

企業価値向上モデルの持続可能性について

ネガティブ・インパクトの排除

## 環境への取組み



アサヒグループは、水や農作物など「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、環境負荷を低減するだけでなく、環境へプラスとなる価値を生み出し、事業成長とともに持続可能な社会の実現に挑戦します。

### 取組み方針

- 新たに策定した「アサヒグループ環境ビジョン2050」の取組みにより、事業リスクを低減するとともにステークホルダーからの期待に応え、事業成長を通じて社会に貢献する。
- 非財務情報としての環境情報・データに求められるルール(グローバル、正確性・透明性)に即した環境情報を開示することにより、企業価値向上につなげる。

### アサヒグループが取り組むべき環境に関わる課題

リスク	気候変動に関する規制強化 カーボンプライシング	地球温暖化による農作物への影響 人口増加による農作物の需要増加	容器包装に関する規制強化	水資源に関する規制強化 水資源の需要増加
課題	気候変動	原料	容器包装	水資源

### 主な取組み

重点施策	グループKPI	目標達成に向けた取組み
<b>気候変動への対応</b> (アサヒカーボンゼロ) 	<b>2030年目標</b> CO <sub>2</sub> 排出量30%削減(2015年比) <b>2050年目標</b> CO <sub>2</sub> 排出量ゼロ(カーボンニュートラル) <small>※ 国内より取組み開始</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 更なる省エネルギーの実施</li> <li>• 再生可能エネルギーの積極的活用</li> <li>• バリューチェーン上におけるCO<sub>2</sub>排出量削減</li> </ul>
<b>持続可能な資源利用</b> 	<b>2025年目標</b> 国内ビール工場「ウォーターニュートラル」 <b>2050年目標</b> 持続可能な資源利用100%(水・原料・容器包装) <small>※ 国内より取組み開始</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 水使用量の削減</li> <li>• 水資源涵養量の拡大</li> <li>• 持続可能な調達に向けた取組み強化</li> </ul>
<b>グローバルでの環境情報・データ収集、開示</b> 	<b>2021年目標</b> 透明性の高いグローバル環境情報・データ開示	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TCFDへの賛同表明(2019年)</li> <li>• TCFDに沿った取組み推進</li> </ul>

