



SAPPORO

サッポログループ
CSRレポート 2011



編集方針

サッポログループでは、サッポロビール（株）が1998年にはじめて発行して以来、毎年環境レポート（2004年からは社会・環境レポート）を発行してきました。2006年からは、より幅広い分野での「CSR（企業の社会的責任）」を報告すべく、「CSRレポート」として発行しています。

本レポートでは、サッポログループのルーツのひとつであるビヤホール文化を中心にCSRの原点を振り返り、「ものづくりやサービスの品質」「環境保全の取り組み」「北海道との協働」「次世代エネルギー開発」など、本業にかかわる社会的な問題に対する活動を集めて取り上げました。

CSRとは

Corporate Social Responsibilityの略で、企業が社会の一員として果たすべき責任のことです。

報告対象組織

サッポロホールディングス（株）が発行主体となり、主たる国内事業会社4社（サッポロビール（株）、サッポロ飲料（株）、（株）サッポロライオン、恵比寿ガーデンプレイス（株））の情報を記載し、できるだけグループ全体で開示するよう努めました。なお、「国際酒類事業」を統括するサッポロインターナショナル（株）については、主要な事業拠点が海外にあることなどから、各種データの収集対象としていません。

対象報告期間

本レポートで報告した内容は、基本的に2010年1月1日～12月31日を対象としており、事業概要は2010年12月31日現在のものです。

参考にしたガイドライン

主に環境省の「環境報告ガイドライン（2007年版）」を参考とし、GRIの「サステナビリティレポートガイドライン第3版」および「環境配慮促進法（2004年）」なども参照しています。

免責事項

本レポートには、サッポログループの過去と現在の事実だけでなく、発行日時点における計画や見通し、経営方針・経営戦略にもとづいた将来予測が含まれています。この将来予測は、記述した時点で入手できた情報にもとづいた仮定ないし判断であり、諸与件の変化によって、将来の事業活動の結果や事象が予測とは異なったものとなる可能性があります。読者の皆様には、以上をご了承いただきますようお願いいたします。



本レポートは風力発電(6,000kWh) でつくられたグリーン電力を使って印刷しています。
グリーン電力の電源「石狩市民風車」http://www.energygreen.co.jp/about_ishikari.htm
写真提供：北海道グリーンファンド

目次



特集 1

おいしさへのこだわりを原点に、
ものづくり品質を追求

お客様の喜びを糧に、街・店・人を育てて

特集 2

サッポロビールの環境への取組み

特集 3

創業の地北海道とともに

特集 4

非食糧原料でつくる次世代エネルギー

編集方針	1
目次	2
トップメッセージ	3
サッポログループCSRの原点	5
サッポログループの概要	9
特集 1 おいしさへのこだわりを原点に、 ものづくり品質を追求	11
お客様の喜びを糧に、街・店・人を育てて	15
特集 2 サッポロビールの環境への取組み	17
特集 3 創業の地北海道とともに	21
特集 4 非食糧原料でつくる次世代エネルギー	25
■ お客様のために	27
■ 従業員のために	33
■ サプライヤーのために	37
■ 株主様のために	39
■ 地域・社会のために	41
■ 地球環境のために	43
■ 持続的な企業価値向上のために	55

アンケートにご協力ください

本レポートをご一読いただき、皆様から忌憚のないご意見、ご感想をいただければ幸いです。添付のアンケート用紙にご記入ください。アンケートにお答えいただいた御礼として、レトロポスター複製絵はがきセットか「北限のブナ林再生・保全プロジェクト」(39ページ参照)への寄付のどちらかをお選びいただけます。詳しくは添付のアンケート用紙をご覧ください。

ホームページの活用について

サッポログループは、情報開示にあたり、本レポートのほかにホームページを活用しています。

サッポロホールディングス(株)のホームページには、本レポートの記載内容に加え、より詳細な情報を掲載しています。(2011年6月公開予定)

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

自分たちの力を信じて 進むことこそ企業力

サッポログループ経営理念

『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」

メモリアルイヤーを振り返る

2009年、2010年はともに私たちにとって多くの区切りを迎えた年でした。2009年は「シトロン」発売から100年、サッポロライオンが創業110年、2010年は「エビスビール」生誕120周年記念ということで、「恵比寿ガーデンプレイス」に「エビスビール記念館」もオープンしました。

グループ全体としてはすでに130年を超えましたが、130年の間に多様な技術や経験の積み重ねと同時に、古い体質、いわば垢のようなものも知らず知らずのうちに溜まっていました。それをそぎ落とすことが体質改善、体質強化につながると考え、ここ数年さまざまな形で取り組みを行いました。簡単なことではありませんでしたが、2010年それに目処が立ちました。足

場が固まり、地力もつけて本格的に飛躍する環境が整い、いよいよ攻勢に転じるようになったのです。おかげさまで業績面では目標をほぼ達成し、2011年はさらに大きく成長する年になると考えています。

2年目「恵比寿麦酒祭」の成功と発展

2009年にはじめて開催して、ご好評をいただいた「恵比寿麦酒祭」は、2010年も9月に5日間実施し、おかげさまで成功裡に終わることができました。このイベントは私たちの手づくりで、ビールのおいしさ、楽しさをお客様に感じていただくとはじめました。お客様だけでなく、運営しているサッポログループのスタッフたちにとっても、お客様との直接的な触れ合いの経験が財産になります。サッポロのDNAの素

晴らしさを社員たちも再認識する大事な催事ですので、長く続けていくつもりです。

点から線、線から面、立体への展開

2007年、私たちは長期経営方針「サッポログループ新経営構想」を発表しました。そのなかで基本戦略として挙げているのが2つの柱「食品価値創造事業」と「快適空間創造事業」です。サッポログループは、やはり食品の開発、創造が本業ですので、今後は本来の食品価値創造事業にさらに力を注ぎます。食品事業での酒類、飲料以外での新しい価値創造につながる展開も考えています。一昨年は(株)ポッカコーポレーションや丸大食品グループと、昨年は協同乳業(株)と業務提携をしました。今の時点でそれらは点でしかありませんが、この点を線に、さらに線から面に、そして三次元へと発展させます。それによって私たちのビジネスに新しい面、新しい立体が生まれる、それが2011年です。





代表取締役会長 村上 隆男

代表取締役社長 兼 グループCEO 上條 努

グローバル展開

グローバル展開の一環として、ベトナムのビール工場が2011年に竣工する予定です。ビールの現地生産・出荷だけがメリットではありません。これまでは日本に足を置きながらベトナムやタイ、カンボジアなどを見てきましたが、今後は現地の視点でそれらの国々を見ることが出来ます。当然見える風景も、入る情報の質も変わってくるはずですが、また流通経路も今までは業務用でしたが、(株)ポッカコーポレーションの経路で家庭用の展開ができるようになります。これらのことで必ず新しい可能性が生まれてくると私たちは確信しています。

北米市場も順調で、生産が追いつかなくなってきたり、2011年は生産部門の強化が喫緊の課題といえます。

私たちは「サッポロ」が世界市場で信頼されるブランドになるためには、何よりも日本でのブランド力の確立が重要だと認識しています。品質への信頼に裏づけられた大きな存在感こそが、その基盤になると考えているからです。

「ふるさとのために、何が出来るだろう」

今私たちは、北海道庁、大学、地方自治体などと共同で、私たちのふるさとである北海道に対して何が出来るかを考えるプロジェクトを推進しています。2010年にはじめて実施した「恵比寿ガーデンプレイス」での「北海道はうまい! 北の大収穫祭」もひとつの成果です。

私たちは、札幌に2,000人ほどしか住んでいなかった頃からその地にビール工場をつくりました。大地が生み出す自然の恵みに感謝しつつ、これからもふるさとである北海道と、そこに暮らす方々と一緒に、もっと北海道を元気にしたい。北海道が元気になることで、日本、そして世界がより元気になることを望んでいます。

技術力に裏づけられた自信こそが財産

CSR活動というのは、新しいことに次々と手をつけるのではなく、むしろ変わらないことに力を注ぐものであると私たちは考えます。それを支えるのは、その企業が生

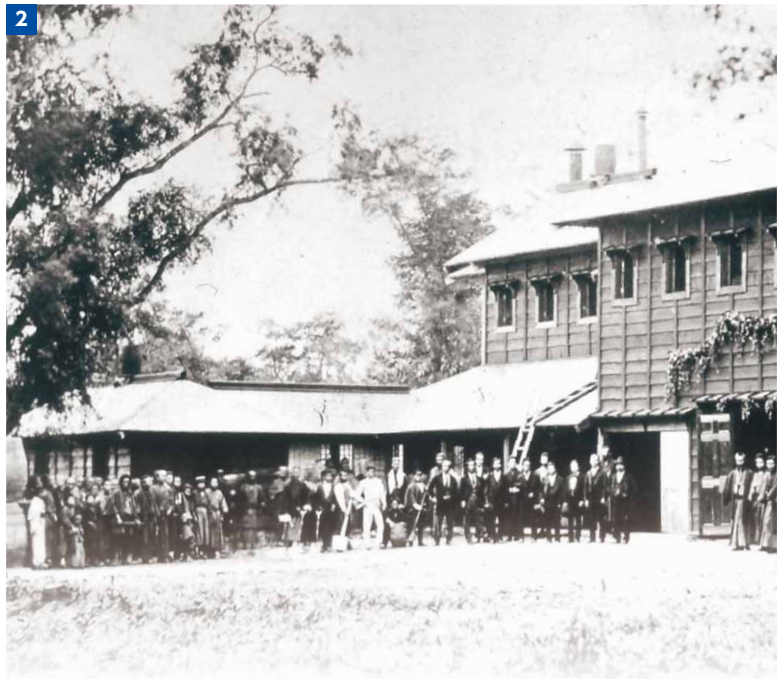
まれもっているDNA、企業文化であり、私たちがいえば130年間変わらずにおいしいビールをつくり続けられる技術力こそがDNAです。新しい価値を創造するためにもこの技術力は必須です。私たちは自分たちのDNAをしっかりと認識し、自信にすること。それが企業の発展と社会貢献のためにも絶対的に重要なポイントです。2011年3月末から上條社長のもとで新体制がはじまり、ますます成長を加速させる段階にシフトしますが、このDNAは変わることなく引き継がれ、グループ各社が自立したたくましさをもつ「存在感のあるサッポログループ」として前進していくことを確信しています。

サッポロホールディングス株式会社
代表取締役会長

村上隆男

開拓使ビールの生みの親

開拓使の決定をくつがえし、ビール醸造所の建設地を東京から札幌に変更したのは村橋久成でした。村橋は薩摩藩の名家の出で、1865(慶応元)年に藩が英国に派遣した留学生の一人でもありました。村橋は、醸造技師中川清兵衛の体験からビールづくりにおける氷の大切さを知り、その確保とともに北海道の勸農、勸業が目的のビール醸造ならば、北海道にビール醸造所を建設すべきと考え、建設予定地の変更を上申。黒田清隆長官らの決裁を得ることに成功したのです。



サッポログループ CSRの原点

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。

外国人教師を喜ばせた開拓使ビール



3

当時のビールの原料の使用量やアルコール度数などが記されたレシピが残っています。それによると、麦芽100%でホップがやや多めに使われており、苦みの少し強いコクのある本格的なドイツビールだったといえます。

札幌農学校の外国人教師ペンハローは、開拓使の依頼でビールを試飲し、その品質についてこう評しています。「ビールの色は鮮麗で光り輝いているが、やがて赤みを帯び、若干の時間がたつと泡が徐々に上昇する。苦みもよいし、何よりも2回にわたって覚える芳香は最も愉快である」



ホップ研究のパイオニア

サッポロビールは開拓使麦酒醸造所の時代からホップの育種・研究を行ってきました。そのひとつの成果が「信州早生」種。誕生は1910（明治43）年と古く、今日もなお作付けされている優良品種です。ホップは病気に弱く栽培が難しい植物ですが、こうして培ったサッポロビールのノウハウが生産者への栽培指導でも発揮され、よい原料の調達に活かされ続けています。

1 村橋久成

2 1876（明治9）年「開拓使麦酒醸造所」開業式での記念写真

3 1878（明治11）年の冷製「札幌ビール」ラベル

4 上富良野ホップ乾燥所 1941（昭和16）年頃

活動の原点は創業時の“思い”

すべては「おいしいビールづくり」から

サッポロビールは、1876（明治9）年、開拓使麦酒醸造所として創業しました。舶来ビールが主流だった明治初頭において、日本人によるビールの国産化を図る官営事業としてのスタートでした。事業の開始当初から、ビールの本場ドイツで修業した日本人醸造技師のもと、低温で長い時間をかけて熟成させるドイツ式淡色ビールをめざしました。この淡色ビールの生産に、寒冷な札幌はまさに最適でした。また、「よい原料がよい品質のビールをつくる」と考え、北海道産の大麦とホップの試験栽培に挑戦。1880（明治13）年から指定した農家に栽培を委託しました。これにより地域の勤農を促すとともに、現在サッポロビールが進める「協働契約栽培」の起源ともなりました。

地域とともに原料にこだわり、おいしいビールで人々に喜んでいただきたい。こうした創業時の“思い”こそが、サッポログループの“品質へのこだわり”をもたらし、その後の品質をはじめとするさまざまな取組みの原点となっています。



サッポロビール博物館 1890（明治23）年に製糖工場として建設、1905（明治38）年から1963（昭和38）年までは製麦工場として使用

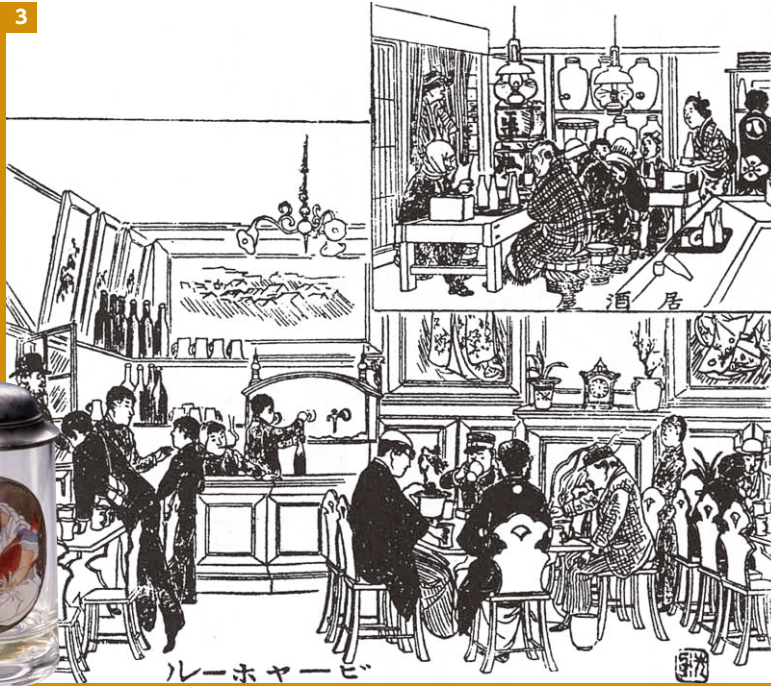
出来立て生ビールを味わってほしい

「恵比寿ビール Beer Hall」の生みの親は、日本麦酒社長の馬越恭平です。卓越した販売戦略で日本麦酒の業績を急上昇させ、後に「東洋のビール王」とも称された人でした。

ビヤホール開業の狙いは、もっぱら「恵比寿ビール」の宣伝にありました。馬越のアイデアは見事に的中し、1日1,000ℓも販売する日もあり、大盛況でした。

人々が集う空間づくりへのこだわり

店内はわずか40坪でしたが、入口左側にカウンターを設け、ニッケル製のスタンドを設置、床はリノリウム張りや当時としては斬新な装いでした。ビールはガラス製ジョッキ半ℓで10銭。初日225ℓ、2日目245ℓ、3日目450ℓを売るほど好調で、評判を聞きつけた遠方からのお客様も多く、新しいもの好きの江戸っ子の人気を集めました。



① 馬越恭平 ② 「恵比寿ビール」のジョッキ ③ 「東京風俗志」に描かれた「恵比寿ビール Beer Hall」

いつもお客様に喜ばれる存在であるために

「おいしいビール」とともに喜びや感動が生まれる場を

1899（明治32）年8月、現在の東京都中央区銀座八丁目に日本で最初のビヤホールが誕生しました。これがサッポロライオンのルーツ「恵比寿ビール Beer Hall」です。時あたかも諸外国との不平等条約が改正され、その記念祝賀会が翌日に行われるという社会に高揚感がただよوناかでの船出でした。日清戦争終結の頃から、ビールはハイカラな飲み物として都市部で普及していましたが、「恵比寿ビール Beer Hall」の登場は社会の有り様をも変えるものでした。当時の新聞は、「貴賤高下の隔ては更に無い。・・フロックコートと兵服と相接して、共に泡だつビールを口にし、やがて飲み去って共に微笑する處」と評しました。「恵比寿ビール Beer Hall」は、四民平等のもとに飲食を楽しむ新しい文化の象徴だったのです。

ビヤホールが誕生してから現在まで、「おいしいビール」を提供するその場には、毎日通ってくださるファンの方々をはじめたくさんのお客様が集います。私たちはビヤホールを生み出した企業として、いつの時代も変わらず、人々に喜びや感動をお届けする新しい飲食シーンを発信していきます。



ライオン狸小路店 1955（昭和30）年

4

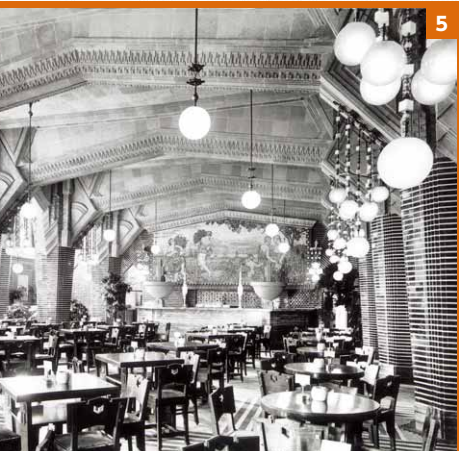
“不人気なつまみ”の改善策は!?

開店1週目から好調な売り上げを記録したビヤホールでしたが、お客様の不満がひとつありました。当初のつまみは西洋に倣いスライスした大根だけ。ラディッシュのつもりでしたが、これに手をつける人が少なかったのです。その後、フキやエビの佃煮を出したところ大いに受けたといいます。

4

“不人気なつまみ”の改善策は!?

開店1週目から好調な売り上げを記録したビヤホールでしたが、お客様の不満がひとつありました。当初のつまみは西洋に倣いスライスした大根だけ。ラディッシュのつもりでしたが、これに手をつける人が少なかったのです。その後、フキやエビの佃煮を出したところ大いに受けたといいます。



[4] ビヤホールの人気を伝える新聞記事 1899 (明治32)年9月4日付「中央新聞」 ライオン銀座七丁目店 [5] 竣工当時 [6] 1980 (昭和55)年 [7] ビヤガーデン 1951 (昭和26)年

皆様とともに未来を考え、ともに歩んでいきます

生活のさまざまな場面で喜びを提供するグループとして

創業以来130年以上にわたり、サッポログループはビール文化の創出を核に、さまざまな分野へと事業のすそ野を広げてきました。今日では、酒類はもとより、飲料、外食、不動産など、多様な事業を展開する企業集団へと成長しています。それぞれの事業においてサッポログループは、人々の暮らしに深くかかわり、お客様に喜んでいただける商品・サービスを開発し提供するとともに、時代時代の社会からの要請に誠実に応えてきました。

これからも私たちサッポログループは、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、社会から信頼され、そして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。



ライオン銀座七丁目店 (現在)

サッポログループの概要

(2010年12月31日現在、代表者名は2011年3月30日現在)

「安全・安心・健康」をキーワードに、幅広く「食」の分野でお客様が望まれる価値を提供する「食品価値創造事業」。

飲食店舗・商業施設・オフィスビル・住宅などの街づくり全体で、豊かな時間を過ごすことができる

快適な空間を提供する「快適空間創造事業」。

サッポログループはこの2つの事業ドメインにおいて、グループの資産・強みを活かした事業を展開しています。

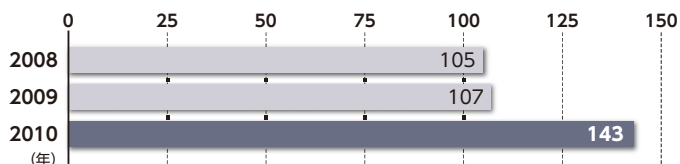
サッポロホールディングス株式会社

設立	1949 (昭和24)年9月1日
創業	1876 (明治9)年
本社	東京都渋谷区恵比寿四丁目20番1号
代表者	代表取締役社長兼グループCEO: 上條 努
事業概要	持株会社(グループの経営戦略の策定、管理)
資本金	53,886百万円
発行済株式数	393,971千株

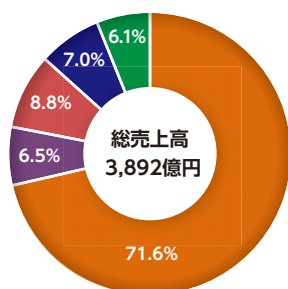
サッポログループ連結売上高 (億円)



サッポログループ連結経常利益 (億円)



セグメント別売上高構成比



国内酒類事業	2,788 億円
国際酒類事業	253 億円
飲料・食品事業	344 億円
外食事業	270 億円
不動産事業	235 億円

(億円未満切捨)

食品価値創造事業

国内酒類事業

1876 (明治9) 年開拓使麦酒醸造所の設立以来、培ってきた品質にこだわるさまざまな企業活動を基盤に、ビール事業を中心とした、焼酎、ワイン、チューハイ、カクテルなどの酒類事業を展開。「お客様感動No.1」企業の実現に向け、「乾杯をもっとおいしく。」のメッセージのもと、サッポロならではの独自の価値をもつ商品・サービスを提案。

国際酒類事業

米国の販売会社「Sapporo U.S.A.,Inc.」と、2006年10月にグループ会社となったカナダ第3位のビールメーカー「Sleeman Breweries Ltd.」、ベトナム事業参入のために新たに設立した合弁会社「Sapporo Vietnam Ltd.」を主な拠点として、海外における酒類事業を展開。

飲料事業

清涼飲料水の製造販売。「すべての笑顔のために。限りない情熱で記憶に残るおいしさを。」の経営ビジョンのもと、お客様に「また飲みたい」と言ってもらえるような、長く愛される清涼飲料水の開発・ブランドの育成を推進。

食品事業

「新しく、楽しく、そして自然な食生活を」を基本テーマに、サッポロファインフーズの“油で揚げていない”新世代ポテトチップス「ポテかるっ」、丸大食品(株)との合弁会社安曇野食品工場の「EMIAL (エミアル)」ブランドのデザート、ヨーグルト、チルドカップ飲料などを販売。

外食事業

1899 (明治32) 年、東京銀座にわが国初のピヤホールを開店して以来、外食産業界のパイオニアとして各種飲食店を経営。おいしい生ビールとともに、「安全・安心、本物志向」をテーマにしたメニュー、思い出に残るサービスを提供。

不動産事業

不動産の賃貸・管理・運営・開発。「恵比寿ガーデンプレイス」と「サッポロファクトリー」の2つの複合施設およびオフィスビルなどの運営のほか、不動産開発事業を積極的に展開。

快適空間創造事業



サッポロビール株式会社

設 立 2003 (平成15)年7月1日
本 社 東京都渋谷区恵比寿四丁目20番1号
代 表 者 代表取締役社長: 寺坂 史明
資 本 金 10,000百万円
事 業 場 地区本部 9、工場 7、研究所 1



