



**SAPPORO**



SAPPORO GROUP

# COMMUNICATION BOOK 2019



サッポログループ  
コミュニケーションブック  
2019

サッポロホールディングス株式会社



# Our Wish

## サッポログループの思い

サッポログループには、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」があります。  
その思いが結晶化したもの。それが、  
サッポログループの「ブランド」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き、  
140年以上の歴史に基づくブランドストーリーを繋ぐことによって  
個性かがやくブランドカンパニーを目指していきます。

### 経営理念

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

# CONTENTS

SAPPORO GROUP COMMUNICATION BOOK 2019

## 「ブランドストーリー」を未来に向けて「繋ぐ」ために、 サッポログループは何ができるのか？

02 サッポログループの  
価値創造ストーリー

04 ステークホルダーの皆様へ

06 サッポログループのあゆみ

08 2018年の価値創造ハイライト

10 数字で見るサッポログループ

12 有識者ダイアログ

18 サッポログループ  
CSRのあゆみ

47 コーポレートデータ

### 編集方針

サッポログループは、「ブランドストーリー」を未来に向けて「繋ぐ」ために何ができるのか——コミュニケーションブック2019では、こうした問いかけに答えるべく、サッポログループならではのさまざまな視点から総合的に編集しています。持続的な成長に向けたサッポログループの姿を、お客様や従業員をはじめとする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。

## 20 4つの約束を「果たす」

22 『酒・食・飲』による潤いの提供

24 社会との共栄

28 環境保全

31 個性かがやく人財の輩出



## 34 特集1 地域社会との「繋がり」を深める

## 38 特集2 パートナーと「協創する」

38 気候変動によるリスクに大麦とホップの「育種」を通じて挑戦する

40 「レモン」で繋がる地域貢献

42 社会課題を解決し、人々の生活に豊かさをもたらす  
次世代『酒』『食』『飲』事業の創造

43 「こんなビール、できたらいいな」という空想を実現し、  
特別なビールを仲間とシェア

## 44 ブランドを「体感していただく」

44 ブランドを通じて世界と繋がるサッポログループ

46 サッポログループのブランドを体感していただける施設



# Our Value Creation

## 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。



経営理念

長期経営ビジョン  
「SPEED150」

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で、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
- ▶ ESG 経営を推進することで、持続可能な社会の実現に貢献する

SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT GOALS

## ステークホルダーの皆様へ



ESG 経営の  
さらなる推進によって、  
グループの持続的な成長と  
持続可能な社会の実現を  
目指していきます。

代表取締役社長  
尾賀 真城

サッポログループは持続的に成長し、社会から求められる企業であり続けるために、CSR重点課題を特定し、ステークホルダーの皆様との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」を定めています。課題解決のための中長期目標達成に向けた取り組みを推進することによって、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」の実現に貢献するとともに、グループの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。

サッポログループは、安全で確かな品質の商品やサービスを提供するために、独自の原料調達システム「協働契約栽培」のもと、生産者とコミュニケーションを積極的にとりながら原料づくりに取り組んでいます。原料調達上のリスクとして、気候変動や自然災害による品質や数量への影響が考えられますが、こうした地道な取り組みこそが、持続可能な生産活動に向けた対策の一つになると考えています。事業活動における水資源の効率的利用や、地球温暖化対策に向けては、2030年までに2013年度比で水使用量6%削減、

CO<sub>2</sub>排出量原単位12%削減を達成する方針です。2030年以降の将来を見据えた目標策定についても社内で検討しながら、独自の視点で環境(E)への取り組みを進めていきます。

社会(S)では、全国への56の連携協定を自治体や大学と結ぶなど、手を取り合って地域活性化や次世代育成、防災などの課題解決に向けて取り組んでいます。こうした地域に根差した取り組みは、明治時代から続いている企業活動そのものです。不動産事業においても、グループ発祥の地であり、ブランドと密接に関わる札幌・恵比寿・銀座の3拠点において、地域社会と連携しながら、豊かな「まちづくり」を推進しており、ものづくりや原材料の供給地も含めたグループとゆかりある土地において、今後も地域社会との繋がりを大切にしながら、独自の貢献をしていきます。

同様に、グループ人財の活躍は経営の基盤そのものです。当社は「健幸創造宣言」を策定するなど、グループを挙げて健康経営を推進しており、社員一人ひとりの健康を大切にすることから、当社の事業活動の持続性を高め、グループの成長につなげていきます。また、多様性を認め、活かすダイバーシティのさまざまな活動は成果に結実しており、社外からも評価をいただいています。今後も社会の一員として人財の活躍に向けた取り組みを大切にしていきます。

一方、ガバナンス(G)は、企業価値を高めていくための基本的な仕組みそのものです。上場企業としてコーポレートガバナンス・コードの各原則の趣旨・

精神を踏まえた上で、当社の考え方および運営方針を明確化するため、コーポレートガバナンスに関する基本方針を制定しています。そして、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として位置付け、持株会社体制のもとでグループ内における監督機能、業務執行機能および監査機能を明確化し、経営における透明性の向上と経営目標の達成に向けた経営監視機能の強化に努めています。

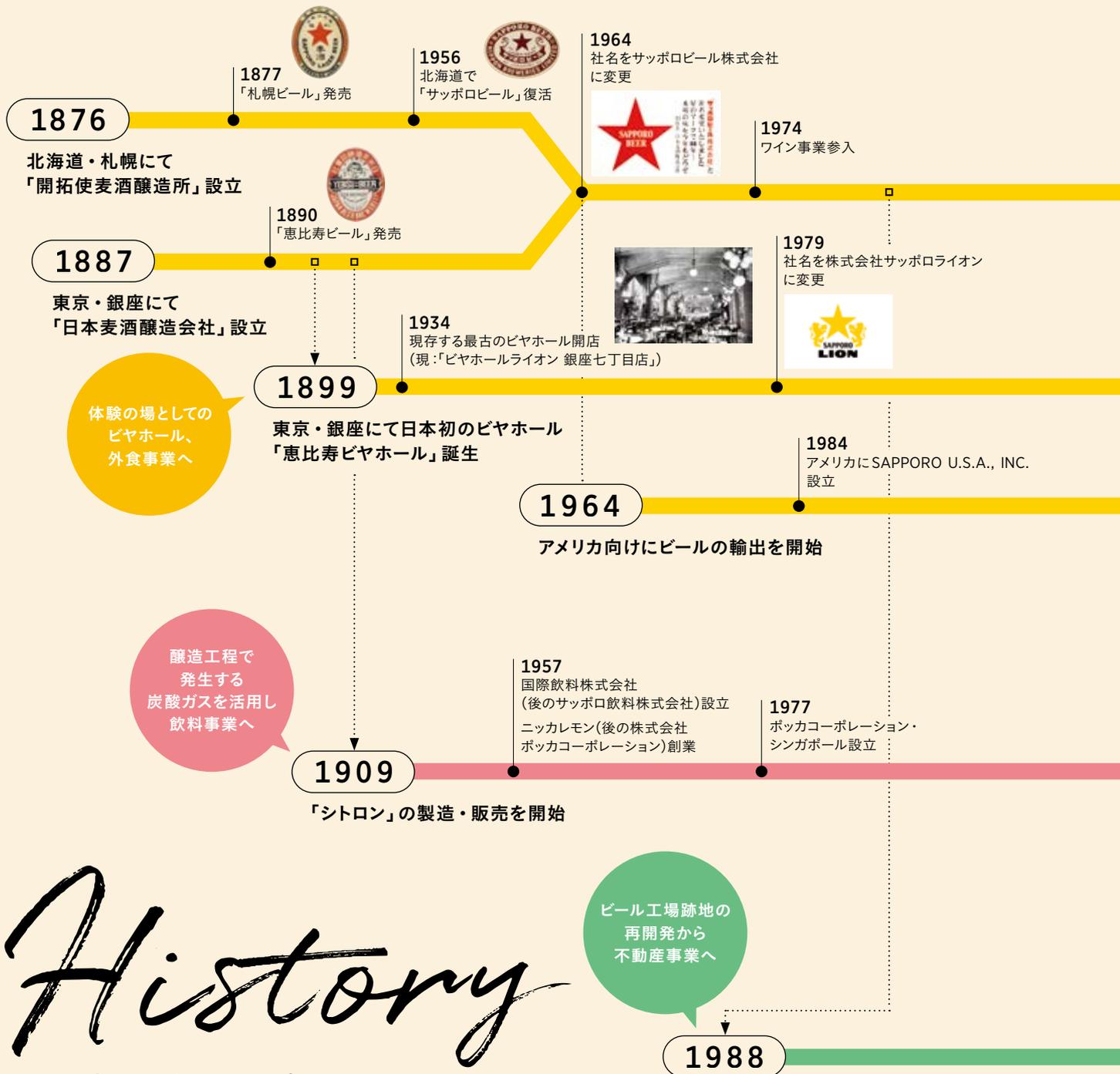
このように、ESG経営を今後さらに推進していくことによって、持続的な成長と持続可能な社会の実現を目指していきます。

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。

2019年7月

代表取締役社長

尾賀真城



# History

## サッポログループのあゆみ

1876年北海道・札幌にて「開拓使麦酒醸造所」として創業以来、140年以上の歴史を歩み、サッポログループとして成長を続けています。これからも新たな歴史の1ページを創り、社会に貢献できる企業でありたいと願っています。

### 現在まで続くサッポログループのブランドストーリー

1890 -  エビスビール	1896 -  アンカー	1914 -  リボン	1949 -  銀座ライオン	1957 -  ポッカレモン	1963 -  神州一味 贈み子ちゃん	1976 -  ブルーシール
---	---	--	---	--	--	---

2003  
 純粋持株会社  
 サッポロホールディングス  
 株式会社設立



2006  
 焼酎事業参入

2017  
 「サッポロ生ビール黒ラベル」  
 発売40周年



2009  
 サッポロビールと共同開発した  
 「エビスバー」1号店を銀座コリドー街に開店



2019  
 サッポロライオン  
 120周年



2010  
 ベトナムのSAPPORO VIETNAM LTD.を  
 連結子会社化

2017  
 アメリカのANCHOR  
 BREWING COMPANY, LLCを  
 連結子会社化

● 酒類事業

2006  
 カナダのSLEEMAN  
 BREWERIES 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

2011▼  
 株式会社ポッカコーポレーションを  
 連結子会社化

2015  
 豆乳事業参入

● 食品飲料事業

1993  
 札幌工場跡地に  
 「サッポロファクトリー」開業



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



2016  
 神州一味噌株式会社を  
 連結子会社化



2019  
 スパイスメーカーである  
 ヤスマ株式会社を  
 連結子会社化

2018  
 「サッポロファクトリー」  
 25周年

● 不動産事業

1994  
 恵比寿工場跡地に  
 「恵比寿ガーデンプレイス」開業



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



2019  
 「恵比寿ガーデンプレイス」  
 25周年



1977 -



サッポロ生ビール  
 黒ラベル

1988(復活)



