

目次

2	編集方針	
3	会社概要	
4	事業紹介	
6	宝酒造の歴史	
7	トップメッセージ	
	企業理念／行動規準	
9	経営方針／コーポレート・ガバナンス	
10	コンプライアンス推進体制	
	特集	
11	「本当に旨くてよい酒」を追求し続ける「白壁蔵」	3人のレポーターが「白壁蔵」を見学
	お客様の「いきいき」のために	
15	お客様の安全・安心のために	
17	お客様との対話を大切にします	
19	お客様の健康を考えます	新会社 宝ヘルスケア(株)を設立
21	お客様とともに環境を守ります	
	パートナーとともに	
23	「いきいき」とした市場、売り場、地域づくりを推進します	
	社員の「いきいき」のために	
25	やりがいを感じる職場づくりをすすめます	新たな人事制度に移行
27	働く人の目線にたって働きやすい環境づくりをすすめます	
	社会の「いきいき」のために	
29	皆様とともによりよい社会づくりをめざします	
31	お米とお酒の学校	
	地球の「いきいき」のために	
33	緑字決算を公表します	2006年度の緑字決算は-1ECO
35	目標達成状況と今後の課題	
37	一人ひとりが活動を推進します	
39	環境コミュニケーションの推進と活動を支える仕組み	
41	第三者意見	



3人のレポーターが「白壁蔵」を見学

編集方針

「緑字企業報告書2007」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)の皆様に誠実でわかりやすく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:2006年4月1日～2007年3月31日
※上記の期間以外は年度を記載しています
- 参考にしたガイドライン:環境省「環境報告書ガイドライン2003」、GRI*「持続可能性報告のガイドライン2002」を参考に作成しています。
※GRI(Global Reporting Initiative)環境面だけでなく社会、経済面も含めた報告書の世界的なガイドラインを作成している国際団体
- 編集体制:以下のメンバーで編集いたしました。
・環境統括会議<宝ホールディングス(株)・宝酒造(株)役員、グループ会社社長 計13名>
・編集委員会<CSR推進部門、広報部門、IR部門、経営企画部門、総務・人事部門、営業部門、商品開発・宣伝部門、購買・製造部門、品質保証部門、お客様相談部門、環境部門 計17名>
・編集責任者:中尾 雅幸(環境広報課長)
- 発行責任者:佐藤 浩史(環境広報部長)
- 発行時期:2007年8月発行
(前回2006年9月、次回2008年8月発行予定)

詳細情報はホームページに掲載しています

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/green/>

 1～10・・・工場別報告などの詳細資料

 A～P・・・IR情報などの参照ページ

- 宝酒造の環境への取り組みにつきましては下記のアドレスをご参照ください。
<http://www.takarashuzo.co.jp/environment/>

財務情報について

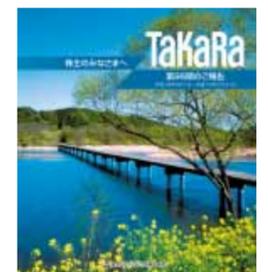
財務情報の詳細につきましては、宝ホールディングス株式会社のアニュアルレポートをご覧ください。

なお、宝ホールディングスのホームページではアニュアルレポートだけでなく、決算短信、事業報告書、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



アニュアルレポート



事業報告書

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

宝酒造株式会社 概要

宝酒造は、持株会社である宝ホールディングス株式会社の傘下において、酒類・酒精（※1）・調味料事業を展開する中核会社として事業活動を展開しています。

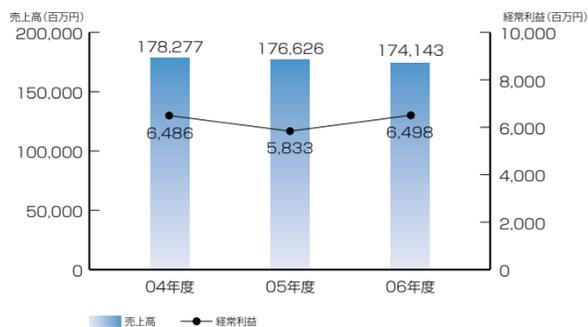
■主な事業	酒類、酒精、調味料の製造・販売
■本店所在地	京都市伏見区竹中町609番地
■設立	2002年4月1日（持株会社体制移行による）
■資本金	1,000百万円
■売上高	174,143百万円（※2）
■経常利益	6,498百万円（※2）
■従業員	1,357人（2007年3月末） （2006年3月末…1,416人、2005年3月末…1,474人）

■決算期	毎年3月31日
■事業所	●本社事務所（1） ●東京事務所（1） ●支社（8） ●工場（6） ●蔵置場（1） ●物流センター（2）

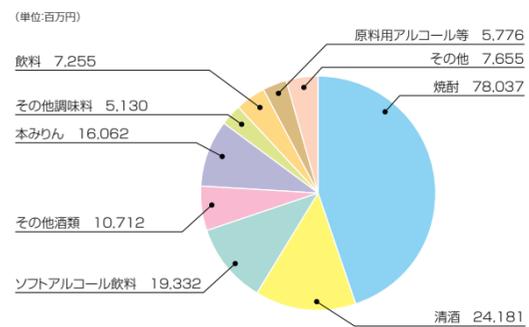
（※1）原料用アルコール製造・販売
（※2）売上高、経常利益については宝酒造グループの連結実績を使用しています。
宝酒造グループ子会社の構成については9ページをご覧ください。



宝酒造グループ 過去3年間の売上高と経常利益の推移



宝酒造グループ 2006年度カテゴリー別売上高



宝酒造の事業紹介

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



常に新たな市場創造をめざして

長年、焼酎のスペシャリスト企業として培ってきた独自の優れた技術によって、時代が求める焼酎を追求し、市場を創造し続けることで、焼酎市場のさらなる発展に貢献してきました。甲類焼酎では、発売以来30年のロングセラーを続ける「宝焼酎「純」」、スタイリッシュなデザインとまろやかな味わいが特徴の「焼酎「JAPAN」」など、ボトル焼酎の新たなカテゴリーを築いてきました。本格焼酎においては、独自製法による「全量芋焼酎「一刻者」」など、さまざまな原料での造りにこだわった焼酎を発売・育成し、伸長する本格焼酎市場においても確固たる地位を築いています。

清酒



「こだわり」とさらなる高品質を求めて

「松竹梅」は、時代の潮流を読んだ的確なマーケティング戦略により、慶賀・贈答市場におけるトップブランドとして磐石な地位を確立。「よるこびの清酒」として高品質なイメージを守り続け、成長を遂げてきました。また、紙パック市場においても「松竹梅「天」」を発売。差別化した酒質と榊莫山氏作の書画を採用したデザインも好評で、多くのお客様に支持されています。2001年秋には、高品質清酒を製造する「白壁蔵」が完成。「本当に旨くてよい酒とは何か」を徹底的に追求しています。今後も造りや原材料にこだわり、お客様に納得いただける高品質で個性的な商品を提案していきます。

ソフトアルコール飲料



お客様のニーズにお応えするチューハイをご提案

1984年、衝撃的なデビューを飾った「タカラcanチューハイ」。厳選された「焼酎」「果汁」「水」と確かな技術に裏づけられた、こだわりの品質は、お客様からの絶大な支持により発売から20年を超えるロングセラー商品となりました。2006年3月には、「TAKARA「焼酎ハイボール」」を発売。昭和20年代の東京下町で生まれた、チューハイの原点とされる「焼酎ハイボール」の味わいを追求した缶入りチューハイです。食事とともに楽しめるドライな味わいで、お客様の飲用シーンを広げます。そのほか、果汁の産地や搾汁方法にこだわった「タカラCANチューハイ「直搾り」」など、さまざまなお客様のニーズにお応えする高品質商品を開発、育成していきます。

輸入酒



世界の「高品質」輸入酒をご提案

1972年の日中国交回復以来、常にお客様のご支持をいただいている信頼のブランド“紹興酒「塔牌」”はさまざまなラインアップ展開でお客様のニーズに対応し、30数余年中国酒市場をリードしてきました。そのほか、バーボンの“プラントン”、スコッチウイスキーの“BIG T”、リキュールでは“グリーンバナナ”シリーズ、“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、ワインについても付加価値・情報価値あふれる商品展開をしています。今後も、お客様それぞれの嗜好や飲用シーンにフィットする世界の価値ある「高品質」輸入酒をご提案していきます。

調味料



お酒のチカラでもっとおいしく

古くから世界各地で使われてきた「調味料」としてのお酒のチカラに着目し、料理をおいしく、食卓を豊かにするさまざまな商品をご提案しています。江戸時代に誕生した“タカラ本みりん”は日本料理に欠かせない調味料としてお客様にご支持いただき、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・発展を続けています。また“タカラ本料理清酒”は、素材の生臭みを消し、料理に深いコクを与える「料理のための清酒」としてご愛用いただいています。そのほか、「京寶」ブランドをはじめとする加工業務用調味料を取り揃え、伸長する中食市場へ「お酒のチカラ」を活かした調味料をご提案しています。

酒精



日本の酒文化を明日に伝える

主に醸造原料として連続式蒸留機によって原料用アルコールを製造し、全国の清酒メーカーへ販売を行っています。また、清酒製造支援産業の立場から、ニーズに応じてアルコール製造に欠かせない酵母や酵素など清酒関連商品をご提供し、清酒メーカーとのパートナーシップを深めています。清酒造りの原点にかかわって業界の発展に寄与し、日本の酒文化である清酒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。一方では、2001年に施行されたアルコール事業法にもとづく工業用アルコールの製造・販売も開始するなど、積極的に新たな取り組みを始めています。

海外



ネットワークを活かして海外市場へ

米国には清酒「松竹梅」やみりん、梅酒を製造・販売するTakara Sake USA Inc.と、スーパープレミアムバーボン“プラントン”を扱うAge International, Inc.があり、中国には清酒「松竹梅」やみりん、焼酎を製造・販売、及び日本からの輸入製品の販売を行う宝酒造食品有限公司、グループ会社の洋酒の輸入販売を行う上海宝酒造貿易有限公司があります。欧州では英国にてスコッチウイスキーの製造・販売を行うThe Tomatin Distillery Co., Ltd.、また欧州での販売拠点として英国と仏国に営業事務所があります。これらのネットワークを相互に活用・補完することで、より効果的な活動をめざすとともに、新たな事業も展開していきます。

宝酒造の歴史

宝酒造のあゆみ

	会社の沿革	商品の歴史	社会・環境活動の歴史
	●1842(天保13年) 酒造業開始		
1900	●1925(大正14年) 寶酒造株式会社を創立 ●1933(昭和8年) 松竹梅酒造株式会社設立 ●1949(昭和24年) 株式を上場	●1916(大正5年) 自社で新式焼酎・新式みりんを製造開始 ●1933(昭和8年) 清酒「松竹梅」発売	●1923(大正12年) 関東大震災の東京に京都から 寶みりん、寶焼酎等を供給
1950		●1953(昭和28年) タカラボンジュース発売 ●1957(昭和32年) タカラビール発売	
1960	●1960(昭和35年) 伏見に近代的なみりん工場完成	●1968(昭和43年) 松竹梅「たけ」発売 ●1969(昭和44年) タカラみりん「ミリバック」発売	
1970	●1970(昭和45年) 大津市に中央研究所完成 ●1971(昭和46年) スコットランドのトマーチン社と 業務提携	●1971(昭和46年) ビッグティーゴールド発売 ●1972(昭和47年) 日中国交正常化とともに 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	●1983(昭和58年) 米国宝酒造株式会社を発足 ●1985(昭和60年) 企業理念制定・TaKaRa CIの導入	●1980(昭和55年) タカラ料理酒発売 ●1984(昭和59年) タカラcanチューハイ発売 ●1986(昭和61年) TaKaRaパービカン発売 ●1989(平成元年) プラントン輸入販売開始	●1985(昭和60年) 公益信託TaKaRaハーモニストファン を設立 「Say No」運動スタート ●1989(平成元年) スポーツリンク「PADI」に、日本で 初めてステイオンタブ(SOT)を採用
1990	●1991(平成3年) 米国のエイジ・インターナショナル社に 資本参加 ●1995(平成7年) 合併会社北京寶宝食品有限公司を 中国北京市に設立 ●1996(平成8年) お客様相談室を設置	●1993(平成5年) 特定保健用食品として「カルシウムバーラー」許可 ●1994(平成6年) タカラcanチューハイ「デラックス」 くすりおろしりんご」発売 ☆「すったもんだがありました」のCMコピーで流行語大賞受賞 本格米焼酎「よかいち」全国発売	●1994(平成6年) 北海道で宝焼酎「純」、純レジェンド のリターンブルボウル化開始 環境・広報室を設置 ●1995(平成7年) 阪神大震災でボランティア活動実施 未成年者飲酒、飲酒運転の注意表示を開始 商品に点字で「おさけ」表示を開始 ●1998(平成10年) 焼酎のはかり売り開始 「緑字決算報告書」初刊発行
2000	●2000(平成12年) 全工場ISO9002*認証取得完了 *品質保証に関する国際規格(現在はISO9001) 品質保証部を設置 ●2001(平成13年) 企業理念の改定および 行動規準の制定 清酒・特定名称酒の拠点として 「松竹梅白壁蔵」完成 ●2002(平成14年) 持株会社体制へ移行、 TaKaRaグループ新体制へ	●2000(平成12年) タカラ有機本みりん発売 ●2001(平成13年) 全量宇焼酎「一刻者」発売 ●2003(平成15年) 松竹梅「天」発売 ●2004(平成16年) 特定保健用食品として「ファイバーバーラー」許可 タカラ有機本料理清酒発売 ●2005(平成17年) 宝チューハイ壺詰発売 ●2006(平成18年) TAKARA「焼酎ハイボール」発売 焼酎「JAPAN」発売 ●2007(平成19年) タカラCANチューハイ 「直搾り」発売	●2001(平成13年) ホームページで「環境への取り組み」を 公開 ●2004(平成16年) 17事業場でISO14001統合認証を取得 コンプライアンス委員会、 コンプライアンス推進室を設置 各地自然災害被災地で ボランティア活動実施 環境教育教材「リサイクルロード」発刊 「TaKaRaお米とお酒の学校」設立 妊産婦飲酒の注意表示実施 ●2005(平成17年) 「緑字企業報告書」初刊発行



