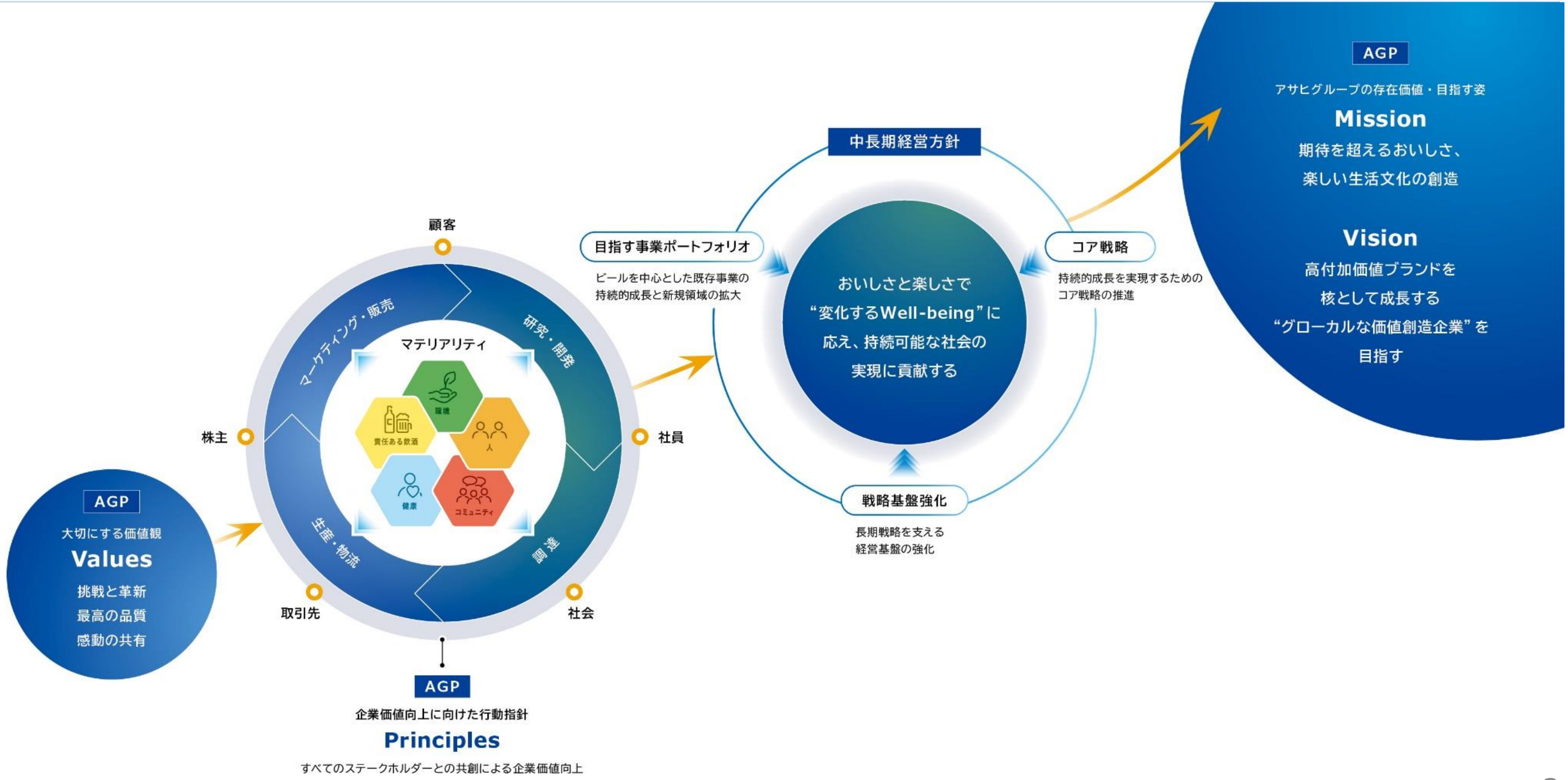
2022年6月23日

アナリスト・投資家向けサステナビリティ説明会

企業価値向上モデル



ⒸASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

サステナビリティと経営の統合

グループ理念

	経営	サステナビリティ
戦略	中長期経営方針のコア戦略の1つに、サステナビリティを組み込み	
計画・管理	経営計画ガイドラインに、設備投資を含むサステナビリティの項目を組み込み	
	事業インパクトの指標 （売上、利益、CFなど）	重点テーマにおける社会インパクト指標 （CO2排出量など）、 事業インパクト指標（ノンアル・低アル売上など）
エンゲージメント	財務と非財務を統合した開示、レポーティング 社内コミュニケーション	
ガバナンス	コーポレートガバナンス体制にグローバルサステナビリティ委員会を組み込み ERMのリスクテーマに気候変動、プラスチック、人権、アルコールを設定	