スリーマン

1993 -



サッポロ  
 ファクトリー

1994 -



恵比寿  
 ガーデンプレイス

1994 -



カフェ・ド・クリエ

1996 -



じっくりこくと

2003 -



グランポレール

# 2018 Highlights

## 2018年の価値創造ハイライト

### 事業関連

#### 2月

- ▶ ワイン体験イベント「WINE AVENUE」開催

#### 3月

- ▶ ICTを活用したレモンの栽培試験開始
- ▶ 新感覚スイーツドリンク「JELEETS(ジェリーツ)」発売 ①
- ▶ 吸収しやすい大豆イソフラボン含有した「SOYBIO(ソイビオ)豆乳ヨーグルト」発売



#### 4月

- ▶ ビール4社で関西・中国—九州間における共同モーダルソフト開始
- ▶ サッポロファクトリー開業25周年



#### 6月

- ▶ サッポロビール千葉工場竣工30周年見学施設を全面リニューアル ②
- ▶ 良質な原料ぶどうの確保に向け、「グランポレール北海道北斗ヴィンヤード」開園 ③
- ▶ ポッカサッポロが、レモンサワーのさらなる話題化とファン獲得を目的とした「レモンサワーグランプリ 2018 in 関東」を開催



#### 7月

- ▶ Japan Wine Competition(日本ワインコンクール) 2018で「グランポレール山梨甲州樽発酵2017」が史上初の3年連続金賞・部門最高賞受賞 ④



サッポロ生ビール黒ラベル

#### 4年連続 売上アップ達成

- ▶ 6月～9月に「サッポロ生ビール黒ラベル」の“完璧な生ビール体験”イベントを全国的に展開



#### 8月

- ▶ 本格チューハイ「サッポロチューハイ 99.99<フォーナイン>」発売 ⑤



#### 9月

- ▶ 恵比寿麦酒祭り開催

#### 10月

- ▶ ユーザーイノベーションによる価値創造を目指した次世代サービス「HOPPIN' GARAGE」始動



- ▶ サッポロプレミアムビール 中国市場へ輸出開始



#### 11月

- ▶ ビール4社で東北6県におけるビールパレット共同回収開始
- ▶ 恵比寿でオフィスビル3物件取得を決定、まちづくりを推進

## 経営基盤関連

### 2月

- ▶ サッポロホールディングスをはじめ、複数の事業会社が「健康経営優良法人2018～ホワイト500～」に認定
- ▶ 醸造技術を応用したバイオマスエネルギーの技術開発を進めてきた功績により、第27回地球環境大賞「農林水産大臣賞」を受賞



- ▶ 省エネ推進の取り組みにより、東京エネルギーサービスが経済産業省「関東経済産業局長賞」を受賞

### 3月

- ▶ ホップの育種・栽培技術から商品開発まで、一気通貫した取り組みが評価され、サッポロビールが「2018年度農芸化学技術賞」を受賞

### 5月

- ▶ 広島県大崎上島町においてレモン摂取による健康状態への効果を確認する長期観察介入研究を開始
- ▶ 「攻めのIT経営銘柄2018」に選定



### 6月

- ▶ 初の「統合報告書」発行
- ▶ 「SNAM サステナビリティ・インデックス」2018年も構成銘柄に選定



### 8月

- ▶ 「FTSE4Good Index Series」および「FTSE Blossom Japan Index」の構成銘柄に選定
- ▶ ビールの「泡の色」を測定する方法を世界で初めて開発し、Brewing Summitで報告



### 10月

- ▶ サッポロビール千葉工場が緑化優良工場として「関東経済産業局長賞」を受賞
- ▶ がんとともに働きやすい企業であることを宣言し、サッポロビールが第1回「がんアライ宣言・アワード」で「ゴールド」を受賞



サッポロビールの  
がんアライ宣言

### 12月

- ▶ 名古屋市守山区「東谷山フルーツパーク」内にレモン果樹園「ふるさとナゴヤレモン園」を開園
- ▶ オープンイノベーションプログラム「ビジネスコンテスト」を開始

#### サッポログループのIT戦略

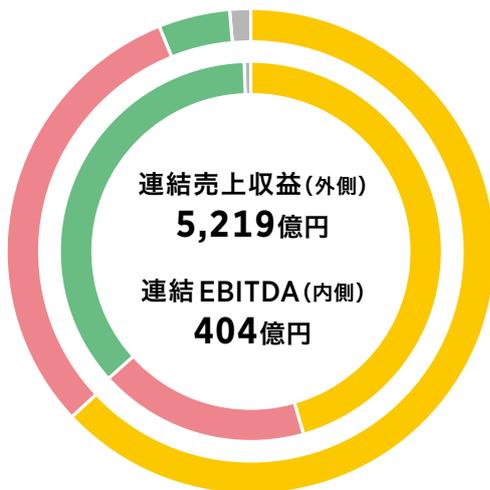
### IT基盤をグローバルレベルで共通化し、 迅速な意思決定とグループシナジー効果を創出

サッポログループでは、IT組織を集約することで、IT戦略を一貫して立案・実行できる体制を構築しました。グループ各社が個々に保有するレガシーシステムを一掃し、グローバルレベルでIT基盤の共通化・標準化を推進したことで、ITコストを約30%削減することができました。また、M&Aや企業提携などの経営戦略に対して迅速にITリソースを提供する体制を整えることにより、システム共通化によるグローバルITガバナンスと迅速な意思決定の両立を実現し、企業価値創造に貢献しています。今後もAIやRPA、IoTなどを活用したデジタルトランスフォーメーションに積極的に取り組み、長期経営ビジョン「SPEED150」達成に向けた「異次元スピードでの変革」を強力に推進していきます。

# 数字で見る サッポログループ

(2018年度)

## 連結売上収益／連結EBITDA



- 酒類事業
- 食品飲料事業
- 不動産事業
- その他

\* 2019年12月期よりセグメント変更を行っており、本報告書は変更後のセグメントに基づいて記載しています。

## 売上収益海外比率(酒税抜き)

22.7%

2018

2011

11.0%

## 国内ビールジャンルの売上数量に対する 海外ビールの売上数量の割合

44.7%

2018

2011

28.7%

## 取締役人数

取締役 **9** 人 / 独立社外取締役 **3** 人

社内取締役として  
女性メンバーを登用

社外取締役に  
外国人を登用

## 外部からの評価

### ▶ インデックスへの組み入れ



2019 Constituent  
MSCI ジャパンESG  
セレクト・リーダーズ指数



### ▶ 「健康経営優良法人2019 ～ホワイト500～」に継続認定



### ▶ 「攻めのIT経営銘柄」に初選定



### ▶ 「プラチナくるみん」に継続認定



### ▶ 日経「スマートワーク経営」で 星4.5を獲得



酒・食・飲

学会発表件数

**16**件 

(学会**14**件、講演**2**件)

環境

グループ全体 CO<sub>2</sub>排出量(2017年度)\*1

**255.4** 千 t-CO<sub>2</sub> 

国内グループ全体の水使用量(2017年度)\*2

**6,409** 千 m<sup>3</sup> 

社会

社会貢献活動支出額

**4億1,500**万円

地域協定締結数

**56**件 

人財

連結従業員数

**7,904**人

平均年齢

**46.2**歳

男女比率\*3

女性 **21.8**%

女性管理職比率\*4

**8.8**%

女性管理職人数\*5

**151**人

新卒入社人数\*6

**108**人

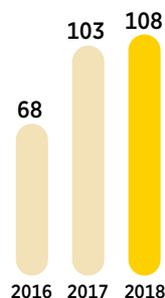
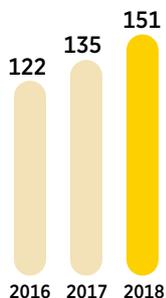
女性比率(新卒入社)\*7

**44**%

育児休暇取得率

女性 **100**%

男性 **36**%



サッポロビールでは、  
女性の育児休暇  
取得率は100%と  
なっています。

\*1 国内は「エネルギーの使用の合理化等に関する法律」定期報告書の数値を使用しています。特定事業者であるサッポロビール、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、ポッカクリエイト、サッポロライオン、サッポロ不動産開発を対象としています。海外はグループ会社(2013~2014年:4社、2015~2017年:6社)の生産工場を対象としています(4月~翌3月で集計)。

\*2 サッポロビール、ポッカサッポロフード&ビバレッジの生産工場とサッポロライオン、サッポロ不動産開発を対象としています(4月~翌3月で集計)。

\*3 国内外のグループ従業員(正社員)に占める女性の割合

\*4 国内外のグループの管理職に占める女性の割合

\*5 国内外のグループの女性管理職人数

\*6 サッポロビール、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、サッポロライオンの大卒新卒総合職採用者数

\*7 サッポロビール、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、サッポロライオンの大卒新卒総合職採用者数に占める女性の割合

育種に関する技術や取り組み、  
育種にかける思いを  
当社ならではのストーリーの  
原点として認識しながら、  
お客様にしっかりと伝えていくことが  
大切と考えています。

サッポロホールディングス 取締役  
生方 誠司

1987年サッポロビール株式会社に入社。SAPPORO U.S.A., INC. President、人事部長、戦略企画部長、サッポロビール株式会社上席執行役員北海道本部長などを経て、2019年3月より現職。



# Dialogue

## 有識者ダイアログ

脱炭素社会への移行や気候変動のリスクなどに社会の関心が高まる中、サッポログループは長い歴史の中で培ってきた「ブランド」を軸に、どういったメッセージを地域社会や消費者に対して発信していくべきなのか——このたび、法政大学人間環境学部教授の長谷川直哉氏をお招きし、サッポログループならではのブランドをめぐるコミュニケーションやストーリーのあり方について、さまざまな観点から議論を交わしました。

「自然とのパートナーシップ」を原点とした  
サッポログループ独自のストーリー

### ブランド育成における「ストーリー」の重要性

**生方** サッポログループは、140年以上の歴史に基づく独自の「ブランドストーリー」を受け継ぎながら、「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しています。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」こそ、当社の価値創造の源泉です。そのブランドを独自のバリューチェーンを通じて「磨く」ことを徹底しながら、当社ならではの商品やサービスとしてお客様にお届けしています。一方で、CSR重点課題を特定し、ステークホルダー



