



まずは目的地から。

私たちのサステナビリティ活動の目指す姿についてご説明します。

Asahi Group Philosophy

期待を超えるおいしさ、楽しい生活文化の創造

アサヒグループサステナビリティ基本方針

1. アサヒグループの商品やサービスは、自然の恵みを使って、期待を超えるおいしさの実現を目指しています。その大切な自然の恵みを後世につないでいくために、限りある自然を守ります。
2. アサヒグループは、自社の商品・サービスを通じて、人々の楽しい生活文化の創造を目指しています。よりよい生活文化が継承されていくために、持続可能な社会を形成します。

アサヒグループサステナビリティビジョン

私たちは、基本方針に則り、経営戦略に **環境** **人** **コミュニティ** **健康** **責任ある飲酒** を組み込み、事業を展開するすべての地域でよりよい未来に向けた価値を創造していきます。

この取組みを通じて国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に貢献できるよう、私たちは挑戦と革新を続けます。

これらの考え方を基に、

私たちがサステナビリティに取り組む理由と取り組み方、取り組むことを言葉にしました。

[次頁へ](#)

未来への
約束

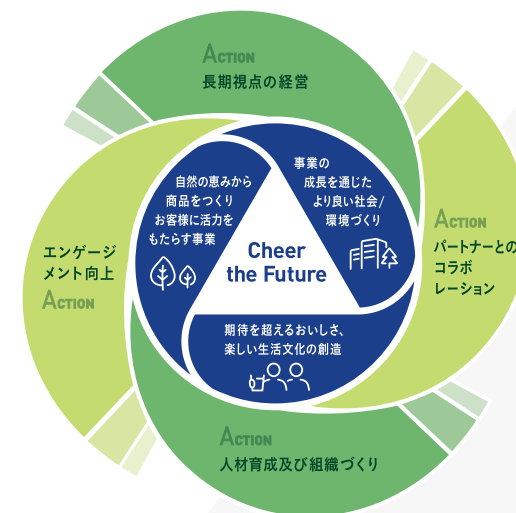
Cheer the Future

これが私たちの未来への約束。
取組みの意思統一を果たす合言葉です。

Cheer the Future の意味は「かけがえのない未来を元気にする」ということ。

そして右図は、サステナビリティ戦略を風車に見立てて構造化したものです。

私たちのサステナビリティ・ストーリーを端的に示したのが風車の中心部、
それを実現するのが羽根に描かれた4つのアクションです。



風車の推進のポイントと取り組むテーマについては次頁をご覧ください。

サステナビリティ・ストーリー ～Cheer the Future に込めた4つのストーリー～

未来に引き継いでいく 私たちの価値

私たちは世界各地で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る。

未来に向け 変革していくこと

私たちのビジネスが環境や社会全体に及ぼす潜在的な影響を管理する必要があると考えている。私たちは、こうした課題に正面から向き合い、サステナビリティを経営の根幹に置き、環境や社会にプラスの価値を生むことで事業の持続的な成長へと変革する。

変革のために取り組むこと

より良い未来のため、脱炭素・水資源の有効活用などによる持続可能な生態系と循環型社会の実現、人と地域のつながりによる強く美しいコミュニティづくり、アルコール起因の害が発生しない飲用機会の創造や社会の仕組みづくりなどを、ステークホルダーとともにアイデアや技術を出し合い、実現に向けて推進していく。

未来への宣言

私たちは、自然・コミュニティ・社会とのより良いつながりを実現し、「期待を超えるおいしさ、楽しい生活文化の創造」に貢献し続けることで、かけがえのない未来を元気にしていく。より良い未来づくりに向かう我々の意志を「Cheer the Future」という言葉に込め、様々なアクションにつなげていく。

社内外のステークホルダーとのエンゲージメントと共創が、 Cheer the Futureを力強く推進する両翼です。

すべてのステークホルダーの
理解促進と、信頼・共感の醸成。



ステークホルダーとの共創により、
活動のスケール拡大と加速化を実現。

環境 人 コミュニティ 健康 責任ある飲酒 の領域で、社会と事業の持続性につながる
課題解決策の考え方や方向性についてエンゲージし、具体的な解決策を共創します。

5つの
マテリアリティ

重点テーマ



- 気候変動への対応
Asahi Carbon Zero
- プラスチック問題への対応
3R+Innovation



- 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
RE:CONNECTION



- 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
Responsible Drinking
Ambassador

重点方針

バリューチェーン全体で人々の
サステナブルな生活を実現する。

バリューチェーン全体でリスク軽減と機会獲得に
取り組み、商品・サービスで事業インパクトと社会
インパクトを生み出す。

エンゲージメントと共創により前進する、私たちの取組みをご紹介します。

次頁へ



地球と調和する商品づくりで、「自然の恵み」を守ります。

気候変動への対応

アサヒグループは、気候変動への対応が喫緊の課題であると認識しており、2050年までにCO₂排出量“ゼロ”を目指す目標「アサヒカーボンゼロ」を設定し、達成に向けてさまざまな取組みを積極的に推進しています。

