キリングループ CSRレポート

――――わたしたちが大切にしていること

2006

KIRIN

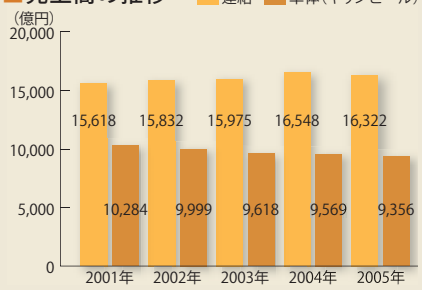
会社事業概要

商号	麒麟麦酒株式会社 KIRIN BREWERY COMPANY, LIMITED
設立	1907年（明治40年）2月23日
本店所在地	〒104-8288 東京都中央区新川二丁目10番1号
電話	03（5540）3411［大代表］
代表取締役社長	加藤壹康（かとう かずやす）
資本金	102,045百万円

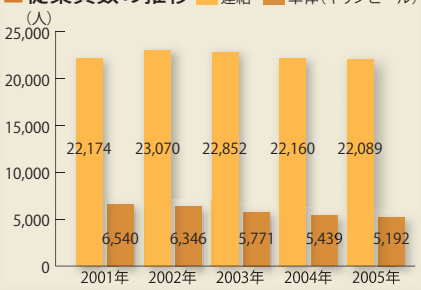
主な事業	酒類・飲料・医薬品等の製造・販売
事業所	本店、統括本部6、統括支社31、支社35、工場12（ビール工場11、医薬工場1）、研究所8、ホップ管理センター1、医薬支店8
従業員数	5,192人
連結対象会社	連結子会社　257社 持分法適用関連会社　16社

（2005年12月31日現在）

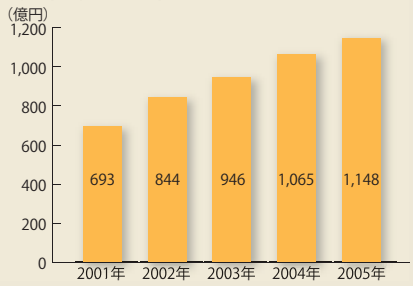
■売上高の推移



■従業員数の推移



■経常利益（連結）



国内酒類事業

「キリンラガービール」「キリン一番搾り生ビール」など、キリンブランド定番の製品を中心に、「麒麟淡麗〈生〉」、「キリン のどごし〈生〉」、「キリンチューハイ氷結」、「麒麟麦焼酎 ピュアブルー」など、総合酒類メーカーとして、様々な製品の製造・物流・販売を行っています。

- （株）キリンコミュニケーションステージ
- キリン物流（株）
- キリンエンジニアリング（株）　他

国際酒類事業

海外でのキリンビールの製造・販売のほか、フォアローゼズバーボン、レイモンド社ワインを含めた世界での総合酒類事業を展開しています。アジア・オセアニアを重点市場として、ライオンネイサン社やサンミゲル社への資本参加によるグローバルネットワークの構築に加え、中国における事業基盤の強化を進めています。

- Kirin Brewery of America
- Kirin Europe GmbH
- 麒麟（中国）投資有限公司　他

清涼飲料事業

「キリン生茶」「キリンファイア」「キリン午後の紅茶」「キリンアルカリイオンの水」「ボルヴィック」の基盤ブランドを持つ清涼飲料業界国内第3位のキリンビバレッジ社を中心に、国内事業、海外事業、国内食品事業を積極的に展開しています。

- キリンビバレッジ（株）
- The Coca-Cola Bottling Company of Northern New England, Inc.
- 近畿コカ・コーラボトリング（株）　他

医薬事業

1982年に参入して以来、キリングループの医薬事業は、ビール製造で培ったバイオ技術をベースに、「腎臓」「がん（血液分野を含む）」「免疫・感染症」を重点領域として、独自の研究開発と事業展開を進めています。

- KIRIN-AMGEN, INC.
- 第一・キリン薬品（株）
- 麒麟鯤鵬（中国）生物薬業有限公司　他

健康・機能性食品事業

健康食品分野・調味料分野を中心に、「食と健康」を通して、お客様に新たな価値を提供し続ける事業を展開しています。

- キリンウェルフーズ（株）
- 武田キリン食品（株）　他

アグリバイオ事業

研究開発力・世界的なグループネットワークを基盤に、花き種苗事業、バレイショ事業を展開。キリンマム（キク）やキリンクラーベル（カーネーション）等の切花、カランディーバ（八重咲きカランコエ）等の鉢花やキリンウェーブ（ペチュニア）等の花苗、シンシア（ポテト）を販売し、花のある暮らし、豊かな食文化を提案しています。

- キリン・グリーンアンドフラワー（株）　他

■不動産事業

オフィスビル・住居・商業施設等の賃貸、ホテルの運営、不動産の管理・コンサルティング・遊休不動産の有効活用、工場跡地の大規模開発等に取り組んでいます。

- キリンビルマネジメント（株）　キリンホテル開発（株）　他

■食品事業

地域の農産物をおいしくいかした商品をお届けするナガノトマト社、食肉、食肉加工品等の製造・販売を行う米久社によって事業を展開しています。

- （株）ナガノトマト　●米久（株）　他

編集方針

キリンビールは、1994年から「環境報告書」を発行しています。その間、環境に対する取り組みだけでなく、経済・社会的側面を含めた活動報告を行ってきました。2005年3月にキリングループのCSRを推進することを目的として、CSR・コミュニケーション本部を設立したことを機に「環境報告書」を「CSRレポート」と改め、今回が2度目の発行となります。発展途上ではありますが、お客様、株主様、地域の方々、お取引先様、従業員などの各ステークホルダーに対して信頼される企業であるための取り組み・目指す姿を中心に報告いたします。この「キリングループCSRレポート2006」は、以下の方針に則り編集しました。

注）CSRとはCorporate Social Responsibilityの略称で、一般的には「企業の社会的責任」と訳されますが、キリングループでは「社会から信頼をいただくための取り組み」と位置付けています。

- 持続可能な社会の実現を目指したキリングループの考え方、活動を分かりやすくご紹介するよう努めました。
- 各活動のご紹介に当たっては、その考え方だけでなく目指している方向性を明確に示すようにしました。
- 「環境報告書ガイドライン（2003年度版）」（環境省）、ならびに「持続可能性報告ガイドライン（2002年度版）」（Global Reporting Initiative）を参考にしました。（GRIガイドライン対照表については、Web版で掲載する予定です）
- 記載対象期間は、2005年1月～12月までの実績ですが、活動や取り組み内容は一部2006年分も含みます。
- 記載対象範囲は、キリンビール株式会社ならびに主要関係会社としています。
- 本報告書を補足するより詳細なデータがホームページでご覧いただける箇所については WEB マークが記載してあります。

  WEB http://www.kirin.co.jp/company/csr/index.html
- 客観性と透明性を高めるため、環境情報については、第三者機関による検証を実施し、その内容も掲載しました。また、検証を受けた結果として以下のマークの付与が認められました。これは、「キリングループCSRレポート2006」に記載された環境情報の信頼性に関して、日本環境情報審査協会「http://www.j-aoei.org/」の定める「環境報告書審査・登録マーク付与規準」を満たしていることを示します。

Index
目次

■会社事業概要 …… 2
■目次・編集方針 …… 3
■トップコミットメント …… 4
■キリングループのCSR …… 6

ハイライト
■社会との対話　キリンのCSRを考える …… 8
■CSRワークショップ …… 12

ガバナンス
■コーポレートガバナンス …… 14
■リスクマネジメント／コンプライアンス … 16

経済性報告
■ステークホルダーとの経済的かかわり …… 20

社会性報告
■お客様の声をいかして …… 22
■品質へのこだわり …… 24
■お取引先様とのかかわり …… 27
■アルコール飲料企業としての責任 …… 28
■いきいきと働ける職場 …… 30
■社会とともに歩む …… 33

環境報告
■キリングループの環境に対する考え方 …… 36
■エコバランス …… 38
■目標と実績 …… 40
■環境マネジメントの推進 …… 42
■環境会計 …… 43
■水への取り組み …… 45
■容器への取り組み …… 48
■温暖化防止への取り組み …… 51
■再資源化への取り組み …… 55
■環境報告における第三者検証 …… 58

CSR活動を強化し、社会から信頼され発展するキリングループへ

CSRはまず本業で

キリングループは、2005年から、CSR活動を「社会から信頼をいただくための取り組み」ととらえ、誠実に事業活動を行うことを目指して取り組んできました。企業は、お客様やお取引先様、従業員など様々なステークホルダーの皆様に支えられています。私は、ステークホルダーはキリングループの経営を一緒になってよくしていく仲間であると考えています。

個人が市民として、社会のために何らかの貢献が求められているのと同様に、法人も社会に貢献することが求められています。それが、正に「CSRの取り組み」だと考えています。従って、キリングループの企業としての社会への貢献は、まず本業もしくはそれから派生した活動の中で取り組むことが基本として最重要であり、それが「キリンらしいCSR」につながっていくと考えています。

一人ひとりが日常業務の中で

2006年度のキリングループCSRの重点取り組み項目は、「コンプライアンスの取り組み」「安全・安心のための取り組み」「個人情報保護への取り組み」「適正飲酒啓発活動」「自然の恵みを守る活動」の5項目です。どれも、商品のほとんどが自然の恵みを原料にし、製造工場から出荷されたそのままの姿かたちでお客様のお手元にお届けしているキリングループにとって、当然の取り組みです。

上に挙げた重点5項目はすべて会社の取り組みですが、従業員一人ひとりが実践できる取り組みでもあります。「コンプライアンス」「個人情報保護」「適正飲酒」の取り組みは、言うまでもなく全員が日常の業務の中であるいは社会人としても求められる事柄です。

「安全・安心のための取り組み」は、製造現場や販売現場での品質管理や品質保証活動として、「自然の恵みを守る活動」のうち環境負荷低減の取り組みは省エネやゼロエミッションの活動として、従業員全員が業務の中で取り組んでいきます。キリングループ全従業員はCSRの視点やその重要性を認識したうえで日常活動を行うことが大事であり、その意味でも、グループの従業員全員がCSRレポートを読んでいっそう理解を深めグループを挙げた取り組みにしたいと思います。

グローバル・コンパクトの精神を尊重

当社は、2005年9月にグローバル・コンパクトの支持を表明しました。これは、国連のアナン事務総長が〝より持続可能かつ包括的な世界経済〟実現のために、世界中の企業に向けて提唱した「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」に関する10原則です。企業活動を行ううえでの「国際社会における約束」とも呼ぶべきものです。キリンビールならびにキリングループ各社が国内で事業活動を行うときはもとより、今後益々拡大していく海外での事業展開に当たっても、この10原則を尊重し世界の持続可能性に貢献できるよう取り組んでいきます。

コミュニケーションを大事に

CSR・コミュニケーション本部を発足させたことでもお分かりいただけるように、キリングループのCSRにとって様々なステークホルダーとのコミュニケーションが大事だと考えています。複数の社外有識者の方にグループCSR委員会へのアドバイザーをお願いしたのもその表れです。今回のCSRレポートを作成するに当たって、キリングループのCSRはどうあるべきかという視点で、マルチステークホルダーダイアログを行いました。そこでのご意見からすると、持続可能な社会の実現に貢献するにはまだまだ課題がありますが、キリングループとして着実にCSRの取り組みを進めるとともに、今後とも社会とのコミュニケーションを大事にしていきたいと思います。

キリンビール株式会社　代表取締役社長

加藤　壹康

キリングループのCSR

キリングループは、経営理念の実現を目指して日々事業活動を行っています。キリングループが経営理念の実現を通じて、社会に対する地球市民としての役割を果たしていくためには、社会から信頼を得ることが大切です。私たちはCSRを「社会から信頼をいただくための取り組み」ととらえ、この意識をグループ内で働く一人ひとりが理解し、行動につなげられるように、2005年5月『キリングループCSR宣言』を作成しました。キリングループはこれからも社会や自然とコミュニケーションしながらCSRを推進していきます。

キリングループのスローガン

うれしいを、
つぎつぎと。
KIRIN

経営理念

私達は、世界の人々の「健康」・「楽しさ」・「快適さ」に貢献します。

経営指針

お客様本位・品質本位

独自の技術を開発し、お客様にとって価値のある商品・サービスを提供する企業グループをめざします。

オープンでフェアな行動

オープンでフェアな企業行動によって、信頼される企業グループをめざします。

人間性尊重

社員一人ひとりの自主性・創造性が発揮され、いきいきと働くことができる企業グループをめざします。

健全経営

長期的かつグローバルな視野にたって経営基盤を充実し、
顧客・株主・社会・社員に対する責任を継続的に果たす企業グループをめざします。

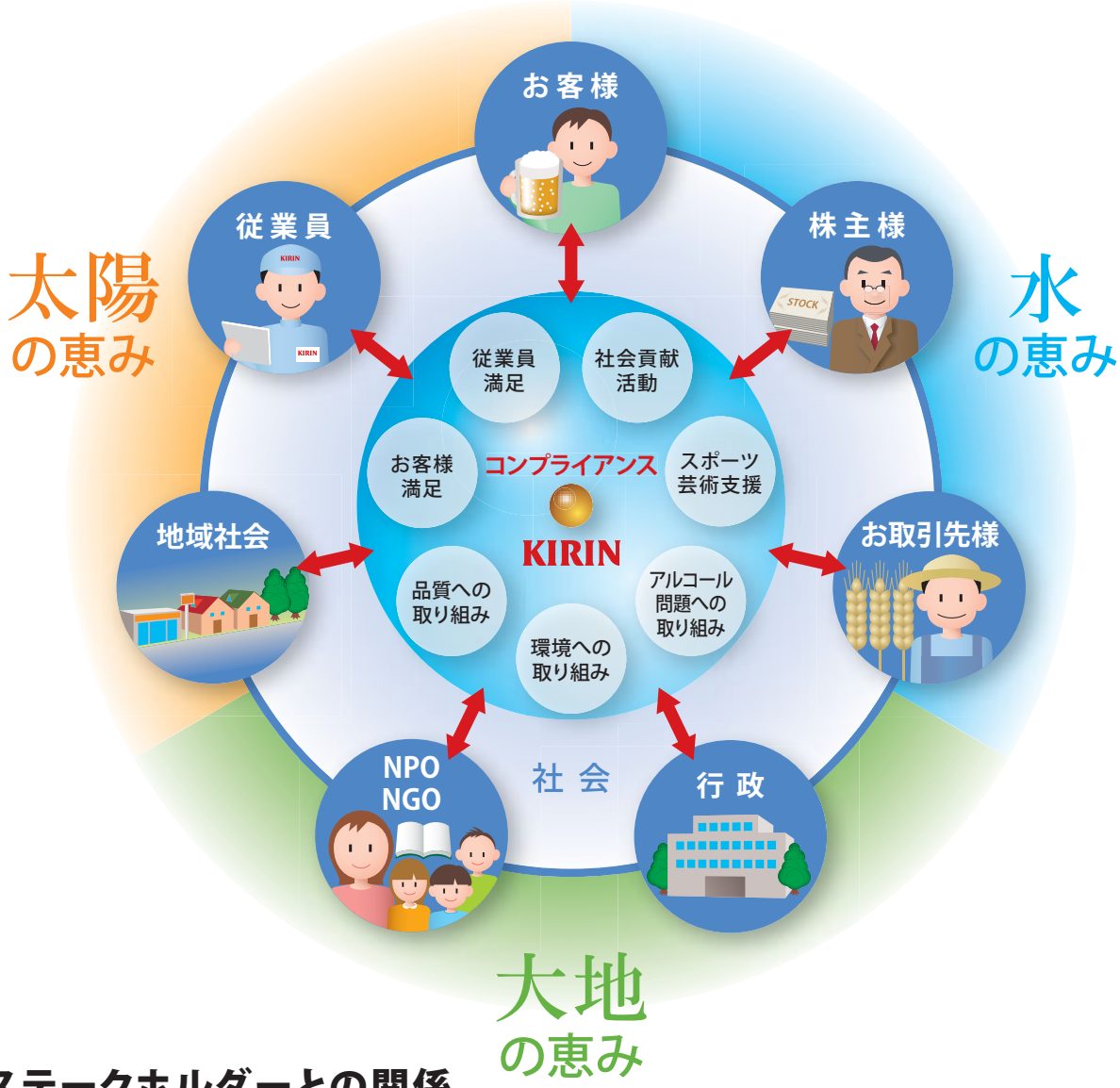
社会貢献

継続的に社会貢献するとともに、地球環境に配慮する企業グループをめざします。

キリングループCSR宣言

キリングループは、社会と企業の持続的な発展を可能にするため、
「食と健康」を中心とした事業活動を通じて、社会に対する役割を、誠実に果たしていきます。
この取組みには、従業員一人ひとりが主体的に関わっていきます。

- お客様の声を活かし、より安全、より安心、より高品質な商品・サービスを提供します。
- 地球環境に配慮した事業活動を行うとともに、その保護に努めます。
- 社会が抱える課題の解決に貢献するとともに、人々の暮らしをより豊かにする活動を支援します。
- 従業員が仕事にやりがいを感じ、さらに自己成長できる場を創ります。



ステークホルダーとの関係

キリングループはお客様や株主様、地域の方々、お取引先様、従業員なども含めた社会に支えられ、そして自然の恵みが商品の源になっています。だからこそ、支えていただいている皆様とのコミュニケーションを通じて、持続可能な社会と地球環境に貢献できる"キリンらしいCSR"を実践していきたいと考えています。

グローバル・コンパクトへの参加表明について

キリングループは、2005年9月に国連グローバル・コンパクトへの参加を表明しました。グローバル・コンパクトは、1999年にアナン国連事務総長が提唱し、グローバル企業に対して責任ある企業市民としての行動を求めています。キリングループはグローバル・コンパクトの理念を全面的に支持し、地球市民の一員として責任ある行動をとっていきます。

人権	原則1. 企業はその影響の及ぶ範囲内で国際的に宣言されている人権の擁護を支持し、尊重する。 原則2. 人権侵害に加担しない。
労働	原則3. 組合結成の自由と団体交渉の権利を実効あるものにする。 原則4. あらゆる形態の強制労働を排除する。 原則5. 児童労働を実効的に廃止する。 原則6. 雇用と職業に関する差別を撤廃する。
環境	原則7. 環境問題の予防的なアプローチを支持する。 原則8. 環境に関して一層の責任を担うためのイニシアチブをとる。 原則9. 環境にやさしい技術の開発と普及を促進する。
腐敗防止	原則10. 強要と賄賂を含むあらゆる形態の腐敗を防止するために取り組む。

社会との対話

キリンのCSRを考える

2006年1月23日、「持続可能な社会の実現のためにキリンに期待することは何か」をテーマに、各分野の専門家をお招きして、第1回「社会との対話」の会を開催しました。

安心は企業への信頼感から生まれる

司会　まずは、いま社会の一番の関心事となっている安全・安心の問題に関してご意見をお願いします。

吉川　「安全」は企業が情報開示により提供するもので、「安心」は受け取った人が共感し納得するもの、という違いがあると聞いたことがあります。安心そのものは企業が提供するものではありません。言葉の使い分けもきちんとした方がいいですね。

神田　そうですね。安全が安心につながる、つまり安全性が確認されれば消費者は安心できるのです。近年、企業の信頼が低下するような事件が次々と起こりました。企業の中は見えませんから、どうしても氷山の一角ではないかと思ってしまいます。そう思われないよう、消費者の目線に合わせた情報をきちんと提供し、透明性を高めてほしいです。

安井　安全と安心の違いですが、安全というのは、おそらく客観的にデータで出せます。一方、安心はデータが出た後の消費者の心理的な問題です。ですから安全であるという情報をどれぐらい出すか、それから数値に対する信頼感をどう持ってもらえるかの２点が重要だと思います。はっきり言って今の日本では、消費者は無条件に安心していいぐらいの安全性が確保されています。一方で、安全だと思い込んでいるものが必ずしもそうでない場合もあります。

適正で誠実な表示も安心を感じてもらうカギ

秋山　おそらく10年前の日本人は、もっと食べ物に関して安心していたのではないかと思います。最近は食の安全を脅かすような事象が起こり、少し懐疑的になっているのではないでしょうか。

私は、消費者に安心を感じてもらえるポイントは２つあると思っています。一つは、誠実な表示です。マイナス情報でもきちんと表示する姿勢が製品に見られるかどうかということです。もう一つは、企業そのものの信頼性です。信頼は何から生まれるかといえば、やはり日々の仕事の中で培われるのです。安全を提供す

る、安全をごまかさない、お客様に安心を感じてもらいたいという意識が従業員一人ひとりに徹底されていることが大切です。御社の場合、いろいろな活動をしているのですが、うまく伝わっていなくて損している面があるように感じますね。

神田　表示は確かに重要です。消費者が安心を感じるのは、CSRレポートのような冊子を見てではなく、製品を通してです。生産者に関する情報提供や偽りのない表示、誤解をさせない表示などが安心につながります。実は御社の製品でも商品間で表示の場所が統一されていなかったり、ラベルの色と文字の色が似ていて分かりにくいものなどがあります。そもそも企業と消費者には専門知識などの点で力の格差があります。そのことも忘れないでいただきたいと思います。

お酒の良い面、マイナス面をきちんと伝えてほしい

司会　それでは次に、アルコール飲料を扱う企業として、これからどんなことに取り組んでいくべきかをお聞きしたいと思います。

神田　啓発活動として学校で冊子を配ったり、ビデオを作ったりするのは非常にいいことだなと思います。ただ、製品を通したアピールはもっと必要です。また表示の話になりますが、未成年や妊産婦に向けた適正飲酒に関する注意は確かに書いてはありますが、「とりあえず書いておいた」と受け取れるものもあります。買う側に対して本当に伝えたいという意志があれば、違った書き方があるのではないでしょうか。買った人が表示を見て飲まないでくれれば簡単なのですが、やはり提供する側の責任もあると思います。飲酒運転による非常に悲惨な事故もありますから。

秋山　メーカーとしてはアルコール飲料のいい面と同時にマイナス面もきちんと伝えてほしいですね。1社だけでやっても難しいところはあると思うので、トップメーカーとして事業者団体の中でリーダーシップをとってほしいです。それが競争力やアピール力にもなってくると思います。

吉川　特に悪影響に関する啓発は、業界をあげてやったほうがいいと思います。一方でお酒の楽しみ方や効用については、コマーシャルや文化教室とのコラボレーションなどで伝えていただくのもいいかもしれませんね。イッキ飲みを連想させるようなコマーシャルではなく、家族団らんの中にビールのある風景を紹介するのもいいと思います。コマーシャルの場面を一つ変えるだけで影響力は相当大きいですから。

秋山　加えて言いますと、従業員お一人おひとりがお酒を飲む機会が多いでしょうから、お酒を飲んだら運転はしないとか、従業員が率先垂範して行動で示していただくことも重要だと思います。これにはリスク管理

お客様が気付いていない、あるいは想像もしないようなものを提案し、半歩先を目指すことが企業には重要だと思います。

松下電工株式会社
環境推進部
マネジメント・コミュニケーショングループ長
兼 CSR室長
吉川喜代次氏

消費者と企業をつなぐのは製品です。もっと製品を通して安全や持続可能な社会に向けた取り組みを伝えてください。

全国消費者団体連絡会
事務局長　神田敏子氏

の意味もあるんです。お酒がらみのスキャンダルがあれば「やっぱりビール会社の人か」と思われ、余計に批判されてしまう恐れがありますから。

安井　適正飲酒に関しては皆さんのおっしゃる通りだと思います。私が気になっているのは、アルコールの持つ文化性があまり重視されていないことですね。アルコールは誤った飲み方をすると、心身に悪影響を及ぼす危険性がある中で、なぜ多くの人に飲まれるのか。それは人生に楽しさを与えてくれるツールでもあるからです。そのあたりの、人とアルコールの文化的なかかわりをもっと紹介してもいいのかなと思います。ちなみに、世界中で日本人だけ、なぜかお酒を飲む女性の方が飲まない女性より長生きしているというデータもあります。

原材料から生産工程まで事業の持続可能性を考える

司会　それでは最後に、キリンは持続可能な社会に向けて何をすべきか、ご意見をください。

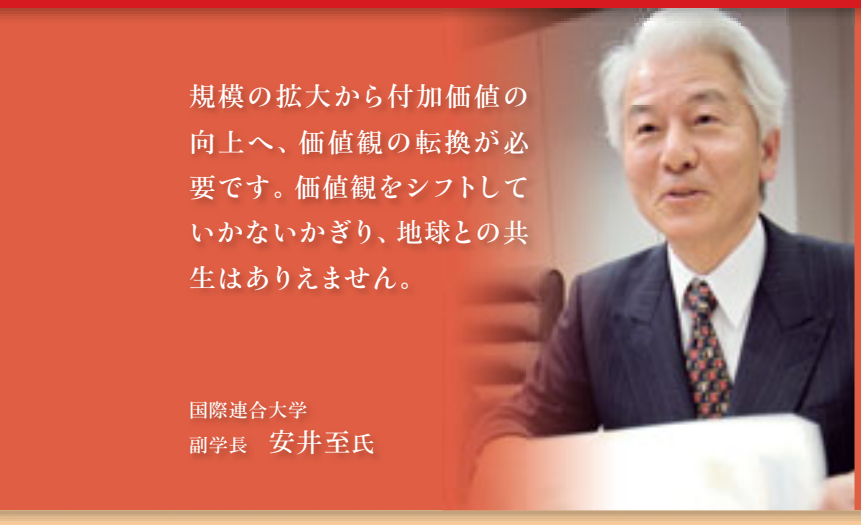
安井　すでに資源という面では、世界的にいくつかの非持続可能な要素が出てきています。キーワードは再生可能エネルギー、途上国での教育による人口の制御、そして価値観の転換です。価値観の転換には数百年かかると思いますが、いまターニングポイントにきています。御社でも地球と人との関係を客観的に見て、そういうことを前提として考えているということをメッセージとして伝えてもいいかもしれません。

