

サステナビリティと経営の統合に向けた ガバナンス体制の構築について

2025年7月24日

アサヒグループホールディングス



1. 会社概要
2. サステナビリティ戦略・ガバナンス

1. 会社概要



売上収益

2兆**9,000**億円
以上



生産拠点数

60カ所以上



事業展開国数

100カ国・地域以上



従業員数

28,000人以上



生産量

100億リットル以上
(酒類+飲料)



Asahi Group Philosophy

Our Mission

社会における使命・存在価値

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

Our Values

ミッションを果たし、ビジョンを実現するための価値観

挑戦と革新 最高の品質 感動の共有

Our Principles

ステークホルダーへの行動指針・約束

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

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

Corporate Statement

Make the world shine

“おいしさと楽しさ”で、世界に輝きを

中長期経営方針のコンセプト：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**

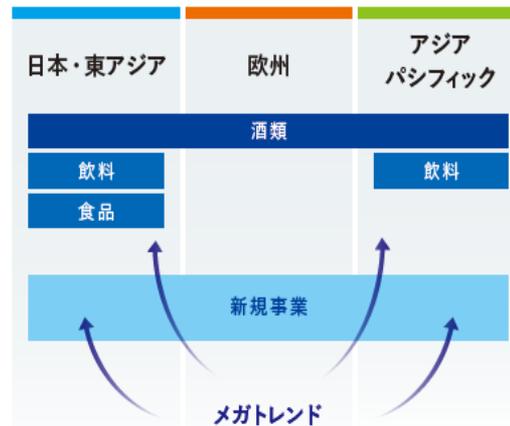
- 健康志向などを捉えた周辺領域での成長、ケイパビリティを活かした新規事業の創出・育成
- 既存地域でのプレミアム化とグローバルブランドによる成長、展開エリアの拡大

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
- * ビジネストランスフォーメーション

戦略基盤強化 **長期戦略を支える経営基盤の強化**

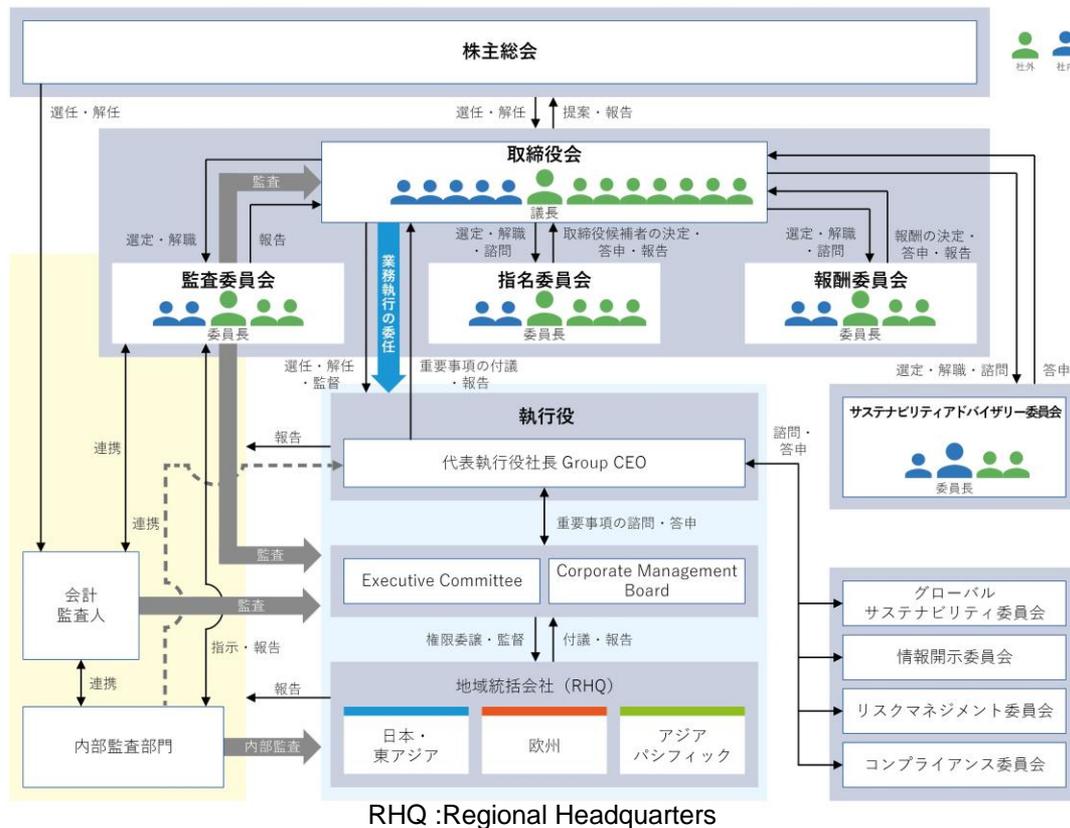
- 目指す事業ポートフォリオの構築やコア戦略を遂行するための人的資本の高度化
- グループガバナンスの進化による最適な組織体制構築、ベストプラクティスの共有