サッポロインターナショナル株式会社

設 立 2006 (平成18)年12月30日
本 社 東京都渋谷区恵比寿四丁目20番1号
代 表 者 代表取締役社長: 持田 佳行
資 本 金 15,503百万円



サッポロ飲料株式会社

設 立 1993 (平成5)年1月7日
本 社 東京都渋谷区恵比寿四丁目20番1号
代 表 者 代表取締役社長: 上條 努
資 本 金 3,500百万円



サッポロフーズネット株式会社

設 立 2008 (平成20)年7月1日
本 社 東京都渋谷区恵比寿四丁目20番1号
代 表 者 代表取締役社長: 橋本 征利
資 本 金 486百万円



株式会社サッポロライオン

設 立 1949 (昭和24)年9月1日
本 社 東京都中央区日本橋本町二丁目6番3号
 (本店事務所)
代 表 者 代表取締役社長: 山崎 範夫
資 本 金 4,878百万円



恵比寿ガーデンプレイス株式会社

設 立 1988 (昭和63)年6月28日
本 社 東京都渋谷区恵比寿四丁目20番3号
代 表 者 代表取締役社長: 牛尾 和夫
資 本 金 2,080百万円

おいしさへのこだわりを原点に、ものづくり品質を追求

研究・商品開発

ビールをさらにおいしくするために

北海道の開拓使にはじまるサッポロビールの130余年の歴史は、ビールのおいしさにこだわった研究開発の歴史でもあります。おいしさを追求する独自の取組み事例をご紹介します。

★ 泡にこだわった研究者の思い



「泡にこだわったおいしい商品をつくりたい」という研究担当者の思い。それを実現するためには、数多くの原料や製造条件から最適な組み合わせを見つけ出すことが必要です。サッポロビールの研究所では、長年にわたるねばり強い探索の結果、いくつかの製法の候補に到達することができました。

そして、工場規模で実現していくために試行錯誤を繰り返しながら、きれいな泡を長持ちさせるサッポロ独自の「クリーミーテイスト製法」に結実しました。

クリーミーテイスト製法での商品化

2010年に全国発売された新ジャンル「サッポロ クリーミーホワイト」。“白くクリーミーな泡”を楽しんでいただきたいの思いから、缶デザインにグラスへの注ぎ方を加えました。



★ 「のど越し感」を数値化する

「のど越し感」はビールの満足感を決める重要な要素のひとつで、人間の五感で判定します。しかし、どうしても五感の判定では限界があるため、その先にあるものをなんとか数値化して、少しでもおいしいビールを提供できないか

との思いから、のど越しの科学的な解明に挑戦することになりました。ビールを飲み込むときにのどで起きる変化を、のど仏や筋肉の動きに注目して、3種類のセンサーで計測する「のど越しセンサー」を新潟大学と共同で完成させ、のど越しを定量的に捉えることに成功しました。

★ ビールの老化を防ぐフレッシュキープ製法

ビールの新鮮さを損なう大きな要因である「酸化」を少しでも減らしたい。世界中のビール会社が工夫を重ね、容器に詰める段階での改良は尽くされたかにも見えました。

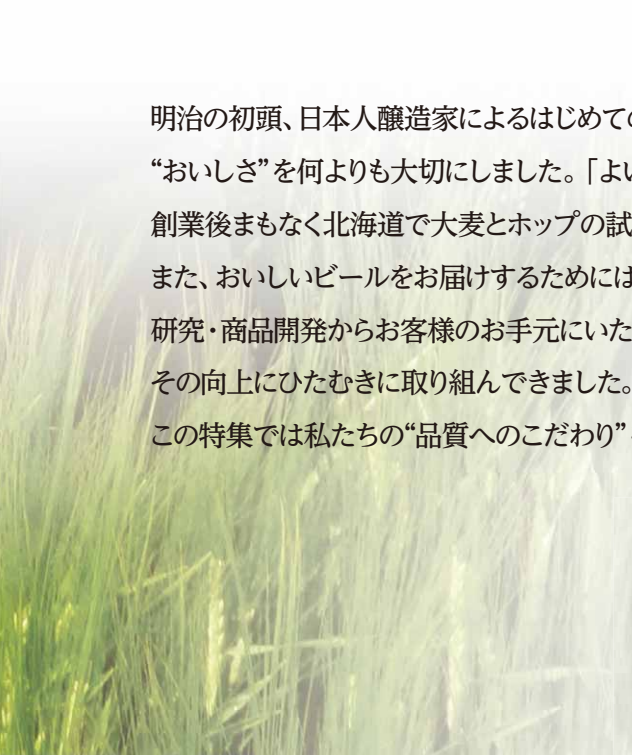
さらにビールをおいしくするために、ほかにできることはないか。ビールの酸化メカニズムを解明する研究のすえにたどり着いたのは、原料由来の天然の抗酸化成分を壊すことなく、ビールにまで移行させることでした。この発見は仕込などすべての工程で酸素との接触を極限まで減らす「フレッシュキープ製法」として、ビール製造の常識を変革。さらに、すべての工場における製造工程や設備の見直しへとつながりました。



製造工程の見直し

仕込槽と釜の間での原料の移しかえにおいて、酸素を極力巻き込まない方法に改善した事例。

明治の初頭、日本人醸造家によるはじめての本格的なビール会社として誕生したサッポロビールは、“おいしさ”を何よりも大切にしました。「よい原料がよい品質のおいしいビールをつくる」との信念から、創業後まもなく北海道で大麦とホップの試験栽培に挑戦。現在の「協働契約栽培」の原点ともなりました。また、おいしいビールをお届けするためには、原料づくりはもとより研究・商品開発からお客様のお手元にいたるまで、全段階における品質が重要であると考え、その向上にひたむきに取り組んできました。この特集では私たちの“品質へのこだわり”をさまざまな事例を通してご紹介します。



原材料調達

いい原料だけがおいしいビールをつくる



「のど越しセンサー」

私たちは開拓使麦酒醸造所の時代から、徹底して原料にこだわってきました。おいしさのためには、単によい原料を選ぶという行為に留まらず、自ら育種に取り組み、世界各地の畑に出かけて生産者とともに原料を育てるということまで行っているのです。

★ 大麦とホップの両方を育種

サッポロビールは1876（明治9）年の創業以来、大麦とホップの「育種」に取り組んできました。よりよい品質を求めて交配・選抜を繰り返し、長い年月をかけて行う手間のかかる取り組みで、大麦とホップの両方を育種しているビールメーカーは世界にもほとんどありません。



アメリカ醸造化学者学会で最優秀賞受賞
「のど越しセンサー」の開発に対して、醸造学の世界的な権威であるアメリカ醸造化学者学会から2010年度の最優秀賞である「エリック・ニーン記念賞」が授与されました。

★ 麦芽とホップはすべて協働契約栽培

サッポロビールは2006年1月、麦芽とホップの100%協働契約栽培化を実現しました。「協働契約栽培」とは、① 産地、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を三本柱とした、世界でも類を見ない独自の原料調達システムです。

★ あなたの大麦・ホップが欲しいのです

世界9か国・約2,300軒の「協働契約栽培」生産者に、フィールドマンと呼ばれる15名の原料の専門家が直接足を運びます。フィールドマンは、播種・耕作前、収穫前、収穫後など、毎年すべての産地に出向いて現地を視察し、生産者とのミーティングを重ねます。生産者にサッポロビールが求める原料品質を理解してもらうことからはじめ、品種の選定から栽培方法、肥料・農薬の使用法、倉庫の管理状況にいたるまで、細部にわたって一緒に取り組んでいます。お互いを尊敬する心と信頼関係の積み重ねがあってはじめて、安全・安心で高品質な原料をつくり上げることができるのです。



左からフィールドマン、生産者、品質保証担当者

フィールドマン活動を客観的に検証

協働契約栽培という「しくみ」を支えるのはフィールドマンという「人」です。現地生産者とのミーティングなど、「人」の活動に焦点をあてて、信頼関係の構築に努めてきました。さらに、2010年から現地訪問に品質保証部も加わり、より客観的にしくみを検証することで、取り組みの向上をめざしています。



国内外での高い評価

「フレッシュキープ製法」は、理論面的研究において、1995年度アメリカ醸造化学者学会で「エリック・ニーン記念賞」を日本ではじめて受賞。また、研究開発と実用化を進めたことに対して、日本農芸化学会2000年度大会にて、「日本農芸化学技術賞」を受賞しています。

おいしいビールを安定的に製造するうえで、設備や品質管理は極めて重要です。サッポロビールでは、品質マネジメントシステムの国際標準規格ISO9001にもとづき、HACCPも参考にした食品衛生管理のしくみを構築しています。そして、その設備やしくみを運用するのは人です。高い品質管理マインドをもった人を育てる地道な取組みも、安全な製品づくりには重要であると考えています。ここでは、そうした取組みの一端をご紹介します。



製造

「当たりまえ」の徹底が、品質管理マインドを高める

5S

整理、整頓、清掃、清潔、躰
そのローマ字表記の頭文字をとったもの

★ まずは「整理」「整頓」「清掃」が基本中の基本

製造現場をはじめとする工場の各部門では、トラブル防止を強く意識し、徹底した「整理・整頓」に努めています。工具はもとより微細な部品にいたるまで、決められた保管場所にきちんと整理・整頓されていれば、「いつもと違うこと」が一目でわかり、紛失や製品事故につながる「異常」にもすぐに気づくことができます。

また、「整理・整頓」とともに「清掃」を徹底することは、製造現場の隅々にまで、全員が意識を向けることにもつながります。サッポロビールでは、安全はもとより品質管理マインドを高めるためにも「整理」「整頓」「清掃」の徹底に取り組んでいます。



工具定位置管理

いつもとの違いがすぐわかる

★ 「清潔」は、私たちの生命線

酵母によってつくられるビールに、酵母以外の微生物は大敵。この目に見えない微生物と向き合っている製造現場では、「整理」「整頓」「清掃」の先にある「汚れのないきれいな状態の維持」すなわち「清潔」がとても重要です。そのため、製造設備内はもちろん製造現場全体の徹底した洗浄・殺菌をはじめとする取組みは、ビールづくりの生命線として体と心に沁みこんでいます。こうした活動の一つひとつの習慣化、すなわち「躰」が一人ひとりの品質管理マインドを高めることになるのです。

挨拶

★ 「挨拶」は人の行動をも変える

製造現場では、「挨拶」も大切なこととして、徹底に努めています。ごく当たりまえのことですが、気持ちよく働くためにも「挨拶」は大切です。また、きちんと挨拶することは、人に関心をもつことにつながり、同僚など周囲の行動に注意を向けることにもなります。さらに、人の行動を意識することは、自分の行動について考えることにもなります。製造現場で日々交わす挨拶を徹底することで、「自分が行わなければならないことをきちんと行う」という姿勢やマインドが醸成されると考えています。



九州日田工場では、工場見学にご来場されたお客様への挨拶運動も推進しています。



工場から出荷されたビールは温度変化、直射日光、振動など、風味を劣化させる要因をできる限り排除した状態でお得意先にお届けしています。しかし、一人ひとりのお客様のお手元に届くまでには、まだ先があります。「その先で私たちができることはないだろうか」そう考え、お客様のお手元に届くまでの品質維持を追求しています。

原料にこだわり、丹精込めてつくったビールを、最高の状態で飲んでいただきたい。その思いから、まったく独自のビールサーバーを開発し、管理のしくみまで作り上げました。

物流

工場を出荷したその先も

販売
お客様との接点

最高の状態の生ビールを

★ 配送中も品質管理を徹底

夏場のトラックの荷台は時に50℃を超えることがあり、一方冬の寒冷地ではビールが凍ることもあります。細心の注意を払ってお得意先までお届けするビールが、配送で急激な温度変化にさらされないように、私たちにできることはないだろうか。そんな思いから「サッポロ品質シート」を開発し、卸・小売店様にも斡旋し、お客様のお手元に届くまでの品質維持に役立てていただいています。



ビールの温度上昇を抑える「サッポロ品質シート」

帆布の表側に熱線反射セラミックを配合し、裏側に熱線反射アルミを使用することで、表面で太陽光の熱線を反射し、裏面でビールの温度上昇を抑え断熱性を高めます。



寒冷地向け「サッポロ品質シート フリーズガード」

ナイロン・アルミフィルム・ふすまなどを材料とする5層構造で、極めて高い保温性を実現しました。

★ まるごと交換、徹底洗浄

ビールサーバーは時間経過とともに、ビール回路(ビールホースをはじめとするビールの通り道)に次第に汚れが付着し、注出される樽生ビールのおいしさも損なわれてしまいます。飲食店様が毎日洗浄しても、どうしても落としきれない汚れ、その問題を解決することは、私たちの積年の課題でした。そこで、新たにビール回路を取りはずせるセパレサーバーを開発し、ビール回路を新品同様のものにまるごと交換する、独自の「セパレシステム」を構築しました。



セパレサーバー



自動洗浄機が並ぶセパレサーバーのメンテナンスセンター

一定期間使用し、回収したビール回路は、社内の専用センターで洗浄します。ビール回路本体は自社開発の自動洗浄機を使い、また細かい部品は分解したうえで超音波洗浄機を使って徹底洗浄し、新品同様に生まれ変わります。

お客様の喜びを糧に、 街・店・人を育てて

恵比寿
★ YEBISU BEER FESTIVAL 2010
麦酒祭

サッポログループの130年以上にわたる活動を支えたのは、“お客様の喜び”へのこだわりでした。

おいしいビールをもっとおいしく味わっていただき、豊かな時間を過ごしていただきたいと、

店にも、街にも、そしてサービスを提供する人にも細心の心配りをしてきたのです。

それらは現在まで受け継がれ、多くの人々から支持され親しまれています。

ここではそうしたサッポログループの、サッポロライオンと恵比寿ガーデンプレイスの取組みをご紹介します。

サッポロライオン

「JOY OF LIVING」お客様に“生きている喜び”を

★ のどで“喜び”を感じる生ビールへの思い

「おいしい生ビールを味わっていただきたい」。それは、サッポロライオンが創業以来大切にしてきた思いのひとつです。その強い思いから「サッポロライオン生ビール三原則」を厳守するために、独自に「生ビール取扱いマニュアル」を作成し、各店舗に配布して遵守徹底を図っています。

また、生ビール品質向上委員が全国各地の店舗（約200店）における生ビールや機器の管理状況を定期的に確認しています。さらに2010年には、冷蔵設備等の増強を図るとともに、全店で毎日、すべての液種を対象に、実際にお客様に提供するグラスに注いで、温度チェックを行うよう徹底しました。これは年間で約16万杯に相当します。

これからもサッポロライオンは、「おいしい生ビール」をお客様に提供するために、努力を続けていきます。



サッポロライオン生ビール三原則

100年以上の伝統の味を守るため、サッポロライオンでは「生ビール三原則」を厳守し、お客様の喜びのために一杯一杯愛情込めて注いでいます。

● その一「冷却・静置」

温度と震動に敏感な生ビール。車に揺られてお店に届いた生ビールは、冷蔵庫で24時間以上静置します。

● その二「ガス圧調整」

生ビールは炭酸ガスで圧力をかけて注出します。ビール残量や気温によって細かく圧力調整します。

● その三「清潔・洗浄」

グラス・ジョッキはもちろん、生ビールを注ぐための器具や配管を常に清潔に保ちます。



★ 誕生以来変わらぬ姿勢でいつまでも

恵比寿ガーデンプレイスは、誕生以来「豊かな空間」と「豊かな時間」を育む街づくりをめざし、安全で快適な施設の提供に努めてきました。敷地の6割をオープンスペース化し、緑の木立を多く配置するなど、ゆとりある公園をイメージした設計となっています。

安全面では、歩行者スペースに自動車が入らないようにと「人と車の分離」にこだわりました。恵比寿駅からお越しになるお客様にご利用いただいている動く通路「恵比寿スカイウォーク」。これは、「一般道路を通らずに安全にお越しいただきたい」との思いもあって実現にいたりしました。

また、ごみが目につかないよう地下の管路を通して廃棄物を収集する「ごみ空気輸送システム」は、衛生面や景観にも配慮したのですが、ごみ収集車のお客様エリアへの立ち入りをなくしたいとの思いから導入したのもあります。

私たちは、このような誕生当初からの思いを今後も大切にしていきます。



恵比寿駅からつながる「恵比寿スカイウォーク」



テナント会救命訓練の様子

★ 笑顔で過ごしていただくために、思いをひとつに

住まう人、勤める人、訪れる人、恵比寿ガーデンプレイスに集うすべての人に心地よく過ごしていただきたい。その思いを実現するには、ハード面だけではなく、笑顔での応接などソフト面も大切です。それには恵比寿ガーデンプレイスの従業員だけではなく、各店舗や、清掃、警備といったパートナー企業など、関係者一同が気持ちをひとつにして取り組むことが必要です。

そこで、出店している店舗で組織する「テナント会」や、協力会社でつくる「パートナー連絡会」を毎月開催して、サービス品質向上の講習会を開催するなど、ソフト面での充実と共通認識づくりに取り組んでいます。決して特別なことではありませんが、このような取組みの継続が重要だと私たちは考えています。

恵比寿ガーデンプレイス

人々が心から笑顔になれる空間と時間を

★ 安全・安心がお客様の“喜び”を支えます

「安全なものを安心してお召し上がりいただきたい」。その思いで、サッポロライオンでは社内「衛生管理センター」を設置しています。単に社内の衛生管理業務を統括するだけでなく、微生物検査の設備と環境を整え、自社で素早く確かな検査・指導ができる体制を構築しています。

そして、全国約200店舗のすべてを衛生管理センタースタッフが巡回（年に1回以上）して、監査を実施しています。生鮮食品や加工品などの食材だけでなく、生ビール、調理器具、人体（従業員の手など）、店舗環境といった広範囲にわたる衛生状態を監査対象としています。これに加え、より衛生管理意識が徹底されるよう、予告なく店舗を訪れて抜き打ち検査を行うなど、サッポロライオンでは衛生管理に真剣に取り組んでいます。



★ 心で“喜び”を感じるサービスを基本に

サッポロライオンは、お客様に「JOY OF LIVING（生きている喜び）」を味わっていただける店づくりに努めています。「smile（笑顔）・speed（速さ）・sincerity（誠実）」の3Sや、「整理・整頓・清掃・清潔」の4S、また「きくばり・やまびこ・ひとこえ・おすすめ・えがお」の5運動をサービスの基本に、さまざまな「サービス研修」を実施しており、お客様一人ひとりに喜んでいただき、心に残るサービスの提供をめざしています。

また、マニュアルにない、さらに一歩進んだホスピタリティサービスの向上のため、従業員が店舗でお客様とともに体験し感動した出来事を社内でも共有化するなど、お客様のより大きな「喜び」につながるよう取り組んでいます。



サッポロビールの環境への取組み

これまでの取組み

サッポロビール環境保全活動の歴史

サッポロビールでは地球温暖化防止および循環型社会などの「持続可能な社会」の構築をめざし、さまざまな取組みを進めてきました。1991年に「環境保全に関する基本方針」を制定し、2003年からはグループ全体を包括する内容に改訂した「サッポログループ環境基本理念」を制定し、これに沿って具体的な行動指針、目標を掲げて活動しています。

事業活動が環境に与える影響を認識し、その負荷を低減するため、サッポロビールは国内外に先駆けて省エネルギー設備・環境設備を導入してきました。また、全工場横断的な「省エネ推進プロジェクト」を実施し、エネルギー使用の適正化と環境負荷低減を強力に推進しました。こうした積極的な取組みの結果、当初のCO₂削減目標を前倒しで達成。さらに高い目標を設定して取り組み、2010年も「1990年比でCO₂排出量を2010年までに半減する」とした目標を大きく上回る63.2%削減という成果を挙げることができました。

サッポロビールは2010年を区切りの年として、次なる活動に向けた2011年以降の環境中期目標を作成しました。自然の恵みに感謝し持続可能な地球を次世代に引き継ぐため、商品・サービスの全ライフサイクルにわたって低炭素社会、循環型社会、自然共生社会の実現をめざし、今まで以上に積極的な取組みを進めていきます。

1991	1993	1994	1997	1998	1999
● 環境保全に関する基本方針 ^{※1} 制定 ● 生活環境部（現CSR部社会環境室）設置	● 多圧式ボイラーシステム導入	● 「環境保全に関する行動指針」「環境保全に関する目標」制定	● コジエネレーションシステム導入	● バイオガス利用の燃料電池設備導入（千葉工場） ● 副産物・廃棄物の100%再資源化達成（※1全ビール工場）	● ISO14001認証取得（※1全ビール工場・2ライナー） ● 全工場副産物・廃棄物の100%再資源化達成（※2グループ全工場）

世界初

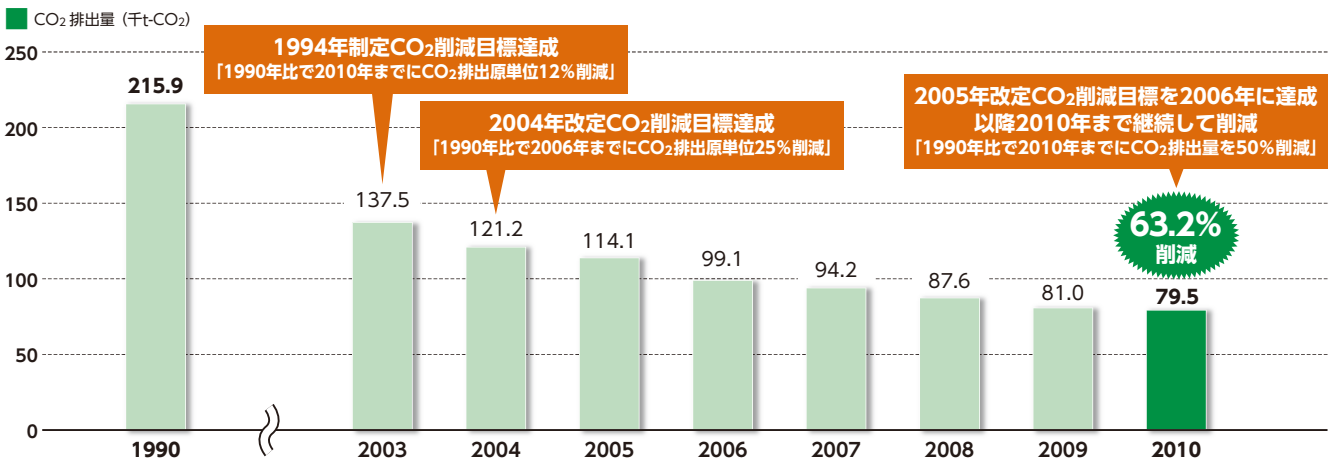
北海道工場 マイナス5℃の冷熱を製造する低温吸収式冷凍機を導入。



取組みの成果

ビール工場のCO₂排出量削減実績（サッポロビール）

地球温暖化防止対策



※ 温暖化対策推進法(2002年)の排出係数を用いて算出しています。

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<ul style="list-style-type: none"> ● 低温吸収式冷凍機導入 ● 熱電可変機付きガスタービン・コジェネレーションシステム導入 ● ビオトープ園開設（千葉工場） ● 太陽光・風力発電装置を設置し、広告塔電源として使用（札幌工場） 	<ul style="list-style-type: none"> ● ESCO事業を利用した省エネルギー設備導入（北海道工場・仙台工場） ● ビオトープ園開設（北海道工場・仙台工場・新九州工場） 	<ul style="list-style-type: none"> ● ハイブリッド冷却システム導入 	<ul style="list-style-type: none"> ● CO₂削減目標（1994年制定）達成 ● 全ビール工場※3で燃料の天然ガス化完了（※4新九州工場を除く） ● サッポロビール「環境行動指針」「環境目標」制定 ● サッポログループ「環境基本理念」制定 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「黒ラベル」2商品についてLCAを用いてCO₂排出量を算出 ● CO₂削減目標（2004年改定）達成 ● 全工場横断的「省エネ推進プロジェクト」実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● エネルギー管理で「資源エネルギー庁長官賞（熱部門）」受賞（仙台工場） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 北海道本部「エコアクション21」認証取得 ● ビール製造の冷凍設備で特定フロンへのリプレース完了 ● エネルギー管理で「九州経済産業局長賞（熱部門）」受賞（新九州工場） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「黒ラベル」2商品について2003年からのCO₂削減をLCAを用いて評価 	<ul style="list-style-type: none"> ● 経済産業省「カーボンフットプリント制度の実用化・普及推進研究会」参加 ● 東北本部「エコアクション21」認証取得 	<ul style="list-style-type: none"> ● 第4回優良ESCO事業表彰で産業部門「銀賞」受賞（北海道工場・仙台工場） ● ビール発酵熱を利用したヒートポンプシステム導入（※5新九州工場） ● カーボンフットプリント表示商品を試験販売 	<ul style="list-style-type: none"> ● 中四国本部「エコアクション21」認証取得

