

SUMTORY

CORPORATE
COMMUNICATION BOOK
2024-2025

「人間の生命(いのち)の輝き」を 持続可能なものに

私たちは、「人と自然と響きあい、豊かな生活文化を創造し、『人間の生命(いのち)の輝き』をめざす」をパーパスに掲げる企業グループです。商品やサービスを通じて、人と人のつながり、喜びや感動を生み出し、お客様一人ひとりの「生命(いのち)」を輝かせること。それが私たちの事業や社会活動の目的です。「人間の生命(いのち)」は、この地球の生命が輝いていなければ輝くことができません。そして、私たちの商品も、水や農作物など自然の恵みをいただいでつくるものです。

いま世界が直面している気候変動や環境汚染などは、この地球に生きるすべての生命にとっての脅威であり、サントリーという企業自身が、この先もこの社会で長く生きていくために乗り越えなければならない課題なのです。

2030年までに「自社拠点での温室効果ガス(GHG)排出量を50%*削減」そして、「バリューチェーン全体で30%*削減」という具体的な目標を掲げたのも、グローバルで使用するペットボトルの素材をすべてサステナブルなものとし、化石由来原料の新規使用ゼロをめざしているのも、そのためです。こうした目標は、自社単独の取り組みだけでは到底なし得ません。社外の委託先様や取引先様を始め、国内外のステークホルダーの皆様、時には異業種の企業とも手を携えます。

また、20年前に始めた「天然水の森」活動は、取水量以上の水を水系に育む「ウォーター・ポジティブ」の考え方が共感と賛同を得て、グローバルにも広がっています。アメリカでは、ジムビーム蒸溜所やメーカーズマーク蒸溜所で植樹などによる水源涵

養活動に取り組んでいます。スコットランドでは泥炭(PEAT)や水源の保全をめざす活動、フランスでは工場近隣の森林と水源の保全活動を、それぞれ推進しています。次の時代を担う子どもたちに、水の大切さを伝える環境教育「水育」は、日本国内から東南アジアやヨーロッパなどに広がり、水循環の啓発をベースに、各国の状況や課題に合わせたプログラムを実施しています。

いまサントリーグループの社員は全世界で約4万人です。それぞれのエリアや事業で培ってきたお客様との絆やものづくりの技術は私たちの財産です。エリアや事業、分野を超えて互いに学びあい、高めあって、そして新たな価値を生み出していく。同じサントリーグループだからそれが可能になります。その先にあるのがグローバル規模での成長だと考えます。

国籍や言語、事業が違って、めざす目的は一つ、「人と自然と響きあい、豊かな生活文化を創造し、『人間の生命(いのち)の輝き』をめざす」ということ。これを実現するために、「Growing for Good」、「やってみなはれ」、「利益三分主義」という3つの価値観を共有すること。これらの企業理念のもと、私たちは同じ志で結ばれたONE SUNTORY, One Familyとして、この世界で生きるすべての「生命(いのち)」の輝きが持続可能なものになるよう力を尽くします。

※2019年の排出量を基準とする

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

Index

- 02 トップメッセージ
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**
- 04 サントリーグループの企業理念
- 08 事業活動/環境・社会活動の歴史
- 10 経営戦略
- 12 サステナビリティへの取り組み
- 18 サントリーグローバルスピリッツ始動
- 20 ウイスキー事業
- 22 RTD事業/ワイン事業
- 24 ビール事業/ノンアルコール飲料事業
- 26 食品事業
- 28 ウェルネス事業/外食・加食・フラワー事業
- 30 社会貢献活動
- 32 芸術・文化・学術活動
- 34 スポーツ推進活動
- 36 創業から続くサントリーの「人本主義」
- 40 企業情報

発行日:2024年8月19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

わたしたちがめざしているのは、
「人間の^{いのち}生命の輝き」です。

これは2代目社長、佐治敬三が50年前に社是に掲げ、
時代を超えてわたしたちが受け継いできた想いです。

ただ人間だけが輝くではありません。
自然や社会が輝いていなければ、人間は輝けません。
だから、わたしたちは、この世界の恵みを生み出す
自然の生態系を守ります。

人間の^{いのち}生命が輝くのはどんなときでしょう。

うれしいとき。感動するとき。

自分らしく生きていると思うとき。

そんな瞬間のために、

わたしたちは自然の恵みを
ものづくりに活かします

文化事業や社会貢献に取り組みます。

これまでも、これからも変わることなく、
ずっと大切にしていきたい想い。

それを凝縮したのが、

「人と自然と響きあい、豊かな生活文化を創造し、
『人間の^{いのち}生命の輝き』をめざす」。

これが、わたしたちが事業をおこなう目的、
パーパスです。

サントリーグループの企業理念

わたしたちの目的

人と自然と響きあい、
豊かな生活文化を創造し、
人間の^{いのち}生命の輝き」をめざす。

わたしたちの価値観

Growing for Good

人として、企業として、社会のために成長し続けること。
成長し続けることで、社会を良くする力を大きくしていくこと。

やってみなはれ

失敗を恐れることなく、新しい価値の創造をめざし、
あきらめずに挑み続けること。

利益三分主義

事業活動で得たものは、自社への再投資にとどまらず、
お客様へのサービス、社会に還元すること。

志がつなぐ サントリーの企業活動

私たちサントリーは、世界中の人の「^{いのち}生命の輝き」を実現するために、
創業時から大切にしてきた志を今につなぎ、
理念に基づいた様々な企業活動を行っています。

自然の恵み

生態系を守り豊かな
自然を育む

自然の恵みをいただき
ものづくりに取り組む

自然と社会を
善くする活動

事業で得たものは
自然と社会に還元する

「やってみなはれ」
で挑む
ものづくり

サントリーは自然の恵みに生かされている企業です。
自然の恵みをいただき、ものづくりに取り組んでいます。

“もっとおいしい”を追求するのは、
人々の心を豊かにし、新しい文化を創造するため。
社会を構成する一員として、世の中に潤いをお届けするためです。

その実現のためには、失敗を恐れることなく挑み続ける。
いつの時代も挑戦者であり続けることが、創業以来の精神です。

わたしたちには、事業で得たものを
自然と社会に還元するという大きな責任があります。
その活動は、環境保全の他に、文化・芸術・学術、福祉、スポーツ、
さらには震災復興のサポートや次世代育成など、多岐に広がっています。

人々の喜びや幸せを思い描くことから始まった
サントリーの志は、1899年の創業時から変わらずに
この先も続いていきます。

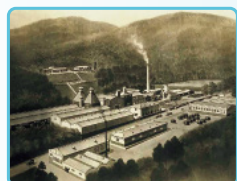
豊かな生活文化の創造と自然・社会との共生を使命に 世紀を超えた挑戦は次代へ

サントリーの原点は、創業者の鳥井信治郎が始めた葡萄酒づくりへの挑戦です。その挑戦はものづくりの志となって受け継がれ、多岐に広がるグローバルな事業活動へとつながっています。そして、グループ全体で共有する利益三分主義の価値観に基づき、得た利益は社会に還元。環境活動、社会活動にも永続的に取り組んでいます。お客様に高品質の商品とサービスをお届けすることで豊かな生活文化を創造し、自然・社会との共生を使命として歩みを進める——継承と革新で次代を拓いていきます。

1795年 ジェイコブ・ビームが
最初のバーボン樽を販売



1855年 シャトー ラグランジュが
3級に格付けされる



事業活動

2014 ビーム社 (アメリカ) がグループに加わる

2009 オランジーナ社 (フランス) とフルコア社 (ニュージーランド) がグループに加わる

1993 ウェルネス事業を開始、「セサミン」を発売

1989 フラワー事業を開始、「サフィニア」を発売

1983 フランスでシャトー ラグランジュの経営に参画

1972 食品事業 (清涼飲料) を開始

1963 ビール事業
に再挑戦、「サントリービール」を発売

発売、1937年には「角瓶」を発売

設に着手

1929 日本初の国産ウイスキー「サントリーウイスキー白札」を

1923 日本初となるモルトウイスキー蒸溜所「山崎蒸溜所」の建

1907 甘味葡萄酒「赤玉ポートワイン (現赤玉スイートワイン)」を発売

1899 鳥井信治郎が「鳥井商店」を創業

1800 1900 1910 1920 1930 1940 1950 1960 1970 1980 1990 2000 2010 2020 2030 2040 2050 2060 2070

