

FACTBOOK

2016

(8月4日更新版)



長期ビジョン・中期経営方針

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	2
中期経営方針	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 2015年月次販売動向	15
ビール類・ビールテイスト清涼飲料 2016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
アサヒ飲料(株)販売実績	22

国内食品事業

アサヒグループ食品(株)	23
食品事業主要カテゴリー市場データ	24

国際事業

事業概要	25
世界ビール市場	26
オセアニア飲料事業	27
オセアニア飲料市場	28
オセアニア酒類事業・市場	29
マレーシア飲料事業	30
インドネシア飲料事業	31
国際ビール事業	32
中国ビール事業	33
中国ビール市場	34
中国飲料事業	35
中国飲料市場	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

◆『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

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

◆ 全てのステークホルダーの満足を追求し、『持続的な企業価値の向上』を図る

ステークホルダーに対するビジョン

顧客

国内で培った「強み」を基に新たな価値創造を続け、日本をはじめとして
グローバルでもエリアNo.1の顧客満足を獲得する。

取引先

取引先や提携先とも新たな価値創造を通じて、共に成長できる関係を構築する。

社会

事業を通じた健全な食文化の発展など社会的課題の解決に貢献する。

社員

社員が自身の成長と会社の成長を実感し、生き生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。

中期経営方針

持続的成長を目指した“企業価値向上経営”の深化

- ◆ **国内収益基盤の盤石化と国際事業の成長エンジン化による「稼ぐ力」の強化**
 - ・高付加価値化、差別化を軸としたイノベーションの促進とリーダーシップの発揮
 - ・事業統合やバリューチェーンの高度化による収益構造改革、ビジネスモデルの進化
 - ・日本発の「強み」を活かす海外を中心とした成長基盤の獲得
- ◆ **資本コストを踏まえた資産・資本効率の向上**
 - ・エクイティスプレッド(ROE－株主資本コスト)を重視した資本効率の向上
 - ・ROIC(投下資本利益率)を活用した事業管理、事業ポートフォリオの再構築
- ◆ **サステナビリティの向上を目指したESGへの取り組み強化**
 - ・自然、社会関係資本や人材など「見えない資本」の高度化、CSV戦略への発展
 - ・企業価値向上経営の実行に資する「攻めのコーポレートガバナンス」の推進

主要指標の考え方・ガイドライン

	2015年実績	3年程度を想定したガイドライン
売上高	18,574億円	・主力事業の安定成長－事業再編＋新規M&A
営業利益(※)	1,351億円	・既存事業(一桁台後半の年平均成長率)＋新規M&A効果
EPS	166.3円	・年平均10%程度の成長
ROE	8.8%	・10%以上の水準の維持・向上

(※)各指標は、2016年期末のIFRS移行の影響を加味しております。
 (※)為替影響や一時的な特別損益等の特殊要因は除くベースとなります。

財務・キャッシュフロー方針

2016年～2018年累計のガイドライン	
キャッシュフロー	・創出CF：4,700億円以上(営業CF＋最大化施策＋資産の見直し) ・設備投資：1,800～2,200億円
成長投資	・M&Aなど成長基盤の獲得に積極投資 (大型の資金需要が発生する際はDEレシオ1倍程度を許容)
株主還元	・2018年までに配当性向30%(IFRS基準)を目指した安定的な増配 ・成長投資とのバランスに鑑みた機動的な自社株買い

会社概要 (2016年6月30日現在)

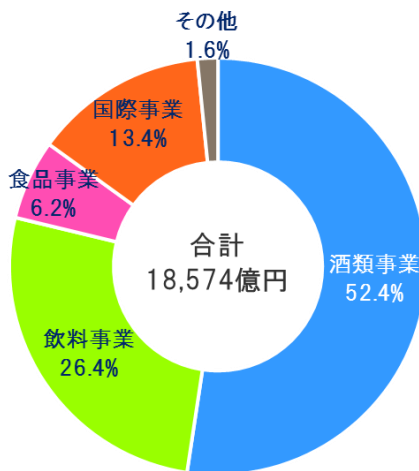
商号 : アサヒグループホールディングス株式会社
 本社所在地 : 〒130-8602 東京都墨田区吾妻橋1-23-1
 設立 : 1949年9月1日(昭和24年)
 ※2011年7月1日純粋持株会社化に伴い、「アサヒビール株式会社」より商号変更

代表取締役社長 兼 COO : 小路 明善(こうじ あきよし)
 グループ会社数 : 連結子会社数 113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 123社

資本金 : 182,531百万円
 売上高 : 1,857,418百万円(2015年12月期連結業績)
 従業員数 : 283名(連結従業員数 21,897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 : 105,455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

2015年売上高 (セグメント別)



社債情報

2016年6月30日現在

	発行年月日	残高 (百万円)	利率 (年)	償還期限
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
第7回 無担保社債	H27. 5.28	25,000	0.24%	H32. 5.28
第8回 無担保社債	H27. 5.28	10,000	0.35%	H34. 5.27

格付情報

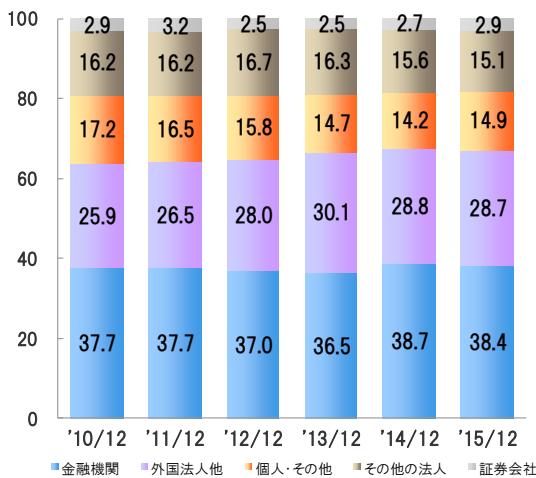
2016年6月30日現在

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

	'10/12	'11/12	'12/12	'13/12	'14/12	'15/12
株価(円、年度)						
最高	1,830	1,724	1,944	2,996	3,915	4,380
最低	1,427	1,314	1,625	1,797	2,537	3,524
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)	182,200	179,500	176,114	213,525	209,840	256,762
EPS(円、連結)	114.1	118.4	122.8	135.7	148.9	166.3
1株当たり年間配当金(円、単体)	23.0	25.0	28.0	43.0	45.0	50.0
当期末株主数(名)	131,262	123,931	120,251	109,543	108,522	106,712

株主構成推移 (議決権ベース)



※「個人・その他」は自己名義株式を含む

大株主

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)	292,084	6.4%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	205,792	4.5%
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	155,000	3.4%
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%
JPモルガン証券株式会社	66,374	1.4%
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	63,818	1.4%
THE BANK OF NEW YORK MELLON SA/NV 10	62,364	1.4%
合計	1,374,026	30.0%

(注) 当社は自己株式を256,762百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。尚、出資比率は発行済株式の総数から自己株式数を控除して計算しております。

株価チャート

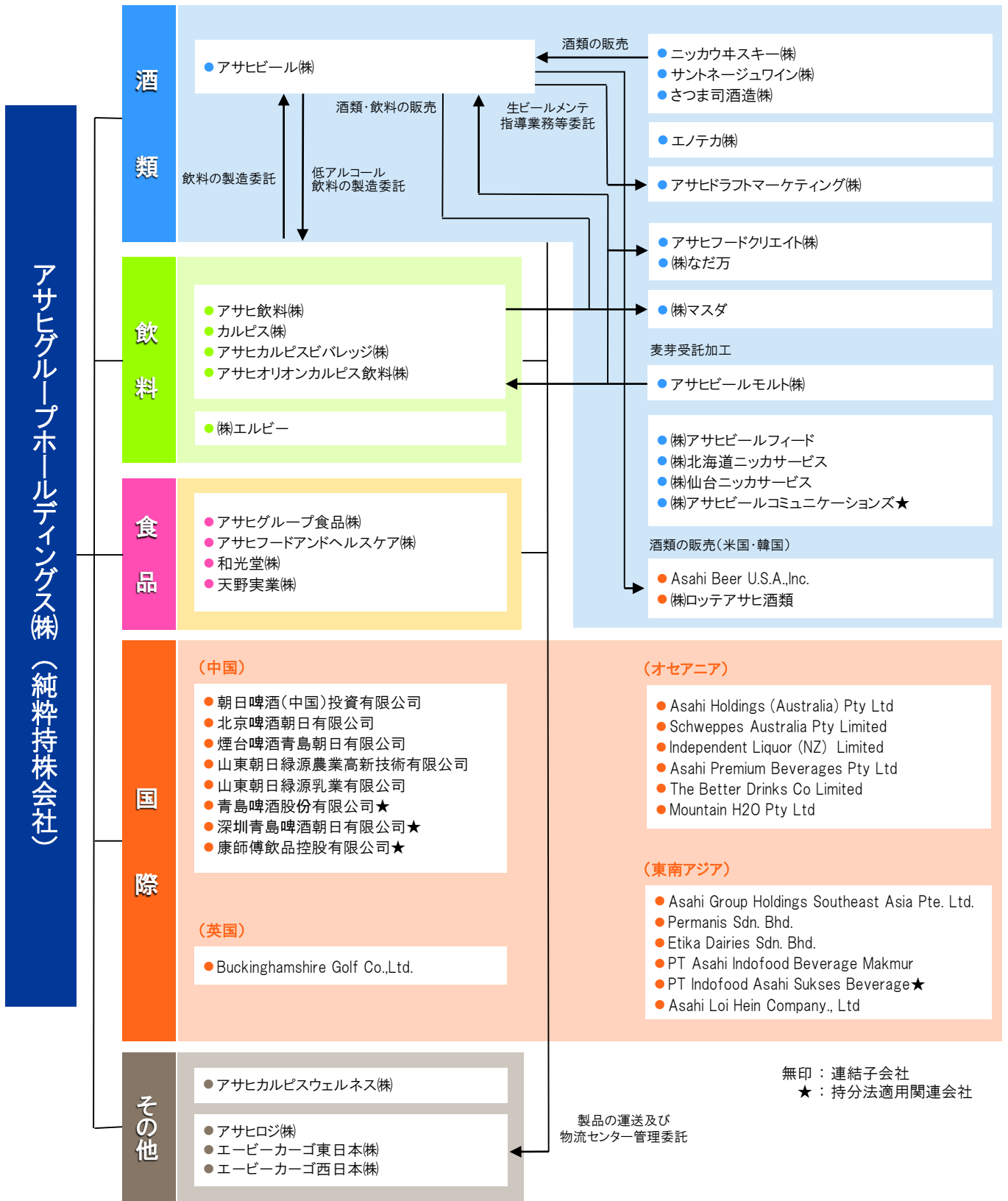
2006年01月04日 - 2016年06月30日
 ・ アサヒグループ(東証) 始値: 1,450.0 | 高値: 4,380.5 | 安値: 1,118.0 | 終値: 3,306.0



出来高(株): 1,548,400

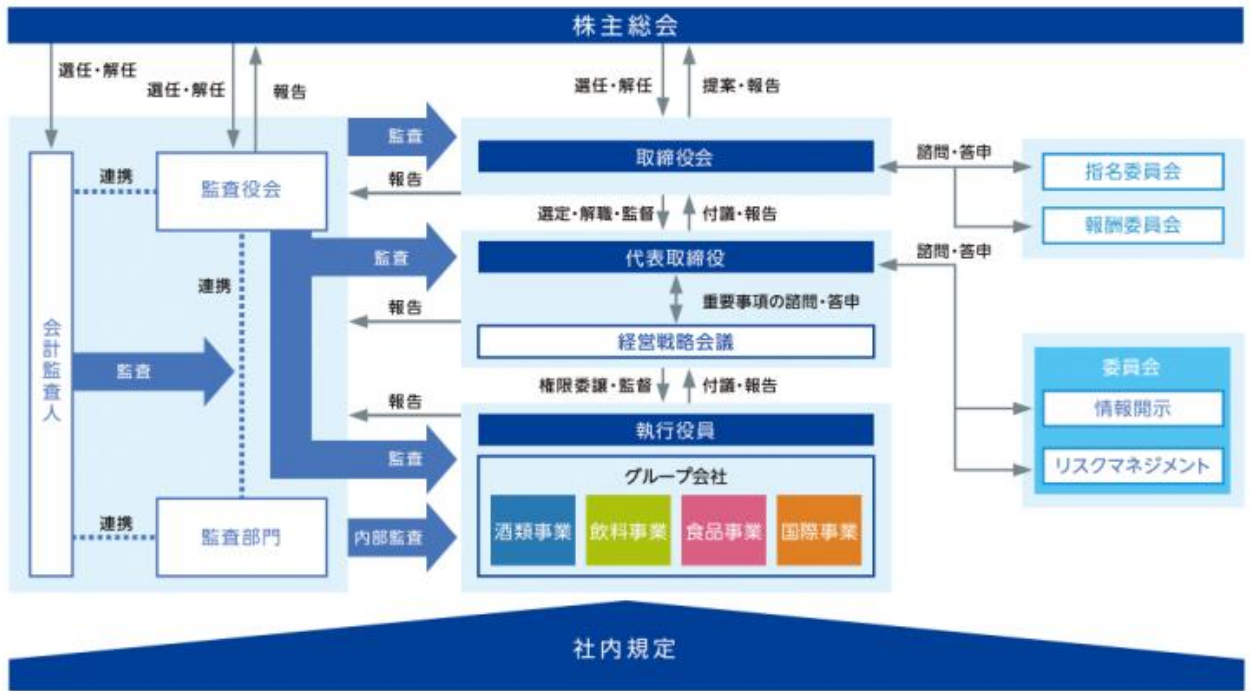
出典: Euroland

アサヒグループの主要な会社及び事業の系統図 (2016年6月30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 (2016年6月30日現在)



取締役	10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	9名	うち5名は取締役を兼務			

取締役および監査役の報酬額(2015年度実績)

(百万円)

	基本報酬	賞与	総額
社内取締役(5名合計)	220.3	84.4	304.7
社外取締役(3名合計)	31.2	14.4	45.6
社内監査役(3名合計)	63.7	-	63.7
社外監査役(4名合計)	32.4	-	32.4

※統合報告書2015記載ベース

国内子会社 生産拠点数 (2016年6月30日現在)

