

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

2007



おいしさを笑顔に

KIRIN

会社事業概要

商号	麒麟麦酒株式会社 KIRIN BREWERY COMPANY, LIMITED	主な事業	酒類・飲料・医薬品等の製造・販売
設立	1907年(明治40年)2月23日	事業所	本店、統括本部6、統括支社32、支社33、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9
本店所在地	〒104-8288 東京都中央区新川二丁目10番1号	従業員数	5,040人
電話	03(5540)3411 [大代表]	連結対象会社	連結子会社 272社 持分法適用関連会社 19社
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		

(2006年12月31日現在)

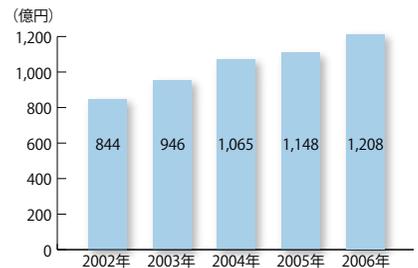
■売上高の推移



■従業員数の推移



■経常利益(連結)の推移



国内酒類事業

「麒麟一番搾り」や「麒麟ラガー」といった定番製品に加え、「麒麟淡麗(生)」「麒麟のごどし(生)」また、「麒麟チューハイ氷結」など総合酒類メーカーとして様々な商品の製造・販売等を行っています。2006年にはメルシャン社と業務・資本提携を行うなど事業領域の拡大・強化を積極的に行っています。

- 麒麟ビール(株)
- メルシャン(株)
- (株)麒麟 コミュニケーションステージ
- 麒麟物流(株)

国際酒類事業

海外において、ビールやウイスキー、ワインなどの製造・販売を行い、総合酒類事業を展開しています。資本参加しているライオンネイサン社(オーストラリア)やサンミゲル社(フィリピン)との事業連携をすすめるとともに、成長市場である中国においても積極的な事業展開を行うなど、アジア・オセアニアのリーディングカンパニーを目指しています。

- LION NATHAN LTD.
- SAN MIGUEL CORPORATION
- 麒麟(中国)投資有限公司
- Four Roses Distillery LLC
- Raymond Vineyard & Cellar, Inc.
- Kirin Europe GmbH

清涼飲料事業

「麒麟 生茶」「麒麟 ファイア」「麒麟 午後の紅茶」「麒麟 アルカリイオンの水」などの基盤ブランドを持つ麒麟ビバレッジ社を中心に、事業基盤の強化を図っています。国内飲料事業を基幹としながら、海外飲料事業・国内食品事業の展開も積極的に行っており、事業領域の拡大を目指しています。

- 麒麟ビバレッジ(株)
- 小岩井乳業(株)
- Coca-Cola Bottling Company of Northern New England, Inc.
- 上海錦江麒麟飲料食品有限公司

医薬事業

ビールで培ったバイオ技術をベースに、重点領域である「腎臓」、「がん(血液分野を含む)」、「免疫・感染症」において事業展開をすすめています。腎性貧血治療薬「エスポー」、白血球減少症治療薬「グラン」を軸として、国内の営業力の強化やアジアでのビジネス基盤の整備に取り組んでおり、また、抗体医薬、細胞医薬など世界最先端分野での研究開発もすすめています。

- KIRIN-AMGEN, INC.
- GEMINI SCIENCE, INC.
- 第一・麒麟薬品(株)

健康・機能性食品事業

2006年10月に麒麟ビールとヤクルト本社との合弁で設立された、麒麟 ヤクルトネクストステージ社を中心に健康・機能性食品事業を展開しています。両グループの共同開発商品「BBcube(ビービーキューブ)」をはじめ、独自性の高い商品を中心としたラインアップを充実していきます。

- 麒麟ヤクルトネクストステージ(株)

食品・サービス・その他事業

- (株)ナガノトマト

調味料事業

麒麟フードテック社を中心に、「いの一 番」などの調味料・食品添加物および機能性食品素材を製造・販売しています。

- 麒麟フードテック(株)

アグリバイオ事業

麒麟アグリバイオ社を中心に、花き種苗事業、バレイショ事業を柱として、世界的に事業を展開しています。

- 麒麟アグリバイオ(株)
- (株)ジャパポテト

編集方針

キリングroup CSRレポートでは、お客様、お得意先様、お取引先様、地域の方々、株主様、従業員など各ステークホルダーの皆様から信頼される企業であるための取り組みや、目指す姿を中心に報告しています。本誌を作成するに当たっては、以下の方針にのっとり編集しました。

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group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group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）、および「持続可能性報告ガイドライン（2006年版）」（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版に掲載します。）
- 記載対象期間は、2006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2007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。
- 2007年7月から純粋持株会社制に移行するため、一部の記述は新体制を踏まえたものとなっています。
- 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/report/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group CSRレポート2007」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。



■ 会社事業概要	2
■ 編集方針・目次	3
■ トップコミットメント	4
■ キリンビール創立100周年	6
■ キリングgroupのCSR	8

ハイライト

■ キリングgroupの商品へのこだわり	10
■ 水の恵みを守る	12
■ 多様な人材がいきいきと活躍している会社となるために	14

ガバナンス

■ コーポレートガバナンス	18
■ リスクマネジメント／コンプライアンス	20

経済性報告

■ キリングgroupの財務ハイライト	24
---------------------	----

社会性報告

■ 目標と実績	26
■ お客様・お得意先様とのかかわり	27
■ 品質へのこだわり	30
■ アルコール飲料企業としての責任	32
■ 株主様・投資家様とのかかわり	34
■ お取引先様とのかかわり	35
■ いきいきと働ける職場づくり	36
■ 社会とのかかわり	39

環境報告

■ キリングgroupの環境に対する考え方	42
■ 目標と実績	44
■ エコバランス	46
■ 環境マネジメントの推進	48
■ 環境会計	49
■ 温室効果ガスの削減とエネルギーへの取り組み	50
■ 水への取り組み	53
■ 再資源化への取り組み	54
■ 容器への取り組み	56
■ 環境コミュニケーション	59
■ 環境報告における第三者検証	60



トップコミットメント

次世代にも
社会から信頼される
企業となるために

これまでの100年、これからの100年

2007年、キリンビールは創立100周年を迎えました。これまでの100年を振り返ると、創立以来、変わらず実直に続けてきたことがあります。一つ目は、お客様本位。お客様の声に耳を傾け、ニーズを的確にとらえ、それに沿った新しい提案をすること。二つ目は、品質本位。妥協せず絶えず品質にこだわり続け、安全でおいしく高品質な商品をつくること。三つ目は、堅実経営。変化に流されることなく、まじめな姿勢を貫くこと。これらは、社会からの「信頼」を得るために、この先の100年も変えてはいけないと考えています。

一方で、これからは「信頼」に加えて「躍進」をキーワードとした取り組みをすすめていきたいと考え、ワクワクする、楽しくなる、そして元気になるような提案ができる企業を目指していきます。そのためには、今までとは全く違う発想を持つ必要があります。例えば、営業のやり方を「価格営業」から「価値営業」に変換してきたように、今後も既存の考え方にとらわれない新しい発想で、社会に魅力のある様々な提案をしていきます。

食と健康の分野で社会に貢献します

2006年5月、2015年に向けたキリングループの長期経営構想「キリン・グループ・ビジョン2015」を発表しました。これは、今後新たなグループ経営の構築に取り組み、飛躍的な成長と企業価値の向上を目指すための、いわば「キリングループのありたい姿」です。これまでに培ってきたものづくりや発酵・バイオの技術力、お客様のニーズを知るためのコミュニケーション力などを集結して、食と健康の分野で貢献していきます。

また、2005年に参加したグローバルコンパクトを、事業活動をする上での行動指針の一つと位置付け、CSRを「社会から信頼をいただくための取り組み」と捉えて活動していきます。地球環境保全をはじめとし、社会的に関心の高まっている原料調達についても、社会・環境面に充分配慮して取り組み、社会的役割を主体的に果たしていきます。そして、単に商品を提供するだけでなく、社会全体が良くなるようなご提案をすることで、よりいっそう社会から信頼される企業グループを目指します。

社員がいきいきと働ける会社を目指します

事業活動を推進していくのはわれわれ全員の力です。社員一人ひとりが「いい会社で働けてよかった」と思えるようであれば、社会から認められないと思います。「会社と社員は対等なパートナー」という考え方にに基づき、多様な考えをもった人材が、それぞれの生活にあった多様な方法でいきいきと働き、存分に活躍・成長できる、そういう会社にしていきたいと考えています。

そのための取り組みとして、まずは女性に焦点を当てた「キリン版ポジティブアクション」を始めました。これまで育児休業などを充実させてきましたが、制度導入だけでは不十分です。例えば育児休業の場合、制度はあっても利用しにくい場合もあるでしょう。復帰後の仕事への不安など様々な要因にも配慮して、複合的な仕組みを導入していくことが大切だと考えています。もちろん、制度を活用する側にも「成長したい」という思いが必要です。そういう向上心のある人を支援できる会社でありたいと思っています。まずは女性社員一人ひとりがもっと活躍できるような支援を行い、社員全員がいきいきと働ける会社となるよう、取り組みをすすめていきます。

本レポートは、キリングループが社会から信頼をいただくための取り組みをご報告しています。皆様と双方向コミュニケーションをとりながら、CSR活動をすすめていきたいと考えていますので、ぜひとも忌憚のないご意見をお寄せいただければ幸いです。



キリンビール株式会社 代表取締役社長

加藤 壹康

キリンビール創立100周年

2007年、キリンビールはおかげさまで創立100周年を迎えることができました。「お客様本位」、「品質本位」というキリンビールの姿勢は、創立当初から現在まで変わっていません。ここでは、社会からの期待に応えるため様々なことに取り組んできた100年間のキリンビールの活動をご紹介します。

100年を振り返って

キリンビールは、1870年にウィリアム・コーブランド(米国人)が横浜・山手に開設したスプリングバレー・ブルワリーの土地と建物を引き継いだジャパン・ブルワリー・カンパニーの事業を継承して、1907年に創立されました。その後、様々なステークホルダーの皆様にご支援をいただき2007年に100周年を迎えることができました。

「キリンビール」は発売当初から本格的なドイツ風ラガービールを目指し、原料・機械設備をすべてドイツから輸入するなど、品質にこだわりを持っていました。また1928年「キリンレモン」発売時には、清涼飲料の色を透明に保つことが難しかった当時としては珍しく透明のびんを使用。これは、品質に絶対的な自信を持っていたため実現したものです。

1965年には安全性に優れ、耐用年数が長く、洗浄が容易であることから業界で初めてビールのプラスチック製通い箱(P箱)を導入しました。

これからの100年間への約束

キリングループはこれからの100年も「酒類事業」、「飲料事業」、「医薬事業」さらには「健康・機能性食品事業」という食と健康の領域において、卓越した技術力と顧客関係力を強みとしてグループ全体で価値ある商品・サービスをすべてのお客様に提供し続けます。また、こうした

1980年代からは省資源・省エネルギーを目的とした容器の開発を進め、上蓋の口径を小さくした軽量アルミ缶を導入。さらに、1990年代には軽量リターナブルびんを導入しCO₂や輸送コスト削減を達成しました。

また、北陸工場が1996年に品質保証マネジメントシステムISO9002を取得、翌1997年には国内食品業界初の環境マネジメントシステムISO14001を取得したのを皮切りに、1999年には全工場でISO9002、ISO14001双方の取得を完了するなど、品質保証や環境保全に積極的に取り組んでいます。

そして、1978年から約30年に渡りサッカー日本代表を支援するなど、スポーツ・芸術文化振興にも力を注いできました。これまでの100年間は、社会からの期待に応えるために活動を続けてきた100年ともいえます。「お客様本位」「品質本位」は創立当初から今も変わらずに、最も大切な価値観として受け継がれています。

本業を通じての取り組みはもとより、「食の安全」、「食文化振興」、「地球環境保全」、「スポーツ支援」といったキリンならではの取り組みも今まで以上に推進することにより「信頼」と「躍進」のブランドとして、社会の皆様からの期待に応えることができるよう努力していきます。

これまでの100年を振り返ると、どんな時代にも常に品質の良い商品をお客様に提供することを大切にして企業活動をしてきました。また、キリンビールの商品は原材料のほとんどを大地の恵みから得ていますので、自然に感謝し、地球環境の保全にも努めています。そして、社会に対しても誠実でありたいと考えています。

これからの100年もこうした姿勢を大切に、守っていくとともに、私たちを取り巻く様々なステークホルダーの皆様との双方向のコミュニケーションを通じて、信頼の絆を深めていきたいと考えています。

キリンビール株式会社
常務執行役員
CSR・コミュニケーション
本部長
森 日出雄



■「キリンビール」ラベルの歴史



1888年(明治21年)
「キリンビール」発売時のラベル



1907年(明治40年)
ジャパン・ブルワリー・カンパニーの事業を引き継ぎ、麒麟麦酒株式会社が発立。ラベルに書かれた会社名も変更される。



1949年(昭和24年)
配給制になり姿を消していた商標が復活した直後のラベル



1957年(昭和32年)
多色刷りに戻ったラベル。帯の中央の文字が「KIRIN BEER」になった。

1850

1870 日本ビール産業の祖・W. コーブランド、横浜・山手にスプリングバレー・ブルワリーを開設

1900

1885 ジャパン・ブルワリー・カンパニー設立

1888 「キリンビール」発売

1907 ジャパン・ブルワリー・カンパニーの事業を継承、麒麟麦酒(株) 創立

1923 排水処理設備を導入(尼崎工場)

1928 「キリンレモン」発売



1907年(明治40年)
創立当時の横浜山手工場



1928年(昭和3年)
「キリンレモン」発売時ポスター

1950

1958 「キリンレモン」純糖製品への一本化

1965 ・業界初のビールのプラスチック製通い箱(P箱) 導入
・活性汚泥法による排水処理設備の本格的導入

1965年(昭和40年)
導入当時のP箱



1975

1973 缶ビールに209口径缶を導入

1974 ビールびんとP箱の容器保証金制度を開始

1978 サッカー日本代表の支援を開始

1981 麒麟記念財団設立

1984 CI導入

1985 缶ビールに206口径缶を導入

1993 軽量リターナブル大びんを北海道地区で試験導入

1994 缶ビールに204口径缶(従来品より26%軽量)を導入



軽量びんポスター

1996 北陸工場が当社初のISO9002の認証を取得

1997 北陸工場が国内食品業界初の環境マネジメントシステムISO14001の認証を取得

1998 ・全ビール工場で再資源化率100%を達成
・麒麟ビパレッジとともに「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の支援を開始

1999 ・全ビール工場(11工場)でISO14001の認証を取得
・全国のビール工場の水源地を保全する「キリンビール水源の森づくり」を横浜工場で開始

2000

2000 品質保証のマネジメントシステムを全社統一

2002 製缶時に環境負荷の低いaTULC缶を「極生」に採用

2003 軽量リターナブル大びん100%切り替え完了

2004 コーナーカットカートン導入開始

2006 ・キリングループ長期経営構想「キリン・グループ・ビジョン2015」発表
・ビール工場で11ヵ所目となる福岡工場の水源の森づくり活動で全国展開一巡
・キリングループで初めてキリンディスティラリー(株) 富士御殿場蒸溜所の水源の森づくりを開始

キリングループのCSR

キリングループは2007年1月より新たな経営理念を掲げ、今後の100年に向けたキリングループの目指す姿を定めました。また理念体系も刷新し、経営者・従業員一人ひとりが守るべき価値観・行動の基本姿勢である「KIRIN WAY」と、キリングループがステークホルダーの方々に約束する「グループ行動宣言」に集約しました。(これまでのCSR宣言は「グループ行動宣言」に統合されています。)

キリングループはこれらの理念体系のもと、従業員一人ひとりがCSRの重要性を認識し、日々の事業活動で実践できるよう努めています。

グループ経営理念

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。

KIRIN WAY

価値観

私たち一人ひとりが大切にすること

お客様本位

お客様のことを誰よりも理解し、お客様の期待に応えるために、いつもお客様とのコミュニケーションを大切にすること

品質本位

独自の技術を磨き続け、こだわりを大切にしながら、絶えず高品質を追求すること

先駆

自由な発想で、進んで新しい価値を提案すること

誠実

公正でまじめな姿勢を貫くこと

行動の基本姿勢

私たち一人ひとりの行動における3C

チャレンジ Challenge

結果を恐れずに自ら進んで行動し、新しいことや変化に積極的に立ち向かう姿勢

コミットメント Commitment

すべてのことに関して深く考え、本質を見抜き、果たすべき役割と目標達成に責任を持つ姿勢

コラボレーション Collaboration

しなやかな連携・連動の精神をもって協力・協働する姿勢

グループ行動宣言

お客様

独自の技術により、お客様にとって価値のある、安全・安心で高品質な商品・サービスを提供します。
(お客様価値の創造)

従業員

従業員一人ひとりが自主性・創造性を発揮し、仕事への誇りとやりがいを持って働くことができる場を創ります。
(人間性の尊重)

株主

長期的かつグローバルな視野にたつて株主に対する責任を果たし、継続的に企業価値の向上に努めます。
(株主価値の向上)

社会

持続的な社会の発展に貢献するとともに地球環境に配慮した事業活動を行い人々のより豊かな暮らしづくりを支援します。
(社会貢献・環境配慮)

キリングroup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、大きく次の3つの取り組みをすすめていきます。

- ①コンプライアンス・品質保証・アルコール関連問題など企業として基盤となる取り組み
- ②地球環境保全・食文化振興・スポーツ支援など社会とのコミュニケーションを深める取り組み
- ③社会貢献・ボランティア支援など社会との共生を目指す取り組み

これからも、キリングroupを支えていただいているお客様をはじめとしたステークホルダーの皆様と日々コミュニケーションをとりながら、大地の恵みを糧に事業を営む企業グループとして、地球環境保全をはじめとした社会的な役割を主体的に果たし、持続可能な社会に貢献できるキリングgroupのCSRを推進していきます。

持続可能な社会



キリングループの 商品へのこだわり ビール製造

商品の開発から原料の調達、製造、そして販売や流通に至るまで、一環して品質本位を貫いています。キリングループがお客様に安全でおいしい商品をお届けするための「こだわり」の一部を、ビールの製造を例にご紹介します。

研究・開発

新商品への様々なアイデアを実現していくのは、長い歴史に支えられたキリンの高い技術力と研究・開発力です。中でも、「酵母」に関するキリンの技術は、業界でもトップレベル。醸造研究所の望月マユらは、キリン独自の技術を用いて、ビールづくりに最適な酵母を選抜する作業を担当しています。「酵母バンクにストックされている約600種類の酵母の中から、より活性が高く、求める味を引き出す酵母を選び出します。そのために、ほかの原料との組み合わせや発酵日数、温度など、あらゆる条件の下で醸造実験を行っています。地味な作業ですが、自分の選んだ酵母が商品に使われたときは本当にうれしいですね」。こうした日々の地道な研究活動が、ビールづくりの原点を支えています。



原料

モルトやホップをはじめ、独自の基準をすべて満たした、安全で質の高い原料だけを用いてつくられるキリンのビール。「重要なのは、国内および海外のお取引先様とのコミュニケーション。その年の作柄や品質についての情報交換に加え、トレーサビリティ（追跡可能性）の仕組みをチェックしています。原料の安全性をさらに高めるため、現地を訪れて、モルトやホップなどの生産における工程管理状況や製造現場をユーザーからの視点で確認する技術調査なども定期的を実施しています」。国内ビール工場の生産管理を担当する宮崎知宏はこう語ります。もちろん、こうしたことが可能になるのは、お取引先様との強い信頼関係があつてこそ。「一方的にこちらの要望を押しつけるのではなく、相手の希望も受け入れながら、対等な関係を築いていきたい」という宮崎の言葉も、その信念に根ざしたもののなのです。



製造

厳選された原料は、工場への入荷段階で、再度品質チェックを受けてから製造ラインへと運ばれます。仕込みから発酵、熟成、ろ過まで、すべての作業はコンピュータで制御されていますが、ビール醸造に30



「今後も、自分がかかわった商品でたくさんの人に喜んでほしいです」

キリンビール（株）醸造研究所 望月 マユラ



「お取引先様と信頼関係を構築し、キリンのビール製造に適した高品質の原料を確保するのは私たちの責任です」

右から2人目：キリンビール（株）生産統轄部 宮崎 知宏

年以上の経験を持つ船津政男は「機械の音に注意したり、味や匂いを確かめたり、五感を使って商品の安全性とおいしさを確認します。その重要性は昔と変わりません」と言います。

「びんや缶などの容器は、厳しい安全基準を満たしたものだけを使用しています」と言うのは、パッケージング担当の松本浩史。「私たちの役割は、製造されたビールのおいしさをそのままの状態ですぐ工場から送り出すことですが、環境への影響や従業員の安全への配慮が、とても大切です」と語ります。



物流

完成したビールを日本全国の拠点へと届ける物流部門。キリン物流社で商品の保管と配送を担当する佐藤清は、「できあがった商品をそのままのおいしさでお客様のお手元に届けられるよう、品質管理には細心の注意を払っています」と言います。

