マネジメントシステムを構築して継続的な改善に取り組み、持続可能な社会づくりに貢献します。

1. 環境に関連する法令および組織が同意するその他の要求事項を順守します。
2. 宝グループが行う事業活動のうち、以下の項目について重点的に取り組みます。
 - (1) 環境汚染の予防に努めます。
 - (2) 省エネ・省資源を推進し、持続可能な資源の利用に努めます。
 - (3) 温室効果ガスの排出量を削減し、気候変動の緩和に努めます。
 - (4) 生物多様性や生態系の保護・保全に関わる活動を推進・支援します。
 - (5) 容器包装の3Rへの対応など、環境に配慮した商品開発に努めます。
3. 環境活動への取り組みや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。
4. 本環境方針は、教育啓発活動を通じて宝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。

2017年6月13日

宝ホールディングス株式会社 取締役社長 柿本 敏男

地球の「いきいき」のために

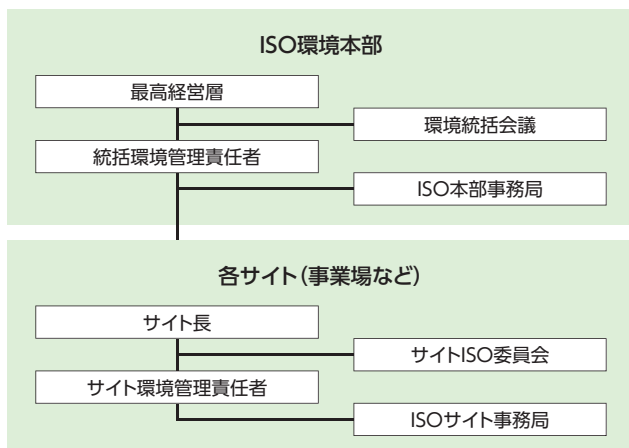
宝グループ環境マネジメントシステム

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株式会社、トータルマネジメントビジネスの本社で、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。

● 宝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、2016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、当社が存続する上での大前提となります。一方、当社の商品は、ガラスびんやPET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。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、次世代を担う子どもたちに自然環境や生物多様性を守ることの大切さや自然の恵みのありがたさを伝えることを目的として、2004年より宝酒造「田んぼの学校」を開校しています。小学生とご家族を対象に、5月から12月までの約半年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家族ずつの班に分かれて、自然観察講師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



苗を手に田植えスタート

自然観察



自然観察講師の話に興味津々

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



根が張った草を手で抜くのは一苦労



草取りマシン「田打ち車」を体験

自然観察



昆虫をつかまえてみんなで観察

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、「命のつながり」をテーマに、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



初めての稲刈りは難しい

脱穀体験



昔の脱穀を体験。力が必要だ

自然観察



捕まえたトンボをよ〜く観察!

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ます。その間、子どもたちは、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、田んぼで収穫した稲わらを使って、お正月にかかせない「注連飾りづくり^{しめかざり}」を体験しました。

料理教室



親子で楽しく料理づくり



自分で作ったお料理は格別だね

注連飾りづくり



注連飾りづくりに挑戦

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「エコの学校」は、小学3～6年生とご家族を対象とした環境教育プログラムで、2012年から毎年開催しています。2016年度は京都市・神戸市・東京都江東区・名古屋市の4都市の環境学習施設で各2回ずつ開催しました。

プログラムでは、自分たちが住む街のごみ問題の現状やごみを減らす方法について、リサイクル体験などを交えながら楽しく学びます。

 E:宝酒造 エコの学校

1 時限目



1時限目は、自分たちが住む街のごみの現状について学びます。

ごみの種類や量はどのように変化してきたのか、ごみの処理にどれくらい税金が使われているのか、ごみの分別はどうしたら良いのかなど、環境学習施設を見学しながら講師の説明を受けます。

2 時限目



2時限目は、ごみを減らす方法について学びます。

エコバッグやマイボトル、マイ箸の利用、詰め替え品や簡易包装品の購入など、生活の中で誰でも簡単にできるごみを減らす方法を学びます。

3 時限目



3時限目は、あまりリサイクルが進んでいないアルミ付き紙パック（酒類用紙パック）のリサイクル体験です。アルミ付き紙パックからパルプを取り出し、これを材料にして紙漉きを行い、オリジナル絵はがきを作ります。



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/>


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。2016年度は、多数の応募の中から、「NPO法人 おおのの風」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333件、助成金累計額は1億5973万1千円になりました。

 F:タカラ・ハーモニストファンド

● 2016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	めぐみ野自然の会	東京	ビオトープと雑木林の保全活動
	ポレポレ自然環境観察会	石川	能登半島・九十九湾周辺でのアカテガニの森づくり・環境保護活動
	真庭遺産研究会	岡山	オオサンショウウオの王国を守ろう!生物多様性ツーリズム事業
	NPO法人 おおのの風	広島	ふるさとの永慶寺川を元気に!~地域の子どもたちの未来のために
	NGO さんきら自然塾	愛媛	国際的な渡りと緑の回廊;佐田岬半島SOS生物保全プロジェクト2016
研究の部	佐鹿 万里子	北海道	外来種アライグマと在来種タヌキの競合関係解明に関する研究
	奥田 圭 福島大学環境放射能研究所	栃木	防鹿柵の効果はいかに? なぜ地上営巣性鳥類は防鹿柵を設置しても回復しないのか
	奥多摩ツキノワグマ研究グループ	東京	ツキノワグマの糞に含まれる漿果種子の二次散布機構の解明
	山中 裕樹 龍谷大学理工学部環境ソリューション工学科	滋賀	琵琶湖水系のウナギはどこに?環境DNA分析でその分布を探る
	森井 清仁	滋賀	絶滅が危惧される琵琶湖固有 スジシマドジョウ2種の繁殖生態と保全手法に関する研究
	和歌山県立田辺高等学校・中学校生物部	和歌山	和歌山県田辺市の変形菌類

VOICE

「ふるさとの永慶寺川を元気に!~地域の子どもたちの未来のために」



広島県西部を流れる永慶寺川は、かつてホタルが舞う自然豊かな川でした。しかし近年の宅地開発によって河川環境は悪化しました。そこで私たちは、ホタルをはじめ多くの生き物が棲む川にするために、川の清掃美化活動を開始。また、地元の団体や大学の学生と協働で、子どもたちが自然体験を通して川の環境を学べる活動も始めました。5年前からは、地元の小学校の総合学習の一環として川の環境を観察し、児童が自ら見つけた課題をどう解決するのかを主体的に考える学習を行っています。

子どもたちにはこの学びをきっかけに「ホタルの舞う川を取り戻すために何ができるのか」を考え行動に移し、永慶寺川の自然環境を未来へ引き継いでいってほしいと考えています。

