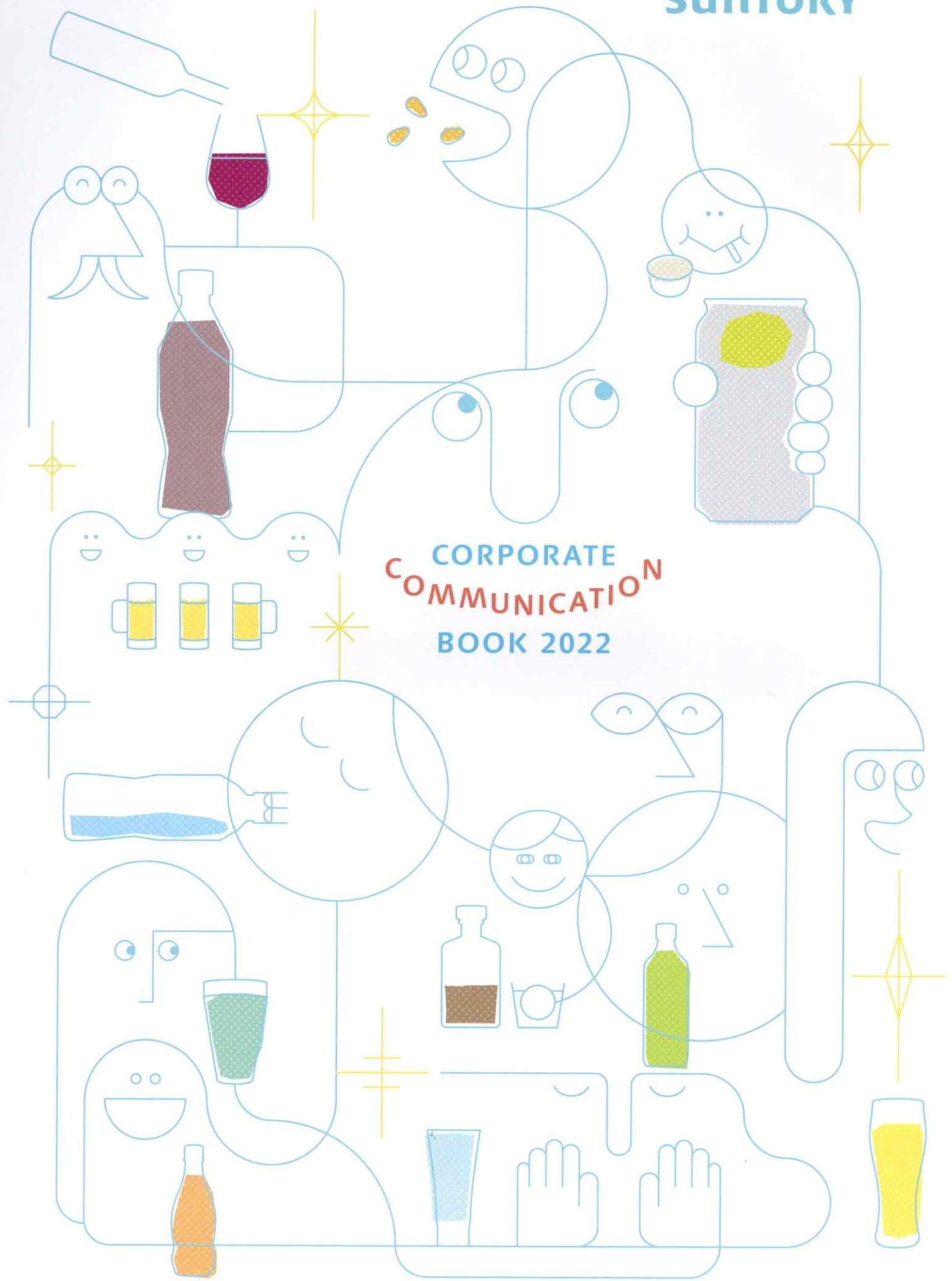


SUNTORY

CORPORATE  
COMMUNICATION  
BOOK 2022





SUNTORY GROUP STRIVES TO INSPIRE THE BRILLIANCE OF LIFE.

サントリーグループがめざすのは「人間の生命の輝き」に満ちた社会の実現です。

## ステークホルダーの皆様へ

# 「人間の<sup>いのち</sup>生命の輝き」をめざして



創業者・鳥井信治郎は1907年、それまで日本人には親しみのなかった甘味果実酒「赤玉ポートワイン」を世に送り出し、その後、周囲の誰もが反対した国産ウイスキーづくりに挑戦。数々の逆境にひるむことなく、日本人の繊細な味覚にあった日本のウイスキーを生み出しました。「やってみなはれ」精神で、常に新たな価値の創造に情熱を燃やした信治郎の胸に宿っていたのは、事業活動を通じて、人々の心豊かな暮らしに貢献したいという思いでした。今、「響」「山崎」「白州」をはじめとする日本のウイスキーは世界最高峰の評価を受け、世界中の人々に心豊かな時間を届けています。

同時に信治郎は、事業で得た利益は、事業の拡大や顧客、得意先へのサービスのためだけでなく、社会に還元するという「利益三分主義」を掲げました。企業の存在は社会との共生なくしてはあり得ないという、信治郎の強い意志によるものでした。

こうした創業の理念は、今日までサントリーグループに脈々と受け継がれ、1973年に制定された社是には、

人間の<sup>いのち</sup>生命の輝きをめざし  
若者の勇気に満ちて  
価値のフロンティアに挑戦しよう  
日日あらたな心  
グローバルな探索  
積極果敢な行動

と謳われています。

洋酒事業の創造から始まったサントリーグループの事業は、清涼飲料、ビール、健康食品をはじめとした幅広い分野に広がるとともに、海外にも地域を大きく拡大し、今日では、グローバル食品酒類総合企業として成長を続けています。また、サントリー美術館、サントリーホールなどの芸術・文化活動に加えて、バレーボールやラグビーをはじめとしたスポーツ振興により、お客様の感動や喜びの創造をめざしています。すべてのサントリーグループの企業活動は、社是の冒頭に示した「人間の生命の輝き」のためにあるのです。

「生命の輝き」は、自然環境との共生なくしては成り立ちません。お客様に水と自然の恵みをお届けする企業として、地球にとって貴重な自然を守り、次世代につないでいくという決意を込めて、「水と生きる」をサントリーグループの社会との約束と定めています。

サントリーグループはこれからも、新たな価値を創造し、「人間の生命の輝き」に貢献する企業として、さらなる革新と挑戦を続けてまいります。

サントリーホールディングス株式会社  
代表取締役会長

佐治信忠

## 03 ステークホルダーの皆様へ

サントリーホールディングス株式会社 代表取締役会長  
佐治 信忠

## 05 TOP INTERVIEW

サントリーホールディングス株式会社 代表取締役社長  
新浪 剛史

## 09 人間の<sup>いのち</sup>生命の輝きをめざして

### 11 人と人とのつながりを生み出す

- 11 人の喜びや笑顔が溢れる場を届ける
- 15 人生100年時代もずっと寄り添い生活を輝かせていく

### 18 自然と共生する社会を未来へ

- 18 「水と生きる」を体現した「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」
- 25 生活者と共にめざすペットボトルの100%サステナブル化

### 33 人々に寄り添い 心の潤いを世の中へ

- 33 お客様と演奏家が時間と空間を共有し奇跡のような喜びと感動を提供
- 35 「PASSION FOR CHALLENGE」を合言葉に、チャレンジド・スポーツの魅力を発信

### 39 多様性を原動力に新価値を社会へ

- 39 多様性を発揮しいきいきと働くサントリアン
- 42 多様性で生み出す新価値創造

## 45 サントリーグループ123年の歴史

## 51 企業概要

## 52 業績ハイライト

## 53 事業概要



本ブック内に掲載しているQRコードをスマートフォンなどで読み取ると、関連するWEBページや動画をご覧いただけます。

※本誌掲載の記事、写真、イラスト、図表等の無断転載を禁じます。  
COPYRIGHT © SUNTORY HOLDINGS LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED

発行日：2022年7月25日

発行：サントリーホールディングス株式会社 コーポレートブランド戦略部  
〒108-8503 東京都港区芝浦3-1-1 田町ステーションタワーN TEL. 03-5579-1000(代表) URL. <https://www.suntory.co.jp/>





今こそ、  
人と人の  
つながりを。

サントリーホールディングス株式会社  
代表取締役社長

新浪剛史

コロナ禍によりあらためて気づかされたのは、人と人が集い、飲み、食べ、語らうことの大切さです。私たちは“おもろい”企業集団として、感動や笑顔が溢れる人と人とのつながりを創造することで、「人間の生命の輝き」に満ちた社会の実現をめざしてまいります。

## 「人生には、飲食店がある。」に込めた、サントリーの思い

コロナ禍が続いたこの2年半の間、とりわけ大変なご苦労をされたのは飲食店の皆様ではないでしょうか。そのようななかで、サントリーは「人生には、飲食店がある。」<sup>■P12</sup>というメッセージを発信いたしました。飲食店の皆様が頑張ってくださいているからこそ、私たちも頑張れる。そのような思いが込められたメッセージです。

ようやく新型コロナウイルス感染症とのつきあい方が見えてきた今、やむを得ず足が遠のいていた飲食店へとまた行くことができるようになりました。そこであらためて感じたのは、皆で集まり、食べ、飲み、語らうことが人間にとっていかに根源的で大切なことかということです。私自身も若手社員たちとの対話を、飲食店でお酒を酌み交わしながら行いました。未来について語る彼らに私は元気をもらい、また彼らも私との対

話が力になったと話していました。人と人がつながること、そこに「人間の生命の輝き」に満ちた社会があるとの思いを新たにしました。

サントリーグループは、長引くコロナ禍にあって社会とどのように向きあうのか、自ら問い続けてきました。私たちがめざすのは、「人間の生命の輝き」に満ちた社会の実現です。このような困難な時代にこそ、めざす社会の実現に向けて事業を継続し、お客様に商品・サービスそして安全・安心をお届けし続けてまいりました。また2021年7月には、ビール酒造組合やビール5社とともに飲食店、酒販店の皆様へのワクチン接種支援を東京、大阪にて実施しました。さらには、日本のみならず世界でも、欧州、オセアニア、アジア各地で防護具や商品の提供などの医療機関・医療従事者支援を行い、感染拡大の収束に貢献しています。

## 語らうことで生まれるモチベーション

### 歩みを止めず、人々の「生命の輝き」をめざして新価値創造を

寿命が延び、人生100年時代を迎えた今、何歳になっても社会や人とつながり、いきいきとした毎日を過ごすために、健康がいかに大切なのか、以前にも増して考えるようになったと思います。積極的に歩いたり、栄養に気を配った食生活を心がけるなど、さまざまな行動変容が起きています。サントリーグループでは、誰もが「心も身体もいちばん健やかに美しく輝いた状態」であってほしいという思いから、30年以上にわたりウエルネス事業を推進してまいりました。創業者の「やってみなはれ」精神を引き継ぎ、失敗を恐れずに研究・開発を続け、お客様の声に耳を傾けながら熱意を持って取り組んでいます。「セサミンEX」などの健康食品、「エファージュ」や「VARON」といったスキンケア商品<sup>■P16</sup>は、人生100年時代を迎えた現代において、身体だけでなく心も健やかに、いきいきと過ごしていきたいという人々の願いに寄り添うことができるのではないかと思います。

また健康意識の高まりに対し、酒類では本格ビールのおいしさそのまま糖質ゼロを実現した「パーフェクトサントリービール」を発売しました。飲料においても、“体脂肪を減らすのを助ける”特定保健用食品「特茶 TOKUCHA」が今年発売10年目を迎え、さらに進化を続けています。健康意識はグローバルにおいても高まっており、このような商品には日本にとどまらず世界各地で大きな潜在性があると感じています。

さらにコロナ禍で先の見えない不安な日々が続くなか、「翠」などの国産ジンによる「第3のソーダ割り」やノンアルコール飲料の新たな楽しみ方<sup>■P13</sup>、「BOSS」シリーズの海外展開<sup>■P14</sup>など、新たな商品・サービスの提供を続けてきました。このようなサントリーの企業活動は、まさに「人間の生命の輝き」のためにあります。これからも人々の喜びと感動を生み出す、新価値創造を続けてまいります。



南アルプス、奥大山、阿蘇に続く「サントリー 天然水」第4の水源地として、2021年5月より稼働を開始した「サントリー天然水 北アルプス 信濃の森工場」。再生可能エネルギー発電設備やバイオマス燃料を用いたボイラー導入、再生可能エネルギー由来電力の調達などにより、サントリー国内初のCO<sub>2</sub>排出実質ゼロ工場を実現

## 困難な道のりでも、絶対にやり遂げる

### 創業より引き継がれる価値観と共にあるサステナビリティ

サントリーは創業以来、多様な社会や美しい地球環境との共生を実現し、未来へつないでいくことを自らの使命としてきました。企業理念に掲げる「人と自然と響きあう」サステナブルな社会をめざし、私たちサントリーグループの企業活動の源泉である「水」、世界共通の喫緊の課題である「気候変動対策」、容器・包装など事業と密接に関わる「プラスチック」を軸として取り組みを進めています。

「水」については、2003年から生物多様性に富み、高い水源涵養機能を持った森づくりをめざして「天然水の森」活動を開始し、2019年にはサントリーグループ国内工場で汲み上げる地下水量の2倍以上の水の涵養を実現しました。また水源涵養活動は世界に広がり、北米や欧州、インドなどで地域と連携した取り組みを展開しています。そしてかけがえのない豊かな自然環境を未来へ引き継いでいくため、独自にプログラム開発をした次世代環境教育「水育(みずいく)」も、日本から始まり、世界の国々の子どもたちへと展開を広げています。子どもたちに水と自然の大切さを伝え、その子どもたちが家族に

伝える。それがやがてコミュニティ全体へ広がることをめざして、取り組んでいます。

「気候変動対策」については、「環境ビジョン2050」で2050年までにバリューチェーン全体での温室効果ガス排出を実質ゼロにするという目標を掲げています。2021年5月より稼働を開始した「サントリー天然水 北アルプス 信濃の森工場」[P18](#)では、サントリー国内初のCO<sub>2</sub>排出実質ゼロ工場を実現いたしました。

「プラスチック」はその有用性により、私たちの生活を豊かにしてきました。一方で使用済みプラスチックが適切に処理されないことで引き起こされる環境汚染は、大きな社会問題となっています。「プラスチック基本方針」を2019年に策定し、循環型社会、脱炭素社会の実現をめざして、意欲的に取り組んでいます。

サントリーの企業理念を追求する道のりは大変な困難がありますが、国内のみならずグローバルなつながりを活かし、今を生きる私たちと未来を生きる人々をつなぐサステナブルな社会の実現をめざします。

## 「おもしろい」がイノベーションを生み出す人材を育む

サントリーグループの成長の源泉は「人」です。その多様性を認めあい、世界中の社員と社員がつながることによってさまざまな商品・サービスを生み出してきましたが、根底にはサントリーに根づく「やってみなはれ」精神があります。私たちは世界中のお客様に驚きや感動をお届けし続けるために、「おもしろい」企業集団でありたいと考えています。「おもしろい」というのは、人が考えないような方法で物事のソリューションを考えていく、イノベーションを生み出していくということで、まさしく「やってみなはれ」精神につながっています。

サントリーがめざすのは「人間の生命の輝き」であり、世の中に驚きや感動をお届けすることです。そのためにはお客様の期待値を超えることを考え、実行していかなければなりません。行動を起こすなかでは、失敗もあるかもしれません。しかし、何もしなければ、新しい価値の創造や新しい感動が生まれることはありません。

まずは失敗を恐れずに行動していく。「おもしろい」には、そうした思いが込められています。社員同士のコミュニケーションが少なくなるなかで、自販機で人とのつながりを活性化させる「社長のおごり自販機」[P14](#)は、まさに「おもしろい」の好例となりました。

また、「おもしろい」は「OMOROI」として世界中のサントリー社員(サントリアン)にも広がっています。「-196°C」ブランドのオーストラリア展開 [P42](#)など、「OMOROI」をかけ声として早くも新たな価値が生まれ始めています。世界中のサントリアンが交流することで、異なる価値観、文化との接点が増え、お互いの学びが深まります。そうしたダイバーシティのダイナミズムもまた、イノベーションを生み出すと考えています。

グローバルに広がるサントリアンが一丸となり、世界中の人々の「生命の輝き」をめざして、今後さらなる革新と挑戦を続けてまいります。

## 期待値を超えることを考え、実行する



サントリーグループ全社員を対象に、「やってみなはれ」を実践したチームを表彰する「有言実行やってみなはれ大賞」授賞式の様子(2022年撮影)





