

The SUNTORY logo is centered in a bold, blue, sans-serif font. The background of the entire page is a white field with several thick, overlapping, wavy lines in shades of blue, green, and yellow, creating a dynamic, abstract pattern.

SUNTORY

『人間の生命いのちの輝き』をめざす、
私たちの取り組み

— 会社概要 2026-2027 —

「人間の生命(いのち)の輝き」を 持続可能なものに

サントリーホールディングス株式会社
代表取締役社長

鳥井信宏



サントリーグループは、「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。それが私たちの事業や社会貢献活動の目的です。

私の曾祖父である鳥井信治郎が、大阪の地でサントリーを創業してから127年。私たちが大切にしてきた価値観が「やってみなはれ」と「利益三分主義」です。サントリーの原点は、日本に洋酒文化を広めたい、日本人の味覚に合ったワイン、ウイスキーをつくりたい、という強い想いに基づく、当時は無謀ともいわれた挑戦にあります。その後も、「やってみなはれ」精神の下、新たな価値創造に向けた飽くなき挑戦を重ね、今日の食品酒類総合企業へと成長してまいりました。

また、事業で得た利益は、自社への再投資にとどまらず、お客様や社会に還元していくという「利益三分主義」の下、社会福祉、芸術・文化・学術・スポーツ振興や環境保全活動、災害復興支援などの社会貢献活動に長年取り組んできました。創業以来取り組んできた社会や自然との共生を目指した活動は、まさにサステナビリティそのもので、現在では世界中に広がっています。

特に、水や農作物などの自然の恵みに支えられて事業を営む私たちにとって、豊かな地球環境を次世代に引き継いでいくことは重要な責務です。その一環として、水をはじめ容器包装や温室効果ガス(GHG)について「サントリー環境目標2030」を掲げています。例

えば、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30%*削減」など、具体的な目標も示しています。目標達成に向け、サントリーグループ内はもちろん、社外の委託先様や取引先様、幅広い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て、さらに力強く歩みを進めます。

また、地下水を育む森の水源涵養機能の向上や生物多様性の保全・再生を目的とした「天然水の森」活動は、工場で使用する以上の水を育み水源に還元する「ウォーター・ポジティブ」の考え方が共感と賛同を得て、国内外に広がっています。次世代を担う子どもたちに水の大切さを伝える「水育」は、日本国内で20年以上続けています。今ではアジアやヨーロッパなどに広がり、各国・地域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は、米州や欧州、アジア・オセアニアなどに250社を超えるグループ企業を展開しています。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、部門を超えて互いに学びあい、高めあって、新たな価値を生み出していくことを通じて、世界中のより多くの国で、サントリーグループが誇る高品質の商品やサービスを提供していきたいと考えています。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。グループ一丸となって、世界中でたくさんの「生命(いのち)の輝き」を生み出していききたいと思います。

*2019年の排出量を基準とする

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 鳥井信宏
- 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 酒類事業 (ウイスキー)
- 20 酒類事業 (RTD/ワイン)
- 22 酒類事業 (ビール)
- 23 ノンアルコール飲料事業
- 24 食品事業
- 26 ウェルネス事業/外食・加食・フラワー事業
- 28 社会貢献活動
- 30 芸術・文化・学術活動
- 32 スポーツ推進活動
- 34 創業から続くサントリーの「人本主義」
- 38 企業情報

発行日: 2026年6月
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年以上前に社是に掲げ、
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。

事業活動

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

1899 鳥井信治郎が「鳥井商店」を創業

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

1921 日本初の国産ウイスキー「サントリーウイスキー白札」を発売、1937年には「角瓶」を発売

1923 日本初となるモルトウイスキー蒸溜所「山崎蒸溜所」の建設に着手

1929 日本初となるモルトウイスキー蒸溜所「山崎蒸溜所」の建設に着手

1937 日本初となるモルトウイスキー蒸溜所「山崎蒸溜所」の建設に着手

1963 ビール事業に再挑戦、「サントリービール」を発売

1972 食品事業（清涼飲料）を開始

1983 フランスでシャトー ラグランジュの経営に参画

1989 フラワー事業を開始、「サフィニア」を発売

1993 ウエルネス事業を開始、「セサミン」を発売

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

2014 ビーム社（アメリカ）がグループに加わる

環境・社会活動

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 東日本大震災復興支援活動「サントリー東北サンさんプロジェクト」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・若者を支援する次世代エンパワメント活動を強化

