

おいしさを笑顔に

KIRIN

KIRIN GROUP SUSTAINABILITY REPORT

キリングループ サステナビリティレポート 2013



キリンググループのCSRに関するご報告について

編集方針

キリンググループでは、企業理念である「キリンググループは、自然と人を見つめるものづくりで、『食と健康』の新たなよこびを広げていきます」の実現に向けたグループの活動と今後の方向性を、幅広くステークホルダーの皆様にお伝えするため、積極的にグループのCSRに関する情報を発信しています。また、これらを通じて皆様からグループの取り組みについてご意見を伺い、今後の改善につなげるきっかけとしたいと考えています。

グループの主な報告としては、下記の3点をご用意しています。なお、グループ各社個別のCSRの報告については、事業会社の報告書も併せてご覧ください。

■ サステナビリティレポート2013(PDF)：日本語・英語

キリンググループのCSRに関する考え方と、それに則った特徴的な取り組みについて掲載するとともに、Webサイトに掲載している、より網羅的な取り組み紹介へのガイドとして作成いたしました。



レポートの編集にあたっては以下をポイントとしています。

- 2013年は「2021年長期経営構想(以下KV2021)・2013-2015年中期経営計画」の初年度にあたり、この考え方・取り組みの方向性について示しています。
- 上記で発表された、社会とキリンググループにとって重要性の高い6つのテーマを本誌でご紹介し、各テーマに沿って活動を報告いたします。

■ Webサイト：日本語・英語

サステナビリティレポートよりも、より網羅的・体系的に各分野の取り組みと詳細な情報を掲載しています。

「GRIガイドライン第3.1版」や、環境省「環境報告ガイドライン(2012年版)」を参考に作成しています。



■ 環境データ集(PDF)：日本語

環境に関する詳細なデータを、一冊の冊子に出力いただけるよう編集しています。

「GRIガイドライン第3.1版」や、環境省「環境報告ガイドライン(2012年版)」を参考に作成しています。

目次

02 キリンググループのCSRに関するご報告について

03 会社概要

04 キリンググループについて

06 トップコミットメント

09 キリンググループが目指すこと

13 人や社会のつながりの強化

14 東日本大震災 復興支援活動

15 事業を通じた取り組み

16 健康の増進

17 アルコール関連問題

18 健康の啓発・支援

医療・バイオケミカル事業

19 環境

20 生物資源の持続可能な利用

水資源の保全

21 容器包装の循環・再資源化

22 地球温暖化への対応

23 食の安全・安心

24 品質マネジメント

お客様とのコミュニケーション

25 人権・労働

26 人権の尊重

多様性の尊重

27 公正な事業慣行

28 コンプライアンス・リスクマネジメント

公正な調達・取引

29 社外取締役からのご意見

30 第三者意見

31 ご意見を受けて

SRIインデックスへの組み入れ

表彰例

キリンググループ各社のサステナビリティ情報

免 責 事 項 当報告書掲載内容のうち、過去または現在の事実に関するもの以外は、現在入手可能な情報から得られた計画・将来の見通し・戦略などであり、経済情勢、市場動向、税制や諸制度の変更等に係るリスクや不確実な要素を含んでいることをご了承いただきたくお願いいたします。

報告対象期間 原則として、2012年1月～12月の実績を記載しています。なお、協和発酵キリングループの環境データは2011年4月～2012年3月(エネルギーデータのみ2012年1月～12月)を報告対象期間としています。

報告対象組織 原則として、麒麟ホールディングスおよび、国内・海外の連結子会社合計257社(2012年12月現在)を「キリングループ」と表記しています。可能な場合には、より広い範囲の報告に努めました。またグループ全体の情報を十分に把握できていない場合は、都度その対象組織を明示しています。

事 業	会 社
国内酒類事業	麒麟ビール、麒麟物流、麒麟ディスティラリー、麒麟エンジニアリング、麒麟ビールマーケティング、永昌源、麒麟アンドコミュニケーションズ、麒麟テクノシステム、麒麟シティ、ハイネケン・麒麟、メルシャン、ワインキュレーション、日本リカー、第一アルコール
国内飲料事業	麒麟ビバレッジ、信州ビバレッジ
海外酒類・飲料事業	麒麟(中国)投資有限公司、麒麟啤酒(珠海)有限公司、ライオン、ブラジル麒麟
医薬・バイオケミカル事業	協和発酵麒麟、協和メデックス、協和発酵バイオ、第一ファインケミカル、協和発酵麒麟(中国)製薬有限公司、BioKyowa、上海協和アミノ酸
その他の事業	麒麟ホールディングス、麒麟ビジネスエキスパート、麒麟ビジネスシステム、麒麟協和フーズ、小岩井乳業、横浜アリーナ、横浜赤レンガ、麒麟エコー

環境データの集計範囲は上記の通りです。(組織名は2012年12月時点)

会 社 概 要

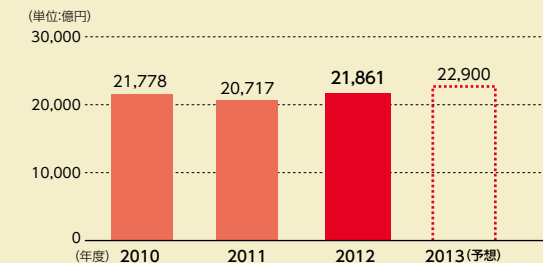
商 号	麒麟ホールディングス株式会社 Kirin Holdings Company, Limited
設 立	1907年(明治40年)2月23日 ※2007年7月1日純粋持株会社化に伴い、「麒麟麦酒株式会社」より商号変更
本 社 所 在 地	〒164-0001 東京都中野区中野4-10-2 中野セントラルパークサウス
T E L	03(6837)7000(代表)
代表取締役社長	三宅 占二(みやけ せんじ)
資 本 金	102,045,793,357円
売 上 高	2,186,177百万円(2012年12月期麒麟ホールディングス連結業績)
従 業 員 数	68人(麒麟ホールディングス連結従業員数:41,246人)

※本社所在地は2013年5月より移転のため変更となりました。

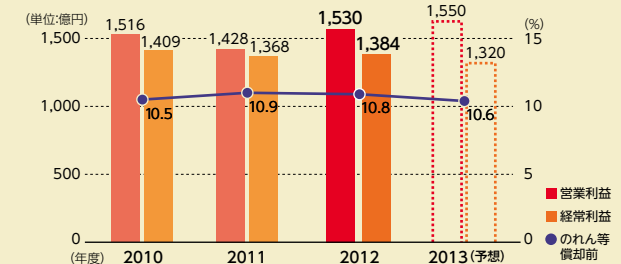
(2013年1月1日現在)

財務ハイライト

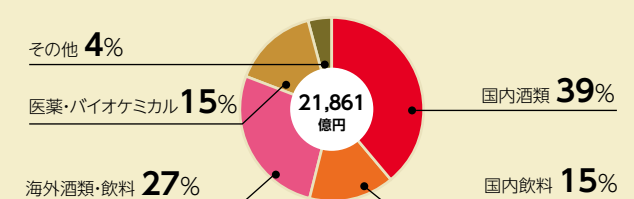
■ 連結売上高



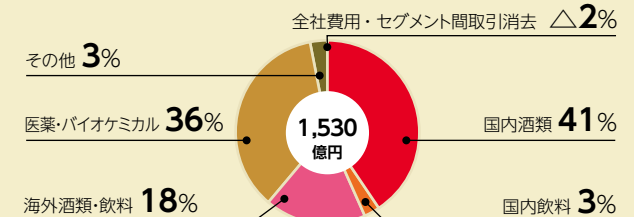
■ 連結営業利益・連結経常利益・連結営業利益率



■ セグメント別売上高(酒税込み) 2012年度

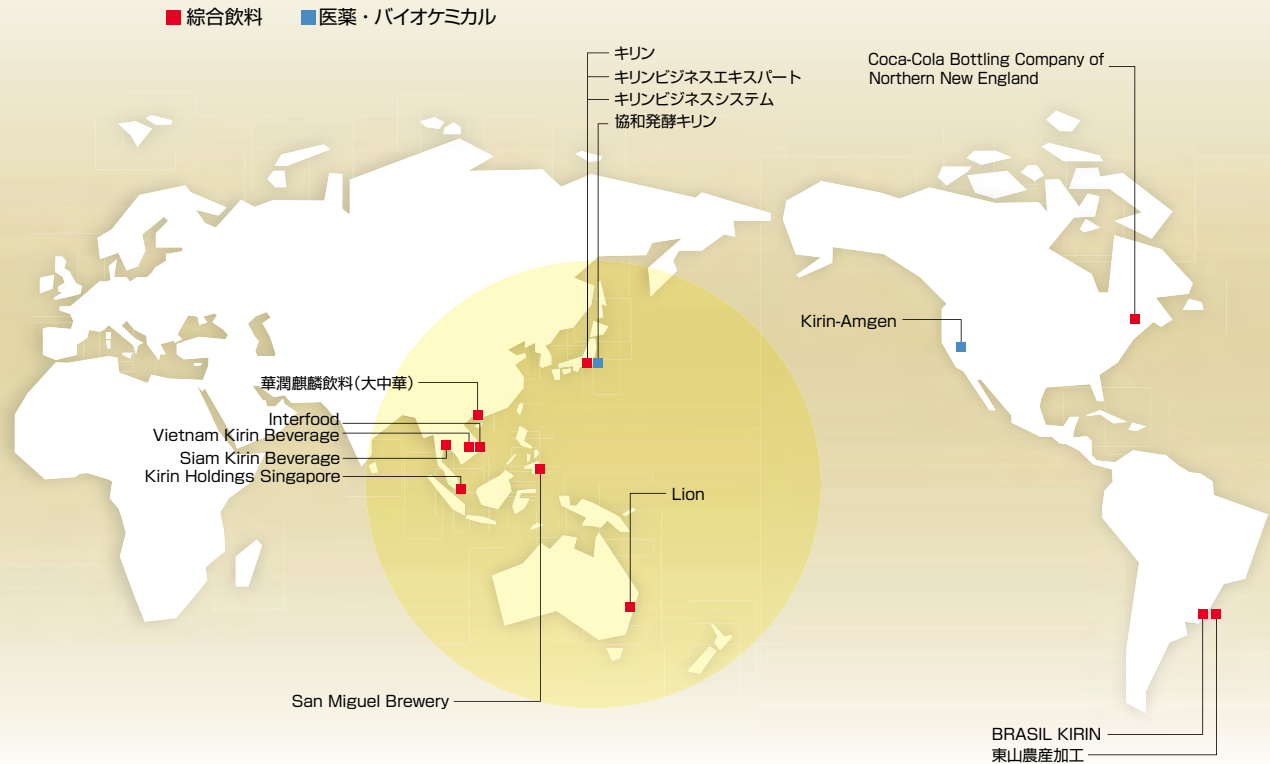


■ セグメント別営業利益(酒税込み) 2012年度



キリングroupについて

キリングroupは、酒類・飲料・食品・医薬などの事業を、日本およびアジア・オセアニアを中心とする世界各国で展開しています。また、2012年12月末現在で、約41,000人の従業員、257の連結子会社、持分法適用非連結子会社1社、持分法適用関連会社17社によって構成されています。[2013年-2015年 中期経営計画]では、海外総合飲料事業をグループ成長の牽引役として、中核である日本総合飲料事業の再成長を目指します。



グループ組織図 (2013年4月1日時点)



事業展開 (主要商品)

国内酒類



国内飲料



海外酒類・飲料



医薬・バイオケミカル



国連グローバル・コンパクトとキリングループ

国連グローバル・コンパクト（以下、GC）とは、各企業が責任あるリーダーシップを発揮することによって、社会の良き一員として行動し、世界の持続可能な成長を実現するための取り組みです。GCは、人権・労働・環境・腐敗防止の分野で10の原則を示しており、企業に対してそれらの原則を支持し、遵守するよう求めています。

キリングループは、2005年9月にGCへの参加を表明しており、従業員との関係や調達・開発・製造・販売などの企業活動の中で、GCの原則実現につながる具体的な取り組みを進めています。

また、GCジャパンネットワーク内に組織されている分科会活動には各テーマの担当者が参加し、他社との情報共有・課題解決に向けた討議などを行っています。



「国連グローバル・コンパクト」の10原則

人 権	原則 1	国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重する。
	原則 2	自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである。
労 働	原則 3	組合結成の自由と団体交渉の権利の実効的な承認を支持する。
	原則 4	あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持する。
	原則 5	児童労働の実効的な廃止を支持する。
	原則 6	雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである。
環 境	原則 7	環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持する。
	原則 8	環境に関するより大きな責任を率先して引き受ける。
	原則 9	環境に優しい技術の開発と普及を奨励すべきである。
腐敗防止	原則 10	強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである。

キリングループ CSRのあゆみ

1907（明治40）年2月23日に当社はジャパン・ブルワリー・カンパニーの経営を引き継いで創立しました。ジャパン・ブルワリーは、1888（明治21）年に「キリンビール」を発売した会社です。キリングループのCSR経営の原点は、創立以来、明治から平成と100年以上の歴史の中で、震災や敗戦による痛手など幾多の波乱にも遭遇しながら大きな環境変化に対応し、「お客様本位」「品質本位」の姿勢を貫き、経営を発展させてきたことにあります。

	1880年代	1950～80年代	1990年代	2000年代	2010～13年		
経営の歩み	1885 ジャパン・ブルワリー・カンパニーが横浜に設立（麒麟麦酒の前身）。のちに同社重役となるトーマス・グラバーの尽力で、岩崎彌之助（三菱社社長）をはじめ9人の日本人が株主となる。	1970年代 嗜好・健康・文化に関連をもつ分野に事業を拡大し、ビールを核としたお客様の生活の質的向上に貢献する企業を目指す。	1984 「長期経営ビジョン」を策定。医薬等ライフサイエンス分野への進出を目指し、多角化の方針を明確に。	1997 中期経営計画「ニュー・キリン・ビジョン21（NK21）」発表。ビール事業を中心に構造改革推進を提示。併せて医薬事業など多角化事業の基盤強化、社会環境問題への取り組みも重要課題に。	2006 長期経営構想「KV2015」を発表。アジア・オセアニアのリーディングカンパニーを目指す。	2007 純粋持株会社制を導入、キリンホールディングス株式会社に商号変更。	2013 国内総合飲料新会社「キリン株式会社」設立。
経営理念	品質本位・堅実経営	1984 品質本位・堅実経営・価値の創造	1988 生活価値産業、キリングループ	1993 私達は、世界の人々の「健康」「楽しさ」「快適さ」に貢献します。	2007 キリングループは、自然と人を見つめるものづくりで「食と健康」の新たなよこびを広げていきます。		
スローガン		1984 21世紀に乾杯	1993 新鮮な明日へ	2000 うれしいを、つぎつぎと。	2007 おいしさを笑顔に		
主なCSR活動	1958 他社に先駆けた「品質本位」の姿勢を掲げ、当時主流であった清涼飲料の人口甘味料・着色料の全廃を決断。 1965 業界初のP箱使用。 	1974 全工場・研究所に環境整備室を設置。 1978 日本で初めての本格的国際サッカー大会「ジャパンカップ」（現・キリンカップサッカー）に協賛して以来、日本サッカー界を支援。	1993 軽量リターナブルびんを開発し、導入開始。 1996 グループ品質保証の基本方針策定。信頼される企業を目指し、品質保証部設置。	1998 ビール業界で初めて、全ビール工場で再資源化率100%達成。 1999 横浜工場を皮切りに「水源の森」活動を開始。	2005 国連グローバルコンパクトへ署名。国内最軽量のPETボトル「ペコロジーボトル」を採用。	2007 従業員の多様性推進に向けてKWN（キリン・ウィメンズ・ネットワーク）設立。 2008 キリングループ環境方針改訂。	2010 「キリングループ生物多様性保全宣言」を策定。 2011 ARP室設置。 ※ARP=Alcohol Related Problem（アルコール関連問題）