いのち  
**人間の生命の  
 輝きをめざして**

サントリーは「人間の生命の輝き」をめざし、人々が心豊かに日々の生活を楽しむことのできる社会の実現に向けて挑戦を続けてきました。私たちの存在理由や存在意義を常に問い続けながら、皆様の毎日を輝かしいものとするためにさまざまな取り組みを追求し続けています。



P.11

**人と人とのつながりを生み出す**

思うように人と直接会うことができない今の時代だからこそ、私たちは「人と人とのつながり」の大切さに思いを馳せ、笑顔を交わしたいと願います。そのなかでサントリーは、人々の喜びや感動が溢れる商品・サービスを創造することで、人々の暮らしを輝かせていきたいと考えています。

P.33

**人々に寄り添い 心の潤いを世の中へ**

サントリーは創業以来「利益三分主義」の精神のもと、芸術や文化、スポーツなど、さまざまな分野で社会貢献活動に力を注いできました。これからも人々の心豊かであるどりに満ちた日々の生活に貢献していきます。



P.18

**自然と共生する社会を未来へ**

サントリーの企業活動は自然資源、とりわけ水の恵みに支えられています。水と生命の未来を守り、豊かな地球環境を次の世代に引き継いでいくことは、私たちの責務です。サントリーは社会の先頭に立ち、環境問題の解決に向けて挑戦を続けていきます。

P.39

**多様性を原動力に新価値を社会へ**

「ダイバーシティ経営」を大切にするサントリーには、多様な人材が集っています。個々が持つ力を最大限発揮できる環境のもと、社員一人ひとりが「やってみなはれ」精神を胸に、新価値創造へ向け、いきいきと挑戦を続けています。



# 人と人とのつながりを生み出す



“ 集い 食べ 飲み 語りあう ”

人の喜びや笑顔が溢れる場を届ける

サントリーは創業以来、お酒や飲料の提供を通じて、「人と人とのつながり」を創造してきました。Withコロナ時代にあっても、お客様に喜びや笑顔が溢れる場をお届けし、「人と人とのコミュニケーション」を生み出す新たな価値の創造に貢献していきたいと考えています。



## 日本の飲食店様や食文化を元気づける

サントリーは“コロナ禍にみまわれた飲食店様を応援したい”という思いから、外出自粛などで飲食店に行けないときに食事代を先払いし、コロナ禍が落ち着いてから食べに行くという飲食店応援プロジェクト“さきめし”を寄付金提供・手数料負担などでサポート。さらに飲食店・酒販店様の従事者を対象に、ビール酒造組合およびビール5社による東京・大阪でのワクチン接種会場を開設しました。



また、コロナ禍で変化した消費者行動やニーズを汲み、テイクアウトやデリバリー、EC、ゴーストレストランといった新たな業態や昼飲み需要の獲得、外食チェーン商品をスーパー店頭で販売するコラボ企画など、日本の飲食店様や食文化を元気づける“攻めのプラン”を提案しました。



人生には、  
飲食店がある。  
SUNTORY

飲食店は、この二年ほど、多くの人にとって、やむを得ず遠くを歩いた場所でした。けれどそのぶん、かつて当たり前の場所が、いかに大切だったかが改めてわかったように思うのです。飲食店は、ただ食事をしたり、お酒を飲む場ではなかった。そこは私たちにあって、仲間をねぎらい、時には涙も流れる場所でした。いつもより素直になっ、つながることのできる場所でした。サントリーはこれからも、あの頃や、温かい笑顔、たくさんの方が笑っている、響きあふ風を、ともに生きていきたいと思えます。

「人生には、飲食店がある。」という、あらためて飲食店の価値や魅力を伝えるためのメッセージを新聞広告やCM、ポスターを通じて発信



コロナ禍で外食がなかなかできないときに、家庭で本格的な味わいを楽しめるよう、スーパーで外食チェーン商品を販売するコラボ企画を実施

## サントリーは飲食店の皆様と共に

私たちサントリーは、「飲食店の皆様と育ってもらった」という感謝の思いを強く抱いています。創業時の「赤玉ポートワイン」に始まり、「トリス」、「オールド」から「ザ・プレミアム・モルツ」など飲食店でそのおいしさを経験したお客様が家庭でも楽しんでいただくようになったことで、サントリーは成長してきました。

コロナ禍で飲食店から客足が遠のくなか、今度はサントリーが飲食店様を応援していくときだと考え、飲食店の価値や魅力の再発見につながる「人生には、飲食店がある。」というメッセージを発信。新聞広告やCMだけではなく、飲食店・酒販店様を対象にポスターやステッカー配布を行ったところ、「応援の気持ちがうれしい」「ぜひ貼らせてください」といったお声をいただきました。

すべてのお客様に、外食という特別なひとときを心ゆくまで楽しんでもらえるように、最高のおいしさと新たな価値をお届けし続けたい。サントリーはこれからも飲食店の皆様に寄り添いながら、日本の食文化を応援し続けます。



言葉なれたことを  
ついほろっと  
こぼしちゃうかな  
うかつな場所が、  
人生にはあつた  
ないかなあ。

人生には、  
飲食店がある。  
SUNTORY

## From サントリアン

鈴木 康二

サントリー(株)  
セールスマーケティングカンパニー  
市場開発本部 本部長



●● 消費者の変化を  
捉えて、新しい価値提案を  
続けていきたい

コロナ禍を経て、消費者のお酒の楽しみ方は変化していると思います。ゴールデンウィークに東京駅八重洲でテスト展開した「のんある酒場」も大好評でした。飲める方にはもちろん、お酒を控えたい方にも楽しめる、そんな新しい「お酒の世界」の提案もしていきたいと思えます。

日々の生活を多彩さでいろどり、充実した時間に



「ノンアルコールだって、乾杯だ。」  
皆が共に楽しめる  
新たな文化の創造をめざして

昨今お客様のライフスタイルの変化や健康志向により、ノンアルコール飲料の人気が高まっています。サントリーはお酒ならではのおいしさや楽しさをノンアルコール飲料でも実現し、「単なるお酒の代替品」としてではなく「積極的に飲むもの」に変えていこうと、お酒を飲む人も飲まない人も共に楽しめる新たな文化の創造をめざし、「ノンアルコールだって乾杯だ。」のメッセージのもと、ノンアルコール飲料のラインナップの拡充に努めています。いずれもサントリーのものづくりへの情熱と、これまで培ってきたノウハウを活かし、アルコール度数0.00%とは思えないおいしさを実現。また、2022年のゴールデンウィークには東京駅で期間限定の「のんある酒場」を開店しました。

「第3のソーダ割り」が日常的な食中酒に

コロナ禍で家で過ごす時間が増え「イエナカ(家庭内)」でお酒を楽しむ人も増えています。サントリーでは、そのようなお客様のイエナカ時間をより豊かなものにと考え、ビール、ウイスキーから缶チューハイ、ワインに至るまで、お客様の飲用シーンにあわせたさまざまな商品を提供しています。そのなかで、ハイボール、レモンサワーに続く「第3のソーダ割り」として、日常の食事とあわせて楽しむジンのソーダ割りという新たな飲み方提案をしました。それが国産ジン「翠」のソーダ割り、「翠ジンソーダ」です。

「翠」は「食事にあう爽やかなジン」をコンセプトにしており、日本の食とも相性がよく日常的な食事にもぴったり。さらにご家庭なら、自分好みの味わいの「翠ジンソーダ」をつくるという楽しさも味わえます。また、より手軽にイエナカで楽しみたいというニーズにも応えるために、「翠ジンソーダ」のおいしさを忠実に表現した「翠ジンソーダ缶」も発売。「自分でつくる楽しさ」と「缶ならではの気軽さ」を選べるようになりました。

サントリーは今後も、新たな価値を生み出す商品・サービスを通し、お客様の日常に豊かないどりや潤いをお届けしてまいります。



1 お酒を飲む人も飲まない人も一緒に乾杯できる「のんある酒場」(東京駅にて2022年ゴールデンウィーク中の期間限定で展開) 2 「のんある晩酌」(ノンアルコール) 3 「ノンアルコールで休みの日」 4 「オールフリー」 5 「のんある気分」(カシスオレンジノンアルコール) 6 「翠ジンソーダ缶」

新たなつながりを生み出す



社長  
ごちそうさまです!

“おもろい”を体現した  
「社長のおごり自販機」

2021年10月に開始した法人サービス「社長のおごり自販機」は、2022年5月より首都圏エリアから全国に拡大。2023年には1,000台(500社)をめざしています。この自販機は、2人同時に社員証をかざすと飲料が無料になるというユニークなサービスで、デジタルツールの普及により失われがちなオフィスでの社員同士のコミュニケーションを取り戻したいという思いから開発されました。導入した企業の皆様から「オンライン入社式で会わずにいた同期と自販機の前で初めて対面できました」「たまたま自販機の前で会った人と、久しぶりに近況を話さうきっかけができました」といった声が届いています。



自販機に仲間を誘うことで雑談が生まれ、そこから仕事のアイデアにつながることも。新たな仲間と知りあうきっかけづくりにも最適

From サントリー

森新  
サントリー食品インターナショナル(株)  
マーケティングマネージメント  
VMマーケティング部



●● 自販機に2人で行く  
きっかけを強制的に  
つくったら“おもろい”かも!?

デジタルツールの普及やリモートワークの浸透により、社員同士の雑談の機会が少なくなったことにふと気づきました。コミュニケーションの喪失は、数年後にボディブローのように効いてくるはず。だからこそ飲み物を飲むときくらい誰かとちょっと一息ついて、悩みのひとつも言いあえる関係を築いてほしい。そのような気持ちから、2人でないと使えない自販機がもしあればコミュニケーションのきっかけになるのではと考え、サービスの開発に至りました。

働く人の相棒「BOSS」を世界へ

今年で発売30周年を迎え、多くのお客様から“働く人の相棒”として親しまれているサントリーコーヒー「BOSS」。現在アメリカやオーストラリア、タイなどに進出しています。この海外進出の背景には、健康志向などの波を受けて世界での缶やペットボトル入りコーヒーの市場が海外においてこの15年の間に3倍\*に成長したことが挙げられます。世界No.1\*のRTDコーヒー市場である日本において“働く人の相棒”としてすっかりお馴染みの「BOSS」ですが、コンセプトは海外においても変わらず、“Worker's Buddy”として働く人に寄り添います。その本格的な味わいは、アメリカやオーストラリアで「まるで淹れたてのコーヒーのようだ」とお客様から評価され、販売も好調に推移しています。

「BOSS」の強みのひとつは、日本での30年の歴史の間に300種類以上のレシピを生み出したこと。そのため、ゼロから各国の嗜好にあわせて味をつくるのではなく、現地の働く人にとってどのような相棒なのかをしっかりと見極めた上で、数あるレシピのなかから相応しいものを選んでアレンジすることができるのです。

世界中の人に“働く人の相棒”としておいしさとおつろぎの時間をお届けするために、「BOSS」の海外展開は今後も続きます。

\*Euromonitor 数量ベース



「BOSS」のコンセプトはそのまま、「働く人の相棒」としてタイでも受け入れられている



甘いコーヒーが主流だったタイでも、淹れたてのような本格的な味わいが楽しめる「BOSS」シリーズが人気に



サントリーウエルネス

# 人生100年時代もずっと寄り添い生活を輝かせていく



## 多様化するライフスタイルに寄り添い心と身体の健康をサポート

健康食品や化粧品など、お客様のトータルウエルネスを実現する商品をお届けするサントリーウエルネスでは、身体の健康はもちろん、心も健やかでいられるようお客様にワクワクする瞬間をご提供することも重要と考えています。そこで、普段は周囲に「支えられる」機会の多いシニアの方々が、サッカークラブの“サポーター”となることで、クラブや地域を「支える」存在になっていくことをめざす、「Be supporters! (サポーターになろう!)」プロジェクトを2020年12月から開始しました。サッカーリーグの「レノファ山口FC」「カターレ富山」「ヴィッセル神戸」「川崎フロンターレ」などと、「いくつになってもワクワクしたい、すべての人へ」をコンセプトに活動を推進しています。

さらに今後の展開として、お客様の“身体の健康”を実現するために、一人ではなかなか難しい生活習慣の



more info  
Be supporters!

### From サントリーアン

沖中 直人  
サントリーウエルネス(株)  
代表取締役社長



何歳になっても新しいことに挑戦できるワクワクする世界をめざして

「Be supporters!」には、サッカークラブを応援する「サポーターになろう」という意味とともに、「いくつになっても支える人になろう」という意味も込められています。このプロジェクトは、「人間の生命の輝き」を社是に掲げているサントリーこそが手がけるべきものだと考えています。人生100年時代、何歳になってもワクワクできる、新しいことに挑戦することのできる世界をめざしていきます。

### From サントリーアン

山口 弘人  
サントリーウエルネス(株)  
デジタルトランスフォーメーション  
DX推進部課長



お客様に「長生きは楽しい!」と思ってもらえる未来を実現したい

前職のDX先進企業は数値を重視する傾向がありましたが、サントリーは「論語と算盤」ならぬ「浪漫と算盤」、しかも「浪漫」がかなり強めの会社なのに驚きました。今までサントリーが培ってきたものとDXを組みあわせれば、今までになかった新たな価値を生み出すことができるはず。お客様に、「生きていて楽しい」「長生きしたい」と思っていただけの未来を実現したいと思っています。



サントリーが創業以来、培ってきたサイエンスの力と、お客様一人ひとりと徹底的に向きあったコミュニケーションによってお客様の人生に寄り添い、生活を輝かせていきたい——。人生100年時代、サントリーウエルネスはお客様の身体の健康だけでなく、心の豊かさにも貢献していきます。

改善をお手伝いする、独自開発のオンラインプログラムをお届けし、お客様の健やかな毎日をサポートしていく予定です。また、若々しい毎日を送るためのコミュニティサイト「グッドエイジングスクール」も運営しています。



ヨガや音楽などのレッスンやイベントの実施とともに、仲間と交流できるオンライン掲示板を提供

## 真のお客様ニーズを満たすために新たにDX推進部を立ち上げ

人は年齢を重ねるごとに、健康状態や暮らし、生きがい、ライフスタイルなど多様性の幅が広がっていきます。お客様がどのような生活をされ、どのような課題を抱え、何に喜びを感じておられるのか——。それを理解しなければ、お客様の真のニーズを満たすことはできません。サントリーウエルネスは世界で一番お客様のことを理解している会社をめざし、全社員がお客様の生の声をお伺いする取り組みとともに最新のデジタル技術を活



若々しく健康でありたい人へ。1993年の発売以来進化し続ける「セサミンEX」

## いつまでも心も見た目も美しく



### グッドエイジングを科学して生まれたスキンケア

年齢とともに価値観も多様になり、それぞれの若さにも違いが出てきます。グッドエイジングを科学してきたサントリーのスキンケアで内側から美しくいきいきと輝く毎日を送っていただきたい。年齢を重ねても自分のことをもっと好きになる。その人なりの「いい顔つき」で、その人らしく「若々しく」生きる。それはきっと“心の健康”にもつながり、人生100年時代をより豊かにしてくれるはず。



右上：人生100年時代のメンズスキンケア「VARON(ヴァロン)」  
左：長年の酵母研究から生まれた「F.A.G.E.(エファージュ)」

用することにより、これまで以上にお客様一人ひとりのニーズを深掘りし、きめ細かくパーソナライズした商品・サービスの開発に取り組んでいます。2021年4月にはDX(デジタルトランスフォーメーション)推進部を立ち上げ、DX人材の外部採用や社内研修の強化により、新たなサービスを実現するための組織力を強化。200万人以上のお客様とのコミュニケーションをより深いものにすべく努めています。

お客様に何歳になっても輝いた日常を過ごしていただくこと。それこそがサントリーウエルネスの使命なのです。

## 商品・サービスの基盤にある考え方・活動

### All for the Quality

#### 品質を磨き上げるために最善を尽くす

「お客様に品質の良いものをお届けする」という創業の精神を明文化し、国内外の全グループ会社で共有しているサントリーの品質方針「All for the Quality」。ここには一人ひとりの「すべての活動は品質のためにある」という強い思いが込められています。グループ各社が遵守すべき内容を「サントリー品質マネジメント規定」「サントリー品質スタンダード」に定めて、グループ全体の品質マネジメントを推進。研究開発から販売に至るまでバリューチェーンのすべてのプロセスで品質の向上に取り組んでいます。また、全社員が品質の担い手であるということを常に意識できるよう、社内研修などにおいて品質教育・啓発のプログラムを継続的に実施しています。



more info  
ものづくり・品質

### サントリー品質方針 All for the Quality

わたしたちは安全で心に響く商品・サービスをお届けし お客様の夢と信頼に応え続けます

1. サントリーグループの一人一人が お客様の立場に立って 誠実に商品・サービスをお届けします
2. お客様に正確で分かりやすい情報をお届けし お客様の声に真摯に耳を傾け 商品・サービスに活かします
3. 法令を遵守します
4. 商品・サービスの安全性を徹底します
5. 国際標準を活用し よりよい品質の追求を続けます

