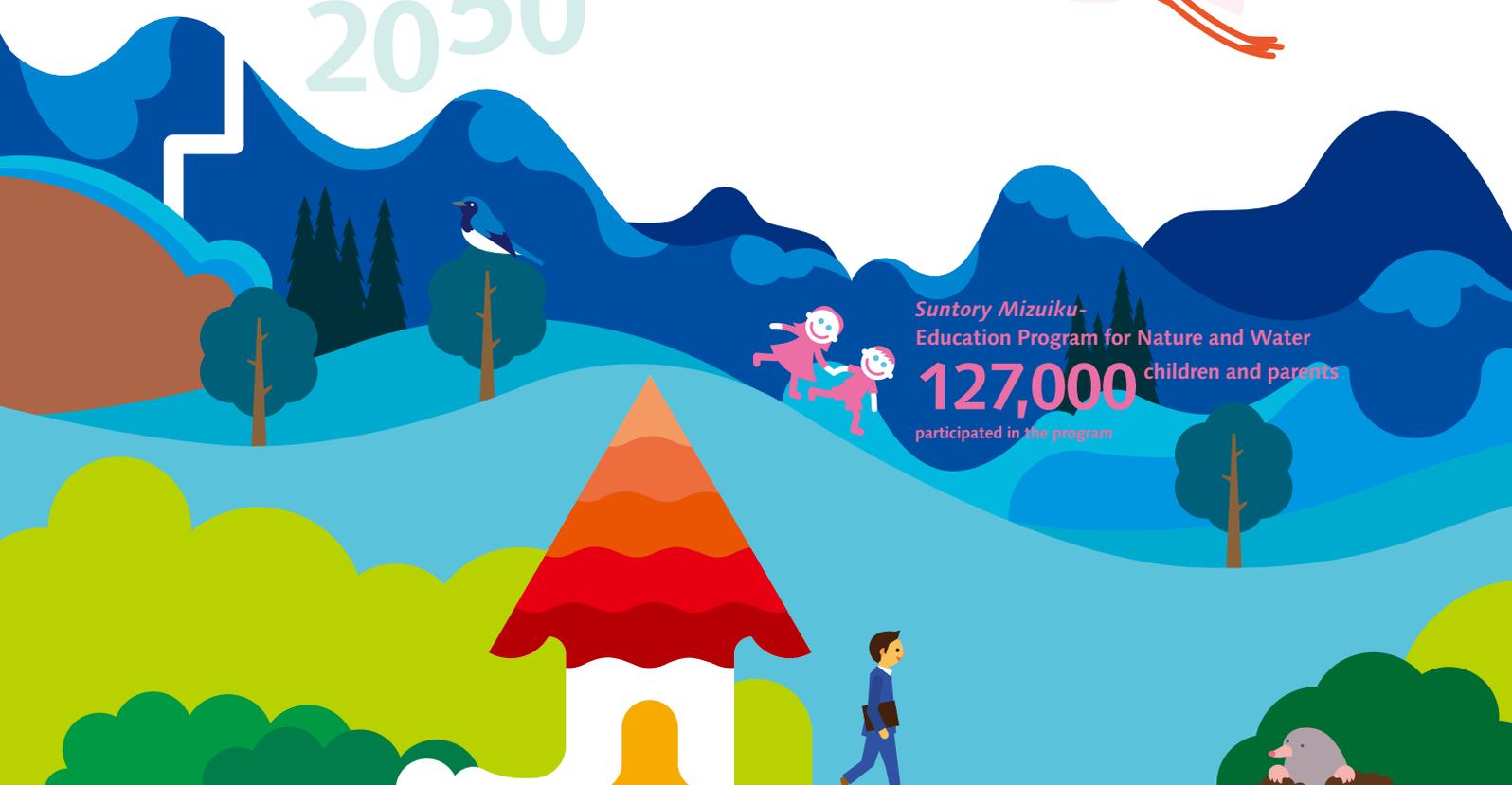




Suntory Bird
Conservation
Activities
since **1973**

Suntory Environmental
Vision toward

2050



Suntory Mizuiku-
Education Program for Nature and Water
127,000 children and parents
participated in the program

Promoting Work-Life Balance

Contents

- 03 Top Interview
真に価値あるグローバル企業グループを目指して
- 07 特集 サントリーの水への取組み
- 15 サントリーグループの歴史
- 17 サントリーグループの理念
- 18 サントリーグループの活動
- 19 お客様・お取引先と響きあう／商品・サービス
- 27 自然と響きあう／環境
- 33 社会と響きあう／文化・社会貢献
- 37 従業員と響きあう／ダイバーシティ経営
- 41 CSR マネジメント
- 43 世界に広がるサントリーグループ
- 45 サントリーグループの事業概要
- 46 サントリーグループの会社概要
- 47 ステークホルダー・ダイアログ（ダイジェスト）
- 48 サントリーグループ CSR コミュニケーションツール



Hands-On Experience with
Forestry participants

6,463 people



Ratio of female managers
targeted for 2025

20%



「人と自然と響きあう」

人・社会・自然と共に生き、響きあうこと。

これはわたしたち SUNTORY が自ら掲げた使命であり、
追い求め続けている到達点です。

いま、サントリーグループが展開する企業活動の舞台は世界へと拡大していますが、
最高品質の商品・サービスをお届けすることを通じて、
人々の豊かな生活の創造に貢献すると同時に、
常に社会や美しい地球環境との共生を目指す私たちの姿勢に揺るぎはありません。

この冊子は、「人と自然と響きあう」に基づく
サントリーグループのさまざまな取組みを紹介しています。



環境問題や人口増加に伴う資源・エネルギー・食料の逼迫、格差の拡大など、世界が直面している課題は多岐にわたり、深刻なものとなっています。グローバルに事業を展開する企業として、サントリーグループもこれらの問題に真摯に向き合い、課題解決に向けて責任を果たしていかなければなりません。長年、持続可能な社会の実現を目指す企業のあり方などを提案し続けてきたピーター D. ピーダーセンさんを迎え、サントリーホールディングス(株) 代表取締役社長 新浪剛史とサントリーが進むべき方向性について語り合いました。

新浪 剛史

サントリーホールディングス株式会社
代表取締役社長

インタビュアー

ピーター D. ピーダーセン

リーダーシップアカデミー TAFL 代表
一般社団法人 NELIS 共同代表

真に価値あるグローバル企業グループを目指して

持続可能な社会の実現に サントリーらしく向き合う



持続可能な社会の実現に向けて、 世界が抱える課題

ピーター 世界が抱える社会的課題に対し、2015年にSDGs^{*1}やCOP21^{*2}といった枠組みが設けられましたが、こうした国際的な流れに対して新浪社長はどう感じていますか。

新浪 SDGsやCOP21で世界レベルでの合意がされたことは高く評価したいですね。その一方で、社会的課題の解決がなかなか進んでいないと強く感じています。私は2012年にダボスで行われた国際会議で議長を務めたことがあるのですが、その当時よりも世界の不確実性のレベルが上がってしまったように思います。やはり、先が見えない世界では、企業のトップが自分の意志を通して何かをやり遂げるのが非常に難しくなり、金融資本主義に傾倒しがちです。金融資本主義のもつgreedy(強欲)な一面と社会的課題の解決につながるイノベーションが対立関係にあれば、解決はますます難しくなります。



サントリーグループはもともと社会に貢献するという強い意志をもった企業。創業者・鳥井信治郎が唱えた「利益三分主義」の精神が脈々と受け継がれているのです。

ピーター 同感です。よく、一方を追求すれば他方を犠牲にせざるを得ない状態のことを「トレード・オフ」といいますが、経営とSDGsのような環境やサステナビリティの問題がトレード・オフの関係性にあるのはおかしいですよ。私の造語ですが、まさに「トレード・オン」への転換が必要だと思うのです。企業が社会的課題の解決に向けて貢献し認められれば、企業内の人々の自発的な高いモチベーションを引き起こします。それがまた

イノベーションを起こすのに必要な意欲を創出し、さらなる評価につながれば、「経営のメビウスの輪」のようなものが生まれます。サントリーの場合、そのメビウスの輪がとてもうまく回っているように思います。

新浪 サントリーグループはもともと社会に貢献するという強い意志をもった企業。創業者・鳥井信治郎が唱えた「利益三分主義」の精神が脈々と受け継がれているのです。利益を追求するだけでなく、社会に貢献することは社員のモチベーションや地域の誇りにもなる。いわゆるダラーマークから生きる喜びに転換できるわけです。そんなマネジメントのintegrity(誠実さ)を世界中で構築していきたいですね。

グローバル課題にサントリーは どう向き合うのか

ピーター SDGsやCOP21は、どういう方向でイノベーションを起こすべきかという国際社会の総意が示されたものです。実際にはなかなか進んでいないとはいえ、2030年までの1つの方向性を示しているという意味では、それぞれの国や企業がベクトルを合わせるのに使えます。サントリーとしては、これらをどう使おうと考えていますか。

新浪 私はSDGsを1つのガイドラインとして捉えています。確かにサントリーグループが今までやってきたことは、SDGsのいくつかの目標に当てはまるかもしれませんが、あえてSDGsのテンプレートにわれわれのものを当てはめる必然性はない。私はサントリーがもっている今までのCSRの考え方に徹底的にこだわって、「やり抜く」ことが最も重要なのではないかと思います。

ピーター 先ほども、不確実性のレベルの高い世の中では企業のトップが自分の意志を通すのが非常に難しくなるとおっしゃっていましたね。「やり抜く」ためには何が必要なのでしょうか。

新浪 やはり「強い意志」と「覚悟」でしょう。たとえば水は、われわれの事業活動の源であり地球にとっても貴重な資源です。水を使う企業には水を守り育む責任があります。だからこそ、われわれは今取組んでいる水源涵養のための「天然水の森」を「工場で汲み上げる量の2倍の地下水を生み出す広さ」に広げるという新たな目標を掲げました。この活動が実を結ぶのは、おそらく20年も30年も先のこと。短期的な視野に捉われていては、とてもやり抜くことはできません。また、こうした長期的な取組みを遂行するためには、サントリーにしかできないことにフォーカスする必要があります。だからこそ、私たちは「水と生きる」を徹底してやり抜こうと覚悟を決めているのです。



利益を追求するだけのグローバル・プレイヤーではなく、世界中の人々から賞賛され信頼されるグローバル企業グループを目指したい。

ピーター SDGs に関しては、「国際的な指標を使って世界に発信することが大切だ」という声もありますが、それだけにとどまってはいけないはずです。私はSDGsをイノベーションドライバーとして使うべきだと考えています。企業はただ単に環境保護活動などにお金を出すのではなく、せっかくベクトルが設定されているのだから、それを利用してイノベーションを起こすためのツールとして利用すればいい。いかがでしょう。

新浪 同感です。SDGsをイノベーションドライバーとして考えたときに、われわれにとって最も重要なテーマは「水」。水なくしては、われわれの事業は成り立ちませんし、将来にわたる成長ありません。われわれが「水と生きる」企業として「水のサステナビリティの実現」に力を入れているのは、確実に事業としてのメリットにつながるからです。真摯に水課題に向き合い、課題解決に貢献することは、サントリーの持続的な成長にもプラスになる。先ほどおっしゃったメビウスの輪をうまく回して、トレード・オンの世界をつくり上げたいですね。

ピーター それこそがこれからの経営の手腕の1つといえるでしょう。トレード・オフの発想にとらわれている経営者は中途半端な取組みしかできない。絶対にやり抜くというサントリーの姿勢には大賛成です。

グローバル企業・サントリーとしての あるべき姿とは

ピーター サントリーが目指しているグローバル企業とは、こういった姿なのでしょうか。

新浪 やはり利益を追求するだけのグローバル・プレイヤーではなく、世界中の人々から賞賛され信頼されるグローバル企業グループを目指したい。最高品質の商品やサービスをお届けすることを通じて人々の豊かな生活の創造に貢献する、また、社会や美しい地球環境との共生を実現する、そういう企業グループでありたいと考えています。

ピーター そのような企業グループを目指すサントリーですが、具体的にはどのように世界と向き合っていこうと考えておられますか。

新浪 まずは3万8,000人のサントリー社員に共通の価値観のもとで動いてもらいたい。つまり、経営陣だけでなく、社員一人ひとりに「やってみなはれ」「利益三分主義」といった創業の精神や、企業理念に掲げる「人と自然と響きあう」の重要性をしっかりと理解してもらいたいです。

サントリーという企業はその歴史において、「やってみなはれ」を原動力により高い品質をもつ商品の開発や新たな価値を生み出してきました。昨年、創業以来のものづくりの価値観を示した「Suntory MONOZUKURI Values」を海外グループ会社と共有することを始めました。そのことが、世界中のお客様の豊かな生活の実現に貢献できるものと考えているからです。また、水に生かされ、水を生かす企業として地球規模での水保全活動に積極的に取り組んでいかねばなりません。SDGsでも「水」は地球規模で取り組む最重要課題の1つであり、グローバル企業としてのわれわれが取り組む最重要テーマと位置づけています。