## 農業従事者と

サッポログループの連携を通じた  
「自然とのパートナーシップ」こそ、  
サッポログループのブランドストーリーの  
原点であり、今後の強みに  
なってくるのではないのでしょうか。

法政大学人間環境学部 教授

**長谷川 直哉 氏**

1982年安田火災海上保険株式会社に入社し、資金証券部、株式部、財務企画部、損保ジャパンアセットマネジメント等において資産運用業務を担当。1995～97年、(公財)国際金融情報センターに出向し、国際経済・金融およびカントリーリスクの調査に従事。1999年エコファンド「ふなの森」を開発。1997年法政大学大学院社会科学研究所修士課程修了(経営学修士)、2002年早稲田大学大学院法学研究科修士課程修了(法学修士)、2005年横浜国立大学大学院国際社会科学研究所博士後期課程修了(博士(経営学))。2006年国立大学法人山梨大学大学院准教授、2011年から現職。日本証券アナリスト協会検定会員(CMA)。

との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」「個性かがやく人材の輩出」を定めながら、未来に向けてブランドストーリーを「繋ぐ」取り組みを推進しています。

**長谷川** サッポログループには他社にはない歴史と伝統がありますので、長い歴史の中で培ってきたブランドを価値創造の中核に置きながら、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く姿勢は素晴らしいと感じます。一方で、消費者がブランドに求めるものは時代とともに変化しているのも事実です。脱炭素社会への移行や、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」の実現に貢献するためにも、ブランドストーリーの“原点”を「自然」や「生態系」

に求めるのも、サッポログループらしいのではないのでしょうか。

**生方** おっしゃる通り、サッポログループがブランドを磨くために有している独自のバリューチェーンは、大麦やホップなどの原材料の調達が原点になっています。当社は、ビールの主原料である大麦とホップの両方を「育種」し、「協働契約栽培」によってそれらを調達しています。創業以来、現在に至るまで、育種技術を連綿と磨き続けており、他社には真似のできない資産の一つになっています。そうした育種に関する技術や取り組み、育種にかかる思いを当社ならではのストーリーの原点として認識しながら、お客様にしっかりと伝えていくことが大切と考えています。

## 有識者ダイアログ

**長谷川** 育種や協働契約栽培を通じて、農業従事者やサッポログループが高い志や熱い思いを共有し、互いに共感し合いながら、「サッポロ生ビール黒ラベル」をはじめとする商品を作り上げている——そうした原点を踏まえたプロセスそのものが、サッポログループにとってのブランドストーリーになるのだと思います。最近の消費者は、どういった価値観のもとで商品が開発・製造されているのかによって、実際の消費行動を変える傾向が見られます。機能や品質、価格などを強調するだけでなく、その裏側にある「ストーリー」を「見える化」させながら、それを前面に押し出すことによって、お客様に共感していただく。こうしたストーリーを意識したマーケティングや販売によって消費者の共感や支持を集める先に、ブランドは築かれるのだと思います。

**生方** 一つの例になりますが、北海道空知郡上富良野町で当社が開発したホップの品種として、世界で認められた伝説のホップ「ソラチエース」があります。開発当時は個性豊かな味わいが斬新すぎると日本ではあまり受け入れられませんでした。その後ソラチエースを米国に持ち込んだところ、30年近く

の時を経て、ビールの味に違いを作るホップとして世界中のブルワーズから認められ、重宝される話題のホップになりました。現在、それを逆輸入して独自のブランドとして国内で販売していますが、クラフトビールのファンを中心に人気を集めています。長谷川先生のおっしゃる通り、ストーリーを実感していただける商品を通じて、お客様の中にブランドが残るのだと思います。

**長谷川** 最近のクラフトビールのヒットに思うのは、消費者がクラフトビールに「ストーリー性」を感じるからですね。背景にある作り手の思いやその商品が生み出されるプロセスについて、消費者がそれをストーリーとして感じ、共感を覚えているのだと思います。機能や品質、価格で勝負する時代は終わり、これからはその裏側にあるストーリーがますます重要になってくる時代です。そして、それが結果として企業ブランドとしても結実するのだと思います。

### 「自然とのパートナーシップ」を原点に

**生方** サッポログループでは、約10名のフィールドマンが世界各国の契約農家と対話をしながら育種に取り組み、協働契約栽培によって大麦やホップを調達しています。気候変動に伴うさまざまなリスクが叫ばれる今、サプライソースを分散することによって安全で安心な原材料を世界各国から安定的に調達することが可能になっています。こうした世界的な取り組みや体制があつてこそ、お客様との信頼関係やブランドが築かれているのだと思っています。

**長谷川** 気候変動のリスクに対する関心の高まりとともに、企業や社会のサステナビリティ(持続可能性)がよりいっそう問われています。ビール事業はとりわけ自然や生態系との関わりが大きい産業であり、「自然を守る」という観点からもサッポログループに対する社会の期待は大きいといえます。SDGsの17番目の目標に「パートナーシップで目標を達成しよう」が



ありますが、農業従事者とサッポログループの連携を通じた「自然とのパートナーシップ」こそ、サッポログループのブランドストーリーの原点であり、今後の強みになってくるのではないのでしょうか。

**生方** 自然の恵みを活かした事業を行う企業として、育種や協働契約栽培を通じた農業従事者の方々と連携を何よりも重視しているほか、森林保全活動を通じて生態系の源である水を守るキャンペーンの展開やカーボン・オフセットの取り組みなどを推進しています。おっしゃる通り、これらは「自然とのパートナーシップ」にほかなりません。

**長谷川** 良質な水も原材料もまさに自然の恵みであり、自然とのパートナーシップなくして、ビールなどの商品は生まれません。お金さえあれば簡単にモノが手に入る便利な時代にあって、その商品がどういった思いや苦勞、プロセスを経て生まれてくるかを知らない世代も増えてきています。自然とのパートナーシップによるストーリーを通じて、社会に対してサステナビリティに向けた意識付けや示唆を与えていくのも、サッポログループに期待されている大切な役割ではないのでしょうか。

**生方** 大麦やホップの育種では、磨き上げてきた技術を活用しながら、気候変動によるリスクにも挑戦しています。過去に世界的なホップの産地であるチェコにおいて、ウイルスによる絶滅の危機を当社の育種技術が救った経験などを踏まえた取り組みです。将来起こり得る気候変動や異常気象に伴う干ばつ、多雨などの影響に対応できる新しい品種の開発を目指していきます。

**長谷川** サッポログループが培ってきた育種技術を応用し、気候変動に伴うリスクをオポチュニティ（成長機会）に変えていく取り組みですね。気候変動はリスクの側面にばかり注目がちですが、サッポログループならではの育種を通じて、ビジネス・オポチュニティを新たに創出していく長期のストーリーを作り



上げてください。株主や投資家ならずとも、すべてのステークホルダーの関心が高いポイントです。ぜひ自然とのパートナーシップをブランドストーリーの原点に置きながら、世の中に潤いや豊かさを提供するサッポログループの姿を社会に対して打ち出していただければと思います。

## ブランドを体感していただける 「空間」や「場」を持つ強み

### 「空間」や「場」を通じたコミュニケーション

**生方** サッポログループは、『酒』『食』『飲』を中心とした「食」のメーカーとして、自然の恵みに育まれた原材料を使用した商品を開発・販売しているだけでなく、グループ発祥の地であり、ブランドと密接に関わる札幌・恵比寿・銀座などの土地において、地域社会とも連携しながら、豊かな「まちづくり」を推進しています。ブランドを体感していただく「空間」や「場」の開発を通じて、商品ブランドの強化とともに企業ブランドの構築に努めています。

## 有識者ダイアログ

**長谷川** 若者を中心にバーチャルな世界が好まれる時代ですが、リアリティを求める傾向も一方で強まっています。なにかのイベントごとに若者が渋谷に集まったり、クリスマスのシーズンが近づくとイルミネーションで有名なスポットに人だかりができたりと、実際の空間や場を訪れて共感する若者の存在が世間の注目を集めています。サッポログループが持つリアルな空間や場を通じて、独自のストーリーを体感できるというのは非常に大きな強みです。

**生方** ビールづくりにかける思いやストーリーの発信では、グループ創業の地である札幌において、日本で唯一の「ビール博物館」を通じて積極的な情報発信を行っています。日本人観光客だけでなく、訪日外国人にも人気の施設になっており、来館者数は年々増えています。恵比寿でもエビスブランドの世界観を体感できる「エビスビール記念館」があるほか、2018年にはポッカサッポロの創業の地である名古屋に「ふるさとナゴヤレモン園」を開園しました。原点を大切にしながら、独自に開発した空間や場を通じてブランドを体感していただく取り組みを積極的に進めています。

### サッポログループの「ナレッジ」を社会と共有

**長谷川** さらなるブランドの構築・形成に向けては、博物館などの独自の空間や場を通じて、サッポログループが持つ潜在的な「ナレッジ」を社会と共有していくことも有効なアプローチになり得ると思います。たとえば、最近注目されている「食育」に関連して、NGO、NPOなどの団体と協力しながら、食を通じて子どもたちに情報を発信していく取り組みも考えられるのではないのでしょうか。商品だけでなく、企業が持つナレッジを社会と共有していくことも、ブランド育成にとっては大切だと思います。

**生方** サッポログループは、ものづくりや原材料の供給地も含めたゆかりのある土地において、原点や場を活用した取り組みをもっと推進していかなければ

ならないと考えています。現在、日本全国のべ56の連携協定を地方自治体や大学と結んでおり、互いに手を取り合いながら地域の活性化や次世代育成、防災などの課題解決に取り組んでいます。今後も地域社会との繋がりを大切にしながら、独自の貢献を果たしていきます。

**長谷川** 空間や場を通じた取り組みや、連携協定を活用した地域貢献など、たくさんの切り口を持ち、共感できる間口が広いのも、サッポログループの特長の一つです。ビールなどの商品を切り口にサッポログループと繋がる「消費者」ばかりでなく、空間や場を切り口としてサッポログループを知り、共感していただく「生活者」の存在もしっかり取り込んでいくことが、より強固なブランド形成には必要だと思います。

**生方** ポッカレモンや銀座ライオン、カフェ・ド・クリエ、ブルーシールなど、サッポログループはたくさんの切り口を持っています。いずれも歴史や伝統のあるブランドで、独自の空間や場を持っており、今後もブランドの発信やシーンの共有に積極的に取り組んでいきます。

