



CSR REPORT

2012

サッポログループ
CSRレポート2012



SAPPORO

サッポロホールディングス株式会社

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事業会社の活動をより深く知っていただくため、各事業会社のトップメッセージと2011年度の事業概況、ハイライトをまとめました。また特集として、サッポログループが創業以来こだわり続けている「原料づくり」を取り上げ、事例を通して活動に携わる担当者の思いを紹介しています。さらに、2011年度の活動報告(19~40ページ)は主な活動を抽出して掲載し、より多くのステークホルダーの皆様に興味を持って読んでいただけるよう編集しました。

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、グループ内の主たる事業会社(その関連会社も含む)および機能分担会社の情報を記載し、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、海外のグループ企業については、一部のデータのみ収集しています。

対象報告期間

本レポートで報告した内容は、基本的に2011年1月1日~12月31日を対象としており、事業概要は2011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ティングガイドライン第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、諸条件の変化によって、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けますようお願いいたします。

ホームページ サッポロホールディングスの「CSRサイト」について

サッポロホールディングス CSR

検索

本レポートの内容に加え、活動分野ごとの方針や考え方をふまえた、体系的かつ詳細な情報を紹介していきます。

2012年6月末の公開を予定していますので、あわせてご参照ください。

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

目次

| | | |
|---------------|---|-------|
| サッポログループの概要 | | 3 |
| トップメッセージ | | 5 |
| サッポログループのCSR | | 7 |
| サッポログループについて | 事業会社トップメッセージ | 9 |
| | 事業会社ハイライト | 13 |
| 特集 | おいしさと安心を生む「原料づくり」への熱い思い | 15 |
| |  | 15-16 |
| |  | 17-18 |
| ■ お客様のために | 商品の安全・安心のために | 19 |
| | お客様視点での品質向上と適正飲酒の啓発 | 21 |
| ■ 従業員とともに | 働きやすい職場づくり | 23 |
| | 多様な人財の活用と育成 | 24 |
| ■ サプライヤーとともに | パートナー関係の強化 | 25 |
| ■ 株主様のために | 安定配当とコミュニケーション | 26 |
| ■ 地域・社会のために | 地域社会との交流・社会貢献活動 | 27 |
| 特別報告 | 東日本大震災への対応 | 29 |
| ■ 地球環境のために | 環境マネジメント | 31 |
| | 環境負荷の全体像 | 32 |
| | 低炭素社会の実現に向けて | 33 |
| | 循環型社会の実現に向けて | 35 |
| | 自然共生社会の実現に向けて | 37 |
| ■ 健全な企業経営のために | 内部統制とコンプライアンスの推進 | 39 |

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に代えて、サッポロホールディングスより「絶滅危惧種『シマフクロウ』などの野鳥の森づくり活動」(26ページ参照)に寄付をさせていただきます。詳しくは添付のアンケート用紙をご覧ください。

サッポログループの概要

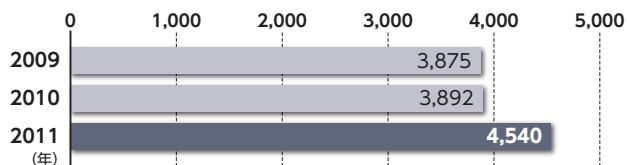
2011年12月31日現在(代表者名は2012年4月1日現在)

「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。

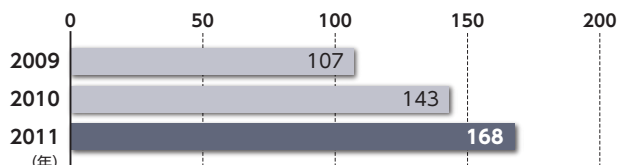
サッポロホールディングス株式会社

| | |
|--------|-----------------------|
| 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 |

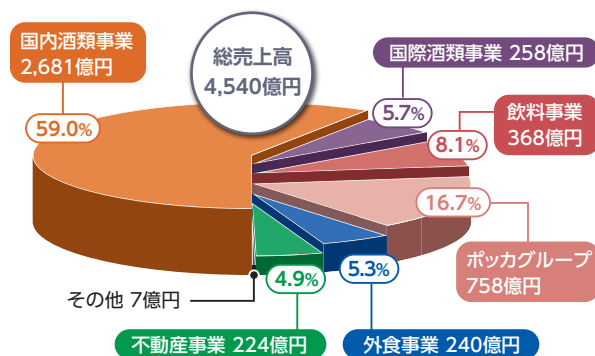
サッポログループ連結売上高(億円)



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(売上高:億円未満切捨)



サッポログループの海外子会社



国内酒類事業



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

国際酒類事業



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

食品価値創造事業

飲料事業・食品事業



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: 堀 雅寿
 資本金 5,421百万円



株式会社ポッカコーポレーション

設立 1957 (昭和32) 年2月22日
 本社 愛知県名古屋市中区栄四丁目2番29号
 名古屋広小路プレイス
 代表者 代表取締役社長: 伊藤 哲文
 資本金 2,525百万円



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: 征矢 真一
 資本金 486百万円

外食事業



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: 刀根 義明
 資本金 4,878百万円

快適空間創造事業


不動産事業



サッポロ不動産開発株式会社

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: 加藤 容一
 資本金 2,080百万円

※2012年1月1日に、恵比寿ガーデンプレイス株式会社からサッポロ不動産開発株式会社へと商号を変更しました。また本レポートでは、2011年中の記事についても新商号での記載に統一しています。



一人ひとりが
社会とのかかわりを意識し、
信頼に応える企業へ

東日本大震災について

2011年を振り返る時、何よりもまず3月11日の東日本大震災について触れなければなりません。被災された地域の皆様やご縁のある方々には心よりお見舞い申し上げます。私事ですが、仙台で生まれ育ったものとして、今回の未曾有の災害にはただ言葉を失うばかりです。

サッポロビールでは2工場が被災しましたが、関係の皆様のご協力を得て、復旧を果たすことができました。改めて皆様のお力添えに感謝を申し上げます。

復興支援活動

震災後、自家発電システムを有している仙台工場では、工場見学施設の一部を24時間開放し、宿泊・食事・休憩の場所として近隣の方々にご利用いただきました。また、工場に隣接するサッポロライオン運営の「仙台ビール園」では、6月20日まで炊き出しを行いました。グループの従業員がこうした活動を進めてくれたことに喜びを感じるとともに、改めて地域とのつながりを強く認識しました。

義捐金の提供をはじめ、40か所以上の避難所や団体に支援物資をお届けしました。一昨年まで東北地方限定商品であった「黒ラベル東北ホップ100%」を全国販売し、売上の一部を被災地の農業の復旧にお役立ていただきました。また北海道や恵比寿などで実施したイベントの売上や収益の一部を被災地にお届けしています。今後もサッポログループとして息の長い応援を続けてまいりたいと考えています。

2011年を振り返る

2007年、当時経営戦略部長として長期経営計画「新経営構想」の取りまとめにかかわりましたが、これは2016年までのサッポログループの進むべき道、あるべき姿を提示した10か年計画です。「新経営構想」に掲げた成長戦略は次の4つです。

1. 高付加価値商品・サービスへの経営資源集中
2. 競争優位性構築と事業拡大を目指した戦略的提携の推進
3. 積極的な国際展開の推進
4. 戦略・オペレーション面でのグループシナジー拡大

昨年はちょうどその折り返し地点にあたり、私たちがそのゴールに向かって着実に前進していることを、皆様にお示しできたと感じています。

ポッカコーポレーションとの経営統合

これまでポッカとサッポログループは、お互いの成長にとって欠かせないパートナーとして、着実に信頼関係を強化してきました。そして2013年1月にポッカサッポロフード&ビバレッジ社として、次代の主力事業を担う企業たるべくスタートを切ります。両社のブランド力、調達や物流の能力が生み出すシナジー効果が、さまざまな場面で発揮されるものと確信しています。

ベトナムロンアン工場竣工 そしてアジアへ

昨年11月にはベトナムのホーチミン市郊外に自社工場が竣工しました。ベトナムの方々は日本に対する親近感が強く、信頼も厚い。ビールが国民酒のお国柄です。2025年には現在の日本を上回り、アジア第2のビール消費国になるといわれています。サッポロブランドへの信頼を築きつつ、ベトナムの人たちに愛されるビールを提供していくための生産拠点です。また、ポッカがすでにシンガポールを基盤に周辺諸国で愛されるブランドを築き上げてきていることと合わせ、ここでも大きなシナジーが期待できるでしょう。サッポログループの東南アジア事業の戦略展開の重要な拠点としていきます。

サッポログループのCSR

食品メーカーとして、ものづくりにこだわるのは当然ですが、それだけではいけない。お客様に「愛されたい」という思いで商品をお届けしているか。サッポロブランドへの信頼感に対して、きちんと応えられているか。それを常に自らに問い続けることこそが、CSR活動の基本だと思っています。

昨年11月、「サッポログループCSR重要課題」を策定しました。これは「新経営構想」の半ばにさしかかり、ステークホルダーの皆様からサッポログループへの期待、サッポログループが果たしていくべき社会的責任を改めて整理したものです。

CSRに対するグループ全従業員の意識をもう一度新たにし、品質、環境、社会貢献など個々のCSR活動分野の問題を、従業員一人ひとりが自分自身の課題として意識し、グループとしてのあるべき姿を再認識していきたいと考えています。

社会的責任という言葉は誰にでも理解できますが、それに自分がかかわっていることを忘れない。震災を経験した今こそ、グループ全体で心を合わせていきたいのです。

サッポログループとしての未来像

サッポログループでは、ビールだけではなく、さまざまなアルコール飲料、飲料水、スナック菓子、デザートまで取り扱うようになりました。しかし、未だ努力が足りません。近い将来、お客様が小売店様の店頭で、「今日は何のサッポロを買おうかな」と迷い、安心とおいしさで選んでいただけるようになりたいものです。

海外も含めると、グループ全体で従業員数が1万人を超えるまでになりました。私たちが提供するさまざまな商品・サービスを通して、国内外のステークホルダーの皆様の豊かな生活を実現する。これこそがサッポログループのめざす姿であり、CSRは正にそのための活動です。その実現に向かって、今後も力強く前進してまいります。

サッポログループのCSR

サッポログループは、「経営理念、経営方針の具現化を通じて、社会に対する責任を果たし、ステークホルダーの信頼を高め、企業の価値を向上させること」を目的として、「サッポログループのCSR基本方針」にもとづき、CSR経営を推進しています。

サッポログループ経営理念

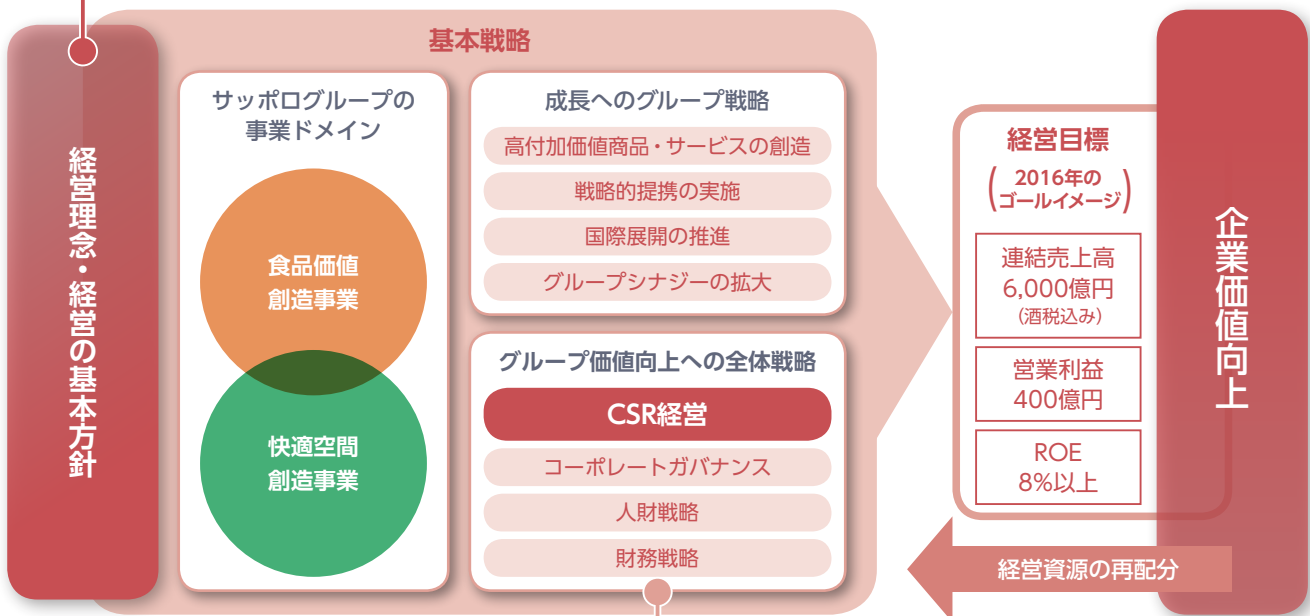
『潤いを創造し豊かさに貢献する』

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」

サッポログループ新経営構想の全体像

グループ創業140年にあたる2016年をゴールとする長期的な経営方針として、2007年10月に策定しました。



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。

企業行動憲章

サッポログループの経営理念を日常の行動で実現するための基本方針であり、グループ各社で定める諸規定などの基礎をなすものです。本憲章は、企業倫理に主眼を置いており、確かな倫理観にもとづく行動を促すことによって、サッポログループの企業価値向上をめざします。

※ 詳細はサッポロホールディングスホームページをご覧ください。

サッポログループのCSR推進体制

サッポロホールディングスは、サッポログループのCSR経営推進のための全体方針を策定し、グループ内の連携・調整を行うための機関として、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」を設置しています。

サッポロホールディングスの機能分担会社として2011年3月に新設されたサッポログループマネジメント グループCSR部CSR社会環境グループは、グループ各社のCSR活動推進のための諸施策を立案・実施しているほか、事業会社のCSR担当者の会議を月例で開催し、情報共有と進捗の確認を行っています。

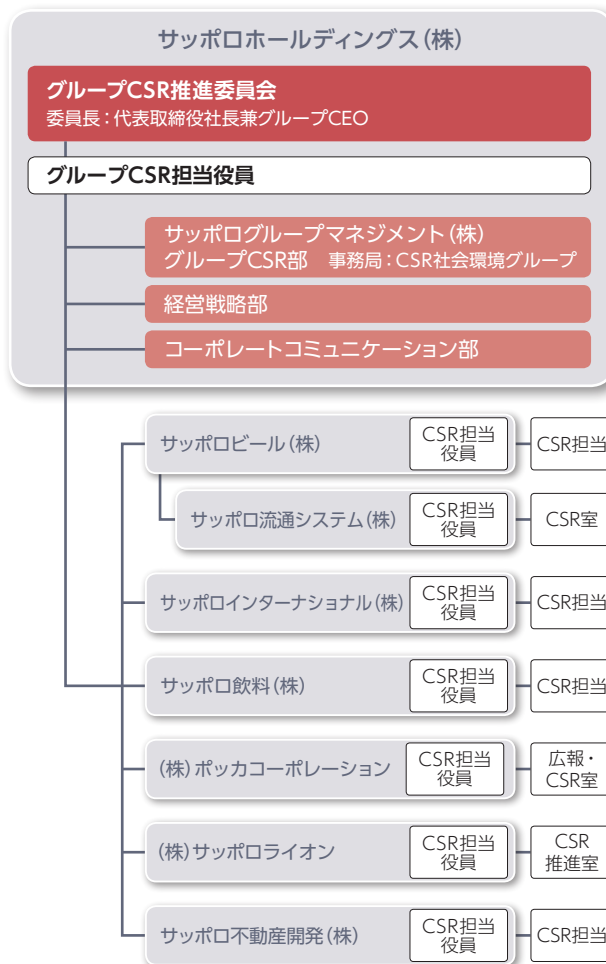
グループCSR重要課題の策定

サッポログループでは、CSR経営を推進するうえでのさまざまな課題のなかから、とくに重要と思われる項目を抽出し、「サッポログループCSR重要課題」として策定しました。

