

FACTBOOK

2017

(2月16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】（日本会計基準）	11
-------------------	----

グループ事業

主要関係会社実績一覧	12
------------	----

国内酒類事業

アサヒビール(株)	13
ビール類: 当社容器別・業態別実績	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
酒税	18

国内飲料事業

アサヒ飲料(株) / (株)エルビー	19
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
欧州ビール事業(イタリア・オランダ・英国)	27
欧州ビール市場(イタリア・オランダ・英国)	28
オセアニア飲料事業	29
オセアニア飲料市場	30
オセアニア酒類事業	31
オセアニア酒類市場	32
東南アジア飲料事業(マレーシア・インドネシア)	33
中国ビール事業(持分法適用会社)	34
中国飲料事業(持分法適用会社)	35

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
売上収益	18,574億円	・主力事業の安定成長－事業再編＋新規M&A
事業利益	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

(※)事業利益とは、売上収益から売上原価及び一般管理費を控除した、恒常的な事業の業績を図る利益指標です。

(※)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。

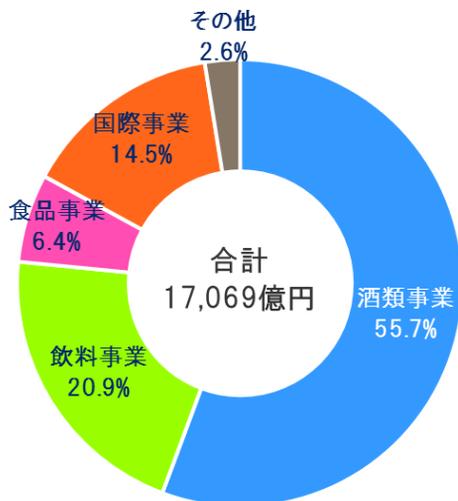
財務・キャッシュフロー方針

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 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 137社
 持分法適用関連会社数 138社
 資本金 : 182,531百万円
 売上収益 : 1,706,901百万円(2015年12月期連結業績)
 従業員数 : 285名(連結従業員数 23,619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 : 115,017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

2016年売上収益 (セグメント別)



社債情報

2016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 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

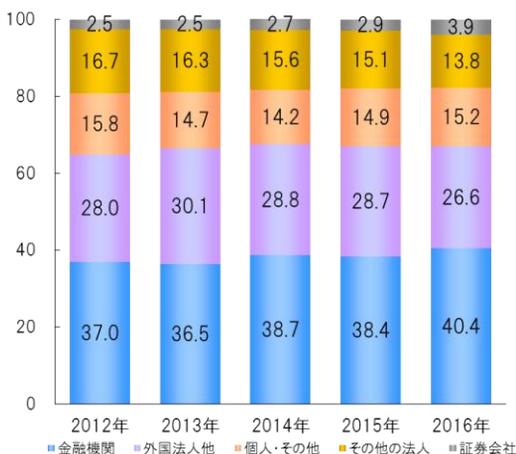
2016年12月31日現在

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
株価(円、年度)						
最高	1,724	1,944	2,996	3,915	4,380	3,919
最低	1,314	1,625	1,797	2,537	3,524	3,127
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)	179,500	176,114	213,525	209,840	256,762	254,535
EPS(円、連結)	118.4	122.8	135.7	148.9	166.3	194.8
1株当たり年間配当金(円、単体)	25.0	28.0	43.0	45.0	50.0	54.0
当期末株主数(名)	123,931	120,251	109,543	108,522	106,712	115,017

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

大株主の状況

2016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)	318,785	7.0%
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口)	234,654	5.1%
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%
旭化成株式会社	137,853	3.0%
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	74,399	1.6%
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	61,716	1.3%
THE BANK OF NEW YORK MELLON SA/NV 10	61,173	1.3%
合計	1,384,320	30.2%

