

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート（ESG 統合版） ||

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

企業情報はこちら >>>

2017 年 2 月 15 日 (水)

執筆：フィスコアナリスト

清水さくら

FISCO Ltd. Analyst **Sakura Shimizu**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
■ 事業の特質と収益構造	03
■ 企業理念と中長期の成長戦略	07
■ 環境	12
■ 社会	20
■ 経営の正当性、透明性、柔軟性、組織としての完成度の高さ	30
■ リスク低減、事業機会の獲得につながる CSR コミュニケーション	32
■ ESG にかかる外部評価、第三者保証	34

本レポートは、環境省実施の環境情報開示基盤整備事業に参画している各企業が
環境情報開示システムに登録している環境情報を一部参照しています。

■ 要約

ESG 課題を織り込み企業価値向上経営への転換を推進

アサヒグループホールディングス <2502> は、言わずと知れたアサヒビール（株）を傘下におさめるホールディングス会社で、主力の酒類事業ではビールの「アサヒスーパードライ」が有名。酒類事業にとどまらず、周辺事業を中心に事業を拡大している。中期経営方針に ESG への取り組み強化を新たに加え、より企業価値を重視した経営への転換を推進している。

1. 経済価値

同社の 2015 年 12 月期の連結売上高は 1,857,418 百万円、同営業利益は 135,119 百万円。中核の酒類事業の売上高は全体の 52.4%、セグメント利益では 87.9% を占める。過去 8 年間のセグメント利益の推移を見ると、酒類事業も伸びてはいるが、飲料、食品、国際、その他事業が既存の酒類事業以上に拡大しており、良い事業構造変化が起きていると言えよう。月次販売状況や財務情報など詳細な情報開示がされており、すべてのステークホルダーに対する説明責任は成されていると考える。

2. 環境価値

同社商品の多くは自然由来の原材料を使用しているため環境に対する意識が高く、基本理念と行動指針から成る環境基本方針を制定、実行計画である環境ビジョン 2020 の下、低炭素社会構築への貢献、循環型社会構築への貢献、生物多様性の保全、自然の恵みの啓発の 4 つの重点課題に取り組んでいる。具体的には、容器包装における容器の肉薄化・軽量化などで環境に配慮した製品・サービスの提供の他、燃料転換、コジェネレーション設備の導入、工場水源地の森保全活動などを行っている。国内グループ工場においては、廃棄物の再資源化 100% を維持継続。

3. 社会価値

持続可能な水資源、人材育成・ダイバーシティ、サプライヤーとの関わり・CSR 調達の推進、品質・保証、消費者への適切な対応・サポート、適正飲酒の啓発などに注力している。会社理念の中で「世界の人々の健康で豊かな社会の実現」を掲げている通り、ダイバーシティの推進によりイノベーションを生み、CSR 調達を通じてサプライヤーを巻き込んで社会へ貢献し、品質を保証された商品の提供で人々の健康で豊かな社会の実現に努めている。また、社会との共生を念頭に持続的な水資源を、環境ではなく、人・社会に領域に分類している。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

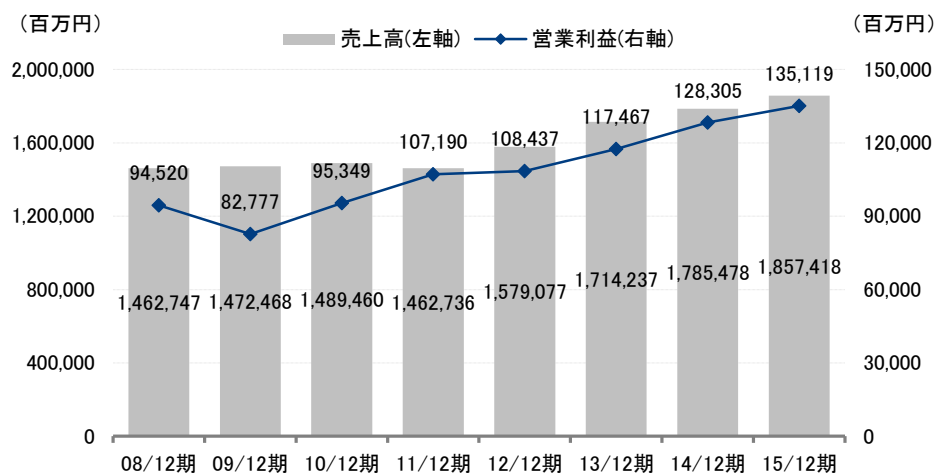
2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

4. ガバナンス

同社は監査役会設置会社で、取締役会では社外取締役が全取締役 10 名中 3 名を占める。取締役会の実効性の分析・評価も自己評価ではあるものの、毎年実施されており、2015 年は策定途中であったサクセッション・プランを除き、すべての評価項目を問題なくできていると評価。取締役会はこの結果を元に「おおむね有効であった」と結論付けた。社外取締役の田中氏は、取締役間で実効的な議論ができていることが同社の競争力の源泉で AB InBev との欧州ビール事業の買収に生かされたと述べており、同社のガバナンスが適正に機能していると弊社は評価する。

業績推移



出所：ファクトブックよりフィスコ作成

注：本レポートでは、アサヒグループホールディングスの ESG を論ずることを目的としているため、アサヒグループを指す場合でも「アサヒ」もしくは「同社」の表記に便宜上、統一している。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

■ 事業の特質と収益構造

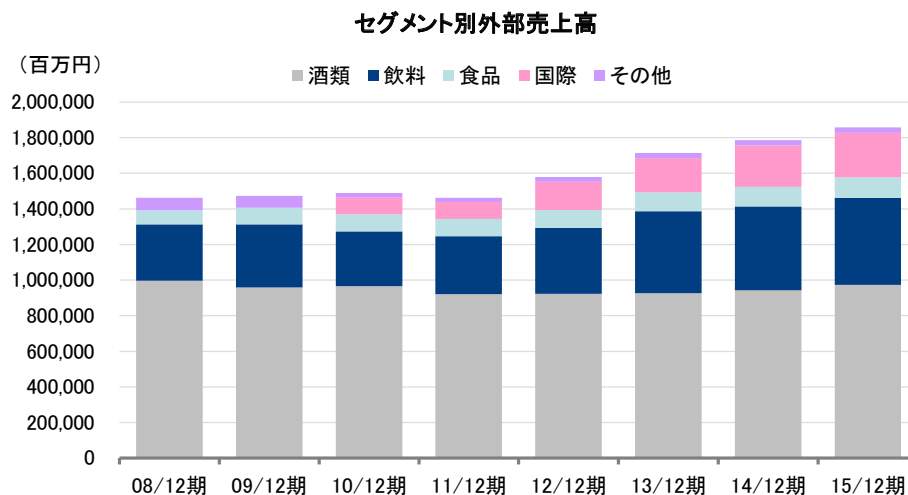
主軸の酒類事業に加え飲料他の事業の利益が拡大、
良い構造変化に成功

1. 事業内容

アサヒグループホールディングスは、言わずと知れたアサヒビールを傘下におさめるホールディングス会社で、主力の酒類事業では 1980 年代に発売開始されたビールの「アサヒスーパードライ」があまりにも有名。酒類事業にとどまらず、三ツ矢サイダー、カルピス、ワング、十六茶などの飲料事業、菓子・健康食品などの食品事業、国際事業、その他事業がある。アサヒグループホールディングスには、アサヒビールやアサヒ飲料、アサヒグループ食品の他に、シュウェップス・オーストラリアなどがある。

2. コアビジネス

コアビジネスは売上高・利益ともに最も稼いでいる酒類事業と言えよう。酒類事業の構成比は以前ほど高くはないが、それでも 2015 年 12 月期の酒類事業の売上高は全体の 52.4%、セグメント利益では 87.9% を占める。設立の 1889 年以降、日本のビール業界を牽引してきた。



出所：ホームページおよび有価証券報告書よりフィスコ作成

アサヒグループホールディングス

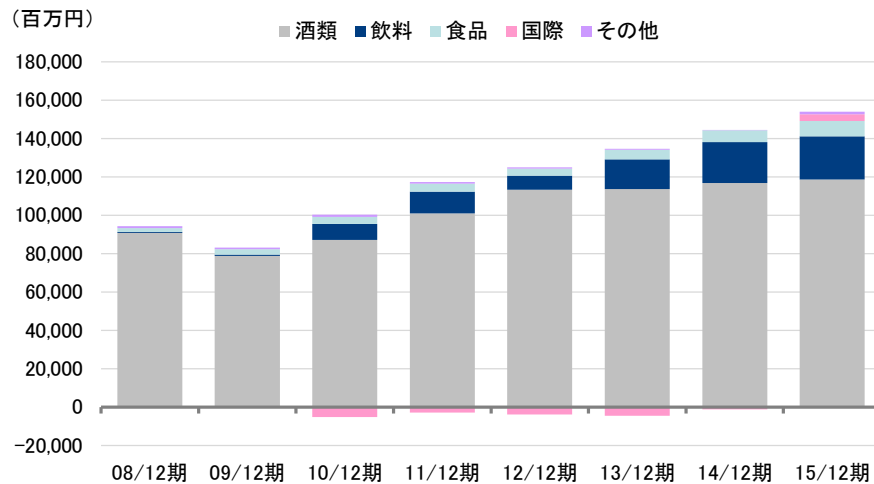
2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

http://www.asahigroup-holdings.com/ir/

事業の特質と収益構造

セグメント利益



出所：ホームページおよび有価証券報告書よりフィスコ作成

3. 連結売上高、セグメント別売上高と営業利益

2015 年 12 月期の連結売上高は、1,857,418 百万円、同営業利益は 135,119 百万円、営業利益率は 7.3% (酒税抜き営業利益率は 9.4%) だった。セグメント別外部売上高は、酒類が 972,924 百万円、飲料が 490,186 百万円、食品が 115,035 百万円、国際が 249,734、その他が 29,537 百万円。セグメント利益は、酒類が 118,732 百万円、飲料が 22,409 百万円、食品が 8,074 百万円、国際が 3,519 百万円、その他が 1,305 百万円、調整額が -18,923 百万円。主力の酒類は 2008 年 12 月期には売上高の 7 割弱、セグメント利益の大半を占めていたが、2015 年 12 月期には売上高は 5 割強、セグメント利益は 8 割弱と構成比は低下している。酒類のセグメント利益はこの 7 年間で 3 割強伸びたが、その他のセグメントが伸びてきたのが理由である。特に飲料の伸びは著しく、これに加えて食品および国際が続く良い構造変化が起きたとみている。

連結損益計算書

(単位：百万円)

	08/12 期	09/12 期	10/12 期	11/12 期	12/12 期	13/12 期	14/12 期	15/12 期
売上高	1,462,747	1,472,468	1,489,460	1,462,736	1,579,077	1,714,237	1,785,478	1,857,418
前期比	-0.1%	0.7%	1.2%	-1.8%	8.0%	8.6%	4.2%	4.0%
営業利益	94,520	82,777	95,349	107,190	108,437	117,467	128,305	135,119
前期比	8.7%	-12.4%	15.2%	12.4%	1.2%	8.3%	9.2%	5.3%
経常利益	96,474	90,546	101,142	110,909	114,822	123,612	133,168	145,946
前期比	6.9%	-6.1%	11.7%	9.7%	3.5%	7.7%	7.7%	9.6%
当期純利益	45,014	47,644	53,080	55,094	57,183	61,749	69,118	76,427
前期比	0.5%	5.8%	11.4%	3.8%	3.8%	8.0%	11.9%	10.6%