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。

トップメッセージ

皆様の「いきいき」のための 企業であり続けたい

宝酒造株式会社
取締役社長

大宮 久

皆様に「いきいき」をお届けすることが 私たちの社会的責任です

宝酒造では、皆様に「いきいき」をお届けすることが最大の「CSR(企業の社会的責任)」であるという考えのもとに企業活動を行っています。そして、お客様のニーズに合った商品を提供する、自然環境を守り美しい地球を次世代に残していく、社員が活気を持って働ける環境を整えるなど、様々な活動を行っていくことが、皆様に「いきいき」をお届けすることにつながっていくと考えています。

企業活動の大前提として 法律や社会のルールを守ります

こういった活動を行い、皆様に「いきいき」をお届けするためには、法律や社会のルールを守り、信頼される企業であることが求められます。私たちは、「法・社会倫理を守る」ということは企業活動を行う上での大前提であると考え、コンプライアンス行動指針を定めて全社員への徹底に努めています。その上で、お客様の多様なニーズにお応えし、安全でおいしい商品をお届けすることに取り組んでいます。

お客様の視点に立ち

確かな品質の商品をお届けします

また、私たちは「消費者のいきいきは、私のいきいき」を行動規準に掲げ、すべての事業活動をお客様の視点に立つことから始めています。お客様相談室や営業活動を通して、お客様の声に耳を傾けるとともに、市場調査や社員による提

案制度を活用し、常にお客様のニーズを捉えた商品開発に取り組んでいます。そして、徹底した品質管理のもと、確かな品質の商品をお客様にお届けしています。

皆様の「いきいき」のために 社員が「いきいき」できる環境を整えます

一方で、皆様に「いきいき」をお届けするためには、社員が「いきいき」と仕事ができる環境が重要であると考えます。当社では、新商品開発や技術改善に関する提案の場をできるだけ多く設定し、経営陣と社員が、また社員同士が率直に意見交換できる風土を醸成することで、やりがいを持って働くことができる職場作りに努めています。

地球の「いきいき」を守るのも 私たちの使命です

私たちの事業は水や農作物、微生物などの自然の恵みなしでは成り立ちません。そのため、古くから自然環境に配慮する企業精神が脈々と息づいています。今後も環境負荷削減への取り組みや、自然環境保護活動を通して、地球の「いきいき」を守っていききたいと考えています。

皆様に「いきいき」をお届けすること。それが私たちの最大の責務であるとともに、私たちの「いきいき」でもあると考えています。皆様の「いきいき」のためになくてはならない企業であり続けるために、今後も様々な方と協力し、企業活動を推進してまいります。

信頼される企業であるために

※このページはTaKaRaグループ全体に関する内容です。

■経営方針

TaKaRaグループは、穀物や水、微生物といった自然の恩恵をもとにした発酵技術と、最先端のバイオ技術をベースに企業活動を進めています。そして、自然の恵みに感謝するとともに、これらの技術を背景に消費者の皆様の視点を第一に考えた商品やサービスを提供することで「自然と社会と人間との調和」をめざしています。

2000年5月に発表した長期経営構想「TaKaRa Evolution-100」では、この企業理念に基づいた経営方針として、「お客様の視点」、「人間尊重の視点」、「自然・社会との調和の視点」の3つの視点を大切に企業活動を行うことを掲げ、経営目標としてTaKaRaグループの企業価値の向上をめざしています。

■コーポレート・ガバナンス（企業統治）

TaKaRaグループは、2002年4月1日より持株会社体制に移行し、純粋持株会社「宝ホールディングス（株）」の傘下で、宝酒造（株）、タカラバイオ（株）、宝ヘルスケア（株）他30社が事業活動を展開しています。持株会社体制下のコーポレート・ガバナンスの基本的な考え方は次の通りです。

●TaKaRa グループ全体の企業価値向上のために

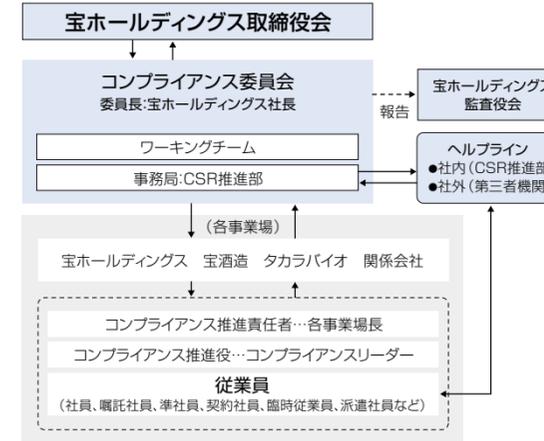
- ①グループ各社に権限を委譲し、自立経営のもと事業の展開スピードをあげます。
- ②会議体の定期的な運営等を通じ、各社の事業報告や今後の経営方針・事業戦略について意見交換しあえる風土を維持します。
- ③法令遵守の姿勢や倫理性を確保し、コンプライアンス体制、危機管理体制を維持することで、グループ全体での企業の社会的責任を果たします。
- ④オープンかつタイムリー、そして正確な情報開示を継続し、適時開示に対する社内体制を維持することで、経営の透明性を高めます。

■コンプライアンス推進体制

TaKaRaグループでは、誠実で公正な企業活動の確保をめざすため、2004年4月に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（法・社会倫理の遵守、危機管理）の強化を図っています。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・事業場長が責任者となり指導・推進を行うとともに、職場ではコンプライアンスリーダーが推進役を担っています。

1.コンプライアンス推進体制

TaKaRaグループ コンプライアンス推進体制



2.法・社会倫理の遵守のために

①コンプライアンスマインドの浸透・定着

「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。



職場の推進役を養成する「コンプライアンスリーダー研修」

コンプライアンス行動指針の基本的な考え方

- (1) 国内外の法令を遵守するとともに、社会倫理を十分に認識し、社会人としての良識と責任を持って行動します。
- (2) 自然環境への負荷の軽減に取り組み、生命の尊厳を大切に生命科学的発展に貢献します。
- (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。

②コンプライアンスマニュアルの作成と配付

社員一人ひとりがどのように行動すべきかを「コンプライアンス・マニュアル」にわかりやすくまとめ、ファイルや手帳、小冊子などの形で全員に配付しています。



3.危機管理体制

①平時の対応

職場を総点検しリスクを洗い出すことで、優先順位をつ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す行い、その活動結果はコンプライアンス委員会で報告されています。活動の見直しを行いながら、さらにレベルアップした活動につなげていきます。

②緊急時の対応

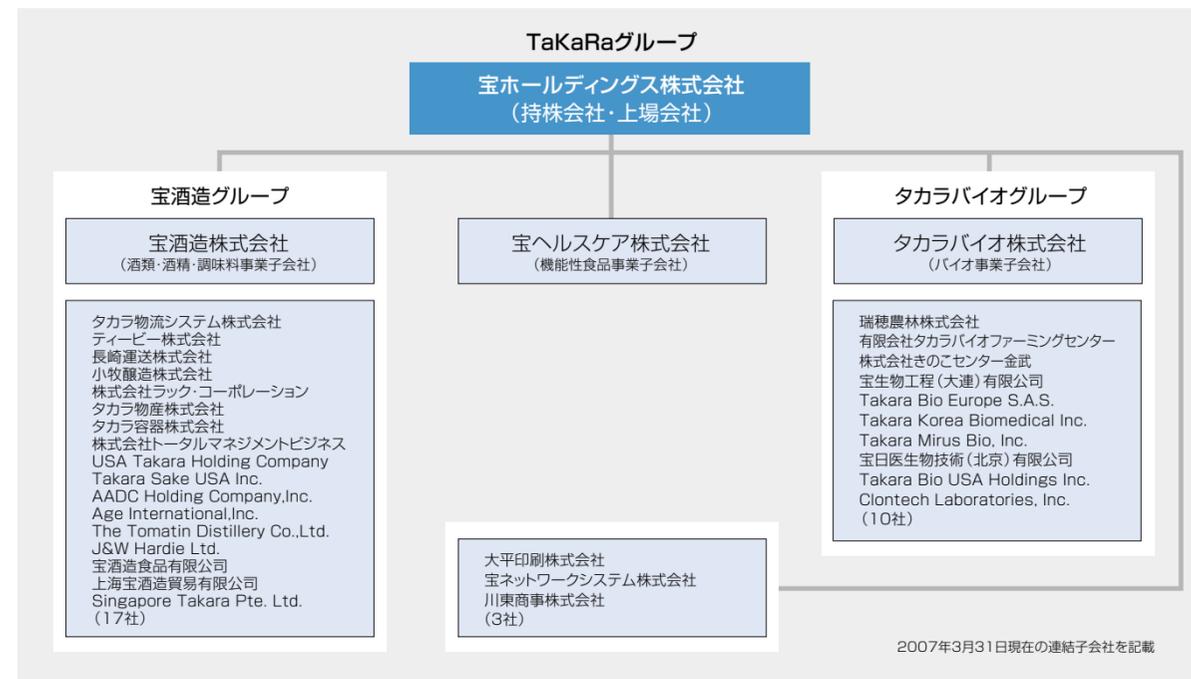
人命・身体に危険が及ぶおそれのある事態、企業の信用や資産に重大な影響が及ぶおそれのある事態など、緊急事態が発生した場合は、「緊急時対応マニュアル」に基づいた体制をとります。各部署はただちに連携し、緊急対策本部を設置することで、迅速かつ確に対応します。

4.ヘルプラインの設置

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のが基本です。しかし、それがうまくできない場合のために、従業員からの相談や通報を受け付け、社内での対応を図る「ヘルプライン」を、社内（CSR推進部）および社外（第三者機関）に設けています。

なお、相談者の匿名性・プライバシーは守られ、相談したことで不利益な取扱いを受けることはありません。

TaKaRaグループ企業の構成図



特集

「本当に旨くてよい酒」を
追求し続ける

白壁蔵

SHIRA KABE GURA

日本有数の酒どころ、灘。この地で宝酒造は昭和29年から清酒を造り続けています。
平成13年には伝統的な手造りの技と最新鋭の設備を併せ持つ「白壁蔵」を完成させ、
純米酒や吟醸酒を中心に製造しています。



米の仕入れ先、酒造組合、
消費者代表の3名の方を
ご案内しました。



「山田錦の栽培は、手間ひまがかかる。
丁寧なお酒へと育てていただいて、うれしいです」
(ふり農業協同組合 戸田 憲造様)



工場長 仲 義博



昭和29年から宝酒造の酒造りに
携わる、三谷杜氏。



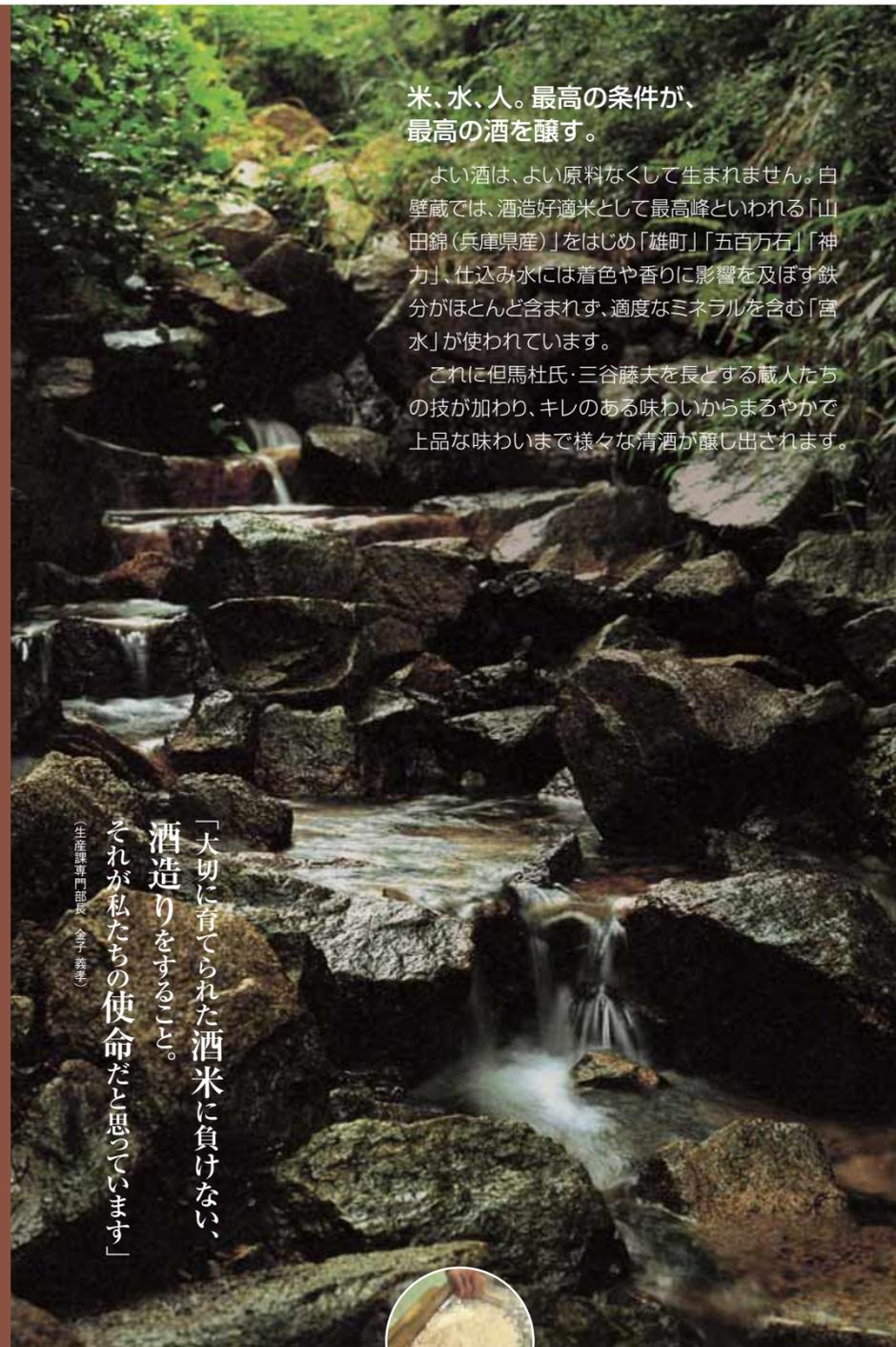
酒質のよしあしを決める米の品質。
杜氏自らが栽培した五百万石も。

「大切に育てられた酒米に負けない、
酒造りをすること。
それが私たちの使命だと思っています」
(生産課専門部長 今季 義孝)

