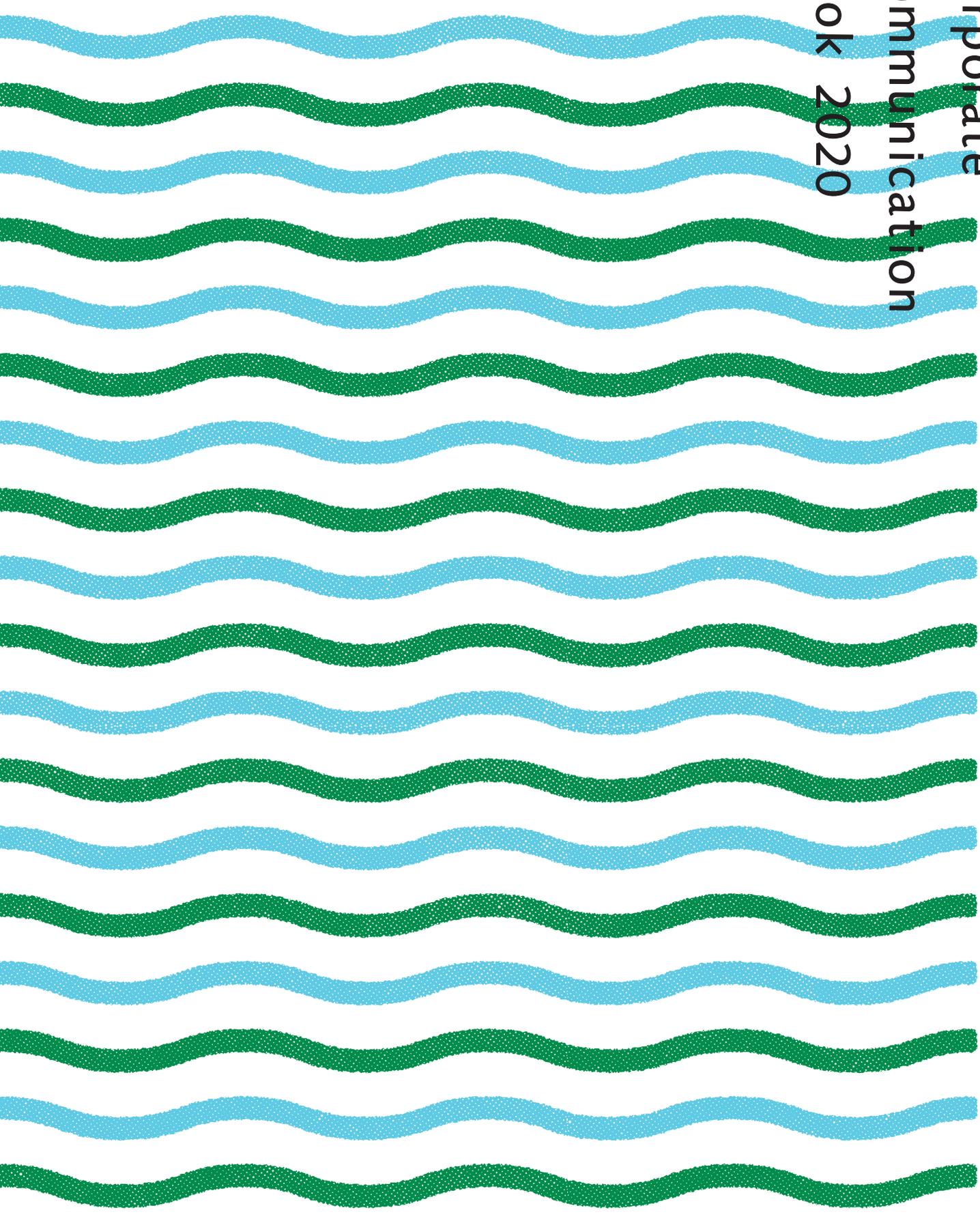


SUNTORY

Corporate
Communication
Book 2020



サントリーグループの約束

水と生きる

「水と生きる」は、わたしたちサントリーグループが
お客様はもちろんのこと、
地域社会や自然環境と交わす約束の言葉です。

自然への思い ～水とともに生きる～

お客様に水と自然の恵みをお届けする企業として、
貴重な共有資源である水を守り、水を育む自然環境を次世代につないでいく。

社会への思い ～社会にとっての水となる～

水があらゆる生命の渇きを癒し、潤いを与えるように、
お客様や社会にとって価値ある商品やサービスを通じて、
人々の豊かな生活文化の創造に貢献していく。

わたしたち自身への思い ～水のように自在に力強く～

すべての社員が水のように柔軟に常に新しいテーマに挑戦し、
新たな価値を創造する企業であり続ける。

これら3つの約束を果たすために、
わたしたちは日々の行動を積み重ねていきます。



ステークホルダーの皆様へ

「水と生きる」 生命の輝きに満ちた 豊かな社会に

サントリーグループは「人と自然と響きあう」を
企業理念に掲げ、最高品質の商品・サービスを
世界中の人々にお届けすることを通じて、人々の
豊かな生活文化の創造に貢献すると同時に、常に
社会や美しい地球環境との共生を目指して
きました。この思いは創業以来120余年、変わる
ことはありません。

私たちは、お客様をはじめ、社会、そして自然環境
と交わす約束の言葉として、「水と生きる」を定めて
います。「水」は言うまでもなく、サントリーの事業
基盤です。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水を守り、水を育む
環境を次世代につなげていくこと。水があらゆる
生命の渇きを癒し、潤いを与えるように、お客様と
社会と寄り添う企業であり続けること。そして、
水のように柔軟に、力強く、常に新しいテーマ
に挑戦し、新たな価値を創造していくこと。

「水と生きる」にはこのような強い決意と思いが
込められています。

世界中の人々や地域社会、そして大いなる自然
との共生を目指し、私たちが実現するのは生命の
輝きに満ちたサステナブルな社会です。100年先も
新たな価値を創造する“Growing for Good”な企業
であり続けるために、創業精神「やってみなはれ」
「利益三分主義」のもと、お客様の生活を彩る喜び
や感動を創造し、あらゆる人が人間らしく心豊か
に暮らせる社会を目指して、さらなる革新と挑戦を
続けてまいります。

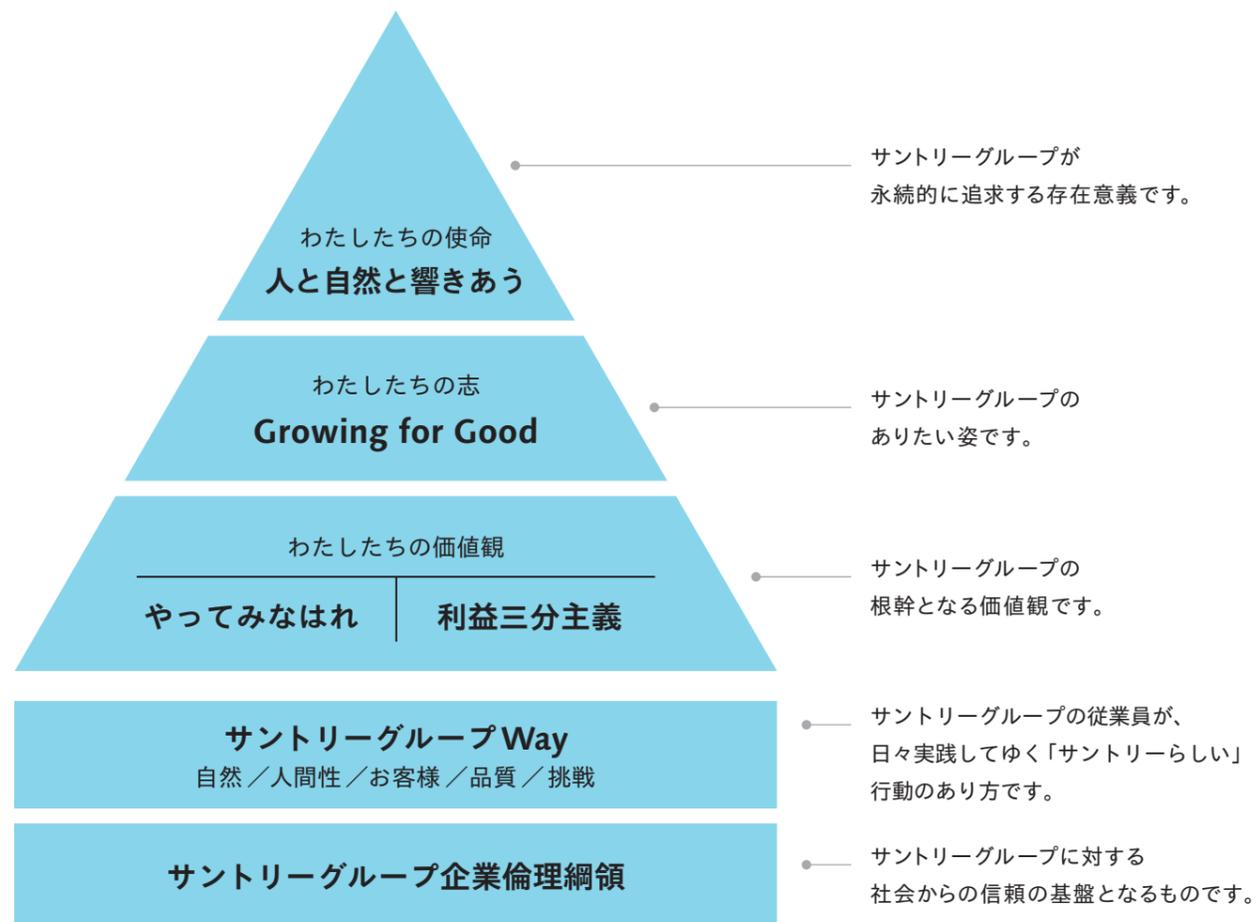
サントリーホールディングス株式会社
代表取締役会長

佐治信忠

サントリーグループの理念体系

サントリーグループは、世界中のお客様に新たな価値を提供しつつ、持続可能な社会の実現に貢献していくため、わたしたちの使命、志、価値観、そして、それを実現する上での基本となる考動のあり方として、以下のような理念体系を定めています。

水と生きる



index

- 02 サントリーグループの約束
- 03 ステークホルダーの皆様へ「水と生きる」生命の輝きに満ちた豊かな社会に
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
- 04 サントリーグループの理念体系
- 06 TOP INTERVIEW
これからの時代
サントリーはいかに
人と自然と響きあうのか
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
- 11 サントリーらしさをつくる「5つのWay」
- 17 FRONT LINE
挑戦なくして、
新しい価値は生まれない
- 21 「水と生きる」取り組み
- 22 地球 持続可能な社会の実現に向けて
- 24 水 ずっと水と生きていける未来を
- 28 木 世界の環境課題に向き合い、
挑戦を続ける
- 30 賞 最高の品質で、
イキイキと潤いのある毎日を
- 32 人 一人ひとりが常に挑戦し、
輝き続けるために
- 34 未来 時代を見つめ、社会と響きあう
- 39 企業概要、事業概要
2020年
サントリーの「現在地」
- 44 サントリーグループ
121年の歴史



発行日：2020年7月22日

発行：サントリーホールディングス株式会社
コーポレートサステナビリティ推進本部 コーポレートブランド戦略部
〒135-8631 東京都港区台場2-3-3
TEL. 03-5579-1536 FAX. 03-5579-1755
URL. <http://suntory.jp/>

製作・印刷：博報堂ケトル／博報堂

※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



TOP INTERVIEW

これからの時代 サントリーはいかに 人と自然と響きあうのか

先行きが不透明な時代、企業としても変革が求められる中で、サントリーは社会とどう向き合い、どう歩みを進めていくのか。代表取締役社長 新浪剛史が目指すべき企業像を語ります。
(聞き手・ジャーナリスト 古田大輔)



