

Asahi

アナリスト・投資家向け サステナビリティ説明会

2023年6月30日



中長期経営方針におけるサステナビリティ戦略の位置づけ

〈 AGPミッション 〉

期待を超えるおいしさ、楽しい生活文化の創造

Our Vision

アサヒグループのありたい姿・目指す姿

高付加価値ブランドを核として成長する
“グローバルな価値創造企業”を目指す

〈 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

Trends

2050年を見据えたメガトレンドから
バックキャストした2030年までの課題

- ・ 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

〈 中長期経営方針 〉

目指すべき事業ポートフォリオ

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

サステナビリティ R&D DX

戦略基盤強化

人的資本の高度化 グループガバナンスの進化

Cheer the Future

おいしさと楽しさで、未来を元気に

サステナビリティ・ストーリー



未来に引き継いでいく私たちの価値

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

未来に向け変革していくこと

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

変革のために取り組むこと

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

サステナビリティ戦略全体像



サステナビリティの取り組みがもたらすインパクトの定量的把握を目指す

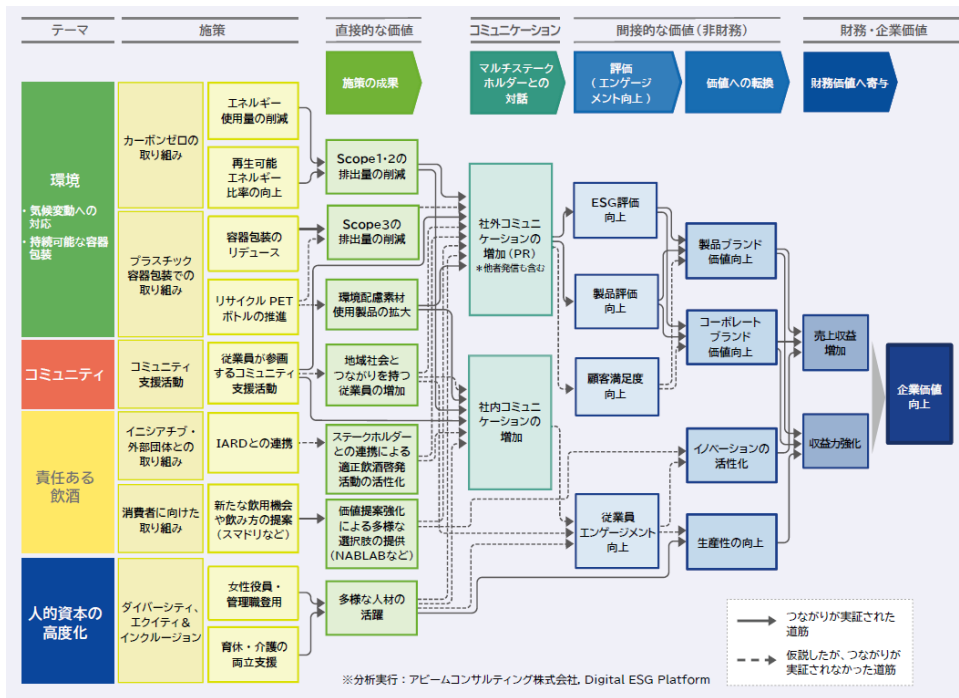
目的

- 施策の優先順位の決定や投資判断、進捗管理に定量化されたインパクトを組み込む
- それによって事業の持続的な成長と社会へのプラスのインパクトの創出を実現する

分析手法

- 価値関連性分析
- 俯瞰型分析
- インパクト加重会計

価値関連図(一部抜粋)



マテリアリティ



環境



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 プラネットポジティブ

気候変動

Beyond カーボンニュートラル

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

容器包装

容器包装廃棄物の ない社会

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

農産物原料

命を育む持続可能な 農産物原料

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

水資源

人と自然のための 健全な水環境

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

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°C
Scope3においてCO2排出量を30%削減する(2019年比) SBT 2°C認定(Well Below 2°C水準を確認)



2025

Scope1,2においてCO2排出量を40%削減する(2019年比)
全製造拠点における購入電力すべてを再生可能エネルギーにする*(2022年実績:61%)

2023年4月、日本の全ての製造拠点において、購入する電力における再エネ化100%達成

シナリオ分析の進化/深化

2022年

2019年

2020年

2021年

ビール事業
の分析を
開始

全酒類・飲
料事業へ対
象を拡大

財務影響評価
を開始

全3事業(酒
類・飲料・
食品)の分
析実施

対象範囲の拡大

- ◆ 1.5°Cシナリオでのリスク影響度分析高度化
- ◆ 気候変動と密接に関連する生物多様性・資源循環を加えたリスク・機会の棚卸およびバリューチェーンとの関係整理