吉川　日本は、農産物の輸入を通して間接的にたくさんの水を輸入（バーチャルウォーター※）しています。ビールメーカーは水がなくては製品が作れませんから、そういう地球的な視点で考えると、持続可能な社会の新たな切り口が見えてくるかもしれません。

安井　水については、日本人１人当たり年間600トンを海外から輸入していることになります。日本は水に恵まれているため、当面水が足りなくなる心配はありませんが、農作物の自給を始めれば問題となるでしょう。

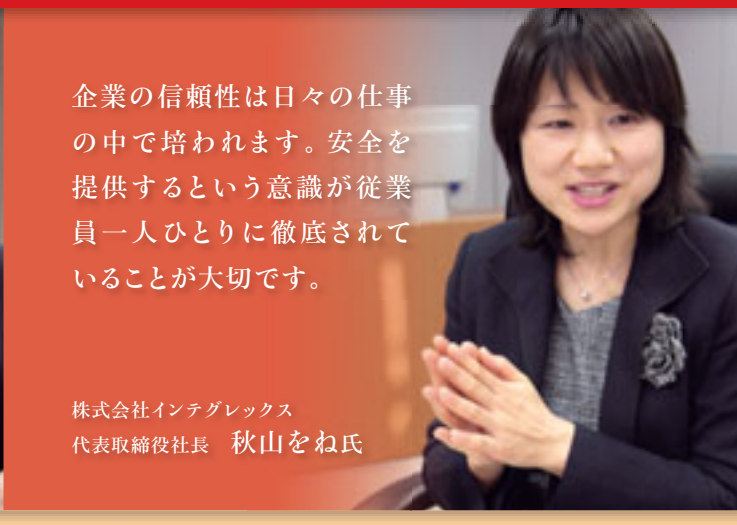
秋山　水の問題をはじめ原材料は持続可能か、生産工程はどうか。少しずつでも事業の持続可能性を考えていくべきだと思います。わが社としてはこう考えるという将来のイメージをはっきりと打ち出し、それに向かっていく姿勢を示していただけると説得力があります。

※バーチャルウォーター：輸入農畜産物を、仮に自国で耕作・飼育した場合に必要となる水の量。農畜産物（食糧）の消費を、水の間接消費と考える考え方



規模の拡大から付加価値の向上へ、価値観の転換が必要です。価値観をシフトしていかないかぎり、地球との共生はありえません。

国際連合大学
副学長　安井至氏



企業の信頼性は日々の仕事の中で培われます。安全を提供するという意識が従業員一人ひとりに徹底されていることが大切です。

株式会社インテグレックス
代表取締役社長　秋山をね氏

規模から付加価値へ いま価値観の転換が必要

安井　企業はもうけなければ仕方ありません。私はメジャーに売れる商品と、徹底的に持続可能性を考えた商品とでバランスを取っていくべきという発想を持っています。後者としては例えば、文化的な香りのするプレミアム性の高いビールを１本2,000円でいいから出してほしいですね。もちろんリターナブルびんで。

地球の持続可能性を考えると、価値観の転換が必要となります。もう、量で勝負する時代ではありません。より価値の高い方向にシフトしていかないかぎり地球との共生はありえません。それを象徴するような製品を作ってほしいですね。ビールのように趣味性の高い製品には、なるべく付加価値の高い方向に消費者を引っ張っていく役割があるのではないでしょうか。企業経営という面でも、もう売り上げを伸ばす規模の競争は空しいですよ。売り上げではなく利益率の高い製品に転換していくしかないでしょう。

それからステークホルダーの意見を聞くのは大切ですが、意見をすべて受け入れるのは一般の人に足並みをそろえてしまうということですから、それは違うと思います。私は、企業は常に半歩先を歩いて消費者をリードする存在であるべきだと思っています。社会を先駆的な方向に引っ張っていく。それが本当の意味での社会的責任でしょう。

吉川　私どもは、お客様が本当に必要とされているもの、さらにはまだ気付かれていないが提案することにより感動や喜びを与えるものを創出したいと考えています。そしてそれは半歩先を目指すことが企業には重要ではないかと思います。

神田　その際には消費者がどんなものを望んでいるかをつかんだうえで、半歩先を行ってほしいですね。それで初めていい生活提案ができるのです。視点がずれてしまっては消費者に支持されません。これからもいい商品提案、生活提案を期待しています。

秋山　御社は、世界の人々の健康・楽しさ・快適さに貢献するという素晴らしい経営理念をお持ちなのですから、真に社会に貢献するには、やはりこの経営理念を実践していくことに尽きると思います。

ステークホルダーダイアログを終えて

CSRの取り組みにおいては、「企業だけでなく社会の持続可能性にも寄与する」、「食と健康を中心とした事業活動を通じて取り組む」、「社会に対して誠実である」、「従業員一人ひとりが担う」ことが必要であると考えます。そしてその実現のためにはステークホルダーの皆様と双方向のコミュニケーションを行い、それぞれの取り組みに反映させることが重要です。

本日頂戴しましたご意見を参考にしながら、これからも私たちキリングループのCSR活動が「社会から信頼をいただくための取り組み」となるよう努力していきたいと思います。

常務執行役員　CSR・コミュニケーション本部長　森日出雄

CSRワークショップ

2005年5月に作成した『キリングループCSR宣言』を全社展開するため、2005年6月18日、17部署22名が集まり、キリン日本橋ビルにてCSRワークショップを開催しました。キリングループにとって重要なCSRとは何か、キリンらしいCSRとは何かについて議論、共有し、最終的にはCSR取り組み計画につなげることが目的です。

ワークショップの進行

CSRワークショップを開催するにあたり、事前に参加するすべての部署に対してヒアリングを行いました。これは、各部署が現在どのような問題意識を持ちながら日々の業務を行っているのかを聞くことにより、今後キリングループが進むべき方向についての議論の出発点にしようと考えたためです。

ヒアリングの結果を受け、ワークショップ当日は、以下の3点について検討するステップで進行しました。

❶ 将来の外部経営環境の変化
❷ 各ステークホルダーからのキリングループへの期待
❸ 各ステークホルダーの期待に応える取り組み

長期的な視点からの検討

『社会と企業の持続的な発展を可能にするため、「食と健康」を中心とした事業活動を通じて、社会に対する役割を、誠実に果たしていきます。』というキリングループCSR宣言に書かれた約束を果たすためには、外部経営環境の変化について「長期的な視点」が欠かせないと考え、検討項目としました。

そこでは、「持続可能性」をキーワードに、地球規模の問題としては、地球温暖化の問題や資源枯渇の問題について、また日本国内の問題としては、食糧自給率の低下、少子高齢化の問題などについて議論がなされ、問題意識の共有を図りました。

ステークホルダーの視点からの検討

次にキリングループに期待されるCSR活動について、お客様、地域社会、お取引先様、株主・投資家様、従業員、そして環境の6つの視点から検討を行いました。

まず、各ステークホルダーの立場に立った場合にキリングループに期待する活動をできるだけ数多く挙げてみました。そして立場をキリングループ側に戻し、求められている活動に対して、現状ではどれだけ応えることができているか、また、できていないかについて分析。さらに、優先的に取り組むべき重要なCSR活動の抽出のため、投票を行いました。その際には、以下3つの「キリンらしいCSR」という基準を考慮しました。

■キリンらしいCSR活動を考える際の3つの基準

お客様や
地域（ステークホルダー）との
距離を近く

自然の循環を守り育てる

お酒の文化・楽しさと
適正飲酒を伝える

今後の課題

ワークショップでは、ステークホルダー別に取り組むべきCSR活動を抽出し、またキリンらしいCSR活動という観点から、重要度の判断を行いました。これを中期的に取り組むべき課題、短期的に取り組むべき課題へと分類したものが下表です。これらの項目については次期中期経営計画策定の際に、キリングループCSRの取り組み目標に含めていきたいと考えています。

■ステークホルダー別CSR活動についての意見

順位	お客様	地域社会	お取引先様	株主・投資家様	従業員	環境
1	安全な商品づくり	地域経済の振興	CSR調達の推進	国・地域の選択と集中	健康と安全の確保	温室効果ガスの削減
2	正確な情報提供（商品情報）	次世代の健全育成	サプライチェーン・マネジメントの実施	分野の選択と集中	仕事のやりがいと評価の推進	容器リサイクルの推進
3	正確な情報提供（事業活動内容）	文化・スポーツの支援	仕入先農家の支援	マネジメント体制の整備	処遇制度の適正化	水使用量の削減
4	コミュニケーションの促進	ボランティアの推進	トレーサビリティの拡大	適切な情報開示	女性従業員の活用	水資源の保全
5	健康配慮商品の開発	途上国の食糧問題の支援	容器回収における取引先との連携	コミュニケーションの促進	グループ内の活性化	水質・土壌汚染の低減

Section: 1

透明で公正な経営を実現する

キリングループのガバナンス ❶

コーポレートガバナンス

**社内外からの信頼を得るとともに、公正で効率的な企業経営を行うため
グループ全体としてコーポレートガバナンスの強化に取り組んでいます。**

コーポレートガバナンスの考え方

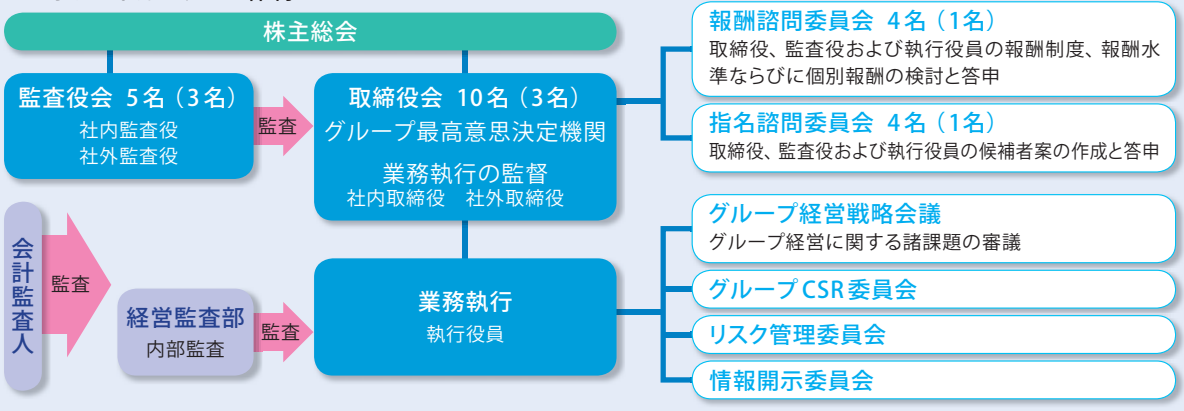
キリンビールは2006年3月末にコーポレートガバナンス体制を変更しました。意思決定の充実と迅速化、経営の透明性・健全性の向上が主な目的です。

グループの最高意思決定機関である取締役会の運営を改善するとともにこれまでの経営戦略会議を改め、グループ経営戦略会議を設置することで、事業の監督や重要案件に関する意思決定の質の向上を図ることとしました。

同時に、経営に対する社外からの提言を強化するため社外取締役を増員する一方、従来のアドバイザリーボードを発展的に解消し、グループCSR委員会への諮問機関としてアドバイザリーグループを設置しました。

このほか、内部統制システムの一環として、開示情報の決定に関する諮問機関である情報開示委員会を設置しました。また国内酒類部門のカンパニー化に伴い、国内酒類戦略会議をカンパニー戦略会議に改め、カンパニーへ権限を委譲することで、意思決定のスピードアップを図りました。

■コーポレートガバナンス体制



＊構成：総数（うち社外）

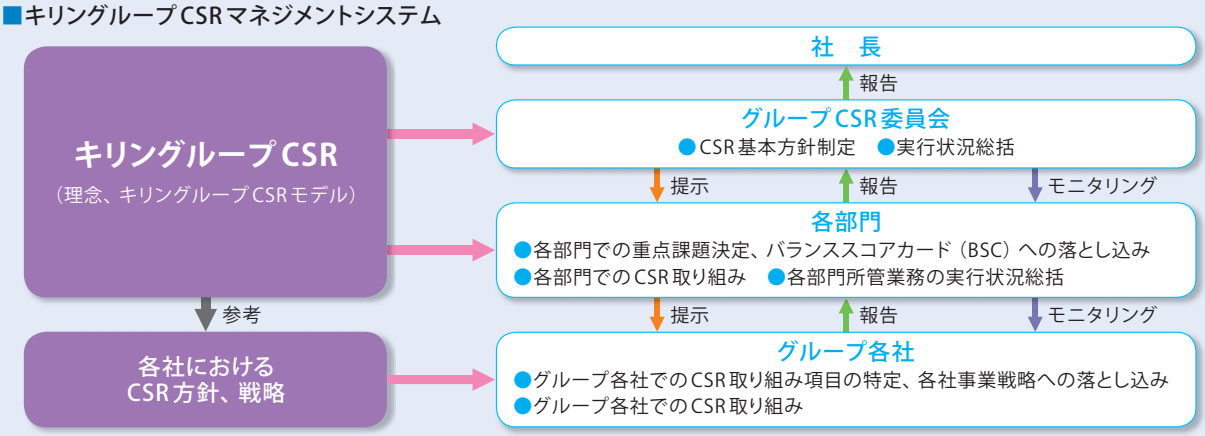
CSR推進体制

グループ全体でCSR経営を推進するため、グループCSR委員会を設置しました。ステークホルダーの声をCSR活動方針に反映し、戦略を実行して自己評価し、結果をステークホルダーに報告するというサイクルを実行することが目的です。

具体的には、キリングループCSRモデルに基づき重点取り組み項目を決定し、事業戦略に組み込みます。各部門・従業員はこれに則ってPDCAサイクルを実行します。この際、各部門は経営管理システムであるバランススコアカードの手法を、各従業員は、目標と自己管理によるマネジメントシステム（MBO-S）を用いています。

キリングループは、CSRの推進においてステークホルダーの声を聞くことが重要と考えています。そこで、①CSR委員会に社外の有識者２人から成るアドバイザリーグループを設置し、CSRの取り組みについて意見をいただく（P14参照）、②お客様センターに寄せられた様々な声に基づき社内で改善提言をする（P22参照）ことを常時行っています。また、2006年1月にステークホルダーダイアログを開催し、CSR活動についてのご意見をいただきました（P8参照）。

■キリングループCSRマネジメントシステム



情報開示委員会の設置について

米国で発生したエンロンやワールドコムの不正経理事件に続き、日本においても、歴史ある上場企業の粉飾決算や有価証券報告書虚偽記載などの相次ぐ会計不祥事が発生し、日米ともに経営者の企業統治に関する責任・罰則を強化する法整備が強化されつつあります。

日本では、投資家からの信頼回復に向け、金融庁の指導のもと、経営者が①適正な財務報告にかかわる内部統制を実施し、かつ②情報開示にかかわる社内開示体制の整備を通じて、投資家への情報提供に責任を負う体制整備が求められています。

キリンビールでは、この重要な構成部分である「情報開示委員会」を2006年1月に設置、スタートしました。これは、社長の諮問機関として位置付けられる執行側の委員会で、該当の情報が投資家にとって重要性を持つか、また開示の必要性があるかをタイムリーに決定し、社長に提言する機能を持ちます。

今後は情報の開示について、組織としてこれまで以上により整理された手続き・判断基準により、その妥当性が決定されることとなります。

■情報開示委員会組織図

リスクマネジメント／コンプライアンス

キリングループは、コンプライアンスを基盤とした確実なリスク管理をCSR経営の基礎としています。

リスクマネジメントの推進と内部統制システムの強化

キリンビールは自社のリスクを「事業活動・経営活動に影響を与える不確実性」と認識し、2003年6月にリスク管理体制を強化しました。具体的には、キリンビールの全部門・事業所がリスクの一次防御機能を、リスク管理委員会が二次、内部監査部門である経営監査部が三次の防御機能を果たすととらえ、全員参画型のリスク管理体制を構築しました。

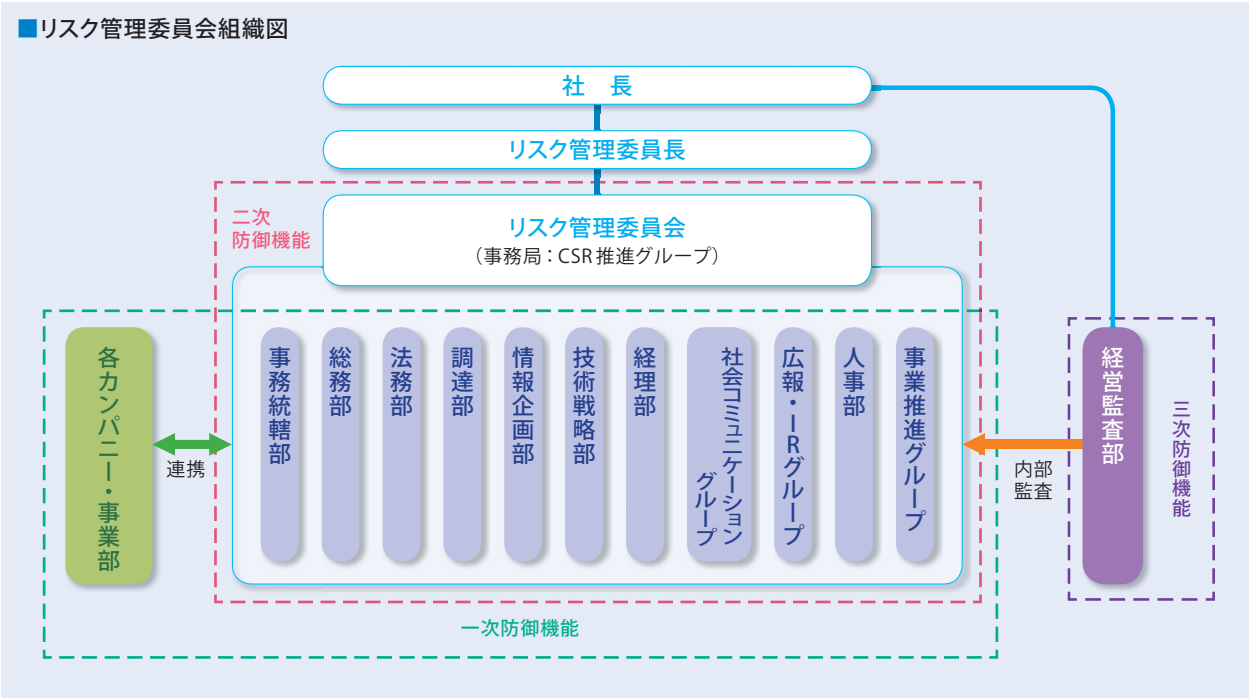
キリンビールは「外部環境リスク」「オペレーションリスク」「意思決定情報リスク」の3種類で構成される「リスクモデル」を策定しています。各部門・事業所は同モデルの分類に従って想定されるリスクを洗い出し、それぞれのリスクが与える影響の大きさや発生する割合を評価し、対応の優先順位を毎年見直しています。各リスクへの対応は部門・事業所ごとに事業計画に組み込み、リスクの未然防止や低減に取り組んでいます。

また、リスク管理を確実に行うためのリスク管理委員会を設置し、グループリスク管理規定に基づいて活動しています。

さらに、経営監査部が社内の独立・客観的な立場からリスクマネジメントシステムが機能しているかの監視を行うとともに、リスクの高い領域への優先的な監査の実施などにより、内部統制の整備・運用状況を確認しています。

2005年には「リスクマネジメントシステムマニュアル」を策定し、各部門とのPDCAミーティングなどの場でリスクへの対応状況を確認するとともに、グループ企業23社でリスク管理システムを導入しました。2006年はシステムの定着とグループ企業の支援を中心にレベルアップを図っていきます。

■リスク管理委員会組織図



コンプライアンスの徹底

キリングループはコンプライアンスをCSRの基盤と位置付け、コンプライアンス経営強化のための様々な活動を展開しています。その一環として、キリンビールは2003年に企業行動基準を改定し、コンプライアンス・ガイドラインを制定しました。

企業行動基準は経営指針と併せて、グループ各社が事業を行う際に、すべての役員・従業員の行動のよりどころとなるものです。企業行動基準の改定のポイントは次の2点です。

❶お客様本位の姿勢をより明確にするため、お客様満足の向上を全面に掲げました。

❷キリングループを取り巻く社会の環境変化や、コンプライアンス強化の観点から、項目や文言を見直しました。

コンプライアンス・ガイドラインは、企業行動基準が求める行動のうち、法令の遵守に加え、キリンビールとして社会倫理上求められる具体的な行動や、してはならない行動を掲げたものです。

コンプライアンス・ガイドラインと経営理念・経営指針・企業行動基準との関係やその具体的な内容を従業員一人ひとりがより身近なものとしてとらえ、理解し行動できるよう、「The RULE.」というハンドブックにまとめ、従業員全員に配布しています。また、「行動のセルフチェック」を記載した携行カードも配布しています。グループ全体のコンプライアンスについての取り組みは、グループCSR委員会（P15参照）が推進・統括しています。

■コンプライアンス・ガイドラインの位置付け

経営理念
私達は、世界の人々の
「健康」・「楽しさ」・「快適さ」に貢献します。

↓

経営指針
「お客様本位・品質本位」「オープンでフェアな行動」
「人間性尊重」「健全経営」「社会貢献」

企業行動基準
5つの経営指針のもとに23項目

↓

コンプライアンス・ガイドライン
企業行動基準が求める行動の中で、
「法的」「社会倫理的」に求められる行動を挙げたもの

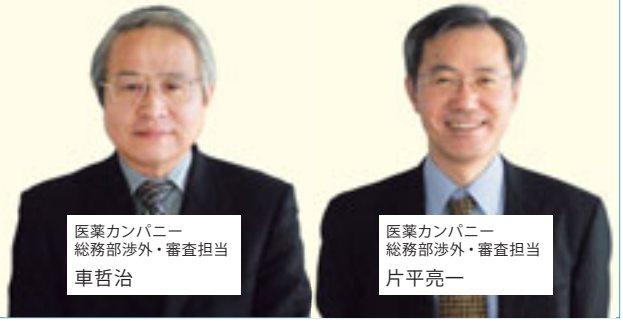
ハンドブック
「The RULE.」

携行カード

医薬カンパニーでのコンプライアンスの取り組み

医薬カンパニーは、生命関連商品に携わる部門として、一般の企業倫理に加え、いわゆる薬の倫理に基づく行動が求められるため、キリングループの「The RULE.」に沿った行動を前提にしながら、医薬独自のコンプライアンス・ガイドラインを制定し、推進しています。

コンプライアンス精神の定着は一足飛びにはできませんが、2006年年初にはガイドラインを含めたカンパニー規範集を従業員全員に配布し、定期的な研修を行いつつ、一人ひとりが感性を磨き維持するよう努力しています。医薬カンパニーでは、この努力を積み重ねて、社内外への誠実さを常に大切にしていくことで、広く社会から存在価値が認められ、信頼されつづける組織であることを目指しています。



医薬カンパニー
総務部渉外・審査担当
車哲治

医薬カンパニー
総務部渉外・審査担当
片平亮一

コンプライアンス研修

キリングループは、従業員一人ひとりのコンプライアンス意識の向上と実践が大切と考え、コンプライアンス研修の充実を図っています。

2004年度にコンプライアンスに関する研修体系を整備し、ケーススタディに基づく集合研修と社内イントラネットを利用したオンライン研修（eラーニング）という2種類の研修を導入しました。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し、決して嘘はつかないこと、というコンプライアンスの基本と、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。2005年までに全従業員が研修を受講しました。2006年には、年初に行ったコンプライアンス意識調査の結果をもとに新しいプログラムを開発して実施する予定です。

グループ企業についても、キリンビールの研修に17社が参加したほか、各社の事業内容に合わせた研修を実施しています。

コンプライアンス研修（ケーススタディ）

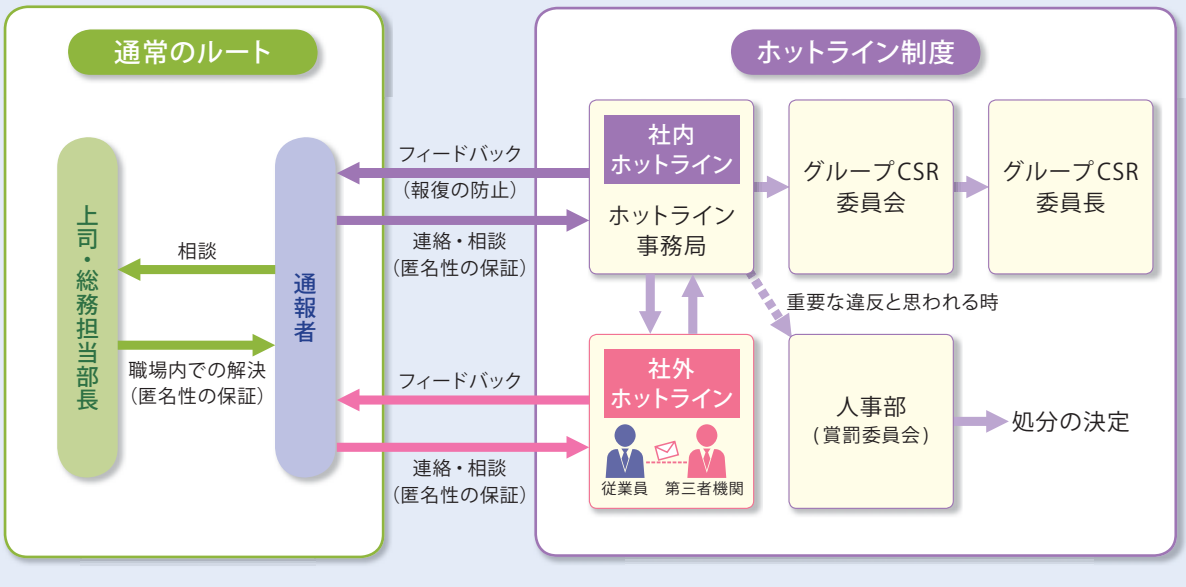
オンライン研修（eラーニング）

内部通報制度（ホットライン）の整備

キリンビールと主なグループ企業では、コンプライアンスなどに関する相談窓口（ホットライン）を設置しています。ホットラインには、社内担当者が窓口の社内ホットラインと社外の第三者が窓口の社外ホットラインがあります。社外ホットラインは、相談の受け付けを外部の専門機関に委託するもので、通報に対する安心感をさらに高めた制度です。