### 新たな生き方や価値観を提案する

「モラル・イノベーション・カンパニー」へ

### 「なぜ？」を意識したストーリー

**長谷川** なぜサッポログループなのか？なぜサッポログループが取り組むのか？—そうした問い掛けに企業として明確に答えることのできるストーリーをぜひ大切にしてください。CSR重点課題と4つの約束についても、その裏側にあるストーリーが重要です。森林保全活動や復興支援の継続、「箱根駅伝」の応援など、どれも取り組みとしては大変立派ですので、ぜひ「なぜ？」を明確にし、それを社内外と共有しながら取り組んでいただければと思います。今の生活者は、

価値観が明確に提案されていて、それに共感できるかどうかで購買を決める傾向があります。企業としてのコミットメントを明快なメッセージとして発信し、商品のストーリーに企業としての意識や思いを織り込んでいくことで、生活者の共感を呼び込むことができれば、ブランドのすそ野は自ずと広がってくると思います。

**生方** 4つの約束の一つ「個性かがやく人財の輩出」のダイバーシティを例にすれば、私は、これからの社会において多種多様な価値観が不可欠と考えており、さらなるイノベーションもそうした多様な価値観のもとで生まれると確信しています。そのためにも、性別を超えた視点や日本人以外が持つ観点を踏まえながら議論を行い、イノベーション、ひいては企業の持続的成長につなげていきたいと考えています。

**長谷川** 食品分野では特に、子育てや介護の場面などで女性の視点がとても有効になってきます。女性ならではの視点や価値観をうまく活用することで、ストーリーは広がってくると思います。今後は、生活者が抱える課題に対して、企業がソリューション(解決策)を提供する「課題解決型」のアプローチばかりでなく、生活者がまだ自覚していない潜在的な課題を企業自らが発掘し、生活者とともに解決していく「課題発掘型」の商品開発ができると、非常に面白いのではないのでしょうか。最終的に社会との共生にもつながる発展性もあり、そうした感性を持つような人財を育てていくことが肝心かと思います。

**生方** おっしゃる通りです。「食」のメーカーとして生活者と寄り添うことができる、感性があふれ、個性がかがやく人財を輩出していきたいと考えています。そのためにも、グループを挙げて健康経営を推進することにより、心身ともに健康で、生き活きと働くことができる職場環境の整備に取り組んでいるほか、社員一人ひとりの視座を高めながら、成長に向けた挑戦を企業として後押しすべく、教育プログラムや制度の充実を進めています。

**長谷川** サッポログループには、ぜひブランドや商品、サービスの開発としての「プロダクト・イノベーション」に加えて、生活者に新たな生き方や価値観を提案する「モラル・イノベーション」に取り組んでいただきたいと思います。新しいモノやコトに出会うことで、これまでの価値観が大きく揺さぶられ、その後の生き方が変わるといったケースは結構あるものです。特に「食」を通じた発見や出会いはそうした可能性に満ちあふれており、新しい食品に出会うことで食生活を見直すきっかけになるなど、「食」は人が持つ感性や価値観を変えていく重要な要素を持っています。「自然とのパートナーシップ」を原点としたサッポログループならではのブランドストーリーを通じて、最終的にはぜひ新しい生き方や価値観を提案し、変えていけるような「モラル・イノベーション・カンパニー」を目指していただきたいと思います。

**生方** 本日は貴重なお話をありがとうございました。

サッポログループならではの空間で、  
ブランドを体感していただきました。



# サッポログループ CSRのあゆみ

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、社会から信頼される企業としての取り組みを強化するとともに、グループ独自の企業価値の創出に取り組んでいます。今後も、グループならではの価値をグローバルに創造しながら、持続的な成長と持続可能な社会の実現への貢献を両立していきます。

2008

大麦とホップの「協働契約栽培」の取り組みで「ドイツ連邦荣誉賞 金賞」受賞



## 環境

1996

ポッカコーポレーション(現ポッカサッポロ)が国内飲料メーカー初の「カートカン」商品発売



2002

独自の生ビールサーバーの3R「セバレスシステム」導入



1991

「環境保全に関する基本方針」策定

1998

サッポロビール静岡工場にビオトープ園開園

2007

サッポロホールディングスが、自治体として初めて北海道と包括連携協定締結



2003

「サッポログループ企業行動憲章」策定

2006

「サッポログループのCSR基本方針」策定

1987

箱根駅伝への支援スタート

1984

財団法人サッポロ生物科学振興財団(現公益財団法人サッポロ生物科学振興財団)設立  
バイオサイエンス分野における助成スタート



## CSR全般

2008

株主優待制度に社会貢献オプションスタート

## 2009

カーボンフットプリント表示のビール「黒ラベル350ml缶」を世界で初めて市場に投入



## 2010

「サッポログループ環境基本方針」制定

## 2009

第1回恵比寿麦酒祭り開催



## 2011

恵比寿麦酒祭りにおけるビール売上金相当額の東北復興支援に向けた寄付スタート



2011年から被災地の放課後学校「コラボ・スクール」を支援しています。

## 2012

「サッポログループ生物多様性保全ガイドライン」制定

## 2013

「国連グローバル・コンパクト(UNGC)」加盟



## 2015

サッポログループ「地球環境を守る活動2030」策定(2018年改訂)

## 2018

「サッポログループ サプライヤーCSR調達ガイドライン」策定

## 2013

「グループ調達基本方針」制定

## 2019

「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」提言への賛同表明



## 2018

CSR重点課題解決に向けた中長期目標を策定、関連する「持続可能な開発目標(SDGs)」を明示



## 2019

「サッポログループ健康経営中期計画」策定

## 2017

サッポログループ健康創造宣言

CSR重点課題を特定、「4つの約束」策定



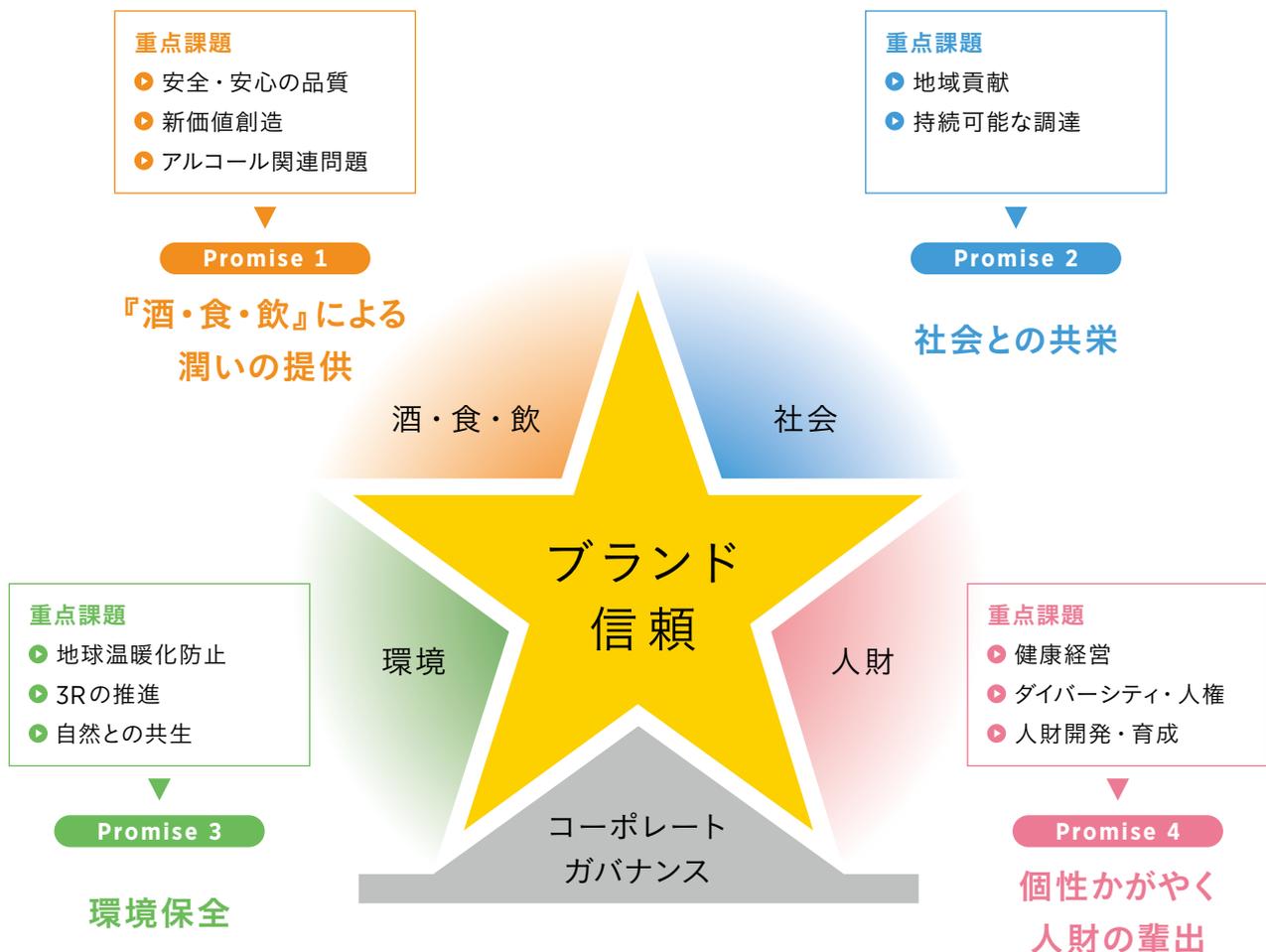
# 4つの約束を「果たす」

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。

## 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
<b>Promise 1</b> 『酒・食・飲』による潤いの提供	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。	2 飢餓をゼロに
	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。	3 すべての人に健康と福祉を
	アルコール関連問題	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	3 すべての人に健康と福祉を
<b>Promise 2</b> 社会との共栄	地域貢献	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	8 働きがいも経済成長も 11 住み続けられるまちづくりを
	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。	10 人や国の不平等をなくそう
<b>Promise 3</b> 環境保全	地球温暖化防止	2030年までに事業活動におけるCO <sub>2</sub> 排出量原単位を2013年比で12%削減する。	7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに 13 気候変動に具体的な対策を
	3Rの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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*。</li> <li>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。</li> </ul>	6 安全な水とトイレを世界中に 12 つくる責任つかう責任
	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。	15 陸の豊かさも守ろう
<b>Promise 4</b> 個性かがやく人財の輩出	健康経営	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	3 すべての人に健康と福祉を
	ダイバーシティ・人権	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020年までに女性管理職比率を2014年比で倍増させる。</li> <li>「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。</li> </ul>	5 ジェンダー平等を実現しよう
	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。	8 働きがいも経済成長も