1921 社会福祉法人「邦寿会」を設立

1946 食品化学研究所 (現サントリー 生命科学財団) を設立

1961 サントリー美 術館を開館

1973 バレーボールチーム「サントリーサンバーズ」を発足

1973 生物多様性の保全に取り組む「愛鳥活動」を開始

1979 サントリー文化財団を設立

1980 ラグビーチーム「サントリーサンゴリアス」を発足

1986 サントリーホールを開館

2003 サントリー「天然水の森」活動を開始

2004 次世代環境教育「水育 (みずいく)」を開始

2011 災害復興支援活動を開始

2014 「チャレンジド・スポーツ プロジェクト」を開始

2024 子どもを支援する次世代エンパワメント活動を強化

環境・社会活動



グループの強みを活かしグローバル成長を加速

持続的な事業成長と 自然・社会との共生の両立を目指す

サントリーは今年、創業125年を迎えました。これからのサントリーは複雑化するビジネス環境下でも持続的な成長を遂げるために、グローバルなグループ全体の人材とノウハウを結集させて、イノベーションに挑戦していきます。中長期的には食品酒類総合企業の強みを活かし、プレミアムスピリッツや清涼飲料のグローバル成長とブランドの確立、RTD市場における世界No.1企業への挑戦、ウェルネス事業のASEAN展開などにより、2030年にはネット売上高4兆円を目指します。

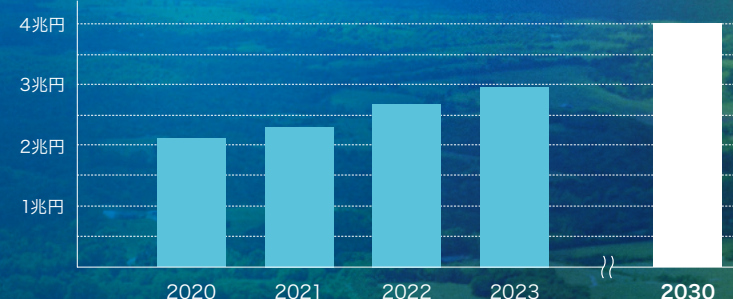
グループのすべての事業活動の未来を切り拓いていくためには、豊かな地球環境を次世代に引き継いでいくことも必要不可欠です。特に深刻化する世界の水不足問題に対しては、水源涵養活動や「水育」などのウォーター・ポジティブ活動を推進し、自然の再生に向けたネイチャー・ポジティブを実現していきます。

そして、安定した社会を未来につなげるために、グローバルな成長を続けながら、得た利益を自然や社会に還元、社会貢献活動や次世代教育にも尽力し、サステナビリティでも世界を牽引します。2024年をひとつの起点に、GLOBAL ONE SUNTORYとしてのさらなる進化に努めていきます。

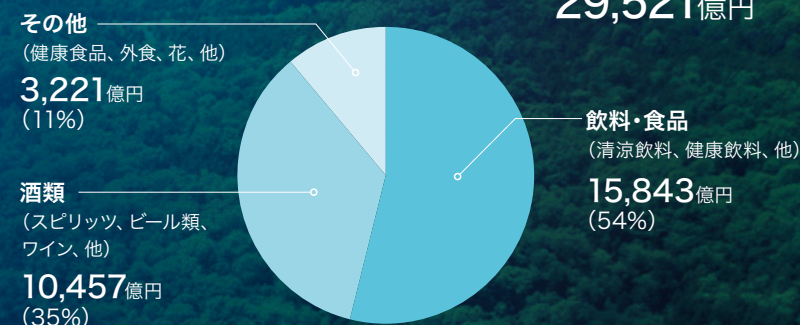
お客様に寄り添い
ユニークで魅力的なブランドを世界中で確立



売上推移グラフ



売上内訳 (事業セグメント別)



2023年度 売上収益
(酒税控除後)

29,521億円

主要展開エリアと売上構成

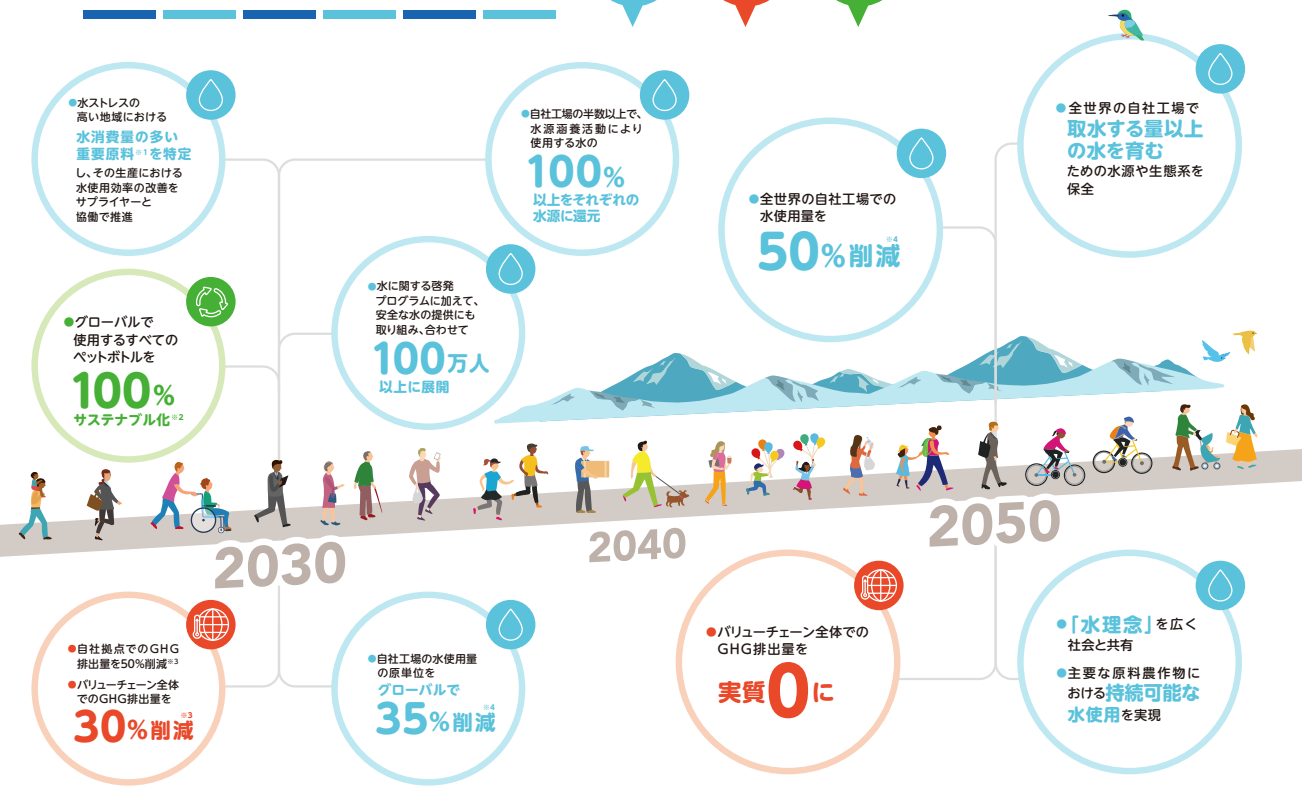


グローバル市場において、日本、米州、アジア・オセアニア、欧州の4つのエリアを主軸にコアブランドの成長を加速し、強固な展開基盤を確立。

自然と共生し、大切な水資源を守る サステナビリティで世界を牽引

水は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す。一方で世界では人口の増加や気候変動などにより、地球規模の水不足問題が発生しています。水に生かされ、水を活かすグローバル企業として、世界が抱える課題に真摯に向きあい、持続可能な社会に向けて貢献していくためにサントリーグループは、全世界の自社工場での水使用を半減することや取水する以上の水を育むための水源と生態系の保全などを掲げた「環境ビジョン2050」を策定しています。その達成に向け、「環境目標2030」を掲げ、戦略の立案や取り組みの推進、進捗確認を行っています。

SUNTORY GROUP OUR TARGETS



※1 コーヒー、大豆、アブラ ※2 リサイクル素材あるいは植物由来素材等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

「環境ビジョン2050」を掲げ、グループ全体で推進している「環境目標2030」のテーマは水、気候変動、容器・包装の3つ。中でも水に関しては、2030年までの35%の工場節水目標のうち、2023年実績で28%を達成。自社工場の半数以上で使用する水の100%以上をそれぞれの水源に還元することを目指す2030年の水源涵養目標については、2023年時点の全世界の自社工場の41%で還元を実現しています。



