SUNTORY

CORPORATE COMMUNICATION BOOK 2023

Top Message

「人間の生命（いのち）の輝き」を実現するために

私たちは、創業精神や社是など、長年大切にしてきた思いを込めて「サントリーグループの企業理念」を刷新しました。

事業を営む「目的」を、“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。”とし、これを実践するために社員が大切にすべき「価値観」を“Growing for Good”、“やってみなはれ”、“利益三分主義”の3つと定めました。

これは、創業以来不変の精神を原動力とし、酒類や食品、健康食品をはじめとする多様な事業活動を積み重ねてきたサントリーの歴史を凝縮した言葉です。

近年、事業のグローバル化や多角化が進み、国籍も話す言葉もさまざまな従業員が多様な事業に関わっています。その全員が、この理念のもと、同じ「目的」を目指し、同じ「価値観」を共有しながら一体となり、さらなるシナジーを発揮して新たな価値を創造してまいります。

「人間の生命（いのち）の輝き」は、この地球、この社会が輝いていなければ生み出すことができません。私たちは大いなる自然が織りなす生態系の一員であり、自然の営みの中で生かされている存在だからです。

気候変動や生物多様性の損失は、地球と人類の未来にとっても、私たち自身の事業にとっても、もはや猶予のない喫緊の課題です。とりわけ水のサステナビリティは、自然の恵みをお届けしている企業として最も重要なテーマだと考えています。水源涵養活動など日本で培った知見を世界各国に広げ、ウォーターポジティブの実現を目指します。また、CO_2排出量削減やプラスチックの再資源化、サプライチェーンも含めた人権尊重の取り組みなども推進してまいります。

私たちが、こうした持続可能な社会に貢献する取り組みを事業の中核に据えるのは、それが「人間の生命（いのち）の輝き」につながるからにほかなりません。

私たちは、単に商品をつくるだけでなく、商品を通じて潤い豊かな生活を創造する会社です。人と人とのつながり、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「ものづくり」の根幹です。

そのために必要なのは、日々新たな発想で市場を見つめることで生まれる「イノベーション」と「圧倒的な品質」です。国を超えて「ものづくり」の精神を共有する世界中のサントリー社員が協働し、世界中でお客様の笑顔を広げていくため、「日本発のグローバルカンパニー」として、各地で培われてきた技術や文化を交流させてまいります。

また同時に、飲食文化を担う地域の飲食店や小売店などの皆様にお力添えをいただきながら、共に手を取り合って、これまで以上に新たな価値をお客様に届けてまいります。

グローバル（世界）への拡がりと、ローカル（地域社会）への深いコミットメント。いずれも欠かせないこの両輪こそが、私たちが「人間の生命（いのち）の輝き」あふれる未来を拓いていく確かな原動力なのです。

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

ミックス
責任ある木質資源を使用した紙
FSC® C014687

02 Top Message
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

06 Toward Water Positive
水といのちを育む森。自然と共生する社会の実現

08 More Sustainable Future
地球規模の課題に取り組む環境ビジョン

10 YAMAZAKI DISTILLERY since 1923
サントリーウイスキー誕生100周年

12 Beginning of Innovation
ひたむきな道の始まり。語り継がれるレガシー

14 Quality & Craftsmanship
最高品質で新たな感動を届ける

16 Ever Evolving Tastes
日々の暮らしを彩り、豊かなひと時を提供する

18 やってみなはれ

20 利益三分主義

26 世界に市場を広げる
グローバルな事業展開

30 History
いまのサントリーを支える歴史

34 Corporate Profile
企業概要

発行日：2023年8月24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のではありません。
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　Our Purpose

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

わたしたちの価値観　Our Values

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。

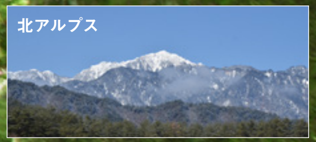
企業理念についての
動画をご覧ください

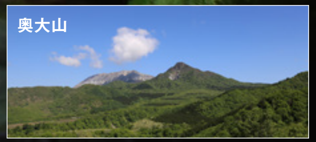
Toward Water Positive

水といのちを育む森
自然と共生する社会の実現

サントリーは2030年までに全世界の自社工場の過半数において、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ます。

サントリーにとって最も大切なもの。水は、森からやってきます。森に降り注ぐ雨が大地に優しく包み込まれ、地下深くで磨かれていく。清らかな天然水は、20年もの歳月をかけて澄みわたり、おいしく育まれます。自然の恵みをいただく地下水の安全安心とサステナビリティを守るために。日本では、工場の水源エリアに広がる全国22か所の「天然水の森」で水資源を守り、生物多様性の保全に取り組む活動を展開しています。





サントリーがつくるビールやウイスキー、清涼飲料には森が育む天然水が使われています。その水源涵養エリアに設定した「サントリー天然水の森」は日本各地に22か所、総面積は12,000haに及びます。それぞれの森がもつ魅力や抱える課題は、一つとして同じものはありません。水といのちにとっての理想の森になるように、サントリーは森と向き合い、直面する様々な問題に取り組んでいます。

SUNTORY

汲み上げる地下水量以上の水を森で育む。「天然水の森」の水源涵養活動。

サントリーは水に生かされている会社です。良い水がなければ、ビールも、清涼飲料も、ウイスキーもつくることはできません。サントリーでは、水源涵養（かんよう）機能の向上と生物多様性の再生を目的とした活動である「天然水の森」を2003年にスタートさせました。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。活動を進めるにあたっては、さまざまな分野の第一線でご活躍されている研究者と連携しており、科学的な根拠に基づいて100年先をも見据えた継続的な活動を行っています。
同じ森は一つとしてありません。それぞれの「天然水の森」がどんな特徴や課題を抱えているのか。まずは科学的根拠に基づいた調査・研究（Research）をベースに、その森に最適なビジョン＝活動整備計画を立て（Plan）、プロによる整備作業（Do）、結果の検証（Check）、改善や再調査（Action）といった、R-PDCAのサイクルを回しています。

美しい水を未来へとつなぐ次世代環境教育「水育」。

子どもたちが自然のすばらしさを感じ、水や、水を育む森の大切さに気づき、未来に水を引き継ぐために何ができるのかを考える、そのきっかけ作りになるプログラムが「水育」です。「サントリー天然水」のふるさとで自然を体験する「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。