社内・社外を併せたホットラインの利用件数は、2004年が16件、2005年が12件でした。

■ホットラインのフロー図



クライシス管理と業務継続計画（BCP）

クライシス（危機）が発生した場合に適切に対応し、社会および経営への影響を最小限にとどめるため、クライシス対応の体制整備を進めています。2005年は「危機管理マニュアル」を全面的に改訂し、対応の流れとチェックリストを加えて社内に再度徹底しました。

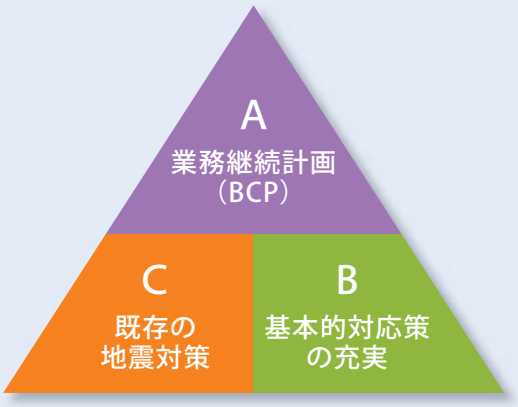
クライシス発生時の心得

（「クライシス管理マニュアル」より）

1. オープンでフェアに行動しよう！
2. 「迅速」「正確」「隠さず」報告しよう！
3. お客様・従業員・家族の健康と安全を守ろう！
4. 最悪の事態を想定して先手を打とう！

また、首都圏で大規模な地震が発生して本社機能が停止するリスクに備えるため、業務継続計画（BCP：Business Continuity Plan）を新たに策定しました。具体的には、震災が発生した場合に優先すべき業務を選定し、その重要業務を継続するための基本戦略、体制、手順を定めました（図中A）。また、震災対策本部の設置・運用、従業員の安否確認や帰宅支援など、すべての業務に共通する基本的対応策を充実させました（図中B）。そしてこれらに既存の地震対策を再編・統合して（図中C）、「本社震災対応マニュアル」として集大成しました。今後はこれらのマニュアルが十分に機能するよう、社内への浸透と継続的な見直しを行っていきます。

■本社震災対応マニュアル



発生したクライシスのご報告

以上のようにリスクマネジメントとコンプライアンスの取り組みを推進していますが、この1年間で次のようなクライシスが発生しました。

【交換・回収の実施】

- 2005年8月　「バドワイザー」350ml缶
  （缶底の賞味期限表示の誤印字）
- 2006年2月　「シーバス リーガル12年」700ml
  （商品ラベル・個別箱の誤表示）
- 2006年3月　「カペッタ バレリーナ ブリュット スプマンテ」200ml（商品ラベルの誤表示）

【排水の流出】

- 2005年7月　キリンビール横浜工場で、水質を浄化する微生物を含んだ排水が運河に流出する事故が発生しました。

【キリンウェルフーズ（株）の自主回収】

- 2006年2月　グループ会社であるキリンウェルフーズ（株）の「アガリクス」製品につきまして、厚生労働省の安全性に関する動物試験結果の発表を真摯に受け止め、製品の販売中止と自主回収をさせていただきました。

それぞれ情報開示を行うとともに、品質管理体制の強化、マニュアルの再整備と徹底、安全性確保への取り組みの強化などの対応を実施いたしました。

お客様や関係者の皆様に、多大なご迷惑をおかけしましたことを深くお詫びいたしますとともに、今後このようなことを繰り返すことのないよう、再発防止の取り組みを継続してまいります。

Section: 2

健全な事業活動を継続する

キリングループの経済性報告

ステークホルダーとの経済的かかわり

キリングループでは、事業活動の経済的な影響の側面をステークホルダーとの関係という観点から把握することに努めています。収益の側面についてはお客様との関係として、費用、支出の側面については、従業員をはじめ、株主や行政等との関係としてとらえています。

2005年の経営成績

安定した利益を確保することは企業存続のために不可欠です。キリングループは収益の源泉として、国内アルコール飲料市場をベースとしています。また、海外アルコール事業、清涼飲料、医薬の各分野を成長市場ととらえています。

キリングループは当連結会計年度からスタートした「2004年―2006年キリングループ中期経営計画」に基づき、2年目に当たる2005年も引き続き収益性向上を進めるとともに、「キリンブランドの価値向上」に取り組む経営改革を推進し、開発・提案型の強い企業グループへの転換を目指してきました。

■2005年経営成績　（単位：億円）

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
連　結	16,322	1,117	1,148	512
単　体	9,356	581	725	438

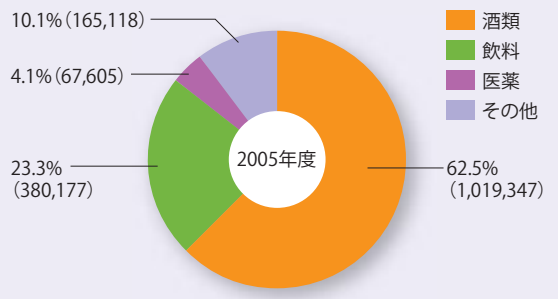
当連結会計年度の連結売上高は、国内酒類業界においては、ビール、発泡酒に続いて登場した新ジャンル※の市場が急速に成長しビール、発泡酒、新ジャンルを合わせた総市場に占める割合が約16%に上ったものの、2004年の猛暑の反動などにより総市場は縮小しました。また、チューハイや焼酎は引き続き成長しました。清涼飲料においては、緑茶とミネラルウォーターの成長により市場は拡大しました。

※酒税法上の「雑酒」の中で「発泡酒」「粉末酒」「みりんに類似するその他の雑酒」に含まれない酒類や、リキュール類などのことを指す。

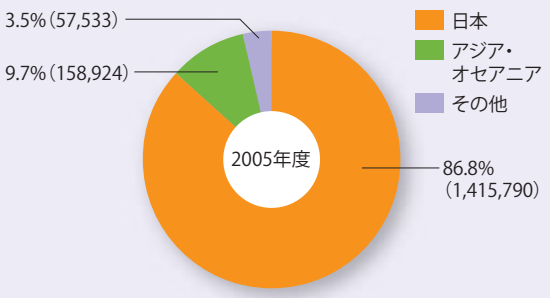
キリングループにおける経済的付加価値の創出

アルコール飲料の製造販売を主要事業とするキリングループの経済的付加価値は、原材料の仕入、製造、商品・サービスのお客様への提供という一連のプロセスにより創出されます。商品・サービス（＝事業）別、国・地域別の売り上げの割合は次の通りです。

■商品・サービス別売上高（連結）　（ ）内の単位は百万円



■地域別売上高（連結）　（ ）内の単位は百万円



キリンビール（単体）の経済的付加価値分配

経済的付加価値のステークホルダーへの分配について、昨年に引き続き2006年報告ではキリンビール単体における状況の把握に努めました。

キリンビールの収益は、そのほとんどがお客様というステークホルダーへのアルコール飲料販売によるものです。これに営業外収益、特別利益などその他の収益項目を加えたものが全体収益となります。

この全体収益から、お取引先様への支払い額（＝売上原価）および販売費・一般管理費などを含めたその他費用・損失を差し引いた額をキリンビールにおける経済的付加価値としています。2005年会計期間における経済的付加価値額は約1,640億円でした。

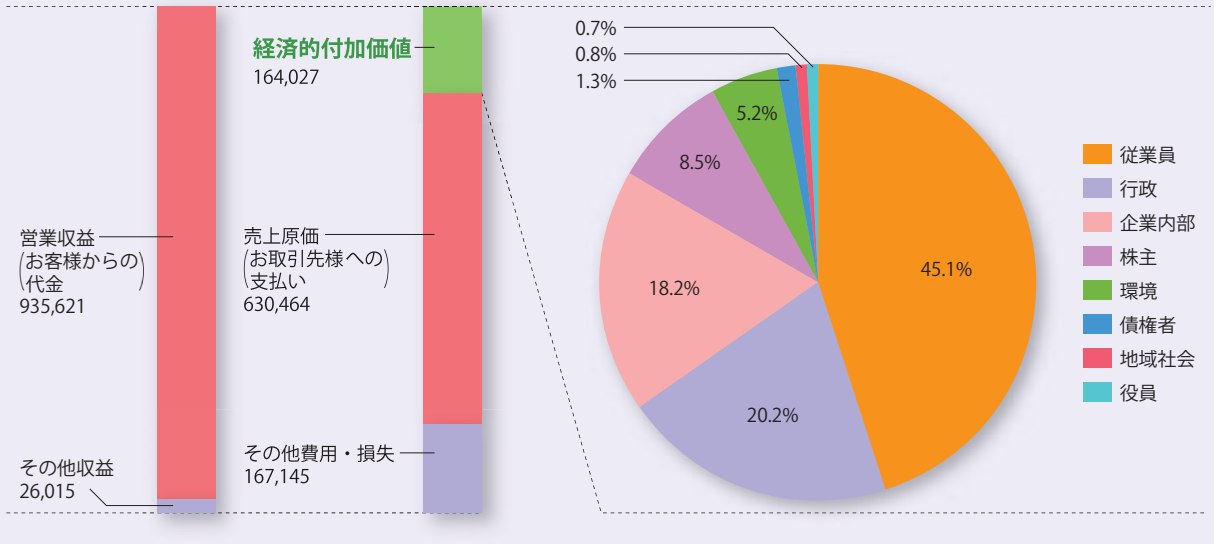
経済的付加価値の分配については、従業員をはじめとして、行政、株主、債権者、地域社会、役員などをステークホルダーととらえ、それぞれに位置付けられる費用項目を合計し、分配金額として算出しています。このようにステークホルダーとの経済的かかわりを金額ベースで表すことによって、現時点での分配状況を把握し、これを継続していくことで、バランスの良いステークホルダー分配を実現していきます。

今後も社内外のステークホルダーとのコミュニケーション促進のために、経済的付加価値分配に関するより分かりやすい情報開示の方法を検討していきます。

■ステークホルダーへの経済的付加価値分配

項　目	金額（百万円）	主な項目
従業員	73,946	人件費
行　政	33,225	法人税等、租税公課
企業内部	29,841	繰越金増減
株　主	13,869	配当金
環　境	8,489	環境保全コスト
債権者	2,144	支払利息
地域社会	1,351	寄付金
役　員	1,162	役員報酬、役員賞与、役員退職慰労金
合　計	164,027	

■2005年度　（単位：百万円）



Section: 3

社会との共生を目指す

キリングループの社会性報告 ❶

お客様の声をいかして

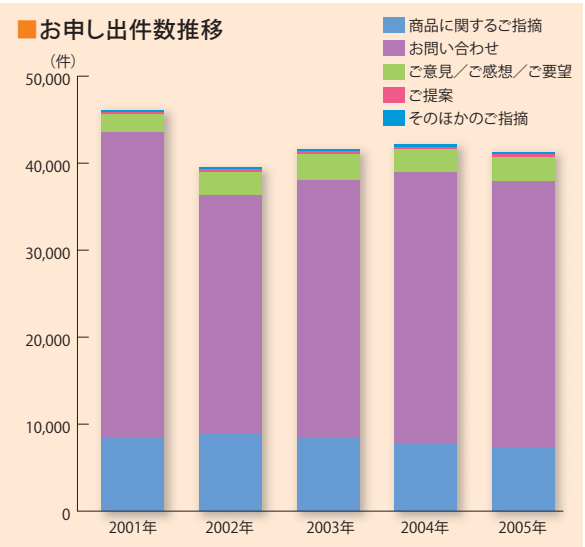
お客様の声を企業活動にいかし、よりいっそうお客様本位の実現を目指すため、お客様からのすべてのお申し出を全社で共有し、信頼され喜んでいただける安全・安心な商品、サービス、情報の提供につなげるよう努めています。

お客様とのコミュニケーションを大切にしています

2005年度は、お客様から年間約41,000件（対前年比－1.1%）のお申し出をいただき、数多くのお客様とのコミュニケーションを深めてきました。

お申し出のうち、商品やキャンペーンに関する「お問い合わせ」は全体の約75%を占めており、ほぼ2004年並みで推移しています（対前年比－0.6%）。2004年に賞味期限や商品の特徴に代わり最も多かった、キャンペーンに関するお問い合わせがさらに増加した一方で（対前年比＋15%）、製品本体やパッケージへの栄養成分表示を拡大したことに伴いカロリーなどのお問い合わせは減少しました（対前年比－36%）。

商品に対する「ご指摘」は2004年に続き減少しましたが（対前年比－5.8%）、容器に関する「ご指摘」は増加しています。



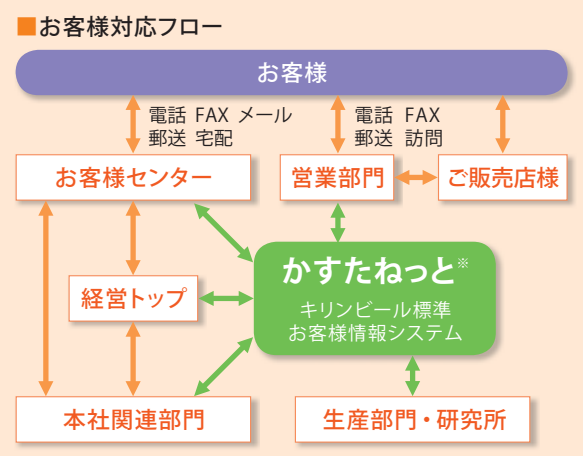
全社を挙げてお客様本位の実現に取り組んでいます WEB

キリンビールお客様センターでは、ホームページに"お客様へのお約束"を掲載しています。その中で「基本方針」・「行動指針」・「社内規則」を制定し、お客様に対して公平・公正で、かつ迅速に誠意を持って対応すること

をお約束しています。

お申し出いただいた商品についてのご指摘は、責任をもって調査し結果をご報告することで、お客様の信頼回復と今後も安心してご愛飲いただけるような商品づくりを目指しています。

お客様よりいただいたご意見やお問い合わせ、商品のご指摘に関するお申し出はすべて社内へ公開し、経営トップをはじめ従業員全員が共通の認識を持ち、よりよいお客様本位の実現を目指すために情報の共有化を図っています。



※かすたねっと：お客様よりいただいた声の蓄積と「ご指摘」の解決に向けての進捗管理を行うためのシステム

お客様満足度調査

キリンビールでは、商品に関する「ご指摘」を頂戴し対応を行ったお客様に対して、2001年より毎年アンケート調査を実施し、対応に関する満足度およびご意見をうかがっています。

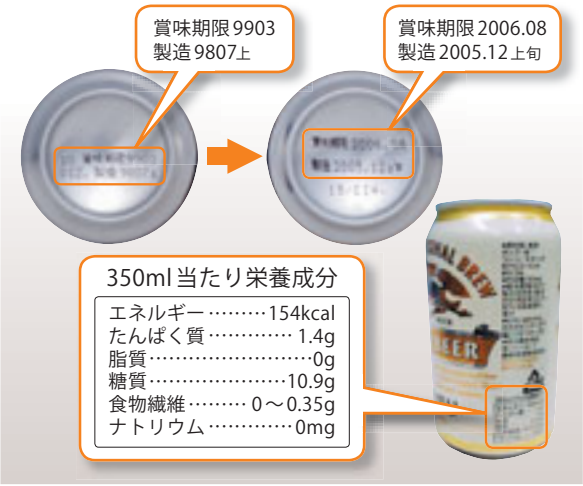
アンケートの内容は、「受付時の社員の対応」から「訪問した社員の対応」「調査結果報告のスピード」「調査結果の内容」「今後の購入意向」をそれぞれ5段階で評価いただき、全体に対するご意見も併せて参考にし、対応の改善につなげています。

2005年のアンケートはがき回収率は過去最高の65%となり、また68.4%の方から自由記述欄へのご意見の書き込みにご協力をいただきました。このような取り組みの結果、約97%のお客様から引き続きキリン商品をご愛飲いただけるとのご回答をいただいています。今後、さらに多くの声を頂戴してご指摘対応の充実に努めていきたいと考えています。

具体的改善事例 WEB

製品の製造・賞味期限表示について、お客様から「分かりにくい」との「ご意見」を受け、さらに分かりやすいびん・缶の表示に改善を行いました（2002年5月国内全工場で完了）。

また2004年には、かねてよりお問い合わせを多く頂戴していたカロリーなどの栄養成分に関する情報をホームページに掲載するとともに、ビール・発泡酒および缶チューハイの缶側面と6缶パックの板紙および段ボールカートンへの表示を開始し順次展開を進めています。



表示の改善例

今後の課題

CSR・コミュニケーション本部
社会コミュニケーショングループ
お客様センター 所長
川上洋

日々お客様から直接おうかがいできるお声は、キリングループに対して抱かれる様々な思いの中のごく一部に過ぎません。このような顕在化したお声に真摯に向き合うことはもちろんのことですが、よりいっそうのお客様本位の実現のためには、これをさらに一歩進めて、声にならないお声をいかに感じとり、伝え、いかしていくかが大変重要であると考えています。

品質へのこだわり

お客様にご安心いただける商品を提供するために、一貫した品質保証システムの確立と整備に力を入れています。製品づくりにかかわる一人ひとりが主体となり、あらゆる場面で品質保証に取り組むことのできる仕組みをつくりあげることが目的です。

品質マネジメントシステムの向上を図っています WEB

キリングループでは、最も重要なリスク項目でもある品質保証を含めたグループのリスクマネジメントの総合的な運営を行うため、これまでキリンビール本社の品質保証部が担っていた、グループ全体の品質方針立案やマネジメントシステム構築支援等の機能について、2006年3月末にCSR・コミュニケーション本部内に新設した品質保証室に移管しました。

キリングループは、グループ全体の商品・サービス等を高度に品質保証するために、キリンビールの経営方針である「お客様本位・品質本位」に基づくグループ共通の品質方針を定めています。

キリングループは、グローバルスタンダードであるISO9000シリーズとHACCP※の考え方を取り入れ、品質保証基盤を構築してきました。そして、品質マネジメントシステムの国際規格であるISO9001を本社・工場・営業部門一体のシステムとして登録しています。

グループの食品製造に携わる各社の品質マネジメント全般については、現状認識、課題抽出、PDCAサイクルを回すことにより、グループ各社の品質マネジメントシステムの継続的改善を図ることを目的として、2002年から「品質マネジメント評価項目」を用い、各社の監査を実施しています。

また、①グループの品質方針を具現化する、②グループ各社が自己診断を行うためのツールとする、という位置付けで、2003年にキリングループ品質ガイドラインを作成しました。

2005年には、品質事故報告基準を制定し、グループ内の事故情報を共有化し、類似事故の再発防止策をグループ全体で水平展開していく取り組みを開始しました。具体的には、グループ内の事故情報の結果を「品質事故事例集」としてまとめ、情報共有するほか、グループ各社において現場の再点検を行い、類似事故防止策を策定・実行することで、グループ全体で類似事故の再発防止を徹底しています。

※HACCP（Hazard Analysis and Critical Control Points）：危害分析・重要管理点方式による管理

キリングループの品質方針

私たちは、何よりもお客様の立場にたって、
満足と信頼のいただける商品・サービスを
ご提供できるように努力します。

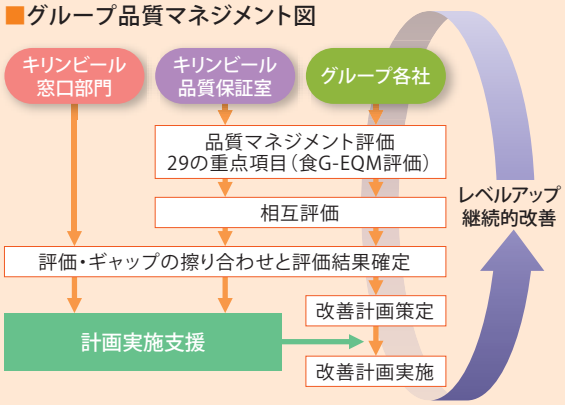
1. お客様満足度向上──お客様本位

私たちは、何よりも優先して、お客様の声を大切にし、お客様の立場での応対に心がけます。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、お客様とのふれあいを大切にし、お客様の視点・視線で、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

私たちは、原料・資材調達から開発・製造・検査・物流・販売にいたる全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、信頼を得るようにしていきます。このために、私たち一人ひとりが、それぞれの立場で、品質保証の信頼性の向上に努めます。

■グループ品質マネジメント図



キリングループ品質マネジメントシステム向上支援対象会社

キリンディスティラリー㈱、㈱永昌源、キリンビバレッジ㈱、キリンウェルフーズ㈱、武田キリン食品㈱、コスモ食品㈱、㈱ジャパンポテト、㈱ナガノトマト、米久㈱、キリンインターナショナルトレーディング㈱、キリンビール㈱の計11社

調達工程での品質管理を徹底しています

品質管理のための規格類の整備

遺伝子組換え食品の表示、アレルギー表示、そして2006年5月29日から残留農薬ポジティブリスト制が施行され、原料に要求される安全性の水準はますます高まっています。

キリングループでは、2003年11月4日にキリングループ品質ガイドライン（原材料安全性・表示編）を制定し、取り巻く環境の変化に応じ、毎年見直しを図っています。

原材料の安全性確保の基本的な考え方は、原材料の履歴確認と農薬等のモニタリング分析です。原材料の使用前には、原材料の安全性・履歴を確認したうえで、お取引様と取引基本契約を交わします。契約後も引き続き、受入検査、当初入手した原材料履歴に変更がないかなど再度確認を行います。また、原材料や表示に関するお客様からのお問い合せには、真摯に対応し、情報提供に努めます。

表示管理については、責任の所在を明らかにし、ダブルチェック体制をとり、併せて表示制度に関する教育も行います。

■ガイドライン個別項目
（1）遺伝子組換え食品
（2）アレルギー食品
（3）食品添加物
（4）残留農薬（動物医薬品、飼料添加物を含む）
（5）環境ホルモン（内分泌撹乱物質）
（6）牛肉（BSE）
（7）放射線照射
（8）かび毒

原材料のアセスメントに努めています

お客様の「食品の安全と安心」の意識の高まりに応えるために、原材料の安全性保証体制について、新規原材料の導入に関するアセスメントシステムを強化しています。

生産本部技術開発部醸造研究所の中に、安全性に関する分析・検査を集中して行う「酒類品質保証センター」を2005年1月に設立。同センターでは、キリングループで販売している酒類の品質と安全性を高度に保証するため、最新の分析機器と先端的技術を駆使して、原材料および製品の分析・評価を行っています。さらに、国内外の諸研究機関とのネットワークを活用し、先進的な分析法の開発・導入も進めています。

2006年3月末より、同センターを国内酒類カンパニー生産本部品質保証部に移管し、国内酒類事業にかかわる品質保証機能を一元化することで、さらなるレベルアップを図っています。

原料へのこだわり

モルト、ホップなど、ビールの主原料の大部分は輸入に依存しています。国内酒類カンパニーでは、このような輸入原料の品質仕様を厳密に規定するとともに、お取引先様が供給する原料が、キリングループの品質基準を満たしているかどうか確認するため、受入検査を確実に実施しています。また、より良い品質の原料を安定的に確保することを目的に、複数の地域から輸入することを計画しています。

モルトやホップは、原料メーカーまで遡り残留農薬などについて安全性を確認し、外部の検査機関の分析も確認して仕入れを行っています。業界で唯一、海外にモルト製造会社「キリンオーストラリア」を設立、安全で高品質のモルトの確保を図っています。副原料であるトウモロコシについては、2000年より全量、非遺伝子組換えコーン（IPハンドリングコーン）を使用しています。

製造・出荷工程での品質管理を徹底しています

キリンビールでは原料・資材の調達から製造・出荷、お客様対応に至るまで、一貫したシステムを構築し、ISO9001の登録をしています。さらに製造工程ではHACCPなどのグローバルスタンダードに準拠した社内基準を設定し、工程管理を行っています。通常の品質保証体制に加え「品質事故防止のためのアセスメントシステム」を運用し、起こりうるトラブルを想定して品質事故の未然防止を図っています。

また、高品質の商品づくりの追求、品質や鮮度を保持する包装資材や製品への技術、原材料や水の検査などを行う醸造研究所、パッケージング研究所など各種の研究所があり、製造・出荷工程での品質管理にいかしています。

お店で飲む樽詰生ビールのおいしさにこだわっています WEB

本当においしい樽詰生ビールをお客様の「のどもと」までお届けしたい。そのためにキリンビールでは独自のシステムにより、お店の樽詰生ビールの品質管理をきめ細かくサポートしています。

