

# 私たちのCSVコミットメント



キリンググループでは、2017年にグループを取り巻く社会課題から「酒類メーカーとしての責任」を前提に、「健康」「地域社会・コミュニティ」「環境」を重点課題として選定し、2017年にそれらの社会課題について、「持続可能な開発目標」(SDGs)等を参照しながら、「CSVコミットメント」を策定しました。

2027年に向けたキリンググループ長期経営構想「キリンググループ・ビジョン2027」(略称：KV2027)のなかで、世界のCSV先進企業となることを目指し、社会と価値を共創するための指針として2019年に「CSVパーパス」を策定しました。そのありたい姿を達成するためのアクションプランとして「CSVコミットメント」を位置付け、キリンググループ2019年-2021年中期経営計画の非財務目標として設定しました。グループ全体でのCSVの実効度を上げて、成果についても積極的に情報開示を行ってまいります。



CSV重点課題	CSVパーパス CSVストーリー	SDGsターゲット	コミットメント	アプローチ	成果指標	成果指標 目標値(2021年)
酒類メーカーとしての責任	<p><b>全ての事業展開国で、アルコールの有害摂取の根絶に向けた取り組みを着実に進展させる。(Zero Harmful Drinking)</b></p>  <p>お酒はお客様の心豊かな生活に貢献する一方で、一部では飲酒が健康を損なっていることも事実です。キリンググループはお酒を扱う企業として、まずアルコール関連問題の解決に取り組み、次世代にお酒の文化を継承していきます。</p>	<p>ターゲット 3.5 ターゲット 3.6 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17</p>	<p><b>0.1</b> 適正飲酒啓発と次世代へのお酒の文化継承</p> <p>地域の課題に応じて、アルコールの有害な摂取の根絶に向けて取り組みます。酒類のカテゴリーごとに、ノンアルコール・低アルコール商品の開発や認知向上に努めます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>適正飲酒や飲酒マナーの啓発を、地域の課題に応じて実行します。</li> <li>ノンアルコール・低アルコール商品の開発を強化し、お客様の選択の幅を広げます。</li> <li>ワンドリンクごとのアルコール摂取量のラベル表示を行い、お客様の適正な飲酒習慣をサポートします。</li> </ul>	<p>① 適正飲酒啓発プログラム・飲酒マナー広告などの参加数、閲覧数 ② ノンアルコール・低アルコール販売数量の拡大 ③ 1本当たりの純アルコール量のラベル表示構成比</p> <p>KB ME LN MBL</p>	<p>① 100万人 ② KB 115%(18年比) ME 105%(18年比) LION Mid Strength以下の現行の高い水準を維持する ③ KB 27年100%<sup>※1</sup> (24年までに表示開始) MBL 20% LION 100%</p>
健康	<p><b>健康な人を増やし、疾病に至る人を減らし、治療に関わる人に貢献する。</b></p>  <p>キリンググループは、安全・安心はもちろん、美味しさを楽しみながらセルフケアできる飲料・食品の開発や、グループに医薬・バイオケミカル事業を擁する強みを活かした新たな商品やサービス、新薬の創出を通して、お客様の心と体の健康と、クオリティ・オブ・ライフの向上に貢献します。</p>	<p>ターゲット 3.4 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17</p> <p>ターゲット 9.5 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17</p> <p>ターゲット 9.5 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17</p> <p>ターゲット 3.8 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17</p> <p>ターゲット 3.8 ターゲット 3.b ターゲット 17.16 ターゲット 17.17</p> <p>ターゲット 3.4 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17</p> <p>ターゲット 2.4 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17</p>	<p><b>1.1</b> 健康・未病領域におけるセルフケア支援</p> <p>お客様の食生活を支えるバランスの取れた商品ラインアップや情報の提供を通じて、栄養やカロリーの日常的なコントロールを支援し、肥満など生活習慣病への対処に貢献します。</p> <p><b>1.2.a</b> 健康・未病領域における新価値創造</p> <p>生涯にわたるクオリティ・オブ・ライフの向上に寄与する、革新性のある商品・サービスや、新規事業の創造にチャレンジします。