NPO法人 おおのの風

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。

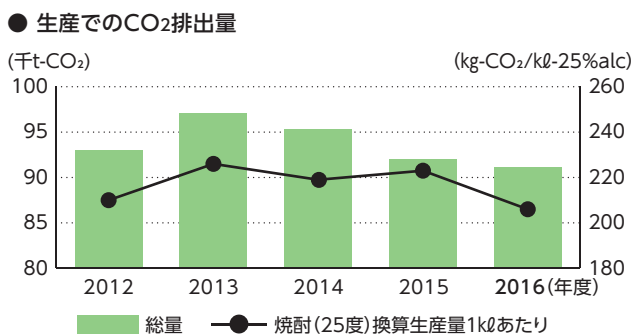
CO₂の削減

生産でのCO₂削減

アルコールの蒸留や商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、商品を容器に詰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重油ボイラーからガスボイラーへの転換、省エネ設備の導入などで生産時のCO₂排出量の削減に取り組んでいます。

2016年度は、高効率ボイラーへの更新、熱回収や保温対策の効果で、2015年度と比較して総量、原単位とも削減できました。



〈生産でのCO₂削減の取り組み事例〉

- ・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。

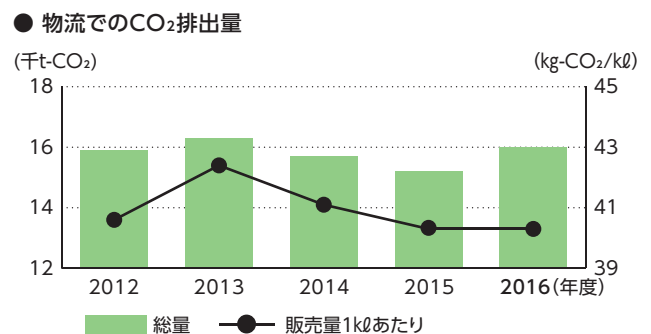
物流でのCO₂削減

工場からトラックや鉄道、船舶などで商品を運ぶのに伴う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、輸送時のCO₂の排出量の削減に取り組んでいます。

2016年度は、2015年度と比較して販売数量が増加したため総量は増加しましたが、消費地生産による東西間の輸送の削減に努めたことで、原単位は維持できました。

*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。



〈物流でのCO₂削減の取り組み事例〉

- ・フェリー、鉄道など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。

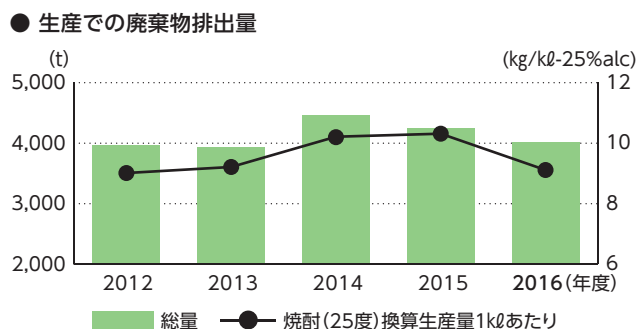
地球の「いきいき」のために

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など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。

2016年度は、排水処理汚泥が減少したため、2015年度と比較して総量、原単位とも削減できました。



〈廃棄物削減の取り組み事例〉

- ・焼酎粕飼料化設備の導入
- ・排水汚泥の減容化



焼酎粕の飼料化設備

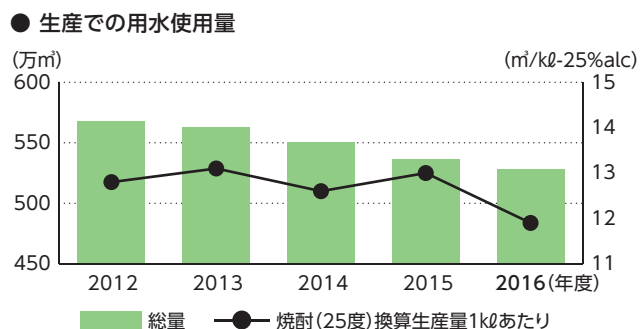
黒壁蔵で発生する焼酎粕を飼料化して有効利用しています。

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。

2016年度は、生産設備の洗浄方法の改善や排水処理設備の節水対策の効果で、2015年度と比較して総量、原単位とも削減できました。



〈用水量削減の取り組み事例〉

- ・製造設備の洗浄方法の改善による洗浄水の削減
- ・商品製造時の容器洗浄水や冷却水の再利用
- ・アルコール蒸留方法の改善による冷却水の削減

地球の「いきいき」のために

環境会計

当社独自指標である緑字決算を公表します。

また、環境会計ガイドラインに基づく環境会計を当社のウェブサイトで開催しています。

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、地球環境と密接に関わりあいながら事業活動を行っています。そこで、地球に対しての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います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できません。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を求めた後、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。

$$\begin{aligned} \text{個別ECO} &= \text{項目ごとの改善率} \times \text{重み付け係数} \\ \text{緑字決算ECO} &= \text{個別ECOの平均値} \end{aligned}$$

図3: 緑字決算対象項目選定と重み付け詳細

2016年度の緑字決算は+4.4ECO

容器包装の減量化や省エネ、省資源活動の結果、原料、容器包装、燃料、用水の調達やCO₂、工場排水の排出、リサイクルされない容器包装の排出の項目はプラスECOとなりました。

一方で、製造量の増加に伴う電力使用の増加と動植物性残さや廃プラスチックの増加があり、電力と工場廃棄物はマイナスECOとなりました。

その結果、2016年度の宝酒造全体としての緑字決算は+4.4ECOとなりました。

● 2016年度 緑字決算報告(2016年4月～2017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 (千kwh)	用水 (千㎡)	CO ₂ (物流を含む) (t-CO ₂)	工場排水 (千㎡)	工場廃棄物 (t)	リサイクル されない 容器包装 (t)
2016年度	144,507	45,713	38,332	42,077	5,279	107,763	3,862	4,009	11,029
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(%)	5.0%	8.1%	5.1%	-2.3%	6.2%	5.0%	4.7%	-1.8%	12.6%
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	4.7	8.4	5.5	-2.6	5.5	5.4	5.0	-1.8	9.8

②の重み付け値は、消費者アンケートにより決定します。
リサイクルされない容器包装=容器包装量×(1-容器包装のリサイクル率)

図4: 環境データ算出方法 図5: 過去の緑字決算結果 図6: 2016年度の環境会計結果

環境決算 ECO +4.4

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。

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約6割(容積比)は、容器包装が占めています。

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

 7:720ml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。

焼酎のはかり売りでは、当社の工場で1klや200lの専用タンクに焼酎を充填し販売店に直送します。お客様は家庭にあるPETボトルなどの空容器を販売店に持参し、専用タンクから必要な分だけ容器に詰めて購入します。

「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手法であり、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140店舗にご協力いただき、1998年の開始以来2017年3月までに、2.7lPETボトル換算で約866万本、段ボール約217万枚を節約することができました。

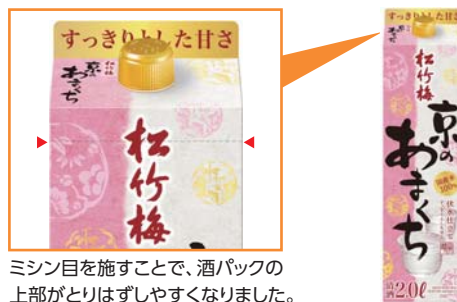


環境配慮型商品の開発

宝酒造では、「環境に配慮した商品開発のための指針」や「環境配慮型商品開発に関する手順書」を作成し、資材調達や商品開発においてISO14001の環境目標を設けて、容器の3R(リデュース、リユース、リサイクル)に配慮した商品開発を継続的に進めています。

