

KIRIN



よろこびが
つなぐ世界へ

Joy brings us together



CSVパーパスを軸としてキリンがお客様と創る未来

キリンホールディングス株式会社
CSV戦略部 渡邊 圭

2022年1月20日

1-1. キリンの消費者志向自主宣言

■ お客様のことを一番に考える3つの宣言

1. **食と健康の領域**で、情熱をもって真摯に**お客様に寄りそい**、一緒になって幸せな未来をめざします。そして、技術に立脚した品質本位のものづくりを通じて、人々の健康で心豊かな生活に貢献します。
2. **安全で安心いただける商品・サービス**を提供し、**お客様の声を大切**にして満足度の向上を図り、信頼される企業をめざします。
3. **社会と共有できる価値**の創造（CSV）という経営方針のもと、「健康」「地域社会」「環境」という3つの社会課題の解決に主体的に取り組むことで、**お客様の幸せ**に貢献します。

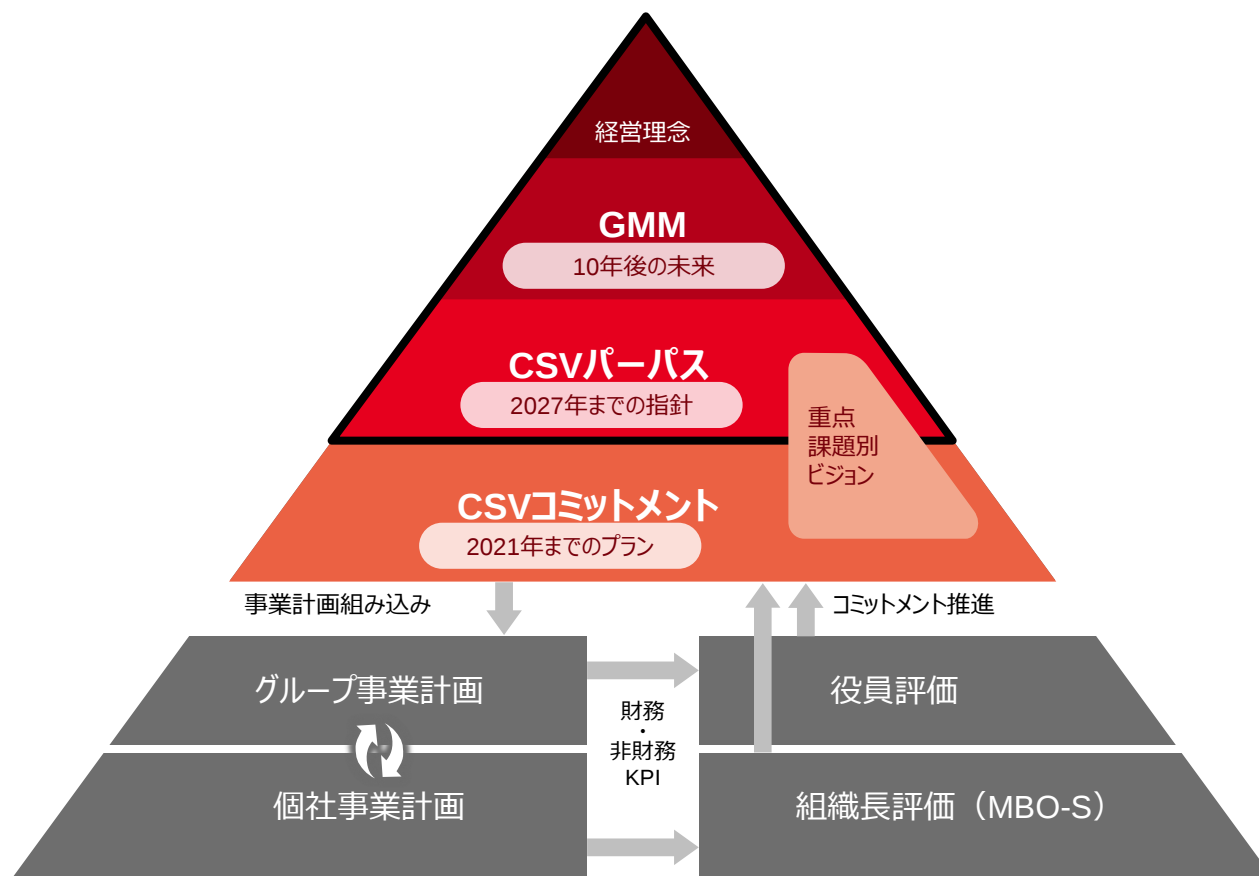
<https://www.kirinholdings.com/jp/profile/consumer/>

