アサヒグループ
サステナビリティレポート

2023年6月発行

▶目次

目次 1
編集方針 2

CEOメッセージ 3

アサヒグループのサステナビリティ 5

▶サステナビリティ・ストーリー 6
▶重点テーマにおけるグローバル目標、事業インパクトと社会インパクトの創出 11
▶【特集1】サステナビリティ戦略の推進責任者座談会 13
▶【特集2】インパクトの可視化について 15

サステナビリティ・マネジメント 19

▶アサヒグループのマテリアリティ 20
▶ステークホルダー・エンゲージメント 22
▶ガバナンス 25
▶リスク管理 29
▶指標と目標 31

人的資本の高度化 36

▶マネジメント 37
▶取り組み 40
▶ありたい企業風土の醸成―セーフティ&ウエルビーイング― 41
▶マネジメント 41
▶実績 45
▶取り組み 47
▶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― 49
▶マネジメント 49
▶実績（雇用状況） 52
▶取り組み 56
▶ありたい企業風土の醸成―学習する組織― 60
▶マネジメント 60
▶実績 63
▶取り組み 64
▶ありたい企業風土の醸成―コラボレーション― 67
▶マネジメント 67
▶継続的な経営者人材の育成 68
▶マネジメント 68
▶必要となるケイパビリティの獲得 69
▶マネジメント 69
▶取り組み 69

環境 70

▶環境方針 71
▶環境マネジメント 73
▶環境実績 78
▶気候変動への対応 重点テーマ 85
▶マネジメント 85
▶実績 87
▶取り組み 90
▶TCFD提言への取り組み 97
▶生物多様性 116
▶マネジメント 116
▶取り組み 118
▶自然関連財務情報開示タスクフォース（TNFD）提言への対応 119
▶持続可能な容器包装 重点テーマ 124
▶マネジメント 124
▶実績 126
▶取り組み 127
▶持続可能な農産物原料 取り組みテーマ 136
▶マネジメント 136
▶取り組み 138
▶持続可能な水資源 取り組みテーマ 141
▶マネジメント 141
▶実績 143
▶取り組み 145
▶廃棄物削減と汚染の防止 148
▶マネジメント 148
▶実績 149
▶取り組み 150

コミュニティ 154

▶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 155
▶マネジメント 155
▶実績 157
▶取り組み 158

責任ある飲酒 164

▶責任ある飲酒の基本方針 165
▶不適切飲酒の撲滅 重点テーマ 166
▶マネジメント 166
▶取り組み 168
▶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 174
▶マネジメント 174
▶取り組み 175

健康 178

▶健康価値の創造 取り組みテーマ 179
▶マネジメント 179
▶取り組み 180

人権 184

▶人権の尊重 取り組みテーマ 185
▶マネジメント 185
▶人権デューデリジェンス 189
▶人権に関する相談窓口 195
▶ステークホルダーとのエンゲージメント 196

その他諸課題への取り組み 198

▶持続可能なサプライチェーンの実現 199
▶マネジメント 199
▶取り組み 201
▶食の安全・安心 211
▶マネジメント 211
▶取り組み 214

社外からの評価 221
データ集 222
報告対象範囲 223
GRI内容索引 225
SASB対照表 236

本レポートの使い方

目次ページへ移動します　前のページへ
前の表示へ移動します　次のページへ

アサヒグループサステナビリティレポート編集方針

サステナビリティレポートについて

当サステナビリティレポートは、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。考え方、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、アサヒグループのサステナビリティに関する情報を網羅的に掲載するとともに、適時性も考慮し、最新の内容を反映して開示できるように努めています。

報告対象範囲

アサヒグループの活動報告を中心に、一部の項目ではアサヒビール(株)をはじめとした個別のグループ会社の活動についても取り上げて報告しています。詳細は、下記のリンクをご参照ください。

関連情報 > 報告対象範囲

対象分野

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、方針、実績、取り組みの他、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。

＊ 事業活動の経済的側面については、投資家情報サイト「IR・投資家情報」で報告しています。

報告対象期間

2022年度(2022年1月1日から2022年12月31日まで)の活動を中心に、それ以前からの取り組みや直近の活動など、上記期間以外の重要な情報についても一部報告しています。

参考にしたガイドライン

GRI※1の「サステナビリティ・レポーティング・スタンダード」を参考にしました。また、SASB※2が提供している業界別開示基準のうち、食品・飲料セクターの基準である「Alcoholic Beverages」及び「Non Alcoholic Beverages」を参考にしました。

なお、国際財務報告基準財団(IFRS財団※3)が設立する国際サステナビリティ基準審議会(ISSB※4)が策定した基準を参考に、テーマごとに「ガバナンス」「リスク管理」「戦略」「指標と目標」の項目を開示しています。

※1 GRI:Global Reporting Initiativeの略。全世界で適用可能な「持続可能性報告のガイドライン」を策定。
※2 SASB:Sustainability Accounting Standards Boardの略。将来的な財務インパクトが高いと想定されるESG要素に関する業種別開示基準を設定。
※3 IFRS財団:International Financial Reporting Standardsの略。情報開示に関する国際基準を策定。
※4 ISSB:International Sustainability Standards Boardの略。ESG要素に関する国際的な開示基準を策定。

関連情報 > GRI内容索引
> SASB対照表

本報告に関するお問い合わせ

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
Sustainability部門 TEL:0570-00-5112

免責事項

当レポートには、アサヒグループホールディングス(株)及びアサヒグループ各社の過去と現在の事実だけでなく、公開日時点における計画や見通し、経営方針・経営戦略に基づいた将来予測が含まれています。諸与の変化によって、将来の事業活動の結果や事象が予測とは異なったものとなる可能性がありますことをご了解いただきますようお願いいたします。

発行月

2023年6月(年1回発行。記載内容に変更がある場合は、随時更新)

▸CEOメッセージ



「Cheer the Future ～おいしさと楽しさで、未来を元気に～」をコーポレートステートメントに

2022年は原材料・エネルギー価格の高騰への対応をはじめ、厳しい経営環境となりました。地政学リスクの顕在化やコロナウイルス感染症によって、安全・安心、資源の享受といった土台が揺るがされ、世界全体のエコシステムがいかに脆弱であるかが明らかになっています。持続可能な社会を実現していかなければ、社会とともにあるアサヒグループの存続も成長もなしえないと改めて痛感し、サステナビリティ推進への決意がさらに確固たるものになりました。

グループ理念“Asahi Group Philosophy”（以下、AGP）のもと、私たちは事業を通じた持続可能な社会への貢献を目指しており、その実現に向けてサステナビリティと経営の統合を進めてきました。さらに2022年には、AGPで示す一人称の視点だけでなく、人や自然・コミュニティ・社会といった三人称への貢献を明確に示すため、これまでサステナビリティ・ストーリーの中で未来への約束と設定していた「Cheer the Future」を、AGPを補完するコーポレートステートメントとして再設定しました。「Cheer the Future」に込めた「“おいしさと楽しさ”で“かけがえのない未来”を元気にしたい」という意思を、ステークホルダーの皆様との対話の中心に据え、社内外に力強く発信していく考えです。

こうした中で、私が委員長を務める「グローバルサステナビリティ委員会」でも、各Regional Headquarters（RHQ）のCEOによるコミットメントがますます強固なものとなり、サステナビリティガバナンスが進化していることを実感しています。また、2022年は世界30ヵ所の事業場を巡り、約1,400人の従業員と対話してきましたが、サステナビリティに関連する話題が多くを占めました。全社的にサステナビリティに対する貢献意欲や決意が高まり、取り組み推進の原動力となっています。

サステナビリティと経営の統合に向け、インパクトの可視化を目指す

AGPやコーポレートステートメントを実践するうえで、サステナビリティと経営の統合が必要不可欠です。そのためには、サステナビリティ戦略を全事業・全機能にしっかり埋め込み、指標と目標を定量的に定める必要があると考え、2022年からインパクトの可視化に取り組んでいます。サステナビリティの取り組みが企業価値に与えるインパクトと事業が社会に与えるインパクトについて、プラスとマイナスの両面での測定・分析を開始しました。私たちは事業活動を通じて、社会に対してプラスのインパクトを与えている一方で、マイナスのインパクトを与えていることも事実です。これを無視したうえでの社会課題の解決はありえません。プラスとマイナスの両面を定量的に可視化することで、マイナスを低減し、プラスを増大させるようコントロールしていくことが重要です。サステナビリティの領域でどのように経営資源を配分し、どのような効果を得るのかを把握して取り組んでいくことで、ステークホルダーの皆様からの信頼を獲得していきたいと考えています。

▶ CEOメッセージ



“さまざまなステークホルダーとの共創により、
世界的な単位で取り組みを加速していきます。”

人権を事業活動の基盤に位置付け、サステナビリティの取り組みを推進

私たちは今回、「人権」の位置付けを明確化しました。「AGPや持続可能な社会の実現には、人権方針を事業活動全体に組み込み、全社で実行する必要がある」という経営の議論に基づくもので、これまで取り組みテーマの1つに位置付けていた人権は私たちのマテリアリティであり、かつ人権尊重はすべての事業活動における基盤であることを明確にコミットしたものです。これまでさまざまなステークホルダーや有識者とのダイアログを通じて、人権尊重の取り組みなくして会社の存続はないといった厳しいご意見もいただいており、経営トップとしての決意を改めて強くしています。

そして、ただお題目を並べるのではなく、実態の伴った取り組みを進めていかなければいけません。従業員の教育、人権デューデリジェンスを通じたサプライチェーンの人権リスクの把握と対応、グリーバンスメカニズムの構築など、課題は山積しています。経営としての強い決意と、その決意に基づいた取り組みの実行、この2つを今後の取り組みのドライバーにしていきます。

「責任ある飲酒」に関しては、2022年5月に世界保健機関（WHO）で、アルコールの有害な使用に関するグローバルアルコールアクションプラン（GAAP）が採択されました。私たちはこれに正面から向き合い、不適切な飲酒の防止などを強力に推進していく考えです。目標達成のためには、単独で進めるのではなくさまざまなステークホルダーと連携して、世界的な単位で取り組んでいくことが必要不可欠です。アサヒグループは、世界の大手酒類メーカーとともに責任ある飲酒国際同盟（IARD）に加盟し、WHOやさまざまな企業との協働を進めています。

「環境」領域では自然関連財務情報開示タスクフォース（TNFD）の提言に対応し、本レポートや統合報告書でガバナンス・戦略・リスク管理について開示しました。今後、指標・目標も含めて生物多様性への対応をより一層強化し、開示していく考えです。

経営戦略の基盤となる人的資本の高度化

加えて、サステナビリティと経営の統合をはじめとする経営戦略の基盤強化として、人的資本の高度化を重視しています。私たちの「ありたい企業風土」の柱と言えるDE&Iは、従業員の関心が高い領域でもあるため、経営トップの強い決意によってさらに前進させていけると確信しています。また、経営戦略の実行に必要なケイパビリティの育成と獲得、経営者人材の育成に向けたタレントマネジメントも強化しています。私たちの戦略実行にはどのような人材が必要で、その獲得・強化のために何を行うべきか、結果としてどのような価値に結びついているのかをしっかりと内外に示しながら、人的資本の高度化を加速させていきます。

サステナビリティと経営を一体に、さらなる高みへ

サステナビリティと経営の統合に向け、コーポレートステートメントを設定し、インパクトの可視化といった取り組みを推進する中で、経営トップから従業員まで全社のベクトルが一致してきました。今後ますます私たちは一層の自信をもって取り組みを進め、目標も前倒しで実現しようという意欲が高まると確信しています。全事業・全機能にサステナビリティを組み込み、将来的にはサステナビリティ専門の部門が必要でなくなるような組織に進化させ、経営との統合を実現することで、プラスのインパクトをより一層拡大させていく所存です。

2023年6月

代表取締役社長 兼 CEO
勝木敦志



アサヒグループのサステナビリティ

アサヒグループは『中長期経営方針』のコア戦略のひとつに、

「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」を掲げています。

その実現に向けてサステナビリティ・ガバナンス体制の実効性を高めるとともに、

コーポレートステートメント「Cheer the Future」と「サステナビリティ・ストーリー」に基づく取り組みを推進しています。

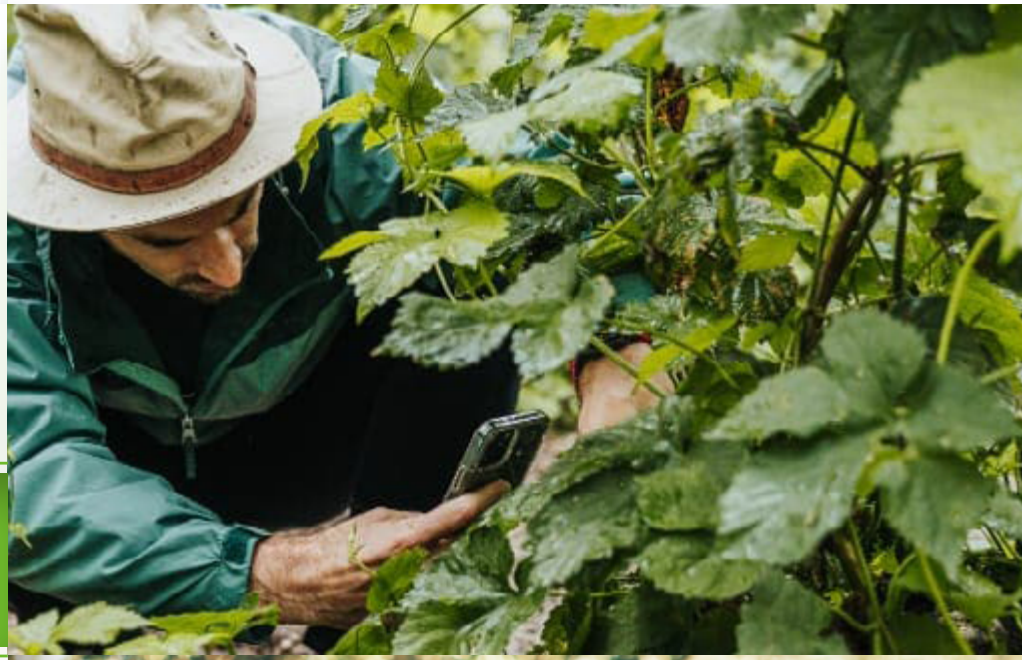
サステナビリティ・ストーリー

SUSTAINABILITY STORIES

アサヒグループは、サステナビリティと経営の統合を実現させるため、「サステナビリティ・ストーリー」を設定しています。
サステナビリティに取り組む理由、取り組み方、取り組むことを「サステナビリティ・ストーリー」として示し、
この考え方に基づきグループ一丸となってサステナビリティの推進を強化するとともに、
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ます。

- 未来に引き継いでいく私たちの価値
- 未来に向け変革していくこと
- 変革のために取り組むこと
- 未来への宣言

SUSTAINABILITY STORIES





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。



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

私たちはサステナビリティに取り組む重点方針として、バリューチェーン全体の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していきます。



SUSTAINABILITY STORIES

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。

SUSTAINABILITY STORIES

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共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。

マテリアリティと5つの重点テーマ

私たちは、Asahi Group Philosophy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は何かを抽出し、マテリアリティ（重点課題）と取り組みテーマを設定しています。また、アサヒグループらしい独自性のある価値を創出できるテーマを重点テーマと定めています。

	重点テーマ	取り組みテーマ
環境	気候変動への対応	持続可能な容器包装
		持続可能な農産物原料
		持続可能な水資源
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	
責任ある飲酒	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	
健康	健康価値の創造	
人権	人権の尊重	

重点テーマ　取り組みテーマ





SUSTAINABILITY STORIES

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。

▶重点テーマにおけるグローバル目標、事業インパクトと社会インパクトの創出

■気候変動への対応

グループCO_2排出量削減中長期目標「アサヒカーボンゼロ」 Asahi Carbon Zero	•2050年までに、Scope1,2,3においてCO_2排出量をゼロとし、カーボンニュートラルを実現する※1 •2030年までに、Scope1,2においてCO_2排出量を70%削減する（2019年比）※2 •2025年までに、Scope1,2においてCO_2排出量を40%削減する（2019年比）※2 •2030年までに、Scope3においてCO_2排出量を30%削減する（2019年比）※1

各RHQのアクションプラン	日本	欧州	オセアニア	東南アジア
	•2025年までに、全生産拠点の購入電力を100%再生可能エネルギーにする •CO_2排出量を毎年前年比1%以上削減する	•2030年までに、生産拠点におけるカーボンニュートラルを実現する •2025年までに、生産拠点において使用する電力を100%再生可能エネルギーにする	•2025年までに、Scope1,2においてCO_2排出量を50%削減する（2019年比） •2025年までに、購入電力の100%を再生可能エネルギーにする	•2030年までに、Scope1,2においてCO_2排出量を50%削減する（2019年比）

※1 対象会社：アサヒビール（株）、アサヒ飲料（株）、アサヒグループ食品（株）、アサヒヨーロッパアンドインターナショナル、アサヒホールディングスオーストラリア、アサヒホールディングスサウスイーストアジア
※2 対象会社：アサヒグループジャパン（株）、アサヒヨーロッパアンドインターナショナル、アサヒホールディングスオーストラリア、アサヒホールディングスサウスイーストアジア

●事業インパクト

プラス価値：環境課題に対応する商品の展開
ニュートラル化：商品供給・規制リスク回避

●社会インパクト

プラス価値：気候変動に対する社会の意識と行動の変容
ニュートラル化：CO_2排出量削減

■持続可能な容器包装

グループ全体目標 3R+Innovation	•2025年までにプラスチック容器を100%有効利用可能※1な素材とする •2030年までにPETボトルを100%環境配慮素材※2に切り替える •環境配慮新素材の開発・プラスチック容器包装を利用しない販売方法を検討する

各RHQのアクションプラン	日本	欧州	オセアニア	東南アジア
	•「ラベルレス商品」の売上目標（2023年前年比：117%）を達成する（対象：アサヒ飲料（株））	•2030年までに、容器及び二次包装を、リユースまたはリサイクル可能で、主にリサイクル材料から作られた素材とする •2030年までに、プラスチック使用量を25%削減する（2019年比）	•2030年までに、びんとアルミ缶におけるリサイクル素材の使用率を50%以上にする	•2025年までに、PETボトルにリサイクル素材を30%使用する

※1 有効利用：リユース可能、リサイクル可能、堆肥化可能、熱回収可能など
対象会社：アサヒビール（株）、アサヒ飲料（株）、アサヒホールディングスオーストラリア、アサヒホールディングスサウスイーストアジア
※2 環境配慮素材：リサイクル素材、バイオマス素材など
対象会社：アサヒ飲料（株）、アサヒヨーロッパアンドインターナショナル、アサヒホールディングスオーストラリア、アサヒホールディングスサウスイーストアジア

●事業インパクト

プラス価値：持続可能な容器包装関連商品の拡大
ニュートラル化：商品供給・販売リスク回避

●社会インパクト

プラス価値：プラスチック資源が循環する社会
ニュートラル化：プラスチックの不適切な排出の削減

▶ 重点テーマにおけるグローバル目標、事業インパクトと社会インパクトの創出

■ 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

グループ全体方針 RE:CONNECTION	●重点活動「持続可能な農産業」において、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向上を目指す ●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
各RHQのアクションプラン	**日本** ●地域環境に関するグループ横断型コミュニティ支援施策を年2回実施する **欧州** ●大麦農家支援「Campus Peroni」（イタリア）、ホップ農家支援「FOR HOPS」（チェコ）を実施する **オセアニア** ●農家から大麦を直接購入するプログラムを開発・維持する **東南アジア** ●各ビジネスユニットでコミュニティプログラムを年2回実施する

● 事業インパクト

プラス価値：農産物原料の安定調達
ニュートラル化：商品供給・規制リスク回避

● 社会インパクト

プラス価値：農産物生産者のWell-being向上
ニュートラル化：地域コミュニティの活性化

■ 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

グループ全体目標	●2023年までに従業員の研修参加率100%（2021年以降で1回以上）を達成する※1 ●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年までに、すべ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 ●2025年までに主要な酒類商品※2に占めるノンアルコール飲料・低アルコール飲料の販売量構成比15% 以上を達成する
各RHQのアクションプラン	**日本** ●2025年までにノンアルコール飲料・低アルコール飲料の販売量構成比20%を達成する **欧州** ●2030年までにノンアルコール飲料の販売量構成比20%を達成する **オセアニア** ●2025年までにノンアルコール飲料・低アルコール飲料の販売量構成比30%を達成する

● 事業インパクト

プラス価値：価値提案強化による多様な選択肢の提供
ニュートラル化：商品供給・販売規制のリスク回避

● 社会インパクト

プラス価値：適切なアルコールの楽しみ方の普及
ニュートラル化：不適切飲酒の削減

※1 対象会社：アサヒグループジャパン（株）、アサヒヨーロッパアンドインターナショナル、アサヒホールディングスオーストラリア
※2 ビール類、RTD、ノンアルコール飲料

▶アサヒグループのサステナビリティ

特集1 サステナビリティ戦略の推進責任者座談会

サステナビリティに配慮した商品を生み出すために


アサヒグループホールディングス(株)(AGH)
執行役員 Head of Sustainability
近藤佳代子


アサヒヨーロッパアンドインターナショナル(AEI)
Chief Corporate Affairs Officer
Drahomíra Mandíková


アサヒホールディングスオーストラリア(AHA)
Group Chief Procurement &
Sustainability Officer, Asahi Beverages
John Tortora


アサヒホールディングスサウスイーストアジア(AHSEA)
Group Chief Supply Chain, Innovation & Sustainability Officer
Renganathan Tewagudan※1


アサヒグループジャパン(株)(AGJ)
取締役兼執行役員※2
野村和彦

「サステナビリティと経営の統合」を進めるためには、「商品」における取り組みを避けて通ることはできません。サステナビリティ戦略の重点方針「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」に基づき、サステナビリティに配慮した商品をどうやって生み出し、バリューチェーンで関わるステークホルダーにその価値を伝えていくか。アサヒグループホールディングス(株)とRegional Headquarters(以下、RHQ)のサステナビリティ戦略の推進責任者による対談を実施しました。

※1 本文中は愛称のNathanで記載　※2 座談会当時

近藤: 重点方針で掲げたとおり、私たちはサステナビリティに配慮した商品を実現するために、バリューチェーン全体での取り組みを強化してインパクトを最大化させる必要があります。自然や資源を守りながら豊かな暮らしを続けられることを消費者の方々に実感していただき、意識改革や行動変容につなげたい。また、そういった社会の変化を捉え、サステナビリティに配慮した商品をアサヒグループの事業の成長ドライバーとしていきたい。こうした思いで、各RHQの皆さんと商品を通じたサステナビリティの実現についてこれまで議論を重ねてきました。改めて今回、それぞれの取り組みを共有し合えればと思います。まずはJohnさん、オセアニアの様子を聞かせてもらえますか。

John: オーストラリアとニュージーランドの消費者は、よりサステナビリティに配慮した製品を選ぶようになってきています。私たちの『Cool Ridge』ブランドは、オーストラリア政府との協働イニシアチブ「クライメート・アクティブ」からカーボンニュートラル認証を受けています。これは、CO_2排出量の削減と、『Cool Ridge』製造時のCO_2排出量を相殺する計画です。当社は今後もよりサステナビリティに配慮した製品を提供し、お客様や消費者の皆様に貢献していきたいと考えています。

Drahomira: AEIでは新商品開発プロセスにおいてさまざまなサステナビリティ基準を設けているのですが、マーケティング部門から理解を得るまでには部門の垣根を超えた長い対話が必要でした。しかしそのおかげで、サステナビリティに配慮した

商品をどうやったら拡大していけるのか、社内の知恵を結集できたと思っています。

欧州では、サステナビリティに関する意識が市場によって大きく異なります。イギリスやオランダのように非常に成熟しているところもあれば、政府もメディアも消費者も、あまり関心を持っていない市場もあります。そこで私たちは、消費者のサステナビリティへの考え方などを理解してブランドメッセージに統合していくために、通常の消費者調査のほか、ブランドとサステナビリティ課題を連動させるための「ブランドマッピング」という取り組みにも着手しました。こうした取り組みの結果、例えばチェコとスロバキアではリターナブルなガラス瓶を導入し、PETボトル入りビールの販売をやめるなど、サステナビリティを統合したビジネスの好事例が生まれています。

野村: さすが欧州は進んでいますね。日本は一部のブランドや商品では断片的にサステナビリティへの配慮が進んでいるのですが、バリューチェーン全体での戦略については、今まさに検討している真っ最中です。検討している中でも、やはりブランドとの具体的な紐づけは確実に重要なポイントになっていくと感じますね。

日本市場の特徴のひとつは、地域差よりむしろ世代間の差が大きいことです。サスナビリティについて学校の授業で学んできた若年層はエシカル消費を自然に受け入れるかもしれませんが、中高年はそうでない方もまだまだ多い。そうした特徴と各ブランドの価値をうまくつなげ合わせ、ターゲットごとにKPIを定めて、本格的な戦略立案につなげていきたいと考えています。東南アジアではいかがですか。

Nathan: AHSEAでは消費者の健康に配慮し、砂糖使用量の削減に取り組んでいます。砂糖含有量に関する目標を設定して取り組みを進めてきた結果、現在では84%の商品が目標値を達成して、行政が規定する「Healthier Choice」に合致した商品になりました。

ほかには、商品パッケージにリサイクル可能であることを示すロゴマークをつける準備を進めているところです。欧州で新製品開発プロセスにサステナビリティを組み込んだと聞いて、AHSEAでも現在の取り組みを発展させ、サステナビリティ全体をカバーできるように進めていきたいと思います。

Drahomira: AHSEAの砂糖使用量削減は素晴らしい事例です。重要なのは、それをいかに消費者に知ってもらうかだと感じます。私たちの取り組みを理解し、評価していただけてこそ、消費者は私たちのブランドを愛し、ともに責任あるサステナブルな選択をしてくれるはずです。

そのためにも、カーボンニュートラルなどをパッケージに表示する場合、それが測定及び実証可能でなければなりません。消費者に正しく理解してもらえなければ、グリーンウォッシュと言われかねませんから。2023年3月、欧州委員会はグリーンウォッシュへの対策として各商品・サービスに最低限の開示要求を定めた法案「Proposal for a Directive on Green Claims」を発表しました。これはEU域内において、各商品・サービスの環境訴求・ラベルの信頼性、消費者への透明性を高めることを目的としています。私たちは常にこうしたさまざまなルールや規制の一歩先を行く努力をしていると自負しています。



近藤: アサヒグループが世界各地で持っているブランドがこれからも信頼されるブランドであり続けるためには、サステナビリティの視点からバリューチェーン全体で事業インパクトと社会インパクトを最大化させることが欠かせません。今日皆さんのお話を伺って、それを再認識しました。

サステナビリティへの関心度合いや、文化、法規制など、RHQごとに異なる特性に応じた地域戦略のもと、皆さんにはぜひ各地でリーダーシップを発揮していただきたい。そのためにも、これまで以上に対話を重ね、学び合いを深めていきましょう。それこそが、私たちが目指すべきサステナビリティと経営の統合のあり方だと確信しています。

▶アサヒグループのサステナビリティ

特集2

インパクトの可視化について

アサヒグループは、サステナビリティの施策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。
2022年に検証した取り組みと将来に向けた試行段階の取り組みをご紹介します。

取り組みの背景と目的

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、マテリアリティにおいて、リスクと機会の特定、戦略の策定、目標・指標の設定、進捗管理を行うガバナンス体制の構築を進めています。2022年には、サステナビリティの施策が企業価値向上につながる事業インパクトや、事業活動がもたらす社会インパクトを定量的に把握することを目的として、インパクトの可視化の取り組みを開始しました。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。

取り組み内容

まず、私たちは、これまで取り組んだ施策が、企業価値向上までどのような道筋でつながっているかを把握することから開始しました。そして、その施策が創出するインパクトについて、事業と社会、プラスとニュートラルの側面から可視化を進めています。事業インパクトについては、財務的な可視化も試行しました。社会インパクトについては、コミュニティ活動のようなプラスのインパクトと、事業がもたらす環境負荷や不適切飲酒によるアルコール関連問題のようなマイナスのインパクトを低減するニュートラル化の両面の可視化に挑戦しています。

	取り組み	テーマ	検証に使用した分析手法	
2022年に検証した取り組み	施策が企業価値向上につながる価値連鎖の道筋を仮説検証し、全体像を把握する（「価値関連図」を作成し、検証する）	環境 コミュニティ 責任ある飲酒 人的資本の高度化	価値関連性分析	さまざまな施策から企業価値向上までの価値連鎖の道筋の仮説から、相関関係を単回帰分析で検証する手法
			俯瞰型分析	『柳モデル※』を活用し、複数の指標と企業価値（PBR）の直接的な関係を重回帰分析で検証する手法
将来に向けた取り組み（試行段階）	施策による事業インパクトを財務的に可視化する	–	開発段階	–
	社会インパクトを可視化する	責任ある飲酒	インパクト加重会計	企業が従業員や顧客、環境など社会に対して与える影響を金銭価値に換算する手法

※ 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）

2022年に検証した取り組み

施策が企業価値向上につながる価値連鎖の道筋を仮説検証し、全体像を把握する（「価値関連図」を作成し、検証する）

■取り組み概要

サステナビリティ戦略において重点テーマと位置付けている「環境（気候変動への対応・持続可能な容器包装）」「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）」「責任ある飲酒（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）」と、「中長期経営方針」の戦略基盤である「人的資本の高度化」の4つのテーマを対象としました。施策から企業価値向上へつながる価値連鎖の道筋を「価値関連図」として作成し、それを分析・検証して全体像を把握する取り組みです。2022年は、インパクトの可視化への土台づくりのため、この取り組みにもっとも時間を費やしました。

■検証内容

最初に取り組んだことは、「価値関連図」の作成です。事業と社会、プラスとニュートラルの側面を対象とし、各テーマの戦略・方針をベースに施策から企業価値向上までの価値連鎖の道筋がどのように構築されるか議論を重ね、当社グループが独自に図式化し

▶ アサヒグループのサステナビリティ ▶ インパクトの可視化について

ました。次にその価値を測定する財務・非財務の広範にわたる指標を設定し、分析に必要なデータ収集を行いました。分析・検証においては、さまざまな施策から企業価値向上に至る「価値関連図」における価値連鎖の道筋において、隣接するすべての価値同士の相関関係を単回帰分析で検証する価値関連性分析の手法を採用しました。また、俯瞰型分析の手法では、複数の施策の指標を起点とし、終点の企業価値向上(PBR)との直接的な相関関係について重回帰分析による検証も行っています。最後に2つの分析結果について、定性的にも信頼できる内容であるかという視点で確認を行いました。2022年は、第一弾の取り組みとして日本を対象としましたが、今後、段階的に拡大していきます。

「価値関連図」の仮説作成

価値連鎖の道筋を矢印(→)でつなげることで図式化

指標設定

「価値関連図」のすべての価値に指標を設定

データ収集

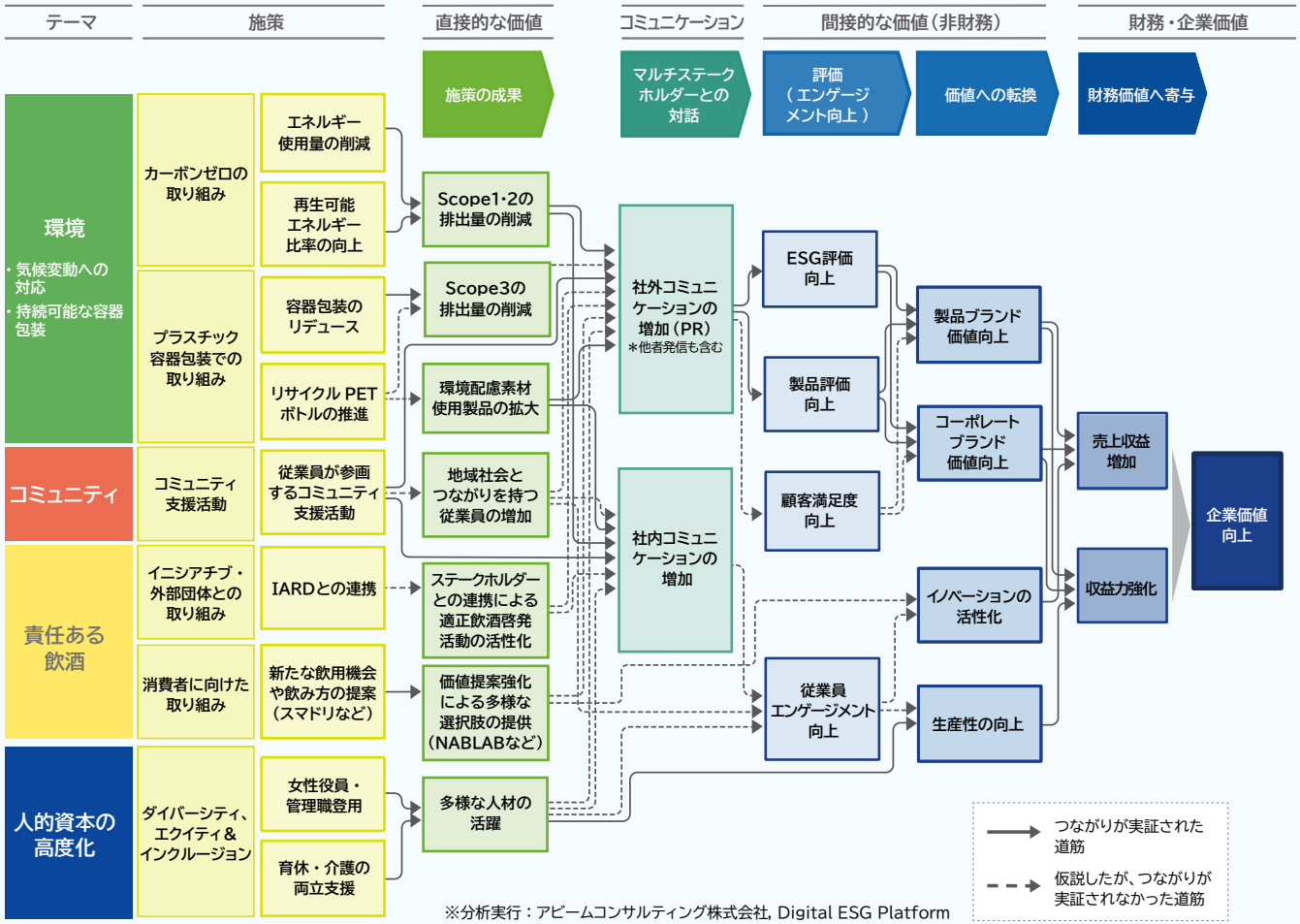
分析検証に必要な財務・非財務のデータ収集を実施

分析・検証

価値関連性分析の手法を用い、単回帰分析にて価値の相関関係を分析。
定性的にも信頼できる内容であるかという視点で確認し、最終評価

＊ 俯瞰型分析の手法は、価値連鎖の道筋の検証用として活用

価値関連図(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

■成果と課題

今回の検証により、「価値関連図」の中で、多くの価値のつながりの相関関係が実証されました。中には起点の施策から終点の企業価値向上までの一連の道筋のつながりのすべてが実証できた事例もあり、施策が企業価値向上につながる価値連鎖の道筋の全体像を把握することができました。

〈主に把握できたこと〉

- さまざまな施策が直接的な価値（施策の成果）を創出し、マルチステークホルダーとのコミュニケーションをとおして、非財務の間接的な価値であるエンゲージメント向上や、コーポレートブランド価値向上などを経て、財務価値、そして、企業価値向上につながっていること
- マルチステークホルダーとのコミュニケーションや顧客満足度向上、従業員のエンゲージメント向上が企業価値向上につながる重要な価値連鎖の道筋であること

一方で、分析に必要なデータの不足や、適合性の低い指標設定などにより、価値のつながりの実証には至らない事例もあり、ここから仮説の再考や改善につながる多くの示唆を得ました。

今回取り組んだ「価値関連図」の作成、検証により、インパクトの可視化の取り組みの土台が構築でき、具現化への道筋が見えてきました。この「価値関連図」を進化させ、事業・社会インパクトの可視化につなげていきます。

将来に向けた取り組み

試行段階の2つの取り組みについて、2022年の分析結果をもとに、今後強化すべきポイントと将来的に目指す姿を検討しました。

施策による事業インパクトを財務的に可視化する

アサヒグループは、施策の優先順位の決定や投資判断に役立てることを目的に、施策による事業インパクトの財務的な可視化に挑戦しています。2022年は、「価値関連図」の検証で実証された価値連鎖の道筋の中で、ある施策の実績値が1%向上した場合、一連の道筋におけるトータルの変化量が企業価値向上へ与えるインパクトの算出を試行しました。例えば、ある施策によってCO_2排出量が1%削減した場合、価値連鎖の道筋を経て、売上収益にどれだけ寄与するかといった試算です。しかし、売上収益へのインパクトを試算するには、「価値関連図」に表せなかった要素の影響も加味する必要があり、私たちとしても納得性に欠ける結果となりました。将来的には、今回の取り組みから得られた課題を改善し、事業インパクトと社会インパクトを財務的に可視化することを目指しています。

社会インパクトを可視化する

■取り組み背景

アサヒグループは、自然の恵みを享受し事業を行う企業として、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ます。これまでは、重点テーマにおける取り組みを通じて創出する社会インパクトを定性的に整理してきました。しかし、定量化できないものは評価もコントロールもできません。私たちの事業活動やサステナビリティの取り組みが、企業価値において、あるいは社会に対してプラス・マイナスのインパクトをどの程度与えているのかを定量的に把握して初めて、課題と真摯に向き合い、適切な戦略と実効性のある施策を立案することができると考えています。これによってマイナスインパクトの低減とプラスインパクトの増大を実現することができると考え、2022年から社会インパクトの定量的な可視化に取り組んでいます。

■取り組み概要

社会インパクトの可視化にあたっては、インパクト加重会計の手法を使用して取り組んでいます。この手法では、事業活動が環境に与えるインパクト、製品の使用が社会と環境に与えるインパクト、組織が雇用により従業員に与えるインパクトという3つの側面から社会インパクトを捉えています。それぞれの側面でプラス・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。

2022年は、マテリアリティ「責任ある飲酒」のテーマから、日本を対象に取り組みを開始しました。2022年、世界保健機関（WHO）総会でGlobal Alcohol Action Planが採択され、「2030年までの有害なアルコール使用20%削減」が目標として掲げられました。私たちもこれに向けた取り組みを強化するため、大量飲酒などの不適切な飲酒による社会コストの把握と、不適切飲酒を撲滅する施策の効果の把握が必要と考えています。

▶ アサヒグループのサステナビリティ ▶ インパクトの可視化について

■今後の取り組みについて

社会インパクトの可視化の取り組みの現在地としては、可視化の足掛かりをつかんだという段階です。まずは、アサヒグループの従業員がサステナビリティの施策に取り組む動機付けとして活用していくとともに、社外に対しては、取り組みを始めたことを伝えることで、より多くのステークホルダーを巻き込み、社会課題の解決に向けて共創するきっかけになればと考えています。将来的にはデータやロジックの精度を高め、対象範囲を拡大し、施策評価や投資判断に用いる指標として活用していきます。アサヒグループはこの取り組みの先駆者となるべく挑戦していきます。

サステナビリティ・マネジメント

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、マテリアリティを設定し、
マテリアリティに紐づく各テーマにおける活動を通じて企業価値向上を目指すと同時に、
持続可能な社会の実現を目指しています。

- アサヒグループのマテリアリティ
- ステークホルダー・エンゲージメント
- ガバナンス
- リスク管理
- 指標と目標

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、2020年に刷新したマテリアリティについて、毎年、評価・見直しをしています。2021年は取り組みテーマを再整理し、その中から経営資源を集中させて取り組む重点テーマを設定しました。2023年は「人権」に関して経営で議論を重ね、「グループ理念“Asahi Group Philosophy”（以下、AGP）や持続可能な社会の実現には、人権方針を事業活動全体に組み込み、全社で実行する必要がある」との結論に至りました。この結果、これまでマテリアリティ「人」における取り組みテーマの1つに位置付けていた「人権」を、マテリアリティかつ事業活動における基盤という位置付けに変更しました。この変更によって、他のマテリアリティにおいても、これまで以上に人権尊重を意識した取り組みを推進できると考えています。また、同じく取り組みテーマの1つだった「ダイバーシティ、エクイティ＆インクルージョン」は、「中長期経営方針」における戦略基盤である「人的資本の高度化」の柱の1つと位置付け、引き続きグループ全体で取り組んでいきます。



マテリアリティ特定の背景

アサヒグループは「サステナビリティ・ストーリー」に掲げているとおり、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。この想定を前提として、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

メガトレンド分析

2050年メガトレンド

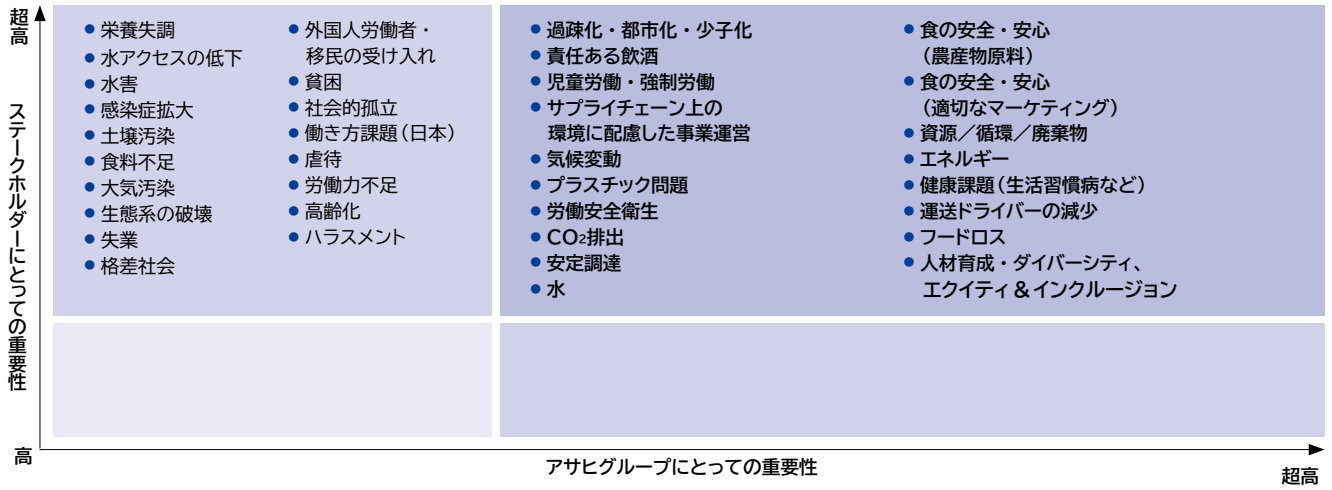
人類の幸福(Well-being)の変化

- 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

2030年	
注目すべきメガトレンド	当社事業の課題
健康志向、アルコール関連課題による逆風	● 既存事業の枠組みを超えた心と身体の健康領域の拡大 ● 酒類と飲料の技術を融合した新提案やアルコール代替品の研究開発・育成
幸福の定義の多様化、分散化の進展	● 一層のパーソナル化、プレミアム化への対応 ● 行動変化を先取りした潜在的価値の具現化
サステナビリティ志向の一層の高まり	● 環境、コミュニティなどへの取り組み強化 ● エシカル消費を捉えたさまざまな新価値創出
経済成長地域のシフトなど地政学的変化	● グローバルブランドの世界的な拡大 ● 展開エリア拡大への投資に向けた体力強化
進化するテクノロジーとの共存	● DXの加速による新たなビジネスモデルの構築 ● 「リアル」を特別なものにする新価値創造

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と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。

4.マテリアリティの特定と定期的な評価

2020年に1～3のプロセスにより、経営課題として取り組む領域として、5つのマテリアリティと取り組みテーマを特定しました。一方、社会動向やステークホルダーの期待は常に変化しているため、マテリアリティの妥当性は常に確認すべきだと考えており、毎年、評価・見直しをしています。2022年には、長期戦略を含む新たな「中長期経営方針」の策定に伴い、マテリアリティそのものには変更の必要はないことを確認したうえで、取り組み範囲が広く経営資源の配分が散漫になっているという課題を認識し、よりアサヒグループらしい独自性のある価値を創出できるテーマを重点テーマと設定しました。2023年には、「AGPや持続可能な社会の実現には、人権方針を事業活動全体に組み込み、全社で実行する必要がある」と考え、それまで取り組みテーマの1つに位置付けていた「人権」を、マテリアリティかつ事業活動における基盤であるという位置付けに変更しました。

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

アサヒグループは世界中のあらゆる事業活動を通じて、持続可能な社会の発展に貢献していきます。

そのために、グループ理念“Asahi Group Philosophy”、「アサヒグループ行動規範」に基づいて、行動しています。

アサヒ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アサヒ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。

顧客: 「お客様満足」の追求、適切な情報提供と誠実な言動

社員: 社員の成長と安全で働きやすい職場環境づくり

社会: 持続可能な社会への貢献、贈収賄の禁止

取引先: ビジネスパートナーとの公正・健全な関係の構築、サプライヤーとのCSRの推進、公正な競争関係の維持

株主: 企業価値の向上と会社資産の管理、適時・適切かつ公平な情報開示

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	**1. 「お客様満足」の追求** アサヒグループは、お客様の安全・安心を最優先に考え、商品・サービスの品質に関する法令・ルールを遵守し、お客様の期待を超える商品・サービスを提供することで、お客様の満足を追求します。 **2. 適切な情報提供と誠実な言動** アサヒグループは、お客様に役立つ商品・サービスの情報を提供します。また、お客様からのご指摘・お問い合わせに対し、迅速かつ誠実に対応します。	●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	**3. 社員の成長と安全で働きやすい職場環境づくり** アサヒグループは、全ての社員の人権や価値観の多様性を尊重し、社員一人ひとりが自己の能力や適性をいかし、成長できる企業風土の醸成に努めます。そして、社員の成長を会社の成長へつなげていきます。また、各国・各地域で適用される労働関連法令、就業規則や雇用契約を遵守し、社員の安全・健康を確保した健全な職場づくりに取り組みます。	●上司／部下との面談 ●労使協議「**アサヒグループ労働組合協議会**」 ●内部通報制度「**クリーン・ライン制度**」 ●**従業員意識調査**	●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	**4. 持続可能な社会への貢献** アサヒグループは、事業活動を通じて社会的課題の解決に取り組み、持続可能な社会の発展に貢献します。また、全ての事業活動を通じて、環境保全、人権尊重、また責任ある飲酒の推進にも取り組みます。 **5. 贈収賄の禁止** アサヒグループは、何人に対しても贈収賄行為を行わず、公正で健全な関係を維持します。また、政治的中立の立場を維持します。	●地域社会への貢献活動（**マテリアリティ「コミュニティ」の活動など**） ●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	**6. ビジネスパートナーとの公正・健全な関係の構築** アサヒグループは、サプライヤーを含むビジネスパートナーを、品質、価格などの条件を基に総合的に評価し、選定します。また、ビジネスパートナーと公正で健全な関係を維持し、お互いの価値向上に努めます。 **7. サプライヤーとのCSRの推進** アサヒグループは、持続可能な社会の発展に貢献するために、調達活動においてもサプライヤーと共にCSRを推進し、人権への配慮・環境への配慮・適用のある法令の遵守に努めます。 **8. 公正な競争関係の維持** アサヒグループは、各国・各地域で適用される競争法などの公正な市場競争に関する法令・ルールを遵守し、公正かつ透明な取引をします。	●購買活動 ●**サプライヤーCSR質問表** ●**サプライヤー品質監査** ●**アサヒグループ資材QA会議**	●**サプライヤーへの説明会** ●お取引先からの相談・通報窓口「**調達クリーン・ライン制度**」 ●Webサイト
株主	**9. 企業価値の向上と会社資産の管理** アサヒグループは、持続的な利益創出と株主への適正な利益の還元により、企業価値向上を図ります。それを実現するためにも、有形・無形の会社資産を社内ルールに従い管理し、その価値を守ります。 **10. 適時・適切かつ公平な情報開示** アサヒグループは、株主が正しく理解し評価するために会社情報を適時・適切かつ公平に開示し、重要な未公開情報の漏洩やインサイダー取引を防止します。	●株主総会 ●決算説明会 ●ESG説明会 ●個人投資家向け説明会 ●株主・投資家様向け報告書「アサヒスーパーレポート」	●**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

外部の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、2002年6月に日本企業として3番目に「国連グローバル・コンパクト」の支持を表明しました。

「国連グローバル・コンパクト」は、1999年1月に開かれた世界経済フォーラムの席上、コフィー・アナン国連事務総長（当時）が提唱したもので、各企業に対して、それぞれの影響力の及ぶ範囲内で、人権、労働、環境、腐敗防止の4分野、10の原則を支持し、実践するよう要請しています。その狙いは、各企業がそれぞれの事業を遂行する中で、これらの規範を遵守し、実践することを通じて、世界に積極的な変化をもたらすことです。

また、アサヒグループは、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、日本の先進企業とともに10原則の実現に取り組んでいます。

WE SUPPORT
UN GLOBAL COMPACT

「国連グローバル・コンパクト」の10原則

人権

企業は、
原則1：国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重し、
原則2：自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである。

労働

企業は、
原則3：結社の自由と団体交渉の実効的な承認を支持し、
原則4：あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持し、
原則5：児童労働の実効的な廃止を支持し、
原則6：雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである。

環境

企業は、
原則7：環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持し、
原則8：環境に関するより大きな責任を率先して引き受け、
原則9：環境にやさしい技術の開発と普及を奨励すべきである。

腐敗防止

企業は、
原則10：強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである。

国連グローバル・コンパクト「The CEO Water Mandate」に署名

アサヒグループは、2023年4月に国連グローバル・コンパクトの「The CEO Water Mandate」に署名しました。水の持続可能性や水資源問題に関する課題に対する取り組みを強化します。

「The CEO Water Mandate」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す。署名企業は、水利用の目標を定め、サプライヤーの水の有効活用や、コミュニティグループと協力し、水不足と衛生問題に取り組むことを約束します。

アサヒグループは、「アサヒグループ環境ビジョン2050」の取り組みの4つの柱の1つとして「水資源」を設定しています。水や農産物など自然の恵みを享受し商品・サービスを提供している企業として、水資源の持続可能性を高める活動をグローバルで推進します。2030年までに水使用量の原単位3.2m^3/kl 以下とするグローバル目標のもと、水使用量適正化による水循環促進、適切な水質・水量の維持による生態系の保全などへの取り組みを強化していきます。

WE SUPPORT
UN GLOBAL COMPACT
CEO WATER MANDATE

ステークホルダー・エンゲージメント

SDGsの支持

アサヒグループは、「持続可能な開発目標（SDGs）」に賛同しています。2015年9月に国連総会で150以上の加盟国首脳によって「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。同アジェンダは、人間、地球及び繁栄のために2030年までに達成すべき行動計画として宣言と目標を掲げています。これが、17の目標と169のターゲットから成り立つ、持続可能な開発目標（SDGs）です。アサヒグループはマテリアリティの取り組みを通じて、SDGsの達成に貢献していきます。

関連情報 > アサヒグループのマテリアリティ



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）
- 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）
- 公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）

環境

- 一般社団法人CDP Worldwide-Japan
- RE100
- Business Ambition for 1.5℃
- 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）
- 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

- 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

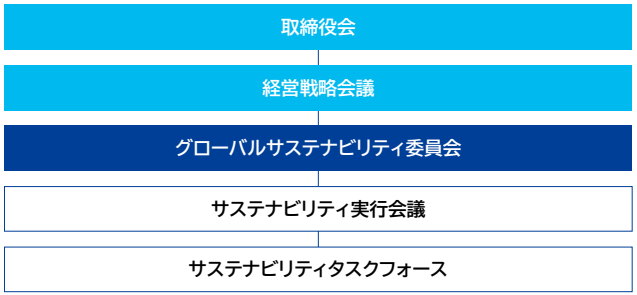
- 一般財団法人食品安全マネジメント協会（JFSM）

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、「サステナビリティ実行会議」「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、グループ一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
グローバルサステナビリティ委員会	●グループのサステナビリティ方針の策定 ●サステナビリティ戦略の決定 ●サステナビリティに関する投資判断	委員長： アサヒグループホールディングス(株) CEO 委員： ●アサヒグループホールディングス(株) サステナビリティ担当役員・関係部署部門長 ●Regional Headquarters CEO、サステナビリティ担当役員	年1回
サステナビリティ実行会議	●グローバルサステナビリティ委員会で決定された戦略の、Regional Headquarters(地域統括会社)・事業会社への落とし込みの具体化	議長： アサヒグループホールディングス(株) Sustainability部門長 メンバー： ●Regional Headquarters サステナビリティ担当役員・関係部署部門長	年2回 (半期ごと)
サステナビリティタスクフォース(各マテリアリティ)	●各マテリアリティの具体的検討及び推進	リーダー： アサヒグループホールディングス(株) Sustainability部門・関連機能部門各マテリアリティ担当者 メンバー： ●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 ●Regional Headquarters 各マテリアリティ担当者	適宜開催

2022年の開催実績

組織体		開催月	主な議題
グローバルサステナビリティ委員会		11月	●コミュニティ戦略に関する討議と決議 ●責任ある飲酒　取り組みの方向性に関する討議
サステナビリティ実行会議		3月	●2021年12月のグローバルサステナビリティ委員会で決議した「PETボトル環境配慮素材100%達成」についての、2030年までのロードマップ ●重点方針実現に向けた議論
		9月	●コミュニティ戦略に関する討議 ●重点方針の実現に向けた進捗の共有
サステナビリティリーダー会議※		6、7、11月	●「アサヒカーボンゼロ」目標設定に関する議論 ●コミュニティ戦略、目標に関する討議 ●エンゲージメントの共有など
サステナビリティタスクフォース	環境	4、7、10月	●「気候変動、プラスチック問題などへの取り組みに関する議論 ●2022年計画の進捗の共有など
	コミュニティ	4、6、9月	●グローバル共通で行うコミュニティ支援に関する議論 ●コミュニティ戦略に関する議論など
	責任ある飲酒	2、4、6、8、10、12月	●グローバルトレンドの共有 ●社外コミュニケーション、従業員への啓発教育に関する議論など

※ サステナビリティ実行会議の議論を補完するために実施

ガバナンス

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経営戦略会議で審議し、取締役会に報告してモニタリングされています。また、各Regional Headquarters（以下、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
2021年12月	人権尊重の取り組み	サプライヤーや従業員を対象とした人権デューデリジェンスの取り組み
2022年3月、2023年3月	TCFD提言への取り組み	シナリオ分析で特定された気候変動のリスクと機会、財務影響
2022年7月	サステナビリティと経営の統合	サステナビリティと経営の統合に向けた環境・コミュニティ・人権などの具体的な取り組みと今後の課題

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”（以下、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。

関連情報 コーポレートガバナンス・レポート

取締役会スキルマトリックス

	意思決定スキル				監督スキル			
	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	リスク・ガバナンス	人材・文化
小路 明善	○		○	○	○	○		○
勝木 敦志	○	○	○	○	○	○		
谷村 圭造		○	○				○	○
崎田 薫	○	○		○		○		
クリスティーナ・アメージャン		○	○				○	○
佐々江 賢一郎	○	○			○		○	
大橋 徹二	○	○		○	○	○		
松永 真理				○	○		○	○

＊「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すべての知見・経験を表すものではありません。

「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
意思決定スキル	長期戦略	●長期あるいは超長期の社会の変化を洞察するスキル ●洞察した将来をバックキャストして戦略に導くスキル
	グローバル	●グローバルの視点・視座で意思決定を行うスキル ●ローカルとグローバルを融合し最適化するスキル
	サステナビリティ	●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
	非連続成長	●事業構造や稼ぐモデルを変革するスキル ●イノベーションを促し、新規領域を探索するスキル
監督スキル	シニアリーダーシップ	●的確な執行状況の把握と課題提起するスキル ●リーダーシップチームの業務遂行を評価するスキル
	財務	●業績・経営指標から経営状況を把握し課題提起するスキル ●資源配分の状況を把握し課題提起するスキル
	リスク・ガバナンス	●リスクコントロール状況を把握し課題提起するスキル ●執行ガバナンスの状況を把握し課題提起するスキル
	人材・文化	●多様な人材の能力発揮の状況を評価するスキル ●企業文化の状況を把握し課題提起するスキル

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うえで、透明性及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）及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及び事業・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。具体的には、サステナビリティ戦略の5つの重点テーマと、『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」において取り組んでいる「ダイバーシティ、エクイティ＆インクルージョン」の5領域を選定しています（マテリアリティ「責任ある飲酒」に紐づく2つの重点テーマは1領域として設定）。

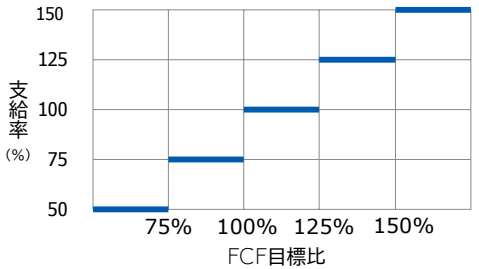
これらの各指標は中期計画KPIと連動しており、領域に応じてウェイトを設定しています。ウェイトを考慮し、目標達成度合いに応じて50 ～150%の範囲で、各指標の進捗及び達成状況を総合的に評価して決定します。

中期賞与の業績評価係数・KPI、個人評価係数

個人別支給額＝役位別基準額×業績評価係数（**財務的価値指標支給率**×60%＋**社会的価値指標（サステナビリティ指標）支給率**×40%）×**個人評価係数**※

※ 個人評価係数は、各人の取締役としての取締役会の実効性向上への貢献度及び業務執行取締役としての実績を総合的に評価する。 目標達成時に100%、70～130%の範囲で変動

財務的価値指標支給率評価方法

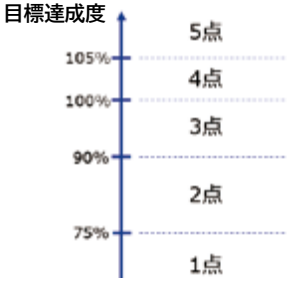


＊ 中期計画KPIとの連動、キャッシュ・フロー経営の深化のためにKPIとして選定
＊ 目標達成時に100%、50～150%の範囲で変動

社会的価値指標支給率評価方法

❶ 各領域のウェイトを設定 ▶ ❷ 各領域の目標達成度に応じて点数化 ▶ ❸ ウェイト×点数の結果で最終評価 ▶ ❹ 支給率に反映

領域	ウェイト
気候変動	18%
プラスチック	18%
コミュニティ	18%
責任ある飲酒	18%
DE&I	18%
外部指標	10%



点数分布	評価	支給率
421－500点	S	150%
341－420点	A	125%
261－340点	B	100%
181－260点	C	75%
100－180点	D	50%

ガバナンス

社会的価値指標（サステナビリティ指標）実績

領域	2022年目標	2022年実績	目標達成度	ウェイト	点数	合計
気候変動	CO_2排出量▲28% （2019年比、Scope1,2）	▲30% （最終データをもとに算出した実績値）	105%以上	18%	5点	90点
プラスチック	PETボトル環境配慮素材使用比率24%	21% （最終データをもとに算出した実績値）	90-100%	18%	3点	54点
コミュニティ	コミュニティ戦略の策定	●グローバルサステナビリティ委員会においてコミュニティ戦略を決議 ●重点活動として「持続可能な農産業」を設定、指標の方向性を策定 ●基本活動として「コミュニティ支援活動」を設定	100-105%	18%	4点	72点
責任ある飲酒	不適切な飲酒の撲滅に向けたグローバルコミュニケーションの強化	●社員が適正飲酒を啓発するためのツールキットを各RHQとともに作成 ●ノンアルコール・低アルコール飲料を強化 ●次世代リーダーの育成を目指す地球規模のサミットで「責任ある飲酒」をテーマにワークショップを実施 ●「IARDデジタルガイドライン」への対応率95%に対して若干の未達	90-100%	18%	3点	54点
DE&I	DE&I中長期戦略の策定	●DE&I中長期戦略の策定完了 ●グローバル、RHQを巻き込んだカウンシルの立ち上げ、運用開始 ●DE&Iを推進する各種イベントやワークショップ等を実施	100-105%	18%	4点	72点
外部指標	外部インデックスの目標達成	CDP:Climate Change A、Water Security A-／FTSE: スコア4.5／MSCI：格付け AA 等、目標を達成	100-105%	10%	4点	40点

2022年総合評価：合計382点／評価A／支給率125%

リスク管理

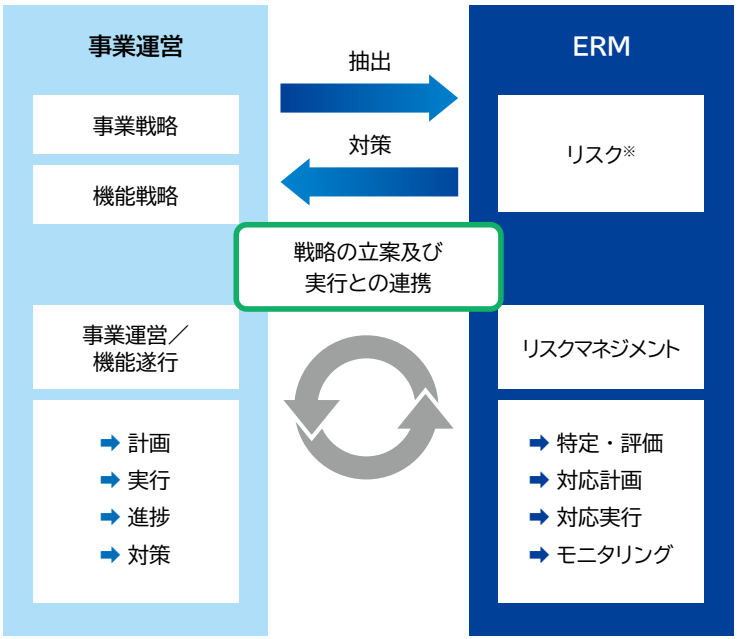
リスクマネジメント体制

アサヒグループは、グループ全体を対象に、エンタープライズリスクマネジメント（ERM）を導入しています。この取り組みの中で、グループ理念“Asahi Group Philosophy”の具現化、並びに「中長期経営方針」の戦略遂行及び目標達成を阻害しうる重大リスクを、戦略、オペレーション、財務、コンプライアンスなどすべての領域から特定及び評価し、対応計画を策定、その実行及びモニタリングを継続的に実施することで、効果的かつ効率的にアサヒグループのリスク総量をコントロールします。

ERMを推進するにあたり、代表取締役社長をはじめとする業務執行取締役及び代表取締役社長が指名する執行役員で構成される、リスクマネジメント委員会を設置しています。ERMはグループ全体を対象とし、リスクマネジメント委員会の委員長である代表取締役社長が実行責任を負います。

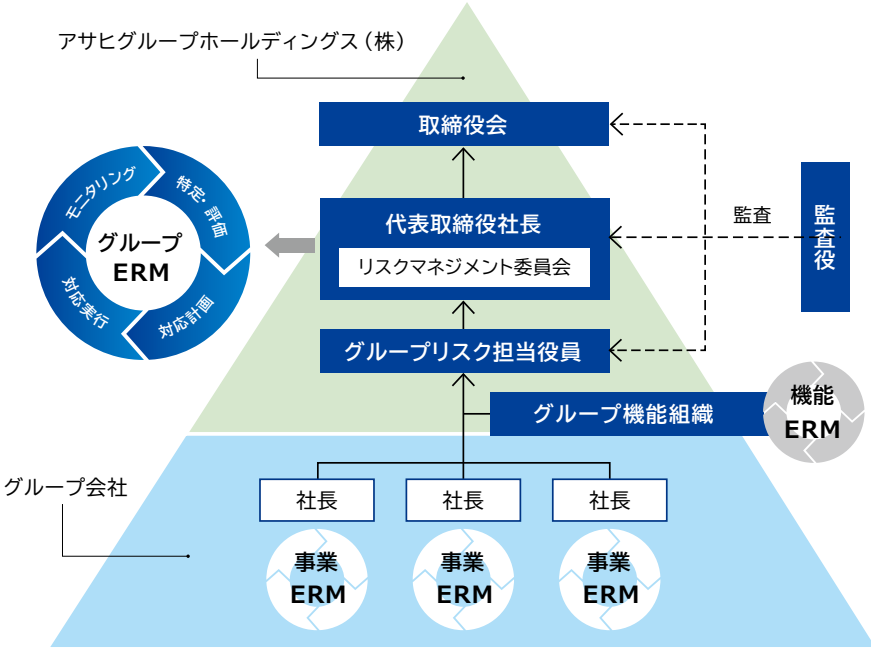
アサヒグループ各社は、事業単位ごとにERMを実施し、リスクマネジメント委員会に取り組み内容を報告します。同委員会はそれらをモニタリングするとともに、委員自らがグループ全体の重大リスクを特定、評価、対応計画を策定、その実行及びモニタリングを実施します。これらの取り組みは取締役会に報告され、取締役会はこれらをモニタリングすることで、ERMの実効性を確認します。また、リスクマネジメント委員会・取締役会における一連の流れは監査役会から独立して行われており、監査役による監査の対象となっています。

アサヒグループERM



※ リスクの定義：AGPの具現化、中長期経営方針の目標達成に影響を及ぼす、あるいはそれを阻害する、ないしは戦略の遂行を妨げる潜在要因
＊ アサヒグループERMは、リスクマネジメントの国際標準規格ISO 31000、並びに米国のトレッドウェイ委員会支援組織委員会が公表したERMの統合的フレームワークCOSOERMを参照しています。

グループERMのマネジメント体制



リスク管理

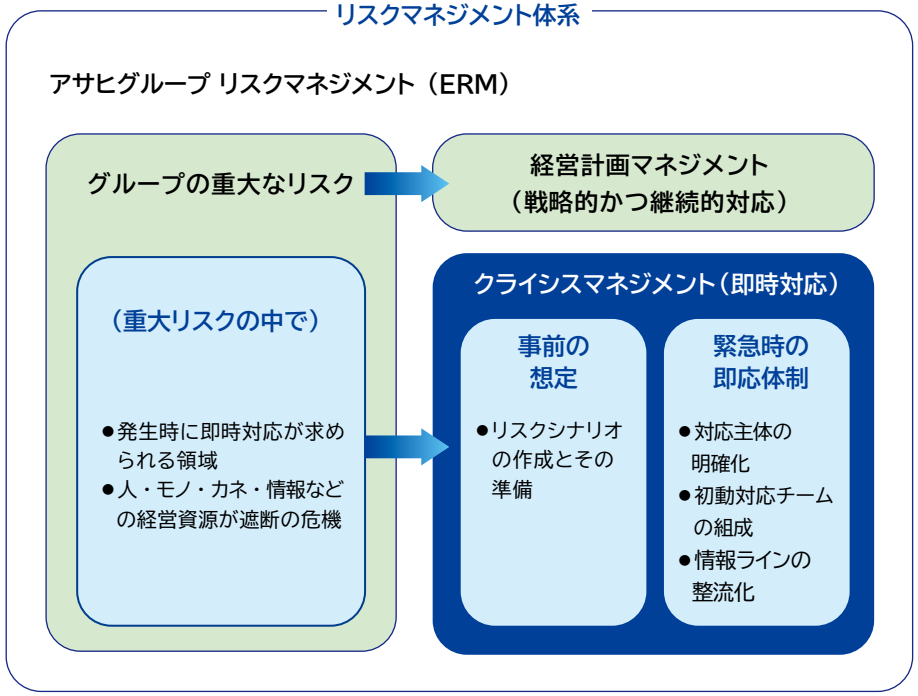
クライシスマネジメント体制

アサヒグループでは、ERMにおけるグループ全体の重大リスクの中でも、人・モノ・カネ・情報などの経営資源遮断の危機があり「即時対応」する領域を「クライシスマネジメント」の対象としています。

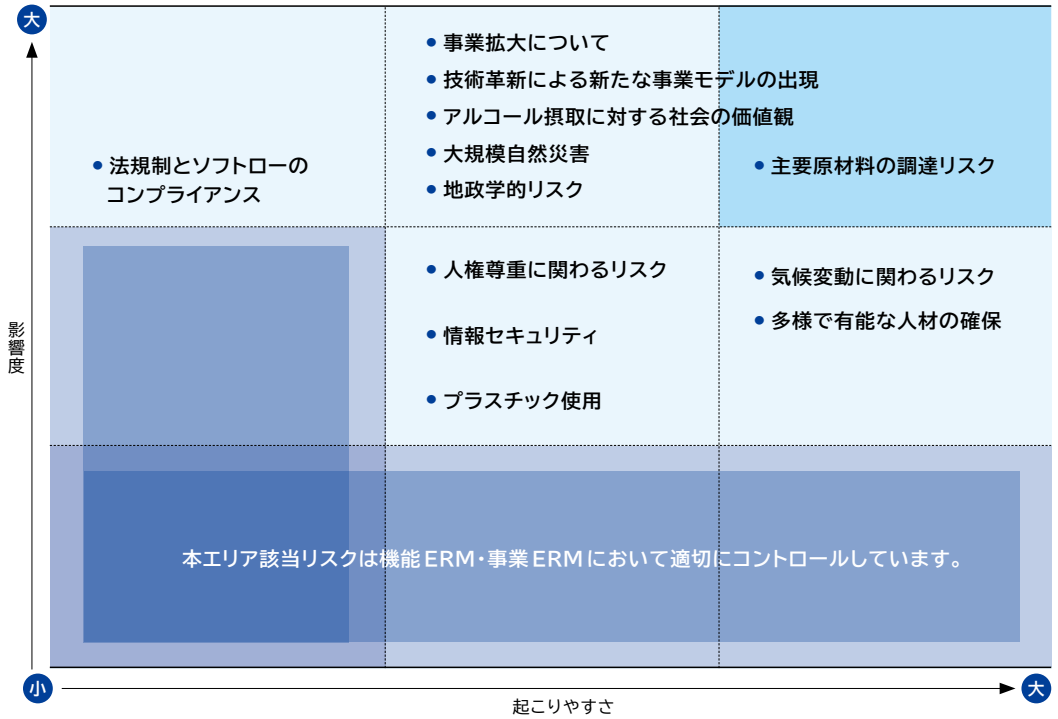
クライシスマネジメントの実効性を上げるため、平時から「事前の想定」を行い、クライシス時に混乱なく速やかに対応できるよう「緊急時の即応体制」を構築しています。事前の想定については、経営資源遮断の危機を想定した「リスクシナリオ」を作成し対応を準備しています。また、緊急時の即応体制については、クライシス類型に応じた対応主体をあらかじめ明確にし、危機発生時の初動における事実確認と重大性の評価を迅速・的確に実施し対応する体制を構築しています。

主要リスク

アサヒグループでは、リスクマネジメント委員会で中長期経営方針の事業遂行及び目標達成を阻害しうる特に重大なリスクを特定・評価し、「個別戦略リスク」として認識しています。また、中長期経営方針や事業環境に関する「全体リスク」、品質・財務・税務・訴訟に関する「その他リスク」についても認識しています。



個別戦略リスクのヒートマップ



▶指標と目標

2023 年 指標・目標

テーマ		対象組織	指標・目標（2023年現在）	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
環境	気候変動への対応	グループ全体（共通）（AB、ASD、AGS、AEI、AHA、AHSEA）	2050年までに、Scope1,2,3においてCO_2排出量をゼロとし、カーボンニュートラルを実現する	7.2／7.3／13.1／13.2
		グループ全体（平均）（AGJ、AEI、AHA、AHSEA）	2030年までに、Scope1,2においてCO_2排出量を70%削減する（2019年比）	
		グループ全体（平均）（AGJ、AEI、AHA、AHSEA）	2025年までに、Scope1,2においてCO_2排出量を40%削減する（2019年比）	
		グループ全体（平均）（AB、ASD、AGS、AEI、AHA、AHSEA）	2030年までに、Scope3においてCO_2排出量を30%削減する（2019年比）	
		AGJ	2025年までに、全生産拠点の購入電力を100%再生可能エネルギーにする	
		AGJ	CO_2排出量を毎年前年比1%以上削減する	
		AEI	2030年までに、生産拠点におけるカーボンニュートラルを実現する	
		AEI	2025年までに、生産拠点において使用する電力を100%再生可能エネルギーにする	
		AHA	2025年までに、Scope1,2においてCO_2排出量を50%削減する（2019年比）	
		AHA	2025年までに、購入電力の100%を再生可能エネルギーにする	
		AHSEA	2030年までに、Scope1,2においてCO_2排出量を50%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、AHA、AHSEA）※1	2025年までに、プラスチック容器を100%有効利用可能※2な素材とする	12.4／12.5／14.1
		グループ全体（共通）（ASD、AEI、AHA、AHSEA）※1	2030年までに、PETボトルを100%環境配慮素材※3に切り替える	
		グループ全体（共通）※1	環境配慮新素材の開発・プラスチック容器包装を利用しない販売方法を検討する	
		AGJ	「ラベルレス商品」の売上目標（2023年前年比：117%）を達成する（対象：アサヒ飲料（株））	
		AEI	2030年までに、容器及び二次包装を、リユースまたはリサイクル可能で、主にリサイクル材料から作られた素材とする	
		AEI	2030年までに、プラスチック使用量を25%削減する（2019年比）	
		AHA	2030年までに、びんとアルミ缶におけるリサイクル素材の使用率を50%以上にする	
		AHSEA	2025年までに、PETボトルにリサイクル素材を30%使用する	
	持続可能な農産物原料	AGJ	2023年RSPO認証パーム油（Book & Claim認証方式）の購入量1,900トンを達成する （購入見込み総量の50%）	2.4／12.2
	持続可能な水資源	グループ全体（平均）（AB、ASD、AEI、AHA、AHSEA）	2030年までに、水使用量の適正化やリサイクルシステムの拡大などにより、水使用量の原単位を3.2m^3/kl以下とする	6.4／6.6
		AEI	2030年までに、欧州におけるビール1Lあたりの水の消費量を2.75Lにする すべての醸造所で1Lのビールを醸造するために使用する水の量を3L未満にする	
		AHA	2030年までに、主要生産拠点における製品1Lあたりの水の使用量を2.19Lにする	
		グループ全体（共通）	グループ内の酒類、飲料の主要生産拠点における水リスク調査を定期的に（5年に1回）実施する	
	その他環境の取り組み	グループ全体（共通）（AGJ、AEI、AHA、AHSEA）	2030年までに、自社生産拠点の埋立廃棄ゼロを達成する	2.4／12.2／12.5
		AGJ	副産物、廃棄物再資源化比率100%を継続する	

＊ 略称で記載している会社の正式名称は以下のとおりです。
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）　AHA：アサヒホールディングスオーストラリア
AGJ：アサヒグループジャパン（株）　ASD：アサヒ飲料（株）　AEI：アサヒヨーロッパアンドインターナショナル　AHSEA：アサヒホールディングスサウスイーストアジア