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

変容の時代こそ企業の真価が問われる

新 型コロナウイルスの世界的流行により、世界各国で社会情勢が、そして生活者の生活様式や消費マインド、行動が大きく変容しています。それに伴い、生活者の企業に対する価値観や企業に期待する活動、企業に求める商品やサービスも激変しつつあると言えます。否応なく変化への対応が求められているのです。

コロナ禍の影響はまだしばらくは続くでしょう。withコロナ、afterコロナの時代を見据えて、この変容に企業としていかに対峙し、社会に継続的に価値を提供することで、必要とされる存在であり続けるか——こういう局面だからこそ、よりよい社会を創っていく「社会と共生する企業」だけが生き残れる。企業としての真価が問われていると思います。サントリーはこうした変化を積極的に受け入れ、新たな価値を提供する機会の創出や社会・お客様への貢献に繋げていきたいと考えています。

この数か月で大きく変化したことの一つに、人々の「健康」への意識の高まりがあると思います。これからの時代、身体的な健康を保つことはもちろん、心豊かな暮らしを実現したいという思いはより強まってくることでしょう。サントリーが展開する商品の多くは、水や農作物などの自然物を原料としたものです。また、お客様のニーズを捉えた特定保健用食品や健康食品の開発にも力を注いでいます。健康長寿に貢献する、機能性があり、自然由来でおいしい飲み物や食べ物を充実させていくことには、大きな可能性を感じています。

もう一つは、「デジタル化」の加速です。情報発信やコミュニケーション、マーケティング、働き方、あらゆるところでデジタルの可能性が見出されています。サントリーでは、すでにデジタルを駆使することで、お取引先の皆さまへの支援を推進し、ブランドごとに丁寧なコミュニケーションを図りながら、お客様との絆を深めています。こうした取り組みをより一層加速させていきます。

イノベーションを巻き起こす絶好のチャンス

苦 しいからこそ人は成長できる。私自身も若い頃から、あえて苦しい道を選ぶようになってきました。言うなれば私のビジネス人生そのものが「やってみなはれ」でもあったのです。苦しみの中には、必ず幸せがあるもの。私は、自分の経験を振り返って、そう断言できます。

言うまでもなくサントリーも、120余年の長い歴史の中で、世界恐慌や第二次世界大戦、戦後の混乱期、バブル崩壊、リーマンショック、度重なる震災…様々な危機に直面してきました。しかし、その都度、「やってみなはれ」の精神で、「へこたれず、あきらめず、しつこく」挑戦を続けることでピンチをチャンスに変え、成長を続けてきたのです。どのような環境、状況下でも「やってみなはれ」の精神を失うことがなかったからこそ、今のサントリーがあります。

これからの時代もコロナ以前と同じではなく、今回の危機からの学びをもとに、更に力強いサントリーにしていかなければなりません。

そのためには、あらゆる部門でイノベーションを加速させる必要があります。新しい状況に適応しながら、創造力を大いに発揮してほしいと思っています。私は今、「変化の激しい今こそ、イノベーションを巻き起こす絶好のチャンス。今までにないような様々なチャレンジを積み重ね、大きなうねりとしていくことで、新たな未来を切り拓いていこう」と社内を鼓舞しています。これから130年、140年、150年と続くサントリーの歴史は、挑戦と成長の先にあるのです。



世界規模で 社会課題に向き合う

変わりゆく社会の中でも、決して歩みを緩めてはいけないのが、世界規模の気候変動や環境問題、エネルギー問題や食糧不足、更には経済格差や人権侵害など、多くの課題解決に向けた取り組みです。

こうした課題は、産業界はもちろんのこと、国やNGO・NPOなどの組織が、それぞれの利害関係を越えて話し合い、協力して取り組んでいかなければなりません。グローバルに事業を展開し、様々な利害や立場に縛られることなく自由に動ける企業だからこそ、やれることがたくさんあるのではないのでしょうか。

企業はもはや、よい商品や便利なサービスを提供するだけの存在であってははいけません。社会と共生し、社会課題の解決に貢献すること、サステナビリティの観点に立って経営をしていくことが、企業の成長と生き残りのための必要条件となっているのです。私たちは「人と自然と響きあう」企業として、サステナビリティ経営をこれまで以上に強力に推進していきます。

なかでも、地球環境の問題は、サントリーグループが一丸となり先陣を切って取り組むべき課題と捉えています。企業が大きな目標を掲げ、イノベーションを起こすことで、社会を大きく変えていく。循環型社会と脱炭素社会の実現に向け、サントリーは昨年、「プラスチック基本方針」を制定し、2030年までにグローバルで使用する全てのペットボトルに、リサイクル素材あるいは植物由来素材のみを使用することで、100%サステナブル化することを目標としました。また、2050年までに、バリューチェーン全体で温室効果ガス排出を実質ゼロにするという意欲的な目標を掲げ、活動を推し進めています。

世界共有の貴重な資源であり、サントリーにとっては事業基盤である「水」に対しても、私たちの事業活動が地球規模での水循環の一部であるという認識に立ち、貴重な水資源を守り、育み、未来に繋いでいくための様々な活動を実践しています。2003年に日本で開始した水源涵養のための「天然水の森」活動は、現在、全国15都府県21か所、約12,000haまで拡大し、目標としていた「国内工場で使用する地下水量の2倍以上の水の涵養」を2019年に1年前倒して

達成しました。こうした「水のサステナビリティ」への取り組みをグローバルに推進するため、2017年には「水理念」を制定。現在では、米国、欧州、アジアなどサントリーグループが事業を展開する各地で、生産工程での節水や水の循環利用、水源涵養や自然環境保全活動などの取り組みが広がっています。



社員の多様性こそが 成長の原動力

サントリーグループが何よりも大切にしているのは「人」です。なぜなら、新しい価値を生み出す源泉は人に他ならないからです。人が「人間らしく」生き生きと輝き、成長していくことで、組織も成長していく。それが新しい価値を生み出し、社会を良くしていくのだと思っています。

少し客観的な物言いになりますが、私がこの会社に入って最初に驚いたことは、社員たちの愛社精神の強さでした。数々の企業を経験してきましたが、サントリーほど自社を愛している社員で溢れている組織を私は知りません。それは、企業としての大きな強みです。

創業以来120年以上に及び貫いてきたサントリーのフィロソフィー、「やってみなはれ」と「利益三分主義」。サントリーには決してブレない軸があり、価値観と一体感があるからこそ、One Suntoryとして一つになり、大きな危機に直面しても乗り越えていける。コロナ禍においても、それぞれの現場で、社会のために何ができるか考え行動に移し、挑戦する姿は、誇らしいものでした。

グローバル化を進める現在、サントリーグループでは、社員約4万人のうち半数以上が日本以外で働いています。今後もグローバル企業として成長を続け、世界に新たな価値を提供し貢献していくためには、より一層ダイバーシティ経営を推進していく必要があると考えています。

そういう意味で、米国ビーム社との統合は、サントリー自身が本当の意味でのグローバル企業へと成長する第一歩だったと思っています。実際に、外部の経営陣と一体化することで、多様な価値観が日本のサントリーにも入ってきました。生産性の追求やファイナンスなど、彼らに学ぶところは積極的に受け入れ、一方で我々の経営理念、ものづくりの思想などサントリーの底流に流れるものを共有していきま



人や組織は、異なるものを是とする受容力が強ければ強いほど、イノベーションを生みやすい。近年では、現場においても、世界のサントリーグループ会社と交流し、様々な価値観をぶつけ合い融合することで、イノベティブな商品やサービスが次々と生まれています。世界中の人々に向けた、新しい価値の創造。今後、それが更にダイナミックに広がっていく可能性を感じています。

今後、時代はより不確かで厳しいものになっていくでしょう。変化のスピードは加速し、また複雑に絡み合った社会課題とも向き合わなければなりません。

そうした時代に社員にとって絶対的に信じられる哲学を持つことは企業を強くします。そして、これからの時代、企業のフィロソフィーは組織内に向けられたものとしてだけでなく、社会全体に向けられたもの、共感されるものでなければなりません。

そのなかで、サントリーは常に「やってみなはれ」精神で挑戦を続け、絶えず「利益三分主義」の精神を大切に、世界中のお客様や社会と響きあいながら、共に発展・成長し続ける企業でありたいと考えています。

事業活動によりお客様に豊かさをお届けすることを通じて、企業としての「Growing = 成長」を果たし、同時に、社会の課題に向き合いその解決に大きく貢献することで「Good = よりよい社会」を実現していく。真に価値のある「Growing for Good」な企業を目指してまいります。



ジャーナリスト 古田大輔

朝日新聞記者からBuzzFeed Japan 創刊編集長を経て、2019年に独立し、ジャーナリスト/メディアコンサルタントとして活動。

「利益三分主義」「やってみなはれ」、そして「Growing for Good」。創業から今に続くサントリーの理念について、新浪社長は心から嬉しそうに話してくれました。同時に「プロ経営者」として、未来を見据えた企業戦略については、現状を冷静に分析して語ります。その姿は、若い頃からの愛読書という渋沢栄一の『論語と算盤』を思い起こさせます——「論語＝理念」と「算盤＝収益」のふたつがあって、企業の長期的成長と社会への貢献が可能になる、と。「サントリーほど自社を愛する社員が多い企業をみたことがない。思いを共有したファミリーです」と新浪社長が語る時、サントリーの企業理念と自身の信念を重ねてきた新浪社長自身も、その中に含まれていると感じさせてくれました。

サントリーらしさをつくる 「5つのWay」

サントリーグループでは、お客様に新しい価値を提供し、成長し続けるために、私たち一人ひとりが日々実践していく「サントリーらしい」考動のあり方として、「サントリーグループ Way」を定めています。そこに掲げる5つのWayを現場で実践している、10名のサントリー社員に話を聞きました。

サントリーグループ Way

自然を尊敬する

水と自然の恵みをお届けする企業として自然への尊敬と感謝を念頭に、環境に配慮した事業活動にとどまらず、水と自然の健全な循環に貢献し、かけがえのない自然環境を次世代につないでいきます。

人間性を尊重する

お客様の心と身体を潤し、生活文化を豊かにする商品やサービスを提供します。新しい喜びや感動を創造し、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ます。

お客様視点で考える

すべての人々をお客様と捉え、お客様満足を第一に考えます。徹底した現場主義によりお客様の声を日々の考動に反映し、お客様の信頼と期待に応えます。

品質にこだわる

ものづくりはもちろん、すべての商品・サービスの企画開発から飲用時などお客様との接点に至るまで、バリューチェーンすべてのプロセスで、品質にこだわり続けます。

挑戦を続ける

未来を切り拓く気概を持って大きな夢を描き、失敗を恐れず、誰も実現したことのない価値創造に挑みます。日々新たな心を持って考え抜き、挑戦し続けます。



瀬田玄通

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
水活動研究グループ

「水に敬意を抱きつつ
研究を進めていきたい」

私は現在、日本国内の「天然水の森」を対象に水循環と水資源を保全するための研究に加え、水源涵養活動や水育をグローバルに展開していく活動をしています。

水には他の物質にない様々な性質があります。例えば水は温まりにくく冷めにくく熱を蓄える性質があり、そのような水が自然界を循環することで地域特有の気候が生まれます。また、様々なモノを溶かすという性質もあり、それにより地下で水が岩石と触れ合う時にミネラルを含みます。

そしてそれが天然水の美味しさを生み出すのです。

サントリーは、水のこのような性質をものづくりに活かしています。サントリーが製品を通じてお客様に様々な価値を提供できるのは、水の恵みがあってこそ。だから、私たちは、自然界からお客様の体の中まで、水循環を大きく捉え、科学的根拠に基づき水の研究を行っています。将来にわたって水資源を守り、その価値を十分に引き出し、お客様に提供していくことが私たちの使命だと考えています。