物理的
リスク

- 原料としての水への影響
- 生産拠点における固定資産・在庫毀損

移行
リスク

- 炭素税導入

機会

- 製品/サービス 消費者の嗜好の変化
- 環境課題に対応する商品の市場拡大に伴う売上強化

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**

炭素税導入による 財務影響金額

Scope1,2*(4°Cシナリオ)

2030年	2050年
90億円	153億円

* 直接操業のCO2排出量に対する炭素税

「アサヒカーボンゼロ」
達成に向けた取り組み
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	2022年
排出量	858千トン	744千トン	686千トン
削減率 (19年比)	▲7%	▲19%	▲30%

オセアニア 太陽光パネル

- ヤタラ醸造所の屋上に7,000枚の太陽光パネルを設置
- 2025年までにScope1,2におけるCO2排出量を50%削減を目指す(2019年比)



アサヒビール(株)鳥栖工場

- 製造方法の刷新などによりエネルギー使用量を従来比50%削減、再エネの使用を推進
- 2026年中にCO2吸収量が排出量を上回る「カーボンネガティブ」の実現を目指す



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**

炭素税導入による 財務影響金額

Scope3*(4°Cシナリオ)

	主要容器包装	輸送/配送 (上流・下流)
2030年	376億円	156億円
2050年	728億円	311億円

* 主要な容器包装の調達、輸送・配送段階で転嫁される炭素税

「アサヒカーボンゼロ」 CO2排出量の削減

Scope3

	2020年	2021年	2022年
排出量	8,337千 トン	8,178千 トン	8,328千 トン
削減率 (19年比)	▲5%	▲7%	▲5%

「アサヒカーボンゼロ」
達成に向けた取り組み
の推進

オセアニア PETボトルリサイクル工場

- 合併会社を通じて工場の建設・運営を実施
- 建設中の新工場が完成すれば20,000トン以上の再生PETボトルや食品パッケージの生産が実現



日本 燃料電池トラック走行実証

- 他業種企業と協働し水素燃料を活用した燃料電池大型トラックの走行実証に参加



自然災害(水リスク)による 財務影響金額

リスク	影響を受ける 拠点数	財務影響額
固定資産・在庫 の毀損	5	19億円
操業停止による 機会損失	10	67億円
水道料金の 値上げ	26	年間5億円

*69拠点の2021年度固定資産額・棚卸資産額が対象

対応策
水使用量の
更なる削減
と生産拠点における
水リスク調査実施

持続可能な水資源利用実現

水使用量原単位

2020年	2021年	2022年	目標: 2030年
3.5 m ³ /kl	3.4 m ³ /kl	3.4 m ³ /kl	3.2 m ³ /kl

水リスク調査実施拠点数 (酒類・飲料の主要生産拠点が対象)

2021年	2022年
6拠点	18拠点

気候変動の緩和・適応に貢献する商品・サービスの提供を強化

日本 アサヒ飲料(株)ラベルレス商品

- 完全ラベルレス化により、お客様の利便性とプラスチック削減、CO2排出量削減を実現



オセアニア 水ブランド『Cool Ridge』

- 100%リサイクルPETボトルを導入
- Climate Activeからカーボンニュートラルの認証を取得



欧州 ポーランドビールブランド『Lech』

- 風力発電活用による製造におけるCO2排出量の削減
- 生産工程の副産物や廃棄物の99%を有効活用



欧州 ポーランドビールブランド『Zubr』

- Zubr Fundを設立し、野生動物の保護を支援
- 保護区のCO2排出量削減の取り組みに貢献し、消費者とのコミュニケーションを通じて生物多様性保全に寄与



TNFD Locate(特定):2022年実施

STEP1

事業の関与可能性がある地域を絞り込み

STEP2

完全性、重要性、水ストレスの観点から、生物多様性の概況を整理

STEP3

STEP1、2を重ね合わせることで、原材料や生産工程ごとのリスクの種類・地域を特定

原料
生産地

製造
(原料加工・
自社)

物流

消費地



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。拠点の周辺生態系が、人為・自然の作用によって損なわれていないかを評価(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(絶滅危惧種の有無、保護区面積等)。

水ストレス

水供給の質・量的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を評価(WRIが公表する流出率、水質等の総合評価等)。

TNFD Evaluate(診断):2022年実施

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
- ③ 2030年の劣化状態を予測し、②と比較し評価

自然への依存・影響の内容と評価指標(大麦・ホップのみ抜粋)

