



サステナビリティブック 2023



# Contents

目次／経営理念／編集方針



## 経営理念

潤いを創造し 豊かさに貢献する

サッポログループが提供する価値

全ての事業が提供する時間と空間で、  
人々と地域社会のWell-beingに貢献

## 編集方針

本誌では、「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、9つの「サステナビリティ重点課題」を軸に取り組みを紹介いたします。なお、本誌とは別に、より詳細なサステナビリティ情報を開示する「サステナビリティサイト」、投資家向けに当社の価値創造ストーリーを詳細に報告する「統合報告書」を、当社Webサイトで公開しています。

サステナビリティサイト

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

統合報告書

<https://www.sapporoholdings.jp/ir/library/factbook/>

★…最注力課題

目次／経営理念／編集方針	01
社長メッセージ	02
価値創造プロセス	03
サステナビリティマネジメント (サステナビリティ方針／推進体制)	04
サステナビリティ重点課題	05
<b>①脱炭素社会の実現★</b>	<b>06</b>
ビールをつくることから、お届けまで CO <sub>2</sub> 排出量を削減	07
すべての自社保有物件を、脱炭素へ	09
<b>②循環型社会の実現</b>	<b>10</b>
限りある資源を大切に	11
従業員参加型で省資源に取り組む スリーマン社の取り組み	12
<b>③自然共生社会の実現</b>	<b>13</b>
“雨に強く、おいしい”大麦を 世界で初めて発見	14

<b>④地域との共栄★</b>	<b>15</b>
食材のプロの視点を活かし 地域をイキイキさせる	16
新しい恵比寿のまちでの過ごし方	17
<b>⑤健康価値の提供</b>	<b>18</b>
レモンの力で日々の食生活を豊かに	19
<b>⑥持続可能なサプライチェーン構築</b>	<b>20</b>
人権に配慮したサプライチェーンをつくる	21
<b>⑦多様な人財の活躍★</b>	<b>22</b>
ちがいを活かして、 変化に挑む越境集団をめざす	23
DX・IT人財が推進する 商品出荷量の予測へのAI活用	24
<b>⑧責任ある飲酒の推進</b>	<b>25</b>
<b>⑨安全な製品・施設の提供</b>	<b>26</b>
コーポレートデータ	

本誌では、一部グループ会社の社名を略して表記しています。

SH: サッポロホールディングス、SB: サッポロビール、PS: ポッカサッポロ、SRE: サッポロ不動産開発、SLN: サッポロライオン、SGF: サッポログループ食品、SBL: スリーマン、SUSA: サッポロUSA、SVL: サッポロベトナム、YSM: ヤスマ、FBS: フォーモストブルーシール、PK: ポッカ、SSI: 神州一味噌



## 社長メッセージ

全ての事業が提供する時間と空間で、  
人々と地域社会のWell-beingに  
貢献していきます。

サッポロホールディングス株式会社 代表取締役社長 尾賀 真城



サッポログループは、1876年の創業以来、酒類事業、食品飲料事業など、「食べる」「飲む」という人の根源的な営みに関わる事業を展開してきました。そして外食事業や不動産事業では、食事やショッピングを楽しむ、快適に住む・働くといった、人々が心豊かな時間を過ごせる空間を提供しています。このように、当社グループの事業はいずれも、人々の暮らしや社会に潤いをもたらし、その豊かさに貢献することを目指しています。こうした考え方のもと、グループの提供価値を「全ての事業が提供する時間と空間で、人々と地域社会のWell-beingに貢献」と再定義しました。

これらを具現化していくために、2023年度から新たな4カ年の中期経営計画「Beyond150 ～事業構造を転換し新たな成長へ～」をスタートさせました。計画最終年度となる2026年度に当社グループは創業150周年を迎えます。本計画では、創業150周年の先を見据え、「事業戦略」「財務戦略」「サステナビリティ」の3つを戦略の柱として、中長期的な企業価値の向上に取り組んでいきます。

サステナビリティ経営の推進にあたっては、社会情勢、事業環境が大きく変化していることを踏まえ、「経済価値」と「社会価値」の両立という観点から重点課題（マテリアリティ）の見直しを実施しました。「自社事業への影響度」と「社会・環境への影響度」の側面から、幅広い社会・環境課題に対する当社のリスクと機会を評価し、「環境との調和」「社会

との共栄」「人財の活躍」を柱とする9つの重点課題を特定しました。これらの課題に沿って達成目標と具体的なアクションプランを設定し、グループ全員で実践していきます。

ステークホルダーの皆様には、これからも一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。





価値創造プロセス

歴史を通じ培った「個性かがやくブランド」を軸に、酒類、食品飲料、不動産の各事業が連携し、独自のブランド体験を提供してきました。今後も人々と地域社会のWell-beingに貢献することで、経営理念の実現を目指します。

経営理念： 潤いを創造し 豊かさに貢献する







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

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」がグループ全体の方針・重点課題・目標を設定し、グループ内の統括・連携を行っています。この方針のもと、各事業会社が事業特性を踏まえた活動を推進しています。





MATERIAL  
*Sustainability Issues*  
サステナビリティ重点課題

中期経営計画(2023~26)の策定にあたり、グループを取り巻く社会情勢や事業環境の変化に対応してサステナビリティ重点課題を全面的に見直しました。なかでも、事業との関連性や、リスクと機会の影響度の大きさから、「①脱炭素社会の実現」「④地域との共栄」「⑦多様な人財の活躍」を最注力課題と位置づけています。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。」のもと、9つの重点課題への取り組みを推進し、人々と地域社会のWell-beingに貢献していきます。

提供価値

全ての事業が提供する時間と空間で、人々と地域社会のWell-beingに貢献

★…最注力課題

環境との調和

- ① 脱炭素社会の実現 ★
- ② 循環型社会の実現
- ③ 自然共生社会の実現

社会との共栄

- ④ 地域との共栄 ★
- ⑤ 健康価値の提供
- ⑥ 持続可能なサプライチェーン構築

人財の活躍

- ⑦ 多様な人財の活躍 ★

⑧ 責任ある飲酒の推進

⑨ 安全な製品・施設の提供

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。



## 脱炭素社会の実現

SDGsとの関連性



### Why?

なぜ重要なのか?