磯部八寿子

サントリーフラワーズ(株)
開発部

「幸せの苗を
世界中に届けたい」

私は、グローバルブリーディング&リソースセンターで、花の培養苗の供給と品質管理をしています。培養苗は私たちが販売している苗の“大元”であり、その状態がお客様のお手元に届く苗の品質に大きく影響してきます。お客様に花を育てる喜びを十分に味わっていただくことを目指し、培養苗を最高の品質で維持するよう、日々心がけています。サントリーグループはお酒や飲料などの“嗜好品”をお客様にお届けすることで、心や生活に潤いをもたらしたいと考えて

いますが、植物もまさに“嗜好品”だと思っています。

サントリーフラワーズは、海外でも事業を展開しており、海外市場への培養苗の供給も私たちの部署が行っています。いわば世界中に幸せを届ける仕事の、一番根っここの部分にいますね。そのことに、意義ややりがいを非常に感じています。植物を育てながら得られる“潤い”は、人を幸せにしてくれます。その幸せの苗を、これからも世界中にお届けしていきます。



自然を尊敬する



Christine Newton

Beam Suntory Inc.
Corporate Internal &
Social Responsibility Communications

「水を守ることで
地域社会に貢献していきたい」

私が所属するビームサントリーのコーポレートコミュニケーション部門では、私たちの志である「Growing for Good」を、社員やステークホルダーの皆様と共に推進していく活動を行っています。

そうした活動の一つが、「Together for Good」です。これはビームサントリーが5年目を迎えたことを記念して、新しく設けたイベントです。約2,000人の社員が13カ国55の地域でボランティア活動に参加し、それぞれの地域でゴミ

拾いや、植林等の水源保全活動をするというものです。昨年の「Together for Good」の日、私が参加したシカゴではあいにく雨が降っていたのですが、悪天候にもかかわらず参加者は全員、自分たちの活動が水源保全に良い影響を与えることを実感し、心から楽しんでいるようでした。

水は、私たちの製品になくてはならないものです。「Together for Good」を通じ、貴重な水を育む環境を守っていくことにより、これからも地域社会に貢献していきます。



人間性を尊重する



平岡典子

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

「誰もが輝ける
社会を実現していきたい」

サントリーでは、「サントリーらしい障がい者雇用」を目指し、2018年4月に、特例子会社という枠組みではなく、社内の一部署として「コラボレイティブセンター」という組織を設けました。

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。しかし、その中で大切にしてきたことは、一人ひとりの個性とバックグラウンドを受け止め、向き合いながら信頼関係を築くこと、その上で個々の強みを存分に発揮できる職場を実現することでした。

メンバーは新しい業務へのチャレンジ意欲に満ち溢れており、仕事での様々な経験を通して、成長していると感じます。その成長実感が本人の自信となり、次の新たなチャレンジへの力になっています。最近では、メンバーと同じオフィスで働く社員の様子も変わってきました。障がいの有無に関わらず、みんながサントリーに集う仲間だという意識が浸透してきたように感じています。

今後は、このような事例を社外にも発信していくことで、誰もが輝ける社会を拓いていきたいです。





高橋 大樹

サントリー食品インターナショナル(株)
ジャパン事業本部
イノベーション開発部

「新しい価値は
お客様視点から生まれます」

テイクアウト専門のコーヒースタンド「TOUCH-AND-GO」^{タッチアンドゴー}を担当しています。これは、お客様が注文時にモバイル上で味わいやラベルをカスタマイズでき、待つことなく受け取れる新しいサービスです。朝のオフィス街のコーヒーストックでの行列に着目したのが、この開発プロジェクトの始まりでした。一杯の美味しいコーヒーを手にするために、行列に並ぶという“不自由”を受け入れざるを得ない現実。そこから更に考察を深め、お客様は並ぶ時間だけではなく、後ろの人を

気にしてゆっくり選べないなど、自分の行動を自分でコントロールできない時に、“不自由”を感じるのではないかという仮説を立てました。このように、お客様視点で考えた結果生まれたのが、注文するタイミング、受け取り時間などの全てを自分でコントロールできるサービス、「TOUCH-AND-GO」なのです。これからもお客様と徹底的に向き合うことで、お客様の生活を豊かにする、新しい価値を提供し続けたいと思います。



竹内 謙二

サントリー-MONOZUKURIエキスパート(株)
原料部
調達開発グループ

「最高のコーヒーを
多くのお客様に届けたい」

私は、コーヒー原料を調達する仕事に携わっています。コーヒー豆は、気候変動や病気、価格の乱高下といった不安定要素にさらされ、安定した調達が難しい作物です。またお客様の嗜好が多様化するなか、従来のコーヒー豆では実現しにくい新しい美味しさの追求が課題となっています。このような課題を解決するため、商品開発者と共にコーヒー豆生産地に赴き、パートナーシップを結んでいる生産者「Bau農園」と一緒に議論を深めながら、協働で

新たなコーヒー豆原料を開発する取り組みを始めました。「Bau農園」の優れた農業技術や品質へのこだわり、サントリーの研究開発技術やものづくりの探求心を掛け合わせることで、今までにない高品質でサステナブルなコーヒー豆を開発する。開発した豆を、お互いが納得できる透明な安定価格で長期にわたって調達していく。それが実現できた時、生産者とお客様双方に今よりもっと喜んでもらえるコーヒーが作り出せると考えています。



お客様視点で考える



鎌田 美和

井筒まい泉(株)
レストラン事業本部
東京大丸レストラン店

「お客様の
『ちょっとうれしい』を増やしていく」

私はまい泉で、店舗の運営とマネジメントを担当しています。お客様と直接コミュニケーションを行いますので、常にお客様視点で考え、行動することを大事にしています。特に普段から心がけているのは、「ちょっとしたこと」でも、個々のお客様に合わせたサービスをこちらから率先してご提案すること。そんな心遣いが、お客様の喜びや満足に繋がることを願っています。例えば、お子様連れで来店されるお母様は、お子様に先に

食事をさせてからご自分が食事をする、というケースが多いですね。そこで、私たちが温かいご飯とお味噌汁の提供時間をずらすことをご提案させていただく、といったことなどです。本当に「ちょっとしたこと」なのですが、後日、お客様からお礼のご連絡をいただくこともあり、大きな励みになっています。お客様の状況を知り、それを先回りしてご期待を上回るサービスを提供することで、「ちょっとうれしい」をこれからも増やしていきたいです。



品質にこだわる



大野 浩

サンリーブ(株)
品質営業部
ドラフトマスター

「お客様へ最高の一杯を
お届けしたい」

サントリーには*「樽生三原則+こだわり2ヶ条」という、美味しい生ビールを提供するための約束事があります。私たちは、お客様に最高品質のザ・プレミアム・モルツを五感で味わっていただくため、「神泡感動セミナー」という体験型のセミナーを行い、飲用時品質の重要性をお伝えしています。セミナー冒頭で「本当に“うまい”と思う生ビールを飲んでありますか？」と聞くと、残念ながら手をあげる人は意外に

多くありません。それは、品質がきちんと守られた生ビールを飲んでいないからではないかと思っています。事実、セミナーの場で最高品質の神泡での一杯を飲んでもらうと、誰もがその美味しさにアッと驚きます。セミナーに参加した方々は、その感動を周りの人にどんどん伝えてくださっています。お客様に飲んでいただく瞬間まで、醸造家からの“美味しさのバトン”を繋いでいくためにも、私はサントリーの品質へのこだわりと精神を、ずっと伝えていきたいですね。



*【樽生機材の毎日の洗浄】【静置冷却】【適正なガス圧】の三原則【綺麗なグラス】【うまい生ビールの注ぎ方】の2ヶ条



石原圭子

サントリー食品インターナショナル(株)
サントリー食品アジア

「常識にとらわれず 新たな価値を創り出す」

私は主にアジア圏において飲料の開発を行っています。なかでも近年、ベトナムでヒット商品となったのが「TEA+ Oolong Tea」です。

ベトナムのお茶は、甘いレモン風味の緑茶が主流ですが、私たちは、全く異なる形でベトナムのお茶市場に挑戦することにしました。

まず、ベトナム人のお茶の文化や嗜好を理解するために、徹底した市場調査を行いました。それにより、レモン風味に頼らない、お茶の味わいがしっかりと感じられる、甘さ控えめ

の烏龍茶に需要があることを発見しました。中味開発では、日本の緑茶と烏龍茶の抽出技術や健康機能素材を活かしつつ、現地の嗜好に合わせた設計をするなど、日本のチームと現地チームが「One Suntory」となって進め、味・機能ともに既存市場の概念を超えた新しい商品を開発することができました。

これからも、現地のお客様に徹底的に向き合い、私たちが培ってきた技術を活かしながら、世界中のお客様に新たな価値を提供し続けます。



挑戦を続ける



赤沼泰彦

サントリー-MONOZUKURIエキスパート(株)
包材部
開発設計グループ

「100% サステナブルな ペットボトルの開発を目指す」

サントリーが提供する製品に使われているプラスチック包材の約8割はペットボトルです。そのペットボトル原料への新たなチャレンジの一つとして「100%植物由来ペットボトルの開発」に取り組んでいます。

開発中の技術は、限りある資源である石油を原料に使わないだけでなく、製造から廃棄まで含めてCO₂の排出量を約半分に減らすことができます。原料となる植物は、伐採と植林の循環サイクルが健全に保たれた森林から使用しており、排出されたCO₂も再び大気中から植物に

取り込まれるので、資源として循環していると言えます。

技術革新のサイクルはかなり早くなっており、地球規模の社会課題解決に向けた数々の挑戦は、多くの方々のサポートなしでは成り立たない状況です。関係する方々と連携し合いながら、「やってみなはれ」の代名詞となるような仕事を続けていきたいと思っています。

100%サステナブルなペットボトルが当たり前になる未来への挑戦を、業界をリードする気概を持って進めていきます。



Front Line

挑戦なくして、 新しい価値は 生まれない

サントリーは、今までにない革新的な商品やサービスで新たな価値を創造し、市場を切り拓いてきました。背景には、創業以来脈々と受け継がれてきた「やってみなはれ」の精神があり、その姿勢は日本だけでなく、グローバル市場でも発揮されています。その中で、今まさに「やってみなはれ」最前線ともいべき二つのチャレンジ——インドにおけるウイスキー「OAKSMITH」の開発と、米国でノンアルコールビール業界に参入した、「ALL-FREE」の取り組み——を紹介します。

Front Line

『One Suntory』で インドのウイスキー市場に挑戦

近年、目覚ましい経済発展を遂げているインド。若い世代を中心にライフスタイルは様変わりしており、今では飲酒の習慣も定着しつつあります。インドの一人あたりの年間飲酒量は*2009年から2019年の間で約1.6倍と急増。今後もさらなる伸長が見込まれています。そのインドでもっとも愛飲されている酒といえばウイスキーです。

実はインドは世界最大のウイスキー消費国であり、*2019年の時点で国内での販売数量は、2位のアメリカの約3倍、3位の日本の10倍以上にも上っています。すでに世界最大のウイスキー大国であり、これからも成長が見込まれている。それがインドのウイスキー市場です。

しかしながら、インドのウイスキー市場は極めて参入するのが難しいという実情があります。すでに国内大手メーカーによる群雄割拠の状態、加えてウイスキーの輸入には150%もの高関税がかかるといった障壁も残っています。

*2019年IWSR (The International Wine & Spirit Research) データ



そのインドでどう新たな価値を創造すべきか、どのような商品がインドの人々の生活や心を潤すことができるのか…生活習慣から食事情まで、独自の個性を持つインドで新しい価値を提供するため、サントリーは世界中からプロジェクトメンバーをインドに集結させ、文字通り、「One Suntory」としてインドウイスキー市場に向けて、新たな製品の開発に着手することとなりました。

チーフブレンドラーの福與伸二は、インド人の嗜好に合ったウイスキーを開発するため、現地の飲酒習慣や食生活などを徹底的に研究。時には現地の一般家庭を訪問し、実際の飲用シーンを共に体験するなど、インド人の好みを調べ抜きました。

