

サステナビリティ行動計画

お客様・お取引先と響きあう商品・サービス

目標達成：●●● 目標達成70%以上：●● 目標達成70%未満：●

■ お客様第一に安全・安心で健康に貢献する高品質な商品・サービスの提供

重点項目	中期目標	2020年度の実績	評価	2021年度アクションプラン
お客様視点に基づく品質保証	お客様からのより一層の信頼向上	<ul style="list-style-type: none"> お客様の声から品質課題を抽出し、品質改善につなげた。 フードバンク活動を継続した。 食品安全を推進するGFSI活動に参画した。 品質保証勉強会を計画的に実施した。 お客様やお客様対応者への品質保証に関する取組みや情報を啓発する品質サポートツールの見直しと、さらに活用頻度の高い情報のサポートツールを新たに作成した。 	●●●	<ul style="list-style-type: none"> お客様の声をさらにスピーディーに解析して品質課題を抽出し、速やかに品質改善につなげていく。 フードバンク活動を継続する。 食品安全を推進するGFSI活動への参画を継続する。 お客様の信頼獲得に向け、引き続きお客様対応者の対応スキルの維持・向上を図るべく、社会の要望に応える品質情報の充実・啓発に取り組む。
	グループ全体の品質保証体制強化とシナジー発揮	<ul style="list-style-type: none"> 「安全・安心の総点検活動」をグループ全体で推進した。 海外のグループ会社で、Suntory MONOZUKURI Valus (SMV) への理解が深まるようダイレクト・コミュニケーションを行なった。 海外のグループ会社で、「SMVに基づいた活動」を展開した。 海外のグループ会社に、グループ品質マネジメントシステムと品質スタンダードに則った活動を展開した。 グローバルな法規情報・リスク情報を海外グループ会社とタイムリーに共有した。 国内外のグループ会社に対して品質課題解決のための技術支援を実施。 用水および生物学的安全性品質スタンダードの定着化を図った。 	●●	<ul style="list-style-type: none"> 「安全・安心の総点検活動」をグループ全体で継続して推進していく。 海外のグループ会社で、Suntory MONOZUKURI Valus (SMV) の理解とSMVに基づいた活動がさらに推進されるようダイレクト・コミュニケーションを行なう。 海外のグループ会社に、グループ品質マネジメントシステムと品質スタンダードに則った活動を引き続き展開する。 グローバルな法規情報・リスク情報を海外グループ会社とタイムリーに共有し、早期対応できるしくみをさらに強化していく。 各社の状況に応じた技術支援施策を講じ、グループ全体の品質リスク低減の活動を推進する。
お客様とのコミュニケーション	お客様の声をこれまで以上に広く深く聞くことによるお客様との関係性の深化	<ul style="list-style-type: none"> 電話対応ならびにメール対応の外部診断の実施と改善活動PDCA強化 対応スタッフの対応品質向上のための教育研修の実施 アクティブサポート(SNSを活用したお客様サポート)の拡充 	●●●	<ul style="list-style-type: none"> お客様センターの対応品質向上に向けた継続的活動強化 外部診断等の客観的な対応品質評価とその結果によるPDCA活動の推進 対応スタッフの対応品質向上のための教育研修や勉強会の実施 営業拠点を中心に「お客様対応推進リーダー」を配置・実働 お客様センターHPを通じた情報提供の拡充 デジタル進化に伴うお客様との新たな

				コミュニケーション方法の研究・開発
お客様の声を企業活動へ反映	お客様の声を商品・サービスに活かすしくみの拡充と国内外全グループへの浸透	<ul style="list-style-type: none"> 商品化各プロセスにおけるお客様視点での事前評価活動の実施 お客様の声を経営や商品化へ活かすVOC活動の拡充（商品開発関連部門との定期的なVOC会議の実施や営業部門との連携強化） 全社員を対象としたセミナーの実施 	●●●	<ul style="list-style-type: none"> VOC活動をバリューチェーン全体により広く反映 お客様の声を活かした商品・サービスの改善 全社員を対象としたセミナーの継続実施