2016年度は、松竹梅「京のあまくち」の紙パック容器に新しい紙パック容器「EP-PAKオルカット」を採用するなど、計5件の環境配慮型商品の開発や改良を行いました。

「EP-PAKオルカット」を採用することで、お酒を飲んだ後の紙パックの解体がしやすくなりました。



ミシン目を施すことで、酒パックの上部がとりはずしやすくなりました。

 8:環境に配慮した商品開発のための指針

 9:グリーン調達・4Rガイドライン

容器包装に関する環境賞を受賞

松竹梅「天」エコパウチが「容器包装簡素化大賞2017」で「特別賞」を、松竹梅「京のあまくち」2L紙パックが「2017 JPC(ジャパンパッケージコンペティション)」を受賞しました。

「容器包装簡素化大賞」とは、ごみ減量・資源の節約・エネルギーの削減につながるエコ包装(容器包装の簡素化)を実践している商品を表彰するものです。松竹梅「天」エコパウチは、本体・キャップともプラスチック資材で分別の必要性が無く、また、小さく丸めて回収(リサイクル)に出せるようにした点が高く評価されました。

「JPC(ジャパンパッケージコンペティション)」は、商品化され販売されたパッケージの優秀性を競うもので、松竹梅「京のあまくち」2L紙パックは、消費後の紙パックの解体が容易になった点が高く評価され、受賞に至りました。

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、さまざまな社会貢献活動を推進しています。

囲碁大会「宝酒造杯囲碁クラス別 チャンピオン戦」開催

宝酒造は、囲碁とお酒が楽しめる囲碁大会「宝酒造杯囲碁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20歳以上ならだれでも参加できる全国規模の囲碁大会で、対局だけでなく、宝酒造のお酒の試飲やクイズラリーなどのイベント、プロ棋士による指導碁、サイン会などが催される盛りだくさんの大会です。当社の商品や企業理念を理解していただく良い機会にもなっています。

2016年度は全国11か所、12回の地方大会ならびに全国大会で延べ9,435名の方に参加いただき、参加者は年々増加しています。今後とも囲碁の普及に貢献できるよう、より良い大会をめざします。



「宝酒造杯」の様子

「木の岡ビオトープ自然観察会」に協力

2016年12月4日および2017年3月12日に開催された「おにぐるみの学校」主催の「木の岡ビオトープ自然観察会」に協力しました。

木の岡ビオトープは、近年人口増加が著しい琵琶湖の南湖周辺地域にあって、さまざまな生き物が生息する貴重な地域です。当日は、「水鳥観察」をはじめ、「動物クイズ」など、子どもや大人も自然に触れる貴重な体験をしました。

当社社員は、「水鳥観察の誘導」などのお手伝いをしました。今後も自然を守る活動を継続して行っている団体を応援していきます。

ロハスフェスタに協賛

2016年4月に開催された「第7回ロハスフェスタin東京・光が丘公園」に協賛出展しました。また、11月に開催された「第26回ロハスフェスタin万博公園」にも協賛出展しました。宝酒造の展示ブースでは、タカラ・ハーモニストファンドや宝酒造「田んぼの学校」などの自然保護への取り組みや空容器問題への取り組みを紹介しました。



宝酒造展示ブースの様子

動画募金を通じた寄付を実施

2017年2月にインターネット動画募金を実施し、札幌ワイルドサーモンプロジェクトに569,865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」および宝酒造「エコの学校」(P.21-23参照)の様子をそれぞれ3分程度にまとめた動画をご覧ください。

宝酒造「田んぼの学校」で収穫したもち米を障がい者の福祉作業所などに寄贈

宝酒造「田んぼの学校」2016(P.21-22)で収穫したもち米の一部を、「田んぼの学校」で使用する看板やのぼりなどの製作に関わりのある社会福祉法人太陽の園や富里福葉苑などに寄贈しました。寄贈したもち米は、年末に施設で行われる餅つきなどで使われました。



富里福葉苑でのもちつきの様子

第40回全国育樹祭に協賛

2016年10月8日および9日に京都府で開催された第40回全国育樹祭に協賛しました。また、併催行事である10月8日開催の全国緑のこどもサミットにも容器のリサイクル絵本「宝酒造リサイクルロード」を提供しました。



全国育樹祭式典の様子



「宝酒造リサイクルロード」

島原工場 温泉給湯事業コスト削減に貢献し感謝状授与

島原温泉の安定的な運営に大きく貢献したことが高く評価され、島原市から感謝状が贈呈されました。

島原温泉ではもともと源泉の温度が低く、以前から温度を上げるための燃料代などの維持管理費用が大きな負担となっていました。そこで、島原工場のアルコール蒸留後の排温水を無償提供しました。この排温水を利用したヒートポンプ方式の加温設備を導入した結果、エネルギーの消費量やCO₂の排出量、エネルギーコストの大幅な削減につながりました。

2年にわたるヒートポンプ方式の加温設備整備などの試験期間を経て、2016年4月から本格的に稼働しました。



感謝状授与(写真提供元:島原新聞)

各地での地域貢献活動

地域の環境イベントへの協賛や協力、各地の清掃活動へのボランティア参加など、全国のさまざまな活動に積極的に参加、協力しています。

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 (千葉県)
容器のリサイクル絵本「宝酒造リサイクルロード」を希望者に提供 使用済み切手の回収・提供 (宮城県、三重県、長崎県)
芝桜公園 除草ボランティア (長崎県)
京都市まちの美化 清掃ボランティア参加
まちかどクリーンデー 清掃ボランティア参加 (東京都)
江戸川クリーン大作戦 河川敷清掃ボランティア参加 (千葉県)
西京区天皇の杜 清掃ボランティア参加 (京都府)
本社周辺清掃ボランティア (京都府)
蚊口浜ビーチクリーン 清掃ボランティア (宮崎県)
御殿場海岸 清掃ボランティア (三重県)
その他各事業場周辺の清掃ボランティアに参加 (全国)

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

2017年4月1日現在の宝酒造社員数は1,257名で、うち男性が1,108名、女性は149名です。

● 宝酒造社員数内訳

		2016年4月1日		2017年4月1日	
		人数(名)	構成比(%)	人数(名)	構成比(%)
社員総数	男性	1,112	88.3	1,108	88.1
	女性	147	11.7	149	11.9
	合計	1,259		1,257	
うち 管理職数	男性	553	96.8	553	97.0
	女性	18	3.2	17	3.0
	合計	571		570	

めざすべき人材像

企業人・社会人・個人のバランスを重視

宝酒造では、「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「人材」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・人材の進化」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材」を育成していきたいと考えています。

「めざすべき人材像」や求められる「役割」を発揮できる人材を育成するために、目標管理制度による職場での仕事を通じた人材育成を基本にしながら、自己申告制度などにより社員一人ひとりのキャリアの方向性を把握し、それらを踏まえた人材ローテーションによって社員の能力開発につなげています。