SUNTORY

### Voice of Customer

#### お客様の貴重な声を活かし新たな価値へつなげる



お客様センターに年間に寄せられるご意見は約7万件(2021年)

お客様からのお問い合わせやご意見は、商品やサービスをより良いものにするために不可欠です。お客様と直接対話をする「お客様センター」では、お客様に寄り添った対応を心がけ、よりサントリーファンになっていただくことをめざしています。丁寧な分析から導いた「真のニーズやインサイト」を関連部署に共有することで、商品やサービスへ迅速に反映。これまで、分かりやすいラベル表記や使いやすい容器の改善など多くの事例が生まれました。毎年5月を「お客様志向月間」とし、国内外の全社員がお客様のためにできることを改めて考える取り組みも実施しています。また、経営層もお客様からのお電話をリアルタイムで聴くプログラムに参加し、経営にお客様の声を活かしていくきっかけづくりとしています。社員一人ひとりがお客様志向を深め、暮らしを豊かにする商品・サービスを創り出すことにつなげています。



more info  
お客様コミュニケーション

### DRINK SMART

#### 酒類を販売する企業の責任として上手なつきあい方を啓発

昔からお酒は世界のさまざまな地域の文化や風土のなかで育まれ、日々の暮らしに喜びや潤いをもたらしてきました。その一方で、アルコールの有害な使用<sup>\*</sup>を減らすことは、社会にとって大きな課題です。サントリーでは、適正飲酒の啓発はお酒を販売する企業の責任だと考え、1986年からお酒との上手なつきあい方を伝える「お酒は、なによりも適量です。」というメッセージを発信し続けてきました。お酒に関する正しい知識を持ち楽しくお酒を味わうことで、より健康的で豊かな生活を送ること——それがサントリーのめざす“DRINK SMART”なのです。

<sup>\*</sup>飲酒により精神的または身体的健康が損なわれている状況のこと



more info  
DRINK SMART



DRINK SMARTのホームページでは、お酒に関する事実や自分にあつたお酒の飲み方などを紹介。マンガ・動画など親しみやすいコンテンツも掲載

# 自然と共生する社会を未来へ



## 「水と生きる」を体現した 「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」

「サントリー天然水」第4の水源地として新設された「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」。このサントリー最新の工場では、循環型かつ脱炭素社会の実現に貢献すべく、業界トップクラスの省資源・省エネルギーを追求しています。お客様や地域社会、自然環境との約束の言葉として、サントリーが掲げる「水と生きる」をまさに体現したフィールドです。

### 南アルプス、奥大山、阿蘇に続く第4の水源地

サントリーは、水——特に「地下水」の安全・安心とサステナビリティ(持続可能性)を守るために、2003年より「天然水の森」活動を展開しています。そして「サントリー天然水」が発売30周年を迎えた2021年、山梨県の南アルプス、鳥取県の奥大山、熊本県の阿蘇に続き、北アルプスに新たな水源地が誕生しました。全国の新水源候補から、北アルプスを望む長野県大



町市を選んだのは、昔からこの地の人々と自然が密接な関係にあり、安全・安心でおいしい水が守られ続けてきた場所だったからです。

2018年よりこの地で本格的な水文調査を開始。現在はサントリー「水科学研究所」、ならびに専門家の方々の力を借りて植生調査や地質調査などを行い、森がどのような状態なのかを徹底的に調査しています。



工場内には開放的なテラスがあり、北アルプスの山々を眺めることができる

### 天然水への感謝を込めたものづくりの現場

「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」では、2022年5月にブランド体験型施設の一般公開を開始しました。「サントリー天然水」や北アルプスの水源、また水の大切さについて楽しく学び、その魅力を五感で感じていただけるような施設となっています(工場見学ツアーは要予約)。

品質面では、官能検査や化学検査、微生物検査、外観検査など、商品の安全・安心を厳しくチェック。加えて、AIを活用したIoT※基盤の構築にも取り組んでおり、製造ラインでは地下水のろ過・殺菌、ペットボトルの成型、無菌環境でのボトルング、キャップ・ラベルの装着まで完全自動化を実現。荷物の運搬など重労働についても、人に代わって小型無人搬送ロボットを活用することで、より効率的な製造をめざしています。

工場見学では、商品として出荷されるまでの工程を追体験いただく展示とともに、実際の製造ラインを「ものづくり棟」(製造棟)のコックピットから目にすることができます。

※ Internet of Things : モノのインターネットのこと



ウォーターシアターで天然水ができるまでの約20年間を体感しながら学んだあとは、製造ラインの見学へ



製造ラインを見渡せる「ものづくり棟」のコックピット。モニターで各製造工程を選んで詳しく見ることも可能

### From サントリアン

市田 智之  
サントリーホールディングス(株)  
サステナビリティ推進部長



水源涵養活動は地域の皆様と一緒に取り組むことが何よりも大切

サントリーの「水と生きる」にける思いをしっかりと伝えて理解していただくためにも、多くの方々にぜひ工場に足を運んでいただきたいと思っています。工場見学で天然水ができるまでの約20年間を体感していただければ、なぜサントリーが事業の一環として水源涵養活動に取り組んでいるのかが、よく理解していただけると思います。

### From サントリアン

吉井 文哉  
サントリープロダクツ(株)  
エンジニアリング部



地域のご協力があつたからこそ実現できたCO<sub>2</sub>排出実質ゼロ工場

サントリー国内初となるCO<sub>2</sub>排出実質ゼロ工場の立ち上げに携わることができ、その工場で作った商品をお客様に提供できることをとても誇らしく思います。また、県内の水力発電由来のクリーンな電力を使用したり、地域の間伐材を利用したバイオマスボイラーの導入など、エネルギーの地産地消や地域との共生にもこだわっています。



工場の敷地内には、地域の人々が気軽に訪れることができる、小川が流れる芝生の広場や遊歩道、見学ツアーの拠点となる「天然水ハウス」なども設置

### サントリーでは国内初のCO<sub>2</sub>排出実質ゼロ工場が実現

「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」では、サントリーグループ国内初の「CO<sub>2</sub>排出実質ゼロ工場」を実現しています。工場の建屋屋上に設置された自社内最大規模1,000kWのソーラーパネルによる太陽光自家発電は、天候によっては最大で日中の使用電力の18%を賄う発電が可能。また、サントリーの食品工場では初めてとなるバイオマス燃料を用いたボイラーも

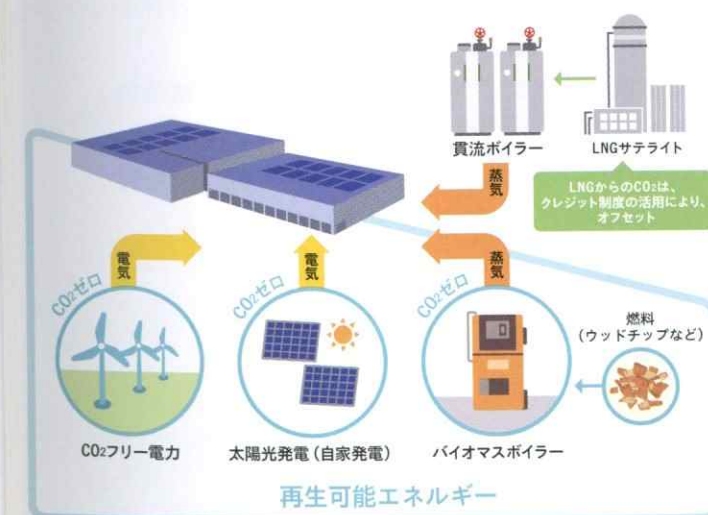
導入し、地元の森林組合の協力のもと、地域で間伐した材木によるウッドチップを燃料として活用しています。そのほかにも、地域の電力会社からの再生可能エネルギー由来電力の調達など、地産地消のエネルギー利用にもこだわっています。

また工場では、可能な限り水の使用量を少なくした製造プロセスの設計、水のカスケード利用※といった高度な循環再利用などにより、商品1kgを製造するために使用する水の量の少なさ「水使用原単位」で業界トップレベルをめざしています。

※ 製造工程で使用する水を冷却水や洗浄水など4つのグレード(清浄度)に分類し、高いグレードが要求される用途から次のグレードで賄える用途へ段階的に再利用を図る技術



### CO<sub>2</sub>排出実質ゼロ工場のエネルギー供給スキーム



上: バイオマスボイラーでは、CO<sub>2</sub>を吸収して育った木を燃料としているので大気中の炭素量は増加しない 右: 電力やバイオマスボイラーの運用をマネジメントシステムによって効率的に管理



# 日本全国に広がる 水源涵養活動

サントリーでは、工場の水源エリアに広がる全国21カ所の「天然水の森」で水資源を守り、愛鳥活動など生物多様性の保全に取り組んでいます。



左：レーザーを搭載したヘリコプター 中央：レーザー航測でそのエリアにどれくらいの高さの木がどれくらいの密度で生えているのか立体的に把握 右：山間部で流量や水質を調査

2003年、阿蘇から始まったサントリー「天然水の森」活動は、現在15都府県21カ所、総面積約12,000haにまで拡大。現在では「国内工場で汲み上げる地下水量の2倍以上の水の涵養」を実現しています。

サントリーがこの活動を始めたのは、私たちのものづくりがかけがえのない水の恵みに支えられているからです。良質な地下水がなければ、ビールもウイスキーも飲料もつくることができません。そしてその地下水を育むのは豊かな森。健全な森を守り育てる理由はそこにあります。

森が豊富な水を育むためには、「ふかふかの土」と「多様性に富んだ生態系」が必要です。荒れた森は地面に日光が届かないので下草や低木が生えず、ミミズなどの土壌生物もいないため、土が固くなっています。そこに適度な間伐をして光を入れることで、下層植生が育ち、土壌生物が集まり、たくさんの雨をスポンジのように吸収できるふかふかの土ができるのです。

サントリーは間伐や枝打ちをはじめ、崩壊地の緑化やマツ枯れ対策など、それぞれの森に適した整備作業

を実施しています。さらには、水源涵養機能の高い森には必須の条件となる生物多様性の保全にも取り組み、猛禽類を頂点とした豊かな生態系ピラミッドの維持に努めています。特に生物多様性のバロメーターとなる鳥類については、野鳥が住む環境を守る「愛鳥活動」を1973年に開始。2014年には「ワシ・タカ子育て支援プロジェクト」も始め、猛禽類が安心して子育てできる豊かな森の保全に努めています。



1973年5月に掲載された「愛鳥活動」の第1回新聞広告



more info  
サントリー「天然水の森」



左：成長しすぎたアカマツの森を整備 右：「ワシ・タカ子育て支援プロジェクト」では、ワシやタカが自由に飛び回って狩りができる環境づくりを推進

## サントリー「天然水の森」

全国 **15** 都府県 **21** カ所 約 **12,000** ha  
サントリーグループ国内工場で汲み上げる地下水量の  
**2** 倍以上の水を涵養 (2022年7月時点)



more info  
サントリーの愛鳥活動



## 水によるまちづくりなど地域連携に注力

「水」という地域の天然資源で事業を営んでいるサントリーは、新工場を立ち上げる際には常に地域との連携を重視しています。「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」のある長野県大町市は「SDGs 未来都市」にも選定されており、「水」にフォーカスしたまちづくりのための「みずのわプロジェクト」を推進しています。これは大町市とSDGsの取り組みを積極的に推進している企業を中心とし、北アルプス山麓を起点に、豊かな「水」と育んできた暮らしや風土、文化を学び、自然と人とのやさしいコミュニティを育もうというもの。サントリーもこのプロジェクトに参画し、100年先を見据えた「まち・ひと・しごとづくり」を実現しようと、地域の方と共に歩んでいます。



信濃おおまち  
みずのわ  
プロジェクト  
MIZUNOWA PROJECT  
OMACHI, NAGANO, JAPAN



工場内の広場では、地元の旬の食材が並ぶマルシェも開催予定。また、この広場にはカフェも併設されており、天然水仕込みのクラフトソーダや夏限定の天然水のかき氷などここでしか味わえない軽食を提供予定



## 小学生向けに次世代環境教育「水育」を実施

サントリーは、子どもたちが自然のすばらしさを感じ、水や、水を育む森の大切さに気づき、未来に水を引くつぐために何ができるのかを考える、サントリー次世代環境教育「水育」を2004年から実施しています。コロナ禍への対応として自然体験プログラム「森と水の学校」のオンライン自然体験や、実際の教室と水

育講師をつなぐ「出張授業」オンラインライブも好評をいただいています。

地下水の啓発など“水”に関する取り組みを積極的に推進している大町市、大町市教育委員会と連携して、2020年から大町市の小学校で水育「出張授業」を開始し、水育「森と水の学校」の開校もめざしています。



more info  
サントリー次世代環境教育「水育」

左：「水育」講師との双方向コミュニケーションと映像を組み合わせた「出張授業」オンラインライブ 右：「サントリー天然水」のふるさとを肌で感じながら、自然を体感する「森と水の学校」。自宅から参加できるオンラインプログラムも開始し、2021年の夏休みに全国から約2千人が参加

# 世界に広がる「水と生きる」取り組み

サントリーでは、グループ全体で共有する考え方「水理念」のもと、この考え方に基づいた「水と生きる」ためのさまざまな取り組みを世界中で展開しています。

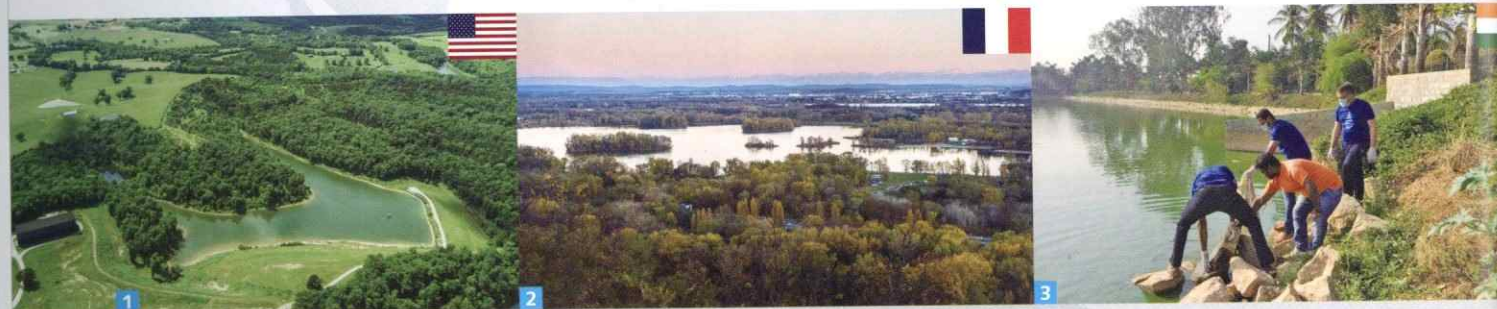
## アメリカからヨーロッパ、アジアで展開する水源涵養

アメリカでは、2016年に始まったメーカーズマーク「ナチュラル・ウォーター・サンクチュアリ」プロジェクトにて、蒸溜所の土地にアメリカホワイトオークの植樹を実施し、水源涵養の活動に取り組んできました。また、2018年からジムビーム蒸溜所の水源である「バーンハイム・アーボリータム & リサーチ フォレスト」の土地で環境保全活動を進めています。

フランスでは、2017年にメジャー工場の近隣に位置

する自然公園「グラン・パーク・ミリベル・ジョナージュ」と20年にわたる水資源保全活動のパートナーシップを締結。同公園内に広がる森林の保全活動や子ども向け教育プログラムのサポートをはじめ、工場近隣エリアの水と自然環境を守り、育む活動を地域と共に推進しています。

また、インドでは雨水が浸透する貯水池などを活用し、水の保全活動が進められています。



- 1 アメリカホワイトオークの植樹などの水源涵養活動が進められているメーカーズマーク「ナチュラル・ウォーター・サンクチュアリ」
- 2 フランスの自然公園「グラン・パーク・ミリベル・ジョナージュ」と、20年にわたる水資源保全活動のパートナーシップを締結し、森林の保全活動を推進
- 3 インドでは雨水が浸透する貯水池などを活用し、水の保全活動が進められている

## スコットランドでの泥炭地および水源保全活動「Peatland Water Sanctuary」を開始

湿原はスコッチウイスキーづくりに良い水を育むとともに、そこに堆積する泥炭「PEAT」は、ウイスキーの原料である麦芽を乾燥させ香りづけをする大切な原料となります。サントリーでは持続可能なウイスキー生産のために、2021年より泥炭地保全、水源保全を開始。2040年までに、グループで使用する泥炭の2倍の量を生み出すことができる面積の泥炭地の保全をめざしています。