</p> <p><b>1.2.b</b> 健康・未病領域におけるセルフケア支援</p> <p>生涯にわたるクオリティ・オブ・ライフの向上に寄与する、革新性のある商品・サービスや、新規事業の創造にチャレンジします。</p> <p><b>1.3</b> 治療領域の進化</p> <p>最先端のバイオテクノロジーにより画期的な新薬を継続的に創出し、開発・販売をグローバルに展開していきます。</p> <p><b>1.4</b> 治療領域の進化</p> <p>安価で高品質なバイオシミラーを提供し、バイオ医薬品のさらなる普及と世界的課題である医療費の抑制に貢献します。</p> <p><b>1.5</b> 健康経営の実現</p> <p>お客様へ健康をお届けする企業として、従業員が積極的に健康づくりを行う環境・機会をつくってまいります。メンタルヘルスや生活習慣病予防に取り組むとともに、酒類メーカーとして従業員の適正飲酒が社会の手本となるよう取り組みます。</p> <p><b>1.6</b> 食の安全・安心の確保</p> <p>国際標準による製造プロセスの衛生管理体制を確立し、安全性の向上を図ります。また、品質に関するコミュニケーションを充実させ、お客様の安心感と信頼性の向上に繋がっていきます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>NCDs<sup>※2</sup>削減に向け、低糖・無糖・カロリーオフの商品等、健康機能を有する商品等で、お客様の健康へ貢献する商品ポートフォリオを構築します。</li> <li>多様化する健康ニーズを先取りし、プラズマ乳酸菌をはじめ、科学的論拠を有する健康機能性素材をグループの資産を活用するシーンで、多様な提案を行います。</li> <li>国内外アカデミアとの連携による研究活動の深耕等により、健康機能性素材の新たな価値を継続的に創造します。</li> <li>患者様が健康を回復する支援として、各種医薬原薬や輸液原料、医療食原料を供給します。</li> <li>サプリメントや飲料・食品向けの機能性を持つ原料の供給や、健康食品の通信販売の拡大により、人々が健康な生活を送ることができるよう支援をします。</li> <li>バイオ医薬品の提供を通して培った強みである研究開発力と製造技術力を核として、4大創薬モダリティと位置付ける抗体医薬、低分子医薬、核酸医薬、再生医療の各技術領域で、オープンイノベーションも効果的に活用しながら、創薬基盤の強化を図るとともに、継続的な開発品の創出を目指します。</li> <li>具体的には、XLH<sup>※3</sup>患者さんなどの希少疾患に治療方法を提供します。</li> <li>バイオシミラーの開発を進め、早期の製造販売承認取得・販売開始を目指します。</li> <li>ネスプ<sup>®</sup> オーソライズドジェネリックの国内での製造販売承認取得に向け、新会社を設立して取り組みを進めます。</li> <li>従業員がより生き生きと働き、組織風土を高めるために、柔軟な働き方を実現する制度を施行し、働きやすい環境を整えます。</li> <li>「メンタルヘルス」「お酒との付き合い方」等を重点項目として、従業員が心身の健康への関与を高め、健康維持・増進に向けて自律的に行うためのサポートを実施します。</li> <li>GFSI 認証<sup>※4</sup> スキームを活用した衛生管理体制をグローバルに推進していきます。</li> <li>原料の安全性確保のための取組み(残留農薬、放射性物質等)をお客様にお伝えします。</li> <li>お客様のニーズに応じた商品・原料情報をWEB、店頭、工場見学他多様な機会を活用して、発信します。</li> </ul>	<p>① 低糖・無糖・カロリーオフ等、健康領域に貢献する商品の開発、販売拡大 ② 健康機能のエビデンスのある素材を使用した商品の開発、販売拡大</p> <p>KBC KIW</p> <p>キリンの健康機能性素材にアプローチできる(購入できる)国数(人口)</p> <p>KH</p> <p>① 使用患者数 ② 健康食品使用人数</p> <p>KHB</p> <p>① 自社創業の新薬の複数地域での上市品目数 ② ①の製品ののべ上市国数</p> <p>KHK</p> <p>① 各国・地域の特許環境に応じて、バイオシミラーの承認取得し販売開始する。 ② 国内でネスプ<sup>®</sup>のオーソライズドジェネリックの承認取得を行う。</p> <p>KHK</p> <p>① 健康経営銘柄取得 ② エンゲージメント調査「ワークライフバランス・働き方改革」 ③ ストレスチェック「いきいき度」 ④ 飲酒習慣スクリーニングテスト(AUDIT)点数</p> <p>KH KB KBC ME KHK</p> <p>GFSI 認証スキームの取得割合</p> <p>KG</p>	<p>KBC ① 115%(18年比) ② 115%(18年比) KIW ①+② 構成比50%以上</p> <p>5か国(5か国総人口6.5億人)</p> <p>①+② 4,300万人(2027年)</p> <p>① 複数地域上市、3品目以上 ② のべ50か国以上</p> <p>① ② 2018年に達成</p> <p>① ホワイト500継続 ② 2018年よりも向上 ③ 115 ④ 10点未満78%以上</p> <p>100%(2024年)</p>