 H: 採用情報

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、採用に関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やパワーハラスメント、妊娠、出産、育児・介護に関するハラスメントの防止に向けて、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。

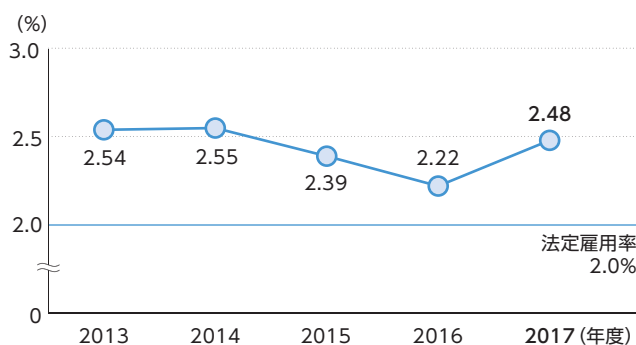
障がい者の雇用促進

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、多くの課題があります。これら一つひとつに対応していくことで、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、2017年4月1日現在の障がい者雇用率は2.48%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）



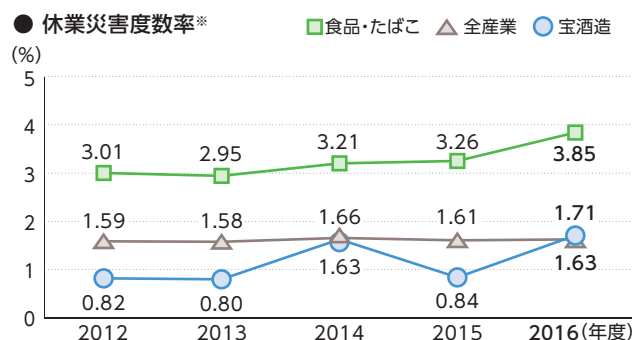
安全衛生管理

安全衛生委員会による活動を推進

社員が安全・健康に働ける環境を整えるために安全衛生委員会などを設け、社員の安全・健康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、2016年度の休業災害は2件。今後も事故発生原因の分析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。



※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)

※当社の休業災害度数率は工場を対象に算出

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で実施する「メンタルヘルス・チェック」により、外部機関の診断を定期的に受けられるよう制度を整えています。診断結果は本人のみに通知され、希望に応じて電話やWEB、面談によるメンタルカウンセリングを受けることができます。

また2016年度からは、社員のメンタルヘルス不調の未然防止と社員自身のストレスへの気付きを促すことを目的とする「ストレスチェック」を全事業場で実施しています。

健全な労使関係

信頼関係を基盤に労使が協調

宝酒造では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定期的に協議しています。

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、健全な労使関係のもと、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、組合員一人ひとりが充実した毎日を過ごすための環境づくりに取り組んでいます。

「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～健康で活き活きとした生活を送ろう～」「目標をもって熱くなれる毎日～達成感・満足感を追い求めよう～」

「信頼し合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つの毎日の実現をめざして活動しています。

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、個人の生活や価値観に合わせて利用できる「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、さまざま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することができます。

社員の
「いきいき」の
ために

ワーク・ライフ・バランスと女性活躍の推進

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るとともに、女性がいきいきと活躍できる職場づくりをめざしています。

仕事と家庭の両立を支援

制度の充実により仕事と家庭の両立を支援

宝酒造では「次世代育成支援対策推進法」に基づき、社員が仕事と子育てを両立し、働きやすい職場環境をつくることのできるよう行動計画を策定しています。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、小学校就学前の乳幼児看護休暇の制度化に加え、積立有給休暇の取得要件の範囲を拡げ、中学校卒業前までの子どもの学校などの各種行事への出席や未就学児の世話などの養育などを目的に休暇を取得できるようになりました。そして2016年には、育児短時間勤務における勤務時間の選択肢を増やすことで子育てと仕事を両立する社員がより活用しやすくなるよう制度を拡充しています。

また、積立有給休暇を父親が配偶者の出産時に取得できるようにするなど、男女を問わず仕事と家庭を両立できる環境づくりにも努めています。

こうした環境整備を進める一方、育児や介護に関する制度理解をはじめとした社内啓発の一環として、新任管理職研修などの場において仕事と家庭の両立推進に関する研修プログラムを実施しています。

育児休業期間中の社員に対しては、ウェブを活用し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、休業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。

● 休業休暇制度の利用者数

集計年度	2012	2013	2014	2015	2016
育児休業制度	7	10	10	10	10
介護休業制度	1	0	0	0	0
乳幼児看護休暇制度	41	43	37	31	31
妊産婦・乳幼児健診	9	9	5	7	7

注) 利用者数は当該年度に制度を利用した人数。

休日休暇制度と適正な労働時間

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。2年の期限が経過した有給休暇は最大40日まで積み立てることが可能で、本人の疾病、家族の介護、学校などの教育機関の各種行事への出席や未就学児の世話などの養育、資格取得の際などに利用することができます。また、25歳から55歳まで5年ごとの節目に10日以上連続休暇を取得することができるリフ

VOICE

一昨年、2度目の育児休業を取得しました。1人目のときは、いないいないばーと言ってるあいだに終わってしまったので、今回はやりたいことが盛りだくさんでした。上の子の保育園の送迎も、休暇前は嵐のように去っていましたが、育児中は先生とゆっくり子どもの様子を話すことができました。また、育児の合間に、資格の勉強をして試験を受けたのも久しぶりで、とても新鮮でした。大切な時間に感謝し、これからは時間のやりくりを工夫しながら頑張ります。

商品部醸造酒課 田和 綾子
育児休業取得(2015年度)



VOICE

今回、2人目の出産に合わせて、妻が入院中に1人目の子どもの育児を主な目的として育児休業を取得しました。普段は子どもの世話を妻に任せることが多いため、今回の育児休業では妻の大変さを身に染みて感じました。しかしそれ以上に、子どもの世話を通じてかけがえのない時間を過ごすことができ、改めてワーク・ライフ・バランスの大切さを認識することができました。このような機会はあまりないかもしれませんが、機会があればぜひもう一度制度を利用したいと思います。

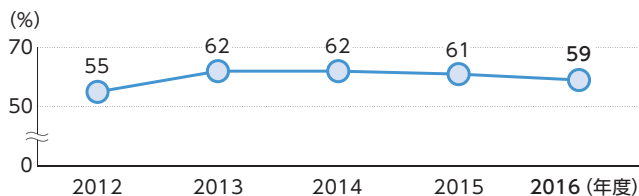
環境広報部広報課 大西 悠介
育児休業取得(2016年度)



レッシュ休暇制度を設けています。

こうした休日休暇制度の採用に加え、社員がいきいきと健康的に働くことができるよう、定時終業時の終礼の実施や定時退勤の呼びかけを事業場単位で行うとともに、残業を行う際は勤怠管理システムでの事前申請、事前承認をルール化し、サービス残業の禁止を徹底するなど、適正な労働時間管理を徹底することで長時間労働の防止にも努めています。

