

SUNTORY

CORPORATE COMMUNICATION BOOK 2018

受付
18.12.25
幸和川アゼ19-
I



ステークホルダーの皆様へ

「水と生きる」企業として、 サステナブルな社会を実現したい



サントリーグループは創業以来、人のやらないこと、新しいことに果敢に挑戦し、自由闊達な社風のもとで新たな価値の創造を目指してきました。そうして生まれた高品質な商品・サービスをお客様にお届けすること、あるいはお客様や社会、自然と共生する取組みを通じて、心豊かな生活文化に貢献する企業でありたいという思いは110余年変わることはありません。

私たちは、お客様をはじめ、地域社会や地球環境と交わす約束の言葉として、「水と生きる」を定めています。お客様に水と自然の恵みをお届けする企業として、地球にとって貴重な水を守り、水を育む環境を守っていくこと。水があらゆる生き物の渇きを癒すように、社会に潤いを与える企業であり続けること。そして、水のように柔軟に、力強く、常に新しいテーマに挑戦し、新たな価値を創造していくこと。サントリーという企業の源泉とも言える水としっかりと向き合い、水に学び、水に積極的に働きかけることで、「水と生きる」という

約束を果たしていきたい。そして、次の時代にも評価いただける、価値ある企業グループとしての存在を示していきたいと考えています。

「人と自然と響きあう」——これは、サントリーグループが自ら企業理念に掲げた使命です。世界中の人々や地域社会、そして大いなる自然との共生を目指すこの理念のもと、生命の輝きに満ちたサステナブルな社会の実現に向け、新たな価値を創造する“Growing for Good”な企業を目指して、私たちはさらなる革新と挑戦を続けてまいります。

2018年7月

代表取締役会長

佐治信忠

Index

03 ステークホルダーの皆様へ

「水と生きる」企業として、サステナブルな社会を実現したい 代表取締役会長 佐治 信忠

04 TOP INTERVIEW

トップが語る——サントリーの未来を拓く 代表取締役社長 新浪 剛史

08 特集

08 インタビュー

ものづくりと水のいい関係

12 人々の生活文化を彩る新価値の創造

14 「水と生きる」取組み

16 ① 水を守り、水を育む。

自然との共生 恵みを次世代へ

20 ② 社会に潤いを与える水のように。

時代を見つめた文化・社会貢献活動

22 ③ 水のように柔軟に、力強く。

社員一人ひとりの「やってみなはれ」を力に

24 会社情報

26 MILESTONE

サントリーグループ 119年の歴史

発行日：2018年7月1日

製作・印刷：凸版印刷株式会社

発行：サントリーホールディングス株式会社

※本誌掲載の記事、写真、イラスト、図表等の無断転載を禁じます。

コーポレートサステナビリティ推進本部 コーポレートブランド戦略部

COPYRIGHT © SUNTORY HOLDINGS LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED

〒135-8631 東京都港区台場2-3-3

TEL. 03-5579-1536 FAX. 03-5579-1755 URL. <http://suntory.jp/>



#1

社会で信頼され、愛される
オンリーワンの企業グループを
目指したい

サントリーグループは「人と自然と響きあう」を理念の一つに掲げています。ここでは、お客様に最高品質の商品・サービスをお届けすることを通じて、人々の豊かな生活を創造していくと同時に、常に社会や自然との共生を実現する、という思いが込められています。この思いを広く社会と約束する言葉が「水と生きる」です。この約束をグローバルに展開し、実現していくことで、サントリーを世界で最も信頼され、愛されるオンリーワンの総合食品酒類企業グループに成長させたいと考えています。



#3

「やってみなはれ」を
原動力に
サントリーにしか出来ない
イノベーションを起こす

社会・市場・お客様のニーズはこれまでにない早さで変化しています。外部環境の変化をしっかりと掴み、サントリーにしか出来ないイノベーションを起こしていきたいと考えています。

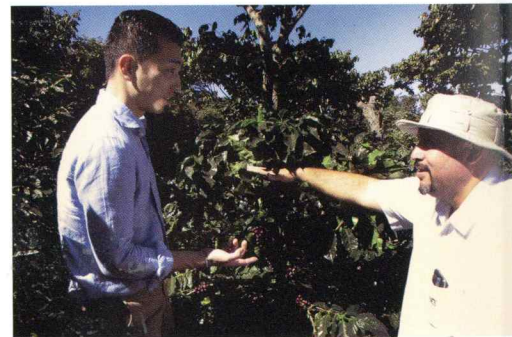
よく「サントリーの社員にはチャレンジングな人が多いですね」と言われます。とても嬉しいことです。

サントリーに受け継がれているDNAである「やってみなはれ」の精神は「へこたれず、あきらめず、しつこく」、失敗や反対を恐れず、新しいことに何度も挑戦し続けるということです。変化が激しい時代だからこそ、お客様志向を徹底するとともに、このDNAを原動力に誰もがやらなかったことに挑戦することが重要だと思います。

#2

“Growing for Good”で
スパイラルな成長を続ける

企業が利益だけを求めるような経営を行っているのは、持続的な事業の成長は望めません。企業というものは、社会と向き合うことで初めて生かされるものであり、企業が持続的に成長するためには、社会から成長を望まれる存在になる必要があります。私たちがビジョンに掲げる「Growing for Good」とは、「Good = よりよい社会づくり」のために、絶えずチャレ



ビジネスパートナーとともにサプライチェーン全体で公正・公平な取引を実施。

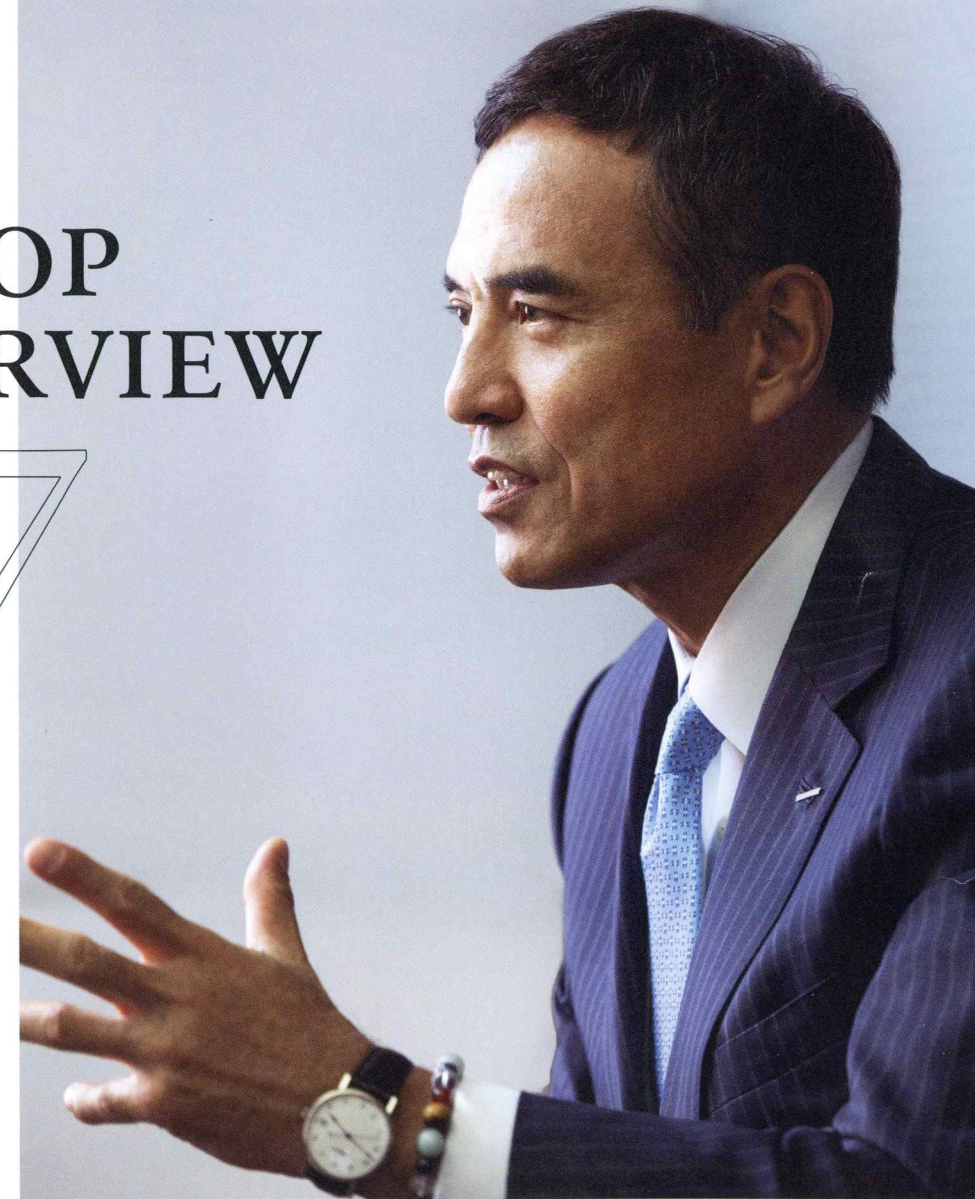
ンジし「Growing = 成長」を続けるということです。サントリーの存在が「社会をよくすることに役立つ」と認められ、成長を望まれる企業になれば、社会や自然へのさらなる貢献が可能になる。そうやってスパイラルに成長を続けていくことが、「Growing for Good」なのです。