(注) 当社は自己株式を25,453,509百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。

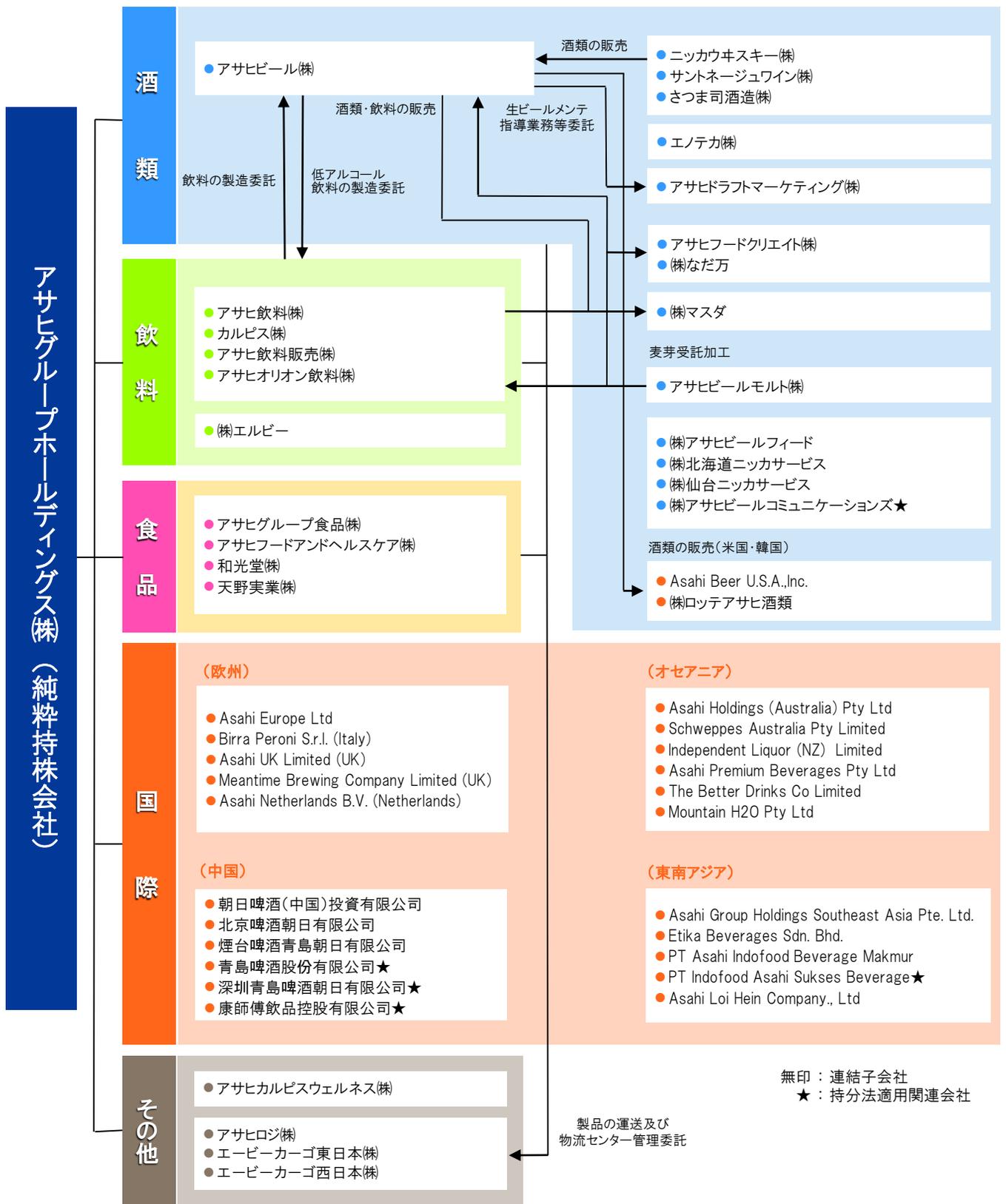
株価チャート

2016年01月04日 - 2016年12月30日
 ・ アサヒグループ(東証) 始値: 3,761.0 | 高値: 3,912.0 | 安値: 3,164.0 | 終値: 3,690.0



