

Asahi Group

# Sustainability Report



2025年6月発行



2025



## 目次

- 1 目次
- 2 編集方針／情報開示体系
- 3 CEO・CSOメッセージ
- 5 Key Figures
- 6 Highlight Topics

## 1 サステナビリティ マネジメント

- 8 中長期経営方針とサステナビリティ
- 9 目指すサステナビリティ
- 10 サステナビリティ戦略
- 11 アサヒグループのマテリアリティ
- 13 ステークホルダー・エンゲージメント
- 17 ガバナンス
- 22 リスク管理
- 23 指標と目標
- 27 インパクトの可視化

## 2 マテリアリティ

### 環境

- 35 環境
  - 35 マネジメント
- 52 気候変動への対応
  - 52 マネジメント
  - 61 取り組み
- 67 持続可能な容器包装
  - 67 マネジメント
  - 72 取り組み
- 76 持続可能な農産物原料
  - 76 マネジメント
  - 84 取り組み
- 87 持続可能な水資源
  - 87 マネジメント
  - 93 取り組み
- 96 自然資本・生物多様性
  - 96 マネジメント
  - 98 取り組み
- 99 廃棄物削減と汚染の防止
  - 99 マネジメント
  - 102 取り組み
- 103 グリーンボンド

### コミュニティ

- 106 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現
  - 106 マネジメント
  - 108 取り組み

### 責任ある飲酒

- 114 責任ある飲酒の基本方針
- 115 不適切飲酒の撲滅
  - 115 マネジメント
  - 117 取り組み
- 123 新たな飲用機会の創出によるアルコール関連問題の解決
  - 123 マネジメント
  - 124 取り組み

### 健康

- 128 健康価値の創造
  - 128 マネジメント
  - 129 取り組み

### 人権

- 132 人権の尊重
  - 132 マネジメント
  - 136 人権デューデリジェンス
  - 148 人権尊重を含むコンプライアンスに関する相談窓口
  - 150 ステークホルダーとのエンゲージメント

## 3 人的資本の高度化

- 153 人的資本の高度化
  - 153 マネジメント
- 155 ありたい企業風土の醸成
  - 155 マネジメント
- 156 ありたい企業風土の醸成—セーフティ&ウェルビーイング—
  - 156 マネジメント
  - 161 取り組み

- 165 ありたい企業風土の醸成—ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン—
  - 165 マネジメント
  - 169 取り組み
- 171 ありたい企業風土の醸成—学習する組織／コラボレーション—
  - 171 マネジメント
- 173 継続的な経営者人材の育成
  - 173 マネジメント
- 174 必要となるケイパビリティの獲得
  - 174 マネジメント
  - 175 取り組み

## 4 データセクション

- 177 データ集
- 178 報告対象範囲
- 180 GRI内容索引
- 192 SASB対照表

## 編集方針／情報開示体系

アサヒグループでは、統合報告書を企業価値報告におけるプライマリーレポートと位置付け、企業価値の概要を1冊でご理解いただくことを目指しています。

統合報告書を起点に毎年セカンダリーレポートを発行し、各種テーマを網羅的に報告することで情報を補完しています。

### 任意開示



#### セカンダリー／詳細

#### サステナビリティレポート

本レポートは、アサヒグループのサステナビリティへの取り組みを報告するツールです。事業活動の社会・環境の両側面について、それぞれの考え方、リスクと機会、方針、実績、取り組みのほか、ガバナンス、リスク管理、戦略、指標と目標などを報告しています。

2025年6月発行  
(年1回発行。記載内容に変更がある場合は、随時更新)



#### プライマリー／概要

#### 統合報告書

“グローバルな価値創造企業のさらなる進化”を目指した戦略ストーリーを体系的に開示しています。



#### セカンダリー／詳細

#### 人的資本レポート (People & Culture Report)

価値創造を実行する原動力である人的資本について、定性・定量の両視点で開示しています。



#### セカンダリー／詳細

#### コーポレートガバナンス・レポート

価値創造を支えるコーポレート・ガバナンスの状況について、網羅的に開示しています。

#### 報告対象期間

2024年1月1日～2024年12月31日

注：一部対象期間外の情報も掲載しています。

#### 報告対象範囲

アサヒグループホールディングス(株)およびグループ会社

関連情報

[▶ 報告対象範囲](#)

[Web 統合報告書](#)

注：本レポートは、2024年のRegional Headquarters体制のもとで開示しています。

#### 参照したガイドライン

IFRS財団が設立するISSBが策定した基準(IFRS S1, IFRS S2)

GRIスタンダード

SASB基準(Alcoholic Beverages Standards・Non Alcoholic Beverages Standards)

#### 第三者保証

環境実績の一部については、第三者保証を取得しています。

関連情報

[▶ 第三者保証](#)

#### 本冊子中の記載金額について

本冊子中の記載金額および記載比率は表示単位未満を四捨五入して、それぞれ表示しています。

#### 将来見通しに関する注意事項

本冊子に記載されている現在の計画、予測、戦略などには、資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した将来見通しが含まれています。将来の実際の業績は、さまざまな要素により、見通しと大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。業績に影響を及ぼすリスクや不確定要素の中には、当社の事業環境を取り巻く経済情勢、市場競争、為替レート、税、またはその他の制度などが含まれます。

### 法定開示

有価証券報告書

株主総会招集通知

コーポレート・ガバナンス報告書

## CEO・CSO メッセージ

# 「コラボレーションと 共創」を通じて サステナビリティを推進

アサヒグループは、経営陣の強いリーダーシップのもと、  
グローバルな組織能力を強化するとともに、  
さまざまなステークホルダーとのコラボレーションと共創を通じて、  
2030年目標の達成に向けた取り組みを加速させています。

勝木 敦志

取締役 兼 代表執行役社長  
Group CEO

Drahomira Mandikova

執行役 Group Chief Sustainability Officer  
(Group CSO)

## CEO・CSO メッセージ

### 全社を挙げたコミットメントでさらなる前進を

サステナビリティは、長期的な企業価値の向上に欠かせない重要な戦略の柱です。アサヒグループは、新しい経営・ガバナンス体制のもと、Group CEO、Group CSO、その他のGroup CxO、各地域のRegion CEOが緊密に連携し議論することで、グローバルな事業運営と意思決定プロセスのあらゆる側面にサステナビリティを効果的に統合しています。これにより、サステナビリティに関する優先事項や取り組みにおいて、グループ内における幅広いエンゲージメントの向上や共通理解の促進、投資領域の特定、ガバナンスの強化を推し進めています。

2024年はまさに、当社グループの野心的な目標に向けて、具体的な取り組みを推進した年でした。2030年のグループ目標達成を加速させるため、各地域が有する強みや取り組みを踏まえた上で、グローバルでの目標達成に向けた全体像を描くことに注力しました。具体的には、効果的なロードマップを策定し、適切な解決策や投資に向けて、多角的な視点を持って各地域とのコラボレーションを進めてきました。

脱炭素に向けた取り組みは、世界各地の製造拠点で再生可能エネルギーの利用を拡大するなど前進しました。新たに更新した2040年ネットゼロ目標は、2024年にScience Based Targets initiative (SBTi)から認定を受け、FLAG(森林、土地、農業)排出量を含めた短期・長期目標においては、日本の企業として初めてSBTの認定を取得しました。

また、グローバル調達を推進する組織として新たに設立したAsahi Global Procurement Pte. Ltd.は、サプライヤーとの連携を通じたScope3排出量の削減、農産業従事者との連携を通じた持続可能な農産業や原材料に関する取り組みの推進、サプライチェーンにおける人権デューデリジェンスの促進などにおいて重要な役割を果たしています。

責任ある飲酒については、新たなノンアルコール飲料・低アルコール飲料の導入を推進するとともに、消費者とのエンゲージメント向上

に向けた取り組みや、各地域に即したマーケティング戦略などを進めてきました。これら全ての分野でベストプラクティスを確立できるようグループ全社を挙げて取り組むことが、長期的な事業成長と利益を生み出すとともに、社会にプラスの影響を与えると信じています。

### コラボレーションを通じて目標達成を加速

私たちは現在、サステナビリティ戦略における全てのロードマップを策定し、具体的な取り組みに移行することに注力しています。併せて、各地域のデータを集約・活用するグループ共通の方法論とサステナビリティデータプラットフォームによって「One Asahi」としての組織能力を構築するとともに、さまざまなパートナー、サプライヤー、企業とのコラボレーションを加速させることにも取り組んでいます。そのためには、多くのステークホルダーと垣根のないパートナーシップを築くことが不可欠であり、当社グループはこの点において強みを持っていると信じています。こうしたコラボレーションを通じてサステナビリティを推進する経営陣の思いは、世界各地の当社グループの社員にも共有されています。

当社グループの各地域では、幅広い製品ポートフォリオを有し、それぞれの地域で異なる成長ステージや文化的背景、専門性を踏まえ、明確な戦略や計画を策定しています。その中で、各地域が緊密につながり、それぞれが持つソリューションをグループ全体で活用しています。一方で、ガバナンスの観点からは、意思決定・戦略承認・実行の各機能における役割と責任を明確にしながら、グローバルでサステナビリティを推進しています。

また、PETボトルリサイクルを推進する合弁会社Circular Plastics Australiaの設立や有害なアルコール使用の低減を目指すInternational Alliance for Responsible Drinking (IARD)との活動など、同業者とのコラボレーションにも積極的に取り組んでいます。脱炭素化に

向けた課題などに対応していくためには、これまでにない新たなソリューションを生み出していく必要性を強く感じています。スタートアップなど新興企業との共創を目指して新たに開始した「Sustainability Innovation Program」では、46カ国から260件以上の提案が集まりました。最適なパートナー企業とともに、サステナビリティ課題の解決に向け具体的な成果を創出していきます。

### サステナビリティを推進し、世界を輝かせる企業に

当社グループは経営陣のリーダーシップのもと、2030年と2040年に向けたコミットメントを確実に達成し、社会に価値をもたらし続ける企業を目指しています。そのために、当社グループの将来の事業を見据えながら、全てのステークホルダーとの関係を強化することで信頼関係を構築するとともに、実効性の高いサステナビリティの取り組みを特定し投資を行うことで、イノベーションと共創を加速させていきます。

今後も当社グループは、おいしさと楽しさを届ける商品を提供し、サステナビリティをあらゆる経営判断に組み込み、社会へのプラスのインパクトとともに当社グループの持続的な輝きにもつながる取り組みを推進していきます。愛される企業ブランドとして、「Make the world shine“おいしさ楽しさ”で、世界に輝きを」もたらせるよう尽力していきます。

2025年6月

勝木 敦志

取締役 兼  
代表執行役社長 Group CEO

Mandileeva

執行役  
Group Chief Sustainability Officer  
(Group CSO)

# Key Figures

アサヒグループは、サステナビリティを経営の根幹に位置付け、サステナビリティと経営の統合の実現を目指しています。

事業・社会へのインパクトを創出し、長期的な事業成長とともに社会課題解決に向けて野心的なグループ目標を設定し、取り組んでいます。

[▶ 詳細 2024年実績](#)

## 気候変動への対応(2019年比)

- 2025年までに、Scope1,2においてGHG排出量\*1を40%削減する
- 2030年までに、Scope1,2においてGHG排出量\*1を70%削減する

**35** %削減

2030年までに、Scope3においてGHG排出量\*1を30%削減する

**14** %削減



環境

## 新たな飲用機会の創出によるアルコール関連問題の解決

2030年までに主要な酒類商品\*3に占めるノンアルコール飲料・低アルコール飲料\*4の販売量構成比20%以上を達成する

**12.8** %



責任ある飲酒

## 持続可能な容器包装

2030年までに、PETボトルを100%リサイクル素材、バイオ由来の素材などに切り替える

**37** %



環境

## 持続可能な水資源

2030年までに水使用量の原単位をグローバル平均3.2m<sup>3</sup>/kl以下、優先流域の主要な生産拠点\*2では平均2.7m<sup>3</sup>/kl以下にする

グローバル **3.4** m<sup>3</sup>/kl      優先流域 **2.7** m<sup>3</sup>/kl



環境

## 不適切飲酒の撲滅

- 2024年までに、「IARDデジタルガイドライン」への対応率100%を達成する
- 2024年まで\*5に、すべてのアルコール飲料ブランドの製品\*6に、飲酒の年齢制限に関する表示をする

**100** %



責任ある飲酒

\*1 グループ全体のGHG排出量に非CO<sub>2</sub>排出量の一部が含まれているため、2025年より、「CO<sub>2</sub>排出量」を「GHG排出量」に表記を変更

\*2 優先流域の生産拠点は水リスク評価ツール(Aqueduct, Water Risk Filter, Integrated Biodiversity Assessment Tool(IBAT))の結果および各生産拠点で行っている水リスク詳細調査に基づき選定(対象:9生産拠点)

\*3 ビール類、RTD、ノンアルコール飲料

\*4 ノンアルコール飲料の定義は各国の法規制に準ずる。低アルコール飲料はアルコール度数3.5%以下とする

\*5 2024年末時点では一つのブランドにおいて表示完了が未確認であったが、2025年年初に完了

\*6 そのブランドで販売されるノンアルコール飲料を含む

\* 記載の数値は全て2024年度実績

\* 記載目標はグローバル目標

# Highlight Topics

アサヒグループは、さまざまなステークホルダーと「コラボレーションと共創」を通じてサステナビリティを推進しています。  
「Make the world shine “おいしさと楽しさ”で、世界に輝きを」目指し、One Asahiとして社会課題解決に取り組んでいます。

**アサヒグループ**

**SBTネット  
ゼロ認定を取得**

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

SCIENCE BASED TARGETS

FLAG排出量\*を含む短期・長期目標でSBTネットゼロ認定

**サステナビリティソリューションを  
共に加速**

「Sustainability Innovation Program」を立ち上げ  
脱炭素化への取り組みをスタートアップ企業と  
協業を開始




▶ 詳細 取り組み

**日本**

**CO<sub>2</sub>資源循環モデルの事業化**

大気中のCO<sub>2</sub>を吸収できる「CO<sub>2</sub>を食べる自販機」の開発と  
展開




▶ 詳細 取り組み

**日本**

**適正飲酒を推進**

ノンアルコール飲料の飲酒抑制効果に関する研究成果を  
医療機関と共有し、適正飲酒を啓発





▶ 詳細 取り組み

**欧州**

**再生可能エネルギー導入の促進**

地元企業・地域と連携した循環エネルギー網の構築




▶ 詳細 取り組み

**豪州**

**リサイクルシステムの強化**

外部パートナーとの協業による循環型プラスチックリサイクル  
の推進




▶ 詳細 取り組み

**東南アジア**

**人と人とのつながりの創出**

多様な民族的背景のあるマレーシア人の団結を促進する  
キャンペーンの実施(Wonda coffee)




▶ 詳細 取り組み

\* FLAG: Forest, Land and Agricultureの略称で、農業や林業、その他土地利用に関連するセクターのこと。FLAG排出量は、このセクターにおける非エネルギー起源のGHGを表す

# 1 サステナビリティマネジメント

- |                        |              |
|------------------------|--------------|
| 8 中長期経営方針と<br>サステナビリティ | 17 ガバナンス     |
| 9 目指すサステナビリティ          | 22 リスク管理     |
| 10 サステナビリティ戦略          | 23 指標と目標     |
| 11 アサヒグループのマテリアリティ     | 27 インパクトの可視化 |
| 13 ステークホルダー・エンゲージメント   |              |

# 中長期経営方針とサステナビリティ

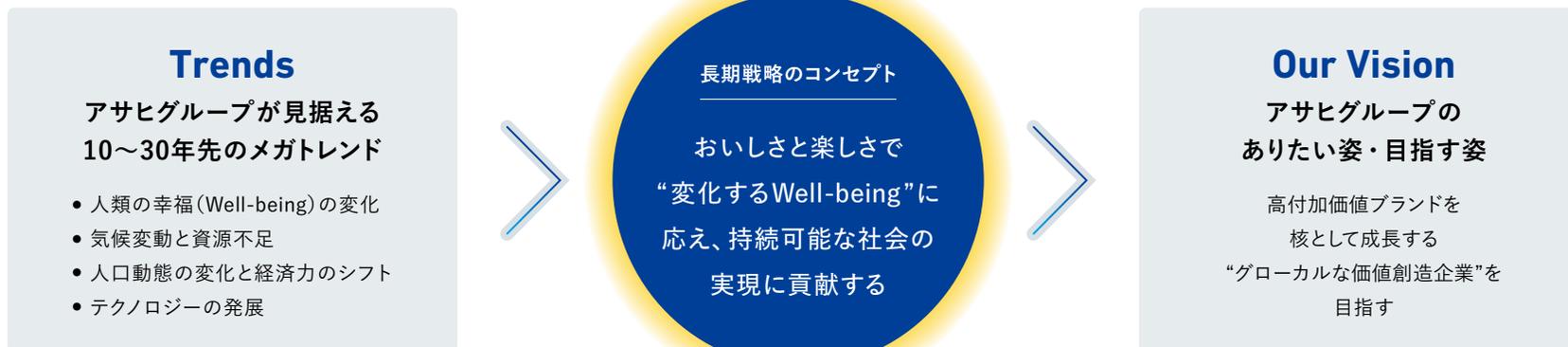
アサヒグループは、グループ理念である「Asahi Group Philosophy」を実践していくために『中長期経営方針』を策定しています。当社グループのありたい姿や2050年までのメガトレンドからバックキャストし、長期戦略のコンセプトとして「おいしさと楽しさで“変化するWell-being”に応え、持続可能な社会の実現に貢献する」を掲げました。

このコンセプトに基づき、目指す事業ポートフォリオでは、ビールを中心とした既存事業の持続的成長に加えて、その事業基盤を活かした周辺領域や新規事業・サービスを拡大していく方針です。戦略

基盤強化では、ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンなどの人的資本の高度化の推進や、グループプロキュアメントの機能統合などグループガバナンスの進化を図ることで、長期戦略を支える経営基盤を強化しています。

そして、サステナビリティは、DX戦略やR&D戦略とともに当社グループの持続的成長を実現するためのコア戦略の一つに位置付け、サステナビリティと経営の統合の実現に向けて取り組んでいます。

## 中長期経営方針(概要)



目指す事業ポートフォリオ

### ビールを中心とした既存事業の成長と 新規領域の拡大

- 既存地域でのプレミアム化とグローバルブランドによる成長、展開エリアの拡大
- 健康志向などを捉えた周辺領域での成長、ケイバビリティを活かした新規事業の創出・育成

コア戦略

### 持続的成長を実現するための コア戦略の推進

- サステナビリティと経営の統合による社会・事業のプラスインパクトの創出、社会課題解決
- DX=BX\*と捉え、3つの領域(プロセス、組織、ビジネスモデル)でのイノベーションを推進
- R&D(研究開発)機能の強化による既存商品価値の向上・新たな商材や市場の創造

\* ビジネストランスフォーメーション

戦略基盤強化

### 長期戦略を支える 経営基盤の強化

- 目指す事業ポートフォリオの構築やコア戦略を遂行するための人的資本の高度化
- グループガバナンスの進化による最適な組織体制構築、ベストプラクティスの共有

# 目指すサステナビリティ

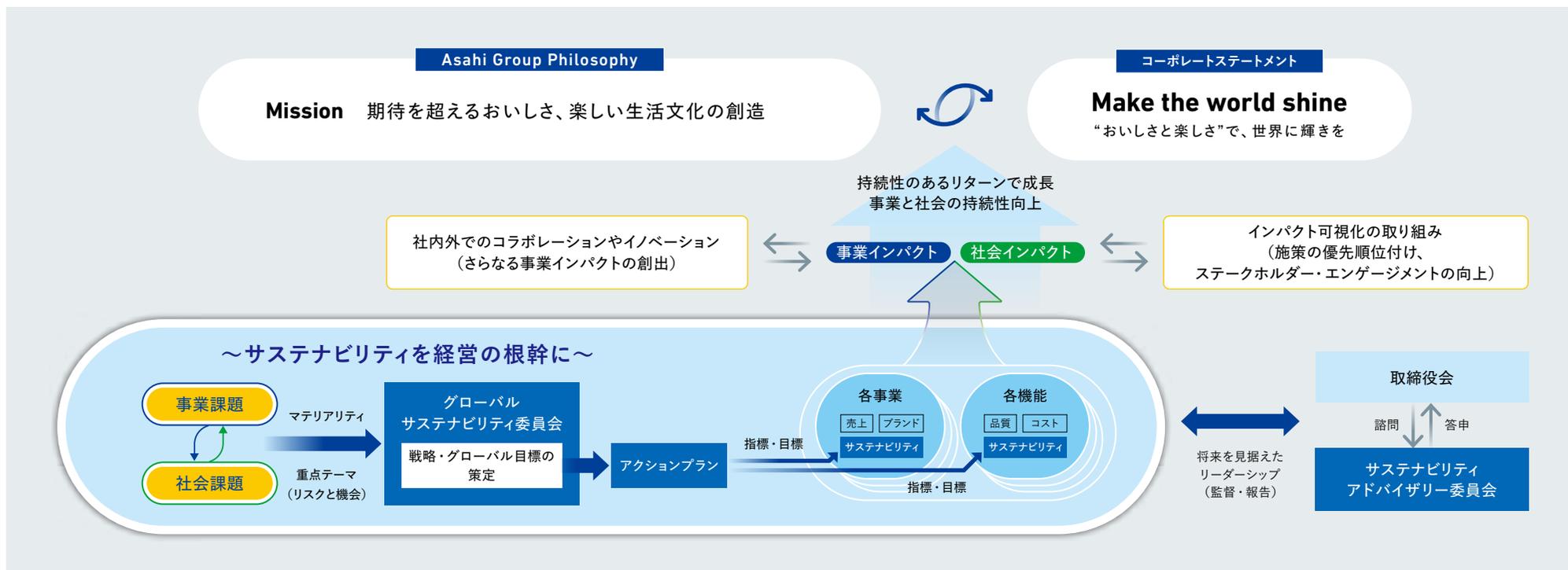
アサヒグループは、サステナビリティを経営の根幹に位置付け、サステナビリティと経営の統合の実現を目指しています。

気候変動をはじめとするさまざまな社会課題は、経営そのものを揺るがす重要な事業課題でもあります。当社グループは、事業の持続性に不可欠な社会の持続可能性の向上に取り組み、リスクの低減と機会を捉えてビジネスにつなげ、持続性のあるリターンを創出し、成長する企業を目指しています。今まで以上に社会課題起点を経営の中に組み込み、事業課題と融合させて取り組むことで、社会インパクトを創出します。また、ビジネスにおいても新たなシナジーが生まれることで、社内外でのコラボレー

ションやイノベーションにつながり、さらなる事業インパクトの創出が可能になると考えています。そのために全事業・全機能に財務・非財務を統合した指標・目標を設定し、経営管理に組み込むとともに、それを執行や監督するコーポレート・ガバナンス体制の強化をグローバルな視点で進めています。

当社グループは、さらなるグローバルなステージへの飛躍を目指し、コーポレートステートメント「Make the world shine“おいしさと楽しさ”で、世界に輝きを」を掲げています。グループ一丸となってサステナビリティと経営の統合を推進するとともに、社内外のステークホルダーとのエンゲージメントの向上を進めていきます。

## アサヒグループの「サステナビリティと経営の統合」



# サステナビリティ戦略

アサヒグループは、世界各地で100年以上にわたり、自然の恵みと自然の力によって、数々の「期待を超えるおいしさ」を生み出してきました。私たちの提供する商品が人と人をつなげ、コミュニティをつくり、「楽しい生活文化」に貢献してきたことは、私たちの誇りであり、未来に引き継いでいくべきプラスの価値だと信じています。

私たちは、事業成長と社会インパクトの創出の最大化を目指して、経営課題として取り組む領域を特定したマテリアリティや取り組みテーマを定めています。また、私たちの商品・サービスで人々のサステナブルな生活を実現することを重点方針として掲げています。



成果

事業・機能への組み込みによる  
事業インパクト・社会インパクトの創出

エンゲージメント

ステークホルダーダイアログなどの  
コミュニケーション

報告書やWebサイトによる  
情報開示

# アサヒグループのマテリアリティ

アサヒグループはサステナビリティと経営の統合に向け、マテリアリティについて、毎年、評価・見直しをしています。現在は、5つのマテリアリティについて、経営資源を集中させて取り組む重点テーマと、その他の取り組みテーマを分けて整理しています。

今後も、国際的法規制などの要請に応じて、定期的に見直しをしていきます。



■ 重点テーマ  
□ 取り組みテーマ

## マテリアリティ特定の背景

アサヒグループは私たちのビジネスが環境や社会全体に及ぼす影響を認識し、課題に正面から向き合い、その解決に向けて取り組むことで、社会にプラスの価値を生み、事業の持続的な成長へつなげたいと考えています。

2022年の長期戦略を含む新たな『中長期経営方針』の更新において実施した分析の結果、「気候変動と資源不足」「人口動態の変化と経済力のシフト」「テクノロジーの発展」とそれらに伴う「人類の幸福(Well-being)の変化」を2050年のメガトレンドとして想定しました。この想定を前提に、経営課題として取り組む領域であるマテリアリティを設定しています。

## マテリアリティ特定プロセス

マテリアリティ特定に際しては、メガトレンドからのバックキャストや未来予測など将来動向の視点を取り入れ、AGPの実現に向けてサステナビリティの側面から必要なことを抽出しました。重点テーマの特定にあたっては、アサヒグループにとっての重要性のうち、「独自性のある価値を創出できるか」という点を重視しました。

# アサヒグループのマテリアリティ

## 1. メガトレンド分析と社会課題の抽出

以下の観点から検討の対象とする社会課題を幅広く抽出しました。

- メガトレンド分析、未来予測
- サステナビリティ報告のガイドライン(GRIスタンダード・SASBスタンダード)
- ESG評価(FTSE・MSCI・Sustainalytics・CDP)
- SDGs
- 世界経済フォーラム(WEF)「グローバルリスク報告書」
- その他アサヒグループの事業特有の社会課題

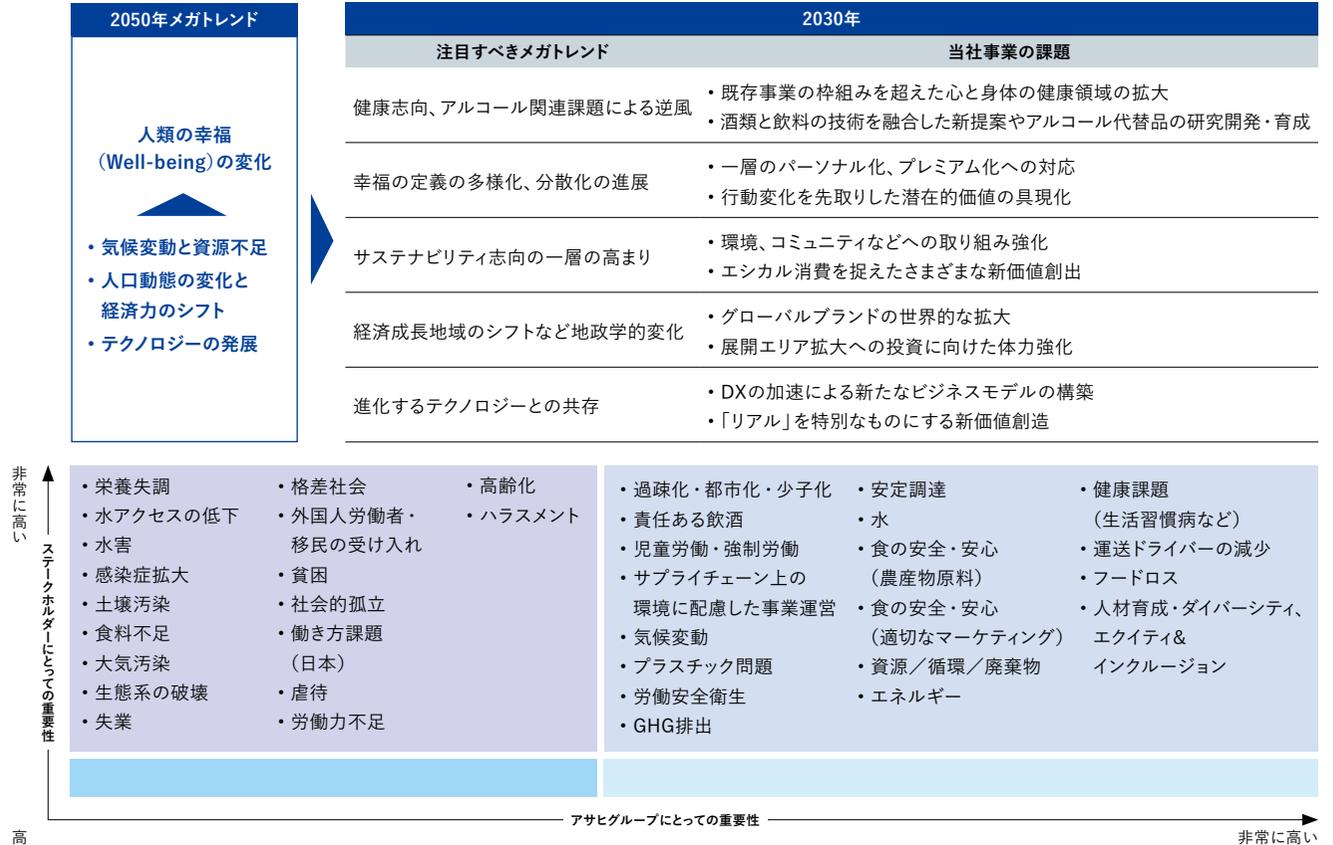
## 2. 抽出した社会課題のマッピング

抽出した社会課題を、社会やステークホルダーにとっての重要性和アサヒグループにとっての重要性の視点でマッピングし、類似したカテゴリーにグルーピングしたものを、マテリアリティ候補として抽出しました。

## 3. 妥当性評価

各Regional Headquartersとの議論を経て、経営戦略会議・取締役会で討議を行い、経営陣によりマテリアリティの妥当性を評価しました。

### メガトレンド分析



# ステークホルダー・エンゲージメント

## エンゲージメントの考え方

アサヒグループは、適切な情報開示・コミュニケーションによりステークホルダーの皆さまとのエンゲージメントの向上を図っています。ステークホルダーの皆さまに、当社グループの取り組みをご理解いただくとともに、そのフィードバックを取り組みに活かしていきます。さらにパートナーとのコラボレーションを進め、取り組みを加速することを目指しています。

当社グループは、グループ理念「Asahi Group Philosophy」において、Our Principlesとして「すべてのステークホルダーとの共創による企業価値向上」を掲げ、重要と考えるステークホルダーを以下の通り定めています。

**顧客：**期待を超える商品・サービスによるお客様満足の追求

**社員：**会社と個人の成長を両立する企業風土の醸成

**社会：**事業を通じた持続可能な社会への貢献

**取引先：**双方の価値向上に繋がる共創関係の構築

**株主：**持続的・利益成長と株主還元による株式価値の向上

また、「アサヒグループ行動規範」においては上記のステークホルダーに対して当社グループの従業員が取るべき行動をまとめ、遵守を徹底しています。

## 主なステークホルダーとのコミュニケーション

主なステークホルダー	「アサヒグループ行動規範」の内容	主な接点機会
顧客	<b>期待を超える商品・サービスによるお客様満足の追求</b> ・私たちは、商品・サービスの安全性と品質を重視しています。 ・私たちは、商品・サービスのイノベーションのために尽力します。 ・私たちは、顧客や消費者に対して透明性をもって接します。 ・私たちは、顧客や消費者に対して責任をもって対応します。	・お客様相談室(お問い合わせ対応) ・商品開発などにおける各種調査 ・営業活動 ・Webサイト、ソーシャルメディア ・工場見学 ・各種イベント・セミナー
社員	<b>会社と個人の成長を両立する企業風土の醸成</b> ・私たちは、安全かつ健康で働きやすい職場環境を促進します。 ・私たちは、いじめ、差別及びハラスメントを容認しません。 ・私たちは、成長し向上する機会を追求します。	・上司/部下との面談 ・労使協議「 <b>労働組合との協議</b> 」 ・内部通報制度「Speak Up」 ・エンゲージメントサーベイ ・各種アンケート ・各種研修 ・社内報(イントラネット・ビデオニュース)
社会	<b>事業を通じた持続可能な社会への貢献</b> ・私たちは、人権を尊重します。 ・私たちは、環境負荷の低減、社会への環境価値の創出に取り組みます。 ・私たちは、責任ある飲酒を推進します。 ・私たちは、贈収賄、汚職、不適切な政治献金を容認しません。 ・私たちは、サプライチェーン全体にわたり企業の社会的責任(CSR)を求めます。	・地域社会への貢献活動 ・工場見学 ・事業場のある地域におけるコミュニティ支援活動 ・営業活動 ・購買活動 ・ニュースリリース ・Webサイト
取引先	<b>双方の価値向上に繋がる共創関係の構築</b> ・私たちは、取引先と健全な取引関係を構築します。 ・私たちは、贈答及び接待に関するポリシーを遵守します。 ・私たちは、マネーロンダリングを防止し、反社会的勢力との関係を遮断します。 ・私たちは、市場における公正な競争を支持します。 ・私たちは、制裁、取引制限、輸出管理に関する法律を遵守します。	・購買活動 ・ <b>サプライヤー品質監査</b> ・お取引先からの相談・通報窓口「Speak Upシステム」 ・Webサイト
株主	<b>持続的・利益成長と株主還元による株式価値の向上</b> ・私たちは、ブランドと資産を守ります。 ・私たちは、利益相反を回避します。 ・私たちは、情報を安全に管理します。 ・私たちは、適時・適切かつ公平な開示を行います。 ・私たちは、適正な財務報告を行い、適切な記録を保持します。 ・私たちは、インサイダー取引を行いません。	・株主総会 ・決算説明会 ・ESG説明会 ・個人投資家向け説明会 ・統合報告書 ・ESG評価機関との対話 ・Webサイト

## ステークホルダー・エンゲージメント

### 顧客

#### お客さまとのコミュニケーション

アサヒグループでは商品パッケージの表示や広告宣伝活動にあたり、「お客さまに信頼される表示・表現」を目指し、責任あるマーケティングを行っています。

各国・地域における関係法規の遵守はもちろん、未成年者の飲酒などのアルコール関連問題や安全性・人権問題・環境課題・社会的倫理性などに留意し、適切な表示・表現に細心の注意を払っています。

また、責任あるマーケティングを推進するために、関連事業に携わる従業員に対して適宜、教育・研修を行っています。

#### 表示審査

当社グループは、商品・サービスに関する説明・表示・広告宣伝活動に際して、関連する法令・ルールを遵守し、正しい情報を提供するとともに、お客さまの誤解を招くことがないよう、事前審査による確認を徹底しています。

具体的には、当社グループでは、商品や景品などの販促物、広告宣伝物の表示・表現を、多角的な視点から審査・検討する機関を設置しています。

審査では、グローバル規定を定め「各種法令」「安全性」「社会的責任性」「環境課題」「差別問題」など、多角的な観点から表示・表現の適切さを検討し、潜在リスクや問題点の洗い出しと、改善提案のアドバイスを行之っており、審査を受けた商品や広告宣伝物のみ市場に出しています。

また、表示審査を担当する社員には、研修などを実施し、担当者として留意すべきポイントや、商品・広告表示に関連する法改正情報などを共有しています。

#### 商品パッケージでの表示・表現(アサヒビール(株))

項目	内容
純アルコール量(g)の表記	アサヒビール(株)は、お客さまが自身に適したアルコール商品を選択しやすいよう、主な商品に含まれる純アルコール量(g)を缶体に表記するとともにWebサイト上で開示しています。
20歳未満飲酒防止、妊娠中・授乳期の飲酒の注意表示	酒類の容器には、「妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。飲酒は20歳になってから。」の表記を記載し、清涼飲料との誤認防止のため「お酒」マークを印字しています。
点字表示	目の不自由な方が誤飲することがないように、缶製品にはふたの部分に、点字で「おさけ」などと表示しています。

#### 関連情報

[Web](#) アサヒビール(株)

[Web](#) アサヒ飲料(株)

[Web](#) アサヒグループ食品(株)

## ステークホルダー・エンゲージメント

### ■ 社員

アサヒグループは、定期的なエンゲージメントサーベイを実施するなど、社員のエンゲージメント向上に努めています。

### ■ 社会

アサヒグループは、事業を通じて持続可能な社会へ貢献することを目的としているほか、バリューチェーン全体の地域におけるコミュニティ支援活動などに従事しています。

### ■ 取引先

Asahi Global Procurement Pte. Ltd.は、気候、自然、人権に関するサステナビリティ戦略とアクションプランを策定し、社会と環境の持続可能性の向上に貢献しています。サプライチェーンのパートナーと協力して、共同でサステナビリティの取り組みを推進しています。

### ■ 株主

持続的な利益成長と株主還元による株式価値の向上のため、毎年、決算説明会、ESG説明会や個人投資家向け説明会を開いています。

また、統合報告書を主なコミュニケーションツールとして、定期的に株主の皆さまのご意見をいただく機会を設けています。

## 外部イニシアチブの支持

アサヒグループは、業界団体、国際機関、NPO・NGOなど、さまざまな団体への参加を通じてステークホルダーとの連携に取り組んでいます。

### ■ 国連グローバル・コンパクトの支持

アサヒグループは、「国連グローバル・コンパクト」の支持を表明しており、グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパンにおいて組織されている分科会活動に参加して、国連グローバル・コンパクトが提唱する10原則の実現に取り組んでいます。

また、当社グループは、水の持続可能性や水資源問題に関して企業の発展、実践、情報開示を支援するグローバルプラットフォームである「国連グローバル・コンパクト」の「CEO Water Mandate」に署名しています。

### WE SUPPORT



WE SUPPORT  
**CEO  
WATER  
MANDATE**

## ステークホルダー・エンゲージメント

### ■ 参加・協働している主な団体

#### サステナビリティ全般

- 国連グローバル・コンパクト、一般社団法人グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン(GCNJ)
- 公益社団法人企業市民協議会(CBCC)
- ザ・コンシューマー・グッズ・フォーラム(CGF)

#### 環境

- 一般社団法人CDP Worldwide-Japan
- RE100
- Business Ambition for 1.5°C
- 日本気候リーダーズ・パートナーシップ(JCLP)
- 気候変動イニシアティブ(JCI)
- TCFDコンソーシアム
- クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス(CLOMA)
- CEO Water Mandate
- Beverage Industry Environmental Roundtable(BIER)
- 経団連自然保護協議会
- TNFDフォーラム
- 公益財団法人世界自然保護基金ジャパン(WWFジャパン)

#### 人権

- 一般社団法人ザ・グローバル・アライアンス・フォー・サステイナブル・サプライチェーン(ASSC)
- 責任ある外国人労働者受入れプラットフォーム(JP-MIRAI)コミュニティ
- BSR

#### コミュニティ

- 経団連1%クラブ
- 特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォーム(JPF)
- 認定特定非営利活動法人セカンドハーベスト・ジャパン(2HJ)
- 社会福祉法人中央共同募金会
- 認定NPO法人世界の子どもにワクチンを日本委員会(JCV)

#### 責任ある飲酒

- International Alliance for Responsible Drinking(IARD)
- World Federation of Advertisers(WFA)

#### 食の安全・安心

- 一般財団法人食品安全マネジメント協会(JFSM)

# ガバナンス

## サステナビリティ・ガバナンス

アサヒグループではサステナビリティの推進を重要な経営課題と捉えており、アサヒグループホールディングス(株)の取締役 兼 代表執行役社長 Group CEOが委員長となる「グローバルサステナビリティ委員会」を設置して、サステナビリティ推進を包含したコーポレートガバナンス体制を構築しています。

「グローバルサステナビリティ委員会」で決定した内容は、「グローバルサステナビリティリーダーズ会議」「サステナビリティタスクフォース」を通じてグループ全体の戦略として落とし込む仕組みになっており、また、取締役会のモニタリング体制の強化を目的に、「サステナビリティアドバイザリー委員会」を設置してグループ体となってサステナビリティを推進する体制を組んでいます。



組織体	役割	構成	開催頻度
サステナビリティ アドバイザリー 委員会	<ul style="list-style-type: none"> <li>専門的な見地から、サステナビリティと経営の統合のさらなる推進、サステナビリティに関する重要なテーマについて取締役会に提言</li> </ul>	<b>委員長：</b> アサヒグループホールディングス(株)Group CEO  <b>委員：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>アサヒグループホールディングス(株)社内取締役1名</li> <li>アサヒグループホールディングス(株)社外取締役2名</li> </ul>	年2回
グローバル サステナビリティ 委員会	<b>戦略の決定：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>グループのサステナビリティ方針の策定</li> <li>サステナビリティ戦略・方針、グループ目標の承認</li> <li>実績管理</li> <li>サステナビリティ関連リスクの特定と低減</li> </ul>	<b>委員長：</b> アサヒグループホールディングス(株)Group CEO  <b>委員：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>アサヒグループホールディングス(株)社内取締役2名</li> <li>アサヒグループホールディングス(株)Group CGO、Group CSO、Group CR&amp;DO、Corporate Secretary</li> <li>Asahi Global Procurement Pte. Ltd. CEO</li> <li>Regional Headquarters CEO、サステナビリティ担当役員*</li> </ul>	年1回
グローバル サステナビリティ リーダーズ会議	<b>戦略の実行：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>グローバルサステナビリティ委員会で決定した戦略、方針の実行</li> <li>ベストプラクティス、イノベーション事例の共有</li> <li>関連部門と連携した事業のあらゆる面へのサステナビリティの統合</li> </ul>	<b>議長：</b> アサヒグループホールディングス(株)Group CSO  <b>メンバー：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>アサヒグループホールディングス(株)サステナビリティ関連部門長</li> <li>Asahi Global Procurement Pte. Ltd. CEO、サステナビリティ担当役員</li> <li>Regional Headquarters サステナビリティ担当役員、関係部署部門長</li> </ul>	年2回
サステナビリティ タスクフォース (各マテリアリティ)	<b>課題の取り組み：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>特定のサステナビリティに関する課題、プロジェクトへの取り組み</li> <li>影響力の大きい環境、社会課題への取り組み</li> <li>多様な部門・分野の専門家が結集した取り組み</li> </ul>	<b>リーダー：</b> アサヒグループホールディングス(株) サステナビリティ関連部門・関連機能部門各マテリアリティ担当者  <b>メンバー：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>アサヒグループホールディングス(株)各マテリアリティ担当者、関係部署担当者</li> <li>Asahi Global Procurement Pte. Ltd. 各マテリアリティ担当者</li> <li>Regional Headquarters 各マテリアリティ担当者</li> </ul>	適宜開催

\* その他委員長が指定する者

## ガバナンス

### 2024年の開催実績

組織体	開催月	主な議題
サステナビリティアドバイザー委員会	6月	・ 超長期トレンドから見る、将来の当社ビジネスにおけるリスクと機会 ・ 社会におけるアルコールの役割
	10月	
グローバルサステナビリティ委員会	12月	・ 気候変動、責任ある飲酒のグループ目標に関する討議と決議
グローバルサステナビリティリーダーズ会議	5月	・ アサヒグループのサステナビリティ3カ年計画に関する討議 ・ 気候変動、人権などの取り組みに関する討議
	11月	
環境	1、4、7、10月	・ 「アサヒグループ環境ビジョン2050」の実現に向けた取り組みに関する討議
		・ Regional Headquartersのベストプラクティスの共有 ・ 2024年計画の進捗共有など
サステナビリティタスクフォース	コミュニティ	・ コミュニティ戦略の基本活動であるグローバル共通施策「RE:CONNECTION for the EARTH」の事前計画の共有および実施後の振り返り ・ 2024年計画の進捗共有など
	責任ある飲酒	
	2、4、5、8、10、12月	・ グループ目標に関する討議 ・ 「IARD Digital Guiding Principles」への対応率などの進捗確認 ・ Regional Headquartersのベストプラクティスの共有など

### 取締役会におけるサステナビリティの議論

アサヒグループでは、『中長期経営方針』のコア戦略に位置付けられているサステナビリティ戦略について、取締役会においても重点的に議論を行っています。「グローバルサステナビリティ委員会」で議論した戦略や目標値はCorporate Management Boardで審議し、取締役会に報告してモニタリングされています。また、各RHQのCEOが毎年2回、各地域でのサステナビリティに関する具体的な取り組みや進捗について、取締役会に報告しています。

#### サステナビリティに関する直近の取締役会報告内容

	議題	内容
2024年9月	サステナビリティの取り組み	気候変動への対応など、主要グローバル目標の達成に向けた取り組み
2024年9月	BMS(母乳代替品)の取り組み	ESG外部評価機関FTSEの評価項目適合に向けた、BMSマーケティングポリシーの改定やガバナンス機能の強化
2025年3月	TCFD・TNFD分析報告	TCFD・TNFDを統合したシナリオ分析結果

## ガバナンス

### 取締役会のサステナビリティスキル・能力

アサヒグループホールディングス(株)は「取締役会スキルマトリックス」に照らし、豊富な経験、高い見識、高度な専門性・能力を有する人物により取締役会を構成することとしています。

「取締役会スキルマトリックス」は、役員に求める要件をグループ理念「Asahi Group Philosophy(AGP)」や経営戦略などから導いて策定したもので、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に必要な取締役会全体としての知識・経験・能力のバランス、多様性を確保することを目的としています。この中では意思決定スキルとして「サステナビリティ」も設定しており、「事業を通じた社会インパクト創出をリードするスキル」「ESGの知識と見識に基づき経営を方向付けるスキル」と定義しています。具体的には、サステナビリティの重点テーマである「気候変動への対応」「持続可能な容器包装」「人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現」などの監督経験があることや、「不適切飲酒の撲滅」「新たな飲用機会の創出によるアルコール関連問題の解決」への対応を踏まえ酒類事業の経験があることなどを指しています。

取締役会スキルマトリックス\*

	長期戦略	グローバル	サステナビリティ	非連続成長	シニア リーダーシップ	財務・会計	法律・ コンプライアンス	リスクガバナンス・ 内部統制	人材・文化	業務プロセス
大八木 成男	○	○			○			○	○	○
佐々江 賢一郎	○	○			○			○	○	
田中 早苗			○				○	○	○	
大橋 徹二	○	○		○	○					○
勝木 敦志	○	○	○	○	○	○			○	○
谷村 圭造		○	○				○	○	○	○
崎田 薫	○	○		○		○		○		○
福田 行孝					○	○		○		○
大島 明子		○					○	○		○
松永 真理			○	○	○				○	
佐藤 千佳		○		○	○				○	
Melanie Brock		○	○		○				○	
宮川 明子		○				○		○		○

\* 「取締役会スキルマトリックス」は各取締役の役割に照らして発揮が期待されるスキルを記載しており、各取締役が保有する全ての知見・経験を表すものではありません。

## ガバナンス

### 「取締役会スキルマトリックス」に定めるスキルの定義

スキル	定義
長期戦略	<ul style="list-style-type: none"><li>・長期あるいは超長期の社会の変化を洞察するスキル</li><li>・洞察した将来をバックキャストして戦略に導くスキル</li></ul>
グローバル	<ul style="list-style-type: none"><li>・グローバルの視点・視座で戦略の監督を行うスキル</li><li>・ローカルとグローバルを融合し最適化するスキル</li></ul>
サステナビリティ	<ul style="list-style-type: none"><li>・事業を通じた社会インパクト創出をリードするスキル</li><li>・ESGの知識と見識に基づき経営を方向付けるスキル</li></ul>
非連続成長	<ul style="list-style-type: none"><li>・事業構造や稼ぐモデルを変革するスキル</li><li>・イノベーションを促し、新規領域を探索するスキル</li></ul>
シニアリーダーシップ	<ul style="list-style-type: none"><li>・的確な執行状況の把握と課題提起するスキル</li><li>・リーダーシップチームの業務遂行を評価するスキル</li></ul>
財務・会計	<ul style="list-style-type: none"><li>・業績・経営指標から経営状況、資源配分の状況を把握し課題提起するスキル</li><li>・財務・会計に関する専門的な知識と見識に基づき監督するスキル</li></ul>
法律・コンプライアンス	<ul style="list-style-type: none"><li>・法律に関する専門的な知識と見識に基づき監督するスキル</li><li>・コンプライアンス体制の整備、運用状況を監督するスキル</li></ul>
リスクガバナンス・内部統制	<ul style="list-style-type: none"><li>・リスクコントロール状況、執行ガバナンスの状況を把握し課題提起するスキル</li><li>・内部統制システムの整備、運用状況を監督するスキル</li></ul>
人材・文化	<ul style="list-style-type: none"><li>・多様な人材の能力発揮の状況を評価するスキル</li><li>・企業文化の状況を把握し課題提起するスキル</li></ul>
業務プロセス	<ul style="list-style-type: none"><li>・企業経営経験や当社経営・執行経験に基づき、業務プロセスの適正性を監督するスキル</li></ul>

## ガバナンス

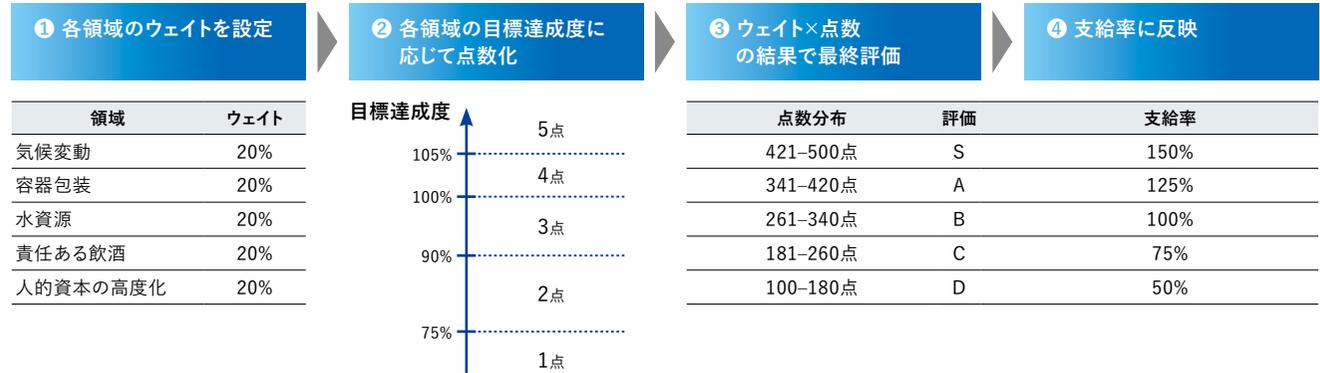
### 役員報酬への社会的価値指標 (サステナビリティ指標)の組み込み

アサヒグループホールディングス(株)は、取締役の報酬がAGPの実現やサステナビリティと経営の統合などに向けたインセンティブとして機能するよう設計しています。取締役の報酬はあらかじめ株主総会で決議された総額の範囲内で取締役会の決議により決定されており、決議の際は報酬委員会で内容を検討した上で、透明性および客観性を高めて公正なプロセスで決定しています。報酬委員会は取締役会の諮問機関として社外取締役が委員長を務めるとともに過半数が社外取締役で構成されており、公正な判断を保証するため、必要に応じて外部の客観的データを活用しています。

取締役の報酬は、社内取締役は基本報酬と賞与(年次・中期)および株式報酬で構成し、社外取締役は基本報酬のみとしています。社内取締役の賞与のうち3年ごとに支給される中期賞与は、業績指標のうち40%が社会的価値指標によって決定されます。サステナビリティ戦略における重点方針および事業・社会への影響を踏まえ、グループとして取り組むべき領域を選定して社会的価値指標としています。2024年は、サステナビリティ戦略の4つのテーマから「気候変動」「容器包装」「水資源」「責任ある飲酒」と、『中長期経営方針』で戦略基盤強化として位置付けている「人的資本の高度化」の5領域を選定しました。

これらの各指標は中期計画KPIと連動しており、領域に応じてウェイトを設定しています。ウェイトを考慮し、目標達成度合いに応じて50~150%の範囲で、各指標の進捗および達成状況を総合的に評価して決定します。

#### 2024年社会的価値指標支給率評価方法



#### 2024年社会的価値指標(サステナビリティ指標)実績

領域	指標	2024年目標	2024年実績	目標達成度	ウェイト	点数	合計
気候変動	Scope1,2のGHG排出量削減率(2019年比)*	36%削減	35%削減	97%	20%	3点	60点
容器包装	PETボトルリサイクル素材、バイオ由来等素材使用率	39%	37%	95%	20%	3点	60点
水資源	水使用量原単位(優先流域)	2.78	2.72	102%	20%	4点	80点
責任ある飲酒	主要な酒類商品に占めるノンアルコール・低アルコール飲料の販売量構成比	13%	12.8%	98%	20%	3点	60点
人的資本の高度化	エンゲージメントサーベイのスコア	81pt	80pt	99%	10%	3点	30点
	経営層における女性比率	28%	24%	86%	10%	2点	20点
<b>2024年総合評価：合計310点/評価B/支給率100%</b>							

\* うち評価対象は、CO<sub>2</sub>排出量削減率 Scope1と2(2019年比)

# リスク管理

## リスク管理

アサヒグループは、経営課題として取り組む領域であるマテリアリティを設定し、それぞれの課題のリスクと機会を特定しています。

このうちリスクについては、グループ全体で実施しているエンタープライズリスクマネジメント(ERM)体制下で管理し、取締役兼 代表執行役社長 Group CEOが委員長を務めるリスクマネジメント委員会が管理すべき主要リスクと、アサヒグループホールディングス(株)の各部門またはRegional Headquarters(RHQ)で管理すべきリスクにそれぞれ分けて管理し、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

関連情報

[Web](#) リスクマネジメント体制

## リスク区分

テーマ		
リスクマネジメント委員会が管理すべき主要リスク	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境</li> <li>責任ある飲酒</li> <li>人権</li> <li>人的資本の高度化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動への対応</li> <li>持続可能な容器包装</li> <li>不適切飲酒の撲滅</li> <li>新たな飲用機会の創出によるアルコール関連問題の解決</li> <li>人権の尊重</li> <li>ありたい企業風土の醸成(ダイバーシティ、エクイティ&amp;インクルージョン)</li> <li>継続的な経営者人材の育成</li> <li>必要となるケイパビリティの獲得</li> </ul>
アサヒグループホールディングス(株)各部門またはRHQで管理すべきリスク	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境</li> <li>健康</li> <li>人的資本の高度化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持続可能な農産物原料</li> <li>持続可能な水資源</li> <li>自然資本・生物多様性</li> <li>健康価値の創造</li> <li>ありたい企業風土の醸成(セーフティ&amp;ウエルビーイング)</li> <li>ありたい企業風土の醸成(学習する組織)</li> <li>ありたい企業風土の醸成(コラボレーション)</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境</li> <li>コミュニティ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>廃棄物削減と汚染の防止</li> <li>人と人のつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現</li> </ul>

# 指標と目標

## 指標と目標

取り組みテーマ	対象組織	指標・目標
気候変動への対応	グループ全体(共通) <sup>*1</sup>	2040年までに、Scope1,2,3においてGHG排出量 <sup>*2</sup> ネットゼロを達成する(排出量の削減が <sup>90%</sup> 以上、炭素除去 <sup>*3</sup> は最大10%)
	グループ全体(平均) <sup>*1</sup>	2030年までに、Scope1,2においてGHG排出量 <sup>*2</sup> を70%削減する(2019年比)
	グループ全体(平均) <sup>*1</sup>	2025年までに、Scope1,2においてGHG排出量 <sup>*2</sup> を40%削減する(2019年比)
	グループ全体(平均) <sup>*1</sup>	2030年までに、Scope3においてGHG排出量 <sup>*2</sup> を30%削減する(2019年比)
持続可能な容器包装	グループ全体(共通) (AB、ASD、AEI、ABev、AHSEA)	2025年までに、プラスチック容器 <sup>*4</sup> を100%有効利用可能 <sup>*5</sup> な素材とする
	グループ全体(共通) (ASD、AEI、ABev、AHSEA)	2030年までに、PETボトルを100%リサイクル素材、バイオ由来の素材などに切り替える
	グループ全体(共通)	プラスチックに替わる持続可能な新素材の開発・プラスチック容器包装を利用しない販売方法を推進する
持続可能な農産物原料	グループ全体(共通)	2030年までに、大麦とコーヒーについて、認証を活用して、100%持続可能に生産された原料の調達を実現する
	グループ全体(共通)	2030年までに、サプライチェーンにおける人権リスクを効果的に特定、評価、軽減、是正するために、リスクベースのデューデリジェンス・プロセス <sup>*6</sup> を実施し、持続可能な原料の調達を目指す。このアプローチを、人権侵害のリスクが最も高い、コーヒー、サトウキビ、パーム油、カカオ、茶の5つの主要原料のサプライチェーンにおいて優先的に取り組む
持続可能な水資源	グループ全体(平均) (AB、ASD、AEI、ABev、AHSEA) 優先流域(平均) (AEI、ABev、AHSEA)	2030年までに、水使用量の原単位をグローバル平均3.2m <sup>3</sup> /kl以下、優先流域の主要な生産拠点 <sup>*7</sup> では平均2.7m <sup>3</sup> /kl以下にする
	グループ全体(平均)	2030年までに、水リスクの高い地域 <sup>*8</sup> にある生産拠点100%で、流域の各課題 <sup>*9</sup> 改善に貢献する取り組みを実施する
その他環境の取り組み	グループ全体(共通) (AGJ、AEI、ABev、AHSEA)	2030年までに、自社生産拠点の埋立廃棄ゼロを達成する

\* 略称で記載している会社の正式名称は以下の通りです。

AGH: アサヒグループホールディングス(株)

AB: アサヒビール(株)

AGS: アサヒグループ食品(株)

ABev: Asahi Beverages Pty Ltd.

AGJ: アサヒグループジャパン(株)

ASD: アサヒ飲料(株)

AEI: Asahi Europe and International Ltd.

AHSEA: Asahi Holdings Southeast Asia Sdn. Bhd.

## 指標と目標

取り組みテーマ		対象組織	指標・目標
コミュニティ	人と人のつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現	グループ全体(共通)	基本活動「コミュニティ支援活動」において、グローバル施策「RE: CONNECTION for the EARTH」を実施し、全RHQが参画する
責任ある飲酒	新たな飲用機会の創出によるアルコール関連問題の解決	グループ全体(平均)	2030年までに、主要な酒類商品*10に占めるノンアルコール飲料・低アルコール飲料*11の販売量構成比20%以上を達成する
人権	人権の尊重	グループ全体(共通)	2030年までに、自社従業員100%*12および直接材一次サプライヤー100%*13において、人権デューデリジェンスを実施し、各事業会社、機能部門が継続的にPDCAをモニタリングができています
人的資本の高度化	エンゲージメント	グループ全体(共通)	グローバルエンゲージメントサーベイにおける「持続可能なエンゲージメント」スコアを2030年にグローバル高業績企業並みとする
	ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン	グループ全体(共通) (AGH、AGJ、AB、ASD、AGS、AEI、ABev、AHSEA)	2030年までに、経営層*14の女性比率を40%以上とする

\*1 対象範囲は、SBTi基準に則り、事業活動に伴うGHG排出量の大部分(Scope1,2は95%以上、Scope3は90%以上)を網羅する組織が対象。なおScope1,2・Scope3それぞれで規定水準を満たす必要があり、Scope1,2・Scope3において対象企業は異なる

\*2 グループ全体のGHG排出量に非CO<sub>2</sub>排出量の一部が含まれているため、2025年より、「CO<sub>2</sub>排出量」を「GHG排出量」に表記を変更

\*3 炭素除去: SBTiに準拠し、ネットゼロ目標時点における残余排出量、およびそれ以降に大気中に放出される全てのGHG排出量について、大気中から炭素を除去し、永続的に貯蔵することで中和していく

\*4 対象とするプラスチック容器: PETボトル、プラボトル、PETボトル・プラボトルに使用する一部のキャップ、ブラカップ(販売用)など

\*5 有効利用: リユース可能、リサイクル可能(研究段階でのリサイクル可能性を含む)、堆肥化可能、熱回収可能など

\*6 リスクベースのデューデリジェンス・プロセス=現地のサプライヤーとのエンゲージメント、リスク特定、モニタリングするためのデータ主導型ツールの活用、そして最も高いリスクが認められる場所での実地監査の実施。

サプライヤーやステークホルダーと協働し、透明性、トレーサビリティ、農業慣行の継続的改善を確保する

\*7 優先流域の生産拠点は水リスク評価ツール(Aqueduct, Water Risk Filter, Integrated Biodiversity Assessment Tool(IBAT))の結果および各生産拠点で行っている水リスク詳細調査に基づき選定(対象: 9生産拠点)

\*8 水リスクの高い地域とは水量、水質、Water, Sanitation and Hygiene(WASH)等に関するリスクのある流域また世界的に認知されている流域。例えばCEO Water Mandate priority basinsを加味し、選定(対象: 7生産拠点)

\*9 流域課題は、水量、水質、Water, Sanitation and Hygiene(WASH)等に関するリスクを含む各流域固有の課題

\*10 ビール類、RTD、ノンアルコール飲料

\*11 ノンアルコール飲料の定義は各国の法規制に準ずる。低アルコール飲料はアルコール度数3.5%以下とする

\*12 ディストリビューターを通じた輸出事業を除く事業展開国

\*13 原材料・包装資材の年間取引金額10万米ドル以上の既存サプライヤー

\*14 経営層: 役員および各機能部門をリードする職責を担うアサヒグループの社内グレード21以上を対象とする

## 指標と目標

### 2024年実績

取り組みテーマ	対象組織	2024年指標・目標	2024年実績	
環境	気候変動への対応	グループ全体(共通)*1	2040年までに、Scope1,2,3においてGHG排出量**ネットゼロを達成する(排出量の削減が90%以上、炭素除去*3は最大10%)	Scope1,2:2019年比 35%削減 Scope3:2019年比 14%削減
		グループ全体(平均)*1	2030年までに、Scope1,2においてGHG排出量**を70%削減する(2019年比)	Scope1,2:2019年比 35%削減
		グループ全体(平均)*1	2025年までに、Scope1,2においてGHG排出量**を40%削減する(2019年比)	Scope1,2:2019年比 35%削減
		グループ全体(平均)*1	2030年までに、Scope3においてGHG排出量**を30%削減する(2019年比)	Scope3:2019年比 14%削減
	持続可能な容器包装	グループ全体(共通) (AB、ASD、AEI、ABev、AHSEA)	2025年までに、プラスチック容器**を100%有効利用可能**5な素材とする	有効利用可能な素材の比率:99.5%(事業国により有効利用の考え方が異なる)
		グループ全体(共通) (ASD、AEI、ABev、AHSEA)	2030年までに、PETボトルを100%リサイクル素材、バイオ由来の素材などに切り替える	環境配慮素材の比率:37%
		グループ全体(共通)	プラスチックに替わる持続可能な新素材の開発・プラスチック容器包装を利用しない販売方法を推進する	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本でラベルレス商品の拡大</li> <li>日本でプラスチック容器を利用しない強炭酸サーバー(ステンレス製タンブラー)のオフィス・ホテル向けサービスを開始</li> <li>欧州でプラスチック製シュリンクフィルムから段ボールへの切り替えを拡大</li> </ul>
	持続可能な農産物原料	グループ全体(共通)	2030年までに、大麦とコーヒーについて、認証**6を活用して、100%持続可能に生産された原料の調達を実現する	活用可能な認証制度・基準について調査を実施。現在、それらの効果的な導入を目指し、戦略および実行計画の最終化を進めている。
		グループ全体(共通)	2030年までに、サプライチェーンにおける人権リスクを効果的に特定、評価、軽減、是正するために、リスクベースのデューデリジェンス・プロセス**7を実施し、持続可能な原料の調達を目指す。このアプローチを、人権侵害のリスクが最も高い、コーヒー、サトウキビ、パーム油、カカオ、茶の5つの主要原料のサプライチェーンにおいて優先的に取り組む	2024年に、リスクベースの人権デューデリジェンスプロセスの初期ステップとして、サプライヤー全体における人権リスクの基本的なリスクレベルを把握するため、リスク評価を実施した。この評価により、人権リスクが高い可能性のあるサプライヤーを特定し、今後のデューデリジェンス活動に向けたモニタリングの優先順位を整理することができた。
	持続可能な水資源	グループ全体(平均) (AB、ASD、AEI、ABev、AHSEA) 優先流域(平均) (AEI、AHA、AHSEA)	2030年までに、水使用量の原単位をグローバル平均3.2m³/kl以下、優先流域の主要な生産拠点**8では平均2.7m³/kl以下にする	グローバル:3.4m³/kl 優先流域:2.7m³/kl
		グループ全体(平均)	2030年までに、水リスクの高い地域**9にある生産拠点100%で、流域の各課題**10改善に貢献する取り組みを実施する	水リスクの高い地域にある7生産拠点のうち、1拠点(欧州のKoninklijke Grolsch N.V.)で取り組み実施。
	その他環境の取り組み	グループ全体(共通) (AGJ、AEI、ABev、AHSEA)	2030年までに、自社生産拠点の埋立廃棄ゼロを達成する	埋立廃棄率:1%

\* 略称で記載している会社の正式名称は以下の通りです。

AGH:アサヒグループホールディングス(株)  
AGJ:アサヒグループジャパン(株)

AB:アサヒビール(株)  
ASD:アサヒ飲料(株)

AGS:アサヒグループ食品(株)  
AEI:Asahi Europe and International Ltd.

ABev:Asahi Beverages Pty Ltd.  
AHSEA:Asahi Holdings Southeast Asia Sdn. Bhd.