\* 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。

より詳しくご覧になりたい方へ

<https://www.sapporoholdings.jp/csr/policy/systems/>



4つの約束を「果たす」

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。



## 酒類、食品飲料の9工場で 安全認証を取得

サッポログループは2019年5月現在、食品製造組織に向けた国際的な食品安全マネジメントシステム規格「FSSC22000」の認証を酒類主要8工場を取得しています。食品飲料工場では、すでに群馬工場が取得しており、今後もグループ全体で品質保証レベルの向上に取り組んでいきます。



## パッケージ開発から創造する 新しい価値

サッポロビールは、パッケージの開発を通じた新しい価値の創造に取り組んでいます。「サッポロ 黒ラベル コロコロストッカー」「サッポロ 黒ラベル 収納BOX」は生活シーンになじむ新しいパッケージで、より多くのお客様に「楽しさ」や「便利さ」を感じていただける取り組みとして開発したものです。2019年3月にアスクル(株)が運営する日用品ショッピングサイト「LOHACO(ロハコ)」において2年連続の「特別賞」を受賞しました。

- ① コロコロストッカー：黒ラベルが8缶入った外装カートンがそのまま冷蔵庫でストッカーとなる、遊び心あふれるパッケージが特長です。上から商品を補充して下から缶を取り出すと、次の缶がコロコロと転がり出るので取り出しやすく、冷蔵庫のスペースを有効に活用できます。
- ② 収納BOX：黒ラベルが48缶入っており、中は12缶パックが4つ入ったお部屋になじむ木箱デザインBOXです。景品として、組み立て前のコロコロストッカーも入っています。



## お客様の生の声を活かした 商品・サービスの開発

サッポロビールの経営会議はお客様センターに寄せられた「お客様の生の声」を聴くことからスタートします。また、本社を中心に「お客様センター半日体験会」を、工場や営業拠点では従業員向けの「お客様の声を聴く会」を開催しています。こうした「ご指摘対応やお客様の声を商品・サービス等に活かす仕組み」をはじめ、さまざまな仕組みを整備し、国際規格ISO10002に適合していることを宣言しています。「お客様の声」に積極的に向き合い、常にお客様視点を心がけることを通じて、「お客様の生活を、より楽しく豊かに」という経営理念の実現を目指しています。



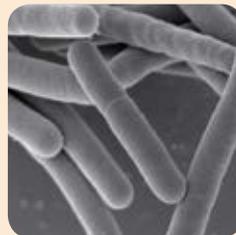
## 大学生を対象とした 適正飲酒啓発活動を実施

飲酒に関する正しい知識を習得し、健康的にお酒を楽しんでいただくために、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。2018年は7大学で開催、2018年までの累計で24回開催しました。



## サッポロエルネスラボ株式会社を設立

サッポロホールディングスは、独自の機能性食品素材「SBL88乳酸菌」をはじめ、新たな健康機能性に関する研究開発を進めています。これらの価値のグループ内外への提案を加速させるため、2019年2月4日付でサッポロエルネスラボ株式会社を設立しました。企業理念として“独自のエビデンスとおいしさでお客様の「健やかで輝く笑顔まで」サポートする”を掲げ、お客様の生活をより豊かにする健康食品および食品素材を提案していきます。



サッポロエルネスラボ  
代表取締役社長  
中村 剛



4つの約束を「果たす」

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。



## 「箱根駅伝」を33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33年にわたり「箱根駅伝」を応援してきました。往路フィニッシュ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差した社会貢献を行っていきます。



写真提供：月刊陸上競技

## アイヌ文化の振興を継続支援

サッポログループはふるさと北海道への支援の一環で、アイヌ語を含むアイヌ文化の振興に注力している(公財)アイヌ民族文化財団と、北海道遺産の選定、北海道遺産構想の普及・啓発活動などを行うNPO法人北海道遺産協議会への寄付活動を行っています。2020年には白老に「国立アイヌ民族博物館」が設立される予定で、北海道の観光資源として期待されています。

両団体への寄付は2015年から継続しており、毎年夏に開催している「札幌麦酒祭り」のビール売上金相当額を贈呈しています。2018年度は、総額3,426,000円を寄付しました。



ウポボイ「民族共生象徴空間」(提供：文化庁)

\* 本イメージ図は基本設計段階における案であり、変更の可能性があります。

## 連携協定を通じた 社会課題の解決

サッポログループは創業以来ゆかりのある土地や地域社会との「繋がり」を大切にしてきました。2007年の北海道との包括連携協定締結を皮切りに、全国の自治体や大学とのべ56の協定を締結し、地域貢献やまちづくり、防災などさまざまな取り組みを継続しています。



赤れんが庁舎(北海道庁旧本庁舎)



サッポロホールディングス  
コーポレートビジネス部  
マネージャー

萩原 博美

渋谷区経営企画部  
経営企画課  
企画調整主査

今井 桐衣 さん

## 渋谷区と協働で 社会課題を解決

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。

## 農業支援の寄付型 自動販売機を設置

ポッカサッポロ北海道は、北海道の農業を支援する「寄付型自動販売機」を北海学園大学に設置しました。売上金の一部が、石狩管内の農業の担い手育成のための資金に充てられる仕組みになっています。



## サプライヤー向けにCSR調達方針を説明

サッポログループは、「サッポログループ調達基本方針」「サッポログループ サプライヤー CSR 調達ガイドライン」のもと、「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ます。

サプライヤー向け営業方針説明会では、サッポログループのCSR調達について説明や解説を行っています。



## 4つの約束を「果たす」

## Promise 2 社会との共栄

## 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」では、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います。2016年からは熊本地震の復興支援にも役立っているほか、2018年は北海道胆振東部地震、西日本豪雨にも寄付を行いました。2018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。

株主優待制度を活用した  
次世代育成支援

サッポロホールディングスでは、2008年度より優待品の代わりに寄付を選択していただいた株主様の寄付金に当社が同額を加えた金額を社会貢献に活用しています。2012年度からは東北の復興支援をしており、2017年度分は次の3つの取り組みに対して総額345万6,000円を寄付しました。



福島県へ 「国内外の高校生が発信する福島の食の安全」事業支援」



岩手県大船渡市へ 「市の花“椿”をテーマとした学習支援」



岩手県大槌町へ 「小中一貫教育の柱“ふるさと科”学習支援」

## サッポログループの復興支援

(一部をご紹介します)



### 熊本県益城町の次世代育成事業を支援

サッポロホールディングスは、甚大な被害を受けた熊本県益城町の子どもたちに元気と笑顔を届ける取り組みを支援しています。2019年4月には「“盛り上がろう益城”ドリームフェスタ2019」を開催し、町民933名を無料招待しました。

### 「復興応援マルシェ in 恵比寿」を開催

東日本大震災や熊本地震の復興支援のため、2017年、2018年に恵比寿ガーデンプレイスで、被災した自治体の物産・観光のPRを実施しました。より多くの皆様に被災地について知っていただく機会を提供することで復興を支援していきます。



### 宮城県名取市の水産業復興を支援

東日本大震災で甚大な被害を被った宮城県名取市<sup>ゆりあげ</sup>閑上地区の水産業復興のため、2016年に続き2018年にも宮城県漁協仙南支所(閑上)にバッテリー式フォークリフト1台を寄贈しました。

### 岩手県大槌町「ふるさと科」学習を支援

大槌町の小中一貫校での「ふるさと科」学習では、生徒が復興・防災・ふるさと創生について学んでいます。2018年は専用アプリを活用した学習プログラム支援のため、タブレット購入資金400万円を寄付しました。



### 宮城県女川町に「きぼうの鐘」を贈呈

女川町観光協会へ2基目の「きぼうの鐘」を贈呈しました。2017年に女川駅前プロムナードに設置された1基目<sup>1</sup>に続き、2基目は生まれ変わった新しい街並みを一望できる女川町役場東日本大震災慰霊碑側に2019年設置されました。鎮魂の鐘として震災記憶の風化防止の一助となることを祈念しています。



4つの約束を「果たす」

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。



## 地球温暖化防止

### 工場の屋上に太陽光パネルを設置

サッポログループは環境に配慮した取り組みを積極的に推進しています。ポッカサッポロ群馬工場では、環境に優しい取り組みの一環として、工場の屋上に太陽光パネルを設置しています。月平均で約10万 kWh を発電しています。



ポッカサッポロ 群馬工場

### 「恵比寿ファーストスクエア」で省エネ認証取得

渋谷区恵比寿のオフィスビル「恵比寿ファーストスクエア」で、「建築物省エネルギー性能表示制度(Building-Housing Energy-efficiency Labeling System)」(以下、BELS)の3つ星評価を取得しました。「BELS(ベルス)」は、国土交通省が2013年10月に定めた「非住宅建築物に係る省エネルギー性能の表示のための評価ガイドライン」に基づき、(一社)住宅性能評価・表示協会において、2014年4月に建築物の省エネルギー性能の評価および表示を的確に実施することを目的として創設された制度です。サッポロ不動産開発は、今後も持続可能な低炭素社会を実現するために地球温暖化防止の取り組みを進め、省エネルギー・省資源に努めていきます。



BELS評価プレート



恵比寿ファーストスクエア

## ビール4社による共同輸送を関西・中国—九州で実施

サッポロビール、麒麟ビール、アサヒビール、サントリービールの4社は、環境負荷の低減とトラック不足などの解決を目的として、2018年4月から関西・中国—九州方面の共同輸送を本格化しました。2017年には、北海道東地区の一部で共同配送を開始しており、世界的に関心が高まっている温室効果ガス対策や、長距離トラック輸送のドライバー不足に伴う物流インフラのひっ迫に対して、環境に優しく持続可能な物流の共同展開を進めています。

2018年8月には、この取り組みが評価され、製・配・販連携協会の「サプライチェーンイノベーション大賞」を受賞しています。また、物流合理化による環境負荷低減とメーカー・得意先双方の業務負担軽減を目的として、2018年11月より東北エリアで展開している4社でのビールパレットの共同回収を2019年7月以降、全国に順次拡大する予定です。



## 恵比寿ガーデンプレイスでの省エネ推進で表彰

東京エネルギーサービスは、「恵比寿ガーデンプレイス」がオープンした1994年から環境に優しい省エネ型の地域冷暖房事業によるエネルギーの面的利用を推進しています。開業後20年を迎えた設備更新時期には、省エネ性・環境性の向上を目的として、多缶式小型貫流ボイラーの導入、ガスエンジンコージェネレーションシステムやジェネリンクの導入など、高効率設備へと更新し、さらなる省エネ推進に取り組み、一次エネルギーを15.6%削減することに成功しました。