天然水の森
since 2003

水と命を育む森に、水を還す。 ウォーター・ポジティブの 取り組みをグループ全体で実践

サントリーグループは大切な水資源を守るため、長年にわたって水のサステナビリティに真摯に取り組んできました。工場の水源地エリアに広がる「天然水の森」の水源地涵養活動もその一つです。水源保全の取り組みは近年グローバルに広がり、2030年に全世界の自社工場の過半数で使った以上の水を還元するウォーター・ポジティブを目指して、それぞれの地域で活動が加速しています。

「サントリー天然水の森」は工場の水源地涵養エリアに広がり、全国16都府県26カ所、総面積12,000haを超える活動に発展しています。

「天然水の森」から始まり、世界に広がる水源保全活動



2003年にスタートした「天然水の森」は現在、国内工場で汲み上げる地下水量の2倍以上の水を涵養しています。涵養とは、自然に水がしみこむように徐々に養い育てること。森林を整備することで豊かな土壌をつくり、雨水が保水・浸透して良質な地下水を育む活動です。海外ではアメリカのメーカーズマーク「ナチュラル・ウォーター・サンクチュアリ」プロジェクトやジムビーム蒸溜所「パーンハイム・アーボリータム & リサーチ フォレスト」、サントリー食品フランスの工場近隣に位置する「グラン・パーク・ミリベル・ジョナージュ自然公園」での環境保全活動のほか、東南アジアでも水源涵養活動が始まっています。

水育
since 2004

20年を経て、グローバルへ広がる次世代環境教育「水育」

8カ国

81都市



「水育」は子どもたちが自然のすばらしさを感じて水や水を育む森の大切さに気づき、未来に水を引き継ぐために何ができるのかを考える、次世代環境教育プログラム。「サントリー天然水」のふるさとにある自然を体験する「森と水の学校」と小学校の出張授業を中心に活動を行っています。そして、2015年のベトナムでの開始から「水育」の広がりは世界へ。現在、8カ国81都市*で子どもたちに水の大切さを伝えるための学習や自然体験、教育プログラムのサポートなどを行い、これまでの参加者はおよそ58万人にまで広がりました。サントリーグループは今後も水のサステナビリティ向上を目指し、それぞれの地域の水事情にあわせた安全で豊かな水資源を未来に残していくための「水育」を通して、グローバルな次世代環境教育を推進していきます。

※2024年6月時点

ネイチャー・ポジティブに向けて自然を再生・保護し、生物多様性を回復させる



取水量以上の水を水系に育むサントリーの「ウォーター・ポジティブ」の活動は、積極的に自然を再生していく「ネイチャー・ポジティブ」の取り組みにつながっています。たくさんの生命が息づく森を未来に残していくために植樹や整備を施し、健全な自然の姿を表す生態系ピラミッドを守る取り組みも重要な使命です。サントリーグループは環境省が推進する2030年までに国土の陸域・海域の30%を保全・保護して生物多様性の損失を食い止め、回復させることを目指す「生物多様性のための30by30アライアンス」にも参画。「天然水の森」の6カ所の水源涵養林は、この国際的な目標達成のために推進する「自然共生サイト」に認定されました。



愛鳥活動
since 1973

サントリー愛鳥キャンペーン新聞広告

半世紀にわたり森や水辺の野鳥を見守り、健全な自然を未来に引き継ぐ「愛鳥活動」

環境にとっても敏感な野鳥を見守り、すべての生き物が豊かに暮らせるフィールドを未来に引き継ぐことを目的としているのが1973年から続く「愛鳥活動」です。「ワシ・タカ子育て支援プロジェクト」では、生態系ピラミッドの森の頂点にいる猛禽類の巣作りを観察・保護。1989年に設立した「サントリー世界愛鳥基金」には「水辺の大型鳥類保護部門」を新設し、トキやツルなどの保護活動を支援しています。

サントリー 天然水の森 生物多様性「再生」レポート



ウォーター・ポジティブとネイチャー・ポジティブを両立させる森の整備こそが、生物多様性の再生の鍵という観点で、自然の在り方を分かりやすく解説した2022年発刊の冊子。日本の森が抱える様々な課題をまとめた「FACT DATA」編と、課題解決のために天然水の森で取り組む活動事例を示した「ACTIONS」編で構成され、WEB版も公開されています。



2050年までに実質ゼロを目指す 脱炭素社会の実現 グループ体で取り組む 気候変動対策

地球温暖化による水資源への影響は、飲料製品の安定供給にも影響を及ぼすと考えられ、気候変動は事業継続の上で重要な課題の一つと認識しています。サントリーグループは、2050年までに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「環境ビジョン2050」を策定。サステナビリティ経営のより明確な方向性を示すため、2030年までに温室効果ガスの自社拠点での排出量を50%削減、バリューチェーン全体で30%削減を目指す「環境目標2030」を掲げて実現を目指しています。



国内初のCO₂排出実質ゼロ工場を実現 「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 北アルプス信濃の森工場」では、太陽光発電設備や再生可能エネルギー由来の電力を調達し、バイオマス燃料を用いたボイラーを導入。日本国内初のCO₂排出実質ゼロ工場を実現しました。



バリューチェーン全体で環境負荷の低減を目指す

CO₂を削減するグリーンアルミ^{※1}缶の
数量限定「ザ・プレミアム・モルツ」



CO₂排出量を25%削減するグリーンアルミ缶を、住友商事、住商メタルテック、神戸製鋼所、大和製罐、サントリーグループの5社で共同企画・製造。「ザ・プレミアム・モルツ」に採用し、全国で数量限定発売しました。

※1 再生可能エネルギーによりCO₂排出を抑制して製造したアルミニウム



国内と欧米の全ての自社生産研究拠点で
100%再生可能エネルギー化が完了

サントリーグループは、日本、アメリカ、ヨーロッパの飲料・食品・酒類事業に関わる全ての自社生産研究拠点で購入する電力を、100%再生可能エネルギー化しました。2023年の購入電力量実績に基づく温室効果ガス排出量は、国内外合わせた68拠点で年間約25万トンの削減に相当します。

気候変動に強い新種の原料開発や 新しい栽培技術を導入



気候変動による事業への環境緩和に向けて、国内外の原料の産地と連携した長期的な取り組みも始まっています。茶葉やカシス、ワイン用のぶどうなど、気候変動に強い品種の開発や新しい栽培技術の研究を重ね、導入を進めています。

ペットボトルの FtoPダイレクトリサイクル技術を タイ、ベトナムでも導入



「FtoPダイレクトリサイクル技術」は、回収したペットボトルを粉砕・洗浄し、フレーク(Flake)を高温で溶解・ろ過後、直接プリフォーム(Preform)製造を行うことができる技術。従来よりもCO₂排出量が低減できるこの技術をタイとベトナムでも導入します。

使用済みペットボトル

新しいペットボトル



※2 使用済み製品を原料として用いて同一種類の製品につくりかえるリサイクルのこと

2030年までに全世界で使用する ペットボトルを100%サステナブルに

「ボトル to ボトル」水平リサイクルは、使用済みペットボトルを新たなペットボトルに再生する環境負荷が最も少ないリサイクル方法で、2011年にサントリーが国内の飲料業界で初めて技術を確立しました。サントリーグループは2030年までに使用するすべてのペットボトルをリサイクル素材や植物由来素材などに100%切り替え、化石由来原料の新規使用をゼロにするという目標を掲げています。

10年の軌跡を経て新始動 サントリーグローバルスピリッツ

アメリカでの活動基盤を得た2014年から、10年。「ビームサントリー」は「サントリーホールディングス」とともに品質、職人技、持続可能性の相互作用を維持しながら、大きな成長を遂げてきました。そして今、私たちが目指すのは、世界をリードしていくグローバルカンパニーとしてのさらなる進化。「サントリーグローバルスピリッツ」として、新たな挑戦の道を歩んでいきます。

「世界で最も称賛される プレミアムスピリッツカンパニー」を目指して

「ビームサントリー」は、2014年のサントリーホールディングスとの経営統合以降、品質の向上とプレミアム化戦略を推進し、世界中のお客様に高品質な商品とサービスをお届けするグローバルスピリッツカンパニーへと成長しました。サントリーに根付く「Growing for Good」、「やってみなはれ」、「利益三分主義」の価値観を共有し、ものづくりにかける情熱と品質へのこだわりを最大限に尊重しながら、新たな洋酒文化を創造し続けた10年は、誇るべき偉業です。