飲食店樽生ビール品質サービスの取り組み

全国約800名のサポートスタッフが、樽詰生ビールをお取り扱いの飲食店様を一軒一軒訪問し、徹底した品質管理をサポートしています。また、ジョッキの洗浄方法等お客様の目には見えないところでの気配りの大切さについても説明しています。

キリン・ドラフトマスターズ・スクール

樽詰生ビールの達人を育てる飲食店様向けの生ビールの学校、それがキリン・ドラフトマスターズ・スクールです。お客様においしい樽詰生ビールを提供するために必要な知識、技術、品質管理のノウハウを飲食店様にお伝えしています。キリン・ドラフトマスターズ・スクールは、1993年業界で最初に横浜工場に開設しました。その後、全国に常設校を展開し、約20万人以上の飲食店関係者様が受講しています。受講後は、生ビールの達人「ドラフトマスター」として、日々飲食店様で活躍されています。

キリン・ドラフトマスターズ・スクール受講の様子

樽詰生の新認証制度「キリン満点生の店」

樽詰生をご提供いただく飲食店様の新たな認定制度として「キリン満点生の店」を2006年から全国展開を開始しました。この制度は、お客様に対して宣言する〝6つの約束〟をすべてクリアした飲食店様を認定する制度です。「キリン満点生」認定店についてはキリンビールのホームページを通じて順次紹介していきます。合わせて、グループ会社の（株）キリンコミュニケーションステージを中心に、樽詰生の品質向上に向けたフォロー体制を充実し、飲食店様との協力のもと、樽詰生の品質の維持・向上に努めます。

「キリン満点生の店」6つの約束

①キリン・ドラフトマスターズ・スクールを卒業した達人が注ぎます。

②樽詰生ディスペンサー〈機械〉を毎日洗っているからいつも清潔。

③樽詰生は常に鮮度の良い状態に心がけてご用意しています。

④温度管理・ガス圧管理が万全です。

⑤ジョッキを丁寧に別洗いしています。

⑥毎日開店前の味覚チェックを実施しています。

今後の課題

CSR・コミュニケーション本部
CSR推進グループ品質保証室
折下巧

グループ会社の品質管理・保証体制に関する仕組みは年々整備されてきました。しかし、残念ながら製品の回収事故が発生しています。今後は各社から回収に至らない工場内の事故、ご指摘情報も収集し今ある仕組みが有効であるか、十分かという視点でも監査を行っていきます。また、グループ会社で発生した事故情報を共有化、蓄積し、類似事故が発生しない取り組みを強化していきます。

お取引先様とのかかわり

「品質本位」「オープンでフェアなお取り引き」「法令・倫理の遵守」「相互の信頼と繁栄」からなる、キリングループ「調達の基本方針」に基づき調達活動を実施しています。2006年4月から新たにキリングループ「CSR調達ガイドライン」の公開を開始しました。

お取引先様との信頼関係に基づくオープンでフェアな調達活動 WEB

お客様にとって価値のある商品・サービスを提供し、コーポレートスローガンである「うれしいを、つぎつぎと。」を実現するために、キリングループではお取引先様からのご支援・ご協力のもと、「調達の基本方針」に基づいたオープンでフェアな調達活動を実施しています。

2005年は「取引基本契約書」の締結作業を推進するとともに、2004年に引き続きお取引先様にお集まりいただき、安全性や環境・社会的責任についてのキリングループの考え方を説明するとともに、ご協力をお願いしています。

キリングループ「調達基本の方針」

お取引先様のご支援・ご協力のもとCSR調達に取り組みます WEB

キリングループは「調達の基本方針」に基づき、お取引先様との信頼関係の構築と相互理解の促進を基本姿勢として、サプライチェーンマネジメントを行っています。

2006年には、お取引先様にご支援・ご協力いただきたい事項を、「法令・倫理の遵守」「環境への配慮」「品質保証」「リスクマネジメント」「情報セキュリティ」の5項目からなる、キリングループ「CSR調達ガイドライン」としてとりまとめ、ホームページで公開しています。

お取引先様と共同で環境負荷低減に取り組んでいます

お取引先様と共同で、びん・缶・ペットボトル等、生産資材の軽量化に取り組んでいます。また、原材料運搬時の梱包の簡素化、運搬具の繰り返し利用、分別排出しやすい梱包資材の指定、原料運搬用大型コンテナの使用拡大への取り組みなどを行っています。

また、事務部門では、事務用品や印刷物、衛生用品等のグリーン調達を行っています。

今後の課題

調達部
兼 国内酒類カンパニーSCM本部
原料資材部
縣聖二

「CSR調達ガイドライン」の制定については、CSRの本来の主旨を理解し、実効をあげるために、お取引先様との相互支援や協働をどのように行っていくかという点が最終的には問われてくると考えており、それを十分踏まえながら今後も取り組んでいきたいと考えています。

アルコール飲料企業としての責任

アルコール飲料を製造・販売する企業の社会的責任として「適正飲酒」の推進や「未成年者飲酒・飲酒運転・イッキ飲み」などの問題飲酒の防止に向けて、啓発活動を継続的に実施しています。さらにキリングループ全体で社内教育啓発活動に取り組んでいきます。

アルコール問題に対する基本方針

キリングループでは、企業の社会的責任としてアルコール関連問題防止のための啓発にさらに積極的に取り組んでいくため、2004年5月にキリングループ「アルコール関連問題に対する基本方針」を制定しました。

■「アルコール関連問題に対する基本方針」～アルコール関連問題の防止と適正飲酒の啓発のために～

【基本方針】	キリングループは、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通して、世界の人々の「健康」「楽しさ」「快適さ」に貢献します。
【行動指針】	1. 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広げるとの認識にたち、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。 2. 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。 ●未成年飲酒の防止　●飲酒運転の防止　●イッキ飲みの防止など 3. 販売活動にあたっては、法令、キリングループの自主基準、業界自主基準を厳守し、適正な飲酒の啓発、不適切な飲酒の防止に努めます。 4. 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。 5. 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みます。

問題飲酒防止のための啓発活動を積極的に展開していきます WEB

お酒は適量であれば「百薬の長」といわれる一方、未成年者飲酒、飲酒運転、イッキ飲みやアルコール依存症、妊産婦飲酒などの問題飲酒も指摘されています。このような問題飲酒は基本的にお酒に対する正しい知識の不足が原因であると考えられます。キリンビールではアルコール飲料を製造・販売する企業の社会的責任として、「適正飲酒」の推進や「問題飲酒」の防止のための啓発活動を積極的に進めています。

■アルコール関連問題啓発ツール

（2005年12月現在）

	媒体	配布開始年月	主な対象	累計配布数	備考
お酒と健康ABC辞典	小冊子	1996年　4月	全般	5,600,000部	A5判49ページ
飲酒と健康（学校篇）	CD-ROM	2000年　1月	中学校	18,000枚	
飲酒と健康（一般篇）	CD-ROM	2000年　1月	一般成人	9,000枚	
未成年者とアルコール	VHSビデオ	1993年　2月	高校・大学	33,000本	23分
改訂版　未成年者とアルコール	VHSビデオ	2005年12月	中学校	20,000本	26分
改訂版　未成年者とアルコール	DVD	2006年　2月	海外・聴覚障害者	—	英語・中国語・日本語字幕
わかってナッ得お酒と健康	WEB	2002年12月	全般	—	キリンビールホームページ

小冊子「お酒と健康ABC辞典」

お酒と健康ABC辞典

不適切な飲み方を防止し適正飲酒の効用を知っていただくために、幅広く配布しています。

毎年約800の自治体の成人式や、21の大学の新入生にも配布活用されています。

改訂版ビデオ「未成年者とアルコール」

未成年者とアルコール

大人はお酒を飲んでもいいのに、未成年者はどうしてダメなの?という疑問に分かりやすく答えています。特に成長期の脳にアルコールの摂取がどのように悪影響を及ぼすのかという点について詳しく解説しています。全国の中学校、保健所、警察署、図書館など約20,000ヵ所に配布しました。

明治大学では新入生に活用

4月の新入生向けガイダンスで配布する「キャンパスガイドブック」に合わせて配布しています。イッキ飲みの危険性の呼びかけをはじめとする啓発を行っています。大学祭やサークルなど学生自身が節度ある飲酒を心がけてくれるようになりました。

明治大学
柳沢敏勝　学生部長談

寺島中学校でのセーフティ教室

東京の墨田区立寺島中学校の2年生約100名を対象に、ビデオを活用した授業を、当社のアルコール関連問題担当者が行いました。なぜ、未成年者が飲んではいけないのか?という点は正しく理解されたようです。

授業風景

自主基準の遵守

キリンビールはアルコール飲料企業の社会的責任として、広告・宣伝活動について適正飲酒関連をはじめとする厳しい自主基準を設け、いかなる広告・宣伝活動も倫理委員会による承認なしには行えないこととしています。この自主基準は常に見直しをすることによって強化を図っています。

自主基準を通しての社会的責任は今や日本だけのものではなく、世界的な見地で議論される時代となっています。当社は世界的アルコール企業の自主的な集まりであるGAP（Global Alcohol Producers）に加盟し、グローバルな規模でのアルコール関連問題に対応する場に参加しています。

またお客様への啓発活動として、昨年は当社のリーダーシップのもと、ビール業界として「STOP!未成年者飲酒」キャンペーンを実施いたしました。このキャンペーンは本年も継続して実施していきます。

「STOP!未成年者飲酒」ロゴ

今後の課題

CSR・コミュニケーション本部
社会コミュニケーショングループ
社会環境室
木野正則

事業活動の中に問題飲酒防止や適正飲酒啓発の活動がもっと浸透するように、よりいっそう取り組みの幅を広げていきたいと思っています。すべての従業員が「お酒と健康について」お取引先様や消費者の方々に説明できるような、社内啓発教育徹底のためのツールも開発していきたいと考えています。

いきいきと働ける職場

キリングループでは、「人間性の尊重」という考え方を基本に、社員と会社との間にイコールパートナーの関係を構築しています。「働きがい」「生きがい」「豊かさ」を大切にして、安全で明るい職場づくりに努めます。

いきいきと働くことのできる職場づくり

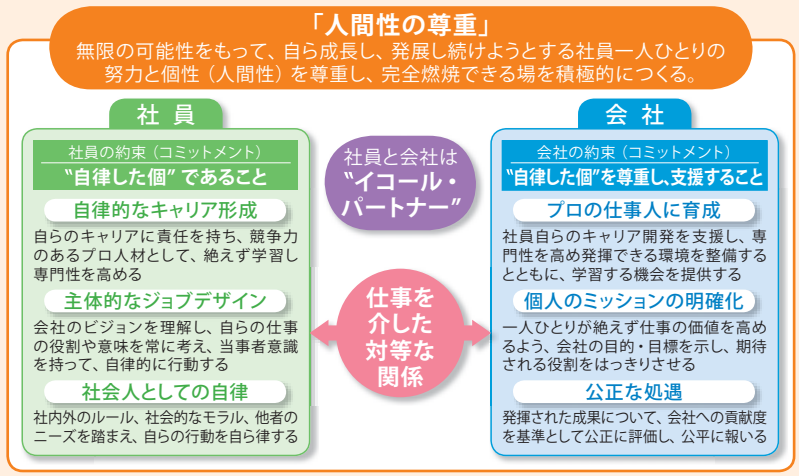
キリンビールでは、現在様々な企業改革に取り組んでおり、同様に人事の仕組みも改革に取り組んでいます。

その中心に据える理念は、キリンビールがこれまでも掲げてきた「人間性の尊重」という考え方ですが、これは「自ら成長し、発展しつづけようとする社員一人ひとりの努力と個性（人間性）を尊重し、完全燃焼できる場をつくる」というものです。併せて、本来社員と会社は仕事を介してつながっている対等な存在と考え、成長意欲を持つ社員への会社からの約束（「自律した個」を尊重し、支援すること）を示すことに加え、会社として期待する社員像（「自律した個」であること）を明らかにしました。また社員一人ひとりが企業活動を行ううえでの心構えである「キリンスピリット」も提示しています。

このほか、社員の多様性を重視し、仕事と家庭生活の両立支援についても取り組みを進めています。

こうした取り組みにより、社員一人ひとりの自主性、創造性が発揮され、よりいきいきと働ける職場になると考えています。

■社員に対する基本的な考え方



キリンスピリット

誠実さ／倫理性
『常に、誠実で倫理的な行動をとり、信頼を得る』

考え抜く
『全てのことに対して深く考え、本質を見抜き、自分がとるべき行動を考え抜く』

やり切る
『どんな困難があろうとも、自分が決めたことは必ずやり切る』

自由闊達である
『自由に発想・発言し、結果を恐れず行動する』

■人事各種制度

（2005年12月31日現在）

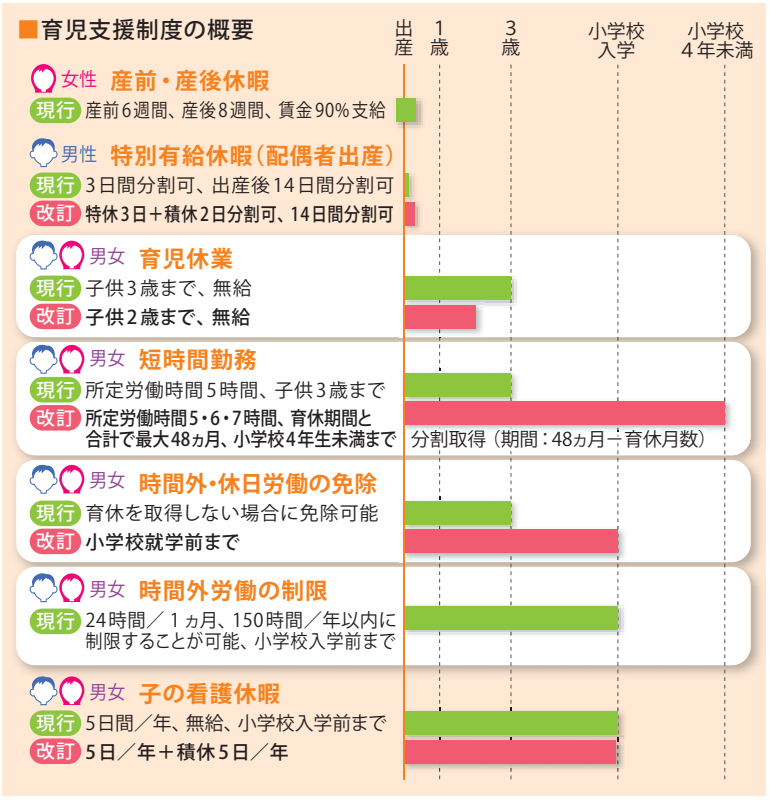
各種制度	目的・内容など	実績
社内公募	募集のある海外事業や新規多角化事業など、様々な仕事に対し自らチャレンジすることができる	公募件数21件　応募93名　合格15名
年次有給休暇の積み立て	取りきれなかった休暇のうち、毎年7日を限度に最高60日までの積み立てが可能	平均年次有給休暇取得日数：13.5日
半日休暇	試用期間経過後の人に限り、年次有給休暇のうち上限10日（半日単位で20回）まで分割取得が可能	各場所、各個人で有効に活用している
ステップアップホリデー	勤続年数にかかわらず、年齢を一つの節目に長期休暇（30歳時・40歳時・50歳時14日間）を取得できる（キャリアデザインセミナー受講が条件）	ほとんどの対象者が取得している
新幹線通勤	遠隔地に住む人にとって、通勤時間の短縮、単身赴任の解消などが期待できる	利用者76名
育児休業・介護休業・ボランティア休業各制度	育児休業は子が2歳に達するまで、介護休業は要介護状態の家族1人について通算1年まで、ボランティア休業は通算3年まで利用することができる	育児休業43名（累計428名）、介護休業3名（累計30名）、ボランティア休業0名（累計7名）
フレックス・みなし労働・裁量労働	業務内容と時間の配分に創意工夫を凝らし、主体的にいきいきと働く	みなし労働：全統括本部および医薬営業部門内、裁量労働：研究所内の職場

育児支援制度の改定

社員一人ひとりがいきいきと働ける職場づくりのひとつに、仕事と家庭生活の両立支援を掲げています。キリンビールでは、すでに法律を上回る水準の育児休業制度を導入していました。しかし、より働きやすい職場づくりを目指し、働き続ける意欲を持つ社員が育児や家庭生活と仕事を両立するうえでどのような支援が必要かについて、育児経験のある女性社員から幅広く意見を集約し、これをもとに労働組合と検討を重ねました。

その結果、働き続けるという視点で考えると、育児休業期間が長すぎると復帰が難しくなる可能性があること、小学校入学後も育児の不安要素があることなど、制度導入当初に想定していたこととは異なる、新たな要望が明らかになりました。こうした社員の声に応えるため、15年振りに制度の根本的な見直しを行いました。

■育児支援制度の概要



■雇用の状況

（2005年12月31日現在）

経営職の状況	男性：1,267（人） 女性：　22（人）	平均勤続年数	16.4（年）
		平均年間給与	8,854,017（円）
平均年齢	40.5（歳）	障害者の雇用	134名（雇用率：2.04%）

グループ一体で人権啓発活動を進めています

企業は日々の対外的な活動を通して、また職場や家庭生活などいろいろな場面を通じて、たくさんのお客様や従業員とかかわりを持っています。お客様や従業員が健康で幸せに暮らしていくためには、一人ひとりがお互いの人権を尊重しあうことが何よりも大切です。

21世紀は人権の世紀といわれていますが、キリングループでは、「人間性の尊重」をベースとして個々の従業員が自ら人権意識を高めることが人権感覚に基づいた企業活動につながると考え、人権啓発に取り組んでいます。

キリンビールでは、本店および事業場の人権啓発推進委員会が母体となり、「人権啓発研修の推進」、「公正な採用・選考」、「明るい職場作り」を3本の柱として『人権啓発推進要綱』に定め、取り組みを進めています。

「人権啓発研修の推進」では、毎年テーマを決めて全従業員を対象とした研修を実施しています。2003年は「身近にある人権」、2004年は「職場のハラスメント」、2005年は「ジェンダーってなに」というテーマで研修を行いました。この基礎的な研修のほかには、階層別（新入社員、新任経営職、役員・部門長）研修にも力を入れています。

「公正な採用・選考」では応募者本人が持つ能力・適性を客観的に評価して選考することを大原則に採用活動を行っています。これらの研修・活動を通じて、従業員が身近なところから人間関係のあり方を見直していくことが「明るい職場作り」につながると考えています。

各研修の最後にはアンケートを実施し、集まった従業員の声を、今後のプログラムづくりにいかしています。

理想はキリングループはもちろん、サプライチェーンの方々も含め、共同歩調で人権啓発が推進できることです。

「人」を重視した経営を実現するために人材育成プログラムの充実を図っています

キリンブランドの価値を高め、お客様から信頼され続ける企業であるためには、個人と組織の能力を向上させることが重要です。キリンビールでは、自己理解と自己開発がなければ自己の成長につながらないという考えから、社員育成プログラムの充実に力を入れています。また、すべての活動の基盤に「学習と成長」を位置付け、企業としての成長と業務プロセスの質的な向上を目指しています。

具体的には、意欲や能力のある全社員を対象とした「チャレンジプログラム」の実施、「自己啓発制度」の展開など、社員一人ひとりが目標の達成に向けて、より高い専門性・創造性を身に付け自己成長できるように支援しています。また、中長期的な視点から計画的に育成するために、新入社員から階層別プログラムを展開しています。

次世代のリーダーを育成するためには、「キリン・エグゼクティブスクール」「キリン経営スクール」「新任経営職強化キャンプ」等を実施しています。

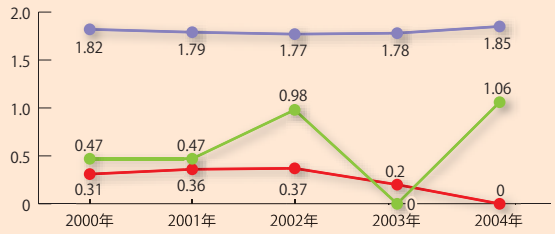
さらに、自律的なキャリア形成をサポートする「キャリアデザインセミナー」を30歳・40歳・50歳になる年に開催したり、退職後の生涯学習設計への支援、人権やコンプライアンス、メンタルヘルスなど様々なプログラムを実施しています。

安全な労働環境整備で従業員の健康を守り労災を防ぎます

「社員の安全と健康を確保するとともに快適な職場環境の形成に努める」という企業行動基準をもとに、従業員の健康で安全な職場づくりに努めています。

各工場では、厚生労働省の「機械の包括的な安全基準に関する指針」に基づく設備安全対策、特に危険源への保護策を計画的に実施しています。

■労働災害度数推移



$$\text{労働災害度数率} = \frac{\text{労働災害による死傷者数}}{\text{延労働時間数}} \times 1{,}000{,}000$$

＊全産業、全ビールは厚生労働省調査に基づく

労働安全衛生マネジメントシステム

取手工場で2000年に国際標準規格OHSAS18001認証を取得したのを皮切りに、2002年以降全ビール工場で厚生労働省の指針に基づいた「労働安全衛生マネジメントシステム」を運用しています。また2003年以降中央労働災害防止協会方式適格OSHMS認定を順次取得しており、2006年度中に全工場で外部認証取得を完了する予定です。

このような取り組みが認められ、2005年度「中央労働災害防止協会会長賞」を受賞しました。

活力ある企業づくりのために健康管理を徹底しています

従業員が心身ともに健康であることは、活力ある企業の条件です。そのため、従業員の定期健康診断を徹底し、事後措置も確実に実施しています。また、時間外労働の削減やメンタルヘルスへの取り組みも積極的に推進しています。特にメンタルヘルスについては、「メンバーへの関心・配慮はリーダーのマネジメント要件」と位置付け、リーダー研修プログラムの中で、メンバーの健康管理状態の把握と異常への感知、迅速な対応を啓発しています。

今後の課題

いきいきと働ける職場づくりを目指した人事の仕組み改革は、今後も継続して行いますが、その中での課題としては、様々な「多様性」を企業活動にいかしていくことと、社員自らが「キャリア」を考えて行動できるように会社がサポートしていくことだと考えています。

こうした課題解決のキーマンは、各職場のリーダーであり、リーダー強化が仕組み改革のポイントだと考えています。

社会とともに歩む

社会と共生する企業市民として、今後もより積極的、自主的に社会とかかわり、絆づくりへと発展させていきます。国際交流、社会福祉といった社会貢献活動、スポーツ・芸術文化支援、ビール文化の普及・振興といった文化活動を中心に展開していきます。

途上国の食糧問題解決支援 WEB

1993年に創設した「国連大学キリンフェローシップ」プログラムでは、途上国における食糧問題の自主解決に向けて、食品分野にかかわる研究開発を支援しています。毎年、アジアを中心とした研究機関から国連大学が推薦する5名の研究者を対象に支援を行っており、2006年3月までに9ヵ国63名のフェローを支援しました。

このプログラムを通じて、フェローたちが食品分野における研究を1年間行い、習得した知識と技術をそれぞれの国で普及させることを目的としています。また、帰国後2年間の研究開発費用を含めたフォローアップを行っており、日本とアジア諸国との学問領域を越えた交流に貢献している点が特長です。

2005年度 国連大学キリンフェロー

より良い社会の実現に向けて、様々な活動に取り組んでいます WEB

キリン福祉財団は1981年にキリンビールの寄付により設立されました。「家族介護者交流事業」「障害者の自立・福祉の向上」「青少年の健全育成」「公募による地域福祉活動支援」の4つの事業を中心に、福祉行政の手の届きにくい分野を中心に支援を行っています。

キリングループでは、1994年から、従業員が持ち寄った本を社内でチャリティー販売し、その収益金を元に児童養護施設の子どもたちを東京ディズニーランドへ招待し、従業員が1日サポートする活動「ハロー!ミッキー」を毎年行っています。2005年までに延べ39回実施し、累計1,998名の施設の子どもたちを招待し、従業員ボランティアは累計445名参加しました。

「ハロー!ミッキー」をサポートした従業員ボランティア

また、従業員のボランティア活動を支援するためのプログラムとして「キリン・コラボ倶楽部」を2003年1月より開始しました。業務以外で自主的に参加したボランティア活動の報告をすると、ポイントが貯まる仕組みになっており、年に一度貯まったポイントを景品や寄付に交換できます。従業員とその家族がボランティア活動に関心を持ち、社会とより良いかかわりを持ちながら継続して活動していけるよう会社として応援しています。

	2004年	2005年
参加者数	2,329名	2,656名
コラボポイント数	69,440	85,020

＊コラボポイントは1人1回の活動=10ポイント
2005年はグループ会社従業員を含む

キリンビール健康保険組合では、2006年2月の健康保険証のカード化に合わせ、カードの裏面に臓器提供“意思表示欄”を設けました。

（記入については組合員の任意としています。）

保険証裏面の意思表示欄

サッカーをはじめとする「世界に挑戦する日本代表チーム」を応援しています WEB

キリンビールは、1978年からサッカー日本代表を応援しており、1998年からはキリンビバレッジとともに「日本代表オフィシャルスポンサー」として日本サッカー界を支援しています。サッカー日本代表応援アクションプラン「キリンワールドチャレンジ」の一環として、2006年で27回目を迎える「キリンカップサッカー」や「キリンチャレンジカップ」の日本代表戦をサポートしています。また、サッカーの裾野を広げる活動として、フットサルイベントや、日本代表を応援するサポーターやファンを対象としたコミュニケーションイベントも多数展開しています。

さらに、バスケットボール男子日本代表チームや、北京オリンピックを目指すJOC（日本オリンピック委員会）のオフィシャルパートナーとして、「世界に挑戦する日本代表チーム」を支援しています。

