



SAPPORO

サッポログループ
コミュニケーションブック

サッポロホールディングス株式会社



潤いを創造し 豊かさに貢献する

経営の基本方針

サッポログループは、
ステークホルダーの信頼を高める
誠実な企業活動を実践し、
持続的な企業価値の向上を目指します

編集方針

サッポログループは、お客様・従業員を含む幅広いステークホルダーの皆様との対話を重視しています。その一環として、経営戦略や事業活動、CSR活動の報告を通じて、グループが創出する経済的・社会的価値に総合的に理解を深めていただくことを目的に、2017年12月期より「統合報告書」、その内容を広く知っていただくためのダイジェスト版として「コミュニケーションブック」をそれぞれ発行することになりました。

持続的な成長に向けたサッポログループの姿を、すべてのステークホルダーの方々にご理解いただければ幸いです。

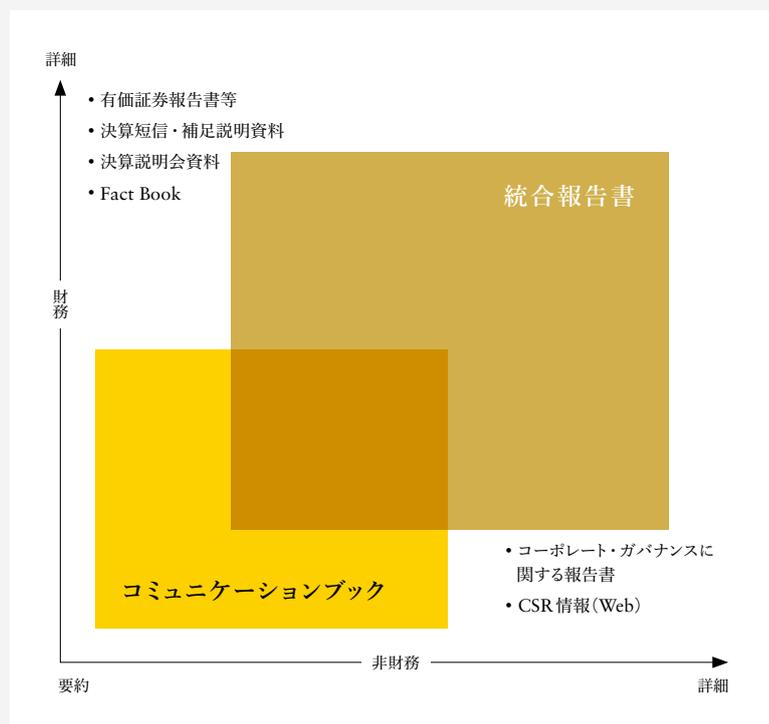
2018年6月

CONTENTS

- 02 サッポロ・ブランドストーリー
- 04 サッポログループの価値創造ストーリー
- 06 2017年のハイライト
- 08 ステークホルダーの皆様へ
- 10 サッポログループのあゆみ
- 12 サッポログループの事業概況
- 14 長期経営ビジョン「SPEED150」
- 16 サッポログループのビジネスモデル
- 18 **Special Feature 1**
ブランドを「磨く」ことで届けたい、サッポログループならではの価値
- 22 CSR基本方針
- 24 「4つの約束」に基づく取り組み事例
 - 24 『酒・食・飲』による潤いの提供
 - 26 社会との共栄
 - 32 環境保全
 - 34 個性かがやく人財の輩出
- 36 **Special Feature 2**
ブランドストーリーを「繋ぐ」ことで、受け継いでいきたい“思い”
- 38 世界と繋がるサッポログループ
- 40 コーポレートガバナンス
- 41 コーポレートデータ

情報体系

サッポログループの財務・非財務に関するより詳しい情報については、当社Webサイトをご覧ください。



報告対象期間

2017年12月期(2017年1月1日～2017年12月31日)を対象としています。ただし、必要に応じて当期間の前後についても言及しています。

対象組織

サッポロホールディングス株式会社およびグループ関係会社

参考としたガイドライン

- 国際統合報告評議会(IIRC)「国際統合報告フレームワーク」
- 経済産業省「価値協創ガイドランス」



- GRI(Global Reporting Initiative)「サステナビリティ・レポート・スタンダード」(企業のサステナビリティ報告に関する国際的なガイドライン)
- 国際標準化機構「ISO26000」(社会的責任に関する国際的なガイドライン規格)
- 環境省「環境報告ガイドライン2012年版」

賛同・支持するイニシアティブ

- 国連グローバル・コンパクト



サッポロホールディングスは、国連グローバル・コンパクトに署名しています。

- 持続可能な開発目標(SDGs)



★ 未来に向けて、ステークホルダーとともに受け継いでいきたい「思い」



SAPPORO BRAND STORY 01

History



サッポログループは1876年、北海道・札幌の地で「開拓使麦酒醸造所」として創業しました。以来、140年以上にわたる「歴史」の中で、酒類事業はもとより、食品・飲料、外食、不動産へとすそ野を広げ、お客様の生活のさまざまな場面で潤いと豊かさを提供してきました。





SAPPORO BRAND STORY 02

Dialogue

サッポログループの歴史は、お客様をはじめ
ステークホルダーの皆様と積み重ねてきた「対話」の歴史です。
人々の暮らしに深く関わり、お客様に喜んでいただける
商品・サービスを開発するとともに、
喜びや感動をお届けする新しい飲食シーンを
提供してきました。



SAPPORO BRAND STORY 03

Innovation & Quality

サッポログループはお客様との対話から
得られた気づきやヒントを糧に
イノベーションや品質の向上を追求してきました。
私たちのブランド資産の数々は、ステークホルダーの
皆様と共有したい思いの結晶そのものです。

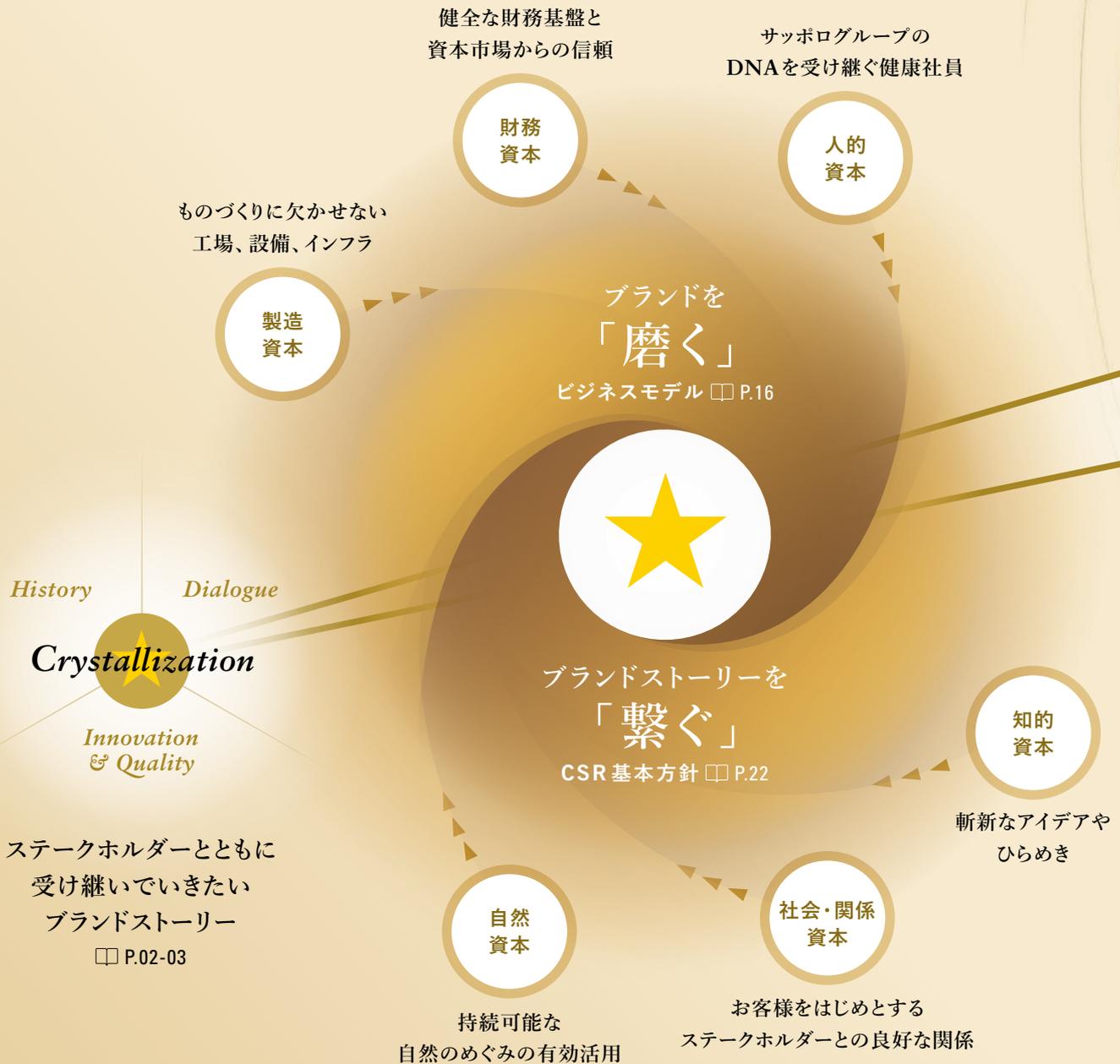


SAPPORO VALUE CREATION STORY

サッポログループの 価値創造ストーリー

サッポログループの価値創造ストーリーは、140年以上の歴史に基づく「ブランドストーリー」をステークホルダーと共有したい思いとして受け継ぎ、「潤いを創造し豊かさに貢献する」という経営理念の実現を目指すものです。

イノベーションと品質の追求によって結晶化したブランドをさらに「磨く」ビジネスモデルとそのブランドストーリーを「繋ぐ」CSR活動の両輪を大きく、力強く回しながら、「2026グループビジョン」の達成と当社ならではの企業価値の創造に取り組んでいきます。



長期経営ビジョン
「SPEED150」
□ P.14

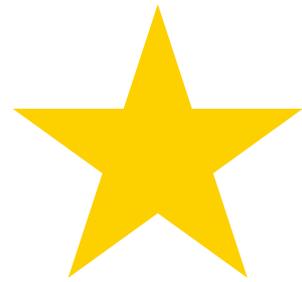
経営理念

酒

2026
グループビジョン
サッポログループは
世界に広がる
『酒』『食』『飲』で
個性かがやく
ブランドカンパニーを
目指します

食

飲



潤いを創造し
豊かさに貢献する

サッポログループが創造する価値

- ▶ イノベーションと品質の追求によって、新たな商品・サービスをお届けする
- ▶ 有形・無形のブランド資産を磨き上げることにより、新しい市場を開拓する
- ▶ 商品やサービスの提供を通じて、お客様同士のコミュニケーション活性化に貢献する
- ▶ 事業の拡大によりすべてのステークホルダーに「楽しさ」や「喜び」、「明日への活力」を提供する

SAPPORO VALUE CREATION STORY

2017年のハイライト

事業
関連



▶ レモン事業
60周年

▶ エビスブランド初の上面発酵酵母を使用した
ホワイトビール「エビス 華みやび」発売 **1**

▶ サッポログループ独自の植物性乳酸菌「SBL88」を使用した
豆乳飲料「プラス乳酸菌豆乳飲料」発売 **2**



1 ▶ 基幹店舗「ビヤホールライオン 銀座七丁目店」
リフレッシュオープン



▶ 「サッポロ生ビール黒ラベル」
発売40周年 **3**



▶ 機能性表示食品「レモンの元気」発売 **4**

▶ PT. POKKA DIMA INTERNATIONAL
のインドネシア飲料製造工場稼働開始

▶ 「サッポロファクトリー」隣地の
新商業施設N3E4プロジェクト
「TDY札幌コラボレーションショールーム」
竣工

2017年

1月

2月

3月

4月

5月

6月

経営基盤
関連

▶ サッポロホールディングスの
グループR&D本部に「おいしさ技術研究所」を新設

▶ サッポロホールディングスが
健康経営優良法人(ホワイト500)に認定



▶ ホップ品種「ソラチエース」の
香りに関する研究で
European Brewery Convention
(ヨーロッパ醸造学会)
「Best Poster 賞」受賞
(3大会連続最高賞受賞)