「ピープルステートメント」を定め、「ありたい企業風土」を明確化

ⒸASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

サステナビリティの取組みを管理する指標

重点テーマごとに、プラス・ニュートラル×事業・社会で創出するインパクトを定め、指標とする

		項目	気候変動	プラスチック	コミュニティ	責任ある飲酒
プラス価値創出	事業インパクト	・商品・サービスの売上・利益 ・レピュテーション効果	重点方針に基づく、社会課題解決に貢献する商品・サービスのガイドライン策定と目標設定			ノンアルコール・低アルコール飲料の販売量構成比
	社会インパクト	・社会のプラスの価値	消費者の行動変容、循環型社会、コミュニティ活性などの社会の変化			
ニュートラル化	事業インパクト	・コスト増減 ・リスク増減	4℃シナリオ分析によるコスト試算、調達価格影響額など		コスト増や市場減少の抑制	
	社会インパクト	・社会課題の改善度	CO_2排出量など環境負荷の削減実績		つながりの維持	不適切飲酒の低減

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

サステナビリティ戦略の全体像

サステナビリティの取組みの歩み

Asahi

サステナビリティの主な取組

中期経営方針「ESGへの取組み強化」 → アサヒ カーボンゼロへの挑戦開始 → CSRからSustainabilityへ → 推進体制を強化 → 中長期経営方針の更新 → サステナビリティと経営の統合へ

- **2018**: Asahi Carbon Zero / アサヒカーボンゼロ設定
- **2019**: 人権方針策定 / 環境ビジョン2050施行 / AGP策定
- **2020**: 第1回グローバルサステナビリティ委員会開催 / RE100参画 / 方針・ビジョン / マテリアリティ設定
- **2021**: サステナビリティ戦略再構築 / SCIENCE BASED TARGETS / SBTイニシアチブ「1.5℃目標」認定を取得
- **2022**: グループ全体でサステナビリティ戦略の更なる取組み強化

2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 サステナビリティと経営の統合加速 2030

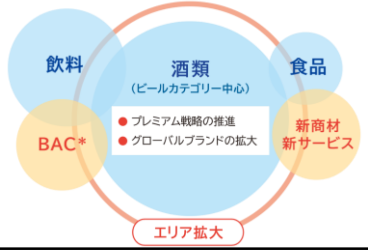
事業のあゆみ

- **2016**: 旧SAB Miller 西欧事業買収

- **2017**: 旧SAB Miller 中東欧事業買収

- **2019**: 英国Fuller, Smith & Turner P.L.C.のプレミアムビール・サイダー事業取得
- **2020**: AB InBev社の豪州事業(CUB事業)取得

ビールを中心とした既存事業の成長と新規領域の拡大



欧州事業買収、拡充 → CUB買収 → さらなる事業成長・発展へ

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

『中長期経営方針』：長期戦略の概要

長期戦略のコンセプト｜

おいしさと楽しさで“変化するWell-being”に応え、持続可能な社会の実現に貢献する

- **目指す事業ポートフォリオ：ビールを中心とした既存事業の成長と新規領域の拡大**
  - 既存地域でのプレミアム化とグローバルブランドによる成長、展開エリアの拡大
  - 健康志向などを捉えた周辺領域での成長、ケイパビリティを活かした新規事業の創出・育成
- **コア戦略：持続的成長を実現するためのコア戦略の推進**
  - サステナビリティと経営の統合による社会・事業のプラスインパクトの創出、社会課題解決
  - DX＝BX（※）と捉え、3つの領域（プロセス、組織、ビジネスモデル）でのイノベーションを推進
  - R&D（研究開発）機能の強化による既存商品価値の向上・新たな商材や市場の創造
- **戦略基盤強化：長期戦略を支える経営基盤の強化**
  - 目指す事業ポートフォリオの構築やコア戦略を遂行するための人的資本の高度化
  - グループガバナンスの進化による最適な組織体制構築、ベストプラクティスの共有