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
ニッカウヰスキー【7工場】			
9 北海道工場	ウヰスキー原酒	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	ウヰスキー原酒、焼酎	宮城県仙台市	1969年
12 栃木工場	ウヰスキーの貯蔵・ブレンド	栃木県さくら市	1977年
13 柏工場	ウヰスキー・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・ウヰスキー・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【5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nda他	富山県下新川郡	1994年
20 明石工場	三ツ矢サイダー、ワnda、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
22 富士山仙水	ミネラルウォーター	山梨県富士吉田市	1990年
カルピス【2工場】			
23 岡山工場	カルピス、カルピスウォーター、三ツ矢サイダー他	岡山県総社市	1968年
24 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、バター他	群馬県館林市	1972年
エルビー【2工場】			
25 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	-
26 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】			
27 茨城工場	サプリメント他	茨城県常陸大宮市	-
28 大阪工場	エビオス他	大阪府吹田市	-
29 栃木工場	酵母エキス他	栃木県下野市	-
30 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】			
31 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	-
32 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】			
33 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	-
34 里庄第二工場	〃	岡山県浅口郡	-
アサヒビールモルト【2工場】			
35 野洲工場	麦芽、粉末麦芽、むぎ茶他	滋賀県野洲市	-
36 小金井工場	〃	栃木県下野市	-

海外子会社 生産拠点数 (2016年6月30日現在)

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)

アメリカ

- 飼料事業: 1工場

インドネシア

- 飲料事業: 21工場

マレーシア

- 飲料事業: 4工場

ミャンマー

- 飲料事業: 2工場

ベトナム

- 飲料事業: 1工場

タイ

- 飲料事業: 1工場

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
- 山東アサヒ緑源乳業: 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	本格的なビアホール「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	「ニッカウヰスキー(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)	3月	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	「ニッカウヰスキー(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、「マキシアム・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
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	康師傳控股有限公司と飲料事業の合併会社設立
	7月	「ヘテ飲料(株)」連結子会社化
	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

■ M&A、資本参加、業務提携等 ■ 新商品発売

年	月	主な出来事
2005(平成17年)	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)エルピー・埼玉」、飲料メーカー「(株)エルピー・名古屋」の株式をカネボウ(株)より譲受
	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
2006(平成18年)	1月	ニッカウキスキー(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
	5月	ベビーフード国内最大手の「和光堂(株)」の株式取得
2007(平成19年)	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
	4月	和光堂(株)を完全子会社化
2008(平成20年)	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弁会社「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
2009(平成21年)	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
	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
2010(平成22年)	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
	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
2011(平成23年)	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
2012(平成24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
2013(平成25年)	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
2014(平成26年)	9月	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
	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
2015(平成27年)	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カー』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弁会社の契約締結
2016(平成28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
	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弁会社の契約締結
2017(平成29年)	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
	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
2018(平成30年)	3月	ワイン商国内大手の「エノテカ(株)」の株式取得
	7月	「コーポレートガバナンス・ガイドライン」の策定
	1月	ドライ飲料事業をアサヒ飲料(株)に集約。カルピス(株)の機能性食品・飼料事業は「アサヒカルピスウェルネス(株)」に移管 アサヒフードアンドヘルスケア(株)、和光堂(株)、天野実業(株)の食品事業3社を「アサヒグループ食品(株)」に集約
2019(平成31年)	2月	「長期ビジョン」&「中期経営方針」を発表
	3月	泉谷直木、会長に就任。小路明善、社長に就任 当社取締役に対する業績連動型株式報酬制度を導入
	4月	SAB Miller社のイタリア、オランダ、英国事業その他関連資産取得(子会社化)に関する株式売買契約をAB InBev社と締結

	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	2015年 平成27年
損益計算書(百万円)						
売上高	1,489,460	1,462,736	1,579,077	1,714,237	1,785,478	1,857,418
売上原価	943,323	907,243	974,702	1,032,853	1,073,439	1,100,519
(酒税額)	(433,820)	(414,327)	(421,953)	(423,332)	(426,453)	(422,941)
売上総利益	546,137	555,493	604,375	681,383	712,039	756,899
販売費及び一般管理費	450,787	448,303	495,937	563,916	583,733	621,779
(のれん等償却費)	(7,723)	(8,905)	(13,991)	(18,449)	(19,474)	(16,271)
営業利益	95,349	107,190	108,437	117,467	128,305	135,119
金融収支	-2,624	-2,198	-2,304	-1,605	-1,392	-919
受取利息	314	333	402	387	453	583
受取配当金	1,389	1,136	1,335	1,602	1,840	2,112
支払利息	-4,328	-3,668	-4,043	-3,595	-3,686	-3,615
持分法による投資損益	9,846	5,480	10,617	8,822	8,025	14,167
経常利益	101,142	110,909	114,822	123,612	133,168	145,946
親会社株主に帰属する当期純利益	53,080	55,094	57,183	61,749	69,118	76,427
EBITDA ※1	157,675	166,833	170,982	183,696	192,308	197,994
設備投資・減価償却(百万円)						
設備投資額	27,820	30,685	41,197	48,488	59,828	52,099
減価償却費	54,602	50,738	48,553	47,780	44,528	46,603
貸借対照表(百万円)						
総資産	1,405,358	1,529,908	1,732,188	1,791,556	1,936,610	1,901,554
流動資産	421,052	457,146	529,189	534,890	603,842	600,498
売上債権	274,379	279,596	317,008	317,106	353,704	362,241
棚卸資産	-	-	-	-	-	-
商品及び製品、原材料及び貯蔵品	95,358	102,631	113,519	118,302	124,549	132,315
固定資産	984,305	1,072,762	1,202,998	1,256,665	1,332,767	1,301,056
有形固定資産	557,100	536,236	583,399	584,219	605,415	582,098
流動負債	499,874	602,166	680,068	666,081	757,374	715,193
固定負債	292,813	283,943	325,240	297,993	282,725	294,531
金融債務	311,423	390,092	456,234	403,723	434,726	414,930
純資産	612,670	643,799	726,879	827,481	896,510	891,829
自己資本	612,191	641,733	723,819	819,295	881,091	877,672
キャッシュフロー計算書(百万円)						
営業キャッシュフロー	125,608	108,513	109,292	157,252	146,783	112,765
投資キャッシュフロー	-41,790	-171,235	-134,320	-65,705	-92,183	-75,583
財務キャッシュフロー	-90,828	67,090	43,002	-84,938	-35,842	-73,044
現金及び現金同等物残高	10,813	16,137	34,320	41,117	62,235	43,290
フリーキャッシュフロー ※2	95,463	81,919	68,952	108,292	82,747	61,257
※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)	9.0%	8.8%	8.4%	8.0%	8.1%	8.8%
ROA(総資本経常利益率)	7.1%	7.6%	7.0%	7.0%	7.1%	7.6%
EPS(一株当り当期純利益)	114.1	118.4	122.8	135.7	148.9	166.3
BPS(一株当り自己資本)	1,315.5	1,378.2	1,553.4	1,772.5	1,904.6	1,916.7
投資指標						
配当性向	20.2%	21.1%	22.8%	31.7%	30.2%	30.1%
収益性指標						
売上総利益率	36.7%	38.0%	38.3%	39.7%	39.9%	40.8%
営業利益率	6.4%	7.3%	6.9%	6.9%	7.2%	7.3%
(酒税抜き営業利益率)	(9.0%)	(10.2%)	(9.4%)	(9.1%)	(9.4%)	(9.4%)
経常利益率	6.8%	7.6%	7.3%	7.2%	7.5%	7.9%
親会社株主に帰属する当期純利益率	3.6%	3.8%	3.6%	3.6%	3.9%	4.1%
EBITDA比率	10.6%	11.4%	10.8%	10.7%	10.8%	10.7%
効率性指標						
総資産回転率	1.05	1.00	0.97	0.97	0.96	0.97
自己資本回転率	2.5	2.3	2.3	2.2	2.1	2.1
有形固定資産回転率	2.6	2.7	2.8	2.9	3.0	3.1
棚卸資産回転率	15.5	14.8	14.6	14.8	14.7	14.5
売上債権回転率	5.4	5.3	5.3	5.4	5.3	5.2
安全性指標						
自己資本比率	43.6%	41.9%	41.8%	45.7%	45.5%	46.2%
負債比率	129.5%	138.1%	138.9%	117.7%	118.0%	115.0%
流動比率	84.2%	75.9%	77.8%	80.3%	79.7%	84.0%
固定比率	160.8%	167.2%	166.2%	153.4%	151.3%	148.2%
固定長期適合率	108.8%	115.9%	114.7%	112.5%	114.5%	111.0%
インタレスト・カバレッジ・レシオ	30.7	32.4	25.6	40.9	39.9	30.9
デット・エクイティ・レシオ	0.51	0.61	0.63	0.49	0.49	0.47

2016年

損益計算書

(億円)

	1Q		2Q		2Q累計	
		前年比		前年比		前年比
酒類事業	1,953	+95	2,635	+34	4,588	+129
飲料事業	967	△16	1,361	△17	2,328	△33
食品事業	273	+4	319	+33	592	+37
国際事業	584	△47	514	△73	1,098	△120
その他の	219	+37	268	+37	486	+74
調整額(全社・消去)	△193	△13	△263	△5	△456	△18
(酒税額 ※連結合計)	(809)	(3)	(1,077)	(△9)	(1,887)	(△5)
売上高	3,802	+60	4,835	+8	8,637	+69
酒類事業	149	+6	312	+14	462	+20
飲料事業	4	+3	119	+20	123	+23
食品事業	17	+7	31	+10	48	+17
国際事業	29	△4	26	△3	55	△7
その他の	△5	△2	8	+0	3	△1
調整額(全社・消去)	△44	△5	△50	△1	△94	△6
のれん等償却費	△37	2	△36	5	△73	7
営業利益	115	+7	410	+45	525	+52
持分法投資損益	△71	△100	14	△11	△57	△111
経常利益	24	△106	427	+40	451	△66
親会社株主に帰属する当期純利益	6	△127	279	+18	285	△109
EBITDA ※	268	+5	563	+40	831	+46

※EBITDA=営業利益(のれん等償却前)+減価償却費

貸借対照表 ※前期末比

総資産	17,926	△1,090	-	-	17,977	+51
金融債務残高	4,559	+410	-	-	3,976	△583

その他

売上高営業利益率	3.0%	+0.1%	8.5%	+0.9%	6.1%	+0.6%
酒税抜き売上高営業利益率	3.8%	+0.2%	10.9%	+1.2%	7.8%	+0.7%
設備投資	104	△10	119	+11	224	+1
減価償却費	117	+1	117	+0	234	+1

キャッシュフロー計算書(累計)

営業キャッシュフロー	-	-	-	-	607	+454
投資キャッシュフロー	-	-	-	-	△215	+245
財務キャッシュフロー	-	-	-	-	△291	△302
現金及び現金同等物の増減額	-	-	-	-	82	+194

2015年

損益計算書

(億円)

	1Q		2Q		2Q累計		3Q		4Q		年間	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
酒類事業	1,858	△121	2,601	+292	4,459	+171	2,760	+114	2,779	+67	9,998	+352
飲料事業	982	△0	1,378	+76	2,361	+76	1,403	+61	1,187	+49	4,951	+185
食品事業	269	△6	287	+24	556	+19	284	+16	332	+17	1,172	+52
国際事業	631	+122	587	+84	1,218	+207	601	+3	700	△37	2,519	+172
その他の	182	△2	231	+15	413	+13	230	+10	224	+6	866	+29
調整額(全社・消去)	△180	△2	△258	△27	△438	△30	△262	△25	△233	△16	△933	△71
(酒税額 ※連結合計)	(806)	(△80)	(1,086)	(70)	(1,892)	(△10)	(1,151)	(△13)	(1,186)	(△12)	(4,229)	(△35)
売上高	3,742	△9	4,826	+464	8,568	+456	5,017	+179	4,989	+85	18,574	+719
酒類事業	144	△41	298	+53	442	+12	394	+9	359	+4	1,195	+25
飲料事業	1	△10	99	+0	100	△10	95	△5	61	+7	256	△8
食品事業	10	△4	21	+13	31	+9	23	+8	31	+3	84	+20
国際事業	34	+9	29	+19	63	+27	29	+5	63	△5	155	+28
その他の	△3	+0	7	+6	4	+6	6	+5	2	△0	13	+11
調整額(全社・消去)	△38	△3	△49	△12	△88	△15	△44	△10	△57	△14	△189	△39
のれん等償却費	△39	3	△41	3	△80	6	△40	7	△43	19	△163	32
営業利益	108	△46	365	+82	473	+36	463	+19	415	+13	1,351	+68
持分法投資損益	29	+72	25	△11	54	+61	46	△6	42	+6	142	+61
経常利益	130	+28	387	+75	517	+103	498	+2	444	+23	1,459	+128
親会社株主に帰属する当期純利益	133	+107	262	+94	395	+201	295	△56	75	△73	764	+73
EBITDA ※	263	△41	522	+84	785	+43	622	+23	573	△8	1,980	+57

※EBITDA=営業利益(のれん等償却前)+減価償却費

貸借対照表 ※前期末比

総資産	18,756	△610	-	-	19,186	+430	18,596	△590	-	-	19,016	+419
金融債務残高	4,854	+507	-	-	4,748	△106	4,474	△274	-	-	4,149	△325

その他

売上高営業利益率	2.9%	△1.2%	7.6%	+1.1%	5.5%	+0.1%	9.2%	+0.0%	8.3%	+0.1%	7.3%	+0.1%
酒税抜き売上高営業利益率	3.7%	△1.7%	9.8%	+1.3%	7.1%	+0.1%	12.0%	△0.1%	10.9%	+0.1%	9.4%	△0.0%
設備投資	115	△58	109	△10	223	△68	108	△7	190	△2	521	△77
減価償却費	116	+8	117	+5	232	+13	119	+11	115	△3	466	+21

キャッシュフロー計算書(累計)

営業キャッシュフロー	-	-	-	-	153	△116	-	-	-	-	1,128	△340
投資キャッシュフロー	-	-	-	-	△459	+160	-	-	-	-	△756	+166
財務キャッシュフロー	-	-	-	-	11	△385	-	-	-	-	△730	△372
現金及び現金同等物の増減額	-	-	-	-	△112	△155	-	-	-	-	△189	△400

主要な関係会社実績

関係会社 売上・利益実績

(億円)

	2015年実績			2016年計画(8/3発表)		
	売上高	営業利益	のれん等	売上高	営業利益	のれん等
酒類事業						
アサヒビール	9,659	1,184	△6	9,787	1,195	△8
飲料事業						
アサヒ飲料	4,572	241	△30	4,680	280	△30
エルピー	226	7	-	227	8	-
食品事業						
アサヒグループ食品	1,170	85	△4	1,221	98	△4
国際事業						
オセアニア事業計	1,632	115	△82	1,457	103	△66
東南アジア事業計	615	28	△36	566	30	△28
中国事業計	200	8	-	177	11	-

※統合影響を加味した値を記載しております。

設備投資・減価償却費(2015年実績, 億円)

	設備投資	減価償却費
酒類事業	180	239
飲料事業	123	91
食品事業	54	32
国際事業	157	90
その他	8	14
合計	521	466

為替レート

(円)