トップが語る

サントリーの未来を拓く

TOP INTERVIEW

#7



代表取締役社長

新浪剛史

世界人口が70億人を突破し「人口爆発」と呼ばれる現在、社会は環境問題のみならず、資源・エネルギー・食料など多岐にわたる深刻な課題に直面しています。2015年、国連サミットでは「SDGs」が採択され、COP21(気候変動枠組条約第21回締約国会議)では「パリ協定」が成立しました。グローバルに事業を展開する企業として、サントリーグループも世界の課題解決に責任を果たし、サステナブルな社会の実現に貢献していかなければなりません。代表取締役社長 新浪剛史が、目指すべき未来像について語ります。



海外グループ会社の人事担当者を日本に招いて開催される「グローバル人事会議」の様子。人材交流やさらなる活用に向けグループ一体となって取り組む。

#7

社会にとって 真に価値ある企業を

「水と生きる」をグローバルに、そしてサステナブルに実現していくことは大きなチャレンジです。

しかし、これを実現できた時にこそ、サントリーグループが世界中の人々から信頼され愛される、真に価値ある Good な企業グループとして認めていただけるのだと確信しています。

社員一人ひとりが「やってみなはれ」を発揮できる環境のもとで仕事に生きがいや喜びを感じ、個人としても組織としても成長し続けること。そして、その笑顔の輪が社会にまで広がっていくこと——そうした好循環を描きながら、お客様・社会とともに成長し続ける企業でありたいと考えています。

#6

多様な価値観を持つ 社員一人ひとりが基盤

サントリーグループでは、多様な価値観や発想、能力を持つ多くの社員がその力を発揮しています。世代や国籍などにとらわれず、異なる文化や個性に接することで、さまざまな視点でものごとを見ることができるのです。

「やってみなはれ」精神のもと、社員一人ひとりが事業や組織を越えて、互いに多様性を認めながら、大いに刺激し合うことで新たな価値を創造し、「Global ONE SUNTORY」として一体となる。これこそがサントリー流のダイバーシティの実践であり、企業としての成長の源泉なのです。



やってみなはれ大賞
サントリーグループ全従業員を対象に2015年創設。自ら旗を掲げ、新しい発想に基づくチャレンジングな活動によって「やってみなはれ」を実践したチームを表彰する制度。

#4

グローバルに サステナブルな社会の実現に 貢献する

持続可能な開発目標 (SDGs) は地球規模での共通課題を明確にし、社会や環境に対して企業が果たす責務を改めて提示しています。こういう時代だからこそ、「利益三分主義」の精神に基づいて、創業時から自然や社会との共生を大切にしながら活動を続けてきたサントリーグループの真価が問われています。今年、グローバルを視野に、中長期目標として「環境ビジョン 2050」「2030年目標」を新たに掲げました。意欲的な目標を共有し、グループ全体で「サステナブルな社会づくり」に貢献していきたいと思えます。



SDGs
2015年9月に国連サミットで採択された、2030年までに全世界が取り組むべき目標 (Sustainable Development Goals)。サントリーグループは「SDGs」を活用し、重要課題分析を実施。最重要課題として目標6:「水・衛生」を設定。また、重要度の高い取組み目標として、目標3:「健康・福祉」、目標12:「責任ある生産・消費」、目標13:「気候変動対策」を設定。



日本における「天然水の森」活動。2050年には全世界の自社工場での水源涵養活動を行うという新目標を設定。

利益三分主義
事業で得た利益は、「事業への再投資」とどまらず、「お得意先・お取引先へのサービス」や「社会への貢献」にも役立てていく。「やってみなはれ」とともにサントリーグループに受け継がれた創業精神。

#5

水はサントリーが取り組むべき最重要課題です

サントリーの事業の多くは水の恵みに支えられています。「水と生きる」を社会との約束に位置づける企業グループとして、地球にとっても貴重な資源である水のサステナビリティは最優先で取り組むべき課題だと考えます。世界が抱える水課題としっかり向き合い、事業展開国を中心にそれぞれの地域の課題の解決に貢献する取組みを地域社会と連携しながら進めています。日本での取組みに加えて、すでに

アジア・米国・欧州・アフリカでも活動がスタートしています。2018年3月には、国連グローバルコンパクトのイニシアチブである「The CEO Water Mandate」に署名しました。これはサントリーの水の課題解決に向けての強い意志の表明です。貴重な資源である水の持続可能性や水資源のさまざまな課題に、より一層積極的に取り組んでいきます。



The CEO Water Mandate

水の持続可能性や水資源問題に関するさまざまな課題に取り組む国際的な枠組み。現在、世界で約140社が署名。

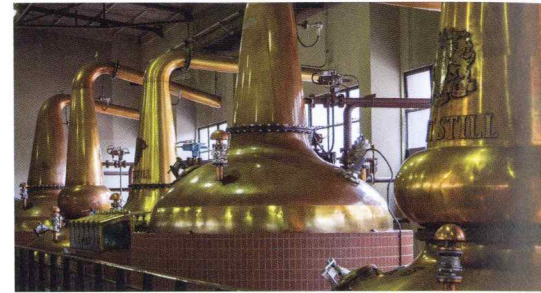
山崎は万葉の昔から水生野（みなせの）と呼ばれた名水の里。創業者・鳥井信治郎が日本発の本格モルトウイスキーの蒸溜所の建設地にこの山崎を選んだのも、ウイスキーづくりの命ともいえるべき上質な水があったからです。良質な水で仕込み、その後発酵・蒸溜・貯蔵というウイスキーづくりの工程を経て、多彩な個性を持った原酒が生まれます。現在サントリーにある原酒は100万樽以上。ブレンドは、それらの個性・品質すべてを把握しブレンドに生かすことを常に試んでいます。

ウイスキーの原酒の味は、つくられる土地によってまったく異なります。地形・気候・四季折々の変化、そして、その土地が生み出した水。「山崎」も「白州」もそれぞれの土地と自然が、その個性をくり上げています。創業者が、よい水を求めて「山崎」の地を選んだ時から、「山崎」の味や個性は形づくられていたのだと思います。水によって、どうしてこまで味わいが変わるのか。そんなことに想いを馳せるとき、私はいつもずっと昔と同僚がつぶやいた言葉を思い出します。

信治郎が辿り築いた名水の里・山崎



仕込みや発酵に大きく影響する水
ウイスキーの「仕込み」を行う仕込槽。この中で粉碎した麦芽と温めた仕込み水を混ぜると、麦芽中の酵素の働きででんぷんが糖に変わります。これを濾過した麦汁をアルコール分約7%のもろみに変えるのが次の「発酵」の工程。山崎蒸溜所ではステンレスと木桶の二種類の発酵槽を使用しています。



多彩な原酒をつくり分けるための工夫
さまざまな形や大きさの蒸溜釜。発酵槽や多様な蒸溜釜、直火と蒸気による二種類の加熱方式の組み合わせによって、さまざまなタイプのモルト原酒をつくり分けています。

”水の記憶“が生み出す味わい

「水は何かを記憶しているのではないだろうか」
悠久の時をかけ山崎の地を巡ってきた地下水が、何かを記憶しながら我われのところにとりついたので、「山崎」の味わいがこの地でしか生まれえないのは当然のこと。私たち匠の技によって、「水の記憶」を引き出して、山崎の地でしかつくれない香りや味わいを持つウイスキーに生まれ変わらせることだと思っています。（談）



世界で認められたジャパニーズウイスキー
近年、山崎蒸溜所には大勢の海外のお客様が訪れます。それは「山崎」や「白州」、「響」といったジャパニーズウイスキーが海外でも高く評価されている証。いまや日本はスコットランド、アイルランド、アメリカ、カナダと並び「世界の5大ウイスキー」と称されているのです（写真は2017年にロンドンで開催された世界的な酒類コンペティション「インターナショナルスピリッツ・チャレンジ2017」の授賞式で「響21年」が全部門品の頂点に立った時のもの）。

インタビュー

特集

ものづくりと水のいい関係

水はサントリーのものづくりの原点。

サントリーでは、ものづくりを始めた時からずっと、「よい水からよい商品を」という考え方が大切にされています。現在、サントリーのものづくりの現場で活躍するウイスキーのチーフブレンダー・福與伸二と、ビールの醸造家・岡賀根雄が、それぞれのものづくりに対する思い、水へのこだわりについて、語ります。