米、水、人。最高の条件が、
最高の酒を醸す。

よい酒は、よい原料なくして生まれません。白
壁蔵では、酒造好適米として最高峰といわれる「山
田錦(兵庫県産)」をはじめ「雄町」「五百万石」「神
力」、仕込み水には着色や香りに影響を及ぼす鉄
分がほとんど含まれず、適度なミネラルを含む「宮
水」が使われています。

これに但馬杜氏・三谷藤夫を長とする蔵人たち
の技が加わり、キレのある味わいからまるやかで
上品な味わいまで様々な清酒が醸し出されます。



技と心が集結する
こだわりの酒造り



【精米】

二つの砥石で高度な精白が可能

玄米表層部から酒の雑味となる成分を
削り取ります。白壁蔵の精米機は、米を
磨く砥石を二つ内蔵しています。二つ
の砥石で二段階で丁寧に磨き上げるこ
とにより、精米中に米が割れるのを抑え
ます。

【洗米・浸漬】

厳密な吸水率の管理が可能

糠を取り除き、米に水を吸わせる、
酒の出来映えに影響する大事な
工程。洗米機は人の手で洗うよう
にやさしく回転し、浸漬タンクは
厳密に吸水時間を設定できます。



米の吸水率を厳密にコントロールできる浸
漬タンク。

【蒸きょう・放冷】

よい蒸米が、
よい麹、よい酒母を造る

昔の和釜の原理を再現した連続式蒸
米機で理想的な蒸し具合に仕上げ、
放冷機が蒸米を優しくほぐしながら、
温風、外気、冷風により、掛米用、麹米
用にそれぞれの適温まで冷めます。

【麹造り】

酒造りで最も重要な工程

「一、麹 二、醗 三、造り」とい
われるほど清酒の出来映えを左
右する工程。伝統的な蓋麹の原
理を再現した製麹機で、適正な
温度と湿度に調整しながら麹菌
の生育を進めています。



手で触り、香りを嗅ぎ、口に含んで麹の生育具合を
チェック。栗のような香りとほのかな甘みがあります。

【酒母(醗)造り】

熟練の技が必要とされる
生醗系酒母造りも

麹、蒸米、水を加えて仕込み、
酵母を育てていきます。白壁
蔵では、一般的な速醸系酒母
造りだけでなく、山麴に代表さ
れる伝統的な生醗系酒母造り
も行っていきます。



昔は多くの蔵人たちが木の道具を使っていました。



生飯仕込、山廃仕込、長期熟成酒など様々な日本酒が造られます。

より高品質をめざし、匠の技と先端技術を融合。

本当に旨くてよい酒とは何か…。白壁蔵では、効率を優先するのではなく、酒造りの原点に立ち返り、3年という歳月を費やして蔵づくりから始めました。伝統的な手造りの原理を再現した新しい設備での酒造りと、それとは対照的にほとんどを人の手で行う酒造り。それら両方を併せ持つのが白壁蔵です。

何度もテストを繰り返して導入した精米機、昔の和釜の原理を再現した連続式蒸米機、メーカーと共同開発した製麹機…こだわりの道具一つひとつは、3M (My machine Management) 活動を通して各担当者が責任を持って管理しています。



「とてもクリーンで、安全面にも配慮されている。すべて大切なお酒のためですね」
(福五郷酒造組合 城崎 裕子様)

造り手の顔が見える、酒造り。

わずかな温度差、時間差で出来映えが変わってしまうほどデリケート。白壁蔵では、昔ながらの人の手による酒造りと新しい設備による酒造り、二つのラインがあります。しかし、たとえどれだけ機械が進化しようとも、やはり最終的な判断を下すのは人間です。杜氏はすべての運転条件を決め、蔵人はすべての工程で五感を使って状態を確かめ、連携しながら志の高い酒造りを行っています。

「一滴に皆さんの思いが込められている。父が慈しみながら飲んでくれたのがわかります」
(社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 嶋津 裕子様)



【もろみ仕込み】

毎日もろみの泡を観察し、発酵状態を管理
仕込タンクに酵母、麹、蒸米、仕込み水を加え、発酵させます。30日以上かかるこの工程で大切なのは温度管理で、発酵の進み具合に応じて、もろみの温度を少しずつ調整していきます。発酵タンクは、オリジナルな攪拌機が使われ温度むらをなくするとともに、米をつぶさず全体を均一に攪拌できるようになっています。



【上槽(搾り)】

昔ながらの作業と同じように、ゆっくりと

自動圧搾機でもろみにやさしく圧力をかけながら、原酒と酒粕に分けます。白壁蔵では、酒袋を積み重ねてその重みで搾ったり、袋を吊るして自然にしみだすのを待つ「袋吊り」なども行われています。

【熟成】

人間の五感で品質をチェック

原酒はろ過し、火入れされたのち、貯蔵・熟成によって調和のとれた香味に仕上がります。最後に成分分析や官能検査を行ってから瓶詰めされます。

「白壁蔵」見学を終えて

皆さんに宝酒造や白壁蔵についてご意見を伺いました。



嶋津 裕子様
社団法人 日本消費生活
アドバイザー・コンサル
タント協会西日本支部
●企業と消費者をつなぐ消費生活アドバイザー。管理栄養士として専門学校での講師も務める。



城崎 裕子様
兵庫県酒造組合連合会
灘五郷酒造組合
総務グループ主任
●宮水を守る技術、米の新品種開発などにも携わる。仕事柄、あらゆる蔵や酒のイベントを訪れる機会も多く、ご自身も日本酒党。



戸田 恵造様
みのり農業協同組合
東条営農経済センター
センター長
●白壁蔵の特定名称酒に使用される山田錦を供給。若い世代にもっと日本酒の魅力を伝えたいと考えている。

造り手の心意気を感じられる工場

嶋津様 工場で造られていると聞いて、もっと機械的だと思っていましたが全然違う。酵母をわが子のように見ていらしゃって、まさに微生物との対話なのだと思います。
 戸田様 酒造りには人間にしかできないことがある。昔ながらの手造りと機械、それぞれのよいところを上手く採り入れていると思います。
 城崎様 床にパイプやホースが通っていないことにも好感を持ちました。事故を防ぐと同時に自分たちが造る酒を大切に扱っていらしゃる姿勢が感じられて。

「こだわり」を消費者に伝えるために

嶋津様 これだけ皆さんが酒造りに熱い想いを注いでいらしゃるのに、それが私たち消費者に広く伝わってこないのが残念です。原料や造り方、環境への配慮などの「こだわり」は、商品を選ぶ際の重要なキーワードになると思うのですが、ラベルやパッケージの限られたスペースだけでは難しい。企業と消費者の間に立って、きちんと説明できる人が必要なのでは？
 戸田様 想像以上に手間ひまがかかっているということ、消費者と直接接する売り場の方にもっと知ってほしいです。
 城崎様 飲食店でも日本酒のことをよく知らない店員が多い。人材育成はこれからの課題ですね。

日本の伝統文化を守り抜いてほしい

戸田様 米は日本の食文化の原点であり、米を原料とするお酒は日本の伝統文化そのものなのでしょう。宝酒造さんには技能の伝承とともに、日本酒の未来を切り開いてほしい。
 金子 私たちは、歴史と高い技術をもつ日本の酒造りができることを誇りに思っています。杜氏が長年培った技と知恵と勤を受け継いでいくこと、何より酒を造る面白さやよろこびを若手には伝えていきたいです。

若者に本物の旨さを知る機会を

城崎様 若いファンを増やすことも大事ですね。
 嶋津様 本物の日本酒に触れる機会がなかなかない。
 戸田様 そう、だから本物の美味しさを知らない。日本酒造組合中央会が中心になって広めている「日本酒で乾杯運動」はいいきっかけになると思います。
 城崎様 日本酒は温度でも味わいが変わる、世界でも珍しいお酒でしょう。私たちもお料理とのマリアージュなどいろんな楽しみ方を提案しています。
 中山 白壁蔵でも、雑誌とタイアップして工場見学会や利き酒会などを開いています。女性の方の反応がいいですよ。

金子 貴重なご意見ありがとうございました。皆様のご期待にお応えできますよう努力してまいります。



宝酒造株式会社 白壁蔵
 (左) 生産課 専門部長 金子 義孝
 (右) 生産課長 中山 誠治

白壁蔵データ

- 敷地面積 / 約14,400㎡
- 業務内容 / 特定名称酒の製造他
- 従業員 / 32人
- 所在地 / 神戸市東灘区青木2-1-28

お客様の安全・安心のために

宝酒造では、企画から出荷にいたるまでの確かな品質保証体制のもとお客様に安全で安心できる商品をお届けできるように努めています。

品質への取り組み

宝酒造では、お客様に安全でおいしい商品をお届けするため、確かな品質と安心いただける商品づくりに取り組んでいます。食品衛生法をはじめとした法律の遵守はもちろん、商品の企画から設計、調達、製造、出荷にいたるすべての工程で品質と安全性を追求しています。



商品企画

商品企画の段階では、消費者アンケートやグループインタビューを行うことでお客様や市場のニーズをキャッチし、高品質でオリジナリティあふれる商品開発に取り組んでいます。

また近年では、食の安全・安心意識の高まりを受けて、原料の品質や産地にこだわった商品の開発をすすめています。

担当者の声

北村 理恵

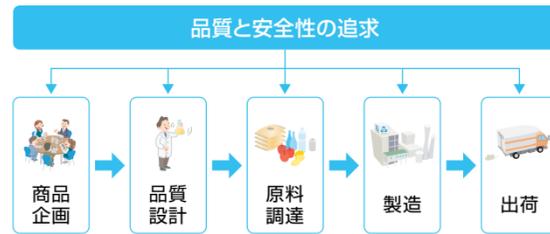
商品部 ソファルグループ



私は、チューハイなど低アルコール飲料の企画・開発を担当しています。3月に新発売した「直搾り」では、私たちスタッフが果樹園や果汁搾汁工場のある産地に出向き、使用する果汁の品質や製造工程を確認しました。特に「直搾り」は、「ストレート混濁果汁」という果汁にこだわった商品なので、果汁の安心・安全なおいしさをお客様にお届けするため厳しいチェックのもと商品開発を行いました。



タカラCANチューハイ「直搾り」



品質設計

設計段階では、商品の安全性から容包品の使いやすさ、工場での生産に関して、デザインレビュー（設計審査）の手法を用いて徹底した確認を行っています。

まず、開発部署で試作品を作成し、品質や保存安定性の確認を行います。次に得られたデータを持ち寄り、専門技術者を集めて設計審査を実施します。賞味期限の設定や栄養成分の表示内容もこの段階で決定します。

その後、商品の品質規格や製造工程について審査し承認されると工場での生産が可能となります。



技術者が分析を行い、品質に関するデータを蓄積します。

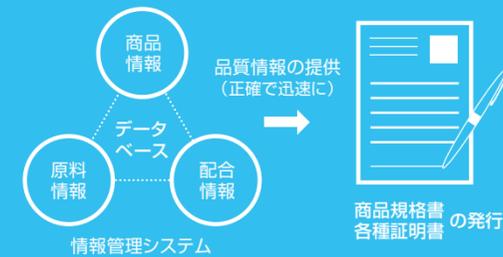


原料調達

安全でおいしい商品をお届けするために、信頼できる原料サプライヤーを選定し、品質・安全性・適性の保証が得られる原料を調達しています。すべての原料は、「品質保証書」を入手し安全性を確認するとともに、由来や産地などの詳細な情報はデータベースにて管理しています。

また、原料の詳細情報は配合レシピなどの設計情報と統合し、商品ごとに検索可能な情報管理システムを構築しています。お客様やお取引先からのお問い合わせにも迅速かつ正確に対応できるように努めています。

〈品質情報の管理〉



製造

宝酒造では全工場でISO9001品質マネジメントシステムの認証を取得し、品質保証の基盤強化に取り組んできました。

原料受入から出荷にいたるまで、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。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、商品の安全と品質の確保に努めています。



【印字検査】タカラ本みりんペット製品は、ラベルに記載している賞味期限をカメラにより全数検査しています。



【目視検査】松竹梅びんカップ製品は、容器を回転させ、液もれや容器のキズなどがいないかを検査員が目視で検査しています。

紹興酒における取り組み

宝酒造では、1972年の日中国交正常化から30余年にわたり、輸出専用ブランドとして最高級の品質を誇る紹興酒「塔牌」を中国から輸入しています。

良質のもち米と鑿湖^{※1}の名水、そして数少ない伝統的手法にこだわる紹興酒「塔牌」ですが、使用する原料の安全性については、品質証明書による確認だけでなく、直接、原料サンプルを入手し日本国内の検査機関にて分析を行っています。

また、昨年より施行された残留農薬等ポジティブリスト制度^{※2}への適合性も確認しています。



紹興酒「塔牌」花彫
〈陳五年〉600ml



紹興酒の仕込み作業

※1 鑿湖(かんこ)…紹興酒のふるさと浙江省紹興市にある湖。鑿湖の水は有機成分が少なく、酒造りに適しています。さらに鑿湖には、多量の鉱物質、石灰層、緑泥石があり、これらが天然のフィルター的作用を果たし、浄化された水が得られます。
※2 残留農薬等ポジティブリスト制度…基準が設定されていない農薬などが一定量以上含まれる食品の販売等を原則禁止する制度。