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1899年の創業以来、お客様と向き合い、新しい価値に挑戦し、ブランドやビジネスを革新し続けてきました。これからも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、長年培ってきたMONOZUKURIやブランド開発などのノウハウと、世界中の多彩な人財を結集させて、イノベーションに挑戦していきます。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。

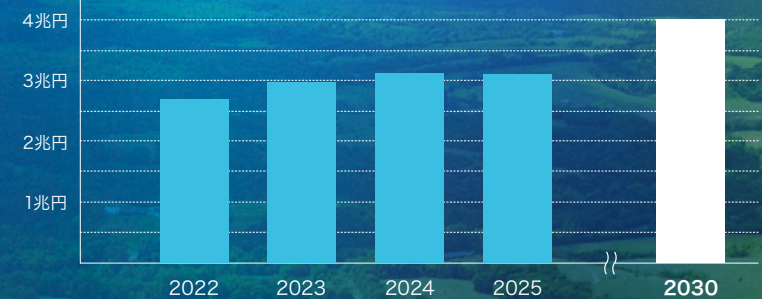
グループのすべての事業活動の未来を切り拓いていくためには、豊かな地球環境を次世代に引き継いでいくことも必要不可欠です。特に深刻化する世界の水不足問題に対しては、水源涵養活動や「水育」などのウォーター・ポジティブ活動を推進し、自然の再生に向けたネイチャー・ポジティブを実現していきます。そして、安定した社会を未来につなげるために、グローバルな成長を続けながら、得た利益を自然や社会に還元、社会貢献活動や次世代教育にも尽力し、サステナビリティでも世界を牽引します。

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」をめざして、グループ一丸となり、持続的な事業成長と自然・社会との共生の両立に取り組んでいきます。

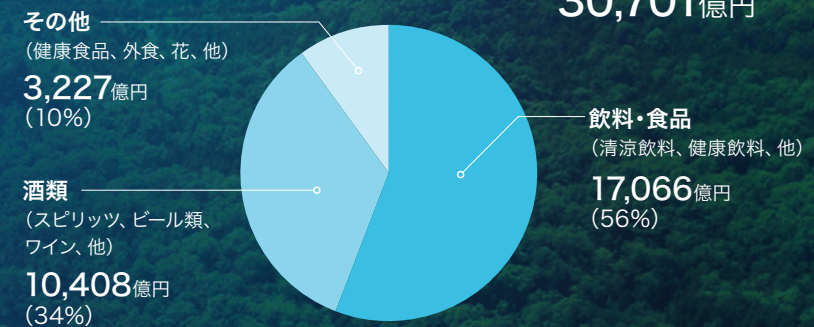
お客様に寄り添い ユニークで魅力的なブランドを世界中で確立



売上推移グラフ



売上内訳 (事業セグメント別)



2025年度 売上収益
(酒税控除後)

30,701 億円

主要展開エリアと売上構成

地域別売上 2025年度 売上収益(酒税控除後)