出所：ファクトブックよりフィスコ作成

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

http://www.asahigroup-holdings.com/ir/

事業の特質と収益構造

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	08/12 期	09/12 期	10/12 期	11/12 期	12/12 期	13/12 期	14/12 期	15/12 期
流動資産	412,344	428,047	421,052	457,146	529,189	534,890	603,842	600,498
現金・現金同等物	13,072	19,583	11,534	16,893	34,573	42,200	65,064	48,210
棚卸資産	97,039	97,442	95,358	102,631	113,519	118,302	124,549	132,315
固定資産	886,714	1,005,605	984,305	1,072,762	1,202,998	1,256,665	1,332,767	1,301,056
有形固定資産	606,791	599,108	557,100	536,236	583,399	584,219	605,415	582,098
総資産	1,299,058	1,433,652	1,405,358	1,529,908	1,732,188	1,791,556	1,936,610	1,901,554
流動負債	516,061	573,780	499,874	602,166	680,068	666,081	757,374	715,193
短期借入金・1 年内 返済予定の長期借入金 1 年内償還予定の社債・ コマーシャル・ペーパー	122,556	186,220	98,259	189,679	242,696	221,333	280,879	249,239
固定負債	248,369	282,169	292,813	283,943	325,240	297,993	282,725	294,531
社債・長期借入金	179,703	205,655	213,163	200,412	213,536	182,387	153,846	165,690
負債計	764,430	855,949	792,687	886,109	1,005,308	964,074	1,040,099	1,009,724
純資産計	534,627	577,702	612,670	643,799	726,879	827,481	896,510	891,829
少数株主持分	13,033	4,229	478	2,065	3,060	8,186	15,419	14,157

出所：ファクトブック、有価証券報告書よりフィスコ作成

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	08/12 期	09/12 期	10/12 期	11/12 期	12/12 期	13/12 期	14/12 期	15/12 期
営業活動による キャッシュ・フロー (a)	106,094	106,358	125,608	108,513	109,292	157,252	146,783	112,765
投資活動による キャッシュ・フロー (b)	-58,235	-180,637	-41,790	-171,235	-134,320	-65,705	-92,183	-75,583
財務活動による キャッシュ・フロー	-46,365	78,545	-90,828	67,090	43,002	-84,938	-35,842	-73,044
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	47,859	-74,279	83,818	-62,722	-25,028	91,547	54,600	37,182
現金・現金同等物の 期末残高	12,697	18,082	10,813	16,137	34,320	41,117	62,235	43,290

出所：ファクトブックよりフィスコ作成

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

http://www.asahigroup-holdings.com/ir/

事業の特質と収益構造

各種指標

	08/12 期	09/12 期	10/12 期	11/12 期	12/12 期	13/12 期	14/12 期	15/12 期
< 収益性分析 >								
売上高営業利益率 (%)	6.5	5.6	6.4	7.3	6.9	6.9	7.2	7.3
売上高酒税抜き営業利益率 (%)	9.6	8.1	9.0	10.2	9.4	9.1	9.4	9.4
売上高経常利益率 (%)	6.6	6.1	6.8	7.6	7.3	7.2	7.5	7.9
売上高当期純利益率 (%)	3.1	3.2	3.6	3.8	3.6	3.6	3.9	4.1
EPS (円)	96.31	102.49	114.10	118.36	122.75	135.73	148.92	166.25
潜在株式調整後 EPS (円)	96.14	102.42	114.00	118.28	122.67	126.26	148.80	166.18
BPS (円)	1,122.10	1,233.30	1,315.50	1,378.20	1,553.40	1,772.50	1,904.60	1,916.70
DPS (円)	20.00	21.00	23.00	25.00	28.00	43.00	45.00	50.00
配当性向 (%)	20.8	20.5	20.2	21.1	22.8	31.7	30.2	30.1
ROA (%)	7.4	6.6	7.1	7.6	7.0	7.0	7.1	7.6
ROE (%)	8.7	8.7	9.0	8.8	8.4	8.0	8.1	8.8
総資産回転率 (回)	1.12	1.08	1.05	1.00	0.97	0.97	0.96	0.97
< 安全性分析 >								
自己資本比率 (%)	40.2	40.0	43.6	41.9	41.8	45.7	45.5	46.2
ネット D/E レシオ (倍)	0.54	0.64	0.49	0.58	0.58	0.44	0.41	0.41
流動比率 (%)	79.9	74.6	84.2	75.9	77.8	80.3	79.7	84.0
当座比率 (%)	61.1	57.6	65.2	58.9	61.1	62.5	63.3	65.5
固定比率 (%)	170.0	175.4	160.8	167.2	166.2	153.4	151.3	148.2
固定長期適合比率 (%)	115.2	117.5	108.8	115.9	114.7	112.5	114.5	111.0
ネット・デット (キャッシュ) (百万円)	289,187	372,292	299,888	373,198	421,659	361,520	369,661	366,719
有利子負債 (百万円)	302,259	391,875	311,422	390,091	456,232	403,720	434,725	414,929
現金・現金同等物 (百万円)	13,072	19,583	11,534	16,893	34,573	42,200	65,064	48,210

出所：ファクトブック、有価証券報告書よりフィスコ計算

注：当座比率の分子は簡便法として流動資産から棚卸資産を引いた数値を使用

4.1 株当たり配当

2015 年 12 月期の 1 株当たり配当額は 50 円で、配当性向は 30.1% だった。同社は、配当性向 30% を目途に安定的な増配を目指すとともに、自己株買いも含め株主還元の充実に努めていくとしている。

5. バランスシート

2015 年 12 月期末時点の流動比率は 84.0%、当座比率は 65.5%、固定比率が 148.2%、固定長期適合比率が 111.0% と適正水準よりやや悪いが、ネット D/E レシオは 0.41 倍、自己資本比率は 46.2% と厚いため、財務の健全性では問題はないだろう。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

事業の特質と収益構造

6. 収益目標、今後の投資戦略、財務戦略

長期ビジョンでは、事業の将来像を、酒類を中核とする総合飲料食品グループとして、国内では、高付加価値化を基軸とするリーディングカンパニーを目指すとともに日本発の「強み」を活かすグローバルプレイヤーとして独自のポジションを確立するとしている。

中期経営方針では、稼ぐ力の強化、資産・資本効率の向上、ESG への取り組み強化を重点課題としており、企業価値向上経営のさらなる深化を目指すとした。その上で、中期経営方針の対象期間である 2016 年～2018 年の 3 か年累計で創出キャッシュ・フロー（営業キャッシュ・フロー＋最大化施策＋資産の見直し）で 470,000 百万円以上、設備投資額 180,000 ～ 220,000 百万円をガイドラインとして設定。成長投資は M&A はじめ成長基盤の獲得に積極投資をし、大型資金需要が発生する場合は D/E レシオ 1 倍程度を許容としている。株主還元では、2018 年までに配当性向 30% (IFRS 基準) を目指した安定的な増配および成長投資とのバランスに鑑みた自社株買いを行うとしている。なお、同社においては、今回の中期経営方針において期間を区切った固定的な定量目標を設定せず、3 年程度の先を想定した主要指標のガイドラインを示しつつ、事業環境の変化などに応じてローリングしていくと方針を転換している。国内外ともに不確実性が高まる中、あらゆる機会とリスクが急速に顕在化してくるものと見ていることから、数値目標ではなく、3 つの重点課題をエンゲージメント・アジェンダとして建設的な対話を促進するもよう。ESG の環境、社会、ガバナンスへの取り組みを一層強化するとしている。

7. 事業内容、収益構造、財務体質から透けて見える、周辺事業を中心に構造変化を達成、

ステークホルダーとのコミュニケーションを重視した経営

酒類事業が主軸となっているが、昨今のアルコール飲料の需要の伸び悩みを受け利益は伸び悩んでいる。しかしながら、飲料、食品、国際事業などが補って余りあるほど伸びており、良い意味での構造変化を遂げたと評価できる。また、同社は、顧客および販売店の声を「経営品質を高める財産」としていることもあり、ステークホルダー、特に顧客と販売店とのコミュニケーションを重視した経営をしていると言える。

■ 企業理念と中長期の成長戦略

「最高の品質と心のこもった行動を通じて、お客様の満足を追求し、世界の人々の健康で豊かな社会の実現に貢献します」

1. 経営理念

同社は、経営理念を、「アサヒグループは、最高の品質と心のこもった行動を通じて、お客様の満足を追求し、世界の人々の健康で豊かな社会の実現に貢献します」としている。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

企業理念と中長期の成長戦略

経営理念を一言で表す言葉としてコーポレートブランドステートメントを位置付け、その具現化にあたって長期ビジョンを制定。これらを元に中期経営方針を策定、年次計画が続く。なお、経営理念等が対象となっている社員数は、2015 年 12 月末時点で 22,194 人にのぼる。



出所：ホームページより掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

企業理念と中長期の成長戦略

2. コーポレートブランドステートメント

2009 年 12 月に制定したコーポレートブランドステートメントは、「その感動を、わかちあう。」。このブランドステートメントには、同社の経営理念を一言で表す言葉で、「世界中の人々に、感動していただける商品やサービスを提供し続け、その感動をお客様とわかちあいながら成長を続ける企業グループを目指していく」という思いが込められているとのこと。

同社では、社員の理解と浸透をサポートするブランドコンセプトブックを全員に配布し、行動原則などを説明している。なお、ブランドコンセプトブックは、英語もあるようだ。

3. 長期ビジョン

2016 年に 2 月に設定した長期ビジョンでは、「食の感動（おいしさ・喜び・新しさ）を通じて、世界で信頼される企業グループを示す」、「全てのステークホルダーの満足を追求し、『持続的な企業価値の向上』を図る」という 2 つを掲げている。ステークホルダーごとにビジョンを下にあるように設定しており、株主においては、「持続的な利益創出と株主還元により企業価値（株式価値）の向上を図る」と明示している。

長期ビジョン

〔事業の将来像〕

酒類を中核とする総合飲料食品グループとして、
国内では、**高付加価値化を基軸とするリーディングカンパニー**を目指すとともに
日本発の「強み」を活かすグローバルプレイヤーとして
独自のポジションを確立する

〔ステークホルダーに対するビジョン〕

○ 顧 客	国内で培った「強み」を基に新たな価値創造を続け、日本をはじめとしてグローバルでもエリア No.1 の顧客満足を獲得する。
○ 取引先	取引先や提携先とも新たな価値創造を通じて、共に成長できる関係を構築する。
○ 社 会	事業を通じた健全な食文化の発展など社会的課題の解決に貢献する。
○ 社 員	社員が自身の成長と会社の成長を実感し、活き活きと働ける環境を構築する。
○ 株 主	持続的な利益創出と株主還元により企業価値（株式価値）の向上を図る。

出所：統合報告書より掲載

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

企業理念と中長期の成長戦略

●社会的課題

同社が解決すべき社会的課題は、食と健康領域から責任ある飲酒、食の安全・安心、栄養・健康、環境領域から気候変動、循環型社会、生物多様性、人と社会領域から人材育成・ダイバーシティ、安全で豊かな地域社会、持続可能な水資源、持続可能なサプライチェーンとしている。これに至るまで、課題を抽出し、ステークホルダー視点での検討を経てマテリアリティと具体的施策の方向性を決定した。各テーマにおける具体的施策の方向性は下図の通り。

解決すべき社会的課題領域とマテリアリティ



出所：統合報告書より掲載

これらの課題に取り組むことにより、2020 年達成イメージでは、同社は、3 つの活動領域における社会的課題解決のために社会になくてはならない企業で、人々の健康で豊かな生活のために必要とされる企業グループとして社会から評価され信頼を獲得、環境保全においては、国内にとどまらず、国際的に先進企業として認知されているとしている。

4. 中期経営方針の重点課題

中期経営方針に以下の 3 つの重点課題を掲げている。

- (1) 国内収益基盤の盤石化と国際事業の成長エンジン化による「稼ぐ力の強化」
- (2) 資本コストを踏まえた資産・資本効率の向上
- (3) サステナビリティの向上を目指した ESG への取り組み強化

重点課題にサステナビリティと ESG という文言が入っており、同社の企業価値を重視した経営へ邁進する意気込みが感じられる。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

企業理念と中長期の成長戦略

5. 企業行動指針

同社は、企業行動指針も策定しており、その内容は、お客様の満足、環境と安全への配慮、公正で透明性のある企業倫理、国際基準の企業行動、豊かな発想とバイタリティー溢れる企業風土、独創的でスピーディーな企業行動、自立と総合力のグループ経営、継続的で質の高い成長としている。