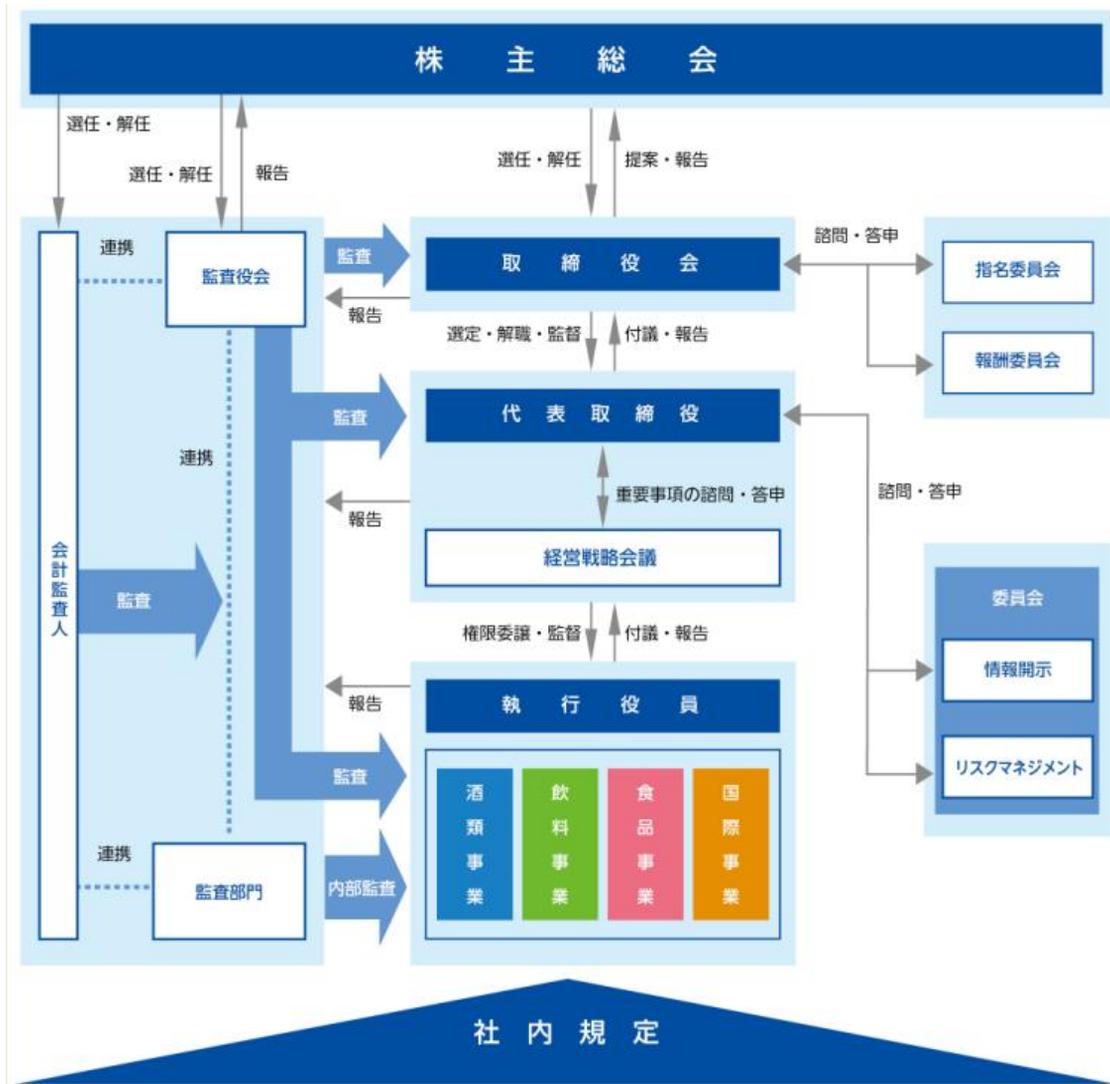
出典: Euroland

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)(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12月31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12月31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・リキユール	北海道札幌市	1966年
2 福島工場	ビール・発泡酒・リキユール・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・リキユール・飲料水	茨城県守谷市	1991年
4 神奈川工場	ビール・発泡酒・リキユール	神奈川県南足柄市	2002年
5 名古屋工場	ビール・発泡酒・リキユール	愛知県名古屋市	1973年
6 吹田工場	ビール・発泡酒・リキユール・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・リキユール	愛媛県西条市	1998年
8 博多工場	ビール・発泡酒・リキユール	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【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
エルピー【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 岡山工場第1プラント	フリーズドライ食品、粉末調味料他	岡山県浅口郡	-
34 岡山工場第2プラント	〃	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12月31日現在)