▶ POKKA CORPORATION
(SINGAPORE) PTE. LTD.
設立40周年



▶ 「恵比寿 ガーデンプレイス」内に
コンソーシアム型(複数企業向け)
事業所内保育所をオープン



2016年 11月

▶ サッポログループ長期経営ビジョン「SPEED150」、
第一次中期経営計画2020発表



5

- ▶ 韓国でエビスビール販売開始
- ▶ 恵比寿麦酒祭り開催
- ▶ 北海道道東地区でビール4社初の共同物流開始

- ▶ 自社ぶどう畑「安曇野池田ヴィンヤード」にAI(人工知能)導入



- ▶ 恵比寿ガーデンプレイスタワー38・39階 レストランフロアDINING&SKY 「TOP of YEBISU」グランドオープン



- ▶ 黒ラベル初の黒ビール 「サッポロ生ビール黒ラベル<黒>」限定発売 5
- ▶ 国産素材無糖茶シリーズが フード・アクション・ニッポンMIP賞受賞



- ▶ サンフランシスコに ANCHOR BREWING COMPANY, LLC 直営タップルーム「Anchor Public Taps」開業



- ▶ 「GINZA PLACE (銀座 プレイス)」 2017年来館者数 400万人を突破

7月

8月

9月

10月

11月

12月

- ▶ サッポログループ「健康創造宣言」策定
- ▶ ANCHOR BREWING COMPANY, LLCの全持分を取得



- ▶ サッポロビール 「働き方改革2020」スタート
- ▶ サッポロビールが プラチナくるみに認定



- ▶ CSR重点課題の特定と4つの約束の策定
- ▶ SNAMサステナビリティ・インデックス構成銘柄に選定



To Our Stakeholders

ステークホルダーの皆様へ



代表取締役社長
尾賀 真城

サッポログループは
独自の存在価値を発揮しながら、
日本のみならず世界へ
「潤い」と「豊かさ」を提供していきます。

サッポログループは1876年の創業以来、グループ経営理念をよりどころにしながら、日本国内のみならず世界へ「潤い」と「豊かさ」を提供してきました。その長い歴史の中で、お客様と向き合い、対話しながら着実に育み、結晶化してきた資産こそが、当社ならではの「ブランド」です。その「ブランド」をイノベーションと品質の追求によってさらに「磨く」とともに、ステークホルダーの皆様と共有したい“思い”として「繋ぐ」ことで、当社独自の企業価値の創出に取り組んでいます。

ブランドを「磨く」ことで届けたい、 サッポログループならではの“価値”

ブランドを「磨く」とは、「マンネリ化しない」「常に進んでいく」という意味です。ブランドを磨き続けることによって、サッポログループだからこそ提供できる独自の価値を創出していきます。

サッポログループならではの価値とは、主に次の3つが挙げられます。1つ目は、『酒』『食』『飲』をコア事業とする食のメーカーとして、「おいしさ」という価値を徹底して磨き上げていくことです。生産工程の改良もさることながら、原材料や物流、そして飲んでいただくシーンや空間などさまざまな角度からできることを洗い出し、おいしさを徹底に取り組んでいきます。2つ目は、「便利」や「簡単」、「気が利いている」といったお客様に喜んでいただけるような価値を見つけ・引出し・発想して、商品やサービスを通じて提供していくことです。お客様にとっての「あなただけのための価値」を積極的に提案していきます。最後に、お客様の健康を預かる食のメーカーだからこそ、安全や安心、健康といった欠くことのできない価値を確実にお届けすることです。例えば、高品質で安全・安心な原料を調達するための協働契約栽培の取り組みや、原料のトレーサビリティ、研究開発部門の高度な分析技術を活用した生産管理、最終製品の香味成分の分析など、お客様に商品をお届けするまでのすべての段階における品質が重要と考え、その向上に取り組んでいきます。

このように、他社には真似のできない当社ならではの「独自性」や、現代の消費者の嗜好やニーズにマッチした「時代性」、そして、立ち止まらずに続けているからこそ信頼が積み上がるという意味での「継続性」にそれぞれしっかり留意しながら、ブランドを磨いていきます。

ブランドストーリーを「繋ぐ」ことで、 ステークホルダーと共有したい“思い”

サッポログループはものづくりへの思いと同時に、お客様との接点でもある「札幌」や「恵比寿」「銀座」「名古屋」などのゆかりある街、土地との結びつきや関係を意識しながら事業を行ってきました。なかでも、札幌や恵比寿などで主体的に“まちづくり”に関与し、当社ならではのブランドを育成・強化してきたことは、他社にはないユニークな取り組みであると自負しています。そこには、サッポログループ独自の「ブランドストーリー」を「繋ぐ」ことで、ステークホルダーの皆様と共有したい“思い”があります。

そうした“思い”を具現化するにあたり、長期経営ビジョンに「コーポレートコミュニケーションの強化」を掲げ、CSR重点課題を特定し分野別に整理して、4つの約束『酒・食・飲』による潤いの提供』『社会との共栄』『環境保全』『個性かがやく人財の輩出』を定めました。サッポログループは国連サミットで採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」と関係している商品・サービスの提供や事業活動を行っており、課題解決に向けて、SDGsを踏まえた中長期目標を設定しました。事業の基盤を成すコーポレートガバナンスとともに、この目標達成に向けた取り組みによりSDGsの実現に貢献し、成長の源泉であるブランドや信頼を形成していきたいと考えています。

また、それに取り組む「人財」の重要性や役割を意識し、一人ひとりが個性や能力をいかんなく発揮できるようにします。

このような取り組みを通じて、未来に向けてブランドストーリーを繋いでいきます。

ステークホルダーの皆様には、引き続き変わらぬご支援をお願いするとともに、サッポログループのさらなる飛躍と持続的な発展にご期待くださいますようお願い申し上げます。

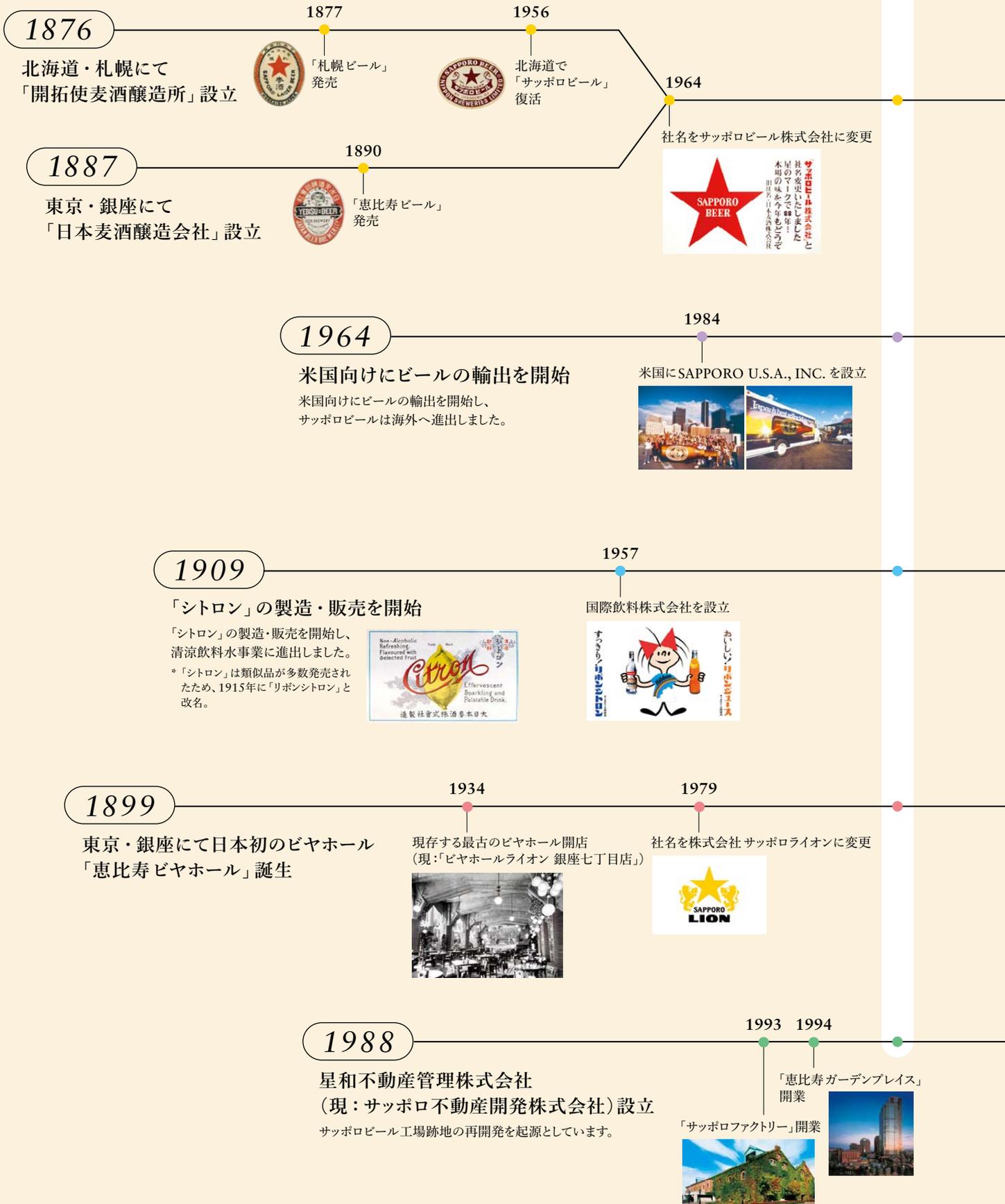
2018年6月

代表取締役社長

尾賀 真城

Our History

サッポログループのあゆみ



2003

純粋持株会社
サッポロホールディングス株式会社を設立

2016 | 新規事業

味噌・即席みそ汁・フリーズドライの製造・販売を手がける神州一味噌株式会社を連結子会社化



2006

焼酎事業参入



2012

「グランボレール勝沼ワイナリー」オープン



2017

「サッポロ生ビール黒ラベル」発売40周年



国内酒類事業

2006

カナダのSLEEMAN BREWERIES LTD.を連結子会社化



2010

ベトナムのSAPPORO VIETNAM LTD.を連結子会社化

2012

アメリカの飲料事業に進出
アメリカのSILVER SPRINGS CITRUS, INC.を連結子会社化

2015

アメリカのCOUNTRY PURE FOODS, INC.を連結子会社化



国際事業

2011

株式会社ポッカコーポレーションを連結子会社化

2013

株式会社ポッカコーポレーションとサッポロ飲料株式会社が統合し、ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社として事業開始



2015

トーラク株式会社から豆乳飲料・豆乳ヨーグルトの営業権を譲受し、豆乳事業へ参入



食品・飲料事業

2009

サッポロビールと共同開発した「エビスパー」1号店を銀座コリドー街に開店



2013

「GINZA LION BEER HALL」シンガポール1号店開店



2016

北海道の飲食業 株式会社マルシカワムラおよび小売業 株式会社銀鱈水産を連結子会社化



外食事業

2006

「STRATA GINZA」竣工



2014

「恵比寿ファーストスクエア」竣工



2016

「GINZA PLACE(銀座プレイス)」開業



不動産事業

Our Business

サッポログループの事業概況 (2017年12月期)

国内酒類事業

1876年の創業以来一貫して原料にこだわり、常に新たな可能性を追い求めて高品質な商品をつくり上げ、お客様に新しい楽しさや豊かさをお届けすることを目指しています。「乾杯をもっとおいしく。」というメッセージのもと、ビール事業を中心に、ワイン・スピリッツなどの酒類事業を展開。サッポロならではの独自の価値を持つ商品・サービスを提案します。



国際事業

北米・東南アジアを中心に、それぞれのエリア特性を踏まえた成長戦略を推進しています。北米ではアジア系ビールでNo.1の「SAPPORO」ブランドと、カナダでのスリーマンブランドに加え、2017年に取得したアンカーブランドの強みを活かして事業拡大を図っています。また、東南アジアでは成長著しいベトナムでサッポロプレミアムビールをフラッグシップとした「SAPPORO」ブランドの価値向上に邁進しています。



食品・飲料事業

国内では、レモンやスープ、飲料、豆乳など各種商品の製造・販売を主に、カフェチェーンの運営も行っています。海外では、シンガポールを拠点として世界各国へPOKKAブランドの飲料を展開し、東南アジアでの現地生産モデルを推進するなど、常にチャレンジし続けています。斬新なアイデアやひらめき、あふれ出る情熱で新しい商品を次々と生み出し、お客様に「おいしい」をお届けします。



外食事業

日本初のビヤホール「恵比寿ビヤホール」を創業し、一世紀以上の歴史を刻んできました。ビヤホール「銀座ライオン」「エビスバー」、和食業態など、お客様に安全・安心でおいしい料理、居心地の良い空間を通じた「おもてなし」の提供を目指しています。