ピーター 「水」への取組みがサントリーにとって大変重要ということはわかります。どのような展開をお考えですか。

新浪 「水と生きる」企業として国内で培ってきた「水のサステナビリティ」をグローバルで実践していくために、この度、グループ共通の『水理念』を策定して、世界各地域の水課題の解決に貢献する取組みを展開することにしました。ただし、日本のやりかたを海外グループ会社に押しつけるつもりはありません。どのように実現していくかはローカルに任せればいいと考えています。たとえば、ベトナムでは日本国内で展開していた次世代環境教育「水育（みずいく）」を地域の実情にあったプログラムにアレンジして2年前から実施しています。また昨年からはアメリカのケンタッキー州にあるメーカーズマーク蒸溜所で、日本国内で培った「水のサステナビリティ」の考えに基づいた「ナチュラル・

ウォーターサンクチュアリ」プロジェクトを立ち上げました。エコチームを中心に蒸溜所に隣接する湖の水源である森に、アメリカンホワイトオークの植樹をはじめとした水源保全活動を行っています。地域の皆様の協力も得て、独自の取組みも進んでいるようです。今後は他の事業国エリアで、こういった活動がどんどん広がってほしいと期待しています。

グローバルな取組み推進には 社員一人ひとりの力が不可欠

ピーター サステナブルな社会の実現を進めるには、組織がしっかりとしていないといけません。実際に3万8,000人の社員一人ひとりに創業の精神や理念といったものを浸透させ、「ONE SUNTORY」となるために、具体的にどう取組んでいますか。

新浪 サントリーがグローバルに発展していくために設立した学びの場である「サントリー大学」で、国内外のグループ会社の幹部、あるいは幹部候補の社員に創業の精神や企業理念をしっかりと学んで理解してもらっています。彼らにはアンバサダーとなってもらい、学んだものをホームグラウンドに帰ってから周囲の人たちに伝えてもらう。机上で水や環境経営の大切さをいくら説いても、なかなか伝わりにくいところもありますが、実際にものづくりの現場や「天然水の森」、サントリーホールやサントリー美術館などの文化拠点を訪れて体感してもらえば絶対に伝わるのですよ。

ピーター やはり事業がグローバル化していく中で、理念や精神を海外のサントリー社員に伝えていくのは大変なことですね。

新浪 確かに大変ですが、異なるものを是とする受容力が強ければ強いほど、イノベーションも生まれやすい。だからこそ、サントリーグループはダイバーシティ経営を重視しています。グローバル企業というのはいろんな知見を集めて協議し議論し、自分のところに持ち帰ってから何を



サステナビリティの問題がトレード・オフの関係性にあるのはおかしいですよね。「トレード・オン」への転換が必要だと思うのです。

すべきか決定しなくてはならない。その際に必要なのは、事業体のトップが強い意識をもって、根底にある理念や精神をしっかりと守ることです。そこだけは譲れないですね。

ピーター ぜひ、そこは譲らないで、ポジティブなメビウスの輪を回していただきたいですね。企業が社会に貢献するのは大事ですが、だからといって純粋なる社会貢献でもない。どうやって価値につなげるか——。自己矛盾するようですが、そこをうまく回して行ってほしいです。

新浪 頑張ります。本日はピーターさんとお話しでき、短い時間でしたがたいへん勉強になりました。また、ぜひご指導いただきたいと思います。ありがとうございました。

*1 SDGs（持続可能な開発目標）2015年9月の国連総会で採択された具体的行動指針。貧困や飢餓、経済成長、水、気象変動といった経済・社会・環境の3側面における17の個別目標と、より詳細な169項目の達成基準が盛り込まれている。

*2 COP21（気候変動枠組条約締約国会議）2015年にパリで開催された、地球温暖化対策の国際会議のこと。主に2020年以降の温暖化対策について議論され、「京都議定書」に代わる歴史的な国際枠組みの合意「パリ協定」が採択された。

インタビューを終えて

サントリーは、ここ10年の間に急速に「グローバル企業」へと姿を変えてきています。

その中で、私として期待したいのは、「やってみなはれ」や「利益三分主義」に代表される独自性あふれる企業文化を薄めることなく、グローバルにおける競争力の源泉として活かしていただくことです。

世界が抱える持続可能性の課題を企業経営の視点で捉え、その課題解決に貢献することが競争優位性とどのようにつながりうるかを主体的かつ積極的に考えることが大切です。

真のグローバル・リーディング・カンパニーとして、さらなる革新的かつ戦略的な取組みに期待したいです。

ピーター D. ピーダーセン

特集

サントリーの



への取り組み

サントリーのものづくりは水の恵みがなければできません。私たちは、水に生かされ、水を生かす企業なのです。だからこそ水の品質にこだわるだけでなく、貴重な資源としての水を守り、育み、大切に使う責務があります。私たちは水に対する敬意と感謝のもと、これからも世界中の人々の豊かな生活の実現に貢献する、新たな価値をもった商品を創り出してまいります。

私たちのものづくりは





みず



に支えられています





Sustainable Water

サントリーグループはグローバルに事業を展開する企業として、また水に生かされ、水を生かす企業として世界が抱える課題に真摯に向きあい持続可能な社会に向けて貢献していかねばなりません。私たちはそのような考えに立ち『水理念』を策定しました。この理念のもと、世界各地の水課題の解決に貢献する取組みをグループ一体となり、展開していきます。

サントリーグループ『水理念』

2017年1月策定

水はグループにとってもっとも重要な原料であり、かつ、貴重な共有資源です。環境基本方針の最上位に掲げる「水のサステナビリティの実現」に向けて、次の理念をグループ全体で共有し、ステークホルダーの期待に応えていきます。

1. 水循環を知る

使用する水の循環について科学的アプローチに従って流域を調べ、理解を深めます。

2. 大切に使う

水の3R (Reduce/Reuse/Recycle) 活動を通じて節水に努め、浄化した水は自然に還し、環境インパクトを軽減します。

3. 水源を守る

サステナブルな未来を実現していくため、ステークホルダーと協力しながら使用する水の水源保全に努めます。

4. 地域社会と共に取組む

社会が豊かになるように、水課題の解決への貢献を通じて地域コミュニティを支援します。



詳しくは Web ページをご覧ください。
<http://www.suntory.co.jp/eco/teigen/vision>

Philosophy



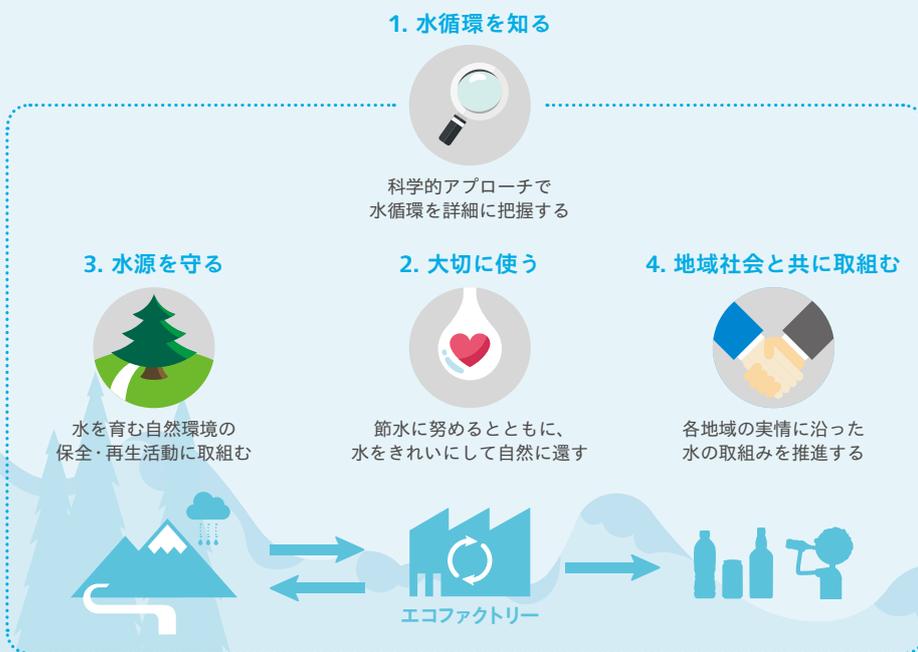
サントリーグループ『水理念』を発表しました

サントリーグループの事業の多くは、水や自然の恵みに支えられています。自然の大きな営みへの敬意と感謝のもと、持続可能な豊かな地球環境を次世代に引き継ぐことは私たちの大切な責務です。とりわけ「水」は人々の生命や生活、そして経済を考える上でも重要な資源です。だからこそ、何よりも私たちが優先して取り組むべきテーマだと考えています。

サントリーの事業活動は地球規模での水の循環の一部であるという認識に立ち、健全な水循環に貢献

する事業活動を実践するとともに「水と生きる」企業として、私たちは事業を展開する世界各地で水を育む自然環境の保全・再生活動に積極的に取り組んでいかなければなりません。サントリーグループ『水理念』は、国内で培ってきた「水のサステナビリティ」の考えや活動をグローバルに展開していくためのグループ共通の基本理念です。この理念のもと私たちは世界各地の方々と連携して、地域課題に沿った活動をグローバルに推進すべく、全力を尽くします。

サントリーグループ『水理念』の概念図



福本 ともみ
サントリーホールディングス(株) 執行役員
コーポレートコミュニケーション本部長



私たちは『水理念』を実践しています！

『水理念』は「水循環を知る」「大切に使う」「水源を守る」「地域社会と共に取組む」の4つから成り立っています。この理念に基づく取組みが、国内はもとより海外でも既にスタートしています。サントリーグループはグローバルで事業を展開する世界各国・地域の水事情を認識した上で、課題解決に向けグループ一体となって取り組んでいきます。



1. 水循環を知る

科学的アプローチで水循環を詳細に把握する

水は地球規模で絶えず循環しているので、使ってなくなってしまうことはありません。しかし、“資源として使える水”は無尽蔵ではないので、持続的に使うためには、水の循環について知る必要があります。われわれの工場の上流では、どこからどのように水が流れていて、どのくらいの量であれば環境に負荷を与えずに使えるのか、そしてどうすればより健全な循環を実現できるのかを研究し、水源環境の保全に役立てています。



矢野 伸二郎
サントリー水科学研究所
博士（工学）





2. 大切に使う

節水に努めるとともに、水をきれいにして自然に還す



清水 啓右

サントリー〈天然水のビール工場〉
京都ブルワリー 技師長

生産工程の現場では、使用する水の「3R」を徹底し、水使用量削減に向けた活動に積極的に取り組んでいます。できる限り使う水の量を少なくする（Reduce）活動に加え、洗浄などに使う水のカスケード（多段階）利用といった高度な循環再利用（Reuse, Recycle）設備などを導入しています。「水と生きる」企業としては、こうした革新的な技術の力も借りて、国内トップレベルを目指したい。サントリーグループの生産現場では、これからも「水のサステナビリティ」を追求していきます。



3. 水源を守る

水を育む自然環境の保全・再生活動に取り組む



鈴木 健

サントリーホールディングス
CSR 推進部

美味しい地下水の質や量を保ち続けるには、“水の製造所”である森の健全性を守らなくてはなりません。そこで2003年、「サントリー天然水の森」活動が始まりました。この活動は、私たちが事業活動を続けていくためには絶対に必要なもので、「天然水の森」の面積を、工場で汲み上げる地下水量の倍以上に拡大することを2020年目標にしています。総面積約9,000haとなった今も、多くの専門家や地元の方々の協力のもと、調査・研究に基づいた整備活動を実施し水源涵養力の高い、豊かで美しい森づくりを続けていきます。





4. 地域社会と共に取組む

各地域の実情に沿った水の取組みを推進する

『水理念』に則った活動は、国内だけではなく海外のグループ会社でも共有されています。国や地域は違えども、「水のサステナビリティ」を実現したいという思いは同じ。グループ事業活動に欠かせない水を守る活動は世界に広がっています。



ビクトリア・マクレイ・サミュエルズ
Victoria MacRae-Samuels

メーカーズマーク蒸溜所
Vice President, Operations

ビームサントリー



米国

メーカーズマーク「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」プロジェクト

メーカーズマークの味わいの源泉は、蒸溜所の敷地にある風光明媚な湖が育んだ清冽な水です。石灰岩に磨かれた良質なライムストーンウォーターこそが、メーカーズマークという製品のハートなのです。その大切な水を育む森を保全するため、私たちは2016年6月「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」プロジェクトを立ち上げました。エコチームを中心に、アメリカンホワイトオークの植樹などの水源保全活動に積極的に取り組んでいます（ビクトリア・マクレイ・サミュエルズ談）。

