

FACTBOOK

2015

(2月13日更新版)



中期経営計画

経営理念・コーポレートブランド・ステートメント 長期ビジョン2020	2
中期経営計画2015	3

コーポレートデータ

会社概要	4
株式の状況	5
主要関係会社一覧	6
コーポレートガバナンス体制	7
グループ工場一覧	8
会社沿革	9

財務・経営指標

財務データ【連結】	11
四半期決算データ【連結】	12

グループ事業

主要関係会社実績一覧	13
------------------	----

国内酒類事業

アサヒビール(株)	14
ビール類・ビールテイスト清涼飲料 2013年月次販売動向	15
ビール類・ビールテイスト清涼飲料 2014年月次販売動向	16
酒類市場データ	17
ビール類: 当社容器別・チャネル別実績	18

国内飲料事業

アサヒ飲料(株)	19
(株)エルビー	20
ドライ飲料市場	21
飲料事業販売実績	22

食品事業

アサヒフードアンドヘルスケア(株)	23
和光堂(株)	24
天野実業(株)	25

国際事業

国際事業概要	26
オセアニア事業(飲料)	27
オセアニア飲料市場	28
オセアニア事業(酒類)	29
国際ビール事業	30
中国ビール事業	31
中国ビール市場	32
中国飲料事業	33
中国飲料市場	34
インドネシア飲料事業	35
世界ビール市場	36
補足資料: 酒税	37

経営理念

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。

コーポレートブランドステートメント

「その感動を、わかちあう。」



その感動を、わかちあう。

いつも新鮮な価値を創造することが、人のこころを動かして、強い絆となる。
いつも新鮮な明日を想像することが、人のこころを動かして、輝く力となる。
そんな感動を、ひとりでも多くの人々とわかちあいたい。
それがアサヒグループの願いです。

長期ビジョン2020

『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目指す

当社グループが提供する商品やサービスにおいて、「お客様の期待を超えるおいしさ・喜び・新しさ」を「感動」と定義し、その感動を通じて、世界で信頼される企業グループを目指します。

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

事業を通じて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、生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。

中期経営計画2015

『バリュー&ネットワーク経営』の推進による企業価値の向上を目指す

バリュー	これまで育成、獲得してきた各事業の「強み」の強化と、「強み」を活かした価値創造、イノベーションを重点課題として、更なる成長基盤の強化と効率化を推進する。
ネットワーク	これまで構築してきたグループ間の連携やグローバル・ネットワークの活用と、更なるネットワークの拡大により、価値創造・イノベーションのシナジーを創出する。
企業価値	経営全般の重要業績評価指数(KPIs)に「ROE」と「EPS」を採用し、同指標を長期安定的に高めていくことで企業価値(株主価値)の向上を目指す。

定量目標・ガイドライン

重要業績評価指標(KPIs)

	2012年実績	2015年目標	のれん等償却前
ROE(自己資本利益率)	8.4%	10%を目処	12%を目処
EPS(1株当たり当期純利益)	123円	年平均成長率10%以上	-

KPIsの前提ガイドライン

	2012年実績	2015年目標	のれん等償却前
売上高	15,791億円	年平均成長率 3%以上	-
EBITDA*	1,710億円	年平均成長率 6%以上	-
当期純利益	572億円	年平均成長率 7%以上	-
営業利益率	6.9%	8%以上	9%以上
配当性向	22.8%	30%を目処	-
総還元性向	22.8%	50%以上	40%以上

※EBITDA: 営業利益率(のれん等償却前) + 減価償却費

財務・CF戦略・株主還元

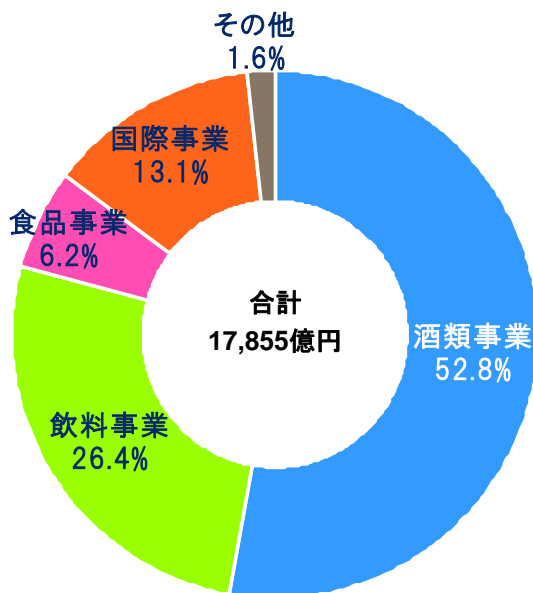
「中期経営計画2015」の方針

営業キャッシュフロー	「バリュー&ネットワーク経営」に基づいて安定的な利益成長を図る ⇒中計期間3か年で 4,000億円以上 を創出する
フリーキャッシュフロー	最適生産・物流体制の整備、効率化などの設備投資に 1,200億円程度 投資 ⇒中計期間3か年で 3,000億円程度 を創出する (「キャッシュ拡大施策」で 200億円以上 を創出)
成長投資	・国内外の成長ネットワークの拡大に向けて最優先課題として取り組む ・自己資金以上の資金需要が発生する際には、 D/Eレシオで1倍 (Net Debt/EBITDAで4倍)程度を目処に金融債務を活用する
株主還元	・連結配当性向で、 30%を目処 (25~35%)に安定的な増配を目指す ・総還元性向では、 50%以上を目処 に機動的な自社株買いを実施する

会社概要 (2014年12月31日現在)

商号：アサヒグループホールディングス株式会社
 本社所在地：〒130-8602 東京都墨田区吾妻橋1-23-1
 設立：1949年9月1日(昭和24年)
 ※2011年7月1日純粋持株会社化に伴い、「アサヒビール株式会社」より商号変更
 代表取締役社長：泉谷 直木(いずみや なおき)
 グループ会社数：連結子会社数 106社
 持分法適用非連結子会社数 2社
 持分法適用関連会社数 119社
 資本金：182,531百万円
 売上高：1,785,478百万円(2014年12月期連結業績)
 従業員数：273名(連結従業員数 21,177名)
 証券コード：2502
 上場証券取引所：東京証券取引所
 発行済株式の総数：483,585,862株
 単元株式数：100株
 株主数：108,522名
 株主名簿管理人：三井住友信託銀行株式会社
 決算期：12月31日
 定時株主総会：3月

2014年売上高(セグメント別)



社債情報

2014年12月31日現在

	発行年月日	残高 (百万円)	利率 (年)	償還期限
第32回 無担保社債	H22. 4.27	20,000	0.63%	H27. 4.27
第 1回 無担保社債(※)	H23. 10.21	30,000	0.52%	H28. 10.21
第 2回 無担保社債(※)	H23. 10.21	20,000	0.76%	H30. 10.19
第 3回 無担保社債(※)	H24. 7.13	18,000	0.33%	H29. 7.13
第 4回 無担保社債(※)	H24. 7.13	10,000	0.55%	H31. 7.12
第 5回 無担保社債(※)	H26. 7.15	25,000	0.23%	H31. 7.12
第 6回 無担保社債(※)	H26. 7.15	10,000	0.37%	H33. 7.15

※吸収分割を行ったアサヒビール株式会社が、平成23年7月1日商号変更を行い、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になったため、第1回からとしております。

格付情報

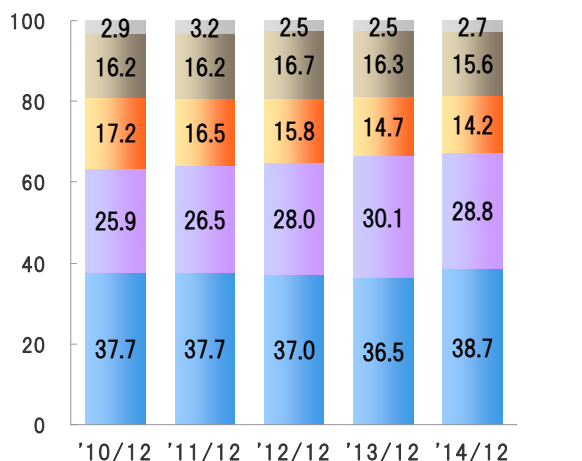
2014年12月31日現在

格付機関名	格付
格付投資情報センター(R&I)	A+
日本格付研究所(JCR)	AA-

株価の推移

	'09/12	'10/12	'11/12	'12/12	'13/12	'14/12
株価(円、年度)						
最高	1,727	1,830	1,724	1,944	2,996	3,915
最低	1,118	1,427	1,314	1,625	1,797	2,537
発行済み株式総数(百株)	4,835,858	4,835,858	4,835,858	4,835,858	4,835,858	4,835,858
自己保有株式(百株)	185,770	182,200	179,500	176,114	213,525	209,840
EPS(円、連結)	102.5	114.1	118.4	122.8	135.7	148.9
1株当たり年間配当金(円、単体)	21.0	23.0	25.0	28.0	43.0	45.0
当期末株主数(名)	119,908	131,262	123,931	120,251	109,543	108,522

株主構成推移 (議決権ベース)



■ 金融機関 ■ 外国法人他 ■ 個人・その他 ■ その他の法人 ■ 証券会社

※「個人・その他」は自己名義株式を含む

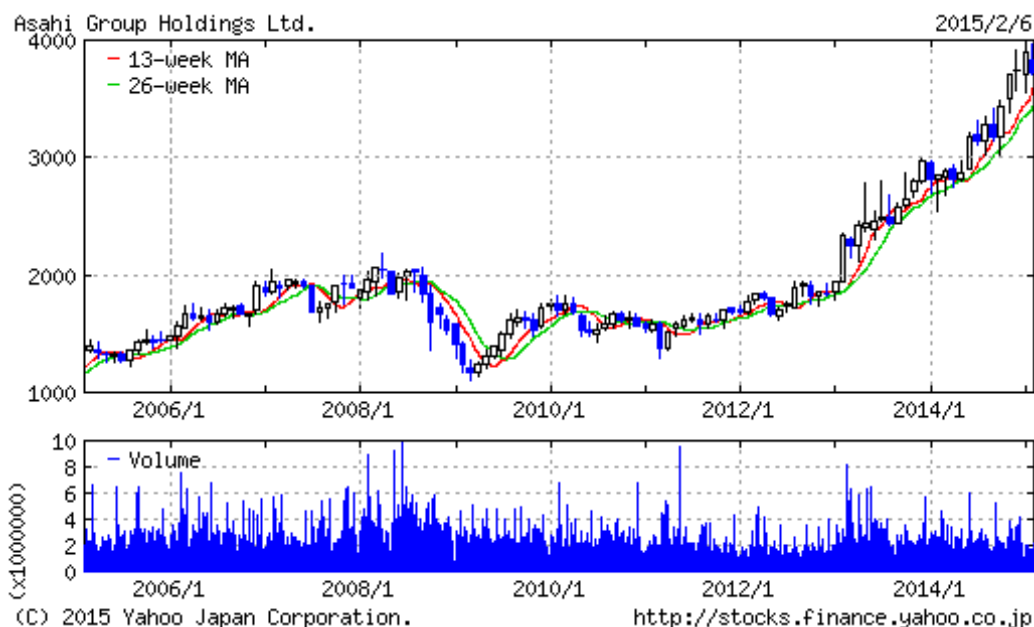
大株主

14年12月31日現在

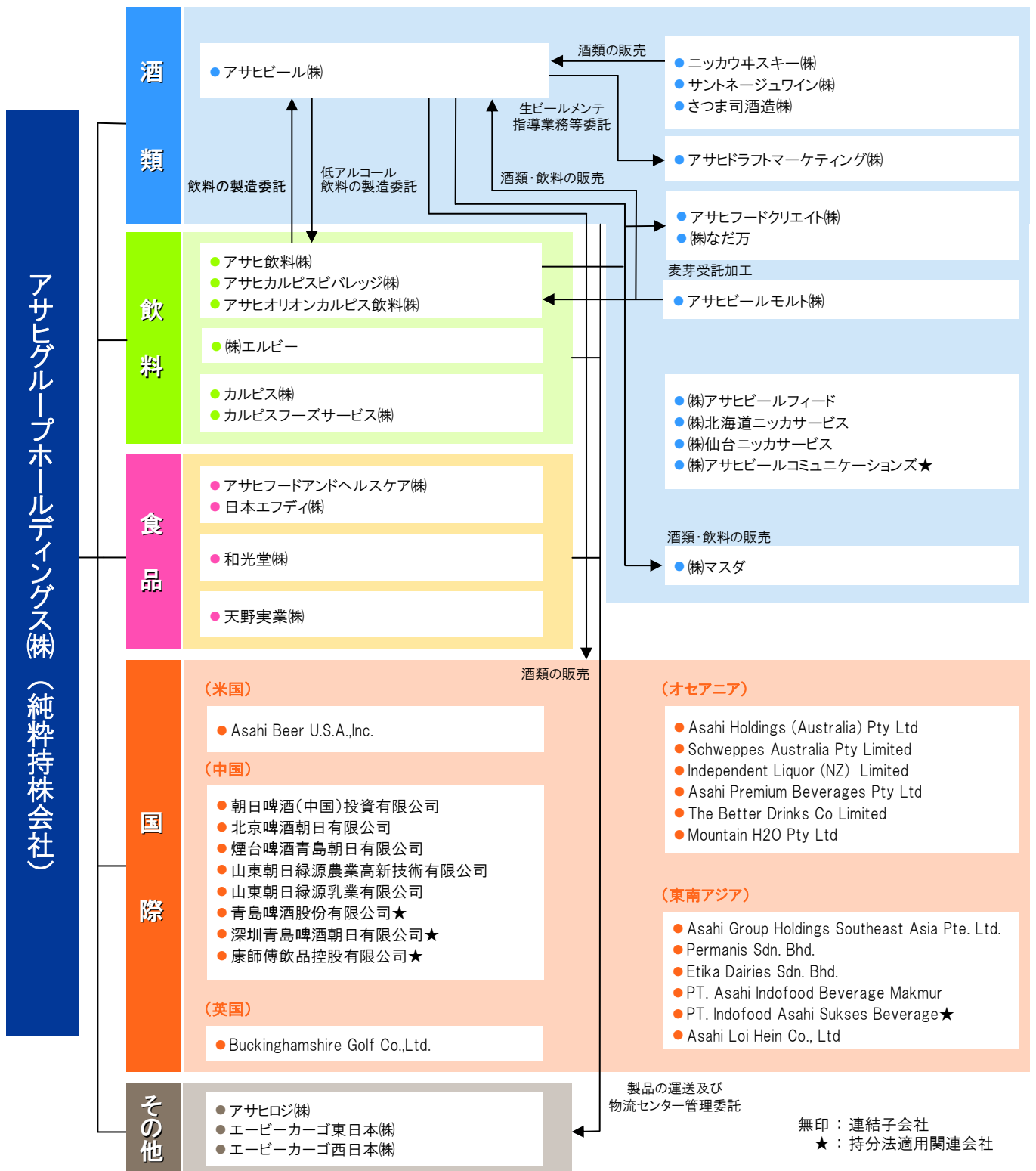
株主名	持株数 (百株)	出資比率 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	286,169	6.2%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	202,367	4.4%
旭化成株式会社	187,853	4.1%
第一生命保険株式会社	169,200	3.7%
富国生命保険相互会社	160,000	3.5%
株式会社三井住友銀行	90,280	2.0%
三井住友信託銀行株式会社	81,260	1.8%
THE BANK OF NEW YORK MELLON SA/NV 10	66,695	1.4%
CHASE MANHATTAN BANK GTS CLIENTS ACCOUNT ESCROW	57,937	1.3%
農林中央金庫	55,660	1.2%
合計	1,357,421	29.3%

(注) 当社は自己株式を209,840百株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。

株価チャート

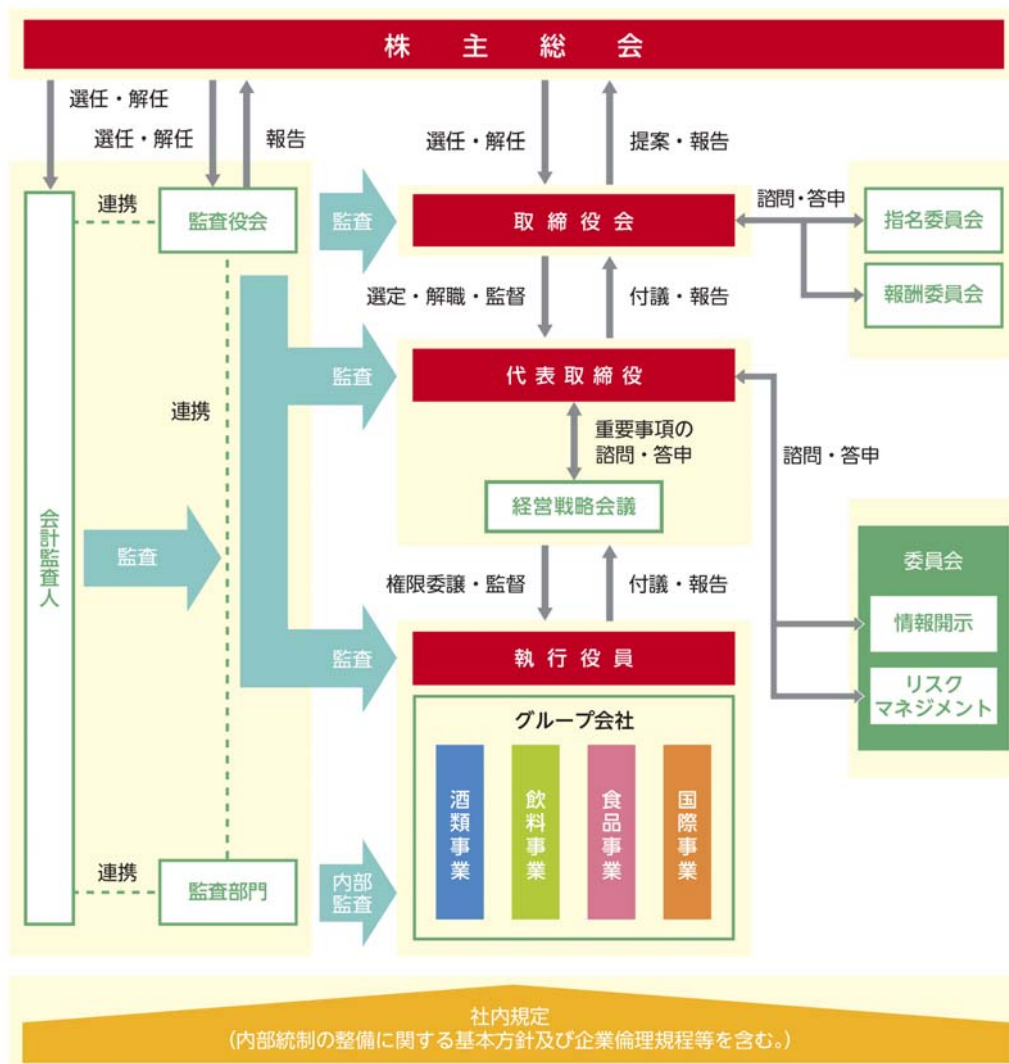


アサヒグループの主要な会社及び事業の系統図 (2014年12月31日現在)