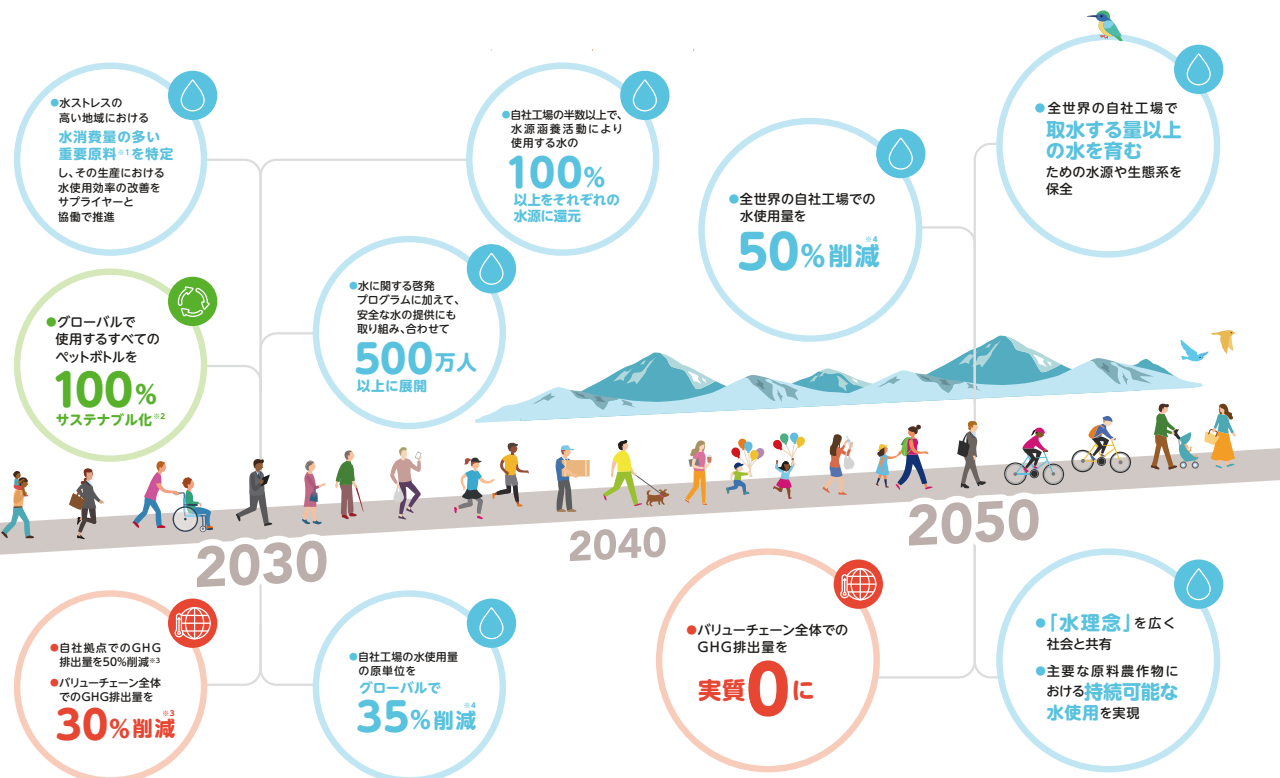


グローバル市場において、日本、米州、アジア・オセアニア、欧州の4つのエリアを主軸にコアブランドの成長を加速し、強固な展開基盤を確立。

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、取水する以上の水を育むための水源や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、大麦、ブドウ ※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段とした原単位での削減

「環境目標2030」で掲げるテーマは水、気候変動、容器包装の3つです。中でも水は、自社工場の水使用量の原単位を35%削減する節水目標において、2025年末時点で31%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水源涵養目標については、36%の工場で実現しています。



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「サントリー 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27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



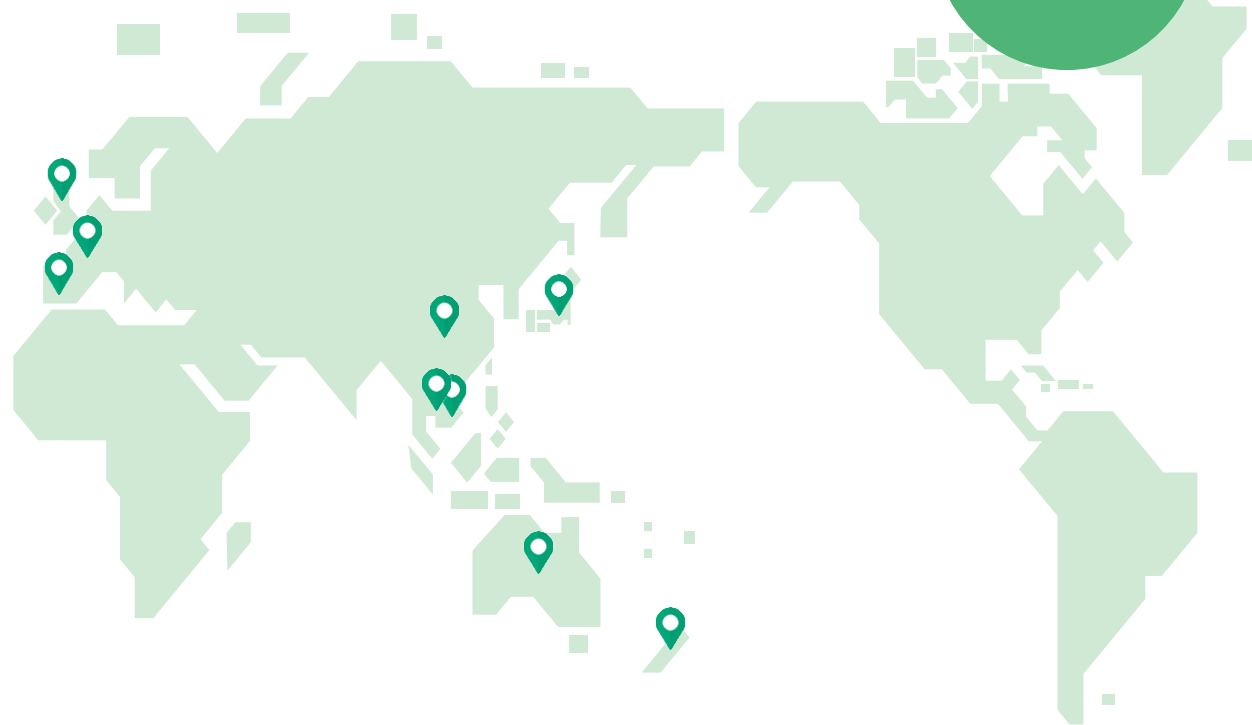
2003年にスタートした「サントリー 天然水の森」は現在、国内工場で汲み上げる地下水量の2倍以上の水を涵養しています。涵養とは、自然に水がしみこむように徐々に養い育てること。森林を整備することで豊かな土壌をつくり、雨水が保水・浸透して良質な地下水を育む活動です。海外ではアメリカのメーカーズマーク「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」プロジェクトやジムビーム蒸溜所「バーンハイム・アーボリータム&リサーチ フォレスト」、サントリー食品フランスの工場近隣に位置する「グラン・パーク・ミリベル・ジョナーージュ自然公園」での環境保全活動のほか、東南アジアでも水源涵養活動を展開しています。