メーカーズマークは、リッチな味わいと非常に柔らかな口当たりが特徴のハンドメイドのウイスキーです。そのようなウイスキーを世界中にお届けし続けるためには、メーカーズマーク蒸溜所の敷地を含む周辺環境を大切に守り、保護していく活動に力を入れること、さらに水や原材料の穀物、それから樽材に必要なアメリカンホワイトオークなど、バーボンウイスキーづくりに必要なすべての材料に目を配ることこそが大切だと考えています（ロブ・サミュエルズ談）。



ロブ・サミュエルズ
Rob Samuels

メーカーズマーク蒸溜所
Chief Operating Officer



- 1 蒸溜所の敷地内に広がるスプリング・フェド湖は良質な水で知られている
- 2 メーカーズマーク蒸溜所にあるこの場所は、米国の「国定歴史建造物」にも指定されている
- 3 2016年に、メーカーズマーク蒸溜所の「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」にて行われたアメリカンホワイトオーク植樹の様子



サントリーペプシコ・ベトナム・ビバレッジ



チュン フン ザン
Chung Huong Giang
サントリーペプシコ・ベトナム・ビバレッジ
Corporate Affairs Manager



次世代環境教育「水育(みずいく)」拡大中

サントリーグループの支援のもと、2015年に開始したベトナム水育。日本以外で最初にこのプログラムが実施されたのがベトナムだということを、私たちは非常に光栄に思っています。この2年間で16小学校、のべ1万4,000人*の子どもたちが水育プログラムに参加し、水の大切さを学びました。また、子どもたちの衛生環境の向上を目指し、対象小学校においてトイレや洗面所などの改修や設置も行われました。今後はこの活動を全国に展開して、子どもたちの環境や水資源の保護に関する意識を高め、彼らの行動の変化につなげていきたい。そして、このプログラムに参加した子どもたちが、両親やまわりのコミュニティにまでその意識を広げてくれるのではないかと期待しています。

*水育プログラム参加者数内訳(出張授業5,000人、屋外プログラム7,700人、工場見学1,300人)



4

4 子どもたちの興味をひきつけるカラフルなテキスト

5 みんなと一緒に踊ったり、声を出したりして楽しむ子どもたち

6 グループで協力して作業をしながら、水の大切さを学ぶ



5



6



サントリー水の国くまもと 応援プロジェクト

サントリーグループの熊本地震復興支援活動「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」の一環として、(公財)くまもと地下水財団とともに、熊本地域の産業・観光振興の基盤であり、県民の皆様を支える地下水の持続可能性に貢献する「サントリー熊本地下水みらいプロジェクト」を立ち上げました。震災により被害を受けた水源涵養のための湛水農地「冬水田んぼ」の復旧に取り組むほか、熊本大学が実施する地下水流動メカニズムの調査・研究を支援し、その結果を熊本地域の水源涵養対策に活用、涵養域の拡大を図っていきます。



(公財)くまもと地下水財団理事長(熊本市長)
大西一史氏

生活用水のほぼ100%を地下水でまかなう熊本地域において、地下水は公共性の高い貴重な資源です。震災を契機に改めて地下水のありがたさと大切さを認識したところであり、本プロジェクトは地下水の保全に大きく寄与する重要な取組みになります。くまもと地下水財団としましても、世界に誇れる熊本の地下水を未来へ守り抜くための活動を積極的に進めてまいります。



「冬水田んぼ」

復旧に向けた工事



サントリーグループの歴史

サントリーグループの成長の歴史は、根底に流れる2つの創業精神である『やってみなはれ』『利益三分主義』に支えられています。

事業活動の歴史

チャレンジ精神『やってみなはれ』

サントリーグループの歴史をつくってきたのは、常に果敢なチャレンジ精神でした。失敗や反対を恐れず、ひたすら挑戦しつづける。新しい市場創造も、新たな価値提供も、そんな情熱から生まれました。『やってみなはれ』は、現在も未来も、わたしたちの事業の原動力となっています。

1923

日本初の国産ウイスキー製造に着手



1937

「サントリーウイスキー角瓶」発売



1963

サントリー株式会社へ社名変更



1978

メロンリキュール「MIDORI」をアメリカで発売



1907

甘味葡萄酒「赤玉ポートワイン」発売



「サントリービール」発売



1972

食品事業に本格参入



1899

鳥井商店 創業



創業者・鳥井 信治郎
(1879-1962)

大阪市に「鳥井商店」を開業、
ぶどう酒の製造販売を開始
(1921年「株式会社寿屋」創立)

1960-

1970-

「人と自然と」

1921

邦寿会創立・今宮診療院開設



1961

サントリー美術館開館



1973

愛鳥活動開始



1946

食品化学研究所設立
(現サントリー生命科学財団)



1969

鳥井音楽財団設立
(1978年「サントリー音楽財団」に改称
～現「サントリー芸術財団」)



バレーボール部創部



1979

サントリー文化財団設立



社会・環境活動の歴史 社会・自然との共生『利益三分主義』

事業で得た利益は、「事業への再投資」「お得意先・お取引先へのサービス」にとどまらず「社会への貢献」にも役立てたい、という創業者の精神が『利益三分主義』という言葉には込められています。事業の成功をステークホルダーや社会全体と分け合い、互いに発展・成長していける関係づくりに全力を注いでいきます。

1984

「サントリーシングルモルト
ウイスキー山崎」発売



1983

シャトーラグランジュ経営開始



1981

「サントリーウーロン茶」発売



1996

発泡酒
「スーパーホップス」発売



1993

健康食品事業に参入



2005

「ザ・プレミアム・モルツ」
(中瓶)が、日本で初めて
「モンドセレクション」
ビール部門で2005年から
3年連続最高金賞受賞



2004

「サントリー緑茶
伊右衛門」発売



世界初の「青いバラ」開発に成功



2014

ビームサントリー 誕生



2013

サントリー食品
インターナショナル(株) 上場



2009

オランジーナ・シュウェップス・
グループ買収



2015

「ザ・プレミアム・モルツ〜
マスターズドリーム」発売



新しい研究開発拠点
「サントリーワールドリサーチ
センター」竣工



1980-

1990-

2000-

響きあう」の実現に向けて

1980

ラグビー部創部



1986

サントリーホール開館



2003

「サントリー天然水の森」活動開始



2004

サントリー次世代環境教育
「水育(みずいく)」を開始



2011

東日本大震災復興支援
「サントリー東北サンさんプロジェクト」
開始



2014

「サントリー環境ビジョン2050」策定



「チャレンジド・スポーツ
(障がい者スポーツ)」支援開始



2015

次世代環境教育「水育(みずいく)」を
海外では初となるベトナムで活動開始



2016

アメリカ・ケンタッキー州の
メーカーズマーク蒸溜所にて
「ナチュラル・ウォーター
サンクチュアリ」プロジェクト
開始



熊本地震復興支援活動
「サントリー水の国くまもと
応援プロジェクト」開始



サントリーグループの理念

サントリーグループは、世界中のお客様に新たな価値を提供しつつ、持続可能な社会の実現に貢献していくための考動指針として、以下のような理念体系を定めています。

水と生きる SUNTORY

「水と生きる SUNTORY」は、企業理念に基づく私たちの思いを広く社会と共有するための言葉です。地球にとって貴重な水を守り、水を育む環境を守るとともに、社会に潤いを与え続ける企業を目指し、新たな価値の創造に挑戦しています。

サントリーグループの理念体系



わたしたちの使命

『人と自然と響きあう』

わたしたちは常にお客様を見つめ、お客様の求めるものに応えます。商品やサービスを通じてお客様の生活文化を潤い豊かなものにしていきます。そして、商品の源泉である自然の恵みに感謝し、恵みを生み出す自然の生態系が健全に循環するように力を尽くします。人々の生活文化を潤い豊かにすること、自然環境を保全することが互いに矛盾せず、幸福な相互関係で結ばれ、永く持続していく社会づくりに貢献すること。それがサントリーグループの使命です。

わたしたちの志

『Growing for Good』

わたしたちは、この社会のために“Growing”＝成長しつづけます。成長しつづけることで、よりよい社会づくりに貢献する力も、自然環境を守る力も大きくしていきます。そのためには革新的な取組みに情熱を注ぎ、新たなチャレンジをつづけなければなりません。挑戦の先にあるのは、いまよりもっと誠実で、信頼される企業。そんな“Good”な企業に向かって成長しつづけること。これがサントリーグループの志です。社員一人ひとりもまた、仕事への情熱と挑戦意欲を忘れず、“Good”＝誠実で信頼される人間として、成長しつづけていかなければなりません。

わたしたちの価値観

『やってみなはれ』

サントリーグループの歴史をつくってきたのは、常に果敢なチャレンジ精神でした。誰もやらなかったことに挑む。常識を疑い視点を換え、考えぬいて、ひたむきに行動する。失敗や反対を恐れず、ひたすら挑戦しつづける。新しい市場創造も、新たな価値提供も、そんな情熱から生まれました。『やってみなはれ』は、現在も未来も、わたしたちの事業の原動力となる価値観です。

『利益三分主義』

わたしたちの事業は、お得意先やお取引先、そしてこの社会のおかげで成り立っています。だから、事業で得た利益は、「事業への再投資」にとどまらず、「お得意先・お取引先へのサービス」や「社会への貢献」にも役立てていこう。そんな思いを言葉にしたのが『利益三分主義』です。「おかげさまで」の心で、事業の成功をステークホルダーや社会全体と分け合い、互いに発展・成長していける関係づくりに全力を注ぐこと。これもまた、サントリーグループ不変の価値観です。

サントリーグループ企業倫理綱領

企業理念の実現に向けて、私たちが行うすべての活動の基盤であり、サントリーグループが社会に対して責任を果たし、信頼をいただくために、大切にしなければならない基本姿勢を定めています。



2016

活動報告

企業理念に掲げる「人と自然と響きあう」の実現に向け、ステークホルダーとともにさまざまなCSRの取組みを進めています。

お客様・お取引先と響きあう

商品・サービス

最高品質の商品・サービスを通じて、
お客様に感動をお届けするために

お客様の声を広く企業活動に反映させるとともに、サントリー品質方針「All for the Quality」のもと、バリューチェーン全体で品質の維持・向上に取り組んでいます。また、アルコール関連問題にも積極的に取り組んでいます。



see page 19

自然と響きあう

環境

限りある水や資源を、
次の世代に引き継ぐために

持続可能な豊かな地球環境を次世代に引き継ぐべく、「環境ビジョン2050」を定め、「自然環境の保全・再生」「環境負荷低減」の2つの軸で、グループ全体での環境経営を推進しています。



see page 27

社会と響きあう

文化・社会貢献

人々の豊かな生活の実現に
貢献し続けるために

創業の精神「利益三分主義」に基づき、「芸術・文化」「スポーツ」「社会福祉」の分野を中心に、「次世代育成」「被災地支援」「地域貢献」など、時代を見つめた文化・社会貢献活動に継続的に取り組んでいます。



see page 33

従業員と響きあう

ダイバーシティ経営

世界へと夢を広げる、
多彩な人材を育てるために

「ダイバーシティ経営」を人事の基本方針とし、新たな価値創造に挑戦する「人材育成」と従業員一人ひとりが最大限に力を発揮する、創造性あふれる「職場環境づくり」を目指しています。



see page 37

お客様・お取引先と響きあう

商品・サービス

最高品質の商品・サービスを通じて、 お客様に感動をお届けするために

お客様に信頼され、ご満足いただける商品・サービスを提供し続けるためにサントリーグループは、サントリー品質方針「All for the Quality」のもと、商品・サービスの企画・開発から水や農産物、包材などの原材料調達、製造、物流、販売・サービスに至るすべてのプロセスで品質の維持・向上に取り組んでいます。また、お客様とのコミュニケーションを大切にし、お客様の声を広く企業活動に反映するとともに、グローバルな総合酒類食品企業として、アルコール関連問題にも積極的に取り組んでいます。

サントリー品質方針

All for the Quality

商品・サービスに対して
ご指摘いただいたお客様への対応満足度アンケートで
「今後もサントリーの商品を利用したい」と
お答えいただいた方の割合（2016年）

95%





サントリー品質方針

All for the Quality

1



2

1 ビールの原料である麦の品質確認 2 「サントリー品質スタンダード」に沿った「水」の品質確認・分析

お客様の安全・安心

1 お客様第一が品質保証の基本 「All for the Quality」

サントリーグループは創業以来お客様第一の姿勢で、商品・サービスの品質向上を追求し続けてきました。私たちの品質に対する姿勢を明文化したサントリー品質方針「All for the Quality」のもと、全従業員が常に品質の維持・向上に取り組み、お客様から一層の信頼を獲得していくための活動を展開しています。

サントリー品質方針 All for the Quality (2004年制定、2012年改定)

