

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「酒類メーカーとしての責任」を前提に、「健康」「地域社会・コミュニティ」「環境」を重点課題として選定し、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年に向けたキリンググループ長期経営構想「キリンググループ・ビジョン2027」(略称：KV2027)のなかで、世界のCSV先進企業となることを目指し、社会と価値を共創するための指針として2019年に「CSVパーパス」を策定しました。

そのありたい姿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」を位置付け、キリンググループ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。グループ全体でのCSVの実効度を上げて、成果についても積極的に情報開示を行っていきます。



CSV 重点課題	CSVパーパス CSVストーリー	SDGs ターゲット	コミットメント	アプローチ	成果指標	成果指標 目標値 (2021年)
酒類メーカーとしての責任	全ての事業展開国で、アルコールの有害摂取の根絶に向けた取り組みを着実に進展させる。 (Zero Harmful Drinking) 3すべての人に健康と福祉を 17パートナーシップで目標を達成しよう お酒はお客様の心豊かな生活に貢献する一方で、一部では飲酒が健康を損なっていることも事実です。キリンググループはお酒を扱う企業として、まずアルコール関連問題の解決に取り組み、次世代にお酒の文化を継承していきます。	ターゲット 3.5 ターゲット 3.6 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	0.1 適正飲酒啓発と次世代へのお酒の文化継承 地域の課題に応じて、アルコールの有害な摂取の根絶に向けて取り組みます。酒類のカテゴリーごとに、ノンアルコール・低アルコール商品の開発や認知向上に努めます。	- 適正飲酒や飲酒マナーの啓発を、地域の課題に応じて実行します。 - ノンアルコール・低アルコール商品の開発を強化し、お客様の選択の幅を広げます。 - フンドリンクごとのアルコール摂取量のラベル表示を行い、お客様の適正な飲酒習慣をサポートします。	① 適正飲酒啓発プログラム・飲酒マナー広告などの参加数、閲覧数 ② ノンアルコール・低アルコール販売数量の拡大 ③ 1本当たりの純アルコール量のラベル表示構成比 KBMELNMBL	① 100万人 ② KB 115% (18年比) ME 105% (18年比) LION Mid Strength以下の 現行の高い水準を維持する ③ KB 27年100%^{※1} (24年までに表示開始) MBL 20% LION 100%
健康	健康な人を増やし、 疾病に至る人を減らし、 治療に関わる人に貢献する。 2病後をゼロに 3すべての人に健康と福祉を 9産業と技術革新の基盤をつくろう 17パートナーシップで目標を達成しよう キリンググループは、安全・安心はもちろん、美味しさを楽しみながらセルフケアできる飲料・食品の開発や、グループに医薬・バイオケミカル事業を擁する強みを活かした新たな商品やサービス、新薬の創出を通して、お客様の心と体の健康と、クオリティ・オブ・ライフの向上に貢献します。	ターゲット 3.4 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	1.1 健康・未病領域におけるセルフケア支援 お客様の食生活を支えるバランスの取れた商品ラインアップや情報の提供を通じて、栄養やカロリーの日常的なコントロールを支援し、肥満など生活習慣病への対処に貢献します。	NCDs^{※2}削減に向け、低糖・無糖・カロリーオフの商品等、健康機能を有する商品等で、お客様の健康へ貢献する商品ポートフォリオを構築します。	① 低糖・無糖・カロリーオフ等、健康領域に貢献する商品の開発、販売拡大 ② 健康機能のエビデンスのある素材を使用した商品の開発、販売拡大 KBCKKIW	KBC ① 115% (18年比) ② 115% (18年比) KIW ①+② 構成比50% 以上
		ターゲット 9.5 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	1.2.a 健康・未病領域における新価値創造 生涯にわたるクオリティ・オブ・ライフの向上に寄与する、革新性のある商品・サービスや、新規事業の創造にチャレンジします。	- 多様化する健康ニーズを先取りし、プラズマ乳酸菌をはじめ、科学的論拠を有する健康機能性素材をグループの資産を活用するシーンで、多様な提案を行います。 - 国内外アカデミアとの連携による研究活動の深耕等により、健康機能性素材の新たな価値を継続的に創造します。	キリンの健康機能性素材にアプローチできる(購入できる)国数(人口)	5か国(5か国総人口6.5億人)