### From サントリーアン

アリスター・ロングウェル

ビームサントリーUK  
スコッチ蒸溜所及び環境部門統括マネージャー  
Peatland Water Sanctuary  
プロジェクトリーダー



### サントリー「水理念」に大きく貢献する先進的なプロジェクトです

スコットランドで泥炭地の復元を進めるこのプロジェクトで用いられる技術は英国ならではのものですが、活動の背景にある哲学はサントリー「天然水の森」から強く影響を受けています。スコッチ業界では、水の持続可能性に関する優れた取り組みが多くありますが、なかでもこのプロジェクトは業界としても実に先進的なものだと思っています。

## 地域課題に向きあった「水育」を展開

2004年に日本で開始した「水育」。水と自然の大切さを子どもたちと共有し、共に考える次世代環境教育プログラムです。この活動は舞台を海外へと広げ、ベトナムやタイ、インドネシア、フランス、中国で各国の水事情にあわせたプログラムを実施し、参加した児童や教員、地域行政からも高い評価を受けています。2022年5月には新たにスペインでも開始しました。またベトナムでは、当プログラムに加え、子どもたちがきれいな水にアクセスできるよう、小学校のトイレや洗面所の改修も行っています。中国では地域の団体の協力のもと、まずは上海市内の小学生を対象に、水に関する一般知識や節水の習慣を身につけるとともに、実験や動画も交えながら自然のしくみや水の大切さを伝えています。今後も水のサステナビリティ向上をめざし、世界中で「水育」を推進していきます。



子どもたちの興味をひきつけるカラフルなテキストも活用



上: 2015年には海外で初となるベトナムでの「水育」活動をスタート 中: とりわけアジアは優先順位を高く位置づけ、2021年9月に中国へも活動拡大 下: 2022年5月、スペインでも年内約800人の参加を目標に展開開始

### Our Initiatives

## 水の取り組みの考え方・評価

サントリーにとって水は最も重要な原料であり、かつ貴重な共有資源です。だからこそ、水の品質にこだわるだけでなく、水を守り、育み、大切に使う責務があります。私たちは「水のサステナビリティの実現」に向けて、「水理念」をグループ全体で共有。水に対する敬意と感謝のもと、世界の水課題の解決に向けて貢献できるよう、グループ一丸となってサステナビリティ経営に取り組んでいます。

### サントリーグループ『水理念』

2017年1月策定

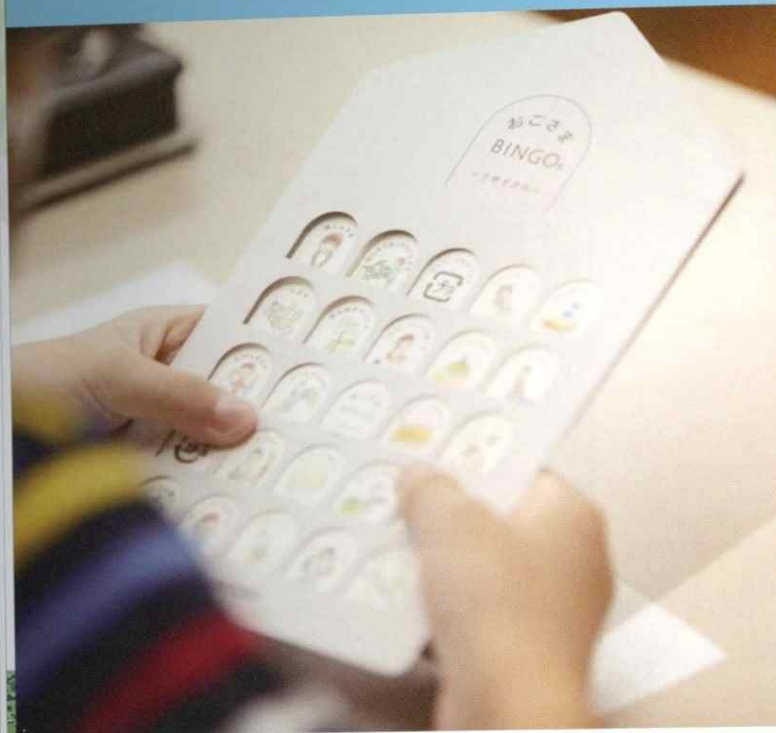
- 1. 水循環を知る**  
使用する水の循環について科学的アプローチに従って流域を調べ、理解を深めます。
- 2. 大切に使う**  
水の3R(Reduce/Reuse/Recycle)活動を通じて節水に努め、浄化した水は自然に還し、環境インパクトを軽減します。
- 3. 水源を守る**  
持続可能な未来を実現していくため、ステークホルダーと協力しながら使用する水の水源保全に努めます。
- 4. 地域社会と共に取組む**  
社会が豊かになるように、水課題の解決への貢献を通じて地域コミュニティを支援します。

### 「Alliance for Water Stewardship」と連携協定締結

水の保全やステewardシップ(管理する責任)をグローバルに推進する機関Alliance for Water Stewardship(AWS)。2018年に「サントリー天然水 奥大山ブナの森工場」が日本初のAWS認証を取得したの続き、2019年に「サントリー九州熊本工場」、2021年に「サントリー天然水 南アルプス白州工場」が取得しています。2021年2月には「AWSアジア・パシフィック」と連携協定を締結し、日本でのAWSの浸透・啓発のリーダーシップを担う企業に就任。「AWS国際規格 日本語版」(2021年8月発行)の監修も務めています。



# 生活者と共にめざすペットボトルの100%サステナブル化



SUNTORY

自分から、はじめ  
リサイクル

小学校での啓発授業では、独自に開発した「おこさま BINGO®-リサイクラー」など、遊びながらサステナブルな未来について学ぶことができるツールも活用



衛生的で繰り返しキャップが閉められるペットボトルは、今や暮らしに欠かせない存在です。多くの商品でペットボトルを使用しているサントリーにとって、利便性を保ちながら100%サステナブル化を実現することは企業としての責務であり、より良い社会をめざすために不可欠だと考えています。私たちは「ペットボトルは資源」であることの啓発に努め、新たな技術開発にも取り組みながら、お客様と共に循環型社会の実現をめざします。

## 皆でつなげるリサイクルの輪——生活者を巻き込む取り組み

日本では1995年の「容器包装リサイクル法」制定(1997年より一部施行)から、ペットボトルの処理方法が大きく変わりました。キャップを外してラベルをはがし、中をすすいで平たくつぶす——※1。家庭でこの一連の作業にきちんと取り組むことで、ペットボトルはごみではなく資源にすることができるようになったのです。日本では皆さん一人ひとりのこのような取り組みにより、ペットボトルリサイクル率は88.5%(2020年度)※2と非常に高い水準にあります。

一方で、オフィスやコンビニなど家庭ごみ以外のルー

トで回収されたペットボトルは、キャップやラベルがついたまま、中に飲料が残っていたりごみなどが混入していることも多くあります。そのようなものは回収しても、ペットボトルとして再生することができないため、ペットボトルからペットボトル(BtoB)へと水平リサイクルされている割合は15.7%(2020年度)※2にとどまっています。

サントリーでは2019年に「プラスチック基本方針」を策定し、2030年までにグループで使用するすべてのペットボトルを100%サステナブル化にする目標を掲げました。2022年3月から、BtoBリサイクルを推進するために、ペッ



2021年9月に行われた港区立青山小学校での啓発授業の様子。ペットボトルリサイクルについて考えるプログラムを実施

さあ、サステナブル。サントリー。

ボトルは資源!  
サステナブルボトルへ

「さあ、サステナブル。サントリー」の掛け声とともに新ロゴマークを発表(2022年1月)

トボトルは資源として何度も循環できることを伝える新ロゴマーク『ボトルは資源!サステナブルボトルへ』を国内ペットボトル全商品※3に順次展開し、啓発活動など生活者の皆様とのコミュニケーションを強化しています。また、小学校・中学校・高等学校向けには、ペットボトルのリサイクルに関するプログラムを実施しています。これからも社会の皆様と共に、ペットボトルのリサイクルの輪をつないでいくさまざまな取り組みを推進してまいります。

※1 自治体によって処理方法は異なります  
※2 PETボトルリサイクル推進協議会調べ  
※3 ラベルレスの商品を除く

## 「リサイクル素材」「植物由来素材」でペットボトルの100%サステナブル化をめざします



化石由来原料の新規使用ゼロの実現をめざし、ペットボトルの素材をリサイクル素材、あるいは植物由来素材に切り替え



サステナブルボトルへ



新ロゴマークは2022年3月より、国内ペットボトル全商品※3へ順次展開。「Ribena」「MayTea」など海外商品にも、100%サステナブルボトルの導入が拡大中

## From サントリー

與石 優子  
サントリーホールディングス(株)  
サステナビリティ推進部 部長



自動販売機の隣にあるのはごみ箱ではなくリサイクルボックスです!

リサイクルボックスから回収されるペットボトルは大切な資源となります。飲み残しやごみなどが入ったペットボトルを入れないよう、ご協力をお願いします。また、キャップを外してあるとつぶしやすくなりますので、一度に運べる量が増え、その分、運送にかかるCO<sub>2</sub>も削減することができます。ぜひ「飲み切る・キャップを外してリサイクルボックスへ」と覚えてください。

## 革新を続ける最先端のリサイクル技術

サントリーでは、2011年に国内飲料業界で初めてBtoBメカニカルリサイクル技術を協栄産業と共同で確立し、2012年にはリサイクル素材100%のペットボトルを導入しました。さらに2018年には、協栄産業、イタリアのSIPA社、オーストリアのEREMA社との4社共同で、従来よりも工程を短縮し製造時のCO<sub>2</sub>排出量を約70%低減\*する世界初の「FtoPダイレクトリサイクル技術」を実用化するなど、ペットボトルリサイクルの技術革新を推進してきました。

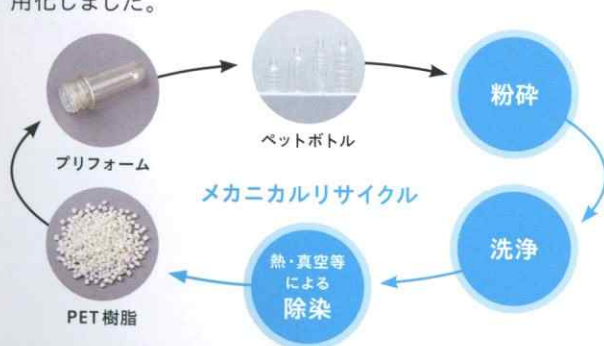
※新たに石油由来原料を使用したプリフォーム製造との比較



左：植物由来原料を30%使用した「サントリー天然水」のボトル(左)と植物由来原料100%を使用したペットボトルの試作品(右) 中央：植物由来原料のペットボトルを製造する実証プラント 右：「FtoPダイレクトリサイクル技術」を用いた製造ライン

### BtoBリサイクルとは

使用済みペットボトルを再びペットボトルに再生する「ボトルtoボトル」水平リサイクルのこと。サントリーでは2011年、国内飲料業界で初めて技術を確立し、翌2012年に実用化しました。



### 皆さんの協力が必要です!

プラスチックについても、水平リサイクル率を高めるために

日本では、プラスチックごみの約62% (2020年度)\*が焼却(サーマルリサイクル)されています。プラスチック全般についても、ペットボトルのように水平リサイクルを推進していかなければなりません。2022年4月には「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」も施行されており、社会全体で分別に取り組んでいく必要があります。

※プラスチック循環利用協会2021年レポートより

また、2020年にはプラスチックのバリューチェーンを構成する12社による共同出資会社「(株)アールプラスジャパン」を設立。ペットボトルだけでなく、さまざまな使用済みプラスチックを再資源化する技術の開発・実用化をめざしています。

今後も国や業界を超えた協業により、リサイクル技術の開発を推進することで、サステナブルな社会の実現をめざします。

## R PLUS JAPAN

(株)アールプラスジャパンには現在、40社(2022年7月時点)が参画

### バイオペットボトルとは

植物由来原料によるペットボトルのこと。サントリーでは2021年12月、米・アネロテック社との共同開発により食用ではないウッドチップを使用した植物由来原料100%のペットボトル開発に成功。早期の実用化をめざしています。

	従来の天然水ボトル (30%バイオ)	今回開発したボトル (100%バイオ)
テレフタル酸 70%	石油	ウッドチップ
モノエチレングリコール 30%	蔗糖*	蔗糖*

※食用ではないもの



- サーマルリサイクル 約509万t 約62%
- マテリアルリサイクル 約173万t 約21%
- ケミカルリサイクル 約27万t 約3%
- 埋立・他 約112万t 約14%

## Our Initiatives プラスチックリサイクルの考え方・目標

### プラスチック基本方針

### 循環型かつ脱炭素社会への変革を強力に推進

サントリーグループは、循環型かつ脱炭素社会への変革を強力に進めるべく、2019年に「プラスチック基本方針」を策定しました。方針に基づき、2030年までにグローバ

ルで使用するすべてのペットボトルを100%サステナブル化することをめざしています。

### サントリーグループ「プラスチック基本方針」

2019年策定

サントリーグループは、商品の源泉である自然の恵みに感謝し、多様な生命が輝き響きあう世界の実現にむけて、循環型かつ脱炭素社会への変革を強力に先導します。

プラスチックはその有用性により、われわれの生活にさまざまな恩恵をもたらしています。当社が使用するプラスチック製容器包装が有用な機能を保持しつつも、地球環境へネガティブな影響を与えないよう、多様なステークホルダーと、問題解決に向けた取り組みを推進していきます。また、問題解決に向けサントリーグループ社員の一人ひとりが責任ある行動に努め、持続可能な社会を率先して実現します。

#### 1 Recycle & Renewable

- (1) 2030年までに、グローバルで使用するすべてのペットボトルの素材を、リサイクル素材と植物由来素材に100%切り替え、化石由来原料の新規使用ゼロの実現を目指します。
- (2) 全ての事業展開国において、各国の国情に応じた効率的なリサイクルシステム構築のために必要な施策を、政府機関や業界、環境NGO、NPOなどと積極的に取り組みます。

#### 2 Reduce & Replacement:

資源の有効活用のために、容器包装のデザイン変更等により、プラスチック使用量の削減を推進するとともに、環境にネガティブな影響を与えない代替となる容器包装の導入の検討をすすめます。

#### 3 Innovation:

リサイクル率向上、環境影響を最小限におさえる素材領域等におけるイノベーションに積極投資します。

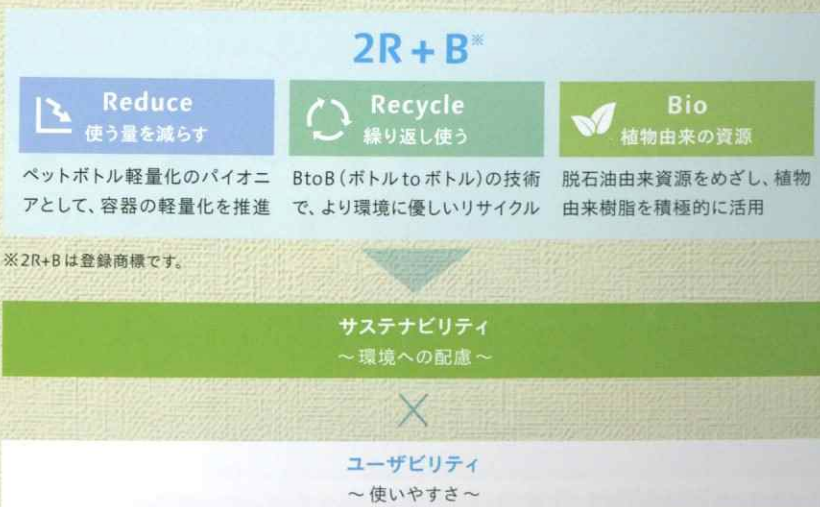
#### 4 New Behavior

人々の行動変容を促す啓発活動を実施するとともに、サントリーグループ社員一人ひとりが、ライフスタイルの変革に努め、分別収集の促進、河川、海岸の清掃活動などの社会貢献活動にも積極的に参加します。

### ペットボトルの「2R+B」戦略

### 容器の軽量化やリサイクル、植物由来樹脂の積極活用を推進

サントリーグループでは、1997年に自主基準「環境に係る容器包装等設計ガイドライン」を設定。ペットボトルにおいては、独自の「2R+B」戦略に基づき、樹脂使用量の削減 (Reduce) と再生素材の使用 (Recycle) により徹底した資源の有効利用を図りつつ、可能な範囲で石油由来原料の再生可能原料 (Bio) への代替に取り組んでいます。



※2R+Bは登録商標です。



more info  
「2R+B」戦略

# バリューチェーン全体で 脱炭素社会の実現を

現在、気候変動に関する政府間パネルの予測では、このままでは今世紀末時点で地球全体の平均気温が0.3~4.8℃上昇すると予測されており、その結果として海面上昇や異常気象の頻発、それに加え生態系や食料生産などに大きな影響を及ぼすと推測されています。サントリーグループでは、「環境ビジョン2050」において2050年までにバリューチェーン全体で温室効果ガス(GHG)排出を実質ゼロにすべく、「環境目標2030」で2030年までにGHG排出量を自社拠点で50%削減、バリューチェーン全体で30%削減することを目標に掲げています。このGHG削減目標は、SBTイニシアチブによる「1.5℃目標」の認定を取得しています。