ビール製品製造にグリーン電力活用

風力発電及びバイオマス発電による「グリーン電力」を日本のビール類の製造及びグループ本社ビルに活用してCO₂排出量削減を実現しています。

コーポレートPPAによる再生可能エネルギー導入

豪州ではコーポレートPPA（電力購入契約）によって再生可能エネルギーを購入しています。

バイオマス発電の熱利用

欧州のロイヤルグロルシュ社はバイオマス発電由来の熱エネルギーを製造などに利用し、天然ガスの使用によるCO₂の排出量の削減を目指します。

Our Goal

CO₂排出量：基準年 2019年
2030年 → 2050年

Scope 1, 2 70% 削減
Scope 3 30% 削減

プラスチック問題への対応

持続可能な容器包装への取組みとして 3R（リデュース・リユース・リサイクル）を推進。特にプラスチックの容器包装については「3R+Innovation」目標を設定し、持続可能な容器包装の実現を目指します。これはCO₂削減にも貢献する取組みです。

2030年 PET ボトルを環境配慮素材に切替え 100%

3R+
Innovation

ラベルレス商品の拡大

日本のアサヒ飲料では、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を約 90% 削減した「ラベルレス商品」の販売を業界に先駆けて取り組み、現在取組みを拡大中です。

リサイクル PET 樹脂利用の推進

オセアニア事業では、ミネラルウォーターの商品で、リサイクル PET 樹脂を100%利用したボトルへの移行を2019年に開始しました。日本でも、2019年から主要商品の一部にリサイクル PET 樹脂の使用を開始し、順次拡大しています。

詳しくは WEB へ →



環境

次世代のことを考え、原料・資源の調達でもアクションしています。

5⁶
原料・資源
タウン

持続可能な原料調達

地球環境や地域社会に配慮した調達活動を実践。将来、農産物原料を枯渇させない安定調達の仕組み構築を推進し、地域社会や農園における環境や人権の評価を行い、サプライヤーのリスクの現状確認、対策にも取り組みます。

主要原料のリスク分析

欧州の大麦・ホップの農産地においては、環境負荷低減を目指して地域の農家や研究機関などと協働。さらに、水不足により安定的なホップの生産に苦しむ農家とともに、気象条件で変化するホップに必要な水量などを管理することによる高品質な原料の安定生産体制の構築などにも取り組んでいます。

マレーシアの酪農支援策

乳製品を扱うマレーシアのエチカデアリーズ社では、酪農業への参入を目指す農家に対し、一定の品質基準をクリアし、一定の量を供給することを条件にしたインセンティブ制度を導入しています。原料の品質向上と安定的な調達による事業可能な原料調達に貢献しています。

持続可能な水資源の確保

水はアサヒグループにとって欠かすことのできない大切な資源。持続可能な水資源利用実現のために、工場での水使用量の削減とともに、水リスクの把握と対応を推進。また、森を守ることで、きれいな水や空気、自然の恵みを次の世代まで残す活動にも取り組んでいます。

日本「アサヒの森」の森林保全活動

総面積 2,165ha のアサヒグループの社有林「アサヒの森」は、洪水や渇水の緩和、水質の浄化機能、土砂の流出や崩壊防止機能、野生動植物の生息・生育の場として生物多様性の保全機能、更には二酸化炭素の吸収源・貯蔵庫など様々な公益的機能をもっています。2025 年までに国内ビール工場で使用する水と同量を「アサヒの森」が水を育み蓄える水量で賄うウォーターニュートラルを実現します。

2025年国内ビール工場 ウォーターニュートラル

豪州ヤタラ工場の水使用量削減

水リサイクル施設では、高品質な再生水を生産し、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得量を削減しています。また、製造工程の見直しなどによりヤタラ工場は業界トップクラスとなる平均 2 m³/kl を実現しています。

2030年水原単位目標 **3.2 m³/kl 以下**

詳しくは WEB へ →

持続可能な社会に向けて、楽しい生活文化の創造に貢献します。

人権の尊重

個人の権利と多様性を尊重し、差別や、個人の尊厳を損なう行為を行わないこと、強制労働や児童労働を行わないことを人権方針の中で明示しています。

人権デューデリジェンス

アサヒグループ人権方針に基づき、「サプライチェーン」「自社従業員」の人権リスク対応と、「人権侵害の被害者への救済の仕組み構築」を優先的に取り組んでいます。

NGOや専門家とのダイアログ

真の人権尊重が当たり前となる文化を築くために、様々なテーマでNGOや専門家との対話を実施。人権リスクへの理解を深め、未来に起こり得るリスクに備えています。

ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンの推進

ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンのグローバルステートメントを掲げ、世界各国の多様な文化、民族、性別、個性を尊重し、従業員一人ひとりが、高い目標に挑戦し続けられる環境づくりを推進しています。