KIRIN

社会の期待に応え 持続的な成長を 目指していく

キリンホールディングス株式会社
代表取締役社長

三光占二

激しい変化を乗り越え 将来も必要とされる企業に

キリングroupは2012年10月、将来にわたって社会から必要とされる企業であり続けるため、長期的な視点でグループが目指す姿として「キリン・グループ・ビジョン2021」(KV2021)を発表しました。このKV2021より前、私たちは2006年に策定した長期経営構想「キリン・グループ・ビジョン2015」(KV2015)のもとに事業活動を進めてきました。その中で活動の舞台は一気にグローバルに広がり、事業規模も拡大しましたが、一方で、お客様の嗜好の多様化などから国内の事業環境も予想を超えたスピードで大きく変わりました。そうしたグループの環境変化を受けて、当初予定していた2015年より、一足早く次代のキリングroupが目指す姿を定めて動き始めるべきだと判断し、今回のKV2021策定に至りました。

私たちはこのKV2021の中で、CSRを一歩進めたCSV*1の考え方に立脚し、バリューチェーン全体の事業活動を通じて、ステークホルダーとのエンゲージメントをより深め、ステークホルダーとの「共有価値の創造」を行っていくことを目指しています。そのために、ステークホルダーをお客様、従業員、コミュニティ、ビジネスパートナー、地球環境、株主・投資家の6つに改めて整理しました。さらに、

これまでCSRで取り組んできたテーマを見直し、キリングroupの事業活動にとって重要な社会課題を6つの重要テーマとして明確化しました。

お客様本位・品質本位を貫き 社会との絆を深める

KV2021では具体的な目標として3つのビジョンを掲げていますが、これらは“自然と人を見つめるものづくりで、「食と健康」の新たなよこびを広げる”というキリングroupの経営理念のもと、お客様本位・品質本位など企業のDNAとして受け継いできたものを改めて整理したものです。キリングgroupの基礎となる理念や姿勢をもとにしたことで、グローバル化が進む中にあっても国内外のすべての従業員に理解・共有しやすいものになったと感じています。

1つ目のビジョンに“お客様本位・品質本位に基づく価値作りで、人と人との絆を深める”を掲げていますが、これは、まさに私たちの中にDNAとして流れているものです。お客様本位・品質本位とは、ただ商品をつくったり、サービスを提供することで完結するものではありません。私は「モノでコト、コトでヒトに貢献する」と言い表しているのですが、例えば「一番搾り フロージン〈生〉」を飲むときのお客様の楽しそうな顔。まさに、お客様本位・品質本位に基

づいたモノづくりでお客様のコトに貢献している証であり、私たちがこの仕事を一番のやり甲斐にもなっているのではないのでしょうか。これは酒類事業だけでなく清涼飲料や食品、医薬事業などすべての事業にも共通するもので、コトに貢献し人々との絆を深める存在でありたいと考えています。

2つ目のビジョンの“多様な人々が生き生きと働き、地域社会と共に発展し、自然環境を守り育てる企業グループとなる”は、グローバル化の進展をより強く意識したものです。これまで国内では、男女の雇用機会の均等に業界に先駆けて取り組む

など、多様性への対応を積極的に行ってきました。しかし事業のフィールドが世界に広がれば、国籍、人種、文化など、より多様な違いを受け入れ、違いを強みに変える企業グループになる必要があります。また、私たちのビジネスは地域社会の方たちとの絆の上に成り立つものであり、水や原料など自然のめぐみを受けて事業を行っていることから、地域への貢献と自然環境の保護育成も常に意識しなければならぬものとして盛り込みました。

そして3つ目の“「食と健康」の分野でグローバルな事業展開を行い、それぞれの地域に根ざした

自立的な成長を遂げる”というビジョンには、“「食と健康」の新たなよこび”という変わらぬ経営理念のもと、事業を一層グローバルに広げていくことを示しました。また、食文化や嗜好は国や地域によって異なり、日本流のやり方を押しつけてもお客様には受け入れられません。地域の事情を最も良く知るはその土地の人であり、各国のグループ会社が地域に密着し自立的に成長していくことを目指すべき姿として示しています。

重要テーマを明確にし キリンならではの価値を提供

キリングroupは、以前からCSR活動に積極的に取り組んでまいりました。例えば、1999年には「水源の森活動」を立ち上げて業界でいち早く森林保全活動をスタートさせ、地球温暖化防止に向けたCO₂の排出削減についても常に高い目標を掲げて取り組んでいます。しかし、まだCSRの重要性がグループの全従業員、一人ひとりの意識や行動に根づくまでには至らず、経営陣や担当部署、特定の担当者が推進するものという認識にとどまっているように感じていました。KV2021の策定を機に、CSRへの意識をグループ内により広く浸透させ、取り組みを強化するため、明確な目標となる6つの重要テーマを定めました。

6つの重要テーマについてですが、キリングroup

は国連グローバル・コンパクトに署名して、グローバルな企業活動の中で社会的責任を果たすことを表明し実行しています。テーマのうち「環境」「人権・労働」「公正な事業慣行」は国連グローバル・コンパクトの原則を基に設定されているもので、これに食品を扱う企業として必須であり社会からの関心も高い「食の安全・安心」を加えた4つは、キリングroupが社会的責任を果たす“必須のテーマ”と位置付けています。ビジネスの面では各国のグループ会社に地域の事情に合わせた自立的な展開を求めています。これら必須のテーマは全世界共通のものとして取り組んでいきます。

また“キリングgroupならではのテーマ”として、2つを経営理念の中から導き出しました。「人や社会のつながりの強化」は、キリングgroupのDNAにつながるものであり、社会的な関心も高いテーマです。私たちは商品やサービスを通じて、これまでも様々な場面で人を笑顔にし、人と人とのつながりを育むことに貢献してきました。こうした事業活動の“力”に加え、東日本大震災の復興支援として2011年から続けている「キリン絆プロジェクト」※2などを通じ、地域のつながりの強化にも取り組んでいきます。絆プロジェクトは今後も継続してまいります。このプロジェクトで得た成果は今後の人や社会のつながりの強化にも活かしていきます。

「健康の増進」は、飲料や食品、医薬品を扱う企業だからこそできることであり、お客様の健康志向の高まりからも推し進めるべきテーマです。ノンア

グループ経営理念

キリングroupは、自然と人を見つめるものづくりで、「食と健康」の新たなよこびを広げていきます。

2021ビジョン

- ・お客様本位・品質本位に基づく価値作りで、人と人との絆を深める
- ・多様な人々が生き生きと働き、地域社会と共に発展し、自然環境を守り育てる企業グループとなる
- ・「食と健康」の分野でグローバルな事業展開を行い、それぞれの地域に根ざした自立的な成長を遂げる

“One Kirin” Values

熱意と誠意 “Passion and Integrity”



アルコール飲料によるアルコール関連問題への対応など健康維持への取り組みを続けると同時に、健康にプラスになる商品の開発にも力を注ぎます。その一環となる「キリン プラス・アイ」シリーズ^{※3}では、回復系アミノ酸のオルニチンを配合した商品の拡充が進んでいるのに加え、2012年にはまもるチカラの乳酸菌「プラズマ乳酸菌」を使用したのむヨーグルトを発売し好評を得ています。今後さらなる「健康の増進」に貢献できるよう、グループの研究開発を推進していきます。

すべてのステークホルダーと信頼関係を築いていく

ステークホルダーについては、常に感謝の気持ちを忘れず、誠実に向き合うことで、各ステークホ

ルダーとの絆を強め、ビジョンの実現に向けてブランド価値を共創することを考えています。

まず、“お客様”との関係では、商品を飲む・食べる・使うことでの楽しさ・うれしさといった「コト」への貢献を軸に置いた商品開発を進め、人と人との絆づくりを一層意識していきます。またアルコール関連問題への対応も責務だと認識し、「キリンフリー」などノンアルコール商品の拡充や、適正飲酒の啓発活動に力を注いでまいります。

“従業員”については、一人ひとりが会社に誇りを持ち、仕事を通じて自己の成長を実感できるような自由闊達な組織風土づくりを進めていきます。

また“コミュニティ”とは、サッカーを通じた次世代の育成活動、絆プロジェクトや適正飲酒など社会の課題解決への取り組みを通して、地域の健全で持続的な発展に貢献していきます。

“ビジネスパートナー”とは、強制労働や児童労働

の防止などのコンプライアンス遵守を私たちが実践するのはもちろん、パートナーに遵守を働きかけていくことも大切だと考えています。またスリランカでのレインフォレスト・アライアンス支援^{※4}のような、WinWinの関係を築くパートナー支援にも積極的に取り組んでいきます。

“地球環境”については、すでに、競合他社と特約店や小売店への共同配送を行うことで輸送を効率化し、CO₂排出削減につなげる取り組みも行っていますが、今後も資源保護や環境保護に向けてより広い視野で地球環境への貢献を考えていきます。

“株主・投資家”とは、企業価値の向上と利益還元を確実に実現するとともに、CSR活動が企業価値の向上に結びつくことをきちんと説明し信頼関係を築いていく考えです。

社会と企業双方の共有価値の創造へ

KV2021の策定に向けて社外の方々の方に意見を伺ったり、「キリン絆プロジェクト」を展開する中で、私はCSRを経営の中に取り込んで企業価値の向上に結びつけるCSVの可能性を知りました。社会的な課題に意識的・積極的に取り組むことは、結果として企業のブランド価値の向上にもつ

ながります。例えば、お客様の健康や地球環境への寄与を考えることで新しい商品が生まれたり、コミュニティへの貢献を追求する中で新たな事業が生まれることがあります。しかし、こうした考え方は世の中でも広まり始めたばかりであり、まずは2013年に設立した国内総合飲料の新会社「キリン株式会社」で、CSV本部を設けてこの活動を推進することに決めました。ここで先例を示し、新たなキリングループの事業像としてグローバルにも広げたいと考えています。

上記の実現に向けて、KV2021、CSRの重要テーマやステークホルダーとの絆の強化についても、世界各地域のすべての従業員が深く理解し、「腑に落ちる」ことは欠かせないと考えています。そのために、私を含めグループ各社の経営陣が先頭に立ってメッセージを発信し続け、組織風土活性化の取り組みとも併せて浸透を図ってまいります。そして、従業員一人ひとりが自らの業務の中で、ステークホルダーのニーズ・期待を理解し、共に価値創造に取り組むことでKV2021を実現し、将来にわたって社会から必要とされ続け、成長し続けるキリングループになっていきます。

※1 詳細については12ページをご覧ください。

※2 詳細については14ページをご覧ください。

※3 詳細については18ページをご覧ください。

※4 詳細については20ページをご覧ください。

キリンググループが目指すこと

10年先の未来へ――

「食と健康」の新たなよろこびを広げる企業として

キリンググループは、2012年に長期的な視点で“キリンググループの目指す姿”を明確化しました。10年先の未来に向けて、「食と健康」で新しいよろこびを広げ続けるために、2021ビジョンを設け、ステークホルダーと共に社会との共有価値を創造し、ビジョンの具現化を目指していきます。また、グローバル共通の価値観（“One Kirin” Values）に基づき、多様性を生かして事業・地域の垣根を越えて連携し、グローバル企業として持続可能な社会に貢献していきます。

―― 2021ビジョン ――

- お客様本位・品質本位に基づく価値作りで、人と人との絆を深める
- 多様な人々が生き活きと働き、地域社会と共に発展し、自然環境を守り育てる企業グループとなる
- 「食と健康」の分野でグローバルな事業展開を行い、それぞれの地域に根ざした自立的な成長を遂げる

キリンググループの 6テーマ

人や社会の
つながりの強化

キリン
ならではの
テーマ

環 境

人権・労働

社会と事業の継続性
コンプライアンス

健康の増進

食の安全・安心

公正な事業慣行

“One Kirin” Values 熱意と誠意 “Passion and Integrity”

グループ経営理念
キリンググループは、
自然と人を見つめる
ものづくりで、
「食と健康」の新たな
よろこびを広げていきます。

キリンググループは、2021ビジョンを実践するために、経営理念に基づいたグループ共通の6テーマについて、社会と企業の双方に価値を創るCSVの視点で、熱意と誠意をもって取り組んでいきます。

キリンググループが掲げる6つのテーマ

「食と健康」に取り組む企業グループとして、特に重要な6テーマを設定しました。「環境」、「食の安全・安心」、「人権・労働」、「公正な事業慣行」は国連グローバル・コンパクト^{*}をベースに必須のテーマを、キリンならではのテーマとして「人や社会のつながりの強化」「健康の増進」を設定し、ステークホルダーと共に、事業を通じて共有価値の創造に取り組めます。

※詳細については5ページをご覧ください。

- ・従業員の多様化
- ・組織のグローバル化

人権・労働



人事の基本理念にある「人間性の尊重」に基づき、従業員だけでなく、バリューチェーン全体を通じて人権を尊重するとともに、従業員が安心して働ける環境づくりに取り組んでいます。

▶ P.25

環境



- ・生物資源・水資源・容器包装資源の枯渇
- ・地球温暖化

2050年に向けた「長期環境ビジョン」に基づき、豊かな地球のめぐみを将来にわたって享受し引き継ぎたいという想いを、バリューチェーンに係わるすべての人々と共につないでいきます。

▶ P.19

人や社会のつながりの強化



2011年の東日本大震災を機に「人と社会」のつながりの大切さを再認識しました。商品・サービスを通じて私たちが大切にしている人と人とのつながり、地域コミュニティのつながりを創造・強化していきます。

▶ P.13

- ・地域のつながりの希薄化
- ・飲料文化・食文化の多様性の縮小

キリンググループの6テーマ

食の安全・安心



創業当時から理念として大切にしてきた「品質本位」の精神を基に、お客様に信頼され、よろこんでいただける安全・安心な商品やサービスを提供するために、日々着実に取り組みを進めています。

