

サッポロホールディングス株式会社

Sustainability Book 2022

サステナビリティブック 2022



CONTENTS

- 2 - 社長メッセージ
- 3 - 価値創造プロセス
- 4 - サステナビリティマネジメント
- 5 - 4つの約束と重点課題

約束 01 『酒・食・飲』による 潤いの提供

- 6 - 植物性素材への挑戦
- 8 - 責任ある飲酒の推進
- 9 - 家族の「食」における
イノベーションの推進

約束 02 社会との共栄

- 10 - 地域活性化への貢献
- 12 - 東北復興支援

編集方針

持続可能な社会の実現と持続的成長の両立を目指すサッポログループの姿を、お客様や従業員をはじめとするすべてのステークホルダーの方々にご理解いただくため、サステナビリティ方針のもと、4つの約束を軸に取り組みの進捗を紹介します。

約束 03 環境保全

- 13 - 気候変動への対応
- 15 - プラスチックの資源循環
- 17 - 自然との共生
- 18 - 水資源の保全

約束 04 個性かがやく 人財の輩出

- 19 - DX人財育成
- 21 - 健康経営
- 22 - ダイバーシティ&インクルージョン
- 23 - 人権
- 24 - 人財開発・育成
- 25 - 目標と実績

コーポレートデータ

参考としたガイドライン

- ・GRI (Global Reporting Initiative)「サステナビリティ・レポートینگ・スタンダード」
(企業のサステナビリティ報告に関する国際的なガイドライン)
- ・国際標準化機構「ISO26000」(社会的責任に関する国際的なガイドライン規格)
- ・環境省「環境報告ガイドライン2018年版」

経営理念体系



サッポログループは、経営理念「潤いを創造し 豊かさに貢献する」の実現に向け、サステナビリティ方針を根底として、世界的な社会課題の解決につながる価値創造に取り組み、「持続可能な社会の実現」と「グループの持続的な成長」の両立を目指します。

MESSAGE

個性かがやくブランドカンパニーとして
ステークホルダーの皆様に
潤いと豊かさをもたらす
新たな価値を創造し続けます。



ビールは、麦やホップ、水といった豊かな自然の恵みから生まれた商品です。ビール事業を原点とするサッポログループでは、創業時から自然環境や地域社会との調和を何よりも大切にしてきました。この姿勢は今日まで脈々と受け継がれています。ただし、社会課題が複雑化した現代において、企業はより幅広い社会課題の解決に主体的に取り組み、事業活動を通じて経済的価値と社会的価値を両立させなければなりません。

これからもずっと社会から必要とされる会社であり続けるため、「グループ経営計画2024」の基本方針の一つに「サステナビリティ経営の推進」を掲げ、経営戦略の中核に組み込みました。そして、その指針となるサステナビリティ方針を策定し、サステナビリティの軸となる重要課題を「『酒・食・飲』による潤いの提供」「社会との共栄」「環境保全」「個性かがやく人財の輩出」という4つの約束にまとめています。サステナビリティ経営を推進していくことで、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」の実現に貢献するとともに、持続可能な社会の実現とグループの持続的な成長を目指します。

環境保全のなかでもとくに地球温暖化防止は、世界規模で深刻化しつつある最重要課題ですので、2050年までに自社拠点でのCO₂排出量を実質ゼロにする目標を掲げています。また、気候変動に対応可能な特性をもつ大麦・ホップの新品種の開発・実用化を目指すなど自然との共生に取り組んでいます。さらに、事業で多くの水を使用しているため、水資源の保全も重要視しています。これらはサッポログループのビジネスと社会の持続可能性を左右する重要なテーマとして、継続的に取り組みを強化していきます。なお、当グループは2019年にTCFDの提言に賛同しており、これら環境保全への取り組みについて、ステークホルダーの皆様への積極的な情報開示にも努めています。

そして、このサステナビリティを含め、グループのあらゆる事業活動を担うのは、一人ひとりの人財です。人はグループの財産ですから、その能力強化・成長促進を図るのももちろん、ダイバーシティ&インクルージョンや健康経営を推進することで、新たな価値創出につなげていき、多様な人財がそれぞれの個性や能力を発揮しながら思い切り挑戦できる環境の整備に注力しています。さらに、グ

ループ内にとどまらずバリューチェーン全体を含めた人権尊重への取り組みもより一層強化していきます。

サッポログループは、創業150周年を迎える2026年度に向けたグループビジョンとして「個性かがやくブランドカンパニー」を掲げています。140年を超える歴史のなかで培われた「ブランド資産」を価値創造の源泉として持続的成長を目指しています。私たちにとって「ブランド」とはステークホルダーの皆様との信頼の証です。

サッポログループは、創業以来、新たな市場の開拓に挑戦することによって、世の中に潤いと豊かさをもたらす独創的な商品を生み出してきました。そうした価値創造の積み重ねがブランドへの厚い信頼につながり、時代を超えて多くの人々から支持されてきたのです。これからも「開拓者精神」を発揮して新たな価値創造に挑み続けます。

ステークホルダーの皆様には、今後も変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

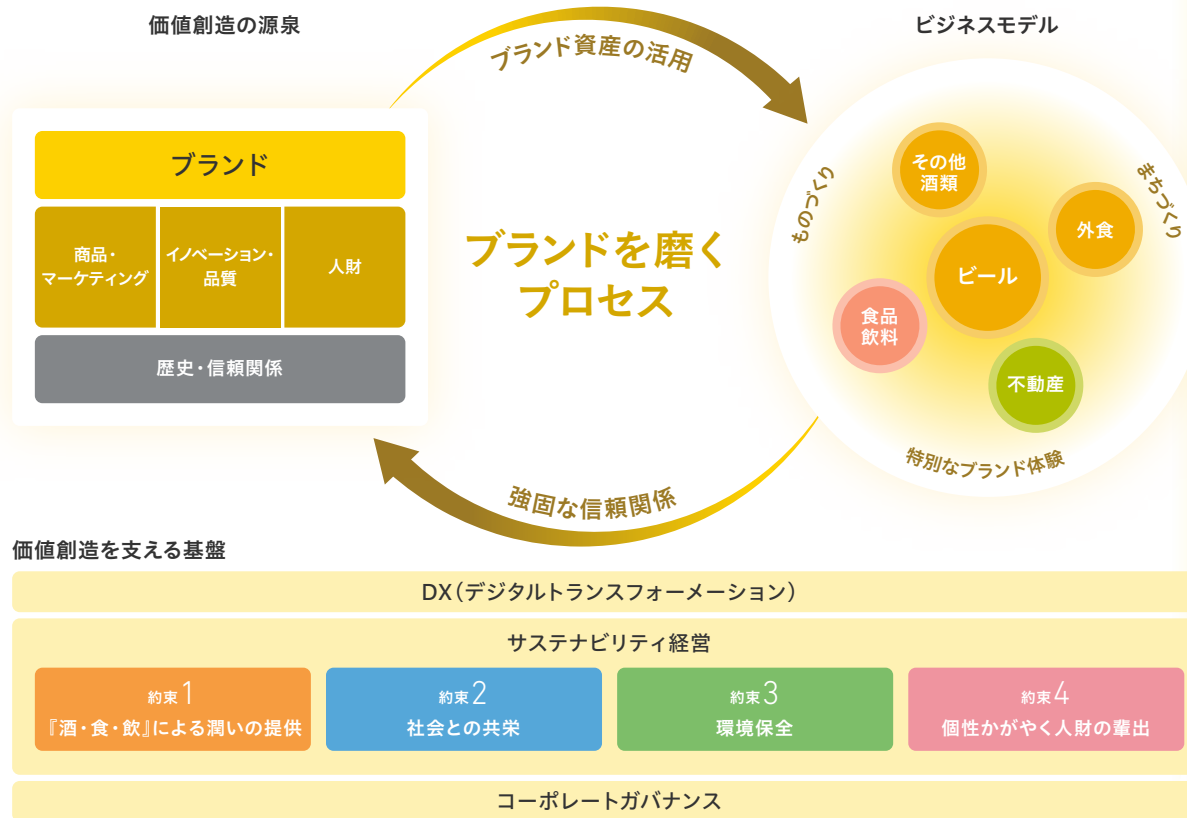
代表取締役社長 尾賀 真城

価値創造プロセス

私たちの成長の源泉は「ブランド資産」です。酒類、食品飲料、不動産の各事業のブランドをさらに磨き上げ、「個性かがやくブランドカンパニー」として成長し続けることで、活力あふれる社会の実現に貢献します。

2026 グループビジョン

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



世の中に提供する価値

個性かがやく

ブランドカンパニーになることで、
お客様一人ひとりの記憶に深く残る
特別な時間や体験を続々と提供し、
活力あふれる社会の実現に貢献します。



サステナビリティマネジメント

サステナビリティ方針

サッポログループは「サッポログループ サステナビリティ方針」のもと、気候変動、食品ロス、海洋プラスチックごみ、地域活性化といった社会課題に対する事業を通じた取り組みを「サステナビリティ経営」として推進しています。

これからも世界中のサッポログループ従業員とステークホルダーとのパートナーシップのもとに、社会価値と経済価値の創出を両立させ、持続可能な社会の実現に向けて取り組んでいきます。

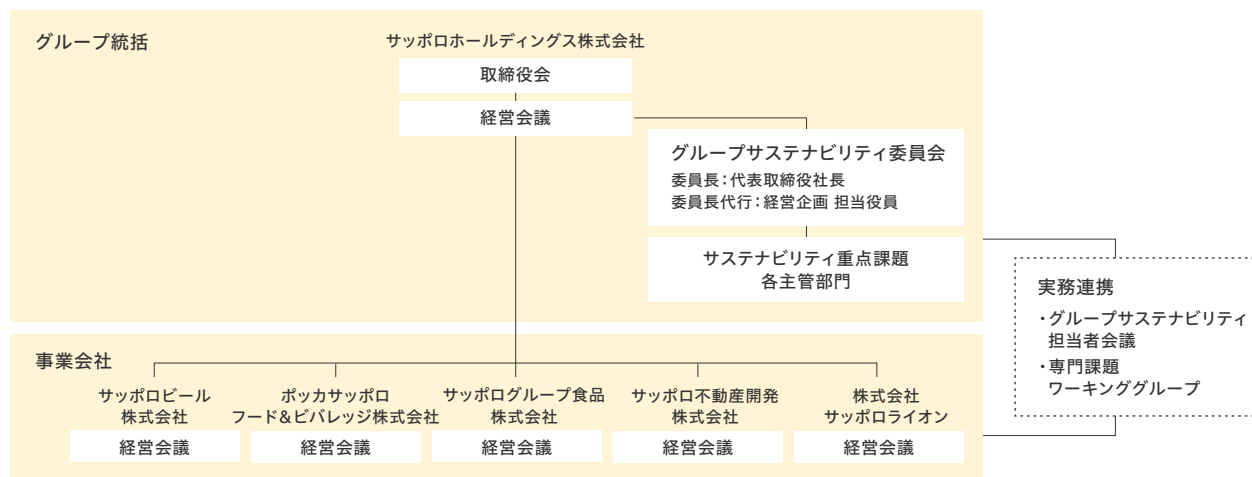
サッポログループ サステナビリティ方針 大地と、ともに、原点から、笑顔づくりを。