▶ 指標と目標

テーマ		対象組織	指標・目標（2023年現在）	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
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	グループ全体（共通）	重点活動「持続可能な農産業」において、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向上を目指す	2.4／11.a／17.16／17.17
		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	
		AGJ	地域環境に関するグループ横断型コミュニティ支援施策を年2回実施する	
		AHSEA	各ビジネスユニットでコミュニティプログラムを年2回実施する	
責任ある飲酒	不適切飲酒の撲滅	グループ全体（共通）（AGJ、AEI、AHA）	2023年までに従業員の研修参加率100%（2021年以降で1回以上）を達成する	3.5
		グループ全体（共通）	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	
		グループ全体（共通）	2024年までに、すべ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	
	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）	2025年までに主要な酒類商品※4に占めるノンアルコール飲料・低アルコール飲料の販売量構成比15%以上を達成する	
		AGJ	2025年までにノンアルコール飲料・低アルコール飲料の販売量構成比20%を達成する	
		AEI	2030年までにノンアルコール飲料の販売量構成比20%を達成する	
		AHA	2025年までにノンアルコール飲料・低アルコール飲料の販売量構成比30%を達成する	
健康	健康価値の創造	AGJ	特保・機能性・ヘルスケア商品の売上目標を達成する※5	3.2／3.4
		AGJ	健康価値を訴求する小容量シリーズの売上目標を達成する※6	
		AHSEA	100ml当たり砂糖の使用量5g以下の商品の構成比70%以上を継続する	
人権	人権の尊重	AGH	従業員に対する人権教育を年2回実施する	8.5／8.7／8.8／10.2
人的資本の高度化	セーフティ＆ウエルビーイング	AGJ	工場従業員向けの「管理者向けセミナー」「監督者向けセミナー」「一般社員向けトレーニング」の受講率100%を達成する（対象：AB）	3.4／8.5／8.8
		AGJ	ストレスチェック実施率100%を達成する	
		AGJ	2023年までに特定健診受診率98%を達成する	
		AGJ	2023年までに特定保健指導実施率45%を達成する	
	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、AEI、AHA、AHSEA）	2030年までに経営層※7の女性比率を40% 以上とする	5.1／5.5／10.2／10.3／10.4
	学習する組織	AGH	以下の研修の受講人数目標を達成する ・日本国内経営者養成プログラム「LEAD」：80人 ・グローカル経営者育成プログラム「グローバル・リーダーシップ・ディベロップメント・プログラム」：20人 ・One Young World（グローバル課題の解決がテーマの社外研修）：15人	8.5
その他諸課題	持続可能なサプライチェーンの実現	AGH	「アサヒグループサプライヤー行動規範」について、コミットメント高度化のため見直しを行い2023年中に改正案を決定する	2.3／2.4／12.6／12.7
	食の安全・安心	グループ全体（共通）	品質事故※8ゼロを実現する	3.2／3.4
		AHSEA	2024年までにすべての工場でFSSC 22000認証を取得する	

※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キャップ、一部プラスチック容器、プラカップ（販売用）など
※2. 有効利用：リユース可能、リサイクル可能、堆肥化可能、熱回収可能など
※3. 環境配慮素材：リサイクル素材、バイオマス素材など
※4. 主要な酒類商品：ビール類、RTD、ノンアルコール飲料
※5. 対象商品：『カラダカルピス® BIO（ビオ）』『アサヒ 十六茶 糖と脂肪にはたらく』など
※6. 対象商品：『届く強さの乳酸菌』『守る働く乳酸菌』など
※7. 経営層：役員及び指導的地位にある一定階層以上を対象とする
※8. 品質事故：GRIスタンダード416-2、及び417-2にて示された関連規制及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商品回収の事例

▶ 指標と目標

取り組み進捗状況（2022年）

2022年の取り組み状況は以下のとおりです。サステナビリティ推進体制のもと、未達の項目についてはその原因を把握し、達成に向けて推進していきます。

テーマ		対象組織	指標・目標（2022年現在）	2022年実績
環境	気候変動への対応	グループ全体（共通）（AB、ASD、AEI、AHA、AHSEA）	2050年までに、Scope1,2,3においてCO_2排出量をゼロとし、カーボンニュートラルを実現する	Scope1,2,3の排出量：8,914千t-CO_2
		グループ全体（平均）（AGJ、AEI、AHA、AHSEA）	2030年までに、Scope1,2においてCO_2排出量を70%削減する（2019年比）	Scope1,2の排出量：686千t- CO_2、2019年比30%削減
		グループ全体（平均）（AB、ASD、AEI、AHA、AHSEA）	2030年までに、Scope3においてCO_2排出量を30%削減する（2019年比）	Scope3の排出量：8,328千t- CO_2、2019年比5%削減
		AGJ	2025年までに、全生産拠点の購入電力を100%再生可能エネルギーにする	生産拠点における購入電力の再生可能エネルギー比率：83%
		AGJ	CO_2排出量を毎年前年比1%以上削減する	Scope1,2の排出量：341千t- CO_2、前年比15%削減
		AEI	2030年までに、生産拠点におけるカーボンニュートラルを実現する	生産拠点におけるScope1,2の排出量：139千t- CO_2、2019年比54%削減
		AEI	2025年までに、生産拠点において使用する電力を100%再生可能エネルギーにする	生産拠点における使用電力の再生可能エネルギー比率：65%
		AHA	2025年までに、Scope1,2においてCO_2排出量を50%削減する（2019年比）	Scope1,2の排出量：168千t- CO_2、2019年比11%増加
		AHA	2025年までに、豪州とニュージーランドにおいて使用する電力を100%再生可能エネルギーにする	豪州とニュージーランドにおける使用電力の再生可能エネルギー比率：9%
		AHSEA	2030年までに、Scope1,2においてCO_2排出量を20%削減する（2019年比）	Scope1,2の排出量：38千t- CO_2、2019年比29%削減
	持続可能な容器包装	グループ全体（共通）（AB、ASD、AHA、AHSEA）	2025年までに、プラスチック容器を100%有効利用[※1]可能な素材とする	有効利用可能な素材の比率：99%（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、AHA、AHSEA）	2030年までに、PETボトルを100%環境配慮素材[※2]に切り替える	環境配慮素材の比率：21%
		グループ全体（共通）	環境配慮新素材の開発・プラスチック容器包装を利用しない販売方法を検討する	●日本でラベルレス商品の拡大 ●欧州・豪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替えを実施 ●日本のアサヒユウアス（株）で、「森のタンブラー」などのリユースカップにより、スポーツ施設やイベントにおける使い捨てプラスチックカップを削減
		AGJ	「ラベルレス商品」の売上目標（2022年前年比：109%）を達成する（対象：アサヒ飲料（株））	売上目標達成率：134%（前年比：149%）
		AEI	2030年までに、容器及び二次包装を、リユースまたはリサイクル可能で、主にリサイクル材料から作られた素材とする	リユース、またはリサイクル可能な素材の比率： 97%
		AEI	2030年までに、プラスチック使用量を25%削減する（2019年比）	2019年比21%削減
		AHSEA	2025年までに、PETボトルにリサイクル素材を30%使用する	リサイクル素材使用率： 0% 取り組み開始に向け、社外イニシアチブへの参画などを推進
	持続可能な農産物原料	AGJ	2022年までに、RSPO認証パーム油の購入比率50%を達成する（Book & Claim認証方式）[※3]	購入比率：48%

▶ 指標と目標

テーマ		対象組織	指標・目標（2022年現在）	2022年実績
環境	持続可能な水資源	グループ全体（平均）（AB、ASD、AEI、AHA、AHSEA）	2030年までに、水使用量の適正化やリサイクルシステムの拡大などにより、水使用量の原単位を3.2m^3/kl以下とする	水使用量原単位：3.4m^3/kl
		AEI	2030年までに、欧州におけるビール1Lあたりの水の消費量を2.75Lにするすべての醸造所で1Lのビール醸造に使用する水の量を3L未満にする	水使用量原単位：2.92L
		AHA	2030年までに、主要生産拠点における製品1Lあたりの水の使用量を2.19Lにする	水使用量原単位：2.23L
		グループ全（共通）	グループ内の酒類、飲料の主要生産拠点における水リスク調査を定期的に（5年に1回）実施する	水リスク調査実施拠点数：18拠点（2024年までに全主要拠点で実施予定）
		AGJ	「アサヒの森」を活用した日本国内ビール工場のウォーターニュートラルを継続する	日本国内ビール工場の水使用量の1.1倍の水を「アサヒの森」で涵養
	その他環境の取り組み	グループ全体（共通）（AGJ、AEI、AHA、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：2%
		AGJ	副産物、廃棄物再資源化比率100%を継続する	再資源化比率：100%
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	グループ全体（共通）	•「食」「地域環境」「災害支援」を重点領域とする •「食」を支える基盤であり、地域環境にも影響の大きい農業を未来へつなぐための「地域農業支援活動」と、従業員が地域の社会課題の解決に参画することでコミュニティのつながりの強化を目指す「コミュニティ支援活動」を重点施策とする	「RE:CONNECTION for the EARTH」を6月に実施し、全RHQが参加
		AGJ	日本国内事業会社共通のプラットフォームを立ち上げ、従業員のコミュニティ支援活動機会を提供する	コミュニティ支援活動ポータルサイト「ぐるぐるアサヒ」を2月に開設
		AGJ	「地域共創」事業場オリジナル施策実施数について、2022年の目標を達成する（対象：アサヒ飲料（株））	計画8件に対して、22件実施。目標達成率：275%
		AHSEA	各ビジネスユニットでコミュニティプログラム（ビーチクリーンなど）を、年に2回実施する	実施回数：46回
責任ある飲酒	不適切飲酒の撲滅	グループ全体（共通）（AGJ、AEI、AHA）	2023年までに、従業員の研修参加率100%（1回以上）を達成する	2023年にグローバルで開始予定（日本での受講率：93%）
		グループ全体（共通）	2022年までに、「IARDデジタルガイドライン」への対応率95%を達成する	対応率：77%
		グループ全体（共通）	2024年までに、すべ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	グループ全体で目標達成に向けて取り組み中（日本での表示率実績：100%）
	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）	2025年までに、主要な酒類商品※4に占めるノンアルコール飲料・低アルコール飲料の販売量構成比15%以上を達成する	販売量構成比：10%
		AGJ	2025年までに、ノンアルコール飲料・低アルコール飲料の販売量構成比20%を達成	販売量構成比：8%
		AEI	2030年までに、ノンアルコール飲料の販売量構成比20%を達成する	販売量構成比：6%
		AHA	2025年までに、ノンアルコール飲料・低アルコール飲料の販売量構成比30%を達成する	販売量構成比：27%

指標と目標

テーマ		対象組織	指標・目標（2022年現在）	2022年実績
健康	健康価値の創造	AGJ	特保・機能性・ヘルスケア商品の売上目標を達成する※5	売上目標達成率：99%（前年比:113%）
		AGJ	健康価値を訴求する100mlシリーズの売上目標を達成する※6	売上目標達成率：110%（前年比:145%） （2022年に、200ml シリーズを発売）
人権	人権の尊重	AGH	2022年までに、サプライヤーにおける人権デューデリジェンスプロセスを一巡させる	目標に対して計画どおり進捗。2022年は、前年に引き続き、サプライヤーCSR質問表の結果を踏まえた一次サプライヤーへのオンラインによる取り組み状況のヒアリング実施。現代奴隷リスク分析により高リスクと判断した農作物栽培地域において、関連するステークホルダーやNGOへのインタビュー調査、デスクリサーチを実施
		AGH	従業員に対する人権研修を年2回実施する	実施回数：2回
人的資本の高度化	セーフティ＆ウェルビーイング	AGJ	工場従業員向けの「管理者向けセミナー」「監督者向けセミナー」「一般社員向けトレーニング」の受講率100%を達成する（対象：AB）	受講率：100%
		AGJ	ストレスチェック実施率100%を達成する	実施率：96%
		AGJ	2023年までに、特定健診受診率98%を達成する	受診率：98%
		AGJ	2023年までに、特定保健指導実施率45%を達成する	実施率：35%
	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、AEI、AHA、AHSEA）	2030年までに、経営層※7の女性比率を40%以上とする	経営層の女性比率：27%
	学習する組織	AGH	以下の研修の受講人数目標を達成する • 日本国内経営者養成プログラム「LEAD」：80人 • グローカル経営者育成プログラム「グローバル・リーダーシップ・ディベロップメント・プログラム」：20人 • One Young World（グローバル課題の解決がテーマの社外研修）：15人	「LEAD」受講人数：84人 「グローバル・リーダーシップ・ディベロップメント・プログラム」受講人数：37人 「One Young World」受講人数：30人
その他諸課題	持続可能なサプライチェーンの実現	AGH	サプライヤーCSR質問表実施後の現地インタビューを、年間12件実施する	実施回数：9件（オンラインで実施）
	食の安全・安心	グループ全体（共通）	品質事故※8ゼロを実現する	品質事故：1件
		AHSEA	2024年までに、すべての工場でFSSC 22000認証を取得する※9	4工場のうち3工場で取得

＊ 略称で記載している会社の正式名称は以下のとおりです。
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）
AEI：アサヒヨーロッパアンドインターナショナル
AHA：アサヒホールディングスオーストラリア
AHSEA：アサヒホールディングスサウスイーストアジア

※1. 有効利用：リユース可能、リサイクル可能、堆肥化可能、熱回収可能など
※2. 環境配慮素材：リサイクル素材、バイオマス素材など
※3. 2021年に実績算出方法を見直した
※4. ビール類、RTD、ノンアルコール飲料
※5. 対象商品：『カラダカルピス® BIO（ビオ）』『アサヒ 十六茶 糖と脂肪にはたらく』
※6. 対象商品：『届く強さの乳酸菌』『守る働く乳酸菌』など
※7. 経営層：役員及び指導的地位にある一定階層以上を対象とする
※8. 品質事故：GRIスタンダード416-2、及び417-2にて示された関連規制及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商品回収の事例
※9. 2022年に目標を見直した

長期戦略を支える経営基盤

人的資本の高度化

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、
これを通じて目指す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。

基盤となる領域

- 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
  - 実績
  - 取り組み
- 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）
  - 取り組み
- ありたい企業風土の醸成
  —学習する組織—
  - マネジメント
  - 実績
  - 取り組み
- ありたい企業風土の醸成
  —コラボレーション—
  - マネジメント
- 継続的な経営者人材の育成
  - マネジメント
- 重要なケイパビリティの獲得
  - マネジメント
  - 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、「ピープルステートメント」を定め、世界各国・各地域の多様な従業員が安全な職場環境で、健康でいきいきと働き、一人ひとりがともに成長できる環境づくりに努めています。従業員個人及びチームで成長する機会にあふれ、失敗に寛容な学習する企業風土づくりを推進しています。人材の採用においては業務遂行に必要な知識や経験のみが求められ、従業員の育成・評価・処遇などの一連の人材マネジメントにおいては「アサヒグループ人権方針」に則り、国籍・人種・民族・宗教・思想・性別・年齢・障がい・性自認・性的指向・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を一切行いません。

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、私たちは仕事が楽しいと感じ、“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＆ウエルビーイング 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。

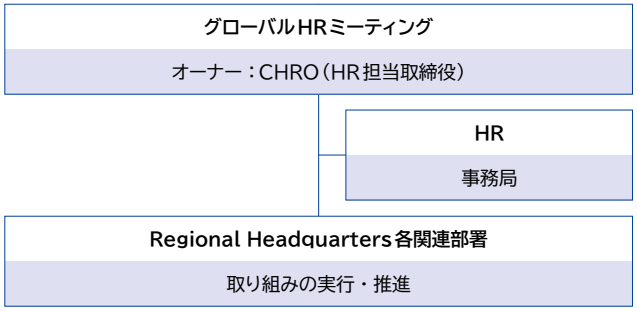
▶ 人的資本の高度化 ▶ マネジメント

ガバナンス

アサヒグループでは、世界各地のRegional Headquarters（以下、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。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んでいます。

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



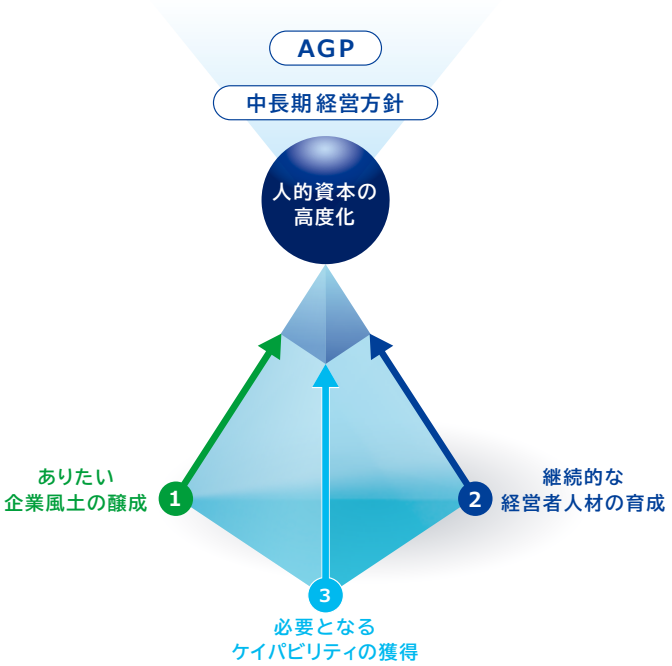
リスク管理

アサヒグループは、中長期人材戦略の柱である「ありたい企業風土の醸成」「継続的な経営者人材の育成」「必要となるケイパビリティの獲得」それぞれについて、これらが毀損されて人的資本の高度化が実現できずに戦略の実行と目標達成が困難になることをリスクと捉えています。これらのリスクについては、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）体制下において代表取締役社長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。

「ありたい企業風土の醸成」においては、戦略の実行を担う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計画的に育成していきます。「必要となるケイパビリティの獲得」においては、戦略実行に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。



▶ 人的資本の高度化 ▶ マネジメント

エンゲージメントサーベイ活用による人的資本の高度化

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高めることが重要だと考えています。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ます。サーベイの中では特に「持続可能なエンゲージメント※」のスコアを重視しており、2022年にはグローバルでの目標値を設定しました。「持続可能なエンゲージメント」は目標達成への貢献意欲や組織への帰属意識の指標となるもので、自社の戦略理解、生産的な職場環境、心身の健康などを測る項目から総合的に算出しています。このスコアと業績向上には相関があることが分かっており、「ありたい企業風土」の土台である「ピープルステートメント」の4つの柱をモニタリングするための指標としても最適だと考え、指標として採用しました。2021年にアサヒグループ全体で79だったスコアを2025年には82（グローバル食品・飲料企業と同等程度）、2029年には89（グローバル高業績企業と同等程度）を達成することを目標として、今後も社員のエンゲージメント向上と改善に取り組んでいく方針です。

※ 調査協力会社・ウイリス・タワーズワトソン（WTW）の定義による

地域別「持続可能なエンゲージメント」スコア

	「持続可能なエンゲージメント」スコア	
	2021年	2022年
アサヒグループホールディングス（株）	80	82
アサヒグループジャパン（株）※	74	73
アサヒヨーロッパアンドインターナショナル※	83	80
アサヒホールディングスオーストラリア※	85	84
アサヒホールディングスサウスイーストアジア※	89	87
アサヒグループ全体	79	78

※ 傘下の事業会社も対象に含みます。

カテゴリー別グローバルエンゲージメントサーベイスコア

カテゴリー	スコア※1	
	2021年	2022年
1. 持続可能なエンゲージメント	79	78※2
2. 戦略・方向性	85	—
3. リーダーシップ	73	—
4. 顧客・品質志向	75	—
5. イノベーション	67	—
6. 権限・裁量	76	—
7. 業務効率性	45	—
8. 協働・コミュニケーション	77	—
9. 直属上司	75	—
10. Diversity & Inclusion	78	—
11. 誠実性・倫理性	78	—
12. タレントマネジメント	67	—
13. パフォーマンスマネジメント・報酬	61	—
14. リテンション	66	—
15. 健康・ウエルビーイング	75	—
16. コロナ関連設問	74	—
17. Asahi Group Philosophy	72	—

※1 スコア：5段階回答において好意的な回答（そう思う、どちらかといえばそう思う）をした人の比率
※2 2022年は簡易的な調査手法であるパルスサーベイを採用したため、「持続可能なエンゲージメント」のスコアのみとなっています。

関連するSDGs



▶人的資本の高度化

取り組み

報酬制度

報酬に関する考え方

従業員への報酬について、アサヒグループの日本国内主要会社では、能力を十分に発揮して成果を挙げた従業員に厚く報いることを基本としています。正規従業員に対しては、前年の人事考課に基づいて改定する月例給のほか、6月と12月に各人の考課や業績に連動した賞与を支給しています。このうち、月例給は、プロデューサー（管理職）については各人が担う役割に応じて決定し、その他の一般従業員については資格能力と習熟能力に応じて決定。そのうえで、毎年の人事評価で一人ひとりの業績・行動を評価して改定しています。報酬について、従業員が女性であることを理由として、男性と差別的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、個別の評価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

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
平均年間給与	10,937,459円	12,504,083円	13,251,563円	11,146,637円	12,297,579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：各年の1-12月

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）、アサヒフードクリエイト（株）、（株）アサヒビールフィード

＊ 2023年1月時点

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）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。

また、従業員に著しい影響を与える業務変更などがあった場合には、事前に適切な通知期間を設けるなどの対応を行っています。今後もこうした対話の機会を通じて互いの計画や方向性などを直接話し合うことで、より相互理解を深めるよう努めていきます。

団体交渉権を持つ従業員数

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
人数	6,679人	6,812人	7,277人	7,219人	7,434人
比率	56.2%	62.1%	64.8%	65.1%	65.8%

＊ 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）、アサヒ飲料販売（株）、アサヒオリオン飲料（株）、九州アサヒ飲料販売（株）、（株）ミチノク、アサヒドラフトマーケティング（株）
＊ 団体交渉権は、組合員の原籍会社に対して発生します。

▶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

考え方

アサヒグループは、「ピープルステートメント」に示した企業風土を実現するうえで、従業員一人ひとりの健康と安全、ウエルビーイングが最も重要であるという考えのもとに「セーフティ＆ウエルビーイングステートメント」を策定しています。

従業員の職場での安全・健康を確保するため、既存事業のみならず、新規事業において労働安全衛生に関するリスク評価を行い、その低減に努めるとともに、社員の心身の健康に配慮した経営を推進しています。

また、日本国内においては、労働組合と締結した労働協約や就業規則に基づいて、安全で衛生的な環境の維持・整備に努めており、各事業所では、安全衛生について統括・管理する委員会を労使で設置し、それぞれの職場における問題点・改善点を確認して対策を講じています。

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、健康推進とウエ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。

方針

セーフティ＆ウエルビーイングステートメント

私たちは、アサヒグループで働く全ての人々と関連するコミュニティを大切にします。また、健康、セーフティ＆ウエルビーイングが重要だと考え、行動することでビジネスを継続していきます。

安心・安全で社員一人ひとりが心身共に健康で活躍できる職場をつくり、個人が自分らしさを発揮して、その個性が尊重され、受け入れられるインクルーシブな企業風土を醸成します。

健康、セーフティ＆ウエルビーイングを常に最優先とする企業グループを目指します。

労働安全衛生に関わる労働協約・就業規則

（一部抜粋）（アサヒビール（株））

労働協約第56条　安全衛生

会社は、組合員の職場における安全と健康確保の重要性を認識し、労使協力して労働環境の整備に努める

2. 前項の方針・基準については組合と協議する

就業規則第63条　安全衛生の基本

会社は、社員の職場における安全と健康確保の重要性を認識し、労働環境の整備に努める（後略）

アサヒグループ健康経営方針※

アサヒグループは、社員およびその家族の心身の健康を第一と考え、積極的に健康増進の取り組みを行うことで、社員とともに活き活きとして安心安全な職場風土を実現する。

■会社が社員に約束すること

- 安心安全な職場環境の確保や制度設計につとめる。
- 健康第一の価値観をグループ内に浸透させる。
- 社員が自ら積極的に取り組める健康施策を提供する。

■社員が会社に約束すること

- 健康第一という価値観を会社と共有する。
- 自ら積極的に健康増進への取り組みに参画し、行動を変える。
- 継続的な健康習慣を身に着け能力を最大限に発揮する。

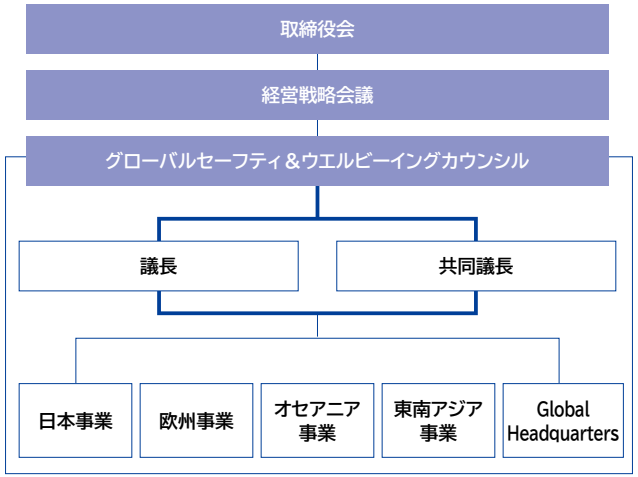
※ 本方針は日本国内のみに適用しています。

▶ 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

ガバナンス

アサヒグループは、2023年3月にグループのセーフティ＆ウエルビーイング戦略を討議するCEOの諮問機関である「グローバルセーフティ＆ウエルビーイングカウンシル」を設置しました。「ピープルステートメント」に掲げたありたい企業風土の実現に向けて、最も重要な従業員の安全確保と健康推進、ウエルビーイングの向上を経営としての重要な取り組み課題と位置付けています。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)CHRO 谷村圭造が、共同議長にはアサヒヨーロッパアンドインターナショナル Managing Director の Igor Tikhoniv が就任しました。また、本カウンシルはアサヒグループホールディングス(株)と各Regional Headquarters の CEO の推薦に基づき、性別、地域、部門、役職などを問わず、多様なバックグラウンドを持つメンバーが任命されています。

本カウンシルは四半期に一度開催され、各取り組みの数値目標の設定や教育研修の拡充、快適な職場づくりに向けた討議を行っています。さらに、これらの取り組みの進捗状況のモニタリングや経営への報告も実施しています。

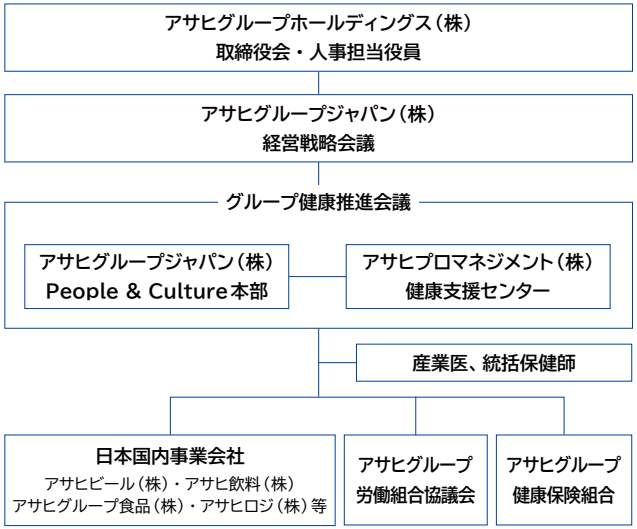


日本国内の事業会社では、各職場で月1回、労使の代表が数名ずつ集まる「安全衛生委員会」などを開催し、労働安全面、衛生・健康面のさらなる向上に取り組んでいます。また、各工場においては「リスクアセスメント※」による潜在的リスクの撲滅、低減活動を中心に、「すべての事故とケガは防ぐことができる」という強い信念のもと、全員参加型の安全衛生活動を推進しています。

ウエルビーイングについても日本国内で推進体制を構築し、取り組みを進めています。

※ リスクアセスメント：設備や作業の危険・有害要因をすべて特定して、そのリスクを評価し、優先順位を付けて低減策を講じる手法です。

グループ健康推進体制（日本国内）



▶ 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

リスク管理

アサヒグループは、従業員の安全やウエルビーイングが損なわれることによってさまざまなステークホルダーやアサヒグループの経営に悪影響を及ぼすことをリスクと捉えています。これらのリスクについては、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

アサヒグループでは、日本の各社・各事業場の安全衛生委員会が中心となり、現場に即した主体的な安全衛生活動を推進しています。重点取り組み方針として、5S（整理、整頓、清潔、清掃、躾）活動、安全ルールの遵守、リスクアセスメントの徹底、教育・支援の強化、多発災害撲滅、PDCAサイクルの確実な実行を設定しています。それらにより安全文化の底上げ・一層の浸透を図ることで、ゼロ災害の達成を目指し取り組みを進めています。なお、ゼロ災害に向けた労働安全衛生の考え方は、各生産業務を請け負う協力会社にも適用します。

今後も安全衛生の基本を一層徹底するとともに、グループ各社間での相互査察や情報交換を強化することで、各事業場の実態に応じた効果的な安全施策を展開していきます。

▶ 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

指標と目標

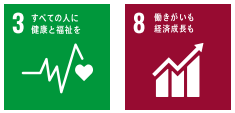
サプライチェーン部門が中心となり、工場での労働災害の撲滅に向けてグローバルで共通の指標を設定し、毎月発生状況のモニタリングを行い、経営に報告しています。

各RHQの計画

対象組織	目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
AGJ	工場従業員向けの「管理者向けセミナー」「監督者向けセミナー」「一般社員向けトレーニング」の受講率100%を達成する（対象：AB）	3.4／8.5／8.8
AGJ	ストレスチェック実施率100%を達成する	
AGJ	2023年までに特定健診受診率98%を達成する	
AGJ	2023年までに特定保健指導実施率45%を達成する	

関連情報 > 取り組み進捗状況（2022年）

関連するSDGs



▶ありたい企業風土の醸成 ―セーフティ＆ウエルビーイング―

実績

セーフティ

労働災害発生状況

労働災害件数

正社員・契約社員

		2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
アサヒビール（株）	休業災害件数	1	1	0	1	0
	不休業災害件数	0	1	4	4	2
	死亡災害件数	0	0	0	0	0
	計	1	2	4	5	2
アサヒ飲料（株）	休業災害件数	3	0	0	0	1
	不休業災害件数	3	1	3	1	4
	死亡災害件数	0	0	0	0	0
	計	6	1	3	1	5
アサヒグループ食品（株）	休業災害件数	0	1	0	2	0
	不休業災害件数	4	5	3	4	1
	死亡災害件数	0	0	0	0	0
	計	4	6	3	6	1

＊ 集計期間：各年1-12月
＊ 派遣社員、請負社員除く
＊ 2019年に2件の休業災害と7件の不休業災害が発生しました。休業災害の原因は墜落・転倒（2件）、不休業災害の原因は挟まれ・巻き込まれ（5件）、転倒（1件）、高温・低温との接触（1件）でした。
＊ 2020年に10件の不休業災害が発生しました。不休業災害の原因は切れ・こすれ（4件）、墜落・落下（1件）、飛来・落下（1件）、有害原因との接触（1件）、高温・低温との接触（1件）、挟まれ・巻き込まれ（1件）、その他（1件）でした。
＊ 2021年に3件の休業災害と9件の不休業災害が発生しました。休業災害の原因は墜落・転落（2件）、転倒（1件）、不休業災害の原因は墜落・転落（1件）、転倒（1件）、飛来・落下（1件）、挟まれ・巻き込まれ（2件）、高温・低温との接触（3件）、有害要因との接触（1件）でした。
＊ 2022年に1件の休業災害と7件の不休業災害が発生しました。休業災害の原因は墜落・転落、不休業災害の原因は激突（1件）、挟まれ・巻き込まれ（2件）、切れ・こすれ（3件）、有害要因との接触（1件）でした。

請負社員

		2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
アサヒビール（株）	死亡災害件数	1	0	0	1	0
アサヒ飲料（株）	死亡災害件数	0	0	0	0	0
アサヒグループ食品（株）	死亡災害件数	0	1	0	0	0
上記3社計	死亡災害件数	1	1	0	1	0

＊ 集計期間：各年1-12月

労働災害比率

正社員・契約社員

		2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
アサヒビール（株）	労働災害度数率	1.19	0.4588	0	0	0
	労働災害強度率	0.0160	0.0326	0	0	0
	LTIFR	-	-	0.95	0	0
	TRIFR	-	-	3.79	1.89	0.88
アサヒ飲料（株）	LTIFR	-	-	0.27	0	0.42
	TRIFR	-	-	0.82	0.25	2.08
アサヒヨーロッパアンドインターナショナル	LTIFR	-	-	1.78	3.38	2.44
	TRIFR	-	-	3.95	6.06	7.12
アサヒホールディングスオーストラリア	LTIFR	-	-	6.30	7.57	4.75
	TRIFR	-	-	14.50	11.60	7.13
アサヒホールディングスサウスイーストアジア	LTIFR	-	-	1.44	0	0.82
	TRIFR	-	-	3.41	0.23	1.36
上記5社計	LTIFR	-	-	2.15	2.19	1.69
	TRIFR	-	-	5.29	4.01	3.71

＊ 労働災害度数率：100万延べ実労働時間あたりの死傷者数（災害発生の頻度を表す）死傷者数／延べ実労働時間数×1,000,000
死傷者数…死亡及び休業1日以上の労働災害の人数
＊ 労働災害強度率：1,000延べ実労働時間あたりの労働損失日数（災害の重さの程度を表す）延べ労働損失日数／延べ実労働時間数×1,000
延べ労働損失日数…死亡及び休業1日以上の労働災害による労働損失日数
＊ 休業災害度数率（LTIFR）：延べ労働時間損失日数÷延べ実労働時間数×1,000,000
＊ 記録可能総災害度数率（TRIFR）：全労働災害件数÷延べ実労働時間数×1,000,000
＊ 2022年の開示対象会社がグループ全体に占める割合は79%です（売上収益ベース）。

認証取得状況

アサヒグループでは、アサヒヨーロッパアンドインターナショナルとアサヒホールディングスサウスイーストアジアの以下の18の生産拠点で、労働安全衛生マネジメントシステム（ISO 45001）の適合証明を取得しています。これはグローバル全体で管理する生産拠点の26%に当たります。

アサヒヨーロッパアンドインターナショナル

国	事業場	適合証明	取得年度
イタリア	Birra Peroni Rome Brewery	ISO 45001	2019年
	Birra Peroni Bari Brewery	ISO 45001	2019年
	Birra Peroni Padua Brewery	ISO 45001	2019年
	Birra Peroni Saplo Malthouse	ISO 45001	2019年
オランダ	Grolsch Brewery	ISO 45001	2021年
ポーランド	Poznan Brewery	ISO 45001	2019年
	Tychy Brewery	ISO 45001	2019年
	Bialystok Brewery	ISO 45001	2019年
チェコ	Plzen Brewery	ISO 45001	2020年
	Velke Popovice Brewery	ISO 45001	2020年
	Nosovice Brewery	ISO 45001	2020年
スロバキア	Saris Brewery	ISO 45001	2020年
ハンガリー	Dreher Brewery	ISO 45001	2020年
ルーマニア	Buzau Brewery	ISO 45001	2020年
	Brasov Brewery	ISO 45001	2020年
	Timisoara Brewery	ISO 45001	2020年

アサヒホールディングスサウスイーストアジア

国	事業場	適合証明	取得年度
マレーシア	EBSB（Etika Beverages Sdn Bhd）	ISO 45001	2019年
	EDSB（Etika Dairies Sdn Bhd）	ISO 45001	2020年

▶ ありたい企業風土の醸成 ―セーフティ＆ウエルビーイング― ▶ 実績

ウエルビーイング

健康指標

	目標		2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
	年	目標値					
ストレスチェック実施率	-	100%	92.2%	93.6%	95.0%	95.1%	95.8%
ストレスチェック（高ストレス者割合）	-	-	5.4%	5.3%	4.3%	5.2%	5.1%
喫煙率	2025年	19%	31.6%	31.0%	30.2%	29.1%	27.1%
定期健康診断受診率	-	-	100%	100%	100%	100%	100%
精密検査受診率	-	-	77.5%	62.6%	73.8%	71.7%	69.6%
適正体重維持者率（BMI18.5～25未満の者）	-	-	59.3%	64.1%	61.0%	65.4%	61.9%
運動習慣者比率※1	-	-	22.7%	25.7%	26.8%	31.2%	30.0%
適正な睡眠と休養の確保率	-	-	59.1%	62.2%	75.1%	73.4%	67.3%
メタボリックシンドローム該当者率※2	-	-	34.9%	36.1%	37.6%	36.8%	35.8%
特定健診受診率	2023年まで	98%	97.7%	98.3%	98.6%	98.6%	98.4%
特定保健指導実施率	2023年まで	45%	19.2%	25.6%	27.6%	46.5%	35.4%
ハイリスク者への保健指導実施率※3	-	-	-	-	90.1%	87.1%	67.4%
ハイリスク者の管理（治療継続）率	-	-	-	94.4%	95.8%	95.3%	95.0%
生活習慣病改善施策参加率	-	-	16.6%	22.0%	25.7%	19.9%	23.2%
生活習慣病改善施策満足度	-	-	91.3%	88.7%	89.0%	85.6%	86.1%
適正飲酒のｅラーニング実施率※4	-	100%	88.8%	94.5%	95.6%	95.2%	86.4%
傷病による休職者数※3	-	-	65人	57人	57人	53人	66人
傷病による欠勤者数※3	-	-	185人	149人	140人	147人	159人
絶対的プレゼンティーイズム（WHO-HPQ）※4	2025年	70点	-	-	63.4点	66.5点	70.3点
エンゲージメント※5	-	-	51	51	51	52	52

＊ 集計範囲：2018年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）。ただし、ストレスチェック実施率はアサヒグループ在籍全社員が対象
2019年からアサヒグループ在籍全社員データ。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）
※4 集計範囲：アサヒビール（株）
※5 外部会社による調査の偏差値（中央値50）

従業員の有給休暇取得率・有給休暇取得日数

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
有給休暇取得率	65.76%	71.75%	60.7%	63.4%	62.0%
有給休暇取得日数	12.5日	13.5日	11.4日	12.2日	11.9日

＊ 集計範囲：アサヒグループ日本国内主要会社（集計範囲の詳細は こちら）
＊ 集計期間：各年1-12月

従業員の月間平均残業時間

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
月間平均残業時間	21.1時間	21.1時間	19.1時間	20.8時間	21.8時間

＊ 集計範囲：アサヒグループ日本国内主要会社（集計範囲の詳細は こちら）
＊ 集計期間：各年1-12月

社外からの評価

アサヒグループでは、長年にわたり、あらゆる従業員が安全で健康に、いきいきと働ける職場環境の整備を進めてきました。その取り組みが評価され、社外から以下の評価を受けています。

労働安全衛生に関する表彰実績

社名・事業所名	受賞年	表彰名
アサヒビール（株）茨城工場	2013年	無災害記録証 第一種 記録時間 450万時間 厚生労働省 労働基準局長 表彰
アサヒビール（株）神奈川工場	2016年	厚生労働省 労働基準局長「優良賞」表彰
アサヒビール（株）名古屋工場	2016年	愛知労働局 愛知THP推進協議会 全国THP（トータルヘルスプロモーション）推進協議会「優良賞」表彰
アサヒビール（株）吹田工場	2017年	厚生労働省 労働基準局長「激励賞」受賞
アサヒビール（株）四国工場	2019年	厚生労働大臣 安全衛生に係る優良事業場表彰（奨励賞）

「健康経営優良法人ホワイト500」「健康経営銘柄」に選定

健康経営優良法人制度とは、地域の健康課題に即した取り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、特に優良な健康経営を実践している法人を顕彰する制度です。アサヒグループホールディングス（株）は2017年から7年連続で「健康経営優良法人ホワイト500」に選定されました。

また、経済産業省と東京証券取引所が共同で従業員などの健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる企業を選定する「健康経営銘柄」に、過去6回選ばれました。

関連情報 > 社外からの評価（ダイバーシティ、エクイティ＆インクルージョン）

▶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

セーフティ

安全に関する研修

アサヒビール(株)では、工場の従業員を中心に、法定教育はもとより、階層別安全管理セミナーや災害調査トレーニングなどの安全に関する社内教育・トレーニングを定期的に実施し、労働災害の防止に努めています。

安全に関する研修の受講者数

研修名	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
管理者向けセミナー	25人	13人	11人	14人	10人
監督者向けセミナー	53人	41人	77人	45人	57人
一般社員向けトレーニング	470人	161人	92人	210人	351人

＊ 集計範囲：アサヒビール(株)
＊ 集計期間：各年1-12月

ウエルビーイング

長時間労働の防止

アサヒグループでは、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。

労働リスクアセスメント

アサヒグループは事業活動における適正な労働慣行の遵守を確認するために、過重労働を含めた労働問題のリスクアセスメントを実施するとともに、対策の実施や課題解決を迅速に進めるための体制を整えています。

全従業員を対象に定期的に実施しているエンゲージメントサーベイやストレスチェックを通じて、サービス残業の実態把握や適切な労働時間に対する社員の意識を確認しています。

また日本国内のグループ会社においては、36協定遵守を目的に過重労働発生リスクを防ぐために労働時間のモニタリングを行っています。問題が発生した場合には、管理監督者を交えて原因の究明と再発防止策を講じています。また、月次・四半期などで経営層に過重労働発生状況を報告するだけでなく、リスクの大きな問題がある場合には随時報告を行っています。

このようなリスクアセスメントの結果は経営層に定期的に報告し、安全衛生委員会などで月次で共有しています。これにより、リスク低減の効果を確認するとともに、さらなる取り組みの強化につなげています。

適正な労働時間管理

アサヒグループでは2007年から、上長が従業員の出退勤情報についてWeb画面上で把握・管理できる勤務システムを導入しています。同勤務システムは、従業員が入力した出退勤時刻とパソコンのログオン・ログオフ時刻の情報を、上長が確認・承認できる仕組みになっています。

このシステムによって、従業員一人ひとりが労働時間の適正申告や自分の働き方について改めて問題意識を持つだけでなく、上長が部下の労働時間を把握することで、必要に応じて部門内の業務配分を見直すなど、より生産性の高い働き方を目指す意識改革につながっています。

有給休暇の取得促進

アサヒビール(株)では有給休暇の連続取得を促進することを目的に以下のような休暇制度を導入し、従業員全員が取得することを目標にしています。

- 有給休暇と所定休日を組み合わせ、原則として連続6日間の休暇を1年に1回は取得することを推奨する「リフレッシュ休暇制度」
- 取得事由は問わず各人の有給休暇取得予定をあらかじめ年2日設定・取得する「メモリアル休暇制度」

働き方改革への取り組み

アサヒグループホールディングス(株)では、“いつでも・どこでも・効率的に”働ける環境整備を目的として、人事制度・IT活用・オフィス環境の3つの観点から、従業員が自分のライフスタイルに合わせて柔軟に働くことができる風土醸成と意識啓発を推進しています。具体的には、スーパーフレックス制度、テレワーク制度、Teamsの活用やシェアオフィスの利用など、より柔軟に働き方を選択できる環境を整えることで、モチベーションアップと生産性向上を図っています。

関連情報 > 従業員の有給休暇取得率・有給休暇取得日数
> 従業員の月間平均残業時間

▶ 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

事業会社の取り組み

アサヒビール(株)

アサヒビール(株)では、グループの健康経営方針に基づき、従業員の健康増進に取り組んでいます。

〈具体的な取り組み〉

- 「責任ある飲酒」の推進を目的とした適正飲酒に関するセミナーの企画・実施
- 屋内外喫煙所の廃止・縮小や就業時間内一部時間帯における禁煙デーの推進
- 社員への保健指導体制の充実
- 各事業場の産業保健スタッフが中心となり各種健康支援施策の企画・運営

アサヒ飲料(株)

アサヒ飲料(株)は、以下の「アサヒ飲料健康方針」を掲げ、社員と家族が健康で幸せに働き続けることができる会社となるよう、健康施策の取り組みを推進しています。

アサヒ飲料(株)健康方針

- アサヒ飲料は、社員一人ひとりが、常に自らの「健康」について考え、行動をすることで心身ともにイキイキと元気に働き続けることができる会社を目指します。
- アサヒ飲料は、健康管理についての様々な取り組みを推進することで、働く社員はもちろん、ご家族も「健康」となり、幸せになれるような会社を目指します。
- アサヒ飲料は、常に職場全体で「健康」に対する意識を高め合い、事業活動を通して、「健康」という価値をお客様に届ける取り組みを行います。

〈具体的な取り組み〉

- スニーカー通勤推進
- 社員のウォーキング定着と社会貢献が連動した「Walk for a smile」施策の実施
- 社外カウンセリング制度の拡充

アサヒグループ食品(株)

アサヒグループ食品(株)は「アサヒグループ食品健康方針」を掲げ、「心＝セルフケア＆働く環境」「からだ＝食習慣＆運動習慣」を柱に、社員の健康増進に取り組んでいます。

アサヒグループ食品(株)健康方針

アサヒグループ食品は、”アサヒグループ食品らしい”積極的な健康増進への取組みにより、「心と体の健やかさ」を体現する健康企業を目指します。

〈具体的な取り組み〉

- 社員向け健康推進施策の実施
- マイヘルスアップキャンペーン(生活習慣改善)の実施
- 社員への保健指導体制の充実
- 健康について学ぶ機会の創出
- メリハリのある働き方の支援

世界的な健康問題への取り組み

アサヒグループが事業を展開している地域の中には、HIV/エイズ、結核、マラリアなどの感染症が流行しているところも存在します。これらの世界的な健康問題の解決について、アサヒグループも積極的に対応しています。

日本の従業員に関しては定期健康診断の際に胸部X線(レントゲン)検査を実施して結核を含む呼吸器や循環器の病気の早期発見を行っています。

国外駐在員に対しては、赴任前の健康診断・予防接種・赴任中の定期診断やそれに伴う適切な指導を実施しており、帰国後にも健康診断を行っています。

▶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―

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、よりイノベー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(以下、DE&I)を経営の最重要課題のひとつと捉えています。

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」を策定しています。世界各国・各地域の多様な文化、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ています。

また、この考えを従業員に伝え、浸透させるためのコアメッセージとして「shine AS YOU ARE」を策定しました。一人ひとりが輝くことができる組織を目指し、「shine AS YOU ARE」を社内外のコミュニケーションの軸として活用し、今後もさまざまな取り組みを活性化させていきます。

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。

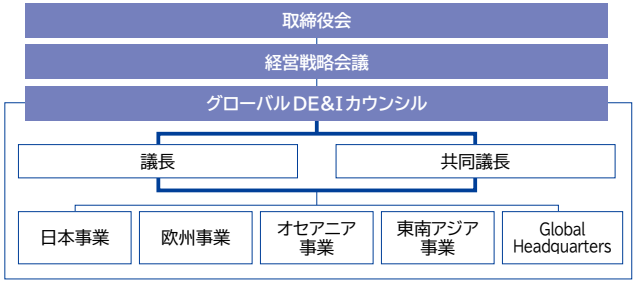
ガバナンス

グループ全体のマネジメント体制

アサヒグループでは、グループのDE&I戦略を討議するCEOの諮問機関「グローバルDE&Iカウンシル」を設置し、DE&Iの取り組みをグループ全体で推進しています。DE&Iを重要な経営課題として推進するため、本カウンシルの設置にあたってはメンバーの多様性に配慮しています。

その一環として、共同議長制を採用し人事部門だけでなく機能部門の観点も積極的に取り入れていく体制としました。議長にはアサヒグループホールディングス(株)CHRO谷村圭造が、共同議長にはアサヒホールディングスオーストラリアCSCO Sandra Gibbsが任命されています(2023年2月現在)。また、本カウンシルのメンバーはGlobal Headquartersと各Regional HeadquartersのCEOの推薦に基づき、性別、地域、部門、役職などを問わず、多様なバックグラウンドを持つメンバーが任命されています。

本カウンシルは四半期に一度開催され、各取り組みの数値目標の設定や公正性の強化などを目的とした人事制度の見直し、教育研修の拡充、インクルーシブな風土づくりの取り組みなどに関する討議を行っています。さらに、これらの取り組みの進捗状況のモニタリングや経営への報告を担います。

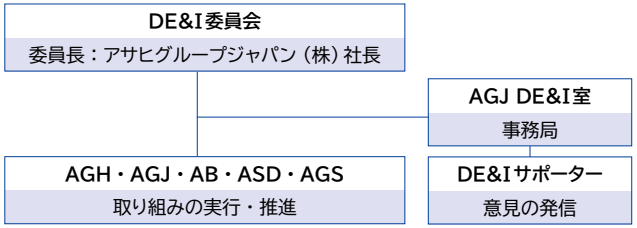


日本のマネジメント体制

日本においては、アサヒグループジャパン(株)とその傘下にある主要事業会社を対象に「DE&I委員会」を設置しています。アサヒグループジャパン(株) 社長が委員長を務め、アサヒグループホールディングス(株)CHRO、アサヒグループジャパン(株)人事担当取締役、人事部長、日本国内主要事業会社社長が委員となり、日本国内の取り組み方針について意思決定をしています。また、多様な意見を反映させるため、アサヒグループジャパン(株)傘下の事業会社の有志の従業員からなる「DE&Iサポーター」を募集し、サポーターの意見を集約し、施策に反映

▶ 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

しています。



リスク管理

アサヒグループは、DE&Iが毀損されることによって多様で有能な人材を確保できなくなることをリスクと捉えています。これらのリスクについては、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）体制下において代表取締役社長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DE&Iの推進にあたり、2030年までのロードマップを策定して取り組みを進めています。2022年まではグローバルでの推進体制の構築や社員の認知向上など、推進基盤を構築してきました。2023年からは社員の意識・行動変容を促してリーダーシップの醸成を強化し、2025年以降は事業戦略との統合を目指していきます。

DE&I戦略のロードマップ

2021-2022年：推進基盤の構築

- グローバルでの推進体制の構築
- グローバル全体・RHQ双方における課題抽出とKPI設定
- 啓発イベントなどを通じた社員の認知向上

2023-2025年：社員の意識・行動変容の促進

- 意識・行動変容に関する啓発やグローバルキャンペーンの実施
- RHQの人材戦略にDE&Iを組み込み
- 社内外におけるステークホルダーエンゲージメントの強化

2025-2030年：事業戦略との統合、インクルーシブな企業風土の醸成

- リーダー層のKPIにインクルージョンに関する基準を導入
- 商品・サービスをはじめとする事業戦略とDE&Iの統合
- 地域社会や社外コミュニティのDE&Iに関わる取り組みの支援

指標と目標

DE&Iの推進に際して、まずはジェンダーバランスから取り組むこととし、「2030年までに経営層[※1]の女性比率を40%以上とする」[※2]という目標を設定して取り組みを進めています。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つくること、多様で多文化な組織とすることによって、アサヒグループをより強く、より革新的にします。また、多様な経験や発想により新たな価値を創造します。

※1 役員及び指導的地位にある一定階層以上
※2 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）及び海外地域統括会社、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。

グループ全体目標

目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
2030年までに経営層※の女性比率を40%以上とする	5.1／5.5／10.2／10.3／10.4

＊ 対象組織：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）、アサヒヨーロッパアンドインターナショナル、アサヒホールディングスオーストラリア、アサヒホールディングスサウスイーストアジア
※ 経営層：役員及び指導的地位にある一定階層以上を対象とする

関連情報 > 取り組み進捗状況（2022年）

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

関連するSDGs





関連情報
- 取り組み（ダイバーシティ、エクイティ＆インクルージョン）
- 多様な働き方の支援
- 実績（雇用状況）
- 人権の尊重
- 人的資本の高度化（マネジメント）
- 実績（ウエルビーイング）
- 取り組み（ウエルビーイング）

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―

実績（雇用状況）

従業員数

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
正社員数	28,089人	29,327人	29,850人	29,878人	29,920人

＊ 集計範囲：アサヒグループ全体（集計範囲の詳細は こちら）
＊ 集計期間：各年12月末時点

雇用状況の内訳

アサヒグループ

				2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
正社員	社員数	男性	人数	21,330人	22,269人	22,684人	22,397人	22,305人
			比率	76%	76%	76%	75%	75%
		女性	人数	6,759人	7,058人	7,166人	7,481人	7,615人
			比率	24%	24%	24%	25%	25%
		合計	人数	28,089人	29,327人	29,850人	29,878人	29,920人
	平均勤続年数		男性	12.4年	11.8年	10.1年	10.6年	12.7年
			女性	9.2年	8.8年	8.8年	9.4年	9.5年
			合計	11.7年	7.8年	10.0年	10.4年	11.9年
臨時従業員	従業員数（年間平均）			6,613人	6,669人	6,848人	6,665人	6,645人

＊ 集計範囲：アサヒグループ全体（集計範囲の詳細は こちら）
＊ 集計期間：各年12月末時点

アサヒグループホールディングス（株）

			2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
正社員	社員数	男性	220人	124人	242人	259人	124人
		女性	67人	31人	71人	77人	40人
		合計	287人	155人	313人	336人	164人

日本国内主要会社

			2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
正社員	社員数	男性	6,009人	5,780人	5,884人	5,777人	5,678人
		女性	1,565人	1,204人	1,240人	1,293人	1,318人
		合計	7,574人	6,984人	7,124人	7,070人	6,996人
	平均年齢		41.9歳	42.4歳	42.7歳	43.3歳	42.9歳
	自己都合離職者数	男性	86人	64人	48人	59人	37人
		女性	30人	22人	22人	9人	13人
		合計	116人	86人	70人	68人	50人
	自己都合離職率	男性	0.63%	1.06%	0.86%	1.02%	0.65%
		女性	1.95%	1.85%	1.23%	0.70%	0.99%
		合計	0.85%	1.46%	0.92%	0.96%	0.71%
	平均勤続年数	男性	14.4年	17.8年	14.3年	17.8年	17.2年
		女性	9.1年	14.9年	12.6年	15.0年	14.0年
		合計	13.1年	17.3年	14.0年	17.3年	16.5年
臨時従業員	社員数		3,306人	3,811人	3,957人	2,108人	2,053人

＊ 集計範囲：アサヒグループ国内主要会社（集計範囲の詳細は こちら）
＊ 集計期間：各年12月末時点
＊ 2022年の開示対象会社がグループ全体に占める割合は47%です（売上収益ベース）。

年齢別従業員数

単位：人

		2020年	2021年	2022年
30歳未満	男性	799	806	799
	女性	244	259	274
	合計	1,043	1,065	1,073
30～39歳	男性	1,106	1,080	1,080
	女性	326	315	343
	合計	1,432	1,395	1,423
40～49歳	男性	2,076	1,909	1,738
	女性	362	342	326
	合計	2,438	2,251	2,064
50～59歳	男性	1,889	1,991	2,047
	女性	307	352	374
	合計	2,196	2,343	2,421
60歳以上	男性	15	16	14
	女性	0	0	1
	合計	15	16	15
合計	男性	5,885	5,802	5,678
	女性	1,239	1,268	1,318
	合計	7,124	7,070	6,996

＊ 集計範囲：アサヒグループ日本国内主要会社（集計範囲の詳細は こちら）
＊ 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― ▶ 実績（雇用状況）

採用数

アサヒビール（株）、アサヒ飲料（株）、アサヒグループ食品（株）では、新卒採用の女性比率を2023年に50%にすることを目標として採用活動を行っています。

			2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
新卒者	アサヒビール（株）	男性	54人	49人	51人	30人	35人
		女性	24人	23人	17人	19人	17人
		合計	78人	72人	68人	49人	52人
		女性比率	31%	32%	25%	39%	33%
	アサヒ飲料（株）	男性	25人	28人	24人	12人	20人
		女性	13人	15人	17人	10人	17人
		合計	38人	43人	41人	22人	37人
		女性比率	34%	35%	41%	45%	40%
	アサヒグループ食品（株）	男性	9人	12人	12人	13人	11人
		女性	9人	11人	9人	12人	14人
		合計	18人	23人	21人	25人	25人
		女性比率	50%	48%	43%	48%	56%
	3社合計	男性	88人	89人	87人	55人	66人
		女性	46人	49人	43人	41人	48人
		合計	134人	138人	130人	96人	114人
		女性比率	34%	36%	33%	43%	42%
中途者	アサヒグループ日本国内主要5社	男性	41人	44人	33人	28人	60人
		女性	4人	3人	3人	7人	27人
		合計	45人	47人	36人	35人	87人
		女性比率	9%	6%	8%	20%	31%

＊ 大卒総合職（技能職は除く）
＊ 集計範囲の詳細は こちら

地域別従業員数

	2018年		2019年		2020年		2021年		2022年	
	人数	比率	人数	比率	人数	比率	人数	比率	人数	比率
日本	13,204人	47.0%	13,353人	45.5%	13,565人	45.4%	13,443人	45.0%	13,283人	44.4%
北米	83人	0.3%	86人	0.3%	100人	0.3%	74人	0.2%	1,690人	5.6%
欧州	9,146人	32.6%	9,825人	33.5%	9,787人	32.8%	9,159人	30.7%	8,887人	29.7%
中国	508人	1.8%	523人	1.8%	525人	1.8%	335人	1.1%	375人	1.3%
中国以外のアジア	3,016人	10.7%	3,396人	11.6%	2,341人	7.8%	2,413人	8.1%	2,202人	7.4%
オセアニア	2,132人	7.6%	2,144人	7.3%	3,532人	11.8%	4,446人	14.9%	3,455人	11.5%
その他	–	–	–	–	–	–	8人	0.0%	28人	0.1%
合計	28,089人	100%	29,327人	100%	29,850人	100%	29,878人	100.0%	29,920人	100.0%

＊ 集計範囲：アサヒグループ全体（集計範囲の詳細は こちら）
＊ 集計期間：各年12月末時点

役員・管理職人数

アサヒグループ

		2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
取締役	男性	346人	267人	473人	331人	484人
	女性	14人	13人	74人	89人	147人
	合計	360人	280人	547人	420人	631人
監査役	男性	52人	49人	43人	39人	48人
	女性	1人	2人	3人	6人	7人
	合計	53人	51人	46人	45人	55人
執行役員	男性	129人	129人	161人	176人	171人
	女性	8人	22人	30人	47人	40人
	合計	141人	151人	191人	223人	211人
管理職	男性	5,611人	5,685人	6,231人	6,450人	6,673人
	女性	1,327人	1,456人	1,669人	2,022人	2,241人
	合計	6,938人	7,141人	7,900人	8,472人	8,914人
部長クラス	男性	559人	652人	672人	659人	689人
	女性	108人	112人	97人	123人	171人
	合計	667人	764人	769人	782人	860人
課長クラス	男性	5,052人	5,033人	5,559人	5,615人	5,831人
	女性	1,219人	1,344人	1,572人	1,852人	2,030人
	合計	6,271人	6,377人	7,131人	7,467人	7,843人
女性管理職比率		18.9%	20.4%	21.0%	23.9%	25.1%

＊「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。
＊ 集計範囲：アサヒグループ全体（集計範囲の詳細は こちら）
＊ 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― ▶ 実績（雇用状況）

アサヒグループホールディングス（株）

		2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
執行役員	男性	11人	15人	17人	23人	11人
	女性	1人	1人	0人	0人	1人
	合計	12人	16人	17人	23人	12人
管理職	男性	164人	93人	174人	184人	90人
	女性	17人	14人	33人	34人	16人
	合計	181人	107人	207人	218人	106人
部長クラス	男性	11人	10人	21人	12人	11人
	女性	1人	1人	2人	1人	1人
	合計	12人	11人	23人	13人	12人
課長クラス	男性	153人	83人	153人	172人	79人
	女性	16人	13人	31人	33人	15人
	合計	169人	96人	184人	205人	94人
女性管理職比率		9.3%	12.2%	14.7%	14.1%	15.1%

＊「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。

日本国内主要会社

		2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
取締役	男性	33人	32人	24人	27人	30人
	女性	1人	2人	1人	1人	1人
	合計	34人	34人	25人	28人	31人
監査役	男性	12人	12人	11人	9人	14人
	女性	1人	1人	2人	3人	3人
	合計	13人	13人	13人	12人	17人
執行役員	男性	49人	46人	49人	39人	54人
	女性	1人	3人	2人	17人	5人
	合計	50人	49人	51人	56人	59人
管理職	男性	2,465人	2,381人	2,432人	2,399人	2,356人
	女性	227人	232人	254人	270人	289人
	合計	2,692人	2,613人	2,686人	2,669人	2,645人
部長クラス	男性	196人	246人	248人	229人	219人
	女性	7人	6人	7人	10人	16人
	合計	203人	252人	255人	239人	235人
課長クラス	男性	2,269人	2,135人	2,184人	2,170人	2,137人
	女性	220人	226人	247人	260人	273人
	合計	2,489人	2,361人	2,431人	2,430人	2,410人
女性管理職比率		8.0%	9.6%	9.4%	10.5%	10.9%
管理職登用人数	男性	100人	92人	108人	103人	112人
	女性	24人	20人	21人	24人	30人
	合計	124人	112人	129人	127人	142人
管理職候補人数（課長補佐、副課長相当）	男性	2,172人	2,469人	1,860人	1,873人	1,702人
	女性	651人	646人	541人	547人	587人
	合計	2,823人	3,115人	2,401人	2,420人	2,289人

＊「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。
＊ 集計範囲：アサヒグループ日本国内主要会社（集計範囲の詳細はこちら）
＊ 集計期間：各年12月末時点

障がい者雇用率

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
アサヒビール（株）	2.3%	2.3%	2.2%	2.2%	2.2%
アサヒ飲料（株）	2.2%	2.2%	2.5%	2.0%	2.3%
アサヒグループ食品（株）	2.2%	1.8%	2.2%	2.3%	2.1%
アサヒロジ（株）	2.3%	2.3%	2.2%	2.2%	2.6%
グループ全体	-	-	1.2%	1.4%	2.2%

＊ 集計期間：各年12月末時点

制度利用実績

育児休業制度・介護支援制度の利用状況

		2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
育児休業の取得率	男性	71%	83%	62.5%	54%	61.3%
	女性	100%	100%	100%	100%	100%
育児休業の取得日数	男性	9.6日	4.9日	5.5日	23.3日	45.9日
	女性	361日	341日	369日	287日	426日
育児休業制度の利用者数	男性	5人	5人	6人	55人	72人
	女性	57人	65人	56人	58人	64人
	合計	62人	70人	62人	113人	136人
介護休業制度の利用者数	男性	0人	1人	0人	0人	0人
	女性	0人	1人	0人	1人	0人
	合計	0人	2人	0人	1人	0人

＊ 男性の育児休業取得率・育児休業取得日数には、配偶者出産休暇を含む
＊ 集計範囲：アサヒビール（株）
＊ 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― ▶ 実績（雇用状況）

従業員支援制度

制度	概要	利用人数（2022年）
産前産後休暇	最高付与日数は合計14週間。休暇中は健康保険組合を通じて賃金の一部が補填される制度。	42人
育児休業制度	子が満2歳になるまでの間の休業制度。男性も利用することができる。	83人（うち男性17人）
配偶者出産休暇制度	配偶者出産時に取得できる休暇制度。給与減額なしで最大5日間取得することが可能。	45人
産後パパ育児休暇制度	配偶者の産後8週間以内に最大4週間取得できる休暇制度。初日から営業日10日は有給。	21人
育児就業時間制度	中学校就学前の子の育児のために、1日最大2時間分の就業を免除する制度（対象となる子が3歳未満の場合は就業免除分も有給）。	99人（うち男性8人）
介護就業時間	対象家族の介護を行う者は、始終業時刻の始業から2時間または終業前2時間の就業を免除する制度。	12人
介護休業制度	要介護者1人につき2年以内の期間で通算1年以内の休業や始終業の前後2時間の就業免除を認める制度（半日単位で積立休暇を使用可能）。休業期間中の所得の補填として、各種手当金が支給される。	0人
ウェルカムバック制度	勤続3年以上の従業員が結婚、妊娠、出産、育児、家族の看病・介護、配偶者の転勤などの理由で退職した場合、規定の条件が満たされていれば再雇用を認める制度。年齢制限なし。	11人（1997年制度導入時からの利用人数）
スキルアップ休職制度	一定期間業務から離れ、自らのスキルアップなどのために利用できる休職制度。配偶者の海外転勤に帯同することもできる。（上限3年）	5人
シニアスタッフ制度（フルタイム・パート）	定年後再雇用制度。希望する社員は、フルタイムあるいはパートとして就業することができる。（上限65歳）	324人
在宅勤務制度	在宅勤務できる制度。2015年からスーパーフレックス制度の併用を認め、時間単位での在宅勤務が可能になりました。	2,739人（2022年12月実績）

＊ 集計範囲：アサヒビール（株）

社外からの評価

なでしこ銘柄

アサヒグループホールディングス（株）は、経済産業省と東京証券取引所が共同で女性活躍推進に優れた企業を選定する「なでしこ銘柄」に2012年・2015年・2016年・2017年・2019年・2020年・2021年の過去7回選ばれています。

ダイバーシティ経営企業100選

アサヒビール（株）は2013年、経済産業省がダイバーシティ経営によって企業価値向上を果たした企業を表彰する「ダイバーシティ経営企業100選」（経済産業大臣表彰）に選ばれました。

PRIDE指標

アサヒグループホールディングス（株）は、任意団体「work with Pride」が策定する企業のLGBTなどの性的マイノリティに関する取り組みの評価指標「PRIDE指標」において、2022年「ゴールド」を受賞しました。

「くるみんマーク」「プラチナくるみんマーク」の取得

2005年4月に施行された「次世代育成支援対策推進法」に基づいて従業員の子育てを支援する行動計画を策定し、その実績が認められた企業に「次世代育成支援対策推進法」認定マーク（愛称：くるみん）が交付されます。アサヒビール（株）では、2007年、2010年に「くるみんマーク」を取得しました。

また2015年4月から、「くるみんマーク」をすでに交付されていて高い水準の取り組みを行っている企業を対象とする「プラチナくるみんマーク」の交付が開始し、アサヒビール（株）は2015年7月に交付を受けました。対象期間である2010年～2015年に主に以下のような取り組みを進めてきたことが評価されての認定となりました。

- 「ウェルカムバック制度」の新設など、多様な働き方を支援する制度の新規導入や改善
- 男性従業員・女性従業員ともに、「育児休業」「配偶者出産休暇」といった制度の高い利用率
- 所定外労働の削減に向けた各事業場の継続した取り組み、在宅勤務のテスト導入、各種IT設備機器導入による効率化など、働き方の見直しに関する施策の導入
- 女性向け研修の強化や育児休業復職者を対象とする情報交換会など、社員に対する啓発活動・研修

▶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カウンシルを中心に、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

アサヒグループは、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、クリスティーナ・アメージャン氏、松永真理氏が社外取締役、田中早苗氏が社外監査役に就任しているほか、女性の常勤監査役も誕生しています。

ジェンダーの学びを深めるイベント

毎年3月8日の「国際女性デー」には、グループ・グローバル一体となって、さまざまな取り組みを行っています。2021年は「Choose To Challenge」、2022年は「Break The Bias」をテーマとし、ジェンダー課題や毎年のテーマを自分ごと化していけるようなグローバル共通の動画視聴のほか、従業員がジェンダーに関する学びを深めるイベントを各Regional Headquartersで実施しました。2022年はジェンダーバイアスをなくすとはどういうことか、どんなことがもたらされるのかについて、基調講演やワークショップを通じて考えました。

仕事と育児の両立イベント

仕事と育児を両立しているロールモデル社員に話を聞き、意見交換するイベントを開催しています。性別、年齢などに関わらず幅広い層の社員が参加しました。

経営層との意見交換

「女性のためのキャリア開発セミナー」をはじめとする各研修に経営層が参加し、意見交換の場を設定しています。経営トップと女性役員との意見交換会も実施しています。

「女性のエンパワーメント原則」への署名

アサヒグループホールディングス（株）は国連グローバル・コンパクトと国連機関UN Womanが共同で作成したガイドライン「女性のエンパワーメント原則（Women's Empowerment Principles）」に署名し、ジェンダー平等と女性のエンパワーメントを推進しています。

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（LGBT）への対応を進めています。

- 2019年には、日本国内事業会社の人事・総務業務に関わる管理職向けに、「アサヒグループ人権方針の理解促進の研修」、及び「LGBT対応マナー研修」を実施し、135人が受講しました。
- 2020年には、日本国内事業会社を対象に人権・LGBT基礎知識のeラーニングを実施し、9,974人が受講しました。2020年、2021年にはLGBTに関するワークショップも開催し、延べ93人が参加しました。
- 2022年には6月のPRIDE月間に合わせ、社外のゲストをお招きして「SOGI/LGBTQに関する基礎知識と大学・社会の動き」をテーマにオンライン講演を実施し、日本国内で340人の社員が視聴しました。

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。

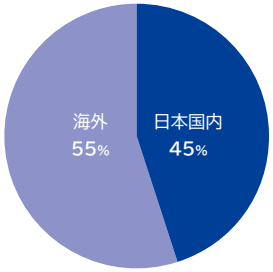
事業基盤がグローバルに広がる中、アサヒグループでは地域コミュニティとの共創を目指し、各拠点で現地人材の採用を積極的に行っています。海外グループ会社の経営層については、原則的に現地採用者を登用しています。

その結果、すべてのRegional Headquarters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。

海外就業者の状況

アサヒグループの約30,000人の全従業員のうち、海外比率は約54%を占めています。グループの国際戦略を担う人材を確保するため、日本国内の各社においても海外出身者の採用を進めています。具体的には、帰国子女や外国籍でアサヒグループの将来を担う人を、毎年の計画に基づき継続的に採用しています。

従業員の日本国内・海外比率



＊ 集計範囲：アサヒグループ全体（集計範囲の詳細は こちら）
＊ 集計期間：2022年12月末時点

関連情報 > 戦略（学習する組織）

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うえで再雇用を実施しています。

ジョブマッチ支援制度

再雇用を円滑に促進していくためには、従業員自身の意思決定と配置計画を早い段階から進めていくことが重要です。そこで日本国内主要会社は、58歳以上の従業員などを対象に、再雇用に関する希望をヒアリングし、希望に沿ったグループ内外の求人情報を提供し、マッチングを図る「ジョブマッチ支援制度」を導入しています。

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

アサヒグループでは、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 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

多様な働き方の支援

アサヒグループは、すべての従業員が安全・健康で働ける職場環境づくりは企業にとって重要な社会的責任であると考え、従業員一人ひとりの心身の健康管理・増進に注力しています。

また、仕事とプライベートのバランスをうまくとりながら従業員がいきいきと働き続けられるよう、ワークライフバランスの実現に向けた取り組みも推進しています。

▶ 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

多様な働き方を支援する制度

アサヒグループの日本国内主要会社では、従業員が働きやすい職場づくりを推進しています。その一環として、半日単位での有給休暇や、メリハリがある働き方を目的とし、連続した日数での有給休暇が取得できる制度を設けています。また、従業員が出産や育児、介護と仕事を両立させ、いきいきと会社生活・社会生活を送っていけるよう、制度面やその運用面においても積極的に支援しています。

働き方においては、複線型人事制度を採用し多様なキャリアを描けるほか、育児や介護を理由に転居を伴う異動を避けることができる制度や、勤務地限定制度やコース転換が可能な制度を設け、ライフステージに沿った働き方を選択できます。

アサヒビール(株)

- 育児休業前には、社内制度や育児休業に伴う諸手続きに関して、人事担当者との面談を実施しています。
- 産前産後休暇、育児休業を利用する従業員には社内用スマートフォンを継続貸与し、休業中も社内情報などを閲覧できる環境を提供しています。
- 産前産後休暇制度、育児休業制度の利用者が復職する際には人事担当者との復職面談を実施し、本人の職務内容の希望や生活面の現状を丁寧にヒアリングしたうえで復職に備えています。
- 培ってきた業務遂行力や技術・ノウハウ発揮の促進を目的に、一定条件のもとで副業を認める「副業制度」を導入しています。

労働時間に関する取り組み

従業員が健康に働ける風土づくりのため、アサヒグループの日本国内主要会社では、所定労働時間の短縮、長時間労働の抑制や年次有給休暇の取得促進に取り組んでいます。勤務インターバル制度や、残業時間の見える化により、自身及びチームでの労働時間のマネジメントをサポートし、60時間の残業に対して「健康確保休暇」を付与しています。

教育・研修

女性活躍推進に向けた研修・意識啓発

女性従業員へのキャリア支援

アサヒグループの日本国内主要会社では、女性のキャリア支援として下記の研修を実施しており、参加者の中から女性役員も誕生しています。

研修名	内容・対象
女性のためのキャリア開発セミナー	若手女性社員が先輩女性社員と交流して自分自身のキャリアを考える
女性リーダー研修	日本国内事業会社の女性リーダーを対象に、さらなるステップアップを図る
次期経営者候補の外部研修への派遣	次期経営者候補としての知識、スキルを身に付ける
適切な外部研修などへの派遣	各階層の女性社員

従業員への意識啓発

アサヒグループでは、DE&Iやワークライフバランスへの理解促進を目的に、社内イントラネットや社内報で女性の働き方、男性のイクメンを紹介するなどの情報発信を積極的に行い、従業員の意識啓発に取り組んでいます。また、経営トップが考えるDE&Iの重要性について、定期的に発信しています。

管理職への意識啓発

アサヒグループの日本国内主要会社では、所属長を対象としたDE&Iやアンコンシャス・バイアスに関するeラーニングや研修を行っています。それらでは、企業価値向上に向けたDE&I推進の重要性を考えるきっかけをつくるとともに、育児・介護などに関する社内制度の理解促進を行っています。

新任ライン長への意識啓発

アサヒグループの日本国内主要会社では、新しく所属長になった社員に向けて「新任ライン長研修」を実施しており、DE&Iに関する意識啓発を行っています。研修では、企業価値の向上におけるDE&I推進の重要性を考えるきっかけづくりを図るとともに、育児・介護などに関する社内制度の理解促進も行っています。

▶ 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

障がい者・高齢者などへの配慮を学ぶプログラム

アサヒグループの日本国内主要会社では、一般社団法人日本ユニバーサルマナー協会が主催するユニバーサルマナー検定を、従業員に向けて実施しています。「ユニバーサルマナー」は、同協会によって「高齢者や障害者、ベビーカー利用者、外国人など、多様な方々へ向き合うためのマインドとアクション」と定義されています。従業員がこの検定を用いて、多様な方々が向き合っている課題や心理を理解し、それらを日常生活だけでなく業務にも活かすことで、企業価値の向上を目指しています。

ユニバーサルマナー検定の受講者数

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
3級	153人	206人	89人	531人	229人
2級	29人	31人	実施なし	実施なし	実施なし

＊ 集計範囲：アサヒグループ日本国内主要会社（集計範囲の詳細は こちら）
＊ 集計期間：各年12月末時点
＊ 2020年、2021年、2022年は新型コロナウイルス感染拡大の影響により、集合型研修である2級の実施は見送りました。

セクシュアルハラスメント・パワーハラスメント防止のための研修

アサヒグループでは、従業員に対する安全配慮義務を果たし、生命・身体及び健康の安全を保護し、セクシュアルハラスメント及びパワーハラスメントなどに対しては毅然とした措置をとることを表明しています。