▶ P.23

- ・食の安全性への関心の高まり
- ・良質な原料の安定確保

健康の増進



酒類を扱う企業グループとしてグローバルの「アルコール関連問題」に取り組むとともに、経営理念にある「『食と健康』の新たなよこぎを上げていきます」に基づき、毎日の暮らしに「健康」という価値をプラスし、事業を通じてライフスタイルの提案に取り組んでいます。

▶ P.16

- ・生活習慣病をはじめとする健康課題の増加・多様化
- ・健康への関心の高まり
- ・アルコール関連問題

公正な事業慣行



グループの各事業のバリューチェーンで支えられている様々なビジネスパートナーに対して良識と誠実さをもって接し、公平かつ公正な関係を構築するとともに、CSRの基盤としてコンプライアンスを確実に実行していきます。

▶ P.27

- ・事業のグローバル化による責任範囲の拡大
- ・社会課題の多様化

ステークホルダーとの共創

キリングループは、お客様、従業員、コミュニティ、ビジネスパートナー、地球環境、株主・投資家を、グループ共通のステークホルダーとして設定しました。ステークホルダーと共に6つのテーマに取り組み、共有価値を創造することを目指します。また、継続的にステークホルダーとの対話を重視し、社会の要請と期待を把握するように努めています。

働き甲斐や誇り、多様性受容や専門力を育む組織風土の醸成

多様な人材が生き生きと働き、仕事を通じて自己成長が実感できる組織風土の醸成に取り組めます。

人権・労働 健康の増進
公正な事業慣行

事業活動を通じた地域発展への貢献

事業活動を支えるコミュニティを大切に、商品やサービスを通じて人と人との絆づくりにつなげて、コミュニティの健全で持続的な発展に貢献します。

人や社会のつながりの強化
健康の増進

信頼と協働による相互発展

すべてのビジネスパートナーと持続可能な社会の実現に向けた公正な取引を通じて信頼関係を構築していきます。

人権・労働 公正な事業慣行

ブランドを基軸とした経営を通じた価値の共創

私たちは、常にお客様の大切なシーンにおけるベストパートナーとして、安全・安心な商品やサービスとともに、お客様のニーズに対応した価値を共創し続けていきます。

人や社会のつながりの強化 健康の増進 食の安全・安心

継続的な企業価値向上による株主還元

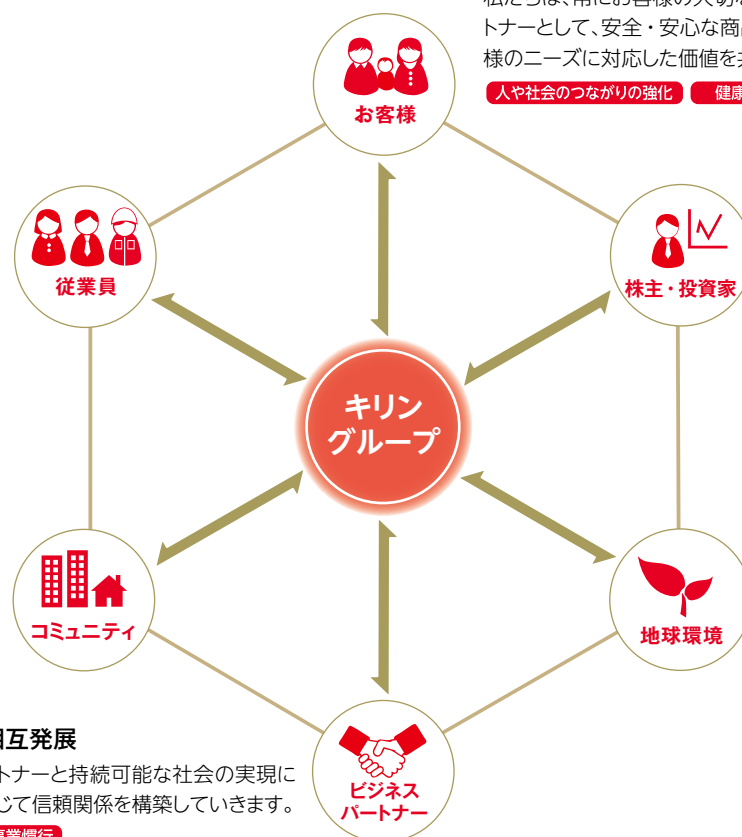
高い経営品質で企業価値を継続的に向上させるとともに、長期的な信頼関係を構築します。

公正な事業慣行

循環型社会への貢献を意識した活動の推進

バリューチェーンから発生する環境負荷を低減させながら、地球が賄うことができる能力とのバランスが取れるように資源を循環させていきます。

環境



COLUMN ステークホルダーとのエンゲージメント強化に向けて

「キリン絆プロジェクト」第2ステージの取り組みである「東北復興・農業トレーニングセンタープロジェクト」(以下トレセン)は、2013年4月からスタートしました。この取り組みは、東日本大震災後、農業関係者やNPO、有識者の皆様と10回以上の対話を重ねることから生まれました。トレセンが開始してからも、被災地の農業復興に関する課題や、当社に期待される取り組みなど、活発な議論を継続して行っています。

また2012年8月に、「品質コミュニケーション」をテーマとしたステークホルダーダイアログを開催し、「食の安全・安心」に関わる6名の有識者をお招きしました。キリングループの出席者と共にお客様や社会との関係構築や情報開示などについて、様々な意見が交わされ、その後のお客様とのコミュニケーションの取り組み等に活かしています。今後も様々なテーマでステークホルダーと対話を行っていきます。



「東北復興・農業トレーニングセンタープロジェクト」会議



「食の安全・安心」に関わるステークホルダーとのダイアログ

※キリングループ共通の6テーマ： 人や社会のつながりの強化 健康の増進 環境 食の安全・安心 人権・労働 公正な事業慣行

Creating Shared Value

社会課題の解決と企業の成長の両立を目指して

2013年、キリンググループは、麒麟ビール、麒麟ビバレッジ、メルシャンの国内総合飲料事業を統括する麒麟株式会社を立ち上げ、その中に「CSV本部」を新設しました。CSVはCreating Shared Valueの略で、ハーバード大学教授のマイケル・ポーター氏が提唱している社会課題の解決と、企業の成長を両立させるという経営コンセプトです。キリンググループはこれまでも事業活動を通じたCSRを推進してきましたが、麒麟・グループ・ビジョン2021（以下KV2021）で今後はより事業と一体化した形で社会と共有できる価値を創出していきます。

社会課題に商品やサービスを通じてアプローチしていく

麒麟がCSVに取り組むことに決めた理由は、これまでの事業のあり方を転換させたかったからです。私たちはこれまでずっと、お客様本位、品質本位を掲げ、お客様にいかに喜んでいただくかを考えてきました。ただ、今後はそれだけでは不十分だと感じていました。特に東日本大震災の発生以降、お客様の社会課題への関心の高まりや、麒麟に対する社会からの期待の大きさを強く実感しています。その中で、私たちが社会課題に対して商品やサービス等を通じてアプローチしていくことが、結果として事業にもプラスの影響をもたらすと考え、CSVの実現に取り組んでいくことを決めました。

共有価値を創造するために

今回、KV2021で設定したように、6つのステークホルダーと共に6つのテーマに取り組む、共有価値を創造していきたいと考えています。

その際のアプローチとしては3つあります。

1つ目はCSVの観点で商品やサービスを開発し提供することです。先例としては、飲酒運転による交通事故の多発という社会課題の解決につながる世界で初めてのアルコール0.00%のノンアルコールビール「麒麟フリー」があります。ほかにも社会課題にアプローチできるよう、社会課題の探索とその解決につながる商品やサービスの開発を目指しながら可能性を探っていきます。

2つ目には製造や物流といったバリューチェーンの過程で、ビジネスパートナーとも連携しながらアプローチしていくことが挙げられます。例えば、物流における環境負荷の低減への取り組みがこれにあたります。お取引先や関係会社と連携しながら、出荷する商品をできるだけ集約して、積載量の大きなトラックに積んで運ぶことでトラックの台数を減らします。そうすることでCO₂排出の削減やコスト削減の両立が可能になります。麒麟だけではできないようなことも、ビジネスパートナーの皆様や、業界全体で取り組むことで大きな成果を生めると期待しています。

3つ目は競争基盤としての地域社会に

おけるアプローチです。具体的に、キリンググループでは東北の復興支援活動「復興応援麒麟絆プロジェクト」で地域の農業・水産業の復興に向けた取り組みなどを行っています。今後も事業に関わる多様なコミュニティに対して、アプローチを行っていくつもりです。

社会課題の解決と事業の継続的な発展に向けて

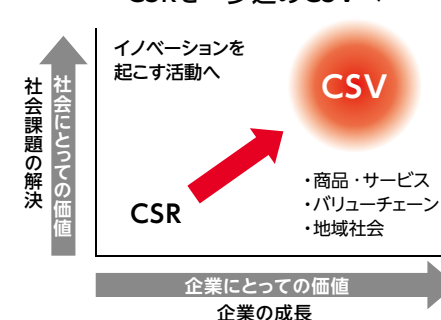
まだCSVに関する取り組みをスタートさせたばかりですが、まずは日本の総合飲料事業の分野で先例をつくり、それをKV2021の達成に向け、グループ全体に浸透・展開していくことを目指しています。その際、様々なステークホルダーの方のご意見を聞きながら取り組みを進めるのはもちろんのこと、ステークホルダーにお力添えをいただくことも必要だと考えています。これまで麒麟が培ってきた強みを活かしながら、社会課題の解決と麒麟の事業発展の両立に向けて継続的に取り組み、未来の社会に向けて貢献していきたいと考えています。

インタビュー

麒麟ホールディングス 執行役員
グループCSR担当ディレクター兼
麒麟執行役員 CSV本部 CSV推進部長
栗原 邦夫



— CSRを一步進めCSVへ —



人や社会の
つながりの強化

商品・サービスを通じて、
私たちが大切にしている人と人とのつながり、
地域コミュニティのつながりを創造・強化していきます。



私たちが目指していること

キリングroupは今日までお客様や従業員、コミュニティやビジネスパートナー、地球環境、株主・投資家を含めたすべてのステークホルダーの皆様を支えられてきました。2011年の東日本大震災を機に、人や社会とのつながりの大切さを再認識し、復興支援活動を進めてきました。この活動を通じて産業が活性化し、将来に希望を持つ子どもたちが増えてコミュニティに元気が広がり、地域全体が活性化していくことで持続的な復興につながることを目指しています。2021ビジョンでは「お客様本位・品質本位に基づく価値作りで、人と人との絆を深める」と示したように、創業時から大事にしてきた理念をもとに、商品やサービスを通じた食文化・飲料文化の伝承や提案、また家族や友人、社会とのコミュニケーションを育み、発展させることに貢献していきます。

実現に向けて

キリングroupでは、ステークホルダーの期待・要請に応えながら、商品やサービスなどの事業活動を通じて、人や社会とのつながりを創造し、育んでいます。

2011年7月に、東日本大震災復興支援に継続的に取り組むべく、3年間で約60億円を拠出することを決定しました。取り組みとして、「復興応援 キリン絆プロジェクト」をつくり、グループ各社が一体となった復興支援活動を継続しています。このプロジェクトでは、被災地の皆様と一緒に復興に取り組みたいという思いから、「絆を育む」をテーマに、被災地の皆様の“地域社会の絆”や“家族の絆”を一層深めていただけるよう「地域食文化・食産業の復興支援」、「子どもの笑顔づくり支援」、「心と体の元気サポート」の3つの幹で一貫した活動を進めています。

次世代育成の活動としては、未来のサッカー日本代表を目指す子どもたちの夢に貢献するサッカーイベントを開催しています。

事業では、マーケティングや営業活動において、お客様が家族や友人など大切な人とのコミュニケーションを育むことをお手伝いする商品やサービスの提供を目指しています。また、地域の方々やビジネスパートナーと共に地域の発展やつながりの強化に貢献することも念頭において、調達活動や営業活動を実践しています。

さらに、食をとりまく生活文化に関して行っている多面的な調査・研究の成果について様々な情報発信を行うことで、ステークホルダー同士のつながりの強化をサポートしています。今後はグローバルも含めて、事業を通じた「人や社会のつながりの強化」をバリューチェーン全体でさらに推進していきます。

復興応援 キリン絆プロジェクト

地域食文化・食産業の復興支援

食に携わる企業として復興に貢献したいとの想いから“生産から食卓までの支援”をテーマとした農業や水産業に対する支援活動を実施しています。復興支援の担当者が被災地に頻繁に足を運び、農業水産業関係者やNPO、有識者などと対話を重ねて実情を把握し、東北の地域産業とのつながりを大切に、現地のニーズに合った支援に取り組んでいます。

2012年までの復興支援第1ステージでは、営農再開に必要な農業機械支援に約5億円（農業機械386台）、養殖再開に向けた養殖設備の支援に約4億円を助成しました。また、グループ社員491名が、支援の手が届きづらい地域の漁業支援などのボランティア活動を行いました。

2013年からは、第2ステージとして生産支援に加え、農作物・水産物のブランド育成支援、6次産業化*に向けた販路拡大支援、将来にわたる担い手・リーダー育成支援などを展開していきます。

※農業・水産業が1次産業にとどまらず、それを加工し販売するところまで視野に入れた事業展開により、農業・水産業の活性化につなげる。1次産業（農業・水産業）×2次産業（加工）×3次産業（流通）＝6次産業



営農再開した七ヶ浜生産組合の皆さん



復旧した宮城県漁業協同組合生かき保管冷蔵施設



石巻市雄勝町立浜の養殖業復興支援ボランティア

■ 農業者の育成支援

将来にわたる担い手・リーダー育成支援として、2013年4月から1年間実施される「東北復興・農業トレーニングセンタープロジェクト」を支援しています。本プロジェクトは、単に農業の復興ということではなく、新しい時代の新しい仕組みや地域の意義を、農業を中心に生み出すプロジェクトです。「農業経営者リーダーズネットワーク in 東北」と「復興プロデューサーカリキュラム in 東京」の2つのプログラムを開設し、相互に連携しながら新しい地域の農業ビジネスの創出と、それに伴う被災地域の復興、活性化を目指します。



育成支援のプログラムの様子



子どもの笑顔づくり支援

■ 農業を学ぶ高校生への奨学金支援／卓球を通じた支援

「地域食文化・食産業」の将来の担い手を育成したいとの想いから、公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン（SCJ）と協働で、岩手・宮城・福島県の農業高校および農業科の高校生にキリンSCJ「絆」奨学金を支給しています。第二期の2012年度は20校662名に給付し、対象校の農業実習への参加や学校祭の訪問も実施しました。