2-1. CSVパーパスを定めた理由

■ 思いと手触り そして働きがい

- 社会的責任を自覚して事業活動に取り組む為に
経営理念を、今日の社会において期待される役割・存在意義に翻訳

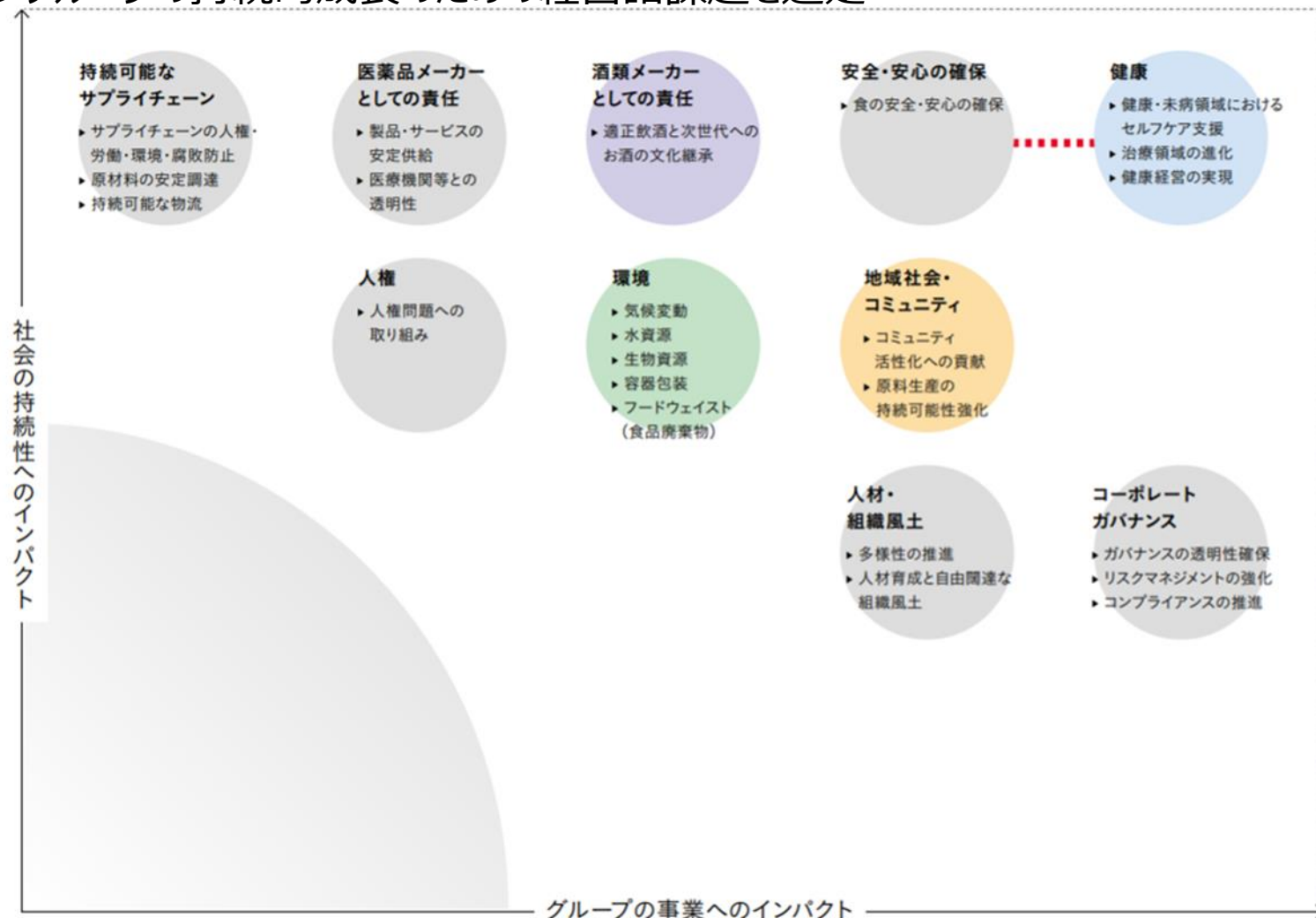
https://consult.nikkeibp.co.jp/ccl/atcl/20210506_1/