＊BX：ビジネス・トランスフォーメーション

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

サステナビリティと経営の統合

Asahi

アサヒグループのサステナビリティ・ストーリーとして「未来への約束」を設定
実現に向け、4つのアクションを軸にサステナビリティと経営の統合サイクルを回し続ける

Cheer the Future かけがえのない未来を元気にする

● 未来に引き継いでいく私たちの価値

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

● 未来に向け変革していくこと

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

● 変革のために取り組むこと

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

● 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。

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

重点方針/マテリアリティ/重点テーマ・取組みテーマ

Asahi

重点方針：バリューチェーン全体で人々のサステナブルな生活を実現する

バリューチェーン全体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す

ステークホルダーとの共創

環境
- 気候変動への対応
- プラスチック問題への対応
- 持続可能な原料調達
- 持続可能な水資源の確保

人
- 人権の尊重
- ダイバーシティ、エクイティ＆インクルージョンの推進

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

健康
- 健康価値の創造

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

ステークホルダーとのエンゲージメント

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

重点テーマにおけるグローバル目標

Asahi

気候変動への対応

環境

Asahi Carbon Zero

- 2050年までに、CO2排出量をScope1,2,3においてゼロとし、カーボンニュートラルを実現する。
- 2030年までに、CO2排出量をScope1,2において70%削減し、Scope3において30%削減する。(いずれも2019年比)

投資領域：太陽光発電設備、省エネ効率化、燃料関連の新技術開発・導入

※2030年までの投資規模：500億円以上

プラスチック問題への対応

環境

3R+Innovation

- 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。
- 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。

投資領域：リサイクルPETの拡大展開、新容器関連の技術開発・導入

人と人のつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現

コミュニティ

RE:CONNECTION

- 「食」「地域環境」「災害支援」領域の社会課題の解決に、事業を通じて取り組む。
- 従業員がコミュニティ支援活動に参加する機会を創出する。

投資領域：地域農業支援・コミュニティ支援活動

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

責任ある飲酒

Responsible Drinking Ambassador

- 2025年までに、主要な酒類商品*3に占めるノンアルコール・低アルコール飲料の販売量構成比15%以上を達成する。

投資領域：マーケティング投資、不適切飲酒削減に向けた研究開発

*1 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 リサイクル素材、バイオマス素材など
*3 ビール類、RTD、ノンアルコール飲料

ⒸASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

環境

「アサヒグループ環境ビジョン2050」

Asahi

「アサヒグループ環境ビジョン2050」

“ニュートラル＆プラス”の発想で自然の恵みを次世代につなぐ

環境負荷ゼロ「ニュートラル」		環境価値創出「プラス」	
1 気候変動への対応 「アサヒカーボンゼロ」	2 持続可能な資源利用 （農産物原料、容器包装、水）	3 微生物・発酵技術の 活用	4 プロセス イノベーション
CO2排出量「ゼロ」へ	事業リスク低減	強みを活かした新たな価値創出	画期的な技術・仕組みの創出

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

気候変動への対応　目標

Asahi

Asahi Carbon Zero

2050	Scope1,2,3においてCO2排出量をゼロとし、カーボンニュートラルを実現する
2030	Scope1,2においてCO2排出量を70%削減する(2019年比)*　SBT 1.5℃ Scope3においてCO2排出量を30%削減する(2019年比)　Well Below 2℃ *2022年1月、目標値を50%削減から70%削減に上方修正

Scope1・2における目標達成に向けて
2030年までに500億円以上を投資

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

気候変動への対応　取組み事例(Scope1･2)

再生可能エネルギー導入による環境配慮商品の拡大

日本

2021年、全33生産拠点中29拠点で購入電力を再エネに切り替え

2025年

全生産拠点の購入電力を100%再エネにする

欧州

ポーランドのビール「Lech」を風力発電のみで製造

2025年

工場において使用する電力を100%再エネにする

全体2021年実績：30%

オセアニア

コーポレートPPAにて再生可能エネルギー由来の電力を購入

2025年

豪州とニュージーランドにおいて使用する電力を100%再エネにする

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

気候変動への対応　取組み事例(Scope1･2)

Asahi

新規技術活用によるCO2削減への取組みを強化

グリーン熱

- オランダとチェコでグリーン熱の使用を開始
- カーボンニュートラルの達成に向け、電力だけでなく熱についても再生可能エネルギーから生成された熱であるグリーン熱を使用