世界初

埼玉工場 1,000kWクラスのガスタービンで排熱の一部を電気に変換できるコジェネレーションシステムを導入（現在は千葉工場で活用）。



国内初

北海道工場 プロジェクトファイナンスを用いたESCO事業により高効率コジェネレーションシステムを導入。



世界初

静岡工場 ターボ冷凍機と低温吸収式冷凍機を組み合わせたハイブリッド冷却システムを導入。



ビール業界世界初

サッポロ生ビール黒ラベル 大びんとアルミ缶の2商品についてLCAを実施し、2003年のCO₂排出量を算出。

ビールで世界初

サッポロ生ビール黒ラベル カーボンフットプリント表示の「黒ラベル 350ml缶」を北海道地区で試験販売。

- ※1 全ビール工場 北海道、札幌、仙台、群馬、埼玉、千葉、静岡、大阪の全8工場
- ※2 グループ全工場 サッポロビール全8工場、2ワイナリー
- ※3 北海道、仙台、千葉、静岡、大阪の全5工場
- ※4 新九州工場では2000年の竣工時よりLPガスを使用
- ※5 2010年3月、新九州工場は九州日田工場に名称変更

2010年の主な取組みと結果

	省エネルギー・省資源	廃棄物の再資源化・減量化	環境マネジメント	環境美化活動
目標	ビールなどの生産における用水原単位を1990年比で2010年までに30%削減する	工場副産物・廃棄物の再資源化100%維持 工場副産物・廃棄物の減量化	主要オフィスへのエコアクション21の導入を2010年には1か所実施し2012年までに完了する	全社で環境美化活動に取り組み年間延べ2,000名以上参加する
結果	○ 用水原単位を40.4%削減し目標達成	○ 再資源化100%維持継続 × 麦芽・大麦を原料とする製造品種が増加したことで副産物の発生量が増加	○ エコアクション21 中四国本部（2010年導入）近畿圏本部（2010年審査）	○ 環境美化活動に延べ3,501名参加
	省エネルギー課題発表	環境大臣表彰（北海道工場）	エコアクション21審査	ビーチクリーンアップ活動

※詳しくは43～54ページ「地球環境のために」の活動報告をご覧ください。

これからの取組み

サッポロビール

私たちは、自然の恵みに感謝し、持続可能な地球を次世代に引き継ぐために、商品・サービスの全ライフサイクルにわたって以下の目標に取り組み、お客様に感動していただけるよう努めます。

- 低炭素社会への取組み
- 自然共生社会への取組み
- 循環型社会への取組み
- 環境コミュニケーション

企画・開発	環境に配慮した商品の企画・開発
原材料調達	協働契約栽培による農業資材の適正管理
容器包装資材	容器・包装における3R推進
製造	<ul style="list-style-type: none"> ● 全製造拠点のCO₂排出量を2015年までに1990年比60%削減 ● 製造にともなう副産物・廃棄物の削減と再資源化100%維持
物流	CO ₂ 排出原単位を毎年1%削減
オフィス	<ul style="list-style-type: none"> ● CO₂排出量を2015年までに2009年比6%削減 ● オフィス廃棄物の削減
営業活動	広告品総量の適正化と営業系廃棄物の削減
新技術	バイオマスエネルギーの研究・開発
自然共生社会	生物多様性保全活動の実施
環境コミュニケーション	環境教育と情報開示

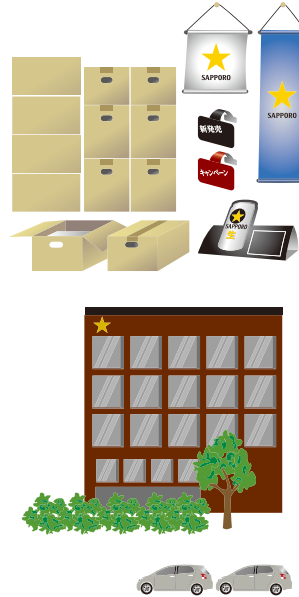
お客様の感動へ

低炭素社会・循環型社会への取組み

オフィス・営業活動における環境負荷低減

オフィス

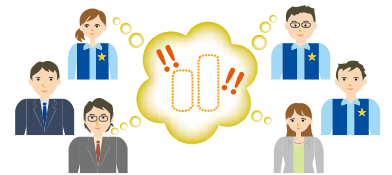
- プロジェクターの使用などによる紙使用量削減
- PCのふた閉じなどによる電気使用量の削減
- 5Sの徹底による無駄の削減
- 広告品在庫アイテム数の適正化



商品の全ライフサイクル

企画・開発

- 環境に配慮した商品の企画・開発
- お客様の声を活かした商品づくりと改善



お客様

容器・包装のリユース、リサイクル



物流

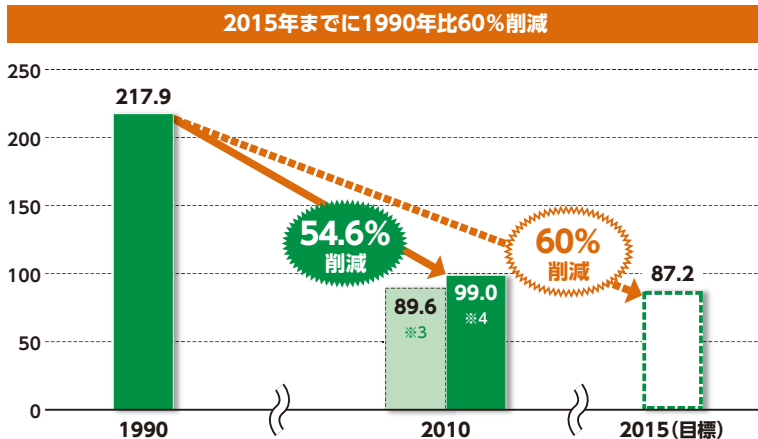
- 配送の効率化、積載率向上、モーダルシフトなどによる環境負荷低減
- 講習などによるエコドライブ推進とエコマインド向上



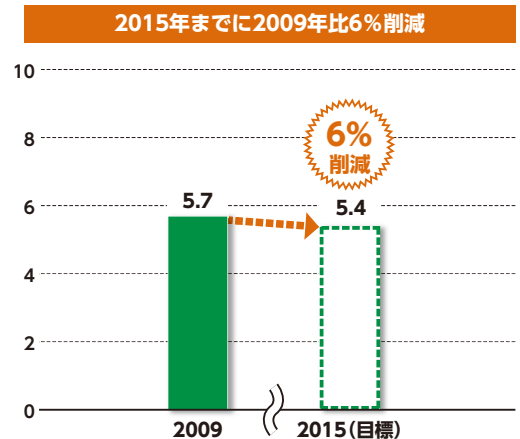
低炭素社会の実現に向けて

サッポロビールのCO₂削減目標

全製造拠点 ※1 のCO₂排出量 (千t-CO₂)



本社・地区本部オフィス ※2 のCO₂排出量 (千t-CO₂)



※1 全製造拠点：全ビール工場、全焼酎工場、全ワイナリー ※2 主として管理業務を行う本社、その他の管理、補助的経済活動を行う事務所をすべて含みます。
 ※3 ビール工場のみ日計算方式(温暖化対策推進法(2002年)の排出係数を用いて算出) ※4 すべて新計算方式(温暖化対策推進法(2010年)改正の排出係数を用いて算出)

2011～2015年 環境中期目標

における環境負荷低減

原材料調達 容器包装資材

- 協働契約栽培による農業資材の使用量可視化
- 容器・包装における
リデュース・リユース・リサイクルの推進



製造

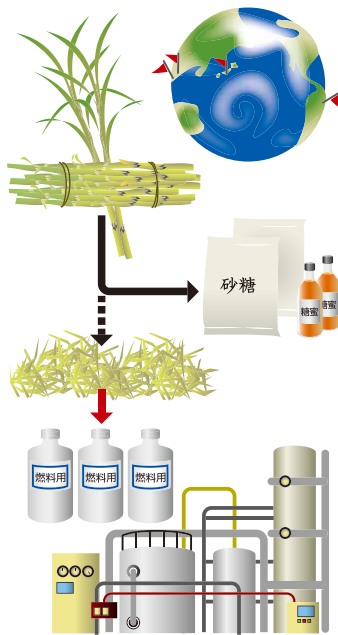
- 省エネルギーの推進
- 製造にともなう副産物・廃棄物の削減と
再資源化100%維持



新技術の開発と導入

新技術

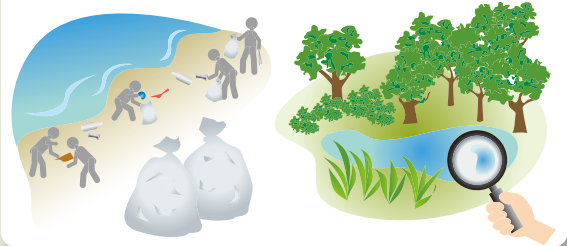
- 品質と省エネルギーを両立する
産業技術の導入
- 環境面にも配慮した醸造技術革新
- バイオマスエネルギーの研究・開発



自然共生社会への取組み

地域の環境美化活動と生態系の保全

- 環境美化活動の実施継続
- 工場を中心とした生物多様性保全活動の実施



環境コミュニケーション

環境保全に貢献できる人財の育成と お客様との対話

- 従業員の環境意識の啓発
- 社会・環境取組みの情報開示
- 次世代への環境教育活動の積極展開



サッポロビールの環境への取組みは新たなステージへ

私たちは、原料である麦やホップ、そして水やエネルギーなど自然の恵みに支えられ商品を作っています。また、自然の恵みから事業活動を行う一方で排気ガスや排水などにより環境に負荷を与えています。

私たちが生活しているこの地球は、急速な温暖化、資源の枯渇、廃棄物の増加などのストレスを受けています。その結果、生物種は今までにはないスピードで減少しています。

すばらしい恵みをもつこの地球を守るために、私たちは省エネ・省資源、また廃棄物の削減や再資源化などのさまざま

な取組みを環境目標に掲げ、積極的に活動を行ってきました。

今回、私たちは環境への取組みの新たなステージに向けて2011～2015年における環境中期目標を定めました。商品の確かな品質による安全性への絶対的信頼感とともに、商品・サービスの全ライフサイクルにわたった環境負荷低減へ取り組みます。また地域・社会からの要請に積極的に応え、環境保全活動、環境教育などにも地域・社会の皆様と協働で取り組んでまいります。さらに、未来への新たな可能性を求め、開拓し続ける姿勢をもち、環境に配慮した技術のイノ

ベーションも推進いたします。

大切な自然の恵みを次世代に受け継いでいくために、これからも環境に対する取組みを積極的に行い、お客様の感動を得られるように努めてまいります。

サッポロビール(株)
取締役常務
生産技術本部長
市川 誠一郎



創業の地北海道とともに

サッポログループは地域への感謝の思いを大切に、各地で地域貢献に努めてきました。

とくにサッポロビール創業の地である北海道は私たちのふるさとであり、創業以来、時代を超えてかかわりを持ち続け、「ビールさん」の愛称とともに成長してきました。ここではその歩みとさまざまな視点で展開している地域活動の一端をご紹介します。

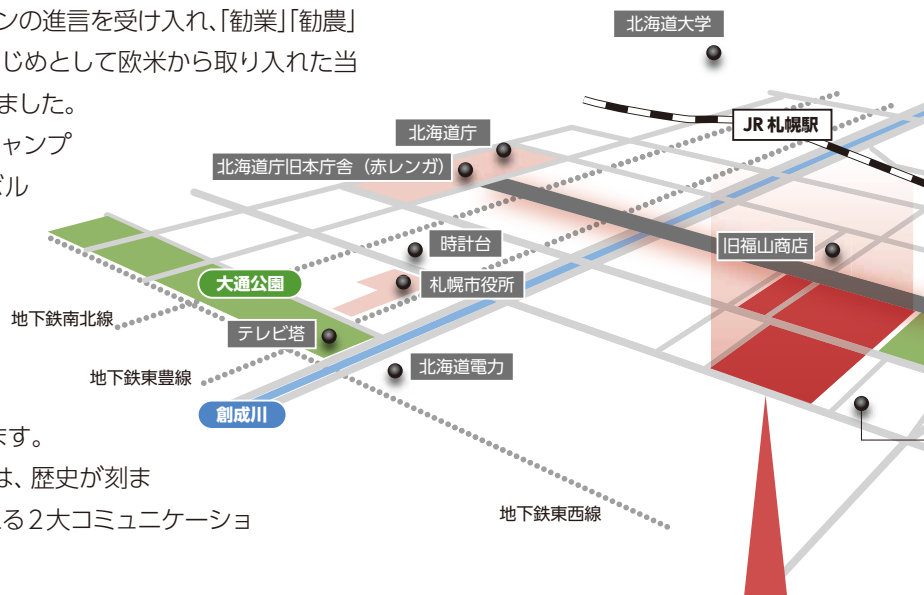
開拓のシンボルストリートとサッポロ

明治初期、開拓使はお雇い外国人ホーレス・ケプロンの進言を受け入れ、「勸業」「勸農」を旗印に創成川の東岸地域一帯に、麦酒醸造所をはじめとして欧米から取り入れた当時の最先端技術を集積した一大工業施設群を建設しました。

それは、広大な北海道を開拓するためのベースキャンプであると同時に、日本の近代的な産業振興のシンボルゾーンと言えるものでした。この施設群と開拓使札幌本庁舎（北海道庁および日本庁舎敷地内）を結ぶ通りは「札幌通」と名づけられ、開拓使時代のメインストリートとなりました。

そして、いつの頃からか「開拓使通」と呼ばれるようになりました。現在は北三条通と呼ばれています。

サッポロファクトリーとサッポロガーデンパークは、歴史が刻まれたこの通りとともに、市民にも観光客にも親しまれる2大コミュニケーションスペースとなっています。



サッポロファクトリー



1876 (明治9)年開拓使麦酒醸造所開業式



サッポロビール札幌第1製造所



現在のサッポロファクトリー（札幌開拓使麦酒醸造所と赤レンガ館）



麦酒醸造所から季節ごとの楽しみに出会える街へ

サッポログループのルーツ「開拓使麦酒醸造所」は、1876 (明治9)年、北海道札幌に誕生しました。以来、私たちは北海道の自然の恵みと地域の人々への感謝を胸に、ビールづくりに励んできました。麦酒醸造所は1906 (明治39)年、札幌工場 (後の第1製造所) へと改称し、1966 (昭和41)年には札幌第2工場 (後の第2製造所) が設立されました。その後、第1製造所は工場周辺の急激な都市化もあり、1989 (平成元)年に恵庭市へと移転し、跡地の再開発が進められました。こうして1993 (平成5)年4月、全天候型のアトリウムを中心に多彩な施設を複合した街として、サッポロファクトリーが誕生しました。



楽しそうに花植えをする園児たち

地域とともにさまざまな活動を展開

サッポロファクトリーはイベントなどへの会場提供のほか、さまざまな活動を通じて地域とのコミュニケーションを深めています。2006年にスタートした春恒例の「サッポロファクトリー清掃活動 アースデイ」。2010年は地元町内会、ファクトリーのテナントおよびスタッフなど175名が参加し

て「開拓使通」の歩道や永山記念公園などを清掃しました。また、毎年4月に行われるサッポロファクトリー外周の花壇への「花植え」でも、地元町内会をはじめ近隣幼稚園・保育園の園児と先生方にご協力いただいています。



札幌麦酒製麦所



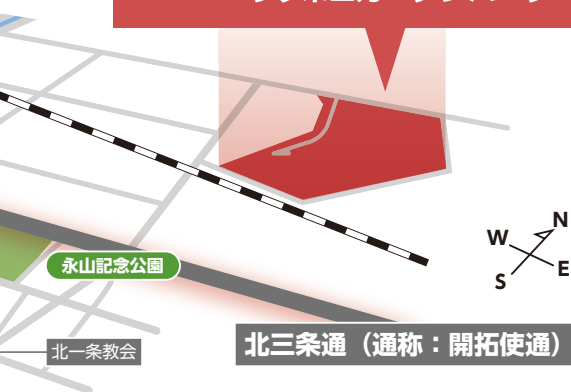
札幌第2製造所



現在のサッポロビール博物館・サッポロビール園

北海道遺産となった赤レンガ 1890(明治23)年、製糖会社の工場として誕生したサッポロガーデンパークのシンボル、赤レンガ。1905(明治38)年に札幌麦酒(現サッポロビール)の製麦所となり、1966(昭和41)年、開拓使麦酒記念館(現在のサッポロビール博物館)・サッポロビール園として生まれ変わりました。現在は「北海道遺産」にも選定され、札幌を代表する観光名所になっています。

サッポロガーデンパーク



北海道らしい空間づくりをめざして

2003年より札幌第2製造所の製造能力を北海道工場(恵庭市)に集約しました。その後、跡地の再開発が進められ、2005年にサッポロガーデンパークとして生まれ変わりました。開発にあたっては赤レンガ建築や原生林を保存し、緑豊かな北海道らしい都市空間づくりをめざしました。

地域の皆様に愛される緑豊かな都市空間

サッポロガーデンパークは約13万㎡の広大な敷地に、サッポロビール博物館やサッポロビール園をはじめ、ショッピングモール「アリオ札幌」、さらに北海道日本ハムファイターズ屋内練習場なども擁する一大複合施設です。札幌の新名所として、また、地域に開かれた緑豊かな憩いの場として皆様に親しまれています。現在、北海道庁との連携協定にもとづき、道内の各市町村と連携した「道産子感謝Day」「サッポロガーデンパーク秋祭り」などのイベントを実施しています。



北海道日本ハムファイターズ屋内練習場



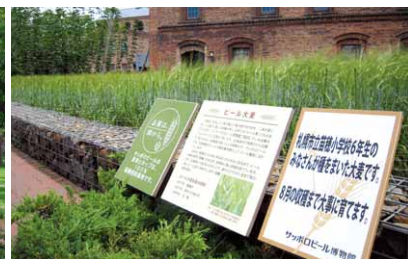
サッポロガーデンパーク秋祭り



サッポロファクトリー・アトリウム 宗谷の「観光」と「食」のPR展



ビール醸造に使用されていた銅釜のオブジェ



近隣の小学生と一緒に種をまいた博物館前の大麦畑



広尾町寄贈のクリスマスツリー点灯式

「緑の都市賞」奨励賞を受賞 2010年10月、地域に開かれた緑豊かなオープンスペースの実現に向けた環境保全活動の取組みが認められ、(財)都市緑化基金「緑の都市賞」の緑の拠点づくり部門にて「奨励賞」を受賞しました。同賞は緑化や緑の保全に効果をあげている企業などを表彰するものです。サッポロガーデンパークでは今後も緑の空間を守り、環境保全に努めていきます。



ふるさとのために、何ができるだろう



北海道はサッポログループのふるさとです。そのふるさとへの感謝の思いを形にしたいというのが、私たちの活動の原点です。施設や商品を通じた企業活動だけでなく、ささやかですが、地域とともにいろいろな情報発信も随所で続けています。

たとえば大通ビヤガーデンの「THE サッポロビヤガーデン」では、各自治体のPRの場を提供しています。また、社員が北海道観光マスターやフードマイスターを取得して、道内だけでなく、転勤後に道外でもその資格を活用したりしています。北海道には素晴らしいものがたくさんありますから、もっとその魅力を全国に伝えることも「サッポロだからできること」だと考えています。

その一環として2010年には、はじめて恵比寿ガーデンプレイスで「北海道はうまい! 北の大収穫祭」を実施しました。

道内の多くの自治体や団体にご賛同いただき、「全国に向けてもっと発信したい」という北海道や私たちの思いをひとつの形にできました。

また、北海道と恵比寿というサッポログループの2つのルーツが協働できたことも、とても嬉しいですね。イベントは大盛況で、自治体の皆様からもぜひ来年も実施したいというご要望をいただきました。2年目の展開も楽しみです。

サッポロビール(株)
北海道本社 代表 **泉山 利彦**

2007年2月 北海道「包括連携協定」

北海道庁とサッポロホールディングス、サッポロビールは、「食」「観光」「環境」「暮らし」の分野を中心とした北海道ブランドの向上をめざし、協定を締結し、さまざまな事業に協働して取り組むこととしています。



2010年7月 函館市 「協働・共創のまちづくりに関する協定」

函館市とサッポロホールディングス、サッポロビールは、食、人と文化の育成や環境などの分野で、函館市の街づくりに連携して取り組むこととしています。

行政と連動した情報発信

2008年12月 札幌市「パートナー協定」

札幌市とサッポロホールディングス、サッポロビールは、市民、企業、行政が協働して、幅広い分野における街づくりに取り組んでいくことを柱とした協定を締結し、さまざまな活動を行っています。



網走地域への応援

サッポロビールが全量購入するビール大麦の一大生産地である網走地域では、オホーツク総合振興局が取り組む「オホーツク・エリア・アイデンティティ活動」をさまざまな形で応援しています。

環境への配慮

北海道の森づくりに協力

北海道庁が「ほっかいどう企業の森林づくり」事業をスタートさせるにあたり、私たちが一番に手を挙げさせていただき、2007年10月に壮瞥町と植樹などの森づくりに関して協力し合う協定を第1号として締結しました。同年には洞爺湖サミット会場の対岸の荒地に地域の皆様と社員が協働して5ha 1万本の植樹 **1** を行いました。以降、植樹だけではなく、育樹にも協力をしています。また、北海道植樹祭にも毎年協力をしています。



2 檜山振興局

2008年 乙部町や江差町など管内の7つの町と協働。檜あすなる(ひば)を植え、ふるさとの森をよみがえらせる「檜山の森づくり」に協力。



2 乙部町



2 江差町



恵比寿で北海道

北海道はうまい! 北の大収穫祭

収穫の秋にあわせたご当地グルメの紹介をはじめ、鮭のつかみどりなど北海道ならではの体験イベントや各地のオススメ情報などを発信。旬の北海道を体験していただくことと多くの自治体も出店し、3日間で約10万人の来場者に北海道の魅力を伝えることができました。

サケ 捕まえた!
 北海道の食文化の魅力を広く伝える『北海道はうまい! 北の大収穫祭』が9日、東京都渋谷区の恵比寿ガーデンプレイスで開催された。生きているサケを捕まえるコーナーが人気を集め、子供たちから歓声があがった一写真(中継久美子撮影)。
 会場には水槽が設置され、網走市から空輸されてきた約80℃のサケが放たれた。渋谷区に住む河合香穂さん(8)は「サケはとてもしんどくて捕まえるのが難しかった」と興奮気味。10日からはホタテ釣りが行われ、11日まで楽しめる。

後援: 社団法人北海道観光振興機構/北網地域活性化協議会/札幌市/小樽市/釧路市/帯広市/北見市/網走市/苫小牧市/森町/美瑛町/利尻町/美幌町/津別町/斜里町/清里町/小清水町/訓子府町/置戸町/大空町
協力: 北海道/豊浦町/洞爺湖有珠山ジオパーク推進協議会/社団法人オホーツク森林産業振興協会/食クラスター連携協議体

写真 左: イベント告知ポスター 右: イベントの様子を伝える新聞記事(2010年10月10日付「産経新聞」)



大通ビヤガーデン

毎年夏に行う大通公園のビヤガーデン「THE サッポロビヤガーデン」では、会場内10数か所に設置した大型モニターでの北海道各地のPR映像の紹介や、道産食材を使った各地の特産品メニューの日替わり販売など、北海道の各自治体と協働した取り組みを行っています。



函館市の魅力を伝える

サッポロビールは、国際貿易都市・函館の素晴らしさを函館市民はもとより、観光客にも発信するために、2009年、函館開港150周年記念事業のメイン会場に記念碑を寄贈したのをはじめ、市と協働して「魅力的な街ナンバーワン」PRを展開しています。



道産食材・食品で魅力を伝える

サッポロライオンの道内店舗は「北のめぐみ愛食レストラン」として北海道庁に認定されています。2009年7月には北海道庁と「首都圏における道産食材・食品のPRと販路拡大支援に向けての連携と協力の覚書」を締結し、首都圏の「銀座ライオン」の店舗で道産食材のメニュー展開を行っています。また、全国の北海道物産展にも参加し、食を中心とした北海道の魅力を伝えています。

3 下川町

2009年 国有林を町有林として買い受け、自分たちで森を守る取組みに賛同。成長が早くCO₂の吸収効率のよい柳の木を植樹。

4 黒松内町

2010年 「北限のブナ林再生・保全プロジェクト」への支援(39ページ参照)。

5 広尾町

2010年 1993年のサッポロファクトリー開業以来、クリスマスツリー用のトマツを寄贈していただいている御礼に、同町が毎年実施している植樹祭活動を支援するための募金BOXをツリー下に設置。



北海道の元気を応援!