		ターゲット 9.5 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	1.2.b 健康・未病領域におけるセルフケア支援 生涯にわたるクオリティ・オブ・ライフの向上に寄与する、革新性のある商品・サービスや、新規事業の創造にチャレンジします。	- 患者様が健康を回復する支援として、各種医薬原薬や輸液原料、医療食原料を供給します。 - サプリメントや飲料・食品向けの機能性を持つ原料の供給や、健康食品の通信販売の拡大により、人々が健康な生活を送ることができるように支援をします。	① 使用患者数 ② 健康食品使用人数 KHB	①+② 4,300万人 (2027年)
		ターゲット 3.8 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	1.3 治療領域の進化 最先端のバイオテクノロジーにより画期的な新薬を継続的に創出し、開発・販売をグローバルに展開していきます。	- バイオ医薬品の提供を通して培った強みである研究開発力と製造技術力を核として、4大創薬モダリティと位置付ける抗体医薬、低分子医薬、核酸医薬、再生医療の各技術領域で、オープンイノベーションも効果的に活用しながら、創薬基盤の強化を図るとともに、継続的な開発品の創出を目指します。 - 具体的には、XLH^{※3}患者さんなどの希少疾患に治療方法を提供します。	新薬の上市	Crysvitaの上市国数 50か国超 ※KKC2021-2025年中期経営計画目標
		ターゲット 3.8 ターゲット 3.b ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	1.4 治療領域の進化 安価で高品質なバイオシミラーを提供し、バイオ医薬品のさらなる普及と世界的課題である医療費の抑制に貢献します。	- バイオシミラーの開発を進め、早期の製造販売承認取得・販売開始を目指します。 - ネスプ®オーソライズドジェネリックの国内での製造販売承認取得に向け、新会社を設立して取り組みを進めます。	① 各国・地域の特許環境に応じて、バイオシミラーの承認取得し販売開始する。 ② 国内でネスプ®のオーソライズドジェネリックの承認取得を行う。 KKC	①② 2018年に達成
		ターゲット 3.4 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	1.5 健康経営の実現 お客様へ健康をお届けする企業として、従業員が積極的に健康づくりを行う環境・機会をつくっていきます。メンタルヘルスや生活習慣病予防に取り組むとともに、酒類メーカーとして従業員の適正飲酒が社会の手本となるよう取り組みます。	- 従業員がより活き活きと働き、組織風土を高めるために、柔軟な働き方を実現する制度を施行し、働きやすい環境を整えます。 「メンタルヘルス」「お酒との付き合い方」等を重点項目として、従業員が心身の健康への関与を高め、健康維持・増進に向けて自律的に行うためのサポートを実施します。	① 健康経営銘柄取得 ② エンゲージメント調査「ワークライフバランス・働き方改革」 ③ ストレスチェック「いきいき度」 ④ 飲酒習慣スクリーニングテスト (AUDIT) 点数 KHKBKBC MEKKC	① ホワイト500継続 ② 2018年よりも向上 ③ 115 ④ 10点未満78% 以上
		ターゲット 2.4 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	1.6 食の安全・安心の確保 国際標準による製造プロセスの衛生管理体制を確立し、安全性の向上を図ります。また、品質に関するコミュニケーションを充実させ、お客様の安心感と信頼感の向上に繋げていきます。	- GFSI 認証^{※4}スキームを活用した衛生管理体制をグローバルに推進していきます。 - 原料の安全性確保のための取組み(残留農薬、放射性物質等)をお客様にお伝えします。 - お客様のニーズに応じた商品・原料情報をWEB、店頭、工場見学他多様な機会を活用して、発信します。	GFSI 認証スキームの取得割合	100% (2024年)

CSV 重点課題	CSV パーパス CSVストーリー	SDGs ターゲット	コミットメント	アプローチ	成果指標	成果指標 目標値 (2021年)