6. 事業の変遷

1889 年に朝日麦酒（株）の前身である大阪麦酒会社を設立。1891 年、吹田村醸造所（現吹田工場）を竣工、翌年にアサヒビールを販売開始した。1897 年に本格的なビヤホール「アサヒ軒」の第 1 号店開業、1900 年には日本初のびん入り生ビール「アサヒ生ビール」を上市した。この間に、大阪麦酒（株）に改組した他、1906 年に大阪麦酒、日本麦酒（株）、札幌麦酒（株）の 3 社合同により、大日本麦酒（株）を設立している。三ツ矢サイダーのルーツである「平野水」は 1884 年に発売された他、1930 年には純粋ビール酵母製剤「エビオス錠」が発売開始された。

1949 年、過度経済力集中排除法により、大日本麦酒は、朝日麦酒（株）と日本麦酒（株）に分割された。1954 年、ニッカウヰスキー（株）に資本参加。1958 年に、日本初の缶入り「アサヒビール」を発売開始した。1965 年、世界初の屋外発酵貯酒タンクを開発、西宮・吾妻橋・博多の 3 工場に順次設置。1969 年、日本初のビールギフト券を、1971 年に日本初のアルミ缶入りビールを発売した。1977 年に日本初のアルミ製小型樽「アサヒ生ビールミニ樽（7 リットル）」発売、他にも 1980 年代には「バヤリース」や「ウヰルキンソンタンサン」の商標権を取得。1986 年、コク・キレの新しい「アサヒ生ビール」発売、1987 年には日本初の辛口生ビール「アサヒスーパードライ」を上市しヒット商品となる。1989 年、アサヒビール株式会社に社名変更。

1994 年に中国 3 社へ資本参加、各社と技術供与およびライセンス契約を締結し中国への本格進出を開始した。1995 年に米国ミラーと包括多目的提携を締結、1996 年、イギリスのバス・ブルワーズ社と包括提携契約を締結。国内では、グループ傘下の 3 社を合併しアサヒ飲料株式会社へと社名変更し、飲料の製造販売会社としてスタートした。1997 年に中国最大のビールメーカー青島ビール他と合併会社を設立、工場建設に着手。1998 年には国内ビール市場でシェア首位の座を獲得した。

2000 年代以降も拡大路線を継続、様々な国内外の飲料会社の株式を取得した。2001 年にニッカウヰスキーとの営業部門統合、2002 年にはアサヒビール、協発酵工業、旭化成 <3407> の酒類事業の譲受、マキシム・ジャパン（株）の戦略的販売提携による総合酒類新体制をスタート。2004 年に韓国へ飲料を連結子会社化した。2007 年にカゴメ <2811> と業務・資本提携した他、2006 年に株式取得したベビーフード国内最大手の和光堂（株）を完全子会社化。2009 年に豪州飲料会社シュウェップス・オーストラリアの全株式を取得した。商品面では、2001 年に発泡酒「アサヒ本生」発売、国内ビール・発泡酒市場でシェア首位の座を獲得。2008 年に次世代型の軽量缶蓋「206 径スーパーエンド」を開発、「クリアアサヒ」新発売、世界初の新技術である PIE 煮沸法を吹田工場で本格導入した。

2011 年、純粋持株会社のアサヒグループホールディングス株式会社へ移行。2010 年に「アサヒスーパードライ」エクストラコールドを本格展開、2012 年には「アサヒドライゼロ」を発売、2014 年にプレミアムビール『アサヒスーパードライ ドライブレミアム』の本格展開を開始した。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

■ 環境

同社は、商品の多くに自然の恵みによってもたらされた原材料を使用していることから、環境への意識は高いようだ。同社の社会貢献支出額は 1,210 百万円で、グリーン電力を活用したアサヒスーパードライなどの製造本数は 2009-2015 年の累計で約 94 億本にのぼり、副産物・廃棄物再資源化比率は 100% を維持継続している。エネルギー使用量は 9,492 千 GJ で、CO₂ 排出量 924 千トン、モーダルシフト化率は 35.7% になっている。

4 つの重点課題に基づき、環境に配慮した商品を提供し続ける

1. 環境基本方針

同社は、2000 年 1 月に環境基本方針を制定している。これは、1998 年 1 月に制定した企業行動指針の中で触れられた環境と安全への配慮が起源。2016 年に改定されており、現在の基本理念および行動指針は以下の通り。

アサヒグループ環境基本方針

「アサヒグループ環境基本方針」(2016年改定)

基本理念

アサヒグループは水や農作物など「自然の恵み」の恩恵を受け、事業活動を行っています。私たちは「自然の恵み」を育んだ地球に感謝し、地球をより健全な状態で次世代に引き継ぐことを社会的責務と考え、持続可能な社会の実現に貢献するため行動していきます。

行動指針

1. 省エネルギーを推進し、温室効果ガスの排出削減に努めます。
2. 廃棄物の削減・再利用・再資源化の 3R を推進し、循環型社会の構築に努めます。
3. 生物多様性の保全、生態系の保護に関する取り組みを推進します。
4. 貴重な「水資源」を大切にす取り組みを推進します。
5. 商品のライフサイクル全体の環境負荷低減に向けて、継続的改善に努めます。
6. 環境に配慮した商品開発、技術開発、原材料調達に努めます。
7. 社会の環境活動を積極的に支援するとともに、社員の活動参画により社会に貢献します。
8. 環境法規制を遵守することはもとより、グループ各社が独自の基準を定め実行します。
9. グローバルな環境情報を十分に把握し、環境の保全に積極的に取り組みます。
10. 環境への取り組みについて適切に情報開示を行い、社会とのコミュニケーションに努めます。

出所：ホームページより掲載

2. 環境ビジョン 2020

同社は、全体での環境保全活動を強化すべく、環境ビジョン 2020 を 2010 年 3 月に策定した。このビジョンを策定した背景には、無施策の場合、森林損失で 10 ~ 15% の生物多様性の損失が生じ、2050 年までに世界の GDP の 7% の経済的損失をもたらすとした COP9 の中間報告や国内外の環境政策の動きに加え、日本の生活者

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

http://www.asahigroup-holdings.com/ir/

環境

における環境への関心の高まりで企業に対しても環境配慮を求める動きがあると判断したようだ。

環境ビジョン 2020

アサヒグループ 環境ビジョン2020 ～自然の恵みを明日へ～

アサヒグループは、水や穀物など、自然の恵みを用いて事業活動を行っています。地球環境や人間社会が持続可能なものであってはじめて、私たちは、お客様に、安全・安心な製品をお届けすることができます。

現在、地球環境の変化は、あらゆる企業や生活者に早急かつ具体的な対応を求めています。

私たち人間が、地球環境と共生していく社会を形成することは、人類共通の使命でもあります。

アサヒグループは、「低炭素社会の構築」「循環型社会の構築」「生物多様性の保全」「自然の恵みの啓発」という4つのテーマを柱として、環境の課題に対して積極的に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献して参ります。

出所：ホームページより掲載

● 4 つの重点課題

同社は、水や穀物などの自然の恵みを活かした事業を展開しており、地球環境と共生し、次世代へつなげていくことを使命とし、環境ビジョン 2020 では、グループ全体で取り組むため、低炭素社会構築への貢献、循環型社会構築への貢献、生物多様性の保全、自然の恵みの啓発という 4 つの重点課題を設定している。重点課題の目標および主な取り組み実績の一覧は下図の通り。一部の取り組み実績は後項にて紹介する。

「環境ビジョン 2020」で設定した 4 つの重点課題

重点課題	目標	主な取り組み実績
低炭素社会構築への貢献	・ 事業拠点における CO ₂ 排出量削減に向けた取り組み推進	・ コジェネレーション設備、燃料転換、嫌気性排水処理設備、太陽光発電設備等の導入、PIE 煮沸製法の導入
	・ 自然エネルギーの活用・推進	・ グリーン電力の推進 (23,472 万 kWh 13.3 千トンの CO ₂ 排出削減貢献量)
	・ 省エネ自販機等の導入推進	・ 省エネ型 (ヒートポンプ式) 自販機導入率向上、ピークカット自販機、LED 自販機等の積極導入
循環型社会構築への貢献	・ 廃棄物再資源化 100% の取り組み推進	・ 国内グループ工場廃棄物再資源化 100% 維持継続
	・ 容器包装の環境負荷低減 等	・ 容器包装・資材の軽量化、薄肉化 (PET ボトル、キャップ、段ボールカートン等)
	・ 研究開発による環境貢献型商品の開発	・ 乳酸菌や酵母を活用した「堆肥化促進剤」や「植物成長剤」の開発による循環型農業プロセスへの貢献
生物多様性の保全	・ 「生物多様性宣言」に基づく生物多様性に配慮した活動の推進	・ アサヒビール (株) の社有林「アサヒの森」における森林経営 ・ アサヒビール (株) 神奈川工場、アサヒビールモルト (株) 野洲工場、カルピス (株) 群馬工場、岡山工場のビオトープ ・ ニッカウヰスキー (株) 仙台工場 新川川でのヤマメの放流 ・ アサヒビール (株) 工場水源地の森保全活動、アサヒ飲料 (株) 富士山工場 富士山うるおいの森育樹祭
	・ 環境への取り組み発信と社会全体の活動推進	・ アサヒの森自然学園、アサヒ森の子塾などの環境教育の推進
自然の恵みの啓発	・ 環境人材の育成	・ 若武者育成塾による環境人材の育成

出所：ホームページよりフィスコ作成

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

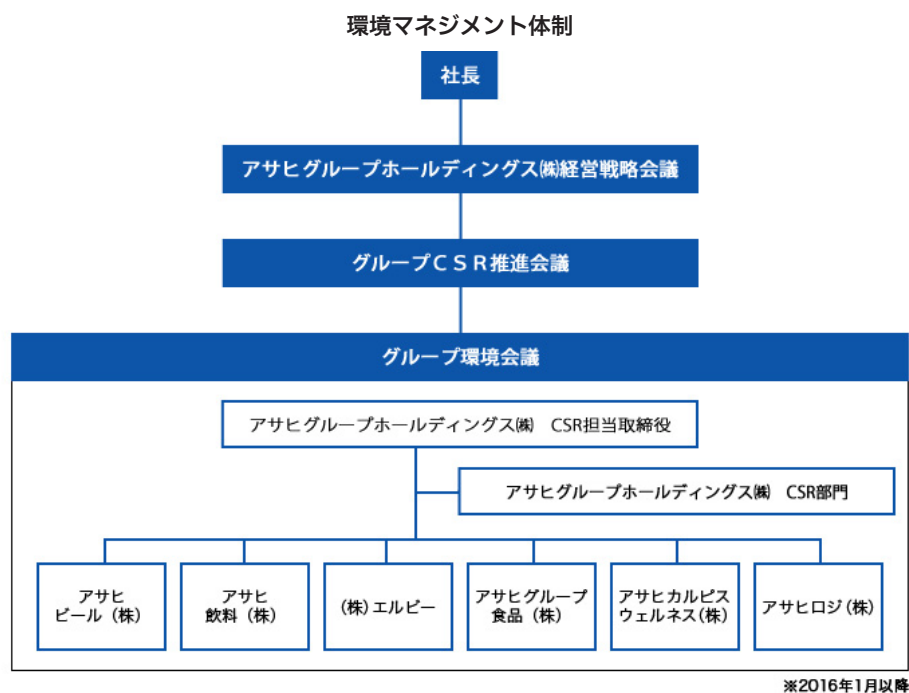
2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

環境

3. 環境マネジメント体制

同社は、CSR 担当役員が責任者を務めるグループ環境会議を組織し、アサヒグループの環境中期計画の策定および環境活動の進捗把握・評価を行っている。同会議で策定した方針・計画は、CSR 推進会議に諮られ、同社の社長を最高責任者とする経営戦略会議で承認される。活動の成果や進捗状況は、各拠点の事務局が四半期ごとに把握・解析し、その結果は次四半期・次年度の計画立案に活用するとしている。