メタネーション

- 国内食品企業初のメタネーション実証試験を開始し、アサヒグループ研究開発センターに「メタネーション装置」導入
- 工場内で回収したCO2を水素と反応させ、合成メタンを製造し、「カーボンリサイクル」に実現に向けて、将来的にはボイラーや燃料電池などの燃料としての利用を検討

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

気候変動への対応　取組み事例（Scope3）

容器包装や物流領域における環境配慮への取組みを強化

容器包装

- 容器包装はScope3の約4割を占める
- 日本における「ラベルレス商品」の販売拡大や、オセアニアにおける合弁会社によるPETボトルリサイクル工場の新設などの取組みを推進

PACT GROUP　CLEANAWAY　Asahi BEVERAGES　Coca-Cola EUROPACIFIC PARTNERS

物流

- 物流はScope3の約2割を占める
- 日本における他社と協働した燃料電池トラックの走行実証や、オセアニアにおける電気トラックによる配送などを推進

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

TCFD 気候変動への対応による事業インパクト・社会インパクト

Asahi

主要農産物原料の収量変化による2050年の調達金額への影響額

トウモロコシ	19.7億円
コーヒー	26.6億円
大麦	4億円
パーム油	0.2億円
大豆	0.04億円
カカオ	-0.6億円

対応策
農家やサプライヤーとの協働

農業支援/持続可能なコミュニティづくりへの貢献

- 豪州のAsahi Beverages社は、ビールの原料となる大麦を農家から直接調達している(毎年約7万トン、大麦調達量の約92%に相当)
- 調達している大麦は同社の厳しい品質プログラムに沿っており、高品質な原料を安定的に調達できる
- 農家は技術や機械、人材への更なる投資が可能

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

TCFD 気候変動への対応による事業インパクト・社会インパクト

炭素税導入による財務影響額

Scope1,2*1

2030年	80.2億円
2050年	122.3億円

Scope3*2

2030年	322.5億円
2050年	620.1億円

*1 直接操業のCO2排出量に対する炭素税
*2 主要容器の調達金額に転嫁される炭素税

対応策
再エネの導入など、
「アサヒカーボンゼロ」
達成に向けた取組み
の推進

「アサヒカーボンゼロ」CO2排出量の削減

Scope1,2

	2020年	2021年
排出量	858千トン	744千トン
削減率（19年比）	▲7%	▲19%

Scope3

	2020年	2021年
排出量	6,420千トン	6,330千トン
削減率（19年比）	▲4%	▲6%

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

原料調達における環境リスク調査

TCFD分析による気候変動の影響のほか、水資源、生物多様性の影響を評価

水資源

- AQUEDUCT、Water Risk Filter等を活用し、水ひっ迫度、干ばつ、洪水、規制、評判の各リスクを評価

【評価結果】

	地域	リスク	生産原料
酒類カテゴリー	欧州河川流域	洪水リスク	大麦
	北米河川流域	規制リスク	トウモロコシ
飲料カテゴリー	南米河川流域	洪水リスク	コーヒー
	オセアニア	規制リスク（洪水）	サトウキビ

生物多様性

- AQUEDUCT、Water Risk Filter等を活用
- 生態系サービスの劣化状態と農薬の負荷から生態系負荷を評価し、水ひっ迫度を勘案

【評価結果】

	留意が必要な地域	生産される原料
酒類カテゴリー	欧州の河川流域	大麦、ホップ
	北米大陸の湖周辺	トウモロコシ
飲料カテゴリー	南米河川流域	コーヒー
	北日本河川流域	脱脂・全脂粉乳