(※) 上記のほかに、アサヒプロマネジメント(株)(連結子会社)は、ホールディングス機能会社として財務、ITなどのグループ本社機能を担うとともに、グループ関係会社に共通する給与・福利厚生、経理などの間接業務サービスを集約・効率化するシェアード機能を担っております。また、アサヒビジネスソリューションズ(株)(持分法適用関連会社)は、情報処理の受託業務を行っており、アサヒグループ全体の情報処理業務を行っております。アサヒグループエンジニアリング(株)(持分法適用非連結子会社)は、製造設備等の設計、製作等を行っております。

コーポレートガバナンス体制図 (2014年12月末現在)



取締役	9名	うち社外取締役3名	指名委員会	4名	うち社外取締役2名
監査役	5名	うち社外監査役3名	報酬委員会	4名	うち社外取締役2名
執行役員	7名	うち3名は取締役を兼務			

取締役および監査役の報酬額(2013年度実績)

(百万円)

	基本報酬	賞与	総額
社内取締役(8名合計)	283.5	99.7	383.2
社外取締役(3名合計)	31.2	12.3	43.5
社内監査役(2名合計)	63.6	-	63.6
社外監査役(3名合計)	32.4	-	32.4

※第90期報告書記載ベース

国内子会社 生産拠点数 (2014年12月末現在)

工場名	主な商品	所在地	操業開始
アサヒビール【8工場】			
1 北海道工場	ビール・発泡酒・リキュール	北海道札幌市	1966年
2 福島工場	ビール・発泡酒・リキュール・ビールテイスト清涼飲料	福島県本宮市	1972年
3 茨城工場	ビール・発泡酒・リキュール・飲料水	茨城県守谷市	1991年
4 神奈川工場	ビール・発泡酒・リキュール	神奈川県南足柄市	2002年
5 名古屋工場	ビール・発泡酒・リキュール	愛知県名古屋市	1973年
6 吹田工場	ビール・発泡酒・リキュール・ビールテイスト清涼飲料	大阪府吹田市	1891年
7 四国工場	ビール・発泡酒・リキュール	愛媛県西条市	1998年
8 博多工場	ビール・発泡酒・リキュール	福岡県福岡市	1921年
ニッカウキスキー【7工場】			
9 北海道工場	ウイスキー原酒	北海道余市郡	1934年
10 弘前工場	シードル・シロップ	青森県弘前市	1960年
11 仙台工場	ウイスキー原酒、焼酎	宮城県仙台市	1969年
12 栃木工場	ウイスキーの貯蔵・ブレンド	栃木県さくら市	1977年
13 柏工場	ウイスキー・焼酎の充填、低アルコール飲料	千葉県柏市	1967年
14 西宮工場	サワー樽詰商品	兵庫県西宮市	1959年
15 門司工場	焼酎原酒・ウイスキー・焼酎の充填、梅酒	福岡県北九州市	1914年
サントネージュワイン【1工場】			
16 サントネージュワイン工場	ワイン・有機ワイン	山梨県山梨市	-
さつま司酒造【1工場】			
17 さつま司酒造工場	乙類焼酎	鹿児島県始良郡	-
アサヒ飲料【4工場】			
18 富士山工場	お茶飲料、ミネラルウォーター	静岡県富士宮市	2001年
19 北陸工場	ワンダ他	富山県下新川郡	1994年
20 明石工場	ミツ矢サイダー、ワンダ、お茶飲料、低アルコール飲料他	兵庫県明石市	1990年
21 六甲工場	ミネラルウォーター	兵庫県神戸市	2010年
カルピス【2工場】			
22 岡山工場	カルピス、カルピスウォーター他	岡山県総社市	1968年
23 群馬工場	カルピス、カルピスウォーター、低アルコール飲料他	群馬県館林市	1972年
エルビー【2工場】			
24 蓮田工場	お茶類、清涼飲料水等のチルド商品	埼玉県蓮田市	-
25 東海工場	黒酢飲料等の宅配専用商品他	愛知県東海市	-
アサヒフードアンドヘルスケア【4工場】			
26 茨城工場	サプリメント他	茨城県常陸大宮市	-
27 大阪工場	エビオス他	大阪府吹田市	-
28 栃木工場	酵母エキス他	栃木県下野市	-
29 日本エフディ(株)	フリーズドライ食品	長野県安曇野市	-
和光堂【2工場】			
30 栃木工場	育児用粉乳、ベビーフード、自動販売機用食品他	栃木県さくら市	-
31 和光食品工業(株)長野工場	業務用粉乳他	長野県長野市	-
天野実業【2工場】			
32 里庄第一工場	フリーズドライ食品、粉末調味料他	岡山県浅口郡	-
33 里庄第二工場	〃	岡山県浅口郡	-
アサヒビールモルト【2工場】			
34 野洲工場	麦芽、粉末麦芽、むぎ茶他	滋賀県野洲市	-
35 小金井工場	〃	栃木県下野市	-

海外子会社 生産拠点数 (2014年12月末現在)

中国

- 北京啤酒朝日有限公司:1工場
- 煙台啤酒青島朝日有限公司:1工場

オセアニア

- 飲料事業:10工場
(オーストラリア:9工場, NZ:1工場)
- 酒類事業:2工場
(オーストラリア:1工場, NZ:1工場)

インドネシア

- 飲料事業:20工場

マレーシア

- 飲料事業:4工場

ベトナム

- 飲料事業:1工場

■ M&A、資本参加、業務提携等 ■ 新商品発売

年	月	主な出来事
1889(明治22年)	11月	朝日麦酒(株)の前身である大阪麦酒会社設立。日本麦酒醸造会社、札幌麦酒(有)も相前後して創立
1891(明治24年)	10月	吹田村醸造所〔現アサヒビール吹田工場〕竣工
1892(明治25年)	5月	『アサヒビール』新発売
1897(明治30年)	7月	本格的なビヤホール「アサヒ軒」の第1号店開業
1900(明治33年)		パリ万国博で『アサヒビール』最優等賞受賞
1906(明治39年)	3月	大阪麦酒、日本麦酒、札幌麦酒の3社合同により、大日本麦酒(株)設立
1930(昭和5年)	5月	純粋ビール酵母製剤「エビオス錠」発売
1944(昭和19年)		大日本麦酒(株)の薬品部門を分離し、大日本ビタミン製薬(株)〔現アサヒフードアンドヘルスケア(株)〕設立
1949(昭和24年)	9月	朝日麦酒(株)設立。山本為三郎、初代社長に就任。 過度経済力集中排除法により、大日本麦酒(株)は、朝日麦酒(株)と日本麦酒(株)に分割
1954(昭和29年)	8月	「ニッカウキスキー(株)」に資本参加
1972(昭和47年)	3月	(株)三ツ矢ベンディング〔現アサヒ飲料(株)〕設立
1980(昭和55年)	11月	「バヤリース」商標権取得
1982(昭和57年)	11月	レーベンプロイ社(ドイツ)と提携
1983(昭和58年)	1月	「ウキルキンソントンサン」の商標権取得
1985(昭和60年)	10月	CI導入宣言
1986(昭和61年)	2月	「コク・キレ」の新しい『アサヒ生ビール』新発売
	3月	村井勉、会長に就任。樋口廣太郎、社長に就任
1987(昭和62年)	3月	日本初の辛口生ビール『アサヒスーパードライ』発売。ビール業界に革命を起こすヒット商品へ
1988(昭和63年)	7月	アサヒビールワイナリー(株)〔現サントネージュ(株)〕設立
	10月	アサヒビール飲料製造(株)〔現アサヒ飲料(株)〕設立
1989(昭和64年)	1月	朝日麦酒(株)アサヒビール(株)に社名変更
1990(平成2年)	9月	アサヒビール飲料(株)〔現アサヒ飲料(株)〕設立
1992(平成4年)	3月	アサヒビール食品(株)〔現アサヒフードアンドヘルスケア(株)〕設立
	9月	樋口廣太郎、会長に就任。瀬戸雄三、社長に就任
1993(平成5年)		ブレンド茶のバイオニア『アサヒ お茶どうぞ十六茶』新発売
1994(平成6年)	1月	中国のビール会社3社へ資本参加、各社と技術供与、ライセンス契約を締結し中国への本格進出開始
	3月	アサヒビール薬品(株)〔現アサヒフードアンドヘルスケア(株)〕設立
1995(平成7年)	12月	伊藤忠商事と共同で「北京啤酒朝日有限公司」と「煙台啤酒朝日有限公司」の経営権を取得
1996(平成8年)	4月	大山崎山荘美術館開設
	7月	アサヒ飲料(株)、飲料の製造販売会社としてスタート
1997(平成9年)	9月	新世代缶コーヒー『WONDA』発売
	12月	中国の青島ビール社他と合併で「深圳青島啤酒朝日有限公司」を設立、工場建設に着手
1998(平成10年)	4月	アサヒビールU.S.A., Inc.設立
	5月	アサヒビール・ヨーロッパLtd.設立
	12月	国内ビール市場でシェア首位の座を獲得
1999(平成11年)	1月	瀬戸雄三、会長に就任。福地茂雄、社長に就任
	8月	アサヒ飲料(株)、東京証券取引所市場第一部に株式上場
	9月	アサヒビール中期経営計画「アサヒ・イノベーション・プログラム・2000」発表
2000(平成12年)	2月	執行役員制度の導入
2001(平成13年)	2月	『アサヒ本生』発売により発泡酒市場に参入
	4月	「ニッカウキスキー(株)」との営業部門統合
	12月	国内ビール・発泡酒市場でシェア首位の座を獲得
2002(平成14年)	1月	福地茂雄、会長に就任。池田弘一、社長に就任
	2月	タイ・ブンロードグループと提携し、『アサヒスーパードライ』の現地生産を開始
	7月	アサヒビール食品(株)とアサヒビール薬品(株)を統合、アサヒフードアンドヘルスケア(株)設立
	8月	アサヒビール(株)とオリオンビール(株)による包括的業務提携の合意
	9月	「協和発酵工業(株)」、「旭化成(株)」の酒類事業の譲受、「マキシウム・ジャパン(株)」との戦略的販売提携契約締結
	10月	『ワンダ モーニングショット』発売
	12月	スマイルサポート(株)〔現アサヒフィールドマーケティング(株)〕設立
2003(平成15年)	1月	「アサヒフードアンドヘルスケア(株)」、「ポーラフーズ(株)」を統合

■ M&A、資本参加、業務提携等 ■ 新商品発売

年	月	主な出来事
2004(平成16年)	2月	「第2次グループ中期経営計画」を発表
	4月	康師傅控股有限公司と飲料事業の合併会社設立
	5月	北京啤酒朝日有限公司新工場(通称:グリーン北京工場)竣工、「《新》北京啤酒」発売
	7月	「ヘテ飲料(株)」連結子会社化
2005(平成17年)	11月	韓国ロッテグループの酒類販売会社に出資「株式会社ロッテアサヒ酒類」設立
	4月	『アサヒ新生』新発売により新ジャンル市場に参入
	5,6月	チルド飲料メーカー「(株)エルビー・埼玉」、飲料メーカー「(株)エルビー・名古屋」の株式をカネボウ(株)より譲受
2006(平成18年)	9月	サントネージュワイン(株)、アサヒビールワイナリー(株)を統合
	1月	ニッカウヰスキー(株)、アサヒ協和酒類製造(株)を合併 物流子会社を再編し、商圏を統合。アサヒロジ(株)と大型輸送専門会社2社を新設
	3月	池田弘一、会長に就任。荻田伍、社長に就任
2007(平成19年)	5月	ベビーフード国内最大手の「和光堂(株)」の株式取得
	2月	「第3次グループ中期経営計画」を発表 「カゴメ(株)」と業務・資本提携契約を締結
	3月	発泡酒『アサヒスタイルフリー』新発売
2008(平成20年)	4月	和光堂(株)を完全子会社化
	12月	アサヒ飲料(株)とカルピス(株)が自動販売機事業を運営する合併会社「アサヒカルピスビバレッジ」を新設
	3月	新ジャンル『クリアアサヒ』発売
	4月	「アサヒ飲料(株)」を完全子会社化
	6月	フリーズドライ国内最大手の「天野実業(株)」の株式取得
2009(平成21年)	8月	世界初の新技術「PIE煮沸法」を吹田工場で本格導入
	11月	「煙台啤酒朝日有限公司」と青島啤酒の資本提携締結
	2月	新ジャンル『アサヒオフ』新発売
	4月	青島啤酒の発行済み株式の19.99%を取得 英・キャドバリーグループの所有する豪州飲料事業(シュウェップス・オーストラリア)を買収
2010(平成22年)	12月	「長期ビジョン2015&中期経営計画2012」を発表
	3月	荻田伍、会長に就任。泉谷直木、社長に就任 「環境ビジョン2020」ならびに「生物多様性宣言」を策定 「アサヒスーパードライ」エクストラコールド本格展開
	4月	ハウス食品(株)のミネラルウォーター事業の譲渡契約締結
	8月	豪州飲料会社「P&N Beverages Australia」の株式売買契約を締結
	11月	中国食品・流通最大手の「頂新ホールディング」へ6.54%出資
2011(平成23年)	12月	カゴメ(株)の「六条麦茶」ブランドの譲渡契約締結
	1月	「ヘテ飲料株式会社」の株式譲渡契約締結
	7月	純粋持株会社「アサヒグループホールディングス(株)」へ移行
	8月	「杭州西湖啤酒朝日(股份)有限公司」及び「浙江西湖啤酒朝日有限公司」の株式譲渡契約締結
	9月	ニュージーランド酒類大手「Flavoured Beverages Group Holdings Limited」の株式取得
	9月	ニュージーランド飲料会社「Charlie's Group Limited」の株式取得 豪州飲料会社「P&N Beverages Australia」からミネラルウォーター類及び果汁飲料事業を取得
2012(平成24年)	11月	マレーシア飲料会社「Permanis Sdn. Bhd.」の株式取得
	1月	豪州飲料会社「Mountain H2O Pty Ltd」の株式取得
	2月	ビールテイスト清涼飲料『アサヒドライゼロ』新発売
	4月	ビール『アサヒスーパードライードライブラック』新発売
	7月	「PT INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK」とのインドネシアにおける清涼飲料の製造及び販売を行う合併会社の契約締結
2013(平成25年)	10月	乳酸飲料国内最大手の「カルピス(株)」の株式取得
	2月	「長期ビジョン2020&中期経営計画2015」を発表
	3月	新ジャンル『クリアアサヒ プライムリッチ』新発売
	6月	「OSOTSPA CO., Ltd.」とのタイにおける「カルピス」ブランドの飲料製品の製造とマーケティング活動を行う合併会社の契約締結 プレミアムビール(ギフト専用)『アサヒスーパードライードライプレミアム』新発売
	9月	インドネシアにおけるペプシコグループのボトラー「PT Pepsi-Cola Indobeverages」の株式取得
2014(平成26年)	2月	プレミアムビール『アサヒスーパードライードライプレミアム』を本格展開
	4月	マレーシア食品会社「Etika International Holdings Limited」より「東南アジアにおける乳製品関連事業」の株式売買契約締結

	2009年 平成21年	2010年 平成22年	2011年 平成23年	2012年 平成24年	2013年 平成25年	2014年 平成26年
損益計算書(百万円)						
売上高	1,472,468	1,489,460	1,462,736	1,579,077	1,714,237	1,785,478
売上原価	958,444	943,323	907,243	974,702	1,032,853	1,073,439
(酒税額)	(451,011)	(433,820)	(414,327)	(421,953)	(423,332)	(426,453)
売上総利益	514,024	546,137	555,493	604,375	681,383	712,039
販売費及び一般管理費 (のれん等償却費)	431,247	450,787	448,303	495,937	563,916	583,733
営業利益	82,777	95,349	107,190	108,437	117,467	128,305
金融収支	-1,873	-2,624	-2,198	-2,304	-1,605	-1,392
受取利息	328	314	333	402	387	453
受取配当金	2,426	1,389	1,136	1,335	1,602	1,840
支払利息	-4,628	-4,328	-3,668	-4,043	-3,595	-3,686
持分法による投資損益	8,512	9,846	5,480	10,617	8,822	8,025
経常利益	90,546	101,142	110,909	114,822	123,612	133,168
当期純利益	47,644	53,080	55,094	57,183	61,749	69,118
EBITDA ※1	145,758	157,675	166,833	170,982	183,696	192,308
設備投資・減価償却(百万円)						
設備投資額	32,580	27,820	30,685	41,197	48,488	59,828
減価償却費	55,926	54,602	50,738	48,553	47,780	44,528
貸借対照表(百万円)						
総資産	1,433,652	1,405,358	1,529,908	1,732,188	1,791,556	1,936,610
流動資産	428,047	421,052	457,146	529,189	534,890	603,842
売上債権	274,558	274,379	279,596	317,008	317,106	353,704
棚卸資産	-	-	-	-	-	-
商品及び製品、原材料及び貯蔵品	97,442	95,358	102,631	113,519	118,302	124,549
固定資産	1,005,605	984,305	1,072,762	1,202,998	1,256,665	1,332,767
有形固定資産	599,108	557,100	536,236	583,399	584,219	605,415
流動負債	573,780	499,874	602,166	680,068	666,081	757,374
固定負債	282,169	292,813	283,943	325,240	297,993	282,725
金融債務	391,876	311,423	390,092	456,234	403,723	434,726
純資産	577,702	612,670	643,799	726,879	827,481	896,510
自己資本	573,472	612,191	641,733	723,819	819,295	881,091
キャッシュフロー計算書(百万円)						
営業キャッシュフロー	106,358	125,608	108,513	109,292	157,252	146,783
投資キャッシュフロー	-180,637	-41,790	-171,235	-134,320	-65,705	-92,183
財務キャッシュフロー	78,545	-90,828	67,090	43,002	-84,938	-35,842
現金及び現金同等物残高	18,082	10,813	16,137	34,320	41,117	62,235
フリーキャッシュフロー ※2	67,121	95,463	81,919	68,952	108,292	82,747
※1: EBITDA = 営業利益(のれん等償却前) + 減価償却費 ※2: フリーキャッシュフロー = 営業キャッシュフロー + 有形無形固定資産の取得						
経営指標						
ROE(自己資本当期利益率)	8.7%	9.0%	8.8%	8.4%	8.0%	8.1%
ROA(総資本経常利益率)	6.6%	7.1%	7.6%	7.0%	7.0%	7.1%
EPS(一株当たり当期純利益)	102.5	114.1	118.4	122.8	135.7	148.9
BPS(一株当たり自己資本)	1,233.3	1,315.5	1,378.2	1,553.4	1,772.5	1,904.6
投資指標						
配当性向	20.5%	20.2%	21.1%	22.8%	31.7%	30.2%
収益性指標						
売上総利益率	34.9%	36.7%	38.0%	38.3%	39.7%	39.9%
営業利益率	5.6%	6.4%	7.3%	6.9%	6.9%	7.2%
(酒税抜き営業利益率)	(8.1%)	(9.0%)	(10.2%)	(9.4%)	(9.1%)	(9.4%)
経常利益率	6.1%	6.8%	7.6%	7.3%	7.2%	7.5%
当期純利益率	3.2%	3.6%	3.8%	3.6%	3.6%	3.9%
EBITDA比率	9.9%	10.6%	11.4%	10.8%	10.7%	10.8%
効率性指標						
総資産回転率	1.08	1.05	1.00	0.97	0.97	0.96
自己資本回転率	2.7	2.5	2.3	2.3	2.2	2.1
有形固定資産回転率	2.4	2.6	2.7	2.8	2.9	3.0
棚卸資産回転率	15.1	15.5	14.8	14.6	14.8	14.7
売上債権回転率	5.5	5.4	5.3	5.3	5.4	5.3
安全性指標						
自己資本比率	40.0%	43.6%	41.9%	41.8%	45.7%	45.5%
負債比率	149.3%	129.5%	138.1%	138.9%	117.7%	118.0%
流動比率	74.6%	84.2%	75.9%	77.8%	80.3%	79.7%
固定比率	175.4%	160.8%	167.2%	166.2%	153.4%	151.3%
固定長期適合率	117.5%	108.8%	115.9%	114.7%	112.5%	114.5%
インタレスト・カバレッジ・レシオ	23.1	30.7	32.4	25.6	40.9	39.9
デット・エクイティ・レシオ	0.68	0.51	0.61	0.63	0.49	0.49