地域社会・ コミュニティ	お客様が家族や仲間と 過ごす機会を増やすとともに、 サプライチェーンに関わる コミュニティを発展させる。 1 健康を なくそう 2 飢餓を ゼロに 4 質の高い教育を みんなに 8 働きがいも 経済成長も 11 住み続けられる まちづくりを 12 つくも責任 つかう責任 15 陸の豊かさも 守ろう 17 パートナースHIPで 目標を達成しよう	ターゲット 11.a ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	2.1 コミュニティ活性化への貢献 商品やサービスと共に楽しんでいただ ける機会の提供を通して、人と人のつな がりを増やしていきます。	▶ キリンググループ商品がある食卓・レ クリエーション・歳事・スポーツ/音 楽イベントなど、人と人がつながる 機会を拡大、創出していきます。	グループ成果指標を策定中	—
		ターゲット 2.3 ターゲット 8.9 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	2.2.a 原料生産の持続可能性強化 日本産ホップの品質向上と安定調達に 取り組み、日本産ホップならではの特 徴あるビールづくりを行うとともに、生 産地域の活性化に寄与します。	▶ 長期的な視点にたち、日本産ホップ の安定的な収穫量維持と品質向上を 目指し、日本産ホップ生産地域の魅 力を増やす取組みや、人や設備を含 む生産基盤の整備を支援していきま す。 ▶ 日本産ホップの特徴を生かした個 性的なビールの開発、クラフトブル ワーとの協働を通じた日本産ホップ の価値化により日本産ホップの需 要を支えていきます。	日本産ホップの調達量 KB	100 t (2027年) ※対策を打たなければ2027年に半減見込み
		ターゲット 2.3 ターゲット 8.9 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	2.2.b 原料生産の持続可能性強化 世界に認められる日本ワインの発展を 牽引し、ワインづくりやブドウづくり を支える産地・地域農業の活性化に 貢献します。	▶ ワイナリーに、より多くのお客様を お迎えし地域活性化を図ると共に、 「シャトー・メルシャン」を通じて日 本ワインの世界的評価を高めていき ます。 ▶ 契約農家を支援しながら自社管理 畑のブドウの品質を高め、高品質な 日本ワイン用ブドウを安定的に確保 します。また、農地拡大を通じて、 日本ワイン用ブドウの収穫量を長 期的に増やしていきます。	① セラードア（ワイナリー直売所） 来場購入顧客数 ② 自社管理畑のブドウ生産量 ME ※指標①については変更を検討中	① — ② 200t (2027年)
		ターゲット 1.2 ターゲット 2.3 ターゲット 4.b ターゲット 4.c ターゲット 8.9 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	2.2.c 原料生産の持続可能性強化 ミャンマーの醸造米について、持続可 性の高い調達環境を実現し、地域社会 への責任を果たします。	▶ 醸造用国産米の契約栽培を進め、 農家の安定収入に貢献します。 ▶ JICA-KIRIN フェロースHIPプロ グラムの活用、在緬日本大使館、 JICA、JETRO、商社などとの連携 により、ミャンマーの農業の将来を 担う人材を育成していきます。 ▶ 資材の国産化を進め、雇用の創 出、経済の活性化に貢献します。	① 醸造米調達数量の契約栽培比率 ② JICA-KIRIN フェロースHIPプロ グラムへの当地のニーズにあった 人材派遣、JICA 主催農業関係 セミナーへの協賛ほかによる人 材育成の推進 ③ 資材の国産化比率 MBL	① 10% ② 毎年1名以上派遣 ③ 缶資材 70%
		ターゲット 2.3 ターゲット 8.9 ターゲット 15.4 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	2.2.d 原料生産の持続可能性強化 レインフォレスト・アライアンス認 証の取得支援をはじめ、スリランカ の紅茶農園を長期的に支援し、認 証茶葉の使用を拡大していきます。	▶ 紅茶葉の調達持続可能性を担保 するために、レインフォレスト・ア ライアンス認証の取得支援を通じて、 紅茶葉生産者を支援します。 ▶ 長期的にレインフォレスト・ア ライアンス認証茶葉の使用を拡大 していきます。	レインフォレスト・アライアンス認 証取得支援小規模農園数 KBC	10,000 農園 (2025年)
		ターゲット 12.6 ターゲット 12.7 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	2.2.e 原料生産の持続可能性強化 サプライヤーとの持続可能なパート ナースHIPを発展させることで、双 方の持続的な収益と、サプライチェ ーンを通じた価値創造を実現しま す。	人権、労働基準、健康と安全、環 境、ビジネス論理に配慮し、豪州 事業において、持続可能なサプ ライチェーンを構築し、地域社会 への貢献を目指します。	① 一次取引先の SEDEX 対応率 ② 豪州現代奴隷法の法令順守 LN	① 100% ② 100%