水育
since 2004

グローバルへ広がる次世代環境教育「水育」

9カ国



「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です。日本では、「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、9カ国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179万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に次世代環境教育を推進していきます。(2025年12月末時点)

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8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

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「サントリーの愛鳥活動」

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「サントリーの愛鳥活動」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 グループ一体で取り組む 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量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」を掲げて取り組みを進めています。



「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、省エネの取り組みに加え、太陽光発電設備やバイオマス燃料を用いたボイラーの導入、再生可能エネルギー由来電力の調達等により、環境負荷の大幅軽減を実現。2050年GHG排出量実質ゼロ達成を目指し、さらなる削減活動を推進します。



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。



国内と欧米のすべ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・酒類事業に関わるすべ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。これにより温室効果ガスの排出量を年間約23万トン削減*することに貢献しています。

*2021年の購入電力量実績に基づく

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。また、気候変動対策にも有効な農法である「再生農業」への取り組みも加速させています。

ペットボトルの F to Pダイレクトリサイクル技術を 海外でも導入



「F to P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・る過後、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の海外展開も目指しています。

使用済みペットボトル

新しいペットボトル



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

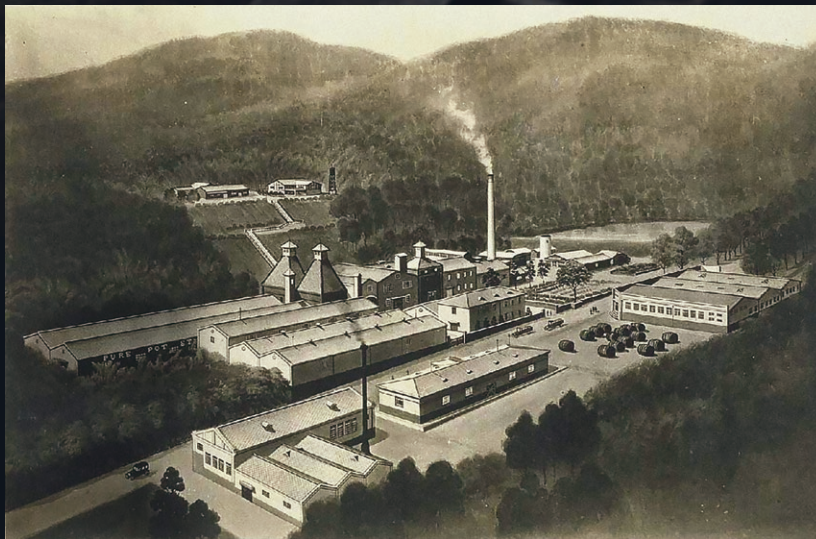
「ボトルtoボトル」水平リサイクルは、使用済みペットボトルを新たなペットボトルに再生する環境負荷が少ないリサイクル方法で、2011年にサントリーが国内の飲料業界で初めて技術を確立しました。サントリーグループは2030年までに使用するすべてのペットボトルをリサイクル素材や植物由来素材等に100%切り替え、化石由来原料の新規使用をゼロにするという目標を掲げています。