#### 地球の温暖化が進み、 脱炭素が求められている

地球温暖化にともなう異常気象を目の当たりにする現代。脱炭素社会の実現は世界全体で取り組むべき課題です。気候変動によって収穫できる原料作物の収量や、将来的な炭素税導入などによるコスト増など、当社ビジネスへの影響も想定されます。

### How?

どのように取り組むのか?

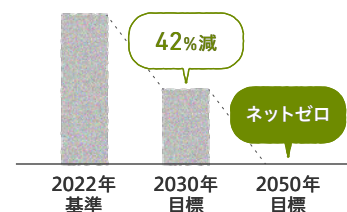
#### 自社拠点・サプライチェーンにおける温室効果ガス排出削減

自社の生産拠点や不動産に加え、原料資材の生産や物流、販売などサプライチェーン全体で、省エネルギー活動や再生可能エネルギー導入を進めることで、温室効果ガス排出量の削減、脱炭素社会の実現を目指します。

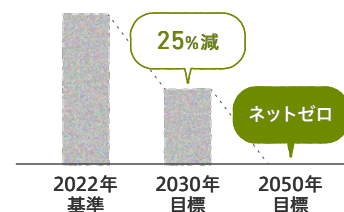
#### 目標

#### 温室効果ガス排出量

スコープ1※1・2※2 全社共通



スコープ3※3 SB PS SBL



※1 スコープ1: 自社による温室効果ガスの直接排出

※2 スコープ2: 電力会社から供給された電気などの使用にともなう間接排出

※3 スコープ3: 事業者の活動に関連する他社の排出

SH, SB, PS などの略称は、各目標の対象企業を示しています。正式名称はp1をご覧ください。

### What?

社会に、何をもたらすのか?

#### 将来にわたり 潤いと豊かさを届け続ける

世界中のステークホルダーとともに、脱炭素社会における「ものづくり」「まちづくり」を実現することで、将来にわたって、世の中に潤いと豊かさをもたらす製品・サービスを提供し続けます。





# ビールをつくるところから、お届けまで CO<sub>2</sub>排出量を削減

サッポログループでは、製品の製造から販売までの工程で排出されるCO<sub>2</sub>を削減するため、グループ内だけではなくパートナー様との連携を積極的に進め、サプライチェーン全体でCO<sub>2</sub>排出削減に取り組んでいます。

## 生産工程における取り組み

サッポロビールでは、これまでノンフロン型ヒートポンプ給湯設備を採用するなど、省エネ対策に取り組んできました。加えて2022年から太陽光発電設備をPPAモデル※で導入し、さらなるCO<sub>2</sub>排出削減を進めています。3月から群馬工場で太陽光発電設備の稼働を開始し、1年間で約276トンのCO<sub>2</sub>排出量削減に貢献しました。さらに12月より北海道工場でも稼働を開始し、CO<sub>2</sub>排出量を年間約840トン削減する見込みです。

※ 発電事業者が費用を負担して事業者の敷地内に太陽光発電設備を設置し、発電した電気を事業者に供給するモデル

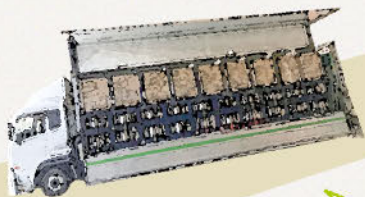


サッポロビール北海道工場の太陽光発電設備



ノンフロン型ヒートポンプ給湯設備

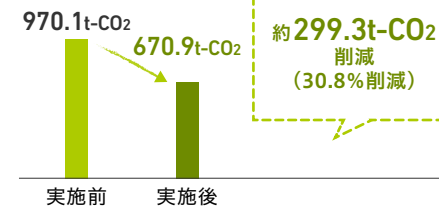




## 輸送工程における取り組み

サッポログループ物流は、物流事業者を含む異業種複数社と連携し、新しい物流の仕組みを確立しました。従来の長距離輸送は、走行距離に対して貨物を載せていない空走距離が長くエネルギーロスが発生するなど、数々の課題がありました。そこで2021年4月から、中間拠点を起点にした長距離中継輸送を実施。空走距離の短縮と、車両使用台数の削減により、年間299.3トンのCO<sub>2</sub>排出量を削減しました。この取り組みが評価され、2022年12月、「グリーン物流優良事業者表彰」で最高位の「国土交通大臣表彰」を共同受賞しました。

本プロジェクトにおける年間CO<sub>2</sub>排出量



## 商品における取り組み

紙の使用量を大幅に削減した環境配慮型の次世代容器包装として、「改良型6缶パック」と「エコハット」の2タイプを試作しました。従来の6缶パックよりも紙の使用量を削減することで、資材製造で排出されるCO<sub>2</sub>を削減することができます。2023年2～3月に実施したテスト販売で安全性や使用感などを検証しており、さらなる改良を進めています。



従来型



改良型6缶パック

紙削減率  
約19.6%※1  
年間CO<sub>2</sub>削減量  
約600t-CO<sub>2</sub>※2



エコハット

紙削減率  
約68%※1  
年間CO<sub>2</sub>削減量  
約1,450t-CO<sub>2</sub>※2

※1 従来品の350ml6缶パック資材と比較して  
※2 2021年のビール類などの350ml、500mlの6缶パック資材全量に採用を仮定した試算





# すべての自社保有物件を、 脱炭素へ

サッポロ不動産開発は、脱炭素を実現するためのロードマップを制定しました。2022年は、恵比寿ガーデンプレイス(以下、YGP)内の自社が調達する電力を、テナントも含め再生可能エネルギー由来に切り替えました。2023年は、YGP以外も含めすべての保有物件で自社が調達する全電力量に相当する非化石証書※を購入します。これにより、実質再生可能エネルギー由来100%の環境価値がついた電力と見なすことが可能となります。調達する環境価値の総量は年間約2.5万トンのCO<sub>2</sub>排出量に相当します。そして2025年には、都市ガスなど自社が調達するエネルギーを含めての脱炭素化を目指します。

※ 非化石証書：再生可能エネルギーの太陽光・風力・水力・地熱・バイオマスといった非化石電源で発電された電力の「非化石価値」を証書化したもの。証書の購入分を実質再生可能エネルギー由来であると見なすことができる。

## Step.1

2022年

**恵比寿  
ガーデンプレイスで  
使用する電力を  
実質再エネ化の達成**



年間CO<sub>2</sub>削減量(見込)  
**約8,000t-CO<sub>2</sub>**  
(テナントも含むと  
約13,500t-CO<sub>2</sub>)

## Step.2

2023年

**全保有物件で、  
調達する電力を  
実質再エネ化予定**



年間CO<sub>2</sub>削減量(見込)  
**約13,000t-CO<sub>2</sub>**  
(テナントも含むと  
約25,000t-CO<sub>2</sub>)

## Step.3

2025年

**都市ガスや  
熱エネルギーも含め、  
脱炭素達成予定**

**サッポロ  
不動産開発の  
脱炭素達成**

サッポログループ目標  
「2050年、  
CO<sub>2</sub>排出量ゼロ」  
の達成に貢献



## 循環型社会の実現

SDGsとの関連性



### Why?

なぜ重要なのか?