サントリーグループの経営基盤は、地球環境。生態系の循環システムと生物多様性を守る。

豊かな森には、土の中から高い木の上まで、たくさんの生命が息づいています。しかし、様々な問題を抱える森では、水や生き物たちも危機に瀕しています。放っておけば水は涸れ、生き物がいなくなることも起こりえるのです。サントリーは、木々のDNAにまでこだわった植樹や森の整備とともに、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積極的に行っています。1973年から展開している「愛鳥活動」や「ワシ・タカ子育て支援プロジェクト」などもその一つです。またサントリーグループは、持続可能な社会の実現に向けて、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。国際的な目標の達成への貢献を図るため、天然水の森の「自然共生サイト」の認定取得を目指しています。

サントリー天然水の森　生物多様性「再生」レポート

日本の森が抱えるさまざまな課題をまとめた「FACT DATA」編と、それらの課題解決のために「サントリー 天然水の森」で取り組んできた先進的な活動事例をわかりやすく解説した「ACTIONS」編で構成した冊子。2022年に発刊しました。

Corporate Communication Book 2023

More Sustainable Future

地球規模の課題に取り組む環境ビジョン

2050年までに、バリューチェーン全体で温室効果ガス（GHG）排出実質ゼロを目指します。

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し、資源の枯渇により生産コストも増加するリスクがあります。サントリーグループは、気候変動を事業を継続する上での重要課題の一つと認識し、省エネルギー活動を推進。再生可能エネルギーを積極的に導入するなどして、2030年までに自社拠点でのGHG排出量を50%削減、バリューチェーン全体では30%を削減し、2050年までに実質ゼロを目指す脱炭素社会の実現に向けた様々な取り組みを行っています。

グリーン水素を製造するシステムを「サントリー天然水 南アルプス白州工場」と「サントリー白州蒸溜所」に導入予定。

サントリーホールディングスは山梨県と環境調和型の持続可能な社会の実現に向けた基本合意書を締結。2025年に、CO2を排出しないグリーン水素を製造する国内最大規模の「やまなしモデルP2Gシステム」を、「サントリー天然水 南アルプス白州工場」と「サントリー白州蒸溜所」へ導入することを目指します。

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

第4の水源地として新設された「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」では、循環型かつ脱炭素社会の実現に貢献すべく、業界トップクラスの省資源・省エネルギーを追求。県内の水力発電由来のクリーンな電力を使用し、地域の間伐材を利用したバイオマスボイラーも導入するなど、地域との共生やエネルギーの地産地消にも尽力しています。

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。

サントリーグループは、最新テクノロジーや経験に基づく知識を駆使し、環境に配慮した使いやすいペットボトルの開発に力を入れています。2030年までにグループが使用するすべてのペットボトルについて、リサイクル素材と植物由来素材に100%切り替え、化石由来原料の新規使用をゼロにするという目標を掲げています。

