

## 「宝グループ・サステナビリティ・ビジョン」を策定

宝グループは「自然との調和を大切に、発酵やバイオの技術を通じて人間の健康的な暮らしと生き生きとした社会づくりに貢献します」という企業理念のもと、日本伝統の酒造りの発酵技術と最先端のバイオ技術の革新を通じて、食生活や生活スタイル、ライフサイエンスにおける可能性を探求し、新たな価値を創造し続けることによって社会への貢献を果たしてきました。

近年、当社グループを取り巻く社会環境は急速に変化し、気候変動、生物多様性保全、資源保全、人権尊重といった多様な課題への対応が世界的規模で求められており、持続可能な社会づくりに向けた企業の責任はますます大きくなっています。

穀物や水、微生物といった様々な自然の恩恵のもとで事業活動を行う当社グループにとって、豊かな自然環境が保たれることは、事業を継続するうえでの大前提です。また、食品や医療に関わる事業を営む企業として、安全・安心な製品・商品・サービスを提供することは最も重要なテーマであり、同時にアルコール関連問題をはじめとする様々な社会課題にも対処していく必要があります。

当社グループは、長期経営構想「TaKaRa Group Challenge for the 100<sup>th</sup>」の中で、人と人の繋がりと、笑顔にあふれた健康的で豊かな日々の暮らしの実現に貢献することを宣言しています。事業活動を通じた社会的価値の創造を将来にわたって実現し続けていくためには、様々な社会課題の解決にこれまで以上に取り組む必要があるという認識のもと、2020年5月に長期経営構想に合わせ「宝グループ・サステナビリティ・ポリシー」を公表しました。

この「宝グループ・サステナビリティ・ポリシー」では、当社グループを取り巻く社会課題の中から、10の重要課題（マテリアリティ）\*を取り上げ、各々についての取り組み方針を示しており、今般、その方針に基づく具体的な中長期目標を設定した「宝グループ・サステナビリティ・ビジョン」を策定しました。

当社グループは、これからも事業活動を通じた社会的価値の創造により、ステークホルダーの皆様から信頼される企業グループを目指すとともに、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

### 《主なマテリアリティの目標》

- ・2050年度にはグループ全体でのCO2排出量を実質ゼロにすることに向けて、2030年度までに宝酒造および宝酒造インターナショナルグループの生産拠点におけるCO2排出量を2018年度比で46%削減します。（「環境」）
- ・2025年度までに宝酒造が国内で販売するすべての消費者向け商品（酒類調味料除く）に純アルコール量を表示します。（「酒類メーカーとしての責任」）
- ・SNS等の有効活用や国内および海外でのイベントの主催や各地で開催される展示会への出展等を通じて日本食の魅力や新たな価値の発信・提供を進めます。（「豊かな食生活」）
- ・世界のライフサイエンス研究・発展への支援を継続するため、試薬等の安定的な供給に向けた生産拠点の整備を進めます。（「健康」）

\*10の重要課題（マテリアリティ）

「安全・安心」、「健康」、「酒類メーカーとしての責任」、「環境」、「ガバナンス」、  
「豊かな食生活」、「人財」、「調達」、「人権」、「コミュニティ」

◎詳細につきましては、宝ホールディングス（株）ウェブサイトをご覧ください。

「宝グループ・サステナビリティ・ビジョン」

[https://www.takara.co.jp/assets\\_new/pdf/sustainability/Takara\\_sustainability\\_vision.pdf](https://www.takara.co.jp/assets_new/pdf/sustainability/Takara_sustainability_vision.pdf)

■本件に関するお問い合わせ先

宝ホールディングス株式会社 広報課：075-241-5122（京都）／03-3278-8460（東京）  
財務・IR課：075-241-5124（京都）

---

当資料取り扱い上の注意点

当資料中の当社の現在の計画、見通し、戦略、確信などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、これらは現時点において入手可能な情報から得られた当社経営陣の判断に基づくものですが、重大なリスクや不確実性を含んでいる情報から得られた多くの仮定および考えに基づきなされたものであります。実際の業績は、さまざまな要素によりこれら予測とは大きく異なる結果となり得ることをご承知おきください。実際の業績に影響を与える要素には、経済情勢、特に消費動向、為替レートの変動、法律・行政制度の変化、競合会社の価格・製品戦略による圧力、当社の既存製品および新製品の販売力の低下、生産中断、当社の知的所有権に対する侵害、急速な技術革新、重大な訴訟における不利な判決等がありますが、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。