#### 大量生産・大量廃棄では、地球も会社も持続しない

大量生産・大量廃棄の経済社会は、天然資源の枯渇や環境汚染などさまざまな問題を引き起こしています。多様な資源を利用して事業を展開するサッポログループにおいても、資源を循環利用し、過剰使用や廃棄を減らすビジネスモデルへの転換が求められています。



### How?

どのように取り組むのか?

#### 循環型社会に対応した容器包装の実現

- 容器包装をリサイクルできるものや、再生材、バイオプラスチックで製造

##### 目標

2030年  
国内製造ワインPET・国内販売PET製品  
再生材利用率 50% SB PS

#### プラ資源のリデュース・リサイクル

- 容器包装の軽量化
- ガラスびん容器の自主回収と再利用
- 容器包装のリサイクル

##### 目標

2030年 化石燃料由来の  
ワンウェイプラスチック製広告品類  
国内原則廃止 SB

#### 廃棄物・食品ロスの削減

- 商品製造にともなう副産物・廃棄物の再資源化と発生量抑制

##### 目標

国内生産拠点における廃棄物再資源化率  
100% SB PS  
食品再生化等実施率 50% SLN

#### 水資源の保全

- 水の使用量と排水の適正管理
- 雑排水・厨房排水の再生利用
- 水源を守る活動

##### 目標

2030年  
国内生産拠点における水使用量  
10%削減 SB PS

### What?

社会に、何をもたらすのか?

#### 資源を循環させ、持続可能な豊かな社会へ

商品・サービスのつくり方や届け方を見直すことによって、無駄な資源の使用や廃棄を減らす一方で、不便や我慢を強いるのでは、持続可能ではないと考えます。サッポログループは、無理や不便をとまわらない循環型社会を目指し、人々の楽しく豊かな生活を実現します。

SH, SB, PS などの略称は、各目標の対象企業を示しています。正式名称はp1をご覧ください。



# 限りある資源を大切に

サッポログループは、原材料調達から廃棄・リサイクルまでの各段階で資源循環を進めています。容器包装や広告品類などの事業活動で使用する資材や、製造にともない発生する副産物、廃棄物の3Rの事例をご紹介します。

## 取り組み 02 容器包装のプラスチック削減

さまざまな事業活動で使用する容器包装のプラスチックの削減に努めています。具体的には、国内製造ワインや焼酎、飲料水のPETボトルなど、プラスチックを使用している容器包装の軽量化・簡素化や代替素材への切り替えなどを行っており、循環型社会に対応した容器包装の使用を拡大しています。



デイリーワインのキャップシールレス化



ペットボトルの軽量化



ペットボトルのラベルレス化

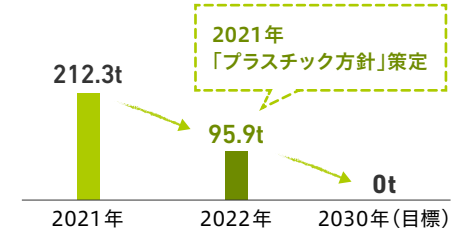


## 取り組み 01

## 広告品類のワンウェイプラスチック削減

サッポロビールでは、2030年度までに国内で使用される化石燃料由来のワンウェイプラスチック製広告品類の原則廃止を目指し、景品類の素材の見直しや、イベントなどで使用するプラスチック製コップの紙製への切り替えなどを行っています。2022年度の広告品類プラスチック使用量は、2021年度比約40%と大幅に減少しました。

サッポロビール 広告品プラスチック使用量



プラカップは紙製コップへ

## ビールの副産物をアップサイクル

## 取り組み 03

ビールづくりの工程で発生するモルトフィード※などの副産物は、従来から動物の飼料や畑の肥料に再利用してきました。2022年度には、副産物をデニムの原料として再利用し、“黒ラベルのアップサイクルジーンズ”として会員制サイト「CLUB黒ラベル」で販売しています。



▼ 商品特設ページはこちら  
<https://theshop.c-kurolabel.jp/jeans/>

※ モルトフィード：黒ラベルの製造工程に生じる麦芽の殻(右上写真)。



# 従業員参加型で省資源に取り組む スリーマン社の成果

サッポログループは、海外の工場においても貴重な自然を守るため環境保全に取り組んでいます。なかでもカナダのスリーマン社は、質の高いビールを可能な限り自然環境に配慮した持続可能な方法で提供するべく、従業員一人ひとりの環境意識を向上させ、自ら主体的に行動することを促しています。

## 目標は継続的な改善であり、 その鍵は“効果的なコミュニケーション”と“従業員の参加”

スリーマン社では、2022年にサプライチェーン全体をカバーする環境方針を策定しました。「CO<sub>2</sub>排出量の削減」「3Rの奨励」「従業員と地域社会の関与を通じた自然環境の維持」という3つの柱で成り立っていて、これを私たち一人ひとりがよく理解したうえで自発的に環境活動に取り組んでいます。例えば、新型コロナウイルスによるパンデミックの際にも、従

業員の一人が使い捨てマスクをリサイクルすることを発案し、請け負ってくれる業者も自ら手配しました。今では環境負荷低減の成果が目に見えて現れ、とくに廃棄物の埋立地転換率を60%から97%に改善できたことが一番の成果です。今後も私たち一人ひとりが、自ら積極的に環境に対する意識を高めていきたいと思っています。