	2014年実績 (平均)	2015年実績 (平均)	2016年計画 (8/3発表)
USDドル	105.8	121.1	106.5
(持分法投資損益)	102.3	119.3	111.5
豪ドル	95.4	91.1	78.5
人民元	17.2	19.2	16.0
(持分法投資損益)	16.7	19.2	17.0
マレーシアリンギット	32.3	31.2	26.5
インドネシアルピア	0.0090	0.0091	0.0080

(億円)

	2015年実績		2016年計画(8/3発表)	
カルピス(計)	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(計)	のれん	△55	のれん	△43
	無形固定資産	△17	無形固定資産	△14
	商標権	△10	商標権	△10
東南アジア事業(計)	のれん	△26	のれん	△19
	無形固定資産	△10	無形固定資産	△8

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

主な関係会社・事業 のれん等(2015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	2015年末残		
国内飲料事業									
アサヒ飲料	1,901	100.0%	-	のれん 259	20	17	217	カルピス取得:2012年10月	
				無形資産 346	5-20	-	286	カルピス取得:2012年10月	
国内食品事業									
アサヒグループ食品	1,012	100.0%	-	236	20	11	41	和光堂取得:2006年4月227億、2007年3月9億円	
国際事業									
Asahi Holdings (Australia) (オセアニア事業)	2,684 (*1)	100.0%	2009年4月 (*2)	商標権 193	20	13	128	円貨ベース	
				のれん 1,235	20	13-15	736	} 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	-	184		
東南アジア事業	1,508 (*3)	100.0%	2011年11月	のれん 374	5-19	2-15	292	} 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	5	45		
国際事業 (持分法適用関連会社)									
青島ビール	-	19.9%	2009年10月	513	20	14	363	-	
康師傅飲品	-	30.4%	2004年4月	297	20	9	77	-	

(*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



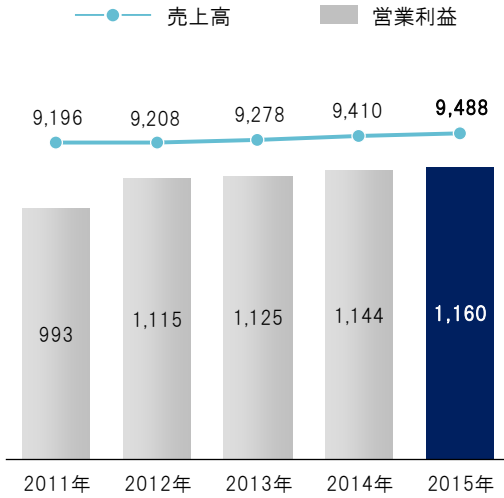
会社概要 ※2015年実績

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	9,488億円
営業利益	1,160億円
従業員数	5,666名(連結)

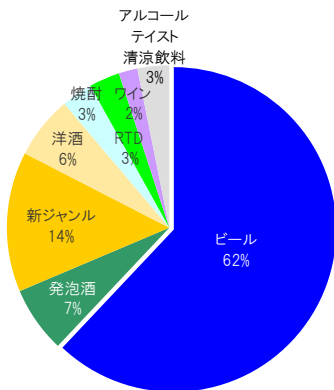
※2011年7月に、純粋持株会社化に伴い、
分割設立

売上高・営業利益推移

単位: 億円



カテゴリー別構成比(2015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。



アサヒザ・ドリーム

通常より麦芽比率を1.2倍まで高め、高度な発酵管理技術を採用することでコクキレを極限まで高めました。更に糖質も50%オフ(※)。新しい時代を切り拓く、ビール通のための新しい生ビールです。

※日本食品標準成分表2015年版(七訂)による



アサヒスタイルフリー

糖質ゼロ(※)の発泡酒 厳選したホップを贅沢に使用し、豊かな香り・味わいと、すっきり爽快な飲みやすさを実現しました。「糖質ゼロ(※)」に加えて、「カロリー24kcal(100ml当たり)」。糖質やカロリーの気になる方にも嬉しい商品です。

※栄養表示基準に基づき、糖質0.5g(100ml当たり)未満を糖質0(ゼロ)としています。



クリア アサヒ

「クリアなうまさ」を磨き上げ、麦のうまさと雑味の無い“キレ味”を実現。食事にぴったりな味わいを追求した新ジャンルです。

ビールテイスト清涼飲料水



アサヒドライゼロ

“ドライなごし”と“クリーミーな泡”が特長のノンアルコールビールテイストです。最もビールに近い味を目指し、さらに“ビールらしい飲みごたえ”を実現。しかもカロリーゼロ※、糖質ゼロ※です。

※栄養表示基準による

ビール類以外の酒類



<洋酒>

<焼酎>

<RTD>

<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)

	1-3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	3,976	-8.7%	47.4%	5,545	+5.2%	49.6%	5,872	+0.3%	51.7%	6,097	+2.0%	52.7%
発泡酒	1,316	+0.4%	15.7%	1,644	+24.3%	14.7%	1,574	-12.4%	13.9%	1,612	-5.1%	13.9%
新ジャンル	3,093	-13.0%	36.9%	4,001	+3.4%	35.8%	3,911	-2.0%	34.4%	3,851	+4.1%	33.3%
合計	8,385	-9.1%	-	11,190	+7.0%	-	11,357	-2.5%	-	11,560	+1.6%	-

	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	9,521	-1.1%	48.6%	11,968	+1.1%	52.2%	21,490	+0.1%	50.6%
発泡酒	2,959	+12.4%	15.1%	3,187	-8.9%	13.9%	6,146	+0.3%	14.5%
新ジャンル	7,095	-4.5%	36.2%	7,762	+0.9%	33.9%	14,856	-1.7%	35.0%
合計	19,575	-0.6%	-	22,917	-0.5%	-	42,492	-0.5%	-

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	上期	下期	年間
函数	70	97	127	128	172	181	191	191	146	145	119	170	776	962	1,738
前年比	-2.1%	+10.6%	-7.0%	+3.8%	+23.2%	+12.1%	+0.1%	+9.7%	+0.3%	+2.8%	+8.9%	+5.1%	+7.6%	+4.3%	+5.8%

アサヒビール ビール類月次販売動向

(万箱)

	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	-2.1%	50.4%	5,866	-1.2%	49.0%	10,665	-1.6%	49.6%
発泡酒	756	+3.5%	25.5%	839	-5.7%	26.3%	1,595	-1.6%	25.9%
新ジャンル	1,902	+2.2%	26.8%	2,058	+2.6%	26.5%	3,961	+2.4%	26.7%
合計	7,458	-0.5%	38.1%	8,763	-0.8%	38.2%	16,221	-0.7%	38.2%

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	-8.0%	-5.0%	-18.0%	+18.0%	+0.0%	+0.0%	-4.0%	+0.0%	+2.0%	+0.0%	-4.0%	-1.0%
発泡酒	+5.0%	+0.0%	-27.0%	+41.0%	+2.0%	+9.0%	+4.0%	-5.0%	-15.0%	-7.0%	-8.0%	-6.0%
新ジャンル	-14.0%	+3.0%	-18.0%	+33.0%	-10.0%	+12.0%	-9.0%	+0.0%	+2.0%	+3.0%	+4.0%	+6.0%
合計	-8.0%	-3.0%	-19.0%	+24.0%	-3.0%	+4.0%	-5.0%	+0.0%	+0.0%	+0.0%	-3.0%	+0.0%

(万箱)

	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	4,641	-2.8%	5,965	-1.5%	10,606	-2.0%
発泡酒	743	+3.4%	837	-6.1%	1,580	-1.8%
新ジャンル	1,831	-0.2%	2,067	+0.8%	3,899	+0.4%
合計	7,215	-1.5%	8,869	-1.4%	16,085	-1.4%

ブランド別販売数量

	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	462	-7.4%	645	-5.7%	776	-19.7%	843	+19.1%	853	+0.2%	958	+0.1%
スーパードライ	450	-9.1%	610	+5.2%	710	-23.7%	790	+15.3%	785	-3.7%	905	+0.6%
ドライプレミアム 計	10	-	32	-67.3%	13	-55.2%	14	-22.2%	41	+36.7%	46	-8.0%
スタイルフリー 計	63	-6.0%	79	-9.2%	87	-28.1%	136	+65.9%	117	+8.3%	124	+13.8%
クリアアサヒ 計	130	-2.3%	199	+4.7%	265	-13.1%	274	+35.0%	288	+3.2%	343	+26.1%

	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	1,109	-4.4%	1,037	+0.2%	768	+1.9%	810	-0.5%	766	-5.2%	1,351	-1.7%
スーパードライ	1,050	-3.2%	1,015	+2.0%	705	-4.1%	785	+0.0%	725	-4.6%	1,280	+0.0%
ドライプレミアム 計	51	-23.9%	18	-45.5%	21	+40.0%	14	-44.0%	32	-27.3%	66	-25.0%
スタイルフリー 計	129	+9.3%	120	+12.1%	118	+19.2%	117	+17.0%	103	+17.0%	137	+16.1%
クリアアサヒ 計	289	+6.3%	295	+23.9%	255	+15.4%	266	+11.8%	253	+9.1%	318	+13.2%

	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	1,883	-12.4%	2,659	+5.7%	2,914	-1.2%	2,927	-2.3%	4,542	-2.6%	5,841	-1.8%	10,383	-2.1%
スーパードライ	1,770	-11.7%	2,485	+3.5%	2,770	-1.6%	2,790	-1.2%	4,255	-3.4%	5,560	-1.4%	9,815	-2.3%
ドライプレミアム 計	55	-56.7%	101	+3.1%	90	-21.7%	112	-28.7%	156	-30.7%	202	-25.7%	358	-28.0%
スタイルフリー 計	229	-16.7%	377	+26.1%	367	+13.3%	357	+16.7%	606	+5.6%	724	+14.9%	1,330	+10.5%
クリアアサヒ 計	594	-5.4%	905	+20.0%	839	+14.8%	837	+11.5%	1,499	+8.5%	1,676	+13.1%	3,175	+10.9%

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	上期	下期	年間
函数	29	44	51	59	67	71	78	84	64	63	50	74	321	413	734
前年比	+7.4%	+41.9%	+0.0%	+40.5%	+24.1%	+9.2%	+5.4%	+20.0%	+12.3%	+16.7%	+16.3%	+19.4%	+18.9%	+14.4%	+16.3%

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

(万圓)

	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	3,935	-1.1%	48.8%	5,623	+1.4%	50.2%		
発泡酒	1,170	-11.1%	14.5%	1,531	-6.9%	13.7%		
新ジャンル	2,964	-4.2%	36.7%	4,056	+1.4%	36.2%		
合計	8,068	-3.8%	-	11,210	+0.2%	-		

	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	9,558	+0.4%	49.6%			
発泡酒	2,700	-8.8%	14.0%			
新ジャンル	7,020	-1.0%	36.4%			
合計	19,278	-1.5%	-			

ビール4社 ビールテイスト清涼飲料月次販売動向

(万圓)

	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	78	106	130	156	144	163							776		
前年比	+11.6%	+8.8%	+2.4%	+22.0%	-16.6%	-10.0%							+0.1%		

アサヒビール ビール類月次販売動向

課税移出数量 (万圓)

	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	4,761	-0.8%	49.8%			
発泡酒	732	-3.2%	27.1%			
新ジャンル	2,058	+8.2%	29.3%			
合計	7,550	+1.2%	39.2%			

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	-2.0%	-10.0%	+6.0%	+0.0%	-6.0%	+1.0%						
発泡酒	-3.0%	+4.0%	+8.0%	-18.0%	-2.0%	-4.0%						
新ジャンル	+14.0%	+19.0%	+11.0%	+16.0%	+7.0%	+0.0%						
合計	+2.0%	-2.0%	+7.0%	+2.0%	-3.0%	+0.0%						

(万圓)

	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	4,562	-1.7%				
発泡酒	715	-3.7%				
新ジャンル	2,018	+10.2%				
合計	7,296	+1.1%				

ブランド別販売数量

	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	452	-2.2%	584	-9.5%	750	-3.4%	835	-0.9%	794	-6.9%	961	+0.3%
スタイルフリー 計	70	+11.1%	97	+22.8%	105	+20.7%	112	-17.6%	116	-0.9%	120	-3.2%
クリアアサヒ 計	158	+21.5%	255	+28.1%	298	+12.5%	319	+16.4%	307	+6.6%	331	-3.5%

	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												
スタイルフリー 計												
クリアアサヒ 計												

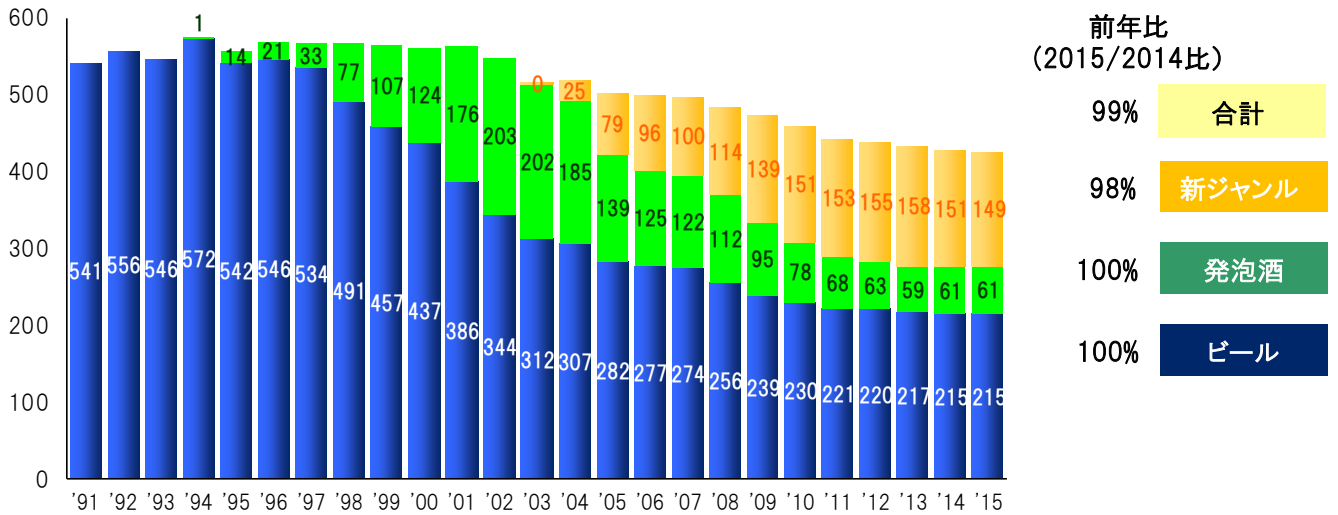
	1-3月 累計		4-6月 累計		7-9月 累計		10-12月 累計		上半期		下半期		年累計	
	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比
スーパードライ 計	1,786	-5.2%	2,590	-2.6%					4,376	-3.7%				
スタイルフリー 計	272	+18.8%	348	-7.7%					620	+2.3%				
クリアアサヒ 計	711	+19.7%	957	+5.7%					1,668	+11.3%				