北海道をホームタウンに活躍するプロスポーツチームをスポンサーとして支援し、周辺環境からもスポーツ熱を盛り上げています。



サッポロ飲料のリボンちゃんも大活躍
 左:北海道日本ハムファイターズのマスコットB・B 右:コンサドーレ札幌のマスコット・ドーレくん

非食糧原料でつくる 次世代エネルギー



バイオエタノールプラント(タイ)



2009年3月にブラジルでの共同研究を発表(左:三谷主幹 右:高島取締役)

化石燃料の多用は温室効果ガスの増加や資源枯渇を招くことから、バイオマスを原料とするバイオエネルギーが代替物として世界各国で使用されはじまりました。しかし、バイオエタノールやバイオディーゼルに変換しやすい農産資源は食品用途とも競合することから、非可食部である残渣利用の技術開発は重要なテーマです。私たちサッポロビールも、おいしい食品で人々の生活に貢献するために、「食」にかかわる企業として、農業残渣などを積極的に利用するバイオマス利用技術開発を行うことで、農産資源とエネルギーの競合回避に貢献したいと考えています。

たとえば、サッポロビールでは、サトウキビから砂糖を搾汁した搾りかす(バガス)などを原料にクリーンなエネルギーである水素を微生物の発酵の力で生産する技術の開発に成功しました。サトウキビはブラジルなどの温帯地域で豊富に栽培されていることから、私たちはブラジル企業と実証試験設備を建設して実用化のための共同開発を実施しています。

サッポロビールはビール醸造で培った発酵技術のエキスパート企業です。私たちは「有用な微生物を発見し、人の豊かな生活のために利用する技術」の開発を絶えず行っています。私たちは豊かな食生活とともに環境に配慮した技術開発を今後も一層深めていきます。

サッポロビール(株)
生産技術本部 価値創造フロンティア研究所
研究主幹 三谷 優

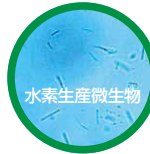
サトウキビの“搾りかす”から水素

農業残渣(バガスなど)

バイオ水素



バガス



水素生産微生物

2008年11月からブラジル企業のペトロbras社、エルゴステック社と共同でバイオ燃料生産の技術開発を進めています。この研究は、サトウキビの搾りかす(バガス)や葉・穂など農業残渣を利用して、水素とメタンを生産する世界ではじめての試みです。2010年9月に水素リアクターなどの設備を立上げ、実証試験が本格的にスタートしました。今後はこの技術の工業利用をめざして、フィージビリティスタディ※などを行っていく計画です。

※ フィージビリティスタディ 事業化の実行可能性に向けて、多角的に調査・検討すること。



ペトロbras社に設置されたバイオ水素共同研究実証プラント(ブラジル)



バイオエタノール貯蔵タンク(タイ)



静岡油化工業(株)の小型バイオエタノールプラントと原料のオカラ



「廃糖蜜」を燃料用エタノールに

モラセス(廃糖蜜)など

バイオエタノール



サッポロエンジニアリングでは、非食糧を原料とするエタノール生産工場の設計から施工、立ち上げ運転までを事業のひとつとしています。現在、NEDO(独)新エネルギー・産業技術総合開発機構)が進める、日本の技術を東南アジア諸国に移出する事業に参画し、海外でのバイオエタノール製造を支援しています。タイでは2008年、製糖メーカーに日本企業として最大級のプラントを建設し、年間3万3千kℓを生産しています。インドネシアでは日本独自の発酵技術を活用したプラントを製糖工場に併設し、年間3万kℓの生産をめざしています。いずれも原料は、モラセス(廃糖蜜)という副産物で、それまで廃棄していたものを高度に活用しています。



NIA(タイ国科学技術省 国立イノベーション局)
スパチャイ局長

NIA(タイ国立イノベーション局)ではCSI(コーポレートソーシャルイノベーション:企業のイノベーションによる社会的貢献)という考え方を重視しています。単なる貧富の差の解消だけでなく、国民生活を底上げする企業活動は、発展をめざす新興国や国民にとって非常に重要です。サッポロビールには優れた技術、タイには豊富なバイオマス資源があります。両者が共同で取り組みれば、自然環境やビジネスだけでなく世界に対しても貢献できると信じています。

「オカラ」「廃ポテト」から自動車燃料

オカラ・廃ポテト

バイオエタノール



サッポロエンジニアリングでは、小規模で安価なバイオエタノール製造装置の開発にも取り組んでいます。2008年にはオカラ処理会社である静岡油化工業(株)様向けに、通常食品廃棄物となる「オカラ」と「廃ポテト」からエタノールを製造する小型装置を提案しました。現在同社では自動車用のエタノール燃料を約400ℓ/月製造し、E3(エタノール3%混合のガソリン)として営業車などに活用しています。同社はこれらの先駆的な取組みによって、2010年2月、「食品リサイクル推進環境大臣賞」の再生利用部門優秀賞に選ばれました。



静岡油化工業(株)
代表取締役 長島 磯五郎 様

もともと自社で非食糧のバイオ燃料研究をしており、オカラだけでは効率が悪いので、同じ静岡県内にビール会社の研究所があるサッポロさんにご協力をあおぎました。現在は、食品廃棄物のバイオエタノール製造の実証化を開始し、2011年6月にはバイオマス燃料先端技術の総合工場が竣工し、子どもたちの環境体験学習にも活用する予定です。ごみからつくる燃料を全国に広め、省エネルギーや地球温暖化防止に役立てたいですね。

バイオエネルギー実用化に向けたプロジェクト

実施場所	時期	プロジェクトの概要
国内	広島県 2007年10月～ 2010年3月	環境省委託地球温暖化対策技術開発事業 共同者：広島大学 ほか (株)タカキベーカリー工場内に設置したパイロットプラントでの共同研究 食品製造残渣・製パン廃棄物・レストラン残渣 ▶ バイオ水素
	静岡県 2008年3月 稼働	自動車燃料用途のバイオエタノール生産プラント建設受注 委託元：静岡油化工業(株) ▶ オカラ・廃ポテト ▶ バイオエタノール
	— 2009年2月	バイオエタノール革新技術研究組合参画 共同者：新日本石油(株)※など6社および東京大学、農林水産関係研究機関 など 2015年までに原油と同等価格で年間20万kℓ規模の生産技術を確立することをめざす ※ 現 JX日鉱日石エネルギー(株)
	北海道 2009年7月 稼働	農林水産省ソフトセルロース利活用技術確立事業 サッポロビール北海道工場内に大成建設(株)とプラントを建設し実証試験 ▶ 稲わら ▶ バイオエタノール
海外	タイ 2008年4月 稼働	NEDO 国際エネルギー消費効率化等技術普及協力事業・技術実証事業 共同者：製糖会社(タイ) 「モラセスからのバイオエタノール製造技術実証事業」 ▶ モラセス(廃糖蜜)など ▶ バイオエタノール
	タイ 2010年7月 稼働	NEDO 国際エネルギー消費効率化等技術普及協力事業・技術実証事業FS 共同者：山口大学 ほか 「キャッサバパルプからのバイオエタノール製造技術実証事業」 ▶ キャッサバパルプ ▶ バイオエタノール
	ブラジル 2010年9月 稼働	水素生産のパイロットプラント試験をブラジル企業と実施 共同者：ペトロプラス社、エルゴステック社 ▶ 農業残渣(バガスなど) ▶ バイオ水素
	インドネシア 2012年8月 稼働予定	NEDO 製糖工場におけるモラセスエタノール製造技術実証事業 共同者：インドネシア工業省 製糖工場に併設した日本独自技術のプラントでモラセス(廃糖蜜)から燃料用エタノールを製造 ▶ モラセス(廃糖蜜)など ▶ バイオエタノール

商品の安全・安心のために

輸入ワインの品質管理

海外ワイナリーの監査



1 フランス・リステル社監査 2 スペイン・ガルシアカリオン社監査
3 イタリア・トッレゼーラ社監査 4 アメリカ・ベリンジャー社監査

ワインの味を左右するぶどうの糖度や酸度は天候の影響を受けやすく、安定した品質のものを提供することが難しいため、品質保証への取組みは大変重要な課題です。とくに海外ワイナリー10か国50社、400以上の商品アイテムを扱う輸入ワインに関しては、国による考え方の違いもあり、複雑で粘り強い交渉が必要になっています。

取引をする海外ワイナリーの選定では、サッポロワインの技術者とサッポロビールの品質保証部、ワイン洋酒部の担当者が、随時現地を訪問して、設備や生産管理体制に問題がないかをチェックしています。単なる視察ではなく、自社でワインを製造している強みとして、専門的に製造技術にまで踏み込んだ監査を行い、ときには技術的な提案も行っています。

従業員コメント ★ 輸入ワインのブランド力や味わいは日本にいてもわかりませんが、海外ワイナリーの品質管理体制の詳細は、現地製造元を視察しないとわかりません。海外では、「ワインは農産物」なので、ある程度品質の差があるのは当然という考え方が一般的ですが、日本ではワインに対してより安定した品質を求められます。それにお応えできる安全・安心な商品を提供できるように、当社と取引先の海外サプライヤーとの間で情報交換や技術指導を行っています。



サッポロビール(株)
営業本部 ワイン洋酒部(品質保証担当) 末弘 和男

サッポログループは食品を扱う企業グループとして「商品・サービスの品質の追求と安全性の優先」を掲げ、「予防型品質保証」を共通の目標とし、お客様に信頼される企業をめざしています。

品質保証体制

サッポログループ全体の体制として、サッポロホールディングス品質保証部のもと、酒類・飲料・食品・外食の各事業に品質保証部門を設けています。また、品質保証部は、各事業会社の商品開発段階から表示や中味、包装に問題がないかを検証し、社内外の製造現場で監査を行い、品質保証のしくみ・運用状況を確認しています。

一方、各事業の品質保証部門は、商品に内在する問題に対してトラブルや事故が起こる前に対策を講じる「予防型品質保証体制」の構築に努めています。

安全・安心な原料の調達

サッポロビールは、ビール・発泡酒などの主原料である麦芽・ホップの100%「協働契約栽培」※1化を2006年に達成しました。協働契約栽培では生産者とよりよい信頼関係を築くことができ、農業散布や管理状況などの情報を直接得られます。さらに国内外の農業や法改正などに関する最新情報を収集し、生産者と共有することで、食品衛生法にのっとった原料調達が可能になります。また「こだわり原料情報システム」により生産者情報を一元管理し、原料のトレーサビリティ(追跡可能なしくみ)を構築しています。

サッポロ飲料では新規原料取扱い時に、豊富な経験と独自の基準によるリスク分析を行っています。食品衛生や品質、フードディフェンス※2などについてリスクが高いと考えられる場合は、事前に技術者が現地工場や農場を訪れて審査し、採用可否を判断しています。

継続的に使用している原料についても、衛生・品質状況をみる定期的な工場監査や、原料の生産履歴情報の確認およびサプライヤーの品質保証体制に関する文書監査を実施し、確認・指導しています。

※1 協働契約栽培 安全・安心かつおいしいビールをお客様に提供するため、高品質な麦芽とホップを畑からこだわり、生産者とともに育てるサッポロビール独自の原料調達システム(12ページ参照)。
※2 フードディフェンス 意図的、人為的に食品に危害が加えられることを防ぐ取り組み。

開発・設計・製造での品質保証

サッポロビールでは、商品開発・設計の部門で、品質マネジメントシステムの国際標準規格ISO9001の認証を取得、運用しています。加えて、法務室、社会環境室、CSR推進室、品質保証部などの本社サポート部門が、表示の適法性などを確認しています。

工場では、ISO9001の認証取得のほか、HACCP※などを参考とした合理的な社内基準を設定し、製造工程での品質保証を徹底しています。

※ **HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point)** 食品衛生管理手法で、原料の受け入れから製造・出荷までのすべての工程で、危害発生防止の重要ポイントを継続的に監視・記録するシステム。

製造委託品・輸入品の品質管理

海外の会社にビール製造を委託する場合は、サッポロビールの技術者が定期的に監査し、品質の維持・向上に努めています。輸入ワインの場合も、ワイン洋酒部や関連部門によるメーカー視察、輸入ロットごとの商品成分・分析値の点検による品質確認とともに、随時現地ワイナリーにて直接設備や生産管理体制を確認しています。

おいしく安全な商品の提供

サッポロビールでは輸送による商品の品質劣化を防ぐため、「定温輸送車」や、日光と高温を遮断する「サッポロ品質シート」、走行時の振動の少ないトラックなどの導入を推進しています。またサッポロビール子会社のスターネットは、全国各地のサッポロ樽詰商品を取り扱う飲食店様への品質啓発活動や生ビールサーバー・器具・容器に関する技術指導およびメンテナンスを通じて、樽詰商品の「安全・安心」と「感動していただけるおいしさ」を飲食店様とともに追求しています。

外食事業での品質と衛生管理

サッポロライオンは、「安全・安心・本物志向」を第一に、食材は安全で信頼できる仕入先から調達しています。また、全国の店舗を対象に衛生監査を年1回実施するとともに、店舗への衛生管理や食中毒防止に関する教材の配布、ノロウイルスに関するeラーニング実施など、従業員の衛生教育に注力しています。



変わらないおいしさをお客様に ライオンの生ビール注出技術の伝導



サッポロライオンの「ビヤホールライオン」「ブルスリー銀座ライオン」などでは、サッポロライオン伝統の注出方法で生ビールをご提供しています。お客様に長年ご愛顧いただいている「サッポロライオンの生ビール」のおいしさを今後ともお楽しみいただくために、伝統の注出技術を熟練のカウンター担当者が、新入社員をはじめ中途採用社員、カウンター担当のパート・アルバイトに直接指導する「生ビール研修」を実施しています。

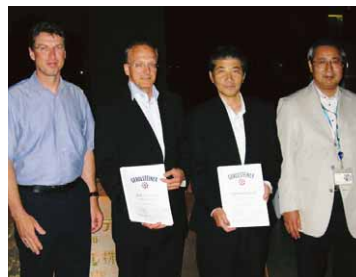
従業員コメント ★ 「Beer for All, All for Beer」をスローガンに、常に「サッポロライオンのお店」＝「生ビールのおいしいお店」であるよう心がけています。「生ビール研修」では伝統の注出技術の指導だけでなく、品質管理の意義やビールの歴史など、生ビール全般について学習することにより、ビヤホールを展開する会社の一員としての自覚と誇りを養っています。



(株)サッポロライオン
営業部 ブランド戦略室 **阿部 亮**



海外メーカーとの連携体制 ゲロルシュタイナー社と連携した品質管理



ドイツの天然炭酸水「ゲロルシュタイナー」の輸入販売では、サッポロ飲料とゲロルシュタイナー社間で綿密な連携体制を構築しています。2010年は互いの国の品質ノウハウの優れた点を兼ね備えた「品質マニュアル」を締結し、工程の標準化を図りました。さらに製品輸送時には、使用するコンテナのチェックや海上での計器を使用したモニタリング、輸入後の検査強化など、コンテナ輸送中の品質安定化にも細心の注意を払っています。

お客様視点での商品・サービス提供

お客様のニーズに応える商品開発

3つの魅力を兼ね備えた新しいワイン



酸化防止剤無添加ワインや有機原料ワインに対するお客様の嗜好にも多様化が見られるようになり、とくに主要な購買層である50歳以上のお客様は「原料への安心感」や「健やか成分の高含有」を求める傾向がより強まっていることが、調査で明らかになりました。そこで「酸化防止剤無添加」「有機栽培ぶどう100%使用」「ポリフェノール強化」といった特長を1本で満足いただける、これまでにないワインづくりに着手。世界各国の原料を取り寄せ、条件に合う原料を探し出しました。

こうして開発された「ポレール ポリフェノールたっぷり酸化防止剤無添加赤ワイン〈有機プレミアム〉」は発売以降、お客様のご支持をいただき、堅調な売り上げで推移しています。また、2011年4月には、飲み

きりサイズのご要望にもお応えし、300mlを発売することとなりました。サッポロの無添加ワインシリーズはこの商品をラインナップに加え、より幅広いお客様のニーズに対応しています。

お客様への情報提供

サッポログループでは、インターネットを通じて商品やサービスなどに関する情報をお客様に提供しています。



サッポロビール「よくあるご質問・お問合せ」

<http://www.sapporobeer.jp/inquire/index.php>

お客様からよくいただくご質問を回答とともに掲載したページを設け、その時々に応じて掲載項目を更新し、新しい情報の提供に努めています。

サッポロライオン「店舗紹介」

<http://www.ginzalio.jp/shop/index.html>

エリア、業態、利用動機、取り扱いビールの種類と、さまざまな視点での店舗検索が可能。外国人旅行者向けには英語・中国語(簡体字)ページを設け、お客様のお店探しをサポートしています。

サッポログループは、常にお客様の声に耳を傾け、お客様視点での商品のご提供と改善に努めています。また「安心して快適な施設空間の創出」を第一に考え、お客様に喜びを提供できる空間を創出しています。

お客様からのご意見の反映

サッポロビール、サッポロ飲料およびサッポロライオン各社では「お客様窓口」を設置し、お客様の声をさまざまな改善につなげています。

サッポロビールは、本社の品質保証、商品企画、中味や容器包装の研究開発、生産管理の部門による毎月1回の定期会合で、お客様のご指摘・ご意見を含む品質関連の各種情報を迅速かつ包括的に分析・抽出し、商品開発と生産のプロセスに逐次反映しています。

お客様窓口へのお問合せ件数(2010年1月～12月)

サッポロビール 合計 15,618件	お問合せ内容	広告宣伝	2,978 件
		商品購入	5,316 件
	商品内容	3,688 件	
	その他	2,428 件	
ご指摘			1,208 件
サッポロ飲料 合計 4,866件	お問合せ内容	広告宣伝	242 件
		商品購入	1,942 件
	商品内容	1,156 件	
	その他	1,094 件	
ご指摘			432 件
サッポロライオン 合計 183件※	お問合せ内容	サービス	124 件
		品質	41 件
	食品衛生	10 件	
	その他	10 件	
お褒め			14 件

※ 件数には重複があります。

「恵比寿ガーデンプレイス」「サッポロファクトリー」では、アンケートBOXをはじめカウンターや電話などでも積極的にお客様の声をお聞きする機会を設け、1日100件を超えるお問合せに対応しています。

モニターによる顧客満足度調査

サッポロライオンは、モニターが身分を隠して来店し「お客様の視点」で店舗の対応を評価・査定する市場リサーチ法を導入しています。2010年は約130店舗で年4回実施。各店舗の点数やコメント、また「輝いていたスタッフ」に選ばれた従業員のサービスポイントを全社公開し、サービス改善とモチベーション向上につなげています。

安全・安心な施設空間の創出

外食・不動産事業では、各種法令・条例の遵守はもちろんのこと、安全で快適な空間づくりを進めています。

恵比寿ガーデンプレイスの継続的な取組み

- お客様視点でのウォークスルーの施設・清掃点検(月1回)
- 関係各所との協体制の構築(警察・消防・JR・近隣など)
- 防犯パトロールや各種訓練の継続
- 飲食店テナントに対する防火体制の点検・確認

喜びを提供する空間づくり

「恵比寿ガーデンプレイス」は“そこに住む人、働く人、遊ぶ人たちが、豊かな時間を過ごせる空間をつくり出したい”というコンセプトのもと設計され、管理されています。

「サッポロファクトリー」は“季節ごとの楽しみに出会える街へ”というコンセプトのもと、館内各所・外構に植栽演出をしています。また各種設備にユニバーサルデザインを取り入れ安全にも配慮しています。

サッポロライオンでは、お客様が安心して飲食を楽しめる空間となるよう、車椅子のお客様へ配慮して店内の段差を極力なくすことから、椅子・テーブル、空調や排気 にいたるまで快適な空間づくりに努めています。また、受動喫煙防止条例制定の自治体で営業する店舗は、全面禁煙や完全分煙対策 **1** を実施しています。

万一の災害への備え

「恵比寿ガーデンプレイス」「サッポロファクトリー」の両施設では、防災体制を整備し、耐震対策を講じるなど万一の災害に備えています。

2010年の主な災害対策整備状況

恵比寿ガーデンプレイス

- 自衛消防隊を中心とした消防訓練実施(年2回) **2**
- 普通救命士講習会の開催(2回実施)
- 各テナントの防火・防災管理者への教育研修会開催 など

サッポロファクトリー

- 各種災害に応じたBCP(事業継続計画)作成
- 応急処置講習への参加(随時)
- エレベーター閉込訓練(随時) など



人にやさしい空間づくり

「手すり」にユニバーサルデザイン商品を採用



「サッポロファクトリー」では、館内のスロープや階段、計7か所に設置されている「手すり」にユニバーサルデザイン商品を採用し、「サッポロファクトリー」を訪れるすべてのお客様が快適で安全に館内を移動することができるよう、人にやさしい空間づくりを進めています。



サービスレベルを向上させる従業員教育

サッポロライオンの「インプレッション・サービススキル研修」



支配人クラスへの笑顔トレーニング

飲食サービスの基本を学ぶ新入社員対象の「サービス研修」に加え、2009年からはパート・アルバイトから支配人クラスまで幅広い層に「インプレッション・サービススキル研修」を実施。全社的に高レベルなサービス提供の標準化に向け、毎年約600名が受講しています。お客様の印象に残るための「笑顔」と「笑声」の必要性、喜んでいただける会話のしかたなど、基本マニュアルから一歩踏み込んだ内容を学び、普段のサービスを見直す場としています。