サッポログループは、
人々の幸せな笑顔のために、地球環境や社会の課題に向き合い、取り組みます。
自然の恵みの源泉である大地こそ最も重要なパートナーと捉え、
商品・サービスの開発から、お客様が手にしたその後までの全ライフサイクルにおいて、
思いをひとつにするステークホルダーとの協働・共栄に励み、
原点からの発想を大切に、知恵を尽くして持続可能な笑顔の創出に挑みます。
こだわりの「ものづくり」と、地域に根ざした「まちづくり」、
そして「世界の笑顔の開拓者たれ」の誓いを胸に、
地球上のあらゆる地域における「笑顔づくり」を目指します。

サステナビリティ推進体制

サッポロホールディングスは、サッポログループのサステナビリティ経営推進のための全体方針を策定し、グループ内の統括・連携を行うための機関として、代表取締役社長を委員長とする「グループサステナビリティ委員会」を設置しています。

サッポログループのサステナビリティ推進体制 (2022年3月時点)



4つの約束と重点課題

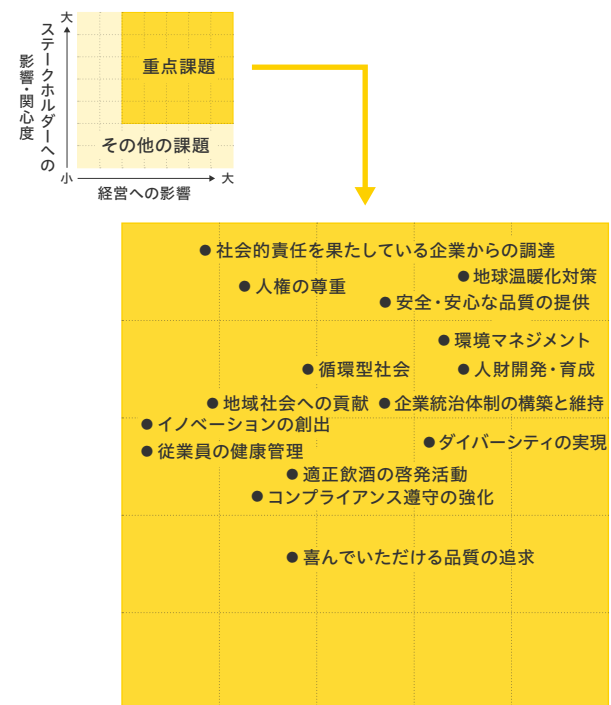
「サッポログループ サステナビリティ方針」のもと、
 取り組みの軸となるサステナビリティ重点課題を「4つの約束」として整理し、
 バリューチェーン上のさまざまなステークホルダーと協力しながら、
 持続可能な笑顔づくりを推進し続けます。



重点課題の特定

サステナビリティ重点課題の特定にあたっては、「経営への影響」と「ステークホルダーへの影響・関心度」を軸に、重点課題候補をマッピングして絞り込みを行いました。そのうえで、重点課題候補をガイドラインやステークホルダー、経営者などのさまざまな視点から分析し、重点課題を特定・更新しています。

重点課題の特定





PROMISE

約束

01

『酒・食・飲』による潤いの提供

植物性素材への挑戦

～レモンをはじめ植物性素材を中心に
「おいしい以上の価値」を届け、
『あなたの毎日に寄り添えるパートナー』になる。～

グループ内で食品飲料事業を担うポッカサッポロは、自然の恵みである植物性素材を活かした製品づくりを通して、人々を健康にすることを目指し、「ヒトと植物のおいしい関係*1」というサステナビリティ方針を掲げています。この方針のもと、ESG(環境・社会・ガバナンス)にH(ヘルス)を加えた「H+ESG*2」経営を推進し、毎日の食生活から人々の健康に貢献し、地球環境や社会課題の解決にも挑戦しています。

とくにレモンや大豆、野菜などの地球と大地の恵みを受けた植物性素材にこだわり、ポッカサッポロフード&ビバレッジならではのアイデアを活かし、食品や飲料を通じて未来につなげていく事業活動を目指します。

さらに、健康市場の拡大を見据え、ポッカサッポロと(株)ヤクルト本社との間で「植物性素材と乳酸菌のチカラで、毎日の健康とおいしさを提供する」をテーマとした研究・開発を行う業務提携を締結するなど、新たな市場の開拓にも取り組んでいきます。

*1、*2「ヒトと植物のおいしい関係」「H+ESG」は、ポッカサッポロフード&ビバレッジの登録商標となります。



ポッカサッポロフード&ビバレッジの サステナビリティ方針を支える「H+ESG」

H

Health

毎日の食生活で
笑顔と元気に貢献

E

Environment

環境保全に配慮
した取り組み

S

Social

地域社会の
課題に貢献

G

Governance

確かな信頼を得る企業体制



「H+ESG」に基づいた活動報告

S 国産レモンの活性化に向け、 自社栽培を開始

昨今、国産レモンの需要が高まる一方で、レモン農業においては高齢化や担い手不足などにより需要に十分に対応できていません。その課題に向き合うべくポッカサッポロフード&ビバレッジは2019年にレモンの自社栽培を開始しました。農業の知見を一から学ぶなか、JA広島果実連や広島県大崎上島町のレモン農業にかかわる方々のご協力もあり、2021年12月に初収穫を迎えました。これからも、大崎上島町や農業の魅力、レモンそのものがもつ価値を発信しながら、国産レモン生産振興に取り組んでいきます。



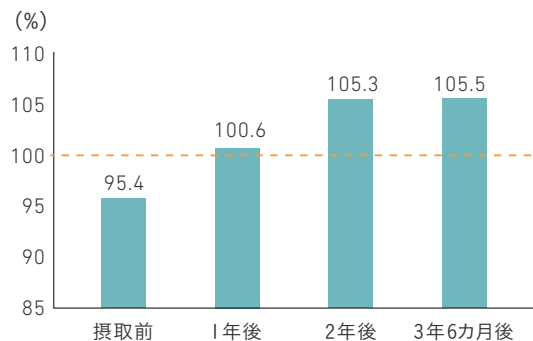
(左から)大崎上島町の高田町長、当社取締役執行役員レモン・ブランドミルク事業本部長の大槻、JA 広島ゆたかの金子組合長

H レモン果汁飲料の 継続摂取が、成長期の 骨密度に及ぼす影響を確認

レモンに含まれるクエン酸には、カルシウムを体内へ吸収しやすい形に変える働き「キレート作用」があります。ポッカサッポロフード&ビバレッジは、成長期にある小学4年生から中学1年生の男女38名を対象に、カルシウムを含むレモン果汁飲料*を毎日1本摂取してもらい、摂取開始前、開始1年後、2年後、3年6カ月後に検査を実施。その結果、成長期においても、カルシウムを含むレモン果汁飲料の継続摂取が骨密度の増加に有用である可能性が示唆され、骨の健康増進に期待できることがわかりました。(第68回日本食品科学工学会で発表)

*本研究にて使用した「レモン果汁飲料」は、カルシウムを強化したレモン果汁飲料(1本290mlあたりレモン1個分の果汁30ml、カルシウム350mgを含む)です。

骨密度の変化(同年齢骨密度との比較値)

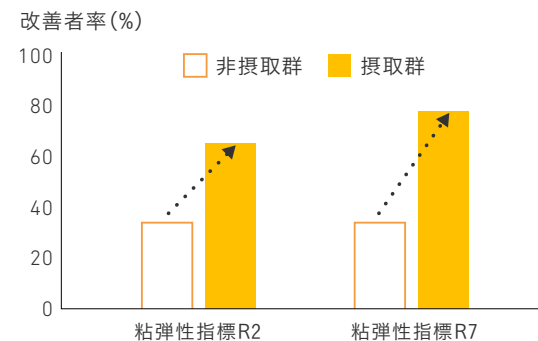


H 豆乳を原料とする ヨーグルトの摂取が、 皮膚の状態に及ぼす影響を確認

豆乳を原料とするヨーグルトに含まれるダイゼイン・ゲニステイン、およびダイゼインの代謝産物であるエクオール*には、コラーゲンやヒアルロン酸の生成促進効果があると報告されています。当社は、25～51歳の女性25名を対象に、豆乳ヨーグルトの摂取が皮膚の状態に及ぼす影響を検証しました。豆乳ヨーグルトを1日100g摂取する人(13名)と摂取しない人(10名)を評価対象者とし、摂取前後の肌状態を分析した結果、豆乳ヨーグルトを継続摂取することにより、皮膚状態を改善する可能性があることが示唆されました。(第68回日本食品科学工学会で発表)

*エクオールは、大豆イソフラボンを摂取した時に体内で変換されてできる物質で、女性の更年期障害緩和や男性の前立腺がんリスク低減が期待されています。

額の皮膚粘弾性の改善者率(改善した被験者数の割合)



約束 **PROMISE 01** → 責任ある飲酒の推進

グローバルスローガン 「Promote Responsible Drinking」を策定

サッポログループは、経営理念の実現に向け、世界的な社会課題の解決につながる価値創造に取り組んでいます。

お酒については、適正飲酒が健康で明るい生活や豊かさへ貢献する一方で、不適切な飲酒は心身の健康に害をもたらす、社会課題となっているのも事実です。当社グループはアルコール関連問題に真摯に向き合い、解決に努めていくことが酒類事業を展開する企業グループとしての社会的責任であると考えています。そうした考えのもと、2010年にWHOで採択された「アルコールの有害な使用を低減するための世界戦略」に賛同し、「責任ある飲酒の推進」をサステナビリティの重点テーマとしています。