アサヒビール ビールテイスト清涼飲料月次販売動向

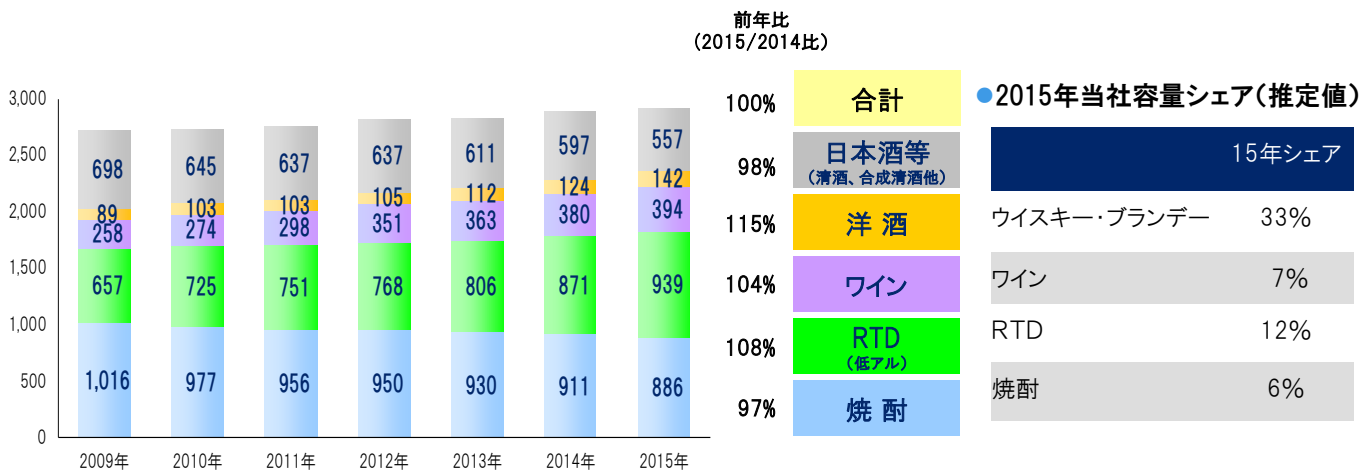
(万圓)

	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	33	49	56	65	67	73							343		
前年比	+13.8%	+11.4%	+9.8%	+10.2%	+0.0%	+2.8%							+6.9%		

ビール類市場規模 (百万函, 課税数量ベース, 5社計)

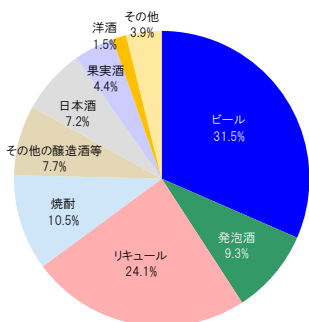


総合酒類市場規模 (千KL, 課税数量ベース, 推定値)

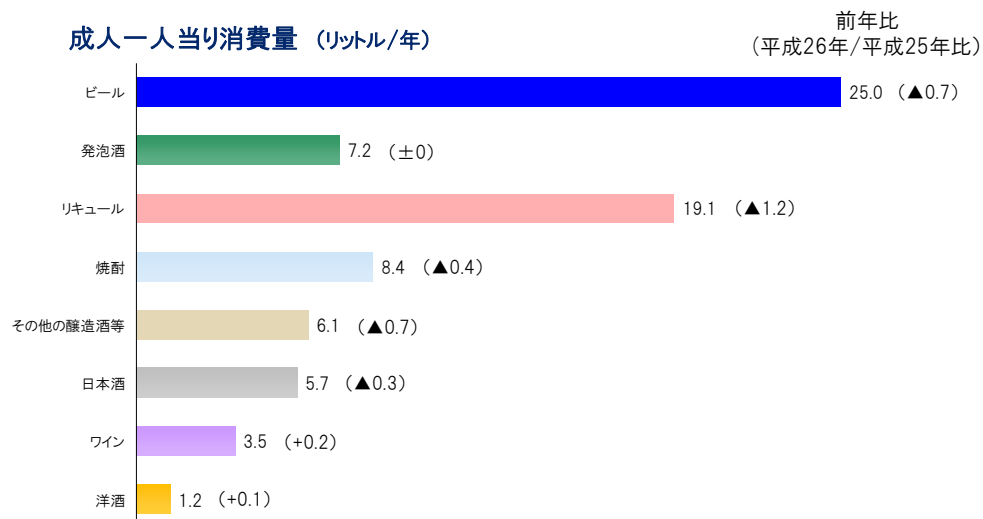


酒類消費数量 (出典: 国税庁、平成26年度)

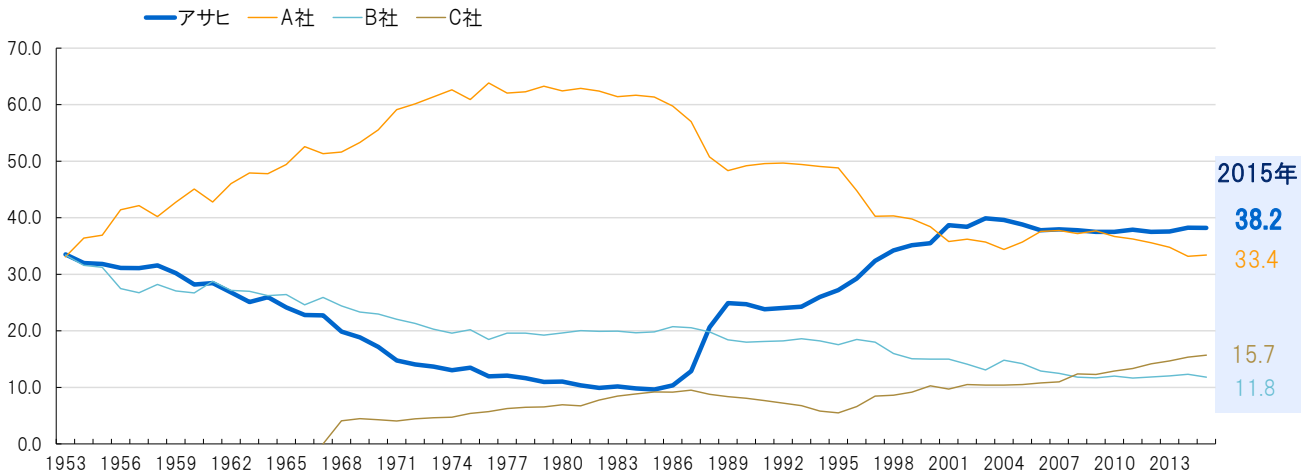
カテゴリー構成比



成人一人当たり消費量 (リットル/年)

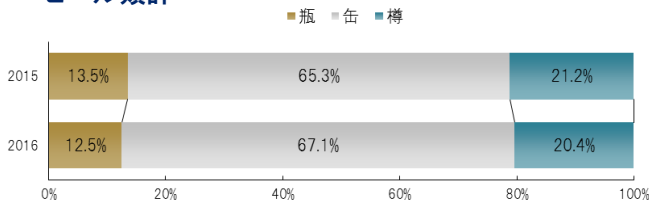


ビール類 マーケットシェア推移 (ビール5社課税数量ベース)

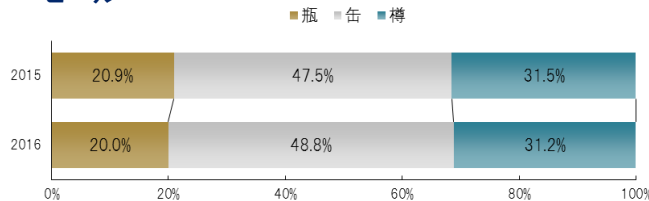


当社 容器別売上構成比 (2016年1-6月実績比較)

ビール類計



ビール



当社 容器別売上前年比 (2016年1-6月実績)

アサヒビール

	瓶	缶	樽	合計
ビール類	93.7%	103.9%	97.4%	101.1%
ビール	93.7%	101.0%	97.3%	98.3%

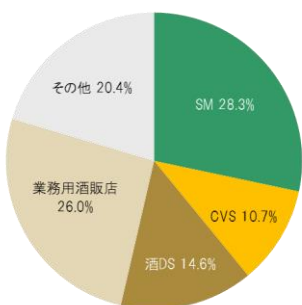
参考: 業界計 ※出典: ビール酒造組合

	瓶	缶	樽	合計
ビール	94.2%	104.4%	98.8%	100.4%

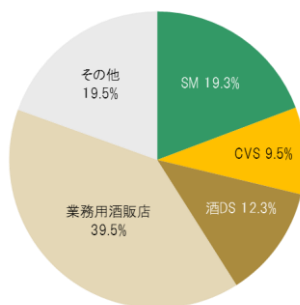
	業務用	家庭用	合計
ビール	98.1%	102.8%	100.4%

当社 チャネル別売上構成比 (2016年1-6月実績, 当社推定値)

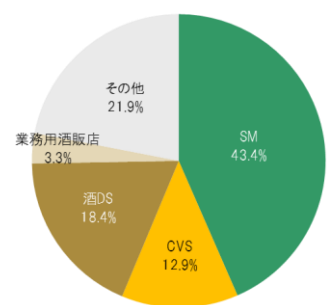
ビール類計



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 ※2015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	4,461億円
営業利益	213億円
従業員数	3,781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

三ツ矢サイダー (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185mg)



「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):185mg 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出来る爽快感。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

「カルピス」 (「ピースボトル」 470ml)

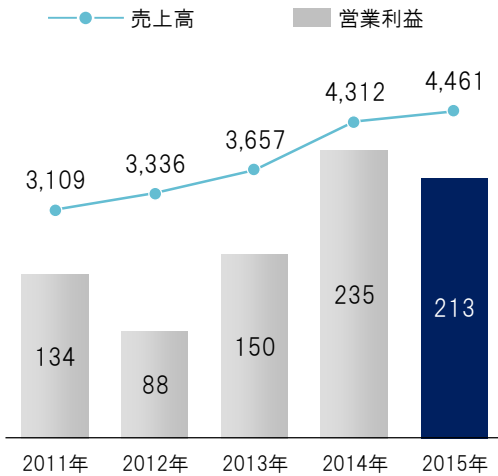


良質な生乳と95年以上受け継いできた乳酸菌と酵母、発酵という自然製法から生まれた乳酸菌飲料です。しぼったままの国産生乳から脂肪分を取り除き、独自の乳酸菌による発酵でじっくり時間をかけて仕上げています。

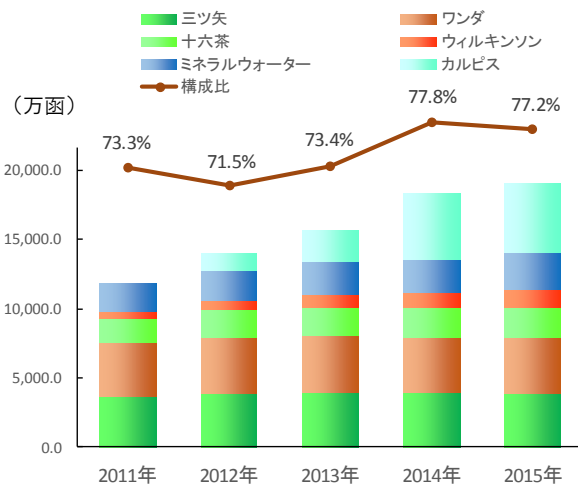
希望小売価格(税別):470ml 460円

売上高・営業利益推移

単位:億円



主力6ブランドの構成比推移



※希望小売価格(税別)は2016年6月時点の価格となります。

(株)エルビー

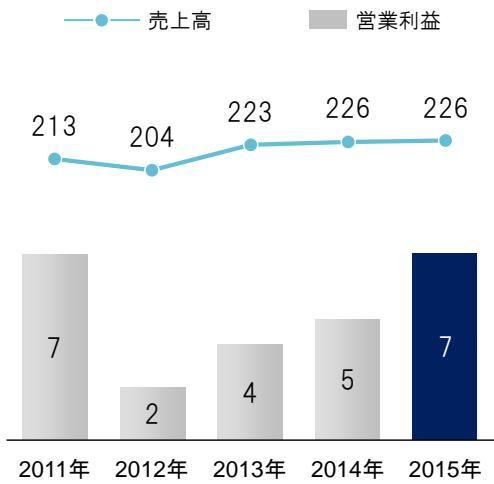


会社概要 ※2015年実績

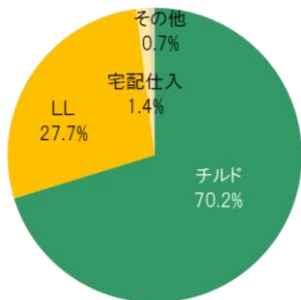
事業分野 コンビニエンスストアを中心とした販売ルートに強みを持ち、お茶類や「カルピス」ブランド(13年1月から)などの清涼飲料を中心としたデイリーチルド商品、アサヒ飲料社のLL商品(07年4月から)、宅配ならびに通販向けの健康飲料を中心としたLL商品の製造・販売を行っています。

設立	1956年12月
資本金	4.9億円
売上高	226億円
営業利益	7億円
従業員数	217名

売上高・営業利益推移 単位: 億円



カテゴリー別構成比(2015年)



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

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)



まろ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。より美味しくなって新登場。チルド品質で「やさしい甘さ」をお届けします。

希望小売価格(税別): 1000ml 141円

カルシウムたっぷり黒酢 (125ml)



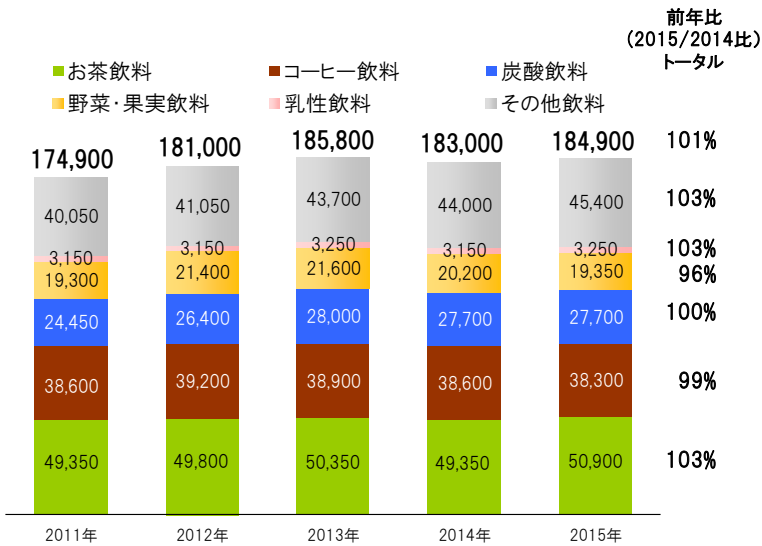
毎日おいしく飲み続けられる黒酢飲料です。国産玄米黒酢10mlに、りんご果汁を加え、さっぱり飲みやすく仕上げました。ほどよい甘さと酸味が絶妙なバランスで、のどごしの良さが特長です。1本で、カルシウムたっぷり132mgとクエン酸272mgを摂取することができます。毎日の健康をサポートします。