2-2. CSVパーパスのもとになるもの

■ キリングroup マテリアリティ マトリックス（GMM）

- 社会とともに将来にわたり持続的に存続・発展するための重要テーマとしてキリングroupの持続的成長のための経営諸課題を選定



2-3. CSVパーパスのなかみ

■ 責任という基礎と3本の柱

- GMMから4つのCSV重点課題を選定し、社会と価値を共創し持続的に成長する為の指針を策定



■ CSVコミットメント

- CSVパーパスの実現に向け、事業の中で何をすればいいのが見えやすくする為、コミットメントに落とし込み

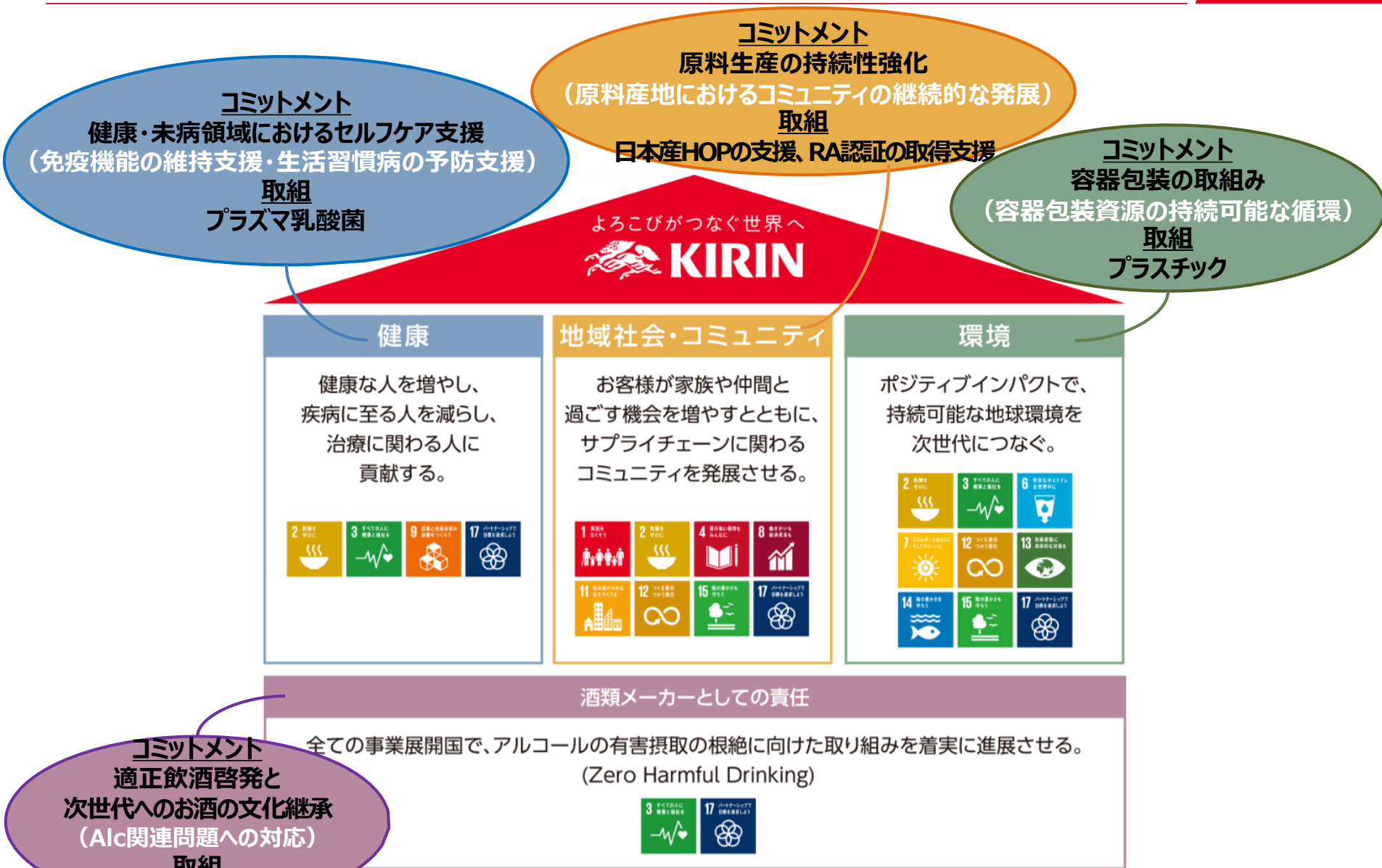
キリンググループ
私たちのCSVコミットメント

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

2027年に向けたキングダーム長期経営構想「キングダーム・ビジョン2027」(案名: KV2027)のなかで、世界のCSV先進企業となることを目指し、社会と価値を創出するための戦略として2019年に「CSV パートX」を策定しました。そのあていいるを達成するためのアクションプランとして「CSVコミットメント」を策定し、キングダーム2019年・2021年中期経営計画の非財務目標として設定しました。グループ全体のCSVの実効性を上げて、成果についても積極的に情報開示を行っています。

[illegible][illegible]

3-1. コミットメントごとの価値創造取組例



3-2. 健康

■ 免疫ケアの推進

- 社会的価値 広く社会の健康に貢献
- 経済的価値 キリンの新たな事業領域の創造