主要な関係会社実績

関係会社 売上・利益実績

(億円)

	2014年実績			2015年計画(2/12発表)		
	売上高	営業利益	のれん等	売上高	営業利益	のれん等
飲料事業						
アサヒ飲料	4,312	235	△19	4,400	247	△0
カルピス	258	22	△32	298	14	△31
エルピー	226	5	-	232	7	-
食品事業						
アサヒフードアンドヘルスケア	575	37	-	575	37	-
和光堂	371	19	△4	381	20	△4
天野実業	221	10	-	226	12	-
国際事業						
オセアニア事業	1,635	103	△99	1,708	116	△85
東南アジア事業合計	508	16	△40	746	38	△34
中国事業合計	185	10	-	188	6	-

設備投資・減価償却費(2014年実績, 億円)

	設備投資	減価償却費
酒類事業	193	243
飲料事業	197	76
食品事業	34	30
国際事業	170	83
その他	4	13
合計	598	445

※上記の数値は、新セグメントベース

為替レート

(円)

	2013年実績 (平均)	2014年実績 (平均)	2015年計画 (2/12発表)
USドル	97.7	105.8	115.0
(持分法投資損益)	92.8	102.3	115.0
豪ドル	94.4	95.4	95.0
人民元	15.9	17.2	18.0
(持分法投資損益)	15.0	16.7	18.0
マレーシアリングギット	31.0	32.3	33.0
インドネシアルピア	0.0095	0.0090	0.0095

外貨建て(豪ドル)
※為替変動の影響により変動

外貨建て
※為替変動の影響により変動

関係会社 のれん等の明細

	2014年実績		2015年計画(2/12発表)	
	のれん		のれん	
カルピス	のれん	(△13)	のれん	(△13)
	無形固定資産	(△18)	無形固定資産	(△18)
オセアニア事業	のれん	(△71)	のれん	(△57)
	無形固定資産	(△18)	無形固定資産等	(△18)
	商標権	(△10)	商標権	(△10)
東南アジア事業	のれん	(△30)	のれん	(△23)
	無形固定資産	(△10)	無形固定資産	(△10)

主な関係会社・事業 のれん等(2014年末時点)

(億円)

	総資産 (連結)	議決権の 所有割合	連結時期	のれん					備考
				取得時発生額	償却期間	残年数	2014年末残		
国内飲料事業									
アサヒ飲料	1,925	100.0%	-	379	20	13	247	「六甲のおいしい水」の商標権	
カルピス	654		2012年10月	のれん	264	20	18	235	
				無形資産	346	5-20	-	304	
エルピー	86	100.0%	2005年5月	54	-	-	-	2011年1月にエルピー(東京)、(名古屋)合併	
国内食品事業									
アサヒフードアンドヘルスケア	251	100.0%	-	-	-	-	-	-	
和光堂	299	100.0%	2006年4月	236	20	12	53	取得:2006年4月227億、2007年3月9億円	
天野実業	172	100.0%	2008年7月	△8	5	-	-	取得:2008年6月△7億、2010年12月△1億円	
国際事業									
Asahi Holdings (Australia) (オセアニア事業)	2,701 (*1)	100.0%	2009年4月 (*2)	商標権	193	20	14	138	円貨ベース
				のれん	1,265	20	14-16	980	} 外貨ベース ※為替変動の影響により変動します
				無形資産	231	10-20	-	233	
東南アジア事業	1,582 (*3)	100.0%	2011年11月	のれん	133	5-19	3-16	391	} 外貨ベース ※為替変動の影響により変動します
				無形資産	70	9	6	66	
国際事業 (持分法適用関連会社)									
青島ビール	-	19.9%	2009年10月	500	20	15	388	-	
康師傅飲品	-	30.4%	2004年4月	297	20	10	86	-	

(*1)Asahi Holdings (Australia) Pty Ltd(豪州事業持株会社)の総資産額

(*2)その他子会社の連結時期は、Asahi Beverages Australia(2011年9月)、Charlie's Group(2011年9月)、Independent Liquor Group(2011年9月)、Mountain H2O(2012年1月)

(*3)東南アジア事業各社の合算総資産

アサヒビール株式会社

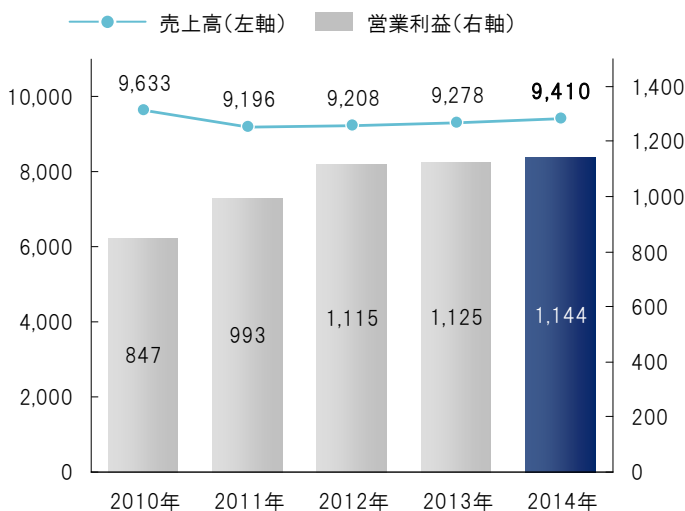


会社概要 ※2014年実績

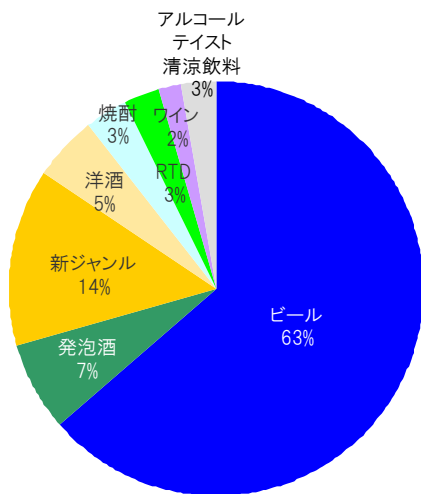
事業分野	ビール類、その他酒類の製造・販売、 その他上記関連業務
設立	1949年9月※
資本金	200億円
売上高	9,410億円
営業利益	1,144億円
従業員数	5,111名(連結) ※2011年7月に、純粋持株会社化に伴い、 分割設立

売上高・営業利益推移

単位: 億円



カテゴリー別構成比(2014年実績 金額ベース)



主要商品紹介

※価格につきましては全てオープン価格となっております。

ビール類



アサヒスーパードライ

洗練されたクリアな味、辛口。さらりとした口あたり、シャープなのごし。キレ味さえる、いわば辛口ビールです。



アサヒスーパードライ ドライプレミアム

『贅沢なコクとキレ』が楽しめる、スーパードライのプレミアムビールです。選りすぐりの厳選素材を使用し、醸造工程でひと手間かけた“贅沢醸造”と“スーパードライ酵母”を採用。さらにアルコールを高めの6%にする事により、深い味わいと爽快で澄み切ったキレ味を実現しました。



アサヒスタイルフリー

糖質ゼロ※の発泡酒です。麦芽の風味を残しながら、ファインアロマホップ等の素材の醸し出す「安らげる香り・さっぱりとした後味」の「きれいな味」をお楽しみいただけます。

※栄養表示基準による。



クリア アサヒ

クリーミーな泡、クリアなあと味。麦のうまさがつたがり感じられる、若々しく爽快な新ジャンル。

ビールテイスト清涼飲料水



アサヒドライゼロ

ドライなボディで、クリーミーな泡まで楽しめるノンアルコールビールテイストです。「アルコールゼロ」に加え「カロリーゼロ※」「糖質ゼロ※」を実現いたしました。氷点貯蔵製法によるクリアな後味が楽しめます。

※栄養表示基準による。

ビール類以外の酒類



<焼酎>



<RTD>



<洋酒>



<ワイン>

ビール5社 ビール類月次課税数量

※出典:ビール酒造組合, 発泡酒の税制を考える会

(万箱)

	1月		2月		3月		4月		5月		6月	
	前年比	構成比	前年比	構成比	前年比	構成比	前年比	構成比	前年比	構成比	前年比	構成比
ビール	1,020	-2.3%	49.7%	1,325	+4.4%	46.2%	1,603	-14.5%	46.3%	1,804	+3.9%	48.4%
発泡酒	305	-10.4%	14.8%	422	-7.8%	14.7%	485	-5.7%	14.0%	524	+2.5%	14.2%
新ジャンル	729	+0.7%	35.5%	1,124	+0.7%	39.2%	1,375	+7.2%	39.7%	1,391	+5.5%	37.3%
合計	2,054	-2.6%	-	2,870	+1.0%	-	3,463	-5.6%	-	3,725	+2.8%	-

	7月		8月		9月		10月		11月		12月	
	前年比	構成比	前年比	構成比	前年比	構成比	前年比	構成比	前年比	構成比	前年比	構成比
ビール	2,392	+5.6%	53.9%	2,070	-6.0%	50.5%	1,564	-4.8%	46.5%	1,785	+0.1%	49.3%
発泡酒	569	-2.6%	12.8%	545	-5.2%	13.3%	465	-8.5%	13.8%	501	-4.9%	13.8%
新ジャンル	1,476	+2.0%	33.3%	1,481	+3.2%	36.1%	1,332	+1.6%	39.6%	1,335	+2.6%	36.9%
合計	4,437	+3.3%	-	4,096	-2.8%	-	3,361	-2.9%	-	3,620	+0.3%	-

	1-3月累計		4-6月累計		7-9月累計		10-12月累計		
	前年比	構成比	前年比	構成比	前年比	構成比	前年比	構成比	
ビール	3,948	-5.7%	47.1%	5,655	+0.9%	49.0%	6,027	-1.4%	50.7%
発泡酒	1,211	-7.7%	14.4%	1,566	-5.2%	13.6%	1,579	-5.3%	13.3%
新ジャンル	3,228	+3.4%	38.5%	4,321	+2.3%	37.4%	4,289	+2.3%	36.1%
合計	8,387	-2.7%	-	11,542	+0.5%	-	11,894	-0.6%	-

	上半期		下半期		年間累計	
	前年比	構成比	前年比	構成比	前年比	構成比
ビール	9,603	-1.9%	48.2%	12,066	-1.5%	51.5%
発泡酒	2,777	-6.3%	13.9%	3,092	-6.3%	13.2%
新ジャンル	7,549	+2.7%	37.9%	8,270	+1.4%	35.3%
合計	19,929	-0.9%	-	23,428	-1.2%	-

	1Q	2Q	3Q	4Q
ビール	18.2%	26.1%	27.8%	27.9%
発泡酒	20.6%	26.7%	26.9%	25.8%
新ジャンル	20.4%	27.3%	27.1%	25.2%
合計	19.3%	26.6%	27.4%	26.6%

ビール4社 ビールテイスト清涼飲料月次販売動向

(万箱)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
函数	65	86	122	128	142	162	191	190	144	133	114	150
前年比	+18.2%	-4.2%	+31.2%	+1.6%	+5.2%	+11.0%	+11.0%	+0.0%	-2.7%	+7.3%	+5.6%	+6.4%

	上期	下期	年間
函数	705	922	1,627
前年比	+0.1%	+4.4%	+2.5%

アサヒビール ビール類月次販売動向

(万箱)

	1-3月累計		4-6月累計		7-9月累計		10-12月累計		
	前年比	シェア	前年比	シェア	前年比	シェア	前年比	シェア	
ビール	1,924	-9.3%	48.7%	2,876	+1.2%	50.9%	3,047	-1.9%	50.6%
発泡酒	307	-2.1%	25.3%	426	+0.2%	27.2%	419	+1.7%	26.5%
新ジャンル	816	+12.5%	25.3%	1,054	-2.2%	24.4%	1,026	+6.7%	23.9%
合計	3,047	-3.6%	36.3%	4,356	+0.3%	37.7%	4,492	+0.3%	37.8%

	上半期		下半期		年間累計	
	前年比	シェア	前年比	シェア	前年比	シェア
ビール	4,800	-3.3%	50.0%	6,062	-2.0%	50.2%
発泡酒	733	-0.7%	26.4%	814	-1.7%	26.3%
新ジャンル	1,871	+3.7%	24.8%	2,008	+5.1%	24.3%
合計	7,403	-1.3%	37.1%	8,884	-0.5%	37.9%

販売数量

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
ビール	+1.0%	1.0%	-10.0%	-3.0%	+2.0%	-3.0%	+4.0%	-5.0%	-7.0%	-1.0%	-4.0%	+1.0%
発泡酒	+7.0%	+0.0%	-3.0%	+0.0%	+18.0%	-4.0%	+3.0%	+2.0%	-3.0%	-3.0%	-3.0%	+0.0%
新ジャンル	+12.0%	-6.0%	+21.0%	+25.0%	-2.0%	-5.0%	+6.0%	+4.0%	+4.0%	+0.0%	4.0%	+8.0%
合計	+4.0%	-1.0%	-2.0%	4.0%	+3.0%	-4.0%	+4.0%	-3.0%	-4.0%	-1.0%	-2.0%	+2.0%

(万箱)

	1-3月 累計		4-6月 累計		7-9月 累計		10-12月 累計		上半期		下半期		年間累計	
	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比
ビール	1,934	-3.7%	2,750	-1.3%	3,166	-2.3%	3,037	-0.8%	4,684	-2.3%	6,203	-1.6%	10,888	-1.9%
発泡酒	312	+0.4%	417	+4.2%	425	+0.5%	403	-2.0%	730	+2.6%	827	-0.7%	1,557	+0.8%
新ジャンル	790	+8.8%	1,053	+4.9%	1,059	+5.0%	973	+4.0%	1,844	+6.5%	2,032	+4.5%	3,875	+5.5%
合計	3,037	-0.3%	4,221	+0.7%	4,651	-0.5%	4,412	+0.1%	7,257	+0.3%	9,063	-0.2%	16,320	+0.0%

アサヒビール ビールテイスト清涼飲料月次販売動向

(万箱)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
函数	22	26	36	41	48	49	65	67	48	46	40	55
前年比	+4,312.7%	-63.3%	+62.5%	+16.9%	+20.8%	-1.8%	+19.5%	+6.2%	-2.8%	+12.6%	+20.9%	+22.3%

	上期	下期	年間
函数	222	320	542
前年比	+2.1%	+12.0%	+7.7%

ビール5社 ビール類月次課税数量

※出典:ビール酒造組合, 発泡酒の税制を考える会

	1-3月累計		4-6月累計		7-9月累計		10-12月累計					
	前年比	構成比	前年比	構成比	前年比	構成比	前年比	構成比				
ビール	4,357	+10.4%	47.2%	5,269	-6.8%	50.4%	5,855	-2.9%	50.3%	5,980	-1.0%	52.6%
発泡酒	1,311	+8.2%	14.2%	1,322	-15.6%	12.6%	1,798	+13.9%	15.4%	1,699	+12.3%	14.9%
新ジャンル	3,555	+10.1%	38.5%	3,871	-10.4%	37.0%	3,992	-6.9%	34.3%	3,699	-7.1%	32.5%
合計	9,223	+10.0%	-	10,462	-9.4%	-	11,644	-2.1%	-	11,377	-1.4%	-

	上半期		下半期		年間累計				
	前年比	構成比	前年比	構成比	前年比	構成比			
ビール	9,626	+0.2%	48.9%	11,835	-1.9%	51.4%	21,460	-1.0%	50.2%
発泡酒	2,633	-5.2%	13.4%	3,496	+13.1%	15.2%	6,129	+4.4%	14.4%
新ジャンル	7,427	-1.6%	37.7%	7,691	-7.0%	33.4%	15,117	-4.4%	35.4%
合計	19,685	-1.2%	-	23,022	-1.7%	-	42,707	-1.5%	-

参考:四半期別構成比

	1Q	2Q	3Q	4Q
ビール	20.3%	24.6%	27.3%	27.9%
発泡酒	21.4%	21.6%	29.3%	27.7%
新ジャンル	23.5%	25.6%	26.4%	24.5%
合計	21.6%	24.5%	27.3%	26.6%

ビール4社 ビールテイスト清涼飲料月次販売動向

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上期	下期	年間
函数	71	88	137	123	140	162	191	174	144	141	110	162	721	922	1,643
前年比	+9.2%	+2.3%	+12.3%	-3.9%	-1.4%	+0.0%	+0.0%	-8.4%	+0.0%	+6.0%	-3.5%	+8.0%	+2.3%	+0.0%	+1.0%

アサヒビール ビール類月次販売動向

	上半期		下半期		年間累計				
	前年比	シェア	前年比	シェア	前年比	シェア			
ビール	4,902	+2.1%	50.9%	5,938	-2.0%	50.2%	10,841	-0.2%	50.5%
発泡酒	731	-0.2%	27.8%	890	+9.4%	25.5%	1,621	+4.8%	26.4%
新ジャンル	1,861	-0.5%	25.1%	2,006	-0.1%	26.1%	3,867	-0.3%	25.6%
合計	7,494	+1.2%	38.1%	8,834	-0.6%	38.4%	16,328	+0.3%	38.2%

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
ビール	+3.0%	11.0%	+22.0%	-17.0%	-1.0%	-1.0%	-6.0%	-7.0%	+0.0%	+0.0%	-3.0%	+3.0%
発泡酒	-1.0%	-1.0%	+25.0%	-12.0%	-10.0%	-6.0%	-5.0%	+2.0%	+23.0%	+11.0%	+4.0%	+13.0%
新ジャンル	+5.0%	+3.0%	+10.0%	-33.0%	+17.0%	+3.0%	+4.0%	-2.0%	-1.0%	+3.0%	+1.0%	+1.0%
合計	+3.0%	+8.0%	+19.0%	-21.0%	+2.0%	-1.0%	-4.0%	-5.0%	+2.0%	+2.0%	-2.0%	+3.0%

	上半期		下半期		年累計	
	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比
ビール	4,773	+1.9%	6,053	-2.4%	10,826	-0.6%
発泡酒	718	-1.6%	891	+7.7%	1,610	+3.4%
新ジャンル	1,834	-0.5%	2,051	+0.9%	3,885	+0.3%
合計	7,325	+0.9%	8,995	-0.7%	16,321	+0.0%

	1月		2月		3月		4月		5月		6月	
	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比
スーパードライ 計	499	+2.9%	684	+12.1%	966	+22.3%	708	-16.4%	851	-1.3%	957	-0.5%
スーパードライ	495	+3.1%	580	-1.7%	930	+19.2%	685	-18.0%	815	-3.6%	900	-3.2%
ドライプレミアム 計	0	-	98	-	29	-	18	-	30	-	50	+177.8%
スタイルフリー	67	+0.0%	87	+0.0%	121	+23.5%	82	-21.2%	108	+0.9%	109	-1.8%
クリアアサヒ 計	133	+16.7%	190	+13.8%	305	+8.5%	203	-20.7%	279	+15.3%	272	+2.6%