京都の南西、天王山の麓「山崎」
古くから山崎峡の一角は山紫水明の地として知られており、水無瀬川流域の後鳥羽上皇の離宮跡には、環境省による日本名水百選にも選ばれた「離宮の水」が今も湧き出ています。この辺りの水は、北摂山から天王山にかけて広がる広葉樹林に涵養されたもの。ミネラルを程よく含み、ウイスキーの仕込みには理想的な水だとされています。



「はじめに水ありき」

福與 伸二
チーフブレンダー

Profile

ふくよ・しんじ / 1984年生
社。白州蒸溜所、山崎ブレンダー室を経て、96年に渡英。ヘリオットワット大学駐在、モリソンボウモアディステイラーズへ出向勤務の後、帰国。2003年に主席ブレンダー、09年にチーフブレンダーに就任。



良いウイスキーをつくるにはそれぞれの樽に貯蔵されている原酒の個性を確認することが大切です。その個性を生かすことでウイスキーがつけられます。

国内ビール工場すべてで
天然水仕込み

国内に4つあるサントリーのビール工場で製造されているビールは、100%天然水仕込みでつくられています。実はすべての工場が天然水醸造を行っている大手ビールメーカーは、日本ではサントリーだけ。通常は物流面で有利な立地が優先されるため、物流よりも水にこだわるといふビールづくりは世界的にも珍しいのです。

創業者・鳥井信治郎は、ウイスキー事業に乗りだして工場建設に当てる際、上質な水が得られる地を探し出すことをもつとも重視しました。つまり、サントリーは創業時から水へのこだわりを伝統的に持ち続けている会社だということです。ビール工場においても、上質な地下水を利用できることを最優先にして工場の立地を決めています。

そうした、「天然水仕込み」にこだわったものづくりを日ごろご愛飲いただいているお客様にお伝えしようと、2017年3月、国内4つのビール工場すべてで「サントリー〈天然水のビール工場〉」に名称を変更し、天然水醸造を認知していただくようにしました。実際に、お客様からは「工場の名称が変わって、サントリーがビールづくりにおいて何よりも天然水

醸造にこだわっているということをよく理解することができました」というお声をいただいています。

商品を生み出す
マザーウォーターを大切に

ここ武蔵野ブルワリーで使っているのは、丹沢や奥多摩の山々に降った雨が地下に浸透し、数十年をかけて武蔵野の地に到達した地下水。約100メートルもの深さから汲み上げています。

ウイスキーの仕込み水を、「マザーウォーター」と言いますが、ビールにおいても、まさに水は商品を生み出す母ともいえるべき存在。ビールの約90%は水でできています。自然の水の恵みをいただいて、それを最大限生かすことで私たちのものづくりがあるのですから、その貴重な水を大切にしていかなければならない。私たちが水源涵養活動を行っている理由



ビールのうまさは泡に出る
厳選された素材から丁寧に作り込まれたビールだけが生みだせるさめ細かくクリーミーな泡は、ビールの香りやコクを引き出す重要な役割を果たします。「ザ・プレミアム・モルツ」の泡は、飲み進めてもなかなか崩れず、飲み干したときにグラスにレースのような模様が残るのが特徴です。



自然の恵みを生かすビールづくり (ホップ・二条大麦)

Profile

おか・かねお/1986年入社
利根川ビール工場、ビール研究所を経て、92年に渡独、ミュンヘン工科大学を拠点に幅広いビールづくりを学ぶ。帰国後、九州熊本工場建設、ビール商品開発などに携わり、2016年からビール生産研究本部長

岡 賀根雄
醸造家

「天然水100%が
素材の旨味を引き出す」



最終的に決めるのは人の五感

もそこにあります。いわば、15年後、20年後の仕込み水をつくっているということでもあるわけです。

そして最終的にビールの味わいやのどごしを決めるのは、人。醸造技師たちの舌や目、鼻といった人間の五感なのです。原料のホップや麦芽の個性もその年によって異なりますし、酵母も生き物ですから、その働きは常に一定であるとは限りません。そこを調整して安定した味わいのビールをつくり出すために、ものづくりの匠の技が欠かせません。

我われの仕事は自然の恵みを、お客様の喜びにつくり変えることだからこそ、これからも水にこだわり続け、つくり手としての五感・技術を磨き続けるのです。(談)



おいしいビールが生まれるまで
副原料を一切加えず、厳選された麦芽・ホップ・天然水のみを使用している「ザ・プレミアム・モルツ」。その製造工程は「素材選び」にはじまって、「仕込み」「発酵」「貯酒」「濾過」を経て、パッケージングされます。それぞれの工程では、機械だけに頼るのではなく、常に醸造家たちが五感をフルに働かせ、品質の管理をしています。こうした手間のまをかけた丁寧なビールづくりがあのおいしさを生みだしているのです。

サントリー〈天然水のビール工場〉
東京・武蔵野ブルワリー
サントリーのビール事業は、1963年竣工のこの武蔵野ブルワリーから始まりました。この工場には約20分の1サイズのミニブルワリーも設けられ、さまざまなビールの開発が行われています。「ザ・プレミアム・モルツ」も、このミニブルワリーから誕生したビールの一つです。



サントリー天然水3つのふるさと
きれいな自然環境と良質な水に恵まれた土地を探し求めて現在、南アルプス・奥大山・阿蘇の3つの工場があります。その豊かな自然に育まれた良質な水を製品としてお届けしているのが「サントリー天然水」です。降りそそいだ雨が、数十年という長い年月をかけて、大地に磨かれることでミネラルを授かり、おいしい「サントリー天然水」として誕生します。

お客様の毎日に健康習慣を
健康ニーズが高まる中、新たな価値を持った商品の一つとして

新たな価値を生み出す原動力
研究開発こそメーカーの命であるという信念のもと、サントリーグループでは、酒類をはじめとするさまざまな商品開発の過程で、微生物や酵素の利用技術、蒸溜技術を深化させてきました。さらに、食品加工、分析などの技術やノウハウを積み重ね、新しい健康素材の探索・健康効能の研究など、さまざまな研究開発を行ってきました。今後さらなる持続的な成長に向け、「美味しさ」「健康」等をテーマに新価値創造に繋がる研究開発を推進していきます。

お客様第一に、人々の生活に潤いを

新たな価値を生み出す原動力

誕生したのが「伊右衛門 特茶」です。ポリフェノールの一種である「ケルセチン配糖体」に脂肪分解酵素を活性化させる働きがあることを解明し、日常生活の中で楽しむお茶として商品化。人々が気軽にできる健康習慣として、人気を博しています。

飲み方、楽しみ方の提案も

新価値の創造は、食文化の提案という面でも生かされています。「ハイボール」もその一つです。ウイスキーになじみのなかった若者世代にも、もつとウイスキーを気軽に楽しんでもらおうと、レモンを搾り、ジョッキで飲むという新たなスタイルを提案。いまや定番の飲み方となっています。

また、お客様に常に最高の状態でサントリー商品をお楽しみいた

新価値創造を支える
サントリーのDNA

だくために、樽生ビールや飲料をお取扱いただいている飲食店様を定期的に訪問し、品質管理活動をサポートするなど、飲用時品質の向上にも励んでいます。

サントリーの新価値創造は、研究開発者たちの飽くなき挑戦の精神に支えられています。実現不可能といわれた青いバラの開発も、サントリーの最先端のバイオテクノロジーと失敗にめげることなく研究に励む開発者たちの努力の結晶です。彼らは思うような実験結果が出なくても、それを単なる失



英語で「不可能(存在しないもの)」の象徴だった「Blue Rose」。その不可能を実現してしまった青いバラの存在は、サントリーのDNAの象徴となりました。

敗と捉えず、次の実験のヒントとして生かし、研究を続けます。決してあきらめないその姿勢こそ、創業以来、脈々と受けつがれて来たサントリーのDNAなのです。



「ハイボール」をジョッキで楽しむ!