## 指標と目標

取り組みテーマ		対象組織	2024年指標・目標	2024年実績
コミュニティ	人と人のつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現	グループ全体(共通)	基本活動「コミュニティ支援活動」において、グローバル施策「RE:CONNECTION for the EARTH」を実施し、全RHQが参画する	グローバル施策「RE:CONNECTION for the EARTH」を実施し、全RHQが参画
責任ある飲酒	不適切飲酒の撲滅	グループ全体(共通)	2024年までに、「IARD Digital Guiding Principles」への対応率100%を達成する	IARDが選定した14か国で、対応率100%
		グループ全体(共通)	2024年までに、全てのアルコール飲料ブランド(そのブランドで販売されるノンアルコール飲料を含む)の製品に、飲酒の年齢制限に関する表示をする	2024年末までに表示ラベルを切り替えられなかったブランドが一つあったが、当該ブランドも2025年年初に表示の切り替えが完了した。
	新たな飲用機会の創出によるアルコール関連問題の解決	グループ全体(平均)	2030年までに、主要な酒類商品*11に占めるノンアルコール飲料・低アルコール飲料*12の販売量構成比20%以上を達成する	販売構成比:12.8%
人権	人権の尊重	グループ全体(共通)	2030年までに、自社従業員100%*13および直接材一次サプライヤー100%*14において、人権デューデリジェンスを実施し、各事業会社、機能部門が継続的にPDCAをモニタリングができている	自社従業員:外部専門家による評価で、高リスク国と特定された日本、マレーシア、インドネシアの3か国の全ての生産拠点(計33拠点)に対し、Sedexの自己評価質問票(SAQ)によるリスク評価を実施した。さらに、同3か国9拠点において、SedexのSMETA実地監査を実施した。 サプライヤー:直接材一次サプライヤーを対象に、新たな責任ある調達プログラムを立ち上げ、リスクベースアプローチのもと、パイロットとして92社に導入した。
人的資本の高度化	エンゲージメント	グループ全体(共通)	グローバルエンゲージメントサーベイにおける「持続可能なエンゲージメント」スコア目標 2025年に82とする(グローバル食品・飲料企業並み) 2029年に89とする(グローバル高業績企業並み)	「持続可能なエンゲージメント」スコア:80 * 2024年のグローバル高企業並みスコアは、88
	ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン	グループ全体(共通) (AGH、AGJ、AB、ASD、AGS、AEI、ABev、AHSEA)	2030年までに、経営層*15の女性比率を40%以上とする	経営層の女性比率:24%

\*1 対象範囲は、SBTi基準に則り、事業活動に伴うGHG排出量の大部分(Scope1,2は95%以上、Scope3は90%以上)を網羅する組織が対象。なおScope1,2・Scope3それぞれで規定水準を満たす必要があり、Scope1,2・Scope3において対象企業は異なる

\*2 グループ全体のGHG排出量に非CO<sub>2</sub>排出量の一部が含まれているため、2025年より、「CO<sub>2</sub>排出量」を「GHG排出量」に表記を変更

\*3 炭素除去:SBTiに準拠し、ネットゼロ目標時点における残余排出量、およびそれ以降に大気中に放出される全てのGHG排出量について、大気中から炭素を除去し、永続的に貯蔵することで中和していく

\*4 対象とするプラスチック容器:PETボトル、プラボトル、PETボトル・プラボトルに使用する一部のキャップ、プラカップ(販売用)など

\*5 有効利用:リユース可能、リサイクル可能(研究段階でのリサイクル可能性を含む)、堆肥化可能、熱回収可能など

\*6 原料ごとに活用する認証・基準を2024年に最終化する

\*7 リスクベースのデューデリジェンス・プロセス=現地のサプライヤーとのエンゲージメント、リスク特定、モニタリングするためのデータ主導型ツールの活用、そして最も高いリスクが認められる場所での実地監査の実施

サプライヤーやステークホルダーと協働し、透明性、トレーサビリティ、農業慣行の継続的改善を確保する

\*8 優先流域の生産拠点は水リスク評価ツール(Aqueduct, Water Risk Filter, Integrated Biodiversity Assessment Tool(IBAT))の結果および各生産拠点で行っている水リスク詳細調査に基づき選定(対象:9生産拠点)

\*9 水リスクの高い地域とは水量、水質、Water Sanitation and Hygiene(WASH)等に関するリスクのある流域また世界的に認知されている流域。例えばCEO Water Mandate priority basinsを加味し、選定(対象:7生産拠点)

\*10 流域課題は、水量、水質、Water Sanitation and Hygiene(WASH)等に関するリスクを含む各流域固有の課題

\*11 ビール類、RTD、ノンアルコール飲料

\*12 ノンアルコール飲料の定義は各国の法規制に準ずる。低アルコール飲料はアルコール度数3.5%以下とする

\*13 ディストリビューターを通じた輸出事業を除く事業展開国

\*14 原料・包装資材の年間取引金額10万米ドル以上の既存サプライヤー

\*15 経営層:役員および各機能部門をリードする職責を担うサヒグループの社内グレード21以上を対象とする

# インパクトの可視化

アサヒグループは、サステナビリティと経営の統合の実現に向けて、サステナビリティ活動によって創出される事業・社会インパクトをプラスとニュートラルの側面で定量的に可視化する取り組みを進めています。この取り組みにより、経営管理できる重要な指標を特定し、その指標を施策の優先順位の決定や投資判断、進捗管理に組み込むことで、事業の持続的な成長を実現し、社会へのプラスのインパクトをさらに創出できると考えています。また、インパクトを定量的に示すことで、より高度化した情報開示につながり、全てのステークホルダーとのエンゲージメントを高めることにもつながると考えています。

## 取り組み概要

アサヒグループは、インパクトの可視化の取り組みを今後グループ内で展開することを企図し、取り組み概要を独自に策定しました。一足飛びで完結するものではなく、全体像を把握しながら、段階的に取り組むステップを明示しています。

最初にインパクトの可視化の土台となる①価値関連図の作成・仮説検証を行います。次に、②サステナビリティ活動による事業インパクトの可視化と社会インパクトの可視化に取りかかります。さらに、その可視化したインパクトがどのように企業価値向上につ

ながっているかを証明するステップの③インパクトがもたらす企業価値向上への効果の可視化(証明)に取り組みます。①の価値関連図の取り組みでは、その全体像を把握し、②の取り組みでサステナビリティ活動によってどのようなインパクト(WHAT)を創出するか、③の取り組みでは、当社グループ(企業)がそのサステナビリティ活動に取り組む意義(WHY)を可視化します。最後に、①～③の取り組みによって導き出された経営管理できる重要な指標を特定(④インパクトの指標化)し、グループ目標やKPIの設定、さらにアクションにつなげていきます。

取り組み	分析手法	内容	テーマ(2024年時点)	
1 First Step	「価値関連図」の作成・仮説検証	価値関連性分析 (俯瞰型分析:柳モデル*)	サステナビリティ活動がどのように企業価値向上につながっているか図式化し、相関関係を検証し、活動の全体像を把握する	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境</li> <li>人的資本の高度化</li> <li>コミュニティ</li> <li>責任ある飲酒</li> </ul>
2 Second Step	事業インパクトの可視化	独自に開発	商品・サービスによる収益効果や現在(や将来)のリスク回避による収益効果(炭素税など)を可視化する	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境</li> </ul>
	社会インパクトの可視化	インパクト加重会計	サステナビリティ活動によるそれぞれのインパクトを財務的に定量化する インパクト加重会計を活用して社会インパクトを可視化する	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境</li> <li>コミュニティ</li> <li>責任ある飲酒</li> </ul>
3 Third Step	インパクトがもたらす企業価値向上への効果の可視化(証明)	独自にストーリー性をもって、証明	<ul style="list-style-type: none"> <li>サステナビリティ活動によって創出されたインパクトがもたらす企業価値向上への効果を“直接的な効果(事業インパクト)”と“間接的な効果(社会インパクト)”の2つの効果にて可視化する</li> <li>アサヒグループが目指す社会変容度をモニタリング評価する</li> </ul>	—
4 Final Step	インパクトの指標化	独自に特定	企業価値向上へつながりのある指標の中から重要な指標を特定し、経営管理に活用する	—

\* 柳モデル：“CFO ポリシー(第3版):財務・非財務戦略による価値創造(中央経済社2023)”、柳(2023)

## インパクトの可視化

### 2024年の取り組み

2024年は、引き続き、①価値関連図の作成・仮説検証を行い、②の事業インパクトの可視化では、当社グループ独自のロジック作成に取り組み、また、社会インパクトの可視化では、今後の可視化フロー構築を目指し、分析事例案件の拡大を進めました。③の取り組みでは、インパクトによる間接的な効果(レピュテーション効果)をステークホルダーごとに証明する分析に挑戦しました。なお、対象エリアは引き続き、日本のみとしました。

また、2024年は、今までの私たちの取り組みの方向や現在地の確認のため、自社だけでなく、多くの社外の方々とも情報や意見交換の場を持ち、新たな気づきも得ることができました。

#### ■ 価値関連図の作成・仮説検証

2024年版の価値関連図は、2023年版の構成を引き継ぎ、サステナビリティ活動から企業価値向上への道筋を「直接的な価値の道筋」と「間接的な価値の道筋」を設けて作成しました。「直接的な価値の道筋」は、サステナビリティ活動そのものによる、売上収益やコストといった直接的な収益効果の影響要素の道筋です。一方、「間接的な価値の道筋」は、レピュテーション効果の道筋を示しています。サステナビリティ活動によって創出されたインパクトを社内外に対してコミュニケーションすることで各ステークホルダーとのエンゲージメントが向上し、それが間接的に企業価値向上につながります。コミュニケーションを介するため、間接的と名付けました。また、企業価値向上への影響だけでなく、社会の変容への影響の道筋も示しています。P29の価値関連図の上部で示す「インパクトの可視化」や「企業価値向上への効果の可視化」の矢印は、P27で示した取り組みステップが価値関連図上でどの部分にあたるかも示しています。

本取り組みのプロセスは、右記に示す4段階で進めています。価値関連図を仮説作成し、次に価値関連図上に示した全ての価値を測定する財務・非財務の指標を設定し、分析・検証に必要なデータ収集を行います。続く分析・検証工程では、価値関連図上に示した、隣接する全ての価値同士の相関関係を遅延浸透効果を加味した単回帰分析で検証する価値関連性分析の手法や、部分的に俯瞰型分析を用いて検証を実施します。最後にこの定量分析結果が、定性的にも相関関係があると言えるかという点で再度、確認も行います。

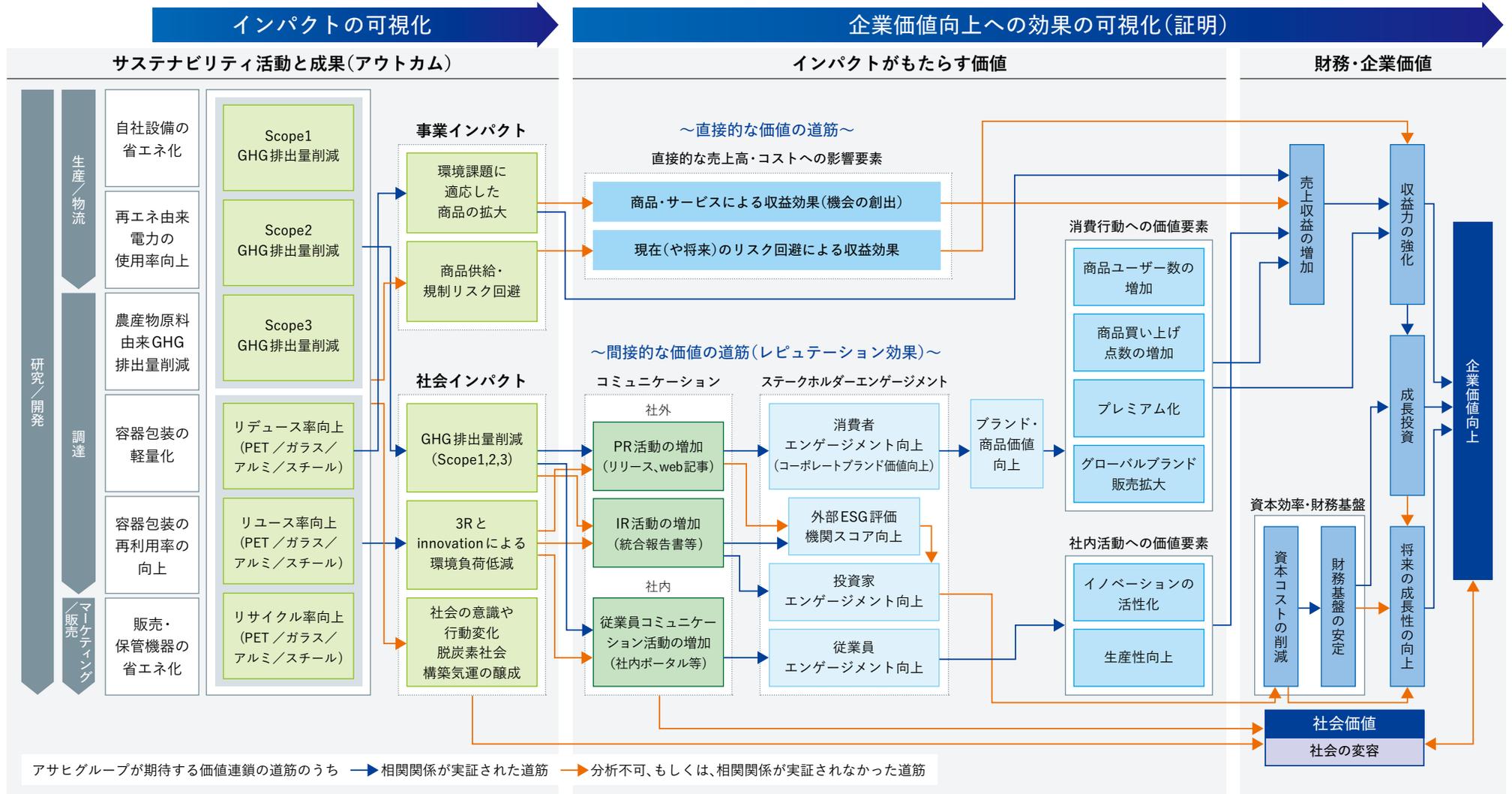
分析・検証の結果としては、一連の価値連鎖を実証できた活動もありましたが、非財務指標を設定した多くの道筋においては、相関関係は実証できませんでした。適格な指標設定やデータ取得ができないという課題は引き続き残りました。その中で、今後の取り組みに向けて、ステークホルダーとのエンゲージメントや社会変容などのデータ取得のために独自で調査設計や実査を開始しています。

#### 「価値関連図」取り組みプロセス



# インパクトの可視化

2024年版価値関連図(環境テーマ一部抜粋)



\* 分析実行: アビームコンサルティング株式会社, Digital ESG Platform

# インパクトの可視化

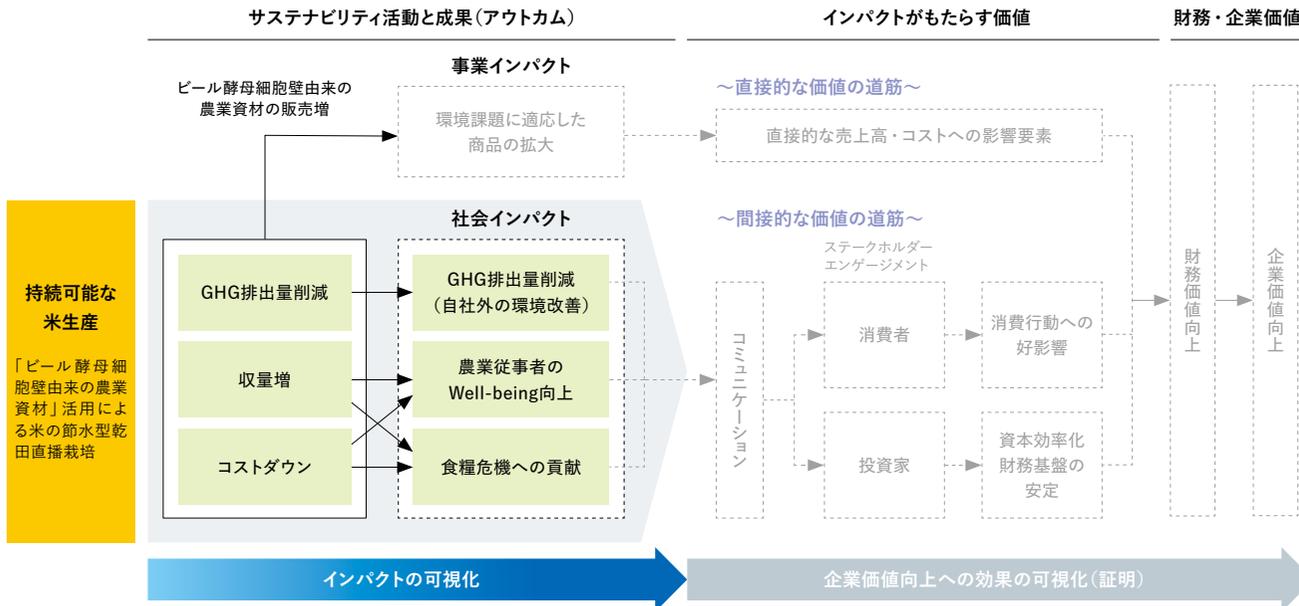
## ■ 社会インパクトの可視化

アサヒグループはインパクト加重会計の手法を活用して、社会インパクトの可視化に取り組んでいます。この手法では、「環境インパクト」「製品インパクト」「従業員インパクト」の3つの側面から社会インパクトを捉え、それぞれの側面でプラスとマイナスの価値を金銭価値に換算し、合算することで、総合的な社会インパクトの可視化が可能となります。2024年は、「持続可能な農産業」をテーマに社会インパクトの可視化に取り組みました。「価値関連図」上で示すと下記のような範囲の取り組みになります。

関連情報

[Web](#) ビール酵母細胞壁由来の農業資材を活用した持続可能な農業

### 社会インパクトの算出範囲



### 取り組み内容

2024年は、2023年に引き続き、アサヒバイオサイクル(株)の商品である「ビール酵母細胞壁由来の農業資材」を対象に「持続可能な米生産」の活動を「製品インパクト会計」のフレームワークを用いて、算出しました。算出対象は「ビール酵母細胞壁由来の農業資材」を活用することで実現可能な米の節水型乾田直播栽培による効果を測定するために、GHG排出削減量、農産物収穫量、米作りにかかるコストの3つに特定。比較対象は従来の水稲栽培としています。そして、算出方法の設定や算出式を確立し、試算しました。

### 算出内容

調査対象農産物のサンプルデータは、それぞれ1試験農場のチャンピオンデータを用いて試算しました。各々の試験農場からGHG排出量、収穫量、コストの増減データを取得し、「ビール酵母細胞壁由来の農業資材」の販売量による効果金額の可視化を行いました。

結果としては、GHG排出量については、従来の水稲栽培と比較して、農産物当たりのライフサイクルGHG排出量の約65%の削減効果が見られました。収穫量については同等、コストについては、農作業にかかる工数が削減できる効果が見込まれると仮説を立てていましたが、信頼性のあるデータが取得できなかったため、今回は対象外としました。以上のことから今回の算出対象をGHG排出削減量とし、1試験農場で使用した「ビール酵母細胞壁由来の農業資材」による社会インパクトは、約291万円、農産物(米)1t当たり換算では、約1.8万円の結果となりました。また、この結果を前提に従来の水稲栽培に使用したとされる2024年の本商品の販売量の全てを節水型乾田直播栽培に使用したと仮定した場合、拡大推計によって試算した社会インパクトは、約1.33億円となりました

コストなど算出対象範囲の拡大は今後の課題です。節水型乾田直播栽培は文字通り、水使用量の削減効果も見込まれますが、当初より信頼性のあるデータ取得が困難であることが明らかであったため、こちらも対象外としました。持続可能な米生産の活動は、まだ初期段階であり、大きな目的を持って今後も継続されます。その効果を定量化することは、さらなる活動の推進をもたらし、社会インパクトの創出につながると信じています。

# インパクトの可視化

## 2024年にトライした取り組み事例

### ■ 企業価値向上への効果の可視化

アサヒグループは、価値関連図が示す「間接的な価値の道筋」にあるサステナビリティ活動によって創出したインパクトがレピュテーション効果としてどのように企業価値向上につながるか、消費者と投資家の道筋について仮説を立て、検証にトライしました。

消費者の道筋については、インパクトを創出したサステナビリティ活動をコミュニケーション(PR活動)することで消費者とのエンゲージメント(コーポレートブランド価値)が向上し、そして、それが

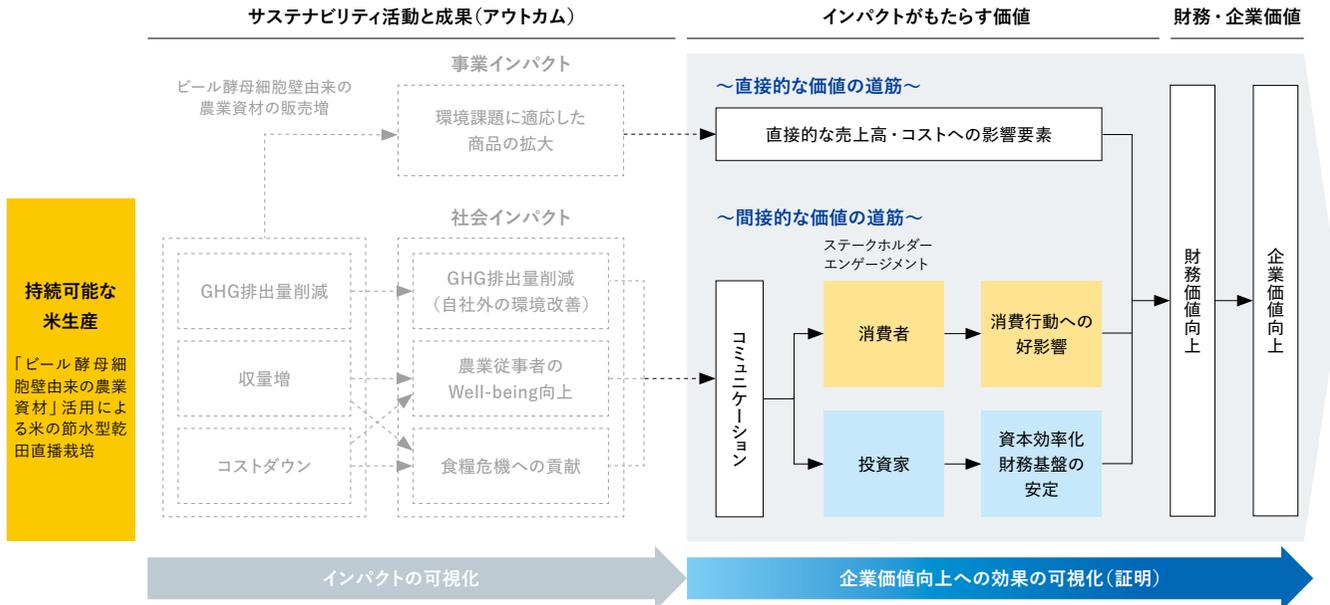
最終的に当社グループの商品全体の販売にプラスの影響を与えると仮説を立て、その影響度を検証しました。具体的には日本を対象に消費者調査を実施し、そのデータをもとに分析を実施しましたが、残念ながら信頼性の高い分析結果は得られず、仮説の証明には至りませんでした。

投資家の道筋については、インパクトを創出したサステナビリティ活動をコミュニケーション(IR活動)することで、投資家とのエンゲージメントが向上し、それが、最終的に投資活動にプラスの影響を与えると仮説を立て、検証を進めました。まずは、投資家側の見解を理解することを目的として、運用機関会社との対話から開始。

そして、小規模でしたが、投資家エンゲージメント調査も実施しました。また、ESG外部評価機関による評価がどのように資本効率や財務基盤にプラスの影響を及ぼすかなどの検証も進めました。結果としては、こちらも信頼性の高い分析結果は得られず、仮説の証明には至りませんでした。

2024年のこれらの取り組みでは、試行錯誤を重ねる結果となり、成果を提示することはできませんでしたが、一方で、この取り組みの中で今後につながるさまざまな知見や気づきを得ることができました。

### 企業価値向上への効果の算出範囲の一例(持続可能な米生産の取り組みの場合)



## インパクトの可視化

### 今後の取り組みについて

アサヒグループは、今後も引き続き、インパクトの可視化の取り組みを推進していきます。価値関連図の取り組みでは、価値関連性分析の精度を上げつつ、環境以外の未完成であるテーマに注力していきます。

事業・社会インパクトの可視化では、今後の実行フェーズを鑑み、当社グループ内の仕組みづくりを目指し、双方で分析事例案件の拡大を進めていきます。

企業価値向上への効果の可視化については、2024年は、サステナビリティ活動によるプラスの影響にフォーカスして、仮説検証を進めましたが、一方で、ニュートラルへの影響の方が大きいのではないかという仮説もあります。サステナビリティ活動による発生の可能性があったリスク(マイナスの影響)の回避や低減効果です。2025年からは、ニュートラルの効果の可視化(証明)についても取り組んでいきます。

2024年までは、取り組みフローの構築を目指し、小規模なプラクティスを重ねてきましたが、2025年からは、当社グループのマテリアルなテーマに踏み込んでいきます。当社グループは、この取り組みの先駆者となるべく、引き続き、挑戦していきます。

# 2 マテリアリティ



34 環境



105 コミュニティ



113 責任ある飲酒



127 健康



131 人権



 環境

- |             |               |               |                |
|-------------|---------------|---------------|----------------|
| 35 環境       | 67 持続可能な容器包装  | 87 持続可能な水資源   | 99 廃棄物削減と汚染の防止 |
| 35 マネジメント   | 67 マネジメント     | 87 マネジメント     | 99 マネジメント      |
| 52 気候変動への対応 | 72 取り組み       | 93 取り組み       | 102 取り組み       |
| 52 マネジメント   | 76 持続可能な農産物原料 | 96 自然資本・生物多様性 | 103 グリーンボンド    |
| 61 取り組み     | 76 マネジメント     | 96 マネジメント     |                |
|             | 84 取り組み       | 98 取り組み       |                |

# 環境

## マネジメント

### 考え方

アサヒグループは、世界各地で100年以上にわたり、水や農産物など自然の恵みを享受して事業活動を行っています。しかし、今後も最高の品質を追求し、期待を超えるおいしさを創造し続けるために、近年の地球環境劣化のさらなる進行を大きな事業リスクとして捉えています。また同時に、当社グループが事業活動を継続することで、GHG排出や農産物原料生産、製造過程での水消費・排水、海洋へのプラスチック廃棄物流出といった点で、地球環境に及ぼす影響が存在することも重く捉えています。

このような事業および社会へのインパクトを理解した上で、地球温暖化の進行などの世界的な状況や、グループの動向を考慮し、グループ全体の環境方針である「アサヒグループ環境ビジョン2050」を改定しました。このグループ全体の方針に基づき、ネットゼロ目標を含む明確な2040年目標を設定していることで、目標達成に向けて、より確実な進捗管理が可能となっています。また、2023年に「アサヒグループ環境基本方針」を改定するとともに、TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)およびTNFD(自然関連財務情報開示タスクフォース)のフレームワークを活用した分析や外部有識者からのインプット、社内ステークホルダーとの協議を重ね、「アサヒグループ環境ビジョン2050」ロードマップを策定しました。ロードマップでは気候変動、容器包装、農産物原料、水資源、それぞれの目指す姿を達成するための戦略、2040年ネットゼロといった具体的な目標となるマイルストーンと取り組みをまとめました。消費者や社内外ステークホルダー、サプライヤーの皆さまとの共創により、気候変動、容器包装、農産物原料、水資源へ

の取り組みを加速させ、事業インパクトと社会インパクトの創出を通じて「アサヒグループ環境ビジョン2050」の実現を目指します。

### リスクと機会

#### リスク

- 環境への取り組みの誇張、または目標達成の遅れによる、外部からのグリーンウォッシュの指摘
- 自社事業・サプライチェーンにおいて環境への取り組みが遅れることによる、ブランドイメージの低下

#### 機会

- 環境課題を解決する商品の展開による消費者への訴求

### アサヒグループ環境基本方針

私たちアサヒグループは、全従業員が環境の課題に対して積極的に取り組む指針として本方針を遵守し、ステークホルダーの皆様とともにアサヒグループ環境ビジョン2050に基づいて取り組んでいきます。

#### 1.【環境マネジメントシステム構築】

環境の取り組みを定期的に監視するマネジメントシステムを構築し、継続的な改善に取り組みます。

#### 2.【従業員の環境取り組みの積極的推進】

自ら環境の取り組みを積極的に推進できるような人材を育成し、企業風土の醸成と社会全体の環境意識向上に向けて働きかけます。



#### 3.【地球環境への取り組み強化】

汚染防止および持続可能な資源利用、気候変動の緩和・適応、生物多様性の保護など地球環境の保全に努めます。



#### 4.【ステークホルダーとの協業】

地域社会をはじめとした多様なステークホルダーと協業し、イノベーションに基づく環境価値の創造、およびシナジーの創出に努めます。



#### 5.【エンゲージメントの推進】

透明性があり信頼性の高い情報開示を行い、ステークホルダーとの積極的なコミュニケーションを図ります。



#### 6.【コンプライアンスの遵守】

各国および各地域の環境法規制、国際的な規範、業界・自社の基準を遵守します。



## 環境

### マネジメント

### ガバナンス

#### ■ 環境マネジメント体制

アサヒグループは、アサヒグループホールディングス(株)の取締役 兼 代表執行役社長 Group CEOが委員長を務めるグローバルサステナビリティ委員会で、グループ全体の環境を含むサステナビリティ課題に対して取り組む体制を構築しています。



#### ■ 環境マネジメントシステム認証取得状況

当社グループは、環境マネジメントシステム(EMS)「ISO 14001」および「エコアクション21」の認証取得を推進しています。一部地域でISO 14001のグループ統合認証を取得するなど、グループ全体の環境マネジメントレベルの向上や環境保全活動の強化を図っています。2024年末時点では、グローバル全体で管理する生産拠点においてISO 14001の認証を受けた事業所の割合は82%です。また、環境に関わるベストプラクティスや不適合事例の共有により、グループ全体のベクトルを合わせてPDCA管理体制を構築し、「アサヒグループ環境ビジョン2050」の実現につなげています。

### リスク管理

環境に関するリスクについては、ERM体制下において、以下のようリスク管理を行っています。

#### ■ 気候変動および容器包装に係るリスク

取締役 兼 代表執行役社長 Group CEOが委員長を務めるリスクマネジメント委員会が管理すべき主要リスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

#### ■ 農産物原料、水資源および自然資本・生物多様性に 係るリスク

アサヒグループホールディングス(株)のSustainability部門や各Regional Headquartersが管理すべきリスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

#### ■ 廃棄物削減と汚染の防止に係るリスク

各環境関連法規の遵守を前提として、ISO 14001などの環境マネジメントシステムに則りリスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

### 環境関連法規の遵守

アサヒグループの各工場では環境関連法規(日本国内の場合は温対法や省エネ法など)の支持・遵守はもとより、排水処理やボイラー設備などの環境設備に関しても法定基準よりも厳格な自主基準を設定するなど、環境管理に努めています。

## 環境

### マネジメント

## 戦略

### アサヒグループ環境ビジョン2050

アサヒグループは、2019年に「アサヒグループ環境ビジョン2050（環境ビジョン）」を策定して取り組みを進めていましたが、2023年2月、環境への取り組みのさらなる加速と、事業・社会へのインパクトの最大化を目指し、同ビジョンを改定しました。新たな環境ビジョンでは、豊かな自然の恵みを未来世代へつなぐことを目指します。

### アサヒグループ環境ビジョン2050

私たちアサヒグループは、100年以上にわたり、自然の恵みを享受して商品・サービスを生み出しています。地球環境問題の深刻化により、このままでは事業の持続可能性のみならず人類の存続までも脅かされていることに危機感を持っています。

自然の恵みなくして私たちは事業を継続しえないため、事業による環境負荷を減らし、循環を通して地球環境への価値の最大化を目指す覚悟です。

#### 2050年の世界のありたい姿

気候変動	容器包装	農産物原料	水資源
Beyond カーボンニュートラル	容器包装廃棄物の ない社会	命を育む持続可能な 農産物原料	人と自然のための 健全な水環境
脱炭素社会に向けて、事業の枠を超えた社会全体におけるカーボン排出量が削減され、生物多様性が保全された世界	使用される容器包装の資源利用が最小化され、使用後の容器包装が循環しており、特に海洋生態系が保全された世界	環境配慮、人権尊重、地域活性化が実現された農業が行われ、安定的な生産と生態系の維持が両立した世界	健康、生活環境、生物多様性が保たれる適切な水質・水量、土壌の機能が維持されており、自然災害へのレジリエンスが向上した世界

#### ありたい姿の実現に向けてアサヒグループが取り組むこと

私たちアサヒグループは、バリューチェーンを通じて資源の利用の最小化と循環の最大化に努め、ステークホルダーと戦略的パートナーシップを構築することでシナジーを創出し、2050年の世界のありたい姿の実現に向けて取り組んでいきます。

気候変動	容器包装	農産物原料	水資源
再エネの早期導入完了	資源利用の最小化	環境・人権に配慮した農産物調達	水使用量適正化による水循環促進
燃料の脱炭素化推進	リサイクル素材、 バイオ由来の素材などの利用	微生物の活用、副産物の循環利用	流域連携による協働の仕組み構築
バリューチェーンのGHG削減と生態系の保全の両立	廃棄物が発生しない商品の開発	土壌改善による生態系の保全	適切な水質・水量の維持による生態系の保全
GHG削減・吸収・回収の技術開発・展開	クローズドループ構築による海洋生態系の保全	農家支援による地域活性化	水ストレス地域における水アクセスの改善

## 環境

### マネジメント

#### ■「アサヒグループ環境ビジョン2050」ロードマップ

「アサヒグループ環境ビジョン2050」の改定を踏まえ、当社グループは既存の戦略やマイルストーンを見直し、「気候変動」「容器包装」「農産物原料」「水資源」のロードマップを策定しました。これらの相互に関連した4つの柱に取り組むことで、事業・社会インパクトを創出し、事業と関連が深い生態系サービスの減少を回避・軽減し、ひいては生物多様性の保全・回復に貢献します。

ロードマップ策定にあたり、私たち当社グループは科学的な根拠やデータに基づくアプローチと各柱の相互関連性に重点を置きました。科学的な根拠に基づくアプローチという観点では、気候変動の2040年ネットゼロを含む中長期脱炭素目標で、SBT (Science Based Targets)イニシアチブ(SBTi)からSBTネットゼロ認定を取得しました。これは、当社グループの脱炭素目標が、パリ協定で示された1.5°C目標と科学的に整合したものとしてSBTiより認められたことを意味します。水に関する優先地域の特定については、水リスクのグローバル基準となっている評価ツール(Aqueductなど)と、第三者による現地水リスク評価結果を組み合わせ、対応が必要な生産拠点の特定に役立てました。さらにTCFD・TNFDのフレームワークを活用し、分析を通じて明らかになった気候変動・自然劣化の課題への対応策を「気候変動」「容器包装」「農産物原料」「水資源」の4つの柱の戦略に落とし込み、各柱の目標、ロードマップと統合しました。

また、相互関連性という観点では、私たちは包括的アプローチを可能な限り検討し、複数の環境・社会課題に貢献できる取り組みを目指しています。例えば、持続可能な農産物原料の調達を強化することは、私たちのサプライチェーンにおけるGHG排出量と

ウォーターフットプリントの削減につながります。さらに、持続可能な農産物原料の取り組みでは、環境負荷低減だけでなく、人権リスクを軽減する取り組みも進めます。水資源の取り組みでは、私たちが事業展開している地域での水リスク評価に国際的に認められた人権である水・衛生(WASH)へのアクセス評価も含め、対応が必要な地域で対応策を取っていきます。

最後に、さらなる技術革新およびサステナビリティと経営の統合を加速してビジネスモデルを革新していくことが必要です。現時点で、ロードマップのマイルストーンを達成するための全ての解決策が私たちの手中にあるわけではありませんが、私たちは多くのステークホルダー、特にお客さまとともに学び、ベストプラクティスを共有しながら、野心的な目標にチャレンジしていきます。

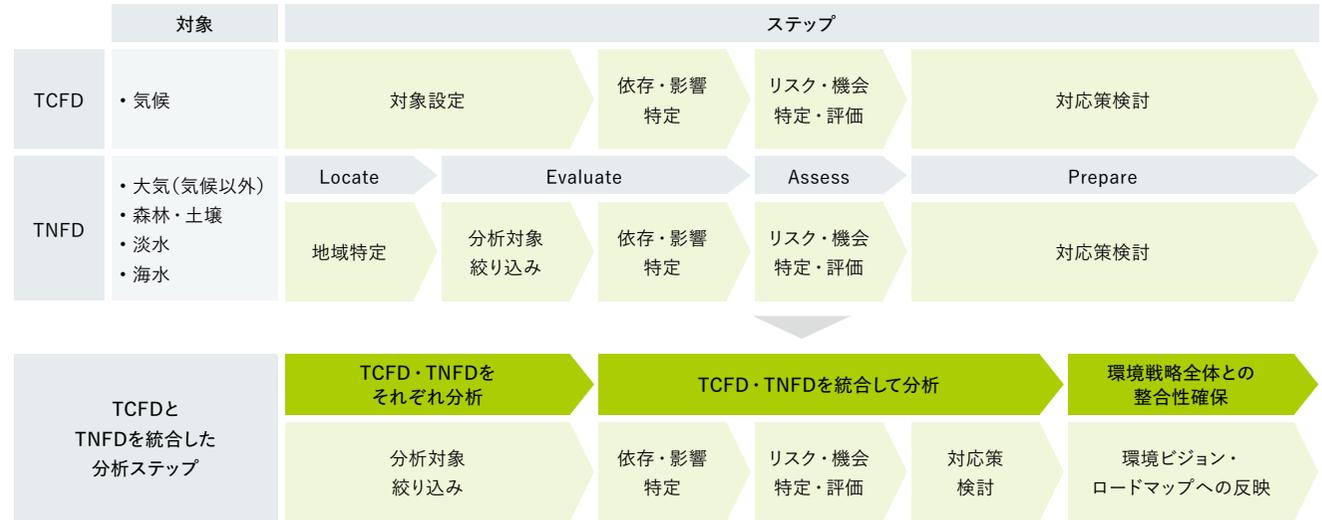
## 環境

### マネジメント

#### TCFD・TNFD分析

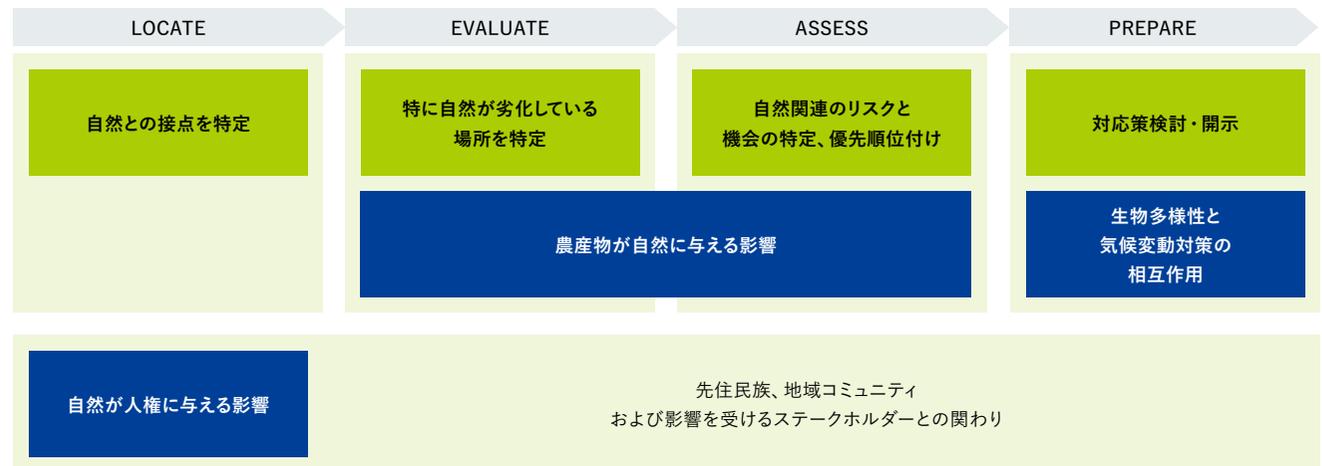
「アサヒグループ環境ビジョン2050」の4つの柱の戦略、ロードマップを策定するにあたり、TCFD・TNFDのフレームワークを活用しています。2024年は、分析に人権の観点を加え、先住民・地域コミュニティの自然へのアクセスの権利の分析を新たに実施しました。また、気候変動に対する取り組みと自然保護に対する取り組みがどのように相互に関連しているかトレードオフ分析を実施、生産において自然負荷が高くなる農産物原料を評価しました。

#### TCFD・TNFD分析ステップ



#### 2024年分析項目

■ 2024年の更新内容



# 環境

## マネジメント

### 依存・影響の特定

当社グループが依存する自然と当社グループが自然に与える影響について評価しました。

### 依存と影響の算出方法

依存・影響の対象となる自然の状態を示す指標を設定しました。本分析ではグローバルで統一されたデータが必要だったものの、統一データの入手に制約があったため、TNFDガイドラインに則り、現状取得可能な間接指標データや代替指標を用いて分析を実施しました。高リスクの判断基準には、Planetary Boundariesで定められている閾値を用い、閾値の設定がないものについては相対的に劣化と判断できる度合いを判断して優先度を評価しました。

### 気候・自然の状態

		気候・自然の状態													
		気候変動		容器包装	農産物原料						水資源			汚染	
		気候	海水	森林	淡水量	淡水質	土壌質	水量	水質	土壌質	廃棄物				
		依存	影響	影響	依存	影響	依存	影響	依存	影響	依存	依存	影響	影響	
農産物 原料生産	大麦	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
	ホップ	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
	トウモロコシ	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
	コーヒー	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
	砂糖	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
	カカオ	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
	茶	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
	パーム油	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
生乳	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
原材料加工	農産物	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	容器包装	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
自社製造	自社生産拠点	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
輸送・消費	物流倉庫	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	消費	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

■ 依存・影響が大 ■ 依存・影響が小 ■ 依存・影響が極小

### 依存対象である自然の状態の評価

#### 自然別指標

##### 農産物原料生産工程

森林：農産物原料の調達全量生産に必要な農地面積

水量：農産物原料の調達全量生産に必要な水量

水質・土壌の質：農産物原料の調達全量生産に必要な窒素量

##### 原料加工・自社製造・輸送・消費工程

森林：森林被覆減少率

水量：水の流出率、水の供給量、地下水位減少率

水質：排水処理率および人のフットプリント\*1(代替指標)

土壌の質：土壌劣化度、余剰窒素量

廃棄物：リサイクル比率(代替指標)

海水：定性評価(代替指標)\*2

\*1 人のフットプリント：人がどの程度各地域で活動しているかを評価した指標。建築物、人口密度、電力インフラ、農地、牧草地、道路、線路、水路の8指標の総合評価

\*2 プラスチック汚染は海流により海域全体に広がる可能性があるため、地域的には分析していません。また、プラスチック廃棄の汚染源となる消費地は、全ての地域で問題が発生すると仮定しています。

### 影響の評価

#### 単位面積当たり(50km四方当たり)の自然負荷指標

水量：各原料による水使用量

窒素：各原料の生産に必要な窒素量

森林：農地比率

# 環境

## マネジメント

### 気候・自然の依存・影響

#### 農産物原料生産工程

##### 自然への依存大

気候・自然との  
地理的接点

大麦生産地

ホップ生産地

トウモロコシ生産地

コーヒー生産地

砂糖生産地



依存

農産物生産において依存する気候が一部変動し、自然が一部劣化していることを確認

気候・自然への依存の例：  
安定的な気候、森や土壌の栄養循環、水の供給

##### 自然への影響大

気候・自然との  
地理的接点

カカオ生産地

コーヒー生産地

茶生産地

トウモロコシ生産地



影響

農産物生産において影響する自然が一部劣化していることを確認

自然への影響の例：  
水資源の消費、農地拡大による森林伐採、土壌汚染



#### 原材料加工工程

気候・自然との  
地理的接点

農産物加工工場

容器包装加工工場



依存・影響

依存

影響

原材料の加工において、依存・影響する気候が一部変動し、自然が一部劣化していることを確認

気候・自然への依存の例：  
安定的な気候・水の供給

気候・自然への影響の例：  
GHG排出、廃棄物による汚染

#### 自社製造工程

気候・自然との  
地理的接点

自社工場



依存・影響

依存・影響

影響

自社工場において依存・影響する気候が一部変動し、自然が劣化していることを確認

気候・自然への依存の例：  
水の供給

気候・自然への影響の例：  
水資源の消費、工場設立による生物の生息地の減少、廃棄物による水・土の汚染

#### 輸送工程

気候・自然との  
地理的接点

物流拠点・  
輸送経路



影響

輸送工程において影響する気候が変動していることを確認

気候・自然への影響の例：  
輸送手段である自動車等から排気ガスを通じてGHGを排出

#### 消費工程

気候・自然との  
地理的接点

事業展開国の  
人口密集地



影響

容器包装の不適切廃棄は、海洋の一部を劣化させている可能性が高いことを確認

気候・自然への影響の例：  
海中にプラスチックが流入し、汚染が発生

## 環境

### マネジメント

#### リスク・機会の特定・評価の方法

分析の結果、当社グループへのリスクと機会を特定しました。最も大きいリスクは、炭素税の導入です。また、当社グループは自然への貢献を機会と捉えており、当社グループの取り組みの社会的影響を定性的に特定しました。「気候変動」「容器包装」「農産物原料」「水資源」の4つの柱ごとに算出したそれぞれの財務影響は、各テーマのページに記載しています。これらのリスクを軽減し、機会を獲得していくために、「気候変動」「容器包装」「農産物原料」「水資源」の4つの柱ごとに戦略を策定しています。

#### リスク・機会の特定と評価の方法

リスクを評価するにあたり、2つの係数を設定しました。

係数 [A(現時点事業数値)]×[B(将来予想影響数値)]

- (急性)農産物原料の収量減少：(A)原料別の調達額×(B)原料別の災害発生時における突発的な市場価格の高騰率  
(Bは、過去20年間で各災害の被害が大きかったと考えられる年の原料価格高騰率(前年比)を取得)
- (慢性)農産物収量の変動：(A)原料別の調達額×(B)原料別の高騰率  
(Bは、シナリオ①、②それぞれについて、将来予測データを用いて独自に分析)
- 拠点の損害ないし操業停止：(A)工場別売上額×(B)洪水による稼働停止日数の比率  
(BはAqueduct Water Risk Atlas評価に基づき、各工場の浸水の深さから稼働停止し得る日数を分析)

- 炭素税導入：(A)GHG排出量×(B)2030年想定炭素税額
- ▶ [詳細はこちら](#)
- 森林伐採規制による認証原料調達の増加：(A)規制対象原料の調達量×(B)認証原料調達時の費用増加額\*
- 水使用への課税：(A)水使用費用×(B)想定課税比率\*
- 特定商品の需要減少：(A)回避され得る原料を使用した製品の売上×(B)自然への負荷が低い製品に移行し得る比率\*
- 再生可能エネルギー価格の下落の遅れ：(A)再生可能エネルギー価格の購入費用×(B)期待される再生可能エネルギー価格下落率\*×自社の再生可能エネルギー調達量の増加率

\* それぞれすでに公開されている法規制や市場価格などを参考に類推値を算出

#### シナリオ分析

	シナリオ	
	気候変動・自然劣化への対策がとられる世界 (シナリオ①)	気候変動・自然劣化への対策がとられない世界 (シナリオ②)
RCPシナリオ	1.5-2°C 自然の保全含む気候変動対策が進む	4°C 自然の保全含む気候変動対策が遅れる
SSPシナリオ	気候変動・自然劣化の対策と経済の両立 気候・自然に関する規制強化と消費者意識の高まり	気候変動・自然劣化への対策より経済を優先 自然に対する規制・消費者意識は不足
TNFDシナリオ	気候変動は抑制・自然は保全が進む	気候変動は激化・自然は劣化が進む

#### ▶ シナリオ

気候・自然に関するリスク・機会は多様であり、環境の変化によって大きく変動します。そのため、当社グループは下記の通り、2つのシナリオを設定しました。また、これら2つのシナリオを、TCFD・TNFDの3つのベースシナリオと関連付けて統合シナリオを作成し、リスク・機会の分析に活用しました。

TCFDのベースシナリオ：RCPシナリオ\*1

TNFDのベースシナリオ：SSPシナリオ\*2、TNFD提案シナリオ

\*1 RCPシナリオ：代表濃度経路シナリオ(Representative Concentration Pathways)。将来の温室効果ガスが安定化する濃度と、その濃度に至るまでの社会的な条件・前提を定義したシナリオ

\*2 SSPシナリオ：社会経済シナリオ(Shared Socioeconomic Pathways)。国際エネルギー機関(IEA)によって開発されたシナリオであり、地球温暖化対策における将来のエネルギー需要と供給の見通しを評価するために使用される。RCPシナリオと比較し、より詳細に社会経済の前提を定義している。

# 環境

## マネジメント

### リスク一覧

環境 ビジョン	カテゴリー	リスク	アサヒグループの事業活動への影響	工程	気候・ 自然 依存・ 影響	発生確率			財務影響(億円)		対応策	
						シナリオ①	シナリオ②	発生時期	シナリオ①	シナリオ②		
気候変動	移行 政策・法規制	炭素税導入による化石由来 エネルギーコスト増	GHG排出への炭素税導入によるコスト増 (Scope1,2、Scope3 カテゴリー1容器包装、4、9)	全体	気候	影響	高	—	短-長	787	—	Scope1,2,3の各プロセスにおける アサヒカーボンゼロの取り組み
	移行 政策・法規制	設備の規制対応	GHGを排出する施設への規制、 施設切り替えによるコスト増			影響	低	—	短-長	定性評価	—	エネルギー効率が高く、低負荷の設備への転換
	移行 市場	再生可能エネルギーの コスト上昇	再生可能エネルギーの導入拡大による 価格上昇によるコスト増	自社製造		影響	低	中	中-長	—	32	—
	物理 急性	災害による操業停止	集中豪雨や洪水による工場操業や物流の停止、 販売機会の喪失			影響	中	中	短-長	36	36	生産拠点における災害対策の強化、生産拠点の 分散化による配送網の短縮、配送期間の変更、 時間遅延による災害時の物流拠点の移動
容器包装	移行 政策・法規制	化石エネルギーへの課税	容器包装への炭素税導入によるコスト増		気候 海水	影響	高	—	短-長	399	—	3R+Innovation (リサイクルPET、代替素材の使用拡大、 新コンテナの開発、コンテナの軽量化)
	移行 政策・法規制	化石燃料への課税	プラスチックへの物品税導入によるコスト増	原材料加工		影響	中	—	短-長	26	—	
	移行 市場	リサイクル材料の 調達コストの増加	需要増によるリサイクル原料調達コスト増			森林	影響	—	—	短-長	定性評価	
農産物 原料	物理 慢性	農産物原料の収量減少	農産物の収量低下と原料価格の上昇		気候 森林 淡水 土壌	依存	低	中	中-長	2	18	持続可能な農産物原料への取り組み
	物理 急性	農産物収量の変動	熱波などによる急激な収量減による 原料価格の急騰	農産物原料 生産・加工		依存	高	高	短-長	10-129	10-129	農業におけるデジタル技術の活用 水利用の最適化を通じた災害影響の最小化
	移行 政策・賠償責任	自然と人権侵害に対する デューデリジェンスの義務	自然および人権への影響に対する デューデリジェンス義務化による調達コスト増			影響	低	—	中-長	1385	—	トレーサビリティ確保、 自然負荷の実態把握の取り組み推進
水資源	移行 政策・法規制	水使用に対する課税	取水に対する課税導入によるコスト増	自社製造	淡水	影響	低	—	短-長	9	—	水使用量の削減、水リスクの特定と低減 (水リスクの程度による対策の強化)
全体	移行 評判	ブランドイメージの低下	消費者がサプライチェーン各所での気候・自然に 対する負荷を認識し、ブランドイメージ低下	消費	全自然 共通	影響	中	—	短-長	定性評価	—	トレーサビリティ確保、 自然負荷の実態把握の取り組み推進
	移行 政策・法規制	グリーンウォッシュ	取り組みの誇張、または目標達成の遅れにより、 外部からグリーンウォッシュ指摘			影響	高	—	短-長	定性評価	—	社内法務部門との連携による、 情報開示に関する社内基準強化
	システミック	生態系の不安定化	一定量を超過した気候・自然への負荷による、 急速かつ不可逆的な生態系崩壊の結果、 生態系サービスが利用不可となる	全体		影響	低	高	中-長	定性評価	—	ステークホルダーとの共創を通じて、 気候や自然への負荷が低いサプライチェーンや 社会システムを構築
	システミック	金融システムの不安定性	複合的な物理的リスクと移行リスクの結果として 金融システム全体が不安定化			影響	低	高	中-長	定性評価	—	

## 環境

### マネジメント

#### 機会一覧\*

環境 ビジョン	カテゴリー	機会	アサヒグループの取り組み	自然	依存・影響	発生時期	インパクト
気候変動	資源の効率性	流通・販売プロセスの効率化	物流の効率化・自動販売機の環境負荷低減	気候	影響	短-長	GHG排出量の削減ドライバーおよびその他の労働力不足解消
	エネルギー源	低炭素エネルギーの供給	低炭素設備導入と地域再生可能エネルギー化		影響	短-長	醸造所のカーボンニュートラル達成、地域に再生可能エネルギーを供給
容器包装	資源の効率性	非プラスチック容器の拡大	非プラスチック容器の拡大、食べる容器の開発、ラベルレス商品の拡大	気候 海水	影響	短-長	プラスチックによる海洋汚染低減・GHG排出削減による気候・自然への負荷削減
農産物 原料	製品・サービス	食品廃棄物の再利用を促進	ビール酵母細胞壁由来の農業資材	土壌	影響	短-長	資源リサイクルによる廃棄物削減
	レジリエンス	低負荷農業資材の促進	廃棄食材の堆肥化製品	森林 土壌	影響	短-長	資源リサイクルによる廃棄物削減
	レジリエンス	原料調達の確保	節水型農業などの農産物生産者への支援	淡水	依存	短-長	収量の増加、農産物の品質向上、持続可能な食料調達
水資源	レジリエンス	水源の確保	醸造所における水資源管理と保全	淡水	影響	短-長	水消費による気候や自然への負荷低減
	レジリエンス	不適切な排水の改善	自然への影響の低減と回復への貢献		影響	短-長	気候や自然に対する汚染物質の排出削減、汚染物質の排出削減による気候や自然への影響の削減
全体	レジリエンス	先住民と地域コミュニティの人権保護	人権侵害の可能性を調査するためのデューデリジェンスの実施	共通	影響	短-長	人権保護

\* 自然への貢献を機会と捉えており、シナリオ間で機会の大きさに差異は発生しない想定。

# 環境

## マネジメント

### 自然が人権に与える影響の分析

事業が自然と接する接点で生じる可能性がある、先住民族、地域コミュニティ、そして影響を受けるステークホルダーに対する人権の影響を分析しました。結果として、一部の生産拠点の周辺では、当社グループの事業活動により自然が劣化している可能性が示されています。当社グループの生産活動が自然に与える影響を低減するだけでなく、拠点周辺の地域課題の改善に貢献できるように取り組んでいきます。

### 分析方法

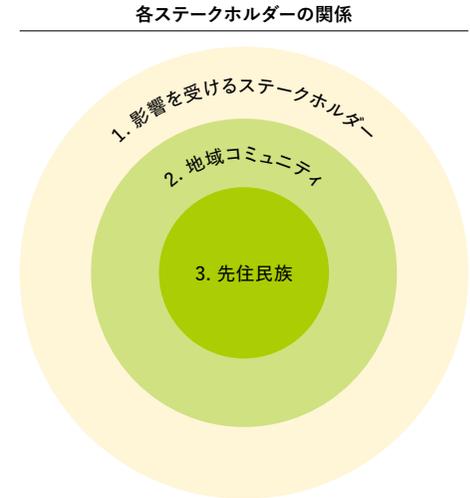
- TNFDが推奨するデータベース(LandMark)を用いて、当社グループの生産拠点周辺の先住民族や地域コミュニティの存在を調査しました。
- 生産拠点の周辺に先住民族が居住している、または地域コミュニティがある場合、先住民族および地域コミュニティの自然に対する権利を保証する規制の存在・整備状況を確認し、また、生産拠点所在地の自然の劣化の程度に基づき、自然に関連する権利への影響を評価しました。
- 先住民族が当社グループ生産拠点周辺に居住していない場合、および地域コミュニティが存在していない場合は、生産拠点周辺における自然劣化を評価し、影響を受けるステークホルダーの自然に関連する権利への影響を評価しました。

### 先住民族への影響

	対象	影響	主要な自然リスク	
先住民族	豪州	3工場	低： 豪州では、先住民族の自然へのアクセスを保護する法整備が進んでおり、該当生産拠点所在地の自然劣化度は低く、影響は小さいと評価	
影響を受けるステークホルダー(先住民族、地域コミュニティを除く)	東南アジア	4工場	(比較的)高： 該当生産拠点所在地で自然劣化が進んでおり、自然に関連する権利への影響(水へのアクセス侵害、健康被害)の可能性が高い	水量 土壌汚染
	オランダ	4工場		水量

対策	
	—
水量、水質、アクセスの悪化	・流域連携の取り組みを通じた、水ストレス地域における水アクセスの改善 ・効率的な水使用による水使用量の削減
廃棄物による土壌汚染	・2030年埋立廃棄ゼロ取り組みの推進 ・マレーシアにおける埋立廃棄ゼロへの取り組み

### ステークホルダーの関係



### TNFDによる各ステークホルダーの定義

- 1. 影響を受けるステークホルダー**  
事業、製品、サービス、バリューチェーンによって悪影響を受ける、または受ける可能性のある人々やグループ
- 2. 地域コミュニティ**  
生物多様性の保全と持続可能な利用に関連する伝統的なライフスタイルを体現する人々
- 3. 先住民族**  
征服、植民地化、または現在の国境が設定された時点で、その国または地域に居住していた人々。自国の社会、経済、文化、政治制度の一部または全部を保持する人々

## 環境

### マネジメント

#### トレードオフ分析

当社グループは、気候変動・自然劣化それぞれに関する取り組みが相互に影響を及ぼすと考えています。気候変動に対する取り組みと、自然劣化に関する取り組みを同時に実施した場合、いずれか一方がもう一方に対して起こす悪影響が懸念されます。その影響について明確にするため、2024年はトレードオフ分析を実施しました。その結果、何も取り組みを実施しない場合と比較して、取り組みを実施することで他方に与える悪影響は限定的であることを確認しました。

#### 分析方法

- 当社グループが新たに取り組みを実施した場合と実施する前の活動を比較し、TNFDガイドラインに沿って、気候変動対策が自然保全に与える負の影響の増減、および自然保全対策が気候変動対策に与える負の影響の増減を評価しました。
- 前提として、それぞれの取り組みを実施する条件について地域差は考慮せず、一般的な自然保全対策による負荷を評価したデータを使用しました。具体的には、事業活動別の自然への影響内容を取りまとめたデータベースである「ENCORE」や、使用原料ごとのライフサイクルアセスメント結果などをもとに分析しました。

# 環境

## マネジメント

### トレードオフ分析

カテゴリー	環境ビジョンの取り組み一覧	左記取り組みを開始する前の活動	自然関連					
			GHG	淡水	土壌	森林	大気	海水
気候変動	エネルギー効率の高い照明(LED)の導入	蛍光灯による照明						
	コージェネレーションシステムの導入	発電時に排出される熱を回収・利用しない発電システムの使用						
	嫌気性排水処理設備の導入	好気性排水処理設備の使用						
	太陽熱集熱器の活用	化石燃料の燃焼による熱の利用						
	太陽光発電設備導入	化石燃料の燃焼による発電						
	グリーン電力の活用	化石燃料の燃焼による発電						
	工場施設等へのメタネーション装置の導入	化石燃料の使用						
	モーダルシフト	トラック輸送						
	ヒートポンプ自動販売機の展開	冷温同時運転機能がない通常の自動販売機の使用						
容器包装	容器包装の削減(軽量化、ラベル削減等)	容器包装の削減がない						
	森のタンブラーの製造・販売	使い捨てプラスチックカップの使用	●	●				
	リターナブル容器(びんや樽)のリユース	使い捨てびん、樽の使用			●	●	●	
	PETボトルリサイクルの導入(メカニカル・ケミカルの両方)	化石燃料を利用したPETボトルの使用		●				
	再生アルミニウムの使用量の増加	アルミニウム新地金のみを使用				●		
	アルミニウムを使用しない容器カートカン	アルミニウム容器の使用			●	●	●	
工場のびん類を回収し、カレットとしてガラスびんなどの原料に使用	工場のびん類の回収なし			●	●	●		
農産物原料	認証原料の活用	認証原料の未活用						
	欧州の再生型農業の推進	化学肥料、農薬、機械由来の農業						
	ビール酵母細胞壁を活用した農業資材の展開	化学肥料の使用						
水資源	CIP工程改善による水使用量の削減	CIP工程改善のない水使用	*					
	カスケード利用拡大による水使用量の削減	カスケード利用のない水使用	*					
	自主排水基準の見直し、排水処理工程の見直し	自主排水基準の見直し、排水処理工程の見直しなし	*					
	水源保全活動の拡大(森林保全)	水源保全活動の拡大(森林保全)なし						
廃棄物削減と 汚染の防止	副産物・廃棄物再資源化(肥料、バイオマス燃料、飼料、エビオス錠、調味料)	副産物・廃棄物の廃棄・埋立						
	化学物質管理(PRTR法)	化学物質管理(PRTR法)の実施なし						
	防液堤による汚染物質の土壌浸透防止	防液堤の設置なし						
	食品ロスの削減・賞味期限の年月表示への移行	食品ロスの削減・賞味期限の年月表示への移行なし						

\* 排水削減による、排水処理工程でのGHG削減効果は軽微である見込み  
 ● 正 □ 差がない ■ 負 ◻ 自然に影響がない ● 有力情報の該当なし

## 環境

### マネジメント

#### 農産物の自然への影響の分析

2024年は、9原料(大麦、ホップ、トウモロコシ、サトウキビ、パーム油、茶、生乳、コーヒー、カカオ)の自然(淡水・土壌・森林)への依存、影響をそれぞれ分析し、依存が大きい原料と影響が大きい原料をそれぞれ特定し、今後の調達におけるリスクを評価しました。

- 自然への依存:各原料の生産量を維持するために自然資源(淡水・土壌・森林)がどの程度必要かを定量化し、自然への依存が大きい原料を大麦・ホップと特定しました。さらに、依存が大きい原料について各原料を実際に調達している農園を調査し、自然の劣化状態について確認しました。
- 自然への影響:各原料生産における単位面積当たりの自然(淡水・土壌・森林)に与える負荷を定量化した上で、将来自然が劣化する可能性がある地域と重ねました。これにより、自然への影響が大きく、原料の調達を通じて将来的な自然劣化に関与する可能性がある原料としてカカオ、コーヒー・茶・トウモロコシを特定しました。

#### 分析方法

- 自然への影響の大きさの評価:各原料の1ha当たりの水使用量が多い地域、1ha当たりの窒素使用量が多い地域、各原料の農地が集約している地域を対象に実施しました。
- 自然負荷が高い×自然劣化が高い地域の特定:「自然への影響の大きさの評価」で影響が大きいと評価され、さらに2030年に自然状態が悪化する可能性がある地域を特定しました。
- 調達比率が高い地域を特定し、当社グループの調達リスクが高い地域(自然負荷の高い地域×自然劣化の高い地域×調達比率の高い地域)を特定しました。

#### TNFD開示指標への対応

アサヒグループホールディングス(株)は「TNFD Early Adopter<sup>\*1</sup>」として登録しています。また自然資本に関わるリスク・機会の分析には、TNFDが推奨するLEAPフレームワークを活用し、TCFDと統合した上で独自の手法で分析しています。TNFDのガイドライン<sup>\*2</sup>が推奨している通り、自然への依存と影響、自然関連リスク、事業機会などに関連した指標の各実績を報告します。現在収集中の実績については、今後さらに調査を進めていきます。

<sup>\*1</sup> TNFD Early Adopter: TNFDが2024年1月16日に公開した、TNFDガイダンスに沿った開示を早期に行う企業郡

<sup>\*2</sup> ガイドライン: TNFD core global disclosure metrics

# 環境

## マネジメント

### 環境カテゴリー

カテゴリー	指標	実績
C1.0 陸／淡水／海洋利用の変化	組織が監督権を有する監督下、管理下にある総表面積 (km <sup>2</sup> )	2.8km <sup>2</sup>
C1.1 陸／淡水／海洋利用の変化	陸／淡水／海洋生態系の利用変化の範囲 (km <sup>2</sup> ) ・生態系の種類別 ・事業活動の種類別	陸域：変化なし(事業別変化なし)
C2.0 汚染／汚染除去	土壌に放出された汚染物質の総量 (t) (種類別)	日本国内工場・本社では、処理したのち下水または河川に排水しており、排水を通じた土壌への汚染物質放出は該当なし
C2.1 汚染／汚染除去	・排出された水の量 (m <sup>3</sup> ) (合計／淡水／その他) ・排出される排水中の主要汚染物質の濃度 (汚染物質の種類別)	・合計・淡水： <b>実績</b> (持続可能な水資源) ・汚染物質濃度
C2.2 汚染／汚染除去	・有害および非有害廃棄物の種類別の総発生量 (t) ・廃棄された有害および非有害廃棄物の重量 (t) (焼却処分した廃棄物 (エネルギー回収の有無を問わない) / 埋立地に送った廃棄物) ・その他の廃棄された有害および非有害廃棄物のうち埋め立てが回避された重量 (t) (再利用 / リサイクル / その他の再生方法)	・副産物・廃棄物量総発生量 ・焼却処分+リサイクル <b>実績</b> (廃棄物削減と汚染の防止)
C2.3 汚染／汚染除去	使用または販売されたプラスチック (ポリマー、耐久財、包装材) の総重量 (t) を原材料含有量に分けて測定した総フットプリント (内訳：再利用可能 / 堆肥化可能 / 技術的にはリサイクル可能 / 実務的にも規模的にもリサイクル可能)	・総フットプリント：15万t ・再利用可能素材・堆肥化可能素材使用比率： <b>実績</b> (持続可能な容器包装)
C2.4 汚染／汚染除去	タイプ別の非GHG大気汚染物質 (t) (粒子状物質 (PM2.5および／またはPM10) / 窒素酸化物 (NO <sub>2</sub> 、NO、NO <sub>x</sub> ) / 揮発性有機化合物 (VOCまたはNMVOC) / 硫酸酸化物 (SO <sub>2</sub> 、SO、SO <sub>3</sub> 、SO <sub>x</sub> ) / アンモニア (NH <sub>3</sub> ))	NO <sub>x</sub> ・SO <sub>x</sub> ： <b>実績</b> (廃棄物削減と汚染の防止)
C3.0 資源使用／資源補充	水不足地域からの取水・消費量 (m <sup>3</sup> )	取水量： <b>SASB対照表 水管理</b> <b>SASB対照表 水管理</b>
C7.0 リスク	自然関連の物理的リスクに対して脆弱であると評価される資産 / 負債 / 収益費用 / 金額 (合計および合計に占める割合)	TCFD・TNFD分析 <b>リスク一覧</b>
C7.1 リスク	自然関連の移行リスクに対して脆弱であると評価される資産、負債、収益および費用の金額 (合計および合計に占める割合)	TCFD・TNFD分析 <b>リスク一覧</b>
C7.2 リスク	自然関連のマイナスのインパクトにより当該年度に発生した多額の罰金 / 科料 / 訴訟の内容と金額	なし
C7.3 機会	関連する場合には、政府または規制当局のグリーン投資タクソミー、あるいは第三者機関である産業界またはNGOのタクソミーを参照し、機会の種類別に、自然関連の機会に向けて展開された資本支出、資金調達または投資額	<b>グリーンボンド</b>
C7.4 機会	自然に対して実証可能なプラスのインパクトをもたらす製品およびサービスからの収益の増加とその割合、ならびにそのインパクトについての説明	ビール酵母資材合計：2023年比10.2%増 * 農薬の使用量低減と農産物の収穫量増加を両立し、根の伸びや病気に強い作物ができることも示されています。農産物の収穫量が増えることにより、収穫量当たりの温室効果ガス削減にも貢献します。

\* 現在開示可能な実績をもとに報告。今後、順次開示範囲を拡大していく予定。

各開示指標の報告範囲

C1.0/1.1/2.0：日本国内自社工場・本社、C2.1/2.2/2.3/2.4/3.0：全社自社工場、C7.0/7.1：全社  
C7.2/7.3：全社、C7.4：アサヒバイオサイクル(株)

**詳細 (TCFD・TNFD分析)**

## 環境

### マネジメント

#### 対応策

分析の結果、明らかになった依存と影響の大きさ、およびリスクと機会大きさに対し、当社グループとしてどの対応策を取っていくかを検討し、優先的に取り組む対応策を特定しました。これらは「気候変動」「容器包装」「農産物原料」「水資源」の4つの柱の戦略に組み込んでいます。なお、人権の観点からの評価は限定的であったため、今後さらに分析を深化していきます。