サントリーグループの工場では、資源の保全・循環利用など環境に調和した生産活動を徹底しており、その一環としてコジェネレーション(熱電供給)システムによる熱源の再利用、冷房への雪氷熱の利用、LNGガスなどGHG排出量の少ない燃料への転換、太陽光発電など再生可能エネルギー(再エネ)の活用などさまざまな地球温暖化防止策に取り組んでいます。また、2021

年5月に稼働開始した「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」では太陽光発電設備やバイオマス燃料を用いたボイラーの導入、再エネ由来電力の調達などにより、サントリーでは国内初のCO<sub>2</sub>排出実質ゼロ工場を実現しています。

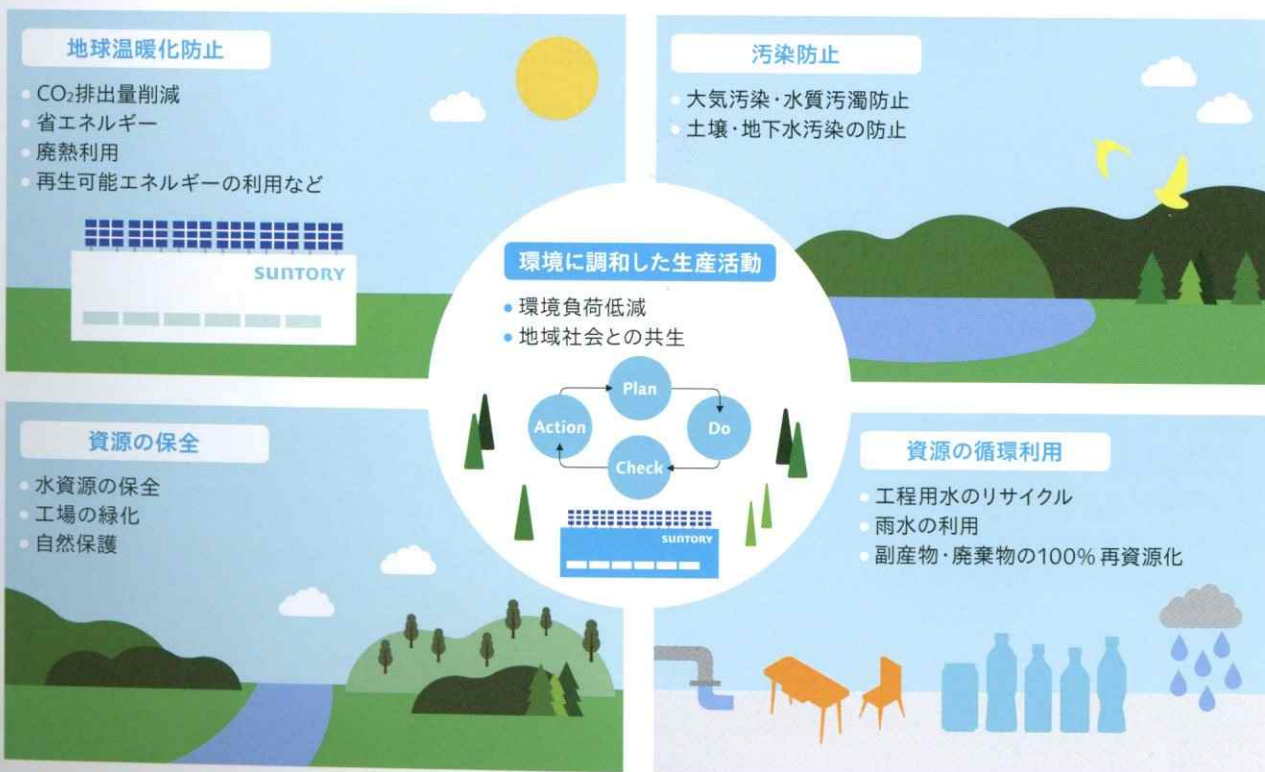
再エネ電力の導入については、2022年4月に国内の全自社生産研究拠点の購入電力を100%再エネ由来に切り替え。また、電力会社が提供する再エネ電力メニューや太陽光発電の導入など、拠点ごとに組み合わせた電力調達を行ってまいります。



2021年4月に改定を行った「環境目標2030」は、国際機関SBTイニシアチブより「1.5℃目標」として認定を取得



more info  
地球温暖化対策



地球温暖化対策において重要な工場では、省エネ活動や再生可能エネルギーの利用といった取り組みにより、温室効果ガス排出量の削減を推進

## 国内すべての自社生産研究拠点の購入電力を100%再エネ由来に切り替え

サントリーグループは、2022年4月から国内すべての自社生産研究拠点30カ所で購入する電力を100%再エネ由来に切り替えました。これは、GHG排出量約15万トンの削減※に相当します。自社生産研究拠点のほか、サントリーホールやサントリー美術館などの文化施設、本

社オフィスなどでも再エネ由来電力に切り替えました。今後も、電力会社が提供する再エネ電力メニューや再エネ指定の非化石証書の採用、太陽光発電の導入など、拠点ごとに組み合わせた電力調達を行ってまいります。

※ 2020年の排出量実績に基づく



左:「サントリー天然水 南アルプス白州工場」には飲料業界最大規模(2021年1月時点)となる490kWの太陽光発電パネルを設置 右: サントリーホールなどの文化施設も再エネ由来電力に切り替え

## 世界の工場でもCO<sub>2</sub>排出実質ゼロを実現

国内では「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」が、サントリーの国内工場ですべてCO<sub>2</sub>排出実質ゼロを実現しました。アメリカでは、2021年に稼働した「Fred B. Noe Craft Distillery」が再エネ電力などを活用したCO<sub>2</sub>排出実質ゼロ工場※に。米欧の工場をはじめ、海外

の自社生産研究拠点で順次、脱炭素社会の実現に向けた取り組みを推進しています。

※ 省エネ推進や再生可能エネルギー導入、化石燃料由来CO<sub>2</sub>の排出をオフセットするクレジットの活用などにより、製造工程におけるCO<sub>2</sub>排出を実質的にゼロとする工場



CO<sub>2</sub>排出実質ゼロを実現した「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」(左)と米「Fred B. Noe Craft Distillery」(右)

## 「生物多様性のための30by30アライアンス」に参画

2022年に、2030年までに日本の陸域・海域の少なくとも30%を保全・保護するという目標を掲げる「生物多様性のための30by30アライアンス」に参画。30by30では、保護地域以外の企業有林などで生物多様性を保全することが自然の再生につながるとしており、サントリーは天然水の森の「OECM:自然共生地域」認定取得により、目標達成への貢献をめざします。



OECM: 自然共生地域とは?  
保護地域以外で生物多様性保全に資する地域。民間などの取り組みにより保全が図られている地域や、保全を主目的としない管理が結果として自然環境を守ることに貢献している地域を指す



## サステナビリティの考え方・目標

サントリーグループが企業理念に掲げる「人と自然と響きあう」。私たちは社会、そして自然と共生することを自らの使命として歩んできました。これからも地球規模の社会課題に向きあい、持続可能な社会の実現に向けて取り組みを継続していきます。

### サステナビリティ・ビジョン

世界は今、気候変動による水不足や生物多様性の喪失、廃棄物による環境汚染、新型コロナウイルスをはじめとする感染症、貧困や人権侵害など、多岐にわたる環境・社会課題に直面しています。このままでは人類が安定してこの地球で暮らし続けることができなくなってしまう。そのような危機感から、2015年の国連サミットにおいて「持続可能な開発目標(SDGs)」が採択され、世界共通の目標として各国が課題解決に向けて動き出しました。

サントリーでは、このような課題に対する取り組みをさらに推し進めていくために、2019年6月に「サステナビリティ・ビジョン」を策定。水資源の保全、CO<sub>2</sub>排出量削減はもちろん、サステナブル調達といった原料への取り組み、容器・包装のライフサイクル全体での環境配慮、お客様の心身ともに健やかな生活への貢献、近年ますますその重要性が高まっているサプライチェーンにおけ

### サステナビリティ経営をグループ全体で推進

人権の尊重、そして生活文化を豊かにする商品・サービスの提供といった7つの重要テーマを掲げています。なかでも人々の生命や生活を支える上で貴重な資源であり、サントリーグループの企業活動の生命線でもある「水」、世界共通の喫緊の課題である「CO<sub>2</sub>」、そして事業と密接に関わる「プラスチック」については最重要テーマと位置づけ、定量目標を設定。技術革新やステークホルダーとの協働を含め、一丸となって取り組んでいます。

### SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

SDGs: 2030年までに全世界が取り組むべき17の開発目標と169のターゲット、232の指標を定めたもの



more info  
サステナビリティ・ビジョン

### サステナビリティの重要課題特定プロセス

今後の活動の重点領域を検討するためにSDGsを活用し、ステークホルダーとサントリーにとっての重要課題を分析。結果、目標6、目標3、目標12、目標13を重要課題として特定しました。とりわけ水のサステナビリティには、最優先で取り組んでいます。

#### 重要課題マトリックス分析

● 経営課題・リスク ■ サステナビリティ重要課題

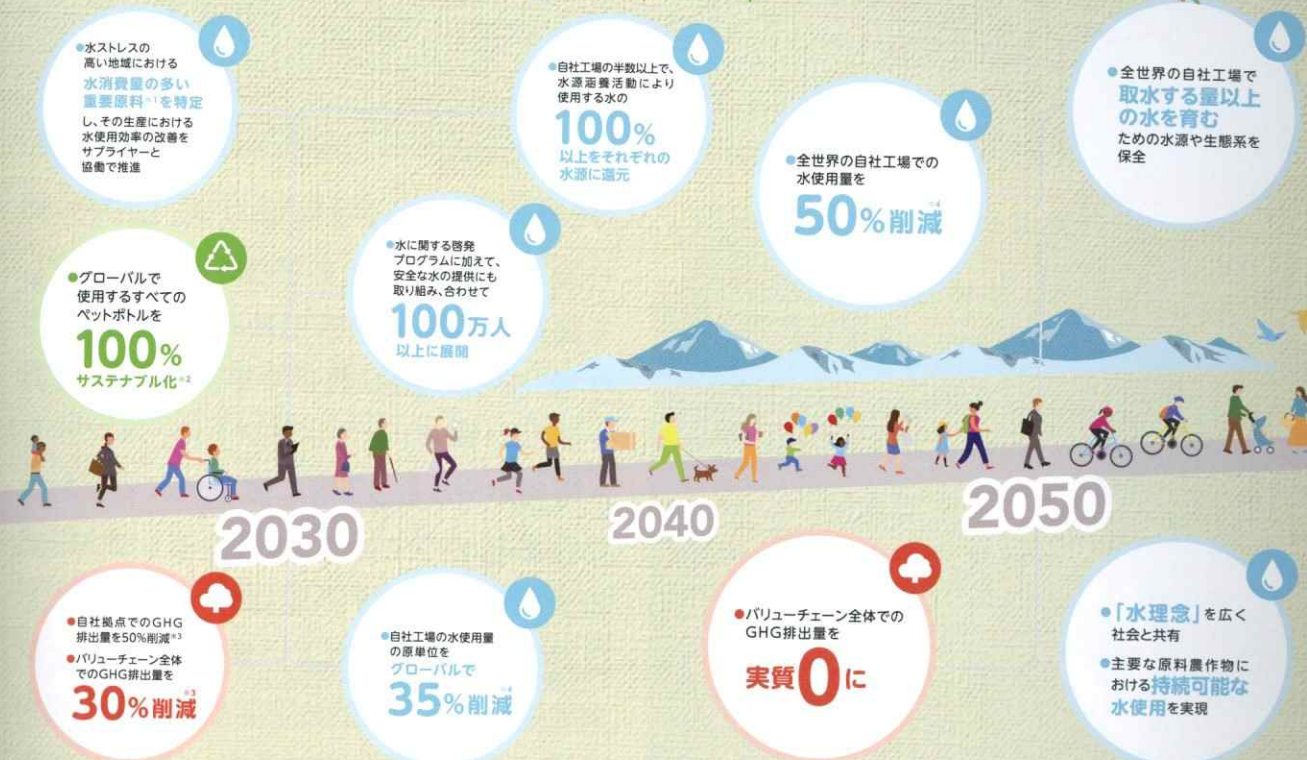


#### 特定された4つの重要課題

- 目標6: 「水・衛生」
  - 目標3: 「健康・福祉」
  - 目標12: 「責任ある生産・消費」
  - 目標13: 「気候変動対策」
- 4つの重要課題を洗い出し、その中でも目標6:「水・衛生」を最重要課題として特定しました。

### サントリーグループの長期ビジョン

## SUNTORY GROUP OUR TARGETS



※1 コーヒー、大麦、ブドウ ※2 リサイクル素材あるいは植物由来素材100% ※3 2019年の排出量を基準とする ※4 2015年における事業領域を前提とした原単位での削減  
「環境目標2030」「環境ビジョン2050」に加え、「プラスチック」についても具体的な定量目標を設定

### 「サントリー環境ビジョン2050」と「環境目標2030」

「人と自然と響きあう」を企業理念とするサントリーでは、「水のサステナビリティ」と「気候変動」を柱に、意欲的な目標を定めてグローバルに挑戦を続けています。2014年にはグローバルでの環境負荷半減を掲げた「サントリー環境ビジョン2050」を、2018年にはその達

成に向けて「環境目標2030」を策定しました。さらに、2021年4月には「環境目標2030」の温室効果ガス削減目標を、2022年1月には水の目標の改定を行い、取り組みを加速しています。



2021年にサントリーホールディングス(株)は、国際的な非営利団体CDPにより「CDP 気候変動2021 Aリスト企業」、ならびに「サプライヤー・エンゲージメント・リーダー」において最高評価の「サプライヤー・エンゲージメント・リーダー」に選定。また、サントリー食品インターナショナル(株)は「CDP 水セキュリティ2021 Aリスト企業」に6年連続で選定



more info  
環境ビジョン

# 人々に寄り添い 心の潤いを世の中へ



サントリーホール

お客様と演奏家が時間と空間を共有し  
奇跡のような喜びと感動を提供



折井 雅子

公共財団法人 サントリー芸術財団 サントリーホール総支配人  
2012年にサントリー初の女性執行役員に就任。19年4月より現職

サントリーホールは開館以来、国内外の一流アーティストとお客様が、音楽を通して喜びと感動を共有できる“奇跡のような場”を生み出し続けてきました。「世界一美しい響き」をコンセプトに、コンサート専用ホールとして音に徹底的にこだわった日本初のヴァンヤード(ぶどう畑)形式の大ホールは、世界屈指のホールとして世界で高く評価されています。またレセプションистによるおもてなしや、開演前や休憩のひとときにウイスキーやビールを楽しんでいただけるバーカウンターを日本で初めて導入するなど、皆様に“豊かなコンサート文化”をお届けしています。

## お客様の喜びの声に「音楽こそが力になる」をあらためて実感

2020年3月、コロナ禍の拡大によってあらゆるイベントが開催できなくなり、サントリーホールも約3カ月の休館を余儀なくされました。音もなく人もいないホールというのは現実感がなく、不条理を感じました。演奏家の方々ははじめ、音楽業界全体は大きな打撃を被り、人々が音楽を直接楽しむ機会も奪われてしまいました。「このような状況を続けてはいけない」という思いから、感染拡大防止とコンサート開催の両立をめざしスタッフ丸となって、再開に向けて動き出しました。お客様を再びホールにお迎えできたとき、私自身、言葉では言い表せないほど心が揺り動かされたことが思い返されます。やはりコンサートというものは、演奏家とお客様とホールとの三位一体が生み出す、一期一会のかけがえのない出会いなのだと感じました。

海外からの招聘が困難になっているなか、2020年

11月にウィーン・フィルハーモニー管弦楽団の来日公演実施を決断したのは、「今こそ音楽の力を届けたい」というウィーン・フィルの思いを私たちが共有したからです。コンサートの開催にあたっては、スタッフと共にサントリーホール独自のガイドラインを策定し、感染防止対策を徹底しましたが、来日したウィーン・フィルの皆様には、厳しい行動制限が課せられました。それを完璧に守ってくださった演奏家の皆様、チャーター機を用意してくださった航空会社、開催を信じ支援してくれた協賛社、当日足を運んでくださったお客様など、公演に関わるすべての方々のご協力がなければ実現することは不可能でした。お客様からは、「あまりの美しさに涙がこぼれた」「大変な日々が続いているが、これで明日からも頑張れそう」など喜びの声をいただき、あらためて「音楽の力」を実感しました。