さらに、アルコール関連問題に世界的に取り組んでいくため、2021年、グローバルスローガンとして、「Promote Responsible Drinking」を定めました。「サッポログループの適正飲酒に関する基本方針」のもと、社員一人ひとりがその推進役として、適正飲酒の啓発と不適切な飲酒の防止に取り組んでいきます。

取り組み 1 ノンアルコール商品の開発

飲酒運転防止や体調のケアなど、お客様の多様なニーズに応えるノンアルコールビールテイスト飲料の普及・拡大のためには、お客様に満足いただける味覚・品質・機能が重要になります。サッポロビールは、2020年6月、世界で初めてアンセリンで尿酸値を下げる機能をもったノンアルコールビール「サッポロ うまみ搾り」を発売し、尿酸値を気にするビール好きのお客様に好評をいただいています。



取り組み 2 アルコール専用グラスを導入

サッポロライオンの各店舗においてアルコール専用グラスを導入し、清涼飲料との誤飲事故防止策を強化。2021年は誤飲事故0件・飲酒運転0件を達成しました。



取り組み 3 商品やWebサイトへの純アルコール量表示を開始



栄養成分表示 (100ml当たり)	
エネルギー	40kcal
たんぱく質	0.3g
脂質	0g
炭水化物	3.0g
糖質	2.9g
食物繊維	0~0.1g
食塩相当量	0g
純アルコール量 (350ml当たり)	14g

アルコール分	5%
純アルコール量	100mlあたり 4g

日本国内で製造・販売する主なアルコール商品について、各商品に含まれる純アルコール量(g)を2021年6月からサッポロビールWebサイトで開示。缶商品については缶体への表記を2022年1月から開始しました。

約束 PROMISE 01

家族の「食」におけるイノベーションの推進

新規事業「うちれび」 正式版アプリをリリース

「うちれび」は、家族の「食」を通じて、よりあたたかい世界の実現を目指し、「食事に込められた思い」をつなぎ、家族ごはんに笑顔を増やすために構築したサービスです。

2021年1月に試作版Webアプリをリリースし、生活者の家庭での料理に関するニーズの検証、および料理に関連する一連の体験をシームレスにつないだフードテックサービスの構築を目指した実証実験を実施。これらの検証結果を踏まえて、2022年7月、iOS/Androidそれぞれに対応した正式版アプリをリリースしました。

今後は、「①家族の「食」に関するコミュニケーションの促進」、「②一連の料理体験にかかわる多種多様な企業との協業連携」、「③購入情報や各家庭の食材在庫情報を起点としたレシピ提案やフードロスへの取り組み」という観点からサービスの提供を進めていく方針です。

▶「うちれび」公式サイト
<https://uchirepi.app/>



ビジョン
家族の「食」を通じて、よりあたたかい世界に

ミッション
「食事に込められた思い」をつなぎ、家族ごはんに笑顔を増やす



ホーム

【毎日の献立を直感的に選択可能】
おすすめのレシピ一覧から、今日のごはんを選ぶ。



ごはんトーク

【家族コミュニケーションの促進】
チャットで感謝を伝え、ごはんの感想を共有し記録。



うちれび帳

【家族に合わせたオリジナルのレシピ帳】
ごはんを「思い出」としてうちれび帳に保存。



ポイント 1 家族の「食」に関するコミュニケーションの促進

「うちれび」は、レシピの検索機能にとどまらず、それをコミュニケーションに活かすことで、ともに「食」を楽しむことにつながる機能を搭載しています。実証実験でのユーザーインタビューでは、「家族の料理に対する関心の低さ」を家庭内の課題とする声が多く、料理をする負担の偏りが示唆されています。また、試作版Webアプリでは、ユーザーの3人に1人が「家族と今日の献立や食後の感想を共有する」機能を使用しており、一定のニーズが認められました。今後、こうしたデータを踏まえて、家族、パートナーと「食」を分かち合うことで、負担軽減にとどまらず、「食」本来の楽しさや喜びを創出できるサービスを目指します。

ポイント 2 一連の料理体験にかかわる企業との協業連携

「うちれび」正式版アプリでは、シャープ(株)の「ホットクック」や「ヘルシオ」といった調理家電と連携し、同社の提供するクラウドレシピサービス「COCORO KITCHEN*」を通じたレシピ連携によってサービスを拡充しました。併せて、食材の購入から調理、食事を終えるまでの一連の「食」にまつわるユーザーのニーズに合わせて、今後のバージョンアップで機能拡張を図っていく計画です。また、「うちれび」に掲載するレシピは、食品メーカーをはじめとしたさまざまな企業から提供されたもので、正式版アプリでは約30社、約20,000件のレシピをご紹介します。

*「COCORO KITCHEN」はシャープ(株)の登録商標です。

ポイント 3 食材の在庫情報によるレシピ提案やフードロスへの取り組み

「うちれび」は、自動で食材の在庫管理を行う機能を2022年秋頃に追加実装する予定です。在庫管理を通じて、賞味期限切れによる廃棄の削減や、残り物を活用したレシピ紹介など、フードロス問題にも取り組んでいきます。

PROMISE 02 約束 社会との共栄

地域活性化への貢献

「TOCHIとCRAFT」のものづくり

その土地にしかない希少素材と、育ててきた人々の、情熱と願い。

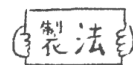
「TOCHIとCRAFT」は、商品を通してその土地の文化や伝統を広めたいという思いのもと、日本各地の希少素材にこだわった、無糖茶や果汁を使った商品を展開しているブランドです。ただ素材を使うだけでなく、「生産者の想い」「地域との連携」「その土地がもつ文化」といった社会的価値やこだわりなどの魅力も発信しています。商品パッケージは、「TOCHIとCRAFT」がその土地の応援商品であることを一目で確認いただけるよう、「土地のおいしい文化をもっと。」のキーメッセージと二次元バーコードを配し、世界観の統一を図っています。さらにWebサイトでは、その土地ごとの生産者のこだわりや生の声、「TOCHIとCRAFT」の活動・体験レポートなどをお伝えしています。



おいしいを育む、4つのこだわり



その土地の希少素材や地域特産品を「目利き力」で探し出し、原料としてセレクト。



古くから伝わる先人の知恵が詰まった伝統製法に当社の技術をプラスして、よりおいしく。



その土地を愛し、誇りをもつ生産者の方々とともに「ここにしかないおいしさ」を追求。



行政や自治体とも連携し、受け継がれている文化やものづくりへのこだわりを伝えていく。

石川県「千里浜再生プロジェクト」に賛同
「加賀棒ほうじ茶」の売上の一部を寄付

「加賀棒ほうじ茶」の焙煎を担っている「油谷製茶」が所在する石川県宝達志水町から羽咋市南部にかけての千里浜海岸は、砂浜の浸食により海岸線の消失が危惧されています。当社は千里浜海岸を保全するための「千里浜再生プロジェクト」に賛同し、実行委員会に対し売上の一部を寄付しています。



★ VOICE ★

地域を応援するブランド「TOCHIとCRAFT」

どの地域を訪ねても「TOCHIとCRAFT」を通じて出会った生産者の方々から、茶葉などの素材や製法に対するこだわりに感銘を受け、おいしさの理由を感じ取っています。だからこそ、その土地の素材のおいしさをより多くのお客様に味わっていただき、ともに応援したい。これからもメーカーとして、商品を購入されるお客様が求める価値に寄り添って、新しいモノ(素材や製法など)やコト(伝統や文化など)をお届けしていきます。

ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社
食品飲料事業本部 価値創造飲料事業部 マネージャー 肥後 亮



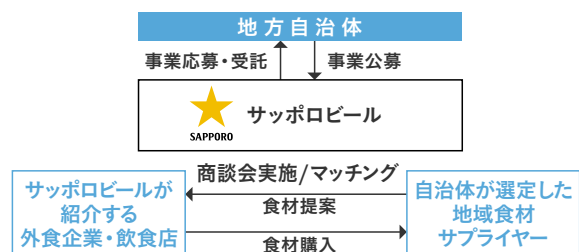


自治体との連携

●自治体プロポーザル受託による 地域創生への取り組み

サッポロビールでは、外食統括部フードビジネスサポート部において、「継続的に地域課題の解決に貢献する」ことを目的とし、2019年から自治体の事業公募(プロポーザル)を受託する活動を始めました。

自治体とともに地域振興における課題解決に貢献するため、飲食店支援の一環として行っている食材紹介を通じて、生産者と飲食店をマッチングするイベントの実施やメニュー開発をサポートすることで、地域食材の継続的な取引につながり、地域の売りに貢献しています。



●連携協定の締結

サッポログループは、創業以来ゆかりのある土地や地域社会との「つながり」を大切にしてきました。2007年の北海道との包括連携協定締結を皮切りに、全国の自治体や大学などと締結した協定の数は延べ63件(2021年12月現在)となっています。今後も地域への貢献やまちづくり、防災など、さまざまな社会課題解決に向けた取り組みを継続していきます。



赤れんが庁舎(北海道庁旧本庁舎)

北海道を元気にする 「ほっとけないどう」

サッポロビールは、創業の地である北海道への貢献として行政とも協働し、取り組みを続けています。その取り組みの一つである「ほっとけないどう」は、北海道で新たなプロジェクトにチャレンジしたい「挑戦者」と、その活動を支援したい「応援者」を「カンパイ★ファンディング*」でつなぐ仕組みとして2019年6月にスタートし、これまでに54名の「挑戦者」に対して支援を実施しました(2022年3月現在)。創業の地、北海道を元気にする活動をこれからも継続していきます。

*「応援者」が購入した缶ビールなどの対象となるドリンク代金の一部を「挑戦者」の活動へ資金協力できる仕組み。



2022年6月4日、北海道のサッポロビール博物館にて「ほっとけないAward」を実施。マスクは撮影時のみ外しています。

★ VOICE ★ ★ 地

地域の魅力的な食材を発掘して全国の飲食店様とつなげることで、地域食材のブランディングと販路拡大をサポートしています。飲食店様にとっても、地域とのつながりや新たな食材の活用を通じて、お店の顧客満足度アップにつながることから、自治体と地域生産者、飲食店がWIN-WIN-WINの関係を築いていける施策であり、持続可能なサポート活動として今後も関係地域を増やしていきたいと考えています。



サッポロビール株式会社
外食営業本部 外食統括部
FBS・FKG統括部
東日本グループ
アシスタントマネージャー
平野 武樹

約束 PROMISE 02 → 東北復興支援

東北復興支援の 継続

サッポログループは、東日本大震災復興支援活動として「東北未来プロジェクト」を立ち上げ、地域の経済や生活を応援する「物産品の消費促進」、風化防止の一助となるよう被災地の今を伝える「情報発信」、地域の将来を担う若い世代の支援を行う「次世代育成」を重点テーマに掲げてグループ各社一丸となり、現地に赴いてさまざまな復興支援活動を行ってきました。

