

# サントリーグループ”らしい”社会的責任を果たしていく

## 「利益三分主義」から「人と自然と響きあう」まで

日本にはもともとCSRの精神が根付いていたと言われている。サントリーグループも、「利益三分主義」という創業以来の精神が現在にいたるまで脈々と流れている。これは創業者、鳥井信治郎の信仰心に端を発するもので、事業によって得た利益は事業へ再投資するのみならず、お客様・従業員へ、さらには、社会にも還元しなければならないという志である。信治郎は昭和初期(1920年頃)から恵まれない人たちのための施設の運営や匿名で奨学金を出すなどの社会活動を行っていたが、その精神は以来百余年、途絶えることなく受け継がれ、社会福祉法人や学校法人へのサポートから芸術・学術やスポーツ支援まで幅広い分野で積極的な社会貢献を継続的に行っている。

また、その志をより確実に企業活動に反映していくため、1990年に企業理念を「人と自然と響きあう」と定め、この実現のために「環境行動方針」「環境基本方針」を制定、地球環境への負荷低減、特に水資源保全への取り組みを強化してきた。さらに2003年には、グループ全員が理念の実現に向けて、共通の価値観のもとに責任ある行動をとるべく「企業倫理憲章」「企業行動規範」を定め、企業行動の改革、革新に取り組んでいる。

## サントリーグループにとって、今、なぜCSRか

この4月、CSR推進部が新設された。

企業理念のもとにそれぞれの担当部門による継続的な活動はあるが、サントリーグループが何を実現し、今の時代のお客様・社会に対してどのように責任を果たそうとしているのか、これをより明確な概念、メッセージとして社内外で共有することで、サントリーグループの”らしさ”を強めていきたいと考えた。

その根底には、お客様・社会の意識の変化、視点の広がりがある。プラスであれマイナスであれ、製品・サービスに対する評価が、それ自体にとどまらず、企業活動への評価、ひいては企業の社会的責任に対する姿勢への評価につながるケースが多く見られるようになっている。CSRはこのような企業に対する要求の高まり、視点の多様化に応えるための考え方、枠組みになると考えている。

弊社では、コンプライアンスを法令遵守だけでなく企業倫理や社会常識、つまりお客様・社会の当然の期待に応じていくことと位置づけており、ガバナンス、情報開示とともに、CSR経営の中核、必要不可欠な土台と考えている。コンプライアンス、ガバナンス、情報開示が企業活動を行ううえで不可欠な義務的領域とすれば、CSRはより積極的、選択的な領域をも含めた、いわば経営全般に及ぶものである。なかでも、選択的領域の活動こそが、サントリーグループの”らしさ”を形成していくと考えている。➤

## 「水と生きる」を軸に”らしさ”を強める

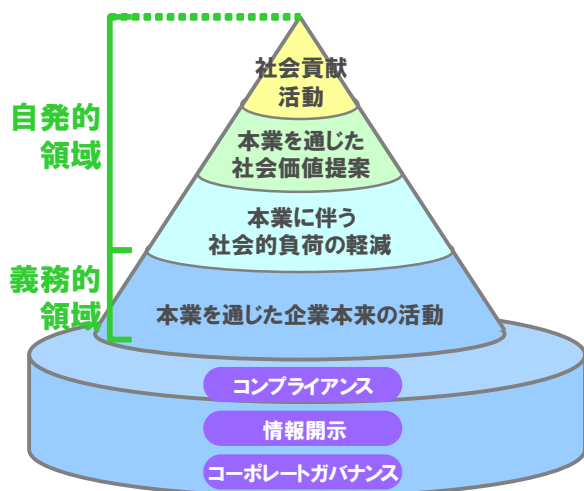
サントリーグループはコア事業領域が、酒類・飲料・健康という文字通り人々の生活や日々の喜びに密着しているものであり、水の恵みをさまざまな形でお客様に届け、心と体に潤いをもたらす企業活動を行うことを使命としてきた。このため、ウイスキーやビールの原料としての水へのこだわりはもちろんのこと、水を取り巻く自然環境にもこだわりを持つことは、事業存続のために必要不可欠な取り組みであった。

サントリーグループの企業理念「人と自然と響きあう」はこの決意を表しているが、この決意を社内外のより多くの方により明確に伝えるために、昨年春、コーポレートメッセージ「水と生きる SUNTORY」を打ち出した。サントリーグループの”らしさ”は、この「水と生きる」を軸に形成していきたいと考えている。

「水と生きる」には3つの意味がこめられている。1つは、サントリーがまさに”水”そのものを大切にし、さらに水の循環の舞台である地球環境そのものへの負荷低減に積極的に取り組むこと。2つめは、サントリーが”社会に潤いをもたらす水になりたい”との思いである。水が生命にとって不可分な養分を運ぶように、多様な人々が社会の中で共に生きていく、また人と自然が共生していくために、サントリーグループが持てる力を活かしてお手伝いをしたいと考えている。そして3つめは、サントリー自身が、水のようにありたいという決意をこめている。水はサントリーのビジネスと切っても切り離せない貴重な経営資源だが、水を大切にするという企業姿勢だけではなく、水のように柔軟に考え次々と新しいことに挑戦し、お客様・社会に新たな価値や文化を提供し続けることのできる存在でありたいと考えている。

この取り組みは、特定部門の活動ではなく、あらゆる部署、そして社員一人ひとりが水について真剣に考え、商品やサービスにおいて、そして環境・社会文化活動などにおいて具体的な活動を積み重ねていかなければならない。社員一人ひとりがお客様・社会との接点で伝え続けていくことが、サントリーグループを水のように身近で欠かせない存在として、その存在意義を認識していただくことにつながると考えている。

## サントリーグループのCSR「取り組みの領域」



### 福本 ともみ

(ふくもと ともみ)

サントリー

コンプライアンス推進部課長

1981年 サントリー入社。人事部、広報部、お客様コミュニケーション部などを経て現職。