■ 酒類を扱う企業として責任あるマーケティングと適正飲酒の普及と啓発

重点項目	中期目標	2020年度の実績	評価	2021年度アクションプラン
責任あるマーケティングの実践	ARS観点からの不適切な酒類マーケティングの防止 ※ARS：Alcohol Responsibility and Sustainabilityの略	<ul style="list-style-type: none"> 関連部署との情報共有・会議の開催 新任マーケティング担当者へ向けた勉強会の実施 過去事例のデータベース化 	●●●	<ul style="list-style-type: none"> 定期的な会議開催・振り返り等により社内ステークホルダーからの共通認識獲得 業界動向・事例セミナー・自主基準等の共有機会を通じ、社内ステークホルダーのARS知識を深化
アルコール関連問題の予防と適正飲酒啓発	消費者・社員に対する適正飲酒の普及・啓発	<ul style="list-style-type: none"> モデレーション広告の継続実施、SNSやデジタルサイネージを活用した広告実施 社員7千人に向けた適正飲酒e-ラーニングやアルコール体質チェックを実施 	●●●	<ul style="list-style-type: none"> モデレーション新聞広告、デジタルサイネージの継続実施 毎月のSNSでの発信による適正飲酒啓発強化 社員に向けた適正飲酒e-ラーニングの対象範囲を2万人に拡大

■ サプライチェーンを通じたサステナビリティ活動の推進

重点項目	中期目標	2020年度の実績	評価	2021年度アクションプラン
原材料調達・物流におけるサステナビリティ活動の推進	サプライチェーンにおけるサステナビリティ調達の推進	<ul style="list-style-type: none"> お取引先とサステナビリティ調達方針を共有した上で、アンケートを継続実施 海外グループ会社とサステナビリティ調達方針を共有（グローバル調達会議の実施） 物流協力会社と連携した「安全推進委員会」を通じた安全性推進のしくみ強化 	●●	<ul style="list-style-type: none"> サステナビリティ調達アンケートの継続実施 環境アンケートの新規実施 海外グループ会社の活動内容のヒアリング 原料調達先に対する人権課題のヒアリング継続実施
	物流における安全性向上			<ul style="list-style-type: none"> 物流における安全性推進の継続・強化

自然と響きあう環境

目標達成： ●●● 目標達成70%以上： ●● 目標達成70%未満： ●

重点項目	中期目標	2020年度の実績	評価	2021年度アクションプラン
自然環境の保全・再生	生物多様性の象徴である野鳥の保護活動をグローバルに展開	「猛禽類」を中心とした「天然水の森」での鳥類調査は、12箇所で開催し、猛禽類の繁殖環境・営巣環境に配慮した整	●●	生態系ピラミッドの頂点である「猛禽類」を中心に「天然水の森」での鳥類調査を引き続き実施しつつ、狩猟・営巣

		備についても重点的森林に於いて実施中。		環境に配慮した総合的な森林整備を推進していく。「サントリー世界愛鳥基金」については、各種団体への助成を通じた日本国内外の野鳥保護活動への支援も継続的に進めていく。
	国内すべての「天然水の森」においてワシ・タカ類の営巣・子育てを実現 海外における野鳥保護活動の支援	<ul style="list-style-type: none"> 「サントリー世界愛鳥基金」においては、助成を通じた日本国内外の野鳥保護活動への支援。 「愛鳥活動」サイトの更新による情報発信の拡充。 		
	「天然水の森」の面積を、国内の自社工場で使用する地下水量を育む面積の2倍に拡大（12,000ha）	天然水の森では中長期ビジョンに基づき、間伐と搬出・作業道及び歩道開設・植生保護柵設置・土壌流失防止工・地域性苗木の育成と植樹等のさまざまな施策に加えて、林業技術者研修、山林の台風被害からの復旧にも取り組んだ。「育林材※1」の活用については、社内外で数多くの事例を展開しつつ、今後の展開についての強化集約の体制を確立しつつある。「天然水の森」協定面積の拡大については、2020年目標である中期目標を達成している。	●●	「天然水の森」ではより涵養力の高い、生物多様性豊かな森を目指す。具体的には、引き続き、間伐と搬出・作業道及び歩道開設・植生保護柵設置・土壌流失防止工・地域性苗木の育成と植樹等の施策に加えて、山地災害により強い森林育成に努める。「育林材※1」については、今後の活用をさらに推進する。
	水の大切さの啓発と価値の共有	「水育(みずいく)」活動内容の充実、水や水を育む自然の大切さの啓発と価値の発信を強化		17年目を迎える「水育」活動内容充実、水や水を育む自然の大切さの啓蒙と価値の発信を強化
<ul style="list-style-type: none"> 水育「森と水の学校」計6回、188名参加 水育「出張授業」計121校、9,451名参加 		●●	<ul style="list-style-type: none"> オンライン実施を本格化 水育「森と水の学校」実施計画 計74回、1,800名 水育「出張授業」実施計画 計210校、16,800名 	
<ul style="list-style-type: none"> ベトナム「水育」出張授業に約6,200名参加 インドネシア「水育」出張授業に約3,900名参加 タイの「水育」自然体験プログラムに約500名参加 			<ul style="list-style-type: none"> ベトナム水育をドンナイ省へ拡大 インドネシア水育をジャカルタに拡大 タイ水育 参加人数計画2,750名 	
環境負荷低減	サントリーグループ※2の自社工場での水原単位を15%削減※3	自社工場での水使用のさらなる削減（原単位：15年比17.0%削減）	●●●	製造設備・容器の洗浄や冷却に使用する水の削減
	サントリーグループ※2/バリューチェーン全体のCO2排出を30%削減※4	バリューチェーン全体でのCO2排出量のさらなる削減	●	容器の軽量化、再生資源の活用、工場の省エネ、国内最小電力量の自動販売機の積極導入など