不動産事業

サッポログループとゆかりの深い恵比寿・札幌・銀座の3拠点を中心に不動産の管理・運営、開発事業などを展開。「恵比寿ガーデンプレイス」「サッポロファクトリー」「GINZA PLACE (銀座プレイス)」など、まちづくりを通して「豊かな時間」と「豊かな空間」を創り・育みます。



売上高 **2,813** 億円 EBITDA **199** 億円

- ▶ 主要ブランド：ビール類／サッポロ生ビール黒ラベル、エビス、麦とホップ、極ZERO ワイン／グランボレール、ペンフォールズ シャンパン／テタンジェ スピリッツ／バカルデイ、デュワーズ

売上高 **671** 億円 EBITDA **31** 億円

- ▶ 主要ブランド：サッポロ プレミアム、スリーマン、アンカー
- ▶ 主要エリア：米国、カナダ、ベトナム、韓国、豪州、シンガポール

売上高 **1,378** 億円 EBITDA **83** 億円

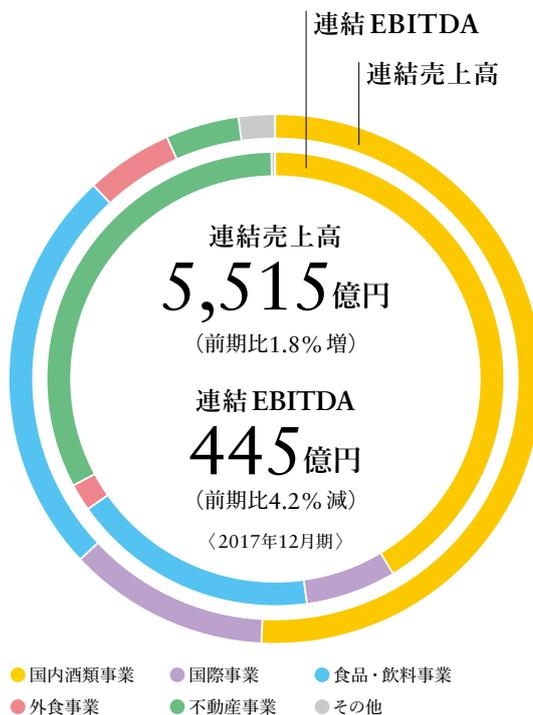
- ▶ 主要ブランド：ソフトドリンク／キレートレモン、アロマックス、がぶ飲み スープ／じゅくりコトコト レモン／ポッカレモン100 豆乳／ソヤファーム カフェチェーン／カフェ・ド・クリエ アイスクリーム／ブルーシール

売上高 **291** 億円 EBITDA **9** 億円

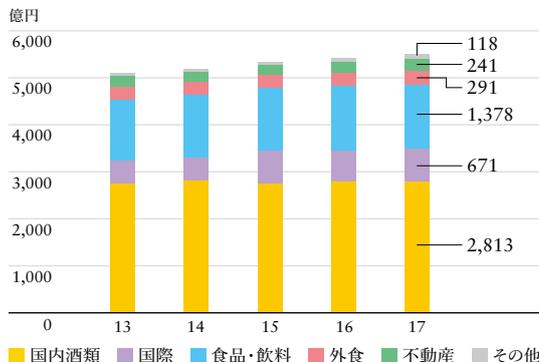
- ▶ 主要ブランド：銀座ライオン、エビスバー
- 店舗数／日本195、海外13(2017年12月末現在)

売上高 **241** 億円 EBITDA **156** 億円

- ▶ 主要施設：恵比寿 ガーデンプレイス、サッポロファクトリー、GINZA PLACE
- ▶ 主要エリア：恵比寿、札幌、銀座



セグメント別売上高



グループ従業員

7,902人
(連結)

187人
(単体)

〈2017年12月31日現在〉

* 2018年1月1日付にて「サッポロインターナショナル株式会社」の輸出事業を「サッポロビール株式会社」に移管しています。これに伴い、2017年12月期の売上高は遡及適用後の金額で表示しています。
* EBITDAは、営業利益+減価償却費+のれん償却費で算出しています。

長期経営ビジョン「SPEED150」

2026 グループビジョン

サッポログループは世界に広がる『酒』『食』『飲』で個性かがやくブランドカンパニーを目指します

行動指針

1. イノベーションと品質の追求による新たな価値の創造で、世界のお客様のより豊かな生活に貢献します
2. お客様同士のコミュニケーション活性化に役立つ商品・サービスの提供とブランド育成に努めます
3. 環境変化に対応し、効率的な経営の実践に努めます

3つの成長戦略テーマ

1 国内酒類・飲料事業の収益力強化

国内酒類事業ではビール事業のブランド力強化とワイン事業の育成で、飲料事業では利益体質への転換と海外事業拡大により、収益力を強化してグループを牽引する。

2 『食』分野の拡大加速

あらゆる食シーンへの「おいしさ」「楽しさ」「豊かさ」の提供を通じ、既存事業の強化と新たな事業への参入で、広く『食』分野におけるサッポログループのプレゼンスを高める。

3 グローバル展開の推進

グループの成長ドライバーとして、グローバル経営基盤を強化し、既存事業の成長やM&A等を含む新規開拓を推進することで、グローバルでのグループプレゼンスを拡大させる。

経営基盤

- R&D** 未来へつながる新しい「食の価値創造」を推進
- 人事・人財** 新しい価値と感動を提供する「越境人財」の育成
- 財務** キャッシュ創出力の向上

コーポレートコミュニケーションの強化

経営理念に基づくあらゆる企業活動について、その情報発信力を強化することで、ステークホルダーに対するグループの存在感を高める。

SPEED150 ロードマップ

第一次中期経営計画

2017-2020

基本方針

成長ステージへの移行に向けた
異次元スピードでの
変革



第二次中期経営計画

2021-2023

成長ステージでの飛躍を実現する
積極投資と成果創出



第三次中期経営計画

2024-2026

次なる成長ステージを見据えた
機会創出への挑戦



既存事業の成長や新たな成長機会の獲得を推進し、スピードをもって経営変革に取り組みます。

取締役 戦略企画部長
野瀬 裕之

第一次中期経営計画2020

事業活動 戦略

『酒』『食』『飲』への戦略的投資を実行しながら、既存事業の継続成長と、投資事業の早期成果創出を実現する。事業活動でのキャッシュ・フロー創出力を高め、新たな成長機会への投資に振り向ける。

● 既存事業の継続的成長

それぞれの事業セグメントが定める競争領域の課題にフォーカスし、ブランド力の強化と継続的成長を実現する。

● 投資事業の成果創出

成果未創出の投資事業の収益性向上に取り組み、成長拡大ステージへの早期移行に導く。

● 成長機会の獲得

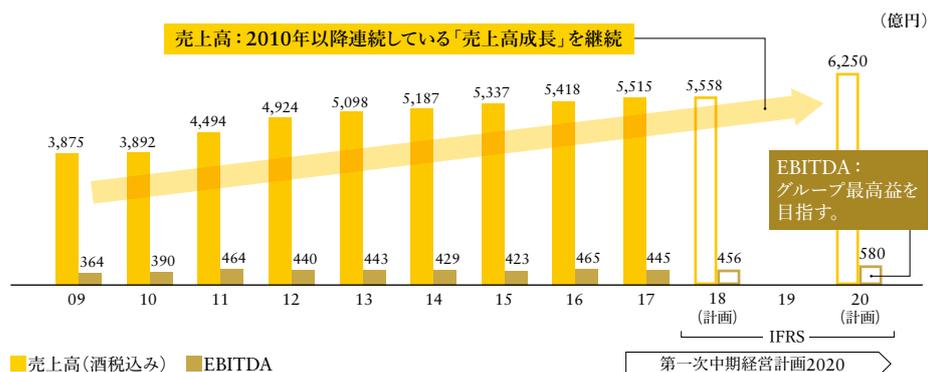
- ① 『食』分野の拡大加速：「素材」と「加工」両面からの新たな価値創出へのアプローチに加え、生活者ニーズからターゲット領域を定め、付加価値性の高い食事業を育成する。
- ② グローバル展開の推進：北米・東南アジアを中心に、それぞれのエリア特性を踏まえた戦略遂行と収益性を高める事業基盤の強化を進めながら、新たな成長機会を探索する。

グループ経営 基盤戦略

グループの成長を促進させる「経営資源の戦略的シフト」「セグメント経営の事業構造変革と推進」による「基盤機能強化」を主導・実行する。

- ① 成長を推進する『食』分野およびグローバル成長に適した組織体制と、それを支えるグループ本社機能の最適化を2018年中に整備する。
- ② 「R&D」「人事・人財」「財務」での成長推進に向けた取り組みを加速する。

定量指標



財務指標

2017～2020年の4年間での実現を目指す。

営業活動によるキャッシュ・フロー：

1,800 億円

「基盤機能強化」および「既存事業の継続的成長」と「投資事業の成果創出」でキャッシュ・フローを創出する。

有利子負債：

D/E レシオ1倍程度を目安とする。

投資活動によるキャッシュ・フロー：

1,300 億円

『酒』『食』『飲』分野へ積極的にキャッシュ配分する。

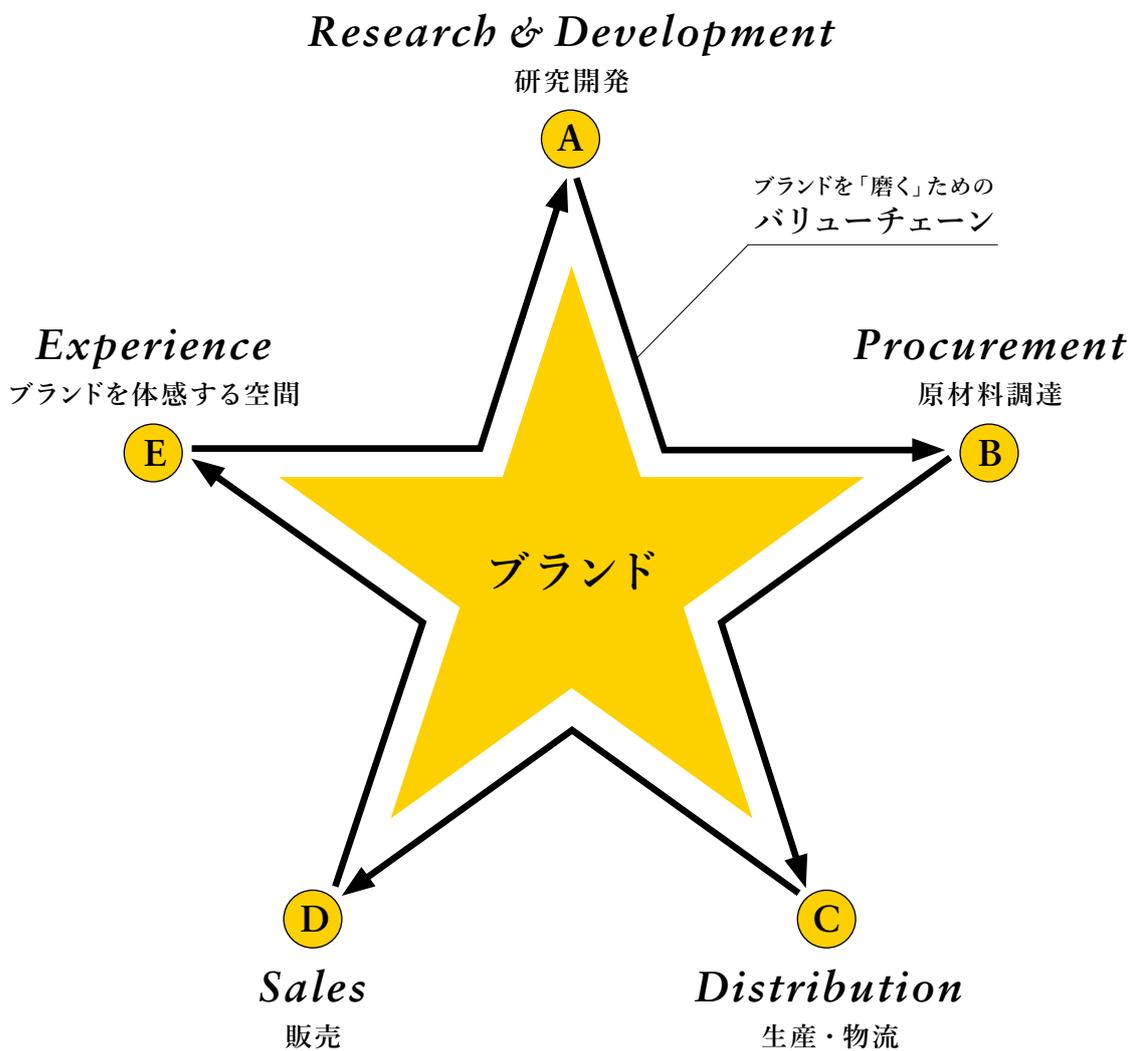
株主還元：

配当性向30%を目安とする。

サッポログループのビジネスモデル

ブランドを「磨く」、 そのためのビジネスモデル

歴史と対話、そしてイノベーションと品質の追求によって結晶化した独自のブランドを、サッポログループならではのバリューチェーンを通じて「磨く」ことで育成・強化しながら、持続的な企業価値の向上につなげていきます。