出所：ホームページより掲載

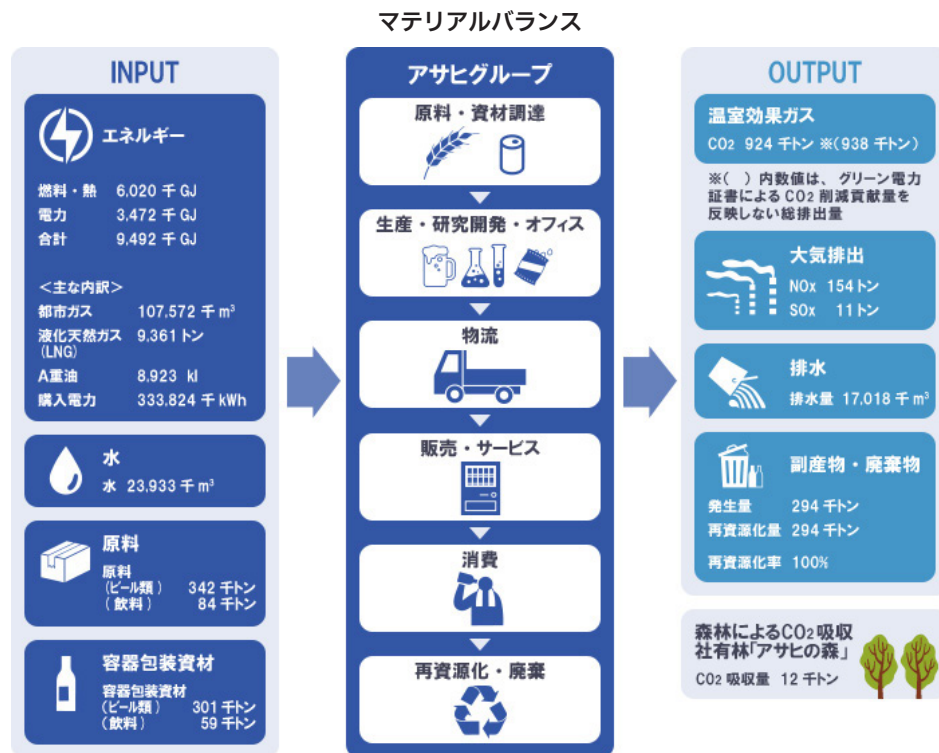
4. 環境監査

同社は、外部認証機関による外部環境監査と、各事業場内の内部監査チームによる内部環境監査を定期的を実施している。2015 年は、本社による内部環境監査が国内 16 社において行われ、要改善以上の指摘は 23 件。主な指摘事項は、廃棄物関連で契約書・マニフェスト保管方法の不備など 11 件、環境設備（排水処理など）の管理方法の不備やその他 12 件であった。

環境

5. マテリアルバランス

同社は、事業活動に伴い下図の環境負荷が発生していると把握している。



出所：ホームページより掲載

6. 温室効果ガスの削減

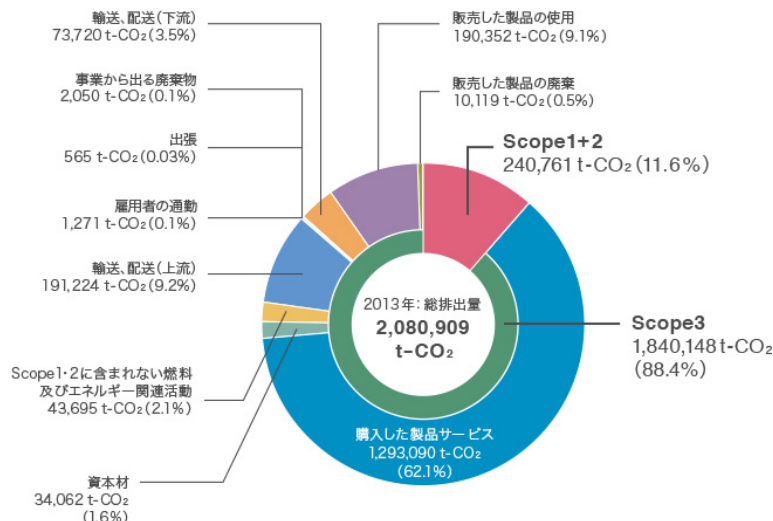
同社における 2015 年 12 月期の CO₂ 排出量は 2008 年 12 月期比で 9.4% 増となったが、排出量原単位では同 9.5% 減となった。総量が多くなっているのは、震災以降原発の停止による電力の CO₂ 換算係数の大幅な悪化、主要グループ事業における活動量の増加、新規グループ参入などの影響による。アサヒビールのスコープ 1 と呼ばれる直接的な温室効果ガス排出量とエネルギー起源の間接的な温室効果ガスの排出量のスコープ 2 の合計は 241 千 t-CO₂e/y であった。しかしながら、スコープ 3 と呼ばれる同社の直接コントロールのできない部分は 1,840 千 t-CO₂e/y にのぼり、全体の温室効果ガス排出量の 88.4% を占めることから、抜本的な削減にはバリューチェーン全体での取り組みが必要ということが分かる。

アサヒグループホールディングス
2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)
http://www.asahigroup-holdings.com/ir/

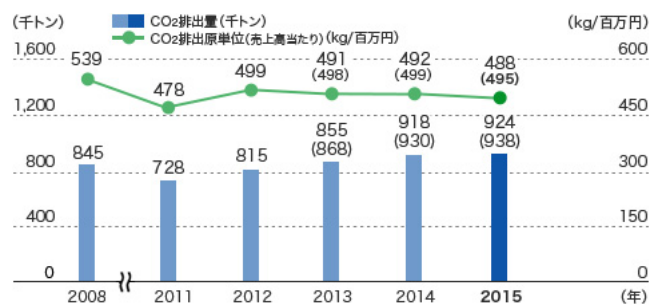
環境

バリューチェーンにおける温室効果ガス排出量



出所：アサヒビールホームページより掲載

CO₂ 排出量・原単位の推移 (アサヒグループ)

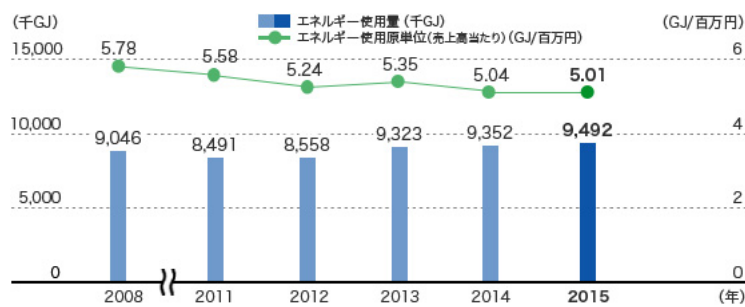


出所：ホームページより掲載

2014 年、国の「グリーンエネルギー CO₂ 削減相当量認証制度」により、グリーン電力証書による CO₂ 削減貢献量を「地球温暖化対策の推進に関する法律（温対法）」に基づく温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度等に活用できるようになったため、2013 年実績分から CO₂ 削減貢献量を反映した数値で表しました。なお、CO₂ 排出量、原単位の（ ）内は、グリーン電力証書による CO₂ 削減貢献量反映前の数値です。

【CO₂ 削減貢献量：2013 年 12.8 千トン 2014 年 12.3 千トン 2015 年 13.3 千トン】

エネルギー使用量・原単位の推移 (アサヒグループ)



出所：ホームページより掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

http://www.asahigroup-holdings.com/ir/

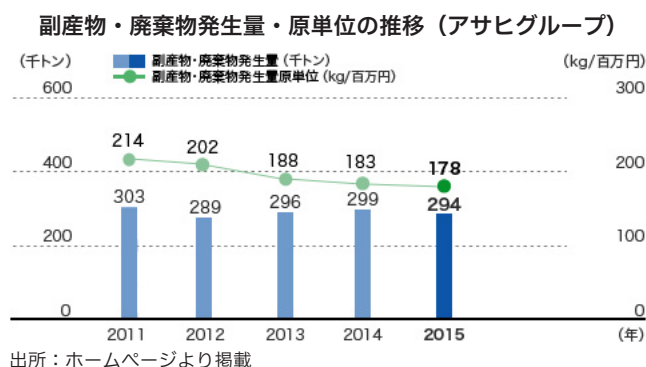
環境

同社工場では、環境・省エネルギー設備の導入を推進している。具体的には、燃料転換、コジェネレーションシステムの導入、排水中のメタンガスを有効利用する嫌気性排水処理設備や太陽光発電設備の設置など。燃料転換は、CO₂ 排出原単位の高い重油などから、その低い天然ガスなどへ転換することにより CO₂ 排出量を抑制するというもので、同社では多くの工場において実施されている。燃料転換においては、通常、設備の入れ替えも必要となるケースが多いことから、燃料転換そのものによる削減だけでなく、設備の更新や効率化による影響もあると思われる。コジェネレーションシステムとは、燃料の燃焼により発電を行うと同時に燃焼排ガスを利用して蒸気をつくることでエネルギーを有効活用する設備のことを言う。アサヒビールの 6 つの工場、アサヒ飲料、カルピス、和光堂の工場において導入がなされている。また、嫌気性排水処理設備は、排水中の有機物からメタンガスを取り出し燃料として使用することで、熱や電力エネルギーの使用量、CO₂ 排出量を削減する機能があり、この設備はアサヒビールの全工場、アサヒ飲料の 3 工場、カルピスの 2 工場において導入済みである。太陽光発電設備は、アサヒビールの 2 工場、ニッカウヰスキーの 1 工場、カルピス恵比寿ビルに設置されている。

風力やバイオマスで発電されたグリーン電力の導入にも積極的で、2009 年には当時食品業界としては最大の年間 4000 万 kWh のグリーン電力に関する契約を締結、現在は、すべてのアサヒスーパードライ缶 350ml およびギフトセットのすべてのビール類の製造にグリーン電力を使っている。これらの製品には、グリーン・エネルギー・マークを記載している他、同社本社および隣接する飲食店ビルにおいてもグリーン電力が使われている。同社が 2009 年から 2015 年までにグリーン電力の活用で累計約 96 千トンの CO₂ 削減に貢献、グリーン・エネルギー・マークで日本 1 を達成している。

7. 廃棄物の削減・再資源化

新規グループ会社を除く国内 34 工場で副産物・廃棄物再資源化 100% を既に達成、維持している。主な取り組み内容には、ビールの仕込工程で発生する麦芽の殻皮であるモルトフィードや原料集塵芥を飼料などに再利用する他、汚泥・スクリーンかすを有機肥料・たい肥などに、ガラス屑類を再生びん・新びん・建材などに、余剰酵母をエビオスなどの医薬部外品、酵母エキスなどの食品素材、スーパービール酵母などに再利用している。副産物・廃棄物発生量・原単位の推移は下図の通り。



アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

http://www.asahigroup-holdings.com/ir/

環境

8. 生物多様性宣言

同社は、2010 年 3 月に環境ビジョンと共に、下記の生物多様性宣言を公表した。生物多様性宣言は、国内酒類業界では初めてである。同社は、生物多様性がもたらすたくさんの恵みが同社の事業活動を支えていると認識しており、また国内外の生物多様性への関心の高まりや動きを踏まえてこの宣言を設定した。