● 有給休暇取得率の推移



女性活躍の推進に向けた取り組み

女性がいきいきと働ける環境づくり

宝酒造では女性のさらなる活躍推進に向けて行動計画を策定し、公表しています。全社員に占める女性社員比率が約10%程度である状況を踏まえ、2020年3月までの計

画では「事務系・技術系の新卒採用者の女性比率を30%以上」とすることを目標の一つに掲げています。主な取り組みとしては、採用ウェブサイト上で女性社員が活躍する事例をインタビュー形式で詳しく紹介することで、情報発信を強化するとともに、会社説明会などに女性社員を積極的に登用し、当社で働く女性像を学生の皆様に具体的にイメージしていただく機会を設けるようにしています。

また、女性活躍推進のもう一つの柱として「新任女性管理職、新任女性課長補佐を期間中に延べ15名以上登用」することを目指しています。女性社員のキャリア意識の形成と人財育成を目的として実施しているキャリア研修では、女性を取り巻く転機の理解と役割の自覚を促すとともに、女性社員一人ひとりの特性を活かしたリーダーシップの発揮について考えるなど、役割拡大に必要なスキル学習とトレーニングを実施しています。

● 女性活躍に関するデータ (宝ホールディングス・宝酒造 2社計)

男女別の平均継続勤務年数：男性23.1年 女性20.0年	※正社員勤務年数 2017年4月1日現在
採用した労働者に占める女性労働者割合：事務系・技術系合計 35.0%	※2017年度 新卒採用者
女性役職者人数：24名	※2017年4月1日時点

VOICE

1回目の休暇は30歳になる年で、この年に1人目の子どもが誕生し、妻は育児休職を取得中でした。2回目の休暇は35歳になる年で、妻は仕事をしており、2人の子どもは保育園に通っていました。ですので、家族揃って大旅行、とはいきませんでしたが、日頃妻にお願いしてばかりの家事をし、わずかばかりですが休息を取ってもらったり、普段なかなか実現しない「父と子でのお出かけ」をし、ちょっとした非日常を味わえたり、有意義な休みを過ごすことができました。



SCM部企画課 田崎 修平
リフレッシュ休暇取得 (2015年度)

VOICE

「女性のキャリアアップ」という言葉をよく聞くようになりましたが、自身のキャリアについては漠然としかイメージできていませんでした。女性の活躍をテーマとしたキャリア研修に参加し、ライフイベントが仕事に与える影響が大きい女性だからこそ、起こり得る変化に備えてキャリアプランをしっかりデザインしておくことが大事だということを感じました。変化をチャンスにするスタンスを研修やロールモデルとなる女性から学ぶ機会は今後さらに重要になるのではないのでしょうか。



商品部調味料課 稲泉 賀奈子

信頼される
企業である
ために

コンプライアンス

コンプライアンス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遵守を啓発する活動を推進しています。

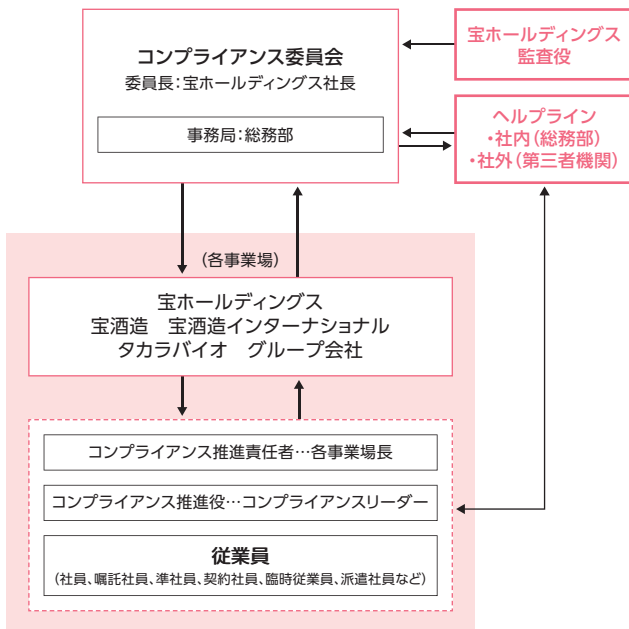
コンプライアンス推進体制

コンプライアンス委員会を中心に指導・推進

宝グループでは、コンプライアンス活動の領域を「法・社会倫理の遵守」と「危機管理」と定めており、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、宝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

社員一人ひとりがどのように行動すべきかを「宝グループコンプライアンス行動指針」として制定し、従業員がいつでも確認できるように小冊子を作成して配布しています。この指針に基づき、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、コンプライアンスの浸透・定着を図っています。

宝グループコンプライアンス行動指針の基本的な考え方

宝グループは、「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

宝グループでは、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、リスクの顕在化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。宝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

宝グループでは、毎年、各職場にコンプライアンスリーダーを選任し、集合研修を実施しています。この研修では、特に教育したいコンプライアンス事象に注力した講義を実施しています。

コンプライアンスリーダーは、各職場の従業員に対する教育および活動の推進役となって、コンプライアンスの浸透に努めています。

上記の教育のほか、新入社員・中途入社社員へのコンプライアンス教育や定期的なコンプライアンス啓発文書の社内発信などを実施しています。これらの活動を通じて、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。

ヘルプラインの設置

社内外に公益通報窓口を設置

宝グループでは、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

宝グループでは、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。

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顕在化防止・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.35参照）で報告しています。活動を見直しながら、さらにレベルアップした取り組みを進めていきます。

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。

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。

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・落下防止策などを実施しています。

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。

信頼される
企業である
ために

コーポレートガバナンス

経営の透明性を高め、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ポリシー

宝ホールディングスでは、コーポレートガバナンスに対する基本的な考え方や取り組み状況について「宝ホールディングス コーポレートガバナンスポリシー」を定め、株主・投資家をはじめとするステークホルダーとの信頼関係構築や、コーポレートガバナンス体制の整備に努めています。

基本的な考え方

宝グループは、「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」という企業理念のもと、日本伝統の酒造りの発酵技術と最先端のバイオ技術の革新を通じて、食生活や生活文化、ライフサイエンスにおける新たな可能性を探求し、新たな価値を創造し続けることによって社会への貢献を果たしています。

2011年に公表した10年間の長期経営ビジョン「宝グループ・ビジョン2020」では、酒類・調味料事業を基盤とし、バイオ事業と健康食品事業という有望な将来性のある成長事業を有する独自の強固な事業ポートフォリオをベースとし、国内はもとより海外においても事業を伸ばし、さらに環境変化に強いバランスのとれた事業構造を確立することをめざしています。また、長期経営ビジョンを実現するための具体的な実行計画として策定した3カ年の「宝グループ中期経営計画2019」では、「海外売上高比率をさらに高めるとともに、国内外で抜け・モレのない商品と競争優位性をもった商品を多数もつことで、他社に勝てる分野を数多く築き上げ、どんな環境変化が起ころうとも収益を大きく伸ばさせることができるバランスのとれた事業基盤を確立する」という基本方針の下、売上高や営業利益、海外売上高比率といった業績目標のほか、成長投資と適切な株主還元の実施によりROEの向上をめざす方針を公表しております。具体的には、営業利益をベースとした「みなし配当性向30%*」を目安とした配当を行うとともに、自己株式の取得や政策保有株式の売却にも、状況に応じた機動的な対応を図ってまいります。