## 「音の宝石箱」の感動体験をデジタルで広げる

かつて、サントリーホールは世界的指揮者のヘルベルト・フォン・カラヤン氏に「音の宝石箱」と讃えられましたが、同時にこのホールは「人の宝石箱」でもあると思っています。ホールに来られると、お客様も演奏家も、期待感や笑顔が溢れます。まさに心がときめき、人を輝かせる特別な場所なのです。

そのような空間で、音楽の響きを耳だけではなく全身で感じていただきたいと思う一方、なかなかホールまで足を運べない遠方のお客様をはじめ、世界中に音楽の楽しさを届けたい——。このような思いから、2021年4月に「デジタルサントリーホール(DSH)」を開設しました。

これは単なるデジタル上での音楽配信ではなく、サントリーホールをそのままデジタル空間の中につくろうという発想によるもの。Withコロナ、Afterコロナにおいても安全・安心に音楽を楽しむことができますし、世界中どこにいても時間と空間を超えてサントリーホールの施設やコンサートを体感できます。サントリーホールの舞台裏を3Dでご案内する「バーチャル バックステージツアー」やオンラインショップなどもお楽しみいただけます。

またサントリーホールは長年、子どもたちと音楽との接点づくりや若き音楽家の育成など、次世代に向けた

活動に取り組んできました。2022年のゴールデンウィークには、ソニー音楽財団と共に最大級の子ども向けクラシック音楽の祭典「こども音楽フェスティバル」を開催し、リアルとオンラインで12万人を超える皆様に参加していただきました。

これからもサントリーホールは、音楽を通じて生命の輝きを感じることができる場所であり続けるよう、努めてまいります。



2022年のゴールデンウィークにソニー音楽財団と共に開催した「こども音楽フェスティバル」の様子



more info  
サントリーホール



左: いつでもどこでもPC・スマートフォンでサントリーホールを体感できる「デジタルサントリーホール」バーチャル バックステージツアー舞台裏の様子  
右: 2千人の観客から満場の拍手が送られたウィーン・フィル東京公演



サントリー美術館  
SUNTORY MUSEUM of ART

## 「生活の中の美」を基本理念に1961年開館 「美への感性」を次の世代へ継承



左上: 特別イベント「まるごといちにち こどもびじゅつかん!」の様子 右上: 2020年にリニューアルしたサントリー美術館の展示室 左下: 設計を手掛けたのは建築家の隈研吾氏

「生活の中の美」を基本理念に1961年に開館したサントリー美術館は、ミュージアムメッセージ『美を結ぶ。美をひらく。』を掲げ、日本人の「美への感性」を後世に継承していく活動を続けています。所有する国宝1件、重要文化財15件、重要美術品21件を含む約3千件の収蔵品を核に多彩な企画展を開催し、多くの人々にとっての『都市の居間』となる美術館をめざしています。



more info  
サントリー美術館

# 「PASSION FOR CHALLENGE」を合言葉に、 チャレンジド・スポーツの魅力を発信



## 谷 真海

サントリーホールディングス(株)  
CSR推進部

サントリー社員として、「チャレンジド・スポーツ」の普及活動を推進。大学在学中に骨肉腫により右脚膝下を切断するも、果敢にスポーツに挑戦し続けてきた自身の体験をベースに出張授業やワークショップを行っている。競技者としては、走り幅跳びで2004年アテネから3大会連続出場。2016年にトライアスロンに転向し、翌年9月の世界選手権で日本人初優勝。結婚・出産後も選手活動を続け、東京大会代表として4回目の出場を果たし日本選手団の旗手も務めた。

## できない理由を探すのではなく どうしたらできるのか考える



大学生のときに病気で右脚を失ったときも、東日本大震災でふるさとは被災したときも、私は“スポーツの力”に救われてきました。それはスポーツに人種や国籍、文化、障がいの有無など、あらゆる違いを超えて、夢や笑顔を取り戻してくれる力があるからです。私が長年アスリートとして挑戦し続けるモチベーションを保っていたのも、“スポーツの力”のおかげだと思います。

「チャレンジド・スポーツ」の出張授業やワークショップを体験すると、多くの子どもたちが「新しいことにチャレンジしてみたい」「すぐに諦めずに限界に挑戦したい」と前向きな言葉を口にしてくれます。子どもたちの背中を押すお手伝いができてとてもうれしく思いますし、アスリートとして得た経験や“スポーツの力”を多くの人と共有することが、私自身の競技に向かう力にもなっています。

多くの方はパラスポーツを観たことをきっかけに、障がいのある人への意識が変わったのではないのでしょうか。選手たちの予想を超えるプレーを目の当たりにし、できない理由を探すのではなくどうしたらできるのかを考え、自分を信じて、自身に残された可能性を最大限に活かすことの大切さを感じてもらえるのではないかと思います。

サントリーは、人々に夢に向かって挑戦する情熱や勇気を与えてくれるスポーツを通じた社会貢献活動に、積極的に取り組んでいます。ラグビーチーム・バレーボールチームはリーグ戦に挑戦するとともに、選手によるスポーツクリニックなども開催。また、チャレンジド・スポーツをはじめスポーツ活動による次世代育成活動を行い、未来を担う子どもたちの健全な心と体の育成を支援しています。



東京大会の選手村にて、ビートルズ『アビーロード』のジャケットを模して撮影した写真



これまで2万人を超える子どもたちや学生と直接触れあい、自身の体験をベースとした出張授業やワークショップを実施

## パラスポーツが社会課題に 意識を向ける機会を創出

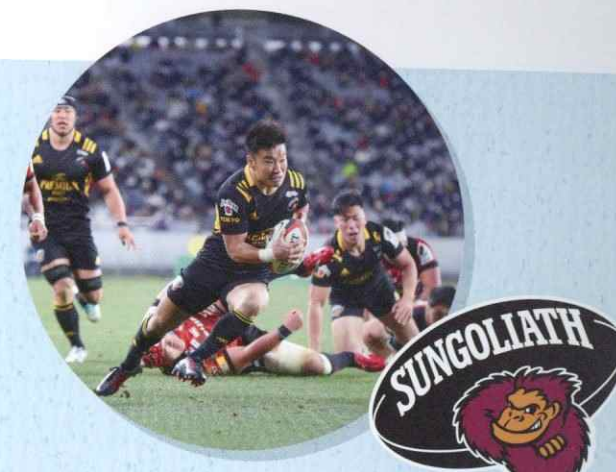
東京大会の選手村で、いろいろな障がいを持つ7人の代表選手が横断歩道を渡る写真を撮影してSNSに投稿したところ、3万件以上の反応が寄せられました。反響の大きさに驚くとともに、日本でのダイバーシティ(多様性)の浸透に向け、希望を感じました。

以前は、日本のパラスポーツの状況は世界に後れをとっていると感じていましたが、最近ではニュースで目にする機会、体験する機会、選手とコミュニケーションをとる機会も増えました。ダイバーシティに対する意識が変わってきたのかもしれませんが、チャレンジド・スポーツは、さまざまな社会課題に対して意識を向け、社会を変えるきっかけになりえると思っています。



2021年9月からは、大学生と共にパラスポーツの魅力を発信する「パラスポデザインカレッジ」をネットメディア「SPORTS BULL」と共催

人々に寄り添い 心の潤いを世の中へ



## 東京サントリーサンゴリアス

1980年に創部したラグビーチーム。2022年に開幕した新リーグ「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」に所属



## サントリーサンバーズ

1973年に創部した男子バレーボールチーム。「V.LEAGUE DIVISION 1 MEN」に所属しており、Vリーグ2連覇中

## 日本一をめざすスポーツチームのリーグ参戦と 子どもたちへのスポーツクリニック開催

サントリーではラグビーチーム「東京サントリーサンゴリアス」、バレーボールチーム「サントリーサンバーズ」を組織し、それぞれリーグに参戦。両チームともホームタウンにおける地域活動を重視しており、所属選手やスタッフが小中学生やシニア世代ほか、幅広い世代に直接指導するラグビー・バレーボールクリニックを開催しています。また、復興支援活動やチャリティオークションなど社会貢献活動にも積極的に参加しています。



more info

サントリーグループのパラスポーツ支援活動  
「サントリー チャレンジド・スポーツ プロジェクト」

## 創業の精神「利益三分主義」に基づく取り組み

社会福祉法人 邦寿会

### 1921年から続くサントリーの「利益三分主義」の原点

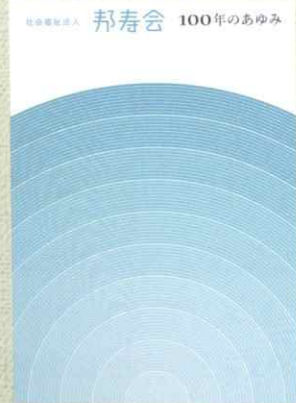


1 当時、病気になることも十分な診療機会を得られなかった生活困窮者のために、大阪のあいりん地区に建てられた無料の診療所「今宮診療院」 2 邦寿会を創立し、初代理事長も務めたサントリー創業者・鳥井信治郎 3 2017年に新築移転した「高殿苑」と「つぼみ保育園」の外観 4 1950年から全国に先駆けて取り組んできた“幼老交流”も高殿苑の特徴のひとつ

1921年に創立した邦寿会の歴史はサントリー創業者であり、邦寿会初代理事長も務めた鳥井信治郎が、大阪のあいりん地区の生活困窮者たちに対して無料診療と施業を目的に、「今宮診療院」を開設したことに始まりました。以来、邦寿会はその時代、時代にふさわしい社会福祉活動をいち早く取り入れ、1974年には大阪市内で最初の特別養護老人ホーム「高殿苑」を、翌年には「つぼみ保育園」を開園。2008年には最新鋭の高齢者向け総合福祉施設「どうみょうじ高殿苑」を開設、2011年から大阪市より旭区西部地域包括支援センター事業を受託しています。さらに2017年に「高殿苑」と「つぼみ保育園」の規模を拡大し新築移転。2021年には創立100周年を迎えました。



more info  
邦寿会



2021年に邦寿会創立100周年を記念して発行された「100周年記念デジタルブック」

### 「利益三分主義」とは

信治郎は「利益は『お客様、お得意先』『事業への再投資』に加え、『社会への貢献』に役立てる」という「利益三分主義」の強い信念のもと、熱心に社会福祉活動にも取り組みました。その信念は国民の健康と栄養の向上を目的に財団法人食品化学研究所として1946年に設立された「公益財団法人 サントリー生命科学財団」や、1979年に人文学、社会科学の領域における研究助成と調査研究などを行う学芸文化振興事業として設立された「公益財団法人 サントリー文化財団」などにも受け継がれています。



上：サントリー生命科学財団では、若手研究者を支援する「サントリーSunRiSE」を2020年に設立 右：サントリー文化財団によるサントリー地域文化賞受賞者「三陸国際芸術祭」(岩手)。末角神楽を習うジャティラン(インドネシア舞踊)グループのメンバー



## 東日本大震災から10年の節目を迎え 新たな支援プログラムをスタート

SUNTORY  
東北サンさんプロジェクト  
since 2011

### みらいチャレンジプログラム

サントリーグループは2011年の東日本大震災直後から「サントリー東北サンさんプロジェクト」を立ち上げ、被災地の早期復興を願い、「漁業の復興支援」「未来を担う子どもたちの支援」「文化・芸術・スポーツを通じた支援」「チャレンジド・スポーツへの支援」の4つの活動を柱に、総額108億円の規模で復興支援活動に継続して取り組んできました。

東日本大震災から10年の節目を迎えた2021年には、未来の東北に笑顔と希望をお届けしたいという思いのもと、「みらいチャレンジプログラム」を開始。岩手県・宮城県・福島県内で、地方創生や地元活性化をめざして新たに取り組む活動を奨励金の支給などを通じてサポートします。サントリーはこれからも東北の皆様のチャレンジを応援していきます。



more info  
みらいチャレンジプログラム



## みらいチャレンジプログラム

### 第一回助成先コメント

#### みんなの寺子屋事業

高橋 英悟さん  
宗教法人 吉祥寺「みんなの寺子屋」  
実行委員会 会長



私たちは東日本大震災に負けずこの地で生きることをめざし、防災教育や高齢者・児童の居場所づくり、賑わいづくりなどに努めています。しかし、さまざまな外的要因から震災風化や過疎化などに歯止めがかからない状況です。これは私たちの問題でもあり、各地で起きている社会問題でもあります。今回選ばれたことを契機に、「みんなの寺子屋事業」がほかのエリアに先駆けて課題解決のモデルとなるよう決意を新たにしています。

## “社員一人ひとりが Good Person たる” 海外にも広がる社会貢献活動

### グローバルでのボランティア活動

サントリーは、「社員一人ひとりが Good Person として社会と豊かな接点を持つことが大切だ」との考えから社員のボランティア参加を推奨しており、海外グループ会社でも積極的に展開されています。

チームサントリー社では「Together for Good」というタイトルで、14カ国55地域2千名の社員がクリーンアップや

災害支援などに参加(2019年実績)。サントリー食品ヨーロッパ社でも、フードバンクやビーチクリーン活動に取り組んでいます。また、世界各地のボランティア活動推進を担当しているメンバーが一堂に会する「Global Volunteer Meeting」も開催しています。



チームサントリー社のビーチクリーン



サントリー食品ヨーロッパ社の河川清掃



「Global Volunteer Meeting」の様子

# 多様性を原動力に新価値を社会へ

## 多様性を発揮し **いきいきと働く** サントリーアン



篠原 真奈

THE SUNTORY UNION  
中央執行委員

2012年入社。自動販売機の新規開拓営業・営業推進、食品事業の営業企画等を経て、2022年4月より現職



サンコネスト

### SUN-co-NEsT

社員一人ひとりの多様な「育む×働く」を認めあい、学びあい、応援しあいながら、笑顔と幸せの輪を少しずつ広げていく、仕事と育児の両立をめざすすべてのサントリアンのためのオンラインコミュニティ。チャットシステムで雑談したり、子育てやキャリアに関する悩みやナレッジを共有したりといった取り組みのほか、全社員向けのイベントも開催。

### 子育てしながら働くことを もっと楽しくおもしろく

2018年に産休から復職したころ、私は「良妻賢母」「母親なら自己犠牲は当然」といったバイアスに縛られ、子どもや仕事への罪悪感に苦しんでいました。そのようなとき、社外講演を通じて、同じ悩みを抱えた母親たちのコミュニティに参加。それをきっかけに、「親が抱える悩み」をテーマに社内向けのオンラインイベントを主催しました。事後アンケートに寄せられた「一人で悩

んでいた」「制度には恵まれているのに辛く感じる」という切実な声に後押しされ、子どもとかかわるサントリー社員のためのコミュニティ「SUN-co-NEsT」を創設しました。

全国の社員とつながることができるこのコミュニティのメンバーには、出産を控えた方だけでなく、子育て卒業後の方、男性社員まで多様な顔ぶれが揃っています。そのため、さまざまな情報がシェアでき、先輩たちの経験から後輩社員が多く気づきを得ることもできます。私自身、「SUN-co-NEsT」のおかげで、考え方ひとつで思い込みや周囲のバイアスから解放されることに気づき、自分がどう生きたいのかがクリアになりました。何事も自信を持って選択できるようになったら、仕事も育児もぐんと楽しくなりました。またコミュニティでの交流を通じて、議論だけでなく対話や傾聴することの大切さを学ぶことができ、仕事にも活かしています。

有志で始めたコミュニティは現在数十名にまで成長しました。つながりをさらに深めつつ、コロナ禍の収束後には子ども向けイベントや社外とのコラボ施策を企画して、子育てしながら働くことをもっとおもしろくしていきたいと思っています。



メンバーとの打ち合わせの様子。オンラインだからこそ全国の社員とつながることができる



サントリーは「ダイバーシティ経営」を人事の基本的な考え方としています。「やってみなはれ」の精神のもと、失敗を恐れずにいつでも新しいことに挑戦できる企業であり続けるため、「働きがい」と「働きやすさ」の両立をめざした制度と職場環境を整えています。

やってみなはれ!