現地の一般家庭を訪問し、
インドでの飲用シーンを
体験するチーフブレンドラー
福與伸二（写真左）



「One Suntory」での集合知と、福與らの徹底した「Gemba(現場)主義」と、日本の「クラフトマンシップ」、これらが絶妙に掛け合わされ、新たなインドウイスキーとして生まれたのが『OAKSMITH』です。

厳選されたスコッチモルトとエレガントなバーボンを匠の技でブレンドしたオークの香り高い『OAKSMITH』は、2019年12月にムンバイ近郊の都市で販売を開始して以来、味わいが今までのウイスキーとは異なる、インド人の味覚に合った商品として、好評を博しています。サントリーのインドでの挑戦は始まったばかり。今後も、現地の文化や生活習慣に敬意を払いつつ、地元の人々と交流を図りながら、「One Suntory」でインド市場に新たな価値を提供し続けてまいります。



米国で新たな ノンアルコールビール市場を

米国のノンアルコールビール市場は小さく、そもそもノンアルコールビールについて、消費者の間では“美味しくなく、あえて購入する理由がない”といったネガティブなイメージが先行していました。

しかし、いずれのイメージも徹底して味わいを追求してきたオールフリー『ALL-FREE』であれば覆せるかもしれない—そのような可能性と希望を抱き、サントリーは世界屈指のビール消費大国であり、健康志向が進んでいる米国でのチャレンジに着手しました。

プロジェクト開始当初は、米国のノンアルコールビール市場についての知見は一切なく、まさにゼロからのスタートだったため、さまざまな課題に直面しました。しかし、生産開発からマーケティング、流通開拓など、一連の過程において、プロジェクトに携わる各部署が一体となって道を切り拓き、知見をためていくことで徐々に活路を見出していきました。

とりわけ消費者調査やカフェテリアなどでのテスト導入で見えてきたのは、Crisp & Lightでビールらしい味わいに加え、ゼロカロリーという点が、米国の健康志向の高い消費者には特に魅力的に映るということでした。そして何より、お酒が飲めない時の単なるビールの代替品ではなく、食事と一緒に楽しんだり、ワークアウト後のリフレッシュに飲んだり、日々の生活の中で“Refreshment”として楽しむ人が多かった、というポジティブな反応です。

ALL-FREEが持つ強みをシンプルに打ち出しつつ、いつでもどこでも気軽に楽しめるビール風味の“Next refreshment”という新たな飲用価値を提案し続けられ、これからの米国のノンアルコール市場を大きく変えることができるかもしれません。

数年後、ALL-FREEが日常のライフスタイルの中で、気軽に、美味しく楽しめるリフレッシュメントとして、多くの米国人に愛飲されていることを目指して、挑戦を続けてまいります。



「水と生きる」取り組み

私たちは「水と生きる」を実現するため、自然環境の保全活動や、芸術文化・社会貢献活動などに積極的に取り組んでいます。このような活動を通して、社会や人々の暮らしに潤いをもたらし、ずっとずっと水と生きていける未来をつくっていきます。

-  持続可能な社会の実現に向けて
-  ずっと水と生きていける未来を
-  世界の環境課題に向き合い、挑戦を続ける
-  最高の品質で、イキイキと潤いのある毎日を
-  一人ひとりが常に挑戦し、輝き続けるために
-  今開 時代を見つめ、社会と響きあう

持続可能な社会の実現に向けて

私たちは、社会や美しい地球環境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合い、持続可能な社会の実現を目指し、挑戦を続けていきます。

サステナビリティ・ビジョンを掲げ、持続可能な社会の実現を目指す

「人と自然と響きあう」を企業理念に掲げるサントリーグループは、人々と社会、そして自然と共生する社会の実現を目指し、これまでも多岐にわたる活動を続けてきました。

いま世界は、気候変動に伴う水不足や生物多様性等の問題、廃棄物による環境汚染、貧困や人権侵害など、多様な社会課題に直面しています。2015年には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、グローバル共通の目標として世界全体が課題解決に向けて大きく動き出しています。

サントリーの事業が世界各国に広がる中、私たちはサステナビリティ経営をグループ全体でさらに強力に推進するため、昨年、サントリーグループ「サステナビリティ・ビジョン」を策定しました。私たちが目指すサステナブルな社会についてのビジョンと、「水」を中心とした7つの重要テーマを掲げています。水資源の保全やCO₂排出削減、資源の循環利用促進などの地球環境保全、また、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る人権の尊重に加え、人々の心豊かで健康な生活への貢献に向けて、取り組みを力強く進めています。

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源泉である「水」、世界共通の喫緊の課題である「CO₂」、そしてサントリーグループの事業と密接に関わる「プラスチック」は重要テーマと位置づけ、グループ一丸となった取り組みに力を注いでいます。



※「SDGs」(=Sustainable Development Goals)2015年9月に国連サミットで採択された、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

サステナビリティに関する7つのテーマ

(2019年7月策定)

テーマ	コミットメント	関連するSDGs
水	サントリーグループ『水理念』に掲げる水循環への理解、節水・再利用・浄化、水資源保全、地域社会との共生などの活動を、グループ全体で推進し、外部ステークホルダーと連携しながら水のサステナビリティの実現に努めます。	6 安全な水と衛生、15 陸域生態系保護、4 質の高い雇用と経済成長
CO ₂	脱炭素社会の実現をめざして、自社施設や設備およびバリューチェーンの両面において、最新の省エネ技術の積極導入や再生可能エネルギーの活用などを通じてCO ₂ 排出の削減に努めます。	13 気候変動への対応、7 再生可能エネルギー、12 持続可能な消費と生産
原料	当社製品に不可欠な自然の恵みである農作物やその他原料について、サプライチェーンにおけるビジネスパートナーと協力し、主要原料における社会・環境課題を特定したうえでサステナビリティを実現するための取り組みを通じて共に成長し、豊かな地域社会の実現に貢献します。	12 持続可能な消費と生産、15 陸域生態系保護、10 人や国の不平等性の解消
容器・包装	主要な容器・包装材について、商品設計から輸送、消費後のリサイクルまで、商品のライフサイクル全体での環境配慮を実践し、循環経済の実現に努めます。	12 持続可能な消費と生産、13 気候変動への対応、14 海洋資源の持続可能な利用
健康	心身とも健やかで喜びに満ちた生活の実現に貢献するために、サントリーグループは以下の3つの領域で活動を推進していきます。 【酒類】 人々の日々の暮らしに喜びや潤いをもたらす、人生の節目である祝事・慶事などでも大きな役割を果たす、ビール、ワイン、ウイスキーなどの酒類を通じて、心豊かな社会の実現に貢献します。アルコールの特性を認識した上で有害摂取を防止するため、Drink Smartの考え方にに基づき、過剰摂取・飲酒運転・法定飲酒年齢未満の飲酒・妊産婦飲酒防止に向けた活動・情報発信を自社で取り組むとともに、社外とも連携し、推進していきます。また、お客様の多様な飲用シーンに応えるために、自社製品ポートフォリオの中でノンアルコール飲料や低アルコール製品を提供していきます。 【飲料】 日本で培った「ナチュラル＆ヘルシー」な飲料開発技術を活用するとともに、飲料を通じて社会の健康課題へ取り組み、世界中の人々のドリンクングライフをより自然で、健康で、便利で、豊かなものにします。 【健康食品】 「自然のちから」と健康の関わりを科学的に解き明かし、毎日の「食」を通じて健康寿命の延伸に貢献することで、人々の健やかで美しく心豊かなウエルネスライフをサポートします。	3 健康と福祉
人権	【グループ従業員】 労働安全の徹底はもとより、健康経営の推進、長期的視野での成長機会の提供により、健康で幸せに満ちた生活の実現をサポートします。人間性を尊重し、ハラスメントなどを防止するとともに、人種、宗教、性別、性的指向、年齢、国籍、言語、障がいなどの多様性を認め(ダイバーシティ)、一人ひとりが異なる存在として受け入れられ、全体を構成する大切な一人としてその違いが活かされること(インクルージョン)を推進し、誰もが働きやすく、「やってみなはれ」精神溢れる就労環境づくりを推進します。 【バリューチェーン】 バリューチェーンに関わるすべての人の幸せに貢献するために、当社の事業による人権への影響を精査・理解したうえで、ビジネスパートナーを含めた外部ステークホルダーと積極的に連携し、人権尊重の取り組みを推進していきます。	12 持続可能な消費と生産、5 性別平等、8 豊かで持続可能な経済成長、10 人や国の不平等性の解消
生活文化	人々の心と身体を潤し、生活文化を豊かにする製品やサービスを提供するとともに、イノベーションを促進して新たな価値を創造し、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ます。創業精神「利益三分主義」に基づき、時代の社会課題に真摯に向き合い、社会福祉、芸術・文化・学術、スポーツ、次世代育成をはじめとする貢献活動に取り組みます。事業を展開する地域において、地域社会との対話を大切にし、課題の解決や生活文化の充実に貢献するよう努めます。	17 持続可能な開発のためのパートナーシップ

サステナビリティについての詳細はWebサイトをご覧ください。
<https://www.suntory.co.jp/company/csr/philosophy/>





ずっと水と生きていける未来を

水は人類やこの地球で生きるすべての生き物にとっての貴重な共有資源です。水や自然の恵みに生かされる企業として、私たちは水と美しい自然環境を次の世代に引き継ぐために、世界各地で「水と生きる」取り組みを実践しています。

「水理念」をもとに世界の水環境に貢献

サントリーの事業活動は、水や自然の恵みに支えられています。私たちは、水がなければ何もつくることができません。その水を生み出す自然への尊敬と感謝の念を持ち、貴重な水資源を守り、未来に繋いでいくことは、私たちの責務であると考えています。

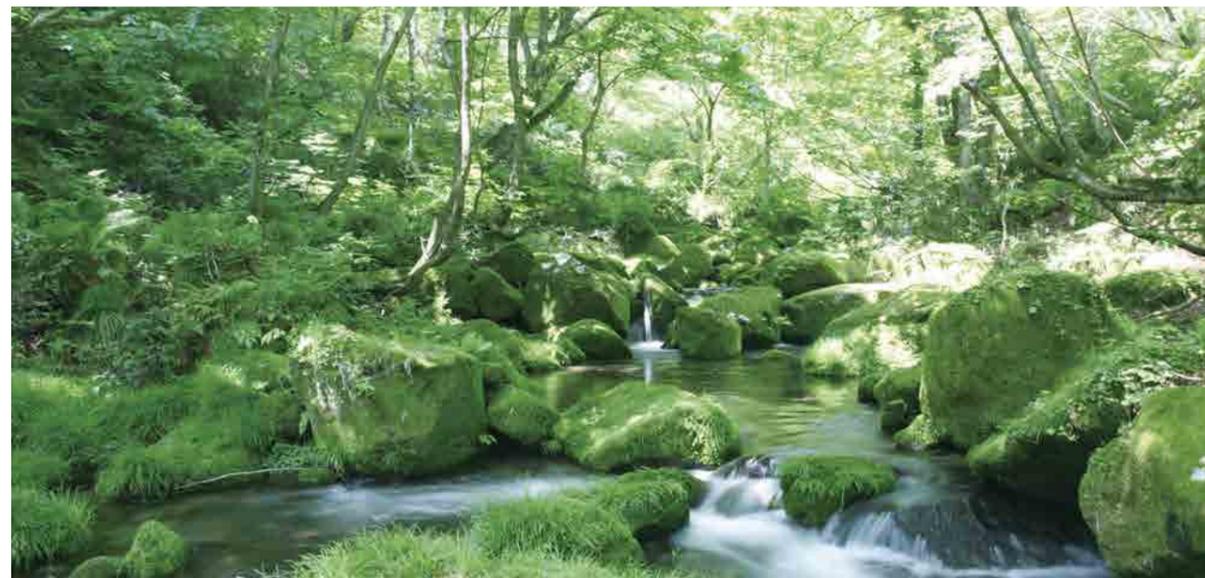
そして、自社の事業活動が地球規模での水循環の一部であるという認識に立ち、健全な水循環に貢献する様々な活動を実践しています。