環境リスクが高いサプライヤー14社に評価結果をフィードバック

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

プラスチック問題への対応

3R+Innovation

2025年までにプラスチック容器を100%有効利用可能な素材とする

2030年までにPETボトルを100%環境配慮素材に切り替える

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

グローバルサステナビリティ委員会での議論を経て2022年に新設定

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

プラスチック問題への対応　取組み事例

容器包装において環境配慮素材の使用やプラスチック量を削減を推進

日本

「ラベルレス商品」や間伐材等を活用した「森のタンブラー」の拡大

2022年

「ラベルレスボトル」の販売数量前年比109%

欧州

「Pilsner Urquell」「Grolsch」のパッケージを紙に切り替え

2030年

プラスチック製容器包装の使用量を25%削減（2019年比）

オセアニア

PETボトルリサイクル工場の新設、「Cool Ridge」への100%リサイクルPET導入

PACT GROUP　CLEANAWAY　Asahi BEVERAGES　Coca-Cola EUROPACIFIC PARTNERS

2025年

より多くのプラスチックを回収し、リサイクルするためのパートナーシップを構築

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

TCFD プラスチック問題への対応 事業インパクト・社会インパクト

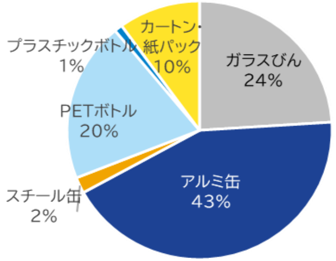
Asahi

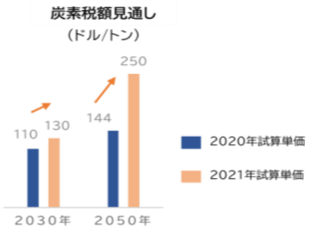
容器の調達コストに転嫁される金額

炭素税導入による事業インパクト（2021年度分析）

Scope3	
2030年	2050年
322.5億円	620.1億円

容器ごとのCO2排出量×炭素税価格見通し





対応策
容器包装資材の3R

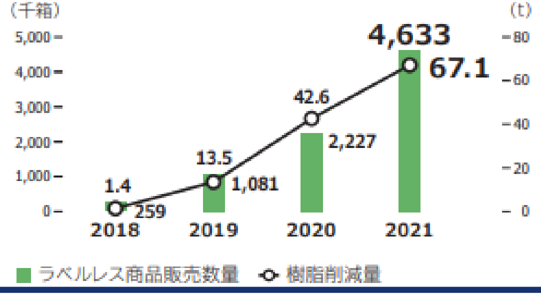
3R＋Innovationの実行

PETボトルにおける環境配慮素材の使用率

2021年実績
11%

2030年までに

ラベルレス商品販売数量／樹脂削減量



©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

人

People statement

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。

©ASAHI GROUP HOLDIN

ダイバーシティ、エクイティ＆インクルージョンの推進

Asahi

コアメッセージの設定

- D&I(ダイバーシティ＆インクルージョン)に「エクイティ」を追加し、「DE&I」として推進
- DE&Iの社内浸透に向け、コアメッセージ「Shine AS YOU ARE」を設定

経営層における女性比率目標の設定

- 経営層における女性比率目標を設定

2021年 22%

2030年 40%

グローバルな DE&I推進体制の構築

取締役会

経営戦略会議

グローバルDE&Iカウンシル

議長 / 共同議長

日本 | 欧州 | オセアニア | 東南アジア | GHQ*

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

人権の尊重　取組み事例

アフリカのコーヒー農園における人権デューデリジェンスを実施し、リスクの可能性を把握。今後負の影響を防止・軽減を進めていく

主要原材料調達品目　現代奴隷リスク理論分析結果

* エチオピア、タンザニア、エジプト、ケニア

1. コーヒー豆調達経路の確認
2. デスクリサーチによる人権影響評価
3. ステークホルダーへのインタビュー調査

ステークホルダーの人権リスク低減に向けた取組み例

輸入商社	サプライヤーに向けたアンケートの実施
輸出業者	リスク調査や苦情処理メカニズムの導入
農業協同組合	農家の労働環境向上に向けた支援

潜在的な人権リスクの可能性

- 児童労働
- 貧困による農家の人権脆弱性
- 賃金などのジェンダー格差、女性へのハラスメント
- 紛争による人権侵害（エチオピア）
- 日雇い労働者の不適切な労働条件
- 農薬・化学肥料による健康被害

ⒸASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

コミュニティ

人と人とのつながりの創出による持続可能なコミュニティの実現
取組み事例

Asahi

RE:CONNECTION

日本

- 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)を設立
- バイオマス素材を活用したエコカップ「森のタンブラー」などのサステナブルプロダクツや、地域の課題解決に貢献するサステナブルクラフトビールの製造販売などを展開

東南アジア

- 原料の生乳を生産する地元の酪農家に向けて、持続可能な原料調達を目的とした「酪農家支援プログラム」を展開
- 一定の品質基準や生産量を満たした農家には、エチカデアリーズ社から奨励金が支給される仕組み

ⒸASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

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
取組み事例

Asahi

6月5日の世界環境デーに合わせ、各地の社員が地域環境の保全に協力し、持続可能なコミュニティづくりに貢献

RE:CONNECTION for the EARTH

日本

水源地や森の保全活動、工場周辺の清掃活動など

東南アジア

マレーシア国民大学と協働での河川生態系保存についてのWEBセミナーなど

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

責任ある飲酒

WHOグローバルアルコールアクションプラン：目標/要請事項

2030年までのグローバル目標

- **有害なアルコール使用20%削減（対2010年比）**
  ※1人あたりの純アルコール消費量、大量飲酒による罹患率、アルコール起因の死亡率など
- **70%の国が影響力の高い政策と介入策を導入、制定、実施を維持**
  ※アルコール飲料の価格規制、アルコール飲料の広告・マーケティング規制、飲酒運転の撲滅など

6つのアクション領域における経済事業者への要請事項

（コンテンツ毎に下記の通り4つに整理）

マーケティング	政策、社会との関わりにおける制約	イノベーション	データ提供
• 未成年者へのアルコールの販売・広告を排除する • 共同規制、自主規制を執行する • 飲酒の促進を控える • 健康強調表示を排除するなど	• アルコール政策策定への干渉（妨害、遅延など）を控える • マーケティングやロビー活動を目的として実施するアルコールと健康に関する科学的研究を中止する	• 可能な限り、高アルコール度数商品をノンアルコールまたは低アルコール度数商品で代替する	• アルコール消費に関して、経済事業者はWHOのデーター推計値の改善に寄与するための情報を開示する

ⒸASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

アサヒグループの取組み

未成年飲酒、大量飲酒、飲酒運転、妊産婦飲酒などの不適切な飲酒の撲滅に向けて、取組み強化

- 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・提供の法的規制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展開

- 日本では、飲み方の多様性を尊重し合える社会を目指し、「スマートドリンキング」を展開
- 全缶商品のラベルに純アルコール量を開示（2023年末完了目標）
- 「お酒を飲まない/飲めない」方向けの、実験的なスマドリバー開店を計画（2022年6月末）

（アサヒビール社と電通デジタル社の合弁会社「スマドリ株式会社」を設立）

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

業界団体としての取組み

業界団体ほか、広く他業界を巻き込み、社会全体で課題解決を図るアプローチを構築し、社会インパクト創出に向けて取組みを拡大中

- IARDは、未成年飲酒などが懸念されるeコマースの世界基準を開発し、eコマース事業者や配送業者向けに展開。今後、同基準の理解浸透と導入拡大に向けた取り組みを推進

年齢認証

配送者への研修

未成年者、酩酊者への受渡し禁止など

- 未成年者への影響が大きいインフルンサーマーケティング（SNSなどでフォロワーを多く抱える一般人やブロガーなどを使った販促活動）に対する世界基準を開発し、広告代理店やインフルエンサー代理店との協業を展開

年齢認証

インフルエンサーの年齢制限

契約書の締結

投稿内容の監視

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

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

主要な酒類商品*1に占めるノンアルコール・低アルコール飲料の販売数量構成比 2025年に15%以上を目指す

日本

- 微アルコール市場の拡大
- 「お酒を飲まない/飲めない」方とのコミュニケーション強化

スマドリ
SMART DRINKING

2025年

20%

欧州

『Peroni Nastro Azzurro 0.0%』においてAston Martin Cognizant FORMULA ONE™ TEAMとグローバルパートナーシップ締結