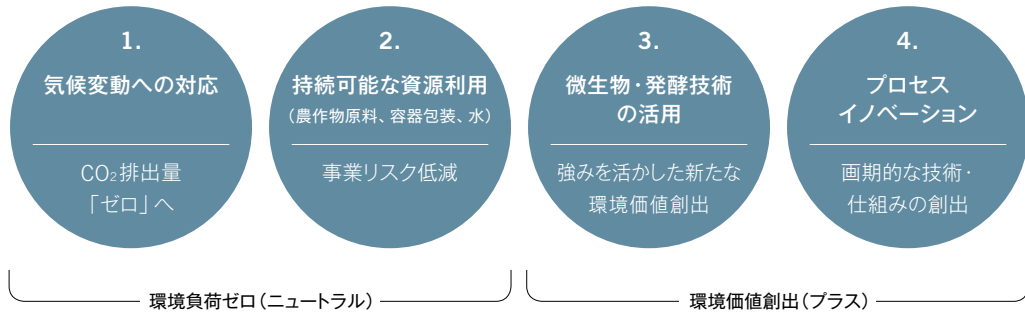
## 「アサヒグループ環境ビジョン2050」

“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

2050年までに

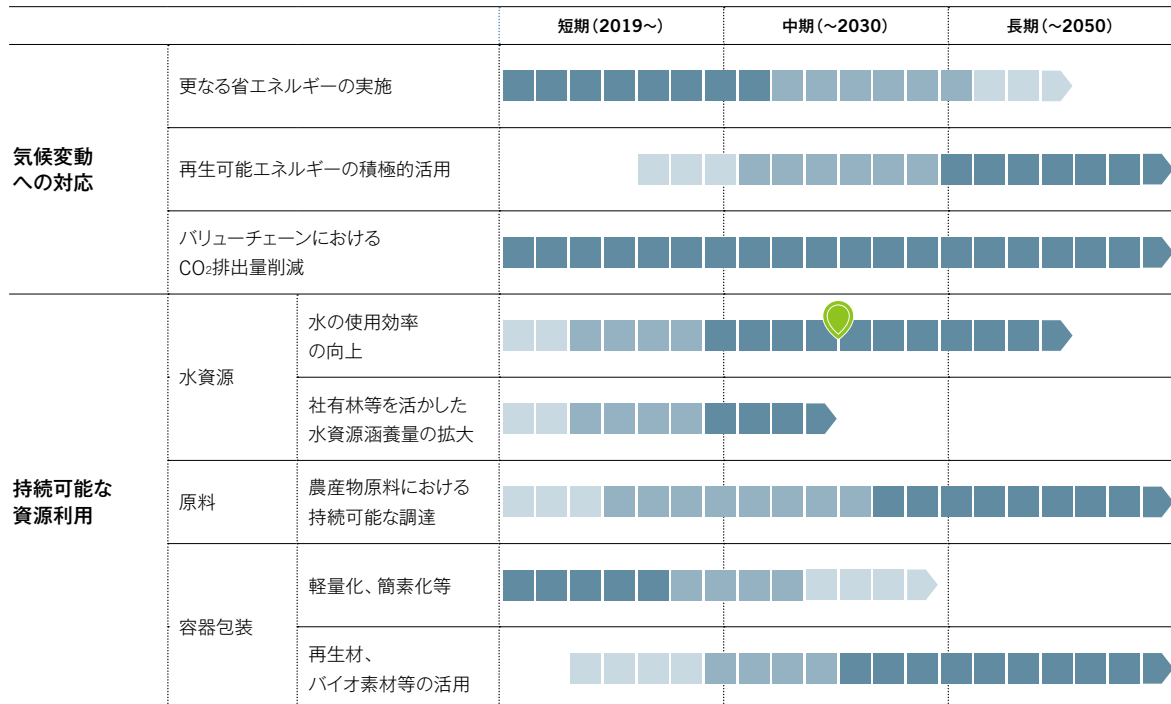
事業活動における  
環境負荷「ゼロ」を目指す

グループの独自技術を活かし、  
社会により多くの環境価値を創出する



「アサヒグループ環境ビジョン2050」については、下記URLを参照ください。  
<https://www.asahigroup-holdings.com/csr/environment/policy.html>

### 環境負荷ゼロ(ニュートラル)のロードマップ



活動に注力するウェイト



#### 2025年国内ビール工場のウォーターニュートラル実現

工場における水使用量削減をさらに進めるとともに、FSC認証を取得して持続可能な森林経営を続けている社有林「アサヒの森」の水涵養能力(森林が水を育み蓄える能力)を高めていきます。森林が育み蓄える水の量により、工場における水使用量を相殺し、2025年に国内ビール工場のウォーターニュートラルの実現を目指します。

## ○ 人権・人材マネジメントへの取組み

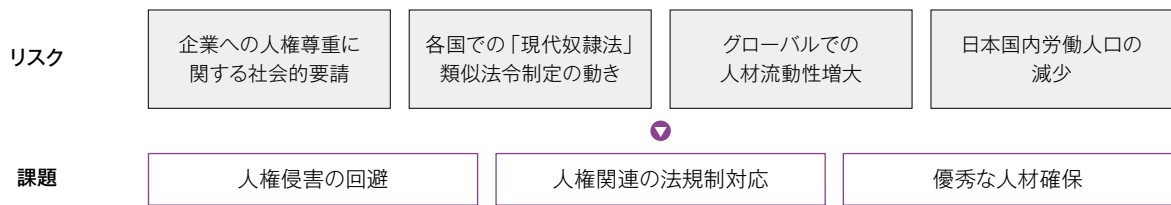


グローバルな事業地域の拡大により、人権侵害のリスクが高まっているため、適切なマネジメント体制の構築を図ります。また、グローバルでの人材育成の仕組みによって、優秀な人材の確保・育成を促し、グループの更なる成長へつなげます。