CSV重点課題	CSVパーパス CSVストーリー	SDGsターゲット	コミットメント	アプローチ	成果指標	成果指標 目標値(2021年)
地域社会・ コミュニティ	<p>お客様が家族や仲間と 過ごす機会を増やすとともに、 サプライチェーンに関わる コミュニティを発展させる。</p>  <p>人と人とのつながりの希薄化が懸念される今、キリングループは、お客様が家族や仲間と幸せな時間を共有できる機会を増やすとともに、原料の生産者が抱える問題の解決に共に取り組むことで、豊かで活気あふれる地域社会の形成とコミュニティの活性化に貢献し、事業基盤を強化していきます。</p>	ターゲット 11.a ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	<b>2.1</b> コミュニティ活性化への貢献  商品やサービスと共に楽しんでいただける機会の提供を通して、人と人のつながりを増やしていきます。	▶ キリングループ商品がある食卓・レクリエーション・歳事・スポーツ/音楽イベントなど、人と人がつながる機会を拡大、創出していきます。	グループ成果指標を策定中	—
		ターゲット 2.3 ターゲット 8.9 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	<b>2.2.a</b> 原料生産の持続可能性強化  日本産ホップの品質向上と安定調達に 取り組み、日本産ホップならではの 特徴あるビールづくりを行うとともに、 生産地域の活性化に寄与します。	▶ 長期的な視点にたち、日本産ホップの 安定的な収穫量維持と品質向上を 目指し、日本産ホップ生産地域の 魅力を増やす取り組みや、人や 設備を含む生産基盤の整備を 支援していきます。 ▶ 日本産ホップの特徴を生かした 個性的なビールの開発、クラフト ブリューとの協働を通じた日本産 ホップの価値化により日本産 ホップの需要を支えていきます。	日本産ホップの調達量  KB	100 t (2027年)
		ターゲット 2.3 ターゲット 8.9 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	<b>2.2.b</b> 原料生産の持続可能性強化  世界に認められる日本ワインの 発展を牽引し、ワインづくりや ブドウづくりを支える産地・ 地域農業の活性化に貢献します。	▶ ワイナリーに、より多くのお客 様をお迎えし地域活性化を図ると ともに、「シャトー・メルシャン」 を通じて日本ワインの世界的 評価を高めています。 ▶ 契約農家を支援しながら 自社管理畑のブドウの品質を 高め、高品質な日本ワイン用 ブドウを安定的に確保します。 また、農地拡大を通じて、 日本ワイン用ブドウの収穫量 を長期的に増やしていきます。	① セラードア(ワイナリー直 売所)来場購入顧客数 ② 自社管理畑のブドウ生産 量  ME	① 2019年実績をベースに 設定予定 ② 200 t (2027年)
		ターゲット 1.2 ターゲット 2.3 ターゲット 4.b ターゲット 4.c ターゲット 8.9 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	<b>2.2.c</b> 原料生産の持続可能性強化  ミャンマーの醸造米について、 持続可能性の高い調達環境を 実現し、地域社会への責任を 果たします。	▶ 醸造用国産米の契約栽培を進 め、農家の安定収入に貢献し ます。 ▶ JICA-KIRINフェローシップ プログラムの活用、在緬日本 大使館、JICA、JETRO、商 社などとの連携により、 ミャンマーの農業の将来を 担う人材を育成していきます。 ▶ 資材の国産化を進め、 雇用の創出、経済の活性化 に貢献します。	① 醸造米調達数量の契約 栽培比率 ② JICA-KIRINフェローシ ッププログラムへの当地の ニーズにあった人材派遣、 JICA主催農業関係セミナー への協賛ほかによる人材 育成の推進 ③ 資材の国産化比率  MBL	① 10% ② 毎年1名以上派遣 ③ 缶資材 70%
		ターゲット 2.3 ターゲット 8.9 ターゲット 15.4 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	<b>2.2.d</b> 原料生産の持続可能性強化  レインフォレスト・アライ アンス認証の取得支援を はじめ、スリランカの紅茶 農園を長期的に支援し、 認証茶葉の使用を拡大し ていきます。	▶ 紅茶葉の調達持続可能性 を担保するために、レイ ンフォレスト・アライ アンス認証の取得支援 を通じて、紅茶葉生産 者を支援します。 ▶ 長期的にレインフォ レスト・アライアンス 認証茶葉の使用を拡大 していきます。	レインフォレスト・ア ライアンス認証取得 支援小規模農園数  KH KBC	10,000農園(2025年)
		ターゲット 12.6 ターゲット 12.7 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	<b>2.2.e</b> 原料生産の持続可能性強化  サプライヤーとの持続 可能なパートナーシ ップを発展させること で、双方の持続的 な収益と、サプラ イチェーンを通じた 価値創造を実現し ます。	人権、労働基準、健康 と安全、環境、ビ ジネス論理に配慮 し、豪州事業にお いて、持続可能な サプライチェーン を構築し、地域 社会への貢献を 目指します。	① 一次取引先のSEDEX 対応率 ② 豪州現代奴隷法の 法令順守  LN	① 100% ② 100%