このように、長期経営ビジョンと中期経営計画を着実に実行し、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を遂げるためには、株主、顧客、従業員、債権者、地域社会などのステークホルダーの立場を踏まえた上で、透明・公正か

つ迅速・果敢な意思決定を行うためのコーポレートガバナンス体制が必要であり、「コーポレートガバナンスポリシー」に定める具体的方針に則って取り組んでまいります。

*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%

株主・投資家との信頼関係構築

積極的なコミュニケーション

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。

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するほか、年間を通じた個別の面談などを通じ、双方向のコミュニケーションに努めています。また、個人投資家に向けては、年数回の会社説明会を開催しています。

このほか、宝ホールディングスのウェブサイトには「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、宝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

株主総会の活性化に向けて

宝ホールディングスでは、株主総会が株主との建設的な対話の場でもあるとの認識のもと、株主総会における権利行使にかかる適切な環境整備を行うこととしています。

株主総会において株主が適切な判断を行えるよう、株主総会招集通知の記載内容の充実と早期発送に努めるとともに、招集通知に記載する情報（一部の英訳を含む）をその発送より前にTDnetや当社ウェブサイトなどで電子的に公表しています。

また、議決権行使をしやすい環境づくりの一環として、インターネットによる議決権の電子行使を可能とし、あわせて議決権電子行使プラットフォームを利用しています。

コーポレートガバナンス体制

持株会社がグループの業務執行を監督

宝グループは、持株会社宝ホールディングスと、宝酒造、宝酒造インターナショナル、タカラバイオなどの連結子会社62社（2017年7月3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。

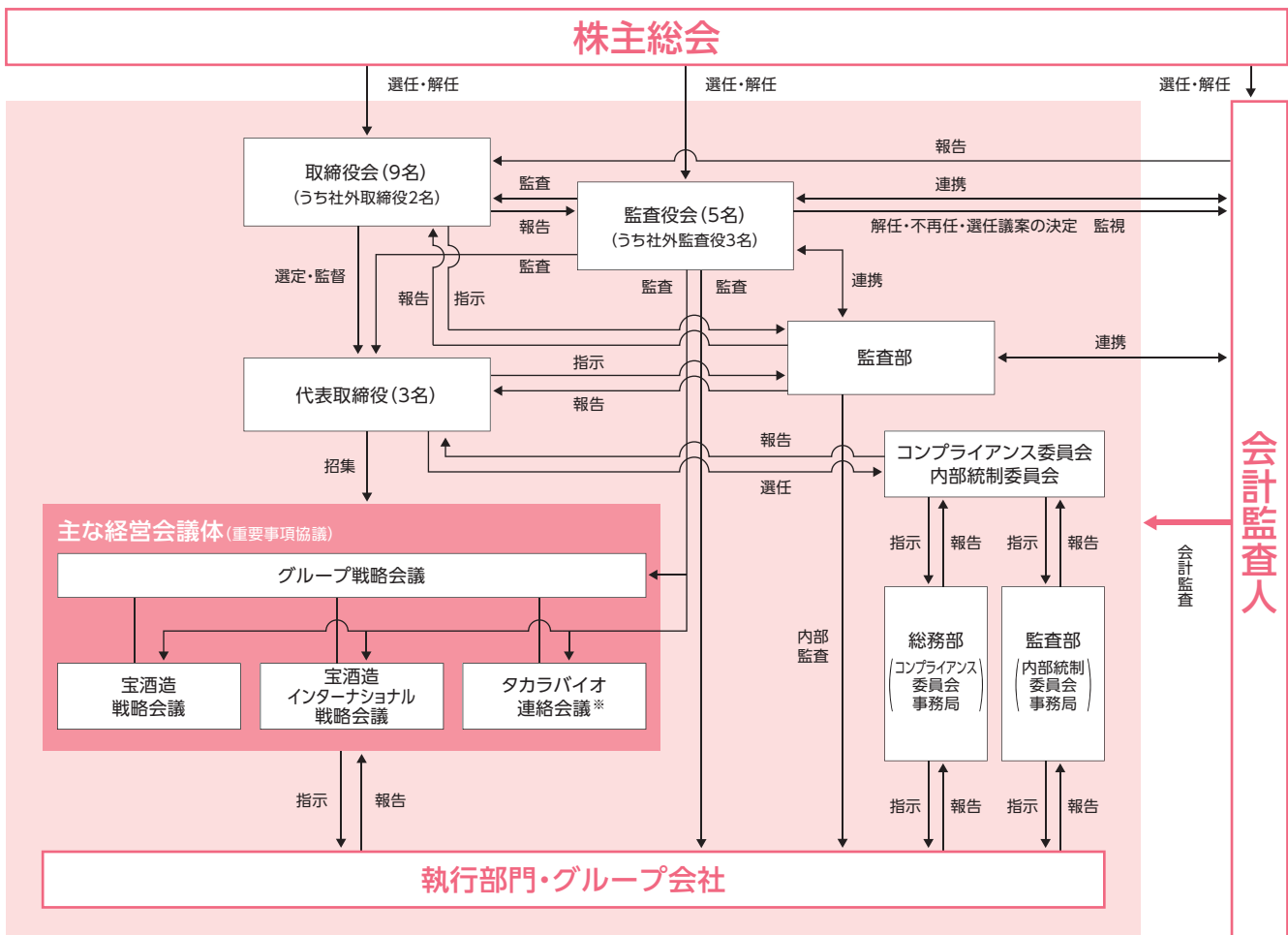
①監査役設置会社として、監査役は、取締役会などの重要会議への出席や業務・財産と重要書類の調査を通じて、取

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、監査役会を構成する他の監査役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グループ経営全体に関わる重要事項の協議、グループ各社の業績レビューや活動報告などを目的とした「グループ戦略会議」のほか、各社の重要事項の協議や業績・活動状況などの報告を行う「宝酒造戦略会議」、「宝酒造インターナショナル戦略会議」、「タカラバイオ連絡会議」などを開催しています。

IR情報

● コーポレートガバナンス体制（2017年7月3日現在）



※ タカラバイオ連絡会議は、タカラバイオ株式会社の業績・活動状況など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などは求めておらず、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

宝酒造の歴史

社会・環境活動の歴史



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
 1999 平成11年

環境報告書「緑字決算報告書」初刊発行
 1998 平成10年

焼酎のはかり売り開始
 1998 平成10年

商品に点字で「おさげ」表示を開始
 1995 平成7年

未成年者飲酒、飲酒運転の注意表示を開始
 1995 平成7年

四万十川の清流を守るうキャンペーン開始
 1994 平成6年

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

第1回宝フリーン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「Say No」読本」を発行
 1985 昭和60年

「Say No」キャンペーン実施
 1985 昭和60年

公益信託タカラ・ホーム・ニストファンドを設立
 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



1842 1950 1960 1970 1980 1990

1996 (平成8年) お客様相談室を設置

1995 (平成7年) 北京寛宝食品有限公司(現在の宝酒造食品有限公司)設立

1994 (平成6年) 環境・広報室を設置

1993 (平成5年) 本格米焼酎「よかいち」発売

1989 (平成元年) ブランドン輸入販売開始

1985 (昭和60年) 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

1971 (昭和46年) 英国トマーチン社と提携

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(清酒・甘酒)