ウイスキー市場が低迷する中で、何とか若者にウイスキーを飲んでもらおうという戦略の一つとして2008年に始まった「ハイボール」復活プロジェクト。このプロジェクトが功を奏し、「ハイボール」という飲み方はすっかり定着し、ウイスキー市場の底上げに大きく貢献しました。



若い世代の働き方や価値観を掘り下げ、デスクワークをしながら時間をかけて飲むコーヒーとして生まれた「クラフトボス」。再水性のある容器や、すっきりとした味わい、オシャレなデザインで働くシーンに安らぎを提供しています。

特集

人々の生活文化を彩る新価値の創造

甘味葡萄酒「赤玉ポルトワイン」を生み出して日本の洋酒文化を拓き、日本初のウイスキー事業に着手。さらにビール、飲料などの新事業に参入するなど、サントリーの成長は、生活文化に潤いをもたらす新価値創造に向けた、挑戦と革新の歴史に支えられています。これからも研究を生かした、サントリーならではの革新的な製品の開発や、新たな飲用シーンや飲用スタイルのご提案を通じて喜びや感動をお届けし、人々の彩り豊かな生活文化の創造に貢献してまいります。

サントリーウエルネス

サントリーグループにおける健康事業を担うサントリーウエルネスでは、健康に役立つ素材を探し出し、最大限に生かす方法を科学的に検証し、お客様のニーズにお応えする商品を開発しています。「セサミンEX」などの健康食品をはじめ、美容サプリメント「ミルコラ」やスキンケア化粧品の「F・A・G（エフ・アール・ジー）」など、幅広いラインナップを取り揃えています。



「セサミンEX」

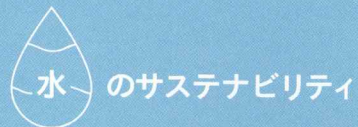
ゴマに含まれる抗酸化成分の中でも、とくに「セサミン」は老化の原因となる活性酸素を除去し、若々しさを守りパワーを秘めているといわれています。「セサミンEX」はセサミンをはじめ、年齢とともに崩れがちな体調を整えるオリザプラスや天然ビタミンE、トコトリエノールを配合した健康サプリメントです。

「水と生きる」取組み

サントリーは、「水と生きる」を実現するため、自然環境の保全活動や、芸術文化・社会貢献活動などに積極的に取り組んでいます。私たちはこうした活動を社員と響きあいながら実践し、社会や人々の暮らしに潤いをもたらす、ずっとずっと水と生きていける未来を実現していきたいと考えています。

「水と生きる」取り組み

- 全世界の自社工場での水使用を半減*1
- 全世界の自社工場で取水する量以上の水を育むための水源や生態系を保全
- 主要な原料農作物における持続可能な水使用を実現
- 主要な事業展開国において「水理念」を広く社会と共有



サントリー環境ビジョン2050

地球温暖化防止に向けて、脱炭素社会の実現に貢献



サントリー食品インターナショナル(株)は、環境情報開示システムを提供する国際的な非営利団体である「CDP」から高い評価を受け、「CDPウォーター Aリスト企業」に2年連続で認定されました。



サントリーホールディングス(株)およびサントリー食品インターナショナル(株)の温室効果ガス削減目標(2030年目標)が「SBTイニシアチブ」の認定を取得。

自然との共生
恵みを次世代へ

水を守り、水を育む。

サントリーグループ『水理念』 2017年1月策定

水はグループにとってもっとも重要な原料であり、かつ、貴重な共有資源です。環境基本方針の最上位に掲げる「水のサステナビリティの実現」に向けて、次の理念をグループ全体で共有し、ステークホルダーの期待に応えていきます。

- 1. 水循環を知る**
使用する水の循環について科学的アプローチに従って流域を調べ、理解を深めます。
- 2. 大切に使う**
水の3R(Reduce/Reuse/Recycle)活動を通じて節水に努め、浄化した水は自然に還し、環境インパクトを軽減します。
- 3. 水源を守る**
サステナブルな未来を実現していくため、ステークホルダーと協力しながら使用する水の水源保全に努めます。
- 4. 地域社会と共に取組む**
社会が豊かになるように、水課題の解決への貢献を通じて地域コミュニティを支援します。

- 3**
水負荷の高い**主要原料**について
持続可能な水使用を追求
- 4**
水に関する**啓発プログラム**
安全な水の提供にも取り組み
100万人以上に展開

- 2**
自社拠点以外のバリューチェーンにおける**CO₂排出**を
20%削減
(Scope 3)

水理念を策定し水環境に貢献
自然との共生や地球環境の保全・再生を考えるうえで、水はサントリーにとってもっとも重要なテーマです。水は私たちの事業活動を支える大切な経営資源であるばかりか、あらゆる生命の源であり人々の暮らしや経済を支える貴重な共有資源でもあるからです。そこで、サントリーグループで

は、自社の事業活動が地球規模での水の循環の一部であるとの認識に立ち、健全な水循環に貢献する事業活動を実践。さらに、その活動を通じて日本国内で培った「水のサステナビリティ」をグローバルに展開すべく、2017年にグループ共通の基本理念である「水理念」を策定しました。この理念のもと、世界各地の水課題の解決に貢献する取組みをグループ一体となり推進していきます。

- 1**
全世界の自社工場での**水使用**を
15%削減*1
- 2**
水ストレスの高い地域を中心に
自社工場での**水源涵養活動**を
半数以上で実施

- 1**
全世界の自社拠点での**CO₂排出**を
25%削減
(Scope 1, 2)

*1 2015年における事業領域を前提とした原単位での削減
*2 2015年における事業領域を前提とした総量での削減

2030年目標



水を守り、水を育む。

自然との共生 恵みを次世代へ

私たちの事業の多くは、水や農作物などかけがえのない自然の恵みに支えられています。この自然の恵みである水は無限ではありません。大切な経営基盤であり、あらゆる生命の源である自然の恵みを次の世代に引き継ぐために、サントリーグループは、事業を展開する世界各地で「水と生きる」の取り組みを実践。水をはじめとする自然保護のトップランナーを目指して、これからもさまざまな取組みを継続していきます。

サントリーグループの環境経営

全社を上げて環境経営を推進

社会との約束として「水と生きる」を掲げるサントリーグループは、美しく清らかな水を守り、大切に使い、良質な水を自然に還すこと、これらを継続することが重大な責任と考えています。また、水が育む植物や森林、川・海・大気、そして生き物がつくり出す生態系というすばらしい循環システムがあらゆる生命の基

礎だと考え、持続可能な地球環境を次世代に引き継ぐことに最大の努力を続けています。そのために、サントリーグループでは、グループ環境基本方針を事業活動の基盤とし、グループ全体で「水のサステナビリティ」「気候変動対策」を柱に、グローバルに環境経営を推進。さらに、「環境ビジョン2050」の達成に向けて、「2030年目標」を定め、さまざまな取組みを進めています。

2R+B*

- *1 30φペットボトル対象
- *2 国産ミネラルウォーターペットボトル(500mL~600mL)対象
2018年4月時点当社調べ
- *3 2R+Bは登録商標です



環境に配慮した容器包装の開発・導入を推進
容器包装の社会的な影響を強く認識し、1997年に「環境に係る容器包装等設計ガイドライン」を設定、容器包装の環境負荷低減を推進しています。なかでもペットボトルは、サントリーグループ独自の「2R+B(Reduce・Recycle+Bio)」戦略に基づき「環境への配慮」「使いやすさ」を併せ持つ容器の開発に注力。BtoB(ボトルtoボトル)への挑戦や世界初の植物由来原料を30%使用したペットボトルキャップ導入など、環境負荷低減活動が高く評価されています。

未来を担う子どもたちに自然のすばらしさ、水や水を育む森の大切さに気づいてもらうために、次世代に向けた独自のプログラム「水育」を行っています。「サントリー天然水」のふるさとで開かれる自然体験プログラム「森と水の学校」は、小学校3〜6年生とその保護者を対象に、自然の中で水や水を育む森の大切さを学びます(2004年の開校から2017年までに約2万3100名の親子の方が参加)。小学校の教室で先生方と一緒に「出張授業」では、映像や