環境	ポジティブインパクトで、 持続可能な地球環境を 次世代につなぐ。 2 飢餓を ゼロに 3 すべての人に 健康と福祉を 6 安全な水とトイレ を世界中に 7 再生可能エネルギーに 変換 12 つくも責任 つかう責任 13 気候変動に 関係する産業を 持続的に 14 海の豊かさも 守ろう 15 陸の豊かさも 守ろう 17 パートナースHIPで 目標を達成しよう	ターゲット 7.2 ターゲット 13.1 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	3.1 気候変動影響への対応 再生可能エネルギーの導入をは じめとした更なる温室効果ガス (GHG) ※5 排出量削減の取 組みを進めます。	▶ 再生可能エネルギーの導入を推 進します。 ▶ 省エネルギーを推進します。	① 使用電力の再生エネルギー比率 ① 太陽光発電設備を設置 ③ グループ全体 GHG ガス削減率： Scope1 と 2 の合計 ④ グループ全体 GHG ガス削減率： Scope3 KG	KG ① 100% (2040年) LION ② 10MW (2026年) KG ③ 50% (2030年、19年比) ④ 30% (2030年、19年比)
		ターゲット 3.9 ターゲット 6.4 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	3.2 水資源への取り組み 生産活動における水使用量を削減 するとともに、水源地の保全活 動を継続的にしています。	▶ 工場における節水活動を推進しま す。 ▶ 製造拠点における水リスクを把握 します。 ▶ 水源地の保全活動を継続しま す。	① 2021 年の用水原単位削減率 ② 2030 年の用水使用量削減率 MBL KKC KHB	MBL ① 28% (2021年、15年比) KKC ② 40% (2030年、19年比) KHB ② 32% (2030年、15年比)
		ターゲット 15.4 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	3.3 生物資源の取り組み 原料生産地と事業地域における自然 環境を守り、生態系を保全しま す。	▶ 主要原料の生産地における生物 資源に関する取り組みを推進しま す。 ▶ 森林破壊につながる可能性のある 原材料の持続性確保に努めます。	① 事務用紙への FSC 認証紙または 古紙の使用 ② 主要容器包装資材※6 への FSC 認証紙の使用 ③ 持続可能なバーム油への対応 KH KB KBC ME	① 100% ② 100% ③ 100%※7
		ターゲット 12.2 ターゲット 12.4 ターゲット 14.1 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	3.4 容器包装の取り組み 容器包装の軽量化を継続すると ともに、材料の非再生資源依存を 低減し、持続性を高めます。	▶ 容器包装の 3R・資源循環に努 めます。 ▶ 容器への持続可能な素材の利 用を拡大します。 ▶ 製品や容器の開発の早期段階 での容器材料選定と同様に容器 のライフサイクル評価 (LCA) を 導入します。	① PET ボトル用樹脂のリサイクル 樹脂の使用率 ② 容器材料のリサイクル性 ③ 容器包装資材のリサイクル材 比率 KB KBC ME LN	KBC、KB、ME ① 50% (2027年) LION ② 90% 以上 (2030年) ③ 50% 以上 (2030年)
		ターゲット 2.4 ターゲット 12.3 ターゲット 17.16 ターゲット 17.17	3.5 フードウェイストの削減 工場出荷からお取引先納品ま でに生じる製品廃棄量を削減 します。	▶ 需給予測精度の向上により、 廃棄につながる余剰在庫を削減 します。 ▶ 品質管理の徹底により、無駄 な製品廃棄を削減します。	製品廃棄量削減率 KB KBC ME	75% (2025年、15年比)

KG：キリンググループ、KH：キリンホールディングス、KB：キリンビール、KBC：キリンビバレッジ、ME：メルシャン、KIW：小岩井乳業、KKC：協和キリン、KHB：協和発酵バイオ、LN：ライオン、MBL：ミャンマー・ブルワリー

※1. 対象は、ビール類（ビール・発泡酒・新ジャンル）及びRTDの350ml缶、500ml缶
※2. NCDs：Non Communicable Disease、非感染性疾患：生活習慣の改善により予防可能な疾患
※3. XLH：X-linked hypophosphataemia、X連鎖優性低リン血症性くる病
※4. GFSI：Global Food Safety Initiative
※5. GHG：Green House Gas
※6. 6缶パック、ギフト箱、紙パック、製品用段ボール箱
※7. RSPO(Round Table of Sustainable Palm Oil)のBook & Claim方式で対応