#### 優先的に取り組む対象



## 環境

### マネジメント

## 指標と目標

関連情報

[📌 指標と目標 / 2024年実績](#)

## 第三者保証

アサヒグループは、グループ全体の環境情報・データの一元的集約と第三者保証による透明性・信頼性の高い情報開示は必須であると考えています。特に重要であるGHG排出量(Scope1,2,3)、エネルギー使用量、水使用量および排水量について第三者検証を受け、検証機関であるLRQAリミテッドによる保証書を取得しています。

### 第三者保証の取得

対象データ	準拠する規格	対象組織	検証開始時期
GHG排出量 (Scope1,2)	ISAE 3000 ISO 14064-3	日本国内事業	2014年
		オセアニアのグループ会社	2015年
		欧州のグループ会社	2018年
		東南アジアのグループ会社	2019年
GHG排出量 (Scope3)	ISAE 3000 ISO 14064-3	アサヒビール(株)および アサヒ飲料(株)	2015年
		欧州および オセアニアのグループ会社	2020年
		東南アジアのグループ会社	2021年
		アサヒグループ食品(株)	2023年
エネルギー 使用量	ISAE 3000	日本、欧州および オセアニアのグループ会社	2018年
		東南アジアのグループ会社	2019年
水使用量・ 排水量	ISAE 3000	日本、欧州および オセアニアのグループ会社	2018年
		東南アジアのグループ会社	2019年

対象組織の詳細は [📌 こちら](#)

**Web** Scope1,2,3GHG排出量、エネルギー使用量、水使用量および排水量保証  
証明書(2024年)

## 重大な事故および違反の発生状況

アサヒグループにおいて、2024年は水質や有害化学物質などに関する環境に影響する重大な事故や違反は発生していません。また、日本国内事業会社において2024年は環境関連の罰金・違約金は発生していません。

# 気候変動への対応

重点テーマ

## マネジメント

### 考え方

地球温暖化による気候変動は、干ばつや洪水といった異常気象の激化を引き起こし、世界中の人々の生活や多様な生態系に大きな影響を与えています。

気候変動による生態系への被害は年々激化しており、社会全体の脱炭素化の実現が叫ばれています。そのため、「自然の恵み」を享受して事業を行うアサヒグループにとって、気候変動問題への対策は重要な課題と認識しています。

当社グループは、大切な「自然の恵み」を地球温暖化から守り、次世代につなげるために、事業の脱炭素化を実現しなくてはなりません。

当社グループは、気候変動を看過できない事業上のリスクと認識しています。リスクの一つとして、脱炭素社会において既存の事業構造を継続した場合のコスト増加が考えられます。

TCFD・TNFD分析を実施した結果、将来的に炭素税が導入された場合、2030年に101億円製造コストが上昇すると試算しました。

そのため、事業継続の観点からも、自社関連のGHG排出量 (Scope1,2,3)の削減が急務であると認識しています。

一方、気候変動への対応は、当社グループにとって、製造方法の抜本的な見直しや新技術の実証試験を加速させ、コスト競争力向上とさらなる効率化を推進させる機会になるとも捉えています。

また、「CO<sub>2</sub>を食べる自販機」や「ラベルレスボトル」などの商品を販売することで、脱炭素社会への移行に貢献し、新たな事業機会を生み出すことができると考えています。

これらの世界的な状況や当社グループの動向を考慮し、従来の目標を10年前倒しし、2040年GHG排出量ネットゼロを目指す「アサヒカーボンゼロ」に改訂しました。より野心的な目標となった「アサヒカーボンゼロ」達成のためには、科学的根拠に基づくモニタリング・情報開示の継続と実効性のある脱炭素計画の策定・実行が最も注力すべき領域だと認識しています。

2024年で大きく進捗したポイントは、中長期脱炭素目標のSBT (Science Based Targets) イニシアチブ (SBTi) から「1.5°C目標\*」認定を取得したことです。

\* 1.5°C目標：気候変動による世界の平均気温上昇を産業革命前と比べ1.5°C未満に抑える目標

### リスクと機会

#### リスク

- 炭素税等の環境規制導入による原料・材料価格の高騰
- 環境負荷が大きい製品・商品への需要減少
- 災害による物理的影響 (物流停止・生産拠点操業停止等)

#### 機会

- 新技術開発に伴う競争力向上と効率化推進
- GHG排出量削減策による気候変動の緩和
- 製造方法の見直しや物流の効率化によるコスト・GHG排出量削減

### ガバナンス

関連情報

 [ガバナンス \(環境\)](#)

### リスク管理

気候変動に関するリスクについては、ERM体制下において取締役兼代表執行役社長 Group CEOが委員長を務めるリスクマネジメント委員会が管理すべき主要リスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

## 気候変動への対応

### マネジメント

### 戦略

アサヒグループは、2040年までにGHG排出量ネットゼロを目指す野心的な中長期目標「アサヒカーボンゼロ」を設定しています。

また、社会（バリューチェーン外）のカーボン排出量削減に貢献できるよう「Beyondカーボンニュートラル」の目標を掲げています。

この2つの目標実現のため、第三者保証を活用した科学的根拠に基づくモニタリング・情報開示の継続と費用対効果を考慮した実効性のある脱炭素移行計画の策定・実行に重点を置き、取り組みを進めています。

さらに、TCFD・TNFD分析を通じて、気候変動や脱炭素社会に向けた当社グループおよび自然へのリスクと機会を評価し、これらの認識をもとに、自社のみならず持続可能な社会の実現を目指して恒常的な市場・企業成長のための対策を講じています。

### SBTiからの「1.5°C目標」認定取得

当社グループは、改訂した2040年ネットゼロ目標が、パリ協定で示された1.5°C目標と科学的に整合する目標であることを保証するためにSBTネットゼロ認定を取得しました。

また、農産物原料などの土地利用で発生するGHG排出量を対象としたFLAG\*排出量を含めた短期・長期目標においても、日本の企業として初めてのSBT認定取得となりました。

SBTiによる長期目標のネットゼロ認定取得を受け、当社グループとしては、脱炭素目標設定に区切りがつかしました。

今後は当社グループ目標達成に向けて、どのように経済合理性を持って達成していくのかにより重点を置いて脱炭素戦略に取り組んでいきます。

\* FLAG: Forest, Land and Agricultureの略称で、農業や林業、その他土地利用に関連するセクターのこと。FLAG排出量は、このセクターにおける非エネルギー起源のGHG排出量を表す。

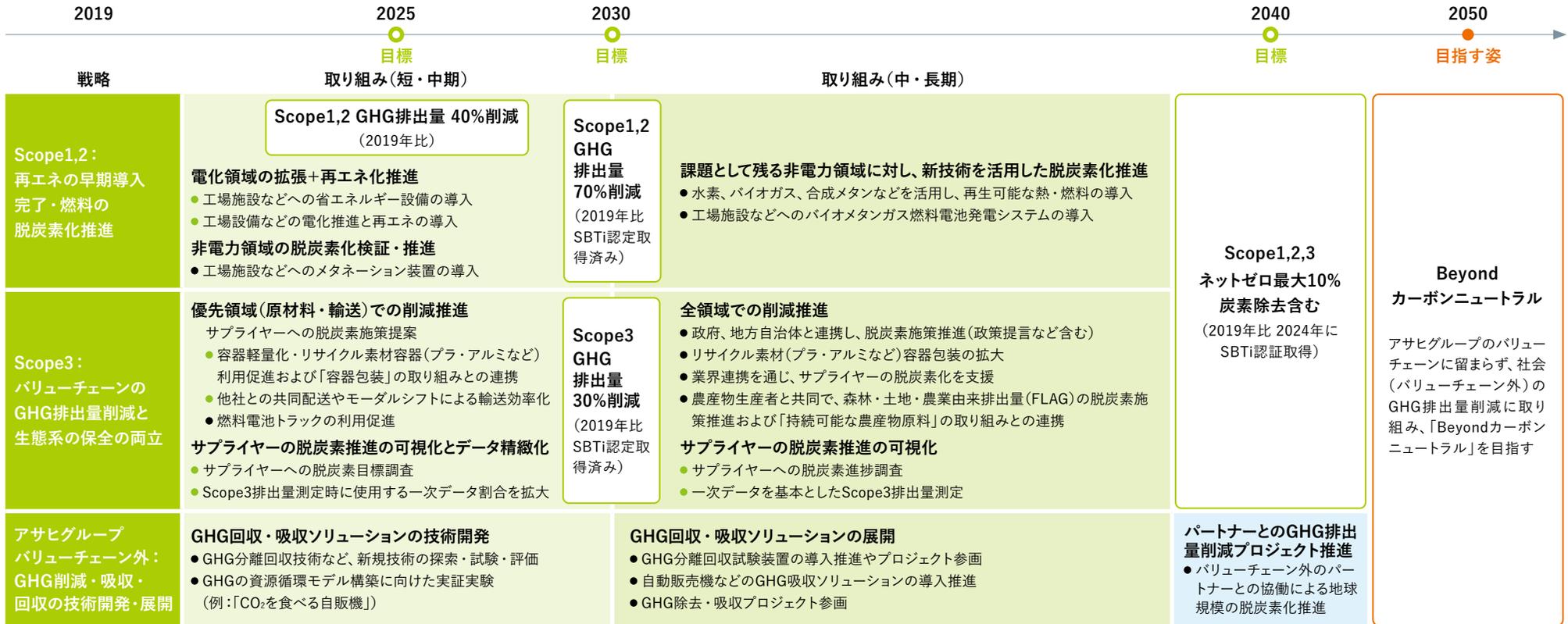


DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

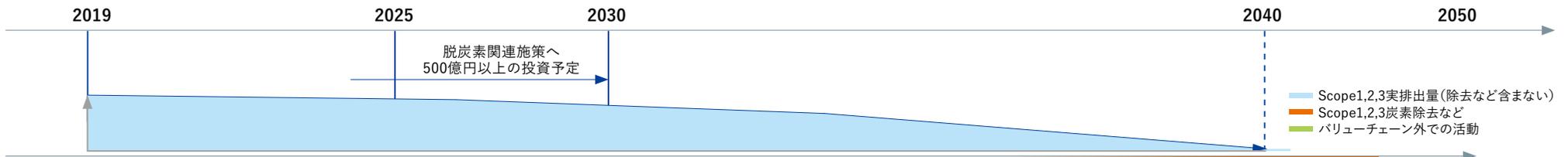
# 気候変動への対応

## マネジメント

### ロードマップ



### カーボン排出量削減計画 (Scope 1,2,3)



## 気候変動への対応

### マネジメント

#### TCFD・TNFD分析

アサヒグループは、気候変動によるリスクと機会に関連する事業影響の評価および対応策の立案が、持続可能な社会の実現および事業の持続可能性に不可欠であると認識し、TCFD提言への賛同を表明しています。

#### 当社グループ由来の GHG排出量 (Scope1,2) における炭素税導入

炭素税が導入された際の2030年の酒類カテゴリー（日本、欧州、オセアニア）、飲料カテゴリー（日本、オセアニア、東南アジア）、食品カテゴリー（日本）における生産に関わるGHG排出量（Scope1,2）に対する財務影響額を算出しました。分析結果は、2030年に101億円の炭素税リスクがある見通しとなりました。

また、試算結果は、2024年のGHG排出量の削減により、2023年の試算結果よりも低い結果となりました。

#### 当社グループ以外のサプライチェーン上の GHG排出量 (Scope3) における炭素税導入

Scope3への影響については、前年と同様、カテゴリ1（容器包装）、カテゴリ4（上流の輸送・配送）およびカテゴリ9（下流輸送・配送）における排出量への炭素税価格導入の影響を試算対象としました。

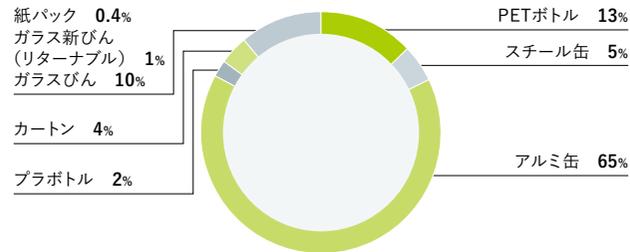
#### ▶ Scope3カテゴリ1（容器包装）

「アサヒカーボンゼロ」で目標年としている2030年について、2024年は前年同様、当社グループのGHG排出量（Scope3）の中で約4割を占める容器包装は、代表的な容器であるPETボトル、アルミ缶、スチール缶、ガラスびん、プラスチックボトル、カートン、紙パックの6種類を対象とし、炭素税導入時の財務影響額を算出しました。

今回の試算では、炭素税価格の考え方は、Scope1,2同様、IEA World Energy Outlook 2023 (IEA WEO2023) で想定される炭素税価格から現在の課税額を差し引いた金額を適用しています。

結果として、全容器にかかると見込まれる2030年の炭素税は460億円との見通しとなりました。

#### 炭素税導入時の財務影響額



#### ▶ Scope3カテゴリ4（上流輸送・配送）および

#### カテゴリ9（下流輸送・配送）における炭素税導入

2024年の試算では、炭素税価格の考え方はScope1,2同様、IEA WEO2023で想定される炭素税価格から現在の課税額を差し引いた金額を適用しています。

なお、2023年試算時と比較し集計範囲が増えたため影響額が上昇しています。

結果として、カテゴリ4（上流の輸送・配送）については、2030年は146億円、カテゴリ9（下流の輸送・配送）については、2030年は80億円の見通しとなりました。

Scope3でも、容器包装材のリサイクルや軽量化、GHG排出量測定の見直しなどの取り組みにより、炭素税導入の影響額は2023年の試算よりも小さくなっています。

#### 炭素税導入時の影響額

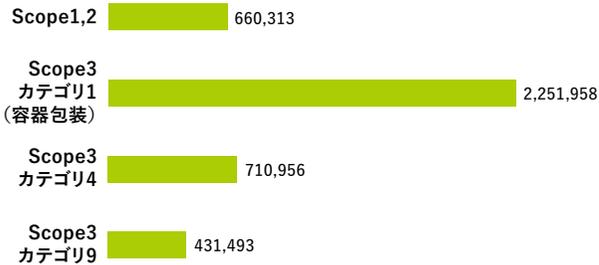
炭素税	（億円）	
	2030年 （2023年試算）	2030年 （2024年試算）
Scope1,2	106	101
容器包装	698	460
Scope3		
カテゴリ4	140	146
カテゴリ9	83	80
合計	1,027	787

## 気候変動への対応

### マネジメント

#### GHG排出量(2023年)

(t)



\* 容器包装は、2023年同様、主な容器(PETボトル、アルミ缶、スチール缶、ガラスびん、PETボトル、紙パックなど6種類)

#### 試算方法

Scope1,2およびScope3のカテゴリ4と9については、GHG排出量に2023年の排出量実績を活用して試算しました。

炭素税の財政影響を計算する際の炭素税価格(t当たり価格)は、IEA WEO2023で想定されている炭素税価格を用いて試算しています。(2030年の炭素価格は、先進国で140ドル/t、新興国で90ドル/tと想定)\*

\* 1ドル=151.69円で計算(2024年期中平均レート)

当社グループの2030年の目標(Scope1,2で70%削減、Scope3で30%削減)を計画通りに達成した場合、当社グループの炭素税影響額は665億円まで削減される見込みです。

## 指標と目標

### グループ目標

- 2040年までに、Scope1,2,3においてGHG排出量\*1ネットゼロを達成する(排出量の削減が90%以上、炭素除去\*2は最大10%)
- 2030年までに、Scope1,2においてGHG排出量\*1を70%削減する(2019年比)
- 2030年までに、Scope3においてGHG排出量\*1を30%削減する(2019年比)
- 2025年までに、Scope1,2においてGHG排出量\*1を40%削減する(2019年比)

\*1 グループ全体のGHG排出量に非CO<sub>2</sub>排出量の一部が含まれているため、2025年より、「CO<sub>2</sub>排出量」を「GHG排出量」に表記を変更。

\*2 炭素除去: SBTiに準拠し、ネットゼロ目標時点における残余排出量、およびそれ以降に大気中に放出される全てのGHG排出量について、大気中から炭素を除去し、永続的に貯蔵することで中和していく。

\* 上記全ての対象範囲は、SBTi基準に則り、事業活動に伴うGHG排出量の大部分(Scope1,2は95%以上、Scope3は90%以上)を網羅する組織が対象。なおScope1,2・Scope3それぞれで規定水準を満たす必要があり、Scope1,2・Scope3において対象企業は異なる。

#### 関連情報

▶ [指標と目標/2024年実績](#)

## 気候変動への対応

### マネジメント

### 実績

#### GHG排出量削減量実績

##### アサヒカーボンゼロGHG排出量進捗

アサヒグループでは、「アサヒカーボンゼロ\*」という目標に基づき、GHG排出量の削減を進めています。

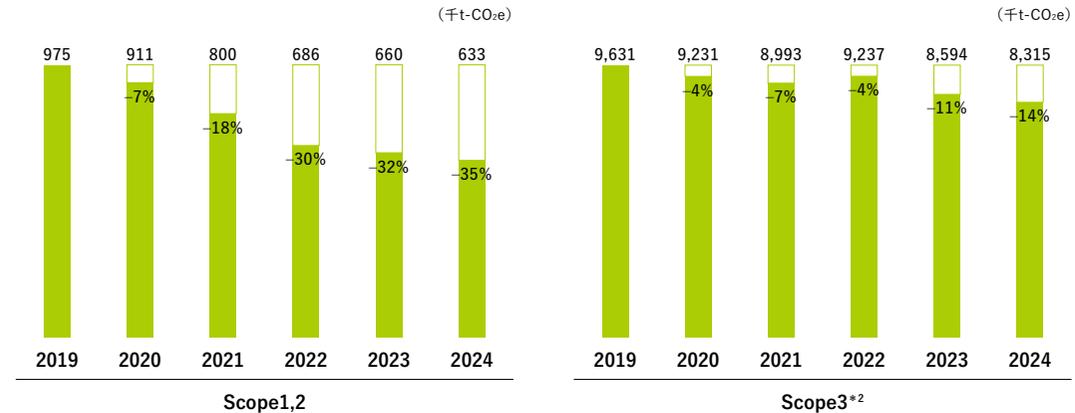
当該目標に基づくGHG排出量を「アサヒカーボンゼロGHG排出量」と称しています。具体的には、当社グループの事業範囲に含まれる各企業のGHG排出量をGHGプロトコルとSBTiに準拠した形で計算し、進捗を管理しています。

なお、2019年以降に当社グループ傘下に加わった企業については、基準年である2019年時点のGHG排出量を算定した数値を加算して、現在の排出量と比較し、削減の進捗を測定しています。

Scope1,2のGHG排出量削減実績は、2019年比35%減、Scope3のGHG排出量削減実績は、2019年比14%減となり、アサヒカーボンゼロとSBT目標(2030年までに、Scope1,2は2019年比70%減、Scope3は2019年比30%減)を上回るペースで進捗しています。

\* 対象範囲は、Scope1,2は、アサヒグループジャパン(株)、Asahi Europe and International Ltd.、Asahi Holdings(Australia)Pty Ltd.、Asahi Holdings Southeast Asia Sdn. Bhd.です。Scope3は、アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食品(株)、Asahi Europe and International Ltd.、Asahi Holdings(Australia)Pty Ltd.、Asahi Holdings Southeast Asia Sdn. Bhd.を対象とします。

#### アサヒカーボンゼロGHG排出量進捗\*1



\*1 各年比較のため対象範囲を同一にすることを目的として、2019年、2020年については、当時当社グループに参加していなかった企業(Carlton & United Breweries Pty. Ltd.など)と、2023年から算定対象に追加したアサヒグループ食品(株)のGHG排出量を算定に入れています。そのため、それぞれ次項のGHG排出量実績よりも大きくなっています。

\*2 Scope3のGHG排出量算定について、過去データ(2019年~2023年)に遡り、サプライヤー1次データの更新、算出方法の見直し・精緻化・共通化を実施したため、過去の排出量数値を更新しました。

## 気候変動への対応

### マネジメント

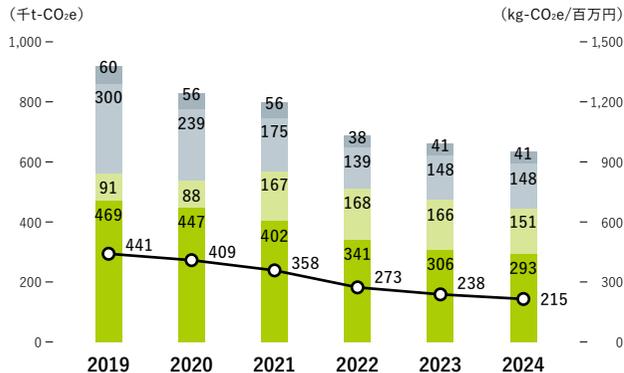
#### GHG実排出量

当社グループにおける2024年のScope1,2,3のGHG排出量実績\*は、日本、欧州、オセアニア、東南アジアの事業範囲で算出しました。

なお、下記の実績については、「アサヒカーボンゼロGHG排出量」と異なり、買収により当社グループに新たに加わった企業の排出量を、買収年から排出量として加算しているため、当社グループが実際に排出しているGHG排出量を示す実績です。

\* Scope3の算定範囲は、アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)に加え、2020年からAsahi Europe and International Ltd.、Asahi Holdings (Australia) Pty Ltd.を追加、2021年からはAsahi Holdings Southeast Asia Sdn. Bhd.、2023年からアサヒグループ食品(株)を追加し、範囲を拡大しました。なお、Scope3のGHG排出量算定について、サプライヤー1次データの更新、算出方法の見直し・精緻化・共通化を、2024年排出量算定時に加え、過去データ(2019年~2023年)に遡り実施したため、過去の排出量数値が更新されています。また、グリーン電力証書によるGHG排出削減貢献量は反映していません。

#### Scope1,2のGHG実排出量・原単位の推移



(左軸) Scope1,2:

■ 日本 ■ オセアニア ■ 欧州 ■ 東南アジア

(右軸) ● 原単位

\* グループScope2の排出量は、マーケット基準に基づいて算出しています。

集計範囲の詳細は [こちら](#)

#### GHG実排出量実績・原単位

項目	2019年	2020年	2021年*1	2022年	2023年	2024年
Scope1	492	463	494	492	476	463
Scope2	429	367	306	194	184	170
Scope1,2	921	830	800	686	660	633
Scope3*2	8,740	8,318	8,988	9,237	8,594	8,315
Scope1,2原単位	(kg-CO <sub>2</sub> e/百万円)*3	441	409	358	273	215
	(kg-CO <sub>2</sub> e/kl)*4	78	72	65	55	52
Scope3原単位(kg-CO <sub>2</sub> e/百万円)	4,184	4,102	4,019	3,678	3,104	2,829
売上高(10億円)	2,089	2,028	2,236	2,511	2,769	2,939

\*1 集計範囲: 2021年からAsahi Holdings(Australia) Pty Ltd.傘下のCarlton & United Breweries Pty. Ltd.にも範囲を拡大。

\*2 集計範囲: 2019年まではアサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)のみ。2020年からはアサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、Asahi Europe and International Ltd.、Asahi Beverages Pty Ltd.、2021年からAsahi Holdings Southeast Asia Sdn. Bhd.、2023年からアサヒグループ食品(株)にも範囲を拡大。

\*3 売上収益に対する生産原単位GHG排出量

\*4 製品klに対する生産原単位GHG排出量

集計範囲の詳細は [こちら](#)

# 気候変動への対応

## マネジメント

### 地域別 GHG排出量実績

(千t-CO<sub>2</sub>e)

地域名	Scope	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
日本	Scope1	325	304	299	300	288	278
	Scope2	144	144	103	41	18	14
	Scope1,2	469	447	402	341	306	293
欧州	Scope1	117	105	110	108	102	98
	Scope2	183	135	66	31	46	50
	Scope1,2	300	239	175	139	148	148
オセアニア	Scope1	24	23	53	55	55	54
	Scope2	66	65	114	113	112	97
	Scope1,2	91	88	167	168	166	151
東南アジア	Scope1	13	32	32	29	32	32
	Scope2	36	32	24	10	9	9
	Scope1,2	49	56	56	38	41	41

集計範囲の詳細は [こちら](#)

### Scope3の内訳

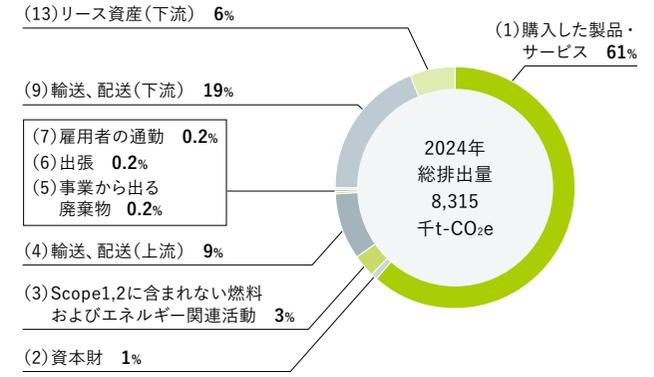
(千t-CO<sub>2</sub>e)

カテゴリ	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
(1)購入した物品・サービス	5,654	5,462	5,576	5,978	5,417	5,093
(2)資本財	164	126	161	132	134	103
(3)燃料・エネルギー関連の活動(Scope1またはScope2に含まれないもの)	189	177	234	222	213	254
(4)上流の輸送・配送	580	561	701	701	714	748
(5)事業において発生した廃棄物	10	14	26	23	17	15
(6)出張	9	5	5	8	9	13
(7)従業員の通勤	9	20	8	11	11	14
(8)上流のリース資産	対象外	対象外	対象外	対象外	対象外	対象外
(9)下流の輸送・配送	1,533	1,388	1,699	1,669	1,630	1,640
(10)販売した製品の加工	対象外	対象外	対象外	対象外	対象外	対象外
(11)販売した製品の使用	対象外	対象外	対象外	対象外	対象外	対象外
(12)販売した製品の使用後処理	対象外	対象外	対象外	対象外	対象外	対象外
(13)下流のリース資産	600	564	578	492	447	471
(14)フランチャイズ	対象外	対象外	対象外	対象外	対象外	対象外
(15)投資	対象外	対象外	対象外	対象外	対象外	対象外
合計GHG排出量	8,740	8,318	8,988	9,237	8,594	8,315

\* 集計範囲：2019年まではアサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)のみ。2020年からはアサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、Asahi Europe and International Ltd.、Asahi Beverages Pty Ltd.、2021年からAsahi Holdings Southeast Asia Sdn. Bhd.、2023年からアサヒグループ食品(株)にも範囲を拡大。  
 \* 2021年からカテゴリ11は算定対象外とし、従来カテゴリ11に計上していた排出量はカテゴリ9、13に分割計上しています。  
 \* カテゴリ12はカテゴリ1の排出量に含まれる

集計範囲の詳細は [こちら](#)

### 2024年Scope3のGHG実排出量



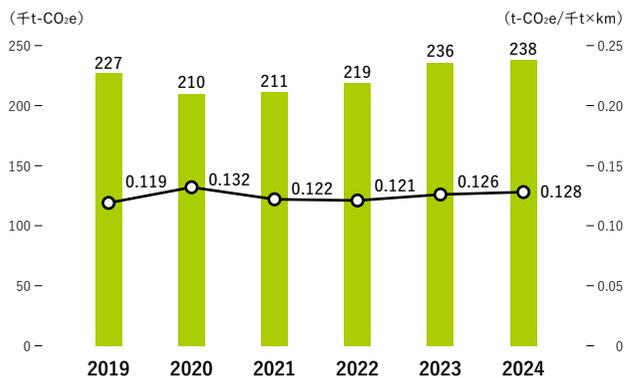
集計範囲の詳細は [こちら](#)

## 気候変動への対応

### マネジメント

#### 輸送によるGHG排出量の推移

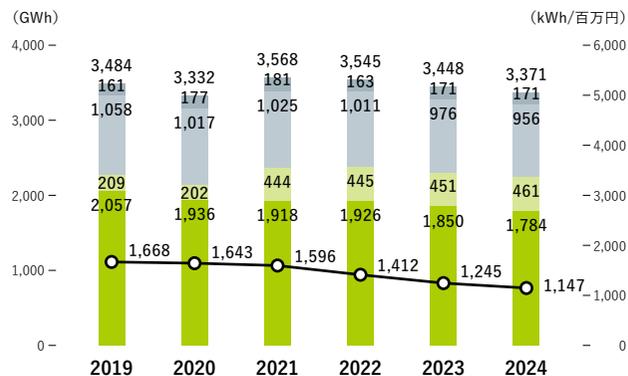
当社グループの荷主としての委託輸送に伴って発生するGHG排出量は以下の通りです。



(左軸) ■ GHG排出量  
(右軸) ● GHG排出原単位(輸送量当たり)

集計範囲の詳細は [こちら](#)

#### エネルギー実使用量・原単位の推移



(左軸) エネルギー使用量:  
■ 日本 ■ オセアニア ■ 欧州 ■ 東南アジア  
(右軸) ● 原単位

集計範囲の詳細は [こちら](#)

#### 再生可能エネルギー由来の電力の利用

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
再生可能エネルギー由来の電力使用量総計(GWh)	113	305	464	404	402
再生可能エネルギー由来の電力使用率	12%	30%	46%	41%	41%

集計範囲の詳細は [こちら](#)

## 第三者保証

関連情報

[第三者保証](#)

# 気候変動への対応

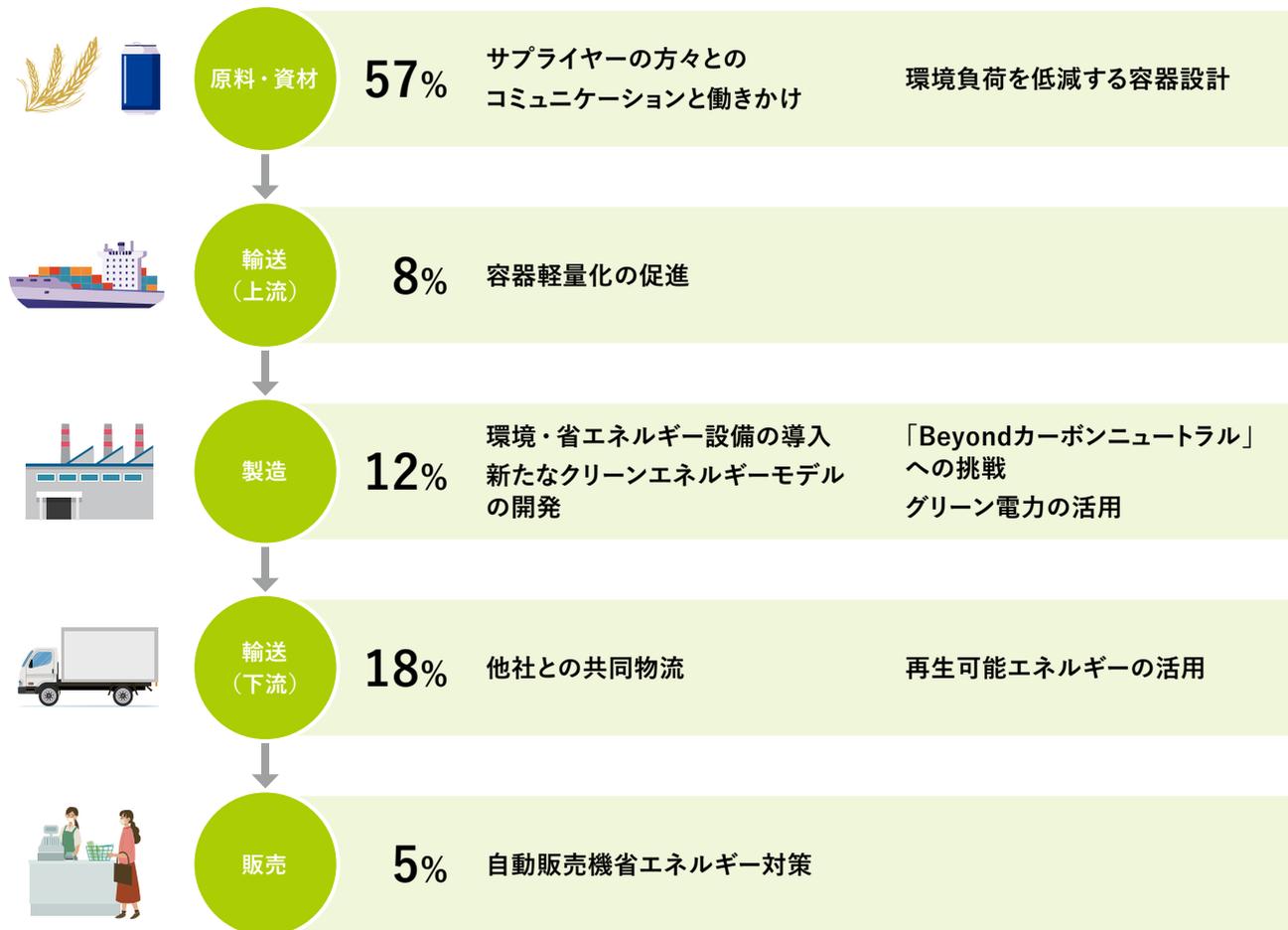
## 取り組み

### ネットゼロに向けた取り組みの概要

アサヒグループは、バリューチェーン上におけるネットゼロを達成するため、Scope1,2,3に対してさまざまなGHG排出量削減対策を講じています。

バリューチェーンでのGHG排出割合

アサヒグループの取り組み



## 気候変動への対応

### 取り組み

### Scope1,2,3関連の削減施策

#### Scope1関連の削減施策

基準年である2019年におけるScope1のGHG排出量は515ktCO<sub>2</sub>eでしたが、2024年時点では463ktCO<sub>2</sub>eとなり、約10%削減しました。

Scope1,2の大部分を占めているScope1のGHG排出量削減に向けて、グループ全体で工場内のエネルギー再利用を推進し、エネルギー消費量そのものの削減にも引き続き取り組んでいきます。

並行して、脱炭素関連設備が整っている欧州で事業を展開するAsahi Europe and International Ltd.(当社グループ内における約20%のScope1,2 GHG排出量)を中心に、先進的な脱炭素施策を実施していきます。

欧州での施策実施後、各国の設備整備状況に準じてグループ全体で同様の事例を展開していく予定です。

#### 太陽熱集熱器の活用

Birra Peroni S.r.l.は、2023年の夏からBari醸造所で600m<sup>2</sup>を超える面積のAbsolicon太陽熱発電設備を稼働させ、太陽の熱の力を利用してビールを醸造しています。特許取得済みの太陽熱集熱器Absolicon T160を設置し、工場に統合することで、Birra Peroni S.r.l.は醸造所の年間熱エネルギー需要の一部を太陽熱で賄うことができます。

#### 地元企業・地域と連携した循環エネルギー網の構築

Koninklijke Grolsch N.V.は、カーボンニュートラルな醸造所の実現に取り組んでいます。その取り組みの一環として、Twence Holdings B.V.と協働し、グリーン熱を使用した地域のエネルギーネットワークの構築とグリーンガス供給における地域連携へと取り組みを進めています。具体的には、バイオマスから生成した高温の温水をKoninklijke Grolsch N.V.の醸造所に供給するために、ヒートパイプラインなどの設備を新設しました。この温水の熱は持続可能なエネルギーとしてGrolsch醸造所で製造や建物の暖房などに使用され、再利用水は近隣地域のエンスヘーデ市内の住宅の暖房にも活用されます。この循環型のグリーン熱の利用によって、GHG排出量を年間約85%(2019年の15,000tから2024年の1,980tへ)削減することができました。同社は新たにバイオガス精製装置を設置し、バイオガスをバイオメタンガス(グリーンガス)に転換し、近隣地域の天然ガス配管網を通じて供給しました。これにより、2024年には約500世帯のガス需要に相当する約800,000Nm<sup>3</sup>のグリーンガスを供給しました。

なお、前年の本レポートで言及していた、同社による2025年までのカーボンニュートラル目標については、ロードマップに則った取り組みの強化の流れに従い、グループ全体の2030年・2040年目標と一貫性と整合性を確保した形に見直しました。



#### 嫌気性排水処理設備の設置

当社グループでは、排水中のメタンガスを有効利用できる嫌気性排水処理設備の設置を進めています。

嫌気性排水処理設備から発生したバイオメタンガスをボイラー燃料に利用することで、グループのGHG排出量削減に貢献しています。

## 気候変動への対応

### 取り組み

#### ■ Scope2関連の削減施策

基準年である2019年におけるScope2のGHG排出量は460ktCO<sub>2</sub>eでしたが、2024年時点では170ktCO<sub>2</sub>eとなり、約60%削減しました。

当社グループは、引き続き再生可能エネルギー由来の電力の導入によるScope2のGHG排出量削減を推進していきます。

各RHQの取り組みとして、アサヒグループジャパン(株)は、2023年に日本国内の全生産拠点で購入電力再エネ化100%を達成しました。物流拠点や営業所を含めた全購入電力の再エネ化も引き続き目指していきます。

Asahi Europe and International Ltd.では、再生可能エネルギーの利用に注力しています。2025年末までに全ての醸造所の電力を再生可能エネルギーに切り替える予定です。

Asahi Beverages Pty Ltd.では、2025年末までに購入電力の100%を再生可能エネルギーから調達、または供給することを目指し、再生可能エネルギーを購入する電力購入契約(PPA)を締結しています。2024年7月にAsahi Beverages Pty Ltd.は、ニューサウスウェールズ州最大の太陽光発電プロジェクトで、豪州のNational Electricity Market(NEM)と同規模のプロジェクトであるNew England Solarからエネルギーを調達し、オフセットするフローパワーにおける3件目のPPAを発表しました。AHAは、この新たな契約に基づき、年間3万MWhを購入する予定です。



Sourced from Victoria Bitter

太陽光発電のみで製造する豪州のビールブランド『Victoria Bitter』

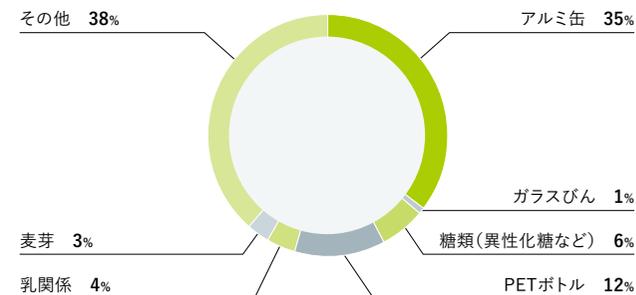
Asahi Holdings Southeast Asia Sdn. Bhd.では、太陽光発電システムの導入や拡大、地域の電力会社からの再生可能エネルギー由来の電力の購入を通し、東南アジアにおけるGHG排出量削減に貢献しています。

#### ■ Scope3関連の削減施策

当社グループは、2030年目標達成のために、「原料・資材(57%)」「輸送(上流・下流)(26%)」由来のGHG排出量を削減優先領域と定め、積極的に削減を進めます。

また、「原料・資材(57%)」において特に「容器包装：PET・ガラス・缶(48%)」由来のScope3 GHG排出量の削減に注力して取り組んでいます。その他の取り組みとしては、「販売領域(5%)」における削減も実施しています。

#### アサヒグループScope3カテゴリ1内訳



## 気候変動への対応

### 取り組み

#### 容器包装における軽量化・再生素材の利用拡大

当社グループでは、Scope3のGHG排出量削減に向けて、容器包装の軽量化やリサイクル素材の活用を推進し、量と質の両面での取り組みを継続していきます。

関連情報

 [取り組み\(持続可能な容器包装\)](#)

#### 輸送における効率化の取り組み

アサヒグループジャパン(株)では、Scope3のGHG排出量削減に向けて、2つの主要な取り組みである、モーダルシフト、ビールパレットの共同回収を実施しています。

モーダルシフトでは、2018年4月から関西・中国-九州間において、各社の物流拠点からJR貨物ターミナル駅に集約した商品(主に酒類・飲料)を専用列車で輸送しています。

また、ビールパレットの共同回収については、2018年11月から東北6県で先行展開を始め、2019年11月には全国展開を完了しました。この共同回収により、回収効率が向上し、年間GHG排出量を約4,778t(従来比約47%減)削減できると試算しています。

#### 輸送における車両の脱炭素化の取り組み

当社グループは、トラック車両の脱炭素化に注力することで、輸送由来のScope3 GHG排出量の削減に取り組んでいます。

アサヒグループジャパン(株)では、トヨタ自動車(株)、西濃運輸(株)等と連携して、燃料電池大型トラックの走行実証を2023年から行っています。

幹線輸送用の大型トラックには十分な航続距離と積載量が求められ、水素を燃料とする燃料電池システムが有効であると考えています。開発中の燃料電池大型トラックは、航続距離約600kmを目標とし、環境性能と実用性の両立を目指しています。

また、Asahi UK Ltdにおいて、グリフィン醸造所を拠点に、同社初となる完全電動トラックでの配送を展開しました。この取り組みにより、年間約25,000マイルのディーゼル車による配送を電気配送に転換し、初年度で約10tのGHG排出量削減効果を見込んでいます。

今後は再生可能エネルギーへの完全移行を予定しており、環境負荷の一層の低減を目指します。



#### ヒートポンプ自動販売機の展開

アサヒ飲料(株)では、清涼飲料自販機協議会が掲げる清涼飲料自動販売機の総消費電力を、2050年までに2005年比で60%削減することに賛同し、ヒートポンプ自動販売機(超省エネルギー機)の導入を推進しています。

ヒートポンプ自動販売機では、機内の飲料を冷却するときに発生する熱と、外気から得られる熱を最適なタイミングで切り替え、効率よく利用することが可能です。そのため、飲料を冷却・加熱する冷媒を効率的に制御でき、消費電力の大幅な削減に貢献できます。

また、通常の自動販売機と比較し、同自動販売機のLED採用機種では照明の消費電力を約70%削減できます。

ヒートポンプ式自動販売機導入率は2024年12月末時点で95%を超え、約23.5万台が設置されています。



## 気候変動への対応

### 取り組み

### 将来的な脱炭素削減・Beyondカーボンニュートラルに向けたイノベーション施策

#### バイオメタンガス燃料電池発電システムのテスト運転

アサヒグループでは、ビール工場の嫌気性排水処理設備から得られたバイオガスに含まれる不純物を除去するための精製プロセスを構築し、高純度かつ低コストで導入可能なシステムを開発しました。

この発電は、当社グループと九州大学が共同で開発した試験用SOFC発電装置で実験したもので、2019年に実験室で10,000時間の連続発電に成功しています。

この結果を受けて、環境省の補助事業に採択され、アサヒビール(株)茨城工場にバイオメタン設備および燃料電池を建設しました。2020年には、テスト運転を開始し、バイオメタンガス燃料電池発電に成功しました。2021年秋より連続稼働を継続しています。



#### 大気中のCO<sub>2</sub>の吸収を可能にした「CO<sub>2</sub>を食べる自販機」の開発

アサヒ飲料(株)は、大気中のCO<sub>2</sub>を吸収できる「CO<sub>2</sub>を食べる自販機」を開発し、2023年からCO<sub>2</sub>の資源循環モデルの実証実験を開始、順次全国へ展開しています。

この自販機は庫内に協会社工場において製造時に発生する副産物由来の特殊材を搭載し、大気中のCO<sub>2</sub>を吸収する仕組みで、1台当たりの年間CO<sub>2</sub>吸収量は最大60kg/台(素材能力値をもとに記載。スギ約20本分相当、林齢56～60年)を見込んでいます。

吸収したCO<sub>2</sub>は、自治体や企業と連携し、コンクリートやアスファルト、タイル原料への配合、海洋でのサンゴ保全や藻場造成(ブルーカーボン)など、さまざまな用途での活用を計画しています。

また、2024年に本事例で利用している吸収素材を活用し、京王電鉄(株)と共同で、鉄道路線の電気配線用ケーブルを保護する管「ケーブルトラフ」を展開していきます。

このように、バリューチェーンを超えて社会全体のGHG排出量削減に貢献できるように各ステークホルダーとの共創を進めていきます。



## 気候変動への対応

### 取り組み

#### Sustainability Innovation Programの開始

アサヒグループホールディングス(株)は、2024年10月Sustainability Innovation Programを開始しました。これは、脱炭素化を含む持続可能な社会の実現に向けて画期的な技術革新を推進する取り組みです。同プログラムの一環として、サステナビリティ推進に注力するスタートアップなど新興企業や団体との協業機会を模索しています。

### バリューチェーン外の脱炭素に向けた活動

#### Beverage Industry Environmental Roundtable (BIER)への参画

アサヒグループホールディングス(株)は2024年に「Beverage Industry Environmental Roundtable (BIER)」に参画しました。

本団体は飲料業界における環境の持続可能性推進を目的とし、世界の飲料会社が技術提携する組織です。当社グループは、BIERを通じて、業界一丸となって脱炭素を推進していきます。

#### 公共政策への賛同

当社グループは脱炭素社会の実現を目指し、気候変動イニシアティブ(JCI)や日本気候リーダーズ・パートナーシップ(JCLP)に加盟しています。

JCIは「脱炭素化をめざす世界の最前線に日本から参加する」という宣言に賛同する多くの企業などによる、情報発信や意見交換を強化するためのネットワークです。JCLPは「脱炭素社会」への移行をビジネス視点で捉える日本独自の企業グループで、個別企業の枠を超えた活動に取り組んでいます。これらのイニシアチブへの加盟を通じて、国際NGOやイニシアチブとの連携を深め、2040年ネットゼロの実現に貢献する取り組みを強化していきます。

また、2024年7月にはJCI加盟企業として、1.5°C目標と整合する野心的な2035年目標の設定を日本政府に求めるメッセージに賛同し、日本政府に対して気候変動対策の強化を要請しました。

#### COP29やClimate Weekでの情報発信

当社グループは、環境問題に関する国際的な議論にも積極的に参加しています。

2024年9月のClimate Week NYCと2024年11月のCOP29では、当社グループとして、気候変動対策やサステナビリティへの取り組みについて議論を行いました。

2040年ネットゼロの実現に向けた世界のトップランナーとして、今後も社内外のあらゆるステークホルダーとの協業を通じて持続可能な未来を目指す取り組みを続けることで、目標達成に向けて確実に前進していきます。

# 持続可能な容器包装

重点テーマ

## マネジメント

### 考え方

容器包装は、品質保持や輸送強度を担保するとともにデザインや表示によりコミュニケーション手段としての機能を果たし、お客さまに価値ある製品をお届けする上で重要な役割を担っています。また、容器包装はアサヒグループの事業活動において商品として最も目に触れる機会の多い資源であるため、機能以上の役割がこれまで以上に求められており、消費者をはじめとするステークホルダーの皆さまからは、使いやすさ、原料資源の持続可能性が期待されています。一方で、不適切に廃棄されたプラスチック製の容器包装による海洋汚染や、海に生息する生物がマイクロプラスチックを取り込んでしまうなど、世界的に深刻な問題を引き起こしています。また、化石燃料やバージン材(新品の素材のみを使用して製造された材料)に起因するGHG排出量は、Scope3において大きな割合を占めており、気候変動対応においても容器包装は重要な課題となっています。

当社グループは、持続可能な容器包装を実現する必要性が大きいことを認識しています。仮に対応を怠った場合には、環境負荷低減に寄与しない容器包装への規制強化やバイオ由来の素材の不足、これらによる調達への影響やコスト増加などのリスクがあることを認識しています。同時にプラスチックに対する消費者の忌避感という動向にも対応しなければなりません。そのため、リサイクル素材やバイオ由来の素材の積極的な採用を進めることで、環境負荷が低い商品に対する需要の高まりに応えるとともに、環境負荷の低減と事業拡大の両立を図っていきます。

私たちが容器包装にリサイクル素材やバイオ由来の素材を使用することで、化石燃料由来材料の使用量ならびにGHG排出量の削減につながり、気候変動問題の解決にも寄与します。また、リサイクルのバリューチェーン\*の一端を担い、安定したサプライチェーン構築やリサイクル素材の品質向上に努めることで、長期的には、廃棄物発生をなくし、資源が循環する社会の構築に貢献します。

当社グループは、「アサヒグループ環境ビジョン2050」において、容器包装の領域における2050年の世界のありたい姿を「容器包装廃棄物のない社会」とし、「使用される容器包装の資源利用が最小化され、使用後の容器包装が循環しており、特に海洋生態系が保全された世界」と定義しました。容器包装サプライヤー各社、消費者の皆さまとともに、環境負荷の低い容器包装への転換やリサイクル・リユースを起点とした消費につなげられるよう、取り組みを推進していきます。具体的には、2030年に向けて、PETボトルでのリサイクル素材またはバイオ由来の素材への転換を推進しています。また、地域のニーズに応じて、スロバキアなど欧州市場で複数の企業と共同してアルミ缶の回収スキームを構築するなど、さまざまな取り組みを進めています。こうした事業活動や他社との共創を通じて、生態系保全にも貢献します。今後も、地域の実情に合わせた取り組みを展開していきます。

\* リサイクルのバリューチェーン：使用した資源を回収、再資源化し、リサイクル素材として活用するという循環型経済における一連の仕組み

### リスクと機会

#### リスク

- リサイクル素材やバイオ由来の素材などの需要増加に伴うコスト増加
- 素材不足への対応遅延による調達への影響
- プラスチックに対する消費者の忌避感によるプラスチック容器使用商品の売上減少
- リサイクル義務化に伴う対応
- 環境規制導入に伴う規制対応の負担増大

#### 機会

- 環境負荷を低減する商品需要への対応に伴う売上拡大
- 環境負荷を低減する商品展開に伴う容器包装廃棄物削減による資源循環型社会への貢献

## 持続可能な容器包装

### マネジメント

### 方針

アサヒグループは、従業員がステークホルダーの皆さまと協力しながら具体的な行動を起こすために、「プラスチック行動指針」を策定しています。また、プラスチック容器包装を含む「持続可能な容器包装の考え方」を定め、環境・社会に配慮した容器包装を推進しています。

#### プラスチック行動指針

アサヒグループは、プラスチック容器包装のもつ有用な機能をいかしてお客様に商品をお届けするとともに、プラスチック由来の環境問題の対応に向けて取り組むことにより、資源循環に貢献していきます。

1. 新たな化石由来の原料を使用しない環境配慮素材\*1への切り替えを積極的に推進していきます。
2. シングルユースプラスチック\*2の使用量削減とともに、代替する新素材や廃棄物削減に繋がる新しい販売方法の開発を検討していきます。
3. 政府や業界団体と協力しながらリサイクルシステムの構築を推し進めるとともに、啓発や分別収集、清掃活動を積極的に主導していきます。

\*1 環境配慮素材：リサイクル素材、バイオマス素材など

\*2 シングルユースプラスチック：使用後に廃棄され、再使用されないプラスチック

#### 持続可能な容器包装の考え方

容器包装の開発企画・設計にあたっては、容器包装設計指針に従って、ライフサイクルアセスメントの考え方にに基づき、容器包装の軽量化やリサイクル性向上、さらには再生材やバイオ由来の素材など環境に配慮した素材の利活用を進めて、環境負荷低減に取り組めます。

##### 容器包装設計指針

1. 商品の内容物の品質保持、安全衛生を担保し、情報を適正表示すること
2. お客様の購入、飲食シーンに応じた容器包装の取り扱い性、安全性能を担保すること
3. 使用後の容器包装の分別、廃棄、回収、リサイクル性を考慮すること
4. 循環型社会を目指した持続可能な容器包装に取り組むこと
5. 調達から生産・輸送において、経済性・生産適性・輸送効率を考慮しつつ、販売・リサイクルまでのライフサイクル全体を通じて、省資源・省エネルギー・温室効果ガス削減など環境負荷低減に取り組むこと

##### 持続可能な容器包装の取り組み

1. 発生抑制(リデュース)
  - ・ 容器包装の軽量化を推進し、使用材料の削減に努めること
  - ・ 包装の簡素化・簡略化を図り、適正な包装に努めること
2. 再使用(リユース)
  - ・ 可能な限り再使用回数が多くできるように努めること
  - ・ 再使用に関わる水使用量、エネルギー使用量などにおける環境負荷低減に努めること
3. 再生利用(リサイクル)
  - ・ リサイクル性に配慮した素材採用に努めること
  - ・ 環境配慮素材である再生された素材の使用に努めること
  - ・ 分離分別・廃棄・回収・選別作業の向上を考慮した仕様に努めること

容器包装のリデュース(Reduce：発生抑制)とは、資源を大切にするための容器包装の軽量化のことで、省資源、省エネルギー、GHGの排出抑制につながります。リユース(Reuse：再使用)とは、リターナブルびんや樽などを繰り返し使うこと、リサイクル(Recycle：再生利用)とは、アルミ缶やガラスびんのように、使用済み容器を再び容器やその他のリサイクル製品の資源に再生利用することを指します。

## 持続可能な容器包装

### マネジメント

### ガバナンス

#### 関連情報

 [ガバナンス\(環境\)](#)

### リスク管理

容器包装に関するリスクについては、ERM体制下において取締役 兼 代表執行役社長 Group CEOが委員長を務めるリスクマネジメント委員会が管理すべき主要リスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

### 戦略

アサヒグループは、「アサヒグループ環境ビジョン2050」で掲げる「容器包装廃棄物のない社会」の実現に向けて、2050年までに当社グループの全ての容器包装(三次包装まで)の資源を循環させて、容器包装廃棄物をゼロにすることを目指します。その一環として、「3R+Innovation」のもと推進してきた対応を継続し、2030年までにPETボトルを100%リサイクル素材またはバイオ由来の素材へ切り替えることを目標とします。また、リデュースの取り組みや、環境負荷低減に寄与する新容器開発にも取り組んでいきます。缶、びん、樽、紙などにおいても3Rの観点から、省資源・軽量化・リサイクル性向上に努めます。

容器包装については、循環型社会の構築に向けて、各国・地域で急速に資源循環に関する要請が高まり、規制の策定が進んでいます。同時に、新たな素材・容器包装に対するニーズは積極的な技術革新の機会と捉えられます。当社グループは業界団体と積極的に連携し、サプライヤーとの技術の共同開発にも取り組むことにより、容器包装を通じた価値提供を進めるとともに、容器の使い捨てという消費行動の変革を目指した取り組みも実施していきます。また、短期・中期的な社会・経済動向を注視しながら、缶、びん、樽、紙など、その他の容器包装資材に関するグループ目標設定に向けて、議論を進めていきます。

## 持続可能な容器包装

### マネジメント

### ロードマップ



\*1 対象とするプラスチック容器：PETボトル、プラボトル、PETボトル・プラボトルに使用する一部のキャップ、プラカップ(販売用)など

\*2 使用する容器が以下の2つのどちらかであること

- ・リターナブル容器(リユースされている)
- ・ワンウェイ容器(リサイクル材で作られている)

## 持続可能な容器包装

### マネジメント

#### TCFD・TNFD分析

##### 移行リスク

##### ▶ プラスチックへの物品税導入

資源循環、脱プラスチックを目的として英国で導入されたプラスチック容器包装税は、再生プラスチックの使用率が一定以下の容器包装に対し、課税するものです。この規制は化石由来プラスチックの使用を抑制することとなり、資源循環を目的とした規制が気候変動の文脈でも移行リスクとなり得ることを指しています。

2024年分析では、プラスチック容器包装税を気候変動の文脈において「移行リスク」と位置付け、当社グループが事業を展開する各地域において規制が導入された場合の財務影響を分析しました。英国の容器包装税をもとにした仮定に基づく結果であるものの、対策を講じなかった場合の財務影響は26億円となり、当社グループにとって重大なリスクの一つとなることが示唆されました。

##### 試算方法

当社グループが事業を展開する日本、欧州、オセアニア、東南アジアの4地域（試算当時）において、英国で導入されたプラスチック容器包装税と同じ内容の規制が導入された場合を想定し、現在使用している容器包装への課税額を試算しました。英国では、再生プラスチックを30%以上使用していない容器包装に対して課税されます。本試算においては、まずPETボトルのみを対象として、当社グループが各地域において使用する容器包装のうち、課税対象となるものの重量を整理し、税率(200ポンド/t)を掛け合わせることで財務影響を試算しました。

#### 指標と目標

容器包装の中でも、喫緊の課題であるプラスチック問題については、グループ全体で「3R+Innovation」目標を設定しています。

##### ■ グループ目標

- 2025年までに、プラスチック容器\*1を100%有効利用可能\*2な素材とする\*3
- 2030年までに、PETボトルを100%リサイクル素材、バイオ由来の素材などに切り替える\*4
- プラスチックに替わる持続可能な新素材の開発・プラスチック容器包装を利用しない販売方法を推進する

\*1 対象とするプラスチック容器：PETボトル、プラボトル、PETボトル・プラボトルに使用する一部のキャップ、ブラカップ（販売用）など

\*2 有効利用：リユース可能、リサイクル可能（研究段階でのリサイクル可能性を含む）、堆肥化可能、熱回収可能など

\*3 対象会社：アサヒビール（株）、アサヒ飲料（株）、Asahi Europe and International Ltd.、Asahi Beverages Pty Ltd.、Asahi Holdings Southeast Asia Sdn. Bhd.

\*4 対象会社：アサヒ飲料（株）、Asahi Europe and International Ltd.、Asahi Beverages Pty Ltd.、Asahi Holdings Southeast Asia Sdn. Bhd.