ISO26000やGRIなどのCSRに関する各種ガイドラインを手引きに従来のCSR活動を振り返り、5,400通を超える「CSRレポート2011」の読者アンケートの結果も考慮のうえ、2011年11月に開催したグループCSR推進委員会にて決定しました。

2012年以降、これらの重要課題について、具体的な取り組み施策を策定し、活動していきます。

サッポログループCSR推進体制図(2011年12月末現在)



サッポログループCSR重要課題

| CSR活動分野 | カテゴリー | 重要課題 |
|----------------|---------------|---|
| 食と空間の品質におけるCSR | 安全・安心な品質の提供 | ● グループ品質方針に則り、安全・安心な品質の商品・サービス・施設空間を提供します。 |
| | 喜んでいただける品質の追求 | ● お客様の声に耳を傾け、お客様に喜んでいただける商品・サービス・施設空間を追求します。 |
| 地球環境の保全におけるCSR | — | ● 豊かな地球環境を幾世代にもわたり受け継いでいけるよう、低炭素社会、循環型社会、自然共生社会の実現に貢献します。 |
| 社会との共生におけるCSR | 地域社会への貢献 | ● 事業を行う地域社会の一員として、地域との交流を積極的に図り、その発展に貢献します。 |
| | 適正飲酒の啓発活動 | ● 酒類を扱う企業グループとして、適正な飲酒の啓発と、不適切な飲酒の防止に努めます。 |
| 取引におけるCSR | — | ● 得意先やサプライヤーなどのお取引先と、公平・公正で自由な取引を徹底するとともに、お互いの信頼関係にもとづき、共に持続的な発展を目指します。 |
| 人財と職場環境におけるCSR | — | ● 全てのグループパートナーの人権を尊重し、安全と心身の健康を確保するとともに、一人ひとりの個性と多様性が活かされる組織風土を醸成します。 |
| 健全な企業経営のためのCSR | 内部統制と情報開示 | ● 内部統制システムを確実に運用し、グループ経営の信頼性を高めるとともに、株主をはじめとするステークホルダーが必要とする情報を適時・適切に開示します。 |
| | コンプライアンスの推進 | ● 法令遵守はもとより、グループ企業行動憲章に則り、正しい価値観や判断基準に従って行動できるよう、啓発と教育を推進します。 |

国内酒類事業 サッポロビール株式会社

「お客様感動No.1企業」をめざし、「おいしさ」と「安全・安心」に徹底してこだわり、自然の恵みが永遠に引き継がれるよう活動していきます。

代表取締役社長 寺坂 史明



グループの中核を担うサッポロビールは、グループのCSR基本方針にある「いつもお客様に喜んでいただける企業活動」のもと、「お客様感動No.1企業」をめざし、ビール事業を中心に、ワイン・洋酒・焼酎・RTD※などのさまざまな酒類事業を展開しています。

当社は、1876年の創業以来135年間、原料から製造、物流、営業、提供方法などにいたるお客様に飲んでいただくその瞬間までのすべての活動において、「おいしさ」と「安全・安心」に徹底してこだわり、責任を持ってきました。

とくに、自然の恵みの産物であるビールづくりに最も重要な麦やホップなどの原料へのこだわりは、「麦芽とホップの全量協働契約栽培化」に結実しています。私たちは、今後ともこの恵みを生み出してくれる地球と豊かな自然に深く感謝し、永遠にこの恵みが引き継がれるよう、さまざまな活動を通して社会的責任を積極的に果たしてまいります。

※RTD (Ready To Drink) チューハイやカクテルなど、手軽にそのまますぐに飲める缶やボトル入りの低アルコール飲料。



開拓使麦酒醸造所

1876年に開業した「開拓使麦酒醸造所」。創業当時から大麦とホップの試験栽培への挑戦がはじまり、今日にいたっています。



協働契約栽培 (詳細は15~18ページ参照)

14人のフィールドマンがビールテイスト飲料の主原料である大麦・ホップの世界の生産地に足を運び安全を確認し、生産者と協力してその品質を高めています。2006年には100%「協働契約栽培」化を達成しました。

飲料事業 サッポロ飲料株式会社

新たな価値の創造に全力を傾けるとともに、環境保全、社会貢献への積極的な活動も継続していきます。

代表取締役社長 堀 雅寿



サッポロ飲料は、2008年に策定した企業ビジョン「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。」を具現化すべく、すべての従業員がお客様視点で考える「お客様第一」を基本に飲料事業を推進しています。この4年間でサッポロ飲料は大手の縮小版ではなく、選択と集中を基調とした独自のビジネスモデルの構築を模索して、一定の成果を出すことができました。

2012年は、2013年からのポッカとの経営統合に向けた仕上げの1年です。統合にあたっては、お客様満足と企業価値向上という共通目標のもと、新たな価値を生み出すことに全力を傾けてまいります。

またサッポロ飲料の役割として、環境保全、社会貢献も重要と考えます。これまでノンフロン・ヒートポンプ自販機の導入・拡大、子ども虐待防止「オレンジリボン運動」の支援などに積極的に取り組んできましたが、2012年も引き続き推進してまいります。



オレンジリボン運動 (詳細は28ページ参照)

Ribbonブランドのキャラクター「リボンちゃん」も、街頭で子ども虐待防止のキャンペーン活動を行いました。



ノンフロン・ヒートポンプ自販機

2006年以来、業界に先駆けて展開を図っている「ノンフロン・ヒートポンプ自販機」。地球にやさしい自動販売機として、今後も設置を推進します。

Message

飲料・食品事業 株式会社ポッカコーポレーション

「お客様にいつも感動を提供する」を心に
お客様がワクワクするような
新しい食生活を創造していきます。

代表取締役社長 伊藤 哲文



ポッカはレモン飲料で創業し、コーヒー飲料とホット／コールドの自動販売機展開で大きく成長、現在は海外事業、外食事業にも注力しています。事業の原点はすべてお客様にあると認識し、「お客様にいつも感動を提供する」を経営理念に掲げています。創業以来の事業活動で培ってきたものづくりを

通じて、これからも健やかでお客様がワクワクするような新しい食生活を創造すべく、全社の力を結集させてまいります。

2013年からは、サッポロ飲料との経営統合によってグループの飲料・食品事業を本格的に担うこととなりました。両社の持つ力を合わせ、最大の成果を発揮できるように努めてまいります。一方、ポッカでは環境配慮の意識醸成を重視し、自然共生社会の実現への一助とすべく、国産の間伐材を利用した環境配慮型の紙製飲料容器「カートカン」を1996年より採用しています。これからも、森林育成のアピールとともにその普及に注力してまいります。



ポッカカフェ香港

ポッカはシンガポールを拠点に、東南アジアで食品の製造販売や外食事業を展開しています。



カートカン

(詳細は38ページ参照)

国産間伐材を使用した環境配慮型の紙製飲料容器「カートカン」。多くの飲料ブランドに採用しています。

発売から10周年を迎えた 「キレートレモン」

より多くのお客様に支持されるレモン飲料を



ポッカコーポレーションが2001年3月に発売したびん入り「キレートレモン」は2011年に10周年を迎え、これまでのご愛顧への感謝をお伝えするとともに、大々的なサンプリングの実施などで、今後に向けた一層の認知向上を図りました。

「キレートレモン」は発売当初から現在まで、その販路とラインアップを地道に広げながら、大切に育て上げてきたブランドです。2010年にはブランドトータルで200万ケースを販売し、飲料事業の確固たる柱に成長しました。その

後も売上は順調に推移しており、とくにPETボトル入りの「キレートレモンCウォーター」「キレートレモン爽快スパークリング」が好評を得るなど、より多くのお客様にご愛飲いただいています。

またポッカコーポレーションが長年続けているレモンの健康価値の研究をもとに、朝にレモン果汁を飲用することを訴求し、さまざまな場面でお伝えしています。今後もレモンが持つ健康価値を発信しながら、より多くのお客様に支持されるレモン飲料を提供していきます。

外食事業 株式会社サッポロライオン

「生きている喜び」をお客様と従業員が共有でき、
たくさんの笑顔と感動を生む
お店づくりをめざしていきます。

代表取締役社長 刀根 義明



サッポロライオンの使命とは、幸せや楽しさを感じる「Joy of Living (生きている喜び)」の提供であると考えています。そのために、おいしい生ビールと料理、心温まるサービスを通して、記憶に残る時間をお客様に過ごしていただくだけでなく、従業員がいきいきと働き「生きている喜び」をお客様と一緒に共有できるお店づくりをめざしています。

1世紀以上の歴史を刻み愛され続けているピヤホール業態はもちろん、さまざまなお客様のニーズに応え、新たな価値を感じられる業態の開発にも力を入れています。2011年は、地方自治体との相互協力により「おおい北海道 別海町酒場^{べつかいちやう}」をつくり上げ都内に3店開店し、グループの起源のひとつである北海道の魅力をより深く伝えています。またエビスビールを心ゆくまで味わう「YEBISU BAR」業態を大阪に1店、都内に2店開店しました。これからもたくさんの笑顔と感動を生み出すお店をつくってまいります。



YEBISU BAR

「YEBISU BAR」ホワイトティウめだ店。「エビスを通じて日本の味と心を表現する上質でおいしい空間」をコンセプトに、2009年以来出店を続け、2012年も数店舗の展開を予定しています。



おおい北海道 別海町酒場

「おおい北海道 別海町酒場」神田東口店。北海道東部に位置する別海町から公認を得て、同町を中心とした北海道の食ブランドや観光のPRに一役買っています。

不動産事業 サッポロ不動産開発株式会社

お客様と一体となった街づくりを基本に、
今後もお客様の豊かな時間と空間を育み続けます。

代表取締役社長 加藤 容一



サッポロ不動産開発は、2012年1月1日より新たな社名でスタートしました。新規の不動産物件の開発を含め積極的に事業を展開し、「中堅優良不動産会社」として持続的な成長をめざします。

既存事業の中核である「恵比寿ガーデンプレイス」については、お客様にさらなる魅力を感じていただけるよう、ハード・ソフト両面で見直しを図ります。お客様により安心してご利用いただくため、災害対策をさらに強化します。このほか「星和恵比寿ビル」「サッポロ銀座ビル」についても、再開発に向けた検討に入ります。

サッポロ不動産開発の基本姿勢として、お客様と一体となった街づくりをめざし、これからもお客様の「豊かな時間」と「豊かな空間」を創造し、育み続けてまいります。それこそが当社の事業ドメインである「快適空間創造事業」であると考えます。



サッポロ銀座ビル

銀座4丁目交差点にあり、長年にわたり銀座のランドマークのひとつとして愛されています。



サッポロスポーツプラザPAL浦安

(30ページに関連記事)

2011年6月、開業25周年を機に地域の皆様に永く親しまれる「健康コミュニティ」をめざし、リニューアルオープンしました。

Message

国際酒類事業 サッポロインターナショナル株式会社

国内外のステークホルダーと
互いの理解や信頼を深め合いながら
国際展開を一層強力に進めていきます。

代表取締役社長 持田 佳行



サッポログループの国際酒類事業は、北米における「26年連続アジアブランドNo.1」という実績をベースに韓国・東南アジア・オセアニアなど、ここ数年で急速に業容を拡大してきました。

2012年は昨年竣工した工場を拠点に、ベトナムビール事業へ本格参入の年となります。ベトナムの皆様幅広く親しんでいただけるプレミアムビールとして、サッポロブランドを確立してまいります。また、本年はアメリカの最大手PBチルド飲料メーカーのシルバー スプリングス シトラス社に出資し飲料事業の拠点を獲得、「国際酒類事業」から「国際事業」への転換の年でもあります。当社は、単なるキャッシュフローを取りに行くだけのM&Aとは一線を画し、自ら経営に携わり、ものづくりの原点に立ち、国内外のステークホルダーと互いの理解や信頼を深め合いながら国際展開を一層強力に推進し、グループの成長を牽引してまいります。



スリーマン社 ゲルフ工場

カナダにあるスリーマン社は、北米におけるサッポロブランドの生産拠点となっています。



クーパーズ社

2011年より、オーストラリアにおけるサッポロブランドの製造販売を担っています。

12

サッポログループについて

ベトナムのホーチミン市郊外に ビール工場完成

東南アジアの方々に最高のビールをお届けしたい



サッポロベトナム ロンアン工場は、2011年11月24日に竣工式を行い、ビールの生産を開始しました。サッポログループとして、海外でビール工場を新設するのははじめてのことです。

日本品質のおいしいビールを製造し、ベトナムをはじめアジアの方々に届けたいことを工場のコンセプトとし、これまで日本の工場ですでに培ったノウハウを活かして、最新の技術や設備を導入しました。

環境への配慮としては、ボイラ燃料にクリーンなLPガスを使用し、工場排水は最新技術を採用してベトナムで最も厳しい規制を満たす処理を行っています。

また、日本人の熟練スタッフが、若いベトナム人スタッフにもものづくりへのこだわりや品質管理の徹底を繰り返し伝え、次世代を担うスタッフを育成しながら、協働して最高のビールづくりに取り組んでいます。

エネルギー業界・不動産業界で日本初 ISO50001 認証を取得

東京エネルギーサービスは地域熱供給会社として、恵比寿ガーデンプレイス地区(97,000m²)の1,000を超えるビル・美術館・ホテル・住宅といった街全体の冷暖房を担っています。

地域熱供給会社は全国に約90社ありますが、2011年3月の東日本大震災後、同業界でも従来にも増して省エネルギー対策やピークカットが喫緊の課題となっています。そのようななか、2011年6月に新たに国際規格となったエネルギーマネジメントシステム「ISO50001」を活用した対策が注目を集めており、東京エネルギーサービスでは業界で一番最初にこの認証を取得しました。



株式会社東京エネルギーサービス

設立 1989(平成元)年4月4日
 本社 東京都渋谷区恵比寿四丁目20番3号
 恵比寿ガーデンプレイスタワー 3階
 代表者 代表取締役社長: 山本 浩三
 資本金 490百万円