こうした取り組みが高く評価され、経済産業省関東経済産業局が主催する「平成29年度エネルギー管理優良工場等」の表彰において、「関東経済産業局長賞」を受賞しました。



# 3Rの推進

## 3R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\*を進めています。サッポロビールやポッカサッポロでは商品製造に伴う副産物・廃棄物の100%再資源化に努めています。カナダのスリーマンでもバリューチェーンを含めた環境保全に取り組んでおり、オンタリオ州において3Rの優良企業として認定されています。

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



SLEEMAN BREWERIES LTD.  
President & CEO  
花澤 靖弘

## 4つの約束を「果たす」

## Promise 3 環境保全

## 自然との共生

サッポロビール千葉工場が  
緑化優良工場として表彰

サッポロビール千葉工場は、竣工以来30年間継続してきた緑化推進活動と地域貢献活動が評価され、2018年10月に「緑化優良工場等関東経済産業局長賞」を受賞しました。これからも地球環境に配慮した主体的な環境活動を通じて社会に貢献できる工場を目指していきます。



サッポロビール 千葉工場

## 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。国内飲料メーカーとして1996年に初めて採用したもので、健全な森林の保全・育成はCO<sub>2</sub>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。



また、カートカンの売上金の一部を「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。2018年6月10日に福島県南相馬市で開催された「第69回全国植樹祭記念式典」では、「玉露入りお茶カートカン195g」9,000本を寄贈しました。

## 地域の環境保全を支援

サッポロビールは、2016年より「サッポロ生ビール黒ラベル信州環境保全応援缶」を長野県で数量・期間限定で発売しています。長野県とは「生物多様性保全パートナーシップ協定」を2017年に締結、本商品の売上1缶につき1円の寄付を行い、継続的に信州の環境保全に取り組んでいます。また北海道では、コープさっぽろ様と北海道との協働による「北海道の森を元気にしよう!」キャンペーンを2013年より実施しており、北海道の森林保全活動を支援しています。



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。



3 すべての人に  
健康と福祉を



5 ジェンダー平等を  
実現しよう



8 働きがいも  
経済成長も

## 「健康経営中期計画」を策定

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・家族・会社、そしてお客様の幸せを創造することにつながるものと考え、2017年8月に「健康創造宣言」を策定しました。また、2019年2月策定の「2019～2022年健康経営中期計画」において、「いのちを守る」「健康を増進する」「違いをつよさにする」の3つの目的のもと、健康増進につながる活動を強化することで、2022年目標数値の達成を目指していきます。

また、「サッポログループたばこ対策に関するメッセージ」を発信し、毎月22日を「禁煙の日(スワン・吸わんの日)」と決めました。広く「食」に携わる企業として、「オンライン治療プログラム」の試行や「禁煙応援キャンペーン」の実施など、禁煙への動機付けや受動喫煙の防止を目的とした「たばこ対策」にグループを挙げて取り組んでいきます。

## 「健康経営優良法人2019～ホワイト500～」に認定

サッポログループ全従業員の健康増進に向けた取り組みの結果、サッポロホールディングスや複数の事業会社が、経済産業省が健康経営銘柄に準じた先進的な企業を選ぶ「健康経営優良法人2019～ホワイト500～」の認定を受けています。



## 全国の各エリアに 保健師を配置

サッポログループの健康経営の取り組みの一環として、2018年2月より全国の各エリアに保健師を配置し、グループの社員の健康管理を担う体制を構築しました。従来は健康が悪化した方への対応が主でしたが、今後は予防の観点で、心身の健康維持・増進に取り組んでいきます。具体的には、日常の健康相談、健康診断後の面談、健康づくりについてのセミナー開催など、一人ひとりに寄り添った支援をすることで、社員がさらに活躍できる環境を整えていきます。



サッポロホールディングス 人事部 健康管理センター 保健師

吾妻 美佳 上谷 菜摘

## 4つの約束を「果たす」

## Promise 4 個性かがやく人財の輩出

## 第1回「がんアライ宣言・アワード」で「ゴールド」受賞

サッポロビールおよびポッカサッポロは、がんに関しても働きやすい制度と対話を充実させることにより、会社の強さにつながる取り組みを進めています。がんに関わった社員やその上司に向けた「治療と就労の両立支援マニュアル」を作成し、治療と就労の両立にあたり必要な情報をすぐに得られるようにしているほか、「時間有休制度」「スーパーフレックス」「テレワーク」の導入によって柔軟な勤務を可能にすることで、治療を続けながら就労を継続できる体制などを整えています。

こうした取り組みが評価され、サッポロビールは、「がんと就労」問題に取り組む民間プロジェクト「がんアライ部」が主催する第1回「がんアライ宣言・アワード」において、「ゴールド」を受賞しました。このがんアライ宣言を具現化するものとして、がん経験者の社内コミュニティ「Can Stars」を発足し、さらなる取り組みを進めています。



## 「若手グローバル人財育成プログラム」を実施

サッポログループは、グローバル人財を目指す若手社員がグループ各社から集う「若手グローバル人財育成プログラム(GPC)」を定期的実施しており、2018年で7期目を迎えました。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て、海外で実地研修を行うプログラムを展開しています。「自分のキャリアは自分で切り拓く」べく、参加メンバーは自ら希望し手を挙げ、選考されます。プログラム受講者の中からは、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。



集合研修



ベトナム食品企業工場訪問

## 新入社員が店舗運営

サッポロライオンは2019年7月、店舗営業からマネジメント業務全般を新入社員が担当する店舗「銀座ライオン 新橋トレーニングセンター店」をオープンしました。従来は、主として大型店舗で個々の店舗によるOJTを中心とした育成方法を実施してきましたが、今後は、調理技術、販売促進、受発注、計数管理、事務処理などの店舗運営に関するマネジメント業務全般を自ら体験することで、主体性を養い、新たな店舗運営に挑戦できる人財の育成に取り組みます。



## 「働き方改革」のその先へ、 「ひらめき!ラボ」始動

ポッカサッポロの働き方改革推進チームの発案で生まれた「ひらめき!ラボ」。働き方改革によって「!」(ひらめき)を生み出すための刺激を受ける時間を創り、皆で学び、対話するというプロセスを楽しみながら、意識・思考の変化や新たな行動につなげる場を作る取り組みを推進しています。

「新しい発想やイノベーションを生み出すには?」「ポッカサッポロを強く良い会社にしていくためには?」「働き方を変えるには?」—こうしたテーマを扱う「ひらめき!ラボ」は、あくまで業務外の活動です。フレックスタイムやテレワークの活用、業務フローの見直しをすることで時間を創出し、勉強会やワークショップ、セミナーを開いています。



グループワーク



プレゼンテーション

## 特集1

# 地域社会との 「繋がり」を深める

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。

## の1 札幌

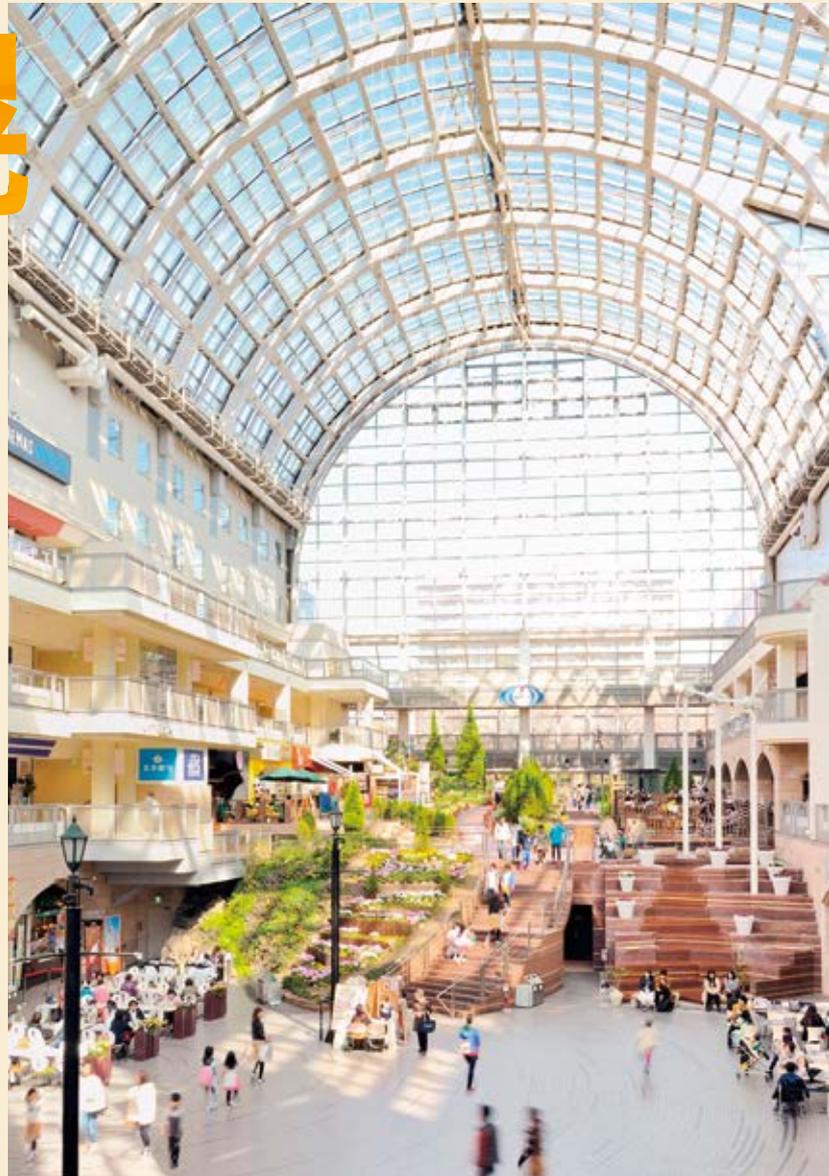


開拓使麦酒醸造所

### 開拓使麦酒醸造所の跡地は、 地域の方々の憩いの場に

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。

開拓使麦酒醸造所の跡地に開業した「サッポロファクトリー」には、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レストラン、ホテル、映画館、サービス施設などが集まり、地域の方々の憩いの場となっています。

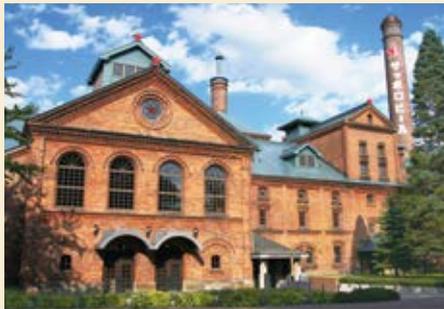


サッポロファクトリー

## サッポロビールゆかりの地は、 日本と世界を「繋ぐ」架け橋に

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。

博物館には連日のように、日本のビールのおいしさを求めて多くの外国人観光客が訪れており、日本と世界を「繋ぐ」架け橋として重要な役割を担っています。



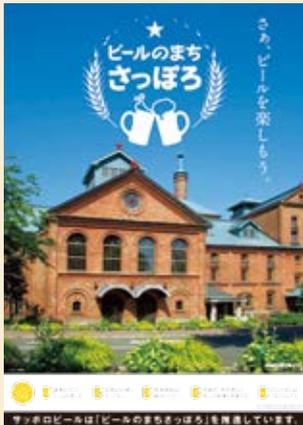
サッポロビール博物館



札幌の観光の人気スポットとして、外国人観光客も含め連日多くの方々にご来場いただいています。地元で愛される施設として、これからも日本のビールの歴史や文化を発信していきます。