##### 関連情報

▶ [指標と目標／2024年実績](#)

#### 実績

##### ■ PETボトルのリサイクル素材、バイオ素材等への転換実績

	2021年	2022年	2023年	2024年
グループ全体	11%	21%	25%	37%

##### ■ ガラスびん回収率

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
アサヒビール（株） リターナブルびん	106.2%	98.8%	98.0%	98.1%	99.0%
アサヒ飲料（株） リターナブルびん	103.0%	94.1%	94.0%	97.6%	98.3%

\* 回収率=回収量(kg)/販売量(kg)×100

##### 関連情報

▶ [SASB対照表](#)

##### ■ 容器包装資材

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
ビール類	184	162	198	220	207
飲料類	133	132	124	136	134

\* 集計範囲：日本の事業会社

\* 集計期間：各年1-12月

(千t)

# 持続可能な容器包装

## 取り組み

アサヒグループは、「自然の恵み」を享受して事業活動を行う企業として、容器包装の3R(リデュース・リユース・リサイクル)を推進します。そのために、容器包装の素材ごとの業界団体との連携、サプライヤーとの技術の共同開発に取り組めます。

## リデュース

### プラスチック容器包装

ラベルレス商品 タックシールを削減し、完全ラベルレス化へ



日本のアサヒ飲料(株)では、2018年5月からケース販売専用の「ラベルレス商品」の販売を開始し、現在は5カテゴリー24品種展開しています。PETボトルからラベルをなくすことでラベルに使用される樹脂量の約90%削減を実現。廃棄時の分別の際、ラベルをはがす手間が省け、利便性にも配慮しています。海洋プラスチック問題への貢献という点でも評価され、2019年のG20大阪サミットでは、日本の政府広報展示品として出展されました。

また、2021年4月から単品販売が可能な『アサヒ おいしい水 天然水 シンプルecoラベル』を店頭と一部の自動販売機にて販売開始しました。これまでの『アサヒ おいしい水』で採用していたロールラベルの代わりに、必要表示内容が記載された小面積のタックシール(シンプルecoラベル)を片面に貼付することで、ラベル使用に伴うGHGの排出量が約63%削減\*されています。

\*『アサヒ おいしい水 天然水』PET600mlと比較

2021年11月には、PETボトルの表面にレーザーで微細な点状模様を付ける「レーザーマーキング技術」を活用し、完全なラベルレスを実現させた『アサヒ 十六茶』を数量限定で発売しました。この技術により表示が必要な事項を記載した小面積のタックシールやネックリンガーを用いるの必要がなくなりました。また、2022年5月から通常ラベルをタックシール(シンプルecoラベル)に変更した『アサヒ 十六茶 シンプルecoラベルPET630ml』を販売しています。1本当たりのGHG排出量を通常ラベルと比較して約53%削減します。

アサヒ飲料(株)では、今後も新たな「ラベルレス商品」の開発や販売チャネルの拡大を進めていきます。

## ■ その他容器包装(缶、びん・樽、紙)

### スチール缶の軽量化

アサヒ飲料(株)は、2019年から『ワンダ ブラック ザ アロマ』缶185g、『ワンダ 特製カフェオレ』缶185gほかにて、5本ビード缶を展開しています。缶の胴体に5本のビード加工をすることで薄肉化を可能にし、従来品(28.1g)比でスチールの使用量を約13.5%削減しました。

2022年には、『ワンダ モーニングショット』缶185gの形状を従来のストレートタイプのものからエンボス加工に変更したことで、スチール使用量を約17.8%削減しました。2024年にはさらに軽量化を図り、スチール使用量を約8.6%削減しました。



### ビールリターナブルびん軽量化

アサヒビール(株)では、容器品質向上と環境負荷低減のために、ビール3社(アサヒビール(株)、サッポロビール(株)、サントリー(株))で共通の「擦り傷対策びん」(中びん500ml)を2014年から導入しています。製造時や配送時に側面やラベルに擦り傷が発生するという課題に対して、びんの胴部を0.2~0.3mm程度凹ませることで、擦り傷の発生面積を抑制、ラベルを保護し、容器品質の向上につなげるとともに、1本当たり10gの軽量化を実現しました。

## 持続可能な容器包装

### 取り組み

### リサイクル

#### プラスチック容器包装

アサヒグループでは、廃棄物の分別を容易にするラベルレスボトルの推進や、リサイクルPETボトル導入などを通じて、持続可能な容器包装の実現に取り組んでいます。

#### PETボトル資源循環に向けた外部との取り組み

アサヒ飲料(株)は、2030年までに、PETボトルを100%リサイクルPET、バイオ由来素材を使ったPETに切り替えることを目指し、使用率を高めてきており、2024年の使用率実績は約36%となっています。同社では使用済みPETボトルを新たなPETボトルに再生し新たな容器として再利用する、水平リサイクル「ボトルtoボトル」の取り組みを推進しています。この「ボトルtoボトル」は、石油由来のPETボトル素材を調達し製造する場合と比較して、GHG排出量が少ないPETボトルのリサイクル法で、「メカニカルリサイクル(物理的再生法)」と「ケミカルリサイクル(化学的再生法)」という2つのリサイクル技術が存在します。同社はこの技術を持つそれぞれのリサイクル企業と連携し、リサイクル手法をミックスすることでより効率的なリサイクルの実現を図っています。また自治体とのボトルtoボトル連携の協定も地域共創の取り組みと連携して増やしてきており、家庭から回収されたPETボトルや、自動販売機横のリサイクルボックスから回収されたPETボトルの有効利用を進め、プラスチック資源循環の仕組みの構築を目指しています。

#### PETボトルリサイクルによるプラスチック削減への協力

Asahi Beverages Pty Ltd.は、包装製造のPact Group Holdings Ltd.、廃棄物処理会社のCleanaway Waste Management Ltd.、飲料会社のCoca-Cola Europacific Partners Plc.とともに合弁会社であるCircular Plastics Australia(CPA)を設立し、PETボトルリサイクル工場2カ所(ニューサウスウェールズ州アルバリーおよびビクトリア州アルトナ・ノース)を建設し、運営しています。この2つのリサイクル工場は、年間10億本の600mlPETボトルに相当する量のPETをリサイクルすることが可能で、年間最大約20,000tのリサイクルPETボトルや食品容器包装へと再生します。また、アルトナ・ノースの工場は、ビクトリア州内最大規模です。

このCPA-PETリサイクルの合弁事業により、Asahi Beverages Pty Ltd.は、完全に垂直統合がなされ、現地で生産された再生樹脂を自社のプラスチック包装に組み込むことで、「ボトルtoボトル」の資源循環が可能となりました。

また、Asahi Beverages Pty Ltd.は2024年、ベストセラーの水ブランドである『Cool Ridge』『Frantelle』および450mlと600mlの炭酸飲料で、100%リサイクルPET樹脂を利用したボトルに移行しました(キャップとラベルを除く)。今後も、プラスチック容器包装の問題に積極的に取り組み、2030年までに同社のキャップとラベルを除く全てのPETボトルを堆肥化可能、バイオ由来またはリサイクル素材に移行することを目指します。

#### 主要飲料メーカーによる新たな容器デポジット制度の実現に向けた貢献

Asahi Beverages Pty Ltd.は現地飲料企業のCoca-Cola Europacific Partners Plc.およびLion Pty Ltd.とともに、容器包装における生産者責任の推進と循環型経済の実現を目指し協力体制を築き、共同で非営利団体TasRecycleを設立しました。この団体は、2025年5月1日に開始されるタスマニア州政府の新たな容器デポジット制度「Recycle Rewards」の運用コーディネーターであり、本制度を通じて回収された対象容器1本に対して10セントの返金を行います。現在、49カ所の返金拠点が設置されています。今後、より多くの容器がリサイクルされるよう、州内の回収拠点をさらに拡大し、資源循環を促進していきます。

## 持続可能な容器包装

### 取り組み

#### ■ プラスチック以外の容器包装

##### 缶製造ラインの更新によるリサイクル素材の利用促進

Dreher Sörgyarak Zrt.(ハンガリー)は、工場の製造ラインに約1,850万ユーロを投資しました。同社は、自社製品のGHG排出量削減目標の達成を目指しています。新しい製造ラインでは、再生可能な資源から作られた包装材を取り扱い、カートン上部にクリップがついたマルチパックを製造することが可能であるため、プラスチック包装をなくすことができます。

##### スロバキアにおける缶リサイクルによるGHG排出量削減

Plzeňský Prazdroj Slovensko, a.s.は、2022年に導入されたスロバキアのアルミ缶デポジット制度により、アルミ缶のリサイクル推進に貢献しています。使用済みアルミ缶を有償で買い取り、缶として再利用するこの取り組みは、欧州で初めての試みです。2023年から、同社の全製品で缶の本体に含まれるリサイクル素材の比率を75%まで高めました。



リサイクルアルミニウムの含有量の増加は、GHG排出量の削減にもつながり、缶製造工程におけるGHG排出量をデポジット制度開始前の期間と比較して年間49%削減できます。

Plzeňský Prazdroj Slovensko, a.s.は2024年に1,026tのバージン材を節約しました。さらに、リサイクル素材の使用比率を増やすことで、スロバキアでのGHG排出量削減量は2025年までに8,500tとなる見込みです。

同社は、2030年までに全容器包装を再利用可能またはリサイクル可能にし、容器包装のリサイクル素材の使用率を50%以上とする目標を掲げ、2024年に達成しました。当初の計画より6年早い達成となりました。

#### ■ 使い捨てプラスチック容器を使わない販売方法

##### リユースカップ『森のタンブラー』

アサヒビール(株)は、「使い捨て」という消費行動自体を変革することを目標とし、「使い捨て」しないリユースカップ『森のタンブラー』をパナソニック(株)と共同開発しました。

2022年から『森のタンブラー』事業を引き継いだアサヒユウアス(株)は、地域の余剰産物を使ったオリジナルの『森のタンブラー』も開発しています。桜の名所である栃木県さくら市のソメイヨシノの老木を使用した『森のタンブラー SAKURA』がその一例です。やむなく伐採された桜を有効活用する



とともに、市民や観光客に愛されてきた桜の存在を記念品として残すため、2024年には、栃木県さくら市主催の「さくら市二十歳のつどい」で参加者に贈呈されました。今後も、未利用資源を有効活用するとともに地域の活性化を後押しし、環境問題および社会課題の解決に貢献していきます。

##### 強炭酸サーバー『EXTRA BURST』の開発

アサヒ飲料(株)は、容器による環境負荷の軽減や物流課題の解決につながる販売方法として、2024年に水道直結型炭酸サーバーを開発、サービスを開始しました。この『EXTRA BURST』はアサヒクオリティーアンドイノベーションズ(株)の独自技術を活用したノズルを使用し、PETボトルや缶、びん入りの炭酸飲料では実現することが難しい高ガス圧と冷たさで強炭酸を提供するサーバーです。

『EXTRA BURST』は、容器の再利用を可能にすることでプラスチックなどの使用を削減するだけでなく、お客さまに新たな体験を提供し、無糖炭酸水市場の活性化を図ります。

さらに、プラスチック容器を使用しない販売方法を推進する上で、『EXTRA BURST』は当社グループが取り組むイノベーションの好例となっています。



## 持続可能な容器包装

### 取り組み

## 業界団体や社会とのコミュニケーション

### 容器リサイクル業界団体との連携

#### 環境学習授業の協力

アサヒ飲料(株)では、『三ツ矢サイダー』水の未来と環境教室などの、水や地球環境についてグローバルな視点で考える社員による出前授業を行っています。アサヒ飲料(株)のブランドを通じて、子どもたちへ水の大切さを伝え、未来の地球環境のために自分たちができることを考えさせる授業を展開しています。



『三ツ矢サイダー』水の未来と環境教室



群馬県館林市内小学校での環境学習授業

### 環境啓発活動

アサヒユウアス(株)では、全国の自治体などのイベントや学校で、プラスチック問題やSDGsのワークショップを通じて、環境問題・SDGsについて学び考える啓発活動を展開しています。

イベントでは、下絵の付いた『森のタンブラー』へ未来のまちを創造して描いてもらう「森のタンブラーお絵かきワークショップ」やPETボトルの正しいリサイクルについて学びながら、楽しくリサイクルのアイデアを考えてもらう「PETボトルの水平リサイクル啓発ワークショップ」を行っています。

また、学校の出前授業では、プラスチックごみの現状や影響などを学び、自分でできる活動として、「3R+Renewable」を紹介し、日常での実践を訴求するプログラムを提供しています。

2024年は、全国で58回の啓発活動を実施して、7,500名以上の方にご参加いただきました。



夏休みすみだ環境プログラム ふろしきお絵かきワークショップ(PETボトルの水平リサイクル)



高梁川流域SDGsアクション PETボトルの水平リサイクル啓発ブースの出展



さやまカルチャーフェスティバル2024 森のタンブラーお絵かきワークショップ

# 持続可能な農産物原料

取り組みテーマ

## マネジメント

### 考え方

「自然の恵み」を享受して事業活動を行う企業として、持続可能な農産物原料調達を実現することはアサヒグループの事業の根幹を成しています。一方で、農産物原料のバリューチェーンでは、人権、コミュニティ、環境の観点からさまざまな課題が起こります。

人権やコミュニティの観点からは、関係しているさまざまなステークホルダー（農産地から生産拠点、市場に至るまでの農産物生産者、加工業者、輸出入業者、サプライヤーなど）に対して、人権配慮やコミュニティへの貢献が欠かせません。また、環境の面では、農産物の生産、収穫、加工、物流の工程を通じてGHGを排出し、水・土壌を利用しています。このようなバリューチェーン上の営みは、農産物生産地の近隣生態系維持に必要な水の不足、土壌汚染などの理由による生物の生息へのインパクトといった生態系への悪影響を引き起こす可能性があります。また気候変動により収量や品質が大きな影響を受ける作物もあります。

2024年に実施したTCFD・TNFDを統合した分析では、異常気象による自然災害の影響によって生じる急性物理リスクにより、原料の調達額が10～129億円増加する可能性があることを確認しました。このような状況により、当社グループの農産物原料である穀物や果実などについて、将来的に調達先の変更や代替調達品の確保を迫られる恐れがあり、対策が必要です。さらに、農産物原料を生産する地域が活性化し、生産者が心身ともに健康で、地域社会とのつながりを持ちつつ豊かな生活を送り、次世代に誇りを持って事業を継承していけるよう、生産者のWell-being向上に貢献することも重要だと考えています。

当社グループは、2023年2月に「アサヒグループ環境ビジョン2050」を改定しました。新たに、農産物原料の領域における2050年の世界のありたい姿を「命を育む持続可能な農産物原料」とし、「環境配慮、人権尊重、地域活性化が実現された農業が行われ、安定的な生産と生態系の維持が両立した世界」と定義しました。

この実現を目指すため、環境・人権に配慮した農産物原料の調達を推進し、生産地までのトレーサビリティを確保することを目指します。また、ビール製造工程で発生する副産物や当社グループの環境関連技術を活用し、農業・酪農における環境負荷低減に貢献していきます。生態系回復の機会を捉え、これからも将来にわたって農産物原料を枯渇させずに安定して確保する取り組みを各地で進めるとともに、ステークホルダーとの共創を通じて大切な「自然の恵み」を次世代につなげることができる「持続可能な農産物原料」の実現を目指していきます。

### リスクと機会

#### リスク

- 農産物原料の収量・品質の変動に伴う、調達先変更・代替調達品の確保
- 森林伐採規制導入による規制対応

#### 機会

- 農産物生産者の支援を通じた持続可能な農産物および調達の実現

### 方針

アサヒグループでは、サプライチェーンにおける労働者や地域社会の人々の人権を尊重し、自然環境を保護するという目標を実現するため、「アサヒグループグローバルサプライヤー行動規範」に加え、新たに「アサヒグループ責任ある調達方針」を策定しました。また、サプライヤーの皆さまにこれらの方針への理解と遵守を促進するため、「アサヒグループ責任ある調達：サプライヤーガイドライン」を作成しました。

さらに、農産物原料のバリューチェーンが環境や人権に与える影響を低減し、調達のリスク削減とレジリエンスの向上を目指して、新たに「持続可能な農業フレームワーク」を策定しました。このフレームワークは、人権尊重、気候変動の緩和、農場・農家のレジリエンス向上という3つの柱を基盤としており、サプライチェーン全体における責任ある調達活動を支える重要な取り組みです。

当社グループは、これらの方針とフレームワークを通じて、持続可能な未来の実現に向けて挑戦を続けていきます。

### ガバナンス

関連情報

[▶ ガバナンス\(環境\)](#)

## 持続可能な農産物原料

### マネジメント

### リスク管理

農産物原料に関するリスクについては、ERM体制下において取締役 兼 代表執行役社長 Group CEOが委員長を務めるリスクマネジメント委員会が管理すべき主要リスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

### 戦略

「アサヒグループ環境ビジョン2050」で定義した2050年の世界のありたい姿の実現に向けて、アサヒグループでは、2023年に「環境」「コミュニティ」「人権」のマテリアリティを横断した検討チームを立ち上げ、各Regional Headquartersのサステナビリティ・調達部門も含めて戦略、中期目標、取り組みを検討し、目標達成に向けたロードマップを策定しました。

このロードマップにおいて、当社グループとして初めて、グローバル全体で推進する農産物原料に関する2030年目標を策定しました。第一に、「2030年までに大麦とコーヒーについて、認証を活用して、100%持続可能に生産された原料の調達を実現する」ことです。第二に、「2030年までに、サプライチェーンにおける人権リスクを効果的に特定、評価、軽減、是正するために、リスクベースのデューデリジェンス・プロセスを実施し、持続可能な原料の調達を目指す。このアプローチを、人権侵害のリスクが最も高い、コーヒー、サトウキビ、パーム油、カカオ、茶の5つの主要原料のサプライチェーンにおいて優先的に取り組む」ことです。

加えて、2030年までに農産物生産者のWell-being向上を実現することを重要な柱の一つに位置付けており、これを達成するために「持続可能な農業フレームワーク」の活用を計画しています。このフレームワークを活用して、今後、農産物生産者が持続可能な生産活動を行えるよう支援する取り組みを具体化していきます。

戦略の策定に先立ち、環境リスク・人権リスクの両面から、総合的な観点でリスク分析を実施しました。環境リスクに関して、気候変動によって生じた熱波や豪雨などの異常気象は、農産物原料の収量や品質に大きな影響を与える可能性があります。そのため当社グループの農産物原料である穀物や果実などは、調達先の変更や代替品の確保を迫られる恐れがあります。他方で、当社グループの事業も生態系に対して影響を及ぼしています。当社グループが事業を継続していくためには、こうしたリスクに対応しながら原料を安定的に確保することが不可欠です。

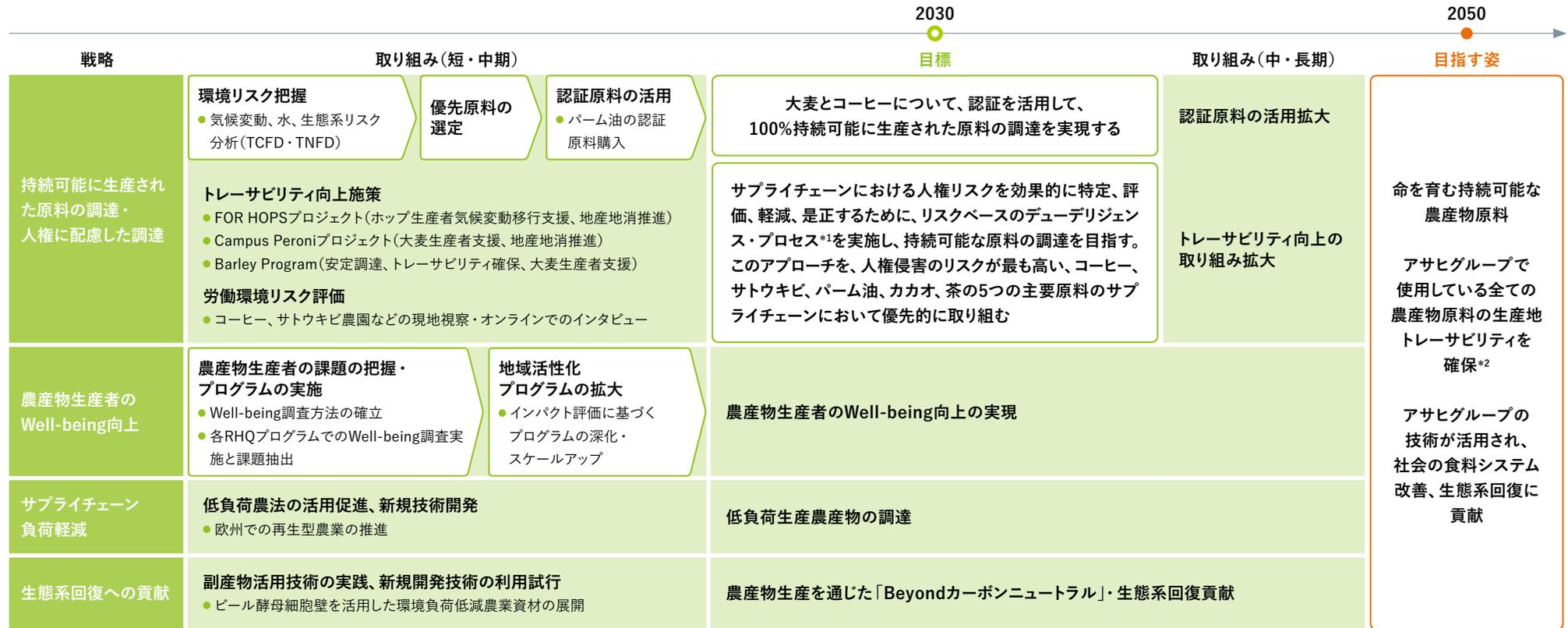
また、原料生産地の地域社会や農場における人権リスクに対しても評価を行い、サプライヤーのリスクの現状を確認し、明らかになったリスクへの対策を進めていきます。同時に生産地のコミュニティ課題解決の支援、特に農業支援の取り組みを進めていきます。

今後は2030年目標の達成に向けて、サプライヤーや、より上流の農産物生産者との連携が欠かせません。グローバルな調達戦略機能を有するAsahi Global Procurement Pte. Ltd.(AGPRO)を中心に戦略を進めていきます。そして、2050年の目指す姿の実現に向けて、継続的に戦略と目標を見直していきます。

## 持続可能な農産物原料

### マネジメント

### ロードマップ



\*1 リスクベースのデューデリジェンス・プロセス=現地のサプライヤーとのエンゲージメント、リスク特定、モニタリングするためのデータ主導型ツールの活用、そして最も高いリスクが認められる場所での実地監査の実施。サプライヤーやステークホルダーと協働し、透明性、トレーサビリティ、農業慣行の継続的改善を確保する。

\*2 一部の加工原料を除く

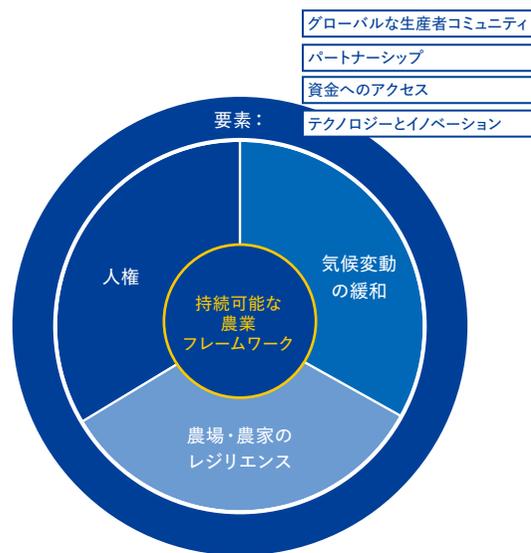
## 持続可能な農産物原料

### マネジメント

#### ■ 持続可能な農業フレームワーク

当社グループは、AGPROをグローバルな戦略調達部門として立ち上げ、持続可能な農業を推進するための戦略と優先事項を明確化しました。この目的を達成するため、私たちは「持続可能な農業フレームワーク」を策定し、パートナーや生産者コミュニティとの共創を実現する方向性を明確にしました。

フレームワーク策定に際しては、グローバル、ならびにローカルの調達関係者、およびサステナビリティ関係者と包括的に協議しました。豪州、チェコ、イタリアでの生産者支援プログラムを学び、グループ外の関係者と協働して特定した課題についても議論しました。



「持続可能な農業のフレームワーク」は、当社グループの農産物原料バリューチェーンにおける環境および人権への影響を低減し、農産物を調達する際のレジリエンスを高め、当社グループの事業継続と将来世代のために地球を保全していくことを目的としています。このフレームワークは、人権、気候変動の緩和、農場・農家のレジリエンスの3つの主要な柱で構成されています。

人権と気候変動の緩和の主な戦略とは、人権デューデリジェンスと脱炭素化の取り組みです。農場・農家のレジリエンス向上のため当社グループは農産物生産者やパートナーと直接協力し、環境影響を最小化、土壌の健全性を高め、水の効率性を改善する取り組みを実施しています。また、農家が気候変動へ適応し、長期的に生計を確保できるように支援しています。これらの目標達成のため、当フレームワークは、上記の3つの柱を推進する4つの要素で構成されています。

1. グローバルな生産者コミュニティ – 持続可能な実践とエネルギー効率に関する知識の共有に焦点を当て、共通の責任感を育みながら、グローバルな生産者コミュニティを構築します。
2. パートナーシップ – 大学、研究機関、地域行政、NGOとのパートナーシップを促進し、研究機関と生産者間の知識共有を可能にします。
3. 資金へのアクセス – 生産者コミュニティの経済的な安定と発展を支援し、生産者が持続可能な農業へ移行するために必要なツールを導入する経済的基盤づくりを支援します。
4. テクノロジーとイノベーション – 技術とイノベーションにより、農業慣行を強化し、効率性を向上させ、データに基づく意思決定を支援します。

私たちは、パートナーや生産者コミュニティとともに、持続可能な原料の調達を推進し、定量可能なプラスの影響を与えるべく貢献していきます。

#### ■ TCFD・TNFD分析

##### 農産物原料の生産と自然との接点の分析

##### ▶ 自然への依存

各原料の生産量を維持するために必要な自然資源(水・森・土)を定量化し、自然への依存が大きい原料は大麦、ホップであると特定しました。さらに、依存が大きい原料について、各原料を調達している農場を調査し、自然劣化の状態を確認しました。

##### ▶ 自然への影響

各原料生産において、単位面積当たりの自然(水・森・土)に与える負荷を定量化した上で、将来、自然が劣化する可能性がある地域と重ねて分析しました。これにより、自然への影響が大きく、原料の調達を通じて将来、自然劣化に関与する可能性がある原料として、カカオ、コーヒー、茶を特定しました。

## 持続可能な農産物原料

### マネジメント

#### 物理的リスク：慢性

##### ▶ 農産物原料の収量減少

ビールカテゴリーで使用する主要農産物原料(大麦、ホップ、トウモロコシ、コメ)、飲料カテゴリー(炭酸飲料、乳性飲料、コーヒー飲料など)、ビールを除く酒類カテゴリー(洋酒、焼酎など)の主要原料となるコーヒー、乳、砂糖の起源原料、および食品カテゴリーの原料のうち、調達量・金額が多く、事業継続に重要な影響を与えらると思われる重要原料としてパーム油、大豆、カカオについて、それぞれ気候変動影響を分析し、気候変動により収量が減少するリスクがあることを把握しました。

分析・試算方法としては、農産物影響に関する複数の文献を分析し、農産物の種類別のみならず生産エリア別に試算することにより、収量の変化を詳細に確認。また将来の価格を推定し、財務影響額を試算しました。

##### ▶ 2050年におけるシナリオ別収量予測(現在収量比)

ビールカテゴリーの重要原料である大麦は、収量が大きく減少する地域があることが判明しました。イタリア南部、ポーランドでは収量が減少する予測となりました。各カテゴリーの共通原料であるトウモロコシと、飲料主原料のコーヒーについてはシナリオ②の場合に複数の産地で大幅に収量が減少する予測となりました。

現在比-15%以上

品目	生産国	シナリオ①	シナリオ②
ビールカテゴリー重要原料 大麦	カナダ(春)	+1%	+2%
	フランス(春)	-10%	-18%
	フランス(冬)	-5%	-10%
	ドイツ東部(冬)	+8%	+19%
	豪州	-7%	-13%
	チェコ(春)	+18%	+7%
	ハンガリー(春)	+4%	+9%
	イタリア北部(冬)	+10%	+14%
	イタリア南部(冬)	-8%	-11%
	ポーランド	-9%	-15%
ビールカテゴリー重要原料 ホップ	チェコ(収量)	-5%	-7%
	チェコ(品質)	-13%	-25%
品目	生産国	シナリオ①	シナリオ②
各カテゴリー共通原料 トウモロコシ	米国	-12%	-24%
	ブラジル	-3%	-9%
	アルゼンチン	-9%	-16%
	中国	0%	-10%
	ウクライナ	-17%	-26%
	ドイツ	-2%	-4%
	豪州	-13%	-27%

現在比-15%以上

品目	生産国	シナリオ①	シナリオ②
飲料カテゴリー重要原料 砂糖	豪州	+1%	+2%
	ブラジル	+3%	+12%
	インド	0%	-3%
	日本	+2%	+21%
	タイ	-26%	-45%
飲料カテゴリー重要原料 生乳	豪州	-9%	-19%
	米国	-6%	-11%
	日本	-2%	-3%
飲料カテゴリー重要原料 コーヒー	ニュージーランド	-2%	-2%
	ブラジル	-8%	-23%
	コロンビア	-4%	-15%
	グアテマラ	-11%	-17%
	タンザニア	-2%	-9%
	エチオピア	-8%	-25%
	ベトナム	-9%	-24%
インドネシア	-10%	-30%	
品目	生産国	シナリオ①	シナリオ②
食品カテゴリー主原料 パーム油	インドネシア(適域)	+1%	-1%
	マレーシア	-3%	-13%
	ガーナ	+4%	+11%
	コートジボワール	+1%	+12%
	大豆	米国	-5%
食品カテゴリー主原料 カカオ	カナダ	+16%	+28%
	中国	0%	+5%
	日本(北海道)	+6%	+9%

## 持続可能な農産物原料

### マネジメント

#### ▶ 将来価格予想・財務影響

飲料カテゴリーにおける高リスク農産物原料であるコーヒーとトウモロコシ、砂糖を対象に、将来の価格を推定し、財務影響額を試算しました。

現在の飲料カテゴリー（日本以外の拠点を含む）における原料購入金額をベースに、価格影響額を試算した結果、コーヒー関連で約26億円、トウモロコシ関連で19億円のコスト上昇の可能性があることが分かりました。一方、砂糖については生産量増加により価格が下落、財務影響金額が減る見込みとなりました。

またパーム油、大豆については一部の生産量減少により価格が上昇するものの、生産量変化以外の要因で発生する変動と比較した上昇幅は微小であり、財務影響は小さいものと予測されます。一方で、カカオは生産量増加により価格が下落の見通しとなりました。2021年に追加調査をした大麦も、気候変動による価格上昇リスクは限定的であり、2050年時点で約4億円の財務影響が見込まれる結果となりました。

#### 試算方法

金額算出根拠：過去の価格推移から、変動要因（生産量・消費量のバランス、一人当たりGDP、相場前年価格、エタノール原料への投入割合（トウモロコシのみ））を抽出し、回帰分析を用いて過去の価格を再現する計算式を導き出しました。その計算式に将来の生産量と消費量、一人当たりGDP、エタノール原料への投入割合（トウモロコシのみ）の予測値を入力し、将来の価格を推計しています。

\* 各シナリオにおける各年の平均的な気温上昇をベースに算定しています。さらに短期間のうちに発生し得る極端現象（気温上昇や降水量の変化）に伴う、突発的な農産物の収量変化や調達コストの変化については（気候予測の限界であるため）予測ができていません。その点に留意し、当社グループでは、算定結果に基づきリスク管理や戦略策定を行っています。

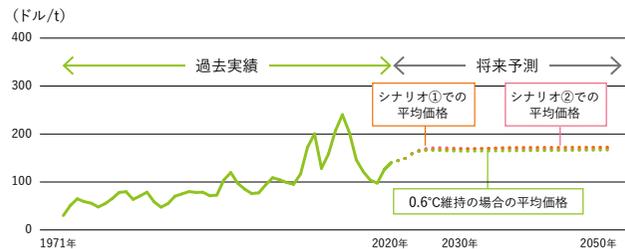
#### コーヒー価格の見通し



#### トウモロコシ価格の見通し



#### 大麦価格の見通し



#### 2050年財務影響額試算

品目	シナリオ②
パーム油	0.2億円
カカオ	-0.6億円
大豆	0.04億円
大麦	4億円
砂糖	-24億円

## 持続可能な農産物原料

### マネジメント

#### 物理的リスク：急性

##### ▶ 農産物収量の変動

重要原料である大麦、トウモロコシ、コーヒー、砂糖について、自然が関連し合いながら劣化し、熱波、干ばつ、サイクロンを代表とする異常気象の発生頻度が増加する場合、かつ、被害が激甚化した場合の被害を想定して分析を実施しました。熱波、干ばつ、サイクロンそれぞれが発生し、農産物の収量が異常気象により減少した場合の財務影響を算出しました。結果、シナリオ①、②ともに、各農産物の調達額が増加する可能性があることを確認しました。

#### 試算方法

過去20年間で各災害の被害が大きかったと考えられる年を特定し、各年の原料価格高騰率(前年比)の中央値をシナリオ①、最大値をシナリオ②の原価高騰率として想定しました。想定結果の高騰率と各原料の調達額を掛け合わせることで、財務影響を評価しました。なお、主要な収量変動要因である気温上昇に関して、2030年時点でシナリオ①と②の間では差が限定的であることが現時点で想定されるため、2024年は、リスク顕在化の影響は同程度となると再整理しています。

(億円)

	原料	財務影響額(シナリオ①②共通)
熱波	大麦	129
	トウモロコシ	26
	コーヒー	13
	砂糖	52
干ばつ	大麦	88
	トウモロコシ	19
	コーヒー	10
	砂糖	52
サイクロン	大麦	129
	トウモロコシ	26
	コーヒー	13
	砂糖	44

#### 移行リスク

現行のデューデリジェンス規制として代表的なEU指令である「企業の持続可能性デューデリジェンス指令(CSDDD)」と同様の規制が全世界に展開された場合を想定し、移行リスクを試算しました。試算では、CSDDDで定められた罰金の最高額である「グループ全体売上額の5%」を影響算定の基準値として活用しました。

その結果、シナリオ①において、自然環境負荷に関するデューデリジェンス義務化に伴う調達コスト増および罰金を課された場合の金額は1,385億円と試算しました。同様に、人権侵害に関するデューデリジェンス義務化による調達コスト増および罰金を課された場合の金額も1,385億円と見積もっています。なお、シナリオ②(気候変動や自然劣化への対策が取られない世界)では規制が導入されない前提のため、調達コストや罰金は発生しないと試算しています。

#### ■ 農産物原料リスク評価(人権リスク)

原料リスクの特定と対象の決定については、英国現代奴隷法へのコミットメントを契機に、当社グループの生産拠点が所在する17カ国および主要調達11品目の2つの側面から、現代奴隷に焦点を当てたリスクの机上分析・評価を実施しています。この分析で、当社グループのサプライチェーンにおいて最もリスクが高いのは「栽培」段階と分かりました。主要な直接材の中で、バリューチェーンリスクが「極高」と判断されたのは、コーヒー豆、砂糖、茶、パーム油、カカオでした。

これらの原料の中から、2021年にはエチオピアとタンザニアのコーヒー豆、2022年にはブラジルのサトウキビを対象にしました。2023年はこれまでの調査で確認された潜在リスクの実態を把握するために、ブラジル産のサトウキビとコーヒー豆について生産地の訪問調査を実施しました。具体的な人権リスクの特定に向けては一般社団法人ザ・グローバル・アライアンス・フォー・サステイナブル・サプライチェーン(ASSC)と協働しました。2024年には、Asahi Global Procurement Pte. Ltd.(AGPRO)の社員とアサヒグループホールディングス(株)のSustainability部門社員が共同でパーム油について現地のサプライチェーンを学ぶため生産地を訪問しました。

#### 関連情報

[▶ パーム農園訪問](#)

## 持続可能な農産物原料

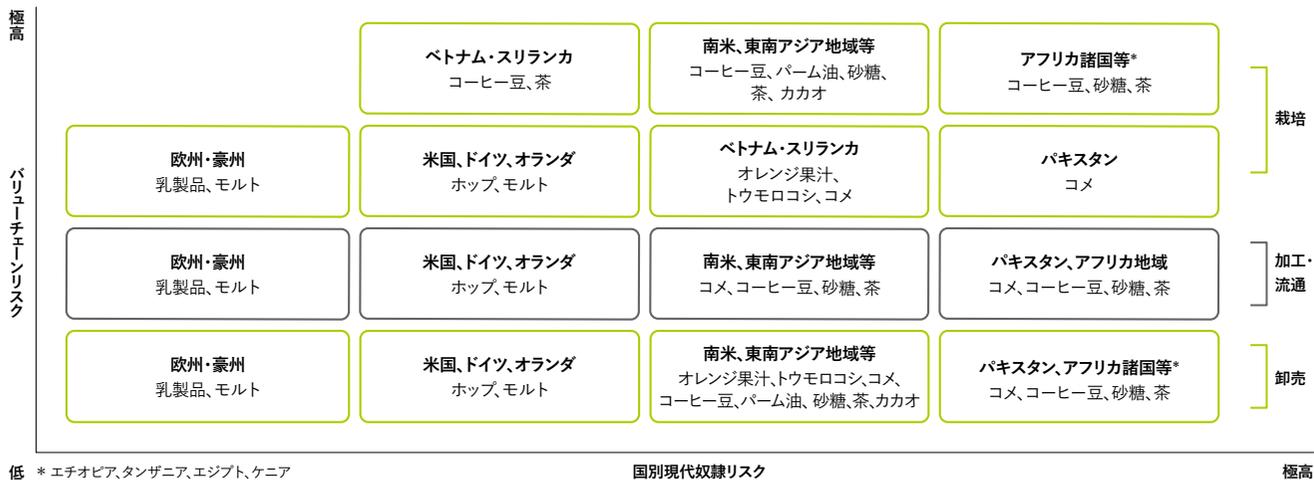
### マネジメント

当社グループは、2030年目標として「2030年までに、サプライチェーンにおける人権リスクを効果的に特定、評価、軽減、是正するために、リスクベースのデューデリジェンス・プロセス\*を実施し、持続可能な原料の調達を目指す。このアプローチを、人権侵害のリスクが最も高い、コーヒー、サトウキビ、パーム油、カカオ、茶の

5つの主要原料のサプライチェーンにおいて優先的に取り組む」と設定しています。今後はAGPROにて計画と実行を進めていきます。

\* リスクベースのデューデリジェンス・プロセス=現地のサプライヤーとのエンゲージメント、リスク特定、モニタリングするためのデータ主導型ツールの活用、そして最も高いリスクが認められる場所での実地監査の実施。サプライヤーやステークホルダーと協働し、透明性、トレーサビリティ、農業慣行の継続的改善を確保する。

### 主要原材料調達品目 現代奴隷リスク理論分析結果



## 指標と目標

### グループ目標

- 2030年までに、大麦とコーヒーについて、認証を活用して、100%持続可能に生産された原料の調達を実現する
- 2030年までに、サプライチェーンにおける人権リスクを効果的に特定、評価、軽減、是正するために、リスクベースのデューデリジェンス・プロセス\*を実施し、持続可能な原料の調達を目指す。このアプローチを、人権侵害のリスクが最も高い、コーヒー、サトウキビ、パーム油、カカオ、茶の5つの主要原料のサプライチェーンにおいて優先的に取り組む

\* リスクベースのデューデリジェンス・プロセス=現地のサプライヤーとのエンゲージメント、リスク特定、モニタリングするためのデータ主導型ツールの活用、そして最も高いリスクが認められる場所での実地監査の実施。サプライヤーやステークホルダーと協働し、透明性、トレーサビリティ、農業慣行の継続的改善を確保する。

### 関連情報

▶ [指標と目標/2024年実績](#)

## 実績

### 原料使用量

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
ビール類	255	220	227	236	222
飲料類	263	260	260	264	259

(千t)

\* 集計範囲：日本の事業会社

\* 集計期間：各年1-12月

# 持続可能な農産物原料

## 取り組み

### ■ パーム農園訪問

2024年10月、アサヒグループホールディングス(株)と当社グループの調達機能を統括するAsahi Global Procurement Pte. Ltd. (AGPRO)の調達部門社員およびSustainability部門社員は、マレーシアの農産物原料のサプライヤーを訪問しました。この訪問は責任ある調達を強化する活動の一環で、原料生産についての知見を深める重要な経験となりました。

訪問では、収穫から精製まで、生産工程のさまざまな段階を視察、現地のパートナーや認証機関、非営利団体とも対話し、情報交換しました。これらを通じて、持続可能な調達を推進する上での認証基準や業界の課題と機会についての洞察を得ることができました。例えば、サプライチェーンの変革に取り組む団体からは、現地のコミュニティや労働者、生態系に貢献する具体的な取り組みの紹介を受け、持続可能な農業の促進に向けた可能性についてともに検討しました。また、サプライヤー向け研修も併せて実施し、持続可能なサプライチェーン構築に役立つ必要な知識やツールを共有しました。



### ■ サプライヤーとの情報共有

当社グループの事業継続に欠かさない農産物原料について、気候変動、水資源(水リスク)、生物多様性の環境問題に結び付く可能性が高い生産地の確認を進めました。また、人権問題についても、サプライヤーを取り巻く社会の状況を考慮して、現地で調査が必要なサプライヤーの確認を開始しています。

これらのリスク評価に基づいて、農産物原料調達への影響が大きいと考えられる原料サプライヤーと、環境リスク、人権リスクの情報共有を進めています。今後、サプライヤーと一層の情報共有の強化を図りながら、逐次、現地情報の確認を行っていきます。

### ■ サプライヤーの研修

サプライヤーの皆さまとともに環境や社会的責任に対する取り組みを進めるにあたり、当社グループの環境・社会面の方針や現在のESGを巡る社会情勢についてサプライヤーの皆さまに理解を深めていただくために研修を適宜実施しています。

### ■ サプライヤー品質監査

当社グループでは、サプライヤーの皆さまに対して定期的に品質に関する監査を実施しています。製造工程での工程管理や品質管理、衛生管理、そして従業員の安全管理などについて確認することにより、サプライヤーの皆さまがこれらの項目についてどのように取り組んでいるかを把握しています。

### ■ サプライヤー評価

日本国内の主要原料サプライヤーを対象に、年1回、マネジメント・ESG(環境・社会・ガバナンスなどのCSR)・品質・コスト・納期・技術力・安定供給・対応力の8項目について能力やリスクの評価を行っています。評価結果は各サプライヤーにフィードバックするとともに、必要があれば改善を促すなどの定期的な個別コミュニケーションを行っています。サプライヤー評価実施数\*は、2024年は原料38社、資材61社でした。

\* 対象事業会社：アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)

### ■ 新規サプライヤーに対する働きかけ

当社グループでは、新規サプライヤーの選定にあたって、品質・価格・納期・安定供給のほか、技術力・コンプライアンスや環境に対する姿勢・人権尊重などから機会とリスクを総合的に評価し、決定しています。また、取引を開始する際には、「アサヒグループグローバルサプライヤー行動規範」を説明し、遵守を要請するとともに、法令遵守などを明記した取引契約書を交わしています。

## 持続可能な農産物原料

### 取り組み

#### 農産物生産地の農業支援

当社グループでは農産物生産サプライヤーとのリスクの情報共有を参考にして、ビール原料となる大麦およびホップについて、農業支援の取り組みを開始しました。豪州では農場から直接調達するSCMスキームの構築や、持続可能な栽培を目指した工程のモニタリングを進めています。一方、欧州では、大麦とホップを対象に、土壌の健全性、水の効率性、農産物生産者の気候変動へのレジリエンスを改善するための再生農業の試験的プロジェクトをチェコで開始しています。

#### オセアニア

豪州のビクトリア州とニューサウスウェールズ州で年間約7万5千tの大麦を農家から直接調達しています。大麦生産者プログラムにより、当社グループは栽培のプロセスをモニタリングできます。また、生産者に、新しい技術に投資し、農業の持続可能性と効率性の改善に取り組むための自信と経済的な保証をお届けしています。

2024年には、Pure Grainが有する435haもの試験農場で企画されたイベントである「ピュア・グレイン・ネットワーク・フィールド・デイ」に参加しました。これは、持続可能な農業を促進するためのイベントで、生産者、製麦業者、穀物のサプライチェーン関係者など300名以上が参加しました。Asahi Beverages Pty Ltd. は、サステナビリティに関する目標について説明し、農産物サプライチェーンの支援が必要な分野について、基調講演を行いました。

2024年第1四半期に同社は、ビクトリア州で地元の生産者を祝うとともに支援するための特別なイベントを開催しました。このイ

ベントは、地域全体から生産者が集まり、活発な議論を交えた交流の場となりました。地元のスポーツクラブ代表者や農業専門家による基調講演では、持続可能な農業の実践、農産物の管理、農業の発展などさまざまなテーマが取り上げられました。専門家による講演を通じて、生産者が業界の課題に対応する方法、ならびに新たな機会を活用する方法について学ぶ貴重な機会となりました。また、参加者は有益な議論に加え、同業者と交流し、意見を交換する機会も得ました。

私たちは、このプログラムを継続して農業分野のステークホルダーとより深い関係を構築し、ともに価値を向上させる新たな



方法を模索していきます。特に生産者の成長、持続可能性、成功を支援するための長期的なパートナーシップを構築し、業界とコミュニティの双方の発展に貢献していきます。

#### 欧州

チェコのPlzeňský Prazdroj, a.s.は、科学者の協力のもと、気候変動に対する大麦の耐性を高め、収量を安定させることを目的に、3カ所の農場で最先端技術と再生農業を実践しています。また、5年にわたる研究プロジェクト「Flowers for Hops」では、ホップの栽培に再生農業を採用しており、農場で栽培しているホップの条間に花やその他の植物を植えることで、土壌の肥沃度を向上させ、チェコ産ホップの品質を維持しています。当社グループは、「持続可能な農業フレームワーク」の一環として、農産物生産者とともに持続可能な農業を推進していくことを重視しています。

#### 新規技術の活用

当社グループは、ビール製造の副産物である「ビール酵母細胞壁」を活用し、農産物の収量増加や土壌改良を目指す研究を進めています。例えば、北海道網走市の福田農場では、アサヒバイオサイクル(株)が提供する「ビール酵母細胞壁」由来の農業資材を活用した陸稲栽培に成功し、収量の増加と品質向上を実現しました。

また、同社はビール酵母資材を用いた節水型乾田直播栽培についてライフサイクルアセスメント手法\*を用いて評価し、生産物当たりのライフサイクルGHG排出量(LC-GHG排出量)を約65%削減できることを確認しました。

\* 製品やサービスに対する環境影響を評価する手法

## 持続可能な農産物原料

### 取り組み

#### 第三者認証原料

##### 持続可能なパーム油の調達

アサヒグループホールディングス(株)は、パーム油の調達に際して環境や人権などの課題に配慮するために、2016年12月に「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO: Roundtable on Sustainable Palm Oil)」に加盟し、2019年7月に正会員になりました。また、2019年から当社グループで調達するパーム油の一部について「Book & Claim認証方式」による認証クレジットの購入を開始しました。アサヒグループ食品(株)は、2024年に全購入量の55%に認証クレジットを購入する計画で取り組み、目標通り55%の認証クレジット購入となりました。今後も持続可能なパーム油の調達に継続的に取り組みます。

##### 持続可能な紙の調達

アサヒグループホールディングス(株)(現在は、アサヒグループジャパン(株)として認証保持)は、2021年1月に持続的な森林管理のための認証として、使用する原紙および包装容器に関して森林認証(FSC® CoC認証)を取得しました。森林認証には、森林管理を認証する「FM(Forest Management: 森林管理)認証」と、認証された森林から産出された林産物の適切な加工・流通を認証する「CoC(Chain of Custody: 加工流通過程の管理)認証」があります。現在は段ボールおよびマルチパックを対象としていますが、今後はほかの紙製品に関しても、認証の枠を拡大していきます。また、2022年1月に施行された(FSC® CoC認証)新規格(FSC-STD-40-004 V3-1)への移行も完了しました。今後は森林保護に加え、その過程で働く人々の人権にも配慮した持続可能な

活動へ広がっていきます。なお、アサヒグループジャパン(株)が、アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食品(株)と連携しグループの認証を取得しています。



責任ある森林管理  
のマーク

# 持続可能な水資源

取り組みテーマ

## マネジメント

### 考え方

世界人口の増加や開発途上国の経済成長、気候変動などにより、世界規模での水資源問題が発生しています。世界の水需要は年々増加し、今後、さらに水不足の状態となるエリアが拡大するだけでなく、降水量の変動により洪水や干ばつが増加する恐れがあります。水は、地球環境にとってかけがえのない大切な資源であるとともに、「自然の恵み」を享受して事業を行うアサヒグループにとっても欠かすことのできない大切な資源です。当社グループは、大切な「自然の恵み」を次世代につなげるため、持続可能な水資源利用を実現しなくてはなりません。

当社グループは、主要原料の生産地域について、事業への影響が大きいサプライヤー・生産地を特定し、干ばつリスク、洪水リスク、評判リスクなどをそれぞれ特定しています。また、水害による生産拠点の操業停止をリスクとして想定し、操業停止の可能性が高い生産拠点を10カ所と特定し、機会損失額を36億円と試算しました。また、生産工程で水資源を利用する際、水不足地域において水を過剰に消費することは、地域住民の水アクセスの悪化や水を利用する生態系が水を得られない、生息する場所がなくなるなどの悪影響にもつながる可能性があります。

水に対する課題は自社だけでは解決できませんが、共創によって各地域の水資源に起因する問題の解決に寄与することができると考えています。「アサヒグループ環境ビジョン2050」で定めた2050年の世界のありたい姿である「健康、生活環境、生物多様性が保たれる適切な水質・水量、土壌の機能が維持されており、自然災害へのレジリエンスが向上した世界」を実現するため、各地

域の水課題に対する取り組みを通じて、水リスクの大きい当社グループのサプライチェーン上(特に農産物原料の生産)で使用する水の総量以上のポジティブインパクトを地球に与えることを目指す姿としました。

### リスクと機会

#### リスク

- 水害による生産拠点の操業停止
- 水の過剰使用による地域住民への悪影響・生態系の悪化
- 水不足による取水制限
- 不適切な排水処理等による業務負担増大・レピュテーション低下

#### 機会

- BCPの確実な実行に伴う生産拠点の安定稼働
- 水問題解決に伴う、地域住民の水アクセス問題解決、生物多様性が保たれる世界への貢献

### ガバナンス

関連情報

▶ [ガバナンス\(環境\)](#)

### リスク管理

水資源に関するリスクについては、ERM体制下においてアサヒグループホールディングス(株)のSustainability部門や各Regional Headquartersが管理すべきリスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

## 持続可能な水資源

### マネジメント

### 戦略

アサヒグループは、人と自然のための健全な水環境の実現のため、グローバル共通で「水使用量の削減」「水リスクのある生産拠点流域における課題改善への貢献」という目標を掲げ、取り組みを行っています。

水使用量の削減では、酒類・飲料を製造するグループ自社生産拠点での水使用量原単位をグローバル全体で平均 $3.2\text{m}^3/\text{kl}$ 以下に、また、優先流域の主要な生産拠点の水使用量原単位では平均で $2.7\text{m}^3/\text{kl}$ 以下にすることを目指し、水使用量の削減のためにさまざまな取り組みを実施しています。

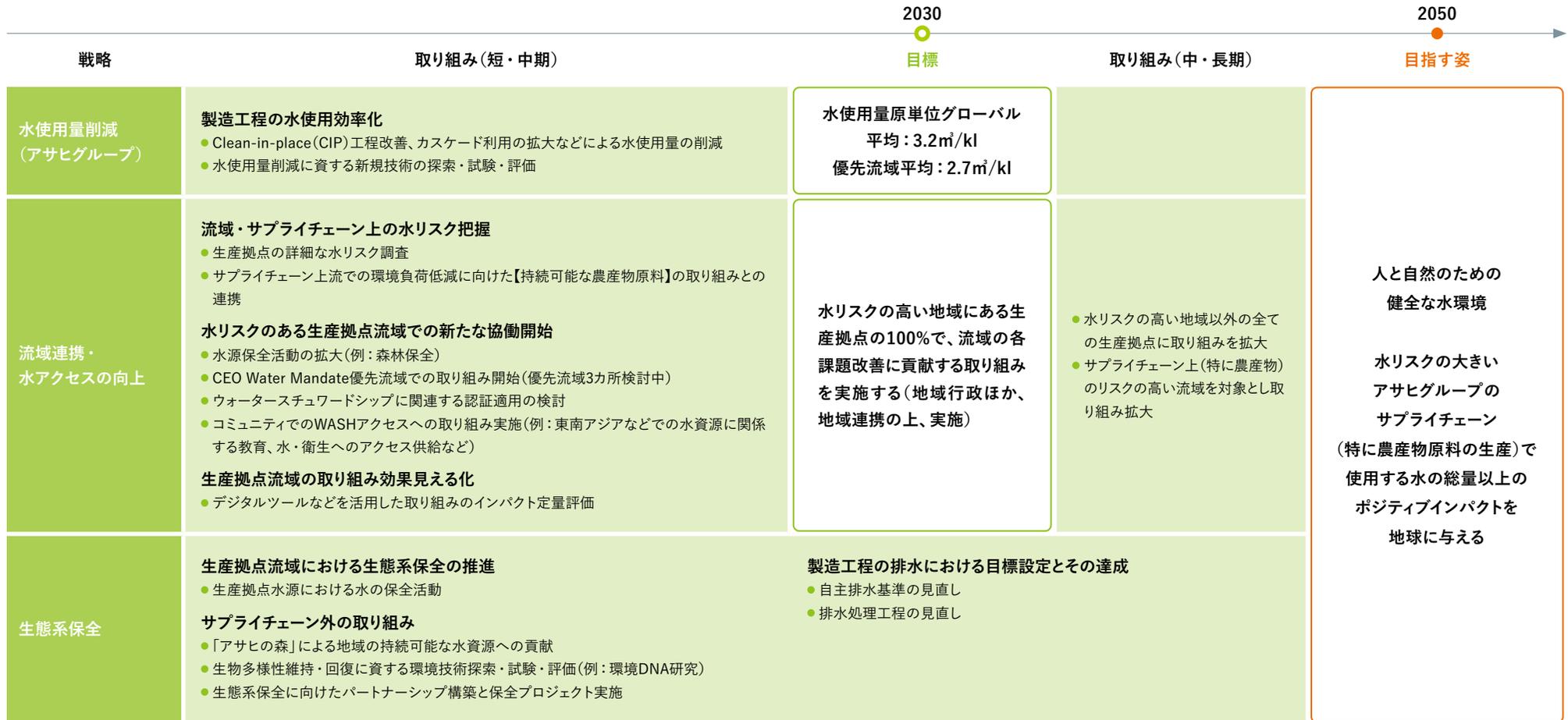
水を扱う全ての拠点において、製造設備の洗浄工程における水使用の適正化や、用途に応じて同じ水を多段的に利用するカスケード利用など、利用の効率性の向上を追求し、取水・排水においては環境への負荷をできる限り小さくできるよう適切な対応・管理に努めています。対象事業会社の46カ所の生産拠点では、水管理計画を策定し、水使用量の削減に取り組んでいます。また、生態系保全を考慮し、排水においては環境への負荷をできる限り小さくできるよう適切な対応・管理に努めています。より環境負荷を低減できる排水方法を検討していきます。

優先流域にある生産拠点では、その流域における課題解決へ貢献することを目指して、生産拠点とその流域のリスク調査を実施し、リスク低減の対応策を実施しています。また、当社グループの商品は、世界中で生産される多種多様な農産物原料を用いているため、それらの水リスクを把握することも不可欠と考え、農産物原料の水リスクの把握と低減に努めています。今後、現在実施している水源保全活動の拡大や、ほかの組織との協働などにより、流域課題の改善に貢献していきます。

## 持続可能な水資源

### マネジメント

### ロードマップ



## 持続可能な水資源

### マネジメント

#### TCFD・TNFD分析

アサヒグループは、2023年に、TCFD・TNFDを統合した分析アプローチを採用し、水に関連する気候変動、自然劣化による財務インパクトを算出しました。

#### 物理的リスク：慢性

##### ▶ 降水パターンの変化による影響

2022年に、当社グループにとっての水資源を、原料生産地の水と、原料としての水の2つと捉え直し、水リスク分析をより詳細に行いました。リスク分析の結果、操業への影響や原料としての水の調達への影響などのリスクが高い拠点や、想定される被害の大きさが明らかになりました。当社グループでは、本分析に加えて、特に高リスクの拠点を対象に、より詳細な水リスク分析を別途行っています。

#### 物理的リスク：急性

##### ▶ 拠点の損害ないし操業停止

シナリオ①、②いずれの場合にも、2030年時点では気温が1.5°C上昇しており、操業停止による機会損失は、36億円になるという結果を得ました。

#### 操業停止による機会損失(億円)

被害を受ける地域：日本、欧州、オセアニア、東南アジアの10拠点

合計	日本	欧州	オセアニア	東南アジア
36	11	15	8	3

\* 小数点第1位を四捨五入しているため合計値が一致しない場合があります。また、前年度分析では2050年時点の評価していましたが、本年は全てのリスクについて2030年時点で評価したため、想定する対象年が変更となっています。

#### 試算方法

WRIのツール「Aqueduct Floods」を利用し、2030年時点のシナリオ①、②において浸水リスクが高い拠点を導出しました。その上でリスクが高い拠点のうち、操業停止時に代替することが難しい拠点について、発生し得る機会損失の財務影響を試算しました。

#### 移行リスク

##### ▶ 取水への課税

限られた地下水の保全を目的としてドイツで導入された地下水保全税は、地下水の使用量に応じて事業者課税される制度です。この課税は水の使用量を抑制することとなり、気候変動や生物多様性の対策が推進されるシナリオ①においては、移行リスクとなる可能性があります。

そのため、2023年に実施した分析では、地下水保全税のような取水税について、気候変動・生物多様性の文脈上、移行リスクと位置付け、当社グループが事業を展開する各地域において規制が導入された場合の財務影響を分析しました。本分析は、あくまでドイツの地下水保全税をもとにした仮定に基づく結果ですが、ほかの地域で同様の取水税が導入された場合、対策をまったく講じなかった場合の財務影響は9億円となることが判明しました。

#### 試算方法

当社グループが事業を展開する日本、欧州、オセアニア、東南アジアの4地域(試算当時)において、ドイツで導入された地下水保全税と同じ内容の規制が導入された場合を想定し、現在の取水量への課税額を試算しました。現在の取水量に、税率(310ユーロ/1,000m<sup>3</sup>)を掛け合わせることで財務影響を試算しました。

## 指標と目標

### グループ目標

- 2030年までに、水使用量の原単位をグローバル平均3.2m<sup>3</sup>/kl以下\*1、優先流域の主要な生産拠点\*2では平均2.7m<sup>3</sup>/kl以下にする
- 2030年までに、水リスクの高い地域\*3にある生産拠点100%で、流域の各課題\*4改善に貢献する取り組みを実施する

\*1 対象会社：アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、Asahi Europe and International Ltd.、Asahi Beverages Pty Ltd.、Asahi Holdings Southeast Asia Sdn. Bhd.

\*2 優先流域の生産拠点は水リスク評価ツール(Aqueduct, Water Risk Filter, Integrated Biodiversity Assessment Tool (IBAT))の結果および各生産拠点で行っている水リスク詳細調査に基づき選定(対象：9生産拠点)

対象会社：Asahi Europe and International Ltd.、Asahi Beverages Pty Ltd.、Asahi Holdings Southeast Asia Sdn. Bhd.

\*3 水リスクの高い地域とは水量、水質、Water, Sanitation and Hygiene(WASH)などに関するリスクのある流域または世界的に認知されている流域。例えばCEO Water Mandate priority basinsを加味し、選定(対象：7生産拠点)

\*4 流域課題は、水量、水質、Water, Sanitation and Hygiene(WASH)などに関するリスクを含む各流域固有の課題

#### 関連情報

▶ 指標と目標/2024年実績

## 持続可能な水資源

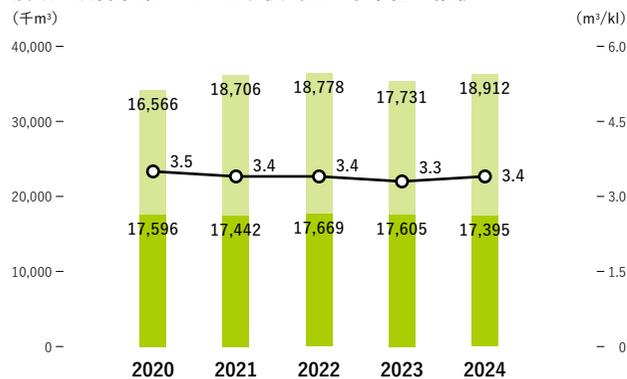
### マネジメント

### 実績

#### ■ 水使用量・原単位

アサヒグループにおける2024年水使用量・原単位実績は、日本、欧州、オセアニア、東南アジアの事業会社の範囲で算出しました。なお、当社グループでは2018年から水使用量と排水量について第三者検証を受けた結果を開示しています。

#### 酒類・飲料事業における水使用量・原単位の推移



(左軸) ■ 日本水使用量 ■ 海外水使用量  
(右軸) ● 水使用量原単位：製造量(kl)当たり

\* 2021年からオセアニア実績にCarlton & United Breweries Pty. Ltd.実績が追加

集計範囲の詳細は [こちら](#)

#### 国別 水使用量

国名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
日本	20,584	20,227	20,521	20,437	19,995
豪州	2,318	4,315	4,527	4,601	4,536
ニュージーランド	294	273	309	291	239
英国	126	152	157	167	139
イタリア	1,889	2,062	2,070	2,058	1,999
オランダ	937	923	932	958	909
ポーランド*	3,779	3,560	3,550	3,386	3,303
チェコ	3,033	2,961	3,081	3,007	3,046
スロバキア	397	374	412	387	394
ハンガリー	634	685	653	626	664
ルーマニア	1,979	1,977	1,853	1,863	1,881
マレーシア	1,477	1,886	1,716	1,872	1,670
インドネシア	197	206	193	159	133
ベトナム	30	—	—	—	—
ミャンマー	—	—	—	—	—
合計	37,673	39,602	39,975	39,813	32,339

集計範囲の詳細は [こちら](#)

#### 水源別 取水量

国・地域	取水源	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
日本	上水・水道水・工業用水	10,693	10,327	10,521	10,196	10,149
	河川水	2,307	2,413	2,426	2,477	2,475
	地下水	7,584	7,486	7,572	7,762	7,370
	合計	20,584	20,227	20,521	20,437	19,995
オセアニア	上水・水道水・工業用水	2,160	4,056	4,281	4,385	4,246
	河川水	0	88	109	108	0
	地下水	452	443	446	399	519
	合計	3,012	4,587	4,836	4,892	4,765
欧州	上水・水道水・工業用水	7,177	6,882	7,020	6,754	6,850
	河川水	0	0	0	0	0
	地下水	5,596	5,813	5,689	5,694	5,475
	合計	12,773	12,695	12,709	12,448	12,325
東南アジア	上水・水道水・工業用水	795	1,156	951	1,086	852
	河川水	0	0	0	0	0
	地下水	909	936	947	945	939
	合計	1,704	2,092	1,898	2,031	1,791
取水源ごとの合計値	上水・水道水・工業用水	20,825	22,422	22,773	22,429	22,098
	河川水	2,307	2,501	2,535	2,585	2,475
	地下水	14,542	14,679	14,654	14,779	14,303
	総合計	37,673	39,602	39,975	39,813	32,339

集計範囲の詳細は [こちら](#)

## 持続可能な水資源

### マネジメント

#### 排出量

##### 国別 排水量

(千m<sup>3</sup>)

国名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
日本	15,312	14,873	15,059	14,946	14,647
豪州	1,133	2,106	2,240	2,282	2,344
ニュージーランド	165	151	148	202	157
英国	77	128	109	126	99
イタリア	1,140	1,198	1,185	1,245	1,173
オランダ	651	639	632	687	659
ポーランド	2,229	2,085	2,144	2,106	1,958
チェコ	1,852	1,775	1,741	1,678	1,726
スロバキア	215	188	243	258	241
ハンガリー	412	443	424	405	420
ルーマニア	1,195	1,239	1,076	1,064	1,140
マレーシア	557	539	384	337	413
インドネシア	154	172	175	122	101
ベトナム	18	—	—	—	—
ミャンマー	—	—	—	—	—
合計	25,111	25,536	25,560	25,459	25,077

集計範囲の詳細は [こちら](#)

##### 排出先別 排水量

(千m<sup>3</sup>)

国・地域	排出先	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
日本	下水道	6,975	6,582	6,683	6,418	6,413
	海域	521	381	378	139	131
	河川	7,816	7,910	7,998	8,390	8,103
	その他(灌漑など)	0	0	0	0	0
オセアニア	下水道	1,289	2,233	2,388	2,062	2,305
	海域	0	0	0	0	0
	河川	0	0	0	0	0
欧州	下水道	7,286	7,355	7,260	7,123	7,026
	海域	0	0	0	18	0
	河川	485	339	294	429	389
東南アジア	下水道	0	539	189	157	133
	海域	0	0	0	0	0
	河川	713	156	366	296	374
	その他(灌漑など)	17	16	4	7	8
排出先ごと の合計	下水道	15,550	16,709	16,520	15,760	15,878
	海域	521	381	378	156	131
	河川	9,013	8,405	8,658	9,114	8,865
合計	その他(灌漑など)	27	41	4	428	203
合計		25,111	25,536	25,560	25,459	25,077

集計範囲の詳細は [こちら](#)

##### 排水水質

(t)

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
BOD	294.6	354.3	369.7	330.1	226.0
COD	92.3	132.2	138.5	114.6	98.4

\* 集計範囲：日本の事業会社  
\* 集計期間：各年1-12月

#### 第三者保証

関連情報

[第三者保証](#)

# 持続可能な水資源

## 取り組み

アサヒグループは、人と自然のための健全な水環境の実現に向けて、「水使用量の削減」「水リスクが大きい流域における課題改善への貢献」という目標を掲げ、取り組みを行っています。

## 水使用量の削減

### 取り組み概要

「アサヒグループ環境ビジョン2050」の取り組みテーマの一つである「持続可能な水資源」の達成に向け、グループ全体の水管理計画を策定し、水使用量の削減に向けて活動しています。

アサヒグループの全ての主要生産拠点において、容器洗浄に使用した水を、汚れ具合に応じて他工程でも多段的に使用するカスケード利用を導入するなど、利用の効率性向上を追求しています。また、取水・排水においては環境への負荷をできる限り小さくできるよう適切な対応・管理に努めています。自社の操業範囲にとどまらず、事業活動を通してサプライチェーン全体における水資源管理など、持続可能な水資源保全に積極的に取り組んでいます。

### 水使用量削減に向けた具体的な取り組み

#### アサヒビール(株)の取り組み

日本のアサヒビール(株)では、工場のタンク・配管などを洗浄・殺菌する水の使用量削減や、工程からの回収水・膜処理水の有効利用に取り組むことで、水の使用効率を高め、水使用量の削減を進めています。



水処理設備(名古屋工場)

#### Birra Peroni S.r.l.の取り組み

Birra Peroni S.r.l.(イタリア)では、ビールの製造工程で使用した水の汚れ具合を計測する装置を導入してカスケード利用を拡大し、水の再利用に積極的に取り組んでいます。

### Yatala工場の取り組み

Asahi Beverages Pty Ltd.のYatala工場の水リサイクル施設では、高品質な再生水を生産しています。この再生水を蒸気発電機や製造タンクの洗浄、加熱殺菌用の蒸気など製造のさまざまな場面(製品に触れる工程を除く)で活用することで、貴重な資源である水の取水量を削減しています。また、製造製品を切り替える際の洗浄などの主要工程の最適化や、ライン・配管の洗浄間隔の最適化などにより、使用する水の量も削減しています。

これらの取り組みによりYatala工場は当社グループの工場の中でも高い水使用効率を実現しており、商品1hlを製造するための水使用量は平均2hlとなっています。

## 持続可能な水資源

### 取り組み

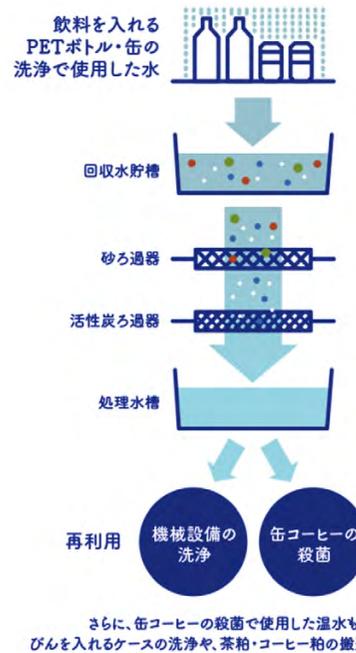
#### アサヒ飲料(株)の取り組み

日本のアサヒ飲料(株)の各工場では、貴重な水を無駄にしないためにさまざまな取り組みを行っています。

缶やPETボトルなどの容器を殺菌・洗浄するために使用した水をきれいにして、別の用途で再利用しています。

PETボトルやキャップの洗浄に使用する「エアインダクションノズル」の形や水を出すスピードを工夫することで、使用する水の量を減らしながら高い洗浄力を実現しています。

これらの工夫をする前と比べ、水の使用量を70%減らすことができました。



エアインダクションノズル



節水設備

## 水リスクのある生産拠点流域における課題改善への貢献

当社グループは、持続可能な水資源の実現のためには、流域での水課題を改善することが不可欠であると考え、「2030年までに水リスクの高い地域にある生産拠点100%で、流域の各課題改善に貢献する取り組みを実施する」という目標を掲げています。水の課題は地域ごとに異なるため、各生産拠点・流域の水リスク調査を実施して流域の課題を把握し、改善のための取り組みを進めています。

### 生産拠点・流域における水リスク調査

当社グループの生産拠点・流域の水リスク評価は、世界資源研究所(WRI)、世界自然保護基金(WWF)が提供している水リスクを示した世界地図・情報「WRI Aqueduct」「WWF Water Risk Filter」や、生物多様性のリスクを評価する「Integrated Biodiversity Assessment Tool(IBAT)」を活用し、水量、水質、Water, Sanitation and Hygiene(WASH)などに関するリスクのある流域を特定した上で、各生産拠点における詳細な水リスク調査を実施して評価しています。

併せて、世界的に認知されている流域(例えばCEO Water Mandate priority basins)を加味した結果、7生産拠点を水リスクの高い地域にある生産拠点と特定しました。特定した7拠点では、ほかの組織との協働や、2030年までに各流域の課題改善に貢献するための取り組み(Water Stewardship)を進めていきます。

## 持続可能な水資源

### 取り組み

また、今後も生産拠点や原料調達元について、定期的に水リスク評価ツールを活用した水リスク調査、各生産拠点の詳細なリスクについての調査を実施していきます。そして、新しく水リスクが高い生産拠点が判明した場合は、そのリスク内容や社会状況に応じて適切な対策を講じていきます。

## 水資源保全

### 「アサヒの森」における水資源保全

アサヒグループは、社有林「アサヒの森」(広島県)における適切な森林管理により、水涵養による水資源の保全に貢献しています。現在その水涵養量は、日本のビール工場で使用する水以上の量となっています。多様なステークホルダーとともに「アサヒの森」の豊かな生物多様性を維持し、これからも地域に貢献していきます。

当社グループでは、「アサヒの森」の地下水になる水の量(=水涵養量)を、森の多面的機能を考慮に入れて「地下水として安定的に供給され、地域の人や動植物が活用できる水の量」として新たに定義し、専門家の意見も踏まえた上で、定義に基づく水涵養量を検証しました。その後管理面積を拡大させ、2021年からの「アサヒの森」の水涵養量は、「1,101万m<sup>3</sup>」となっています。

2023年の日本国内ビール工場の水使用量は「約954万m<sup>3</sup>/年」となり、現在100%以上の水使用量相当を「アサヒの森」で地域に還元できていることになりました。この結果に満足することなく、今後さらに工場での水使用の効率化を推進するとともに、「アサヒの森」の水涵養を継続することで持続可能な水資源の確保に取り組みます。

## 地域連携(公的・民間組織)

### オランダにおける流域連携

Koninklijke Grolsch N.V.(オランダ)は、水不足の影響を受けやすいエリアに位置しています。そのため、水資源の保護や醸造工程における効率的な利用、処理済みの排水再利用の可能性に関する調査に積極的に取り組んでいます。

そこで、最も重要なテーマとして、「水使用量の削減」「地域連携」「醸造所の排水浄化と再利用」を掲げ、持続可能な水管理を推進しています。特に、「De Twentse Golf」という安全な水の供給を目指す共同事業を通じて、自治体の水道事業者や地域の水管理事務所、他の団体とともにTwente地方の水不足解決に取り組んでいます。

「De Twentse Golf」は、産官学、水処理技術企業、金融機関などからすでに500人以上が参加している官民共同の取り組みです。この取り組みの目標は、Twente地方の水不足を解決することです。2030年までにTwente地方の水不足を解決するために、モニタリング、学習の共有、水の供給と需要の調整、さらなるソリューションとイノベーションの開発を行い、それらをテスト・導入しています。

Koninklijke Grolsch N.V.では、「水使用量の削減」と「醸造所の排水浄化と再利用」の具体的な取り組みとして、近い将来、醸造工程での排水(飲料水の水質)を浄化し、それを別の工程の水(すすぎ水)として再利用するシステムの導入を検討します。この取り組みにより、醸造工程での水使用量を大幅に削減することが可能となり、Twente地方の水不足解消にも寄与する予定です。



# 自然資本・生物多様性

## マネジメント

### 考え方

地球が誕生して以来、長い時間をかけて人間も含めたさまざまな生物が生まれ、つながりあって生きてきました。これら生態系が存在するためには、健全な自然が土台として必要であり、多様な生態系(生物多様性)がもたらす恵み(生態系サービス)によって、命や暮らし、そしてアサヒグループの事業は支えられています。しかし、現在、人為的な自然破壊や気候変動の進行などにより、この土台となる自然の劣化が進み、生物多様性の損失や生態系サービスの減少が世界共通の喫緊の課題となっています。当社グループの事業はほかの社会・経済活動同様、健全な自然から享受する自然の恵み(生態系サービス)に依存しており、自然・生物多様性劣化のさらなる進行は、持続可能な農産物原料の調達、水資源の確保などに大きな影響を与える可能性があります。一方で、当社グループが事業活動を継続することで、GHG排出や農産物原料生産、製造過程での水消費・排水、海洋へのプラスチック廃棄物流出といった点で、自然に及ぼす影響が存在することも重く捉えています。

将来にわたり、生物多様性の恵みを享受していくためには、社会を構成する私たちが連携して自然と生物多様性を守り、その恵みを使い尽くすことのないよう持続可能な利用をしていかなければなりません。事業者も社会の一員として、重要な役割を担っていく必要があります。

一方で、農産物原料の持続的な生産や、水資源の利用効率化、GHG排出量の削減、容器包装の3R(リデュース・リサイクル・リユース)・代替素材への切り替えは、自然の保全に寄与するとともに、

調達安定化、コスト削減、規制抵触リスクの回避など、事業へのマイナスのインパクトの回避につながります。また、自社技術を活用した低負荷農法の開発を進め、当社グループのサプライチェーン以外にも技術を展開することで、より広範に自然保全へ貢献するとともに、新たな事業機会を生み出すことができると考えています。

「自然の恵み」を享受して事業を行う当社グループは、グループ理念「Asahi Group Philosophy」で謳っている「期待を超えるおいしさ、楽しい生活文化の創造」のために、「自然の恵み」を育む地球環境を次世代に引き継ぐ責任があります。当社グループは、事業による環境負荷を減らし、循環を通して地球環境への価値を最大化することを目指しています。その一歩として、TCFD・TNFD\*のフレームワークを活用し、事業活動がどのように自然に依存し、影響を及ぼすかの現状評価を行い、リスク・機会の特定と戦略策定に向けて取り組んでいます。また、これらの分析結果を用いて、「気候変動」「容器包装」「農産物原料」「水資源」の取り組みを強化、優先順位付けを行い、それぞれのありたい姿の実現を目指します。これにより事業と関連の深い生態系サービスの減少を回避・軽減し、ひいては生物多様性の保全・回復に貢献します。ありたい姿の実現には、当社グループだけではなく、多様なステークホルダーとの共創が必要不可欠です。例えば、森林非破壊宣言に基づき、森林開発を伴わない農産物原料調達を推進するなど、サプライヤーの皆さまとの共創を通じ、サプライチェーン全体を通して自然と生物多様性の保全に貢献していきます。

また、日本国内では「生物多様性のための30by30アライアンス」に参画し、バリューチェーン内の活動に加え、バリューチェーン外の自然・生物多様性保全活動を進めていきます。

\* TNFD: 自然関連財務情報開示タスクフォース(Taskforce on Nature-related Financial Disclosures)。自然資本および生物多様性に関するリスクや機会を適切に評価し、開示するためのフレームワークを構築する国際イニシアチブ