森		土/土地		水	
依存	影響	依存	影響	依存	影響
災害緩和	陸域生態侵害	肥沃土壌維持	土壌汚染	水供給の維持	水消費
土壌浸食防止				水質の維持	水質汚染
評価指標		評価指標		評価指標	
森林被覆減少率		余剰窒素量 土中有機炭素		水の流出率 排水処理率	

STEP2

- ① 事業にとって依存・影響度が大きく、自然が劣化するリスクが高い地域を、事業規模で整理
- ② 対応すべき対象の優先度を特定

対応すべき優先度が高い対象 (大麦・ホップのみ抜粋)

	森	土/土地	水	大気	廃棄物
大麦	+++	+++	+	-	-
ホップ	+++	+++	-	-	-

+が多いほど、事業の自然への依存・影響度及び劣化リスクが高い
-は規模が小さい、または評価対象外

TNFD Assess(評価)、Prepare(対策): 2022年一部実施、2023年継続

Locate、Evaluateによって特定された、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。

原料生産

チェコにおけるホップ栽培
水アプリの実証



製造(自社)

イタリアBari工場における
太陽熱集熱機の設置



物流

豪州における
電気トラックによる運送



消費地

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



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

PETボトル環境配慮素材比率
2022年:21%

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

オセアニア 『Cool Ridge』認証取得

- 水ブランド『Cool Ridge』は、オーストラリア政府と企業によって設立された機関 Climate Activeからカーボンニュートラルの認証を取得



日本「キャップ to キャップ」

- PETボトル用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、他社と共同で技術検証の取り組みを開始
- アサヒグループジャパン(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒユウアス(株)が参加



責任ある飲酒



WHOによる2030年目標「グローバルアルコールアクションプラン」を公表

酒類業界にとって特に重要な目標

有害なアルコール使用20%削減(2010年比)

指標: 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

IARD

- 成人における有害な飲酒パターンの削減に向けた取り組み
- 未成年者に対するアルコール製品のマーケティング、広告、販売の排除に向けた取り組み



協働

アサヒグループ

ノンアルコール飲料、低アルコール飲料の拡大などを中心に、一人当たりの純アルコール消費量の削減や大量飲酒の削減に向けた取り組みを強化



「サステナビリティ × DX」による、不適切飲酒撲滅に向けた挑戦

現在の取り組み

次世代リーダーとの エンゲージメント

次世代リーダー育成のサミット
「One Young World」で責任
ある飲酒をテーマに討議



未成年者飲酒予防 プログラム

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」を
実施(欧州)



DXを活用した 新たな取り組みを検討



商品・サービスを通じて新たな飲用機会を提案

- 『Asahi Super Dry』のエクステンションとして、グローバルでノンアルコール・低アルコール商品を展開



- アサヒビール(株)と(株)電通デジタルの合弁会社は東京の中心地渋谷に『SUMADORI-BAR SHIBUYA(スマドリバー シブヤ)』を展開
- お酒を飲む人も飲まない人も楽しめることをコンセプトに開発したドリンクを提供



コミュニティ



重点活動・基本活動の二階層からなる戦略を立案

RE:CONNECTION

重点活動 持続可能な農産業

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

地域活性化

環境負荷低減

人権尊重

基本活動 従業員が参画するコミュニティ支援活動

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

食

地域環境

災害支援

重点活動

欧州 「Campus Peroni」

イタリア産麦芽の品質向上に向け、生産者や研修者と協働で大麦栽培の仕組みを構築するプログラムを実施



基本活動

グローバル共通施策

全RHQの従業員が共通のテーマで同時期に活動を行うグローバル共通施策「RE:CONNECTION for the EARTH」を展開



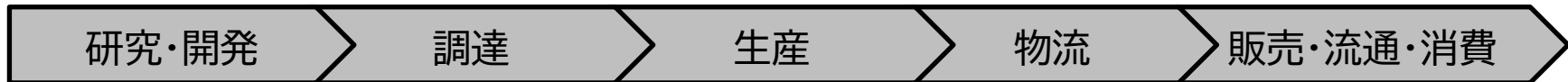
RE:CONNECTION
for the EARTH

人權



サプライチェーン、自社の従業員、グリーンバンスメカニズム構築に特に注力

バリューチェーンにおける主な人権リスク(2023年見直し実施)



	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)		<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 労働安全衛生 ■ 労働時間 	<ul style="list-style-type: none"> □ 労働時間、賃金 □ 結社の自由と団体交渉権
消費者・ 地域 社会	<ul style="list-style-type: none"> □ 健康と安全 □ (試作品の品質) □ プライバシーの権利 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 健康と安全 ■ 土地の権利 ■ 水・衛生アクセス 		<ul style="list-style-type: none"> ■ 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