従業員コメント ★ 入社30年、教育する立場も経験し、サービスに関しては問題ないと自負していましたが、今回の研修では、普段「やっている」ことが「できている」とは違うことを改めて痛感しました。社員、パート・アルバイトと立場を超えた研修を受講したことで、自身のサービスを見直すとともに、店舗での従業員教育のスキルも学ぶことができました。お客様からの「ありがとう」の言葉を積み重ねていけるよう、店舗一丸となり励んでいきたいと思えます。

(株)サッポロライオン

山王パークタワー店・支配人(研修参加者) **福島 勝彦**



1 「ビヤホールライオン 相鉄店」喫煙ルーム

2 「恵比寿ガーデンプレイス」消防訓練

適正な飲酒の啓発活動

★ 小冊子を活用した働きかけ

「知っておこう お酒のこと」をボーイスカウトで活用



ボーイスカウト横浜8団カブ隊の皆さん

ボーイスカウトさいたま218団の皆さん

未成年者飲酒防止のために発行している小冊子「知っておこう お酒のこと」を、横浜市とさいたま市の2つのボーイスカウト団でご活用いただきました。どちらも社員のボランティア活動の場で、飲酒や喫煙など健康に関するボーイスカウトの活動を行うにあたり、講習会で子どもたちに冊子を配布し、「どうしてお酒を飲んではいけないのか」の説明にご利用いただきました。

従業員コメント ★ 自分の子どもがボーイスカウトをはじめたことをきっかけに指導者をしており、今回の活動では「なぜ子どもはお酒がだめなのか」「勧められたらどう断るか」などを話しました。皆、目を通し、質問もしてくれました。ちょうど飲酒や喫煙への取組みを検討していたので、この冊子が講義を実施するよいきっかけとなり、実施の検討や講義を傍聴した指導者など関係者にとっても、未成年者飲酒を考えるよい機会になりました。



(株)新星苑
北垣 実菜子

お酒は昔から「百薬の長」と呼ばれ、適度な飲酒は科学的にも健康によいとされています。一方で、飲み方や摂取量を誤れば、心身の健康に害をもたらす恐れがあるのも事実です。

サッポログループは、こうした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、酒類を扱う企業としての社会的な責任であると考え、取組みを行っています。

適正飲酒に関する情報提供

サッポロビールでは、適正飲酒の啓発活動の一環として、冊子やホームページを活用した情報提供を行っています。適正飲酒に関してわかりやすくまとめた一般向けの小冊子を無料配布するとともに、ホームページ上で楽しみながら適正飲酒の知識を深めることができるサイトを用意し、情報を発信しています。

また、2010年からは、未成年者向け小冊子を希望された小・中学校などへ無料配布する活動も開始しました。

小冊子の無料配布

「お酒は楽しく健康的に」¹

1999年発行(2008年改訂)

お酒の正しい知識・飲み方などをわかりやすくまとめた内容で、ご希望の学校、会社、団体、医療機関などへ配布しています。2008年12月の改訂以後、累計で8,000冊を配布しました。

「知っておこう お酒のこと」²

小学校高学年～中学生向け 2009年発行

子どもが飲酒してはいけない理由や誘われたときの断り方、未成年者飲酒防止のための大人の役割なども掲載した、ご家族で読んでいただける内容の小冊子です。ご希望の全国の小・中学校などへ配布しています。2010年は、東京都渋谷区立、北海道恵庭市立の全小・中学校をはじめ全国の124校へ配布したほか、リトルリーグ北海道連盟などの14機関・団体へ、約30,000冊を配布しました。

ホームページや携帯サイトの活用

「知っておこう! 上手な飲み方、付き合い方」³

<http://www.sapporobeer.jp/tekisei/>

興味や関心のある事柄を探しやすいように、関連コンテンツへのリンクを増やすなど工夫し、適正飲酒に関するさまざまな情報を紹介しています。

「ケータイでチャレンジ! 知っ得? お酒の雑学クイズ」⁴



<http://m.sapporobeer.jp/tekisei/>

1セット5問(5問中1問は適正飲酒に関するクイズ)で、初級から上級までの全10セット50問のクイズを携帯電話で楽しむことができるスペシャルコンテンツです。



従業員の適正飲酒への取組み

サッポロビールでは、各事業場で任命されたアルコール関連問題のキーパーソンに対する講習会や、グループ全従業員に対するeラーニングを実施するなど、適正飲酒の教育にも積極的に取り組んでいます。また、営業担当者や配送ドライバーには、検査機でのアルコールチェックも義務づけています。サッポロライオンでも、通勤や業務で車を利用する職場に検査機を常備し、飲酒運転防止に取り組んでいます。

不適切な飲酒への注意喚起と防止策

サッポロビールは、不適切な飲酒を防止し適正な飲酒を促すために、酒類業界の定める「酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準」に準じた宣伝規則と表示規定、広告や景品使用に関する社内規定を設け、徹底を図っています。

サッポロライオンでは、ドライバーの方へアルコール飲料を提供することがないよう「ドライバーシール」配布などの取組みを行っています。

サッポロビール

広告・宣伝、表示に関する規定の徹底

- 土日祝日も含め、朝5時から夕方6時までの間のテレビCMの自粛（企業広告、マナー広告除く）
- 広告制作時の厳重チェックと制作委託先への指導 など

表示やメッセージ掲載などによる注意喚起

- 酒類容器への表示
- テレビCM、各種広告、店頭POPへのメッセージ掲載 など

ドライバーへアルコールを提供しないことを徹底

- 店頭試飲会・サンプリングの自粛
- ビール工場やワイナリー見学受付時のドライバー確認 など

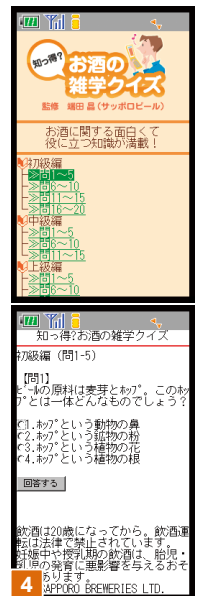
サッポロライオン

お客様への適正飲酒の注意喚起

- 店舗でのポスター・ステッカーの掲示やメニューへの表示
- 駐車場併設店舗での「ドライバーシール」の配布 など

業界団体との連携

サッポロビールは、「(社)アルコール健康医学協会」「イッキ飲み防止連絡協議会」「ビール酒造組合」などの外部団体や業界団体と協働した適正飲酒の普及・啓発活動も積極的に推進しています。また、行政やNPOなど、適正飲酒に取り組む各種団体とも積極的にコミュニケーションをとっています。



地域社会への啓発活動 北海道工場での「適正飲酒」に関する講演



サッポロビールでは、社外の方々に対する適正飲酒の紹介・説明も行っています。2010年10月、北海道工場で石狩管内教育委員会教育委員研修会が開催され、「お酒を楽しく健康的に飲むために」と題する講演を実施。北海道工場の工場長や総務部長が講師を務め、教育委員の方など35名の出席者に、アルコール代謝のしくみなどを説明し、アルコール体質を確認する簡易テストも行いました。

従業員コメント ★ 当初「サッポログループの人財育成の取組み」の講演をご依頼いただきましたが、その際「適正飲酒」に関する講演もあわせて実施しました。当日の幹事役であった恵庭市教育委員会には、小冊子「知っておこう お酒のこと」を市内の全小学校高学年児童、全中学校生徒と全小中学校教職員に配布するなど、当社の取組みにご理解・ご協力をいただいております。講演は、アルコールという身近なテーマであっただけに、教職員の皆様は一概に関心をもって受講され、充実した会となりました。



サッポロビール(株)
北海道工場 総務部 島内 康行

多様な人財の活用と育成

サッポログループの人財雇用状況

	2007年	2008年	2009年	2010年
従業員数	3,454名	3,128名	3,040名	2,992名
管理職数	1,040名	746名	730名	723名
うち女性	15名	8名	10名	14名
女性管理職比率	1.44%	1.07%	1.37%	1.94%
定年退職者数	79名	66名	55名	73名
うち再雇用者数	48名	37名	34名	47名

※ 数値はサッポロホールディングス(株)、サッポロビール(株)、サッポロ飲料(株)、(株)サッポロライオン、恵比寿ガーデンプレイス(株)の合計値。

★ダイバーシティの推進 取組みの浸透を目的に「ダイバーシティ・フォーラム」開催



サッポロビールは、2010年を「ダイバーシティ元年」と位置づけ、「多様性を認める風土、活かす組織」をめざす取組みを強化しました。「新入社員育成」「キャリア開発」「コミュニケーション」「制度」の4部会からなるダイバーシティ推進プロジェクト活動を実施しました。この取組みを浸透させるため、2010年11月から全国5か所で女性従業員と管理職を対象に「ダイバーシティ・フォーラム」を開催しています。

★外国人雇用への配慮 サッポロライオンの雇用状況と対応



衛生管理ビデオ教材 (中国語字幕付き)

外国人雇用の大半が留学生・就学生のアルバイトで、所定の資格および資格外活動許可書の所持を条件に採用し、日本語レベルによって勤務内容を考慮しています。調理補助には中国人スタッフが多いため、中国語字幕付きの衛生管理マニュアルビデオを作成し、衛生管理を徹底しています。

サッポログループでは、「オープン・アンド・フェア」の精神を基本に、国籍や性別、学歴などを問わない公平な人財雇用を原則とし、グループ各社は各々の事業の特性や環境を考慮した雇用方針を策定することで、多様な人財を雇用しています。

また、全従業員を会社の宝である「人財」と位置づけ、それぞれが個々の強みを最大限に活かし、主体的なキャリア形成ができるよう支援しています。

女性活用推進の取組み

サッポログループは、従業員が性別を問わず十分に能力を発揮できる職場づくりをめざしています。女性従業員の職務領域を拡大し、従来男性中心であった職務にも女性を積極的に採用し、新商品開発などさまざまな分野で女性視点を取り入れています。

障がい者の積極的雇用

サッポログループ各社では、障がい者雇用に取り組んでいます。たとえばサッポロビールでは、事務職を中心とした障がい者雇用を全国で積極的に進め、2004年以降は法定雇用率(1.8%)を達成。2010年1月には、千葉工場がこれまでの取組み実績を千葉県より評価され、「笑顔いっぱい!フレンドリーオフィス」として認定を受けました。2010年12月末現在の障がい者雇用率は2.11%(46名)となっています。

笑顔いっぱい!フレンドリーオフィス
<http://www.pref.chiba.lg.jp/sanjin/shougai/friendly/>

定年退職者の再雇用

サッポログループでは、改正高齢者雇用安定法への対応と、高齢者の長年培ってきた知識や経験の活用、次世代への技術・技能の継承を目的に、定年退職者を再雇用する制度を設けています。

キャリア形成支援

サッポログループでは各事業の特性に応じ、各種研修や制度の充実など、従業員の主体的なキャリア形成を支援しています。

■ サッポロホールディングス／サッポロビール

従業員と会社が、互いにスパイラルアップしていく姿をめざしています。役割ごとに求められる人材像を明確化し、必要な知識とスキルを身につけるための研修やキャリアを考える施策、自己啓発支援策などを提供しています。各施策は、従業員が自らキャリアを描き、自分を磨く機会として活用されています。

■ サッポロ飲料

階層別研修や営業研修、部門研修などを実施し、従業員の能力・キャリア開発をサポートしています。

また、各種通信教育や各種資格取得の支援など、従業員の自己啓発支援策をあわせて行っています。そのほか、2009年に引き続き2010年も、社内で策定した「リーダーシップ宣言」の理解を深めるため、未受講者の従業員を対象に「リーダーシップアカデミー」を実施しました。

■ サッポロライオン

各人の適正な評価と処遇によって働きがいを高め、「成果を生むことができる人材集団企業」をめざしています。キャリアアップを目的に、日常業務に直接結びついた内容の職種別研修をはじめ、階層別研修や自己啓発支援制度などを導入。さらに資格取得支援制度を設けて専門知識・技術取得を支援し、お客様のニーズに応えられる従業員の育成に努めています。

■ 恵比寿ガーデンプレイス／サッポロ都市開発

恵比寿ガーデンプレイスでは、業務に必要な資格に加え、「不動産のプロ」として向上するための資格取得を奨励し会社が必要な費用を負担する、公的資格取得支援制度を設けています。

また、恵比寿ガーデンプレイスとサッポロ都市開発では、担当外の業務への理解をより深めるため、時間外に自主参加型セミナーを実施しています。講師は従業員が交代で務め、毎回多くの参加者が受講しています。



新入社員の育成

サッポロビール「新入社員サポーターズ」結成



「新入社員サポーターズ」は、新入社員が同性や年齢の近い先輩と気軽にコミュニケーションをとり、スムーズに職場適応できる環境づくりのために誕生した取組みです。

公募により、地区本部や工場から育成マインドの高い20代の若手社員を「サポーター」として選出し、2010年5月にキックオフ集会を開催しました。集会では、「自分が新入社員のときに困ったこと」などを抽出し、「サポーターとして何をしたいか」を明確にしました。全国でさまざまな活動を展開し、新入社員の安心感やモチベーションの向上を図るとともに、若手社員が生き活きと働ける風土づくりをめざします。



若手社員の挑戦を促す

サッポロライオンの「社長座談会」



社長と若手社員、新人支配人が意見交換をする場として「社長座談会」を設け、毎年10名前後の社員が1年かけて議論を深めています。社長自らが現場で働く従業員の意見や考えを知り、その意見を施策として反映することで、参加社員の店舗だけでなく会社全体におけるモチベーションの向上につながっています。また、会社が求めていることを肌で感じてもらい、本当に会社をよくするための具体的な意見と、それを形にする実行力を養う教育の場にもなっています。

サッポロビール労働災害発生状況

	2007年	2008年	2009年	2010年
休業災害	0件	1件	0件	1件
不休災害	13件	8件	10件	5件
度数率 ※1	0.00	0.76	0.00	0.88
強度率 ※2	0.0000	0.0934	0.0000	0.0072

※1 度数率 災害発生の頻度を表す指標で、100万延べ実労働時間当たりの労働災害による死傷者数。

※2 強度率 災害の重さの程度を表す指標で、1,000延べ実労働時間当たりの労働損失日数。

★ 従業員の安全確保 車輛への製品積込作業の見直し

サッポログループの配送部門を担うサッポロ流通システムでは、自社トラックを所有する4事業所すべてが、(社)全日本トラック協会より「安全性優良事業所」※の認定を受けています。

2010年は、車輛に製品を積み込む際の従業員の安全性を見直しました。従来は製品の積込と同時に、輸送中の荷崩れを防ぐための緩衝材を挿入していたことから、乗務員とフォークリフトが接近して作業を行う状況でした。そこで、乗務員とフォークリフトが1m以内に接近しないよう緩衝材の挿入方法を再考。全国のサッポロビール工場で改善策を導入し、現在、新しい手順での積込作業の定着を図っています。

※ **安全性優良事業所** 荷主企業や一般消費者がより安全性の高いトラック運送事業者を選びやすくするとともに、安全性向上に対する意識を高めるための環境整備を図ることを目的に、(社)全日本トラック協会が安全性を正当に評価し、認定した事業所。

改善後の緩衝材挿入手順

- 1 荷台へ製品を仮置き
(緩衝材の入る幅を空ける)**
 従来は乗務員が緩衝材を入れるため手で押さえていた
- 2 リフトが安全な位置まで離れたことを確認後、緩衝材を挿入**
 パレットの縁に緩衝材をのせる
- 3 リフトスライドで製品を寄せ、緩衝材を固定**
 安全な場所まで離れ、リフトマンと相互確認

安心して働ける職場環境づくりには、従業員の安全・健康に対する配慮の徹底が不可欠だと考え、労働災害の防止や、心身の健康維持・増進に向けたさまざまな施策を実施しています。

またサッポログループ各社は、「在職中はもとより、退職後も従業員の相互扶助や自助努力を側面から支援する」という考えのもと、人事制度や福利厚生制度を整備しています。

従業員の安全と健康

サッポログループ各社では、会社と労働組合の代表で構成する「安全衛生委員会」を定期的に開催し、安全衛生に関する現状の確認、今後の課題や改善事項などについて意見交換を行っています。

またサッポロビールでは、毎年「安全衛生活動指針」を策定し、全社的な安全衛生の方向性を全従業員に提示しています。

サッポロライオンでは、労働災害の発生原因を明確にし、実態や予防策について理解を深めるための説明会を設けるなど、再発防止に努めています。

恵比寿地区の地域冷暖房を担う東京エネルギーサービスでは、日頃からの安全衛生活動に対する創意工夫と努力の結果、「無災害記録54万時間」(2010年12月末現在)を達成しました。

従業員の健康管理とメンタルヘルスケア

サッポログループ各社とサッポロビール健康保険組合共同でグループ全従業員の定期健康診断を行い、結果をもとに生活習慣病対策などを指導しています。

サッポロビール健康保険組合では、メンタルヘルス(心の健康)対策として、グループ全従業員対象の講演会や機関誌による啓発をはじめ、社外窓口の専門ダイヤル「24時間電話相談」で心理カウンセリングを含む各種相談に対応しています。また、年1回の「心の健康診断」により従業員のセルフケアを促進するとともに、外部専門スタッフによるカウンセリングも行っています。

仕事と育児・介護の両立を支援

サッポログループは、育児や介護に携わる従業員の仕事と家庭の両立を支援する制度を設けています。

サッポロビールでは、次世代育成支援行動計画を作成し、会社と労働組合の代表で構成する「次世代育成支援プロジェクト」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。2005年9月～2007年8月の第1期取組みで厚生労働省の次世代認定マーク「くるみん」を取得したのに続き、2007年9月～2010年8月の第2期取組みも評価され、2回目の認定 **1** を取得。2010年は、育児を行う従業員の支援策として「短時間勤務制度」を改定し、小学校6年生までの子をもつ従業員全員が利用可能になりました。また育児休職の一定期間有給化にも取り組んでいます。

現在は第3期として、さらなる次世代育成支援に対する取組みが進行中です。男性の育児休職取得者数も増加し、2010年は育児休職取得者28名のうち、12名が男性となっています。さらに全従業員を対象とした「半日休暇制度」も拡充し、仕事と家庭の両立を支援しています。

また、子どもたちにお父さん、お母さんの働いている姿を見てもらい、親子の絆を深め、家族のありがたさを再認識する機会となるよう、2008年から「家族参観日」を実施 **2** しています。

差別や嫌がらせの撤廃

従業員の人権を尊重し、差別や嫌がらせのない職場環境をめざし、各種施策に取り組んでいます。グループ各社では、パワーハラスメントやセクシャルハラスメント防止に向けた相談窓口の設置をはじめ、従業員同士考え合う機会の創出やポスター掲示、パンフレットの配布など、従業員教育・啓発活動を推進しています。

労使関係

定期的に労使協議の機会を設け、労働条件や人事諸制度について討議するなど、労使一体となり職場環境の維持・改善、安定した労使関係の構築に努めています。サッポロホールディングス、サッポロビール、サッポロ飲料、サッポロ流通システムでは、管理職以外のほぼ全従業員が労働組合に加入。グループ全体の組合員数は、2,333名(2010年12月末現在)となっています。



1



2

★ 休暇制度の活用 自己啓発や挑戦の機会を提供する「フロンティア休職」

挑戦的・啓発的な風土の醸成をめざして設けられたサッポロビールのフロンティア休職制度。自己啓発のための就学や社会の調和に貢献するためのボランティア活動を目的に、これまでに10名がこの制度を活用しています。

従業員コメント ★ 在職中に小学校での環境教育に携わり、会社で培った経験や技術をより多くの人々に伝えたいとの思いから、JICAシニア海外ボランティアに応募しました。現在、フィジー電力公社にてエネルギー監査や学校の環境教育、エネルギー庁と協働のエネルギー政策プロジェクトなどに参画しています。派遣前に2か月ほど実施される合同合宿訓練では、新卒者や会社を退職して参加している青年、定年退職後のシニア層が多く、自分と同年代の現職参加者はまだまだ稀有な存在だと感じました。フロンティア休職制度により実現したチャンスを活かし、復職後に会社に貢献できるよう日々精進したいと思います。



サッポロビール(株)
エンジニアリング部 荒井 正

★ 仕事と家庭の両立支援 育児を支える「短時間勤務制度」

従業員コメント ★ 現在、小学校3年生と2歳になる娘がおり、始業時間を30分遅らせるとともに、終業時間を1時間30分前倒した短時間勤務制度にもとづく勤務体系で勤務しています。兼務のため勤務場所が2か所のうえ、製造委託先の品質監査など出張もあり、夫も海外出張が多く、まだこの制度がなかった一子目出産のときは時間のやりくりがとても大変でした。今は会議時間や出張日程を調整していただくなど、社内外の協力も得られるので、自分の将来のための勉強も続けており、忙しいながらも毎日がとても充実しています。これから結婚し、出産する後輩たちにもぜひ制度を活用して育児と仕事を両立してほしいです。



サッポロ飲料(株)
品質保証部兼分析センター 島袋 千恵子

パートナー関係の強化

協働契約栽培生産者同士の交流 日本とドイツの生産者の国際技術交流会



2010年2月、協働契約栽培のパートナーであるドイツの麦芽サプライヤーと大麦生産者12名が、同じく国内のパートナーである北海道ビール大麦耕作組合連合会とJAオホーツク網走を訪問し、国際技術交流会を実施しました。

北海道と似た農業体制をとっているドイツ生産者側からの要望で、日本の協働契約栽培をリードする北海道の大麦生産者との交流会が実現。麦類の乾燥調整貯蔵施設の視察や、栽培方法などの技術的な課題から後継者問題にいたるまで積極的な討議が行われ、最後には、高品質で安全な原料に対する思いが同じであることを共有しました。

VOICE ★

北海道ビール大麦耕作組合連合会
会長 安達 昭雄 様



ドイツとJAオホーツク網走の生産者との交流会に参加し、サッポロビールとの協働契約栽培をしている共通の立場からの交流を行いました。

北海道農業、とくに網走は麦類(小麦・二条大麦)、甜菜、澱原馬鈴薯を基幹作物としている純畑作地帯で、ビール原料の大麦は全量サッポロビールへ供給している道内最大の産地であることを説明しました。今回の訪問者の地域も同様な農業体制であることが説明され、大いに共感し、両国の土壌・気象条件などの違いはありますが、サッポロビールに対し安全・安心で高品質な原料を供給することの認識が共有できた交流会でした。

ドイツとJAオホーツク網走の生産者との交流会に参加し、サッポロビールとの協働契約栽培をしている共通の立場からの交流を行いました。

公正かつ透明な取引を原則として、サッポログループ各社が求める条件に適合するサプライヤーには、国内外を問わず取引の間口を広く開放しています。また、購買活動における法令、社会規範を遵守し、サプライヤーとの良好な信頼関係を築くよう努めることを企業行動憲章に定め、安全で安心な調達をめざしています。

パートナーとの連携とコミュニケーション

■ サッポロビール

麦芽・ホップのサプライヤーおよび生産者とは、播種前・収穫前・収穫後などにミーティングを行い、当社の考え方や方針を共有しています。また、労働環境や地球環境への取組み状況のヒアリング、衛生管理や技術面の定期的な監査も行っています。

資材関連のサプライヤーとは、定期的な技術交流会や生産工場の訪問、品質保証・品質改善に関する説明会を毎年実施しています。また、2010年からは本社部門だけでなく各工場が主体となり、取引先の工場との交流会を実施しています。多面的に工場運営を把握し、互いの課題を共有することで、協力してその解決に取り組んでいます。