### リスクと機会

#### リスク

- 生態系悪化に伴う農産物原料、原料としての水確保不安定化
- 事業活動継続に伴う生態系悪化
- 環境規制導入による対応負担増大

#### 機会

- 持続可能な農産物原料、持続可能な水資源による自然保全への貢献
- 当社グループの技術を活用した低負荷農法の展開による生態系への貢献

## 自然資本・生物多様性

### マネジメント

### 方針

アサヒグループは、生物多様性保全活動の基盤となる考え方や方針をまとめ、日本国内酒類業界では初となる「生物多様性宣言」を2010年3月に策定・公表しました。

#### アサヒグループ 生物多様性宣言～自然の恵みを守ろう～

地球上のさまざまな生きものは、それぞれが役割をにない、バランスを保ちつつ、相互につながって生きています。きれいな空気や水、おいしい食べ物や飲み物、私たちが日々生きていくために必要なすべてのものは、さまざまな生きものたちが与えてくれる自然の恵みです。

水や穀物など、自然の恵みを用いて事業活動を行う私たちアサヒグループは、生物多様性を尊重し、より豊かな自然の恵みを守り、育み、次の世代へ伝えていきます。

#### アサヒグループ

##### 生物多様性宣言に係る3つの基本方針と9つの行動指針\*

1. 生きものたちのすむ自然を守ります。
  1. 生きものがすむ、豊かな川や海を守ります。
  2. 生きものがすむ、豊かな森を守り、育てます。
  3. 生きものがすむ、豊かな環境を工場周辺でつくります。

2. 自然の恵みを大切に活かします。
  1. 自然の恵みを正しく利用します。
  2. 自然の恵みを、より有効に利用します。
  3. 自然のつながりを学び、生かす研究開発をすすめます。
3. 世界中の人々と一緒に取り組みます。
  1. この宣言をグループ全体で共有し、社員とともに取り組みます。
  2. 商品やサービスを通じて、自然の恵みの大切さをわかりやすく伝えます。
  3. ビジネスパートナーなどと協力し、グローバルに活動します。

\* 一般社団法人日本経済団体連合会(経団連)生物多様性宣言を参考に、アサヒグループ独自の生物多様性宣言を策定しました。

### ガバナンス

#### 関連情報

▶ [ガバナンス\(環境\)](#)

### リスク管理

自然資本・生物多様性に関するリスクについては、ERM体制下において、アサヒグループホールディングス(株)のSustainability部門が管理すべきリスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

### 戦略

アサヒグループは、事業活動が生物多様性に与える影響を認識してその保全に配慮した事業活動をするべく、さまざまな取り組みを推進しています。また、国際的な議論においても、「自然」が気候変動と統合的に考慮が必要で重要な環境課題であると認識されている中、当社グループはTNFDのフレームワークを用いて、気候変動と統合したアプローチを進めていきます。

#### TNFD提言への取り組み

当社グループは、2022年4月、TNFDフォーラムに加入しました。その後、自然に関するリスクと機会を管理・開示するフレームワークに則った分析を開始しました。

当社グループはTCFD提言にも賛同しており、気候変動と自然劣化を統合した視点で分析し、対応策を講じることで、投資家との対話を進め、社会の持続性と企業価値の向上につなげていきます。

当社グループのTNFDへの取り組みの詳細は [▶こちらをご覧ください](#)

### 指標と目標

TNFDのフレームワークに沿った分析、対応策のさらなる具体化を進め、「アサヒグループ環境ビジョン2050」の4つの柱である「気候変動」「容器包装」「農産物原料」「水資源」の取り組みを通じて自然の保全・回復に取り組んでいきます。

# 自然資本・生物多様性

## 取り組み

### 生物多様性保全

#### 「アサヒの森」における生物多様性保全

アサヒグループの社有林「アサヒの森」は、広島県庄原市と三次市の大小十数カ所に点在する、総面積が2,000ha超の森林です。「アサヒの森」では、生物多様性宣言の実行に向けて3つの方針と10の取り組みから成る「生物多様性の保全基本方針」を策定し、活動の指針としています。また、「アサヒの森」は全山が森林法に基づく「水源涵養保安林」の指定区域となっているほか、一部が「ブナ林自然環境保全地域」「神之瀬峡(かんのせきょう)県立自然公園」などの指定を受けています。

2022年、アサヒグループホールディングス(株)は、2030年までに陸と海の30%の保全を目指す国際的な目標である「30by30目標」の日本国内達成に向け、各種施策を実効的に進めていくための有志連合として設立された「生物多様性のための30by30アライアンス」に参画しました。

2023年10月、民間企業の取り組みなどによって生物多様性の保全が図られている区域を「自然共生サイト」として認定する環境省の実証事業において、「アサヒの森」の15の山の一つである甲野村山(こうのむらやま)が、令和5年度「自然共生サイト」に認定されました。2024年8月には、「自然共生サイト」として認定された区域は、OECM\*として国際データベースに登録され、環境省が主催する「生物多様性のための30by30アライアンス」が取り組む「30by30目標」の達成に貢献することとなります。

\* OECM: Other Effective area-based Conservation Measuresの略。保護地域以外で生物多様性保全に資する地域。民間企業などの取り組みにより保全が図られている地域や、保全を目的としない管理が結果として自然環境を守ることに貢献している地域



# 廃棄物削減と汚染の防止

## マネジメント

### 考え方

世界的な人口増加や経済成長に伴う大量生産・大量消費型の経済構造により、資源消費が加速しつつあります。この状態が続けば、天然資源の枯渇や廃棄物の増加による環境汚染など、資源利用が危機的状態に陥るため、資源の有効利用や廃棄物の排出量削減はあらゆる産業分野において喫緊の課題です。

アサヒグループ製品の製造工程でもさまざまな廃棄物や副産物が発生しており、資源の有効利用や廃棄物の排出量削減、汚染の防止は優先すべき取り組みとして認識しています。

当社グループは、事業による環境負荷を減らし、循環を通じた地球環境への価値を最大化することを目指しています。私たちは、資源の有効利用や廃棄物の排出量削減などの取り組みを推進することで、廃棄物処理にかかるコストを削減し、汚染をはじめとする環境負荷低減、食品ロス削減に寄与します。さらに、「持続可能な農産物原料」での戦略・取り組みと連携し、自社技術の開発推進と積極的な展開を通じて、副産物の活用と環境負荷低減を図り、農業の持続可能性を高めることによって自然・生物多様性の保全および世界の食糧問題の解決に寄与します。

### リスクと機会

#### リスク

- 事業活動を通じて発生する廃棄物の不適切な処理に伴う汚染発生

#### 機会

- 当社グループの独自素材・技術を活用した環境負荷低減
- 当社グループの独自素材・技術を活用した食品ロス削減
- 当社グループの独自素材・技術を活用した商品による売上拡大

### ガバナンス

#### 関連情報

- ▶ [ガバナンス\(環境\)](#)

### リスク管理

廃棄物や汚染に関するリスクについては、各環境関連法規の遵守を前提として、ISO 14001などの環境マネジメントシステムに則りリスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

### 戦略

アサヒグループは、廃棄物の排出量削減に向けて、廃棄物・副産物の再資源化を推進するとともに、長年の研究で培った有用な微生物活用技術や発酵技術の力で、副産物の高付加価値化について研究機関と共同開発に取り組み、農業生産者とともに高付加価値化した副産物の使用を進めるなど、幅広いステークホルダーの皆さまと協働してさまざまな取り組みを推進しています。また、生産拠点・オフィスの廃棄物削減の取り組みには、従業員も積極的に参加しているほか、行政とも協働して廃棄物の削減に努めています。

### 指標と目標

アサヒグループでは、これまでに培ったさまざまな技術や知見を活用し副産物の新しい利用に関する研究を進め、当社グループ独自の強みを活かした環境価値を創出する取り組みを事業として拡大します。また、廃棄物の3R(リデュース、リユース、リサイクル)をさらに進め、汚染防止の取り組みを推進するとともに、2030年までにグループの全生産拠点における埋立廃棄ゼロを目標としています。日本、マレーシア\*においては副産物・廃棄物の再資源化率100%を達成しているため、今後も副産物・廃棄物再資源化率100%の継続を目標としています。

\* 日本とマレーシアの生産拠点および当社グループ本社ビル

# 廃棄物削減と汚染の防止

## マネジメント

### グループ目標

・2030年までに、自社生産拠点の埋立廃棄ゼロを達成する

関連情報

▶ 指標と目標 / 2024年実績

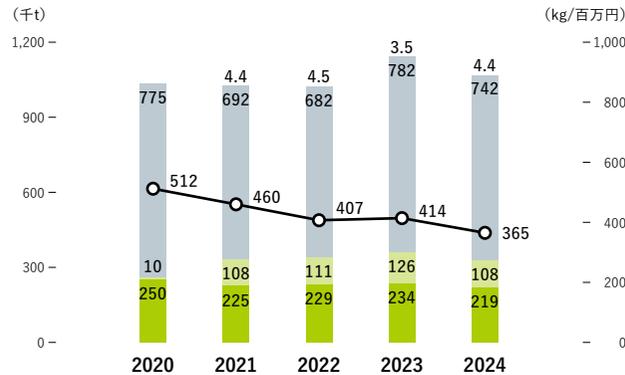
### 実績

#### 廃棄物の削減

##### 廃棄物発生量

アサヒグループにおける2024年の副産物・廃棄物発生量実績は、日本、欧州、オセアニア、東南アジアの事業会社の範囲で算出しました。

#### 事業別 副産物・廃棄物発生量・原単位の推移



(左軸) 副産物・廃棄物発生量：  
 ■ 日本 ■ オセアニア ■ 欧州 ■ 東南アジア  
 (右軸) ○ 副産物・廃棄物発生量原単位

\* 売上収益当たり  
 \* 副産物・廃棄物発生量の地域別開示は、2021年より、オセアニア、欧州および東南アジアが範囲です。  
 \* 2021年よりオセアニアの実績にCarlton & United Breweries Pty Ltd.の実績を追加

集計範囲の詳細は [こちら](#)

#### 地域別 副産物・廃棄物発生量および再資源化量

国・地域	内容	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
日本	廃棄物発生量	250	225	229	234	219
	再資源化量	250	225	229	234	219
	再資源化率(%)	100	100	100	100	100
	埋立廃棄率(%)	—	—	0	0	0
オセアニア	廃棄物発生量	10	108	111	126	108
	再資源化量	9	106	109	118	105
	再資源化率(%)	90	98	98	94	97
	埋立廃棄率(%)	—	—	2	6	3
欧州	廃棄物発生量	775	692	682	782	742
	再資源化量	757	679	674	777	734
	再資源化率(%)	98	98	99	99	99
	埋立廃棄率(%)	—	—	1	1	1
東南アジア	廃棄物発生量	—	4.4	4.5	3.5	4.4
	再資源化量	—	1.4	2.4	3.2	4.4
	再資源化率(%)	—	32	53	91	100
	埋立廃棄率(%)	—	—	47	9	0
全体	廃棄物発生量	—	1,030	1,026	1,145	1,073
	再資源化量	—	1,012	1,014	1,133	1,062
	再資源化率(%)	—	98	98	99	99
	埋立廃棄率(%)	—	—	2	1	1

集計範囲の詳細は [こちら](#)

## 廃棄物削減と汚染の防止

### マネジメント

#### ■ 環境汚染の防止

##### 大気汚染物質の低減

アサヒグループは、大気汚染物質であるNOx(窒素酸化物)やSOx(硫黄酸化物)の排出量低減に取り組んでいます。

#### NOx、SOx排出量

(t)

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
NOx	179	177	177	245	228
SOx	13	8	8	5	1

集計範囲の詳細は [👉こちら](#)

# 廃棄物削減と汚染の防止

## 取り組み

### 廃棄物削減の取り組み

#### 有機肥料製品への再利用による汚泥廃棄物の削減

Etika Dairies Sdn. Bhd. および Etika Beverages Sdn. Bhd. (マレーシア)は、廃棄物処理業者と協力して、工場から排出される廃水汚泥や飲料商品などの有機性廃棄物を肥料に、また無機性廃棄物を有機肥料製品に再利用する取り組みを進めています。この取り組みにより、埋立廃棄ゼロを達成し、環境負荷低減に寄与しています。

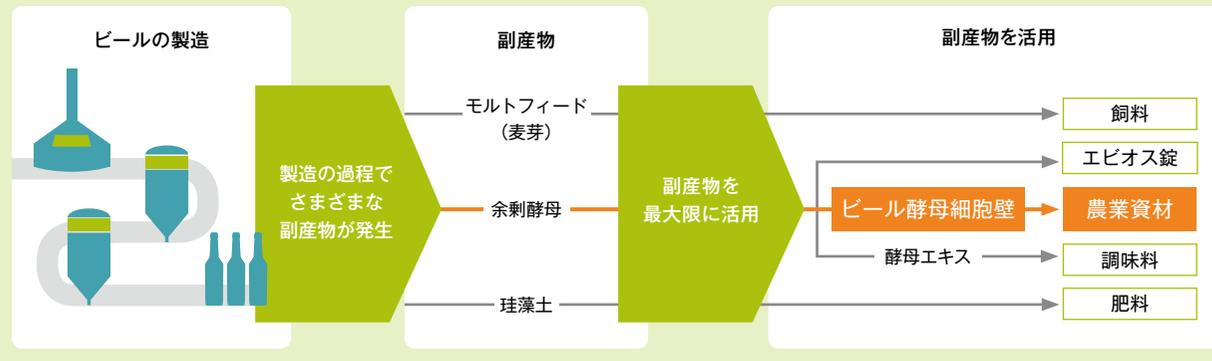
### 副産物再資源化(発酵技術の活用)

#### ビール酵母細胞壁の活用

アサヒグループでは、ビール製造の副産物である「ビール酵母細胞壁」が持つ植物の免疫力を引き上げる力に着目し、新たな農業資材の開発を2004年から進めてきました。ビール酵母は、これまで『エビオス錠』の原料などとして活用していましたが、水に溶けない「ビール酵母細胞壁」の部分は、植物に吸収させることができないため、これまでほとんど有効活用できていませんでした。

約10年の研究の結果、当社グループの独自技術で「ビール酵母細胞壁」を加工処理することにより、植物への吸収性を高める農業資材(肥料原料)の開発に成功。農薬の使用量低減と、農産物の収穫量の増加を両立できる農業資材ができました。この農業資材は、農薬や化学肥料の使用量抑制が期待できます。

### ビール製造過程における副産物を最大限に活用



現在、この農業資材は、「バイオのチカラで未来を創る。」をビジョンとして掲げるアサヒバイオサイクル(株)で販売。米などの穀物や野菜・果物の農地、ゴルフ場、阪神甲子園球場をはじめとする野球場など天然芝のスポーツ施設や公園などで活用されています。



通常栽培のイネ(左)と「ビール酵母細胞壁」を活用した農業資材を使用したイネ(右)

### 微生物の活用

#### 動物用プロバイオティクスの活用

アサヒバイオサイクル(株)が製造・販売する『カルスポリン』(バチルス サブチルスC-3102株)は、動物の腸内菌叢を最適化する畜産用プロバイオティクス(生菌剤)で、飼料効率向上、家畜の増体などの効果があります。『カルスポリン』は現在世界60カ国以上で許認可を取得しており、同社による推計では、世界の配合飼料用穀物(大豆、トウモロコシ、小麦など)を、2024年の一年間で約65万t節約することができました。これは、2024年の日本国内の米の生産量6,790,000tの約10%に相当します。節約できた穀物が人間の食糧に回ることで、世界の食糧問題解決の一助となります。



# グリーンボンド

アサヒグループは、国内市場において公募形式によるグリーンボンド(第14回無担保社債)を2020年10月に発行し、公募形式によるグリーンボンド(第20回無担保社債)を2023年3月に発行しました。これらのグリーンボンドの発行により、事業成長とともに持続可能な社会の実現に向けた取り組みをより一層加速させていきます。

関連情報

[Web](#) グリーンボンド

## 第20回無担保社債

当該グリーンボンドの発行により調達する資金は、2029年に操業開始を予定している「アサヒビール鳥栖工場」における設備投資や使用するエネルギーの再生可能エネルギー化の推進、CO<sub>2</sub>回収への取り組み、およびグループ全体でのリサイクルPETやバイオマスプラスチックの調達、再生可能エネルギー電力の購入に充当します。

### グリーンボンド概要

発行体	アサヒグループホールディングス(株)
発行年限	5年
発行額	250億円
発行日	2023年3月8日
資金使途	<ul style="list-style-type: none"> <li>「アサヒビール鳥栖工場」における設備投資や使用するエネルギーの再生可能エネルギー化の推進、CO<sub>2</sub>回収への取り組み</li> <li>リサイクルPETの調達、バイオマスプラスチックの調達</li> <li>再生可能エネルギー電力の購入</li> </ul>
主幹証券会社	野村證券(株)、大和証券(株)、SMBC日興証券(株)、みずほ証券(株)
グリーンボンド・ストラクチャリング・エージェント*	野村證券(株)

\* グリーンボンドのフレームワークの策定およびセカンドパーティ・オピニオン取得の助言などを通じて、グリーンボンドの発行支援を行う者

### 投資表明投資家一覧(五十音順)

- 愛知北農業協同組合
- 愛知西農業協同組合
- アセットマネジメントOne(株)
- (株)阿波銀行
- 石川県信用農業協同組合連合会
- 茨城県信用組合
- 蒲郡信用金庫
- (株)小糸製作所

- (株)西京銀行
- さわか信用金庫
- 学校法人 実践女子学園
- 諏訪信用金庫
- 瀬戸信用金庫
- ソニー損害保険(株)
- 第一フロンティア生命保険(株)
- (株)筑邦銀行
- 銚子商工信用組合
- (株)東邦銀行
- ニッセイアセットマネジメント(株)
- (株)八十二銀行
- (株)東日本銀行
- 碧海信用金庫
- (株)北洋銀行
- (株)北陸銀行
- 三井住友海上火災保険(株)
- 三井ダイレクト損害保険(株)
- 三菱UFJ信託銀行(株)
- (株)武蔵野銀行
- 明治安田アセットマネジメント(株)
- 杜の都信用金庫
- (株)山口銀行

## グリーンボンド

### グリーンボンド適格性に関する第三者評価

アサヒグループは、「グリーンボンド原則2021」および「グリーンボンドガイドライン2022年版」への適合性および透明性の確保ならびに投資家への訴求力向上のため、第三者評価として、(株)日本格付研究所よりセカンドパーティ・オピニオンを取得しました。

関連情報

[Web](#) セカンドパーティ・オピニオン

### フレームワーク

当社グループは、グリーンボンドの発行にあたり、国際資本市場協会(ICMA)による「グリーンボンド原則2021」および環境省「グリーンボンドガイドライン2022年版」に定められている4つの要素(1. 調達資金の使途、2. プロジェクトの評価と選定のプロセス、3. 調達資金の管理、4. レポーティング)に関する方針を記載したグリーンボンドフレームワークを策定しました。

調達資金の使途	<ol style="list-style-type: none"> <li>アサヒビール鳥栖工場建設(「アサヒカーボンゼロ」の取り組み):「アサヒビール鳥栖工場」における設備投資、再生可能エネルギー使用の推進、CO<sub>2</sub>回収への取り組み</li> <li>リサイクルPETの調達、バイオマスプラスチックの調達(持続可能な容器包装に関する取り組み):ガイドラインに沿った、または認証を取得した原材料調達</li> <li>再生可能エネルギーの購入(「アサヒカーボンゼロ」の取り組み):日本国内外の事業会社における再生可能エネルギー電力の購入</li> </ol>
プロジェクトの評価と選定のプロセス	グリーンボンドの調達資金が充当されるプロジェクトは、グローバルサステナビリティ委員会において決定されたアサヒグループのサステナビリティ戦略に基づき、経営戦略会議*またはグループ各社の経営会議で評価、選定します。
調達資金の管理	グリーンボンドによる調達資金は、アサヒグループホールディングス(株)Finance(以下、Finance)により管理されます。Financeはグリーンボンドの残高がある限り、内部管理システムを用いて四半期ごとに資金の追跡・管理を行います。調達資金の全額が充当されるまでの間は現金または現金同等物にて管理します。
レポーティング	グリーンボンドにより調達した資金の全額充当まで、またはグリーンボンドの発行残高がある限り、年次にてアサヒグループのWebサイトにて、適格事業への資金充当状況について公表します。また、グリーンボンドの発行残高がある限り、適格事業の環境改善効果について、資金充当状況と同様に年次にてアサヒグループのWebサイトにて公表します。

\* 2022年策定当時

関連情報

[Web](#) グリーンボンドフレームワーク

### レポーティング

#### 資金充当レポート

適格事業における2023年3月~2024年9月の支出に対して、25,000百万円を充当しました。

〈内訳〉

- 鳥栖工場建設費用：1,247百万円
- リサイクルPET、バイオマスプラスチックの調達：16,044百万円
- 再生可能エネルギー由来の電力の購入：7,709百万円

#### インパクトレポート

##### 1. アサヒビール鳥栖工場建設

操業予定を2026年から2029年に延期しました。

##### 2. リサイクルPETの調達

リサイクルPET・バイオマスプラスチックなどの素材の使用量 65,334t

##### 3. 再生可能エネルギーの購入

再生可能エネルギー由来の電力購入量 358GWh



## コミュニティ

- 106 人と人とのつながりの創出による  
持続可能なコミュニティの実現
- 106 マネジメント
- 108 取り組み

# 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現

重点テーマ

## マネジメント

### 考え方

経済発展とともに人口の流動化が加速し、世界各地で都市部への一極集中や過疎化などの人口分布の偏りが発生することで、地縁的な「つながり」や共通の価値観を持った「つながり」が希薄化しています。このような「つながり」の希薄化は社会的孤立、治安の悪化、地域愛着度の低下、地域社会の担い手不足などのさまざまな社会課題を生み出し、コミュニティ活力低下の要因の一つになっています。

調達・生産・販売などの事業活動を通じてさまざまなコミュニティに支えられてきたアサヒグループは、改めて「つながり」を見直して進化させることが重要だと考え、マテリアリティ「コミュニティ」の活動スローガンを「RE: CONNECTION」と定めて取り組みを推進しています。

### リスクと機会

#### リスク

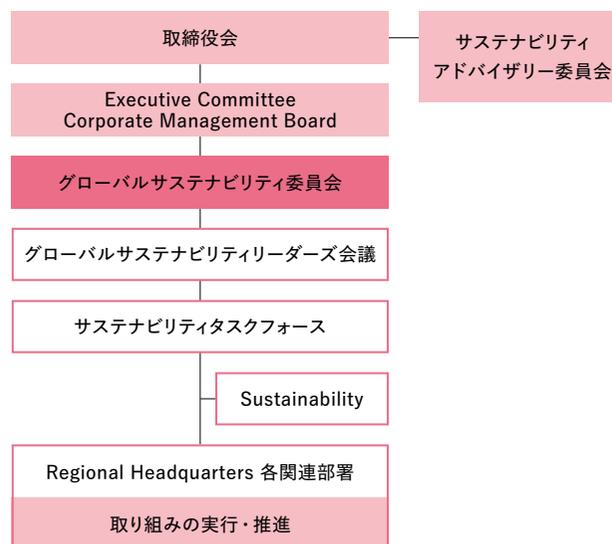
- 事業展開地域や原料産地などの地域コミュニティが脆弱になった場合の、安定操業や安定調達への悪影響

#### 機会

- 重点活動である「持続可能な農産業」に取り組むことによる、農産物生産者のWell-beingの向上、当社グループの安定調達の実現
- 基本活動「従業員が参画するコミュニティ支援活動」に取り組むことによる地域の活性化、当社グループへの信頼の獲得

### ガバナンス

アサヒグループは、サステナビリティの推進体制におけるタスクフォースの一つとしてサステナビリティタスクフォースを設置し、グローバルでの推進体制を構築しています。本タスクフォースではアサヒグループホールディングス(株)と各Regional Headquarters (RHQ)が、施策の協議やベストプラクティスの共有を通じてグループ全体の活動レベルを向上させることを目指しています。



### リスク管理

コミュニティに関するリスクについては、アサヒグループホールディングス(株)のSustainability部門が、各RHQから「持続可能な農産業」の取り組みや従業員が参画するコミュニティ支援活動などの進捗報告を受けるなど、グループ全体の地域社会における活動を管理しています。

### 戦略

アサヒグループは、コミュニティ戦略において、重点活動を「持続可能な農産業」、基本活動を「従業員が参画するコミュニティ支援活動」と定めています。

## 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現

### マネジメント

#### 重点活動「持続可能な農産業」

当社グループは、「自然の恵み」である農産物を活用して商品・サービスを生み出しており、農産業と深い関わりを持っています。その農産業は、雇用創出や特産・伝統の継承など、コミュニティにおいて人の「つながり」を生む場としての大切な役割を果たしてきました。そこで、当社グループの事業、および社会に与えるインパクトが大きいコミュニティとして、事業の根幹を担う農産物原料への取り組みを強化することを決めました。Asahi Global Procurement Pte. Ltd.設立に伴い、今後は「持続可能な農産物原料」の実現への取り組みと連携しながら、持続的な事業成長を目的とした原料の安定調達を目指すとともに、当社グループの独自技術を活用して、農産業を通じた「地域活性化」「環境負荷低減」「人権尊重」などに取り組み、ステークホルダーとの「つながり(共創)」による農産物生産者のWell-being向上に貢献します。

### RE:CONNECTION

#### 重点活動 持続可能な農産業

ステークホルダーとのつながり(共創)と独自技術の活用による農産物生産者のWell-being向上と安定調達の実現

地域活性化

環境負荷低減

人権尊重

#### 基本活動 従業員が参画するコミュニティ支援活動

地域の課題解決に貢献する活動への従業員参画によるコミュニティとのつながりの強化

食

地域環境

災害支援

#### 基本活動「従業員が参画するコミュニティ支援活動」

コミュニティの「つながり」を見直し、進化させるためには、従業員自らが地域の抱える課題を考え、その解決に向け行動することが重要であると考えています。基本活動として、従業員がコミュニティ支援活動に参画することを推進しており、事業と関連性の高い「食」「地域環境」「災害支援」の領域で積極的に活動することで、コミュニティとのつながりを強化することを目指しています。

**食:**当社グループの主要事業領域は酒類・飲料・食品であり、「食」はこれらと密接なつながりがある

**地域環境:**当社グループの商品は「自然の恵み」を享受して事業を展開しており、「地域環境」への配慮は事業継続の要である

**災害支援:**災害が発生した場合、「災害支援」はその地域で事業を展開する企業として当然の行動と考えている

### 指標と目標

アサヒグループは持続可能なコミュニティ活動を推進し、「楽しい生活文化」の実現を目指します。

#### グループ目標

- 基本活動「コミュニティ支援活動」において、グローバル施策「RE:CONNECTION for the EARTH」を実施し、全RHQが参画する

関連情報

[🔗 指標と目標/2024年実績](#)

### 実績

#### 社会貢献支出額

(百万円)

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
合計	1,292	1,207	1,104	1,621	1,828	1,666

\* 集計範囲: アサヒグループホールディングス(株)、アサヒグループジャパン(株)、アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食品(株)

#### 主な実績(2024年)

項目	内容
コミュニティ支援活動への従業員参加人数*1	9,106人(延べ参加人数)
コミュニティ支援活動による寄付*1	計約2,870万円の寄付
フードバンクへの製品寄付*2	計約2億957万円の寄付

\*1 集計範囲: アサヒグループ全体

\*2 集計範囲: アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食品(株)

# 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現

## 取り組み

アサヒグループはコミュニティ戦略において、重点活動を「持続可能な農産業」、基本活動を「従業員が参画するコミュニティ支援活動」と定めています。「持続可能な農産業」では、ステークホルダーとの「つながり(共創)」による農産物生産者のWell-being向上を目標に、当社グループが携わる農産物生産者のWell-being向上に貢献する取り組みを推進します。「従業員が参画するコミュニティ支援活動」では、従業員自らが地域の抱える課題を考え、その解決に向け行動することが重要であるとの考えのもと、従業員の参加を促進する各種制度を設けるとともに、「つながり」を創出するための取り組みを進めています。

## 重点活動「持続可能な農産業」

### ■ ホップ農家支援プロジェクト「FOR HOPS」

Plzeňský Prazdroj, a.s.(チェコ)は、ホップ農家を支援するプロジェクト「FOR HOPS」を2021年に開始しました。チェコは1000年以上の歴史を持つ世界有数のホップ生産国ですが、気候変動の影響で近年収穫量の減少や品質の低下などが生じています。この問題を解決するため、Plzeňský Prazdroj, a.s.のほかソフトウェア企業やアグリテック企業など、さまざまな業界の専門家が協働して生産者が効率的に灌漑できるよう支援し、ホップの生産性向上に取り組んでいます。

プロジェクトではまず、ホップ畑に気象観測所を設置し、ホップ畑の土壌やホップの苗一つひとつにセンサーを取りつけ、降水量・湿度・土壌中の水分といったデータの収集を開始しました。プロジェクトパートナーはこれらのデータをAIによる予測モデルを通して処理・評価する独自のソフトウェアを開発しました。

2023年は、これまでに測定したデータに基づいて灌漑の方法を変更し、参加したパイロット農場の一つで最大40%の収穫量の増加を確認することができました。2024年には28カ所のホップ農場にわたる12名の農家の方を対象にパイロット版のアプリを試用し、ホップに対していつどのくらい灌漑するべきかについて各農場レベルでのアドバイスをしました。このアプリの目的は、農家の方々が気候変動の影響に適応するための支援をすることです。このソリューションは2025年からチェコ共和国の全てのホップ栽培者に提供され、ホップの生産の質と収量を維持することを目指しています。



## 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現

### 取り組み

#### ■ 持続可能な農業を次世代につなぐプログラム

##### 「Campus Peroni」

2018年、Birra Peroni S.r.l.(イタリア)はイタリア国立農業研究・農業経済調査機構(CREA)と協働で、持続可能な大麦のバリューチェーンを構築するための研究拠点「Campus Peroni」を創設しました。このプログラムは、100%イタリア産の麦芽、そして、イタリアが誇るビールの原料のサプライチェーンに携わる「人」の価値を高めることを目標としています。「Campus Peroni」には、Birra Peroni S.r.l.の製麦工場のほか、大学、地域の大麦生産者、企業などが参加しています。この分野を超えた連携が本プログラムの特徴です。

2024年には、700人以上の生産者がアグリテックパートナーと協力して提供された農場管理情報システム(FMIS)および意思



決定支援システム(DSS)を活用し、環境への影響を低減し、気候適応能力を向上させるプログラムに具体的に参加しました。

「品質」「イノベーション」「持続可能性」の3つの柱に基づいて設立された「Campus Peroni」を通じて、生産者、研究者、教育者、学生、そして麦芽生産者が協力して技術革新をもたらし、より持続可能な農業方法を促進しています。

#### ■ Allpressの戦略的パートナーシップを通じた

##### コーヒー生産者の支援

Allpress Espresso International Limitedは、世界中のコーヒー生産者との戦略的パートナーシップを通じて、持続可能性へのコミットメントを提示しています。コロンビアでは、Racaféおよびベスカドール地域の地元農家と協力し、乾燥工程の課題に対処しながら教育を提供することでコーヒーの品質向上を図り、農家と会社の双方に利益をもたらしています。パプアニューギニアでは、Kongo Coffee Limitedから高品質なコーヒーを調達しており、この独立したコミュニティ重視の運営は地元農家を支援し、地域の絆を強化しています。同様に、グアテマラではUnex Guatemala S.A.と提携し、ファーム・エイド・プログラムに貢献しています。



このプログラムを通じてトレーニング、医療支援、次世代のコーヒー農家への投資を行い、業界の長期的な持続可能性を確保しています。これらの協力関係は、持続可能な農業の促進とコミュニティの自立支援に対するAllpressの献身を反映しています。



#### ■ 副産物を活用した農業支援

アサヒバイオサイクル(株)では、ビール製造の副産物である「ビール酵母細胞壁」由来の農業資材(肥料原料)を展開しており、稲作や、サツマイモやトマトなどのさまざまな野菜栽培に日本各地で活用が進んでいます。

同社は、2024年から農林水産省のプロジェクトに参画し、2025年からは「ビール酵母細胞壁」由来の農業資材を使用してケニアでの米作りの栽培実証を開始しています。同国では農業技術やインフラ整備が未発達であり、米栽培の生産性が低い現状にあるため、水を張らない状態の田に種子をまき、少量の水で米を栽培する節水型乾田直播栽培を導入し、従来の作業工程の大幅な削減と低コスト化・省力化を図ります。そこへ、稲の免疫力を高めて根の生長を促進し、より多くの栄養吸収を促す「ビール酵母細胞壁」由来の農業資材を活用することで、低コストで効率的な米作りと高い生産性の両立を目指します。

## 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現

### 取り組み

### 基本活動「従業員が参画するコミュニティ支援活動」

#### 「食」

#### 「援農ボランティア」を通じてりんご産業、 シードル市場の活性化に貢献

アサヒビール(株)とニッカウヰスキー(株)では、誕生から70年続くシードルブランド『ニッカ弘前 生シードル』を製造・販売しています。本商品は100%国産りんごだけを使用していることから、原料となる日本のりんご産業に貢献するため、本商品の製造工場があり、かつ日本一のりんご産地である青森県弘前市に計1,000万円を寄付し「ひろさき援農プロジェクト」を立ち上げました。本プロジェクトでは、労働力不足という問題に対し、2023年からりんご農家を支援するための援農ボランティアツアーを実施しています。これまで延べ329名の方に参加していただき、生産者の人手不足の解消だけでなく、関係人口の増加ならびに弘前ファンの増加にも貢献しました。この活動が官民連携の成功例として評価され、農林水産省主催の「第11回ディスカバー農山漁村(むら)の宝」にて、コミュニティ・地産地消部門の優秀賞に選定されました。今後も弘前市と官民の垣根を越えて連携し、りんご産業・シードル市場の活性化とともに地域に貢献していきます。



#### Foodbank Victoriaとの連携による 食品廃棄物削減への取り組み

Asahi Beverages Pty Ltd.は、食品廃棄物の削減とGHG排出量削減の重要性を認識し、パートナーであるFoodbank Victoriaと連携して、豪州の食品廃棄物問題に取り組んでいます。Foodbank Victoriaは、農家やメーカー、小売業者から、通常であれば廃棄されてしまう余剰食品を回収し、その食品を必要としている人々に再分配することで、食品廃棄物の削減と、それに伴うGHGの排出削減を実現しています。その活動を通して、都市部や町、地元の近隣地域で、自分自身や家族を養うのに苦労している65,000人に毎日食料を供給しています。2024年8月には、従業員がFoodbank Victoriaのボランティア活動に参加し、合計59,025食分の食事を詰め、困難な状況にあるビクトリア州の人々に提供しました。



#### クリスマスプレゼントを通じた貧困支援

Kompania Piwowska S.A.は、ポーランドの貧困撲滅を掲げる非営利・非政府組織WIOSNA Associationが実施している全国的な社会事業「Noble Box Program」に参画しています。この活動では、衣類、家電製品、清掃用品、食品、おもちゃなどの多岐にわたる品々を、クリスマスプレゼントとしてニーズに合わせて困難な状況にあるポーランド国内の家庭や個人に届けています。さらに、玄関ドアの設置費用の負担やその他のニーズにも寄り添って対応するなど、物質的支援だけでなく社会的な共感や理解を育むことで、支援を必要とする人々の生活環境の改善に大きく貢献しています。9年目の参画となる2024年12月には、およそ800人のボランティアが、困難な生活状況や経済状況にある64世帯と、ポーランドの洪水被害に遭った30世帯を支援しました。



## 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現

### 取り組み

#### 「地域環境」

##### グローバル共通のコミュニティ支援活動

当社グループは、グローバル共通のコミュニティ支援活動の一環として「RE:CONNECTION for the EARTH」を2022年から行っています。2024年は4月22日のアースデー、6月5日の世界環境デーに合わせて地域環境の保全をテーマとして掲げさまざまな活動に世界各地の従業員が参加し、各地域の環境課題解決に貢献しました。

#### 日本

日本では、2023年に引き続き、愛知県の東山動植物園周辺のハイキングコースにおいてごみ拾いや除草作業などの環境整備活動を実施し、地域の環境や景観の保全に貢献しました。2024年の活動ではアサヒグループジャパン(株)傘下の複数の事業会社に所属する従業員36名が参加しました。



#### 欧州

欧州では、プラハ近郊に位置するJenečという村の環境を改善する取り組みとして、植樹を実施しました。この村はすぐ近くに村とほぼ同じ面積を占める大型倉庫が建設されたことで森林破壊の影響を受けています。植樹の取り組みは、地元住民や観光客が快適に過ごせる環境をつくり出すことを目的としており、美しい散策スペースを提供し地域の幸福に貢献することを目指しています。



#### オセアニア

オセアニアでは、4 Pines Brewing Co.(豪州)とLandcare Australiaが2024年9月に実施したニューサウスウェールズ州のピラボンファームで44,444本の低木や地被類の植樹のプログラムに、Asahi Beverages Pty Ltd.のチームも参加し600本の在来種の苗木を手植えました。このプロジェクトは、提携農家のGlenn Morris氏と協力し、地域の生物多様性の回復を目指しています。2020年から始まったこのパートナーシップは、毎年44,444本の低木や地被類の植樹を行う契約を締結し、地域の生態系や絶滅危惧種の野生動物の生息地の強化をしています。



#### 東南アジア

東南アジアでは、Friends of Rivers Malaysia、マレーシア政府関連局(カジャン地区環境局、セランゴール州流水管理局)、マレーシア国立大学と連携し、2024年8月に「1億本の植樹を目指すマレーシアの緑化キャンペーン」を実施しました。セランゴール州南に位置する町Bangiで、当社グループの従業員だけでなく学生や局員を含む総勢50名が集まり、Langat川沿いに100本のサントールの木を植樹し、地域の環境保護に貢献しました。また、このプログラムでは、Etika Sdn. Bhd.のサステナビリティ戦略パートナーであるKPT Recycle Sdn. Bhd.がEtika Sdn. Bhd.の製造過程で排出される廃棄物から加工製造した肥料を活用しています。



## 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現

### 取り組み

#### 「災害支援」

当社グループでは災害が発生した際、「必要なときに、必要なものを、必要な方へ」という考え方のもと、寄付や支援物資の提供などを行っています。2024年12月には当社グループ全体にグローバル適用する自然災害時のコミュニティ支援ガイドラインを制定し、より迅速な支援を可能にするための体制を整えました。

#### 能登半島地震への緊急支援

アサヒグループジャパン(株)は、2024年1月に発生した能登半島地震で被災された方々や被災地の支援活動に役立てていただくために、北陸地方各県へ義援金として8千万円を寄付しました。また、従業員の寄付活動を支援し、会社の思いと合わせて社会へお届けする取り組み、「マッチングギフト」での支援金として、約800万円を災害支援団体に寄付しました。さらに、石川県への義援物資では、『容器付き 非常用保存食ほうれん草のおみそ汁』26,500食、『容器付き 非常用保存食たまごスープ』15,100食を提供しました。さらに2024年9月の能登豪雨では、従業員が地域の社会課題の解決に参画した活動を金額換算した寄付金(コミュニティ支援活動寄付制度)を用いて、義援金として1千万円を石川県へ寄付しました。

### 社内制度

アサヒグループは、従業員一人ひとりの継続的なコミュニティ支援活動への参加を推進しています。そのため、従業員の活動参加を支援する休暇制度などの各種制度、コミュニティ支援情報を提供するイントラネットや社内報などの仕組みを整えています。

#### ■ 主な従業員の支援制度・仕組み

##### グローバル共通の支援制度・仕組み

制度・仕組み	内容
コミュニティ支援活動寄付制度	各地域の社会課題に対して当社グループの従業員が参画するコミュニティ支援活動において、その活動時間をポイント化、金額換算し、地域の社会貢献活動などに対して寄付

##### 日本における支援制度・仕組み

制度・仕組み	内容
アサヒナイスライフ休暇(ボランティア休暇制度)*	所定基準を満たすボランティア活動を実施する場合、年間12日間の有給休暇が認められる制度
ぐるぐるアサヒ	コミュニティ支援活動の情報提供、参加募集や参加者の感想を共有するポータルサイト
収集ボランティア	使用済みブリベイドカード、使用済み切手、書き損じハガキなどの収集、寄付を推進

\* 対象会社：アサヒグループジャパン(株)、アサヒビール(株)

### その他領域の取り組み

#### ■ 『Wonda Kopi Tarik』を通じて、マレーシアの団結に向けた取り組みを展開

多様な民族的背景のあるマレーシアにおいて、『Wonda Kopi Tarik』を通して多文化社会を祝福するキャンペーンを展開しました。Kopi Tarikはマレーシアのローカルコーヒーであり、「Wonda」はKopi Tarikを初めて発売したブランドです。キャンペーンの一環として、FMラジオ局であるWonda OR1 FMを創設し、ラジオ史上初めて4つの言語で17のラジオ局が同時に同じコンテンツの放送をすることに成功しました。このイベントはギネス世界記録に認定されました。この取り組みは、多くのマレーシア人にメッセージを届け、人と人とのつながり意識を高めるとともに国民の団結を推進することに貢献しました。

#### ■ Plzeňský Prazdroj, a.s.によるパブやレストラン支援

Plzeňský Prazdroj, a.s.(チェコ)は、チェコのパブやレストランの経営者支援を継続しています。チェコの食文化発展のため、より居心地が良い店づくりを目指し、店舗の内装や外観の改装を支援するほか、専門家とともに財務改善、メニューやサービスへの助言、店内キャンペーン、デジタルマーケティングなどの経営支援を行うとともに、ビールの正しい扱い方や注ぎ方を伝える取り組みを継続しています。

このような活動が、チェコのビール文化発展に寄与するとともに、より多くの人々にパブやレストランでの時間を楽しんでいただくことにつながると信じ、支援を継続しています。



## 責任ある飲酒

114 責任ある飲酒の基本方針

115 不適切飲酒の撲滅

115 マネジメント

117 取り組み

123 新たな飲用機会の創出による  
アルコール関連問題の解決

123 マネジメント

124 取り組み

# 責任ある飲酒の基本方針

## 方針

人類の長い歴史の中で、酒類は日々の暮らしに喜びと楽しみをもたらしてきただけでなく、人生の節目となるお祝いや記念すべき瞬間において重要な役割を果たしてきました。私たちは、そのような酒類の生産と流通に携わっていることを大変誇りに思います。一方、不適切な飲酒は、個人、その家族、そして社会全体にさまざまな問題を引き起こすこともあります。

アサヒグループでは、「酒類を取り扱う企業グループとしての飲酒に関する基本方針」(グループ飲酒基本方針)に基づき、適正飲酒を推進し、アルコールの有害な使用とそれに関連する社会問題の軽減に貢献することを目指しています。

## グループ飲酒基本方針の概要

1. 従業員の自覚と行動  
酒類を取り扱う企業グループの一員としての責任を自覚し、行動する
2. 不適切な飲酒による問題の撲滅と予防  
飲酒運転、未成年者飲酒、妊産婦飲酒、大量飲酒など
3. 責任あるマーケティング活動  
関連法令や業界自主基準、アサヒグループ各社の社内規定の順守
4. 適切な情報開示と啓発  
社会に対し、適切な情報開示を行うとともに、消費者にも責任ある飲酒を求めるメッセージとアドバイスを普及、知識の啓発に努める
5. ステークホルダーとの連携  
不適切な飲酒の撲滅に向けて、さまざまなステークホルダーとともに連携して取り組む
6. 革新的な商品の展開  
自然の恵みを活かしつつ、アサヒグループの知見と技術を結集し、おいしさに誇りを持ちながら、酒類文化の健全な発展に寄与する革新的な商品を展開する

### 関連情報

[Web](#) 酒類を取り扱う企業グループとしての飲酒に関する基本方針

## グローバルスローガン

### 「Responsible Drinking Ambassador」

アサヒグループは、グループ飲酒基本方針の実現に向け、2020年に「Responsible Drinking Ambassador」というグローバルスローガンを策定しました。これは、当社グループの従業員で共有し、従業員が自らの使命を自覚することができるように作成されたスローガンです。従業員一人ひとりが「責任ある飲酒」に責任を持ち、グループ飲酒基本方針の実現に向けた行動をすることが、基本方針の実現への第一歩であるとの考えから「Ambassador」(大使)という言葉のスローガンに入れました。「Ambassador」としての意識の醸成や知識の習得のため、酒類をメインで扱う欧州、オセアニア、日本の3地域において、2023年までに受講率100%という目標を立て、従業員向けの責任ある飲酒に関する社内研修を実施しました。その結果、3地域全てで従業員の研修受講率100%を達成しました。今後も、こうした研修を継続し、従業員の意識啓発や知識の習得に取り組んでいきます。

# 不適切飲酒の撲滅

重点テーマ

## マネジメント

### 考え方

アサヒグループの全社員は、グループ飲酒基本方針を念頭に、酒類を製造・販売する企業グループの一員として有害なアルコール使用を減らし、酒類文化の健全な発展に貢献する責任を認識しています。

#### リスクと機会

##### リスク

- 不適切な飲酒による人々の健康や社会に与える悪影響
- 不適切な飲酒による、世界規模での酒類販売に関する規制強化や当社グループのレピュテーション・ブランド価値の毀損

##### 機会

- 不適切飲酒の課題解決による酒類文化の健全な発展
- ノンアルコール飲料・低アルコール飲料など、新たな飲用機会の創出による市場・売上の拡大

### ガバナンス

アサヒグループでは、サステナビリティタスクフォースの一つとして、アサヒグループホールディングス(株)のSocial Impact & Affairs部門が事務局を務めるグローバルアルコールポリシー会議を隔月で開催しています。この会議には、各Regional Headquarters (RHQ)の責任ある飲酒担当者が参加し、当社グループ全体でアルコールに関連する問題に取り組むために必要な行動について話し合っています。これらの会議を通じて、各RHQ間でベストプラクティスを共有し、各地域の状況に合わせた責任ある飲酒を推進しています。また、これらの会議では、グローバルおよびRHQレベルでの具体的なKPIとその進捗についても話し合われています。

経営レベルでは、Corporate Management Boardとグローバルサステナビリティ委員会が、責任ある飲酒に関するグローバル目標を達成するための重要な要素を議論する場として機能しています。各RHQのCEOは、四半期ごとの報告を通じて、Corporate Management BoardにKPIの進捗状況を報告しています。2024年のグローバルサステナビリティ委員会では、Group CEOが主導し、責任ある飲酒に関するグローバルKPIの目的と達成方法、および責任あるマーケティング活動に必要な措置について議論し、明確化しました。

また取締役会は、同会の諮問機関であるサステナビリティアドバイザリー委員会での議論を通じて、責任ある飲酒活動の監督を強化しています。

2024年10月には、責任ある飲酒に関する中長期的なリスクと機会を評価するために、サステナビリティアドバイザリー委員会が開催されました。この会議では、世界における有害なアルコール使用に関する課題が特定され、委員会のメンバーは責任ある飲酒に関する取り組みを推進することの重要性を再確認しました。

これらに加え、中長期的な目標やグループ飲酒基本方針に基づき、各事業会社は、各国・地域におけるアルコールの不適正な使用に関する問題や適正飲酒に関する消費者ニーズを特定し、それらに対応する具体的な施策を展開しています。

Group Chief Sustainability Officer(Group CSO)が、グループ全体の責任ある飲酒への取り組みを統括し、これらの会議の報告と進行を担当しています。



## 不適切飲酒の撲滅

### マネジメント

### リスク管理

責任ある飲酒に関するリスクについては、ERM体制下において、取締役 兼 代表執行役社長 Group CEOが委員長を務めるリスクマネジメント委員会が管理すべき主要リスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

### 戦略

アサヒグループは、グループ飲酒基本方針に基づき、不適切な飲酒の撲滅を目指し、以前から各地域の課題を考慮しながらさまざまな活動に取り組んできました。2022年には、世界保健機関(WHO)が採択した「Global Alcohol Action Plan 2022-2030」の内容を踏まえて、その中で設定されたグローバル目標の指標である「2030年までに『多量飲酒』や『一人当たりの純アルコール摂取量』の低減」に貢献する取り組みを強化する方針を定めました。

私たちは、産業界、政府、NGO等の多様なステークホルダーと共同で取り組みを進めることにより、不適切飲酒の課題を解決できることを実証し、その取り組みを進めることでアルコール業界の健全な成長を目指しています。そのためには、さまざまなステークホルダーとの対話が必要であり、社会全体におけるアルコールの有害な使用を減らし、具体的な課題の解決に貢献するために共に取り組んでいきます。

多量飲酒や一人当たりの純アルコール摂取量を減らすことは、私たちが業界として不適切な飲酒の撲滅に貢献できることを証明する上で極めて重要です。その中で、適正飲酒が事業成長の原動力となる道筋が見えています。近年、ノンアルコール・低アルコール飲料の需要は、世界的な消費トレンドとして急速に高まっています。このような背景を踏まえ、消費者の潜在的なニーズをさらに引き出し、飲酒によって得られる満足感を低下させることなく、純アルコールの摂取量を適正なレベルまで減らすことで、多量飲酒者を減少させることができると考えています。有害なアルコール使用を減らすためのさまざまな活動を継続する中で、低アルコール飲料とノンアルコール飲料の販売構成比率は、課題解決と事業成長の両立を目指し、持続可能な事業を行う上で非常に重要な指標になると考えています。

### 指標と目標

アサヒグループは、アルコールに起因する社会的な問題を未然に防止し、有害なアルコール使用を減少させるための体制づくりを目指しています。社内においては、責任ある飲酒と責任あるマーケティング活動を実践する企業風土の醸成に努めています。

酒類のマーケティングが法定購入年齢以上の合法的に商品を購入できる人のみに届くようにするための重要な取り組みである、International Alliance for Responsible Drinking (IARD) の Digital Guiding Principles (DGP) は、酒類のデジタル・マーケティングにおいて5つの措置を求めています。2020年、IARDのメンバーは、IARDが選定した14カ国において、2024年までに

少なくとも95%の酒類のデジタル・マーケティングで同原則を遵守していることを目標に掲げました。当社グループは、IARDの趣旨により一層貢献するため、2024年までに100%の遵守を達成することを目標に掲げており、2024年にDGPのフルコンプライアンスを達成しました。

2020年1月、IARDのメンバーは、未成年者の飲酒撲滅に向けた取り組みの加速を目的とした行動指針を策定しました。これらの指針の一つとして、アルコールブランドから派生した、アルコールを含まない製品群を含む全てのアルコールブランド製品に、明確な法定購入年齢制限のマークまたは同等の表示を行い、2024年までにこれを達成することが含まれていました。アサヒグループホールディングス(株)は2025年第1四半期に社内監査を実施し、2024年末までに表示ラベルを切り替えられなかったブランドが一つあったことが判明しましたが、このブランドも2025年年初に表示の切り替えが完了しました。また、今後もこれらの表示が着実に行われるような管理体制についても整備が行われました。

# 不適切飲酒の撲滅

## 取り組み

アサヒグループは、「酒類を取り扱う企業グループとしての飲酒に関する基本方針」のもと、従業員全てがアルコールと健康に関する正しい知識・情報を習得できるように各種啓発活動が続けるとともに、社会に啓発活動を広め、有害なアルコール使用を低減するためのさまざまな取り組みを進めています。

また、不適切な飲酒の撲滅ため、ほかの酒類事業者や酒類業界団体だけでなく他業界や他セクターと連携しながら、アルコール関連問題の課題解決をグローバルで取り組んでいます。

## 社会や消費者への適正飲酒に向けた教育・啓発の取り組み

アサヒグループは、社会と消費者に節度をもった責任ある飲酒を促すため、飲酒に関する知識を深め、飲酒運転、未成年者の飲酒、妊娠中・授乳中の飲酒、暴飲暴食など、不適切な飲酒を防止・減少させるための教育・啓発活動に取り組んでいます。

グループ各社は、各国・地域の法制度や文化・慣習に合わせ、これらの活動や取り組みを効果的に展開しています。

### 妊産婦飲酒への取り組み

ポーランドのビール会社、Kompania Piwowarska S.A.は、アルコール飲料は万人向けのものではなく、決して飲んではいけない人や状況があることを、10年間さまざまな形で人々に伝えてきました。その一つが妊娠中です。近年、同社はDom w Łodzi財団と協力し、「妊娠中に飲酒してはいけない」というメッセージを幅広い層に届けており、多くの人々から関心を集めています。今回で第6弾となる「FASOFF」キャンペーンビデオでは、これから生まれてくる赤ちゃんを祝って家族が乾杯する場面が描かれており、妊娠中の飲酒は赤ちゃんが不健康であるように願うことと同じであるという比喩的なグラフィックで表現しています。このキャンペーンは、妊婦だけでなく、その家族にも妊娠中の飲酒の問題を知ってもらい、新しい家族を待つ間、一緒にお酒を断つという選択をしてもらうことを目的としています。



### “I Drink Smart - UNI” Program

ハンガリーのビール会社、Dreher Sörgyárak Zrt.は、大学生に責任ある飲酒についての教育機会を提供しています。“I Drink Smart - UNI”と名付けられたこの取り組みは、適正飲酒に関するプログラムをハンガリーの3大学のカリキュラムに組み込んでいます。教育プログラムの構成は大学講師と協力して開発されたもので、さまざまな研究分野(医学から芸術、経済、マーケティングなど)や授業形式(ワークショップ、学期、コース、プロジェクト週間など)があります。学生たちは、規範、法律、課題を探究することで、節度ある飲酒についての理解を深め、「Responsible Drinking Ambassador」となることができます。

2022年に同プログラムが開始されて以来、3大学から270人以上の学生がこのプログラムに参加しました。Dreher Sörgyárak Zrt.は、今後、同プログラムに参加する大学の数を継続的に増やし、適応する研究分野の幅をさらに広げていきます。



## 不適切飲酒の撲滅

### 取り組み

#### Booze アルコール防止活動

Boozeは、責任ある飲酒の推進に取り組むSTIVAとKikid財団が共同で開発した取り組みです。STIVAのパートナーとして、オランダのビール会社Koninklijke Grolsch N.V.は、Boozeプロジェクトを財政的に支援するとともに、同社のネットワークを通じてこのプロジェクトに関する情報を広めています。

Boozeは教育のための演劇プロジェクトで、若年層の飲酒に伴うリスクに対する認識を高めることに貢献しています。彼らは、直接、参加者と対話するために教室でアルコール摂取に伴うリスクに関するさまざまな場面を演じ、その後、グループに分かれて参加者と感想や意見を交換することで責任ある飲酒の重要性に対する理解を深めています。



#### DrinkWise AFL/NRLファイナル “Always Respect, Always DrinkWise” キャンペーン

Asahi Beverages Pty Ltd.は傘下のCarlton & United Breweries Pty. Ltd.は、社会変革組織「DrinkWise」の創立メンバーであり、豪州においてアルコールに対する考え方や消費における世代間の変化を促進する活動を支援しています。豪州では「DrinkWise」を通じて、アルコールの有害な使用に対する認識を高めるためのさまざまな取り組みやキャンペーンが行われています。

2024年に実施されたAFL/NRLファイナル「Always Respect, Always DrinkWise」キャンペーンもその一つです。AFLとNRLファンの20%が、過去に飲み過ぎによりスポーツイベントの重要な場面を見逃したことがあると答えていることから、「DrinkWise」は人気フットボール選手と協力し、ファイナルシリーズがある9月に、飲酒を控えめにし、常に他者に敬意を払うことの重要性をファンに喚起するキャンペーンを実施しました。

#### 「青少年アルコール関連問題」認定アドバイザー養成講座

アサヒビール(株)は、青少年健康力サポートラボ・ジャパン(JYHL)が「青少年アルコール関連問題」認定アドバイザー養成講座を開催するにあたり、財政的支援を行っています。医療、教育分野から幅広い講師陣を迎え、青少年を指導するためのアルコール関連問題に関する知識の習得と青少年がアルコール関連問題へ対処するためのライフスキルとその指導方法をワークショップ形式の実践的な研修により学びます。本講座は教育機関だけでなく、医療関係者、薬剤師、行政職員など、多様な専門職の方が受講しています。本プログラムは、「若者のアルコール問題を教えるだけでなく問題に対処するライフスキルを身につけるための実践的な方法を学ぶことができた」と参加者から好評を博しています。

## 不適切飲酒の撲滅

### 取り組み

### 従業員への啓発強化

アサヒグループでは、多くの方に適正飲酒の大切さを伝え、日常の中で適正飲酒の取り組みを実践するために、グローバルスローガン「Responsible Drinking Ambassador」を掲げ、従業員自らが適正飲酒の意識を高めるための取り組みを行っています。

#### ■ グローバル共通の研修プラットフォームの構築

当社グループでは、グループの従業員を対象にグローバルで活用できる「責任ある飲酒」の研修コンテンツを作成しました。従業員の不適切飲酒や適正飲酒の在り方、コミュニケーションへの意識を高め、社外のステークホルダーへ発信を強化するための取り組みを行っています。

#### ■ 従業員研修の展開

グローバル共通の研修プラットフォームや各地域の特性に合わせた独自の研修ツールなどを活用し、2021年から2023年までの3年間で全従業員が最低1回、責任ある飲酒に関する研修を受講するという目標を掲げて取り組んできました。その結果、グループ全体で従業員の受講率100%を実現しました。

### 責任あるマーケティング活動

#### ■ 自主基準・方針の策定

アサヒグループは、適度で責任ある飲酒を促し、不適切な飲酒を減らすために、マーケティング活動を展開してきました。「酒類を取り扱う企業グループとしての飲酒に関する基本方針」に基づき、各事業会社は、それぞれの国や地域の法制度・文化・慣習に合致した自主基準および方針を策定し、責任あるマーケティング活動を進めています。

#### 関連情報

- [Web](#) アサヒビール(株)広告宣伝自主基準
- [Web](#) Asahi Beverages Pty Ltd.  
Responsible Marketing and Advertising
- [Web](#) Asahi Europe and International Ltd.  
Committed to Responsible Drinking
- [▶ 表示審査](#)

#### ■ デジタル・マーケティング分野の取り組み

当社グループでは、利用の広がるデジタル分野において、International Alliance for Responsible Drinking (IARD) の Digital Guiding Principles (DGP) に基づき、加盟企業とともにWebサイトやSNS (ソーシャルネットワーキングサービス) で、未成年のアルコール関連情報の閲覧防止に取り組んでいます。

具体的には、DGPに基づきWebサイトやSNSのブランドサイトでの次の5つの項目についての対応を進めています。

#### 〈IARD Digital Guiding Principlesに基づく5つの取り組み〉

- 年齢認証システム  
(年齢確認ゲート、酒類に関する情報を閲覧する前に、法定購入年齢であることを確認する)
- サイトのブランドオーナー宣言  
(そのサイトが公式サイトであることを明示する)
- 不適切なユーザー書き込み削除警告  
(UGC – User Generated Contents)
- 未成年者への共有を禁止する記述  
(FAN – Forward Advice Notice)
- 適正飲酒メッセージ  
(RDM – Responsible Drinking Message、「お酒は20歳になってから」のメッセージを入れる)

当社グループは2024年にDGPの遵守率100%を達成しました。今後もこのような取り組みを通して未成年飲酒の防止に努めています。

#### ■ 第三者によるモニタリング

日本では、第三者機関である「酒類の広告審査委員会」が定期的に日本の酒類の広告についてモニタリングを行っています。

また、Asahi Europe and International Ltd.傘下の各国の子会社は、業界倫理規範の遵守状況を評価する第三者独立機関と連携しています。当社グループはこのように第三者によるモニタリングに基づき、責任あるマーケティング活動を実施しています。

## 不適切飲酒の撲滅

### 取り組み

### ほかの酒類事業者・酒類業界団体との協働

#### International Alliance for Responsible Drinking (IARD)との協働

当社グループでは、グローバル化を進める以前から日本のみならず、グローバルな視点からの取り組みも必要だと認識していました。2001年から、アサヒビール(株)は国際NPO「International Center for Alcohol Policies(ICAP)」に加盟し、ほかの酒類事業者や酒類業界団体と連携して、政策提言を行うなど、アルコール関連問題の解決に向けて取り組んできました。

2015年1月、ICAPは、世界の大手酒類製造業者や酒造組合が世界保健機関(WHO)との対話の場を創出するために2005年に設立された任意団体「Global Alcohol Producers Group」と統合し、新たに「International Alliance for Responsible Drinking (IARD)」となりました。以来、IARDは適正飲酒啓発活動、各国アルコール政策研究調査、出版事業、フォーラム開催などを中心としたプロジェクトに取り組んでいます。

当社グループは、現在IARDに加盟する世界の酒類製造企業15社とともに「IARD Producers' Commitments」にコミットし、取り組んでいます。

#### IARD Producers' Commitments

1. 未成年者の飲酒削減
2. マーケティング実施基準の強化
3. 消費者への情報の提供と責任ある商品イノベーション
4. 飲酒運転の削減
5. 小売業者との連携

#### IARDでの主な取り組み

IARDは、高水準の自主規制の設定、責任ある飲酒を促進するグッドプラクティスの共有、マルチステークホルダーとの対話など、さまざまな活動を通じて不適切な飲酒を減らすための国際的な目標を積極的に支援しています。

IARDのメンバーは、各地域の規制基準を遵守することに加え、Digital Guiding Principles(DGP)を含むさらなる保護の仕組みを導入しています。2019年11月、IARDは、Facebook、Instagram、Snapchat、YouTubeなどのデジタルプラットフォームとともに、未成年者がアルコールの広告に接触しない仕組みづくりに着手し、ユーザーがアルコールに関する広告表示や中止を選べる仕組みの導入にも着手しました。

2020年1月、IARD加盟企業12社\*により「未成年者飲酒の削減を加速するためのアクション(Actions to accelerate reductions in underage drinking)」を発表しました。当社グループも、IARDや加盟企業とともに、具体的な5つのアクションに取り組んでいます。

\* その後3社加わり、2024年末時点のIARD加盟企業は15社

#### 未成年者飲酒の削減を加速するためのアクション(概要)

1. 2024年までに、全てのアルコール飲料ブランド(そのブランドで販売されるノンアルコール飲料を含む)の製品に、飲酒の年齢制限に関する表示をする
2. 未成年者に対し、アルコール飲料ブランドで販売されるノンアルコール飲料の販売促進をしない
3. 未成年者のオンラインでのアルコール飲料ブランドの閲覧防止対策にさらに取り組む
4. 小売業を含めた流通業者の協力を仰ぎ、販売時の年齢確認のベストプラクティスの世界規模での実施に取り組む
5. オンライン販売に関するグローバルな基準の策定にあたり、小売業や配送業の協力を仰ぐ

2021年1月、IARDとしてeコマース事業者や配送業者とのパートナーシップを通じて「共同声明(New global alliance formed to promote the responsible sale and delivery of alcohol online)」を発表しました。eコマース市場が拡大する中、未成年飲酒問題も増大しており、社会から注目を集めています。未成年者のオンラインでのアルコール購入を防ぎ、不適切な飲酒の防止のための強固な責任基準を提供することを目指しています。またIARDは、配送業者が未成年者や酩酊者にアルコールの配送を防ぐためのトレーニングツールを提供し、パートナー企業を支援しています。

2021年9月、IARDは新たに世界的な基準を策定する一環として「Influencer Guiding Principles」を発表しました。デジタルメディアにおいて責任あるマーケティングの実践を強化することを目的としており、インフルエンサーを活用したマーケティングの基準を

## 不適切飲酒の撲滅

### 取り組み

策定しました。内容にはマーケティングに起用するインフルエンサーが25歳以上であることを確認し、彼らがメディアで発信する際には年齢認証機能を設け、アルコール飲料に関する発言や行動が相応しいものであることを管理することが含まれています。

#### 関連情報

**Web** 「International Alliance for Responsible Drinking(IARD)」サイト(英語)

**Web** IARD報告書「PRODUCERS' COMMITMENTS」(英語)

**Web** IARD共同声明

「Actions to accelerate reductions in underage drinking」(英語)

**Web** IARD共同声明

「New global alliance formed to promote the responsible sale and delivery of alcohol online」(英語)

**Web** 「IARD他業界との協業」

Global Standards for Online Alcohol Sales and Delivery(英語)

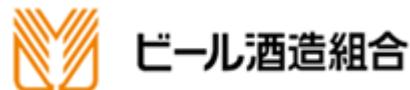
**Web** 「IARD他業界との協業」Influencer Guiding Principles(英語)

### ■ 日本における「ビール酒造組合」との協働

日本の5社のビール生産者によって構成されるビール酒造組合との協力において、アサヒビール(株)は、適正飲酒の文化を拡大するなどのさまざまな取り組みを進めています。

ビール酒造組合は2005年の発表以来、20歳未満の層において94%を超える認知度がある「STOP!未成年飲酒(現、STOP!20歳未満飲酒)」ロゴを含め、20歳未満の人々がアルコールを飲むことを思いとどまらせるための明確なメッセージを広めています。

2024年、ビール酒造組合は、女性の適正飲酒への意識を高めることを目的とした「飲み方カエルPROJECT」をリニューアルしました。このプロジェクトは、女性が自分のアルコール摂取について知っておくべき重要な情報と、適量を守って飲むためのヒントを広めています。



### ■ 欧州における「The Brewers of Europe」との協働

Asahi Europe and International Ltd.は、欧州29カ国のビールの業界団体が加盟する非営利団体「The Brewers of Europe」の一員として、参加メンバーと協力し、責任を持ってビールの製造と販売を行っています。欧州のビールメーカーは、原料やカロリー表示の透明性を高め、消費者が情報に基づいて商品を選ぶことができるようにするために、「#ProudToBeClear」という画期的な取り組みを実施しており、Asahi Europe and International Ltd.もこれに署名しています。



### ■ 豪州における「DrinkWise」との協力

Asahi Beverages Pty Ltd.は、豪州におけるビールの業界団体であり、責任ある飲酒を目指す主要ビール会社によって構成される「Brewers Association of Australia」へ加盟しています。

さらに、同社は、豪州の独立したNPO「DrinkWise」へ任意の寄付を継続しています。DrinkWiseは過去20年間にわたって同国の消費者の飲酒行動を適正で健康なものに変え、アルコール関連の問題を減少させるために、キャンペーンや教育・啓発などに取り組んでいます。Asahi Beverages Pty Ltd.は、DrinkWiseのエビデンスベースの活動へのコミットメントを示すため、同社Group CEOであるAmanda Sellersが理事に就任しています。



## 不適切飲酒の撲滅

### 取り組み

### アルコール研究の発表

アサヒグループでは、飲酒による社会的・健康的諸問題の発生予防と、より良い飲酒文化の構築を目指して、アルコール代謝やその生理的な影響を明らかにする研究を推進しています。その取り組みについてステークホルダーに広く知っていただくとともに、アルコールの生理的・医学的な研究を専門に行っている研究者の方々からご理解やご意見をいただくために、研究成果については積極的に社外に発表しています。

個々人のアルコールに対する体質や飲酒に関する諸条件が、アルコールの代謝や生理的な変化にどのように影響するのかを詳しく解析し、その研究成果をもとにお客さまへ適正飲酒を啓発していきます。

### ■ 不適切飲酒の撲滅に向けて筑波大学と共同研究

アサヒグループジャパン(株)傘下のアサヒビール(株)は、2022年1月から不適切飲酒による社会課題の解決を目指し、筑波大学と共同研究を開始しています。同大学が開設する「健幸ライフスタイル開発研究センター」を拠点に、2022年はノンアルコール飲料の提供が飲酒量の過剰な人に対する飲酒量にどのような影響を及ぼすか検証しました。その結果、ノンアルコール飲料の提供は飲酒量(純アルコール摂取量)を減少させ、適正飲酒につなげる上で有用性が高いことが分かりました。