- 人類の幸福(Well-being)の変化
- 人口動態の変化と経済力のシフト
- 気候変動と資源不足
- テクノロジーの発展

コーポレートガバナンスの体制

2025年4月1日現在



Group CxO

『中長期経営方針』に基づくグループガバナンス強化と企業価値の最大化を図るため、Finance、People、Growth、Sustainability、R&Dの5つの機能においてGroup CxOを設置しています。



Region CEOのグループ経営参画

Group CxOを含む執行役とRegion CEOで構成されるExecutive Committee (ExCom)は、代表執行役社長 Group CEOの諮問答申機関として、グループ全体戦略やグループ横断施策の方向性に関わるテーマを議論し、代表執行役社長 Group CEOへ専門的な見地から助言しています。



2. サステナビリティ戦略・ガバナンス

サステナビリティと経営の統合

▶ サステナビリティを経営の根幹に位置付け、経営との統合を推進する。

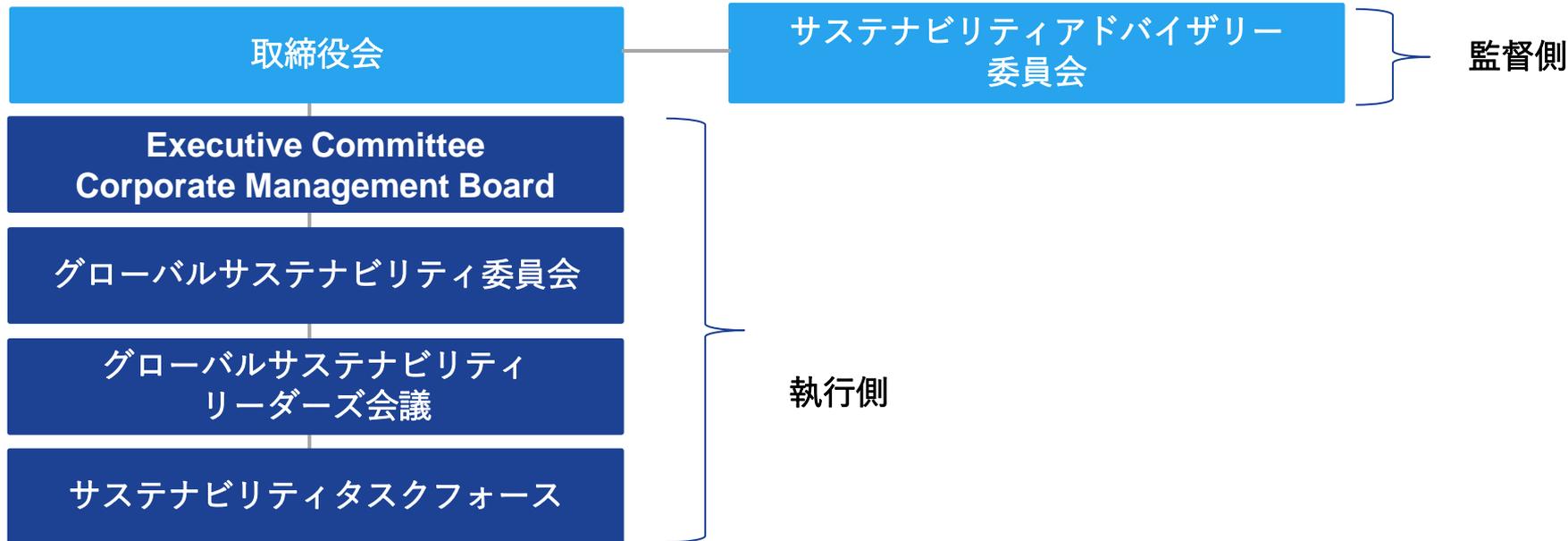
アサヒグループの「サステナビリティと経営の統合」



- ▶ 重点方針のもと、事業インパクトと社会インパクトの創出の最大化を目指し、経営課題として取り組む領域を特定し、マテリアリティや取り組みテーマを設定している。



- ▶ 監督と執行の両側に会議体を設置し、監督と執行が両輪として機能するバランスの取れたガバナンス体制により、サステナビリティガバナンスの実効性を高めていく
- ▶ 各会議体に適切なメンバーが参加、討議し、会議体の役割を正しく機能させることにより、「サステナビリティと経営の統合」を推進していく。