水のサステナビリティ活動をグローバルに展開するため、2017年、日本国内で培った水活動の根幹となる考え方を「水理念」としてまとめました。この理念のもと、世界各地の水課題の解決に貢献する取り組みをグループ一体となって推進しています。

サントリーグループ『水理念』(2017年1月策定)

水はグループにとってもっとも重要な原料であり、かつ、貴重な共有資源です。環境基本方針の最上位に掲げる「水のサステナビリティの実現」に向けて、次の理念をグループ全体で共有し、ステークホルダーの期待に応えていきます。

- 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**
サステナブル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。



水源となる森を保全する「天然水の森」活動

天然水はどこからやってくるのでしょうか — 地球の全面積の約71%は海で覆われています。海から水が蒸発して雨や雪となり地表に降り注ぎ、時間をかけて地中に染み込んだ水は、いくつもの地層や岩盤を通して、長い年月をかけて磨かれた「天然水」となって、私たちのもとへ届くのです。

水の恵みによって支えられている私たちサントリーグループは、良質な地下水を将来にわたって守っていくことに、大きな責務があると考えています。

水を育む森を健康に保つことは、水源を守ることから、

2003年には、「天然水の森」活動を開始しました。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目指しています。各地の行政や森林所有者と中長期契約を結び、専門家と連携して、科学的根拠に基づいた調査や研究を行い、地元の方と協力しながら、それぞれの森に最適な保全・整備を実施しています。現在、「天然水の森」は日本全国15都府県21か所、約12,000haまで拡大し、2020年目標に掲げていた「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、2019年に1年前倒しで達成するなど、着実に成果を挙げています。

サントリー「天然水の森」

全国15都府県21か所

約12,000ha

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

(2019年6月時点)



サントリー水科学研究所

水文学を基盤に、水源を育む森と水の研究をはじめ、国内外の水資源の研究、さらには食品酒類総合企業としての水における健康や嗜好に関わる研究など、「自然界の水」から「生体内の水」まで包括的な理解のための研究と知見の普及を進めています。



2018年にサントリー天然水 奥大山ブナの森工場が、工場周辺流域の持続可能な水利用に関する「Alliance for Water Stewardship」認証を日本で初めて取得し、2019年にはサントリー九州熊本工場が日本で2番目に取得しました。AWS認証は、世界中の工場を対象とした持続可能な水利用に関する認証で、水の保全やステewardシップ(管理する責任)の推進を目的としています。



「天然水の森」についての詳細はWebサイトをご覧ください。
<https://www.suntory.co.jp/company/csr/activity/environment/eco/forest/>





みずいく「水育」を通して、水を次世代に引き継いでいく

水 やかけがえのない自然環境を未来に繋げていくために、サントリーでは次世代環境教育「水育」を行っています。未来を担う子どもたちに自然のすばらしさや、水や水を育む森の大切さに気づいてもらうために、「森と水の学校」と「出張授業」の2つの独自プログラムを設け、活動を続けています。

「森と水の学校」は、白州(山梨県)・奥大山(鳥取県)・阿蘇(熊本県)の3エリアの天然水のふるさとで行っている自然体験プログラムで、子どもたちが広大な自然の中で、森を探検し、水に触れる体験をします。

「出張授業」は、小学校で先生方と一緒に授業です。映像や実験装置を使い、自然の仕組みを学び、水を未来に引き継ぐために何ができるのかを考えます。

「水育」には2019年までに、延べ約181,000人に参加いただいています。



愛鳥活動

「野鳥を保護することは、人間や自然環境を守ることに繋がる」との考えから、1973年より野鳥が住む環境を守る「愛鳥活動」を継続しています。1989年には、公益信託「サントリー世界愛鳥基金」を立ち上げ、30年間にわたり延べ425団体の活動に、5億3,846万円の助成を行っています。助成プロジェクトの一つ、コウノトリの野生復帰計画では、1971年に日本で一度絶滅したコウノトリを兵庫県豊岡市で人工繁殖し、放鳥して野生に戻すことに成功。その後、活動は全国各地に広がり、現在約200羽のコウノトリが自然環境の中で生息するなど、様々な成果に繋がっています。

また、「サントリー天然水の森」では、森の生態系ピラミッドの頂点に位置する猛禽類が安心して子育てできる環境が生物多様性に満ちた豊かな森の証だという考えに基づき、「ワシ・タカ子育て支援プロジェクト」を推進。水と生命の未来を守る森づくりの一つとして、活動を続けています。



水の取り組みをグローバルに

水 源涵養や環境保全活動は、国内のみならず北米、欧州、アジアなど、サントリーグループが事業を展開する世界各地にも広がっています。北米を本拠地とするピームサントリーでは、生産工程での節水や、工場敷地内にある湖水の循環利用だけではなく、地域と連携し、周辺の自然環境の保全に努めています。水源涵養エリアを保全する「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」プロジェクトや、生物多様性を保全する活動など、様々な活動を実施しています。



アメリカ「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」



アメリカンホワイトオーク植樹の様子



ベトナム「水育」

2015年から、ベトナムの小学生向けに衛生管理や環境保全に関する授業を行っており、2019年までに延べ約24,000人の子どもたちに参加いただいています。また、トイレや洗面所の改修や設置により、衛生環境の向上にも貢献しています。

ま た日本で実績を重ねてきた「水育」は、ベトナム、タイ、インドネシアといった東南アジア各国でも展開しています。世界の各地域では、それぞれ水事情や課題が異なります。水の大切さを伝えることに加えて、衛生意識の向上や学校への衛生施設の寄付など、各地域の事情に合わせたプログラムによりグローバルな次世代環境教育を実施しています。私たちが目指すのは、水を守り、水を育てる意識を世界中に広げていくこと。水とともに生きる企業の使命として、サントリーはこれからもグローバルに様々な活動を展開していきます。



インドネシア「水育」

2019年より、インドネシア各地域で、水の大切さや衛生管理、海洋汚染防止の重要性などについて学習するプログラムを展開しています。

「水育」についての詳細はWebサイトをご覧ください。
<https://www.suntory.co.jp/company/csr/activity/environment/eco/education/>



世界の環境課題に向き合い、挑戦を続ける

「人と自然と響きあう」を掲げる私たちは、地球環境との共生を実現することは、自らの使命と考えています。世界的な環境課題と向き合い、その解決に貢献する取り組みをグループ全体で積極的に推進していきます。



「環境ビジョン2050」の達成に向けグローバルな環境経営を進めていきます

地球環境を守ることは、地球に暮らす私たちの責務だと考えています。持続可能な地球環境を次世代に引き継いでいくために、私たちは最大限の努力をしなければなりません。

サントリーグループでは、グループ環境基本方針を事業活動の基盤とし、さらに、「サントリー環境ビジョン2050」の達成に向けて、「環境目標2030」を定め、「水のサステナビリティ」と「気候変動対策」を柱に、意欲的な目標を掲げて、環境経営を推進しています。



サントリー食品インターナショナル(株)は、環境情報開示システムを提供する国際的な非営利団体である「CDP」から高い評価を受け、「CDP水セキュリティAリスト企業」に4年連続で、また「CDP気候変動2019Aリスト企業」にも認定されました。



サントリーホールディングス(株)およびサントリー食品インターナショナル(株)の温室効果ガス削減目標(環境目標2030)は、「SBTイニシアチブ」から、「パリ協定」の「2°C目標」を達成するために科学的に根拠のある水準であると、認定されています。

サントリー環境ビジョン2050

水のサステナビリティ

- 全世界の自社工場での水使用を半減*1
- 全世界の自社工場で取水する量以上の水を育むための水源や生態系を保全
- 主要な原料農作物における持続可能な水使用を実現
- 主要な事業展開国において「水理念」を広く社会と共有

気候変動対策

- バリューチェーン全体で、温室効果ガス排出の実質ゼロを目指す

2030年目標

- 全世界の自社工場での水使用を15%削減*1
- 水源涵養活動を全世界の自社工場の半数以上で実施
- 水負荷の高い主要原料について持続可能な水使用を追求
- 水に関する啓発プログラムと安全な水の提供などの取り組み100万人以上に展開
- 全世界の自社拠点でのCO₂排出を25%削減*2 (Scope 1,2)
- 自社拠点以外のバリューチェーンにおけるCO₂排出を20%削減*2 (Scope 3)

*1 2015年における事業領域を前提とした原単位での削減
*2 2015年における事業領域を前提とした総量での削減

「プラスチック基本方針」についての詳細はWebサイトをご覧ください。
<https://www.suntory.co.jp/company/csr/activity/environment/reduce/plastic/>



気候変動対策に向けた取り組み

地球温暖化は、世界の深刻な問題となっています。サントリーグループは、脱炭素社会の実現を目指し、自社施設や設備およびバリューチェーンの両面において、最新の省エネ技術の積極導入や再生可能エネルギーなどの活用を進め、温室効果ガスの大幅

な削減に取り組んでいます。今年、新たに2050ビジョンとし、温室効果ガス排出の実質ゼロを掲げました。今後、さらなる技術革新や、バリューチェーンにおけるステークホルダーとの協働、再生可能エネルギーの活用など、その実現に向け努力を続けていきます。

ペットボトルの化石由来原料新規使用ゼロを目指して

サントリーグループは、持続可能な社会の実現に貢献するため、すべての包材・原材料においてサステナブル調達を推進しています。

なかでも、大きな社会問題となっている海洋プラスチック問題は、サントリーグループが一丸となり先陣を切って取り組むべき課題だと考えています。

この取り組みを推進するため、循環型社会の形成と脱炭素社会の実現に向け、2019年にサントリーグループ「プラスチック基本方針」を策定しました。2030年までにサントリーグループが使用するすべてのペットボトル原料をリサイクル素材あるいは植物由来素材のみにし、化石由来原料の使用をゼロにするという高い目標を掲げ、取り組みを進めています。イノベーションへの投資や業界業種を超えた幅広い協働を積極的に進めることで、持続可能な社会の実現に向けて、挑戦を続けています。

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



2R+B

容器包装の社会的な影響を強く認識し、環境負荷低減を推進しています。なかでもペットボトルは、サントリーグループ独自の「2R+B (Reduce・Recycle + Bio)」戦略に基づき「環境への配慮」「使いやすさ」を併せ持つ容器の開発に注力しています。



新技術 FtoP

「FtoPダイレクトリサイクル技術」を用いてCO₂排出量を大幅に削減

「FtoPダイレクトリサイクル技術」とは、回収したペットボトルを粉碎・洗浄した「フレーク(Flake)」を高温で溶解・ろ過後、直接プリフォーム製造を行うことができる技術のこと。プリフォーム製造までに結晶化や乾燥など複数の工程が必要だった従来のシステムと比較すると、CO₂排出量を60%*削減(ペットボトル用プリフォーム1kgの製造にあたり)することができます。

* 石油由来PETを使用したプリフォーム製造との比較

容器包装の3Rについての詳細はWebサイトをご覧ください。
<https://www.suntory.co.jp/company/csr/activity/environment/reduce/resources/recycle/>



最高の品質で、 イキイキと潤いのある毎日を

お客様の声を活かした革新的な製品の開発や、
新たな飲用スタイルの提案を通じて、
人々の彩り豊かな生活文化の創造に貢献していきます。

「All for the Quality」を胸に、 最高の品質を届けたい

サントリーグループでは創業以来、常にお客様第一の姿勢で、品質に徹底的にこだわり、飽くなき追求を行ってきました。品質に対する姿勢を明文化したサントリー品質方針「All for the Quality」を定め、企画・開発から原材料調達、製造、物流、販売、サービスに至るまですべてのプロセスで、従業員一人ひとりが最高の美味しさを、安全・安心にお届けするために、日々最善を尽くしています。