日本国内グループ会社では、外部の弁護士によるパワーハラスメント防止研修のeラーニングを実施しています。研修の内容は定義や実例、事案が発生した際の具体的な対応方法などで構成されています。2022年は約1万人の従業員が受講しました。

また、新任管理職研修や危機管理の責任者に対してもハラスメントに関する研修を実施しており、管理者の視点から各種のコンプライアンス・リスクなどについて共有し、主にセクシュアルハラスメントやパワーハラスメントについて議論しています。

このような活動を通じ、一人ひとりの従業員がハラスメント、さらにはコンプライアンス・リスク全般に対する幅広い理解を深めることで、その予防体制の強化につなげています。今後も職場の働きやすさをさらに高めていくために、引き続き啓発に努めていきます。

関連情報 > 人権デューデリジェンス

▶ありたい企業風土の醸成 ―学習する組織―

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。アサヒ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、アサヒ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。

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、学びによってウエ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

グローバルにおいては、各Regional Headquartersの人材育成担当者との定期的な会議を通じて、グループ横断の人材配置計画の策定やグローバル共通の研修プログラムの企画について討議し、展開を進めています。

日本国内においては、アサヒグループジャパン(株)と日本国内主要事業会社を中心に、新入社員研修から経営者育成までの育成体系を整備し、キャリアの段階に応じて計画的に教育プログラムを提供しています。また、アサヒグループジャパン(株)人事部と日本国内主要事業会社の人事部門で構成する「人材開発会議」を定期的に開催し、主に次世代の経営者育成に向けた育成プログラムの企画や計画的な異動・配置に関する討議を行っています。また、アサヒグループジャパン(株)のキャリアオーナーシップ室を中心にキャリアカウンセラーの有資格者を配置し、社員の自律的なキャリア形成を支援する体制を整備しています。

リスク管理

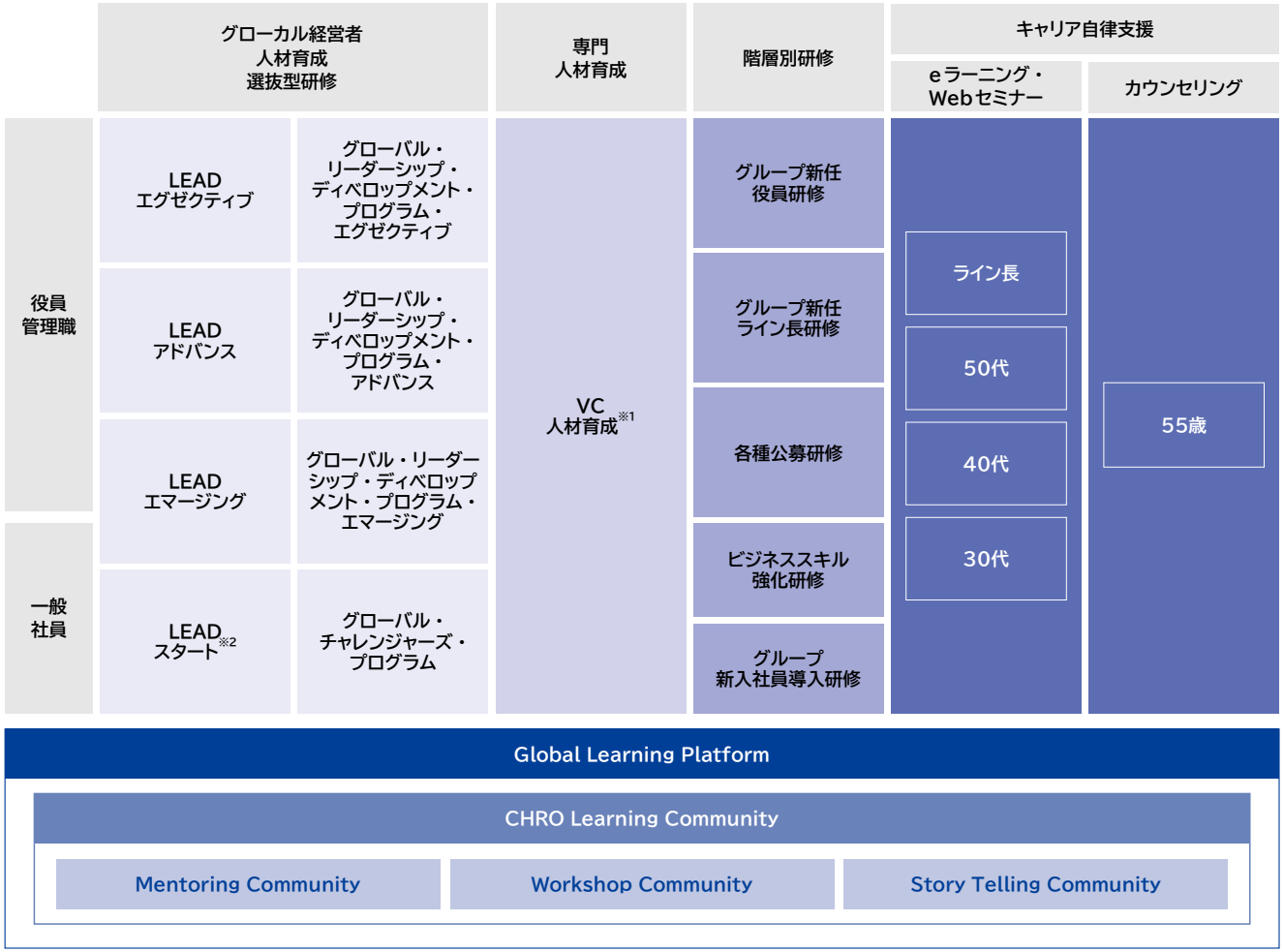
アサヒグループは、社員の成長する機会が損なわれることによってさまざまなステークホルダーやアサヒグループの経営に悪影響を及ぼすことをリスクと捉えています。これらのリスクについては、グループ全体で実施しているエンタープライズリスクマネジメント(ERM)体制下においてアサヒグループホールディングス(株)HR部門が管理すべきリスクと位置付け、リスク評価、対応計画の策定・実行・モニタリングを継続的に実施しています。

▶ ありたい企業風土の醸成 ―学習する組織― ▶ マネジメント

戦略

アサヒグループは、社員を対象とした選抜型研修に加え、グループ各社における役割・階層別研修や部門別研修を実施しています。VUCA時代のグローバル競争を勝ち抜くことができる優秀な人材を早期から計画的に育成することを目的として、LEADという将来の経営者育成プログラムを各階層で行っています。

2023年からは、アサヒグループの世界中の社員がつながり、お互いに学びあい、高めあうことができる「Global Learning Platform」の展開を開始しました。「Global Learning Platform」においては参加している社員同士が互いに教え、学びあうことを通じて成長を促す「CHRO Learning Community」を開設しています。地域や部門を超えて自身がメンター・メンティーとなる「Mentoring Community」、自身の専門領域を互いに教えあう「Workshop Community」、各Regional Headquartersのリーダーがエリアを超えて社員との対話を行う「Story Telling Community」を設け、グループ内の連携を促進し個人の成長を組織の成長へ結び付けることで、学習する組織の実現を図っていきます。



※1 VCとはValue Creationの略です。
※2 LEADとはLeadership Enhancement Agility Developmentの頭文字を取った経営者育成プログラムです。

▶ ありたい企業風土の醸成 ―学習する組織― ▶ マネジメント

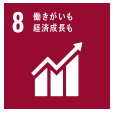
指標と目標

グローバル規模で事業を考え、新しいことに自ら挑戦して革新をもたらし、企業の持続的な成長に寄与できる人材を育成することで、グループ理念である“Asahi Group Philosophy”を実現します。

対象組織	目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
AGH	以下の研修の受講人数目標を達成する ●日本国内経営者養成プログラム「LEAD」：80人 ●グローカル経営者育成プログラム「グローバル・リーダーシップ・ディベロップメント・プログラム」：20人 ●One Young World（グローバル課題の解決がテーマの社外研修）：15人	8.5

関連情報 > 取り組み進捗状況（2022年）

関連するSDGs



関連情報 > ダイバーシティ、エクイティ＆インクルージョン
> 人権の尊重

▶ありたい企業風土の醸成 ―学習する組織―

実績

人材育成に関する研修の実施時間・参加人数

研修名	2020年		2021年		2022年	
	人数（人）	合計延べ時間(時間)	人数（人）	合計延べ時間(時間)	人数（人）	合計延べ時間(時間)
グループ新入社員導入研修	240	5,400	369	9,558	271	6,165
ビジネススキル強化研修	-	-	140	420	79	237
グループ新任役員研修	-	-	0	0	0	0
30代キャリアセミナー	44	154	33	116	15	60
40代キャリアセミナー	15	53	32	112	31	124
50代キャリアセミナー	31	124	52	182	44	176
グループ新任ライン長研修	49	1,032	64	256	0	0
LEAD スタート	34	765	31	930	30	990
LEAD エマージング	25	2,250	23	2,070	22	1,320
LEAD アドバンス	23	2,415	21	2,520	20	2,400
LEAD エグゼクティブ	14	1,050	13	1,365	12	1,530
グローバル・チャレンジャーズ・プログラム	2	5,445	3	3,465	4	3,150
グローバル・リーダーシップ・ディベロップメント・プログラム・エマージング	-	-	-	-	14	434
グローバル・リーダーシップ・ディベロップメント・プログラム・アドバンス	8	24	8	150	14	336
グローバル・リーダーシップ・ディベロップメント・プログラム・エグゼクティブ	新型コロナウイルス感染拡大影響により2021年へ延期		0	0	8	384
合計	485	18,712	789	21,144	564	17,296

平均研修費（従業員一人あたり平均）

アサヒグループでは2023年の社員1人あたりの研修費を100,000円以上とすることを目標に掲げ、人材育成に取り組んでいます。

＊ 対象は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)

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
社員1人あたりの平均研修費	約69,000円	約52,000円	約39,000円	約60,000円	約108,000円

＊ 集計範囲：2019年まではアサヒビール（株）のみ、2020年からは日本国内主要会社に拡大した数値

▶ありたい企業風土の醸成 ―学習する組織―

取り組み

選抜型研修

LEADプログラム

日本国内グループ各社の各階層を対象に、将来の経営者を強く志す人材を公募か指名制で選抜し、グループ内人脈づくりや多様な視点の習得など、中期的な視点で経営者を育成します。

LEADエグゼクティブ

執行役員候補者を日本国内グループ各社より選抜し、9ヵ月間にわたり日本国内の大学院などと連携しながら経営者に必要となる実践力を高めるプログラムを展開。経営を疑似体験できるプログラムも取り入れ、より実践的な内容で展開しています。

LEADアドバンス

次の経営幹部層となる所属長クラスの参加者を日本国内グループ各社より選抜し、7ヵ月間にわたり日本の経営大学院と連携したプログラムを展開。プログラム中では将来、自身が経営者となった際の経営戦略アジェンダを策定し、自身の経営スタイルの確立を図っていきます。

LEADエマージング

若手管理職、管理職候補者を対象に、参加者を日本国内グループ各社より選抜し、6ヵ月間にわたるプログラムを展開。プログラム中ではグループ各社の持つリソースを活用した新規事業立案を実施し、ビジネスモデル構築能力を養っていきます。

LEADスタート

25歳前後の若手社員を対象に、参加者を日本国内グループ各社から選抜し、3日間のプログラムを展開。プログラム中では執行役員としてのロールプレイを行い、経営者として持つべき視座・視点の高さを実感し、今後の経営者を目指す志の確立を目指します。

グローバル・リーダーシップ・ディベロップメント・プログラム(GLDP)

アサヒグループの歴史やグループ理念“Asahi Group Philosophy”(以下、AGP)を含めた経営方針などへの理解を深めることや、グローバルでの視座・視野の習得、異なる地域の従業員の理解やネットワーク構築などを目的に、2014年から実施しています。

GLDPエグゼクティブ

経営幹部層を対象にAGPに基づいたアサヒのグローバルマネジメント力を強化することを目的とし、半年間に及ぶアクションラーニングプログラムを展開します。

GLDPアドバンス

部長クラスを対象に、AGPに基づいた中長期的なグローバルでの戦略アジェンダを6ヵ月に及ぶアクションラーニングを通じて策定し、アサヒグループホールディングス(株)の経営層へ提言します。

GLDPエマージング

マネージャークラスを対象に、6ヵ月に及ぶアクションラーニングを通じてAGPに基づいた中長期的なグローバルでの新価値提案を策定し、アサヒグループホールディングス(株)の経営層へ提言します。

グローバル・チャレンジャーズ・プログラム(GCP)

AGPに基づく“グローカルな価値創造経営”を実現し、VUCA時代のグローバル市場で活躍できる人材を早期から計画的に育成するため、アサヒグループの海外事業会社にてOJT(On the Job Training)を実施しています。対象者は将来のグローカル経営者・スタッフを志向する日本人若手社員で、語学・異文化理解の素養のある社員の中から、アサヒグループホールディングス(株)による指名制としています。

- グローバルで活躍できる人材を早期かつ計画的に育成することを目的として2010年から開始した、海外に1年～1年半社員を派遣するプログラムで、これまでに50人以上を派遣しました。
- 2018年からは、新たに買収した欧州ビール事業会社への派遣や、より実践的な実務能力の習得を目的として、中堅社員を数ヵ月間派遣するプログラムを新たに開始しました。

▶ ありたい企業風土の醸成 ―学習する組織― ▶ 取り組み

One Young World

アサヒグループは次世代リーダーの育成と国際交流を目的とした地球規模のサミット「One Young World」に、人材育成の一環として参画しています。

さまざまな国・地域から若手社員を派遣し、世界各地から集まった次世代リーダーと交流するとともに、所属の異なる社員同士のコミュニケーションの強化も目指しています。



階層別研修

役員・管理職向け

グループ新任ライン長研修

人事評価の制度を適正に運用していくためには、部下を評価する立場にある上司(ライン長)一人ひとりが制度について十分に理解するとともに、各ライン長が一定の基準に沿って偏向なく部下を公正に評価することが重要です。

アサヒグループの日本国内主要会社では、これらの要件を確保し、評価を受ける従業員の納得度を高める目的で「新任ライン長研修」「新任ライン長フォローアップ研修」を実施しています。

初めてライン長になった従業員を対象として毎年10月に「新任ライン長研修」、翌年の5月に「新任ライン長フォローアップ研修」を実施。評価制度の主旨・内容はもちろんのこと、評価者の陥りやすい傾向とその対策や、評価調整、行動評価指標のひとつであるダイバーシティの理解促進などについて解説することで、理解を促すとともに評価のばらつきを生じないようにしています。

一般社員向け

ブラザーシスター制度・キャリアアドバイザー制度

日本国内主要会社では、新入社員がスムーズに会社に溶け込めるように、所定の研修を修了した先輩社員が配属後の新入社員を指導する「ブラザーシスター制度」を運用しています。また、若手従業員が今後のキャリアを考えていくための一助として、キャリアカウンセラー資格を取得したアドバイザーが若手従業員と個別面談し、親身になってキャリア形成についての相談に乗る「キャリアアドバイザー制度」を運用しています。



グループ新入社員導入研修

アサヒグループは、日本国内主要会社合同で新入社員の導入研修を実施しています。AGPやグループ全体についての理解促進、ビジネスマナーの習得を目的としたプログラムを独自で行っています。

キャリア自律支援

アサヒグループでは、社員自らがキャリアを自律的に築くための支援を実施しています。

キャリアデザインeラーニング

アサヒグループの日本国内主要会社では、キャリアに対する考え方を学び、従業員の自律的なキャリア形成を促すための研修講座「キャリアデザインeラーニング」を2020年から展開しています。

▶ ありたい企業風土の醸成 ―学習する組織― ▶ 取り組み

上司向けキャリア面談向上プログラムeラーニング

日本国内主要会社では、キャリア面談を行う上司を対象とした面談力向上のためのeラーニングを2020年から展開しています。

Webキャリアデザインセミナー

日本国内主要会社では、eラーニングでの学びをさらに深めるために、30代、40代、50代の年代別にキャリアセミナーを展開しました。2020年からテレワークスタイルでも受講可能なWebで実施しています。

オンラインキャリア面談

日本国内主要会社では、アサヒグループホールディングス(株)人事部内にキャリアサポートグループを新設し、国家資格キャリアコンサルタントによるオンラインキャリア面談を展開しました。

キャリア自律支援プログラム参加人数

支援プログラム	2021年	2022年
キャリアデザインeラーニング	389人	198人
上司向けキャリア面談向上プログラムeラーニング	84人	24人
Webキャリアデザインセミナー	117人	90人
オンラインキャリア面談	229人	283人
合計	819人	595人

▶ありたい企業風土の醸成 ―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経営において、シナジーの創出は大きな強みであると捉えています。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。またアサヒグループは、グループ理念“Asahi Group Philosophy”のOur Valuesのひとつに「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。

ガバナンス

アサヒグループは、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Regional Headquarters（以下、RHQ）による会議体を設置しています。またテーマに応じて各種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。

リスク管理

アサヒグループは、社員間の連携・協力体制が損なわれることによってさまざまなステークホルダーやアサヒグループの経営に悪影響を及ぼすことをリスクと捉えています。これらのリスクについては、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)体制下においてアサヒグループホールディングス(株)HR 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、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、会社と個人の成長の両側面を実現することを目指した戦略を立案しています。具体的には、グループの中長期的な課題を抽出するためのメガトレンドに関する議論に、取締役会メンバーから若手社員までが参加するプロセスを設けたり、グループ内の人材交流の活性化を進めるなどしています。今後、グループ内の各組織で有している経験やノウハウ、ベストプラクティスを水平展開する仕組みの構築を進めていきます。

▶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は、グループ・グローバルの経営をリードできる経営者が不可欠であり、計画的かつ中長期な観点で育成していくことが重要です。特にグローバルのキーポジションを担う人材については、外部からの人材獲得競争も激化しており、グループ内でのタレントレビューやサクセッション計画の実効性向上が必要です。今後も、中長期の観点から経営者を計画的に育成する仕組みを強化するとともに、リテンションや外部からの人材獲得も踏まえた競争力のある報酬制度の整備を推進していきます。

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（以下、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及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、各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

アサヒグループは、グローバルな事業地域の拡大に伴う人材需要の増加や必要スキルの変更・高度化により、多様で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ず、戦略の実行と目標達成が困難になることをリスクと捉えています。これらのリスクについては、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）体制下において代表取締役社長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

今後、事業環境が変化するスピードがさらに増すことが想定される中、企業価値を高めるためには、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。アサヒグループでは新たに「アサヒグローバルリーダーシップコンピテンシーモデル」を開発し、アサヒグループのリーダーに求めるコンピテンシーを定義しました。このコンピテンシーモデルに基づき、RHQを含めたタレントレビューを通じて、全社のキータレントの可視化を進めていきます。人材育成面においては、グローバル・リーダーシップ・ディベロップメント・プログラムを3階層に拡充し、毎年30人以上のグローバル経営者人材を輩出していきます。中長期的観点からグループ経営を担える人材を計画的に育成していきます。

▶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重要です。ケイパビリティの獲得にあたっては、Regional Headquarters(以下、RHQ)を超えた人材配置などによるグループ内人材の育成・活用、報酬制度と連動した採用競争力の強化や採用チャネルの多角化などによる外部専門人材の獲得、社外とのアライアンスやネットワーク強化による外部リソースの活用、などが考えられます。それらを適切に組み合わせ、環境変化に適した柔軟なケイパビリティの獲得を推進していきます。

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)の経営戦略会議で討議し、その獲得に向けた戦略を具体化しています。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)と各RHQの人材育成担当者の会議の場において、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、組織を超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

アサヒグループは、グローバルな事業地域の拡大に伴う人材需要の増加や必要スキルの変更・高度化により、ケイパビリティを確保することができず、戦略の実行と目標達成が困難になることをリスクと捉えています。これらのリスクについては、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)体制下において代表取締役社長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

中長期経営方針で掲げた「目指す事業ポートフォリオ」戦略、「コア戦略」であるサステナビリティ戦略、「戦略基盤強化」を中心に、今後グループで中期的に必要なケイパビリティを討議しました。ケイパビリティの獲得にあたっては、適所適材と育成を兼ねたグループ内人材の活用や、専門性に秀でた人材の獲得を進めています。また、パートナーシップやアライアンスなど社外リソースの活用と組み合わせることで、必要なケイパビリティの充足を図っています。

取り組み

グループ内人材の活用

2022年に米国に投資運用会社Asahi Group Beverages& Innovation, LLCを設立するにあたり、グローバルで公募を実施しました。さまざまな国・地域から20人を超える応募者があり、最終的にオランダ、豪州、日本から多様な経験とバックグラウンドを持つ4人が選抜されました。また、当社サプライチェーン部門でもグローバルテクニカルリードのポジションを公募し、豪州在住の社員が登用されました。



米国投資運用会社の設立メンバー

自然の恵みを守る

環境

アサヒグループは、
「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。
「自然の恵み」なくしてはアサヒグループの事業を継続することはできません。
私たちはさまざまな環境課題に対し、積極的な取り組みを推進していくことで、
「自然の恵み」を守っていきます。

- 環境方針
  - 環境基本方針
  - アサヒグループ環境ビジョン2050
- 環境マネジメント
- 環境実績

重点テーマ

- 気候変動への対応
  - マネジメント
  - 実績
  - 取り組み
  - TCFD提言への取り組み
- 持続可能な容器包装
  - マネジメント
  - 実績
  - 取り組み

取り組みテーマ

- 持続可能な農産物原料
  - マネジメント
  - 取り組み
- 持続可能な水資源
  - マネジメント
  - 実績
  - 取り組み
- 生物多様性
  - マネジメント
  - 取り組み
  - TNFD提言への対応
- 廃棄物削減と汚染の防止
  - マネジメント
  - 実績
  - 取り組み

環境方針

環境基本方針

アサヒグループはグループ理念“Asahi Group Philosophy”に基づき、「アサヒグループ環境基本方針」を定めています。

「アサヒグループ環境基本方針」は、アサヒグループが「自然の恵み」による多くの商品の原料を使用する企業グループとして環境に対する方針を定めるものです。アサヒグループ全従業員が本方針を遵守することで、環境の課題に対して積極的に取り組むことを目的としています。2023年2月の「アサヒグループ環境ビジョン2050」の改定に合わせて、同基本方針も見直しを行いました。

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環境ビジョン2050で描くプラネットポジティブの実現を目指していきます。

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。

アサヒグループ環境ビジョン2050

アサヒグループは、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。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、2019年に「アサヒグループ環境ビジョン2050」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、2050年の世界のありたい姿として、地球にポジティブなインパクトを与える考えを示す「プラネットポジティブ」を掲げ、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。

本環境ビジョンの策定においては、アサヒグループの日本、欧州、オセアニア、東南アジアの各地域統括会社のメンバーを含むプロジェクトチーム体制により、各地域の視点を踏まえるとともに、国連環境計画・金融イニシアティブの末吉竹二郎アジア太平洋地区特別顧問のアドバイスを取り入れました。

また、2050年を担う未来世代である35歳以下の多様な所属先・国籍の社員から意見を収集し、世界のありたい姿の定義、達成手段の具体化や、独自性のある戦略・取り組みの展開に反映しました。

指標と目標 > アサヒグループのマテリアリティ
関連情報 > 気候変動への対応
> 生物多様性
> 持続可能な容器包装
> 持続可能な農産物原料
> 持続可能な水資源
> 廃棄物削減と汚染の防止
> 持続可能なサプライチェーンの実現
アサヒの森

環境方針

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ゼロにし、循環を通して地球環境への価値を最大化するプラネットポジティブを達成する覚悟です。

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。

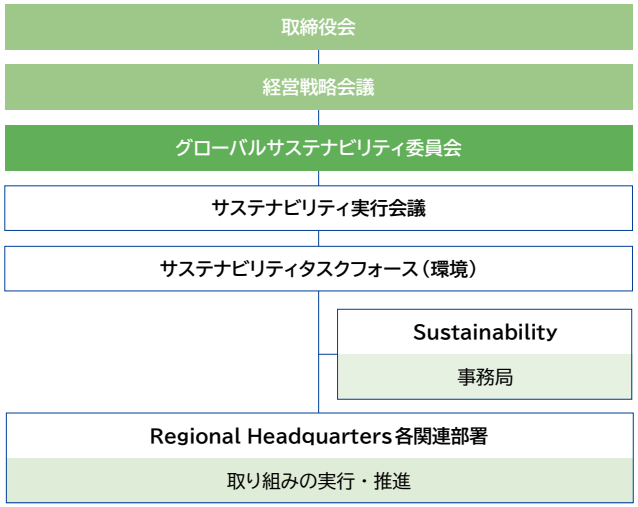
気候変動	容器包装	農産物原料	水資源
再エネの早期導入完了	資源利用の最小化	環境・人権に配慮した農産物調達	水使用量適正化による水循環促進
燃料の脱炭素化推進	環境配慮素材の利用	微生物の活用、副産物の循環利用	流域連携による協働の仕組み構築
バリューチェーンのCO_2削減と生態系の保全の両立	廃棄物が発生しない商品の開発	土壌改善による生態系の保全	適切な水質・水量の維持による生態系の保全
削減・吸収・回収の技術開発・展開	クローズドループ構築による海洋生態系の保全	農家支援による地域活性化	水ストレス地域における水アクセスの改善

環境マネジメント

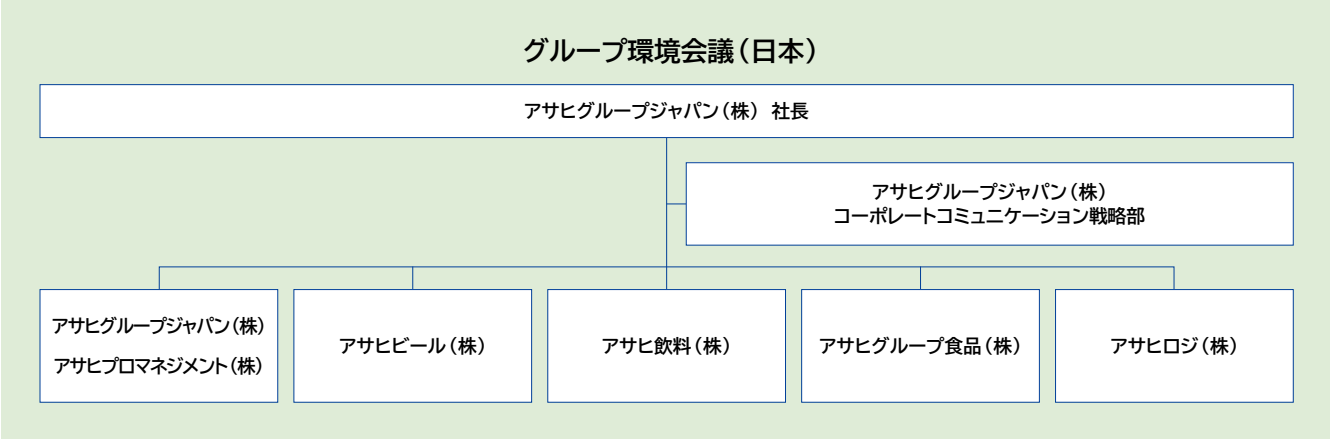
環境マネジメント体制

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。環境マネジメントの対象は、アサヒグループジャパン(株)、アサヒヨーロッパアンドインターナショナル、アサヒホールディングスオーストラリア、アサヒホールディングスサウスイーストアジアです。日本では、アサヒグループジャパン(株)社長をトップマネジメントとした「グループ環境会議」やISO 14001グループ統合認証「ISO事務局連絡会」を組織し、「アサヒグループ環境ビジョン2050」達成に向けた目標策定及び環境活動の進捗把握・評価を行っています。

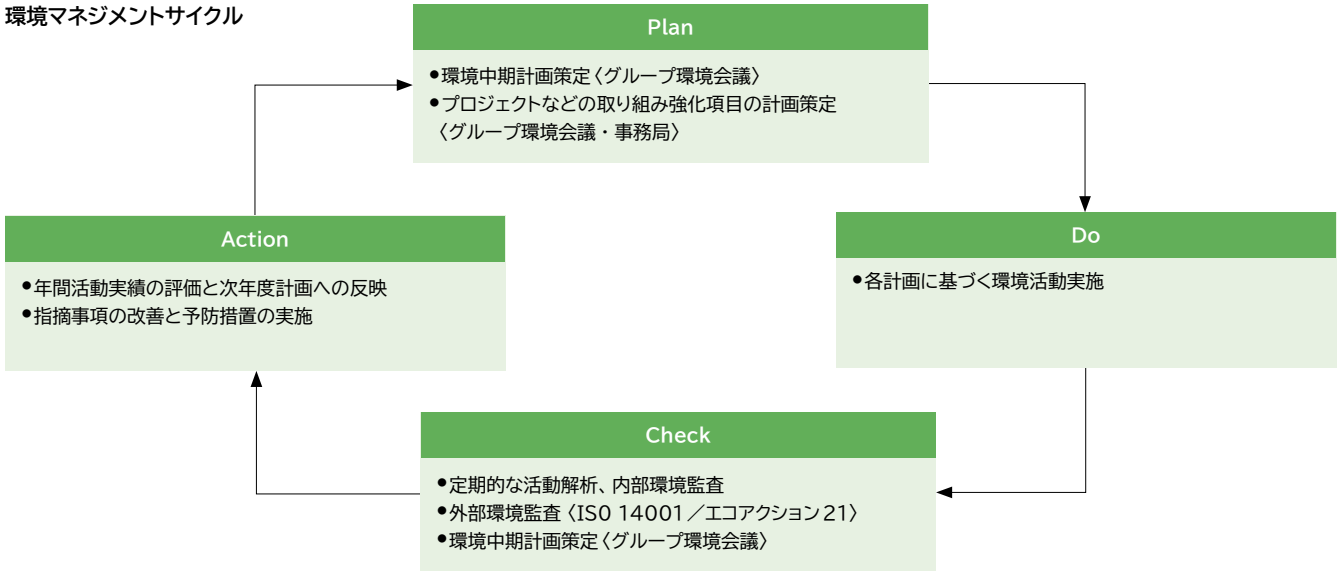
環境マネジメント体制



環境マネジメント体制(日本の体制図)



環境マネジメントサイクル



環境マネジメント

各工場での取り組み

各工場では、工場長をトップとする「環境管理委員会」が、「アサヒグループ環境基本方針」「アサヒグループ環境ビジョン2050」に基づいたグループ環境目標の達成のため、ISO 14001などの環境マネジメントシステムのPDCA管理運用により環境活動を推進しています。また、各工場が個別に活動するだけでなく、グループ内で成功事例を共有化するなど、活動をグループ全体に水平展開するための工夫をしています。

成果や進捗の把握・評価

環境活動の成果や進捗状況は、グループや各事業会社のISO 14001事務局が「グループ環境会議」の下部会議体にあたる「グループISO 14001連絡会」において、定期的に共有・把握・解析し、その結果を次期・次年度の計画立案に活用しています。

社内環境教育

アサヒグループの各事業会社では、ISO 14001やエコアクション21（EA21）※などに基づき、環境方針や環境目的・目標に関する教育を実施しています。また、環境啓発ツールの活用により社員の環境意識醸成を図っています。

さらに日本国内グループ主要会社でISO 14001統合認証を取得し、グループISO 14001内部監査員研修を通じて環境教育を実施することにより、グループ全体で環境管理のスキルアップを図っています。

環境教育実績

実施テーマ	内容	実施形態	受講対象者	実施時期	受講人数	教育時間
環境リスクマネジメントセミナー	廃棄物管理	講義・ワークショップ・検定	日本国内グループ会社の廃棄物管理担当者	2017年11月	約100人	5時間
				2018年11月	約100人	5時間
				2020年12月	約155人※1	5時間
				2021年12月	約100人※1	5時間
				2022年12月	約100人※1	5時間
グループISO 14001内部監査員研修	ISO 14001環境管理	講義・ワークショップ・試験	日本国内グループ会社のISO 14001推進担当者ほか	2019年3月（4回）	約100人	延べ30時間
				2020年2月（2回）、10月、11月（8回）	約200人※2	延べ70時間
				2021年5月（4回）、10月、11月（2回）※1	約150人	延べ42時間
				2022年5月（4回）、11月（2回）※1	約180人	延べ42時間
日本国内グループ環境教育	環境問題全般	eラーニング	日本国内グループ30社全従業員	2022年11月～12月	13,692人 受講率　97.2%	約10分／人
アサヒビール環境教育	新入社員研修	講義形式	アサヒビール（株）新入社員	2022年4月	52人	約30分／人
	ISO 14001推進担当者勉強会	講義形式	統括本部ISO 14001推進担当者	2022年10月	18人	約1時間／人
アサヒ飲料グループ環境教育	環境問題全般と飲料グループの取り組み	eラーニング	アサヒ飲料グループ全社員	2022年2月	約3,500人 受講率99%	約15分／人
アサヒグループ食品環境教育	新任ISO 14001推進担当者勉強会	講義形式	ISO 14001推進担当者	2022年2月、5月、9月	11人	2時間／人
アサヒロジグループ環境教育	①環境認識教育（環境問題全般） ②環境専門教育（ISO担当者としての認識）	①eラーニング＋紙ベース ②eラーニング	①アサヒロジグループ全従業員 ②アサヒロジグループISO 14001環境管理責任者、推進担当者、事務担当者	①2022年2月、3月 ②2022年11月	①3,099人　受講率100% ②269人	①約30分／人 ②約30分／人

※1 リモート形式　※2 一部リモート形式

※ エコアクション21認証（EA21）
企業、学校、公共機関が「環境への取り組みを効果的・効率的に行うシステムを構築・運用・維持し、環境目標を掲げ、行動し、結果を取りまとめ、評価し、報告する」ための方法で、環境省が普及支援を行っています。

環境マネジメント

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等)の支持・遵守はもとより、排水処理やボイラー設備等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。国内グループ会社では、年1回、行政へエネルギー使用量、省エネルギー目標の達成状況を報告しています。また、非国家アクターのイニシアチブへの参加を通して、脱炭素社会の構築に向けた政府への政策提言を行っています。一例として、2021年4月には、日本政府により発表された新たな2030年温室効果ガス排出削減目標に対する支持を表明しました。

環境関連法規等一覧

1. 気候変動・地球温暖化

- 地球温暖化対策の推進に関する法律(温対法)
- 省エネ法
- フロン排出抑制法
- 東京都環境確保条例

＊ 気候変動を回避するためのイニシアチブ(ソフトロー)
SBT (Science Based Targets:科学的根拠に基づいた温暖化効果ガス削減目標)
TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures:気候関連財務情報開示タスクフォース)

2. リサイクル・廃棄物

- 循環型社会形成推進基本法
- 資源有効利用促進法
- 廃棄物処理法
- 容器包装リサイクル法
- 食品リサイクル法
- 食品ロス削減推進法
- 家電リサイクル法
- 小型家電リサイクル法
- 建設リサイクル法
- グリーン購入法
- プラスチック資源循環促進法

3. 公害・土地利用

- 大気汚染防止法
- 水質汚濁防止法
- 浄化槽法
- 下水道法
- 悪臭防止法
- 騒音規制法
- 振動規制法
- 工業用水法
- 工場立地法
- 土壌汚染対策法
- 特定工場における公害防止組織の整備に関する法律
- 瀬戸内海環境保全特別措置法
- 公害健康被害の補償等に関する法律
- 東京都環境確保条例

4. その他

- 環境基本法
- 食品衛生法
- 水道法
- PRTR法
- 労働安全衛生法
- 消防法
- 高圧ガス保安法
- 毒物及び劇物取締法
- ダイオキシン類対策特別措置法
- PCB廃棄物特別措置法
- 自動車リサイクル法
- 自動車NOx・PM法
- 建築基準法
- 自然環境保全法
- 農薬取締法
- 肥料取締法
- 環境の保全のための意欲の増進及び環境教育の推進に関する法律(環境保全活動・環境教育推進法)
- 生物多様性基本法

環境マネジメント

環境マネジメントシステム認証取得状況

アサヒグループは、環境マネジメントシステム(EMS)「ISO 14001」及び「エコアクション21」の認証取得を推進しています。

2019年8月、アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)の販売会社まで認証を拡大し、日本国内主要グループ会社によるISO 14001グループ統合認証を取得しました。ISO 14001をグループ統合することで、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ります。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PDCA管理体制を構築し、「環境ビジョン2050」の実現につなげています。

なお、以下認証一覧の組織名称は認証取得時のものであり、2022年末時点のアサヒグループにおける環境マネジメント対象範囲事業会社のものです。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。

各拠点の認証取得状況

アサヒグループジャパン(株)

事業場	種類	取得年月
本社(アサヒプロマネジメント、アサヒビール、アサヒ飲料、アサヒオリオン飲料、アサヒグループ食品、日本エフディ、和光食品工業、アサヒロジ、エービーカーゴ東日本、エービーカーゴ西日本)	ISO 14001	2021年8月
本社(アサヒプロマネジメント、アサヒビール、アサヒ飲料、アサヒ飲料販売、ミチノク、九州アサヒ飲料販売、アサヒオリオン飲料、アサヒグループ食品、日本エフディ、和光食品工業)	ISO 14001	2019年8月
本社(アサヒプロマネジメント、アサヒ飲料、アサヒグループ食品、日本エフディ、和光食品工業)	ISO 14001	2018年8月

＊ 2018年8月 アサヒグループホールディングス(株)、アサヒプロマネジメント(株)、アサヒ飲料(株)、カルピス(株)、アサヒグループ食品(株)、日本エフディ(株)、和光食品工業(株)で統合認証取得
＊ 2019年8月 アサヒビール(株)、アサヒ飲料販売(株)、(株)ミチノク、九州アサヒ飲料販売(株)、アサヒオリオン飲料(株)を拡大認証し統合認証取得
＊ 2021年8月アサヒロジ(株)、エービーカーゴ東日本(株)、エービーカーゴ西日本(株)を拡大統合認証取得

関連情報 ISO 14001登録証

アサヒクオリティーアンドイノベーションズ(株)

事業場	種類	取得年月
サイト認証(本社・4研究所)	ISO 14001	2015年9月

関連情報 ISO 14001登録証

アサヒバイオサイクル(株)

事業場	種類	取得年月
本社、守谷ラボ、群馬工場	ISO 14001	2013年7月

関連情報 ISO 14001登録証

ニッカウヰスキー(株)

事業場	種類	取得年月
統合認証(本社・8工場)	ISO 14001	2002年12月

＊ 2018年9月 さつま蒸留蔵を拡大認証取得

関連情報 ISO 14001登録証

アサヒビールモルト(株)

事業場	種類	取得年月
統合認証(本社・2工場)	エコアクション21	2006年1月

＊ 日本国内生産拠点数：33工場　EMS認証取得生産拠点：33工場(2022年末現在)
＊ 日本国内で管理する生産拠点のEMS認証取得率100%

関連情報 エコアクション21登録証

アサヒヨーロッパアンドインターナショナル

会社・事業場	種類	取得年月
Plzeňský Prazdroj(チェコ)		
Plzen	ISO 14001	2000年6月
Nosovice	ISO 14001	2000年6月
Velke Popovice	ISO 14001	2000年6月
Plzeňský Prazdroj Slovensko, a.s.(スロバキア)		
Saris	ISO 14001	2000年6月
Asahi Netherlands B.V(オランダ)		
Asahi Netherlands B.V	ISO 14001	2004年8月
Ursus Breweries SA(ルーマニア)		
Buzau	ISO 14001	2005年11月
Brasov	ISO 14001	2008年4月
Timisoara	ISO 14001	2006年3月
Birra Peroni S.r.l.(イタリア)		
Birra Peroni S.r.l.(Padova Brewery)	ISO 14001	2007年5月
Birra Peroni S.r.l.(Rome Brewery)	ISO 14001	2006年5月
Birra Peroni S.r.l.(Bari Brewery)	ISO 14001	2004年5月
Dreher Sörgyárak Zrt.(ハンガリー)		
Budapest	ISO 14001	1998年10月
Kompania Piwowarska SA(ポーランド)		
Poznan	ISO 14001	2001年7月
Bialystok	ISO 14001	2005年8月
Tychy	ISO 14001	2001年7月

環境マネジメント

アサヒホールディングスオーストラリア

会社・事業場	種類	取得年月
Tullamarine	ISO 14001	2009年12月
Huntingwood	ISO 14001	2005年12月
Wulkuraka	ISO 14001	2006年1月
Albury	ISO 14001	2018年12月
Welshpool	ISO 14001	2018年7月
Laverton	ISO 14001	2019年12月
Renmark	ISO 14001	2020年12月
Papakura	ISO 14001	2019年12月

アサヒホールディングスサウスイーストアジア

会社・事業場	種類	取得年月
Bangi	ISO 14001	2015年9月
Meru	ISO 14001	2021年2月

＊ 海外生産拠点数：35工場　EMS認証取得生産工場：25工場（2022年末現在）
＊ 海外で管理する生産拠点のEMS認証取得率71%

環境監査

アサヒグループは、ISO 14001/エコアクション21に基づき、外部認証機関による外部審査を実施しています。また、日本の各事業場内の内部監査チームによる内部環境監査を定期的に実施しています。さらに、これらの監査とは別に、各社本社の監査部門が定期的に内部監査を実施し、各拠点における環境活動の妥当性を監視しています。

本社内部監査実績（2022年）

監査対象（日本）

グループ各社	●アサヒビール（株）　●アサヒドラフトマーケティング（株）　●エノテカ（株）　●（株）なだ万　●アサヒフードクリエイト（株）　●アサヒ飲料（株）　●アサヒ飲料販売（株）　●（株）ミチノク　●九州アサヒ飲料販売（株）　●アサヒオリオン飲料（株）　●アサヒグループ食品（株）　●日本エフディ（株）　●和光食品工業（株）　●アサヒロジ（株）

監査結果（環境マネジメント）

要改善以上の指摘	35件
主な指摘事項	●廃棄物関連（契約書・マニフェストなど）の管理方法の不備 20件 ●環境設備関連（排水処理など）の管理方法の不備 4件 ●フロン関連管理方法の不備 6件 ●その他、環境関連法関連対応・管理の不備 5件

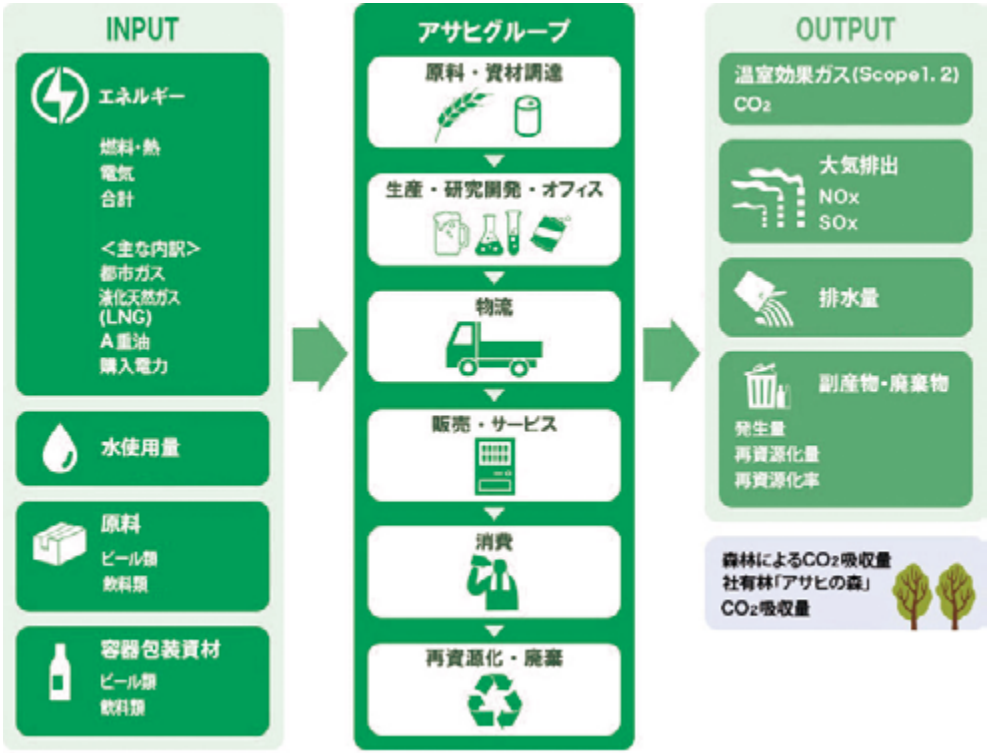
環境実績

マテリアルバランス

活動に伴う環境負荷の実績

アサヒグループは、事業活動に伴って発生する環境負荷を把握し、その低減に向けて取り組んでいます。

マテリアルバランス



INPUT カテゴリー	項目	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
エネルギー	燃料・熱(千GJ)	6,252	6,289	5,857	5,714	5,343
	電力(千GJ)	3,319	3,141	3,096	3,185	3,155
	合計(千GJ)	9,571	9,430	8,953	8,899	8,498
〈主な内訳〉	都市ガス(千m^3)	106,508	109,011	100,485	98,204	98,824
	液化天然ガス(LNG/t)	9,570	9,497	9,361	9,088	8,940
	A重油(kl)	8,431	6,610	6,271	6,075	6,008
	購入電力(千kWh)	340,526	322,177	318,463	324,723	324,357
水使用量	使用量(千m^3)	22,777	22,280	20,584	20,227	20,521
原料	ビール類(千t)	283	271	255	220	227
	飲料類(千t)	264	283	263	260	260
容器包装資材	ビール類(千t)	297	278	184	162	198
	飲料類(千t)	143	129	133	132	124

OUTPUT カテゴリー	項目	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
温室効果ガス	CO_2排出量(千t)	495	469	447	402	342
大気排出	NOx(t)	157	215	179	177	177
	SOx(t)	14	18	13	8	8
水排水量	排水量(千m^3)	16,615	16,428	15,312	14,873	15,059
排水水質※	BOD(t)	-	354.7	294.6	354.3	369.7
	COD(t)	-	125.3	92.3	132.2	138.5
副産物・廃棄物(日本国内生産拠点＋本社)	発生量(千t)	287	255	250	225	229
	再資源化量(千t)	287	255	250	225	229
	再資源化率(%)	100	100	100	100	100

＊ 集計範囲：日本の事業会社
＊ 集計期間：各年1-12月
※ 排水水質については、2019年より定義を見直して算出しています。

環境実績

環境会計

環境保全コスト

単位：百万円

分類		主な取り組みの内容	2018年		2019年		2020年		2021年		2022年	
			投資額	費用額	投資額	費用額	投資額	費用額	投資額	費用額	投資額	費用額
1.事業エリア内コスト※1			2,030	6,759	2,703	6,267	1,403	6,258	917	6,323	940	6,418
内訳	①公害防止コスト	●大気汚染、水質汚濁防止活動 ●公害防止設備の保守・点検 ●大気・水質などの分析・測定	577	2,796	1,441	2,550	879	2,665	328	2,570	212	2,299
	②地球環境保全コスト	●オゾン層破壊防止（脱フロン） ●省エネルギー活動	1,007	1,600	720	1,566	306	1,506	406	1,597	504	1,564
	③資源循環コスト	●工場における廃棄物再資源化 ●リサイクル推進活動 ●廃棄物処理設備の導入	446	2,363	542	2,151	218	2,087	183	2,156	224	2,555
2.上・下流コスト※2		●リサイクル推進・支援活動（容器包装再商品化委託料など） ●グリーン購入、グリーン電力購入	-	761	-	520	-	617	-	756	-	1,160
3.管理活動コスト※3		●ISO 14001/EA21の維持 ●環境監査の実施 ●環境教育の実施	-	361	-	484	-	437	-	505	-	407
4.研究開発コスト※4		●環境関連の研究開発	47	249	40	255	112	334	126	536	182	610
5.社会活動コスト※5		●環境美化活動、公害賦課金 ●アサヒの森運営費 ●環境保護団体などへの寄付、広告	-	224	-	444	-	476	6	520	-	496
6.環境損傷コスト※6			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計値			2,077	8,353	2,743	7,970	1,515	8,122	1,049	8,640	1,122	9,091

＊ 集計範囲：アサヒビール（株）、アサヒ飲料（株）
＊ 集計期間：各年1-12月
※1. 主なる事業活動により事業エリア内で生じる環境負荷を抑制するための環境保全コスト
※2. 主なる事業活動に伴ってその上流または下流で生じる環境負荷を抑制するための環境保全コスト
※3. 管理活動における環境保全コスト
※4. 研究開発活動における環境保全コスト
※5. 社会活動における環境保全コスト
※6. 環境損傷に対応するコスト

環境保全対策に伴う経済効果

単位：百万円

効果の内容	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
廃棄物再資源化による有価物の売却収入総額	279	265	225	217	235
省エネルギー施策による費用削減額	142	273	119	280	162

＊ 集計範囲：アサヒビール（株）、アサヒ飲料（株）
＊ 集計期間：各年1-12月

重大な事故及び違反の発生状況

アサヒグループにおいて、2022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2022年は環境関連の罰金・違約金は発生していません。

環境実績

グリーンボンド

アサヒグループは、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。その大切な自然の恵みを未来世代につなぐため、さまざまな環境課題への取り組みを推進すべく、2019年2月に「アサヒグループ環境ビジョン2050」を策定し、2023年2月に改定を行いました。新「アサヒグループ環境ビジョン2050」では、世界のありたい姿として「プラネットポジティブ」を掲げ、事業による環境負荷をゼロにし、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ます。また、環境への取り組みの柱を1.気候変動、2.容器包装、3.農産物原料、4.水資源に設定した上で、2050年の世界のありたい姿を定義し、それぞれの実現に向けた施策を推進します。

当社グループは、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。この度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。

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、2026年から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_2回収への取り組み、及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式会社
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	●「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_2回収への取り組み ●リサイクルPETの調達、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
主幹事証券会社	野村證券株式会社、大和証券株式会社、SMBC日興証券株式会社、みずほ証券株式会社
グリーンボンド・ストラクチャリング・エージェント※	野村證券株式会社

※ グリーンボンドのフレームワークの策定及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株式会社
- 株式会社阿波銀行
- 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
- 株式会社小糸製作所
- 株式会社西京銀行
- さわやか信用金庫
- 学校法人 実践女子学園
- 諏訪信用金庫
- 瀬戸信用金庫
- ソニー損害保険株式会社
- 第一フロンティア生命保険株式会社
- 株式会社筑邦銀行
- 銚子商工信用組合
- 株式会社東邦銀行
- ニッセイアセットマネジメント株式会社
- 株式会社八十二銀行
- 株式会社東日本銀行
- 碧海信用金庫
- 株式会社北洋銀行
- 株式会社北陸銀行
- 三井住友海上火災保険株式会社
- 三井ダイレクト損害保険株式会社
- 三菱UFJ信託銀行株式会社
- 株式会社武蔵野銀行
- 明治安田アセットマネジメント株式会社
- 杜の都信用金庫
- 株式会社山口銀行

環境実績

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」及び「グリーンボンドガイドライン2022年版」への適合性及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、株式会社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 セカンドパーティ・オピニオン

フレームワーク

アサヒグループは、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」及び環境省「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	1. 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_2回収への取り組み 2. 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 3. 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
プロジェクトの評価と選定プロセス	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いたします。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サイトにて公表いたします。

関連情報 グリーンボンドフレームワーク

第14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、主にリサイクル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の購入、社有林「アサヒの森」の維持等に充当します。

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式会社
発行年限	5年
発行額	100億円
発行日	2020年10月15日
資金使途	●リサイクルPETの調達 ●バイオマスプラスチックの調達 ●再生可能エネルギーの購入 ●社有林「アサヒの森」の維持　など
主幹事証券会社	野村證券株式会社、大和証券株式会社、SMBC日興証券株式会社、みずほ証券株式会社
グリーンボンド・ストラクチャリング・エージェント※	野村證券株式会社

※ グリーンボンドのフレームワークの策定及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

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2018」及び「グリーンボンドガイドライン2020年版」への適合性及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、株式会社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 セカンドパーティ・オピニオン

環境実績

投資表明投資家一覧（五十音順）

- アセットマネジメントOne株式会社
- 石川県信用保証協会
- 一丸ファルコス株式会社
- 株式会社七十七銀行
- 住友生命保険相互会社
- 大東京信用組合
- 東京海上日動火災保険株式会社
- 学校法人 東京農業大学
- 東京ベイ信用金庫
- 西春日井農業協同組合
- 日本生命保険相互会社
- 株式会社東日本銀行
- 三井住友トラスト・アセットマネジメント株式会社
- 三菱UFJ国際投信株式会社
- 三菱UFJ信託銀行株式会社
- 明治安田アセットマネジメント株式会社
- 明治安田生命保険相互会社
- 株式会社山梨中央銀行
- 和信化学工業株式会社

フレームワーク

アサヒグループは、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2018」及び環境省「グリーンボンドガイドライン2020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	(1)「アサヒカーボンゼロ」への取り組み：再生可能エネルギー電力の購入、工場における省エネルギー設備の導入、ヒートポンプ自販機の導入 (2) プラスチック問題への対応に関する取り組み：リサイクルPETの調達、バイオマスプラスチックの調達 (3) 持続可能な水資源を推進する取り組み：社有林「アサヒの森」の維持
プロジェクトの評価と選定プロセス	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	グリーンボンドで調達された資金は、アサヒグループホールディングス（株）Financeによりグリーンボンド専用の口座にて管理され、Financeは、内部管理システムを用いて四半期末ごとに追跡・管理を行います。調達資金が適格事業に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サイト及び統合報告書にて、適格事業への資金充当状況について公表いたします。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サイト及び統合報告書にて公表いたします。

関連情報 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2020年11月～2022年6月の支出に対して、10,000百万円を充当しました。

〈内訳〉

- 再生可能エネルギー由来の電力の購入：1,529百万円
- ヒートポンプ自販機の導入：1,578百万円
- リサイクルPETの調達、バイオマスプラスチックの調達：6,203百万円
- 工場における省エネルギー設備の導入：572百万円
- 社有林「アサヒの森」の維持：117百万円

■インパクトレポート

1.「アサヒカーボンゼロ」への取り組み状況	
再生可能エネルギー由来の電力購入量	154GWh
CO_2排出削減量	13,641t
2. 持続可能な容器包装に関する取り組み状況	
リサイクルPET・バイオマスプラスチックなど、環境配慮素材の使用量	47,962t
3. 持続可能な水資源を推進する取り組み状況	
「アサヒの森」の概要	2020年10月以降の管理面積は2,467ha、水涵養量は1,101万m^3となりました。

＊ 現在取得可能な環境データから適切なレポーティングができるよう、項目を一部見直しました。

環境実績

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、水使用量及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)及びアサヒ飲料(株)	2015年～
		欧州及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～
エネルギー使用量	ISAE 3000	日本、欧州及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、欧州及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
Scope1,2保証声明書(2014年) Scope1,2保証声明書(2015年) Scope3保証声明書(2015年) Scope1,2保証声明書(2016年) Scope3保証声明書(2016年) Scope1,2保証声明書(2017年) Scope3保証声明書(2017年) Scope1,2,3エネルギー使用量、水使用量及び排水量保証声明書(2018年) Scope1,2,3エネルギー使用量、水使用量、排水量データ保証(2018年) Scope1,2,3エネルギー使用量、水使用量及び排水量保証声明書(2019年) Scope1,2,3エネルギー使用量、水使用量、排水量データ保証(2019年) Scope1,2,3エネルギー使用量、水使用量及び排水量保証声明書(2020年) Scope1,2,3エネルギー使用量、水使用量、排水量データ保証(2020年) Scope1,2,3エネルギー使用量、水使用量及び排水量保証声明書(2021年) Scope1,2,3エネルギー使用量、水使用量、排水量データ保証(2021年) Scope1,2,3エネルギー使用量、水使用量及び排水量保証声明書(2022年) Scope1,2,3エネルギー使用量、水使用量、排水量データ保証(2022年)

関連情報 東京都地球温暖化対策計画書 2022年度

社外からの評価

アサヒグループはこれまで、環境関連のさまざまな表彰・認定を受けています。

CDPが実施した調査においてアサヒグループが高評価

アサヒグループホールディングス(株)は2022年、国際的な非営利団体CDPが実施した「気候変動」に関する調査において、「Aリスト」に選定されました。

第4回ESGファイナンス・アワード・ジャパン「金賞」受賞

環境省が主催する「ESGファイナンス・アワード・ジャパン」は、ESG金融やグリーンプロジェクトに関して積極的に取り組み、環境・社会に優れたインパクトを与えた投資家・金融機関や、環境関連の重要な機会とリスクを企業価値向上に向け経営戦略に取り込み、企業価値と環境へインパクトを生み出している企業を評価・表彰するものです。

環境実績

アサヒグループは、第4回「ESGファイナンス・アワード・ジャパン」において、環境サステナブル企業部門で環境大臣賞である「金賞」を受賞しました。これまでの3年連続の銅賞に続いて初めての金賞受賞となりました。あわせて、開示充実度が一定の基準を満たしている「環境サステナブル企業」として選定されました。

アサヒヨーロッパアンドインターナショナルが「Changemaker Award」を受賞

アサヒヨーロッパアンドインターナショナルは、「RE100 Leadership Awards 2022」において、「Changemaker Award」を受賞しました。再生可能エネルギーを活用した電力の導入において、意欲的な目標を設定し、ネットゼロ目標達成に向けて大きく前進したことが評価されました。



会社名	主催団体名	表彰受賞または認定年月	表彰受賞名または認定内容
アサヒグループホールディングス（株）	CDP	2023年3月	CDP「サプライヤー・エンゲージメント評価」で最高評価「サプライヤー・エンゲージメント・リーダー」企業に3年連続で認定
アサヒグループホールディングス（株）	環境省	2023年2月	「ESGファイナンス・アワード・ジャパン」環境サステナブル企業部門金賞受賞
アサヒグループホールディングス（株）	CDP	2022年12月	CDP「気候変動」に関する調査で5年連続「Aリスト」に選定
アサヒグループホールディングス（株）	日本経済新聞社	2022年11月	脱炭素の取り組みで有力企業500社をランク付けした「GX500」で首位を獲得
アサヒヨーロッパアンドインターナショナル	Climate Group	2022年9月	「RE100 Leadership Awards 2022」において「Changemaker Award」受賞
アサヒグループホールディングス（株）	環境省	2022年2月	「ESGファイナンス・アワード・ジャパン」環境サステナブル企業部門銅賞受賞
アサヒグループホールディングス（株）	CDP	2021年12月	CDP「気候変動」に関する調査で4年連続「Aリスト」に選定
アサヒグループホールディングス（株）	CDP	2021年12月	CDP「水セキュリティ」に関する調査で「Aリスト」に選定
アサヒバイオサイクル（株）	日本食糧新聞社	2020年11月	第29回「食品安全安心・環境貢献賞」を受賞
アサヒバイオサイクル（株）	国立環境研究所 日刊工業新聞社	2020年4月	第47回「環境賞」で最高賞となる「環境大臣賞」を受賞
アサヒグループホールディングス（株）	日本経済新聞社	2018年12月	ビール工場排水を利用した固体酸化物形燃料電池（SOFC）による発電技術開発が評価され、「2018年日経地球環境技術賞」優秀賞受賞
アサヒグループホールディングス（株）	日本政策投資銀行（DBJ）	2018年1月	日本政策投資銀行の「環境格付」で最高ランクを獲得

気候変動への対応 重点テーマ

マネジメント

考え方

地球温暖化により、これまで経験したことのない気候の変化や、熱波による干ばつ、台風や豪雨による洪水など異常気象が世界各地で発生し、生命や財産に大きな被害をもたらしています。この気候変動問題は、「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重要な環境課題です。アサヒグループは、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。

アサヒグループは、パリ協定や国連の持続可能な開発目標(SDGs)などを踏まえ、「アサヒグループ環境ビジョン2050」を策定しました。2050年にScope1,2,3における脱炭素目標「アサヒカーボンゼロ」に加え、バリューチェーンを超えて社会全体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、達成に向けてさまざまな取り組みを積極的に推進しています。

今後、気候変動により、大麦やホップなどの農産物原料の安定調達への影響や、規制などによるリスクが想定されます。これまで、シナリオ分析を通じて気候変動の自社への将来影響を分析してきた結果、炭素税が導入された場合、2030年に90億円、2050年に153億円製造コスト上昇の影響があると試算しました。しかし、「アサヒカーボンゼロ」に取り組むことで、2030年に62億円、2050年に153億円の削減効果があると見込んでいます。さらに、アサヒグループがバリューチェーン全体のCO_2排出量を削減することで、気候変動の緩和に貢献します。

また、気候変動への対応が不十分な場合、消費者・取引先から商品が選ばれなくなる可能性がある一方、CO_2排出量を削減した商品を環境配慮商品として展開することで、売上の拡大につなげられます。同時に、飲料・食品など生活に身近な商品のCO_2排出量を削減することで、お客様・生活者の気候変動への意識と行動の変容を促すことができると考えています。

アサヒグループは、今後、事業に関わるすべての活動(Scope1,2,3)において脱炭素を実現し、さらにカーボンの排出量削減、吸収、回収などの技術を開発・展開することで「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「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」を目指し、取り組みを加速させていきます。

ガバナンス

関連情報 > 環境マネジメント

リスク管理

アサヒグループは、地球温暖化により、気候の変化や、異常気象が起こることによって、アサヒグループの事業継続が難しくなるとともに社会へさまざまな悪影響を及ぼすことをリスクと捉えています。

これらのリスクについては、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)体制下において代表取締役社長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、2050年にScope1,2,3における中長期目標「アサヒカーボンゼロ」の達成、及び「Beyondカーボンニュートラル」を目指し、さまざまな取り組みを積極的に推進しています。また、2019年に「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」提言への賛同を表明し、シナリオ分析を通じて、気候変動へ対応した事業戦略の策定も進めています

「アサヒカーボンゼロ」への取り組み

アサヒグループは、気候変動への中長期目標「アサヒカーボンゼロ」を設定しています。「アサヒカーボンゼロ」は、2050年にScope1,2及びScope3にてCO_2排出量ゼロを目指すものであり、2030年にScope1,2において70%削減、Scope3において30%削減を目標とするものです。さらに、Scope1,2は2025年までに40%削減する中間目標を設定しました。また、「Beyondカーボンニュートラル」では、バリューチェーンを超えた社会全体のカーボン排出量削減を目指します。

目標達成に向けては、再生可能エネルギーの早期導入完了、製

▶ 気候変動への対応 ▶ マネジメント

造工程における燃料利用の脱炭素化推進、CO_2排出量の削減・吸収・回収に関連した技術開発・展開など、さまざまな施策を実施していきます。またサプライヤーの皆様やパートナーと協働し、バリューチェーンのCO_2削減と生態系保全の両立を目指します。

「アサヒカーボンゼロ」は、Science Based Targets（SBT）イニシアチブから2030年のScope1,2目標において「1.5℃目標」、Scope3目標において「2℃目標」の認定を取得しています。また、Scope3目標は2℃を十分に下回る水準（Well Below 2℃）に達しています。SBTイニシアチブとは、企業のCO_2排出量削減目標が科学的な根拠と整合したものであることを認定する国際的なイニシアチブです。

また、2020年10月に日本国内の飲料業界としては初となるRE100に加盟しました。取り組みをさらに積極的に推進することを目指し、2022年には各Regional Headquartersでの再生可能エネルギー由来の電力活用が早急に拡大していることを受け、RE100の目標年を10年繰り上げました。2040年までに使用電力すべてを再生可能エネルギーにすることを目指します。

TCFD提言への取り組み

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インパクトの評価及び対応策の立案が、持続可能な社会の実現及び事業の持続可能性に不可欠であると認識し、「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」提言への賛同を表明しています。

アサヒグループのTCFD提言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

グループ全体目標

目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
•2050年までにScope1,2,3においてCO_2排出量をゼロとし、カーボンニュートラルを実現する※1 •2030年までにScope1,2においてCO_2排出量を70%削減する（2019年比）※2 •2025年までに、Scope1,2においてCO_2排出量を40%削減する（2019年比）※2 •2030年までにScope3においてCO_2排出量を30%削減する（2019年比）※1	7.2／7.3／13.1／13.2

※1. 対象範囲：アサヒビール（株）、アサヒ飲料（株）、アサヒグループ食品（株）、アサヒヨーロッパアンドインターナショナル、アサヒホールディングスオーストラリア、アサヒホールディングスサウスイーストアジア
※2. 対象範囲：アサヒグループジャパン（株）、アサヒヨーロッパアンドインターナショナル、アサヒホールディングスオーストラリア、アサヒホールディングスサウスイーストアジア

各RHQの計画

対象組織	目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
AGJ	• 2025年までに、全生産拠点の購入電力を100%再生可能エネルギーにする	7.2／7.3／13.1／13.2
AGJ	• CO_2排出量を毎年前年比1%以上削減する	
AEI	• 2030年までに、生産拠点におけるカーボンニュートラルを実現する	
AEI	• 2025年までに、生産拠点において使用する電力を100%再生可能エネルギーにする	
AHA	• 2025年までに、Scope1,2においてCO_2排出量を50%削減する（2019年比）	
AHA	• 2025年までに、購入電力の100%を再生可能エネルギーにする	
AHSEA	• 2030年までに、Scope1,2においてCO_2排出量を50%削減する（2019年比）	

アサヒカーボンゼロ CO_2排出量実績　単位：千t-CO_2

	2019年（基準年）	2020年	2021年	2022年
Scope1,2	975	911	800	686
Scope3※	8,773	8,337	8,178	8,328

※ アサヒカーボンゼロ対象範囲事業会社からの総CO_2排出量をGHGプロトコルに準拠し、算定しています。なお、アサヒカーボンゼロ進捗管理のため、2019年、2020年については事業取得前の事業会社（CUB等）排出量を組み入れており、次ページCO_2排出量実績よりも大きくなっています。また、アサヒグループ食品（株）のScope3のCO_2排出量は、算定方法を検討中のため、CO_2排出量実績に含まれていません。

関連情報 > 取り組み進捗状況（2022年）

関連するSDGs





関連情報
> 実績（気候変動への対応）
> 取り組み（気候変動への対応）
> 持続可能なサプライチェーンの実現
> TCFD提言への取り組み
CDP気候変動質問書2023

気候変動への対応

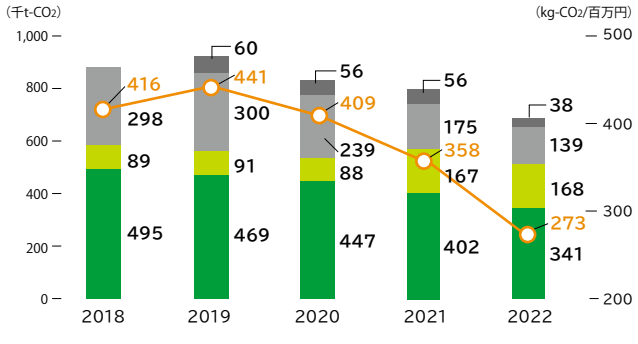
実績

CO_2 排出量実績

アサヒグループにおける2022年Scope1,2,3のCO_2排出量実績は、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。Scope1,2のCO_2排出量削減実績は対2019年比30%減となり、SBT目標（2030年時、2019年比50%減）を上回るペースで進捗しています。また、Scope3についてのCO_2排出量はアサヒビール（株）、アサヒ飲料（株）に加え、2020年からアサヒヨーロッパアンドインターナショナル、アサヒホールディングスオーストラリア、2021年からアサヒホールディングスサウスイーストアジアにも範囲を拡大しました。SBT目標の進捗は、対2019年比5%減で進捗しています。

＊ グリーン電力証書によるCO_2排出削減貢献量は反映していません。

CO_2排出量・原単位の推移



＊ 集計範囲の詳細は こちら

CO_2排出量実績・原単位

単位：千t-CO_2

項目		2018年	2019年	2020年	2021年※1	2022年
Scope1		463	492	463	494	492
Scope2		419	429	367	306	194
Scope1+2		881	921	830	800	686
Scope3※2※3		2,899	4,455	6,779	8,178	8,328
Scope1+2原単位	(kg-CO_2/百万円)※4	416	441	409	358	273
	(kg-CO_2/kl)※5	75	78	72	65	55
Scope3原単位(kg-CO_2e/百万円)		1,367	2,133	3,343	3,657	3,317
売上高(10億円)		2,120	2,089	2,028	2,236	2,511

※1 集計範囲：2021年からアサヒホールディングスオーストラリア傘下のカールトン＆ユナイテッドブリュワリーズにも範囲を拡大。
※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）、アサヒヨーロッパアンドインターナショナル、アサヒホールディングスオーストラリア、2021年からアサヒホールディングスサウスイーストアジアにも範囲を拡大。（集計範囲の詳細は こちら）
※3 Scope3については、排出原単位等を更新した実績を2019年まで遡及して記載。なお、2021年実績については、「TCFD提言への取り組み」において、更新前実績値を用い分析を行っているため、値が異なります。
※4 売上収益に対する生産原単位CO_2排出量
※5 製品klに対する生産原単位CO_2排出量

国別 CO_2排出量実績

単位：千t-CO_2

国名	Scope	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
日本	Scope1	329	325	304	299	300
	Scope2	165	144	144	103	41
	Scope1+2	495	469	447	402	341
	グリーン電力CO_2排出量削減貢献量	11	10	14	15	14
	Scope1+2再合計	484	459	433	387	327
豪州	Scope1	18	19	18	49	51
	Scope2	66	65	64	113	112
	Scope1+2	83	85	83	162	163
ニュージーランド	Scope1	5	5	5	4	4
	Scope2	1	1	1	1	1
	Scope1+2	6	6	5	5	5
イギリス	Scope1	1	1	2	3	2
	Scope2	1	1	1	1	1
	Scope1+2	2	1	3	4	3
イタリア	Scope1	20	27	15	18	20
	Scope2	15	10	8	2	3
	Scope1+2	36	37	23	20	23
オランダ	Scope1	8	8	7	7	7
	Scope2	11	8	0	0	0
	Scope1+2	18	16	7	7	7
チェコ	Scope1	20	20	21	21	21
	Scope2	72	61	59	46	20
	Scope1+2	92	82	79	67	41
スロバキア	Scope1	5	6	6	6	6
	Scope2	1	1	2	1	1
	Scope1+2	7	7	8	7	8

▶気候変動への対応 ▶ 実績

単位：千t-CO_2

国名	Scope	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
ルーマニア	Scope1	19	19	18	19	17
	Scope2	18	15	14	7	0
	Scope1+2	36	34	33	26	17
ハンガリー	Scope1	7	6	6	7	6
	Scope2	6	6	5	4	3
	Scope1+2	13	12	11	11	9
ポーランド	Scope1	30	30	30	30	29
	Scope2	64	81	45	4	2
	Scope1+2	94	111	75	34	31
マレーシア	Scope1	-	20	28	28	27
	Scope2	-	29	19	21	7
	Scope1+2	-	48	47	49	34
インドネシア	Scope1	-	4	4	4	2
	Scope2	-	4	3	3	2
	Scope1+2	-	8	7	7	4
総合計	Scope1	463	492	463	494	492
	Scope2	419	429	367	306	194
	Scope1+2	881	921	830	800	686

＊ 集計範囲の詳細は こちら

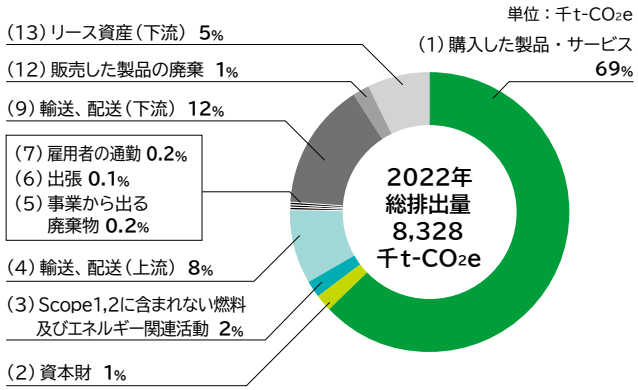
Scope3の内訳

単位：千t-CO_2e

カテゴリ	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
(1) 購入した製品・サービス	1,862	3,378	4,686	5,618	5,787
(2) 資本財	98	104	78	108	80
(3) Scope1,2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動	60	80	141	168	169
(4) 輸送、配送（上流）	386	392	488	609	681
(5) 事業から出る廃棄物	4	3	6	9	16
(6) 出張	1	1	5	4	7
(7) 雇用者の通勤	3	4	19	9	13
(8) リース資産（上流）	対象外	対象外	対象外	対象外	対象外
(9) 輸送、配送（下流）	138	153	360	1,041	1,017
(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
(11) 販売した製品の使用	296	289	904	対象外	対象外
(12) 販売した製品の廃棄	52	50	93	122	122
(13) リース資産（下流）	対象外	対象外	対象外	491	435
(14) フランチャイズ	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
合計GHG排出量	2,899	4,455	6,779	8,178	8,328

＊ 集計範囲の詳細は こちら
＊ Scope3排出原単位等を更新した実績を2019年まで遡及して記載。なお、2021年実績については、「 TCFD提言への取り組み」において、更新前実績値を用い分析を行っているため、値が異なります。
＊ 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。

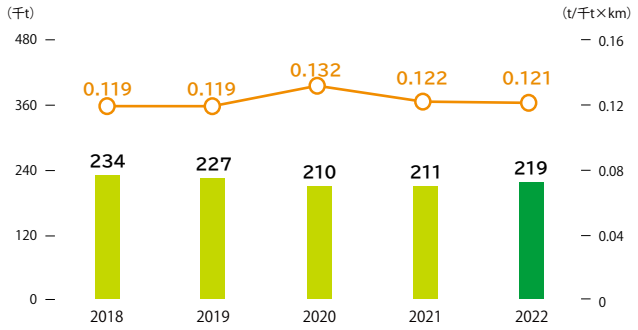
2022年Scope3のGHG排出量



＊ 集計範囲の詳細は こちら

輸送によるCO2排出量の推移

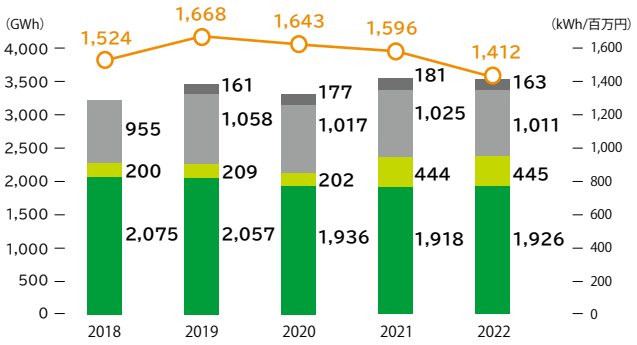
アサヒグループの荷主としての委託輸送に伴って発生するCO2排出量は以下のとおりです。



＊ 集計範囲の詳細は こちら

▶気候変動への対応 ▶ 実績

エネルギー使用量・原単位の推移



■日本エネルギー使用量(GWh) ■オセアニアエネルギー使用量(GWh)
■欧州エネルギー使用量(GWh) ■東南アジアエネルギー使用量(GWh)
○原単位(kWh/百万円)