使用済みペットボトル

新しいペットボトル

「ボトル to ボトル」水平リサイクル※1

※1 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

化石由来原料の新規使用ゼロの実現に向けて「ボトルtoボトル」水平リサイクルを推進し、資源循環と脱炭素に貢献します。

リサイクル

ボトルは資源！
サステナブルボトルへ

飲用・消費

原料＝使用済みペットボトル。繰り返しボトルを再生できるため
新規原料の使用削減

新規化石由来原料から製造する場合と比較して
CO2 排出量を約 60%削減※2

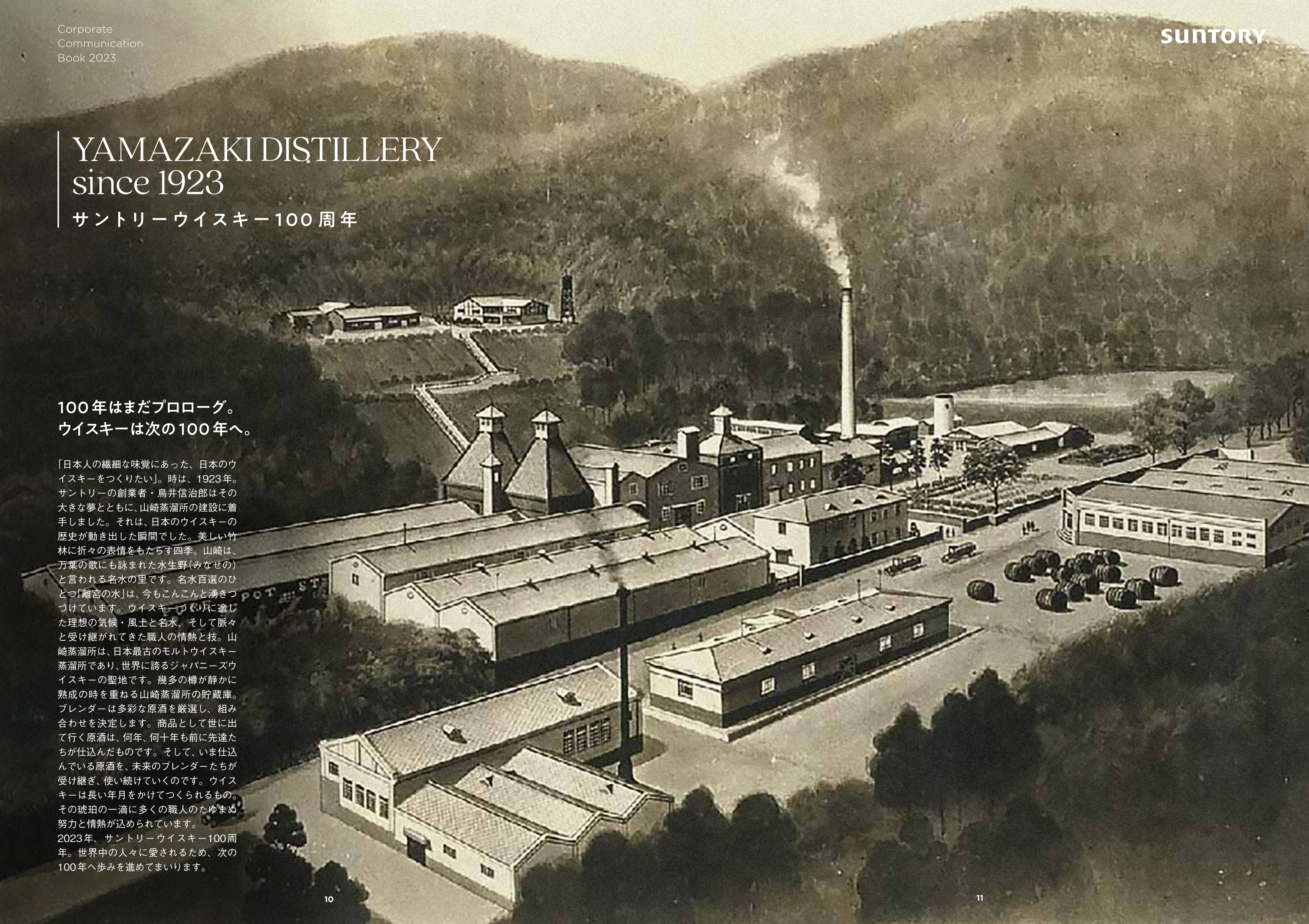
※2 使用済みペットボトルからプリフォーム製造までの工程において

2022年実績	2030年目標
国内清涼飲料事業でのペットボトルのサステナブル素材使用率	グローバルでのペットボトルのサステナブル素材使用率
46%	100%

・グローバルでのペットボトルのサステナブル素材使用率24%

サントリーグループのサステナビリティはこちら

SUNTORY



YAMAZAKI DISTILLERY since 1923

サントリーウイスキー100周年

100年はまだプロローグ。ウイスキーは次の100年へ。

「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」。時は、1923年。サントリーの創業者・鳥井信治郎はその大きな夢とともに、山崎蒸溜所の建設に着手しました。それは、日本のウイスキーの歴史が動き出した瞬間でした。美しい竹林に折々の表情をもたらす四季。山崎は、万葉の歌にも詠まれた水生野（みなせの）と言われる名水の里です。名水百選のひとつ「離宮の水」は、今もこんこんと湧きつづけています。ウイスキーづくりに適した理想の気候・風土と名水、そして脈々と受け継がれてきた職人の情熱と技。山崎蒸溜所は、日本最古のモルト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の聖地です。幾多の樽が静かに熟成の時を重ねる山崎蒸溜所の貯蔵庫。ブレンダーは多彩な原酒を厳選し、組み合わせを決定します。商品として世に出て行く原酒は、何年、何十年も前に先達たちが仕込んだものです。そして、いま仕込んでいる原酒を、未来のブレンダーたちが受け継ぎ、使い続けていくのです。ウイスキーは長い年月をかけてつくられるもの。その琥珀の一滴に多くの職人のたゆまぬ努力と情熱が込められています。
2023年、サントリーウイスキー100周年。世界中の人々に愛されるため、次の100年へ歩みを進めてまいります。

Beginning of Innovation

ひたむきな道の始まり
語り継がれるレガシー

洋酒文化の礎を築き
世界へ飛躍したワイン事業。

サントリーの歴史はワインづくりから始まりました。創業当時、洋酒は高価な舶来品。なんとかして自分たちの手で優良な純国産ワインを生み、日本に洋酒文化を開かせよう。創業者の鳥井信治郎の信念が、サントリーの洋酒づくりの原点となりました。美しい赤い色にこだわり、日の丸の赤い玉を名に冠した甘味葡萄酒「赤玉ポートワイン」（現「赤玉スイートワイン」）は、1907年に誕生。日本初の国産ワインは驚異的な売り上げを記録しました。そして、1983年。サントリーのワイン事業は新たな道を切り拓きます。舞台はフランス、ボルドー。17世紀から歴史を重ねるグランクリュ、シャトー ラグランジュです。サントリーは、1929年の世界恐慌以降、荒廃し、存続の危機にあったシャトーの経営に参画。荒れ果てた畑を改植し、醸造設備を一新して、地に墜ちたシャトーの名声を取り戻しました。現在、この時植えられたぶどうの樹がラグランジュの主力となり、新たな創造のステージが始まっています。

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。

ワイン事業のルーツにつながる「登美」は、国際的にも評価の高い日本最高峰ワイン。サントリーはシャトー ラフィット・ロートシルトをはじめとする世界の名門ワイナリーやシャンパンメゾンとも提携。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。

日本人の味覚に合うウイスキーを。
積み重ねる継承と革新。

鳥井信治郎が、天王山の麓の山崎で日本初となるモルトウイスキー蒸溜所の建設に着手したのは1923年のこと。ウイスキーは熟成して製品になるまでに長い年月を要します。ところが、1929年に発売された最初の国産ウイスキー「白札」はお客様に受け入れられませんでした。改良を重ねて、1937年に「角瓶」を発売。その後も「オールド」、「ローヤル」といった名酒が次々と生み出され、信治郎の想いは息子で二代目マスターブレンダーとなった佐治敬三に受け継がれていきます。日本が豊かになり、高度経済成長が頂点を極めつつあった1980年代初頭、「価値観が多様化する時代には、個性の強いシングルモルトが好まれる」。そんな嗅覚を効かせた敬三の、日本のウイスキーづくりの新たな一歩。それが「山崎」です。山紫水明の地、山崎の風土そのままに、穏やかで奥深く。確固たる風味を持ったシングルモルトウイスキー「山崎」は1984年に生まれました。

サントリー工場見学オフィシャルサイト

工場行こう! ファクトリップ

各地の工場見学では、ものづくりの歴史と技術を様々な角度から深掘りしてお伝えしています。オフィシャルサイト「ファクトリップ」には、全国のサントリー工場の魅力やものづくりのこだわり情報が満載。さぁ、一緒にファクトリーを巡る旅へ。