### 取組み方針

- グループ共通の人権に関する方針策定と仕組み構築、グループ社員の成長の機会提供により、グローバルな法規制、及び社会要請に対応する。
- 性別、国籍等に関係なく、多様な人材に成長の機会を提供する仕組みを構築する。

### アサヒグループが取り組むべき人権・人材に関わる課題



### 主な取組み

重点施策	グループKPI	目標達成に向けた取組み
<b>人権の尊重</b> 	<b>2019年目標</b> • 人権方針の策定  <b>2021年目標</b> • 人権デューデリジェンスの開始・運用	• 人権侵害が経営に及ぼす影響を把握 • 人権方針策定 • 人権リスクマネジメント体制の構築 • 人権デューデリジェンス刷新
<b>グローバルにおける人材育成</b> 	<b>2021年目標</b> • 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 • グローバルサクセッション会議を設置	• グローバルキャリア開発 • グローバルな育成機会の提供 • サクセッションプラン策定に向けた人事制度の整備
<b>ダイバーシティの強化</b> 	<b>2021年目標</b> • 事業会社で定めた女性役員登用・管理職比率目標の達成	• 国内外主要事業会社の経営層・管理職層の女性比率向上

## アサヒグループ人権方針

アサヒグループ人権方針は、「Asahi Group Philosophy」及び「アサヒグループ行動規範」に基づいた人権に関する最上位の方針として、アサヒグループのすべての事業活動の基盤となります。

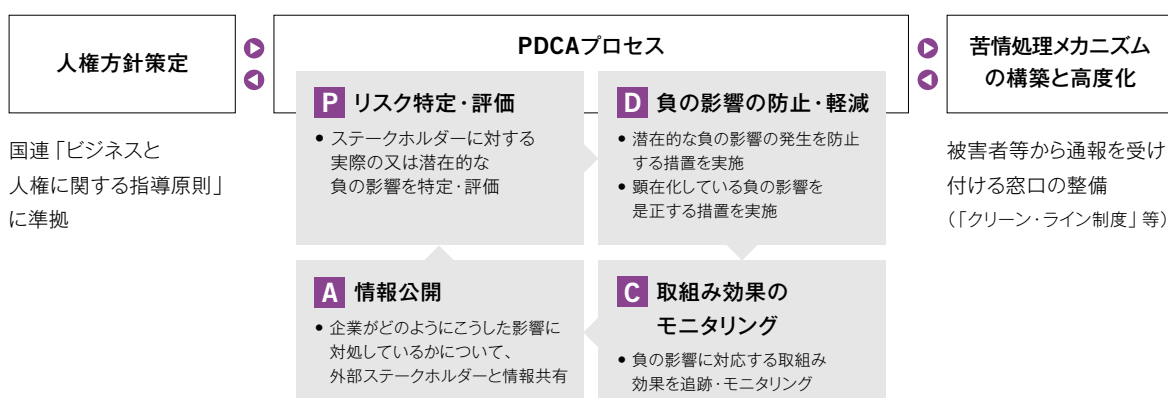
### 人権方針の構成

人権尊重に対する考え方	人権尊重へのコミットメント、方針の位置付け、対象(役員・社員・ビジネスパートナー)、取締役会の責任、影響を与える範囲の認識、国際規約遵守、法令間相違に関する方針
人権デューデリジェンスの実施	人権デューデリジェンスの実施、負の影響の予防・軽減と是正、ステークホルダーとの対話
事業活動に関わる人権課題	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
苦情処理メカニズム	社内外からの申し出窓口と対応体制
教育と研修	対象(役員・社員)、言語(事業活動を行う国・地域の言語に対応)
モニタリングと報告	進捗状況の追跡、Webサイトでの開示