希望小売価格(税別): 125ml 120円

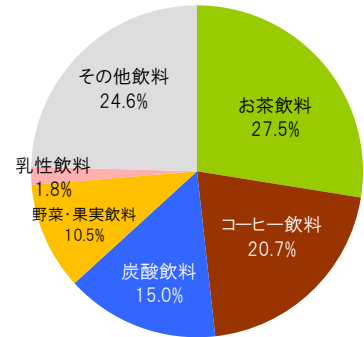
※希望小売価格(税別)は2016年6月時点の価格となります。

カテゴリー別市場規模推移 (数量:万箱)

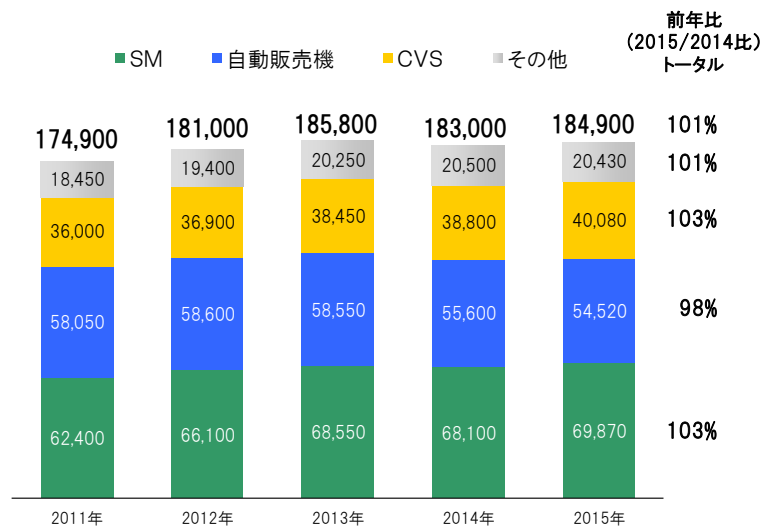
出典:飲料総研



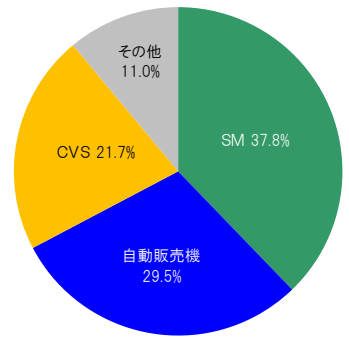
2015年構成比



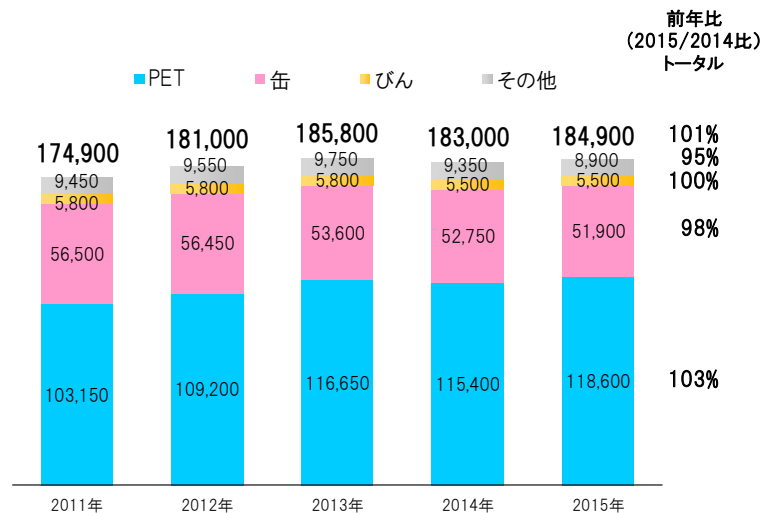
チャネル別市場規模推移 (数量:万箱)



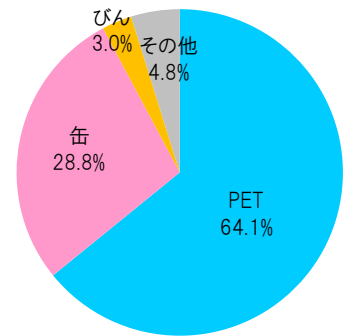
2015年構成比



容器別市場規模推移 (数量:万箱)



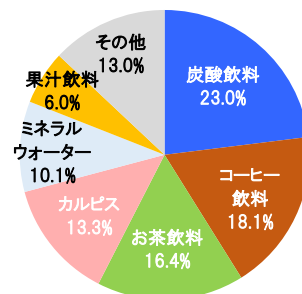
2015年構成比



カテゴリー別ブランド別実績 (2016年1-6月実績, 数量:万箱)

	2016年実績	2015年実績	前年比
炭酸飲料計	2,754	2,650	103.9%
三ツ矢	1,936	1,938	99.9%
ウィルキンソン	688	574	119.9%
コーヒー飲料計	2,162	1,965	110.0%
ワンダ	2,076	1,911	108.6%
お茶飲料計	1,964	1,901	103.4%
十六茶	1,157	1,060	109.1%
ミネラルウォーター計	1,208	1,253	96.5%
果実飲料計	721	779	92.6%
健康・機能性飲料計	388	475	81.7%
その他飲料計	866	903	95.9%
カルピス計	1,593	1,608	99.0%
仕入品	300	233	128.7%
合計	11,957	11,766	101.6%

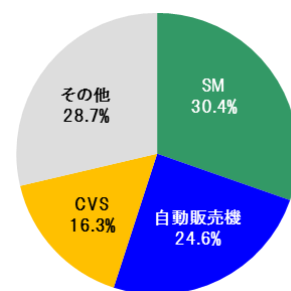
2016年1-6月構成比



チャネル別実績 (2016年1-6月実績, 数量:万箱)

	2016年実績	2015年実績	前年比
自動販売機部門	2,947	2,916	101.1%
手売り部門計	9,009	8,850	101.8%
SM	3,629	3,643	99.6%
CVS	1,953	1,850	105.5%
その他	3,427	3,356	102.1%
合計	11,957	11,766	101.6%

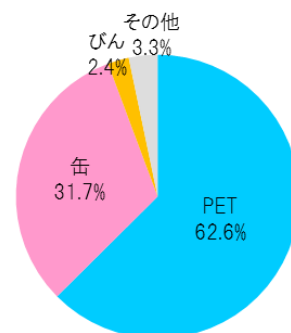
2016年1-6月構成比



容器別実績 (2016年1-6月実績, 数量:万箱)

	2016年実績	2015年実績	前年比
びん	289	289	99.9%
PET計	7,470	7,277	102.7%
小型 (~600ml)	4,026	3,814	105.5%
大型 (~2.0L)	3,445	3,462	99.5%
缶	3,789	3,684	102.8%
紙・その他	392	516	75.9%
合計	11,957	11,766	101.6%

2016年1-6月構成比



アサヒ飲料 月次販売動向前年比 (2016年1-6月実績)

2016年	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	+0.4%	+3.3%	+2.9%	+7.3%	-2.6%	-0.2%						

上期	下期	年間
+1.6%		

アサヒグループ食品株式会社



会社概要 ※2015年実績

事業分野 アサヒグループの食品事業3社(アサヒフードアンドヘルスケア株式会社・和光堂株式会社・天野実業株式会社)が統合し、2016年1月から営業を開始しました。ベビーフード・菓子・フリーズドライ食品・サプリメントなど、ベビーからシニアまであらゆるお客様の生活に寄り添った豊富な商品ラインアップの販売を行っています。

設立	2015年7月
資本金	50億円
売上高	1,170億円
営業利益	85億円
従業員数	1,368名(連結)

※実績については、2016年1月からの営業統合後の組織を元に算出しております。

主要商品紹介

ミンティア ワイルド&クール



爽快リフレッシュ！独特の爽やかな風味、ワイルドな刺激とクールなすっきり感の、スタンダードミントタブレットです。

希望小売価格(税別):50粒(7g) 100円

ディアナチュラゴールド 甘草グラボノイド

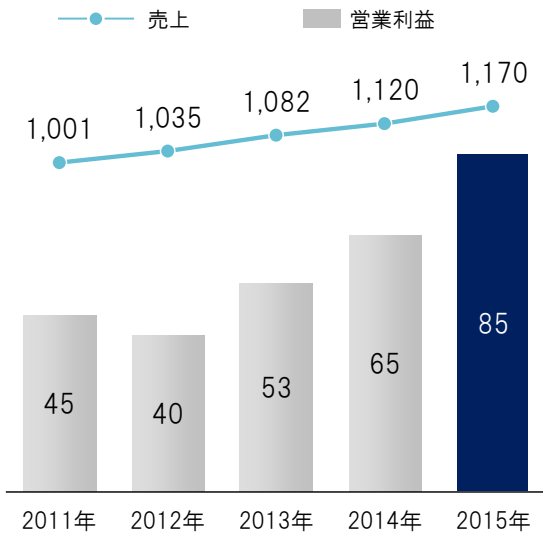


本品には甘草由来グラブリジンが含まれます。甘草由来グラブリジンは体脂肪の増加を抑えることが報告されており、体脂肪が気になる方及び肥満気味の方に適しています。120粒入り(60日分)

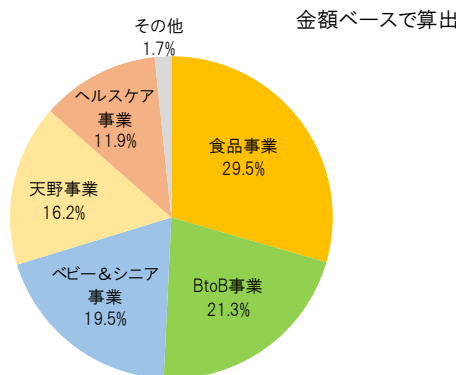
希望小売価格(税別):120粒入り(60日分) 2,800円

売上高・営業利益推移

単位:億円



事業別構成比(2015年)



レーベンスミルクはいはい



永年の母乳研究と最新の乳児栄養の知識にもとづいてつくられた育児用ミルクです。母乳の成分とバランスに近づけました。母乳が不足したりあげられないとき、安心してお使いいただけます。

850g オープン価格

ゲーゲーキッチン



月齢にあわせた具材の大きさ・固さ、食べやすい食感にこだわったベビーフードです。「食べない」「丸のみしてしまう」という悩みを徹底追求してつりました。

80g オープン価格

いつものおみそ汁 なす



フリーズドライのおみそ汁。まるやかな合わせみそと、かつお昆布だし。とろととしたなすの食感が楽しめる、飲みやすい定番の味わいです。

希望小売価格(税別):1食 100円

畑のカレー たっぷり野菜と鶏肉のカレー

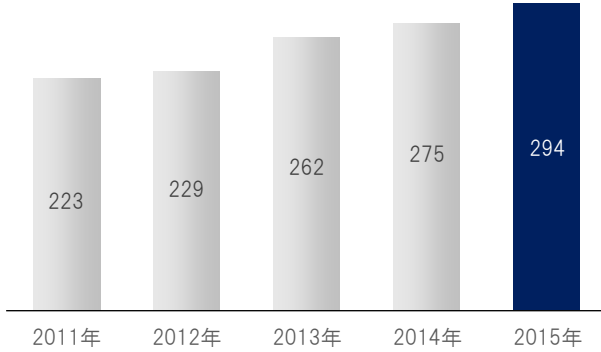


食べ応えのあるゴロゴロたっぷり野菜と鶏肉を野菜スムージーで煮込みました。自然のうまみをキュッと凝縮したまるやかな味わいのカレーです。

希望小売価格(税別):1食 270円

錠菓市場規模

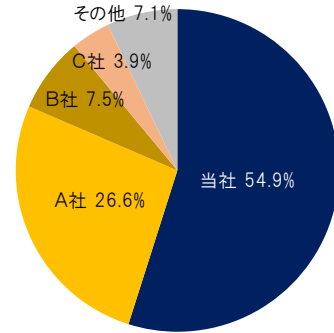
単位: 億円



出典: INTAGE食品SRI/キャンディ(錠菓市場)/全国(沖縄除く)/全業態 2011.1-2015.12

錠菓マーケットシェア(2015年)

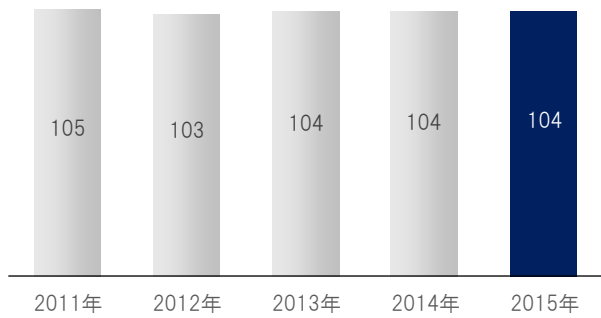
金額ベースで算出



出典: INTAGE食品SRI/キャンディ(錠菓市場)/全国(沖縄除く)/全業態 2015.1-2015.12

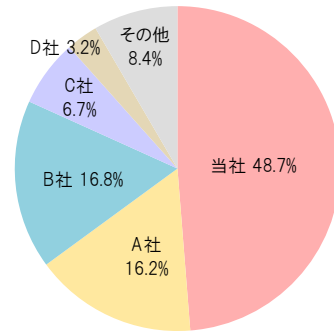
ベビーフード市場 2010年比

出典: SDIデータ、全業態
金額ベースで算出
※2010年実績を100とする。



ベビーフードマーケットシェア(2015年)