環境	<p>2050年までに、 資源循環100%社会の 実現を目指す。<sup>※9</sup></p>  <p>水や農産物など自然の恵みを利用する私 たちにとって、地球環境の持続可能性 は事業継続の前提であり、容器包装 や気候変動影響への対応などのバ リューチェーンでの環境負荷低減は 経営基盤の強化にもつながります。 キリングループは2013年に発表した 「長期環境ビジョン」のもと、2050 年の資源循環100%社会の実現を めざす取り組みを進めます。</p>	ターゲット 7.2 ターゲット 13.1 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	<b>3.1</b> 気候変動影響への対応  再生可能エネルギーの導入を はじめとした更なる温室効果 ガス(GHG) <sup>※5</sup> 排出量削減の 取り組みを進めます。	▶ 再生可能エネルギーの導入を 推進します。 ▶ 省エネルギーを推進します。	① 工場購入電力の再生エ ネルギー比率 ② 太陽光発電設備を設 置 ③ グループ全体GHGガ ス削減率：Scope1と2 の合計 ④ グループ全体GHGガ ス削減率：Scope3  KG	KB ① 50% (2030年) LION ② 10MW (2026年) KG ③ 30% (2030年、15年 比) ④ 30% (2030年、15年 比)
		ターゲット 3.9 ターゲット 6.4 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	<b>3.2</b> 水資源への取り組み  生産活動における水使用量を 削減するとともに、水源 地の保全活動を継続的に 行います。	▶ 工場における節水活動 を推進します。 ▶ 製造拠点における水 リスクを把握します。 ▶ 水源地の保全活動 を継続します。	① 2020年の水原単位 削減率 ② 2030年の水原単位 削減率  MBL KHK	MBL ① 25% (2020年、15 年比) KHK ② 30% (2030年、15 年比)
		ターゲット 15.4 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	<b>3.3</b> 生物資源の取り組み  原料生産地と事業地 域における自然環境 を守り、生態系を 保全します。	▶ 主要原料の生産地 における生物資源に 関する取り組みを 推進します。 ▶ 森林破壊につな がる可能性のある 原材料の持続性 確保に努めます。	① 事務用紙へのFSC 認証紙または古紙 の使用 ② 主要容器包装資 材 <sup>※7</sup> へのFSC認 証紙の使用 ③ 持続可能なパ ーム油への対応  KH KB KBC ME	① 100% (2020年) ② 100% (2020年) ③ 100% <sup>※8</sup>
		ターゲット 12.2 ターゲット 12.4 ターゲット 14.1 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	<b>3.4</b> 容器包装の取り組み  容器包装の軽量化を 継続するとともに、 材料の非再生資源 依存を低減し、 持続性を高めます。	▶ 容器包装の3R・ 資源循環に努め ます。 ▶ 容器への持続 可能な素材の利 用を拡大します。 ▶ 製品や容器の 開発の早期段階 での容器材料選 定と同様に容器 のライフサイクル 評価(LCA)を導入 します。	① PETボトル用樹 脂のリサイクル樹 脂の使用率 ② 容器材料のリ サイクル性 ③ 容器包装資 材のリサイクル材 比率  KB KBC ME LN	KBC、KB、ME ① 50% (2027年) LION ② 90%以上 (2030 年) ③ 50%以上 (2030 年)
		ターゲット 2.4 ターゲット 12.3 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	<b>3.5</b> フードウェイストの 削減  工場出荷からお 取引先納品まで に生じる製品 廃棄量を削減し ます。	▶ 需給予測精度の 向上により、廃 棄につながる 余剰在庫を削減 します。 ▶ 品質管理の 徹底により、 無駄な製品 廃棄を削減し ます。	製品廃棄量削減率  KB KBC ME	75% (2025年、15 年比)

KG：キリングループ、KH：キリンホールディングス、KB：キリンビール、KBC：キリンビラージュ、ME：メルシャン、KIW：小岩井乳業、KHK：協和発酵キリン、KHB：協和発酵バイオ、LN：ライオン、MBL：ミャンマー・ブルワリー

※1. 対象は、ビール類(ビール・発泡酒・新ジャンル)及びRTDの350ml缶、500ml缶  
 ※2. NCDs：Non Communicable Disease、非感染性疾患：生活習慣の改善により予防可能な疾患  
 ※3. XLH：X-linked hypophosphataemia、X連鎖優性低リン血症性くる病  
 ※4. GFSI：Global Food Safety Initiative  
 ※5. GHG：Green House Gas  
 ※6. RSPO：Round Table of Sustainable Palm Oil  
 ※7. 6缶パック、ギフト箱、紙パック、製品用段ボール箱  
 ※8. RSPOのBook & Claim方式で対応  
 ※9. 長期環境ビジョンは2020年を目途に見直す