「近年は、配送段階における環境負荷の低減にもいっそう力を入れています。アイドリングストップの徹底はもちろん、排ガス規制対応車や大量輸送が可能な大型トラックの利用、出荷量の調整などによる稼働台数の低減などに取り組んでいます。単に商品を運ぶだけではなく、お客様がビールを飲んで「うまい!」と感じていただくその喜びをお届けするのが私たちの仕事です」佐藤のチャレンジはこれからも続きます。



営業・販売

商品をお客様のもとに直接届ける、いわば「最終ランナー」となる営業・販売部門。キリンコミュニケーションステージ社の増田謙一は、商品の売り場づくりを担当しています。「より“買いやすく、選びやすい”売り場にしていけるためには、量販店様とのコミュニケーションが欠かせません」。時には量販店様の側から、売り場づくりについての相談を受けることも。「ビールに合う料理を併せて紹介するなど、お客様に付加価値を感じていただけるような売り方の提案を心がけています。目の前で麒麟の商品を買っていただけたときが何よりの喜びですね」と笑顔で語ります。

誰もが一口飲んで笑顔になれるようなビールをつくりたい。お客様の生活に、いつも喜びや楽しさをもたらせるような存在でありたい。それは、麒麟のビールづくりにかかわるすべての人が抱く想い。そしてその想いが、麒麟ビールの安全でおいしい商品を生み出す最大の原動力なのです。



「安全でおいしいビールをつくるには、数値データに頼りすぎず、まめに現場に足を運ぶことが大事なんです」

左:キリンビール(株) 横浜工場 船津 政男
右:キリンビール(株) 横浜工場 松本 浩史



「現時点でもかなりの負荷低減は実現できていますが、今後もそれを維持するとともに、さらに発展させていきたいです」

キリン物流(株) 佐藤 清



「ビールづくりに携わるたくさんの方たちの想いをお客様に伝えるという意味でも、一人でも多くの人が商品を手に取ってくれるような売り場をつくりたいですね」

(株)キリン コミュニケーションステージ 増田 謙一

水の恵みを守る

次世代に豊かな自然を残したい。そして、これからもずっとおいしいビールをつくり続けていきたい。そうした思いから、麒麟ビールは全国で、大切な水源地を守る活動を行っています。

私たちの生活に欠かせない きれいな水のために —水の恵みを守る活動の方針と考え方

森は様々な形で私たちに自然の恵みを与えてくれます。森に降った雨は土の中へ浸透し、時間をかけてゆっくりと川に流れ出します。私たちの生活や生物の営みに、そしておいしいビールづくりに欠かせないきれいで安全な水を得るには、それを育む豊かな森林が必要です。そこで麒麟ビールは、大切な資源である水の恵みを守り、100年後もおいしいビールをつくり続けるために、「麒麟ビール水源の森づくり」として、植樹や森林保全活動を行っています。1999年に横浜工場からスタートしたこの活動では、全国のビール工場の水源地で社員やその家族、そして地域に住む方たちの協力により、苗木を植え、森の手入れを行っています。植樹する木の種類や植える時期については、森林保全に取り組む専門家からアドバイスをいただきながら決めていきます。2006年までに約15,000本の苗木をのべ約3,000人の手で植樹してきました。

富士山麓で植樹と森の手入れを実施 —2006年度の活動ハイライト

麒麟ビールは毎年全国の工場の水源地を巡って植樹を行ってきました。2006年度は、11ヵ所目となる福岡工場で実施。これで、全ビール工場の水源地の森づくり活動が一巡したことになります。2006年11月18日、福岡工場の水源地である小石原川上流地域で台風被害にあった約0.4haの森林にケヤキやヤマザクラなどの広葉樹1,200本を植樹。社員やその家族、地元森林組合、そして地域ボランティアの方たちと地元小学生の総勢265人が参加しました。

また、「麒麟ウイスキー富士山麓」などを製造するグループ会社、麒麟ディスティラリー（株）富士御殿場蒸溜所の水源地にも活動が広がりました。麒麟ビールは「法人の森林^{もり}」制度を活用して、（社）国土緑化推進機構、静岡森林管理署との間で「麒麟富士山麓水源の森づくり協定」を締結し、約43haの富士山麓水源涵養林育成のために30年間にわたって支援することを約束しました。2006年10月21日、社員やその家族、地元小学生でつくる「緑の少年団」、お取引



ビール工場や地域の生活に良質な水を供給し、CO₂の吸収、生態系の保全などにつながる水の恵みを守る活動を行っています

先様など総勢240人が参加し、静岡森林管理署や地元ボランティアの方々の指導を受けながら、子どもたちは鍬やスコップを握って真剣な顔で穴を掘り、イロハモミジとヒメシヤラの苗木500本を林道沿いに植えました。一方、大人たちのグループは森林の中に入り、枝打ちや間伐などの手入れに挑戦。生育の悪い木を倒し、太陽の光が差し込むように明るい森をつくっていきました。2005年には滋賀工場の水源の森（琵琶湖東部の約820ha）を保全する「琵琶湖森林づくりパートナー協定」を結んでおり、これで東西を代表する水源地で活動のフィールドを持つことができました。

このような森林保全活動のほか、麒麟ビールのホームページで「エコジロークリック募金」を実施。1クリックにつき1円を、全国の緑化活動を行う緑の募金などに麒麟ビールが寄付しています。2005年6月から2006年12月までの累計寄付金額は8,056,003円となっています。

地域全体で水の恵みを守る —「チーム・エコジロ活動」の展開

麒麟ビールは2007年の創立100周年を機に、これまでご支援いただいたお客様と水の恵みに改めて感謝するとともに、地域と協働して行う水資源保全活動「チーム・エコジロ活動」に力を入れ、全国で社員参加型の活動を推進していきます。

具体的には、麒麟ビールの工場を中心に、麒麟ビールおよびキリングroup社員の手で「水源の森づくり」活動を継続し、さらに地域の森林保全活動やクリーンアップ活動に参加していきます。

また、お客様とのコミュニケーションの場としても活用し、お客様に森の大切さをより実感していただけるよう、地域の皆様と一緒に将来にわたって水の恵みを守る活動を継続していきます。



富士山麓での森林保全活動



麒麟ビールホームページ環境サイト「エコジロークリック募金」
<http://www.kirin.co.jp/active/env/mizunomegumi/click.html>

全国各地の 水の恵みを守る活動状況

- 水源の森づくり
- 広域の森林保全活動
- ★ 地域の環境保全活動支援



子どもたちと一緒に活動するのは素晴らしいですね。大人になったとき、ここに植えた木のことを思い出してくれるとうれしいと思います。私は森林管理署のOBで、この道42年なのですが、近年になって環境問題が注目されるようになり、森林の価値を市民の皆さんが見直してくれるようになってきたことをひひしと感じます。以前とはずいぶん認識が変わったように思いますね。麒麟ビールさんをはじめとする企業が森林の保全に目を向けてくれるようになったのも、その一因かもしれませんね。

ご指導いただいた森林管理署OB 板垣 勇様

- ➡ 商品に使われる水の品質管理については31ページをご覧ください
- ➡ 生産事業活動における水のリサイクルシステムについては53ページをご覧ください

多様な人材が いきいきと活躍している 会社となるために

キリンビールは「多様な人材がいきいきと活躍している会社」を目指して、様々な取り組みをすすめています。その一環として、女性の活躍を促進するための「キリン版ポジティブアクション」を展開します。2007年1月24日に、ポジティブアクションの推進委員会メンバーや女性経営職、さらには男性社員や人事担当者など様々な立場の社員が集まり、また社外の有識者にもご参加いただき、多様な人材がいきいきと活躍している会社となるためには何が大切かについて話し合いました。

「人材の多様性」は 企業経営のキーワード

当社の社員構成は、従来、日本の大企業に見られる「男性・新卒採用・60歳未満」をもとにした比較的モノカルチャーなものでした。しかし、企業を取り巻く様々なステークホルダーの価値観が多様化する中、人材の多様性を促進していくことは、企業競争力を高め、さらには社会的責任を果たしていくことにつながると考えます。そこで当社は、「人材の多様性」をすすめていく第1弾として「キリン版ポジティブアクション」を実施し、社員の20%を占める女性がもっと力を発揮できる仕組みや風土づくりに取り組むことにしました。もちろん最終的には性別の違いだけでなく年齢、国籍、障害の有無など様々な違いのある多様な人材を尊重し、そして、一人ひとりの社員が活躍している企業グループを目指していきます。

女性の活躍を促す 「キリン版ポジティブアクション」

「キリン版ポジティブアクション」では、仕事をするうえで、結婚や出産というライフイベントがマイナスにならないようにするための制度や運用の検討をすすめるほか、女性社員のモチベーション向上と同時に男性社員の理解の促進を図ります。その達成の目安として、2015年末までに女性経営職数を2006年3月現在の31人から100人に増やす目標を掲げました。キリン・ウィメンズネットワーク推進委員会が中心となって施策を提言し、人事部がこれを受けて制度の導入や運用を行っていきます。

キリン・ウィメンズネットワーク推進委員会は、公募で集まった、職場、職種、年齢、家族構成など背景が異なる女性8人で構成されています。



女性の活躍を推進するうえで 何が課題なのか

倉形 キリンビールでは、新卒採用者のうち、女性は4割を占めるまでに増えましたが、これまで、Mコース（いわゆる総合職）女性社員は離職率が高く、入社5年目で約5割、10年目には6～7割が退職しています。また、Eコース（いわゆる一般職）社員の会社への満足度は9割と高いものの、仕事満足度が相対的に低いという課題があります。

嶋津 私の同期の女性では、結婚と夫や自分の転勤をきっかけに退職した人が多かったのですが、その理由が物理的な問題だけでない場合もありました。女性は、結婚や出産などによって、生活に占める仕事の割合が変化します。仕事と生活を天秤にかけ、仕事が自分にとって価値が高ければ、辞めずに何とかしたと思うのですが、そこに価値を見出せない場合もあるようです。

河野 私自身も過去に2度、辞めようかと思ったことがあります。ずっとこの会社で働きたいのか、一生この仕事がやりたいのかと迷った時期です。お手本となるロールモデルがいなかったのも、先行きを不安に思う要因の一つでした。でも、上司や周りの方からいろいろとアドバイスをいただき、乗り越えてきました。

田頭 3人の子育てをしながら働いてきました。親の支援も望めない状況の中で、のべ4年ほど育児休暇をいただき、復帰後は短時間勤務制度を利用しました。他社と比べて育児休業などの制度が整っているのですごくラッキーだったと思います。ただ、上司や周りの方の理解が必ずしも一律ではなかったことや、身近にワーキングマザーがいなかったことで「本当にやっていけるのか」という不安や、勤務時間が短いことで「会社の役に立っているだろうか」「私は会社においていいのだろうか」という葛藤がありました。

佐渡 日本の企業全体にいえる一番の問題は、ロールモデルが少ないことですね。また、制度が整っていても、社員の皆さんがその制度を活用できる風土がない場合も多いです。トップが明確にコミットをして、経営陣にも落とし込み、「女性を活用しなければ企業は伸びない」と公言するくらいでなければだめです。キリンビールは女性を多く採用し、制度も整っているのですから、風土や意識を変えていくことが課題ですね。ところで、女性の仕事への満足度が低いというのはなぜなのでしょう。

牧原 男性も女性も、必ずしも希望の業務に就けるわけではない、というのも一つの理由かと思います。いろんな職場を経験させようという会社の考え方もわかりますが、現在の仕事が入社時にやりたかった業務とギャップがあったり、「将来、希望の仕事に就けるのか」という不安はあるでしょう。

宗 男性は働き続けることを前提としているので、目先のことだけでなく20年ぐらいのスパンで仕事をとらえているのに対して、女性の場合、ライフスタイルを考慮し5年ぐらいのスパンで目標を定めているのかもしれない。



NPO法人GEWEL
佐渡 アン 氏

外資系企業のマーケティング、事業本部長などを経て、現在女性とダイバーシティのNPO法人GEWELで副代表理事を勤める



常務取締役
宗 友廣



人事部 人材開発担当
河野 真矢子



横浜工場 醸造担当
神崎 夕紀



広域営業本部企画部
望月 昭良



首都圏総務部
田頭 裕子



国内酒類カンパニー戦略企画部
市場リサーチ室 嶋津 圭



SCM推進部
牧原 達郎



人事部 企画担当
倉形 泰彦



目指すべきキリンビールの姿とは

神崎 社員が自分のライフスタイルを考慮して働けて、自然に自分のキャリアやステップアップを描けるといいですね。自分のモチベーションを上げながら、家庭人として、社会人として、成長していける会社になりたいです。キリン・ウィメンズネットワーク推進委員会としてこれから検討提案していく仕組みや考え方が、女性だけでなく男性にとっても必要なものであるという理解が深まって、会社との関係を上手く保つために利用できる風土が根付いているのが望ましい姿だと思います。選択肢がたくさんあれば男性も女性もいろいろな選択をして、その仕組みや考え方をまた育ててくれるのではないのでしょうか。

嶋津 理想の姿は、社員それぞれが、自分の仕事やキャリアプランに満足できていること。そのためにもより多くの方が、自分のやりたい仕事に携わられる環境をつくれるといいと思います。

望月 自分のやりたい仕事に就いて、自分をいかし、育ててくれる上司の下で成長できるのが理想です。また、年次休暇がきちんと取れて家族も自分も健康である、という「余裕度」が必要です。

牧原 事業をアジアやオセアニアに拡大していこうとしているわけですから、そういう地域の人からも「キリンに入りたい」と思われるような会社になるといいです。

河野 多様性を相互に認め合える会社が理想です。キリンビールの社員は真面目で誠実な人が多いものの、先駆的・革新的という面はまだ不十分で、社員意識調査でも失敗を恐れる傾向があることが指摘されています。働き方を見直したり、新しいものを認め合ってワークライフバランスが実現できると良いと思います。女性社員の意識が変わることは、会社の風土を変えるきっかけにもなるのではないのでしょうか。



理想の姿に向かうため、 これから何をすべきか

田頭 女性も男性も、育児や介護のために一時的にペースダウンするなど仕事と生活のバランスがその時々で取れるよう働き方に選択肢があると良いと思います。例えば在宅勤務制度といったことが考えられないのでしょうか。また結婚や出産等の理由で退職した人向けの再雇用制度も有効ではないでしょうか。

倉形 育児や介護による制約は全社員に起こりうることを前提に、こうした制約があっても継続的に働けるような環境を整えることが大切です。全体の意識を変えるためには男性の仕組みも考えていきたいです。

宗 働き方の自由度は必要です。しかし、「給料が下がってもいいから親元に戻って介護をしたいか」と聞くと、そこまではしたくない人が少なくありません。

ん。社内資格や働き方のペースがいったん落ちるともう終わり、という意識があるからではないでしょうか。育児や介護によるペースダウンをみんなが認め合えるような風土に変わっていかないと、制度があっても定着しないでしょう。**望月** 長期的なキャリアについて、リーダーとメンバーで話す機会も必要だと思います。

田頭 そのためには、女性社員を持つリーダーへの会社からの働きかけも強化してほしいと思います。リーダーによるばらつきも見受けられると聞きます。

佐渡 ロールプレイで学ぶというのもいい方法ですよ。いろいろなシチュエーションを想定して、みんなでセリフや対応について話し合います。後でその内容をマニュアル化して、テキストとして使うこともできます。

牧原 女性のロールモデルがないという話がありましたが、他社の事例を積極的に紹介してはどうでしょう。

嶋津 キャリアアドバイザーを設置するなど、キャリアについて相談できる機関もあるといいです。

牧原 いわゆる「社内FA制度」のような、自分が課されている任務を果たせば、次には希望の部署を申請できる仕組みがあってもおもしろいと思います。

宗 グローバル化の進んだ企業を目指す必要もありますし、海外や国内のグループ会社での経験も含め、様々な職務経験を積むことも大切です。

嶋津 異動やキャリア開発の考え方を見直してはどうでしょうか。異動の希望を出す際に、人事部との間で「そのポストは埋まっているからだめ」「そこに行くにはこういう能力が必要」といったやり取りができるなど、自分でも主体的に異動にかかわれる仕組みがあればいいと思います。そのためには、「グループ内にこんな仕事がある」「こんな能力が求められている」という情報公開も必要ですし、グループ内にインターン制度を設ける方法もあるかもしれません。会社も、自分も、お互いに選べるような仕組みがあればいいと思います。

河野 キャリアサポート体制の確立のために考えるべきことがいくつか出てきましたが、そうしたことを考える上でも直属のリーダーのコミットや同僚の理解度を上げることが最も大切だと思います。

よりよい会社になるための第一歩として

佐渡 10年、15年先に向けて具体的な数値目標とイメージ、どう風土を変えていくのかなどコミットメントがあり、多様な人材が認められるということになれば麒麟で働きたいという方ももっと増えるでしょうね。

宗 今日の話し合いから、多様な人材が活躍している会社となるために何が必要かについて、皆さんが様々な考え方を持っていることが確認できました。「多様性を大切にしよう」という認識が広がっていけば、現在当社が抱えている問題は改善していくでしょう。また、リーダーは「聴く」ということが必ずしも得意ではないので、これまで以上に研修にも力を入れてリーダー・メンバー間のコミュニケーションを良くしていきたいと思います。今後も皆さんと一緒に一人ひとりが大きく成長できる会社をつくっていきましょう。



透明で公正な 経営を実現する



キリングroupのガバナンス ①

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。

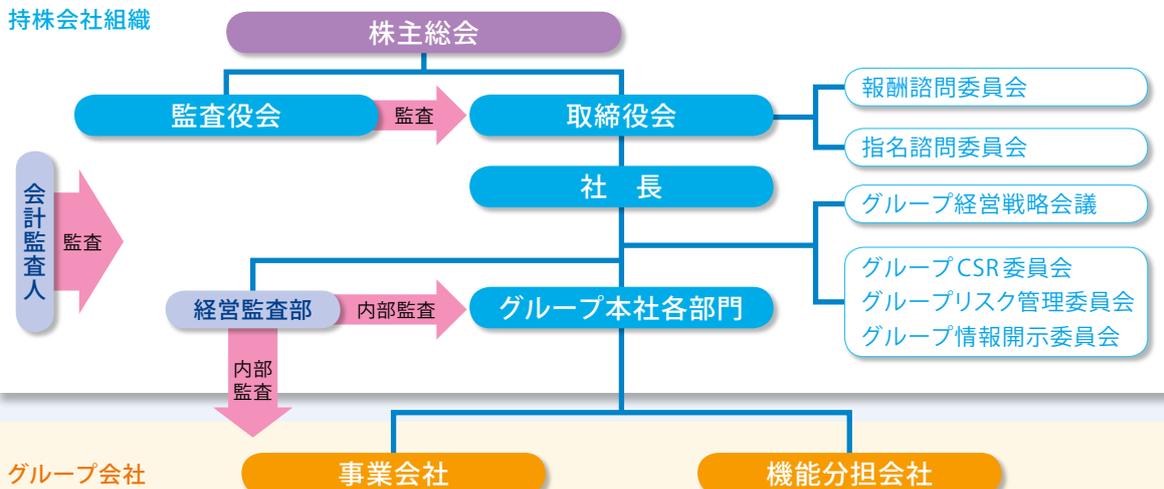
コーポレートガバナンスの考え方

キリングroupは、2007年7月に純粋持株会社制を導入し、国内酒類事業、飲料事業、医薬事業等の各事業会社や機能分担会社を並列に配し、成長戦略の推進に適した組織構造を構築します。

コーポレートガバナンス体制については、キリングroupの長期経営構想「キリン・グループ・ビジョン2015」

に掲げる飛躍的な成長を実現するため、各事業とグループ本社（持株会社）との役割・責任を明確にし、事業の自主性・機動性の強化、持株会社主導の飛躍的な成長やグループプレミアム創出を促進する体制とし、意思決定の充実と迅速化、経営の透明性・健全性の向上によるグループ企業価値の最大化を図ります。

■コーポレートガバナンス体制（2007年7月以降の新体制）



CSR推進体制

グループ全体でCSRの取り組みを推進するために、2005年にグループCSR委員会を設置しました。2007年7月以降は純粋持株会社制の導入に伴い、グループCSR推進体制についても新しくなります。

グループCSR委員会は、持株会社社長をはじめとした取締役、関係部門長、さらには主要グループ会社社長を委員会メンバーとし、グループ全体のCSR活動を統括する委員会となります。