酒類事業(ウイスキー)

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日本で最初のモルトウイスキー蒸溜所である山崎蒸溜所の建設に着手しました。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 WHISKY 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 WHISKY 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育まれ、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、タイのバンコクではハイボールバー「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ティラリーでは、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。



酒類事業 (RTD)

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。ウイスキーやウオツカ、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まれています。サントリーのRTD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培われてきた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」は発売から20年以上の歴史をもつロングセラーブランド。現在、オーストラリア・中国・アメリカ・カナダ・ドイツ・英国・ニュージーランドなど、世界10カ国以上の国・地域で多くの消費者に楽しまれています。



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。



地元と一体となった改革と挑戦で
世界に名を馳せた
シャトー ラグランジュ



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いく上での大きな財産となりました。



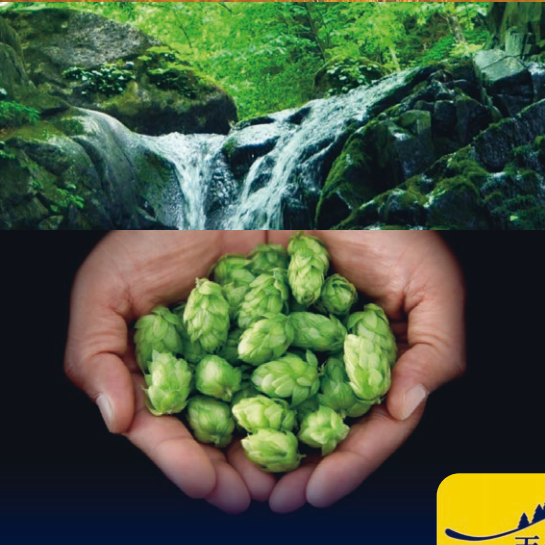
女性が両肩をあらわにした姿が世間をあっと言わせ、赤玉の名を高めた日本初のヌードポスター。斬新な宣伝手法でPR展開した赤玉は、ハイカラの象徴になりました。

酒類事業 (ワイン)

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



山梨県甲斐市「登美の丘ワイナリー」では、シャトー ラグランジュなど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、この土地でしかつく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。



酒類事業 (ビール)

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。



工場見学のオフィシャルサイト「ファクトリップ」

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
FACTORIP
工場に行きたくなるコンテンツが満載！

さあ一緒に、ファクトリーを巡る旅へ。皆さまをサントリーのものづくりの現場へと誘うさまざまなコンテンツをお届けします。



ノンアルコール飲料事業

「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

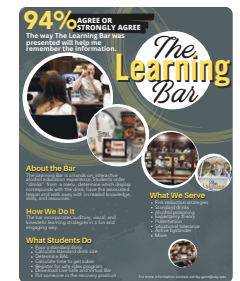
サントリーグループでは、アルコールの影響を気にせず、幅広いお客様に楽しんでいただくためのノンアルコール飲料も積極的に推進。飲む人も飲まない人も一緒に楽しめる文化を創造すべく、アルコール度数0.00%だからこそ実現できるおいしく魅力的な商品を積極的に提案していきます。



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「からだを想うのんある酒場 レモンサワー」「からだを想うのんある酒場 ワインスパークリング〈赤〉」で市場の活性化を図ります。

適正飲酒啓発活動

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年からモデ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、適正飲酒の大切さとお酒の魅力を伝える活動「ドリンク スマイル」を展開し、モデレーション広告だけでなく適正飲酒啓発セミナーやイベントなどの取り組みを幅広い年代に向けて実施しています。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。



お酒は、
なによりも適量です。

カンパイの理由。

くやしかった。
泣けてくる夜があった。
自分がただただ不甲斐なかった。
厚がましくなりたかっただが、
やっぱりそうはできなかった。
「頑張ってると思うよ、お前、うん、頑張ってる」
不意に聞こえた発言に驚いて、
僕は声が出る方に顔を向ける。
30歳離れた、A先輩だった。
今日の忘年会、来たばかりだった。
褒められる成果など一つもなく、世間話も気疲れで、
皆とゲラゲラ笑って飲むなんて、
そんな気分になれるはずもない。
「つまんないそう願してるな (笑)」
先輩にそう言われて、思わず僕は苦笑する。
自分の何を見て頑張ってると思ったのか、
そんなことはいちいち聞けなかった。
ただ、先輩がグラスをちゃんと合わせたので、
「今年もお世話になりました」と告げる。
自分が思う自分より、
誰かを見ていた自分が
ちょっとでも上向きならば、
それは、カンパイする理由になる。
ほどほどに酔って、
いつの間にか
笑っている自分がいた。