ファクトリップはこちら

Quality & Craftsmanship

最高品質で新たな感動を届ける

SUNTORY

良質な天然水のふるさと、阿蘇の「サントリー九州熊本工場」は「ザ・プレミアム・モルツ」が発売された2003年に竣工。2023年、ともに20周年を迎えました。

世界最高峰のビールは、サントリーがつくる！醸造家が追い求めた夢と挑戦。

天然水のビール工場から SUNTORY

世界で一番飲まれているピルスナービールの「最高峰のビールをつくりたい」。1982年に研究開発を始めて以来、醸造家が追い求めたのは、ホップの花のような上質な香りと、深いコク、味わいでした。それから約20年、進化と挑戦の歴史を経て2003年に誕生した「ザ・プレミアム・モルツ」は、2005年から2007年にモンドセレクション・ビール部門で最高金賞受賞。サントリーのビールのおいしさは世界に認められ、多くのお客様に愛されながら進化し続けています。開けた瞬間からおいしさが溢れ出すその一杯には、醸造家一人ひとりの情熱とこだわりが宿っているのです。

比類無き品質の追求で苦節を歓喜に変えたビール事業。

1963年から始まったサントリーのビール事業は、幾多の苦難を乗り越えながらの挑戦と創造の連続でした。高度経済成長を背景に、ウイスキー事業を続けてさえいれば将来は安泰だと思われていた時代。すでに寡占状況にあったビール事業への新規参入は困難を極めました。その苦戦を好転させたのが、品質の追求です。そうして赤字の時代も耐え続け、邁進したすべてのサントリアンの情熱と努力、執念の結集から生まれた最高の１杯。「ザ・プレミアム・モルツ」は、2023年に発売から20年を迎えました。

新しい味わいとスタイルで感動を届ける洋酒文化の創造。

ワイン、ウイスキー、ビール事業へと挑戦を続けてきたサントリーには、創業以来、120年以上にわたり洋酒文化を育ててきた自負があります。その根底にあるのが「お客様に、いつも新しい感動を」という想いです。長い歴史の中で培われた洋酒づくりの知見や技術は、カクテルというさらなる味の広がりへと発展しました。1936年発売「ヘルメスドライジン」に始まり、「角ハイボール」や「こだわり酒場のレモンサワー」、「翠ジンソーダ」、「ほろよい」など、様々な飲み方で愉しめる商品カテゴリーは多種多様。長い歴史の中で培われた洋酒づくりの知見や技術を活かし、洋酒文化の新たな可能性をひろげます。

Ever Evolving Tastes

日々の暮らしを彩り、豊かなひと時を提供する

サントリー天然水

1991年に発売された日本のミネラルウォーター市場No.1※ブランド。清冽でおいしく、ナチュラル＆ヘルシーという独自価値による存在感で、幅広い層のお客様に支持されています。
※当社調べ

伊右衛門

京都の老舗茶舗「福寿園」の茶匠が茶葉を厳選し、緑茶本来の豊かな味わいを引き出したロングセラー。2013年には体脂肪に働きかける緑茶「伊右衛門 特茶」も発売。

BOSS

"働く人の相棒コーヒー"として親しまれ、話題性のある広告やキャンペーン展開も注目される「BOSS」。多様なニーズを捉えたラインナップも強化、拡充を続けています。

ライフスタイルの変化に合わせて成長し続ける清涼飲料水。

健康志向や一人当たりの水分摂取量の増加に伴い、飲料の消費量は増加傾向にあります。サントリー食品インターナショナル（SBF）では、水、コーヒー、無糖茶などのさらなる成長を促し、今後もライフスタイルやニーズの変化に合わせたブランド価値の向上を目指します。

街角やオフィス、公共施設など、様々なシーンで活躍しているサントリーの自動販売機は商品ブランドの販売をバックアップ。災害時の備蓄対策としても機能しています。

健やかで輝いた毎日を応援

ウエルネス事業

サントリーは長年にわたる食の科学的研究や品質管理技術を礎に、健康・ライフサイエンス事業に参入しました。「健康科学研究所」の研究成果をベースにした「自然のちから」シリーズからは「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.（エファージュ）」や「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。

飲食の豊かな楽しさを広げる

外食・加食事業

サントリーグループは、様々な業態で新しい飲食シーンをご提案しています。プロントコーポレーションはカフェとバーを融合させた「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。

暮らしに潤いをもたらす

フラワー事業

花のある暮らしの提案を目的に設立されたサントリーフラワーズは、花と野菜の苗、青果、切り花の開発・生産・販売を手がけ、世界30カ国以上で事業展開しています。不可能といわれた青いバラの開発にも成功しました。

赤玉ポートワインの成功により着手したウイスキー事業が軌道に乗り、社名を「サントリー」とした1963年。ビール事業に参入したいと訴えた二代目社長の佐治敬三に、創業者の鳥井信治郎はしばらく考え込んだあと、こう応じました。

「やってみなはれ。やらなわからしまへんで」

失敗を恐れず、挑戦しなさいと背中を押したひと言は、現状に甘んじることなく、飲料から健康食品まで、様々な事業分野を開拓してきたサントリーの精神を表しています。サントリアンたちは、挑戦の道の途中で壁を前にした時、この言葉を思い浮かべて奮起します。「やってみなはれ精神」はサントリーのDNAとして受け継がれているのです。

やってみなはれ精神から生まれた新たな取り組み

サントリー食品インターナショナル株式会社
SBFジャパン　イノベーション開発部
高橋大樹さん

予想外の好反響から可能性を広げた新展開
TAG LIVE LABEL

「TAG LIVE LABEL」は都内のアミューズメント施設や映画館などに導入され、“推し活”ファンも魅了しています。

「『TAG LIVE LABEL』は、ドリンクとラベルのカスタマイズサービス『TAG COFFEE STAN（D）』から生まれた新規事業。ビジネスパーソンを主な顧客層に想定していた商品が、アイドル好きの女性たちの“推し活”アイテムとして受け入れられたことをきっかけに、特別な体験に特化した事業拡大の可能性につながりました。イベント会場などで購入されるお客様と夢中になる気持ちを共有できる商品になったとうれしく思っています。」

サントリー株式会社
ビールカンパニー マーケティング本部イノベーション部
佐藤勇介さん

自由につくって楽しむ
ビアボール

柔軟なものづくりの姿勢で飽和状態のビール市場に新機軸を打ち出した「ビアボール」。

「『ビアボール』の開発には、地域の飲食店と寄り添い続けた岡山での営業経験が活かされています。サントリーを街に浸透させて好きになってもらいたいという一心でお店をまわり、お付き合いを広げていく中で、人がどう考え動くのかという答えを探り続けた日々でした。コロナ禍による家呑みの普及が時流を捉えたことも功を奏し、ウイスキーやサワーのように割って楽しむ自由なビールの発想につながりました。」