リンデン・ゴッセン  
SLEEMAN BREWERIES LTD.  
環境安全衛生責任者



### 主な成果

1日あたり  
約30万リットル  
の節水を達成

廃棄物の  
埋立地転換率を  
60%から  
97%に改善

ゲルフ工場  
100%の  
排水を処理

### 「最も環境に配慮した企業100」に選定!

Canada's Top Employersが主催する「Canada's Greenest Employers (2023)」に選定されました。環境に関する取り組みや成果とともに従業員がどの程度関与しているかも評価の対象であるため、今回の選定は従業員一人ひとりの活動が評価されたものと考えています。

#### スリーマン社の受賞のポイント

- 2022年に策定した「環境方針」
- 廃棄物の97%をリサイクルまたはコンポスト化
- 全国各地でグリーンチーム※立上げと支援
- ゲルフ工場で100%の排水を処理
- アースデイ、ごみ減量週間のイベントへの参加
- 工場設備の改良と醸造工程の変更による節水
- 配送ルート作成ソフトウェアでエネルギー効率化



※グリーンチーム：サステナビリティにかかわる従業員のアイデア収集、イベントや活動を支援するチーム。





## Why?

なぜ重要なのか？

### 環境破壊により 失われつつある自然の恵み

サッポログループは、大地が育む自然の恵みを受け取り、商品やサービスをお届けしています。生物多様性が急速に失われつつある今、私たちがこの先も自然が生み出す恩恵を受け続けるために、自然と共生しながら事業を展開することが重要です。



## How?

どのように取り組むのか？

### 気候変動に対応した原料育種 SB

創業以来、ビールの主原料(大麦・ホップ)の育種を行ってきた知見を活かし、サッポロビール原料開発研究所を拠点に国内外の大学や研究機関、サプライヤー様と連携しながら、気候変動の影響にも適応できる新品種の開発を進めています。

#### 目標

2030年

気候変動に対応可能な  
特性を持つ  
大麦・ホップの  
国内品種登録主出願

2035年

気候変動に  
適応するための新品種  
(大麦、ホップ)を  
国内で実用化

2050年

左記品種のほか、  
新たな環境適応性  
品種を開発し、  
国内外で実用化

### 自然と共生する拠点・まちづくり SB

生産拠点において、ビオトープなどの緑化活動を推進しています。また、恵比寿ガーデンプレイスにおいて「都市農」に着目し、「まちとともに育てる」コミュニティファーム「YEBISU GARDEN FARM」を運営するなど、自然と共生したまちづくりを進めています。

SH, SB, PS などの略称は、各目標の対象企業を示しています。正式名称はp1をご覧ください。

## What?

社会に、何をもたらすのか？

### 自然と共生した 豊かな生活を

あらゆる場面で生物多様性を考慮した事業展開と、地域の皆様と一緒に生物多様性保全の重要性を学ぶ次世代教育や、商品・サービスを通じた啓発を通じて、自然と共生した人々の豊かな生活の実現に貢献します。



# “雨に強く、おいしい”大麦を 世界で初めて発見

ビール原料の大麦は、収穫期に雨が增えると畑で種子が発芽し、原料として使えなくなります。その一方で雨への耐性を強めると、品質が低下するという課題がありました。こうしたなか、サッポロビールは降雨量増加への耐性とビールのおいしさを両立させた大麦を世界で初めて発見。新品種として改良を重ね、2035年までの実用化を目指しています。



これからも、  
おいしいビールを皆様に。

木原 誠

サッポロビール株式会社 原料開発研究所 研究開発担当



地球温暖化による降雨量増加のニュースを見るたび、大麦を今後も安定的に調達できるか不安を感じていました。そこで、サッポロビールの研究員だからできることを考え、自社保有する約600点におよぶ大麦遺伝資源の分析に着手しました。大麦の性質は気候条件で変化するため、複数年にわたって分析を繰り返した結果、今回の魅力的な性質をもつ大麦を発見しました。これからもおいしいビールを世界中の皆様にお届けできるよう、さまざまな研究に取り組んでいきます。

生産者の期待に応えて、  
世界で実用化したい。

牧本 梨奈

サッポロビール株式会社 原料開発研究所 カナダ育種担当



今回発見した大麦は、雨への耐性とビールのおいしさの両立に加え、麦芽の製造期間を短縮してCO<sub>2</sub>排出量を削減する可能性もあります。今取り組んでいるのは、こうした新品種の育成と検証をカナダや北海道など各地の育種パートナー様と進め、2030年までに品種登録出願することです。2035年までに目指している実用化は国内対象ですが、この大麦には世界の生産者が興味をもっていることから、国外でも実用化したいと思っています。

PARTNER VOICE



カナダの大麦も、共同研究で新たな品種に。

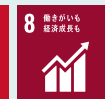
サッポロビールとの共同研究には、1994年から取り組んできました。今回の共同研究では、気候変動に適応する新しい性質をカナダのビール大麦に導入し、未来を切り開く新しい品種が開発できることを楽しみにしています。この取り組みにより、サッポロビールへの原料供給を安定させることも、ぜひ実現したいと考えています。

Dr. Aaron Beattie サスカチュワン大学クロップディベロップメントセンター 大麦育種担当・准教授



# 04 地域との共栄

SDGsとの関連性



## Why?

なぜ重要なのか？

### いつまでも、 地域とともに歩んでいく

サッポログループは、創業の地である恵比寿や札幌をはじめ、生産拠点を置く地域、原料生産地域など、それぞれの地域社会やそこで生活する皆様とともに歩んできました。今後も各地域が元気であり続けることがサッポログループの持続的成長につながります。

## How?

どのように取り組むのか？

### 地域の価値向上 SRE

不動産事業を展開する地域で、まちの皆様とともに賑わいを創出するとともに誰にでも優しい施設づくりを進めます。

目標

保有物件価値向上と  
賑わいの創出

物件エリアの  
ステークホルダーとの  
コミュニティ形成・  
強化・拡大

誰にでも優しい  
施設づくり

### 自社リソースを活用した地域課題解決

サッポロビールとポッカサッポロでは、それぞれの知見を活かして、地域経済の活性化につながる取り組みを推進しています。

目標

自治体と連携し、  
食材サプライヤーと  
企業のマッチング実施

国産レモンの  
発展活動

食品飲料事業を通して、  
健康についての  
食育プログラム実施

## What?

社会に、何をもたらすのか？

### 地域社会の 持続的な発展に貢献する

地方の過疎化や少子高齢化、人手不足など、日本における地域の課題は土地や時代によって異なります。現地のパートナーの皆様とともに地域ごとの課題に向き合い、解決することで、地域社会の持続的な発展に貢献します。