水と生きる SUNTORY



欧州



日本

米州

アジア

オセアニア



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 レインボーマウンテンブレンド」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て進化してきました。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。



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

世界中でのブランドイノベーションにより事業成長を実現

食品事業は現在、約70カ国で事業を展開しています。私たちは、全世界の多様な生活者の潜在ニーズを捉え、最適な商品・サービスを一早く届けることを使命としています。そのため、各地でお客様に愛されている既存ブランドの継続的な価値向上と需要創造に取り組んでいます。加えて、新規カテゴリーへの挑戦を通じて、お客様に幅広い選択肢を提供できるよう、ブランドポートフォリオの拡充も積極的に進めています。

■ 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

サントリーの長年にわたる食の科学的研究や品質管理技術を礎として、年間延べ200万人のお客様にサプリメントやスキンケア商品を展開しています。「人生100年時代における『シニアステージ』の『豊かな生活文化』を提案していく」というミッションのもと、商品だけではなく、会員向けサービス「サントリーウエルネスクラブ」や、それと連動した健康行動促進アプリ「Comado」、また様々な体験の機会を提供し、お客様のウエルネスライフの実現に貢献していきます。



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メンズスキンケアブランド「ヴァロン」。開発のスタートは20年以上前、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。メンズスキンケア「保湿ケア」カテゴリーにおいて2023年売上No.1(※)を誇る大ヒット商品になりました。

※富士経済「化粧品マーケティング便覧2024 No.2」2023年実績 メンズ整肌料市場の「保湿ケア」カテゴリーで売上No.1より

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PLUS」などを発売。内外美容商品の「F.A.G.E. (エファージュ)」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と共同開発商品を展開

2024年にタイを中心に「VISTRA (ヴィストラ)」「PROVAMED (プロヴアメド)」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!

全国約230施設、延べ約1万人が参加 「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」場面の多い方が、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230施設、延べ約1万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」はカフェとバーを融合させた「プロント」などの約300店舗を、「ダイナック」はバー、レストランを中心に約210店舗を展開。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。創業者が貫いた信念は、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」や、大阪市認可保育所「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、国民皆保険実現後の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・熊本地震・能登半島地震などの自然災害からの復興支援を継続して行っています。能登では義捐金・飲料の支援のほか、ボランティア活動や地域の祭り・学生・産業の支援等を行っています。また、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。



未来を担う子ども・若者を支援。 次世代エンパワメント活動を強化

子どもたちの可能性は未知数。生まれ育つ環境や状態にかかわらず、その可能性をすべての子どもたちがひらくことができる社会を実現することが私たちの想いです。思春期世代を主な対象として、先駆的に取り組んできたNPOなどと協働し、「体験格差解消の仕組みづくり」や「思春期世代の居場所のモデルづくり」などに取り組んでいます。また、「サントリー「君は未知数」基金」を創設し、次世代を担うNPOの成長・発展を支援しています。



地域貢献を通して 社員の成長につながる ボランティア活動などを推進

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促進しています。事業所内や自宅で気軽に参加できるボランティア企画や、地域のNPOの支援、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はじめとするサポート制度を拡充。また、社内専用の寄付アプリを導入するなど、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」の活動を中心として、芸術分野で様々な社会貢献活動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。



SUNTORY HALL

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上質な音楽体験を提供し、2026年で40周年を迎えます。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、音楽の持つ深い喜びを分かち合える場となるよう努めています。



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。今後も時代を見据え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。



SUNTORY MUSEUM OF ART

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「浮線綾螺鈿手箱」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。



国宝 浮線綾螺鈿手箱 一合 鎌倉時代 13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。創設以来、全都道府県から受賞者を輩出。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くことも重要な評価ポイントになっています。



SUNTORY FOUNDATION

サントリー地域文化賞



「カーネギーホール」へのサポートを通じNYの文化・芸術に貢献

ニューヨークの世界的な音楽の殿堂「カーネギーホール」とサントリーグループは、40年近くにわたる交流の中で音楽を通して人々の心を豊かにする活動に取り組んできました。現在メジャースポンサーシップ企業の1社として、コンサートへの協賛やサントリー製品の提供を実施しています。また、佐治信忠会長は2023年より同ホールの Advisory Directorを務めています。今後もカーネギーホールとの連携をさらに強化し、文化・芸術の振興に引き続き取り組んでいきます。