コーポレートガバナンス □ P.40

コーポレートガバナンスの強化・充実を経営上の重要な課題の一つに位置付け、ビジネスモデルの持続可能性を高めています。

リスクマネジメント □ P.40

グループ全体のリスク管理体制を強化することで、健全な企業経営を行い、持続的な企業価値の向上を図っています。

ブランドを「磨く」ためのバリューチェーン

■■■■ 情報の流れ ■■■■ モノの流れ



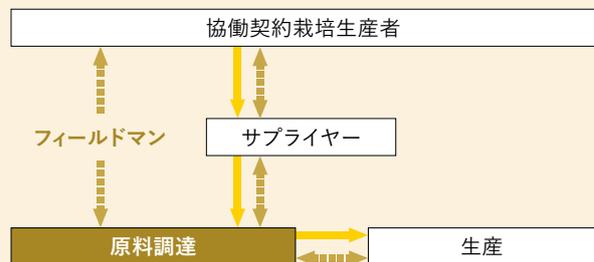
A 研究開発

グループ横断的研究開発体制「サッポロイノベーションラボ」のもと、グループ内連携と革新的オープンイノベーションを推進しながら、既存価値の向上、新たな価値の創造を追求しています。



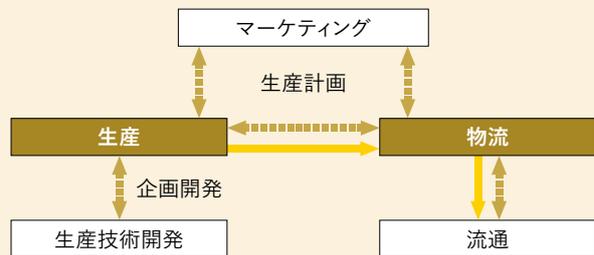
B 原材料調達

ビールの主原料では、品質を追求する当社独自の取り組みとして、**協働契約栽培生産者とフィールドマンが直接対話する**など、安全・安心で高品質な原料調達に努めています。



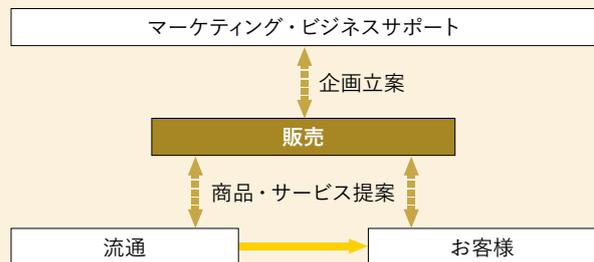
C 生産・物流

商品特性に合わせた生産技術の開発により、安定的に高品質な商品をお届けするとともに、適切な生産計画で無駄のない供給体制を整えています。



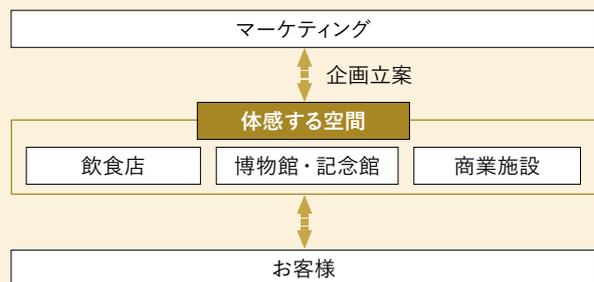
D 販売

スーパーやコンビニエンスストア、飲食店はもちろん、専門店やネット販売、自動販売機に至るまで、**さまざまなお客様接点で最適な商品やサービスの提供**に努めています。



E ブランドを体感する空間

お客様に愛される飲食店やさまざまな施設の運営を通じ、**ブランドを体感していただく空間を提供**することで、お客様とともにブランドを育んでいます。



★ Special Feature 1

ブランドを「磨く」ことで届けたい、 サッポログループならではの価値

サッポログループは、独自のバリューチェーンを通じてブランドを「磨く」取り組みを進めています。お客様との接点拡大や信頼関係の深化を通じて、ファンの強い支持を獲得し、ブランドへの愛着を育むことで、サッポログループならではの企業価値の創出に努めています。

ここでは、「サッポロ」「エビス」そして「ポッカレモン」における、サッポログループらしいブランドの「磨き方」と価値創出の事例をご紹介します。

Topic

01 サッポロ SAPPORO

DNA

1876年、「開拓使麦酒醸造所」の創業からDNAを受け継ぐサッポロブランド。バリューチェーンのすべてでイノベーションと品質の追求に取り組み、今なおファンを増やし続けています。



完璧な生ビールを目指して、うまさを追求してきた「サッポロ生ビール黒ラベル」の40年

本当においしい生ビールをご家庭でも味わっていただきたい——1977年に「サッポロ生ビール黒ラベル」が誕生した時から、その思いは決して変わることはありません。

生のうまさにこだわり続ける黒ラベルは、素材や製法などすべての取り組みにおいて、大人に愛される完璧な生ビールづくりを追求してきました。麦芽とホップの完璧なバランスが、ひと口目から飲み終わりの瞬間まで、すっきりとした飲み心地を与えてくれます。

ビールの風味を劣化させる成分を持たない大麦から生まれたサッポロ独自の「旨さ長持ち麦芽」を採用することによって、味と香りを新鮮に保ち、泡持ちの良さをアップさせるなど、理想のうまさへの取り組みに終わりはありません。

「完璧な生ビールを。」を実感していただけるうまさを、これからも磨き続けていきます。





大人に愛される完璧な生ビールを体現した 良質な世界観を提供

黒ラベルは2010年より、大人に愛されるビール「大人の☆生」をテーマにしたコミュニケーションを一貫して継続しています。

テレビCMでは、独自の強みである「生のうまさ」に加えて、「自分なりの価値観を持った大人同士が飲むビールである」という価値を訴求することで、独自の世界観の浸透に取り組んでいます。

ブランド体感接点の拡大によって リアルな飲用体験を提供

お店でしか味わうことができない「パーフェクト黒ラベル」は、生のうまさにごこだわり続ける黒ラベルが、完璧な生ビールを目指して実現した味わいです。その魅力を存分に味わっていただく取り組みを広げています。

「THE PERFECT DAYS」、「THE PERFECT BAR」、「THE PERFECT BEER GARDEN」といった大人の体感イベント、バー、ピヤガーデンを全国主要都市で開催。生ビールの提供品質に徹底的にごこだわり、完璧な生ビールのために環境や空間、サービスすべてを用意しています。2018年は新たに、「パーフェクト黒ラベル」を提供するキッチンカー「THE PERFECT STAR WAGON」を展開する計画で、ブランドの世界観と完璧な生ビールを体験・実感していただく機会の拡充に取り組んでいます。



サッポロビールゆかりの地で、 歴史や思い、ストーリーを伝える

日本で唯一のビール博物館である「サッポロビール博物館」は、偉人たちが情熱を傾け誕生した日本のビールの歴史そのものを伝える場所であるとともに、サッポロビールが受け継ぐ、ビールにかけた思いやストーリーを発信しています。サッポロビール園とともにサッポロガーデンパーク内にある施設で、明治の面影を残す赤レンガの建物は「北海道遺産」にも選定されています。



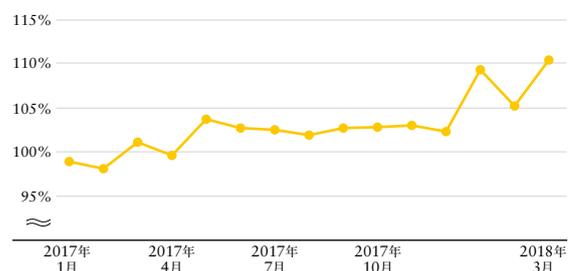
サッポロビール博物館

2016年4月に館内を全面リニューアルし、その思いをより多くのお客様に分かりやすくお伝えする場所へと生まれ変わりました。

黒ラベルブランドの売上数量

(累計ベースでの前期同月比推移)

40年以上の時を経て、今なおサッポログループを代表するブランドの一つとして売り上げを伸ばしています。



★ Special Feature 1

Pride

Topic

02 エビス
YEBISU

100年以上にわたり、恵比寿の街は生活と文化の発信地として、またエビスビールはお客様に愛され続けるビールとして、今なお進化を続けています。

エビスビールの新たな価値提案

エビスビールは、「エビスで、今日を、もっとめでたく。」をテーマに掲げ、歴史ある日本のプレミアムビールとしての価値はそのままに、食文化の牽引、さらには日本文化の継承や革新を体現できるような価値提案を推進しています。お正月や母の日、父の日といった国民的な「ハレの日」のみならず、日本ならではの旬の食材や四季折々の催事との連動を強化し、飲用機会の拡大に努めています。2017年3月にはエビスブランド初のホワイトビール「エビス 華みやび」が誕生しました。エビスの名にふさわしい味わいを実現するため、上面発酵酵母を1,000株以上から選び抜き、そうして生み出されたフルーティでやわらかなコクは、新たな顧客層に支持されました。



また、エビスビール生誕地には「エビスビール記念館」があり、連日国内外のお客様で賑わっています。「エビスのすべてがそこにある」をコンセプトに、「また来たい」「いろいろな人に教えたい」と思える記念館として、多くの来場者に、目で見ても、触れて、飲んで、エビスブランドの世界観を体感していただいています。

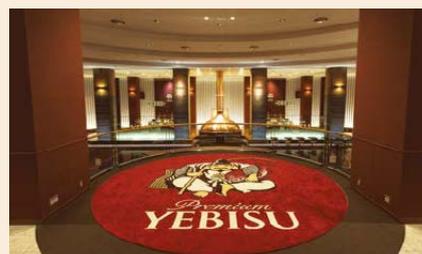
「恵比寿 ガーデンプレイス」で、
「豊かな時間」「豊かな空間」を提供

ビール工場の移転に伴い、1994年、複合都市のパイオニアとして誕生した「恵比寿ガーデンプレイス」は2014年に開業20周年を迎えました。新たにブランドメッセージとして「恵比寿、あなたは、大人の街になれ。」を掲げ、さらなる街のブランド力強化と利便性向上を目指し、さまざまなバリューアップ施策を推進しています。2017年には、「コンソーシアム型(複数企業向け)事業所内保育所」の開所や、飲食フロアのリニューアル

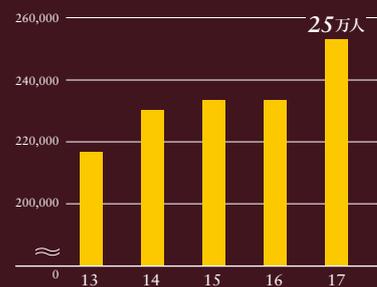
にも取り組みました。また、サッポロ不動産開発社内に「まちづくり事業部」を新設し、ゆかりの深い恵比寿の地で、「街」と繋がる、「人」に貢献するまちづくりを進めています。



恵比寿 ガーデンプレイス

エビスビール記念館への
来場者数

2010年のリニューアルオープン以来、のべ180万人のお客様にエビスブランドの世界観を体感していただいています。



Inspiration

Topic

03 ポッカレモン POKKA LEMON



1957年、スタンドバーでカクテルに使用するレモン製品として発売された「ポッカレモン」は、その後、洋食の広がりとともに家庭でも「気軽に使えるレモン」としてお客様の支持を獲得しました。以来、レモンの用途訴求や容器・容量のバリエーションを増やすなど、時代の変化に合わせた商品展開を図ることで、60年以上にわたるロングセラー商品として成長を続けています。

レモン事業60周年、「レモンのある食生活」を一貫して提案

2017年に発売から60周年を迎え、皆様の食生活に彩りを加え続ける「ポッカレモン」。料理にかけたりドリンクに加えたりといった食卓の名脇役としての使い方はもちろんのこと、レモンのおいしさが広がる多彩なレシピを紹介することで、皆様に「レモンのある生活」を提案しています。さらに、皆様の健やかな食生活に貢献すべく、レモンそのものの健康価値を発信しています。とくに次世代を担う子どもたちに向けては、実験や体感を通じて「レモンのチカラ」を楽しく学ぶ講座や食育セミナーなどを開講して、レモンを身近に感じていただく機会を創出しています。