2019年には、復興大臣より継続的な復興支援への貢献に対して感謝状の贈呈を受けたほか、これまで宮城県南三陸町、女川町、岩手県大槌町より復興支援に対する感謝状の贈呈を受けました。

私たちは、これからも「震災を忘れない」という思いを全社で共有し、グループ各社の事業活動を通じて地域の皆様とともに、未来へ向けた活動を継続していきます。

取り組み 1 「きぼうの鐘プロジェクト」支援

旧女川駅舎に設置されていたカリヨンには4つの鐘がついており、電車の発着を告げて人々に親しまれていましたが、震災により消失しました。その後、がれきの中から1つだけ奇跡的に完全な状態で見つかり、人々に勇気と希望を与えてくれました。サッポロホールディングスは、4つの鐘の建立プロジェクトを支援し、「きぼうの鐘」「鎮魂(誓い)の鐘」「はじまりの鐘」「伝承の鐘」と名づけられた4つの鐘が新たな女川町のシンボルとなりました。



取り組み 4 株主優待制度を活用した次世代育成支援



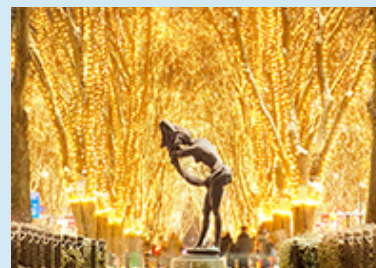
2012年から「株主優待制度」を通じて、株主様からの寄付金と同額を加えた金額をマッチングギフトとして復興支援に活用しました。2021年までの総額は29,582千円になりました。

取り組み 2 「伊達麦茶」販売金額の一部を「東日本大震災みやぎこども育英募金」に寄付



ポッカサッポロフード&ビバレッジでは「伊達麦茶」の発売以来、宮城県産六条大麦の生産者の方々が、商品の原料となる大麦をどのような想いで育てているか、「TOCHIとCRAFT」のブランドサイトの中でお伝えしてきました。そこで宮城県で生産している大麦の良さを、宮城県の未来を担う子どもたちにも広く知ってほしいという生産者の方々の想いを知り、震災から10年の節目をきっかけに、2021年の伊達麦茶の売上の一部を、「東日本大震災みやぎこども育英募金」へ寄付しました。

取り組み 3 「SENDAI光のページェント」支援



写真提供：SENDAI光のページェント実行委員会

津波によって使用していた電球すべてが失われましたが、「みんなの力でページェントの光を灯し続けたい」との思いに賛同し、2012年から10年間寄付を継続しました。

取り組み 5 「じっくりコトコトこんがりパン サバサルサ味」の売上の一部を「いわての学び希望基金」に寄付

三陸の復興を願って誕生したオリジナルブランド「Ça va(サヴァ)? 缶」とのコラボレーションを機に、本商品の売上の一部を「いわての学び希望基金」に寄付します。



PROMISE

約束 03 環境保全

気候変動への 対応

サッポロホールディングスでは、2019年に「サッポログループ環境ビジョン2050」を策定し、事業構造改革と省エネ対策の徹底、そして再生可能エネルギーの利用拡大を通じた地球温暖化防止に取り組んでいます。徹底した脱炭素への取り組みと、140年以上もの間に培ってきた原料づくりの技術で、気候変動がもたらすさまざまな課題の解決を図っています。

サッポロホールディングスは、企業における気候変動のリスクと機会に関する評価・管理、情報開示を促すTCFDの提言に賛同しており、積極的な情報開示を進めています。気候変動対応が地球規模で取り組むべき最重要課題の一つであると認識し、「緩和」と「適応」の両面から課題解決に向け、将来発生する可能性のある事業環境をシナリオ分析により複数想定したうえで、リスクと機会を洗い出し、その結果を戦略や取り組みに反映していま



▶ 気候変動への取り組み

https://www.sapporoholdings.jp/csr/earth/carbon/climate_change/

取り組み事例

1
Case

環境の変化に強い大麦とホップの新品種を 2035年までに実用化

サッポログループの基幹事業であるビール事業では、このまま気候変動が進んだ場合、将来的に主要原料である大麦とホップの収穫量が減少してしまうリスクがあります。そのため、創業時から培ってきた原料研究の成果を活用し、気候変動のリスクにも適応できる新品種の開発を大麦やホップの生産者をはじめとするさまざまなステークホルダーと協働で進めており、2035年までに国内市場で実用化することを目指しています。



温室での大麦栽培
(保管中の遺伝資源の一部)



東京農業大学との共同研究
(ホップの根系研究)

2 case 事業拠点での再生可能エネルギー利用を拡大

サッポログループでは、脱炭素化に向けた取り組みとして、再生可能エネルギーの利用を拡大しています。サッポロビール群馬工場では、年間発電量627MWhの太陽光発電設備を導入し、年間約330トンのCO₂を削減できる見込みです。またサッポロ不動産開発が調達し恵比寿ガーデンプレイスに供給する電力を、テナント使用分も含めて再生エネルギーに切り替えました。CO₂排出量は年間約8,000トン、テナント使用分を含めると年間約13,500トンの削減効果を見込んでいます。



サッポロビール群馬工場尾島事業所の太陽光発電設備



再エネ由来100%の電力を導入した恵比寿ガーデンプレイス

3 case 日清食品(株)との共同配送により、トラック台数を減らし、輸送時のCO₂排出量を削減

サッポログループは、日清食品(株)とのコラボレーションで、ビールと即席麺を組み合わせた共同輸送を開始しました。重い業務用ビール樽は、トラックの最大積載重量まで積んでも荷台にスペースができてしまう一方、軽い即席麺は荷台いっぱい詰め込んでも最大積載重量に届かないという非効率をお互いが抱えていました。混載によってこの非効率が解消し、トラックの台数を約20%、CO₂排出量を年間約10トン削減することができます。



4 case 缶製品の段ボールに環境に配慮した「ショートフラップ」を導入

段ボールケースの蓋にあたる部分を短くする「ショートフラップ化」を推進することで、段ボールの紙使用量削減と軽量化を進めています。段ボールの形状を工夫することで輸送時における強度を保ちながら、使用する紙の面積と重量を従来よりも2.8%削減しました。350ml 6缶パック用段ボールで紙1枚あたりのCO₂排出量を2.4%削減でき、年間で約149トンのCO₂削減効果を見込んでいます。

Before



After





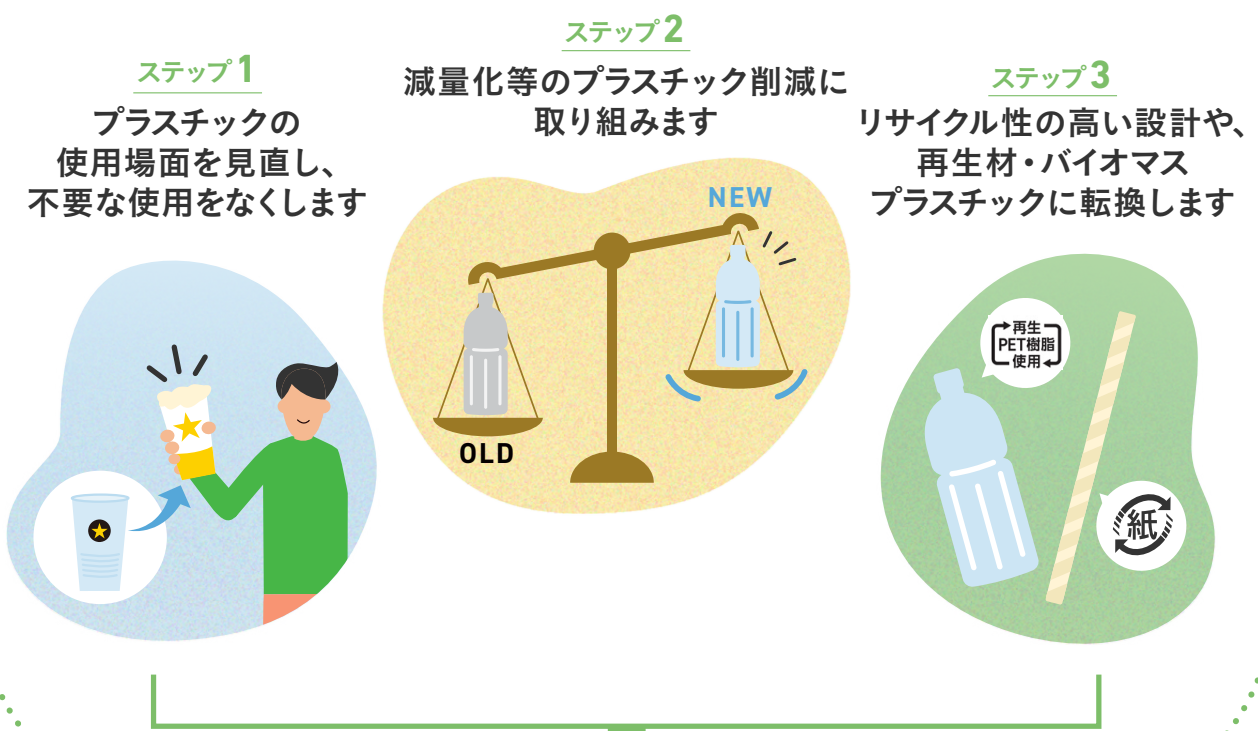
プラスチックの資源循環

サッポログループは、海洋プラスチック汚染に対する世界的な関心の高まりや、レジ袋をはじめとする無償提供されていたプラスチック品の有料化の進行など、社会全体でプラスチックのさらなる削減が求められている状況を踏まえ、2021年10月に「サッポログループ プラスチック方針」を策定しました。

サステナビリティ方針のもと、重点課題の一つである「3R(Reuse, Reduce, Recycle)の推進」に取り組んでおり、その一環として、2050年までに循環型社会に対応した容器包装100%を目指す「容器包装ビジョン」も定めています。今回策定した「サッポログループ プラスチック方針」は、その取り組みを加速するとともに、グループの事業で使用する容器包装以外のプラスチックにも対象を広げ、より具体化するものです。