11月16日キリンチャレンジカップ2005 対アンゴラ戦
©J.LEAGUE PHOTOS

現代芸術や舞踊のほか、身近で親しみやすい芸術文化をサポートしています WEB

キリンビールは、創造的で個性豊かな芸術プログラムの支援とともに、より多くのお客様に芸術文化を身近に親しんでいただける場を創出しています。現代芸術・現代舞踊支援では、新鋭アーティストの発掘と育成を目的としたサポートプログラム「キリンアートプロジェクト」や、優れた現代舞踊作品の鑑賞の機会を全国各地に広げる「キリンダンスネットワーク」を展開しています。クラシックの名曲を身近にお楽しみいただける「キリンニューイヤーコンサート」を毎年開催し、2006年で22回目を迎えました。

キリンニューイヤーコンサート

ビール文化を探究し、新たな価値創造につなげます WEB

「ビール5000年の旅」探究プロジェクト

ビール史上重要と位置付けられるビールを復元し、当時の生活文化の様子とともに紹介するプロジェクトを2001年よりスタートしました。2004年までに「古代エジプトビール」「中世グルートビール」を忠実に復元しました。そして、2005年には「日本のビールのさきがけ」を発表し、西洋文化であるビールがどのようにとらえられ、受け入れられてきたかを探りました。今後もビールにまつわる様々な文化・歴史の研究とコミュニケーション活動を通じて、ビール文化の奥深さ・魅力を多くのお客様に感じていただけるよう、ビールのある生活の豊かさを提案し続けていきます。

復元した「日本のビールのさきがけ」3種のビール

「ブルワリーツアー（工場見学）」

現在、全国にある11工場すべてで、どなたにでもご参加いただけるブルワリーツアー（工場見学）を行っています。ビールの製造工程の見学だけでなく、環境問題について学べる「エコブルワリーツアー」や、様々な文化的イベントもお楽しみいただけます。2005年は、全工場合計で、100万人を超えるお客様にご来場いただき、地域社会やお客様とのコミュニケーションの拠点として親しまれています。

また、KPOキリンプラザ大阪内のミニブルワリーでビールを醸造し、ここでしか味わえないオリジナルビールの提供とともに、ブルワリー見学会やビールセミナーを行っています。

ブルワリーツアー

環境に関する情報を広く社会に公開しています WEB

キリンの環境活動のシンボルキャラクター「エコジロー」

キリンビールの環境への取り組みを分かりやすくお伝えするために、ビールの泡から生まれた環境活動のシンボルキャラクター「エコジロー」を使用しています。

ホームページで、子どもから大人まで幅広く楽しみながら環境について学べる「エコジローの環境テーブル」を展開しているほか、植林活動「水源の森づくり」などにも「エコジロー」が登場しています。

エコジローと一緒に植樹

● 「エコジローの環境テーブル」
http://ecojiro.jp

環境展への出展

環境問題への取り組みを、環境展や地域で開催される環境イベントに参加することで、広くお客様に紹介しています。2005年は鳥取県で開催された「第17回全国生涯学習フェスティバル」（まなびピア鳥取）に出展し、キリングループの取り組みのほか、NPOや行政との連携による環境保全や環境教育に関する活動を紹介、来場者の皆様と双方向コミュニケーションを図りました。

「まなびピア鳥取」への出展

地域とのかかわり WEB

屋久島ゼロエミッション活動への支援

日本ではじめて「世界自然遺産」に登録された屋久島が推進しているゼロエミッション構想に賛同し、1999年より島内でのビール等売上の一部を寄付するなど、継続的な支援を行っています。

また、全島挙げてのクリーンアップ活動には、従業員が毎年ボランティアとして参加しています。

屋久島清掃活動

「花はともだち運動」

より良い地域づくりを目指し、キリンビール事業所近隣の福祉施設や小・中学校などに「キリンここち開花」の花苗を寄贈し、花を協働で手入れすることにより地域との共生、街の美化活動に役立てる取り組みを2004年より継続的に実施しています。

寄贈先の小学生とともにペチュニア苗を植栽

今後の課題

CSR・コミュニケーション本部
社会コミュニケーショングループ
文化活動担当
塚本彩子

企業市民として各ステークホルダーとの双方向のコミュニケーションを多面的に展開し、"キリンらしい" コミュニケーションの質的向上を目指していきます。私の担当するビール文化活動においては、ビールの楽しさや豊かさを伝えるだけでなく、その文化をどう未来へつなげ、持続させていくのかについて、様々な視点からコミュニケーションを展開していきます。

Section: 4

地球環境保全を推進する

キリングループの環境報告 ❶

キリングループの環境に対する考え方

ビールは、麦芽やホップ、水など自然の恵みを原料に、発酵という自然の働きによってつくられます。キリンビールにとって自然環境はなくてはならないものであり、環境保全は重要な経営課題の一つです。

キリングループの環境負荷の状況

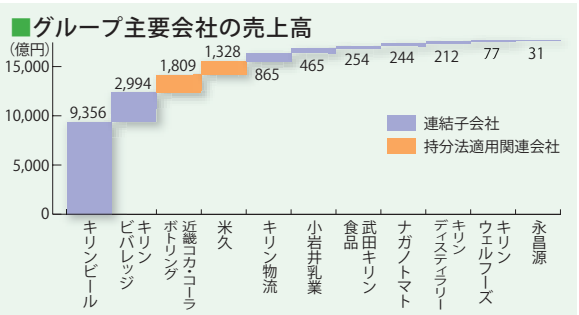
キリングループは、273社で構成されていますが、事業活動と環境影響が相対的に大きな会社をキリングループ主要会社として選定しています。具体的には、日本国内に製造・物流拠点がある以下の10社です。

- キリンビバレッジ(株)
- (株)ナガノトマト
- キリン物流(株)
- キリンディスティラリー(株)
- 小岩井乳業(株)
- (株)永昌源
- 武田キリン食品(株)
- キリンウェルフーズ(株)
- 近畿コカ・コーラボトリング(株)
- 米久(株)

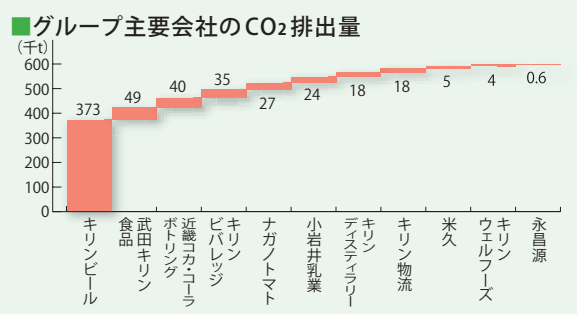
● 連結子会社　■ 持分法適用関連会社

これらキリングループ主要会社の、「売上高」と「CO_2排出量」を示したのが右のグラフです。売上高、CO_2排出量ともにキリンビールのウェイトが大きいことが分かります。キリングループにとって、グループ全体の環境負荷の低減に取り組むのは当然のことですが、キリンビール単体での環境負荷の低減が、グループ全体に大きな影響を及ぼすことから、環境負荷の具体的な取り組みについては、キリンビールを中心に記載しています。

■グループ主要会社の売上高



■グループ主要会社のCO_2排出量



キリングループの環境理念

環境方針については、1991年7月に「キリンビール地球環境問題の取り組みの基本方針」を定め、環境保全活動を継続してきました。

環境経営をいっそう推し進めるため、1999年8月にそれまでの「基本理念」「行動基準」を全面的に見直し、「環境理念」と「基本方針」を策定し、環境保全活動を推進しています。"持続可能な社会"を意識し、環境理念に明記するとともに、事業活動のあらゆる場面で、環境保全の取り組みを進めています。

環境理念

キリングループは、「地球環境の保全」を
最重要課題のひとつと認識し、
持続可能な社会の構築に向けて、
事業活動のあらゆる場面において、
環境保全施策を内在化させた取り組みを
継続的に推進していきます。

キリングループの環境基本方針

キリングループの「環境理念」を実現するため、「3つのR」(Reduce・Reuse・Recycle)と「2つのA」(Assessment・Audit)を基本的考え方とした環境基本方針(1991年制定)に基づいて、グループ全体で環境対策を推進していきます。

キリングループ環境基本方針

❶ 製造、物流、販売、消費、再資源化・廃棄等のライフサイクルの各段階における環境負荷を十分考慮して、商品開発・技術開発並びに資材等調達を行います。

❷ 環境に与える影響を考慮し、環境目的・目標を定め、定期的な見直しにより、環境保全の質の継続的改善を図ります。

❸ 環境関連の法律・規制・協定を遵守するとともに、自主管理基準を設定し、一層の環境保全を図ります。

❹ 省エネルギー・省資源、廃棄物の減量化、オゾン層破壊物質・地球温暖化物質・有害物質等の排出削減、リサイクルの推進により、地球環境負荷の低減に努めます。

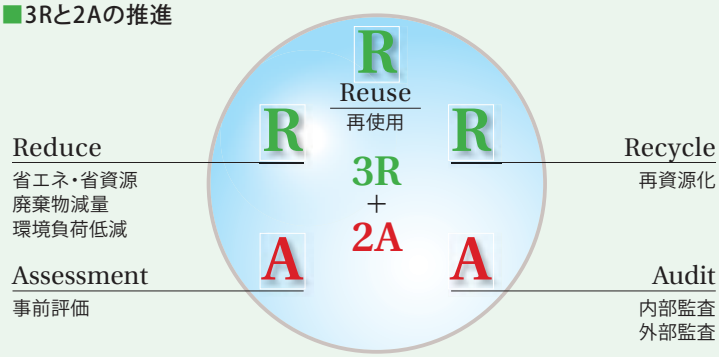
❺ 環境監査を実施し、環境方針・環境保全にかかわる費用等とともに環境報告書等により、情報開示します。

❻ 環境教育・社内広報活動により、全社員に対して環境にかかわる方針の理解と環境問題の重要性に関する意識向上を図るとともに、社外への環境啓発活動に積極的に取り組みます。

❼ リサイクル・自然保護活動推進団体等への支援を行うとともに、自ら率先して広く社外活動に参画します。

❽ 海外活動において、当事国における環境保全に十分配慮します。

■3Rと2Aの推進



エコバランス

キリンビールは、ビールづくりをする過程で、様々な資源を投入し、様々な物質を排出しています。できるだけ環境負荷の少ない事業活動を実現するため、環境に与える影響をライフサイクルで把握しています。

キリンビールのエコバランス

この図は、ビールの生産から物流、消費、廃棄に至る各プロセスで発生する環境負荷の状況、エコバランスを表しています。原材料の投入量（INPUT）と環境への排出量（OUTPUT）をそれぞれの工程で示しています。

生産過程では、ビールをつくるうえで、工場において多くの電力・燃料のエネルギーを使用し、排水・排出ガスを発生させています。キリンビールでは、外部から購入する電力・燃料の購入量を極力減らすため、排水処理場に嫌気処理設備を導入して、バイオマスからバイオガスを回収し、ボイラー設備や自家発電設備の燃料として有効利用しています。また、工場から排出される固形不要物は、100%再資源化を継続し、環境負荷低減を図っています。

物流過程ではトラックからCO_2、NOxを排出しています。

お客様がお飲みいただく消費過程でも、体内でアルコールが分解され、CO_2を大気に排出しています。

また、お飲みいただいた後には、空容器としてびんとアルミ缶が排出されます。ビールびんはほぼ100%が回収・再使用され、アルミ缶も回収され、リサイクルされています。

このようにキリンビールでは、環境負荷の多い生産・物流過程でのCO_2排出や消費後の空容器処理を中心に、様々な施策を展開しています。

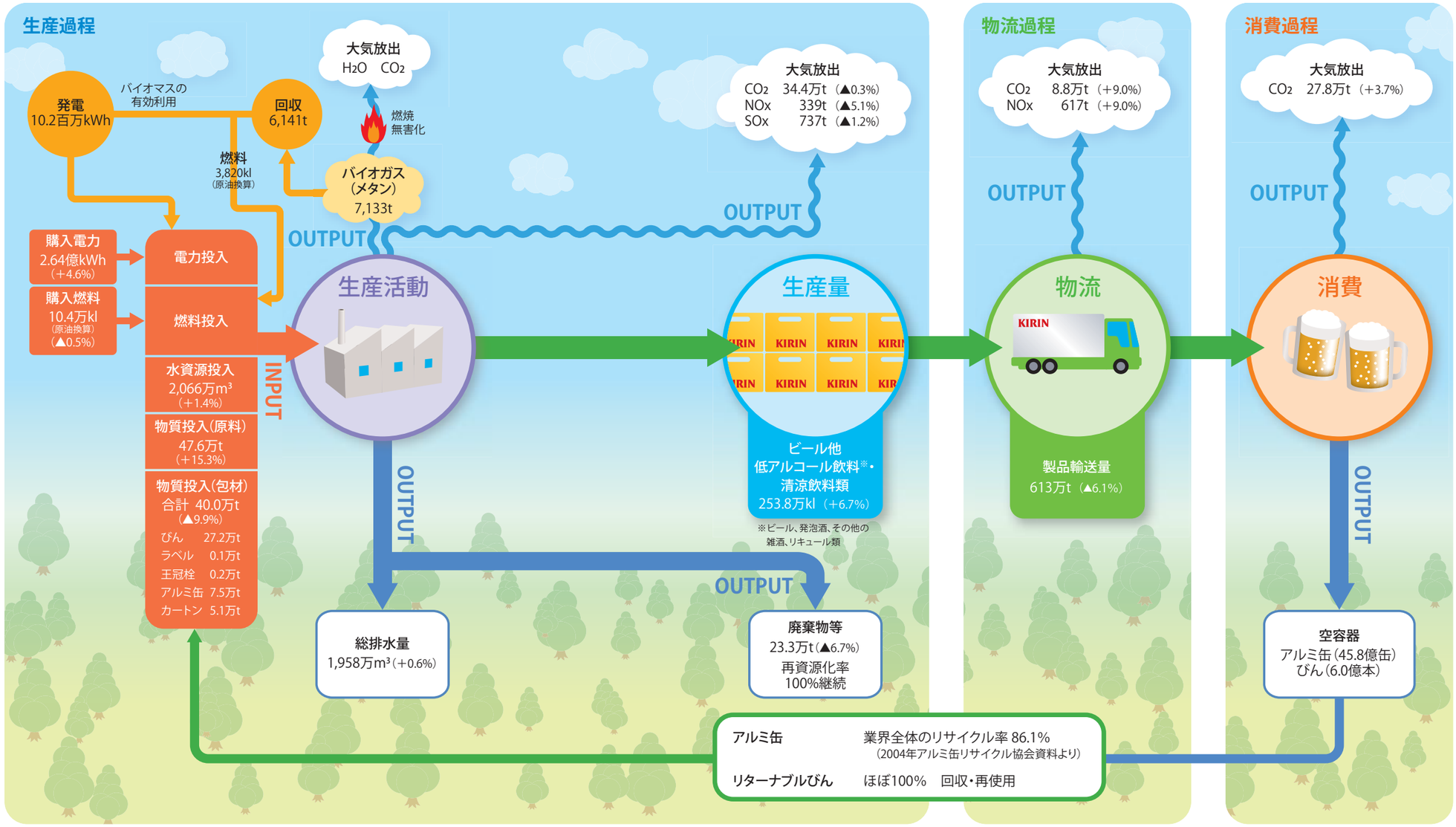
ビールができるまで

ビールがどのようにしてつくられているか、ご存じですか？　ビール工場をご覧になれば、目にもとまらないほどの速さで動く製造ラインに驚かれるかもしれません。しかし、どんなにビールづくりが高度に機械化されても、昔から変わらないことがあります。

それは、ビールが自然の恵みを原料として、発酵という自然の働きによって生まれてくることです。こうした自然の働きとともに、ビールは「仕込」「発酵」「貯蔵」「ろ過」「パッケージング」の工程を経て、お客様にお届けできる製品になります。ビールづくりの工程では、原料や製品の加熱・冷却、製造ラインの稼動や洗浄、殺菌、また排水を浄化するために多くのエネルギーを使用しています。

ビールをつくるうえで、エネルギーや水をなるべく使わないようにすること、使った水はきれいにして自然に返すようにすること、なるべく環境負荷の少ない容器を使うことなどが、キリンビールの事業活動における環境保全の取り組みです。

■キリンビールの物質フロー（（）内は前年比） WEB



目標と実績

キリングループでは、「2004年中期経営計画」の中で、3年間の環境マネジメント計画を策定し、単年度ごとに実績の評価を行い次年度の活動計画へ反映させています。

■環境マネジメント計画（目標）と実績 WEB

分野	重点テーマ	2005年目標	2005年実績	評価	2006年目標
生産・事業活動	用水・エネルギーの効率的利用	●用水：1990年比 ▲19%（原単位※）（2004年比 ▲1.8%） ★使用総量については、すでに2010年目標（1990年比▲15%）達成済み	●用水：1990年比 ▲20.9%（原単位）（2004年比 ▲4.1%（原単位））	🍺🍺🍺	●用水：2005年比 ▲6.2%（原単位）
		●電力：1990年比 ＋0.8%（原単位）（2004年比 ▲3.7%（原単位）） ★使用総量については、すでに2010年目標（1990年比▲5%）達成済み	●電力：1990年比 ▲0.1%（原単位）（2004年比 ▲4.6%（原単位））	🍺🍺🍺	●電力：2005年比 ▲5.3%（原単位）
		●燃料：1990年比 ▲20.5%（原単位）（2004年比 ▲3.2%（原単位）） ★使用総量については、すでに2010年目標（1990年比▲15%）達成済み	●燃料：1990年比 ▲25.2%（原単位）（2004年比 ▲4.3%（原単位））	🍺🍺🍺	●燃料：2005年比 ▲2.4%（原単位）
	副産物・廃棄物	●全ビール工場、本社で再資源化率100%維持	●全ビール工場、本社にて目標達成	🍺🍺	●再資源化率100%維持の継続
	温室効果ガス	●1990年比 ▲17%（原単位）（2004年比 ▲2%） ★排出総量については、すでに2010年目標（1990年比 ▲25%）を達成済み	●1990年比 ▲17.9%（原単位）（2004年比 ▲2.9%（原単位））	🍺🍺🍺	●2005年比 ▲5.1%（原単位） 〈主な施策〉 ●バイオガス発電設備導入（計3工場） ●燃料転換（計4工場）
マネジメント	環境マネジメントシステム	●グループ18社にEMSの導入	●グループ18社にEMSを導入	🍺🍺	●環境負荷の小さいグループ会社への展開
		〈ISO14001〉 ●キリン本社認証サイトの拡大 ●グループ各社4事業所にて新たに認証取得	●新川本社の認証サイトを新川本社アネックスまで拡大 ●グループ各社3事業所で認証取得	🍺🍺	●高崎医薬工場の認証サイトの拡大 ●キリン本社の認証サイトの拡大の検討（原宿本社への展開）
		〈エコアクション21〉 ●キリン社の主要研究所（計4事業所）および営業拠点3ヵ所で認証取得	●キリン社の主要4研究所でEA21を年内に取得済み	🍺🍺	●営業拠点2ヵ所での年内認証取得
		〈グリーン経営認証〉 ●15社22事業所（レベル1）で導入	●6社7事業所（レベル1） ●11社15事業所（レベル2）	🍺🍺	●6社7事業所（レベル2） ●11社15事業所（レベル3）
	グリーン調達	●事務用品グリーン購入率80%以上（金額ベース）をキリン社全事業所およびグループ8社で達成	●キリン社のグリーン購入率実績： ●工場・研究所 90.6% ●本社事務用品 93.1% ●資材再生品使用比率：79.1%	🍺🍺	●事務用品グリーン購入率80%以上（金額ベース）をキリン社全事業所およびグループ16社で達成
環境コミュニケーション	自然環境保全	名古屋工場（木曽川南部地域）、北陸工場（石川県白山市）、千歳工場（支笏湖東方烏柵舞国有林）の計3事業所にて水源の森づくり活動予定	●名古屋工場、北陸工場、千歳工場の水源地にて、予定通り水源の森活動実施 ●屋久島ゼロエミッション活動を支援し、全島挙げてのクリーンアップ活動に従業員ボランティアが参加	🍺🍺🍺	●福岡工場で水源の森づくり活動の予定 ●キリンディスティラリー（株）富士御殿場蒸溜所のある富士山麓で水源の森づくり活動の予定
	環境報告書 環境広報	環境関連広報物の継続的制作・発信	●ホームページにて、全国の水源林保全のためクリック募金開始年間実績：約276万クリック（1クリック＝1円） ●各地で開催された環境展に出展し、キリンの環境問題への取り組みを紹介	🍺🍺🍺	●環境展への出展、環境保全活動への支援継続

〈目標と評価について〉 目標に対する実績評価指標は右記の通りです。 🍺🍺🍺：目標以上 🍺🍺：目標通り 🍺：目標以下

※原単位：ビール、発泡酒、その他雑酒を1kl製造するのに必要な水やエネルギーの量

2005年度活動実績と2006年度目標 WEB

キリングループでは、2004年に策定した環境マネジメントの中期経営計画を基に、目標に向けた取り組みを行っています。前ページの一覧表は、2005年度の環境目標と実績、ならびに2006年度の目標を示しています。

用水・エネルギーの効率的利用については、2004年中期経営計画の目標達成に向けて順調に取り組みが進んでおり、2006年度は、特に用水原単位向上に注力していく予定です。

また、事業活動のトータル指標である温室効果ガスについては、2004年中期経営計画の目標値（1990年比排出総量、原単位ともに25％削減）に対し、2007年度達成に向けて取り組みを加速しています。副産物・廃棄物については、各ビール工場、本社ともに引き続き再資源化率100％を維持しています。

キリングループ各社については、事業形態、事業規模に応じた環境マネジメントシステムの導入を図っています。2005年度は、グループ会社3事業所にてISO14001、4研究所にてエコアクション21、ならびにグループ会社2事業所で簡易EMSの導入を行い、キリングループ全体としての環境マネジメントシステムの推進を図りました。また、グリーン調達については、2004年中期経営計画の目標はすでに達成しており、達成率の向上に向けたさらなる取り組みを進めていきます。

環境コミュニケーションについては、1999年より取り組みを始めた「水源の森づくり」活動を継続しています。現在11ヵ所のビール工場のうち計10ヵ所で活動を行っており、2006年度には残り1工場で活動を行う予定です。また、環境広報ならびに自然エネルギー利用の先進的な取り組みの一環として、計4事業所に太陽光発電設備を導入しています。さらに、横浜市大型風力発電事業へも参画を行い、行政と一体となった地球温暖化防止の取り組みを進める予定です。

■キリンビール（株）

環境パフォーマンス指標		単位	2003年	2004年	2005年
インプット	総エネルギー投入量	TJ※	7,402	7,185	7,364
	内訳 燃料【原油換算】	万kl	11.6	11.0	11.1
	内訳 購入電力量	百万kWh	293.9	297.1	311.8
	総物質投入量	万t	89.6	86.1	88.1
	水資源投入量	万m³	2,135	2,078	2,107
アウトプット	生産量	万kl	242.2	238.0	253.8
	副産物・廃棄物排出量	万t	26.8	25.0	23.4
	総排水量	万m³	1,941	1,973	1,987
	二酸化炭素排出量	万t	39.0	37.1	37.3
	内訳 化石燃料	万t	28.1	26.1	25.9
	内訳 購入電力	万t	10.9	11.0	11.5
	二酸化炭素排出量(物流)	万t	8.0	8.1	8.8
	NOx排出量	t	449	363	346
	NOx排出量（物流）	t	561	566	617
	SOx排出量	t	875	752	743

※対象組織はP59参照。エコバランス（P38）とは集計範囲が異なります
※TJ（テラジュール）：J×10¹²

■キリンビバレッジ（株）

環境パフォーマンス指標		単位	2003年	2004年	2005年
インプット	総エネルギー投入量	TJ※	692	642	716
	内訳 燃料【原油換算】	万kl	1.0	1.0	1.3
	内訳 購入電力量	百万kWh	30.8	27.8	23.6
	水資源投入量	万m³	165	148	157
アウトプット	副産物・廃棄物排出量	万t	1.2	1.2	1.4
	総排水量	万m³	95	92	101
	二酸化炭素排出量	万t	3.6	3.3	3.5
	内訳 化石燃料	万t	2.4	2.3	2.6
	内訳 購入電力	万t	1.2	1.0	0.9

※TJ（テラジュール）：J×10¹²

■キリンディスティラリー（株）

環境パフォーマンス指標		単位	2003年	2004年	2005年
インプット	総エネルギー投入量	TJ※	304	327	343
	内訳 燃料【原油換算】	万kl	0.5	0.5	0.4
	内訳 購入電力量	百万kWh	11.5	14.6	17.9
	水資源投入量	万m³	86	94	97
アウトプット	副産物・廃棄物排出量	万t	0.3	0.3	0.3
	総排水量	万m³	34	41	44
	二酸化炭素排出量	万t	1.8	1.8	1.8
	内訳 化石燃料	万t	1.3	1.3	1.2
	内訳 購入電力	万t	0.4	0.6	0.7

※TJ（テラジュール）：J×10¹²

■（株）ナガノトマト

環境パフォーマンス指標		単位	2003年	2004年	2005年
インプット	総エネルギー投入量	TJ※	421	466	488
	内訳 燃料【原油換算】	万kl	0.6	0.6	0.7
	内訳 購入電力量	百万kWh	19.8	23.0	23.7
	水資源投入量	万m³	131	157	153
アウトプット	副産物・廃棄物排出量	万t	0.7	0.7	0.8
	総排水量	万m³	64	75	75
	二酸化炭素排出量	万t	2.3	2.5	2.7
	内訳 化石燃料	万t	1.6	1.7	1.8
	内訳 購入電力	万t	0.7	0.9	0.9