このレガシーを次世代へと継承し、サントリーグループとしてのシナジーを發揮するさらなる事業拡大と、「真のグローバル企業」へと成長を遂げるために、「サントリーグローバルスピリッツ」が始動しました。30か国に約6,000人の従業員を擁するグローバルカンパニーは、「ジムビーム」、「メーカーズマーク」、「山崎」といった世界に誇る様々な商品を通じて、さらなるブランド認知の向上と、グローバルスピリッツ市場における確固たる地位を確立していきます。

SUNTORY GLOBAL SPIRITS

アメリカの職人技を凝縮する「ジムビーム」や「メーカーズマーク」、ジャパニーズウイスキーの最高峰「山崎」、日本の四季を映し出すジン「ROKU」、伝統製法を守り続けるメキシコのテキーラ「サウザ」など。それぞれの歴史を継承し、研ぎ澄まされてきた各国の銘酒を「サントリーグローバルスピリッツ」の名のもとに世界に広げていきます。



ウイスキーづくりの技と誇り、 日米ワンチームでブランドを構築

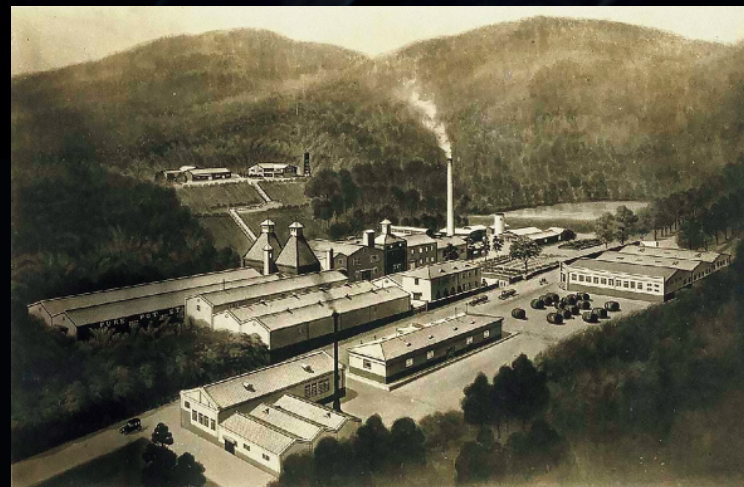
「サントリーグローバルスピリッツ」のアイデンティティは、200年以上の歴史を持つアメリカ・ケンタッキーの「ジムビーム」に端を発します。8世代にわたるビーム一族が受け継いできた世界No.1バーボンウイスキーの誇りは、サントリーの高品質なウイスキーづくりの想いと重なり、互いの強みを合わせた協業へと発展。「ジムビーム」の生産チームと日本のサントリーウイスキーのブレンダー室は、長年の技術交流を通して、両者一体となり品質向上に努めています。2023年末には、更なる品質向上および「ものづくり」からのブランド構築を実現するため、日米のブランドチームが一体となり「MBC(Monozukuri based Brand / Culture Construction)」活動を立ち上げました。



■ ウイスキー事業

日本から世界へ。
受け継がれる
情熱と技の一滴

「日本人の繊細な味覚にあった、日本のウイスキーをつくりたい」。1923年、創業者の鳥井信治郎は山崎蒸溜所の建設に着手しました。日本で最初の本格国産ウイスキー蒸溜所であり、世界に誇るジャパニーズウイスキー発祥の地です。長期の樽熟成に耐える力強さ（熟成・美味品質）を目指し、サントリーウイスキーは独自のこだわりで丁寧に原酒をつくり込んでいます。過去に先輩たちが仕込んだ大切な原酒を、ブレンダーが厳選して製品化。今仕込んだ原酒を、未来の後輩たちが受け継ぎお客様に届けていくのです。長い年月をかけてつくられるその琥珀の一滴に、多くの職人たちのたゆまぬ努力と情熱が込められているサントリーウイスキーは、この先も世界中のお客様を魅了し続けます。



所有する5大ウイスキーの蒸溜所

 JAPANESE WHISKY 白州蒸溜所 	 AMERICAN WHISKEY ジムビーム蒸溜所 	 SCOTCH WHISKY ボウモア蒸溜所 	 IRISH WHISKY クーリー蒸溜所
 JAPANESE WHISKY 山崎蒸溜所 	 AMERICAN WHISKEY メーカーズマーク蒸溜所 	 SCOTCH WHISKY ラフロイグ蒸溜所 	 CANADIAN WHISKY アルバータ蒸溜所

美味品質と文化醸成に連携するサントリーの5大ウイスキー

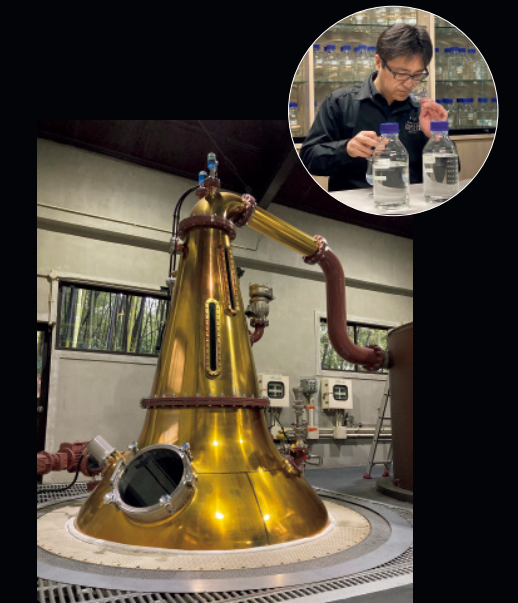
アイルランドで芽生え、スコットランドから海を渡り、アメリカ、カナダ、日本でも。ウイスキーは豊かな自然環境と各地の歴史風土に生まれ、独自の製法を発展させてきました。サントリーは、ジャパニーズウイスキーを含むアイリッシュ、スコッチ、アメリカン、カナディアン「世界5大ウイスキー」の蒸溜所を保有しています。常に最高の美味品質を追求し続けるものづくりの連携・協業は、サントリーグループ全体で推進する安心安全の取り組みやサステナビリティ活動にもおよび、地域や事業の垣根を越えた強い結束力でブランドの価値向上を目指す文化醸成を深化させていきます。



※海外展開商品

海を越えてハイボール文化を創出

ハイボールは日本の洋酒文化を切り拓いてきたサントリーの歴史の1ページです。低迷していたウイスキー市場を回復させた2008年の「ハイボール復活プロジェクト」により、盛況を博したハイボール文化は海外にも波及。韓国では若者を中心にハイボールブームが巻き起こり、昨年はバンコクにハイボールバー「1923」がオープン。アジア全域での出店も視野に入れ、ハイボール文化の世界展開に注目が集まっています。



世界初！
サステナブルなウイスキーづくりへの挑戦

サントリーグループは美味追求と環境負荷低減を両立できるウイスキーづくりに挑戦しています。山崎蒸溜所の一角にある品質研究・技術開発用のパイロットディスタリリーでは、水素100%での直火蒸溜によるウイスキー製造の実証実験に世界で初めて成功（※1KL以上の蒸溜釜）。また、再生電力を用いた電気加熱式でのウイスキー蒸溜にも成功しています。どちらも蒸溜した原酒は従来の直火蒸溜と変わらずコクがあり、力強い味わいの品質であることが確認できました。



RTD事業

優れた創味技術とブランド開発力で
2030年にRTD世界市場 NO.1を目指す

アデレード (オーストラリア) エアーズハウス

蓋を開けてそのまま飲むことができる缶製品「RTD (Ready To Drink)」は、その手軽さから近年世界的に伸長しているお酒です。ウイスキーやウォッカ、焼酎といった様々なお酒を使った自由な味づくりが可能で、健康志向やリフレッシュ需要など多様なニーズを捉えることができ、若年層を含む幅広い消費者に楽しんでいます。「サントリー RTDカンパニー」の強みは、ブランド開発力、酒類および飲料ビジネスで培ってきた美味しいお酒や味わいづくりの技術、グローバルなビジネス基盤、そして長年の経験により養われてきたRTDビジネスノウハウです。これらの強みを活かし、グローバルに既存ブランドを展開するとともに、各国の消費者ニーズに合った新たな価値を提供しながら、RTD世界市場No.1を目指します。