同社はノンアルコール飲料を用いて日々の飲酒量のコントロールができる社会の実現に向け、不適切飲酒の行動プロセス全体を捉えて行動変容を促していく活動を実施し、課題解決に向けた取り組みを進めていく計画です。

# 新たな飲用機会の創出によるアルコール関連問題の解決 重点テーマ

## マネジメント

### 考え方

アサヒグループは「酒類を取り扱う企業グループとしての飲酒に関する基本方針」(グループ飲酒基本方針)のもと、当社グループの知見と技術を結集して革新的な商品を展開し、新たな飲用機会を創出していきます。

人と酒類の関係の革新に挑戦し、人々の豊かな生活の一翼を担う酒類文化の健全な発展に寄与しながら、不適切な飲酒による社会課題に取り組み、アルコールが起因の課題が減少している社会の実現を目指していきます。

関連情報

▶ [考え方\(不適切飲酒の撲滅\)](#)

### ガバナンス

関連情報

▶ [ガバナンス\(不適切飲酒の撲滅\)](#)

### リスク管理

関連情報

▶ [リスク管理\(不適切飲酒の撲滅\)](#)

### 戦略

アサヒグループは、グループ飲酒基本方針に基づき、不適切な飲酒の撲滅を目指すと同時に、以前から酒類そのものを革新するだけでなく、人と酒類の関係の革新を目指し、酒類文化の健全な発展に向けて取り組んできました。

アルコール関連問題撲滅に向けた取り組みとして適正飲酒の促進を重要視しています。多くの人の飲酒シーンで適正飲酒を促し、多量飲酒者の純アルコール量を低減するために、ノンアルコール・低アルコール商品の開発と展開を進め、新たな飲用機会を創出していきます。

また、ノンアルコール商品は、これまでの飲酒運転や妊産婦飲酒の防止等に寄与するアルコールの代替品という考え方から、飲酒をしない機会を自ら選択する人々に向けた多様な選択肢の提供という需要も生まれています。

当社グループの知見と技術を結集して、ノンアルコール・低アルコール商品の開発と展開に努めることで、新たな選択肢の提案を進めていきます。新たな飲用機会の拡大によって不適切な飲酒の低減を実現し、具体的な課題解決への貢献を目指します。

### 指標と目標

アサヒグループは、適正飲酒のための代替品ではなく、提供するノンアルコール・低アルコール商品がお客さまの選択肢として世の中に定着している状態を目指します。

2024年には、ノンアルコール飲料・低アルコール飲料の販売量構成比に関するグローバル目標を、2025年までに15%以上から2030年までに20%以上に見直しました。これからも取り組みを失速させることなく、中長期的な時間軸で確実に有害なアルコール使用を低減させるべく、グループを挙げて目標の達成に取り組んでいきます。

#### グループ全体目標

- ・2030年までに、主要な酒類商品\*1に占めるノンアルコール飲料・低アルコール飲料\*2の販売量構成比20%以上を達成する

\*1 ビール類、RTD、ノンアルコール飲料

\*2 ノンアルコール飲料の定義は各国の法規制に準ずる。低アルコール飲料はアルコール度数3.5%以下とする

関連情報

▶ [指標と目標/2024年実績](#)

# 新たな飲用機会の創出によるアルコール関連問題の解決

## 取り組み

アサヒグループは、不適切な飲酒による社会課題の解決に向け、新たな選択肢の提案を進めています。

### ノンアルコール・低アルコール商品の展開

当社グループでは、酒類事業を展開する各地域において、ノンアルコール・低アルコール商品の開発・販売を展開、拡大する方針のもと、さまざまな展開を実施しています。

#### ■ 日本におけるノンアルコール・低アルコール商品の販売強化

アサヒビール(株)では、『アサヒドライゼロ』などのノンアルコールビールテイスト飲料や、『アサヒスタイルバランス』シリーズなどのカクテルテイストノンアルコール飲料を含む、アルコール度数0.00%の製品に注力しています。2024年には、独自のアルコール除去技術を用いて、本物のビールに近い味を実現したノンアルコールビールテイスト飲料『アサヒゼロ』を発売しました。発売以来、『アサヒゼロ』は日本のノンアルコールビールテイスト飲料市場の成長を牽引しています。

さらに、「スマートドリンク」活動の一環として、アサヒビール(株)はアルコール飲料に近い味わいを保ちつつアルコール度数を抑えた「微アルコール飲料」という新カテゴリーの製品を展開しています。その第一弾として、アルコール度数0.5%の低アルコールビール『アサヒアリー』を発売しました。2023年には『アサヒスーパードライ』から、アルコール度数3.5%の『アサヒスーパードライドライクリスタル』を投入しています。

近年の消費価値観やライフスタイルの変化を踏まえ、これらの製品は「自分のペースでお酒を楽しみたい」「シーンに合わせて自分に合ったドリンクを選び、生活をより豊かにしたい」という思いを持つ、性別・年代を問わない大人のお客さまに向けて提供しています。

アサヒビール(株)は今後も、お客さまに多様な選択肢と期待を上回るおいしさを提案することで、新たな需要を生み出し続けることを目指していきます。



#### ■ 欧州におけるアルコール0.0%のグローバルブランドの拡大

当社グループでグローバルブランドの展開を担うAsahi Europe and International Ltd.は、2023年の発売以来、日本を除くノンアルコールビールの市場において『Asahi Super Dry 0.0%』の販売を拡大しています。『Asahi Super Dry 0.0%』は、ブランドの特長である「辛口」のコンセプトはそのままに、脱アルコール工程でアルコールを除去する製造手法を新たに採用しました。さらりとした飲み口やキレ味をアルコール度数0.0%で提供します。

グローバルブランド『Peroni Nastro Azzurro』のノンアルコールビール『Peroni Nastro Azzurro 0.0%』が2022年に発売されました。『Peroni Nastro Azzurro 0.0%』はイタリア北部で『Peroni Nastro Azzurro』専用に栽培された原料を使用しており、ブランドの特長である香りや味わいを引き出し、高揚感のあるイタリアンテイストを生み出しています。2024年、世界的なモータースポーツとライフスタイルのアイコンであるCharles Leclerc氏が『Peroni Nastro Azzurro 0.0%』のグローバルブランドアンバサダーに就任し、“Live every moment, the Italian Way”というブランドコンセプトを推進し始めました。

同様に、当社グループの他のグローバルブランドからも『Kozel 0,0%』『Grolsch 0.0%』などが、アルコール度数0.0%のブランドエクステンション商品として展開を始めており、消費者の選択肢を広げる活動を進展させています。



## 新たな飲用機会の創出によるアルコール関連問題の解決

### 取り組み

#### ■ 豪州における『Carlton Zero』『Great Northern Zero』シリーズ、『Asahi Super Dry 3.5%』

Asahi Beverages Pty Ltd.は、アルコール度数を控えめにしたい豪州のビール愛好家のために、Zero、Low、Midそれぞれの度数のビールを取り揃えています。このシリーズには、2024年に、豪州のショップで最も人気のあるノンアルコールビール『Great Northern Zero』、2018年の発売以来、節度ある飲酒への流れを後押しする主導的役割を果たしてきた『Carlton Zero』などが含まれます。

豪州では「Mid-strength」と呼ばれるアルコール度数3.5%前後の市場が拡大しています。その需要に応えるため、Asahi Beverages Pty Ltd.は、2022年に『Asahi Super Dry 3.5%』と『Peroni Nastro Azzurro 3.5%』を発売しました。また、2024年3月には同社は『Carlton Dry 3.5%』を発売しました。

『Carlton Dry 3.5%』は、消費者が選ぶ「オーストラリアン・ドリンク・アワード2024」のファン・フェイバリット・コンテンポラリー・ビールとして選ばれ、豪州で最も人気のある新しいビールとなりました。

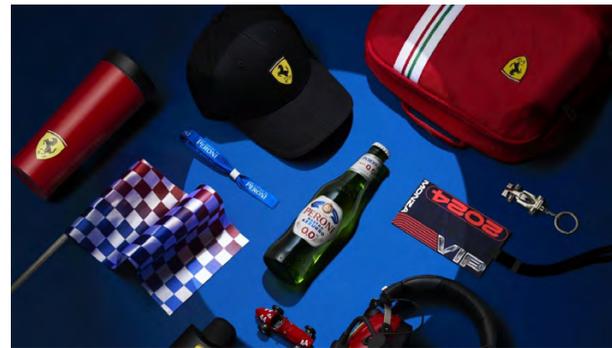


### 飲み方の多様性を提唱

#### ■ 『Peroni Nastro Azzurro 0.0%』と

##### Scuderia Ferrariとのグローバル・パートナーシップ

2024年1月、Asahi Europe and International Ltd. (AEI) は、『Peroni Nastro Azzurro 0.0%』がScuderia Ferrariと複数年にわたるグローバル・パートナーシップを締結したことを発表しました。このパートナーシップは、2030年までにノンアルコール飲料と低アルコール飲料の販売構成比率20%を達成するという目標において重要な役割を果たすものであり、ノンアルコール飲料に対する消費者の需要の高まりをサポートする絶好の位置付けにあります。



#### ■ 「スマートドリンク」の取り組み

アサヒビール(株)は、アサヒグループのマテリアリティの一つである「責任ある飲酒」を推進し、飲む人も飲まない人もお互いが尊重し合える社会の実現を目指すため、「スマートドリンク(飲み方の多様性)」を提唱しています。「スマートドリンク」とは、お酒を飲む人・飲まない人、飲める人・飲めない人、飲みたいとき・飲めないとき・あえて飲まないときなど、さまざまな人々の状況や場面における「飲み方」の選択肢を拡大し、多様性を受容できる社会を実現するために商品やサービスの開発、環境づくりを推進していくことです。2021年から次の取り組みを開始しています。



#### 〈具体的な取り組み〉

1. アサヒビール(株)が日本で販売する主なアルコール商品に含まれる純アルコール(g)量をアサヒビール(株)のWebサイトに開示しました。また、日本国内で製造 販売するビール類・RTD (Ready to Drink : 缶チューハイなど)・微アルコール・ビールテイスト飲料の缶体に純アルコール量(g)を表示しています。商品に含まれる純アルコール量をg表記で開示することで、ご自身に適したアルコール商品を選択できるようにしました。
2. 2023年3月に開始した吉本興業(株)とのコラボレーション企画「We are飲みトモ!スマドリでええねん!PROJECT!」を通じた情報発信に注力することで、お酒を飲む人も飲まない人も一緒に楽しめる社会の実現を目指しています。

## 新たな飲用機会の創出によるアルコール関連問題の解決

### 取り組み

#### ■ お酒を飲む人も、飲まない人も楽しめるバーの展開

日本では、2022年6月にスマドリ(株)がアルコールを飲む人も、飲まない人も楽しめるバー「SUMADORI-BAR SHIBUYA」を開店しました。アルコール分0%、0.5%、3%のクラフトドリンクを含む100種類以上のメニューを用意し、お客さまの体質や好みに合ったドリンクを提供しています。2023年には、酔わなくても楽しめる新しい大人の嗜好品を提供するバー「THE 5th by SUMADORI-BAR」を新たに開店しました。「飲み方の多様性」の体験、情報発信拠点とするとともに、お酒を「飲まない／飲めない」人のニーズや嗜好、飲み方をお客さまの性年代別に分析することで、商品やサービスの開発につなげています。

また、渋谷区の外郭団体である一般社団法人渋谷未来デザインと共同で発足した「渋谷スマートドリンクプロジェクト」の取り組みとして、「SUMADORI-BAR SHIBUYA」や渋谷区内の大学では「スマートドリンク」の考えに基づき、大学生を対象にした適正飲酒啓発セミナーや各種ワークショップ・情報発信イベントを実施しています。店内のイベントスペースではアルコールの飲み方講座や新しい飲み方を考えるワークショップなどを開催しています。さまざまな理由からアルコールを飲まない人も、飲める人も、それぞれが自分の気分や体調に合わせ、好みのスタイルで飲むことを尊重し合う文化を醸成することで適正飲酒に貢献する方法を模索していきます。





## 健康

- 128 健康価値の創造
- 128 マネジメント
- 129 取り組み

# 健康価値の創造

取り組みテーマ

## マネジメント

### 考え方

消費者の健康意識の高まりとともに、食に対する健康志向が高まっています。

アサヒグループはこれまでに培ったさまざまな技術や知見を活用し、商品・サービスを通じて人々の健康に貢献していくことを目指します。具体的には、酵母、乳酸菌や微生物などの知見を活かして付加価値を高めていくほか、砂糖や塩分の過剰摂取による健康面での負の影響を抑制するなど、健康に配慮した商品・サービスの展開を進めていきます。

### リスクと機会

#### リスク

- 砂糖・塩分使用量が多い商品による消費者の健康悪化
- 砂糖・塩分使用量が多い商品を展開することへのレピュテーション低下

#### 機会

- 当社グループの独自素材・技術・知見を活用した商品による売上拡大
- 砂糖・塩分使用量を削減した商品の拡販による健康課題の改善への貢献

### ガバナンス

飲料と食品を扱うアサヒグループにとって「健康」は欠かせないテーマであり、健康価値の創造は、当社グループの事業の成長における中心的な役割を担っています。

マテリアリティ「健康」で取り組む主な領域は、特定原料の過剰摂取による健康被害の減少や、酵母や乳酸菌などの研究による新たな健康価値の創造です。なお、アルコールに関わる健康課題はマテリアリティ「責任ある飲酒」で管理し、品質に関わる健康課題はサステナビリティから切り離して、グループの品質保証体制で管理しています。

グループ全体の戦略は、アサヒグループホールディングス(株)のマネジメント体制で決定しています。健康に配慮した商品・サービスの展開などの具体的な取り組みは、事業会社の事業そのものとなるため、事業会社における通常の事業管理プロセスの中でマネジメントしています。

### リスク管理

健康に関するリスクについては、ERM体制下においてアサヒグループホールディングス(株)のSustainability部門や各Regional Headquartersが管理すべきリスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

### 戦略

消費者の健康意識の高まりによって、商品に対する選択眼も厳しくなっています。また、世界では全人口のおよそ74%が非感染症疾患(NCDs)\*によって亡くなっており、砂糖をはじめとする特定原料の過剰摂取による不健康な食生活が社会課題になっていることから、世界保健機関(WHO)や各国政府は砂糖を使用した商品への課税やマーケティング規制を始めています。アサヒグループでは、特に砂糖の過剰摂取が問題化している東南アジアやオセアニアの飲料事業において、ノンシュガー・ローシュガーの商品開発を進め、100ml当たり砂糖の使用量5g以下の商品の構成比を拡大することで、より健康的で幅広い選択肢を提供しています。

同じく過剰摂取が問題となっている塩分使用量に関しても、アサヒグループ食品(株)で、酵母技術を用いた減塩商品の開発などを進めています。また、母乳代替品(BMS)については、WHOの「母乳代替品の販売に関する国際基準」に則って作成したBMSマーケティングポリシーのもと、適切なマーケティング活動を推進し、乳幼児の健康と安全が保障される社会の実現を目指します。当社グループは、常に社会の動向を見極め、商品開発やマーケティング活動において、必要なリスクと機会への対策を講じていきます。

さらに、当社グループが持つ酵母や乳酸菌などの独自素材の健康機能を活かした商品開発を行うことで、新たな健康価値を提供できる商品の拡充を目指していきます。

\* 不健康な食事や運動不足、喫煙、過度の飲酒、大気汚染などにより引き起こされる、がん・糖尿病・循環器疾患・呼吸器疾患・メンタルヘルスをはじめとする慢性疾患を総称したもの

# 健康価値の創造

## 取り組み

### 世界の健康課題改善への取り組み

#### 砂糖使用量を低減した商品の展開

##### オセアニアでの取り組み

Asahi Beverages Pty Ltd.では、加盟している業界団体「Australian Beverages Council」のメンバーとして、業界の砂糖削減に関する目標に署名しています。同業界では、2015年から2025年にかけて、ノンアルコール飲料全体で20%の砂糖削減を達成することを2018年に目標としました。Asahi Beverages Pty Ltd.はこの目標を達成しており、今後も先進的な砂糖削減の取り組みをさらに強化し、ほかの商品同様に手頃な価格で提供することで消費者に多くの選択肢を提供していきます。



##### 東南アジアでの取り組み

東南アジアにおいて、消費者に健康的な飲料の選択肢を提供するため、砂糖使用量の削減に取り組んでいます。そのコミットメントの一環として、Healthier Choice Logo (HCL) の栄養基準を満たすReady to Drink (RTD) 商品の構成比を70%にするという目標を掲げています。そのため、Etika Beverages Sdn. Bhd.やEtika Dairies Sdn. Bhd.ではノンシュガーやローシュガー飲料商品の拡充を図っています。また、東南アジアでは、R&D研究室とPepsiCo, Inc.との共同研究を通じた新しい配合により、ノンシュガーやローシュガー商品を順次展開しています。2024年におけるHCLの基準を満たす東南アジアでのRTD商品構成比は89%となり、2023年に引き続き目標を達成しました。



##### 塩分使用量の低減に貢献する商品の展開

塩分の過剰摂取がもたらすリスクに対し、WHOも減塩の取り組みを掲げています。アサヒグループ食品(株)はフリーズドライ商品の「アマノフーズ」ブランドで減塩商品をラインアップしています。また、アサヒグループ食品(株)で販売している酵母エキスには、添加することで素材本来の風味を引き立て、旨味をアップすることにより、減塩効果が期待できる商品もあり、食品や健康食品をはじめとした幅広い分野で利用されています。



## 健康価値の創造

### 取り組み

### アサヒグループの独自素材・技術・知見による健康課題改善への貢献

#### ■ 酵母・乳酸菌などの研究による健康価値商品の展開

アサヒグループの各事業会社は、創業以来、幅広いリソースや知見を積み重ねてきました。ビールの醸造に必要な酵母や発酵技術を活用して、アサヒグループ食品(株)では、乾燥酵母(ビール酵母)から生まれた『エビオス錠』などを展開しています。

また、飲料・食品事業では、『カルピス®』の100年を超える乳酸菌研究などで培われた技術力を用いた商品を開発しています。アサヒ飲料(株)は、乳酸菌とともに確かな健康感と信頼できるおいしさをお届けする機能性表示食品『PLUSカルピス®』シリーズを展開、2025年4月には「L-92乳酸菌」を使った『PLUSカルピス® 免疫サポートウォーター』を発売しました。アサヒグループ食品(株)は、「CP2305ガセリ菌」を配合し、月経に関する機能性(健康な女性の月経前の一時的な晴れない気分の軽減)を訴求する、機能性表示食品『わたしプロログ』などを展開しています。



■ かむ力・飲み込む力が低下した高齢者向け介護食の展開  
アサヒグループ食品(株)では、ベビーフードで培ったノウハウを活かし、低下したかむ力、飲み込む力に配慮したレトルトの介護食『バランス献立』シリーズを展開し、メニュー開発もしています。日本介護食品協議会が定めたユニバーサルデザインフードの「容易にかめる」から「かまなくてよい」までの4つの区分で展開、各区分の条件を満たす商品を豊富にラインアップしています。

#### ■ ベトナムにおける母子保健改善プロジェクト

アサヒグループ食品(株)では、「ベトナムにおける母子保健改善プロジェクト」を立ち上げました。ベトナムでは離乳食の実践に関するガイドがなく、乳幼児の栄養問題や女性の育児負担などが社会課題となっています。そこで、アサヒグループ食品(株)の持つ知見を活用し、ベトナムの乳幼児と家族の健康価値の創造に貢献したいという思いから本プロジェクトを開始しました。このプロジェクトでは、日本のガイドを参考にしたベトナム版「離乳実践ガイド」の作成と普及を目指し、ベトナム保健省、ベトナム国立栄養研究所、ハノイ医科大学、アサヒグループ食品(株)が連携して取り組んでいます。また、このプロジェクトはJICA(国際協力機構)の「中小企業・SDGsビジネス支援事業」に採択され、多くの関係者の協力を得て進められています。

2024年4月にはベトナムのハノイとホーチミンで日本のベビーフードのテスト販売を開始し、日本のベビーフードの同国における受容性や有用性、改善点についての実証調査を進めています。

このプロジェクトを通して、ベトナムの乳幼児の健康を支援し、発達段階に応じた食事・栄養のサポート体制を強化することを目指します。今後も、ベトナムの母子の健康を願い、尽力していきます。



ベトナムの栄養相談センターでの啓発活動

「ベトナム版離乳実践ガイド」作成の支援に関する契約締結の署名式



## 人権

### 132 人権の尊重

132 マネジメント

136 人権デューデリジェンス

148 人権尊重を含むコンプライアンス  
に関する相談窓口

150 ステークホルダーとの  
エンゲージメント

# 人権の尊重

取り組みテーマ

## マネジメント

### 考え方

アサヒグループは、研究開発から調達、商品・サービスの提供に至る事業活動が、潜在的または顕在的に環境や人権へ影響を及ぼす可能性があることを理解しています。また、気候変動や大気・土壌・水質の汚染、そして生物多様性の損失が、直接的または間接的に人権へ悪影響を及ぼす可能性があることを理解しています。

当社グループは、グローバルな企業グループとして、自らの事業活動によって影響を受ける全ての人々の人権を尊重しており、人権の尊重を全ての事業活動の基盤として位置付けています。

### リスクと機会

#### リスク

- 適切な対策を講じない場合の、レピュテーションの毀損(取引先や消費者からの評価を含む)、法的責任(訴訟や罰金)または財務的損失(株価や融資)の発生
- 適切な対策を講じない場合の、事業拠点からの撤退や移転に伴うコストの増加、売上の減少

#### 機会

- 人権尊重への真摯な対応による企業価値向上および安定した原材料調達

### 方針

#### アサヒグループ人権方針

「アサヒグループ人権方針(人権方針)」は、「Asahi Group Philosophy」「アサヒグループ行動規範(グループ行動規範)」および「アサヒグループサステナビリティ基本方針」に基づいた当社グループの人権に関する最上位の方針であり、当社グループの全ての事業活動の基盤となるものです。本方針では、当社グループが事業活動において人権を尊重することが明記されており、また、国際的に認められている「国際人権章典」および国際労働機関(ILO)の「労働における基本的原則および権利に関する宣言」に規定された人権を尊重することが明記されています。

当社グループは国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」(国連指導原則)に則った人権デューデリジェンスを実施し、持続可能な社会の実現を目指します。

当社グループの人権方針は、当社グループ各社の全ての役員および従業員に適用されており、複数の言語に翻訳され、公開されています。すべての従業員は、eラーニングや社内コミュニケーションを通じて本方針を理解し、遵守することが求められています。

当社グループの人権尊重へのコミットメントは、サプライヤーとの契約に組み込まれており、契約期間中にサプライヤーの皆様「グローバルサプライヤー行動規範(サプライヤー行動規範)」の遵守を依頼しています。また、これらの要請事項をサプライチェーン全体に展開し、サプライチェーン全体で人権が保護されるよう求めています。

また、当社グループのステークホルダーが本方針や「アサヒ責任ある調達プログラム」に容易にアクセスできるよう、公開フォーラムや当社グループのWebサイトを通じて、これらの発信に取り組んでいます。

#### 関連情報

[Web](#) アサヒグループ人権方針

[Web](#) アサヒグループグローバルサプライヤー行動規範・アサヒグループ責任ある調達方針およびアサヒグループ責任ある調達：サプライヤーガイドライン

#### 国際的な原則に基づいた取り組み

当社グループは、人権方針に基づいた取り組みを進めるにあたり、国際的に認められた原則や基準を参照しています。具体的には、「国際人権章典」「ILO中核的労働基準」「国連指導原則」「OECD多国籍企業行動指針」「子どもの権利とビジネス原則」「国際規格ISO 26000(社会的責任に関する国際規格)」などを参照しています。

## 人権の尊重

### マネジメント

### ガバナンス

アサヒグループは、取締役 兼 代表執行役社長 Group CEOを委員長とするグローバルサステナビリティ委員会を設置し、人権課題を含むサステナビリティ課題に取り組む体制を構築しています。取締役会は、人権方針の定めに従い、人権方針の遵守状況や関連する取り組みの進捗状況に対する監督責任を担い、定期的にモニタリングを行い、報告を受けています。また、Group CEOが最終的に関連事項の意思決定を行います。

#### 関連情報

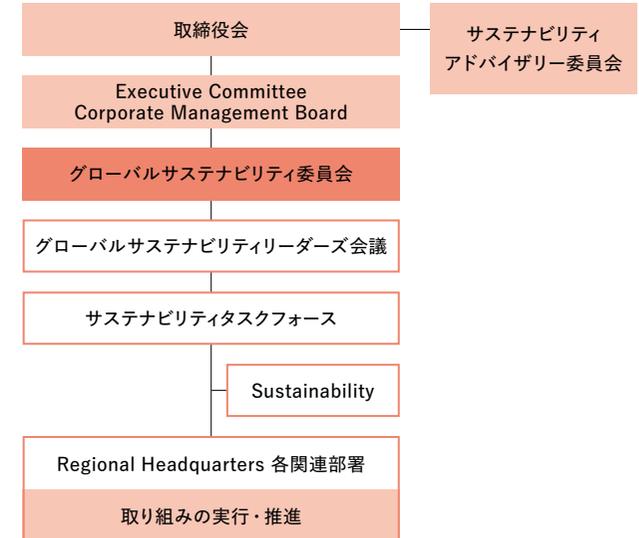
[▶ サステナビリティ・ガバナンス](#)

人権の尊重は当社グループの重要な優先事項の一つに位置付けられています。Group Chief Sustainability Officer (Group CSO)の監督のもと、関連する取り組みの戦略、進捗状況、課題が四半期ごとにCorporate Management Boardに報告されます。主な報告事項は、人権方針の事業活動への統合、従業員およびサプライチェーンに関する人権デューデリジェンスの推進、グリーンバンスメカニズムの構築と運用で構成されています。

また、事業活動全体の人権侵害リスク低減に向け、サステナビリティタスクフォースを設置しています。サステナビリティタスクフォースで取り上げられた人権課題は、Group CSOへ報告され、グローバルサステナビリティ委員会およびCorporate Management Boardで審議されます。2024年は、人権デューデリジェンスやグリーンバンスメカニズムの構築・運用など、優先取り組み事項に焦点を当てた議論を進めました。

日々の業務は、従業員の人権デューデリジェンスについては、アサヒグループホールディングス(株)Human Resources部門(HR部門)、グリーンバンスメカニズムの構築・運用については同社Legal部門、そしてサプライチェーンにおける人権デューデリジェンスについてはAsahi Global Procurement Pte. Ltd.のSustainability部門が管理しています。アサヒグループホールディングス(株)のSustainability部門は、グループ全体の人権尊重の取り組みを統括しています。

各部門の担当チームは、人権活動に関する知識と経験を有する人材(管理職を含む)で構成され、人権方針の実施に責任を有するほか、各部門長およびGroup CSOに対する日常的な助言や提言を行っています。関連部門長およびGroup CSOを含む経営層は、人権方針の実施を監督し、人権の尊重をグループ全体の戦略に組み込む上で重要な役割を果たしています。具体的には、戦略的な意思決定を行い、実務を担うチームに対し必要な支援やリソースを提供する責任を負っています。各部門の担当チームに所属するシニアマネージャーの業績は、それぞれの担当領域における人権デューデリジェンスの効果的な実施を基準として定期的に評価されています。



## 人権の尊重

### マネジメント

### リスク管理

人権尊重に関するリスクについては、ERM体制下において取締役兼代表執行役社長 Group CEOが委員長を務めるリスクマネジメント委員会が管理すべき主要リスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

また、アサヒグループリスクアベタイトステートメントにおいても、「『アサヒグループ行動規範』『アサヒグループ人権方針』を遵守することはもちろん、これらの遵守を妨げうるリスクもとらない」と宣言しています。

#### 関連情報

[Web](#) リスクマネジメント体制

### 指標と目標

#### グループ目標

- ・2030年までに、自社従業員の100%<sup>\*1</sup>および直接材一次サプライヤー100%<sup>\*2</sup>において、人権デューデリジェンスを実施し、各事業会社、機能部門が継続的にPDCAをモニタリングができています

<sup>\*1</sup> ディストリビューターを通じた輸出事業を除く事業展開国

<sup>\*2</sup> 原材料・包装資材の年間取引金額10万米ドル以上の既存サプライヤー

#### 関連情報

[📄 指標と目標 / 2024年実績](#)

### 戦略

アサヒグループは、これまで人権に関する有識者との継続的な対話を通じて、ビジネスと人権の重要性について理解を深めてきました。このような対話の場には各役員が出席しており、経営層の強いコミットメントが当社グループの人権活動を支える重要な要素となっています。

#### 関連情報

[Web](#) ステークホルダーダイアログ

今後は、人権方針の社内外への周知・浸透、国連指導原則に則った人権デューデリジェンスの推進、そしてグリーンバンスメカニズムの構築・運用などの取り組みを強化していきます。人権方針の浸透については、引き続き、人権に関するグループビジョンと戦略の策定に取り組み、人権デューデリジェンスについては、グループ目標の達成に向け、優先取り組み項目のリスク管理を強化していきます。

#### 優先取り組み項目

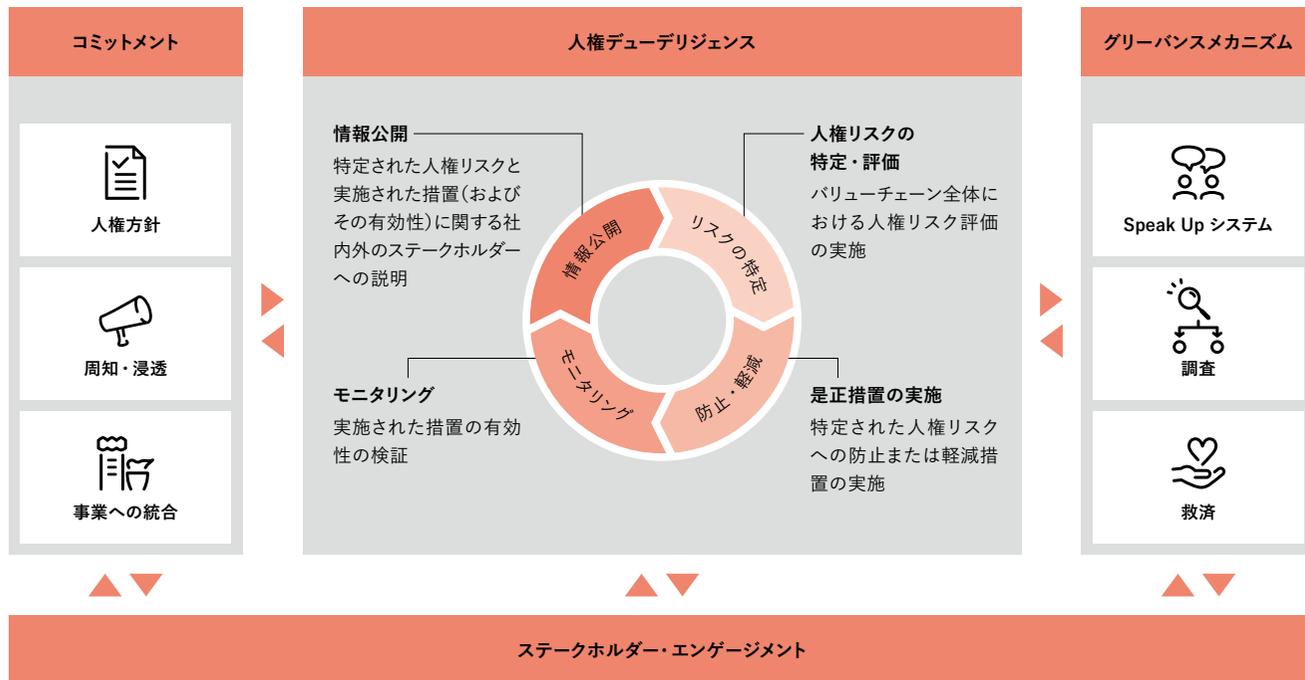
- ・自社の従業員
- ・サプライチェーン
- ・人権侵害の被害者への救済の仕組みの構築・運用

また、当社グループは、環境課題と人権課題の相互関連性に関する世界的な議論を認識し、今後の取り組みに統合する方法を模索しています。この取り組みには、社外の有識者や他社を含むステークホルダーとの連携強化が重要であると認識しています。2002年6月、日本企業として3番目に国連グローバル・コンパクトへの支持を表明しました。また、2025年1月には、BSR(Business for Social Responsibility)に加盟しました。今後も、環境課題と人権課題の相互関連性に留意しながら、取り組みを進めます。

# 人権の尊重

## マネジメント

国連指導原則に則ったアサヒグループの取り組み



# 人権の尊重

## 人権デューデリジェンス

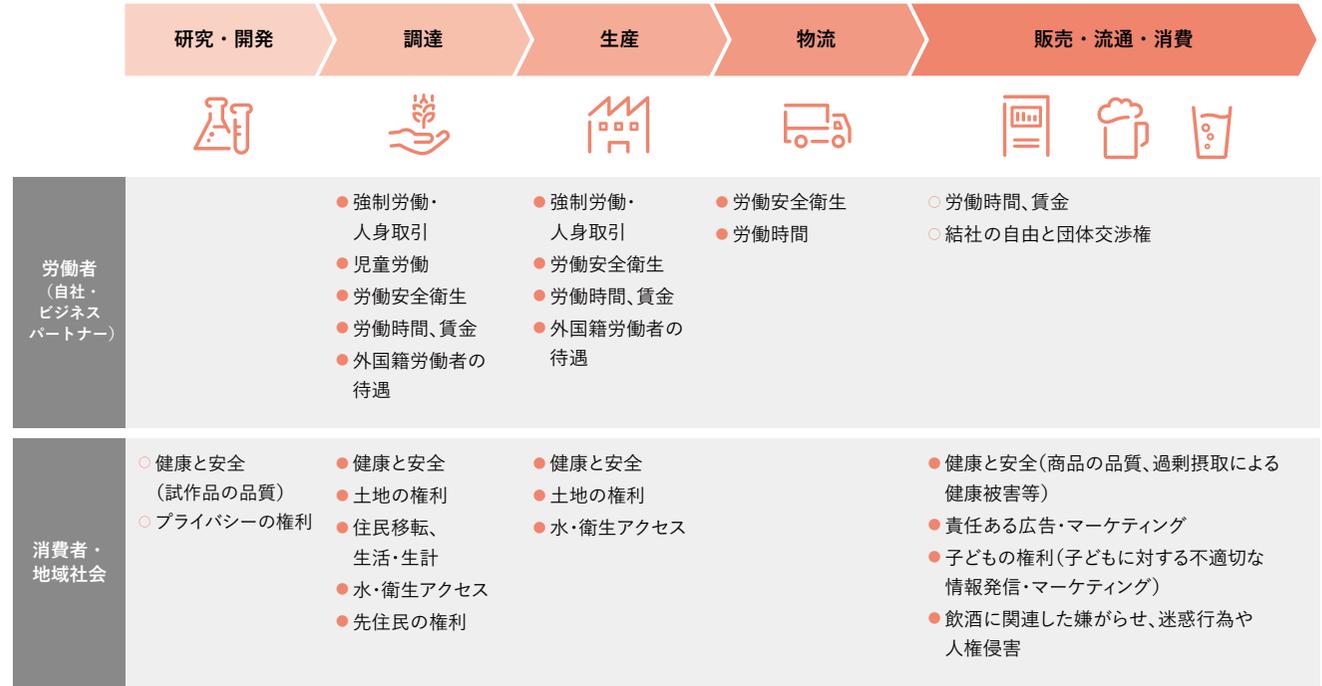
### 考え方

アサヒグループは、国連指導原則に則り、人権デューデリジェンスを推進しています。この継続的なプロセスを通じて、人権の尊重に基づく持続可能な事業活動の実現を目指しています。

2023年には、当社グループの主要事業(酒類事業、飲料事業、食品事業)を対象に、外部専門家によるバリューチェーン全体の包括的な人権リスクを見直し、当社グループが取り組むべきリスクをバリューチェーン上にマッピングしました。

この結果に基づき、グローバルサステナビリティ委員会において、既存の優先取り組みを継続し、2030年目標を新たに設定することを決議しました。

### バリューチェーンにおける主な潜在的人権リスク



● 高リスク ○ 中リスク

## 人権の尊重

### 人権デューデリジェンス

#### 事業活動に関わる人権課題

私たちは人権デューデリジェンスを通じて、私たちの事業活動に関連する顕著な人権課題は以下であると認識しています。



#### 差別

私たちは、ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン (DE&I) を推進し、個人の人権を尊重します。私たちは、国籍・人種・民族・宗教・思想・性別・年齢・障がい・性自認・性的指向・政治的またはその他の意見・雇用形態、その他各国・各地域の法令で保護されている特性による差別や、個人の尊厳を損なう行為を行いません。



#### ハラスメント

私たちは、精神的、肉体的であるかを問わず、相手を傷つけるような言動やあらゆるハラスメントを行いません。



#### 強制労働と児童労働

私たちは、強制労働や児童労働を行いません。また、人身売買を含む、いかなる形態の現代奴隷も許容しません。私たちは、子どもや女性、移民労働者が社会で最も取り残されやすく、脆弱な立場であることを認識しています。私たちは、国連グローバル・コンパクトの原則およびその他の国際人権法に対する私たちのコミットメントに従い、「子どもの権利とビジネス原則」「女子に対するあらゆる形態の差別の撤廃に関する条約(女性差別撤廃条約)」「すべての移住労働者とその家族の権利の保護に関する国際条約」を尊重します。



#### 結社の自由と 団体交渉権

私たちは、結社の自由と団体交渉の権利を尊重します。事業活動を行う国・地域において結社の自由や団体交渉の権利が認められていない、または国際人権基準を満たさない場合は、社員との対話の代替手段を確立することによってこれらの権利を尊重する方法を追求します。



#### 労働安全衛生

私たちは、職場の安全・衛生に関する法令・ルールとその運用状況を確認し、安全で健康的な職場環境をつくります。



#### 労働時間と賃金

私たちは、労働時間に関する国際基準、及び事業活動を行う国・地域において適用される労働時間に関する全ての法令を遵守し、社員の過重労働の抑制に努めます。また事業活動を行う国・地域において適用される賃金に関する全ての法令を遵守します。各国法令に基づき、最低賃金の遵守はもとより生活賃金を満たす、公正な賃金の実現に努めます。



#### サプライチェーンに おける影響

私たちは、ビジネスパートナーやその下請先を含めたサプライチェーン全体の把握に努めます。私たちは、本方針に沿った基準や、適用される法律や規制に基づいて要求される基準に対するサプライヤーの遵守状況を確認・評価します。また、サプライチェーン全体における人権の尊重を促進するため、多様なステークホルダーとも連携します。



#### 地域社会への影響

私たちは、アサヒグループの事業活動が土地の権利、水へのアクセス、健康、先住民族の権利など、地域社会において人権に影響を及ぼす可能性があることを認識しています。先住民族の権利に関する国際連合宣言を尊重し、私たちが土地を取得する場合(購入、リース、利用を含む)、公正かつ合法的な交渉を行い、IFCパフォーマンススタンダードの関連する部分に沿うかたちで、FPIC(Free, Prior, and Informed Consent)原則に従って土地を取得します。私たちは、事業活動を行う地域社会において人権に対する責任を果たし、持続可能な社会に貢献することを目指します。

当社グループは、新規事業や市場へ参入する際の契約においても、人権の視点を取り入れたデューデリジェンスを実施しています。人権方針およびサプライヤー行動規範に基づき、新規事業投資が人権に及ぼす潜在

的な影響を考慮し、投資の適性を評価するとともに、新たなビジネスパートナーに対し、人権方針を理解してもらうよう徹底します。

#### 関連情報

- ▶ [従業員\(人権デューデリジェンス\)](#)
- ▶ [サプライチェーン\(人権デューデリジェンス\)](#)

## 人権の尊重

### 人権デューデリジェンス

#### 従業員

アサヒグループは、従業員の人権を尊重し、保護する責任を認識し、真摯に受け止めています。この責務を果たすべく、国際的な人権・労働基準に従うとともに、国連指導原則に基づき、適切に人権デューデリジェンスを実施していきます。

#### ガバナンス

従業員の人権を尊重するというコミットメントは、当社グループの人権方針にも明記しています。また同方針は、従業員に関する顕著な人権課題として、差別、ハラスメント、強制労働と児童労働、結社の自由と団体交渉権、労働安全衛生、労働時間と賃金を挙げているほか、労働時間に関する国際基準の遵守や、生活賃金を保証する公正な賃金の実現に努めるなど、個別課題への取り組み姿勢についても記載しています。

従業員の人権デューデリジェンスの推進はアサヒグループホールディングス(株)のHR部門が担っており、少なくとも月に一度、Group Chief People Officer(Group CPO)に、安全衛生対策を含む従業員の人権に関する取り組みについて報告を行い、必要な助言や支援を得ています。

#### 従業員の人権デューデリジェンスの取り組み(2024年)

##### 概要

当社グループは、グローバルレベルにおける従業員の人権デューデリジェンスとして、以下の取り組みを実施しました。

##### 人権影響の 特定と評価

- 2023年に実施した国別リスク評価で、高リスク国と特定された日本、マレーシア、インドネシアの3カ国において、Sedexの自己評価質問票(SAQ)を用いたリスク評価を実施。同3カ国のすべての生産拠点(計33拠点)について、国際的な労働基準への適合状況を確認、分析
- 日本、マレーシア、インドネシアの9拠点において、SedexのSMETA実地監査を実施
- ミャンマーにおける強化された人権デューデリジェンスの適切な実施に向けて、社内のステークホルダーや社外の専門家の協力のもと、アプローチの検討を開始

##### 予防是正措置 の実施

- グローバル拠点からもアクセス可能なイントラネットを通し、人権尊重へのコミットメントを伝えるGroup CPOメッセージや、人権研修ビデオを配信
- SMETA実地監査で特定された指摘事項に対する是正を開始
- 従業員の人権に関する取り組みのグローバルかつ有効な実施に向けて、各Regional Headquarters(RHQ)など内部ステークホルダーとのコミュニケーションを強化

##### 取り組みの 実効性評価

- マレーシアの2つの生産拠点を訪問し、2022年の現地調査で指摘された要改善事項に対する是正措置の実施状況を確認。未実施事項については、各RHQの内部監査メカニズムに統合し、確実な実施に向けて体系的なモニタリングを行うことを決定
- 2025年の計画および中期戦略策定に向け、過去の従業員の人権デューデリジェンスの取り組み内容を分析。予防是正措置の実施、実効性評価、および開示を強化する必要性を確認し、計画に反映

##### 情報の開示

アセスメント結果や是正計画、顕著な人権課題に対するグローバルな取り組みなどを新たに開示するなど、対外的なコミュニケーションを強化

#### 主なプロジェクトの詳細

##### Sedex自己評価質問票(SAQ)リスク評価

2023年に実施した国別リスク評価において、高リスク国と特定された3カ国(日本、マレーシア、インドネシア)の全ての生産拠点(日本29拠点、マレーシア2拠点、インドネシア2拠点の計33拠点)に対し、2024年にSedex SAQを用いたリスク評価を実施しました。Sedex SAQの労務関連の質問には、強制労働や労働時間など、当社グループの顕著な人権課題が含まれています。また、SAQで高リスクと判断された拠点に対しては、リスクベースアプローチに基づき、SMETA実地監査を実施する計画です。

なお、同じ国別リスク評価で高リスクとされたミャンマーについては、紛争影響地域であることを考慮し、国連指導原則に沿って、強化された人権デューデリジェンスを適切に実施する必要があると判断し、この評価の範囲からは除外しました。

## 人権の尊重

### 人権デューデリジェンス

#### ▶ Sedex SAQ結果概要

SAQ結果の分析においては、人権関連の管理状況を把握するため、マネジメントコントロールスコアに注目しました。3カ国全てで、同スコアの全拠点平均は3.0を超え、人権に関する管理状況が良好なレベルにあることが確認されました。また、システム上の制約により、SAQの一部にアクセスできない事業規模の小さい日本の2拠点を除き、拠点間における大きなスコアの違いはありませんでした。

#### Sedex SAQ マネジメントコントロールの国別平均スコア

国	対象拠点数	平均スコア
日本	29	3.29
マレーシア	2	4.00
インドネシア	2	3.60

#### ▶ 主な改善可能点

全体的な管理状況は良好でしたが、人権管理上さらなる改善が可能な事項も特定できました。これらの要素については、さらに検討を進めた上で、グローバル・ガイドラインの策定などを通じて、管理システムへの反映を目指していきます。

##### 児童労働

対象拠点には18歳未満の労働者はいなかったが、方針や就業規則に、若年労働者を保護する詳細な規定(例：夜間労働の明確な禁止など)を盛り込むなど、予防措置の強化を図る

##### 労働時間と時間外労働

現地法はしっかりと遵守できているが、例外的に労働時間が国際的な指標である週60時間を超えた場合に、労働者の健康と安全のための適切な保護措置を組織的に導入するなど、軽減措置のさらなる強化を図る

##### 差別

保護特性に基づく差別は明確に禁止しているが、グローバル事業全体を通じた研修やキャンペーンの着実な実施、健康診断に関する明確なガイドライン策定など、予防措置のさらなる強化を図る

#### 関連情報

▶ [2025年の計画](#)

#### Sedex SMETA実地監査

2024年11月から12月にかけて、SAQの結果を検証し、実際の労働状況をより包括的に理解するために、日本5拠点、マレーシア2拠点、インドネシア2拠点の計9拠点において、SMETA実地監査を実施しました。

なお、SAQの拠点別のスコアに大きな差異が見られなかったことから、監査対象拠点は以下を考慮して選定しました。

- インドネシアとマレーシア：拠点数が少ないため、全拠点で監査を実施
- 日本：主要な事業分野(酒類事業、飲料事業、食品事業)を全てカバーすることを目指し、事業会社と協議の上、5拠点で監査を実施

#### ▶ SMETA実地監査結果の概要

- SMETA実地監査では、文書確認、拠点視察、合計200名以上の労働者への聞き取り調査が実施され、9拠点合計で47件の指摘事項が確認されました。このうち31件は安全衛生関連、16件は労務関連の指摘でした。
- 31件の安全衛生に関する指摘事項のうち、19件は緊急時対応に関するもので、非常口、避難経路、避難訓練、避難関連掲示、非常灯、消防設備などについての指摘でした。残りの12件は、救急用品、電気配線、文書および記録管理、はさまれリスク、化学物質表示、安全衛生関連掲示などに関する指摘でした。
- 労務に関する16の指摘事項には、労働時間、休日、雇用手数料の徴収を禁じる方針施行前に支払われた雇用手数料、国際労働基準や労働条件についての労働者への説明、懲戒措置、人材派遣会社の管理に関する指摘などが含まれました。

## 人権の尊重

### 人権デューデリジェンス

#### ▶ 是正措置

監査終了から約2カ月後の2025年1月31日時点における監査指摘事項に対する是正措置の実施状況は、以下の通りです。

表にも示した通り、全ての指摘事項についてレビューを実施し、短期的な是正措置計画の策定を完了しました。長期的なフォローアップが必要な事項については、労働組合と意見交換を行ったり、外部専門機関から助言を得たりしながら、是正計画を策定、実施していきます。

また、合計47件のうち31件の指摘事項については、すでに是正措置の実施を完了しました。一部の安全衛生関連の指摘については、指摘事項の是正(例：故障した非常灯の交換)に加え、これらの確認を内部監査や定期検査、および年次計画に組み込むなど、再発防止のための予防措置も講じています。

なお、以下3件の指摘事項については、社内で再検討の上、対応不要と判断しました。

#### ● 夜間の救急救命要員の配置

理由：全社員に救急器具の使用法や場所を周知していることに加え、公共の救急救命体制へのアクセスが容易。

#### ● 給与控除に関する労働協約の締結

理由：監査時には提出できなかったものの、のちに該当書面が確認された。

#### ● 労働時間

理由：労使協定で定められた労働時間を超過した従業員がいるとの指摘がなされたが、追加調査と再計算の結果、該当しないことが確認された。

#### 是正措置の実施状況

		指摘事項	是正策決定済	是正実施済	対応不要	対応終了数	対応終了率
緊急時対応	日本	8	8	4	0	4	50%
	マレーシア	9	9	8	0	8	89%
	インドネシア	2	2	2	0	2	100%
その他安全衛生関連	日本	6	6	5	1	6	100%
	マレーシア	5	5	4	0	4	80%
	インドネシア	1	1	1	0	1	100%
労務関連	日本	8	8	4	2	6	75%
	マレーシア	8	8	3	0	3	38%
	インドネシア	0	—	—	—	—	—
計		47	47	31	3	34	72%

2025年1月31日時点

#### 是正措置事例



非常口表示の改善(日本)



夜間勤務者に対する避難訓練の実施(インドネシア)



非常口表示の改善(マレーシア)

#### 主な労務関連指摘事項への対応

##### 過去の雇用手数料支払い

マレーシアでは、強制労働を防止するため、2022年に雇用手数料の徴収を禁じる雇用手数料ゼロ方針(ZFRP)を施行しました。SMETA 実地監査では、同方針の施行以降にマレーシアに入国した移住労働者について、雇用手数料を支払っていないことが確認され、ZFRPが効果的に施行されていることが示されました。

一方で、監査でインタビューを受けた52名の移住労働者のうち、ZFRP施行前に到着していた22名が、就職の際に雇用手数料を支払ったと答えたことが明らかになりました。この報告を受けて、即時に追跡調査を実施したところ、ZFRP施行前に到着していた123名の移住労働者について、同様のリスクがある可能性が浮上しました。

今後、人権方針に従い、影響を受けた従業員に対し、救済を提供していきます。その際、公正かつ公平な救済計画を策定するため、外部専門機関に助言を求めるほか、影響を受けた従業員とも協議していく予定です。

また、再発防止のために、今後もZFRPを適切に施行するとともに、モニタリングを継続していきます。

##### 長時間労働の制限と休日の確保

マレーシアの拠点において、週60時間以上の長時間労働リスクおよび週1回以上の休日の不取得リスクが確認され、国内法は遵守しているものの、ETI基本コード\*に照らすと不適合との指摘を受けました。残業時間の削減は、従業員の収入に影響を及ぼす可能性もあるため、労働組合と積極的に協議を行うとともに、外部専門家にも助言を求めながら、労働者の福利を優先した適切な解決策を模索していく予定です。

短期的には、休憩時間の延長などを検討していますが、シフトの再編成などについても従業員と協議を進め、全面的な合意を形成することを目指します。

## 人権の尊重

### 人権デューデリジェンス

また、これらの対策を実施するまでの暫定的なリスク低減措置として、週60時間を超える残業または連続6日を超える勤務については、理由の説明と特別な承認を必要とする手続きを導入しました。この手続きでは、書面による従業員の同意の確認も義務付けています。

#### 懲戒規定における減給処分

日本の2拠点において、懲戒規定に減給処分が含まれていることが、SMETA実地監査において不適合と指摘されました。日本の法律では、減給処分は認められていることに加え、同2拠点において処分が実施された実績はありませんでした。またILOの関連条約でも減給処分の明確な禁止は確認できませんでしたが、SMETA実地監査で参照されているETI基本コード\*に照らすと不適合との説明でした。今後、ベスト・プラクティス実施の観点から規定を見直すべきかを検討していく予定です。

\* ETI基本コード：ILO条約をベースに策定された国際的な労働基準。SMETA実地監査の基準として使われている

### ミャンマーにおける強化された人権デューデリジェンスの実施

当社グループは、紛争地域で事業を行うことに内在する重大な人権リスクを認識し、ミャンマーにおいても、責任ある事業活動を行うべく、国連指導原則に従って人権デューデリジェンスを進めていきます。

2024年には、紛争状況の激化を考慮し、ミャンマーにおける事業に関連する潜在的な人権への影響を確認するため、人権管理システムの確認を含む社内調査を実施しました。さらに、調査結果を外務専門家に共有し、人権デューデリジェンスの取り組み強化に向けて、意見交換を行いました。これらの取り組み内容は、経営層にも報告されています。

また、取り組みを通じ、ミャンマーにおける児童労働リスクが高まっていることを確認しました。背景には、最低就労年齢を14歳と定める現地法と、紛争による労働力不足が挙げられます。このため、現地拠点と連携し、18歳未満の労働者を雇用していないことを確認したほか、予防措置として、内部採用規定を改訂し、拠点における最低就労年齢を18歳に引き上げました。

他にも、労働時間や適切な生活水準への権利など、従業員の権利に関連する潜在的な人権影響リスクが懸念されることを念頭に、今後も、内部ステークホルダーや外部専門家との協働、適切なアセスメントの実施など、ミャンマーにおける責任ある事業活動のために、引き続き取り組みを実施していきます。

### ■ 顕著な人権課題に関する取り組み

人権方針に含まれている従業員関連の顕著な人権課題について、取り組みの概要は以下の通りです。

#### 差別とハラスメント

##### ▶ 取り組み

グローバル事業全体で、定期的実施しているグループ行動規範に関する必須の研修を通じ、差別とハラスメントを許さないことを全従業員に伝えています。

##### 関連情報

- ▶ [従業員への教育・研修](#)
- ▶ [人権尊重を含むコンプライアンスに関する相談窓口](#)
- ▶ [ありがたい企業風土の醸成—ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン—](#)

さらに、各地域において、方針やマニュアルの策定、研修の実施など、独自の取り組みを実施しています。例えば日本では、さまざまなハラスメントの具体事例を詳細に記載したハラスメント防止マニュアルを策定し、アルコール・ハラスメントの事例も含めるなど、業界特有のリスクにも対応しています。オセアニアでは、差別やハラスメント関連事案への対応手順や、従業員、管理職、人事担当それぞれの責任を詳述したRespect in the Workplace Policyを導入しています。2024年には、同方針に関する対面トレーニングを実施し、3,600人以上の従業員が参加しました。

欧州では、ハラスメントや差別に関する方針を現地法に準拠する形で策定しているほか、オンラインおよび対面で、各種研修(ハラスメント防止や行動する第三者ワークショップなどのトレーニング)を実施しています。東南アジアでは、定期的なハラスメントおよび差別防止研修に加え、ハラスメントや差別防止に関するグループとしてのコミットメントが内容に含まれるコンプライアンスワークショップを、年に1回開催しています。このワークショップは、全従業員が参加できるように、工場やオフィスなど、各地域の全拠点をオンラインでつないで開催しています。

##### ▶ 重点分野：女性の権利

当社グループは、差別の根絶に向けた取り組みの一環として、ジェンダー平等を推進しています。

## 人権の尊重

### 人権デューデリジェンス

#### 経営層\*の女性比率に関するグループ目標

\* 経営層：役員および各機能部門をリードする職責を担うアサヒグループの社内グレード21以上を対象とする

関連情報

▶ [指標と目標\(ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン\)](#)

#### 男女賃金格差の改善に向けた取り組み

当社グループは、グローバルに事業を展開していますが、男女賃金格差の計算方法は、法規制の違いを背景に各国・地域によって異なります。このため、グループでは、男女賃金格差に関するデータのモニタリングは、一義的に各RHQが実施しています。

日本では、毎年、有価証券報告書で男女賃金格差を開示しています。さらに、2023年には格差の要因分析を実施し、アサヒグループホールディングス(株)「People & Culture Report」で結果を開示しました。

欧州では、市場において、給与レビュー後に定期的に男女賃金格差の内部分析を行っています。また、グループ全社で、同一賃金と透明性に関するEU指令に準拠する準備を進めています。

オセアニアでは、給与取得者の報酬体系の定期的なレビューとベンチマークを通して、男女賃金格差を含むさまざまな課題を特定し、対処しています。さらに、毎年報酬の見直しを行い、報酬がジェンダーではなく、役割や責任、スキル、経験などによって決定されていることを確認しています。

東南アジア事業では、管理職における男女賃金格差をKPIとして設定し、毎月の地域経営会議でモニタリングしています。

#### 男女賃金格差(日本)

全労働者	うち正規雇用労働者	うちパート・有期労働者
70.7%	76.4%	70.4%

データ範囲：アサヒグループホールディングス(株)および国内連結会社12社  
注：事業会社ごとのデータについては、2024年の有価証券報告書で開示しています

#### リプロダクティブ・ヘルス/ライツの保護

女性従業員の健康とWell-beingを支援するため、グローバル事業全体を通して、妊娠・出産関連の医療休暇を提供しています。

#### 強制労働

##### ▶ 取り組み

2024年、当社グループ全体における移住労働者の就業状況について把握するため、直接雇用関係にある移住労働者のデータを全地域で収集しました。今後、当該データの分析を通して、潜在的なリスクを特定・評価するとともに、適切な施策を講じていきます。

#### 移住労働者の身分証明書の保持

内部調査を通し、各地域の状況を以下の通り確認しました。

- 日本では、移住労働者の身分証明書の保持を禁止する文書化された方針は確認できませんでしたが、移住労働者の身分証明書の保持は行われていないことを確認しています。
- 欧州およびオセアニアについては、EU、香港、米国、カナダ、英国、豪州など、管轄する市場の多くに、労働者の書類の原本保持を禁止する現地規制があり、法令を遵守しています。
- 東南アジアでは、社内方針を通して、移住労働者のパスポートまたは身分証明書の原本を保持することを禁止しています。
- グローバル事業全体を通した適切な対応を担保するため、移住労働者のパスポートおよび身分証明書の保持や、移動の自由に対する不当な制限を禁止するグローバル・ガイドラインを今後策定していく予定です。

#### 公正な支払い

内部調査を実施し、グローバル事業全体で、定期的、全額かつ期日通りの給与支払いのための文書化された手順があることを確認しました。また、全ての拠点で、正当な控除についての説明を含む給与明細を支給していることも確認しました。

#### 人材紹介業者の管理

サプライヤー行動規範は、人材紹介業者を含むサプライヤーに対し、雇用手数料の徴収禁止および徴収があった場合の返還、身分証明書の保持や移動の自由に対する不当な制限の禁止、定期的かつ全額、期日通りの給与支払いなどを、ほかの要求事項とともに明確に求めています。

関連情報

[Web](#) アサヒグループグローバルサプライヤー行動規範・アサヒグループ責任ある調達方針及びアサヒグループ責任ある調達：サプライヤーガイドライン

##### ▶ 地域的な取り組み(マレーシア)

#### 雇用手数料ゼロ方針(ZFRP)

マレーシアでは、2022年より、移住労働者による雇用手数料の支払いを防止する雇用手数料ゼロ方針(ZFRP)を導入しています。人材紹介業者に対しても、同方針の遵守を求めており、不遵守の場合は取引関係を終了することを伝えています。また、2024年のSMETA実地監査で実施された移住労働者に対する個別インタビューを通し、同方針の施行以降に到着した労働者については、方針が効果的に実施されていることを確認しました。

## 人権の尊重

### 人権デューデリジェンス

#### 現地アセスメントとモニタリング

2024年のSMETA実地監査に加え、2022年にマレーシアの全2カ所の生産拠点を対象に、外部専門家の協力のもと、移住労働者の状況について確認する現地アセスメントを実施しました。文書確認、工場訪問および寮の視察などが行われ、労働者の安全状況の改善に向けた言語的な支援、明確な文書を用いた労働条件に関する説明の強化、適切な休日取得のための予防措置の強化、寮における娯楽の提供などの必要性が指摘されました。

2024年にはフォローアップ訪問を行い、これらの指摘事項のうち、労働者の母語による緊急時対応の説明の寮における掲示、労働時間管理における2段階打刻の導入、労働者との協議によって決定した寮におけるWi-Fiの提供などが実施されたことを確認しました。未実施の指摘事項については、RHQの確認システムに組み込み、引き続きモニタリングを行ってまいります。

#### 関連情報

▶ [主なプロジェクトの詳細](#)

#### 児童労働

##### ▶ 取り組み

#### 若年労働者

2024年、社内調査で確認したところ、日本、オセアニア、東南アジアにおける最年少の直接雇用労働者は18歳でした。

一方、欧州では、製造業における中等教育の一環として、16歳から17歳の若者向けに少数の実務研修の機会を提供しています。これらの研修は正規の雇用契約とは異なりますが、若年労働者の保護に関するILO基準を満たす現地の規制に完全に準拠して実施されています。また、研修生は全員、シフトリーダーによって一貫して監督され、業務に特化した健康診断を受けることが義務付けられています。

#### 年齢確認

全ての地域において、採用時、公的書類による年齢確認が実施されており、児童労働リスクの低減に貢献しています。

#### 結社の自由と団体交渉

##### ▶ 取り組み

差別の禁止：2024年、全地域において、結社の自由および団体交渉権の行使を理由とした労働者に対する差別、脅迫、嫌がらせ、報復、暴力を禁止する文書化された手順が確立されていることを確認しました。

#### 労働協約の対象となる従業員の割合

日本*1	欧州*2	オセアニア*3	東南アジア*4
36%	71%	30%	41%

#### 集計範囲

\*1 アサヒグループジャパン(株)、アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食品(株)

\*2 EMEAとアジアを除く

\*3 豪州、ニュージーランドの全従業員中、組合費の給与天引きに自発的に登録している従業員の割合。実際の組織率はこれより高い可能性があるが、法令により直接従業員に対する確認は実施していない。

\*4 全生産拠点

#### 労働安全衛生

労働安全衛生に関するビジョン、戦略、リスク評価と是正措置、地域ごとの継続的改善計画および関連KPI、定量データなどの詳細については、「セーフティ&ウエルビーイング」のセクションをご参照ください。

#### 関連情報

▶ [ありたい企業風土の醸成 —セーフティ&ウエルビーイング—](#)

#### 労働時間と賃金

##### ▶ 取り組み

#### 長時間労働の管理

各地域で、長時間労働防止のための施策を展開しています。

欧州では、長時間労働を防ぐことを目指し、稼働可能な人員の範囲内で生産計画を確実に遂行するために、労働力と労働時間を積極的に管理する手順を導入しています。残業は全て、ラインマネージャーによって監視および承認され、個々の従業員が過剰な残業をしないよう定期的に報告が行われています。オセアニアでは、繁忙期に追加の人員を雇用するなど、労働時間を管理するための取り組みを行っています。日本では、従業員の残業時間が月20時間を超えるとアラートが送られるシステムを導入しています。東南アジアでは、長時間労働に対する保護を強化するために、一定以上の残業に対する特別な承認手続きが導入されました。

今後も各地域の優れた取り組みから学び、グローバル事業全体に活かしていきます。

#### 生活賃金

欧州では、外部専門家の協力を得て、さまざまな家族ごとの生活コストに対して給与水準が十分であるかの分析を行いました。その結果、地域従業員の給与は、おおむね生活賃金の基準を上回っていることがわかりました。今後も、ライフイベントポリシーなどを通じて、生活賃金の基準に満たない場合などに追加的な支援を提供することなどを検討していきます。

また、グループ会社のAllpress社は、同社グループの従業員に対し、Wage Indicator Foundationが公示する生活賃金を100%支払うことを約束しています。

## 人権の尊重

### 人権デューデリジェンス

#### ■ 従業員への教育・研修

##### 全従業員を対象とした人権研修

当社グループでは、人権に対する強いコミットメントを組織全体に浸透させる取り組みの一環として、さまざまな研修プログラムを実施しています。従業員の人権研修実施状況は、ERMシステムを通して、四半期ごとにリスクマネジメント委員会によって確認されています。

##### 人権ビデオ研修

2024年には、グローバル拠点全てからアクセスが可能なイントラネット上で、以下の課題を扱った人権研修ビデオシリーズを発信しました。

- 企業の人権責任
- グループの事業に関連する潜在的な人権影響の事例
- 合理的配慮

また、人権研修ビデオシリーズの開始時には、全従業員に向けて、事業全体を通じた人権尊重の重要性を強調するGroup CPOによるビデオメッセージも配信しました。

##### 行動規範研修

人権の尊重は、グループ行動規範の主要原則の一つです。当社グループでは、グローバルの主要事業会社の全従業員を対象に、定期的に行動規範に関する研修を実施し、これを通して、人権尊重を含む行動規範の浸透を図っています。研修は、日本語、チェコ

語、英語、マレー語など、複数の現地言語で提供されており、直近年度におけるグループ全体の受講率は90%を超えています。

##### 職務に即した人権研修の実施

2024年、サプライヤー行動規範の改定および「アサヒグループ責任ある調達方針（責任ある調達方針）」の導入に際し、グローバル事業全体の調達部門を対象に、職務に即した人権研修を実施しました。各地域から計208名がバーチャルワークショップに参加。新しくなった「アサヒ責任ある調達プログラム」と各自が果たすべき役割について研修を受けました。

また2025年から、人権方針に関するeラーニングの受講を全従業員に義務付けることに加え、人事、調達、サステナビリティなど、人権への関連が深い職務に従事する従業員を対象に、職務別研修を強化する予定です。具体的には、双方向型のワークショップを実施し、人権へのグループとしてのコミットメントや、人権関連の事業リスク、各職務に関連する取り組みについて理解の深化を図ります。

このアプローチを実証すべく、2024年12月、世界人権デーに合わせて、インドネシアで試験的に人権ワークショップを実施しました。対面とオンラインで、人事や工場管理など、さまざまな部門から150名以上の従業員が参加しました。研修後の意見交換では、工場の生産ラインで働く従業員に対しても、自らの人権や、影響を受けた場合に報告す



人権研修を受けるインドネシアの従業員

る方法についての理解を促す研修を実施することが大切であるなどのフィードバックを受けました。これらの意見は、2026年のグローバル人権研修および改善計画に反映される予定です。

#### ■ 2025年の計画

2025年に実施を計画している従業員の人権に関する主な取り組みは以下の通りです。

##### 従業員人権影響評価の実施

グローバル事業全体を対象範囲として、国連指導原則に基づき、従業員に関連する人権課題の特定と優先順位付けを実施します。さらに、地域における人権管理状況の確認も行い、改善分野を特定するとともに、統合に向けた行動計画を策定します。

##### グローバル・ガイドライン策定計画

人権方針で掲げている従業員の人権に関するコミットメントと、グローバル事業全体で運用していくためのガイドラインを、人権影響評価に基づく優先順位に沿って順次策定していく計画です。

##### KPIの設定

グループ全体で効果的な進捗管理を行うため、明確で測定可能なKPIの設定を進めています。

## 人権の尊重

### 人権デューデリジェンス

#### サプライチェーン

アサヒグループの調達への取り組みは、サプライヤーとの関係を通じて当社グループが人権への負の影響を引き起こすこと、助長すること、または直接関与することへの可能性を防止することを目的としています。透明性が高く、倫理的、かつ責任ある調達プロセスを促進することで、関係する全てのステークホルダーのWell-beingとエンパワーメントに貢献する持続可能なサプライチェーンの構築を目指しています。

また、従来に引き続き当社グループは、公正取引委員会による独占禁止法上の優越的地位の濫用に関するガイドライン(2017年6月16日更新)を遵守することに継続的に取り組んでいます。

#### ガバナンス

新たに設立されたAsahi Global Procurement Pte. Ltd.(AGPRO)は、当社グループの調達活動を統括する機能会社であり、グローバル、ローカルの機能を統合し、サプライチェーンにおける人権への影響を管理します。AGPROのCEOがアサヒグループの責任ある調達活動の責任を有し、アサヒグループホールディングス(株)の取締役兼執行役Group CFOに報告しています。また、サステナビリティとイノベーションを担当するグローバルディレクターがAGPROのCEOを補佐し、人権チーム責任者を兼任しています。