※1 健全な森を育てるための整備で出てくる木材のことをサントリーでは「育林材」と呼んでいる

※2 サントリーグループ売上高（2015年）の95%以上を占める事業会社群（海外を含む）

※3 2015年における事業領域を前提とした原単位での削減

※4 2019年における事業領域を前提とした総量での削減

社会と響きあう文化・社会貢献

目標達成： ●●● 目標達成70%以上： ●● 目標達成70%未満： ●

重点項目	中期目標	2020年度の実績	評価	2021年度アクションプラン
幅広い文化・社会・学術貢献	財団活動支援を通じた貢献活動	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染拡大の状況下で、サントリーホールコンサートのWEB配信やサントリー美術館でのオンライン「まるごといちにちこどもびじゅつかん」開催 ・第42回サントリー学芸賞選考・贈賞実施、若手研究者助成実施 ・サントリーSunRiSE 生命科学研究者支援プログラムを立ち上げ若手研究者の研究支援を開始 	●●●	<ul style="list-style-type: none"> ・公益財団法人サントリー芸術財団、サントリー文化財団、サントリー生命科学財団の活動支援を通じた文化・社会・学術貢献推進 ・デジタルサントリーホールの立ち上げなど、コロナ下でもオンライン活用も含めた取り組みを拡大
地域貢献	自治体・NPOなどと連携した東北・熊本復興支援活動強化	<ul style="list-style-type: none"> ・「サントリー東北サンさんプロジェクト」、「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」における文化・芸術・スポーツ活動による支援活動は新型コロナウイルス感染防止に留意しながら規模を縮小して実施 ・7月の熊本豪雨に対して義捐金拠出および豪雨被災地域の小中学生向けに熱中症対策飲料提供等を実施 ・「サントリー地域文化賞」による地域文化顕彰による地域活動支援 	●●	<ul style="list-style-type: none"> ・「サントリー東北サンさんプロジェクト」では新たに「みらいチャレンジプログラム」を立ち上げ、岩手県・宮城県・福島県の“地方創生”・“地元活性化”を支援 ・「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」においても次世代への震災記憶の継承を目指して「水の国くまもと未来予想図プログラム」を実施 ・「サントリー地域文化賞」による地域文化顕彰による地域活動支援実施
社会貢献活動のグローバル展開	エリアにおける社会貢献活動の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・ベトナム、インドネシア、タイ中心に次世代環境教育「水育」実施 ・他エリアでの社会貢献活動の展開 	●●●	<ul style="list-style-type: none"> ・アジア地域で次世代環境教育「水育」のエリア拡大 ・他エリアでの社会貢献活動の展開
次世代育成支援	文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援強化	<ul style="list-style-type: none"> ・文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援プログラムの実施 コロナの影響でオンライン参加者も含めて約40,000名 ・チャレンジド・アスリートへの奨学金制度実施 	●●●	<ul style="list-style-type: none"> ・さらにオンラインも活用して文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援プログラムの拡大実施（参加者70,000名）
従業員の社会貢献活動参加支援	従業員が社会貢献活動に積極的に参加できるような基盤づくりと推進	<ul style="list-style-type: none"> ・ボランティア情報サイト「ボランティアーズ」の充実 ・理念浸透施策（Global Action for Water・Global Action for Humanity）に合わせて春は「水」、秋は「人」をテーマに国内外でボランティア活動を推進。 ・新型コロナウイルス感染防止のため、在宅で参加できるボランティアプログラムを拡充 ・年間参加2,030名（日本国内） 	●●●	<ul style="list-style-type: none"> ・ボランティア情報サイト「ボランティアーズ」のさらなる充実 ・理念浸透施策（Global Action for Water・Global Action for Humanity）に合わせて春は「水」、秋は「人」をテーマに国内外でボランティア活動を推進。 ・新型コロナウイルス感染防止のため、在宅で参加できるボランティアプログラムをさらに拡充 ・年間参加2,000名（日本国内）