多様な人材の活躍推進

多様性に対する理解促進を目的に様々な研修を実施。また、性別に関係なく誰もが働きやすい職場として、女性役員や上級管理職比率の目標値を設定しています。

2030年女性役員・上級管理職比率 **40%**

多様な働き方を支援

すべての従業員が安全・健康で働ける職場環境は企業成長にとって非常に重要と考え、従業員がいきいきと働き続けられるように様々な休暇制度や支援制度を導入しています。

詳しくは [WEB](#) へ →

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

人と人、人と地域のつながりをつくる取組みをグローバルレベルで展開。「食」「地域環境」「災害支援」を重点領域に、地域の皆様と手をとり合って課題解決に取り組んでいます。

廃棄コーヒー豆からクラフトビール

テスト焙煎などで飲まずに捨てられるコーヒー豆の扱いに悩んでいた日本の焙煎店、地元の福祉作業所で働く障がい者の方々と協力し、コーヒー豆の良さを活かすクラフトビールづくりに挑戦しています。

手指消毒液の生産配布

新型コロナウイルスの影響でアルコール消毒液などが供給不足に。アサヒは世界各地の生産現場において、急速消毒液の製造を行い、医療現場などに無料配布するなど積極的な支援活動を行いました。

干ばつに苦しむ農家に水を

ビールの醸造工程で出た水に特別な処理を施し、干ばつと隣り合わせの豪州の農家に年間約68万リットルお届け。地元の運送会社と力を合わせて干ばつに苦しむ農家を支援しています。

詳しくは [WEB](#) へ →

豊かな社会のために、期待を超えるおいしさをつくります。

7
おいしさ
タウン



健康価値の創造

さまざまなカタチで健康に寄与する可能性がある乳酸菌を活用した飲料商品による健康増進や、砂糖使用量を低減した商品の展開でお客様の健康に貢献しています。



砂糖の使用量削減に向けた取組み

おいしさと深いつながりがある砂糖も、過剰摂取が健康被害の要因になるとして世界各地で摂取を抑制する動きが。豪州やマレーシアの飲料事業ではノンシュガー飲料の開発に取り組み、消費者の選択肢の幅を広げています。

酵母、乳酸菌や発酵技術の活用

酵母や乳酸菌に関する100年以上の研究成果を活かし、さまざまな飲料や食品を提供。酵母や乳酸菌などの独自素材が本来持つ健康的な機能を活かした商品開発を通じて健康価値を訴求していきます。

詳しくはWEBへ →



責任ある飲酒

不適切飲酒の撲滅

不適切な飲酒のない社会を目指し、他の酒類業者・団体と連携し、グローバルレベルで課題解決に取り組んでいます。

eコマースによる世界基準の策定

新型コロナウイルスによる外出規制で、世界的にアルコールのオンライン販売の規制緩和が進行。同時に未成年者の購買が社会問題化したため、アサヒを含めたIARD※がeコマースの世界基準を作成し、不適切飲酒の削減に努めています。

商品ラベル上の情報開示

アサヒは日本で純アルコールグラム数をWEBだけでなく、商品ラベル上にも積極的に開示し、消費者が自らの飲酒量を管理しやすくする環境を整えています。

※IARD：責任ある飲酒の理解促進に努めるグローバルの非営利団体

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

さまざまな理由で飲めない方や適度な飲酒を求める人のニーズおよび社会課題解決のため、ノンアル・低アル飲料の充実を推進しています。

2025年ノンアル・
低アル商品構成比 **15%**

ノンアル飲料を ライフスタイルの一部に

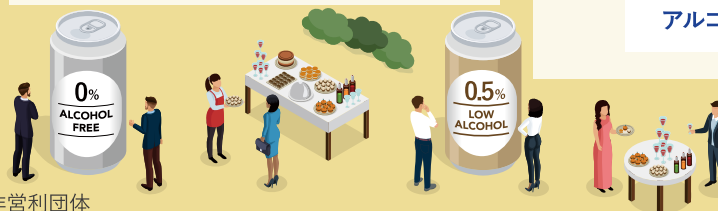
バランスの取れたライフスタイルの一部としてノンアルコール飲料の選択肢を拡大しています。

アルコール度数 **0.0%**

日本から、新たな提案、 微アルコール飲料

人それぞれの状況や気分に合わせたお酒の選択肢として、アルコール度数0.5%という微アルコール飲料を開発。新たな飲用機会の創出と社会課題の解決の両立を目指しています。

アルコール度数 **0.5%**



詳しくはWEBへ →