#### ■ サプライチェーンの人権デューデリジェンスの取り組み(2024年)

当社グループは、サプライチェーンにおける人権への影響を把握するアプローチを見直し、労働者や地域社会における人権の向上につながる取り組みを進めています。

##### グローバル・サプライチェーンのESGリスクリストの作成

サプライチェーンにおける人権への潜在的な悪影響に関する理解を深め、重点的に介入すべき分野を特定しました。

##### サプライヤーへの要請事項の強化

サプライチェーンにおける労働者や地域社会の人々の人権を保護し、自然環境を保全するという目標を実現するために、「アサヒ責任ある調達プログラム」を策定しました。その一環として、「アサヒグループグローバルサプライヤー行動規範」「アサヒグループ責任ある調達方針」「アサヒグループ責任ある調達：サプライヤーガイドライン」を導入し、サプライヤーへの期待する事項を明示しました。

##### グループ全体にわたる人権デューデリジェンスプログラムの展開

潜在的なリスクが高いサプライヤー94社を対象に、人権デューデリジェンスを強化したアプローチを導入しました。このアプローチには、サプライヤーの人権リスク管理システムを評価、是正し、モニタリングを実施するための体系的なプロセスが含まれています。

##### 関連情報

**Web** アサヒグループグローバルサプライヤー行動規範・アサヒグループ責任ある調達方針およびアサヒグループ責任ある調達：サプライヤーガイドライン

#### ■ サプライチェーンの持続可能性に関するリスクの明確化

当社グループのサプライチェーンにおける人権デューデリジェンスは、人権リスクが最も深刻かつ発生可能性が高いサプライチェーンを対象とし、サプライヤーへの要請事項への対応に向けて、調達関連担当者およびサプライヤーの能力向上に取り組んでいます。

2024年には、最も重要なサプライチェーンにおいて、労働者、地域社会への悪影響を及ぼすベースラインリスクを確認すべく、リスク評価を実施しました。各サプライヤーが事業展開をしている業界、国ごとに固有のリスクを特定し、サプライヤーのリスクプロファイルを検証しました。今後はEcoVadis IQ Plus\*を活用し、サプライヤーの固有のリスクプロファイルを評価していきます。

\* EcoVadis IQ Plus: EcoVadis社が提供するサプライチェーンにおけるサステナビリティリスクの特定と管理に役立つ強力なリスクマッピングおよびモニタリングツール

## 人権の尊重

### 人権デューデリジェンス

#### ■ 新たなサプライチェーン人権デューデリジェンス推進体制 人権デューデリジェンスに基づいた購買メカニズムの構築

当社グループのサプライチェーンにおける人権戦略としては、サプライチェーンにおける人権への影響を評価し、統合し、追跡し、適切に伝えるために、グループ全体のメカニズムを確立することが重要と考えます。2024年には、これまで各地域で実施されていたデューデリジェンスの取り組みを、グループ全体で標準化した人権デューデリジェンスメカニズムに統合しました。

原則として、当社グループのサプライチェーンにおける人権デューデリジェンスは、当社グループの人権へのコミットメントに沿って購買を決定します。このアプローチは、新規サプライヤーとの関係における人権リスクを評価し、これらの評価結果を契約前

の対応や契約更新プロセスに組み込むことで、購買活動に反映しています。人権への負の影響が生じた場合には、影響の管理を徹底し、協力的でないサプライヤーに対しては、取引の一時停止または取引の見直しの措置を講じます。この仕組みは、サプライヤーガイドラインで説明されています。

当社グループは、購買活動を通じて、サプライヤーと協力し、当社グループが人権に関して期待する事項をサプライヤーが満たすための能力開発支援に努めます。これには、発注量の合意、公正な支払い条件、公正な購買条件、ならびに製品やサービスをサプライヤーが製造または納品するための時間管理、および技術的なサポートが含まれています。

#### ▶ サプライヤーへの要請事項とモニタリング体制の強化

当社グループは、責任ある調達方針および包括的なサプライヤー管理プロセスを導入し、サプライヤーへの要請事項の運用体制を強化するとともに、人権要請事項の遵守状況を評価・監視するプロセスを改善しました。

#### ▶ アサヒグループグローバル責任ある調達方針

本方針は、国際的な基準に基づき、責任ある調達および人権に関するサプライヤーへの要請事項を設定しています。また、「アサヒSpeak Up規程 (Speak Up規程)」と人権方針により、当社グループの広範な人権デューデリジェンスの枠組みを強化しています。

#### ▶ アサヒグループグローバルサプライヤー行動規範

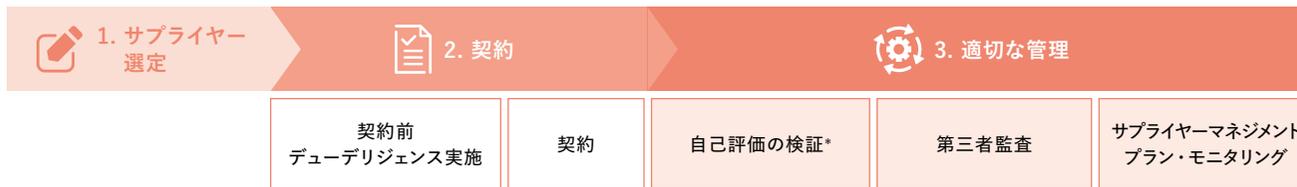
本行動規範は、企業倫理、人権、環境負荷、責任ある飲酒の4つの分野において、サプライヤーが遵守すべき最低限の基準を定めています。

#### ▶ アサヒグループ責任ある調達方針

本方針では、全てのサプライヤーに対し、人権デューデリジェンス活動への参加を義務付ける具体的な要請事項を定めています。また、重大な違反があった場合の措置として、一時的な取引停止や契約解除の可能性を含む、影響管理プロセスも規定しています。

#### ▶ アサヒグループ責任ある調達：サプライヤーガイドライン

本ガイドラインは、サプライヤーが責任ある調達要件を遵守し、人権デューデリジェンスを事業運営に組み込むための枠組みを提供します。また、特定の人権課題に対処するため、管理体制の強化を支援する事例を掲載しています。



#### リスクの チェックポイント

サプライヤーはプロセス全体を通じて(リスクチェックポイントで)リスク評価を受け、その評価に基づいて追加のデューデリジェンス活動の要請事項が決定されます。各段階でのリスク結果に基づき、具体的なデューデリジェンス要請事項がサプライヤーに通知されます。

\* 契約締結後12カ月以内に、要件に基づき、SAQに回答することが要求されます。SAQ記入が必要な場合にはAGPROから連絡をします。

## 人権の尊重

### 人権デューデリジェンス

多様な地域や背景を持つステークホルダーが公平に情報へアクセスできるように、当社グループはこれらの文書を複数の言語で提供しています。これらの新たなサプライヤー管理プロセスを構築することで、サプライヤーのモニタリングを体系化し、責任ある人権対応を継続的に改善していきます。

#### サプライチェーン人権デューデリジェンス体制の進捗状況

2024年、当社グループはサプライチェーンにおける人権デューデリジェンス推進体制導入に向けて、大きく前進しました。この仕組みの導入には、最もリスクの高いサプライヤーの一部に対する試験運用が必要です。試験運用では、94社の高リスクサプライヤーのうち83%が導入を完了し、65%が自己評価による検証を通じたデューデリジェンスプロセスに参加しました。

また、サプライヤーごとの特性への対応やポリシーを適用除外とする判断基準を精緻化し、サプライヤーのポリシー認証プロセスを改善するなどの多くの知見を得ました。これらを当社グループの仕組みにおけるプロセスの標準化に活用し、2025年にはさらに試験運用の適用範囲を拡大する予定です。

人権デューデリジェンス体制の開発上最も難しい課題の一つが、実効性を維持しつつ、運用可能性とのバランスをとることでした。例えば、Sedex、EcoVadis、amfori BSCI、Social Accountability International、Roundtable on Sustainable Palm Oilなどのビジネスパートナーが提供する、SAQ、監査、製品認証などの第三者ツールを活用し、サプライヤー管理を効率化しました。これらのツールを活用することで、既存サプライヤーのデューデリジェンスを評価し、重複をなくすとともに、当社グループが要請する事項への遵守を強化しています。

#### サプライヤー向けグリーンバンスメカニズムの強化

人権デューデリジェンス上サプライヤー関連リスクを管理するためには、説明責任と透明性を担保する効果的なグリーンバンスメカニズムの存在が不可欠です。本メカニズムによって、サプライチェーン内の労働者や地域社会が安全にアクセスしやすい報告手段を活用し、潜在的または実際の不正行為について報告することが可能となり、適切な是正措置と救済が確実に実施されます。この取り組みを強化するため、当社グループのグリーンバンス対応と救済プロセスを「Speak Upシステム」と連携させ、人権デューデリジェンスの仕組みに統合しました。

また、当社グループは、サプライヤー行動規範やサプライヤーガイドラインを通じて、これらの要請事項をサプライヤーに伝えています。さらに、グリーンバンスメカニズムのアクセスについて、サプライヤーが自社のサプライヤーや取引先にもグリーンバンスメカニズムを適用するよう奨励しています。

#### 新たな人権上の要請事項に関するサプライヤーとの連携

当社グループは、全世界で500社を超えるサプライヤーに複数の研修を実施し、当社グループの人権リスクと調達要件についての理解を深めていただきました。このような積極的な取り組みにより、当社グループのサプライチェーン全体の能力が向上し、労働者や地域社会により良い効果をもたらす基盤を強化しました。また、当社グループの調達およびサステナビリティ部門に所属する200名以上に対してスキル向上研修を実施し、能力の開発に努めています。

#### 2025年の計画

##### リスクベースの人権デューデリジェンスの実施

2025年は、新たに300社以上のサプライヤーを人権デューデリジェンスの仕組みに組み入れ、人権への影響が最も大きい可能性のあるサプライヤーを優先的に対象とします。当社グループの目標は、2030年までに全ての重要なサプライヤーをこの仕組みに統合することであり、そのために、初期導入に伴う課題に対応し、必要なスキルを構築するための研修を提供します。次に、対象となるサプライヤーが、方針に同意・承認し、SedexやEcoVadisへ登録し、自己評価、監査、Supplier Management Plan(SMP)プロセスなどのデューデリジェンス活動に参加することが可能となるように支援します。また、当社グループの従業員とサプライヤーを対象に、能力開発に重点を置いた研修を実施します。

##### 人権デューデリジェンスメカニズムの有効性

2025年、人権デューデリジェンスの仕組みの有効性を評価するプロセスを強化し、定期的に見直す正式な手続きを構築します。

現在、AGPROの人権に関する指標と目標は策定中であり、進捗を管理する体系的な報告メカニズムの導入を予定しています。

また、AGPROのCEOを含む経営層が、サプライヤーのパフォーマンスを定期的に評価するプロセスを確立しました。

この評価では、未解決のサプライヤー不適合事項の状況と推移、Supplier Management Plans(SMP)およびグリーンバンス対応の進捗を確認します。

# 人権の尊重

## 人権尊重を含むコンプライアンスに関する相談窓口

### 考え方

アサヒグループは、「アサヒグループ行動規範」に基づくグローバルレベルでのコンプライアンス体制機能、および国連指導原則に基づき構築が求められるグリーンバンスメカニズムとしての機能を併せ持つ通報システムとして、2024年5月に「Speak Upシステム」の運用を開始しました。

この通報システムにより、国内外を問わず全てのステークホルダーが、ハラスメントや人権侵害を含むコンプライアンス問題を通報しやすい環境を整備し、当社グループとして早期に認識・対応することを目指しています。この通報システムの構築にあたっては、以下の調査や対話を通じて課題を抽出しました。

- 毎年実施している当社グループの全従業員が対象の、「グローバルエンゲージメント・コンプライアンスサーベイ」(通報制度の認知度や利用意向等)
- 労働組合との対話
- サステナビリティに関するアドバイザー業務を専門とする会社の代表取締役や、ビジネスと人権等を専門とする法律事務所のパートナー弁護士等の人権有識者との対話

### ■ 通報への対応体制を強化

当社グループは継続して通報への対応体制を強化しています。従前の通報システムは、Regional Headquarters (RHQ) ごとに個別の運用を行っていましたが、「Speak Upシステム」の導入により、従業員、取引先だけでなく、コミュニティを含む当社グループの社内外の全てのステークホルダーが通報できる仕組みを整えました。また、「Speak Up規程」に基づき、Webサイトおよび電話(固定電話のみならず携帯電話を含む)を通じての通報については運用を統一し、また、通報対象を「アサヒグループ行動規範」や法令に違反する全ての不適切行為に拡大しています。また、「Speak Upシステム」では、通報内容に関し関係者内で固く秘密が守られることおよび、通報等を行った者が不利益な扱いを受けないことを保証しており、機密性の高い窓口となっています。

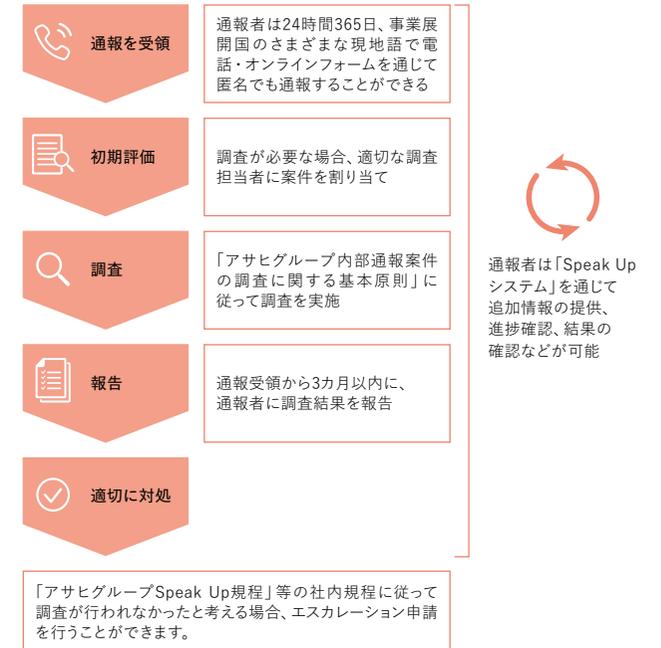
### ■ 公平なアクセスと透明性

新しい通報システムの運営母体は当社グループですが、当社グループから独立した外部の専門企業の「Speak Upシステム」を利用し、全てのグループ各社にこのシステムを導入しています。これにより、通報案件が統一的な基準のもとで、自動的に各担当組織の窓口に分けられ、適切なプロセスを経た上で調査されることとなります。そのため、より一層、通報制度の透明性、公正中立性が高まりました。通報者は24時間365日、事業展開国のさまざまな現地語で電話・オンラインフォームを通じて匿名でも通報することができます。

### ■ 問題の早期発見・解決のための対応体制

調査条件に該当する案件については、特段の事情がない限り、通報を受領した日から3カ月以内に調査を完了させ、通報者へ調査結果(調査基準を満たさず調査を実施しない場合または期限内での完了が難しい場合はその旨)を報告することとしています。調査条件、調査フロー、エスカレーションの際の手続き等の具体的な内容については、「Speak Up規程」「アサヒグループ行動規範」および「アサヒグループグローバルサプライヤー行動規範」をご参照ください。

### 「Speak Upシステム」の仕組み



## 人権の尊重

### 人権尊重を含むコンプライアンスに関する相談窓口

### 是正に向けた取り組み

通報内容を公正中立に調査し、必要に応じて弁護士の見解を確認した上で、コンプライアンス違反と確認できたものについては、全て是正対応を実施します。また、コンプライアンス違反でなくても、統制上改善余地のあるものについては改善対応を実施しています。

是正、改善対応が必要となる通報内容は、当社監査委員、コンプライアンス委員会にも報告・協議され、必要な社内運営の改善策や予防を講じています。

### 社員および外部への開示、再発防止、 予防に向けた取り組み

- 当社グループは、「Speak Upシステム」に寄せられた通報を、アサヒグループホールディングス(株)にて一元管理し、問題の早期発見・解決に向け、適切に運営しています。また、一元管理により集約された「Speak Upシステム」の分析ツールを活用することで、項目ごとに集計したデータを、当社グループのコンプライアンス推進に関するWebサイトで毎年公開しています。
- 当社グループは、匿名での「グローバルエンゲージメント・コンプライアンスサーベイ」を通じて、「Speak Upシステム」の存在や相談方法についての認知率およびユーザビリティの維持と向上に努めています。また、かかるサーベイ結果および「Speak Upシステム」の分析ツールを踏まえ、傾向および人権も含めたコンプライアンス上の課題を把握し、必要に応じ、改善策や予防策を講じています。

- 当社グループでは、人権尊重を含めコンプライアンスレベルを高めていくため、「アサヒグループ行動規範」など、当社グループ共通のコンプライアンスに関するテーマにつき、定期的に、全社横断的な研修および周知活動を実施しているほか、各グループ会社においても、それぞれの実情に即した最適な内容および方法で、独自のコンプライアンス研修を実施しています。特に、通報件数の多いハラスメントについては、国内外を問わずグループ全体で積極的に予防策を講じています。詳細については従業員セクション内の「差別とハラスメント」をご参照ください。
- 定期的に動画等を用いて、「Speak Upシステム」に関する研修や、通報制度に関するレポートの定期発信、経営層からのメッセージの発信、取引先への説明等を行い、社内外に向けて広く、「Speak Upシステム」の周知を図っています。

#### 関連情報

#### ▶ [差別とハラスメント](#)

#### 【通報制度】

[Web](#) [Speak Up Webシステムによる通報のためのWebサイト](#)

[Web](#) [コンプライアンス推進](#)

[Web](#) [アサヒグループ行動規範](#)

[Web](#) [アサヒSpeak Up規程](#)

[Web](#) [アサヒグループグローバルサプライヤー行動規範](#)

# 人権の尊重

## ステークホルダーとのエンゲージメント

### 考え方

アサヒグループは「Asahi Group Philosophy」にあるように「すべてのステークホルダーとの共創による企業価値向上」を目指し、さまざまな形でステークホルダーエンゲージメントに取り組んでいます。状況に応じて、人権分野の専門家などとコミュニケーションを図り、より良い対応や解決のための助言を受けています。コミュニケーションを通じていただいたご意見・ご助言は、戦略や施策を改善する参考としています。継続的な対話や外部機関との連携を通じて、継続的な取り組みを推進しています。

### ステークホルダーとの対話

アサヒグループは、2019年から2023年にかけて、経営層と社外有識者との対話を重ねてきました。これをもとに、2024年に人権デューデリジェンス実施の基盤づくりをしました。また、同年、アサヒグループホールディングス(株)の人権担当者が以下のイベントや対話に参加し、市民団体などの外部ステークホルダーと関わり、得た知見を計画や戦略の策定に反映してきました。

2024年6月にWorld Benchmarking Alliance(WBA)の年次総会である連合議会(Allies Assembly)がバンコクで開催されました。これは、国際的なステークホルダーが集まり、持続可能な開発に向けた行動を推進するための多様なパートナーシップを促進するための会議です。

2024年11月には第13回国連ビジネスと人権フォーラムがジュネーブで開催され、国連指導原則の実施と推進における主要な動向と課題について議論する場として、さまざまなセクターからマルチステークホルダーが集まる貴重な場となりました。

以下は、コラボレーションイベントの例です。当社グループは、さまざまなステークホルダーとの関わりを通じて、説明責任とプレゼンスの向上に努めます。

#### ■ 法政大学の学生との対話

2024年8月と11月、アサヒグループホールディングス(株)の人権担当者と法政大学人間環境学部のビジネスと人権を専攻する学生との間で、対話セッションを開催しました。当社グループからは実際のビジネス環境での人権に関する取り組みを伝え、参加した学生からは未来を担う若者の視点で企業の人権取り組みをより実効的に進める気づきを得ました。このように、幅広いステークホルダーに対して当社の取り組みと人権の重要性を伝えることで、社会全体の人権への課題意識を醸成することを目指しています。

今後も、教育分野をはじめとするさまざまなステークホルダーとの対話を継続し、いただいた意見を自社の取り組みに活かすだけでなく、



ステークホルダーの皆さまが人権課題を自分ごととして捉えることができるような取り組みをしていきます。

#### ■ Moe Turaga氏による体験の共有

2024年、豪州では、現代の奴隷制度の被害者であり、その撲滅を訴える活動家のMoe Turaga氏をお招きし、ご自身の体験を語っていただきました。

Moe氏はフィジーから豪州へ渡航し、2年間にわたり働き続けたにもかかわらず、家族には一切給与が届いていませんでした。この事実は、豪州においても現代の奴隷制度が依然として深刻な課題であることを浮き彫りにしています。

Moe氏の体験は、当社グループがバリューチェーン全体で人権をより一層守っていくために何ができるのかを考える貴重な機会となりました。

当社グループは現代の奴隷制度の根絶に向けて取り組んでいきます。



## 人権の尊重

### ステークホルダーとのエンゲージメント

## イニシアチブへの参加

### NGOなど外部人権専門家との対話やイニシアチブへの参加

年	イニシアチブ	内容・目的等
2020年	「責任ある外国人労働者受入れプラットフォーム」(事務局・国際協力機構(JICA)など)	日本では外国人技能実習生をはじめとする外国人労働者に対する人権侵害があるとの批判がある中、外国人労働者のディーセント・ワークの実現に向けて各団体と協働の取り組みを進める。
2020年	ザ・コンシューマー・グッズ・フォーラム 日本サステナビリティ・ローカル・グループ「社会的サステナビリティ・ワーキンググループ」	協働による強制労働排除の推進や、メンバー企業間での情報共有によるアサヒグループの人権デューデリジェンス推進を目指す。
2020年	一般社団法人ザ・グローバル・アライアンス・フォー・サステナブル・サプライチェーン	協働を通じて、サプライチェーンにおける人権課題に対し実効性のある取り組みを行うことを目指す。
2020年	Sedex (Supplier Ethical Data Exchange)	Sedexはサプライヤーエシカル情報共有プラットフォームを提供しているNPO会員組織。サプライヤーの人権や労働の管理状況を確認し、サプライヤーの人権リスク低減を進めていくことを目指す。
2021年	特定非営利活動法人経済人コー円卓会議日本委員会主催「ステークホルダー・エンゲージメント・プログラム」	NGO・NPO、有識者とダイアログを行い、業界ごとの重要な人権課題の策定に参画。この活動結果を踏まえて、アサヒグループにおける人権デューデリジェンスの実効性を高めていくことを目指す。
2024年	EcoVadis	環境、労働と人権、倫理、持続可能な調達という4つの主要な柱におけるパフォーマンスに基づいて企業を評価するグローバルなサステナビリティ評価プラットフォーム。責任ある調達への取り組みの一環として、サプライチェーンの透明性と説明責任を強化するための幅広い取り組みを支援する。
2025年	BSR	BSRは、すべての人が健全な地球のもとで豊かに生きられる世界の実現を目指す、サステナブル・ビジネスのネットワークおよびコンサルティング機関。BSRの支援により、複雑化・断片化が進むグローバルな人権課題の構造把握と対応、各国で進行する新たな法規制への準備、自社バリューチェーンを通じた人権課題への協働的対応およびその根本原因への対処が可能となる。

# 3 人的資本の高度化

- |     |   |     |   |     |  |     |                               |
|-----|---|-----|---|-----|--|-----|-------------------------------|
| 153 | 人的資本の高度化<br>153 マネジメント                        | 165 | ありたい企業風土の醸成<br>—ダイバーシティ、<br>エクイティ&インクルージョン—<br>165 マネジメント | 171 | ありたい企業風土の醸成<br>—学習する組織/コラボレーション—<br>171 マネジメント | 174 | 必要となるケイパビリティの獲得<br>174 マネジメント |
| 155 | ありたい企業風土の醸成<br>155 マネジメント                     | 169 | 取り組み  | 173 | 継続的な経営者人材の育成<br>173 マネジメント                     | 175 | 取り組み                          |
| 156 | ありたい企業風土の醸成<br>—セーフティ&ウェルビーイング—<br>156 マネジメント |     |   |     |  |     |                               |
|     | 161 取り組み                                      |     |   |     |  |     |                               |

# 人的資本の高度化

## マネジメント

### 考え方

アサヒグループは、『中長期経営方針』において、戦略基盤強化に向けた人的資本の高度化を掲げており、これを通じて事業ポートフォリオとコア戦略の実効性を高めることを目指しています。また、「ピープルステートメント」を定め、「学び、成長し、そして共にやり遂げる」ことを重視しています。尊敬、信頼、謙虚さ、包容力を持ち、お互いを思いやる企業風土を醸成し、素晴らしい成果をもたらす原動力としています。社員の健康、安全、ウェルビーイングを最優先事項とし、多様な文化、民族、性別、個性を歓迎し、尊重することで、より強く、より革新的な組織を目指しています。

### 方針

#### ピープルステートメント

##### 学び、成長し、そして共にやり遂げる (Learning, growing, achieving TOGETHER)

何かを学んでいるとき、成長を実感するとき、大切な仕事をやり遂げたとき、私たちは仕事を楽しいと感じ、「ワクワク」します。

さらにそれを誰かと共に行ったとき、想像・期待以上のことが起こることがあります。

これがアサヒの目指す働き方です。

尊敬、信頼、謙虚さ、包容力は、お互いを思いやる企業風土を醸成し、素晴らしい成果をもたらす原動力になります。

私たちは、「期待を超えるおいしさ、楽しい生活文化の創造」の実現に向けて、共につながり、共に成長し、また、たとえそれが失敗からくるものであっても、共に学習する機会を常に追求します。

私たちは、一人ひとりを互いに尊重し、安全と心身の健康を常に最優先に考えます。

私たちは、自分たちや自分たちのチームだけではなく、顧客、取引先、コミュニティ、そして地球のために、尊敬と共創の観点をもって団結します。

#### セーフティ&ウェルビーイング Safety and Well-being is our biggest priority



- ・私たちは、社員の健康、安全、ウェルビーイングを常に最優先事項と位置付けます。
- ・私たちが生活し、働く、地球とコミュニティのウェルビーイングを尊重し、貢献します。

#### ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン Everyone Matters is our core belief



- ・私たちは、多様性が当社をより強く、より革新的な組織にすると考えています。
- ・私たちは、アサヒのグローバルファミリーを構成する多様な文化、民族、性別、個性を歓迎し、尊重します。

#### 学習する組織 Growth through Learning individually and collectively



- ・私たちは、ナレッジが共有され、個人やチームで成長できる、学習する企業風土の中で成長します。
- ・私たちは、失敗を許容します。失敗が成長を促し、チームとしての経験を豊かにすると考えています。

#### コラボレーション Better together: Collaboration fuels our growth



- ・私たちは、一人でのいるよりも、協力・連携することで、より強く、より革新的になれると考えています。
- ・私たちは、目標を共有し、成功を分かち合い、感動を共有します。

# 人的資本の高度化

## マネジメント

### ガバナンス

アサヒグループでは、毎月グローバルHRミーティングを開催し、従業員一人ひとりの成長に向けて、ノウハウの共有やグループ横断の課題に取り組み、世界各地のRegional Headquarters (RHQ) と連携して各種人材マネジメント策を推進しています。

また、各RHQにおいて、経営層の任命、サクセッションプラン、報酬制度などを決議する人事委員会を設置し、アサヒグループホールディングス(株)の経営層が議長もしくは委員として参画しています。

#### 人材マネジメント推進体制



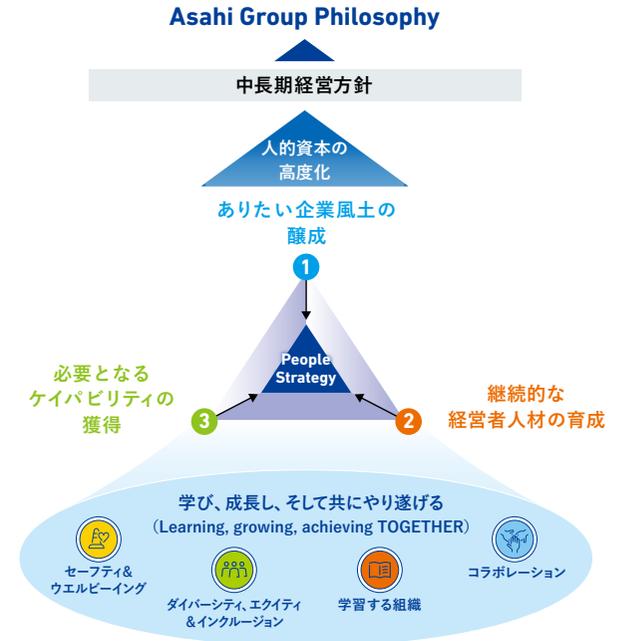
### リスク管理

人的資本に関するリスクについては、ERM体制下において取締役兼代表執行役社長 Group CEOが委員長を務めるリスクマネジメント委員会が管理すべき主要リスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

### 戦略

アサヒグループでは、経営戦略の実行には人材戦略と経営戦略の密接な連動が不可欠であると考え、長期戦略を支える経営基盤強化の一つとして掲げている「人的資本の高度化」について3つのアプローチで人材戦略を策定しています。

「ありがたい企業風土の醸成」においては、「ピープルステートメント」の4つの柱のもとに取り組みを進め、社員がいきいきと働ける企業風土を醸成することでエンゲージメントを高めていきます。「継続的な経営者人材の育成」においては、中長期のグループ経営をリードする経営者を継続的に輩出できる仕組みの強化や社員のリーダーシップ開発に取り組んでいます。「必要となるケイパビリティの獲得」においては、『中長期経営方針』における「目指す事業ポートフォリオ戦略」「コア戦略」および「戦略基盤強化」の観点から必要なケイパビリティを獲得・充足していきます。これらのアプローチを通して経営基盤を支え、企業価値の向上を推進していきます。



# ありたい企業風土の醸成

## マネジメント

### 考え方

アサヒグループを取り巻く、複雑化・多様化するさまざまな課題の解決に向けて、これまでとは異なる多様な経験や発想が不可欠になっています。このような状況を踏まえ、「ピープルステートメント」をもとに、「セーフティ&ウエルビーイング(S&W)」「ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン(DE&I)」「学習する組織」および「コラボレーション」の取り組みを通じ、「学び、成長し、そして共にやり遂げる」風土醸成の具現化を図っています。

### ガバナンス

#### 関連情報

- ▶ [ガバナンス\(セーフティ&ウエルビーイング\)](#)
- ▶ [ガバナンス\(ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン\)](#)
- ▶ [ガバナンス\(学習する組織/コラボレーション\)](#)

### リスク管理

#### 関連情報

- ▶ [リスク管理\(セーフティ&ウエルビーイング\)](#)
- ▶ [リスク管理\(ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン\)](#)
- ▶ [リスク管理\(学習する組織/コラボレーション\)](#)

### 戦略

#### 関連情報

- ▶ [戦略\(セーフティ&ウエルビーイング\)](#)
- ▶ [戦略\(ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン\)](#)
- ▶ [戦略\(学習する組織/コラボレーション\)](#)

### 指標と目標

アサヒグループでは、「ありたい企業風土の醸成」に向けて社員のエンゲージメントを非常に重要な指標と捉えています。組織の状態を客観的に把握するために定期的にエンゲージメントサーベイを実施し、具体的な課題を明確にして、あるべき姿とのギャップを解消するための施策を継続的に行っていきます。「持続可能なエンゲージメント」スコアをKPIとしており、2030年時には「グローバル高業績企業並みのスコア」を目標として設定しています。2024年の「グローバル高業績企業並みのスコア」\*1は88に対し、当社は80であり、目標達成に向け今後も各種施策を進めていきます。

\*1 2024年までは、2029年までにスコア89(グローバル高業績企業並み)を達成することを目標としていましたが、毎年ベンチマークスコアに応じて数値を変更するのではなく、より本質的なターゲットを設定するために2025年に目標の見直しを実施しました。

### グループ目標

- ・グローバルエンゲージメントサーベイにおける「持続可能なエンゲージメント」スコアを2030年にグローバル高業績企業並みとする

#### 関連情報

- ▶ [指標と目標/2024年実績](#)

### 労働組合との協議

アサヒグループでは、日本国内事業会社における主要労働組合で「アサヒグループ労働組合協議会」を組織し、各社労働組合での取り組みに加え、グループ全体で組合活動に取り組んでいます。労働組合は、ユニオンショップ協定に基づき、一般社員全員が組合員となります。会社と労働組合のコミュニケーションを図るため、アサヒグループホールディングス(株)やアサヒグループジャパン(株)の経営陣と定期的な情報交換会を開催しており、グループ経営計画の共有化、労働組合からの提案と質問事項などを主なテーマに意見交換を実施しています。

#### 団体交渉権を持つ従業員数

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
人数	7,277人	7,219人	7,434人	6,384人	5,772人
比率	64.8%	65.1%	65.8%	60.8%	62.9%

\* 集計範囲：アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食品(株)、アサヒロジ(株)、ニッカウヰスキー(株)、アサヒオリオン飲料(株)、アサヒドラフトマーケティング(株)、2022年まではアサヒ飲料販売(株)、九州アサヒ飲料販売(株)、(株)ミチノクを含む  
\* 団体交渉権は、組合員の原籍会社に対して発生します。



アサヒグループ労働組合協議会との経営懇談会

# ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウェルビーイング —

## マネジメント

### 考え方

アサヒグループは、従業員、取引先、顧客、そして事業を展開する地域社会への責任と貢献を事業活動の基盤として大切にしています。中でも、従業員一人ひとりの心身にとって健康で安全な職場の実現に向けて、グループ一丸となって取り組んでいます。これは、当社のグループ方針である「ピープルステートメント」にも示されている通り、グループの最重要事項として位置付けています。

セーフティ&ウェルビーイングの文化を形成し、透明性と責任を通じて社内外のステークホルダーの信頼を維持する上で、リーダーの果たす役割も重要です。当社グループでは、取締役 兼 代表執行役社長 Group CEOが、セーフティ&ウェルビーイングの戦略策定、実施、そしてモニタリングを監督する責任を負っています。

今後も従業員の職場での安全確保のための活動を徹底するとともに、健康推進とウェルビーイングの向上に向けた取り組みを積極的に推進していきます。



「セーフティ&ウェルビーイング・ビジョン」を発表する  
取締役 兼 代表執行役社長 Group CEOの勝木敦志

### リスクと機会

#### リスク

- セーフティ&ウェルビーイングの取り組み不足による、従業員の心身の健康阻害、エンゲージメント低下、生産性の低下
- 事故などの重大なインシデント発生による操業への影響、ブランド価値の低下

#### 機会

- セーフティ&ウェルビーイングの推進による人材確保、エンゲージメント向上、生産性向上

### 方針／ビジョン

2024年にアサヒグループは私たちが目指すものとして、「セーフティ&ウェルビーイング・ビジョン：Everyone Safe and Well to Enjoy Life」を策定しました。本ビジョンは、メルボルンで開催したシニアリーダーシップチームが参加したグローバル・シニア・リーダー会議でグループ内に発表し、共有されました。

また、Regional Headquarters (RHQ) では、従業員がセーフティ&ウェルビーイングの重要性を深く理解し、職場全体に浸透させることを目的に、「Stop for Safety and Well-being」セッションを実施しました。このセッションでは、従業員一人ひとりが日々の行動を通じてビジョンの実現にどのように貢献できるかを議論しました。具体的には、従業員に対し、自分自身と周りの人たちの安全と健康のために声を上げることや、積極的に会話をを行うことでお互いを尊重しながら健康的な職場環境を築くことを推奨しています。さらに、従業員のエンゲージメントと積極的な参加を促すために、このビジョンは16カ国語で作成しています。



メルボルンで実施されたグローバル・シニア・リーダー会議

## ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウェルビーイング —

### マネジメント

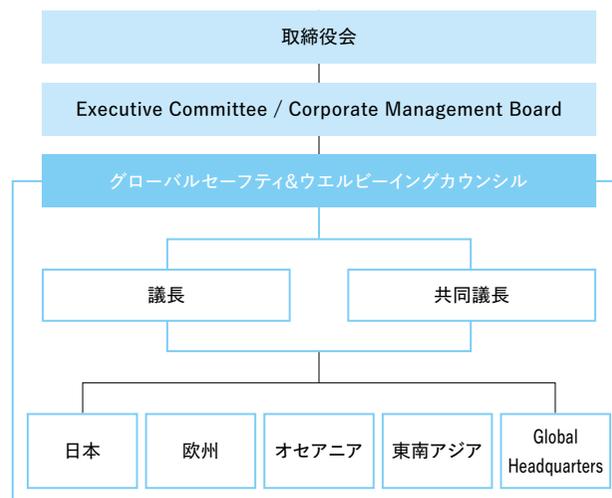
### ガバナンス

アサヒグループは、Group CEOの諮問機関「グローバルセーフティ&ウェルビーイングカウンシル」を設置しています。本カウンシルでは共同議長制を採用し、議長にはアサヒグループホールディングス(株)Group Chief People Officerの谷村圭造が、共同議長にはAsahi Europe and International Ltd.にて、ポーランドでManaging Directorを務めるIgor Tikhonovが就任しています。また、本カウンシルは、各RHQから推薦された多様なバックグラウンドを持つメンバーから構成され、セーフティ&ウェルビーイングに関する戦略の討議や取り組みの進捗状況を確認し、今後の計画、目的、目標についても議論します。さらにそれをGroup CEOに提言を行う役割も担っています。

2024年においては、「セーフティ&ウェルビーイング・ビジョン」やその関連する戦略の立案とグループ内への浸透に注力し、取り組みを進めました。さらに先行指標(Lead indicators)を含む評価スコアカードの策定を進め、2025年におけるRHQごとの継続的改善計画の一環として実施することを決定しました。このような取り組みによりグループにおける重要な予防活動として設定した目標は達成されました。

本カウンシルの取り組みを先行事例として、地域、国、事業所レベルにおいても、同様の体制を整え、意思決定やパフォーマンスのモニタリング、継続的改善計画や解決策の策定に従業員が関与できる仕組みとしました。さらに、従業員とのコミュニケーションと情報共有を促進するために、安全衛生委員会、朝礼、ツールボックスミーティング、タウンホールミーティング、Group CEOメッセー

ジの発信など、さまざまな形で双方向のコミュニケーションの場を設けています。



### リスク管理

セーフティ&ウェルビーイングに関するリスクは、ERM体制下において、アサヒグループホールディングス(株)HR部門やRHQが管理すべきリスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

### 戦略

アサヒグループは、グループのセーフティ&ウェルビーイング・ビジョンを実現し、主な優先課題に注力するため、2024年には新たな戦略を策定しました。この戦略は、以下の領域に重点を置いています。

### リーダーシップと文化

全ての従業員と請負社員が、安全でない作業を中止することができるようにし、行動を通じてセーフティ&ウェルビーイングの文化に貢献できるようにすることで、思いやりと信頼の文化を育みます。

## ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウェルビーイング —

### マネジメント

#### 重大事故につながるリスク管理

最も重大なリスクを制御するために、管理体制の有効性の検証を行い、必要な業務規律の継続的な遵守を最優先事項として徹底します。

#### 継続的改善

人こそがソリューションであるという考えのもと、日々、共に学び、共有し、改善していきます。

グローバルレベルの取り組みと、RHQごとの継続的改善計画の実施を通し、グループ全体のセーフティ&ウェルビーイング戦略をさらに強化していきます。

主なグループイニシアティブ：

- セーフティ&ウェルビーイングに関するグループ基準および監査項目の策定
- グループ全体でのウェルビーイング施策の連携と情報共有
- グローバルセーフティ・インデックス(GSI)のパイロット利用の開始
- 持続可能なサプライヤー・パートナーシップの構築

#### 重大事故につながるリスク管理

当社グループでは、これまで再発防止策を講じてきましたが、2021年以降の4年間で5件の死亡事故が発生しています。重大事故が継続して起きているこの事実を当社グループは重く受け止めています。死亡事故は、機械との接触、密閉空間での作業、高所からの転落に関連して発生しました。重大事故に直結するリスクへの対策を最優先課題と位置づけ、重篤な災害につながるリスクの特定、それに対する適切な管理・検証を徹底しています。また、危険性の高いハザードやヒヤリハットに関する報告・調査も重要視しています。さらに、従業員に対しても、議論への参加や災害や事故の報告、職場バトロール、事故調査、および検証活動への積極的関与を進めています。潜在的・顕在的にリスクの高い要件について学ぶことは、重篤な負傷や死亡につながるリスクの管理に役立ちます。2024年には、重大リスクにつながる可能性の高い要件に関連して、5件に及ぶ重篤災害が発生しました(高所作業関連2件、フォークリフトと歩行者の衝突2件、メンテナンス中の機械への巻き込み1件)。当社グループでは、グループ全体で安全文化の強化に取り組むとともに、継続的改善計画を通して重大事故に繋がるリスク管理のフレームワークを検証し、強化することに焦点を当てながら、再発防止に向けて学習と改善を進めていきます。

また、災害リスクの全体像を継続的に把握するために、災害度数率などの遅行指標(Lag indicators)もモニタリングしています。過去の3年間の平均値は、3.88であり、2024年のグループの100万延べ実労働時間当たりの死傷者数(≒度数率)(TRIFR)は、2023年の4.60から28%減、かつ過去最低の3.33となりました。

#### 100万延べ実労働時間当たりの死傷者数(≒度数率)(TRIFR)

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
TRIFR	5.29	4.01	3.71	4.60	3.33
過去3年間の平均値	—	—	4.33	4.11	3.88

\* 集計範囲：アサヒグループ全体

\* 集計期間：各年12月末時点

集計範囲の詳細は [こちら](#)

#### 100万延べ実労働時間当たりの死傷者数 (休業災害+不休業災害)(≒全度数率)(LTIFR)

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
LTIFR	2.15	2.19	1.69	1.86	1.88
過去3年間の平均値	—	—	2.01	1.91	1.81

\* 集計範囲：アサヒグループ全体

\* 集計期間：各年12月末時点

集計範囲の詳細は [こちら](#)

#### 死亡災害件数

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
従業員	0	0	0	0	0
請負業者	0	1	1	2	1

\* 集計範囲：アサヒグループ全体

\* 集計期間：各年12月末時点

集計範囲の詳細は [こちら](#)

## ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウェルビーイング —

### マネジメント

### 指標と目標

アサヒグループは、グループレベルでの取り組みに加え、RHQにおいても、継続的改善計画を実施します。戦略的重点分野に沿った一貫した活動に向けて、この継続的改善計画は、下記のような共通の先行指標(Lead Indicators)などに基づいて策定しています。

#### 2025年の計画

先行指標(Lead Indicators)項目	2025年の目標
セーフティ&ウェルビーイング対話の実施	総労働時間2000時間当たり1回の対話の実施
Stop for Safety and Well-beingワークショップの実施	従業員80%以上の参加率の達成
重大事故につながるリスクの特定およびリスク評価の実施、改善計画策定	改善計画策定率100%の達成
監査計画の策定および計画の実行	計画の100%実行
遅行指標(Lag Indicators)項目	
LTIFRの削減	1.8未満(前年比5%減)の達成

「セーフティ&ウェルビーイング対話」は、全ての従業員と請負社員に対して、より良い行動に向けて声を上げることや、改善すべき点などについて対話を求めるものです。この取り組みは、セーフティ&ウェルビーイング活動への従業員の参加を促し、その多様な考え方を取り入れることを重視し、リスクを高める職場環境はどのようなものか、また、それによって日々の業務にどのような影響があるか理解を深めることを目的としています。2025年に実施する「Stop for Safety and Well-being ワークショップ」では、社員同士がウェルビーイングやメンタルヘルスに関するテーマについて話し合う時間を設けます。そこで得られる意見は、今後のグループ全体のウェルビーイング施策に役立て、社員の意識向上にもつなげていきます。「重大事故につながるリスク管理」では、死亡事故や深刻なけがを防ぐための対策として、2025年に全てのRHQで機械の自動停止装置(ガードやセンサーなど)といった技術的な改善を進めています。各地域で予定している監査については、グループ全体で報告し、それぞれの学びを共有する場を設けます。また、遅行指標(Lag indicators)として、グループ全体の100万延べ実労働時間当たりの死傷者数(休業災害+不休業災害)(≒全年度数率)(LTIFR)の数値を、昨年から5%減となる1.8未満に削減することを目標とします。

これらの取り組みは、Group CEO、取締役会、Executive Committee、Corporate Management Boardやグローバルセーフティ&ウェルビーイングカウンスルにて進捗を確認・監督していきます。

### 実績

#### セーフティ

アサヒグループでは、20の拠点で労働安全衛生マネジメントシステム(ISO 45001)の認定を取得しています。

#### ISO 45001 認定取得状況

国	事業場
ポーランド	DC Bialystok
	Tychy Brewery
	DC Tychy
	Poznan Brewery
ルーマニア	Brasov Brewery
	DC Brasov
	Timisoara Brewery
オランダ	Grolsch Brewery
イタリア	Roma Brewery
	Padova Brewery
ハンガリー	Dreher Brewery
マレーシア	Etika Meru
	Etika Bangi
豪州	Welshpool
	Laverton
	Tullamarine
	Albury
	Wodonga
	Huntingwood
	Wulkuraka

## ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウェルビーイング —

### マネジメント

#### ■ ウェルビーイング

##### 健康指標

	目標		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
	年	目標値					
ストレスチェック実施率	—	100%	95.0%	95.1%	95.8%	95.7%	95.0%
ストレスチェック(高ストレス者割合)	—	—	4.3%	5.2%	5.1%	5.1%	4.7%
喫煙率	2025年まで	19%	30.2%	29.1%	27.1%	25.4%	24.0%
定期健康診断受診率	—	—	100%	100%	100%	100%	集計中*7
精密検査受診率	—	—	73.8%	71.7%	69.6%	64.9%	集計中*7
適正体重維持者率(BMI18.5~25未満の者)	—	—	61.0%	65.4%	61.9%	62.8%	65.6%
運動習慣者比率*1	—	—	26.8%	31.2%	30.0%	30.6%	30.3%
適正な睡眠と休養の確保率	—	—	75.1%	73.4%	67.3%	69.0%	66.3%
メタボリックシンドローム該当者率*2	—	—	37.6%	36.8%	36.3%	36.0%	37.2%
特定健診受診率	2025年まで	98%	98.6%	98.6%	98.4%	98.8%	集計中*7
特定保健指導実施率	2025年まで	55%	27.6%	46.5%	35.4%	39.6%	集計中*7
ハイリスク者への保健指導実施率*3	—	—	90.1%	87.1%	67.4%	72.1%	集計中*7
ハイリスク者の管理(治療継続)率	—	—	95.8%	95.3%	95.0%	94.2%	集計中*7
生活習慣病改善施策参加率	—	—	25.7%	19.9%	23.2%	24.1%	29.8%
生活習慣病改善施策満足度	—	—	89.0%	85.6%	86.1%	86.8%	85.7%
適正飲酒のeラーニング実施率*4	—	100%	95.6%	95.2%	86.4%	100%	90.3%
女性の健康課題への取組実施率*5	—	—	—	—	—	—	19.2%
傷病による休職者数*3	—	—	57人	53人	66人	64人	集計中*7
傷病による欠勤者数*3	—	—	140人	147人	159人	164人	集計中*7
絶対的プレゼンティーズム(WHO-HPQ)*4	2025年まで	70点	63.4点	66.5点	70.3点	68.9点	68.9点
エンゲージメント*6	—	—	51	52	52	52	53

\* 集計範囲：アサヒグループ在籍社員データ。メタボリックシンドローム該当者率・特定健診受診率・特定保健指導実施率は、アサヒグループ健康保険組合加入者データ(40歳以上の被保険者)

\*1 運動習慣者比率：30分以上の運動を週に2回1年以上行っている率

\*2 メタボリックシンドローム該当者率：基準該当+予備群該当

\*3 集計範囲：アサヒグループホールディングス(株)、アサヒグループジャパン(株)、アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食品(株)、アサヒプロマネジメント(株)  
(傷病による休職者・欠勤者 2023年 測定人数：9,479人 回答率100%)

\*4 集計範囲：アサヒビール(株)(絶対的プレゼンティーズム 2024年 測定人数：3,744人 回答率98.2%)

\*5 集計範囲：アサヒグループホールディングス(株)、アサヒグループジャパン(株)、アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食品(株)、アサヒプロマネジメント(株)  
(2024年：1,769人を対象に女性の健康課題に関するサーベイを実施)

\*6 外部会社による調査の偏差値(中央値50)(エンゲージメント 2024年 測定人数：14,444人 回答率95.0%)

\*7 集計期間の差異により集計中

##### 従業員の有給休暇取得率・有給休暇取得日数

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
有給休暇取得率	60.7%	63.4%	62.0%	61.6%	71.5%
有給休暇取得日数	11.4日	12.2日	11.9日	11.8日	13.3日

\* 集計範囲：アサヒグループ日本国内主要会社

\* 集計期間：各年1-12月

集計範囲の詳細は [こちら](#)

##### 従業員の月間平均残業時間

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
月間平均残業時間	19.1時間	20.8時間	21.8時間	21.5時間	21.9時間

\* 集計範囲：アサヒグループ日本国内主要会社

\* 集計期間：各年1-12月

集計範囲の詳細は [こちら](#)

当社グループでは、過重労働による健康障害防止に向け、適正な労働時間管理、有給休暇の取得促進、働き方改革に取り組んでおり、長時間労働の防止に努めています。また、上長が従業員の出勤状況をWeb上で把握・管理できる勤務システムを導入して、上長は部下の労働時間を把握し、業務配分の見直しをするなどより生産性の高い働き方を実現するための意識改革につなげています。

# ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウェルビーイング —

## 取り組み

### セーフティ&ウェルビーイングに関する グループ基準および監査項目

アサヒグループでは、全ての地域の職場において安全衛生リスクを管理するためのシステムを整えています。例えば、ポーランド、ルーマニア、ハンガリー、イタリア、オランダ、豪州、マレーシアの生産拠点はISO 45001認証を取得しており、同認証の適用範囲に含まれる生産拠点は、グループ全体の30%になります。また、監査については、各地域のITシステムを通して記録・追跡・監視され、責任者が是正措置の実施およびその有効性を確認しています。監査における指摘事項や、具体的な是正措置は、安全衛生担当者を通じて共有され、必要に応じて、事業所、国、地域、グループ全体の継続的改善のために活用されています。

セーフティ&ウェルビーイングに関するグループ基準および監査項目の策定については、グループ全体の2025年、2026年の継続的改善計画に組み込んで取り組んでいきます。このグループ基準および監査項目の策定に向けた取り組みでは、地域ごとのベストプラクティスをグループ全体で共有・活用することにより、グループとしての一貫性を向上させる良い機会になると考えています。

### グループ全体でのウェルビーイング施策の 連携と情報共有

健康とウェルビーイングに対する意識の向上、健康的なライフスタイルのための研修、支援制度の利用推奨など、従業員のウェルビーイングのための取り組みもグループ内全ての地域で実施して

います。2024年はグループや各地域において、ウェルビーイングの向上に寄与すべく、以下をはじめとする各種の取り組みを実施しました。また、2025年には、各地域のウェルビーイングの取り組み推進担当者とベストプラクティスを共有しながら、グループ共通のウェルビーイングの枠組みを策定する予定です。

- 世界メンタルヘルスデーセミナー
- 従業員の健康、ウェルビーイング、メンタルヘルスアセスメント
- 柔軟な勤務形態
- メンタルヘルス応急手当トレーニング
- 従業員支援プログラム



東南アジアにて2024年のQHSEデーの一環として実施した防災訓練

### グローバルセーフティ・インデックス(GSI)

グローバルセーフティ・インデックス(GSI)は、世界100社以上の企業に利用され、高い評価を受けているプラットフォームです。このプラットフォームは、セーフティリーダーシップやセーフティ文

化、メンタルヘルスプログラムの成熟度を測定・管理し、ベンチマークすることで、組織の安全管理の向上を支援します。アサヒグループでは、2022年よりオセアニアで同プラットフォームの活用を開始し、取り組みの改善や効果の確認に役立てています。2025年からは、欧州の一部でも同プラットフォームのパイロット利用を開始し、将来の計画策定に活用できるかの確認を行う予定です。こうした取り組みは、RHQごとのベストプラクティスから互いに学び合う事例の一つです。

### 持続可能なサプライヤー・パートナーシップ

アサヒグループは30,000社以上のサプライヤーと連携しながら事業を展開しています。グループの調達活動を統括するAsahi Global Procurement Pte. Ltd.は、新規のサプライヤーに対し、取引開始前にリスクベースのアセスメントを実施しています。取引開始後も、継続的なアセスメントのほか、必要に応じて監査や支援を行っています。さらに、拠点レベルでも、サプライヤーおよびサプライヤーの従業員に対して、安全に関する事前説明の実施のほか、高リスク作業に関する作業範囲記述書・作業許可書の記入など、作業実施前に厳しい要件を課し、現場監督者が遵守状況を確認しています。グローバルレベルでの持続可能なサプライチェーンマネジメントだけでなく、このような現場による管理も引き続き重点分野として注力していきます。

## ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウェルビーイング —

### 取り組み

### 地域ごとの取り組み

互いに学び合い、共有し、共に改善していくことを大切にしているアサヒグループでは、さまざまな地域で働く従業員の多様な思考や発想に大きな価値を見出しています。

グローバルセーフティ&ウェルビーイングカウンシルでも、四半期ごとの会議や年次レビュープロセスなどを通して、積極的にベストプラクティスや学びの共有を図っています。

#### 欧州

##### Safety Daysの取り組み

米国を含む欧州事業では、2024年に「Safety Days」と呼ばれる毎年恒例のプログラムを8カ国で実施。高リスクハザード、現場改善、ウェルビーイングなどをテーマに参加型のセッションとして開催しました。また、同セッションにおいて、セーフティ&ウェルビーイング・ビジョンも共有されました。



米国のOctopi Brewing LLCで開催された「Safety Days」

#### オセアニア

##### リーダー向けセーフティ研修プログラムの実施

オセアニアでは、2023年に続き、2024年もリーダー向けのセーフティ研修プログラムである「Safety Leadership Training」を実施しました。今回新たに研修を受けたリーダーは322名となり、2023年の開始以降の受講者数は計965名に達しました。

本プログラムは、現場におけるリーダーの能力と自信を向上させ、安全な業務運営に向けて、互いに思いやる文化を育むことを目的としています。また、リーダーは、従業員が積極的に安全上の問題や懸念についてフィードバックを行ったり、より安全な業務手順について意見を述べたりすることを促す方法についても学びます。本プログラムは、2025年に他の地域にも展開する予定です。



豪州で実施した「Safety Leader Training」プログラム

#### 東南アジア

##### テクノロジーを利用したシステム改善

セーフティ&ウェルビーイングの文化醸成には、強力なリーダーシップと組織的な取り組みによって、透明性を高め、従業員との信頼を築くために必要なリソースやシステム、プロセスを提供していく必要があります。東南アジアでは、安全上の懸念をより報告しやすくするとともに、組織的な是正措置の完了に向けた姿勢を強化するテクノロジーを利用したシステムを導入しました。本システムは、従業員が安全上の懸念点として気づいたことを、即時かつ直接、報告を行うことができるようにするものです。本システムによって、安全上の懸念点や是正実施情報に関して従業員による報告と監視がより容易になり、こうした活動への視認性も高まりました。また、職場の安全性を高める正しい行動に感謝するなど、リーダーと従業員間のセーフティ&ウェルビーイング対話の活性化にもつながりました。



従業員が労働安全衛生上の気づきを報告できるQRコードシステム

# ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウェルビーイング —

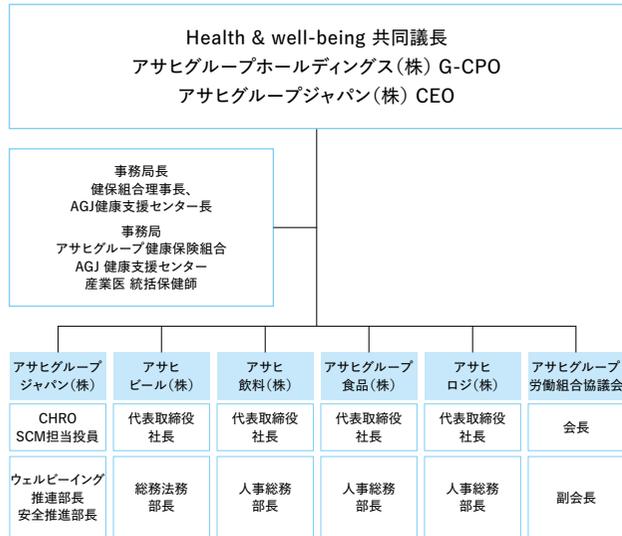
## 取り組み

### 日本

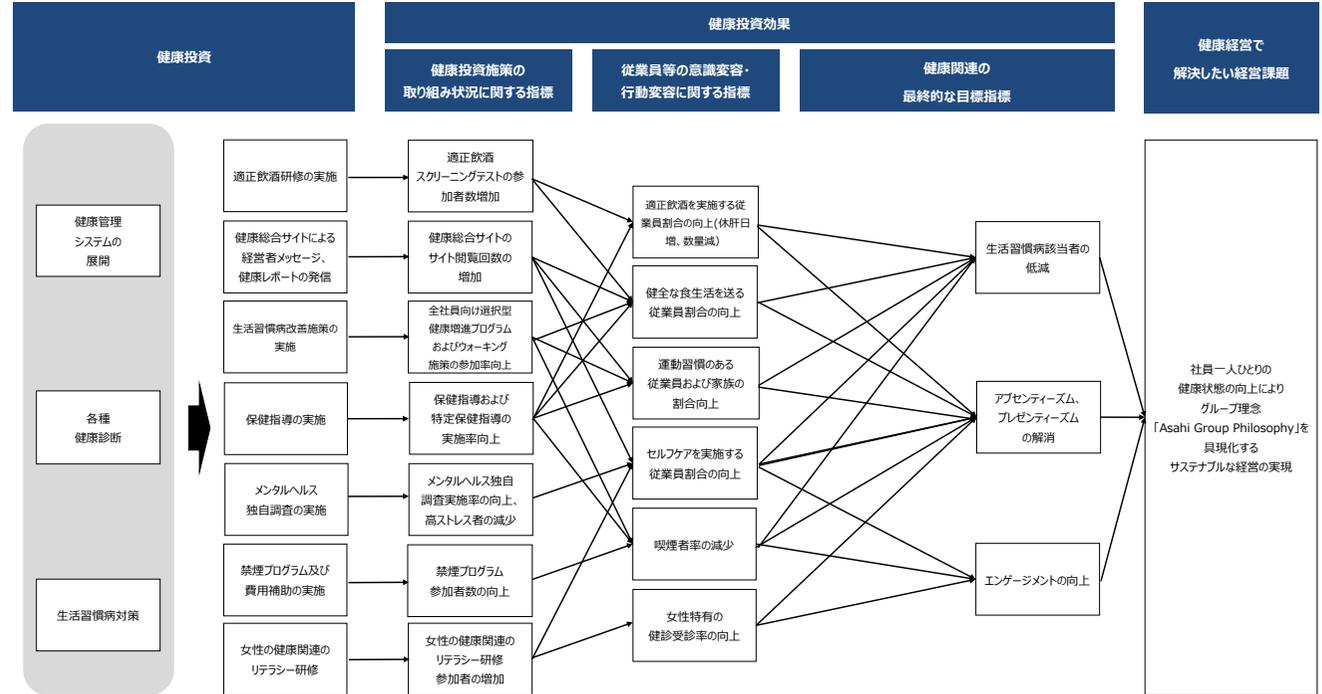
#### 健康戦略マップによる健康管理

日本ではグループ健康戦略マップを策定しており、従業員の健康管理を経営的視点から考え、企業の成長と持続可能性を目指す取り組みを進めています。

#### グループ健康推進体制(日本国内)



#### 戦略マップ



## ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウェルビーイング —

### 取り組み

#### CEOによるセーフティ&ウェルビーイング対話の実践

アサヒグループジャパン(株)CEOの濱田賢司は、新たに日本各地の17事業所において、従業員とのセーフティ&ウェルビーイング対話セッションを実施しました。従業員とCEOが共に時間を過ごし、経営者が安全に対する思いを示すとともに、現場での優れた取り組みや懸念事項について意見を交わす機会を設けました。このような取り組みは、現場に足を運び、従業員が直面する課題を理解することの重要性を全てのリーダーに伝えるメッセージとなっています。



従業員とのセーフティ&ウェルビーイング対話の実践

### 研修

アサヒグループは、各地域の規制に従い、従業員が安全に業務を遂行できる能力を身に付けられるように必要な情報共有や指導、研修を実施しています。研修の管理は地域レベルで実施され、監査や自己評価を通して見直しを実施しています。さらに、当社グループのビジョンや「ピープルステートメント」、方針に沿って、セーフティ&ウェルビーイングの取り組みを遂行できるようにリーダー向けの特別研修プログラムも全てのRHQで実施しています。



#### リーダー向け特別研修受講実績

(人)

地域	研修を受講したリーダー数(2024年)
日本	359
オセアニア	322
東南アジア	2025年実施予定 * 2025年2月では、40人が受講
欧州	2025年実施予定
合計	681

### 地域社会および社外からの評価

アサヒグループのセーフティ&ウェルビーイングへの取り組みは、従業員だけにとどまらず、事業を展開する地域社会への貢献としても認められています。

- マレーシア：MSOSHゴールドクラスアワード受賞
- インドネシア：職場におけるHIV／エイズ対応・予防プログラムに対する感謝状(ゴールド部門)
- チェコ：アンモニア緊急対応訓練活動に対する地域からの評価
- イタリア：セーフティベストプラクティスとして「Safety Days」の取り組みが評価(イタリア・アンピエンテ・ラローラ2024・フィエラ・ボローニャ)



マレーシアの受賞の様子

# ありたい企業風土の醸成 —ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン—

## マネジメント

### 考え方

アサヒグループは、人材の多様性が組織をより強くしよりインクルーシブでイノベティブな企業風土につながると考え、ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン(DE&I)を経営の最重要課題の一つと捉えています。

グローバルレベルでDE&Iに対する価値観や考え方を共有し、取り組みを推進するために、ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンステートメント「Shine AS YOU ARE」を策定しており、全世界の従業員への浸透を図っています。世界各国・地域の多様な文化、民族、性別、個性を尊重し、従業員一人ひとりが、それぞれの個性を存分に発揮できる環境づくりを推進し、今後もさまざまな取り組みを活性化させていきます。

### リスクと機会

#### リスク

- DE&Iが毀損されることによる人材流出、ブランド価値低下

#### 機会

- 多様な人材が安心して活躍できる風土の実現によるエンゲージメント向上、高度人材の獲得

### 方針

#### ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンステートメント

東京からローマ、メルボルンからプラハ、オークランドからクアラルンプールまで、アサヒグループは、商品・サービスへの誇りと社員の情熱で結ばれたグローバルな企業グループです。

日本にルーツを持ちながら、グローバルに豊かで多様な伝統をもつ企業グループであり、地球やコミュニティとの関係を大切にし、ビジネスを展開しています。そして何よりも社員を大切にする企業グループです。私たちは、社員一人ひとりが尊重され、個性が認められる企業風土を醸成します。

私たちは、多様で多文化な組織であることが、当社をより強く、より革新的にするとともに、長期的な成功への鍵となることを確信しています。そのため、一人ひとりが尊重され、その個性が受け入れられ、個人としても企業人(プロフェッショナル)としても成長できる未来を目指します。誰もが自由に発言でき、いたるところからアイデアが生まれ、社員全員でより良い未来に貢献できる企業風土を醸成します。



私たちは、個性を歓迎し尊重します。  
そして、すべての人が職場、家庭、公共の場で、自由に自分らしさを表現することを応援します。  
勇気を持って自分の個性を発揮してください。  
誰であろうと、どんな状況であろうと、アサヒグループでは幸せ、楽しさ、成功を得る機会が公正にあるのですから。  
恐れずに声を上げて自分を表現し、自分らしく自由に輝いてください。

Shine : Shineにはあなたらしく「輝く」という意味に加え、未来への希望のシンボルとしての「アサヒ(rising sun)」の意味を込めています。場所や、置かれた状況は違っても、誰もが同じ太陽の下に生きていることは変わりません。

## ありたい企業風土の醸成 — ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン —

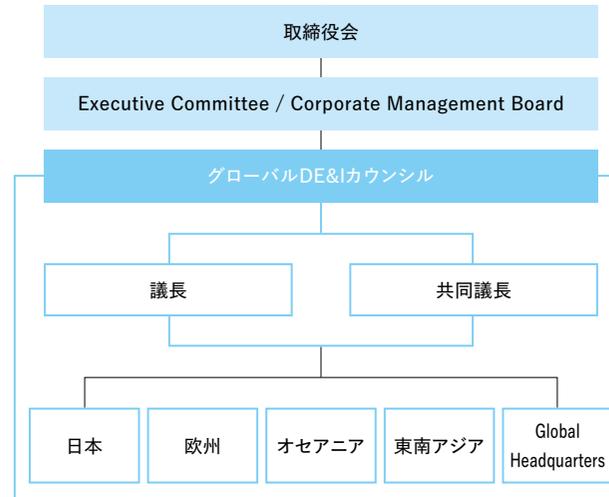
### マネジメント

### ガバナンス

アサヒグループでは、DE&Iを重要な経営課題として推進し、グループ全体のDE&I活動を討議するために、Group CEOの諮問機関としてグローバルDE&Iカウンシルを設立しています。カウンシルの役割は、グローバルレベルでDE&Iに関するビジョンを共有し、その実現に向けた取り組みを推進すること、各地域の垣根を越えてDE&I戦略の策定や実行に協力し、各地域の声を経営に届けること、そして地域およびグローバルレベルでDE&Iの推進役として積極的に行動することです。また、当社グループのDE&I指標を理解し、各地域のDE&Iリーダーがこれらの指標に基づいて行動を推進できるよう支援する役割も担っています。

多様な視点を確保するため、カウンシルのメンバーはアサヒグループホールディングス(株)および各Regional Headquarters (RHQ)のCEOの推薦に基づき選任されており、RHQからは、事業リーダーと地域DE&Iリーダーの2名が代表として参加しています。また、人事機能と各事業の視点を反映させるため、共同議長制を採用しており、議長にはアサヒグループホールディングス(株) Group Chief People Officer(G-CPO)の谷村圭造が、共同議長にはAsahi Holdings(Australia) Pty Ltd. Chief Supply Chain OfficerのSandra Gibbsが任命されています(2025年3月現在)。

本カウンシルは四半期に一度開催され、DE&Iの取り組み状況を共有し合い、各地域や部門の声をもとに施策への意見や提案を行うとともに、経営への報告や情報提供を行っています。



### リスク管理

DE&Iに関するリスクについては、ERM体制下において取締役 兼 代表執行役社長 Group CEOが委員長を務めるリスクマネジメント委員会が管理すべき主要リスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

### 戦略

2024年には、グローバルDE&I戦略の見直しを実施しました。2025年から2027年のグローバルDE&I戦略は、2つの柱を中心に展開していきます。

第1の柱は、「One Asahi」文化とケイパビリティの強化です。全社員およびリーダーがDE&Iの推進役となるよう、グローバルな共通基準や実践ガイド(プレイブック)を整備し、全ての人材育成プログラムにインクルーシブ・リーダーシップを組み込みます。また、リーダーのDE&Iの進捗に対する責任を明確にするとともに、社員によるリソースグループ(ERG\*)の活動を支援し、社内外における一貫したコミュニケーションを推進します。