お客様の「いきいき」のために

お客様との対話を大切にします

お客様の信頼とご期待におこた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。

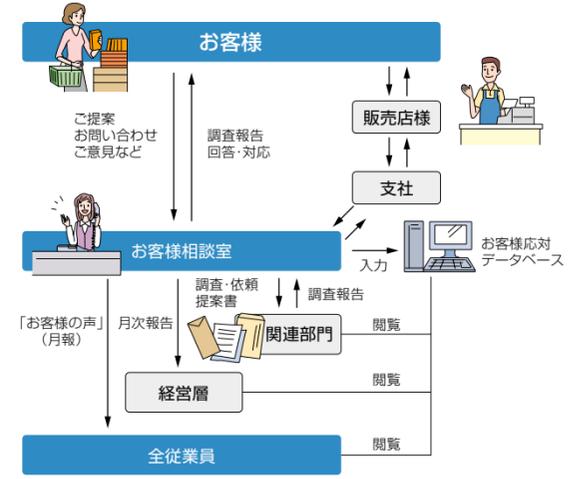
■お客様相談室の役割と仕組み

お客様相談室では年間、約1万2千件のお客様の声(ご意見、お問い合わせ)をいただきます。私たちは、その一つひとつに真摯に耳を傾け、より良い製品をより安全に提供できるように、お客様と宝酒造との懸け橋となるべく努めています。「消費者のいきいきは、私のいきいき」を行動規準にしている宝酒造では、お客様の声は個人情報保護の上で、すべてデータベースに蓄積し、全社員に公開しています。会社の窓口として、相談室一同、「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います。

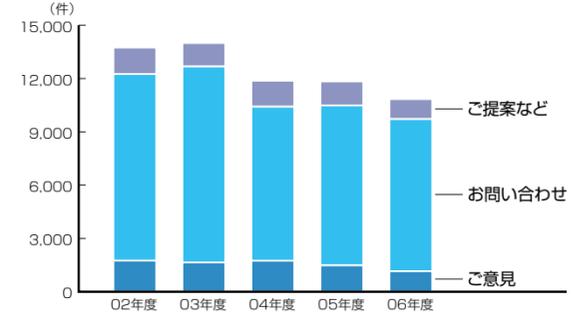


C: お客様情報の保護

お客様対応の流れ



お客様相談件数の推移



■お客様への情報提供

●お客様相談室のホームページ

2006年3月より、宝酒造ホームページ内に「お客様相談室」を開設し、お客様からよくいただくご質問とその回答を掲載しています。

D: お客様相談室



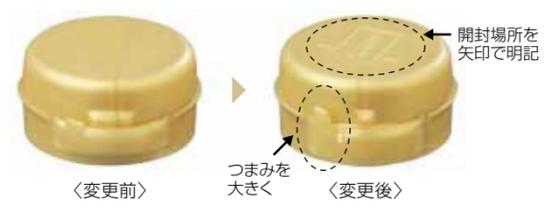
また、宝酒造ホームページには、お酒の造り方や宝酒造の調味料を使った料理レシピの検索など、お客様のお役に立つ情報を多数掲載しています。

- E: 松竹梅 白壁蔵
F: タカラ調味料

■お客様の声を反映した改善事例

キャップをより開けやすく

「タカラ本みりん純米」(1ℓペット・600mlペット・300mlペット)、「タカラ料理のための清酒」(1ℓペット)のキャップは「いたすら防止機能」を備えた形式を採用していますが、お客様から「うまく開封できない」、「使いづらい」とのご意見をいただいたため、機能を維持したまま、より開封しやすい形状に変更しました。



ユニバーサルデザインへの取り組み

■ユニバーサルデザインの採用

宝酒造では、1995年に誤認飲酒防止のために国内で初めてタカラcanチューハイシリーズの缶に点字で「おさけ」の表示を入れました。2002年には、やはり国内で初めて酒類紙パック商品のキャップに、同様の表示を入れました。



缶に点字を表示

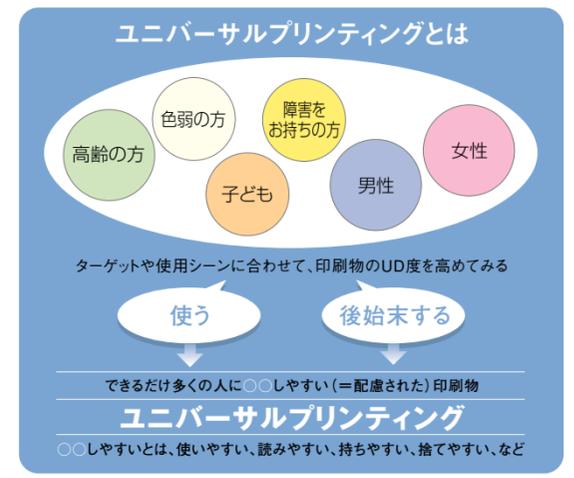


キャップに点字を表示

■ユニバーサルプリンティングへの取り組み

TaKaRaグループ企業のひとつ、大平印刷では、印刷物にも「ユニバーサルデザイン」の視点を取り入れた、人にやさしい印刷物「ユニバーサルプリンティング」への取り組みを始めました。

今後は、新しい印刷物をつくる時や、従来からある印刷物を見直す時に、どんな不都合や問題点があるのかを検証し、できるだけ多くの人に配慮された印刷物を提供してまいります。



大平印刷が「みやこユニバーサルデザイン大賞」を受賞!

よくいただくご質問を少しだけ紹介します

Q1. 清酒の賞味期限はどれくらいですか?
A1. 一般の清酒は、開栓前なら製造年月から約1年間はおいしくご賞味いただけます。純米酒は約10カ月、生酒は約半年となっています。この期間を過ぎますと、徐々に風味は落ちていきますが、飲めなくなるわけではなく、飲用されてもお体に差し障るということはありません。年月の経った清酒を「ひねた味」と表現し、好まれる方もいらっしゃいます。

Q2. 本みりんの色が茶色く変色してしまったけど、もう使えないですか?
A2. みりんに含まれる糖とアミノ酸が、時間経過と共に反応(アミノカルボニル反応)して着色が進行します。また、保管温度が高いほど着色は早く進みます。着色しましても、品質には影響いたしませんので、賞味期限内でしたら安心してお使い下さい。

お客様の健康を考えます

宝酒造では、お客様の健康を考えた適正飲酒の推進活動を行っています。また、健康に役立つ食品をより多くのお客様へ提供するために、TaKaRaグループ内に新会社を設立いたしました。



お客様の健康を考えた適正飲酒の推進活動を行っています

■適正飲酒の推進活動

お酒は、適量であればストレス緩和やコミュニケーションを円滑にするのに役立ちますが、飲みすぎによる健康障害や未成年者飲酒、飲酒運転などの問題があることも事実です。宝酒造では、適正飲酒の推進は酒類を製造販売する企業の重要な責任と考え、この問題にいち早く取り組んできました。



「Say No キャンペーン」をスタートさせた1985年の新聞広告(左)と「Say No! Press」(右)

■ G: 「Say No! Press」



1985年の「Say Noキャンペーン」では「いい日、いい酒、いいマナー」を提唱し、さまざまな形でメッセージを発信したほか、1986年には啓発パンフレット「Say No読本」を作成し、現在では1995年にリニューアルした「Say No! Press」を希望者に配布しています。

また2004年には酒類業界で酒類の容器に妊産婦に対する飲酒の注意表示を入れることを決めたのに対応し、当社のすべての商品に表示しました。2005年には適正飲酒を促す広告「いい飲み方、あなたと考える」を掲載したほか、12月に開催した「エコプロダクツ展」の環境クイズにも適正飲酒を呼びかけるメッセージを掲載しました。



適正飲酒に関する注意表示

親子で学ぶ「適正飲酒」

2004年から実施している「TaKaRaお米とお酒の学校」では、社会問題となっている未成年者飲酒防止をはじめとする適正飲酒のためのプログラムを実施しています。

子供たちにもわかりやすいように、イラストや看護師さんのお話も交えながら“子供がお酒を飲んではいけない理由”“大人になってからの上手なお酒との付き合い方”“妊娠中や授乳期、車の運転時など絶対に飲んではいけない理由”などについて学びます。



看護師さんに適正飲酒のお話をいただきました。



アルコールに対する体質を判定するパッチテストも実施しました。



お客様の健康に役立つ食品をお届けします

■宝ヘルスケアの成り立ち

TaKaRaグループは、昨年9月に宝ホールディングス100%出資の新会社・宝ヘルスケア(株)を設立しました。これは、タカラバイオ(株)をはじめとするグループの独自素材を活用した健康食品を、より多くのお客様にお届けするための施策です。

■ H: 宝ヘルスケア(株)

■宝ヘルスケアの基本方針

宝ヘルスケアは、タカラバイオが研究・開発した製品の販売を主たる事業としています。

TaKaRaグループ分社化の以前より、宝酒造(株)バイオ事業部門(当時)は、「フコイダンドリンク」や「飲む寒天」を販売していました。特に、国内産のガゴメ昆布から独自技術で抽出した「フコイダン」シリーズは、昨年12月で発売10周年を迎えた歴史ある製品です。

宝ヘルスケアはグループ内の独自素材にこだわり、皆様の健康な生活を応援いたします。今後も、ガゴメ昆布「フコイダン」、明日葉「カルコン」、寒天「オリゴ糖」、キノコ「テルペン」に代表される日本の伝統食品由来の成分を利用して、確かな研究成果に裏付けされた事業展開を行ってまいります。



フコイダン(ドリンク) 200

とろける寒天 DIET

■地域に根ざした活動

タカラバイオの明日葉製品の原材料は、鹿児島県曾於郡大崎町の他、世界遺産の島・屋久島(鹿児島県熊毛郡上屋久町)の広大な自社農場にて、地域に密着した事業として生

明日葉製品のご紹介

明日葉は、「今日、葉を摘んでも明日には新しい芽を出す」と言われるほど生命力の強い健康野菜です。セリ科の多年草で日本固有の植物であり、伊豆諸島を中心に古くから珍重されてきました。TaKaRaグループでは、この明日葉の健康パワーにいち早く着目し、明日葉製品の製造・販売に注力しています。

タカラバイオが製造、宝ヘルスケアが販売する明日葉製品の長は、土づくりからこだわって栽培した、安全・安心な国内産明日葉のみを原料として使用していること、また、ビタミン、ミネラル、食物繊維をバランスよく含み、かつ、明日葉特有のポリフェノール系機能成分「カルコン」をより多く含有するように製造していることの2点です。



明日葉 青汁 ストレート <冷凍パック>

明日葉 青汁 粒状タイプ

明日葉 青汁 粉末顆粒タイプ

産されています。

また宝ヘルスケアでは、今年5月に開催された「第14回超自然・屋久島ソーデーマーチ」に協賛するなど、地域社会への貢献活動を行っています。



お客様の「いきいき」のために

お客様とともに環境を守ります

宝酒造では、環境に配慮した商品開発をすすめるとともに、お客様と協力して容器の4R(リフューズ、リデュース、リユース、リサイクル)の推進に取り組んでいます。

■エコプロダクツの開発

宝酒造では、容器の素材選びなども含め、エコプロダクツ(環境に配慮した商品)の開発をすすめています。特に中身が消費された後の容器は廃棄物となるため、リフューズ(発生回避)・リデュース(減量化)・リユース(再使用)・リサイクル(再資源化)の4Rの取り組みをすすめています。

■宝酒造の主なエコプロダクツ

リフューズ 「焼酎のはかり売り」で
資源の節約や廃棄物の削減を実現

「焼酎のはかり売り」は新たな容器を使用せずに中身だけ販売する「リフューズ」の実践です。お客様は家庭にあるペットボトルなど空容器を販売店に持参し、宝酒造は1kgや200gの専用タンクで焼酎を販売店に工場から直送します。販売店ではお客様が持参した空容器を洗浄し、店頭でその容器にお客様が必要な分だけ詰めて販売しています。はかり売りは酒類の伝統的な販売方法であり、そのシステムを現代風にアレンジしています。お客様にとっては容器代が発生しない分、安く商品を購入できるほか、必要な分量だけ買うことができ、また空容器が家にたまらないなどのメリットがあります。はかり売りは資源を節約するために人手を使う販売方法であり、消費者、販売店、メーカーの信頼関係をベースにお互いが協働することで資源の節約、廃棄物の削減を実現しています。現在は全国で約220店舗にご協力いただき、1998年の開始以来2007年3月までに2.7gペットボトルで約390万本、段ボール約65万枚節約することができました。

HP 1: はかり売り実施店舗一覧



リデュース 容器の軽量化で
環境負荷を低減

容器の軽量化は、製造時の資源消費や商品輸送に伴う燃料使用の削減などの環境負荷低減効果が期待できます。このため、宝酒造では、種々の容器の軽量化を進めています。2002年度に焼酎エコペット、2003年度に宝焼酎「純」720mlリターナブルびんを軽量化しました。さらに2004年には、「タカラ有機本みりん」に従来のものに比べ約3割、約100gも軽い「超軽量ガラスびん」を採用することで、エコマーク*を取得しました。この超軽量びんの採用により、エネルギー使用量が3.5%、CO₂の排出量が6.2%削減されます。「タカラ有機本みりん」はこのほかにも、非木材紙のラベルを採用、さらに使用後にキャップのツマミを引っ張ることで、容易にボトル本体とキャップ部分を分離でき別々に捨てることのできる「はずせるキャップ」を採用するなど、環境面の配慮に取り組んでいます。超軽量びんはタカラ有機本料理清酒、本格米焼酎仕込「寶」「京みりん」にも採用しています。



HP J: 有機本みりん環境データ



*エコマーク
環境保全に役立つと認められた商品に付けることができる
(財)日本環境協会の認定マーク

リユース 容器の再使用で
資源の節約や廃棄物を削減

一升びんをはじめとするリターナブル容器の使用は、資源の節約や廃棄物の削減に有効な手段です。宝酒造はこの一升びんで国内有数の使用量を誇っています。残念ながら消費スタイルの変化などの理由から清酒や焼酎などで使用されている一升びんは減少の一途をたどっています。そこで宝酒造では、1994年から主力商品の宝焼酎「純」、宝焼酎「純」レジェンド720mlびんをリターナブルびんに変更したほか、空きびんを割れず傷つけずに運搬するために不可欠なプラスチックケース(通称P箱)のレンタル会社や洗びん会社設立に協力し、リターナブルシステムのインフラ整備にも努めてきました。また、2003年から業界団体で普及を推進している「300ml統一リターナブルびん」を採用した特選松竹梅<特別純米>300mlを販売しています。