Photo by Jeff Goldberg / ESTO



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。

SUNBOR

公益財団法人 サントリー生命科学財団





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・山梨県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。



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。



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。2023年に創部50周年を迎え、SVリーグ初年度の昨シーズンは、「2024-25大同生命SV.LEAGUE」で通算11度目のリーグ優勝を果たしました。



野球には、ドリームマッチがある。
二度と書れない試合がある。一度でいいから見てみたい対決がある。みんなの胸を熱くするシーンが、それを現実にする。夢の舞台が、野球にはある。ひとつひとつのプレーに、これまでの野球人生をぜんぶ込めて、さあ、ここにしかない感動へ。

SUNTORY DREAM MATCH 2025
サントリードリームマッチ 2025.8.4(日) 18:00 東京ドーム

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。



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、世界への道が開かれた唯一の女子プロゴルフトーナメントとして、優勝と2位の選手に「AIG 女子オープン(全英女子)」への出場権が付与されます。また国内とアジア・オセアニア地域からトップアマチュア選手を招聘するなど、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、トーナメント会場のチャリティショップの売上などを、ジュニアゴルフの成長支援などに役立てています。



大会アンバサダーの宮里藍プロと、2025年大会優勝の高橋彩華プロ



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。

人財は原酒と一緒にや。
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、どんな人財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、人財育成を促す人本（人的資本）主義の理念を説きました。

「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、人財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、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財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



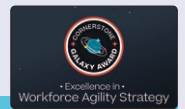
自ら旗を揚げ、新たな発想で挑戦する活動を評価
「有言実行やってみなはれ大賞」

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11回を迎えた2025年度は、世界中から475チームがエントリー。国内外の多様な「やってみなはれ」の成果が集まり、ファイナリスト10チームによる最終選考が行われました。



Growing for Good を実現するための自己成長 個々の能力を最大化する人財育成の取り組み

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ています。



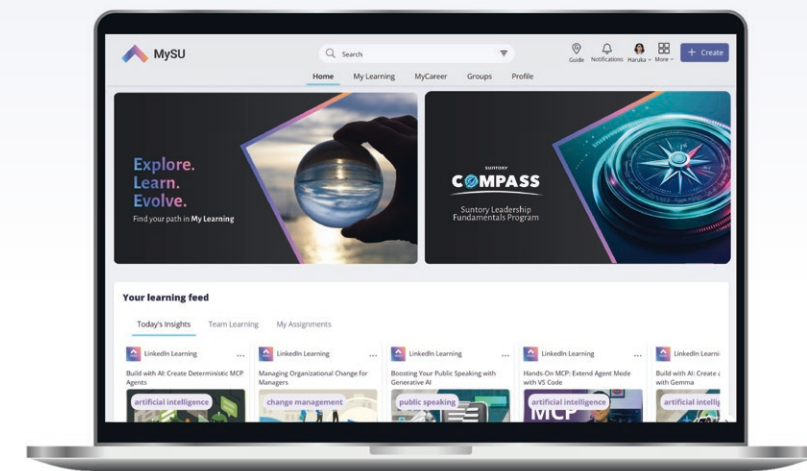
SUNTORY UNIVERSITY

「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に全社員を対象にした人財育成プログラムの総称です。「サントリアン一人ひとりの可能性を引き出す」「サントリーの文化と企業理念の醸成」「事業を成功に導くリーダーの育成」という3つの柱を軸に、様々な学習機会が提供されています。従業員学習に対するサントリーの先見性のある大局的なアプローチと、ダイナミックで包括的、かつ未来志向の学習環境づくりへの取り組みが高く評価され、2024年度コーナーストーン・ギャラクシー・アワード*において、「ワークフォース・アジリティ（組織の即応性）戦略」賞を受賞しました。

*コーナーストーン・ギャラクシー・アワードは、AIを活用した従業員体験・人財育成プラットフォームのグローバルリーダーであるコーナーストーン社が主催し、タレント・人財育成プログラムに革新的で機敏かつ影響力のあるアプローチを導入している組織をグローバルに表彰するものです。



サントリー大学が提供する「MySU: 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。個人のスキルとキャリア志向に基づき、AIによるパーソナライズされた学習体験を提供。組織全体での自ら学ぶ文化の醸成に寄与します。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 経営人財の育成

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社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、グローバル経営人財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財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を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。