産との協働 <免疫ケア機会の拡大>

iMUSEブランドを中心に、グループ内外で協働し、おいしく免疫ケアできる機会を拡大

グループ内ブランド

iMUSEブランド

外部パートナー企業様 商品



プラズマ
乳酸菌

学との連携 <免疫の共同研究>

乳酸菌 L.ラクトイスプラズマの研究

- 社会課題の解決に向けて、さまざまな研究を展開
- デング熱に対する研究成果に着目し、2019年からマラヤ大との共同臨床研究を開始



乳酸菌 L.ラクトイスプラズマの デング熱様症状に対する効果を確認

WHO Collaborating Centre for Arbovirus
Reference & Research in TIDREC



<免疫の重要性啓発> 官への働きかけ

国土強靱化基本法に基づくレジリエンスジャパン推進協議会が表彰する制度で、3月に「第1回STOP感染症大賞」金賞受賞



STOP感染症大賞
ジャパン・レジリエンス・アワード
2021



感染症対策に資する
新生活習慣の普及促進に向けた
緊急提言書

レジリエンスジャパン推進協議会主催「感染症対策 新・生活習慣普及促進研究会」に参画し、11月に研究会から、「食での免疫ケア」の重要性を盛り込んだ「緊急提言書」を内閣総理大臣補佐官に手交

■ 日本産ホップ^oの支援

- － **社会的価値** ホップ農家の高齢化と後継者不足の解決 **経済的価値** キリンの新たなビジネスモデルの展開

①ホップ農家に対する支援

新規就農者の獲得、機械化効率化省力化で安定生産量の獲得



②日本産ホップのブランド化

観光コンテンツの充実
(遠野ホップ[®]収穫祭、ビアツーリズム)