また、卓球を通じて子どもたちの豊かな心の成長を支援するため、岩手・宮城・福島で「卓球教室」を開催しています。2012年までに15会場、延べ3900名が参加しました。2013年も継続して取り組みます。



稲刈り実習の様子

■ 心と体の元気サポート

■ JFA・キリン スマイルフィールド

公益財団法人日本サッカー協会と共に、岩手・宮城・福島で「JFA・キリン スマイルフィールド」を開催しています。元サッカー日本代表選手などが小学校を訪問してサッカー教室を展開しているほか、ボールやゴールなどの備品を寄贈し、いつでもサッカーを楽しめる場づくりも行っています。2012年までに323校で開催し、49,604名の小学生が参加しました。2013年も引き続き活動を推進していきます。



福島県相馬市立飯豊小学校にて開催（2012年12月4日）

WEB 「復興応援 キリン絆プロジェクト」については右記URLからご覧ください。 <http://www.kirinholdings.co.jp/csr/support/index.html>

COLUMN

【スポーツ支援】

サッカーを通じた次世代育成の活動

サッカーの裾野拡大や未来の日本代表を目指す子どもたちの夢に貢献するため、2008年よりサッカー教室「キリンサッカーフィールド」を開催しています。コーチには、元サッカー日本代表の小倉隆史氏などを迎え、日常では接することのできない元プロ選手と触れ合う場を提供し、子どもたちに夢と感動を与えています。

2008年の開始からこれまで、全国41の都道府県で延べ6,200名を対象に開催しました。サッカーの技術指導に加え、チャレンジする姿勢の大切さを分かりやすく伝えるなど、サッカーを通じて子どもたちの豊かな心の成長を支援しています。2013年は全国13会場で小学生1,300名を対象に開催します。



コーチとミニゲームで対戦

事業を通じたつながりの強化

キリングroupでは、商品やサービスを媒介にして人と人とのつながりを生み、育むことを大切に考えています。事業を通じて、人と人、家族や仲間のつながりが強くなり、さらにはコミュニティの活性化に貢献できることを目指しています。

SNSを活用したギフトショッピング

キリンビールでは、プレミアムビール「GRAND KIRIN」でソーシャルメディアとセブン-イレブン店舗を連動させた新ビールギフトショッピングを開始しました。「BEER to friends」というショッピングサービスで、FacebookやTwitterに登録している友達に「引換券(1本)」を購入して贈ることができ、ビールギフトの新しいビジネスモデルとしてつながりの場となっています。

※詳細については右記URLよりご覧ください。 <http://beertofriends.jp/>

“食卓”の大切さを伝えるプロジェクト

キリングroupでは、人と人とのつながりの場“食卓”の大切さを見つめ直す「Table of Dreams ～キリン『夢の食卓』プロジェクト～」を2011年から展開しています。日常生活における“食卓”を人間同士の交流の場と捉え、様々な地域の食文化や食を通じた人と人とのつながりの場をTV番組で紹介しています。また、「いっしょに食べよう」をテーマに開催する食卓会では、参加者に食卓での人と人とのつながりを実感してもらっています。

※詳細については右記URLよりご覧ください。 <http://www.kirinholdings.co.jp/company/tableofdreams/index.html>



「いっしょに食べよう(横浜赤レンガ倉庫)」食卓会

親子のつながりを深める取り組み

キリンビバレッジでは、「小岩井 純水果汁 こども文庫プロジェクト」を2011年から継続しています。教育評論家の尾木直樹先生をプロジェクトの監修に迎え「こどもの心の成長」をテーマに絵本をつくり、全国の幼稚園・施設への寄贈や各地で読みきかせイベントを実施しています。

※詳細については右記URLよりご覧ください。 <http://www.beverage.co.jp/koiwai/fruit/>

担当者の声

親子のつながりを意識した商品開発を続けていきたいです

2011年に「小岩井 純水果汁 こども文庫プロジェクト」を始動し、2013年3月末までに約15,000冊の寄贈を実施しています。商品だけでなく、プロジェクトからも親子の感動体験をたくさん築いていただけたらうれしいです。商品とお客様というつながりだけでなく、実際に飲んでくださっている親子のつながりを意識した商品開発を今後も続けていきたいです。



キリンビバレッジ
マーケティング部
山口 彩

地域のつながりを育むワイン農園

メルシャンは2002年に長野県の遊休荒廃農地で開園し、ぶどう栽培を始めました。旧丸子町(現上田市)のこの畑は「梶子(マリコ)ヴィンヤード」と命名され、地域の雇用を生みました。また、生産されたワインは「第19回 ヴィナリ国際ワインコンクール」や「第10回 国産ワインコンクール」などで金賞を受賞しました*。生産量は2018年までに現在の約2倍の8万本(750ml換算)の収量を見込んでいます。

※詳細については下記URLよりご覧ください。
<http://www.chateaumercian.com/about/>



メルシャン ワイン農園
「梶子(マリコ)ヴィンヤード」

食に関わるライフスタイルの情報発信

キリン食生活文化研究所では、お酒と食をとりまく生活文化に関する調査・研究を行い、お客様や社会の変化をとらえて様々な情報発信をしています。

食べ物そのものだけでなく、生活シーンや個人の価値観、食を通じた人と人とのつながりなど、多面的な視点から日本人の「食ライフスタイル」*を10種類に分類しました。自身の「食ライフスタイル」を見つめることをきっかけに、元気と潤いのある生活を多様なお客様と一緒に創造していきます。

※詳細については下記URLよりご覧ください。
<http://www.kirinholdings.co.jp/csr/food-life/research/lifestyle/index.html>

担当者の声

飲食店や販売店とのつながりを育み、街を元気にしていきます!

現在、蒲田を担当して5年目になります。蒲田はかつては集客力のあるにぎやかな街でしたが、近年は地元以外のお客様の流れが少ないことが課題だと思っています。地元の観光協会と情報交換をしていたとき、NHK連続テレビ小説の「梅ちゃん先生」が放映される半年ほど前に「蒲田」が舞台になると聞いて、このチャンスをなんとしても活かしたいと考えました。そこで、同じ大田区のサワーの製造販売会社である博水社と地元の飲食店との協働で、蒲田でしか飲めないオリジナルカクテルを開発しようと試作を重ねた結果、「梅ちゃんサワー」が誕生しました。最初は乗り気でなかった飲食店も、観光協会からの推奨や、マスコミへの露出が増えることで、最終的には70店でメニュー化され、観光話題のひとつになりました。

また、駅ビルと地元店舗の接点がなかったことから、駅ビルでの「蒲田フェア」を提案しました。それにより、駅ビルと街の新たなつながりができて、蒲田の名産品の認知および飲食店・販売店双方の売上の拡大を図ることができました。これからは蒲田の顔として、つながりをつくり、育てていくことで、街を元気にしていきます。



キリンビールマーケティング
首都圏統括本部
東京支社第3支店
有田 尚史



オリジナルカクテル
「梅ちゃん」サワー

健康の増進

「食と健康のよろこびを広げる」企業として、毎日の暮らしに健康という価値をプラスする提案で、笑顔を広げていきます。



実現に向けて

2021ビジョンでは「『食と健康』の分野でグローバルな事業展開を行い、それぞれの地域に根ざした自立的な成長を遂げる」ことを明確に示しました。2008年に発足させたグループ横断プロジェクト「キリンの健康プロジェクト『キリン プラス・アイ』」では、国内を中心にキリングループの技術力を最大限に生かした商品の開発を通じて、健康を気遣うお客様のニーズに応えてきました。今後も、健康に関する研究開発に取り組むとともに、社会の高度化によってますます増加・多様化する健康課題およびニーズに対応した商品開発を、グループのシナジーを生かしながらグローバルに推進していきます。

また、アルコール飲料を製造・販売する企業グループとしての社会的責任を考え、グローバルな視点をもってアルコール関連問題に対応するため、各国で継続的な適正飲酒の啓発等に取り組んでいきます。

医薬・バイオケミカル事業を担う協和発酵キリングループでは、病気と闘う世界中の人々のために、一日も早く、一人でも多くの患者さんに新薬を届けることを使命として、抗体医薬など画期的新薬の開発を目指しています。また、それらの薬を安全に、安心して使用いただけるよう社会に供給することを責務として取り組んでいます。さらに、グループとして医薬・ヘルスケアに関するニーズの高い情報をWebサイトなどを活用し、積極的に発信しています。

私たちが目指していること

キリングループが掲げている経営理念は、「キリングループは、自然と人を見つめるものづくりで、『食と健康』の新たなよろこびを広げていきます」というものです。健康は自分一人のものではなく、家族や友人、地域や職場のため、さらには次世代のために、毎日の暮らしに「健康」という視点をプラスして考え、毎日の暮らしをより楽しく豊かなものに変えていく。WHO（世界保健機関）の定義にも、「健康とは身体的・精神的および社会的に良好な状態であって、単に病気とか虚弱でない状態のことではない」とあります。キリングループでは、こうした考えをもとに“社会の絆の源”となるような「健康の増進」を目指しています。

アルコール関連問題について

キリングroupでは、経営理念の一つである「食と健康の新たなよこびを上げていく」ことを阻害する要因として、アルコール関連問題を位置付け、アルコール関連問題に真摯かつ適切に対応することが、アルコール飲料を製造・販売する企業としての社会的責任と考えています。この問題に対応するため、基本方針や行動指針の策定をはじめとして、適正な飲酒に関する正しい知識の普及啓発や、広告・宣伝活動のより厳しい自主基準の設定と遵守に取り組んでいます。さらに、従業員研修、国内外における業界全体の取り組みへの積極的参画など、地域社会や国際社会と共に、問題飲酒の撲滅と予防に向けて総合的な対策に努めています。

アルコール 関連問題に 対する 基本方針	「キリングroupは、自然と人を見つめるものづくりで、『食と健康』の新たなよこびを上げていきます。」というグループ経営理念のもと、不適切な飲酒による様々な問題を防止し、適正飲酒を啓発する活動を推進していきます。
行動指針	- 適量で節度ある飲酒（適正飲酒）は、効用もあり、人と人とのコミュニケーションを上げるとの認識に立ち、アルコール飲料との正しい付き合い方についての知識の普及に努めます。 - アルコール飲料のもつ致酔性、過度な飲酒による依存性などを認識し、不適切な飲酒による様々な問題の防止に向け、正しい知識の継続的な啓発活動を行います。 ● 未成年者飲酒の防止 ● 飲酒運転の防止 ● イッキ飲みの防止 ● 妊産婦の飲酒防止など - 事業活動にあたっては、法令、業界自主基準、キリングgroupの自主基準を厳守し、適正な飲酒の啓発、不適切な飲酒の防止に努めます。 - 不適切な飲酒の防止に向けた社会の活動を積極的に支援します。 - 適正飲酒強化月間を設け、全社員を挙げて、社員研修や自己啓発に取り組めます。

業界との連携

2010年5月、WHO（世界保健機関）が「アルコールの有害な使用を低減するための世界戦略」を採択したことを受けて、キリングgroupでは各国の酒類業界・政府と連携し、国や地域の事情を考慮した施策づくりに取り組んでいます。

キリングgroupは、2005年に国際業界団体であるGAP-G^{*1}に、2013年にはICAP^{*2}に加盟し、アルコール関連問題低減活動をグローバルに推進しています。2012年の主な取り組み

みとして、GAP-GとICAPが策定・発表した「アルコールの有害な使用の低減に向けて：ビール・ワイン・スピリッツ生産者の誓約」を海外主要グループ会社に周知徹底を図りました。

- ※1 GAP-G(Global Alcohol Producers Group)
2005年に、世界の酒類メーカーがWHOとの対話の場を創出するために設立した団体。世界の酒類メーカー、酒造組合など16社が加盟しています。
詳細については右記URLからご覧ください。 <http://www.globalalcoholproducersgroup.com/>
- ※2 ICAP(International Center for Alcohol Policies)アルコール政策国際センター
1995年に設立された国際的なアルコール関連問題のNPO。世界の主要酒類メーカー14社が加盟しています。
詳細については右記URLからご覧ください。 <http://www.icap.org/>

適正飲酒の推進活動

キリングgroupでは、社会へ適正飲酒を広めていくことがアルコール関連問題低減に最も重要であると考え、広告・宣伝活動、商品を通じた活動をはじめ、啓発教材プログラムの開発・配布、行政と連携した飲酒運転根絶への取り組みなど、様々な活動を行っています。

その中で、従業員は適正飲酒の普及・浸透に重要な役割を果たすと認識し、適正飲酒研修を全従業員に実施しています。毎年4月、適正飲酒強化月間の全体研修では、飲酒の功罪をはじめとする適正飲酒の進め方、さらには、食生活の見直し、運動の推奨等、健康的な生活を営むための多様な知識を身に付け、意識の向上を図っています。

啓発教材では、小冊子「お酒と健康ABC辞典」を1996年より累計約700万部、未成年者飲酒防止の啓発ビデオ教材「未成年者とアルコール」を1993年より約6万本、成人向けビデオ「お酒を飲む喜びをいつまでも」を2012年より約2万本を配布し、正しい知識の普及に努めています。

飲酒運転根絶への取り組みでは、キリンフリーを通じた「ハンドルキーパー運動」支援を2009年より開始し、2012年には、自治体と連携して全国120カ所以上で「ハンドルキーパーちらし」と「キリンフリー」を街頭配布しました。また、2010年より株主優待メニューに「キリン飲酒運転根絶募金」を設け、2012年は総額約125万円を財団法人交通遺児等育成基金に寄付しました。

COLUMN

ライオン社（オーストラリア・ニュージーランド）における取り組み

ライオンでは製品のアルコール度数や、ラベル表示に関する取り組みを行っています。代表ブランド「XXXX GOLD」の度数を1991年に5%から4.2%に下げましたが、健康に関する意識の高まりを受け、現在は3.5%まで下げ、お客様の適度な飲酒に貢献しています。低アルコールビールは年々増加し、2012年にはビール市場全体の約17%までに達し、「XXXX GOLD」は、ビール市場での最大ブランドとなりました。ラベル表示については法定基準を上回る適正飲酒メッセージを記載しています。2012年はステークホルダーからのご意見を受け、オーストラリア、ニュージーランドの双方で、妊娠中の飲酒に対する注意喚起にフォーカスしました。



健康増進に向けての取り組み

「健康」をプラスした商品提案

キリンの健康プロジェクト「キリン プラス-アイ」は、お客様にいくつになってもおいしい食生活を楽しんでいただくために「おいしい」と「楽しい」に「健康」をプラスした商品をグループの各事業会社から発売してきました。「キリン プラス-アイ」第一弾商品は、共通する機能性素材として、グループ会社の協和発酵バイオ社が独自に研究開発し製造を担うアミノ酸「オルニチン」を配合。仕事やプライベートに忙しい日々を送る30～40歳代を中心とする幅広いお客様の健康ニーズとして「疲労回復」に着目し、オルニチンの「疲労、アルコール性疲労、疲労臭などの低減」の根拠データを研究してきました。2012年には新たな研究成果として眠りの体感や翌朝の頭の動きが改善するという“目覚め改善”効果についてもデータを取得しました。