わたしたちは、安全で心に響く商品・サービスをお届けし、お客様の夢と信頼に応え続けます。

1. サントリーグループの一人一人が、お客様の立場に立って、誠実に商品・サービスをお届けします。
2. お客様に正確で分かりやすい情報をお届けし、お客様の声に真摯に耳を傾け、商品・サービスに活かします。
3. 法令を遵守します。
4. 商品・サービスの安全性を徹底します。
5. 国際標準を活用し、よりよい品質の追求を続けます。

2 品質マネジメントに関する規定 およびスタンダードの制定・運用

サントリーグループは、グローバル展開と新規領域への事業拡大に伴い、グループガバナンスを目的とする品質マネジメントシステムを整備・進化させてきました。

現在は、品質マネジメントに関して、グループ各社および各組織が遵守すべき内容を「サントリー品質マネジメント規定」「サントリー品質スタンダード」に定め、運用しています。

3 品質マネジメントの推進

グループ全体の品質マネジメントを推進するため、サントリーホールディングス(株)に「品質保証委員会」を設置し、グループ品質戦略に基づく横断的重要課題や品質リスク抽出・トラブルの未然防止を推進しています。

また、サントリーホールディングス(株)CQO (Chief Quality Officer) によるグループ各社との品質会議等を通じて、品質マネジメント力の強化を図っています。



4 海外グループ会社への「Suntory MONOZUKURI Values」共有・展開の様子

5 上：新たな価値を実現した「特茶」「ザ・プレミアム・モルツ」/下：研究開発拠点「サントリーワールドリサーチセンター（SWR）」

安全性科学センター ISO/IEC17025 認定範囲の拡大

サントリー MONOZUKURI エキスパート(株) 安全性科学センターは、水の元素分析に加え、清涼飲料水の2つの分析項目についても、国際規格 ISO/IEC17025 認定を取得しました。今後も精度の高い分析を通じて、科学的品質保証の信頼性を確保し、お客様に安全・安心な商品を提供していきます。



認定証および付属書

外食各社における品質保証活動

お客様が安心して美味しく食事を楽しんでいただけるように、サントリーグループの外食各社では、厨房設備・食材の衛生管理の確認や食材アレルギー確認、適正な食品表示等の実施を徹底しています。

価値創造

4 ものづくりにおけるサントリーグループ 共通の価値観の共有・展開

世界中のお客様に喜んでいただくために、新たな価値や安全・安心で高品質な商品をお届けし続けることが、メーカーである私たちの責務と考えています。そのために、創業以来、大切にしてきた「ものづくりの価値観・行動指針」をサントリーグループ共通の「Suntory MONOZUKURI Values」として、グループ会社にも共有・展開しています。

5 新たな価値創造に向けた研究開発

サントリーグループは新たな価値、すなわち、美味、健康、豊かさをお客様に提供し続けることを目指し、研究開発に取り組んでいます。

これまで微生物や酵素の利用技術を深化させ、ビール市場においては「ザ・プレミアム・モルツ」など、新たな価値を実現してきました。また、食品加工・分析などの技術やノウハウを積み重ね、「特茶」という美味と健康の2つの価値を同時に実現する商品を世に送り出してきました。

今後さらに研究開発関連部門が事業横断で協働・連携し、世の中や市場の変化をリードすることにより、お客様の喜びにつながる新たな価値を創出していきます。



7



8



9

7 トレーニングを受けた従業員によるお客様対応 8 従業員向け「お客様視点ブラッシュアップセミナー」 9 誤飲飲酒防止のための表示例

お客様満足を目指して

6 お客様とともに

サントリーグループは、創業以来、お客様満足を第一に考え、お客様との双方向コミュニケーションを大切にしています。お客様からいただくご意見、ご要望に真摯にお応えし、より良い商品・サービスの改善・開発など、広く企業活動に反映させるよう、取組みを強化しています。そして2017年4月、企業理念に掲げる「人と自然と響きあう」の実践を通じ、よき企業市民としてお客様に支持される「Growing for Good」な企業を目指すため、サントリーグループは「消費者志向自主宣言」を発表しました。この宣言の取組み方針は以下の通りです。

消費者志向自主宣言

「人と自然と響きあう」という企業理念のもと、最高の品質を目指した商品やサービスをお届けし世界の人々の豊かな生活文化の発展、持続可能な地球環境の実現に貢献していきます。この企業理念の実践を通じて、よき企業市民としてお客様に支持される「Growing for Good」な企業を目指していきます。

- ① お客様の心に響く商品・サービスをお届けします
- ② お客様の立場に立って、安全・安心を徹底します
- ③ お客様の声を企業活動に生かします
- ④ お客様への情報提供を充実します
- ⑤ お客様視点で行動する従業員の風土・意識を醸成します

7 「迅速・的確・丁寧」なお客様対応を徹底推進

お客様とサントリーを直接つなぐ重要な窓口である「お客様センター」では、トレーニングを受けた従業員が、「お客様満足のための基本方針・行動指針」に基づき、お客様への確かな情報を迅速・丁寧に提供しています。ご指摘をいただいたお客様への対応満足度アンケートでは、95%の方から「今後もサントリーの商品を利用したい」とご回答いただきました（2016年実績）。

また、お客様からいただいた貴重な声は、すみやかにお客様情報管理システムへ記録し、関連部署と共有することで品質改善や対応改善などにつなげています。

お客様の声を活かす取組み

お客様からのご意見やご要望（2016年実績 84,594件）は何よりの宝物。より安全で使いやすい商品の開発を行うためには、お客様の視点が何より大切です。お客様からの声に真摯に耳を傾けることで、すべての人にやさしく親切な商品・サービスの提供を目指しています。

また、商品発売後の改善だけでなく、新商品の開発時においてもお客様の声を役立てる「事前評価活動」を重視しています。お客様の声を開発部門と共有することで、より幅広い視点での“気づき”を促すとともに、お客様視点での事前チェックを実施しています。



缶ぶたに「おさげです」と表示

点字で「おさげ」と表示



「妊産婦飲酒の注意表示」や「未成年者飲酒防止」の表示



10

10 左：Web サイト「サントリーの安全・安心への取り組み」/右：サイト内コンテンツ「ものづくりひとがたり」より

「お客様視点」の社内啓発

8 お客様のご期待にお応えし続けるために

すべての従業員が、お客様の意識や関心の変化への理解を深め、一人ひとりが「お客様視点」を持ち、お客様の期待を超えたご満足をお届けできる企業人になっていくことを目指し、従業員教育やお客様の声との接点強化といった、社内啓発活動に力を注いでいます。

キャリアパスのステージに応じた研修

2017年秋より、サントリーグループに入社して数年が経過した若手社員を対象に、お客様センターでの電話対応を丸1日体験するプログラムをスタートします。お客様に直接接する体験を通じ、お客様視点の大切さを経験として学びます。また、マネジャー昇進時には人事研修の一環としてお客様志向を基盤とした意思決定の重要性を、ケーススタディーをもとにしたグループディスカッションなどを通して実践的に習得します。それぞれのステージに応じた研修を行うことで、従業員一人ひとりにお客様へご満足を提供することを常に意識した行動を促します。

従業員とお客様の声の接点を強化

お客様から直接ご意見を伺う機会が少ない部門も含めた全従業員を対象に、お客様の声に触れる機会を強化しています。イントラネットやメールを用い、週次・月次・年次ごとにお客様の声を共有するなど、さまざまな指摘や励ましのお声に触れることで、「自分はお客様に何ができるか」を常に考え、行動できるよう、従業員一人ひとりの意識を高めていきます。

商品・サービスの情報発信

9 正確な表示とわかりやすい表現の実現

サントリーグループが提供する商品・サービスをお客様に安心・信頼してご利用いただくためには、商品に正確でわかりやすい表示を記載することが重要と考えています。たとえば、チューハイ等の低アルコール飲料をソフトドリンクと間違えて誤飲することがないように、商品に「酒マーク」を表示するなど、お客様へわかりやすくお伝えする工夫を行っています。

こうした商品の表示に関しては、グループ各社の開発・生産などの関係部門と連携して、サントリー MONOZUKURI エキスパート(株)・品質保証本部が遵法性・妥当性を確認するしくみを運用し、正しい表示とわかりやすい表現を心掛けています。

10 安全・安心への取り組みをわかりやすく紹介

わたしたちの安全・安心へのこだわりをお客様に正しくご理解いただくために、Web サイト「サントリーの安全・安心への取り組み」で、さまざまな取り組みを紹介しています。また、PC用サイトだけでなく、スマートフォン用サイトでもご覧いただけるようにするとともに、海外のお客様に向けた情報の発信を始めました。



13



14

13 左：コーヒー農場での品質チェック(グアテマラ)／右：ウーロン茶畑での品質チェック(中国)
14 高品質なコーヒー豆の安定供給を実現する Bau 農園(ブラジル)

CSR 調達の推進

13 サプライヤーとの公正・公平な取引の徹底 (CSR 調達方針) と連携強化

サントリーグループではサステナブル(持続可能)な社会の実現に貢献するために、ビジネスパートナーとともにサプライチェーン全体で公正・公平な取引を実施し、お取引先とともに、人権・労働基準・環境などの社会的責任にも配慮した CSR 調達活動を行っています。サプライヤーとの取引に当たっては「サントリーグループ CSR 調達基本方針」に基づいた「購買管理規定」や「取引先選定基準」に則り、各社に公平な競争機会を提供しています。さらに、サントリーグループ内で CSR 調達を加速させるとともに、持続可能な社会の実現に貢献すべく、2017 年 6 月に「サントリーグループ・サプライヤーガイドライン」を制定しました。本ガイドラインはサントリーが国内外サプライヤーに対して人権・法令遵守・環境などの分野において要請する具体的な遵守事項で構成され、サントリーグループとサプライヤー間で同じ倫理的価値観が共有されていることを確認するものです。

サントリーグループ・サプライヤーガイドライン (抜粋)

業務遂行に当たっての指針

- ① 法令遵守と国際行動規範の尊重
- ② 人権・労働・安全衛生
- ③ 商品の品質・安全性
- ④ 地球環境
- ⑤ 情報セキュリティとデータの保護
- ⑥ 社会・自然との共生



14 高品質・安定供給を実現する契約農園

サントリーグループは高品質なコーヒー豆の安定供給を目的に、その一部をブラジルのミナスジェライス州セラード地区にある同国有数のスペシャルティコーヒー農園「Bau 農園」とパートナー契約を結んでいます。同農園はレインフォレスト・アライアンス*1 や UTZ*2 など国際的な認証を取得しており、徹底した品質管理と労働環境面で大変高い評価を受けています。

*1 1987 年地球環境保全のために熱帯雨林を維持することを目的に設立された国際的な非営利団体

*2 厳しい基準を満たして初めて認証される持続可能な農業のための国際的な認証プログラム

児童労働・強制労働に関するモニタリングを実施

サントリーグループでは、2014 年から児童労働・強制労働などの人権課題に関し、海外の調達先を訪問しヒアリングを行っています。2014 年はビールの主要原料である麦芽・ホップの生産者を、2015 年は中国ウーロン茶の仕上げ工場を対象に、2016 年はウーロン茶葉会社 5 社でモニタリングを行い、いずれも問題がないことを確認しました。



サントリーグループが定めた
2050年を見据えた環境経営の方向性

Vision toward
2050

従業員の森林整備体験研修参加者数（2014～16年）

6,463名

自然と響きあう

環境

限りある水や資源を、 次の世代に引き継ぐために

サントリーグループの事業の多くは、水や農作物など、かけがえのない自然の恵みによって支えられています。企業理念として掲げる「人と自然と響きあう」のもと、環境経営を推進し、持続可能な豊かな地球環境を次世代に引き継ぐことは、私たちの大切な責務です。

2014年には「環境ビジョン2050」を策定と同時に「2020年目標」を掲げ「自然環境の保全・再生」「環境負荷低減」の2つの軸で、グループ全体での環境経営を推進しています。

2003年
約270ha

2017年6月時点
約9,000ha



1 全国 14 都府県 20カ所にあるサントリー「天然水の森」 2 「天然水の森」での従業員の森林整備体験研修

環境経営の推進

「サントリー環境ビジョン2050」策定 —あわせて「2020年目標」を設定—

サントリーグループの環境経営に、より明確な方向性を反映させるため、グローバルでの環境活動を視野に入れた方針を定めています。豊かで持続可能な社会を構築するため、グループ全体にこの考え方を浸透させ、「自然環境の保全・再生」と「環境負荷低減」に最大限の努力を続けています。