②日本産ホップ®の販路拡大

クラフトブルワリーへの販売



日本産ホップ[®]の維持で生産地域の活性化

日本産ホップ®の価値化でビール市場の魅力化

3-3. 地域社会・コミュニティ

■ レインフォレストアライアンス認証の取得支援

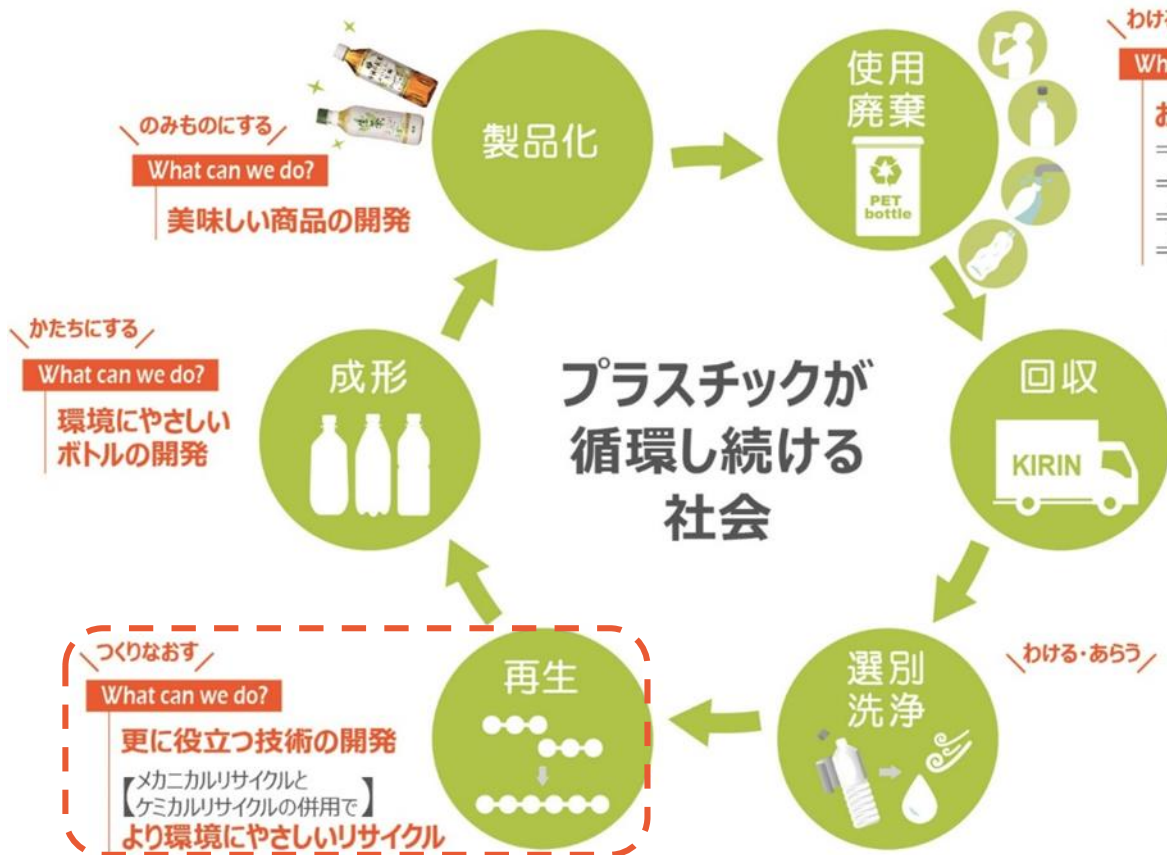
- － **社会的価値** 紅茶農園の自立経営・安定雇用・環境保護 **経済的価値** キリンの持続可能な調達



3-4. 環境

■ 容器包装資源の持続可能な循環

社会的価値 資源循環とプラスチックごみ削減 経済的価値 PETボトルの持続性向上



わける・すてる
What can we do?
お客様との相互理解
⇒正しいプラスチックリサイクル
⇒捨てやすいボトル設計
⇒ペットボトルの捨て方
⇒リサイクルボックスに分別して捨てる

あつめる・はこぶ
What can we do?
回収ルートの整備・拡大



キリングループ プラスチックポリシー (2019年2月7日リリース)

PETボトルの資源循環を推進します。
キリングループが提供しているプラスチック容器包装等のはほとんどは飲料ボトル用PET樹脂が占めており、その一部にリサイクル樹脂を使用しています。キリングループは、PETボトルの資源循環を推進するため、日本国内におけるリサイクル樹脂の割合を2027年までに50%に高めることを目指します。
また、PETボトルの資源循環を推進するためには、良質な使用済PETボトルを効率的に回収することが不可欠です。キリングループでは、国や地域、業界団体等と協働しながら、良質な使用済PETボトルの効率的な回収・利用システムの構築を積極的に進めています。
ワンウェイプラスチックの削減および他の素材への代替に努めます。
プラスチックごみの多くは、ワンウェイプラスチックと言われています。キリングループは、グループ各社が提供するワンウェイプラスチックの削減に努めるとともに、他の素材への代替にも取り組んでいます。
PETボトル原料の持続性向上を目指します。
キリングループでは、これまでも環境負荷軽減の観点からPETボトルの軽量化を継続的に進めてきました。今後もより一層の軽量化を目指していきます。
また、PETボトル原料の持続性向上のため、石油資源からの脱却に向けた非可食性植物由来のPETボトル樹脂導入の検討も進めています。
上記に加え、プラスチックの資源循環を推進していくための啓発活動や海岸清掃活動等へ積極的に参画していきます。
また、キリンビバレッジ株式会社（社長 堀口英樹）では、一般社団法人 全国清涼飲料連合会が昨年発表した「清涼飲料業界のプラスチック資源循環宣言2018」に賛同し、「2030年までにPETボトルの100%有効利用」の実現に向けて、業界を挙げて取り組んでいます。