サッポロビール博物館長  
住吉 徳文

地域社会との「繋がり」を深める



## 札幌市とともに、 ビールを通してまちづくり

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。

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「オータムビヤフェスト」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皆様に喜んでいただいています。

# 02 恵比寿



## 街の名になったビール、エビス

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。



恵比寿ガーデンプレイス



## エビスブランドの世界観を体感

エビスビール生誕地には「エビスビール記念館」があり、国内外から年間26万人近いお客様が来場するなど、連日賑わっています。「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、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。



エビスビール記念館

## 「街」と繋がる、 「人」に貢献するまちづくり

ビール工場跡地に複合都市のパイオニアとして開業した「恵比寿ガーデンプレイス」。「庭園都市(GARDENCITY)」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た「恵比寿ガーデンプレイス」は、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。

2019年10月8日に25周年を迎えます。ブランドメッセージ「恵比寿、あなたは、大人の街になれ。」のもと、さらなる街のブランド力強化と利便性向上を目指し、「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など、さまざまなバリューアップ施策を推進しています。また、日本のビール文化をより豊かなものにしたいとの思いを込めた「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ているほか、サッポロ不動産開発に「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。



ビール工場跡地に開業した

「恵比寿ガーデンプレイス」はおかげ様で  
2019年に25周年を迎えます。

これからも皆様に愛される魅力ある恵比寿の  
「まちづくり」を地域とともに推進していきます。

サッポロ不動産開発 執行役員  
開発本部 まちづくり事業部長

松下 靖弘

# 銀座



ビヤホールライオン 銀座七丁目店



## ゆかりある銀座で 最高品質のビールをお届け

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。サッポロライオンは1899年8月4日、現在の銀座八丁目を開業した日本初のビヤホール「恵比寿ビヤホール」が発祥であり、2019年に120周年を迎えます。創業日の8月4日は「ビヤホールの日」に認定されています。

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。



恵比寿ビヤホール

GINZA PLACE

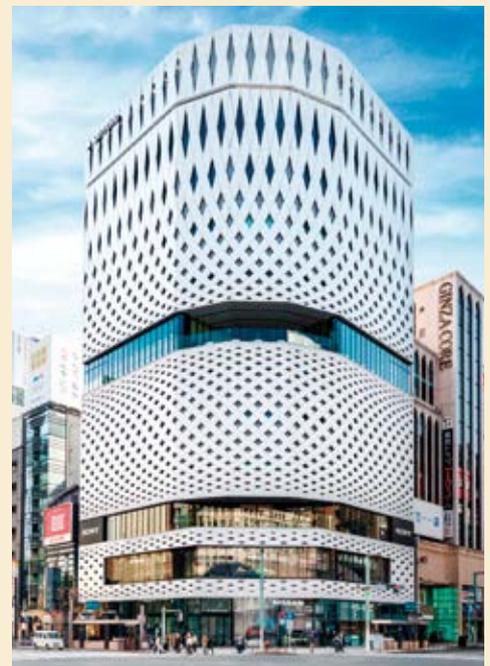


銀座に日本初のビヤホール「恵比寿ビヤホール」が開業し、2019年で120周年を迎えます。“これまでも”皆様に愛されてきたビヤホール文化を“これからも”“ひたむきに”発信していきます。

サッポロライオン 銀座ライオンビル  
総支配人  
金森 貴光

## 銀座の活性化と賑わいを創出

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。



## 特集2

パートナーと  
「協創する」気候変動によるリスクに  
大麦とホップの「育種」を  
通じて挑戦する

これまで、これからも、  
ビールのおいしさは  
大麦とホップの「育種」が支える

お客様によりおいしいビールをお届けしたい—サッポロビールはこうした想いを実現するため、創業当初から、大麦とホップ両方の「育種」に取り組んできました。育種は、品種の交配・選抜を長い年月にわたって繰り返す、非常に地道で手間のかかる取り組みです。大麦とホップの両方を育種し、サッポロビール独自の原料調達システム「協働契約栽培\*」でそれらを調達することで、お客様に「おいしさ」と「安全・安心」を提供しています。

開拓使麦酒醸造所から続くホップの育種・研究の成果の一つとして、今なお作付けされている優良品種「信州早生」種があります。病気に弱く栽培が難しいホップの育種・研究で培ったノウハウは、生産者への栽培指導でも発揮され、「協働契約栽培」を通じて良い原料の調達に役立っています。また、サッポロビールの育種技術がホップの危機を救ったこともあります。世界有数の品質を誇り、世界中でプレミアムビールなどに使用されている最高級のファインアロマホップ産地として知られるチェコのザーツ地方において、1970年ごろからウイルスによる影響で品質が低下し、収量が減少する事態が発生しました。サッポロビールは1989年から当地で技術指導を行い、ウイルスフリーの苗を作出して栽培し、その結果かつての優良



サッポロビールは2006年から大麦とホップの協働契約栽培を継続しています。

品質に蘇らせることに成功しました。その後1994年に同国内にV.F.Hunmuls社を設立し、ウイルスフリー苗の生産・販売を継続しています。

そして今、気候変動が引き金となり、異常気象に伴う農産物の病害や干ばつ、収量減などのリスクが高まる中、育種を通じたサッポロビールの挑戦は続きます。たとえば、大麦では収穫時期の降雨を原因とした「穂発芽」や「赤かび病」、「裂皮」への懸念が北海道などにおいて増加しています。栽培上、品質上のこうした課題に対して、サッポロビールは育種に関する知見やノウハウをもとに、農業性にも優れた高品質な品種開発を行うことで、解決を目指しています。また、大麦やホップの原料調達においては、産地を世界各地に分散化させることで、気候変動による影響を回避・低減させる体制をとっています。これからもおいしいビールとお客様の笑顔のために、気候変動が与える影響に対応しながら、育種からビールづくりに挑戦し続けていきます。

## 産学連携パートナーシップによる グローバル課題の解決へ

サッポロホールディングスは、地球的規模での食料・環境問題の解決に貢献するため、2017年7月に学校法人東京農業大学と包括連携協定を締結しました。

東京農業大学とはそれまでも、サッポロビールが学部レベルで大麦やホップの生産・利用法などで連携していましたが、学部から大学へ、サッポロビールからサッポロホールディングスへ関係を拡大したことを弾みに、食品や関連産業の活性化に貢献できる活動や、商品開発への支援を通じた国際協力活動などに積極的に取り組んでいます。

サッポログループはこうした産学連携によるパートナーシップも活用しながら、気候変動によるリスクへ真正面から立ち向かうとともに、リスクを機会に変え、安全・安心で高品質の原料調達と持続可能な生産活動へとつなげていきます。

## 東京農業大学オホーツクキャンパスと進める 共同研究・調査

東京農業大学とサッポロビールは現在、ホップの根系の発達が乾燥など水ストレスへの適応能力を高めているのではないかとという仮説を立てながら、根系発達の品種間差異について共同研究を進めています。

こうした取り組みを通じて、異常気象に伴う干ばつや多雨などの影響に対応できる品種の開発を目指しています。

\* 協働契約栽培は、お客様に「おいしさ」と「安全・安心」を提供するために、大麦・ホップの専門家である「フィールドマン(社員)」が、直接産地に赴いて生産者と直接協働する、サッポロビール独自の原料調達システムです。協働契約栽培の3つの柱は次のとおりです。

- (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) 当社と生産者の交流がされていること



包括連携協定締結式(左が東京農業大学の高野学長、右がサッポロホールディングス社長 尾賀)



東京農業大学オホーツクキャンパスの学生との共同研究

## SDGs への取り組みに対する第三者意見

今回評価対象としたテーマは「大麦・ホップの育種」です。このテーマに対する取り組み状況を、SDGs4つの目標(目標2「飢餓をゼロに」、目標13「気候変動に具体的な対策を」、目標14「海の豊かさを守ろう」および目標15「陸の豊かさを守ろう」)と関連の深い「SDGs達成に向けた日本への処方箋」61項目で評価しました。その結果、17項目がSDGsと紐づけができる取り組みと評価されました。

一方で、取り組みを一部工夫することで、SDGsとの紐づけがより明確化されると思われる項目がさらに9項目ありました。今後このテーマを推進する際に、SDGsとの関連性を考慮することで、活動がより持続可能なものとして展開できる潜在力が大きいと思われます。このように、さまざまな取り組みについてSDGsとの関連性評価を行うことで、より持続可能な活動として展開されることを期待したいと思います。



一般財団法人  
日本品質保証機構  
地球環境事業部 次長  
浅川 健一氏

\* 本第三者意見の目的は、サッポロホールディングス株式会社のSDGsに対する取り組み状況について、組織の体系的かつより良い取り組みの推進に向けた意見を提供することを目的としており、一般に公正妥当と認められる社会環境報告書などの作成基準に準拠して正確に測定、算出され、かつ事項が漏れなく表示されているかどうかについて判断した結論を表明するものではありません。

## 特集2 パートナーと「協創する」



# 「レモン」で 繋がる地域貢献

## 広島県の国産レモン振興に向けて

### レモン摂取による長期観察介入研究を開始

ポッカサッポロは、レモンの一大産地である広島県、広島県呉市、広島県大崎上島町と、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ています。その一環として、県立広島大学をはじめ地域の方々とともに、レモンに関するさまざまな取り組みを進めています。

大崎上島町においては、県立広島大学とともに、2018年5月より町民約500名に参加いただき、継続的なレモン摂取による健康状態を5年間にわたり調査しています。自治体、大学、企業が一体となって取り組む本研究を町民の健康に繋げ、レモンの健康価値を広くお伝えすることにより、健康寿命の伸長に貢献していきます。