「恵比寿ガーデンプレイス」の地下5階に設備を集約、2011年はターボ冷凍機(1,000USRt×2基)を新設しました。

ISO50001導入の6つの目的

1. エネルギーマネジメントを強固にする (よりシステマティックなコントロールの実現)
2. 設備更新計画への活用 (次の20年間を担う高効率設備への転換)
3. 東京都環境確保条例への対応 (CO₂削減の義務づけに適應)
4. 省エネ法との連動 (エネルギー原単位削減目標への対応)
5. エネルギーセキュリティ向上への活用 (震災後に課題となった安定供給向け、エネルギーの最適構成を追求)
6. 恵比寿ガーデンプレイス防災価値向上への寄与 (冷温熱の安定供給による防災価値向上)

10か月という短期間での取得を実現



エネルギーマネジメントは、東京エネルギーサービスの事業の根幹であり、これまで、2001年に取得した環境マネジメントシステム「ISO14001」の枠内で運用してきました。しかし、このマネジメントをよりパフォーマンスのあがる方法に改善する必要性がありました。2010年秋、エネルギーマネジメントに特化したISO50001の国際規格化が現実化してきたことを受けて、いち早く導入準備に着手。ISO14001を応用して効率的に進めることができ、当初の計画よりも4か月早い10か月での取得にいたりしました。

一段階高い質の省エネへの挑戦

ISO50001の導入により、社員の省エネに対する意識がさらに高まり、以前から行っている提案活動でもエネルギーの効率利用といった視点での提言が増え、効果が表れています。

また、既存のISO14001と新たなISO50001を経営の両輪とすることで、相乗効果も出てきました。とくに既存設備の運用管理強化と設備更新による成果は大きく、2011年はエネルギー原単位とCO₂排出原単位を、それぞれ2010年比で10%削減することができました。

電力供給やエネルギー価格の不安定な状態が続く昨今、事業運営においても、毎月のエネルギーレビューでエネルギー使用方法を詳細に検討し改善を図っています。東京エネルギーサービスは、今後も省エネルギーやピークカットという社会的要請に柔軟に応え、設備能力の見直しや効率的な運転を実践し、2014年までにエネルギー原単位とCO₂排出原単位をそれぞれ2011年比6%削減することを目標に、一段階高い質の省エネをめざします。

サッポログループ初 ISO22000認証取得で「食」の安全品質を強化

サッポログループ「新経営構想」にもとづくグループ第1弾の食品事業会社として設立されたサッポロファインフーズ。群馬県にある関東工場は、約50名の従業員で「ポテかるっ」の製造のほか、技術開発全般に取り組んでいます。

設立3年目の2011年1月、菓子メーカーとして安全・安心な製品をお客様に提供するため、より高いレベルの品質管理を求めて食品安全マネジメントシステム「ISO22000:2005」の認証取得をめざした活動を開始。11月には、サッポログループ初のISO22000認証取得にいたしました。

ISO22000は、品質マネジメントシステム「ISO9001」にHACCP※の考え方を取り入れた国際規格で、自社の製造工程の管理に加え、工場経営および運営に必要な“Farm to Fork（農場から食卓まで）”のあらゆるフードチェーンの組織を対象としています。

※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。



サッポロファインフーズ株式会社 関東工場

竣工 2008（平成20）年12月17日

所在地 群馬県太田市新田木崎町37番1号

トップマネジメント 取締役・工場長：小田 光彦

食品安全チームリーダー 製造部長：関端 敏

食品安全システムの強化でお客様に安全・安心を

食品に対する信頼がゆらぐなか、食品の安全への関心も高まり、どこで、誰が、どのように生産、加工したのかがわかるしくみづくりが求められています。サッポロファインフーズでは、「食品安全方針」を策定し、工場長をトップマネジメント、製造部長を食品安全チームリーダーとする、工場社員5名による「食品安全チーム」を結成。食品安全システム導入により、法令遵守や品質管理をはじめ、生産性・採算性・技術開発など工場経営全体のマネジメントの質を向上するため、ISO22000認証取得に向けた取組みを進めました。

食品安全方針

1. 私たちは、「新しく、楽しく、そして自然な食生活を。」という企業理念のもと、法令・規制を遵守し、安全で安心な食品を、お客様に提供して参ります。
2. 私たちは、ISO22000に基づいた食品安全マネジメントシステムを構築し、社内外のコミュニケーションを通じて、関係者に周知・徹底し、工場目標の達成と、システム全体の継続的向上に努めて参ります。

平成23年1月19日

サッポロファインフーズ株式会社 関東工場

小田 光彦

食品安全を高める日々の取組み

サッポロファインフーズでは毎朝一番に、食品安全チーム全員で「デイリー品質会議」を行い、課題が見つかった場合はその日の製造工程に迅速に反映して、PDCAサイクルを回しています。

ISO22000を実践・具現化するすべての源泉は現場の従業員一人ひとりであると考え、全員に社員証サイズの「食品安全方針」を携帯させて徹底しています。また、小集団活動や「品質管理検定」の取得などにより、現場の自律的なスキルアップ・レベルアップを図っています。さらにフードチェーン内各組織とのコミュニケーションにより、適宜ハザード分析（課題の抽出、評価）を行い、対策が必要な場合は対応するなど、食の安全・安心に関する取組みを、これまで以上に強化しています。

今後も、食の安全・安心を高めるのはもちろんのこと、企業理念「新しく、楽しく、そして自然な食生活を。」をお客様に感じていただける新しい価値を提案していきます。



デイリー品質会議

その日に出荷する製品の各種データ（塩分、水分、油分）や工程情報、採算性に関する情報を共有。会議の最後に官能検査を実施して出荷の可否を判定します。

おいしさと安心を生む 「原料づくり」への熱い思い

15

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の歴史は、「原料づくり」の歴史といっても過言ではありません。「よい原料こそがよい品質のビールをつくる」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を開始し、「育種」にもひたむきに挑戦。それらは今日の「協働契約栽培」の起源となりました。すべてはお客様に安全でおいしいビールをお届けするために。特集では事例を通して、私たちの“原料づくりへのこだわり”をご紹介します。

おいしさと安心を生む「原料づくり」への熱い思い

挑戦

おいしさを原料づくりから徹底追究

品種改良ともいわれる「育種」。それは、生物の遺伝的な性質を改良することで、品種の交配・選抜を長い年月にわたり繰り返す、非常に地道で手間のかかる活動です。サッポロビールは創業以来、大麦とホップの育種に取り組み、ビールのおいしさを原料づくりから徹底して追究。これまでに、「はるな二条」「信州早生」など、画期的な品種を生み出してきました。現在では、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。私たちはこれからもお客様のおいしい笑顔のために、より高品質の原料づくりに挑戦し続けていきます。

サッポロビールの代表的な開発品種

はるな二条

品質の高さから“奇跡の麦”と呼ばれ、日本のビール大麦育種の礎となりました。

彩の星

はるな二条の血をひく、高品質かつ病気に強い新品種。埼玉県を中心に普及中。

CDC PolarStar

カナダ・サスカチュワン大学と共同開発。“旨さ長持ち麦芽”の実現につながりました。

信州早生

サッポロビールが大日本麦酒時代に開発した100年以上の歴史を持つ日本の定番ホップ。

フラノ18号

ヨーロッパ品種に近く、やさしいフローラルの香りが特徴のアロマホップです。

フラノスペシャル

豊かな苦みと経済性を備えたアロマホップ。7年の歳月をかけて開発されました。

「できたての生のうまさ」が進化

1977年の発売以来、生ビールの代表的な商品となってきた「サッポロ生ビール 黒ラベル」。2011年3月、34年の時を経てクオリティアップし、黒ラベルの最大の特徴である「できたて生ビールのひと目目のうまさ」がさらに楽しめるようになりました。その秘密はサッポロ独自の原料「旨さ長持ち麦芽」の新採用。



ビールの風味を劣化させる成分(LOX-1)を持たない[LOXレス大麦]から生まれた麦芽を使用することで、黒ラベルの“できたての生のうまさ”がさらに進化したのです。

旨さ長持ち実験データ (37℃で2週間保存した場合のT2N濃度比較)

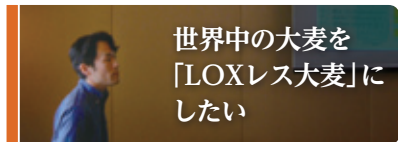


※ [LOX-1あり麦芽]の値を100として、ビールの老化臭の原因となる脂質酸化物「T2N(トランス-2-ノネナール)」の濃度を比較しています。(サッポロビール調べ)

さらにおいしいビールを
お届けするために、
原料づくりから挑戦しています。

保木 健宏 | Takehiro Hoki

サッポロビール(株)
生産技術本部 バイオ研究開発部
麦育種開発センター マネージャー 兼 購買部 フィールドマン



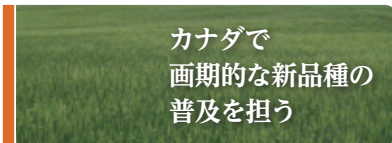
2008年に商業生産を開始した「CDC PolarStar」は、保木と生産者たちとの協働によって順調に普及し、2010年にはカナダで第4位の作付面積となった。そして2011年3月、LOXレス大麦の麦芽を使用した「サッポロ生ビール 黒ラベル」が実現した。「開発したLOXレス大麦が栽培・使用され、直接商品のおいしさに貢献できた」ことが何よりうれしく、生産者たちも非常に喜んでいるという。

しかし、保木の取組みは終わらない。「当社で使用する大麦原料を順次LOXレス化していくこと」が次の目標であり、そのためには世界各地でのLOXレス大麦の育種が欠かせない。それぞれの地域に適した品種でなければ栽培できないからだ。「そのためにカナダでの経験を活かしたい」と保木は世界に目を向ける。保木、そしてサッポロビールの“おいしさ”への挑戦はさらに続く。



ほとんどの植物は脂質を酸化させる脂質酸化酵素(LOX:ロックス)を持つ。サッポロビールはこのLOXがビールの味や香りを劣化させているのではないかと考え、1990年代からLOXの研究を開始した。「脂質酸化酵素の活性を抑えることで、さらに新鮮さが長続きするビールができるはずだ」という着想ですね」と保木フィールドマン。

こうして“原料そのもの”からビールを変える取組みがはじまり、2001年、岡山大学との共同研究のなかからLOX-1を持たない大麦を発見した。しかし「この大麦はビール醸造に適していなかった」ため、カナダ・サスカチュワン大学と共同で品種改良に着手。そして2008年、ついにビール醸造に適したLOXレス大麦が完成した。それが「CDC PolarStar (北極星)」である。



2007年にカナダの育種担当になった保木は、開発の最終段階にあった「CDC PolarStar」の試験栽培と評価に携わった。その後、開発が成功しカナダで品種登録されると、保木はフィールドマンとしてこの新品種の普及、拡大を担った。毎年2月に行う播種前ミーティングで、生産者たちに「CDC PolarStar」の栽培を依頼した。本来、カナダの生産者は自らの経験を重んじるため栽培品種の転換は容易ではないが、多くの生産者が快く引き受けた。「ポーラスターは生産者たちが栽培していた優良品種をベースに開発されたんです。だから今までと同じつくり方ができる」とアピールしたのである。栽培のしやすさや収穫量が同じであれば、LOXレスという付加価値は生産者にとっても挑戦のしがいがあったのだ。



VOICE ★

「CDC PolarStar」は、サスカチュワン大学クローブ・ディベロップメント・センター (CDC) の育種プログラムの強みとサッポロビールの研究開発・育種力が融合して生まれたLOXレス大麦品種です。今後は「CDC PolarStar」を凌駕する、カナダ・アメリカにおける商業生産に適するよりよいLOXレス品種を育成することをめざします。

「LOXレス」という性質は、北米のビール醸造業界においても注目されており、今後、その品質の優位性が多くのビールメーカーに認知され、「CDC PolarStar」とそれに続くLOXレス品種への需要がより高まっていくことを期待しています。

サスカチュワン大学クローブ・ディベロップメント・センター
Assistant Professor **Aaron Beattie** (アーロン・ビーティ) 様



おいしさと安心を生む「原料づくり」への熱い思い

協働

フィールドマンと生産者の「協働」が、
サッポロのおいしいビールをつくる。

須田 成志 | Narushi Suda

サッポロビール(株)
SCM本部 購買部 シニアフィールドマン



よりよい
ホップをともに
つくりたい

ヨーロッパでのホップの協働契約栽培の取組みは2004年にはじまった。ドイツとチェコを受け持つ須田フィールドマンは説明会を開催し、「互いの知恵を集め、いいものをつくりたい」と訴えたが、退席する生産者が続出。「ドイツ、チェコはホップ栽培の本場ですから、こちらを子ども扱いして、まともに話を聞いてもらえませんでした」

そこで生産データの統計的な分析情報を提供し、ホップ収穫後には品質を順位づけし配った。それが生産者のプライドに火をつけた。「よりよいホップを生産者と一緒につくりたいのです。私たちがめざしているのは、生産者との“Win-Win”の関係なんです」

こうしたフィールドマンの思いが、サッポロビールの協働契約栽培という“しくみ”を支えている。

畑から高品質の原料をつくり上げる

「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が交流されていること、を3本柱とした、世界でも類をみないサッポロビール独自の原料調達システムです。世界9か国・約2,300軒に及ぶ「協働契約栽培」生産者の産地を、フィールドマンと呼ばれる原料の専門家が直接訪問。密接なコミュニケーションを積み重ねることで、高品質な原料の生産を可能にし、2006年1月、サッポロビールは麦芽とホップの100%協働契約栽培化を実現しました。

あなたの大麦・ホップが欲しいのです

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足を運び現地を視察し、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始め、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、細部にわたりに取り組んでいます。お互いを尊敬する心と信頼関係があってはじめて、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。



「協働」が
ビールをもっと
おいしくする

須田フィールドマンは日本の北東北も担当している。日本で協働契約栽培が本格的にスタートしたのは2003年



の秋。「岩手、青森の生産者の皆さんとは50年のつながりがあり、それがベースになって協働契約栽培が実現したのです」

毎年、春先に現地を訪れ、生産者全員と耕作前ミーティングを行う。テーマは今年のホップ栽培をどのように進めるか。ホップの花が咲く7月に再度訪れ、栽培履歴と畑の状態を見ながら一人ひとりと打ち合わせ、8月の収穫後には厳しい品質チェックを行う。「時にはぶつかり合う」こともあるが、「おいしいビールをつくりたい」という目標が同じであれば必ずわかり合えるし、確実に品質を向上させることができます。まさしく「協働」の力がビールをさらにおいしくするのだ。



生産者とともに
“いちばん”を
めざす

北東北のホップ協働契約栽培では、「生産者のモチベーションアップがとくに重要」だと須田は言う。ホップ栽培の将来に確信が持てず、後継者も育ちにくいからだ。そこで須田は4年前からある取組みをはじめた。それが“いちばんプロジェクト”。生産者も経営者として目標を持つことが必要であり、だから「どんなに小さくてもいいから、何かで一番をめざしましょう」と訴えた。