HP 1: 720mlリターナブルびんの推移

リサイクル 色つきびんのリサイクルに
エコロジーボトルを採用

ワインや輸入焼酎などに多く見られる色つきガラスびん(透明や茶色を除く)は、ガラス原料へのリサイクルが容易ではありません。宝酒造では、この問題への対策として、さまざまな色のカレット(ガラスびんを砕いたもの)を90%以上使用した「エコロジーボトル」を、2000年に業界で初めて清酒の容器として採用しました。



リサイクル 分別作業が容易な
エコペットを開発

宝酒造は、1998年にリサイクルの効率化のために策定された「指定ペットボトル自主設計ガイドライン」に酒類業界で初めて完全準拠したペットボトルを開発しました。ラベルをはがしやすく改良したり、リサイクルの妨げになっていた取っ手をなくすなど、リサイクル性を向上させました。また、本みりんや料理用清酒には「はずせるキャップ」を採用し、お客様の分別作業を容易にしました。



2006年度の環境対応事例

対象商品	環境配慮の内容	開始時期
豪快<本醸造>、上撰・佳撰松竹梅「焙炒造り」	1.8gびん中栓の単一素材(オールプラスチック)化	11月~
タカラキャップ	シュリンクフィルム*1搬入形態変更(個装段ボールからコンテナ搬入へ)	9月~
紙バック	シュリンクフィルム*1の厚さを薄いものに変更	9月~
焼酎	パロンボックス*2軽量化	1月~

*1 シュリンクフィルム: 汚れの防止などのためにかけられている熱で収縮する外装フィルム

*2 パロンボックス: 段ボール箱の中に袋状のプラスチックフィルム容器が入った業務用液体容器

HP 2: 環境に配慮した商品開発のための指針

HP 3: グリーン調達・4Rガイドライン

「いきいき」とした市場、売り場、地域づくりを推進します

宝酒造では、お客様をはじめ地域や社会に貢献できるように、お取引先や関連団体と協力して、さまざまな取り組みを行っています。



■お客様にとってよい売り場とは何かを考えます

宝酒造では、お取引先のニーズにおこたえすると共に相互協力関係を強化し、お客様にとってより良い売り場づくりに取り組んでいます。

リテイルサポートシステム

売り場づくりをお手伝いする仕組みとして、宝酒造では「リテイルサポートメニュー」を各種ご用意しています。これはお取引先との協業により、魅力あるお酒売り場を構築するためのシステムです。このメニューを活用することで、お客様にお買い物を楽しんでいただける売り場や、お客様にもっとお酒を知っていただくための売り場づくりをめざしています。



ご案内パンフレット

TaKaRa リテイルサポートの考え方

顧客第一主義

TaKaRaはお客様の満足を追求します。

- 楽しく買い物をしていただくために
- もっとお酒のことを知っていただくために
- お酒のある暮らしを楽しんでいただくために

幅広いサポートメニュー

TaKaRaは売場全体の改善支援から、単一カテゴリーの棚割提案までニーズに合わせて幅広く対応します。

オーダーメイド

TaKaRaのリテイルサポートは、画一的な分析だけでなく、個性を伸ばすオリジナルの分析をもとにご提案をお届けします。

大陳コンクール

松竹梅「天」の店頭での陳列ボリュームや演出方法を競う「大陳*コンクール」を実施。お取引先と宝酒造の担当セールスがー丸となって、よりよい売り場、お客様が選びやすい売り場づくりを競いました。これは店舗活性化の一助になっています。

*大陳…大量陳列



大陳コンクールのグランプリ受賞店

■商品を通じて地域の活性化を支援します

焼酎「JAPAN」のデザイン特性を活かして、ご当地の名所やイベントなどをデザイン化したオリジナルボトルを多数販売しています。商品を通じた話題づくりにより、地域振興やPRの一助となっています。

PR K:オリジナルボトル



「熊本城400年祭」を記念。熊本城と桜をデザインした「桜ボトル」



■資材メーカーと協働し、ワンウェイパッケージからリターナブルパッケージへ

宝焼酎220mlタカラカップの外装シュリンクフィルムは、今まで段ボールによって工場へ納入されていましたが、資材メーカーからの提案により、調達ロットの大きいアイテムについては、コンテナにシュリンクフィルムを直接入れて納入する形態に変更しました。

資材メーカーとの協働により、資材調達時のパッケージがワンウェイユースの段ボールからリターナブルパッケージのコンテナとなり、年間約8tの段ボールが削減できました。



従来の段ボール納入形態



コンテナによる納入形態

担当者の声

田中 正広

桶工場 生産課



シュリンクフィルムの納入形態をコンテナ化するにあたり、工場生産設備の一部改造や細かな仕様変更もありましたが関係部署の協力を得て実現することができました。現在は、納入ロットの大きな製品のみコンテナ化されていますが、今後は小ロット製品についてもコンテナ化が図れるよう進めてまいります。

■関連団体と連携して社会問題の解決に取り組みます

容器リサイクルについては、業界全体で取り組まなければ解決できない問題がたくさんあります。宝酒造では容器リサイクル団体に加入し、運営も含めた団体の活動に積極的に参加しています。リサイクル団体では、日頃は事業活動で競合しているメンバーがリサイクル推進という共通目的のために知恵を出し合い、効率的なリサイクルシステムの構築や機関誌、ホームページ、展示会出展などを通じて幅広く容器リサイクルの啓発を行っています。



黄色い帽子を着て説明する当社社員 (NEW環境展 PETボトルリサイクル推進協議会ブース)

■関連団体と連携してお客様と情報交換を行います

宝酒造のお客様相談室スタッフは、(社)消費者関連専門家会議*(通称:ACAP/エイキャップ)に所属し、その活動を通じて、政府や府県主催の消費者向けの催しに参加・協力しています。例えば消費者講座での講師を務めたり、展示会でお客様と直接対話することを通じて、情報交換を行っています。

* (社)消費者関連専門家会議
さまざまな業種・企業のお客様相談業務に携わる者が会員となっている公益法人

やりがいを感じる 職場づくりをすすめます

宝酒造では、「企業人・社会人・個人のバランスのとれた人財」を育てるために、人事制度をはじめ、さまざまな研修・制度の充実に取り組んでいます。

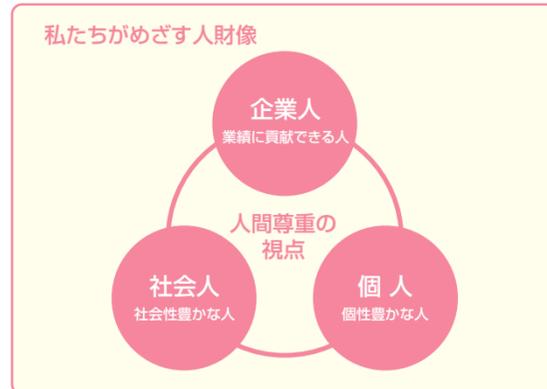


■宝酒造がめざす人財像

TaKaRaグループにとって、「人」はかけがえない「財産」であるとの視点に立ち、人材を「人財」と表現しています。

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私たちは考えています。

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。



■新しくなった人事制度

2007年4月1日より一般社員の人事制度を変更しました。

これまでの「能力」を中心とした制度から「役割」を中心とした制度へ移行し、成果に応じた公平・公正な処遇を実現することで、社員一人ひとりが持つ力をより一層引き出していくことを目的としています。

また、目標管理から評価までのプロセスにおいて、利益管理を徹底するとともに、個人業績と評価との連動性を高め、成果を上げればしっかりと報われる制度となっています。

■人財育成・能力開発のために

●新入社員の教育に力を入れています

新入社員研修

新入社員に対し、入社後約1カ月間は、会社理解や業界理解、学生から社会人への意識転換を目的とした導入研修を実施しています。その後、先輩社員に同行して営業活動について学ぶ営業実習や、全国にある工場でモノづくりの現場を体験し、製造知識を身につける工場実習などを行います。特に営業系新入社員については、約半年間実習を継続し、高い提案力を持った営業社員として育成しています。



原料用アルコールのテイスティング



もろみのサンプリング

受講者の声

風間 美穂

関信越支社 流通推進課

長期にわたる工場実習では、「つくり」の原点である工場、実際に生産現場に入り、製造体験を行いました。

何気なく飲んでいる缶チューハイも、そこに至るまでにいくつもの工程があり、本当にたくさんの人の思いが詰まってできていることを実感しました。

その中で印象に残っているのが、工場の仕込蔵の壁に貼ってあった『しんどい、疲れた、もうやめたでは良い酒は作れない』です。研修を通じて学んだ、いつでも同じ味を作る難しさや高い技術力、良いお酒造りにかけるプライド・誇りなど造り手としての経験を忘れず、「造り手」「売り手」「消費者」の気持ちを意識した営業活動をしていきたいと思っています。



●社員一人ひとりの能力開発をサポートしています

宝酒造がめざしている「自己責任・自己選択・自己実現(=3つの自己)」ができる人財を育成するため、「大学院履修援助制度」「自主選択型研修プログラム」「通信教育制度」「資格・免許取得者表彰制度」などにより、社員一人ひとりの能力開発支援を行っています。

社員は自分自身に必要な(あるいは不足している)能力を身につけるため、自ら考え自主的に利用・参加しています。

自主選択型研修プログラム

「自主選択型研修プログラム」では、社員が自ら手を上げて、各種研修プログラムに積極的に参加しています。また、プログラムのテーマは、毎年社員のニーズをもとに変更しております。



自主選択型研修プログラムの様子

受講者の声

日比 大輔

九州支社 企画課



近年はいかなる業務内容においても、昨日と同じことをこれまでの延長線上で行うだけでは、思うような結果を出すことができなくなっています。

私にとって、「自主選択型研修プログラム」に参加し、自分自身の経験則のみでは不足していた考え方や参加者の皆と共に既成概念にとらわれない形・方法を創り出すことを学んだことは、大きな成長につながっています。

今後も自己実現のため、研修に積極的に参加し、学んだことを業務に活かせればと思います。

〈参加プログラム〉

プレゼンテーション研修、ロジカルシンキング研修、企画力強化研修参加(2006年度)

●「いきいき実践研修」で社員の声を経営層へ

いきいき実践研修

「いきいき実践研修」は、社員一人ひとりが経営への参画意識を高め、それを経営に活かすことを目的に実施している研修です。

全国より集まった若手・中堅社員が、日頃抱えている意見を忌憚なく討論し、その意見を経営陣に向けて直接発信しています。研修中での経営層との双方向のコミュニケーションが、参加者にとって最高の刺激になっています。

本研修で高められたモチベーションや得られた気づきが各職場で活かされ、よりいきいきとした会社づくりにつながることをめざしています。



いきいき実践研修の様子

受講者の声

古賀 照康

東海支社 販売第一課



「業績向上のために私達ができること」をテーマに、参加者35名が5チームに分かれ、研修を行いました。私たちのチームは、タカラcanチューハイ(レモン)

のおいしさをお客様に理解していただくための「P-D-C-A」について話し合い、大宮社長をはじめとする経営層にダイレクトに提案しました。

今ではおなじみの缶に入ったチューハイですが、実は宝酒造が1984年に日本で初めて製品化したロングセラー商品なのです。

今回の研修を通じて、①差別化ポイントを明確化する、②お客様の視点で考える、③それらの実践のために「もう一歩」という前向きな気持ちを持ち続けることが大切であると感じました。

今回の貴重な経験を、今後の営業活動にしっかりと活かしていきたいと思っています。

働く人の目線にたって働きやすい環境づくりをすすめます

宝酒造では、仕事と家庭のバランスを大切に、社員が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。



■雇用状況

宝酒造の2007年3月31日現在の従業員は1,357人で、内訳は右図の通りになっています。2007年4月1日現在の障害者雇用率は1.94%で法定雇用率(1.8%)を上回っています。

また、2005年4月1日からはシニアパートナー制度を導入し、定年後も活躍できる体制を整えています。

従業員数内訳

	人数(構成比)	管理職人数(構成比)
男性	1,198人(88.3%)	264人(98.1%)
女性	159人(11.7%)	5人(1.9%)
合計	1,357人	269人

■休日休暇制度

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年ごとに最低10日間の連続休暇が取得できるリフレッシュ休暇制度も設けています。

その他、事業場単位で週1回「ノー残業デー」を設け、長時間労働の抑制を図っています。

休日休暇制度 利用状況

	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度
有給休暇取得率	63%	59%	59%	61%	54%
育児休職制度(利用者数)	7人	5人	9人	7人	15人
介護休職制度(利用者数)	0人	0人	0人	0人	0人
乳幼児看護休暇制度(利用者数)	—	—	51人	57人	56人
妊産婦・乳幼児健診休暇制度(利用者数)	—	—	20人	26人	20人

■仕事と家庭の両立のために

宝酒造では、社員が仕事と家庭を両立できる働きやすい環境をつくることによって、社員の能力が十分に発揮できるような体制づくりに取り組んでいます。

具体的には、以下のような休職や休暇が取得できます。

- 育児休職
- 介護休職
- 乳幼児看護休暇
- 妊産婦・乳幼児健診休暇



また、2003年7月に施行された「次世代育成支援対策推進法」を受けて、「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2007年4月1日より導入しました。

なお、男性社員の育児休職取得促進に向けた啓発・支援も行っています。

利用者の声

江口 寛

黒壁蔵 工場管理課
育児休職取得(2006年度)

仕事と子育ての両立が社会問題にもなっている昨今ですが、育児休職制度を利用する一番のポイントは、いかに職場の理解を得られるかです。休職中のフォローなど職場の支援なしには成り立ちません。

なかなか積極的に活用するのは難しい制度ですが、会社も次世代育成に向け、さらに制度を充実させています。



まだまだ男性社員の育児休職取得者はわずかですが、誰でも当たり前前に制度を活用できる、そんな働きやすい会社になるのが理想ですね。

■福利厚生制度

社宅・独身寮などの基本メニューの他に、社員一人ひとりが自分のライフプランに合わせて、あらかじめ用意されている福利厚生メニューから一定のポイント内で自由に選択して利用できる「カフェテリアプラン」を導入しています。

毎年社員の要望に応じて、ポイント利用メニューの拡充、変更を行い、積極的な活用を呼びかけています。

カフェテリアプランの例

社宅・寮使用料補助	自己啓発メニュー補助
住宅ローン利子補助	★図書購入費用補助
★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
★医療費用補助	★社内食堂利用補助