サントリー食品インターナショナル株式会社
VM事業本部
森 新さん

リアルなコミュニケーションを!
社長のおごり自販機

「サントリーの自販機事業は、自販機の価値を再定義し、新しい付加価値を見出すことが使命。飲料を販売する箱ではなく、消費者にとって一番身近でもっとも優れた小売店の一つであるべきと考えています。大きな進化や差分がない状態が長く続く中で、世界を驚かすような新サービスを生み出し、自販機の素晴らしさを再発信したい。そんな想いから、サントリーの“元気印”になり得る『社長のおごり自販機』のアイデアが生まれました。」

「社長のおごり自販機」は社員証を２人で同時にかざすと会社負担の無料の飲み物が１本ずつ提供される法人向けサービス。

右：創業者の鳥井信治郎。左：生活困窮者のために開設された「今宮診療院」。国民皆保険の時代を迎えた昭和51年（1976）まで、地域の人々に救いの手を差し伸べ続け、その歴史を閉じた。

SUNTORY

利益三分主義

詳しくはこちら

邦寿会が運営する大阪市旭区の特別養護老人ホーム「高殿苑」と同敷地内にある「つぼみ保育園」。邦寿会は、お年寄りと園児たちが自由に触れあえるような世代を越えた人のつながりも大切にしています。

創業者の鳥井信治郎は事業の鬼といわれるほど、商売に情熱を傾けた人でした。そして、その反面、幼い頃に母に感化された篤い信仰心や社会への謝意から、我を顧みないほどの深い理解と実行力で多くの社会事業を手がけました。

時は大正10年（1921）、あらゆる物価が急騰し、米騒動やシベリア出兵なども重なって、民生の安定が強く求められた第一次世界大戦後の恐慌下。鳥井信治郎は、生活に困窮していた大阪の愛隣地区（西成区海道町）の人々に無料診療と施薬を行う「今宮診療院」を開設します。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。夫人のクニの「邦」と、サントリーの前身の寿屋の「寿」から名付けられた「邦寿会」は、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、実現しました。戦後の混乱期には戦災者と海外引揚者のための施設や宿泊所を提供。復興期には社会福祉の法整備にともない、それらの施設を母子寮や養護老人ホーム、保育所などへと発展させるなど、大阪市の社会福祉活動に大きな貢献をしました。

鳥井信治郎は「陰徳あれば、陽報あり」、「良いことをしたとき、人はそのお礼を受けとってはいけない」と、常々口にしていました。そして、「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『お客様、お得意先』『事業への再投資』に加え『社会への貢献』に役立てる」という「利益三分主義」の信念を貫きます。ウイスキーづくりなどの幅広い事業に挑戦しながら社会福祉活動にも熱心に取り組んだのです。「利益三分主義」の信念はサントリーグループの精神として、社員たちの心に根付き、今も生き続けています。

FOUNDATION

文化芸術分野で次世代育成にも尽力
サントリー芸術財団

1969年設立の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。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

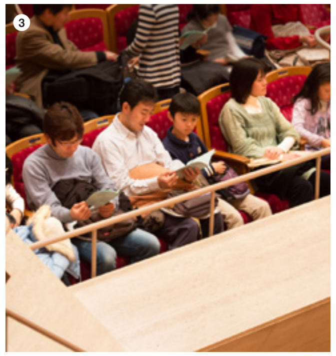
SUNTORY HALL

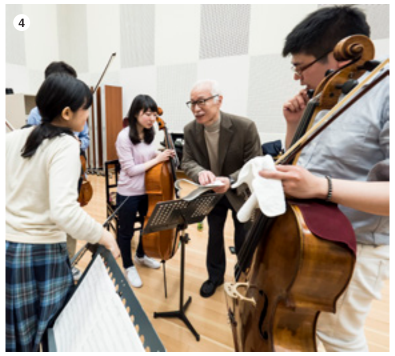
**「世界一美しい響き」を目指して
最高の音楽体験を創造する**

演奏家と聴衆が一体となった臨場感溢れるサントリーホールには毎年約60万人のお客様が訪れ、世界最高峰の音響と最高の音楽体験を通して、音楽の歓びを体感していただいています。1986年の開館以来、若い世代のクラシック体験の充実にも力を入れており、「こども定期演奏会」や「いろいろドレドレ―美術と音楽に親しむワークショップ＆コンサート―」(②)、小中学生を対象とした公演招待「佐治敬三 ジュニアプログラムシート」(③)、特別支援学校の子どもたちを招待して行う「チャレンジド・チルドレンのための室内楽演奏会」(①)など様々な取り組みを行っています。また、若手音楽家を対象とした、オペラと室内楽の二部門からなるアカデミーを開講し、世界コンクールで優勝するアカデミー生も輩出するなど、世界で活躍する音楽家の育成も行っています(④)。

1

2

3


4


サントリー美術館

サントリー美術館
SUNTORY MUSEUM of ART

サントリー美術館が1日だけ"こども専用美術館"となる、「まるごといちにち こどもびじゅつかん！」の開催や、中・高校生向けに"部活動"としてワークショップやレクチャーを楽しんでもらう「サン美術部」など、子どもたちの創造性や感受性を引き出すプログラムも豊富に行っています。

**「都市の居間」としての美術館で
生活の中の美を愉しむ**

サントリー美術館では、国宝を始めとする3000件以上の作品を所蔵し、毎年約30万人のお客様をお迎えしています。子どもから大人まで幅広くアートの楽しみを伝えるイベントの開催や動画など「ラーニングプログラム」にも注力。年間を通じて中学生以下の入館料は無料です。

藍色ちろり　日本　18世紀　サントリー美術館

サントリー文化財団 SUNTORY FOUNDATION

サントリー地域文化賞

サントリー文化財団の事業の一つに、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44年間で47都道府県の235団体が受賞。継続性や独創性、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です。