お客様への提供価値として、サントリーが特に重視していることのひとつが「飲用時品質」です。製造現場でつくられた製品が「最高」であっても、お客様に届くものがそうでなければ、意味がありません。商品が出荷後、お客様の手に届き、飲んでいただくその瞬間に「最高」であることこそが最も重要だと考え、すべての工程を通じて徹底した品質を心がけています。

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



商品・サービスを通じ、 お客様に豊かなライフスタイルを

サントリーでは、常にお客様の声に耳を傾け、お客様の生活シーンをより豊かにする様々な商品やサービスを提供しています。

「伊右衛門 特茶」は、特定保健用食品（トクホ）飲料で初めて脂肪の「分解」に着目した製品ですが、さらにお客様の健康的なライフスタイルをサポートするために「特茶スマートアプリ」を開発。運動量とともに特茶の飲用を記録することで健康改善を図れると、ご好評いただいております。

また、お客様の健やかで輝く毎日を応援するため、健康食品事業では、サプリメントや化粧品だけでなく、サポーター、シューズ等の商品販売や、健康的な生活に役立つ情報提供など、お客様のウェルネスライフの実現を支援しています。

お酒の楽しみ方を提案することと同時に、酒類を製造・販売する企業の責任



として、サントリーはアルコール関連問題の予防にも積極的に取り組んでいます。お酒の特性や適切な飲み方をお客様に正しくご理解いただくため、「ドリンク・スマート」を掲げ、情報発信や啓発活動を行っています。

安全で安心な商品を、正しく嗜むことでより美味しく。お客様の健康的で豊かな生活のために、サントリーはこれからも取り組みを続けていきます。



すべてはお客様のために

サントリーでは、お客様満足を第一に考え、お客様との双方向コミュニケーションを大切にしています。1976年に「消費者室」(現在はお客様志向経営推進本部)を設置し、すべての商品にお客様センターのフリーダイヤルを掲載するなど、業界に先駆けて「お客様志向経営」に取り組んできました。2017年には「お客様志向 自主宣言」を発表。すべての企業活動において徹底した、お客様志向を実践しています。また、従業員一人ひとりが、お客様の意識や関心の変化への理解を深め、お客様の期待を超えた商品・サービスをお届けできる企業人になっていくことを目指し、お客様志向啓発活動や風土醸成に力を入れています。



品質についての詳細は
Webサイトをご覧ください。
[https://www.suntory.co.jp/
company/quality/](https://www.suntory.co.jp/company/quality/)





一人ひとりが常に挑戦し、輝き続けるために

サントリーグループは、「人」こそが価値を生み出す源泉であると考え、人材育成に力を入れてきました。社員一人ひとりが最大限に力を発揮し続けることができるよう、様々な取り組みを行っています。

一人ひとりの成長が、企業の成長に繋がる

新 たな価値の創造、事業の成長の原動力は人材です。サントリーグループは「人」こそが最も重要な経営基盤と考え、継続して人材育成に力を入れてきました。そして事業がグローバルに広がり、社員が増加・多様化するにつれ、ますますその重要性は高まっています。そこでサントリーは、人材に関するグループ全体の統一した価値観として「Suntory People Way」を制定し、世界中の約4万人の社員に関するすべての活動の根源としています。

また、創業精神である「やってみなはれ」の実践、そして「Growing for Good」の実現に向けて、長期的な視点で一人ひとりのポテンシャルを引き出す、「全社員型のタレントマネジメント」に取り組み、一人ひとりのスキルや経験を踏まえ、育成や人事配置を行っています。

そしてこのことは、社員が自分の能力を最大限に活かすことができるだけでなく、サントリーという組織全体の大きな成長にも繋がっています。

Suntory People Way

Suntory People Wayは、サントリーグループに集うすべての人材に対する思い・考え方であり、人材に関するすべての活動の根源となるものです。

FAMILY

サントリーに集う人は家族です。かけがえのない存在です。サントリーが、より良い企業グループとして成長していく原動力はサントリアン一人ひとりで、長期的な視野で成長機会を提供し、健康で幸せに満ちた生活の実現をサポートします。

YATTE MINAHARE!

創業の志を胸に、わくわくするような目標を掲げ、決して諦めることなく、積極果敢な挑戦を続けます。

ENGAGEMENT

私たちは、創業精神とビジョン「Growing for Good」で強く結ばれています。個性溢れる一人ひとりが多様な価値を認め合い、響きあいながら、世の中に感動と喜びをお届けします。

SUNTORY UNIVERSITY

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として、2015年4月に「サントリー大学」を設けました。サントリー大学では全社員が創業の精神を理解し、「Global One Suntory」を実現することを目的として、創業の精神の共有と実践、リーダーシップとキャリア開発、2030年に向けた能力開発の3つの領域において、グローバルに広がるサントリーグループ社員が、交流しながら学ぶ機会を提供しています。



「Global Leadership Forum (GLF)」

新たな価値、イノベーションを創造する風土づくり

社 員が生産性高く働き、質の高い成果を生み出しながら、新たな価値を創造することができるよう、「働き方改革」にも取り組んでいます。「働き方改革」で創出した時間で、それぞれが積極的に自己啓発活動を行い、成長し、人間力を高め、新たな挑戦をすることが、イノベーションや価値の創出に繋がっています。近年では、社員のボランティア参加なども積極的に推奨し、社会に参画することによる自己研鑽を後押ししています。



一人ひとりのライフステージに合わせた活躍を支援

サ ントリーでは多様な人材を活かし育てるダイバーシティ経営を推進しています。新たな価値を絶えず創造していくためには、多種多様な人材や価値観を取り入れ、それぞれがイキイキと働ける職場環境づくりが重要です。なかでも、女性の活躍支援には積極的に取り組んでいます。女性リーダーのネットワーク醸成、若手層の女性社員を対象としたリーダーへのマインドセット研修など、女性リーダー層の育成を図っています。また、女性のライフステージに合わせた働きやすい職場づくりを推進し、育児期におけるサポート制度の充実など、子育てをしながら仕事を続けられる環境を整えています。現在は男女ともに、育児休暇からの復帰100%を達成しています。

多くの取り組みによって、誰もが受け入れられ、それぞれが能力を存分に発揮し、成長していくことができる組織を目指しています。

育児復帰率

100%

育児休暇取得実績



サントリーホールディングス(株)とサントリー食品インターナショナル(株)は、経済産業省と日本健康会議が共同で実施する「健康経営優良法人2020(大規模法人部門)～ホワイト500～」に認定されました。



サントリーホールディングス(株)は、働き方改革を通じて生産性を高め、持続的に成長する先進企業を表彰する「日経 Smart Work 大賞2020」において、2019年に続き大賞を受賞しました。

人材育成についての詳細は Web サイトをご覧ください。
<https://www.suntory.co.jp/company/csr/activity/diversity/education/>



時代を見つめ、 社会と響きあう

創業以来、サントリーは時代に寄り添い、
様々な社会貢献活動を行ってきました。人々が心豊かに、
人間らしい生活を楽しめる社会の実現を目指し、
これからも社会に豊かさと潤いを提供し続けます。



時代に寄り添った 社会貢献活動

私 たちの社会貢献活動は、創業精神「利益三分主義」に基づいています。事業で得た利益は「事業への再投資」「お得意先・お取引先への還元」、そして何より「社会へ貢献」を果たすべきだという考えが活動の源となっています。

1921年、サントリーの社会貢献活動の一歩として「今宮診療所」を開設しました。サントリーの創業者・鳥井信治郎が、病気になっても十分な診療機会を得られない生活困窮者のために、無料の診療所を大阪市のあいりん地区に開いたものです。現在は、社会福祉法人邦寿会として活動を続け、高殿苑（特別養護老人ホーム）やつぼみ保育園などを運営しています。



社会福祉法人 邦寿会

高殿苑（特別養護老人ホーム）、どうみょうじ高殿苑（総合福祉施設）、旭区西部地域包括支援センター（大阪市から受託）、つぼみ保育園の運営や、訪問介護・通所介護などの在宅介護サービスなども実施しています。

芸術・文化で社会に潤いを

人 々の生活に彩りと潤いをもたらす、豊かな生活文化の創造に貢献したい——サントリーは、様々な芸術・文化貢献活動にも積極的に取り組んでいます。

サントリー美術館では、「生活の中の美」を基本理念に、国宝・重要文化財を含む約3,000件の収蔵品を核に、絵画、陶磁、漆工、ガラスなど魅力あふれる企画展を開催しています。

「世界一美しい響き」をコンセプトに、東京初のコンサート専用ホールとして閉館したサントリーホールでは、国内外から高い評価をいただいていた響きを大切に継承しながら、世界の一流アーティストによる演奏が繰り広げられています。毎年年間約550を超える公演に、約60万人のお客様が来場されています。

また、公益財団法人サントリー文化財団では、社会科学・人文科学分野の研究活動を顕彰する「サントリー学芸賞」や、日本の地域文化の向上を目指した「サントリー地域文化賞」の贈賞など、様々な活動に取り組んでいます。



サントリー美術館

1961年開館。感動に出会っていただける企画展の開催を通じ、多くの人々にとっての「都市の居間」となる美術館を目指しています。



サントリーホール

1986年開館。クリエイティブで魅力ある企画の提供を通じ、音楽がより生活に根づいたものになることを目指し、活動しています。

公益財団法人「サントリー生命科学財団」

1946年、国民の健康と栄養の向上を目的に設立された、財団法人食品化学研究所を前身としています。生物有機化学を基盤とする研究活動と学術振興を推進し、大学教授など、第一線で活躍する研究者を多く輩出してきました。大学などの研究機関との共同研究を推進しながら「生命現象のメカニズムの解明」を目指した研究活動に取り組んでいます。また2020年に「サントリーSunRise」(生命科学研究者支援プログラム)を設立し、次世代を担う若手研究者が志の大きい挑戦的なテーマに取り組むことを支援しています。研究者間のコミュニケーションのみならず、「知のネットワーク」を構築し、社会に発信していきたいと考えています。



サントリー地域文化賞

全国各地で展開されている芸術、文学、伝統の保存・継承活動などを通じて、地域の文化向上と活性化に貢献した個人・団体に毎年贈呈しています。1979年の本賞創設以来、全国すべての都道府県より受賞者が生まれており、第41回（2019年度）までの総数は219件に達しました。



挑戦をする人を応援し続けたい

サントリーグループは、企業スポーツへの参加や、スポーツ振興のための活動にも力を入れています。チーム活動では、ラグビーとバレーボールの自社チームを組織し、リーグ戦に参加しています。1980年創部の「サントリーサンゴリアス」は、社会人ラグビーの全国リーグであるジャパンラグビートップチームに、1973年創部の「サントリーサンパズ」は、社会人バレーボールの最高峰V. LEAGUEのDIVISION1に加盟しています。日本女子

プロゴルフ協会公認のサントリー主催女子ゴルフトーナメント「宮里 藍 サントリーレディスオープンゴルフトーナメント」では、未来を担う国内外のアマチュア選手に広く門戸を開き、若手育成を支援しています。

また、2014年から車いすバスケットボールなどのチャレンジド・スポーツ(障がい者スポーツ)支援を始め、チャレンジド・アスリートの果敢な挑戦、無限の可能性を応援しています。



芸術・文化やスポーツを通じ、子どもたちの育成を支援

少子化が進み、次世代育成の重要性が高まるなか、未来を担う子どもたちの健やかな成長を支援するために、音楽・美術・スポーツ・自然体験などを通じた様々な次世代育成活動に取り組んでいます。

サントリーホールでの「こども定期演奏会」や、サントリー美術館での子ども向け体験型企画「まるごといちにち こどもびじゅつかん!」の実施など、本物や一流の芸術に触れる体験を通して子どもたちの豊かな個性や人格形成を、またスポーツ分野では、サントリーラグビー部・バレーボール部の選手が子どもたちを直接指導するスポーツクリニックの開催など、子どもたちの健全な心と体の育成を支援しています。