生物多様性の保全

アサヒグループ 生物多様性宣言 ～自然の恵みを守ろう～

地球上のさまざまな生きものは、それぞれが役割をにない、バランスを保ちつつ、相互につながって生きています。

きれいな空気や水、おいしい食べ物や飲み物、私たちが日々生きていくために必要なすべてのものは、さまざまな生きものたちが与えてくれる自然の恵みです。

水や穀物など、自然の恵みを用いて事業活動を行う私たちアサヒグループは、生物多様性を尊重し、より豊かな自然の恵みを守り、育み、次の世代へ伝えていきます。

アサヒグループ 生物多様性宣言に係る 3つの基本方針と9つの行動指針

1. 生きものたちのすむ自然を守ります

1. 生きものがすむ、豊かな川や海を守ります。
2. 生きものがすむ、豊かな森を守り、育てます。
3. 生きものがすむ、豊かな環境を工場周辺でつくります。

2. 自然の恵みを大切に活かします

1. 自然の恵みを正しく利用します。
2. 自然の恵みを、より有効に利用します。
3. 自然のつながりを学び、生かす研究開発をすすめます。

3. 世界中の人々と一緒に取り組みます。

1. この宣言をグループ全体で共有し、社員とともに取り組みます。
2. 商品やサービスを通じて、自然の恵みの大切さをわかりやすく伝えます。
3. ビジネスパートナーなどと協力し、グローバルに活動します。

※社団法人日本経済団体連合会（経団連）生物多様性宣言を参考に、アサヒグループ独自の生物多様性宣言を策定しました。

出所：ホームページより掲載

9. 環境汚染の防止

環境汚染防止の観点から、NOx、SOx、排水量の管理等を徹底的に行っており、同社における NOx、SOx の排出量および排水量の推移は下図の通り。

NOx、SOx 排出量の推移（アサヒグループ）

	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
NOx	103 トン	116 トン	121 トン	188 トン	154 トン
SOx	7 トン	9 トン	10 トン	32 トン	11 トン

出所：ホームページよりフィスコ作成

アサヒグループホールディングス

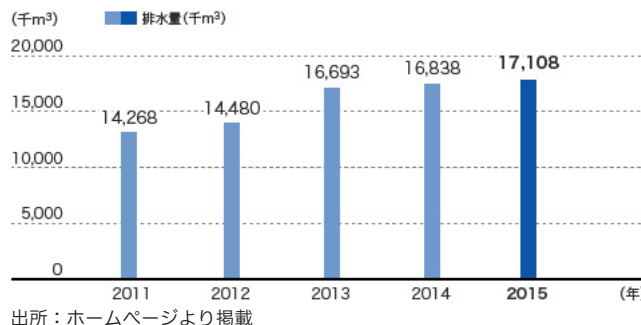
2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

環境

排水量の推移（アサヒグループ）



他には、化学物質の量の把握・管理を適切に行っていると共に、品質検査に用いる毒物および劇物取締法で指定されている試薬などについても、その受入・使用・廃棄については試薬取扱基準および毒物・劇物取扱標準などを定めて厳重に管理している。土壌汚染防止に、工場では洗浄剤などの薬品類の受入口や貯蔵タンクに防液堤を設置し土壌への浸透防止を図っている。万が一、タンク類などから漏洩した場合には確実に自社排水処理設備で処理する仕組みになっている。

10. 環境に配慮した製品・サービス

容器包装における容器の肉薄化・軽量化などで環境に配慮した製品およびサービスを提供している。主な取り組み実績は以下の通り。

(1) 缶およびマルチパックの省資源化

2006 年 12 月期に、缶のケイ素含有量が高いリサイクル原料の使用比率を向上。また、缶の肉厚分布を見直すことにより、缶の強度を高め、従来以上の肉薄化を実現。さらに、マルチパックの坪量（1m² 当たりの重量）を従来より 7% 程度削減した。

(2) 加圧殺菌方式を用いた製法によるアルミ使用量削減

東洋製罐と共同で加圧殺菌方式を用いた高ガスボリューム缶製品の製造方法を開発。この製造方法は、炭酸飲料を容器に充填した後に殺菌する際、容器に外圧をかけることで差圧上昇を抑える技術を用いる。この技術によって館内の差圧が相対的に下がり、ワンランク下の耐圧強度の缶体の使用が可能となった。その結果、従来に比べてアルミの使用量を 18% 削減。この功績が評価され、2008 年、第 32 回木下賞を受賞。

(3) 顧客の利便性を追求した軽量・波型カットカーボンの軽量化段ボールカートン

2013 年よりビール系飲料 350ml マルチパック用缶の梱包で従来比約 17% 軽量化した段ボールカートンの導入を推進。大手段ボールメーカーのレンゴーとの共同開発により誕生した業界初となる軽量・波型カットカートンは、段ボールの表面に使う原料や配合比率を改良することで、従来 205 グラムだった 1 カートンあたりの重量を 17.1% 減の 170 グラムまで抑え紙使用量を減らすことに成功。2013 年には一部の工場を導入。2014 年中に全 8 工場の 350ml マルチパック用缶ラインへ導入が完了。これにより年間で段ボール重量は約 3,000t、CO₂1,480t 規模の削減実施。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

環境

(4) 減量化の容器資材（エコスタイルキャップ）の採用

無糖茶及び水の一部 PET ボトル商品に軽量化したエコスタイルキャップを採用。環境問題に対する省資源化を図る目的としてキャップ軽量化を進めた。軽量化対応によるキャップ装着設備変更を最小限とし、従来キャップより重量を 20% 削減した 2.1g の国内最軽量クラスの飲料用キャップの開発に成功。

(5) 段ボールカーターの形状工夫

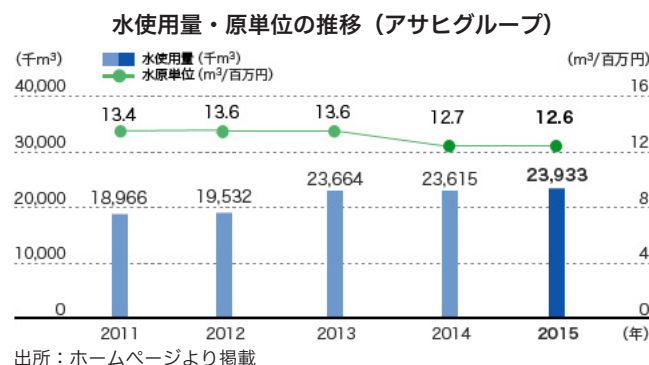
段ボールカーターについて、カーターの形状工夫によって積載時のカーター膨れによる外観劣化の抑制に成功した。また、従来以上の多段積み保管でも問題が生じない、炭酸飲料用 PET ボトル商品としては国内最軽量の実現。500ml は重量比で 19% 減、1.5L は最大で 16% 減となり、年間 970t の省資源効果と 400t の CO₂ 削減が見込まれる。

社会

**ダイバーシティの推進によりイノベーションを生み、
サプライヤーを巻き込んで社会へ貢献し、
商品の提供で人々の健康で豊かな社会の実現に努める**

1. 持続可能な水資源

原料栽培や製造設備の洗浄に使用する水は、同社の事業の特性上、欠かすことのできない資源であり、同社の年間水使用量は 23,933 千 m³ にのぼる。2014 年国連世界水発展報告書によると、世界的な人口増加などにより、2050 年には世界人口の少なくとも 40% が水を十分に入手できず生活に不便を感じる状態になると予測されており、世界中から原材料の農作物を調達している同社にも大きな影響が生じる可能性がある。また、同社商品には原材料として水を使用しているものも多くあり、製造工程でも設備の洗浄等に使用しているため、水利用の効率性の向上を追求するだけでなく、取水・排水においても環境への負荷をできる限り小さくするように適切な対応・管理に努めている。水使用量および原単位の推移は下図の通りである。



アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

社会

同社は水源地の森保全活動にも積極的に取り組んでいる。アサヒビール四国工場が 2004 年に自発的に水源地の森保全活動を開始し、現在は全国 9 か所で実施している。森保全活動には、各工場やグループ社員とその家族が参加、地域の NPO 法人、森林組合、行政などと協働して、植林、下草刈り、枝打ち、間伐などを実施している。2015 年末までの活動実績は 115 回、約 5600 人が参加した。

KPMG あずさサステナビリティの「ピークウォーター：日本企業のサプライチェーンに潜むリスク」によると、食品・飲料業界の自社内で使用する水の量はサプライチェーン全体の水使用量の 2% に過ぎず、残りの 98% は 1 次サプライヤーとその他サプライヤーにおいて発生しているという調査を発表している。このことから、同社の自社操業における取り組みだけでなく、サプライヤーや社会全体を巻き込んだ取り組みが重要となることが分かる。一般的には、環境意識の高まりがあっても水使用への意識は決して高いとは言えない。消費者に近い立場にいる同社の啓発活動や取り組みによって、水資源が環境・社会の重要な問題の一つという認識が高まることを期待する。

なお、同社は、CSR 重点テーマにおいて持続可能な水資源を環境ではなく、人の生活を支える社会的側面を考慮し社会との共生を念頭に、人と社会の活動領域に分類している。このため、本レポートでも、社会項目において取り上げた。

2. 人材育成・ダイバーシティ

同社は、企業価値を支えているのは人材の力と認識し、持続的成長に不可欠な人的資本の高度化に取り組んでいる。その中で、人財力の強化と企業風土の改革が必要であるとし、相互作用により高度化を加速させるとしている。

(1) 人事基本方針

同社は、以下の人事基本方針を掲げている。

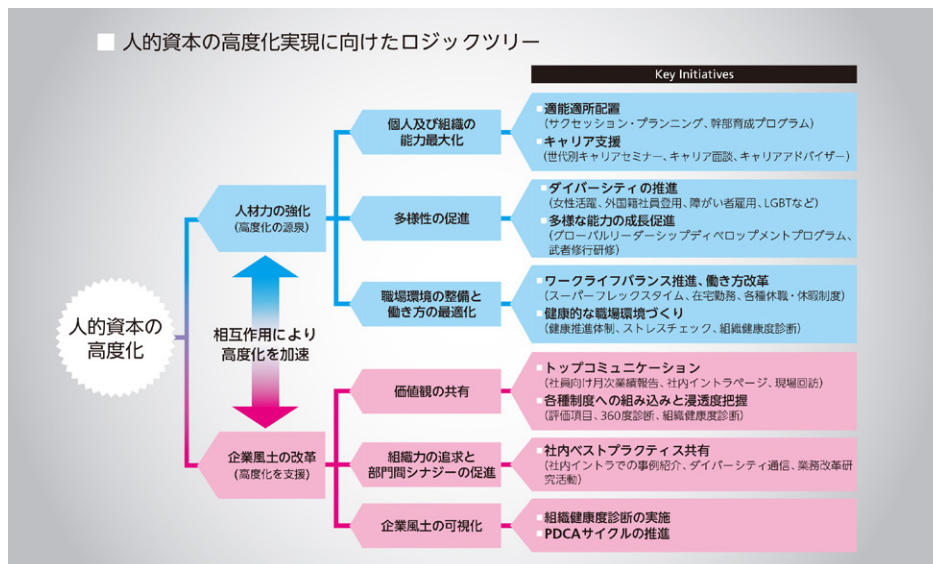
- 1) アサヒグループで働くすべての人の人格・人権・個性を尊重する
- 2) グループの成長の最大の源泉は「社員の成長」であり、社員の挑戦・革新する姿勢に対し、最大限の支援をする
- 3) 個々人の価値観やライフプランの多様化に応じた、ワークライフバランスの実現を支援する

アサヒグループホールディングス
2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)
http://www.asahigroup-holdings.com/ir/

社会

人的資本高度化実現に向けたロジックツリー



出所：統合報告書より掲載

a) 幹部育成プログラム

個人および組織の能力を最大化するために、幹部育成プログラムを提供している。近い将来経営を担う 45 ～ 55 歳の人材にはエグゼクティブリーダープログラム、若手管理離職相を中心としたネクストリーダープログラム、海外会社における次世代の経営幹部候補を育成する目的のグローバルリーダーシップディベロップメントプログラムを実施している。受講後には実践経験を積める立場に配置するなど、実務に生かせるように配慮がなされており、同社が経営環境の変化が著しい中で経営者に求められる要件は複雑化・多様化に対応できるようになっている。

b) ダイバーシティの推進

同社は、多様性の促進にも注力している。人的資本の多様化が知的多様性を実現し、そこで生まれる様々な発想からイノベーションが生まれ結果として長期ビジョンの達成や業績向上につながると考えているからだ。