SH, SB, PS などの略称は、各目標の対象企業を示しています。正式名称はp1をご覧ください。



# 食材のプロの 視点を活かし 地域をイキイキ させる

サッポロビールでは、地域とともに築いてきたネットワークを活かし、地域の食材の魅力や生産者の思いを皆様にお届けするお手伝いをしています。今回は、ブランディングや販路拡大のための福島県での取り組みをご紹介します。

社内の飲食  
クライアント担当者数

300名

外食  
クライアント数

9万

メニュー開発  
担当者数

16名

年間  
食材マッチング  
成約実績

400以上



Fukushima

CASE: 福島県での地域創生事業



## オンラインを活用した商談会で、福島の生産者の“オモイ”をバイヤーに紹介

福島県は豊かな自然に恵まれ、おいしい食材が豊富です。しかし、飲食店に採用されるには、いくつかのハードルがありました。その一つが、生産者と飲食店の距離が遠いことによるコミュニケーション不足です。この問題を解決するため、オンラインを活用した商談会を開催したところ、

北は北海道から南は福岡まで60社以上の外食企業の方と福島県の実産者を結びつけることができました。食材は事前にサンプルとしてお送りし、当日は、生産者との対話に集中できたことで、食材に込めた“オモイ”や工夫を知っていただく貴重な機会となりました。

### 生産者の声

弊社に営業部はなく、魚を生産している部署が営業もこなしています。実質一人の状況なので、このような商談会が開催されると非常にありがたいです。また、サッポロビールの事務局フォローはすばらしく、他商談会より成約率が高いため、毎年、事務局業務を行っていただきたいです。

石田 信哉さん 株式会社林養魚場

### 福島県のご担当者の声

福島県産農林水産物の品質の高さや安全・安心の取り組みをPRし、一層の販路拡大、流通促進を図るためオンライン方式で商談会を実施しましたが、全国の外食企業と県内の生産者がつながる機会を得ることができ、広く県産農林水産物の魅力を発信することができました。

折笠 成基さん 福島県農産物流通課



## 福島食材を使った地元の味を アピールするフェアをコーディネート

福島の生産者の思いが詰まった食材を使用した「地元の味」や「ご当地グルメ」を消費者の皆様に広くアピールするため、サッポロビールが仲介役となって生産者と外食企業とをマッチングし、飲食店での「福島フェア」を開催しました。

この「福島フェア」では、食材の選定から、使う量、加工度、物流や支払いなどに至るまで、サッポロビールと生産者、外食企業が共同で調整。福島県の各地方で親しまれてきた味覚を2社の飲食店、計64店舗で提供しました。味はもちろん、生産者の思いも伝えることで、食材の魅力も多くの方に知っていただくことができました。



新しい

# 恵比寿のまちでの過ごし方

## 恵比寿ガーデンプレイス 「センタープラザ」がグランドオープン

エビスビールの商品名が駅名、地名の由来となった恵比寿。そのまちに1994年に開業して以来、上質な暮らしをお届けしてきた恵比寿ガーデンプレイス(以下、YGP)内に2022年11月、商業棟をリニューアルした「センタープラザ」がグランドオープン。憩いやワクワクするような体験を提供する多様なテナント、開放的なワークプレイスなどが集います。日々を自分らしく愉しみながら恵比寿のまちに暮らす・働く・訪れる人々が集い、ゆるやかに交流する拠点「ライフクリエイターズ・リビング」をコンセプトに生まれ変わったYGPにご期待ください。



▼ MEET New YEBISU  
[https://gardenplace.jp/special/meet\\_new\\_yebisu/](https://gardenplace.jp/special/meet_new_yebisu/)

\\ もっと! // 魅力的な恵比寿へ

## 渋谷区立恵比寿南一公園

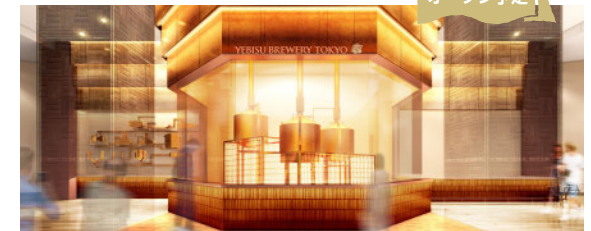


「育つ」「つながる」「広がる」をキーワードに、子どもたちが自由な発想で自由に遊ぶ「プレーパーク」機能中心の公園へのリニューアル。サッポロ不動産開発は、Park-PFI制度\*に基づき維持管理・運営に携わっています。公園運営と一緒に取り組んでみたいと思っただけのような、まちから愛され続ける公園を目指します。

\* Park-PFI制度：公園内への施設の設置、施設および公園の管理を行うものを公募により選定する制度

## YEBISU BREWERY TOKYO

2024年4月  
オープン予定



35年ぶりに、エビスビール発祥の地である恵比寿で、ビール醸造を再開。ここで生まれたオリジナルエビスを楽しみながら、エビスブランドの個性と物語に触れられる“圧倒的なリアル体験”を提供します。



# 05

## 健康価値の提供

SDGsとの関連性



### Why?

なぜ重要なのか?

#### 人々の健康に 寄り添う企業として

「健康」とは、「病気ではないとか、弱っていないということではなく、肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態にあること※」を言います。サッポログループは、人々の営みにかかわる企業として、健康価値を創造し続ける必要があると認識しています。

※ 日本WHO協会訳より

### How?

どのように取り組むのか?

#### 事業を通じた健康価値の提供

レモンなどの植物性素材による健康価値を、食品や飲料を通じて世界中の多くのお客様にお届けするとともに、不動産事業においても、地域の皆様の健康に寄与する取り組みを推進していきます。

目標

レモン食品・飲料の  
総需要拡大へ

PS

健康に焦点を当てた  
商品の展開

PK

健康価値提供に資する  
保有物件の認証取得

SRE

SH, SB, PS などの略称は、各目標の対象企業を示しています。正式名称はp1をご覧ください。

### What?

社会に、何をもたらすのか?