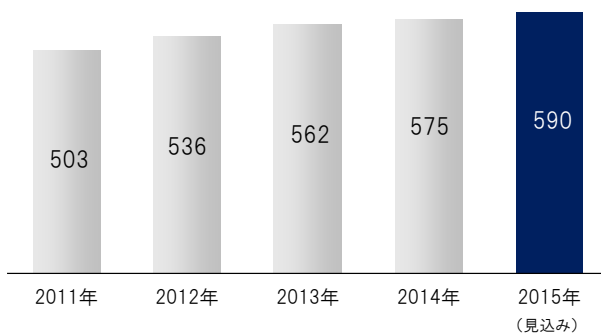
出典: SDIデータ、全業態
金額ベースで算出



即席みそ汁市場 販売金額推移

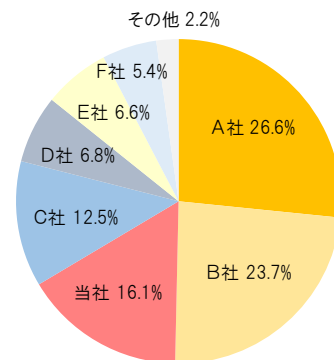
単位: 億円

出典: 富士経済



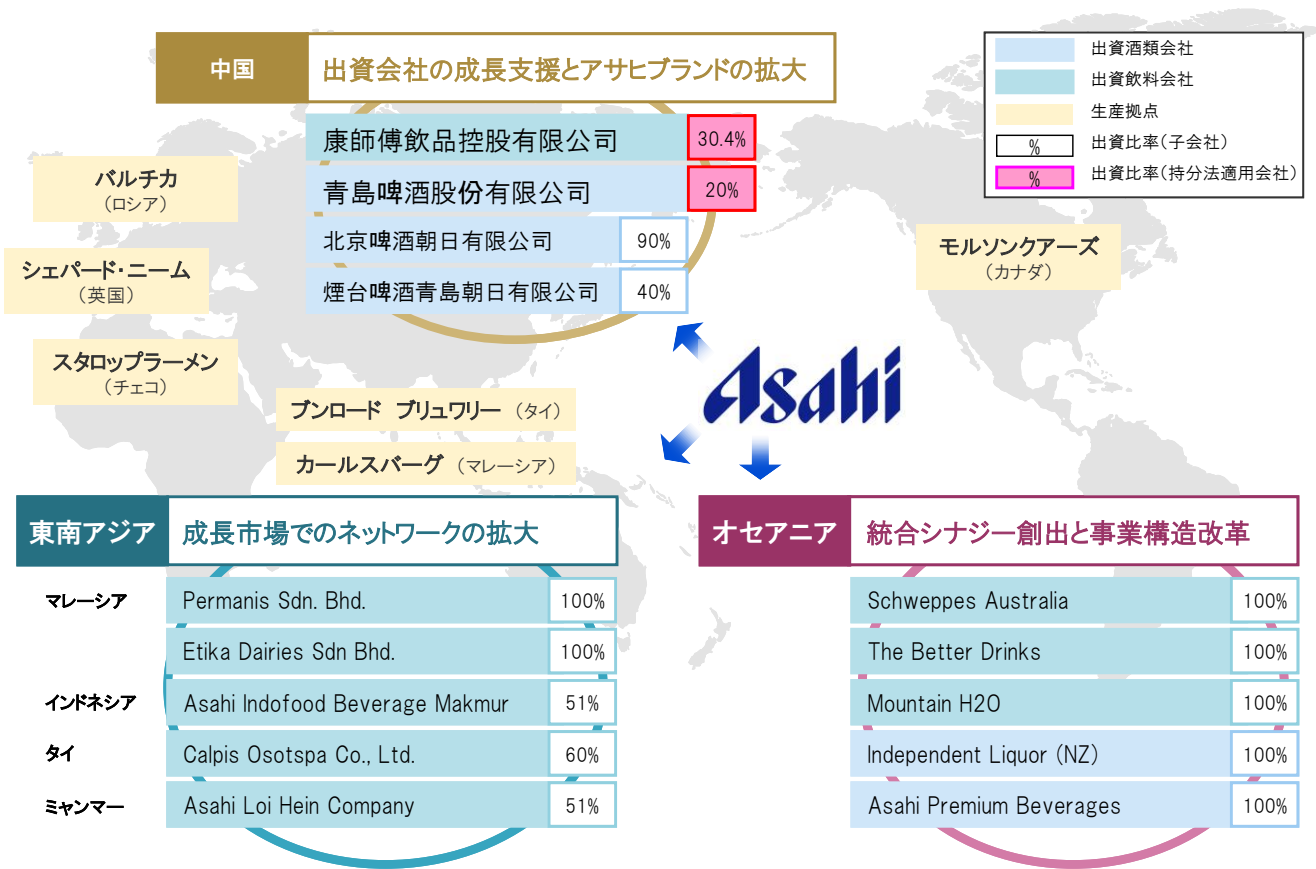
即席みそ汁マーケットシェア(2015年:見込み)

出典: 富士経済、金額シェア



アサヒグループの海外拠点

(2016年6月末現在)

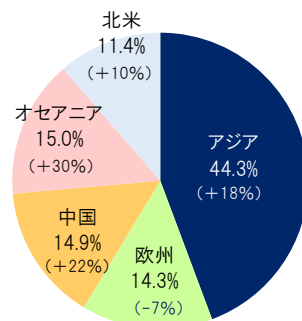
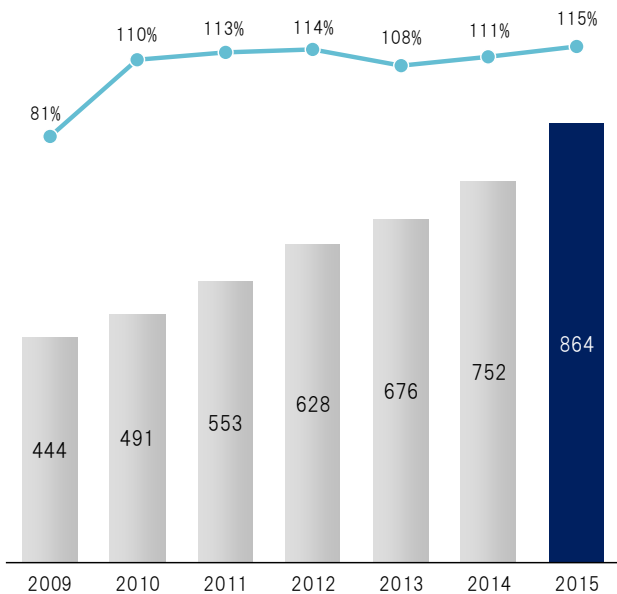


海外アサヒビールブランド販売状況

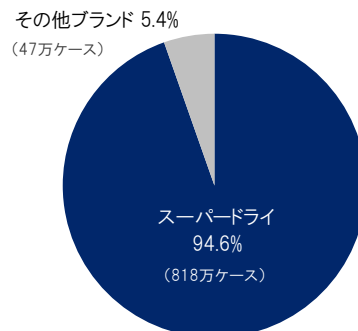
エリア別販売数量構成比(2015年) ※カッコ内は成長率

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(2015年)



生産量上位15か国推移

単位:百万KL

出典:Barth Report (Barth Haas Group)

順位	国名	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	中国	39.31	41.03	42.36	44.83	48.99	49.02	50.65	49.67	47.16
2	米国	23.28	23.06	23.10	22.90	22.65	23.01	22.53	22.61	22.35
3	ブラジル	9.60	10.63	10.70	12.87	13.30	13.28	13.47	14.14	13.86
4	ドイツ	10.40	10.29	9.81	9.57	9.55	9.46	9.44	9.53	9.56
5	ロシア	11.50	11.40	10.85	10.29	9.81	9.76	8.93	8.22	7.82
6	メキシコ	8.10	8.23	8.23	7.99	8.15	8.25	8.20	7.80	7.45
7	日本	6.28	6.11	5.98	5.81	5.60	5.77	5.72	5.65	5.38
8	ベトナム	1.80	1.85	2.30	2.65	2.78	2.98	3.57	3.89	4.67
9	英国	5.13	4.96	4.51	4.50	4.57	4.30	4.20	4.43	4.41
10	ポーランド	3.55	3.56	3.22	3.60	3.60	3.93	3.96	3.95	3.98
11	スペイン	3.44	3.34	3.38	3.34	3.36	3.30	3.27	3.35	3.48
12	南アフリカ	2.65	2.59	2.88	2.96	3.09	3.15	3.15	3.15	3.21
13	ナイジェリア	1.35	1.54	1.60	1.76	1.96	2.40	2.65	2.70	2.70
14	オランダ	2.73	2.72	2.54	2.39	2.36	2.43	2.36	2.37	2.37
15	タイ	2.17	2.07	2.14	1.95	2.06	2.37	2.31	2.21	2.36
	15か国合計	131.29	133.39	133.60	137.40	141.83	143.40	144.40	143.67	140.75
	合計	178.71	181.92	181.76	186.35	192.89	196.20	197.21	196.31	193.29

ビール会社生産量上位15社

単位:百万KL

出典:Barth Report (Barth Haas Group)

順位	会社名	国名	2014年生産量	世界市場シェア (%)	生産量前年比 (2014/2013)	2013年生産量
1	Anheuser-Busch InBev	ベルギー	40.99	21.2	2.7%	39.90
2	SABMiller	英国	19.13	9.9	2.1%	18.74
3	Heineken	オランダ	18.83	9.7	5.6%	17.83
4	Carlsberg	デンマーク	12.03	6.2	0.5%	11.97
5	China Resources Snow Breweries	中国	11.74	6.1	0.3%	11.71
6	Tsingtao Brewery Group	中国	7.05	3.6	-10.0%	7.83
7	Molson Coors	米国/カナダ	5.81	3.0	-2.7%	5.97
8	Yanjing	中国	4.83	2.5	-15.4%	5.71
9	Kirin	日本	4.31	2.2	-12.6%	4.93
10	BGI / Groupe Castel	フランス	2.98	1.5	4.9%	2.84
11	Petropolis	ブラジル	2.30	1.2	53.3%	1.50
12	Efes Group	トルコ	2.07	1.1	-18.8%	2.55
13	Asahi	日本	2.05	1.1	-0.5%	2.06
14	Gold Star	中国	1.80	0.9	-7.7%	1.95
15	San Miguel Corporation	フィリピン	1.67	0.9	2.5%	1.63
	上位15社合計		137.59	71.2	0.3%	137.12
	合計		193.29		-2.0%	197.30

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。

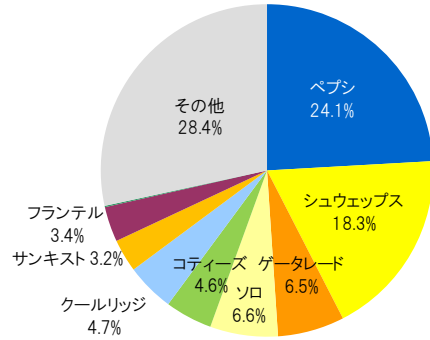
シュウェップス・オーストラリア社は、主力カテゴリーである炭酸飲料をはじめ、スポーツドリンク、果汁系飲料を中心に自社ブランド製品とライセンス製品の製造販売を行っています。

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

<2015年1月-12月累計>

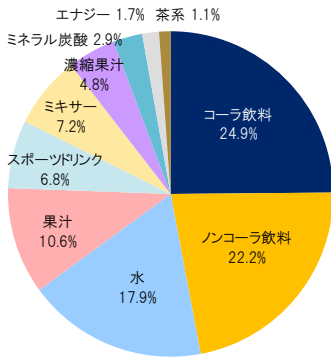
金額ベースで算出



シュウェップス社カテゴリー別売上構成比

<2015年1月-12月累計>

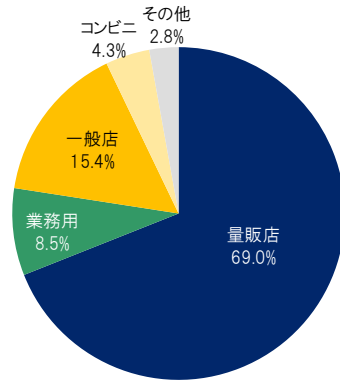
金額ベースで算出



シュウェップス社チャネル別売上構成比

<2015年1月-12月累計>

金額ベースで算出



オセアニア飲料事業主要商品紹介

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



Spring Valley



Charlie's Quencher



Charlie's Smoothie



Juicy Lucy



Extra Juicy

果汁飲料

お茶



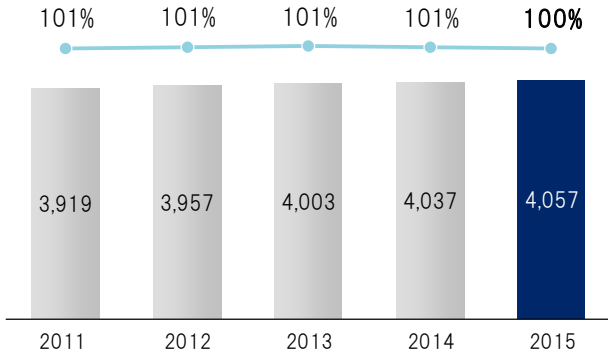
Real Iced Tea Co.

豪州飲料市場データ

飲料市場消費量推移

単位:千KL

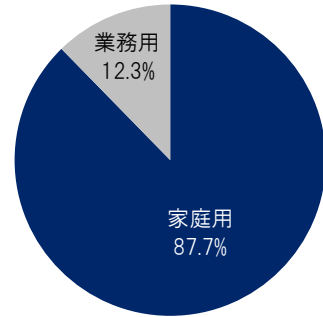
出典:ユーロモニター



業態別販売数量構成比

<2015年1月-12月累計>

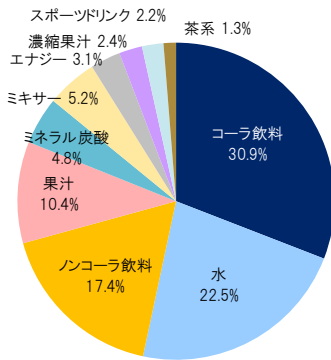
出典:ユーロモニター
数量ベースで算出



カテゴリー別構成比

<2015年1月-12月累計>

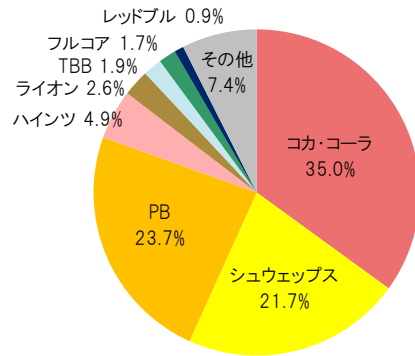
出典:ACニールセン
数量ベースで算出



会社別マーケットシェア

<2015年1月-12月累計>

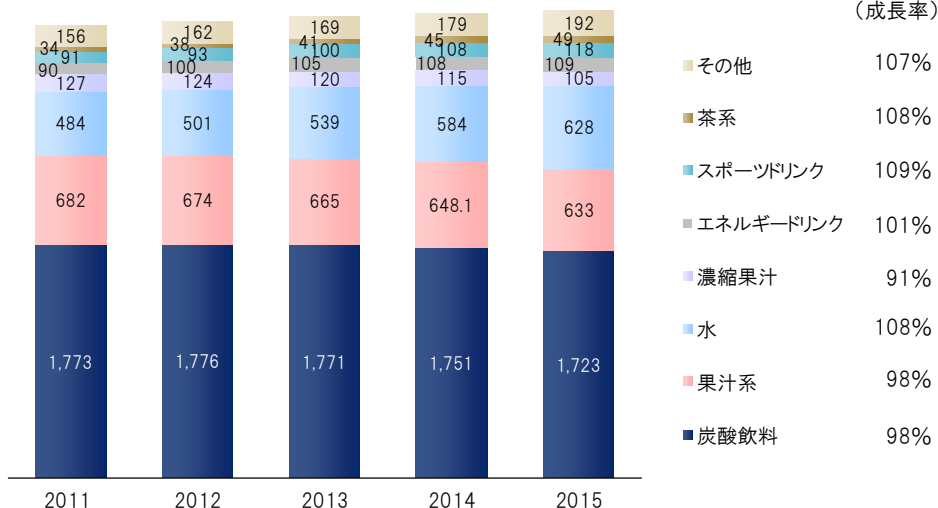
出典:ACニールセン
数量ベースで算出



カテゴリー別市場推移(家庭用)