- | | | |
|--|--|--|
| <p>欧州</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 酒類事業: 6工場
(イタリア: 4工場, オランダ: 1工場, 英国: 1工場) <p>オセアニア</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 飲料事業: 8工場
(オーストラリア: 7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) <p>アメリカ</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 飼料事業: 1工場 | <p>インドネシア</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 飲料事業: 21工場 <p>マレーシア</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 飲料事業: 4工場 <p>ミャンマー</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 飲料事業: 2工場 <p>ベトナム</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 飲料事業: 1工場 | <p>タイ</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 飲料事業: 1工場 <p>中国</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 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 |
|--|--|--|

■ 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
	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
	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
2008(平成20年)	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)	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
	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
2011(平成23年)	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
	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
	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
2012(平成24年)	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弁会社の契約締結
	10月	乳酸飲料国内最大手の「カルピス(株)」の株式取得
2013(平成25年)	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
	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	
2015(平成27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	
2016(平成28年)	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
	2月	「長期ビジョン」と「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 当社取締役役に対する業績連動型株式報酬制度を導入
	10月	旧SAB Miller社のイタリア、オランダ、英国事業その他関連資産の取得(子会社化)
12月	旧SAB Miller社の中東欧事業その他関連資産の取得に関する株式売買契約をAB InBev社と締結	