サッポログループ プラスチック方針

サッポログループでは、持続可能な社会の実現に向けて、事業活動で使用するプラスチックについて、以下のステップで検討・取り組みを進め、循環型社会の構築に貢献します。



Details on the next page



プラスチック資源循環の取り組み事例

1 case

一度使われただけで廃棄されるプラスチック製の広告品類は、2030年までに原則廃止

サッポロビールは、使用后すぐに廃棄される「ワンウェイプラスチック」製の広告品類を2030年までに原則廃止し、まずは2023年までに50%削減(2019年比)することを目指します。イベントや飲食店などで使用するプラスチック製コップは紙製コップへ切り替えを推奨しているほか、販売促進に使用しているプラスチック製広告品類の削減を進めます。



2 case

ワイン用PETボトルは、2030年までにリサイクル原料使用割合50%へ

サッポロビールは、2021年3月以降に日本国内で製造するワインのPETボトルについて、再生PET樹脂を使用した素材へ変更するなど、2030年までにリサイクル原料の使用割合50%を目指した取り組みを進めています。対象となる商品やアイテムを徐々に増やしており、2021年末時点のリサイクル原料の使用割合は35%となっています。



地球環境の未来を考え、PETボトルの再生PET樹脂化以外にも、今できることを進めています。未来に向け環境負荷を低減する取り組みに携われることを嬉しく思っています。



サッポロビール株式会社
マーケティング本部
ワイン&スピリッツ事業部
マーケティング統括部
国内製造品グループ
課長代理
遠藤 のぞみ

3 case

「富士山麓のおいしい天然水」の一部にリサイクルPETボトルを採用

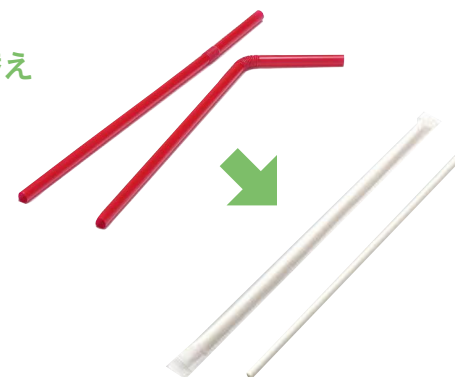
ポッカサッポロフード&ビバレッジは、「富士山麓のおいしい天然水」の一部に再生PET樹脂を100%使用したリサイクルPETボトルを採用しています。飲料業界が掲げるボトルtoボトルのリサイクル促進に向け、2030年までに販売するPETボトル商品の50%にリサイクル原料を使用していくことを目指します。



4 case

プラスチック製ストローは紙製ストローに順次切り替え

サッポロライオンは、2021年10月より、銀座ライオンなどレストランで使用されるプラスチック製ストローを紙製ストローに順次切り替える取り組みを開始。プラスチック製品の使用量削減を進めています。



約束 PROMISE 03 → 自然との共生

5つの視点から、環境保全活動を推進

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・サービスを通じた環境教育を行っています。

その取り組みの指針となっているのが、「サッポログループ生物多様性保全ガイドライン」です。

サッポログループ生物多様性保全ガイドライン

グループが取り組むすべての環境保全の取り組みは、最終的に生物多様性の保全につながると考え環境保全活動を推進していきます。

サッポログループは

- 事業活動系と社会貢献系の両面から生物多様性保全に取り組めます。
- 事業活動のライフサイクル全体から生物多様性保全に取り組めます。
- 地域の皆さまやNPOと協働で生物多様性保全に取り組めます。
- 従業員の生物多様性保全の教育に積極的に取り組めます。
- グループ各社の特性を生かして連携・協働して生物多様性保全に取り組めます。

取り組み

1

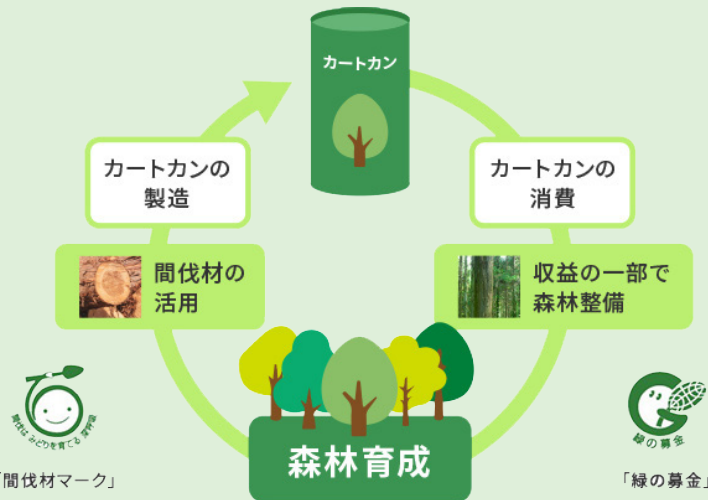
日本の森林育成に貢献する「カートカン」を、飲料容器に

缶の形状をした紙製の飲料容器「カートカン」は、原料の紙に間伐材を含む国産材を30%以上使用していることから、森林整備にも貢献する容器です。ポッカサッポロフード&ビバレッジは、2004年に設立された紙製飲料容器の普及団体「もりかみ協議会」(森を育む紙製飲料容器普及協議会)に発足当初より参画し、「カートカン」の普及に努めています。「カートカン」を使った商品の売上の一部は、「緑の募金」に寄付することで、森林保全活動にも貢献しています。



日本初となる、カートカン「水」を商品化

環境課題への関心の高まりを背景に、エシカルな物を選びたいという志向をもつ方が増加し、「カートカン」の緑茶の出荷量は前年比131%と伸長しています。そのような市場環境を踏まえて、日本国内において「カートカン」からは初となる「水」商品「Green Pack Water」を新たに発売。紙製飲料容器において、水は香りや色が移りやすいなどの課題があり、技術的な面で商品化が難しいなか、検証を重ねることで発売が実現しました。



取り組み

2

都市農業に着目した自然との共生への取り組み



サッポロ不動産開発では、2019年から進めている「都市農業」に着目したまちづくりの取り組みの一環として、2020年4月にサッポロ広場内において「YEBISU GARDEN FARM」を開園しました。今後、同ファームにおいてパートナー団体のNPO法人アーバンファーマーズクラブとともに、恵比寿という都市の中でも地域の方々が自然との共生を意識できる場をつくり、自然とともに過ごせる機会の創出や都市農業を起点にしたコミュニティづくりなど、さまざまなきっかけづくりに取り組んでいきます。



約束 PROMISE 03 → 水資源の保全

★ 限りある水の効率的利用を促進

サッポログループは、水の使用量や排水を適切に管理し、水資源の保全に注力しています。

ビールは、水という自然の恵みを使った商品です。ビール事業を原点とするサッポログループでは、創業時から自然環境との調和を何よりも大切に考へており、この姿勢は今日まで脈々と受け継がれています。また、世界的な人口増加や気候変動などによる水資源の枯渇が危惧されるなか、企業に対して水資源問題の解決への主体的な貢献が求められています。

これらを踏まえ、サッポログループでは生産拠点および原料調達地における水リスクの把握と排除に努めています。その活動の一つとして水の効率的利用を促進するために、サッポロビールとポッカサッポロフード&ビバレッジでは、「2030年までに2013年度比で水使用量10%削減」の目標を策定し取り組みを進めています。併せて、2030年以降を見据えた目標策定についても検討しながら、独自の視点で水資源保全への取り組みを推進していきます。

★ 取り組み 1 { サンフランシスコの水資源の有効活用への貢献

アメリカのアンカー・ブリューイング・カンパニーにおいて、ビール製造にともなう廃水を微生物による処理などによってリサイクル水として再使用する処理設備を新規導入しました。リサイクル水はビール製造に直接かかわる部分には使用せず、場内清掃などに使用しています。これにより、下水道の廃水処理の負荷の低減および水の使用量の削減の2つの点でサンフランシスコ市の水環境の改善につながります。この取り組みに対して、同市長から感謝のコメントをいただきました。



導入した廃水処理・リサイクル水製造設備の前で撮影。

★ 取り組み 2 { サッポロファクトリーの井戸の保全

サッポロファクトリー内で使用している水は、井戸水を原水としており、地下水である原水は浄化装置が不要なほど良質です。敷地内に複数ある井戸の中で最も古いものは大正9年に掘られたものですが、定期的にメンテナンスをしながら大切に使用しています。今後も自然の恵みに感謝しながら、井戸の保全活動を継続していきます。



西構5号井戸のポンプ整備の様子。



★ 取り組み 3 { 宮城県七ヶ宿町の水と水源を守る活動

サッポログループでは、宮城県七ヶ宿町の水と水源を守る活動に共感し、2009年より減農薬農法での米づくり体験など、さまざまな活動に従業員とその家族が参加しています。七ヶ宿の水はサッポロビール仙台工場の醸造用水の水源となっており、2009年から「七ヶ宿源流米ネットワーク」とともに田植えや稲刈りなどを通して交流を行っています。



田植えの様子(2022年実施)。

DX人財育成

DX・IT人財育成プログラムで「全社員DX人財化」を推進

サッポロホールディングスでは、DX事業環境整備の一つである「人財育成・確保」の一環として、2022年に「DX・IT人財育成プログラム」をスタートさせました。これは、外部で開発された育成プログラムを活用しながらDX・IT案件を推進できる人財を増やし、最終的には「全社員DX人財化」を図ることで、グループ全体の戦略推進力向上を目指すものです。またDX・IT推進リーダーを3つの専門人財として定義していることも特徴です。

1

DXビジネスデザイナー

自社の戦略に沿って、デジタルビジネスの企画・立案・推進などを担い、さまざまな業務分野で社内・社外を巻き込んだプロジェクトを実施するスキルを身に付けた人財です。

2

DXテクニカルプランナー

データ解析やデジタルツールの実装に精通し、DX案件におけるスピーディーな業務改革を推進する人財です。

3

ITテクニカルプランナー

システム基盤の方針設計からセキュリティ・ガバナンスまで、ITの技術面にかかわるあらゆる知見を有し、自社メンバーのみならず外部パートナーもコントロールできる人財です。

全社員DX人財化

リーダーステップ

DX・IT推進リーダー (150名)

DX・IT案件を推進できる人財

基礎研修・専門研修・人財アセスメント

DXビジネス
デザイナー

DXテクニカル
プランナー

ITテクニカル
プランナー

データ
サイエンス

ノーコード/
ローコード開発

サポーターステップ

DX・IT推進サポーター (500名)