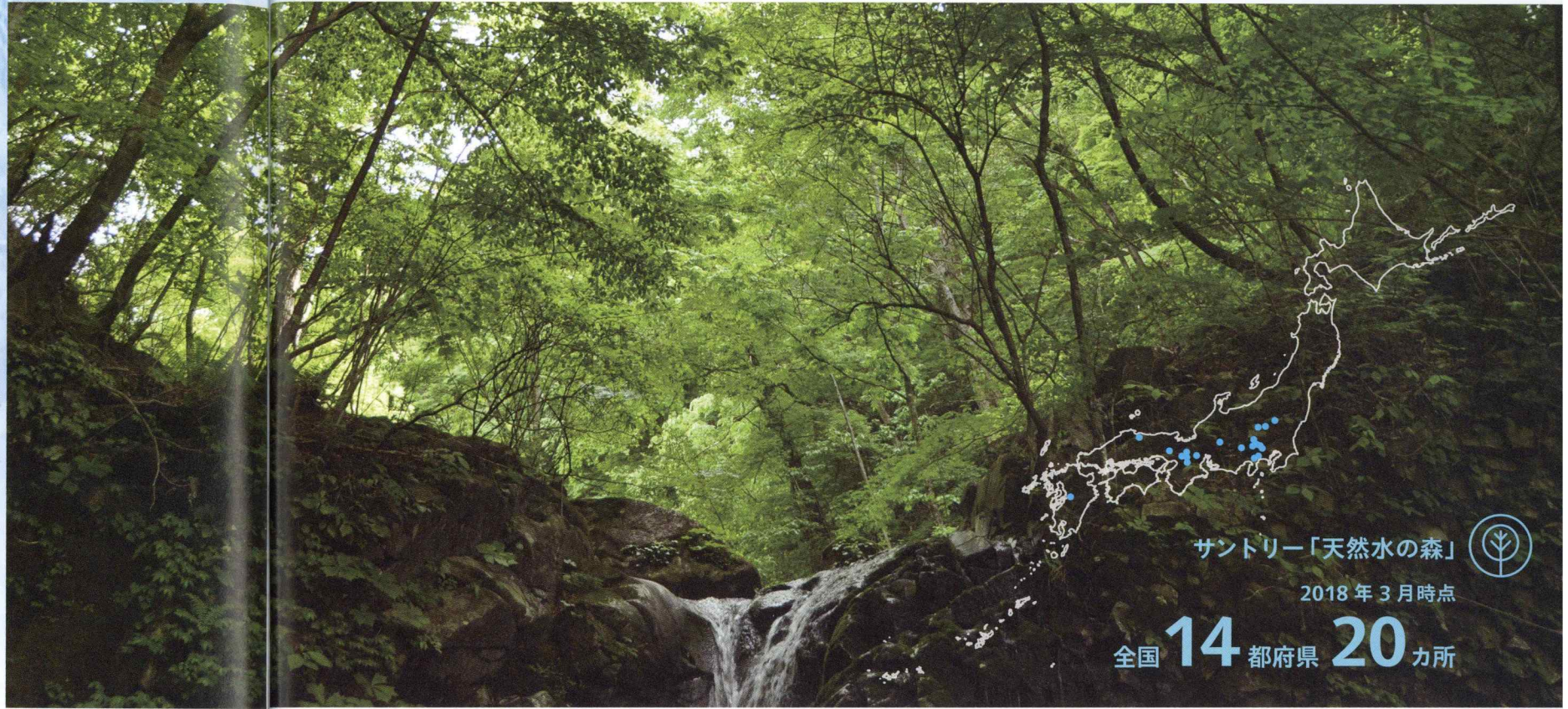
次世代環境教育・水育 「森と水の学校」「出張授業」

すぐれた森に誘導するため、さまざまな分野の専門家の知識・研究成果を総合して、数十年先、100年先の理想像を思い描いた活動計画を策定。継続的な改善に向けて取り組んでいます。



森と水の学校
2004年に阿蘇校で開校した「森と水の学校」は、その後、白州校、奥大山校と広がり、2018年には活動開始から15年目を迎えました。

実験を通して、自然のしくみや大切さを学び、自分たちが未来に水を引き継ぐために何ができるのかを考えます(2017年までに約1600校、約12万1800名の児童の皆さんが参加)。



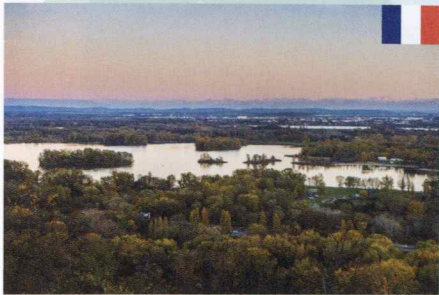
サントリー「天然水の森」
2018年3月時点
全国14都府県20カ所

自然との共生 恵みを次世代へ

水を守り、水を育む。

「水と生きる」をグローバルへ

アメリカ「ナチュラル・ウォーター・サンクチュアリ」プロジェクト
ビームサントリーでの水源涵養エリア保全プログラム。蒸溜所の33エーカーの土地では、エコチームが中心となり、環境保全活動を行っています。



自然保全活動をヨーロッパでも開始
オランジーナサントリー フランスは、自然公園グラン・パーク・ミリベル・ジョナージュ内に広がる森林の保全活動や子ども向けの教育プログラムの実施サポートをはじめ、工場周辺の水と自然環境を守り、育む活動を推進していきます。



次世代環境教育「水育」をベトナムで実施
環境活動をグローバルに推進していくべく、2015年3月からベトナムで海外初となる次世代環境教育「水育」を開始しました。

グローバルに展開する水のサステナビリティ
サントリーグループでは、世界に広がるグループ会社と協働しつつ、水のサステナビリティを守るためのさまざまな活動を行っています。2015年からは日本の「水育」を海外に展開したベトナム

ム水育を開始。さらに、2016年にはアメリカのビームサントリーで「ナチュラル・ウォーター・サンクチュアリ」プロジェクトを、2017年からはフランスのオランジーナサントリー フランスが水源涵養・森林保全活動を展開。「水と生きる」の活動が世界各地に広がっています。

科学的なアプローチで自然の水循環を把握

水を事業活動の基盤とする企業には、良質な地下水の持続可能性を将来にわたって保全する責任がある。サントリー「天然水の森」活動はそのような考えのもと、2003年にスタートしました。この活動はより持続可能な「水と生命の未来を守る」を目指し、水源涵養機能の向上と生物多様性の保全を大きな目標としています。水源涵養では、科学的根拠に基づいた綿密な調査・研究をもとに、水源涵養エリアの水環境を把握し、それぞれの森に合わせた計画や目標を定め、保全活動を行っています。サントリー九州熊本工場は水源涵養エリアから始まった「天然水の森」は、現在全国14都府県20カ所、約9000haまでに広がっています。さらに2020年までに「工場で汲み上げる地下水の量の2倍を森で育む」という目標を掲げています。

豊かな地下水を育むよい森とは、十分に水を蓄え、地下深くに導く良質な土壌がある森のことです。よい土壌をつくるには、多様な樹木や植物、生き物がバランスよく生息し、生物多様性に富んだ森づくりを行うことが欠かせません。サントリー「天然水の森」では地下水を育む力、生物の多様性に



ワシ・タカ子育て支援プロジェクト
「ワシやタカが子育てできる環境は生物多様性に満ちている証」という考えのもと、猛禽類が子育てできる森づくりを進めています。

サントリーの愛鳥活動



野鳥は自然環境のバロメーターと言われていて、野鳥を保護することが人間や自然環境を守ることに繋がるとの考えから、サントリーグループは1973年より野鳥保護の重要性を社会と共有する愛鳥活動に取り組んでいます。1973年5月に愛鳥キャンペーンをスタートし第1回新聞広告を掲載、1989年には「サントリー世界愛鳥基金」を創設しました。野鳥保護を通じて地球環境保全を推進する鳥類保護活動を資金面から助成しています。また、多くの方に野鳥に親しんでもらえるよう、Webサイトやツールを通じて、さまざまな情報発信を行っています。



ラグビー部「サントリーサンゴリアス」
選手が直接子どもたちを指導するラグビークリニックの開催をはじめ、「サントリーカップ全国小学生ラグビー選手権大会」の運営サポートなど、さまざまな活動を行っています。



バレーボール部「サントリーサンバース」
バレーボールクリニックの開催をはじめ、小学校の授業で「体を動かす楽しさを知ってもらうためのボール遊び教室」の開催や、地域のバレーボール大会の運営サポートなども実施しています。



東日本大震災復興支援活動
東日本大震災からの復興に向けて、「漁業」「子ども」「チャレンジド・スポーツ」「文化・スポーツ」の分野を中心に、継続的な支援活動を実施しています。



熊本地震復興支援活動
サントリーグループでは、2016年4月の熊本地震発生直後に「サントリー天然水」約21万本を、5月には義捐金1億円を拠出。10月には3億円の追加支出を決定し、復興支援活動「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」を開始しました。写真は復旧を支援した田んぼでの田植えイベントの様子。

少子化が進み、次世代育成の重要性が高まる中、未来を担う子どもたちの健やかな成長を支援するために、音楽・美術・スポーツ・自然体験などを通じたさまざまな次世代育成支援活動に取り組んでいます。

音楽・美術の分野では、サントリーホールでの「こども定期演奏会」など、子どもたちが本物や一流の作品に触れる機会を提供しています。また、スポーツの分野では、選手が子どもたちを直接指導するクリニックや小学生の大会の運営サポートなどを

地域に寄り添った貢献活動を展開

社会福祉法人の運営をはじめ、各地域での環境美化活動やチャリティ、ボランティア活動など、地域社会に根ざした取組みを積極的に進めています。

また、東日本大震災や熊本地震の被災地支援活動をはじめ、国内外の大規模災害に対しては義捐金の寄付や飲料水の提供などとともに、地域に寄り添いながら心と体の支援活動をグループ一体となつて、継続的に取り組んでいます。



社会福祉法人 邦寿会
高齢者（特別養護老人ホーム）、どうみょうじ高齢者（総合福祉施設）、旭区西部地域包括支援センター（大阪市から受託）、つばみ保育園の運営や、訪問介護・通所介護などの在宅介護サービスにも注力しています。