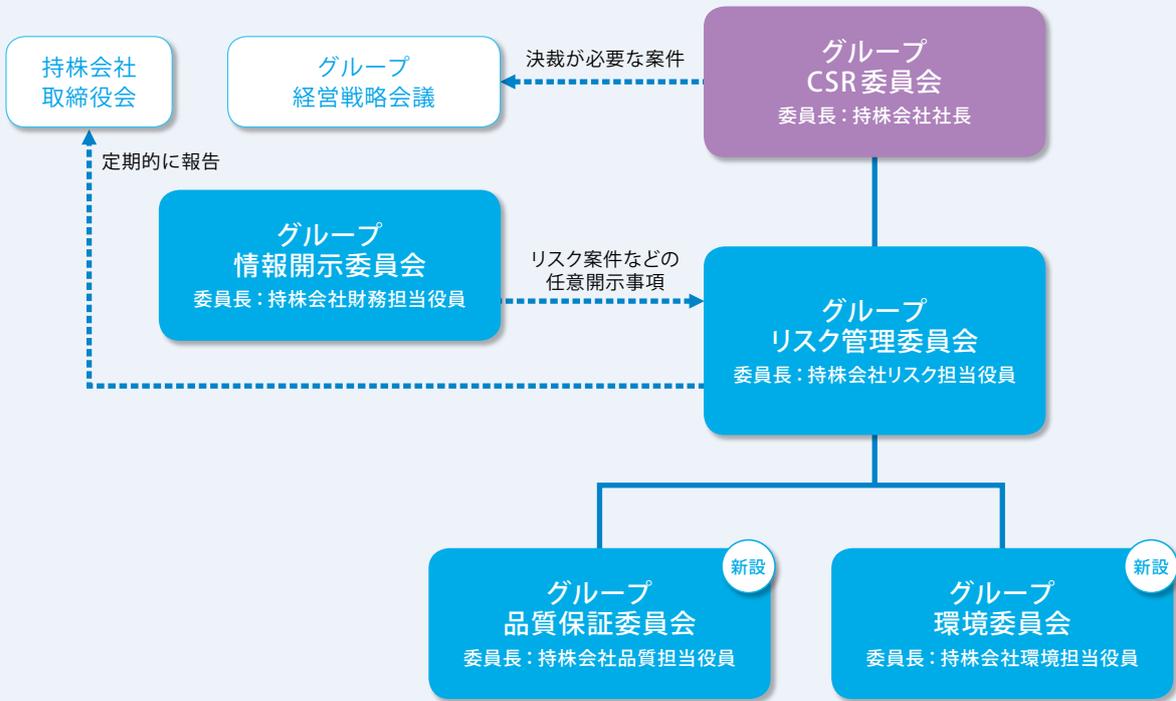
リスク管理委員会はグループリスク管理委員会と名称を改め、グループCSR委員会に連なる委員会とし、リスク管理・コンプライアンス・情報セキュリティといったキリング

ループのCSRの基盤的となる取り組みを所管します。さらには、グループ品質保証委員会やグループ環境委員会といった取り組み内容ごとの委員会も新たに設置します。

また、2006年に設置した情報開示委員会はグループ全体の情報開示を担う委員会としてその役割が拡大するとともに、案件によってはグループリスク管理委員会との連携を図ります。

なお、2006年からスタートしたアドバイザリーグループは新体制においても継続し、キリングループのCSRに対して社外有識者からもご意見をいただき、活動に反映させていきます。

■ CSR推進体制図 (2007年7月以降の新体制)



- グループCSR委員会の構成メンバーは、持株会社社長、CSR担当役員、取締役、監査役および主要事業会社社長とする。
- グループCSR委員会はリスクマネジメントほか、グループ全般のCSRに関する主要テーマを議論する委員会とし、グループ全体の最終責任者である持株会社社長を委員長とする。
- グループ品質保証委員会およびグループ環境委員会を持株会社内に新たに設置する。
- 情報開示委員会は、原則としてCSR関連の委員会とは別に機能するが、リスク案件対応等の場合はグループリスク管理委員会と協議・検討する。

リスクマネジメント／ コンプライアンス

キリンググループは、コンプライアンスをベースとしたリスクマネジメントの推進により、基盤となるCSRの取り組みのレベルアップを図っていきます。

リスクマネジメント推進の考え方

キリンビールは、クライシス（危機）発生後の対応に加えて、リスクを未然に防止することが重要であると考え、2003年よりリスクマネジメント体制を強化しました。リスク管理委員会を設置して、グループリスク管理規定を制定したほか、全部門・事業場が一次防御、リスク管理委員会が二次防御、内部監査部門である経営監査部が三次防御として機能するよう、全員参画型のリスクマネジメント体制を構築しています。

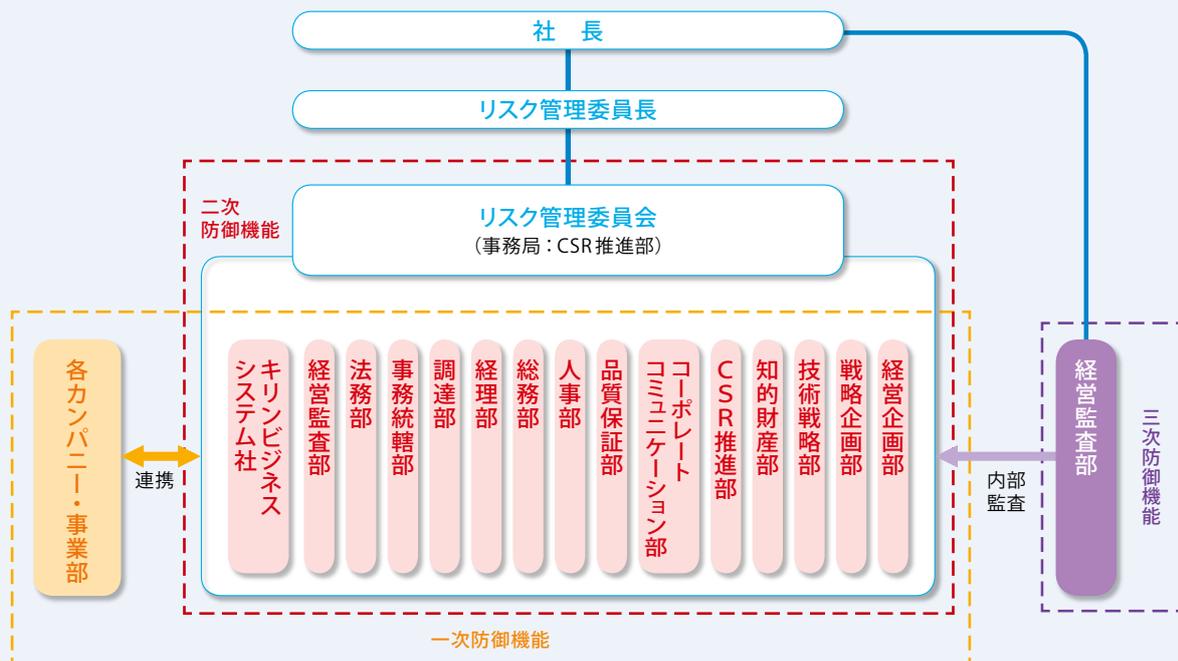
実際のリスクマネジメント活動は、「リスクマネジメントシステムマニュアル」に従って実行しています。各部門は、「外部環境リスク」「戦略（意思決定）リスク」「プロセスリスク」の3種類から構成されている「リスクモデル」を

使って、想定されるリスクの洗い出しを行います。その各リスク項目について重要度（発生確率×影響度）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、部門ごとに事業計画に組み込み、リスクの未然防止と低減に取り組んでいます。各部門の取り組み状況は事務局がPDCA（Plan, Do, Check, Action）ミーティングで確認し、毎年取締役会に報告しています。

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どう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を行うことにより、内部統制の整備・運用状況を確認しています。

■リスク管理委員会組織図（2007年3月28日現在）*



*2007年7月に新体制に変更予定

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すすめています。2005年に「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。

また、首都圏で大規模な地震が発生した場合の、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）を策定し、既存の地震対策を再編統合して「本社震災対応マニュアル」としてまとめました。

グループ会社でも、リスクマネジメントシステムを導入している会社を中心に、クライシス発生時の対応について、体制を整備しています。

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！

グループ会社の取り組み

グループ会社については、2006年より22社でリスクマネジメントシステムを導入しました。これらの会社では、グループ会社向けの「キリングループリスクマネジメントシステムマニュアル」に従って、リスクマネジメントを実行しています。

今後は、2009年までにキリングループ全体でリスクマネジメントが機能するよう、体制を整備していきます。そのために連結会社を中心に対象を拡大して、リスクマネジメントシステムを導入し、PDCAを実行していく計画です。

クライシスの再発防止について

未然防止活動を推進しておりますが、誠に残念ながら、この1年間で、個人情報の紛失、ラベル等の誤表示などのクライシスが発生しました。関係者の皆様には、多大なご迷惑をおかけしたことを深くお詫びいたします。それぞれ情報開示を行うとともに、原因調査と再発防止策を実施いたしました。特に、個人情報保護については、2006年7月に緊急会議を開催し、各職場で個人情報の取り扱いルールを確認することにより、全従業員に徹底しました。

また、2007年2月には、クライシス未然防止のための職場ミーティングを実施し、事例を題材に各職場の問題点について話し合いを行いました。今後とも、未然防止に向けて継続して取り組んでまいります。



個人情報保護の緊急会議

コンプライアンス推進の考え方

キリングroupでは、コンプライアンスを企業経営の基盤となる重要な取り組みのひとつと位置付け、様々な活動を行っています。その一環として、2003年にキリンビールは、法令の遵守に加え、社会から倫理的に求められる具体的な行動を掲げたコンプライアンス・ガイドラインを制定しました。これを参考に主要なグループ会社でも、それぞれのガイドラインを制定しています。

また、従業員一人ひとりが、コンプライアンス・ガイドラインの具体的な内容について、より身近にとらえ、理解して行動できるよう、「The RULE.」というハンドブックにまとめ、「行動のセルフチェック」を記載した携行カードと併せて従業員全員に配布しています。

グループ全体のコンプライアンスの取り組みは、「グループCSR委員会」が推進・統括しています。また、各部門・事業所・グループ会社の取り組みは、リスクマネジメントの一環としてPDCAのサイクルでマネジメントを行っています。



ハンドブック
「The RULE.」

携行カード

コンプライアンス研修

キリングroupでは、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であると考え、コンプライアンス研修の充実を図っています。

2004年よりコンプライアンスに関する研修体系を整備し、ケーススタディー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）の2種類を導入しました。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。

2006年は、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プログラムを開発して、全事業所で研修を実施しました。また主要なグループ会社でも、研修を实

施しています。コンプライアンス研修は今後も毎年継続して実施していきます。



研修の様子

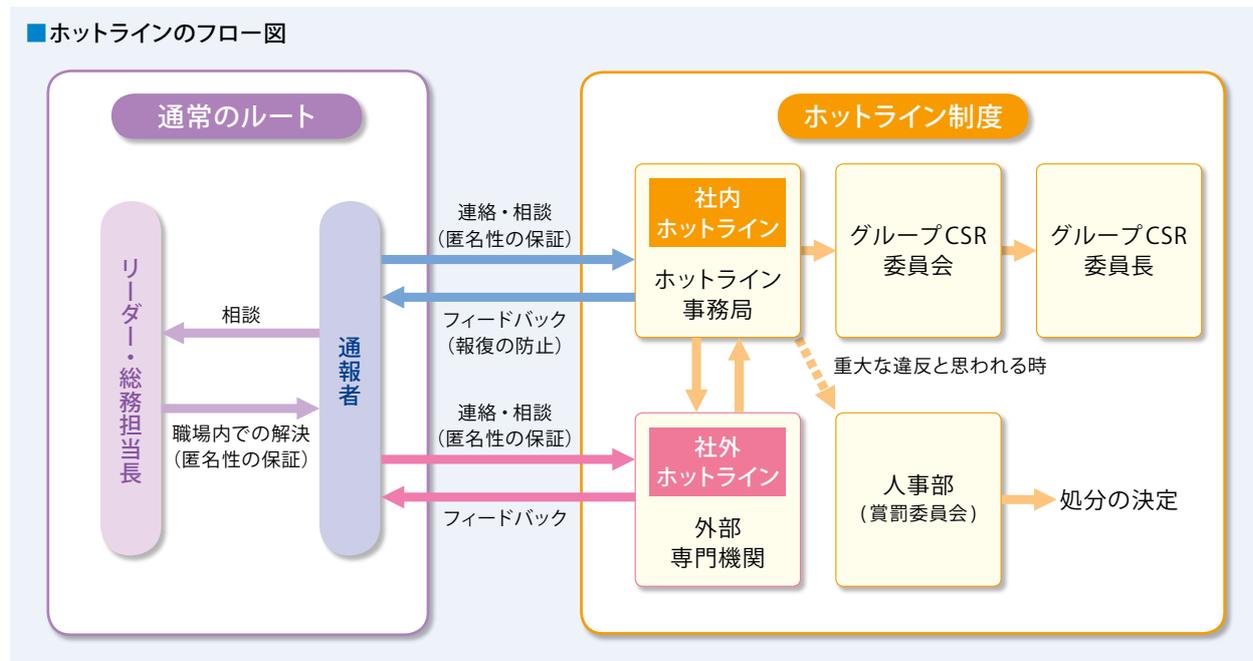
内部通報制度（ホットライン）の整備

キリンビールと主要なグループ会社では、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、社内の担当者が窓口を務める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の2種類があります。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・社外を合わせたホットラインの利用件数は、2004年が16件、2005年が12件、2006年が18件でした。

■ホットラインのフロー図



今後のグループとしての展開

現在のキリンビールのコンプライアンス・ガイドラインをベースに、2007年にはキリングroupとしてのコンプライアンス・ガイドラインを制定します。その際、ハンドブック「The RULE.」も改訂して、グループ会社の従業員全員に配布する予定です。

ホットラインは、連結会社を中心に対象を拡大して導入し、社外ホットラインをグループ共通で運用する体制に移行します。研修についても、同じく対象を拡大して実施していきます。各グループ会社の取り組みは、PDCAサイクルでマネジメントし、レベルアップを図っていきます。

担当者の声

全社的にリスクマネジメントに取り組みます

当社は、これまで独自の危機管理システムに基づきクライシス対応強化を中心に活動してきましたが、2006年度から未然防止の観点を取り入れた、リスクマネジメントシステムを新たに導入することとしました。

2007年度は、より精度の高い仕組みを導入して、ステップアップを目指します。お客様により安心して当社の商品をお取り扱いいただけるよう、リスクマネジメントを全社的な取り組みとして、今後さらに徹底していきたいと考えています。

キリンフードテック株式会社
管理部 総務担当
木村 裕



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

キリングループの財務ハイライト

キリングループは、国内酒類事業をベースとし、国際酒類事業、清涼飲料事業、医薬事業の各分野において安定した利益を確保することが企業存続のために不可欠であると考えています。

2006年の経営成績

キリングループは、「2004年-2006年キリングループ中期経営計画」の最終年度に当たる2006年、キリンブランドの価値向上に引き続き取り組み、開発・提案型の企業グループへの転換を強力に推進しました。また、従来の延長線にとどまらない飛躍的な成長の実現を目指すため、キリングループ長期経営構想「キリン・グループ・ビジョン2015」を発表しました。

当連結会計年度の国内酒類業界は、少子高齢化や嗜好の多様化、酒税改正、冷夏などの影響もあり、総市場は

縮小しました。一方、新ジャンル*市場の総市場に占める割合が、約20%(2005年度比+4%)と大きく成長し、ビール、発泡酒、新ジャンルを合わせた市場で3カテゴリーの新たな構成が定着しつつあります。キリンビールの業績は、酒類事業部門において発泡酒、新ジャンル商品を中心に販売数量が前年を上回ったことなどにより、連結売上高および利益とも増加しました。

*ビールに近い風味を有する「その他の醸造酒(発泡酒)①」「リキュール(発泡酒)①」のことを指す

■2006年経営成績

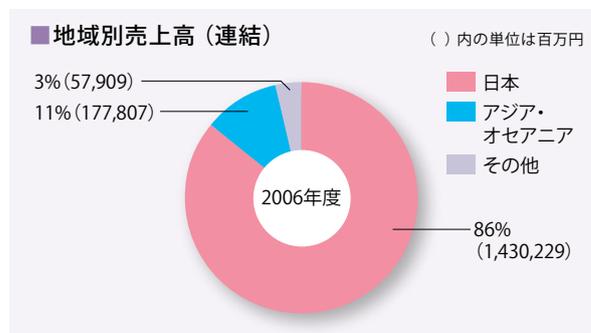
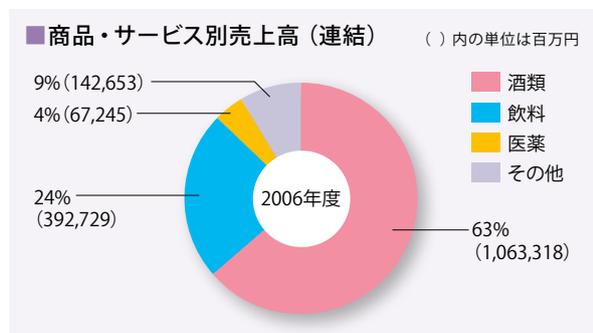
(単位:億円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
連結	16,659	1,163	1,208	535
単体	9,607	599	881	546

キリング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グループの経済的付加価値は、原材料の仕入れ、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以下の通りです。



キリンググループ（連結）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、2007年報告からはキリンググループ全体における状況の把握に努めました。

キリンググループの収益は、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、清涼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、キリンググループにおける経済的付加価値としています。2006年会計期間における経済的付加価値額は約2,051億円でした。

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、役員、地域社会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

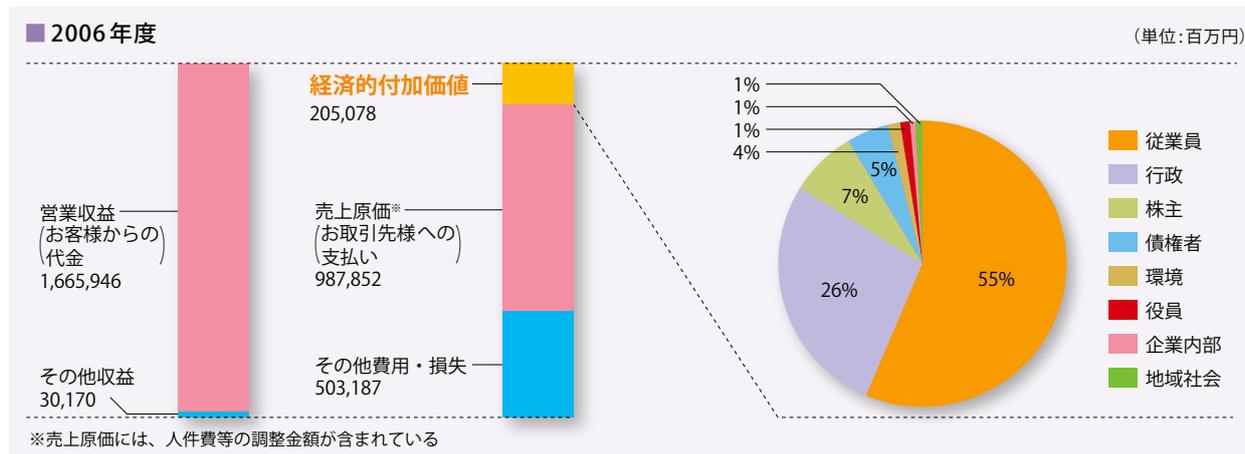
ステークホルダーとの経済的かわりを金額ベースで表すことによって、現時点での分配状況を把握し、これを継続していくことでバランスの良いステークホルダー分配を実現していきます。

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（連結）

項目	金額 (百万円)	主な項目
従業員	111,760	人件費
行政	54,033	法人税等、租税公課
株主	14,820	配当金
債権者	9,736	支払利息
環境	8,803	環境保全コスト*
役員	2,702	役員報酬、役員賞与、役員退職慰労金
企業内部	1,907	剰余金増減
地域社会	1,317	寄付金
合計	205,078	

※環境保全コストのみ単体の数値



社会との 共生を目指す



キリングループの社会性報告 ①

目標と実績

今回のレポートより社会性報告に関する取り組みの目標と実績を掲載しています。
取り組みの現状と課題を今後も継続して掲載することで、取り組みの推進に役立てていきます。