このような背景であるから、当然のことながら、女性活躍推進にも取り組んでいる。同社はもともと男性色が強い酒類事業が強い事業主体ということもあり女性の管理職比率は低く、2015 年 12 月末時点のグループ全体の女性管理職比率は 13.6%。同社は、意思決定の場に女性が参加する状態を目指す、グループ各社の状況に応じた行動計画の立案と推進、数値目標の設定と目標達成に向けた取り組みの実施を方針に掲げ、2021 年までに 20% を目指す。取り組みの成果は、徐々に表れてきており、2016 年には女性役員が新たに 2 名就任、国内における女性役員は合計で 5 名に増加した。このような取り組みが評価され、同社は 2016 年に経済産業省と東京証券取引所が共同で女性活躍躍進に優れた企業を選定するなどでしこ銘柄に選出された。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

社会

ワークライフバランス推進や働き方改革にも積極的で、スーパーフレックスタイムや在宅勤務制度などを導入・活用に留まらず、社員の意識改革およびマネジメントの理解促進を目的に、限られた時間内で成果を上げる働き方をテーマにした社内研修の実施や効率的な仕事スタイルの啓発に向けた働き方事例集の社内発信なども行っている。このような取り組みにより、配偶者出産休暇制度を活用する男性社員が増加しているなどの成果があがっている。これらの動きは健康的な職場環境づくりにも広がり、全社的なストレスチェックの実施によるメンタルヘルスの取り組みの強化や人間ドック受診対象年齢の拡大による疾病の早期発見・早期治療の推進を強化、また、保険指導體制の充実などを図っている。これらにより、同社は経済産業省と東京証券取引所が運営する健康経営銘柄に 2 年連続で選定され、また長期欠勤・求職者数が 2014 年に 2011 年比で約 4 割減少し、社員 1 人当たりの売上高は約 10 百万円上昇した。

毎年、国内主要子会社を含めた約 9000 名の役員および社員を対象に意識調査を実施、ビジョンや経営方針などの共有化と浸透度の把握だけでなく、企業風土の可視化の推進、全体や職場単位における課題の抽出による具体的な対策の策定などで人材力の強化を行っている。

企業倫理ガイドラインの中で、人権の尊重という言葉に留まるのではなく、長時間労働の禁止、女性管理職比率の目標設定に加え、ダイバーシティやワークライフバランス、男性の育児への参加の理解促進に社員および管理職の意識啓発に取り組んでいる。ビール業界と言えば長時間労働を美徳とするイメージがあったが、新しい企業文化が育まれているようだ。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

社会

3. サプライヤーとの関わり・CSR 調達の推進

同社は、下記の調達基本方針およびサプライヤー CSR 行動指針を掲げ、調達活動を行っている。

アサヒグループ調達基本方針 / アサヒグループサプライヤー CSR 行動指針

アサヒグループ調達基本方針

(1) 安全の最優先と品質の確保

- 安全を最優先とし、お客様にご安心いただける商品・サービスを最適な価格でご提供できるよう調達活動を推進します。

(2) コンプライアンスの徹底

- 全ての関連諸法令と社会規範を遵守し、高い倫理感に基づいて行動します。
- サプライヤー様への接待・贈答の要請、寄附の強要は一切行わないとともに、いかなる謝礼・贈答も受け取りません。

(3) 環境への配慮

- サプライヤー様と地球環境や地域社会に配慮した調達活動に取り組みます。

(4) 公平・公正な取引

- サプライヤー様には国内外、会社の規模を問わず、公平で公正な取引の機会を提供します。
- サプライヤー様の選定は、品質・価格・納期・安定供給のほか、技術力、コンプライアンスに対する姿勢、環境への配慮などを総合的に評価して決定します。

(5) 情報セキュリティの保持

- 調達活動において提供を受けた情報や技術は適正に管理し、グループ内における開示先を限定します。

アサヒグループサプライヤーCSR行動指針

(1) 人権への配慮

- 安全で衛生的な職場環境を確保すること。
- 強制労働や差別を撤廃すること。
- 児童労働を実効的に廃止すること。

(2) 環境への配慮

- 省資源、省エネルギー及び水の有効利用を推進すること。
- 廃棄物の削減と有効利用を推進すること。
- 環境にやさしい技術の開発と普及を推進すること。

(3) 法令の順守

- 全ての関連諸法令と社会規範を順守すること。
- 接待・贈答などに関する社内規定を順守し、贈収賄などの腐敗を防止すること。
- 取引上の情報や技術の機密保持を徹底すること。

出所：ホームページより掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

社会

同社は、調達基本方針および品質方針に基づき、定期的にサプライヤー品質監査やサプライヤー QA 会議を実施し、品質に関する意識と取り組みの共有化に努めている。納入された原材料に不具合が認められた場合には、適切に不具合品を識別管理するとともに、不具合の原因調査と再発防止について連携し解決に取り組む。また、品質・技術力・デリバリーなどの項目についてはサプライヤーの 1 年間の取り組みを評価し、その結果をサプライヤーと共有しながら今後の取り組みについて討議する。さらに、グループ全体の取り組みとして推進するためにグローバル調達会議やグループ調達部門会議を定期的に開催している他、主要サプライヤーが参加する品質保証会議も設定している。96 社のサプライヤーが品質保証会議に参加した。

(1) サプライヤー監査

CSR 担当も同行し現場に入って確認する。1 年に 10 社程度を実施しており、小規模企業であっても取り組みができているようだ。

(2) サプライヤー CSR アンケート

同社は、サプライヤーと共同で環境・社会的責任に対する取り組みを進めることが持続可能な社会の実現につながると考えており、サプライヤーとのコミュニケーションの一環としてサプライヤー CSR アンケートを毎年、実施している。対象は、アサヒビール、アサヒ飲料、カルピスのサプライヤーで、社会的責任 12 項目、環境への配慮 24 項目、原料・資材 9 項目、二次サプライヤー状況について質問、その結果は同社 Web サイトにて公表している。2015 年実施分における回答数は、一次サプライヤーで 219 社（国内 210 社、海外 9 社）、回収率は 96%、一次サプライヤー経由で任意で実施した二次サプライヤーの回答数は 82 社（国内 48 社、海外 34 社）となった。

(3) 調達クリーン・ライン制度

調達クリーン・ライン制度は、同社調達基本方針に反する行為を行った場合や、法や社会倫理に照らし合わせて疑問に思われる行動を取った場合に、サプライヤーもしくは取引を希望する者が申し出る仕組みである。調達クリーン・ラインに申し出ることで取引が不利になることはないとしている。2015 年の申し出件数は、0 件だった。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

社会

4. 品質・保証

(1) 品質方針と品質保証要求事項

「すべてはお客様のために」を基本理念に据え、下記の行動指針を元に活動を行っている。

グループ品質方針

基本理念

「すべてはお客様のために」

私たちは、原料調達から生産、物流、流通・販売に至る全ての活動において、安全で高品質・オリジナリティーあふれる商品・サービスをお届けし、お客様の満足を追求し続けます。

行動指針

1. 「安全」を最優先とし、お客様にご安心いただける商品・サービスをお届けいたします。
2. お客様の声に真摯に耳を傾け、商品・サービスに反映するとともに、適切な情報を積極的に提供します。
3. アサヒグループの一人一人が、お客様の立場に立って誠実に行動します。
4. ISO、HACCPなどの国際的な規準や考え方を取り入れ、また、海外の活動にあたっては、各国の品質情報を十分に把握し、品質保証に取り組みます。
5. 品質に関連する法令を遵守することはもとより、グループ各社が各業界の自主規準を遵守します。

出所：ホームページより掲載

同社は、1991 年に独自の品質保証システムで「太鼓判システム」を導入した。太鼓判システムとは、顧客に届ける商品が手順どおりの工程に沿って生産され、一定水準の品質を確保したことを保証するもので、醸造部門、パッケージング部門、エンジニアリング部門、品質管理部門などの各工程部門の責任者が品質保証書を発行、それらを品質保証責任者が確認し、品質を保証する「太鼓判」を押して出荷するというもの。同システム下では製造工程で異常が発生した場合は、品質が確保されるまで次の工程に進めない仕組みにしている。

太鼓判システムおよび品質リスク要因ゼロ活動の思想を取り入れ、必要な管理項目を品質保証要求事項として明文化している。品質保証要求事項の内容は、文書管理、消費者からの情報、食品衛生、購買、生産管理、改善、フードディフェンス、危機管理の項目がある。

(2) 品質会議

品質会議は、アサヒグループホールディングス、アサヒビール、アサヒ飲料、エルピー、アサヒグループ食品、アサヒカルピスウェルネスの品質保証部長および関連会社を含めた品質保証関係者を参加者とし、2 か月に 1 度開催している。ホールディングスの品質保証担当役員がトップを務めている。同会議において、品質保証に関する方針・考え方、ノウハウの共有している。主な取り組み内容は、放射性物質の管理方針・管理体制などの品質保証に関する各種方針の策定・共有、品質不具合の事例検討、同様事故防止・各社ノウハウの水平展開、リスク物質情報の共有とリスク管理、食品安全マネジメント取得に向けた取り組みや監査の項目など品質保証に関する各種取り組み事例、ノウハウ共有などである。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

社会

(3) 食の安全研究所と品質保証センター

同社は、R&D センター内に食の安全研究所を設置、食の安全に関わる最新の分析技術を開発、その対象は、残留農薬・環境ホルモン・カビ毒・重金属・放射性物質と多岐に及ぶ。また、製品の品質保証分析を担う専門組織である製品保証センターも設置しており、ここでは、微生物の検出・同定や異物・異味異臭分析、DNA 解析、残留農薬分析、環境ホルモン分析、放射線測定など高度な技術を駆使して製品を分析している。また、同センターでは、緊急対応力の強化、微生物検査技術の導入、放射性物質検査の実施にも取り組んでいる。

(4) 海外製造会社の品質マネジメント

海外では、商品性に応じて ISO や HACCP、食品安全の国際的マネジメントシステムを導入し、また日本から技術系社員を現地に駐在もしくは適宜出張させ、技術支援およびサポートを行っている。具体的な生産・品質管理の基準を定めたグローバル品質要求項目を策定、求める品質管理基準を明示している。同社は、海外拠点に対しても品質監査を実施しており、グローバル品質要求項目の理解と管理の徹底を図っている。

(5) 品質改善活動

同社は、品質危機管理ガイドラインを策定し、重大製品事故発生時の対応を規定している。所定の緊急通報ルートで直ちに社長まで報告が上がり、対策本部を設置し対応する。

サプライチェーン全体を通じて品質保証活動に取り組んでおり、アサヒビールにおいては、新商品開発段階で開発商品への顧客や得意先の声の反映、100 項目の品質検査、食品衛生法・社内基準の適合試験、顧客の飲用シーンを想定した容器選定、容器への表示の適正性の確認、製造過程および輸送時での安定性・品質の確保、原材料調達段階では、原材料の安定的な確保、サプライヤーとの品質契約の締結、システムによる原材料情報の一元管理、水の安全管理、事故の予防に向けた体制づくりなどに取り組んでいる。生産工程においては舌や鼻などの人間の感覚器官の働きを使う官能検査などを行う他、物流段階では協力会社との共同によって取り組みが行われている。また、新入社員や新任営業担当者を対象に商品知識研修を実施、顧客からの商品の不具合を指摘された際には、「きちんとお調べして、丁寧にご報告する。対応は迅速に。」を基本方針に流通・販売段階においても丁寧に対応している。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