#### 人々の健やかな 生活を支える

サッポログループは、飲む、食べる、まちで過ごす、といった人々の営みのさまざまな場面で、健康価値をご提供。そして“人生100年”と言われる時代に、人々の末永い健やかな生活を支えます。







# レモンの力で 日々の食生活を豊かに

ポッカサッポロは、注力しているレモン事業のビジョンとして「レモンの素材まるごと、そしてレモンの豊かな可能性を追求し、商品、サービス、さまざまな社会活動を通じて人、社会を明るく元気に応援する」を掲げています。これを実現するため、レモン商品を製造販売するなかで培った健康価値の研究成果や、調理機能をはじめとしたレモンの価値や魅力をお届けし、お客様の日々の食生活に貢献していきます。



／ 毎日の食生活で笑顔と元気に貢献するために ／



1957年に発売を開始した「ポッカレモン」は、2022年に65周年を迎えました。ここ数年、健康意識の高まりを背景に、レモンはますますお客様の生活のなかで登場するシーンが増え、さまざまな形で使用が広がっています。これからも、お客様にとってより使いやすく、より豊かな食生活をお楽しみいただけるように、お客様のニーズに寄り添ったレシピなどをお届けしていきます。

「キレートレモン」は多くのお客様にご愛顧いただき、最近では、クエン酸による日常生活や運動後の疲労感軽減ニーズに応える「キレートレモンクエン酸2700」、レモン由来モノグルコシルヘスペリジンの働きで一時的に自覚する顔のむくみ感軽減ニーズに応える「キレートレモンMUKUMI」といった機能性表示食品を販売し、ブランド強化を図っています。

## レモンの食育活動を推進し「食育推進企業・団体」に初認定

ポッカサッポロでは「レモンをはじめとした植物性素材を中心に、毎日の食生活に寄り添い、元気で笑顔を応援します」という食育方針を掲げ、レモン事業を中心に食育活動を展開しています。このたび、これまでの取り組みが評価され、一般社団法人日本食育学会より2023年度※の「食育推進企業・団体」に初認定されました。これからも食育活動を通してレモンの価値をお届けし、お客様の健康を応援していきます。

※ 2023年4月1日～2024年3月31日







## Why?

なぜ重要なのか？

### サプライチェーン全体で 持続可能性に向き合う

サッポログループの事業は、原料作物を生産する多くのサプライヤー様に支えられています。そのサプライチェーンの上流においても、人権侵害や不当労働、環境汚染などの問題が起きないようにきちんと管理することが、お客様に安全・安心な商品・サービスを安定的にお届けすることにつながると考えています。

## How?

どのように取り組むのか？

### サプライチェーンにおける環境負荷軽減と人権尊重に取り組み、 安定調達を実現

原料作物の生産、商品製造・物流・販売へとつながる商品のサプライチェーン、不動産事業におけるパートナー企業との協働などのあらゆる場面において、「グループ調達基本方針」や「サプライヤーサステナビリティ調達ガイドライン」に基づき、サプライヤー様とともに人権尊重、環境負荷の低減に取り組んでいます。またサプライヤー様との公正・公平な取引を徹底し、ともに課題を解決しながら、安定調達を実現します。

#### 目標

サステナビリティ調達  
ガイドライン順守

人権デュー・  
ディリジェンスの進行

SB SBL SUSAS SVL PS YSM SGF(FBS,PK,SSI) SLN SRE※

※ SREは、不動産事業におけるバリューチェーン人権尊重に関する実態把握のみ

SH, SB, PS などの略称は、各目標の対象企業を示しています。正式名称はp1をご覧ください。

## What?

社会に、何をもたらすのか？

### ビジネスパートナー様と ともに、持続可能な 社会をつくる

たとえ短期的な効率アップやコスト低減などの効果が見込まれたとしても、サプライチェーン全体で環境負荷が大きい、あるいは人権が尊重されていない場合、持続的なビジネスにも持続可能な社会の発展にもつながりません。サプライヤー様とのWIN-WINの関係を築きながら、持続可能な社会づくりに貢献します。





# 人権に配慮した サプライチェーンをつくる

## 原料サプライヤー様とともに、人権デュー・ディリジェンスを実施

サッポログループは、自社内のみならずサプライチェーン全体で環境や人権に配慮したビジネスを行う責任があると認識しています。そのため主要原料および人権リスクが高いと判断される原料の調達段階について、優先的に人権リスクの有無を確認しています。具体的には、グループ調達方針や調達ガイドラインの共有、サステナビリティ調達アンケートなどによってサプライヤー様各社と連携し、人権リスクを評価しています。

さらに、この評価スキームの範囲を拡大していくために、2022

年10月、サプライチェーンにおける労働条件を管理・改善するためのプラットフォームを提供する「Sedex※1」に加入しました。併せて、食品・飲料業界の加入企業10社で発足した「食品&飲料業界のバイヤー会員Sedex ワーキングチーム」に参画しました。サプライチェーンにおける人権課題の解決に向けて、Sedexを活用しながらサプライヤー各社との協働を図っていきます。

※1 企業がグローバルサプライチェーンにおける労働条件を管理・改善するためのオンラインプラットフォームを提供する英国を本部に置く非営利団体。世界170カ国・地域、74,000以上の企業、団体、工場、自営業者などが当サービスを利用している。

### 優先的に状況を確認する原料※2

#### サッポロの事業の主要原料

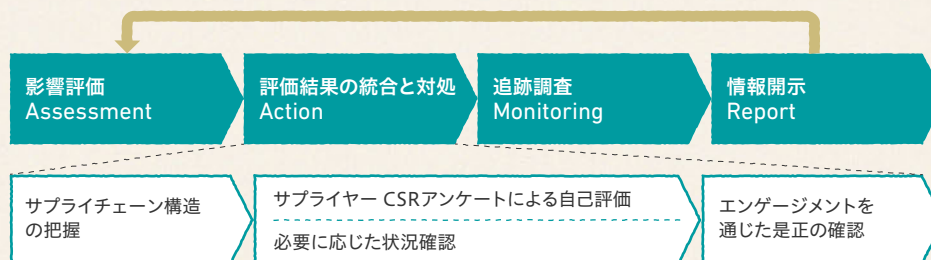
麦芽、ホップ、ぶどう/ぶどう果汁、レモン

#### 人権に関するリスクが高いと判断される原料

パーム油、茶葉、コーヒー豆、大豆、カカオ豆、液糖、粗留アルコール

※2 米商務省人身売買報告書、児童労働リスクマップ等情報より総合的に判断しました。

### 人権デュー・ディリジェンスプロセス



## サプライヤー様との対話を大切にしています

私たちは、できる限り人権面で不安の少ない商品をお客様にお届けしたいとの思いから、サプライチェーンでの人権リスクの排除に取り組んでいます。原材料のサプライヤーの皆様にも、当社の方針、考えに共感いただき、アンケート調査に協力いただいています。今後は、さらにSedexの活用も通じて他の食品・飲料会社の皆様とも協力して、より幅広い範囲で人権リスクに対応することで、食品・飲料業界、さらには持続可能な社会の実現に貢献していきたいと考えています。



佐藤 昌彦

サッポロビール株式会社  
購買部 マネージャー





## Why?

なぜ重要なのか?