2020年 サントリー地域文化賞受賞
ひろしま安芸高田 神楽の里づくり

sunbor 公益財団法人 サントリー生命科学財団

SunRiSE
Suntory Rising Stars Encouragement Program in Life Sciences

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。

Corporate
Communication
Book 2023

寄りそう
支える
明日のために

SUPPORTING COMMUNITIES

さんさんと太陽の光がふりそそぐように。2011年の東日本大震災直後よりサントリーグループは「サントリー東北サンさんプロジェクト」を立ちあげ、被災地のいち早い復興を願い、ひとりでも多くの笑顔と希望につながることを目指して、様々な活動を続けています。
私たちは災害復興支援をはじめ、現地へ赴き、人と人とのつながりを大切にしながら、人と、社会と、響きあう地域活動になるよう取り組んでいます。

東北に新しい風と未来の種を「みらいチャレンジプログラム」

東日本大震災から10年が経過した2021年より、被災3県で地域活性化を目指す新たな活動に対する奨励金として「みらいチャレンジプログラム」はスタートしました。

これまでに寄せられた計770のチャレンジのうち110を採択し、これらの事業は東北のみらいづくりに向けた"新たな一歩"として地域で芽吹き開花しています。

「みらいチャレンジプログラム」第2期採択事業の活動風景
（福島県いわき市田人里山再生委員会
田人ブランド米プロジェクト「希望の一粒」）

「サントリー チャレンジド・スポーツ アスリート奨励金」の記者発表

スポーツを通してダイバーシティな社会を目指す「チャレンジド・スポーツ プロジェクト」

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。日本全国のアスリート及び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などの活動を行っています。

ラグビーチーム
東京サントリーサンゴリアス

1980年創部の「東京サントリーサンゴリアス」は東京都港区・府中市・調布市・三鷹市をホストタウンとし、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回と数多くのタイトルを獲得する、国内外に知られるラグビークラブ。現在はジャパンラグビーリーグワンに所属し、多くのファンを魅了し続けています。

SPORTS

アスリートのひたむきな、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には、見るものすべてに興奮や感動をもたらし、皆の想いを一つにつなぐパワーがあります。そして、勇気や情熱、夢を持つことの大切さを私たちに教えてくれます。スポーツが持つ力は、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、さまざま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

「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」は、プロゴルファーはもちろん、アジア・オセアニア各国のアマチュア選手の招聘など開かれた女子プロゴルフトーナメントとして1990年から開催しています。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、神戸を舞台に世界へと大きく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。

サントリー所属 渋野日向子プロ

バレーボールチーム
サントリーサンバーズ

「サントリーサンバーズ」は、大阪府箕面市を本拠地とする男子バレーボールチーム。V.LEAGUE DIVISION1 MENに所属し優勝9回、黒鷲旗全日本選抜大会でも優勝9回という輝かしい戦績を誇り、『2023アジアクラブ男子バレーボール選手権大会』では日本チーム勢初となるアジアNo.1の称号を手にしました。

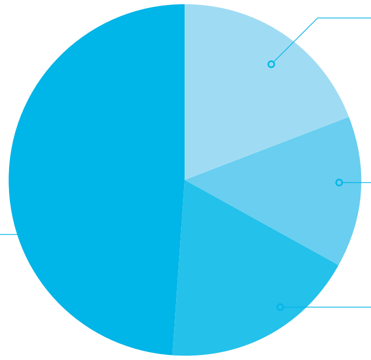
世界に市場を広げる
グローバルな事業展開

アメリカ合衆国に本拠を置く蒸溜酒メーカーのビームサントリー、シュウェップスやオランジーナなどのヨーロッパ主力ブランドをはじめとする飲料事業を展開するサントリー食品ヨーロッパ、飲料と健康食品の２つの事業を統括するサントリー食品アジアパシフィックなど、サントリーグループは欧米とアジア太平洋地域で、清涼飲料や食品の製造・販売事業をグローバルに展開。様々なブランドが多くの人に愛され、世界各国の市場で安定的な地位を築いています。

地域別売上

2022 年度
売上収益（酒税控除後）

26,588 億円



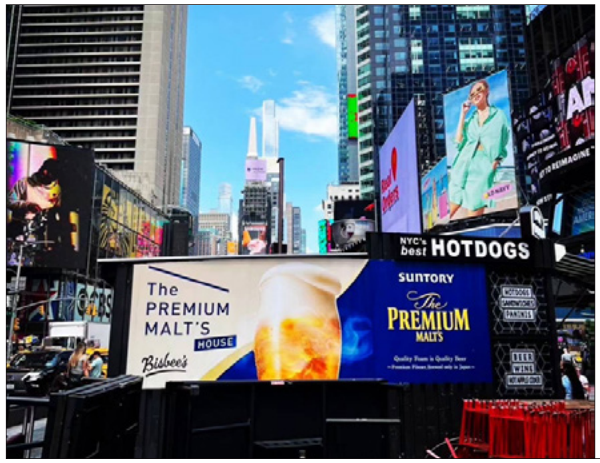
海外市場を切り拓く最新事業事例

オセアニアやアジアでも売り上げ好調
各国の嗜好やニーズに合わせた味わいを追求する「BOSS COFFEE」

サントリー食品インターナショナルは、世界各国のお客様の嗜好に合った味わいを探求。新しい素材・技術の開発も行っています。2019年にオーストラリアとニュージーランドで発売した「BOSS COFFEE」は、多くの技術やノウハウが蓄積されたBOSSブランドの知見を生かし、オセアニアのマーケティングチームと連携して開発。アメリカでは通信販売を中心に展開し、アジアではタイ、ベトナムに続き、香港、シンガポールでも販売を開始。各国で好調な売れ行きをみせています。

多様な国籍・文化をおいしさで凌駕
瞬間凍結粉砕の果実感が大ヒット缶チューハイ「－196」

サントリー初の海外へのローカライゼーション商品としてオーストラリアを皮切りに大ヒットしている缶チューハイ「－196」。果実を丸ごと瞬間凍結して粉砕し実現した「－196℃製法」をブランドの核に、各国の消費者の嗜好に合わせた甘みや酸味、アルコール度数を調整。フレッシュな果実感と期待を超えるおいしさに各国で感動の声が広がっています。