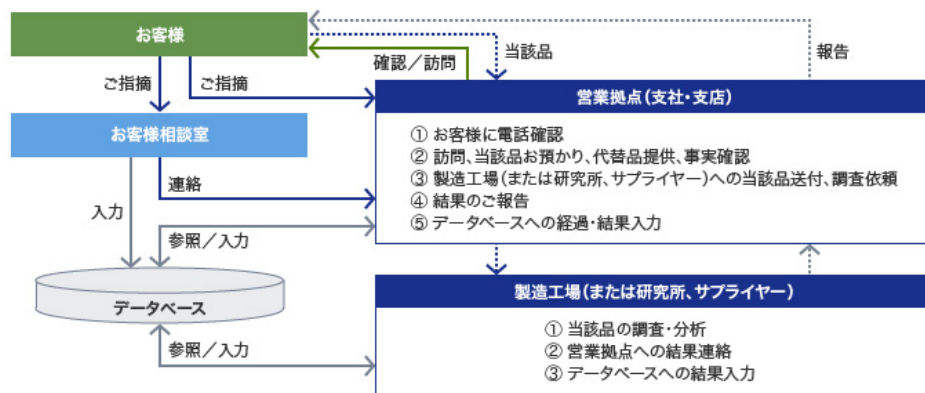
http://www.asahigroup-holdings.com/ir/

社会

5. 消費者への適切な対応・サポート

同社は、顧客や販売店からの声を「経営品質を高めるための財産」と記述している。顧客の声を収集して事業に反映する仕組みを構築するとともに、顧客からの声を定期的に報告書に纏め経営陣も把握している。2015 年にアサヒビールのお客様相談室に寄せられた問い合わせは 31,676 件、指摘は 3,518 件、合計 37,829 件に及んだ。また、アサヒビールでは、2008 年から消費者ダイアログも実施しており、毎年、顧客との対話に関するテーマを設定、消費者代表や学識経験者を間延期、講演会、パネルディスカッションなどを通じて意見交換をしている。

商品に関する指摘への対応体制



出所：ホームページより掲載

顧客対応スキルの向上にも取り組んでいる。アサヒビールのお客様相談室では、顧客アンケートによる直接評価や電話対応に対する外部診断などを実施している。その直接評価結果は 100 点満点での平均点を毎年開示しており、2015 年は 93.4 点であった。また、お客様相談室および応対対応スタッフには社内施設の見学を行う他、2005 年からは全従業員が消費者目線を浸透させるため、従業員がイントラネット上で特徴的な顧客の声を共有し、意見を交換している。

これらの顧客の声を反映しこれまで実施してきたアサヒビールにおける商品事例には、紙パック商品に捨てやすいよう親切表示を追加、びんビールのパックラベルを分かりやすいように完全、ビール類の 6 本マルチパックに製造年月日や賞味期限を表示、バラ入りか 6 缶パック入りかわかるようビール類ケースの表示を改善、商品の成分表示の情報を Web サイトへの開示がある。

6. 適正飲酒の啓発

同社は、アルコール関連問題への対応を CSR 活動重点テーマの一つと位置付けていることから分かるように、アルコール飲料が不適切に飲用されることで様々な問題が発生することを認識している。下記の基本方針および行動指針を設定し不適切な飲酒の撲滅に取り組んでいる。

不適切な飲酒の撲滅

基本方針

アサヒグループは、酒文化の健全な発展を目指すとともに、アルコール飲料の特性を認識し、適正飲酒の推進に組織的かつ継続的に取り組むことにより社会的責任を果たし、人々の健康で豊かな社会の実現に努力してまいります。

行動指針

1. 適正飲酒のための正しい知識の普及に努めます。
2. 販売活動に当たっては、関連法規や業界自主基準並びに当社自主基準を遵守します。
3. 飲酒運転、未成年者飲酒、妊産婦飲酒、イッキ飲みなど不適切な飲酒による問題の予防に努めるとともに、社会的な取り組みにも積極的に協力し支援を行います。
4. アルコールと健康に関する医学的研究の推進に取り組み、あわせて対外的支援を行います。
5. アルコール飲料を取り扱う企業グループの一員として、社員自ら適正飲酒の正しい知識を持ち、あわせて責任を自覚して行動します。またそのための社員研修や自己啓発に積極的に取り組みます。

出所：ホームページより掲載

具体的な取り組みとして、アルコール研究の成果の外部への発表、Web サイト「人とお酒のイイ関係」の発行、小学生向け啓発ツール「どうする？どうなる？お酒のこと」の発行がある。「どうする？どうなる？お酒のこと」は、小学生だけでなく中学校・高等学校にも活用され、2015 年 12 月までに累計送付部数は約 364 千部に及んだ。

2005 年から、同社を含むビールメーカー業界の取り組みとして、キャンペーン「STOP! 未成年者飲酒プロジェクト」を推進している。また、同社はグローバル企業として、2001 年に国際 NPO の International Center for Alcohol Policies (ICAP) に加盟、他の酒類事業者や業界団体と連携し政策提言を行うなどアルコール関連問題の解決に向けて取り組んできた。2015 年に ICAP は 2005 年に設立された任意団体である Global Alcohol Producers Group と統合し、International Alliance for Responsible Drinking(IARD) として、適正飲酒啓発活動、各国アルコール政策研究調査、出版事業、フォーラム開催などに引き続き取り組んでいる。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

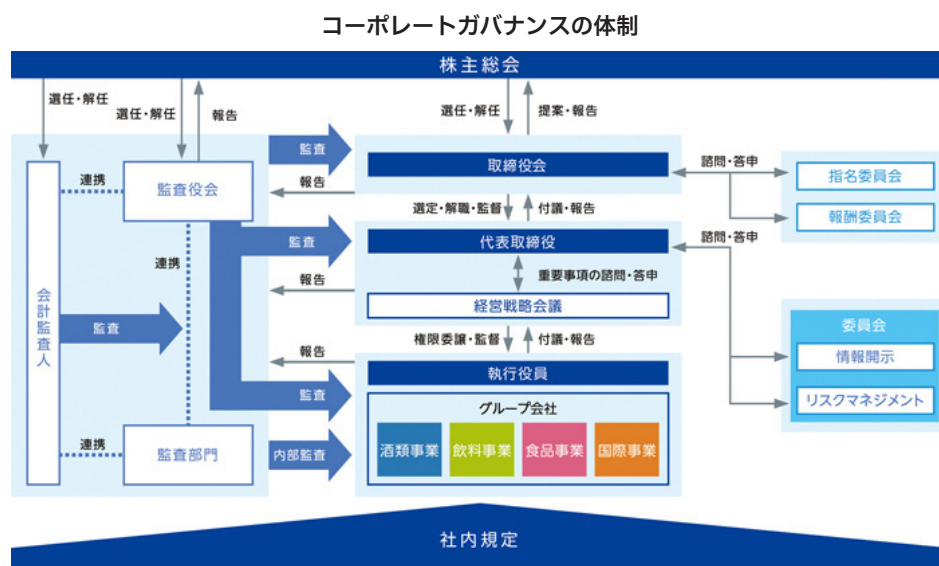
http://www.asahigroup-holdings.com/ir/

■ 経営の正当性、透明性、柔軟性、組織としての完成度の高さ

実際の事業機会に活かされるガバナンス機能

1. ガバナンス

同社は、監査役会設置会社で、取締役会では全取締役 10 名中 3 名が社外取締役となっている。2015 年 12 月期には、社外取締役の取締役会への出席回数は全 12 回のうち 12 回。指名委員会および報酬委員会は、委員 4 名中 2 名が社外取締役、報酬委員会では社外取締役が委員長と規定している。監査役は 5 名のうち社外監査役が 3 名となっている。同社のガバナンス体制は下図の通り。



出所：ホームページより掲載

(1) ガバナンスシステム構築の変遷

同社は、2000 年に執行役員制度を導入、指名委員会、報酬委員会、経営戦略会議を設置した。2007 年には、経営環境の変化に迅速に対応するため、取締役の任期を 1 年以内に短縮した。また同年には役員退職慰労金制度を廃止。2011 年には、純粋持株会社制へ移行、内部統制システムの整備に関する基本方針を新たに制定した。2013 年には買収防衛策を廃止、2015 年にはコーポレートガバナンス・ガイドラインを策定している。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

経営の正当性、透明性、柔軟性、組織としての完成度の高さ

(2) コーポレートガバナンス・ガイドライン

同社は、コーポレートガバナンス・ガイドラインを設定しており、ステークホルダーとの適切な協働、株主の権利・平等性の確保、適切な情報開示と透明性の確保、株主との対話、取締役会などの責務を方針としている。ガイドラインの具体的内容は、ステークホルダーとの関係、株主との関係、取締役会及び監査役会、会計監査、付帯情報に及び。ステークホルダーとの関係では、顧客、取引先、社会、社員、株主ごとにビジョンを定めている。

(3) 取締役会の実効性の分析・評価

同社は、取締役会の実効性の分析・評価も行っている。方法は、取締役会事務局が第三者である外部アドバイザーの意見を参考にして取締役自己評価調査票を作成し、それをもとに取締役がそれぞれ調査票に添って自己評価を行う。取締役自己評価調査票の大項目は、次表の通り。

取締役自己評価調査票の大項目

1. 取締役の受託者責任	6. 経営陣幹部と取締役の選任	11. 取締役会の情報入手と支援体制
2. 取締役会の責務	7. 経営陣の報酬	12. 取締役のトレーニング
3. 適切なリスクテイクの支援	8. 独立社外取締役からのアドバイス	13. 株主との対話
4. 経営陣への委任	9. リスクマネジメント	
5. 取締役会の構成	10. サクセッション・プラン	

出所：統合報告書よりフィスコ作成

2015 年 12 月期の結果は、過半数の取締役が 1 つを除きすべての評価項目を「問題なくできている」と評価、取締役会はこの結果を元に「おおむね有効であった」と結論付けた。なお、半数近い取締役がサクセッション・プランについて「やや不足」または「問題がある」と評価した。当該期はサクセッション・プランの策定途上であったことから、一層の議論の必要性を認識した取締役が多かったことによるものと同社取締役会は分析・評価している。また、提言も多く寄せられ、社外取締役に対して同社の事業環境の理解を促進する機会や情報提供をより充実すること、社外取締役のアドバイスをより一層経営に反映するための方策を講じること、各取締役の知識・経験・能力のバランスや多様性の更なる強化を図ること、社内取締役が担当のみならず高い視点からグループ全体の経営に関与すること、ESG への取り組み強化について取締役会で一層の議論を図ることなどが挙げられた。なお、2015 年 12 月期の取締役会開催回数は 12 回で、社外取締役の出席率は 97.2% であった。

(4) 社外取締役からの評価

2009 年 3 月から同社の社外取締役に着任している田中直毅氏は、同社はボードメンバーを中心とする慎重な積み重ねが今日の業績や企業価値に結びついていると考えれば、取締役会の運営状況は及第点と述べている。同氏によれば、機動力が同社の強みで、Anheuser-Busch InBev による SABMiller 買収時に条件として SABMiller の欧州における事業会社の子会社化の提案を証左としている。ボードメンバー間で実効的な議論ができていることが同社の競争力の源泉であり、これは歴代の経営者が継承してきた風土でもあるようだ。このようなことから機動力を伴った活発で慎重な議論がトップマネジメントで行われていること、また、それが AB InBev SA/NV との欧州ビール事業の買収に生かされたという意味において同社のガバナンス機能が適正にワークしていると弊社は高く評価する。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

経営の正当性、透明性、柔軟性、組織としての完成度の高さ

2. 内部統制

同社は、内部統制システムを整備・運用し、内部監査を担当する部門が連携し年間の監査計画に基づき業務執行が適正且つ効率的に行われているか監査している。2015 年中に、グループ会社 25 社に対して監査を実施した。財務報告に関する内部統制については、財務報告に係る内部統制の評価および報告に関する基本規定に従って社内の内部統制評価を実施している。

同社では、2011 年にリスクマネジメントの基本事項を定めたリスクマネジメント規定およびその具体的運用を示すリスクマネジメント規定細則を制定している。リスクマネジメント委員会では、全体の横断的なリスク管理を行い、2015 年は 4 回開催された。

コンプライアンスにおいては、企業行動指針に定める公正で透明性のある企業倫理に基づき企業倫理規定および企業倫理ガイドラインを定め、取締役、監査役および従業員にこれらの遵守を求めている。また、従業員に対して匿名のコンプライアンスアンケートを年 1 回実施、実態を多面的且つ多層的に調査している。