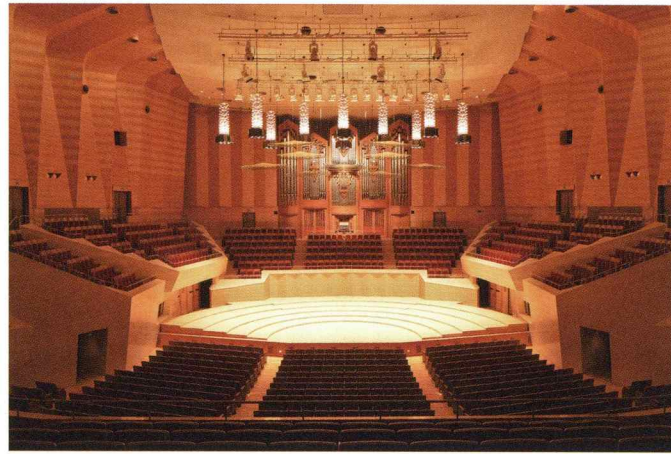


サントリーチャレンジド・スポーツプロジェクト
サントリーグループでは、「やってみなはれ」精神のもと「PASSION FOR CHALLENGE」とともに夢に挑もうと、車いすバスケットボール（写真）などチャレンジド・アスリートに寄り添った活動を展開しています。

暮らしに潤いを与える企業でありたい。

未来を担う子どもたち
次世代への育成支援活動を展開

通じて、子どもたちの健全な心と体の育成を支援しています。



サントリーホール
1986年に東京初のコンサート専用ホールとして開館。毎年600を超える国内外の一流アーティストによる公演が行われ、年間約60万人のお客様が来場されています。



サントリー美術館
「生活の中の美」を基本理念に1961年に開館。国宝1件、重要文化財15件を含む約3,000件の収蔵品を所有し、毎年多彩な企画展を開催しています。

文化やスポーツを通じて
社会に潤いを

芸術・文化の分野においては、1961年にサントリー美術館、1986年にサントリーホールを開館。日本の音楽・美術のさらなる普及と発展への貢献を目指して活動しています。スポーツの分野ではラグビー部「サントリーサンゴリアス」やバレーボール部「サントリーサンバース」など自社チームを組織し、スポーツ振興のための活動に力を入れています。また、チャレンジド・スポーツの競技活動や大会サポート、従業員によるボランティア、普及活動などを推進しています。



公益財団法人 サントリー文化財団

創業80周年を記念し、社会科学・人文科学分野の研究活動や、日本の地域文化の向上に貢献するために、1979年に設立されました。「サントリー学芸賞」や「サントリー地域文化賞」の贈呈、社会・人文科学や地域文化に関する研究や海外出版への助成、財団自ら実施する調査研究など、さまざまな活動に取り組んでいます。

2

社会に潤いを与える水のように。

時代を見つめた

文化・社会貢献活動

創業以来、人々が心豊かに暮らしを楽しむことができる社会の実現を目指し、さまざまな社会貢献活動に取り組んでいます。「芸術・文化」「スポーツ」「社会福祉」の分野を中心に、「次世代育成」「被災地支援」「地域貢献」など、多くの人々に心の潤いを届けることを願って、その時代にふさわしい多岐にわたる文化・社会貢献活動を積極的に実施しています。

時代を見つめた
文化・社会貢献活動



新入社員および経験入社員向け森林整備体験研修
サントリーグループが提唱する「自然との共生」の価値観を従業員一人ひとりが自ら体感し、理解することを目的に、サントリー「天然水の森」で森林整備体験研修を行っています。



アンバサダープログラム
海外グループ会社従業員を対象にしたこのプログラムを通じて、サントリーグループの強みである創業精神の共有やグループの一員としての一体感を醸成。さらに、帰国後は「アンバサダー」として、学んだことを広めてもらうことを目的としています。



ラグビー研修
チームワークの大切さを学び、社員の一体感を醸成するため、サンゴリアスの選手による「ラグビー研修」を新入社員を対象に実施。

3

水のように柔軟に、力強く。

やっ
て
みな
はれ



社員一人ひとりの「やっ て みな はれ」を力に

魅力ある人材が
いきいきと。

サントリーグループの活動の基盤は人であり、「水と生きる」を実現するためには、従業員一人ひとりが水のように自由に、柔軟に、常に新しいテーマに挑戦しながら能力を十分に発揮することが不可欠です。サントリーグループでは多様な人材が活躍できるダイバーシティ経営を推進。新たな価値創造に挑戦する「人材育成」とすべての従業員が個々の力を存分に発揮し、いきいきと働ける「職場環境づくり」に取り組んでいます。

「Suntory People Way」制定

新たな価値の創造・事業の成長の原動力は人材です。事業がグローバルに広がり、従業員数が増加・多様化する中で、改めて、サントリーグループに集うすべての人材に対する思い・考え方を見つめ直し、「Suntory People Way」を制定しました。「FAMILY」「YATTE MINAHARE」「ENGAGEMENT」の3つを掲げ、人材に関するすべての活動の根源として価値共有しています。

個人・組織の成長を目指した「サントリー大学」

サントリーグループでは、一人ひとりが、学び続け、成長し続けることが組織の成長につながるという認識のもと、2015年に「サントリー大学」を開校しました。多様な価値観を持つ多様な人材が、ONE SUNTORYとして力を発揮するには、まず、グループ共通の価値共有が必要です。サントリー大学では、世界

中の社員が創業の精神を学ぶことをベースに、個々の能力向上を図る多彩な人材育成プログラムを設け、それぞれが未来を見据え学び続ける機会を提供しています。

多様な人材がいきいきと働きやすい環境づくり

フレッシュで活力ある企業風土は、いきいきと働く従業員に支えられています。そのためには、従業員一人ひとりが、心身ともに健康で元気に働ける環境であることが何よりも大切です。サントリーでは、「健康経営」の実践を宣言し、健康診断項目の充実や定期的なセルフチェックおよび事後フォロー体制の整備など、さまざまな健康維持・増進の施策を導入しています。

さらに、従業員が生産性高く働き、質の高い成果を生み出しながら、新たな価値を創造することができるよう、働き方改革にも取り組んでいます。労使一体となって労働時間の適正化に取り組むとともに、時間や場所の制約を取り払い、よりフレキシブルな働き方を実現するために、テレワークやフレックス勤務などの利用を推進。多様な従業員一人ひとりのワークライフバランスに配慮した、環境づくりに努めています。



ワークライフバランスの推進
男性従業員のより一層の意識改革を目的に、「ちちおやガイダンス」を開催。ロールモデルの紹介や参加者同士の情報共有などを実施しました。

社員一人ひとりの「やっ
て
みな
はれ」を力に

水のように柔軟に、力強く。

SUNTORY UNIVERSITY

サントリー大学



2015年4月に開校した人材育成プログラムサントリー大学のミッションは、個々の能力の向上や魅力ある人材づくり、未来を見据え、学び続ける意欲を喚起すること。グループ全員が創業の精神を理解し、「Global ONE SUNTORY」を実現することを目指しています。

会社情報

サントリーグループ

グループ会社数：312社（2017年12月31日現在）
 従業員数：37,745名（2017年12月31日現在）
 連結売上収益（酒税控除後）：21,575億円（2017年1月1日～2017年12月31日）
 連結売上収益（酒税込み）：24,203億円（2017年1月1日～2017年12月31日）
 連結営業利益：2,536億円（2017年1月1日～2017年12月31日）

サントリーホールディングス株式会社

本社所在地：大阪府大阪市北区堂島浜2-1-40
 サントリーワールドヘッドクォーターズ所在地：東京都港区台場2-3-3
 創業：1899年
 設立：2009年2月16日
 代表取締役会長：佐治 信忠
 代表取締役社長：新浪 剛史
 資本金：700億円