(2019年5月8日制定)

### 人権デューデリジェンスの刷新

グローバルレベルの人権方針策定と刷新した人権デューデリジェンスの開始により、人権マネジメント体制の更なる高度化を図り、人権侵害リスクの低減に取り組みます。



### 2019-2021年取組みロードマップ

2019年	2020年	2021年
<p>人権方針策定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>課題抽出</li> <li>ギャップ分析</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業・商材別の人権リスク特定</li> <li>人権デューデリジェンスの管理体制の構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サプライヤー(国内外)管理体制の構築</li> <li>教育・研修の拡大・高度化</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>中長期行動計画策定</li> <li>PDCAプロセス計画策定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>被害者の救済アクセスの体制構築と高度化</li> </ul>	

企業価値向上モデルの持続可能性について

ネガティブ・インパクトの排除

## ○ 責任ある飲酒への取組み



欧州事業買収による西欧の事業領域のグローバルな拡大により、不適切な飲酒に対する事業責任を問われるリスクも高まりました。グローバルパートナーとの協働により、酒類事業としてのネガティブスクリーニングのリスクを排除します。

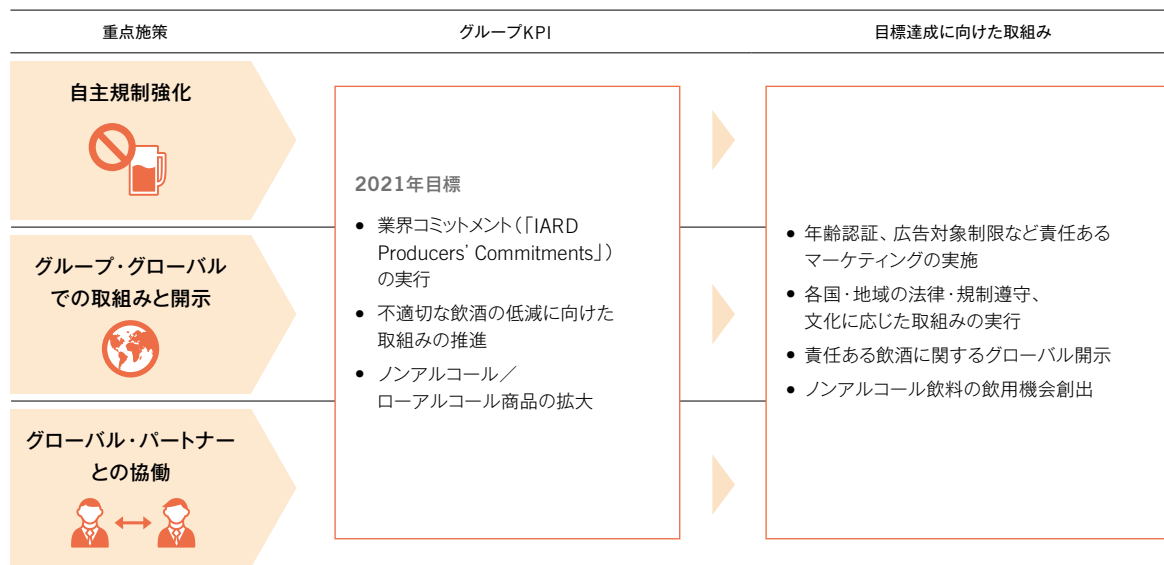
### 取組み方針

- 「不適切な飲酒」の低減に向け「ローカル」で取組みを推進し、グループとしての「グローバル」開示を強化する。  
 グローバル:「IARD\*1 Producers' Commitments」\*2の継続的な支持の表明・開示  
 ローカル:各国・地域の法律・規制遵守、文化に応じた取組みの実行
- IARD、各国・地域の業界団体等と連携して進める。