2030年

20%*2

オセアニア

『Great Northern』ブランドをはじめとするノンアルコール・低アルコール飲料の販売拡大

2025年

30%

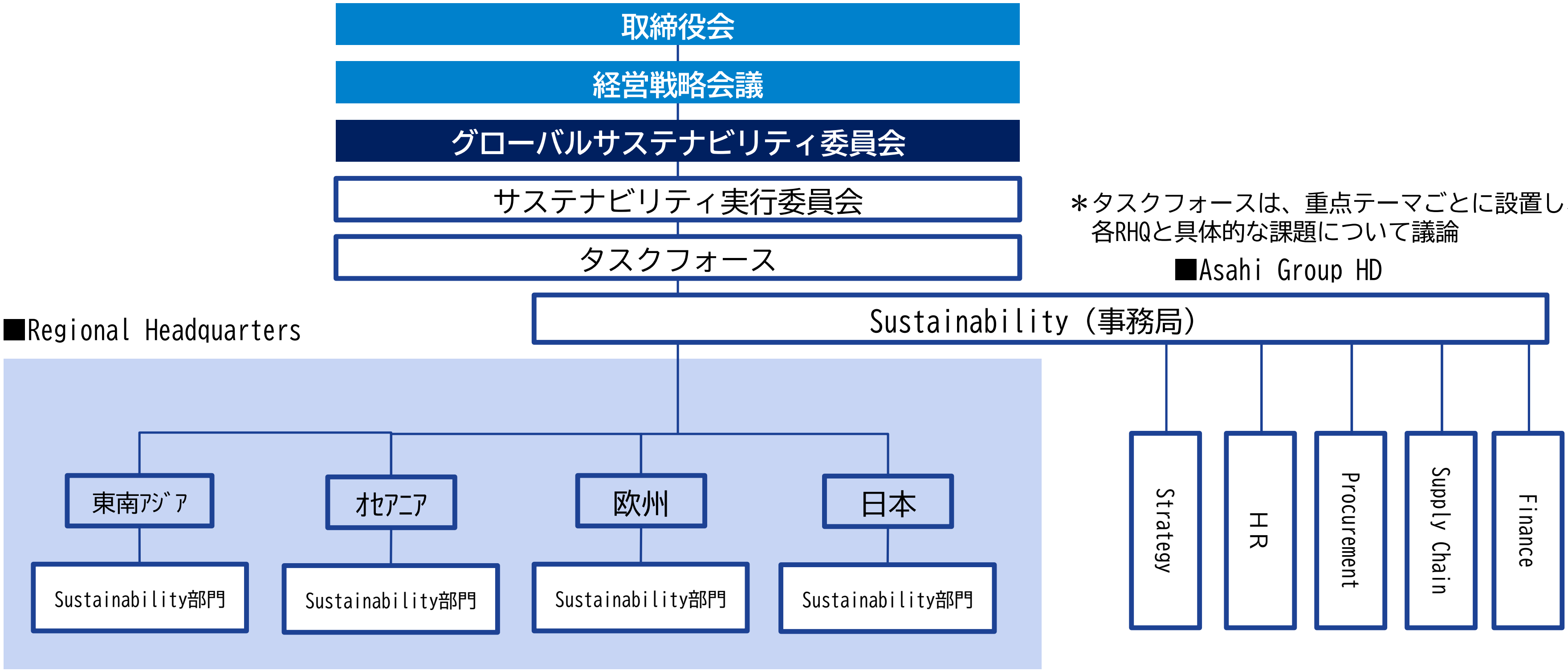
©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