それによって、岩手県主催のホップ品評会で最高賞を受賞したり、ホップ栽培で使用する登攀糸（ホップの蔓が巻き上がるための糸）を環境にやさし

い素材に替える生産者が現れた。生産者の意識が変わったのだ。「これからも皆さんと一緒に“いちばん”をめざしていきたい」と須田は意気込む。



生産者の
“夢のビール”が
実現

須田が開発に携わった品種に「フラノ18号」がある。「香りが豊かで苦みの質もよく、世界に通用する」と須田が誇るアロマホップだが、収穫量が少なく商業生産は長年見送られてきた。このフラノ18号を北東北の生産者数人が大切に育てていたのだ。「皆さんの気持ちに何としても応えたい」と商品化をめざし、生産者たちの“いちばんプロジェクト”にもなった。

こうして2009年10月、フラノ18号だけを使用した「黒ラベル東北ホップ100%」が誕生した。東北限定で発売されたビールを須田から受け取った生産者たちは満面の笑みを浮かべたという。「できあがったビールのおいしさをわかち合える喜びは、何ものにもかえがたい」。須田のこの言葉こそ、サッポロビールのものづくりの原点なのだ。

サッポロ生ビール黒ラベル東北ホップ100%



その年に収穫されたフラノ18号を100%使用し、その特徴である華やかな香りを引き出した数量限定の黒ラベル。2011年は全国で発売し、売上の一部を東日本大震災で被災された生産者の方々の農地や農業関連施設の修復など、被災地域の農業復旧支援に役立てていただきました。

VOICE ★ 岩手県北ホップ農業協同組合は、岩手と青森の両県を管轄する組合としてスタートしました。以来、50年を迎えますが、この間には諸情勢の変化とともに厳しい問題も多々ありました。しかし厳しいなかにあっても、サッポロビールさんが生産者との付き合いを大事にしてくれたからこそ、50年という歴史を築くことができたものと感謝しています。

2003年、協働契約栽培の実施にあたって、両者の絆のもと、まったく抵抗もなく実施することができました。また、このことが生産者の意識をより一層高めるきっかけとなり、今まで以上に量・質の向上が図られました。

一方、環境を考慮した分解性糸の導入やGAP※導入への取組みもはじめており、消費者の皆さんに安心して飲んでいただくために、より安全な原料づくりに邁進したいと考えています。

※GAP (Good Agricultural Practice) 農業生産工程管理。農業生産活動を行ううえで必要な関係法令などの内容に則して定められる点検項目に沿って、農業生産活動の各工程の正確な実施、記録、点検および評価を行うことによる持続的な改善活動。

岩手県北ホップ農業協同組合
参事 米澤 優 様



商品の安全・安心のために

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、お客様から信頼される企業をめざして取り組んでいます。

サッポログループマネジメント品質保証部が各事業会社の品質保証のしくみ・運用状況を確認し、各事業会社に設けた品質保証部門では、潜在的な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」の体制づくりに努めています。

またサッポログループは、研究・商品開発から原材料の調達、製造、物流、販売まで、お客様のお手元にいたるすべての段階における品質が重要と考え、その向上に取り組んでいます。

グループ基盤の強化 ★ サッポログループ品質保証体系策定

品質保証体系策定の目的

今、最優先で求められている食品安全に関して、サッポログループとしての姿勢を国内外の事業会社はもとより、加速するグローバル展開を見据え、海外の提携先も含めて共有することを目的としています。

サッポログループでは2011年、「サッポログループ品質保証体系」を策定しました。これは、グループで継承すべき一貫した食品安全文化を明示し、サッポログループ各社の品質に対する考えと行動において基礎をなさしめるものです。

サッポログループ品質保証体系

サッポログループ品質理念

サッポログループは、企業行動憲章において「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。

その取り組みは、高付加価値の商品・サービスを支える人財と品質保証の仕組みを継続的に高めることであり、それらを通じて、お客様に共感いただく商品・サービスをお届けします。

サッポログループ品質方針

1. 私たちは品質をつくり込みます

素材や技術を吟味する創業以来の姿勢を伝承すると共に、品質に対して感度よく対応できる人財を育成し、仕組みの強みとあわせて実践・展開することによって、高い品質をつくり込みます。

2. 私たちは予期して備えます

お客様に安心いただけるように、リスクをあらかじめ管理するための予防型品質保証体制を構築・運用することによって、安全で確かな品質を安定的にかつ継続的にお客様へ提供します。

サッポログループ品質行動指針

1. お客様に感動いただき、信頼されることを、私たちの満足とします。
2. 法規制と社会の要請に迅速・的確に対応します。
3. お客様の声を大切にし、客観的な視点を失わず、お客様に見える活動を行います。
4. 最新の品質に関する動向と変化を把握し、何が課題なのかを問い、それを突破する革新を進めます。
5. 関与するメンバーのチームワーク・一体感を高めます。

サッポロワインのものづくり

サッポロワインでは、良質のぶどうを栽培するための「産地」にこだわり、つくり手である栽培家や醸造家が「情熱」を込めて、そのぶどうの「個性」を最大限に引き出すことで、お客様に感動していただけるワインをお届けすることができると考えています。

国内では、「国産ぶどう100%ワイン原料用ぶどう」を栽培する4か所の産地に加え、2009年に長野県北安曇郡池田町に自社ぶどう畑12haを開設し、2011年4月に苗植えを完了しました。ここでは、高級ワイン用の欧州系品種に加え、新たな価値創造に向けた新品種の栽培にも挑戦しています。



苗植えイベントにご参加いただいた池田町の皆様

品質と味へのこだわり ★ ポッカの缶コーヒーを支える焙煎専門の自社工場

焙煎から抽出・充填まで自社一貫生産で、本物のおいしさを追求し続けます

ポッカは190gタイプの缶コーヒーのパイオニアとして、市場参入以来、その品質にこだわり続けてきました。本物のおいしさを追求するなかで、コーヒー豆の焙煎から抽出・充填まで自社一貫生産にこだわり、コーヒー本来の味と香りを実現できるよう努めています。

ポッカ豊田工場は、細かな炒り具合まで自らの手でコントロールできるハンドメイド焙煎機を導入した、国内の缶コーヒー製造において類を見ない焙煎専門の自社工場です。味へのこだわりから、缶コーヒーの生産量に合わせて必要な豆だけを毎日焙煎。自社焙煎だからこそできる取り組みです。厳しいチェックを重ねた生豆選びと、それぞれの豆に合わせた最高の焙煎から生み出される缶コーヒーは、ポッカならではのこだわりです。



VOICE ★



生豆倉庫

焙煎は缶コーヒーの味を決める大変重要な工程です。ポッカ豊田工場は自社工場であるだけに、生産計画に

応じたフレキシブルな焙煎体制を整えるとともに、入荷した生豆の品質チェックにはじまり、各々の製品特徴に合った最適な豆の焙煎ができるよう、細心かつ入念な心配りを行っています。定められた味を実現するには、コーヒー豆の焼き上がりを確認する機器もさることながら、最終的には訓練を積んだ従業員の色差を見分ける目が大きく寄与しています。今後もポッカのこだわりを追求した缶コーヒーを支える工場として、品質の維持と向上に努めていきたいと思っています。



ポッカコーポレーション(株) 豊田工場

工場長 青山 浩之

「防衛運転」の指導で物流品質を向上

サッポロ流通システムでは、2011年に急ブレーキによる製品への影響を確認する実地テストを行いました。結果、どのような条件でも影響を避けられないことがわかり、長距離輸送ドライバーに、テストの内容をまとめたDVDの視聴を義務づけました。さらに、各地の担当者が説明を加え、急ブレーキを回避する「防衛運転」を指導しています。



食品衛生講習会の実施

サッポロファクトリーでは、来場されるお客様により安心してお食事を楽しんでいただけるよう、館内の飲食テナント様を対象に、札幌市保健所の職員の方を講師にお招きし、食品衛生講習会を例年実施しています。



商品の検査品質の向上

サッポロ飲料では2009年に、外国から輸入したペットボトル飲料水のコンテナ輸送中に臭いが付着し、自主回収を行いました。その後は、最新機器を導入して商品の臭気検査の精度向上を図り、再発防止に努めています。



お客様視点での品質向上と適正飲酒の啓発

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・サービスの提供と、その品質の改善・向上に努めています。グループ各社では、「お客様窓口」などで頂戴したお客様のご意見やご指摘を社内の関係部署間で共有し、商品やサービスの改善プロセスに活かせるよう、しくみを整えています。

またサッポログループでは、お客様に健康的にお酒をお楽しみいただけるよう「適正飲酒」の啓発活動を継続することが、酒類事業を展開する企業グループの使命だと考えており、適正飲酒について冊子やホームページなどによる情報提供や業界団体と連携した啓発活動など、さまざまな取組みを行っています。

「お客様感動」を高める活動 ★ お客様の声委員会

さまざまな改善を実現しています

サッポロビールが2011年の1年間にお客様からいただいた「声」は約15,000件で、「ご指摘」のおよそ8.5倍となっています。「声」の内容は多岐にわたりますが、なかでも企業活動改善のヒントにつながるような貴重なご意見やご提案については、「お客様の声委員会」で対応を検討しています。委員会には、役員をはじめ主要な関係部署から多くの実務担当者が参加し、その場で提案された複数の案件について、さまざまな改善を実現しています。



これからもお客様の「声」に真摯に向き合い、「お客様感動」を高める活動を継続的に行っていきます。

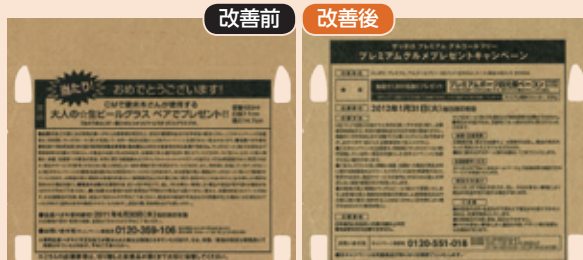
改善例1 ワインラベルの商品情報表示

「商品情報の表示が見えにくい」とのご意見を受け、文字の色を変更してはっきりと読めるよう改善を図りました。



改善例2 6缶紙パック裏面の表示

「キャンペーンの応募要項が読みにくい」とのご意見を受け、記載内容・記載方法を関係各部署で検討し、全面的に見直しました。



「お客様窓口」のレベルを高める情報交換会



グループ各社の「お客様窓口」では以前から連携して対応していましたが、直接顔を合わせての情報交換の場はありませんでした。そこで2010年11月、サッポログループ5社※の「お客様窓口」によるはじめての「情報交換会」を開催。「定期的に顔を合わせる」ことからはじめ、2011年には3回開催し、日頃の悩みや討議したいテーマを持ち寄るなど、試行錯誤しながら連携強化を図っています。

今後は、各社の知見を持ち寄り、グループとしてのシナジーを最大限に発揮できるよう、取組みを深めていきたいと考えています。

※ 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、サッポロファインフーズ、サッポロライオンの5社。2回目からはサッポロ不動産開発、3回目からはポッカコーポレーションも参加。

消費者モニターとの座談会

サッポロライオンでは、身分を隠した消費者モニターが店舗のサービスや商品の品質を評価・査定する市場リサーチ法を導入し、サービスや商品の向上に役立てています。

2011年は、約130店舗で年4回実施したうえで、はじめてモニターとの座談会も行いました。実際に来店された際に感じたことをうかがい、レポート上の文字からだけではわからない「お客様の生の声」をお聞きすることで、ご要望をより深く知ることにつながりました。今後も、お客様の声を大切に、店舗の向上に努めていきます。

適正飲酒の啓発

ノンアルコールのビールテイスト飲料開発

飲酒運転の防止・撲滅に向けたノンアルコールのビールテイスト飲料の普及・拡大には、ビール好きの方にも喜んでいただける味と品質がとて重要だとサッポロビールは考えます。

2011年3月に発売した「サッポロ プレミアム アルコールフリー」は、麦芽100%の麦汁とバイエルン産アロマホップを75%以上使用することで、よりビールに近い味とコク、品質を実現しました。飲酒運転防止以外にも「飲み過ぎそうなときによい」「休肝日を設けるために飲んでいる」など、この味わいにご満足いただくとともに、さまざまな場面で適正飲酒をサポートしています。



※ 写真は2011年3月発売時のものです。

VOICE ★

「サッポロ プレミアム アルコールフリー」は、そのビールらしいコクと苦味によって、多くのお客様からご支持をいただくことができました。運転中などお酒を控えなければならないさまざまなシーンにおいて、なくてはならないブランドになったと実感しています。さらなるお客様感動をめざし、これからもその味わいを磨いていきます。

サッポロビール(株)
新価値開発部

坂下 聡一



小冊子の無料配布

サッポロビールでは2011年、一般向け適正飲酒啓発用小冊子「お酒は楽しく健康的に」約2,700冊を配布。2008年12月の改訂以来累計では約10,000冊を配布し、ご活用いただいています。

また、未成年者飲酒防止のための小冊子「知っておこう お酒のこと」も約10,000冊を小・中学校などへ配布し、2010年からの累計では約40,000冊になりました。



イベントで「リストバンド」を発行

「恵比寿麦酒祭」のイベントでは、未成年者飲酒や飲酒運転防止のためアルコール飲料をお飲みになるお客様に「リストバンド」を身につけていただくなど、適正飲酒への取組みを徹底しています。リストバンド発行時に年齢と、車の運転をしないことを確認。

また、有効期限は当日限りとし、別の日には再度受け取っていただくようご協力をお願いして、不適切な飲酒の防止に努めました。



プロジェクトで誕生した本格麦焼酎



サッポロビールでは、焼酎の商品開発に関連するさまざまな部署のメンバーでプロジェクトチームを結成し、既存商品で満たされていないお客様ニーズを調査・検討しました。その結果から、「アルコール臭さを感じにくい」「香りがよい」という点に着目して開発した新商品

「本格麦焼酎 ささいなた」を2011年に発売しました。



珈琲ゼリーで「食品産業技術功労賞」受賞

安曇野食品工房は、コーヒーゼリーの隠れたニーズを探り、定番商品に改善を加えヒットに結びつけたことが評価され、2011年11月、(株)食品産業新聞社主催の「第41回食品産業技術功労賞」を商品部門にて受賞しました。



食品の小容量化に着目

ポッカでは、比較的大容量タイプの商品が主流であったドライプルーン市場で、「手軽にちょっとだけ食べたい」「食べ過ぎ防止」「一回の購入金額を抑えたい」といったお客様のニーズに着目し、小容量パック「ポッカ サンスイートプルーン80g」を発売しています。



働きやすい職場づくり

サッポログループ各社は、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、「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、豊かで働きがいのある職場環境や、退職後の潤いのある生活を支援する福利厚生制度を整備しています。

23

次世代育成支援 ★ 「家族参観日」と「家族のエビス顔展」

笑顔溢れる活動が広がっています

サッポロビールの労使で構成する次世代育成支援プロジェクトでは、家族とのコミュニケーションの促進と職場メンバーの相互理解を深める目的で「家族参観日」や役員と組合員との「トークセッション」、育児期の男性を対象にした座談会などを実施しています。