従業員と響きあうダイバーシティ経営

目標達成： ●●● 目標達成70%以上： ●● 目標達成70%未満： ●●

重点項目	中期目標	2020年度の実績	評価	2021年度アクションプラン
人権の尊重	人権尊重を第一とする組織風土の醸成とグループ全体での人権マネジメントのしくみ構築	<ul style="list-style-type: none"> ・生産工場にて人権セミナーを実施した。（89名参加） ・工場課長研修も加え、新任役員／新任マネジャー／新入社員などの階層別人権研修を計画通り実施した。 	●●●	<ul style="list-style-type: none"> ・事業所別に同和問題をテーマとした人権セミナーを実施予定。（6事業所を予定） ・新任役員／新任マネジャー／工場課長／新入社員の階層別人権研修を継続実施する。

<p>人材育成</p>	<p>人材育成システムのしくみ強化と従業員の「やってみなはれ」の促進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各種の階層別プログラム内に、創業の精神を学ぶセッションを組み込み。創業家との対話やサントリーの歴史をベースとするワークショップを通して、自分の言葉で創業の精神を語るプログラムを実施。 ・ 「寺子屋」活動の活性化 自ら学び・教えあう風土を醸成するため、ターゲットを決めたイベントを多数実施した結果、参加者数：13,902名（前比503%）・祭数：177（前比145%） 	<p>●●●</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 階層別研修等での研修ウェビナー化による効率化促進 ・ 国内外グループ会社への理念共有の仕組みづくりの継続。 ・ 社内の学びプラットフォーム「寺子屋」活動の活性化による「自ら学ぶ・教えあう・つながる」風土醸成
<p>ダイバーシティの推進</p>	<p>多様な価値観や発想を受け入れ、活かすことにより、より大きな価値を創出するダイバーシティ経営の実現</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 営業部門の全マネジャー（約500名）に対して、アンコンシャスバイアスをテーマとしたコミュニケーションスキルアップ研修を実施。 ・ LGBTQ：インクルーシブな風土醸成にむけた継続的な取り組み（LGBTQに関する理解を深めるセミナーなど）。 ・ シニア活躍：企業の枠を超えたオープンなキャリアパス構築の支援施策として、地方創生人材施策（内閣府連動）をスタート。 ・ グローバル：海外グループ会社と連動し、設定テーマへの取り組み（国際女性DAYイベント）。 ・ ジェンダー：2030年女性管理職比率30%に向け部門課題に応じた取組スタート（2020年管理職比率10.5%、前年+0.1%）。 ・ ハンディキャップ：コラボレイティブセンターの業務・エリアの拡大展開。 	<p>●●●</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2030年女性管理職比率30%に向け、部門課題に応じた、具体的活動の実施。 ・ ダイバーシティ&インクルージョンの一人ひとりの理解・考動に向けて、研修などを通じてインクルージョン活動を強化。 ・ 海外グループ会社と連動し、グループ共通の方針策定・活動を推進。
<p>ワークライフバランスの推進</p>	<p>働き方の革新と一人ひとりが能力を発揮できる職場づくり</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 働き方改革推進リーダー制度を基盤とした取り組みを進め、ナレッジ展開の加速、RPAの活用推進を実現した。 	<p>●●</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 働き方改革推進リーダー制度を基盤に、働く人のモチベーション（面白さ）を高める取り組みを進める。