同社は、コンプライアンスを「ステークホルダーとの信頼関係を決して裏切らないこと」と定義、すべての事業活動においてコンプライアンス最優先の行動、ルール of 立法趣旨・精神に合った行動及び説明責任を果たすことができる行動をとることが求められていると説明している。同社の存続・発展のためにはコンプライアンス遵守が重要であることを泉谷会長兼 CEO と小路社長兼 COO の連名で社員に向けてメッセージを発信している。

3. 積極的なガバナンス姿勢、今後の発展に期待

同社はコーポレート・ガバナンスの充実を経営の最優先課題と据えている。また、同社は、「企業価値向上経営」のさらなる深化を目指すためには、透明・公正かつ迅速・果敢な意思決定を行う「攻めのガバナンス」が必要不可欠と位置付けており、積極的な姿勢がうかがえる。取締役会の評価の開示という踏み込みにくい内容にも果敢に挑戦していることを高く評価するとともに、今後この分野において尻込みしている日本企業に対して先進的な役割を果たすことを期待したい。

■ リスク低減、事業機会の獲得につながる CSR コミュニケーション

すべてのステークホルダーに対し 積極的なコミュニケーション姿勢を取る

同社は、金融商品取引法等の諸法令ならびに東京証券取引所の適宜開示規則に則って情報を開示すること、また、適宜開示規則に該当しない場合でも投資判断に関わると判断した情報については、自主的かつ公正に開示することを基本方針としている。ステークホルダーごとのコミュニケーション方針と主な接触機会は下表の通り。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

リスク低減、事業機会の獲得につながる CSR コミュニケーション

ステークホルダーとのコミュニケーション

	主なステークホルダー	コミュニケーションの方針	主な接点機会
従業員	アサヒグループの成長の最大の源泉は「従業員の成長」です。アサヒグループで働くすべての人の人格・人権・個性を尊重し、社員の挑戦やワーク・ライフ・バランスの実現に向けた支援を強化しています。	従業員が活き活きと働き、能力を伸ばしていける環境づくりに努めています。	・「アサヒグループ労働組合協議会」 ・各種研修 ・「クリーン・ライン制度」 ・社内報（紙媒体・イントラネット・ビデオニュース）
消費者	アサヒグループでは、お母さんのおなかの中にいる胎児から年齢を重ねた高齢者まで、あらゆる世代の方に向けた商品を製造・販売しています。消費者の皆さまとさまざまな方法で対話の機会を持つことを重視しています。	消費者の皆様との対話に努め、商品・サービスに反映するとともに、適切な情報を積極的に提供しています。	・お客様相談室 ・お客様アンケートによる直接評価 ・商品開発などにおける各種調査 ・各種イベント・セミナー ・工場見学 ・「アサヒ ラボ・ガーデン」
地域社会	アサヒグループは日本はもとより、オセアニア、中国、東南アジアを中心に広く国際事業を展開しています。それぞれの地域における文化・歴史・慣習などを尊重し、地域社会の一員として地域の発展に貢献します。	地域社会の一員として、地域の発展に貢献できるよう、積極的なコミュニケーションと地域活動への参画に努めています。	・アサヒビール（株）「うまい！を明日へ！プロジェクト」などの地域密着の営業活動 ・東日本大震災復興支援活動 ・水源地の森保全活動 ・工場見学 ・アサヒビール（株）「若武者育成塾」などの環境教育活動 ・事業場のある地域におけるボランティア活動
取引先	アサヒグループの調達活動は世界中にサプライチェーンが広がっており、影響を及ぼす範囲も広範に渡ります。サプライヤーの皆さまと協力することで、社会的課題の解決に貢献していきたいと考えています。	お取引先の皆様とともに社会的責任に対する取り組みを進めるため、情報共有や啓発活動に努めています。	・サプライヤー CSR アンケート ・「QA（Quality：品質 Assurance：保証）会議」 ・サプライヤー品質監査
株主・投資家	アサヒグループの株主数は 106,712 名に及び（2015 年 12 月末現在）、株主総会にも約 3,000 名の株主様にご参加いただいています。さまざまな方法で株主・投資家との対話の機会を持つことを重視しています。	諸法令・規則に基づく情報開示にとどまらず、必要と判断した情報については、自主的かつ公正に開示しています。	・株主総会 ・決算説明会 ・個人投資家向け説明会 ・株主様向け報告書 ・「アサヒスーパーレポート」

出所：ホームページよりフィスコ作成

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

リスク低減、事業機会の獲得につながる CSR コミュニケーション

1. 消費者とのコミュニケーション

消費者と密接に関わる事業を行っているため、消費者とのコミュニケーションに注力している。詳細は、消費者への適切な対応・サポートを参照されたい。

2. 株主および投資家との対話

同社は株主および投資家との対話にも注力している。株主総会では、多くの株主が出席できるように総会集中日以外の日の午後に開催する他、出席できない株主のために郵送・インターネットを通じて議決権を行使できる仕組みや、当日に会場で放映した映像の一部を同社ホームページにて視聴できる環境を整えている。また、株主への報告書として、半期ごとに「アサヒスーパーレポート」を発行している。

国内の証券アナリストおよび機関投資家へは、代表取締役などが出席する半期と通期の説明会、2004 年からは第 1・3 四半期決算発表当日に電話会議を開催。海外投資家に対しては、統合報告書を毎年発行の他、英文 Web サイトにおける適宜開示情報や決算情報の開示、米国、欧州、アジアでのロードショーを毎年実施している。2015 年における主な IR 活動は、アナリスト・機関投資家向け決算説明会 4 回、アナリスト・機関投資家向け事業説明会 1 回、アナリスト・機関投資家向け施設見学会 1 回、アナリスト・機関投資家の IR 取材約 250 回、社長による国内株主・投資家訪問を 2 回、社長による海外株主・投資家訪問を 3 回（北米、欧州、アジア）、個人投資家向け説明会を 17 回実施した。個人投資家向け説明会には、社長による説明会を開催しそれを Web にも掲載した他、IR 担当による全国のビール工場での会社説明会も含む。

この他、Web サイトでも、長期ビジョン、長期経営方針、月次のビール・発泡酒・新ジャンル販売動向、決算説明会プレゼンテーション資料等を自主的に開示している。

このような実施内容をみても積極的に株主および投資家との対話を図っていると評価できる。

ESG にかかる外部評価、第三者保証

代表的な SRI インデックスや様々な機関から高い評価を得ている

1. SRI インデックスへの組み入れ

同社は、多くの取り組みが評価され複数の SRI インデックスおよび SRI ファンドに組み入れられている。米国ダウ・ジョーンズとスイスの RobecoSAM が共同で開発した指標である Dow Jones Sustainability Indices、ベルギーに拠点を置く非営利組織であるフォーラム・エティカルが運営する投資ユニバースの Ethibel Excellence Investment Register、英国フィナンシャルタイムズとロンドン証券取引所が設立した株価指標の FTSE4Good Global Index、モーニングスターが国内上場企業の中から社会性に優れた企業と評価する 150 社を選定した国内初の社会的責任投資株価指数のモーニングスター社会的責任投資株価指数に採用されている。

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

http://www.asahigroup-holdings.com/ir/

ESG にかかる外部評価、第三者保証

2. 評価

同社は、2016 年 4 月、株式会社日本政策投資銀行（DBJ）が開発した環境経営度のスクリーニングシステム（格付システム）により、これまでの取り組みが評価され「DBJ 環境格付」において「環境への配慮に対する取り組みが特に先進的」という最高ランクの格付を取得した。環境関連では、次表にあるように表彰もしくは受賞している。

受賞・認定経歴

会社名	主催団体名	表彰受賞または認定年月	表彰受賞名または認定内容
アサヒグループホールディングス（株）	フジサンケイグループ主催（経済産業省、環境省、文部科学省、国土交通省、農林水産省、一般社団法人日本経済団体連合会後援）	2016年 2月29日	「酵母細胞壁が植物の生理活性を向上させる機能の発見から新たな農業資材を開発」が評価され、第 25 回地球環境大賞において、「農林水産大臣賞」を受賞
アサヒビール（株）	文部科学省	2015年 2月 5日	「日本の環境を守る若武者育成塾」平成 26 年度青少年の体験活動推進企業表彰において、「文部科学大臣賞」を受賞
アサヒビール（株）	岐阜県知事	2015年 3月 6日	岐阜県感謝状「県民協働による森林づくりの推進」への貢献（名古屋工場）
アサヒビール（株）	岐阜県御嵩町長	2015年11月29日	「環境功労賞」 水資源の保全に寄与する功績（名古屋工場）
アサヒ飲料（株）	リデュース・リユース・リサイクル推進協議会（財務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省）	2015年10月27日	「三ツ矢サイダー」「ウィルキンソン」での省資源化と環境負荷低減への取り組みが評価され、平成 27 年度リデュース・リユース・リサイクル推進功労者等表彰において「リデュース・リユース・リサイクル推進協議会会長賞」を受賞
カルピス（株）	フジサンケイグループ主催（経済産業省、環境省、文部科学省、国土交通省、農林水産省、一般社団法人日本経済団体連合会後援）	2015年 2月27日	「堆肥化促進剤『サーベリックス』による循環型農業プロセスの開発」が評価され、第 24 回地球環境大賞において、「農林水産大臣賞」を受賞
カルピス（株）	群馬県環境森林部 環境エネルギー課	2015年 8月20日	「環境ぐんまスタンダード」事業者として認定 温室効果ガスを持続的に削減するための「環境マネジメントシステム」の取り組みを県が認定・公表し、地球温暖化防止に努める事業者の活動を広く PR（群馬工場）
カルピス（株）	群馬県館林市 地球環境課	2015年11月11日	①「緑のカーコンテスト議長賞」窓辺をつる性の植物で被い、冷房の使用を抑えることで省エネを推進する試みを評価。 ②「緑のカーテンマイスター」カーテンの出来栄だけでなく、そこで採れたゴーヤなどの収穫物を利用し、料理など幅広く環境保全に従事したことを評価（①、②群馬工場）

出所：ホームページよりフィスコ作成

アサヒグループホールディングス

2502 東証 1 部

2017 年 2 月 15 日 (水)

<http://www.asahigroup-holdings.com/ir/>

ESG にかかる外部評価、第三者保証

2016 年に経済産業省と東京証券取引所が共同で女性活躍躍進に優れた企業を選定するなでしこ銘柄にも選出された他、小学生向け啓発ツール「どうする？どうなる？お酒のこと」は、2008 年 3 月に消費者教育支援センターが主催する第 6 回消費者教育教材資料表彰において優秀賞を受賞し、翌年には 2008 年度優秀賞の中から特別賞を受賞した。IR 活動関連では、第 3 回 WICI ジャパン統合報告表彰の優秀企業賞、第 18 回日経アニュアルリポートアワードの優秀賞を受賞している。

IR 活動に対する評価

評価機関名・項目（表彰名等）	評価対象（社名・活動項目等）	時期
第 3 回 WICI ジャパン統合報告表彰 「優秀企業賞」	統合報告書 2014	2015 年度
第 18 回日経アニュアルリポートアワード 「優秀賞」	統合報告書 2014	2015 年度
日本証券アナリスト協会主催 「証券アナリストによるディスクロージャー優良企業選定」 食品部門第 1 位	アサヒグループの IR (投資家向け広報) 活動	2003 ～ 2014 年 12 年連続受賞
日本インベスター・リレーションズ協議会 「IR 優良企業大賞」	アサヒグループの IR (投資家向け広報) 活動	2014 年度
東京証券取引所 「第 12 回ディスクロージャー表彰」	アサヒビールの IR (投資家向け広報) 活動	2006 年度
大和インベスター・リレーションズ株式会社 「インターネット IR 優秀賞」	アサヒグループの IR サイト	2013 年～ 2015 年 3 年連続受賞
日興アイ・アール 全上場企業ホームページ充実度ランキング 「総合ランキング 最優秀サイト」	アサヒグループの IR サイト	2014 年度

出所：ホームページよりフィスコ作成

重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