単位:千KL

出典:ユーロモニター



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、2012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。

主要商品紹介

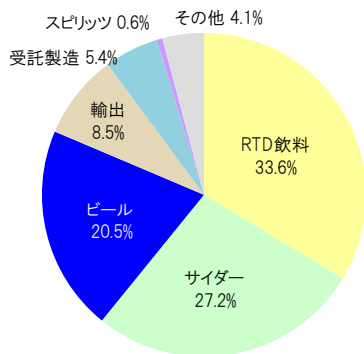
RTD系		サイダー(りんご酒)		
ダーク系 (パーボンベース)	ライト系 (ウオッカベース)			
Woodstock	Cody's	Vodka Cruiser	Somersby	Wild Side

Asahi Premium Beverages (Aust)

カテゴリー別売上構成比

<2015年1月-12月累計>

金額ベースで算出

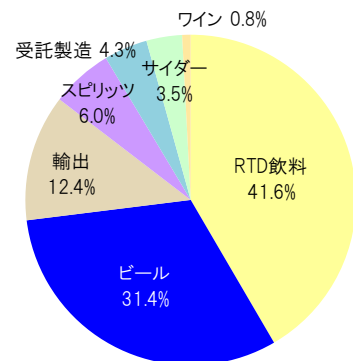


Independent Liquor (NZ)

カテゴリー別売上構成比

<2015年1月-12月累計>

金額ベースで算出

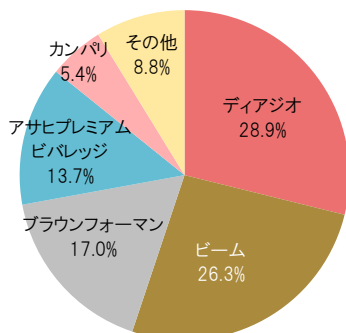


オセアニアRTD飲料市場データ

■<豪州>会社別マーケットシェア

<2015年1月-12月累計>

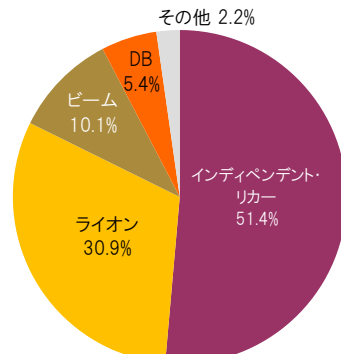
数量ベースで算出
出典: Aztec



■<ニュージーランド>会社別マーケットシェア

<2015年1月-12月累計>

数量ベースで算出
出典: Aztec & Nielsen



マレーシア飲料事業

2011年11月にマレーシアの清涼飲料市場において販売数量第2位であるベルマニス社を買収し、マレーシア飲料市場に参入しました。

2014年にはEtika International Holdings Limitedより「東南アジアにおける乳製品関連事業」を買収し、コンデンスミルク等の乳製品事業にも参入することで、東南アジア飲料事業の基盤強化を図りました。

2016年4月から「エチカビバレッジズ」に社名を変更する中、「Pepsi」、「Tropicana」などに加えて「ワンダ」や「カルピス」といったアサヒブランド商品を現地の嗜好に合わせて開発し、展開することにより、マレーシア飲料市場での事業成長をさらに加速しています。

主要商品紹介

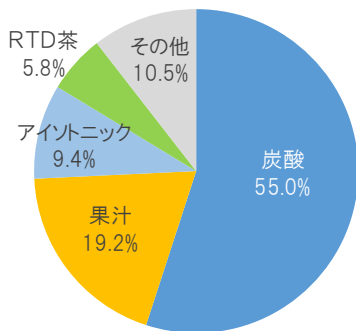


Permanis Sdn. Bhd.

カテゴリー別売上構成比

<2015年1月-12月累計>

金額ベースで算出

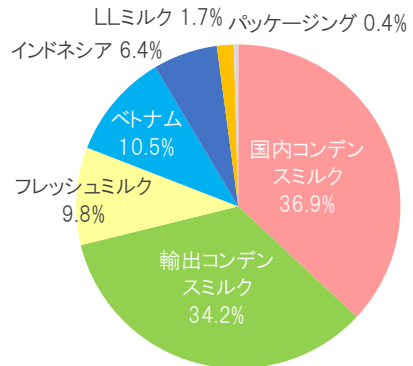


Etika Dairies Sdn. Bhd

事業別売上構成比

<2015年1月-12月累計>

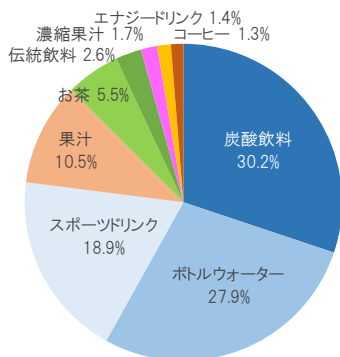
金額ベースで算出



マレーシア飲料市場

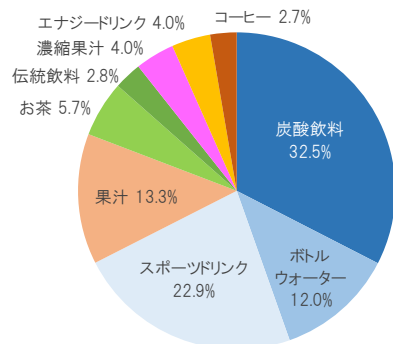
カテゴリー別構成比(2015年) ※数量ベースで算出

出典：ユーロモニター



カテゴリー別構成比(2015年) ※金額ベースで算出

出典：ユーロモニター



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。

主要商品紹介

自社ブランド

ペプシブランド

Clubブランド



ICHI OCHA Cafela

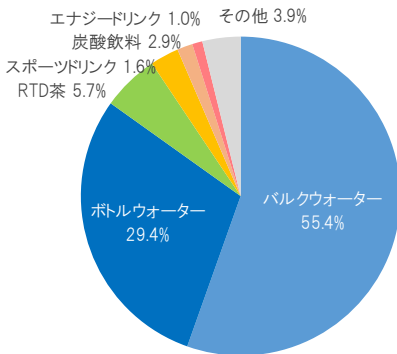
Pepsi Twister

Club

インドネシア飲料市場

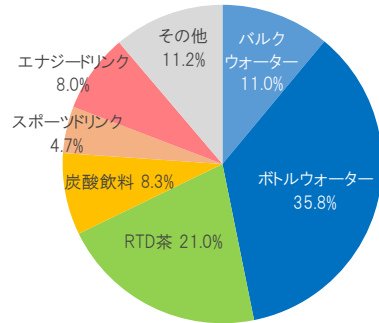
カテゴリー別構成比(2015年) ※数量ベースで算出

出典: Canadean

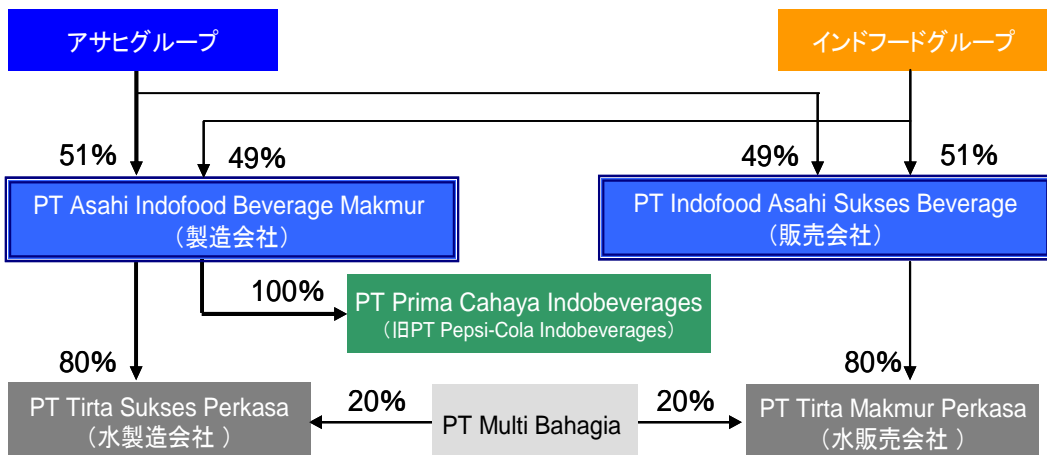


カテゴリー別構成比(2015年) ※金額ベースで算出

出典: Canadean



インドネシア飲料事業出資スキーム



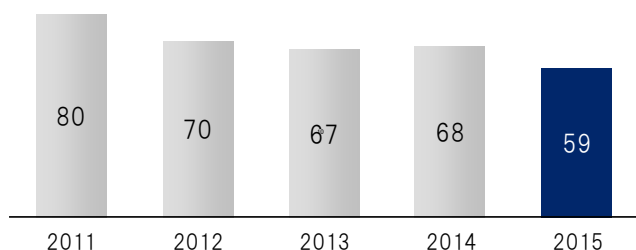
中国ビール事業

1994年に伊藤忠商事(株)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。2015年の3社の販売数量は59万1千KLとなりました。

2009年4月には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として、既存事業のアサヒブランドの取組み強化に加え、青島ビールの成長戦略へのサポートを継続することで、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。

出資会社販売数量推移

単位: 万KL



中国以外のアジアビール事業

2000年7月から中国の深圳青島朝日ビールからの輸出を開始して以降、生産体制、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力を高めています。

(主な取組内容)

- 2002年2月: タイでのライセンス契約による現地生産を開始
- 2008年9月: 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
- 2009年3月: タイ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を締結
- 2010年: 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
- 2011年: カールスバーグ・マレーシアと生産・販売・マーケティングを委託するライセンス契約を締結
- 2012年: フィリピンでアジアブリュワリーと販売提携
- 2015年: ロッテアサヒ酒類社を連結子会社化

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。

2007年に英国でシェパード・ニーム社と、2008年に欧州ロシア(東経60°以西)及び周辺の11か国でロシア最大手のバルチカ社と生産・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月から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月から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。

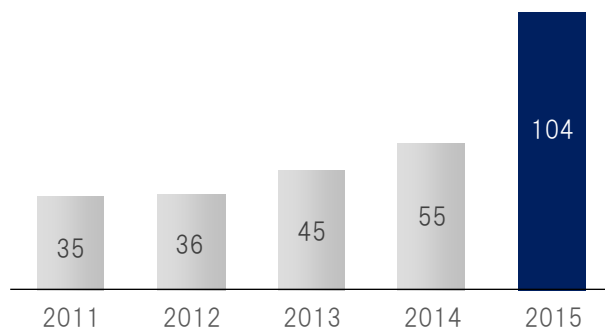
出資会社売上高(2015年)

384億円 (前年比103%)

(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

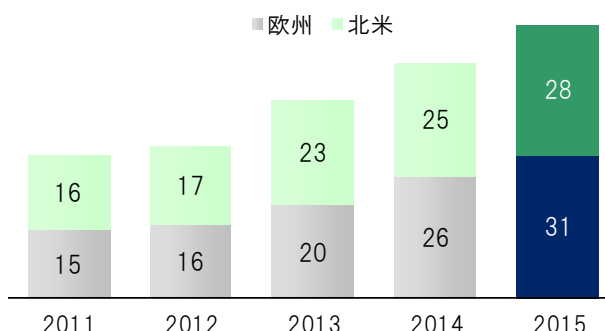
単位: 億円



※2015年実績には下期からロッテアサヒ酒類の実績が加わっています。

欧米 酒類事業売上高推移

単位: 億円



青島ビール

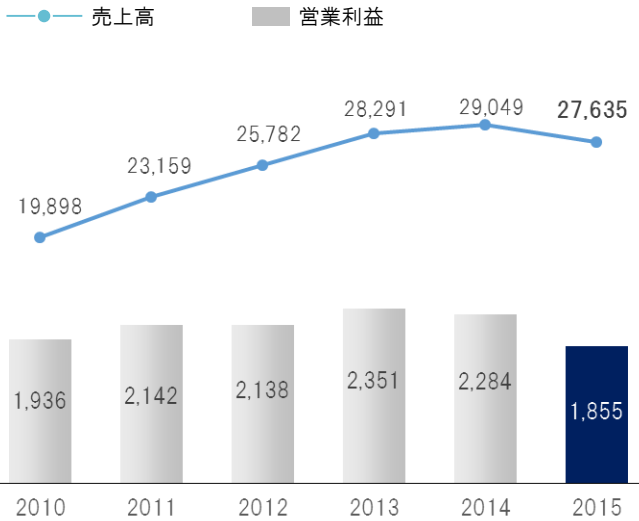
※持分法適用会社

アサヒビールは、2009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年に創業し、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するとともに、高価格帯ブランドの育成にも取り組んでいます。

売上高・営業利益推移

単位:百万円



2015年1-12月売上高

27,635百万円 (前年同期比95%)

生産拠点数

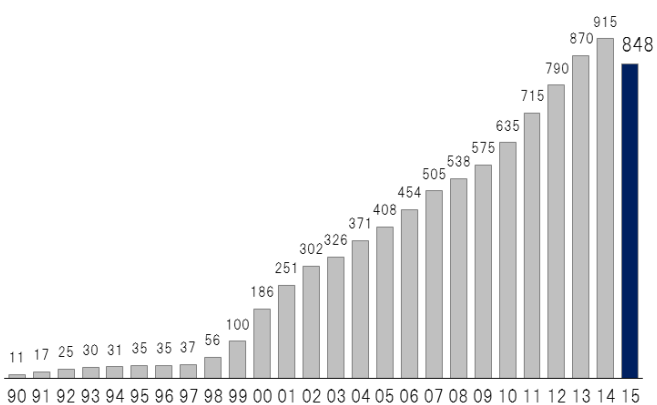
58箇所 (20の省市自治区)

2015年1-12月販売状況

単位:万KL	数量	前年比
合計	848	-7.4%
うち、青島ブランド	416	-7.6%

販売数量推移

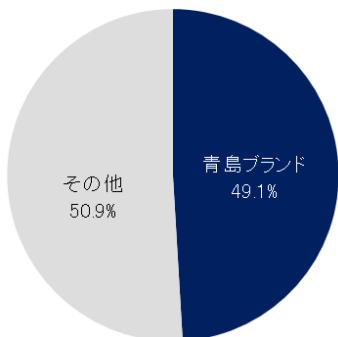
単位:万KL



青島 青島純生 漢斯純生 山水 崂山精品 奥古特

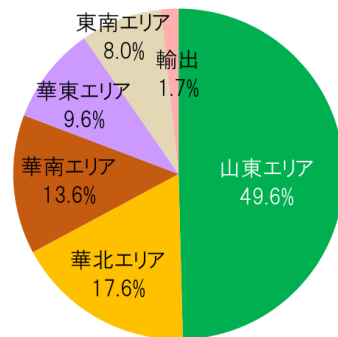
ブランド構成比 (2015年1月-12月累計)