＊ 集計範囲の詳細は こちら

エネルギー使用量・原単位

単位：GWh

国名	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
日本	2,075	2,057	1,936	1,918	1,926
豪州	165	174	170	415	416
ニュージーランド	35	35	31	29	29
イギリス	6	6	14	17	16
イタリア	88	181	144	146	155
オランダ	31	67	64	63	62
チェコ	310	307	305	302	308
スロバキア	37	36	39	38	39
ルーマニア	154	153	153	154	139
ハンガリー	57	51	46	50	48
ポーランド	272	257	252	256	243
マレーシア	-	126	153	159	151
インドネシア	-	23	21	21	12
エネルギー原単位(kWh/百万円)	1,524	1,668	1,643	1,596	1,412
総合計	3,231	3,484	3,332	3,568	3,545

＊ 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
再生可能エネルギー由来の電力使用量総計(GWh)	113	305	464
再生可能エネルギー由来の電力使用率	12%	30%	46%

＊ 集計範囲の詳細は こちら

第三者検証

関連情報 第三者検証

気候変動への対応

取り組み

カーボン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カーボンゼロを達成するため、Scope1,2,3に対してさまざまなCO_2排出量削減対策を講じています。GHGプロトコルに基づいて算出したバリューチェーン各段階でのCO_2排出量割合は以下のとおりです。

バリューチェーンでのCO_2排出割合		アサヒの取り組み
原料・資材	64%	**サプライヤーの方々とのコミュニケーションと働きかけ** ●農家との取り組み ●エンゲージメント強化
輸送（上流）	8%	**容器軽量化の促進**
製造	11%	**環境・省エネルギー設備の導入** ●コージェネレーションシステム ●嫌気性排水処理システム ●製造及び物流拠点の省エネルギー **新たなクリーンエネルギーモデルの開発** ●バイオメタンガス燃料電池発電システムのテスト運転 ●太陽光発電エネルギー蓄電技術の実証試験
輸送（下流）	11%	**他社との共同物流** ●他社との共同配送　●ビールパレットの共同回収 ●モーダルシフト　●燃料電池トラックの走行実証
販売	6%	**自動販売機省エネルギー対策と飲食店の環境負荷削減** ●ヒートポンプ自動販売機の展開 ●飲食店のエネルギー消費削減支援

環境配慮の容器設計
●リサイクルアルミ缶
●リサイクルPET（Bottle to Bottle）
●ラベルレス商品

Beyondカーボンニュートラルへの挑戦
●CO_2分離回収試験装置の実証試験

グリーン電力の活用
●ビール製品製造への活用
●グリーン電力証書の活用

海外での再生可能エネルギーの活用

原料・資材

サプライヤーの方々とのコミュニケーションと働きかけ

アサヒグループでは「サプライヤーCSR質問表」によってコミュニケーションを図り、サプライヤーの皆様との強固な信頼関係と長期的な協力関係をより確実なものとすることを目指しています。

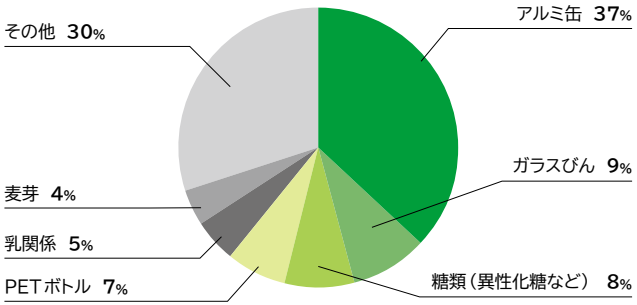
また、サプライチェーン全体で製品のCO_2排出量を2030年までに2019年比で30%削減することを目指し、サプライヤーの方々に対しても働きかけを行っています。

具体的には豪州ではサステナビリティフォーラムを開催し、約100社のサプライヤーを自社に招待し、グループ方針を説明するとともに、取り組みを加速させるための協働について議論しました。アサヒグループジャパン（株）、アサヒホールディングスサウスイーストアジアでは、主要サプライヤーのCO_2排出量削減目標策定状況についてアンケートを実施し、各社の状況を把握するとともに、今後の調達取り組み方針の検討を進めています。

特にScope3の中でも排出量が最も高い原料・資材等を削減のターゲットとし、より詳細な分析を進めるとともに（次ページ）、アルミ缶やガラスのリサイクル率向上・軽量化、環境配慮素材PET等を推進し、CO_2排出量削減への取り組みを加速していきます。さらに、製品の全体的な影響を理解するためにライフサイクルアセスメントを行い、サプライヤーやお客様と積極的に協力して、包装・輸送・販売中のビールの冷却などの分野でCO_2排出量の削減も加速していきます。

▶気候変動への対応 ▶ 取り組み

アサヒグループ全体Scope3カテゴリー1内訳



関連情報 > サプライヤーCSR質問表
> イタリアの農家との取り組み

環境配慮の容器設計

アサヒグループでは、環境に配慮した容器設計を進め、循環型社会構築への貢献を目指すと同時に、CO_2削減への取り組みを進めています。

関連情報 > 取り組み（持続可能な容器包装）

輸送（上流）

容器軽量化の促進

アサヒグループでは容器軽量化による購入原料の削減により、輸送（上流）に伴うCO_2排出量の削減を推進しています。

関連情報 > 取り組み（持続可能な容器包装）

製造

環境・省エネルギー設備の導入

アサヒグループの工場では、製造段階でのCO_2排出量削減に向けてさまざまな取り組みを行っており、環境・省エネルギー設備の導入を継続的に進めています。

コージェネレーションシステムや嫌気性排水処理設備の設置

アサヒグループでは、燃料の燃焼により発電を行うと同時に、燃焼排出ガスを利用して蒸気をつくることでエネルギーを有効利用するコージェネレーションシステムや、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メタンガスはカーボンニュートラルな燃料（バイオガス）であるため、ボイラー燃料に利用することで、グループのCO_2排出量削減に貢献しています。

製造及び物流拠点の省エネルギー

アサヒホールディングスオーストラリアでは、製造及び物流拠点にエネルギー効率の高い照明を導入しています。Prospect Distribution Centreでは、2018年にエネルギー効率の高いLED照明に更新し、100kWの屋上太陽光発電システムを設置しました。Laverton・Tullamarine・Albury の各工場で1,200個以上のハイベイライトに交換し、CO_2排出量を2,600トン削減しました。また、アサヒヨーロッパアンドインターナショナルでは、チェコのピルゼン醸造所に完全自動化の倉庫を建設しました。この倉庫ではスペースの節約、荷物の運搬コストやCO_2排出量を削減できます。将来的にはエネルギーニュートラルを目指し、屋上に太陽光発電パネルを設置する計画です。

太陽熱集熱器の活用

アサヒヨーロッパアンドインターナショナル傘下のビッラ・ペローニ社は、生産工程における化石燃料への依存度を下げるため、バーリ工場に太陽熱集熱器を設置しました。この集熱器により、バーリ工場が必要とする熱エネルギーを太陽光エネルギーで賄えるようになりました。

「アサヒビール鳥栖工場」の新設

アサヒビール（株）では、「アサヒビール鳥栖工場」を2026年から操業の予定です。

鳥栖工場はアサヒグループの次世代生産体制のモデル工場として、製造方法の刷新などによりエネルギー使用量を従来比で50%削減し、再生可能エネルギーの使用を推進します。さらにCO_2回収技術の導入などにより、2026年中にCO_2吸収量が排出量を上回る「カーボンネガティブ」の実現を目指します。

また、ビール類・ノンアルコールビールテイスト飲料・RTD※・アサヒ飲料（株）の商品などアサヒグループの多様な商品や容器の製造を行い、物流面での効率化と工場の操業度の向上を図ります。今回の工場移転に伴い、九州エリアへ出荷する大部分の商品が鳥栖工場で製造・出荷が可能となります。九州エリア内の需給率向上と配送距離短縮により、物流におけるCO_2排出量は従来比で30%削減となる見込みです。

※ RTD：「READY TO DRINK」の略称で、ふたを開けてすぐにそのまま飲める飲料のこと

▶気候変動への対応 ▶ 取り組み

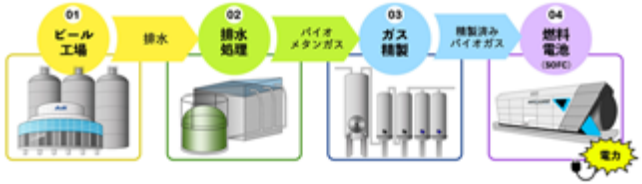
新たなクリーンエネルギーモデルの開発



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、アサヒ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。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及び燃料電池を建設。2020年に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(約4,000時間)を継続しており、実用化に向けた工程改良を実施しています。





バイオメタンガス燃料電池発電システム

太陽光発電エネルギー蓄電技術の実証試験

アサヒグループでは、太陽光発電電力によって水を電気分解することで生成した水素を利用し、燃料電池発電を行う蓄電技術の検証を進めてきました。太陽光発電電力を夜間の工場で使用できる蓄電技術の導入を目指し、2019年からアサヒビール(株)茨城工場で実証試験を開始し、太陽光発電と蓄電・蓄エネ技術の最適な組み合わせに関する評価を実施しています。ここで得られた電力は、隣接する「スーパードライミュージアム」で使用しています。



自立型水素エネルギー供給システムH_2One^{TM}



アサヒビール(株)茨城工場見学棟屋上

Beyondカーボンニュートラルへの挑戦

CO_2分離回収試験装置の実証試験

「CO_2分離回収試験装置」は、CO_2を低温時に吸収し、高温時に放出する特性を持つ吸収液を用いることで排出ガスの中からCO_2を分離させ高効率に回収することができる装置です。

アサヒグループでは、東芝エネルギーシステムズ(株)の「CO_2分離回収試験装置」を活用し、2020年1月から、ボイラー排出ガスからのCO_2回収性能や、コスト採算性などを調査

▶気候変動への対応 ▶ 取り組み

する15,000時間超の連続運転試験を行い、工場への展開の可能性について評価しました。今後は回収したCO_2の酒類・飲料への活用やその他の用途開発に取り組んでいく予定です。



CO_2分離回収試験装置

メタネーション実証試験

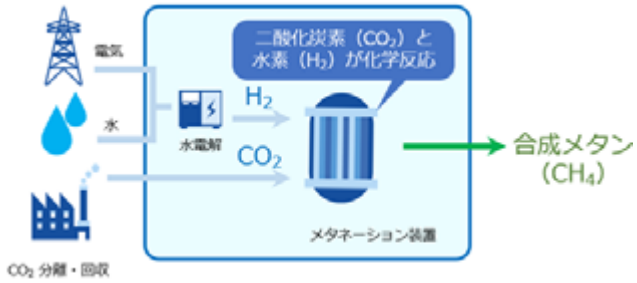
アサヒグループでは、アサヒグループ研究開発センターに設置した「CO_2分離回収試験装置」の15,000時間超の連続運転の成功を受け、隣接地に「メタネーション装置」を導入し、2021年秋から実証試験を開始しました。

メタネーションとは、水素とCO_2から天然ガスの主成分であるメタンを合成する技術です。メタン合成時にCO_2を原料にするため、「カーボンリサイクル(CO_2の再利用)」の有望な技術のひとつとして位置付けられており、近年、脱炭素社会の実現に向け注目が高まっています。

将来的にはメタネーションで得られた合成メタンをボイラーや燃料電池などの燃料として使用するなど、アサヒグループの工場内における「カーボンリサイクル」への展開の可能性を検討していきます。



メタネーション装置



メタネーションの合成フロー

「水素バリューチェーン推進協議会」への参画

アサヒグループホールディングス(株)は 2020年に「水素バリューチェーン推進協議会」に参画しました。本団体はサプライチェーン全体を俯瞰し、業界横断的かつオープンな組織として、社会実装プロジェクトの実現を通じて早期に水素社会を構築することを目的に設立された団体です。アサヒグループは本協議会を通じて加盟団体・企業と協調し、水素利活用を積極的に推進していく方針です。

脱炭素を目指すイニシアチブへの加盟

アサヒ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や自治体、団体、NGOなどの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得られた先進的な取り組みを社内に展開し、自社に適用できる取り組みについては積極的に取り入れることで、1.5℃目標の実現に向けた世界のトップランナーとなることを目指しています。自社の活動においてエネルギーの効率化と再生可能エネルギーの活用を加速するとともに、日本国内外の非国家アクターとの連携を深め、2050年実質排出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、2023年4月にはJCI企業として、再生可能エネルギーの導入加速を求めるメッセージに賛同し、日本政府に対してエネルギー危機の中でも気候変動対策の強化を要請しました。

グリーン電力の活用

ビール製品製造への活用

アサヒビール(株)では、2009年当時、食品業界としては最大となる年間4,000万kWhのバイオマス発電及び風力発電によるグリーン電力に関する契約を日本自然エネルギー（株）と締結しました。現在は、全工場で製造する『アサヒスーパードライ』缶350ml、缶500ml及びノンアルコールビールテイス

▶気候変動への対応 ▶ 取り組み

ト飲料『アサヒドライゼロ』缶350ml、すべてのギフトセットのビール類の製造に、環境に配慮したエネルギーである「グリーン電力」を使う取り組みを行っています。

グリーン電力とは、バイオマスや風力といった地球環境への負荷が少ない再生可能エネルギーで発電された電力です。

缶体や包装資材、ギフトセットの外箱などには、グリーン電力を活用して製造された製品であることを示す「グリーン・エネルギー・マーク」を記載しています。本取り組みにより、累計で約138,000トン※のCO_2排出量削減貢献量を実現しています。

※ CO_2排出係数は電気事業連合会より毎年公表される最新係数を使用（2016年以降は電気事業低炭素社会協議会の係数を使用）

グリーン電力証書の活用

「グリーン電力証書システム」を活用して、アサヒグループ本社ビル及び隣接する飲食店ビル「アネックス」「フラムドール」においても使用する電力のすべてをグリーン電力で賄っています。「グリーン電力証書システム」とは、再生可能エネルギーにより発電された電力の環境付加価値を「グリーン電力証書」というかたちで取引するものです。証書を保有する企業や団体は、証書に記載されている発電電力相当分の環境改善を行い、再生可能エネルギーの普及に貢献したものとみなされる仕組みです。





再生可能エネルギーの活用

各事業会社においてもCO_2排出量ゼロを目指し、再生可能エネルギー導入を積極的に行っています。

アサヒヨーロッパアンドインターナショナルは、2030年までにビール醸造所内でカーボンニュートラルを実現するとともに、サプライチェーン全体でもCO_2排出量の30%削減を目指して、サプライヤーやパートナーに働きかけています。最終的には2050年までにサプライチェーン全体でカーボンニュートラル実現を目標に掲げています。これらの目標の達成に向けて再生可能エネルギーの活用に注力しており、2025年までにすべ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。

アサヒホールディングスオーストラリアでは、2025年までにすべての使用電力を再生可能エネルギーに切り替えることを目指しています。PPAによって再生可能エネルギー由来の電力を購入しており、主力ビールブランドの『Victoria Bitter』は、100%太陽光電力を用いて製造されています。

アサヒホールディングスサウスイーストアジア傘下のエチカ・ビバレッジ社では、2021年1月に太陽光発電システムを導入し、同社の工場で使用する再生可能エネルギーの7%を発電しています。2023年6月には第2フェーズとして太陽光発電を拡大する予定です。また、同社は2022年1月以降、地域の電力会社から再生可能エネルギー由来の電力を購入することで、製造に使用するすべての電力を再生可能エネルギーで賄っています。2023年中にマレーシアのエチカデアリーズ社及びインドネシアのエチカデアリーズインドネシア社も、アサヒホールディングスサウスイーストアジアと連携して太陽光発電を拡大する計画を進めており、東南アジアにおけるCO_2排出量削減に貢献していきます。



風力発電のみで製造するポーランドのビールブランド『Lech』



PPAによる再生可能エネルギー導入（豪州）
Photo credit：BayWa r.e. renewable energy



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

現地サプライヤーによる熱エネルギー供給とバイオメタンガス販売

アサヒヨーロッパアンドインターナショナル傘下のロイヤルグロールシュ社は、2025年までにカーボンニュートラルを目指す取り組みの一環として、バイオマスから生成した蒸気、熱、電気を供給するTwence Holding社と契約し、2022年11月から温水の形で、持続可能な熱エ

ネルギーの供給を受けています。これにより、年間の熱需要の72%にあたる5,500トンのCO_2排出量を削減できました。熱需要の3分の2以上をTwence社からのグリーン熱で賄えるようになったため、ロイヤルグロールシュ社は醸造所内に新たにHost社製のバイオガス精製装置を設置して、余剰バイオガスをバイオメタンガス(グリーンガス)に転換し、地域の天然ガス供給網を通じて多くの世帯に供給することとなりました。この技術により、約700世帯のガス需要に相当する年間100万Nm^3以上のバイオメタンガスが供給できるようになりました。

輸送(下流)

他社との共同物流

アサヒグループは、日本では省エネ法の定める特定荷主であるアサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)や、グループ物流会社であるアサヒロジ(株)及び他社と協力するなど環境負荷削減に向けた輸送へのさまざまな取り組みを行っていきます。

他社との共同配送

アサヒビール(株)では、物流部門での環境負荷の低減及び長距離トラック輸送の削減によるドライバー不足への対処を目的に、一部エリアにおいて他社との共同物流に取り組んでいます。

2017年9月から、アサヒビール(株)とキリンビール(株)、サッポロビール(株)、サントリー (株)(以下、4社)は、北海道の道東エリアの一部(釧路・根室地区)において、共同物流を開始しました。この取り組みは、トラック単位に満たない荷物を対象に、4社の製造・物流拠点からJR札幌貨物ターミナル駅構内の倉庫に商品を集積し、配送先ごとに各社の商品を積み込み配送するというものです。運送手段は、鉄道とトラックを活用しています。

モーダルシフト

同4社では、2018年4月から関西・中国-九州間の社内輸送において、共同でモーダルシフトの取り組みを実施しています。関西・中国から九州へ向かう4社の専用列車には、各社の物流拠点から最寄りのJR貨物ターミナル駅を経て、JR大阪貨物ターミナル駅とJR岡山貨物ターミナルに集められた商品(主に酒類・飲料)を積み込みます。九州に到着した商品は、各社の最寄りのJR貨物ターミナル駅から、各物流拠点へ配送されます。また、九州から関西・中国へ向けた輸送は、九州地区にある各社の製造・物流拠点からJR福岡貨物ターミナル駅に集めた商品を活用しています。

ビールパレットの共同回収

同4社では、日本国内でビールパレットの共同回収を実施しています。2018年11月から、4社で東北6県(青森県・秋田県・岩手県・山形県・宮城県・福島県)にて、ビールパレットの共同回収の先行展開を開始。2019年7月からは、さらに首都圏・東海・九州エリアでのビールパレット共同回収を開始し、2019年11月からはその他のエリアにも拡大し全国展開しています。

この取り組みにより、回収車両の積載効率の向上、回収距離の短縮や回収運用に関わるトラック台数の削減によるCO_2排出量削減が促進され、4社合計で、年間のCO_2排出量が約4,778トン(従来比で約47%)削減できると試算しています。また、お得意先においても、ビールパレットの返却先が4社から1社に集約されることから業務負担の軽減につながるものと考えています。

燃料電池トラックの走行実証

アサヒグループは、物流業務におけるCO_2排出量削減に向け、水素燃料活用の可能性を検証することを目的として、西濃運輸(株)(以下、西濃運輸)、NEXT Logistics Japan (株)(以下、NLJ)、ヤマト運輸(株)(以下、ヤマト運輸)、トヨタ自動車(株)(以下、トヨタ)、日野自動車(株)(以下、日野)と連携して、燃料電池大型トラック(以下、FC大型トラック)の走行実証を行います。FC大型トラックは、トヨタと日野が共同で開発し、アサヒグループ、NLJ、西濃運輸、ヤマト運輸、トヨタの5社が、2023年から各社の物流業務で使用しながら走行実証を開始します。

幹線輸送に使われる大型トラックは、十分な航続距離と積載量、短時間での燃料供給が求められます。その電動化においては、エネルギー密度の高い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おり、今回開発するFC大型トラックは、航続距離の目標を約600kmとし、環境性能と商用車としての実用性の高次元での両立を目指しています。



FC大型トラック(車両イメージ)

▶気候変動への対応 ▶ 取り組み

販売

自動販売機省エネルギー対策と飲食店の環境負荷削減

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できます。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2022年12月末時点で94%を超え、約24.2万台が設置されています。



関連情報 > 飲食店の環境負荷低減

▶気候変動への対応

TCFD提言への取り組み

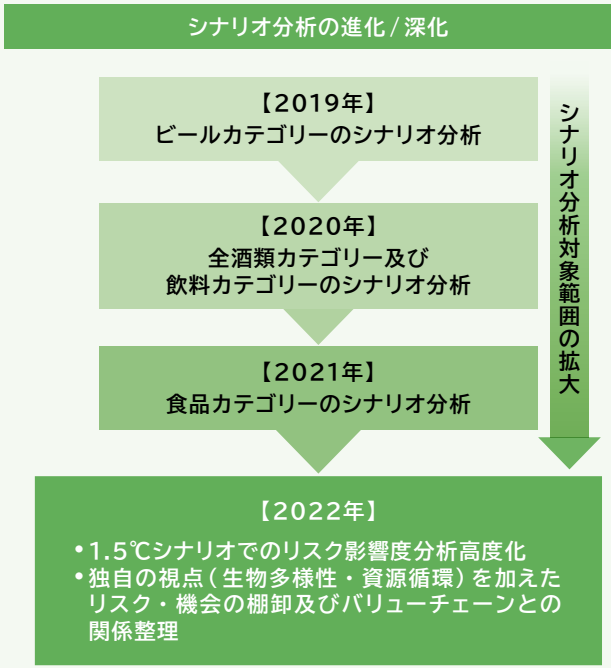
アサヒグループは、2019年にビールカテゴリーのシナリオ分析を開始し、2020年にはビールを含む全酒類カテゴリー及び飲料カテゴリーに対象を拡大、2021年には食品カテゴリーを含めた主要カテゴリーを対象に実施し、全カテゴリーを分析対象としました。

2022年には原材料への影響を除く主要なリスクに関して1.5℃シナリオでの分析を実施しました。

さらに気候変動と生物多様性、資源循環は密接に関連した環境課題であり、それぞれ独立して対応することはできないと考えています。気候変動と生物多様性の関連、気候変動と資源循環の関連の視点からも、リスクと機会への対応策について海外拠点の取り組みの棚卸を行うとともに、日本の取り組みについても市場規模などの外部環境変化の分析を行いました。

気候変動と、それに伴い発生する生物多様性・資源循環のリスクと機会を明確化し、対応策を講じることで、事業の持続性向上を図るとともに、投資家との対話を進め、社会の持続性と事業価値の向上につなげていきます。

関連情報 > 自然関連財務情報開示タスクフォース(TNFD)提言への対応
関連情報 > 持続可能な容器包装
関連情報 > 副産物再資源化(発酵技術の活用)



アサヒグループの気候変動への取り組み

気候変動は、事業に直結する重要な経営課題のひとつとして強く認識し、取締役会による監督とグローバルサステナビリティ委員会(以下、GS委員会)を中心とするガバナンス体制を構築し、経営のコミットメントのもと、気候変動対策への投資を行い、グループ全体で取り組みを推進しています。

具体的な戦略としては、中長期にわたり、気候変動による事業リスクと機会を評価し、どのような事業インパクトを与えるかを認識した上で、気候変動の課題について戦略を構築しています。また、対応策を策定して進めることが重要だと考え、脱炭素社会に向けた指標及び目標を設定し、さらに取り組みを強化していきます。

特に気候変動による事業リスクについては、全社のリスク管理の中で、グループ主要リスクとして、担当役員がオーナーとなり、エンタープライズリスクマネジメント(以下、ERM)体制下でPDCAサイクルを構築しています。

ここでは、TCFD提言に基づく4つの要請事項である「ガバナンス」「リスク管理」「戦略」「指標と目標」について説明します。

ガバナンス

関連情報 > ガバナンス(気候変動への対応)

リスク管理

関連情報 > リスク管理(気候変動への対応)

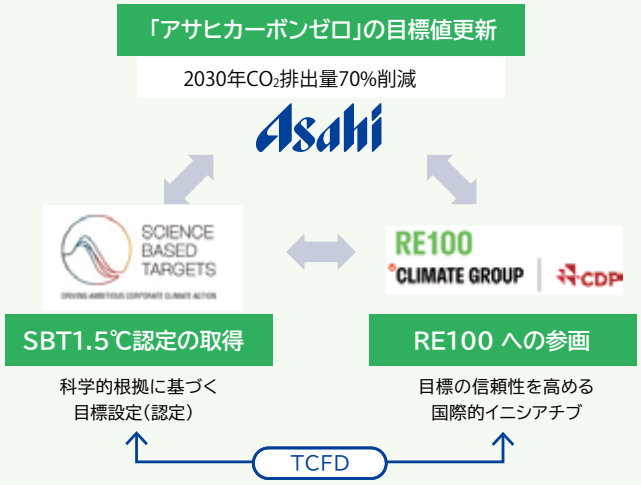
戦略

アサヒグループは、2019年から毎年シナリオ分析を実施し、気候変動に対するレジリエンスを再確認するとともに、明確化されたリスク・機会に対し、対応策を検討してきました。

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

2022年には原材料への影響を除く主要な気候関連リスクに関して1.5℃シナリオでの分析を実施、また気候変動と生物多様性の関連、気候変動と資源循環の関連の視点を加えリスクの見直しを行いました。さらに気候変動がもたらす機会について海外拠点の取り組みの棚卸を行うとともに、日本の取り組みについては市場規模などの外部環境変化の分析を行いました。ここで明確化された重要なリスクと機会に対して、それぞれの対策を講じ、リスクの低減と機会の確実な獲得につなげていきます。

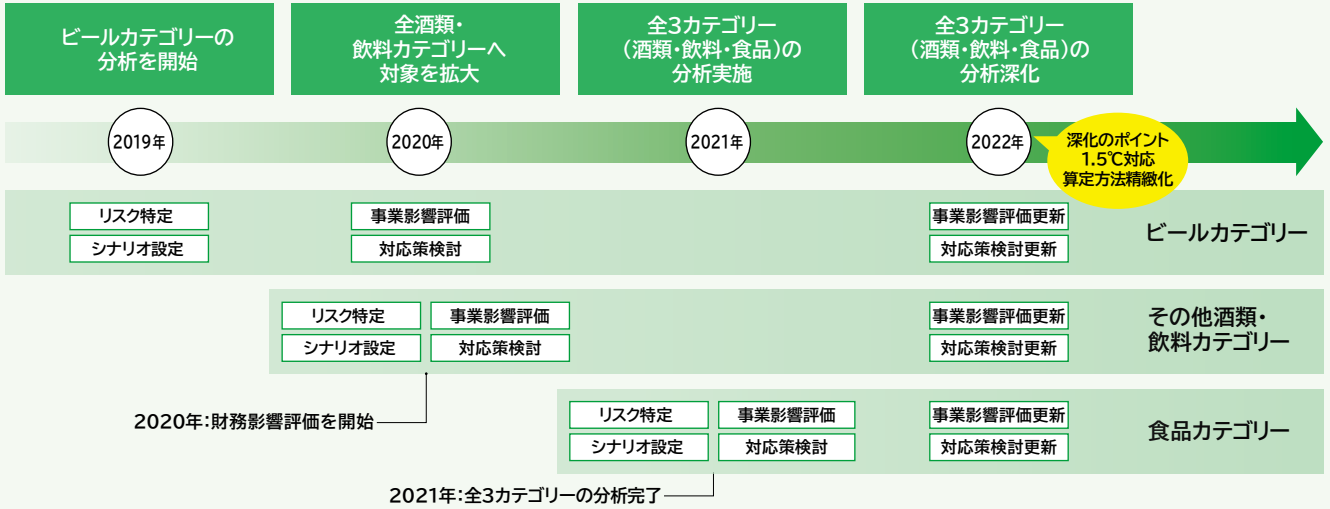
特に、炭素税による生産コストなどへの影響を軽減するため、「アサヒカーボンゼロ」に基づくCO_2排出量削減施策として、2030年までに500億円以上を投資していきます。



シナリオ分析の経緯

アサヒグループは、主に酒類カテゴリー、飲料カテゴリー、食品カテゴリーを展開しています。シナリオ分析については、最もインパクトのあるビールカテゴリーの分析から開始し、徐々に分析対象を拡大し、2021年には全3カテゴリーの分析を完了しました。

4年目となる2022年は、全3カテゴリーの分析結果のうち、原材料への影響を除くすべてのリスクについて、1.5℃シナリオでの分析の実施、算定方法の見直しを行い、分析をさらに深化させました。



指標と目標

アサヒグループは、中長期目標「アサヒカーボンゼロ」を設定しています。「アサヒカーボンゼロ」は、2050年までにScope1,2及びScope3においてCO_2排出量ゼロを目指し、中間目標として2030年にScope1,2において2019年比70%削減、Scope3において2019年比30%削減を目指しています。

また、「アサヒカーボンゼロ」は、Science Based Targets（SBT）イニシアチブから2030年のScope1,2目標において「1.5℃目標」、Scope 3目標において「2℃目標」の認定を取得しています。2020年10月にはRE100に加盟し、2040年までに使用する電力すべてを再生可能エネルギーにすることを目指しています。

関連情報 > 指標と目標（気候変動への対応）

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

シナリオ分析のプロセスと2022年分析のポイント

2022年のシナリオ分析を進めるにあたり、気候変動と密接に関連する資源循環や生物多様性の課題も考慮しながら、リスクと機会を捉え直しました。

具体的には、2021年までに分析を行ったリスク項目に加え、資源循環との関連で物品税導入の影響、炭素税導入の影響についてはScope3カテゴリー4及び9の定量分析を追加しました。また、水を取り巻くリスクについては、原料としての水と自然災害として再分類し、分析を実施しました。

シナリオ分析のプロセス			2022年のポイント
STEP1	シナリオの検討	●気候シナリオの再検討 ●独自視点の追加	●1.5℃シナリオの採用 ●気候変動×資源循環及び気候変動×生物多様性の視点でのリスク・機会の整理を実施
STEP2	リスク重要度の評価	●資源循環・生物多様性の観点を踏まえ、アサヒグループの全事業にとって重要なリスク・機会の再整理	●炭素税導入の影響範囲の見直し（Scope3カテゴリー4及び9を追加） ●容器包装への課税（英国物品税）による影響を追加 ●水を取り巻くリスクを、原料としての水と自然災害として再定義
STEP3	事業インパクトの評価	●気候関連リスクがアサヒグループの事業に及ぼすインパクトの定量評価	●1.5℃シナリオでの移行リスク（炭素税導入、容器包装への課税）及び物理的リスク（原料としての水、自然災害）の事業インパクトの定量評価を実施
STEP4	対応策の検討	●リスク・機会に対する対応策の検討	●日本国内外の主な取り組みを棚卸し、事業インパクトと社会インパクトの観点から整理 ●機会について、日本の主な取り組みが事業に及ぼす影響の検討を開始

気候シナリオの設定について

シナリオ分析では、2020年までは国連気候変動に関する政府間パネル（以下、IPCC）によるRCP2.6（2℃未満シナリオ）、RCP8.5（4℃シナリオ）及び国際エネルギー機関（以下、IEA）によるシナリオを参照しました。

他方、2050年のカーボンニュートラル実現を目指す動きがグローバル共通認識となっていることを踏まえ、2022年は1.5℃シナリオを設定し、主要なリスクについて分析を行いました。2022年のシナリオ分析で採用した気候シナリオは以下のとおりです。

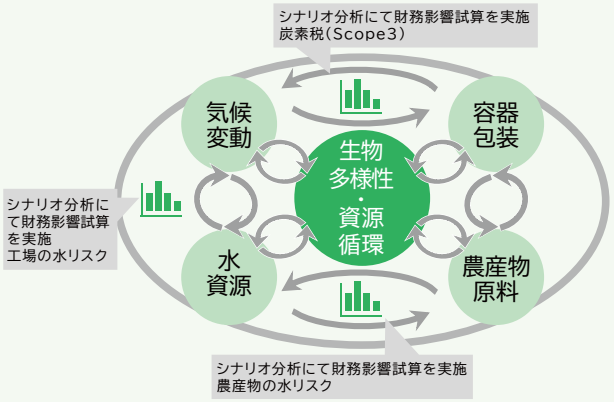
1.5℃シナリオ	4℃シナリオ
●21世紀末までの平均気温の上昇を産業革命期比で＋1.5℃未満に抑制。 ●持続可能な発展を叶えるため、今より厳格な対策（炭素税、環境規制など）が導入され、社会全体が積極的に気候変動対策に取り組むことで技術革新や消費者（エンドユーザー）の行動変容が進む。 ●「2050年カーボンニュートラル」と「2100年に気温上昇を1.5℃に抑制」はほぼ同義。 ●参照した気候シナリオ：IEA-NZE、IPCC-1.5、IPCC AR6 SSP1-1.9など。	●21世紀末までの平均気温が4℃程度上昇する。 ●温度上昇などの気候の変化が、事業に影響を及ぼす可能性が高い社会になる。 ●参照した気候シナリオ：IPCC AR6 SSP3-7.0/SSP5-8.5など。

環境戦略における気候変動対応の位置付けの確認

2022年はアサヒグループが掲げる「アサヒグループ環境ビジョン2050」における気候変動対応の位置付けを再確認するべく、2つの気候シナリオに基づくシナリオ分析に加え、気候変動に生物多様性及び資源循環の視点を加えシナリオ分析を行いました。

具体的には、気候変動（1.5℃・4℃の世界）に、アサヒグループにとって重要な社会経済要因である生物多様性及び資源循環を分析の軸に加えシナリオを設定。そのうえで、各シナリオについて、中長期的視野での外部環境変化（法規制、市場、技術などのイノベーション、プレイヤー、エンドユーザー、自然環境）を想定し、自社事業・戦略への影響について分析し、気候変動リスクとの関連性を整理しました。

分析結果として、アサヒグループ環境ビジョン2050の方針の妥当性、アサヒグループとして現在取り組んでいる環境戦略の妥当性、今後の課題を確認しました。



▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

2022年シナリオ分析

2019年以降、気候関連リスクと機会のシナリオ分析を行い、分析に関するパラメーターを毎年見直し、インパクトの定量化、対応策の検討を進めています。
2022年の分析では新たに気候変動と連動した生物多様性、資源循環の視点を加えバリューチェーンごとにリスク、機会の再整理を行いました。

リスク

リスクの種類		バリューチェーン上の影響範囲						生物多様性/資源循環との関連	期間	内容	リスク	戦略
		R&D	原料・資材	輸送・配送	製造	販売	消費者					
移行	政策・法規制		○	○	○			資源循環	短～長	環境規制対応コストの増加	環境規制の強化による既存エネルギーコストの上昇 ・炭素税導入による化石由来エネルギーコスト増	アサヒカーボンゼロへの取り組み ・(資材) 環境配慮素材使用、容器軽量化の促進 ・(輸送) 他社との協働 ・(製造) 環境・省エネルギー設備の導入 ・グリーン電力の活用 ・CO_2分離回収試験装置の実証実験
			○					資源循環	中～長		環境規制の強化による化石燃料素材への課税 ・プラスチックへの物品税導入による資材コスト増	3R＋Innovation ・リサイクルPET、環境配慮素材の使用率向上 ・新容器の開発 ・容器軽量化
			○					生物多様性・資源循環	中～長		農産物原料への規制強化 ・化学農薬・肥料や水使用制限などの規制強化による農産物原料調達コスト増	持続可能な農産業・農産物原料に対する支援 ・コミュニティ、環境「持続可能な農産物原料」戦略 ・ビール酵母細胞壁由来の農業資材
		○	○	○	○	○	○		短～長		開示の強化 ・説明責任(カーボンフットプリントの表示等)の規制強化による対応コスト増	国際基準(ISSB等)に沿った適切な開示の強化
	技術	○						資源循環	中～長	低炭素・技術導入の遅れ	新規開発の遅延 ・飲料容器・食品包装資材をプラスチック素材からリサイクル素材、バイオマス素材に転換するための新規技術導入の遅れ	環境配慮の容器開発設計 ・リサイクルアルミ缶 ・リサイクルPET(Bottle to Bottle) ・ラベルレス商品
		○			○				短～長		省エネ・低炭素技術導入の遅延 ・既存設備から高効率/低炭素なエネルギー設備への変更の遅れ	クリーンエネルギーモデルの開発 ・バイオメタンガス燃料電池発電システムのテスト運転 ・太陽光発電エネルギー蓄電技術の実証実験 環境・省エネルギー設備の導入 ・コージェネレーションシステム ・嫌気性排水処理システム ・製造及び物流拠点の省エネ強化
	市場						○	生物多様性・資源循環	短～長	顧客志向の変化	特定商品の需要減少 ・顧客志向の変化(脱炭素、生物多様性の風潮が強まることや気温上昇などの気候変動)に影響された消費者行動の変容	3R＋Innovation ・リサイクルPET、環境配慮素材の使用率向上 ・新容器の開発 ・容器軽量化
			○					資源循環	短～長		特定材料の価格上昇 ・プラスチック問題、リサイクル素材の需要増加による、リサイクル素材調達コストの増加	
	評判	○	○	○	○	○	○	生物多様性・資源循環	短～長	消費者・投資家からの評価の下落	取り組みの劣後 ・バリューチェーンにおけるCO_2排出量増につながるような森林破壊や化石燃料を使用することによる対応コスト増	サプライヤーの方々とのコミュニケーションと働きかけ ・農家との取り組み ・エンゲージメント強化

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

リスク

リスクの種類		バリューチェーン上の影響範囲						生物多様性/資源循環との関連	期間	内容	リスク	戦略
		R&D	原料・資材	輸送・配送	製造	販売	消費者					
物理的	慢性		○					生物多様性	中～長	恒常的な気象の変動に伴うコストの増加	農産物原料収量減少 ・気候変動の影響を受けた農産物原料の収量減少による価格上昇	持続可能な農産物原料への取り組み ・FOR HOPS ・FOR BARLEY ・Barley Program
				○	○	○			中～長		設備コスト増加 ・製造設備の強靭化、運送・販売設備等の環境配慮型設備への投資額増加	環境配慮型の自動販売機と店舗冷蔵庫導入 ・省エネ・カーボンオフセット自販機の展開 ・エネルギー効率の高い店舗冷蔵庫導入
					○				短～長		降水パターンの変化による影響 ・干ばつによる操業停止、水道料金の上昇	水使用量の削減 水リスクの把握と低減 ・生産拠点ごとのリスク詳細調査による対策強化
	急性		○					生物多様性	短～長	異常気象による自然災害の影響	収穫の変動 ・サイクロン、洪水、干ばつによる農産物収量の変動	サプライヤーの水リスク調査
				○					短～長		輸送網の断絶 ・サイクロン、洪水による道路や港の損害や封鎖	生産拠点分散による配送網短縮 配送期間の変更 ・時間的猶予による災害時の物流拠点の振替
					○				短～長		拠点の損害 ・サイクロン、洪水に伴う拠点の損壊ないし操業停止	生産拠点の災害対策強化

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

機会

機会の種類	バリューチェーン上の影響範囲						生物多様性/資源循環との関連	期間	内容	戦略	インパクト
	R&D	原料・資材	輸送・配送	製造	販売	消費者					
資源の効率性			○					短～長	流通プロセスの効率化	物流の効率化によるコスト・CO_2排出量削減 ・モーダルシフト、共同配送 ・太陽光発電、最新技術を用いた完全自動化倉庫の運用	CO_2排出量削減など環境負荷の低減 ドライバー不足、自動化による人出不足の解消 飲食店の省エネ・水効率の改善、コスト削減への貢献
					○			短～長	販売プロセスの効率化	飲食店の環境負荷低減 ・飲食店の省エネルギー・水使用の効率化支援	
エネルギー源				○		○	資源循環	短～長	低炭素エネルギーの提供	低炭素設備導入・地域のグリーン化 ・廃木材から生成された熱を使った温水の利用や水の地域の暖房への再利用、ガスのグリーン化と地域への供給	醸造所のカーボンニュートラル達成 資源循環による廃棄物の削減 天然ガス使用量やCO_2排出量の削減、地域へのグリーンガスの提供
製品・サービス	○	○			○		生物多様性/資源循環	中～長	新規開発の促進	農産物の品質・生産量の改善 ・ビール酵母細胞壁由来の農業資材、微生物を活用した堆肥化促進材、成長促進剤の開発・販路拡大 ・間伐材、副産物、廃棄になる原料を利用したアップサイクル商品の開発により、廃棄物の削減	収穫量増加、農産物品質向上、化学農薬使用量減、CO_2排出量の減少による持続可能な食糧調達 フードロス削減、地域経済の活性化
						○		短～長	消費者選好の変化	環境課題に対応する商品の展開 ・環境に配慮した商品への需要増に対し、環境に配慮した容器包装、ラベルレス容器などの提供	環境課題に対応する商品の展開、新価値の創出
市場	○	○	○	○	○	○		短～長	金融資産の多角化	グリーンボンドの発行 ・気候変動対策促進のための有利な条件における資金調達先の確保として、グリーンボンドにより融資を獲得	
レジリエンス	○	○	○	○	○	○	生物多様性/資源循環	短～長	原料・資材の安定調達	リサイクル素材の取り組みの連携強化 ・リサイクル技術のある事業者との連携、イニシアチブへの参加	安定した原材料の調達 製品供給力の確保 CO_2排出量削減や生物多様性の回復 PETボトルやキャップの資源循環促進
		○					生物多様性/資源循環	短～長		水の調達源の確保 ・雨水や流域の池など自然の力を使った水資源の保全	
		○					生物多様性/資源循環	短～長		原料調達の確保 ・重要農産物原料の持続性向上のための農家支援	

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

リスク

移行リスク：政策・法規制
環境規制対応コストの増加

特定したリスクの中でも、移行リスク（政策・法規制）、物理リスク（慢性、急性）の財務的影響額が大きい可能性があることを認識し、事業インパクト評価を実施しています。

環境規制の強化による既存エネルギーコストの上昇



アサヒグループは、「アサヒグループ環境ビジョン2050」において、バリューチェーン上におけるCO_2排出量ゼロを目指す「アサヒカーボンゼロ」に取り組んでいますが、国・地域によって状況は違うものの、炭素税導入については事業インパクトが大きいと想定しています。2022年のシナリオ分析では、1.5℃シナリオに基づいて炭素税が導入された際の2030年、2050年の財務影響額を算出しました。

Scope1,2

炭素税が導入された際の生産に関わる2030年、2050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Scope1,2排出量に対する財務影響額を算出しました。

今回の試算では、IEA「Net Zero by 2050 Roadmap for the Global Energy Sector」（IEA NZE）で想定される炭素税価格を円換算した際の為替レートの影響で、2021年試算よりも炭素税による財務影響額は増加しています。2030年に「アサヒカーボンゼロ」の中間目標であるCO_2排出量70%削減を達成した場合は、取り組まなかった場合と比較して62億円、2050年にCO_2排出量ゼロを達成した場合は153億円の削減効果があることを確認しました。

	2030年			2050年	
	Scope2 電力 排出係数	炭素税価格	財務影響 金額	炭素税価格	財務影響 金額
2022年 試算	-70%	130ドル/t（先進国）/ 90ドル/t（途上国）	90億円	250ドル/t（先進国）/ 200ドル/t（途上国）	153億円
2021年 試算	-69.1%	130ドル/t（先進国）/ 90ドル/t（途上国）	80億円	250ドル/t（先進国）/ 200ドル/t（途上国）	122億円

＊ 製造段階におけるCO_2排出量から影響額を算出しています。
＊ Scope2排出量は、2021年試算ではIEA NZE、2022年試算ではIEA「World Energy Outlook2021」（IEA WEO2021）によるものです。

■試算方法

2021年は、2030年の炭素税価格を130ドル/t（東南アジア地域では90ドル/t）、2050年を250ドル/t（東南アジア地域では200ドル/t）と見込み、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Scope1,2のCO_2排出量に対象を拡大しました。Scope2電力排出量係数は、現在と比較して69.1%低下していると設定しました。

一方、2022年には、炭素税価格は2021年と同様、IEA NZEの想定を用いましたが、各国・地域で現在導入されている炭素税相当の租税（例：日本の温対税）を差し引いた額を用いました。CO_2排出量の算定対象は2021年と同様です。Scope2電力排出量係数は、IEA WEO2021のデータを用い、現在と比較して70%低下していると設定しました。

また、2021年と2022年では為替の差が大きいことが財務影響金額にも影響しています。

Scope3

Scope3への影響については、2021年はカテゴリー1（容器包装）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ていました。2022年は対象範囲を拡大し、カテゴリー4（上流輸送・配送）及びカテゴリー9（下流輸送・配送）についても影響額を試算しています。なお、「CO_2排出量実績」ではScope3排出原単位を更新した実績を掲載していますが、本分析では更新前の2021年CO_2排出量を用いて分析しています。

Scope3カテゴリー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、2050年について、2022年は前年同様、アサヒグループのScope3排出量の中で約4割を占める容器包装について、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同様に

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

IEA NZE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、円換算のため適用した為替レートの関係で2021年試算と比較し、試算額は上昇しています。

結果として、全容器にかかると見込まれる2030年の炭素税が376億円、2050年の炭素税が728億円の見通しとなりました。

■試算方法

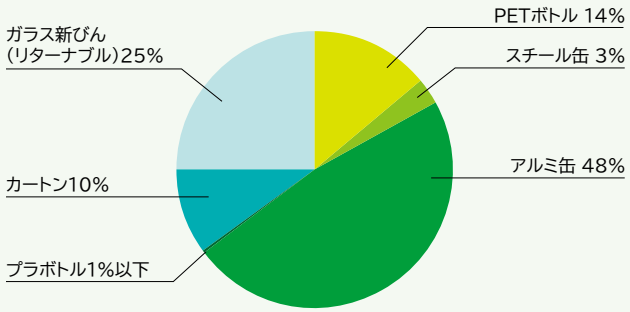
2022年は、主要な容器包装の6種類について、日本(酒類・飲料)、欧州、オセアニア、東南アジアを試算対象として試算しました。

炭素税価格については、2021年は、2030年の炭素税価格を130ドル/t（東南アジア地域では90ドル/t)、2050年を250ドル/t（東南アジア地域では200ドル/t)としていましたが、2022年は各国・地域で現在導入されている炭素税に相当する租税額を差し引いた現状からの増加額で試算しています。

なお、カテゴリー1については、アサヒグループの財務への影響は、容器包装調達価格への転嫁率に依存しますが、今回の試算では価格転嫁率は暫定的に100%としています。

試算対象

(容器包装種別、CO_2排出比)



炭素税財務影響金額

	2030年	2050年
2022年試算	376億円	728億円
2021年試算	322億円	620億円

＊ 製造段階におけるCO_2排出量から影響額を算出しています。
＊ 炭素税価格(1t当たりの価格)は、IEA NZEの予測値から独自に推計・決定しています。

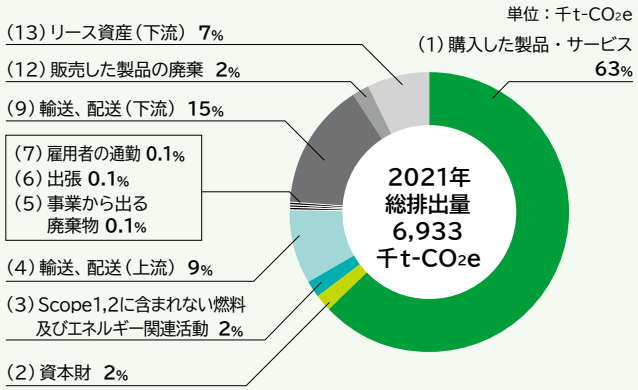
Scope3カテゴリー4(上流輸送・配送)及びカテゴリー9(下流輸送・配送)

2022年は、アサヒグループのScope3排出量の約3割を占めるカテゴリー4(上流輸送・配送)、カテゴリー9(下流輸送・配送及び販売冷却自社資産)に炭素税価格導入の影響試算の対象を拡大しました。

今回の試算では、炭素税価格の考え方はScope1,2同様にIEA NZE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、円換算のため適用した為替レートの関係で2021年試算と比較し、試算額は上昇しています。

結果として、カテゴリー4(上流輸送・配送)については、2030年は99億円、2050年は195億円、またカテゴリー9(下流輸送・配送)については、2030年は57億円、2050年は116億円の見通しとなりました。

2021年Scope3のGHG排出量



＊ 集計範囲の詳細は◉こちら
＊「CO_2排出量実績」では排出原単位を更新したCO_2排出量実績を掲載していますが、本分析では更新前の2021年CO_2排出量を用いて分析しているため、値が異なります。

炭素税財務影響金額(2022年試算)

	2030年	2050年
Scope3カテゴリー4	99億円	195億円
Scope3カテゴリー9	57億円	116億円

＊ CO_2排出量算定の対象範囲は日本、欧州、オセアニア及び東南アジアで、グループ売上収益の90%を占めます。
＊ 炭素税価格(1t当たりの価格)は、IEA NZEの予測値から独自に推計・設定しています。

■試算方法

2022年は、前年と同じく主要な容器包装の6種類について、日本(酒類・飲料)、欧州、オセアニアを試算対象として試算しました。

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

また、炭素税価格については、2021年は、2030年は炭素税価格を130ドル/t（東南アジア地域では90ドル/t）、2050年は250ドル/t（東南アジア地域では200ドル/t）としていましたが、2022年は各国・地域で現在導入されている炭素税に相当する租税額を差し引いた現状からの増加額で試算しています。

なお、カテゴリー4及び9については、アサヒグループの財務への影響は、輸送・配送委託費への転嫁率に依存しますが、今回の試算では価格転嫁率は暫定的に100%としています。

戦略

アサヒグループは、「アサヒグループ環境ビジョン2050」では2050年のありたい姿として「Beyondカーボンニュートラル」を定めており、バリューチェーンを超えて社会全体のCO_2排出量削減に貢献していくことを目指しています。

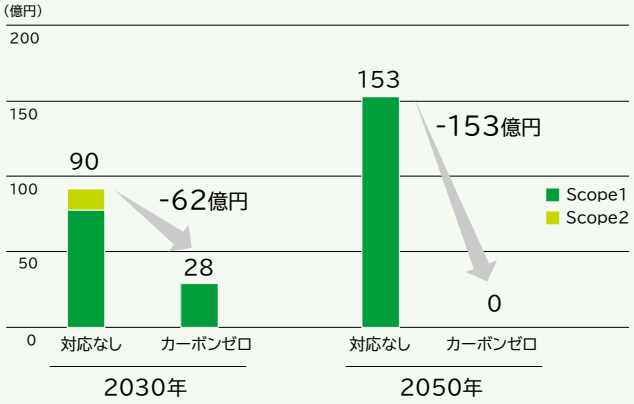
また、アサヒグループは、気候変動への中長期目標「アサヒカーボンゼロ」を設定しています。「アサヒカーボンゼロ」は、2050年にScope1,2及びScope3にてCO_2排出量ゼロを目指し、中間目標として2030年にScope1,2において70%削減、Scope3において30%削減を目指しています。当中間目標に加え、Scope1,2は2025年までに40%削減する新たな中間目標を設定しました。

目標達成に向けて、再生可能エネルギーの導入、製造工程における蒸気などの排熱回収利用、コージェネレーション設備の導入、燃料転換など、さまざまなCO_2排出量削減対策を講じています。今後、2030年までの目標達成に向けて、総額500億円以上を投資する予定です。

関連情報 > 気候変動への対応

アサヒカーボンゼロ達成時の効果

炭素税財務影響金額　2022年試算



取り組み事例

アサヒグループの工場では、製造段階でのCO_2排出量削減に向けてさまざまな取り組みを行っており、環境・省エネルギー設備の導入を継続的に進めています。

関連情報 > コージェネレーションシステムや嫌気性排水処理設備の設置
関連情報 > 製造及び物流拠点の省エネルギー

環境規制の強化による化石燃料素材への課税

原料・資材　資源循環

シナリオ分析を進めた結果、資源循環と気候変動は相互に影響を及ぼしあう社会課題であり、資源循環の文脈で導入された規制が結果的に企業や社会全体の気候変動対策を加速させることが示唆されました。

このため、2022年は新たに資源循環に関するリスク分析を実施し、財務影響を試算しました。

プラスチック容器包装税が世界的に導入された場合の影響

資源循環、脱プラスチックを目的としてイギリス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ます。

2022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、アサヒ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。イギリスの容器包装税を基と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25億円となり、アサヒグループにとって重大なリスクのひとつとなることが示唆されました。

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

■試算方法

アサヒ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地域において、イギリス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。

イギリスでは、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、アサヒ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。

戦略

アサヒグループでは、2030年までにPETボトルを100%環境配慮素材に切り替えるほか、資源循環の実現に向け多角的に目標を設定しています。これらの目標を達成することにより、前述のプラスチック容器包装税による財務影響をゼロに抑えることも可能となります※。

※ 環境配慮素材のうち再生プラスチックへの代替を実現した場合

関連情報 > 持続可能な容器包装

取り組み事例

関連情報 > リサイクルPETボトル原料製造工場の設立

物理的リスク：慢性
恒常的な気象の変動に伴うコストの増加

農産物原料の収量減少

原料・資材　生物多様性

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、及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。具体的には、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、きめ細かな収量の変化を確認、また将来の価格を推定し、財務影響額を試算しました。

農産物収量減による調達コストへの影響については、現状では2℃シナリオ及び4℃シナリオでの分析結果であり、今後は、1.5℃シナリオについても、財務影響額の試算につなげるべく、2050年の主要農産物原料の収量予測や将来価格の文献などの調査分析を進めます。

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下がる予測となりました。

共通原料、飲料主原料では、トウモロコシ、コーヒー豆については4℃シナリオの場合に複数の産地で大幅に収量が減少する見通しとなりました。

現在比-15%以上

	品目	生産国	2℃シナリオ	4℃シナリオ
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%
	ホップ	チェコ(収量)	-5%	-7%
		チェコ(品質)	-13%	-25%
各カテゴリー共通原料	トウモロコシ	アメリカ	-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%

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

現在比−15%以上

	品目	生産国	2℃シナリオ	4℃シナリオ
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%
	生乳	豪州	−9%	−19%
		アメリカ	−6%	−11%
		日本	−2%	−3%
		ニュージーランド	−2%	−2%
	コーヒー	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%
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%
	カカオ	ガーナ	+4%	+11%
		コートジボワール	+1%	+12%
	大豆	アメリカ	−5%	−10%
		カナダ	+16%	+28%
		中国	0%	+5%
		日本(北海道)	+6%	+9%

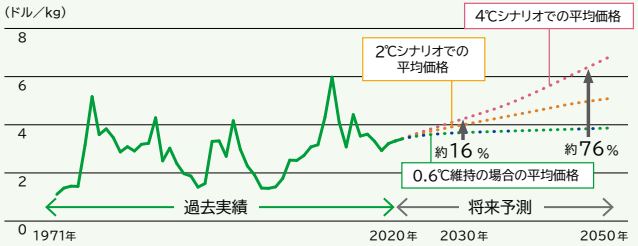
将来価格予想・財務影響

飲料カテゴリーにおける高リスク農産物原料とな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。

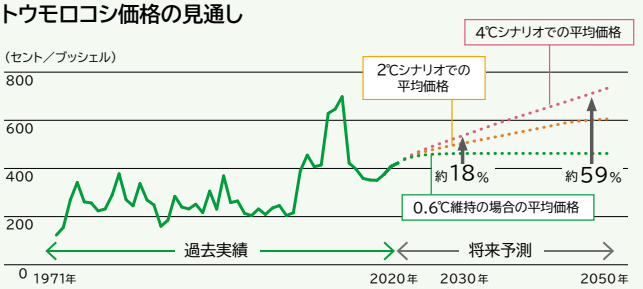
現在の飲料カテゴリー（海外含む）における原料購入金額をベースに価格影響額を試算した結果、コーヒー関連で約26億円、トウモロコシ関連で19億円のコスト上昇の可能性があることがわかりました。一方、砂糖については生産量増加により価格が下落、財務影響金額が減る見込みとなりました。

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する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が限定的であり、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。

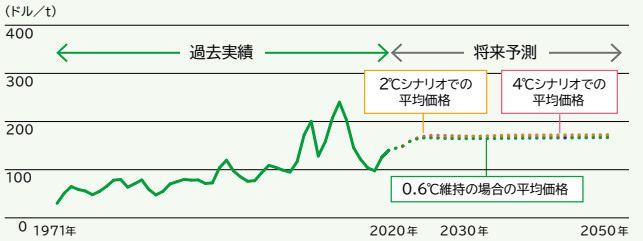
コーヒー価格の見通し



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	4℃シナリオ
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

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

■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うる極端現象(気温上昇や降水量の変化)に伴う、突発的な農作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、アサヒグループでは、算定結果に基づくリスク管理や戦略策定を行っています。

戦略

アサヒグループの事業に必要な原料を安定的に調達していくためには、各調達地域の農家と協働し、農家支援を行い、また、将来的なリスクをサプライヤーと結果共有するなど、対策を進め、最適な調達を目指していきます。

関連情報 > 持続可能な農産物原料

取り組み事例

関連情報 > 農産物生産地の農業支援
> 原料サプライヤーとの情報共有
> ホップ農家支援プロジェクト「FOR HOPS」
> 持続可能なパーム油の調達

降水パターンの変化による影響

原料・資材　生物多様性

水は、「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、欠かすことのできない大切な資源です。また、水は地球の資源循環を担う一要素であり、人やすべての自然生態系の命を支える大切な資源でもあります。昨今、気候変動による災害の激甚化、人口増加に伴う世界規模での水資源競争により、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恐れがあります。

こうした貴重と言われる水に付加価値をつけ、人々の生活の質向上に貢献するだけでなく、水の地域循環や環境負荷の除去・低減に貢献することがアサヒグループの使命と考えています。

2022年は私たちアサヒ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、水リスク分析の詳細化を行いました。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に関して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。アサヒグループでは、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おり、今後もリスクの高い拠点での対応策を実施するとともに、ネイチャーポジティブに資する取り組みを推進していきます。

戦略

アサヒグループは、工場での水使用量のさらなる削減を進めるとともに、水リスクの把握と対応策の強化を実施していきます。

関連情報 > 持続可能な水資源

原料としての水への影響

■上水の水道コスト上昇

アサヒグループが原料として水を調達する各地域において、水リスクが高い拠点として日本20拠点、海外26拠点※が判明しました。当該拠点において水資源枯渇により水道料金の値上げが生じた場合、年間5億円のコスト増加が生じる結果となりました。

※ 海外:イギリス2拠点、チェコ1拠点、ポーランド3拠点、ルーマニア2拠点、イタリア4拠点、オランダ1拠点、豪州9拠点、マレーシア2拠点、インドネシア2拠点

■試算方法

WRIのツール「Aqueduct Water Risk Atlas」を利用し、2040年時点、4℃/1.5℃シナリオにおいて水リスクが高い拠点※を導出しました。さらに、気候変動による高リスク拠点において水道料金の値上げが生じた場合の財務影響を試算しました。

※ Aqueductでは、水リスクはAbsolute value（水需要÷利用可能量）により評価されます。

■地下水や河川水の水質変化

気温上昇による地下水水質への影響や、豪雨時の河川水懸濁による水質悪化と水道水代替利用の可能性を検討しましたが、気候変動と事業拠点の地下水水質の関係を読み解く文献などの科学的根拠が明確にありませんでした。今後も状況の変化をモニタリングしていきます。

物理的リスク：急性
異常気象による自然災害の影響

収穫の変動

原料・資材　生物多様性

水はアサヒグループにとって基本的な原料であると同時に、農産物の生育に必要であるため、水リスクの調査を実施しています。

農産物の生産地について、水量リスク（水ストレス、季節変動、地下水位低下など生育に必要な水の確保が困難になるリスク）、自然災害リスク（洪水・干ばつリスク）、規制リスク（流域に暮らす人々の社会、文化、人権などに深くかかわる評判リスク）の評価を行っています。

農産物原料生産地における水リスク

アサヒグループが原料を調達する各地域は、右表のような水リスクがあることが判明しました。

- 現在及び将来の水ストレスは中国、アメリカで極めて高く、灌漑用水を利用している場合にはリスクが大きくなります。
- 大豆・トウモロコシ生産地であるアメリカ・ミシガン州は将来の水ストレスによる事業影響が極めて高く、イリノイ州は将来の水ストレスと評判リスクによる事業影響が極めて高くなります。
- 大麦生産地であるチェコでは、洪水リスクが極めて高く、洪水などによる農地、貯蔵施設、輸送手段に影響が生じた際の事業影響が懸念されます。また、干ばつリスク及び評判リスクも高い結果となっています。
- コーヒー生産地であるブラジルは、ミナスジェライス州で評判リスク、サンパウロ州で洪水リスクによる事業影響が極めて高い結果となりました。
- サトウキビ生産国である豪州は、評判リスクが極めて高い結果となり、風評被害が生じた際の事業への影響が大きいことが予測されます。また、クイーンズランド州で洪水リスクによる事業影響が懸念されています。

■試算方法

原料生産地域のリスクを調査指標※1で特定し、さらに水リスク調査指標と事業特性指標※2の両軸で評価を行い、事業への影響が大きいサプライヤー・生産地を特定しました。

※1 調査指標：水ストレス、将来の水ストレス、干ばつリスク、洪水リスク、規制リスク、評判リスクを「極めて低い」「低い」「中程度」「高い」「極めて高い」の5段階で評価しています。
※2 事業特性指標：調達量、水消費量

極めて高い　高い

	原料	リスクの高い原料生産国	リスク内容					
			水ストレス	将来の水ストレス	干ばつ	洪水	規制	評判
食品カテゴリー	パーム油	マレーシア				高い		高い
		インドネシア			高い	高い		極めて高い
		フィリピン			高い	高い		高い
	大豆	日本		高い				
		中国	高い	極めて高い		高い		極めて高い
		カナダ						高い
		アメリカ		極めて高い		高い		極めて高い
	生乳		極めて高い	極めて高い				高い
		オランダ	高い			高い		
	カカオ	ガーナ				高い		
		コートジボワール					高い	
ビールカテゴリー	大麦	チェコ			高い	極めて高い		高い
		イタリア		高い				
		ポーランド			高い			
	ホップ				高い			高い
		ドイツ				高い		高い
	米	日本				高い		高い
各カテゴリー共通	トウモロコシ	アメリカ				極めて高い		極めて高い
飲料・その他酒類カテゴリー	コーヒー	ブラジル				極めて高い		極めて高い
	サトウキビ	タイ				高い		高い
		豪州				高い		極めて高い
	脱脂・全脂粉乳			高い				

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

戦略

原料調達における水リスクへの対応として、サプライヤー品質監査を実施する際に水リスクについて状況をヒアリングしています。また、水リスクがある可能性の高い生産地及びサプライヤーについて、地域における水資源や環境と照らし合わせながら、現地の農産地情報の確認を進めています。水リスクの存在が明確になった場合には、その内容や社会状況に応じて適切な対策を講じていきます。

関連情報 > サプライヤーへの水リスク調査

拠点の損害

製造

生産拠点の自然災害による影響
―固定資産・在庫の棄損、操業停止による機会損失

固定資産・在庫の棄損：4℃シナリオで2050年を想定した場合、リスクが高い拠点における浸水被害を合計すると、生産拠点では、19億円という結果となりました。

操業停止による機会損失：4℃シナリオで2050年を想定した場合、リスクが高い拠点の被害を合計すると、66億円という結果を得ました。

■試算方法

WRIのツール「Aqueduct Floods」を利用し、2050年時点、4℃/1.5℃シナリオにおいて浸水リスクが高い拠点を導出しました。そのうえでリスクが高い拠点において、浸水による固定資産の棄損と、操業停止による機会損失の観点から財務影響を試算しました。

固定資産・在庫の毀損、操業停止による機会損失の分析結果

項目	被害を受ける地域	被害額				
		合計	日本	欧州	オセアニア	東南アジア
固定資産・在庫の棄損	日本、欧州、オセアニアの5拠点	19	1.8	17	0.1	0
操業停止による機会損失	日本、欧州、オセアニア、東南アジアの10拠点（そのうち、日本の北海道やさつま司蒸溜蔵は浸水リスクが高い）	66	21	27	13	5

＊単位は億円、小数点第2位で切り捨てているため合計値が一致しない場合があります。

戦略

アサヒグループでは、自然災害発生時には従業員（及びその家族）の安全確保、事業継続などをテーマに、各種行動マニュアルの整備、設備・備品の整備、防災訓練などを実施し、グループの事業活動への影響を最小化するよう、体制を構築しています。

機会

アサヒグループにとって気候変動は、事業リスクのみならず、気候変動の緩和・適応に貢献する自社製品・サービスの提供によって企業価値を高める機会の獲得につながると認識しています。脱炭素化に向けた取り組みの拡大、グループの独自技術を活かした農業資材の開発、気候変動に対応した原料の生産支援、環境負荷を軽減した商品の販売などを通し、気候変動への影響を最小化し、社会にポジティブなインパクトを生み出していきます。

2022年は気候変動がもたらす機会について、海外拠点も含むグローバルでの取り組みの棚卸を行い、事業インパクトと社会インパクトの両面で考察しました。またビール酵母細胞壁由来の農業資材の販路拡大や微生物を活用した堆肥化促進材の活用拡大については、取り組みがもたらす環境への影響をより具体的に把握すべく、市場規模などの外部環境変化についても文献調査を行いました。

機会：資源の効率性
流通・販売プロセスの効率化

物流の効率化によるコスト・CO_2排出量削減

輸送・配送（上流・下流）

他社との共同物流

アサヒグループは、環境負荷削減に向けた輸送へのさまざまな取り組みを行っています。

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

取り組み事例

関連情報
- 他社との共同配送
- モーダルシフト
- 製造及び物流拠点の省エネルギー化

飲食店の環境負荷低減

販売

取り組み事例

アサヒヨーロッパアンドインターナショナルのプルゼニュスキープラズドロイ社(チェコ)は、技術パートナーであるチェコ工科大学情報科学・ロボティクス・サイバネティクス研究所(CIIRC)、Microsoft社、Adastra社、Smart Technology社とともに、「Smart Tap room」プロジェクトを開始しました。

チェコ国内のパブのビールの注ぎ口であるタップに、1,200のセンサーを備えたモニタリング機器を設置して、ビールを注いだ量及び、水、エネルギー消費量に関するデータを収集。パブの経理システムを改善して、水道料金や電気料金を管理し、エネルギー消費量や水使用量の削減を支援します。

今後、チェコ国内の45のパブにこのモニタリング機器を設置し、2023年中にビール製造ラインのエネルギーと水の消費量を測定していきます。将来的には、パブやレストランで最大30%の省エネに貢献することを目指しています。

インパクト

CO_2排出量削減などの環境負荷低減のみならず、長距離トラック輸送の削減によるドライバー不足、自動化による人手不足といった社会課題の解決、また、取引先のプロセス効率化によるコスト削減や資源利用効率の向上にも貢献しています。

機会:エネルギー源 低炭素エネルギーの提供

低炭素設備導入・地域のグリーン化

製造　消費者　資源循環

取り組み事例

関連情報
- バイオメタンガス販売

インパクト

ロイヤルグロールシュ社(オランダ)の醸造所のカーボンニュートラルの達成のみならず、企業と地域の協働により資源の循環を実現し、エネルギー(天然ガス)使用量削減、CO_2排出量の削減など地域のグリーン化に貢献しています。

機会:製品/サービス 新規開発の促進

農産物の品質・生産量の改善

R&D　原料・資材　販売　生物多様性　資源循環

ビール酵母細胞壁由来の農業資材の販路拡大

気候変動を含む環境問題への対応が期待される中、世界各国では新しい食料システム戦略の構想が進んでおり、その中でも化学肥料・農薬の使用量削減は目標のひとつとして設定されています。日本国内肥料市場の規模は約3,460億円(2018年時点)で、稲作及び農業園芸用途が全体の9割を占めています。農地の地力回復や土壌の栄養バランスの改善を目的として、日本国内では肥料の配合に関する規制の見直しが行われています。また、植物の生育を促進し、病害に対する抵抗性を向上する資材(バイオスティミュラント)を活用した革新的作物保護技術の開発・普及を目標に掲げており、化学肥料に依存しない土地改良資材へのニーズは今後高まることが想定されます。

こうしたニーズに加え、気候変動による気温上昇や干ばつなどにより、農業への被害が頻発・増大し、農産物の減収、品質低下のリスクが増加することが予想されます。そうした中、作物生育向上効果が期待されるビール酵母細胞壁由来の農業資材(肥料原料)はバイオスティミュラントの資材でもあり、一層の需要増加が見込まれると考えています。

CO_2排出量削減効果については、(株)アコーディア・ゴルフ

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

の成田ゴルフ倶楽部のコース管理にビール酵母細胞壁由来の農業資材を使用し実証試験を行ったところ、化学農薬・肥料の使用量を大幅に削減でき、ライフサイクルアセスメントの手法を用いて温室効果ガス排出量を定量化した結果、従来のゴルフコース管理と比較し、単位面積当たり、価値(サービス)当たりの2つの側面で温室効果ガス排出量も従来のコース管理方法より22.3%削減という顕著な結果も得られました。

またアサヒバイオサイクル(株)は、JAぎふ(岐阜県岐阜市)、岐阜大学などと共同で、水稲栽培にビール酵母細胞壁由来の農業資材を使用することで、ジャンボタニシ※による稲の食害を低減できるかを確認する評価試験を行いました。ジャンボタニシは温暖な地域で多く生息しており、水稲など水田作物を食害することで知られている外来種の貝の一種です。さらに地球温暖化の影響で生息範囲が広がっている傾向にあり、農業における深刻な問題のひとつとなっています。2020年6月、岐阜県瑞穂市の約5haの水田に、田植えにあわせてビール酵母細胞壁由来の農業資材(肥料原料)を使用したところ、隣接する肥料原料を使用しなかった水田に対し、使用した水田では食害された稲はほとんど見られませんでした。評価試験2年目となる2021年は、試験面積をJAぎふ管内巣南営農組合の合計12haに拡大して取り組みました。

※ 正式名称:スクミリンゴガイ

関連情報 > ビール酵母細胞壁の活用
> 副産物を活用した農業支援

インパクト

アサヒグループが開発するビール酵母細胞壁由来の農業資材は、作物免疫力向上、収穫量増加、農産物品質向上などの効果が確認されており、また、化学農薬使用量減、収穫量あたりのCO_2排出量削減効果を期待することができ、多様な作物への使用が可能です。

世界各地の農業資材をご利用になる皆様とアサヒグループの酵母の技術をつなげることで、農産物の生産に革新をもたらし、人と環境に配慮した農業への転換を図り、持続可能な農産物原料といったビジネスへのインパクトのほか、気候変動問題の解決につながる可能性も秘めています。

微生物を活用した堆肥化促進材の活用拡大

環境負荷低減がより求められる中、廃棄物問題は世界でも深刻な問題となっています。2018年度における日本の一般廃棄物の総排出量は全国で4,272万トンあり(東京ドーム約115杯分)、焼却や破砕・選別などの処理が行われていますが、焼却処分する際には多くのCO_2が排出されており、廃棄物の処理方法や資源活用対策がますます求められています。

アサヒバイオサイクル(株)は、微生物の新たな価値と用途の創出、また、それによる食品資源の循環活用を推進する研究を長期にわたって行い、現状廃棄物として焼却処分されることが多い食品廃棄物を微生物発酵により減量化した上で、堆肥として再利用できる製品(技術)を開発しています。



関連情報 > 堆肥化促進剤の活用

インパクト

枯草菌バチルス サブチルス C-3102株を配合した微生物由来の堆肥化促進材「サーベリックス」は、有機物に対する分解力が高く、堆肥化時の温度上昇促進や減量により、効率良く堆肥化が可能であり、できた堆肥が土に栄養を与え、育てられた穀物・野菜・果物が再び食卓に並ぶ“食品資源の循環サイクル”構築にもつながっています。

廃棄されていた原料を活かしたクラフトビールの販売

関連情報 > サステナブルクラフトビールで地域の課題解決、活性化に貢献(日本)

アップサイクルグラノーラの販売

2022年8月、アサヒユウアス(株)はビール粕を原料として使用したグラノーラの販売を開始しました。ビール粕とは、

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

ビールを製造する際のろ過工程で発生する麦芽粕です。アサヒグループでは主に飼料として活用していますが、食物繊維が豊富で、高たんぱく、低糖質という特長を活かし、今回アサヒユウアス(株)とGRaiL Japan(株)が共創し、グラノーラとしてアップサイクルしました。



インパクト

これらの商品を通じてフードロスを削減し、新たな価値の創出によって環境課題の解決に貢献するだけでなく、多様な就労機会の創出や地域経済の活性化にも貢献します。

今後も、生活者に身近で伝わりやすいサステナブル商品やサービスを提供することを通じて「たのしさ・おいしさ・ここちよさ」がめぐる未来を共創し、アサヒグループが掲げる持続可能な社会の実現を目指します。

機会：製品/ サービス
消費者嗜好の変化

環境課題に対応する商品の展開

消費者　生物多様性　資源循環

関連情報 > 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

風力発電による醸造や資源循環の促進

ポーランドの主力プレミアムビールブランド『Lech』では、風力発電を使って醸造することでCO_2排出量を減らすのみならず、醸造所での生産過程で出された副産物や廃棄物の99%を有効活用、リサイクルし、地球に配慮した生産を行っています。また、プラスチック使用量を削減するため、パートナー企業とともにボトルの回収や、イベントで100%リサイクルPET素材を使用したカップを提供。また、ソーシャルメディアを通じ、消費者の皆様に、年初からどれだけの風力発電により発電されたかなどをお知らせするなど、さまざまなキャンペーンも実施しています。



関連情報 > 再生可能エネルギーの活用

絶滅の危機に瀕している野生動物の支援

関連情報 > 絶滅危惧種の保護活動

VBソーラー・エクスチェンジ

アサヒホールディングスオーストラリア傘下のアサヒビバレッジズ社の代表的なビールブランド『Victoria Bitter』は、参加者が自宅の太陽光発電により発電した余剰電力分の電気料金をビールと交換できる豪州初のエネルギープログラム「ソーラー・エクスチェンジ」を2021年から実施しています。

2022年には、豪州の大手酒販店「ダン・マーフィーズ」と提携し、2025年までにすべての購入電力を再生可能エネルギーにより調達するという目標を掲げ、本プログラムを推進しています。

Cool Ridge 100%リサイクルPETボトル

関連情報 > リサイクルPETボトル原料製造工場の設立

インパクト

欧州、オセアニアを中心に環境に配慮した商品が支持を受ける中、アサヒグループは環境負荷低減と家事の省力化を両立した新価値の創出や環境に配慮した素材を使用した商品を提供しています。また、絶滅危惧種の野生動物保護や資源循環の重要性についてお伝えし、消費者の皆様とともに低炭素を実現していく取り組みも推進することで、気候変動の緩和のほか生物多様性の保護にも貢献していきます。