子どもたちに親の働く姿を見てもらう「家族参観日」は2008年から実施。2011年恵比寿本社棟では、敷地内の畑での野菜収穫体験と社内探検を、静岡工場や九州日田工場などでは、工場ならではの取組みとして、世界に一本しかないオリジナルラベルのビールびんづくりを行いました。これらの取組みは、親子の絆を強め、家族のありがたさを再確認して自身の働き方を見直すきっかけに、また一方で、職場のメンバー同士が仲間の家族を知ること、サポートしながら働く気持ちを確認し合えるなどよい機会になっています。

また、全国的な取組みを求める声に応えて、従業員の子もたちに家族の「エビス顔」を描いてもらう「家族のエビス顔展」を実施しました。社内には84点もの「エビス顔」が展示されました。



恵比寿本社棟の職場訪問では、上司やメンバーとの名刺交換やサッポロビールに関する質問をしてみるなど、子どもたちと従業員の対話を意識した内容で行いました。



「家族のエビス顔展」の展示スペースには従業員の笑顔が溢れ、次世代を担う子どもたちのパワーを感じるとともに、絵を通じて家庭や社内でのコミュニケーションが広がりました。

従業員とともに

従業員の心身の健康のために

サッポログループでは労働安全衛生法にもとづく健康管理のほか、サッポロビール健康保険組合主体で「健康相談フリーダイヤル」の開設や参加型の「ウォーキングキャンペーン」「禁煙キャンペーン」など、きめ細かな「疾病予防」活動を展開しています。



健康保険組合のホームページでは、健康啓発に関するさまざまな情報をお知らせしています。

VOICE ★

以前より健康管理のため万歩計を所有していましたが、データ整理が億劫なため、長期で歩数管理ができる「ウォーキングキャンペーン」に登録をしました。キャンペーンサイトにはランキングが掲載されており、職場の近い同僚と張り合いながら、気持ちを切らすことなく続けることができました。キャンペーン終了後も万歩計を常に携帯し、歩数を意識して歩くことが習慣化しています。



サッポロビール(株) 首都圏本部 埼玉統括支社 山岡 崇

「ココロの健康診断」

サッポロビールでは、メンタルヘルスケアのために外部機関によるEAP※サービスを導入。事業場産業保健スタッフや外部専門スタッフとも連携し、メンタルヘルスケアを積極的に推進しています。

2011年は「ココロの健康診断」を実施後、従業員のセルフケアを促進するために、管理職層に向けた「ラインケア勉強会」やメンバー層に向けた「セルフケア勉強会」を開催しました。



※EAP(Employee Assistance Program) 従業員の個人的な不安・悩み・ストレスの早期発見と問題解決のプロセスを通じて、職場のメンタルヘルスケアを支援し、企業の事業活性、生産性の維持・向上を図る従業員支援プログラム。

多様な人財の活用と育成

サッポログループでは、「オープン・アンド・フェア」の精神のもと公平な人財雇用を原則とし、グループ各社は事業特性や環境を考慮した雇用方針を策定して多様な人財を雇用しています。また、すべての従業員を会社の宝である「人財」と位置づけ、個々の強みを活かし、主体的なキャリア形成ができるよう支援しています。

サッポロビールでは、2010年より「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つの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。部会の提言で「女性社員・管理職を対象としたダイバーシティ・フォーラム」を2010年、2011年と全国で展開しています。

活躍する女性たちの VOICE★

醸造分野でも女性の活躍に期待

2006年の入社以来ビール醸造にかかわり、技術者対象の制度を利用して2010年10月から約1年間、ベルリンに留学しました。醸造専門の教育機関での「Certified Brewmaster」という資格の取得、醸造所や原料サプライヤーなどの訪問はよい経験になりました。多種多様な人々とコミュニケーションをとり、相手を理解し自分の意思を伝えることの大切さを再認識したことが一番の収穫です。



サッポロビール(株)
九州日田工場 製造部 鬼村 真由子(写真右)

多くの人とコミュニケーション

5年間の営業経験を経た後、2010年の秋にマーケティング部へ異動となり、現在は果汁・炭酸飲料や「玉露入りお茶」のブランド担当と広報業務を兼務しています。2011年秋からはグループ社内報「^{もんぶく} 稼麦通信」の編集メンバーにも加わり、グループ各社の方から日々多くの刺激を受けています。社内外を問わず多くの人とコミュニケーションをとっていく仕事なので、広い視野と客観的な視点を持ち合わせていきたいと考えます。

サッポロ飲料(株)
営業本部
マーケティング部
中村 絵美



店長として取り組む店づくり

多くのお客様やお取引業者様、店舗スタッフとの出会いを通じて人との関わり方や向き合い方を学ぶことができ、さまざまな人と幸せな時間を共有できる素晴らしい仕事であると思っています。現在、店長としてひとつの店舗を任されていますが、女性の感性を活かしたきめ細かな気づかいやサービスで、より多くのお客様に満足していただける店づくりをめざし、日々やりがいを持って取り組んでいます。

(株)サッポロライオン
GASTRO-PUB COOPERS
汐留シティセンター店
店長
あさと
福田 亜恵



キャリア入社従業員が力を発揮できる環境づくり

サッポロビールではキャリア入社従業員(入社10年目まで)に対するアンケート調査を実施。その結果、「他部門の従業員との交流」や、とくに社歴の浅い従業員から「キャリア相談」を希望する声があがったことを受け、社内ネットワークを広げ、今後のキャリアビジョンを描くうえでのヒントをつかむ機会として「先輩キャリア入社者との座談会」を行いました。また、ダイバーシティの取組みのひとつとして、この座談会の内容をイントラネットで全社的に共有し、ダイバーシティに対する意識向上と、より働きやすく、働きがいのある職場づくりに努めています。



新入社員サポーターズ※による「学びを通じた絆の強化」

サッポロビール本社部門では2011年、サポーターズと新入社員の合宿を行い、「学びを通じた絆の強化」を図りました。合宿では、社内でも実施した「新商品アイデア公募」に一緒に取り組み、マーケティングやチームワークを学びました。お互いに学び合い刺激し合っ絆を強めることは、新入社員だけでなく後輩育成にかかわるサポーターズにとっても自身の成長の糧になります。

また、こうした取組みの繰り返しは新入社員の安心や



サポーターズによる勉強会

モチベーションの向上につながり、若手が生き活きと働く風土醸成につながると考えています。

※**新入社員サポーターズ** サッポロビールが2010年にはじめた取組みで、新入社員が同性や年齢の近い先輩とのコミュニケーションにより、職場を越えた事業場に適応し、力を発揮できるようサポートする応援団。事業場ごとにメンバーを複数名募集し、育成マインドの高い若手社員がサポーターズとして活躍中。

パートナー関係の強化

サッポログループは公正かつ透明な取引を原則として、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ています。これをもとにサッポログループでは、常にお客様に支持される高い品質を追求し、安全で安心な調達をめざしています。

サッポロビールでは購買活動の検証のため、2009年より定期的に主要サプライヤーを対象とした「サプライヤー満足度調査」を実施しています。いただいたご意見をもとに継続的な改善に努め、2011年の調査では課題となっていた項目の満足度が上昇し、総合満足度も94%と前年より9%アップしました。

生産者の情報交換 ★ 「協働契約栽培」の日豪生産者交流



オーストラリアでの「協働契約栽培」開始時から参画しているサウスオーストラリアの生産者が、2011年2月に初来日。埼玉県の大麦生産者を訪問し、お互いの取組みや、大麦の栽培、安定した農業経営などについて意見を交換しました。また、JAほくさいの大麦乾燥施設を見学し、JAおよび全農埼玉県本部の職員の方と大麦の品質管理について話し合いました。

2010年のドイツと日本の生産者同士の交流会に続き、パートナー同士の交流が実現したことは大変有意義で、それぞれが抱える問題や共通課題の理解、目標を共有できました。「協働契約栽培」の生産者は皆、さらなる安全・安心、高品質な原料づくりに向けて、積極的な姿勢で取り組んでいます。

VOICE ★

日本の大麦生産者との交流会はよい経験になりました。言葉の壁はあっても、フィールドマンの斉藤さんを通してお互いに理解し合い、気候、品質、生産コスト、収益面などの重要課題を共有できました。世界的に、高品質な作物をつくることが求められています。私たちは経営規模こそ違いますが、生産者として直面する課題は似ており、なかでも後継者問題は日本も同じであることを知りました。また、JAほくさいの見学や、職員の方たちとの交流も非常に参考になりました。

こうした交流会は、「協働契約栽培」に取り組むすべての関係者にとって、大変多くのことを学べる有意義な機会であるため、今後も続けるべきだと考えます。

オーストラリア 大麦生産者
David Wagenknecht 様
(デイビット・ワグネクト)



環境に配慮した原料の調達

「ポッカ 素材がやさしいレモンティー」「ポッカ 素材がやさしいミルクティー」は、「レインフォレスト・アライアンス」※の認証を受けた農園産の茶葉を100%使用しています。ポッカでは、原料から「環境への配慮」にこだわった商品として、「ポッカ 素材がやさしい」シリーズを展開していきます。



※レインフォレスト・アライアンス 1987年に地球環境保全のため熱帯雨林を保護することを目的に設立された国際的な非営利環境保護団体で、社会・環境・経済面の100項目にもおよぶ基準にもとづき、農園の認証を行っている。

パートナーシップを活かした新たな商品開発

サッポロライオンは、ブルドックソース（株）とこれまでに培ってきたパートナーシップを活かして、ライオンオリジナルソースを開発しました。ブルドックソースの担当者様と、連日の打ち合わせや試作を重ね、試食を繰り返した結果、最終的にモルトビネガーを使用した辛味と酸味を特徴とするライオンオリジナルソースが完成しました。2011年4月より随時、サッポロライオンの各店舗で使用しており、今後も協力関係を活かした新たな商品を生み出していきたいと考えています。



安定配当とコミュニケーション

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。業績や財務状況などを勘案したうえで、安定した配当を維持するよう努めています。

また、サッポログループ企業行動憲章にもとづき、各種IRツールを通じて、株主・投資家の皆様への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うほか、一方的な情報提供とならないよう、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。

配当の実施 ★ 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、安定した配当の維持を基本とし、業績や財務状況などを勘案して配当を実施しています。

2011年12月期の配当金は、株主様への安定した配当の維持を鑑み、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 (2011年12月期)

対象：1,000株以上保有の株主様

① 3点のなかからひとつ選択

- サッポロビール詰め合わせ
- 清涼飲料水詰め合わせ
- 社会貢献活動への寄付

② 進呈

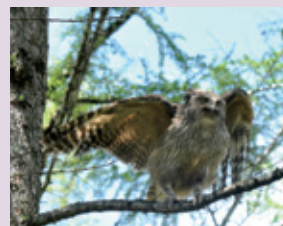
サッポロライオンチェーン各店
または通信販売「味の直送便」
のご優待割引券
(20%割引・5枚綴り)



株主様ご優待制度を通じた社会貢献

2011年は、株主様ご優待の「社会貢献活動への寄付」の支援先を、北海道根室振興局を通じて「絶滅危惧種『シマフクロウ』などの野鳥の森づくり活動」を実施している地域の団体など（虹別コロカムイの会／根室湾中部漁業協同組合女性部／豊かな緑と魚のリバーサイド植樹活動実行委員会）に決定しました。

今回も多くの株主様にご賛同いただき、総額1,623,000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、2011年5月、北海道根室振興局に合計3,246,000円の寄付金を贈呈しました。



贈呈式に先立つ5月15日、道東を流れる「西別川」流域で行われた3団体共催の植樹イベントに、サッポロビール北海道本社と北海道本部道東支社の従業員が参加しました。

投資家の皆様との積極的なコミュニケーション

サッポロホールディングスでは、国内の証券会社のアナリストや機関投資家の方々を対象とした決算説明会に加え、四半期開示制度に対応した電話会議形式での決算説明会をそれぞれ年2回実施しています。文書や映像などの資料を活用し、よりわかりやすい説明に努めるとともに、その内容はすべてホームページのIRライブラリーで公開しています。

海外機関投資家の方々に対しては経営陣によるIR活動を実施し、長期的な戦略について説明しています。個人投資家の方々に対しては、2011年9月に宝印刷(株)と共催で「個人投資家説明会」を開催しました。また、国内外の機関投資家の方々とは年間150件以上実施しているワン・オン・ワンミーティングや、証券会社主催のグループミーティングへの参加など、積極的なIR活動を展開しています。



ジャパニーズインベスター個人投資家のための会社説明会

地域社会との交流・社会貢献活動

サッポログループは地域社会のご支援に感謝し、積極的にコミュニケーションをとりながら地域社会と交流を深めるとともに、社会へ貢献するためのさまざまな活動を続けています。その一環として、次世代を担う子どもたちがさまざまな興味や発見を見いだせるよう、本業を通じた体験学習の場の提供や教育支援などにも取り組んでいます。また、サッポロビール創業の地である北海道を元気にしたいという思いから、北海道の地域活性化に向けたさまざまな取組みも展開しています。

北海道の魅力を発信 ★ 「リボンでつなごう!北海道。」プロジェクト

被災地の子どもたちへ元気を送りました

2011年7～8月に札幌で実施したイベントでは、東日本大震災を受けて、被災地の子どもたちへメッセージを書いていただくためのブースを設置し、北海道の子どもたちから合計516枚のメッセージカードが集まりました。



メッセージと自由帳約600冊、Ribbonジュース約600本を、サッポロビールの工場がある宮城県名取市の小学校に寄贈。後日、喜ぶ子どもたちの写真とお礼のお手紙をいただきました。



「リボンでつなごう!北海道。」プロジェクトとは



キャラクターの塗り絵コーナー

2011年、北海道限定商品「Ribbon ナポリン」が発売100周年を迎え、その感謝の思いをこめて「リボンでつなごう!北海道。」プロジェクトを発足しました。Ribbonシリーズのキャラクターリボンちゃんと、北海道内の自治体、団体47のキャラクターが集結。お互いに手を取り合い、地元でのふれあいや特産品紹介を通じて、北海道の子どもたちに郷土の素晴らしさを知ってもらう目的で、約4か月間のキャンペーンを展開しました。

生ビール売上金で被災者の方々を工場見学にご招待

2011年7月に開催した道産子感謝Dayのイベントのひとつ「第22回サッポロビール北海道工場ビヤフェスティバル おんこ祭」の生ビール売上金で、北海道恵庭市に一時避難されている東日本大震災の被災者の方々を北海道工場にご招待。工場見学に続き、クイズや貯金缶づくりを楽しんでいただきました。



「ライオンマイルコンサート」開催

サッポロライオンでは2011年8月、福島原発事故により東京都の国家公務員宿舎「東雲住宅」で避難生活を送る福島県の子もたちとご家族70名を音楽ビヤプラザライオン銀座店にご招待し、「ライオンマイルコンサート」を開催。バイキングスタイルの料理を楽しんでいた後、日本の歌やカンツォーネなどさまざまなジャンルの音楽にふれていただきました。「アヒルのダンス」をみんなで踊ったり、最後は大合唱するなど短い時間のなかでも楽しんでいただきました。