NYを皮切りに9都市で展開
“神泡”のおいしさが世界を圧巻「The PREMIUM MALT'S HOUSE」

「The PREMIUM MALT'S HOUSE」はザ・プレミアム・モルツのおいしさと世界観を知ってもらうためにオープンしたポップアップストア。最高品質のビールを最高の状態で提供するお店を、東京駅の八重洲口に2023年2月にオープンしました。2023年7月からは、そのおいしさを世界へ広げるため、ニューヨーク、ロサンゼルス、韓国、台湾、シドニー、シンガポールといった世界の都市でも期間限定で展開中。海外のお客様にも“神泡”のクリーミーな味わいをお楽しみいただき、好評を得ました。

海外にも広がるサステナビリティ活動

アメリカ　ケンタッキー州　メーカーズマーク　天然水の森

フランス　グラン・パーク・ミリベル・ジョナージュ自然公園

世界各国のグループ全体で共有する「水理念」
「水と生きる」取り組み

アメリカでは、メーカーズマーク蒸溜所の土地にアメリカホワイトオークを植樹する水源涵養活動やジムビーム蒸溜所の水源地域の環境保全活動を展開。フランスではメジュー工場近隣の自然公園、グラン・パーク・ミリベル・ジョナージュ内に広がる森林と水源の保全活動などを推進しています。またインドでも雨水が浸透する貯水池などを活用する、水の保全活動が進んでいます。

中国

ニュージーランド

フランス

タイ

ベトナム

インドネシア

世界中の地域課題とサステナビリティに取り組む
水育

水と自然の大切さを子どもたちと共有し、共に考える次世代環境教育プログラム「水育」は、2004年に日本でスタートしました。その活動はベトナムやタイ、インドネシア、中国、フランス、スペインでもそれぞれの国の水事情に合わせた展開に発展し、行政からも高く評価されています。また、この「水育」は様々な地域課題の取り組みにも貢献。ベトナムでは小学校のトイレや洗面所の改修が始まり、中国では小学生に節水習慣を身につけてもらい、自然のしくみや水の大切さを伝えるサステナビリティの指導にもつながっています。

いまのサントリーを支える歴史

1899年

創業者・鳥井信治郎、大阪市に「鳥井商店※」を開業し、ぶどう酒の製造販売を始める

※1921年「株式会社 寿屋」創立

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

鳥井信治郎（1879-1962）

1907年

甘味葡萄酒「赤玉ポートワイン」発売

何度も失敗を重ねながらも、時代を先駆ける新商品の開発に成功。斬新なネーミング・ボトルデザイン・広告・宣伝等もあいまって大ヒット。「赤玉ポートワイン」はサントリーの礎となる

1923年

山崎蒸溜所開設
ジャパニーズウイスキーの幕開け

日本で、日本の風土、日本人の味覚に合った本格的なウイスキーづくりに乗り出す

1937年

「サントリーウイスキー角瓶」発売

本格国産ウイスキーの誕生

ウイスキーづくりに踏み出して14年目、信治郎が長年夢見ていた日本人の繊細な味覚に合った豊かな香味を実現

1961年

サントリー美術館開館

二代目社長に
佐治敬三就任
（1961年）

文化的な活動で社会に恩返しを

1963年

「サントリービール」発売

ビール事業へ挑戦

二代目社長・佐治敬三は、現状に満足せず、絶えず成長する企業でありたいとの思いのもと、ビールへの大きな夢にチャレンジ

1973年

白州蒸溜所開設
「愛鳥活動」スタート

「環境のバロメーター」である野鳥が安心してすめる環境を守る

1983年

シャトー・ラグランジュ経営開始

日本のワイン需要の拡大とワイン文化の向上を目指して世界のワイナリー・トップブランドと提携

1986年

サントリーホール開館

人々の生活を楽しく豊かなものへ

カラヤンが「音の宝石箱」と称したワインヤードを模した大ホール。「世界一美しい響き」をコンセプトに、日本のクラシック音楽業界の中心的役割へ

1991年

「サントリー天然水」発売

1992年

缶入りコーヒー「BOSS」発売

1996年

「セサミンE」発売

自然の恵みを人々の健康へ

ウイスキーや赤ワイン、ビール、ウーロン茶などに含まれるポリフェノールの研究こそが健康食品事業の原点

2003年

サントリー「天然水の森」活動開始

「人と自然と響きあう」のもと、
自然の恵みに支えられている
企業の責務として環境経営を推進

工場で汲み上げる地下水よりも多くの水を生み出す森を育む。十年、百年先を見つめる。終わりのない約束

2004年

次世代環境教育
サントリー「水育（みずいく）」開始

世界初の
「青いバラ」
開発成功

2005年

「ザ・プレミアム・モルツ」が日本で初めて、「モンドセレクション」ビール部門で最高金賞受賞

2005年から3年連続最高金賞受賞

2007年

東京ミッドタウンに
新サントリー美術館オープン

2008年

「サントリー天然水
奥大山ブナの森工場」竣工

2009年

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

2010年

アイコンズ オブ ウイスキー
（世界部門）において、「ウイスキー
ディスティラー オブ ザ イヤー」を
日本企業として初めて受賞

ノンアルコールビールテイスト飲料
「サントリー オールフリー」発売

2011年

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

2012年

「サントリー（中国）ホールディングス」設立

「サントリー・ガルーダ・ビバレッジ」設立

メカニカルリサイクル再生PET樹脂
100%の リペットボトル※を導入

※ 市場から回収したペットボトルのメカニカルリサイクルによる再生PET樹脂を原料として50%以上使用したペットボトル

2013年

「サントリー食品インターナショナル」
東証1部上場

「インターナショナル・スピリッツ・チャレンジ2013」（ISC)にて「響21年」が
最高賞「トロフィー」受賞、 同時に
「ディスティラー オブ ザ イヤー」を受賞