人財は、私たちのすべての  
価値創出の源泉

人々の価値観が多様化する昨今、サッポログループでは、多様な人財を受容し、そうした人財が心身ともに健康で、前向きなエネルギーをもって新たな領域に挑戦・越境できる環境をつくることで、新しい価値の創出につながると考えています。

## How?

どのように取り組むのか?

ダイバーシティ&  
インクルージョン(D&I)の推進

SH SB PS SRE SLN

- 多様な価値観、新しい働き方に合わせた制度・環境の整備

## 目標

2026年  
ワークエンゲージメント 54以上

- 女性活躍推進

## 目標

女性役員比率・女性管理職比率  
2026年 12%以上  
2030年 20%以上

成長と生産性向上に向けた  
人的資本投資

SH SB PS SRE SLN

- 未来価値創造に向けた挑戦的な風土醸成

## 目標

2026年 統合調査  
「未来価値創造に向けた挑戦」 3.0以上

- 積極投資による人財育成

## 目標

2026年 グローバル中核人財 100名  
DX・IT基幹人財 200名

- 心身の健康の良化による生産性向上

## 目標

2026年 プレゼンティーイズム損失率  
33.4%以下

SH, SB, PS などの略称は、各目標の対象企業を示しています。  
正式名称はp1をご覧ください。

## What?

社会に、何をもたらすのか?

多様性を認めあい、活かし、  
新しい価値を生み出す

私たち一人ひとり、国籍や人種、性格、経験などが異なります。そうした多様なバックボーンをもつすべての人財の個性を認めあい、活かし、新しい価値の創出につなげることで、従業員一人ひとりの働きがいの向上、さらには地域社会やそこで暮らす人々のWell-beingに貢献します。





# ちがいを活かして、変化に挑む 越境集団をめざす

多様な人財の越境と活躍を推進し、成長と生産性向上に向けた  
人的資本投資を積極的に行うことで、個と組織が強くなり次々と新しい価値を創出できる企業を目指します。

## ダイバーシティ&インクルージョンの推進

### アンコンシャスバイアス研修

「無意識の思い込み」に気付き、多角的なモノの見方を意識することで、新しい価値創造やダイバーシティ&インクルージョン推進につなげることを目的に、国内事業会社の全経営職を対象にアンコンシャスバイアス研修を実施しました。

### 男性社員の育休取得推進

男性社員が率先して育児を行う風土醸成を目指し、男性社員の育休取得を推進しています。「男性育休のすすめ」や「育休取得までのプロセス」、「育児休業給付金シミュレーションシート」などを作成し、取得率100%を目指しています。

### 女性社員の交流会・社外派遣

生産部門の女性社員を対象とした交流会や自分らしいリーダーシップを顧みる機会の開催、先輩社員の体験談を通じてキャリアを学ぶ社外セミナーなどに女性を積極的に派遣し、女性社員のキャリア形成や成長支援を行っています。

## 成長と生産性向上に向けた人的資本投資

### 経営人財育成

将来の経営者に求める要件を明確化して計画的な育成を進めています。定期的な経営人財育成会議の場で候補者の育成方針決定、社外研修への派遣や戦略的な配置などを検討し、進捗を確認しながら着実な育成に努めています。

### キャリア形成支援

「自分のキャリアは自分で切り拓く」を人財育成方針としています。人的資本経営に鑑み、有効なスキルアップの機会や成長の場を提供することで、社員のエンゲージメント向上および企業の価値創出の可能性を高めていきます。

### 健康経営の推進とエンゲージメント向上

「ワークエンゲージメント」を、単に従業員の活力や熱意を測るだけでなく、より生産性の高い職場・企業へと進化していくための重要な指標として捉え、「プレゼンティーズム」とともに健康経営の重要指標として取り組んでいます。

## さまざまな取り組みが外部から評価されました



第4回「プラチナキャリア・アワード」優秀賞  
社員が主体的にキャリアを形成できる多様な支援を実施しています。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。



健康経営優良法人 ホワイト500  
サッポロホールディングス社長を推進責任者とする「サッポログループ健康創造宣言」のもと、継続的な取り組みが評価され、連続して「ホワイト500」に認定されています。



プラチナくるみん  
サッポロビールは、子育て支援に取り組むトップレベルの企業として「プラチナくるみん」の認定を、ポッカサッポロフード&ビバレッジは「くるみん」の認定を取得しています。



# サッポロの未来を切り拓く DX・IT人財の活躍

「サッポログループDX方針」に基づいて推進しているDX人財の育成。  
この取り組みの一つである、3ステップで構成した「DX・IT人財育成プログラム」を受講したメンバーが、商品の適切な出荷量を予測するAIモデルづくりに取り組んでいます。

## AIを活用して、商品販売時の需要を正確に予測

お客様の多様なニーズを的確に予測し、柔軟に対応するためには、店舗ごとに変化する需要をタイムリーに予測し、販売のタイミングに適切な量の商品をお届けすることが必要です。従来、こうした需要予測は人間が統計的アプローチなどを用いて行ってきましたが、AIと人との協働による精度向上へチャレンジする実証実験が2021年7月にスタート。このプロジェクトに参画し、成果を上げたのが、人財育成プログラムを受講したメンバーでした。

プロジェクトでは、蓄積した商品販売量データを学習して需要を予測するAIモデルを構築し、運用を開始。人のみの予測と比較しながら精度を高めた結果、予測の精度改善率については、平均約20%向上させることができました。2023年7月からは対象商品をさらに増やし、運用を拡大していきます。今後も追加学習によって精度を高めていながら、予測ノウハウを組織知として蓄積・継承し、さらなる人財の活躍を目指していきます。