また、サッポロ飲料と合同で、全サプライヤーを対象にした購買方針説明会 **1** を開催しています。

■ サッポロ飲料

国内外の原料サプライヤー・生産者とは、収穫、搾汁時期など適宜、生産地を訪問 **2** して直接意見交換を行い、品質や安定供給などを見極めていきます。

資材関連のサプライヤーとは、現行資材の品質向上、包装資材の軽量化、環境にやさしい材料開発などについて技術交流を進め、パートナーシップを強化しています。また、業務提携先である(株)ポッカコーポレーションとは、共通の主要原材料について規格などをすり合わせ、2010年1月より共同調達を開始しました。

■ サッポロライオン

代表的な産地交流として、「かごしま黒豚」「みやざき地頭鶏」「中札内枝豆」**3** などの生産者や加工場の視察と、意見交換を定期的に行っています。



1 購買方針説明会 **2** 中米のオレンジ搾汁工場(サッポロ飲料)
3 中札内枝豆生産場 **4** 恵比寿ガーデンプレイスパートナー連絡会

■ 恵比寿ガーデンプレイス

日常業務やイベントなどの情報共有のため、「恵比寿ガーデンプレイスパートナー連絡会」⁴を月1回開催、他の複合商業施設の視察を年2回実施しています。また月2回の清掃インスペクション[※]とともに「清掃QC」を開催し、点検の評価結果の報告と改善を行い、快適な環境の維持に努めています。

※ 清掃インスペクション 清掃品質の評価。

CSR視点での調達の徹底

サッポログループでは、グループ内関係部門に「下請代金支払遅延等防止法（下請法）」に関する調査・説明会などを実施し、法令の理解、遵守を徹底しています。またグループ各社では、品質、供給体制、価格などにかかわる調達基準を徹底するとともに、公正な取引に努めています。

サッポロビールでは、独自に「購買基本方針」を制定しています。2010年は[S*QCD][※]の追求を新たなミッションとして掲げ、3月には全サプライヤーを対象に実施した購買方針説明会にて共有化を図りました。またその際には、環境負荷のより少ない原料や資材、商品を優先的に購入する「グリーン調達」の推進についても説明し、サプライヤーの協力を求めています。さらに、環境保全に積極的なサプライヤーとの取引を優先し、取引後も継続的に評価しています。

※ S*QCD Safety（安全第一）、Quality（品質第二）、Cost&Delivery（コストと納期第三）の意味。

サプライヤー満足度調査の実施

サッポロビールでは購買活動の検証のため、2009年より主要資材関連サプライヤーを対象に「サプライヤー満足度調査」を実施しています。2010年は62社を対象に行い、アンケートの回収・分析は中立的立場のCSR部が担当しました。前年に比べ有効回答率が向上し、総合満足度も2%増の87%となりました。結果はサプライヤーへフィードバックし、いただいたご意見には速やかに対応しています。今後も定期的な調査を継続し、改善に努めていきます。

生産者と連携した環境への配慮 持続可能な環境保全型農業への挑戦



2010年にサッポロビールのフィールドマンが日本GAP協会の指導員資格を取得しました。

これをきっかけに、担当する岩手県北ホップ農協[※]（サッポロビールの扱う国産ホップの大半を生産）と、岩手県推奨のGAP（農業生産管理工程）を参考に、持続可能な環境保全型農業をめざす新たな取組みを開始しました。サッポロビールの協働契約栽培のノウハウと、GAPの科学的知見や根拠を組み合わせ、さらなる品質向上や環境対応に努めています。

※ 岩手県北ホップ農協 岩手県特産農作物生産振興会共進会において、最高賞の農林水産大臣賞の受賞者を6回連続輩出し、経営面、生産量、品質などホップ栽培のすべてにおいて評価の高い農協。

日本GAP協会 (JGAP) <http://jgap.jp/>

生産者の顔が見える調達 油で揚げない「ポテかるっ」の原料へのこだわり



サッポロファインフーズでは、2009年より独自の油で揚げない製法により、1袋わずか138kcalのポテトチップス「ポテかるっ」を製造販売しています。ヘルシーで自然なおいしさを追求する一方、サッポログループの商品として、食の安全・安心を大切にし、原料にこだわっています。アメリカ（アイダホ州、オレゴン州、ワシントン州）のじゃがいも農家と直接契約しているサプライヤーと協力して、生産者の顔が見える調達に取り組んでいます。またサッポロホールディングスの品質管理担当者とともに、現地じゃがいも加工工場を視察し、ミーティングも行っています。

★ 株主様の賛同を得た社会貢献

天然記念物「北限のブナ林」保護活動への寄付



サッポログループはサッポロビール創業の地である北海道で、地域活性化に向けたさまざまな取組みを実施しています。サッポロホールディングス株主様ご優待制度においても、株主様が優待品を社会貢献活動への寄付金に代えることができます。

2010年は、(財)北海道環境財団を通じ黒松内町の「北限のブナ林再生・保全プロジェクト」※を支援先として決定したところ、多くの株主様からご賛同をいただき、総額1,414,000円の寄付が集まりました。サッポロホールディングスからも同額の寄付を行い、2010年7月、同財団に合計2,828,000円の寄付金を贈呈しました。

※ 北限のブナ林再生・保全プロジェクト 北海道の貴重な資産であり、国の天然記念物に指定されている北限のブナ林を再生・保全するための取組み。

<http://www.heco-spc.or.jp/bunahozen/>

VOICE ★

北海道 黒松内町
町長 若見 雅明 様

2010年、(財)北海道環境財団との連携事業「北限のブナ林再生・保全プロジェクト」に、株主の皆様とサッポロホールディングス様より多額のご寄付をいただき、感謝申し上げます。とくに町民有志が行う黒松内岳ブナ林再生プロジェクトでは、苗畑のブナ管理が順調に進み、新たに町外からのブナ林再生植樹のエコツアーも実施できました。

今回の連携を記念して、「サッポロビール園」の庭にブナを植樹させていただきました。「サッポロビール園」のブナや黒松内町の北限のブナ林を見にお越しいただけましたら幸いです。

サッポロホールディングスは、株主の皆様への適切な利益還元を、経営上の最重要政策としています。また、サッポログループは企業行動憲章にもとづき、株主・投資家の皆様へ投資判断に資する公平かつ適時・適切な企業情報の開示を行い、双方向のコミュニケーションを重視したIR活動を展開しています。

安定配当を基本とした政策

サッポロホールディングスでは、安定的な利益還元を基本とし、業績や財務状況などを勘案して配当を実施しています。2010年12月期の配当金は、株主様への利益還元と財務基盤強化、戦略投資などに必要となる内部留保などを勘案したうえで、前期と同様、1株当たり7円としました。また、株主様へのご優待制度も設けています。

株主様ご優待の内容(2010年12月期)

対象:1,000株以上保有の株主様

- ビール詰め合わせ
- 清涼飲料水詰め合わせ
- 社会貢献活動への寄付

① 3点のなかからひとつ選択

② 進呈

サッポロライオンチェーン各店
または通信販売「味の直送便」の
ご優待割引券(20%割引・5枚綴り)



SRIインデックスへの組み入れ

投資信託の運用にあたって、企業の業績など財務面だけでなく環境保全や社会貢献への取組みを評価基準とする「社会的責任投資(Socially Responsible Investment)」があります。

サッポロホールディングスは、長期的な企業の発展、さらには株主様への利益還元につながるとの考えからCSR活動を推進しています。その取組みが評価され、2010年12月末現在「FTSE4Good Global 100 Index(英国・FTSE社)」に組み入れられています。



FTSE4Good

FTSE4Good Index Series -
FTSE4Good Japan
<http://www.ftse.com/japanese/>

IRツールによる情報開示

サッポロホールディングスは、各種IRツールを通じて、株主・投資家の皆様との緊密なコミュニケーションを図っています。常に新しい情報をお届けするとともに、国内外での情報に差が生じないように努め、IRサイトでは詳細な決算情報を随時公開することで、よりタイムリーな情報発信を行っています。

こうしたサッポロホールディングスのIR活動が評価され、2009年に大和インベスター・リレーションズ(株)より、「インターネットIRサイトの優秀企業580社」に選定されています。

主なIRツール

発行物	発行時期
株主通信	毎年3月
中間期株主通信 1	毎年9月
決算短信、四半期報告書	四半期ごと
アニュアルレポート(海外投資家の方々向け) 2	年1回
サッポロホールディングスIRサイト 3	随時更新
「株主・投資家の皆様へ」(日本語) http://www.sapporoholdings.jp/ir/index.html	
「Investor Relations」(English) http://www.sapporoholdings.jp/english/ir/index.html	

IRイベントの開催

サッポロホールディングスでは、国内のアナリストの方々を対象に決算説明会 **4** を年2回開催し、経営陣より業績や経営戦略について説明しています。また四半期開示制度に対応し、第3四半期決算において電話会議形式の決算説明会も実施しています。決算説明会では、書面の資料や映像資料を活用するなど、よりわかりやすい説明に努めています。なおホームページでも、説明会に使用した資料(年2回分)の和文版・英文版、説明内容の音声配信(日本語)やスクリプト(英文)を公開しています。

海外の投資家に対しては、アメリカ、イギリス、カナダ、シンガポールなどの数都市で経営陣がIR活動を行い、長期的な戦略を説明しています。

さらに一年を通じて、国内外のアナリストの方々などとのワン・オン・ワンミーティングを150件以上実施し、証券会社主催のグループミーティングにも積極的に参加しています。



IRサイトのリニューアル

2010年8月、サッポロホールディングスのホームページをリニューアルし、「株主・投資家の皆様へ」のサイトもコミュニケーションツールとしての観点で見直しました。新しく「株価情報」のコンテンツへのリンクを設けるなど情報内容を見直すとともに、アクセスのしやすさに配慮した画面構成となっています。



恵比寿の地で感謝をこめて

ビール工場として誕生し、恵比寿ガーデンプレイスへとつないだ120年。歴史のなかで育んだ地域との密接なつながりを大切に、地域のさらなる発展に貢献しています。

★「恵比寿麦酒祭」開催

サッポログループは、「エビスビール」発祥の地である「恵比寿ガーデンプレイス」において、2010年9月の5日間、ビアフェスティバル「恵比寿麦酒祭」を開催しました。2年目となる2010年は、「エビスビール」生誕120年を祝って、地元へ密着した催しや、ご家族でお楽しみいただけるようお子様向けの催しの充実も図り、より盛大なフェスティバルとなりました。



★ 地元秋祭りの御輿巡行

2009年の地元の秋祭りで、恵比寿町会の御輿がはじめて「恵比寿ガーデンプレイス」内を巡行しました。2010年は恵比寿町会の皆様と一緒に恵比寿ガーデンプレイスの社長も御輿を担ぎました。今後も地域の一人として、地域の皆様との交流を一層深めていくよう取り組んでいきます。



地域の皆様との交流

ビール工場(北海道、仙台、千葉、静岡、九州日田)敷地内のビオトープ園や体験農園を地域に開放し、環境との共生、地域交流の場を提供しています。

★ 知的障がいをもつ方への働く機会の創造

サッポロビール、恵比寿ガーデンプレイスでは、知的障がいをもつ方が社会に交わり働き、その対価を得る機会を創造するために「いちばんぼし活動」を推進しています。サッポロビール 千葉工場・仙台工場・「恵比寿ガーデンプレイス」サッポロ広場の3拠点で、芝刈り・草刈り・雑草抜き・清掃などの作業を、近隣の障がい者支援団体(社会福祉法人)に委託し、実施しています。



★ 児童虐待防止「オレンジリボン運動」支援

サッポロ飲料は、2010年11月に東京都が実施した「児童虐待防止・オレンジリボンキャンペーン」にて、製品5,000本を提供しました。また、特定非営利活動法人児童虐待防止全国ネットワークに協力して、「児童相談所全国共通ダイヤル」を記載したステッカー1,000枚を2011年より東京都内の自動販売機に貼付の予定です。



東京都「児童虐待防止・オレンジリボンキャンペーン」
<http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHRASE/2010/10/20kae300.htm>
 オレンジリボン運動 <http://www.orangeribbon.jp/>

サッポロビールほし日記「来て!みて!工場見学」 <http://blog.sapporobeer.jp/kengaku/>



日々の活動をより身近に感じていただけるよう、サッポロビールの公式ブログ「サッポロビールほし日記」内の「来て!みて!工場見学」で各工場での取り組みなどを紹介しています。

宇宙への果てしない夢

宇宙での「食」の可能性を探る岡山大学の杉本准教授との共同研究をはじめ、2008年より宇宙研究の一端に触れるイベントを展開。子どもたちの宇宙や科学への興味・関心の醸成にも努めています。

★「宇宙の大麦」を活用した体験イベントやチャリティの実施

岡山大学の杉本准教授の協力を得て、国際宇宙ステーションに5か月間滞在したサッポロビール開発の大麦品種「はるな二条」（宇宙の大麦）の子孫を活用した体験イベント「宇宙教室」を、バイオ研究開発部の試験圃場で行っています。春には種子の収穫、秋には近隣の小学生とその種まきを行い、子どもたちの「宇宙への夢」を育てる活動を続けています。

また、「宇宙の大麦」の子孫を100%使用したビール「サッポロスペースバーレイ」を世界ではじめて販売し、2010年4月にその売上全額250万円を岡山大学に寄付しました。寄付金は子どもたちの科学教育促進、日本とロシアの宇宙科学研究の発展に活用されます。



VOICE ★

岡山大学 資源植物科学研究所
准教授 杉本 学 先生



「宇宙の大麦」を利用した体験イベントは、私たち人類が大気圏を飛び出して宇宙環境を利用したり、宇宙で生活したりすることが夢物語ではなく、実現に向けた研究が精力的に行われていることを子どもたちに伝える、絶好の機会です。宇宙と子どもたちをつなぎ、未来への掛け橋になることを願っています。

子どもたちとともに

次世代を担う子どもたちが、さまざまな興味や発見をできるよう、本業を通じた体験学習の場の提供や教育支援などに取り組んでいます。

★地元小学生とのぶどう栽培とアート体験



サッポロワインでは2004年より毎年、岡山ワイナリー内のぶどう畑の一部を近隣の軽部小学校に提供し、草取りや袋かけから収穫までを一緒に行い、生育を観察しています。また2010年は、赤磐市各所で開催された「あかいわアートラリー 2010」に



参加し、軽部小学校の4～6年生がガラス工芸作家とワインのびんでつくった作品を、軽部小学校のぶどう畑に展示しました。

★炭酸飲料水づくり教室の実施

サッポロ飲料では、「家族参観日」に社内で行った炭酸飲料水づくりの経験を活かし、2010年9月にはじめて小学校での出前授業を実施。小学生にも取り扱いやすい香料や着色料、ベースシロップの用意など、試作から試飲までさまざまな工夫を凝らし、子どもたちに炭酸飲料水づくりを楽しんでもらいました。



★ グループ全体の環境マネジメント 「サッポログループ環境基本方針」制定

役員コメント ★ サッポログループでは、2003年の持株会社体制への移行後、各事業会社とその事業特性に応じた環境行動指針、環境目標を定め、環境マネジメントを推進してまいりました。一方、2010年には、



グループ事業の拡大・発展に沿った環境マネジメントの必要性に鑑みて、グループとしての環境基本方針を制定しました。今後は、グループとしての環境パフォーマンス向上を進めてまいります。

サッポロホールディングス(株)
常務取締役 **上條 努**

2010年に「サッポログループ環境基本理念」を見直し、「サッポログループ環境基本方針」を新たに制定しました(45ページ「環境負荷の全体像」参照)。今後は、この基本理念と基本方針のもと、グループ全体としての環境マネジメントを強化し、環境パフォーマンスを向上していきます。

環境保全推進体制

サッポロホールディングス内に、「経営会議」の諮問機関として「グループ環境保全委員会」を設置し(55ページ「コーポレートガバナンス」参照)、グループ全体の環境保全活動を推進・統括するとともに、各事業会社の環境経営の取組みをサポートしています。同委員会の委員長はサッポロホールディングス社長、委員は各事業会社の環境保全担当部門長など、事務局はサッポロホールディングスCSR部社会環境グループです。

2010年は8月に開催 **1** し、「省エネルギー法」「東京都環境確保条例」の改正などがグループへ与える影響と対応状況・対応予定、各事業会社の環境保全活動・社会貢献活動の取組み状況を確認し、「サッポログループ環境基本理念」の改定と「サッポログループ環境基本方針」の制定、今後に向けたグループの環境課題について協議しました。



1 グループ環境保全委員会 **2** 仙台工場環境監査 **3** 九州日田工場環境監査

環境監査の実施状況

ISO14001およびエコアクション21認証取得事業場(44ページ「ISO14001・エコアクション21の認証取得」参照)では、年1回外部審査を受けています。ISO14001認証取得事業場では、さらに事業場内での内部環境監査も実施しています。2010年は、いずれも重大な指摘事項はありませんでした。

これらに加え、サッポロホールディングスCSR部社会環境グループが、各社・各事業場を対象とする環境監査 **2** **3** を実施しています。2010年はサッポロビールエンジニアリング部とともに、サッポロビール北海道工場、仙台工場、九州日田工場を対象に実施。また、安曇野食品工房、サッポロファインフーズの監査も行いましたが、これらすべてにおいて重大な指摘事項はありませんでした。

ISO14001・エコアクション21の認証取得

サッポログループは、グループ内の7製造事業場、熱供給会社において、環境マネジメントシステムに関する国際規格であるISO14001の認証を取得しています。

サッポロビールは、営業事業場の地区本部単位で「エコアクション21 (EA21)」※の認証取得をめざしており、2010年には中四国本部で認証を取得し、近畿圏本部で登録審査を受けました(2011年認証取得予定)。

※ **エコアクション21** 企業・学校・公共機関が「環境への取組みを効果的・効率的に行うシステムを構築・運用・維持し、環境への目標をもち、行動し、結果を取りまとめ、評価し、公表する」方法として、1996年に環境庁(現環境省)が策定した認証・登録制度。

エコアクション21 中央事務局 <http://www.ea21.jp/>

環境教育・訓練の実施

サッポロホールディングスCSR部社会環境グループでは、グループ各社の従業員に対して環境教育を実施しています。2010年は、4,754名にeラーニングを実施し、100%が修了しました。またグループ各社でも、それぞれ従業員への環境教育を実施しています。

さらに、ISO14001認証取得事業場では、ISO14001規格や環境マネジメントシステムに関する教育、緊急事態への対応訓練 **4** などを実施しています。

環境法規制遵守の状況

サッポロビール大阪工場跡地で基準値を超える汚染物質が検出され、2009年から2010年にかけて所在地の自治体のご指導のもと汚染土壌箇所の浄化工事を行いました。浄化工事は3月に完了しました。

2010年は、工場所在地の自治体と締結している公害防止協定の「臭気」についてのご指導をいただいた事例が1件あり、是正に取り組みました。

そのほかの環境法規制違反などによる国や地方自治体からの指導はありませんでした。

★ エコアクション21の取組み 近畿圏本部の事例



従業員コメント ★ サッポロビール近畿圏本部では2009年、大掛りな職場のフロア移転を行いました。ペーパーレスの推進と快適な職場環境づくり、コミュニケーションの深化を目的に、一部署で先行して

いた「**部署内フリーデスク**」※1を全営業部署へ広げ、2010年6月からは週に1回、組織を超えたフリーデスクを行っています。その結果、単なる整理整頓のみならず業務の**5S**※2にもつながっています。このほかにも、大阪市一斉清掃「クリーンおおさか」への参加など、さまざまな取組みを推進しています。エコアクション21認証取得にあたり、これまで以上の意識変革と一人ひとりの自主的行動ができるよう活動を進めていきます。

※1 **部署内フリーデスク** 部署のなかでこの席に座ってもよいこと。

※2 **5S** 職場環境の改善活動で用いられるスローガンで、各職場において徹底されるべき「整理」「整頓」「清掃」「清潔」「躰」の5つの項目のこと。

サッポロビール(株)

近畿圏本部 総務部 **岩坂 繁行**

ISO14001・エコアクション21認証取得状況(2010年12月末現在)

社名/事業場/取得年月

サッポロビール			
北海道工場	1998年 9月	北海道本部 (EA21)	2006年 7月
静岡工場	1999年 4月	群馬工場(尾島事業所)	2007年 7月
群馬工場	1999年 5月	東北本部 (EA21)	2008年 3月
仙台工場/千葉工場	1999年 9月	中四国本部 (EA21)	2010年 1月
九州日田工場	2001年 4月		

サッポロワイン

岡山ワイナリー 1999年11月

東京エネルギーサービス

(恵比寿ガーデンプレイス内所在) 2001年 8月



4

千葉工場の緊急事態対応訓練

環境負荷の全体像

サッポログループは、事業活動にともなって発生するCO₂や排出物質などの量を把握することが、環境活動の第一歩だと考えています。

事業ごとに使用する資源や原材料は異なりますが、「使用するもの」と「排出するもの」の全体像を把握したうえで、その影響を考慮し、サッポログループが地球環境のためにできることを考え、実施していきます。

ここでは、事業ごとの物質収支を表にまとめました。また、ビール事業については、物質循環をイメージできる図を記載しました。

サッポログループ企業行動憲章

2. (2) 「持続可能な社会」の構築に貢献する環境への取組み

すべての事業分野において、また、製品・サービスのすべての段階において、環境に配慮し、地球温暖化防止および循環型経済社会などの、「持続可能な社会」の構築に貢献する取組みを進めます。

サッポログループ環境基本理念

(2003年12月16日制定、2010年12月20日改定)

サッポログループは、『潤いを創造し豊かさに貢献する』との経営理念のもと、すべての事業分野において提供する商品及びサービスの全ライフサイクルに亘り、社員一人ひとりが地球環境を守り、持続可能な社会を実現するために積極的に行動することを約束します。

サッポログループ環境基本方針

(2010年12月20日制定)

各事業会社の環境行動指針・環境目標

「サッポログループ環境基本方針」および「各事業会社の環境行動指針・環境目標」の詳細は、ホームページで開示しています。
(2011年6月公開予定)