機会：市場　金融資産の多角化

グリーンボンドの発行

原料・資材　製造　資源循環

関連情報 > グリーンボンド

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

インパクト

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。

機会：レジリエンス
原料・資材の安定調達

リサイクル素材の取り組みの連携強化



アサヒグループは、各地でプラスチック廃棄・汚染の低減を目指すアライアンスに参加しています。また、さまざまな企業と連携し、使用済みのPETボトルやキャップを回収、リサイクルを実施するための取り組みを推進しています。

ANZPACの締結

2021年5月、アサヒホールディングスオーストラリア傘下のアサヒビバレッジズ社は、豪州、ニュージーランド、太平洋諸島の民間企業とともに、エレン・マッカーサー財団のプラスチック協定ネットワークの一環として、ANZPACプラスチック協定を立ち上げました。この協定が掲げる2025年までの野心的な目標の達成に向けて、民間企業、NGO、政府がプラスチック廃棄物とプラスチックによる汚染の問題に取り組み、プラスチックの循環型経済の実現を目指します。

CLOMAへの参加

2019年1月に、業種を超えた幅広い関係者の連携を強め、イノベーションを加速するためにプラットフォームとして設立された「クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス」（CLOMA）にアサヒクオリティーアンドイノベーションズ（株）とアサヒグループジャパン（株）が参画しています。官民の連携を強め、プラスチック代替素材の開発・普及を促進し、効率的なリサイクルシステムの構築を目指します。

MAREAへの参加

アサヒホールディングスサウスイーストアジア傘下のエチカグループは、より効率的な容器包装廃棄物管理を通じて循環型社会の実現を目指す拡大生産者責任プラットフォーム、Malaysian Recycling Alliance（MAREA）に参加しています。MAREAは、政府などのステークホルダーと協力し、使用後の容器包装の回収強化、リサイクル材や再生可能な素材の使用促進、使用後の容器包装の環境への流出の抑制といった共通の目標を掲げ、活動を推進しています。

自動販売機で回収したPETボトルの水平リサイクルを開始

アサヒ飲料（株）は、自動販売機横のリサイクルボックスで回収した使用済みPETボトルを、リサイクルし、同社のPET商品に再利用する「水平リサイクル」の取り組みを開始しました。使用済みPETボトルは、アサヒ飲料販売（株）が管理・運営する首都圏エリア約3万台の自動販売機から回収される約2,000トンを対象に活用を開始し、将来は九州アサヒ飲料販売（株）、（株）ミチノク、アサヒオリオン飲料（株）への展開拡大を目指します。

PETボトル用キャップの水平リサイクル技術検証

アサヒグループジャパン（株）は、双日プラネット（株）、日本クロージャー（株）とともに、2023年1月からPETボトル用キャップ（以下、「キャップ」）の水平リサイクル「キャップtoキャップ」の実現に向けて共同で技術検証の取り組みを開始しています。各社の強みを活かし、プラスチック資源循環についての社会課題解決に取り組みます。当コンソーシアムでは、キャップ回収のスキーム構築や技術検証、品質基準の確立を行い、事業性を評価します。キャップの水平リサイクルの事業化が実現すれば、飲料業界で初の取り組みとなる見込みです。新しいキャップはアサヒ飲料（株）で採用を検討していきます。

『カルピス®』（希釈用）プラスチック容器のリサイクルプログラム開始

アサヒ飲料（株）は、テラサイクルジャパン合同会社と協働し『カルピス®』を中心とした希釈用商品の470ml入りプラスチックボトルとキャップを回収して、プラスチック原料に再生するリサイクルプログラムを2022年6月から開始しました。

希釈用商品の空容器とキャップを学校内に設置した回収ボックスで回収し、回収した容器やキャップはテラサイクルによってリサイクル処理が行われ、プラスチック原料に再生、新たな資源として活用する予定です。今後、学校だけでなくスーパーなどにも回収拠点を増やしていく予定です。

▶ 気候変動への対応 ▶ TCFD提言への取り組み

水の調達源の確保

原料・資材　生物多様性　資源循環

アサヒヨーロッパアンドインターナショナル傘下のプルゼニュスキープラズドロイ社(チェコ)の Radegast 醸造所は、自然保護団体と協力して、敷地内から排出される雨水をモラーヴカ川流域の人工池で浄化するシステムを20年前から運用しています。

このシステムによって、毎年22×50mのプール数十杯分の雨水を浄化しており、2021年は6万2,000m^3以上の水を浄化しました。川の氾濫を防ぐことで、生物多様性の回復にも貢献しています。さらに、助成プログラムの一環として、水資源の保護などに関連するプロジェクトに対し、5年間で200万チェコ・コルナ以上を支給しました。

原料調達の確保

原料・資材　生物多様性　資源循環

大麦は天候の影響を受けやすい作物であり、スロバキアにおける大麦生産量は気候変動により減少傾向にあります。こうした気候変動の脅威について、生産者だけでなく、大麦を基本原料のひとつとするビールメーカーも危機感を持っており、アサヒヨーロッパアンドインターナショナル傘下のプルゼニュスキープラズドロイスロベンスコ社は、大麦の栽培面積の減少という深刻な問題の解決に向けて、Ekopolis FoundationとNational Forestry Centerの 専 門家とともに、「For Barley」プロジェクトを開始しました。

インパクト

さまざまな分野の専門家やサプライヤー、コミュニティと連携し、気候変動による影響を受ける水資源の保全や農産物原料の収量・品質の向上の取り組みを行っています。また、他企業や業界他社と連携し、独自のリサイクル素材調達ルートの構築により安定した製品供給力を確保し、消費者の皆様にもリサイクルの呼びかけを行うことでPETボトルやキャップの資源循環を推進しています。

水資源、農産物原料のほか、リサイクル素材の安定調達といった事業へのインパクトのほか、原料廃棄にかかわるCO_2排出量の削減や生物多様性の保全に貢献します。

アサヒグループのレジリエンス向上に向けて

アサヒグループは、これまでに気候関連の重要リスク・機会を特定し、それらの事業影響について分析を進めてきました。また2022年は、新たにこれらリスク・機会の資源循環・生物多様性との関連性についても検討を行い、既存の取り組みの妥当性を検証するとともに、優先的に取り組むべき施策についても確認しました。

今後は、既存の取り組みについて、グループ事業戦略の中でインパクトの評価を行っていくとともに、アサヒグループの取り組みが生み出す社会へのインパクトについてもさらなる可視化に努めます。また、既存の取り組みについては、グローバルでの展開を検討するとともに、新たな取り組みにも挑戦し、気候変動によるリスクを低減し、機会を確実に捉えていきます。他方、こうした取り組みをステークホルダーの皆様にご理解いただけるよう、非財務情報の国際開示義務化の動きを的確に捉え、情報開示の充実化も図っていきます。

「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、気候変動は事業活動継続に対する重大な脅威です。同時に、気候変動問題に対応することは、アサヒグループの持続可能性に資するとともに、持続可能な社会の形成に貢献することになります。気候変動に対するレジリエンスの確度を一層高め、事業活動の持続性を向上させ、持続可能な社会へ貢献するため、引き続き対応策を検討・実行していきます。

アサヒグループは、グループ理念“Asahi Group Philosophy”において、「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」を行動指針(Our Principles)に掲げており、「アサヒグループ環境ビジョン2050」の実現に向けても、ステークホルダーの皆様との共創を重視しています。対応策の実行にあたり、ステークホルダーの皆様と共創し、バリューチェーン全体での取り組みをより一層強化していきます。

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。この生物多様性がもたらす恵み(生態系サービス)によって、私たちの命や暮らしは支えられています。

私たちが将来にわたり、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ことが期待されます。

1992年のリオデジャネイロサミットで「地球温暖化防止」と並ぶ世界的な条約として採択された「生物多様性保全」は、地球上の生態系バランスを保っていくうえで必須の課題です。「自然の恵み」を享受して事業を行うアサヒグループは、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、生物多様性に配慮した事業活動を実践していきます。

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。

＊ 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 > 環境マネジメント

リスク管理

アサヒグループは、生物多様性が損なわれることによってアサヒグループの事業継続が難しくなるとともに、多様な種が関わりあいながら形成する「自然の恵み」を次世代につなげることができなくなることをリスクと捉えています。これらのリスクについては、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)体制下において、アサヒグループホールディングス(株)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。

生物多様性 ▶ マネジメント

戦略

自然環境の悪化に伴い、生物多様性がこれまでにない速さで失われつつあります。自然の恵みなくして私たちは事業を継続できないため、事業による環境負荷をゼロにし、循環を通して地球環境への価値を最大化するプラネットポジティブの達成を目指し、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な重要な環境課題であると認識されている中、アサヒグループは自然関連財務情報開示タスクフォース(TNFD)※のフレームワークを用いて気候変動や資源循環とも連動した統合的なアプローチを進めていきます。

※ TNFD：自然関連財務情報開示タスクフォース(Taskforce on Nature-related Financial Disclosures)。自然資本及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。現在はフレームワークのドラフト版にあたるβ版が公開されており、2023年9月に最終版が公開される予定。

TNFD提言への取り組み

アサヒグループは、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β版に則った分析を開始しました。

生物多様性のみならず、気候変動や資源循環のリスクと機会を多角的な視点で捉え、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。また、TNFDフレームワークβ版に沿った分析の経緯をTNFDへ報告し、国際枠組みの構築に積極的に協力しています。

アサヒグループの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

生物多様性にも影響する「気候変動への対応」や「持続可能な容器包装」への対応における目標の達成に向けて取り組みを強化するとともに、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」で重要視している「気候変動」「容器包装」「農産物原料」「水資源」の観点も踏まえた生物多様性の保全・回復に向けた指標と目標を検討していきます。

関連するSDGs



生物多様性

取り組み

農産物原料リスク評価

アサヒグループでは、農産物原料について、農産物及び生産地の環境リスクを①気候変動の影響、②水資源の影響（水リスク調査）、③生物多様性への影響の観点から評価しています。

関連情報 > 取り組み（持続可能な農産物原料）

「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ヵ所に点在する、総面積が2,000ha超の森林です。「アサヒの森」では、生物多様性宣言への取り組みとなる3つの方針と10の取り組み「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。今後、「アサヒの森」のOECM※認定取得と、「30by30目標」達成への貢献を目指します。また、民間企業の取り組み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、認定相当に選定されています。

※ OECM：保護地域以外で生物多様性保全に資する地域。Other Effective area-based Conservation Measuresの略。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も貢献している地域。

絶滅危惧種の保護活動

アサヒヨーロッパアンドインターナショナル傘下のコンパニア ピボワルスカ社（ポーランド）は、ポーランド語でバイソンの意味を持つビールブランド『Żubr』を通じて、多くの絶滅危惧種が生息するポーランド最大の国立公園であるビエブルザ国立公園の自然保護活動に取り組んでいます。

この取り組みでは、毎年1,000万PLNを科学者や生態学者の知見に基づいてさまざまな活動に寄付しており、2021年度は同公園の40%を占める私有地のうち、25万㎡を購入して国に寄付し、専門家による適切な生態系の保護活動を可能にしました。同社は、同公園の管理団体とともに「Żubr」基金を設立し、行政機関や大学・研究機関、NPOと協働で、ポーランドの野生動物と自然環境の保護に貢献しています。

▶生物多様性

自然関連財務情報開示タスクフォース（TNFD）提言への対応

戦略

アサヒグループは、生物多様性に関連するリスクと機会の事業インパクト・社会インパクトの評価、及び対応策の立案が、持続可能な社会の実現及び事業の持続可能性に不可欠であると認識し、TNFDが提唱する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β版に則った分析を進めています。

具体的には、LEAP（「Locate（特定）」「Evaluate（診断）」「Assess（評価）」「Prepare（対策）」）アプローチに準拠して分析を始め、生物多様性に関わりがある原料生産、製造、物流、消費地などのバリューチェーンの観点から、事業における重要な原料などを中心に分析しました。

2022年度は取り組みの初年度として特にLocateとEvaluateに注力し、アサヒグループの事業が関与している可能性があると同時に生物多様性の損失が懸念される地域を特定するとともに、事業にとって重要な自然を特定し、それぞれの劣化傾向を評価しました。これらの分析を踏まえ、シナリオ分析によるリスク・機会の評価と対策の検討といったAssess、Prepareを開始しました。次年度以降はこれらの取り組みをさらに具体化していく予定です。

LEAPの概要

- LEAP分析は、TNFDが提唱する自然の劣化に起因する事業リスク・機会を体系的に評価するためのフレームワークです。評価は4段階で進めることが推奨されており、Locate・Evaluate・Assess・Prepareで構成されます。
- LEAP分析の流れは、まず分析の1ステップ目であるLocateで、自然の劣化の可能性や事業リスク・機会を評価する対象となる地域を絞り込み、2ステップ目のEvaluateでそれらの地域において事業が依存・影響※する各種自然の状態を評価します。その上で、自然の劣化が見込まれる地域で生じ得るリスク・機会を3ステップ目のAssessで捉え、4ステップ目のPrepareで必要な対策を検討します。

※ 依存とは事業が自然の恵みを使っている状態、影響とは事業活動の結果が自然に変化を与えている状態を示します。

	Locate（特定）	Evaluate（診断）	Assess（評価）	Prepare（対策）
概要	・事業が関与している可能性があり、生物多様性の損失が懸念される地域を特定	・事業にとって依存・影響の度合いが高い自然を特定。その中でも劣化傾向の高い自然がある地域を特定し、優先して対応すべき対象を特定	・シナリオを組み合わせ、自然の劣化に伴うリスク・機会を具体化	・Assessで評価したリスク・機会について、必要な対策や成果の管理指標を検討

▶ 生物多様性 ▶ 自然関連財務情報開示タスクフォース(TNFD)提言への対応

2022年度の取り組み概要

	Locate(特定)	Evaluate(診断)	Assess(評価)	Prepare(対策)
	2022年実施		2022年一部実施、2023年継続	
実施事項	• アサヒグループの事業活動が行われている地域を特定 • 生物多様性の概況を完全性・重要性・水リスクの観点に沿って評価 • 生物多様性の損失が懸念される地域を確認	• 事業活動の工程ごとに事業にとって依存・影響度の高い自然(森・土・水・大気)をTNFDの推奨データベースから特定 • 特定した事業活動の所在地域を対象に、特定のリスク基準と比較して、劣化リスクが高い自然を特定 • 上記を踏まえて事業にとって対応すべき優先度が高い対象を特定	• Evaluateで絞った地域で生じ得るリスクを将来シナリオに沿って評価 • 生物多様性を構成する複数の自然に対する保全効果が大きい取り組みを分析し、自社の取り組み、今後取り組むべき領域を検討 • 今後、シナリオの確定、リスク・機会の評価、取り組みの具体化、及び成果の管理指標を検討する予定	



例：事業の関与可能性地域を特定



例：森林被覆率が減少する地域を特定





例：リスク軽減策/機会の検討

分析対象選定について

分析にあたり、生物多様性に関わるリスク・機会を捉えるため、アサヒグループの主要事業である全3カテゴリー（酒類・飲料・食品）のバリューチェーンを対象としました。

中でも、バリューチェーンの上流にあたる原材料はTCFD提言への対応でシナリオ分析を実施した際に選定した内容と同様に、調達量と調達規模、及び事業継続における重要性の観点から、酒類カテゴリーでは大麦、ホップ、コメ、飲料カテゴリーではコーヒー、生乳、砂糖、食品カテゴリーではパーム油、大豆、カカオを選定し、さらに全カテゴリー共通の重要原料としてのトウモロコシを入れています。また、全カテゴリーにとって欠かすことのできない原料としての水、生物多様性に影響を与える可能性が高いプラスチック容器を分析対象に加えました。

選定した原料

各カテゴリーで分析対象とした原料

	酒類カテゴリー	飲料カテゴリー	食品カテゴリー
大麦	■		
ホップ	■		
コメ	■		
コーヒー		■	
生乳		■	
砂糖		■	
パーム油			■
大豆			■
カカオ			■
トウモロコシ	■	■	■
原料水	■	■	■
プラスチック容器	■	■	■

ガバナンス

関連情報 > ガバナンス(生物多様性)

リスク管理

関連情報 > リスク管理(生物多様性)

指標と目標

関連情報 > 指標と目標(生物多様性)

▶ 生物多様性 ▶ 自然関連財務情報開示タスクフォース(TNFD)提言への対応

Locate(事業が関与し、生物多様性の損失が懸念される地域の特定)

まず、アサヒグループのグローバルなサプライチェーンが生物多様性と関わる地域を特定するために、経度・緯度0.5四方に分割した世界地図のうち、アサヒグループの事業活動(原料生産・製造・物流・消費)が行われている可能性のある地域を絞りました。

次に、生物多様性の概況についてTNFDガイドラインが推奨する3観点(完全性、重要性、水ストレス)で整理しました。

結果として、「完全性」は北南米の農業地域、「重要性」は赤道付近の南米・東南アジア、「水ストレス」はアフリカやアジアの乾燥地帯でリスクが高いことを確認しました。

最後に、これらの図を重ね合わせることで、アサヒグループが扱う原料や生産工程ごとに、左記の3観点からリスクの種類と地域を特定しました。その上で、今回は、事業全体の依存・影響を把握するため、全工程を対象に影響範囲の特定(Evaluate)を実施しました。

生物多様性の概況を評価する観点

完全性: 生態系の豊かさに関する評価。拠点周辺の生態系が、人為・自然の作用によって損なわれていないかを評価する。具体的な評価指標は、種の損失度(地域に残存する種の比率)。

重要性: 保全上の価値に関する評価。拠点所在地が、生物多様性保全上の価値が高い地域に該当するかどうかを評価する(絶滅危惧種の有無、保護区面積など)。

水ストレス: 水供給の質・量の健全性に関する評価。拠点所在地における水供給が、量的・質的に悪化していないか評価する(WRIが公表する流出率、水質などの総合評価など)。

STEP1

事業の関与可能性がある地域の絞り込み



STEP2

完全性、重要性、水ストレスの観点からの生物多様性の概況の整理



完全性



重要性



水ストレス

STEP3

STEP1、2を重ね合わせることによる、アサヒグループが扱う原料や生産工程ごとのリスクの種類・地域の特定

評価された主要な原材料や生産工程のリスク(例)

■ 完全性リスク ■ 重要性リスク ■ 水リスク

大麦



アメリカ・豪州では完全性リスクが高く、欧州では水のリスクが高い

ホップ



主要リスクは完全性。欧州・豪州は重要性・水リスクも高い

製造(自社)



主要な工場地帯で重要性リスクは低い

物流



主要都市近傍にあるため、重要性リスクは低い

消費地



各国主要都市のため、重要性リスクは低い

▶ 生物多様性 ▶ 自然関連財務情報開示タスクフォース(TNFD)提言への対応

Evaluate(重要な自然の特定と自然の劣化傾向の評価)

生物多様性の劣化による影響を詳細に評価するために、Locateで確認した生物多様性の損失リスクが高い地域について、以下の観点で評価を行いました。

・アサヒグループの事業活動は生物多様性を支える自然(森・土・水・大気)にどの程度依存しているか。またどの程度影響を与えているか
・それらの自然がどの程度リスクにさらされているか
・製造工程以降で発生する廃棄物が自然にどの程度影響を与えているか
・自然の劣化が激しいアサヒグループの事業地域の事業規模はどの程度か

具体的には、STEP1としてTNFD推奨データベースのENCORE※1を用いて原料生産・製造・物流・消費の各事業工程での自然への依存・影響の度合いを地域単位で特定しました。その自然が2030年にどのような状態になるのかを直近の変化傾向を踏まえて予測し、Planetary Boundariesで定められるリスク基準※2と比較し、劣化状況を評価しました。

STEP2では、STEP1の結果をもとに、事業にとって依存・影響度が大きく、劣化リスクが高い地域から、対応すべき優先度が高い事業工程と自然を特定しました。これらの分析から、下図に示されるように、大麦やホップ、トウモロコシの原料生産地では事業活動における森や土・土地へ、製造以降の事業活動が関与する地域では水・大気・廃棄物などへの対応の優先度が高いことが特定されました。

※1 UNEP-FIなどが開発した企業の生産工程に係る自然への依存・影響を評価するツール
※2 地球環境について、9つの領域(気候変動、海洋酸性化、成層圏オゾン層の破壊、窒素とリンの循環、グローバルな淡水利用、土地利用変化、生物多様性の損失、大気エアロゾルの負荷、化学物質による汚染)のうち、該当する領域を対象に、それぞれの閾値に係る評価指標を提示。

STEP1

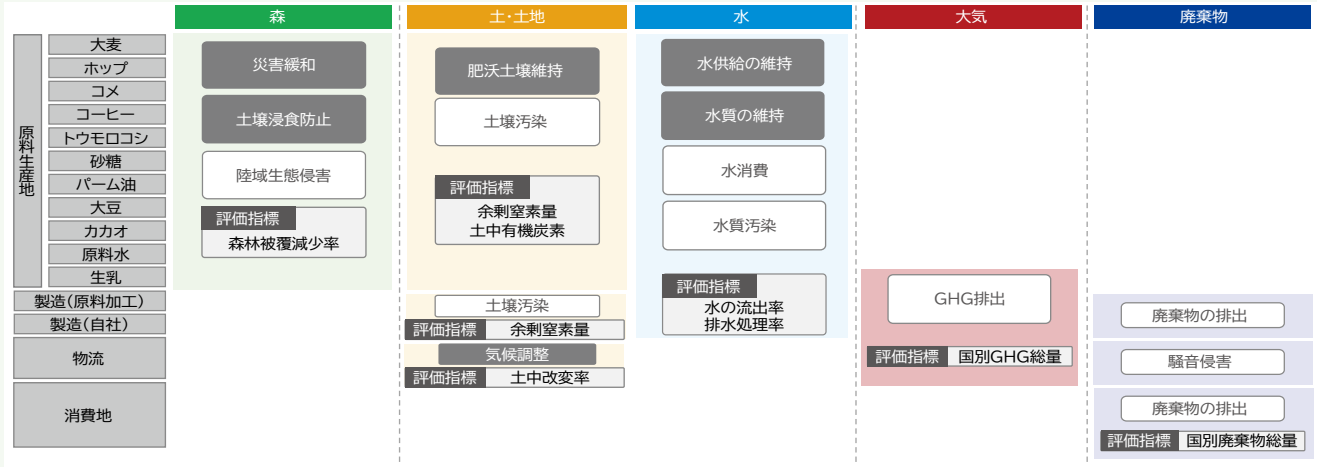
原料生産・製造・物流・消費の各事業の工程で①自然への依存・影響の度合いを特定、②特定した自然について、各工程に関連する地域周辺の劣化状態を評価する指標を設定、③2030年の劣化状態を予測し、②と比較して評価

STEP2

①自然が劣化するリスクが高い地域について、当該地域が支える事業規模※で整理
②自然の劣化にさらされる事業規模により、対応の優先度が高い事業工程と自然を特定

※各工程の事業活動が停止することで失われる事業規模。例えば、大麦の場合、酒類カテゴリーの事業規模に対し、原料としての大麦生産が停止することで失われる事業規模を指す。

各工程の自然への依存・影響の内容と評価指標(一部抜粋)



対応すべき優先度が高い事業工程と自然

	森	土・土地	水	大気	廃棄物
原料生産地 大麦	+++	+++	+	-	-
原料生産地 ホップ	+++	+++	-	-	-
原料生産地 コメ	+++	+	+	-	-
原料生産地 コーヒー	+	+	+	-	-
原料生産地 トウモロコシ	+++	+++	++	-	-
原料生産地 砂糖	++	+	+	-	-
原料生産地 パーム油	+	+	+	-	-
原料生産地 大豆	+	+	+	-	-
原料生産地 カカオ	+	+	+	-	-
原料生産地 原料水	-	-	++	-	-
原料生産地 生乳	+	+	+	+	-
製造(原料加工)	-	+++	+++	+++	+++
製造(自社)	-	++	+++	+++	+++
物流	-	+++	-	+++	+++
消費地	-	-	-	-	+++
	+++	++	+	-	

+が多いほど、自然の劣化リスクが高い地域の事業規模が大きい
-は規模が小さい、または評価対象外

▶ 生物多様性 ▶ 自然関連財務情報開示タスクフォース(TNFD)提言への対応

Assess(リスク・機会評価)/Prepare(対策)

Locate、Evaluateによって特定された、アサヒグループの事業活動が依存し、影響を与える自然においてリスクが高い地域について、2022年は、気候変動対策の動向も考慮し、生物多様性対策も推進されるシナリオについて分析を進めることで、今後取り組むべき方向性を把握しました。2023年以降は、シナリオの確定、リスク・機会のさらなる分析を実施し、有効な取り組みの検討へとつなげる予定です。

原料生産

大麦・ホップなどの原料生産工程において、森や土・土地の劣化に影響を及ぼすことがわかりました。現在はチェコにおいて、ホップ栽培の水使用量削減に貢献するアプリの開発を、農家やMicrosoft社などと連携して実施しています。今後も他社との協働や先進技術を活用した農業支援など、施策の拡充・拡大を検討していきます。



チェコにおけるホップ栽培省水アプリの実証

製造(自社)

製造工程においては、水や大気・廃棄物への影響が大きく、自然を劣化させるリスクが高いことがわかりました。2026年操業開始予定の鳥栖工場では「カーボンネガティブ」を目指し、また、イタリアのバーリ工場では太陽熱集熱機の設置などの取り組みを進めています。これらの取り組みを他工場にも拡大していくことを検討していきます。



イタリアのバーリ工場における太陽熱集熱機の設置

物流

物流工程においては、大気や廃棄物への影響が大きく、自然を劣化させるリスクが高いことがわかりました。豪州ではビールの主力ブランド『Victoria Bitter』の電気トラックでの配送、日本では競合他社や他企業との共同配送などの取り組みを進めています。今後、このような物流工程での取り組みやモーダルシフトなどをさらに推進していきます。



豪州における電気トラックによる運送

消費

消費工程においては、特に廃棄物で自然を劣化させるリスクが高いことがわかりました。これまで、日本におけるラベルレスボトルの販売や、豪州における同国最大のPETリサイクル工場の稼働など、資源を循環させる取り組みを進めています。今後はこれらの取り組みを引き続き推進するとともに、他地域においても取り組みの展開を目指していきます。



豪州ニューサウスウェールズ州で稼働を開始した豪州最大のPETリサイクル工場

▶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、お客様に価値ある商品を提供する上で重要な役割を担っています。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すほか、使用段階での使いやすさ、原料資源の持続可能性が求められています。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、海洋汚染や生態系への影響が、喫緊の社会課題となっています。

アサヒグループは、「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」と定義しました。具体的には、「使用される容器包装の資源利用最小化と、使用後の容器包装再利用化による循環型社会の構築への貢献によって、海洋生態系が保全された世界」を目指しています。

アサヒグループは、環境に配慮されていない容器包装への規制や、環境配慮素材の需要増加による調達やコストへの影響を想定しています。炭素税が導入された場合、PETボトルをはじめとする代表的な容器への価格転嫁による影響は、2030年が376億円、2050年が728億円と試算しています。また、プラスチックを消費者が敬遠することによって売上が減少するリスクがある一方、環境配慮素材の積極的な使用は、環境に配慮された商品を買いたいというお客様のニーズに応え、売上が拡大することにもつながります。

容器包装に環境配慮素材を使用することは、化石由来原料の使用量とCO_2排出量の削減につながり、気候変動問題への対応にも寄与します。また、リサイクルのバリューチェーンの一端を担い、リサイクル素材の導入や品質の向上、需給の安定化に努めることで、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。

方針

アサヒグループでは、従業員がステークホルダーの皆様と協力しながら具体的なアクションを起こすために、「プラスチック行動指針」を定めました。また、プラスチック容器包装を含めた、「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、バイオマス素材等
※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マス素材など環境配慮素材の利活用を進めて、環境負荷低減に取り組みます。

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

▶ 持続可能な容器包装 ▶ マネジメント

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、CO_2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として資源に再生利用することを指します。

ガバナンス

関連情報 > 環境マネジメント

リスク管理

アサヒグループは、不適切に廃棄された容器包装により、海洋汚染や生態系への影響が出てくることによって、アサヒグループの事業継続が難しくなるとともに社会へさまざまな悪影響を及ぼすことをリスクと捉えています。

これらのリスクについては、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)体制下において代表取締役社長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、環境に配慮されていない容器包装への規制や、環境配慮素材の需要増加による調達やコストへの影響を想定しており、そのリスク軽減に取り組む重要性を認識しています。一方、容器包装に環境配慮素材を使用することは、循環型社会の構築及び化石由来原料の使用量とCO_2排出量の削減につながると考えています。

そのため、「3R+Innovation」目標のもと、リサイクルPET、環境配慮素材を使用するとともに、リデュースの取り組みや、環境に配慮した新容器の開発を目指します。その際、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ます。

また、缶、びん、樽、紙など、その他の容器包装資材についても、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。

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。その目標をもとにアサヒ飲料(株)の「容器包装2030」目標など、各事業会社で目標を定めています。

グループ全体目標

目標	SDGs (貢献できるゴール・ターゲット)
●2025年までにプラスチック容器を100%有効利用可能※1な素材とする ●2030年までにPETボトルを100%環境配慮素材※2に切り替える ●環境配慮新素材の開発・プラスチック容器包装を利用しない販売方法を検討する	12.4／12.5／14.1

※ 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キャップ、一部プラスチック容器、プラカップ(販売用)など
※1 有効利用:リユース可能、リサイクル可能、堆肥化可能、熱回収可能など
対象会社:アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒホールディングスオーストラリア、アサヒホールディングスサウスイーストアジア
※2 環境配慮素材:リサイクル素材、バイオマス素材など
対象会社:アサヒ飲料(株)、アサヒヨーロッパアンドインターナショナル、アサヒホールディングスオーストラリア、アサヒホールディングスサウスイーストアジア

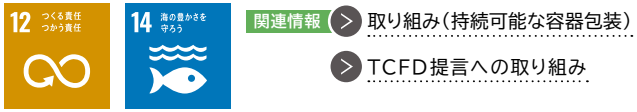
▶ 持続可能な容器包装 ▶ マネジメント

各RHQの計画

対象組織	目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
AGJ	● 「ラベルレス商品」の売上目標（2023年前年比：117%）を達成する（対象：アサヒ飲料（株））	12.4／12.5／14.1
AEI	● 2030年までに、容器及び二次包装を、リユースまたはリサイクル可能で、主にリサイクル材料から作られた素材とする	
AEI	● 2030年までに、プラスチック使用量を25%削減する（2019年比）	
AHA	● 2030年までに、びんとアルミ缶におけるリサイクル素材の使用率を50% 以上にする	
AHSEA	● 2025年までに、PET ボトルにリサイクル素材を30% 使用する	

関連情報 > 取り組み進捗状況（2022年）

関連するSDGs



関連情報 > 取り組み（持続可能な容器包装）
> TCFD提言への取り組み

実績

びん回収率の推移

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
アサヒビール（株）リターナブルびん	101.2%	100.1%	106.2%	98.8%	98.0%
アサヒ飲料（株）リターナブルびん	99.0%	98.6%	103.0%	94.1%	94.0%

＊ 回収率＝回収量（kg）／販売量（kg）×100

関連情報 > SASB対照表

▶持続可能な容器包装

取り組み

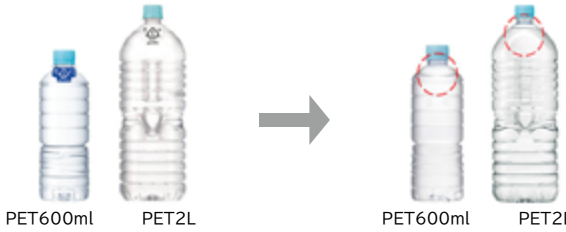
容器包装は、商品を提供するうえで重要な役割を担っています。品質保持や輸送強度を担保し、デザインや表示によるコミュニケーション手段としての機能のほか、使用段階での使いやすさや原料資源の持続可能性が求められています。一方で、不適切に廃棄されたプラスチック製の容器包装は、海洋汚染や生態系への影響など喫緊の社会課題となっています。

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みます。

プラスチック容器包装

リデュース(Reduce)

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



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4カテゴリー17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。2021年4月には新たにケース販売専用商品として、「『届く強さの乳酸菌』W(ダブル)」を追加しました。



また、2021年4月から「『アサヒ おいしい水』天然水シンプルecoラベル」PET585ml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、ラベルに使用するCO_2の排出量が約58%削減され、店頭での単品販売が可能になりました。

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つける「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、これまで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の必要がなくなりました。

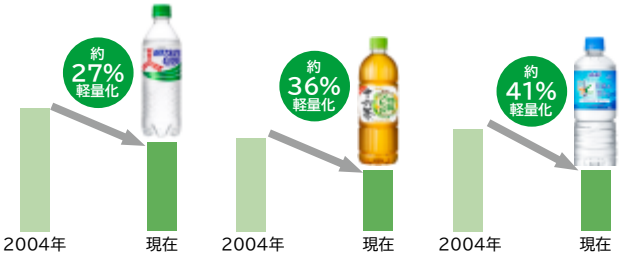
アサヒ飲料(株)では、今後も新たな「ラベルレス商品」の開発や販売チャネルの拡大を進めていきます。

プラスチックボトルの軽量化

アサヒ飲料(株)は、2019年に『カルピス®』のプラスチックボトル(1本あたり34g)を2g軽量化しました。この取り組みにより、プラスチックの使用量を年間で約130トン削減しました。



飲料PETボトルの軽量化



アサヒ飲料(株)では、定番商品のPETボトルについても継続的な見直しを図り軽量化を進めています。軽量化率は基準年となる2004年比です。

▶ 持続可能な容器包装 ▶ 取り組み

酒類PETボトルの軽量化

アサヒビール(株)では、業界最軽量※の取っ手付き4LPETボトルを開発しました。軽量化は、アサヒグループのComputer Aided Engineeringの技術により実現しました。この技術は、従来行われていた試作品による検証や実験の代わりに、コンピュータ上の仮想的な試作品を用いてシミュレーションし、分析するもので、試作や実証実験にかかるコストや時間を大幅に削減できるメリットがあります。この軽量化により、切り替え前と比べて、1本あたり31.5gのプラスチック樹脂を削減し、約22%の軽量化を実現しました。これによりプラスチック使用量は年間で37.8トン、CO_2排出量は年間で約90トン削減できる見込みです。本資材は焼酎『かのか』や『大五郎』、ウイスキー『ブラックニッカ』で使用しています。



※ 当社調査による(2020年9月時点)

食品容器のプラスチック削減

アサヒグループ食品(株)では、『ミンティア』『ディアナチュラ』やカップスープなどで、容器の薄肉化、付属のスプーンやふたの廃止などによりプラスチック使用量を削減します。『ミンティア』は2023年3月の発売商品から薄肉軽量化容器を採用、順次切り替えます。従来のレギュラーシリーズの容器と比べてプラスチック使用量を11%削減します。切り替えが完了すると、レギュラーシリーズとブリーズシリーズを合わせて年間約170トンのプラスチック使用量の削減見込みです。





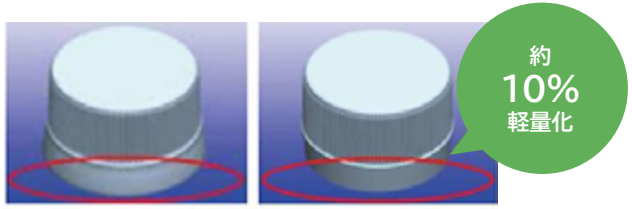
詰め替え商品の展開

アサヒグループ食品(株)では、プラスチック使用量とごみの削減を実現するため、『おしぼりウエッティー』や『ミルふわ』など、一部の商品で詰め替え用をあわせて販売しています。



炭酸飲料用PETボトルキャップ軽量化

アサヒ飲料(株)では、炭酸飲料用として日本国内最軽量※となるPETボトルキャップを2018年2月から採用しています。このPETボトルキャップは、日本クロージャー(株)との共同開発です。これにより、PETボトルキャップの重量は、3.25g～3.35gから3.03gへと約7～10%軽量化しました。



従来品のキャップ形状　　開発品のキャップ形状

※ アサヒ飲料(株)調べ(2022年3月時点)

飲料PETボトルのロールラベル化



アサヒ飲料(株)は、2020年4月以降、『三ツ矢サイダー』の一部展開容器においてPETボトルのラベルをロールラベル化することで、1本あたりのラベル使用量を約55%削減しています。

2022年3月より、『アサヒ十六茶』630ml、660mlについても部分的にロールラベル化することで、1本あたりのラベル使用量を約73%削減しました。

ビール用PETボトルのリターナブルびんへの切り替え



アサヒヨーロッパアンドインターナショナル傘下のプルゼニュスキープラズドロイ社(チェコ)では、2021年にPETボトル入りビール製造を終了し、プラスチック使用量を年間400トン削減しました。これ以来、消費者のPETボトル入りビールへの関心が高まる中でも、プラスチック容器の使用中止を継続しています。また、輸送時のパレットに

▶ 持続可能な容器包装 ▶ 取り組み

ビールを固定するプラスチック包装材の厚さを従来の3分の1の薄さのものに切り替え、年間78トンのプラスチック使用量を削減しました。

『ピルスナーウルケル』のびんのプラスチックフィルムを全廃し、缶製品の複数パック販売用の梱包フィルムも再生プラスチックに変更しました。今後も化石由来プラスチックから再生プラスチックへの切り替えに努めます。

6缶パックリング&シュリンクフィルムのプラスチック全廃

アサヒホールディングスオーストラリア傘下のカールトン&ユナイテッド・ブルワリーズ社では、2019年に、缶製品の6本パックプラスチックリング&シュリンクフィルムのプラスチックを廃止し、これにより、2019年は年間、プラスチックリングで3千万個以上、プラスチックシュリンクフィルムで248トン以上の削減効果につながりました。

4缶・6缶パックトップクリップを段ボール製に全面切り替え

アサヒヨーロッパアンドインターナショナルは2021年、オランダ生まれのビールブランド『Grolsch』の4缶・6缶パックについて、プラスチックシュリンクフィルムから段ボール製の包装「トップクリップ」への全面的な切り替えを開始しました。オランダのすべての4缶・6缶パックがこの包装に替わることで、年間100,000kg、ビニール袋400万枚相当のプラスチックが削減されます。また、従来のプラスチック製と比較してパッケージ製造時に発生するCO_2の排出量を36%削減する見込みです。



リサイクル(Recycle)

アサヒグループは、PETボトルリサイクル推進協議会の一員として、同協議会の自主行動計画2025（2021年度～2025年度)のリサイクル率85%以上(基準年度:2004年度)の目標に向けて取り組んでいます。廃棄時に分別しやすいラベルレスボトルの展開や、2019年7月から『カルピスウォーター®』などの乳性飲料の一部でリサイクルPETボトルの採用を開始するなど、持続可能な容器包装の実現に向け取り組みを進めています。

リサイクルPETボトルの導入

アサヒ飲料(株)は、2019年7月から『カルピスウォーター®』など乳性飲料の一部でリサイクルPETボトルの採用を開始しました。その後、『三ツ矢』ブランドや『ウィルキンソン タンサン』などボトルの耐圧性が要求される炭酸飲料の一部商品へ導入を拡大。2021年は『アサヒ十六茶』の一部PETボトルへも導入しました。



また『ウィルキンソン タンサン』PET500mlの一部商品にメカニカルリサイクルによる再生PET樹脂を100%使用し、2022年2月より展開を開始しました。

PETボトル資源循環に向けた外部との連携

アサヒ飲料(株)は、2030年までに、PETボトルを100%環境配慮素材(リサイクルPETまたはバイオマスPET)に切り替えるという「容器包装2030」の目標を達成するため、2022年5月よりケミカルリサイクルPET樹脂調達によるPETボトルの資源循環に向けて「ボトルtoボトル」の再生事業者である(株)JEPLANへ出資し、連携を開始しました。この取り組みにより、アサヒ飲料販売(株)が管理・運営する首都圏エリア約3万台の自動販売機から使用済みPETボトルを回収し、(株)JEPLANの子会社ペットリファインテクノロジー(株)の工場においてケミカルリサイクルPET樹脂に再生し、『三ツ矢』『カルピス®』『アサヒ 十六茶』『アサヒ おいしい水』『バヤリース』などの一部商品の大型PETボトルに再利用する循環システムを構築しました。2023年は自動販売機の使用済みPETボトルの回収エリアを順次拡大していく予定です。

▶ 持続可能な容器包装 ▶ 取り組み

リサイクルPETボトル原料製造工場の設立

アサヒホールディングスオーストラリア傘下のアサヒビバレッジズ社は、包装・パッケージ製造のPact社、廃棄物処理のCleanaway社、競合であるCoca-Cola Europacific Partners社とともに合弁会社を設立し、ニューサウスウェールズ州のアルバリーにPETボトルのリサイクル工場を建設し、運営を行っています。2022年3月に稼働を開始したこの工場は、PETボトル約10億本に相当する、年間約20,000トンの再生PETボトルを生産できます。この合弁会社は、さらにビクトリア州メルボルン近郊に同様の規模の新工場を建設中です。

アサヒビバレッジズ社はミネラルウォーターブランド『Cool Ridge』でキャップとラベルを除いて、100%リサイクルPET樹脂を利用したボトルへ移行しています。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年までに同社のすべてのPETボトルの素材を、堆肥化可能、生物由来またはリサイクル素材に移行することを目指しています。

PETボトルキャップの水平リサイクル「キャップtoキャップ」実現に向けたコンソーシアムを発足

アサヒグループジャパン(株)は、2023年1月より、双日プラネット(株)、日本クロージャー(株)と共同で、使用済PETボトル用キャップ(以下、キャップ)を再びPETボトルのキャップに水平リサイクルする「キャップtoキャップ」の実現に向けて、共同で技術検証の取り組みを開始しました。各社の強みを活かし、プラスチック資源循環についての社会課題解決に取り組みます。

現在、PETボトルの回収率は94%※1に達し、飲料業界では水平リサイクルが推進されています。一方、キャップはリサイクルの実態把握が進んでおらず、回収・リサイクルの実態把握や方法の確立が課題となっています。

当コンソーシアムでは、キャップ回収のスキーム構築や技術検証、品質基準の確立を行い、事業性を評価します。キャップの水平リサイクルの事業化が実現すれば、飲料業界で初※2の取り組みとなる見込みです。新しいキャップはアサヒ飲料(株)での採用を検討していきます。

※1 出典:PETボトルリサイクル推進協議会(参照2022-12-06)
※2 双日プラネット株式会社調べ

アップサイクル

■『UPCYCLE Bタンブラー 津軽びいどろ』の開発

アサヒユウアス(株)は、青森県の北洋硝子(株)と共創し、廃棄予定のジョッキをハンドメイドタンブラー『UPCYCLE Bタンブラー 津軽びいどろ』にアップサイクル※しました。

廃棄物を削減し環境負荷低減に取り組むと同時に、伝統工芸技術を活かし付加価値のある商品として販売することで地域産業活性化に貢献します。将来的には、ガラス食器のアップサイクル技術を他地域へ水平展開することを目指します。

※ 本来は捨てられるはずの製品に新たな価値を与えて再生すること





環境配慮素材

容器包装への植物由来原料の使用推進

アサヒ飲料(株)では、2015年から2020年まで植物由来原料を使用した『三ツ矢サイダー』PET1.5Lを数量限定で発売しました。2020年は、PETボトルとキャップにおいて30%の割合で植物由来原料を使用し、ラベルの印刷にはこれまでの石油を原料にしたインキに比べ環境負荷を低減する植物由来のインキを使用しました。2021年からは『アサヒ おいしい水』『アサヒ十六茶』『三ツ矢』などの一部商品で植物由来原料を使用したPETボトルを採用しています。



▶ 持続可能な容器包装 ▶ 取り組み

プラスチックボトルに植物由来のバイオポリエチレンを配合

アサヒ飲料(株)は、『カルピス®』のプラスチックボトルの素材に、植物由来のバイオポリエチレンを10%使用しています。キャップ、ボトル、ラベルが同じ素材であるため、ラベルをはがしたり、キャップを取るなどの分別が不要で、リサイクルにも適しています。



『カルピス®』プラスチックボトル
470ml

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』の開発





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。これは、間伐材などの木材から精製したパルプが主原料の「高濃度セルロースファイバー成形材料」※を活用したもので、2019年から展開しています。これまでに行政や大学、企業などと共同で、『森のタンブラー』利用促進による使い捨てプラスチックごみの削減や、地域の余剰産物を使ったオリジナルの『森のタンブラー』の開発など、環境課題の解決に取り組んでいます。

※ パナソニック(株)が開発したナノ～マイクロに微細化されたパルプ成分を含有する樹脂

食べられる飲料容器『もぐカップ』の開発

『もぐカップ』は、アサヒビール(株)と(株)丸繁製菓との共同開発で、“使い捨て”から“使い食べ”という新しい食のライフスタイルの提案として、2021年から展開しています。『もぐカップ』は、日本産のじゃがいもでん粉を原料とした飲料容器で、高温高圧で原料を焼き固めることにより耐水性を向上させ、中に入れた液体が漏れにくくなるようにしました。容器自体にそれぞれ味付けをし、飲み物や食べ物との組み合わせを楽しめます。





その他容器包装(缶、びん・樽、紙)

アサヒグループでは、持続可能な容器包装への取り組みとして缶、ガラスびん、キャップ、ラベル、段ボールなどの容器包装資材についても、3R(リデュース・リユース・リサイクル)の観点から、省資源・軽量化・リサイクル性向上に努めています。

缶

リデュース(Reduce)

ビールやコーヒーなどで使用する缶について、お客様の扱いやすさを確保しつつ、使用する資源量を極力減らすことを目指して軽量化を進めています。

■アルミ缶蓋202径のテスト展開



アサヒビール(株)は日本産では最軽量(アサヒビール(株)調べ)となる202径アルミ缶蓋を東洋製罐(株)と共同開発しました。これまでの204径アルミ缶蓋に比べ、缶の品質や強度はそのままに缶蓋の直径を約3mm小さくしました。これにより缶蓋1枚あたりのアルミニウム使用量は従来の缶蓋に比べ約2割削減した2.5gとなり、日本国内最軽量を実現し、2021年に北海道内でテスト製造およびテスト販売を実施しました。

▶ 持続可能な容器包装 ▶ 取り組み

■スチール缶の軽量化



『「ワンダ」ブラック缶185g』　『「ワンダ」特製カフェオレ缶185g』　『「ワンダ」モーニングショット缶185g』　従来のスチール缶 28.1g　5本ビード缶 24.3g

アサヒ飲料(株)は、2019年から『「ワンダ」ブラック缶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、年間で約860トン削減しました。

リサイクル(Recycle)

アサヒグループは、アルミ缶リサイクル協会とスチール缶リサイクル協会の自主行動計画2025 (2021年度～2025年度)におけるアルミ缶リサイクル率92%以上、スチール缶リサイクル率90%以上(基準年度:2004年度)の目標に向けて取り組んでいます。アサヒグループでは飲み終わったアルミ缶、スチール缶の回収を支援するとともに、ビール工場、飲料工場でやむを得ず廃棄処理となったアルミ缶、スチール缶は、回収・再資源化を行っています。

缶リサイクルによるCO_2排出量削減

アサヒヨーロッパアンドインターナショナル傘下のプルゼニュスキープラズドロイスロベンスコ社(スロバキア)は、2022年に導入された同国のアルミ缶の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体に含まれる再生アルミニウムの比率を75%まで高める予定です。

再生アルミニウムの使用量の増加は、CO_2排出量の削減にもつながり、缶製造工程におけるCO_2排出量を年間39%削減できます。2022年のプロセステストの段階で、200トンの使用済みアルミ缶を新しい缶にリサイクルしました。2024年には、スロバキアでのCO_2排出量削減量は合計6,700トンと予測されています。

同社は、2030年までに容器包装をリユース可能、リサイクル可能な素材とし、容器包装のリサイクル素材の使用率を50%以上にする目標を掲げていましたが、2024年には達成できる見通しです。



びん・樽

リデュース(Reduce)

■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年より導入しています。製造時や配送時に側面やラベルに擦り傷が発生する課題から、びんの胴部を0.2mm～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がりました。1本あたり10gの軽量化となります。

リユース(Reuse)

酒販店様や飲食店様向けのビールや清涼飲料水などには、リターナブル容器(びんや樽)が多く使用されており、これらの容器は自社ルートで回収、洗浄を行い、繰り返して使用しています。

2022年には、アサヒビール(株)で延べ209百万本、アサヒ飲料(株)で延べ95百万本の容器を回収・再利用しました。

リサイクル(Recycle)

アサヒグループは、ガラスびん3R促進協議会に加入し、空きびんのリサイクルを推進しています。アサヒグループではリターナブルびんの回収率100%を目指すとともに、ビール工場、飲料工場で寿命がきて使用できなくなったびん類は、回収を行い、カレットとしてガラスびんなどの原料にしています。

関連情報 > びん回収率の推移

▶ 持続可能な容器包装 ▶ 取り組み

紙製容器包装

リデュース(Reduce)

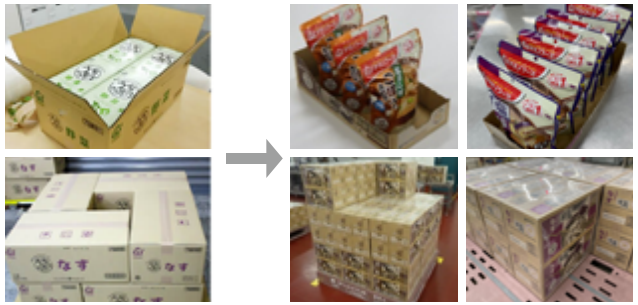
■缶の上部のみ固定した紙資材を試験展開



アサヒビール(株)は紙の使用量を大幅に削減した新資材を使った『アサヒスーパードライ エコパック』の第2弾テスト販売を2022年5月、一部の店舗で実施しました。新資材は、缶の上部のみ固定する紙資材で、缶容器の6缶パックとして日本で初めて(アサヒビール(株)調べ)展開しました。「エコパック」を採用することで、従来使用していた6缶パック資材と比べ、紙の面積は缶350mlの6缶パックで77%、缶500mlの6缶パックで81%削減できます。使用する紙の重量は缶350mlの6缶パックで65%、缶500mlの6缶パックで73%の削減を実現できます。仮に、アサヒビール(株)が製造する6缶パックすべてを本資材に切り替えた場合、年間で紙の使用量は約8,800トン、資材製造に伴うCO_2排出量を7,400トン削減できる見込みです。検証の結果を踏まえて、2023年から本格展開を予定しています。

■直接陳列可能な段ボール

アサヒグループ食品(株)では、2018年から『うちのおみそ汁』『きょうのスープ』シリーズで、陳列用カートン包装を廃止し、直接店頭に陳列できる段ボールに変更しました。これにより、輸送に必要な容器包装資材は、面積が1/3に削減できたほか、パレットへの積載量が80%向上し、輸送に伴うCO_2が44%削減できました。



リサイクル(Recycle)

■アルミニウムを使用しない容器カートカン

アサヒグループ食品(株)の通信販売用のカートカンでは、リサイクル適性を向上するため、アルミニウムを使わずに常温保管が可能な素材を採用しています。パルプを原料とする「紙」で作られているので、紙パックとしてリサイクルできます。

環境配慮素材

■間伐材を使用した容器

アサヒグループ食品(株)では、一部の商品において、間伐材マークを取得(日本産間伐材を10%以上含む日本国産材を30%以上使用)した紙容器カートカンを採用しています。

環境配慮商品の情報表示

アサヒグループ食品(株)では、環境に配慮した商品であることをわかりやすくするために、商品の特性を考慮した独自の環境配慮マークの表示を2022年3月から開始しました。『ディアナチュラ』ブランドのボトルにおいては、プラスチック使用量を削減した商品に「CO_2削減でエコ」マークの表示を行い、順次、社内基準を満たした商品に環境配慮マークを表示していきます。

〈CO_2削減でエコ〉

- 包装資材の材質を変更したり、薄くしたり、簡易包装にしたりすることでプラスチック量を削減し、CO_2排出量削減に寄与します。
- 油性インキから水性インキに変更することで原料の石油の使用を削減し、CO_2排出量削減に寄与します。

〈森林保全でエコ〉

- FSC認証紙を使用することで、森林保全につながり環境保全に寄与します。

〈バイオマス素材使用でエコ〉

- バイオマス素材や紙などの自然由来の素材を使った包材にすることで環境保全に寄与します。

eco CO2 削減でエコ　eco 森林保全でエコ

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

アサヒビール(株)とアサヒ飲料(株)は、容器包装のリデュース・リユース・リサイクルといった業界共通の課題や要請に応えるために、ビール酒造組合、全国清涼飲料連合会を中心に、ガラスびん3R促進協議会、アルミ缶リサイクル協会、PETボトルリサイクル推進協議会、食品容器環境美化協会などの各種業界団体との円滑なコミュニケーションに努めています。

2006年4月から加入した業界団体を含む「容器包装に係るリサイクル8団体」ごとに、数値目標・取り組み目標を設定しています。2025年までを目標期間とした「容器包装3R推進のための自主行動計画2025」について、容器包装のリデュース・リユース・リサイクルの3R推進の展開を進めています。

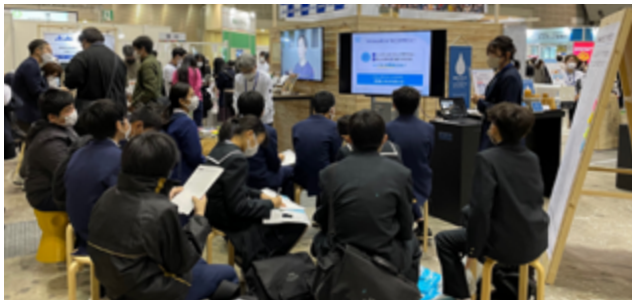
環境学習授業の協力



「三ツ矢サイダー」水の未来と環境教室　こどもSDGsスクール



静岡市内小学校での環境授業



エコプロ2022の様子

アサヒ飲料(株)では、「「三ツ矢サイダー」水の未来と環境教室 こどもSDGsスクール」を通じて、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。2022年6月から12月にかけて全国の小学4 ～6年生を対象に26校で実施しました。水の大切さや、未来の地球環境のために自分たちができることを考える授業を展開しました。

また、静岡市内の小中学校・高等学校4ヵ所で3RやPETボトルのリサイクルに関する環境授業を行ったほか、「エコプロ2022」では小中学生を対象に「eco」をテーマに、環境授業を実施しました。これには、2日間で延べ100名以上が参加してくれました。授業の最後には、屋外でごみの分別を「楽しく」するために、という問いに対して、参加した児童達が考えたアイデアでできた虹が完成しました。

空容器の散乱防止対策の推進

アサヒグループは、環境美化と資源の有効活用推進のために、さまざまな空容器の散乱防止活動に取り組んでいます。

自動販売機リサイクルボックスの設置

アサヒ飲料(株)では、自動販売機1台に1個、リサイクルボックスの設置を推進しています。散乱防止のための「統一美化マーク」(食品容器環境美化協会)を自動販売機に掲示し、リサイクルへの意識啓発を図っています。

清掃活動の実施

アサヒグループは、社員ボランティア活動の一環として、自治体やNPOが主催するごみ拾いへの参加など各地で清掃活動を行っています。

アサヒヨーロッパアンドインターナショナルでの取り組み

アサヒヨーロッパアンドインターナショナルでは、廃棄物の削減、包装材の再利用とリサイクルの重要性を認識し、さまざまな取り組みを行っています。

2022年、ロイヤルグロールシュ社(オランダ)はNederland Schoon財団主催の「第20回全国清掃の日」に参加しました。Nederland Schoon財団は、100%ごみのない社会の実現を目指しており、同社は同財団のパートナーとして活動を支援しています。当日は多くの従業員が活動に参加し、30袋のごみを回収しました。

アサヒヨーロッパアンドインターナショナルは、2022年4月22日の「地球の日」に合わせ、事業を展開する複数の地域において、従業員による清掃活動を実施しました。



オランダ「第20回全国清掃の日」における活動



「地球の日」に合わせた英国ロンドンでの活動



「地球の日」に合わせたスウェーデン、ゴットランドでの活動

関連情報 > グローバル共通のコミュニティ支援活動

アサヒホールディングスオーストラリアでの取り組み

ニュージーランドの飲料ブランド『Phoenix Organics』では、2014年から同国の海岸保全の慈善団体「Sustainable Coastlines」の海岸清掃活動・植林活動を支援しています。2022年も「Sustainable Coastlines」のゴールド・スポンサーとして、約40人がオークランドの海岸清掃活動に参加しました。

ニュージーランドの従業員は、海岸清掃活動に参加する前にSustainable Coastlines主催の合同環境授業に参加し、持続可能な水の利用について学びました。この取り組みは、サステナビリティを最重要課題の一つとして挙げた従業員の要請を反映し、実現したものです。



▶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、アサヒグループが事業を継続して展開していくためには、原料を安定的に確保することが不可欠です。

一方で、気候変動などの環境リスクは、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。農産物生産地の環境、生態系や地域社会の人権に対する配慮も欠かせません。これらの影響により、アサヒ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調達品の確保を迫られる恐れがあります。

気候変動により、農産物収量が減少することによる調達コストの増加をリスクとして想定しており、各事業の主要原料の将来の収量影響とともにアサヒグループへの財務影響を試算しています。21世紀末までの平均気温が4℃程度上昇するシナリオのもとでは、コーヒー関連で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を特定しています。農産物原料の収量や品質に大きな影響を与える可能性のある環境リスクに対応し、持続可能な原料調達の取り組みを推進することは、事業活動における環境負荷の低減を実現するとともに、原料調達地域における持続的な農業の実現に寄与します。

そして、アサヒグループは、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仕組みの構築を進め、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。

方針

アサヒグループでは「アサヒグループ持続可能な調達基本方針」に基づき、サプライヤーの皆様との連携により、「アサヒグループサプライヤー行動規範」の遵守を実現させて、地球環境や地域社会に配慮した調達活動に取り組んでいきます。

ガバナンス

関連情報 > 環境マネジメント

リスク管理

アサヒグループは、気候変動などの環境影響により、農産物原料の収量や品質に大きな影響が出ることによって、アサヒグループの事業継続が難しくなるとともに、大切な「自然の恵み」としての農産物を次世代につなげることができなくなることをリスクと捉えています。

これらのリスクについては、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)体制下において代表取締役社長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

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。そのためアサヒ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。アサヒ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、原料生産地の環境を維持するには、農産物原料を生産する際の生態系や人権に対する配慮、生産地のコミュニティの活性化も欠かせません。

そのため、アサヒグループは、気候変動、水リスク、生物多様性などの環境リスクへの評価のほか、地域社会や農園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。

指標と目標

「アサヒグループサプライヤー行動規範」の遵守をサプライヤーの皆様と連携・実現を目指します。

また、「農産物・生産地」において、環境リスク・人権リスクのない農産物原料調達を目指します。

▶ 持続可能な農産物原料 ▶ マネジメント

各RHQの計画

対象組織	目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
AGJ	● 2023年 RSPO認証パーム油（Book & Claim認証方式）の購入量1,900トンを達成する（購入見込み総量の50%）※	2.4／12.2

関連情報 > 取り組み進捗状況（2022年）

関連するSDGs



関連情報 > 持続可能なサプライチェーンの実現
> 持続可能な水資源
> TCFD提言への取り組み
> 人権の尊重

▶持続可能な農産物原料

取り組み

取り組み概要

アサヒグループでは、地球環境や地域社会に配慮した持続可能な農産物原料を目指しています。

原料サプライヤーの皆様に対しては、持続可能なサプライチェーンの実現に向けて、「アサヒグループ持続可能な調達基本方針」に基づいた、「アサヒグループサプライヤー行動規範」を求めた調達活動を推進しています。

農産物原料においては、各事業の重要原料の特定を行い、農産物及び生産地における環境リスク、人権リスクについて重要原料のリスク評価を行っています。評価されたリスクについては、現地情報の確認、リスク対策を進めています。

農産物原料(重要原料)

酒類カテゴリー

アサヒグループの旗艦ブランドである『アサヒスーパードライ』の主原料である大麦、トウモロコシ、ホップ、米を重要原料とし、世界約150地域の原料調達先・生産地について調査を行いました。

飲料カテゴリー

飲料事業における農産物原料の調達規模及び調達範囲から、コーヒー、砂糖(サトウキビ、テンサイ)、トウモロコシ、生乳、脱脂・全粉乳を重要原料とし、世界約100地域の原料調達先・生産地について調査を行いました。

食品カテゴリー

食品カテゴリーにおける事業継続の視点から、アブラヤシ、大豆、カカオ、トウモロコシ、生乳を重要原料として、世界約30地域の原料調達先・生産地について調査を行いました。

酒類、飲料、食品カテゴリーの重要農産物原料の調査地域

酒類カテゴリー	チェコ、フランス、ドイツ、ポーランド、イギリス、デンマーク、ハンガリー、アメリカ、ルーマニア、イタリア、スロバキア、オーストリア、スロベニア、ブルガリア、豪州、ニュージーランド、オランダ、カナダ、ブラジル、南アフリカ、中国、韓国、日本、トルコ
飲料カテゴリー	インドネシア、エチオピア、グアテマラ、コロンビア、タンザニア、ニカラグア、ブラジル、ベトナム、タイ、豪州、日本、アメリカ、ニュージーランド、ドイツ、フランス
食品カテゴリー	マレーシア、インドネシア、フィリピン、アメリカ、カナダ、中国、日本、ガーナ、コートジボワール、ニュージーランド、オランダ

農産物原料リスク評価

農産物原料について、農産物及び生産地の環境リスク、人権リスクを把握するための評価を行っています。

環境リスク

TCFD提言が求めるシナリオ分析による「①気候変動の影響」、農産物の生育に欠かせない「②水資源の影響(水リスク調査)」、継続的な農産物生産活動による「③生物多様性への影響」の3つの評価を実施しています。

①気候変動の影響

平均気温の上昇(2℃、4℃シナリオ)、降水パターンの変化、異常気象の激甚化などの観点で、さまざまな文献から農産物原料の収量変化を推定しています。

評価結果

- **酒類カテゴリー:** 事業にとって重要な農産物原料が、気候変動の大きな影響を受ける可能性を確認することができました。大麦とトウモロコシについては、2℃シナリオに比べ4℃シナリオの場合に農産物原料の収量が大きく減少することがわかりました。
- **飲料カテゴリー:** 気候変動の大きな影響を受ける可能性を確認することができました。コーヒーとトウモロコシについて、2℃シナリオでは、生産地によって農産物原料の収量が大きく減少する可能性があります。さらに、2℃シナリオに比べ4℃シナリオの場合に農産物原料の収量が大きく減少することもわかりました。
- **食品カテゴリー:** 事業にとって重要な農産物原料への気候変動への影響はそれほど大きくないことを確認しました。パーム油は将来にわたり収量が減少傾向、カカオは増加傾向、大豆は地域によって増加する傾向にあることがわかりました。

関連情報 > TCFD提言への取り組み

▶ 持続可能な農産物原料 ▶ 取り組み

②水資源の影響（水リスク調査）

水はアサヒグループにとって基本的な原料であると同時に、農産物の生育に必要であるため、水リスクの調査を実施しています。

農産物の生産地について、水量リスク（水ストレス、季節変動、地下水位低下など生育に必要な水の確保が困難になるリスク）、自然災害リスク（洪水・干ばつリスク）、規制リスク（流域に暮らす人々の社会、文化、人権などに深くかかわる評判リスク）の評価を行っています。

農産物の水使用量については、地域別・原料別のWater Footprint及び農産物の調達量から算出しています。

評価結果

- **酒類カテゴリー：**大麦生産地の欧州河川流域では、洪水リスクの可能性があり、トウモロコシ生産地である北米河川流域では、規制リスクの可能性があることがわかりました。
- **飲料カテゴリー：**コーヒー生産地の南米河川流域では、洪水リスクの可能性があり、サトウキビ生産地であるオセアニアでは、干ばつに関わる規制リスクの可能性があることがわかりました。
- **食品カテゴリー：**大豆生産地の北米河川流域では、将来的な水ストレスの可能性があり、トウモロコシ生産地である欧州の河川地域では、干ばつの可能性があることがわかりました。

水リスクの可能性の高い生産地及びサプライヤーについて、地域における水資源や環境と照らし合わせながら、現地の農産地情報を確認し、現地地域の特性に応じた灌漑設備、洪水管理の検討とともに品種改良の研究も検討されていることを把握しました。

関連情報 > 水リスクの把握と低減

③生物多様性への影響

継続的な農産物生産活動に伴う農薬や施肥などの生態系への影響、畜産活動に伴う排泄物などの自然環境の負荷の評価を行いました。

また、生物多様性ホットスポットデータなどから、農産物原料の調査地点における生物多様性（鳥類・哺乳類・両生類などの豊かさ・絶滅危惧種）の状況も調査、確認を行いました。

評価結果

- **酒類カテゴリー：**大麦生産地及びホップ生産地である欧州の河川流域、トウモロコシ生産地の北米大陸の湖周辺が、農産地からの環境負荷で生物多様性に留意が必要な地域だとわかりました。
- **飲料カテゴリー：**コーヒー生産地の南米河川流域、脱脂・全脂粉乳生産地の北日本河川流域について、自然環境に恵まれた森林生物圏である場合、農産地からの環境負荷で生物多様性に留意が必要な地域だとわかりました。
- **食品カテゴリー：**トウモロコシ生産地の欧州の河川流域、アブラヤシ生産地である東南アジア、カカオ生産地である西アフリカについて、農産地からの環境負荷で生物多様性に留意が必要な地域だとわかりました。

関係するサプライヤーと環境リスク情報の共有化を図り、原料生産地周辺が生物多様性の豊かな地域であるかなど、現地情報を確認しました。

人権リスク

地域社会や農園における環境や人権の視点で、サプライヤーの労働・人権の確認を進めています。

評価結果

- アサヒグループの主要調達原料における現代奴隷リスクについてデスク・リサーチを実施しました。評価の結果、高リスクと判定された原料について、2021年にはエチオピアとタンザニアのコーヒー豆生産、2022年にはブラジルのサトウキビを対象として、デスク・リサーチとインタビュー調査による人権リスクの特定と評価を行いました。
- 継続的に取引のある事業会社の原料の全一次サプライヤーの皆様に「サプライヤーCSR質問表」への回答を依頼しています。回答のあったサプライヤーに対しては平均得点率との差や回答会社中の順位を示した結果をフィードバックし、自社の強み・弱みを認識して弱みの改善につなげていただくことを目指しています。また、本質問表の集計結果をもとにサプライヤーの現地調査を行い、他社の取り組み事例を紹介するなど具体的な改善へのアドバイスや、「アサヒグループサプライヤー行動規範」に基づいたESGの取り組みのさらなる推進・向上のための議論を行っています。

▶ 持続可能な農産物原料 ▶ 取り組み

- 2020年、世界最大の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Sedex（Supplier Ethical Data Exchange）に入会しました。これにより、サプライヤーの人権や労働の管理状況を、グローバル基準で今まで以上に把握することが可能となります。2022年には食品・飲料業界10社で発足した「食品＆飲料業界のバイヤー会員Sedexワーキングチーム」に参画しました。今後、Sedexの活用推進・標準化を行うと同時に、協働でサプライヤーへのSedex加入を促進していきます。

関連情報
CSR調達の推進
人権デューデリジェンス
サプライヤーCSR質問表

主な取り組み

原料サプライヤーとの情報共有

アサヒグループの事業継続に欠かせ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つ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。

農産物生産地の農業支援

アサヒグループでは農産物生産地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あるいはホップについて、コミュニティ活動においても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。

具体的には、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70,000トンの大麦を農家から直接購入しています。この契約により、アサヒグループが栽培のプロセスをモニタリングできる一方で、生産者は、経済的な保証を得て、新しい技術に投資し、農業の持続可能性と効率の改善に取り組むことができます。




また、ニューサウスウェールズ州では、サプライヤーとの協業で土壌改善プログラムの導入を進め、収量増に向けた取り組みを開始しました。5年計画で、ビール酵母細胞壁活用による土壌改善や輪作への効果を測定していきます。

欧州においても、チェコのホップ農家、イタリアの大麦農家を支援するプログラムを進めています。

関連情報
ホップ農家支援プロジェクト「FOR HOPS」（チェコ）
持続可能な農業を次世代につなぐプログラム「Campus Peroni」（イタリア）

新規技術の活用

「ビール酵母細胞壁」資材の活用を通じた農産物収量の増加など、土壌技術などの研究も開始しています。これらの農業支援や技術開発を通じて、持続可能な農産物原料の実現を目指していきます。

アサヒバイオサイクル（株）では、独自の菌株「枯草菌C-3102株」を含有する堆肥化促進材『サーベリックス』を活用し、野菜くずなどの食品廃棄物を効率よく堆肥化して農作物生産に再利用することで、食品資源の循環サイクル構築を目指しています。また、ビール醸造の副産物である「ビール酵母細胞壁」由来の農業資材（肥料原料）を展開し、日本各地で稲作や野菜の栽培での活用を進めています。

関連情報
ビール酵母細胞壁の活用
堆肥化促進材の活用

第三者認証機関による農産物認証者との取引

農産物生産地のリスク評価とともに、農産物生産地の環境課題や人権問題に結びつく可能性の高い農産物原料パーム油などについては、行動目標を立てて第三者認証品の調達への取り組みも進めています。

関連情報
CSR調達の推進

持続可能な水資源 取り組みテーマ

マネジメント

考え方

現在、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、「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、欠かすことのできない大切な資源であり、地球環境にとっても大切な資源です。

アサヒグループは、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、床上浸水による固定資産・棚卸資産(在庫)の毀損リスクの可能性のある生産拠点を5ヵ所、毀損額が19億円と試算しています。一方、操業停止の可能性が高い生産拠点を10ヵ所と特定し、機会損失額を67億円と試算しました。これらの事業インパクトに対し、災害対策の強化に加え、水使用量の削減、水リスクの詳細把握などにより対応していきます。また、今後、水使用量適正化による水循環促進、流域連携による協働の仕組み構築、適切な水質・水量の維持による生態系の保全、水ストレス地域における水アクセスの改善など持続可能な水資源の取り組みを進めることで、世界的な水問題の解決に寄与します。

アサヒグループは、大切な「自然の恵み」を次世代につなげるため、今後も持続可能な水資源利用の実現により、「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」を目指して取り組みを強化していきます。

ガバナンス

関連情報 > 環境マネジメント

リスク管理

アサヒグループは、世界的な水需要の高まりによる水不足が引き起こされることによって、アサヒグループの事業継続が難しくなるとともに、大切な「自然の恵み」としての水を次世代につなげることができなくなることをリスクと捉えています。

これらのリスクについては、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)体制下においてアサヒグループホールディングス(株)Sustainability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

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」「水リスクの把握と低減」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工場での水使用量原単位3.2m³/kl以下を目指し、水使用量の削減のためさまざまな取り組みを実施しています。水を扱うすべての拠点において、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するだけではなく、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。

水リスクの把握と低減では、水は地域の共有資源であることから、生産拠点のみならず地域との連携を深め持続可能な水資源の利用に寄与します。また、アサヒグループの製品は、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。

指標と目標

アサヒグループは、主要事業会社の全工場における持続可能な水資源利用100%を目指しています。

その実現に向けて、主要事業会社の酒類・飲料工場を対象に、アサヒグループの水使用量原単位の削減目標を設定しまし

▶持続可能な水資源 ▶ マネジメント

た。削減目標達成に向け、対象事業会社の46ヵ所の生産拠点では、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、リスクを把握・対応するための水リスク調査を実施し、リスク低減の取り組みと生産拠点のさらなる水使用の効率化を進めています。

関連情報 > 環境方針

グループ全体目標

目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
2030年までに水使用量の適正化やリサイクルシステムの拡大などにより、水使用量の原単位を3.2m^3/kl以下とする※	6.4／6.6
グループ内の酒類、飲料の主要生産拠点における水リスク調査を定期的に（5年に1回）実施する	

※ 対象会社：アサヒビール（株）、アサヒ飲料（株）、アサヒヨーロッパアンドインターナショナル、アサヒホールディングスオーストラリア、アサヒホールディングスサウスイーストアジア

各RHQの計画

対象組織	目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
AEI	● 2030年までに、欧州におけるビール1Lあたりの水の消費量を2.75Lにする ● すべての醸造所で1Lのビールを醸造するために使用する水の量を3L未満にする	6.4／6.6
AHA	● 2030年までに、主要生産拠点における製品1Lあたりの水の使用量を2.19Lにする	

関連情報 > 取り組み進捗状況（2022年）

関連するSDGs



関連情報 > TCFD提言への取り組み
> 実績（持続可能な水資源）
> 取り組み（持続可能な水資源）
> 持続可能な農産物原料
> 持続可能なサプライチェーンの実現
CDP水セキュリティ質問書2023

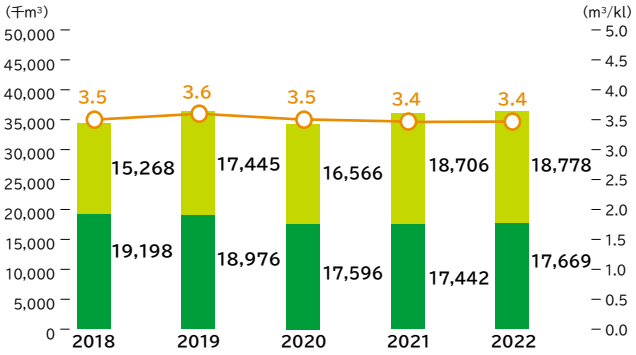
▶持続可能な水資源

実績

水使用量・原単位

アサヒグループにおける2022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。

酒類・飲料事業における水使用量・原単位の推移



■日本水使用量(千m³) ■海外水使用量(千m³)
○水使用量原単位(m³/kl):製造量(kl)あたり

＊ 2021年からオセアニア実績にカールトン＆ユナイテッド・ブルワリーズ社実績が追加
＊ 集計範囲の詳細は▶こちら

国別 水使用量

単位:千m³

国名	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
日本	22,777	22,280	20,584	20,227	20,521
豪州	2,469	2,422	2,318	4,315	4,527
ニュージーランド	344	337	294	273	309
イギリス	49	40	126	152	157
イタリア	1,983	2,099	1,889	2,062	2,070
オランダ	948	918	937	923	932
ポーランド	3,731	3,783	3,779	3,560	3,550
チェコ	3,221	3,197	3,033	2,961	3,081
スロバキア	349	363	397	374	412
ハンガリー	778	718	634	685	653
ルーマニア	1,975	1,971	1,979	1,977	1,853
マレーシア	-	1,829	1,477	1,886	1,716
インドネシア	-	193	197	206	193
ベトナム	-	39	30	-	-
ミャンマー	-	101	-	-	-
合計	38,623	40,292	37,673	39,602	39,975