また、名古屋や恵比寿では、レモンのおいしさが手軽に体感できるレモンのアンテナショップ「Lemon healthy stand」を夏季期間限定で出店し、ヘルシーなドリンクやフードメニューで多くの皆様にレモンを楽しんでいただいています。



Lemon healthy stand

レモンのパイオニアとして、レモンを究める

長年レモンに携わり、レモンを究めてきたポッカサッポロは、レモンに含まれるさまざまな健康成分を研究し、情報発信を行っています。2017年にはレモン産地である広島県大崎上島町で、日常的なレモン摂取による健康状態の実態調査を実施しました。また、国産レモンの生産振興としてICT(情報通信技術)を活用した栽培試験を行うなど、レモンのプロフェッショナルを目指した研究を推進しています。

もうひとつのレモンブランド 「キレートレモン」

2001年には、それまでのレモンの素材研究やおいしさの探求を具現化した、レモンの健康価値を手軽に体感できる飲料「キレートレモン」を発売しました。現在は「ポッカレモン」に並ぶもう一つの基幹ブランドとして、ポッカサッポロのレモン事業を牽引しています。



ポッカレモンの販売総容量

食市場におけるレモンの価値を創出し、発売以来、市場拡大に取り組んでいます。



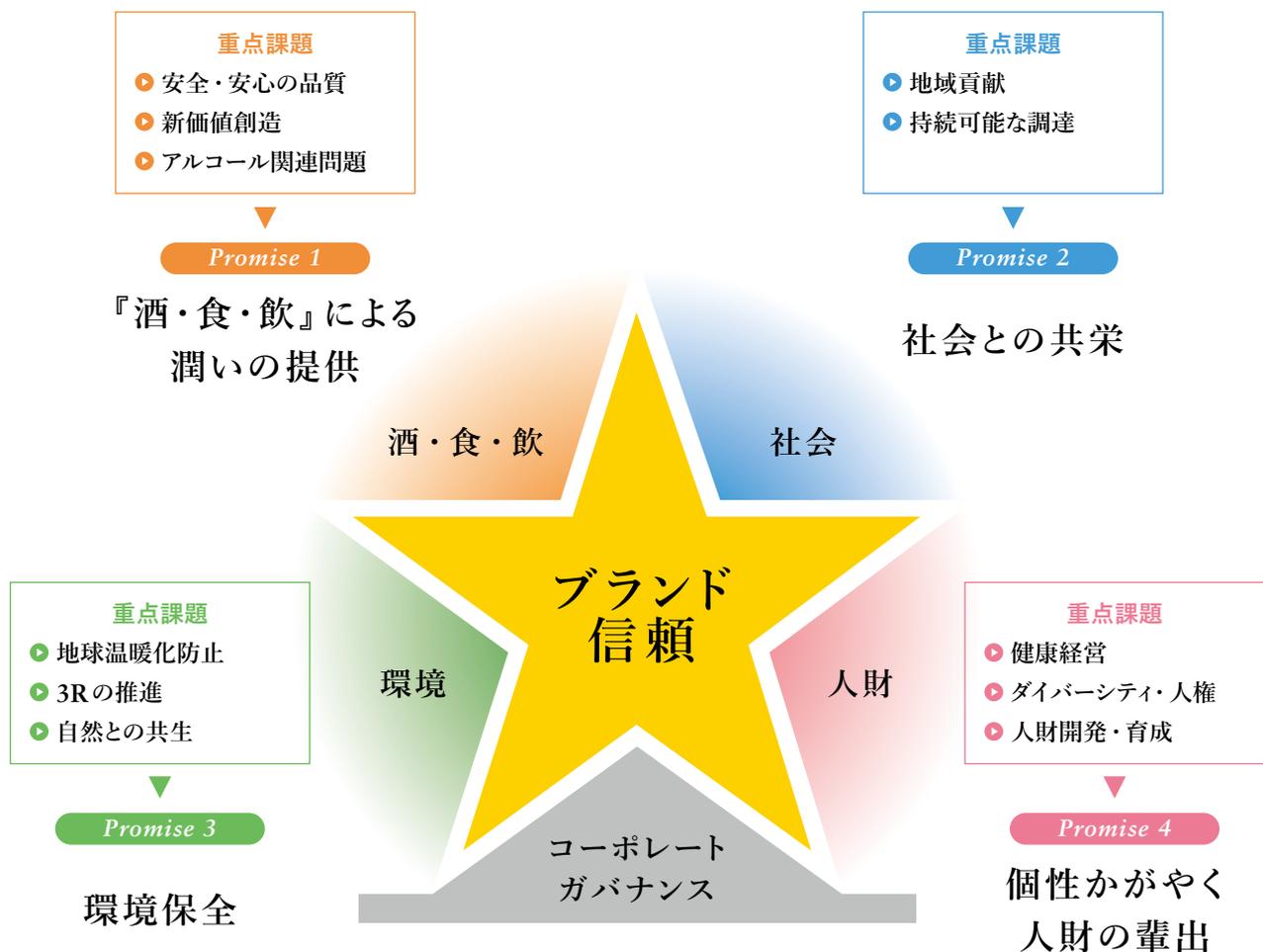
* 1974～2011年は4～翌3月で集計、2012～2017年は1～12月で集計

CSR 基本方針

ブランドストーリーを「繋ぐ」、 そのための4つの約束

サッポログループは、140年以上の歴史に基づく「ブランドストーリー」をステークホルダーと共有したいという“思い”として受け継ぎ、CSR 活動を通じて将来へ「繋ぐ」ことを目指しています。

CSR 重点課題として整理した「4つの約束」のもと、いっそう力強くスピーディーにCSRを推進していきます。

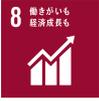


サッポログループのCSR 基本方針

わたしたちは、いつもお客様に喜んでいただける企業活動を通じて、
社会に信頼されるグループであり続けます

1876年のサッポログループ創業以来、わたしたちは社会と共生し、お客様の喜びを糧とし、歩んできました。これからもわたしたちサッポログループは、「潤いを創造し 豊かさに貢献する」という経営理念のもと、お客様に喜んでいただける誠実なグループであり続けることによって、企業としての発展を目指すとともに持続可能な社会づくりに貢献してまいります。

4つの約束とCSR重点課題アクションプラン

約束	重点課題	中長期目標(KPI)	関連SDGs目標
Promise 1 『酒・食・飲』による潤いの提供 『酒』『食』『飲』を通じて、新しい価値を創造し、お客様に喜びと潤いをお届けします。	安全・安心の品質	2020年までにグループ企業の各カテゴリに適した食品安全を保証する仕組みを導入し、国内はもとより観光などで訪日されるお客様にも安心して『酒』『食』『飲』を楽しんでいただけるグループを目指す。サッポログループの輸出および海外事業会社の商品・サービスを含めて世界中で信頼されるブランドとして受け入れ続けられるよう品質保証体制をさらに向上させていく。	
	新価値創造	2020年までに市場・消費者ニーズを起点として5つの素材(大麦、ホップ、レモン、大豆、乳酸菌)について健康・おいしさの研究と食品加工技術との組み合わせによって、『酒』『食』『飲』領域で新たな価値を創造・提案する。これからも新領域も含めてイノベーションを起こし、当社独自の価値を日本および世界で追求していく。	
	アルコール関連問題	<ul style="list-style-type: none"> 2020年までに適正飲酒(お酒を楽しく飲んで健康に過ごす「正しいお酒の飲み方」)の具体的な啓発プログラムを確立する。 お客様接点となるミュージアムや工場見学にご来場するお客様などに、日本のビール文化を提供し知識豊かな生活に貢献する。 	
Promise 2 社会との共栄 地域社会の一員として地域の発展や課題解決に貢献し、地域の皆様とともにより良い未来を創造します。	地域貢献	<ul style="list-style-type: none"> 2020年までにすべての事業場において地域貢献活動を行う体制を構築する。 創業の地や拠点所在地、被災地において、物産品の消費促進、情報発信、次世代育成の活動を推進する。また、地域協定、パートナーシップ協定を通じて「まちづくり」や「食を楽しむ事業」に取り組み、地域の発展に貢献する。 	 
	持続可能な調達	2030年までにCSR調達要請の主要調達先による対応比率を90%以上とする。	
Promise 3 環境保全 自然の恵みを未来に受け継ぐため、各段階において地球温暖化防止、3Rの推進、自然との共生に努めます。	地球温暖化防止	2030年までに事業活動におけるCO ₂ 排出量原単位を2013年比で12%削減する。	 
	3Rの推進	<ul style="list-style-type: none"> 原料調達から廃棄・リサイクルに至る全事業活動で3Rを推進する。 2018年に水資源に関する定量目標を策定し、効率的利用に努める*。 2020年までにグループの国内全生産工場で廃棄物再資源化100%を達成する。 	 
	自然との共生	各事業会社で事業特性を活かした生物多様性保全に関する施策を毎年立案し、実施する。	
Promise 4 個性かがやく人財の輩出 従業員のあらゆる多様性を尊重し、一人ひとりの能力を最大限発揮できる環境の整備を強化します。	健康経営	<ul style="list-style-type: none"> グループ共通の従業員健康増進への取り組み(エリア保健師の配備、従業員健康取組宣言等)を強化する。 事業所内保育所運営企業と連携し、乳幼児向け食育を展開する。 	
	ダイバーシティ・人権	<ul style="list-style-type: none"> 2020年までに女性管理職比率を2014年比で倍増させる。 「女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画」における個別目標を達成する。 	
	人財開発・育成	ダイバーシティ&インクルージョンに向けた、女性・LGBT・障がい・介護に関する勉強会など、継続した活躍支援を推進する。	

* 2018年5月に目標「2030年までにサッポロビールとポッカサッポロの生産工場における合計水使用量を2013年比で6%削減(2013年時点の事業範囲を対象)」を策定しました。

Promise 1

『酒・食・飲』による潤いの提供

『酒』『食』『飲』を通じて、新しい価値を創造し、
お客様に喜びと潤いをお届けします。
また、商品・サービスの品質の追求と
安全性の優先を徹底するとともに、
酒類事業を展開する企業グループの社会的責任として、
適正飲酒の啓発活動に取り組みます。

Value Creation

安全・安心の取り組み「協働契約栽培」

サッポログループは食のメーカーとして、安全で確かな品質の商品やサービスの提供に尽力しています。なかでも「協働契約栽培」は以下の3点を柱とした、世界でも類を見ないサッポロビール独自の原料調達システムです。

1. 大麦とホップの産地と生産者が明確であること
2. 生産方法が明確であること
3. サッポロビールと生産者の交流がされていること

世界約10カ国の「協働契約栽培」の産地を、フィールドマンと呼ばれる原料の専門家が直接訪問し、コミュニケーションを積み重ねています。そのメリットはおいしいビールの原料を安定的に調達できるだけでなく、「どこで」「誰が」「どのように」つくったのかがしっかり把握できること。このようにサッポロビールは生産者と一緒に安全・安心でおいしい原料づくりに取り組んでいます。

サッポログループの研究開発

▶ 国産レモン栽培へのIT活用研究を開始

国産レモン果実の安定確保と高齢化・後継者不足という生産者の課題解決を目的として、IT技術「ゼロアグリ」((株)ルートレック・ネットワークス)によるレモンの省力栽培試験を広島県大崎上島町で開始しました。同町では、レモン摂取による町民の健康調査研究も始めています。



ゼロアグリ

▶ サッポロビールが「2018年度農芸化学技術賞」を受賞
(公社)日本農芸化学会の「2018年度農芸化学技術賞*」受賞は、長年にわたるホップ品質の多角的な解析とその応用の取り組みが高く評価されたもので、「ホップの栽培安定化へのグローバルな貢献」などの実績が決め手となりました。ビール醸造技術テーマでの同賞受賞は、2000年、2015年に続き3回目となります。サッポロビールは、ホップの基礎研究・育種からそれらを用いた生産技術・商品開発まで、自社に



よる一貫通貫した取り組みを通じてホップの可能性を広げ、それらの技術を活かした魅力的な商品を提供していきます。

* 1968年に創設され、農芸化学分野において注目すべき技術的業績をあげた会員に授与される極めて権威ある賞。

アルコール関連問題への取り組み

サッポログループは、お酒の特性を正しく理解していただけるよう、「適正飲酒」について広く伝えていくことが、酒類事業を展開する企業グループとしての社会的な責任であると考えており、さまざまな活動に取り組んでいます。