※TJ（テラジュール）：J×10¹²

■化学物質排出量および移動量管理

事業所名	対象事業所	物質名称	大気	水域	移動	用途
ビール工場	名古屋工場	2,2-ジクロロ-1,1,1-トリフルオロメタン	1.1t	0	0	冷媒
	名古屋工場、滋賀工場	ダイオキシン類	0.15mg-TEQ	0	0	
医薬工場・研究所	高崎医薬工場	アセトニトリル	0	0	1.3t	分析
	医薬探索研究所	クロロホルム	0.3t	0.002t	1.2t	分析
キリンビバレッジ（株）	湘南工場	ダイオキシン類	1.7mg-TEQ	0	0.45mg-TEQ	

環境マネジメントの推進

持続可能な社会の構築に貢献しながら存続できる企業であるためには、地球環境の保全推進は不可欠であると認識しています。財務とのバランスを考慮し、最適効率を目指して取り組むことが環境経営であると考えます。

キリングループの環境マネジメントシステムの構築と推進

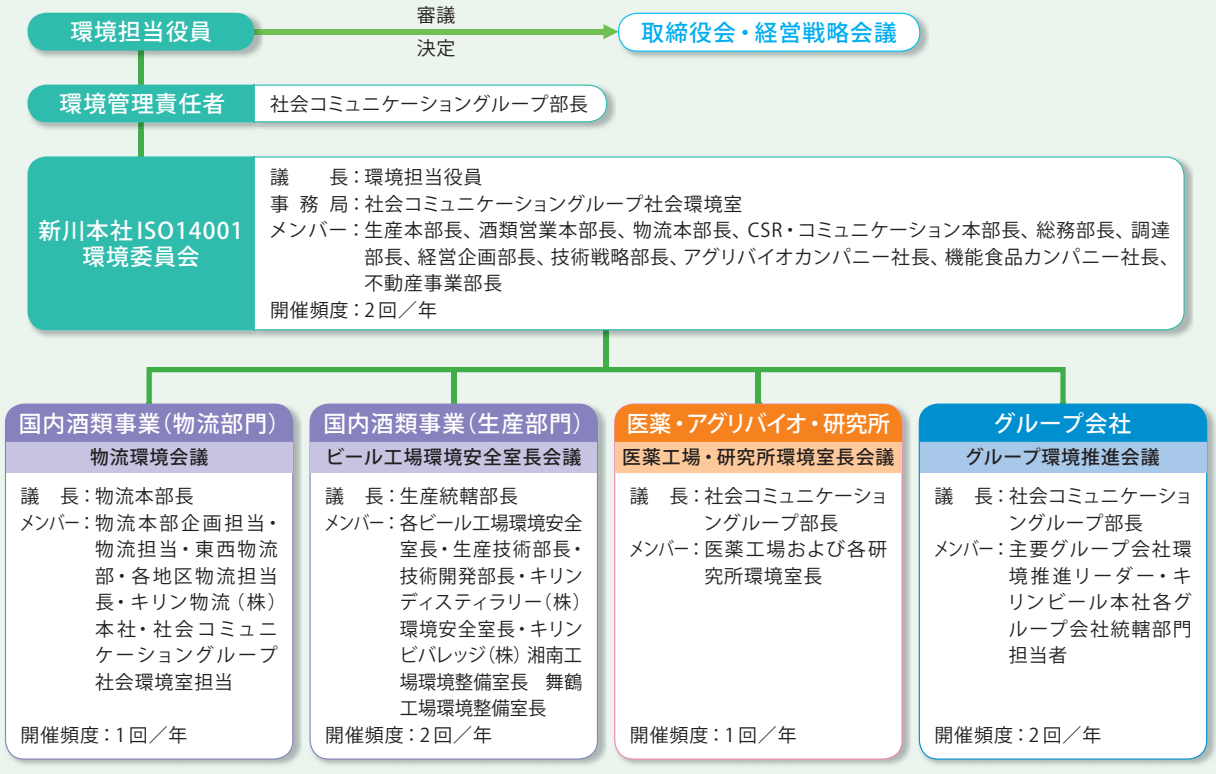
キリングループでは、新川本社のISO14001の環境委員会を中心にキリンビールの工場・研究所・営業拠点およびグループ会社へ環境マネジメントシステムの展開・定着を進めています。各事業所では、ISO14001、EA21※、簡易EMS、グリーン経営認証の4つから事業内容、規模等を勘案し、選定して導入を進めています。

※EA21：エコアクション21。環境省が支援している環境マネジメントシステム

4つのマネジメントシステムの推進

環境負荷の大きい生産拠点では、ISO14001の導入を進めています。キリンビール北陸工場で、1997年に食品業界で初めてISO14001の認証を取得した後、現在までにキリンビールの全工場と14のグループ会社の生産拠点等で認証を取得しています。環境負荷の比較的小さい事業所には、EA21の導入を推進しています。現在までに研究所を中心に6事業所で認証取得が完了しております。環境負荷の小さい事業所では、キリンビールの独自規定である簡易EMSの導入を推進しており、今後拡大する予定です。主要物流会社では、グリーン経営認証（交通エコロジー・モビリティ財団）の導入を推進しています。

■環境保全推進組織（2005年12月31日現在）



環境会計

キリンビールでは、持続可能な社会の構築に貢献しながら事業活動を行うべく、環境保全効果と財務のバランスを考慮し環境経営を行っています。2005年度は、環境投資として965百万円、環境費用として8,489百万円の環境保全活動を行いました。

キリンビールの環境経営指標

環境経営を継続的に推進するためには、環境負荷を低減させながら企業が創出する付加価値※を高めていく必要があります。キリンビールでは環境経営指標として「環境負荷集約度」を用いています。

「環境負荷集約度」の値を下げ、環境効率を高めていくことを目指していますが、そのためには付加価値の増加と環境負荷の低減が有効です。

※付加価値＝営業利益＋労務費＋減価償却費

■環境経営指標の定義

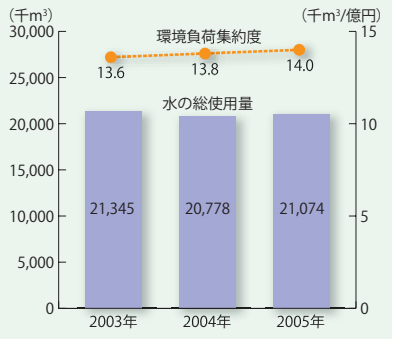
環境経営指標	算定方法
環境負荷集約度 （水、CO_2、副産物・廃棄物）	企業活動により付加価値1億円を得るために発生・使用する環境負荷を表し、 「環境負荷物質排出・使用量÷ 付加価値」で算出しています。
物量効果（水、エネルギー、CO_2） 経済効果（水、エネルギー）	前年度と比較した水、エネルギー、CO_2の環境負荷削減効果を示す指標。 製造量の変動により環境負荷量に影響する「事業活動量効果」と環境保全の努力による「原単位効果」を算出しています。

■環境保全コスト（投資額および費用額）

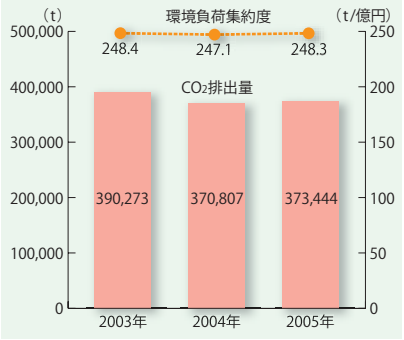
（単位：百万円）

環境保全コストの分類	投資額			費用額		
	2003年	2004年	2005年	2003年	2004年	2005年
(1) 生産・サービス活動により事業エリア内で生じる環境負荷抑制のための環境保全コスト	1,991	1,360	935	5,707	7,914	7,459
①公害防止コスト	1,198	1,015	500	1,204	3,458	3,218
②地球環境保全コスト	436	254	191	1,609	1,505	1,273
③資源循環コスト	357	91	244	2,894	2,950	2,968
(2) 生産・サービス活動に伴ってその上下流で生じる環境負荷抑制のための環境保全コスト	—	—	—	51	51	36
(3) 管理活動における環境保全コスト	—	—	—	273	300	283
(4) 研究開発活動における環境保全コスト	—	—	—	222	192	105
(5) 社会活動における環境保全コスト	16	10	30	666	637	606
(6) 環境損傷に対応するコスト	—	—	—	—	—	—
(7) その他環境保全に関連するコスト	—	—	—	—	—	—
合　計	2,007	1,370	965	6,919	9,094	8,489

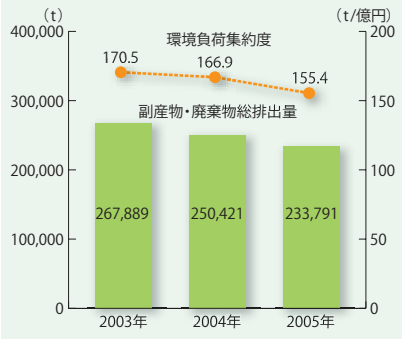
■水の総使用量と環境負荷集約度



■CO_2の総排出量と環境負荷集約度



■副産物・廃棄物の総排出量と環境負荷集約度



対象範囲：全ビール工場、本社、医薬工場、研究所

■付加価値

（単位：億円）

	2003年	2004年	2005年
付加価値	1,571	1,501	1,504

対象範囲：キリンビール（単体）

物量効果、経済効果の把握

事業活動においては環境負荷をまったくゼロにすることはできません。とりわけビール工場では水と農産物を使用しており、事業の拡大に応じて負荷量は増加していきます。効率化を図ることで一単位の製品を製造するために必要な原材料、エネルギー、水、副産物・廃棄物を減少させていく努力をしています。減少した環境負荷については、事業活動量の変動による効果と環境保全の努力による効果（原単位）に分けて把握しています。

■環境保全対策に伴う物量効果

項　目	2003年				2004年				2005年			
	年度計	ビール工場		本社ほか	年度計	ビール工場		本社ほか	年度計	ビール工場		本社ほか
		原単位物量効果	事業活動量物量効果	物量効果		原単位物量効果	事業活動量物量効果	物量効果		原単位物量効果	事業活動量物量効果	物量効果
用　水（千m³）	3,297	1,175	2,100	22	567	▲140	672	34	▲296	249	▲543	▲1
エネルギー（GJ）	711,609	63,487	651,223	▲3,101	216,632	94,522	218,108	▲95,998	▲178,471	77,817	▲172,613	▲83,674
内訳：電力（GJ）	334,464	89,219	244,154	1,090	▲31,821	▲81,620	79,668	▲29,869	▲144,384	▲47,450	▲66,150	▲30,784
内訳：燃料（GJ）	377,145	▲25,732	407,068	▲4,191	248,453	176,143	138,440	▲66,129	▲34,087	125,267	▲106,463	▲52,890
CO_2（千t）	38	4	35	▲1	19	8	11	▲1	▲3	10	▲9	▲4

■環境保全対策に伴う経済効果

項　目	2003年				2004年				2005年			
	年度計	ビール工場		本社ほか	年度計	ビール工場		本社ほか	年度計	ビール工場		本社ほか
		原単位経済効果	事業活動量経済効果	経済効果		原単位経済効果	事業活動量経済効果	経済効果		原単位経済効果	事業活動量経済効果	経済効果
用　水（百万円）	376	134	239	2	72	▲18	85	4	▲38	32	▲70	▲0
エネルギー（百万円）	720	106	616	▲1	146	22	216	▲92	▲224	36	▲175	▲84
内訳：電力（百万円）	463	124	338	2	▲ 44	▲113	110	▲41	▲196	▲64	▲90	▲42
内訳：燃料（百万円）	257	▲18	278	▲3	190	135	106	▲51	▲27	101	▲86	▲42
合　計（百万円）	1,096	240	855	1	218	4	301	▲88	▲262	68	▲245	▲84

水への取り組み

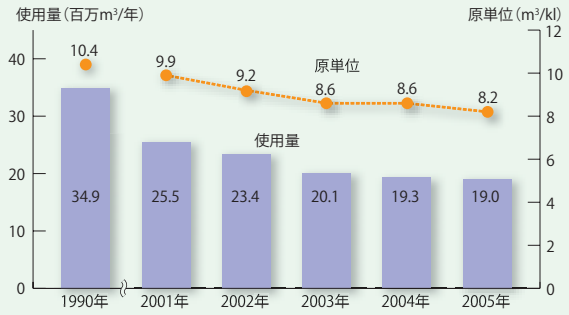
キリングループでは、ビールをはじめとするアルコール飲料や清涼飲料を製造するうえで欠かせない貴重な天然資源である「水」を大切にしています。工場での節水、水のリサイクルをはじめ、きれいな水を育む森林づくりにも積極的に取り組んでいます。

節水は省エネルギーにつながります

ビールづくりにおいて、水は原料として使用する分よりも、タンクや配管の洗浄に多く使用されます。節水は水を送るポンプの電力削減や、水温を上げるためのエネルギーの節約にもつながっています。

キリンビールでは、水の総使用量を1990年比で45.6%、原単位で20.9%減らすことに成功しました。

■水の使用量と原単位の推移

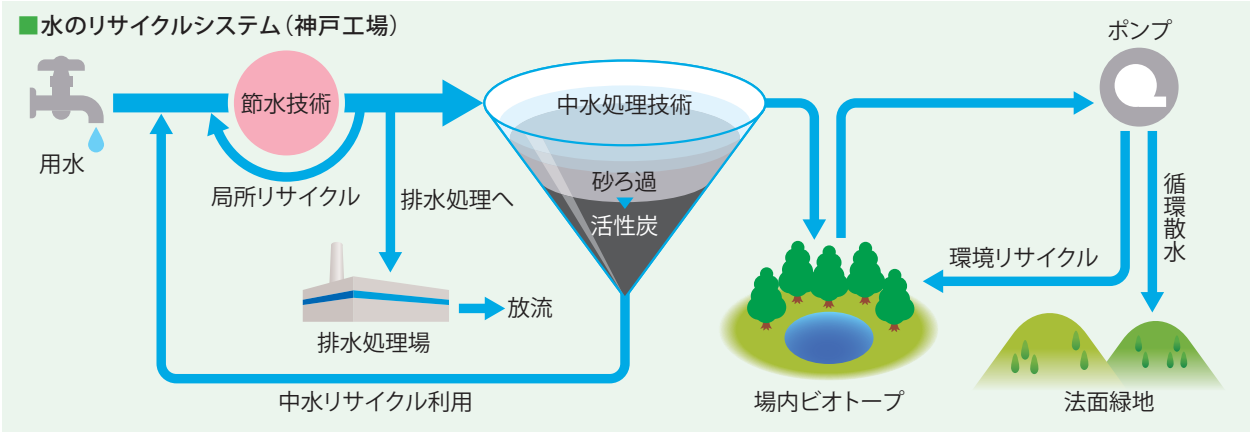


水をリサイクルして使用量を減らす努力をしています

キリンビールでは、水の総使用量を減らすため、一度使った水を再び使用する水のリサイクルに力を入れています。神戸工場では、設備の洗浄に使った最終の「すすぎ水」を、前洗いの工程で使う洗浄水として再利用するなど、本格的な水のリサイクルシステムを導入しました。その結果、ビールを生産するために必要な水の使用量を1990年の工場平均値と比べて約半分にまで減らすことに成功しました。

また、砂ろ過などの中水処理技術によりきれいに浄化した水は、場内のビオトープ（野生の動植物が暮らす場所）や、法面緑地への散水に役立てています。グループ会社でも、キリンビバレッジ（株）舞鶴工場では、2004年からコーヒーや紅茶を高温で殺菌するレトルト釜の冷却水のリサイクルに取り組んでいます。具体的には、砂ろ過装置のリサイクルシステムを導入し、2003年の用水使用量に比べて2005年実績では約14%、年間7.3万トンの削減を実現しました。ほかのグループ会社においても独自の節水や水のリサイクルの取り組みを行っています。

■水のリサイクルシステム（神戸工場）



生物多様性と水の恵みを守る活動 WEB

おいしいビールは、きれいな水なくしては生まれません。そのきれいな水を得るためには、森林がとても大切な役割を果たしています。

森林には落ち葉を分解する微生物や小動物、さらにそれらを栄養として育つ様々な生き物が共存し、生態系を形成しています。このような自然の営みからもたらされる養分と、雨や雪によって土にしみこんだ水を吸収することで森林は育っていき、その過程で森林はきれいな水を、自然の恵みとして私たちに与えてくれます。

キリンビールでは、こうしたかけがえのない水を育む森林を守り、おいしいビールづくりを将来にわたって継続できるように、全国のビール工場の水源地を保全する植林活動「キリンビール水源の森づくり」を地域の方々のご協力のもと実施しています。1999年に始めたこの活動は、2005年までに全国10ヵ所のビール工場で展開してきましたが、2006年には福岡工場で実施し、全国11ヵ所のすべてのビール工場で展開を完了する予定です。また、西日本有数の水源地である琵琶湖では、2005年1月に滋賀県立ち会いのもと大滝山林組合と約820haの「琵琶湖森林づくりパートナー協定」を締結しました。

2006年には東日本有数の水源地である富士山麓でもキリンディスティラリー（株）富士御殿場蒸溜所で水源の森づくりに取り組む予定です。

このような「キリンビール水源の森づくり」活動を通じて、（社）国土緑化推進機構の「緑の募金」に寄付することで、全国の森林づくりにも貢献しています。これに対し、2005年11月には農林水産大臣の感謝状が授与されました。

琵琶湖森林づくりパートナー協定の記念看板

クリック募金の実施

キリンビールホームページの環境サイトでは、1クリックにつき1円の寄付を行う「クリック募金」を掲載しています。

2005年に実施した「琵琶湖森林づくりパートナー協定」に際しては、約3ヵ月で113万件を超えるクリック数に達しました。また千歳工場水源の森づくりを契機に同様の取り組みを行い、約3ヵ月でクリック数が163万件を超えました。

この「クリック募金」も全国の森林づくりのため「緑の募金」などに寄付しています。

キリンビールホームページ環境サイト「クリック募金」
http://www.kirin.co.jp/active/env/mizunomegumi/click.html

北陸工場水源の森づくり

全国9番目となる「水源の森づくり」活動を、2005年5月28日にキリンビール北陸工場の水源地「白山」白峰地区の約1haの森林で実施しました。北陸工場、北陸統括支社のほか、キリングループの従業員とその家族、および地域の方々など合計約340名が参加し、ボランティアグループの指導のもと、ブナ、ナナカマド、ヤマハンノキ、ミズナラなど苗木約700本を植樹しました。

北陸工場の水源地「白山」白峰地区での植樹活動

千歳工場水源の森づくり

キリンビール千歳工場では、2005年10月8日に支笏湖東方にある、烏柵舞国有林の約1.13haの森林で全国10番目となる「水源の森づくり」活動を実施しました。この場所は、2004年の台風の影響で広範囲にわたって森林が倒木などの被害を受けたため、森林づくりが急がれていました。

千歳工場や北海道統括支社、キリングループの従業員とその家族、また緑の少年団などの地域の方々合計約250名が参加し、ボランティアグループの指導のもとアカエゾマツ、ヤチダモ、ウダイカンバなど苗木約1,200本の植樹を行い、枝打ち、コースター作りにも挑戦しました。

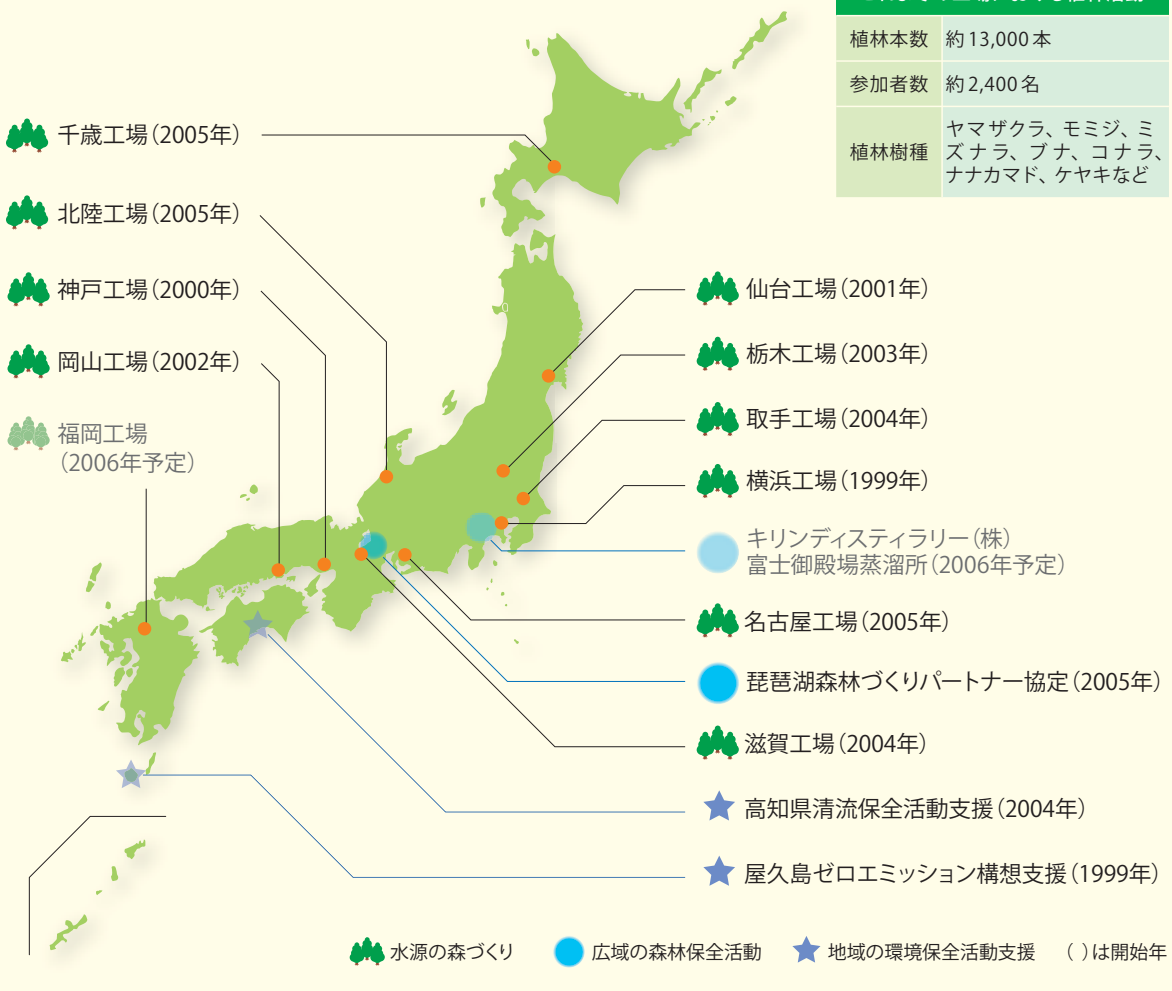
千歳工場の水源地である烏柵舞国有林での枝打ち体験

各地域での活動

「世界自然遺産」に登録されている鹿児島県屋久島でのゼロエミッション構想や、高知県清流保全活動など、各地での貴重な水源を守る活動支援も行っています。

全国各地の水の恵みを守る活動状況（2005年12月31日現在）

これまでの工場における植林活動	
植林本数	約13,000本
参加者数	約2,400名
植林樹種	ヤマザクラ、モミジ、ミズナラ、ブナ、コナラ、ナナカマド、ケヤキなど



容器への取り組み

容器の製造から輸送・廃棄・リサイクルに至るすべての工程で環境負荷は発生します。キリンビールでは、商品の品質の保護と安全性を確保したうえで、より軽くて丈夫な容器の開発に努めています。持続可能な循環型社会の構築に向けて3R（リデュース・リユース・リサイクル）を推進していきます。

環境に適応した容器包装の設計に努めています

地球資源の保全と環境負荷の低減をいっそう進めていくために、キリンビールでは1998年「環境に適応した容器包装等設計指針」を制定し、お取引先様にもご協力をいただきながら環境負荷の少ない容器包装等の開発に努めています。さらに対象を販売促進ツールにまで拡大しています。

LCA環境影響評価と、お客様の飲用実態に合わせて採用する容器を決定しています

商品の中味特性、想定される飲用シーン、お客様の購入単位、主要な販売店の形態、空容器回収の見込み、LCA環境影響評価（Life-Cycle-Assessment）※などを総合的に検討し、容器の素材と流通形態を決定しています。

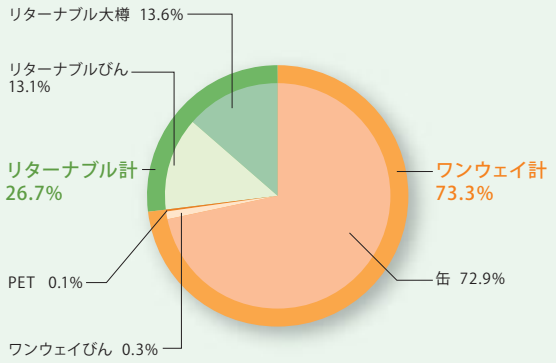
※資源採取から廃棄までのライフサイクル全体で発生する環境負荷を定量的に分析・評価する手法