★:2007年度に拡充および変更されたメニュー

■健全な労使関係

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を行っています。

■安全と健康を守る職場づくりのために

●安全衛生管理の取り組み～労働災害ゼロ化へ～

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、従業員の危険予知能力や安全意識の向上に向けた活動をしています。

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の防止に努めています。

2006年度の休業災害は3件でしたが、事故の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。

休業災害発生率

	全産業	食品・たばこ	宝酒造
04年度	1.85	2.86	0.83
05年度	1.95	2.86	1.60
06年度	—	—	2.40

※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)

利用者の声

羽田 優子

調味料部 調味料企画開発課

福利厚生制度には、とても満足しています。昨年入社して調味料部に配属となったのですが業務で試食を行うことが多いことや、社会人になって運動する機会が極端に減ったことで、体重が一気に増加してしまいました。

そこでカフェテリアプランのポイントを利用し、ジムに通って心身のリフレッシュに努めています。



利用ごとに使用料を払うプランを選んだので、無理なく続けられ、現在も継続中です。

また社員の要望を反映させ、年々充実した内容になっているのも嬉しい限りです。

TaKaRa労働組合から



労働条件の向上と働きがいを得るための活動

大館 洋一

TaKaRa労働組合 中央執行書記長

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。

執行部のオルグ活動による組合員との直接対話などをもとに積極的に会社に提言し、会社の健全な発展と同時に、働きがいなども含めた労働条件の向上をめざしています。

さらに近年は労使でメンタルヘルスの問題にも取り組んでいます。会社や健康保険組合の取り組みを側面からサポートするとともに、メンタルヘルスについての組合員の理解を深めることにも努めています。

皆様とともによりよい社会づくりをめざします

「TaKaRaハーモニストファンド」による、自然保護への助成も21年目を迎えました。宝酒造は今後も皆様とともに、さまざまな社会貢献活動を推進していきます。



■公益信託「TaKaRa 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「TaKaRaハーモニストファンド」を設立し、以来毎年、日本の森林や水辺の自然環境を守る活動、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い、今年で21年目を迎えました。第1回からの助成先件数はのべ230件、助成金累計額は1億1025万円、地域は40都道府県に広がりました。今回は、山口県における初の助成として山口県立厚狭(あさ)高等学校生物部の「放流されたヒメダ

カによる野生メダカの遺伝子汚染に関する生態学的研究」など11件が選ばれました。



2006年度 TaKaRa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
研究の部	山口県立厚狭高等学校 生物部	山口県	放流されたヒメダカによる野生メダカの遺伝子汚染に関する生態学的研究
	今井 健介(個人)	京都府	京都市北郊における1930年代以降の里山の衰退とチョウ類生息状況の変化
	渡邊 幹男(個人)	愛知県	雑種性帰化タンポポの遺伝的多様性とその起源
	竹筴研究会	愛知県	愛知県の知多半島の竹藪調査と整備指針の考察
活動の部	森と人のネットワーク・奈良	奈良県	大台ヶ原と世界遺産大峯奥駈道の自然修復及びエコツアーガイド養成
	NPO法人北アルプスネイチャートラスト	長野県	一の瀬園地(牧場)景観保全事業及び道標整備
	牛山 正人(個人)	愛知県	ヒメダイコウチを守れ!
	キウシト湿原の会	北海道	キウシト湿原の保全・再生事業
	森林環境保全ボランティア「蔵王 緑の騎士団」	山形県	民有林における森林整備および有用伐採木を利用した環境教育支援
	一宮ネイチャークラブ	千葉県	メダカ池の保全と周辺環境の維持、並びにホテルの生育環境の維持保全活動
NPO法人野生生物を調査研究する会	兵庫県	「生きている由良川」作成に向けて流域の野生生物等の調査とその記録と保存事業	

L: TaKaRaハーモニストファンド

助成先の声

児玉 伊智郎 様
山口県立厚狭高等学校生物部顧問



山口県立厚狭高等学校生物部では、メダカの生態に関する研究に12年間継続して取り組んでいます。2006年度は、放流されたヒメダカによる野生メダカに対する遺伝子汚染について研究しました。研究の結果、「ヒメダカと野生メダカはランダムに交配し、生まれた卵は順調に成長する。」「野生メダカの集団にヒメダカが混泳している生息地がある。」「野生メダカの中に、ヒメダカ遺伝子が混入して

いる個体が存在する。」ことが分かりました。これらの内容を、第77回日本動物学会高校生ポスター発表やJSEC2006というコンテストで発表し、啓発活動にも取り組みました。「第4回ジャパン・サイエンス・エンジニアリング・チャレンジ~高校生“科学技術”チャレンジ(JSEC2006)」科学技術振興機構賞を受賞しました。ご支援により充実した活動が行えたことに、心から感謝申し上げます。



受精卵の確認

■海外での活動

米国宝酒造(Takara Sake USA Inc.)は、サンフランシスコの日系企業として、日系団体のイベントだけでなく、地元の祭りや自然環境団体の活動にも幅広く貢献しています。

日本文化をアメリカに伝えていくジャパンタウン最大のイベント「桜祭り」に代表される日系イベントへの協賛はもとより、日本総領事館・北加日本商工会議所の年間イベントのほとんどをサポート。今や「松竹梅」の鏡開きは、日系イベントには欠かせないものとなっています。日本庭園「箱根ガーデン」でのイベントにも毎年参加し、売上全額を庭園維持のための基金に寄付しています。また、本社近くで開催されている祭り「Jazz on 4th」でも清酒の有料テイスティングを行い、その売上全額を地元主催者に寄付しています。



「箱根ガーデン」チャリティーイベントでの「松竹梅」の鏡開き風景

■ベロタクシーへの協賛

宝酒造では、NPO法人「環境共生都市推進協会」が京都でスタートさせた自転車タクシー「ベロタクシー」に、2002年の試験走行以来毎年協賛しています。2006年は、京都、東京、名古屋の3都市をTaKaRaのロゴをつけたベロタクシーが走りました。

また、2006年12月に開催されたエコプロダクツ展では、宝酒造ブース内にベロタクシーを展示するとともに体験乗車会を開催し、全国の環境に関心の高い企業や消費者の方にベロタクシーを紹介しました。



■NPOと協働での取り組み

もっと市民の皆様身近な企業でありたいと考え、NPOの方々の協力を得てさまざまなプロジェクトに取り組んでいます。

- ◆「NPO法人 森の学校」や「千葉県自然観察指導員協議会」の方々の協力を受け「お米とお酒の学校」を実施しています。
- ◆「日本環境倶楽部」との協働で作成した飲み物容器のリサイクル啓発絵本「TaKaRaリサイクルロード」を、全国の小中学校の希望者に配布しています。
- ◆京都の「NPO法人 環境共生都市推進協会」のベロタクシー、「芝生スクール京都」の取り組みをエコプロダクツ展の宝酒造ブース内で展示、紹介しました。
- ◆当報告書の第三者意見は「京都CSR研究会」(研究者、企業CSR担当者、NPO、学生の4名)からいただきました。

■各地のボランティアにも参加

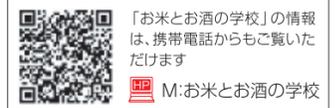
社会貢献活動の一環として、各地のボランティア活動に積極的に参加しています。

主なボランティア活動

実施内容	事業場名
阿武隈川のゴミ拾い	東北支社
鯨船練行事(地元祭事へのボランティア参加)	楠工場
三重県熊野市ウミガメ協議会 スペイン語通訳ボランティア	伏見工場
奈良市老人ホーム 演奏慰問	伏見工場
琵琶湖一斉清掃	伏見工場
献血	伏見工場
京都市まち美化 ボランティア	本社
びっくりにエコ マラソンスタッフ ボランティア	本社
「地球ピカピカ大作戦」 事業所周辺清掃	労働組合

お米とお酒の学校

初めての開校から3回目を迎えた「TaKaRaお米とお酒の学校」。宝酒造は、次世代を担う子どもたちに自然の大切さを伝えていきます。



■「お米とお酒の学校2006」を開校しました

2004年に開校したこの学校も2006年で3回目となりました。お米作りの体験や田んぼ周辺の自然観察を通して自然の尊さや自然の恵みに感謝する気持ちを育み、親子で適正飲酒について学ぶなど、社会ルールも学んでいきます。



4月22日(土) 「田植え編」

千葉県印旛郡栄町の田んぼでお米作りの始まりです。苗をもらって手で植えていきます。



6月3日(土) 「草取り編」

田植えの時は、弱々しく思った苗もすいぶん大きくなりました。もっと大きくなるように、田んぼの草取りをします。取り除いた草も、捨ててしまわずに田んぼに埋めて、苗の栄養源にします。



8月26日(土) 「収穫編」

この年は冷夏で生育状況が心配されましたが、こんなに立派に実りました。一株ずつ、鎌でかりとって、「はざがけ」で乾燥させます。そうすることで、おいしいお米になります。



10月21日(土) 「恵み編」

宝酒造松戸工場で見学しながらのクイズラリーや自分達が育てたお米で作ったおにぎりパーティーを楽しみました。「お酒ができるまで」や「適正飲酒」についても学びました。



3月中旬 「お酒の完成」

収穫したお米は、宝酒造白壁蔵で清酒になりました。子供たちが手作りしたオリジナルラベルを貼って、世界にひとつしかないお酒として参加者のもとにお届けしました。

ブログもご覧ください!

「お米とお酒の学校」の専属レポーター「ケロ田」がブログを連載。HPには掲載されない細かな情報などをケロ田が日記形式で紹介しています。

N:ブログ



収穫されたお米で造ったお酒の売上げの一部を緑の募金に寄付

「お米とお酒の学校」で参加親子が育てた「あきたこまち」を使い、白壁蔵で丹精込めて製造した清酒の一部をオンラインショップで限定販売。売上げの一部を緑の募金に寄付しています。

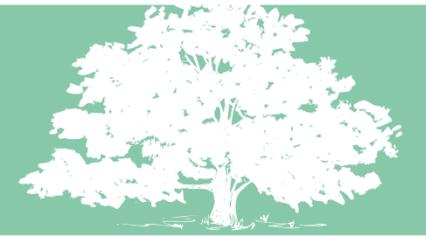


O:オンラインショップ

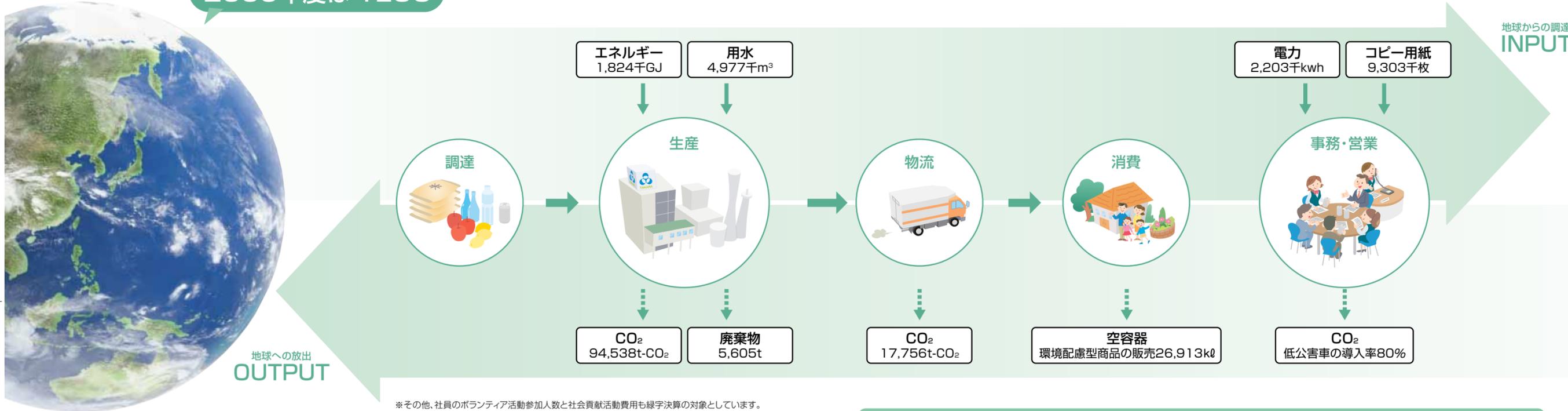
地球の「いきいき」のために

緑字決算を公表します

宝酒造では、事業活動は基本的に地球環境に負荷を与える行為であることを真摯に受け止め、地球環境への負荷軽減や自然保護活動、ボランティアなどの社会貢献活動を、企業としての責務と考えています。これらの活動成果を「緑字決算 (ECO)」という形で表現し、公表しています。



2006年度は-1ECO



※その他、社員のボランティア活動参加人数と社会貢献活動費用も緑字決算の対象としています。

2006年度の緑字決算結果は、-1ECOです

2007年度までの目標 +4ECO 達成には、生産関係の改善が課題です。

2006年度の緑字決算は、基準年(2004年度)にくらべ生産量が5.3%増えたことに加え、生産に必要なエネルギーが多い製品や廃棄物が多く発生する製品の構成比が高まり、また鮮度追求による多頻度小ロット生産によって生産効

率が低下したため、生産関係はすべてマイナスECOとなりましたが、物流部門CO₂削減、低公害車の導入や社会貢献などプラスECOとあわせると全体では-1ECOとなりました。(参考:2005年度緑字は0ECOでした。)

緑字とは

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、環境活動の成果を表現する言葉は何字だろう?と考えた時、環境=緑のイメージから1998年に「緑字」という言葉が生まれました。そして、今後は環境活動にとどまらず、「お客様、お取引先、社員、社会、地球など、皆様にとってやさしい企業」へ向けての活動の指標にしたいと考えています。

緑字決算とは

「緑字決算」とは、宝酒造のさまざまな環境負荷や環境配慮、社会活動の中から重要な項目を選定し、その改善度を「ECO(エコ)」という一つの指標で表したものです。一つの指標で表現するのは、単位や重要度の異なる活動の成果が、結果的に良かったのか悪かったのかということを誰にでもわかりやすく理解していただくためです。

緑字決算の算出方法

緑字決算の対象となる11項目は、それぞれ単位が違うため、単純にたし算することができません。そこで、各項目の改善率に「重み付け係数」を掛けた「個別ECO」を平均して、緑字決算 (ECO) を算出します。改善された場合は「プラスECO」、その逆は「マイナスECO」で表します。重み付け係数は、各項目について「宝酒造が取り組むべき重要度」という観点で、有識者5名、宝酒造環境担当者5名、インターネット上で市民137名が行った5段階評価を係数化したものです。