世界10カ国以上の国と
地域で販売している「-196」

「-196」は来年20周年を迎えるロングセラーブランド。2020年以降、中国・タイなどのアジアおよびオーストラリアで販売を開始。2024年にはアメリカ国内21州、およびドイツ、英国など新たに展開エリアを拡大し、現在世界10カ国以上の国・地域で多くの消費者に楽しんでいます。



サントリーの多彩なRTDポートフォリオ



日本の洋酒文化を切り拓きたい。サントリーの歴史はワインから始まりました。日の丸の赤い玉を名に冠し、1907年に誕生した甘味葡萄酒「赤玉ポートワイン」(現「赤玉スイートワイン」)は驚異的な売り上げを記録。そして、サントリーのワイン事業は1983年に新たな道を切り拓きます。フランス・ボルドーで17世紀には古文書に名を示したものの、世界恐慌以降、経済的困窮にあったオーナー家の影響で存続が危ぶまれていたグランクリュ「シャトー ラグランジュ」への経営参画です。サントリーは荒廃した畑を改植し、醸造設備を一新して、シャトーの名声を取り戻しました。そして今、その技術と経験は山梨の「登美の丘ワイナリー」と融合し、世界を視野にした日本ワインづくりの新たなステージが始まっています。

ワイン事業

言葉や文化の壁を越えて
共に成長するサントリーのワイン事業



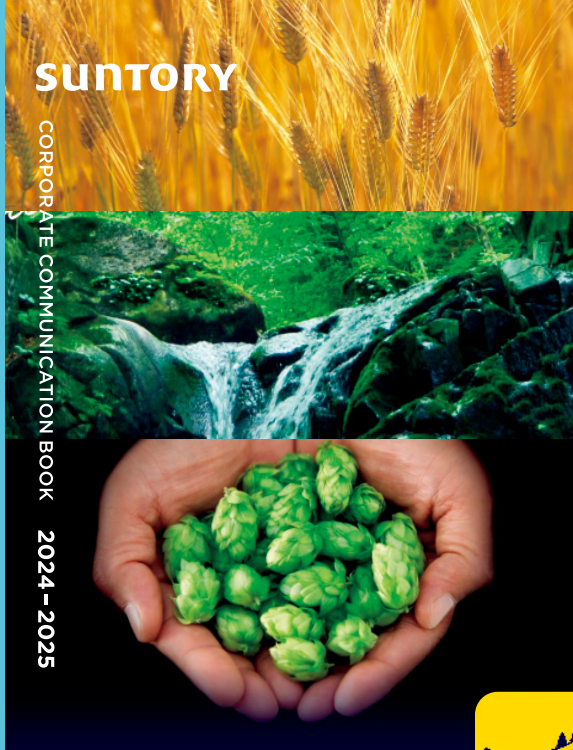
フランスの伝統あるシャトー再建には、その土地の文化を尊重する姿勢が不可欠だと確信。「シャトー ラグランジュ」での40年は、グローバルビジネスを展開して行く上での大きな財産となりました。



女性が両肩をあらわにした姿が世間をあっと言わせ、赤玉の名を高めた日本初のヌードポスター。斬新な宣伝手法でPR 展開した赤玉は、ハイカラの象徴になりました。



山梨県甲斐市「登美の丘ワイナリー」では、シャトー ラグランジュで培った技術の導入や、新たなぶどう品種に挑戦するなど、この土地でしか作れない味わいを追求。2022年には日本ワインの新ブランド「SUNTORY FROM FARM」を立ち上げ、高品質なワインづくりに尽力しています。



ビール事業

比類なき品質の追求で 新たな道を拓くビール事業

1963年の「サントリービール」発売以来、事業は挑戦と創造の連続でした。すでに寡占状況にあったビール市場への参入は困難を極めました。特にサントリーがこだわったのが品質の追求です。世界最高峰のビールを目指し、おいしさへの飽くなき挑戦を続けた醸造家たちの情熱と努力、執念の結集から生まれた「ザ・プレミアム・モルツ」は、発売から20年を経て、国内のみならず挑戦の舞台を世界にも広げていきます。



「ザ・プレミアム・モルツ」の魅力を体験できる旗艦店「The PREMIUM MALT'S HOUSE」をニューヨーク、ロサンゼルス、シンガポール、香港など、世界を代表する都市で期間限定展開。

工場見学の公式サイト 「ファクトリップ」



工場見学の公式サイト「ファクトリップ」では全国のサントリー工場のものづくりの歴史と技術、魅力をご紹介します。

「アルコール0.00%の、未来」に 心を酔わせるほど おいしいノンアル文化を



サントリーグループでは、アルコールの影響を気にせず、幅広いお客様に楽しんでいただくためのノンアルコール飲料も積極的に推進。飲む人も飲まない人も一緒に楽しめる文化を創造すべく、アルコール度数0.00%だからこそ実現できるおいしく魅力的な商品を積極的に提案していきます。



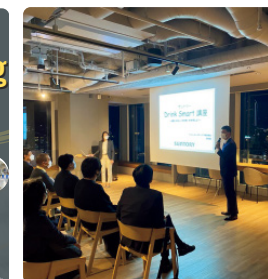
「オールフリー」 全米で販売拡大

2010年の発売から好評の「オールフリー」は、健康志向の高まりからノンアルコールビールの需要が伸びているアメリカ市場にも挑戦。Amazon.comによる取り扱いでアメリカ全土で展開、小売店の販売エリアも拡大していきます。

ノンアルコール市場が拡大する中、お酒からアルコール分だけを取り除く技術の開発や、お酒で培った知見や技術を活かすことで、ビールやワイン、チューハイなどの多様な味わいをノンアルコール飲料で展開。また、健康ニーズなど、幅広いお客様のご要望に応えるために、内臓脂肪に着目した機能性表示食品「からだを想うオールフリー」や、記憶力を高める機能に着目し、GABAを加えた「あしたを想うオールフリー」も発売して市場の活性化を図ります。

DRINK SMART ~お酒と付き合う いい距離で~

サントリーグループは、酒類を製造・販売する企業の責任として、業界に先駆け、アルコール関連問題に積極的に取り組んできました。特に適正飲酒啓発活動については1986年から38年間にわたってモデルレーション広告を続けており、数多くの広告賞を受賞。日本国内では、社会人・大学生などに向けた「DRINK SMART セミナー」や、小中学生向けの飲酒防止教室など幅広い年代に向けた取り組みを実施。ライフステージに合わせたお酒に関する正しい知識を啓発しています。サントリーグローバルスピリッツ社もケンタッキー大学内で「The Learning Bar」を開設し、大学生向けに適正飲酒に関する知識の啓発を行っています。



水と生きる SUNTORY

お酒は、
なによりも
適量です。

みんなが集まって
お酒を飲むとつい
気持ちが高まって、大騒ぎ。
落語でも、よくある光景です。
ハメを外す。タガが外れる。
時代を経て、
お酒と人間の関係って
そう変わることは
ないのかもしれない。
今年、4年ぶりの忘年会という方も
多いことでしょう。
せっかくなので、めいっばい、
うれしい時間にもしたいもの。
ほどほどなら会話も弾む。
記憶も残る。
合間にチエイサー(お水を
飲みながら、どうぞ)
ゆっくり楽しんでください。
今年の12月、
自分のほどほどを
知る冬に。

ハメとタガは、
しっかりしめて。
さあ、乾杯だ。

DRINK SMART® お酒との正しい付き合い方を考えよう



欧州



日本

アジア・オセアニア



米州



アジア、オセアニア、アメリカ。世界中で愛されている「BOSS」

「BOSS」は1992年の発売以来、「働く人の相棒コーヒー」として、働き方や世代を超えて親しまれています。「ボス レインボー Mountain Blend」などの缶コーヒーは、仕事の合間の休憩に“一服・気分転換”を求める方向へ、「クラフトボス」などのペットボトルは、デスクワークでの“ちびだら飲み”を好まれる方向へと、働き方の変化や嗜好ニーズの広がりに応じ進化してきました。2018年からはグローバル展開も進めています。ブランドコンセプトはそのままに、パッケージ・中味は現地のお客様のライフスタイル、嗜好に寄り添い開発し、現地で愛される商品づくりに努めています。現在ではアジア、オセアニア、アメリカで販売しています。