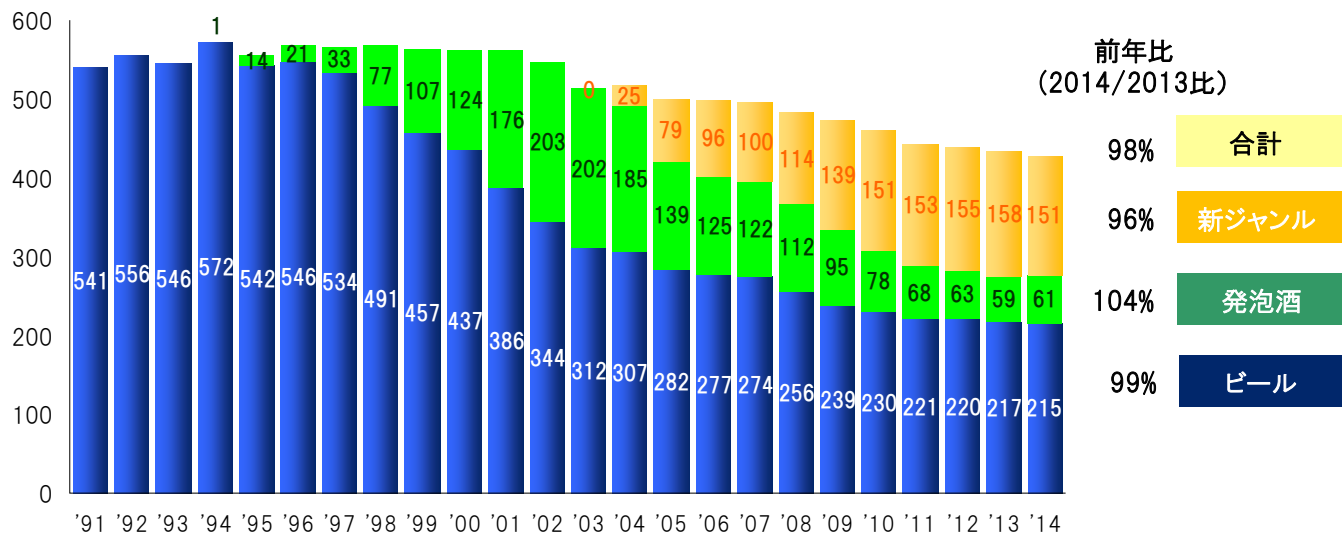
	7月		8月		9月		10月		11月		12月	
	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比
スーパードライ 計	1,160	-6.1%	1,035	-6.6%	754	+0.1%	814	+0.1%	808	-3.3%	1,375	+3.8%
スーパードライ	1,085	-8.4%	995	-8.7%	735	-1.3%	785	-1.9%	760	-6.2%	1,280	-0.4%
ドライプレミアム 計	67	+97.1%	33	+450.0%	15	-	25	+316.7%	44	+131.6%	88	+193.3%
スタイルフリー	118	+0.0%	107	-8.5%	99	-5.7%	100	-6.5%	88	-12.9%	118	+0.9%
クリアアサヒ 計	272	-3.2%	238	-5.6%	221	-2.2%	238	+3.5%	232	+3.1%	281	-0.4%

	1-3月 累計		4-6月 累計		7-9月 累計		10-12月 累計		上半期		下半期		年累計	
	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比
スーパードライ 計	2,149	+14.0%	2,516	-5.8%	2,949	-4.8%	2,997	+0.8%	4,665	+2.4%	5,946	-2.1%	10,611	-0.2%
スーパードライ	2,005	+8.4%	2,400	-8.0%	2,815	-6.8%	2,825	-2.4%	4,405	-1.2%	5,640	-4.6%	10,045	-3.2%
ドライプレミアム 計	127	-	98	+444.4%	115	+187.5%	157	+185.5%	225	+1150.0%	272	+186.3%	497	+339.8%
スタイルフリー	275	+9.1%	299	-7.1%	324	-4.7%	306	-5.8%	574	+0.0%	630	-5.3%	1,204	-2.8%
クリアアサヒ 計	628	+11.7%	754	-1.2%	731	-3.7%	751	+1.9%	1,382	+4.3%	1,482	-0.9%	2,864	+1.5%

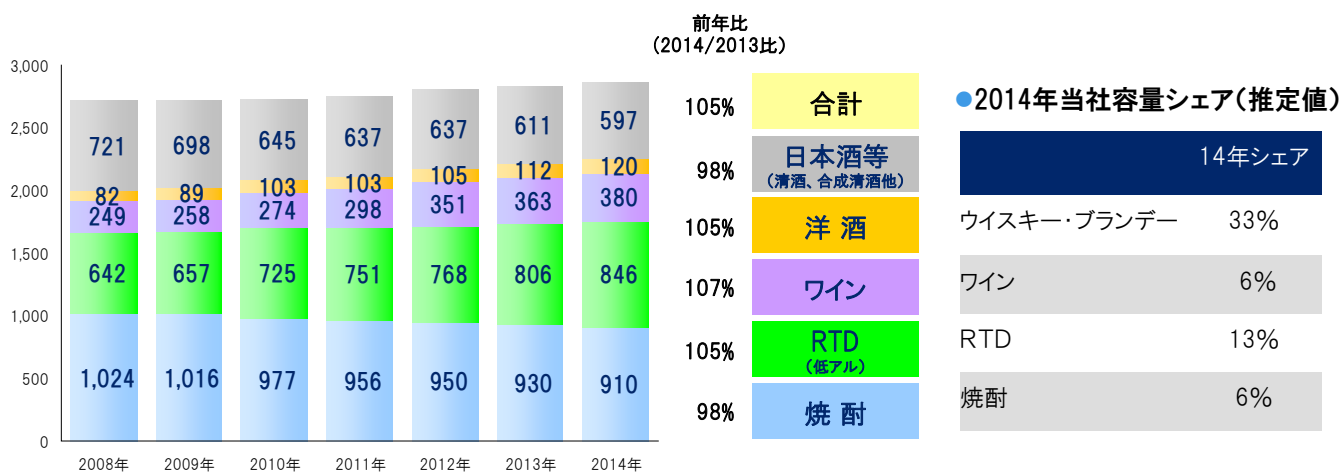
アサヒビール ビールテイスト清涼飲料月次販売動向

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上期	下期	年間
函数	27	31	51	42	54	65	74	70	58	54	43	62	270	361	631
前年比	+23.5%	+21.5%	+41.3%	+1.7%	+12.5%	+32.4%	+13.8%	+4.5%	+20.8%	+17.4%	+7.5%	+12.7%	+21.7%	+12.8%	+16.4%

ビール類市場規模（百万函, 課税数量ベース, 5社計）

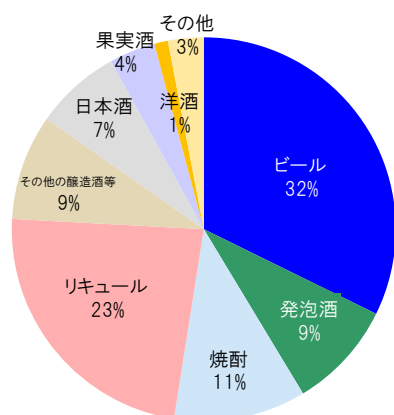


総合酒類市場規模（千KL, 課税数量ベース, 推定値）

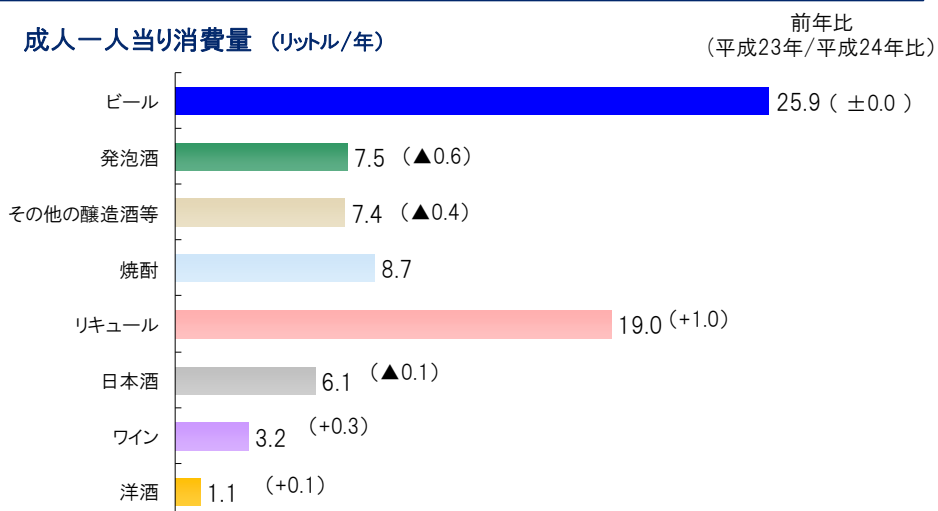


酒類消費数量（出典：国税庁、平成24年度）

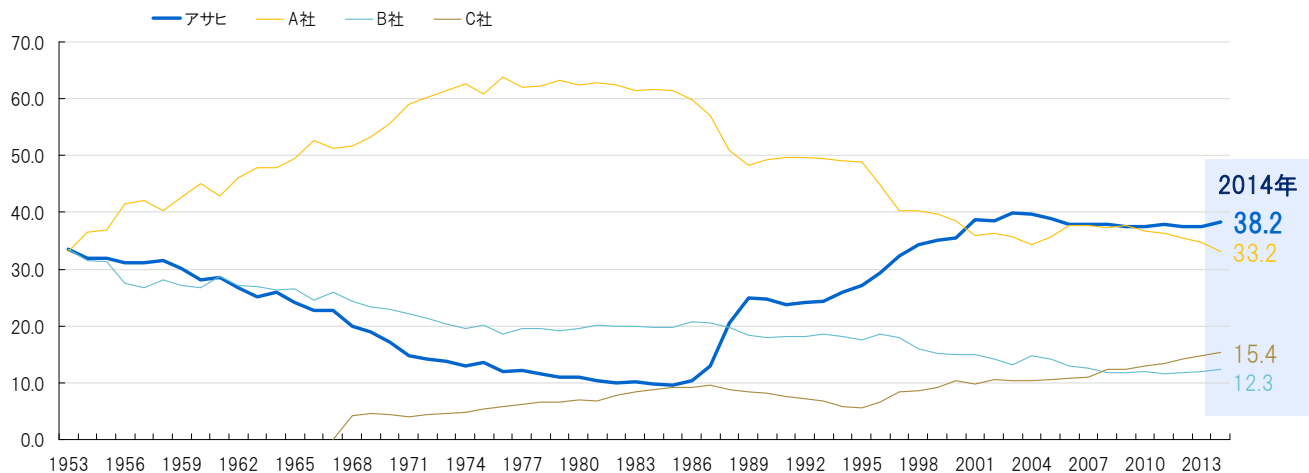
カテゴリー構成比



成人一人当り消費量（リットル/年）

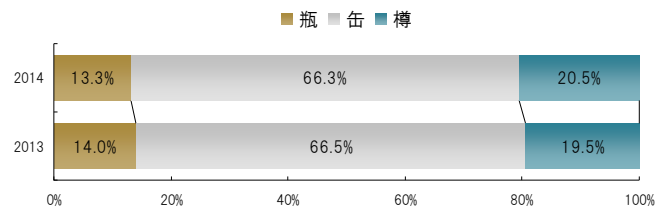


ビール類 マーケットシェア推移 (ビール5社課税数量ベース)

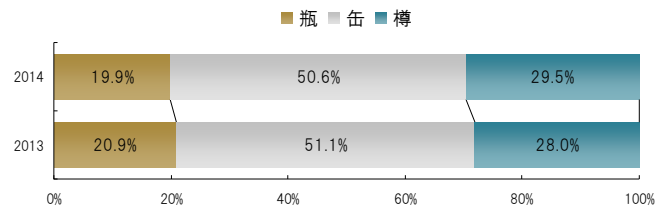


当社 容器別売上構成比 (2014年1-12月実績比較)

ビール類計



ビール



当社 容器別売上前年比 (2014年1-12月実績)

アサヒビール

	瓶	缶	樽	合計
ビール類	94.9%	99.6%	105.1%	100.0%
ビール	94.9%	98.4%	104.7%	99.4%

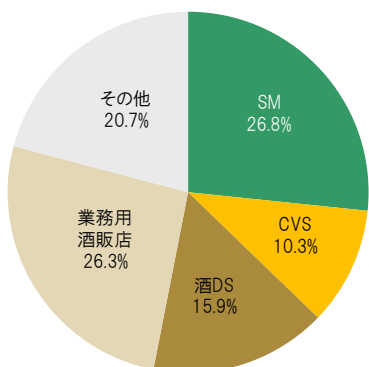
参考：業界計 ※出典：ビール酒造組合

	瓶	缶	樽	合計
ビール	95.5%	99.8%	99.9%	99.0%

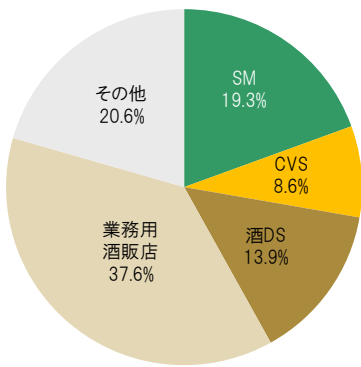
	業務用	家庭用	合計
ビール	98.9%	99.1%	99.0%

当社 チャンネル別売上構成比 (2014年1-12月実績, 当社推定値)

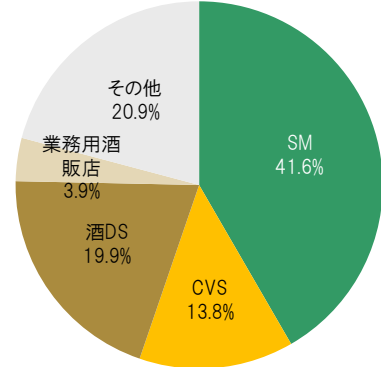
ビール類計



ビール



発泡酒・新ジャンル計



アサヒ飲料株式会社



会社概要 ※2014年実績

事業分野	各種飲料水の製造・販売、自動販売機のオペレート、その他上記関連業務
設立	1972年3月
資本金	111億円
売上高	4,312億円
営業利益	235億円
従業員数	3,046名(連結)

※実績については、2013年9月以降の「カルピス社の国内飲料事業」との移管統合の影響を含んでおります。

主要商品紹介



ミツ矢サイダー (PET500ml)

ろ過を重ねた「磨かれた水」、「果実などから集めた香り」を使い、熱を加えない「非加熱製法」、保存料不使用で仕上げたおなじみの爽やかな味わい。1884年に誕生した国民的炭酸飲料。

希望小売価格(税別):500ml 140円



ワンダ モーニングショット(缶190ml)

「スツと飲めて、キリツと苦味」が特長の朝専用缶コーヒー。

毎朝のスタートにふさわしい「焼きたて・挽きたて・淹れたて」の目覚めるおいしさが特長。

希望小売価格(税別):190ml 115円



アサヒ 十六茶(PET600ml)

十六種類の厳選素材を使用。カフェインゼロで、ゴクゴク飲める香ばしくすっきりとした味わい。健康的な水分補給にぴったりなブレンド茶です。

希望小売価格(税別):600ml 140円



ウィルキンソン タンサン(PET500ml)

炭酸水No.1ブランド。磨かれた水と炭酸ガスのみからうまれる爽快感。キレの良いすっきりとした味わいの大人向け本格的炭酸飲料です。

割り材としても、直接飲んでもお楽しみいただけます。

希望小売価格(税別):500ml 95円



アサヒ おいしい水 富士山 (PET600ml)

※西日本エリアは「六甲」となります。

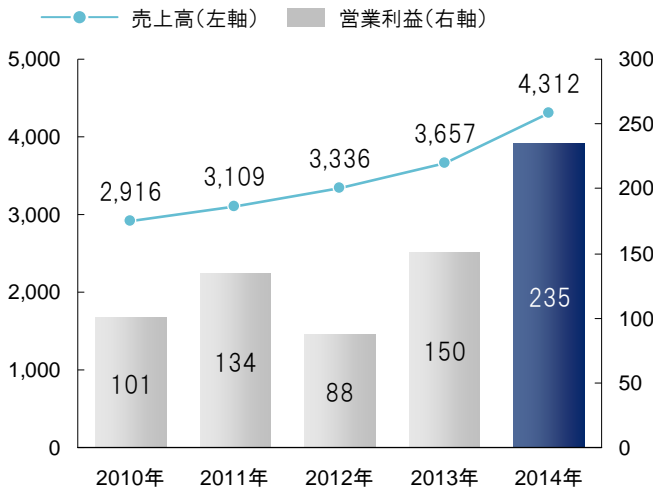
自然のおいしさ、そのままに。

大自然に育まれた天然水を地下深くから採水、フレッシュ無菌パック製法で自然のおいしさを安心して味わっていただけるナチュラルミネラルウォーター。

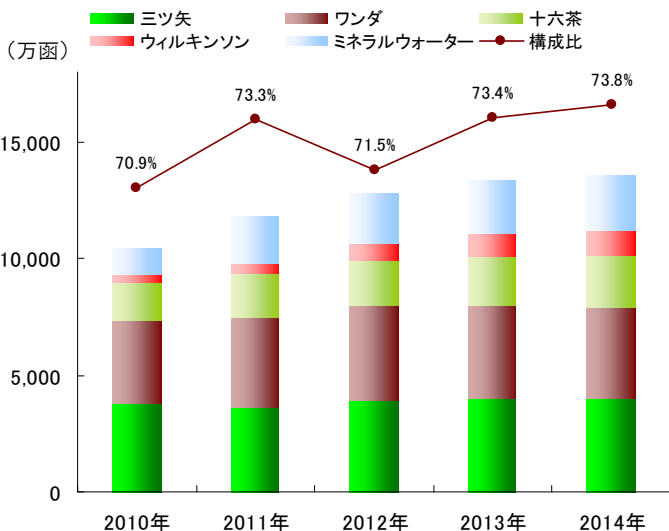
希望小売価格(税別):600ml 115円

売上高・営業利益推移

単位:億円



主力5ブランドの構成比推移



「カルピス」 (「ピースボトル」 470ml)

95年以上受け継いできた乳酸菌と生乳から生まれた乳酸菌飲料です。

しぼったままの国産生乳から脂肪分を取り除き、独自の乳酸菌による発酵でじっくり時間をかけて仕上げています。

自然の恵みから生まれたさわやかな風味で、お子様からお年寄りの方まで安心して飲みいただけます。

希望小売価格(税別):470ml 460円



※希望小売価格(税別)は2015年2月時点の価格となります。

(株)エルビー (本社:埼玉県蓮田市)



会社概要 ※2014年実績

事業分野 コンビニエンスストアを中心とした販売ルートに強みをもっている、お茶類や「カルピス」ブランド(13年1月から)などの清涼飲料を中心としたデイリーチルド商品、アサヒ飲料社のLL商品(07年4月から)、宅配ならびに通販向けの健康飲料を中心としたLL商品の製造・販売を行っています。