ポッカサッポロによる「広島ゆたか農業協同組合業務提携」「大崎上島町包括協定」調印式



大崎上島町でポッカサッポロが開始したレモン栽培地

### 国産レモンの栽培を開始

ポッカサッポロは、国産レモンの生産振興を目的として、2019年4月より大崎上島町においてレモンの栽培を開始しました。

国内のレモン農家において、高齢化や後継者不足などの影響から生産や供給が不足しており、高まる需要に十分に対応できない現状を踏まえ、ポッカサッポロでは自らがレモンの栽培に携わることで、その課題を理解し農家の皆様とともに生産振興を進め、これまでも増して地域とともに農業環境づくりに取り組んでいきます。

### 「レモンメニューコンテスト in 大崎上島」実施

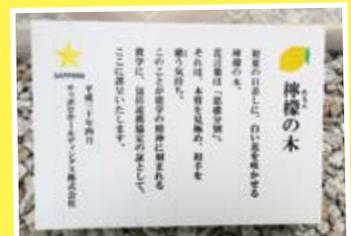
また、大崎上島町の町民を対象とした「レモンレシピコンテスト」を2018年9～12月に実施し、その受賞レシピを掲載した「広島のレモンレシピブック」を島の各家庭に配布。民泊など島を訪れた方にレモンの食を体感していただくことを通じて、レモン島の食文化を価値ある情報として全国に発信していきます。



レモンレシピブック

### 連携協定を結ぶ2大学へ レモンの木を贈呈

サッポロホールディングスは2019年4月、國學院大學渋谷キャンパスと東京農業大学稲花小学校にレモンの木を植樹しました。両学校法人とは包括連携協定を締結しており、レモネードスタンド企画の展開や適正飲酒セミナーの開催など、さまざまな取り組みを進めています。



國學院大學に設置されている「檸檬の木プレート」

## 創業の地「名古屋」のまちづくりを、 レモンを通じて応援

レモンを通じ創業の地ふるさとナゴヤのまちづくりを応援したいポッカサッポロは2018年12月、地域住民へ農と食のふれあいの学びと体験の場の提供の機会をより充実させたい(公財)名古屋市みどりの協会とともに、名古屋市守山区の東谷山フルーツパーク敷地内にレモン果樹園「ふるさとナゴヤレモン園」を新設し、共同運営をスタートさせました。今後、レモンの栽培・収穫体験学習や収穫したレモンの販売、料理メニューの提供、食育学習授業の開催などのイベントを予定しています。



ふるさとナゴヤレモン園

## LEMONADE STAND

### 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。

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サポートし、レモンを通じた小児がん支援をしています。



ポッカサッポロフード&ビバレッジ  
事業統括部 レモン食品事業部 課長代理  
一般社団法人レモネードスタンド普及協会  
代表理事

武田 更加



特集2 パートナーと「協創する」

# 社会課題を解決し、 人々の生活に豊かさをもたらす 次世代『酒』『食』『飲』事業の創造

## Business Contest

ビジネスコンテスト

### スタートアップ企業との共創により、 長期経営ビジョンの実現に向けた 新たな成長機会の創造へ

サッポロホールディングスは、チャレンジングなオープンイノベーションプログラム「スタートアップ共創型ビジネスコンテスト」を実施しています。スタートアップ企業との共創により、アイデア創出から事業化まで一気通貫した取り組みを進めることで、長期経営ビジョンの実現に向けたグループの新たな成長機会を創出していきます。

コンテストのメインテーマは、「社会課題を解決する次世代『酒』『食』『飲』事業の創造」です。原料調達から製造、物流などすべてのバリューチェーンで新事業の可能性を模索します。また、製品にとどまらず、食を楽しむ空間づくりなど、外食や不動産事業を持つサッポログループならではの強みを活かした事業開発を目指します。(株)サムライインキュベートと共同で実施しています。

社内公募で選出されたサッポログループ社員20名とスタートアップ企業で構成する10チームが、2019年2月にアイデアブラッシュアップを実施しました。審査員として、サッポロホールディングスの尾賀社長、征矢常務取締役、福原取締役をはじめとした役員5名、外部から5名、合計10名による選考の結果、事業化が有望と考えられるアイデアを創出した5チームが事業プランニングを開始することになりました。

このビジネスコンテストを通じて、サッポログループの経営理念である「潤いを創造し 豊かさに貢献する」の実現を目指すとともに、社会課題解決のため、新たな可能性に挑戦するチャレンジングな人財の育成に取り組めます。



株式会社サムライインキュベート  
執行役員 Enterprise Group  
成瀬 功一さん

サッポロホールディングス  
戦略企画部 シニアマネージャー  
末田 朋大



# 「こんなビール、できたらいいな」 という空想を実現し、 特別なビールを仲間とシェア

## 本格的なユーザーイノベーションによる 価値創造を目指した次世代サービス 「HOPPIN' GARAGE」

サッポロビールは2018年10月、CtoCコミュニティを活用し、本格的なユーザーイノベーションによる価値創造を目指した次世代サービス「HOPPIN' GARAGE」を立ち上げました。一般消費者から募った斬新なアイデアをもとに極小ロットでビールをつくり、コミュニティ内のユーザー評価や市場性を踏まえて実際に商品化することまでを最終目的とし、ユーザーイノベーションから生まれたビールブランドとして世に送り出していきます。

「HOPPIN' GARAGE」の運営にあたり、「CtoC」「シェア」「リアル体験」といった消費者行動の潮流を踏まえ、食コミュニティ運営で急成長中のスタートアップ企業である(株)キッチハイクと業務提携しました。ひとりのビール好きの頭の中にあるとんでもないアイデアを見出し、サッポロビールのモノづくりによって多くのお客様にビールの楽しさを味わっていただきたい、そんな思いを含め、ビールづくりの新たな時代を切り拓いていきます。

サッポロビールは、当サービスを起点にお客様にもっと近づくことで、当社の商品開発力やコミュニケーション力の強化に繋げ、さらなる企業価値の向上を目指していきます。



株式会社キッチハイク  
COO／共同代表  
山本 雅也 さん

サッポロビール  
マーケティング開発部 マネージャー  
土代 裕也



## 「HOPPIN' GARAGE」が提供するサービス内容

### 1 自分が飲みたい世界にたったひとつのビールをつくり、仲間とシェアできる

- Step.1 自分が飲みたいビールの企画アイデアをHOPPIN' GARAGEサイト上で応募。
- Step.2 厳正な審査を経てアイデアが採用されると、レビューとの開発ミーティングを実施。約2ヶ月後、特別なビールが完成。
- Step.3 HOPPIN' GARAGEコミュニティページ上でイベントを立ち上げ、参加した仲間と乾杯してお祝い!
- Step.4 イベントでの評判が良ければ、その後実際に商品として発売されるかもしれません。

### 2 ビール好きが集まるイベントに参加できる

HOPPIN' GARAGEのコミュニティページ上に掲載されているビールイベントに参加できます(有料)。オリジナルビールのお披露目会以外にも料理とビールのマリアージュを楽しむ会や、ふらっと立ち寄れる立ち飲み会など、さまざまなイベントが開催中です。

### 3 自分でビールイベントを開催できる

「お気に入りのピヤバブにビール好きを集めて盛り上げたい!」「自分が手に入れたお気に入りのビールをみんなにも飲んでもらいたい!」—そんなビール好きのワガママを叶えるイベントを簡単に開催することができます。



HOPPIN' GARAGE (ホッピングガレージ)  
<https://www.hoppin-garage.com/>



ブランドを「体感していただく」

# ブランドを通じて世界と繋がる サッポログループ

## EUROPE

オランダ

1

1 SAPPORO EUROPE B.V.

事業内容：欧州全域での酒類販売



## ASIA OCEANIA

ベトナム

2 SAPPORO VIETNAM LTD.

事業内容：ビールの製造・販売



シンガポール

3 POKKA CORPORATION (SINGAPORE) PTE. LTD.

事業内容：飲料水の製造・販売



5 POKKA INTERNATIONAL PTE. LTD.

事業内容：飲料水の販売・マーケティング

3 SAPPORO LION (SINGAPORE) PTE. LTD.

事業内容：飲食店の運営



マレーシア

4 POKKA (MALAYSIA) SDN. BHD.

事業内容：飲料水の受託生産



4 POKKA ACE (M) SDN. BHD.

事業内容：飲料水の受託生産

### カナダ

#### 5 SLEEMAN BREWERIES LTD.

事業内容：ビールの製造・販売



6 7

5

7

8

# NORTH AMERICA

### アメリカ

#### 6 ANCHOR BREWING COMPANY, LLC

事業内容：ビールの製造・販売

#### 7 SAPPORO U.S.A., INC.

事業内容：ビールの販売

#### 8 COUNTRY PURE FOODS, INC.

事業内容：チルド飲料の製造・販売、受託生産



ブランドを「体感していただく」

ブランドを「体感していただく」

# サッポログループのブランドを体感していただける施設



\* 詳しくは、サッポロホールディングスWebサイト「サッポログループの見学・商業施設」をご覧ください。  
[https://www.sapporoholdings.jp/company/tour\\_facility/](https://www.sapporoholdings.jp/company/tour_facility/)



## ● 酒類事業

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  
 サッポロフィールドマーケティング株式会社  
 株式会社新星苑  
 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 EUROPE B.V.  
 SAPPORO U.S.A., INC.  
 ANCHOR BREWING COMPANY, LLC  
 SAPPORO CANADA INC.  
 SLEEMAN BREWERIES LTD.  
 SLEEMAN BREWING COMPANY USA INC.  
 SAPPORO ASIA PRIVATE LTD.  
 SAPPORO VIETNAM LTD.  
 SAPPORO VIETNAM DISTRIBUTION QUEBEC LTD.  
 SAPPORO LION(SINGAPORE) PTE. LTD.  
 京葉ユーティリティ株式会社

## ● 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  
 スタービバレッジサービス株式会社  
 沖縄サンポッカ株式会社  
 磐田ポッカ食品株式会社  
 沖縄ポッカ食品株式会社  
 ヤスマ株式会社  
 神州一味噌株式会社  
 POKKA CORPORATION(SINGAPORE) PTE. LTD.  
 POKKA INTERNATIONAL PTE. LTD.  
 POKKA ACE(M)SDN. BHD.  
 POKKA(MALAYSIA)SDN. BHD.  
 COUNTRY PURE FOODS, INC.

## ● 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  
 サッポロウエルネスラボ株式会社

## コーポレートデータ (2018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	53,887百万円
事業年度	1月1日から12月31日まで
従業員数	連結：7,904名 単体：195名

### ● 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。

コーポレートサイト

<https://www.sapporoholdings.jp/>

CSR

<https://www.sapporoholdings.jp/csr/>



本冊子の感想を  
お寄せください。





**サッポロホールディングス株式会社**  
〒150-8522 東京都渋谷区恵比寿四丁目20番1号  
<https://www.sapporoholdings.jp/>



Printed in Japan