「サントリー環境ビジョン2050」および 「2020年目標」の概要

自然環境の保全・再生

- 生物多様性の象徴である野鳥の保護活動をグローバルに展開
- 「天然水の森」の面積を工場で汲み上げる地下水量の2倍に拡大

企業理念に
掲げる
「人と自然と
響きあう」

2020年目標

環境負荷低減

- サントリーグループ*1の自社工場での水使用を35%削減*2
- サントリーグループ*1のバリューチェーン全体のCO₂排出を24%削減*2

挑戦①
自然保護の
グローバルトップランナー

2050年
環境ビジョン2050

挑戦②
グローバルでの
環境負荷半減

*1 サントリーグループ売上高(2012年)の80%以上を占める事業会社群(海外を含む)

*2 2007年における事業領域を前提とした原単位での削減

自然環境の保全・再生

1 豊かな水を育む森づくり

商品製造段階で多くの地下水を使用するサントリーグループでは、良質な地下水の持続可能性の保全を目的に、各地の行政や森林所有者と数十年にわたる中長期の契約を結び、サントリー「天然水の森」活動を2003年に開始。飲料・酒類などグループの中核事業に貢献する活動として水を育む森づくりに取り組んでいます。科学的根拠に基づいた綿密な調査・研究を行い、その場所に合わせたさまざまな計画や目標を設定し「水と生命の未来を守る森」を目指した森林整備活動を進めています。



3 上：第28回公益信託「サントリー世界愛鳥基金」助成金贈呈式／下：白州蒸溜所バードサンクチュアリでの巣箱かけ
4 上：水育「森と水の学校」／下：水育「出張授業」

2 従業員による森林整備体験研修

サントリー「天然水の森」では、従業員による森林整備体験への参加を進めており、2013年まで多くのグループ従業員とその家族がボランティア活動として参加しました。2014年からは、食品事業・酒類事業を中心とする約6,000名の従業員を対象とした森林整備体験研修としての活動を開始しました。これは、企業理念として掲げる「人と自然と響きあう」を従業員一人ひとりが自ら体感し、理解することを目的にしたものです。2016年度は2,964名が参加、この3年間で当初の目標であった6,000名を大きく上回る6,463名が参加しました。

3 生物多様性を未来につなげる サントリー愛鳥活動

自然環境のバロメーターといわれる野鳥を保護することが人間や自然環境を守ることに繋がるとの考えから、1973年に野鳥保護の重要性を社会と共有する愛鳥活動を開始。1989年には「サントリー世界愛鳥基金」を創設。野鳥保護を通じて地球環境保全を推進するため、国内外の鳥類保護活動への資金面での支援を1990年から続け、2017年までにのべ343団体に4億1,776万円の助成を行いました。2014年にはコウノトリやトキ・ツルなどの保護を対象とした「水辺の大型鳥類保護」部門を新設し、人々の生活に身近な水田や湿原など、日本の豊かな水辺の環境保護に力を入れています。

4 次世代環境教育「水育(みずいく)」 「森と水の学校」

サントリーグループではかけがえない豊かな自然環境を未来に引き継ぐため、子どもたちに向けた独自のプログラムである次世代環境教育「水育(みずいく)」を行っています。その柱の1つである「森と水の学校」は、小学校3～6年生とその保護者を対象に「サントリー天然水」のふるさとで開かれる自然体験プログラムです。地元で活躍する環境活動の専門家と一緒に活動しています。白州(山梨県)・奥大山(鳥取県)・阿蘇(熊本県)の広大な自然の中で「水の大切さ」や「水を育む森や自然の大切さ」を体感できます。2004年の開校から2016年までに約21,000名の親子の方に参加いただきました。

「出張授業」

「水育」のもう1つの柱が小学4・5年生を対象に、小学校の教室で先生方と一緒に「出張授業」です。映像や実験を通して、自然のしくみや大切さを学び、自分たちが未来に水を引き継ぐために何ができるのかを考えます。首都圏、京阪神、その他のエリアで実施しており、2016年までに約1,400校、約106,000名の児童の皆さんに参加いただきました。また、2015年からは海外では初となるベトナムで小学生と教員を対象に「水育」を実施。水の大切さや衛生管理、水源保全の重要性などを学ぶオリジナルの学習プログラムを展開しています。



5



6



5 上：24時間体制で排水を管理／下：高効率な統合配車[®]システムを導入し走行距離や時間を削減

6 左：サントリープロダクツ(株)天然水南アルプス白州工場の太陽光発電パネル／

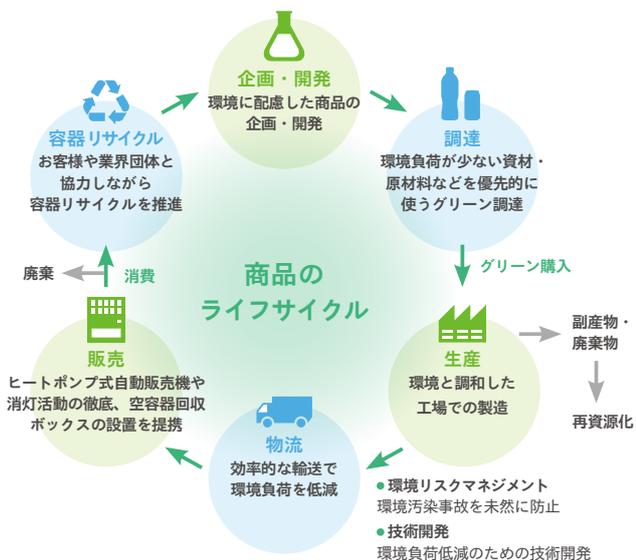
上：工場見学用に民間企業初のリチウムイオン電池搭載の電気バスを導入／下：サントリープロダクツ(株)天然水奥大山ブナの森工場での「雪室」活用

環境負荷低減

5 バリューチェーン全体で取組む CO₂ 排出量と水使用量の削減

原料・包装資材の調達から製造、物流、販売、リサイクルに至るまで、バリューチェーン全体で環境負荷低減を推進。その取組みは CO₂ 排出量や水使用量の削減のみならず、地球温暖化防止や資源の有効活用、汚染防止・化学物質管理、さらには容器の軽量化やリサイクル素材の活用、省エネ型の自動販売機の設置など多岐にわたります。物流ではモーダルシフト^{*1}や車両の大型化の推進、自社開発したシステムによる高効率なトラック輸送を実施しています。2016年の CO₂ 排出量原単位は、2007年比 24%の削減となりました。

^{*1} 輸送手段を CO₂ 排出量の少ない方法に切り替えること。1トンの貨物を1キロメートル運ぶときに排出する CO₂ の量は、トラックと比較すると海運は約 1/5、鉄道は約 1/8 となり CO₂ 排出量を削減することができます。



6 生産における省エネ・節水の取組み

サントリーグループの工場では環境に調和した生産活動を行うため、稼動状況を一元的に記録・管理し、生産工程での省エネ活動に活用しているほか、CO₂ 排出量の少ない燃料への転換や再生可能エネルギーの利用など、さまざまな角度から地球温暖化防止に取り組んでいます。また、工場では製造設備の洗浄や冷却用に多くの水を使用することから、限りある水資源を大切にしようと「水の3R (Reduce: できる限り使う水を少なくする、Reuse: 繰り返し使う、Recycle: 処理をして再生利用する)」を徹底。2016年は工場の節水活動により、水使用原単位は2007年比 29%の削減となりました。

CO₂ 排出実績^{*2} 2016年(国内生産 25工場、海外生産 54工場)^{*3}

	排出量 (千t)	原単位削減率 ^{*4}
日本	336	4.8%減
米州	184	2.6%減
欧州	119	5.8%減
アジア・オセアニア	144	6.9%減

水使用実績 2016年(国内生産 25工場、海外生産 54工場)^{*3}

	使用量 (千m ³)	原単位削減率 ^{*4}
日本	21,332	3.4%減
米州	6,517	1.6%減
欧州	5,732	7.4%減
アジア・オセアニア	5,522	6.3%減

^{*2} 電気由来の CO₂ 排出量は GHG プロトコル 2007年 CO₂ 排出係数を使用

^{*3} サントリーグループ売上高の9割を占める事業会社群が所有する国内生産 25工場、海外生産 54工場

^{*4} 原単位は製造 kLあたりの排出量、削減率は対前年比

※ うち、サントリー食品インターナショナルグループの国内・海外の生産工場の CO₂ 排出量は 419千t (スコープ1: 200千t、スコープ2: 218千t)、水使用量は 21,574千m³



国産最軽量キャップ*7

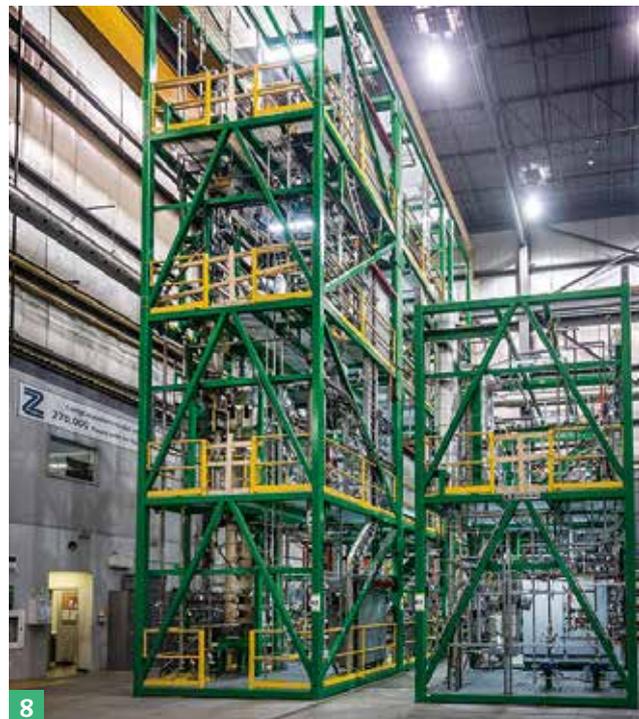
国産最薄ラベル
(再生 PET 樹脂 80%使用)

国産最軽量ペットボトル*8
(植物由来原料 30%使用)

2R+B*9

- *7 30φペットボトル対象
- *8 国産ミネラルウォーターペットボトル (500ml~600ml) 対象
2016年3月時点当社調べ
- *9 2R+Bは登録商標です。

7



8

7 「2R+B」戦略に基づく容器開発 8 米国テキサス州にある実証プラントの一部

超省エネ自動販売機を導入

従来の自動販売機に比べて、電力使用量を大幅に削減できる「ヒートポンプ式自動販売機」を省エネ型自動販売機の主力機として2007年から設置を推進(2017年末にサントリーグループの全稼働台数の80%超の見込み)。2014年にはさらなる環境負荷低減のため機材メーカーと協働し、従来の「ヒートポンプ式自動販売機」に比べて約半分の消費電力量で稼働する「超省エネ自動販売機(エコアクティブ機)」の導入を開始しました。最新の技術を組み合わせることで、国内最小*5の消費電力量を実現しています。

*5 2016年12月現在 国内主要自動販売機メーカーの主要25セレクションにおいて(サントリーヒパレツジソリューション(株)調べ)



サントリー食品インターナショナル(株)が「CDPウォーター2016 Aリスト企業」に選定

サントリー食品インターナショナル(株)は、水源涵養活動や工場での水使用量の削減活動などにおいて、CDP*6から高い評価を受け、全世界の調査対象企業1,252社の中から選定された「CDPウォーター2016 Aリスト企業」24社のうちの1社として認められました。

*6 企業や都市の重要な環境情報を測定・開示・管理・共有するための国際NPO



7 環境に配慮した容器包装の開発・導入を推進

容器包装の社会的な影響を強く認識し、1997年に「環境に係る容器包装等設計ガイドライン」を設定、容器包装の環境負荷低減を推進しています。その中でもペットボトルは、サントリーグループ独自の「2R+B (Reduce・Recycle+Bio)」戦略*10に基づき「環境への配慮」「使いやすさ」を併せ持つ容器開発に注力。サントリー食品インターナショナル(株)は世界初の植物由来原料を30%使用したペットボトルキャップ導入等の環境負荷低減活動が評価され、「平成28年度循環型社会形成推進功労者環境大臣表彰」を受賞しました。

*10 ペットボトル開発において、樹脂使用量の削減と再生素材の使用により徹底した資源の有効利用を図りつつ、可能な範囲で石油由来原料を再生可能原料で代替していく考え方 (Reduce・Recycle+Bio)

8 植物由来原料100%使用ペットボトルの開発に向けて

サントリーグループはペットボトル開発において、可能な範囲で石油由来原料を再生可能原料で代替していくことを目指しています。2013年には植物由来原料30%使用のペットボトルを「サントリー天然水」550mlに導入。さらに、米国バイオ化学ベンチャー企業・アネロテック社と、植物由来原料100%使用ペットボトルの共同開発に取組んでおり、2016年にペットボトル原料を生成する実証プラントを米国テキサス州に建設着工しました。将来的には、「サントリー天然水」ブランドを中心に植物由来原料100%使用ペットボトルを導入する予定です。