設立	1956年12月
資本金	4.9億円
売上高	226億円
営業利益	5億円
従業員数	217名

主要商品紹介

お茶 (1000ml, 500ml)

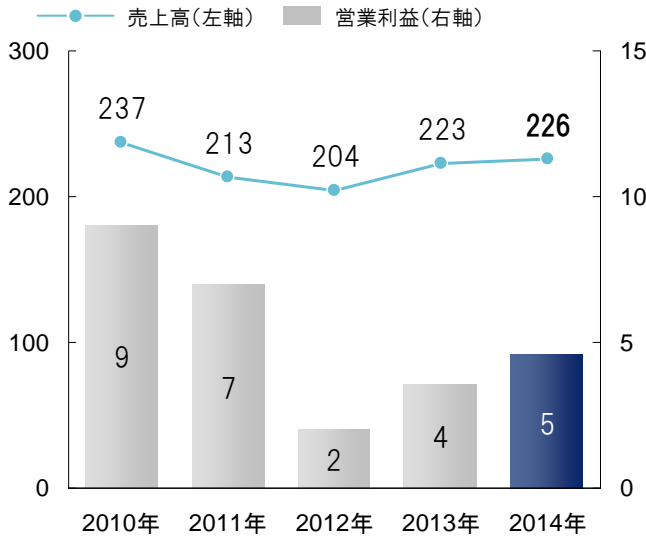


厳選された茶葉(国産)を、低温で丁寧に抽出し、渋味の少ないすっきりとした味と、淹れたてのお茶の香りが楽しめます。さらに「自家火入れ」した茶葉をプラスし、より芳醇な香りに仕上げました。無糖、無着色、無香料です。緑茶のほか、麦茶、烏龍茶、ほうじ茶、玄米茶、ジャスミン茶など、多彩なチルド無糖茶をそろえてお届けしております。

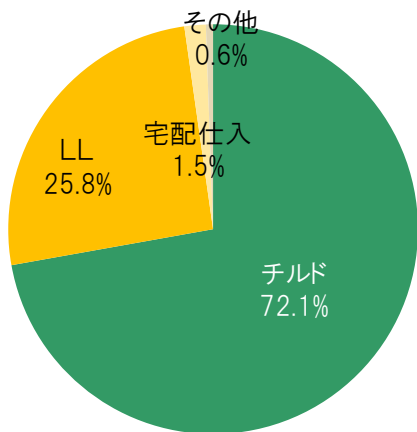
希望小売価格(税別):
1000ml 120円 500ml 80円

売上高・営業利益推移

単位:億円



カテゴリー別構成比(2014年)



さわやか果物シリーズ (1000ml)



フルーツのおいしさをお手頃価格でお楽しみいただける清涼飲料水です。基幹アイテムの「もも水」に加え、「なし水」「巨峰水」などバラエティーに富んだおいしさをご提供いたします。

希望小売価格(税別):1000ml 120円

味わいカルピス(1000ml)



まるやかで充実した味わいがたっぷり楽しめる、濃い目に仕上げた「カルピス」です。ミルクオリゴ糖を加え、毎日の健康をサポートします。

希望小売価格(税別):1000ml 148円

砂糖不使用 くろ酢 (125ml)

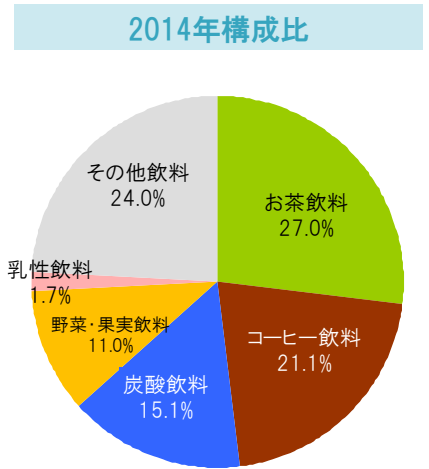
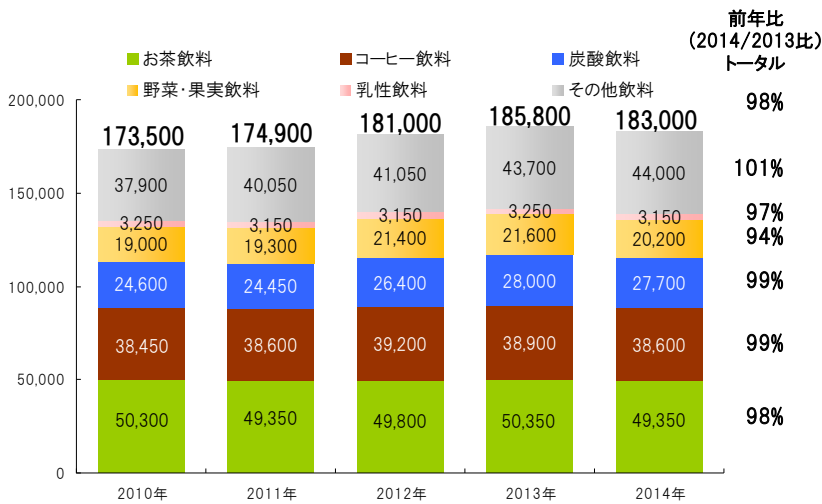


国内産玄米を使用した玄米酢にりんご果汁をおいしくブレンド。砂糖不使用(果糖ぶどう糖液糖を使用)、1本当たり40kcal、黒酢10ml。安全・安心・健康をキーワードにしたからだに優しい黒酢飲料。宅配専用商品。

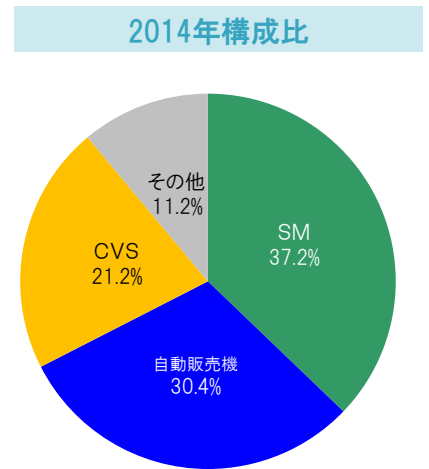
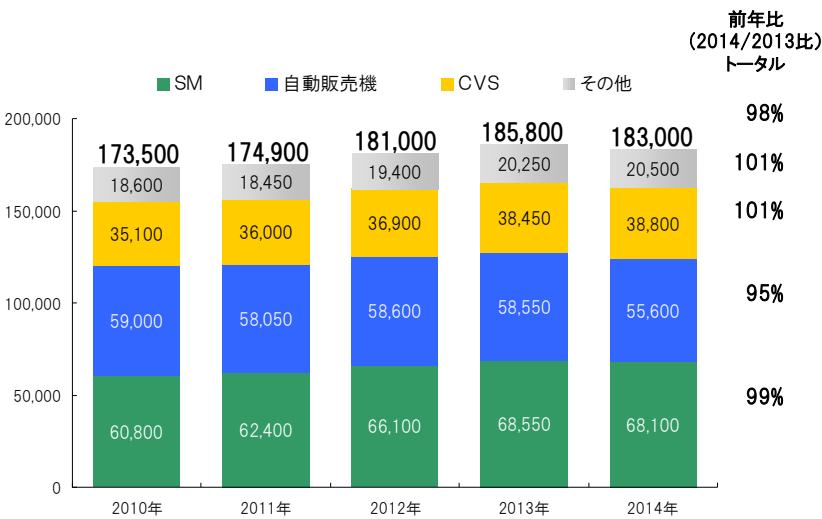
希望小売価格(税別):1000ml 110円

※希望小売価格(税別)は2015年2月時点の価格となります。

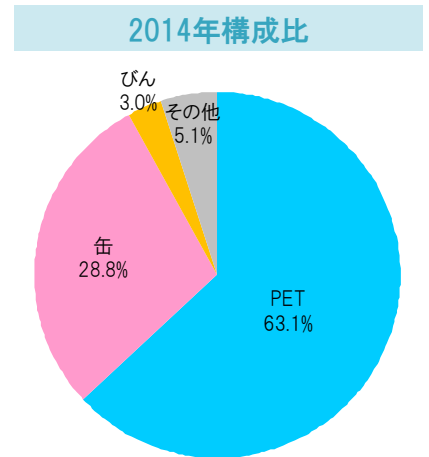
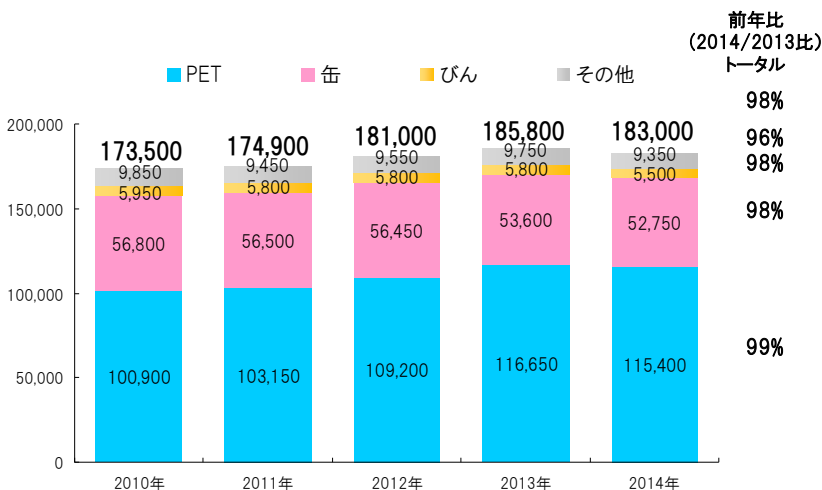
カテゴリー別市場規模推移 (数量:万箱)



チャネル別市場規模推移 (数量:万箱)



容器別市場規模推移 (数量:万箱)

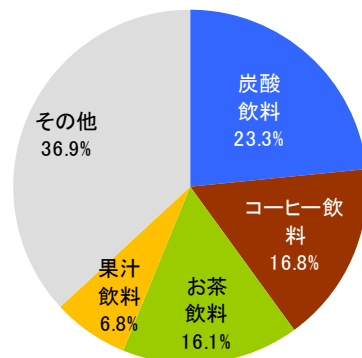


※ 2013年9月1日にカルピス社の国内飲料事業をアサヒ飲料社へ移管統合したことにより、2014年通期及び2013年9月～12月の実績には、その影響が含まれております。

カテゴリー別ブランド別実績 (2014年1-12月実績, 数量:万箱)

	2014年実績	2013年実績	前年比
炭酸飲料計	5,502	5,424	101.4%
三ツ矢	3,993	4,007	99.7%
ウィルキンソン計	1,092	978	111.7%
コーヒー飲料計(ワンダ計)	3,949	3,977	99.3%
お茶飲料計	3,803	3,755	101.3%
十六茶	2,186	2,083	104.9%
ミネラルウォーター計	2,366	2,307	102.5%
おいしい水	2,150	2,178	98.7%
果実飲料計	1,612	1,617	99.7%
健康・機能性飲料計	917	905	101.4%
その他飲料計	265	216	122.6%
カルピス計	4,757	2,339	203.4%
仕入品	398	311	128.2%
合計	23,569	20,850	113.0%

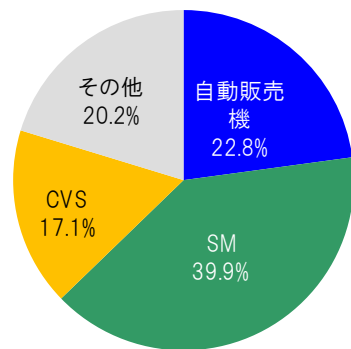
2014年1-12月構成比



チャネル別実績 (2014年1-12月実績, 数量:万箱)

	2014年実績	2013年実績	前年比
自動販売機部門	5,373	5,437	98.8%
手売り部門計	18,196	15,413	118.1%
SM	9,414	7,751	121.5%
CVS	4,022	2,663	151.0%
その他	4,759	3,872	122.9%
合計	23,569	20,850	113.0%

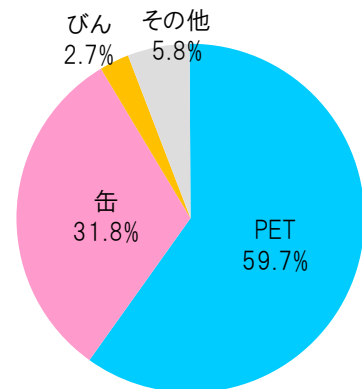
2014年1-12月構成比



容器別実績 (2014年1-12月実績, 数量:万箱)

	2014年実績	2013年実績	前年比
びん	646	502	128.8%
PET計	14,065	10,519	133.7%
小型 (~500ml)	7,669	4,852	158.1%
大型 (~2.0L)	6,395	5,668	112.8%
缶	7,495	6,846	109.5%
紙・その他	965	333	289.6%
仕入品計	398	2,650	15.0%
合計	23,569	20,850	113.0%

2014年1-12月構成比



アサヒ飲料 月次販売動向前年比 (2014年1-12月実績)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
前年比	+27.8%	+21.6%	+27.6%	+11.7%	+23.9%	+19.7%	+12.8%	+16.3%	-2.7%	+1.3%	-2.0%	+6.4%

上期	下期	年間
+21.6%	+5.8%	+13.0%

アサヒフードアンドヘルスケア株式会社



会社概要 ※2014年実績

事業分野	「健康創造企業」を目指し、健康関連商品、酵母エキス、機能性食品、フリーズドライ具材等の商品の製造・販売を行っています。
設立	1994年3月
資本金	32億円
売上高	575億円
営業利益	37億円
従業員数	417名

主要商品紹介



ミンティア



バランスアップ



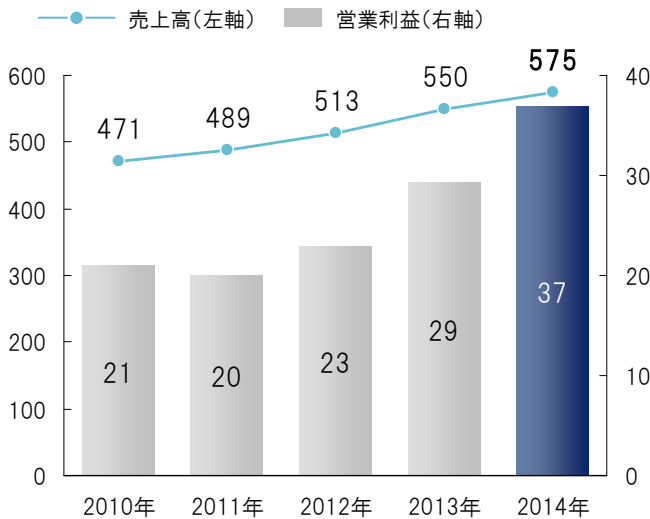
エビオス錠



ディアナチュラ

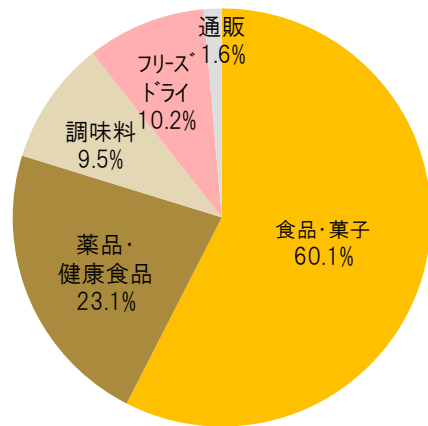
売上高・営業利益推移

単位:億円



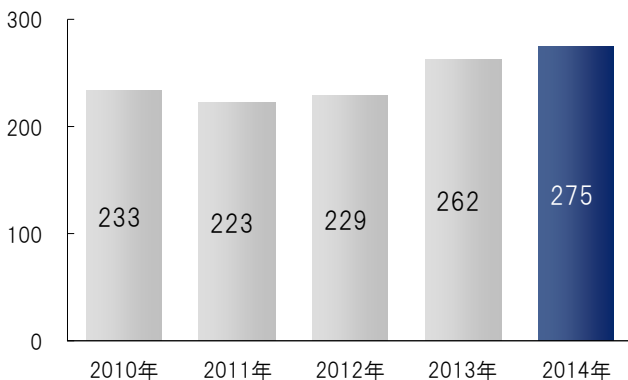
事業別構成比(2014年)

金額ベースで算出



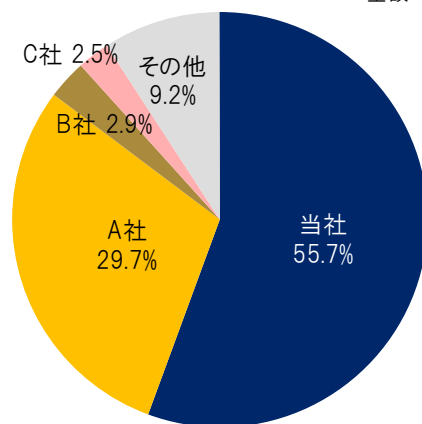
錠菓市場規模

単位:億円



錠菓マーケットシェア(2014年)

金額ベースで算出



出典:INTAGE食品SRI/キャンディ(錠菓市場)/全国(沖縄除く)/全業態 2010.1-2014.12

出典:INTAGE医薬外食品SDI/シリーズサプリメント/全国/全業態 2014.1-2014.12

和光堂株式会社



会社概要 ※2014年実績

事業分野 日本における育児用品のパイオニアである和光堂は、現在、ベビー・フードや育児用粉乳で高い国内シェアをもつ「育児・ファミリー向け事業」と、育児用粉乳で培った技術を用いた「事業者向け食品事業」を展開しています。

設立 1953年10月

資本金 29.2億円

売上高 371億円

営業利益 19億円

従業員数 484名(連結)

主要商品紹介



レーベンスミルクはいはい



栄養マルシェ



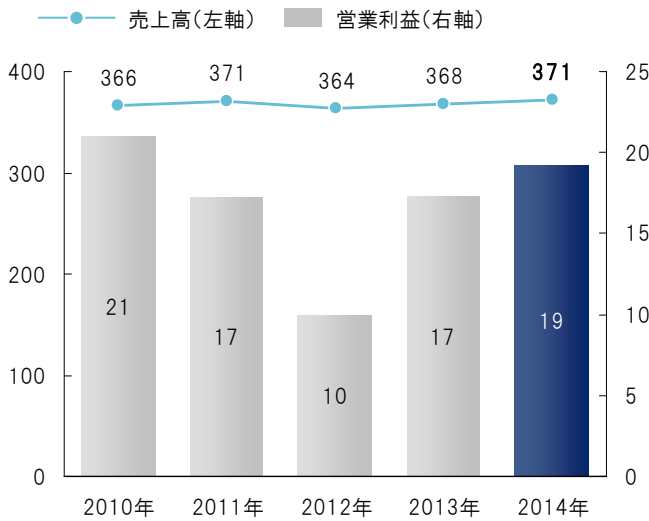
食事は楽し



牛乳屋さんの珈琲

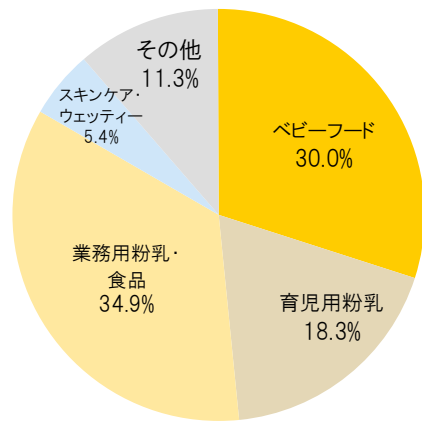
売上高・営業利益推移

単位:億円



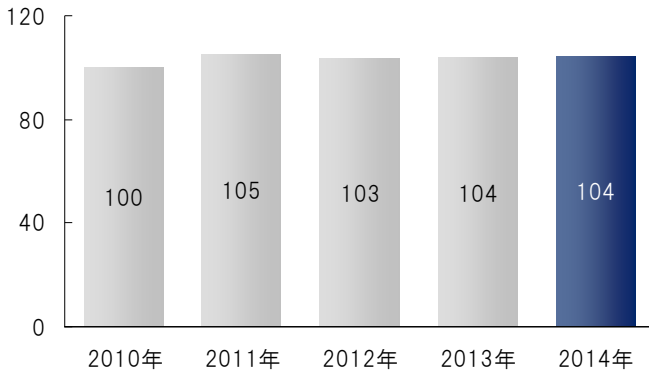
事業別構成比(2014年)