このほかキリンが長年培ってきた独自の素材研究（ホップ・大麦）の結果、ドイツ・ハラタウ産ヘルスブルッカー種ホップのβ-ユーデスモールによるリラックス効果や、焙煎大麦の血流改善による体を温める効果、さらにはプラズマ乳酸菌のマウスに関するインフルエンザ感染予防効果などが新たに確認されています。

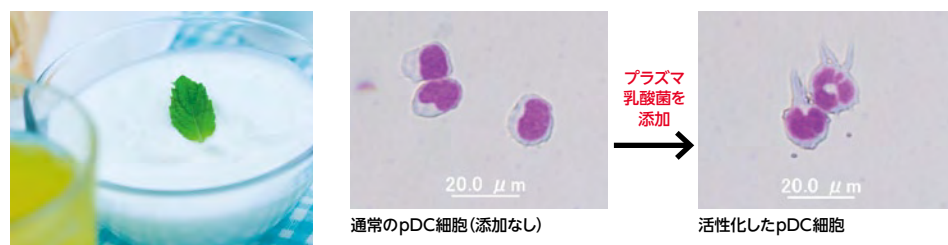
このように、キリンの健康プロジェクト「キリン プラス-アイ」では、今後もキリングループのもつ研究成果や技術を活かして、ふだんの食生活ではとりづらい食材や健康素材を、毎日無理なく手軽にプラスできる商品提案を行っていきます。

プラズマ乳酸菌の発見と活用

キリン株式会社基盤技術研究所と小岩井乳業株式会社は共同で、プラズマ乳酸菌（*Lactococcus lactis* JCM5805株）が動物やヒトにおいてウイルス感染防御における免疫力を活性化させる効果を示すことを2011年に確認していますが*、その後、プラズマ乳酸菌を接種することによるインフルエンザウイルス感染予防作用を確認し、2012年11月開催の第60回日本ウイルス学会学術集会で発表しました。

今後は、健康技術研究所およびグループ各社の協力のもと、様々な形態で飲食品への応用を進めていきます。

* 2011年9月6日発表 「ウイルス感染防御を担う免疫細胞を活性化する乳酸菌を発見」



医薬・バイオケミカル事業の取り組み

健康に関する情報発信

協和発酵キリングループでは、患者さんに病気やその治療・薬に対する正しい知識を持っていただくだけでなく、一般の方々にも広く、病気の予防や軽減、健康の維持につながる取り組みとして、Webサイトを開設し、様々な情報発信を行っています。

協和発酵キリンでは、患者さんや一般の方々に向けて様々なサイトを開設しています。その一例として「花粉症ナビ」では、発症のメカニズムや花粉症対策の紹介に加え、各地の花粉飛散予報やユーザーが近辺の病院を検索できる機能も付いています。また、2013年からは「花粉症ナビ」をスマートフォンでも閲覧できるように専用アプリを用意しました。

協和発酵バイオでは、健康食品ブームにより健康成分の情報に対するニーズが高まる中、お客様の健康維持に貢献するため、自社素材であるオルニチン、シトルリン等の健康成分の作用や期待される効果などの理解促進のために、2008年に「健康成分研究所」のサイトを立ち上げ、適宜更新しています。今後もお客様の知りたい情報を盛り込みながら、引き続き研究結果を基にした適切な情報を発信していく予定です。



「健康成分研究所」トップページ



「花粉症ナビ」Webサイト

COLUMN

オーストラリアにおける取り組み

オーストラリア健康福祉研究所（AIHW）によると、オーストラリアの18歳以上の約6割、18歳未満の約2.5割が肥満とされており、さらに成人の肥満率は緩やかに上昇を続けています。ライオン社ではその問題を受け、お客様により健康的な食生活を送っていただくため、商品選択に関する情報提供や、啓発を行っています。これまで業界全体や政府、健康関連団体などと協働して、脂質や糖分、アルコールなどに関する規制と枠組みを整えることに取り組んできました。これらの成果を、ライオン社では商品開発やマーケティングなどに反映しています。2012年は、無脂肪のヨーグルトや、糖分を50%削減したフルーツジュースなどの製品を発売しました。今後もお客様の健康に対するニーズにより応えていけるよう、政府や業界と連携しながら、マーケティング活動や商品の提供を通じて広く消費者の方への啓発を行っていきます。



環境

すべてのステークホルダーと共に、豊かな地球のめぐみを将来にわたって引き継いでいきます。

実現に向けて

自然のめぐみを原料とし、自然の力と知恵を利用しているキリングroupにとって、自然との共生、その恩恵の持続的な利用は経営の最重要課題の一つです。

キリングgroupは2009年に「低炭素企業グループ・アクションプラン」を、2010年に「生物多様性保全宣言」を策定しました。個別の取り組みが進むにつれ、社会と事業が共に存続するためにはバリューチェーン全体の持続可能性が不可欠であり、それには個別課題への対処ではない総合的な取り組みが必要であることが明らかになってきました。そこで、今までの活動を発展的に統合した「長期環境ビジョン」を制定しました。新たなグループ環境戦略で、環境と社会の持続性と企業価値の向上を目指します。

キリングgroup長期環境ビジョン

豊かな地球のめぐみを将来にわたって享受し引き継ぎたいという想いを、バリューチェーンに係わるすべての人々と共につないでいきます。

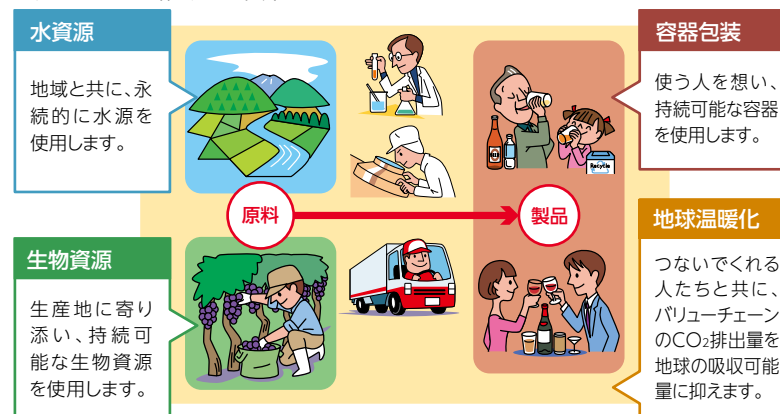
目指すべき方向性：資源循環100%社会の実現

キリングgroupのバリューチェーンから発生する環境負荷を低減させながら、地球が賄うことができる能力とのバランスが取れるように資源を循環させていきます。

私たちが目指していること

キリングgroupは、「自然と人を見つめるものづくりで、『食と健康』の新たなよこびを広げていきます」というグループ経営理念のもとに、地球の豊かなめぐみと環境を、持続可能なかたちで将来につなぎ、お客様と社会全体に価値を提供し続けたいと考えています。目指すのは、キリングgroupのバリューチェーンから発生する環境負荷を地球が賄うことのできる能力とバランスさせる「資源循環100%社会の実現」です。そのために、2050年までに4つのテーマで持続性を目指し、広くステークホルダーとコミュニケーションをとりながら役割を分担して活動を展開していきます。

バリューチェーン全体を通じた取り組み



II 生物資源の持続可能な利用

良質な原料や上質な水は、それを育む生産地の生態系が守られて初めて利用できます。キリンググループは、生産地やそこで働く人々とより良いパートナーシップを築き、生態系の保全に配慮した生物資源の利用を進めるとともに、生産地の持続可能性を高める活動を行っています。

■ 持続可能な生物資源の調達

キリンググループは2010年に「キリンググループ生物多様性保全宣言」を策定し、調達する生物資源の生産地における生態系へのリスクを評価する等の取り組みを進めてきました。

このたび、約100カ国で活動している環境保全団体のWWFジャパン（公益財団法人世界自然保護基金ジャパン）と協働して、「持続可能な生物資源調達ガイドライン」および紅茶葉、紙・印刷物、パーム油についての「行動計画」を定めました。

これからも、生産地やサプライヤーと協力し持続可能な生物資源の使用に努めるなど、かけがえのない自然のめぐみと事業の継続性を確保していきます。

持続可能な生物資源調達ガイドライン

キリンググループは、対象とすると決めた生物資源について以下の原則のもとに調達を実施します。

1. 違法に森林を伐採して造成されたプランテーション、もしくは植林地に由来する原料ではないこと、また伐採にあたって原木生産地の法令を守り、適切な手続きで生産されたものであることが確認されたもの
2. 信頼できる第三者によって認証された農園・森林等に由来するもの
3. 環境破壊などを行なっていると判断されている事業者が生産したものではないもの

■ スリランカの紅茶農園における レインフォレスト・アライアンス認証取得支援

スリランカは世界有数の紅茶葉輸出国であり、日本に輸入される紅茶葉の約60%がスリランカ産^{*1}です。また、日本に輸入されるスリランカ産の紅茶葉の約25%が紅茶飲料のNo. 1ブランド「午後の紅茶」^{*2}に使用されています。

これを受け、キリンググループでは、調達先であるスリランカの紅茶農園の持続可能性や生態系保全への対応状況の調査を進めてきました。その結果、調達先農園の約4割が生物多様性に寄与する認証を取得していること、その比率が年々向上してきていることが分かりました。一方、認証が取得できるのは比較的金に余裕のある農園に限られているため、認証取得に意欲はあっても対応できない農園が多くある実態も把握できました。

そこで、将来的に地域全体の持続性が向上し、持続可能な原材料が自由に使用できることを目指して、意欲ある農園に、持続可能な農法認証制度である「レインフォレスト・アライアンス認証」の取得支援



スリランカの紅茶農園

を行うことにしました。「キリンビバレッジ・スリランカフレンドシップ プロジェクト」^{*3}の対象となる紅茶農園から4農園程度を選定する予定です。

^{*1} 日本紅茶協会 2011年紅茶統計より

^{*2} 株式会社食品マーケティング研究所調べ(2011年実績)

^{*3} スリランカの紅茶農園に併設された学校の生徒向けに図書を寄贈する活動

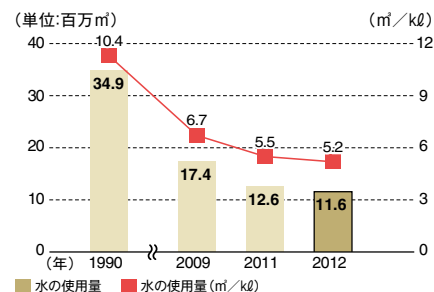
II 水資源の保全

水資源問題の影響は地域ごとに大きく異なります。キリンググループは、生産拠点のある地域の水資源に関するリスクを評価した上で、それぞれの地域固有の水問題に取り組み、地域と共に水を守ります。

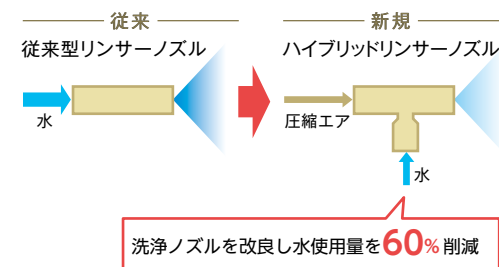
■ 水の高効率利用の取り組み

2012年、キリンビールはビールを詰める前に缶を洗う工程で、使用水を大幅に削減できる新型装置「ハイブリッドリンサー」を国内工場に導入しました。この装置は、圧縮した空気を水と混合して噴射することで、洗浄工程で使う水の量を従来よりも6割減らすことができます。キリンググループ各社ではこのような節水技術を活用し、製造工程における水使用量の削減と循環利用を図っています。

水の使用量と原単位の推移（キリンビール）



ハイブリッドリンサーの構造図



■ 森を守り水を守る活動

キリンググループでは、地域のNPOや森林組合等と協働して、その土地の植生や生態系を尊重した森づくりのお手伝いをしています。地域の方々と共に社員やその家族がボランティアに参加し、良好な環境教育の機会にもなっています。



契約森林面積（キリンビール）全国14カ所、合計1,056ha

容器包装の循環・再資源化

容器包装は品質保護やお客様の利便性を高めるために必要ですが、限りある資源を利用していることも事実です。キリングループは、お客様や商品を運んでくれる人にとって、軽くて使いやすく、また、自然への影響を最小限に抑えた容器包装の開発・採用を進めています。さらに、植物由来原料の使用拡大やペットボトルを再びペットボトルに戻す国内の資源循環を開始し、持続可能な容器包装を通じて循環型社会の構築に貢献していきます。

国内最軽量のワンウェイびん「プレミアムグラスボトル」

2012年に開発された「プレミアムグラスボトル」は、炭酸飲料向け330mlワンウェイびんで国内最軽量*140gとなっています。重量を2割軽減し、製造時のCO₂排出量を1本当たり23g削減できるほか、広口の採用により飲みやすさも向上しています。

キリンビールでは、2012年6月よりこの容器を「GRAND KIRIN (グランドキリン)」に採用し、全国の酒類取り扱いのセブン-イレブンで販売しています。また、「グランドキリン」は、2012年度グッドデザイン賞(主催:公益財団法人日本デザイン振興会)を受賞しました。グッドデザイン賞では、国内最軽量びんを採用し、ボトル原材料や包装資材の軽減によるCO₂排出削減での環境配慮を行っている点や、高級感あるスタイリングや容器包装の使いやすさ等が評価されています。

※2012年6月13日時点。当社調査による。



原材料 30g ／本 削減	CO ₂ 23g ／本 削減
飲みやすい	広口の採用により飲みやすさを向上
並べやすい	高さや径を500ml缶に合わせた、陳列しやすい形状
われにくい	びん同士が接触する部分は厚みを確保し強度を維持

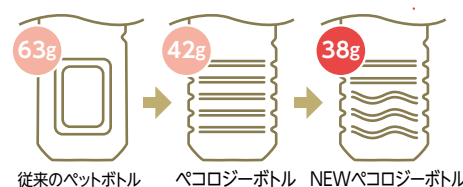
日本初、ボトルtoボトルリサイクルと植物由来ペット原料の組み合わせ

キリンビバレッジでは、2010年に開発したNEWペコロジーボトルで2Lペットボトル1本当たり38g(水用では35g)への軽量化を実現しました。さらに、2012年からは、ペットボトルからペットボトルへのリサイクルと植物由来ペット原料を国内で初めて*組み合わせることによって、石油由来原料の使用量を37%削減した容器を開発し、「生茶」に採用しています。この容器は環境負荷低減に加えて、開けやすさや持ちやすさなど、人にとっても使いやすいペットボトルになっています。現在、さらに再生原料の比率を高めて石油由来原料の使用量を削減する取り組みを進めています。