TEA+



東南アジアで支持を集めるウーロン茶飲料「TEA+」

「TEA+」は2013年からベトナム・タイなどで発売されているサントリーブランドの商品です。脂肪の吸収を抑え、食後の血中中性脂肪の上昇を抑える「ウーロン茶重合ポリフェノール (OTPP)」を含んだウーロン茶飲料で、日本の「サントリー烏龍茶」の商品開発で長年にわたり蓄積した技術を用いて、健康志向が高まる東南アジアのお客様の嗜好に合わせた独自の味わいに仕上げました。地域に合わせたフレーバー展開も積極的に取り組み、お客様に最も愛されるお茶飲料を目指しています。

食品事業

世界中のネットワークを活かしたブランドイノベーションで成長を加速

食品事業は現在88カ国で事業展開し、売上100億を超えるビッグブランドが25へと拡大。今後は、ビジネス展開しているエリアを主戦場にコアブランドをさらに進化させ、収益力とサプライチェーンの基盤を強化する構造改革にも引き続き尽力することで、市場を上回る成長を目指します。戦略エリアであるオセアニア市場においてはスピリッツ事業との協業を決定。2024年下半年にはオーストラリアで最新鋭の新工場が稼働予定で、酒類と食品の主要ブランドについて、開発から生産、販売にいたるバリューチェーンの全ての機能をサントリーグループとして一気通貫でマネジメントしていきます。サステナビリティも重要戦略に据え、プラスチックのリサイクルやGHG排出削減のほか、水育や水源涵養などの活動においてもグローバルで取り組みを加速していきます。

コアブランドのさらなる成長で世界中にファンを拡大

イギリスで堅調な「ルコゼード」やフランスの「オレンジーナ」、タイの「TEA+」、オセアニアのエナジードリンク「V」など、ヨーロッパやアジアパシフィック各国のコアブランドを進化させて、地域で圧倒的に支持される確固たるポジションを構築していきます。

■ ウエルネス事業

世界中のすべての人々に 健康な毎日を。 ものづくりとサービスで 新たな価値を提供するウエルネス事業

長年にわたる食の科学的研究や品質管理技術を礎にスタートしたウエルネス事業は、お客様のウェルビーイングを実現していくことが究極のゴールです。そのために、ものづくりとサービスを通じて、最高の個客体験を実現していく新しいビジネスモデルの創出に挑戦しています。年間延べ200万人超のお客様に利用いただいている会員制度「サントリーウエルネスクラブ」は、一人ひとりの多様なニーズにあわせて、ウエルネスな毎日に本質的に貢献することを目指しています。タイでの美容・サプリメント市場においてトップクラスのシェアを誇る会社の株式取得を足がかりに、東南アジアでの本格的なビジネス拡大を図っていきます。



40代以上の男性向け オールインワンスキンケア 「VARON」の大ヒット

ミドルシニア世代の切実な肌の悩みに真摯に向き合うことから生まれた男性用スキンケアブランド「ヴァロン」。開発のスタートは20年前、ウイスキーのポリフェノールに着目し、研究と試作を重ねて樽材エキスの抽出に成功。総売上40億を誇る大ヒット商品になりました。



幅広いラインナップの 健康食品・美容商品を提供

「サントリー生命科学研究所」の長年の研究成果をベースにした健康食品「セサミンEX」、「DHA& EPA+ セサミン EX」、「ロコモア」、「オメガエイド」などを発売。内外美容商品の「F.A.G.E. (エファージェ)」や「Vitoas (ビトアス)」、「Liftage (リフタージュ)」もラインナップに加え、トータルウエルネスの実現をサポートしています。

東南アジア市場を視野に タイの有カブランドがグループに加わる

「サントリーウエルネス」は、2024年にタイを中心に「VISTRA (ヴィストラ)」、「PROVAMED (プロヴァメド)」といった有カブランドを展開するNBD社の株式を取得。同社の流通網を活かした強固なビジネス基盤を構築し、スキンケア商品やサプリメントの消費拡大が続く東南アジアでのビジネスの拡大を図ります。



Be supporters!

全国160施設、延べ6,000人が参加 「Be supporters！」

「ビーサポーターズ！」は高齢者施設の入居者や認知症の方など、普段は周囲に「支えられる」場面が多い方が、地元サッカークラブの「サポーター」になることで「支える」存在になるプロジェクトです。コンセプトは「いくつになってもワクワクしたい、すべての人へ」。参加者は全国約160施設、延べ6,000人に広がっています。



サントリーウエルネス会員向けアプリ 「Comado」

「コマド」は健康行動を習慣化しながらポイントが貯まる無料アプリ。プロインストラクターによるフィットネス動画や、体の健康豆知識、心の健康を満たす旅行や趣味の情報など、お客様の暮らしがちょっとだけ豊かになるコンテンツを豊富に用意しています。

暮らしに喜びや感動を届ける 外食・加食・フラワー事業



様々な業態で新しい飲食シーンを創出

「プロントコーポレーション」はカフェと酒場を融合させた「プロント」などの約300店を、「ダイナックホールディングス」はバー、レストランを中心に約230店を展開。とんかつとお惣菜の「井筒まい泉」やアイスクリームの「ハーゲンダッツ」も、おいしさと感動を創造するサントリーグループの事業です。



世界30カ国以上で展開する花のある暮らしの提案

花と野菜の苗や切り花、青果の開発・生産・販売を展開する「サントリーフラワーズ」は、酒類と食品分野で培った基礎研究を応用し、世界中で植物の探索や開発を続けてきました。世界初の青いバラやカーネーションの開発成功もその好例です。今後も30カ国以上の国々で技術とノウハウを発揮し、グローバルカンパニーとしてのさらなる創造と発展を目指します。

グループの根幹を成す 「利益三分主義」の精神で 社会と世界をより良く豊かに変えていく

「利益三分主義」の価値観は、サントリーグループの創業家精神のひとつ。

鳥井信治郎は「事業によって利益を得ることができるのは、人様、社会のおかげだ。

その利益は『お得意先・お取引先へのサービス』『事業への再投資』に加え『社会への貢献』に役立てる

と、社会福祉活動にも熱心に取り組みました。その信念は、世界中でボランティアや

社会貢献活動に励むサントリーグループの社員たちの心に根付いています。

邦寿会

since 1921

サントリーの社会貢献活動の原点

第一次世界大戦後の恐慌下、鳥井信治郎は生活困窮者に無料診療と施薬を行う「今宮診療院」を開設しました。これが100年以上の長きにわたり、サントリーグループの社会福祉活動を担う法人「邦寿会」の始まりです。戦後も時代ごとの国情や世情に合わせた社会活動をいち早く取り入れて実現。現在も大阪市の特別養護老人ホーム「高殿苑」と「つばみ保育園」を運営するなど、真摯な活動を続けています。



創業者の鳥井信治郎と「今宮診療院」。地域の人々に救いの手を差し伸べ続け、国民皆保険が実現した1976年にその役割を終えて歴史を閉じました。

大阪市旭区の特別養護老人ホーム「高殿苑」と「つばみ保育園」。「邦寿会」はお年寄りや園児たちが自由に触れあえる世代を越えた人のつながりも大切にしています。



国内外各地の災害復興、人道支援も

サントリーグループは東日本大震災と熊本地震の復興に向けて継続的な支援を展開するほか、オーストラリアの森林火災やマウイ島の山火事など、世界各地で甚大な被害をもたらした災害の復興支援や人道支援も積極的に行っています。また、年明けに起こった令和6年能登半島地震においても義捐金の拠出とサントリー天然水を供出。今後もさらなる支援を実施していきます。

未来を担う子どもたちを支援。 次世代エンパワメント活動を強化

君は未知数

empowered by SUNTORY

様々な困難に直面する子どもたちの支援に取り組む次世代エンパワメント活動を強化。3年間で総額10億円を拠出し、同じ課題意識をもつNPO法人に対して助成金や人的支援などを実施します。「サントリー「君は未知数」基金」の創設や、子どもの体験格差解消プラットフォームの開発、10代の若者の居場所となる「ユースセンター」のモデル化に取り組み、意欲や希望、夢を持ってチャレンジできる社会を目指します。



地域貢献を通して新たな価値に触れ、 社員の成長につながる ボランティア活動を推進

社内イントラサイト「サントリーボランティアウェブ」を展開し、多様なボランティア参加を推進しています。気軽に始める事業所内のボランティア、地域のNPO支援、災害ボランティアなど、多くのメニューとボランティア休暇を始めとするサポート制度を拡充。社員の社会貢献活動の参加を継続的に後押ししています。