■目標と実績表

分野	2006年度の目標と課題	評価	2007年度の目標と課題	掲載ページ
お客様・お得意先様とのかかわり	<ul style="list-style-type: none"> 「お客様への約束」の制定とホームページなどでの公開 お得意先様との双方向コミュニケーションの推進 	☺☺	<ul style="list-style-type: none"> お客様の声をいかした改善への取り組み推進 お得意先様との双方向コミュニケーションのさらなる推進 	27
品質へのこだわり	<ul style="list-style-type: none"> 「品質事故報告規準」の制定 品質事故未然防止のための取り組み 	☺☺	<ul style="list-style-type: none"> 重大品質事故の発生を防止 「品質本位」の醸成 キリングループQMSの向上 	30
アルコール飲料企業としての責任	<ul style="list-style-type: none"> 倫理委員会による自主基準に基づくチェックの徹底 適正飲酒啓発活動の推進 	☺☺	<ul style="list-style-type: none"> 倫理委員会による自主基準に基づくチェックの徹底 適正飲酒啓発活動の展開 (Webサイト更新他) 	32
株主様・投資家様とのかかわり	<ul style="list-style-type: none"> 株主様、投資家様との双方向コミュニケーション促進 (発信情報の充実、市場の声を経営陣にフィードバック) 	☺☺	<ul style="list-style-type: none"> 株主様、投資家様との双方向コミュニケーション促進 (発信情報の充実、市場の声を経営陣にフィードバック) 	34
お取引様とのかかわり	<ul style="list-style-type: none"> 「調達の基本方針」に基づいた調達活動の実施 「CSR調達ガイドライン」の制定とホームページなどでの公開 	☺☺	<ul style="list-style-type: none"> 「CSR調達ガイドライン」への取り組み状況に関するお取引先様への調査の実施 	35
いきいきと働ける職場づくり	<ul style="list-style-type: none"> 女性の活躍推進 	☺☺	<ul style="list-style-type: none"> キリン・ウィメンズネットワーク (キリンビール女性社員による横連携組織) の立ち上げ キリン版ポジティブアクションの着実な実行 	36
	<ul style="list-style-type: none"> 人材育成プログラムの拡充 	☺☺	<ul style="list-style-type: none"> “人”重視の経営に基づいた人材育成プログラムの拡充 	
	<ul style="list-style-type: none"> 安全で働きやすい職場づくり 	☺☺	<ul style="list-style-type: none"> 安全で働きやすい職場づくりに向けてのさらなる推進 	
社会とのかかわり	<ul style="list-style-type: none"> 人権啓発活動の推進 (人権研修の事業所実施率 97.3%) 	☺☺	<ul style="list-style-type: none"> 人権啓発活動の推進 (人権研修の事業所実施率 目標100%) 	39
	<ul style="list-style-type: none"> アジア食糧問題解決支援他の社会貢献活動の推進 スポーツ支援、食文化振興を中心とした文化的活動の展開 	☺☺	<ul style="list-style-type: none"> 地域に根ざした社会貢献活動の推進 キリングループでの食文化活動の広がり 	

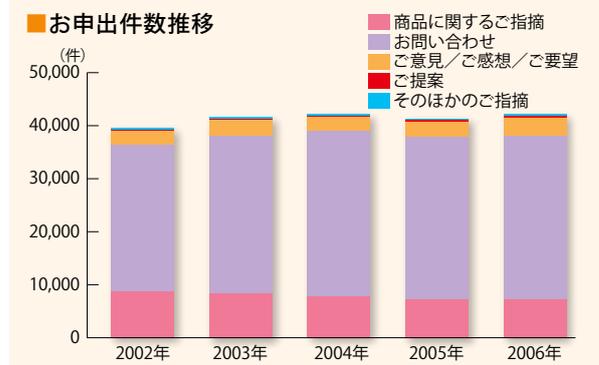
☺☺: 目標通り ☺: 目標以下

お客様・お得意先様とのかかわり

様々な活動において「お客様本位」「品質本位」を実現し、お客様のさらなる満足の向上に貢献できるよう努めます。そのために、お客様とのコミュニケーションを大切にし、お客様の声を企業活動に反映させていきます。また、お得意先様とも協力しながらお店づくりをすすめています。

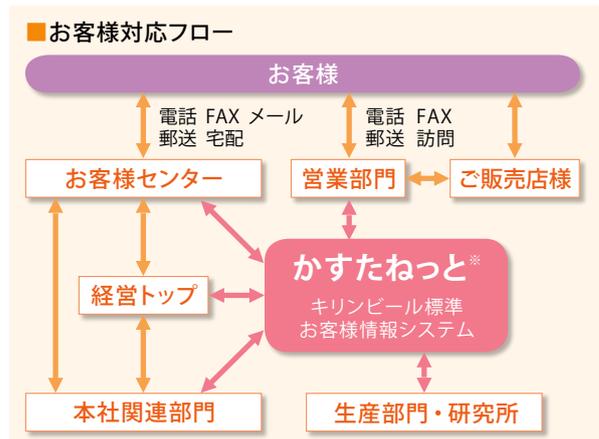
2006年度の状況

2006年度キリンビールでは、お客様センターへのお電話やメールなどによって、約41,000件のお申し出をいただきました。総数では2005年度とほぼ変わらない状況です。お申し出の内訳をみると、商品やキャンペーン情報を中心とした「お問い合わせ」が全体の75%を占め、前年とほぼ同数の声をいただきました。特徴的なのは、キリングroupへの「ご意見・ご感想・ご要望」といった声が前年比で120%と増加し、主力商品群に対してだけでなく、他事業や企業活動全般に関してのお声を多くいただいたことです。



全社を挙げたお客様本位の実践

キリンビールお客様センターでは、“お客様へのお約束”として、「基本方針」・「行動指針」・「社内規則」を制定し、ホームページ等でも公開しています。また、お客様に対して公平・公正かつ迅速に、誠意を持って対応するよう心掛けています。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お申し出は、すべてを社内でもって公開して、経営トップをはじめ従業員全員が共通の認識を持ち、より良いお客様本位の実現の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」の解決に向けた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、対応したお客様にアンケート調査を実施して、その対応についての満足度ならびにご意見をうかがっています。受付時や訪問時の従業員の対応から、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段階で評価し、さらに全般に対する自由記述欄に記載いただいています。いただいたご意見を参考に、それぞれの対応の改善につなげることをその目的としています。

具体的改善事例

麒麟ビールでは、お客様の声をヒントに様々な商品やサービスの改善に取り組んでいます。一例として、これまでに缶ビール類の6缶パックの板紙（商品の梱包紙）について、「6缶パックからビールが取りづらくて……」「紙パックの切れ跡が鋭くて手に当たると痛い」「とがった部分があり、ひっかかって危ない」といったお声を反映し、新しい6缶パックに改良しました。最初の1缶を取り出しやすくするための工夫、鋭角な角が残らないようミシン目の向きを変更、とがった部分に丸みをつけました。これらの改善によって、お客様の声の反映とともに、使用する紙材も軽減することで環境負荷の低減も図りました。



お客様先様に対する方針・考え

麒麟ビールでは「誰よりもお客様の近くに。そして、もっと豊かなひとときを」を方針とし、お客様の共感や課題解決を念頭においた活動を行っています。社会との共生を重んじ、安全、安心な商品の提供にとどまらず、商品の新しい楽しみ方や、興味を引き出すといった価値を提

案する企業として、高く評価していただくことを目指しています。例えば、料飲店では「もう1杯飲みたい」と思っただけのおいしい生ビールの提供を、販売店では多種多様な商品から選ぶよこびを感じていただけるお店づくりを、お客様と協力しながらすすめています。

ドラフトマスターズ・スクール

料飲市場でおいしい生ビールをお客様に提供していただくため、麒麟・ドラフトマスターズ・スクールがあります。新ドラフトポリシー「感動品質」をお届けするため、生ビールの達人を育てる料飲店様向けの生ビールの学校、それがドラフトマスターズ・スクールです。お客様においしい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料飲店様にお伝えしています。受講者は22万人を超え、全国で生ビールの達人「ドラフトマスター」として生ビールの「おいしい、楽しい、うれしい」をお客様にお届けしています。



麒麟・ドラフトマスターズ・スクール受講の様子

「麒麟満点生の店」 六つのお約束

- 🍺 麒麟・ドラフトマスターズ・スクールを卒業した「樽詰生の達人」が注いだ樽詰生をご提供いたします。
- 🍺 樽詰生ディスペンサー（機械）を毎日洗浄し、樽詰生の本当のおいしさを追求いたします。
- 🍺 樽詰生の鮮度を重視し、開栓後2日以内の樽詰生をご提供いたします。
- 🍺 温度管理を徹底し、炭酸ガス含有量を最適に維持いたします。
- 🍺 他の食器とジョッキを分けて洗浄いたします。
- 🍺 開店前に必ず味覚チェックを行い、味覚・品質とも万全の樽詰生をご提供いたします。

料飲店様との取り組み

キリンビールは、料飲店様と共同で、お客様にビールとおいしい料理の組み合わせを楽しんでいただくこともご提案しています。テレビのCM映像で「全国のうまいもの」をテーマにこだわりの食材と「一番搾り」のあるシーンを放映したのも、その取り組みの一つです。ある料飲店様からは「自慢の比内地鶏を一番搾りと一緒にお客様に楽しんでいただきたい」とのお話があり、食欲をそそるオリジナルメニューの作成やポスターの展示をご提案させていただきました。料飲店様を訪れたお客様にテレビCMを話題に盛り上げていただき、おいしいやきとりと「一番搾り」に多くの笑顔を頂戴しました。

今後もお客様に喜んでいただけるよう、料飲店様と協力して取り組みを継続していきます。



料飲店様との打ち合わせの様子



ご提案資料の一例



販売店様との取り組み

お買い物に来られるお客様に対して、店頭を通じた関係だけでなく、販売店様と共同で何かお伝えできないかと考え、2006年11月大手販売店様で、「女性のためのワイン教室」を開催しました。フランス産新酒「ボージョレヌーヴォー」の解禁を前に、ワインの基礎知識の講義と試飲、ワインと料理のマリアージュを経験していただく企画でした。新酒解禁後、販売店様のチラシに「旬の食材を使用したお料理」として掲載予定のメニューをご用意し、ワインと料理をお試しいただきました。「普段できない飲みくらべができた」「ワインと合う料理がわかった」など体験型の内容に、高い評価をいただきました。今後も幅広いお客様に楽しんでいただける取り組みを継続していきます。販売店の皆様と一緒に、いつもお客様の近くで様々な「絆」を育み、「食と健康」のよろこびを提供していきます。

病院との取り組み

キリンビール医薬カンパニーでは、医療医薬品の販売を行っています。医薬品の品質には、薬剤そのものの優れた品質だけではなく、その製品に関連した有益な最新情報も含まれると私たちは考えています。MR（医薬情報担当者）はスペシャリストとして、「患者さんの生命を第一に考え、医薬品の適正使用に必要な情報を提供する」という基本姿勢に立ち、最新の医学情報の収集にあたる学術担当者のバックアップのもと、医療機関への情報提供活動を行っています。また医療の現場からの最新ニーズを社内にフィードバックし、研究開発にいかす仕組みを構築するなど、医療関係者の皆様との双方向コミュニケーションを大切に、さらなる信頼の獲得に努めています。

担当者の声

より多くのお客様の声に向きあっていきます

私どもが、日々お客様から直接おうかがいできる声は、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、より良いお客様本位の実現のためには、これをさらに一歩すすめて、声にならないお声をいかに感じとり、伝え、いかしていくかが重要であると考えています。

キリンビール株式会社
コーポレートコミュニケーション部
お客様センター所長

川上 洋



品質へのこだわり

お客様に安心して楽しんでいただける商品を提供するために、キリングroupでは商品企画の段階から一貫した品質保証システムの確立と整備に全力をあげています。商品づくりとサービス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能力を向上させていきます。

品質マネジメントシステム

キリングroupでは、企業経営の基盤となる重要な取り組みである品質保証の機能向上のため、2006年3月末にグループ本社内に品質保証室（2007年3月品質保証部に改組）を設置し、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などの機能を強化しました。

キリングgroup全体の商品・サービスなどの品質を高度に保証するために、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。

食品製造に携わる各社の品質マネジメント全般を、グループ各社とキリンビール品質保証室の両方で評価を行い、現状レベルを確認し、課題を抽出してPDCAサイクルを回すことで、品質マネジメントシステムの継続的改善

を図っています。

さらに、2002年からは「品質マネジメント評価項目シート」を用い、各社の現状評価・監査を行っています。グループ内でマネジメント事例を共有化するとともに、この評価項目に基づき、年に数回キリンビール品質保証室がグループ各社を訪問して、独自の評価シートを用いて現状・課題・改善状況を確認しています。

また、事故情報を共有化し、類似事故の再発防止策を水平展開していくため、品質事故報告基準を制定しました。事故情報の結果を「品質事故事例集」としてまとめ、掲載された事例はグループ各社で再点検し、類似事故防止策を策定・実行しています。

キリングroup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、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。

担当者の声

お客様の笑顔がやりがいです

食品を取り巻く環境は、昨今、厳しさを増しています。私ども食品製造にかかわる者にかかる責任も、それにあわせ日々高まっています。

お客様が最も求めるものは「安心できる商品」です。そのために私どもはグループをあげて企画から販売・サービス・情報開示に至るあらゆる場面で全力を尽くしていきます。お客様の笑顔が私の「やりがい」です。

キリンビール株式会社
品質保証部
折下 巧



調達工程での品質管理の徹底

品質管理のための規格の整備

食品事故を契機として2003年には食品安全基本法が制定され、それに伴い食品衛生法が大きく改正されました。2006年5月29日からは、残留農薬のポジティブリスト制度*が施行され、要求される原料の安全性水準はますます高まっています。

キリンググループでは、遺伝子組換え食品、アレルギー食品、食品添加物、残留農薬（動物医薬品、飼料添加物を含む）、環境ホルモン（内分泌攪乱物質）、牛肉（BSE）、放射線照射、かび毒といったお客様の関心の高い個別8項目を対象にして、キリンググループ品質ガイドライン（原材料・表示編・非自社製造編）を制定し、法改正、環境変化に合わせ毎年見直しを図っています。

2007年度は、品質基準を作成し、グループ全体の品質保証のレベルを高めていきます。

*ポジティブリスト制度：一定量以上の農薬等が残留する食品の販売等を禁止する制度

原料仕様の充実と品質の重視

麦芽・ホップなどのビール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、お取引先様の供給する原料が、キリンビールの望む品質を満たしているかについて、麦芽やホップなどすべての原料の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確実に確保するために、供給については複数の地域

から輸入を行うように計画しています。

また、業界で唯一、海外にモルト製造を担うキリンオーストラリア社を設立、安全で高品質のモルトを確保しています。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。

原材料の安全性評価

国内酒類カンパニー生産本部品質保証部に「酒類品質保証センター」を設置し、国内酒類事業にかかわる品質保証機能を一元化しています。同センターでは、キリング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技術を駆使し、商品のみならず、原材料までさかのぼって分析・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・導入をすすめています。

原料としての水へのこだわり

「水」はビールをはじめとする様々な商品の製造にとって大変重要な原料です。工場では、商品となる水はもちろんのこと、製造工程で様々な用途で使用される水についても、活性炭処理を行うなどとともに、徹底した官能評価と分析によりその品質について確認をしています。さらに、水の安全性については、「酒類品質保証センター」でも定期的に分析を行っています。

製造・出荷工程での品質管理

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の認証を取得しています。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、工程の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、品質の高い商品づくりの追求、品質や鮮度を保持する包装資材や製品化への技術、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。

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roup全体で社内教育啓発にも力を入れています。

アルコール問題に対する基本方針と考え方

問題飲酒の防止には、アルコールという飲み物の特徴・身体に与える影響などについて正しい知識を幅広く普及啓発することが重要です。そのために、問題飲酒の予防を行政・医療・教育・企業が連携して、地域全体で問題飲酒をさせない風土をつくっていく必要があります。また、未成年者飲酒をはじめとする問題飲酒について、親子や家庭で話し合う時間をつくることも非常に大切なことです。

2006年は多くの痛ましい飲酒運転事故が発生しました。様々な問題飲酒は、大半が問題を起す本人に被害がおよびますが、飲酒運転事故は何の罪も無い人が巻き込まれる、非常に悲惨かつ許されない問題飲酒です。キリン

ビールでは、飲酒運転防止に向けた様々な取り組みを行っています。全国の料飲店への「飲酒運転・未成年者飲酒防止」ポスター・ステッカーの配布や、全酒類の店頭試飲会の中止、テレビをはじめとする広告媒体では、「飲酒運転は法律で禁止されています」という警告メッセージを発信しています。工場見学来訪者にはのぼり旗・ポスター・運転者ワッペン貼付など徹底した予防策を行っています。

また、従業員への取り組みとして、すべての営業車にアルコール検知器を装備しています。社会全体での飲酒運転撲滅への取り組みに、キリンビールも積極的に参画していきます。

■アルコール関連問題に対する基本方針

【基本方針】	キリングroup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】	<ol style="list-style-type: none"> 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。 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。 <ul style="list-style-type: none"> ●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 販売活動にあたっては、法令、キリングgroup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。 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みます。

■適正飲酒や問題飲酒防止の啓発活動

(2006年12月現在)

	媒体	仕様等	配布開始年月	主な対象	累計配布数
お酒と健康ABC辞典	小冊子	A5判49ページ	1996年 4月	全般	5,860,000部
飲酒と健康(学校篇)	CD-ROM		2000年 1月	中学校	182,000部
飲酒と健康(一般篇)	CD-ROM		2000年 1月	一般成人	14,000部
未成年者とアルコール	VHSビデオ	23分	1993年 2月	高校・大学	33,000本
改訂版 未成年者とアルコール	VHSビデオ	26分	2005年12月	中学校	21,000本
改訂版 未成年者とアルコール	DVD	英語・中国語・日本語スーパー	2006年 2月	海外・聴覚障害者	—
わかってナッ得、お酒と健康	WEB	キリンビールホームページ http://www.kirin.co.jp/about/knowledge/health/	2002年12月	全般	—



お酒と健康 ABC辞典



未成年者とアルコール



わかってナッ得、お酒と健康

広告・宣伝における自主基準の遵守

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・宣伝活動にお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、倫理委員会で自主基準に基づいたチェックを厳格に実施しています。また、自主基準も世の中の動向を把握し、常に見直しを行い体制の強化に努めています。

自主基準は今や日本だけでなく世界的な見地で議論される時代となっています。キリンビールは世界的なアルコール飲料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アルコール関連問題に対応しています。

■自主基準例

未成年者飲酒防止や妊産婦に配慮した広告・表示

〈自主規制〉

広告・宣伝については、媒体ごと、その内容や視聴者、購読者の対象年齢などを考慮して自主的な規制を行っています。

- (例) ● 未成年者にアピールするキャラクター (サンタクロース、トナカイなど) やタレントは使用しない
 ● 未成年者を広告のモデルにはしない
 ● 酒類を清涼飲料と誤飲させる表現を使用しない

特定非営利活動法人ASK (アルコール薬物問題全国市民協会) 代表 今成 知美様からの提言

「百薬の長とはいえず、万の病は酒よりこそ起これ」と、吉田兼好は徒然草に書いています。「一杯は人酒を飲み、二杯は酒酒を飲み、三杯は酒人を飲む」と言ったのは千利休。それは、嗜好品であるアルコール飲料が、同時に致酔性・依存性・臓器毒性をもつ「薬物」でもあるためです。私たちが酒類メーカーに求めたいのは、この「自覚」なのです。

とくにハイリスクなのが女性と未成年者。女性は、男性の半分の酒量・半分の期間でアルコール依存症や肝臓病になる恐れがあり、妊娠中の飲酒が胎児に障害を与えるという特殊なリスクもあります。でも、多くの若い女性たちはそんなことは知らず、男性に伍して飲んでいきます。

女性向けのCMを作るなら、同時に女性が負っているリスクを伝えてください。キリンビール社は、いち早く酒類試飲会を中止したり、氷結の妊産婦注意表記を大きくする等積極的に取り組んでいますが、さらに「自主規制」で業界をリードくださるよう大いに期待しています。



担当者の声

問題飲酒防止に従業員全員で取り組みます

啓発冊子の無償配布を中心とした活動から、事業活動そのものに問題飲酒防止の視点を組み込むことにより、啓発活動・予防活動を担当部署だけでなく従業員全員で取り組んでいきたいと思っています。また、お客様との最終的な直接的な接点である販売店様や料飲店様との連携した活動の展開を進めてまいります。

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
 (現 CSR推進部)
 東 淳



株主様・投資家様とのかかわり

キリンビールの株主様は、国内外の機関投資家や個人、事業法人、金融機関など幅広い構成になっており、さらなる企業価値の向上に向け、株主様・投資家様との積極的な双方向コミュニケーションに努めています。株主様・投資家様の求める情報発信にとどまらず、いただいた声を経営判断にいかすなど、市場との対話に積極的に取り組んでいます。

ディスクロージャーポリシー（開示方針）

キリンビールでは、株主様、投資家様に対し、透明性、公平性、継続性を基本に迅速な情報提供に努めています。関連する法律などに準拠した情報の開示に努めるほか、当社を理解していただくために有効と思われる情報について、タイムリーかつ積極的な情報開示に努めています。なお、2006年1月には、内部統制システム構築の一環として、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（委員長：財務担当役員）を設置しました。



株主・投資家様とのコミュニケーション

経営計画や、決算の発表などにおいては、株主様や投資家様の関心事項を踏まえて説明を実施。社長ほか経営陣が出席するアナリスト向け説明会の開催や、IR担当者による個人投資家向けセミナーへの参加などにより、直接、株主様・投資家様との対話を図り、そのご意見を次の計画に役立てています。また、より多くのステークホルダーの方にキリングroupを

理解していただけるよう、決算や事業計画のアナリスト向け説明会の模様をホームページで同時中継、オンデマンド配信しています。2006年からは四半期ごとに経営トップによるインタビュー動画を配信するなど、分かりやすさに努めています。

WEB IR 情報
<http://www.kirin.co.jp/company/irinfo/index.html>

SRI 認証について

近年社会的な関心が高まっている「社会的責任投資 (Socially Responsible Investment)」について、キリンビールは、米国の Dow Jones Sustainability Indexes、ベルギー

の Ethibel Sustainability Index、英国の FTSE4Good Global Index の国際的な SRI インデックスや、国内のモーニングスター社会的責任投資株価指数に組み込まれています。