平岡 典子 (中央)

サントリービジネスシステム(株)  
コラボレイティブセンター課長

1998年入社。サントリーフーズの人事部、総務部などを経て、2016年より知的障がい者雇用に関わり2019年から現職

石井 基博 (右)

2015年入社。目標は新しい仕事をたくさん覚えること

武内 秀徳 (左)

2016年入社。特技は人の顔を覚えてすぐに仲良くなれること

### できなくても諦めない

武内

メール室から荷物を届けると、たくさんの方がお礼のメールをくれることがうれしいです。僕が心がけているのは、どんな業務も一生懸命取り組んで諦めないこと。できない作業があっても、できるようになるまでめげずに頑張るようにしています。僕にとって「やってみなはれ」はとても大事な言葉。母校で講演をするときは、「やってみなはれ」を胸に失敗してもいいから頑張ることが大切なんだと、後輩たちに伝えるようにしています。

### 共に働くを当たり前

平岡

2015年の社内プロジェクトで障がい者雇用をしたいと答申をしたことがきっかけで、2016年から担当となり「コラボセ」の立ち上げに関わりました。自身の息子がダウン症で生まれたこともあり、彼らの世界を広げたいという思いを強く持っていました。

当初は障がいのあるメンバーがどこまでできるか手探りでしたが、次第に仕事の精度が上がり、依頼部署から信頼を得ることで、今ではグループ26社から200種類を超える業務を請け負うまでになりました。メンバーは皆、新しい仕事に積極的に挑むことで、できることが増え、仕事を通して成長しています。依頼業務についてメンバー同士で分担を決め、協力しあいながら業務を行うようになりました。

うまくできない作業があっても最後まで諦めずに、できるようになるまで頑張るメンバーの姿に、こちらが限界を決めてはいけない、可能性を信じてチャレンジしてもらおうと私たちの仕事だと思えるようになりました。どんな仕事にも一生懸命全力で取り組むメンバーの仕事へのひたむきさに触れ、刺激を受ける社員も増えています。またオフィスでは、社員とメンバーがあいさつや自然な会話を交わすことも増え、共に働く同じ仲間という意識が着実に育まれているということを感じます。

2022年度の中国・四国支社での採用を皮切りに、いずれは全国の支社でコラボセメンバーが社員と交わりあいながら、互いに刺激しあい、活躍することが当たり前となるサントリーをつくっていききたいです。

### コラボレイティブセンター

「障がいのある方が働きがいを持ち、あらゆることにチャレンジできる環境」「社員との接点を大切にし、障がい者と共に働くことが当たり前となる環境づくり」をテーマに、「サントリーらしい障がい者雇用」をめざして2015年より雇用を開始。8年が経過した現在、メンバー33名の就労定着率は100%となっている。

### みんなの喜ぶ顔がやりがい

石井

本社のメール室の運営のほか、さまざまな部署から依頼された業務のため、ほかの事業所や、サントリーホールなどに出張することもあるので、いつも元気な挨拶を心がけています。袋詰め作業やパソコン業務などの作業を行うときは、仕事の納期と丁寧さを意識しています。僕は「コラボレイティブセンター（通称コラボセ）」第1期生なので、後輩から頼られることも多く、みんなの喜ぶ顔もやりがいになっています。

## 社員の「価値のフロンティア」への挑戦を後押しする「DOJO」



**松尾 英明**  
 サントリーホールディングス(株)  
 経営管理部、FRONTIER DOJO 事務局  
 2006年入社。原料部、営業部門を経て、2016年より経営管理部、  
 2021年よりFRONTIER DOJO 事務局を兼務



### FRONTIER DOJO (フロンティア道場)

未来のサントリーグループを支える新事業創造に向け、社員の挑戦を支援する社内ベンチャー制度。現業にかかわらず新規事業アイデアを募り、書類審査・面接を経て選抜された社員が「DOJO」のプログラムを通して切磋琢磨しながら事業アイデアを磨く。最終審査を通過した起案者が専任となって新規事業の立ち上げに取り組む。



“やってみなはれ”はサントリーが創業時から大切にしてきた価値観です。変化が激しく予測不可能な今の時代だからこそ、この原点に立ち返り、既成概念にとられない自由な発想で「価値のフロンティア」に挑戦する“やってみなはれ”な人材・組織風土を強くしていきたい。そんな思いのもと、社員の挑戦を後押しする新たな制度を創るため、プロジェクトチームが発足しました。その一員として、同様の取り組みが進んでいる企業へのヒアリングなどを行いながら、少しでもサントリーらしい良い制度にしたいという強い思いを持ち、社内で繰り返し議論を重ね、「FRONTIER DOJO」というサントリー社内ベンチャー制度を立ち上げました。

オンラインで実施したキックオフイベントに想定を上回る1,300人もの参加があったのは、新しいことが始まるワクワク感を会社全体で感じてもらった証だと考えています。

最終的に想定を大きく上回る294件もの応募があり、最終審査では4件の新規事業案が採用されました。しかし、大切なのは審査を通過できなかった人たちにいかに挑戦を続けてもらえるかということ。果敢な挑戦をした彼らが、そこから学び、貴重なイノベーション人材として引き続き活躍してもらえる仕組みもつくりたいと思います。

このプロジェクトは10年続けることをめざしています。10年後、サントリーグループがより強い“やってみなはれ集団”になるために、「FRONTIER DOJO」がどのように貢献できるか、今も侃々諤々の議論を交わし、チームでブラッシュアップを重ねています。サントリーの未来をつくる「価値のフロンティア」にチャレンジする社員を増やし、挑戦する風土をさらに活性化させ、新事業創造・イノベーションにつなげていきたいです。



新規事業への熱意がひしひしと伝わってくるプレゼンテーションの様子

## 日本発の缶チューハイ -196℃をオーストラリアへ 多様性で生み出す 新価値創造

サントリーでは「ONE SUNTORY」を合言葉に、国を越えた人材交流や知見の共有を通じて、世界に広がるグループ会社間のシナジーの創出に力を注いでいます。2021年に「-196℃」をオーストラリアへ展開、現地では類を見ない新価値を提供することができたのも、日本とオーストラリアの合同チームが言葉や文化の壁を越え、互いの個性を活かすことで得られた成果でした。



多くの支持を集めた黒が効いた冷たくリフレッシングなデザイン

## 多様性を原動力に新価値を社会へ

### 商品のコンセプトはそのままに「中味」をローカライズ

缶(瓶)入りアルコール飲料(ビールを除く)において、アメリカ、日本に次ぐ世界3番目の市場を誇るオーストラリア。特にここ数年、ホワイトスピリッツをベースとした缶チューハイ需要の伸びには目を見張るものがあり、既存の市場にない価値を持った商品として「-196℃」のオーストラリア展開が検討されました。

日本のチューハイの主流はシトラス系ですが、オーストラリアでは日本よりも比較的低いアルコール度数の甘いベリー系が多く、そのようななか2021年5月に「-196 ダブルレモン」が発売されると、ローカロリー、ローシュガーで健康的ながら飲み応えがあると評判に。オーストラリアの既存の缶チューハイは人工的な味わいがするとの声も聞かれるなか、“-196℃製法”由来の自然な果実感は、ほかにないおいしさだと好評を博したのです。日本と現地の担当者が活発な意見交換をすることで、国ごとにレモンの味わいのイメージに違いがあることを突き止め、現地の嗜好にあわせたことが功を奏しました。

さらに現地チームの意見を採用した力強いパッケージデザインが男性に受け入れられ、バーベキューなど人が集まる場に持ち寄った際、そのおいしさが口コミで広まるといった現象が起こりました。まさに日豪チーム間のシナジーによって、新価値が生み出されたのです。



オーストラリアで展開された広告は、日本のイメージを盛り込んだコミカルな訴求に



more info  
 DISCOVER  
 -196 EXTREME JAPANESE SPIRIT

Human Resources

## “人材”を支える考え方・制度

### 「DEI Vision Statement」「Strategic Pillars」

### いきいきと働ける組織の実現に向けて

サントリーグループは、誰もがサントリー社員としての自覚と誇りを持ち、自分らしくいきいきと働ける職場、仲間の個性や多様性を強みとして活かす組織の実現に向け、2011年にダイバーシティ推進室を設置。2021年11月には「DEI Vision Statement」「Strategic Pillars」を制定しました。社員一人ひとりがDEI (Diversity : 多様

性、Equity : 公平性、Inclusion : 包含性)への理解を深めることで、あらゆる人が人間らしく心豊かに暮らせる社会づくりに貢献していきます。



more info  
ダイバーシティ経営

### 「DEI Vision Statement」



### 「Strategic Pillars」

#### Diversity 溢れる職場

私たちはあらゆる組織や地域において、様々な個性やバックグラウンドを持つ仲間と積極的に繋がり、ともに成長します。私たちは公平性を大切にします。自らの心を解き放ち、自分に誇りを持つとともに、仲間の個性や多様性を強みとして尊重します。

#### Inclusive な職場

一人ひとりが持てる力を遺憾なく発揮し、成長できる Inclusive (包含的)な職場を目指し、経営層をはじめ全員が積極的に学び、主体的に考案します。誰もがサントリアンとしての自覚と誇りを持ち、自分らしく生き活きと働ける職場風土を育みます。

#### お客様・地域社会

私たちが大切にしているビジョンや価値観をお取引先様や協力会社様と共有し、サステナブルな未来の実現に向けてさらに連携して取り組むことにより、お客様や地域社会にとってなくてはならない企業となることを目指します。

### サントリー大学

## 創業の精神を共有しグローバルリーダーを育成

人材育成プログラムすべてを包含した大きなプラットフォームとして、2015年4月に「サントリー大学」を開校。「大学」と名前はついていますが門や校舎があるわけではなく、サントリーグループがグローバルに発展していくための人材育成プログラムの総称です。そのミッションは、サントリーに集うすべての人の能力の向上を図り、魅力ある人材を生み出すこと、そして未来を見据えて学び続ける意欲を啓発し、成長し続けられる環境をつくり出すこと。世界中に広がる約4万人のサントリーグループ全社員が創業の精神を理解し、共通の価値観として共有していくことで、「Global One Suntory」の実現をめざします。



more info  
サントリー大学

## SUNTORY UNIVERSITY



リーダーシップとキャリア開発、カルチャー、創業の精神の共有と実践、2030年に向けた能力開発の3つの領域において、世界中のサントリーグループ社員が交流しながら学べる場を提供(2017年撮影)



高野 裕子  
サントリー(株)  
スピリッツカンパニー  
RTDグローバル推進部

### 社内表彰で注目集まる 今後の海外展開のロールモデルに

日本のマーケティング担当として、サントリーブランドの海外展開を担っています。今回の事例が“やってみなはれの体現”として社内で表彰されたことで、国内の営業担当者が商談時に「オーストラリアでも人気」と伝えるなど、国内でもあらためて「-196°C」ブランドが見直されるきっかけになりました。この成功を胸に、さらなる海外展開をめざしていきたいです。

日本発の缶チューハイ「-196°C」をオーストラリアへ多様性で生み出す新価値創造



シオン・クック  
ビームサントリーオセアニア  
RTD & リフレッシュメント部門  
テクニカルディレクター

### 国を越えて学びあい より良いものをお客様に

製造や品質など、技術的なローカリゼーションの責任を担いました。さまざまな場面で多くの方が「-196」を飲んだり、周りに薦める姿を見て成功を実感しています。このプロジェクトを通して互いに学べたことは多く、これからも協力を続けてお客様により良いものを提供していけると感じています。



ケイ・オー  
ビームサントリーオセアニア  
新商品開発ディレクター

### 口コミ投稿も 後押しした プロジェクトの成功

オーストラリアでのマーケティング全般を担当しました。日本チームとは互いに全幅の信頼を置き、強い信頼関係を築けました。お客様からは「酸味と甘みのバランスが完璧」「強烈でしっかりとした味」といったお声をいただき、販売店からも高い評価を得ています。さらには発売後 SNS にお客様発信の口コミ投稿が一気に増え、人気を後押ししてくれたことが印象的でした。



山元 瑠理  
サントリー(株)  
スピリッツカンパニー  
スピリッツ商品開発研究部 開発主幹

### 原料サプライヤーから 現地の嗜好を情報収集

オーストラリアへ数種類のプロトタイプを持って行き、意見を聞いて何度も改良を進めました。これまで培ってきたサントリーの原料酒開発技術を活かしつつ、各国の嗜好にあわせて最適化するのが開発者のブレンド技術。国が違って、お客様の嗜好を把握し期待値を上回る味をつくり上げることが大切なのは変わりません。



サントリーグループ123年の歴史

創業の精神「やってみなはれ」「利益三分主義」

サントリーの歴史は1899年、鳥井信治郎が大阪市内に「鳥井商店」を開業したことに始まります。日本人の味覚にあった洋酒をつくり、日本の洋酒文化を切り拓きたい―「やってみなはれ」の精神でチャレンジを続け、1907年に甘味葡萄酒『赤玉ポートワイン』を発売。1923年に「サントリー山崎蒸溜所」建設に着手すると、幾多の試練を乗り越えて1929年には国産第一号ウイスキー『白札』を、1937年には『サントリーウイスキー角瓶』を発売し、日本のウイスキー市場を切り拓きます。

人々の豊かな生活文化への貢献

1963年には、「サントリー株式会社」へと社名変更すると同時にビール事業に進出します。1970年代に入ると、洋酒・ビールに次ぐ第三の柱として飲料・食品事業を強化。缶入り烏龍茶を普及させるなど、多彩な商品を次々と世に送り出し、1990年代、世の中が成熟社会へと移行すると、『サントリー天然水』『BOSS』といったお客様に今でも愛されるブランドが生まれました。1993年には健康食品事業にも参入し、ロングセラー商品『セサミンE』を発売するなど、健康ニーズを捉えた新たな価値を持った商品の提供に力を注いでいます。

信頼され、愛される「グローバル企業」として

グローバル化が進む現代、私たちも「水」を軸にしたグローバル企業としてダイナミックな変貌を遂げようとしています。

2014年、米国ビーム社との経営統合により「ビームサントリー」を設立。2015年には新しい研究開発拠点として「サントリー ワールド リサーチセンター」を設立し、世界中からの多様な「知の交流」を通じた研究・技術開発を実施しています。

地球温暖化をはじめとする世界共通の課題が強く認識されてきた2000年代、水と水を育む自然環境と共生していくことをめざし、2003年にはサントリー「天然水の森」活動を、2004年からは次世代

一方で信治郎は、第一次世界大戦後の1921年、生活困窮者が無料で診療を受けられる「今宮診療院」を開設するなど、多くの社会貢献活動を展開しました。その考えの基本となっているのは、事業で得た利益はお客様や社会にお返ししたいとする「利益三分主義」です。

飽くなき挑戦心「やってみなはれ」と、企業として果たすべき社会貢献への思い「利益三分主義」。この2つの経営哲学は創業以来120余年、途切れることなくサントリーに受け継がれています。

最高品質の商品・サービスを通じて、人々の豊かな生活文化に貢献したいという思いは、社会貢献活動にもつながります。

経済的な豊かさの次に求められるのは心の豊かさであるとの思いから、1961年に「サントリー美術館」を開館、1969年には「鳥井音楽財団(現(公財)サントリー芸術財団)」を設立して1986年に「サントリーホール」を開館するなど、生活に潤いを与える多彩な芸術・文化活動を開始しました。1973年にはバレーボールチーム、1980年にはラグビーチームも創設。スポーツ振興にも力を入れています。

環境教育「水育(みずいく)」を開始しました。以降、サントリーグループがお客様・社会と交わす約束として「水と生きる」を掲げ、長期視点に立った環境活動を推進。2019年にはサントリーグループ「サステナビリティ・ビジョン」を策定し、世界共通のサステナビリティ課題の解決に向けた活動をグループ全体で推進しています。

サントリーは常に時代に向きあい、社会のニーズに寄り添った活動を展開してきました。これからも創業以来、大切にしてきた「やってみなはれ」「利益三分主義」を胸に、お客様・社会と共に歩んでまいります。

事業活動の歴史

サントリーグループの歴史をつくってきたのは、常に新たな価値を求め続けるチャレンジ精神でした。失敗や反対を恐れず、ひたすら挑戦し続ける。新しい市場創造も、新たな価値提供も、そのような情熱から生まれました。「やってみなはれ」は、現在も未来も、私たちサントリーの原動力となっています。



1899

創業者・鳥井信治郎、「鳥井商店」開業

1907

甘味葡萄酒『赤玉ポートワイン』発売



1929

国産第一号ウイスキー『白札』発売



1937

『サントリーウイスキー角瓶』発売



1923

「サントリー山崎蒸溜所」建設着手



1946

『トリスウイスキー』発売



1900

1921

「邦寿会」設立  
「今宮診療院」開設



1945

社会・環境活動の歴史

事業で得た利益は、「事業への再投資」「お得意先・お取引先へのサービス」とどまらず「社会への貢献」にも役立てたい、という創業者の精神が「利益三分主義」という言葉には込められています。事業の成功をステークホルダーや社会全体と分かちあい、互いに発展・成長していける関係づくりに全力を注いでいきます。

1946

「食品化学研究所」設立  
(現「公益財団法人 サントリー生命科学財団」)