会社・商品の歴史



松竹梅「京のあまくち」2L紙パックが「2017 JPC (ジャパンパッケージングコンペティション)」を受賞
 松竹梅「天工」パウチが「容器包装簡素化大賞2017」の特別賞を受賞

松竹梅「京のあまくち」に日本で初めて使用後の解体が容易な新紙パック容器「EPPACK オルカット」を採用

「リユース・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

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

白河工場跡地を白河市へ寄付

宝酒造「工」の学校「開始

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

松竹梅「天」にパウチパックを採用
 東日本大震災で被災地給水を支援

「お酒おつきあい読本」発行

「宝酒造杯囲碁フランス別チャンピオン戦」開催

お客様相談室のウェブサイトを開設

CSR報告書「緑字企業報告書」初刊発行
 17事業場でISO14001を統合

妊産婦飲酒の注意表示実施
 宝酒造「田んぼの学校」開始

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
 ヘロタフシーへの協賛開始

地球環境大賞「地球環境会議」が選ぶ優秀企業賞「受賞



2000

2000 (平成12年) 地球環境大賞「地球環境会議」が選ぶ優秀企業賞「受賞」

2001 (平成13年) 企業理念の改定および行動規準の制定

2001 (平成13年) 全量芋焼酎「刻者」発売

2001 (平成13年) 品質保証部を設置

2001 (平成13年) 松竹梅「白壁蔵」完成

2002 (平成14年) 宝グループ持株会社体制へ移行

2002 (平成14年) 松竹梅「白壁蔵」完成

2003 (平成15年) 松竹梅「天」発売

2004 (平成16年) コンプライアンス委員会を設置

2004 (平成16年) 宝酒造「田んぼの学校」開始

2004 (平成16年) 妊産婦飲酒の注意表示実施

2004 (平成16年) 17事業場でISO14001を統合

2005 (平成17年) CSR報告書「緑字企業報告書」初刊発行

2006 (平成18年) お客様相談室のウェブサイトを開設

2006 (平成18年) 「宝酒造杯囲碁フランス別チャンピオン戦」開催

2006 (平成18年) 「お酒おつきあい読本」発行

2006 (平成18年) 東日本大震災で被災地給水を支援

2006 (平成18年) 松竹梅「天」にパウチパックを採用

2007 (平成19年) 宝酒造「工」の学校「開始

2007 (平成19年) 審査委員会特別賞を受賞

2007 (平成19年) 「青少年の体験活動推進企業表彰」で最高賞「内閣総理大臣賞」を受賞

2007 (平成19年) 白河工場跡地を白河市へ寄付

2007 (平成19年) 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

2007 (平成19年) 環境教育教材「リサイクルロード」発行

2007 (平成19年) 各地自然災害被災地でボランティア活動実施

2007 (平成19年) 阿武隈川きらきらキャンペーンに協賛

2007 (平成19年) ヘロタフシーへの協賛開始

2008 (平成20年) 宝酒造インターナショナル株式会社設立

2008 (平成20年) オーストラリアのニッポンフード社を連結対象会社化

2008 (平成20年) アメリカのミューチャルトレーディング社を連結対象会社化

2008 (平成20年) ポルトガルのケタフーズ社の経営権を取得

2008 (平成20年) 宝焼酎「NIPPON」発売

2008 (平成20年) タカラcanチューハイ(ドトライ)発売

2008 (平成20年) 松竹梅白壁蔵「澤」(DRY)スパークリング清酒発売

2008 (平成20年) タカラ果汁入り糖質ゼロチューハイ「ゼロ仕立て」発売

2008 (平成20年) スペインのコンポート社の経営権を取得

2008 (平成20年) イギリスのタザキフーズ社の経営権を取得

2008 (平成20年) お客様相談室 JISQ (ISO) 10002 マネジメントシステム構築

2008 (平成20年) 松竹梅白壁蔵「澤」スパークリング清酒発売

2008 (平成20年) フランスのフーデックス社の経営権を取得

2008 (平成20年) 松竹梅「白壁蔵」(生酛純米)発売

2008 (平成20年) 本格麦焼酎「知心剣」発売

2008 (平成20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

2010

2000 (平成12年) 地球環境大賞「地球環境会議」が選ぶ優秀企業賞「受賞」

2001 (平成13年) 企業理念の改定および行動規準の制定

2001 (平成13年) 全量芋焼酎「刻者」発売

2001 (平成13年) 品質保証部を設置

2001 (平成13年) 松竹梅「白壁蔵」完成

2002 (平成14年) 宝グループ持株会社体制へ移行

2002 (平成14年) 松竹梅「白壁蔵」完成

2003 (平成15年) 松竹梅「天」発売

2004 (平成16年) コンプライアンス委員会を設置

2004 (平成16年) 宝酒造「田んぼの学校」開始

2004 (平成16年) 妊産婦飲酒の注意表示実施

2004 (平成16年) 17事業場でISO14001を統合

2005 (平成17年) CSR報告書「緑字企業報告書」初刊発行

2006 (平成18年) お客様相談室のウェブサイトを開設

2006 (平成18年) 「宝酒造杯囲碁フランス別チャンピオン戦」開催

2006 (平成18年) 「お酒おつきあい読本」発行

2006 (平成18年) 東日本大震災で被災地給水を支援

2006 (平成18年) 松竹梅「天」にパウチパックを採用

2007 (平成19年) 宝酒造「工」の学校「開始

2007 (平成19年) 審査委員会特別賞を受賞

2007 (平成19年) 「青少年の体験活動推進企業表彰」で最高賞「内閣総理大臣賞」を受賞

2007 (平成19年) 白河工場跡地を白河市へ寄付

2007 (平成19年) 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

2007 (平成19年) 環境教育教材「リサイクルロード」発行

2007 (平成19年) 各地自然災害被災地でボランティア活動実施

2007 (平成19年) 阿武隈川きらきらキャンペーンに協賛

2007 (平成19年) ヘロタフシーへの協賛開始

2008 (平成20年) 宝酒造インターナショナル株式会社設立

2008 (平成20年) オーストラリアのニッポンフード社を連結対象会社化

2008 (平成20年) アメリカのミューチャルトレーディング社を連結対象会社化

2008 (平成20年) ポルトガルのケタフーズ社の経営権を取得

2008 (平成20年) 宝焼酎「NIPPON」発売

2008 (平成20年) タカラcanチューハイ(ドトライ)発売

2008 (平成20年) 松竹梅白壁蔵「澤」(DRY)スパークリング清酒発売

2008 (平成20年) タカラ果汁入り糖質ゼロチューハイ「ゼロ仕立て」発売

2008 (平成20年) スペインのコンポート社の経営権を取得

2008 (平成20年) イギリスのタザキフーズ社の経営権を取得

2008 (平成20年) お客様相談室 JISQ (ISO) 10002 マネジメントシステム構築

2008 (平成20年) 松竹梅白壁蔵「澤」スパークリング清酒発売

2008 (平成20年) フランスのフーデックス社の経営権を取得

2008 (平成20年) 松竹梅「白壁蔵」(生酛純米)発売

2008 (平成20年) 本格麦焼酎「知心剣」発売

2008 (平成20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

2009 (平成21年) 「宝酒造杯囲碁フランス別チャンピオン戦」開催