適正飲酒に関する基本方針

- ・酒類の製造販売および広告宣伝においては、酒類の特性に鑑み社会的配慮をもって臨みます。
- ・健康で明るい生活にふさわしい節度ある飲酒を呼びかけるとともに、未成年者飲酒防止、飲酒運転防止、妊娠中飲酒防止などの取り組みを推進します。

▶ 大学生を対象とした適正飲酒啓発活動を実施

飲酒に関する正しい知識を習得し、健康的にお酒を楽しむていただくために、2015年から「適正飲酒啓発セミナー」を主に首都圏の大学にて開催しています。2017



7年は6大学で開催、2017年までの累計で14回開催しました。

▶ 海水浴場での飲酒マナー向上活動を支援

飲酒マナー向上を目指し、NPO法人日本ライフセービング協会が主催する海水浴場などでの事故を未然に防ぐ活動を2015年より支援しています。2017年には三浦海岸海水浴場(神奈川県)と御宿中央海水浴場(千葉県)で「飲んだら、泳がない」キャンペーンを実施しました。



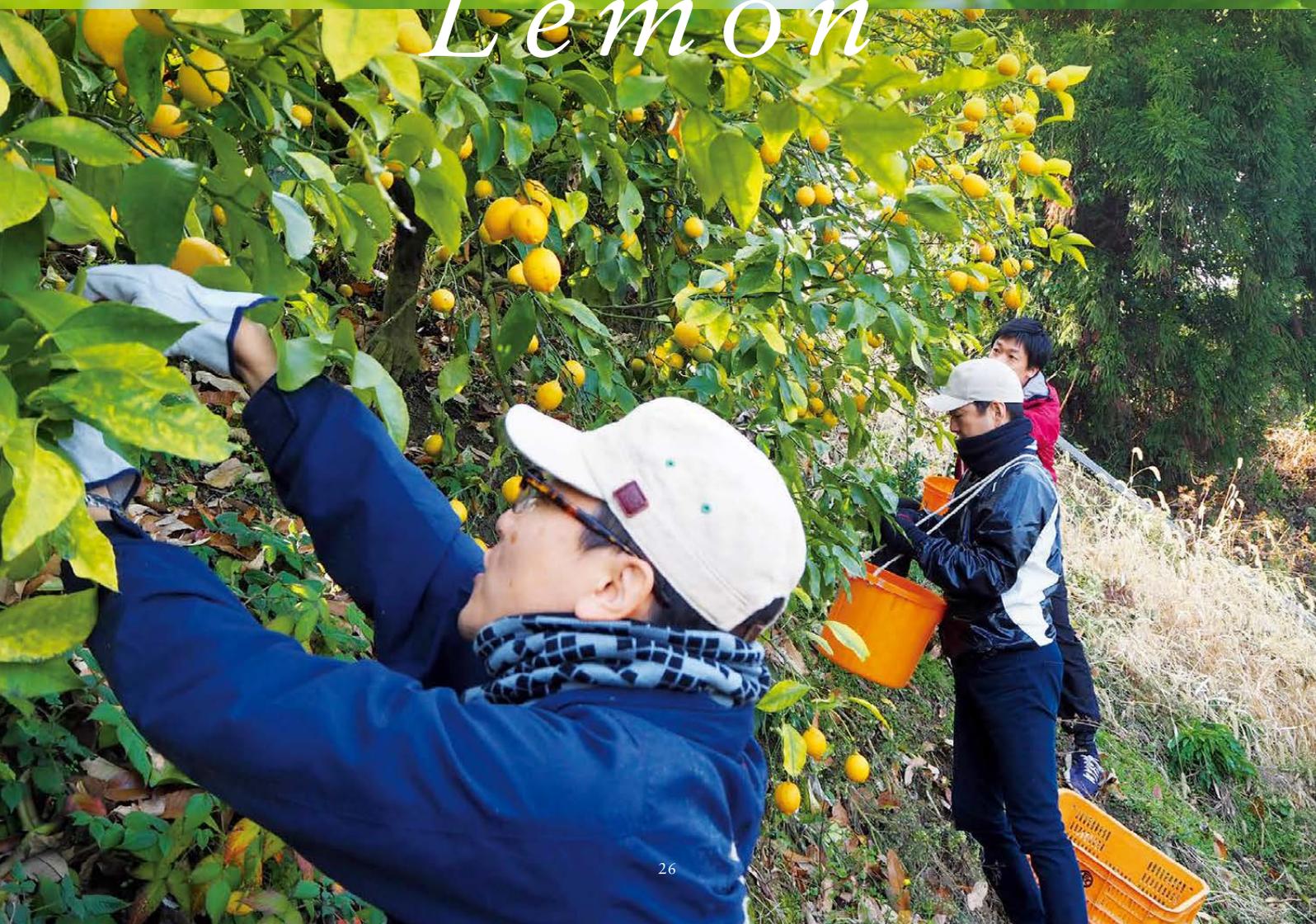
Promise 2

社会との共栄

地域社会の一員として地域の発展や課題解決に貢献し、地域の皆様とともにより良い未来を創造します。

また、持続可能な調達に向け、サプライヤーと協働でCSRに取り組み、健全で豊かな社会の実現に貢献します。

Lemon



「レモン」で繋がる地域貢献

大崎上島町における、 レモンと町民の健康調査研究

国内最大のレモン産地である広島県をはじめ、広島県呉市、広島県大崎上島町の3行政とはレモンの振興や健康・食育などに関する協定をそれぞれ締結し、その活動の一環として、これまで県立広島大学などの関係者とともにレモンに関するさまざまな取り組みを進めてきました。その一つとして、大崎上島町、県立広島大学、サッポロホールディングス、ポッカサッポロの4者が連携し、2017年2月より同町の町民123人を対象にレモンの摂取状況と健康状態に関する実態調査を行いました。その結果、町民が全国平均と比べレモンを多く摂っていることや、摂取量が多いほど骨密度や疲労感などの健康指標に良好な傾向があることが分かりました。

この調査結果を踏まえ、2018年5月よりレモン摂取による健康への効果を5年間にわたり調査する研究を始めました。研究を通じて町民の皆様の健康づくりに貢献するとともに、研究成果については自社の商品開発や国産レモンの振興に役立つことを目指しています。



名古屋での地域貢献の取り組み

名古屋では、2016年4月から名古屋市消防音楽隊が「ポッカレモン消防音楽隊」として年間200回を超える活動を行っています。ポッカサッポロが名古屋市から「ネーミングライツ(命名権)」を取得して実現したもので、「組織体への命名」は全国の自治体でも初の試みです。

2017年、誕生60周年を迎えた名古屋発祥の「ポッカレモン」を通じて、地元名古屋を盛り上げる活動に協力しています。



レモネードスタンド普及協会を支援

子どもたちがお金の使い方を学びながら職業体験ができる「レモネードスタンド」。米国では文化として定着しており、職業体験を楽しむだけでなく、集めたお金を小児がん治療のために寄付する社会貢献活動としても広がっています。

日本でもレモネードスタンド活動が広がることを目指して、(一社)レモネードスタンド普及協会が2016年に設立されました。協会では、趣旨に賛同した方々にレモネードづくりに必要なレモン果汁やツールを無償提供しており、これまでに多くの方々が学校行事や地域のイベントなどでレモネードを販売し、その収益を小児がん治療研究のために寄付しています。また、自動販売機の売り上げの一部を日本小児がん研究グループ(JCCG)に寄付しています。

ポッカサッポロは、「レモネードスタンド」と「小児がん支援」を繋ぐ架け橋であるレモネードスタンド普及協会を支援しています。



JCCGに寄付できる自動販売機に掲示されているポスター



「サプライヤーCSR調達ガイドライン」を策定

サッポログループは持続可能な社会の実現に貢献するため、原材料の提供者であるサプライヤーの理解や協力を得ながら、サプライチェーン全体でCSRに取り組んでいくことが不可欠と考えています。

これまでも「サッポログループ調達基本方針」に則って調達活動を行ってきましたが、新たに基本方針にひもづく「サッポログループ サプライヤーCSR調達ガイドライン」を2018年3月に策定しました。「安全・品質」「コンプライアンス」「人権・労働」「環境保全」「社会との共栄」「アルコール関連問題」の6つの主題に関し、サプライヤーと双方向のコミュニケーションを図り、協働でCSRに取り組むことによって、健全で豊かな社会の実現を目指していきます。



KOMU 東京箱根間往復大学駅伝競走

Promise 2

社会との共栄



写真提供：月刊陸上競技

Contribution



地域と繋がる社会貢献活動

地域連携協定の締結

サッポログループでは、各地の拠点や原料生産地などと地域連携協定を締結し、協働で課題解決に取り組んでいます。

グループ本社のある東京都渋谷区とは、2016年に締結した「S-SAP協定(包括連携協定)」のもとで密接に連携し、「次世代育成」「恵比寿地区の活性化」「多様性社会(ダイバーシティ)の実現に関する活動」など8項目において取り組んでいます。2017年4月には待機児童対策への貢献として、恵比寿ガーデンプレイス内に事業所内保育所を開設。「コンソーシアム型(複数企業向け)」として、グループ従業員のほか、テナント企業、渋谷区の方々も活用しています。



S-SAP協定調印(左:渋谷区長谷部区長 右:サッポロホールディングス上條社長(現会長))

「箱根駅伝」を32年にわたって応援

日本のお正月の風物詩ともいえる「箱根駅伝」。母校の名誉と仲間のために走るひたむきな姿勢は、サッポロビールの「ものづくりへの思いと信念」にも繋がります。

サッポロビールは1987年から「スポーツマンシップに乾杯!」というスローガンのもと、32年にわたり「箱根駅伝」を応援してきました。往路ゴール付近にて社員がオリジナルグッズを販売し、その売上金の一部を神奈川県箱根町の自然環境保全に役立てるため「箱根トラスト基金」へ寄付しています。

サッポログループはこれからも「箱根駅伝」の応援を通じて、次世代育成支援と地域に根ざした社会貢献を行っていきます。



星で繋がる社会貢献活動

サッポログループでは、さまざまな形で商品の売り上げの一部を社会貢献に寄付しています。

サッポロビール近畿圏本部では、近畿2府4県における「サッポロラガービール」の売り上げから大びん1本相当の販売につき1円を、元阪神タイガースの赤星憲広氏が設立した「Ring of Red～赤星憲広の輪を広げる基金～」に寄付しており、車いす寄贈などに活用されています。この取り組みは2013年から継続しており、2017年の寄付金額は約217万円、累計約725万円となっています。



交通安全活動の実施

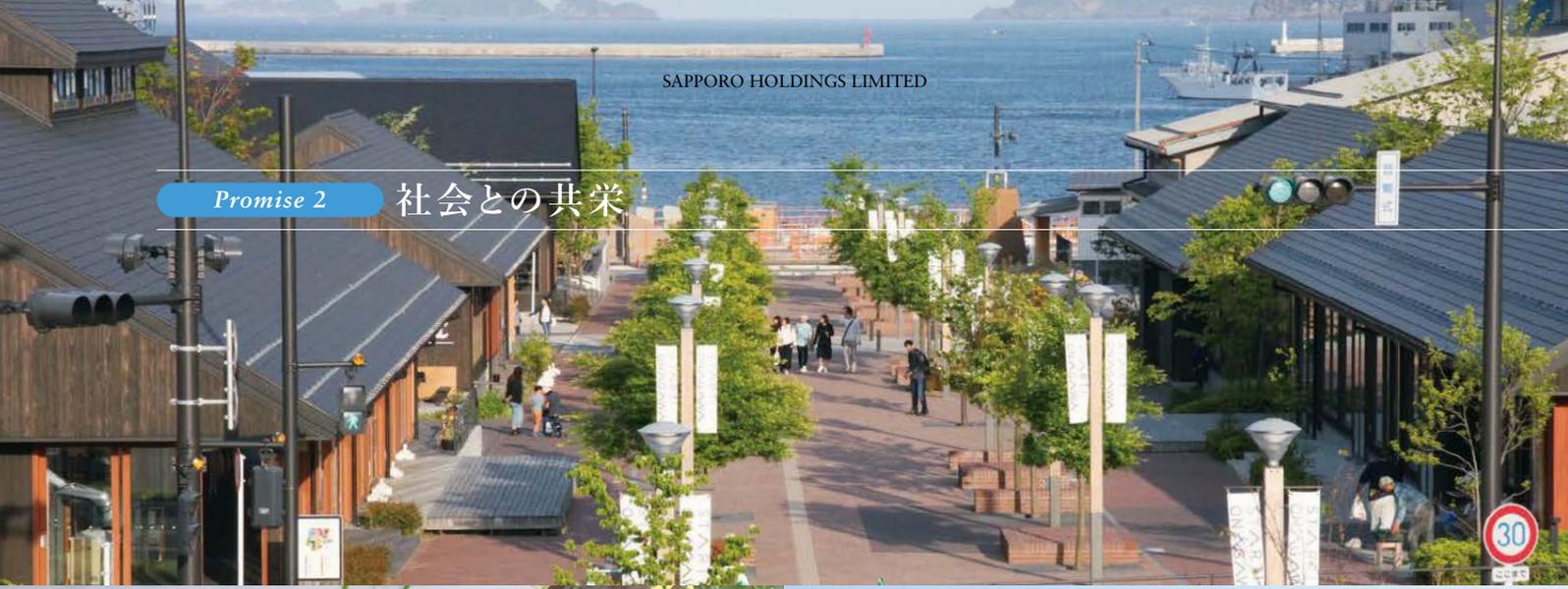
サッポログループ物流は子どもたちが笑顔で暮らせる安全な社会を目指し、拠点ごとに親子安全教室を実施しています。