DX・IT案件を推進または支援する素養を備えた人財

専門eラーニング・人財アセスメント

全社員ステップ

グループ全社員リテラシー向上 (約4,000名)

DX・ITを理解し、基礎的知見を備えた人財

全社員eラーニング

外部人財活用

新規採用強化



約束

4

個性かがやく人財の輩出

全社員ステップ

基礎的知見を備えた人財の育成

全社員約4,000名*を対象に、DXやITの基礎を身に付けた人財の育成を目指します。外部機関の教育プログラムを活用したeラーニングの受講を通じ、全社員がDX・IT推進における共通認識をもつことで、サッポログループ全体のDX・ITリテラシー向上を図ります。



* サッポロホールディングスおよび主要5事業会社(サッポロビール、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、サッポログループ食品、サッポロライオン、サッポロ不動産開発)の社員が対象。各子会社・関係会社も一部含む。店舗従業員除く。

DX戦略推進により、持続的な成長を実現できるサステナビリティ経営を目指します

各教育プログラムの終了後は、DX・IT人財を社内でも継続して育成していく体制の構築を目指しています。リアルとバーチャル、それぞれにおけるコミュニティの形成や、育成後の活躍の場をつくることによって、さらなる人財拡充を目指します。「全社員DX人財化」という明確な目標を掲げることで、社内の組織、環境、マインドなどの変革を促し、企業としての強さや柔軟性にも良い影響を与えることができると考えています。

サポーターステップ

素養を備えた人財の育成

公募から選ばれた社員を対象に、DX・IT案件の推進や支援を担える素養を備えた人財を育成しています。DX・IT案件に必要な8つのスキルを獲得するため、実際の事例に基づきプログラミングされたeラーニングを受講することで、DX・IT案件を推進するマインド(興味・学習意欲)を醸成します。



リーダーステップ

3つの専門研修に分かれて受講

外部のDX人財アセスメントを経て選ばれた社員を対象に、DX・IT案件のリーダーを育成します。リーダーとしての基礎を身に付ける研修に加え、受講者の要望を踏まえながら3つの専門人財に特化した研修をワーキング形式で受講してもらい、当社が定義した専門人財の育成を目指します。



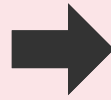
★ VOICE ★

サッポロホールディングス社長が自ら「全社DX推進宣言」を発したことで、デジタルリテラシーを向上させる取り組みが本格的にスタートしました。積極的なPRも功を奏し、社員の機運は非常に高まっています。3月に実施した育成プログラムの公募には想定の倍を超える応募があったなど、マインドが変わる兆しが見えていますので、事務局としても本プログラムを積極的に推進しています。

サッポロビール株式会社 改革推進部 兼
サッポロホールディングス株式会社 経営企画部 マネージャー
河本 英則



約束 PROMISE 04



健康経営

健康経営への取り組み

サッポログループでは2017年に健康経営プロジェクトを開始し、同年8月に策定した「グループ健康創造宣言」をもとに、従業員の健康意識改革に向けた基礎づくりや健康管理推進体制の強化に取り組んでいます。

そのなかで、定期健康診断の受診率および緊急治療対象者の再受診率は、毎年100%になるよう徹底して働きかけを行うとともに、健診で異常が見つかった従業員には、産業医や保健師などの専門家による面談を実施し、行動習慣の改善を促しています。また、従業員の健康意識と行動の変革を目指し、健康保険組合とのコラボヘルスを基盤にした健康施策を各事業会社・グループ会社と連携して推進しています。

これらの取り組みの結果、喫煙率、睡眠で十分休養が取れている比率、運動習慣者の比率、生活習慣病健診受診率が改善しました。

サッポログループでは健康経営の最終目標はプレゼンティーズム、アブセンティーズム、エンゲージメントの改善であり、これらが経営課題である人財育成、働く場としての魅力向上、ブランドの向上につながると考えています。今後さらにウェルビーイングにつながる健康施策を展開していきます。

健康経営中期計画(2018年-2022年)

健康投資	健康投資効果			健康経営で解決したい経営課題
	指標① 施策取組	指標② 意識変容・行動変容	指標③ 健康最終目標	
		アウトプット指標	パフォーマンス指標	アウトカム指標
いのちを守る	定期健康診断受診徹底	緊急治療対象者100%医療機関受診	健康意識向上 運動習慣定着	プレゼンティーズム改善
	生活習慣病検診時間・費用支援	生活習慣病検診40歳以上100%受診		
	禁煙推奨	喫煙者へのアプローチ100%		
健康を増進する	エリア保健師整備活用	保健師指導回数年間1500件	健康数値改善	アブセンティーズム改善
違いをつよさにする	良い習慣化チャレンジ	キャンペーン参加者80%以上	喫煙率低下	エンゲージメント向上
	研究部門との連動企画	グループ商品連動企画年1回以上	働きやすさと働きがいの向上	
	統合アンケートでの分析・活用	統合アンケート回答率90%以上		

▶ 健康経営の取り組み

https://www.sapporoholdings.jp/csr/employee/health/work_environment/

2022年目標数値

緊急治療対象者医療機関受診率	100%
40歳以上生活習慣病健診受診率	100%
日常生活歩数	男性9,200歩 女性8,300歩
運動習慣者率(1回30分、週2回以上)	男性39% 女性35%
睡眠による休養確保	90%
朝食欠食率	15%以下
喫煙率	12%以下

主な健康施策

- 就業時間内禁煙
(サッポロホールディングス+事業会社4社)
- ストレスチェック・従業員意識調査/相談窓口設置
- 生活習慣病健診(がん検診)一定額補助
- 健康リテラシー向上
(参加型プログラム/eラーニング/情報提供)
- オンライン禁煙、禁煙外来補助

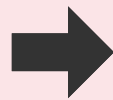
社外からの評価

健康経営優良法人2022

- 大規模法人部門
 - ★ サッポロホールディングス/
サッポロビール(ホワイト500)
 - ★ ポッカサッポロフード&ビバレッジ
(ホワイト500)
 - ★ サッポロライオン
- 中小規模法人部門
 - ★ ヤスマ



約束 PROMISE 04



ダイバーシティ&インクルージョン

ダイバーシティ&インクルージョン推進

サッポログループは、一人ひとりが個性をかがやかせ、仲間と磨き合い、それぞれの違いを認め、強さにすることが経営理念の実現につながるという考えのもと、「ダイバーシティ&インクルージョン推進グループ」を設置しています。同グループを中心として、あらゆる多様性(性別・年齢・障がい・国籍・学職歴・雇用形態・価値観・性的指向・性自認など)を尊重し、多様な人財を認め、活かし、一人ひとりの能力を最大限発揮できる環境整備を強化しています。また、そうした多様性尊重・活用の入口として、「女性が継続して働きがいをもって活躍しているのが当たり前」な環境の醸成を推進しています。



取り組み 1 多様な人財との対談

人財担当役員が、従業員の生の声を直接聞きたいという思いから企画した「アイタイム・D&I対談」において、多様な人財と積極的に対談を行っています。第1弾は外国籍を有する社員に働きやすさや職場で不思議に思ったことなどを率直に語ってもらいました。対談の様子は社内イントラで紹介し、「ちがいを強さに」するダイバーシティ&インクルージョン推進の啓発に努めています。



取り組み 2 女性活躍推進

経営上の意思決定や新たな価値創出など、サッポログループの経営にかかわる立場に就ける女性社員を積極的に育成し、次世代の経営人財開発に取り組んでいます。そして、女性社員を社外セミナー・異業種交流会などへ積極的に派遣し、自分らしいリーダーシップのあり方やキャリア形成の支援を行うなど、女性の主体性と挑戦意欲を引き出し、活躍の場を広げるとともに成長支援の強化に努めています。

取り組み 3 「男性もあたりまえに育児を行う」風土醸成

「男性の育児」についてのアンケート調査を踏まえ、育児セミナーの開催や育児体験の事例発信などの啓発活動を行い「男性もあたりまえに育児を行う」風土の醸成を推進しています。



サッポロビールでは、「男性向け育児休職のすすめ」のガイドブックを作成し配布しています。

取り組み 4 治療と仕事の両立支援

がん治療と仕事の両立に向けた支援と、がんを経験した社員が安心して働ける環境整備を目指し、社内コミュニティ「Can Stars(キャンスターズ)」の発足や経験者の声を反映した「がんなど治療と就労の両立支援ガイドブック」の作成などに取り組んでいます。



がんアライ部主催の「がんアライアワード」でサッポロビールは「ゴールド」を4年連続受賞、ポッカサッポロフード&ビバレッジは「シルバー」を3年連続受賞。

約束 PROMISE 04 → 人権

サッポログループ人権方針

サッポログループは、事業を行う過程で直接または間接的に人権に影響を及ぼす可能性があることを認識し、私たちのビジネスにかかわるすべての人びとの人権を尊重するために「サッポログループ人権方針」を定め、これを指針として人権尊重の取り組みを推進しています。

「サッポログループ人権方針」に基づき、グループパートナーの人権を尊重するとともに、人種、民族、国籍、信条、性別、宗教、障がいの有無、性的指向、性自認などの理由によって不当に差別されることのない職場環境を確保しています。また、サプライヤー様との関係強化を通じ、サプライチェーン全体でのサッポログループ人権方針の理解促進に努めていきます。

特に重要な人権課題について(プライオリティ)

- **強制労働と児童労働**: 私たちは、各国法、各社内規定などに基づき、強制労働および児童労働のない、現地に根ざした適切な人事管理に努めています。
- **差別とハラスメント**: 私たちは、個人の人権と多様性(ダイバーシティ)を尊重します。人種、民族、国籍、信条、性別、宗教、障がいの有無、性的指向、性自認などを理由とするあらゆる差別およびハラスメントを排除して、公正な処遇がされる職場環境をつくります。
- **結社の自由と団体交渉権**: 私たちは、事業活動を行う国・地域において適用される法令に従って、結社の自由と団体交渉の権利を尊重します。結社の自由や団体交渉の権利が国際人権基準を満たさない各国・各地域の法令により制限されている場

合は、従業員との対話の代替手段を確立することによってこれらの権利を尊重する方法を追求します。

- **労働安全衛生**: 私たちは、職場の安全・衛生に関する法令・ルールとその運用状況を確認し、安全で健康的な職場環境をつくります。
- **労働時間と賃金**: 私たちは、事業活動を行う国・地域において適用される労働時間と賃金に関する全ての法令を遵守します。従業員が最低限の生活を満たすことができる賃金の実現に努めます。
- **自律と挑戦**: 私たちは、一人ひとりの強みを最大限に活かし、心身ともに健康で、元気で明るく前向きなエネルギーをもって自律的に新たな領域に挑戦することを目指します。