1950

『サントリーウイスキー  
オールド』発売



1973

「サントリー白州蒸溜所」開設



1983

「シャトー・ラグランジュ」  
(フランス・ボルドー)経営開始



1963

「株式会社寿屋」から  
「サントリー株式会社」へ社名変更

1963

『サントリービール』  
発売



1978

メロンリキュール『MIDORI』  
をアメリカで発売



1984

『サントリーシングルモルト  
ウイスキー山崎』発売



1972

「サントリーフーズ株式会社」  
設立  
飲料・食品事業に本格的に  
進出



1981

『サントリーウーロン茶』  
発売



1989

創業90周年記念  
『サントリーウイスキー響』  
発売

1991

『サントリー天然水』発売



1992

缶入りコーヒー  
『BOSS』発売



2003

『ザ・プレミアム・モルツ』  
発売

2003

『サントリーシングルモルトウイスキー  
山崎12年』が酒類国際コンペティ  
ション「インターナショナルスピリッツ  
チャレンジ」(ISC)金賞受賞

2004

『サントリー緑茶伊右衛門』  
発売



2004

世界初の「青いバラ」開発成功



1993

健康食品事業に本格参入

1996

『スーパーホップス』  
発売



1996

ゴマの健康食品  
『セサミンE』発売



2003

『登美1997』がフランスの  
国際コンクールにて日本産  
ワイン初の金賞受賞



2004

『響30年』が酒類国際コンペティション  
「インターナショナルスピリッツチャ  
レンジ」(ISC)にて日本初の最高賞ト  
ロフィー受賞

1960

1961

「サントリー美術館」開館



1973

「愛鳥活動」開始

白州蒸溜所内に「バードサンクチュアリ」開園



1980

1979

「サントリー文化財団」設立  
(現「公益財団法人 サントリー文化財団」)



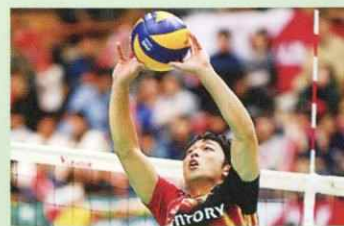
1969

「鳥井音楽財団」設立  
(1978年「サントリー音楽財団」に改称、  
現「公益財団法人 サントリー芸術財団」)



1973

バレーボールチーム  
「サントリーサンパズ」創設



1980

ラグビーチーム  
「東京サントリーサンゴリアス」創設



1986

「サントリーホール」開館



2000

2003

サントリー「天然水の森」活動開始



2011

東日本大震災復興支援「サントリー  
東北サンさんプロジェクト」開始



1989

公益信託「サントリー世界愛鳥基金」  
設立

2004

次世代環境教育「水育(みずいく)」  
開始

1997

「サントリーグループ環境基本方針」  
制定

2005

コーポレートメッセージ  
「水と生きる SUNTORY」策定

水と生きる SUNTORY

2014

「サントリー環境ビジョン2050」  
策定

2014

「チャレンジド・スポーツ」支援開始



2005

『ザ・プレミアム・モルツ』(中瓶)が日本初の「モンドセレクション」ビール部門最高金賞受賞



2006

『黒烏龍茶』発売  
(特定保健用食品)

2009

清涼飲料メーカー「オレンジーナ・シュウェップス・グループ」(フランス)を買収



2010

ノンアルコール  
ビールテイスト飲料  
『オールフリー』発売

2013

「サントリー食品インターナショナル」東証一部上場



2013

『伊右衛門 特茶』発売  
(特定保健用食品)



2014

「ビームサントリー」設立



2015

『ザ・プレミアム・モルツ  
マスターズドリーム』発売



2015

「サントリー ワールド  
リサーチセンター」竣工



2016

「World Whiskies Awards 2016」で  
『響21年』が「World's Best Blended  
Whisky」受賞



2017

『クラフトボス』  
シリーズ発売



2017

ジャパニーズクラフトジン  
『ROKU』発売

2018

『こだわり酒場のレモン  
サワー』発売



2019

北米で『LEGENT』発売

2019

SUNTORY WORLD WHISKY  
『碧 Ao』発売



2019

インドで『OAKSMITH』発売

2020

ジャパニーズジン『翠 (SUI)』発売



2021

『パーフェクトサントリービール』発売

2015

海外では初となる次世代環境教育  
「水育」をベトナムで活動開始



2016

「サントリー水の国くまもと応援  
プロジェクト」開始



2019

サントリーグループ  
「サステナビリティ・ビジョン」策定

2019

サントリーグループ  
「プラスチック基本方針」策定

2019

水源涵養約12,000ha 到達  
サントリーグループ国内工場で汲み上げる  
地下水量の2倍以上の水の涵養を達成



2016

アメリカ「ナチュラル・ウォーター  
サンクチュアリ」プロジェクト開始



2017

サントリーグループの  
「水理念」策定

2018

「サントリー環境目標2030」策定

2020

2020

使用済みプラスチック再資源化事業  
「アールプラスジャパン」社設立



2021

「サントリー天然水 北アルプス  
信濃の森工場」稼働  
サントリー国内初のCO2排出  
実質ゼロ工場



2021

スコットランドでの泥炭地お  
よび水源保全活動「Peatland  
Water Sanctuary」開始



2020

「サントリー環境ビジョン2050」改定

2021

東日本震災復興支援サントリー  
東北サンさんプロジェクト  
「みらいチャレンジプログラム」開始



2022

「サントリー環境目標2030」改定

2022

国内すべての自社生産研究拠点30カ所で  
購入する電力を100%再生可能エネルギー  
由来に切り替え

To create harmony with people and nature

# 企業概要

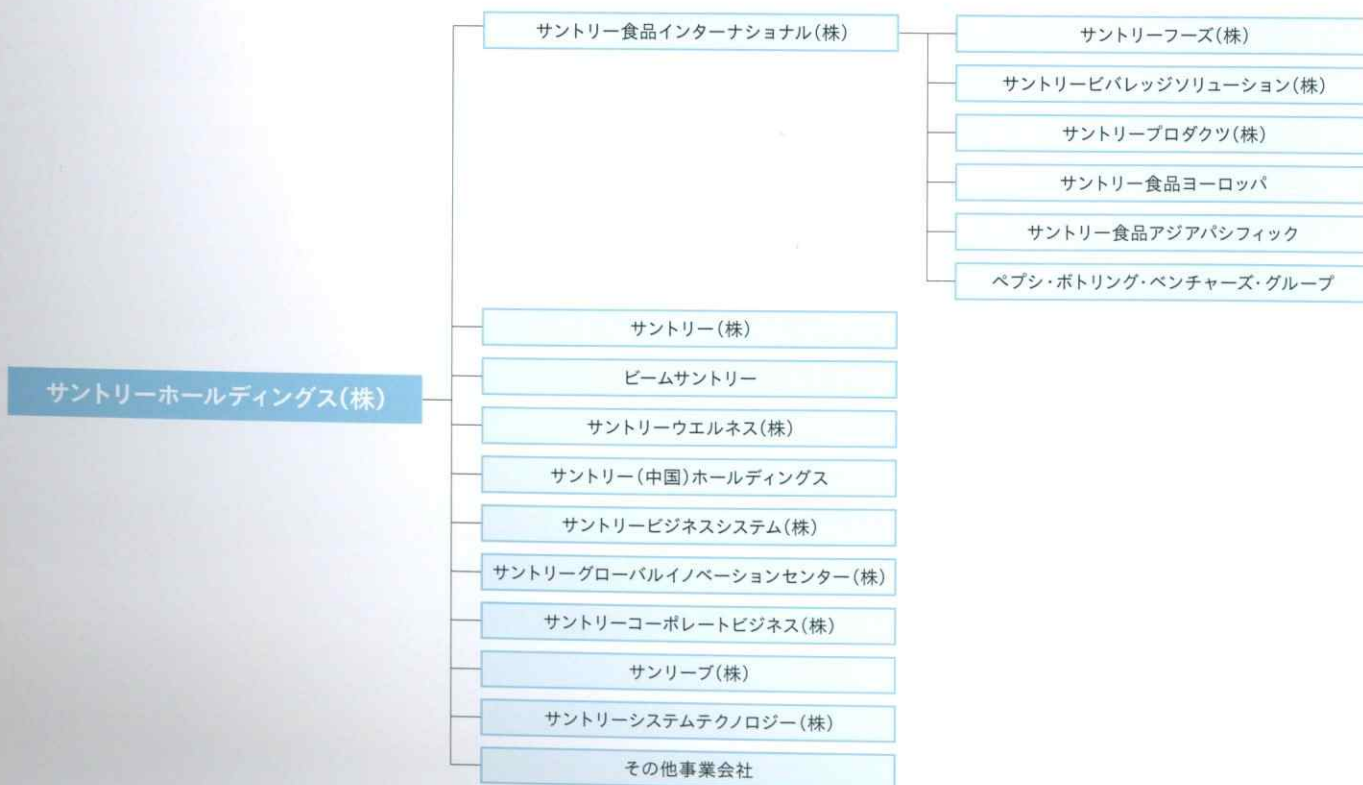
## サントリーグループ

グループ会社数:	285社	(2021年12月31日現在)
従業員数:	40,275人	(2021年12月31日現在)
連結売上収益(酒税控除後):	22,857億円	(2021年1月1日~2021年12月31日)
連結売上収益(酒税込み):	25,592億円	(2021年1月1日~2021年12月31日)
連結営業利益:	2,475億円	(2021年1月1日~2021年12月31日)

## サントリーホールディングス株式会社

本社所在地:	大阪府大阪市北区堂島浜2-1-40
サントリーワールドヘッドクォーターズ所在地:	東京都港区台場2-3-3
創業:	1899年
設立:	2009年2月16日
代表取締役会長:	佐治 信忠
代表取締役社長:	新浪 剛史
資本金:	700億円

## グループ組織図



# 業績ハイライト

2017年12月期から国際会計基準(IFRS)を適用しています。

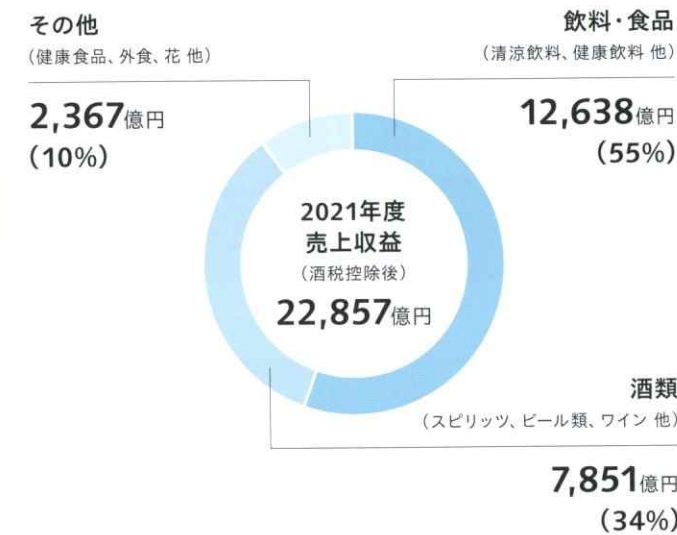
## 連結売上収益



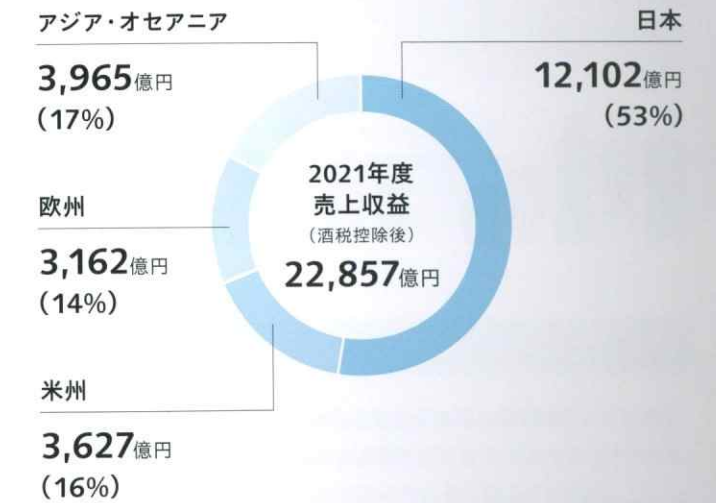
## 連結営業利益



## 事業セグメント別売上



## 地域別売上



## 地域別グループ会社数/従業員数



more info  
企業情報

## 事業概要

### 飲料・食品関連事業

ミネラルウォーター・コーヒー・茶・炭酸飲料・スポーツ飲料、健康飲料など、幅広い商品をお届けしています。また、日本をはじめ欧州、アジアパシフィック、米州などグローバルに、清涼飲料や食品の製造・販売事業を行っています。



#### 関連会社

サントリー食品インターナショナル株式会社

#### 日本

サントリーフーズ株式会社  
サントリーフーズ沖縄株式会社  
サントリービバレッジソリューション株式会社  
株式会社サンベンド  
サントリープロダクツ株式会社

#### アジアパシフィック

Suntory Beverage & Food Asia Pte. Ltd.  
Suntory Beverage & Food International (Thailand) Co., Ltd.  
PT SUNTORY GARUDA BEVERAGE  
Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Co., Ltd.  
Suntory PepsiCo Beverage (Thailand) Co., Ltd.  
FRUCOR SUNTORY NEW ZEALAND LIMITED  
FRUCOR SUNTORY AUSTRALIA PTY. LIMITED

#### 欧州

Orangina Schweppes Holdings B.V.  
Lucozade Ribena Suntory Limited

#### 米州

Pepsi Bottling Ventures LLC

### 酒類関連事業

1899年にぶどう酒製造販売で創業して以来、日本初の本格ウイスキーの製造、ビール事業の展開など絶えざる挑戦によりさらなる成長をめざしています。総合酒類企業として、多彩な商品を世界のお客様にお届けしています。



#### 関連会社

ビームサントリー  
サントリー株式会社  
サントリアライド株式会社  
サントリー知多蒸溜所株式会社  
大隅酒造株式会社  
沖縄サントリー株式会社  
株式会社ファインズ  
株式会社岩の原葡萄園  
Château Lagrange S.A.S./シャトー ラグランジュ  
Grands Millésimes de France S.A. (GMdF)/グラン ミレジム ド フランス  
Château Beychevelle/シャトー ベイシュヴェル  
Château Beaumont/シャトー ボーモン  
Barrière Frères S.A./バリエール  
Weingut Robert Weil/ロバート ヴァイル醸造所

### 健康食品・外食・花・サービス他関連事業

アイスクリームの製造・販売事業、国内外での外食事業など幅広く展開しています。また、ポリフェノール研究やバイオ技術を活用した多彩な商品の開発、中国での環境緑化事業、文化施設でのレセプションサービスなども行っています。



#### 関連会社

サントリーウエルネス株式会社  
台湾三得利健康股份有限公司  
株式会社コネク  
株式会社ダイナックホールディングス  
株式会社フロントコーポレーション  
井筒まい泉株式会社  
Restaurant Suntory Mexico Group/  
レストランサントリーメキシコグループ  
Suntory F&B International Group/  
SFBIグループ  
サントリーフラワーズ株式会社  
トヨタサントリーミドリエ(上海)園芸有限公司  
サントリーマーケティング&コマース株式会社  
サントリーパブリシティサービス株式会社  
サントリー興産株式会社  
株式会社サン・アド  
ハーゲンダッツ ジャパン株式会社  
モンテ物産株式会社  
三得利(中国)投資有限公司/  
サントリー(中国)ホールディングス  
ASC Fine Wines Holding Ltd./ASCファインワインズ  
信三得利商貿有限公司

### 機能会社

グループ各社に共通する事業を集約し、品質保証、技術開発、調達・物流、ビジネスシステムや、基盤研究、営業支援などを担っています。



#### 関連会社

三得利分析技術(上海)有限公司  
サントリー MONOZUKURI エキスパートアジア  
サントリー MONOZUKURI エキスパートヨーロッパ  
サントリーコーヒーロースター株式会社  
サントリーモルティング株式会社  
三得利貿易(香港)有限公司  
サントリーロジスティクス株式会社  
サントリーシステムテクノロジー株式会社  
サントリービジネスシステム株式会社  
サントリーグローバルイノベーションセンター株式会社  
サントリーコーポレートビジネス株式会社  
サンリーブ株式会社

### 芸術文化・学術・社会福祉関連法人

芸術・文化・学術振興のための3つの公益財団法人と、高齢者福祉施設・保育園を運営する社会福祉法人、また学校法人の活動を支援するなど、文化・社会貢献活動にも積極的に取り組んでいます。

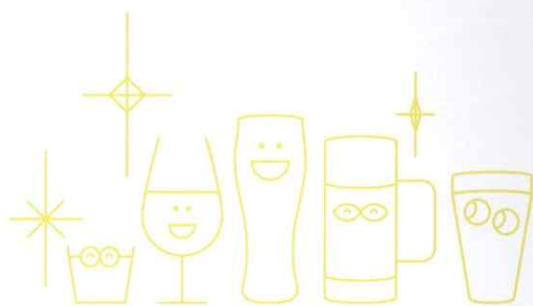


#### 関連法人

公益財団法人 サントリー芸術財団  
サントリー美術館  
サントリーホール  
公益財団法人 サントリー文化財団  
公益財団法人 サントリー生命科学財団  
社会福祉法人 邦寿会  
学校法人 雲雀丘学園



more info  
事業紹介



**SUNTORY**



 YouTube サントリー公式チャンネル  
『水と生きる MOVIE』