九州支社(大分県日田市)では2017年5月、地元保育園や物流協力会社と共同で大分県交通安全協会日田支部から講師を招き、正しい信号の渡り方や道路の歩き方を学ぶとともに、大型トラックやフォークリフトへの乗車体験を行いました。また、北海道支社(北海道恵庭市)、首都圏支社(千葉県船橋市)、九州支社では、社員が街頭に立ち、通行する車両へ安全運転を呼びかける「旗振り活動」や、地元交通安全協会主催の「トラックバレード」への参加など、地域とともに安全に対する啓発活動を行っています。



Promise 2

社会との共栄



Support



上段3枚：宮城県女川町（2018年5月撮影）
下段：復旧中の熊本城（2018年3月撮影）

復興支援を継続

「恵比寿麦酒祭り」の売上金を復興支援に

2009年より恵比寿ガーデンプレイスで開催している「恵比寿麦酒祭り」。2011年からビール売上金相当額を東日本大震災復興支援に寄付しており、2016年からは熊本地震の復興支援にも役立てています。2017年までの寄付金総額は約1億2千万円となり、さまざまな形で支援を継続しています。

株主優待制度の優待を社会貢献に

サッポロホールディングスでは2013年より、株主優待品として「社会貢献への寄付」を選択していただいた株主様の寄付金に、その同額を加えた金額を東日本大震災の復興支援に寄付しています。2017年の寄付金総額は358万2,000円でした。



(左)岩手県大船渡市：大船渡市の花“椿”をテーマとした学習支援 (中)岩手県大槌町：小中一貫教育の柱として行われる“ふるさと科”学習支援
(右)福島県：福島県合唱連盟「ふくしま復興祈念特別演奏会」開催支援、福島県吹奏楽連盟譜面台購入支援

サッポログループの復興支援 一部ご紹介



1 被災地の放課後学校「コロボ・スクール」(NPO 法人カタリバ)

2011年より宮城県女川町と岩手県大槌町、2016年より熊本県益城町の合計3つのスクールへ寄付を継続。これまでに約3,000人の子どもたちがコロボ・スクールで学びました。

2 5県合同「第1回復興応援 マルシェin 恵比寿」の開催

2017年秋、東日本大震災と熊本地震で被災した宮城県・岩手県・福島県・熊本県・大分県の5県が恵比寿ガーデンプレイスで特産・名産品の販売や県の魅力発信を行いました。

3 津波で流出した気仙沼の恵比寿像復活支援

気仙沼湾神明崎三代目恵比寿像建立委員会へ約535万円を寄付しました。今後も大漁と航海安全のシンボルである恵比寿像の2019年内の完成に向けて、機運を盛り上げる応援を継続します。写真は津波で流失した二代目恵比寿像。

4 東北の冬の風物詩「SENDAI 光のページェント」

2012年より、LED電球購入資金の一部として寄付を毎年継続しています。

5 「益城町次世代育成事業実行委員会」を支援

熊本地震で特に甚大な被害を受けた熊本県益城町の子どもたちへの支援を継続しています。写真は吉本興業(株)のご協力により、450人の町民を招待した「大人も子供も、お笑いライブin 益城」。

6 熊本城復旧応援商品の販売

サッポロビールとポッカサッポロでは、熊本城の復旧を応援する商品を発売し、売り上げの一部を寄付しています。写真は左からサッポロ生ビール黒ラベル「熊本城復興応援缶」、玉露入りお茶「熊本城復旧応援ラベル」「熊本おいしい玄米茶」。

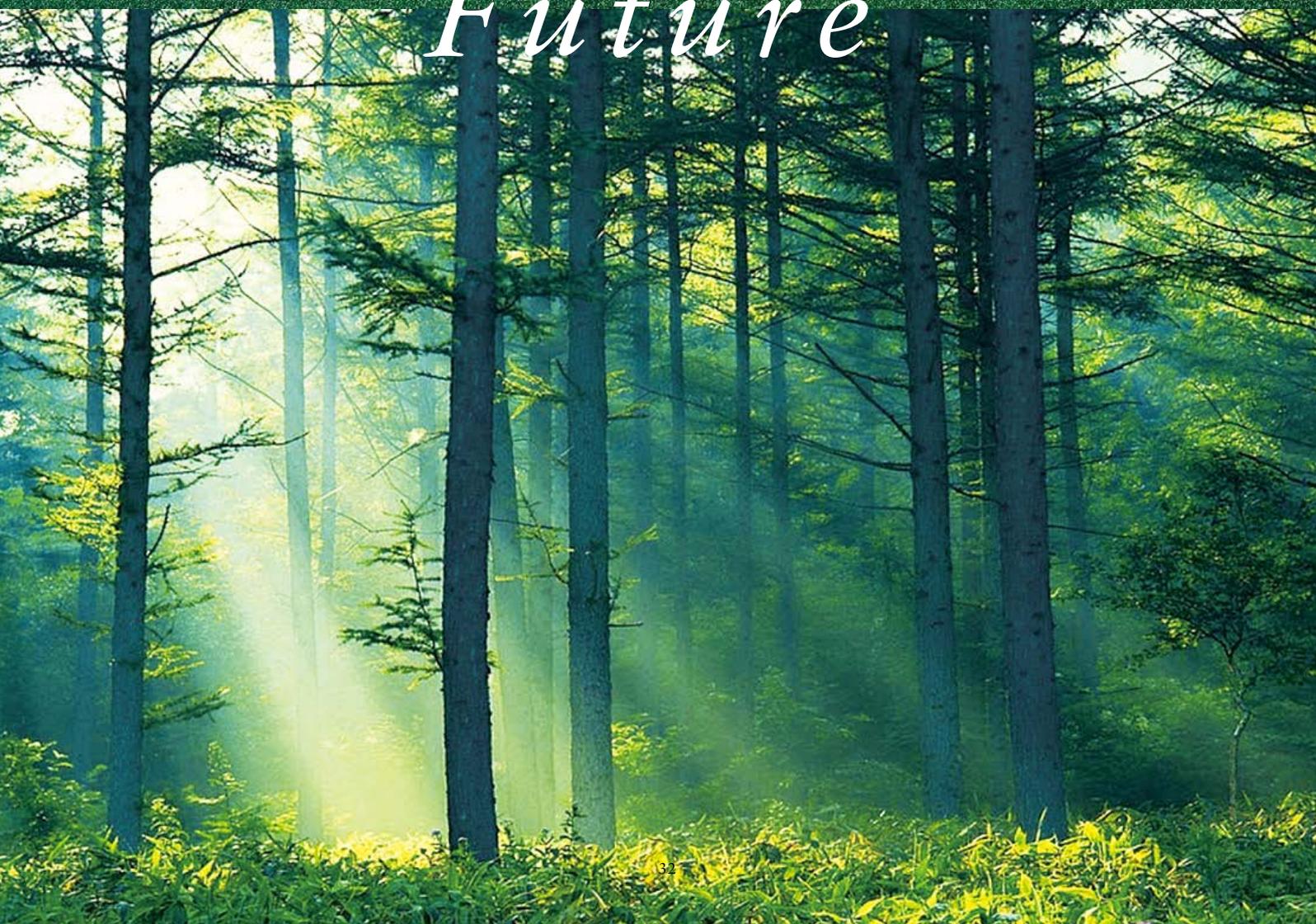
Promise 3

環境保全

自然の恵みを未来に受け継ぐため、各段階において地球温暖化防止、3Rの推進、自然との共生に努めます。また、従業員一人ひとりが地球環境に配慮し、主体的に環境活動を推進します。



Future



第27回地球環境大賞「農林水産大臣賞」受賞

サッポロホールディングスは、第27回地球環境大賞*1において「農林水産大臣賞」を受賞しました。「キャッサバパルプ*2からのバイオエタノール生産」の取り組みが評価されたもので、サッポログループが長年にわたり国内外の酒類製造で培った醸造技術を応用してバイオマスエネルギーの技術開発を進めてきた成果です。当社では、キャッサバ栽培が盛んなASEAN諸国へのバイオ燃料製造技術の普及、エネルギー・環境問題解決への貢献を目指しています。



環境省二国間クレジット制度 設備補助事業に参加

2017年8月、サッポロインターナショナルの「ビール工場への省エネ設備の導入」に関する取り組みが、環境省の「二国間クレジット制度資金支援事業のうち設備補助事業*3」に交付決定されました。

本事業では、サッポロベトナム・ロンアン工場の生産設備増強に併せて、高効率の省エネ機器として空気圧縮機・冷水チラー・貫流ボイラを各1基導入し、工場における電力使用量とLPG使用量を削減するものです。これにより年間約111トンのCO₂排出量削減を見込んでいます。



対象機器の貫流ボイラ

産業廃棄物再資源化100%の取り組み

サッポログループは限りある資源を有効に使い、環境負荷を低減するため、原材料調達から廃棄、リサイクルまでの各段階で3R*4を進めています。サッポロビールは1998年、ポッカサッポロは2006年以来、商品製造に伴う副産物・廃棄物の100%再資源化をビール工場、自社飲料・食品工場で達成しており、現在はその維持と発生量抑制に努めています。



サッポロビール 北海道工場

カートカンによる森林保全

ポッカサッポロは、森林の保全・育成に欠かせない間伐材を含む国産材を30%以上使用した紙製飲料容器のカートカンを採用しています。健全な森林の保全・育成はCO₂の吸収を促し、地球温暖化を防ぐことはもちろん、森で生活する動植物などの生態系保全にも役立ちます。カートカンの売り上げの一部を「緑の募金」に寄付し、国内の森林整備を行うボランティア団体やNPOの皆様を支援しています。



カートカンの商品

*1 1992年に「産業の発展と地球環境との共生」を目指しフジサンケイグループが公益財団法人世界自然保護基金(WWF)ジャパンの特別協力を得て創設した産業界を対象とする表彰制度。

*2 キャッサババイオモからタピオカを抽出した後に発生する残渣物。

*3 途上国において優れた低炭素技術を導入し、地球規模での温室効果ガスの排出削減を行う事業者に対して、環境省がその設備投資費用の補助を行う資金支援事業。

*4 3R: Reduce(リデュース=発生抑制)、Reuse(リユース=再利用)、Recycle(リサイクル=再資源化)の略称。

*Promise 4***個性かがやく人財の輩出**

すべての従業員を会社の宝＝「人財」と位置付け、
従業員のあらゆる多様性を尊重し、一人ひとりの能力を
最大限発揮できる環境の整備を強化するとともに、
従業員の心と体の健康維持・増進、安全に向けた取り組みを推進します。

*Human Resources*

サッポログループ人財 マネジメントビジョン

サッポログループの最大の財産は、人財である。人財一人ひとりがブランドそのものであり、人財の個性と実行力こそがブランドをかがやかせる。グループの人財が、心身ともに健康で、元気で明るく前向きなエネルギーをもって新たな領域に挑戦・越境し、サッポログループで働いていてよかったと思える企業をめざす。

健康経営

サッポログループは、グループの人財の心身の健康は、従業員・その家族・会社の幸せを創造することに繋がるものと考え、2017年8月に「健康創造宣言」を策定しました。

サッポログループ健康創造宣言

1. 事業の担い手である従業員は健康増進に取り組み、会社の成長につなげます
2. 健康な従業員が『酒』『食』『飲』の事業を通して、お客様の心身の健康や幸せに寄与します
3. 健康増進に積極的に取り組むことで、働く場としての魅力を高め、企業の存続につなげます