- ▶ 各会議体の役割を明確に定義し、議題やメンバーを設定。
- ▶ トップダウンとボトムアップの両方向から機能する、双方向型の体制構築を目指している。

グローバルサステナビリティ委員会

グローバルサステナビリティ
リーダーズ会議

サステナビリティタスクフォース
(環境・コミュニティ・責任ある飲酒)

戦略の策定：

- 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・方針、グループ目標の承認
- 実績管理
- サステナビリティ関連リスクの特定と低減

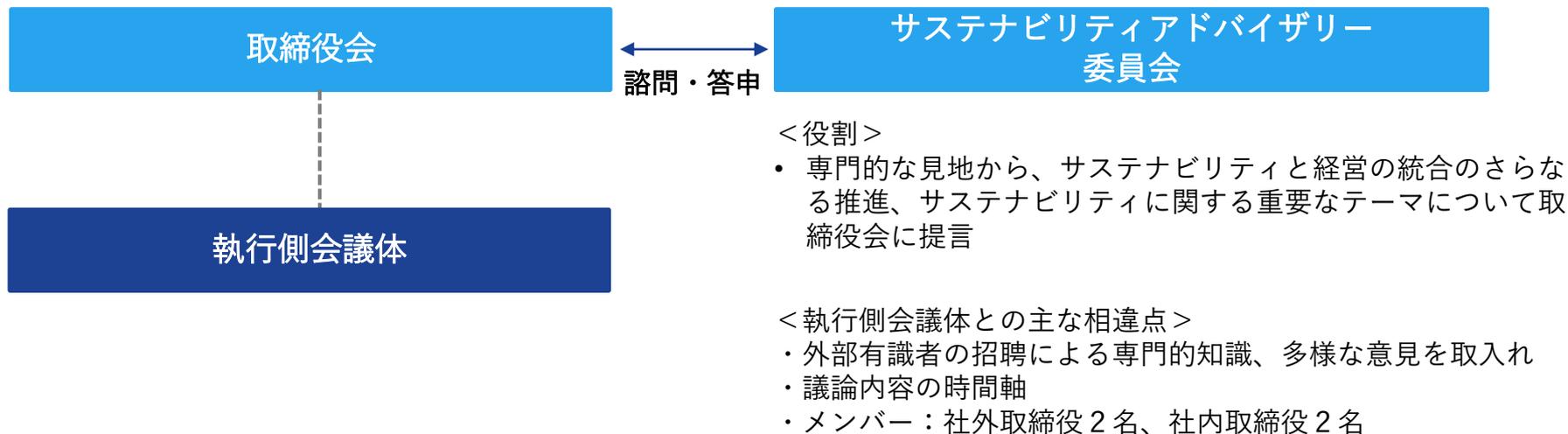
戦略の実行：

- グローバルサステナビリティ委員会で決定した戦略、方針の実行
- ベストプラクティス、イノベーション事例の共有
- 関連部門と連携した事業のあらゆる面へのサステナビリティの統合