キリンビール株式会社
 コーポレート
 コミュニケーション部
 IR 室
 安藤 亮

担当者の声

コミュニケーションを大切にしています

株主様・投資家様とのコミュニケーションの重要度がますます増加しています。2006年に発表した長期経営構想や、2007年から2009年の中期経営計画では、市場の期待を踏まえて経営目標や財務戦略を策定しました。今後も常に市場との対話を心がけ、キリングroupの姿を等身大に伝え、企業価値の向上に貢献していきます。

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引引き」「法令・倫理の遵守」「相互の信頼と繁栄」という基本的考えから構成されるキリングroup「調達の基本方針」に基づき調達活動を実施しています。さらに、お取引先様にご支援・ご協力いただきたい事項をキリングgroup「CSR調達ガイドライン」として制定しています。

お取引先様との信頼関係に基づいた調達活動

価値のある商品・サービスを提供するためには、お取引先様との信頼関係に基づいた調達活動が大切だと考えています。キリングgroup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しています。

CSR調達推進のために

2006年は、お取引先様にご支援・ご協力いただきたい事項を「CSR調達ガイドライン」としてとりまとめました。お取引先様に、安全性や環境・社会的責任についての当社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。「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「CSR調達ガイドライン」を通じて、お取引先様とともに、調達活動における社会的責任を果たしていきたいと考えています。今後は、お取引先様に対して「CSR調達ガイドライン」への取り組み状況に関する調査を行い、CSR調達の実効性を高めていきます。



WEB 調達の基本方針
<http://www.kirin.co.jp/active/purchasing/>
 CSR調達ガイドライン
<http://www.kirin.co.jp/active/purchasing/csrgl/>

お取引先様とともに取り組む環境負荷低減

お取引先様と協働で、びん・缶・ペットボトルなどの包装資材の軽量化に取り組んでいます。また、物流での環境負荷を減らすために、原料運搬用大型コンテナの使用拡大などの取り組みをすすめています。

担当者の声

お取引先様と協働で取り組んでいきます

環境負荷低減活動、品質向上への取り組みなどについては、お取引先様との協働活動によって実現を果たしています。CSR調達についてもお取引先様と協働して推進し、キリングgroupの枠を越えたサプライチェーン全体で取り組んでいきたいと考えております。

キリンビール株式会社
 調達部
 縣 聖二



いきいきと働ける職場づくり

「人間性の尊重」という考え方を基本に、従業員と会社間にイコールパートナーの関係を構築しています。成長意欲を持つ、多様な従業員がいきいきと働くための職場づくりをすすめています。

従業員に対する考え方

キリンビールでは、「人間性の尊重」という考え方をもとに、人事に関する仕組みの改革に取り組んでいます。「人間性の尊重」とは、「自ら成長し、発展しつづけていく従業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。また、従業員と会社は仕事を介してつながっている対等なものだと考え、成長意欲を持つ従業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

社として期待する従業員像（「自律した個」であること）を明らかにしました。

このほか、従業員一人ひとりが企業活動を行ううえでの行動規範であるKIRIN WAY（P.8参照）を、人事制度の基本に据えて人事評価等の面で活用しています。

こうした取り組みをすすめることが、従業員一人ひとりの自主性、創造性発揮に資するものとなり、よりいっそういきいき働くことができると考えています。

■従業員に対する基本的な考え方



■キリンビールの雇用の状況

(2006年12月31日現在)

従業員数	男性：3,906人 女性：1,134人	平均勤続年数	16.3年	経営職の状況	男性：1,271人 女性：26人
平均年齢	40.4歳	平均年間給与	8,828,977円	障害者の雇用	129人（雇用率：2.02%）

■ キリン社の人事各種制度

(2006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17件、応募55人、合格11人
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 12.6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66人
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44人(累計462人)、 介護休業4人(累計45人)、 ボランティア休業0人(累計7人)
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

人材育成プログラムの拡充

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、従業員育成プログラムの拡充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従業員を対象とした「チャレンジプログラム」の実施、「自己啓発制度」の展開など、従業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、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」などを実施しています。また、グローバル展開を踏まえて、グローバルビジネスに必要な基本能力の向上にも取り組んでいます。

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。

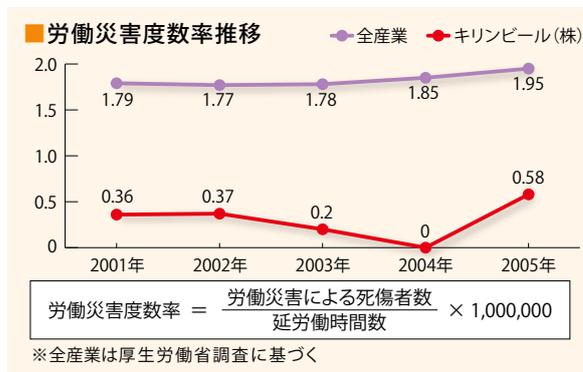
安全な労働環境

「従業員一人ひとりが自主性・創造性を発揮し、仕事への誇りとやりがいを持って働くことができる場を創る」というグループ行動宣言に即した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、特に危害要因の事前評価と、許容できない危険源への対策を計画的に実施しています。

労働安全衛生マネジメントシステム

取手工場で2000年に労働安全衛生マネジメントシステムの国際標準規格OHSAS18001認証取得したのを皮切りに、2006年までに全11ビール工場とキリンディスティラリー(株)富士御殿場蒸溜所で、中央労働災害防止協会方式適格OSHMS認定を取得し、安全衛生に積極的に取り組ん



でいます。“安全衛生”をマネジメントシステムとして運用することにより、①トップの安全に対する意思を工場の全員に伝えられること ②全員参加の取り組みができること ③危害要因をアセスメントで未然に対策を講ずることがシステムとして確立でき、労働災害の未然防止に役立ちます。

働きやすい職場づくり

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。キリンビールでは、特に、長時間労働者に対するケアと、メンタルヘルスへの取り組みに力を入れています。

2006年4月からの改正労働安全衛生法の施行に伴い、「長時間労働者に対する医師との面談体制」の全社ルー

ルを策定し、時間外労働削減への取り組みと併せたケアを推進しています。メンタルヘルスに関しては、2006年度は日常的な予防施策に加え、メンタル面が原因で休職した従業員に対して、厚生労働省の指針に基づく職場復帰に関する社内諸手続きを再整理し、運用を開始しました。

労働組合との協調

2007年3月現在、7労働組合（約11,000人）で構成するキリングループの労働組合、キリン関連労働組合協議会は、「グループで働く仲間とその家族の幸せを実現するために、グループおよび各社の発展は必要不可欠である」という考えと、「労使共創」の考えに基づき、働く者の視点からグループ経営に対応すべく日々活動をすすめ

ています。

今後は、2007年7月の純粋持株会社制への移行を踏まえ、新たなグループ労使協議体制の構築やグループのCSRの推進などについて、労使で活発に意見交換をすすめて、従業員がいきいきと働ける、風通しの良い職場環境づくりに取り組んでいきます。

多様な人材が活躍する会社を目指して

社会や市場は目まぐるしいスピードで変化しています。その変化に対応するためキリンビールでは、先見性を持ちながら、お客様にとって価値のある商品や独創的な技術の開発をすすめるとともに、従来の考え方にとらわれない、より自由な発想や様々な価値観、多様な属性（性別、国籍、障害の有無等）を積極的に取り入れ、会社と従業員が互いの関係の中で、より成長していくことが大切であると考えています。

この考え方は、人権啓発の3本の柱である「人権啓発研修の推進」「公正な採用・選考」「明るい職場づくり」の基本方針にも沿ったものです。

2005年度は「ジェンダー」をテーマに人権研修を実施し、性別にこだわらず、誰もが自分の能力をより発揮できる職場環境づくりを意識面からサポートしてきました。

障害者の雇用は法定雇用率である1.8%以上を維持しています。2007年度は人権研修で「障害者」をテーマに取り組み、全社的に意識を高めていく予定です。また、グローバル化や少子化に伴って外国人労働者の比率が高まっていますが、採用や処遇等すべての面において本人の適性と能力で公正な対応をしています。

全社的にこのような意識と施策のレベルを少しずつ高めていくことで多様性の実現を目指しています。

➡詳しくはハイライト③「多様な人材がいきいきと活躍している会社となるために」(P.14) もご覧ください



キリンビール株式会社
人事部 企画担当
藤谷 淳

担当者の声

まずはリーダーの意識から

いきいきと働ける職場づくりを目指す、人事の仕組み改革での課題は、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思います。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、リーダーの意識強化が仕組み改革のポイントだと考えています。

社会とのかかわり

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・メセナといった社会貢献活動や、スポーツ支援、食文化振興に向けた文化活動を中心に展開していきます。

食にまつわる社会貢献活動

「食と健康」を事業領域とするキリングroupでは、「食」にまつわる歴史や文化を探究し、広くコミュニケーションしていくことで、社会・お客様の生活をより豊かなものにすることを目指しています。

主として、キリンビールはビール文化、キリンビバレッジは紅茶文化についての研究を深め、お客様にその文化的な側面にも触れて楽しんでいただく機会を提供しています。「食」を楽しむための情報をお伝えするセミナーや、歴史・文化を紹介する展覧会などを全国の工場で開催しているほか、ホームページ上でも「キリンビール大学」などのサイトを通じて情報を発信しています。代表的な取り組みである「ビール5000年の旅」探究プロジェクトでは、古代エジプトや中世ヨーロッパなど歴史上重要な位置付けを持つビールを研究・復元し、全国の工場でお客様が味覚評価する機会も提供しています。

これらの双方向コミュニケーションを通し、お客様とともに未来の食文化を考え、「食と健康」の新たなよるごびを提供する活動をすすめていきます。



復元された古代エジプトのビール（古王国時代・新王国時代）

ブルワリーツアー（工場見学）

キリンビールのビール工場は全国に11工場あり、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）を実施しています。ブルワリーツアーガイドの案内によるビール・発泡酒の製造工程の見学や、できたてのビールの試飲体験ができます。さらには、環境について楽しく学べる「エコブルワリーツアー」や「夏休み環境教室」、お子様から大人の方まで楽しんでいただける「クリスマスイベント」など様々なイベントも開催しており、地域の皆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。

2006年は全工場で約93万人のお客様にご来場いただきました。2007年には全国の工場で「ビールセミナー」も順次開催していきます。また、キリングroupの工場では清涼飲料（キリンビバレッジ（株）湘南工場、舞鶴工場）やウイスキー（キリンディスティラリー（株）富士御殿場蒸溜所）の製造工程の見学も実施しています。



ブルワリーツアー（工場見学）

途上国の食糧問題解決支援

1993年に創設した「国連大学キリンフェロースhip」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人の研究者をつくば市にある独立行政法人農業・食品産業技術総合研究機構 食品総合研究所に招いています。このプログラムは、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援助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ます。2007年3月までの15年間で、9カ国68人のフェローを支援しました。



2006年度
国連大学キリンフェロー

サッカーを中心としたスポーツ支援活動

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」として日本のサッカー界を支援しています。今後も日本のサッカー文化の創造に貢献するため、2007年から2015年までの契約を更新し、これまで支援してきたA代表、U代表、女子代表のほかにはフットサル代表、ビーチサッカー代表とすべての代表カテゴリーを応援していくこととしました。また、日本代表チームの支援とともに、全国のキリングループの工場場で応援イベントを実施するなど、ファンやサポーターと一緒に日本代表を応援する場・機会を提供していきます。さらには、子どもたちも含め、サッカーを愛する人たちに、ボールとサッカーに触れて楽しむ機会を提供するなど、次世代に向けた草の根活動や裾野の拡大を日本

サッカー協会と協働で展開していきます。また、サッカー日本代表とともに、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」を支援していきます。



©J-LEAGUE PHOTOS
キリンチャレンジカップ2006 10月4日 ガーナ代表戦 先発メンバー

その他の社会福祉活動

ハロー! ミッキー

従業員が持ち寄った本やCDをチャリティー販売し、その収益金をもと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て、従業員が1日サポートする活動を1994年より毎年数回行っています。

2006年までに計41回実施し、累計2,093人の施設の子どもたちを招待しました。これまで参加した従業員ボランティアは累計473人になりました。



キリンビール提供「カリブの海賊」ラウンジでの子どもたちと従業員ボランティア

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小・中学校などに「キリンこちち開花」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。

2006年度は、新川本社、栃木工場、岡山工場近隣の福祉施設や小・中学校にカーネーションやペチュニアの花苗を寄贈し、キリングroup従業員と一緒に植栽を行いました。今後も、各地の事業所で活動を継続していきます。



寄贈先の小学生と花苗を植栽

キリン福祉財団

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。



公募助成団体に対する贈呈式

キリン・コラボ倶楽部

キリンビールでは、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年より開始しました。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換算し、環境保護団体などに寄付しています。2006年度は、のべ約3,500人が参加し、約90万円を寄付しました。

活動内容は、キリンビールの水源の森づくりを含む地域の自然保護や空缶拾い・清掃、障害者の活動支援、地域の子どものためのスポーツ指導など多岐にわたります。

従業員とその家族がボランティア活動に関心を持ち、社会との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。



工場近隣の河川敷での清掃活動

担当者の声

食のよろこびを伝えていきます

キリングroupでは、お客様の食生活に溶けこんだ「ビール」や「茶」の奥深い魅力をお伝えし、食の楽しさや感動を通して、お客様の豊かな生活を提案しています。

今後もお酒や食に関する情報発信、食の新たなよろこびの提案、「国連大学キリンフェローシップ」によるアジアの国々への研究支援など、グローバルな視点で未来につながる食文化振興に取り組みます。

キリンビール株式会社
コーポレート
コミュニケーション部
黒川 さつき



地球環境保全を 推進する



キリングループの環境報告 ①

キリングループの 環境に対する考え方

キリングループは、麦芽、ホップ、茶葉、果実、水など自然の恵みをビールや清涼飲料の原料とし、発酵など自然の働きを応用して「食」の技術を培ってきました。キリングループに自然の恵みはなくてはならないものであり、「地球環境に配慮した事業活動」は重要な経営課題の一つです。

キリングループの環境理念・基本方針

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。

1999年8月には、環境経営をいっそう推しすすめるため、それまでの「基本理念」「行動基準」を全面的に見直し、キリングループとしての「環境理念」と「環境基本方針」を策定しました。

環境理念には、「持続可能な社会構築のため、事業活動のあらゆる場面に、環境保全への取り組みを内在化（ビルトイン）していくこと」を明記しています。環境理念を実現するために定められた環境基本方針は、3R (Reduce・Reuse・Recycle) と2A (Assessment・Audit) への取り組みが基本的な考え方となっています。

これら「環境理念」「環境基本方針」に基づいて、グループ全体で環境保全の取り組みを推進していきます。

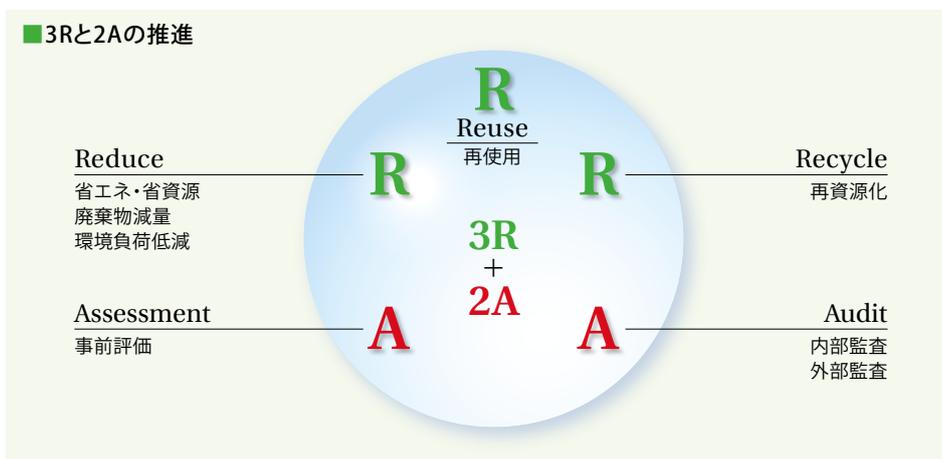
環境理念

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。

キリンググループ環境基本方針

「3つのR」(Reduce・Reuse・Recycle)と「2つのA」(Assessment・Audit)を基本的考え方とし、以下の方針により環境対策を推進していきます。

- ① 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。
- ② 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。
- ③ 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。
- ④ 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。
- ⑤ 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。
- ⑥ 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。
- ⑦ 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。
- ⑧ 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。

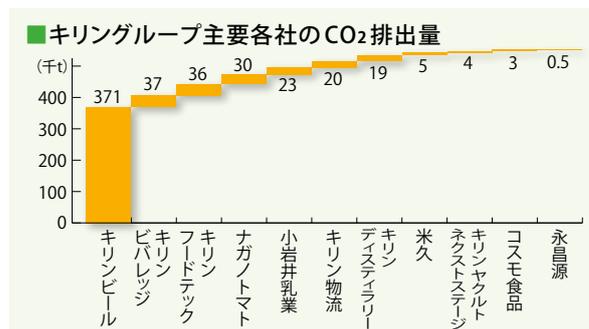


キリンググループの環境負荷情報

キリンググループは、291社で構成されています。事業規模に対して、環境負荷が大きい主なグループ会社は次の10社です。

右のグラフは、これらの会社の「CO₂排出量」を示しています。グラフから分かるように、グループの中では、キリンビールの比率が高いため、キリンビール単体の環境負荷低減がグループ全体に大きな影響をおよぼします。そのため本報告書では、具体的な環境負荷低減の取り組みはキリンビール中心に記載しています。

- 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
- キリンフードテック(株)
- キリン ヤクルト ネクストステージ(株)
- 米久(株)
- コスモ食品(株)



目標と実績

キリングroupでは、「2007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って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

分野	重点テーマ	2006年目標	2006年実績	評価	2007年目標	掲載ページ
環境マネジメント	環境マネジメントシステム	【ISO14001】 ●高崎医業工場の認証サイトに医業生産研究所を包括 ●新川本社の認証サイトに原宿本社を包括	【ISO14001】 ●医業生産研究所の包括承認(12月)(キリンビール全工場およびグループ主要生産拠点で認証取得)	☺☺	【ISO14001】 ●主要事業会社本社へ導入拡大 ●未導入のグループ生産拠点への拡大	48
		【EA21】 ●営業拠点2カ所での年内認証取得	【EA21】 ●KBC近畿圏本部認証取得(9月)(グループ全体で6サイトで認証取得)	☺	【EA21】 ●環境負荷の比較的小さいグループ会社生産拠点へ拡大	
【簡易EMS】〔注2〕 ●環境負荷の小さいグループ会社事業所へ導入拡大		【簡易EMS】 ●キリンヤクルトネクストステージ本社、キリンシティ本社、渋谷店で導入(グループ4社で導入済み)	☺☺	【簡易EMS】 ●環境負荷の小さいグループ事業所へ導入拡大		
【グリーン経営認証】 ●レベル3:15社22事業所 継続認証:11社15事業所		【グリーン経営認証】 ●レベル3:5社7事業所 継続認証:11社15事業所	☺☺☺	【グリーン経営認証】 ●レベル3:15社22事業所 継続認証:6社7事業所		
グリーン調達	事務用品グリーン購入率(金額ベース)80%以上 ●キリン社全事業所およびグループ16社で達成	事務用品グリーン購入率(金額ベース)80%以上 ●キリン社全事業所およびグループ14社で達成	☺☺	●事務用品グリーン購入率80%以上(金額ベース)のグループ拡大		
生産・事業活動	温室効果ガス	【ビール工場】 CO2排出原単位(前年比▲5.1%) ●バイオガス発電設備導入(計3工場) ●燃料転換(計4工場)	【ビール工場】 ★2010年目標達成済み ●CO2排出総量34万トン/年(1990年比▲44%) ●CO2排出原単位133kg/kl(1990年比▲26%)(前年比▲4.3%) ●バイオガス発電設備導入(計3工場) ●燃料転換(計4工場)	☺☺☺	【ビール工場】 ●CO2排出原単位116kg/kl〔注3〕(前年比▲9%)	50
		_____	【キリンビール全社】 ●CO2排出総量37万トン/年(前年比▲0.8%) 【グループ計】 ●CO2排出総量55万トン/年〔注1〕	☺☺☺	【グループ会社主要生産拠点】 ●CO2排出原単位(前年比▲1%以上)	
	用水・エネルギーの効率的利用 【ビール部門】	【用水】 ●使用原単位(前年比▲6.2%)	【用水】 ★2010年目標達成済み ●使用総量18.9百万m ³ /年(1990年比▲46%) ●使用原単位7.9m ³ /kl(前年比▲3.7%)	☺☺☺	【電力+燃料】 ●エネルギー原単位2.38GJ/kl〔注3〕〔注〕今後、改正省エネ法に対応した目標管理を実施	53
		【電力】 ●使用原単位(前年比▲5.3%)	【電力】 ●使用総量298百万kWh(1990年比▲32%) ●使用原単位125kWh/kl(前年比▲4.1%)	☺☺☺		
副産物・廃棄物 【ビール工場】	【燃料】 ●使用原単位(前年比▲2.4%)	【燃料】 ★2010年目標達成済み ●使用総量83千kl(原油換算)(1990年比▲47%) ●使用原単位34.5kl/kl(前年比▲0.2%)	☺☺		54	
	●再資源化率100%維持の継続	●再資源化率100%維持の継続	☺☺	●全ビール工場、本社で再資源化率100%維持		
環境コミュニケーション	自然環境保全	●福岡工場で水源の森づくり活動 ●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活動	●福岡工場で水源の森づくり活動実施(全11ビール工場で水源の森づくり完了) ●キリンディスティラリー社富士御殿場蒸溜所で水源の森づくり活動を実施	☺☺☺	●キリンビール創立100周年を契機とした、全社水資源保全活動「チーム・エコジロー活動」の展開	12
	環境報告 環境広報	●環境展への出展、環境保全活動への支援継続	●「まなびピア・いばらき」等各地の環境展(5カ所)出展 ●工場での夏休み環境教室開催(全11ビール工場) ●環境カルタの応募者約8,000人 ●環境活動のシンボル「エコジロー」を活用した各地での環境啓発活動の実施	☺☺	●「エコジロー」を有効活用した各種環境展への出展 ●主要グループの工場での環境展示や環境教室の開催	59