「親子見学会～バックヤードツアー」初開催



サッポロビール九州日田工場では2011年7月に、普段見ることのできない工場の裏側をクイズを交えながら楽しく探検するイベントをはじめ開催しました。まずは工場見学からスタートし、その後、バスに乗ってバックヤードツアーに出発。原料の麦芽が詰まっている大きなタンクや、輸送用ロボットが働く倉庫の中などを見学、子どもから大人まで楽しんでいただけるツアーとなりました。



子どもたちの体験学習を支援

2011年10月、上毛新聞の企画で、群馬県内の小学生と保護者12名をお迎えし、サッポロファインフーズ関東工場の製造ライン見学と開発室でのオリジナル「ポテかるっ」の試作体験を行いました。

製造ライン見学では頭から足先まで完全防備し、粘着ロールがけ、手洗い、エアシャワー、靴底の洗浄を経て現場に入るなど、食品工場の安全・品質管理の厳しさを実感していただきました。オリジナル「ポテかるっ」の試作は、味の仕上がりもさまざまで、フレーバーひとつをつくるのにも大変な苦労があることをお伝えすることができました。最後は、オリジナル「ポテかるっ」の試食会を行い、「つくる」ことの喜びを感じていただきました。



開発室では、各自で選んだフレーバーでオリジナル「ポテかるっ」の試作体験を行いました。

子ども虐待防止オレンジリボン運動



サッポロ飲料は、児童の健全な育成をめざした「子ども虐待防止オレンジリボン運動」に協力しています。2011年は子育ての悩み相談受付や子どもへの虐待を連絡できる全国共通の電話番号「児童相談所全国共通ダイヤル」が記載されたステッカーを首都圏の自販機に1,000枚貼付。今後、北海道、関西でも貼付する予定です。また、お支払金額の一部を寄付※できるオレンジリボン運動自販機の設置を開始。2011年の設置台数は7台、寄付金額は74,259円となりました。

※ オレンジリボン運動の総合窓口を担い、普及、啓発を推進している市民団体「特定非営利活動法人児童虐待防止全国ネットワーク」へ寄付されます。

オレンジリボン運動 <http://www.orangeribbon.jp/>

継続的な「児童虐待防止」への取り組み

「児童虐待防止推進月間」の11月には、自治体、NPOに協力して、札幌市駅前、恵比寿ガーデンプレイスにて、「児童相談所全国共通ダイヤル」を掲載した啓発ツールの配布を実施しています。



特別報告 | 東日本大震災への対応

2011年3月11日に発生した東日本大震災において、サッポログループでは、被災した一部事業場の復旧に努めると同時に、被災地に対してさまざまな支援活動を行ってきました。

今後もグループ各社の事業活動を通じて、地域の皆様とともに復興に向けた支援活動を継続していきます。

東日本大震災で被災された皆様に、心よりお見舞い申し上げますとともに、震災直後から復旧・復興に尽力されている方々に心から敬意を表します。また、震災直後に一部事業場が被災した影響により、商品・サービスの供給面でお客様にご迷惑をおかけしたことを深くお詫び申し上げます。

サッポログループでは、震災直後の義捐金の寄付や支援物資の提供など、緊急の支援を実施したほか、被災地にある事業場を中心とした地域の復興支援に取り組んでまいりました。9月の恵比寿麦酒祭をはじめとするイベントなどの生ビールの売上を、被災した子どもたちの教育支援に役立てていただきました。

また、これらの取組みを一過性のものに終わらせず今後も継続すべく、物産品の消費促進、情報発信、次世代育成などの取組みについて、グループ各社がそれぞれ事業活動に根ざした活動を行ってまいります。また連携できるところは連携し、できる限り被災地の皆様の力になれるよう、グループ全体で復興支援活動を継続いたします。



サッポログループマネジメント(株)
代表取締役社長 平町 聡
(サッポログループCSR担当役員)

生ビール15万杯分の支援金で「コラボ・スクール」開校



サッポログループは、恵比寿麦酒祭をはじめとする各種イベントで提供した約15万杯の生ビールの売上金額の全額または一部、総額約2,600万円を、教育支援基金「ハタチ基金」の主管団体である公益財団法人日本財団に贈呈しました。ご協力いただいた皆様に心より感謝を申し上げます。

支援対象イベント

| | |
|-----------|--|
| 6月14日～23日 | 千葉ビール園 営業再開イベント サッポロビール千葉工場内で販売の生ビール1杯につき100円 |
| 7月1日～10日 | 那須 森のビール園 開業3周年イベント サッポロビール那須工場内で販売の生ビール1杯につき100円 |
| 7月2日・3日 | サッポロビール ★ 道産子感謝Day 会場内対象店舗のビール売上金の一部 |
| 8月1日～10日 | 仙台ビール園 地元支援キャンペーン サッポロビール仙台工場内で販売の生ビール1杯につき100円 |
| 8月4日 | 「8月4日はビヤホールの日。」イベント 全国のライオンチェーン店で販売の生ビール1杯につき100円 |
| 8月10日 | ライオン銀座五丁目店100周年イベント ビヤホールライオン銀座五丁目店にて販売した「サッポロ生ビール」(小グラス1杯100円)の売上金全額 |
| 9月16日～19日 | 恵比寿麦酒祭 メイン会場でのビール売上金の全額 |

地域の皆様とともに



仙台ビール園炊き出しメンバー



炊き出しのお弁当



炊き出しに並び地域の皆様



関上(ゆりあげ)朝市での飲料水配布

～東日本大震災直後の支援活動～

被災者・避難者支援

サッポロビール仙台工場(宮城県名取市)では、近隣地域をはじめ南三陸町や南相馬市など、40か所以上の避難所や団体に支援物資をお届けしました。

またサッポロライオンは、「仙台ビール園」にて、震災2日後の3月13日から炊き出しを実施。名取市災害対策本部や各避難所に温かいごはんをお届けしました。4月8日の営業再開後も炊き出しを6月20日まで継続し、合計52,000食を提供しました。

避難場所の提供

サッポロビール仙台工場では、震災直後に工場見学施設の一部を24時間開放し、宿泊・食事・休憩の場所として約200名の地域住民の方々に利用していただきました。



「ハタチ基金」は、「震災時に0歳だった赤ちゃんが、無事にハタチを迎えるその日まで」をコンセプトに被災地の教育をサポートする目的で、公益財団法人日本財団内に設置されています。「ハタチ基金」の用途のうち、サッポログループの支援金はNPOカタリバの



女川向学館

「コラボ・スクール」※ の設立・運営にあてられ、2011年12月現在「女川向学館」(宮城県女川町)と「大槌臨学舎」(岩手県大槌町)の2校が開校しています。

※ **コラボ・スクール** 被災地の小中学生・高校生の「放課後学校」で、震災で失業した塾講師の方々などを雇用し、行政や学校・地域住民と連携してつくりあげる新しい学校のスタイル。震災で勉強の場を奪われた子どもたちに学びの場を提供している。

ハタチ基金 <http://www.hatachikikin.com/>
コラボ・スクール <http://www.collabo-school.net/>

VOICE ★ 「震災という苦しく辛い試練を乗り越えた子は、誰よりも強くやさしくなれるはず」現地で活動するなかで、実感することです。「ここで集中して勉強して、消防士になる夢を叶えたい」「避難所で頼りになった看護師さんのように、私も将来になりたい」など、悲しい体験を力に変え、たくましく歩みはじめた生徒たちがいます。商品を購入したたくさんのお客様の善意を、被災地の子どもたち一人ひとりに届けること、彼らに寄り添い応援を続けることが私たちの役割です。この度サッポログループ様に多大なるご支援をいただいたこと、心より御礼申し上げます。

特定非営利活動法人 NPOカタリバ
 代表理事 **今村 久美 様**



～地域との復興支援～

仙台「なとり駅前de夏祭り(復興祭)開催



2011年8月、「第4回なとり駅前de夏祭り(復興祭)」が開催されました。サッポロビール仙台工場の一部敷地を開放し、祭りの運営やビール販売などに協力。当初は中止の予定でしたが、被災者応援と地元活性化のため各ブースに義捐金の募金箱を設置するなど「復興祭」として開催し、津波被害があった「閑上(ゆりあげ)地区」の方々にも出店していただきました。ビールブースでは、約1,000ℓの生ビールやワインなどを販売し、皆様に楽しんでいただきました。

今川復興祭りへの参加

液状化現象により大きな被害を受けた千葉県浦安市今川地区では、2011年9月に今川復興祭りが開かれ、サッポロスポーツプラザPAL浦安は、地域の皆様への健康指導や一日利用券の無料配布を行いました。



被災と復旧の状況報告(一部抜粋)

生産拠点の状況

サッポロビール仙台工場(宮城県名取市)、千葉工場(千葉県船橋市)をはじめグループ内複数の生産拠点では、建物や設備の一部に損傷などが生じ、操業を停止しました。

千葉工場は2011年4月25日に、仙台工場は5月19日に仕込工程を再開し、全工程が復旧。仙台工場の仕込工程の再開により、すべての工場が本格的に稼働しました。

商品配送の状況

震災後、サッポロビール、サッポロ飲料の商品配送について、東北、関東甲信越、首都圏エリアへの出荷を停止し、一部の商品に配送の遅れが生じました。ご関係者の皆様に多大なご迷惑をおかけしたことをお詫び申し上げます。

営業の状況

サッポロライオンでは、被災地域を中心に一部地域の店舗で設備の損傷などにより営業を停止しました。その他首都圏の店舗についても、インフラの状況などに応じて営業時間短縮などを行いました。

サッポロ不動産開発の保有不動産物件・施設については、一部使用制限があったものの建物に大きな損傷はなく、営業を継続しました。

節電対策

サッポログループでは2011年夏の経産省電力需要対策を



ふまえ、全社で節電に取り組みました。また、これを一時的なものとして、年間を通じた節電対策をも進めています。

「恵比寿ガーデンプレイス」では、クリスマスのイルミネーションのLED照明化や、既存施設への太陽光発電システムの導入などを実施しました。

事業継続計画の見直し

サッポログループでは、東日本大震災への一連の対応を総括し、抽出された課題をもとに各事業会社の事業継続計画を追加・修正するなど、取組みを見直しています。

また、従業員の安否確認をはじめとする「初期・初動対応」については、従来は事業会社ごとの対策でしたが、グループとして統一的な取組みが必要と判断、2012年以降速やかに新たなシステムを構築する予定です。

環境マネジメント

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」を制定しました。この基本理念と基本方針のもと、サッポログループ2015環境中期目標を制定。グループ環境保全委員会を開催してグループ全体の環境マネジメントを実施しています。これらグループ理念、方針、目標にそって各事業会社は目標設定から活動計画、実施まで積極的に取り組んでいます。

※「サッポログループ環境基本理念」「サッポログループ環境基本方針」「サッポログループ環境中期目標」および、各事業会社の環境行動指針・環境目標について、詳細はサッポロホールディングスホームページをご覧ください。

サッポログループ2015環境中期目標を制定

2011年8月に、「経営会議」の諮問機関「グループ環境保全委員会」を開催。「地球環境」「環境取組みの世の中の動向」「新経営構想」「環境理念と環境方針」などを考慮し、「グループ2015環境中期目標」「グループ生物多様性保全ガイドライン」を制定しました。また、震災後の影響や今後に向けたグループの環境課題についても協議を行いました。



サッポログループ2015環境中期目標

| | 重点目標 | 目標達成レベル |
|-----------|-------------------------------|--|
| 低炭素社会の実現 | グループ全体でCO ₂ 排出量の削減 | 2009年比で2015年までにCO ₂ 排出原単位を7%削減 (CO ₂ 削減量として1.8万トン相当) |
| 循環型社会の実現 | グループ全拠点で廃棄物の再資源化の取組み | ① 2015年までに全工場の副産物・廃棄物の再資源化100%達成と維持 ② 工場以外の廃棄物の再資源化率向上 |
| 自然共生社会の実現 | 生物多様性に配慮した活動の推進 | 施策目標 ① 地域の生物多様性保全の取組み ② 原材料や資源の持続可能な利用の取組み ③ 生物多様性や環境に配慮した商品・サービスの提供の取組み |

※ 社会的状況を勘案し、取組みを進めていきます。 ※ 海外事業は除きます。

EA21※ 全社サイト統合化への挑戦

サッポロビールは、環境取組みの成果向上と効率化を図るため、営業事業場の地区本部単位で進めていたEA21認証取得



本社でのEA21内部監査報告会

を、全社サイトでの統合化をめざすことにしました。2011年は本社、北海道本部（北海道本社含む）、近畿圏本部の3サイト合同で、2012年3月の登録審査をめざして取り組みました。取組みの一例として2011年11月、12月には、環境取組みの成果の向上と継続的改善のため、3サイトのEA21内部監査を実施しました。

※EA21：エコアクション21 (<http://www.ea21.jp/>) 企業・学校・公共機関などが「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。

グループ全体の取組み状況

サッポログループでは、8製造事業場と熱供給会社でISO 14001の認証を取得しています。また、サッポロビールは4地区本部でEA21認証を取得し、環境取組みを推進しています。さらにグループ全体の環境意識向上、環境法令遵守に向け、グループ各社、各事業場への監査、教育を進めています。

環境監査

サッポロ飲料、ステラビレッジサービス、サッポロビール仙台工場、首都圏本部、関信越本部を対象に実施。重大な指摘事項はなく、軽微なものは是正に取り組んでいます。

環境教育

環境全般の教育：グループ各社の従業員に対するe-ラーニング (4,524名実施で99.6%修了)



廃棄物管理勉強会

専門教育：廃棄物担当者や管理者向けの廃棄物管理勉強会を6回開催 (92名参加)



緊急事態対応訓練 (北海道工場)