サントリー芸術財団
since 1969

「鳥井音楽財団」を母体に設立された「サントリー芸術財団」は、「サントリーホール」と「サントリー美術館」の活動を中心とした芸術分野の50年の歩みの中で様々な社会貢献に取り組んできました。新しい価値を創造、表現し続けるために日本人が培ってきた美意識や独自の感性を世界へと発信し、多様な次世代育成にも力を入れています。



サントリーホール
since 1986

音楽を愛する人々が集い、音楽体験を共有する空間

「世界一美しい響き」をコンセプトに設計されたサントリーホールは、毎年約60万人のお客様を迎え、演奏者と一体となった臨場感溢れる音楽体験を提供しています。また小中学生を対象とした公演招待や、若手音楽家への支援を通じて、音楽の持つ深い魅力を分かち合える場となるよう努めています。

サントリーの佐治信忠会長が「カーネギーホール」のAdvisory Directorに就任

佐治信忠会長は、サントリーが40年にわたって交流を深めてきたニューヨークの世界的な音楽の殿堂「カーネギーホール」のAdvisory Directorに就任しました。また、メジャースポンサーシップ企業の1社として、世界における文化・芸術の中心でカーネギーホールとの連携をさらに強化し、文化・芸術の振興にいっそう取り組んでいます。



Photo by Jeff Goldberg / ESTO

芸術・文化・学術分野でも社会貢献活動に尽力

社会福祉活動から始まった利益三分主義に基づくサントリーの活動は、音楽や芸術、文化領域でも人々に心の潤いをもたらしています。「サントリーホール」や「サントリー美術館」では、豊かな都市文化を創出。次世代を担う子どもたちの育成も重視し、音楽やアートを通して自由な感性を養うワークショップやエデュケーションプログラムなどの企画・運営にも力を入れています。また、積極的に地域社会と関わる多様な文化貢献活動や、人文・社会・自然科学分野における有能な人材の育成にも尽力。今後も時代を見つめた社会貢献活動と豊かな生活文化の発展に寄与していきます。



サントリー美術館
since 1961

生活の中的美を愉しむ「都市の居間」

「サントリー美術館」では、国宝をはじめとする3,000件以上の作品を所蔵し、多くのお客様をお迎えしています。年間を通じて中学生以下の入館料は無料で、アートの楽しみを伝えるイベントの開催や鑑賞支援ツールの配布など「ラーニングプログラム」も充実しています。



藍色ちりり 江戸時代 18世紀 サントリー美術館

サントリー文化財団
since 1979

「サントリー文化財団」の事業のひとつに、全国各地で展開する芸術、文学、伝統の保存継承、文化創出、環境美化、国際交流などの活動を通じて地域の文化向上と活性化に貢献した団体・個人を顕彰する「サントリー地域文化賞」があります。創設から40年以上を経て全都道府県の240件が受賞。継続性や獨創性、発展性、地域への影響力と活動する方々が楽しんでいることも重要な評価ポイントになっています。



サントリー地域文化賞



サントリー生命科学財団
since 1946

「サントリー生命科学財団 SUNBOR」は日本の基礎研究における危機的状況に一石を投じるため、2020年に「サントリー SunRiSE」を設立しました。このプログラムは若手研究者の挑戦的でユニークな研究内容に自由度の高い助成を実施。常に問いを持ち、楽しく夢中で取り組む研究者たちの熱意と「やってみなはれ」精神を支援しています。





ラグビーチーム
東京サントリーサンゴリアス
since 1980

東京都港区・府中市・調布市・三鷹市をホストタウンとするラグビークラブで、ジャパンラグビーリーグワンに所属。日本選手権優勝8回、全国社会人大会優勝3回、トップリーグ優勝5回と数々のタイトルを獲得し、多くのファンを魅了し続けています。



サントリードリームマッチ
since 1995

プロ野球のレジェンドたちが繰り広げる一夜限りの夢の球宴。ビールや飲料、グッズ、チャリティシートなどの売上金や出場選手のサイン入りユニフォームのチャリティオークション収益の一部は、野球復興支援活動として活用。東日本大震災や熊本地震などの被災地の子どもたちを対象にプロ野球OB選手による野球教室などを展開しています。

いのち
すべての人に生命の輝きを
スポーツの持つ力で挑戦

ひたむきなアスリートの挑戦心あふれるプレーから生まれる筋書きのないドラマは、見る者すべてに興奮や感動をもたらし、人々の想いをひとつにつなぎながら勇気や情熱、夢を持つことの大切さも教えてくれます。スポーツは心身の健康を育むことにとどまらず、人間の生命（いのち）をより輝かすことができる大きな可能性に満ち溢れています。サントリーはスポーツが持つ力を信じて、これからも様々な活動に挑戦していきます。



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
since 1990

神戸を舞台に、アジア・オセアニア各国からアマチュア選手も招聘。優勝と2位の選手に「AIG 女子オープン(全英女子)」への出場権を付与するなど、世界へと羽ばたいていくヒロインたちの成長と活躍の場になっています。また、トーナメント会場でのチャリティショップの売上などを、様々なゴルフ団体を通じて、ジュニアゴルファーの成長支援などに役立てていただいています。



サントリー所属 渋谷日向子プロ



バレーボールチーム
サントリーサンバーズ大阪
since 1973

大阪府箕面市が本拠地の男子バレーボールチーム。創部50周年の節目の今シーズンは「FIVB世界クラブ男子選手権大会2023」で銅メダルを獲得、「2023-24 V.LEAGUE DIVISION1 MEN」と「第72回黒鷲旗 全日本男女選抜バレーボール大会」でも見事、10度目の優勝を果たしました。



チャレンジド・スポーツ プロジェクト
since 2014

東北で始まった「チャレンジド・スポーツ プロジェクト」の活動は2023年から全国展開。地域のアスリートと各協会、または競技団体に奨励金を支給する「サントリーチャレンジド・スポーツアスリート奨励金」や、大学生とパラスポーツの魅力を共創・発信していく「パラスポーツデザインカレッジ」、車いすバスケットボールの選手を講師に迎える体験会「ドリーム・アスリート」など、様々な活動を通してダイバーシティ社会の実現を目指しています。

人材は原酒と一緒に。
短期で決めつけたらあかん。
長い目で見てやらなあかん。



2代目社長 佐治敬三は、どんな人材も長い時間をかけて大切に育てれば素晴らしい力を発揮するという強い想いを、ウイスキーの原酒にたとえたこの言葉で表わし、人が経営基盤であると考え、人材育成を促す人本（人的資本）主義の理念を説きました。



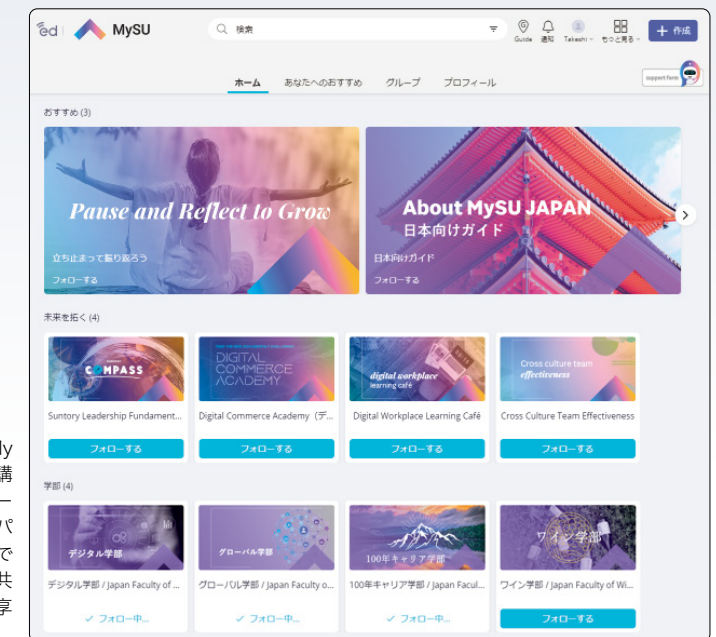
Growing for Good を実現するための自己成長 社会に貢献できる人材育成の取り組み



SUNTORY UNIVERSITY

やってみなはれ、利益三分主義とともに、サントリーグループのすべての社員が共有する大切な価値観——「Growing for Good」とは、人として、企業として、社会に貢献し、社会を良くする力を大きくしていくことです。サントリーグループは、全社員が「自らの旗を立て、挑戦し、やりぬくことができる強い個」（＝キャリアオーナー）になることで、競争力のある強い組織・会社をつくっていきと考え、様々な取り組みで個人の能力や成果を最大限に発揮していく支援をし続けています。