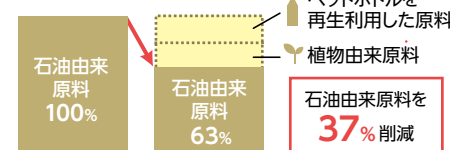
※2012年1月5日時点。

NEWペコロジーボトル「生茶」

ペットボトルの軽量化



石油由来原料の削減



COLUMN

パッケージング技術研究所

キリンビールは、総合酒類メーカーとしては数少ない「パッケージング技術研究所」を設置して、より軽く、より使いやすく、より品質保持のできる容器の開発に取り組んできました。2013年1月からはキリンR&D本部パッケージング技術研究所として、容器包装機能の向上と環境負荷削減を両立する先進的な技術をグループ全体に展開しています。



パッケージング技術研究所

COLUMN

ライオン社(オーストラリア)における容器の軽量化

オーストラリアでは、容器包装の環境負荷を低減し、容器包装廃棄物を削減するため、政府と企業との間で協定「Australian Packaging Covenant」が結ばれており、ライオンは、この協定に参画して2011年に行動計画を策定しています。この目標の一つに、製品の品質と安全性を損なうことなく容器包装の資源効率を高め環境負荷を低減することが挙げられています。ライオンのビール部門では、2011年に容器原料の評価と設計見直しを行い、サプライヤーと協力して、ガラスびん、ダンボール、王冠、缶、ラベルの各素材について大幅な軽量化を実現し、1L当たりの容器重量を平均2.3%削減しました。食品・飲料部門でも、ジュース用3Lペットボトルを90gから78gへと軽量化するなどの容器開発のほか、輸送用カートンやパレットの省資源化に取り組んでいます。

地球温暖化への対応

地球温暖化による気候変動は、生態系、水資源、農作物、自然災害等に大きな影響を及ぼす可能性があり、事業における大きな課題です。キリングループは、原料の生産から消費・リサイクルまで係わるすべての人々と協力して、2050年までにバリューチェーン全体でCO₂排出量の1990年比半減を目指していきます。

CO₂排出量削減アクションプラン

キリングループでは2009年8月に「低炭素企業グループ・アクションプラン」を策定し、開発から廃棄・リサイクルにいたるすべてのバリューチェーンのCO₂排出量を半減するという目標を設定しました。

2012年には、バリューチェーンの排出量は1990年比25.4%削減しました。国内の製造、物流、オフィスの排出量は1990年比で53%を削減し、2015年の目標をすでに達成したため、新たな目標を2013年中に設定する予定です。

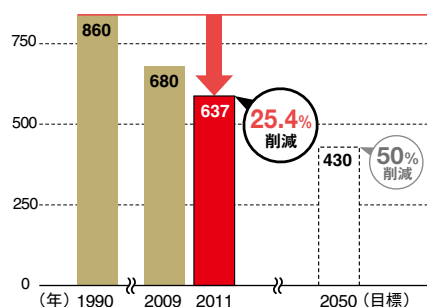
アクションプラン

- バリューチェーン全体で、2050年までにCO₂排出量を1990年比で半減させます。
- 国内の「製造、物流、オフィス」については、2015年には、1990年比で35%削減します*。

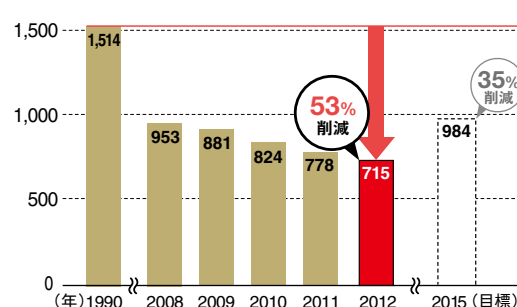
(2009年策定、2012年改定)

* アクションプランについても新たな目標を設定後、改定する予定です。

バリューチェーン全体のCO₂排出削減の実績と目標
(単位:万トン)



国内の製造、物流、オフィスのCO₂排出削減の実績と目標
(単位:千トン)



バリューチェーン全体のCO₂排出量

キリングループの海外を含めた2011年のバリューチェーン全体でのCO₂排出量は約637万トンでした。その中で「製造、物流、オフィス」の排出量は全体の約23%にとどまり、バリューチェーンでの取り組みが重要であることを再確認しました。

排水処理施設からの再生可能エネルギーの活用

キリンビールの工場では、高度に排水を処理する施設を導入しています。この処理の過程で発生する再生可能エネルギーであるバイオガス(メタンガス)を回収し、電熱共有できるコジェネレーションシステムで利用しています。この技術を国内7工場で導入し、2012年には導入事業所の電力の約30%をバイオガス発電でまかないました。

キリンビール北海道千歳工場での取り組み

冬場に電気を多く使う北海道の事業所は、引き続き大幅な節電要請を受けています。キリンビール北海道千歳工場では、LED照明への切り替えや工程の創意工夫によって、2012年12月から2013年3月までの4カ月間、最大電力使用量を前年比15%削減する計画を推進しました。

大容量バッグでの海上輸送と国内ボトルング

メルシャンでは、輸入ワインの一部において、ワインを酸素透過性の低い24klの大容量の専用バッグで海上輸送し、国内でボトルングを行っています。ボトルの輸送がなくなるため、海上輸送時のCO₂排出量を約60%削減できるほか、国内でボトルングすることで、軽量エコボトル(再生ガラスを90%以上使用、容器重量5%削減)を使用でき、資源の有効活用や国内物流におけるCO₂排出量削減にも貢献しています。



新規投入機にヒートポンプ機能、ノンフロン冷媒機を採用

キリンビバレッジでは、缶・PET自動販売機の新規投入機すべてにヒートポンプ機能を導入し、2012年3月より、消費電力を最大50%強削減する超省エネ自動販売機の導入を開始しています。さらに、オゾン層破壊防止のため、2013年度は新規投入機の99%にノンフロン冷媒機を採用しています。

安定した商品の提供と共に厳しい電力事情に堪え、今後も電力削減に取り組んでいきます。

*一部の薄型機などを除く。



WEB 環境の詳細については右記URLからご覧ください。 <http://www.kirinholdings.co.jp/csr/env/index.html>

食の安全・安心

創業当時から大切にしてきた「品質本位」の精神をもとに、安全で安心いただける商品やサービスを提供し続けます。



私たちが目指していること

キリングループは、世界的な「食の安全」への意識の高まりに確かな品質で応えるべく、食品業界で最高レベルの品質保証を目指しています。また、確かな品質とともに、お客様・社会の期待に応えられる誠実なコミュニケーションを意識し、常に安心いただける商品・サービスをお届けしたいと考えています。

実現に向けて

キリングループ各社では、グループ品質方針に則りバリューチェーンすべてのプロセスにおいて、一貫した品質保証体制を整えてきました。現在、グローバルに広がる全グループ会社を対象とした品質保証システム再構築に向けて準備を進めています。

国内では、2013年1月、キリン株式会社と各事業会社（キリンビール・キリンビバレッジ・メルシャン）が一体となって、品質保証およびお客様対応の各業務を推進する体制を整備しました。品質保証部門については、各社の強みを活かしながら商品の安全性確保に向けた取り組みのさらなる強化を目指します。3社のお客様対応部門である「お客様相談室」では、対応の標準化を図るとともに、お客様により安心・満足いただけるようにレベルアップを行っていきます。

また、お客様のさらなる「安心」を醸成するため、お客様とのコミュニケーションを強化する取り組みも展開しています。ステークホルダーダイアログの実施や、3社共通の品質Webサイトを通じた情報発信により、お客様・社会との信頼関係を育んでいます。

品質方針

私たちは、安全性の確保とお客様の満足を、何よりも優先します。

1. お客様満足度向上 (お客様本位)

私たち一人ひとりは、何よりも優先して、お客様の声を大切に、お客様の立場での対応に心がけます。お客様とのコミュニケーションは、さらなる品質（お客様満足）向上の源泉ととらえ、より満足度の高い商品開発やきめ細かな改善につなげていきます。

2. 安全で安心いただける 商品の提供（品質本位）

私たち一人ひとりは、原料・資材の調達から開発・製造・検査・物流・販売にいたるすべての活動において、安全でお客様が安心いただける商品・サービスを提供し、信頼を得るように努めています。

品質マネジメント

品質マネジメントの強化

キリングroup各社では、品質方針を着実に遂行していくため、ISO9001などの国際規格の取得のほか、グループで定められた品質基準をもとに、品質マネジメントシステムを構築しています。さらに、グループの最適な資源配分により品質保証機能の強化を図るため、キリンホールディングスにグループ品質担当を設置し、グループの品質マネジメントを統括しています。オセアニアとブラジルでは、生産性向上プロジェクトの取り組みの進捗により、製造工程における課題解決が加速しています。その結果、品質面においても、お客様からのご指摘の減少など顕著な改善がみられています。今後、日本、東南アジアも含めたグループ全体での知見や課題の共有をさらに進め、グループ全体としての品質マネジメント強化に取り組んでいきます。

原材料の安全性確保

キリングroupは、グループ品質方針の中で、商品の安全性の確保を最優先に掲げています。その基盤となるのが、原材料の安全性です。サプライヤーとは、原材料の品質評価に加え、定期的な監査による品質管理状況や品質保証体制の確認を協働で実施しています。グループ内では、高度な分析技術も駆使し、商品開発の段階から安全性の徹底的なチェックを行っています。また、最新の科学的知見や世界各国での法規制の動向も確実にモニタリングし、必要な対応を迅速に行える体制を整えています。

原材料の調達はグローバル化が進み、さらにIT化とともに食品のリスクに関する情報が瞬間に世界を駆け巡る時代になりました。このような状況に確実に対応するため、2014年からの運用開始に向け、世界のキリングroup各社が連携して情報収集と共有を行う仕組みづくりにも着手しました。



ビール醸造に使用する水の官能検査

お客様とのコミュニケーション強化

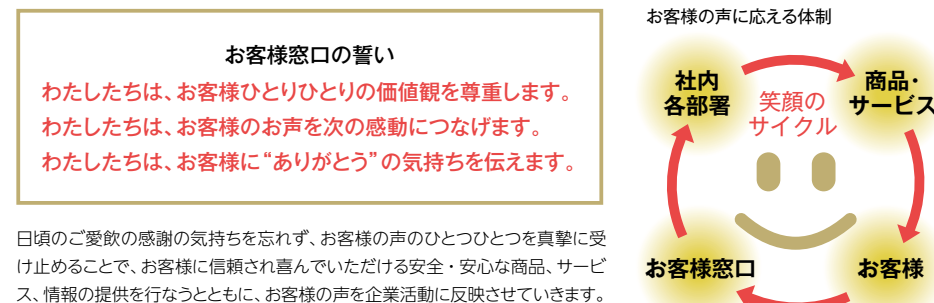
2013年より日本総合飲料事業としてキリンビール・キリンビバレッジ・メルシャンが一体となったことに伴い、3社共通の品質Webサイトを立ち上げるなど、お客様や社会からグループとして信頼いただけるコミュニケーション活動を強化しています。

共通の品質Webサイトでは、3社の取り組みを「おいしさの追求」「ものづくりへのこだわり」「安全のためのお約束」「お客様の安心に、誠実に」の4つに集約し、「キリン品質」としてお伝えしています。



お客様対応部門の取り組み

キリングroupでは、お客様に信頼され喜んでいただける安全・安心な商品やサービスを提供するために、お客様とのコミュニケーションを大切にしています。2012年にはお客様からキリンビールに約37,000件、キリンビバレッジに約30,000件、メルシャンに約4,400件のお声をいただきました。2013年1月に日本総合飲料会社の設立とともに3社のお客様対応部門が一つになり、「キリン株式会社お客様相談室」としてスタートしました。新体制での研修や勉強会などを通じて、お客様対応品質の一層の向上を図っていきます。また、お客様にご満足いただけるお客様相談室の共通のマインドとして「お客様窓口の誓い」を策定し、日々の対応等の基本としています。



COLUMN

お客様の声を活かした改善活動

お客様からいただいたご意見・ご要望は、すべてタイムリーに各事業会社、関係部署に伝え、総合飲料の視点で商品やサービスの改善に役立てています。昨年はいただいたご意見・ご要望から計18件(キリンビール社、キリンビバレッジ社合計)について改善が図られました。



人権・労働

グローバルな事業展開にあたって、
バリューチェーン全体のステークホルダーの人権を
尊重する企業経営を目指しています。

実現に向けて

キリンググループは、2005年に国連グローバル・コンパクトへの参加を表明し、「人権」「労働」に関する原則の遵守、徹底に努めています。人権については「キリンググループ・コンプライアンス・ガイドライン」の「人権尊重・差別禁止」、「ハラスメントの禁止」をグループ内で徹底するために、リスク管理システムの仕組みを通じてモニタリングを強化していきます。また、ビジネスパートナーに対しては「サプライヤー CSRガイドライン」の中で人権尊重を明記し、連携しながら取り組んでいます。労働環境については、多様な人々が活き活きと働き、仕事を通じて自身の成長を実感できる組織風土づくりに向けて、「プロフェッショナルな人材の育成」や「ダイバーシティの推進」に重点的に取り組んでいます。2013年には多様性推進室を設置し、性別、障害の有無、年齢、国籍などの多様性を積極的に活かす企業風土を目指した取り組みを加速させていきます。

「キリンググループ・コンプライアンス・ガイドライン」内の人権・労働の項目

人権尊重・ 差別禁止

常に安全で働きやすい職場環境を維持することに努め、各自の人権を尊重し、差別につながる行為は一切行いません。

- ① 人種・民族・国籍・社会的身分・門地・性別・障害の有無・健康状態・思想・信条、および職種や雇用形態の違い等に基づくあらゆる差別を行いません。
- ② 国際的に認められた規範に従い、あらゆる形態の強制労働を排除し、児童労働を実効的に廃止することを支持し、実践します。
- ③ 人権研修をはじめとする人権啓発活動を全社的にを行い、これに積極的に参加します。

ハラスメント の禁止

- ① 身体的・性的・心理的・経済的・放棄放任による虐待およびハラスメント（相手の意に反した発言・行動等を行い、それに対する相手の対応により、労働条件に対して不利益を与えたり、または職場環境を悪化させたりすること）は一切行いません。
- ② 相手に虐待およびハラスメントと受け止められるおそれのある言動は行わないことはもとより、自職場において、ハラスメントが起きない風土づくりに努めます。
- ③ 会社が実施するハラスメント研修に積極的に参加します。