サントリーサンゴリアス
「ラグビークリニック」



サントリーホール
「こども定期演奏会」
楽器体験



地域に寄り添い、社員一人ひとりが活動に貢献

サントリーでは、地域課題に寄り添った社会貢献活動にも積極的に取り組んでいます。近年、自然災害が数多く発生するなか、緊急支援としての義捐金の拠出や物資提供はもとより、地域復興に向けた継続的な取り組みも行っています。2011年に発生した東日本大震災においては、「サントリー東北サンさんプロジェクト」を立ち上げ、「漁業」「子ども」「文化・スポーツ」「チャレンジド・スポーツ」の分野を中心とした支援を、また、2016年の熊本地震では、「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」として「熊本

地域における地下水の持続可能性に貢献する活動」「文化・芸術・スポーツを通じた心と体の支援活動」に継続して取り組むなど、地域の復興・再生を支援しています。

また、こうした地域課題への取り組みに対する、社員のボランティア参加も積極的に推奨しています。自然災害の復旧支援や地域活性化の支援、環境美化活動への参画など、社員が現地に赴き、地域の方に寄り添いながら、共に力を合わせて活動することで、社員一人ひとりが「利益三分主義」を実践しています。

サントリー チャレンジド・スポーツ プロジェクト

2014年からチャレンジド・スポーツ(障がい者スポーツ)のアスリートに
応援する活動を東日本大震災復興支援活動の一環として開始しました。
「PASSION FOR CHALLENGE-ともに夢に挑もう-」をテーマに掲げ、
アスリートへの奨励金や競技用具寄贈などを行ってきたほか、子どもたち
を対象にチャレンジド・スポーツの体験教室を継続的に開催しています。

その他、アスリートの競技活動や大会のサポート、従業員によるボランティア
活動、さらには、映像制作やWEB連載企画などを通じた、チャレンジド・
スポーツの魅力伝える活動にも幅広く取り組んでいます。



車いすバスケットボール



チャレンジド・アスリート
谷真海(サントリー所属)



災害ボランティア
「令和元年台風第19号」(栃木県佐野市)



東日本大震災復興支援活動



熊本地震復興支援活動

社会貢献活動についての詳細は
Webサイトをご覧ください。
[https://www.suntory.co.jp/
company/csr/activity/society/](https://www.suntory.co.jp/company/csr/activity/society/)



2020年 サントリーの「現在地」

グループ会社は約300社、全社員数は4万人 —
121年の歴史を経て、私たちは成長してきました。
現在の私たちの姿、サントリーグループの企業概要を
データと共にご紹介します。

企業概要

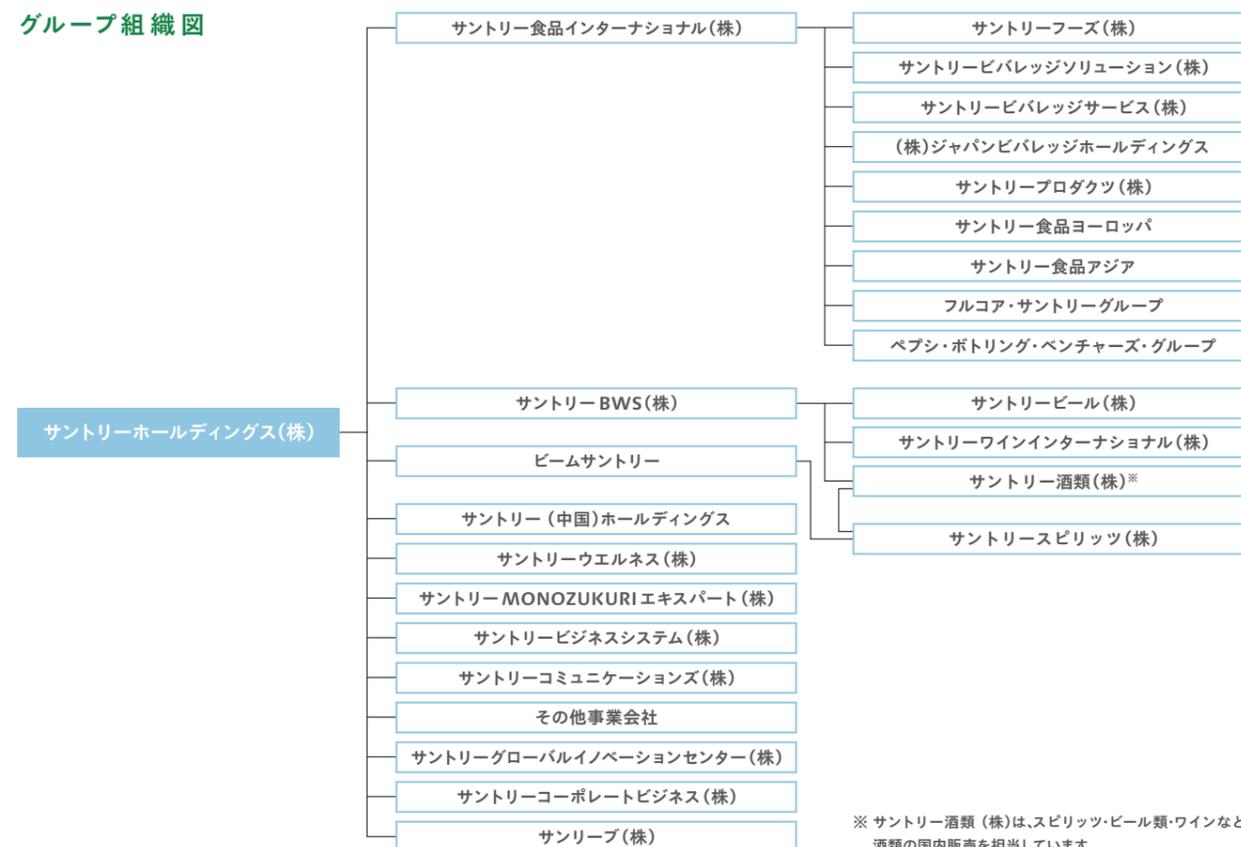
サントリーグループ

グループ会社数:	300社(2019年12月31日現在)
従業員数:	40,210名(2019年12月31日現在)
連結売上収益(酒税控除後):	22,947億円(2019年1月1日~2019年12月31日)
連結売上収益(酒税込み):	25,692億円(2019年1月1日~2019年12月31日)
連結営業利益:	2,596億円(2019年1月1日~2019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

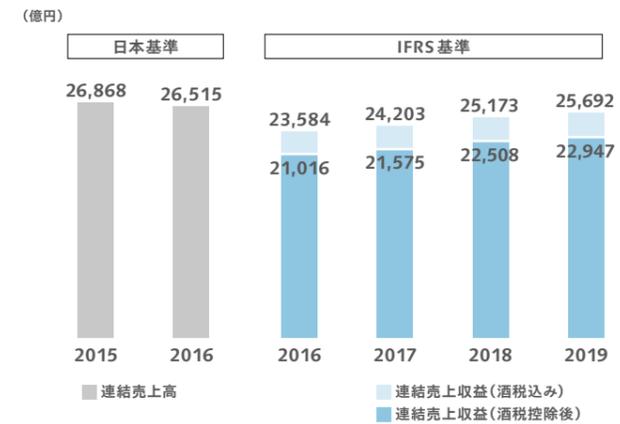


* サントリー酒類(株)は、スピリッツ・ビール類・ワインなど、酒類の国内販売を担当しています。

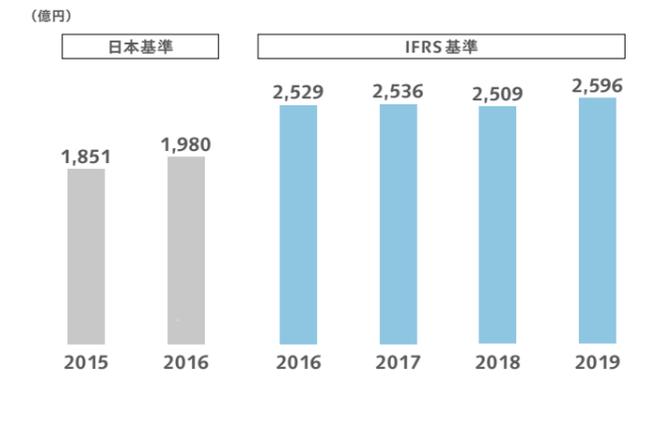
業績ハイライト

2017年12月期から国際会計基準(IFRS)を適用しています。

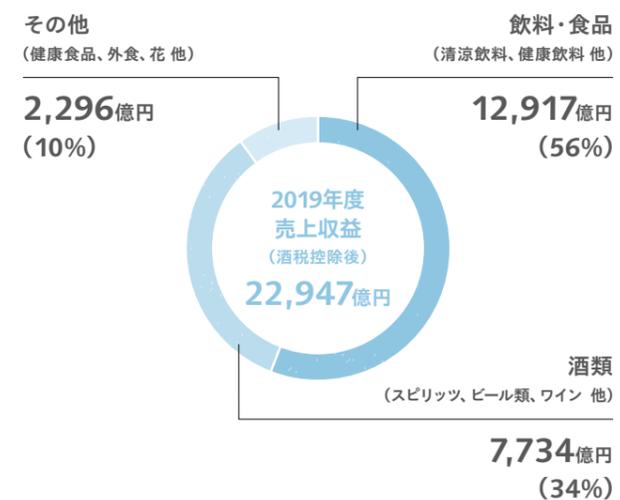
連結売上収益



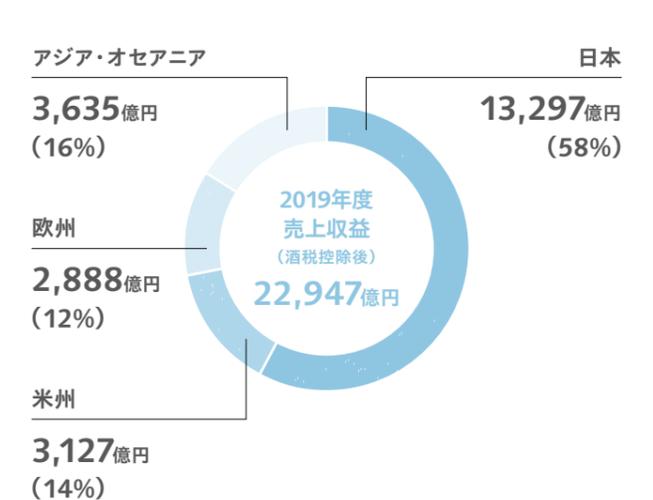
連結営業利益



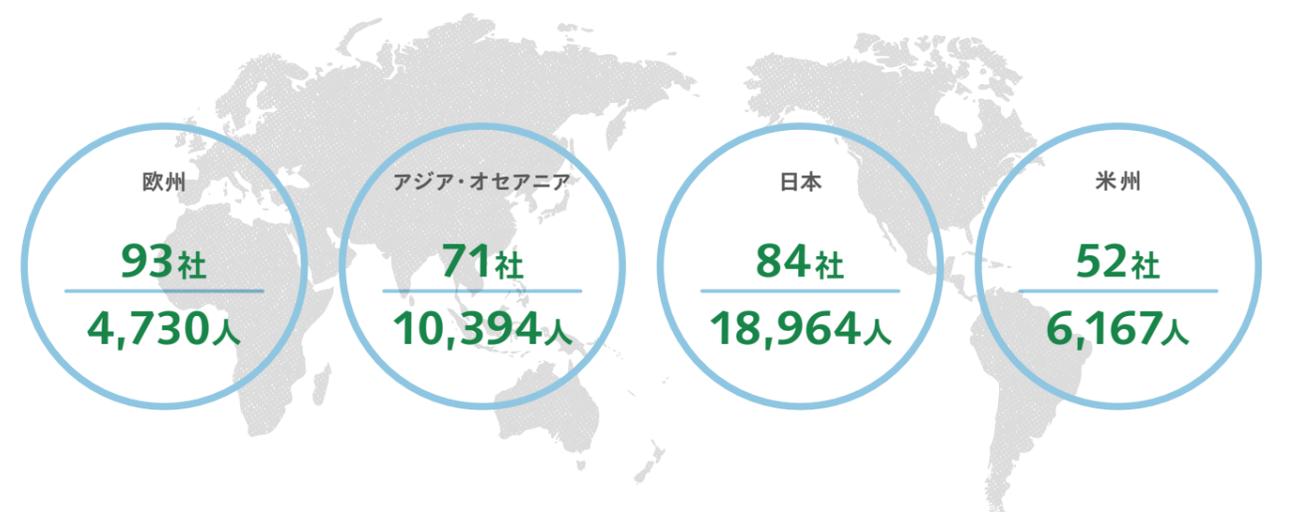
事業セグメント別売上



地域別売上



地域別グループ会社数/従業員数



企業情報についての詳細はWebサイトをご覧ください。
<https://www.suntory.co.jp/company/overview/>



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、健康食品など、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、オセアニア、北米などグローバルに、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
サントリービバレッジソリューション株式会社
サントリービバレッジサービス株式会社
株式会社ジャパンビバレッジホールディングス
サントリープロダクツ株式会社