ブラジルのサトウキビのサプライチェーンにおける人権リスクを特定

主要原材料調達品目 現代奴隷リスク理論分析結果



デスクリサーチ、インタビュー調査の結果分かったこと

- 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
- その中で潜在的な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

当社の今後の対応

- ステークホルダーのプログラムの実施状況把握
- 上流の生産者の特定に努め、生産者とのコミュニケーションを強化
- グリーバンスメカニズムの構築



マレーシアの工場における労働環境調査を実施

目的・概要

- マレーシアの主要製造拠点2工場で労働環境調査を実施
- 人権方針で定める人権課題のうち、「労働安全衛生」「強制労働」「児童労働」を調査
- 実際の調査もNGO*と協働して実施

調査内容

- 労務管理書類確認
- 現場巡視確認
- 従業員インタビュー
- 現地労働管理担当者への報告



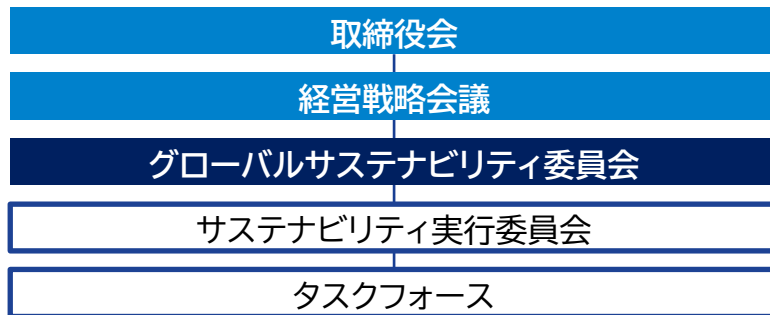
結果

- 今後、結果に基づく改善を進めていく

労働安全衛生	・高評価 →研修に通訳を配置するなど外国人労働者への配慮を確認(1工場)
住環境	・高評価 →外国人労働者への寮の提供を確認
労働条件	・指摘あり →就業規則などの多言語表記の必要性

サステナビリティ・ガバナンス

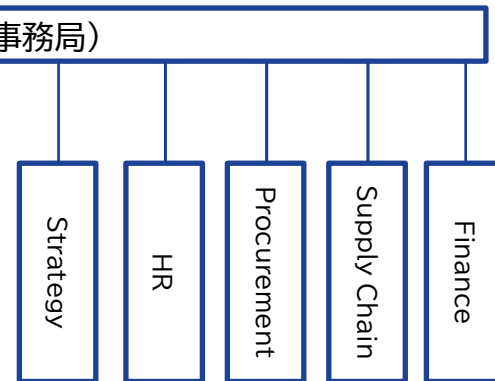
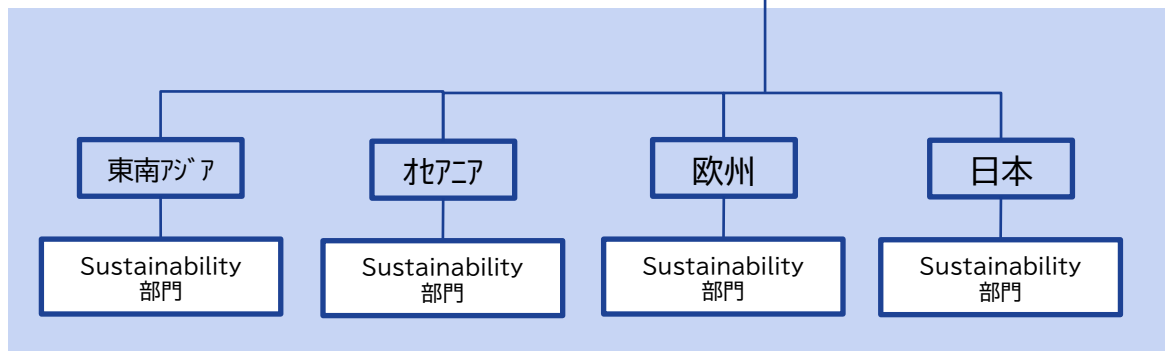
グループ一体となった推進体制による実効性を強化