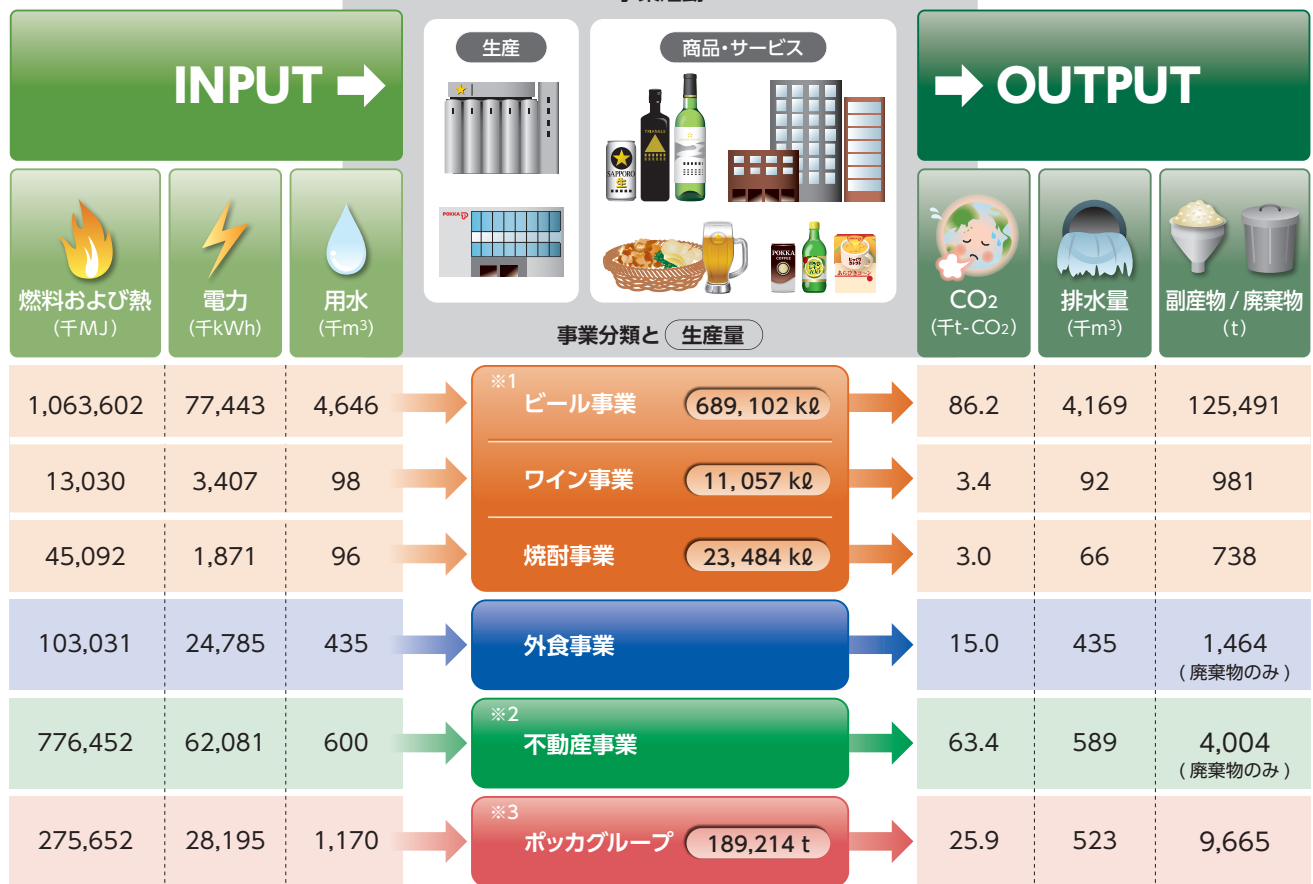
訓練：ISO14001認証取得事業場で緊急事態への対応訓練を実施

環境負荷の全体像

サッポログループは環境活動の第一歩として、各事業会社における環境負荷の定量的な把握に努めています。環境負荷の全体像を意識しながら、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、環境負荷の低減に取り組んでいます。

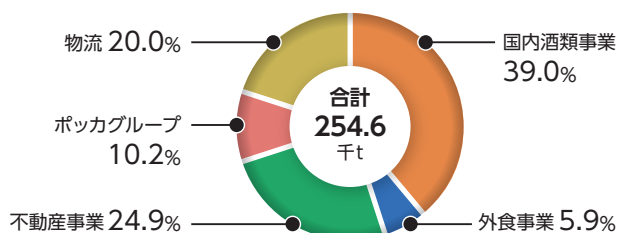
ここでは、サッポログループの「各事業における物質収支」、物流を含めた「グループ全体のCO₂排出量」、「海外を含めた生産拠点からのCO₂排出量」を掲載しました。

各事業における物質収支



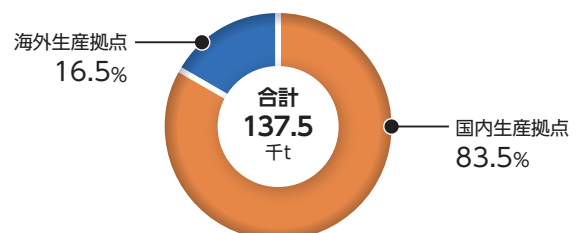
※1 ビール事業・ワイン事業・焼酎事業は、2011年1～12月の生産拠点の数値を使用しています。その他の事業は、2010年4月～2011年3月の数値を使用しています。
 ※2 数値は東京エネルギーサービス(地冷会社)を除く。東京エネルギーサービスの物質収支は以下のとおりです。
 使用エネルギー 444,237千MJ、販売エネルギー 353,531千MJ、CO₂ 1.5千t-CO₂、用水 123千m³、排水量 24千m³。
 ※3 ポッカコーポレーションとポッカクリエイトの合計値です。用水・排水量・副産物/廃棄物はポッカコーポレーションの数値です。

グループ全体のCO₂排出量



※ 2010年度の省エネルギー法定報告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、サッポロ不動産開発、サッポロ都市開発、ポッカコーポレーション、ポッカクリエイト、特定荷主として、サッポロビール、サッポロ飲料、ポッカコーポレーション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(炭丸酒造を除く)で構成されています。ワイン事業の数値は含みません。

海外を含めた生産拠点からのCO₂排出量



※ 国内生産拠点はサッポロビール、ポッカコーポレーションの2010年度定期報告書の数値を使用しています。
 ※ 海外生産拠点はスリマン、ポッカコーポレーション・シンガポールの2010年4月～2011年3月の数値を使用しています。
 ※ 海外電気使用のCO₂排出係数は、GHGプロトコル Calculation Toolsに記載の数値を使用しています。

低炭素社会の実現に向けて

サッポログループの事業活動にともなうCO₂排出については、自社の直接的な排出だけでなく、商品やサービスのライフサイクル全体を意識した排出量の把握と削減、情報開示に努めています。2011年のCO₂排出量は、エネルギー消費にともなう203.7千トンと、グループ各社が荷主となった物流にともなう50.9千トンで、合計254.6千トンになりました。今後は、海外の生産拠点についても同様の取組みを進めていきます。

(2011年のCO₂排出量の詳細は32ページ「環境負荷の全体像」参照)

高効率冷水ターボ冷凍機導入

サッポロビールは2011年、継続的な省エネ活動の一環として、ビールの製造工程に不可欠な冷却システムの効率化を進めました。

静岡工場では、2月から高効率冷水ターボ冷凍機の稼働を開始し、年間約258トンのCO₂排出量を削減しました。

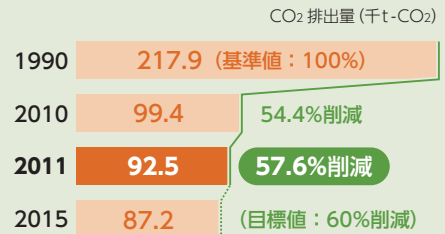


北海道工場に導入した高効率冷水ターボ冷凍機

北海道工場では冷却システムそのものを見直し、高効率冷凍機の導入と、これまで大気中に放出されていた排熱の他工程での再利用を開始。設備はすでに導入済みで、今後の成果が期待されます。

2011年の工場全体のCO₂排出総量

1990年比で57.6% (前年比93.0%) 削減することができました。引き続き、「2015年までにCO₂排出総量を1990年比で60%削減」という環境目標の達成に向けて取り組んでいきます。



製造工場での地道な省エネ活動

ポッカコーポレーションの製造工場(飲料・食品)では、毎年着実な省エネ活動に取り組んでいます。

スープ製造ラインを有する名古屋工場では、原材料の保管から製造工程までを定温管理するため、空調による電力使用量が多くなっていました。そこで2011年に工場の屋根に遮熱塗装を施工し、年間約59トンのCO₂排出量削減を見込んでいます。

また各工場では、高効率タイプの製造設備への切り替えや照明のLED化を進めています。効果の一例として、群馬工場のコンプレッサー切り替えで年間約16トン、名古屋工場のボイラ送風機切り替えで年間約6トンのCO₂排出量削減を見込んでいます。



名古屋工場外観



群馬工場の高効率コンプレッサー

「鉄道貨物輸送功労者表彰」受賞

サッポロビール仙台工場ではJRコンテナの引込線を保有しており、東北地区、新潟県の一部地域への輸送には積極的に鉄道を活用し、CO₂排出量削減などで環境保全に寄与しています。

2011年の鉄道による輸送量は、61,050トン(前年比113%)となりました。また、こうした取組みが評価され、



このたび公益社団法人鉄道貨物協会より「鉄道貨物輸送功労者表彰」本部表彰を受賞しました。

モーダルシフトの推進

サッポロ流通システムでは環境負荷低減をめざし、輸送手段をトラックから、よりCO₂排出量の少ない鉄道・海運へと切り替えるモーダルシフトを推進しています。

各輸送手段の特徴をふまえて組合せを最適化することで、CO₂排出量の削減だけでなく、輸送効率の向上によるコスト削減、交通渋滞の緩和や交通事故の防止、少子高齢化に向けた労働力の確保など、さまざまな効果が期待できます。

「ECO LIONハンドブック」作成

サッポロライオンでは2011年5月から全店舗で「夏季節電運動」を実施し、政府の方針に準じて電力使用ピーク時の電力15%削減を目標に取り組みました。その一環で、従業員向けに「ECO LIONハンドブック」を作成して各店舗に配布。一つひとつの業務で実践する小さな「くふう節電」が大きな節電につながるという意識を強化し、当たり前のことを徹底することの大切さや、普段からの地球環境への配慮についても意識改革が進みました。

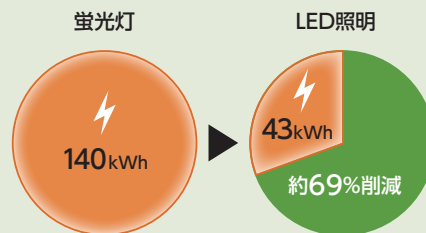


LED照明採用の自販機

サッポロ飲料では、2011年7月からLED照明を採用した自販機を導入し、省エネルギー化を進めました。これまでの蛍光灯照明の自販機と比較して、1台当たり約32.9kg/年のCO₂排出量削減が見込まれています。2011年時点で、サッポロ飲料が採用している自販機18機種のうち16機種がLED照明自販機となり、今後も計画的に切り替えを進めていく予定です。



自販機照明の年間消費電力の比較



※ 25セクション (25種類の商品配列) 自販機の工場出荷設定での計測値

再生可能エネルギーの使用拡大 ★ 大規模太陽光発電設備の導入

サッポロ不動産開発は2011年12月、再生可能エネルギーの使用拡大をめざして、「恵比寿ガーデンプレイス」施設内にはじめて太陽光発電設備を導入しました。「ガラススクエア」の屋根に最大20kW (年間約19,000kWh) を発電する太陽光パネル88枚を設置。発電した電気は、「恵比寿ガーデンプレイスタワー」の1階エントランスホール照明用電源として供給されるシステムになっています。これにより、CO₂排出量を年間約6トン削減できる見込みです。

また、エントランスホールに42インチモニターを設置し、現在の発電状況、CO₂削減量を表示。地球温暖化と再生可能エネルギー利用のつながりをわかりやすく映像化して情報提供するなど、施設全体で地球温暖化防止に取り組んでいます。



エントランスホールのモニター表示



循環型社会の実現に向けて

サッポログループは、限りある資源を有効に使うため、また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（リデュース、リユース、リサイクル）を進めています。

容器や包装における3R、製造にともなう副産物・廃棄物の3Rなどに努めるとともに、原材料調達では新しい農業への取組み、製品提供ではビールサーバーの長寿命化による廃棄台数の抑制などを実施しています。また、排水や雨水の再利用、節水システムの導入などといった水資源の保全や、外食事業での生ごみの削減、廃棄物を利用した発電などさまざまな取組みを推進しています。

廃棄物の「3R」推進 ★ 3年連続で「3R推進功労者等表彰」受賞

継続的な取組みとして定着しています



サッポロビール北海道工場が2011年10月、リデュース・リユース・リサイクル（以下「3R」）推進協議会の3R推進功労者等表彰※で「平成23年度 3R推進協議会会長賞」を受賞しました。

サッポロビールは、2009年に千葉工場が同「財務大臣賞」、2010年に九州日田工場が同「会長賞」を受賞し、3年連続の受賞となりました。

北海道工場は1998年6月に工場から排出する副産物・廃棄物の再資源化100%を達成し、現在まで13年間にわたり継続しています。また、高効率空気圧縮機導入による省電力化や、浄水設備の水の回収・再利用による用水量削減、バイオエタノール製造実証施設建設による実証試験実施、工場内のビオトープ園などの緑化推進など継続的な環境取組みを実施しています。

過去の受賞工場の取組み

2009年受賞 千葉工場

工場内の部門横断型プロジェクトによる用水やエネルギーの削減など、全従業員で3R活動に取り組むとともに、ビーチクリーンアップやごみゼロ活動を通じてお客様と一緒に考え、愛される工場をめざし取り組んでいます。

2010年受賞 九州日田工場

「環境・地域と共生するビール工場」をめざした活動に加え、製造工程で使用するエネルギーや水などの積極的な3R活動を推進しています。

※3R推進功労者等表彰 循環型社会に向けて3Rに率先して取り組み、継続的活動を通じて顕著な実績を挙げている個人、グループ、とくに貢献の認められる事業所などを表彰する制度。

3R（スリーアール）とは、ごみを減らし、循環型社会を構築していくためのキーワードで、Reduce（リデュース：減らす）、Reuse（リユース：再使用）、Recycle（リサイクル：再資源化）の頭文字をとったもの。

ペットボトルの軽量化



サッポロ飲料のペットボトル製品はこれまで、ペットボトル製造工場ですべてのボトルを成型後、中身を充填する工場に輸送して製造していました。そこで、「玉露入りお茶」500mlでは、従来の中身を充填する工場ですべてのボトルを成型を行うインラインブロー方式に変更。これまでは、ボトルの内壁を殺菌するために中身を高温にしており、ボトルに耐熱性が必要でしたが、変更後は常温で充填できるため、より軽量のボトルの採用が可能になり、ボトル1本で2.2gの軽量化を図ることができました（26gから23.8g）。また輸送の面でも、成型されたペットボトルから容積の小さなプリフォーム※になったことで、輸送効率が向上しました。

※プリフォーム 樹脂を試験管状に成型したもの。このプリフォームを加熱し、金型のなかで空気を吹き込んで膨らませてボトルにする。

軽量段ボール採用で段ボール原紙使用量を削減

サッポロビールは2011年4月より、缶ビール500mlの段ボールケース（6缶紙パック入りを除く）に軽量ライナー※を採用することで、段ボールの原紙使用量の削減を図りました。これにより、ケース1枚当たりの段ボール使用量を3.8%削減しました。

また、「ネクターサーバー」「ジンジャーハイボール」などの低アルコール飲料（350ml入りアルミ缶）の段ボールケースについても、さまざまな評価試験を実施し、2011年2月より軽量ライナーの採用を決定。これにより、ケース1枚当たりの段ボール使用量を16.4%削減しました。

サッポロビールは今後も、容器・包装資材の使用量削減を進めていきます。



※ライナー 段ボールの中芯（波状の紙）を挟む板状の紙。

長寿命化による廃棄物抑制 ★ 「第8回エコプロダクツ大賞推進協議会会長賞(優秀賞)」受賞

メンテナンス性を向上させ
ビールサーバーの廃棄台数を抑制しました

サッポロビール独自の樽生ビール品質管理システム「サッポロセパレシステム」は、従来一体であった樽生ビールサーバーのビール回路(ビールホースをはじめとするビールの通り道)と冷却器を分離し、メンテナンス性を向上させました。樽生ビールの品質向上だけでなく、サーバーの長寿命化によるビールサーバーの廃棄台数抑制につながり、環境負荷の低減を実現。この取組みが評価され、2011年11月、エコプロダクツ大賞推進協議会主催の「第8回エコプロダクツ大賞」※において、エコプロダクツ部門「エコプロダクツ大賞推進協議会会長賞(優秀賞)」を受賞しました。