	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	2016年 平成28年
損益計算書(百万円)						
売上高	1,462,736	1,579,077	1,714,237	1,785,478	1,857,418	1,890,310
売上原価	907,243	974,702	1,032,853	1,073,439	1,100,519	1,098,085
(酒税額)	(414,327)	(421,953)	(423,332)	(426,453)	(422,941)	(425,780)
売上総利益	555,493	604,375	681,383	712,039	756,899	792,225
販売費及び一般管理費	448,303	495,937	563,916	583,733	621,779	651,437
(のれん等償却費)	(8,905)	(13,991)	(18,449)	(19,474)	(16,271)	(17,057)
営業利益	107,190	108,437	117,467	128,305	135,119	140,788
金融収支	-2,198	-2,304	-1,605	-1,392	-919	-623
受取利息	333	402	387	453	583	329
受取配当金	1,136	1,335	1,602	1,840	2,112	2,505
支払利息	-3,668	-4,043	-3,595	-3,686	-3,615	3,457
持分法による投資損益	5,480	10,617	8,822	8,025	14,167	-12,591
経常利益	110,909	114,822	123,612	133,168	145,946	137,430
親会社株主に帰属する当期純利益	55,094	57,183	61,749	69,118	76,427	81,786
EBITDA ※1	166,833	170,982	183,696	192,308	197,994	206,583
設備投資・減価償却(百万円)						
設備投資額	30,685	41,197	48,488	59,828	52,099	62,246
減価償却費	50,738	48,553	47,780	44,528	46,603	48,738
貸借対照表(百万円)						
総資産	1,529,908	1,732,188	1,791,556	1,936,610	1,901,554	2,133,191
流動資産	457,146	529,189	534,890	603,842	600,498	654,462
売上債権	279,596	317,008	317,106	353,704	362,241	393,513
棚卸資産	-	-	-	-	-	-
商品及び製品、原材料及び貯蔵品	102,631	113,519	118,302	124,549	132,315	139,571
固定資産	1,072,762	1,202,998	1,256,665	1,332,767	1,301,056	1,478,729
有形固定資産	536,236	583,399	584,219	605,415	582,098	632,769
流動負債	602,166	680,068	666,081	757,374	715,193	816,799
固定負債	283,943	325,240	297,993	282,725	294,531	414,194
金融債務	390,092	456,234	403,723	434,726	414,930	570,709
純資産	643,799	726,879	827,481	896,510	891,829	902,198
自己資本	641,733	723,819	819,295	881,091	877,672	891,289
キャッシュフロー計算書(百万円)						
営業キャッシュフロー	108,513	109,292	157,252	146,783	112,765	150,281
投資キャッシュフロー	-171,235	-134,320	-65,705	-92,183	-75,583	-269,847
財務キャッシュフロー	67,090	43,002	-84,938	-35,842	-73,044	125,064
現金及び現金同等物残高	16,137	34,320	41,117	62,235	43,290	49,432
フリーキャッシュフロー ※2	81,919	68,952	108,292	82,747	61,257	92,742
※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)	8.8%	8.4%	8.0%	8.1%	8.8%	9.2%
ROA(総資本経常利益率)	7.6%	7.0%	7.0%	7.1%	7.6%	6.8%
EPS(一株当り当期純利益)	118.4	122.8	135.7	148.9	166.3	178.5
BPS(一株当り自己資本)	1,378.2	1,553.4	1,772.5	1,904.6	1,916.7	1,945.5
投資指標						
配当性向	21.1%	22.8%	31.7%	30.2%	30.1%	30.2%
収益性指標						
売上総利益率	38.0%	38.3%	39.7%	39.9%	40.8%	41.9%
営業利益率	7.3%	6.9%	6.9%	7.2%	7.3%	7.4%
(酒税抜き営業利益率)	(10.2%)	(9.4%)	(9.1%)	(9.4%)	(9.4%)	(9.6%)
経常利益率	7.6%	7.3%	7.2%	7.5%	7.9%	7.3%
親会社株主に帰属する当期純利益率	3.8%	3.6%	3.6%	3.9%	4.1%	4.3%
EBITDA比率	11.4%	10.8%	10.7%	10.8%	10.7%	10.9%
効率性指標						
総資産回転率	1.00	0.97	0.97	0.96	0.97	0.94
自己資本回転率	2.3	2.3	2.2	2.1	2.1	2.1
有形固定資産回転率	2.7	2.8	2.9	3.0	3.1	3.1
棚卸資産回転率	14.8	14.6	14.8	14.7	14.5	13.9
売上債権回転率	5.3	5.3	5.4	5.3	5.2	5.0
安全性指標						
自己資本比率	41.9%	41.8%	45.7%	45.5%	46.2%	41.8%
負債比率	138.1%	138.9%	117.7%	118.0%	115.0%	138.1%
流動比率	75.9%	77.8%	80.3%	79.7%	84.0%	80.1%
固定比率	167.2%	166.2%	153.4%	151.3%	148.2%	165.9%
固定長期適合率	115.9%	114.7%	112.5%	114.5%	111.0%	113.3%
インタレスト・カバレッジ・レシオ	32.4	25.6	40.9	39.9	30.9	43.0
デット・エクイティ・レシオ	0.61	0.63	0.49	0.49	0.47	0.64

主要な関係会社実績

関係会社 売上・利益実績 (IFRS調整控除前) (億円)

	2016年実績			2017年計画 (2/15発表)		
	売上収益	事業利益	無形資産償却費	売上収益	事業利益	無形資産償却費
酒類事業						
アサヒビール	9,763	1,195	△2	9,840	1,208	△2
飲料事業						
アサヒ飲料	4,766	313	△17	4,790	318	△17
エルピー	218	8	-	223	8	-
食品事業						
アサヒグループ食品	1,224	101	-	1,230	104	-
国際事業						
欧州事業	264	△18	△10	1,214	155	△42
オセアニア事業	1,483	110	△24	1,577	124	△23
東南アジア事業	522	25	△8	548	27	△8
中国事業	170	12	-	154	9	-

為替レート

(円)