〈目標と評価について〉・中期経営計画にて計3カ年の目標設定を行い、その目標に対する単年度の達成度を評価している。
・中期経営計画に対する実績評価指標は右のとおりです。☺☺☺:目標以上 ☺☺:目標通り ☺:目標以下

〔注1〕キリンビールおよび主要グループ10社(P.43)のCO2排出量合計 〔注2〕EA21をベースにしたキリン社独自の簡便な環境マネジメントシステム
〔注3〕2007年より原単位を低アルコール飲料、清涼飲料類も含めた製造1kl生産に伴う用水使用量・エネルギー使用量、CO2排出量として目標管理します

2006年度の活動実績と2007年度目標

キリングroup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もとに、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、2006年度の実績ならびに2007年度の目標を示しています。麒麟ビールのビール工場においては、2004年度中期経営計画の施策が順調に進捗しており、CO₂排出量および原単位の2010年度の削減目標を2006年には達成しました。2007年度はさらに高い削減目標を設定して環境負荷低減の取り組みをすすめていく予定です。

事業活動のトータル指標である温室効果ガスの削減については、ビール工場では積極的な設備投資ときめ細かな省エネ活動の効果で、排出原単位を改善できました。このため、生産量が増加したにもかかわらずCO₂排出量は微減しました。しかし、医薬部門を含めた麒麟ビール全社およびグループ会社合計のCO₂排出量は増加傾向

にあり、今後削減に向けて取り組みを強化していきます。

キリングroup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を導入しています。現在、主要生産拠点、研究所、物流会社には、それぞれ、ISO14001、EA21*、グリーン経営システムを導入して環境経営を推進しています。

環境コミュニケーションについては、1999年より取り組んでいる「水源の森づくり」の活動フィールドを11カ所の全ビール工場と麒麟ディスティラリー(株) 富士御殿場蒸溜所に設定しました。また、自然エネルギーの取り組みについては、麒麟ビールでは計4事業所に太陽光発電設備を導入しています。横浜市大型風力発電事業へ参画し、行政と一体となった地球温暖化防止の取り組みも行っていきます。

* 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

■麒麟ビール(株)

環境パフォーマンス指標		単位	2004年	2005年	2006年
イン プ ット	総エネルギー投入量	TJ*	7,185	7,364	7,501
	内 燃料【原油換算】	万kl	11.0	11.1	10.8
	内 購入電力量	百万kWh	297.1	311.8	336.8
	総物質投入量	万t	85.7	87.7	85.1
	水資源投入量	万m ³	2,078	2,107	2,151
ア ウ ト プ ット	生産量	万kl	238.0	253.8	274.2
	副産物・廃棄物排出量	万t	25.0	23.4	23.7
	総排水量	万m ³	1,973	1,987	2,016
	二酸化炭素排出量	万t	37.1	37.3	37.1
	内 化石燃料	万t	26.1	25.9	23.3
	内 購入電力	万t	11.0	11.5	13.8
	二酸化炭素排出量(物流)	万t	8.1	8.8	9.8
	NOx排出量	t	363	346	175
	SOx排出量(物流)	t	566	617	686
SOx排出量	t	752	743	397	

* TJ (テラジュール) : J × 10¹²

* 環境に関する重要な法規制等の違反はありませんでした。

■麒麟ディスティラリー(株)

環境パフォーマンス指標		単位	2004年	2005年	2006年
イン プ ット	総エネルギー投入量	TJ*	327	343	362
	内 燃料【原油換算】	万kl	0.5	0.4	0.5
	内 購入電力量	百万kWh	14.6	17.9	18.4
	水資源投入量	万m ³	94	97	98
ア ウ ト プ ット	副産物・廃棄物排出量	万t	0.3	0.3	0.4
	総排水量	万m ³	41	44	43
	二酸化炭素排出量	万t	1.8	1.8	1.9
	内 化石燃料	万t	1.3	1.2	1.2
	内 購入電力	万t	0.6	0.7	0.7

* TJ (テラジュール) : J × 10¹²

■化学物質排出量および移動量

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、滋賀工場	ダイオキシン類	0.24mg-TEQ	0	0.043mg-TEQ	
医薬工場・研究所	高崎医薬工場	アセトニトリル	0	0	1.0t	分析
	医薬探索研究所	クロロホルム	0.510t	0.003t	2.1t	分析
麒麟ビバレッジ(株)	湘南工場	ダイオキシン類	0.28mg-TEQ	0	1.25mg-TEQ	

■麒麟ビバレッジ(株)

環境パフォーマンス指標		単位	2004年	2005年	2006年
イン プ ット	総エネルギー投入量	TJ*	642	716	759
	内 燃料【原油換算】	万kl	1.0	1.3	1.3
	内 購入電力量	百万kWh	27.8	23.6	24.6
	水資源投入量	万m ³	148	157	153
ア ウ ト プ ット	副産物・廃棄物排出量	万t	1.2	1.4	1.2
	総排水量	万m ³	92	101	104
	二酸化炭素排出量	万t	3.3	3.5	3.7
	内 化石燃料	万t	2.3	2.6	2.8
内 購入電力	万t	1.0	0.9	0.9	

* 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	2004年	2005年	2006年
イン プ ット	総エネルギー投入量	TJ*	466	488	503
	内 燃料【原油換算】	万kl	0.6	0.7	1.0
	内 購入電力量	百万kWh	23.0	23.7	13.7
	水資源投入量	万m ³	157	153	144
ア ウ ト プ ット	副産物・廃棄物排出量	万t	0.7	0.8	0.8
	総排水量	万m ³	75	75	72
	二酸化炭素排出量	万t	2.5	2.7	3.0
	内 化石燃料	万t	1.7	1.8	2.4
内 購入電力	万t	0.9	0.9	0.6	

* TJ (テラジュール) : J × 10¹²

エコバランス

キリンビールは、ビールづくりの過程で、様々な資源を投入し、様々な物質を環境中に排出しています。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。

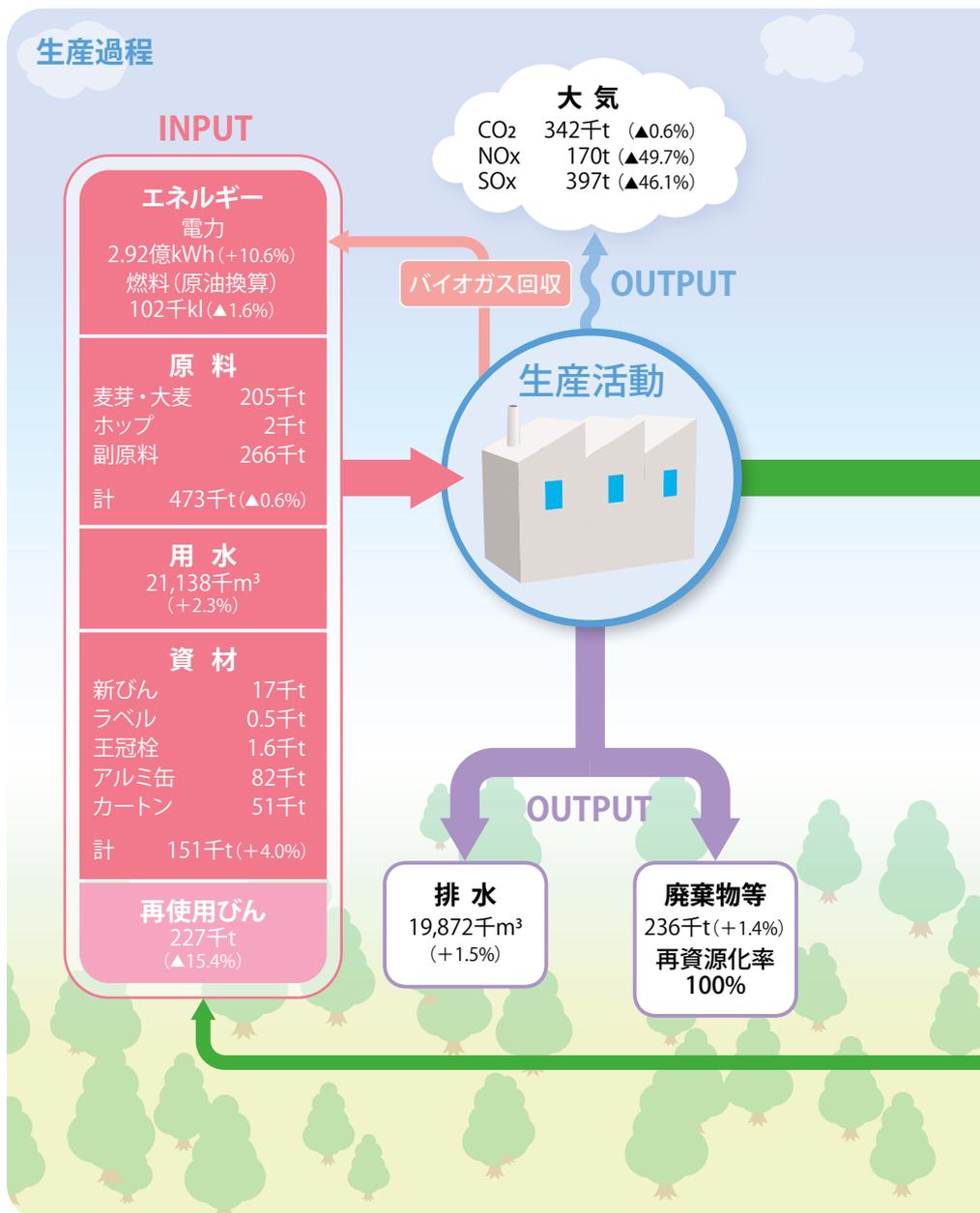
ビールができるまで

ビールは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、昔ながらに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商品になります。ビールづくりの工程で、原料や製品の加熱・冷却、製造ラインの稼働や洗浄、殺菌、また排水を浄化するためにエネルギーを使います。

ビールづくりにおける環境保全の取り組みとして、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戻すようにすること、なるべく環境負荷がかから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）



麒麟ビールのエコバランス

この図はビールを工場生産から物流、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】

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・排気ガスを多く発生させています。麒麟ビールでは、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燃料として有効利用しています。また、生産過程で発生する不要物は、100%再資源化して有効活用しています。

【物流過程】

工場からトラックでお客様にお届けするまでもCO₂、NO_xが排出されます。輸送時の環境負荷を小さくするよう大型車両を採用し、トラック台数を少なくするなどの対策をとっています。

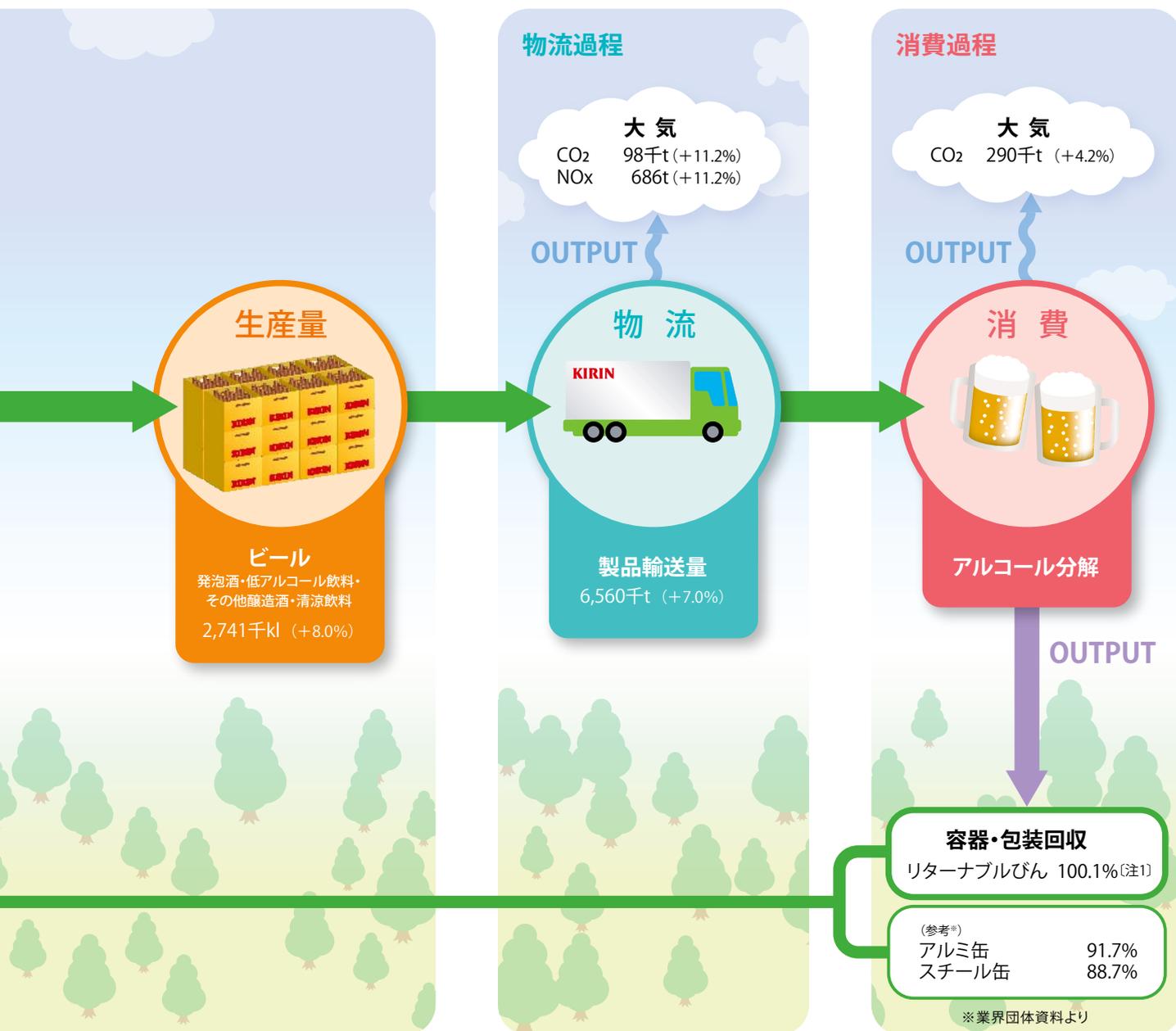
【消費過程】

お客様がお飲みいただく消費過程では、ビール等の泡のCO₂とともに、体内のアルコール分解によりCO₂が発生します。

【廃棄過程】

お飲みいただいた後は、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。

このように麒麟ビールでは環境負荷の多い生産・物流過程でのCO₂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。



[注1] 販売と回収のタイミングのずれにより100%以上となります。
P.45の麒麟ビール(株)環境パフォーマンスのビール工場でのインプット、アウトプットを模式的に示しました。

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。

環境マネジメントシステムの構築と推進

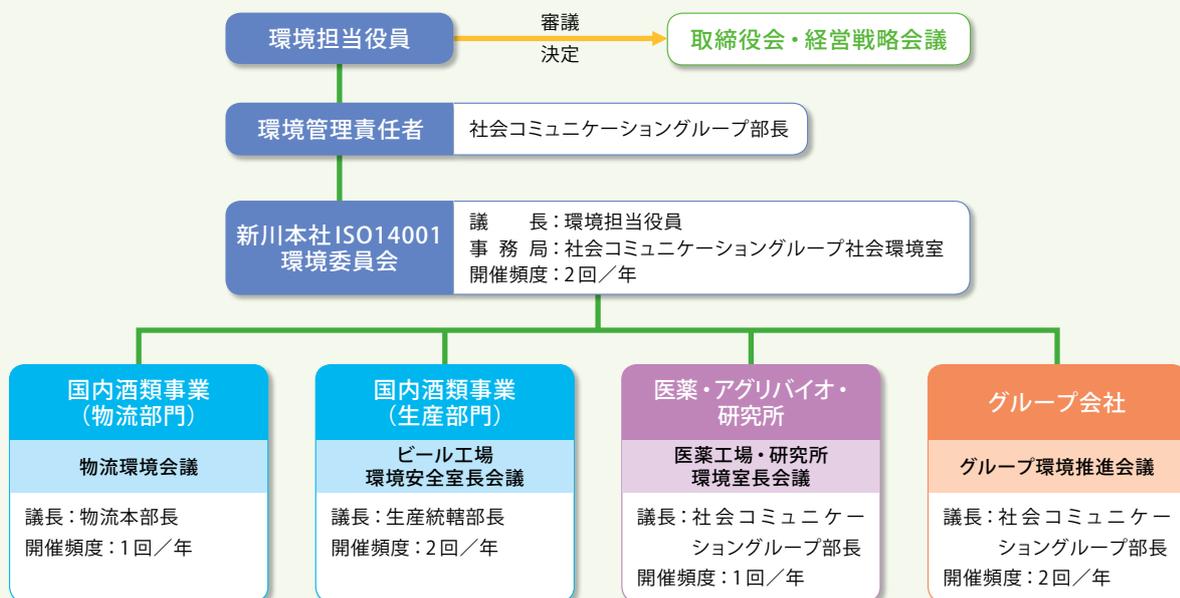
キリングroupでは、麒麟ビール新川本社のISO14001の環境委員会を中心に、麒麟ビールの工場・研究所・営業拠点およびグループ会社へ環境マネジメントシステムを展開し、定着させています。各事業所は、ISO14001、EA21※、簡易EMS、グリーン経営の4つから事業内容、規模、環境負荷を勘案し、選定して導入を進めています。

新川本社のISO14001の特徴は、麒麟ビールで採用している経営マネジメントシステムとISO14001が、完全にリンクして運用されていることです。ビールをはじめとするアルコール飲料や清涼飲料等の研究開発、製造、販売する会社として、環境負荷低減に大きな効果が期待できる環境課題を“著しい環境側面”として捉え、経営課題の中に取り込み、削減に向けて継続的改善活動を行っています。

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。麒麟ビール北陸工場で、1997年に食品業界初のISO14001の認証を取得した後、現在までに麒麟ビールの全工場とグループ会社の14の生産拠点等で認証を取得しています。環境負荷が比較的小さい事業所には、環境省が支援している中小企業向け環境マネジメントシステムEA21の導入を推進し、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います。環境負荷がさらに小さい事業所では、麒麟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、認証の取得事業所を拡大する予定です。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。

※ 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

■ 環境保全推進組織 (2006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、環境保全活動と財務のバランスを考慮し環境経営を行っています。環境保全活動を定量的に評価するため、環境省「環境会計ガイドライン（2005年版）」を参考にして環境会計を開示しています。2006年度は、環境投資として約18億円、環境費用として約88億円の支出を行いました。

2006年度の評価

2006年度は、昨年度に比べ環境保全投資額が大幅に増加しました。公害防止コストは排水処理設備の増強などにより増加しました。地球環境保全コストの増加は、太陽光発電設備の設置などによるものです。また、污泥処理での脱水能力増強や仕込み粕の脱水・乾燥設備の更新により、資源循環コストが増加しました。

費用額については環境展への出展や廃棄物処理場の視察、環境啓発など管理活動のコストが増加しました。研究開発コストは開発テーマの一部事業化に伴い減少しました。

今後は、集計対象の見直しや評価結果の次年度計画への反映などを検討していく予定です。

■ 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	具体的な内容	投資額			費用額		
		2004年	2005年	2006年	2004年	2005年	2006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		1,360	935	1,836	7,914	7,459	7,823
① 公害防止コスト	大気汚染、水質汚濁防止活動、大気・水質などの分析測定	1,015	500	1,176	3,458	3,218	3,351
② 地球環境保全コスト	CO ₂ 回収、省エネルギー、コ・ジェネレーション、太陽光発電ほか	254	191	372	1,505	1,273	1,239
③ 資源循環コスト	污泥減量化、廃棄物再資源化、用水循環ほか	91	244	287	2,950	2,968	3,233
(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	再資源化委託料	—	—	—	51	36	30
(3) 管理活動における環境保全コスト	環境教育、ISO登録維持、環境展示ほか	—	—	—	300	283	407
(4) 研究開発活動における環境保全コスト	フロンティア技術研究所、パッケージング研究所などでの環境負荷低減に関する研究開発	—	—	—	192	105	60
(5) 社会活動における環境保全コスト	水源の森活動、クリーン活動、汚染賦課金、環境保護団体の会費ほか	10	30	6	637	606	481
(6) 環境損傷対応に対応するコスト		—	—	—	—	—	—
(7) その他環境保全に関するコスト		—	—	—	—	—	—
合計		1,370	965	1,842	9,094	8,489	8,803