社会と響きあう

文化・社会貢献

人々の豊かな生活の実現に 貢献し続けるために

サントリーグループの文化・社会貢献活動の原点は、
創業者・鳥井信治郎の「利益三分主義」の精神にさかのぼります。
時代を見つめた文化・社会貢献のあり方を追求し続ける姿勢は、
世代を超えて受け継がれており、
「芸術・文化」「スポーツ」「社会福祉」の分野を中心に、
「次世代育成」「被災地支援」「地域貢献」など
多岐にわたる文化・社会貢献活動に取り組んでいます。

サントリーホール・
サントリー美術館の2016年来館者数

約 103 万人

社会福祉法人「邦寿会」創立

1921年



1



2



3



1 上：サントリーホール／下：サントリー美術館



4



6

2 第38回「サントリー地域文化賞」贈呈式

3 子ども定期演奏会

4 「サンゴリアス」によるラグビークリニック

豊かな生活文化への貢献

1 公益財団法人 サントリー芸術財団

1961年の「サントリー美術館」開館を皮切りに、1969年「鳥井音楽財団」を設立。1986年には「サントリーホール」を開館し、美術と音楽を中心に、芸術分野における社会貢献にほぼ半世紀にわたり取り組んできました。2009年には「公益財団法人サントリー芸術財団」を設立。日本の美術・音楽のさらなる普及と発展を目指して活動を行っています。

サントリーホール

1986年に東京初のコンサート専用ホールとして開館。国内外の一流アーティストによる演奏を中心に、2016年は年間約630公演が行われ、約65万人のお客様がご来場されました。

サントリー美術館

「生活の中の美」を基本理念に1961年に開館（2007年3月には六本木の東京ミッドタウンに移転）。国宝1件、重要文化財15件を含む約3,000件の収蔵品を所有し、多彩な企画展を開催しています。2016年は年間約38万人のお客様にご来館いただきました。

2 公益財団法人 サントリー文化財団

創業80周年を記念し社会科学・人文科学分野の研究活動や、日本の地域文化の向上に貢献するために、1979年に設立されました。「サントリー学芸賞」や「サントリー地域文化賞」の贈呈、社会・人文科学や地域文化に関する研究や海外出版への助成、財団自ら実施する調査研究、若手研究者の支援など、さまざまな活動に取り組んでいます。

次世代育成

3 芸術・文化を通じた育成支援

サントリー美術館では次世代への教育普及活動を「エデュケーション・プログラム」として取り組んでいます。休館日に美術館を無料開放して、小中学生とその保護者を対象にさまざまな教育普及プログラムを実施する「まるごといちにち こどもびじゅつかん！」は2014年から開催しています。

サントリーホールでは「子ども定期演奏会」の開催や、「港区&サントリーホール Enjoy! Music プロジェクト」を2014年から継続的に実施。また、若手演奏家を育成するためのプログラムも充実させています。

4 スポーツを通じた育成支援

ラグビー部「サンゴリアス」・バレーボール部「サンバース」の選手が子どもたちを直接指導するクリニックを各地で開催。2016年には約6,000名の子どもたちが参加しました。その他、サンゴリアスは「サントリーカップ全国小学生ラグビー選手権大会」の運営サポートなどを行っています。またサンバースは小学校の授業で「体を動かす楽しさを知ってもらうためのボール遊び教室」の開催や、地域のバレーボール大会の運営サポートなどを実施しています。

5 学校法人 雲雀丘学園

サントリーの創業者・鳥井信治郎が1950年に初代理事長に就任して以来、「親孝行」の気持ちを大切にという創立精神のもと、幼稚園から高等学校まで一貫した人間教育に取り組んでいます。

また、現在は小学校での「花育（はないく）」や中学・高校での校外活動、特別授業・講演などで環境を学ぶ活動の強化を図っています。



6 高殿苑とつばみ保育園 7 上：車いすバスケットボール体験教室／下：車いすバスケットボール男子日本代表をサポート
8 「サントリー東北サンさんプロジェクト」における「ハーゲンダッツアイスクリームスクール」 9 「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」記者発表会

社会福祉

6 社会福祉法人 邦寿会

1921年にサントリーの創業者であり初代理事長である鳥井信治郎が社会奉仕への強い信念のもと、生活困窮者救済のために大阪市愛隣地区に無料の「今宮診療院」を開設したことから「邦寿会」の歴史は始まりました。その後、社会福祉法人として活動を続け、高殿苑（特別養護老人ホーム）、どうみょうじ高殿苑（総合福祉施設）、旭区西部地域包括支援センター（大阪市から受託）、つばみ保育園を運営。訪問介護・通所介護などの在宅介護サービスにも注力しています。2017年には高殿苑、つばみ保育園を新築移転。さらに特色のある快適な施設・豊かな感性を育む保育を目指しています。

チャレンジド・スポーツ

7 サントリーチャレンジド・スポーツプロジェクト

サントリーグループは、創業当時のチャレンジ精神「やってみなはれ」のもと、「PASSION FOR CHALLENGE ともに夢に挑もうー」を掲げ、チャレンジド・アスリートに寄り添った活動を展開しています。また、チャレンジド・スポーツのさらなる普及・発展を目的に、2015年から（公財）日本障がい者スポーツ協会および（一社）日本車椅子バスケットボール連盟のオフィシャルパートナーとして、競技活動や大会サポート、従業員によるボランティア、普及活動などを推進しています。

被災地支援

8 東日本大震災復興支援活動

サントリーグループは、東日本大震災直後に「サントリー東北サンさんプロジェクト」を立ち上げ、「漁業」「子ども」「文化・スポーツ」「チャレンジド・スポーツ」の分野を中心に総額108億円の規模で継続した支援活動を行っています。漁業分野では、漁船取得費用の一部を負担し、約1万隻の復旧を支援したほか、子ども分野においては学童保育施設等、子どもたちのための施設設計7棟の建設を支援、完成後はサントリーグループ各社によるワークショップを行っています。

また、チャレンジド・スポーツ分野では、アスリートへの奨励金や体験教室を実施。文化・スポーツ分野では「ウィーン・フィル＆サントリー音楽復興基金」による助成や、ラグビー部・バレーボール部によるスポーツ教室などを実施しています。

9 熊本地震復興支援活動

2016年4月の熊本地震発生直後にミネラルウォーター「サントリー天然水」約21万本を供出したほか、5月には義捐金1億円を拠出するなど、サントリーグループは熊本県の復興・再生に向けた支援活動に取り組んできました。同年10月にはさらなる支援を行うべく3億円の追加拠出を決定。グループ一体となつての支援活動「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」として「熊本地域における地下水の持続可能性に貢献する活動」「文化・芸術・スポーツを通じた心と体の支援活動」に継続して取り組んでいます。





サントリーグループ従業員数

38,013 名

2025年達成目標の女性管理職の比率

20%

従業員と響きあう
ダイバーシティ経営

世界へと夢を広げる、
多彩な人材を育てるために

サントリーグループは、人材の多様性を推進し、多様な価値観や発想を取り入れ、活かすことにより、より大きな価値を創出する「ダイバーシティ経営」を人事の基本方針としています。

現在のサントリーグループにとって最も重要な課題は、新たな価値創造に挑戦する「人材育成」と従業員一人ひとりが最大限に力を発揮する、創造性あふれる「職場環境づくり」です。多様な従業員が失敗をおそれず、より高い目標にチャレンジすることを評価する仕組みも構築しています。



1

1 海外グループ各社とグローバル人事会議を開催 2 フレキシブルな働き方で育児・介護の両立も支援（テレワークの様子）



2



3

Global One Suntory

1 Suntory People Way

事業のグローバル展開の加速とそれに伴う従業員数の増加等、サントリーグループを取り巻く環境が大きく変化していく中で、改めて成長の原動力である人材について見つめ直し「Suntory People Way」を制定しました。サントリーのオリジナリティやユニークネスを念頭におき、「FAMILY」「YATTE MINAHARE」「ENGAGEMENT」の3要素で構成された「Suntory People Way」は、サントリーグループに集うすべての人材に対する思い・考え方であり、人材に関するすべての活動の根源です。また、ダイバーシティ推進を経営課題と捉え、「サントリーグループダイバーシティビジョン」を定めました。

Suntory People Way

（サントリーグループとしての「人材に対する思い・考え方」を表したもの）

FAMILY

サントリーに集う人は家族です。かけがえのない存在です。サントリーが、より良い企業グループとして成長していく原動力はサントリアン一人ひとりです。長期的な視野で成長機会を提供し、健康で幸せに満ちた生活の実現をサポートします。

YATTE MINAHARE!

創業の志を胸に、わくわくするような目標を掲げ、決して諦めることなく、積極果敢な挑戦を続けます。

ENGAGEMENT

私たちは、創業精神とビジョン「Growing for Good」で強く結ばれています。個性溢れる一人ひとりが多様な価値を認め合い、響きあいながら、世の中に感動と喜びをお届けします。

Suntory Group Diversity Vision

私たちは一人ひとりの個性を尊重し互いを信頼しあう多彩なサントリアンの魅力を高めあいひとつになる

多様な考え方、考動、経験を柔軟に受け入れ ONE SUNTORY としてグループの明るい未来を築いていく

ワーク・ライフ・バランスの推進

2 よりフレキシブルな働き方への改革

「生産性高く働き、質の高い成果を生み出し、新たな価値創造につなげること、また多様な従業員がいきいきと働けること」を目指すサントリーグループでは、よりフレキシブルな働き方の実現に注力。原則コアタイムのないフレックス勤務や10分単位で利用できるテレワーク勤務を可能にしました。2016年には各部署で具体的なアクションプランを立案し、労使一体となってPDCAを実行した結果、所定外労働時間は約1割減、年休取得日数は1人あたり平均約3日増を達成しました。2017年はさらに部署ごとに働き方改革推進リーダー・マネジャーを選任し、労使と三位一体で取組みを強化していきます。

健康経営を推進し従業員の健康維持・増進を支援

健康とは「心身ともに健康で、毎日元気に働き、やる気に満ちている」状態だという考えのもと、2016年から「健康経営」を開始。その取組みが評価され、経済産業省と日本健康会議が共同で実施する「健康経営優良法人2017（大規模法人部門）～ホワイト500～」に認定されました。健康診断項目の充実や定期的なセルフチェック、および事後フォロー体制の整備、生活習慣病予防に向けての取組みなど、多様な健康施策を導入し、従業員の健康維持・増進を支援しています。



2017
健康経営優良法人
Health and productivity
ホワイト500



UNIVERSITY



3 人材育成プログラムを行う場として「Suntory Founding Spirits Hall」を2016年1月に設立 4 左：サントリー美術館での茶道体験／右：サントリー白州蒸溜所を見学
5 第2回「有言実行やってみなはれ大賞」授賞式 6 サントリーキャリアワークショップ「チャレンジ」の実施

人材育成

3 「Global One Suntory」実現のための サントリー大学

企業の成長の源泉は人材にあるとの考えから、2015年4月に人材育成プログラム「サントリー大学」を開校。サントリーに集う個々人の能力向上や魅力ある人材の育成、学び続ける意欲の啓発などを目的に、全従業員が創業の精神を理解して“Global One Suntory”を実現することを目指しています。

サントリー大学3つの領域

創業の精神	国内外のすべてのグループ会社で働く全員をつなぐスピリットとして、「やってみなはれ」や「利益三分主義」といった創業の精神を共有し、実践を図ります。
リーダーシップ開発	経営戦略とリンクし、グローバルに通用する経営人材を継続して育成するために、広く社内外と切磋琢磨するストレッチの機会を提供していきます。
基盤人材育成	一人ひとりの能力の開発を図るとともに、キャリアの自律を促し支援する体制を整えることで、学び続け成長し続ける組織を目指します。

4 創業の精神を伝えるアンバサダーを育成

国内外のすべてのグループ会社を対象に、企業理念や「やってみなはれ」「利益三分主義」の2つの創業の精神について、理解、浸透を図るため、2012年よりアンバサダープログラムを展開。これは海外グループ会社従業員を対象に、プログラムを通じてサントリーへの理解を深めてもらい、グループの一員としての一体感を醸成し、帰国後「アンバサダー」として学んだことを広めていく目的で実施しています。参加者は約1週間、さまざまな講義や視察、ワークショップを通じ、サントリーの創業の精神について理解を深めます。このプログラムには、2016年12月までに850名以上が参加しました。

5 「やってみなはれ」をグローバルで 発揮するために

2015年、サントリーグループの全従業員を対象とした「有言実行やってみなはれ大賞」を創設。これは自ら旗を掲げ、従来のやり方にとらわれないまったく新しい発想に基づくチャレンジングな活動によって、「やってみなはれ」を実践したチームを表彰するものです。初回となる2015年には世界中から538チーム6,747名、2回目の2016年には517チーム6,015名がエントリーしました。今後もサントリーグループは、世界中で夢大きく、切磋琢磨しながら新たな価値の創造に挑み続けていくために、サントリーグループのDNAである「やってみなはれ」の風土をより一層強化していきます。