### アサヒグループが取り組むべき責任ある飲酒に関わる課題



### 主な取組み



\*1 The International Alliance for Responsible Drinking (責任ある飲酒国際連盟)の略称。不適切な飲酒の削減と、責任ある飲酒を促進するという共通の目的のもとに、世界のビール、ワイン、スピリッツの製造業者である大手企業11社によってサポートされている非営利団体。

\*2 IARD加盟企業CEOが署名した業界共通の5つのグローバルコミットメント: 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消費者情報の提供と責任ある製品イノベーション ⑤小売業者との連携

## VOICE

### 欧州における 「責任ある飲酒」への プロアクティブな取組みを さらに推進していきます

Drahomira Mandlikova

Asahi Breweries Europe  
Corporate Affairs Director



私は、Asahi Breweries Europe Group (以下、ABEG) で、広報活動や「責任ある飲酒」をはじめとしたサステナビリティに関するテーマなど、社内外のすべてのコミュニケーションを担う部署を統括しています。

ABEGでは12年ほど前から、「責任ある飲酒」の領域を含めたCSR戦略を事業戦略に組み込み、推進してきました。多くの人々が適切に私たちの商品を楽しんでくださっている一方で、不適切な飲酒による問題はなくなっておらず、私たちはそのことを深刻に受け止めているからです。

具体的な取組みを行うにあたって重要なのが、消費者の行動の変化を読むことです。今、消費者の間では、食べ物・飲み物をはじめとする生活全般において、先進的でより良いライフスタイルへの関心が高まっています。こういった健康志向の高まりにより、高品質なアルコールを適量楽しむという傾向が強まっており、これはまさにアサヒグループが掲げる「プレミアム戦略」に沿った動きだと認識しています。またここ数年、欧州ではノンアルコールビールの売上が上昇しており、ABEGでもノンアルコールビールの従来とは異なる飲用機会や新たな商品の創出を通じてさまざまな楽しみ方を提案しています。このように、「責任ある飲酒」に関する世界的なトレンドは将来にわたって大きなビジネスチャンスであり続けると捉えています。

その一方で、「責任ある飲酒」は事業上の大きなリスクでもあります。私たちは、不適切な飲酒が本人や他の人々に害を及ぼす可能性があることを認識しており、現在、実際にアルコールに対するより厳格な規制の在り方がさまざまな国・地域の自治体において議論されています。しかし、より厳しく規制すればこの問題を解決できるかという、決して

そうではありません。ABEGではより厳格な基準に基づいて責任あるマーケティングを行う一方で、不適切な飲酒の予防に向けて、NGOや専門家、小売業者といったさまざまなステークホルダーと効果的に協力していくことが重要だと考え、取り組んでいます。例えば、現地警察と協力し、路上検問の際に問題のないドライバーに対してノンアルコールビールと飲酒運転撲滅パンフレットをお渡しするプログラムを10年ほど続けています。飲むなと諭したり罰則を厳しくするのではなく、新しい体験を能動的に勧めることで、大きな成果を生み出しています。また、未成年者\*のアルコール摂取が深刻な地域では、未成年者自身に対してではなく、家族・販売店・飲食店などに対して未成年者の飲酒がなぜ良くないのかを伝える「Respect18」というプログラムを展開しています。このプログラムは自治体やNGOの支援もあって、良い成果を上げることができています。

アサヒグループは“グローバルな価値創造企業”を目指しており、「責任ある飲酒」の分野においてもグローバルな戦略を構築しています。つまり、「責任ある飲酒」に関するグローバルな方針を定めており、市場ごとに異なる課題についてはローカルな「解」を持っているということです。さらに、そういったローカルの「解」をグループ全体で共有し、協働するためのプラットフォームがあります。今後、グローバルなアルコールメーカーとしての更なる飛躍に向けて、グループ内のこういったリソースを最大限に活用し、「責任ある飲酒」へのプロアクティブな取組みをさらに推進していきます。

\* 各国・地域によって合法飲酒年齢は異なります。