

サステナビリティハイライト

ネガティブ・インパクトの排除

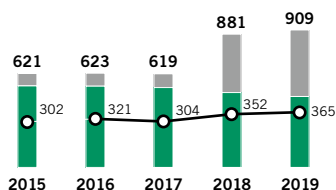
環境



気候変動への対応

CO₂排出量 **909**千トン

2019年に「アサヒグループ環境ビジョン2050」を制定し、気候変動をはじめとする環境関連の課題を設定しました。またTCFDの提言にも賛同し、気候変動による機会・リスクの分析や対応を検討しています。



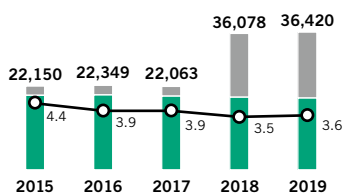
■ 国内Scope1、2(千トン) ■ 海外Scope1、2(千トン)
 ○ 原単位(kg/百万円)(売上高・売上収益)
 * 海外Scope1、2の対象は2015~2017年はオセアニア、2018年はオセアニア+欧州、2019年はオセアニア+欧州+東南アジア
 * 2016年以降は原単位の算出に国際会計基準(IFRS)に準拠した売上収益を適用。



持続可能な水資源の推進

酒類・飲料事業
水使用量原単位 **3.6** m³/kl

製造拠点における水使用量の削減や再利用の促進を行うとともに、取水・排水においては環境負荷をできる限り小さくできるよう努めています。



■ 国内水使用量(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)
 * 2017年までは国内+海外(オセアニア)が対象。
 * 2018年は国内+海外(オセアニア+欧州)が対象。
 * 2019年は国内+海外(アセアニア+欧州+東南アジア)が対象。

人権・人材マネジメント



人材育成

エンゲージメント
サーベイ参加国数・参加人数 **8**カ国 **1,036**人

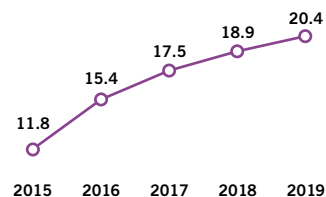
アサヒブルワリーズヨーロッパ社、アサヒホールディングスオーストラリア社でエンゲージメントサーベイを実施しました。2021年にはアサヒグループ共通のエンゲージメントサーベイを実施する予定です。



ダイバーシティの強化

女性管理職比率 **20.4%**

主要事業会社ごとに女性活躍推進の目標を掲げて、取組みを進めています。その結果、女性管理職比率も着実に向上しています。2019年には女性かつ外国籍の社外取締役が新たに就任しました。



人権の尊重

国内グループ会社
人権研修
参加人数 **372**人

2019年5月に制定した「アサヒグループ人権方針」の実現に向けて、国内グループ人事総務部門管理職を対象とした人権方針及びLGBT研修、希望者を対象としたユニバーサルマナー研修を実施しました。今後は研修の対象範囲を拡大し、社員の人権に対する理解促進を図っていきます。

本ページでは、前期までのマテリアリティに基づいて成果をご報告しています。
アサヒグループの新たなマテリアリティについてはP.52-53をご覧ください。



P.52-53

責任ある事業活動

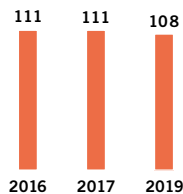


サプライチェーン・マネジメント

「アサヒグループ調達方針
説明会」参加社数

108社

グループ取引額の5割弱にあたる国内主要サプライヤーを対象に、「Asahi Group Philosophy」や調達方針類の説明会を開催しました。安全で安心な商品・サービスを提供するために、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構築に取り組んでいます。



* 2018年は「Asahi Group Philosophy」策定中のため開催せず。



食の安全・安心の確保

品質事故件数

1件

アサヒグループでは、誤表示による自主回収を1件実施しました。グループ全体の品質保証体制の強化により再発防止を徹底し、品質向上に努めていきます。

* 品質事故件数＝「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」等を理由とした新聞社告または自社Webサイトに告知した商品回収の件数。



商品・サービスを通じた社会的責任の追求

「和光堂栄養相談
活動」の参加人数

10万 3,000人

アサヒグループ食品(株)では、栄養士など専門知識を持つ社員が、離乳期のお子様を持つ保護者の方に向けた講座や相談活動を実施しています。

ポジティブ・インパクトの拡大

アサヒの強みを活かした価値創造



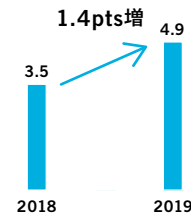
新しい飲用機会の創出を通じた 社会的課題の解決

全商品に占める

ノンアルコール商品の売上数量比率
(アサヒブリュワリーズヨーロッパ社)

4.9%

アサヒブリュワリーズヨーロッパ社では、「責任ある飲酒」の取組みの一環として、ノンアルコール商品への投資・開発に取り組んでいます。全商品に占める売上数量比率は着実に向上しています。



酵母・乳酸菌の活用による商品の提供

『カルピス』ブランド・
『カルピス』由来の
乳酸菌科学の売上数量

4,412万箱

アサヒ飲料(株)では、健康ニーズに応える商品や取組みを通じて、新たな健康価値を創造し、社会に提供することに取り組んでいます。『カルピス』ブランドは発酵をテーマとしたおいさと健康に関する啓発活動を地域と連携し、地域活性化にも貢献しました。



健康を基軸とする事業・ 循環型社会に貢献する事業の拡大

「カルスポリン」売上拡大による
家畜の生育に必要な飼料穀物削減量

62万t

アサヒカルピスウェルネス(株)では、畜産用プロバイオティクス(生菌剤)である「カルスポリン」の利用により飼料を使う効率を向上させ、家畜の生育に必要な飼料穀物の削減に貢献しました。