今後も同システムを継続的に改善し、循環型社会の構築に貢献していきます。

※**エコプロダクツ大賞** すぐれた製品・サービスなどの表彰を通じて、供給者である企業などの取組みを支援し、環境に配慮した製品の開発・普及の促進を図るとともに、正確な情報を需要者サイドに広く伝えることを目的に2004年から実施。



進化を続ける「サッポロセパレシステム」



セパレシステムは2011年、業界初の部材を導入した「新セパレシステム」に進化し、ビール回路内の汚れの元となる成分を極限まで低減する「技術革新」を果たしました。新たに採用したのは、撥水性の

高い素材により洗浄効果を高めたビールホース、ビール溜まりを極限まで減らしたビールホースジョイント、および金属製のヘッドとフッ素加工した十字パッキン。これまで以上にビール回路に汚れが付着しづらくなり、生ビール提供品質の向上につながっています。

環境汚染物質の削減 ★ 羊放牧によるホップ栽培管理

積極的に新しい農業に取り組んでいます

サッポロビールのホップ栽培産地のひとつであるニュージーランドでは、ホップ栽培に羊を有効利用しています。一般的なホップ栽培は浅耕などで雑草の繁茂を抑える清耕栽培ですが、ニュージーランドでは土壌を牧草などで被覆する草生栽培※を採用。ホップの蔓が一定以上に伸びた段階で羊をホップ園に放つと、羊が下草だけでなくホップの新芽や下葉も食べて畑がきれいになり、病気や害虫の発生が抑えられるため農薬の使用を抑制できます。また、羊の排泄物が土壌微生物の増加を促し、植物に有効な天然の肥料にもなります。

さらに、ニュージーランド生産者は天敵の利用にも積極的で、害虫のハダニを捕食するダニを放ち防除を行う、化学農薬に頼らないクリーンな栽培を実践しています。



※**草生栽培** 下草を生やした状態で管理し、果樹や野菜を栽培する方法。土壌浸食防止や有機物補給などの利点があり、土づくりへの貢献や、農薬、化学肥料の使用量を抑えるなど、安全・安心で環境にやさしい持続的な農業に役立つ技術として期待されています。

自然共生社会の実現に向けて

サッポログループは、自然の恵みに感謝し、地域開発、原料栽培、製造などの段階で生物多様性を考慮し、その保全活動に取り組んでいます。また、地域の皆様と一緒に生物多様性保全の大切さを学ぶ次世代教育や、商品やサービスを通じた環境教育を行っています。

また、2012年2月に、「サッポログループ生物多様性保全ガイドライン」を制定しました。

※「サッポログループ生物多様性保全ガイドライン」について、詳細はサッポロホールディングスホームページをご覧ください。

ビオトープ園で自然観察会

サッポロビール北海道工場では工場内の広大な緑地やビオトープ園を整備・保全し、市民の皆様へ開放しています。2011年9月には、小学生とその保護者を対象に自然観察会を開催し、20名の親子が参加。虫や自然に詳しい雪印種苗(株)の自然環境グループや(株)さっぽろ自然調査館の方と一緒に、昆虫観察・採集、標本づくりを実施しました。

今後もビオトープ園や緑地の自然環境、生態系を守り、近隣の子どものための教育の場として活用するとともに、生物多様性保全活動につなげていきたいと考えています。



工場建設前からある自然の森にはオサムシ類、花畑に蝶、トンボ、ビオトープ池には、トンボ、ヤゴ、ゲンゴロウなどたくさんの種類の虫が生息しており、子どもだけでなく大人も目を輝かせて昆虫を採集していました。

ビオトープ園の水生生物調査

サッポロビール静岡工場では2010年の動植物調査に引き続き、2011年10～12月にかけてビオトープ園の蓮池・小川の水生生物の調査を地元の地域団体「やきつべの里フォーラム」の方々、焼津水産高校の生徒と一緒に全4



日間で実施しました。調査日に合わせて生物を見つけやすくするため段階的に川や池の水抜きをするなど工夫し、たくさんの生物を確認できました。

里山保全につながる竹灯籠づくり

サッポロビール九州日田工場では2011年11月、「竹伐採による里山保全について学び、千年あかりを2倍楽しもう」を開催。「千年あかり」の祭りの実行委員長で森林インストラクターの財津忠幸氏に講演していただきました。

里山を保全し生態系を守るために竹伐採が必要な理由や、伐採した竹の利用法を考えて「千年あかり」がはじまったことなどをお話いただいた後、実際に伐採した竹を使って、竹灯籠づくりを体験。参加者の皆様が作製した竹灯籠は「千年あかり」当日に、祭りの開催地大分県日田市豆田町を彩りました。



水源を守る活動の継続

サッポロビール仙台工場と東北本部では、醸造用水の水源「七ヶ宿ダム」がある宮城県七ヶ宿町の水と水源を守る



さまざまな活動に共感し、2009年より参加しています。その一環である「七ヶ宿町の米づくり」を2011年も実施。震災の影響で田植えが1週間ほど遅れましたが、秋には無事、収穫することができました。今後も引き続き、協力して水源を守っていきます。

「全国花のまちづくりコンクール」国土交通大臣賞受賞

2011年9月、サッポロビールは第21回「全国花のまちづくりコンクール」の企業部門で、「花のまちづくり大賞」の最高賞である国土交通大臣賞を受賞しました。「サッポロガーデンパーク」において、サッポロ博物館周辺に北海道らしい花で花壇をつくり、緑豊かな空間を地域に開放していること、地域と密着した高品質な花の栽培の取組みを続けていること、札幌市や市民団体と協働で地域の緑化を通じた都市の魅力づくりに取り組んでいることなどが評価されたものです。

全国花のまちづくりコンクール <http://www.hananokai.or.jp/c/c2000.html>



カートカンで森林保全



ポッカは、森林の保全、育成に欠かせない間伐材や製材所などから発生する端材を含めた国産材を30%以上使用した紙製飲料容器のカートカンを積極的に採用しています。国産の木質資源を積極的に活用するとともに、売上げの一部を「緑の基金」に寄付することで、日本の森林を守り育てる一助となっています。健全な森林の保全・育成はCO₂の吸収を促し、地球温暖化を防ぐことはもちろん、森で生活する動植物などの生態系保全にも役立ち、豊かな国土を守ることにもつながります。

「麦畑の学校」で農業体験

サッポロビールは2011年11月に、群馬県のバイオ研究開発部試験圃場の大麦畑で、子どもたちの自然の恵みに感謝する気持ちを育むため、従業員の親子を対象に「麦畑の学校」を開催しました。大麦の種や花粉の観察、種まき体験、麦わらからつくる堆肥の感触も体感し、昼食時には大麦からつくった麦茶を試飲。市民団体「群馬県緑のインタープリター会」の皆様との自然観察や、畑の花を集めたオリジナルメニューづくりなど、麦畑でのさまざまな体験を通じて、子どもたちは自然の恵み、大切さを感じてくれたようです。2012年春には、今回種まきをした大麦の収穫体験を予定しています。



「夏休み体験型学習会」開催

2011年8月、サッポロビール九州日田工場において「夏休み体験型学習会」を開催しました。子どもたちとその保護者合計51名に参加いただき、子ども向けの「自然エネルギー」講義を実施。またエコクイズや牛乳パックを利用した「飛び出すフォトカード」づくり、認定書の交付



など、子どもたちが楽しめる企画で盛り上がりました。今後も、より一層環境にやさしく、地域に愛される工場をめざします。

内部統制とコンプライアンスの推進

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、健全な企業経営を行い、持続的に企業価値を高めていくために、経営の透明性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。

またサッポログループでは、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として、経営理念を日常の行動で実現するための基本方針「サッポログループ企業行動憲章」を制定し、グループの全役員・従業員がこれを理解し、確かな倫理観にもとづく行動がとれるよう、継続的なコンプライアンスの周知徹底を図っています。

グループ監督・監査体制

純粋持株会社であるサッポロホールディングスは、取締役会においてグループ全体の業務執行を監督するとともに、監査役によるグループ各社取締役の職務執行に関する監査・監督を実施しています。

取締役会は、「代表取締役社長兼グループCEO」および「グループ執行役員」を選任し、これら各人の業務執行を監督する役割を担っています。また監査役は、取締役の職務の適法性を監査するとともに、事業会社の監査役と連携して、各社取締役の職務遂行状況を監査しています。

さらに業務執行ラインから独立した内部監査組織である「グループ監査部」は、代表取締役社長兼グループCEOの指示を受け、グループの業務全般について監査しています。

内部統制への対応

サッポログループでは2006年に定めた「内部統制システム構築の基本方針」（2009年・2011年に一部改訂）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

※サッポログループのコーポレートガバナンス体制の詳細は、サッポロホールディングスホームページのCSRサイト(6月末公開予定)をご覧ください。

リスクマネジメントの推進

サッポログループはお客様への安全な商品提供を最優先課題とし、関係部門・部署に対して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啓発・講習を実施するなど、品質リスクへの対応を強化しています。しかし、2011年は国内におけるグループ各社での商品自主回収事例※として、サッポロビールで「ビヤクラッカー」の自主回収がありました(賞味期限切れによるもので、健康上の問題はありません)。

また、グループ内の不正行為の防止・早期発見、高い倫理観の醸成などを目的に設置している「サッポログループ企業倫理ホットライン」には、2011年は19件の通報、相談がありました。いずれの案件も社内規程に則り、適切な対応を行いました。

※健康に影響を与えるものではありませんでしたが、海外関係会社で1件自主回収させていただきました。

リスクマネジメント体制の強化

サッポログループでは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。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、適正な対応にあたっています。

※リスクマネジメント体制の詳細は、サッポロホールディングスホームページのCSRサイト(6月末公開予定)をご覧ください。

「グループCSR推進委員会」の開催

2011年11月、サッポロホールディングス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」を開催しました。

第1部では、関東学院大学経済学部の小山巖也教授から「今、改めてCSRを考える」をテーマに、事例を交えながら、今後の企業のCSR活動に求められていることについて講演していただきました。第2部では「サッポログループのCSR重要課題」策定に向けた討議を行い、本レポート8ページに掲げた9項目の重要課題を審議し決定しました。



委員長をはじめ、各事業会社のCSR担当役員・CSR担当者などが出席しました。

コンプライアンスの啓発

事例から学ぶ「サッポロケースブック勉強会」の実施



サッポロビールやサッポロ飲料では、2008年からコンプライアンス事例集である「サッポロケースブック」をもとにした勉強会を各事業場で実施しています。

本社では、サッポロビールのほかサッポロホールディングスなどの本社部門や、本社棟に勤務する営業担当者なども対象に実施しています。2011年秋には、通算7回目となる本社勉強会を開催。今回は、「反社会的勢力への対応（暴力団排除条例の確認）」と「SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の適切な利用」の2つをテーマに、討議形式の勉強会を計43回行いました。対象者のほぼ100%にあたる延べ733名が出席し、役員も傍聴者として参加しました。

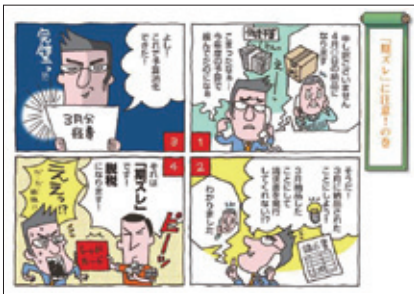
SNS利用に関するケーススタディ

SNSは不適切発言による炎上や情報の漏えいなど、場合によっては重大な問題を引き起こす可能性があります。サッポログループでは、事例を通じて適切な利用のあり方を理解できるよう、SNSに関する独自のケーススタディを作成。本社ケースブック勉強会でこのケーススタディを使用し、不適切な書き込みやそこから発生する問題・影響について理解促進を図りました。

2012年には、本社以外の事業場や関係会社でも、このケーススタディを展開していく予定です。

ビデオや漫画の活用

ポッカでは、各部署にて毎月、ビデオを活用した「コンプライアンス講座」を実施するとともに、社内報に漫画を用いたコンプライアンス説明のコーナーを設けるなど、より従業員が理解しやすい方法を工夫し啓発しています。



eラーニングの実施

サッポログループでは全従業員（ポッカを除く）を対象に、eラーニングを活用したCSRやコンプライアンスに関する教育に力を入れ、毎年継続しています。全グループ共通の科目のほかに、事業会社ごとに事業特性に応じたテーマで実施。2011年は各回ともすべての科目において、ほぼ100%の履修率を達成し、eラーニングが定着しています。

2011年に実施したグループ共通のテーマ

- 2月 ① 廃棄物、生物多様性、省エネ活動などの環境関連
② 内部統制 ③ 企業倫理ホットライン
- 7月 ① 個人情報などの情報保護
② 食中毒、食品アレルギー表示、賞味期限などの食品の安全衛生関連
③ ダイバーシティ、次世代育成支援、パワハラ・セクハラなどの人事関連
- 11月 ① サッポログループのCSRの取組み関連 ② インサイダー取引
③ 多量飲酒に対するセルフチェック※

※ サッポロライオンは2012年に実施予定

「CSRレポート2011」に寄せられたお客様の声

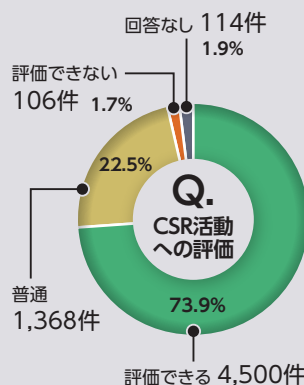
サッポログループはCSRレポートを幅広いステークホルダーにお配りし、アンケートへのご協力を呼びかけています。2011年版には6,088件（2012年1月末現在）もの返信をいただきました。ありがとうございました。

評価できる理由（抜粋）

- 地に足の着いた活動を展開している。
- いかに環境問題に真剣に取り組んでいるかがわかった。
- 顧客満足、安全・安心、社会貢献への姿勢（問題意識、取組み方）が評価できる。

評価できない理由（抜粋）

- 何に重点を置いているのかわからない。
- 創業地（北海道）や工場など所在地に偏った活動だと感じた。
- 他社に比べて目新しいものがない。



※ 2012年1月末現在の集計結果

寄付ご希望の件数

アンケートにご協力いただきご意見をお寄せいただいた方への御礼として、2011年は「レトロポスター複製絵はがきセット」または「北限のブナ林再生・保全プロジェクト」1名様につき400円の寄付のどちらかを選択していただきました。

「北限のブナ林再生・保全プロジェクト」への寄付希望

2,591件 / 6,088件
寄付金額 1,036,400円



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



ENERGY GREEN
WIND



UD FONT

見やすいユニバーサルデザイン
フォントを採用しています。

この冊子はFSC®認証紙およびVOC(揮発性有機化合物)成分ゼロの100%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(3,000kWh)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。



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