4: 緑字決算対象項目選定と重み付け投票詳細

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

	生産				物流	オフィス		販売	社会		
	エネルギー使用量	水使用量	CO ₂ 排出量	廃棄物排出量	CO ₂ 排出量	電力使用量	コピー用紙使用量	営業車の低公害車導入率	環境配慮型商品販売量	社員のボランティア活動参加人数	社会貢献活動費用
(単位)	千GJ	千m ³	t-CO ₂	t	t-CO ₂	千kwh	千枚	%	kℓ	人	百万円
2006年度	1,824	4,977	94,538	5,605	17,756	2,203	9,303	80	26,913	595	105
2004年度	1,475	4,332	83,235	4,338	19,929	2,326	9,593	44	34,165	395	97
A)改善率 (%)	-23.7	-14.9	-13.6	-29.2	10.9	5.3	3.0	21.0	-21.2	50.6	8.5
B)5段階評価	3	3	5	3	4	3	2	4	4	3	3
C)重み付け係数	0.89	0.89	1.49	0.89	1.19	0.89	0.60	1.19	1.19	0.89	0.89
A)×C)個別ECO	-21.1	-13.3	-20.2	-26.1	13.0	4.7	1.8	25.0	-25.3	45.2	7.6

2006年度
緑字決算 (ECO)
-1

重み付け係数 = $\frac{\text{各項目の5段階評価}}{\text{11項目の5段階評価の平均}}$

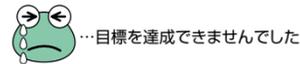
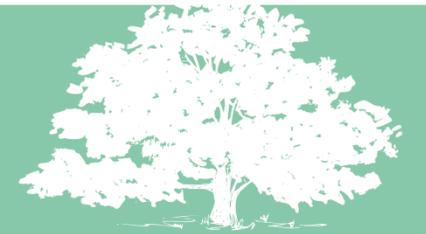
緑字決算 (ECO) = $\frac{\sum \text{個別ECO}}{11}$

5: 環境データ算出方法

6: 過去の緑字決算結果

目標達成状況と今後の課題

2006年度は環境目標10項目中5項目を達成しました。目標未達成の主な原因は、1kℓを生産するために必要なエネルギーが多い品目や廃棄物が多く発生する品目の構成比が高まったこと、鮮度追求による多品種少量生産によって生産効率が悪化したことです。生産品目の構成比の変化は消費動向に左右されるため、その変化を上回る改善活動ができるかが今後の課題です。



	2006年度の目標と結果	02年度～06年度の推移	取り組み・達成状況	今後の目標
1	生産部門CO₂削減 生産量1kℓあたり 2004年度対比 2%増加 ▼ 2004年度対比 7.8%増加	■生産活動におけるCO₂排出量 	アルコールの蒸留や洗浄殺菌のために使う蒸気をつくる際に重油やガスを使います。また、生産工程では電力も使用します。日々の省エネ活動やエネルギーの効率利用によりCO ₂ 削減に取り組んでいます。 →ガスボイラーの導入や省エネ活動によりCO ₂ の削減に努めましたが、アルコール蒸留時のエネルギーの増加や多品種少量生産による生産効率の悪化により増加しています。	2007年度目標 2004年度対比 2%増加
2	物流部門CO₂削減 販売数量1kℓあたり 2004年度対比 9%削減 ▼ 2004年度対比 3.8%削減	■物流におけるCO₂排出量 	工場からトラックや鉄道、船舶等で製品を運ぶ際にCO ₂ が発生します。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、物流部門のCO ₂ の排出を抑制しています。 →運送子会社のタカラ物流システムのトラック燃費向上や消費地に近い工場での生産率を高めることにより、工場からの製品物流に伴うCO ₂ 総排出量は削減することができましたが、原単位での目標は達成できませんでした。	2007年度目標 2004年度対比 10%削減
3	生産部門用水削減 生産量1kℓあたり 2004年度対比 8%増加 ▼ 2004年度対比 9.0%増加	■生産活動における用水量 	お酒の原材料として水を使用するほか、装置や容器の洗浄および製品の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。 →黒壁蔵の芋焼酎増産による原料芋洗浄用水の増加や、アルコール蒸留増産による蒸留冷却水の増加があり、全体では目標を達成できませんでした。	2007年度目標 2004年度対比 6%増加
4	工場廃棄物削減 (副産物含まず) 生産量1kℓあたり 2004年度対比 7%削減 (副産・廃棄物再資源化率99.5%以上) ▼ 2004年度対比 22.7%増加 (副産・廃棄物再資源化率98.0%)	■生産活動における廃棄物排出量 	工場廃棄物の再資源化に取り組み、副産物を含む再資源化率は高い水準に達しています。現在は酒粕、みりん粕などの副産物を除く工場廃棄物排出量の総量削減に取り組んでいます。 →芋焼酎増産による芋くずや蒸留廃液の増加、汚泥減容化装置の一時停止などにより増加していますが、蒸留廃液の飼料化プラントを導入したことにより、2005年度よりは改善しました。	2007年度目標 2004年度対比 19%削減
5	オフィス部門電力使用量の削減 2004年度対比 3%削減 ▼ 2004年度対比 5.3%削減	■オフィスの電力使用量^{※1} 	オフィス内の蛍光灯ごとにスイッチを付けたたり、必要以上に明るい場所の蛍光灯の一部撤去や空調の適温調整などによる電力使用量削減に取り組んでいます。 →電気使用量はその年の寒暖に左右される部分もありますが、目標を上回る削減を達成しました。事務活動の電力使用量削減は社員の省エネ意識の徹底により実現される、社員の環境意識の浸透度を高めるバロメーターと考えています。	2007年度目標 2004年度対比 3%削減

※1 7:工場副産・廃棄物の用途

	2006年度の目標と結果	02年度～06年度の推移	取り組み・達成状況	今後の目標
6	コピー用紙削減 2004年度対比 6%削減 ▼ 2004年度対比 3.0%削減	■オフィスのコピー用紙使用枚数^{※1} 	エコオフィスキャンペーンなどの社内運動を通じてコピー用紙の削減やリサイクルに取り組んでいます。コピー用紙使用量削減は電力と共に社員の環境意識のバロメーターと考えています。 →3%削減しましたが目標を達成できませんでした。	2007年度目標 2004年度対比 10%削減
7	環境配慮型商品の開発 環境配慮型の工夫・仕組みをもつ商品を2品目以上発売 ▼ 環境配慮型の工夫・仕組みをもつ商品を2品目以上発売		製品仕様はすべての環境問題の方向性を決定します。宝酒造では環境配慮型商品を開発、発売していくことで消費者の皆様の手へ渡ってからの環境負荷も削減したいと考えています。 →オールプラスチック製の中栓を採用した松竹梅豪快本醸造を発売したのをはじめ、合計2品目の環境配慮型商品を発売しました。(P22参照)	2007年度目標 環境配慮型の工夫・仕組みをもつ商品を2品目以上発売
8	環境配慮型商品の販売促進 「はかり売り」新規実施10店以上 ▼ 「はかり売り」新規実施10店	■「はかり売り」実施店舗数 	環境配慮型商品の販売量が増加することで環境負荷が低減されます。「はかり売り」の店舗数を増やすことで、商品への容器使用量の削減に取り組んでいます。 →新たに全国で10店の酒販店様ではかり売りをはじめることができました。	2007年度目標 「はかり売り」新規実施店10店以上(全社)
9	営業部門低公害車導入率の向上 低公害車導入率70%以上 ▼ 低公害車導入率80%	■営業車両における低公害車の導入率 	営業部門でも、製品物流と同様に多くの営業用車両を使用しておりCO ₂ や大気汚染物質が排出されます。環境負荷の低減を図るため、燃費の良い低公害車の導入率向上に取り組んでいます。 →支社の営業車を計画的に低公害車に更新することで、低公害車導入率80%を達成しました。また日々の営業活動の中で一人ひとりが省エネ運転を実践しています。	2007年度目標 低公害車導入率80%以上
10	環境コミュニケーション推進 「緑字企業報告書」の配布部数13,000部以上 ▼ 「緑字企業報告書」の配布部数24,988部	■緑字企業報告書の配布部数^{※2} 	緑字企業報告書をより多くの方にお読みいただくことで、宝酒造の環境への取り組みを消費者の皆様にご理解いただくことができると考えています。 →「エコプロダクツ2006」などの環境イベントを通じて配布部数を伸ばし、目標を大幅に上回ることができました。	2007年度目標 「緑字企業報告書」の配布部数13,000部以上

※1 2004年度からは(株)トータルマネジメントビジネス、宝ネットワークシステム(株)の実績も対象にしています
※2 02年度～03年度は発行部数

※1 8:工場別サイトレポート

【生産部門 CO₂削減】

みりん製造での、蒸気使用量の削減に取り組んでいます。以前は、窒素成分を高めるため、熟成室の暖房を土・日も実施していましたが、酒税法改正に伴い、仕込み配合の見直しを実施し、濃厚な仕込みをすることによって、窒素成分が安定しましたので、土・日の暖房を中止するとともに、平日も季節により暖房時間の短縮を実施しました。その結果、蒸気使用量が削減でき、2006年度は2005年度対比で、11.5%のCO₂削減を実現することができました。

坪内 享

伏見工場 製造課
みりん係 主任



丸山 利明

タカラ物流システム株式会社
安全環境推進室



【物流部門 CO₂削減】

タカラ物流システムでは、2006年10月に新たに取付けたデジタルタコグラフのデータから、ドライバー個人の安全運転成績表を活用して、省エネと安全の両面で日々の管理を行うようにしました。また成績表を掲示することで、Aランク～Eランクまでばらつきのあった成績が、2007年4月現在では、ほとんどのドライバーはAランクとなっています。2007年度の燃費削減に期待できるとしています。

【コピー用紙削減】

宝ネットワークシステムでは、プリンタ、コピー、FAX、スキャナー機能が一体化した複合機を活用しています。書類の控えをPDFファイル化して電子保存、FAX受信文書はパソコンの画面で確認するなど、用紙削減に効果をもたらしました。電子化により検索がしやすくなり、書類の紛失も防ぐことができます。手書きのメモをスキャナー機能で電子化し、パソコンで整理したり電子メールに添付できても便利です。当社では宝グループの各社への複合機導入も積極的に推進しています。

安恵 由美子

宝ネットワークシステム株式会社
業務管理部



前田 幸久

SCM部 新製品課



【環境配慮型商品の開発】

清酒1.8ℓびんの替栓はプラスチックと金属の複合素材であるにも関わらず、重量比によりリサイクル法上は「その他プラスチック」に分類されていました。今回、オールプラスチック製に変更することにより、リサイクル法に合致した仕様に改善し、松竹梅豪快1.8ℓびんに採用いたしました。今後も他の製品への積極的な展開を行いたいと考えています。

【生産部門 用水の削減】

松戸工場では、ユーティリティの削減に取り組んでいます。用水の削減については、CIPの見直し、みりん仕込み方法の変更、コンプレッサー冷却水の削減など10件の改善を通じて、約28,000kℓ/年の用水削減を達成しました。私たち生産支援係は、生産支援のほかに、ユーティリティ削減のための設備改造にも、取り組んでいます。

西澤 誠

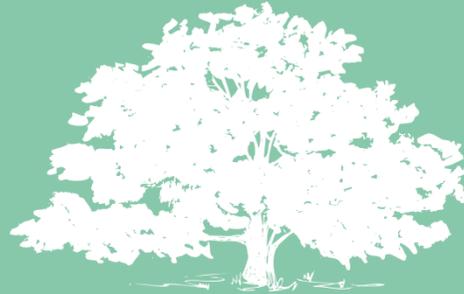
松戸工場 生産支援係 主任



地球の「いきいき」のために

一人ひとりが活動を推進します

宝酒造ではISO14001の統合認証を取得し、グループ会社と協力して環境活動を実践しています。



小林 義浩

東海支社 販売第二課



【環境配慮型商品の販売促進】

「はかり売り」は、皆様のご協力のもとで成り立っています。お客様がペットボトルを持参され、店員の皆様とお話をしながら、必要な分だけ購入できる「はかり売り」のシステム。こんな小さな取り組みでも、立派に「廃棄物の削減」と「資源・エネルギーの削減」に貢献できることを誇りに思います。新しくお取り扱いいただくお店が増えるたび、商品説明以上に熱を含め、環境配慮について説明しています。そんな帰り道はちょっとご機嫌です。

【工場廃棄物の削減】

黒壁蔵では、環境に配慮し2005年9月に焼酎粕リサイクル設備を導入しました。リサイクル率向上をめざし、芋や麦の焼酎粕に含まれる有効成分を分離・濃縮・乾燥して配合飼料原料として再生しています。当工場ではこれらを家畜飼料の原料に再生することで、焼酎粕リサイクル100%をめざし「ゼロエミッション化」を推進します。

笠松 徹也

黒壁蔵 環境保全係 主任



白水 孝明

首都圏支社
管理部管理課 課長



【オフィス部門 電力使用量削減】

「地球温暖化問題」の対策として「電力使用量の削減」に取り組んでいます。より大きな効果を期待すべく日本橋ビル六階から八階の事務室内、約200個の照明器具にヒモを取り付けました。これにより1カ所ごとの操作が可能となり、結果、電気使用量は前年比で1万5,000キロワットも削減することができました。

【環境コミュニケーションの推進】

環境問題を解決するためには、市民の皆様をはじめとして、産、官、学などが連携することが重要です。宝酒造では、緑字企業報告書や展示会、インターネットなどを通じて、また業界および他業界との交流や大学等での講演、学生さんからのインタビュー対応などさまざまな方法を通じて、双方向コミュニケーションを図っています。