ASIA/OCEANIA

アジア・オセアニア

売上収益	2,865 億円
グループ会社数	75 社
従業員数	8,997 名

EUROPE

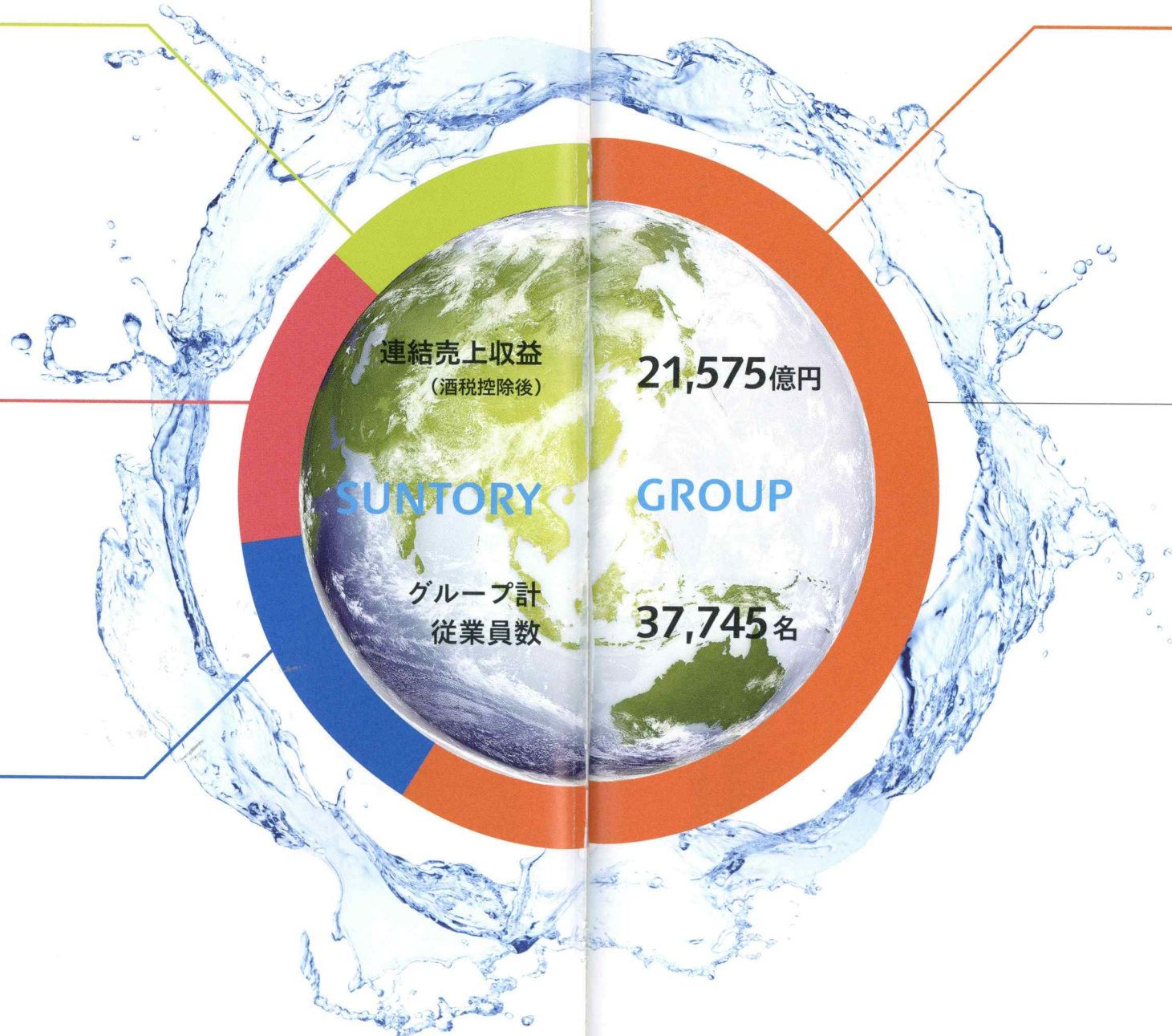
欧州

売上収益	3,030 億円
グループ会社数	96 社
従業員数	5,085 名

AMERICAS

米州

売上収益	2,930 億円
グループ会社数	56 社
従業員数	5,557 名



JAPAN

日本

売上収益	12,750 億円
グループ会社数	85 社
従業員数	18,106 名

サントリーグループ事業セグメント別売上

飲料・食品関連事業

売上収益	12,264 億円
------	-----------

酒類関連事業

売上収益	7,225 億円
------	----------

健康食品・外食・花・サービス他関連事業

売上収益	2,086 億円
------	----------

※ 各エリア別・事業別売上収益は酒税控除後を掲載しています。

100年先を見つめて。

「水」は豊かな森が育む自然の恵み。
でも、森が元気を失えば、今はまだ豊かな水も、美しさを失うことや
涸れてしまうことがあるかもしれません。
豊かな水を育めるよう森をより元気にすこやかにしたい――。
そのためには、とても長い時間がかかります。
「天然水の森」の“水と生命を守る森づくり”、
100年先の未来まで見据えて、サントリーは活動を続けていきます。

2013

サントリー食品
インターナショナル(株)上場



TOPICS

サントリー食品インターナショナル(株)上場

2013年7月、サントリーグループの飲料・食品事業を担うサントリー食品インターナショナル(株)が東証1部に上場。市場の急成長が見込まれる東南アジアを中心に、海外での飲料事業拡大に力を入れています。

2015

「〜ザ・プレミアム・モルツ〜
マスターズドリーム」発売



新しい研究開発拠点
「サントリーワールドリサーチセンター」竣工



2017

『クラフトボス』シリーズ発売



2017

サントリーグループ共通の「水理念」策定

2016

アメリカ・ケンタッキー州のメーカーズマーク蒸溜所にて
「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」プロジェクト開始



TOPICS

「水」の取組みをグローバルに展開

国内で培ってきた「水のサステナビリティ」の考えや活動をグローバルに展開し、世界各地の方々と連携しながら、地域課題に沿った活動をグローバルに推進していきます。

熊本地震復興支援活動
「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」開始



2015

次世代環境教育「水育(みずいく)」を
海外では初となるベトナムで活動開始



2018

「環境ビジョン2050」改定
「2030年目標」策定

2011

東日本大震災復興支援
「サントリー東北サンさんプロジェクト」開始



2004

サントリー次世代環境教育
「水育(みずいく)」を開始



TOPICS

天然水の森・水育活動

水や自然の恵みに支えられているサントリーグループは、地球環境を未来に引き継いでいくために、「天然水の森」の自然環境の保全、豊かな生態系の象徴である野鳥の保護、水の大切さを次世代に伝える「水育」など、自然環境の保全・再生に繋がる活動に取り組んでいます。

2014

「サントリー環境ビジョン2050」策定



「チャレンジド・スポーツ
(障がい者スポーツ)」支援開始



MILESTONE

サントリーグループ



年の歴史

サントリーグループの創業から現在まで119年の歴史を、歴代の看板商品、CSR活動とともにご紹介します。

1899

鳥井商店 創業



創業者・鳥井 信治郎
(1879-1962)

大阪市に「鳥井商店」を開業、
ぶどう酒の製造販売を開始
(1921年「株式会社寿屋」創立)

1907

甘味葡萄酒「赤玉ポートワイン」発売



赤玉ポートワイン

1923

サントリー山崎蒸溜所建設



TOPICS

ジャパニーズウイスキーの誕生

国産ウイスキーの製造に着手した信治郎は、「よい原酒はよい水がしみ、よい熟成はよい自然環境なしにはあり得ない」との思いから、京都郊外の山崎に「サントリー山崎蒸溜所」を建設。1929年には、国産第一号の本格ウイスキー『サントリーウイスキー白札』を発売します。

1921

邦寿会創立・今宮診療院開設



TOPICS

社会福祉活動

大阪で生活困窮者の救済のため無料の診療所を開設したことから歴史は始まります。以来90年以上、社会奉仕への強い信念のもと、その時代にふさわしい社会福祉活動をいち早く取り入れて、実現してきました。

1937

「サントリーウイスキー角瓶」発売



※製品の撮影画像に、一部加工を施しています。

1972

飲料・食品事業に本格参入



1978

メロンリキュール「MIDORI」をアメリカで発売

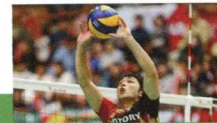


1973

愛鳥活動開始



バレーボール部創部



TOPICS

企業スポーツ活動の開始

企業スポーツへの参加やスポーツ振興のための活動を開始。バレーボールとラグビーの自社チームを組織し、リーグに参加するとともに、競技の普及活動や子どもたちへのクリニックなども展開しています。

1963

サントリー株式会社へ社名変更



「サントリービール」発売



1983

シャトーラグランジュ経営開始



1981

「サントリーウーロン茶」発売



1984

「サントリーシングルモルトウイスキー山崎」発売



1993

健康食品事業に参入



TOPICS

食のちからを健康のちからに

健康志向が高まりをみせた1990年代、サントリーも健康・ライフサイエンスの分野に参入。長年にわたる食の科学的研究や品質管理技術を礎とした開発の末、1996年にゴマの健康食品『セサミン』を発売します。

2005

「ザ・プレミアム・モルツ」(中瓶)が、日本で初めて「モンドセレクション」ビール部門で2005年から3年連続最高金賞受賞



2004

「サントリー緑茶伊右衛門」発売



世界初の「青いバラ」開発に成功



TOPICS

「不可能」を「夢かなう」へ

バラには青い色素がないため、青いバラをつくることはできない——これが当時の研究者たちの意見でした。しかし「サントリーフラワーズ」による10年以上の研究の末、世界初となる青いバラの開発に成功。2009年には「夢かなう」との花言葉とともに販売が開始されました。

1946

食品化学研究所設立
(現サントリー生命科学財団)



1969

鳥井音楽財団設立
(1978年「サントリー音楽財団」に改称〜現「サントリー芸術財団」)



1961

サントリー美術館開館



TOPICS

芸術・文化活動の開始

1961年のサントリー美術館の開館を皮切りに、1986年にはサントリーホールを開館。美術と音楽を中心に、芸術分野における社会貢献活動の取組みを半世紀にわたり継続しています。