サッポロビールの取り組み



差別・嫌がらせのない明るい職場づくり

サッポログループは、従業員の人権を尊重し、差別・嫌がらせのない明るい職場環境を目指して、各種施策に取り組んでいます。

人権侵害の防止に向け、相談窓口の設置とともに、Web研修や職場の従業員同士が考え合う機会の創出など、従業員教育・啓発活動を推進し、ハラスメントの相談を受けた時の対応についても、Webなどで研修を行っています。

▶ 人権の尊重

<https://www.sapporoholdings.jp/csr/employee/diversity/respect/>

また、相談窓口において相談者の情報を扱う関係者には「守秘義務」の誓約書提出を求め、相談者の特定につながる情報が関係者外に漏洩しないように慎重に対応しています。

サッポロホールディングス、サッポロビールは、新規マネージャーに対し、ハラスメントに関する研修を毎年実施しています。

約束 PROMISE 04 → 人財開発・育成

人財開発・育成

サッポログループはすべての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、グループ各社の事業特性を踏まえた支援を行っています。グループ各社ではそれぞれの経営戦略に基づきながら、従業員一人ひとりのモチベーション向上を目指し、人事制度の充実を図っています。

主体的なキャリアを育む支援制度*

- 若手グローバル研修
- 社内インターン
- 自己啓発支援
- 人財公募制度
- 公募型研修

*関連サイト
<https://www.sapporobeer.jp/recruit/company/>

取り組み 1 「自分のキャリアは自分で切り拓く」キャリア形成を支援

サッポログループでは、「自分のキャリアは自分で切り拓く」ことを推奨し、主体的にキャリア形成が行えるようさまざまな支援を行っています。社員の「したい・欲しい・教えて」というニーズと、それを「教えられる・伝えられる」社員を講師としたマッチングを行い、社員同士の学び合い・助け合い・育て合いを促進させる「学びのマッチング」や、国家資格を有する社内キャリアサポーターによる個別支援などを行っています。これらの取り組みが評価され、第4回プラチナキャリア・アワードで優秀賞を受賞しました。



取り組み 3 心理的安全性の風土醸成による個性の発揮と成長促進

サッポロビールでは、心理的安全性をつくることにより一人ひとりが成長を実感し、能力を最大限に発揮できる「しなやかで強い組織(チーム)づくり」を推進するため、「心理的安全性」の研修を全役員、全社員を対象に実施しました。今後、従業員一人ひとりが安心して自分の個性を発揮し、お互いを尊重し助け合い、新しいことに挑戦する風土醸成を目指し、同研修をグループ各社にも展開していく計画です。

取り組み 2 世界のSAPPOROへ、若手グローバル人財育成プログラム「GPC」

サッポロビールでは、海外事業を担う人財を育成するプログラム「GPC」(Global Resource Development Program for Coming Generation)を毎年実施しています。GPCでは、国内における異文化理解プログラムや外国人講師によるネゴシエーション・プレゼンテーションプログラムだけでなく、グループ会社の拠点があるシンガポールなど多様な文化をもつ街を訪れて、現地でのコミュニケーションを通じてアウトプットの向上を図るプログラムなどを実施。訪問先の一つであるベトナムでは、サッポロベトナム社の製造拠点訪問や現地で展開している日系企業での意見交換などを実施しています。



目標と実績

略称表記一覧

サッポロホールディングス:SH サッポロビール:SB ポッカサッポロフード&ビバレッジ:PS

サッポロライオン:SLN サッポロ不動産開発:SRE 恵比寿ガーデンプレイス:YGP サッポロファクトリー:SF

神州一味噌:SSI *子会社の記載がない項目は、サッポログループとしての取り組みです

『酒・食・飲』による潤いの提供

重点課題	SDGs	中長期目標(2030年)	進捗実績(2021年)	取り組み予定(2022年)
安全・安心の品質		<ul style="list-style-type: none"> ●『酒』『食』『飲』の品質を高める企業文化醸成・人材の継続的育成に努め、国際標準である食品安全システムの活用を基本として、効果的な品質保証体制を構築する。 ●お客様のニーズに応じた適切な品質レベルを追求し、商品・サービスの品質トラブルゼロを目指す。 ●新技術を積極的に取り入れ、高レベルの品質をより効率的に実現していく。 	<ul style="list-style-type: none"> ●FSSC22000認証取得:PS仙台工場、SSI甲府工場および上野原工場。 ●お客様の声を事業活動に活かす取り組みを継続実施。 ●リモート監査一部導入。AIによる表示チェックの展開。食品安全や品質保証に関する教育施策を見直し。 	<ul style="list-style-type: none"> ●FSSC22000やHACCPによる予防型品質保証体制の効果的な構築、維持、運用。 ●「お客様の声」の迅速かつ確実な共有によるサステナビリティ経営の推進。 ●品質保証活動における生産性向上の検討。
新価値創造	  	<ul style="list-style-type: none"> ●未来の変化を先取りし、「おいしさ」と「健康」のニーズに応えるための研究開発を推進する。 ●強みを有する植物性素材の研究と加工技術を生かした商品を通じて、新たな顧客価値を提供する。 ●グループ内外の連携を強化し、多様な技術を効率的に獲得し、イノベーションを推進する。 	<ul style="list-style-type: none"> ●微アルコールカテゴリー「The DRAFTY」、RTD「濃いめのレモンサワー」など新たな領域の価値の商品を送り出している。 ●食品領域では、豆乳ヨーグルト、コア素材レモンの新たな健康機能性検証に取り組んでいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ●多様化するお客様ニーズと新しい生活様式に合わせ、「おいしさ」と「健康」を中心とした豊かな生活を提案できる研究開発、商品開発を継続的に実施。
適正飲酒啓発とビール文化継承		<ul style="list-style-type: none"> ●「未成年者飲酒」*「飲酒運転」「アルコールハラスメント」等の不適切飲酒撲滅に向けた啓発活動を推進する。 *日本では20歳未満 	<ul style="list-style-type: none"> ●重点テーマ「責任ある飲酒の推進」として、グローバルスローガン「Promote Responsible Drinking」を掲げた。 ●グループとして、「適正飲酒の啓発」と「不適切な飲酒の防止」を2つの柱に「適正飲酒に関する基本方針」を改訂。 	<ul style="list-style-type: none"> ●社会における不適切飲酒撲滅と適正飲酒啓発活動を推進。 ●ビール類、RTD商品への純アルコール量表示を2022年1月に缶容器から順次開始。2022年末までに缶容器への実施率90%へ。
		<ul style="list-style-type: none"> ●ミュージアム・工場の見学、(一社)日本ビール文化研究会の支援を通じて、日本のビール文化の継承を図り、潤いのある生活に貢献する。 SB SLN 	<ul style="list-style-type: none"> ●(一社)日本ビール文化研究会の支援を継続。2021年度「日本ビール検定」はCBT方式で6、11月に開催。 ●登録有形文化財に指定された「銀座ライオンビル」を通じて、ビヤホール文化の情報発信を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ●(一社)日本ビール文化研究会の支援を継続。2022年度「日本ビール検定」はCBT方式で9、10月に開催予定。 ●「銀座ライオンビル」の歴史的価値に基づくビヤホール文化の情報発信を継続。

目標と実績

社会との共栄

重点課題	SDGs	中長期目標(2030年)	進捗実績(2021年)	取り組み予定(2022年)
地域貢献	<ul style="list-style-type: none"> ● 従業員一人ひとりが、地域貢献活動に積極的に取り組むことで、地域の発展に貢献する。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品、サービスを通じて地域とつながり、ともに課題の解決に取り組む。 	<ul style="list-style-type: none"> ● コロナ禍対応として、子ども食堂、社会福祉施設、医療従事者を含むエッセンシャルワーカーへ製品他の提供を実施。 ● 地域の素材を取り入れた商品または地域限定商品を発売。 ● 東北復興支援「東北未来プロジェクト」による支援実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ● グループ会社の各拠点において、地域の課題解決につながる具体的な取り組みを継続。
	  	<ul style="list-style-type: none"> ● 行政やパートナーと協働し、豊かな「まちづくり」を推進することで、地域の魅力向上に貢献する。 <p>SRE SLN</p>	<p>SRE</p> <p>YGP</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 地域連携協定数: 63件(2021年12月現在) ● まちづくり勉強会を開催。恵比寿文化祭等、地域コミュニティ活性化に向けた施策実行。 <p>SF</p> <ul style="list-style-type: none"> ● マイリトルガーデン(SFでのガーデニング)をスタート。 <p>SLN</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 被災地(岩手・宮城・福島・熊本)の食材を取り入れ、各地の食材のおいしさを発信。 ● 各店舗および本社近隣の清掃活動を実施。 	<p>SRE</p> <p>YGP</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 自治体、周辺企業などと連携し恵比寿まちづくりビジョン策定に向けた協議実施。 ● デジタル共創プラットフォーム継続。 <p>SF</p> <ul style="list-style-type: none"> ● コミュニティの形成、強化、拡大に向けた取り組み実施。 <p>SLN</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 店舗のある地域における魅力発信につながる活動実施。
持続可能な調達	 	<ul style="list-style-type: none"> ● 全ての主要調達先がサステナビリティ調達ガイドラインを満たしている状況である。 <p>SB PS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● サプライヤーに対するマーケティング方針説明会「サステナビリティ調達に向けて」として本内容を要請。 ● CSR調達アンケート 6月出状7月回収。 (対象企業: 49社 SB 56社 PS) ー 主要調達先(上位100社)のうち、サステナビリティ調達ガイドラインを満たす企業の割合は100% ● サプライヤー満足度調査 9月実施。 ー 52社回収 / 56社出状(有効回答率93%) SB 69社回収 / 77社出状(有効回答率90%) PS 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「グループ調達基本方針」および「サステナビリティ調達」に関する理解と協力要請実施。 ● サステナビリティ調達ガイドラインへのサプライヤー同意確認。 ● サステナビリティ調達状況の確認(CSR調達アンケート)実施。 ● 「公正・公平」な調達活動の検証(サプライヤー満足度調査)実施。