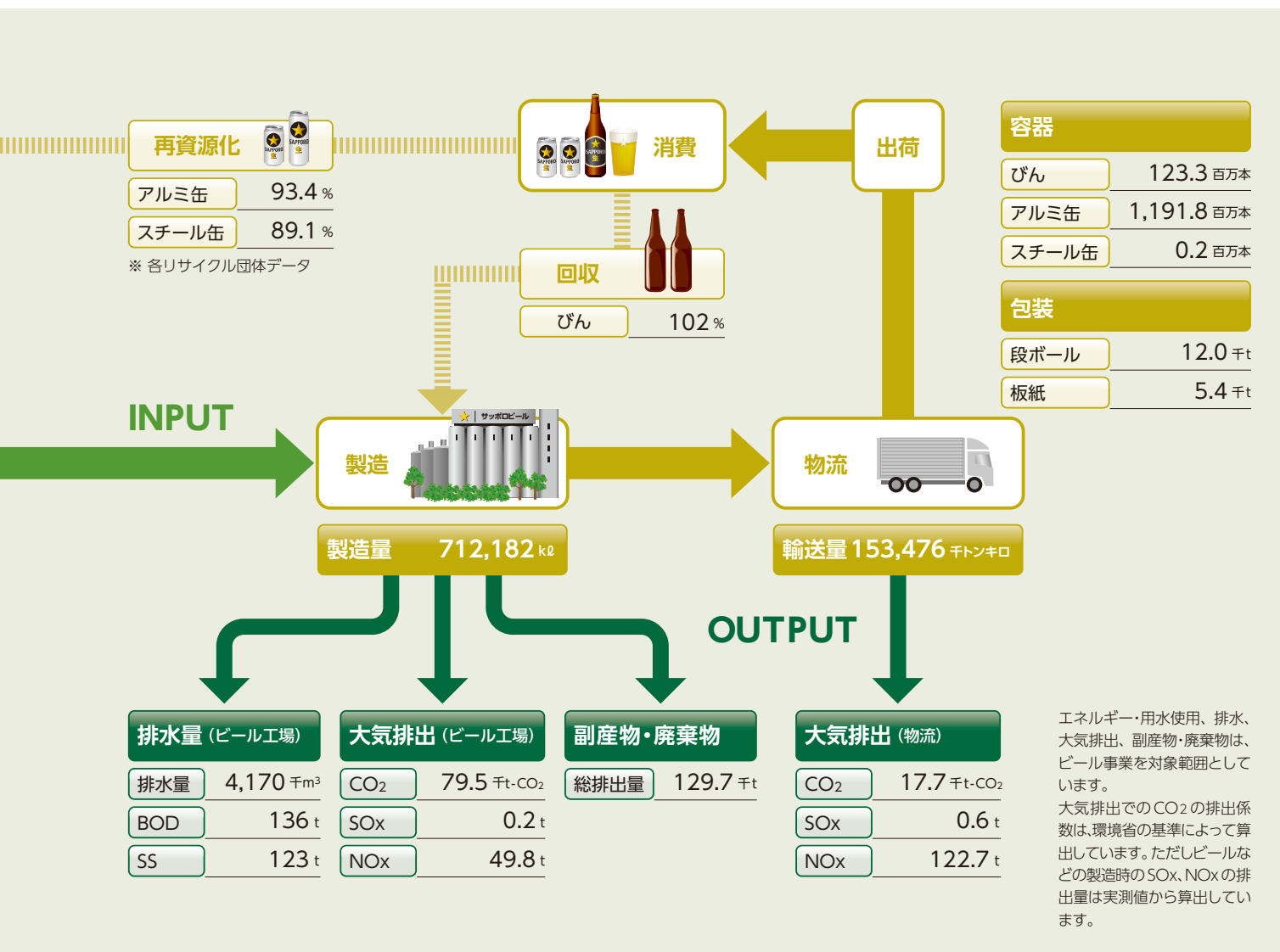
<http://www.sapporoholdings.jp/csr/2011/earth/index.html>

ビール事業における物質収支・物質循環

包装資材 	びん	62.2 千t
	ラベル	0.1 千t
	王冠	0.3 千t
	アルミ缶	19.2 千t
	スチール缶	0.0 千t
	段ボール	12.0 千t
	板紙	5.4 千t
原料 	麦芽	73.1 千t
	副原料	41.5 千t
	ホップ	0.5 千t
エネルギー・用水 	燃料	1,076,545 千MJ
	電力	68,655 千kWh
	用水	4,581 千m ³

国内酒類事業ごとの製造量(2010年)

 ビールなど製造量	712,182 kℓ
 ワイン製造量	9,186 kℓ
 焼酎製造量	22,691 kℓ



各事業における物質収支

		ワイン事業	焼酎事業	外食事業 ※1	不動産事業 ※1 ※2
INPUT	燃料および熱 (千MJ)	13,448	45,712	112,085	725,944
	電力 (千kWh)	3,893	2,052	25,033	57,114
	用水 (千m ³)	108	105	487	527
OUTPUT	CO ₂ (千t-CO ₂)	3.2	3.1	16.7	63.8
	排水量 (千m ³)	97	70	487	514
	副産物 (t)			-	-
	廃棄物 (t)	816	1,039	1,598	4,320

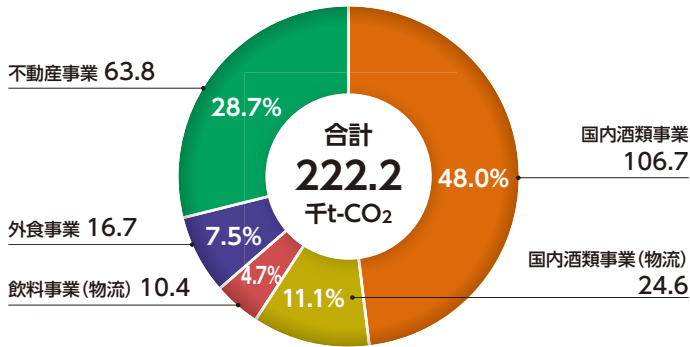
※1 2009年4月～2010年3月の数値を使用しています。

※2 数値は地冷会社（東京エネルギーサービス）を除く。

東京エネルギーサービスの物質収支：使用エネルギー 448,201千MJ、販売エネルギー 363,443千MJ、CO₂ 1.3千t-CO₂、用水 120千m³、排水量 24千m³。

地球温暖化防止への取組み

サッポログループCO₂排出状況 (千t-CO₂)



- ※ 2009年度の省エネルギー法定報告書の数値を使用しています。
- ※ 省エネルギー法による特定事業者として、サッポロビール、サッポロライオン、恵比寿ガーデンプレイス、サッポロ都市開発、特定荷主として、サッポロビール、サッポロ飲料の数値を対象にしています。
- ※ 国内酒類事業は、ビール類、焼酎類で構成されています(楽丸酒造は含みません)。ワイン事業の数値は含みません(ワイン事業でのCO₂排出状況は49ページ参照)。

★ ヒートポンプ技術の積極的な活用

サッポロビール九州日田工場が特別感謝状を受領



従業員コメント ★ サッポロビールでは積極的に省エネルギー機器を導入し、CO₂排出量削減に取り組んでいます。

今回九州日田工場ではヒートポンプ技術に着目し、ビール製造工程との融合を図りました。従来は大気に放出していたビールの発酵熱を回収し給湯に利用することで、年間約300トンのCO₂排出量を削減できました。さらに工場内の空調にもヒートポンプを導入し、CO₂排出量を削減。こうした積極的なヒートポンプ設備の導入や普及活動が、(財)ヒートポンプ・蓄熱センター主催「第13回蓄熱のつどい」での特別感謝状の受領につながりました。

今後も「環境・地域と共生したビール工場」をめざして、さらにCO₂排出量削減活動を進めていきます。

サッポロビール(株)

九州日田工場 エンジニアリング部 **本田 誠**

サッポログループのCO₂排出状況

サッポログループは地球温暖化防止に向け、各事業活動にともなうCO₂排出量の削減に取り組んでいます。「温暖化対策推進法」「省エネルギー法」「東京都環境確保条例」など、法的要求事項に適切に対応するとともに、事業のサプライチェーン[※]を意識し、関係者一人ひとりが主体的にかかわる各種環境活動を推進しています。

2009年度の省エネルギー法定報告書にもとづくグループ全体のCO₂排出状況は、合計222.2千トンになりました(工場やオフィスのエネルギー使用量、製品などの輸送時のCO₂排出量を合算。左図※印参照)。データ収集の範囲は省エネルギー法の改正により、大規模工場に加えオフィスや不動産施設、外食店舗など会社全体を対象にしています。

- ※ **サプライチェーン** 供給者から消費者までを結び、開発・調達・製造・物流・販売の一連の業務のつながりのことで、ひとつの企業の内部に限定することなく、複数の企業が関係している。

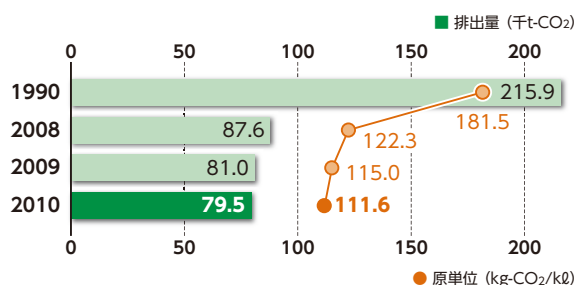
ビール・焼酎事業における取組み

■ ビール工場の取組み

サッポロビールは、ビール製造によるCO₂排出量の削減に向け、業界他社に先駆けてコジェネレーション、高効率ボイラ、嫌気性廃水処理設備など諸設備の導入に加え、工場の使用燃料をガスに転換してきました。

2010年は、ビール製造工程の無理・無駄を削減し、適正なエネルギー使用に努めるとともに、継続的な省エネルギー活動、機器効率の向上やヒートポンプシステムなどの省エネルギー機器の導入を実施。その結果、CO₂排出総量を1990年比で63.2%削減(前年比1.8%削減)し、これまでの削減目標「1990年比で2010年までに排出量を50%削減」は達成されました。今後もさらに高い目標を掲げ、活動していきます。

ビール工場のCO₂排出量



■ 焼酎工場の取組み

2010年は製造量や品種構成の変動による影響もありましたが、継続的な省エネルギー活動によりCO₂排出量は前年比で32.2%減少しました。サッポロビール群馬工場（尾島）、楽丸酒造では、引き続き焼酎などの製造における環境負荷の低減に向けて取り組んでいきます。

製品輸送における取組み

■ 輸送効率向上と環境負荷低減の推進

他メーカーとの共同配送を推進し、車輛積載効率の向上や車輛総台数削減による環境負荷低減に取り組んでいます。サッポロビールでは、北海道地域で2008年5月からキリンビール（株）との共同配送を開始し、順次配送先を拡大しています。サッポログループの物流を担うサッポロ流通システムでも、2000年以降、全国でビールやワインをはじめとする製品の共同配送を進めており、現在、4拠点にて清酒・焼酎メーカー7社と共同配送を実施しています。

また一方で、サッポロビール、サッポロ流通システムが連携して、モーダルシフトの推進、エコドライブの実践、段ボールやフィルムなど梱包資材の削減および廃棄物の抑制などの取組みを推進しています。

サッポロ飲料では、サッポロビールとの共同配送を行うことでグループとしての配送効率化を図っています。また、お客様とのコミュニケーションを密にし、配送ロットの最適化に取り組んでいます。

■ 低公害車車輛の導入

サッポロビールは、営業活動に用いる車輛について、環境負荷を低減する車輛へと切り替えを進めています。2007年以降、全車輛に占める上記車輛の割合は100%を維持しています。

また、サッポロ流通システムでは、CO₂排出量削減に向けて、**新長期排出ガス規制**[※]をクリアした車輛を積極的に導入しています。2010年10月現在、自社トラックの9割が上記規制をクリアした車輛となっており、今後さらにその比率を高めていく予定です。

※ **新長期排出ガス規制** 2005年10月から日本国内で販売されるディーゼル自動車を対象に適用している自動車排出ガス規制。

「低炭素型の生活」の啓発活動 カーボンフットプリント制度の実用化・普及の推進



エコプロダクツ2008での展示

あきかんはリサイクル



カーボンフットプリントの表示見本

サッポロビールは、経済産業省「カーボンフットプリント^{※1}」制度の実用化・普及推進研究会のメンバーとなり、活動に参画してきました。2008年には、「エコプロダクツ」で「黒ラベル」のカーボンフットプリント缶（見本）を経済産業省ブースとサッポロビールブースで展示。また2009年には、世界初のカーボンフットプリント表示缶ビール（「黒ラベル」）5万箱を北海道エリアで試験販売しました。

その後、ビール酒造組合の一員として「商品種別算定基準（PCR）」^{※2}の策定に取り組み、2011年1月に「ビール類PCR」が認定されました。カーボンフットプリント制度とその運用を通じ、お客様が「低炭素型の生活」を適切に意識できることをめざしています。

※1 **カーボンフットプリント（Carbon Footprint）** 「炭素の足跡」を意味する言葉で、ひとつの商品について、原材料調達から製造、流通、使用、廃棄・リサイクルにいたる各段階で使用したエネルギー（原料や資材をつくるために消費したエネルギーも含む）と、結果として発生したCO₂排出量を「足跡」と捉え、総合計を商品に表示するしくみ。

※2 **商品種別算定基準（PCR：Product Category Rule）** 製品（＝商品・サービス）ごとのカーボンフットプリントの算定・表示に関するルール。

物流における環境負荷データ（4月～翌年3月）

		2007年	2008年	2009年
サッポロビール	輸送量 (千トンキロ)	231,681	245,685	217,625
	CO ₂ 排出量 (千t-CO ₂)	25,749	27,438	24,621
	SO _x 排出量 (t)	0.8	0.9	0.8
	NO _x 排出量 (t)	178.2	189.9	170.4
	エネルギー原単位 (kL/売上函数) ^{※1}	143	157	155
サッポロ飲料	輸送量 (千トンキロ)	120,480	94,468	82,722
	CO ₂ 排出量 (千t-CO ₂)	15,400	12,196	10,400
	SO _x 排出量 (t)	0.5	0.4	0.3
	NO _x 排出量 (t)	106.6	84.4	72.0
	エネルギー原単位 (kL/輸送量) ^{※2}	48	49	48

※1 原油換算 (kL あたり)。売上函数は大びん 100 万箱 (1 函は 20 本) 単位。

※2 原油換算 (kL あたり)。輸送量は百万トンキロ単位。

地球温暖化防止への取組み

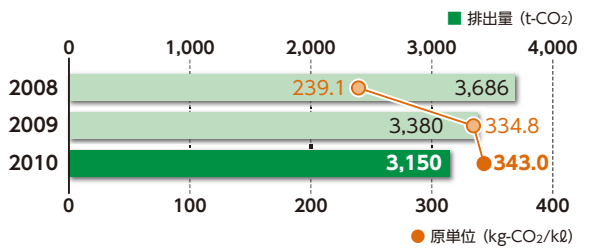


ワイン事業における取組み

勝沼・岡山の両ワイナリーでは、ワイン製造にともなう環境負荷の低減に取り組んできました。

2010年のCO₂排出量は、9月に生産拠点を岡山ワイナリー **1** に集約したことで2009年より6.8%減少しています。今後も製造工程の安定化に努め、CO₂排出量の削減を図っていきます。

ワイン事業でのCO₂ 排出量



飲料事業における取組み

サッポロ飲料は、2005年9月より製品製造をすべて外部委託しています。地球環境との調和をめざした取組みとしては、2004年より業界に先駆け、地球温暖化への影響の少ない自然冷媒（ノンフロン）を使用した自販機を採用し、2010年には稼働自販機の約35%を占めるまでになりました。2006年以降は、ヒートポンプ加熱方式を採用した「ノンフロン・ヒートポンプ自販機」**2** の採用拡大に加え、自販機の効率的な運用により、稼働自販機の総年間消費電力量を2005年比で約50%削減しました。また、さらなる消費電力削減のため、蛍光灯消灯活動（屋内設置は24時間、屋外設置は昼間消灯）を推進しています。

今後も自販機の省エネを強力に推進し、消費電力量の削減を推進していきます。



「ノンフロン・ヒートポンプ自販機」の特長

- 地球温暖化への影響の少ない自然冷媒を使用
- ヒートポンプシステムにより大幅な省エネを達成

外食事業における取組み

サッポロライオンは、「改正省エネルギー法」にもとづき、原油換算エネルギー使用量の全店合計を関東経済産業局へ提出し、特定連鎖化事業者に指定されています。

2009年に居酒屋業態では日本ではじめて、全客席にLED照明を採用した「かこいや霞が関ビル店」を開店 **3** **4** **5**。続けて既存店2店舗の客席照明を試験的にLED照明に交換し、今後の導入展開についての検討・データ収集を行っています。また、省エネ効果と再資源化に有効な省エネランプのレンタルシステムを29店舗に導入するなど、積極的に省エネに取り組んでいます。



不動産事業における取組み

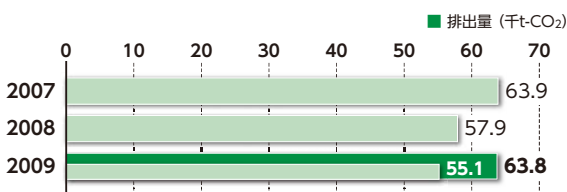
恵比寿ガーデンプレイスでは2010年、クリスマス・イルミネーションにグリーン電力証書[※]を購入。2011年3月現在は、「東京都環境確保条例」の削減義務量達成に向けて従来の地冷設備を大幅に見直し、排出温暖化ガスを最小限に留める改造工事を実施中です。また、オフィスビル空調機の運転方法改善による省エネ推進に加え、LED照明への段階的な切り替えを行っています。

一方、「新宿スクエア」や「渋谷桜丘スクエア」の新規ビル建設では屋上緑化や壁面緑化を施し、窓には遮熱断熱性能の高いLow-Eガラスを採用しました。

今後も入居テナント様のご理解を得ながら、ビル運営にともなう環境負荷を極力減らしていきます。

※ グリーン電力証書 風力発電など自然の力を使って発電した電力が有する、地球環境に負荷を与えないという環境付加価値を証書という形式にし、市場での取引を可能にしたもの。

不動産事業でのCO₂排出量(4月～翌年3月)



※ 省エネルギー法定期報告書の数値を使用しています。
 ※ 2007年および2008年は省エネルギー法エネルギー管理指定工場として「恵比寿ガーデンプレイス」、「サッポロファクトリー」の数値を対象にしています。
 ※ 省エネルギー法改正にともない、2009年は上記エネルギー管理指定工場に加え、特定事業者として恵比寿ガーデンプレイス、サッポロ都市開発の数値も対象にしています。■色は参考として、2007年および2008年と同範囲の数値を対象としたグラフです。

商業複合施設省エネ事業 国内クレジット認証委員会におけるCO₂排出削減事業



サッポロ都市開発は、「サッポロファクトリー」におけるCO₂排出削減事業について、2010年3月の第11回国内クレジット認証委員会（経済産業省、環境省、農林水産省管轄）の事業認証を受け、「国内クレジット制度」[※]へ参加することになりました。2009年の「サッポロススポーツプラザPAL川口（フィットネスクラブ）」に続き、グループで2件目となります。2009年11月～2010年10月までの1年間で、「サッポロファクトリー」におけるポンプ・ファン類可変能力制御機器（間欠運転制御、インバーター制御または台数制御）を導入することで施設全体の省エネを図り、年間273トンのCO₂排出量を削減しました。今後も省エネルギーに努め、CO₂排出量削減をはじめ環境に配慮した取組みを行っていきます。

※ 国内クレジット制度（国内排出削減量認証制度） 大企業などが技術・資金などを提供して、中小企業などが行ったCO₂の排出抑制のための取組みによる排出削減量を認証する制度。中小企業などにおける排出量削減の取組みを活性化、促進することを目標に、京都市定書目標達成計画（2008年3月28日閣議決定）で規定。

水資源の節約と有効活用

静岡工場の排水再利用システム



サッポロビール静岡工場では2000年より、水資源の有効活用を図るため、河川に放流する排水を回収し再利用するシステムを導入しています。回収した排水は逆浸透 (RO) 膜 ※ にて有機物などの汚れを除去し、冷却塔の補給水や汚泥脱水機の洗浄水など、生産以外の場所にて再利用しています。このシステムで回収される排水は、静岡工場で使用する水の1割程度を占めており、水資源の節約と有効活用につながっています。

※ 逆浸透 (RO : Reverse Osmosis) 膜 ろ過膜の一種で、水だけを通し、イオンや塩類など水以外の不純物は透過しない性質をもつ膜のこと。

食品廃棄物の有効活用

「恵比寿ガーデンプレイス」の食品廃棄物による発電

食品廃棄物は通常、再利用のため肥料や飼料になりますが、「恵比寿ガーデンプレイス」では、「メタン発酵技術」を活用して食品廃棄物から電気を生み出す施設に、処分を委託しています。

施設では、収集運搬された食品廃棄物を「メタン発酵」させ、それにより発生したメタンガスは、燃料電池とガスエンジンを組み合わせたコジェネレーションシステムに利用され、「電気」と「熱」を生み出します。発生した電気の大半は地域に売電し、一部を施設で自家消費しています。



1 6缶紙パック

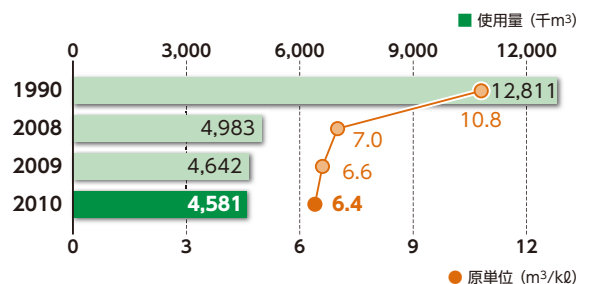
水資源の保全

サッポログループは、水の使用量や発生する排水を適切に管理し、水資源の保全を推進しています。サッポロビールの各工場では、ビール製造設備の洗浄・殺菌工程における水の使用の3R ※ とともに、排水量の削減、各所在地域の法令・条例などにもとづいた排水水質の適正管理に努めています。その結果2010年は、用水原単位を前年比で2.4%削減できました。1990年比では40.4%の減少となり、用水削減の目標である「1990年比で2010年までに原単位の30%削減」を達成しています。また恵比寿ガーデンプレイスでは中水・雨水の再利用を、サッポロライオンでは店舗への節水システムの導入を進めています。

今後も、グループ全体で貴重な水資源の保全に取り組んでいきます。

※ 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。

ビール工場の水使用量



容器・包装の「3R」

サッポログループでは、容器・包装の軽量化によるリデュース、リユース可能なリターナブル容器の使用、空容器のリサイクルなど、3Rを推進しています。

2010年は、サッポロビールでは6缶紙パックの形状を見直し 1、紙の使用量を約6% (質量比) 削減しました。また、ビールなどの提供時に使用するびんや樽は、リターナブル容器として容器保証金制度 ※ にもとづき、繰り返し再利用 (リユース) されます。これらはお客様のご協力を得て、毎年ほぼ100%回収されています。

サッポロ飲料では、ペットボトルのラベルの薄膜化と段ボールの軽量化を実現しました。

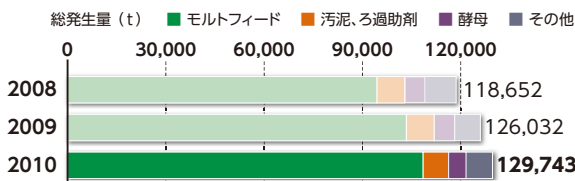
※ 容器保証金制度 ビール販売時に容器保証金をお預かりし、空容器のご返却時に保証金をお返す制度。

廃棄物の「3R」

■ 酒類製造拠点の廃棄物発生状況

サッポロビールは1998年以來、ビール製造にともなう副産物・廃棄物の100%再資源化を全ビール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。2010年は麦芽・大麦を原料とする製造品種が増加し、モルトフィードの発生量も増加しました。またビール工場では、嫌気性廃水処理システムの導入に加え、廃水の浄化過程で発生するバイオガスをボイラ燃料に用いるなど、熱エネルギー利用も実施しています。

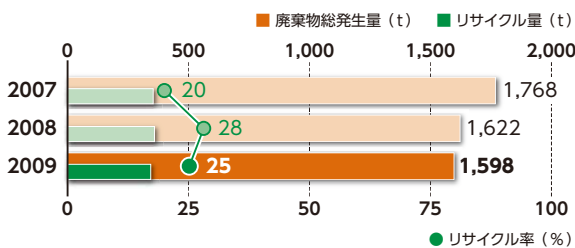
副産物・廃棄物発生量



■ 外食事業の取組み

サッポロライオンでは、食材使用量の把握による過不足のない発注や、適正な量・価格での料理提供によるお客様の食べ残し抑制など、生ごみの削減に努めています。発生した生ごみは分別を徹底し再生利用に役立てることで、「食品リサイクル法」の基準達成に向け取り組んでいます。

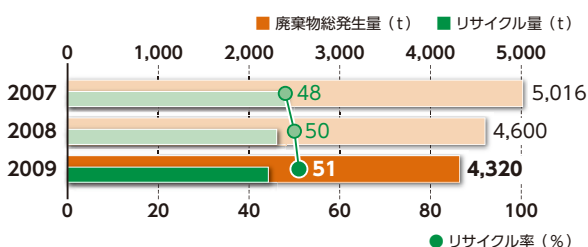
廃棄物発生量とリサイクル状況(4月～翌年3月)