6 キャリア自律は社員成長の基盤

キャリア自律とは、仕事を通じての継続的な自己成長に向け、自ら責任をもって前向きに主体的に努力し続けることと定義しています。「キャリアサポート室」は、社員のキャリア自律を推進するため、2007年に設立されました。経営における人材開発において、あえて組織目線ではなく社員個人の視点に立ってサポートしています。具体的には、年別別のワークショップ、そのフォロー面談、育児等から復職など大きな環境変化があった方への面談やこれからのキャリアの面談なども随時受け付けています。国家資格キャリアコンサルタントを取得したキャリアサポート室の社員が対応しており、2016年はワークショップに445名が参加、のべ928名と面談を実施しました。

CSR マネジメント

コーポレート・ガバナンス

サントリーグループは「グループ経営」と「業務執行」を分離させる純粋持株会社制を導入し、すべてのステークホルダーと良好な関係を保ち、企業としての社会的責任を果たすため、コーポレート・ガバナンスの充実に努めています。

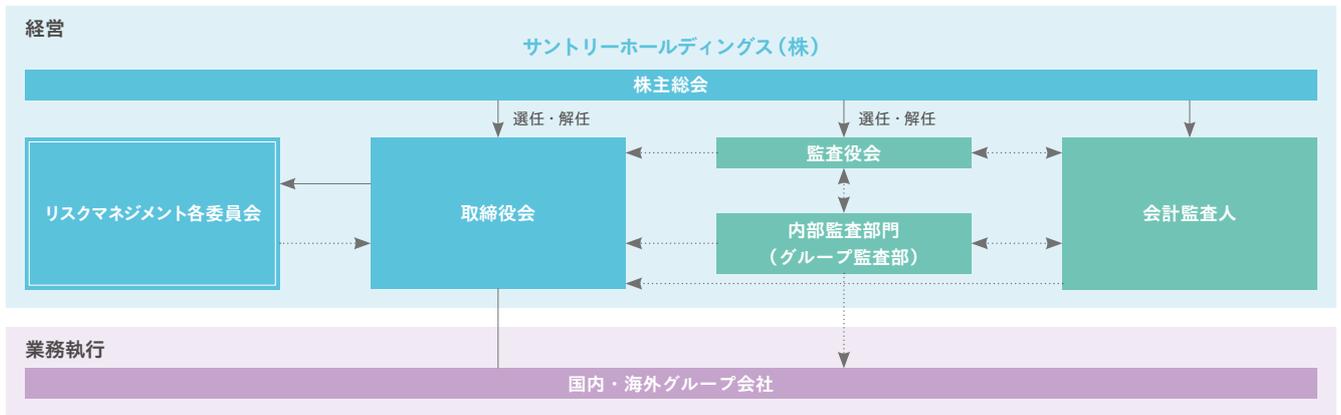
● グループ経営を担う各種会議体

社外取締役1名を含む11名（2017年4月現在）の取締役で構成されたサントリーホールディングス(株)の取締役会では、グループ全体の経営課題について具体的な検討・協議・意思決定を行い、グループ各社の業務執行を監督する役割を担っています。また、執行役員制度を導入し、経営と業務執行を分離した、機動的な意思決定を実現しています。

● 経営を監査する体制

サントリーホールディングス(株)の監査役会は、社外監査役2名を含む4名（2017年4月現在）の監査役で構成され、業務の執行状況や内部統制システムの整備状況などを監査。監査役会の監査活動を補助する監査役室の設置に加え、グループ各社の業務執行状況などを監査・検証する内部監査部門としてグループ監査部を設けています。また、外部監査法人が会計監査を実施し会計や、会計に関わる内部統制の適正性や適法性について、客観的な立場から検証しています。

コーポレート・ガバナンス体制



リスクマネジメント

グローバルな事業拡大に伴い、海外を含めたグループ全体のリスクマネジメント推進体制を強化するため、2015年4月に「グローバルリスクマネジメント委員会（GRMC）」を設置。それに基づき各事業会社にリスクマネジメント委員会やリスクマネジメントチームを設け、自社リスクの把握や対策実行、クライシスマネジメント体制の整備などを行い、ステークホルダーの皆様に対する責任を果たしていきます。

● ERM (Enterprise Risk Management)

経済のグローバル化や情報化、企業の社会的責任に対する意識の高まりなどにより、企業を取り巻くリスクはますます多様化・複雑化していることから、毎年グループ全社を対象に、事業リスクや、環境・社会問題を含むリスクの評価を実施。ステークホルダーの皆様には大きな影響を及ぼすおそれのあるリスクを特定し、リスク対応主管部署や各リスクマネジメント委員会でモニタリングを行い、グループ全体でリスクの低減活動を推進しています。2016年度には、事業会社各社のリスク抽出・対応策検討に加え、サントリーグループ全体のリスクをグローバルな視点から抽出・把握し、対応策の検討を実施しました。これらの活動については、その内容を取締役会において報告しています。

● 情報セキュリティ体制強化

サントリーグループは、①サントリーグループが管理・保有する情報の漏えい、②SNS上での炎上によるレピュテーションの毀損、③外部からのシステム攻撃によるシステム機能不全・業務停止を情報セキュリティにおけるクライシスと定め、個々の対策を強化することでグループ全体でリスクの低減活動を推進しています。



ソーシャルメディア利用ガイドブック

● 反贈賄に関する啓発を実施

The Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) 等の世界各国の贈賄に対する規制強化に伴い、2015年に全世界のサントリーグループ役員・社員に向け、反贈賄活動に関する基本的な姿勢を宣言 (Anti-Bribery Measures)。グローバルスタンダードに合わせた接待・贈答に関するガイドラインを制定し、周知理解の展開を図っています。また、GRMC の取組みを取締役会で報告しています。2016年には接待・贈答に加え、寄付や政治献金などを含めた新たなガイドラインとしてグローバル反贈賄ポリシーを制定し、従業員への周知や研修に尽力しています。さらに汚職行為や汚職と疑われる行為があると知った場合、速やかに連絡することを従業員に推奨し、通報や相談を受け付けるグローバルなコンプライアンス・ホットラインを整備・運用しています。



「反贈賄」のガイドライン説明会

コンプライアンス

サントリーグループ全従業員が企業理念実現のために、共通の価値観をもち、共通の基準で行動できるよう、2003年に制定した「サントリーグループ企業倫理綱領」に基づき、グループ横断的な視点からコンプライアンス推進体制を整備。2012年には、国際規格 ISO26000 を参照しこの綱領の内容を改定。さらに、2017年には全世界のサントリーグループ従業員に、より理解しやすい内容へと改定しました。また、世の中で起きているコンプライアンス事例や、全社・各社が認識しているそれぞれの課題など、さまざまなテーマで職場ディスカッション

を実施することで、コンプライアンスの基本についてリマインドし、倫理観の醸成を図っています。

さらに、グループ横断的な視点からコンプライアンスを推進するために、その専門組織としてリスクマネジメント本部のもとにコンプライアンス室を設置。方針に沿った具体的な諸施策の立案・実施や各職場での実践状況の把握、課題に対する提言・助言を行っています。国内外のグループ各社でもそれぞれの課題に対応した独自の行動指針を策定・周知し、主体的な推進活動を行っています。

サントリーグループ企業倫理綱領 (抜粋)

1. お客様志向の実践

お客様の喜びと幸せに貢献できるよう、安全・安心で質の高い商品やサービスを提供するとともに、誠実で透明なコミュニケーションに努めます。

2. 誠実・公正な活動

法令および高い倫理観に則り、公正で透明な活動を展開します。

3. 社会への貢献

よき企業市民として積極的に社会貢献活動を行います。

4. 環境の保全

地球環境の保全に真剣に取り組む、自然と調和し生物多様性に富んだサステナブル (持続可能) な社会を次世代に引き継ぎます。

5. ダイバーシティ・人権尊重とより良い労働環境の実現

ダイバーシティと人権を尊重するとともに、働きがいのある企業グループの実現を目指します。

6. 情報と資産の管理・活用

会社資産や情報等は、適切に保全・管理・活用し、第三者の権利を尊重します。



「コンプライアンス・ホットライン」周知ポスター



従業員が折に触れリマインドできるように作られた酒席マナー啓発ポスター

世界に広がるサントリーグループ



グループ会社数／従業員数：2016年12月31日現在（321社／38,013名）

売上高：2016年1月1日～12月31日（計26,515億円）

- 飲料・食品関連事業
- 酒類関連事業
- 健康食品・外食・花・サービス他関連事業
- 機能会社ほか



Europe

欧州*1

売上高	2,939 億円
グループ会社数	106 社
従業員数	4,960 名

- Suntory Beverage & Food Europe / サントリー食品ヨーロッパ
- Orangina Suntory France / オランジーナサントリーフランス
- Lucozade Ribena Suntory / ルコゼードライビーナサントリー
- Schweppes Suntory España / シュウェッップスサントリーエスパーニャ
- Schweppes International / シュウェッップスインターナショナル
- Château Lagrange S.A.S. / シャトー ラグランジュ
- Grands Millésimes de France S.A.(GMdF) / グラン ミレジム ド フランス
- Château Beychevelle / シャトー ベイシュヴェル
- Château Beaumont / シャトー ボーモン
- Barrière Frères S.A. / バリエール
- Weingut Robert Weil / ロバート ヴァイル醸造所



Asia/Oceania

アジア・オセアニア

売上高	2,838 億円
グループ会社数	79 社
従業員数	9,605 名

- Suntory Beverage & Food Asia / サントリー食品アジア
- BRAND'S Suntory / ブランズ サントリー
- Suntory Garuda Group / サントリーガルーダ・グループ
- Suntory PepsiCo Vietnam Beverage / サントリーペプシコ・ベトナム・ビバレッジ
- Frucor Group / フルコア・グループ
- 三得利(中国) 投资有限公司 / サントリー(中国) ホールディングス
- 汇源三得利(上海) 饮料有限公司 / 匯源サントリー(上海) 飲料
- ASC Fine Wines Holding Ltd. / ASC ファインワインズ
- 三得利(中国) 投资有限公司 / サントリー(中国) ホールディングス
- Suntory F&B International Group / SFB1 グループ
- トヨタサントリーミドリエ(上海) 園芸有限公司
- サントリービジネスシステムアジア(株)
- 三得利分析技術(上海) 有限公司
- 三得利貿易(香港) 有限公司

Around the World



Japan 日本

売上高

17,475 億円

グループ会社数

82 社

従業員数

18,149 名

- サントリー食品インターナショナル(株)
- サントリーフーズ(株)
- サントリーフーズ沖縄(株)
- サントリービバレッジソリューション(株)
- サントリービバレッジサービス(株)
- (株)サンバンド
- (株)ジャパンビバレッジホールディングス
- エースター(株)
- サントリープロダクツ(株)
- サントリースピリッツ(株)
- サントリーアライド(株)
- サングレイン(株)
- 大隅酒造(株)
- サントリー BWS(株)
- サントリービール(株)
- 沖縄サントリー(株)
- 九州サントリーテクノプロダクツ(株)
- サントリー酒類(株)
- サントリーワインインターナショナル(株)
- (株)ファインズ
- (株)岩の原葡萄園
- モンテ物産(株)
- (株)ダイナック
- (株)プロントコーポレーション
- 井筒まい泉(株)
- サントリーフラワーズ(株)
- サントリーマーケティング&コマース(株)
- サントリーパブリシティサービス(株)

- サントリー興産(株)
- (株)サン・アド
- サントリーウエルネス(株)
- (株)コネクト
- ハーゲンダッツ ジャパン(株)
- サントリーMONOZUKURI
エキスパート(株)
- サントリーコーヒーロースタリー(株)
- サントリーモルティング(株)
- サントリーロジスティクス(株)
- サントリービジネスシステム(株)
- サントリーシステムテクノロジー(株)
- サントリーコミュニケーションズ(株)
- サントリーグローバル
イノベーションセンター(株)
- サントリーコーポレートビジネス(株)
- サンリーブ(株)

公益財団法人・社会福祉法人

- 公益財団法人 サントリー芸術財団
 - 公益財団法人 サントリー文化財団
 - 公益財団法人 サントリー生命科学財団
 - 社会福祉法人 邦寿会
- ### 文化施設
- サントリー美術館
 - サントリーホール



Americas 米州*2

売上高

3,263 億円

グループ会社数

54 社

従業員数

5,299 名

- Pepsi Bottling Ventures Group /
ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ・グループ
- Beam Suntory Inc. / ビームサントリー
- Restaurant Suntory Mexico Group /
レストランサントリーメキシコグループ