温室効果ガスの削減とエネルギーへの取り組み

キリングroupでは持続可能な社会を目指して、地球温暖化防止に積極的に取り組んでいます。CO₂の排出量の多いビール工場を中心に、燃料転換（ガス化）やコ・ジェネレーションシステムの導入等の施策を行い、CO₂排出量、原単位ともに2010年度の削減目標を2006年度末に前倒しで達成しました。

2006年度の取り組み

キリングgroupは、CO₂などの温室効果ガスの排出量削減を、環境における重要な行動目標と定めています。特にCO₂の排出量の多いビール工場では、2010年までに総排出量・原単位ともに1990年比で25%以上削減という目標を掲げ、「省エネルギーの推進」、「燃料転換」、「バイオガスの有効活用」などの施策に取り組み、2006年末には目標を前倒しで達成しました。さらに、2007年中期経営計画では、2009年までに総排出量、原単位ともに1990年比35%削減を目標として掲げています。

また、営業部門および物流部門でも、それぞれ経営計画の中に、自らの業務に関連する環境の目標を掲げ、各種の省エネルギーの活動を推進しています。

キリンビール（株）とキリンビバレッジ（株）、キリン物流（株）の3社においては、環境省が展開している「チーム・マイナス6%」に参加しています。2006年にはグループ従業員へ「チーム・マイナス6%」への個人登録を呼びかけ、グループ全体で約1,200人の登録がありました。



クールビズを実践している従業員



※ビール部門で使用した燃料使用量 (原油換算)



※ビール部門で使用する買電および発電量の合計電力使用量

太陽光発電の導入

地球温暖化防止へ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。各ビール工場や飲料工場へは太陽光発電設備の導入をすすめ、2006年までには5事業所、さらに2007年3月には2工場へ導入が完了しました。

■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)
麒麟ビール神戸工場	2005年6月	20
麒麟ビール広島ブルワリー	2006年3月	10
麒麟ビール福岡工場	2006年2月	20
麒麟ビール横浜工場	2006年3月	20
麒麟ビバレッジ湘南工場	2006年3月	60
麒麟ビール取手工場	2007年3月	20
麒麟ビール岡山工場	2007年3月	20

天然ガスへの燃料転換

麒麟ビールでは、炭酸ガスの排出削減対策の一環として、重油からCO₂排出量のより少ない天然ガスへの「燃料転換」をすすめています。2006年には4工場（仙台・取手・岡山・福岡）において燃料転換を完了しました。これによりCO₂排出原単位が大幅に改善され、CO₂の大幅な削減につながりました。2007年には滋賀工場についても実施する予定です。これにより国内11ビール工場のうち、近くにガス導管がない2工場を除く9工場が天然ガスを利用することになります。

横浜市風力発電への参画

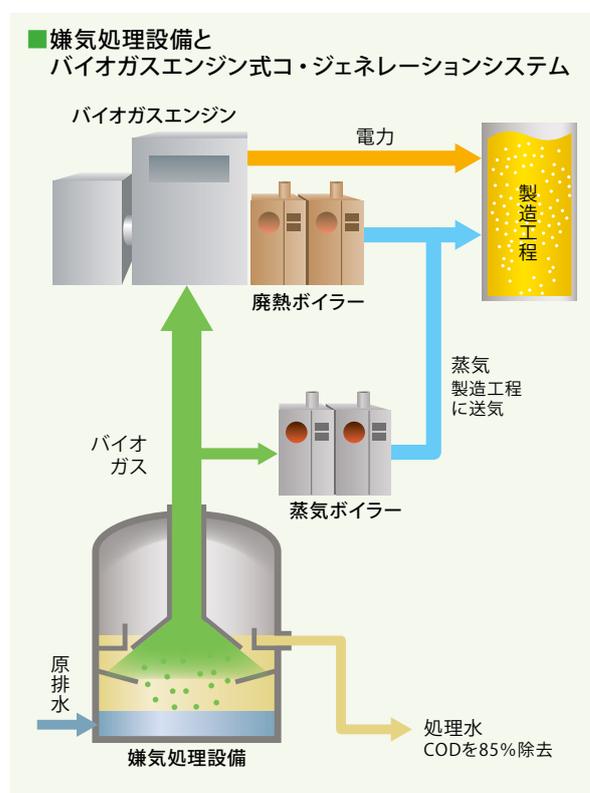
麒麟ビールは、横浜市が自然エネルギーの利用促進や地球温暖化対策の一環として実施する「横浜市風力発電事業」の趣旨に賛同し、2007年4月から10年間「Y（ヨコハマ）ーグリーンパートナー企業」として協賛しています。

当社は、横浜市、日本自然エネルギー株式会社との三者間契約を締結し、「グリーン電力証書」の発行を受けます。これによって、風力発電電力のうち年間約100万kWhが、当社で使用されたとみなされる見込みです。

風力発電施設は、横浜湾のほぼ中心に位置する瑞穂ふ頭に建設され、高さ約118メートル、1,980kWの発電能力のある大型風車1基が設置されます。

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

麒麟ビールでは、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。この嫌気処理は、好気処理と比べ電力使用が少なく済むことや発生する汚泥が少ないのが特長です。さらに、副生成物として、メタンを主成分とするバイオガスを回収することができます。麒麟ビールではこのバイオガスを最大限に活用するために「バイオガスエンジン式コ・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気エネルギーとして使用するとともに、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系統電力や化石燃料の使用量を削減し、CO₂の排出量を抑制しています。



営業部門での取り組み

麒麟ビールでは、営業部門で使用する車両の軽自動車への切り替えをすすめています。軽自動車は、普通自動車に比べCO₂の排出総量が抑えられます。現在、全国の営業車台数は2,215台。普通自動車1,267台に対し、軽自動車は948台となっています。今後、増車や車両入れ替えを行うときには、原則として軽自動車とすることで、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28台が導入されています。

物流での取り組み

キリンビールでは、事業プロセスの中でも環境負荷の高い「物流」における、CO₂排出量の削減に積極的に取り組んでいます。例えば、トータルトラック走行台数を減らすため、車体重量20トン車を25トン車へ切り替える取り組みをすすめています。2006年までに大型トラックの切り替えをのべ315台実施し、切り替え率は98%となりました。これによって、CO₂削減効果が見込まれています。また、製品輸送時の荷崩れ防止用に使用するストレッチフィルム

の代替として再使用可能な荷崩れ防止バンド（エコバンド）を使用することで、ストレッチフィルム使用量を削減しています。

さらに、キリングループではトラック配送を鉄道コンテナへシフトするモーダルシフトを推進しています。



リサイクル型荷崩れ防止バンド（エコバンド）

■ 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圧縮し、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供給システム。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大気中の酸素を化学的に反応させて直接電気を発生する装置。				●							

●：稼働中 ○：2007年稼働予定



キリンビバレッジ株式会社
ロジスティクス本部物流部
物流企画担当
本永 信行

担当者の声

環境配慮型の物流を心掛けます

鉄道はCO₂の排出量が大幅に削減できる環境に優しい輸送手段です。キリンビバレッジ社の2006年の鉄道利用率は前年比113%、輸送量は5tコンテナ換算で4.5万基を超え、国土交通省の「エコレールマーク」認定企業に選ばれました。今後もさらに削減取り組みをすすめて、「環境に優しい輸送」に取り組んでいる企業であることで、社会やお客様の良い見本となっていきたいと思っております。

水への取り組み

キリングroupは、ビールをはじめ、その他アルコール飲料、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、水のリサイクルはもとより、きれいな水を育む森林づくりにも取り組んでいます。

2006年度の取り組み

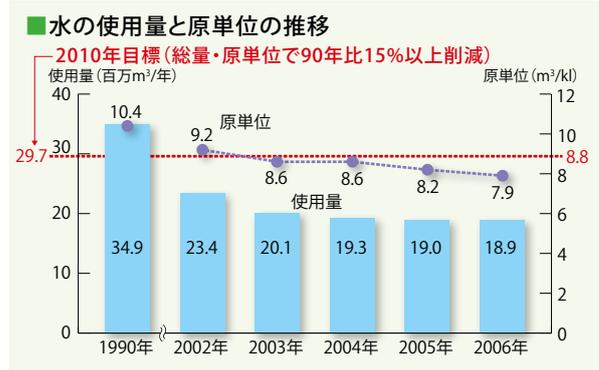
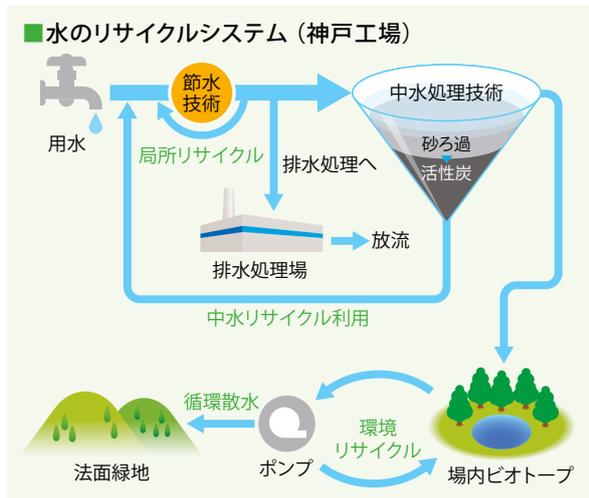
水はビールづくりにおいて、原料として使用する量よりも、タンクや配管の洗浄に多くの量を使用しています。洗浄には、水を送ったり、水温を上げたりすることが必要なため、節水は水を送るポンプの電力削減や、水温を上げるためのエネルギー節約にもつながります。

キリンビールでは、水の総使用量を1990年比で46%、原単位で24%減らすことに成功しました。

水のリサイクルシステム

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、装置の洗浄に使った最終の「すすぎ水」を前洗い工程の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導入により、日本のビール工場の中では最高レベルの原単位を実現しています。省エネ法で求められている削減目標（毎年原単位1%削減）を用水でも毎年継続的に達成するのは容易ではありませんが、積極的に節水に取り組み、今後も目標を達成していきます。



キリンビバレッジ(株) 舞鶴工場では、砂ろ過装置を使ったレトルト冷却水のリサイクルや、缶内面洗浄水の有効回収、設備冷却水の削減などの改善を行い、2006年は前年より約5.5万m³削減しました。湘南工場では、従来の排水処理設備の後段に「高速凝集沈殿設備」を増設し、浄化機能を強化しています。これにより、排水をより安定的にきれいな水にして排出しています。また、用水のリサイクルや、水を全く使わない潤滑方式のPETボトル用コンベアの採用など、節水や水のリサイクルに取り組んでいます。

担当者の声

全員参加で取り組んでいきます

神戸工場はキリンビールの中で最も省エネのすすんでいる工場です。2006年は用水原単位約7%の削減を達成しました。工場の関連部門の担当者が集まって、みんなで知恵を出し合い、地道に取り組んできた成果です。今後も、より高い目標を掲げて、全員参加でがんばります。

キリンエンジニアリング株式会社
神戸プラント
真下 尚男



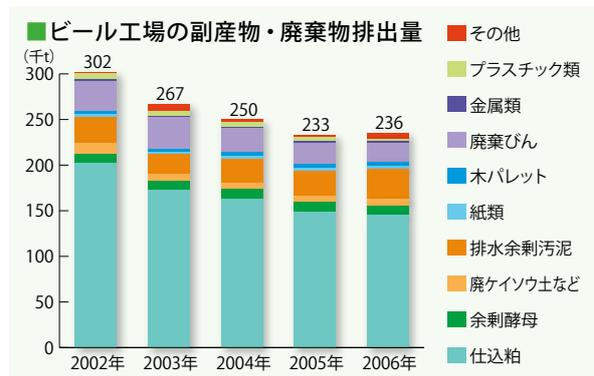
再資源化への取り組み

限りある資源を大切に、できるだけ長く使うために、キリングroup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。また、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も取り組んでいます。

副産物・廃棄物の再資源化率 100%維持

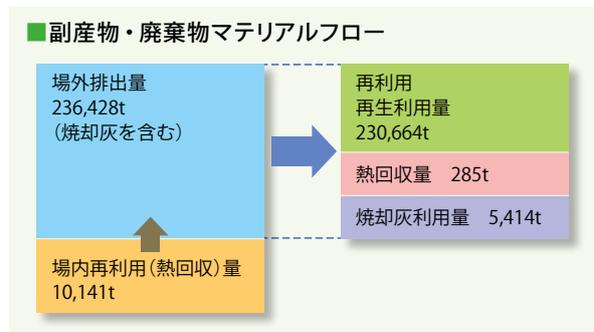
ビールや飲料の製造工程で出る仕込粕や紙くずなどの様々な副産物や廃棄物を、埋め立てずに再資源化する努力を重ね、1998年にはキリンビール全ビール工場で再資源化率 100% を達成しました。その後キリンビバレッジ（株）湘南・舞鶴両工場、キリンディスティラリー（株）富士御殿場蒸溜所で再資源化率 100% を達成しました。

これを現在に至るまで継続するとともに、より良い再資源化のために副産物から高付加価値素材を開発して商品化しています。



副産物・廃棄物の一元管理

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」で一元管理を行っています。これにより、工場別に種類、排出量などを正確に把握するとともに、コストやお取引先等の管理も適正に行っています。



より良い再資源化用途の開発

キリンビールでは、ビール製造の過程で発生する副産物から様々な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。

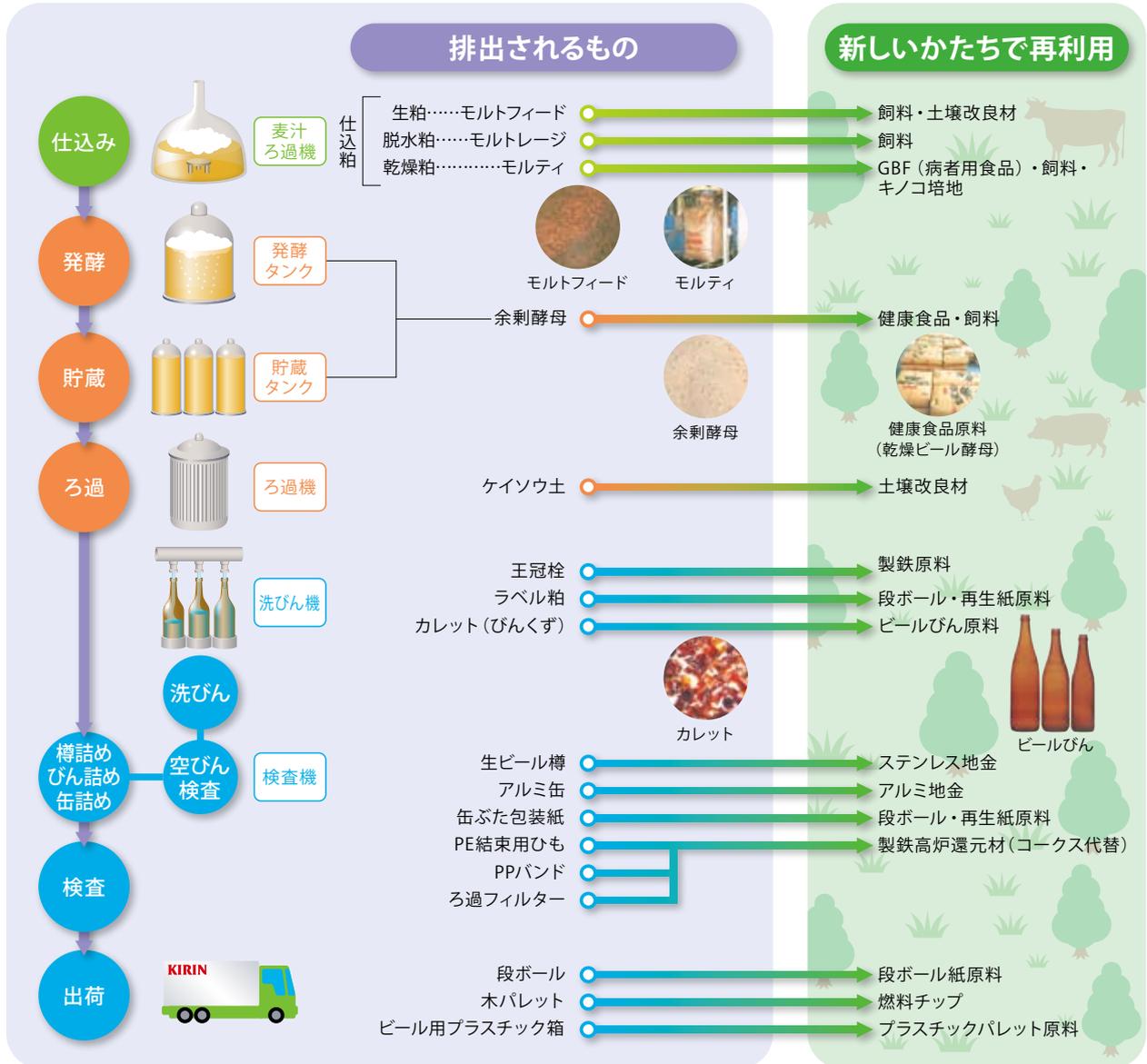
これまでに開発した商品として、仕込粕からキノコの菌床用栄養源（商品名：ゲンキノコ／販売：キリンエコー（株））、潰瘍性大腸炎患者用として厚生労働省の許可を受けた病者用食品（商品名：発芽大麦「GBF」／販売：キリン ヤクルト ネクストステージ（株））などがあります。

また、1998年には「ゲンキノコ」開発で培った栽培技

術を利用することで、人工栽培が非常に困難だった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が、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」として商品化を行うことができました。

2007年からは、地球温暖化対策の手段の一つとして、ビールの副産物を利用したバイオエタノール生産実験をすすめる予定です。

■ビールづくりでの排出物と再利用法



産業廃棄物の適正処理への取り組み

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、処理を行っています。特に社会問題になっている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、社内のルールにのっとり

適正な委託契約の締結およびマニフェスト管理を行っています。また、毎年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。

担当者の声

副産物からバイオエタノールを生産する技術開発に着手しました

ビール製造工程から発生する副産物(麦殻など)は、通常の処理ではアルコール生成ができません。キリンビールではこれまで培ってきたバイオ技術をもとに、副産物からアルコール(エタノール)を生産できる酵母開発とその生産技術確立に取り組んでいます。この技術を活用すると食料作物以外の草木からもエタノール生産が可能となり、地球温暖化防止への貢献が期待されます。

キリンビール株式会社
生産本部 生産技術部
生産技術担当
高橋 宏史



容器への取り組み

容器の製造から使用・廃棄・リサイクルに至るま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、より環境負荷の低い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。

環境配慮型容器包装の設計

資源の保全と環境負荷低減への取り組みをより推進するために、キリンビールでは1998年「環境に配慮した容器包装等の設計指針」を制定し、お取引先にもご協力をいただき環境負荷の少ない容器包装等の開発に努力しています。1999年からは、販売促進ツールにまで対象も拡大しています。

容器の素材と、流通形態については、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（Life-Cycle-Assessment）※による環境影響評価など総合的に検討した上で決定しています。

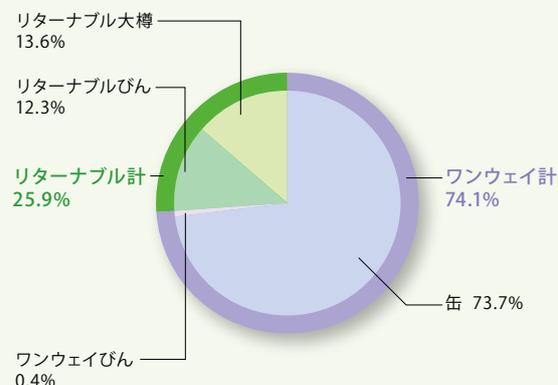
※ LCA：資源採取から廃棄までのライフサイクル全体で発生する環境負荷を定量的に分析・評価する手法

購入される容器の変化

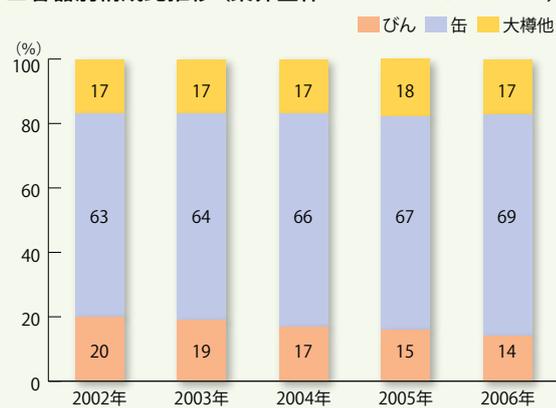
ビール業界全体では、缶が全体の約3分の2を占めており増加傾向です。リターナブル容器においては、樽は微増ですが、びんは減少しています。