中尾 雅幸

環境広報部 環境課長



大江 照彦

京滋北陸支社 業務市場課長

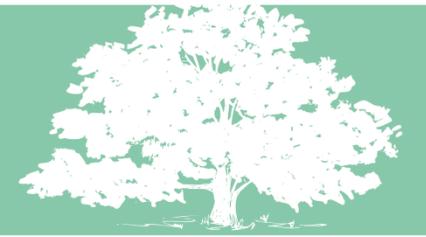


【営業部門 低公害車導入率の向上】

環境・地球にやさしい自動車「ハイブリッドカー」。京滋北陸支社では、2004年より、セールスカーとして使用しています。燃費がよく(35.5 km/kℓ)、しかもエンジン音は小さく、運転もしやすいので、環境面だけではなく、給油の手間や周囲への影響、運転の疲労などを考えても、営業活動のメリットも大きいと思います。お得意先からも「宝さん、いいセールスカーだね」と褒めていただいたりします。現在、ハイブリッドカーは、セールスカー17台中でたった1台だけの導入ですので、今後は台数を増やしていくようにしていきたいです。

環境コミュニケーションの推進と活動を支える仕組み

宝酒造ではISO14001の統合認証を取得し、全社が一丸となって活動を推進できる体制をとっています。また、皆様の声におこたえする環境活動を行うために、さまざまな双方向コミュニケーション活動を推進しています。



■エコプロダクツ展への出展

宝酒造では東京ビックサイトで開催される日本最大の環境に配慮した製品の展示会「エコプロダクツ展」に出展し、「はかり売り」をはじめとする環境配慮型商品を紹介するとともに、ペロタクシー（自転車タクシー）など京都発の地球温暖化防止につながるNPOの取り組みも紹介しました。宝酒造ブース内のパネルを読んでクイズに答える「宝酒造環境クイズ」への参加者は、3日間で5,000人にのぼりました。宝酒造の環境への取り組みに対する消費者の皆様からご意見をうかがえる貴重な機会と考えています。



■ホームページでのさまざまな取り組み

宝酒造の環境サイト「環境への取り組み」は2005年4月にリニューアルし、常に新しい情報をお届けできるように運営しています。2006年4月には「環境への取り組み」内のエコキッズコーナーを独立させ「こどもタカラ」として新設。環境だけでなくタカラ本みりんの工場見学サイトへのリンクを行うなど、宝酒造の総合的な子供向けサイトにしました。ほかに、環境ポータルサイト「環境goo」の協力を得て「お米とお酒の学校ブログ」を開設するなど、より新鮮な情報を提供するとともに、双方向のコミュニケーションを進めています。



■ N:こどもタカラ

■環境会計

宝酒造の環境コストの中では、容器包装のリサイクルにかかる再商品化委託費用などの「上・下流コスト」は減少傾向にあります。CO₂削減など地球温暖化にかかわる地球環境保全コストは増加傾向にあります。企業や社会が環境コストを支払ってもなお地球温暖化が進行しているというこ

とは、企業や社会が払っても補いきれない環境コストが存在しており、今重要なのは、この地球環境が支払っているコストを企業や行政が早急に肩代わりし、地球温暖化の進行を止めることです。今後どのような地球環境保全コストや上流・下流コストをかけて社会全体でCO₂などの温室効果ガスを効果的に削減できるかが課題です。

(集計範囲:宝酒造単体 対象期間:2006年4月1日~2007年3月31日 単位:千円)

分類	主な取組の内容	投資額	費用額	
(1) 事業エリア内コスト		146,100	544,244	
内 訳	①公害防止コスト	排水処理設備更新、ボイラー更新、メンテナンス費用、賦課金等	34,009	242,138
	②地球環境保全コスト	ガスボイラー、ポンプインバーター、CNGフォークリフト等	49,743	33,828
	③資源循環コスト	資源の効率的利用、産業廃棄物のリサイクル・処理等	62,348	268,278
(2) 上・下流コスト	再商品化委託費用、リターナブル、はかり売りタンク等	0	280,022	
(3) 管理活動コスト	環境マネジメントシステムの整備・運用、環境広告等	10,505	317,264	
(4) 研究開発コスト	製造等の段階における環境負荷の抑制のための研究開発	0	384	
(5) 社会活動コスト	ハーモニストファンド、ペロタクシー、芝生スクール京都、お米とお酒の学校等	0	17,794	
(6) 環境損傷対応コスト	産業廃棄物適正処理推進基金	0	50	
合計		156,605	1,159,758	

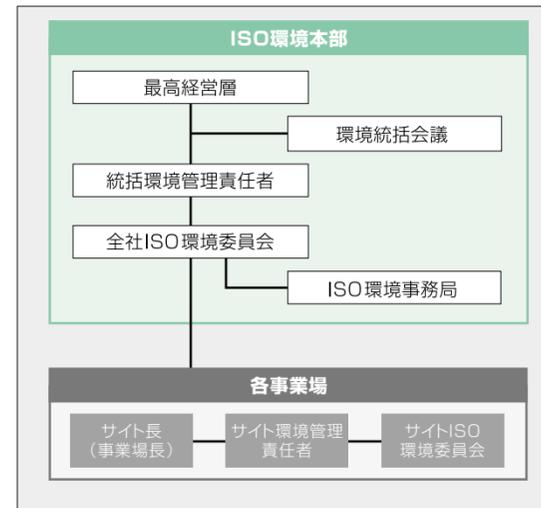
■ 9:その他の環境会計

■宝グループ環境マネジメントシステム組織図

宝酒造では2002年度までに全工場、全支社、本社（同一ビルに入居している（株）トータルマネジメントビジネス、宝ネットワークシステム（株）を含む）でISO14001の認証取得を完了しました。そして2005年1月には統合認証を取得し、ISO環境本部を中心に中期経営計画とISO14001の目標を連携させるなど、経営と直結した目標に向かって活動しています。

各事業場では、環境管理責任者が中心となり具体的な活動を推進しています。

■ 10:ISO14001、9001取得年表



■環境関連法規遵守状況

環境汚染の未然防止の観点から、法令遵守はもとより自主基準やガイドラインを設定し、環境管理に取り組んでいます。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、法令遵守状況を確認しています。なお2006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。

■宝グループ環境方針

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、宝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

宝グループの業務内容は、宝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。

- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 宝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。
 - 天然資源を大切に、省資源・省エネルギーに努めます。
 - 環境に配慮した商品開発に努めます。
 - グリーン購入に努めます。
 - 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。
- 本環境方針は、教育啓蒙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。なお、本環境方針は、一般の人が入手可能なものにします。

2004年4月1日

宝ホールディングス株式会社 代表取締役社長

宝酒造株式会社 代表取締役社長

大宮 久

(注)ISO14001における宝グループは、宝ホールディングス(株)、宝酒造(株)、(株)トータルマネジメントビジネス、宝ネットワークシステム(株)で構成されています。

主要な環境関連法規

公害関係法規(大気、水質、騒音、振動、土壌汚染、悪臭)、廃棄物処理関係法規、化学物質管理関係法規(PRTR法、毒物劇物取締法)、リサイクル関係法規(容器包装リサイクル法、食品リサイクル法、資源リサイクル法)、防災・危険物関係法規 など

宝酒造 緑字企業報告書 ステークホルダーミーティング

「緑字決算報告書」から「緑字企業報告書」へリニューアルして3年。
宝酒造は、ステークホルダーの方々のご意見やご要望を伺い、
CSR活動のさらなる深化に努めていきたいと考えています。
京都CSR研究会の方々にお集まりいただき、現報告書の評価と合わせてお伺いしました。



TaKaRaの意志に共感できる コミュニケーションツール

藤野様:表紙の子供さんのいきいきした笑顔を通じて、TaKaRaの自然や社会に対する姿勢が伝わってきますね。
喜井様:社員の声を数多く反映させている点も透明性があり、評価できます。TaKaRaの社風も感じられますし。
奥谷様:どんな環境でどんな人がどう製品をつくっているかがわかりやすく、消費者として安心感があります。企業側からの一方的な報告や情報発信ではなく、ステークホルダーに共感されるコミュニケーションツールになっていますね。

ネガティブな情報の分析と対応策を

島本様:情報をどれだけ開示できるかが企業の信頼性や誠実性を高めるとは思います。活用が進んでいない介護体職制度など他社では出しにくいデータを明示されている点を高く評価します。ただ、なぜそうなるのかという分析や、どうすれば改善できるのかという対応策の記述がありません。
藤野様:同感です。例えばヘルプラインの現状報告もほしいところですね。さらに欲を言えば、一方的な情報開示にしない工

夫も必要ではないでしょうか。第三者意見に対するフィードバックもその一つ。いただいた意見に対する見解や、どう対応したのかを報告すると、より企業の透明性が高まると思います。
奥谷様:環境目標の達成状況に関しても、未達成の場合はその後どのように改善に取り組んだかが報告されていませんね。
喜井様:企業としてどう対応したか、が大切だと思いますね。もしも問題があった場合には、問題解決にいたるステップを明確にし、できるだけ早く開示することが望ましいと思います。

「生き生きとした社会づくり」に明確なビジョンを

島本様:トップのコミットメントでCSRに対する意欲への高まりが感じられますが、報告書の環境・社会・経済のバランスを見ると社会面の要素が不足しています。企業理念に掲げられている「生き生きとした社会づくり」を具体的に描き、方針を定めて活動していくことが重要です。
藤野様:環境目標と同様、社会性の到達目標も設定するべきですね。
喜井様:コンプライアンスや人権問題などについてどう捉え、どう取り組んでいるかも具体的にを見せてほしいと思います。

〈京都CSR研究会〉

「京都発のCSR」を実践的に広げることを目的に、2003年発足。京都におけるCSRの実践例を学び、経営戦略への取り組み方や異なるステークホルダーとの協業方法などを研究している。企業、NPO、行政、大学、マスメディアなど幅広い分野に在籍する個人が自由に参加し、月例会を開いている。



京都文教大学
人間学部
現代社会学科 教授
島本 晴一郎様



特定非営利活動法人
きょうとNPOセンター
チーフ事業コーディネーター
藤野 正弘様



オムロン株式会社
企業文化統括センタ
長き企業市民推進部長
喜井 哲夫様



京都橋大学大学院
文化政策学研究所
博士課程
奥谷 三穂様

ステークホルダーミーティングの概要

- 開催日時:2007年6月14日(木) 18:30~20:30
- 場所:宝酒造本社
- 内容:
 - 1.宝酒造からのご挨拶
 - 2.参加者自己紹介
 - 3.宝酒造から報告書についての説明
 - 4.ディスカッション
 - (1)報告書を読んだ感想(良い点、悪い点)
 - (2)社会から信頼される企業であるために期待すること
- 参加者:京都CSR研究会 4名
宝酒造 6名[環境部門3名、人事部門1名、品質保証部門1名、
ビジネスサポートセンター1名]
- 司会:筑紫 透(株)ゼネラル・プレス サステナビリティ・コミュニケーション
事業本部 プロデュース部 企画調査室 主任研究員/シニアプランナー

ステークホルダーからの提言

- 京都らしい、TaKaRaらしい、CSR調達の構築
宝酒造の企業理念にある「生き生きとした社会づくり」をもっと具体的に掘り下げ、目標を設定して取り組んでほしい。京都の企業の代表として、欧米に匹敵するCSR調達(調達条件に企業倫理や労働条件、環境、地域社会などへの配慮を加えたもの)を構築してほしい。企業理念や行動基準を具体化した経営戦略が求められる。
- 開示情報の分析や対応策の報告
目標が必ずしも達成されるとは限らない。企業の透明性や誠実性を保つためにも、目標が達成できなかった問題に対して、どのように分析し対応したかを報告されることが望まれる。
- ステークホルダーとのコミュニケーションの強化
お客様や株主様、取引先、行政だけでなく、地域住民や大学生などにも積極的に参加への呼びかけを。幅広いコミュニケーション活動を通じて、宝酒造の企業活動を理解していただくとともに、さまざまなステークホルダーのご意見やご要望を反映させていくことがCSR推進につながる。

社会とのコミュニケーションの場を拡げて

島本様:私はこの報告書を大学の講義で資料として使わせてもらっていますが、TaKaRaのCSRをより発展させるためにも、報告書活用を場を広げることが望ましいと思います。
藤野様:学生の関心は非常に高いので、インターネットのソーシャルネットワークサービス(SNS)などを活用するのも一つの方法です。
奥谷様:緑字決算の重み付け投票のように、インターネットを介して、大学生や地域住民にも参加していただくシステムをもっと広げられてはどうでしょう。
喜井様:ボランティア活動やハーモニストファンドの助成先の方々とコミュニケーションの場を設けるなど、接点はいろいろあると思います。

京都らしい、TaKaRaらしいCSR経営を

喜井様:宝酒造の製品は、消費者＝社会に非常に近い存在です。企業理念に従って、自然との調和、人間の健康的な暮らし、生き生きとした社会づくりへと、その役割をさらに広げて取り組んでいただきたいと思います。
藤野様:対象をサプライチェーンにまで広げ、取引先と協働したCSRの実行を期待しています。これからも京都を代表する

企業として、CSRを積極的に活かした経営をお願いします。
奥谷様:京都人には、自然の中で生かされているという思想があります。自然資源を原料にされる宝酒造には、その文化を次代へ伝えていく使命があると思います。
島本様:誤解のないように付け加えておきますが、TaKaRaの報告書は現状、大変高い水準にあります。今回私たちが述べた意見は、さらに上をめざしてもらうためのもの。環境に対する取り組みや分析は非常によくなされているので、それを社会にも広げてもらいたい。「環境のTaKaRa」だけでなく「市民のTaKaRa」になることを期待します。
.....
大変貴重なご意見をありがとうございました。CSR活動は、ステークホルダーの皆様との対話や協働なくして成し得ることはできません。皆様のご意見やご要望は今後の指針として反映し、地元の京都をはじめ、社会、日本に於いてはならない企業であり続けるために、皆様のご期待にお応えできますよう、決意を新たに全社一丸となって取り組んでまいります。

宝酒造株式会社
環境広報部長 佐藤 浩史

TaKaRa



皆様の「いきいき」は私たちの「いきいき」

緑字企業報告書 2007

 宝酒造株式会社

表紙写真/当社の主催する
社会・環境教育プログラム
「TaKaRa お米とお酒の学校」
収穫編の様子



この印刷物は環境に考慮し、大豆インキ・水なしオフセット印刷で制作しています。また、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構により色覚の個人差を問わず、多くの方に見やすく配慮されたデザイン(カラーユニバーサルデザイン)として認定されました。