目標と実績

環境保全

重点課題	SDGs	中長期目標(2030年)	進捗実績(2021年)	取り組み予定(2022年)	
地球温暖化防止		<ul style="list-style-type: none"> ● 自社拠点でのCO₂排出量を2013年比で20%削減する。(2013年時事業会社) 	<ul style="list-style-type: none"> ● CO₂排出量は前年比で14%減。2013年比で23%減で目標達成。 ● TCFDはビール原料農産物の収量に関するシナリオ別分析を実施。リスク・機会の特定とともに戦略と目標を策定。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 省エネルギーの推進。CO₂排出量前年比で1.0%減。 ● 国際基準に合致したGHG排出量算定方法の拡充と情報開示体制の強化。 ● TCFDに基づく財務インパクトなどの情報開示拡充。 	
		<ul style="list-style-type: none"> ● 自社拠点以外のバリューチェーンにおけるCO₂排出量削減に努める。 	<ul style="list-style-type: none"> ● スcope 3は主要事業会社4社を対象に算定を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 主要事業会社におけるスcope 3算定とその情報開示。 	
3Rの推進	2 気候変動に具体的な対策を	水資源 <ul style="list-style-type: none"> ● 生産工場における水使用総量を2013年比で10%削減する。SB PS 	<ul style="list-style-type: none"> ● 水使用量は前年比で9%減。2013年比で14%減で目標達成。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 水の効率的な使用。 - 国内自社工場水使用量 2013年比で12.3%減 SB、前年比原単位 0.5%減 PS 	
	6 資源の循環	<ul style="list-style-type: none"> ● グローバルでの水リスクへの対策を実施し、水資源保全に努める。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 6カ国28拠点の生産拠点と大麦・ホップのメインサプライヤー拠点について、WRIの「Aqueduct」により水リスクを調査。また、現地調査も補足的に実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 水リスク関連情報開示の拡充。 	
	7 気候変動に具体的な対策を	容器包装 <ul style="list-style-type: none"> ● 容器包装のリデュース(軽量化・簡素化)を維持・拡大。 ● 再生可能材料の利用を拡大し、容器包装材料の枯渇性資源依存を低減。 ● 社外連携・協力を深め、持続可能な循環型社会構築に貢献。 	プラスチック: <ul style="list-style-type: none"> ● サッポログループ プラスチック方針を策定し、各社具体的取り組みを実施。 - 再生PET: ワイン、清涼飲料での採用開始 SB PS、ストロー紙化 SLN 等 	<ul style="list-style-type: none"> ● 容器包装類におけるワンウェイプラ使用削減、再生・バイオマスプラ採用拡大。 - PETボトルの再生材使用拡大、軽量化等 ● 紙製包材の削減、FSC認証紙の採用拡大。 - ショートフラップ段ボール、FSC認証紙使用拡大等 	
	12 つくばないで済ませよう	廃棄物 <ul style="list-style-type: none"> ● 外食店舗、食品流通における食品ロスの削減に努める。(国内事業会社) ● 2024年までに食品廃棄物再生利用等の実施率50%を実現・継続する。SLN ● 廃棄物再資源化率の向上に努め、主要工場では100%を実現する。SB PS 	<ul style="list-style-type: none"> ● 紙製資材: - ショートフラップ段ボールの展開を開始 SB 等 ● 各カテゴリーにおけるSKU削減および在庫圧縮のKPIを定めて廃棄ロスを削減。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 外食店舗、食品流通における食品ロスの削減。(国内事業会社) 	
	13 気候変動に具体的な対策を		<ul style="list-style-type: none"> ● 2020年度(20.4~21.3) 実績: 41.4%。コロナ禍影響あり、前年比減。SLN 	<ul style="list-style-type: none"> ● 主要13工場で廃棄物再資源化率100%を達成。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 主要工場における廃棄物再資源化率100%実現。SB PS
	14 海の豊かさを守ろう				
	15 陸の豊かさも守ろう		<ul style="list-style-type: none"> ● 気候変動に対応可能な特性をもつ大麦・ホップを開発する。SB 	大麦: <ul style="list-style-type: none"> ● 赤かび病抵抗性、穂発芽耐性、その他環境適応性の高い母本選抜等、進捗中。 ホップ: <ul style="list-style-type: none"> ● 根系簡易評価法確立のための試験継続。 	大麦: <ul style="list-style-type: none"> ● 赤かび病抵抗性、穂発芽耐性、その他環境適応性の高い母本交配集団を養成。一部材料で現地選抜開始。 ホップ: <ul style="list-style-type: none"> ● 気候変動に強いホップ遺伝資源の選抜へ向けた根系評価を確立。 ● 新規根系評価法による遺伝資源を評価開始。
自然との共生	17 パートナーシップで目標を達成しよう	<ul style="list-style-type: none"> ● 恵比寿ガーデンプレイス、サッポロファクトリーを中心に、近隣生活者に自然と共生する暮らしを提供する。SRE 	YGP <ul style="list-style-type: none"> ● まちの基盤となる持続可能な環境をつくるグリーンプロジェクトの検討進行。 SF <ul style="list-style-type: none"> ● マイリトルガーデン(SFでのガーデニング)の展開開始。 ● 木育として、北海道庁と連携しアトリウムにてクリスマスツリーの木材を使ったオーナメントづくりのワークショップ等実施。 	YGP <ul style="list-style-type: none"> ● グリーンプロジェクトにて、自然が調和した持続可能で豊かな環境の施策実行。 ● 都市農(YEBISU GARDEN FARM)を通じ、食育イベント実施。 SF <ul style="list-style-type: none"> ● マイリトルガーデンによる地域を巻き込んだイベント開催。 ● 創成イーストエリアの価値向上に向けたコミュニティ形成と拡大。 	

目標と実績

個性かがやく人財の輩出

重点課題	SDGs	中長期目標(2030年)	進捗実績(2021年)	取り組み予定(2022年)
健康経営		<ul style="list-style-type: none"> 従業員および家族に健康への意識向上・行動変容を促し、健康維持増進につなげる。 	<ul style="list-style-type: none"> 社用車全面禁煙、オンライン禁煙施策開始。 喫煙率:24%(2%減) SH SB PS SRE SLN 40歳以上の生活習慣病健診受診率:84.7%(約10%増) SH SB PS SRE SLN 運動習慣者の割合:33%(2%増) SH SB PS SRE SLN ワークエンゲージメント:偏差値0.6向上、高ストレス者割合:0.4%増等 健康経営優良法人2021: 大規模法人ホワイト500 SH SB PS 大規模法人 SLN 中小規模法人プライド500【ヤスマ】 	<ul style="list-style-type: none"> 各指標目標に向けた施策実施。 - 喫煙率12%、生活習慣病健診受診率100%、運動習慣者割合 男性39%、女性35% SH SB PS SRE SLN 高ストレス者割合を前年より改善させる。 SH SB PS SRE SLN
ダイバーシティ・人権	 	<ul style="list-style-type: none"> 従業員一人ひとりがダイバーシティへの理解をより深め、誰もが生き生きと働ける環境を目指す。 女性管理職・女性役員比率を20%に向上させる。 SH SB PS SRE SLN 	<ul style="list-style-type: none"> D&I意識調査、男性育休取得促進等、D&I社内施策実施。 女性活躍支援策(外部団体派遣)、女性管理職比率(5社)5.0%(前年:4.2%) がん経験者における社内コミュニティ、社外合同研修、ワークショップ開催。両立支援ガイドブック改定着手。 がんアライアワード「ゴールド」4年連続受賞。SB 	<ul style="list-style-type: none"> D&I・チーム力を前年(3.0ポイント)より向上させる。(ストレスチェック・従業員意識調査) SH SB PS SLN SRE 女性管理職比率6.0% SH SB PS SLN SRE
人財開発・育成		<ul style="list-style-type: none"> 「自分のキャリアは自分で切り拓く」従業員が活躍できる体制を整える。 がん治療中・介護中の社員が働き続けられる環境整備を行う。 障がい者雇用率3%を達成する。 	<ul style="list-style-type: none"> 1on1のベースとして「心理的安全性」に関する社内研修を全部署実施。SH SB 障がい者雇用:職域拡大を目指した外部講師による講習を実施。障がい者雇用率2.64% SH SB 	<ul style="list-style-type: none"> 障がい者雇用率 2.7% SH SB 高エンゲージメント者割合を前年(20%)より向上させる。(ストレスチェック・従業員意識調査) SH SB PS SLN SRE

コーポレートデータ (2021年12月31日現在)

会社情報

商号 サッポロホールディングス株式会社
事業内容 持株会社
設立 1949年9月1日
本社所在地 〒150-8522 東京都渋谷区恵比寿四丁目20番1号
資本金 53,887百万円
事業年度 1月1日から12月31日まで
従業員数 連結:6,872名 単体:116名

Webサイトのご案内

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

コーポレートサイト

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

サステナビリティサイト

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



賛同・支持するイニシアチブ

- 国連グローバル・コンパクト
- 持続可能な開発目標(SDGs)
- 気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)



外部からの評価 *特記なしはサッポロホールディングスまたはグループで認定

ESG投資インデックスへの組み入れ



FTSE4Good



FTSE Blossom
Japan

2021 CONSTITUENT MSCIジャパン
ESGセレクト・リーダーズ指数



S&P/JPX
Carbon
Efficient
Index



2021

Sompo Sustainability Index

当社のMSCIインデックスへの組み入れや、MSCIのロゴ、商標、サービスマークおよびインデックス名の使用は、MSCIまたはその関連会社による当社のスポンサーシップ、保証、または宣伝ではありません。MSCIインデックスはMSCIの独占的財産です。MSCIおよびMSCIインデックスの名称とロゴは、MSCIまたはその関連会社の商標またはサービスマークです。

「健康経営優良法人2022」

6年連続でホワイト500*1認定



健康経営優良法人
2022
Health and productivity
ホワイト500



健康経営優良法人
2022
Health and productivity

「プラチナくるみん*2」を5年間継続取得



女性活躍推進企業認定

「えるぼし(2段階目)*3」取得



日経「スマートワーク経営」で

星4.5を獲得



NIKKEI
Smart Work
★★★★★ 2022 Best 54

第4回プラチナキャリア・アワード

「優秀賞」受賞



「がんアライ部」主催の「がんアライアワード」で

「ゴールド*4」を4年連続受賞



*1 サッポロホールディングス、サッポロビール、ポッカサッポロフード&ビバレッジ(サッポロライオン・ヤスマは優良法人認定)

*2 サッポロビール(ポッカサッポロフード&ビバレッジは「くるみん」取得) *3 ポッカサッポロフード&ビバレッジ *4 サッポロビール(ポッカサッポロフード&ビバレッジは3年連続シルバー受賞)