*1 ビール類、RTD、ノンアルコール飲料　*2 欧州の目標値はノンアルコール飲料のみが対象

サステナビリティ・ガバナンス

サステナビリティ推進体制

グループ一体となった推進体制による実効性を強化



©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

（参考）2021年サステナビリティ推進体制の開催実績

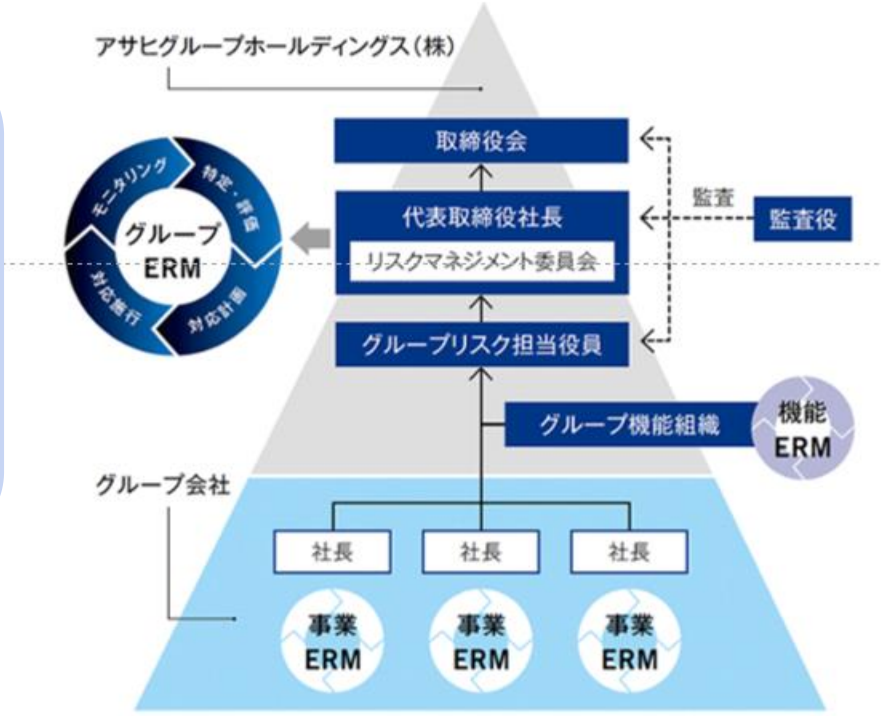
組織体		開催月	主な議題
グローバルサステナビリティ委員会		12月	• PETボトルの環境配慮素材使用のグローバル目標に関する決議 • コミュニティの取組みに関するベストプラクティス共有
サステナビリティ実行会議		3月	• グローバル推進体制に関する議論 • 2020年12月のグローバルサステナビリティ委員会で決議した「アサヒカーボンゼロ」目標達成に向けたロードマップと課題に関する議論
サステナビリティリーダー会議 ※サステナビリティ実行会議の議論を補完するために実施		5月	• 「中長期経営方針」策定の議論と並行し、サステナビリティ戦略再構築に関する議論
		9月	• PETボトルの環境配慮素材使用のグローバル目標に関する議論
		11月	• アサヒクオリティーアンドイノベーションズ（株）のR&D情報の共有
サステナビリティタスフォース	環境	2、4、6、8、10、12月	• 「アサヒカーボンゼロ」の2030年に向けた戦略 • プラスチック問題への取組みに関する議論 • 2021年計画の進捗の共有 • ベストプラクティス共有　など
	コミュニティ	5、9月	• 「地域農業支援活動」の方針、ベストプラクティスの共有　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 • 従業員への啓発教育に関する議論 • 2021年計画の進捗の共有 • ベストプラクティスの共有　など

ERMとの連動

主要サステナビリティ課題をグループ主要リスクとして位置づけ、ERM体制下でPDCAサイクルを回す

グループERM

担当役員がオーナーとなり、気候変動、プラスチック問題、人権、責任ある飲酒のサステナビリティ課題をグループ主要リスクとして位置づけ、ERMを推進



機能ERM

気候変動、原材料調達、責任ある飲酒、人材、プラスチック使用等のサステナビリティ課題を主要リスクとしてERMを推進

©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

取締役の変動報酬

Asahi

サステナビリティ指標(CO2・プラスチック・コミュニティ・責任ある飲酒・DE&I等)の進捗及び達成状況を総合的に評価

	年次賞与	中期賞与	株式報酬
期間	単年度	3年	3年
支給方法	現金	現金	株式
支給時期	毎年3月	当該期間終了後翌年 3 月	退任時
業績指標（ウエイト）	連結事業利益(50%) 親会社の所有者に帰属当期利益(50%)	財務的価値指標(60%) 社会的価値指標(40%)	（なし）

※ 客観性を担保するために従来の評価指標である外部インデックス（CDP、FTSE、MSCI）も採用

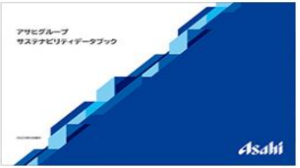
©ASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

サステナビリティ情報開示の強化

ISSBによるサステナビリティ開示基準やTNFDなどの新たな開示フレームワークの動きを踏まえて、取組みのレベルアップと情報開示を強化

2021年－2022年

- サステナビリティWebサイト刷新
- サステナビリティデータブック新発行



- 環境報告書新発行

- TCFDレポート新発行

- 統合報告書

次年度に向けて

ISSBによるサステナビリティ開示基準設定	TNFD β版
TCFD改定ガイダンス	EU 人権DD・環境DDにおける開示要請

事業との関係性を踏まえた取組みのレベルアップと包括的な情報開示の強化

ⒸASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.

本資料のいかなる情報も、弊社株式の購入や売却などを勧誘するものではありません。また、本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点での弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではなく、今後予告なしに変更されることがあります。万が一この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、弊社および情報提供者は一切責任を負いませんのでご承知おきください。

ⒸASAHI GROUP HOLDINGS. All rights reserved.