*タスクフォースは、重点テーマごとに設置し、各RHQと具体的な課題について議論

■Asahi Group HD

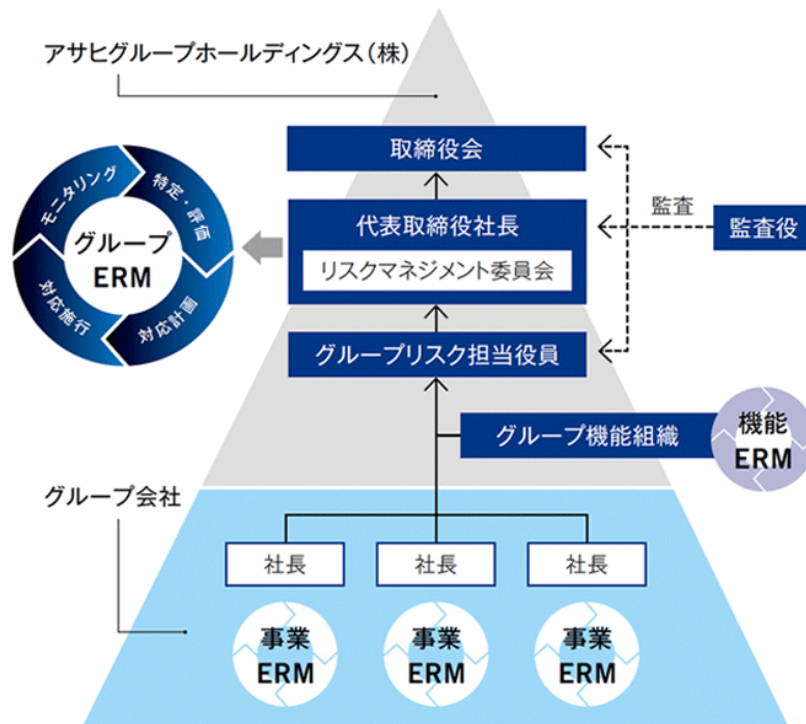
■Regional Headquarters



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、生物多様性、責任ある飲酒、人権、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

社内取締役の中期賞与に社会的価値指標40%採用

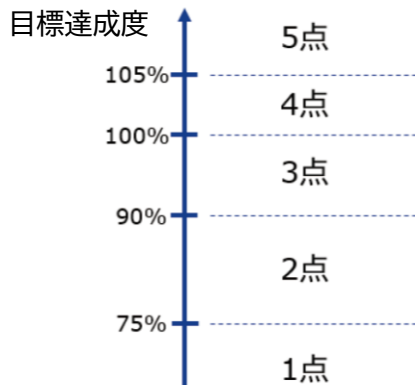
各領域のウェイトを設定

各領域の目標達成度に応じて点数化

ウェイト×点数の結果で最終評価

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%

第2回グリーンボンド発行

調達資金の用途を明確化し、サステナビリティへの投資をコミット

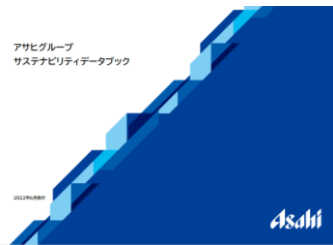
発行年限	5年
発行額	250億円
発行日	2023年3月8日
資金用途	<ul style="list-style-type: none">「アサヒビール(株)鳥栖工場」における設備投資や使用するエネルギーの再生可能エネルギー化の推進、CO₂回収への取り組みリサイクルPETの調達、バイオマスプラスチックの調達再生可能エネルギー電力の購入



世界的な非財務情報開示基準の変化を見据え、 取り組みへの落とし込みと開示の強化を推進

2021年－2022年

- 重要度の高い開示基準に個別に対応
- 開示媒体の拡充(サステナビリティデータブック、TCFDレポート、環境報告書、WEB)



2023年

- ISSB開示基準に則した開示内容の高度化
- TCFD・TNFDの統合分析
- ストーリー性を重視し、開示媒体の一本化



參考資料



環境

Asahi Carbon Zero

気候変動への対応

2050年までに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年までにScope1,2においてCO₂排出量を70%削減する(2019年比)

2025年までにScope1,2においてCO₂排出量を40%削減する(2019年比)

2030年までに Scope3においてCO₂排出量を30%削減する(2019年比)

3R+Innovation

持続可能な容器包装

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



コミュニティ

RE:CONNECTION

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

【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

【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】従業員が地域の環境課題解決に参加するための組織「環境シンクタンク」の開始、提案されたプロジェクトを実行する

【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

* グローバル目標検討中



責任ある飲酒

Responsible Drinking Ambassador

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

2025年までにビールやRTD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

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

2023年までに従業員の研修参加率100%(1回以上)を達成する



人権の尊重

人権方針を遵守し、人権リスクの低減を進め、持続可能な社会の実現を目指す

Asahi

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。