サッポロビールは2017年12月、仕事の生産性向上、心身の健康、生活の充実を目的とした「働き方改革2020」の新制度を本格的に始動させました。制度を効果的に活用しながら、「働きがい」と「働きやすさ」の両面で人財をサポートすることで、商品やサービスの提供を通じて、経営理念である「お客様の生活を、より楽しく豊かに」を実践していきます。ポッカサッポロやサッポロライオン、サッポロインターナショナル、サッポロ不動産開発でもそれぞれの職場環境に沿った施策で働き方改革の取り組みを進めており、働きやすい環境づくりや生産性の向上を目指しています。

仕事と育児の両立を支援

サッポロビールでは会社と労働組合の代表で構成する「次世代育成プロジェクト」を中心に、継続的な制度の拡充や利用促進に努めています。これまでの取り組みにより、子育て支援に取り組むトップレベルの企業として、2017年に厚生労働省より「プラチナくるみん」の認定を取得しました。現在は、仕事と家庭の両立がしやすくなるよう、フレックスやテレワークなどの制度利用を促進し、サッポロビールの人財が心身ともに健康でいられるよう支援を継続しています。



ダイバーシティ・人権

サッポログループは、ダイバーシティ推進の一環としてLGBTの正しい知識を習得するため、2017年11月にグループ横断の「LGBT勉強会」を役職者向けに開催しました。また、多様な発想・考え方を有する人財が安心して働き続けることができる環境の整備の一つとして、就業規則の配偶者の定義について変更*しました。2018年1月より、同性パートナーや内縁パートナーに対しても配偶者と同等の福利厚生制度を適用しています。

今後も、それぞれの違いを認めて強みにするための環境整備に取り組んでいきます。

* 対象会社：サッポロホールディングス、サッポロビール



人財開発・育成

サッポログループは2011年より、グローバルに活躍できる人財を育成するための研修「若手グローバル人財育成プログラム（GPC）」を毎年実施しています。

異文化対応力や英語でのコミュニケーション力を引き上げることを目的に、日本国内での研修に加え、2015年からは新たにシンガポールとベトナムで実地研修を行うプログラムを展開しています。このプログラムの受講者の中からは、実際に海外に赴任する社員や海外に関連する業務を行う社員が誕生しています。

サッポログループのグローバル展開の推進に向けて、今後も継続して実施していきます。

★ Special Feature 2

ブランドストーリーを「繋ぐ」ことで、 受け継いでいきたい“思い”

サッポログループは創業以来、「ものづくり」の原点を忘れずに、原材料にこだわり、品質へのさまざまな取り組みを行うと同時に、ゆかりある土地や地域社会との接点、繋がりを大切にしてきました。さまざまな企業活動を通じて、お客様に「笑顔」と「おいしさ」、「潤い」と「豊かさ」をお届けすることで、信頼され、そして地域社会の発展に貢献するグループであり続けたいと考えています。

今後も、地域社会との接点や繋がり、関係を深化させながら、未来に向けてステークホルダーとともにブランドストーリーを繋いでいきます。

01 SAPPORO 札幌



サッポロビールの前身である「開拓使麦酒醸造所」が開所した札幌は、サッポログループにとって「創業の地」であると同時に、日本人の手によって初めて本格的なビールが醸造された場所であり、日本のビールの発祥地ともいえます。現在は、その名前の通りビール製造工場が由来である「サッポロファクトリー」となり、開拓使時代の歴史をたどることができる見学施設をはじめ、さまざまなショップや施設が集まるなど、開放感あふれる施設として地域の方々の憩いの場となっています。

札幌市は1972年、世界的なビールのイベント「オクトーバーフェスト」で有名なドイツのミュンヘン市と日本で唯一の姉妹都市を締結。以来、さまざまなイベントを通じて互いに友好を深めており、サッポログループも積極的に協力しています。

2012年に姉妹都市締結40周年を記念して始まった「ビールでまちづくり さっぽろ」プロジェクトでは、2011年から「オータムピヤフェスト」が「サッポロファクトリー」でスタートし、おいしいビールと料理で人々に喜んでいただいています。開拓使の「ものづくりにかける熱い思い」を継承し、地域との結びつきを大切にしながら、サッポロブランドのさらなる価値向上に貢献していきます。



開拓使麦酒醸造所



サッポロファクトリー

02 YEBISU

恵比寿

1889年、荏原郡三田村(現在の東京都目黒区三田)に「恵比寿ビール」の醸造場が完成しました。1901年、ビール出荷専用駅として「恵比寿停車場」が開設され、その後旅客駅(現在のJR恵比寿駅)となり、街の名も「恵比寿」となりました。商品ブランドが街の名になるという非常に珍しい事例です。

工場の移転に伴い、1994年この地に誕生した「恵比寿ガーデンプレイス」は、「庭園都市(GARDEN-CITY)」と「商業都市(MARKET-PLACE)」が融合した新しいスタイルの都市を創り出すという意味を込めて名付けられました。敷地の60%を空地として緑を配置するなど、「豊かな時間」「豊かな空間」を感じていただくまちづくりを行っています。また、日本のビール文化をより豊かなものにしたとの思いを込めた「恵比寿麦酒祭り」や地域文化の活性化に貢献する「恵比寿文化祭」などを継続的に開催し、地域とともに発展しています。



恵比寿ガーデンプレイス



エビスビール醸造場

03 GINZA

銀座



ビヤホールライオン 銀座七丁目店



GINZA PLACE

サッポログループにとって、日本を代表する商業地・銀座は大変ゆかりのある街です。その始まりは、サッポロビールの前身である日本麦酒醸造会社が現在の銀座二丁目で設立された1887年までさかのぼります。1899年には現在の銀座八丁目に日本初のビヤホール「恵比寿ビヤホール」をオープンしています。

1934年開店の「ビヤホールライオン 銀座七丁目店」は現存する日本最古のビヤホールとして、今なお多くのお客様に愛され続けており、徹底した品質管理と伝統の抽出技術による最高品質の生ビールを常にお届けしています。

2016年には、銀座四丁目の交差点の一角に「発信と交流の拠点」をコンセプトにした商業施設「GINZA PLACE(銀座プレイス)」を開業。ますます発展を続ける銀座において、「GINZA PLACE」はさらなる街の活性化と賑わい創出に寄与するべく、「明日の銀座を創るランドマーク」となることを目指しています。



恵比寿ビヤホール

レモンとともに ～名古屋・広島との結びつき～

ポッカサッポロの前身であるポッカコーポレーションは、カクテルに使用するレモン製品の製造販売会社として1957年に愛知県名古屋市で創業し、以来60年以上にわたり、レモン関連商品の開発とともにレモンの研究や啓発活動などに取り組んできました。

近年は、国内最大のレモン生産地である広島県や広島県呉市、広島県大崎上島町、県内の農業協同組合などとパートナーシップ協定や業務提携を結んで「瀬戸内広島レモン」の需要拡大やブランド価値の向上を推進しています。



広島県大崎上島町のレモン生産地

世界と繋がるサッポログループ

イギリス

SAPPORO HOLDINGS LTD.
Representative Office in London
サッポロホールディングス ロンドン駐在員事務所

ベトナム

SAPPORO VIETNAM LTD.
事業内容：ビールの製造・販売



アメリカ

COUNTRY PURE FOODS, INC.
事業内容：チルド飲料の製造・販売、
受託生産



シンガポール

POKKA CORPORATION (SINGAPORE) PTE. LTD.
事業内容：飲料水の製造・販売



POKKA INTERNATIONAL PTE. LTD.
事業内容：飲料水の販売・マーケティング

SAPPORO LION (SINGAPORE) PTE. LTD.
事業内容：飲食店の運営



インドネシア

PT. POKKA DIMA INTERNATIONAL
事業内容：飲料水の受託生産



マレーシア

POKKA (MALAYSIA) SDN. BHD.
事業内容：飲料水の受託生産



POKKA ACE (M) SDN. BHD.
事業内容：飲料水の受託生産



アメリカ

ANCHOR BREWING COMPANY, LLC
事業内容：ビールの製造・販売



商品一例



カナダ

SLEEMAN BREWERIES LTD.

事業内容：ビールの製造・販売



アメリカ

SAPPORO U.S.A., INC.

事業内容：ビールの販売



アメリカ

SILVER SPRINGS CITRUS, LLC

事業内容：チルド飲料の製造・販売、受託生産



国内酒類事業

会社名
サッポロビール株式会社
株式会社恵比寿ワインマート
株式会社楽丸酒造
スターネット株式会社
株式会社新星苑
ジャパンプレミアムブリュー株式会社
京葉ユーティリティ株式会社

国際事業

サッポロインターナショナル株式会社
SAPPORO U.S.A., INC.
SAPPORO NORTH AMERICA INC.
ANCHOR BREWING COMPANY, LLC
SAPPORO CANADA INC.
SLEEMAN BREWERIES LTD.
SAPPORO ASIA PRIVATE LTD.
SAPPORO VIETNAM LTD.
COUNTRY PURE FOODS, INC.
SILVER SPRINGS CITRUS, LLC

食品・飲料事業

ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社
ポッカサッポロ北海道株式会社
株式会社沖縄ポッカコーポレーション
株式会社ポッカクリエイト
フォーモストブルーシール株式会社
株式会社PSビバレッジ
株式会社パブリック・ベンディング・サービス
沖縄サンポッカ株式会社
スタービバレッジサービス株式会社
磐田ポッカ食品株式会社
沖縄ポッカ食品株式会社
POKKA CORPORATION (SINGAPORE) PTE. LTD.
POKKA INTERNATIONAL PTE. LTD.
POKKA (MALAYSIA) SDN. BHD.
POKKA ACE (M) SDN. BHD.
PT. POKKA DIMA INTERNATIONAL

外食事業

株式会社サッポロライオン
株式会社ニュー三幸
株式会社マルシンカワムラ
株式会社銀鱗水産
SAPPORO LION (SINGAPOLE) PTE. LTD.

不動産事業

サッポロ不動産開発株式会社
YGPリアルエステート株式会社
株式会社東京エネルギーサービス
株式会社横浜恵和ビルディング
株式会社ザ・クラブ・アット・エビスガーデン

その他

サッポログループマネジメント株式会社
サッポログループ物流株式会社
サッポロ流通システム株式会社
神州一味噌株式会社

コーポレートデータ (2017年12月31日現在)

会社情報

商号	サッポロホールディングス株式会社
事業内容	持株会社
設立	1949年9月1日
本社所在地	〒150-8522 東京都渋谷区恵比寿四丁目20番1号
資本金	53,886百万円
事業年度	1月1日から12月31日まで
従業員数	連結：7,902名 単体：187名

外部からの評価

- ▶ SRIインデックスへの組み入れ
 - FTSE4Good Global Index (英国・FTSE社)
 - FTSE Blossom Japan Index (英国・FTSE社)
 - MSCIジャパンESG-セレクト・リーダーズ指数 (米国・MSCI社)
 - SNAMサステナビリティ・インデックス (日本・損保ジャパン日本興亜アセットマネジメント)
- ▶ 研究活動に関する主な評価・表彰
 - European Brewery Convention (ヨーロッパ醸造学会)
 - 「Best Poster賞」
 - 発表表題(日訳): 日本生まれのホップ「ソラチエース」の特長香成分ゲラン酸*とその他のホップ由来の香気成分の相互作用について
 - *ゲラン酸とは、レモンガラスや木の香りに例えられる、柑橘類の果実やワインなどに存在する有機化合物
 - 日本食品免疫学会「食品免疫産業賞」
 - 受賞理由: ホップの抗アレルギー作用や *Lactobacillus brevis* SBC8803株の抗炎症作用を基礎研究で実証し、臨床試験に着手して実用化への道を切り拓いた
 - 日本醸造協会「日本醸造協会技術賞」
 - 発表表題: 泡品質のプロテオーム解析と大麦育種
 - 日本農芸化学会「トビックス賞」
 - 発表表題: 日本生まれのフレーバーホップ「ソラチエース」の特徴香について
 - 電子情報通信学会「ヒューマンコミュニケーション賞」
 - 発表表題: レモン飲料の味知覚、嗜好性における、酸および糖の交互作用について
 - トランスポーター研究会「優秀発表賞」
 - 発表表題: ホップ由来キサントフォームは腸管からの尿酸排泄を促進する



Webサイトのご案内

詳細情報(各事業ごとの活動や財務・非財務データ、CSR、ガバナンス情報など)につきましては、
当社 Web サイトをご覧ください。

株主・投資家の皆様へ

<http://www.sapporoholdings.jp/ir/index.html>



CSR

<http://www.sapporoholdings.jp/csr/index.html>





SAPPORO