*1 ヨーロッパ、中東、およびアフリカ諸国

*2 北米、および中南米諸国

サントリーグループの会社概要

サントリーグループ

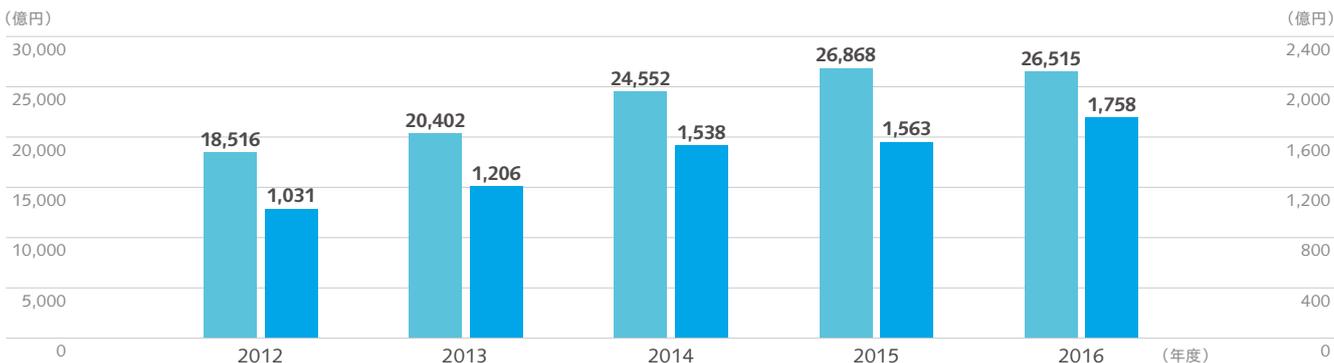
グループ会社： 321社*1
 従業員数： 38,013名*1
 連結売上高： 26,515億円*2
 連結経常利益： 1,758億円*2

*1 2016年12月31日現在
 *2 2016年1月1日～12月31日

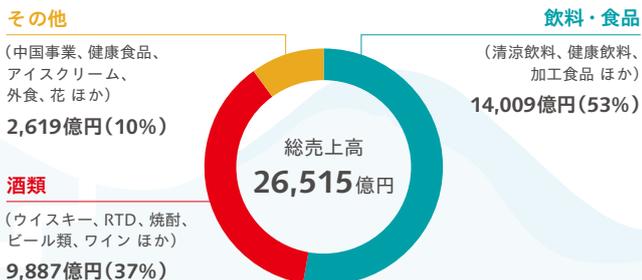
サントリーホールディングス株式会社

本社所在地： 大阪府大阪市北区堂島浜2-1-40
 サントリーワールドヘッドクォーターズ所在地： 東京都港区台場2-3-3
 創業： 1899年
 設立： 2009年2月16日
 代表取締役会長： 佐治 信忠
 代表取締役社長： 新浪 剛史
 資本金： 700億円

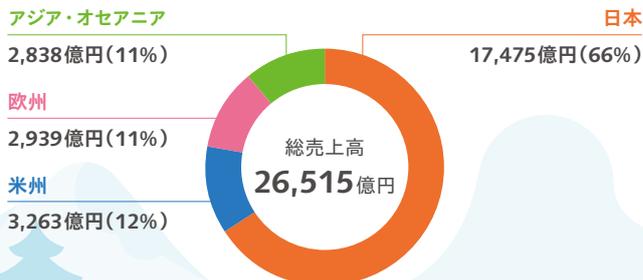
連結売上高／経常利益



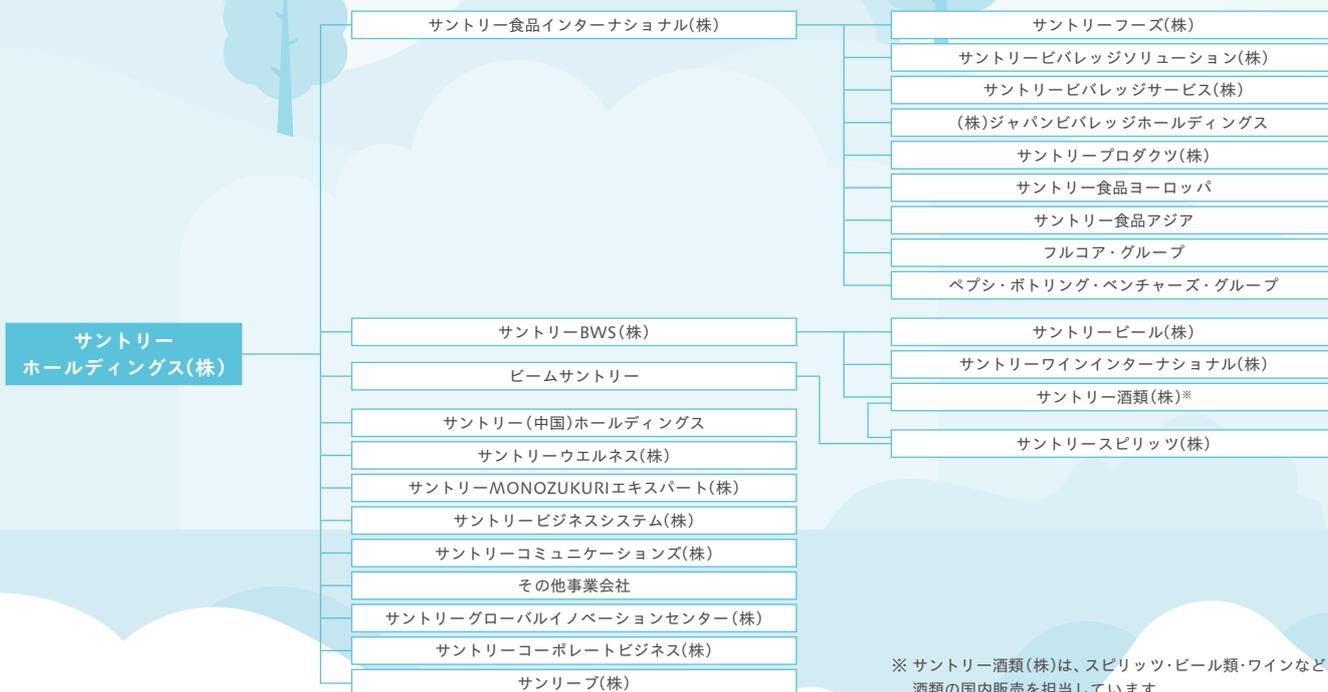
事業別売上構成 (2016年度)



地域別売上構成 (2016年度)



グループ組織図 (2017年4月1日現在)



ステークホルダー・ダイアログ ダイジェスト

2017年6月6日、有識者の方々を「サントリー天然水南アルプス白州工場」にお招きし、同工場の取組みをご紹介させていただくとともに、グループ共通の『水理念』を策定し、グループ一体となって世界の水課題解決への貢献を目指すサントリーグループの取組みについてディスカッションしていただきました。

開催日：2017年6月6日(火)

場所：サントリー天然水南アルプス白州工場

有識者

足立 直樹氏
株式会社レスポンスアビリティ 代表取締役

沖 大幹氏
東京大学 総長特別参与

麓 幸子氏
日経 BP 社 執行役員

サントリー

福本 ともみ
サントリーホールディングス(株) 執行役員
コーポレートコミュニケーション本部長

内貴 研二
サントリーホールディングス(株)
コーポレートコミュニケーション本部 サステナビリティ戦略部長

富岡 正樹
サントリーホールディングス(株)
コーポレートコミュニケーション本部 CSR 推進部長

塚本 祐二
サントリープロダクツ(株) サントリー天然水南アルプス白州工場長



ストーリー性のあるCSRは企業の評価、ブランド価値を高めます。

サントリーが掲げる『水理念』の考えや取組みの方向性はすばらしいと思います。一方でビジネスの持続可能性を考えると、サントリーが直接使う水だけでなく、原料を作るために必要な「間接的な水」にも目を向けるとさらによいと思います。また水課題には地域により受け止め方や取るべきアプローチが異なることにも注意が必要です。日本に比べて海外には、CSRにしっかり投資する企業が多くあります。それはCSRが本業にとってプラスになることが理解されているからです。ストーリーのあるCSRは、企業の評価やブランド価値を高めます。サントリーには、そういう取組みを期待したいですね。

足立 直樹氏 株式会社レスポンスアビリティ 代表取締役



CSRではなく経営戦略として取組むことが何よりも大切です。

SDGsは未来社会を俯瞰する世界の共通言語であるという視点で捉えると、グローバルに事業を進めるサントリーがSDG6の「水と衛生」に注力されるのはすばらしい。ぜひ環境の視点に偏ることなく、豊かな経済や社会正義の構築にもつながる取組みにして欲しい。本業にどのようなリターンがあるのか、つまり経営戦略として取組むことがSDGsの精神にも合致し、サステナブルな取組みにつながる。サントリーの「やってみなはれ」や「利益三分主義」の考え方をSDGs時代の読み解きに活かされるのがよいと思います。

沖 大幹氏 東京大学 総長特別参与



「水」を通して社会を驚かせるような変革を期待しています。

「やってみなはれ」で創業当時からイノベティブなことをやってこられたサントリーには、『水理念』を通じて社会を「えっ」と驚かせるような変革をもたらしてくれることを期待しています。そのためには、サントリーは「水」を通してこういうことをやっていくのだ、ということがまず消費者に伝わらなければなりません。水源涵養活動をはじめサントリーのCSR、企業としてのすばらしい取組みがしっかり伝わり、サントリーの商品を買うことが地球環境を守ることに貢献している、と消費者が実感できるコミュニケーションが必要なのではないでしょうか。

麓 幸子氏 日経 BP 社 執行役員

ご意見をいただいて

本日は、私たちの取組みの方向性や今後の展開について、多くの示唆をいただき大変有難く存じます。中長期視点を持って、社会に新たな価値や豊かさを提供していくことは、創業精神のもと、絶えず新たな価値の創造に挑戦し、人々のより豊かな社会への貢献を追求し続けてきたサントリーならではの取組みであり、私たちの使命そのものです。CSRの活動推進とあわせて、社内外とのコミュニケーションの重要性も、改めて確認させていただきました。水の持続可能性がなければ、サントリーという会社の将来に渡る成長も持続可能性もない、という企業経営における立ち位置を社員が共有すること。そして、『水理念』の意味、あるいは「水と生きる」に込めた思いを社員一人ひとりが認識し、考動していくことが、世界でサントリーへの理解を広げることにつながります。『水理念』の実践を通じてサステナブルな社会の実現に寄与することができるよう、そしてサントリーグループが世界の方々に信頼いただけるグッドカンパニーとして成長できるよう、あるべき姿をしっかりと描き、サントリーらしい取組みを進めてまいります。

福本 ともみ サントリーホールディングス(株) 執行役員 コーポレートコミュニケーション本部長



Web サイトでは 2017 年度ダイアログの全編をお読みいただけます。
<http://suntory.jp/dialogue>

サントリーグループ CSR コミュニケーションツール

サントリーグループは冊子や Web サイトなどを通じて、さまざまな形で CSR の取組みをお伝えしています。



サントリーグループ CSR コミュニケーションブック 2017

本冊子は、サントリーグループが企業理念に掲げる「人と自然と響きあう」の実現に向けて重点的に取組んでいる活動やサントリーらしい取組みに焦点をあて、わかりやすく、編集しています。

対象範囲

対象組織

サントリーホールディングス（株）を含む国内・海外グループ会社 321 社

- 環境データは、サントリーグループ売上高の 9 割を占める事業会社群が所有する国内生産 25 工場、海外生産 54 工場（P.31）
- 人事データは、サントリーホールディングス（株）、サントリー食品インターナショナル（株）と雇用契約を結ぶ社員を対象（P.37-40）

対象期間

データは 2016 年 1 月 1 日～2016 年 12 月 31 日の実績です。活動については、直近のものも含めます。

参考にしたガイドライン

- GRI「サステナビリティ・レポートニング・ガイドライン第 4 版」(G4)
- ISO26000（社会的責任に対する手引）

発行

2017 年 6 月（次回は 2018 年 6 月発行予定）



サントリーグループ CSR サイト 2017

本冊子よりも詳細な情報を網羅的に掲載しています。CSR 関連データ集やグループ会社独自の取組み、社会との対話などの情報も充実していますので、目的に応じて閲覧ください。

また、GRI「サステナビリティ・レポートニング・ガイドライン第 4 版」(G4) の「中核」に準拠して報告しています。



サントリーグループ CSR サイト 2017
<http://suntory.jp/CSR/>

お問い合わせ先

サントリーホールディングス株式会社 コーポレートコミュニケーション本部 コミュニケーション開発部

〒135-8631 東京都港区台場2-3-3

TEL : 03-5579-1536 FAX : 03-5579-1755



水と生きる SUNTORY