私たちが目指していること

キリンググループはグローバルな事業展開にあたって、バリューチェーン全体のステークホルダーの人権を尊重する企業経営を目指しています。

労働環境については、海外も含めたグループの従業員約4万人の一人ひとりが働き甲斐や誇りを持てる、自由闊達な組織風土の醸成を目指しています。人事の基本理念である「人間性の尊重」に沿って、多様な人々が活き活きと働き、仕事を通じて自分の成長を実感できる組織風土・場づくりに取り組んでいます。

人権に関する取り組み

バリューチェーンを通じた人権尊重

キリングroupは従業員にとどまらず、バリューチェーン全体で人権を尊重しています。その取り組みの一つとして、2011年に「キリングroup・サプライヤーCSRガイドライン」を策定し、その行動規範内に「人間性の尊重」を掲げました。

このガイドラインでは国連グローバル・コンパクトならびにISO26000の指針を反映し、「児童労働の禁止、差別の禁止、非人道的な扱いの禁止、強制的な労働の禁止、労働における安全衛生」を明示してビジネスパートナーに理解と遵守を働きかけています。

さらに、業界に先駆けて運用を開始した「サプライヤーCSR確認書」をビジネスパートナーとの共有・推進ツールとして活用し、遵守状況を確認しています。

従業員の意識向上に向けた取り組み

人権尊重の考え方を徹底するために、毎年、全従業員を対象とした人権・コンプライアンス研修およびグループ会社の社長・役員を対象としたトップ層向けの人権研修を実施しています。また、グループ会社ごとに人権啓発推進担当を設置し、研究会や担当者研修を行うことでグループ全体の人権意識の向上に努めています。これらの施策の振り返りとして、2年ごとに人権に関する意識調査を実施しています。この調査結果により各社の従業員の意識の変化および解決すべき課題を把握し、その後の取り組みに役立てています。また、毎年6月をハラスメント撲滅月間として設定し、従業員の理解促進と意識の向上を図っています。海外のグループ会社においては、リスク管理システムの仕組みを通じて運用を行っています。2013年は人権尊重・人権侵害非加担に向けた方針・体制・運用状況を把握するとともに、各社の目標設定の推進を目指しており、特にハラスメントについては、防止する体制・仕組み等のモニタリングを強化していきます。



人権研修風景

※詳細については右記URLよりご覧ください。 <http://www.kirinholdings.co.jp/csr/employee/esteem.html>

労働に関する取り組み

ダイバーシティの推進

キリングroupでは、性別・人種・国籍・雇用形態など多様な人々が活き活きと働く組織風土をつくるために様々な取り組みを行っています。多様性推進では2007年に発足した組織「キリン・ウィメンズネットワーク(KVWN)」により女性活躍推進への取り組みを継続しています。数値目標を掲げ、計画的な女性社員の採用・育成・配置を行った結果、2013年4月

時点の女性リーダー*は123名(4.5%)にまで増加しました。また、結婚や出産後も女性が活躍できる環境も整ってきました。女性社員の採用比率は4割以上を維持しており、また本社部門長やグループ会社の社長に女性が就任したり、社外役員に女性を登用したりするなど変化も表れています。今後の重点課題は①女性リーダーのさらなる増加、②育児や介護が制約にならず働き甲斐のある環境を整える、③リーダーのさらなる意識改革、の3つを新たな目標として掲げ、継続的・発展的に女性の活躍を推進していきます。

障害者の雇用促進については、引き続き拡大に向けて取り組みを推進していきます。

※女性リーダーは管理職と総合職の役職者を含む。

人材育成の強化

キリングroupでは、経営の基盤である従業員の人材育成に向けて、一人ひとりの能力開発をお客様価値の創造につなげていくことを目的に、人材開発の中期計画を策定しました。従業員一人ひとりの能力開発を強化するために、様々なプログラムを用意し、プロフェッショナル人材の育成を図ります。

中期計画の重点課題の一つに「キャリア開発の強化」があります。「キャリア開発の強化」では若年から中堅、シニアという流れの中で、新入社員時期からキャリアビジョンを策定する場を設け、ビジョン実現に向けての努力を促進します。また、各年代ごとに自らの強み、期待される役割を再認識し、各人のキャリアビジョン実現に向けた能力開発への取り組みを促進します。さらにリーダーもメンバーに対して、キャリア開発を積極的にサポートすることで実現への意識を高め、組織力の強化につなげていきます。

育成基本方針

1. 基本的なビジネススキル習得を推進し、全体レベルの向上を図る。
2. グループ経営を担う人材を発掘、育成する。
3. 国際化推進に対応できるグローバル人材を発掘、育成する。
4. リーダーとメンバーの関係を強固にし、組織力の強化を図る。
5. 自らが主体的に学習、成長する機会・環境を整備する。

COLUMN

ブラジルキリン社が製造技術訓練プロジェクト開始

ブラジルキリン社は2012年にSENAI(全国工業職業訓練所)と提携して“Qualifica”プロジェクトを立ち上げ、ブラジル北東部マラニャオン州カシアス市で試行しています。このプロジェクトは、製造技能習得のための8つの技術的なコースを持っており、5カ月で700時間にわたって教育が行われています。参加者は従業員(38%)と従業員以外(62%)を合わせて約90名で、技術的な能力を身につけることでブラジルキリンをはじめとした地元雇用の増加にも貢献しています。この地域は、サンパウロやリオデジャネイロ、ベロリゾンチといった南東部の大都市圏に比べると失業率は総じて高く、低所得層が多く居住しています。このため教育などを受けられず、結果的に就職できない人が多いことが社会課題となっています。今回の取り組みは、製造技能を習得することで地域の雇用率の増加に貢献することと、ブラジルキリン社の工場従業員の能力向上という社会と企業の双方に価値を生んでおり、今後もこのプロジェクトを継続して行っていく予定です。

WEB 人事・労働データについては右記URLからご覧ください。 <http://www.kirinholdings.co.jp/csr/employee/data.html>

公正な事業慣行

ビジネスパートナーに公平かつ公正な関係を構築すると共に、CSRの基盤としてコンプライアンスを確実に実行していきます。



私たちが目指していること

キリングroupでは、コンプライアンスを、「法令だけでなく、社内外の諸規則・ルールおよび社会規範を遵守し、法的責任と社会が求めるより倫理的な責任を果たすこと。それにより、予期せぬ損失や信用の失墜を防止し、ステークホルダーのキリングroupに対する信頼を維持・向上させること」ととらえています。コンプライアンスをCSRの基盤として位置付け、ビジネスパートナーとも公平かつ公正な関係を構築し、各事業のバリューチェーン全体で持続可能な社会の実現に取り組んでいます。

中でも重要な取り組みの一つとして、調達の考え方を「キリングgroup調達基本方針」に明文化し、5つの方針を設定しました。「オープンでフェアなお取引」として公平・公正な取引を明記するとともに、「サプライヤーとの相互の信頼と反映」として、サプライヤーと長期的な信頼関係を築き共存共栄を図ることを目指しています。

実現に向けて

キリングgroupでは、前述のコンプライアンスの定義にもとづき、社会から倫理的に求められる行動規範を「キリングgroup・コンプライアンス・ガイドライン」として定めています。ガイドラインでは、6つのステークホルダー別に「コンプライアンス」の対象となる具体的な項目と、求められる行動を記載しています。

また、当グループは国連が提唱する「グローバル・コンパクト」（以下、GC）の理念に賛同し、2005年9月に署名を行っています。GCが定める人権・労働・環境・腐敗防止の4分野については、コンプライアンス・ガイドラインにも反映させ、その実現に向けた取り組みを進めています。グループ各社では、コンプライアンス・ガイドラインの啓発用ツールを作成・配布しています。日本では、啓発用ツールとして「The RULE」を作成、従業員全員に配布し、コンプライアンスの徹底を図っています。

重要なビジネスパートナーであるサプライヤーの皆様と共に取り組んでいる「CSR調達」にもGCの考え方は盛り込んでいます。具体的には、2011年に策定した「キリングgroup・サプライヤーCSRガイドライン」の中で皆様に守っていただきたい行動規範として、上記4分野について掲載し、働きかけを行っています。

なお、キリングgroupでは、コンプライアンスをリスクマネジメントの一環として位置付けることにより、確実な取り組みを図っています。



コンプライアンス・ガイドラインの社内啓発用資料

II コンプライアンスに関する取り組み

キリンググループでは、グループリスク管理委員会が推進・統括するとともに、グループ各社では、コンプライアンスをリスクマネジメントの一環として位置付けることにより、確実な取り組みの実行を図っています。

■ コンプライアンス・ガイドライン

キリンググループのコンプライアンス・ガイドラインは、法令の遵守に加え、社会から倫理的に求められる「何をするべきか」「何をしてはならないか」といった具体的な行動を定めたものです。コンプライアンス・ガイドラインの内容は、国連グローバル・コンパクトやOECD等の社会的要請の変化に適応し、随時見直しを行っています。

■ コンプライアンス研修

キリンググループでは、コンプライアンス研修を毎年、国内の全従業員を対象に開催しています。従業員同士のディスカッションを通じて「コンプライアンスは決して他人事ではないこと」、「良い情報だけでなく、悪い情報も迅速かつ正確に報告すること」、「オープンでフェアに行動すること」、というコンプライアンスの基本を理解し、社会の変化に対する感性を身につけることを目指しています。海外ではその地域特有の問題や、状況に応じた対応を行っています。

III リスクマネジメントに関する取り組み

キリンググループでは、リスクを未然に防止することが重要であると考え、海外の連結子会社を含めたグループ全体でリスクマネジメントを推進しています。具体的には、キリンググループ全体の重要リスクを設定して対応を図るとともに、グループ会社の重要なリスクを選定し、対策を各社の事業計画に反映することで、リスクマネジメントの確実な実行に努めています。

■ クライシス管理と事業継続計画

クライシスが発生した場合には、グループリスク管理委員会がグループ各社と情報を共有し対応を支援するなど、体制を整備しています。特に、2011年に発生した東日本大震災や現在想定されている大規模な震災等を踏まえ、業務継続に大きな影響を与える大規模な自然災害に関しては、発生する事象や被害想定範囲を再確認し、業務継続計画（BCP：Business Continuity Plan）の強化に努めています。具体的には、業務継続計画の見直しや訓練を行うとともに、調達リスクの低減に向けた対策などを行っています。

II サプライヤーとのCSR調達

持続可能な社会を実現するためには、バリューチェーン全体におけるCSRの推進が不可欠です。キリンググループは、ビジネスパートナーであるサプライヤーの皆様と共に、様々なステークホルダーからの要請や期待に応え、社会の変化に適応しながらCSRを推進していくことを目指して、キリンググループ調達基本方針のもと2011年に「キリンググループ・サプライヤー CSRガイドライン」を策定しました。基本的な考え方や、皆様に守っていただきたい行動規範を定めて、自社でのCSR活動の取り組み推進を行っています。

サプライヤー CSR行動規範は右記の6大項目から構成されています。また、サプライヤーと直接コミュニケーションを取り、ガイドラインについて具体的な説明に努めています。2012年は300社に対してCSR調達を推進しました。このガイドラインのもと、今後は海外サプライヤーも含めたCSRのさらなる推進に向けて、引き続きグループ全体で積極的に働きかけていきます。

サプライヤー CSR行動規範の6大項目

- ① 体制・コンプライアンス・リスクマネジメント
- ② 人間性の尊重
- ③ 環境への配慮
- ④ 安全・安心
- ⑤ アルコール関連問題への取り組み
- ⑥ 社会貢献

■ サプライヤーとのコミュニケーション

キリンググループでは、新規サプライヤーと取引する上で、「サプライヤー CSRガイドライン」の行動規範に定めた遵守6大項目にもとづく「サプライヤー CSR確認書」のご提出をお願いし、キリンググループCSRへのご理解を求めています。2012年は新規に登録した約40社に対して実施しました。ご提出いただいた確認書の調査内容については、グループ調達担当者と直接コミュニケーションを取る上での重要なツールとしても活用しています。

既存のパートナーについては、すべてのサプライヤーに対して毎年実施しているサプライヤー評価の中にCSRの観点を組み込み、現地視察や追加の調査を行いながら取り組み状況を確認しています。その結果はサプライヤーにフィードバックされ、状況によっては取り組み強化の要請を行ったり、協働して取り組みを行ったりしています。

継続的にサプライヤーと連携してCSRや品質の向上に取り組むことで、より強い信頼関係の構築につなげていきたいと考えています。



チェコのホップサプライヤーとのコミュニケーション

事業のグローバル化が急速に進むキリングroupで、 CSVの全社的な浸透や仕組みづくりを共に考えていきたい。

私は社外取締役に就任する前から、キリングroupはCSRの取り組みに熱心な企業だという印象を持っていました。そして取締役に加わって新たに感じたのが、CSRに対して想像以上に思いやりがよく、本腰を入れていることでした。

特に長期経営構想KV2021の中で「ブランドを基軸とした経営」を打ち出したのは大胆な一歩だと高く評価しています。商品やサービス、企業ブランドなどの価値をお客様や社会と一緒につくろうという「ブランドを基軸とした経営」は、今後ますます重要になるCSVの考え方そのものです。また、「食と健康」「お客様本位・品質本位」といったビジョンの内容は経営理念を基にしており、従業員にも理解しやすいものになっていると思います。

2011年からの3年間で約60億円を東日本大震災の復興支援に拠出する「復興応援 キリン絆プロジェクト」も、経営陣の大胆な決断がなければ実現しません。絆プロジェクトには私もアドバイザーとして参加していますが、会議に集まるグループ各社の方々の表情からも、このプロジェクトを自分の使命の一つとし、真剣に取り組んでいることが伝わってきます。さらに、CSRの6つの重要テーマの中に国連グローバル・コンパクトの原則を取り入れたことにも意識の高さを感じました。こうしたことができるのは、経営トップがCSRの重要性を正しく認識して決断し、グループの各担当者もその考えを十分に理解しているからだと思います。

このようなCSRに対応する枠組みをつくったのですから、今後は、従業員全員が参加できる議論の場を活性化していただきたい。経営陣の議論を社内へ開示して刺激を与えるのもよいかもしれません。このビジョンはなぜ生まれたのか、何を語っているのかといった議論を重ねてCSVを自分の業務に落とし込めば、キリングroupは今後の社会でリーダーシップを取れる企業になり、ブランドの価値も大幅に高まるはず。また、CSVの

ロールモデルを示すことも重要になるため、2013年から本格化したキリン株式会社におけるCSVの成果にも注目しています。

KV2021とともにCSRの6つの重要テーマを明確にしましたが、この中で私は特に「人権保護」や「労働基準遵守」、「経営活動の腐敗防止」などへの対応には難しさが伴いそうだと考えています。キリングroupはグローバル化が進み、文化やものの考え方といったスタンダードが異なる国での事業活動が広がっています。同時にコンプライアンス面でのリスクの拡大にもつながっていますが、現時点ではまだ対策が万全ではないと思われます。重要なのは、日本ではだめだが新興国ではOKといったダブルスタンダードのルールをつくらず、キリングgroupとして世界基準のルールを確立しグループ全体で守ることです。そのためには、グループ各社でタイムリーに情報交換を行い、各国の事情を互いに認識することで知見とスキルがグループに蓄積されます。例えば、人権問題はヨーロッパでの取り組みが進んでいるので中心的役割を任せ、アジアで問題が発生したときもサポートしてもらおうといった、グローバルな役割分担を行ってもよいかもしれません。まずは自らのリスクを防ぐ体制をグローバルレベルで整えることで、新たな価値の創造へ向かうことができると思います。