購入される容器の変化

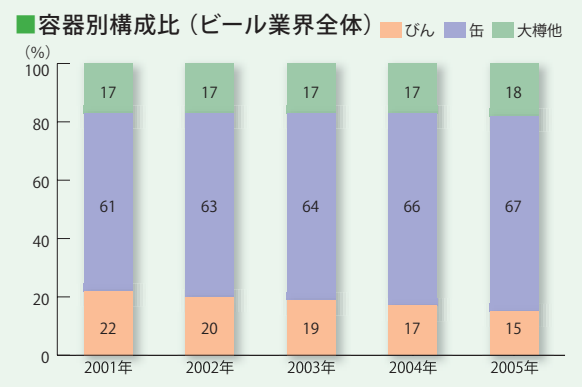
ビール業界全体では缶が約3分の2を占めています。リターナブル容器の樽は微増ですが、一方びんは減少しています。

2005年度キリンビールでは、ビール・発泡酒・新ジャンル・缶チューハイ商品の販売に当たり全体の約73%はワンウェイ容器（主にアルミ缶）を使用しました。容器原単位（1リットルの商品を販売するために使用した資源重量）では、ワンウェイびんは543g（2004年対比−50g）缶は42g（2004年と同一）となりました。

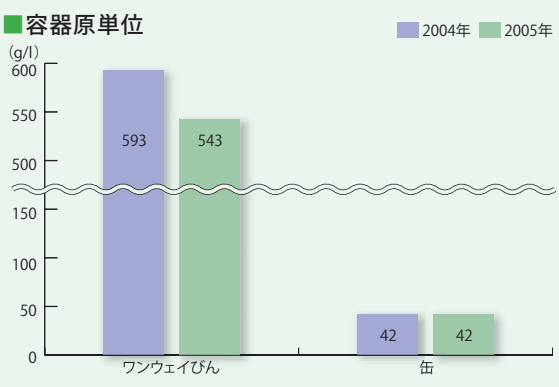
■2005年度容器別売上構成比（キリンビール）



■容器別構成比（ビール業界全体）



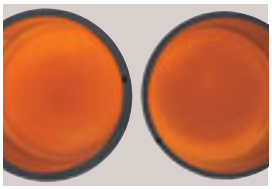
■容器原単位



リデュース（発生抑制）への取り組み WEB

びんの軽量化1　リターナブル大びん21%の軽量化

ガラスびんの外表面にセラミックスコーティングを施し、従来の大びん（605g）より21%軽くした軽量大びん（475g）を1993年北海道地区に導入し、順次地域拡大した結果、2003年6月100%切り替えが完了しました。



従来びん（左）と軽量びん（右）の全体と断面図

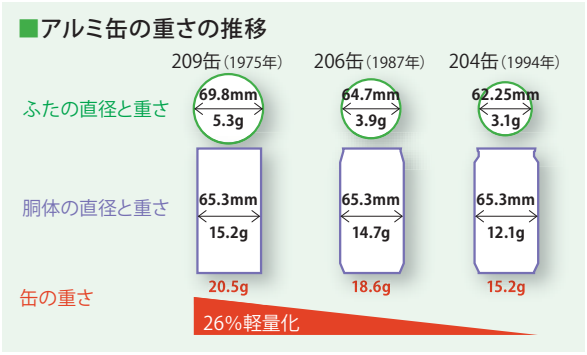
びんの軽量化2　チルドビールに軽量びんを採用

製造工場から販売店まで10℃以下の低温管理を行っているチルド商品を4品種販売しています。販売店店頭でのバラ売りが主流であり、飲用後空容器の販売店への返却が見込めないためワンウェイびんとして扱い、びんの軽量化を徹底しました。ほぼ同容量のリターナブル小びん容器が351gあるのに比較して、約半分の170gのびん重量となっています。

左から、まろやか酵母・豊潤・ゴールデンホップ・一番搾り　無濾過〈生〉

缶の軽量化1　小口径の缶蓋導入による軽量化

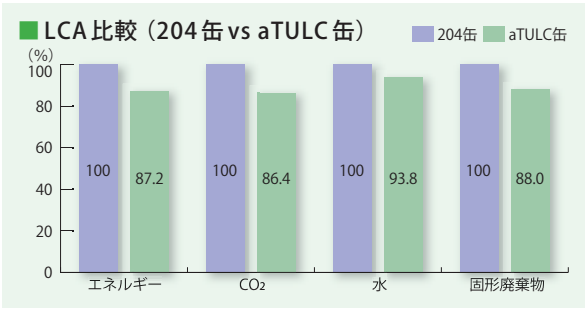
缶の需要が伸びるなかで、缶の軽量化は環境負荷の低減のために重要なテーマとなります。アルミ缶の胴部だけでなく上蓋に注目し、上蓋の口径を小さくすることで26%の軽量化を実現しました。これにより首都圏の家庭が消費する電力の4.9日分に相当するアルミ缶地金製造エネルギーと年間約2.7万トンのアルミ資源の節約を実現しています。



缶の軽量化2　環境配慮型aTULC缶の導入

キリンラガービール、キリンクラシックラガー、ならびに極生（発泡酒）の350mlと500ml缶には、東洋製罐が開発しキリンビールが世界で初めて実用化した環境配慮型「aTULC」缶を採用しています。缶の内外側面にポリエステルフィルムをラミネートすることで、缶を成形する際に水を使用せずまた固形廃棄物の発生もなくなりました。

この結果LCA環境影響評価では、CO_2約14%、水約6%、固形廃棄物約12%を削減しています。aTULC缶は産業環境管理協会の環境ラベルタイプⅢ「エコリーフ」を認証取得しています。

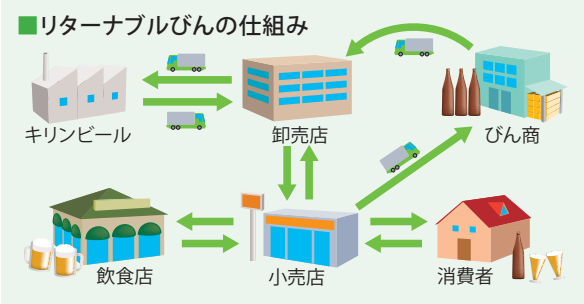


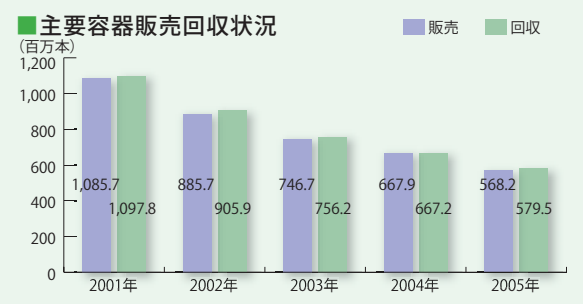
缶ビール売り分けの推奨

350ml、500mlの缶ビールには、段ボールケースに24缶バラで入っているタイプと6缶板紙パックが4個入っているタイプがあります。ケース単位で購入されるお客様には、6缶パックの板紙は不要であり、資源の無駄とゴミの発生につながります。そこでポスター等を掲示して、ケース単位で購入されるお客様には24缶バラタイプをご購入いただくよう働きかけています。

リユース（再使用）への取り組み

キリンラガービール、キリン一番搾り生ビールの大びん・中びん・小びんなど多くの消費者の方に支持されている商品には、空びんを回収し洗浄のうえ、繰り返し使用するリターナブルびんを採用しています。販売時1本5円の容器保証金をお預かりし販売店へご返却時に保証金をお返しする仕組みです。しかしながら最近は、バラで購入されたリターナブル容器が販売店に返却されず、市町村のごみステーションにワンウェイびんと一緒に出されるケースが多く見られるようになってきました。リターナブルびんがほかの容器と比較して環境負荷が低いのは、あくまでも空容器が販売店に返却され、何度も繰り返し使用されるからです。リターナブルびんの特性をいかすためにも、お取扱店への空容器の返却について、今後もお客様への協力を呼びかけていきます。

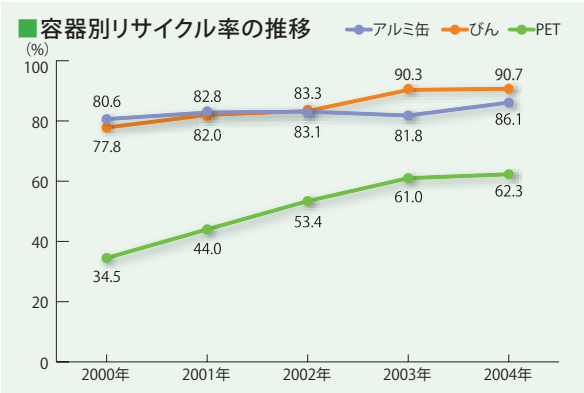




リサイクル（再利用）への取り組み

地域社会と協力しながら容器のリサイクルを推進しています

リターナブル容器を使用するのが困難な商品は、缶やペットボトルなどのワンウェイ容器を使用しています。しかし、使い捨てではなく、リサイクル容器として循環させるために、地域社会と協力しながら様々な取り組みをしています。



業界全体でリサイクルを進めていくために

容器素材ごとのリサイクル品質の高度化や、再生品市場開発といった業界全体として取り組まなければならない課題について、各リサイクル促進協議会に委員として参画するなど、積極的に取り組んでいます。

【参加団体】

- ガラスびんリサイクル促進協議会
  http://www.glass-recycle-as.gr.jp
- アルミ缶リサイクル協会
  http://www.alumi-can.or.jp
- PETボトルリサイクル推進協議会
  http://www.petbottle-rec.gr.jp/top.html
- 酒類PETボトルリサイクル連絡会

飲料容器の散乱防止と地域の環境美化に向けて

（社）全国清涼飲料工業会やビール酒造組合など、飲料6団体で構成される（社）食品容器環境美化協会に加盟し、30年以上にわたって、飲料容器の散乱防止を目的とした様々な活動に取り組んでいます。中でも自治体とボランティア団体の契約のもとに進められる環境美化実践プログラム「アダプトプログラム」の普及活動は順調に進んでおり、約260の自治体、8,500のボランティア団体、50万人が活動しています。キリングループでも、取手工場、仙台工場とキリンビバレッジ（株）舞鶴工場が取り組んでいます。

- （社）食品容器環境美化協会
  http://www.kankyobika.or.jp

温暖化防止への取り組み

キリングループでは、持続可能な社会を目指して、省エネルギー活動をはじめとする地球温暖化防止に取り組んでいます。2005年度は、ビール工場へバイオガスエンジン式コ・ジェネレーションシステムの導入や、燃料転換等の施策を行い、CO_2排出量、原単位ともに2010年目標を達成しています。

エネルギー使用量を削減し、CO_2排出量の削減を図ります

キリングループでは、「エネルギーは限られた資源」という観点から、省エネルギーの取り組みを推進しています。

まず年初に中期経営計画目標値とリンクさせた年間目標値と具体的な取り組みを決定し、実行、活動に対する定期的な進捗確認・フォローを行っています。各事業所では省エネルギー委員会を設置し、種々の省エネルギー活動を推進しています。

従業員一人ひとりの日常の身近な省エネ活動をはじめとして、CO_2排出量の削減にも積極的に取り組んでいます。また、2005年5月には、地球温暖化防止「国民運動チームマイナス6%」に参加し、「クールビズ」、「ウォームビズ」の取り組みを行いキリングループ各社がそれぞれの省エネ活動を展開しています。

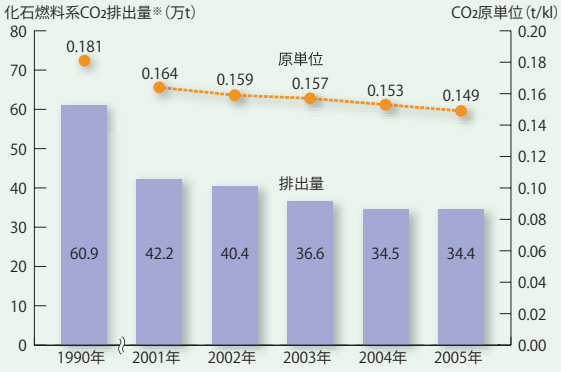
ビール工場では、2005年度の購入電力由来および化石燃料系のCO_2総排出量は、対前年比－0.3%（総排出量）、－2.9%（原単位）、燃料使用量は、対前年比－1.7%（総使用量）、－4.3%（原単位）、ならびに電力使用量は対前年比－2.1%（総使用量）、－4.6%（原単位）となりました。

従業員啓発用エコジローバッジ

お客様への案内板（新川本社）

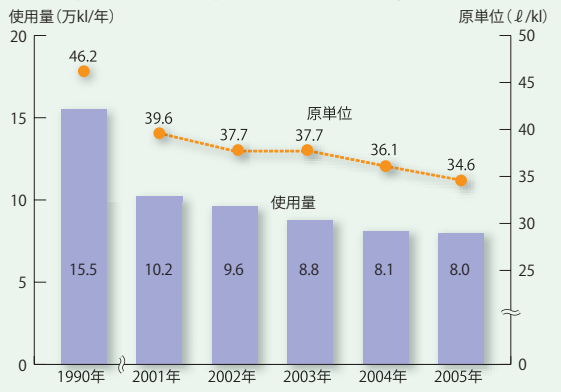
ノーネクタイのクールビズスタイルを実践している従業員

■CO_2排出量と原単位の推移

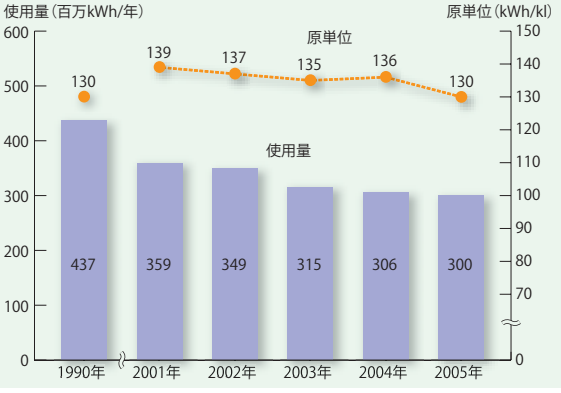


※化石燃料系CO_2排出量：化石燃料と購入電力由来のCO_2を合算したもの。
購入電力由来のCO_2排出量は各電力事業者から提供された排出係数を使用し算出

■燃料使用量と原単位の推移（原油換算）



■電力使用量と原単位の推移（自家発電を含む）



キリングループの取り組み WEB

キリンビールでは、2010年までのCO_2排出削減目標を2007年までに前倒しで達成することを目指して取り組みを行っています。主な施策は「省エネルギーの推進」、「燃料転換」、「バイオガスの有効活用」等が挙げられます。

「省エネルギーの推進」については、生産工程における重要な課題の一つと認識し、ビールの製造方法のあり方にまで踏み込み、エネルギー使用方法の見直しに取り組んでいます。実施に当たっては、年初に定量目標を設定し、各事業所の活動を共有化することによって、全社一体となった取り組みを行っています。

各事業所では、各部門から省エネルギー活動メンバーを選出し、毎月省エネルギー委員会を開催しています。委員会では、各部門の活動実績を報告し、目標の達成状況を確認しています。キリンビール取手工場では、目標達成に向けての具体的な取り組みとして、洗浄プロセスの見直しによる用水の削減、排水処理工程での使用電力削減、蒸気機器の定期整備による蒸気量の低減を中心に活動を継続しています。

工場での省エネルギー委員会（取手工場）

燃料転換

「燃料転換」は、ビール工場での主要燃料源を重油からCO_2排出量のより少ない天然ガスへ変更するものであり、国内11のビール工場のうち、近くにガス導管が届いていない2工場を除く9工場について燃料のガス化を実施するものです。現在、すでにガス化が完了している6工場（千歳・仙台・横浜・取手・名古屋・神戸）に加え、残りの3工場（滋賀・岡山・福岡）について2007年までに燃料転換を実施する予定です。

バイオガスの活用による化石燃料使用の削減

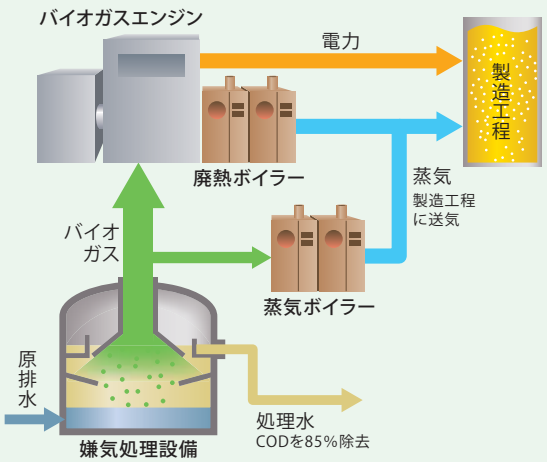
キリンビールでは製造工程から生じる排水を処理するために、嫌気処理設備を導入しています。この嫌気性処理の特長は、電力使用が少なくて済むことや、余剰汚泥発生量を削減できるという環境負荷の削減に加え、副生成物としてメタンが主成分であるバイオガスを回収できることです。キリンビールではこのバイオガスを最大限に活用するためにコ・ジェネレーションシステムを導入し、より利用価値の高い電力としてエネルギーを回収するとともに、その廃熱も蒸気として有効利用しています。これにより工場で使用する購入電力や化石燃料の使用量を削減し、炭酸ガスの排出量を抑制しています。キリンビールでは全国10ヵ所のビール工場で嫌気性処理を実施しており、バイオガスを利用した高効率コ・ジェネレーションシステムも3工場に導入しています。さらに、このバイオガスの活用を環境取り組みの中心的な施策として位置付け、2006年から2007年にかけて、さらに4工場に導入する予定です。

【これまでの導入実績と今後の予定】

（実績）●神戸工場（730kW：2002年導入）
●取手工場（250kW：2003年導入）※
●横浜工場（920kW：2004年導入）
※取手工場導入は燃料電池

（今後）2006年導入予定
●仙台工場（約900kW）
●取手工場（約900kW）
●福岡工場（約5,000kW　都市ガスとの混焼）
2007年導入予定
●岡山工場（約2,500kW　都市ガスとの混焼）

■嫌気処理設備と
バイオガスエンジン式コ・ジェネレーションシステム



オンサイト事業の展開

ビール工場の燃料転換を進めるとともに、燃料調達とオンサイト※発電を外部企業へ委託し、効率的なエネルギー供給を進めていくこととしました。

このオンサイト発電については、2007年から横浜工場において取り組みを開始し、発電電力を横浜工場ほかのキリングループ企業にて効率よく活用していく予定です。このようにグループ規模で電力の需要と供給を行うことによって、キリングループ全体でのエネルギー費用削減と環境負荷低減をいっそう推進していきます。

オンサイト発電の設備は自社設備ではないため、初期に必要となる多額の設備投資コストを圧縮できます。また、オンサイト事業者に設備調達・一括メンテナンスを委託することによりランニングコストの削減を達成するとともに、当該事業者のノウハウを活用して柔軟な燃料の調達を実施し、エネルギーコスト削減の達成も可能としました。

※企業（例えばキリンビール）の敷地内にほかの事業者が所有する設備を設置し、当該事業者が燃料調達を行い、電気・蒸気などのユーティリティーを販売する仕組み

自然エネルギーの活用

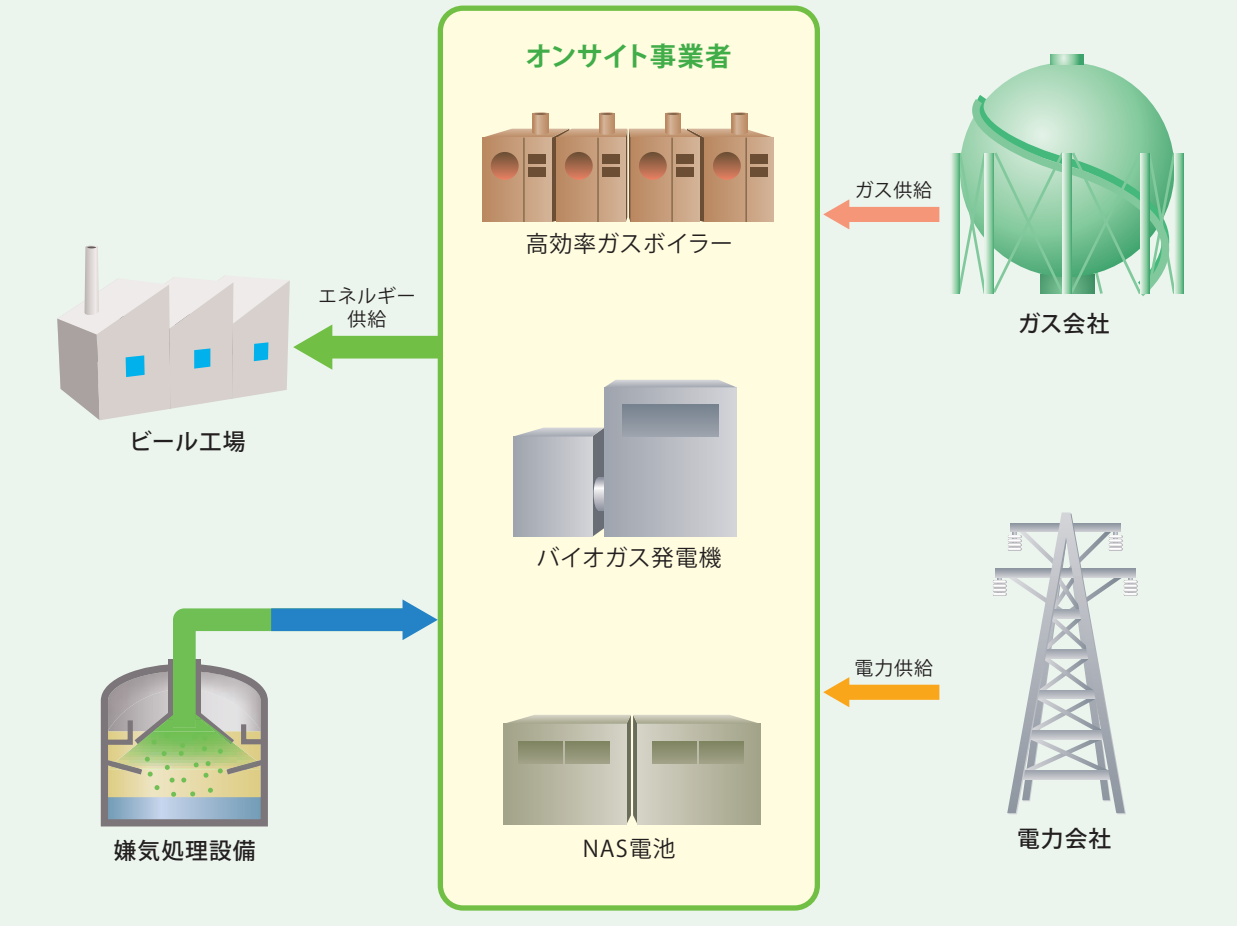
地球温暖化防止の取り組みの一環として、自然エネルギーの活用も行っています。各ビール工場へ太陽光発電設備の導入を進めているほか、横浜市大型風力発電事業への参画を通して100万kWh/年のグリーン電力の購入を予定しています。

■事業所への太陽光発電設備一覧表

事業所	竣　工	定格出力（kW）
神戸工場	2005年6月	20
福岡工場	2006年2月	20
広島ブルワリー	2006年3月	10
横浜工場	2006年3月	20
キリンビバレッジ湘南工場	2006年3月	60

太陽光発電設備（福岡工場）

■オンサイト事業によるエネルギー供給



物流部門における省エネルギーへの取り組み

キリンビールでは、使用するトラックを20トン車から25トン車へ切り替え、CO_2排出量の削減に努めています。

大型トラックへ変更することで、トータルのトラック走行台数を減らすことができ、CO_2排出量を削減できます。2005年は大型トラックの切り替えを計57台（延べ298台）分実施し、切り替え率は95％となりました。2006年も継続して大型化を進めていく予定です。

また、運送業者向け環境マネジメントシステムであるグリーン経営認証（認証・登録機関：交通エコロジー・モビリティ財団）を取得し、物流部門の環境保全を進めています。さらに、トラック配送を鉄道コンテナ配送にシフトするモーダルシフトを推進し、物流部門のCO_2の排出削減を図っています。

営業部門における省エネルギーへの取り組み

キリンビールでは、環境への取り組みの一環として、2003年1月から営業部門で使用する車両の軽自動車への切り替えを進めています。2005年12月現在、全国の営業車台数は2,289台。普通自動車1,311台に対し、軽自動車は978台となっています。今後、増車や車両入れ替えを行う際には、原則として軽自動車を購入することで、環境負荷の低減を図っていきます。また、用途に応じてハイブリッドカーの導入も実施しており、現在23台を導入しています。

■代表的な省エネルギー設備と各ビール工場への導入状況

部門	省エネルギー設備	省エネルギー等の効果	千歳	仙台	栃木	取手	横浜	名古屋	北陸	滋賀	神戸	岡山	福岡
仕込	蒸気再圧縮設備（VRC）	仕込みで発生する低圧の蒸気を機械的に圧縮し、高圧蒸気として再利用する熱効率に優れた一種のヒートポンプシステム。	●								●	●	●
発酵	発酵CO_2回収	ビール発酵工程で酵母代謝で生ずるCO_2ガスを捕集し、精製、液化してパッケージ工程などに使用する。CO_2の放出を少なくできる。		●	●	●	●	●		●	●	●	●
エネルギー	排水嫌気処理設備	嫌気性菌の代謝活性を利用した排水の処理設備。余剰汚泥の発生が少なく、少ないエネルギーで有機物を効率的に分解、浄化できる。	●	●	●	●	●	●	●		●	●	●
	バイオガスボイラー	排水の嫌気処理設備などから発生するメタン等のバイオガスを燃料として使用するボイラー。化石燃料の削減につながる。	●	●	●	●	●	●	●		●	●	●
	バイオガスエンジン式コ・ジェネレーションシステム	メタン等のバイオガスを燃料としたエンジンにより発電し、生じた電気を利用するもの。		○	△	○	●	△			●	○	○
	コ・ジェネレーションシステム（上記以外）	熱と電力を同時に供給する熱電併給システム。燃料を燃やしタービンやエンジンを回して発電し、排熱を利用すると熱と電気の総合利用効率は80％程度に上がる。			●		●	●					
	冷凍氷蓄熱システム	夜間電力を利用して氷や冷水を蓄える設備で、冷却負荷の高い昼間に使用することで、1日の電力使用量の平準化ができる。										●	
	アンモニア冷凍機	冷媒に地球温暖化係数の高いフロンを使わず、アンモニアを使用した冷凍機。			●					●		●	●
	燃料電池	バイオガスから取り出した水素と酸素を電気化学的反応により効率良く電気を取り出すシステム。リン酸型、溶融炭酸塩型などがある。				●							