	2015年実績 (平均)	2016年実績 (平均)	2017年計画 (2/15発表)
USDドル	121.1	108.8	110.0
(持分法投資損益)	119.3	111.8	110.0
欧州ユーロ	-	118.1	120.0
豪ドル	91.1	80.8	83.0
マレーシアリングギット	31.2	26.3	25.0
インドネシアルピア	0.0091	0.0082	0.0078
人民元	19.2	16.4	15.0
(持分法投資損益)	19.2	17.1	15.0

設備投資・減価償却費(2016年実績) (億円)

	設備投資	減価償却費
酒類事業	244	241
飲料事業	130	92
食品事業	36	33
国際事業	179	105
その他	46	39
合計	635	511

主な関係会社・事業 のれん等 (2016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	2016年末残	
国内飲料事業								
アサヒ飲料	2,373	100.0%	-	のれん 259 無形資産 346	- 5-20	- -	230 267	カルピス取得:2012年10月 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	759	100.0%	-	236	-	-	45	和光堂取得:2006年4月227億、2007年3月9億円
国際事業								
Asahi Europe Ltd. (欧州事業)	3,826	100.0%	2016年10月	のれん 1,439 無形資産 1,232	- 21-40	- -	1,521 1,301	外貨ベース ※為替変動の影響により変動します
Asahi Holdings (Australia) (オセアニア事業)	2,162 (*1)	100.0%	2009年4月 (*2)	のれん 1,235 無形資産 231	- 10-20	- -	714 165	
東南アジア事業	1,483 (*3)	100.0%	2011年11月	のれん 374 無形資産 70	- 9	- 5	43 33	
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	-	-	386	-
康師傅飲品	-	30.4%	2004年4月	297	-	-	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

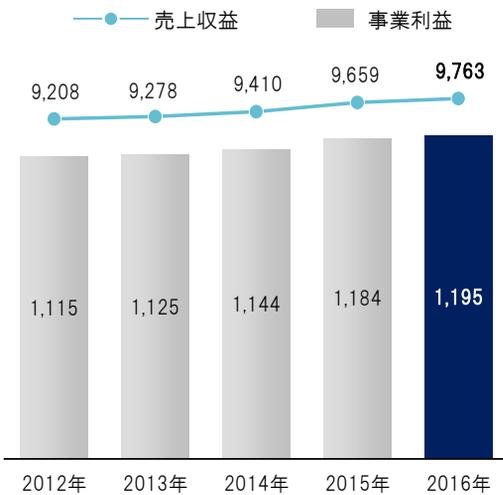
会社概要 ※2016年実績

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
売上収益	9,763億円
事業利益	1,195億円
従業員数	5,906名(酒類事業連結)

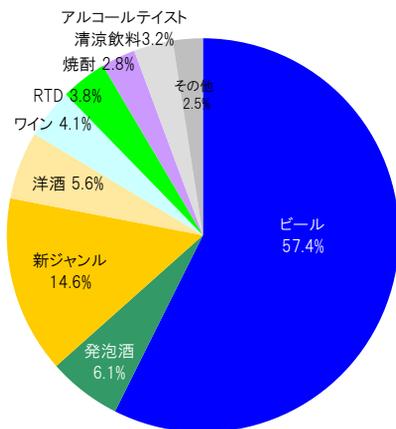
※2011年7月に、純粋持株会社化に伴い、分割設立

売上収益・事業利益推移

単位: 億円



カテゴリー別構成比(2016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

日本初(※1)、麦芽100%で糖質50%オフ(※2)の生ビールです。発酵制御技術の精度向上により、麦の味わいと後味の良さを両立しました。

※1 生ビールで麦芽100%・糖質50%オフを訴求する日本初の商品です(当社調べ)
※2 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、麦のうまみを向上させながらも、後キレが良く、クセのない後味を実現。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”でビールに近い味わいが特長のノンアルコールのビールテイスト清涼飲料です。最もビールに近い味を目指し、さらに“より食事にあうすっきりとした後味”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>