私が長く係わってきた富士ゼロックスとキリングgroupでは、電子機器と食品・医薬品という業界の違いがあります。しかし、メーカーとしてお客様視点でモノをつくり、お使いいただくことで初めて商品に価値が生まれるという考え方に違いはなく、これまでの経験を活かして経営をサポートすることが私の重要な役割の一つだと認識しています。また、グローバル・コンパクトの運営などCSR関連の仕事との係わりが深いこともあり、キリングgroupが進めるCSRの取り組みがより大きな成果を生むよう力を発揮していきたいと考えています。



- 国連グローバル・コンパクト ボードメンバー
- グローバル・コンパクト・ジャパン・ネットワーク 代表理事
- 富士ゼロックス株式会社 イグゼクティブ・アドバイザー
- キリンホールディングス株式会社 取締役

有馬 利男

略 歴

- | | |
|-------|---|
| 1967年 | 富士ゼロックス株式会社入社 |
| 1987年 | 中央営業事業部産業第一営業部 担当部長 |
| 1996年 | 常務取締役、Xerox International Partners社(米国) President and CEO |
| 2002年 | 富士ゼロックス株式会社 代表取締役社長(執行役員) |
| 2007年 | 同社 取締役相談役
国連グローバルコンパクト ボードメンバー |
| 2011年 | キリンホールディングス株式会社取締役
社団法人グローバル・コンパクト・ジャパン・ネットワーク 代表理事 |

第三者意見



株式会社日本総合研究所 理事
ESGリサーチセンター長

足達 英一郎 様

社会的責任投資のための企業情報の提供を金融機関に行っている立場から、本レポートを通じて理解したキリングループの社会・環境側面の諸活動ならびにその情報開示のあり方に関し、第三者意見を提出したものです。このコメントは、本レポートが、一般に公正妥当と認められる環境報告書等の作成基準に準拠して正確に測定、算出され、かつ重要な事項が漏れなく表示されているかどうかについて判断した結論を表明するものではありません。

この一年半ほどの間に、世界の金融関係者のあいだの、企業の非財務情報開示を巡る議論は大きく進化しました。本レポートが、そうした議論を明確に意識したものではないことは承知していますが、企業の長期的な価値創造能力を評価したいと考える財務資本の提供者の立場からレビューを試みました。

昨年のレポートが、お客様、地球環境、コミュニティ、従業員、ビジネスパートナーという章立てであったのに対して、今回、「食と健康」に取り組む企業グループとして特に重要として設定された6テーマ別に章立てをされた点は大きな変化です。ただ、キリングループの長期的な価値創造能力に影響を及ぼす具体的な機会とリスクとは何か、またそれらに対してどのような取り組みを行っているかの視点から整理して、記述いただくとより理解が深まると判断しました。

例えば、「健康の増進」というテーマでは、「各国の健康ニーズに対応した研究開発・商品開発」は機会の側面であり、「アルコール関連問題」はリスクの側面として整理できるでしょう。ちなみに、ライオン社の2012 sustainability reportでは、責任あるビジネス慣行、環境保全、持続的で倫理的な原材料調達、ステークホルダーからの信頼、目標達成の社内風土、の5つの「重要と考えるトピックス」を掲げています。ここでは、各々の冒頭に、「何故、重要なのか」の記載が明瞭になされており、ベンチマークすることができると感じました。

次に、各々の取り組みが、どのように長期的な企業価値に繋がっていくのか、その仮説の提示や実績の開陳も強く期待されると思います。特に、キリングループでは、麒麟株式会社に「CSV本部」を新設され、「より事業と一体化した形で社会と共有できる価値を創出していく」ことを表明されており、この観点を意識した情報開示が不可欠でしょう。例えば、容器包装の循環・再資源化についての紹介が、本レポートでなされてい

ますが、これが、原材料コストの低減に繋がるのか、物流コストの低減に繋がるのか、消費者からの支持を獲得して売上高の向上に繋がるのか、そうした財務情報への影響のパス(道筋)についても言及ができれば理想的でしょう。

本レポートには言及が少ないのですが、ビール(アルコール飲料)を飲めないシーンでのニーズに応えた「キリンフリー」、健康意識の高い大人層のニーズに応えた「キリンメッツコーラ」、世界のお母さんの知恵やワザからヒントを得て、ひと手間かけた飲料として作り上げるとのコンセプトで開発された「世界のKitchenからシリーズ」など、キリングループの最近のヒット商品には、社会課題解決への製品による貢献、地域資源の再発見、製品開発における女性の活躍などCSVの考え方に繋がる事例も少なくありません。今後は、包括的な価値創造のストーリーを開示頂くことで、説得力が大いに高まるでしょう。

2012年度のセグメント別売上高では海外酒類・飲料が3割ちかくになっておられます。長期経営構想でも「グローバルな事業展開」を謳っておられることから、本レポートでも海外の取り組みや成果の開示がもっと増えてよいでしょう。有馬社外取締役が述べられているように、自立性に配慮しながらも「日本ではだめだが新興国ではOKといったダブルスタンダードのルールを作らない」ことは重要です。

最後に、トップコミットメントに「CSRを一歩進めたCSVの考え方に立脚し、バリューチェーン全体の事業活動を通じて、ステークホルダーとのエンゲージメントをより深め、『共有価値の創造』を行っていく」とある点は強く印象に残りました。「社会の健全さ」に鋭い問題認識を持ち、ネガティブインパクトを最小にし、ポジティブインパクトを最大限発揮しようとする事業戦略を長期的に推し進めていただけることを期待いたします。

ご意見を受けて



キリンホールディングス株式会社
常務取締役
鈴木 徹

本年度は企業の長期的価値創造力の評価の観点から、ご意見をいただき、ありがとうございました。

弊社では昨年、長期経営構想「キリン・グループ・ビジョン2021」で新たにグループ共通の6つの重点テーマ「人や社会のつながりの強化」「健康の増進」「環境」「食の安全・安心」「人権・労働」「公正な事業慣行」を設定し、社会と企業双方の価値を創造していく取り組みに着手しました。スタートの年としてまだ課題が山積みですが、各テーマの取り組みが事業と一体化し、社会と共有価値を創出し続けるためには、足達様からご提言いただいた「取り組みの定性的な情報を開示していくだけでなく、その取り組みの実績および将来の仮説に関する財務情報への影響」をとらまえ、言及していくことが重要と考えております。

また、海外の取り組みや成果についても、今後はご提言を踏まえながら、グループ共通の6テーマに関わる取り組みをはじめ、その進捗や具体的な活動実績の共有を積み重ね、ご報告を行っていただけるよう努めてまいります。

そのほか、足達様からいただいた貴重なアドバイスにつきましても、真摯に受けとめ、ステークホルダーの皆様とエンゲージメントを深めて「共有価値の創造」の具現化に努めてまいります。

SRIインデックスへの組み入れ

社会的公正性や倫理性、環境への配慮等を含めて投資判断を行う「社会的責任投資 (Socially Responsible Investment)」が近年注目を集めています。国内外の様々な機関が、社会的側面から企業の評価を行い、一定の水準を満たした企業で構成される株価指数 (インデックス) を発表しています。これらの主要なSRIインデックスの中で、キリンホールディングスが組み込まれているものは以下のとおりです。(2012年9月現在)



Ethibel Sustainability Index



Dow Jones Sustainability Indexes



モーニングスター社会的責任投資株価指数



FTSE4Good

FTSE4GoodIndex

表彰例

キリングループ各社の行っている活動は、社外から多数の表彰、評価をいただいています。それらの中から、表彰、評価を受けたものについて一部をご紹介します。

	受賞年	受賞内容
R&D関連	2012年	農芸化学技術賞 品質工程改善のためのビール酵母の総合的基盤解析技術の開発
		グッドデザイン賞 GRAND KIRINの容器開発
		食創会 第17回安藤百福賞 優秀賞 泡がシャリッと冷たい、新食感のビール「一番搾り フローズン(生)」の開発
		日本農芸化学会2012年度大会 トピックス賞 ホップやユーカリに含まれる成分β-ユーデスモールによる冷涼感の受容メカニズムを確認
		ASEV 日本ブドウ・ワイン学会2012年大会 技術賞 魚介とワインの組み合わせで生じる生臭さの解明と、原因となる鉄を低減させる方法の開発
		総合評価1位 日経BPコンサルティング「食の安全・安心ブランド調査2012」
	2013年	ガラスびんアワード2012機能優秀賞 受賞 GRAND KIRIN
		日本農芸化学会2013年度大会 トピックス賞 ホップに含まれる成分「β-ユーデスモール」飲用による自律神経調節作用を確認
		第48回日仏獣医学会 学術奨励賞 演題: Oxidative neurotoxicity caused by microglial NADPH oxidase in encephalomyocarditis virus infection 学会: The 48th Societe Franco-Japonaise des Sciences Veterinaires (第48回日仏獣医学会) 発表者: Yasuhisa Ano, Akikazu Sakudo, Hiroyuki Nakayama, Takashi Onodera
サステナビリティ関連	2012年	「2011年度社会的責任経営の進んだ企業289社」に選定 日本総研 「わが国企業のESG側面の取組み調査」
		業界別ランキング第一位 第12回インテグレックス調査
		Dow Jones Sustainability Index 2012に選定 FTSE4Good Index に選定
環境関連	2012年	「CDP Japan500」CDLI獲得 カーボンディスクロージャープロジェクト
		エコ&デザインブース大賞 最優秀賞受賞 エコプロダクツ2012
		平成24年度「かながわ地球環境賞」受賞 キリンビール横浜工場

キリングループ各社のサステナビリティ情報

グループ各社のCSRの取り組みについては、以下をご覧ください。

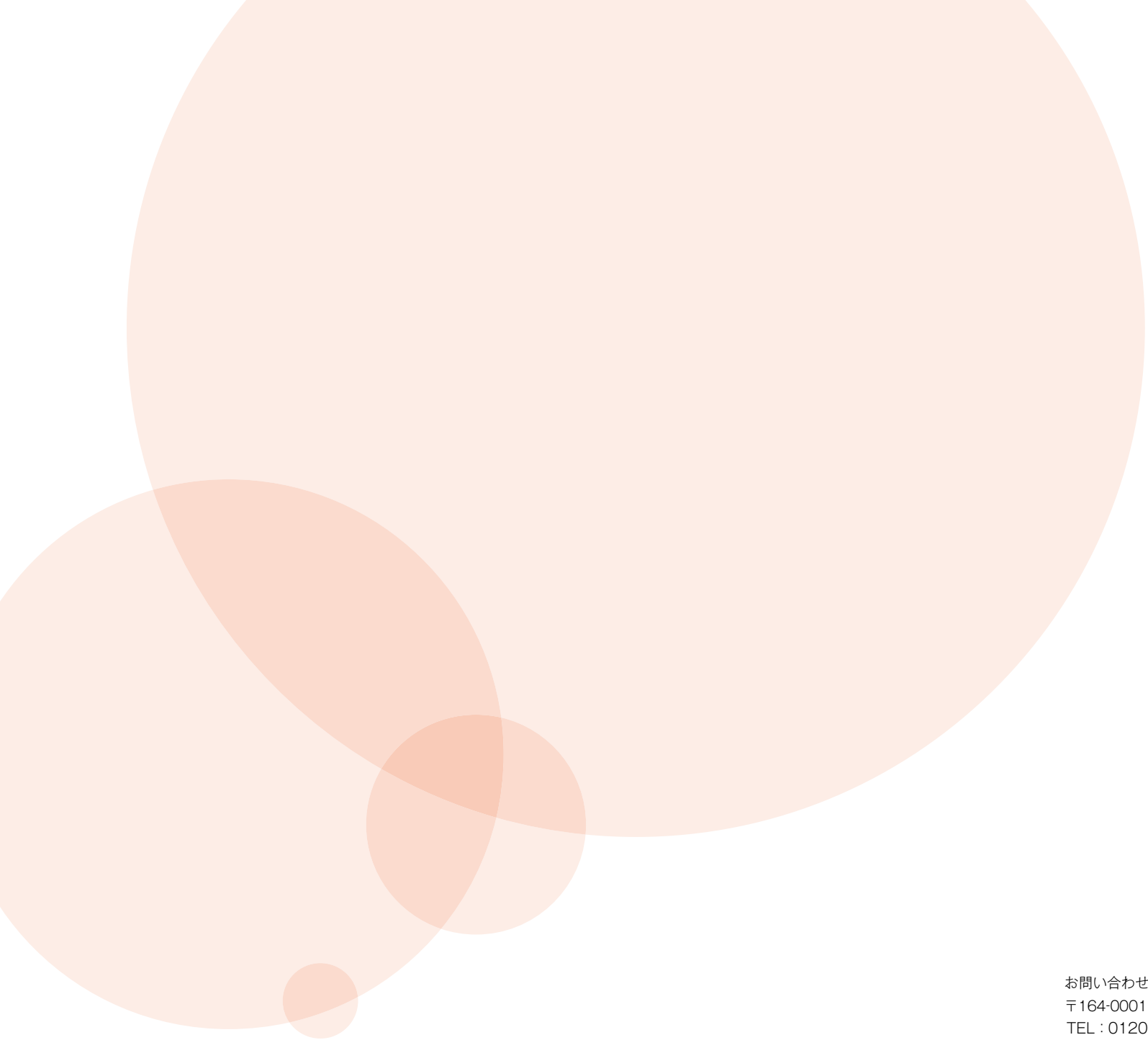
キリンバレッジ ECO-CHALLENGE REPORT <http://www.beverage.co.jp/csr/environment/index.html>

メルシャン 環境報告書 <http://www.mercian.co.jp/csr/eco/index.html>

協和発酵キリングループ アニュアルレポート http://www.kyowa-kirin.co.jp/ir/library/annual_report/index.html

ライオン Sustainability Reporting <http://lionco.com/sustainability/sustainability-reporting/>

キリンホールディングスCSR Webサイト <http://www.kirinholdings.co.jp/csr/>



お問い合わせ先 **麒麟ホールディングス株式会社 お客様担当まで**

〒164-0001 東京都中野区中野4-10-2 中野セントラルパークサウス

TEL : 0120-766-560

<http://www.kirinholdings.co.jp/csr/>

●発行情報 今回：2013年6月 次回：2014年6月予定