＊ 集計範囲の詳細は▶こちら

水源別 取水量

単位:千m³

国・地域	取水源	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
日本	上水・水道水・工業用水	12,572	12,177	10,693	10,327	10,521
	河川水	2,598	2,505	2,307	2,413	2,426
	地下水	7,606	7,598	7,584	7,486	7,572
オセアニア	上水・水道水・工業用水	2,287	2,294	2,160	4,056	4,281
	河川水	0	0	0	88	109
	地下水	525	466	452	443	446
欧州	上水・水道水・工業用水	7,015	7,083	7,177	6,882	7,020
	河川水	0	0	0	0	0
	地下水	6,019	6,006	5,596	5,813	5,689
東南アジア	上水・水道水・工業用水	-	1,101	795	1,156	951
	河川水	-	0	0	0	0
	地下水	-	1,062	909	936	947
取水源ごとの合計値	上水・水道水・工業用水	21,875	22,655	20,825	22,422	22,773
	河川水	2,598	2,505	2,307	2,501	2,535
	地下水	14,150	15,132	14,542	14,679	14,654
総合計		38,623	40,292	37,673	39,602	39,975

＊ アサヒグループでは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データを開示しています。
＊ 集計範囲の詳細は▶こちら

▶持続可能な水資源 ▶ 実績

排水量

国別 排水量

単位：千m^3

国名	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
日本	16,615	16,428	15,312	14,873	15,059
豪州	1,128	1,218	1,133	2,106	2,240
ニュージーランド	227	214	165	151	148
イギリス	32	27	77	128	109
イタリア	1,178	1,205	1,140	1,198	1,185
オランダ	576	605	651	639	632
ポーランド	2,238	2,298	2,229	2,085	2,144
チェコ	1,953	1,825	1,852	1,775	1,741
スロバキア	238	269	215	188	243
ハンガリー	499	536	412	443	424
ルーマニア	1,128	1,154	1,195	1,239	1,076
マレーシア	-	502	557	539	384
インドネシア	-	165	154	172	175
ベトナム	-	23	18	-	-
ミャンマー	-	72	-	-	-
合計	25,813	26,540	25,111	25,536	25,560

＊ 集計範囲の詳細はこちら

排出先別 排水量

単位：千m^3

国・地域	排出先	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
日本	下水道	8,055	7,782	6,975	6,582	6,683
	海域	641	702	521	381	378
	河川	7,918	7,944	7,816	7,910	7,998
	その他（灌漑など）	0	0	0	0	0
オセアニア	下水道	1,345	1,423	1,289	2,233	2,388
	海域	0	0	0	0	0
	河川	0	0	0	0	0
	その他（灌漑など）	11	9	10	24	0
欧州	下水道	7,689	7,452	7,286	7,355	7,260
	海域	0	0	0	0	0
	河川	154	467	485	339	294
	その他（灌漑など）	0	0	0	0	0
東南アジア	下水道	-	0	0	539	189
	海域	-	0	0	0	0
	河川	-	762	713	156	366
	その他（灌漑など）	-	0	17	16	4
排出先ごとの合計	下水道	17,089	16,657	15,550	16,709	16,520
	海域	641	702	521	381	378
	河川	8,072	9,172	9,013	8,405	8,658
	その他（灌漑など）	11	9	27	41	4
合計		25,813	26,540	25,111	25,536	25,560

＊ 集計範囲の詳細はこちら

第三者検証

関連情報 > 第三者検証

▶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のため、「水使用量の削減」「水リスクの把握と低減」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

アサヒグループでは、酒類・飲料を製造するグループ自社工場での水使用量3.2m^3/kl以下を目指し、水使用量の削減のためさまざまな取り組みを実施しています。

また、アサヒグループでは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データを開示しています。

考え方

「アサヒグループ環境ビジョン2050」の取り組みテーマの1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。

グループのすべ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ほかの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、事業活動をとお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事例

アサヒビール(株)の取り組み

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)

ヤタラ工場の取り組み

アサヒホールディングスオーストラリア傘下のカールトン&ユナイテッド・ブルワリーズ社のヤタラ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。

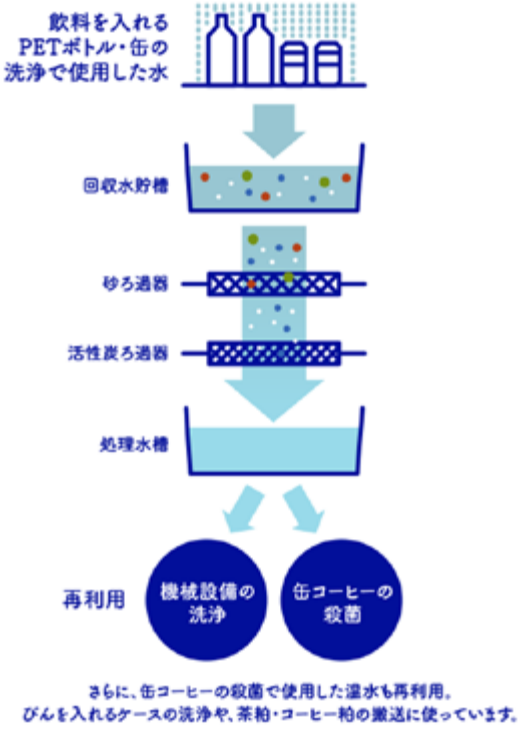
また、製造製品を切り替える際の洗浄水の削減やライン・配管の洗浄間隔の最適化など、製造工程の見直しによって使用する水の量そのものも削減しています。

これらの取り組みによりヤタラ工場はアサヒ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

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60～75%減らすことができました。


エアインダクションノズル

ビッラペローニ社の取り組み

アサヒヨーロッパアンドインターナショナル傘下のビッラペローニ社(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。

水リスクの把握と低減

アサヒグループの製品は、世界中で生産される多種多様な農産物を用いているため、自社の生産拠点のみならず、それらの水リスクを把握することは不可欠と考え、水リスクの把握と低減に努めています。

生産拠点における水リスク調査

アサヒグループの生産拠点の水リスク評価は、世界資源研究所(WRI)が提供している水リスクを示した世界地図・情報「WRI Aqueduct」を活用し、拠点ごとに地理的に干ばつなどの水リスクの高い地域を特定しています。「WRI Aqueduct」上で「Overall water risk（総合水リスク)」が「Extremely high risk」と表示される地域を、「総合的に渇水などの水リスクが高いエリアである」と定義し、それに基づき評価しています。「水ストレスリスク(水需給の逼迫の程度)」についての評価では、イタリアの2工場が「Extremely high risk」に該当することがわかりました。イタリアを統括するアサヒヨーロッパアンドインターナショナルにおいては、2030年までに、製品1Lあたりの水の消費量を2.75L(2020年比1.4%削減)にすることを目標としています。欧州における過去の水リスク(脆弱性)調査結果を把握し、こちらも対策の検討を開始しています。

日本の生産拠点において、上記の評価項目における水リスクの高い地域に該当する拠点はありませんでした。

アサヒグループは、世界の酒類・飲料の主要工場で、工場の水ストレスだけでなく、その周辺流域における水ストレス、気候変動に関係する洪水リスクなども含めた、より詳細な水リスク(脆弱性)調査を2020年から開始しており、2022年は日本国内4工場、オセアニア5工場、欧州9工場で実施しました。今後2025年までに酒類・飲料の主要全工場で実施する予定です。

今後も生産拠点や原料調達元について、定期的に「WRI Aqueduct」などを活用した水リスク調査、各工場の詳細なリスクについて調査していきます。そして、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。

▶持続可能な水資源 ▶ 取り組み

「アサヒの森」による水資源保全

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。

アサヒグループでは、「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、専門家のご意見も踏まえたうえで、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^3」となっています。

2022年の日本国内ビール工場の水使用量は「約978万m^3／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。

農産物原料における水リスク調査の実施

水は、アサヒグループにとって欠かせない原料であるとともに、農産物の生育に必要であるため、農産物の生産地について、水量リスク(水ストレス、季節変動、地下水位低下など生育に必要な水の確保が困難になるリスク)、自然災害リスク(洪水・干ばつリスク)などの評価を行っています。

関連情報 > 取り組み(持続可能な農産物原料)

サプライヤーの水リスク調査の実施

サプライヤーへの水リスク調査の結果、現場で確認する必要が認識されたため、2017年から、サプライヤー品質監査を実施する際に水リスクについて状況をヒアリングしています。

関連情報 > CSR調達の推進

▶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ける喫緊の課題となります。

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、汚染の防止は課題として認識しています。

アサヒグループは、資源の有効利用や廃棄物の排出量削減などを推進することで、廃棄物処理にかかるコストを削減し、環境負荷低減に寄与します。さらに、副産物の活用によって世界の食糧問題の解決にも寄与します。

ガバナンス

関連情報 > 環境マネジメント

リスク管理

アサヒグループは、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ことによってアサヒグループの事業継続が難しくなるとともに社会へさまざまな悪影響を及ぼすことをリスクと捉えています。

これらのリスクについては、各環境関連法規へ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様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、アサヒ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※においては副産物・廃棄物の再資源化100%を達成しているため、今後も副産物・廃棄物再資源化100%の継続を目標としています。

※ 日本の生産拠点及びアサヒグループ本社ビル

関連情報 > 環境方針

グループ全体目標

目標	SDGs (貢献できるゴール・ターゲット)
2030年までに自社生産拠点の埋立廃棄ゼロを達成する	2.4／12.2／12.5

各RHQの計画

対象組織	目標	SDGs (貢献できるゴール・ターゲット)
AGJ	● 副産物、廃棄物再資源化比率100%を継続する	2.4／12.2／12.5

関連情報 > 取り組み進捗状況(2022年)

関連するSDGs





関連情報 > TCFD提言への取り組み
> 持続可能なサプライチェーンの実現

▶廃棄物削減と汚染の防止

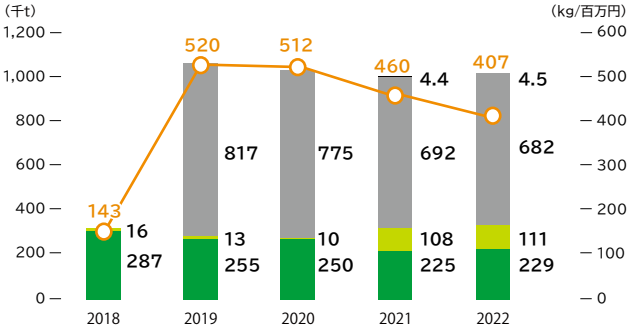
実績

廃棄物の削減

廃棄物発生量

アサヒグループにおける2022年副産物・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



■日本副産物・廃棄物発生量(千t) ■オセアニア副産物・廃棄物発生量(千t)
■欧州副産物・廃棄物発生量(千t) ■東南アジア副産物・廃棄物発生量(千t)
○副産物・廃棄物発生量原単位(kg/百万円)

＊ 売上収益あたり
＊ 2016年から原単位の算出に国際財務報告基準(IFRS)に準拠した売上収益を適用しています。
＊ 海外副産物・廃棄物発生量の地域別開示は2018年まではオセアニアのみ、2019年はオセアニア及び欧州、2021年以降はオセアニア、欧州及び東南アジアが範囲になります。
＊ 2021年よりオセアニアの実績にカールトン&ユナイテッド・ブルワリーズ社の実績が追加
＊ 集計範囲の詳細は▶こちら

地域別 副産物・廃棄物発生量及び再資源化量

単位：千t

地域	内容	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
日本	廃棄物発生量	287	255	250	225	229
	再資源化量	287	255	250	225	229
	再資源化率(%)	100	100	100	100	100
	埋立廃棄率(%)					0
オセアニア	廃棄物発生量	16	13	10	108	111
	再資源化量	14	12	9	106	109
	再資源化率(%)	88	88	90	98	98
	埋立廃棄率(%)					2
欧州	廃棄物発生量	-	817	775	692	682
	再資源化量	-	798	757	679	674
	再資源化率(%)	-	98	98	98	99
	埋立廃棄率(%)					1
東南アジア	廃棄物発生量	-	-	-	4.4	4.5
	再資源化量	-	-	-	1.4	2.4
	再資源化率(%)	-	-	-	32	53
	埋立廃棄率(%)					47
全体	廃棄物発生量				1,030	1,026
	再資源化量				1,012	1,014
	再資源化率(%)				98	98
	埋立廃棄率(%)					2

＊ 集計範囲の詳細は▶こちら

環境汚染の防止

大気汚染物質の低減

アサヒグループでは、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

単位：t

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
NOx	157	220	179	177	177
SOx	14	14	13	8	8

＊ 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

アサヒグループは、廃棄物削減のためにさまざまな取り組みを推進しています。

資源の循環利用

日本では、事業生産拠点※1の副産物・廃棄物の再資源化100%を目指すという「廃棄物再資源目標」を定めており、すでに副産物・廃棄物の再資源化100%を達成しています※2。今後は、グループ全体での副産物・廃棄物再資源化100%達成を目指しています。

※1 日本の生産拠点及びアサヒグループ本社ビル
※2 発生量、リサイクル量ともに千t単位での計算をしているため、実際の再資源化率は、小数点第2位を切り上げて、100%となっている場合があります。

副産物・廃棄物再資源化による利用方法（例）

	再利用先
モルトフィード（仕込工程で発生する麦芽の殻皮）	飼料など
汚泥・スクリーンかす	有機肥料、堆肥など
ガラス屑類	再生びん、新びん、建材など
原料集塵芥	飼料など
余剰酵母	アサヒグループ食品（株）が製造する『エビオス』などの医薬部外品、酵母エキスなどの食品素材、『スーパービール酵母』など
段ボール・紙類	段ボールの原紙など
廃パレット	製紙、燃料用チップなど
ラベル粕	再生紙など
廃プラスチック類	再生プラスチック製品など
鉄屑	鉄鋼材料など
アルミ屑	アルミ缶、電気製品など
焼却灰	路盤材など
廃油	B重油相当の油
その他（廃棄樽など）	ステンレス部は再生、ゴム部は熱源

廃棄物の再資源化推進

2015年から日本の全グループ会社を対象とした廃棄物データ管理システムを順次導入し、廃棄物データの一元管理による情報開示の強化及び各事業会社の拠点におけるコンプライアンスの強化、業務効率化を推進しています。

アサヒグループ本社ビルで排出される生ごみは、メタン発酵システム（バイオエナジー（株）城南島工場）の採用により生ごみを電気と都市ガスへリサイクルし、東京都のエネルギー供給の一端を担っています。このような取り組みを通じて、本社ビルは、2006年から廃棄物再資源化100%を継続しています。



バイオエナジー（株） 城南島工場　外観

食品ロスの削減・賞味期限の年月表示への移行

アサヒグループでは、食品ロス削減に向けた取り組みの一環として、賞味期限表示を「年月日」から「年月」に変更しています。

〈変更前〉 〈変更後〉



アサヒグループ食品（株）の商品〈賞味期限表示例〉

事業活動における食品ロスの削減

製造時に発生するコーヒー粕と茶粕の有効利用を推進

アサヒ飲料（株）では、製品の製造過程で発生する食品廃棄物の100%再資源化と有効利用に向けた用途開発を推進しています。

北陸工場では、2013年からコーヒーブランド『ワンダ』製造時に発生するコーヒー粕をバイオマスエネルギーの原料として活用する取り組みを行ってきました。富士山工場では、『アサヒ十六茶』の生産で発生した茶粕を乳牛用の混合飼料にしてリサイクルを行っています。それにより、廃棄物の有効利用だけでなく、混合飼料の原料となる輸入穀物の使用削減につながり、飼料コスト削減にも寄与しています。

▶ 廃棄物削減と汚染の防止 ▶ 取り組み



コーヒー粕をバイオマス発電燃料として活用



『アサヒ 十六茶』粕を混合飼料にリサイクル

肥料製品への再利用による汚泥廃棄物の削減

汚泥廃棄物を肥料製品と組み合わせたハイブリット肥料の生産

アサヒホールディングスサウスイーストアジアと傘下のエチカデアリーズ社(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を肥料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、工場の埋立処分量を50%削減することで、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）

アサヒグループは、製造過程で発生する副産物の再資源化100%を目指し、発酵技術を活用することで、さまざまな副産物の最大限の活用に取り組んでいます。

ビール醸造副産物の活用

モルトフィードの活用

アサヒグループでは、ビール類の製造工程で発生する副産物である㊀モルトフィード(ビール粕)を、家畜の飼料として加工し有効活用しています。

ビール酵母の活用

ビールの醸造後には副産物としてビール酵母が残ります。醸造後の酵母は、1930年から発売している天然素材ビール酵母『㊀エビオス錠』の原料や、分解・抽出した「酵母エキス」を調味料などの原料に活用しています。

ビール酵母細胞壁の活用

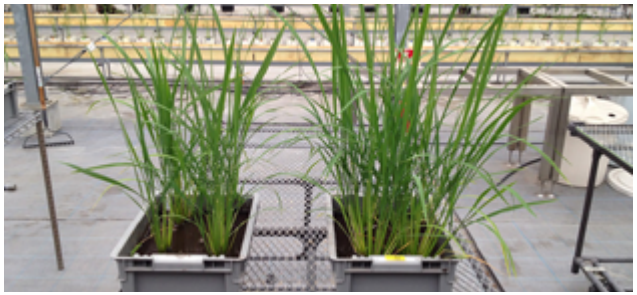
アサヒグループでは、ビール醸造の副産物である「ビール酵母細胞壁」が持つ植物の免疫力を引き上げる力に着目し、新たな農業資材の開発を2004年から進めてきました。

ビールの醸造後の副産物であるビール酵母は、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。

しかし、約10年の研究の結果、アサヒ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、農作物の収穫量の増加を両立できる農業資材ができました。実際に、イネなどの作物でテストしたところ、驚くほど根が伸び、病気にも強い作物ができることが示されています。

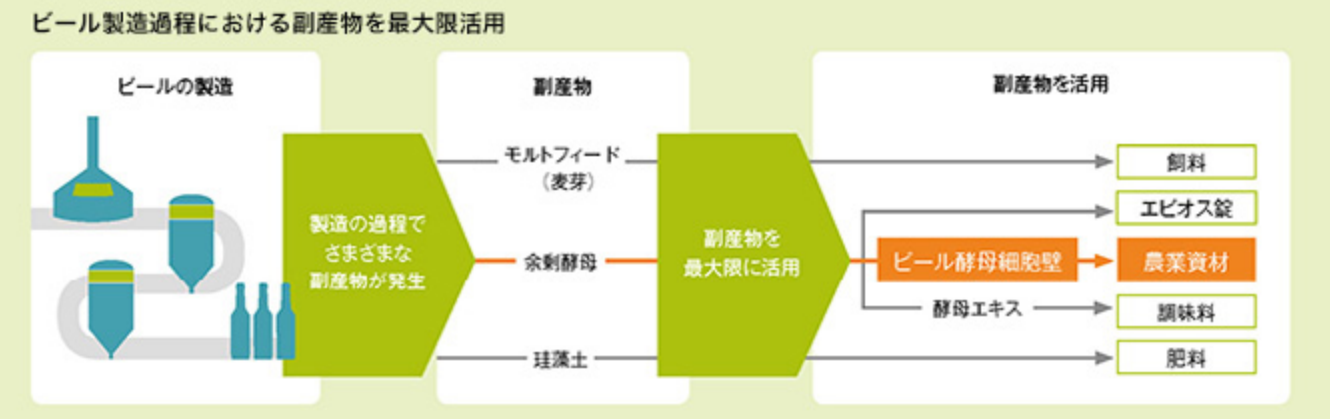
この農業資材は、農薬や化学肥料の使用量を抑制し食物由来で安全・安心であること。植物の免疫力を引き上げることによる病気への耐性の強化、収穫量の増加、土壌の改善などにより農作物の品質が向上するとともに、収穫量あたりの温室効果ガスの排出量が削減され、持続可能な農業に貢献できることなどが期待されています。

現在、この農業資材は、事業を通じてこれからの社会的課題の解決を図っていくために設立された㊀アサヒバイオサイクル(株)で販売。日本国内では、全国の農地、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。



「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)と通常栽培のイネ(左)

▶ 廃棄物削減と汚染の防止 ▶ 取り組み



コーヒー粕の活用

アサヒグループは、コーヒー製造工程で発生するコーヒー粕を用いて、これまでに肥料へのリサイクルや、バイオマスエネルギーの原料として外部施設へ供給するなどさまざまな取り組みを進めてきました。そして、2020年に関西大学発のスタートアップ（株）KUREi（カレイ）と共同で、コーヒー粕由来のエキスを用いた農作物の凍霜害防止剤『フロストバスター』を開発しました。『フロストバスター』は、氷点下でも水分が液体として存在できるようにする技術により、農作物被害を抑制することができるというものです。果樹を中心に実際の圃場でも有効性データが蓄積されており、現在は事業規模の拡大を目指し、販売をしています。

関連情報 アサヒクオリティ―アンドイノベーションズ（株）素材探索

微生物の活用

堆肥化促進材の活用



アサヒバイオサイクル（株）は、独自の菌株「枯草菌C-3102株」を含有する堆肥化促進材『サーベリックス』を活用して、廃棄物として焼却処分されることの多い食品廃棄物を効率よく堆肥化して農作物生産に再利用することで、食品資源の循環サイクル構築を目指しています。『サーベリックス』は、野菜くずなどの食品廃棄物の発酵を促進し、いち早い減量を促すことで、効率のよい堆肥化を実現します。

『サーベリックス』の活用が進むことにより、減量化による食品廃棄物の削減を通じた環境負荷低減とともに、堆肥を利用した循環型農業が推進され、食品リサイクルの推進と循環型社会形成、地域資源循環型経済の確立とともに、有機物を焼却ではなく堆肥化することでCO_2排出量の削減にも貢献できると考えています。

関連情報 新規技術の活用

社員食堂での生ごみリサイクル

アサヒグループの一部の社員食堂では、『サーベリックス』を活用した「堆肥化装置」を導入しています。食堂で発生する生ごみや食べ残しなどを堆肥化することで、生ごみの廃棄ゼロを実現するとともに、生ごみの運搬・焼却処理により発生するCO_2排出量の削減にも貢献しています。

また、最終的にできた良質な完熟堆肥は農家に提供され、農作物栽培に利用されています。





▶ 廃棄物削減と汚染の防止 ▶ 取り組み

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、家畜の増体効果などがあります。『カルスポリン』は現在世界60ヵ国で許認可を取得しており、世界の配合飼料用穀物(大豆、トウモロコシ、小麦など)を、2022年は年間約52万トン節約することができました。節約できた穀物がヒト向け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。アサヒバイオサイクル(株)による推計では、世界の畜産用飼料に使用されたと仮定した場合、1億2,500万人分の食糧を生み出すことが可能となります。

環境汚染の防止

大気汚染物質の低減

関連情報 > NOx、SOx排出量

化学物質管理

PRTR法に該当する物質の量の把握・管理を適切に実施するとともに、品質検査に用いる毒物及び劇物取締法で指定されている試薬などについても、その受入・使用・廃棄については、「試薬取扱標準」「毒物・劇物取扱標準」などを定めて厳重に管理しています。

2022年は、化学物質の重大な漏洩事故は発生していません。

土壌汚染対応

工場では、洗浄剤などの薬品類の受入口や貯蔵タンクに防液堤を設け、土壌への浸透防止を図っています。万が一、タンク類などから漏洩した場合には、確実に工程排水として自社廃水処理設備で処理する体制を整えています。

また、アサヒグループでは、土壌調査が必要な場合は適正に対応します。

人と人とをつなぎ、活力あるコミュニティを実現する

コミュニティ

社会動向の変化により、人と人、人と地域の「つながり」の希薄化が
さまざまな地域課題を生み出しています。
アサヒグループは、事業活動を通じて支えられてきたさまざまなコミュニティにおいて、
ステークホルダーと共創し、人と人との「つながり」を創り出すことで、
「楽しい生活文化」の実現を目指していきます。

重点テーマ

- 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
  - 実績
  - 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

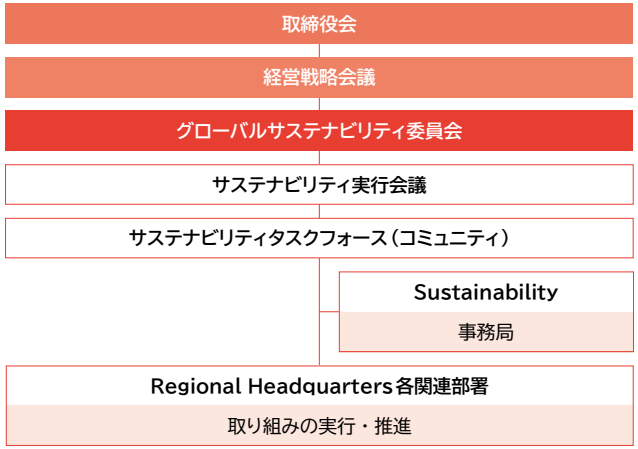
経済発展とともに人口の流動化が加速し、世界各地で都市部への一極集中や過疎化などの人口分布の偏りが発生することで、地縁的な「つながり」や共通の価値観を持った「つながり」が希薄化しています。このような「つながり」の希薄化は社会的孤立、治安の悪化、地域愛着度の低下、地域社会の担い手不足などのさまざまな社会課題を生み出し、コミュニティ活力低下の要因の1つになっています。

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。

ガバナンス

アサヒグループは、グループ全体で「コミュニティ」の活動を強化することを目的に、2021年に「コミュニティタスクフォース」を立ち上げてグローバルでの推進体制を構築しました。年に4回実施するコミュニティ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。

2022年には、新たにコミュニティ戦略を構築しました。その構築プロセスとして、コミュニティタスクフォースで各RHQの実務担当者と議論をした後に、サステナビリティリーダー会議、サステナビリティ実行会議で担当役員による討議を経て、グローバルサステナビリティ委員会で決議しました。



リスク管理

アサヒグループは、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化することによってグループの事業の安定操業や安定調達に影響を及ぼすことをリスクと捉えています。

これらのリスクについては、アサヒグループホールディングス(株)のSustainability部門が、年に4回各RHQから持続可能な農産業の取り組みや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。

アサヒグループは地域社会から信頼を獲得することで事業の安定操業や安定調達を継続しており、これからも持続可能なコミュニティ活動を推進していきます。

戦略

アサヒグループはコミュニティ活動をより強化するため、2022年にコミュニティ戦略を策定し、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」と定めました。



● 重点活動「持続可能な農産業」

アサヒグループは、「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」を産む場としての大切な役割を果たしてきました。そこで、アサヒグループの事業、及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定めました。

▶ 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 ▶ マネジメント

持続的な事業成長を目的とした原料の安定調達とともに、アサヒ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。

- **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定め、事業との関連性の高い「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: アサヒ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: アサヒグループの商品は「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。

グループ全体方針

目標	SDGs (貢献できるゴール・ターゲット)
●重点活動「持続可能な農産業」において、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向上を目指す ●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	2.4／11.a ／17.16／17.17

各RHQの計画

対象組織	目標	SDGs (貢献できるゴール・ターゲット)
AGJ	●地域環境に関するグループ横断型コミュニティ支援施策を年2回実施	2.4／11.a ／17.16／17.17
AHSEA	●各ビジネスユニットでコミュニティプログラムを年2回実施する	

関連情報 > 取り組み進捗状況(2022年)

関連するSDGs



関連情報 > 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)

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

実績

社会貢献支出額

単位：百万円

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
合計	1,351	1,292	1,207	1,104	1,621

＊ 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（2022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	8,000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1,500万円の寄付
フードバンクへの製品寄付※2	計約2億660万円の寄付

※1 集計範囲：アサヒグループ全体
※2 集計範囲：アサヒグループジャパン（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、アサヒ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。

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アサヒ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	使用済プリペイドカード、使用済切手、書き損じハガキなどの収集、寄付を推進

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」(チェコ)

アサヒヨーロッパアンドインターナショナル傘下のプルゼニュスキープラズドロイ社(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、プルゼニュスキープラズドロイ社のほかソフトウェア業界大手のマイクロソフト社、革新的な技術を農業分野に応用するコンサルティング会社アグリテクチャー社をはじめとするさまざまな業界の専門家が協働し、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、ホップ畑の土壌やホップの苗1つひとつにセンサーを取りつけ、降水量・湿度・土壌中の栄養素といったデータの収集を開始しました。マイクロソフト社とアグリテクチャー社はこれらのデータを処理・評価する独自のソフトウェアを開発することで、ホップの生育に今何が必要なのかを正確に把握できるようにしました。2022年は、開発されたソフトウェアをモバイルアプリとしてホップ農家に提供し、ホップ農家は広大な畑の個々のエリアで、いつどれくらい灌漑すればホップの生長を最大化できるのかを、手もとのスマートフォンで確認できるようになりました。

ホップはビールの製造には欠かせない重要な原料です。プルゼニュスキープラズドロイ社は「FOR HOPS」の取り組みを通じて持続可能な原料調達を推進するとともに、世界有数のホップ生産国としてのチェコのコミュニティ活性化に貢献していく考えです。



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」(イタリア)

アサヒヨーロッパアンドインターナショナル傘下のビッラ・ペローニ社(イタリア)は、2018年から持続可能な農業を次世代につなぐプログラム「Campus Peroni」を実施しています。このプログラムは、イタリア産麦芽100%のビールをつくり続けるために、品質と持続可能性を同時に高めながら、大麦栽培の仕組みにイノベーションを生み出すことを目標としています。「Campus Peroni」には、ビッラ・ペローニ社の麦芽工場のほか、国立の農業研究センター、大学6校の農学部、地域の大麦生産者が参加しています。この分野を超えた連携が本プログラムの特徴であり、「研究」「教育」「交流」の3本柱により、イノベーションを生み出し、持続可能な農産業を推進します。農家を志す学生に、大麦生産者自らが栽培・製麦の技術や農場管理の指導をするなど、生産者、研究者、教育者、農家、学生が一体となって「Made in Italy」の上質な原材料の供給を50年後、100年後も続けるために取り組んでいます。



副産物を活用した農業支援(日本)

アサヒバイオサイクル(株)では、ビール醸造後に発生する副産物である「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、稲作やサツマイモなどの野菜の栽培など日本各地で活用が進んでいます。岐阜県ではJAぎふと協働し、水稲栽培に「ビール酵母細胞壁」由来の農業資材を使用することで、ジャンボタニシ※による稲の食害を低減できるかを確認する評価試験を行いました。ジャンボタニシは水稲などの水田作物を食害することで知られている外来種の貝の一種です。隣接する水田において、農業資材を使用しなかった稲は約2割が食害被害にあったのに対し、使用した水田では食害された稲はほとんど見られませんでした。ジャンボタニシは鉄に対する耐性が弱いことから、農業資材が稲の免疫力を高め、成長に必要な土壌中の鉄分を多く吸収することで、食害を抑えることができたと考えられます。農業資材の活用により食害を低減したことは、「ビール酵母細胞壁」由来の農業資材が貢献する可能性を広げました。

※ 正式名スクミリンゴガイ



農業資材を使用せず約2割のジャンボタニシに食害された水田



農業資材を使用し食害被害が抑えられた水田

酪農家支援プログラム(マレーシア)

アサヒホールディングスサウスイーストアジア傘下で乳製品を扱うエチカデアリーズ社(マレーシア)は、地元の酪農家への支援策として、一定の品質基準と生産量がある農家の生乳を安定的な価格で買い上げるプログラムを展開しています。酪農家の生産性と品質の向上を推進するだけでなく、酪農家が安定的な収入を確保する仕組みとして、新たに酪農を目指す新規参入者にも貢献しています。

▶ 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

基本活動「従業員の参画するコミュニティ支援活動」

「食」

サステナブルクラフトビールで地域の課題解決、活性化に貢献（日本）

アサヒグループジャパン（株）傘下でサステナビリティ事業を展開する新会社アサヒユウアス（株）は、2021年から、「暮らしの中でカジュアルにSDGsを実践しよう」という想いで、地域の課題解決に貢献できるクラフトビールの販売を行っています。廃棄コーヒー豆を削減・有効活用してアップサイクルしたコーヒークラフトや、サンドイッチ製造で残ったパン耳を原料に使用したヴァイツェンタイプのブレッドクラフトです。これらのクラフトビールプロジェクトは、地域の就労支援施設や福祉施設と協働することで、地域のフードロスを削減し、新たな価値の創出によって環境問題の解決に貢献するだけでなく、障がいのある方々の多様な就労機会の創出や地域経済の活性化にも貢献します。



「希望の大麦プロジェクト」から地域とのつながりの深化へ（日本）

「希望の大麦プロジェクト」は、東日本大震災で被災した宮城県東松島市の復興支援を目的に、一般社団法人東松島みらいとし機構（HOPE）とアサヒグループの協働で2013年に開始しました。地域に「なりわい」と「にぎわい」を生み出すため、被災した土地を活用した大麦の栽培や加工販売を行い、「産・官・学・民」で連携しながら地元の方たちとともに歩んできました。現在、その運営はHOPEに移行し、地元の農業生産者により栽培された「希望の大麦」の2022年の収穫量は112トンとなりました。アサヒビール（株）は2022年11月、「希望の大麦」と山形県産のホップを使用し、福島工場で製造した『クリアアサヒ 東北の恵み』を発売しました（東北6県限定）。



「地域環境」

水源地の森保全活動（日本）

「水」は、地域にとって大切な資源であるとともに、環境保全にも重要な役割を果たしています。また、アサヒグループの事業に欠かすことのできない重要な原料であることから、従業員の参加のもと、水を育む森の保全活動を積極的に行っています。

アサヒビール（株）四国工場が2004年、「自分たちで使う水は自分たちで保全する」という考えのもと自発的に「水源地の森保全活動」を開始しました。これを皮切りに全工場へと活動が拡大し、現在では全国8ヵ所で実施しています。ニッカウヰスキー（株）では、北海道工場余市蒸溜所近くの「ニッカの森」や、ニッカウヰスキー（株）仙台工場にて実施、アサヒグループ食品（株）では栃木県矢板市にある「わこちゃんの森」で行っています。さらにアサヒ飲料（株）では2017年に北陸工場、2019年に岡山工場、2021年に群馬工場・明石工場・富士山工場で新たに「水源地の森保全活動」を開始しました。

グループ全体で2022年末までの活動実績は日本国内15ヵ所、225回、約9,156人が参加して森林保全活動を行っています。

森林保全活動では、各工場やグループの社員とその家族が参加し、地域のNPO法人や森林組合、行政などと協働して植林や下草刈り、枝打ち、間伐などを実施。活動に必要な林道造りや整備も行っています。同取り組みを通じて、社内関係者だけでなく、地域コミュニティとのつながりが強化されています。

▶ 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



アサヒ飲料（株）北陸工場の「森づくり活動」での植樹風景

グローバル共通のコミュニティ支援活動

アサヒグループは、グループ初となるグローバル共通のコミュニティ支援活動として、地域の環境保全を目的とした「RE:CONNECTION for the EARTH」を2022年から開始しています。2022年は6月5日の世界環境デーに合わせ、さまざまな活動を世界各地で行い、多くの従業員がそれぞれの地域とのつながりを創出し、各地域の環境課題解決に貢献しました。本取り組みは毎年継続して実施する予定です。

■日本

静岡県の認定特定非営利活動法人と提携し、森林保全活動や環境教育活動を実施し、地元団体とのつながりによって、森林保全に貢献しました。



■欧州

地元で有名な観光地チェコのプラハ動物公園やチェコのラドティンバレー自然保護区で、環境整備活動を実施し、従業員自らが地域とのつながりを深め、社会課題の解決に貢献しました。



■オセアニア

ニュージーランドで自然保護を行う地元の慈善団体と提携し、地元のビーチ清掃活動を実施し、慈善団体とのつながりにより、地域の環境課題解決に貢献しました。



■東南アジア

地元の大学と連携することで、地域の河川の水質保全活動を実施し、大学生を含め300人以上が参加し、地域での新たなつながりを創出、河川の水質保全に貢献しました。



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

「災害支援」

アサヒグループでは、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。

コロナウイルスに関する取り組み

アサヒグループは、世界各地で地域社会への支援に取り組んでいます。

最前線で対応されている医療従事者、物流やライフラインを支えている方々、そしてコロナウイルス拡大の影響により困難な状況におられる多くの方々の一助となるべく、各地の状況に応じて、自社の製品やサービス、ノウハウを最大限に活用し、多様な支援策を講じています。また、グループの事業活動を通じた各種施策・活動にも取り組んでいます。

プルゼニュスキープラズドロイ社によるパブ支援（チェコ）

アサヒヨーロッパアンドインターナショナル傘下の事業会社プルゼニュスキープラズドロイ社（チェコ）は、コロナウイルス拡大の影響で客数が減少していたチェコ国内のパブやレストランの経営者向けに、SNSやインターネットを通じた集客に関するアドバイスやトレーニングを無償で実施しました。パブの経営者は時間がないことに加え、デジタルツールに関する経験が少なく、自らデジタルプロモーションに着手するのは困難でしたが、同社が販売データに基づき、デジタルプロモーションの効果を示したことで、多くのパブがSNSやWEBの活用を開始し、集客に成功しました。同社は引き続きパブの売上増加や労働環境の改善に貢献します。

クイーンズランド州・ニューサウスウェールズ州の洪水支援（豪州）

アサヒホールディングスオーストラリア傘下のアサヒビバレッジズ社は2022年2月にクイーンズランド州・ニューサウスウェールズ州で起きた大規模な洪水で被害にあった飲食店に対して、樽やその他の製品を寄付し、営業再開を支援しました。また、それらの支援に加えて、被災した地域に対して飲料水を寄付し、従業員からの寄付金額とその同額を上乗せした総金額の寄付（マッチングギフト）を行い、地域の復興を支援しました。

その他領域の取り組み

就労機会の提供を通じて若者のスキルアップを支援（豪州）

アサヒホールディングスオーストラリア傘下のアサヒビバレッジズ社では、2011年からNPO法人ホワイトライオンと協働の取り組みを実施しています。ホワイトライオンはさまざまな事情から恵まれない環境で育ち困難を抱えている若者に対して、就労や能力開発に関する支援や指導など行っている団体です。アサヒビバレッジズ社は2022年の募金活動やボランティア活動などさまざまな取り組みでホワイトライオンと協働しています。

アサヒグループ 大山崎山荘美術館※

関西の実業家・故加賀正太郎氏が大正から昭和初期にかけ建設した「大山崎山荘」を創建当時の姿に修復し、安藤忠雄氏設計の新棟「地中の宝石箱」などを加え、1996年4月に開館しました。民藝運動ゆかりの作品や、モネ「睡蓮」などを展示しています。天王山中腹に位置し、テラスからの絶景、美しい庭園など四季折々に楽しめます。地域文化力のさらなる向上を図るとともに、美術の魅力を伝えるため、親子鑑賞会や教育普及活動を実施するなど、地域に開かれた美術館を目指しています。

※ 2023年7月1日より名称変更

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



公益事業の充実化に向けて、2023年4月にアサヒグループ学術振興財団とアサヒグループ芸術文化財団の両財団が統合し、アサヒグループ財団が発足しました。

アサヒグループ財団は両財団の理念を引き継ぎ、多様化する社会課題に向き合い、持続可能かつ創造的で豊かな社会の実現に貢献することを目的として、芸術文化活動の振興・支援並びに学術研究の助成を行うとともに、さらには両分野の総合的な事業を展開して、新たな価値の継続的な創造を目指します。

アサヒグループ 芸術文化財団

アサヒビール(株)によって、その創業百周年を記念して1989年に設立されました。芸術分野での有効適切な助成活動をはじめ、芸術資産を活かしながら芸術創造を支援するため、アサヒグループ大山崎山荘美術館などの文化事業への助成を行っています。

アサヒグループ 学術振興財団

1944年に創設された財団法人大日本麦酒科学研究所、後の財団法人醸造科学研究所を起点に、1984年からは財団法人アサヒ生活文化研究振興財団として、主として「食」に関わる生活科学と生活文化の分野で研究助成活動を行ってきました。さらに1996年からは地球環境科学、2006年からはサステナブル社会・経済学と環境関連分野の研究者に支援活動を広げています。2022年度は、17件、1,600万円を助成しました。

不適切な飲酒の撲滅と新たな飲用機会の創出によって健全な酒類文化の発展に貢献する

責任ある飲酒

酒類は日々の暮らしに喜びと潤いをもたらす一方で、不適切な飲酒によって、
個人や家庭、社会にさまざまな問題を起こすこともあります。
アサヒグループは酒類を扱う企業として、不適切な飲酒の撲滅に向けて努力するとともに、
新たな飲用機会の創出を通じて、酒類文化の健全な発展に貢献する活動を推進することで、
人々の「楽しい生活文化」の創造を目指していきます。

重点テーマ

- 不適切飲酒の撲滅
  - マネジメント
  - 取り組み
- 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
  - 取り組み

責任ある飲酒の基本方針

方針

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」（以下、グループ飲酒基本方針）のもと、すべての従業員が、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とともに、不適切な飲酒の撲滅と酒類文化の健全な発展に向けて課題に取り組んでいます。

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遵守

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

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、アサヒ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）という言葉を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、これまでは酒類を扱う事業会社のみで行っていた適正飲酒に関するeラーニングを、酒類以外の日本国内の事業会社にも拡大するなどの取り組みを開始しています。

不適切飲酒の撲滅 重点テーマ

マネジメント

考え方

酒類は、長い人類の歴史の中で、日々の暮らしに喜びと潤いをもたらすとともに、冠婚葬祭など人生の節目においても、大き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や販売に携わっていることを、大変誇りに思います。一方、不適切な飲酒によって、個人や家庭そして社会にさまざまな問題を起こすこともあります。

そこでアサヒグループは、グループ飲酒基本方針のもと、不適切な飲酒を撲滅し、アルコールが起因の社会課題の解決を目指していきます。

ガバナンス

アサヒグループでは、アサヒグループホールディングス(株)のSustainability部門が事務局を担い、各Regional Headquarters（以下、RHQ）の担当役員や担当者が参加す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。同会議がサステナビリティタスクフォースの役割を担い、グループ全体における酒類関連の課題対応の協議や成功事例の共有などを実施するとともに、同体制の中で、責任ある飲酒の目標達成に向けた協議を行っています。また、2022年には、責任ある飲酒の中長期的な方向性や目標について経営戦略会議やグローバルサステナビリティ委員会で複数回に渡って討議し、将来に向けた具体的な活動を明らかにしました。

具体的なグローバルKPIやRHQレベルのKPIは、グローバルアルコールポリシー会議で議論を進め、合意されたKPIは四半期ごとの業績報告の中で各RHQのCEOから経営戦略会議に進捗を報告し、必要であれば詳細を議論します。

また、各事業会社は、中長期の方向性や目標、さらにはグループ飲酒基本方針に基づき、各国・各地域のアルコール関連課題や消費者ニーズを捉えながら具体的な施策を展開しています。



リスク管理

不適切な飲酒は、人々の健康や社会に悪影響を及ぼす可能性があります。また、アサヒグループが予想する以上に、世界的な規模で酒類販売に関する規制が強化されることも考えられます。これらの影響で、アルコールを製造・販売する当社グループのレピュテーション及びブランド価値が毀損されたり、アルコールに対する消費者需要の縮小などにより、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があることをリスクと捉えています。

これらのリスクについては、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)体制下において、代表取締役社長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。同時に、Sustainability部門においても、International Alliance for Responsible Drinking（IARD）など業界団体と連携しながら、幅広く業界やアサヒグループにとって今後起こりうるリスクに関する情報を収集し、常にリスクの見直しを行っています。

不適切飲酒の撲滅 マネジメント

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、従来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）が採択したグローバルアクションプラン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となる「2030年までに大量飲酒者の削減」や「一人当たりの純アルコール摂取量の削減」の実現に貢献する取り組みを強化する方針を定めました。

政府によるアルコールに関するマーケティング・営業活動の規制や課税以外の対策で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ます。そのためにも多くのステークホルダーとともに有害なアルコール使用の削減を社会全体で実現すべく、多様なステークホルダーとの対話を重ねながら具体的な課題解決への貢献を目指します。

こうした活動を通じて、リスクの低減と機会創出につなげていきます。

指標と目標

アサヒグループは、事業活動において、アルコールが起因の社会課題の当事者を生まない仕組みの実現（＝「有害なアルコール使用の撲滅」）を目指します。また、社内においては「責任ある飲酒」を実践する企業風土を醸成します。

グループ全体目標

目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
●2023年までに従業員の研修参加率100%（2021年以降で1回以上）を達成する※ ●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年までに、すべ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	3.5

※ 対象組織：アサヒグループジャパン（株）、アサヒヨーロッパアンドインターナショナル、アサヒホールディングスオーストラリア

関連情報 取り組み進捗状況（2022年）

関連するSDGs



関連情報 取り組み（不適切飲酒の撲滅）

不適切飲酒の撲滅 重点テーマ

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、従業員すべ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を続けるとともに、社会への啓発活動を広め、不適切な飲酒を撲滅するためのさまざまな取り組みを進めています。

また、不適切な飲酒が撲滅されている社会の実現のため、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、社会全体で課題解決をグローバルレベ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、社会や消費者に対して、適正飲酒を推進するために、飲酒についての知識を普及する教育、啓発活動に取り組み、飲酒運転、未成年者飲酒、妊産婦飲酒、大量飲酒などの不適切な飲酒による問題の撲滅と予防に努めています。

グループ各社において、各国・各地域の法規制や文化、習慣などに合わせて、これらの活動や取り組みを効果的に展開し、方針の実現に向けてグローカルに取り組んでいます。

飲酒運転撲滅に向けた取り組み

アサヒヨーロッパアンドインターナショナル傘下のKompania Piwowarska社では、ソーシャルメディアなどの広告において、責任ある飲酒を促進するキャンペーンを実施。ポーランドの著名なアーティストを起用して、「飲酒運転はやめましょう」というメッセージを発信するキャンペーンを展開しました。

未成年者飲酒予防プログラム「Respect 18」の実施

アサヒヨーロッパアンドインターナショナルでは、未成年者の飲酒を減らし、未成年者へのアルコール販売・提供の法的禁止を強化することを目的とした「Respect 18」という予防プログラムを実施しています。本プログラムは、チェコとスロバキアで事業展開をするプルゼニュスキープラズドロイ社がNGO、自治体とともに地域の共同プロジェクトとして実施しています。







社会変革組織と協働し、豊かな飲酒文化を醸成する取り組み

アサヒホールディングスオーストラリアは社会変革組織「DrinkWise」の設立メンバーであり、業界最大の貢献企業として、オーストラリア人の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。2022年は、未成年飲酒を両親が促進しないように呼び掛ける新たな取り組みを始めるなど、アルコール関連の課題と要因を分析しながら新たなキャンペーンにも積極的に取り組みました。

同社のグループCEOであるAmanda Sellersは、「DrinkWise」の活動を重要視し、理事に就任しています。

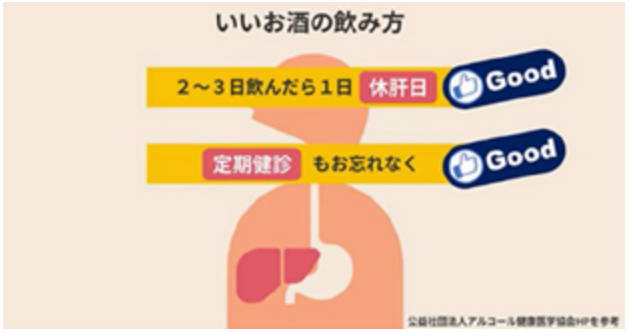
「DrinkWise」は、オーストラリアの酒類業界が提供するノンアルコール・低アルコール飲料の選択肢の広がりを訴求し、多くの消費者がノンアルコール・低アルコール飲料を選ぶ理由や、減酒したい方がこれらの選択肢をどのように活用できるか紹介することにも取り組んでいます。これらの取り組みは、政府、研究者、産業界、その他のステークホルダーが、コミュニティー丸となって協力することが、オーストラリアの安全で健康的な飲酒文化につなげていくことを示すうえで重要なものです。

不適切飲酒の撲滅 取り組み

適正飲酒に関する動画コンテンツを公開

アサヒビール(株)では、健康にお酒を楽しむための動画コンテンツを公開し、お酒そのものに対する知識や適正飲酒に関する内容を全5話の構成でわかりやすく説明しています。また、飲食店従事者向けのコンテンツとして、飲酒運転と未成年飲酒防止のための接客対応についてわかりやすく解説した動画も作成しています。希望する飲食店に案内し、スタッフへの研修などで活用されています。





関連情報 アサヒビールと学ぶお酒のこと「大切な人と、素敵なときを、適切な飲酒で。」

小学生向け啓発ツール「どうする？どうなる？お酒のこと」の配布

アサヒビール(株)では、20歳未満飲酒防止の啓発活動の一環として、小学生向け啓発ツール「どうする？どうなる？お酒のこと」を2007年7月に制作し、希望者に無償で配布しています。4ページからなる手軽なツールであり、教科書の副教材として学校での啓発活動などに活用できます。

2017年11月に、読みやすさ・わかりやすさの向上を目指し、ツールをリニューアルしました。保護者へのメッセージも増やし、大人と一緒に学べます。

発行以来、小学校のほか中学校・高等学校でも活用され、2022年末までに85万168部(累計送付部数)を配布しました。

なお、同冊子は2008年3月に、公益財団法人消費者教育支援センターが主催する「第6回消費者教育教材資料表彰」において優秀賞を受賞しました。さらに、2009年には2008年度優秀賞の中から「特別賞」を受賞しました。

「どうする？どうなる？お酒のこと」発行数

2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
40,124部	31,352部	18,890部	15,515部	22,757部

＊ ツールの申し込みは こちら

Webサイト「人とお酒のイイ関係」の展開

アサヒビール(株)は、お酒が身近にあるすべての人にお読みいただけるWebサイト「人とお酒のイイ関係」を運営しています。文章とイラストを具体的なデータをもとにした研究事例を織り交ぜながら、危険な飲酒方法を戒め、健康的に楽しくお酒を飲むためのポイントを、わかりやすく紹介しています。

大学生向け適正飲酒ワークショップの開催

アサヒビール(株)では、大学生向けの適正飲酒啓発活動をとおして、お酒に関する正しい知識とお酒との上手な付き合い方を伝えるワークショップを開催しています。

2022年は、立教大学の生徒を対象に、スマートドリンキングを活用した課題解決に取り組みました。ワークショップから生まれたアイデアは、2023年2月に公開した、「おとな選抜 適正飲酒講座」「おとな選抜とLet's スマドリ！」に反映されています。

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

アサヒグループでは、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あり方、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。

アサヒグループジャパン(株)の取り組み

2016年にアサヒビール(株)の全従業員を対象とする「アルコールに関するeラーニング」を開始し、2018年から対象をアサヒビール(株)傘下のグループ会社全11社に拡大。2020年には対象をアサヒ飲料(株)やアサヒグループ食品(株)など、酒類事業以外の全グループ会社へと拡大して実施しています。2022年は日本国内グループ会社のほぼ全従業員※にあたる13,948人が受講しています。

※ eラーニング受講可能な環境の従業員

アサヒヨーロッパアンドインターナショナルの取り組み

アサヒヨーロッパアンドインターナショナルでは、新しく雇用された全社員を対象に、責任ある飲酒に関する教育研修を行っており、3年ごとにアップデートの研修を実施しています。またマーケティング関連の業務に従事する社員に対しては、マーケティングポリシーの理解を深めるためのeラーニングも実施しています。

アサヒホールディングスオーストラリアの取り組み

アサヒホールディングスオーストラリアでは、全社員を対象とした責任ある飲酒トレーニング教材を開発し、品質の高いトレーニング教材を提供することで、営業やマーケティングチームをサポートしています。

責任あるマーケティング活動

マーケティング・広告基準の遵守

オセアニアでは、アサヒホールディングスオーストラリア傘下のアサヒビバレッジズ社が「Beverages Advertising Code」(豪州)及び「Advertising Standards Authority」(ニュージーランド)に加盟しています。アルコールが、成人の方を対象に、責任を伴って販売されるために、加盟団体が定めた規則を支持すると同時に、マーケティングのコミュニケーションにも反映させるべく取り組んでいます。

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。

また欧州各国では、外部モニタリング機関である「各国の広告審査委員会」が広告倫理の維持のため、酒類の広告についてのモニタリングと評価を行っており、年次報告書を発信しています。

アサヒグループは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。

自主基準・方針の策定

アサヒグループでは、適正飲酒を進め、有害な飲酒を撲滅するためのマーケティング活動を進めています。「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、各事業会社にて、各国・各地域の法規制や文化、習慣に合わせて、方針や自主基準を策定し、責任あるマーケティング活動をグローバルに展開しています。

関連情報
アサヒビール(株)広告宣伝自主基準
アサヒヨーロッパアンドインターナショナル Policy on Commercial
アサヒホールディングスオーストラリア Responsible Marketing and Advertising
表示審査

不適切飲酒の撲滅 取り組み

デジタル・マーケティング分野の取り組み

アサヒグループでは、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に基づき、加盟企業とともにWebサイトやSNS（ソーシャルメディア）で、未成年の閲覧防止に取り組んでいます。

WebサイトやSNSのブランドサイトで具体的に次の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〉

1. 年齢認証システム（Age Gate、酒類に関する情報を閲覧する前に、法的適正年齢であることを確認する）
2. 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）
3. 不適切なユーザー書き込み削除警告（UGC - User Generated Contents）
4. 未成年者への共有を禁止する記述（FAN - Forward Advice Notice）
5. 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）

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

アサヒグループでは、かねて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事業に取り組んでいます。

アサヒグループは、現在IARDに加盟する世界の酒類製造業者14社とともに「IARD PRODUCERS' COMMITMENTS」にコミットし、実行に取り組んでいます。

IARD PRODUCERS' COMMITMENTS

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

IARDでの主な取り組み

2018年9月、IARDは、不適切な飲酒の防止と業界での自主基準強化に関する取り組みについて、報告書を発行しました。同報告書では、アサヒビール（株）による20歳未満飲酒防止の啓発活動や、アサヒヨーロッパアンドインターナショナルの妊産婦飲酒防止に関する取り組みやマーケティング方針も掲載しています。

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。ほかのデジタルプラットフォームにもこうした責任あるマーケティングに賛同し、追随するよう呼び掛けています。

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。アサヒグループも、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きます。

※ その後2社加わり、2022年末時点のIARD加盟企業は14社

不適切飲酒の撲滅 取り組み

アクション-Our Actions-

1. 2024年までに、すべ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、有害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。2022年末時点で、18社がこの取り組みに賛同しており、IARDとして今後もパートナーシップの拡大を目指します。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。世界を代表する広告代理店、PR代理店、インフルエンサーの代理店など13社（2022年末時点）と提携し、この基準の浸透・普及に取り組んでいきます。

関連情報
- 「International Alliance for Responsible Drinking（IARD）」サイト（英語）
- IARD報告書「PRODUCERS' COMMITMENTS」（英語）
- IARD共同声明「Actions to accelerate reductions in underage drinking」（英語）
- IARD共同声明「New global alliance formed to promote the responsible sale and delivery of alcohol online」（英語）
- Global Standards for Online Alcohol Sale and Delivery（英語）
- Influencer Guiding Principle（英語）

日本における「ビール酒造組合」との協働

アサヒビール（株）は、日本のビールメーカー5社が会員となっている「ビール酒造組合」にて、適正飲酒の推進など、さまざまな取り組みを推進しています。

「ビール酒造組合」では、20歳未満飲酒防止の取り組みとして、キャンペーン「STOP!20歳未満飲酒プロジェクト」を2005年から開始し、日本の主要なビールメーカー5社が歩調を合わせて推進しています。

また、女性の適正飲酒啓発キャンペーン「ほど酔い女子PROJECT」を2017年から開始。現代の女性にお酒に対する知識を持っていただき、楽しく、正しく、ほどよいお酒との関係を築いていただくことを目的として、女性の適正飲酒啓発サポートプログラムをキャンペーン賛同企業様へ提供しています。



欧州における「The Brewers of Europe」との協働

アサヒヨーロッパアンドインターナショナルは、欧州における酒類業界組織「The Brewers of Europe」の常任理事会のメンバーとして、アルコール乱用という深刻な問題に対し、政府、地方自治体、保健専門家、交通安全機関、市民社会、業界のパートナーと協力して取り組むことを全面的に約束しています。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

不適切飲酒の撲滅 取り組み

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、アサヒヨーロッパアンドインターナショナルもこれに署名しています。

豪州における業界団体との協働

アサヒホールディングスオーストラリアは、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。また、NPO「DrinkWise」と協力し、同国の消費者の飲酒行動を適正なものに変えるためのキャンペーンや教育啓発などに取り組んでおり、アサヒホールディングスオーストラリアのグループCEOであるAmanda Sellersが理事に就任しています。

さらに、アルコール飲料を扱う小売店を代表する業界団体である「Retail Drinks Australia」と協力して、オンライン販売規則の維持と遵守、アルコール飲料販売のためのeコマース基準の規制に取り組んでいます。

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、よりよ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してお客様へ適正飲酒を啓発していきます。

関連情報 研究論文

不適切な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月より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が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有用性が高いことがわかりました。

今後は、多量飲酒者がノンアルコール飲料を用いた適正飲酒に向けた行動変容の実現に向け、多量飲酒者の行動プロセス全体を捉えて、課題解決に向けた取り組みを進めて行く計画です。

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」のもと、アサヒグループの知見と技術を結集して新たな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。

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し、従来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）が採択したグローバルアクションプラン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となる「大量飲酒者の削減」や「一人当たりの純アルコール摂取量の削減」の実現に貢献する取り組みを強化する方針を定めました。

政府によるアルコールに関するマーケティング・営業活動の規制や課税の対策だけではなく、自主的な取り組みを進めることで不適切飲酒の課題を解決できることを実証し、アルコール業界の健全な成長を目指します。そのためにもアサヒ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削減を実現し、具体的な課題解決への貢献を目指します。

こうした活動を通じて、リスクの低減と機会創出につなげていきます。

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様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。

グループ全体目標

目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
●2025年までに主要な酒類商品※に占めるノンアルコール飲料・低アルコール飲料の販売量構成比15%以上を達成する	3.5

※ ビール類、RTD、ノンアルコール飲料

各RHQの計画

対象組織	目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
AGJ	●2025年までにノンアルコール飲料・低アルコール飲料の販売量構成比20%を達成する	3.5
AEI	●2030年までにノンアルコール飲料の販売量構成比20%を達成する	
AHA	●2025年までにノンアルコール飲料・低アルコール飲料の販売量構成比30%を達成する	

関連情報 > 取り組み進捗状況（2022年）

関連するSDGs



関連情報 > 取り組み（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）

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

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きます。

ノンアルコール・低アルコール商品の展開

アサヒグループでは、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。

『アサヒドライゼロ』などノン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』を主としたビールテイスト飲料や『アサヒスタイルバランスプラス』などのサワーテイスト清涼飲料などアルコール分0.00%の商品に注力しています。『アサヒドライゼロ』は、2012年2月の発売以来、ビールらしい味わいが好評で、日本のノンアルコールビールテイスト飲料市場において2015年から7年連続売上No.1※を達成しています。また、『アサヒスタイルバランスプラス』シリーズは2015年の発売以来、主に食事の脂肪や糖分の吸収を抑える機能がある難消化性デキストリン(食物繊維)を含有する機能性表示食品や、コラーゲンやビタミンCを配合した商品など多彩なラインアップを展開しています。

※ インテージSRIノンアルコールビールテイスト飲料市場 2016年1月～2022年12月累計販売金額 7業態計(SM・CVS・酒DS・一般酒店・業務用酒店・DRUG・ホームセンター計)



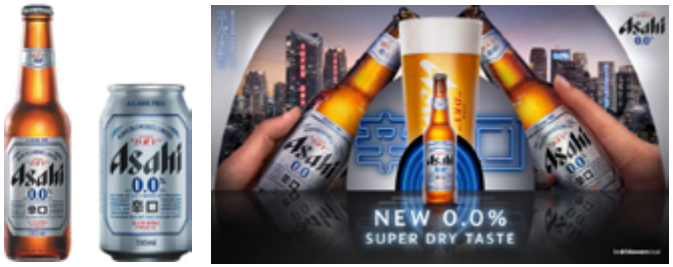
『アサヒビアリー』など微アルコール商品群の拡充

アサヒビール(株)では、2021年から取り組みを開始した「スマートドリンキング」の一環で、お酒のような美味しさを楽しめる“微アルコール”という新しいカテゴリーの商品を発売しました。第一弾としては、アルコール分0.5%の“微アルコール”ビールテイスト飲料『アサヒビアリー』を発売。その後は、アルコール分0.5%のワインテイスト飲料『ビスパ』を発売しました。これらの商品は、近年の消費の価値観や生活スタイルの変化を踏まえ、性別や年代に関わらず「自分のペースでゆっくりとお酒を楽しむ」「シーンに合わせて自分にとって適切な飲み物を選ぶことで生活を豊かにする」ことを志向するお客様に提案しています。今後も商品ラインアップを拡充しながら、需要の創出を目指していきます。



『Asahi Super Dry 0.0%』をグローバルで展開

アサヒグループでグローバルブランドの展開を担うアサヒヨーロッパアンドインターナショナルは2023年1月から、ノンアルコールビール『Asahi Super Dry 0.0%』を、日本を除く世界で発売しました。2023年1月の英国・アイルランドでの発売を皮切りに、オーストラリア、フランス、スウェーデン、アメリカ、カナダ、そしてニュージーランドの8ヵ国で展開しました。『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。デジタルやSNSなど多様なチャネルを活用したプロモーションをグローバルに展開し、ブランドの認知拡大や適正飲酒を促進する飲み方の提案を図っています。



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

『Peroni Nastro Azzurro 0.0%』の展開

アサヒヨーロッパアンドインターナショナルは、イタリアで誕生した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%』を22年4月に世界28ヵ国で発売しました。『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、ブランドの特徴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。



『Carlton Zero』『Great Northern』シリーズの展開

アサヒホールディングスオーストラリアは、豪州の人々に適度なアルコール消費をしてもらうため、ノンアルコール、低アルコールなどを含む、さまざまな選択肢を提供しています。ノンアルコールビールの『Carlton Zero』や『Great Northern Zero』、アルコール度数3.5%の低アルコールビール『Great Northern Super Crisp lager』は人々に新たな楽しみ方を提供することを目指しています。2022年には、豪州とニュージーランドにおけるノンアルコールビールと低アルコールビールの構成比が約26.8%を占めています。これは先進的な水準であり、これからも誇りを持って、オセアニアの飲酒文化の発展に貢献し続けていきます。



アルコール度数3.5%の『Asahi Super Dry』などの商品展開

アサヒホールディングスオーストラリアは、2022年7月に『Asahi Super Dry 3.5%』を豪州限定で発売しました。豪州では「ミッドストレングス」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。1987年に日本で発売された代表的なアルコール度数5%のビール『アサヒスーパードライ』の特徴はそのままに、豪州向けに新たな需要拡大を見込み、開発しました。また、イタリアを代表するビール「Peroni Nastro Azzurro」においても7月から、『Peroni Nastro Azzurro 0.0%』と『Peroni Nastro Azzurro 3.5%』の展開も開始しました。



飲み方の多様性を提唱

「スマートドリンキング」宣言

アサヒビール(株)は、2020年に、自分の楽しい時間に合わせたアルコール商品、ノンアルコール商品を選んでいただけるように、これまでにない多彩なコンセプトの商品を数多く提案していくという「スマートドリンキング」宣言を提唱しました。「スマートドリンキング」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、以下の取り組みを開始しています。

スマドリ
SMART DRINKING

〈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グラム量をアサヒビール(株)のホームページにて開示しました。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への純アルコール量を表示しています。商品に含まれる純アルコール量をグラム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。

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

2.ビール類、RTD、ノンアルコールの販売容量合計に占めるアルコール度数3.5%以下のアルコール商品、及びノンアルコール商品の構成比20%を、2025年までに目指します。

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月にスマドリ株式会社がアルコールを飲めない人も楽しめるバー『SUMADORI-BAR SHIBUYA』を開店しました。アルコール度数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、お客様の体質や好みに合ったドリンクを提供しています。「飲み方の多様性」の体験、情報発信拠点とするとともに、お客様の性年代別のお酒を「飲まない/飲めない」人のニーズや嗜好、飲み方を分析することで、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キングプロジェクト』の取り組みとして、『SUMADORI-BAR SHIBUYA』や渋谷区内の大学では「スマートドリンキング」の考え方に基づき、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。





渋谷
スマートドリンキング
プロジェクト
SHIBUYA
SMART DRINKING PROJECT

＊SUMADORI-BAR SHIBUYAロゴの複数の色が重なったマーブル模様は、誰もが分け隔てなくお酒を一緒に楽しめ、心地よい時間を一緒に過ごすことができる「多様性」を表現しています。

人々の健康的な生活に寄り添う

健康

アサヒグループは、心身ともに健康な状態であることによって、
「楽しい生活文化」をより強く実感できるものと考えています。
食生活に密接に関わる企業として、グループのさまざまな技術を活用し、
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。

取り組みテーマ
- 健康価値の創造
  - マネジメント
  - 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た付加価値を高めていくほか、砂糖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。

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、アサヒグループの事業の成長に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」で管理しており、また品質に関わる健康課題はサステナビリティからは切り離し、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。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。

2023年からは、新たにグループ行動指針の中に健康に対する内容を新たに盛り込み、グループ全体で、消費者の健康に向き合う姿勢を示し、さらなる意思統一を図っていきます。

リスク管理

アサヒグループは、砂糖の過剰摂取による健康被害や世界的な砂糖に関する規制強化への対応の遅れによってグループの経営面に悪影響を及ぼすことをリスクとして捉えています。これらのリスクについては、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)体制下においてアサヒグループホールディングス(株)Sustainability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

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、特定原料の過剰摂取による健康被害を懸念する各国政府が、砂糖などの原料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。アサヒグループは、常に社会の動向の兆しを見極め、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、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について研究を進め、発酵技術の知見と消費者の新たなニーズとを結び付け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。

指標と目標

アサヒグループが培ってきた発酵や乳酸菌などのコア研究や技術による商品を、広く世界の人々に提供し、消費者の健康に貢献することを目指します。

各RHQの計画

対象組織	目標	SDGs(貢献できるゴール・ターゲット)
AGJ	特保・機能性・ヘルスケア商品※1の売上目標を達成する	3.2／3.4
AGJ	健康価値を訴求する小容量シリーズ※2の売上目標を達成する	
AHSEA	100mlあたり砂糖の使用量5g以下の商品の構成比70%以上を継続する	

※1 対象商品:『カラダカルピス® BIO(ビオ)』『アサヒ 十六茶 糖と脂肪にはたらく』など
※2 対象商品:『届く強さの乳酸菌』『守る働く乳酸菌』など

関連情報 > 取り組み進捗状況(2022年)

関連するSDGs



関連情報 > 商品による健康価値の提供
> ステークホルダーの健康に貢献する活動

健康価値の創造

取り組み

商品による健康価値の提供

アサヒグループは自らの事業で培った強みやノウハウを活用し、商品を通じて健康課題の解決に貢献すべく、取り組んでいます。

酵母・乳酸菌研究など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。私たちは、ビール事業において、欧州で400年、オセアニアで150年、日本では130年を超える年月を通じてビールの醸造に必要な酵母や発酵技術を培ってきました。また、飲料事業では、『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などがあります。アサヒグループは、お客様の健康に対するニーズを考慮し、これまで培ってきた酵母や乳酸菌などの独自技術を活用して、健康価値を訴求した商品づくりに取り組んでいます。

おなかの調子を整える、BMIが高めの方の体脂肪、内臓脂肪を減らすのに役立つ『カラダカルピス® BIO(ビオ)』

乳酸菌は、さまざまな形で健康に寄与する可能性を持っています。アサヒ飲料(株)では、現代社会で根強いニーズがある体脂肪の減少が期待できる「乳酸菌CP1563株」由来の独自成分を使った商品を開発することに成功しました。それが、2017年4月に発売した『カラダカルピス®』です。2022年には従来の『カラダカルピス®』におなかの調子を整える機能を追加した『カラダカルピス® BIO(ビオ)』を発売しました。長年親しまれている『カルピス®』ブランドを通じて、日常的に気軽にできる健康増進を提案しています。



乳酸菌の働きを活用した『カルピス®』由来の乳酸菌科学シリーズ

『カルピス®』由来100年にわたる乳酸菌研究から生まれたシリーズです。機能性表示食品として発売されており、商品ごとに、健康な人の免疫機能の維持、睡眠の質(眠りの深さ)を高める、高めの血圧を低下させる、体脂肪を減らすのに役立つといった機能を訴求しています。


『守る働く乳酸菌W200』(機能性表示食品)


『届く強さの乳酸菌W(ダブル)200』(機能性表示食品)


『アミールW』(機能性表示食品)


『ラクトスマート』(機能性表示食品)

糖と脂肪の吸収を抑える『アサヒ 十六茶 糖と脂肪にはたらく』

アサヒ飲料(株)の『アサヒ 十六茶 糖と脂肪にはたらく』は、とうもろこし等由来の食物繊維を配合した、糖と脂肪の吸収を抑える機能性表示食品です(イソマルトデキストリンの働き)。ブレンド茶ならではの素材・焙煎・調合にこだわり、すっきり飲みやすい味わいに仕上げています。



酵母・乳酸菌研究を活用したサプリメント・指定医薬部外品の展開

アサヒグループ食品(株)では、乳酸菌飲料『カルピス®』由来の微生物研究により発見された技術を活用し、日々の精神的ストレスの緩和、睡眠の質(眠りの深さ)の向上、腸内環境の改善に役立つ機能があるCP2305ガセリ菌を配合した『メンタルサポート ココカラケア』や加齢とともに低下する骨密度を高めるのに役立つ機能や、腸内にもともといる善玉菌(ビフィズス菌、酪酸酸性菌)を増やすことで腸内環境(腸内フローラ)を整えることが報告されている「枯草菌C-3102株」を配合した『骨こつケア』を発売しています。また、乾燥酵母(ビール酵母)から生まれた『エビオス錠』や乾燥酵母に3種の乳酸菌を加えた『エビオス整腸薬』を展開しています。乳酸菌や酵母などの有用な微生物活用をとおして、人々の健康的な暮らしと生活の質の向上に貢献する商品の開発に取り組んでいきます。









健康価値の創造 ▶ 取り組み

砂糖使用量を低減した商品の展開

世界では貧困が社会課題となる一方で、糖尿病に苦しむ人が増えています。WHO(世界保健機関)はこの課題を深刻に受け止め、2016年から、各国・各地域の加糖飲料に課税し、砂糖の消費を減少させるよう呼びかけています。アサヒグループは砂糖使用量の低減に関する研究や商品開発を進めており、アジアやオセアニアをはじめとする飲料事業において、各地域の状況やお客様のニーズに合わせてノンシュガー・ローシュガー商品群を拡充し、お客様に対し広告や販促活動などを通じて広く訴求しています。

豪州での取り組み

アサヒホールディングスオーストラリア傘下のアサヒビバレッジズ社では、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を遵守しています。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目標としていましたが、2022年にこの目標を25%に上方修正しました。今後も砂糖削減の取り組みをさらに強化し、他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。



マレーシアでの取り組み

2021年までにReady to Drink(以下、RTD)商品の70%を100mlあたり5g以下の砂糖使用にするというアサヒホールディングスサウスイーストアジアのコミットメントの一環として、エチカビバレッジズ社やエチカデイリーズ社を通じ、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。中でも、マレーシア国内のノンシュガー炭酸飲料『Pepsi Black』や、ノンシュガーRTDコーヒー『Wonda Zero Max』などは広く地元のお客様に支持されています。2022年も砂糖の使用量100mlあたり5g以下のRTD商品構成比を高い水準で維持すべく取り組みを進めており、84%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」ブランドで展開している『いつものおみそ汁』『うちのおみそ汁』『きょうのスープ』『にゅうめん』『まごころ一杯』に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ご利用いただいています。





乳製品事業を通じた健康的な生活習慣への貢献

アサヒホールディングスサウスイーストアジアでは、飲料事業に加えて2014年に乳製品事業を買収し、50年以上の歴史を持つ牛乳ブランド『Goodday』を中心に事業基盤を強化しています。生乳以外にも、チョコレートやイチゴ、バナナといったフレーバー牛乳などもラインアップに加えることで、マレーシアにおけるトップの生乳ブランドとしてのポジションを確立しています。

アサヒホールディングスサウスイーストアジアでは、『Goodday』ブランドを活用し、牛乳の日常的な飲用習慣を開発・促進することで、消費者、特に子供たちの健康意識の醸成に貢献しています。今後も、社会的に注目されている健康増進のための積極的な取り組みを通じて、『Goodday』のブランドの価値向上に努めていきます。





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)は2001年に、ベビーフードで培ったノウハウを活かし、介護食市場に参入し、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」シリーズを展開しています。

「バランス献立」シリーズは、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つの区分の商品を展開しています。区分ごとに「かたさ」の上限値や「粘度」の下限値が規定されており、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。さらに、味や見た目などにもこだわり、かむ力や飲み込む力が低下した高齢者にも、今までとなるべく変わらない食事を楽しんでいただくことを大切にしてレシピを開発しています。

ステークホルダーの健康に貢献する活動

アサヒグループは、食に携わる企業として、ステークホルダーの健康に貢献するさまざまな活動に取り組んでいます。

「カルピス®」こども乳酸菌研究所

アサヒ飲料(株)では、社員自らが講師となる小学生向けの出前授業「『カルピス®』こども乳酸菌研究所」を実施しています。これは、小学5～6年生を対象に、日本初の乳酸菌飲料『カルピス®』を題材として、乳酸菌や酵母など微生物の働きや発酵について伝え、食材の味や乳酸菌観察など、五感を使いながら学ぶ食育プログラムです。

社員と児童が直接コミュニケーションを図りながらグループの仲間とともに、理解を深めます。児童が社員と意見交換しながら、授業で得た発酵の知識を使い、「未来へのアイデア」を考え発表する「未来ディスカッション」は“キャリア教育”としても小学校から高い評価をいただいています。

同活動は、2019年度「青少年の体験活動推進企業表彰」(主催:文部科学省)において審査委員会奨励賞を受賞しました。

「『カルピス®』こども乳酸菌研究所」の参加人数

2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
42校・会場／2,396人	40校・会場／2,427人	1会場／31人	–	19校・会場／858人

＊ コロナウイルス拡大の影響により、2020年2月～2022年5月の開催は中止しました。





アサヒ飲料 発酵文化教室

コロナウイルス拡大による影響を受け、2021年7月からは「カルピス®」を題材とした、オンライン形式で行う地域の発酵食品について学ぶ新たな食育プログラム「アサヒ飲料 発酵文化教室」を開始しました。

「アサヒ飲料 発酵文化教室」の参加人数

2021年	2022年
17校／976人	15 校／830人



健康価値の創造 取り組み

栄養相談活動

アサヒグループ食品(株)は、妊娠中や育児中の保護者を対象に乳幼児向けの栄養相談を行っています。栄養士の資格を持つ従業員がお子様に合った離乳食の進め方やアドバイス、ベビーフードの上手な活用方法を紹介し、育児が楽しくなるような提案を一人ひとりに合わせて丁寧に行っています。