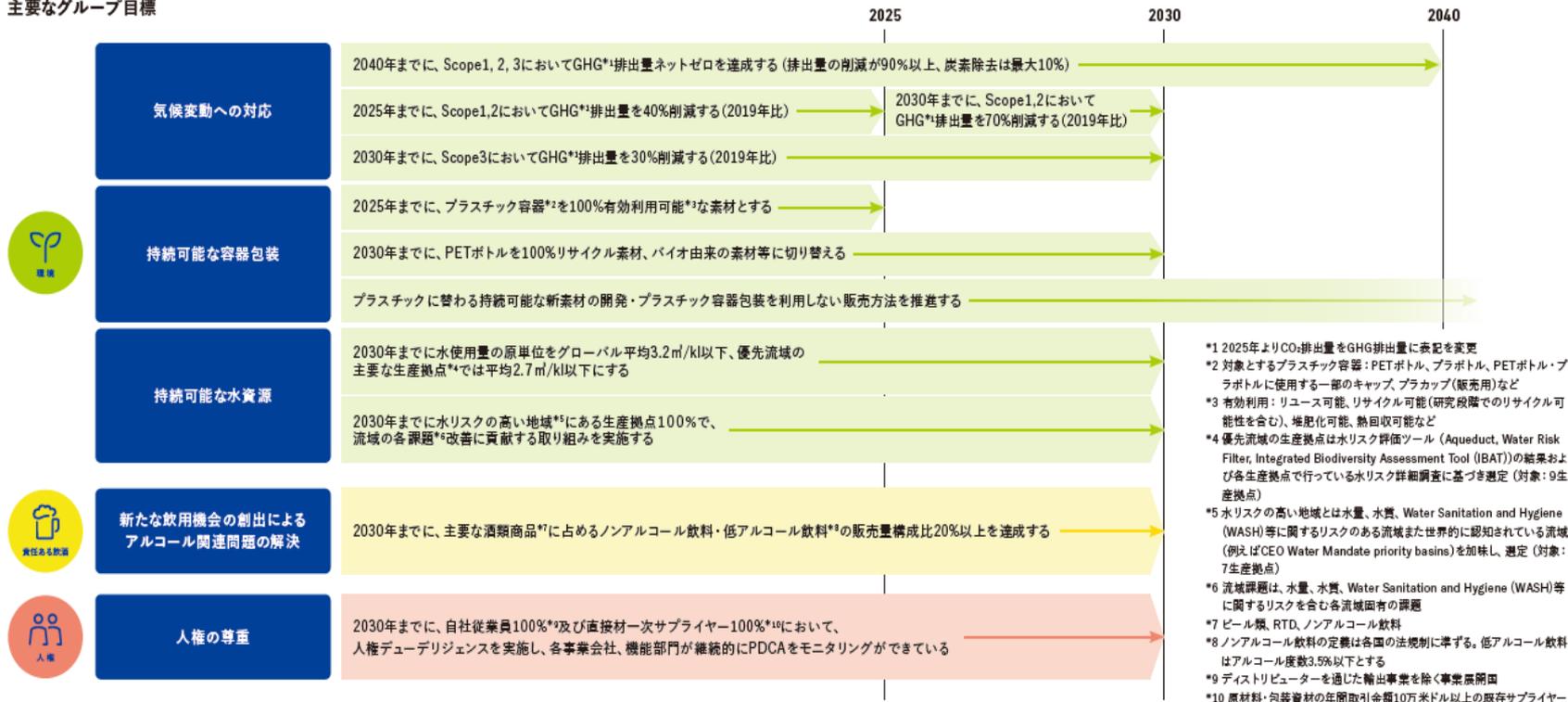
課題の取り組み：

- 特定のサステナビリティに関する課題、プロジェクトへの取り組み
- 影響力の大きい環境、社会課題への取り組み
- 多様な部門・分野の専門家が結集した取り組み

- ▶ 取締役会の諮問機関としてサステナビリティアドバイザー委員会を設置。
- ▶ メガトレンドなどを踏まえ、中長期的な視点に基づいて議論を進めている。



主要なグループ目標



気候変動への対応 (2019年比)

- 2025年までに、Scope1,2においてGHG排出量*1を40%削減する
- 2030年までに、Scope1,2においてGHG排出量*1を70%削減する

35 %削減

2030年までに、Scope3においてGHG排出量*1を30%削減する

14 %削減



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

2030年までに主要な酒類商品*3に占めるノンアルコール飲料・低アルコール飲料*4の販売量構成比20%以上を達成する

12.8 %



持続可能な容器包装

2030年までに、PETボトルを100%リサイクル素材、バイオ由来の素材などに切り替える

37 %



持続可能な水資源

2030年までに水使用量の原単位をグローバル平均3.2m³/kl以下、優先流域の主要な生産拠点*2では平均2.7m³/kl以下にする

グローバル **3.4** m³/kl 優先流域 **2.7** m³/kl



不適切飲酒の撲滅

- 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*5に、すべてのアルコール飲料ブランドの製品*6に、飲酒の年齢制限に関する表示をする

100 %



*1 グループ全体のGHG排出量に非CO₂排出量の一部が含まれているため、2025年より、「CO₂排出量」を「GHG排出量」に表記を変更
 *2 優先流域の生産拠点は水リスク評価ツール (Aqueduct, Water Risk Filter, Integrated Biodiversity Assessment Tool (IBAT)) の結果および各生産拠点で行っている水リスク詳細調査に基づき選定 (対象: 9生産拠点)
 *3 ビール類、RTD、ノンアルコール飲料
 *4 ノンアルコール飲料の定義は各国の法規制に準ずる。低アルコール飲料はアルコール度数3.5%以下とする
 *5 2024年末時点では一つのブランドにおいて表示完了が未確認であったが、2025年年初に完了
 *6 そのブランドで販売されるノンアルコール飲料を含む

* 記載の数値は全て2024年度実績
 * 記載目標はグローバル目標

任意開示

プライマリー

概要



詳細

セカンダリー



統合報告書

中長期的な企業価値向上を目的とした戦略ストーリーを体系的にまとめたコミュニケーションツールです。財務・非財務情報を統合し、アサヒグループの価値創造の全体像を開示しています。



サステナビリティレポート*

サステナビリティ課題について網羅的に開示しています。



人的資本レポート* (People & Culture Report)

価値創造を実行する原動力である人的資本について、定性・定量の両視点で開示しています。



コーポレートガバナンス・レポート*

価値創造を支えるコーポレート・ガバナンスの状況について、網羅的に開示しています。

* 6月末発行予定

法定開示

有価証券報告書

株主総会招集通知

コーポレート・ガバナンス
報告書