数量ベースで算出



販売金額エリア別構成比 (2015年1月-12月累計)

金額ベースで算出

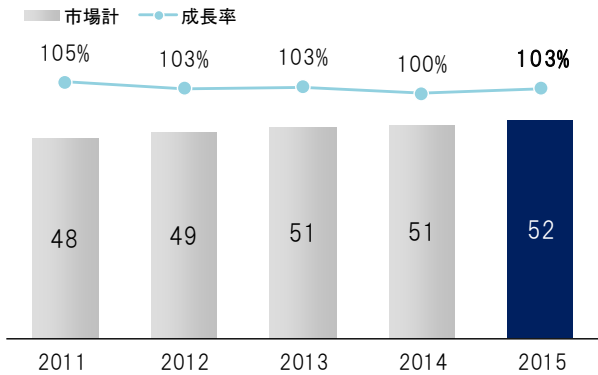


中国ビール市場データ

中国ビール消費量推移

単位:百万KL

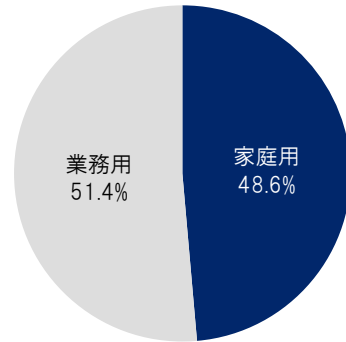
出典:ユーロモニター



中国業態別販売数量構成比

<2015年1月-12月累計>

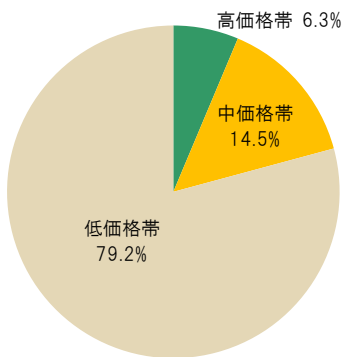
出典:ユーロモニター
数量ベースで算出



価格帯別売上構成比

<2015年1月-12月累計>

出典:ユーロモニター
数量ベースで算出

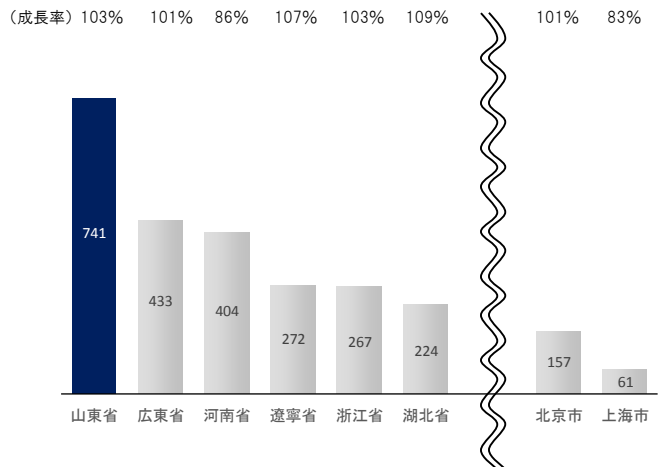


省別生産量

単位:万KL

<2014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 (2015年)

会社名	生産量 (万KL)	成長率	シェア	売上高		当期純利益		外資提携先
				(億円)	(億ドル)	(億円)	(億ドル)	
華潤雪花	1,168	99%	24.8%	348.2	5,397	8.3	129	SABMiller
青島ビール	848	93%	18.0%	276.3	5,085	17.1	315	アサヒグループ
AB InBev	746	104%	15.8%	非開示	非開示	非開示	非開示	
燕京ビール(北京)	483	91%	10.2%	125.4	2,307	5.9	108	
珠江ビール(広州)	116	99%	2.5%	35.2	647	0.8	15	
総生産量	4,716	95%	-	-	-	-	-	

出典:各社アニュアルレポート

※華潤雪花は香港ドル、青島ビール・燕京ビール・珠江ビールは人民元
為替前提:1人民元=18.4円

1香港ドル=15.5円

康師傅飲品控股有限公司（中国）

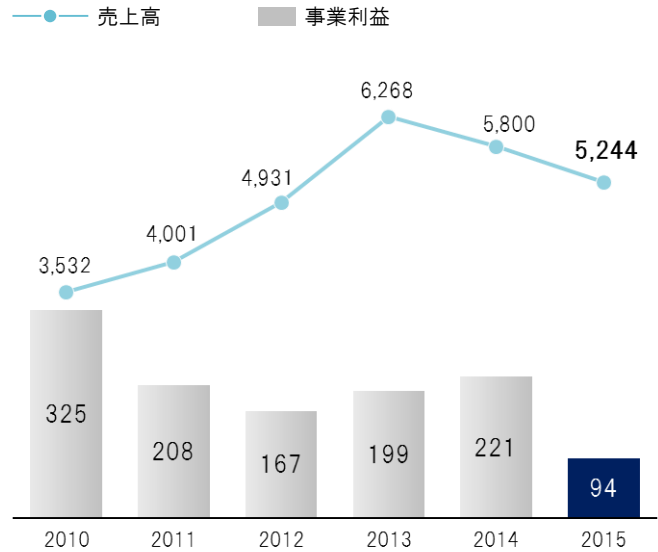
※持分法適用会社

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。

康師傅社飲料事業 売上高推移

単位：百万米ドル



2015年1-12月売上高

5,244百万US\$（前年同期比90%）

※康師傅社の飲料事業実績

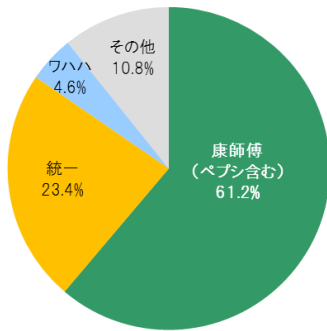
生産拠点数

100箇所

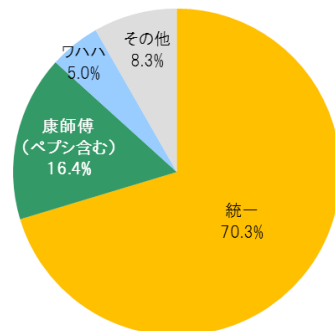
康師傅社飲料事業 カテゴリー別シェア ※2015年4月-2016年3月累計

出典：ACニールセン 数量ベースで算出

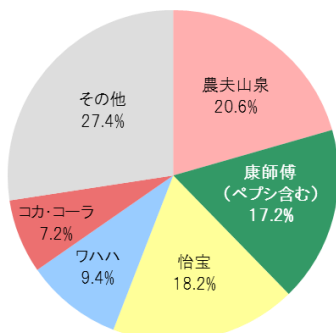
RTD茶カテゴリー



ミルクティー

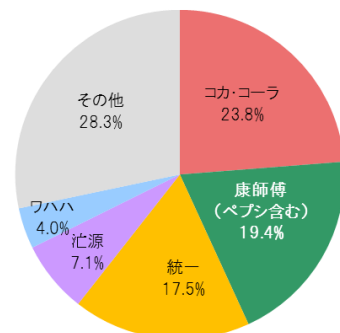


水カテゴリー



果汁系飲料カテゴリー

※伝統飲料を含む

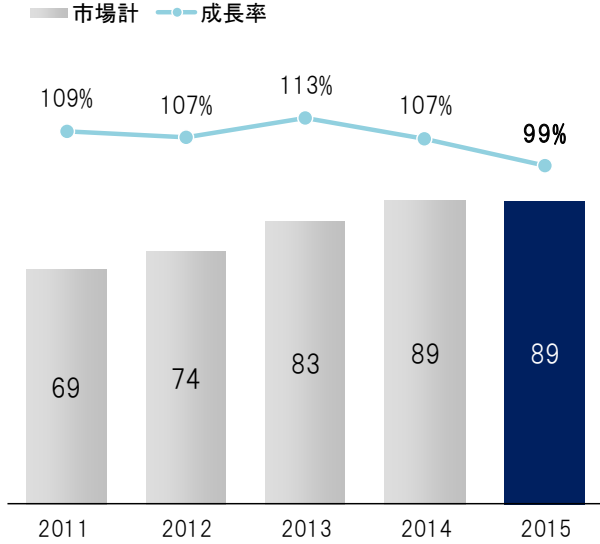


中国飲料市場データ

飲料市場消費量推移

単位:百万KL

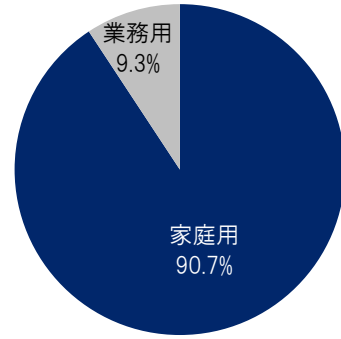
出典:ユーロモニター



業態別販売数量構成比

<2015年1月-12月累計>

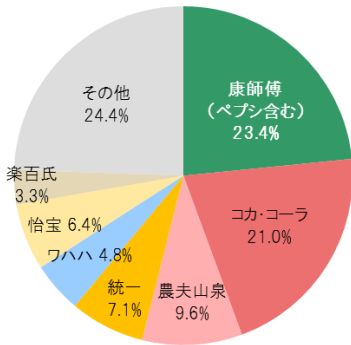
出典:ユーロモニター
数量ベースで算出



会社別マーケットシェア

<2015年4月-2016年3月累計>

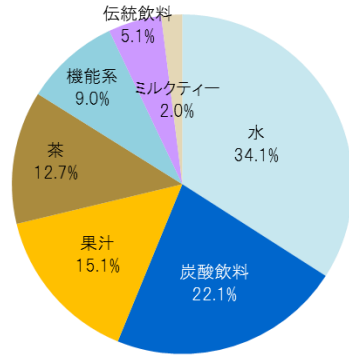
出典:ACニールセン
数量ベースで算出



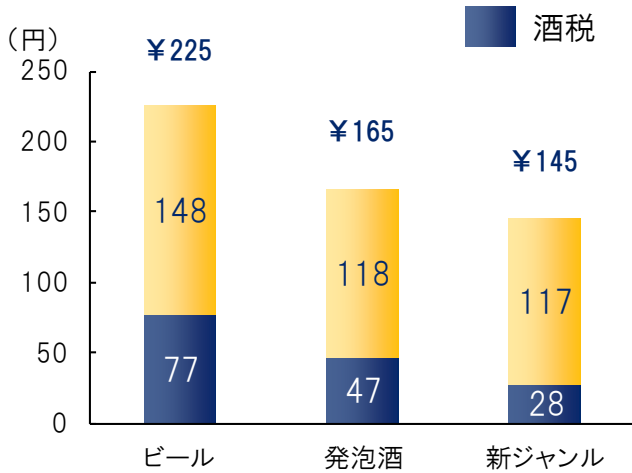
カテゴリー別構成比

<2015年4月-2016年3月累計>

出典:ACニールセン
数量ベースで算出

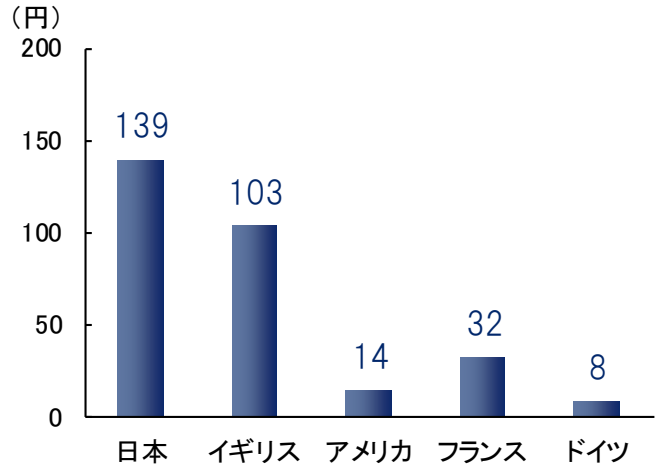


＜国内＞350ml当たりの酒税比較（円）



※最上部の価格は、大手CVSチェーンの店頭価格
（消費税込み、2015年末時点）

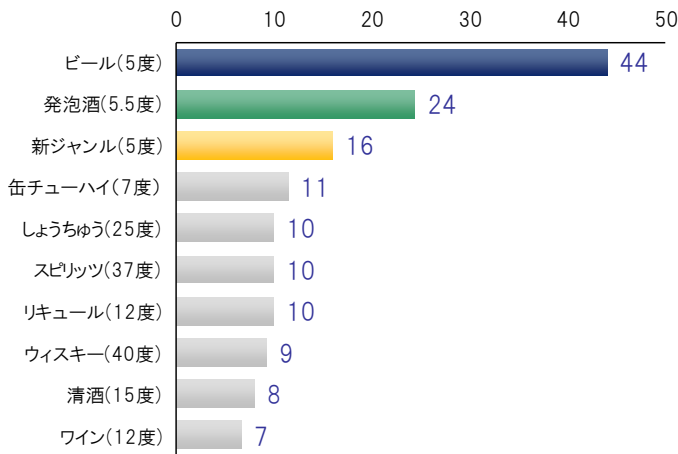
＜主要国＞ビールの酒税税額比較（円）



出典：ビール酒造組合（H26.1月）

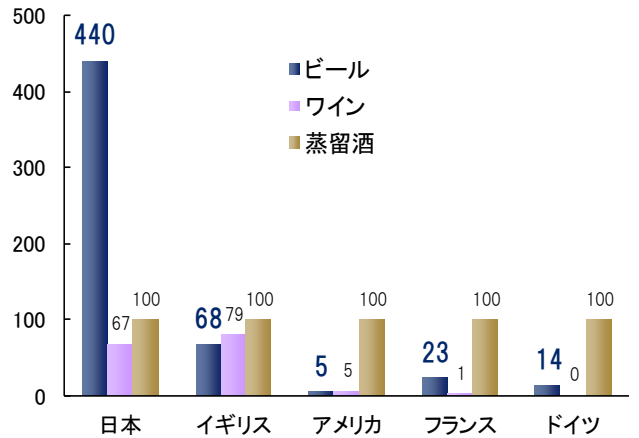
注)①金額（酒税額、消費税額、小売価格）は633ml当たりの円で示す。
②邦貨換算は1ユーロ138.33円、1ドル101.66円、1ポンド170.07円
（平成26年5月末時点のTTMLレートによる）。
③アメリカはニューヨークでの調査。

＜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(H27年3月)」

＜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。