3-5. 酒類メーカーとしての責任

■ 適性飲酒啓発と次世代へのお酒文化継承

- 社会的価値 アルコールの有害摂取根絶
- 経済的価値 アルコール事業の基盤整備

お客様と共に歩む

適正飲酒の啓発

ALC有害摂取根絶に向けたプログラムの推進

お酒の新しい楽しみ方



お酒の正しい楽しみ方



責任あるマーケティング

ノンALC/低ALC製品の開発&販売数量の拡大 広告自主基準の遵守

純ALC量の表示

21年5月から公式HPにて表示開始
22年以降、商品への表示を開始予定



栄養成分等

表示単位：100ml当たり	
アルコール分 (%)	5
純アルコール量 (g)	4
エネルギー (kcal)	40



従業員自ら襟を正す

適正飲酒の理解と意識向上

グループ全体で定期的な研修の実施

適正飲酒推進の意義

キリンは、アルコールに由来する社会問題（飲酒運転～依存症～生活習慣病などの健康障害）を無くすとともに、コミュニティ形成など心豊かな生活をもちたすお酒の良い面も伝えていきたいと考えています。

適正飲酒を推進することで、酒類事業を守り、社会に貢献し、従業員や関係者の健康と生活を大切にしたいと考えています。

また、飲む人だけを見るのではなく、アルコールに反感を抱く人にも信頼される企業になることにつなげます。

社会のため、大切なパートナーである関係者や皆さん従業員のため、そしてキリンのために皆で適正飲酒に取り組んでいきましょう！



グループ全体で定期的なテストの実施



4-1. CSVパーパス・CSVの社内浸透方法

キリンホールディングスの取組

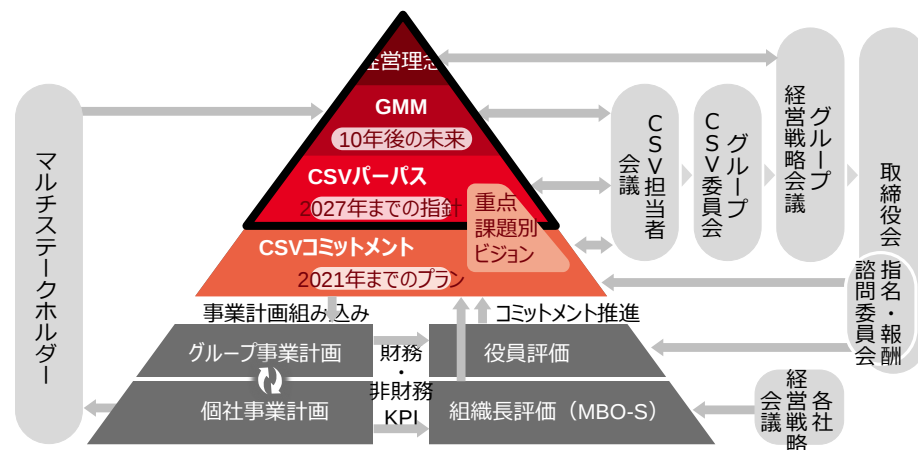
■ 共感を促進し、ココロに訴える

- KIRIN Nowで、国内従業員2万人に向け、CSVを実践する従業員の内面に焦点あてた記事や事例を年6回共有



■ しくみに組み込み、アクションに変える

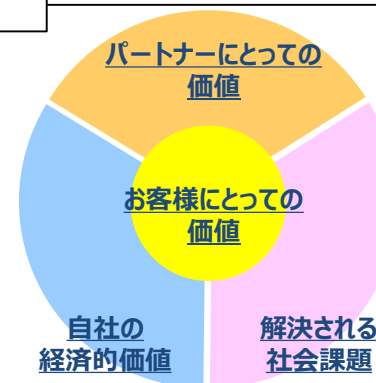
- 取締役会議・経営戦略会議の下に、2会議体を置き、CSVパーパスを経営の意思決定に編み込み
- コミットメントで取組成果を、エンゲージメント調査で意識変化を測定し評価に組み込み