「サントリー大学」とは、サントリーグループがグローバルに発展していくため全社員を対象にした人材育成プログラムの総称です。社員一人ひとりが学び続け、成長し続けること、それぞれがキャリアオーナーシップを持つことを目的に2015年に開校。「自ら学び、成長し続ける風土の醸成」「創業の精神の共有と実践」「リーダーシップ開発」「未来に向けた能力開発」という4つの視点から、様々な学習機会が提供されています。この学習・能力開発のグローバルな取り組みが評価され、アメリカの「Chief Learning Officer」誌主催の「2022 Learning Elite」でブロンズを受賞しました。



「人」こそが、経営の重要な基盤 創業から続くサントリーの「人本主義」

サントリーの歴史は「挑戦の歴史」です。挑む人の情熱こそが、企業の原動力。成長の源泉はいつの時代も「人」であり、サントリーグループでは創業以来、「人」こそがもっとも重要な経営基盤であると考え、人材育成を長期的な視点で捉えてきました。創業の精神である「やってみなはれ」を全社員共通の価値観として共有すること、また一人ひとりが個性と能力を発揮し成長を続けられるよう人材への投資を惜しみなく行うことによって、グループ全体の価値を高め、グローバルに評価される食品酒類総合企業として豊かな生活文化を創造し続けます。

創業以来の精神を新たな価値創造につなげる一大イベント



自ら旗を揚げ、新たな発想で 挑戦する活動を評価 「有言実行やってみなはれ大賞」

2015年に創設した「有言実行やってみなはれ大賞」は、サントリーグループ全社員を対象に、従来のやり方にとられない新しい発想に基づくチャレンジングな活動を実践したチームを表彰する制度。第9回を向かえた2023年は世界中から482チームがエントリー。ファイナリスト10チームによる最終選考には、国内外から約100名が参加する過去最大規模の開催となりました。



サントリー大学が提供する「MySU（マイエスユー：My Suntory University）」は、全社員がeラーニングや講義動画などのコンテンツに取り組める学習プラットフォームです。2023年に全面的にリニューアルし、AIによるパーソナライズされた学習体験と、利用者同士が双方向で交流可能な機能を搭載しました。今後もグローバル共通で、どこにいても誰でも、自分にとって最適な学びを享受できる環境の整備を進めていきます。

日本発のグローバル企業を実現する 人材育成と成長機会

サントリーグループが日本発のグローバル企業としての存在感を高め、「ONE SUNTORY」をさらに推進していくためには、創業時から大切にしてきた「人」に対する価値観を、国内外のグループで働くすべての従業員に広く伝えていく必要があります。サントリーグループは、グローバル経営人材の継続的な育成を目的に多様な成長機会を提供。グループ全体の企業理念の理解・浸透を図りながら、社外/国内外/異業種との接点を多彩に組み込んだ様々なプログラムを展開しています。



GLOBAL LEADERSHIP DEVELOPMENT PROGRAM

国内外の課長層を対象とした研修。将来のグローバル経営人材を継続的に輩出することを目的とし、マインドセットからサステナビリティなどの重要課題までサントリーリーダーシップ考動項目に紐付けながら学ぶことで、グローバル経営におけるリーダーシップのあり方について深く体得していくプログラムです。



Beyond Borders

国内外の部長層を対象とした研修。事業の枠を超えてサントリーグループ全体を牽引するグローバルリーダーを育成することを目的とし、アメリカ・ペンシルバニア大学の経営大学院「ウォートン・ビジネス・スクール」と共同開発したプログラムです。



Suntory Harvard Program

国内外のシニアリーダー層を対象とした研修。国境を越えた真の「GLOBAL ONE SUNTORY」を実現し、世界市場で戦い抜く体制を強化するために「ハーバード・ビジネス・スクール」と提携して開発したサントリーオリジナルのプログラムです。

一人ひとりがイキイキと 働ける環境づくり

新たな価値を絶えず創造し続けるためには、国籍や年齢などにとらわれることなく、多様な人材と価値観を積極的に取り入れ、公平性を担保し、活かすことが重要です。サントリーグループは仲間の個性や多様性を強みとして尊重し(=Diversity)、公平性を大切に(=Equity)、一人ひとりが持てる力を遺憾なく発揮し成長できる職場風土を育む(=Inclusive)ことを目指す「DEI Vision Statement」とその実現に向けた「Strategic Pillars(戦略の柱)」を制定し、様々な取り組みを進めています。加えて、新たなイノベーションを生み出すためには、従業員とその家族の心身の健康も必要不可欠と考え、健康経営を推進。「人間の生命の輝きをめざし」、商品を通じて、人間らしい豊かな暮らしと人々の健康に貢献しています。



サントリーグループはLGBTQ+に関する理解・啓発活動を行っています。国内においては相談窓口の設置、LGBTQ+当事者とALLY(アライ・よき理解者)のためのハンドブックの作成などを行っています。これらの取り組みは社会的にも高く評価され、企業団体におけるLGBTQ+などの性的マイノリティに関する取り組みの評価指標「PRIDE指標2023」において、2017年から7年連続で最高評価の「ゴールド」を受賞しています。



全国のサントリーグループ各社から様々な業務を受託している「コラボレイティブセンター」では、知的障がいのある社員たちがバックオフィスの戦力として活躍。12月3日の「国際障がい者デー」にはイベントを実施し、障がいに対する社内の理解促進と啓発に取り組んでいます。

健康経営×サステナビリティの世界的イベント 「One Suntory Walk」



1ヵ月間参加者が一体となって健康意識を高め、運動習慣を身につけることができる全従業員を対象にしたウォーキングイベント。参加者数に応じて、サステナビリティ活動に取り組む団体に寄付する仕組みになっています。



サントリーは、日本経済新聞がまとめた2023年の「スマートワーク経営調査」において、6年連続となる最上位の★5つの評価を獲得。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(大規模法人部門)～ホワイト500～」にも、2017年以降8年連続で認定されています。



サントリーの未来を創る グローバルな挑戦と成長の基盤は、人

サントリーグループは創業以来、チャレンジ精神あふれる挑戦を続け、日本発のグローバル企業へと成長してきました。約4万人の従業員一人ひとりが、Suntory Familyの一員として多様な選択肢を持ち、自分らしくイキイキと働ける環境をつくり出していく。そして、これからも挑戦と成長を続け、世界中のお客様をより一層感動させる新しい価値を生み出し、未来のサントリーを創っていきます。



グループ企業数

270社



従業員数

41,511人



ONE SUNTORY One Family

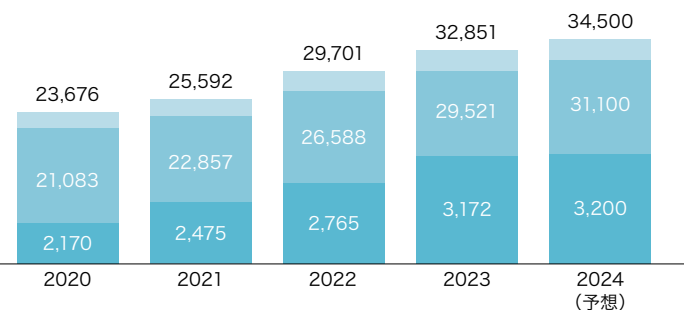
連結営業利益

3,172 億円

連結売上収益／連結営業利益 (億円)

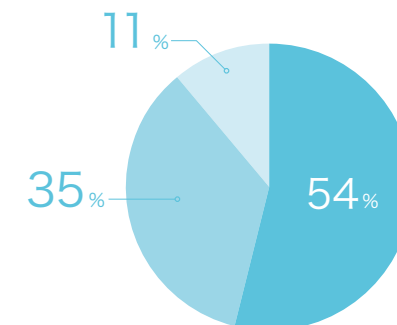
- 連結売上収益 (酒税込み)
- 連結売上収益 (酒税控除後)
- 連結営業利益

※2017年12月から国際会計基準(IFRS)を適用しています



連結売上収益 (酒税控除後)

29,521 億円



- 飲料・食品 (清涼飲料、健康飲料、他)
- 酒類 (スピリッツ、ビール類、ワイン、他)
- その他 (健康食品、外食、花、他)

※2023年12月31日現在



<https://www.suntory.co.jp/>

水と生きる **SUNTORY**