欧州

Orangina Schweppes Holding B.V./オランジーナ・シュウェップス ホールディングス
Lucozade Ribena Suntory Limited/ルコゼードライビーナサントリー

アジア

Suntory Beverage & Food Asia Pte. Ltd./サントリー食品アジア
BRAND'S SUNTORY INTERNATIONAL CO., LTD./ブランドズ サントリー
PT SUNTORY GARUDA BEVERAGE/サントリーガルダ・ビバレッジ
Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Co., Ltd./サントリーペプシコ・ベトナム・ビバレッジ
Suntory PepsiCo Beverage (Thailand) Co., Ltd./サントリーペプシコ・ビバレッジ・タイランド

オセアニア

FRUCOR SUNTORY NEW ZEALAND LIMITED/フルコア・サントリー・ニュージーランド
FRUCOR SUNTORY AUSTRALIA PTY. LIMITED/フルコア・サントリー・オーストラリア

米州

Pepsi Bottling Ventures LLC/ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ



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

株式会社ダイナックホールディングス
株式会社プ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
サントリーウエルネス株式会社
台湾三得利健益股份有限公司
株式会社コネクト
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
汇源三得利(上海)飲料有限公司/
匯源サントリー(上海)飲料

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目指しています。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

Beam Suntory Inc./ビームサントリー

サントリースピリッツ株式会社
サントリーアライド株式会社
サントリー知多蒸溜所株式会社
大隅酒造株式会社

サントリーBWS株式会社

サントリービール株式会社

サントリー酒類株式会社

沖縄サントリー株式会社

サントリーワインインターナショナル株式会社

株式会社ファインズ

株式会社岩の原葡萄園

ASC Fine Wines Holding Ltd./ASCファインワインズ

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



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、宣伝・デザイン、お客様リレーション、ビジネスシステムや、基盤研究、営業支援などを担う機能会社を設立しています。



関連会社

サントリーMONOZUKURI エキスパート株式会社
三得利分析技術(上海)有限公司
サントリーコーヒーロースタリー株式会社
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
サントリービジネスシステム株式会社
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アジア株式会社
サントリーコミュニケーションズ株式会社
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

学術・芸術・地域文化振興のための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

事業についての詳細は
Webサイトをご覧ください。
[https://www.suntory.co.jp/
company/business/](https://www.suntory.co.jp/company/business/)



サントリーグループ121年の歴史

1899年の創業以来、お客様や社会の幸せのために活動を続けてきたサントリー。そんな私たちの歴史を、事業活動、社会・環境活動の両面から振り返ります。

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、そん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



1923

「サントリー山崎蒸溜所」建設開始



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



1946

『トリスウイスキー』発売



1950

『サントリーウイスキーオールド』発売



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



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



1973

「白州蒸溜所」開設

1978

メロンリキュール『MIDORI』をアメリカで発売



1981

『サントリーウーロン茶』発売



1983

「シャトー・ラグランジュ」(フランス・ボルドー)経営開始



1984

『サントリーシングルモルトウイスキー山崎』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



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



1900

1945

1960

1990

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。

1921

「邦寿会」設立
「今宮診療所」開設



1946

「食品化学研究所」(現・サントリー生命科学財団)設立



1961

「サントリー美術館」開館



1969

「鳥井音楽財団」(1978年にサントリー音楽財団に改称、現・サントリー芸術財団)設立



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



1973

バレーボール部「サントリーサンバーズ」創部



1979

「サントリー文化財団」(現・公益財団法人サントリー文化財団)設立



1980

ラグビー部「サントリーサンゴリアス」創部



1986

「サントリーホール」開館



1989

公益信託「サントリー世界愛鳥基金」設立

1997

「サントリーグループ環境基本方針」制定

創業精神「やってみなはれ」「利益三分主義」

サントリーの歴史は、1899年に鳥井信治郎が大阪市内に「鳥井商店」を開業、ぶどう酒の製造販売を開始したことに始まります。文明開化とともに西欧文化が日本に流れ込むようになっていくなかで、洋酒は一般の人々には馴染みのない贅沢品でした。日本人の味覚に合った洋酒をつくり、日本の洋酒文化を切り拓きたい—何度か失敗を重ねながらも、「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。時代を先駆ける新商品はヒットし、サントリーの礎を築くことになりました。

なおも挑戦心の止まない信治郎は、周囲の反対を押し切って日本初の本格的なウイスキーづくりに乗り出し、1923年「サントリー山崎蒸溜所」建設着手。幾多の試練を乗り越えて、1929年に国産

第一号ウイスキー『白札』を発売。1937年には『サントリーウイスキー角瓶』が誕生、日本人の繊細な味覚に合った豊かな香味を実現した『角瓶』は好評を博し、日本のウイスキー市場を切り拓いたのでした。

他者への思いやりと社会への奉仕の心情に篤い信治郎は、社会貢献にも積極的でした。第一次世界大戦後の1921年には、大阪の街に溢れていた生活困窮者が無料で診療を受けられる「今宮診療所」を開業。以降も多くの取り組みが展開されました。こうした活動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」の考え方です。

新たな価値の創造を通じて絶えず成長を目指す飽くなき挑戦心「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」。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。

人々の豊かな生活文化への貢献

高度経済成長期の時代には、サントリーの事業活動もさらに拡大していきます。戦後の本格的な洋酒文化の広がりや相まって、ウイスキーやワインが順調に成長し、順風満帆な経営を続けるなか、1963年に「サントリー株式会社」へと社名変更すると同時に、更なる成長を目指し、ビール事業に進出。寡占状態にあり、困難といわれていたビール市場への参入は大きなチャレンジでしたが、日本初の瓶入り生ビールを発売するなど、新たな価値を持った商品の積極的な展開を続けました。

1970年代に入ると、洋酒・ビールに次ぐ第三の柱として飲料・食品事業を強化し、缶入り烏龍茶を普及させるなど、多彩な商品を次々と提案、日本経済の発展とともに、より豊かな食文化への貢献が強化されました。

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、時代を見据えた社会貢献の取り組みにもつながります。高度成長により経済的な豊かさが向上する一方、次に求められるのは、心の豊かさであるとの思いから、サントリーは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・公益財団法人サントリー芸術財団)を設立するなど、「生活文化企業」として社会に役立つことを掲げ、生活に潤いを与える多彩な芸術・文化活動の展開を開始しました。また、1973年にはバレーボール部、1980年にはラグビー部を創部し、スポーツ振興にも力を入れています。さらに、社会問題となり始めていた公害や環境破壊の問題に警鐘を鳴らすため、1973年には野鳥保護を訴える「愛鳥活動」を開始しています。時代に向き合い、社会のニーズに寄り添った活動を展開することで、サントリーは常にお客様・社会とともに歩み続けたいと考えています。

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



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



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

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

特定保健用食品『黒烏龍茶』発売



2009

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



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
(特定保健用食品)』発売



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



2019

北米で
『LEGENT』発売



2019

SUNTORY WORLD
WHISKY『碧 Ao』発売



2019

インドで
『OAKSMITH』発売



2000

2003

「サントリー天然水の森」
活動開始



2004

次世代環境教育
「水育」開始

2005

コーポレートメッセージ
「水と生きる SUNTORY」策定

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



2014

「サントリー環境ビジョン2050」策定



2010

2014

「チャレンジド・
スポーツ」
支援開始



2015

海外では初となる
次世代環境教育「水育」を
ベトナムで開始



2015

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



2016

「サントリー水の国
くまもと応援プロジェクト」
開始



2017

サントリーグループ「水理念」策定

2018

「環境目標2030年目標」策定
「サントリー環境ビジョン2050」
改定

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

2020

2019

水源涵養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



2019

サントリー「天然水の森 北アルプス」の
森づくり活動に関する
森林(もり)の里親協定を締結

2020

「サントリー環境ビジョン2050」改定

成熟社会に入ると、人々の生活に対する意識や価値観、行動様式は大きく変化しました。心身ともに健やかに豊かな毎日を過ごしたいというニーズが高まる中で、1993年に参入した健康食品事業は、『セサミンE』が大ヒットし、今でも多くの愛飲者を持つロングセラー商品となるなど、継続的な成長を続けています。食品事業においても、『サントリー天然水』『BOSS』『伊右衛門』といった商品が多くのお客様に愛されるブランドに成長するなか、特定保健用食品の開発にも力を入れ、『伊右衛門 特茶』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。一方で、創業以来、一心に取り組んできた最高品質を目指すものづくりがグローバルな注目を集めるようになったのもこの頃からです。『ザ・プレミアム・モルツ』や『響30年』に代表されるサントリーのさまざまなチャレンジが、世界的な品評会で評価されています。

「水と生きる」持続可能な社会を目指して

2000年代は、「地球温暖化」をはじめとする環境問題がグローバル共通の課題として強く認識されてきた時代でもありました。サントリーは、改めて事業の基盤である水という貴重な資源に対して真摯に向き合い、水と水を育む自然環境と共生していくことを目指して、2003年に自社工場の水源エリアで良質な地下水を育む森を守る「サントリー天然水の森」活動を開始。2004年からは水や水を育む自然の大切さを伝える次世代環境教育「水育(みずいく)」を始めました。以降、持続可能な地球環境の実現に寄与するため、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、積極的な環境活動を推進しています。

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時代の中で、私たちサントリーグループも、「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。これまでの、欧州でのワイン・食品事業やアジアでの食品・酒類事業などに加え、2014年の米国ビーム社との経営統合、「ビームサントリー」の設立により、ビジネスの領域は世界に大きく広がりました。さらに、2015年には「サントリーワールドリサーチセンター」を設立し、世界の知の交流を通じた研究・技術開発の拠点としています。また、世界中に広がるサントリーグループ社員が協働し、ジャパニーズクラフトジン『ROKU』や日米共同開発のバーボンウイスキー『LEGENT』、インド市場に向けたウイスキー『OAKSMITH』を発売、アジアを中心にサントリーブランドの飲料ビジネスを展開するなど、

グローバルに向けた、新たな価値提供への挑戦を続けています。社会・環境活動もまた、グローバルに展開を進めています。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、2020年には「サントリー環境ビジョン2050」を改定しました。これに基づき、世界各地での水源涵養活動や、アジアでの「水育」など、「水」の取り組みを進めるほか、脱炭素社会の実現や人権の尊重など、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。

私たちの新しい歴史は今も刻まれています。これからも時代を捉えた「人と自然と響きあう」を実現する企業グループであり続けるために、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・社会とともに歩んでまいります。

水と生きる



YouTube サントリー公式チャンネル
水と生きる『水と生きる MOVIE』
[https://www.youtube.com/
watch?v=99Os7ITga4c](https://www.youtube.com/watch?v=99Os7ITga4c)