キリンビールの取組

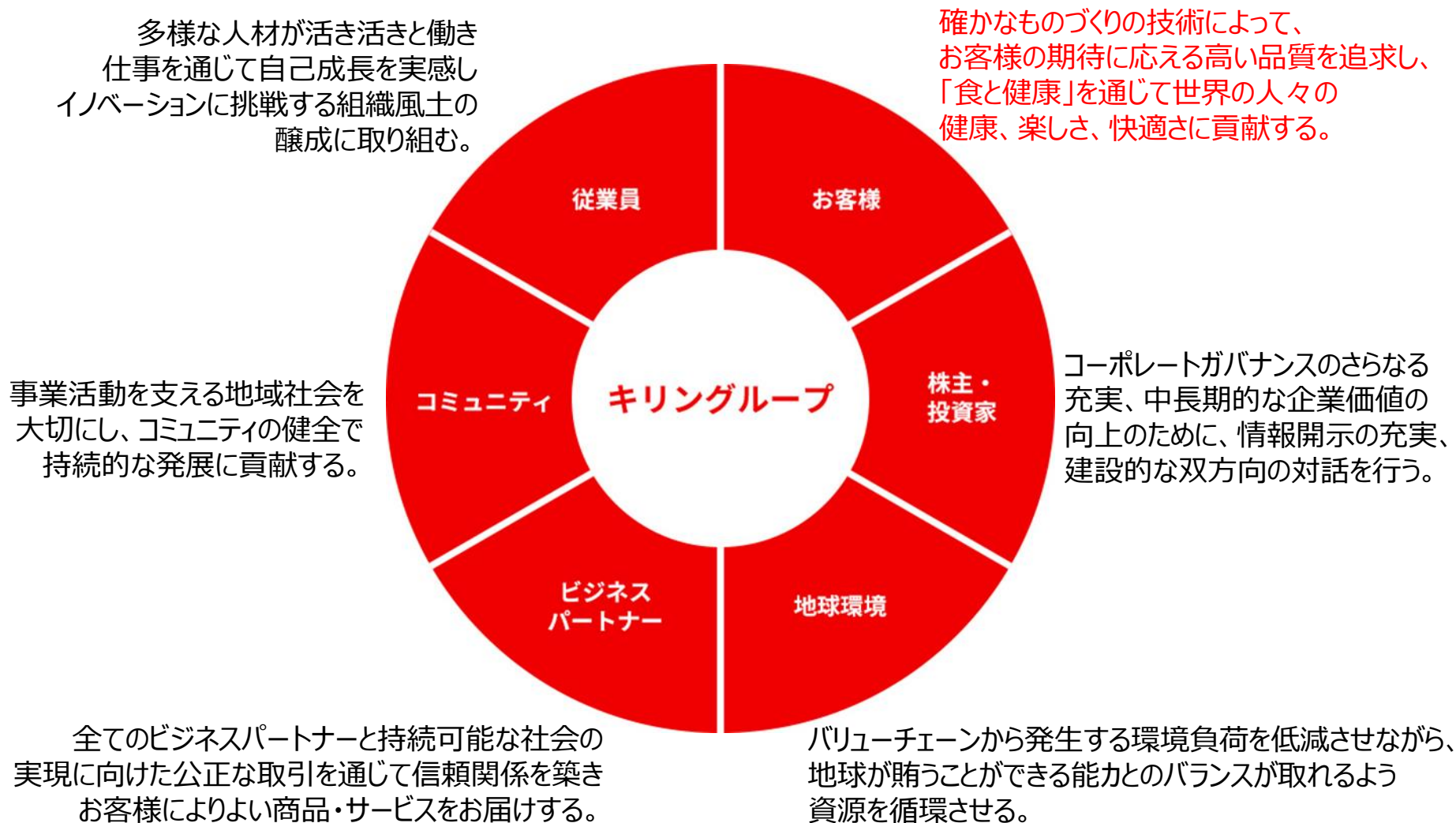
■ 共通言語化し、カラダで覚える

- 一人一人が、日々、CSVチャートで自分の仕事の意義を腑に落とし、年1回、CSVアワード（応募数816件）で承認



5-1. 私たちが目指すところ

■ 未来・次世代の為に、お客様と協働し、その声を活かし、共に価値を創り続けます





よろこびがつなぐ世界へ Joy brings us together