第2の柱は、日々の業務プロセスにDE&Iの視点を組み込み、成果につなげる仕組みの整備です。例えば、報酬の公平性やインクルーシブな採用など、従業員体験の重要な接点において、ポリシーや運用プロセスの見直しと定着を図り、組織全体で一貫したDE&Iの実践を進めていきます。

この2つの柱を軸に、今後の取り組みをグローバル単位で展開し、実施していきます。四半期に一度開催している、グローバルDE&Iカウンシルでは、RHQにおける好事例や課題を共有し、各地域の取り組みに反映しています。2024年、シンガポールで初めて対面のグローバルDE&Iカウンシルを開催しました。ありたい企業風土の醸成に向け、今後も各地域の垣根を越えてベストプラクティスを共有していきます。

\* 特定の共通の関心や背景を持つ従業員が集まり、サポートやネットワークを促進するためのグループ

## ありたい企業風土の醸成 —ダイバーシティ、エクイティ&amp;インクルージョン—

## マネジメント

## 指標と目標

2023年よりグローバル全体で目標の対象範囲を拡大し、トップ経営層だけに限らず事業や部門を率いるリーダー層までを対象とすることとしました。現場で組織をリードするリーダー層の女性比率を高めることで、より持続的にジェンダーの多様性を拡大していく方針です。

## グループ目標

- ・2030年までに、経営層の女性比率を40%以上とする

\*1 経営層：役員および各機能部門をリードする職責を担う当社グループの社内グレード21以上を対象とする

\*2 対象範囲：アサヒグループホールディングス(株)、アサヒグループジャパン(株)およびRegional Headquarters、日本国内主要事業会社(アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食品(株))を対象とする

## 関連情報

🔗 [指標と目標/2024年実績](#)

## 実績(雇用状況)

## 従業員数(アサヒグループ)

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
正社員数	29,850人	30,020人	29,920人	28,639人	28,173人

\* 集計範囲：アサヒグループ全体  
\* 集計期間：各年12月末時点

集計範囲の詳細は [🔗 はこちら](#)

## 雇用状況の内訳(アサヒグループ)

		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
正社員	社員数	22,684人	22,397人	22,305人	21,041人	20,914人
	比率	76%	75%	75%	74%	74%
	女性 人数	7,166人	7,481人	7,615人	7,598人	7,258人
	比率	24%	25%	25%	26%	26%
合計 人数		29,850人	29,878人	29,920人	28,639人	28,173人
臨時従業員	従業員数(年間平均)	6,849人	6,665人	6,645人	6,089人	5,784人

\* 集計範囲：アサヒグループ全体  
\* 集計期間：各年12月末時点

集計範囲の詳細は [🔗 はこちら](#)

## 雇用状況の内訳(日本国内主要会社)

		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
正社員	社員数	男性 5,884人	5,777人	5,678人	5,660人	5,732人
		女性 1,240人	1,293人	1,318人	1,340人	1,349人
	合計	7,124人	7,070人	6,996人	7,000人	7,081人
自己都合 離職者数	男性	48人	59人	37人	52人	59人
	女性	22人	9人	13人	20人	16人
	合計	70人	68人	50人	72人	75人
解雇や 非自発的など (懲戒解雇等) を含む離職		—	—	—	—	0人
自己都合 離職率	男性	0.86%	1.02%	0.65%	0.92%	0.93%
	女性	1.23%	0.70%	0.99%	1.49%	1.04%
合計		0.92%	0.96%	0.71%	1.03%	0.95%
平均 勤続年数	男性	14.3年	17.8年	17.2年	17.1年	10.4年
	女性	12.6年	15.0年	14.0年	13.8年	10.1年
合計		14.0年	17.3年	16.5年	16.5年	10.4年

\* 集計範囲：アサヒグループ日本国内主要5社  
\* 集計期間：各年12月末時点  
\* 2023年より、平均勤続年数については、出向元における勤続期間を通算せずに集計しています。

集計範囲の詳細は [🔗 はこちら](#)

## ありたい企業風土の醸成 —ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン—

### マネジメント

#### 採用数

	2024年	
入社人数(キャリア/新卒)	男性	188人
	女性	109人
	合計	297人
	男性比率	63.3%
試用期間後、 正社員登用人数	女性比率	36.7%
	男性	187人
	女性	108人
	合計	295人

\* 集計範囲：アサヒグループ日本国内主要5社

\* 集計期間：各年12月末時点

集計範囲の詳細は [こちら](#)

#### 役員・管理職人数(日本国内主要会社)

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	
取締役	男性	24人	27人	30人	29人	30人
	女性	1人	1人	1人	2人	18人
	合計	25人	28人	31人	31人	48人
監査役	男性	11人	9人	14人	13人	12人
	女性	2人	3人	3人	4人	3人
	合計	13人	12人	17人	17人	15人
執行役員	男性	49人	39人	54人	55人	50人
	女性	2人	17人	5人	8人	6人
	合計	51人	56人	59人	63人	56人
管理職	男性	2,432人	2,399人	2,356人	2,342人	2,334人
	女性	254人	270人	289人	309人	362人
	合計	2,686人	2,669人	2,645人	2,651人	2,696人
女性管理職比率	9.4%	10.5%	10.9%	11.7%	13.4%	

\* 「女性管理職比率」は、執行役員・管理職に占める女性の割合を示しています。

\* 集計期間：各年12月末時点

\* 集計範囲：アサヒグループ日本国内主要5社

集計範囲の詳細は [こちら](#)

#### 障がい者雇用率

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
アサヒビール(株)	2.2%	2.2%	2.2%	2.3%	3.2%
アサヒ飲料(株)	2.5%	2.0%	2.3%	2.2%	2.9%
アサヒグループ食品(株)	2.2%	2.3%	2.1%	2.7%	3.1%
アサヒロジ(株)	2.2%	2.2%	2.6%	2.5%	2.6%
グループ全体	1.2%	1.2%	2.2%	2.4%	2.3%

\* 集計期間：各年12月末時点

# ありたい企業風土の醸成 —ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン—

## 取り組み

アサヒグループでは、多様性が高く、一人ひとりが輝くことができる組織を目指してダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン (DE&I)を推進し、従業員の働きやすい環境を整えるためにさまざまな取り組みを実施しています。

## ジェンダー

アサヒグループでは、グローバルDE&IカOUNCILを中心に、ジェンダーに関係なく、誰もが働きやすい職場づくりを推進しています。

### ■ 女性の登用\*

当社グループは、役員や管理職への女性の登用に積極的に取り組んでいます。アサヒグループホールディングス(株)では、大島明子が取締役(常勤監査役)、松永真理、佐藤千佳、Melanie Brockが社外取締役、田中早苗が社外監査役、西中直子とDrahomira Mandikovaが執行役に就任しており、女性役員の登用を進めています。

\* 2024年12月末時点

## 性自認・性的指向

アサヒグループでは、「アサヒグループ人権方針」の中で、「性自認」「性的指向」の差別を行わないことを明記しており、性的マイノリティ(LGBTQ+)への対応を進めています。

- 2023年、RHQによる啓発イベントなどを実施し、グループ全体で6月に30以上のプログラムを開催しました。アサヒグループホールディングス(株)においては、LGBTQ+について理解する研修を実施したほか、日本では、LGBTQ+の当事者も参加するパネルディスカッションや労働組合との共同勉強会の開催など、新たな取り組みを積極的に実施しました。
- 2024年4月に開催された「東京レインボープライド2024」に初めて協賛しました。このイベントはアジア最大級のLGBTQ+関連イベントであり、当社グループはSilver Sponsorとして参画しました。パレードに社員が参加し、LGBTQ+の理解を深めることで、LGBTQ+当事者が働きやすい環境を整備することを目指しました。



## 国籍

### ■ 現地雇用に関するコミットメント

アサヒグループではマテリアリティの一つに「コミュニティ」を掲げ、「人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現」を重点テーマと位置付けて、世界各地で事業を通じた地域課題の解決に取り組んでいます

事業基盤がグローバルに広がる中、当社グループでは地域コミュニティとの共創を目指し、各拠点で現地人材の採用を積極的に行っています。海外グループ会社の経営層については、原則的に現地採用者を登用しています。その結果、全てのRHQにおいて現地スタッフの数が駐在員の数を上回っています。これにより、当社グループは地域社会との強固な関係を築き、持続可能なコミュニティの実現に向けた取り組みを一層推進しています。

### ■ 海外就業者の状況

当社グループの約30,000人の全従業員のうち、海外比率は約61%を占めています。

## ありたい企業風土の醸成 — ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン —

### 取り組み

#### 年齢

アサヒグループの日本国内主要会社では、満60歳の定年を迎えた従業員が豊富な経験や高度なスキル・技能を活かして働き続けられるよう、本人の希望と会社の必要性をマッチングした上で再雇用を実施しています。

#### 障がい

アサヒグループでは、障がいのある社員を継続して採用するとともに、障がい者が働きやすい職場づくりを推進しています。

関連情報

▶ [障がい者雇用率](#)

#### 就業支援への取り組み

当社グループでは、各職場の特性に合わせて、多数の障がい者の方を採用しています。障がいの内容や程度は人によって異なるため、それぞれの個性に合わせて仕事内容を工夫するとともに、必要に応じて就業のサポートを行っています。

設備、備品などのサポートの例

- 工場で車椅子用のスロープ設置
- 本社のエレベーターに点字と音声案内の設置
- パソコンのソフトウェア、周辺機器の購入
- 本社の多目的トイレ設置フロアの増加 など

体制整備によるサポートの例

- 入社前に職場見学を複数回行い、業務内容・使用機器・設備・通勤経路などの確認をジョブコーチなどと協働して実施
- 障がい者が入社する職場にて、同僚メンバーに説明会を実施（得意なこと／不得意なことと必要なサポートなど）
- 障がい者が入社する職場にて、同僚メンバーにマニュアルを回覧
- 障がいのある社員同士の交流会

# ありたい企業風土の醸成 — 学習する組織／コラボレーション —

## マネジメント

### 考え方

アサヒグループは、グループ理念「Asahi Group Philosophy」のOur Principlesにおいて、「会社と個人の成長を両立する企業風土の醸成」を掲げています。当社グループが個人と組織がともに学び続ける「学習する組織」に変容するためには、会社は経営方針に連動した多様な成長機会を従業員に提供し、従業員は自律的に挑戦して豊かなキャリアを形成することが重要です。この考え方に則り、当社グループはこれからも経営環境の変化と多様化する従業員のキャリア意識やニーズに沿った成長機会を提供していきます。

さらに、当社グループはグループ経営において、シナジーの創出は大きな強みと捉えています。グループ内の連携やコミュニケーションによってシナジーを創出することを「コラボレーション」と捉え今後さらに強化していきたいと考えています。また、グループ理念のOur Valuesの一つに「感動の共有」を掲げています。組織単位のみならず社員一人ひとりが「コラボレーション」を実践することで、目標を共有し、成功を分かち合い、感動を共有することができる企業風土の醸成を目指します。

### リスクと機会

#### リスク

- 成長機会の提供不足による、人材流出、競争力低下
- 社員間の協力・連携が損なわれることによる生産性の低下

#### 機会

- 成長機会の提供と社員間の協力体制の構築による、高度人材の獲得、エンゲージメント向上、スキル向上による競争力強化

### 方針

#### ラーニングオーガニゼーション ステートメント

私たちは、アサヒグループの競争優位を維持し続けるために、「Learning for All」を信念に継続的に学び、変化に対応していきます。

私たちは、誰にでも学ぶ機会が与えられ、時にこれまでの学びを振り返り、そしていつでも学び直すことができる、学習する企業風土を醸成することを約束します。私たちの企業風土では、社員は容易に且つ迅速に学習することができ、ナレッジが共有されます。

「学習する組織」を実現することにより、個人として、チームとして、そしてグローバルな企業グループとして、自ら学習する意義を見出し、学びによってウェルビーイングを高め、人生やキャリアを一層豊かにすることができます。

### ガバナンス

アサヒグループは、各Regional Headquarters (RHQ) の人材育成担当者との定期的な会議を通じて、グループ横断のタレントマネジメントについて討議し、展開を進めています。

また、経営層レベルでの情報共有はもちろん、各機能においてもアサヒグループホールディングス(株)とRHQによる会議体の設置や横断プロジェクトを立ち上げています。特に人事部門においては、毎月アサヒグループホールディングス(株)と各RHQの人事部門責任者との会議を開催し、グループ内の人材交流やグループ横断型の取り組みについて討議し、グループ全体でのシナジー創出に取り組んでいます。

## ありたい企業風土の醸成 — 学習する組織／コラボレーション —

### マネジメント

#### リスク管理

学習する組織・コラボレーションに関するリスクは、ERM体制下において、アサヒグループホールディングス(株)HR部門やRegional Headquartersが管理すべきリスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

#### 戦略

2023年からは、アサヒグループの世界中の従業員がつながり、お互いに学び合い、高め合うことができる「Group CPO Learning Community」を開設しています。世界中のグループ従業員が互いにつながり、学び合い、刺激し合うことでさらなる成長を目指す仕組みを構築しました。この取り組みを通じて、地域や事業の垣根を超えて知見や経験を共有し合い、私たちが目指す学習する組織の実現を図っていきます。

また、当社グループは、グループ内の多様な人材が組織の垣根を越えて協力・連携することで、社員と会社の成長を実現する戦略を立案しています。例えば、「AGP\*1」「Kando\*2」「Supply Chain」の3つのAwards(表彰制度)を、各地域内、およびグローバルで開催しています。この活動では、世界各地の優れた活動をグローバル規模でベストプラクティスとして共有し、互いに学び合い称え合うことで、共に成長できる場の構築に取り組んでいます。

\*1 Asahi Group Philosophy

\*2 期待を超える商品やサービスにより、お客さまに感動を与えた活動のこと



#### 実績

##### 人材育成に関する研修の実施時間・実施費用

	2024年
一人当たりの研修時間	19.5時間
一人当たりの研修費用	117千円

\* 集計範囲：アサヒグループ日本国内主要5社

\* 集計期間：2024年12月末時点

集計範囲の詳細は [▶ こちら](#)

# 継続的な経営者人材の育成

## マネジメント

### 考え方

アサヒグループの長期戦略の実現に向け、中長期でグループ・グローバル経営をリードする経営者候補を計画的に育成しています。例えば、グローバルで次世代経営者育成プログラムを実施するなど、持続的に経営者人材を輩出できる仕組みの強化に取り組んでいます。また、グループ全体と各地域の両面から人材育成プログラムのさらなる拡充などを進め、中長期にわたって安定した人材を確保できる体制を強化しています。

#### リスクと機会

##### リスク

- 有能な経営幹部を必要数確保・育成・定着させることができなかった場合の、戦略の実行力の低下、目標の非達成

##### 機会

- グローバルのキーポジションを担う要件を兼ね備えた経営者人材の確保によるガバナンス体制の強化、企業価値の向上

### ガバナンス

アサヒグループホールディングス(株)の役員とRegional Headquarters (RHQ)のCEOが一堂に会してグローバルタレントレビューを行い、グローバルのキーポジションおよび将来の経営者候補についてサクセッションプランを討議する場を定期的に設定しています。また、RHQにおいてもRHQ内のキーポジションなどについて定期的にサクセッションプランを討議しています。

### リスク管理

経営者人材の育成に関するリスクは、ERM体制下において取締役兼代表執行役社長 Group CEOが委員長を務めるリスクマネジメント委員会が管理すべき主要リスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

### 戦略

アサヒグループは、継続的に経営者人材を輩出できる仕組みを強化し、経営力の安定的充実を図っていく必要があります。そのため、人材育成の基盤となる、当社グループにおける「優れたリーダーシップ」を明確に定めた「グローバルリーダーシップコンピテンシーモデル(GLCM)」を策定しました。本モデルは、世界中のあらゆるレベルの社員に求められるグローバル共通のリーダーシップを明確にし、採用や人材育成に活用されています。本モデルの設定により、グループ全体の優秀な人材を可視化し、国や地域を越えた中長期的な適所適材の配置や人材育成などを進めることにつながっていきます。

# 必要となるケイパビリティの獲得

## マネジメント

### 考え方

『中長期経営方針』で掲げた「目指す事業ポートフォリオ」「コア戦略」「戦略基盤強化」の達成には、それぞれに必要なケイパビリティを獲得することが不可欠です。ケイパビリティの獲得にあたっては、グループおよびグローバルでの組織・ガバナンス体制の進化や Regional Headquarters (RHQ) を越えた人材配置などによるグループ内人材の育成・活用、専門性に秀でた外部人材の獲得、パートナーシップやアライアンスなどによる社外リソースの活用を推進しています。

### リスクと機会

#### リスク

- 『中長期経営方針』に基づく戦略の実行に必要なケイパビリティを確保することができなかった場合の、戦略の実行力の低下、目標の非達成

#### 機会

- 必要なケイパビリティを確保し、『中長期経営方針』を達成することによる企業価値向上

### ガバナンス

アサヒグループとして必要なケイパビリティについては、アサヒグループホールディングス(株)のExecutive Committeeで討議し、ケイパビリティの具体化・優先順位付け、それらの獲得に向けた戦略を策定しています。RHQに必要なケイパビリティについては、各RHQが設定している『中長期経営方針』に基づき、討議・設定しています。また、アサヒグループホールディングス(株)とRHQのグローバルHRミーティングにおいて、ベストプラクティスの共有や人材配置の計画の討議を行い、組織を越えたケイパビリティの最大化を目指しています。

### リスク管理

必要となるケイパビリティに関するリスクは、ERM体制下において取締役 兼 代表執行役社長 Group CEOが委員長を務めるリスクマネジメント委員会が管理すべき主要リスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

### 戦略

持続的な成長を実現するために必要なケイパビリティを特定・開発するため、グローバルな取り組みを開始しました。この取り組みを通じて、事業の中長期戦略を支えるケイパビリティを明確化し、人的資本への投資を加速させ、その高度化を図ります。

# 必要となるケイパビリティの獲得

## 取り組み

### 地域の垣根を越えた異動を実現する 人事制度の整備

アサヒグループのグローバル戦略をリードする人材の確保や各地域で必要なケイパビリティの充足、グローバルでの成長機会の提供を推進するため、グローバルで人事制度の統一を進めています。「グローバルモビリティポリシー」を2023年9月に制定し、地域の垣根を越えた人材の異動基盤を構築しました。また、グローバルと同様の等級制度を2024年4月に日本においても導入し、等級に応じて各地域の市場データをベンチマークした競争力のある報酬設計を行っています。

当社グループは、報酬制度を通じて社員のモチベーションを高め、社内外から多様なスキルと資質を持つ人材を獲得・保持することを重視し、組織全体の競争力を高めています。正規従業員に対しては、前年の人事考課や現在の報酬状況に基づいて改定する月例給のほか、個人の考課や業績に連動した賞与を支給しています。報酬については、「Pay for Job, Pay for Performance」を基本とし、性別などを理由とした差別的な扱いはしていません。また、非正規従業員に対しても上記の基本方針を適用し、報酬については、同一労働同一賃金の考え方をもとに、個人の業務やパフォーマンスに応じて決定しています。

### 従業員の給与

#### 従業員の平均年間給与

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
平均年間給与	13,251,563円	11,146,637円	12,297,579円	12,326,738円	12,181,758円

\* 集計範囲：アサヒグループホールディングス(株)

\* 集計期間：各年12月末時点

集計範囲の詳細は [こちら](#)

### 企業年金制度

#### 企業年金制度の導入・運用状況(日本国内グループ会社)

制度	制度導入会社
確定給付型年金(DB) (DB: Defined Benefit)	アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、ニッカウヰスキー(株)、アサヒロジ(株)、 エービーカーゴ東日本(株)、エービーカーゴ西日本(株)、(株)アサヒビールコミュニケーションズ
確定拠出型年金(DC) (DC: Defined Contribution)	アサヒグループホールディングス(株)、アサヒグループジャパン(株)、アサヒビール(株)、 アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食品(株)、ニッカウヰスキー(株)、アサヒロジ(株)、 エービーカーゴ東日本(株)、エービーカーゴ西日本(株)、アサヒドラフトマーケティング(株)、 (株)アサヒビールフィード

\* 2025年1月時点

And threw a  
put rags on  
also wanted  
wrap it in soot  
warmer, to stick  
come to the m  
nkies, no, some  
t stamping the  
is easier for me  
ge or a venerable

# 4

## データセクション

- 177 データ集
- 178 報告対象範囲
- 180 GRI内容索引
- 192 SASB対照表



# データ集

## 環境データ

アサヒカーボンゼロ GHG排出量進捗	P57
GHG実排出量実績・原単位	P58
地域別GHG排出量実績	P59
Scope3の内訳	P59
2024年Scope3のGHG実排出量	P59
輸送によるGHG排出量の推移	P60
エネルギー実使用量・原単位の推移	P60
再生可能エネルギー由来の電力の利用	P60
PETボトルのリサイクル素材、バイオ由来の素材等への転換実績	P71
ガラスびん回収率	P71
容器包装資材	P71
原料使用量	P83
酒類・飲料事業における水使用量・原単位の推移	P91
国別 水使用量	P91
水源別 取水量	P91
国別 排水量	P92
排出先別 排水量	P92
排水水質	P92
事業別 副産物・廃棄物発生量・原単位の推移	P100
地域別 副産物・廃棄物発生量および再資源化量	P100
NOx、SOx排出量	P101

## 社会データ

社会貢献支出額	P107
主な実績(2024年)	P107
Sedex SAQ マネジメントコントロールの国別平均スコア	P139
是正措置の実施状況	P140
男女賃金格差(日本)	P142
労働協約の対象となる従業員の割合	P143
団体交渉権を持つ従業員数	P155
100万延べ実労働時間当たりの死傷者数(≒度数率)(TRIFR)	P158
100万延べ実労働時間当たりの死傷者数(休業災害+不休業災害)(≒全度数率)(LTIFR)	P158
死亡災害件数	P158
ISO 45001 認定取得状況	P159
健康指標	P160
従業員の有給休暇取得率・有給休暇取得日数	P160
従業員の月間平均残業時間	P160
リーダー向け特別研修受講実績	P164
従業員数(アサヒグループ)	P167
雇用状況の内訳(アサヒグループ)	P167
雇用状況の内訳(日本国内主要会社)	P167
採用数	P168
役員・管理職人数(日本国内主要会社)	P168
障がい者雇用率	P168
人材育成に関する研修の実施時間・実施費用	P172
従業員の平均年間給与	P175
企業年金制度の導入・運用状況(日本国内グループ会社)	P175

# 報告対象範囲

## 環境関連データ

項目	主要な対象会社
GHG排出量・原単位 エネルギー使用量・ 原単位 再生可能エネルギー 由来の電力使用量・ 使用率 水使用量の削減、 排水量	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本：アサヒグループホールディングス(株)、アサヒグループジャパン(株)、アサヒビール(株)、ニッカウキスキー(株)、エノテカ(株)、アサヒドラフトマーケティング(株)、アサヒビールモルト(株)、(株)アサヒビールフィード、アサヒ飲料(株)、カルピス(株)、アサヒグループ食品(株)、アサヒバイオサイクル(株)、アサヒロジ(株)、エービーカーゴ東日本(株)、エービーカーゴ西日本(株)、アサヒユウアス(株)、(株)なだ万、アサヒクオリティアンドイノベーションズ(株)</li> <li>欧州：Kompania Piwowarska S.A.(Poland)、Plzeňský Prazdroj, a.s.(Czech Rep.)、Plzeňský Prazdroj Slovensko, a.s.(Slovakia)、Ursus Breweries SA(Romania)、Dreher Sörgyarak Zrt.(Hungary)、Birra Peroni S.r.l.(Italy)、Koninklijke Grolsch N.V.(Netherlands)、Asahi UK Ltd.(UK)</li> <li>オセアニア：Asahi Beverages Pty Ltd.、Carlton &amp; United Breweries Pty Ltd.、Asahi Lifestyle Beverages、Asahi Beverages(NZ) Ltd.</li> <li>東南アジア：Etika Beverages Sdn. Bhd.、Etika Dairies Sdn. Bhd.</li> </ul>

\* 2024年の対象会社がグループ全体に占める割合は98%です(売上収益ベース)。

## Scope3算定に関する補足

Scope3 カテゴリ	補足事項
(1) 購入した物品・サービス	Asahi Europe and International Ltd.では、製造に伴う資材の調達のみを対象としている。
(2) 資本財	Asahi Europe and International Ltd.の実績は対象外としている。
(5) 事業において発生する廃棄物	Asahi Europe and International Ltd.の実績は対象外としている。
(6) 出張	Asahi Beverages Pty Ltd.では公共交通機関およびレンタカーの利用に伴うGHG排出量を除外している。
(7) 従業員の通勤	Asahi Europe and International Ltd.の実績は対象外としている。 Asahi Beverages Pty Ltd.では、在宅勤務を対象としている。
(8) 上流のリース資産	賃借しているリース資産は、Scope1,2で集計している。
(9) 下流の輸送・配送	Asahi Europe and International Ltd.では製品の店舗から家庭への輸送、販促品の流通、2次配送センターおよび倉庫のエネルギー消費を対象外としている。 Asahi Beverages Pty Ltd.では、最終消費者から埋立/リサイクル施設への廃棄物の輸送を対象外としている。また、AHAのみHFCsの漏洩排出についても算定している。
(10) 販売した製品の加工	中間製品は無いため、対象外としている。
(11) 販売した製品の使用	販売した製品の使用は無いため、対象外としている。

Scope3 カテゴリ	補足事項
(12) 販売した製品の 使用後処理	販売した製品のうち、容器包装の廃棄に伴う排出量は、カテゴリ(1)で集計している。
(14) フランチャイズ	フランチャイズは無いため、対象外としている。
(15) 投資	事業特性上、投資は対象外としている。

項目	主要な対象会社
副産物・ 廃棄物発生量・ 原単位	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本：アサヒグループホールディングス(株)、アサヒビール(株)、ニッカウキスキー(株)、アサヒビールモルト(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食品(株)、アサヒバイオサイクル(株)</li> <li>欧州：Kompania Piwowarska S.A.(Poland)、Plzeňský Prazdroj, a.s.(Czech Rep.)、Plzeňský Prazdroj Slovensko, a.s.(Slovakia)、Ursus Breweries SA(Romania)、Dreher Sörgyarak Zrt.(Hungary)、Birra Peroni S.r.l.(Italy)、Koninklijke Grolsch N.V.(Netherlands)、Asahi UK Ltd.(UK)</li> <li>オセアニア：Asahi Beverages Pty Ltd.、Carlton &amp; United Breweries Pty. Ltd.、Asahi Lifestyle Beverages、Asahi Beverages(NZ) Ltd.</li> <li>東南アジア：Etika Beverages Sdn. Bhd.、Etika Dairies Sdn. Bhd.</li> </ul>

\* 2024年の対象会社がグループ全体に占める割合は95%です(売上収益ベース)。

## 報告対象範囲

<b>NOx、SOx排出量</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本：アサヒビール(株)、ニッカウヰスキー(株)、アサヒビールモルト(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食品(株)</li> </ul>
-------------------	---

\* 2024年の対象会社がグループ全体に占める割合は43%です(売上収益ベース)。

<b>輸送によるGHG排出量</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本：アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食(株)</li> </ul>
--------------------	---

\* アサヒグループにおける特定荷主の会社を対象としています。

### 「人的資本の高度化」関連データ

表記内容	集計範囲
アサヒグループ全体	アサヒグループホールディングス(株)と連結子会社全て
アサヒグループ日本国内主要会社	アサヒグループホールディングス(株) アサヒビール(株) アサヒ飲料(株) アサヒグループ食品(株)
アサヒグループ日本国内主要5社	アサヒグループホールディングス(株) アサヒグループジャパン(株) アサヒビール(株) アサヒ飲料(株) アサヒグループ食品(株)

# GRI内容索引

利用に関する声明：アサヒグループホールディングス(株)はGRIスタンダードを参照し、2024年1月1日から2024年12月31日までの期間について、本GRI内容索引に記載した情報を報告しています。

利用したGRI 1：Foundation 2021

共通スタンダード	
開示事項	掲載箇所
<b>GRI 2：一般開示事項 2021</b>	
<b>1. 組織と報告実務</b>	
2-1 組織の詳細	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ 企業概要
2-2 組織のサステナビリティ報告の対象となる事業体	<a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P8-9 関係会社の状況 P178-179 報告対象範囲
2-3 報告期間、報告頻度、連絡先	P2 編集方針 裏表紙
2-4 情報の修正・訂正記述	グループ全体のGHG排出量に非CO <sub>2</sub> 排出量の一部が含まれているため、2025年より、「CO <sub>2</sub> 排出量」を「GHG排出量」に表記を変更しました。
2-5 外部保証	P51 環境 ▶ 第三者保証
<b>2. 活動と労働者</b>	
2-6 活動、バリューチェーン、その他の取引関係	<a href="#">Web</a> 事業概要 <a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ 会社案内
2-7 従業員	P167-168 ありたい企業風土の醸成 — ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン — ▶ マネジメント ▶ 実績(雇用状況)
2-8 従業員以外の労働者	—
<b>3. ガバナンス</b>	
2-9 ガバナンス構造と構成	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ コーポレートガバナンスの考え方と体制
2-10 最高ガバナンス機関における指名と選出	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ コーポレートガバナンスの考え方と体制
2-11 最高ガバナンス機関の議長	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ コーポレートガバナンスの考え方と体制
2-12 インパクトのマネジメントの監督における最高ガバナンス機関の役割	P17-19 サステナビリティマネジメント ▶ ガバナンス ▶ サステナビリティ・ガバナンス
2-13 インパクトのマネジメントに関する責任の移譲	P17-19 サステナビリティマネジメント ▶ ガバナンス ▶ サステナビリティ・ガバナンス
2-14 サステナビリティ報告における最高ガバナンス機関の役割	P18 サステナビリティマネジメント ▶ ガバナンス ▶ 取締役会におけるサステナビリティの議論

## GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
2-15 利益相反	<a href="#">Web</a> コーポレート・ガバナンス報告書
2-16 重大な懸念事項の伝達	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ コンプライアンス推進 <a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ リスクマネジメント体制 <a href="#">Web</a> 第101回定時株主総会 事前アンケートおよびライブ配信でのご意見に対するご回答 P22 サステナビリティマネジメント ▶ リスク管理 ▶ リスク管理
2-17 最高ガバナンス機関の集会的知見	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ コーポレートガバナンスの考え方と体制 P19-20 サステナビリティマネジメント ▶ ガバナンス ▶ 取締役会のサステナビリティスキル・能力
2-18 最高ガバナンス機関のパフォーマンス評価	<a href="#">Web</a> 2024年度取締役会実効性評価結果
2-19 報酬方針	<a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P110-124 役員の報酬等 P21 サステナビリティマネジメント ▶ ガバナンス ▶ 役員報酬への社会的価値指標(サステナビリティ指標)の組み込み
2-20 報酬の決定プロセス	<a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P110-124 役員の報酬等 <a href="#">Web</a> CORPORATE GOVERNANCE REPORT 2025
2-21 年間報酬総額の比率	—
<b>4. 戦略、方針、実務慣行</b>	
2-22 持続可能な発展に向けた戦略に関する声明	P3-4 CEO・CSOメッセージ <a href="#">Web</a> 統合報告書2025 P7-14 CEOメッセージ
2-23 方針声明	P15-16 サステナビリティマネジメント ▶ ステークホルダー・エンゲージメント ▶ 外部のイニシアチブの支持 <a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ 各種レポート・ポリシー
2-24 方針声明の実践	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ コンプライアンス推進 <a href="#">Web</a> コーポレート・ガバナンス報告書 P3-4 CEO・CSOメッセージ
2-25 マイナスのインパクトの是正プロセス	P37-38 環境 ▶ マネジメント ▶ アサヒグループ環境ビジョン2050 P148-149 人権の尊重 ▶ 人権尊重を含むコンプライアンスに関する相談窓口
2-26 助言を求める制度および懸念を提起する制度	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ コンプライアンス推進 P148-149 人権の尊重 ▶ 人権尊重を含むコンプライアンスに関する相談窓口
2-27 法規制遵守	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ コンプライアンス推進 P51 環境 ▶ マネジメント ▶ 重大な事故および違反の発生状況 P192 SASB対照表 ▶ Alcoholic Beverages Standardsに準拠した情報 ▶ 責任ある飲酒およびマーケティング P196 SASB対照表 ▶ Non Alcoholic Beverages Standardsに準拠した情報 ▶ 製品のラベル表示およびマーケティング
2-28 会員資格を持つ団体	P15-16 サステナビリティマネジメント ▶ ステークホルダー・エンゲージメント ▶ 外部のイニシアチブの支持

## GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
<b>5. ステークホルダー・エンゲージメント</b>	
2-29 ステークホルダー・エンゲージメントへのアプローチ	P13-16 サステナビリティマネジメント ▶ ステークホルダー・エンゲージメント
2-30 労働協約	P143 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス ▶ 結社の自由と団体交渉 P155 人的資本の高度化 ▶ ありがたい企業風土の醸成 ▶ 労働組合との協議
<b>GRI 3: マテリアルな項目 2021</b>	
3-1 マテリアルな項目の決定プロセス	P11-12 サステナビリティマネジメント ▶ アサヒグループのマテリアリティ ▶ マテリアリティ特定プロセス
3-2 マテリアルな項目のリスト	P11-12 サステナビリティマネジメント ▶ アサヒグループのマテリアリティ
3-3 マテリアルな項目のマネジメント	P52-60 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ マネジメント P67-71 環境 ▶ 持続可能な容器包装 ▶ マネジメント P76-83 環境 ▶ 持続可能な農産物原料 ▶ マネジメント P87-92 環境 ▶ 持続可能な水資源 ▶ マネジメント P106-107 コミュニティ ▶ 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現 ▶ マネジメント P115-116 責任ある飲酒 ▶ 不適切飲酒の撲滅 ▶ マネジメント P123 責任ある飲酒 ▶ 新たな飲用機会の創出によるアルコール関連問題の解決 ▶ マネジメント P128 健康 ▶ 健康価値の創造 ▶ マネジメント P132-135 人権 ▶ 人権の尊重 ▶ マネジメント P96-97 環境 ▶ 自然資本・生物多様性 ▶ マネジメント P39-50 環境 ▶ マネジメント ▶ 戦略 ▶ TCFD・TNFD分析
<b>GRI 101: 生物多様性</b>	
101-1 生物多様性の損失を止め、反転させるための方針	P97 環境 ▶ 自然資本・生物多様性 ▶ マネジメント ▶ 方針
101-2 生物多様性へのインパクトの管理	P54 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ マネジメント ▶ 戦略 ▶ ロードマップ P70 環境 ▶ 持続可能な容器包装 ▶ マネジメント ▶ 戦略 ▶ ロードマップ P78 環境 ▶ 持続可能な農産物原料 ▶ マネジメント ▶ 戦略 ▶ ロードマップ P89 環境 ▶ 持続可能な水資源 ▶ マネジメント ▶ 戦略 ▶ ロードマップ
101-3 アクセスと利益配分	—
101-4 生物多様性へのインパクトの特定	P39-50 環境 ▶ マネジメント ▶ 戦略 ▶ TCFD・TNFD分析
101-5 生物多様性へのインパクトを伴う場所	P90 環境 ▶ 持続可能な水資源 ▶ マネジメント ▶ 戦略 ▶ TCFD・TNFD分析

## GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
101-6 生物多様性の損失の直接的な要因	P91 環境 ▶ 持続可能な水資源 ▶ マネジメント ▶ 実績 ▶ 水使用量・原単位 P92 環境 ▶ 持続可能な水資源 ▶ マネジメント ▶ 実績 ▶ 排出量 P100 環境 ▶ 廃棄物削減と汚染の防止 ▶ マネジメント ▶ 実績 ▶ 廃棄物の削減 P101 環境 ▶ 廃棄物削減と汚染の防止 ▶ マネジメント ▶ 実績 ▶ 環境汚染の防止
101-7 生物多様性の状態の変化要求	—
101-8 生態系サービス	P41 環境 ▶ マネジメント ▶ 戦略 ▶ TCFD・TNFD分析 ▶ 気候・自然の依存・影響

### 項目別スタンダード(経済)

開示事項	掲載箇所
<b>GRI 201: 経済パフォーマンス 2016</b>	
201-1 創出、分配した直接的経済価値	<a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P1-2 主要な経営指標等の推移 <a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P126-134 連結財務諸表等 <a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P141 従業員給付 <a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P165 従業員給付費用 <a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ 各種レポート・ポリシー ▶ 税務行動規範 P107 コミュニティ ▶ 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現 ▶ マネジメント ▶ 社会貢献支出額 P175 人的資本の高度化 ▶ 取り組み ▶ 従業員の給与
201-2 気候変動による財務上の影響、その他のリスクと機会	P39-50 環境 ▶ マネジメント ▶ 戦略 ▶ TCFD・TNFD分析 <a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ リスクマネジメント体制
201-3 確定給付型年金制度の負担、その他の退職金制度	<a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P141 従業員給付 <a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P165 従業員給付費用
201-4 政府から受けた資金援助	<a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P142 政府補助金
<b>GRI 202: 地域経済でのプレゼンス 2016</b>	
202-1 地域最低賃金に対する標準的新入社員給与の比率(男女別)	—
202-2 地域コミュニティから採用した上級管理職の割合	P166 人的資本の高度化 ▶ ありがたい企業風土の醸成 — ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン — ▶ ガバナンス P169 人的資本の高度化 ▶ ありがたい企業風土の醸成 — ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン — ▶ 国籍

## GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
<b>GRI 203：間接的な経済的インパクト 2016</b>	
203-1 インフラ投資および支援サービス	P106-107 コミュニティ ▶ 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現 ▶ マネジメント P108-112 コミュニティ ▶ 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現 ▶ 取り組み P115-116 責任ある飲酒 ▶ 不適切飲酒の撲滅 ▶ マネジメント P117-122 責任ある飲酒 ▶ 不適切飲酒の撲滅 ▶ 取り組み
203-2 著しい間接的な経済的インパクト	P106-107 コミュニティ ▶ 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現 ▶ マネジメント P115-116 責任ある飲酒 ▶ 不適切飲酒の撲滅 ▶ マネジメント
<b>GRI 204：調達慣行 2016</b>	
204-1 地元サプライヤーへの支出の割合	—
<b>GRI 205：腐敗防止 2016</b>	
205-1 腐敗に関するリスク評価を行っている事業所	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ コンプライアンス推進 <a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ リスクマネジメント体制
205-2 腐敗防止の方針や手順に関するコミュニケーションと研修	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ コンプライアンス推進
205-3 確定した腐敗事例と実施した措置	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ コンプライアンス推進
<b>GRI 206：反競争的行為 2016</b>	
206-1 反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により受けた法的措置	—
<b>GRI 207：税金 2019</b>	
<b>1. 項目のマネジメントに関する開示事項</b>	
207-1 税務へのアプローチ	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ 各種レポート・ポリシー ▶ 税務行動規範
207-2 税務ガバナンス、管理、およびリスクマネジメント	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ 各種レポート・ポリシー ▶ 税務行動規範 <a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ リスクマネジメント体制
207-3 税務に関連するステークホルダー・エンゲージメントおよび懸念への対処	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ 各種レポート・ポリシー ▶ 税務行動規範
<b>2. 項目別の開示事項</b>	
207-4 国別の報告	<a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ 各種レポート・ポリシー ▶ 税務行動規範 <a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P8-9 関係会社の状況 <a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P10-11 従業員の状況 <a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P144-146 事業セグメント

## GRI内容索引

項目別スタンダード(環境)	
開示事項	掲載箇所
<b>GRI 301: 原材料 2016</b>	
301-1 使用原材料の重量または体積	P193 SASB対照表 ▶ Alcoholic Beverages Standardsに準拠した情報 ▶ 容器包装ライフサイクル管理 P197 SASB対照表 ▶ Non Alcoholic Beverages Standardsに準拠した情報 ▶ 容器包装ライフサイクル管理 P104 環境 ▶ グリーンボンド ▶ レポーティング P71 環境 ▶ 持続可能な容器包装 ▶ マネジメント ▶ 容器包装資材
301-2 使用したリサイクル材料	P25-26 サステナビリティマネジメント ▶ 指標と目標 ▶ 2024年実績 P104 環境 ▶ グリーンボンド ▶ レポーティング P73-74 環境 ▶ 持続可能な容器包装 ▶ 取り組み ▶ リサイクル P193 SASB対照表 ▶ Alcoholic Beverages Standardsに準拠した情報 ▶ 容器包装ライフサイクル管理 P197 SASB対照表 ▶ Non Alcoholic Beverages Standardsに準拠した情報 ▶ 容器包装ライフサイクル管理
301-3 再生利用された製品と梱包材	P25-26 サステナビリティマネジメント ▶ 指標と目標 ▶ 2024年実績 P71 環境 ▶ 持続可能な容器包装 ▶ マネジメント ▶ 指標と目標 P73-74 環境 ▶ 持続可能な容器包装 ▶ 取り組み ▶ リサイクル
<b>GRI 302: エネルギー 2016</b>	
302-1 組織内のエネルギー消費量	P57-60 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ マネジメント ▶ 実績 P104 環境 ▶ グリーンボンド ▶ レポーティング
302-2 組織外のエネルギー消費量	P57-60 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ マネジメント ▶ 実績
302-3 エネルギー原単位	P60 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ マネジメント ▶ 実績 ▶ GHG実排出量 ▶ エネルギー使用量・原単位
302-4 エネルギー消費量の削減	P60 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ マネジメント ▶ 実績 ▶ GHG実排出量 ▶ エネルギー使用量・原単位 P61-66 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ 取り組み
302-5 製品およびサービスのエネルギー必要量の削減	P63-64 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ 取り組み ▶ Scope3関連の削減施策 P65-66 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ 取り組み ▶ 将来的な脱炭素削減・Beyondカーボンニュートラルに向けたイノベーション施策

## GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
<b>GRI 303：水と廃水 2018</b>	
<b>1. 項目のマネジメントに関する開示事項</b>	
303-1 共有資源としての水との相互作用	P87-92 環境 ▶ 持続可能な水資源 ▶ マネジメント P93-95 環境 ▶ 持続可能な水資源 ▶ 取り組み
303-2 排水に関連するインパクトのマネジメント	—
<b>2. 項目別の開示事項</b>	
303-3 取水	P39-50 環境 ▶ マネジメント ▶ 戦略 ▶ TCFD・TNFD分析 P91 環境 ▶ 持続可能な水資源 ▶ マネジメント ▶ 水使用量・原単位
303-4 排水	P92 環境 ▶ 持続可能な水資源 ▶ マネジメント ▶ 排水量
303-5 水消費	P192 SASB対照表 ▶ Alcoholic Beverages Standardsに準拠した情報 ▶ 水管理 P195 SASB対照表 ▶ Non Alcoholic Beverages Standardsに準拠した情報 ▶ 水管理
<b>GRI 305：大気への排出 2016</b>	
305-1 直接的なGHG排出(スコープ1)	P57-60 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ マネジメント ▶ 実績
305-2 間接的なGHG排出(スコープ2)	P57-60 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ マネジメント ▶ 実績
305-3 その他の間接的なGHG排出(スコープ3)	P57-60 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ マネジメント ▶ 実績 P63 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ 取り組み ▶ Scope3関連の削減施策
305-4 温室効果ガス(GHG)排出原単位	P57-60 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ マネジメント ▶ 実績
305-5 温室効果ガス(GHG)排出量の削減	P57-60 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ マネジメント ▶ 実績 P61-66 環境 ▶ 気候変動への対応 ▶ 取り組み
305-6 オゾン層破壊物質(ODS)の排出	—
305-7 窒素酸化物(NOx)、硫黄酸化物(SOx)、およびその他の重大な大気排出物	P101 環境 ▶ 廃棄物削減と汚染の防止 ▶ マネジメント ▶ 実績 ▶ 環境汚染の防止 P39-50 環境 ▶ マネジメント ▶ 戦略 ▶ TCFD・TNFD分析

## GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
<b>GRI 306 : 廃棄物 2020</b>	
<b>1. 項目のマネジメントに関する開示事項</b>	
306-1 廃棄物の発生と廃棄物関連の著しいインパクト	P67-71 環境 ▶ 持続可能な容器包装 ▶ マネジメント P99-101 環境 ▶ 廃棄物削減と汚染の防止 ▶ マネジメント
306-2 廃棄物関連の著しいインパクトの管理	P67-71 環境 ▶ 持続可能な容器包装 ▶ マネジメント P72-75 環境 ▶ 持続可能な容器包装 ▶ 取り組み P99-101 環境 ▶ 廃棄物削減と汚染の防止 ▶ マネジメント P102 環境 ▶ 廃棄物削減と汚染の防止 ▶ 取り組み
<b>2. 項目別の開示事項</b>	
306-3 発生した廃棄物	P100 環境 ▶ 廃棄物削減と汚染の防止 ▶ マネジメント ▶ 実績 ▶ 廃棄物の削減
306-4 処分されなかった廃棄物	P100 環境 ▶ 廃棄物削減と汚染の防止 ▶ マネジメント ▶ 実績 ▶ 廃棄物の削減 P102 環境 ▶ 廃棄物削減と汚染の防止 ▶ 取り組み ▶ 廃棄物削減の取り組み
306-5 処分された廃棄物	P100 環境 ▶ 廃棄物削減と汚染の防止 ▶ マネジメント ▶ 実績 ▶ 廃棄物の削減
<b>GRI 308 : サプライヤーの環境面のアセスメント 2016</b>	
308-1 環境基準により選定した新規サプライヤー	—
308-2 サプライチェーンにおけるマイナスの環境インパクトと実施した措置	—

## GRI内容索引

項目別スタンダード(社会)	
開示事項	掲載箇所
<b>GRI 401: 雇用 2016</b>	
401-1 従業員の新規雇用と離職	P167-168 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン — ▶ マネジメント ▶ 実績(雇用状況)
401-2 フルタイム従業員には支給され、有期雇用の従業員やパートタイム従業員には支給されない手当	—
401-3 育児休暇	<a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P10-11 従業員の状況
<b>GRI 402: 労使関係 2016</b>	
402-1 事業上の変更に関する最低通知期間	P155 人的資本の高度化 ▶ マネジメント ▶ 労働組合との協議
<b>GRI 403: 労働安全衛生 2018</b>	
<b>1. 項目のマネジメントに関する開示事項</b>	
403-1 労働安全衛生マネジメントシステム	P156-160 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウエルビーイング — ▶ マネジメント
403-2 危険性(ハザード)の特定、リスク評価、事故調査	P156-160 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウエルビーイング — ▶ マネジメント
	P161-164 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウエルビーイング — ▶ 取り組み
	P143 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス ▶ 労働時間と賃金 P148-149 人権の尊重 ▶ 人権尊重を含むコンプライアンスに関する相談窓口
403-3 労働衛生サービス	P156-160 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウエルビーイング — ▶ マネジメント P161-164 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウエルビーイング — ▶ 取り組み
403-4 労働安全衛生における労働者の参加、協議、コミュニケーション	P156-160 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウエルビーイング — ▶ マネジメント P162-164 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウエルビーイング — ▶ 取り組み ▶ 地域ごとの取り組み P164 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウエルビーイング — ▶ 取り組み ▶ 研修
403-5 労働安全衛生に関する労働者研修	P164 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウエルビーイング — ▶ 取り組み ▶ 研修
403-6 労働者の健康増進	P160 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウエルビーイング — ▶ マネジメント ▶ ウエルビーイング
	P161 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウエルビーイング — ▶ 取り組み ▶ ウエルビーイングに関するグループ基準および監査項目
403-7 ビジネス上の関係で直接結びついた労働安全衛生の影響の防止と軽減	P158 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウエルビーイング — ▶ マネジメント ▶ 戦略 ▶ 重大事故につながるリスク管理
	P164 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウエルビーイング — ▶ 取り組み ▶ 研修
	P143 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス ▶ 労働時間と賃金

## GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
<b>2. 項目別の開示事項</b>	
403-8 労働安全衛生マネジメントシステムの対象となる労働者	P159 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウェルビーイング — ▶ マネジメント ▶ 実績 ▶ セーフティ
403-9 労働関連の傷害	P156-160 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウェルビーイング — ▶ マネジメント P143 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス ▶ 労働時間と賃金
403-10 労働関連の疾病・体調不良	P156-160 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — セーフティ&ウェルビーイング — ▶ マネジメント P143 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス ▶ 労働時間と賃金
<b>GRI 404：研修と教育 2016</b>	
404-1 従業員一人あたりの年間平均研修時間	P172 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — 学習する組織/コラボレーション — ▶ マネジメント ▶ 実績
404-2 従業員スキル向上プログラムおよび移行支援プログラム	P171-172 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — 学習する組織/コラボレーション — ▶ マネジメント P173 人的資本の高度化 ▶ 継続的な経営者人材の育成 ▶ マネジメント P174 人的資本の高度化 ▶ 必要となるケイパビリティの獲得 ▶ マネジメント P175 人的資本の高度化 ▶ 必要となるケイパビリティの獲得 ▶ 取り組み
404-3 業績とキャリア開発に関して定期的なレビューを受けている従業員の割合	—
<b>GRI 405：ダイバーシティと機会均等 2016</b>	
405-1 ガバナンス機関および従業員のダイバーシティ	P167-168 人的資本の高度化 ▶ ありたい企業風土の醸成 — ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン — ▶ マネジメント ▶ 実績(雇用状況) <a href="#">Web</a> 第101期有価証券報告書 P100-104 役員の状況
405-2 基本給と報酬の男女比	P175 人的資本の高度化 ▶ 人的資本の高度化 ▶ 必要となるケイパビリティの獲得 ▶ 取り組み ▶ 地域の垣根を越えた異動を実現する人事制度の整備
<b>GRI 406：非差別 2016</b>	
406-1 差別事例と実施した是正措置	P148-149 人権 ▶ 人権尊重を含むコンプライアンスに関する相談窓口 <a href="#">Web</a> 企業情報 ▶ コーポレートガバナンス ▶ コンプライアンス推進
<b>GRI 407：結社の自由と団体交渉 2016</b>	
407-1 結社の自由や団体交渉の権利がリスクにさらされる可能性のある事業所およびサプライヤー	P134-135 人権の尊重 ▶ マネジメント ▶ 戦略 P136-137 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス ▶ 考え方 P138-144 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス ▶ 従業員 P143 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス ▶ 結社の自由と団体交渉 P155 ありたい企業風土の醸成 ▶ マネジメント ▶ 労働組合との協議

## GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
<b>GRI 408: 児童労働 2016</b>	
408-1 児童労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー	P134-135 人権の尊重 ▶ マネジメント ▶ 戦略 P136-137 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス ▶ 考え方 P145-147 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス ▶ サプライチェーン
<b>GRI 409: 強制労働 2016</b>	
409-1 強制労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー	P134-135 人権の尊重 ▶ マネジメント ▶ 戦略 P136-137 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス ▶ 考え方 P138-144 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス ▶ 従業員 P145-147 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス ▶ サプライチェーン
<b>GRI 410: 保安慣行 2016</b>	
410-1 人権方針や手順について研修を受けた保安要員	—
<b>GRI 411: 先住民族の権利 2016</b>	
411-1 先住民族の権利を侵害した事例	—
<b>GRI 413: 地域コミュニティ 2016</b>	
413-1 地域コミュニティとのエンゲージメント、インパクト評価、開発プログラムを実施した事業所	P27-32 サステナビリティ・マネジメント ▶ インパクトの可視化 P39-50 環境 ▶ マネジメント ▶ 戦略 ▶ TCFD・TNFD分析 P96-98 環境 ▶ 自然資本・生物多様性 P106-107 コミュニティ ▶ 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現 ▶ マネジメント P108-112 コミュニティ ▶ 人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現 ▶ 取り組み P115-116 責任ある飲酒 ▶ 不適切飲酒の撲滅 ▶ マネジメント P117-122 責任ある飲酒 ▶ 不適切飲酒の撲滅 ▶ 取り組み
413-2 地域コミュニティに著しいマイナスのインパクト(顕在化しているもの、潜在的なもの)を及ぼす事業所	P39-50 環境 ▶ マネジメント ▶ 戦略 ▶ TCFD・TNFD分析 P93-95 環境 ▶ 持続可能な水資源 ▶ 取り組み P96-98 環境 ▶ 自然資本・生物多様性 P115-116 責任ある飲酒 ▶ 不適切飲酒の撲滅 ▶ マネジメント
<b>GRI 414: サプライヤーの社会面のアセスメント 2016</b>	
414-1 社会的基準により選定した新規サプライヤー	—
414-2 サプライチェーンにおけるマイナスの社会的インパクトと実施した措置	—

## GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
<b>GRI 415: 公共政策 2016</b>	
415-1 政治献金	—
<b>GRI 416: 顧客の安全衛生 2016</b>	
416-1 製品・サービスのカテゴリーに対する安全衛生インパクトの評価	P13 サステナビリティ・マネジメント ▶ ステークホルダー・エンゲージメント ▶ 主なステークホルダーとのコミュニケーション P14 サステナビリティ・マネジメント ▶ ステークホルダー・エンゲージメント ▶ 主なステークホルダーとのコミュニケーション ▶ 顧客
416-2 製品・サービスの安全衛生インパクトに関する違反事例	—
<b>GRI 417: マーケティングとラベリング 2016</b>	
417-1 製品・サービスの情報とラベリングに関する要求事項	P13 サステナビリティ・マネジメント ▶ ステークホルダー・エンゲージメント ▶ 主なステークホルダーとのコミュニケーション P14 サステナビリティ・マネジメント ▶ ステークホルダー・エンゲージメント ▶ 主なステークホルダーとのコミュニケーション ▶ 顧客 P117-122 責任ある飲酒 ▶ 不適切飲酒の撲滅 ▶ 取り組み
417-2 製品・サービスの情報とラベリングに関する違反事例	P192 SASB対照表 ▶ Alcoholic Beverages Standardsに準拠した情報 ▶ 責任ある飲酒およびマーケティング P196 SASB対照表 ▶ Non Alcoholic Beverages Standardsに準拠した情報 ▶ 製品のラベル表示およびマーケティング
417-3 マーケティング・コミュニケーションに関する違反事例	P192 SASB対照表 ▶ Alcoholic Beverages Standardsに準拠した情報 ▶ 責任ある飲酒およびマーケティング P196 SASB対照表 ▶ Non Alcoholic Beverages Standardsに準拠した情報 ▶ 製品のラベル表示およびマーケティング
<b>GRI 418: 顧客プライバシー 2016</b>	
418-1 顧客プライバシーの侵害および顧客データの紛失に関して具体化した不服申立	—

# SASB対照表

IFRS財団が提供している業界別開示基準(SASBスタンダード)のうち、食品・飲料セクターの基準である「Alcoholic Beverages」および「Non Alcoholic Beverages」に基づくアサヒグループの実績について報告します。

## Alcoholic Beverages Standardsに準拠した情報

トピック	会計指標	コード	単位	報告箇所
エネルギー管理	(1) エネルギー総消費量 (2) 電力系統からの電気の割合 (3) 再生可能エネルギーの割合	FB-AB-130a.1	GJ、%	(1) P60 エネルギー実使用量・原単位の推移* * 電力消費量も含めた総エネルギー量(GWh)を開示しています。なお、CDPの要請に基づき、「GJ」単位ではなく、「GWh」単位で開示しています。また、アサヒグループがビジネスを展開する日本と豪州では、法律により車両を含めたエネルギー量の開示が求められているため、自社エネルギー消費量に一部車両で消費されたエネルギー量が含まれています。 (2) 開示なし (3) P60 再生可能エネルギー由来の電力の利用
水管理	(1) 総取水量 (2) 総消費水量、およびそれらの「ベースライン水ストレス」が「高い」または「極めて高い」地域の割合	FB-AB-140a.1	1,000m <sup>3</sup> 、%	(1) 総取水量 39,813(1,000m <sup>3</sup> ) <a href="#">Web</a> 2024 CDP コーポレート質問書(P297) (2) 水の総消費量 14,354(1,000m <sup>3</sup> ) <a href="#">Web</a> 2024 CDP コーポレート質問書(P299) 「ベースライン水ストレス」が「高い」または「極めて高い」地域の割合：17.9% <a href="#">Web</a> 2024 CDP コーポレート質問書(P301)
	水管理リスクの記述並びに当該リスクを緩和するための戦略および実務の説明	FB-AB-140a.2	—	P87 持続可能な水資源 <a href="#">Web</a> 2024 CDP コーポレート質問書(P38) P93 取り組み(持続可能な水資源)
責任ある飲酒およびマーケティング	法定飲酒年齢以上の個人に対して行われた総広告インプレッションの割合	FB-AB-270a.1	%	すべての広告インプレッションは、法定飲酒可能年齢以上の個人を対象としています。具体的には、酒類のデジタルマーケティングに年齢確認システムの設置等を求めているInternational Alliance for Responsible Drinking(IARD)のDigital Guiding Principlesに基づき、IARDが選定した14か国において当社グループの酒類のデジタルマーケティング全てでこれらが徹底できていることが確認できています(2024年度)。
	産業または規制上の表示またはマーケティング規範の違反事案の件数	FB-AB-270a.2	件数	0件(2024年度) * 報告対象範囲：アサヒビール(株) * GRIスタンダード417-2にて示された関連規制および自主的規範の違反などを理由とした新聞社告または自社Webサイトにて告知した件数
	マーケティングまたは表示実務に関連する法的手続の結果としての金銭的損失の総額	FB-AB-270a.3	金額	0円(2024年度) * 報告対象範囲：アサヒビール(株) * GRIスタンダード417-2にて示された関連規制および自主的規範の違反などを理由とした新聞社告または自社Webサイトにて告知した件数
	アルコールの責任ある消費を促進するための取組みの記述	FB-AB-270a.4	—	P114 責任ある飲酒の基本方針 P115 考え方(不適切飲酒の撲滅) P123 考え方(新たな飲用機会の創出によるアルコール関連問題の解決)

## SASB対照表

トピック	会計指標	コード	単位	報告箇所
容器包装ライフサイクル管理	(1) 容器包装の総重量 (2) リサイクル・再生可能資材から作られた割合 (3) リサイクル可能、再利用可能または堆肥化可能なものの割合	FB-AB-410a.1	t、%	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) P71 容器包装資材 P104 インパクトレポート ▶ 2. リサイクルPETの調達 ▶ リサイクルPET・バイオマスプラスチックなどの素材の使用量</li> <li>(2) <ul style="list-style-type: none"> <li>・アルミ缶 アサヒグループは容器リサイクルに関する日本国内の業界団体と連携して取り組んでいます。 2023年(2022年): 消費重量315千t(327千t) 再生利用重量307千t(307千t) リサイクル率97.5%(93.9%) * 報告対象範囲: 日本国内(出典: アルミ缶リサイクル協会)</li> <li>・ガラスびん アサヒグループは容器リサイクルに関する日本国内の業界団体と連携して取り組んでいます。 2024年(2023年): 総溶解量1,243千t(1,297千t) カレット使用量938千t(961千t) カレット利用率75.4%(74.1%) リサイクル率77.3%(73.9%) * 報告対象範囲: 日本国内(出典: ガラスびん3R促進協議会)</li> </ul> </li> <li>(3) P71 ガラスびん回収率</li> </ul>
	容器包装ライフサイクル全体を通じた環境インパクトを低減するための戦略についての説明	FB-AB-410a.2	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>P67 持続可能な容器包装</li> <li>P72 取り組み(持続可能な容器包装)</li> <li>P23 指標と目標</li> <li>P71 指標と目標(持続可能な容器包装)</li> </ul>
原材料のサプライチェーンが環境および社会に与えるインパクト	サプライヤーの社会および環境責任監査 (1) 不適合率 (2) (a) 主要な不適合および (b) 軽微な不適合の是正措置率	FB-AB-430a.1	%	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 開示なし</li> <li>(2) 開示なし</li> </ul>
原材料調達	ベースライン水ストレスが「高い」または「極めて高い」地域から調達した飲料原料の割合	FB-AB-440a.1	%	<a href="#">Web</a> 2024 CDP コーポレート質問書(P303)
	優先飲料原料の一覧、並びに、環境および社会配慮に関連する調達リスクについての説明	FB-AB-440a.2	—	P78 戦略(持続可能な農産物原料)ロードマップ

## SASB対照表

活動指標	コード	単位	報告箇所
製品の販売数量	FB-AB-000.A	Mhl	開示なし
生産拠点数	FB-AB-000.B	件数	<a href="#">Web</a> ファクトブック2024 P4 コーポレートデータ 生産拠点
車両総走行距離	FB-AB-000.C	km	開示なし

## SASB対照表

### Non Alcoholic Beverages Standardsに準拠した情報

トピック	会計指標	コード	単位	報告箇所
車両燃料管理	(1) 車両の燃料消費量	FB-NB-110a.1	GJ、%	(1) P60 エネルギー実使用量・原単位の推移* * 電力消費量も含めた総エネルギー量(GWh)を開示しています。なお、CDPの要請に基づき、「GJ」単位ではなく、「GWh」単位で開示しています。また、アサヒグループがビジネスを展開する日本と豪州では、法律により車両を含めたエネルギー量の開示が求められているため、自社エネルギー消費量に一部車両で消費されたエネルギー量が含まれています。
	(2) 再生可能な燃料の割合			(2) 開示なし
エネルギー管理	(1) エネルギー総消費量	FB-NB-130a.1	GJ、%	(1) P60 エネルギー実使用量・原単位の推移* * 電力消費量も含めた総エネルギー量(GWh)を開示しています。なお、CDPの要請に基づき、「GJ」単位ではなく、「GWh」単位で開示しています。また、アサヒグループがビジネスを展開する日本と豪州では、法律により車両を含めたエネルギー量の開示が求められているため、自社エネルギー消費量に一部車両で消費されたエネルギー量が含まれています。
	(2) 電力系統からの電気の割合			(2) 開示なし
	(3) 再生可能エネルギーの割合			(3) P60 再生可能エネルギー由来の電力の利用
水管理	(1) 総取水量	FB-NB-140a.1	1,000m <sup>3</sup> 、%	(1) 総取水量 39,813(1,000m <sup>3</sup> ) <a href="#">Web</a> 2024 CDP コーポレート質問書 (P297)
	(2) 総消費水量、およびそれらの「ベースライン水ストレス」が「高い」または「極めて高い」地域の割合			(2) 水の総消費量 14,354(1,000m <sup>3</sup> ) <a href="#">Web</a> 2024 CDP コーポレート質問書 (P299) 「ベースライン水ストレス」が「高い」または「極めて高い」地域の割合：17.9% <a href="#">Web</a> 2024 CDP コーポレート質問書 (P301)
	水管理リスクの記述並びに当該リスクを緩和するための戦略および実務の説明	FB-NB-140a.2	—	P87 持続可能な水資源 <a href="#">Web</a> 2024 CDP コーポレート質問書 (P38) P93 取り組み(持続可能な水資源)
健康および栄養	(1) ゼロカロリーおよび低カロリー飲料、またはエネルギーフリーおよび低エネルギー飲料の収益	FB-NB-260a.1	金額	開示なし
	(2) 無糖飲料の収益 (3) 人口甘味料を含む飲料の収益			
	消費者の栄養および健康上の懸念に関連する製品や原材料を識別し管理するためのプロセスについての説明	FB-NB-260a.2	—	P128 戦略(健康価値の創造)

## SASB対照表

トピック	会計指標	コード	単位	報告箇所
製品のラベル表示 およびマーケティング	広告インプレッションのうち、 (1)子どもに対するものの割合 (2)子どもに対する食事ガイドラインを 満たすものの割合	FB-NB-270a.1	%	開示なし
	(1)遺伝子組換え生物(GMO)を含むと表 示された製品からの収益 (2)非GMOと表示された製品から生じた 収益	FB-NB-270a.2	金額	遺伝子組み換えへの考え方として、アサヒグループでは、遺伝子組み換え農産物やそれらを原料とする加工食品の使用および表示に 関して、事業を行っている各国・各地域の法令に従っています。使用を検討している農産物原料や農産物加工食品原料については、遺 伝子組み換えに関する情報を確認しています。そのうえで食品への遺伝子組み換え原料の使用および表示に関する各国・各地域の法 令に従い、商品への使用や表示内容を決定しています。
	産業または規制上の表示またはマーケ ティング規範の違反事案の件数	FB-NB-270a.3	件数	1件(2024年度) * 報告対象範囲:アサヒ飲料(株) * GRIスタンダード417-2にて示された関連規制および自主的規範の違反などを理由とした新聞社告または自社Webサイトにて告知した件数
	マーケティング、ラベル表示の慣行に関連 した法的手続の結果として発生した金銭 的損失の総額	FB-NB-270a.4	金額	0円(2024年度) * 報告対象範囲:アサヒ飲料(株) * GRIスタンダード417-2にて示された関連規制および自主的規範の違反などを理由とした新聞社告または自社Webサイトにて告知した件数

## SASB対照表

トピック	会計指標	コード	単位	報告箇所
容器包装ライフサイクルの管理	(1) 容器包装の総重量 (2) リサイクル・再生可能資材から作られた割合 (3) リサイクル可能、再利用可能または堆肥化可能なものの割合	FB-NB-410a.1	t、%	(1) P71 容器包装資材 P104 インパクトレポート ▶ 2.リサイクルPETの調達 ▶ リサイクルPET・バイオマスプラスチックなどの素材の使用量 (2) ・アルミ缶 アサヒグループは容器リサイクルに関する日本国内の業界団体と連携して取り組んでいます。 2023年(2022年): 消費重量315千t(327千t) 再生利用重量307千t(307千t) リサイクル率97.5%(93.9%) * 報告対象範囲: 日本国内(出典: アルミ缶リサイクル協会) ・ガラスびん アサヒグループは容器リサイクルに関する日本国内の業界団体と連携して取り組んでいます。 2024年(2023年): 総溶解量1,243千t(1,297千t) カレット使用量938千t(961千t) カレット利用率75.4%(74.1%) リサイクル率77.3(73.9%) * 報告対象範囲: 日本国内(出典: ガラスびん3R促進協議会)
	容器包装ライフサイクルを通じた環境インパクトを低減するための戦略についての説明	FB-NB-410a.2	—	P67 持続可能な容器包装 P72 取り組み(持続可能な容器包装) P23 指標と目標 P71 指標と目標(持続可能な容器包装)
原材料のサプライチェーンが環境および社会に与えるインパクト	サプライヤーの社会および環境責任監査 (1) 不適合率 (2) (a) 主要な不適合および (b) 軽微な不適合の是正措置率	FB-NB-430a.1	%	(1) 開示なし (2) 開示なし
原材料調達	ベースライン水ストレスが「高い」または「極めて高い」地域から調達した飲料原料の割合	FB-NB-440a.1	%	開示なし
	優先飲料原料の一覧、並びに、環境および社会配慮に関連する調達リスクの説明	FB-NB-440a.2	—	P78 戦略(持続可能な農産物原料)ロードマップ

## SASB対照表

活動指標	コード	単位	報告箇所
製品の販売数量	FB-NB-000.A	Mhl	開示なし
生産拠点数	FB-NB-000.B	件数	<a href="#">Web</a> ファクトブック2024 P4 コーポレートデータ 生産拠点
車両総走行距離	FB-NB-000.C	km	開示なし



お問い合わせ

---

**アサヒグループホールディングス株式会社**

<https://www.asahigroup-holdings.com/>

〒130-8602

東京都墨田区吾妻橋一丁目23番1号

Social Impact & Affairs部門 TEL : 0570-00-5112