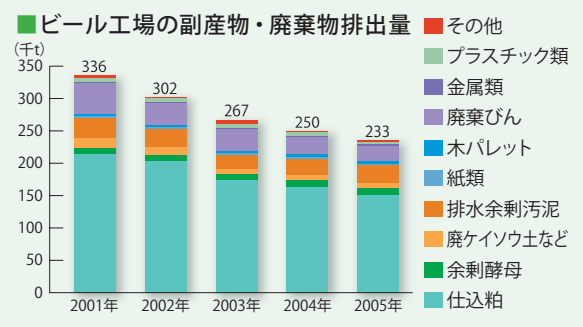
●：稼働中　○：工事中　△：計画中

再資源化への取り組み

限りある資源を、できるだけ大切に長く使うために、キリングループでは、製造工程で生まれる副産物や廃棄物を、捨てるのではなく資源として有効活用しています。

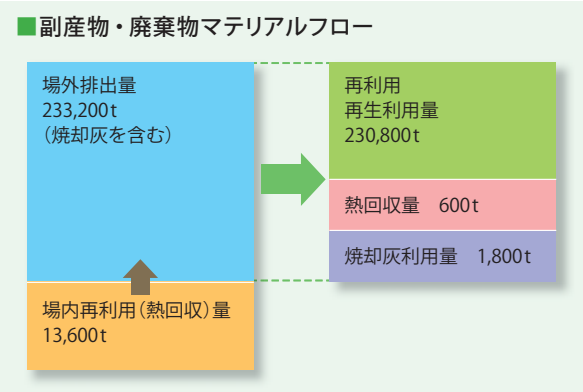
ゴミを出さないビールづくりを目指しています WEB

人が生活するとゴミが発生します。同じようにビールづくりの過程でも、仕込粕や紙くずなど様々な副産物や廃棄物が発生します。キリンビールでは、まず第一に余計なゴミを出さないよう取り組んでいますが、どうしても出てしまう副産物や廃棄物は、埋め立て処理をせずに再資源化するよう努めてきました。その結果、1998年には全ビール工場で再資源化率100%を達成し、現在も継続しています。



副産物や廃棄物を最終処理まで一元管理しています

ビール工場から排出される副産物や廃棄物を適正に処理し、再資源化するために、専用のコンピュータシステム「副産物廃棄物管理システム」を導入し、投入資源の最終処理まで一元管理を行っています。これにより、工場別に副産物や廃棄物の種類、排出量等を正確に把握するとともに、コストや取引先等の管理を適正に行っています。



より良い再資源化用途の開発に取り組んでいます

ビール製造の過程で発生する副産物は、キリングループで様々な用途に利用されています。環境に配慮した取り組みの一環として、1993年からビールの原料や副産物から高付加価値素材を生み出すための研究に取り組んでいます。

これまでに開発した製品として、仕込粕からキノコの菌床用栄養源（商品名：ゲンキノコ）、菌床用保水性改善材（商品名：オガモルト）、潰瘍性大腸炎患者用として厚生労働省の許可を受けた病者用食品（商品名：発芽大麦「GBF」）などがあります。

また、「ゲンキノコ」開発で培ったミニスケール栽培技術を利用して、1998年ブナハリタケの菌床栽培に成功しました。ブナハリタケは、ブナの倒木などに群生する扇形の食用キノコです。野生のキノコの機能性研究を行うには大量のサンプルが必要となるため、これまでは非常に困難でしたが、種々研究の末、人工栽培が可能となり、ブナハリタケの熱水抽出エキスに血圧を下げる働きがあることも分かり、「特定保健用食品」として商品化することができました。

産業廃棄物の排出を抑制し、適正に処理しています

産業廃棄物については、排出を抑制するとともに、適正な分別、保管、処分等の処理を行っています。特に、不法投棄問題への対策として、産業廃棄物の処理を外部に委託する場合は、適正な委託契約の締結およびマニフェスト管理を行うほか、委託先の現地確認を実施するなど適正処理に必要な措置を講じ、排出事業者としての責任を果たすよう努めています。

廃棄物をきめ細かに分別する仕組みを整えています

キリンビールでは、集積箱の前に現物や写真を掲示し、その場で誰でもが分別できるような環境をつくり、きめ細かな分別廃棄を継続しています。新川・原宿本社では、「分別回収要領」の教育を重視し、人事異動の時期に合わせて繰り返し実施しています。

新川本社でのゴミ分別風景

設備導入で廃棄物の再資源化を推進しています

ビール工場から排出される多種多様な物質を100%再生利用するには、人の努力だけでは限界があるため、ビール工場では梱包に用いられたフィルムの巻き取りや缶の圧縮など、減容化のための設備を導入し再資源化を推進しています。

分　別

■缶の仕分け

缶をアルミとスチールに仕分けて圧縮し、再生利用が簡便化できます。

■不合格びんの集積

破損や傷によりリターナブルびんとして使用できないものは、仕分けしガラスカレットとして再利用するために選別します。

リサイクル

■トラックオイルの再生装置

再生利用のために、オイル交換する古いトラックオイルを集める装置です。

前処理

■脱水装置

排水余剰汚泥などは肥料や土壌改良材に再利用します。脱水することにより保存や搬出・輸送が簡便化できます。

■乾燥装置

脱水汚泥を乾燥することにより、保存性や運搬効率が更に向上します。

減容化

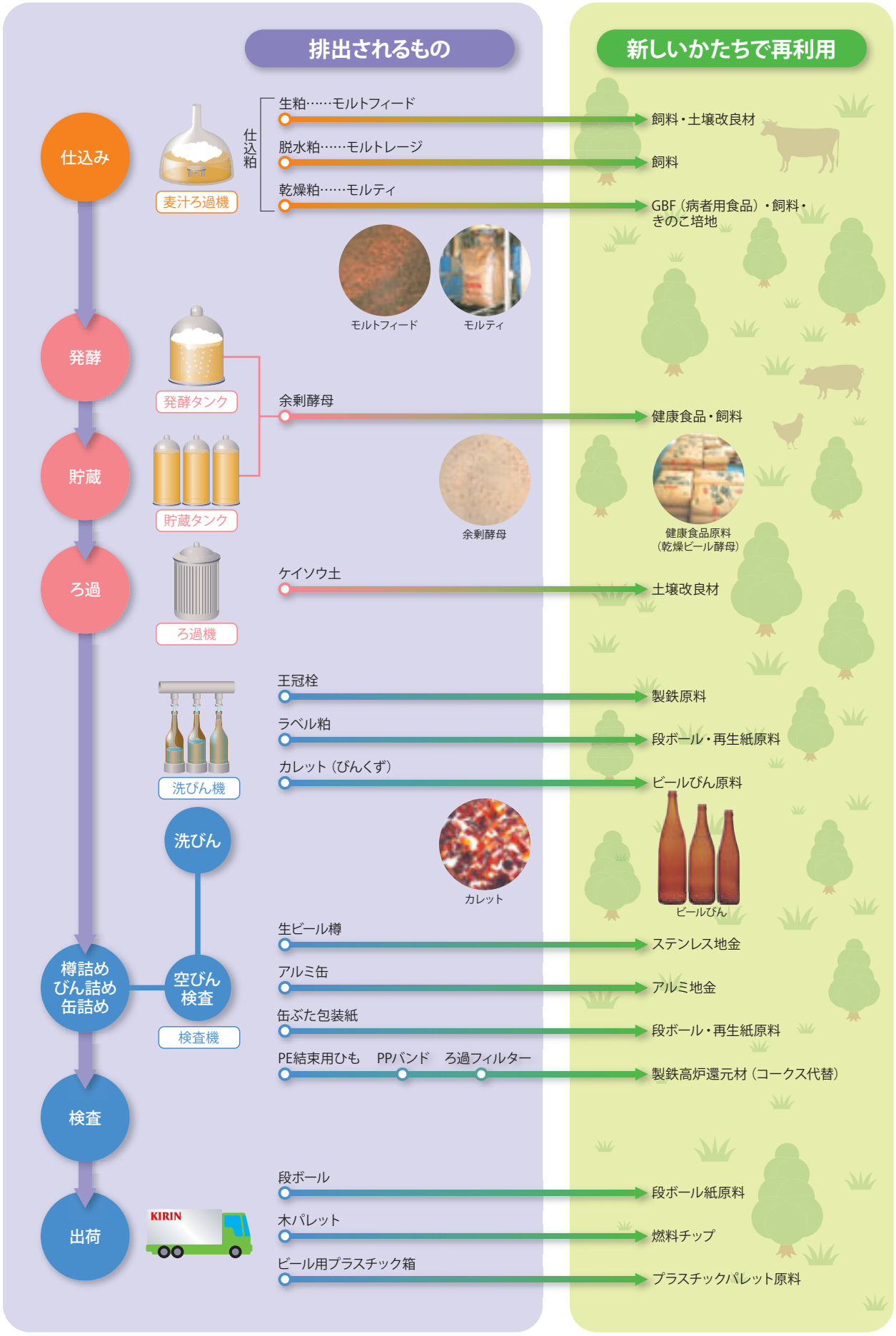
■フィルムの巻き取り

梱包用や荷崩れ防止のために使用されたプラスチックフィルムを巻き取って再利用します。圧縮減容化することで保管効率や運搬効率が向上します。

■クラッシャー

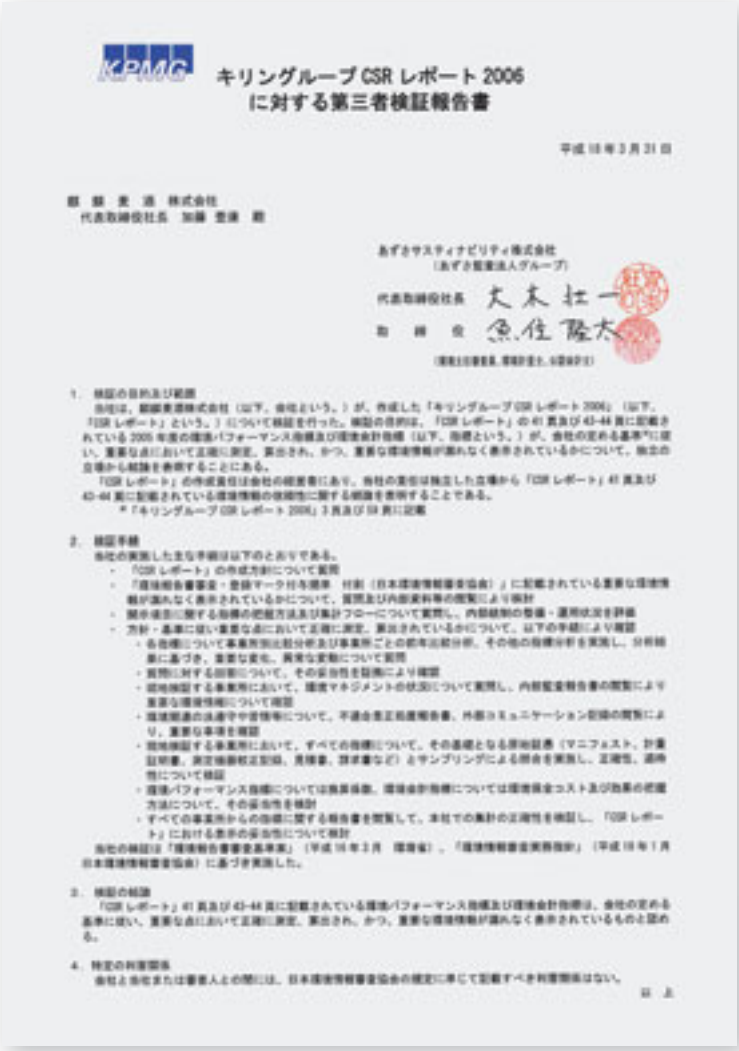
破損や傷によりリターナブルびんとして使用できなくなったびんを細かく砕きカレットとして再利用します。

■ビールづくりでの排出物と再利用法



環境報告における第三者検証

あずさサスティナビリティ
株式会社
マネジャー／公認会計士
矢尾眞穂氏



キリングループ CSR レポート 2006
に対する第三者検証報告書

平成 18 年 3 月 31 日

麒麟麦酒 株式会社
代表取締役社長 加藤 壹康 殿

あずさサスティナビリティ株式会社
（あずさ監査法人グループ）
代表取締役社長 [redacted]
担 当 者 [redacted]

1. 検証の目的及び範囲
当社は、麒麟麦酒株式会社（以下、会社という。）が、作成した「キリングループ CSR レポート 2006」（以下、「CSR レポート」という。）について検証を行った。検証の目的は、「CSR レポート」の 41 頁及び 43-44 頁に記載されている 2005 年度の環境パフォーマンス指標及び環境会計指標（以下、指標という。）が、会社の定める基準*に従い、重要な点において正確に測定、算出され、かつ、重要な環境情報が漏れなく表示されているかについて、独立の立場から結論を表明することにある。
「CSR レポート」の作成責任は会社の経営者にあり、当社の責任は独立した立場から「CSR レポート」41 頁及び 43-44 頁に記載されている環境情報の信頼性に関する結論を表明することである。
*「キリングループ CSR レポート 2006」3 頁及び 59 頁に記載

2. 検証手続
当社の実施した主な手続は以下のとおりである。
- 「CSR レポート」の作成方針について質問
- 「環境報告書審査・登録マーク付与基準　付則（日本環境情報審査協会）」に記載されている重要な環境情報が漏れなく表示されているかについて、質問及び内部資料等の閲覧により検討
- 関係者に質問し指標の把握方法及び集計フローについて質問し、内部統制の整備・運用状況を評価
- 方針・基準に従い重要な点において正確に測定、算出されているかについて、以下の手続により確認
  - 各指標について事業所別比較分析及び事業所ごとの前年比較分析、その他の指標分析を実施し、分析結果に基づき、重要な変化、異常な変動について質問
  - 質問に対する回答について、その妥当性を証拠により確認
  - 現地検証する事業所において、環境マネジメントの状況について質問し、内部監査報告書の閲覧により重要な環境情報について確認
  - 環境関連の法遵守や苦情等について、不適合是正処置報告書、外部コミュニケーション記録の閲覧により、重要な事項を確認
  - 現地検証する事業所において、すべての指標について、その基礎となる原始証憑（マニフェスト、計量証明書、測定機器校正記録、見積書、請求書など）とサンプリングによる照合を実施し、正確性、適時性について検証
  - 環境パフォーマンス指標については換算係数、環境会計指標については環境保全コスト及び効果の把握方法について、その妥当性を検討
  - すべての事業所からの指標に関する報告書を閲覧して、本社での集計の正確性を検証し、「CSR レポート」における表示の妥当性について検討

当社の検証は「環境報告書審査基準第1版」（平成 16 年 3 月　環境省）、「環境情報審査実務指針」（平成 18 年 1 月　日本環境情報審査協会）に基づき実施した。

3. 検証の結論
「CSR レポート」41 頁及び 43-44 頁に記載されている環境パフォーマンス指標及び環境会計指標は、会社の定める基準に従い、重要な点において正確に測定、算出され、かつ、重要な環境情報が漏れなく表示されているものと認める。

4. 特定の利害関係
会社と当社または審査人との間には、日本環境情報審査協会の規定に準じて記載すべき利害関係はない。

以 上

キリングループの環境マネジメントは、事業内容・規模等を勘案して4つのシステム（ISO14001、エコアクション21、簡易EMS、グリーン経営認証）のいずれかにより進められています。キリン単体の工場以外の環境保全活動は、2004年からステップを踏み着実に環境マネジメントシステムの導入に努められ、その結果は、2006年CSRレポートの「目標と実績」のページに、EMS導入実績として記載されています。しかし、具体的な記載がないため、グループの2005年度の取り組み内容や活動の成果について、レポートから知ることができません。これらについては、中期経営計画最終年である2006年度の活動報告“CSRレポート2007”では、活動内容と成果について報告されることを期待します。

また、CSRレポートとなり、ページ数が少なくなった「環境報告」については、「○○をしています」という記載はあるものの、2004年版までの「環境報告書」と比べると、会社の姿勢・顔が見えにくくなったように思われます。

開示される環境情報の量も少なくなりましたので、より詳細な情報を知りたい読者のためにも、Webでの対応が望まれます。

今後の課題

CSR・コミュニケーション本部
社会コミュニケーショングループ
社会環境室長
山村宜之

環境マネジメントについてはビールの製造部門で始まり、営業部門や、ほかの事業部門、グループにも拡大する中で、４つのマネジメントシステムの特性を見極めながら取り進めてきました。本社のISO14001においては、企画管理業務も含め、環境の取り組みが特別なものではなく事業活動そのものとして、取り組み範囲も拡大してきました。今後は、環境負荷の比較的小さな会社にも拡大していく予定です。

環境保全の取り組みを進めていくうえで、私たちに課題があることは認識しています。グループに拡大してきたことで、各社の目標・実績とグループとしての目標・実績がきちんと連鎖しているか、目標の見直しのローリングを明確なルールで実施しているか、ガイドラインや指針類が、それらに対応したものになっているか、ということなどです。これら課題については、2004年からの３年間中期経営計画の最終年である2006年に、2007年の計画策定と連携しながら進めてまいります。また、スペースの制限で印刷版には記載できなかったことは、Webを通じて情報開示してまいります。

環境パフォーマンス指標算定基準・環境会計作成基準

〔1〕対象期間

2005年1月1日～2005年12月31日　※但し、化学物質排出量および移動量は、PRTR法による行政への届出対象期間（2004年4月～2005年3月）とする

〔2〕対象組織

キリンビール(株) ＝ 全ビール工場、高崎医薬工場、医薬探索研究所、医薬開発研究所、植物開発研究所、フロンティア技術研究所、本社
キリンビバレッジ(株) ＝湘南工場、舞鶴工場
キリンディスティラリー(株)、(株)ナガノトマト（但し、グループ会社については、一部の環境パフォーマンス指標および環境会計は含めていない）

〔3〕環境パフォーマンス指標算定基準

環境省の「環境報告書ガイドライン（2003年度版）」および「事業者の環境パフォーマンス指標ガイドライン―2002年度版―」を参考とした

環境パフォーマンス指標			単位	算定方法
インプット	総エネルギー投入量		TJ	年間購入電力量(kWh)×単位投入熱量*1＋Σ[各燃料年間使用量×各単位発熱量*2] *1：エネルギーの使用の合理化に関する法律施行規則（平成14年12月27日改正）より　9.83MJ/kWh *2：資源エネルギー庁のエネルギー源別単位発熱量よりA重油：39.1GJ/kl、C重油：41.7GJ/kl、灯油：36.7GJ/kl、都市ガス（12A・13A）：45.9MJ/m³N、LPG：50.2GJ/t、軽油：38.2GJ/kl
	内訳	燃料使用量（原油換算）	万kl	Σ[各燃料年間使用量×各燃料原油換算係数*] *：エネルギーの使用の合理化に関する法律の原油換算係数より A重油：1.01kl/kl、C重油：1.06kl/kl、灯油：0.96kl/kl、都市ガス：0.00119kl/m³N、LPG：1.30kl/t、軽油：0.99kl/kl
		購入電力量	百万kWh	年間購入電力量（百万kWh）
	総物質投入量		万t	原料・包装資材の年間投入量（万t）
	水資源投入量		万m³	上水・井水・工業用水年間使用量（万m³）
アウトプット	生産量		万kl	ビール・発泡酒・その他の雑酒・リキュール類・清涼飲料類の年間製造量（万kl）
	副産物・廃棄物排出量		万t	年間総排出量*（万t）＝有価物（万t）＋廃棄物（万t）（特別管理産業廃棄物は除く） *：事業所搬出時の排出量（万t）
	総排水量		万m³	年間排水量（万m³）
	二酸化炭素排出量	化石燃料	万t	Σ[各燃料年間使用量×各CO_2排出係数*] *：地球温暖化対策推進法施行令（2002年12月改正）より A重油：2.710t−CO_2/kl、C重油：2.982t−CO_2/kl、灯油：2.489t−CO_2/kl、LPG：3.000t−CO_2/t、軽油：2.619t-CO_2/kl 都市ガス：2.188kg−CO_2/m³Nは，資源エネルギー庁のエネルギー源別単位発熱量と施行令のC排出係数から算出
		購入電力	万t	年間購入電力量（万kWh）×排出係数*×10^{-3} *：電力会社ごとの排出係数 （但し、キリンビール本社、高崎医薬工場・研究所およびグループ会社は、一般電気事業者の排出係数（0.378kg−CO_2／kWh））
		物流	万t	キリンビール全輸送によるCO_2排出総量（万t）＝キリン物流グループ各社の自車のCO_2排出量（t）*1 ×（キリン物流グループ各社の総輸送距離（km）／キリン物流グループ各社の自車の輸送距離（km）） ×（キリン物流グループ各社のキリンビール全輸送量（t）／キリン物流グループ各社の全輸送量（t））×10^{-4} *1：キリン物流グループ各社の自車のCO_2排出量（t）＝燃料（軽油）使用量（kl）×CO_2排出係数*2 *2：CO_2排出係数は項目「化石燃料」に準ずる軽油：2.619t－CO_2/kl
	NOx総排出量	化石燃料	t	Σ［各対象設備NOx排出量（t）］ 各対象設備NOx排出量（t）＝（1/NOx測定回数）×Σ［各NOx濃度（ppm）×各乾き排ガス（m³N/h）/NOx測定時の単位当たり燃料使用量（1時間当たりの燃料使用量）］×年間燃料使用量×（46/22.4）
		物流	t	キリンビール全輸送によるNOx排出総量（t）＝キリン物流グループ各社の自車のNOx排出量（t）*1 ×（キリン物流グループ各社の総輸送距離（km）／キリン物流グループ各社の自車の輸送距離（km）） ×（キリン物流グループ各社のキリンビール全輸送量（t）／キリン物流グループ各社の全輸送量（t）） *1：キリン物流グループ各社の自車のNOx排出量（t）＝燃料（軽油）使用量（kl）×NOx排出係数*2×10^{-3} *2：NOx排出係数は環境省環境活動評価プログラム（2001年3月）より　軽油：18.3kg/kl
	SOx総排出量		t	Σ［各燃料使用量（l）×密度（g/cm³）×硫黄分（wt%）／100×64/32（SO_2/S）×10^{-3}］ ただし、流動床ボイラーからの排出は、以下の排出量を含める Σ［各燃料使用量（kg）×固形分（wt%）／100×硫黄分（wt%）／100×64/32（SO_2/S）×10^{-3}］
	化学物質排出量および移動量		t	「特定化学物質の環境への排出量の把握等および管理の改善の促進に関する法律（PRTR法）」の規定に基づき届け出義務が生じた事業所における該当化学物質の排出量および移動量（t）

〔4〕環境会計作成基準

1. 環境会計の考え方
環境省の「環境会計ガイドライン（2005年版）」の考え方を参考に、コストと効果を算出し、開示する。

2. 環境保全コスト（投資額）の考え方
ビール工場においては、環境保全に限定した業務を行う部門を環境保全部門として特定し、その部門における設備投資は、100%環境保全目的であると考えて、環境保全コスト（投資額）として認識する。
環境保全部門以外の部門においては、環境保全に直接寄与する「環境対象設備」を特定し、投資額100%を環境保全コスト（投資額）とする。

3. 環境保全コスト（費用額）の考え方
◎対象となる設備の維持関連費
◎対象となる設備の財務会計上の減価償却費
◎環境保全部門および環境教育等に係る労務費のほか、環境保全を目的とした活動に係る人件費
◎研究テーマに基づき簡便な基準により按分集計した研究開発費

4. 環境負荷集約度の算出方法
付加価値1億円を創出するのに、発生・使用する環境負荷量を表す。
環境負荷集約度 ＝ 環境負荷物質排出・使用量 ÷ 付加価値
付加価値 ＝ 営業利益 ＋ 労務費 ＋ 減価償却費

5. 環境保全効果の算出方法
◎原単位の減少による削減努力を表す「原単位物量効果」と事業活動量の増減による環境負荷を表す「事業活動量物量効果」を算出し、両者を合わせて物量効果として算出する。
◎原単位物量効果に前年単価を乗じて「原単位物量経済効果」を算出し、事業活動量物量効果に前年単価を乗じて「事業活動量経済効果」を算出し、両者を合わせて経済効果として算出する。

うれしいを、
つぎつぎと。
KIRIN

お問い合わせ先

キリンビール株式会社
CSR・コミュニケーション本部
CSR推進グループ
〒104-8288 東京都中央区新川2 -10-1
TEL 03-5540-3454　FAX 03-5540-3550
http://www.kirin.co.jp

発行情報

今回：2006年5月
次回：2007年5月予定（前回：2005年6月）

飲酒は20歳になってから。お酒は楽しく、ほどほどに。

妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。

この報告書はアメリカ大豆協会認定の大豆油インクを使用し、水を使わない技法で印刷しています。