1986

サントリーホール開館



1979

サントリー文化財団設立



1980

ラグビー部創部



2003

「サントリー天然水の森」活動開始



水と生きる

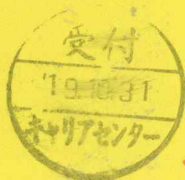


「水と生きる」スペシャルサイト

ニッポンを 潤せ。

SUNTORY BEVERAGE SERVICE
SUNTORY

RECRUITING GUIDE



サントリービバレッジサービスを選ぶ 3つのポイント

POINT 1 サントリーのファンを増やす仕事

当社は「伊右衛門」「BOSS」「ペプシ」といった人気商品とサントリーのブランド力を武器に、着実に成長を続けてきました。これらの“とっておきの商品”をお客様に最高品質でお届けし、サントリーのファンを増やす事が私たちの仕事です。



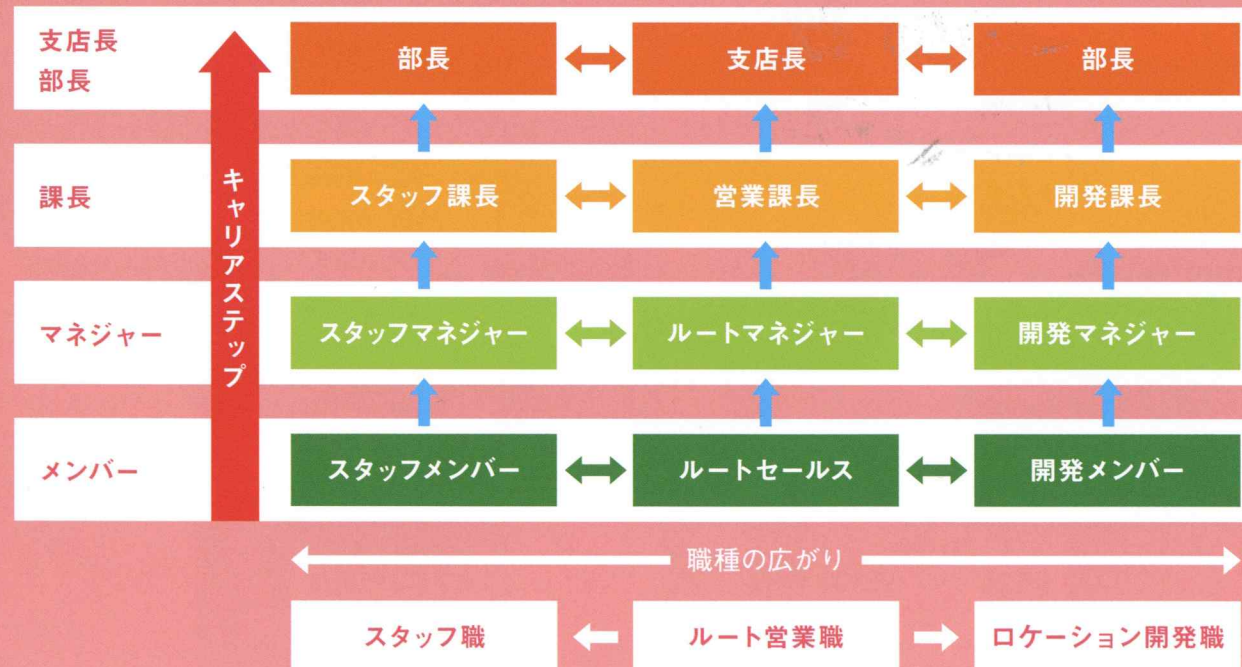
POINT 2 地元や好きな町で働ける！ エリア採用

北は北海道から南は九州まで、8つのエリア・ブロック採用を実施。「家族のもと地元で働きたい」、「若い力で地元を活性化させたい」という想いを実現できます。また、「新しい地域で働いてみたい」というチャレンジも応援しています。



POINT 3 着実なキャリアアップ

基本的にはルート営業職(ルートセールス)からスタート。マネジャーや課長職などキャリアアップはもちろん、希望や適性をもとに他職種へのキャリアチェンジも可能です。自分の特性に合ったキャリアを歩めるフィールドを用意しています。



仕事紹介

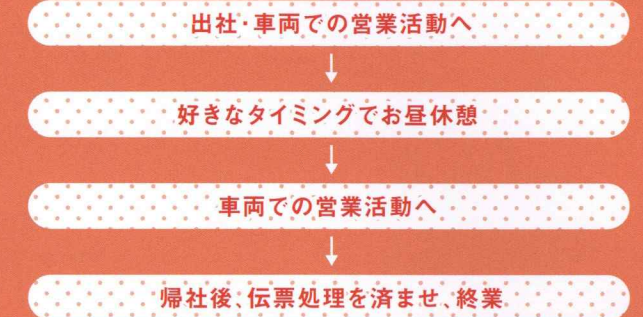
サントリーグループならではの安定した基盤や福利厚生のもと、「業界No.1を目指して、1本でも多く、1台でも多く」市場にサントリーファンを増やす活動に取り組んでいます!!ここでは仕事の基本となる2つの職種について紹介します!!

ルート営業職

サントリーの自動販売機やディスペンサー等を設置しているお客様に対し、補充・納品、保守点検、売上金回収、品質管理などのオペレーション、また、新商品やサービスの提案などのフォロー(既存営業)を行います。



一日の流れ Schedule



仕事のやりがい

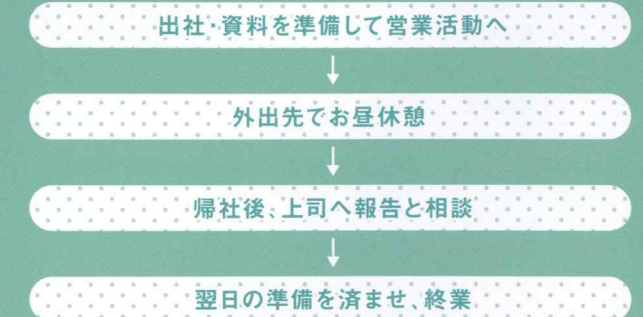
- 売れ筋商品の予測や、ポスター等の装飾など自分なりの工夫が売上アップに繋がるため、頑張りを実感できます!!
- 誰もが知っている商品を取り扱うため、仕事でもプライベートでも「新商品おいしいね」と反応がもらえるのは、サントリーグループの強みです。

ロケーション開発職

法人企業や学校・病院、店舗などを訪問し、サントリーの自動販売機やディスペンサーを新たに設置していただくお客様を獲得します。販路拡大をミッションに設置先の開拓(新規営業)を行います。



一日の流れ Schedule



仕事のやりがい

- ライバル会社の機材が設置してあるお客様に対し、ニーズを探り用意した提案でサントリー機に交換してもらえたときは嬉しいです!!
- お酒や花を扱うグループ会社と連携してお客様に提案することもあります。幅広いアイデアが実現できるのも、サントリーグループの強みです。

充実したサポート体制／社外活動



●社員全員が強みを発揮できるよう、教育研修体制も充実。より成長したい人には応募型や通信教育のサポートも行っています!!

●世代や役職関係なく、アクティブで楽しいことが好きな社員が集まっています。有志でスポーツ大会などのイベント開催やボランティア活動を行うなど、風通しが良い社風も当社の自慢です。

事業内容

自動販売機事業

自動販売機の設置から運営・管理までを行います。サントリーの商品を、最適なラインナップと最高の品質でお届けすることで、人々に心と体の潤いを提供しています。

ウォーターサービス事業

ミネラルウォーター国内シェアNo.1の「サントリー 南アルプスの天然水」を使用したウォーターサーバーを取り扱っています。会社や病院、家庭においしく安心なお水を提供します。

ファウンテン事業

複合カフェやファーストフード店などの飲食店を対象に事業展開しています。ディスペンサーを貸与し、魅力的なドリンク商品のラインナップをご提案。お店の魅力をさらに高めます。

小売店事業

企業売店や学校の売店など、小売店を対象にショーケースの設置や取り扱い商品の提案を行います。豊富な商品展開でお店と利用者両方のニーズを満たします。

会社概要

●会社名 サントリービバレッジサービス株式会社

●設立 2013年4月1日

●資本金 1億円

●従業員数 2,472名(2016年1月時点)

●事業内容 自動販売機、ディスペンサー、ウォーターサーバー、一般小売による飲料・食品等の販売

●事業所 本社(東京/新宿)、北海道営業本部、東北営業本部、関東・信越営業本部、首都圏営業本部、東海・北陸営業本部、近畿営業本部、中国・四国営業本部、九州営業本部

●売上高 1,229億円(2016年実績)

SUNTORY BEVERAGE SERVICE
SUNTORY

〒160-0007 東京都新宿区荒木町13-4 住友不動産四谷ビル5階
TEL/03-5369-0820 FAX/03-5369-0831
URL <http://www.sbv.suntory.co.jp/>