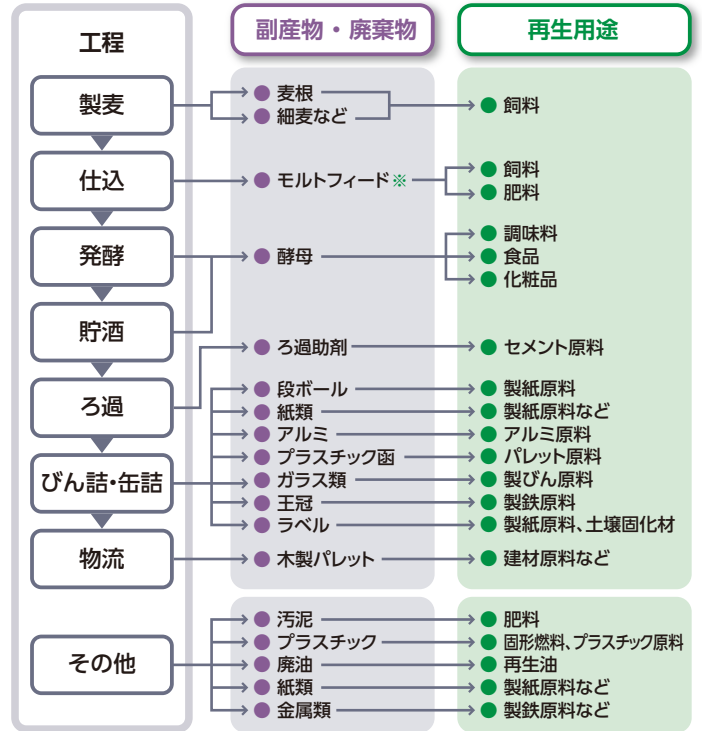
■ 不動産事業の取組み

「恵比寿ガーデンプレイス」では、廃棄物を利用した発電に取り組んでいます。オフィスなどのごみについては、段ボールや新聞紙に限らず、これまで焼却していた紙ごみもミックスペーパーとして分別してリサイクルしています。

廃棄物発生量とリサイクル状況(4月～翌年3月)



ビール製造工程で発生する副産物・廃棄物とその再生用途



※ モルトフィード ビール原料の麦芽からエキスを抽出した後に残る穀皮の部分。

★ 廃棄物の3Rの推進

北海道工場と九州日田工場の3R活動に対して表彰



サッポロビール北海道工場では、製造工程で年に約1万トンも発生するモルトフィードなどを家畜飼料にしたり、事務作業で出たごみを紙やビニールなど12種類に分類し再資源化を図るなど、循環型社会の形成に取り組んでいます。2010年、1998年以來12年連続で100%再資源化を達成。継続的な取り組みが評価され、「平成22年度循環型社会形成推進功労者等大臣表彰」の「3R活動優良企業」の部で「環境大臣表彰」を受賞しました。また九州日田工場でも、「環境・地域と共生したビール工場」をめざす同様な活動に加え、製造工程で使用するエネルギーや水などの積極的な3R活動が評価され、(財)クリーン・ジャパン・センター主催の「平成22年度リデュース・リユース・リサイクル推進功労者等表彰」において「リデュース・リユース・リサイクル推進協議会会長賞」を受賞しました。

生物多様性保全のために

サッポロビール5工場(北海道・仙台・千葉・静岡・九州日田)でのビオトープ園の開設・開放をはじめ、「恵比寿ガーデンプレイス」におけるニホンミツバチの飼育など、生物多様性の保全に向けた取組みを進めています。

★ 生物多様性調査の実施

サッポロビール静岡工場では、2010年10月から12月に地元の地域団体「やきつべの里フォーラム」の方々、焼津水産高校の学生とともに、工場内ビオトープ園の動植物の調査を実施しました。1998年から地域の皆様の憩いの場として一般開放していますが、東京ドーム1つ分(49,700m²)の広さゆえに、従業員でもどのような動植物が存在するのか詳細を把握できていませんでした。そこで、日頃よりさまざまな活動を一緒に行っている地域の皆様と全6日間にわたり調査を実施し、動植物のリストを作成しました。

調査結果・専門的なアドバイスを踏まえて、これからもよりよいビオトープ園づくりを行い、地域の皆様に喜んでいただける静岡工場をめざしていきます。



VOICE ★

やきつべの里フォーラム
落合 孟郎 様



短い期間でしたが、ビオトープ園の自然環境の調査をする機会をいただき、ありがとうございます。植種も多く、管理された素晴らしい自然公園です。また、地元の企業とかかわりをもたせていただいたことに感謝いたします。

★ 水源の水と農地を守る活動

サッポロビール仙台工場の醸造用水の水源である七ヶ宿町では、町を挙げて森林や田畑、水を守る活動に取り組んでいます。仙台工場でも2009年より、減農薬農法での米づくり体験に参加するなど、さまざまな活動を通じて七ヶ宿町との交流が続いています。



2010年は、土づくりに当工場の副産物を混ぜ込むなどの試行も行い、種まきから稲刈りまでを手伝いました。

★ ニホンミツバチの飼育と野菜栽培

「恵比寿ガーデンプレイス」では、新しい恵比寿エリアの創出に貢献するために立ち上げた環境プロジェクトの一環として、生物と共存できる環境をめざし、自然環境のバロメータであるミツバチの飼育と、ミツバチによる受粉の媒介で結実する野菜の栽培に取り組んでいます。2010年は、恵比寿での年間を通じたミツバチの生息を確認し、栽培では受粉が順調に行われ、立派な実をつけることがわかりました。



環境美化活動への参加

工場をはじめとする各拠点周辺の清掃活動、全国各地で実施される美化活動などに積極的に取り組み、地域の環境美化に貢献しています。

★ (社)食品容器環境美化協会の活動に参加

(社)食品容器環境美化協会の活動に参加し、飲料容器の散乱防止や環境美化の啓発活動を続けています。国内5か所の製造拠点では、同協会が推進する、地域の市民・企業・自治体が連携した美化活動「アダプトプログラム」に積極的に参加しています。

★ 那須町の自然保護と景観の美化に貢献



サッポロビール那須工場では2007年より、那須町の自然保護と景観美化への寄与を目的とする地域団体「那須の道を美しくする100人の会」に参加。清掃活動をはじめ、自然・景観保護意識啓発のチラシ配布、違反広告物(チラシ)剥がし、枯れ枝整理・草刈りなど幅広い活動を行っています。

清掃活動をはじめ、自然・景観保護意識啓発のチラシ配布、違反広告物(チラシ)剥がし、枯れ枝整理・草刈りなど幅広い活動を行っています。

★ 「(社)日本道路協会会長表彰」を受賞

サッポロビール北海道工場の長年にわたる清掃活動が評価されました。北海道工場は敷地が広く国道に面しており、投げ捨てや風に運ばれたごみが目立ちます。周辺の国道、サッポロビール庭園駅までの道路、駅のホームを含む構内(無人駅のため)で、4月から11月(雪のない期間)にかけて従業員と協力会社の方々とで手分けして清掃活動を実施しています。



緑化への貢献

チャリティ活動など商品やサービスを通じた環境貢献をはじめ、工場周辺地域の森林保全活動への参加など、積極的な緑化活動を展開しています。

★ ワインを通じた森づくり

サッポロワインが山梨にワイナリーを構えて30余年。ワインを通じて地元山梨に貢献したいとの思いから、県内で収穫されたぶどうを使用した「日本の森を育てるワイン・山梨」が誕生しました。環境に配慮した



パッケージ資材の採用とともに、お客様にご負担いただいた代金の一部(1本当たり20円)を(財)山梨県緑化推進機構へ寄付し、県内の学校林の保全活動に活用いただいています。

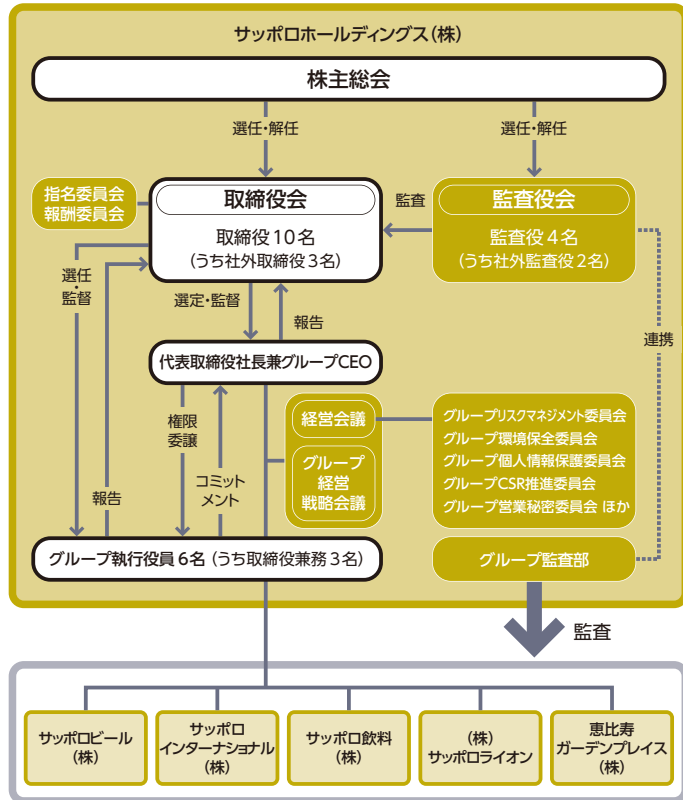
★ 森林保全の企業ボランティア活動

サッポロビールは、北海道庁が進める「ほっかいどう企業の森林づくり」事業第一号企業として、2007年に壮瞥町と森づくりの協定を締結し、継続的な下草刈りや間伐などにより、7年間にわたって森の成長を見守ることにしています。

また九州日田工場では、2007年より森林保全の企業ボランティアとして、「日田高瀬の森応援団」活動を展開。高瀬生産森林組合、高瀬緑の少年団員と協力し、従業員も下草刈り、枝打ちなどの活動に参加しています。



サッポログループのコーポレートガバナンス体制 (2010年12月末現在)



「代表取締役社長兼グループCEO」

グループ全体の経営計画を策定し、取締役会の承認を得たうえで計画の執行を統括します。

「グループ執行役員」

代表取締役社長兼グループCEOに対し、グループ経営計画を踏まえた担当事業部門の計画をコミットし、役割と責任を明確にするとともに、担当事業部門の業務執行状況の報告を毎月行い、四半期ごとに取締役会に出席して業務報告を行います。

サッポログループは、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ひとつに位置づけ、持続的に企業価値を高めていくために、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。

グループの監督体制と業務執行体制

純粋持株会社であるサッポロホールディングスの取締役会は、社外取締役3名を含む10名(2010年12月末現在)の取締役で構成され、「代表取締役社長兼グループCEO」および「グループ執行役員」を選任するとともに、これら各人の業務執行を監督する役割を担っています。代表取締役社長兼グループCEOは、グループ全体の業務執行を統括し、グループ執行役員は、担当事業部門の業務執行を統括しています。

グループの監査体制

サッポロホールディングスは、社外監査役2名を含む4名(2010年12月末現在)の監査役で監査役会を構成し、取締役の職務の適法性を監査するとともに、事業会社にも監査役を置き、各社取締役の職務遂行状況を監査しています。また、代表取締役社長兼グループCEOの指示を受け、業務執行ラインから独立した「グループ監査部」が、グループ業務全般を対象に法令、定款、社内規程の遵守状況を監査しています。

内部統制への対応

2006年に定めた「内部統制システム構築の基本方針」(2009年1月に一部改訂)のもと、グループ全体で内部統制システムを整備・強化していくために、次の3つの体制の整備・構築を推進しています。

- グループガバナンス・リスクマネジメント体制
- CSR・コンプライアンス体制
- 財務報告の適正性を確保する体制

リスクマネジメント体制

サッポログループ全体のリスクマネジメント体制強化の観点から、2009年7月に基本方針、管理体制（報告フロー）、サッポログループ危機管理規程を整備しました。また、グループ全体にかかわる緊急事態発生時に招集する「グループリスクマネジメント委員会」と事業会社ごとのリスクマネジメント組織を設置し、「迅速対応」「情報開示」「拡大防止」を基本に、適正な対応にあたります。

品質リスクへの対応

食品製造企業の使命として、お客様に安全な状態で商品をお届けすることを最優先課題に、リスクマネジメント、リスクコミュニケーションに関するシミュレーションや啓発講習を必要な部門・部署に実施し、品質リスクへの対応を強化しています。

2010年、サッポロビールは、「北海道生搾り」の地域限定商品の外箱が旧デザインであることが判明したため、出荷済み商品の一部を自主回収させていただきました。

サッポロ飲料は、「カラダにおいしい梅 梅で元気」900mlペットボトルの内容成分の変質に起因する臭気が認められた商品について、健康に影響を与えるものではありませんでしたが、自主回収させていただきました。

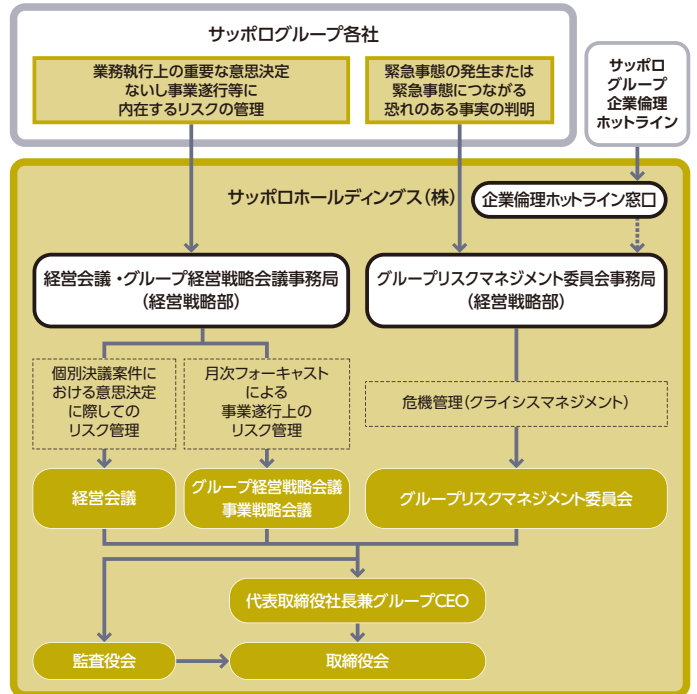
各種リスクへの対策と対応

情報漏洩発生時に備え、サッポログループとして対応可能な体制を整備し、グループ各社においても個人情報保護対策を推進しています。また、「サッポロホールディングス社、並びにサッポログループの激甚災害対策マニュアル」にのっとり、各社で大規模災害に備えた体制や環境の整備と各種訓練に取り組んでいます。

不正行為の防止と発見

サッポロホールディングスは、2003年に制定した「サッポログループ企業倫理ホットライン規定」にもとづき、CSR部を窓口とする「サッポログループ企業倫理ホットライン」を設置し、規定に沿った運用と周知に努めています。なお、2010年は14件の通報、相談がありました。

サッポログループのリスクマネジメント体制



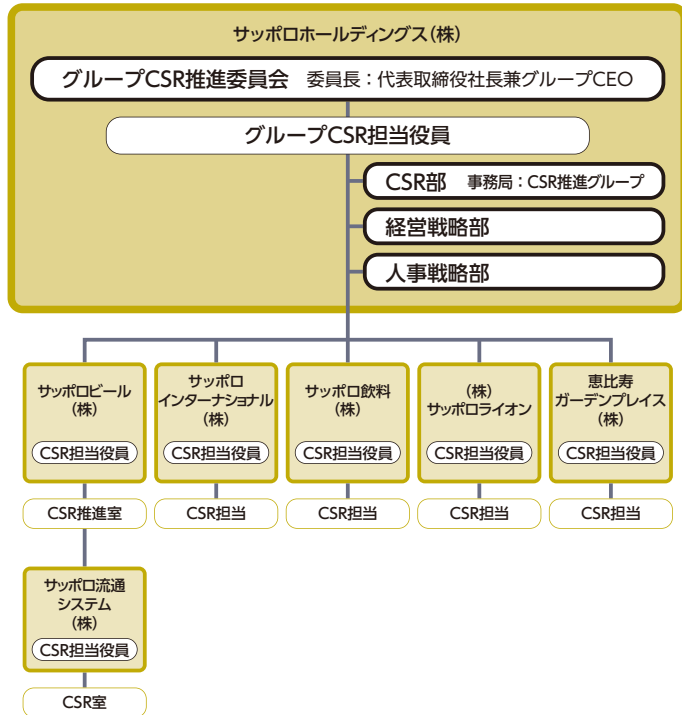
大規模災害を想定した対策 「安否確認訓練」の実施

サッポロライオンでは、2010年9月に対象従業員960名が参加して、激甚災害時の安否確認訓練を行いました。今回で3回目となりますが、対策本部での安否確認率が年々向上しています。また、社員だけでなく家族や店舗のパート・アルバイト間でも訓練を実施するよう推進し、激甚災害に対する従業員の意識の向上につなげています。恵比寿ガーデンプレイスでは、激甚災害時に従業員の安否確認を行うシステムを2008年に導入しました。災害時も慌てずに対応できるように、年2回の訓練を実施しています。毎回、前提条件を変えて行い、緊急の際の対応に備えています。



サッポロライオンの社内訓練告知ポスター

サッポログループのCSR推進体制 (2010年12月末現在)



サッポログループは、CSR基本方針にもとづき、お客様に喜んでいただける誠実な企業であり続けることで、企業としての発展をめざすとともに持続可能な社会づくりに貢献していきます。こうしたCSR経営を推進し、経営理念を日常の行動で実現するための基本方針として「サッポログループ企業行動憲章」を制定。グループの全役員・従業員がこの行動憲章を理解し、確かな倫理観にもとづく行動がとれるよう、継続的に周知徹底を図っています。

CSRマネジメント推進体制

サッポロホールディングスは、各事業会社が各々の事業に応じて推進しているCSR活動の状況を把握することで、グループ内の情報共有を図り、必要に応じて各社の活動を支援しています。そのために、代表取締役社長兼グループCEOを委員長とする「グループCSR推進委員会」を設置。CSR部CSR推進グループが、各事業会社のCSR推進担当者と月例会議を開催し、進捗状況の確認など情報共有を図っています。

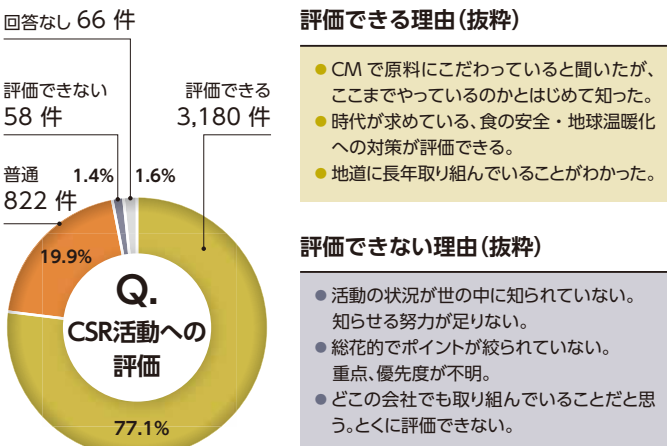
また、CSR部は「法務グループ」「社会環境グループ」「CSR推進グループ」「情報保護推進グループ」を設け、グループ全体の法務・知的財産に関する支援、環境保全・情報保護体制の整備、各事業会社のCSR活動推進の支援などを行っています。

ステークホルダーの声をCSR活動に活かす取組み

サッポログループは、ステークホルダーの声をCSR活動の改善に結びつけることが重要だと考えています。その一環として、CSRレポートを幅広いステークホルダーに配布し、アンケートへの協力を呼びかけています。2010年は12月末現在で4,126件もの返信をいただきました。いただいたご意見は分析して関係部署にフィードバックし、活動の改善に結びつけています。

日本財団主催の市民投票によるCANPAN「CSR大賞」では、2007年第1回のグランプリ以来3年入賞していますが、持続的なCSRの取組みとその情報開示に対して多くの市民の方々から高い評価をいただいた賜物と考えています。

「CSRレポート2010」に寄せられたお客様の声 (返信総数:4,126件)



※ 上記は2010年12月末現在の集計結果です。

アンケートにご協力いただいた方への御礼による寄付金額のご報告

ご意見をお寄せいただいた方への御礼として、2010年は「レトロポスター複製絵はがきセット」または「『オホーツク流水トラスト運動』1名様につき400円の寄付」のどちらかを選択いただきました。

『オホーツク流水トラスト運動』への寄付希望
1,935/4,126件 寄付金額 774,000円

CSRの目的・意義の浸透と共有

グループ全従業員がCSRの目的や意義を共有し、一人ひとりが目的意識をもって日々の業務に取り組んでいけるよう、新入社員研修や新任役職者研修など各種階層別研修の場で、CSRやコンプライアンスに関する教育・研修を行っています。また、eラーニングを活用し、グループ全従業員を対象にCSRやコンプライアンスに関する教育を行うとともに、各事業会社においても、それぞれの事業特性に応じたテーマによる教育を実施しています。

eラーニング実施例

サッポログループ全従業員対象テーマ

春／環境、適正飲酒(修了率100.0%)
夏／ダイバーシティ、個人情報(同99.8%)
秋／CSR共通、インサイダー、適正飲酒(同99.9%)

事業会社別テーマ

春／リスクコミュニケーション	サッポロホールディングス サッポロビール
夏／品質保証	サッポロホールディングス サッポロビール サッポロ飲料 恵比寿ガーデンプレイスの ホテル部門
秋／ノロウイルスに関する正しい知識と対応	サッポロライオン

コンプライアンスに関しては、相談窓口や啓発活動の担い手となる人材の育成をめざした「コンプライアンス・キーパーソン研修」を2007年から毎年実施しています。サッポロビールやサッポロ飲料では、2008年に作成したコンプライアンスに関する事例集「サッポロケースブック」に挙げられた事例をもとに、勉強会を実施しています。

さらに、グループ各社のイントラネットに「CSR広場」**1** というコーナーを設け、さまざまな職場や従業員の取り組み事例の紹介、CSR部からの情報発信などを行うことで、グループ内の情報共有と、従業員一人ひとりの意識向上を図っています。



事例から学ぶコンプライアンス 「サッポロケースブック勉強会」の実施



サッポロビール、サッポロホールディングスの本社では、年2回、本社部門の約400名を対象に各回十数名ずつ、勉強会を実施しています。2010年秋には本社棟勤務の営業担当者も加えた約600名を対象とし、ほぼ全員が参加、役員も傍聴しました。所属や階層、職種の異なるメンバーが一緒になって、活発なグループ討議が行われ、企業行動憲章にもとづいたフェアでモラルある行動とはどのようなものか、自ら問い、発言し、気づきを得ることができました。



イントラネットに設けられた「CSR広場」



SAPPORO

発行元：サッポロホールディングス株式会社

本レポートに関するお問合せ先

サッポログループマネジメント株式会社

グループCSR部

〒150-8522 東京都渋谷区恵比寿四丁目20番1号

TEL:03-5423-7211

URL <http://www.sapporoholdings.jp/>

本レポートの情報はホームページでもご覧いただけます



見やすく読みまちがえにくい
ユニバーサルデザインフォントを
採用しています。

この冊子はFSC™認証紙および植物油インキを使用しています。
また、風力発電でつくられたグリーン電力(6,000kWh)を使用し、印刷工程で有害廃液を出さない水なし印刷方式で印刷しています。