インターネットで多くの育児情報を容易に入手できるようになった反面、迷いや不安を抱えている保護者も少なくありません。アサヒグループ食品(株)が主催する栄養相談活動は栄養士が専門知識に基づき正しい情報を保護者と対面しながら提供するため、参加者からは「離乳食に不安を感じていたが、丁寧に教えてもらえて不安が解消された」といった声をいただいています。全国のベビー用品専門店、子育て支援団体が開催するイベントなどさまざまな機会を通じて行い、お子様と楽しい毎日を送れるサポートを行っています。

このような子育てサポート活動は60年にわたり行っており、2015年には消費者庁が主催する「2015年消費者支援功労者表彰」にて「ベスト消費者サポーター賞」に選ばれました。さらに、2016年には厚生労働省が主催する「第5回 健康寿命をのばそう！アワード(母子保健分野)」において、「厚生労働大臣賞 企業部門優秀賞」を受賞しました。

「栄養相談活動」の参加人数

2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
約10万3,000人	約10万3,000人	約4万7,000人	約6万1,000人	約6万3,000人

※ コロナウイルス拡大の影響により、2020年参加人数は減少しました。



口腔ケア商品の展開とセミナー支援

飲み込む力が低下した高齢者や特定の要介護者は、食べ物を誤嚥してしまうことでさまざまなトラブルを引き起こしてしまうことがあります。この課題に対し、アサヒグループ食品(株)ではさまざまな口腔ケア商品を販売しています。口腔ケアが必要な方の状況に合わせたケアができるよう、ウエットティシュや綿棒、スポンジ、歯ブラシ、舌ブラシなどさまざまな形態の商品をラインアップしています。保湿ケアについても、ジェルやスプレー、マウスウォッシュなどを取り揃え、個別ニーズに合わせた対応を行っています。

また、商品の販売だけでなく、セミナーなどの支援も行っています。誤嚥の対策の一環として口腔ケアを実施する医療機関や高齢者施設が増えていますが、その手技・手法について現場ではいまだ正しく理解・実施されていないケースも多く見受けられます。そのため、これから口腔ケアに取り組もうとしている専門職やご本人・ご家族向けの口腔ケアセミナーが全国各地で数多く開催されています。アサヒグループ食品(株)では、口腔ケアに積極的に取り組まれている自治体や医療機関、歯科医師会などと連携し、セミナーにおいてサンプルの提供や、商品の概要・意義・使用方法などについて詳しい説明を行っています。このような活動を通じて高齢者のQOL(クオリティ・オブ・ライフ)向上につながるよう努めています。



すべての事業活動における基盤

人権

人が人らしく尊厳をもって生きる権利であり、
すべての人が生まれながらに持っている権利である、人権。
その尊重は、すべての企業の責任です。
アサヒグループは、年齢、性別、障がい、人種、民族、出自、宗教などに関わりなく、
ステークホルダーの人権を尊重しています。

- 人権の尊重
  - マネジメント
  - 人権デューデリジェンス
  - 人権に関する相談窓口
  - 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

コロナウイルスや紛争の勃発、気候変動などの環境問題の深刻化により、脆弱な立場の人々における人権に対しての負の影響がさらに深刻化し、企業の人権尊重への取り組みが注目されています。アサヒグループはグローバルに事業を展開する企業として、自らの事業活動によって影響を受ける人々の人権を尊重することを責務として認識しています。事業を行ううえで、個人の人権と多様性(ダイバーシティ)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「アサヒグループ人権方針」(以下、人権方針)の中で明示しています。

現在、人権デューデリジェンスの実施、従業員・ビジネスパートナーなどへの人権尊重の教育の徹底、人権侵害の被害者への救済の仕組みを構築しています。

方針

人権方針の制定

人権方針は、グループ理念“Asahi Group Philosophy”、「アサヒグループ行動規範」及び「アサヒグループサステナビリティ基本方針」に基づいた人権に関する最上位の方針として、アサヒグループすべての事業活動における基盤となるものです。アサヒグループは人権方針に従い、人権尊重にコミットし取り組んでいくことで、グローバルでの持続可能な社会の実現に貢献します。

人権方針の概要

- 事業活動に関連する人権課題への取り組みが人権責任を果たすうえで重要な要素であると認識し、「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」「サプライチェーンにおける影響」「地域社会への影響」の8項目を重要な人権課題として定めています。
- アサヒグループ社員のみならず、ビジネスパートナーの皆様にも人権方針を理解、支持していただくことへの期待を明示しており、現在16ヵ国語で展開しています。またステークホルダーの皆様にも人権方針を理解していただけるように、16ヵ国語の人権方針をWebサイト上で開示しています。
- 人権方針の実現に当たっては、ステークホルダーの視点を重視し対話に努めるとともに、人権デューデリジェンスの実施、社内外から通報を受ける窓口の設置、全社員に向けた人権尊重に関する研修・教育に取り組むことを明示しています。またサプライヤーをはじめとするビジネスパートナーの皆様にも同様の対応を働きかけています。
- 人権方針の遵守については、取締役会がその監督責任を負い、同方針の遵守状況や取り組みの進捗を定期的に確認することを定めています。
- 人権方針の遵守状況を継続的に追跡・検証して必要に応じて改善していくことや、これらの取り組み内容を定期的に開示することを定めています。

人権方針策定のプロセス

以下のプロセスで、人権方針を策定しました。

1. 人権課題の洗い出し

人権・労働に関するあらゆる国際規約やスタンダードを参照し、各国の業界で顕在化した過去の人権侵害事例や業界の開示情報より、外部の専門家とともに業界におけるバリューチェーン全体に関わる課題を抽出しました。

2. 業界における人権課題の抽出

以下の業界における人権課題を抽出し、ステークホルダーごとに整理しました。

自社／ビジネスパートナーの従業員	労働時間、賃金、労働安全衛生、差別、非人道的な扱い、結社の自由・団体交渉権、強制労働、児童労働、プライバシーに対する権利、移民労働者の待遇
顧客／一般社会	製品の責任あるマーケティング・販売活動
顧客	製品の安全・品質
地域コミュニティ	水へのアクセス、先住民の権利(土地の問題)、その他のコミュニティに関する課題

3. 重要度評価

重要な人権課題を特定するため、業界における深刻度・重要度・アサヒグループの現状と業界標準や国際基準などとの

人権の尊重 マネジメント

ギャップ・アサヒグループが影響を及ぼす可能性の大きさを点数化。人権への負の影響を受けるステークホルダーグループごとに人権リスク重要度評価を実施しました。この内容についても、外部の専門家と検討し、重要度評価に反映しています。

4. 人権方針に掲げる8課題の特定

1～3のプロセスにより、人権方針に掲げる8項目を、アサヒグループが取り組む重要な人権課題として特定しました。

国際的な原則に基づいた取り組み

アサヒグループでは、人権方針に基づいた取り組みを進めるにあたり、国際的に認められている「国際人権章典」、国際労働機関（ILO）の「労働における基本的原則及び権利に関する宣言」「ビジネスと人権に関する国連指導原則」「OECD多国籍企業行動指針」「子供の権利とビジネス原則」及びISO 26000なども参照し、取り組みを進めています。

国連グローバル・コンパクトの支持

アサヒグループは、労働者の権利を尊重するため、2002年6月に国連グローバル・コンパクトへの支持を表明しており、その原則を支持しています。

関連情報 > 国連グローバル・コンパクトの支持

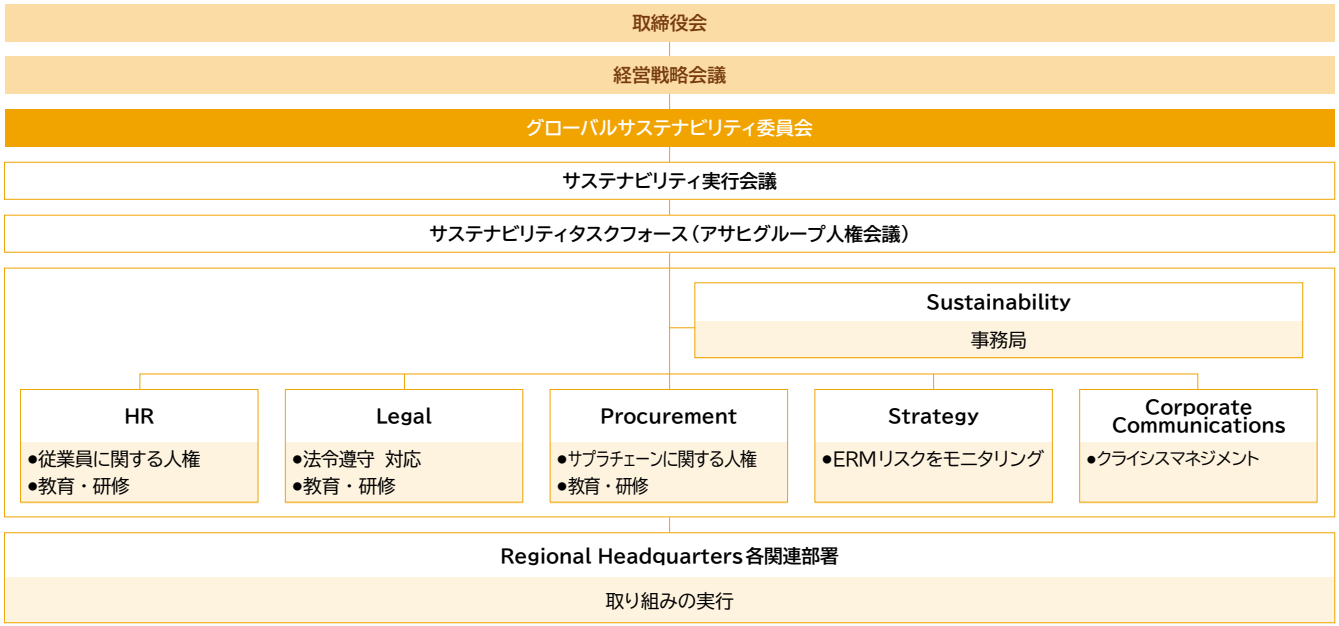
ガバナンス

事業活動全体の人権侵害リスク低減に向け、サステナビリティの推進体制における「サステナビリティタスクフォース」のひとつとして、「アサヒグループ人権会議」を設置しました。ここで議論された人権課題は、責任者である取締役（サステナビリティ担当役員）に報告され、経営戦略会議で議論をしています。

人権方針、人権尊重に対する取り組みはアサヒグループホールディングス（株）の取締役会が監督責任を負い、同方針の遵守状況や取り組みの進捗を取締役会で定期的に確認することを定めており、毎年報告しています。最終の意思決定責任はCEOが担っています。

具体的な取り組みについては、「アサヒグループ人権会議」の構成メンバーであるアサヒグループホールディングス（株）の6部門（HR、Legal、Procurement、Strategy、Corporate Communications、Sustainability）が連携して実行しています。また、6部門の機能軸でRegional Headquarters と連携し、取り組みを強化しています。

人権マネジメント体制



▶ 人権の尊重 ▶ マネジメント

リスク管理

アサヒグループは、人権関連法規制の強化や、人権リスクの高い国・地域での企業活動に対する社会の関心の高まりにより、事業活動に関連した人権侵害が発生した場合の当社グループへの影響は大きいと認識しています。人権尊重に関するリスクについては、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)体制下において代表取締役社長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ペ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。

戦略

アサヒグループでは2019年に人権方針を策定した際、方針内で定めた重要な人権課題への対応状況についてベストプラクティス事例とのギャップ分析を行いました。その結果とバリューチェーンにおける人権課題をもとに優先度が高い取り組み項目を特定し、各部門の行動計画を策定しています。これらの取り組みは国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づいて進めています。2023年にはアサヒグループの主要事業である3カテゴリー（酒類・飲料・食品）を対象にバリューチェーン全体の包括的な人権リスクの見直しを行い、結果的にこれらの取り組み項目に変更の必要が無いことを確認しました。

〈優先度が高い取り組み項目〉

- サプライチェーン
- 自社の従業員
- 人権侵害の被害者への救済の仕組みの構築・運用

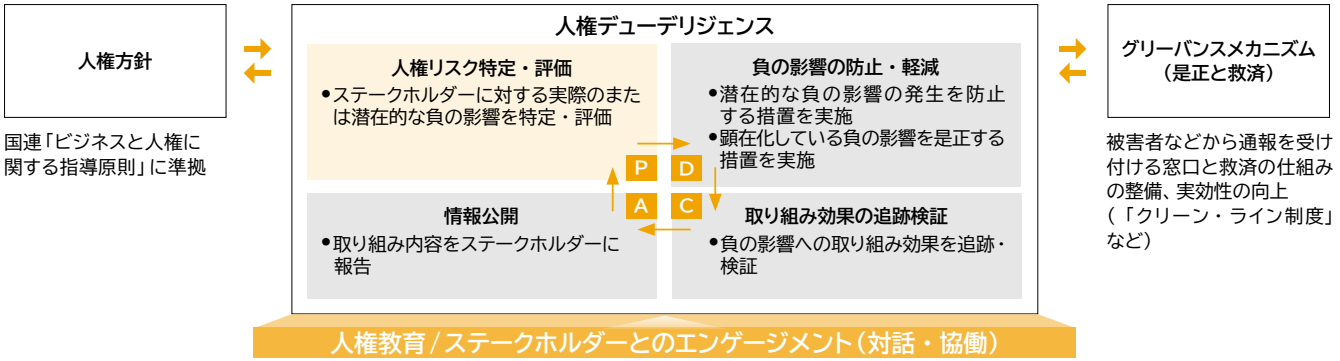
また2023年の見直しにおいては、業務に従事する労働者などのステークホルダーと、ステークホルダーに紐づく人権課題をより具体的に洗い出し、アサヒグループが取り組むべきリスクをバリューチェーン上にマッピングしました。今後このマップをもとに、人権方針の改正と、新たに高リスクと判断した事象に対する取り組みを検討していきます。

バリューチェーンにおける主な潜在的人権リスク

	研究・開発	調達	生産	物流	販売・流通・消費
労働者（自社・ビジネスパートナー）		■強制労働・人身取引 ■児童労働 ■労働安全衛生 ■労働時間、賃金 ■外国籍労働者の待遇	■強制労働・人身取引 ■労働安全衛生 ■労働時間、賃金 ■外国籍労働者の待遇	■労働安全衛生 ■労働時間	●労働時間、賃金 ●結社の自由と団体交渉権
消費者・地域社会	●健康と安全（試作品の品質） ●プライバシーの権利	■健康と安全 ■土地の権利 ■住民移転、生活・生計 ■水・衛生アクセス ■先住民の権利	■健康と安全 ■土地の権利 ■水・衛生アクセス		■健康と安全（商品の品質、過剰摂取による健康被害等） ■責任ある広告・マーケティング ■子どもの権利（子どもに対する不適切な情報発信・マーケティング） ■飲酒に関連した嫌がらせ、迷惑行為や人権侵害

■高リスク ●中リスク

人権デューデリジェンス全体像



▶ 人権の尊重 ▶ マネジメント

指標と目標

対象組織	目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
AGH	従業員に対する人権教育を年2回実施する	8.5／8.7／8.8／10.2

関連情報 > 取り組み進捗状況（2022年）

関連するSDGs



▶人権の尊重

人権デューデリジェンス

サプライチェーン

アサヒグループはサプライチェーンの人権課題について、直接取引のある原材料一次サプライヤーにおける人権リスクと、現代奴隷リスク分析によって認識した原材料における高リスクカテゴリーの人権リスクの2つの切り口で、人権デューデリジェンスを実施しています。

サプライヤーリスクの特定

アサヒグループサプライヤー行動規範

アサヒグループは「アサヒグループサプライヤー行動規範」を定めており、人権の尊重に関して「差別や個人の尊厳を損なう行為、あらゆるハラスメントを行わないこと」「安全で健康的な職場環境を確保すること」「強制労働を撤廃すること」「児童労働を実効的に廃止すること」「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すこと」などをサプライヤーに対して要請しています。「アサヒグループサプライヤー行動規範」をはじめとする各種方針については、毎年開催している調達方針説明会などを通じてサプライヤーに共有しており、また原材料一次サプライヤーからは行動規範に対する同意書をいただいています。

一次サプライヤーとのエンゲージメント

■実態調査

継続的に取引のある国内外事業会社の原材料全一次サプライヤーに対して、「サプライヤーCSR質問表」への回答をお願いしています。回答いただいたサプライヤーに対しては平均得点率との差や回答会社中の順位を示した結果をフィードバックし、自社の強み・弱みを認識して弱みの改善につなげていただくことを目指しています。

また、本質問表の集計結果をもとにサプライヤーの現地調査を行っています。現地調査においては他社の取り組み事例を紹介するなど具体的な改善へのアドバイスや、「アサヒグループサプライヤー行動規範」に基づいたESGの取り組みのさらなる推進・向上のための議論を行っています。

関連情報
> サプライヤーCSR質問表
> CSR調達の推進
> サプライヤーとの協働

原材料リスクの特定

対象の決定

英国現代奴隷法へのコミットメントを契機に、アサヒグループの生産拠点が所在する17ヵ国及び主要調達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・評価を実施しました。

この分析で、アサヒ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」段階とわかりました。主要な直接材の中で、リスクが「極高」と判断されたのは、コーヒー、砂糖、茶、パーム油、カカオでした。

人権デューデリジェンスの対象はこれらの原材料の中から計画的に行うこととし、2021年にはエチオピアとタンザニアの

主要原材料調達品目 現代奴隷リスク理論分析結果



▶ 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス

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。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(以下、ASSC)と協働しました。

関連情報 現代奴隷リスク分析結果

エチオピア・タンザニアのコーヒー豆

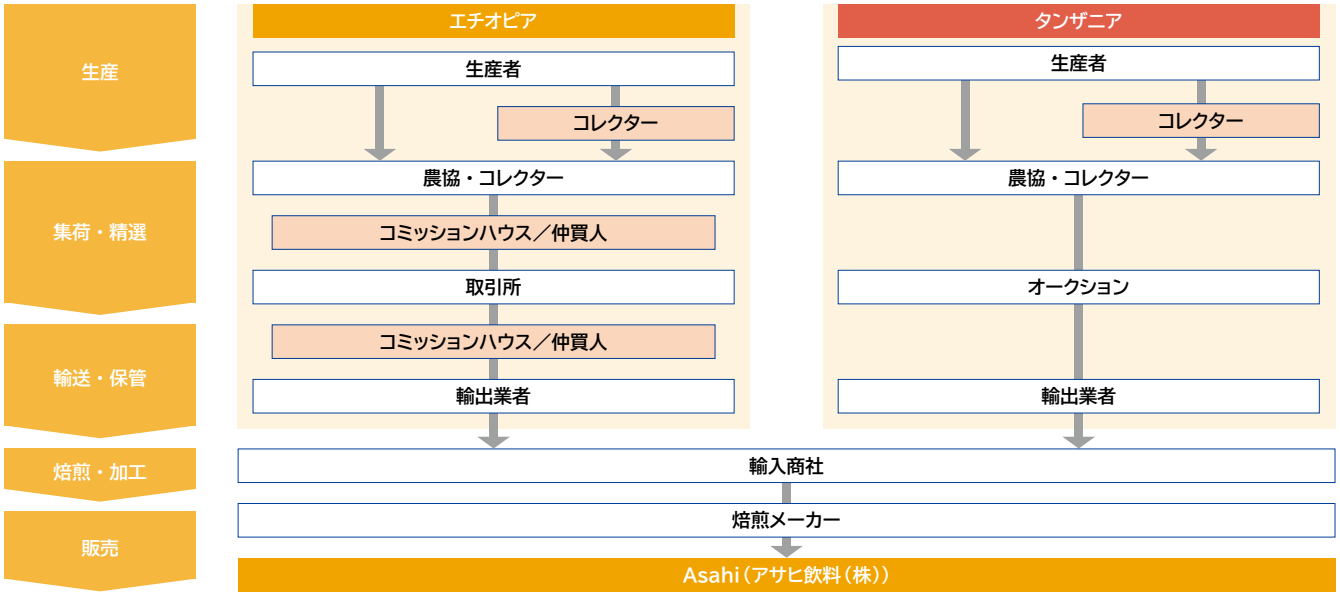
■調達経路の確認

人権リスクの特定に先立ち、まずはエチオピア・タンザニアの一般的な人権リスクとコーヒー豆の流通経路について、コーヒー豆輸入商社に確認しました。アサヒグループではエチオピア・タンザニアのコーヒー豆は主に取引所やオークションを経由したものを、商社などを通じて購入していますが、小規模農家がほとんどであるため流通過程で複数の生産農家の豆が混合されており、生産農家や農協といった上流のサプライヤーは特定することができないことが判明しました。

■デスク・リサーチの実施

上流のサプライヤーの特定が困難であることから、ロンドンを拠点とする人権に関する調査機関RightsDD Limitedに委託し、エチオピア・タンザニアのコーヒー産業に関してデスク・リサーチによる人権影響評価を実施しました。

エチオピア・タンザニアのコーヒー豆主要調達経路



デスク・リサーチによる人権影響評価の結果

影響要因	影響を受けるグループ					
	女性	子供	地域コミュニティ	労働者	小農家	国内避難民と難民
紛争	E	E	E	E	E	E
児童労働		E T				
低賃金／無給労働	E T	E T		E T	E T	E
季節労働者	E T			E T	E T	E
ジェンダー格差	E T					
労働安全	E T	E T		T	T	
環境	E T	E T	E T	E T	E T	E

※ E エチオピア T タンザニア

■関連するステークホルダーへのインタビュー調査の実施

より実態に則した情報を収集するため、関連するステークホルダーへのインタビュー調査を実施しました。また輸入商社、輸出業者には「サプライヤーCSR質問表」にもご回答いただき、「サプライヤー行動規範」に基づいたESGの取り組みの状況を把握しました。その結果、各ステークホルダーはコーヒー産業に特有の人権リスクを認識しており、次のような取り組みを行っていることがわかりました。

▶ 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス

■各ステークホルダーの取り組み

▸ 輸入商社

- 全サプライヤーに対するSCM取り組み関連方針の徹底
- コーヒー取引量上位10社のサプライヤーに向けたアンケート調査の実施

▸ 輸出業者

- 栽培指導、資金調達のサポート、認証取得のサポートなど、農家に向けた支援
- 従業員への人権侵害や小規模農家での児童労働を防止するための、生産者に向けた教育
- ライフライン・学校の整備や女子の通学奨励金配布など、コミュニティの生活や教育水準の向上に向けた活動
- 人権などのリスク調査の実施や苦情処理メカニズムの導入

▸ 農業協同組合

- 18歳未満は雇用しない、すべての従業員と雇用契約を締結するなど、厳格な雇用ルールの徹底
- 農協に加盟している農家を対象とした苦情処理メカニズムの導入
- 個人用保護具の提供や農薬使用に関する研修など、農家の労働環境向上に向けた支援

インタビューを実施したステークホルダー

ステークホルダー	概要	インタビューを実施した相手
輸入商社	アサヒグループのコーヒー豆の輸入を行っている主要取引先（日本）	担当部門など
輸出業者	輸入商社にコーヒー豆を卸している企業（エチオピア・タンザニアから各1社）	経営者など
Rainforest Alliance	自然環境保全や人権などの観点で持続可能な農産物に対する認証や農家支援を行っているNGO	人権担当者
Fairtrade Africa	生産者を支援し、フェアトレード商品に認証を行っているNPO	エチオピアのコーヒー豆生産者の支援担当者
人権コンサルタント	エチオピアを拠点としているコーヒー産業の人権コンサルタント	エチオピアを拠点としているコーヒー産業の人権コンサルタント
Solidaridad	小規模農家を支援するNGO	タンザニアの担当者
農業協同組合	タンザニアの農業協同組合	組合メンバー、所属する農家の方々

■一連の調査により特定した潜在的な人権リスクの可能性と今後の対応

一連の調査を踏まえ、ASSCの協力を得てアサヒグループのサプライチェーンにおける潜在的な人権リスクを以下のとおり特定しました。今回の調査で各ステークホルダーが潜在的な人権リスクに対し、さまざまな取り組みでリスク発生の防止に努めていることがわかりました。アサヒグループも潜在的リスクの低減に向けて、具体的な取り組みを検討し、負の影響の防止・軽減を進めていきます。

〈今回の取り組みで特定された潜在的な人権リスクの概要〉

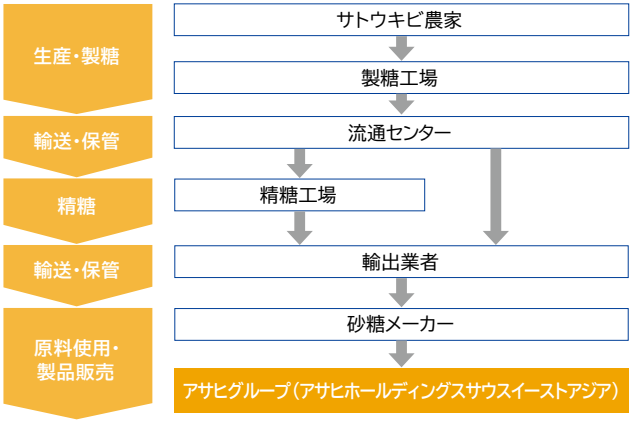
- 家族経営のような小規模農家が多いことや農地がある農村部には学校がないことなどにより、児童労働が発生する可能性がある。
- 一般的に農業従事者は低収入であることが多いため、貧困に起因する人権の脆弱性が強い。
- 低賃金などに代表されるジェンダー格差や女性に対するさまざまなハラスメントが起こる可能性がある。
- エチオピアでは紛争に起因する人権侵害リスクが高い。
- コーヒー豆収穫時の日雇い労働者の労働条件が適正でない可能性がある。
- 一般的なリスクとして農薬や化学肥料による労働者の健康被害リスクの可能性がある。

ブラジルのサトウキビ

■流通経路の確認

人権リスクの特定に先立ち、流通経路の確認を行いました。2つの政府系砂糖メーカーから購入しており、いずれも主に農家、製糖工場、輸出業者、砂糖メーカーという経路を辿っています。2022年の調査では生産農家の特定には至らず、2023年も引き続き確認を進めていきます。

ブラジル産サトウキビ主要調達経路



▶ 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス

■デスク・リサーチの実施

ブラジル産サトウキビのサプライチェーンにおける一般的な人権リスクを把握するために、ビジネスと人権を専門とする調査機関RightsDD Limitedに委託し、デスク・リサーチを実施しました。結果として、ブラジルは人権侵害を取り締まる法律が厳格であり、児童労働や強制労働のリスクは低いことがわかりました。特に大規模農家では機械化が進んでおり、移民労働者や季節労働者を雇用する必要性が低減しているため、強制労働・現代奴隷のリスクは低下しています。

一方で、手作業が必要な小規模農家においては移民労働者や季節労働者が雇用されており、下記のような人権リスクがあると考えられます。

労働安全	● 手作業での収穫や、農薬・化学肥料の散布の際の個人用保護具の着用が不十分であることによる疾病や怪我 ● 鋭利な鉈や鎌を使用した危険な作業による怪我 ● 極端な気象変化で長時間労働を強いられることによる、慢性腎臓病
移民・季節労働	● 宿泊する寮・住居、また食事・飲料水の衛生面が劣悪なことによる不十分な福祉及び健康被害 ● 斡旋会社による労働搾取（不当な労働契約、高額な旅費の要求など）
児童労働	● 高額な債務を負った親の返済の手伝いなど背景による、5～15歳の児童の季節労働者としての従事





■関連するステークホルダーへのインタビュー調査の実施

より実態に則した情報を収集するため、関連するステークホルダーへのインタビュー調査を実施しました。

ステークホルダー	概要
輸出業者A	シンガポールに拠点を置くサトウキビ取扱商社（砂糖メーカーAへ納入）
輸出業者B	英国に拠点を置くサトウキビ取扱商社（砂糖メーカーBへ納入）
砂糖メーカーA	マレーシアで事業を行う政府系の事業会社。ブラジルからのサトウキビ原料調達を行う大手砂糖メーカー
砂糖メーカーB	マレーシアで事業を行う政府系の事業会社。ブラジルからのサトウキビ原料調達を行う大手砂糖メーカー
Bonsucro	サトウキビ産業の課題に取り組む、ブラジルに拠点を置く国際NGO

調査の結果、デスク・リサーチの結果と同様、ブラジルの労働法が厳格であること、またサトウキビ農園の機械化が進展していることから、人権リスクは低いと確認できました。その中で潜在的人権リスクがあるのは、小規模農園や製糖工場における労働環境に関することだと想定されます。これに対応する取り組みとして、各ステークホルダーは下記を行っていることがわかりました。

ステークホルダー	概要
輸出業者A	製糖工場やサトウキビ農家に対して強制労働や児童労働などの人権搾取の項目を含むサステナビリティ要求事項を設定し、進捗状況の確認を行っている。
輸出業者B	ガバナンスと方針・制度・人・環境・トレーサビリティの5つの柱から包括的にサプライヤーの取り組みを評価するプログラムを運用し、サプライチェーンに対する改善アドバイスや能力開発も行っている。
砂糖メーカーA	輸出業者Aのプログラムを共同で運用するほか、人権問題に関する施策の運用・管理を行うESG部門を設置している。
砂糖メーカーB	輸出業者Bと共同で評価プログラムの策定及びサプライチェーンの評価を行っている。

■一連の調査結果を踏まえたこれからの対応

2022年度の調査における課題は、AHSEAが購入しているブラジル産サトウキビの生産農家まで辿って詳細に実態を把握できなかったことです。2023年度も引き続きサプライチェーンの把握を継続し、生産農家の特定に取り組む予定です。並行して、今回の調査で把握したブラジル産サトウキビに関連する人権リスクについて、ASSCからいただいた下記ご提案を踏まえて、対策を検討していきます。

〈ASCCからの提言〉

- 砂糖メーカー2社が行うサステナビリティの取り組みやプログラムは優良だが、その実態について現地サトウキビ農園や製糖工場を訪問して、プログラムの有効性や実効性を確認する。
- 輸出業者や農園が、ブラジル労働省が作成する、労働法の要求事項を満たしていない企業リスト（ダーティーリスト）

に掲載されていないことを確認する。また、掲載されている場合は内容を精査する。

- サプライチェーンを極力詳細に把握し透明性を向上させる。
- 今回のような潜在的人権リスクを特定するための調査を今後定期的に対面で実施し、サプライチェーン関係者の人権尊重の意識向上や取り組み実践を促す。
- 「ビジネスと人権に関する国連指導原則」において救済へのアクセスの実効性向上が求められている。通報者の匿名性を担保し、報復されないような苦情受付の仕組みを整備する。

〈当社のこれからの対応〉

- 今回のインタビューでヒアリングできた各ステークホルダーのサステナビリティのプログラムについて運用実態を把握する。
- サプライチェーンを上流まで遡って生産者の特定に努めることで、透明性の向上と生産者とのコミュニケーションを図る。
- サプライチェーンの透明性を向上させたうえで、関連組織の法律をはじめとした規範の遵守状況を確認する。
- ライツホルダーなどから得た情報や意見を、適切に是正や救済につなげるためのグリーバンスメカニズムを構築する。

サプライヤーへの教育・研修

サプライヤーの皆様に「アサヒグループ人権方針」及び「アサヒグループサプライヤー行動規範」についての理解を深めていただくため、継続的に取引のある国内外全一次サプライヤー約900社に対して、人権を含む世界のESG動向と持続可能な調達の取り組みに関する研修資料を送付しています。今後の方針・対応の参考にするために、資料に対するご意見も提出いただきました。

自社の従業員

アサヒグループは、事業活動において従業員における人権課題の取り組みが重要だと認識しています。従業員がいきいきと働き、能力を伸ばしていける環境づくりのベースとして、従業員の人権リスク低減や従業員に対する人権教育に取り組みます。

強制労働防止のための取り組み

日本

2020年にASSCとともに、外国人技能実習生を受け入れているアサヒグループ食品(株)岡山工場を対象に、実習生40人の労働実態調査及び実習生への母国語によるヒアリングを実施しました。ASSCからの指摘事項については、2021年に改善活動を実施しました。改善事項の一例は次のとおりです。

1.緊急時の通報先や寮の住所などを記載した資料・カードの掲示・配布





2.衛生管理の注意事項や社内規定などを母国語で作成・配布





3.装置の操作における注意事項を母国語で掲示





4.実習生の日本語能力向上を支援するための教材の貸し出し





▶ 人権の尊重 ▶ 人権デューデリジェンス

今回の一連の取り組みは、アサヒグループホールディングス(株)が加入するJP-MIRAI（責任ある外国人労働者受入れプラットフォーム）主催の第2回公開フォーラムにおいて優良活動と認められました。

マレーシア

2022年にASSCとともにマレーシアにある主要生産拠点2工場における、全労働者の労働安全衛生、外国人労働者の労働条件、住環境、採用プロセスの確認を中心に調査を実施しました。

実施事項	概要
労務管理書類確認	就業規則、雇用契約書、給与明細、勤怠管理表などを確認し、労働条件や採用プロセス、労務管理実態を把握
現場巡視確認	工場と従業員寮を巡視し、労働安全衛生や住環境について確認
従業員インタビュー	現地通訳を介して、従業員に労働環境についての満足度、不満点などを総合的にヒアリング
現地労働管理担当者への報告	調査での発見事項について、工場責任者や担当者へ説明

■実施結果

総合的には「労働安全衛生、住環境は概ね良好」との評価でした。労働安全衛生については、2工場とも高く評価され、1工場では安全措置や非常口案内の多言語表示、入社時における通訳を介した研修の実施、個人保護用具の無償提供など、外国人労働者の安全への配慮が確認できました。また住環境については、外国人労働者に寮を提供しており、その衛生環境も整っていました。

一方で外国人労働者の労働条件に関しては、労働通知書・契約書の記載内容が不足しているという指摘があり、また就業規則や注意喚起を、多言語で表記するべきといった指摘もありました。今後、指摘事項について改善を進めていきます。

社内の脆弱なステークホルダーへの対応

アサヒグループは、社内の人権リスクの把握や、人権侵害の予防・是正のために、脆弱なステークホルダーのニーズを把握することは重要であると認識しています。

2021年は会社の中でも特に立場の弱い脆弱なステークホルダーである非組合員（契約社員、嘱託社員）が抱えるニーズ・課題の把握と解決を目的として、アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食品(株)を対象に職場環境アンケートを実施しました。アンケートからは重大な人権侵害につながる恐れのあるリスクは見つかりませんでしたが、対象となった3社ではアンケート結果から課題を抽出し、改善を図っています。

従業員への教育・研修

全従業員対象の研修

「アサヒグループ行動規範」「アサヒグループ人権方針」の浸透に向けた研修を継続して実施しています。2022年は、国内外全役員・社員に対し、「差別・ハラスメント」をテーマとした人権研修動画の配信や、12月10日の世界人権デーに合わせてアサヒグループホールディングス(株)のCEOやCHROによる人権メッセージ動画を配信しました。

部門ごとの研修

アサヒグループでは、各従業員の業務内容と関わりがある領域の知見を高めるため、部門ごとの研修を行っています。

年	対象	研修名・内容	受講者
2020年	日本国内事業会社の調達部門長、リーダー、調達部員	研修、eラーニング	176人（受講率100%）
2021年	日本国内の生産・物流部門社員	人権基礎研修	195人
		外国人労働者研修	120人
	本社の生産・物流部門の所属長	人権デューデリジェンス研修	-
2022年	アサヒグループホールディングス(株)従業員	従業員向けサステナビリティ研修（テーマ：人権）	137人（受講率91%）
	アサヒグループ人権会議メンバー	人権研修（テーマ：人権リスク起点で考える）	-
		人権研修（テーマ：紛争地域における人権デューデリジェンス）	-
	日本国内事業会社の新任サステナビリティ担当者	人権研修（テーマ：ビジネスにおける人権課題）	40人
	日本国内事業会社の生産・物流部門のサステナビリティ担当者	CSR監査研修	11人

関連情報 コンプライアンス推進
取り組み（ダイバーシティ、エクイティ＆インクルージョン）

人権の尊重

人権に関する相談窓口

考え方

アサヒグループが人権への負の影響を引き起こした、または直接関与したことが明らかになった場合には、適切な手続きのもとで被害者の救済に取り組みます。

人権に関する相談もできる内部通報窓口として、アサヒグループのすべての地域・会社において従業員向けに内部通報制度、サプライヤー向けに「調達クリーン・ライン制度」を設けて対応しています。また、アサヒグループホールディングス(株)Webサイトのお問い合わせ受付窓口で、人権に関するご意見も受け付けています。相談内容・ご意見は秘密として取り扱い、匿名性を担保しています。

従業員向けの内部通報制度においては、各地域において地域統括会社または会社にて社内通報窓口を整備しており、日本国内では外部弁護士、アサヒグループホールディングス(株)の監査役も通報窓口として設置しています。また、欧州、オセアニアにおいては内部通報制度の対象をサプライヤーにも拡大しています。アサヒグループ全体の内部通報制度の通報状況・運用状況は、代表取締役社長を委員長とするコンプライアンス委員会において把握される仕組みとなっています。アサヒグループの各地域・会社の内部通報制度は、各事業活動拠点の言語で利用可能です。匿名による通報なども可能で、事業展開に合わせて現在30ヵ国語で利用可能です。

是正に向けた取り組み

通報内容を調査し、コンプライアンス違反と確認できたものについてはすべて是正対応を実施しました。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、当社監査役、コンプライアンス委員会にも報告・協議されています。

社員への開示、再発防止、予防に向けた取り組み

- 社員の制度への認知向上や理解促進、コンプライアンス違反・人権侵害を撲滅することを目的として、日本国内のグループ社員に対して「クリーン・ラインレポート」を毎年発信しています。同報告書の中で「クリーン・ライン制度」の流れ(相談受付窓口の案内、苦情受付後の対応のプロセス、調査にかかる時間の目安など)、通報者保護に最大限の配慮をしたうえでの通報内容・調査・是正対応の事例、通報に関する注意点などを紹介し、社員に対して制度の透明性を図っています。
- 年1回、日本国内の主要グループ会社を対象とした匿名のコンプライアンスアンケートにおいて、「クリーン・ライン制度」の存在や相談方法についての認知、制度についての利用意向を確認しています。また、アンケート結果を踏まえて人権も含めたコンプライアンス上の課題を確認し、各事業会社において改善に向けた取り組みを計画・実施しています。
- 日本国内の通報件数で最も多い「ハラスメント」の防止については、2020年以降、日本国内グループ会社人事総務部や危機管理担当者を対象に弁護士講師のもとで研修を実施しています。

関連情報
内部通報制度
調達クリーン・ライン制度
アサヒグループホールディングス(株)へのご意見・ご質問

▶人権の尊重

ステークホルダーとのエンゲージメント

ステークホルダーダイアログ

2019年

人権リスク低減のために今後どのような人権リスクマネジメントが必要か、という観点で、食品業界で特にリスクが高いサプライチェーンへの人権対応を中心に、有識者から示唆をいただき、行動計画に反映しました。

〈ダイアログでの主な指摘事項〉

- 高リスクカテゴリーのサプライヤーへのアプローチ強化
- 持続可能な資源利用100%を目指したリスク把握と対応改善

関連情報 ステークホルダーダイアログ2019「サプライチェーンにおける人権リスクの低減に向けて」

2021年

有識者をお招きし、アサヒグループホールディングス(株)CEO、CAO、CHROとの人権に関するダイアログを実施しました。ダイアログを実施した目的は、グローバル企業として起こり得る問題をリアルにイメージし、実際に問題が起こった場合にどのような経営判断が必要かを考えるきっかけにすることと、ビジネスと人権に関する理解を深めることです。

有識者からは、企業や経営トップに求められる人権尊重の姿勢や取り組みといった「ビジネスと人権」の本質的なお話をしていただきました。ダイアログを受けて、人権方針の実効性を高めるための議論を2021年末～2022年に5回、経営戦略会議において実施しています。

〈ダイアログでの主な指摘事項〉

- 人権尊重の視点を企業活動全体に組み込むことは、コミットメントが求められる経営課題である。
- 企業が人権尊重責任を果たすためには、人権理解、それに対する賛同、実践が必要である。
- 誰のための、何のための人権尊重か。経営リスクではなく「人権リスク」を起点に考えるべきである。

〈ご参加いただいた有識者〉

- 一般財団法人アジア・太平洋人権情報センター（ヒューライツ大阪）会長 白石 理 様
- ことのは総合法律事務所弁護士、認定NPO法人ヒューマンライツ・ナウ事務局次長 佐藤暁子 様

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」	協働の取り組み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・サステイナブル・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	経済人コー円卓会議主催「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。

各Regional Headquartersの取り組み

欧州

アサヒヨーロッパアンドインターナショナルでは、事業・サプライチェーンにおける強制労働・人身取引に関する人権デューデリジェンスを実施し、現代奴隷法に対応し声明を開示しています。人権デューデリジェンスを通し、強制労働・人身取引が発生し得るリスクの特定、当該リスクの評価、防止手段についてプロセスを策定、実行しています。

全従業員に対する定期的なコミュニケーションとオンライン・トレーニングなどの教育により、従業員が日々の業務において人権方針の理解やサプライヤーとの協働、リスクの特定ができるよう取り組んでいます。

オセアニア

アサヒホールディングスオーストラリア(AHA)グループは、事業全体において人権を尊重し、サプライヤーを選定する際にも人権に配慮しています。豪州現代奴隷法に対応した声明も開示しています。

AHAは2020年、現代奴隷に関する潜在的なリスクをより理解し特定することを目的に、サプライチェーンとオペレーションの見直しを開始しました。またAHAグループの人権方針を策定し、さらに詳細なリスクマッピングを実施しました。

2021年には、サプライチェーン内の現代奴隷リスクの低減を目指したAHAグループの新しいサプライヤー行動規範を策定しました。

日本

日本では、2021年から国内の生産委託工場、物流協力会社に対して「CSR質問表」による実態把握を行っています。2022年は前年の調査結果に基づいて数社に現地訪問を行い、実地確認や事業者とのコミュニケーション、サステナビリティ推進のための情報提供を行いました。今後調査企業を段階的に増やしていき、人権や労働管理状況の確認や現地訪問、研修支援などを通じてサプライヤーとの関係強化に取り組んでいきます。

関連情報 英国現代奴隷法に関する声明(英語)
豪州現代奴隷法に関する声明(英語)

その他諸課題への取り組み

アサヒグループは、

マテリアリティに紐づく重点テーマ・取り組みテーマにおける活動を通じて

企業価値向上を目指すと同時に、

それを支える基盤となる領域にも積極的に取り組んでいます。

- 持続可能なサプライチェーンの実現
  - マネジメント
  - 取り組み
- 食の安全・安心
  - マネジメント
  - 取り組み

▶持続可能なサプライチェーンの実現

マネジメント

考え方

1つの商品を製造し、提供するまでにはとても多くの企業が関わっています。そのため、自社が直接関わる範囲だけでなく、範囲全体における管理が重要視されています。

アサヒグループが環境リスクや人権リスクを低減させ、持続可能なサプライチェーンを実現、維持することで、環境負荷低減につながるとともに、サプライヤーの皆様が安心して働く職場の提供につながります。

アサヒグループは、サプライヤーの皆様との強固な信頼関係と長期的な協力関係を構築することで、環境・社会に配慮した調達活動を推進していきます。

方針

アサヒグループは持続可能なサプライチェーンを実現、維持するために、「アサヒグループ持続可能な調達基本方針」を制定しました。また、サプライヤーの皆様に対しても「アサヒグループサプライヤー行動規範」にて持続可能性を重視した取り組みを求めています。

アサヒグループ持続可能な調達基本方針の概要

アサヒグループ各社がサプライヤーとの強固な信頼関係と長期的な協力関係のもとに、双方の価値向上につながる持続的な共創関係を構築するために、サプライヤーから購入する材・サービスに関する基本的な事項を定めています。

1. 安全の最優先と品質の確保
2. コンプライアンスの徹底
3. サプライヤーと一体となったCSRの推進
4. 公平・公正な取引
5. 情報管理

アサヒグループサプライヤー行動規範の概要

アサヒグループは持続可能なサプライチェーンを実現するために、サプライヤーとその上流のサプライヤー・再委託先・下請先の皆様に守っていただきたいこととして「アサヒグループサプライヤー行動規範」を定めています。

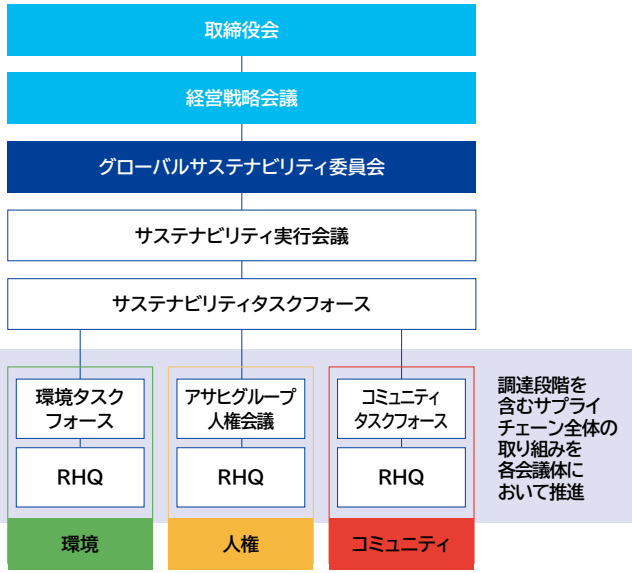
1. 人権の尊重
2. 労働環境の整備
3. 環境への配慮
4. 公正な企業活動
5. 品質の確保
6. 情報管理
7. 地域社会の尊重
8. 責任ある飲酒

ガバナンス

アサヒグループは、サプライチェーンにおけるサステナビリティの課題に対し、「環境」「人権」「コミュニティ」などのマテリアリティごとに敷いているマネジメント体制を通じて活動を推進しています。

これらのマテリアリティごとに敷いているマネジメント体制は、アサヒグループホールディングス(株)の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に紐づくタスクフォースとして位置付けているものです。

サプライチェーンにおけるサステナビリティ課題のマネジメント体制



※ RHQとは、Regional Headquartersの略称です。

▶ 持続可能なサプライチェーンの実現 ▶ マネジメント

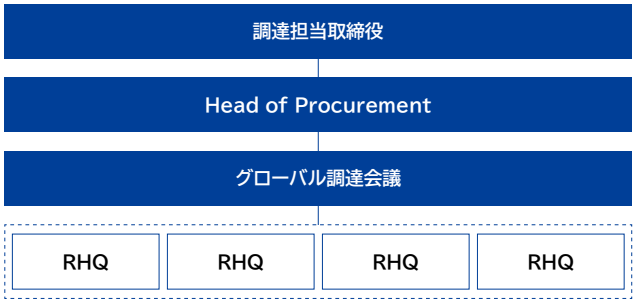
サプライヤーのマネジメント体制

サプライヤーのマネジメントについては、アサヒグループホールディングス(株)にグループ全体の調達戦略を担う部門(Procurement)を設置し、グループ会社と連携した体制で取り組んでいます。Procurementで立案された方針・戦略はグループ全体に伝達され、グループ会社の調達活動において具体的な取り組みとして展開されます。

具体的には、「グローバル調達会議」を、グループ内への伝達の場と位置付けています。同会議においては、「アサヒグループ持続可能な調達基本方針」「アサヒグループサプライヤー行動規範」といった調達活動そのものに関する方針類をはじめ、「アサヒグループ環境ビジョン2050」「アサヒグループ人権方針」など、関連性の強い方針類や戦略がグループ内に伝えられています。

なお、Procurement・アサヒグループジャパン(株)調達部及び日本の各事業会社の調達担当者は、一般社団法人日本能率協会が主催する調達プロフェッショナル資格(CPP)の取得を通じて、CSR調達を含む調達知識の向上を行っています。

サプライヤーマネジメント体制



リスク管理

アサヒグループは、サプライチェーンから原材料が供給されないことによって、さまざまなステークホルダーやアサヒグループの経営に悪影響を及ぼすことをリスクと捉えています。

これらのリスクについては、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)体制下において代表取締役社長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、持続可能なサプライチェーンの実現のために、主に3つの取り組みを推進しています。

第一に、サプライヤーの環境や人権などの持続可能性に関する取り組みを把握し、リスクを評価して課題を解決することを目的として、サプライヤーへの水リスク調査、サプライヤーCSR調査を実施しています。

第二に、持続可能性に関する第三者による認証を取得した原料を調達する取り組みを進めています。

第三に、優越的地位の濫用防止を徹底するとともに、アサヒグループ従業員が「アサヒグループ持続可能な調達基本方針」に反する行為を行った場合や、法や社会倫理に照らし合わせて疑問に思われる行動を取った場合に、サプライヤーの皆様からご報告いただく仕組みとして「調達クリーン・ライン制度」を運用しています。

こうした取り組みを通じて、サプライヤーの皆様とともに、環境や人権に関する情報を共有し、意識啓発を進めていきます。

指標と目標

「アサヒグループサプライヤー行動規範」に基づき、サプライヤーの皆様とともに持続可能なサプライチェーンの高度化に取り組みます。

対象組織	目標	SDGs (貢献できるゴール・ターゲット)
AGH	「アサヒグループサプライヤー行動規範」について、コミットメント高度化のため見直しを行い2023年中に改正案を決定する	2.3／2.4／12.6／12.7

関連情報 > 取り組み進捗状況(2022年)

関連するSDGs





関連情報
> 気候変動への対応
> TCFD提言への取り組み
> 持続可能な農産物原料
> 持続可能な水資源
> 人権の尊重
> CSR調達の推進
> サプライヤーCSR質問表
> サプライヤーとの協働

▶持続可能なサプライチェーンの実現

取り組み

CSR 調達の推進

アサヒグループは、安全で安心な商品・サービスを提供するために、各種法令やアサヒグループ持続可能な調達基本方針、社内ガイドラインに沿ってCSR調達を推進しています。

サプライヤーへの水リスク調査

調査の概要

水リスク調査の結果、現場で確認する必要が認識されたため、2017年から、サプライヤー品質監査を実施する際に水リスクについて状況をヒアリングしています。

質問項目	質問の内容
水不足リスク	●5年前に比べ水道料金は何％変化していますか。 ●水不足により原料調達に支障を来していますか。Yesの場合、どのような対応をとられていますか。 ●水不足により工場稼働に支障を来していますか。Yesの場合、どのような対応をとられていますか。

調査結果

2017年から2022年までに延べ155工場に品質監査を実施し、以下の回答を得ました。

- 水道料金の変化：値上がり27工場、変わらず44工場、値下がり15工場、無回答69工場
  無回答の工場では、「製造工程で水を使用しない」「井戸水を使用」などの補足コメントがありました。
- 水不足による原料調達への支障：なし153工場、あり2工場
  「あり」と回答した2工場では、いずれも過去に深刻な干ばつが発生したため農産物が不作になりました。その対応として、一方の工場では農作物生産者が複数の水源を確保して備えています。調達部門では、リスク対応として調達先の産地分散を行いました。もう一方の工場ではサプライヤーが農作物原料の調達先の複数化を検討しています。
- 水不足による工場稼働への支障：なし155工場

今後の対応

今後水リスクの存在が明確になった場合には、その内容や社会状況に応じて適切な対策を講じていきます。

関連情報 サプライヤーとの協働
CDP水セキュリティ質問書2023

サプライヤーCSR質問表

サプライヤーの皆様によるCSRに関する取り組み状況を把握し、課題解決に向けた取り組みを実行に移すことを目的に「サプライヤーCSR質問表」を実施しています。

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RSPO「持続可能なパーム油のための円卓会議」(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年よりアサヒ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、アサヒグループ食品(株)は2022年に全購入量の50%で認証クレジットを購入する計画で取り組みました。目標にはわずかに届きませんでしたが、認証クレジットの購入は48%となりました。今後も「アサヒグループ持続可能な調達基本方針」に基づいて持続可能なパーム油の調達に継続的に取り組んでいきます。

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、使用する原紙及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。現在は段ボール及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

▶ 持続可能なサプライチェーンの実現 ▶ 取り組み

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げていきます。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

優越的地位の濫用防止

アサヒグループは、自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して不当に下記の行為を行うことのないよう、徹底しています。

独占禁止法第2条第9項第5号の定め

イ.継続して取引する相手方(新たに継続して取引しようとする相手方を含む。ロにおいて同じ。)に対して，当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務を購入させること。

ロ.継続して取引する相手方に対して，自己のために金銭，役務その他の経済上の利益を提供させること。

ハ.取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒み，取引の相手方から取引に係る商品を受領した後当該商品を当該取引の相手方に引き取らせ，取引の相手方に対して取引の対価の支払を遅らせ，若しくはその額を減じ，その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し，若しくは変更し，又は取引を実施すること。

これらの取り組みにあたっては、公正取引委員会が策定した「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」(2017年6月16日改正)に則った形で行っています。

関連情報 優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方

調達クリーン・ライン制度

アサヒグループでは、サプライヤー、あるいはお取引を希望される方の皆様に対して、「調達クリーン・ライン制度」を設けています。「調達クリーン・ライン制度」は、アサヒグループ社員が「アサヒグループ持続可能な調達基本方針」に反する行為を行った場合や、法や社会倫理に照らし合わせて疑問に思われる行動を取った場合に、サプライヤーやその従業員、あるいはお取引を希望される皆様から、それをご報告いただく仕組みです。この仕組みを設けることで、サプライヤーの皆様との強固な信頼関係と長期的な協力関係を構築しています。2022年の報告件数は1件でした。

関連情報 調達クリーン・ライン受付

サプライヤーCSR質問表

アサヒグループでは「アサヒグループ持続可能な調達基本方針」に基づき、サプライヤーの皆様と共同で地球環境や地域社会に配慮した調達活動に取り組んでいます。

サプライヤーの皆様のESG（環境・社会・ガバナンスなどのCSR)に関する取り組みを把握し、リスクを評価して課題を解決することを目的にサプライヤーの皆様に「サプライヤーCSR質問表」の提出を求めています。本取り組みは2015年、2016年、2018年、2020年に実施しました。2020年以降は3年に1度実施することとしており、次回は2023年の予定です。

考え方

アサヒグループは、「サプライヤーCSR質問表」によってサプライヤーの皆様の課題が明らかになった場合、直ちに取引を停止・解除するのではなく、サプライヤーの皆様とともに課題の改善に取り組むことが社会における課題の根本的な解決につながると考えています。

アサヒグループではサプライヤーの皆様に守っていただきたい活動の基準として「アサヒグループサプライヤー行動規範」を定めています。サプライヤーの皆様に「アサヒグループサプライヤー行動規範」に基づいて活動していただき、「サプライヤーCSR質問表」をはじめとする一連の取り組みを通じて、サプライヤーの皆様との強固な信頼関係と長期的な協力関係を確実に築くことで、「持続可能な調達」を実現することを目指しています。

調査の概要

■集計範囲(実施年度：2020年)

アサヒビール(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒグループ食品(株)、カルピス(株)、アサヒヨーロッパアンドインターナショナルの事業会社(以下、欧州)、アサヒビバレッジズ社のグループ会社(以下、オセアニア)及びアサヒホールディングスサウスイーストアジアの事業会社(以下、東南アジア) 合計 ：21社

▶ 持続可能なサプライチェーンの実現 ▶ 取り組み

■対象サプライヤー数

	依頼数	1次サプライヤーからの回答数	2次サプライヤーからの回答数（重複回答除く）	回答数合計（重複回答除く）
日本	485	442	94	536
海外	326	239	23	262
合計	811	681	117	798

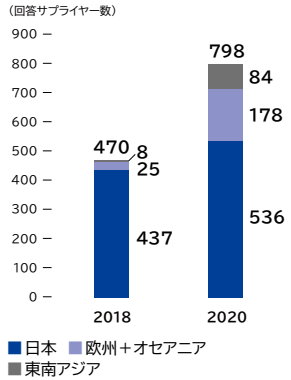
■対象サプライヤーの構成

集計対象となる798社のサプライヤーの概要は以下のとおりです。

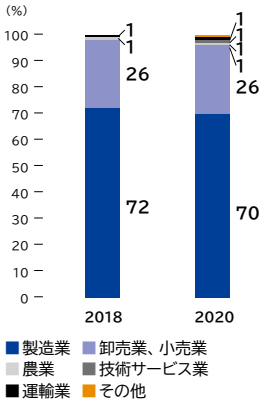
2020年の調査では、国内外ともに継続的な取引のあるすべての直接材サプライヤーを対象としています。日本は全体の67%、欧州とオセアニアは22%、東南アジアは11%でした。

サプライヤーの業種区分は、全体の70%は製造業、26%は卸売業・小売業でした。同比率は2018年の調査とほぼ同様でした。

サプライヤーCSR質問表 回答サプライヤー数



サプライヤー業種区分



＊ 2018年の調査では海外サプライヤーの対象範囲を取引額の大きい主要サプライヤーに限定して行ったため、海外回答サプライヤー数は33社と少なくなっています。

■質問表内容

2020年の「サプライヤーCSR質問表」では、2018年の調査に続き国連グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン（以下、GCNJ）にて2017年に作成されたセルフ・アセスメント質問表（以下、SAQ）を採用しました。同質問表（以下、GCNJ-SAQ）を採用した理由は以下のとおりです。

① 「アサヒグループサプライヤー行動規範」と親和性が高い
② GC10原則やISO 26000、GRIなどの国際規格との整合性が取れている
③ 業界や業種を超えた統一書式を利用することで、サプライヤーの回答負荷を軽減できる
④ レーダーチャートによるフィードバック書式や用語集があり、わかりやすい

具体的には、GCNJ-SAQでは各項目それぞれに小項目を設定し、「法律の認識」「方針」「体制・責任」「取り組み結果の確認」及び「是正」の状況を尋ね、取り組み状況を点数化しています。

▶ 調査項目9項目

（1）CSRに関わるコーポレートガバナンス、（2）人権、（3）労働、（4）環境、（5）公正な企業活動、（6）品質・安全性、（7）情報セキュリティ、（8）サプライチェーン、（9）地域社会との共生

大項目	中項目
（1）CSRに関わるコーポレートガバナンス	1. CSR推進体制の構築 2. 内部統制の構築 3. 事業継続計画（BCP）体制の構築 4. 内部通報制度の構築 5. CSRに関わる社内外への情報発信
（2）人権	1. 人権に対する基本姿勢 2. 人権の尊重と差別の禁止 3. 人権侵害の加担（助長）の回避 4. 先住民の生活及び地域社会の尊重
（3）労働	1. 労働慣行に対する基本姿勢 2. 雇用における差別の禁止 3. 人材育成やキャリアアップなどに関する従業員への平等な機会提供 4. 非人道的な扱いの禁止 5. 適正な賃金の支払い 6. 労働時間、休暇・有給休暇などの公正な適用 7. 強制労働の禁止 8. 児童労働の禁止 9. 操業する国や地域の宗教的な伝統や慣習の尊重 10. 結社の自由と団体交渉の権利の認識と尊重 11. 従業員の安全衛生、健康についての適切な管理
（4）環境	1. 環境への取り組みに対する基本姿勢 2. 製造工程、製品及びサービスにおける、法令などで指定された化学物質の管理 3. 排水・汚泥・排気の管理及び発生の削減 4. 資源（エネルギー、水、原材料など）の持続可能で効率的な利用 5. GHG（温室効果ガス）の排出量削減 6. 廃棄物の特定、管理、削減、及び責任ある廃棄またはリサイクル 7. 生物多様性に関する取り組み

▶ 持続可能なサプライチェーンの実現 ▶ 取り組み

大項目	中項目
(5) 公正な企業活動	1. 公正な企業活動に対する基本姿勢 2. 事業活動を行う国内外の現地行政や公務員との適切な関係の構築 3. 営業または購買活動などにおける、顧客や取引先などとの不適切な利益の授受の防止 4. 営業活動などにおける、競争法違反の防止 5. 反社会的勢力・団体との関係排除 6. 第三者の知的財産の無断使用や著作物の違法複製防止 7. 社外からの苦情や相談窓口 8. インサイダー取引の禁止 9. 利益相反行為の禁止
(6) 品質・安全性	1. 製品・サービスの品質・安全性に対する基本姿勢 2. 製品・サービスの品質・安全性の確保 3. 製品・サービスの事故や不良品流通の発生時の適切な対応
(7) 情報セキュリティ	1. 情報セキュリティに対する基本姿勢 2. コンピュータ・ネットワークへの攻撃に対する防御 3. 個人データ及びプライバシー保護 4. 機密情報の不正利用防止
(8) サプライチェーン	1. サプライチェーンに対する基本姿勢 2. 紛争や犯罪への関与の無い原材料の使用（紛争鉱物への取り組み）
(9) 地域社会との共生	1. 地域社会への負の影響を減らす取り組み 2. 持続可能な発展に向けた地域社会との取り組み

■補足質問表内容

2020年の「サプライヤーCSR質問表」は、GCNJ-SAQの質問表にプラスし、補足質問表を作成しました。「アサヒグループサプライヤー行動規範」でサプライヤーの皆様に守っていただきたい基準の1つとして定めた「責任ある飲酒」についてのほか、主な内容は右記のとおりです。

① サプライヤーにおける原材料調達先（アサヒグループにとっての2次サプライヤー）のCSR状況把握
② 日本のサプライヤーにおける外国人技能実習制度採用
③ 社会に配慮した製品を供給するための認証取得
④ 環境に関する各種取り組み
⑤ コロナウイルス感染拡大による影響への対応

なお、コロナウイルス感染拡大による影響に対する質問は、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（以下、ASSC）が作成した「COVID-19対応に向けたサプライチェーン・アンケート・プログラム」の一部を、ASSC了解のもとに採用しました。

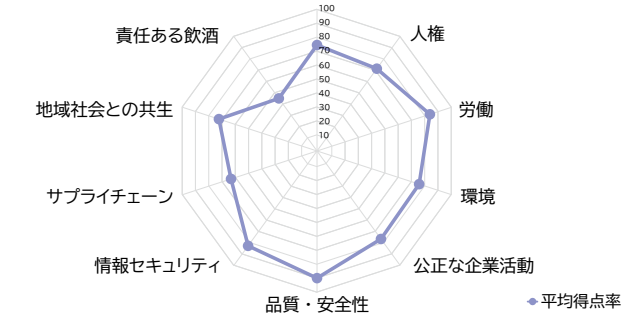
質問表集計結果

■結果概要

サプライヤーの皆様に守っていただきたいこととして制定した「アサヒグループサプライヤー行動規範」に基づき、調査結果についてGCNJ-SAQの9項目に補足質問表の「責任ある飲酒」を合わせた10項目で評価を行いました。

全体の平均得点率は77%で、項目によって46 ～90%の幅がありました。得点率の高い項目は「(3)労働」「(6)品質・安全性」「(7)情報セキュリティ」。得点率の低い項目は「(8)サプライチェーン」「責任ある飲酒」でした。今回新たに設定した「責任ある飲酒」を除く9項目の平均得点率は2018年の調査時とほぼ同様でした。

CSRに関わるコーポレートガバナンス (%)



項目	設問数	最大得点率(%)	最小得点率(%)	平均得点率(%)	標準偏差
(1) CSRにかかわるコーポレートガバナンス	20	100	0	75	26
(2) 人権	9	100	0	72	27
(3) 労働	23	100	0	84	20
(4) 環境	15	100	0	76	24
(5) 公正な企業活動	20	100	0	77	24
(6) 品質・安全性	7	100	0	90	19
(7) 情報セキュリティ	9	100	0	83	22
(8) サプライチェーン	7	100	0	64	28
(9) 地域社会との共生	4	100	0	73	28
(10) 責任ある飲酒	4	100	20	46	27
全体	118	100	0	77	20

▶ 持続可能なサプライチェーンの実現 ▶ 取り組み

■補足質問の結果概要

❶ サプライヤーにおける原材料調達先のCSR状況把握

2018年の調査に比べ「把握している」と回答した割合は増加しました。欧州とオセアニア、東南アジアでの把握率が高いことがわかりました。

	2018年	2020年			
	合計	日本	欧州＋オセアニア	東南アジア	合計
把握している	41%	46%	86%	77%	57%
把握していない	56%	53%	9%	17%	40%
無回答	3%	1%	5%	6%	3%

❷ 日本のサプライヤーにおける外国人技能実習制度採用

日本のサプライヤーにおいての外国人技能実習制度利用率は11%でした。実習生の出身国及び人数比率は以下のとおりです。2018年の調査時に比べインドネシアの比率が増加し、中国・フィリピン・ミャンマーが減少しています。

	2018年	2020年	差
技能実習制度利用率	10%	11%	1%

技能実習生の出身国及び人数比率

出身国	2018年 人数比率	2020年 人数比率	差
ベトナム	70%	71%	1%
インドネシア	6%	13%	7%
中国	10%	7%	-3%
フィリピン	8%	6%	-2%
タイ	2%	2%	1%
モンゴル	0%	0%	0%
ウズベキスタン	0%	0%	0%
カンボジア	1%	0%	-1%
ミャンマー	3%	0%	-3%
合計	100%	100%	

＊ 回答対象：日本国内のサプライヤー

❸ 社会に配慮した製品を供給するための認証取得

認証報告を受けた上位20種の認証（全55種報告あり）と、その取得率は以下のとおりです。以下表内に青色で示した項目は2018年の調査時は任意の回答としていたため、今回に比べて取得率が大きく下回っていたものと判断しています。

	認証規格	2018年取得率	2020年取得率	差
1	ISO 9001	5%	47%	42%
2	ISO 14001	3%	36%	33%
3	FSSC 22000	3%	36%	33%
4	Sedex	2%	25%	24%
5	HACCP	0%	18%	17%
6	ISO 22000	0%	16%	16%
7	EcoVadis	1%	13%	12%
8	FSC	12%	11%	-1%
9	RSPO	5%	7%	2%
10	OHSAS	6%	7%	0%
11	BRC	0%	4%	4%
12	Halal	1%	3%	2%
13	Rainforest Alliance	4%	3%	-1%
14	PEFC	1%	3%	1%
15	Fair Trade	3%	2%	0%
16	GMP	0%	2%	2%
17	GAP	2%	2%	1%
18	ISO 45001	0%	2%	2%
19	Kosher	2%	1%	0%
20	Organic	1%	1%	1%

❹ 環境に関する各種取り組み

・環境に関する認証・評価について

欧州とオセアニアのサプライヤーにおける取り組み比率が、日本や東南アジアを大きく上回っていました。東南アジアは日本に比べ、Scope3の算出や外部検証、水リスク評価で上回っています。

2018年の調査時は93%が日本のサプライヤーの皆様からの回答であったため、2018年の調査結果を日本のものとみなし比較すると、日本ではこの2年間でScope1,2,3や水リスクの取り組みが広まってきたといえます。

	2018年	2020年				
	合計①	日本②	欧州＋オセアニア	東南アジア	合計	差 ②-①
環境報告書または類似の報告書を作成	42%	42%	69%	40%	48%	0%
環境報告書または類似の報告書を公開	28%	24%	45%	26%	29%	-4%
Scope1,2を算出	27%	33%	45%	25%	35%	5%
Scope3を算出	14%	16%	34%	31%	21%	2%
Scope3の外部検証を受けている	6%	5%	21%	20%	10%	-1%
水リスクの評価を行っている	33%	38%	63%	43%	44%	5%
水リスクに対し取り組みを行っている	31%	37%	61%	48%	43%	6%
生物多様性方針を作成	24%	27%	29%	23%	27%	3%
生物多様性方針を開示	14%	16%	18%	12%	16%	2%
土壌汚染防止方針を作成	新規	20%	51%	37%	28%	N/A
土壌汚染防止方針を開示	新規	8%	25%	19%	13%	N/A

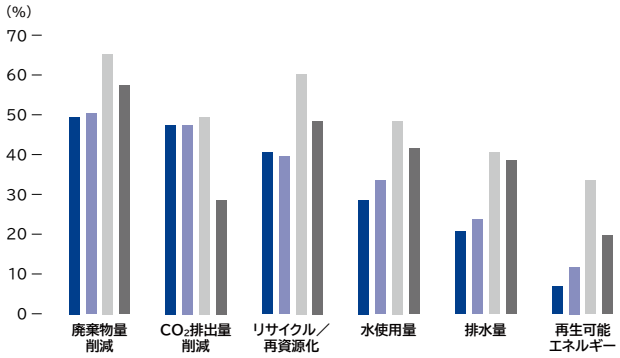
▶ 持続可能なサプライチェーンの実現 ▶ 取り組み

・環境に関する指標・開示状況について

欧州とオセアニアのサプライヤーの目標設定や目標公開の実施比率は日本や東南アジアを大きく上回っていました。

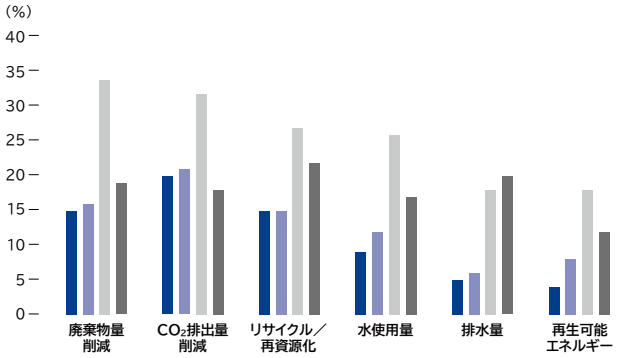
2018年の調査時は93%が日本のサプライヤーの皆様からの回答であったため、これを日本のものとみなして比較すると、日本はこの2年間で水使用量や再生可能エネルギーで目標管理の取り組みが広まってきており、その他の項目でもわずかながらも取り組みが広まっています。

目標設定を行っている割合



目標設定	2018年	2020年				
	合計①	日本②	欧州＋オセアニア	東南アジア	合計	差 ②-①
廃棄物量削減	50%	51%	66%	58%	55%	1%
CO_2排出量削減	48%	48%	50%	29%	46%	0%
リサイクル／再資源化	41%	40%	61%	49%	45%	-1%
水使用量	29%	34%	49%	42%	38%	5%
排水量	21%	24%	41%	39%	29%	3%
再生可能エネルギー	7%	12%	34%	20%	17%	5%

目標公開を行っている割合



目標公開	2018年	2020年				
	合計①	日本②	欧州＋オセアニア	東南アジア	合計	差 ②-①
廃棄物量削減	15%	16%	34%	19%	20%	1%
CO_2排出量削減	20%	21%	32%	18%	23%	1%
リサイクル／再資源化	15%	15%	27%	22%	18%	0%
水使用量	9%	12%	26%	17%	15%	3%
排水量	5%	6%	18%	20%	10%	1%
再生可能エネルギー	4%	8%	18%	12%	10%	4%

❺ コロナウイルス（以下、COVID-19）感染拡大による影響への対応

・COVID-19による影響に関する管理体制について

管理体制の整備状況に違いはあるものの、ほぼすべてのサプライヤーで従業員と情報共有を行う環境にあることが確認できました。

COVID-19影響に関する管理体制についてもっとも当てはまるものを1つお選びください。		日本	欧州＋オセアニア	東南アジア	合計
1	COVID-19に関する対策や方針等の意思決定を目的とした経営体制を整備し（専門委員会の設置など）、すべての従業員と定期的に情報交換を行っている。	28%	70%	60%	40%
2	COVID-19に関する対策や方針等の意思決定を目的とした経営体制を整備し（専門委員会の設置など）、一部の従業員と定期的に情報交換を行っている。	14%	4%	3%	11%
3	専門委員会などの体制はないが、社内会議で定期的に議題として取り上げ、対応しており、その内容をすべての従業員に伝えている。	37%	17%	25%	32%
4	専門委員会や専用の会議などはないが、責任者を招集して、必要な都度に応じて、情報共有を実施しており、責任者から各従業員に伝えている。	18%	6%	6%	15%
5	従来通りの管理体制で操業を継続している。	3%	2%	6%	3%

・安全衛生の現場での対応状況について

日本では、職場や寮でのソーシャルディスタンスの確保に課題のあるサプライヤーが多いこと。東南アジアでは、シフトの柔軟性や在宅勤務の運用に課題のあるサプライヤーが多いことが確認できました。

▶ 持続可能なサプライチェーンの実現 ▶ 取り組み

安全衛生の現場での対応状況について当てはまるものをすべてお選びください。(複数選択可)		日本	欧州+オセアニア	東南アジア	合計
1	職場や従業員の寮の入り口、公共スペースの出入り口などに除菌アルコールなどを整備して使用を義務付けている。	98%	94%	96%	97%
2	職場について、従業員が社会的距離(約2メートル)を確保できるようにしている。	60%	96%	93%	70%
3	従業員の寮について、従業員が社会的距離を確保できるようにしている。	83%	90%	89%	85%
4	従業員の健康と安全を確保するために、すべての職場環境と公共スペース(バスルーム、寮、カフェテリア等を含む)を定期的に清掃及び消毒している。	91%	98%	98%	93%
5	すべての従業員に対して、清潔なトイレ設備、石鹸、携帯用水へのアクセス、及び該当する場合は食品保管用の衛生設備へのアクセスを提供している。	95%	98%	96%	96%
6	マスクや保護具などといった、健康と安全のための装備を会社の負担で提供している。	88%	96%	96%	90%
7	従業員、特に高齢の従業員(65歳以上)、妊娠中の従業員、または既往症のある従業員を、COVID-19曝露のリスクが高い地域への出張を含む、危険または危険な作業環境への曝露から保護している。	97%	97%	96%	96%
8	従業員が“支援のためのつながり”から隔離されないように、出身地の町や遠隔地に住む家族や友人に連絡できるようにしている。	74%	94%	90%	79%
9	従業員(特に女性従業員)の家庭での役割や事情等を考慮し、シフトの柔軟性やパートタイムの導入等を通じて、従業員のニーズに対応している	92%	96%	79%	92%
10	安全性に配慮し、従業員(特に子供を持つ従業員)のために、在宅勤務などを導入している。	82%	96%	77%	84%

・COVID-19に関連した差別の予防または防止について

日本では各設問において他のエリアよりも取り組み実施率が低いことがわかりました。

COVID-19に関連した差別を予防または防止するための取り組みについて当てはまるものをすべてお選びください。(複数選択可)		日本	欧州+オセアニア	東南アジア	合計
1	COVID-19に関連した差別を予防または防止するための方針やルールを策定し、従業員に周知している。	70%	87%	83%	75%
2	従業員の保護を目的として、ソーシャルメディアの使用や、職場でのコミュニケーションにおいて誤った情報、恐怖、偏見の拡散を防ぐよう、従業員に周知するなどの対策を行っている。	69%	74%	82%	71%
3	感染した従業員などに対する恐れと偏見を防ぐために、虚偽または誤解を招く情報の拡散を防ぐための手段を確立して、対応している。	59%	86%	87%	67%
4	外国人や障がいのある方、その他の相対的に立場の弱い従業員が、広告やマーケティングキャンペーンなどを通じてCOVID-19に関する否定的あるいは誤った認識を持たれないように考慮し、全従業員に適切な情報提供や教育を行っている。	58%	89%	90%	68%
5	COVID-19に感染した従業員の様態が改善し職場に戻ることが許可されている場合に、差別的な扱いやその他の非難を受けないように配慮し、また従業員へのしかるべき教育を行っている。	65%	94%	95%	74%