2009 (平成21年) 「お酒おつきあい読本」発行

2009 (平成21年) 東日本大震災で被災地給水を支援

2009 (平成21年) 松竹梅「天」にパウチパックを採用

2009 (平成21年) 宝酒造「工」の学校「開始

2009 (平成21年) 審査委員会特別賞を受賞

2009 (平成21年) 「青少年の体験活動推進企業表彰」で最高賞「内閣総理大臣賞」を受賞

2009 (平成21年) 白河工場跡地を白河市へ寄付

2009 (平成21年) 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

2009 (平成21年) 環境教育教材「リサイクルロード」発行

2009 (平成21年) 各地自然災害被災地でボランティア活動実施

2009 (平成21年) 阿武隈川きらきらキャンペーンに協賛

2009 (平成21年) ヘロタフシーへの協賛開始

2010 (平成22年) 宝酒造インターナショナル株式会社設立

2010 (平成22年) オーストラリアのニッポンフード社を連結対象会社化

2010 (平成22年) アメリカのミューチャルトレーディング社を連結対象会社化

2010 (平成22年) ポルトガルのケタフーズ社の経営権を取得

2010 (平成22年) 宝焼酎「NIPPON」発売

2010 (平成22年) タカラcanチューハイ(ドトライ)発売

2010 (平成22年) 松竹梅白壁蔵「澤」(DRY)スパークリング清酒発売

2010 (平成22年) タカラ果汁入り糖質ゼロチューハイ「ゼロ仕立て」発売

2010 (平成22年) スペインのコンポート社の経営権を取得

2010 (平成22年) イギリスのタザキフーズ社の経営権を取得

2010 (平成22年) お客様相談室 JISQ (ISO) 10002 マネジメントシステム構築

2010 (平成22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経営権を取得

2010 (平成22年) 松竹梅「白壁蔵」(生酛純米)発売

2010 (平成22年) 本格麦焼酎「知心剣」発売

2010 (平成22年) 極上(宝焼酎)発売

2009 (平成21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



「緑字企業報告書 2017」に対する意見



公益社団法人 日本フィランソロピー協会
理事長 高橋 陽子

昨今、企業においてもSDGsという言葉をよく耳にするようになった。2015年にニューヨーク国連本部において、「国連持続可能な開発サミット」が開催され、150を超える加盟国首脳に参加のもと、「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択され、17の目標「持続可能な開発目標(SDGs—Sustainable Development Goals)」と169のターゲットが掲げられた。めざす社会は、「誰も置き去りにされない社会」。これは、ますます悪化する世界的レベルでの自然環境の保護、社会環境の整備・人材の育成など、あらゆる国、あらゆるセクターでの包括的で覚悟ある取り組みが求められている。企業も例外ではない。

そうした背景を念頭に今年度の緑字企業報告書を読んできた。

「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」ということを明言しており、各事業や制度は、その具現化として、一つ一つ丁寧に考え、取り組んでいる内容である。

特集では、会社の原点の「本みりん」について。お米の恵みから生まれる日本の食文化における本みりんの歴史と魅力をわかりやすく解説し、日本の日常における食生活の大切さを伝えるものとなっている。表紙の少女の笑顔に象徴されるように、次世代に伝承すべき豊かな食文化を支える企業としての矜持を実感する。

本業での安全・安心への取り組み、さまざまな改善は、

お客様との双方向の対話による真摯な取り組みであり、社外の高評価を得ているのだと思う。

環境活動では、市民の生活実感に基づいた環境活動評価軸を設定するなど、市民の側に立った環境活動を進めようとする姿勢が窺える。本業における緑字決算、環境負荷軽減の積極的な取り組みに加えて、社会貢献活動においても1979年の「カムバック・サーモン・キャンペーン」に始まり、「タカラ・ハーモニストファンド」、「田んぼの学校」、そして「エコの学校」と、NPO支援、青少年育成へと進化し続けていることに頼もしさを感じる。

そのうえで、全項目を、包括的な経営方針の下に捉え、整理をする工夫を求めたい。

環境方針において生物多様性が重点項目に入った。では、何に取り組むのか、「田んぼの学校」において何を学ぶのかなどを具体的に記述することで、そのめざすところを明確にしてほしい。また、「エコの学校」のプログラムを拡張して、「田んぼの学校」で伝えたいことを疑似体験させるなど、秀逸のプログラムの連携により、地球のいきいきが、社会のいきいき、家庭のいきいき、次世代を担う子どもたちのいきいきへと循環するものになれば、もっと躍動感あふれる伝わり方になるのではないだろうか。尚、「地球の「いきいき」のために」の中に括られている「田んぼの学校」「エコの学校」「タカラ・ハーモニストファンド」の3つの社会貢献

活動と、「社会の「いきいき」のために」に位置づけられている社会貢献活動を分けて位置づけるのではなく、同一線上に置くことで、社会貢献活動全体の方向に新たな地平が見えてくると思う。

「ワーク・ライフ・バランスと女性活躍の推進」における、VOICEの企画は、社員の皆さんの声と素敵な笑顔が、制度や数字に命を吹き込み、社員の「いきいき」が素直に伝わってくる。ただ、個人的な暮らしの声に終始しているので、育児休暇や休職を通して、仕事や暮らしに対する考え方、環境への取り組みなどに、どのような気づきがあったのかなどについての記述があると、地球・社会・顧客・社員の「いきいき」に関連と膨らみが出るのではないだろうか。

「働きやすい職場づくり」において、障がい者雇用、メンタルヘルスの取り組みを読むと、冒頭のSDGsのめざす「誰も置き去りにされない社会」という目標を思い出す。この具現化が企業のCSRである。障がい者・休職者をかけがえのない貴重な人財とするために、課題や今後のめざすべき目標などについて、もう一步踏み込んで示してほしい。報告書は、現在の報告であると共に、今後についての決意表明であってこそ、より信頼と応援を得ることができると思う。

よりよい地球や社会を創るために、これからの企業は、お客様や地域の人たちを巻き込み、共に成長する姿勢を示すことが求められている。宝酒造は、誠実に果敢に長い歴史を創り上げ、すでに社会で信頼されるきらりと光る存在である。宝酒造の今後、伝統と革新を両輪に据え、ステークホルダーと共に新たな価値を創り続けるさらなる挑戦を期待したい。

編集方針

「緑字企業報告書2017」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、一部宝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:2016年4月1日~2017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:2017年7月

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、IR部門)
- ・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)

■ 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」(P.21-22参照)で撮影されたものです。田んぼの学校に参加した子どもたちのいきいきとした表情から私たちは、「皆様にいきいきを届ける企業」であり続けたいという想いを重ね合わせ、表紙を選定しました。



●お問い合わせ先

宝ホールディングス株式会社

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。