金額ベースで算出



ベビーフード市場 2009年比

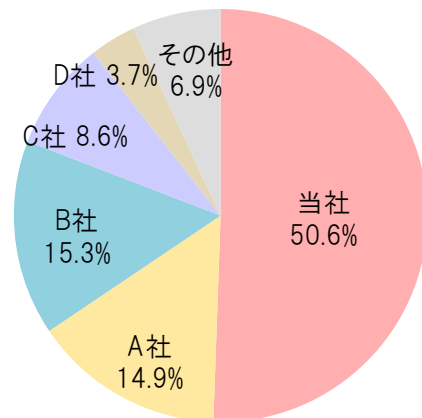
金額ベースで算出
※2009年実績を100とする。



出典:SDIデータ、全業態

ベビーフード マーケットシェア(2014年)

金額ベースで算出



出典:SDIデータ、全業態

天野実業株式会社



会社概要 ※2014年実績

事業分野 天野実業は真空凍結乾燥食品(フリーズドライ食品)、粉末調味料、レトルト食品等の製造機能を保有する企業です。フリーズドライ食品においては、国内トップレベルの技術力と製造機能を持っており、お客様に高品質・高機能な商品を提供しています。

設立	1947年5月
資本金	0.7億円
売上高	221億円
営業利益	10億円
従業員数	377名

主要商品紹介



いつものおみそ汁



にゅうめん



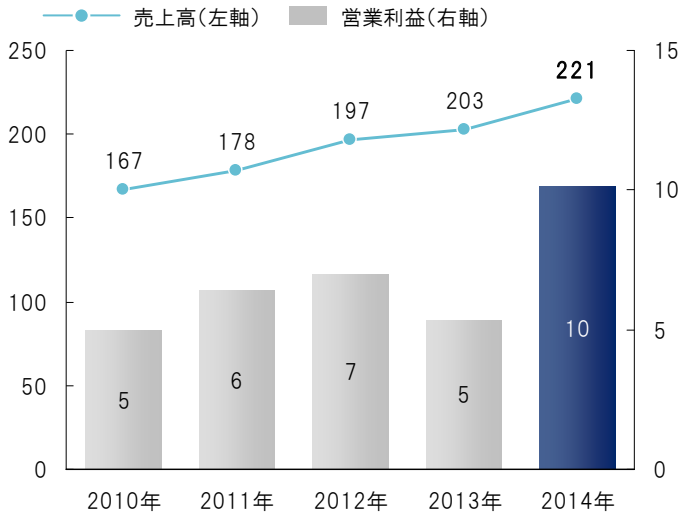
小さめどんぶり



ビストロリゾット

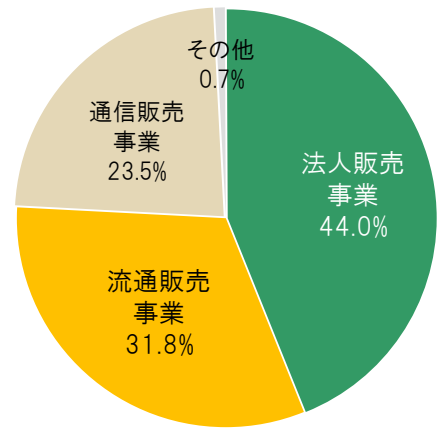
売上高・営業利益推移

単位:億円



事業別構成比(2014年)

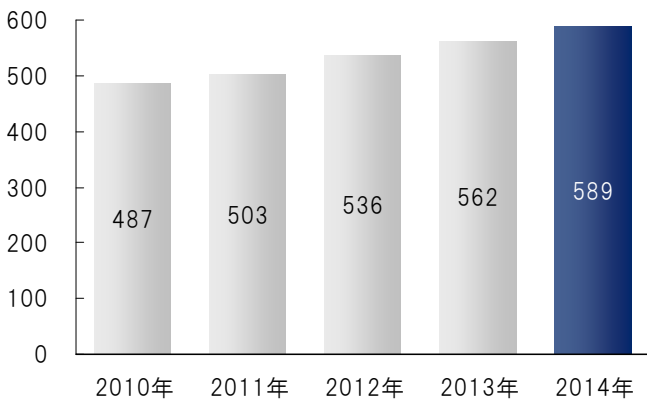
金額ベースで算出



即席みそ汁市場 販売金額推移

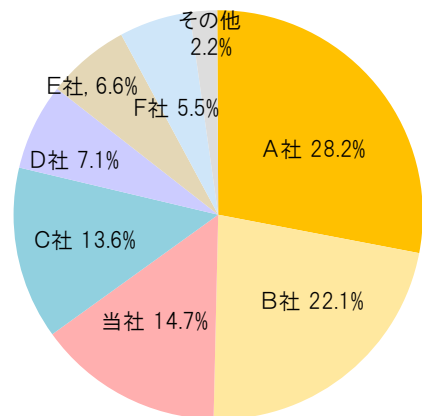
単位:億円

出典:富士経済



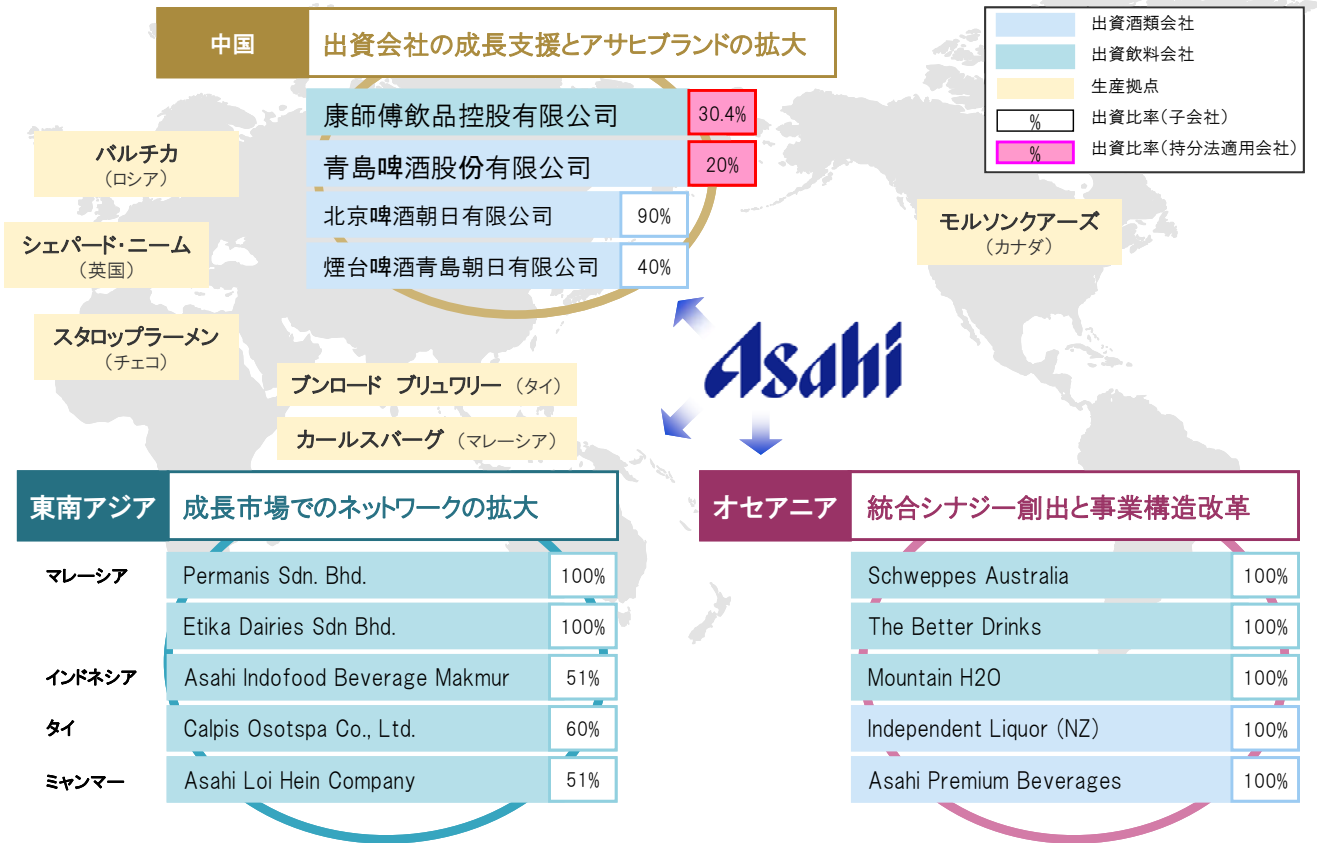
即席みそ汁 マーケットシェア(2014年)

出典:富士経済、金額シェア



アサヒグループの海外拠点

(2014年12月末現在)



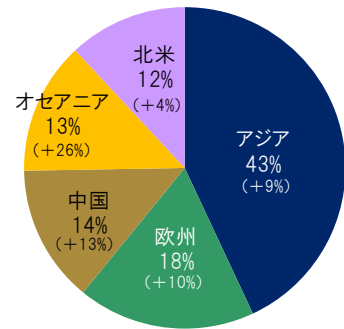
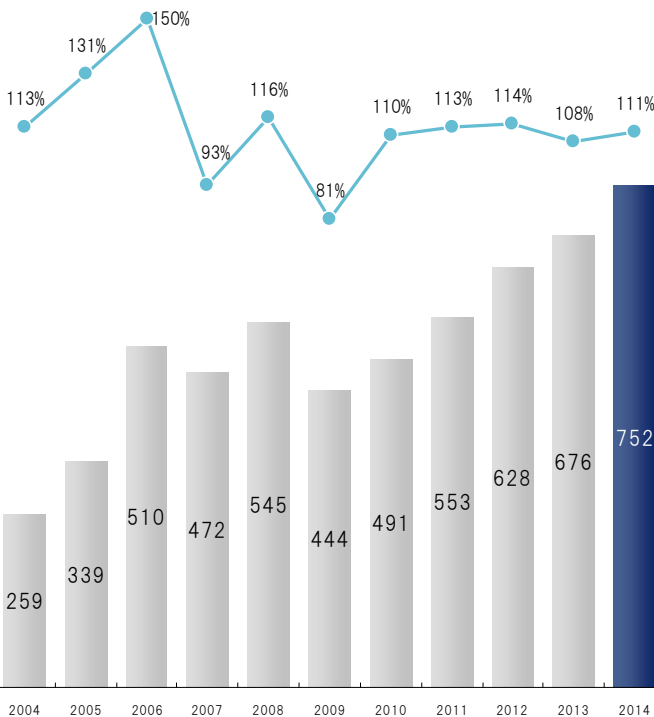
海外アサヒビールブランド販売状況

エリア別販売数量構成比(2014年)

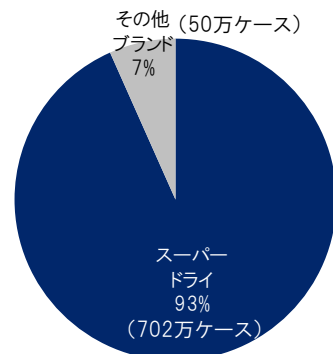
※カッコ内は成長率

年別売上数量推移

単位: 万ケース(大瓶換算)、前年比



海外アサヒブランド販売数量構成比(2014年)



オセアニア飲料事業

2009年4月に英国のキャドバリーグループより、安定的に成長している清涼飲料市場において、第2位の飲料会社である豪州飲料事業(シュウェップス・オーストラリア社)を買収しました。

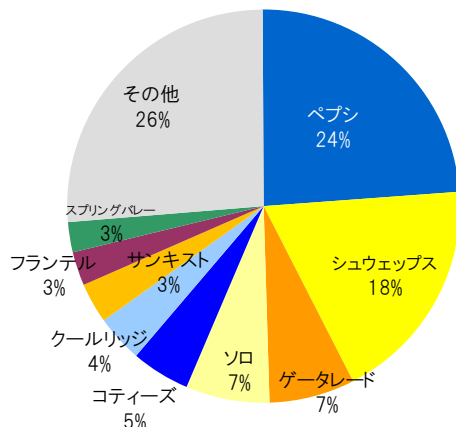
シュウェップス・オーストラリア社は、主力カテゴリーである炭酸飲料をはじめ、スポーツドリンク、果汁系飲料を中心に自社ブランド製品とライセンス製品の製造販売を行っています。

2011年に、豪州第3位のP&N Beverages社の果汁・水事業、ならびに、プレミアム飲料水に特化したニュージーランドのCharlie's社(現The Better Drinks社)、2012年には、豪州の水専業メーカーのH2O社を買収するなど、オセアニアにおける飲料事業基盤の強化・拡大を図っています。

シュウェップス社主要ブランド別売上構成比

<2014年1月-12月累計>

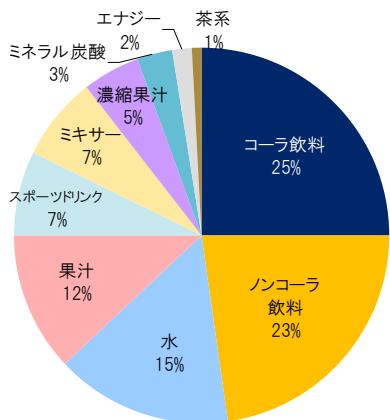
金額ベースで算出



シュウェップス社カテゴリー別売上構成比

<2014年1月-11月累計>

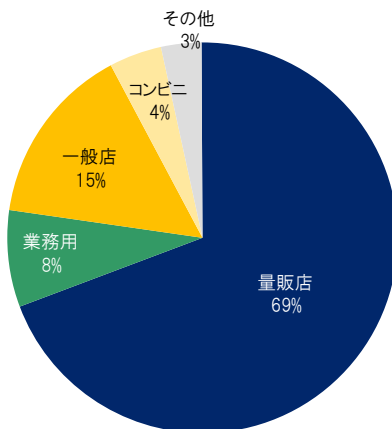
金額ベースで算出



シュウェップス社チャネル別売上構成比

<2014年1月-11月累計>

金額ベースで算出



オセアニア飲料事業商品ライナップ

炭酸飲料



Schweppes Pepsi Solo

水



Cool Ridge Cool Ridge Lightly Sparkling Frantelle Mountain H2O

スポーツドリンク



Gatorade

濃縮果汁



Cottee's

エナジードリンク



Monster Energy

果汁飲料



Spring Valley Charlie's Quencher Juicy Lucy

お茶



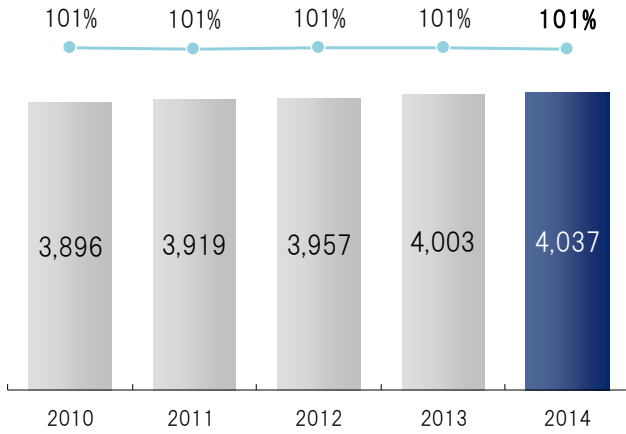
Real Iced Tea Co.

豪州飲料市場データ

飲料市場消費量推移

単位:千KL

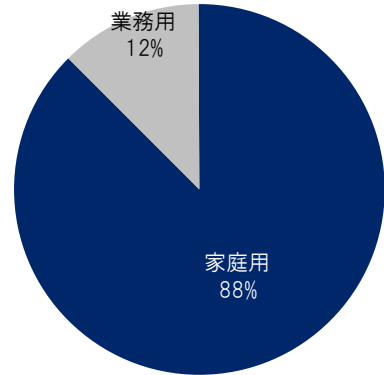
出典:ユーロモニター



業態別販売数量構成比

<2014年1月-12月累計>

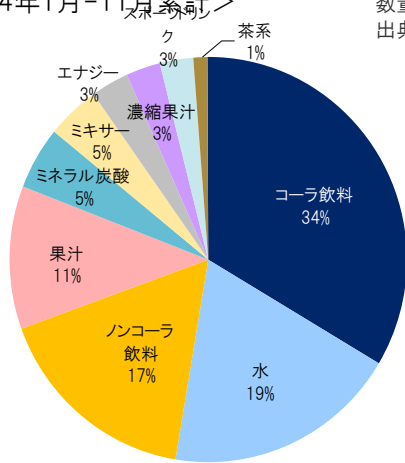
数量ベースで算出
出典:ユーロモニター



カテゴリー別構成比

<2014年1月-11月累計>

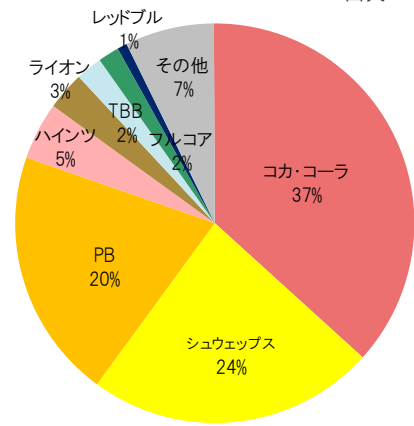
数量ベースで算出
出典:ACニールセン



会社別マーケットシェア

<2014年1月-11月累計>

数量ベースで算出
出典:ACニールセン

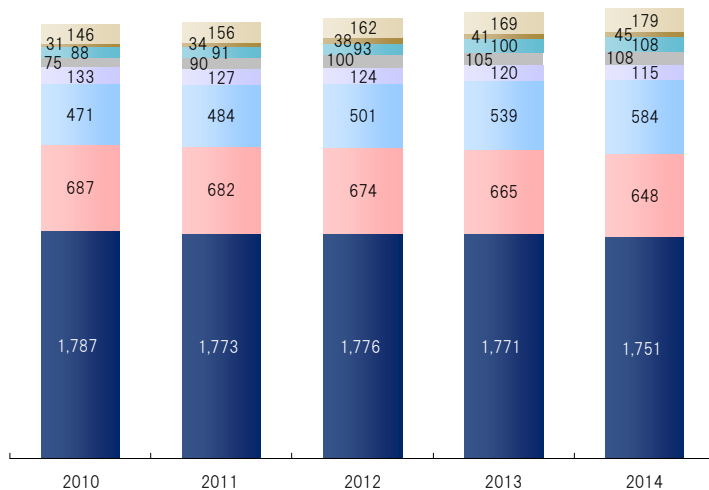


カテゴリー別市場推移(家庭用)