2006年度キリンビールでは、ビール・発泡酒・新ジャンルの販売のために、約74%のワンウェイ容器（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の量）では、ワンウェイびんは517g（2005年対比▲26g）缶は42g（2005年と同一）となりました。

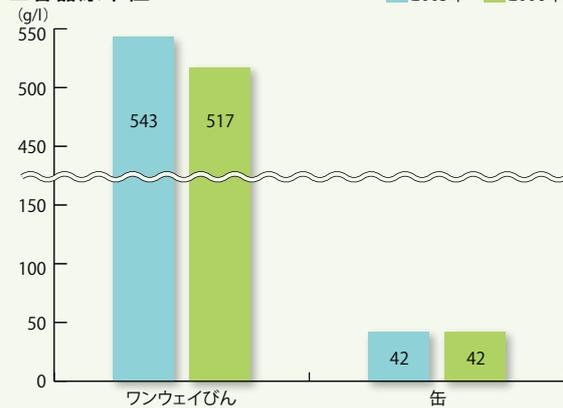
■ 2006年度容器別売上げ構成比（キリンビール）



■ 容器別構成比推移（業界全体…ビール・発泡酒・新ジャンル）



■ 容器原単位



リデュース（発生抑制）への取り組み

びんへの取り組み：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年の北海道地区導入を皮切りに、順次地域拡大した結果、2003年6月には全国で100%切り替えが完了しています。



従来びん（左）と軽量大びん（右）の全体と断面図

びんへの取り組み：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持参回収が困難な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が351gあるのに対して、約半分の170gのびん重量となっています。



軽量ビンを採用したチルドビール

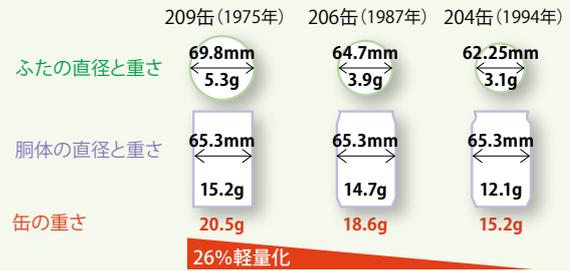
缶への取り組み：小口径の缶蓋導入による軽量化

缶の需要が伸びるなかで、缶の軽量化は環境負荷低減のために重要なテーマとなります。アルミ缶の胴部の薄肉化だけでなく上蓋に注目し、上蓋の口径も小さくすることでトータルで26%の軽量化を実現しました。これにより東京都の家庭が消費する電力の3.8日分に当たるアルミ缶地金製造エネルギーと年間約2.6万tのアルミ資源の節約を実現しています。



209缶 → 206缶 → 204缶

■アルミ缶の重さの推移



ペットボトルへの取り組み：ペコロジーボトルの導入

2003年導入したペコロジーボトル（キリンビバレッジ・キリンMCダノンウォーターズ共同開発）は、2ℓPETボトルで、従来の63gから42g（▲33%）に軽量化を実現しています。

ペコロジーボトルは、容器の成型をキリングループ飲料生産工場内で行っているため、ボトル形状となっている容器の購入に比べ、輸送時に排出されるCO₂削減にもつながっています。また、軽くて薄いペコロジーボトルは、使用後簡単につぶせて、ラベルもはがしやすいため、分別排出しやすく、リサイクル促進にもつながっています。



ペコロジーボトルを採用した商品

缶ビール売り分けの推奨

主力のビール・発泡酒の350ml缶、500ml缶には、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（6缶パック×4と表記）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。



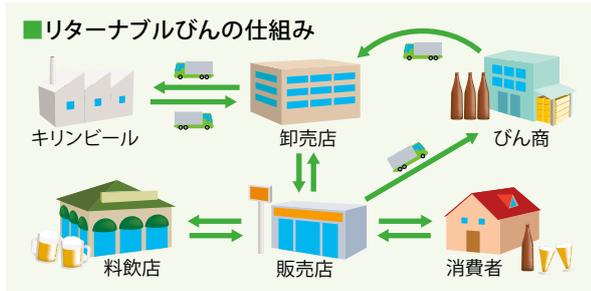
〔6缶パック×4〕とカートンに表記

〔1缶×24〕とカートンに表記

リユース（再使用）への取り組み

ラガービールや一番搾りの大びん・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・洗浄して、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す仕組みです。しかしながら最近では、バラで購入されたリターナブルびんが販売店に

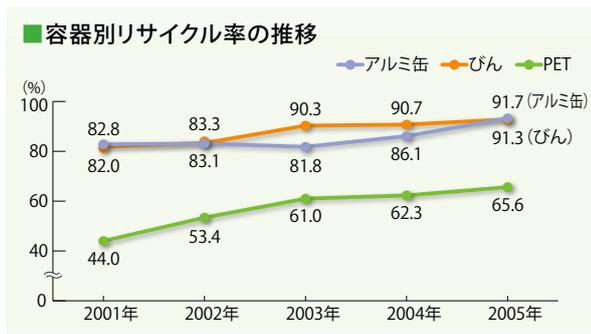
返却されず、市町村のごみステーションにワンウェイびんと一緒に出されるケースが多く見られるようになってきました。リターナブルびんがほかの容器と比較して環境負荷が低いのは、あくまでも空容器が販売店に返却され、何度も繰り返し使用されるからです。ぜひ、リターナブルびんの空容器は、販売店にご返却ください。皆様のご協力をお願いいたします。



リサイクル（再利用）への取り組み

容器のリサイクル推進

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向けて、各リサイクル促進協議会に委員として参画し、積極的に取り組んでいます。



容器の散乱防止と地域の環境美化

（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すすめられる環境美化実践プログラム「アダプトプログラム」（道路や公共の公園などの掃除、美化）の普及活動に力を入れており、キリンググループでも、取手工場、仙台工場とキリンビバレッジ舞鶴工場が取り組んでいます。

<参考団体>

- 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.jp/top.html>
- 酒類PETボトルリサイクル連絡会

担当者の声

業界のトップランナーとして積極的に3Rを推進していきます

2007年4月1日の改正容器包装リサイクル法施行にあたり、キリンビールは、酒類業界を代表して中央環境審議会で改正作業に参画しました。その中で、事業者はすべての容器素材について3R自主行動計画を作成し、2010年に向けて3Rを推進していくことになりました。変化した消費者のライフスタイルの中で、絵空事ではなく確実に一歩一歩前進できる3Rの施策が消費者との連携のもとに行われることが重要です。今後も、業界のトップランナーとして、容器のさらなる軽量化、リターナブル市場の維持・拡大に向けた取り組みなど、業界を巻き込んで推進していきます。

キリンビール株式会社
CSR推進部
社会環境室
木野 正則



環境コミュニケーション

キリングroupの環境への取り組みを、様々な活動を通じて分かりやすくお伝えするとともに、NPOなどの協力を得て、地域の皆様と協働で環境活動に取り組んでいます。

環境に関する情報の発信

キリングroup環境活動のシンボルキャラクター

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、環境活動のシンボルキャラクター「エコジロー」を通じて環境の情報を発信してきました。森林保全活動「水源の森づくり」、サッカースタジアムでの「クリーンスタジアム活動」などにもエコジローが登場しています。

キリンビレレッジ(株)では、ペコロジーボトル(P.57参照)をはじめとする環境の取り組みを親しみやすく紹介するため、「生茶エコパンダ」をシンボルキャラクターとして活用しています。

これからも、エコジローをはじめキリングroupの環境活動シンボルキャラクターを活用し、グループ全体でより分かりやすい環境コミュニケーションの実現を目指します。



エコジロー

生茶エコパンダ

環境啓発セミナー

6月の環境月間に、横浜工場で地域のお客様へ「ストップ地球温暖化! ツバル国*からの緊急アピール」をテーマに、講師にツバル国外務次官補を迎え環境啓発セミナーを開催しました。新川本社では従業員向けに、NPO法人気象キャスターネットワークによる「お天気から考える地球温暖化」セミナーを開催し、多数の従業員が参加しました。

*ツバル: 海抜が低いため、地球温暖化による海面上昇の影響をもっとも受けると言われている、南太平洋の島国

クリーンスタジアム活動

キリンビールと財団法人日本サッカー協会は、サッカースタジアムでできる環境への取り組みとして「クリーンスタジアム活動」を2003年より共同で実施しています。

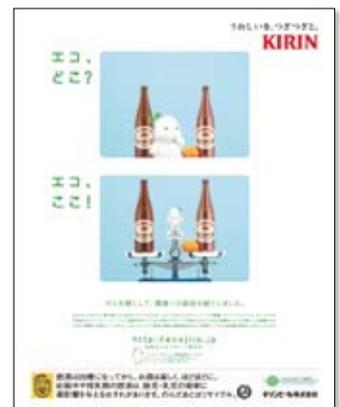
ビールや清涼飲料を飲んだ紙コップをはじめとしたゴミの分別回収への協力を呼びかけるとともに、特別協賛試合ではオリジナルの紙コップ回収ゴミ箱や飲み残し専用ボックスを設置し、分別回収も行っています。試合後にボランティアでスタジアム内のゴミの回収を行うクリーンサポーター活動には、これまでに約7,800人の方に参加していただきました。



環境広告とWEB展開

環境広告では、軽量びんや小口径の缶(P.57参照)、再資源化(P.54参照)などをテーマに、環境への取り組みを多くのお客様に紹介しています。

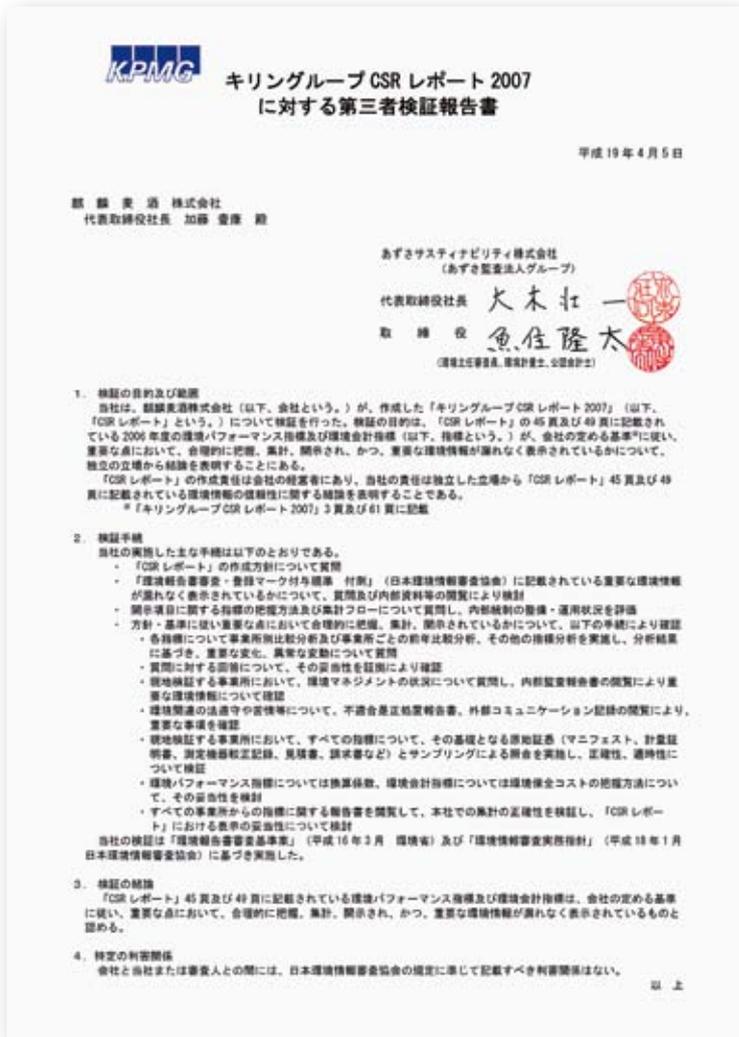
ホームページ「エコジローの環境テーブル」(<http://ecojiro.jp>)では、次世代を担う子どもから大人まで、楽しみながら環境について学べるWeb絵本や環境クイズなどを展開しています。



環境広告

環境報告における 第三者検証

あずさサステナビリティ
株式会社
アシュアランス事業部長
矢尾 真穂 氏



グループでのCSRレポートとしては3回目となり、この間、CSR宣言に地球環境に配慮した事業活動を掲げて活動を進められてきましたが、その活動をレポート上でどのように開示するかについて見直しの時期に来ているのではないかと思います。

例えば、グループとしての事業の多角化や非生産事業所の環境負荷の開示が進んでいる等を考慮した対象範囲となっているかについて再検討する必要があります。

また、開示項目についても、今回開示されなかった環境保全効果や環境負荷集約度、あるいは、COD負荷量、グループ会社のNOx、SOx排出量などの環境パフォーマンス指標の開示、加えて「事業プロセスの中でも環境負荷の高い物流における…」と記載されている物流に関する取り組みにおいて、定性的情報のみならず、その基礎となる定量情報についての開示等についての検討が必要と考えます。

さらに、コンプライアンスについては、重要な法規制違反が無い事という事だけでなく、具体的な取り組みも合わせて記載する事で、ステークホルダーの関心にも応える事ができると考えます。

これらについては、今後の組織変更を踏まえて検討していただき、より「キリンらしさ」が表れるレポートとなるよう期待しています。

今後の課題



キリンビール株式会社
CSR推進部 社会環境室長
山村 宜之

これまで当社は、産業界の中でもいち早く1994年に環境報告書を作成し、各種ガイドラインを参考にしながら、またそのガイドライン類制定にも関与しながら、情報開示に努めてきました。その取り組みは試行錯誤の連続でした。いかにして当社の取り組みに納得いただくか、様々な情報を網羅的に掲載することや、データの正確性を高めること、社外の視点から当社の取り組みを評価いただくことなど、膨大な情報を、どう開示するのかを印刷物やWeb等媒体ごとに毎年検討してきました。媒体の制約上、過去は開示していながら近年は開示していないもの、印刷版の報告書には掲載

していないもの、高いレベルの正確性を担保するうえで掲載を見合わせたものなどがありました。

当社の取り組みの開示先は、お客様、お取引関係先様、株主様、専門家の方々等、様々です。当社は、CSRを社会から信頼いただくための取り組みと考え、様々なステークホルダーに応じて「妥当で納得いただける」情報開示やコミュニケーションを行っていきたくと考えています。2007年7月からの純粋持ち株会社制への移行を契機に、キリンビールを主体においた情報開示から、キリングroupとしてどのように説明責任を果たすか、検討を進めてまいります。

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 2006年1月1日～2006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（2005年4月～2006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、生産技術研究所、医薬探索研究所、医薬開発研究所、フロンティア技術研究所、新川本社（アネックスを含める）および植物開発研究所（キリンアグリバイオ（株）

キリンビバレッジ(株) = 湘南工場、舞鶴工場

キリンディステラリー(株)、(株)ナガノトマト（但し、環境会計および環境パフォーマンス指標の一部はグループ会社を含まない）

[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/m ³ N、LPG: 50.2GJ/t、軽油38.2GJ/kl	
	内訳	燃料(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施行規則（平成14年12月27日改正）に基づき算出 A重油: 1.01kl/kl、C重油: 1.08kl/kl、灯油: 0.95kl/kl、都市ガス: 0.00119kl/m ³ N、LPG: 1.30kl/t、軽油: 0.99kl/t
		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m ³	上水・井水・工業用水年間使用量(万m ³)	
アウトプット	生産量	万kl	ビール・発泡酒・低アルコール飲料・その他醸造酒・清涼飲料年間製造量(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m ³	年間排水量(万m ³)	
	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 [※]] ※: 「特定事業者の事業に伴う温室効果ガスの排出量の算定に関する省令（2006年3月改正）」より A重油: 2.710 t-CO ₂ /kl、C重油: 2.982 t-CO ₂ /kl、灯油: 2.489 t-CO ₂ /kl、LPG: 3.000 t-CO ₂ /t、軽油: 2.619 t-CO ₂ /kl 都市ガス(2.188kg-CO ₂ /m ³ N)は、資源エネルギー庁のエネルギー源別単位発熱量と省令の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 ※: 電力供給会社毎のCO ₂ 排出原単位(但し、電力会社のCO ₂ 排出原単位が0.555kg-CO ₂ /kWhを上回る場合は、0.555kg-CO ₂ /kWhを用いる。)各電力会社のCO ₂ 排出原単位 北海道電力: 0.502、東北電力: 0.510、東京電力: 0.368、北陸電力: 0.407、中部電力: 0.452、関西電力: 0.358、中国電力: 0.555 九州電力: 0.365
		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 = 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: 2.619 t-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(m ³ N/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) × 10 ⁻⁹
		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 = 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(W) × 密度(g/cm ³) × 硫黄分(wt%) / 100 × 64/32(SO ₂ /S) × 10 ⁻³] ただし、流動床ボイラーは、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及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移動量及び排出量(t)	

[4] 環境会計作成基準

1. 環境会計の考え方

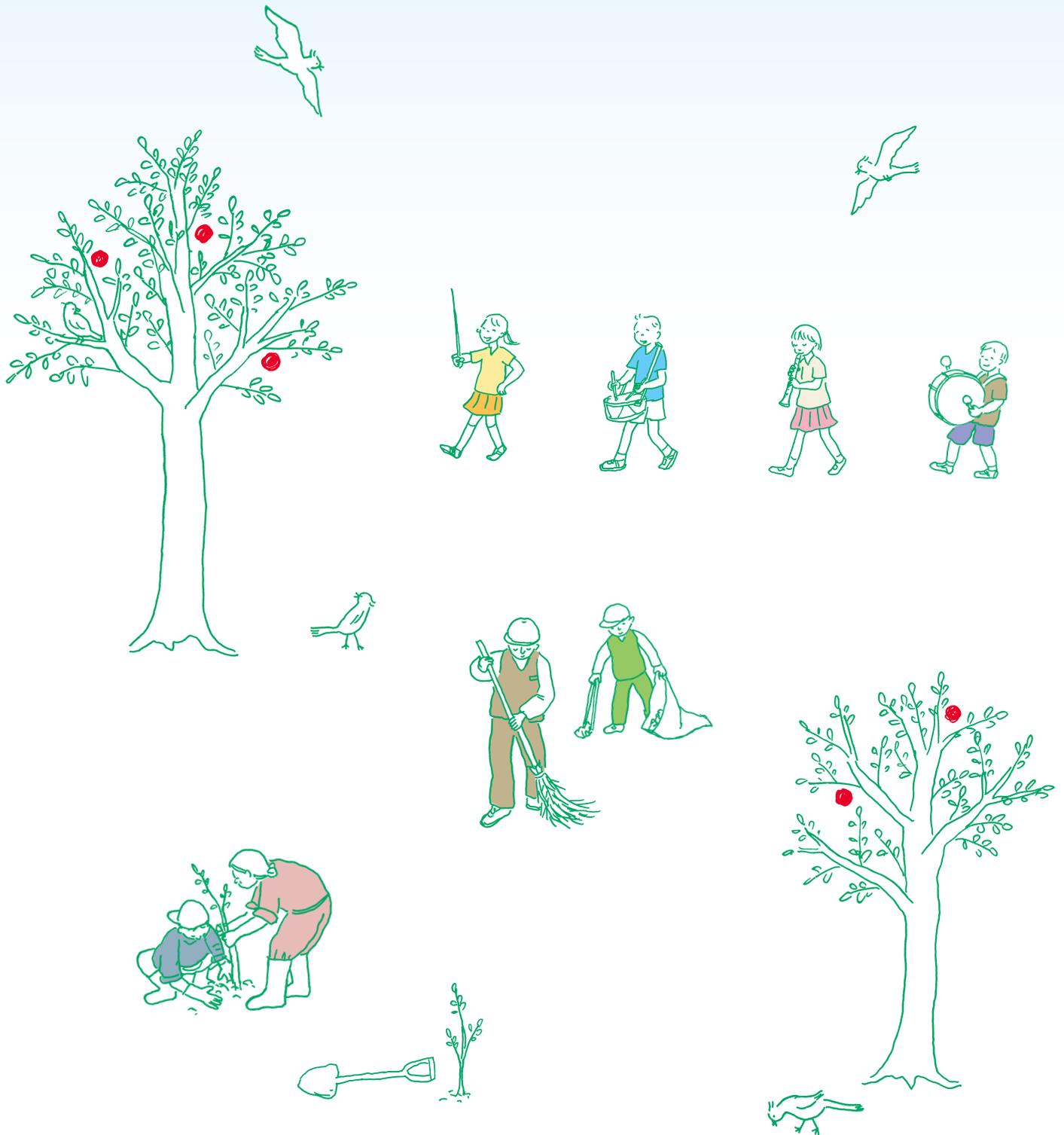
環境省の「環境会計ガイドライン（2005年版）」の考え方を参考に、コストと効果を算出し、開示する。

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



お問い合わせ先

キリンホールディングス株式会社

CSR推進部

〒104-8288 東京都中央区新川2-10-1

TEL 03-5540-3454 FAX 03-5540-3550

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

発行情報

今回：2007年5月

次回：2008年5月予定（前回：2006年5月）



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。