### AIを活用した新たな需要予測



### 学んだDXプロジェクトの マネジメント手法を最大限に活用

**木村 菊夫**  
サッポロビール株式会社  
サプライチェーンマネジメント部  
シニアアナリスト

人財育成プログラムでは、DXの基本からDXプロジェクトのマネジメント手法などを学びました。これを最大限に活用して、目標達成に最適なツール選定をはじめ、外部企業との協働やメンバーのマネジメントなどを推進。プロジェクト内でさまざまなテーマに対して複数のメンバーが取り組むなか、スケジュール通りにプロジェクトを進めることができました。



### DXの視点から業務分析を行い 最適な業務フローを検討し プロジェクトへ貢献

**遠井 大我**  
サッポロビール株式会社  
サプライチェーンマネジメント部

DX推進に必要な技術知識まで学びたいと考え、人財育成プログラムは第3ステップの「リーダーステップ」まで受講しました。その結果、業務を分析して最適な業務フローを設計する技術を習得。現状の業務を漏れなく洗い出して非効率な工程を発見し、最適な業務フローを導き出し、需要予測の業務効率化にも貢献しました。





## Why?

なぜ重要なのか?

### 酒類事業を展開する 企業グループとしての責任

お酒は、適度にたしなめば人々の明るい生活や豊かさに貢献する一方で、不適切な飲酒が心身の健康に害をもたらすことがあるのも事実です。お酒の特性を正しく理解し、アルコール関連問題に真摯に向き合い解決に努めることが、酒類事業を展開する企業としての社会的責任です。

## How?

どのように取り組むのか?

### 適正飲酒の啓発

サッポログループのグローバルスローガン「Promote Responsible Drinking」に基づき、従業員一人ひとりが推進役として「適正飲酒の啓発」と「不適切な飲酒の防止」に取り組んでいます。

#### ● 純アルコール量のラベル表示

##### 目標

2025年  
国産・国内販売の缶入りアルコール飲料、  
微アルコール飲料容器へ  
1本あたりの純アルコール量(g)  
表示実施率 100% **SB**

#### ● 飲食店メニュー・POP類へ20歳未満飲酒防止メッセージの表示

##### 目標

2023年 表示実施率 100% **SLN**

#### ● e-learning等による適正飲酒に関する啓発

##### 目標

2023年 国内全従業員への  
e-learningなどによる啓発  
(1回/年以上) 100%参加 **SB SLN**

#### ● 飲食店におけるアルコールの誤飲防止

##### 目標

2023年  
アルコールの誤飲発生件数 0件 **SLN**

## Topics



### ノンアルコールRTD\*

#### 「サッポロ LEMON'S FREE」発売

サッポロビールでは、適正飲酒をサポートするノンアルコール・微アルコール飲料として、ノンアルコールRTD\*「サッポロ LEMON'S FREE(レモンズフリー)」を販売しています。また国内で販売する主な缶入り商品で容器への純アルコール量(g)の表記を進め、2022年末の達成率は91%となりました。

※ RTD: Ready to Drinkの略。  
栓を開けてそのまま飲める低アルコール飲料。

SH, SB, PS などの略称は、各目標の対象企業を示しています。正式名称はp1をご覧ください。







## Why?

なぜ重要なのか?

### 事業活動において 守るべき基盤

食品・飲料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」をサッポログループ企業行動憲章の第一に掲げています。また、不動産事業においても安全な施設の提供を、事業活動において守るべき基盤として位置づけています。

## How?

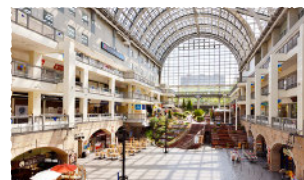
どのように取り組むのか?

### 食品安全 SB SBL SUSVA SVL PS SGF(FBS,PK,SSI) SLN

サッポログループは、「サッポログループの品質保証体系」にグループで継承すべき一貫した食品安全文化を明示し、グループ各社の品質に対する考えと行動を規定しています。ここに示された内容の確実な運用と継続的な改善を通じて、お客様に安全な商品・サービスをお届けします。

### 安全な施設づくり SRE

不動産事業では、施設の設計・管理・運営のあらゆる場面において、各種法令・条例の遵守はもちろんのこと、あらゆる人々にとって、安全で快適な施設・空間づくりを進めています。



## Topics



### 恵比寿ガーデンプレイスタワーを、 より安全・安心の制震ビルに

恵比寿ガーデンプレイスタワーは、新しい制震装置を設置したことで、建物を利用するすべての人に対し、より一層の安全・安心を実現する最新鋭の制震ビルに生まれ変わりました。東日本大震災と同様の地震動で行ったシミュレーションでも、建物全方向の揺れが半減されることを確認しています。

SH, SB, PS などの略称は、各目標の対象企業を示しています。  
正式名称はp1をご覧ください。



# Corporate Data (2022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:6,692名 単体:118名

## 賛同・支持するイニシアティブ

- 国連グローバル・コンパクト
- 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)



## サッポロホールディングス株式会社

〒150-8522 東京都渋谷区恵比寿四丁目20番1号

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

## 外部からの評価

### ESG投資インデックスへの組み入れ



FTSE4Good



FTSE Blossom  
Japan



2022  
Sompo Sustainability Index



### 2022 CONSTITUENT MSCIジャパン ESGセレクト・リーダーズ指数

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2023<sup>※1</sup>」  
ホワイト500 連続認定3社、  
ブライト500 初認定2社



「プラチナくるみん<sup>※2</sup>」を6年間継続取得



女性活躍推進企業認定「えるぼし(2段階目)<sup>※3</sup>」取得



日経「スマートワーク経営」で  
星4.5を獲得



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<sup>※4</sup>」を4年連続受賞



厚生労働省の委託事業「がん対策推進企業アクション」の  
令和4年度がん対策推進企業表彰において  
「がん対策推進パートナー賞(治療と仕事の両立部門)」を受賞



※ 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 ※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(ホワイト500)、サッポロ不動産開発、サッポロフィールドマーケティング(ブライト500)、サッポロライオン、ヤスマ(健康経営優良法人認定) ※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)