

CREATING VALUE WITH WATER

サントリー食品インターナショナル(SBF)は、「多様な人材」が「水や自然の恵み」をもとに、長年培ってきた「高品質なMONOZUKURIの能力」や、「その国・地域で愛されてきたブランド」を活かしてお客様にとって付加価値の高い商品に仕上げ、お届けしている会社です。

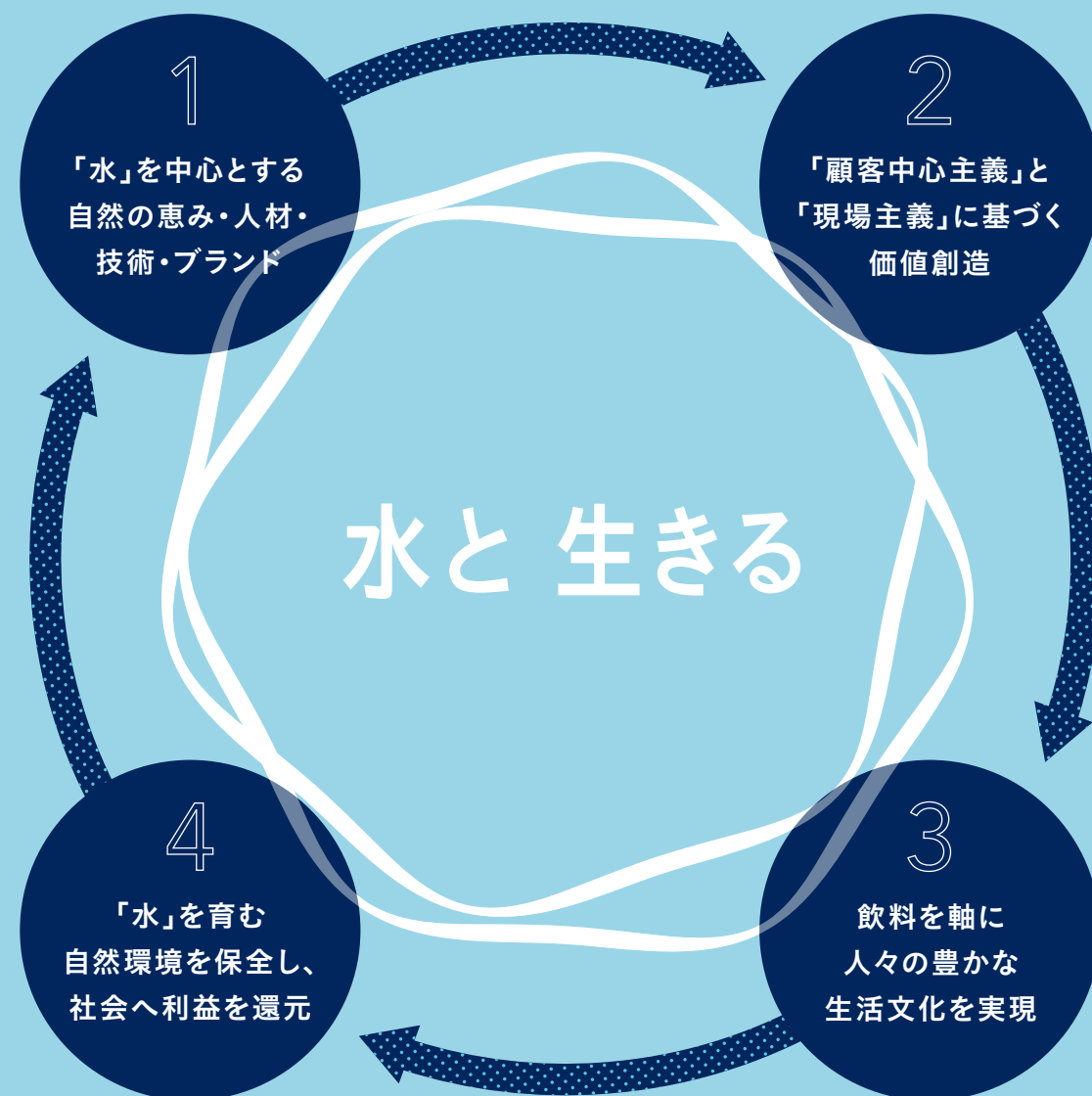
強みとなる資本

- 自然資本**
 - 価値創造の源泉である水
 - 自然の恵みを活かした自然素材
- 知的資本**
 - 現地で愛されるロングセラーブランド
 - 顧客のニーズに応え続けるための基礎研究、R&D技術
- 製造資本**
 - 高品質なMONOZUKURI力(製造工場・技術)
 - 安全・安心な製品を安定してお届けする品質保証力
- 人的資本**
 - 果敢なチャレンジ精神の「やってみなはれ[※]」人材
 - Global Diversity

社会への還元

事業で得た利益は事業の再投資にとどまらず、ステークホルダーや社会と分かち合うという精神が私たちには根付いています。これは「利益三分主義[※]」という、サントリーグループの不変の価値観です。「水と生きる」を掲げる企業として、豊かな水源や地球環境の保全を重要課題ととらえ、水を大切に、サステナブルなものに取り組んでいます。「水」を守り、そしてその「水」に付加価値をつけて人と社会を潤す、価値創造の好循環を生み出したいと考えています。

※サントリーグループの精神:「やってみなはれ」「利益三分主義」は62ページをご覧ください



ビジネスモデル

飲料は、お客様が飲みたいものを、飲みたい場所で提供できることが最も重要です。そのため飲料ビジネスは、多種多様な商品の「ポートフォリオ」、いつでもどこでも手に入る「アベイラビリティ」、多種多様な商品を安定的につくり、広範囲な販路へつなぐ「MONOZUKURIとサプライチェーン」という3つがビジネスのポイントです。また当社ではお客様に最も近い現場を主に考える「顧客中心主義」と「現場主義」という考えのもと、各リージョンが主体的に事業を展開すると同時に、グローバルで有機的なネットワークを構築し、現地のお客様のニーズにお応えしています。

Output/Outcome

飲料市場や社会が変化していく中で、事業展開している地域において、現地のお客様の嗜好に寄り添った最高の美味しさ(Great Taste)を創出すること、それをより自然で健康的に喉の渇きを癒す(Enjoyable Wellness)とともに、楽しく満ち足りたもの(Enjoyable Pleasure)として価値を提供し、豊かなライフスタイルに貢献しています。私たちは飲料を通じて、より豊かな社会の実現を目指しています。