2014年

「ビーム サントリー」設立
世界第3位※の
プレミアムスピリッツメーカーの誕生

※ IWSRデータより推定

2015年

海外では初となる次世代環境教育
「水育」をベトナムで活動開始

2016年

「サントリー ワールド リサーチセンター」竣工

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

海外で「ナチュラル・ウォーター・
サンクチュアリ」活動を開始

2017年

サントリーグループ「水理念」策定

「クラフトボス」シリーズ新発売

2018年

世界最大級のワインコンクール「IWC」
にて「登美 赤 2013」が日本ワインで
初めて部門最高賞トロフィーを受賞

サントリー食品インターナショナル
「100年ライフプロジェクト」始動

「サントリー環境目標2030」策定

2019年

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

サントリーグループ
「サステナビリティ・ビジョン」
「プラスチック基本方針」策定

2020年

使用済みプラスチック
再資源化事業
「アールプラスジャパン」社設立

2021年

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
「みらいチャレンジプログラム」始動

みらいチャレンジ
プログラム

「サントリー天然水
北アルプス 信濃の森工場」稼働

サントリー国内初の
CO2排出実質ゼロ工場

「サントリー環境目標2030」改定

2022年

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

2023年

「サントリー生ビール
（トリプル生）」新発売

企業概要 Corporate Profile

サントリーグループは創業以来、「価値のフロンティアへの挑戦」を続け、日本発のグローバル企業へと成長してきました。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だしていく。そしてこれからも、挑戦と成長を続け、世界中のお客様に新しい価値をお届けしていきます。

詳しくはこちら

グループ企業数

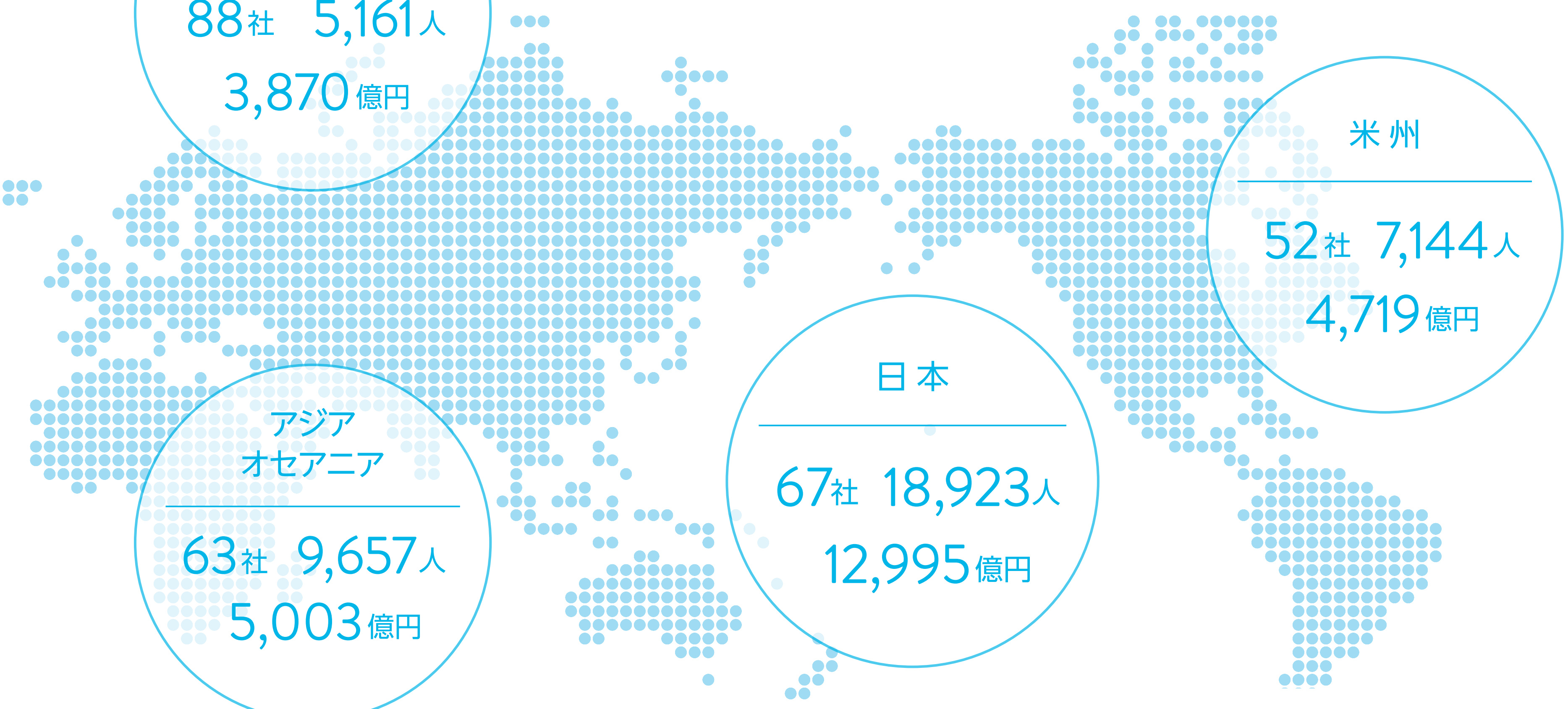
270社

連結営業利益

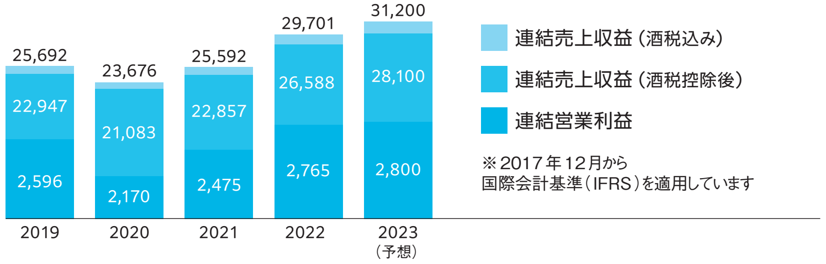
2,765億円

従業員数

40,885人



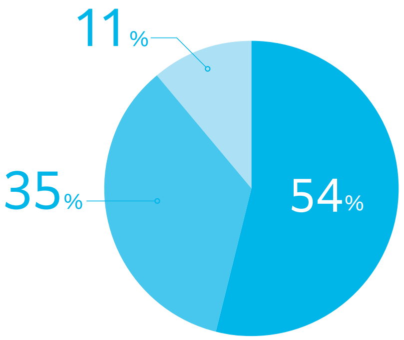
連結売上収益／連結営業利益 (億円)



※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)

26,588億円



食品 (飲料、健康飲料、他)
酒類 (ウイスキー、RTD、焼酎、ビール類、ワイン、他)
その他 (健康食品、外食、花、他)

※2022年12月31日現在

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

水と生きる SUNTORY