単位:百万L

(成長率)

出典:ユーロモニター



- その他 106%
- 茶系 110%
- スポーツドリンク 108%
- エネルギードリンク 103%
- 濃縮果汁 96%
- 水 108%
- 果汁系 97%
- 炭酸飲料 99%

オセアニア酒類事業

2011年9月にインデペンデント・リカーグループ(以下、ILグループ)を買収し、本格的にオセアニア酒類市場に参入しました。

現在、Independent Liquor (NZ)社とAsahi Premium Beverages社を中心に、ニュージーランドおよび豪州でRTD(低アルコール飲料)を中心に、スピリッツやワイン、ビールなど酒類カテゴリー全般にわたる商品の製造・販売を行い、強固なブランドを築いてきた酒類メーカーです。

また、12年4月よりIndependent Distillers (NZ)社、10月よりAsahi Premium Beverages社へ「アサヒスーパードライ」の販売機能も移管するなど、オセアニアにおける酒類事業のポートフォリオの強化・拡大を進めています。

主カブランド

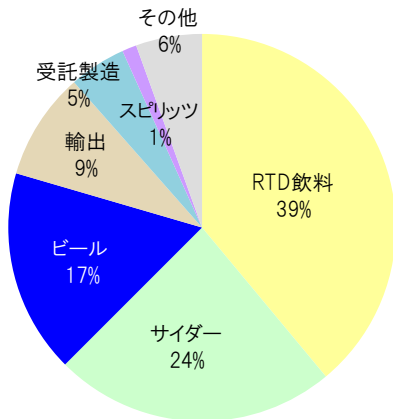
RTD系			サイダー(りんご酒)	
ダーク系 (パーボンベース)		ライト系 (ウオッカベース)		
Woodstock	Cody's	Vodka Cruiser	Somersby	Wild Side

Asahi Premium Beverages (Aust)

カテゴリー別売上構成比

<2014年1月-12月累計>

金額ベースで算出

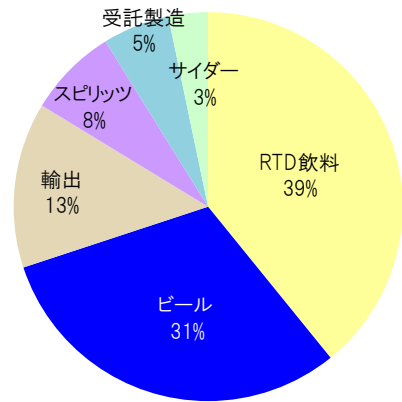


Independent Liquor (NZ)

カテゴリー別売上構成比

<2014年1月-12月累計>

金額ベースで算出

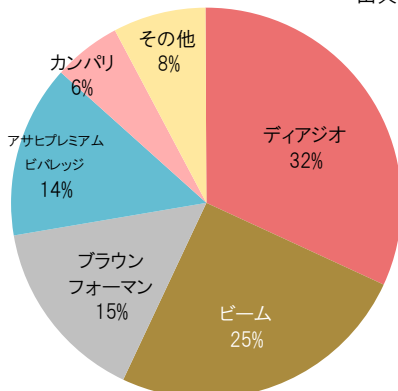


オセアニアRTD飲料市場データ

■<豪州>会社別マーケットシェア

<2014年1月-12月累計>

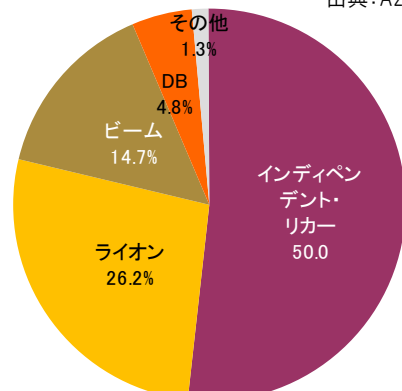
数量ベースで算出
出典: Aztec



■<ニュージーランド>会社別マーケットシェア

<2014年1月-12月累計>

数量ベースで算出
出典: Aztec & Nielsen



中国ビール事業

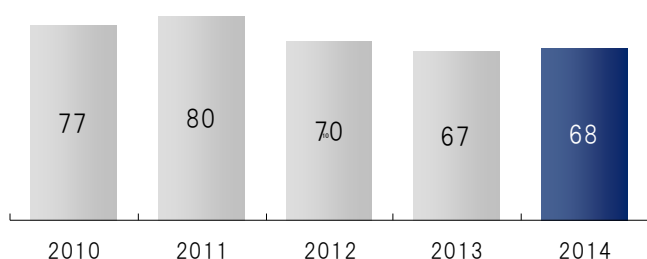
事業概要

1994年に伊藤忠商事と共同で中国のビール会社に出資し経営参加して以降、順次中国でのビール事業の業容を拡大してきました。2013年の3社の販売数量は67万6千KLに増加しました。

09年4月に青島ビールの一部株式を取得し、戦略的パートナーシップを締結しました。今後は、この提携を軸に、既存事業の早期の収益回復と青島ビールの成長戦略へのサポートをすることで、中国におけるビール事業の一層の収益基盤拡大を進めます。

出資会社販売量

単位: 万KL



中国以外のアジアビール事業

00年7月より、中国の深圳青島朝日ビールからの輸出と、02年2月よりタイでのライセンス契約による生産を開始し、アセアン諸国・オセアニア諸国に供給を行っています。また、09年3月には最大手のブンロード・ブリュワリーと販売に関するライセンス契約も締結しました。更に、08年9月に台湾の総合酒類販売会社の三商朝日股份有限公司(合併会社)を設立、10年にカールスバーグの現地法人と香港・マレーシア市場における販売提携を開始しました。また、11年にマレーシアでライセンス契約を結び、12年には、フィリピンでアジアブリュワリーと販売提携を結ぶなど、販売チャネルの強化・拡大を図り、アジア地域での市場競争を高めています。

欧米ビール事業

北米事業ではスーパードライを積極的に展開しており、特に業務用の樽生の取扱店が増加しております。

英国ではシェパード・ニーム社(07年)、欧州ロシア(東経60°以西)及び周辺11カ国ではロシア最大手のバルチカ社(08年)と生産・販売・マーケティングを委託するライセンス契約を締結し、「スーパードライ」の認知度向上を目的とした広告活動を積極展開しております。

会社概要

●北京啤酒朝日有限公司 (持分比率:90%)

北京にて北京ビール及びスーパードライ、朝日ビールの生産・販売を行っています。2004年5月に操業開始した北京ビールの新工場は、2007年4月に年間製造能力を10万KLに倍増するなど、事業基盤の拡大を目指しています。2010年8月より青島ビールの受託製造も開始しました。

●煙台啤酒青島朝日有限公司 (持分比率:40%)

山東省にて煙台ビールの生産を行っています。2009年1月より青島ビールとの資本・業務提携により新たに青島ビールの受託製造も開始しました。

●深圳青島啤酒朝日有限公司 (持分比率:29%)

※持分法適用会社

広東省にて青島ビール及びスーパードライを生産しています。

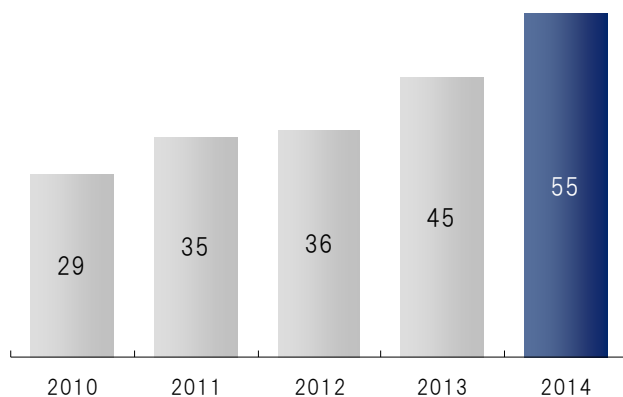
14年出資会社売上高

361億円 (前年比112%)

(売上には持分法適用会社の深圳青島社を含む)

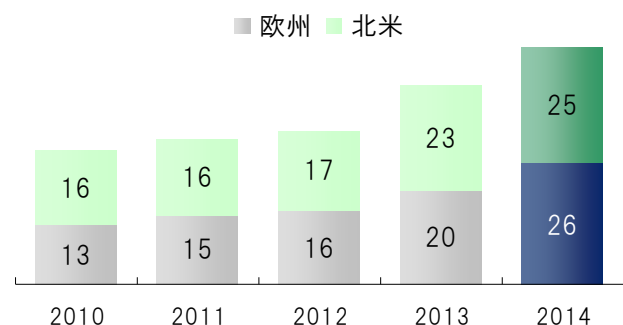
アジア酒類事業売上高推移

単位: 億円



欧米酒類事業売上高推移

単位: 億円



青島ビール

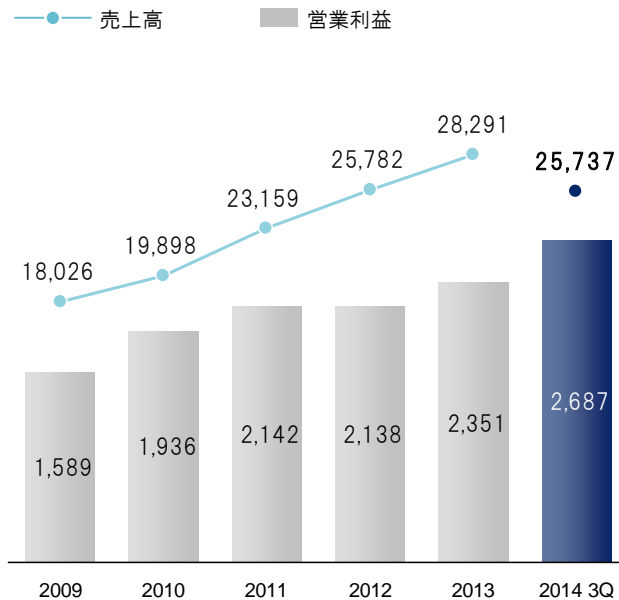
※持分法適用会社

アサヒビールは、09年4月に青島ビールの一部株式を取得しました。また、戦略的パートナーシップを締結し、中国ビール事業の基盤強化を図りました。

青島ビールは、1903年に創業、1993年に設立された現在、中国ビール市場において第2位のビール会社です。山東省で圧倒的なマーケットシェアを誇るとともに、中核ブランド「青島ビール」を中心に販売網を中国全土に拡大しており、25年連続で販売数量を伸ばしております。

売上高・営業利益推移

単位:百万円



2014年1-9月売上高

25,737百万円 (前年比106%)

生産拠点数

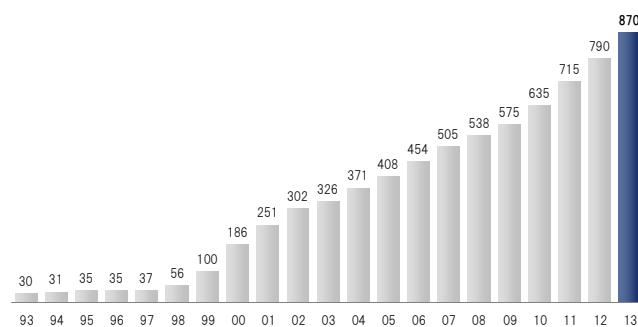
58箇所 (20の省市自治区)

2014年1-9月販売状況

単位:万KL	数量	前年比
合計	815	+8.2%
うち、青島ブランド	392	+2.3%

販売数量推移

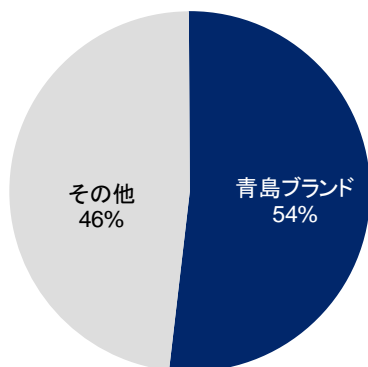
単位:万KL



青島 青島純生 漢斯純生 山水 崂山精品 奥古特

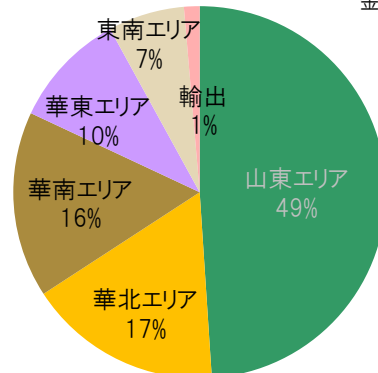
ブランド構成比 (2013年1月-12月累計)

数量ベースで算出



販売金額エリア別構成比 (2013年1月-12月累計)

金額ベースで算出

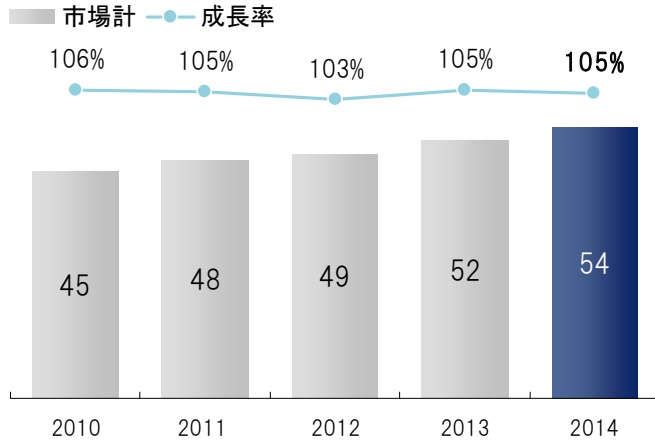


中国ビール市場データ

中国ビール消費量推移

単位:百万K

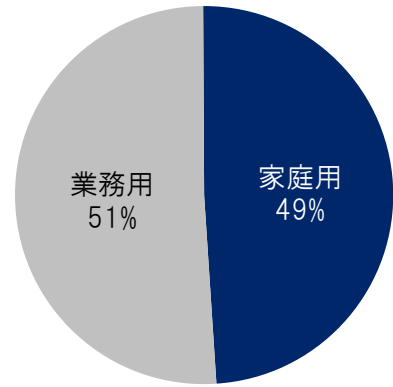
出典:ユーロモニター



中国業態別販売数量構成比

<2014年1月-12月累計>

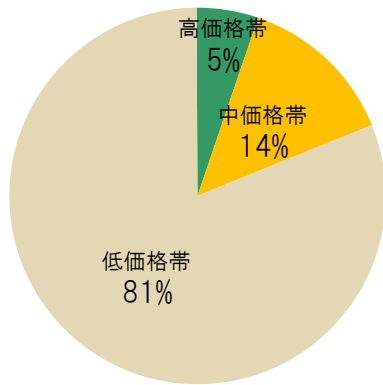
出典:ユーロモニター
数量ベースで算出



価格帯別売上構成比

<2014年1月-12月累計>

出典:ユーロモニター
数量ベースで算出

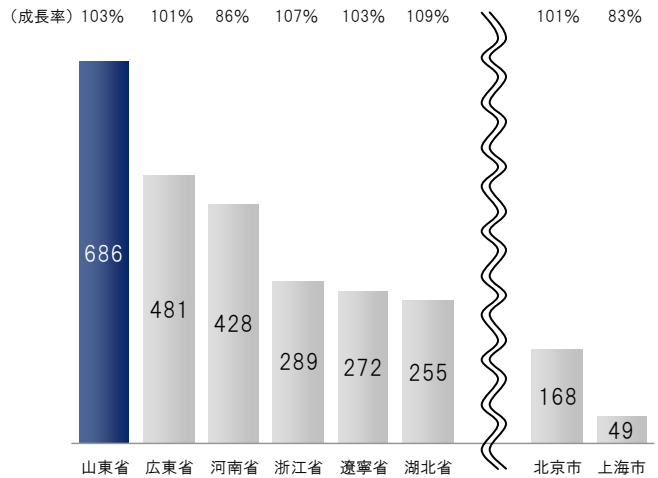


省別生産量

単位:百万KL

<2013年1月-12月累計>

出典:中国醸造工業協会



中国上位ビール会社生産量 (2013)

会社名	生産量 (万kl)	前年比	成長率	シェア	売上高		当期純利益		外資提携先
					(億円)	(億円)	(億円)	(億円)	
華潤雪花	1,172	1,064	110%	23.2%	330	4,289	9	122	SABMiller
青島ビール	870	790	110%	17.2%	283	4,668	20	325	アサヒグループ
インベブグループ	655	575	114%	12.9%	非開示	非開示	非開示	非開示	
北京燕京	571	540	106%	11.3%	137	2,267	6.8	112	
珠江ビール	113	117	96%	2.2%	34	553	0	3	
重慶ビール	120	114	105%	2.4%	34	559	1.6	26	Carlsberg
総生産量	5,062	4,902	103%	-	-	-	-	-	

※出典:(生産量)中国醸造工業協会董酒分会統計信息中心
(売上高)各社業績報告書

為替前提:1人民元=13円
1香港元=13.0円(華潤雪花のみ適用)

康師傅飲品控股有限公司（中国）

※持分法適用会社

2004年に伊藤忠商事と共同で中国最大手の食品事業グループ「康師傅控股有限公司」と清涼飲料の合併会社を設立しました。

急速な経済発展を背景に伸張著しい中国清涼飲料市場において、茶系飲料と水カテゴリーでシェアトップを獲得し、12年には、ペプシ社の中国ボトリング事業を取得し、市場全体で1位のポジションを獲得しました。