・相談窓口について

すべてのエリアで「当面対応の予定はない」と回答した割合は数%にとどまり、何らかの方法で従業員の意見を受け付ける体制をとっていることが確認できました。

相談窓口の設置についてもっとも当てはまるものを1つお選びください。		日本	欧州+オセアニア	東南アジア	合計
1	第三者機関による母国語対応の相談窓口を設置し、電話やSNS等で相談を受け付けている。	14%	18%	13%	15%
2	社内で相談窓口を設置し、電話やSNS等で相談を受け付けている。	36%	20%	15%	31%
3	社内に意見箱を設置している。	10%	15%	14%	11%
4	相談窓口はないが、各部署や業務単位の責任者を通じて受け付ける体制を整えている。	38%	45%	54%	41%
5	相談窓口はなく、当面対応の予定はない。	2%	2%	4%	2%

調査結果の共有と改善に向けた取り組み

■結果のフィードバック

「サプライヤーCSR質問表」の結果について、ご回答いただいたサプライヤー全社に、平均得点率との差や回答会社中の順位を示した「2020年CSR調達セルフ・アセスメント質問表集計結果」をフィードバックしました。また、上述の集計結果をまとめた冊子を報告書としてお送りしました。これらの報告書によってサプライヤーの皆様に自社の強みや弱みをご認識いただき、弱みを改善いただくことで、「アサヒグループサプライ

▶ 持続可能なサプライチェーンの実現 ▶ 取り組み

ヤー行動規範」に基づいたESGへの取り組みの推進向上をお願いしています。

■現地調査の実施

2016年から2019年にかけて「サプライヤーCSR質問表」に基づく現地モニタリングを実施しました。その結果質問表上では課題として認識していた項目に対して、実際にはおおむね何らかの対策が行われていることを確認しました。2020年は12社の訪問を予定していましたが、コロナウイルス感染拡大による影響下による移動制限のため中止を判断しました。

2021年、2022年と引き続きコロナウイルスによる移動制限があったため、サプライヤー様の理解を得て、テレビ電話会議システムによるモニタリングを2021年は12社、2022年は9社と実施しました。

過去のモニタリング結果と同様、質問表では「取り組みがない」と回答されたサプライヤー様も直接の対話を行ったところ、実際には何らかの取り組みが行われていることを確認しました。モニタリングにおいて課題への対策不足が判明した場合には、アサヒグループや他社の取り組み事例を紹介したり、関連法令について社会保険労務士や弁護士、労働基準監督署へ相談することを提案するなど、対応策をサプライヤー様と一緒に検討しています。

2022年は次の3課題が多くのサプライヤー様で確認されました。

① CSR活動に関わる各種取り組み項目において、方針やガイドラインが明文化されていないケースがある。
② CSR活動がなされているものの社内外への発信が十分になされていない。
③ 責任ある飲酒の項目における取り組みが十分になされていない。

これらについて、以下の要請を行いました。

① 日本政府が策定した「責任あるサプライチェーンなどにおける人権尊重のためのガイドライン」の内容の理解とガイドラインに沿った自社方針の明文化。
② 朝礼、定例会などを利用した社員への発信や、自社HPでのCSR情報開示など、できるところからの着手。
③ 営業車両などの運転者に対するアルコールチェックや運行記録のルール化とその明文化。

2023年は3年に一度の「サプライヤーCSR質問表」の実施を計画しており、この結果を踏まえ、モニタリングを継続する予定です。質問表回答を踏まえた双方向の対話型コミュニケーションを行うことが、アサヒグループとサプライヤーの皆様にとって、ともにESGへの活動の向上に寄与するものと考え、引き続き取り組んでいきます。

関連情報 グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン「CSR調達セルフ・アセスメント・ツール・セット」
サプライヤーCSR質問表集計結果（2015・2016年）
サプライヤーCSR質問表集計結果（2018年）

サプライヤーとの協働

アサヒグループでは、サプライヤーの皆様とのコミュニケーションのためにさまざまな仕組みを整え、情報共有や意識啓発、サプライヤーの皆様の課題解決に向けた協働の取り組みなどに力を入れています。

品質向上に向けた取り組み

アサヒグループは、「アサヒグループ持続可能な調達基本方針」や「アサヒグループ品質基本方針」に基づき、品質向上に向けたさまざまな取り組みを行っています。

- 日本国内では、定期的に「サプライヤー品質監査」や「アサヒグループ資材QA会議」を実施し、サプライヤーの皆様との間で品質に関する意識・取り組みの共有化を図っています。2020年からはWebで開催し、サプライヤー様の工場の品質担当者などもご参加いただいています。2023年は約50社の参加を計画しています。
- 定期的に開催している「グローバル調達会議」や「国内グループ調達部門会議」にて、品質向上に向けた活動などをすべてのグループ会社と共有し、グループ全体で取り組みを推進しています。「グローバル調達会議」は、2020から2022年までコロナウイルス拡大の影響により未実施となりましたが、月次ミーティング内で確認を実施しました。「国内グループ調達部門会議」は2021年、2022年ともに3回開催しました。

▶ 持続可能なサプライチェーンの実現 ▶ 取り組み

- サプライヤーの皆様から納入いただいた原料に不具合が認められた場合には、適切に不具合品を識別管理するとともに、不具合の原因調査と再発防止についてサプライヤーの皆様と連携して解決に取り組んでいます。



国内アサヒグループ資材QA会議



グローバル調達会議

環境負荷低減に向けた取り組み

アサヒグループではサプライチェーンにおける環境負荷低減に向け、サプライヤー様と協働でさまざまな取り組みを推進しています。

イタリアの農家との取り組み

アサヒヨーロッパアンドインターナショナル傘下のイタリアのビッラペローニ社は170年以上の伝統を誇るビールメーカーで、イタリア国内のビール工場で年間500万hlのビールを生産しています。『Peroni』の名を冠するビールブランドにおいては、イタリア産の麦芽を100%使用しており、品質の高い麦芽を安定的に調達するため、1,500以上の地元農家と連携しています。ビッラペローニ社は、農家から消費者まですべてのステークホルダーのニーズや利益を満たすサプライチェーンの構築に向け、常に革新的な機能や仕組みの導入に取り組んできました。例えば、農家が高品質の麦を着実に収穫できるよう、「orzobirra.net」と呼ばれるオンラインプラットフォームを農家へ提供し、各農家が持つ知見から天気予報、地質、収穫物の種類といったあらゆる情報を統合的に管理・共有しています。同プラットフォームにより、高品質な原料を安定的に生産できるだけでなく、肥料や農薬の効率的な使用や土壌耕うん作業の適正化など、環境への負荷の低減も実現しています。



国産最軽量級のビール類350mlアルミ缶の開発

アサヒビール(株)は製罐会社と共同で、環境に配慮したパッケージ開発の一環として国産最軽量級(アサヒビール(株)調べ)となるビール類350mlアルミ缶を開発しました。



サプライヤーの皆様との意識共有・啓発

アサヒグループでは、サプライヤーの皆様と一緒になって社会的責任に対する取り組みを進めることで持続可能な社会の実現が可能になると考えています。そこで、サプライヤーの皆様との情報共有や意識啓発に力を入れています。

アサヒグループ調達方針説明会

アサヒグループジャパン(株)では、日本国内事業会社に原材料を供給いただいているサプライヤーの皆様を対象とした「アサヒグループ調達方針説明会」を毎年開催しています。同説明会では「アサヒグループサプライヤー行動規範」の遵守をお願いするほか、「アサヒグループ持続可能な調達基本方針」「アサヒグループ人権方針」「アサヒグループ環境基本方針」「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」など、アサヒグループの方針や国内外の事業活動や今後の取り組みなどについて、サプライヤーの皆様に理解を深めていただき、サプライヤーの皆様との協業による継続的なパートナーシップを構築することを目的としています。

▶ 持続可能なサプライチェーンの実現 ▶ 取り組み

2022年はコロナウイルス拡大の影響を考慮して、Webでの開催としました。147社にご参加いただき、アサヒグループの方針類やサステナビリティの取り組みに加え、2022年1月に発足したアサヒグループジャパン(株)及び同社調達部の方針などを、ご理解いただきました。

アサヒホールディングスオーストラリアでは、2022年に約100社の主要サプライヤーの代表者を自社に招待し、説明会を実施しました。気候変動の取り組み(Scope1,2,3)や持続可能な容器包装、持続可能な農産物原料、持続可能な水資源などに関する同社のサステナビリティ戦略や目標、ベストプラクティスを共有するなどサプライチェーン全体での取り組みを推進するため、サプライヤーの皆様とサステナビリティ領域におけるさらなる協業について、議論を行いました。

サプライヤーへのアンケートの実施

アサヒグループジャパン(株)では、気候変動の取り組み(Scope3)に関して、50社を超える主要サプライヤーを対象にアンケートを実施し、各社のCO_2削減目標の設定状況を確認しました。

同様にアサヒホールディングスサウスイーストアジアでは、Scope3排出の寄与度が高い20社以上の主要サプライヤーを対象としてアンケートを行い、CO_2削減目標の設定とその進捗について確認を進めています。今後、サプライヤーの皆様とのコミュニケーションを継続し、得られた情報を元に気候変動の取り組みを推進していきます。

サプライヤーの研修

サプライヤーの皆様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、アサヒグループの環境・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様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。

また、例年実施している「サプライヤーCSR質問表」回答結果を踏まえた現地調査については、2022年も前年と同様にコロナウイルス拡大の影響を考慮してWebにて打ち合わせを実施しました。環境や社会面の取り組みについてサプライヤーの皆様の具体的な活動を確認するとともに、他社の取り組み事例を紹介するなど具体的に改善のアドバイスを行うことで、サプライヤーのキャパシティビルディング支援を行っています。

サプライヤー品質監査

アサヒグループでは、サプライヤーの皆様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、サプライヤーの皆様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、2022年は原料50社、資材73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

アサヒグループでは、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。



関連情報
アサヒビール(株)サプライヤーサイト エントリーシート
アサヒビール(株)サプライヤーサイト お取引の流れ
調達クリーン・ライン制度

▶食の安全・安心

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”に掲げる「最高の品質」の商品及びサービスをお客様に確実にお届けするために、「アサヒグループ品質基本方針」に基づく厳格な各種品質基準を策定し、遵守を徹底しています。商品企画・開発から原料調達、生産、物流、販売、お客様とのコミュニケーションに至るバリューチェーンすべてのプロセスにおいて、安全・安心の確保に努め、お客様の期待を超える商品・サービスの提供を目指します。

方針

アサヒグループ品質基本方針

私たちは、研究開発、調達、生産、物流、販売、お客様とのコミュニケーションの全てのプロセスにおいて、お客様の期待を超える商品・サービスを提供することで、お客様の満足を追求します。

1.お客様の声に真摯に耳を傾け、ニーズを先取りした商品・サービスの提供を通じて、新たな価値を創造します。

2.商品が消費される瞬間まで品質を追求することで、お客様に信頼されるブランドを築きます。

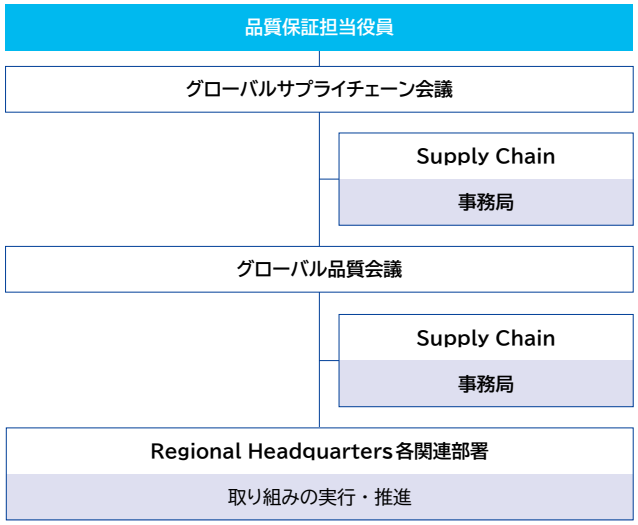
3.法令遵守はもとより、国際的な品質・食品安全マネジメントシステムの考え方を取り入れ、各国・各地域の品質情報を十分に把握することで、食品安全の確保を根幹とする品質を高めます。

ガバナンス

アサヒグループホールディングス(株)は、グループ全体の品質保証戦略の立案、各種方針類の策定・共有などグループ会社を横断した品質保証活動を推進しています。また、サステナビリティタスクフォースの役割も担う「グループ品質会議」にて、グループ各社への品質保証戦略・方針の徹底及び品質リスク情報や対策などの知見・ノウハウを共有しています。

グループ各社は、「アサヒグループ品質基本方針」に基づき、共通の考え方で事業分野に応じた品質保証体制を構築しています。また、お客様からお寄せいただいたご意見などを品質保証活動に反映させています。

グループ品質マネジメント体制



品質基準の徹底

アサヒグループでは、厳格な品質基準を徹底するために、アサヒグループホールディングス(株)によるガバナンスのもと、さまざまな取り組みを実施しています。

品質監査

アサヒグループでは、グループ各社における品質マネジメントシステムの有効性・信頼性及び提供される商品やサービスについての品質・安全性を保証し、さらなる向上を追求するために、定期的に以下の多段階の品質監査を適宜で組み合わせて実施しています。


品質監査時のミーティング


工場の現場査察

▶ 食の安全・安心 ▶ マネジメント

- 各事業会社(工場)内における品質自主監査
- 各地域内における事業会社間での品質相互監査
- Regional Headquartersによる管轄事業会社の品質監査
- アサヒグループホールディングス(株)によるRegional Headquartersまたは各事業会社の品質監査
- グループ外の第三者機関による品質監査

アサヒグループホールディングス(株)による品質監査は、グループ各社の監査部門や品質保証部門と連携して実施されます。監査においては、内部監査規程に定める監査基準及び各種のグローバル品質基準に基づき、品質システムの運用状況や製造場の管理状況を現地にて確認しており、指摘事項の改善活動を通じて、グループ全体での品質向上に取り組んでいます。

グループ品質会議

「グループ品質会議」は、アサヒグループホールディングス(株)の担当役員によるマネジメントのもと定期的に開催され、日本、欧州、オセアニア、東南アジアの各地域の品質保証責任者が一堂に会して、グループ内の品質保証に関する討議及び各種情報・知見の共有を行っています。

〈グループ品質会議での主な取り組み〉

- 品質保証に関する各種方針の策定・共有
- 品質不具合の事例検討、同様事故防止・各社ノウハウの水平展開
- 品質リスク情報の共有とリスク管理
- 品質保証に関する各種取り組み事例、ノウハウ共有





グループ品質会議風景

リスク管理

アサヒグループは、不測の事態による品質事故により、お客様の健康を脅かす可能性があることをリスクと捉えています。これらのリスクについては、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)体制下においてアサヒグループホールディングス(株)Procurement部門やSupply Chain部門、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

アサヒグループでは、「アサヒグループ品質基本方針」のもと、サプライチェーンの各段階におけるプロセス及び活動に関して、グローバル品質基準を策定しています。これらはISO、HACCP、GMPなどの品質または食品安全に関する国際規格・基準類をベースとし、さらにアサヒグループとしての独自の要求事項を加えた内容となっています。

グループ各社は、これらグローバル品質基準を各々の品質・安全マネジメントシステム(方針、基準、規格、手順など)に落とし込み、高品質で安全・安心な商品・サービスを提供するための日々の活動として展開しています。

▶ 食の安全・安心 ▶ マネジメント

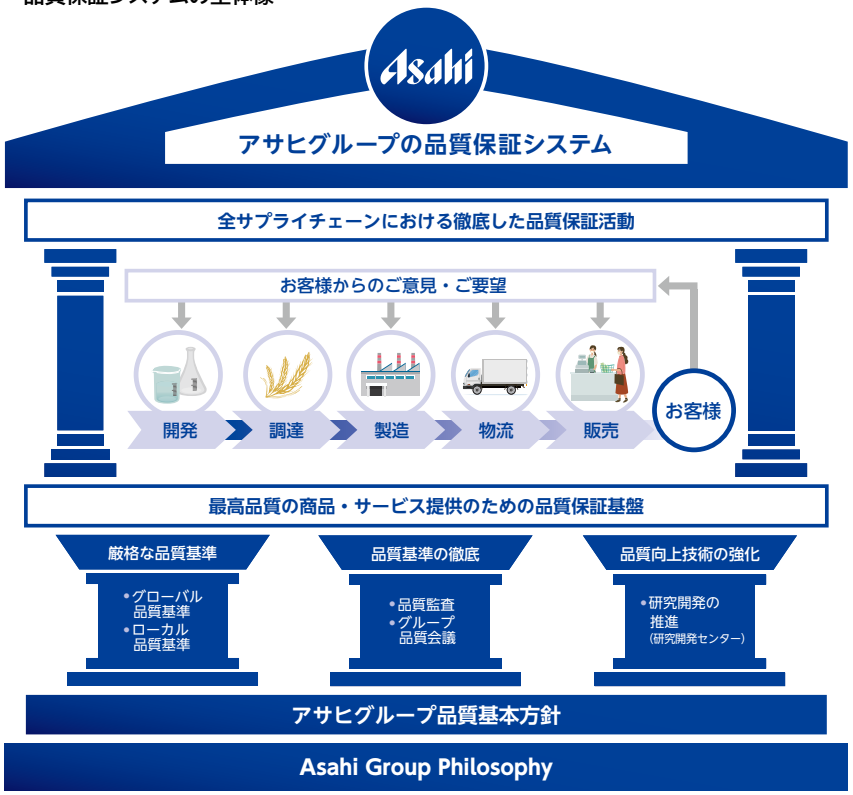
アサヒグローバル品質基準

アサヒグループは、商品企画・開発から原料の調達、製造、物流、販売、お客様とのコミュニケーションに至る一連の活動に関して、グローバル品質基準を策定し展開しています。

〈アサヒグローバル品質基準の策定対象〉

- 品質マネジメントシステムの運用
- 購買管理
- 保管、輸送
- お客様とのコミュニケーション
- 情報管理
- 商品開発
- 製造管理、品質点検
- 商品販売
- 教育訓練
- 品質監査　など

品質保証システムの全体像



関連情報 > 取り組み（食の安全・安心）

指標と目標

グループ全体目標

目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
アサヒグループ品質事故※ゼロを実現する	3.2／3.4

※ 品質事故とはGRIスタンダード416-2、及び417-2にて示された関連規制及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商品回収の事例

各RHQの計画

対象組織	目標	SDGs（貢献できるゴール・ターゲット）
AHSEA	•2024年までにすべての工場で FSSC 22000認証を取得する	3.2／3.4

関連情報 > 取り組み進捗状況（2022年）

関連するSDGs

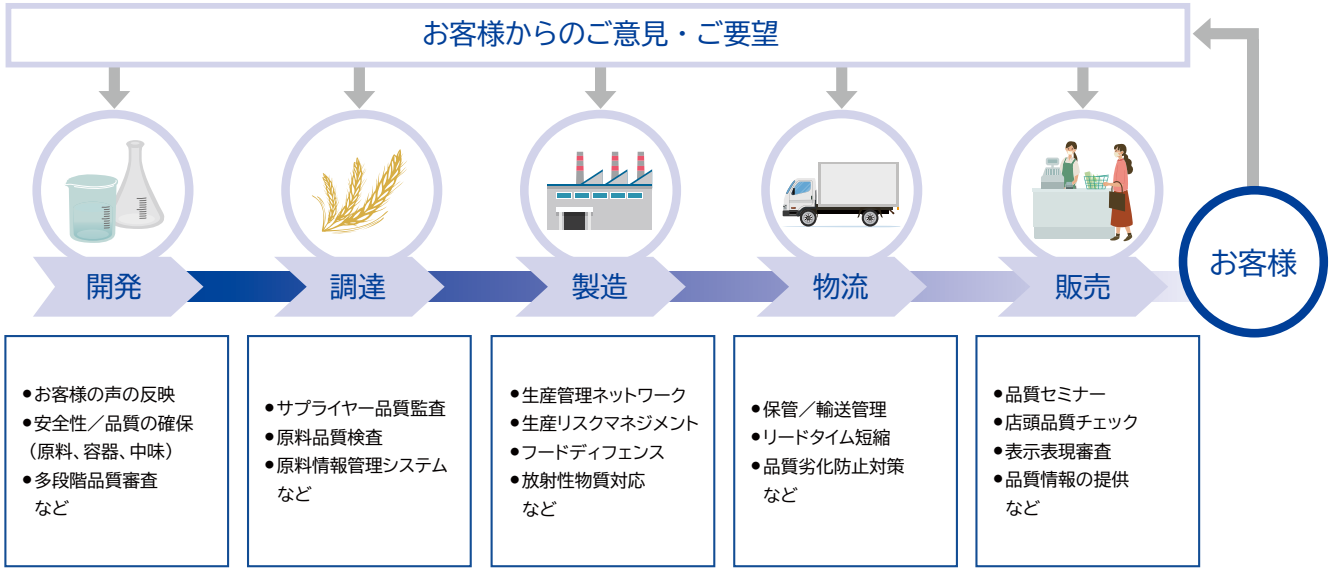


関連情報 > 取り組み（食の安全・安心）
> 表示審査
> お客様とのコミュニケーション
お客さまに「安心」していただくためのアサヒグループの取り組み

▶食の安全・安心

取り組み

アサヒグループは、商品の企画・開発から原料の調達、製造、物流、販売、お客様とのコミュニケーションに至るまでのサプライチェーン全体を通じて徹底した品質保証活動に取り組んでいます。何らかの品質上の問題が発生した場合の対応体制も整備しており、もし不具合が発生した場合は、その原因を全力で究明し迅速かつ的確な対応を図ります。そして、ここから得られるノウハウについてグループ内で共有することにより、事業全域での再発防止とさらなる品質改善につなげています。



関連情報
- アサヒビール(株)
- アサヒ飲料(株)
- アサヒグループ食品(株)
- アサヒバイオサイクル(株)

開発

アサヒグループでは、新たにお客様にご提案する商品・サービスが、“安全で安心できるもの”としての設計品質を十分に満たすように、開発段階において厳しい品質確認を実施しています。

原料・容器資材・製造方法・表示内容などについて、それぞれの担当部門が中心となり品質リスクに関する試験・検討を行い、開発過程における複数の段階で品質審査ゲートを設け、関連法規及びグループ品質基準に適合していることを入念に確認しています。

品質向上技術の強化

アサヒグループでは、常にさらなる品質の向上を追求するために、高度な研究開発体制を整備し、各種の専門技術の開発・強化について日々取り組んでいます。

食の安全保障技術の研究開発「解析科学研究所」

アサヒグループでは、「解析科学研究所」を中心に、食の安全に関わる最新の分析技術を開発しています。その対象は、微生物・農薬・カビ毒・重金属・樹脂・放射性物質など多岐にわたっており、グループ全体の高度な品質保証体制を技術面から支えています。

お客様に「安全・安心」な商品をお届けするには「科学的な分析データ」による確かな保証が重要です。解析科学研究所では、最先端の分析技術を駆使し、新規の分析方法を開発すると

▶ 食の安全・安心 ▶ 取り組み

ともに、高度な技術力を活かしたグループ商品及び原料の品質保証を行っています。

また、グループ全体の「食の安全」レベルを向上させるため、グループ各社への技術支援も行っています。





関連情報 アサヒクオリティーアンドイノベーションズ(株) 解析科学研究所
アサヒグループの研究開発

調達

アサヒグループでは、食品メーカーの最大の義務である「食の安全」を守るために、製品の原料に厳しい品質基準を定めるとともに、サプライヤーへの定期的な品質監査を行うなど、安全性の高い原料の調達に力を注いでいます。

さらに原料や商品情報のトレーサビリティを強化し、問題発生時の迅速な対応や品質管理の徹底に活用しています。

遺伝子組み換えへの考え方

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及び表示に関して、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及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。

製造

アサヒグループでは、製品が手順どおりの工程に沿って生産され、それぞれの工程ごとに一定水準の品質を確保したことを保証する生産管理システムを導入しています。万が一、ある工程で不具合が生じた場合は、その原因を明らかにするとともに、品質が確保できるまで次の工程に進めないシステム設計となっています。

また品質リスク要因を限りなくゼロに近づけていくために、製造工程において起こり得る不具合について「現場・現物・現実を見る」「予兆を見逃さない」などの視点から抽出し、これらへの対策を品質要求事項とし、グループ共通の品質基準として策定しています。各生産拠点では厳格な要求事項の遵守に努めるとともに、これに基づく品質点検を毎年実施し、さらなる品質の向上につなげています。

フードディフェンスへの取り組み

アサヒグループでは、工場でのフードディフェンス対応の考え方を示すガイドラインを策定し、品質安全に関するマネジメント、ソフト、ハードなどの各方面でのリスク分析に基づいた品質保証システムの構築についても継続的に取り組んでいます。

フードディフェンス活動では、従業員との信頼関係を構築(コミュニケーション、教育など)し、工場への入場管理、製造場内へのアクセス管理、製造場内への持ち込み物制限、薬剤管理など、ソフト、ハード両面での各種対策を取り入れることで、お客様に安心していただける活動を推進していきます。

製品の不具合・事故発生時の対応

「アサヒグループリコール規程」及び「アサヒグループ重大品質事故対応マニュアル」を策定して重大製品事故発生時の対応を規定しており、所定の緊急通報ルートで直ちに社長に報告するとともに、対策本部を設置して対応することにしています。

▶ 食の安全・安心 ▶ 取り組み

対応にあたっては、お客様の人命（健康）保護を最優先として、下記の基本スタンスで全社をあげて被害の最小化に取り組みます。

① 事実・状況確認に尽力し、必要な情報は迅速に公開し、被害の拡大・不安増大の防止に努めます。
② お客様及び社会に対してできることは率先して行います。（マスコミ公表・社告（注意喚起）・回収など）
③ 監督官庁に迅速に報告し、要請事項には迅速に対応します。

また自主回収などを行った場合は、その経緯と対応について協議・共有化し、グループ内での再発防止や品質保証体制の強化に取り組んでいます。

放射性物質対応

アサヒグループは、日本国内における放射性物質への対応として以下の取り組みを行っており、2012年4月施行の「食品中の放射性物質の新基準値」に適応した体制を整えています。

基本方針

1.国及び関係官庁の基準、指示に基づき、グループの全商品がこれらに適合するため、原材料の調達から製造にいたる各工程で管理基準を設定し、遵守します。
2.製造に使用する水、環境、原材料などは、行政の放射性物質モニタリング状況やサプライヤーの分析結果等の情報を迅速に把握し、安全性を確認します。
3.あわせて、定期的に自主検査を行い、安全性の確認を徹底します。
4.管理基準からの逸脱、又はその疑いが生じた場合は、直ちに工程を停止するとともに、原因を究明し、対策を講じます。
5.定期的に品質保証体制の効果を検証し、改善を重ねていきます。
6.社会的責任を担った適切な情報発信に努めます。

〈放射性物質の検査体制〉

1.グループ内に放射性物質（セシウム134、セシウム137）の精密分析が可能なゲルマニウム半導体検出器を5台備え、また、シンチレーションスペクトロメーター、サーベイメーターを適宜配備し、自主検査を実施しています。
2.分析対象
原料、使用水、製品及び容器などの資材、環境について、製品特性や工場の立地などに応じて頻度を定め、モニタリングしています。
3.分析方法
厚生労働省通知「食品中の放射性物質の試験法について」に準じた分析を行っています。

今後も、国や自治体などの指導に従うとともに、放射性物質に関する各種情報を注視し、品質保証体制の強化に努めていきます。





関連情報 アサヒビール（株）
アサヒ飲料（株）
アサヒグループ食品（株）

主な認証取得状況

アサヒグループの各事業会社が取得している製品の品質及び安全性に関わる主な認証は以下のものがあります。

主要生産拠点における品質に関連する主な認証取得状況

事業会社名	主な製品	生産拠点数	品質／安全性に関する認証
アサヒビール（株）	ビール	6	ISO 9001：6拠点 ISO 22000：1拠点 FSSC 22000：5拠点 JFS-C：1拠点
ニッカウヰスキー（株）	洋酒	8	ISO 9001：8拠点 ISO 22000：8拠点
アサヒ飲料（株）	清涼飲料	7	ISO 9001：7拠点 FSSC 22000：7拠点
アサヒグループ食品（株）	食品	7	FSSC 22000：5拠点 健康食品GMP：2拠点
アサヒバイオサイクル（株）	飼料	1	ISO 9001：1拠点 FAMI- QS：1拠点
Birra Peroni S.r.l.（イタリア）	ビール	3	ISO 9001：3拠点 FSSC 22000：3拠点
Koninklijke Grolsch N.V.（オランダ）	ビール	1	ISO 9001：1拠点 FSSC 22000：1拠点
Plzeňský Prazdroj（チェコ）	ビール	3	ISO 9001：3拠点 FSSC 22000：3拠点
Plzeňský Prazdroj Slovensko, a.s.（スロバキア）	ビール	1	ISO 9001：1拠点 FSSC 22000：1拠点
Kompania Piwowarska SA（ポーランド）	ビール	3	ISO 9001：3拠点 FSSC 22000：3拠点
Ursus Breweries SA（ルーマニア）	ビール	3	ISO 9001：3拠点 FSSC 22000：3拠点
Dreher Sörgyárak Zrt.（ハンガリー）	ビール	1	ISO 9001：1拠点 FSSC 22000：1拠点
Asahi Beverages Pty Ltd.（オーストラリア、ニュージーランド）	清涼飲料・酒類	12	ISO 9001：2拠点 ISO 22000：1拠点 FSSC 22000：7拠点 HACCP：3拠点
Etika Beverages Sdn. Bhd.（マレーシア）	清涼飲料	1	ISO9001：1拠点 FSSC22000：1拠点 HACCP：1拠点
Etika Dairies Sdn. Bhd.（マレーシア）	乳製品	1	ISO 9001：1拠点 FSSC 22000：1拠点 HACCP：1拠点
PT. Etika Manufacturing Indonesia（インドネシア）	清涼飲料	1	FSSC 22000：1拠点
PT. Etika Dairies Indonesia（インドネシア）	清涼飲料	1	FSSC 22000：1拠点 HACCP：1拠点
CALPIS AMERICA（アメリカ）	飼料	1	ISO 9001：1拠点 FAMI-QS：1拠点 HACCP：1拠点 CGMP：1拠点 SF/SF(FSC36)：1拠点

＊ 2023年2月1日時点

物流

商品を運搬・保管する際の温度変化や振動は、品質を劣化させる原因となります。また外装品質を維持するためには、荷積み・荷下ろし作業は慎重に行わなければなりません。アサヒグループでは「最高の品質」を保持したまま、商品をお客様のもとにお届けするために、物流段階においてもさまざまな取り組みを行っています。

販売

アサヒグループは、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、お客様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。

表示審査

アサヒグループでは、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。

▶ 食の安全・安心 ▶ 取り組み

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。

酒類事業

アサヒビール(株)では、広告宣伝物の表示・表現を多角的な視点から審査・検討する機関として、1995年に「表示審査会」を立ち上げました。2001年には商品や販促品も対象に加えるなど、機能の強化やメンバー構成の拡充、指摘事項のサポート体制の強化などを図ってきました。現在は新商品開発・宣伝・販売促進などの施策立案を行う企画・制作関連部門に、法務・商標・品質保証・お客様相談・環境ARP・生産などに関わる関連部門がメンバーとなり、多角的な視点で審査を行っています。

「表示審査会」は定期的に(2020年以降は毎週二回)開催しており、同審査会で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。また指摘があった事項については、関連部門による対応策の報告を含めすべて議事録に記録し、日々の活動に活かしています。

表示審査会の実施状況

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
開催数	48回	49回	87回	89回	91回
起案数	3,058件	2,786件	3,532件	4,827件	4,927件
再報告を要する指摘数	351件	311件	423件	530件	541件

＊ 集計範囲：アサヒビール(株)

飲料事業

アサヒ飲料(株)では商品・広告などの表示について、関係法令遵守のほか、社内の表示専門チームが設定した独自基準・ガイドラインに沿って、お客様にとってわかりやすい表示、注意いただきたい内容は目立ち認識しやすい表示を心がけています。

■注意喚起の表示

商品を安心して安全にお飲みいただくため、商品パッケージにはいくつかの注意喚起の表示を記載しています。例えば、PETボトルの商品では「開栓後はすぐにお飲みください」、缶の商品では「容器のまま直火で温めないでください」といった内容が記載されています。特に注意をいただきたいことについては、文字の大きさを大きくしたり、色を変えたりして強調をしています。

■アレルギーの表示

アサヒ飲料(株)では法令で表示が義務化されている7品目のほか、表示が推奨されている21品目についても商品パッケージに表示をしています。また、Webサイトでもこれらアレルギー特定原材料など28品目の使用の有無に関して、確認できる一覧があります。

■ユニバーサルな表示

アサヒ飲料(株)は、年齢や体格、身体的能力に関わらず、多くの人々に商品をご利用いただくために、さまざまな商品にユニバーサルデザインの考え方を入れています。

商品パッケージの表示では個人により異なる多様な見え方にも配慮し情報がきちんと伝わるように配慮した色使いを心がけています。

食品事業

アサヒグループ食品(株)では、経営層、研究開発、マーケティング、法務、品質保証、お客様相談室などのメンバーから構成した表示委員会を設け、各商品及び広告ごとに表示内容をチェックしています。各種関連法規に関する適合性に加え、お客様にとってわかりやすく信頼される表示・表現に努めています。

また、お客様からいただいたお申し出を共有化し、原因・対策について検討するQA(Quality Assurance:品質保証)委員会を定期的に開催しています。QA委員会は社長を委員長とし、経営層・全本部長によって構成されており、さらなる品質の向上に努めています。

関連情報
アサヒビール(株)
アサヒ飲料(株)
アサヒグループ食品
アサヒヨーロッパアンドインターナショナル(英文のみ)

▶ 食の安全・安心 ▶ 取り組み

表示・広告に関する取り組み

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、お客様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、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。

食品アレルギーへの対応

食品アレルギーの表示

アサヒグループでは、アレルゲン対象となる原料を使用する場合、各国・各地域における関連法規に従い、適切な表示と情報公開を行っています。日本国内では、アレルギー物質として食品表示基準にて表示義務のある特定原材料7品目と、特定原材料に準ずるもの21品目について、原料メーカー・サプライヤーに使用の有無を確認し、適切な表示に努めています。

- 特定原材料（7品目）：卵、乳、小麦、そば、落花生、えび、かに
- 特定原材料に準ずるもの（21品目）：りんご、オレンジ、大豆、ごま　など

また、グループ品質会議において、アレルギー表示に関する法令の見直しなどの動きについての情報をグループ各社で共有しています。なお、酒類についてはアレルギー表示が義務化されていませんが、わかりやすい表示を心がけています。

関連情報（商品ごとのアレルギー物質含有表示）
アサヒ飲料（株）
アサヒグループ食品

お客様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、「お客様に信頼される表示・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・各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はらっています。

またお客様や販売店様からの声は経営品質を高めるための“財産”と位置付けています。お客様との積極的な対話を通じて一つひとつ課題を把握しながら商品やサービスを開発・改善し、お客様満足度を継続的に高めるとともに、経営方針や活動方針の策定に活かしています。

※ 日本国内：食品衛生法・食品表示法（同法に基づいて定められた「食品表示基準」を含む）・健康増進法・JAS法・酒税法・酒類業組合法などに加え、独占禁止法・景品表示法・公正競争規約など

関連情報 乳児用調製粉乳販売について

消費者志向自主宣言

アサヒグループでは、「消費者志向経営」の実現に向けた取り組み方針を「消費者志向自主宣言」として表明しています。

関連情報 消費者志向自主宣言

お客様からの声への対応体制

お客様の声を収集して事業に反映する仕組み

各社の「お客様相談室」では、お客様から寄せられる声の1つひとつに迅速・的確・丁寧にお答えするよう努めています。また、お客様相談室に寄せられたご意見やご要望、ご指摘などの情報を社内のデータベースシステムに登録し、商品やサービスの開発・改善及び経営方針や活動方針の策定に活かしています。

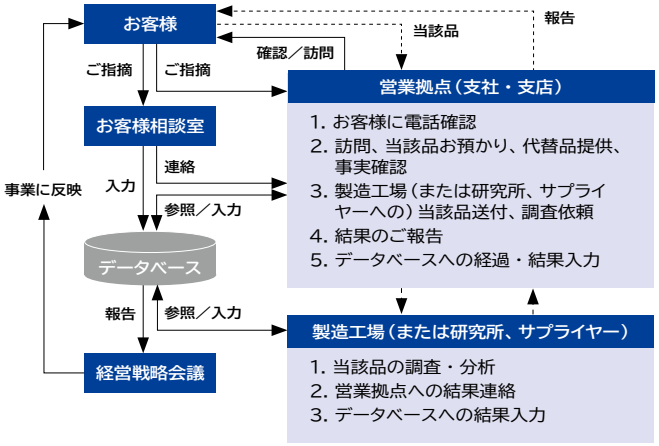
関連情報 アサヒビール（株）
アサヒ飲料（株）
アサヒグループ食品（株）

▶ 食の安全・安心 ▶ 取り組み

お客様の声を経営陣が共有する仕組み

お客様から寄せられる声は定期的に経営陣に報告し、事業に活かされています。

商品に関する指摘への対応体制（国内事業会社の例）



従業員の教育・研修

アサヒグループでは責任あるマーケティングを推進するために、関連業務に携わる従業員に対して適宜の教育・研修を行っています。

酒類事業

アサヒビール（株）ではマーケティング業務の新任担当者を対象に、マーケティングにおけるコンプライアンス遵守の考え方や、表示関連法規・規定に関する勉強会を開催しています。また、表示審査会での確認内容については関連部署と随時共有しています。

飲料事業

アサヒ飲料（株）では、社員一人ひとりが自らの能力を磨き、業務に精通することを通して品質保証活動を組織的に推進しています。また、品質を支える人材の育成を目的としてさまざまな研修を実施し、品質に関する知見のレベルアップや品質を最優先にする意識の向上を図っています。具体的には、商品知識や各種法令、景品類及び広告類、消費者キャンペーン内容などをテーマとしており、営業をはじめとするさまざまな部門の従業員が受講しています。

食品事業

アサヒグループ食品（株）では、表示関連法規・規定の最新情報や違反事例の共有などをテーマに、部署ごとに勉強会を開催しています。

社外からの評価

ESGインデックスへの組み入れ状況

近年、主に国内外の機関投資家の運用において、財務的な観点だけでなく非財務への取り組みを投資判断の評価基準とするESG投資に対する関心が高まっています。国内外で数多くの機関がESG評価を実施しており、アサヒグループも複数のESGインデックスに組み入れられています。

関連情報 SRIインデックスへの組み入れ状況

IR活動への評価

アサヒグループでは、適時・適切な情報開示、各種説明資料のわかりやすさ、個人投資家向けIRにも積極的である点が評価され、さまざまなIR関連の賞をいただいています。

関連情報 IR関連受賞歴

環境保全活動への評価

これまでの環境保全活動の結果、アサヒグループは環境関連のさまざまな賞の受賞や認定を受けています。

関連情報 社外からの評価（環境実績）

ダイバーシティ推進・従業員の健康管理への評価

アサヒグループでは、長年にわたり、あらゆる従業員が健康でいきいきと働ける職場環境の整備を進めてきました。その取り組みが評価され、さまざまな賞の受賞や認定を受けています。

関連情報 ダイバーシティ、エクイティ＆インクルージョン推進への評価
関連情報 セーフティ＆ウエルビーイングへの評価

▶データ集

環境データ	
環境教育実績	P74
マテリアルバランス	P78
環境会計	P79
アサヒカーボンゼロ CO_2排出量実績	P86
CO_2排出量・原単位の推移	P87
CO_2排出量実績・原単位	P87
国別CO_2排出量実績	P87
Scope3の内訳	P88
2022年Scope3のGHG排出量	P88
輸送によるCO_2排出量の推移	P88
エネルギー使用量・原単位の推移	P89
エネルギー使用量・原単位	P89
再生可能エネルギー由来の電力の利用	P89
アサヒグループ全体Scope3カテゴリー1内訳	P91
びん回収率の推移	P126
酒類・飲料事業における水使用量・原単位の推移	P143
国別 水使用量	P143
水源別 取水量	P143
国別 排水量	P144
排出先別 排水量	P144
事業別 副産物・廃棄物発生量・原単位の推移	P149
地域別 副産物・廃棄物発生量及び再資源化量	P149
NOx、SOx排出量	P149
社会データ	
従業員の平均年間給与	P40
団体交渉権を持つ従業員数	P40
労働災害件数	P45
労働災害比率	P45
認証取得状況	P45
健康指標	P46
従業員の有給休暇取得率・有給休暇取得日数	P46
従業員の月間平均残業時間	P46
安全に関する研修の受講者数	P47
従業員数	P52
雇用状況の内訳 アサヒグループ	P52
雇用状況の内訳 アサヒグループホールディングス(株)	P52
雇用状況の内訳 日本国内主要会社	P52
年齢別従業員数	P52
採用数	P53
地域別従業員数	P53
役員・管理職人数 アサヒグループ	P53
役員・管理職人数 アサヒグループホールディングス(株)	P54
役員・管理職人数 日本国内主要会社	P54
障がい者雇用率	P54
育児休業制度・介護支援制度の利用状況	P54
従業員支援制度	P55
従業員の日本国内・海外比率	P57
ユニバーサルマナー検定の受講者数	P59
人材育成に関する研修の実施時間・参加人数	P63
平均研修費(従業員一人あたり平均)	P63
キャリア自律支援プログラム参加人数	P66
社会貢献支出額	P157
主な実績(2022年)	P157
「どうする？どうなる？お酒のこと」発行数	P169
「『カルピス®』こども乳酸菌研究所」の参加人数	P182
「アサヒ飲料 発酵文化教室」の参加人数	P182
「栄養相談活動」の参加人数	P183
部門ごとの研修	P194
主要生産拠点における品質に関連する主な認証取得状況	P217
表示審査会の実施状況	P218

▶報告対象範囲

環境関連データ

項目	主要な対象会社
CO_2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	●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）、ニッカウヰスキー（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）、アサヒフードクリエイト（株）、（株）なだ万、アサヒプロマネジメント（株）、アサヒビジネスソリューションズ（株）、（株）アサヒビールコミュニケーションズ、アサヒグループエンジニアリング（株）、アサヒクオリティーアンドイノベーションズ（株） ●欧州：Kompania Piwowarska SA (Poland)、Plzeňský Prazdroj a.s.(Czech Rep.)、Plzeňský Prazdroj Slovensko, a.s.(Slovakia)、Ursus Breweries SA (Romania)、Dreher Sörgyárak Zrt. (Hungary)、Birra Peroni S.r.l.(Italy)、Koninklijke Grolsch N.V.(Netherlands)、Asahi UK Limited (UK) ●オセアニア：Asahi Holdings (Australia) Pty Ltd.、CUB Pty Ltd、Asahi Beverages Pty Ltd.、Asahi Beverages (NZ) Ltd. ●東南アジア：Etika Beverages Sdn. Bhd.、Etika Dairies Sdn. Bhd.

※2022年の対象会社がグループ全体に占める割合は97%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) 購入した製品・サービス	●AEI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	●AEIの実績は対象外としている。
(5) 事業から出る廃棄物	●AEIの実績は対象外としている。
(6) 出張	●AHAでは公共交通機関及びレンタカー、ニュージーランドにおけるタクシーの利用及びCUB以外でのライドシェアリング使用に伴うGHG排出量を除外している。
(7) 雇用者の通勤	●AEIの実績は対象外としている。 ●AHAでは、在宅勤務を対象としている。
(8) リース資産（上流）	●賃借しているリース資産はScope1、2で集計しているため対象外としている。
(9) 輸送、配送（下流）	●AEIでは、一次配送センター以降の倉庫や二次配送センターにおけるエネルギー使用を対象外としている。また、販売した製品の家庭での保管（冷蔵）を対象外としている。 ●AHA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。
(12) 販売した製品の廃棄	●AEIの実績は、カテゴリー1に含まれる。
(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	●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）、アサヒバイオサイクル（株） ●欧州：Kompania Piwowarska SA (Poland)、Plzeňský Prazdroj a.s.(Czech Rep.)、Plzeňský Prazdroj Slovensko, a.s.(Slovakia)、Ursus Breweries SA (Romania)、Dreher Sörgyárak Zrt. (Hungary)、Birra Peroni S.r.l.(Italy)、Koninklijke Grolsch N.V.(Netherlands)、Asahi UK Limited (UK) ●オセアニア：CUB Pty Ltd.、Asahi Beverages Pty Ltd. 、Asahi Beverages (NZ) Ltd. ●東南アジア：Etika Beverages Sdn. Bhd.、Etika Dairies Sdn. Bhd.

※2022年の対象会社がグループ全体に占める割合は90%です（売上収益ベース）。

NOx、SOx排出量	●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）

※2022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）。

輸送によるCO_2排出量	●日本：アサヒビール（株）、アサヒ飲料（株）

※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。

報告対象範囲

従業員関連データ

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）と連結子会社すべて
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） ※ 2019年まではアサヒカルピスウェルネス（株）を含む。
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はGRIスタンダードを参照し、2022年1月1日から2022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
GRI 2: 一般開示事項 2021	
1.組織と報告実務	
2-1 組織の詳細	企業情報▸会社概要
2-2 組織のサステナビリティ報告の対象となる事業体	第99期有価証券報告書 P8-9 関係会社の状況 P223-224 報告対象範囲
2-3 報告期間、報告頻度、連絡先	P2 編集方針
2-4 情報の修正・訂正記述	該当なし
2-5 外部保証	P83 環境実績▸第三者保証
2.活動と労働者	
2-6 活動、バリューチェーン、その他の取引関係	事業案内 統合報告書2023 P9-10 Our Value Chain P214 食の安全・安心▸取り組み P199-210 持続可能なサプライチェーンの実現 プレスルーム
2-7 従業員	P52-53 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―▸実績(雇用状況)
2-8 従業員以外の労働者	–
3.ガバナンス	
2-9 ガバナンス構造と構成	企業情報▸グループ行動規範・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 コーポレート・ガバナンス報告書 P25 ガバナンス>サステナビリティ・ガバナンス P53-54 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―▸実績(雇用状況) 統合報告書2023 P81-82 アサヒグループのコーポレート・ガバナンス方針と体制
2-10 最高ガバナンス機関における指名と選出	コーポレート・ガバナンス報告書 P26 ガバナンス▸取締役会のサステナビリティスキル・能力 統合報告書2023 P89-91 経営の持続性を高めるCEO・取締役のサクセッション・プラン

GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
2-11 最高ガバナンス機関の議長	コーポレート・ガバナンス報告書
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	コーポレート・ガバナンス報告書 P20-21 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 P25 ガバナンス▸サステナビリティ・ガバナンス P26 ガバナンス▸取締役会におけるサステナビリティの議論 P196 人権の尊重▸ステークホルダーとのエンゲージメント▸ステークホルダーダイアログ サステナビリティ▸アサヒグループのサステナビリティ▸ステークホルダー・ダイアログ
2-13 インパクトのマネジメントに関する責任の移譲	P25 ガバナンス▸サステナビリティ・ガバナンス P26 ガバナンス▸取締役会におけるサステナビリティの議論
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	P20-21 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 P26 ガバナンス▸取締役会におけるサステナビリティの議論
2-15 利益相反	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	企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸内部統制システム 企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸コンプライアンス推進 IR・投資家情報▸グループ方針▸リスクマネジメント体制 第99回定時株主総会 事前アンケート及びライブ配信でのご意見、ご質問に対するご回答 P29 リスク管理▸リスクマネジメント体制
2-17 最高ガバナンス機関の集合的知見	コーポレートガバナンスレポート P196 人権▸ステークホルダーとのエンゲージメント▸ステークホルダーダイアログ サステナビリティ▸アサヒグループのサステナビリティ▸ステークホルダー・ダイアログ
2-18 最高ガバナンス機関のパフォーマンス評価	2022年度取締役会実効性評価結果
2-19 報酬方針	第99期有価証券報告書 P83-87 役員の報酬等 統合報告書2023 P92-93 企業価値向上の動機付けとなる役員報酬 P27-28 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	第99期有価証券報告書 P83-87 役員の報酬等 統合報告書2023 P92-93 企業価値向上の動機付けとなる役員報酬 コーポレート・ガバナンス報告書
2-21 年間報酬総額の比率	−
4. 戦略、方針、実務慣行	
2-22 持続可能な発展に向けた戦略に関する声明	P3-4 CEOメッセージ 統合報告書2023 P12-18 CEOメッセージ

GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
2-23 方針声明	P23-24 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 企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸グループ行動規範・ポリシー 企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸アサヒグループ人権方針 P185-186 人権▸マネジメント▸方針 P189-193 人権▸人権デューデリジェンス▸サプライチェーン P193-194 人権▸人権デューデリジェンス▸自社の従業員
2-24 方針声明の実践	企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸コンプライアンス推進 コーポレート・ガバナンス報告書 P185-188 人権の尊重▸マネジメント P189-193 人権の尊重▸人権デューデリジェンス▸サプライチェーン P193-194 人権の尊重▸人権デューデリジェンス▸自社の従業員
2-25 マイナスのインパクトの是正プロセス	P11-12 重点テーマにおけるグローバル目標、事業インパクトと社会インパクトの創出 P15-18【特集2】インパクトの可視化について P20-21 アサヒグループのマテリアリティ P71-72 環境方針▸アサヒグループ環境ビジョン2050 P195 人権の尊重▸人権に関する相談窓口 P202 持続可能なサプライチェーンの実現▸取り組み▸CSR調達の推進▸調達クリーン・ライン制度 P219-220 食の安全・安心▸取り組み▸お客様とのコミュニケーション 企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸コンプライアンス推進
2-26 助言を求める制度および懸念を提起する制度	企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸コンプライアンス推進
2-27 法規制遵守	企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸コンプライアンス推進 P79 環境実績▸重大な事故及び違反の発生状況 P236 SASB対照表▸責任ある飲酒とマーケティング　P239 SASB対照表▸製品のラベル表示とマーケティング
2-28 会員資格を持つ団体	P24 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
5.ステークホルダー・エンゲージメント	
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	P22-24 ステークホルダー・エンゲージメント
2-30 労働協約	P40 人的資本の高度化▸取り組み▸労働組合との協議
GRI 3：マテリアルな項目 2021	
3-1 マテリアルな項目の決定プロセス	P20-21 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 P15-18【特集2】インパクトの可視化について
3-2 マテリアルな項目のリスト	P20 アサヒグループのマテリアリティ

GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
3-3 マテリアルな項目のマネジメント	P11-12 重点テーマにおけるグローバル目標、事業インパクトと社会インパクトの創出 P15-18【特集2】インパクトの可視化について P20-21 アサヒグループのマテリアリティ P85-86 気候変動への対応▸マネジメント P124-126 持続可能な容器包装▸マネジメント P136-137 持続可能な農産物原料▸マネジメント P141-142 持続可能な水資源▸マネジメント P155-156 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 P166-167 不適切飲酒の撲滅▸マネジメント P174 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 P179 健康価値の創造▸マネジメント P185-188 人権の尊重▸マネジメント P97-115 気候変動への対応▸TCFD提言の取り組み P119-123 生物多様性▸自然関連財務情報開示タスクフォース（TNFD）提言への対応

項目別スタンダード（経済）	
開示事項	掲載箇所
GRI 201：経済パフォーマンス 2016	
201-1 創出、分配した直接的経済価値	第99期有価証券報告書 P1-2 主要な経営指標等の推移 第99期有価証券報告書 P98-105 連結財務諸表等 第99期有価証券報告書 P113 従業員給付 第99期有価証券報告書 P137 従業員給付費用 企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス＞税務戦略 P40 人的資本の高度化▸取り組み▸報酬制度 P157 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▸実績▸社会貢献支出額
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	P97-115 気候変動への対応▸TCFD提言の取り組み P79 環境実績▸環境会計 IR・投資家情報▸グループ方針▸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	第99期有価証券報告書 P113 従業員給付 第99期有価証券報告書 P137 従業員給付費用
201-4 政府から受けた資金援助	第99期有価証券報告書 P114 政府補助金
GRI 202：地域経済でのプレゼンス 2016	
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	P56-57 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―▸国籍

GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
GRI 203：間接的な経済的インパクト 2016	
203-1 インフラ投資および支援サービス	P11-12 重点テーマにおけるグローバル目標、事業インパクトと社会インパクトの創出 P155-156 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 P158-163 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 P166-167 不適切飲酒の撲滅▸マネジメント P168-173 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	P11-12 重点テーマにおけるグローバル目標、事業インパクトと社会インパクトの創出 P155-156 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 P166-167 不適切飲酒の撲滅▸マネジメント
GRI 204：調達慣行 2016	
204-1 地元サプライヤーへの支出の割合	–
GRI 205：腐敗防止 2016	
205-1 腐敗に関するリスク評価を行っている事業所	企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸コンプライアンス推進 IR・投資家情報▸グループ方針▸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	企業情報▸グループ行動規範・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	企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸コンプライアンス推進
GRI 206：反競争的行為 2016	
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	–
GRI 207：税金 2019	
1.項目のマネジメントに関する開示事項	
207-1 税務へのアプローチ	企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸税務行動規範 企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸税務戦略
207-2 税務ガバナンス、管理、およびリスクマネジメント	企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸税務行動規範 IR・投資家情報▸グループ方針▸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	企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸税務行動規範
2.項目別の開示事項	
207-4 国別の報告	企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸税務戦略 第99期有価証券報告書 P8-9 関係会社の状況 第99期有価証券報告書 P10 従業員の状況 第99期有価証券報告書 P116-118 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
GRI 301：原材料 2016	
301-1 使用原材料の重量または体積	P78 環境実績▸マテリアルバランス
301-2 使用したリサイクル材料	P33 指標と目標▸取り組み進捗状況（2022年） P82 環境実績▸グリーンボンド▸レポーティング P129-131 持続可能な容器包装▸取り組み▸プラスチック容器包装▸リサイクル（Recycle） P237 SASB対照表▸容器包装のライフサイクルマネジメント　P240 SASB対照表▸包装のライフサイクルマネジメント
301-3 再生利用された製品と梱包材	P33 指標と目標▸取り組み進捗状況（2022年） P126 持続可能な容器包装▸実績 P129-131 持続可能な容器包装▸取り組み▸プラスチック容器包装▸リサイクル（Recycle）
GRI 302：エネルギー 2016	
302-1 組織内のエネルギー消費量	P89 気候変動への対応▸実績▸CO_2排出量実績 P78 環境実績▸マテリアルバランス P82 環境実績▸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	P87-88 気候変動への対応▸実績▸CO_2排出量実績 ※エネルギー消費量をGHG排出量に換算して開示しています。
302-3 エネルギー原単位	P89 気候変動への対応▸実績▸CO_2排出量実績
302-4 エネルギー消費量の削減	P89 気候変動への対応▸実績▸CO_2排出量実績 P90-96 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	P96 気候変動への対応▸取り組み▸販売
GRI 303：水と廃水 2018	
1.項目のマネジメントに関する開示事項	
303-1 共有資源としての水との相互作用	P108 気候変動への対応▸TCFD 提言への取り組み▸物理的リスク：慢性　恒常的な気象の変動にともなうコストの増加▸降水パターンの変化による影響 P141-142 持続可能な水資源▸マネジメント P145-147 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	―
2.項目別の開示事項	
303-3 取水	P143 持続可能な水資源▸実績▸水使用量･原単位
303-4 排水	P78 環境実績▸マテリアルバランス P144 持続可能な水資源▸実績▸排水量

GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
303-5 水消費	P143 持続可能な水資源▸実績▸水使用量・原単位 P78 環境実績▸マテリアルバランス
GRI 304：生物多様性 2016	
304-1 保護地域および保護地域ではないが生物多様性価値の高い地域、もしくはそれらの隣接地域に所有、賃借、管理している事業拠点	P118 生物多様性▸取り組み▸「アサヒの森」における生物多様性保全 P160-161 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「従業員の参画するコミュニティ支援活動」 P121 生物多様性▸自然関連財務情報開示タスクフォース（TNFD）提言への対応
304-2 活動、製品、サービスが生物多様性に与える著しいインパクト	P116-117 生物多様性▸マネジメント P119-123 生物多様性▸自然関連財務情報開示タスクフォース（TNFD）提言への対応 P139 持続可能な農産物原料▸取り組み▸農産物原料リスク評価
304-3 生息地の保護・復元	P118 生物多様性▸取り組み P147 持続可能な水資源▸取り組み▸「アサヒの森」による水資源保全 P160-161 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「従業員の参画するコミュニティ支援活動」
304-4 事業の影響を受ける地域に生息するIUCNレッドリストならびに国内保全種リスト対象の生物種	—
GRI 305：大気への排出 2016	
305-1 直接的なGHG排出（スコープ1）	P87-88 気候変動への対応▸実績▸CO_2排出量実績 P78 環境実績▸マテリアルバランス
305-2 間接的なGHG排出（スコープ2）	P87-88 気候変動への対応▸実績▸CO_2排出量実績 P78 環境実績▸マテリアルバランス
305-3 その他の間接的なGHG排出（スコープ3）	P87-88 気候変動への対応▸実績▸CO_2排出量実績 P90-91 気候変動への対応▸取り組み▸原料・資材
305-4 温室効果ガス（GHG）排出原単位	P87 気候変動への対応▸実績▸CO_2排出量実績
305-5 温室効果ガス（GHG）排出量の削減	P87-88 気候変動への対応▸実績▸CO_2排出量実績 P90-96 気候変動への対応▸取り組み
305-6 オゾン層破壊物質（ODS）の排出量	—
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	P149 廃棄物削減と汚染の防止▸実績▸環境汚染の防止 P78 環境実績▸マテリアルバランス

GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
GRI 306：廃棄物 2020	
1.項目のマネジメントに関する開示事項	
306-1 廃棄物の発生と廃棄物関連の著しいインパクト	P124-125 持続可能な容器包装▸マネジメント P148 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	P124-125 持続可能な容器包装▸マネジメント P127-135 持続可能な容器包装▸取り組み P148 廃棄物削減と汚染の防止▸マネジメント P150-153 廃棄物削減と汚染の防止▸取り組み
2.項目別の開示事項	
306-3 発生した廃棄物	P149 廃棄物削減と汚染の防止▸実績▸廃棄物の削減
306-4 処分されなかった廃棄物	P149 廃棄物削減と汚染の防止▸実績▸廃棄物の削減 P150-151 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	P149 廃棄物削減と汚染の防止▸実績▸廃棄物の削減
GRI 308：サプライヤーの環境面のアセスメント 2016	
308-1 環境基準により選定した新規サプライヤー	P210 持続可能なサプライチェーンの実現▸取り組み▸サプライヤーとの協働▸サプライヤーの皆様との意識共有・啓発▸新規サプライヤーに対する働きかけ
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	P201-208 持続可能なサプライチェーンの実現▸取り組み▸CSR調達の推進 P209-210 持続可能なサプライチェーンの実現▸取り組み▸サプライヤーとの協働▸サプライヤーの皆様との意識共有・啓発

GRI内容索引

項目別スタンダード（社会）	
開示事項	掲載箇所
GRI 401：雇用 2016	
401-1 従業員の新規雇用と離職	P52-53 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―▸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	P54 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―▸実績（雇用状況）
GRI 402：労使関係 2016	
402-1 事業上の変更に関する最低通知期間	P40 人的資本の高度化▸取り組み▸労働組合との協議
GRI 403：労働安全衛生 2018	
1.項目のマネジメントに関する開示事項	
403-1 労働安全衛生マネジメントシステム	P45 ありたい企業風土の醸成 ― セーフティ＆ウエルビーイング―▸実績▸セーフティ
403-2 危険性（ハザード）の特定、リスク評価、事故調査	P41-44 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 P47 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▸長時間労働の防止 P47 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▸セーフティ▸安全に関する研修 P195 人権の尊重▸人権に関する相談窓口
403-3 労働衛生サービス	P41-44 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 P47 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▸長時間労働の防止 P47 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▸セーフティ▸安全に関する研修
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	P41-44 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 P47 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▸セーフティ▸安全に関する研修
403-5 労働安全衛生に関する労働者研修	P47 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▸セーフティ▸安全に関する研修
403-6 労働者の健康増進	P43 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▸ウエルビーイング P48 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▸事業会社の取り組み
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	P41-44 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 P47 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▸長時間労働の防止 P47 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▸セーフティ▸安全に関する研修
2.項目別の開示事項	
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	P45 ありたい企業風土の醸成 ― セーフティ＆ウエルビーイング―▸実績▸セーフティ
403-9 労働関連の傷害	P45 ありたい企業風土の醸成 ― セーフティ＆ウエルビーイング―▸実績▸セーフティ P41-44 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 P47 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▸長時間労働の防止
403-10 労働関連の疾病・体調不良	P46 ありたい企業風土の醸成 ― セーフティ＆ウエルビーイング―▸実績▸ウエルビーイング P41-44 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 P47 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▸長時間労働の防止

GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
GRI 404：研修と教育 2016	
404-1 従業員一人あたりの年間平均研修時間	P63 ありたい企業風土の醸成 ― 学習する組織―▸実績▸人材育成に関する研修の実施時間・参加人数
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	P60-62 ありたい企業風土の醸成 ― 学習する組織―▸マネジメント P64-66 ありたい企業風土の醸成 ― 学習する組織―▸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	―
GRI 405：ダイバーシティと機会均等 2016	
405-1 ガバナンス機関および従業員のダイバーシティ	P52-54 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―▸実績（雇用状況） 第99期有価証券報告書 P76-78 役員の状況
405-2 基本給と報酬の男女比	―
GRI 406：非差別 2016	
406-1 差別事例と実施した是正措置	P195 人権の尊重▸人権に関する相談窓口 企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸コンプライアンス推進
GRI 407：結社の自由と団体交渉 2016	
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	P187 人権の尊重▸マネジメント▸戦略 P40 人的資本の高度化▸取り組み▸労働組合との協議 P194 人権の尊重▸人権デューデリジェンス▸自社の従業員▸社内の脆弱なステークホルダーへの対応 P202-208 持続可能なサプライチェーンの実現▸取り組み▸CSR調達の推進▸サプライヤーCSR質問表
GRI 408：児童労働 2016	
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	P187 人権の尊重▸マネジメント▸戦略 P189-193 人権の尊重▸人権デューデリジェンス▸サプライチェーン P202-208 持続可能なサプライチェーンの実現▸取り組み▸CSR調達の推進▸サプライヤーCSR質問表
GRI 409：強制労働 2016	
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	P187 人権の尊重▸マネジメント▸戦略 P189-193 人権の尊重▸人権デューデリジェンス▸サプライチェーン P193-194 人権の尊重▸人権デューデリジェンス▸自社の従業員 P202-208 持続可能なサプライチェーンの実現▸取り組み▸CSR調達の推進▸サプライヤーCSR質問表
GRI 410：保安慣行 2016	
410-1 人権方針や手順について研修を受けた保安要員	―
GRI 411：先住民族の権利 2016	
411-1 先住民族の権利を侵害した事例	―

GRI内容索引

開示事項	掲載箇所
GRI 413：地域コミュニティ 2016	
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	P15-18【特集2】インパクトの可視化について P97-115 気候変動への対応▸TCFD提言の取り組み P119-123 生物多様性▸自然関連財務情報開示タスクフォース（TNFD）提言への対応 P155-156 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 P158-163 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 P166-167 不適切飲酒の撲滅▸マネジメント P168-173 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	P11-12 重点テーマにおけるグローバル目標、事業インパクトと社会インパクトの創出 P97-115 気候変動への対応▸TCFD提言の取り組み P119-123 生物多様性▸自然関連財務情報開示タスクフォース（TNFD）提言への対応 P145-147 持続可能な水資源▸取り組み P166-167 不適切飲酒の撲滅▸マネジメント
GRI 414：サプライヤーの社会面のアセスメント 2016	
414-1 社会的基準により選定した新規サプライヤー	P210 持続可能なサプライチェーンの実現▸取り組み▸サプライヤーとの協働▸サプライヤーの皆様との意識共有・啓発▸新規サプライヤーに対する働きかけ
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	P201-208 持続可能なサプライチェーンの実現▸取り組み▸CSR調達の推進 P208-210 持続可能なサプライチェーンの実現▸取り組み▸サプライヤーとの協働
GRI 415：公共政策 2016	
415-1 政治献金	政治献金金額※
GRI 416：顧客の安全衛生 2016	
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	P211-220 食の安全・安心
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	–
GRI 417：マーケティングとラベリング 2016	
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	P215 食の安全・安心▸取り組み▸調達 P217-219 食の安全・安心▸取り組み▸販売 P168-173 不適切飲酒の撲滅▸取り組み P133 持続可能な容器包装▸取り組み▸紙製容器包装
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	P236 SASB対照表▸責任ある飲酒とマーケティング　P239 SASB対照表▸製品のラベル表示とマーケティング
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	P236 SASB対照表▸責任ある飲酒とマーケティング　P239 SASB対照表▸製品のラベル表示とマーケティング
GRI 418：顧客プライバシー 2016	
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	–

※2022年の政治献金金額は350万円でした。

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」及び「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
エネルギーマネジメント	(1) 総エネルギー消費量 (2) 系統電力の割合 (3) 再生可能エネルギーの割合	FB-AB-130a.1	GJ、%	(1) **P89 エネルギー使用量・原単位**※ ※ 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) **P89 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) 水の総消費量、ベースライン水ストレスが「高い」地域または「非常に高い」地域の割合	FB-AB-140a.1	1,000m^3、%	(1) 総取水量 39,975.21(1,000m^3) **CDP水セキュリティ質問書2023 w1.2b** (2) 水の総消費量 14,441.72(1,000m^3) **CDP水セキュリティ質問書2023 w1.2b** ベースライン水ストレスが「高い」地域または「非常に高い」地域の割合:19.7% **CDP水セキュリティ質問書2023 w1.2d**
	水管理リスクの説明と、それらのリスクを軽減するための戦略と実践についての説明	FB-AB-140a.2	―	**P141 持続可能な水資源** **CDP水セキュリティ質問書2023 w3.3 w4 w6.1** **P145 取り組み(持続可能な水資源)**
責任ある飲酒とマーケティング	法律で飲酒が認められている年齢以上の個人を対象とした広告の表示回数全体の割合	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。例えば、アサヒビール(株)の取り組みとして、商品ページをご覧いただく方には必ず法定可能年齢かどうかを確認するサイトへ誘導しています。 ※ **アサヒビール(株)商品情報ページ**から各商品情報をクリックすることで、年齢認証ページが開きます。
	業界または規制のラベル表示、マーケティング規約に対する違反の件数	FB-AB-270a.2	件数	0件(2022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及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-AB-270a.3	金額	0円(2022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及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
	責任ある飲酒を推進する取り組みの説明	FB-AB-270a.4.	―	**P165 責任ある飲酒の基本方針** **P166 考え方(不適切飲酒の撲滅)** **P174 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
容器包装のライフサイクルマネジメント	(1) 容器包装の総重量 (2) リイクル・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、堆肥化可能な割合	FB-AB-410a.1	t、%	(1) **P78 容器包装資材** **P82 インパクトレポート▸2. 持続可能な容器包装に関する取り組み状況▸リサイクルPET・バイオマスプラスチックなど、環境配慮素材の使用量** (2) ●アルミ缶 アサヒグループは容器リサイクルに関する国内の業界団体と連携して取り組んでいます。 2021年(2020年): 消費重量 331千t (331千t) 再生利用重量 319千t(311千t) リサイクル率 96.6% (94%) ※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国内の業界団体と連携して取り組んでいます。 2021年(2020年): 総溶解量 1,346千t (1,352千t) カレット使用量 1,025千t(1,053千t) カレット利用率 76.1%(77.9%) リサイクル率 73.4% (69.0%) ※報告対象範囲:日本国内(出典:ガラスびん3R促進協議会) (3) **P126 びん回収率の推移**
	容器包装のライフサイクル全体を通して環境への影響を低減する戦略の説明	FB-AB-410a.2	—	**P125 持続可能な容器包装** **P127 取り組み(持続可能な容器包装)** **P31 指標と目標** **P125 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・社会に与える影響	サプライヤーの社会・環境責任監査の (1) 不適合率、 (2) (a) 重大な不適合および (b) 軽微な不適合の是正処置率	FB-NB-430a.1	%	(1) **P202 サプライヤーCSR質問表** サプライヤーの皆様のESG(環境・社会・ガバナンスなどのCSR)に関する取り組みを把握し、リスクを評価して課題を解決することを目的に「サプライヤーCSR質問表」を実施しています。アサヒグループは、「サプライヤーCSR質問表」によってサプライヤーの皆様の課題が明らかになった場合、直ちに取引を停止・解除するのではなく、サプライヤーの皆様とともに課題の改善に取り組むことが社会における課題の根本的な解決につながると考えています。 (2) **P204 質問表集計結果** **企業情報▸グループ行動規範・コーポレートガバナンス▸アサヒグループ持続可能な調達基本方針▸アサヒグループサプライヤー行動規範** **P208 品質向上に向けた取り組み**

SASB対照表

トピック	会計指標	コード	単位	報告箇所
原材料調達	ベースライン水ストレスが「高い」地域、または「非常に高い」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、および環境・社会配慮による調達リスクの説明	FB-NB-440a.2	—	**P138 農産物原料（重要原料）** **P97 TCFD提言への取り組み** **P146 水リスクの把握と低減** **P147 サプライヤーの水リスク調査の実施** **P160「食」** **P151 ビール酵母細胞壁の活用** **P201 CSR調達の推進**

活動指標	コード	単位	報告箇所
販売数量	FB-AB-000.A	Mhl	開示なし
生産拠点数	FB-AB-000.B	件数	**ファクトブック2022　P7　コーポレートデータ グループ工場一覧**
車両総走行距離	FB-AB-000.C	m	開示なし

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
車両燃料マネジメント	(1) 車両燃料消費量 (2) 再生可能エネルギーの割合	FB-NB-110a.1	GJ、%	(1) **P89 エネルギー使用量・原単位**※ ※ 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
エネルギーマネジメント	(1) 操業エネルギー消費量 (2) 系統電力の割合 (3) 再生可能エネルギーの割合	FB-NB-130a.1	GJ、%	(1) **P89 エネルギー使用量・原単位**※ ※ 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) **P89 再生可能エネルギー由来の電力の利用**

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
水管理	(1) 総取水量 (2) 水の総消費量、ベースライン水ストレスが高い地域または非常に高い地域の割合	FB-NB-140a.1	1,000m^3、%	(1) 総取水量 39,975.21(1,000m^3) **CDP水セキュリティ質問書2023 w1.2b** (2) 水の総消費量 14,441.72(1,000m^3) **CDP水セキュリティ質問書2023 w1.2b** ベースライン水ストレスが「高い」地域または「非常に高い」地域の割合：19.7% **CDP水セキュリティ質問書2023 w1.2d**
	水管理リスクの説明と、それらのリスクを軽減するための戦略と実践についての説明	FB-NB-140a.2	—	**P141 持続可能な水資源** **CDP水セキュリティ質問書2023 w3.3 w4 w6.1** **P145 取り組み(持続可能な水資源)**
健康と栄養	(1) ゼロカロリー・低カロリー飲料の収益 (2) 無糖飲料の収益 (3) 人工甘味料を含む飲料の収益	FB-NB-260a.1	金額	開示なし
	消費者の栄養や健康上の懸念に関連する製品や原材料を特定・管理するためのプロセスに関する説明	FB-NB-260a.2	—	**P180 商品による健康価値の提供** **P211 食の安全・安心**
製品のラベル表示とマーケティング	広告の表示回数のうち、 (1) 子どもに対するものの割合 (2) 食事ガイドラインに適合した商品を子ども向けに宣伝するものの割合	FB-NB-270a.1	%	開示なし
	(1) 遺伝子組み換え作物(GMO)を含むと表示された製品からの収益 (2) 遺伝子組み換えでない(non-GMO)と表示された製品からの収益	FB-NB-270a.2	金額	**P215 遺伝子組み換えへの考え方**
	業界または規制のラベル表示、マーケティング規約に対する違反の件数	FB-NB-270a.3	件数	0件(2022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及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(2022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及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
容器包装のライフサイクルマネジメント	(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、堆肥化可能な割合	FB-NB-410a.1	t、%	(1) **P78 容器包装資材** **P82 インパクトレポート ▸ 2. 持続可能な容器包装に関する取り組み状況 ▸ リサイクルPET・バイオマスプラスチックなど、環境配慮素材の使用量** (2) ●アルミ缶 アサヒグループは容器リサイクルに関する国内の業界団体と連携して取り組んでいます。 2021年(2020年): 消費重量 331千t (331千t) 再生利用重量 319千t(311千t) リサイクル率 96.6% (94%) ※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国内の業界団体と連携して取り組んでいます。 2021年(2020年): 総溶解量 1,346千t (1,352千t) カレット使用量 1,025千t(1,053千t) カレット利用率 76.1%(77.9%) リサイクル率 73.4% (69.0%) ※報告対象範囲:日本国内(出典:ガラスびん3R促進協議会) (3) **P126 びん回収率の推移**
	容器包装のライフサイクル全体を通して環境への影響を低減する戦略の説明	FB-NB-410a.2	—	**P125 持続可能な容器包装** **P127 取り組み(持続可能な容器包装)** **P31 指標と目標** **P125 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・社会に与える影響	サプライヤーの社会・環境責任監査の (1) 不適合率、 (2) (a) 重大な不適合および (b) 軽微な不適合の是正処置率	FB-NB-430a.1	%	(1) **P202 サプライヤーCSR質問表** サプライヤーの皆様のESG(環境・社会・ガバナンスなどのCSR)に関する取り組みを把握し、リスクを評価して課題を解決することを目的に「サプライヤーCSR質問表」を実施しています。アサヒグループは、「サプライヤーCSR質問表」によってサプライヤーの皆様の課題が明らかになった場合、直ちに取引を停止・解除するのではなく、サプライヤーの皆様とともに課題の改善に取り組むことが社会における課題の根本的な解決につながると考えています。 (2) **P204 質問表集計結果** **企業情報 ▸ グループ行動規範・コーポレートガバナンス ▸ アサヒグループ持続可能な調達基本方針 ▸ アサヒグループサプライヤー行動規範** **P208 品質向上に向けた取り組み**

SASB対照表

トピック	会計指標	コード	単位	報告箇所
原材料調達	ベースライン水ストレスが「高い」地域、または「非常に高い」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、および環境・社会配慮による調達リスクの説明	FB-NB-440a.2	—	**P138 農産物原料（重要原料）** **P97 TCFD提言への取り組み** **P146 水リスクの把握と低減** **P147 サプライヤーの水リスク調査の実施** **P160「食」** **P151 ビール酵母細胞壁の活用** **P201 CSR調達の推進**

活動指標	コード	単位	報告箇所
販売数量	FB-AB-000.A	Mhl	開示なし
生産拠点数	FB-AB-000.B	件数	**ファクトブック2022 P7 コーポレートデータ グループ工場一覧**
車両総走行距離	FB-AB-000.C	m	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

Sustainability部門 TEL:0570-00-5112