COMPASS
(Suntory Leadership Fundamentals Program)

国内外すべてのマネジャーが「サントリーらしい」リーダーシップを発揮できるようになるための、グローバル共通のマネジャー育成プログラムです。自分のペースで学べるオンライン形式と他者と学びを共有できる対面式トレーニングのハイブリッド型で、Eラーニングやビデオ・音声学習、バーチャルセッション、受講者同士のコーチング、実践演習などを組み合わせて、地理的制約やワークスタイルの違いに関係なく、一人ひとりに最適な学習体験を提供します。

一人ひとりがイキイキと 働ける環境づくり

サントリーグループは、性別や国籍、年齢などにとらわれず、多様な人財と価値観を積極的に取り入れ、公平性を重視することで、新たな価値を創造し続けることを目指しています。誰もがサントリー社員としての自覚と誇りを持ち、自身の能力を存分に発揮し、自分らしくイキイキと働ける職場風土を醸成します。また、多様な個性や視点、強みをチーム力として活かし、様々な観点を取り入れて、お客様へより良い製品・サービスを提供できるよう努めています。加えて、新たなイノベーションを生み出すためには、社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（いのち）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。



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幅広い依頼内容に対応し、活躍。また、12月3日の「国際障がい者デー」には社員向けに学びコンテンツを提供し、理解促進と啓発に取り組んでいます。

NIKKEI Smart Work

★★★★★ 2026 Best 9



サントリーは、日本経済新聞社がまとめた2025年の「スマートワーク経営調査」において、8年連続となる最上位の★5つの評価を獲得。分野別評価では「人材投資力」が最高水準の「S++」を達成。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10年連続で認定されています。



サントリーグループはLGBTQ+に関する理解・啓発活動をしています。国内においては相談窓口の設置、LGBTQ+当事者とALLY（アライ・良き理解者）のためのハンドブックを提供しています。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2025」において、2017年から9年連続で最高評価の「ゴールド」を受賞しています。



サントリーホールディングスは厚生労働省から女性の活躍推進が進んでいる企業としての認定「えるぼし」（3段階目）と、子育てサポート企業としての特例認定「プラチナくるみん」を獲得しています。育児休業の取得促進や、仕事と育児の両立を支援する制度の充実などにより、社員が安心して働くことができる環境を整えています。



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



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社員を対象とした1カ月間の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。

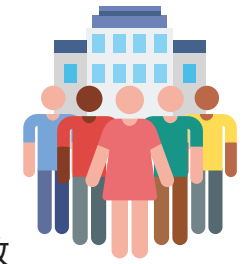
サントリーの未来を創る グローバルな挑戦と新たな価値創造

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。それぞれのエリアや事業で活躍し、思いを一つにする社員が4万人を超え、企業数259社となったこれからも、サントリーグループは世界中のお客様を感動させる新たな価値創造により一層努めながら、未来を創っていきます。



グループ企業数

259 社



従業員数

41,628 人



ONE SUNTORY One Family

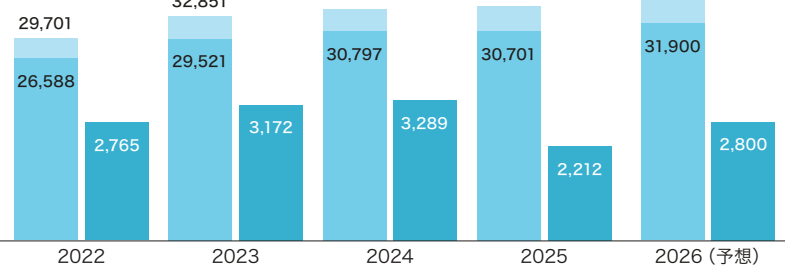
連結営業利益

2,212 億円

連結売上収益／連結営業利益 (億円)

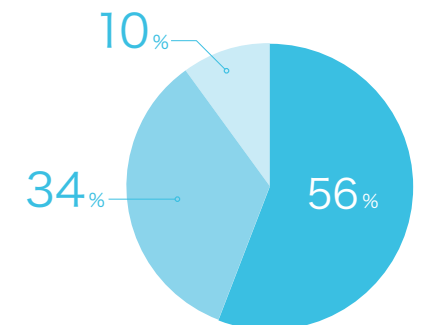
- 連結売上収益 (酒税込み)
- 連結売上収益 (酒税控除後)
- 連結営業利益

※ 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)

30,701 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)



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

水と生きる **SUNTORY**