2014年1-9月売上高

5,061百万US\$（前年比94%）

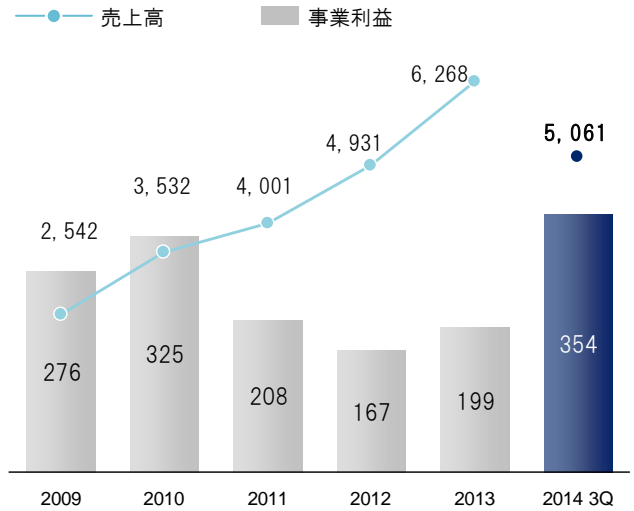
※康師傅社の飲料事業実績

生産拠点数

86箇所（内、ペプシ24工場）

康師傅社飲料事業 売上高推移

単位：百万米ドル

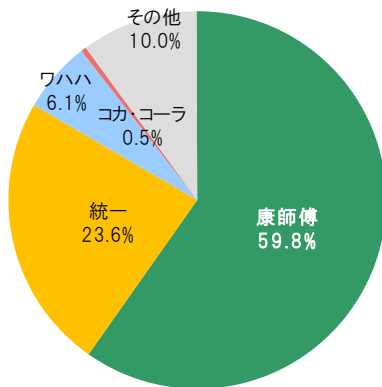


■康師傅社飲料事業 カテゴリー別シェア ※13年10月- 14年9月累計

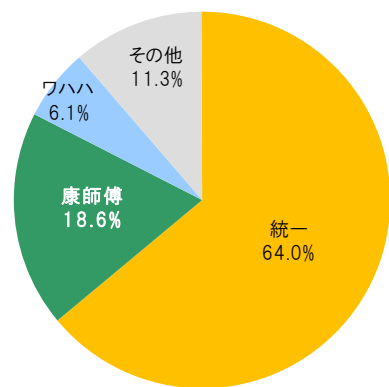
出典：ACニールセン

数量ベースで算出

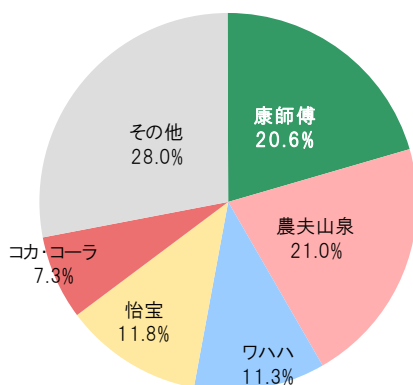
RTD茶カテゴリー



ミルクティー

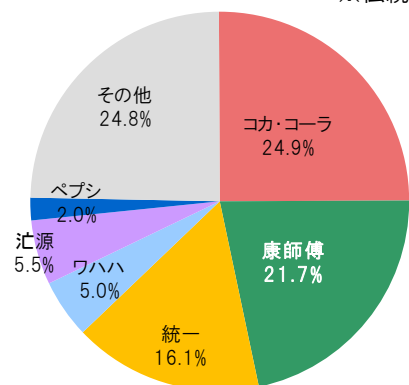


水カテゴリー



果汁系飲料カテゴリー

※伝統飲料含む

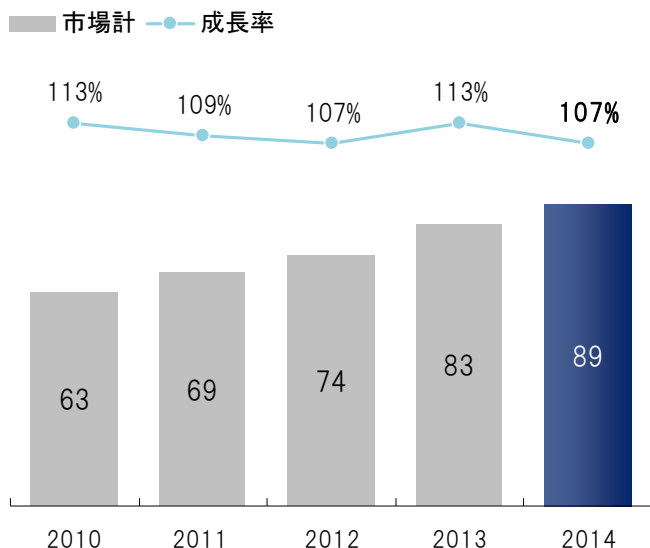


中国飲料市場データ

飲料市場消費量推移

単位:百万KL

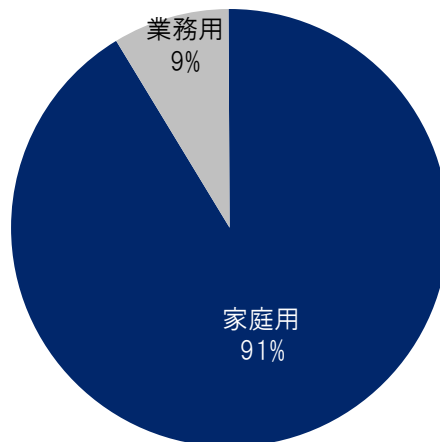
出典:ユーロモニター



業態別販売数量構成比

<14年1月-12月累計>

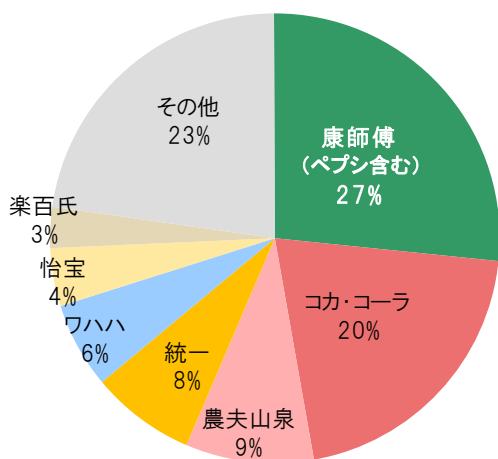
数量ベースで算出
出典:ユーロモニター



会社別マーケットシェア

<2013年10月-2014年9月累計>

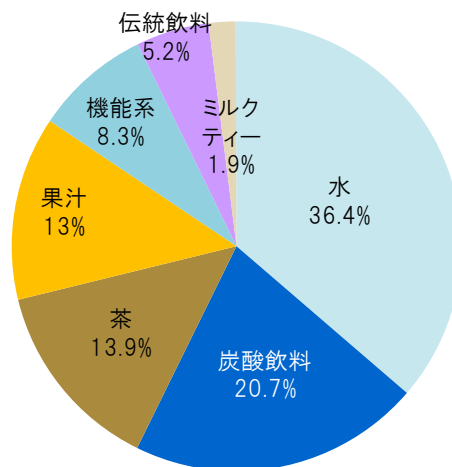
数量ベースで算出
出典:ACニールセン



カテゴリー別構成比

<2014年1月-2014年9月累計>

数量ベースで算出
出典:ACニールセン



インドネシア飲料事業

2012年9月にインドネシア食品最大手の「PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR TBK」の子会社「PT INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK」と同国における飲料の製造と販売を行う合弁会社を設立しました。

また、2013年9月には、インドネシアのペプシボトラー「PT Pepsi-Cola Indobeverages」を買収し、同年11月に「PT Multi Bahagia」とミネラルウォーター第2位ブランド「Club」に関連する事業譲渡契約を提携し、同国における事業基盤の拡大を図っています。

更に、同年12月には、初めての自社ブランド「Ichi Ocha」を発売するなど、本格的にインドネシア飲料市場への参入を果たしました。

主カブランド

自社ブランド

ペプシブランド

Clubブランド



ICHI OCHA



Cafela



Pepsi



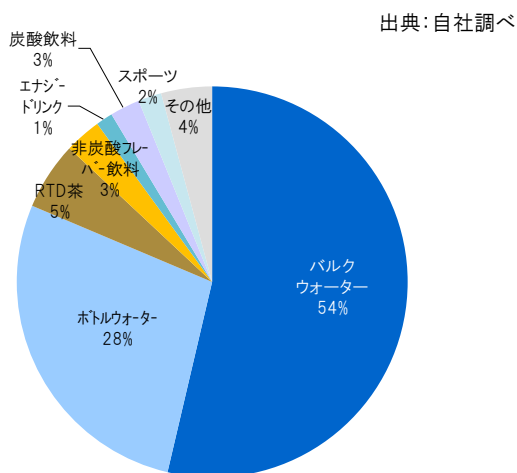
Twister



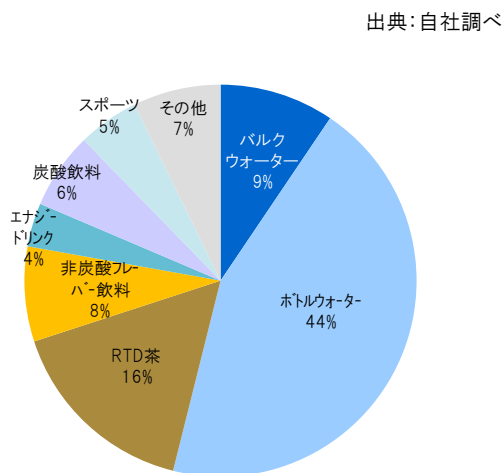
Club

インドネシア飲料市場

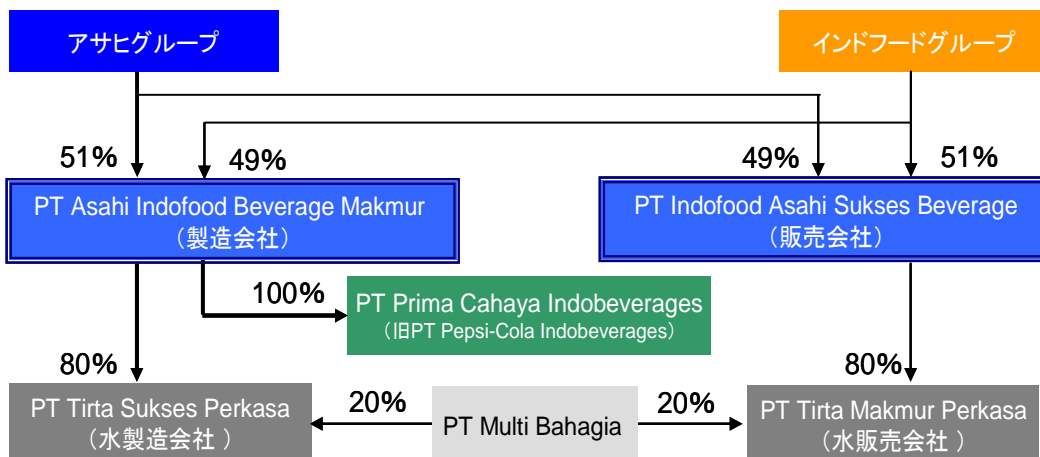
カテゴリー別構成比(2013年) ※数量ベースで算出



カテゴリー別構成比(2013年) ※金額ベースで算出



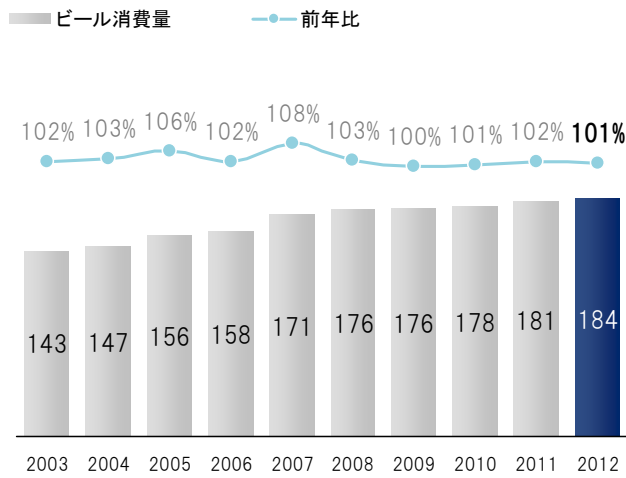
インドネシア飲料事業出資スキーム



世界ビール消費量

単位:百万KL

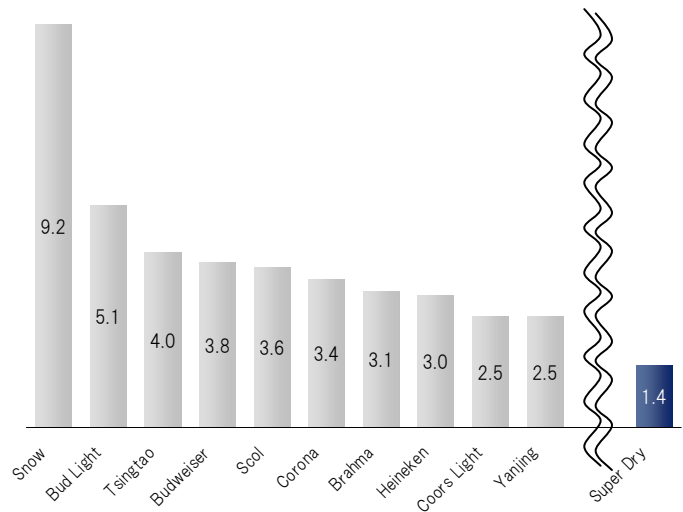
出典:Impact Data2013



世界トップ10ブランド

単位:百万KL

出典:Impact Data2013



消費国上位15社(2012年実績)

単位:百万KL

出典:Impact Data2013

順位	国名	2009年	2010年	2011年	2012年	12/11比
1	中国	43.2	45.0	47.6	49.0	103%
2	USA	23.7	23.3	23.0	23.2	101%
3	ブラジル	10.5	11.6	12.3	12.7	103%
4	ロシア	10.0	9.8	9.1	9.0	99%
5	ドイツ	9.0	8.8	8.8	8.6	98%
6	メキシコ	6.5	6.3	6.6	6.9	104%
7	日本	6.0	5.8	5.6	5.6	99%
8	イギリス	5.0	4.7	4.7	4.5	96%
9	ポーランド	3.2	3.4	3.5	3.6	103%
10	スペイン	3.3	3.3	3.3	3.2	98%

順位	国名	2009年	2010年	2011年	2012年	12/11比
11	南アフリカ	2.9	2.9	3.0	3.0	102%
12	ベトナム	2.1	2.4	2.8	3.0	106%
13	ウクライナ	2.7	2.9	2.7	2.7	97%
14	カナダ	2.3	2.3	2.3	2.3	102%
15	インド	2.1	2.4	2.8	3.0	106%
上位15カ国計		132.4	134.9	135.7	138.4	102%
上位15カ国以外計		43.8	42.8	45.5	45.4	100%
合計		176.2	177.7	181.2	183.8	101%

ビール会社上位15社(2012年実績)

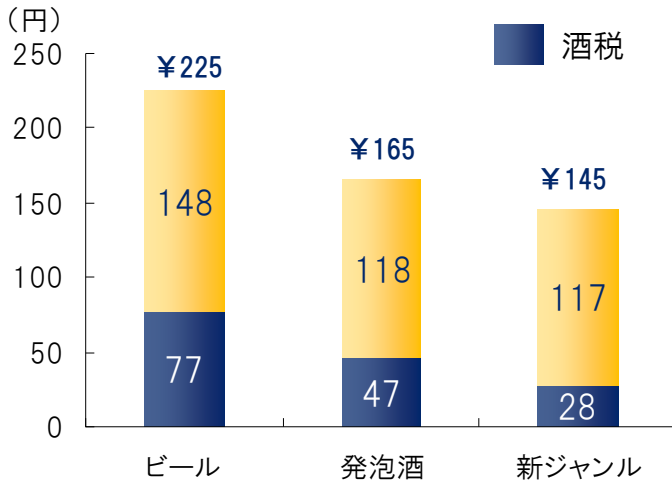
単位:百万KL

出典:Impact Data2013

順位	会社名	本社	販売数量	12/11比
1	Anheuser-Busch InBev	ベルギー	41.2	101%
2	SABMiller	イギリス	24.2	106%
3	Heineken	オランダ	17.2	104%
4	Carlsberg Breweries	デンマーク	12.0	101%
5	China Resources Enterprise	中国	10.6	104%
6	Tsingtao Brewery	中国	7.9	111%
7	Molson Coors Brewing Co.	アメリカ	6.3	98%
8	Beijing Yanjing Beer Group	中国	5.5	101%
9	Kirin Brewery Co.	日本	4.9	97%
10	Asahi Breweries	日本	3.7	103%

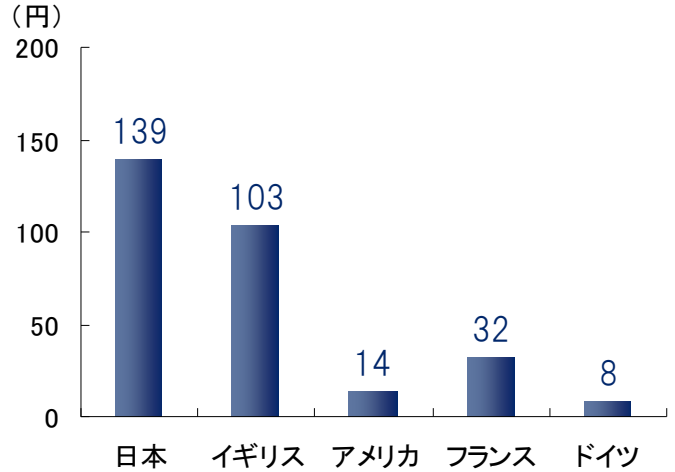
順位	会社名	本社	販売数量	12/11比
11	Efes Beverages Group	トルコ	2.9	96%
12	Guinness Brewing Worldwide	イギリス	2.4	102%
13	San Miguel Corp.	フィリピン	1.7	101%
14	Suntory	日本	1.4	106%
15	Petropolis	ブラジル	1.4	108%
上位15社合計			143.4	103%
上位15社以外合計			40.4	98%
世界合計			183.8	101%

<国内>350ml当たりの酒税比較 (円)



※最上部の価格は、大手CVSチェーンの店頭価格
(消費税込み、14年末時点)

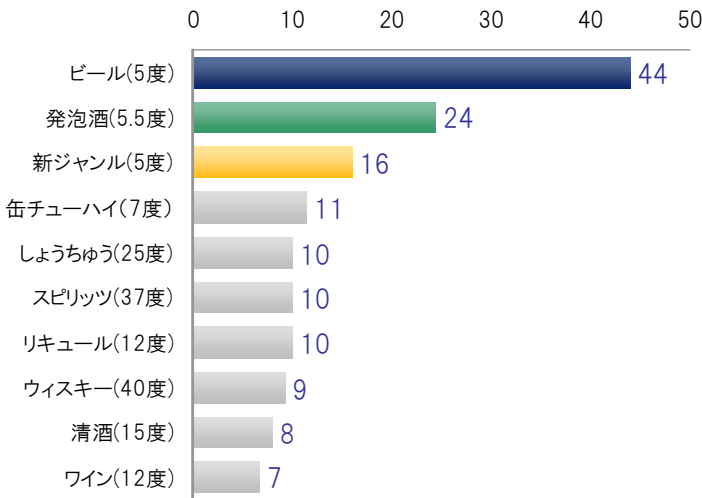
<主要国>ビールの酒税税額比較 (円)



出典:ビール酒造組合(H26.1月)

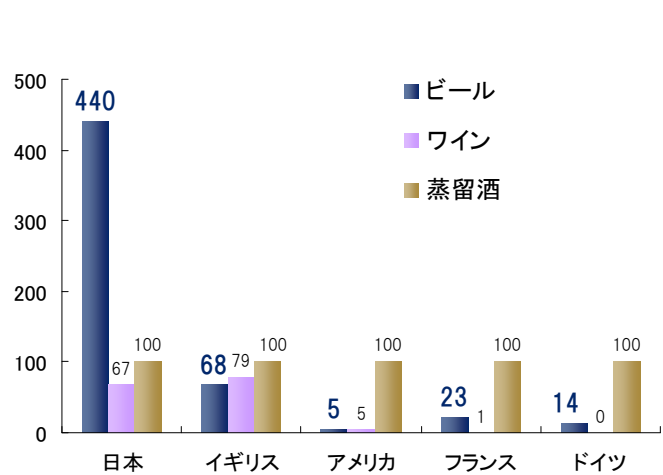
注)①金額(酒税額、消費税額、小売価格)は633ml当たりの円で示す。
②邦貨換算は1ユーロ138.33円、1ドル101.66円、1ポンド170.07円
(平成26年5月末時点のTTMLレートによる)。
③アメリカはニューヨークでの調査。

<国内>アルコール分1度1リットル当たりの酒税比較 (円)



出典:国税庁「酒のしおり(H26)」

<主要国>主要国のアルコール1度当たりの酒税額指数(蒸留酒=100とした場合)



出典:ビール酒造組合(H26.1月)

注)アメリカはニューヨークでの調査。