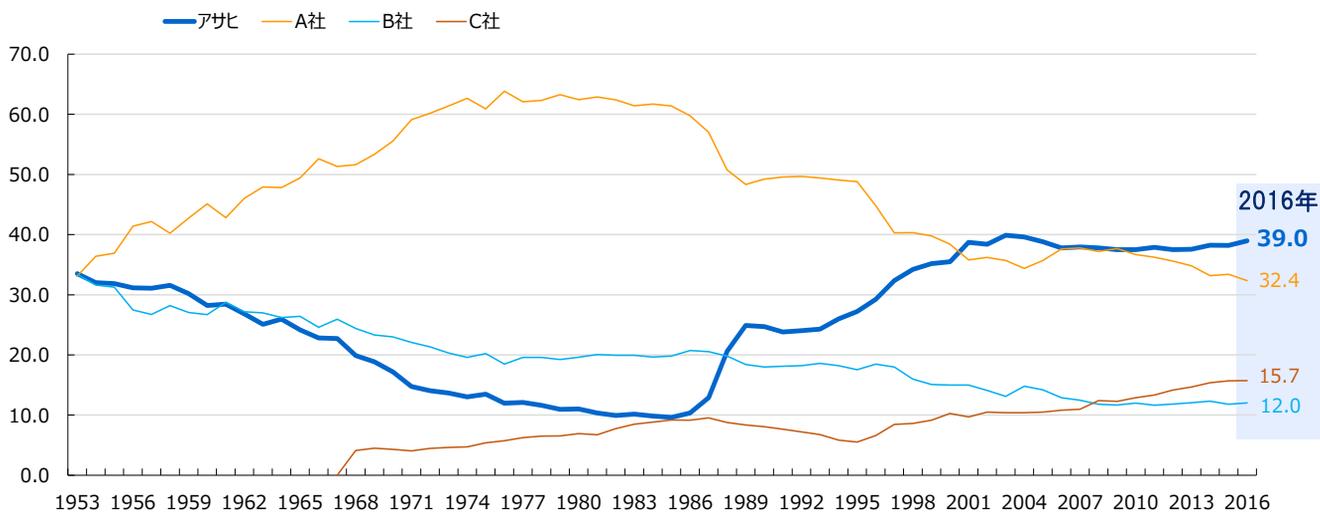


<RTD>



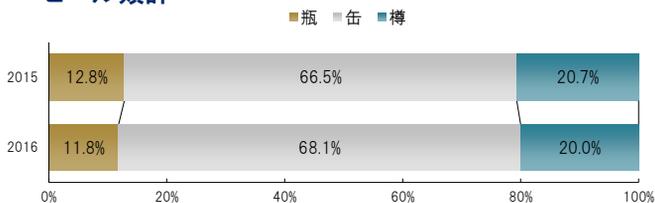
<ワイン>

ビール類 マーケットシェア推移 (課税数量ベース)

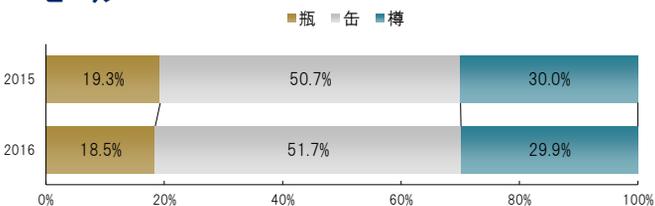


当社 容器別売上構成比 (2016年1-12月実績比較)

ビール類計



ビール



当社 容器別売上前年比 (2016年1-12月実績)

アサヒビール

	瓶	缶	樽	合計
ビール類	92.9%	102.7%	97.0%	100.3%
ビール	92.9%	99.0%	96.9%	97.2%

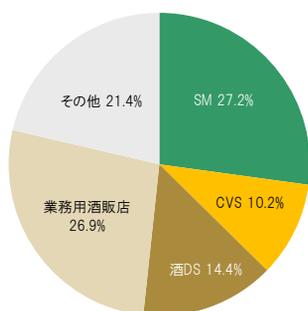
参考: 業界計 ※出典: ビール酒造組合

	瓶	缶	樽	合計
ビール	93.1%	100.3%	97.5%	98.0%

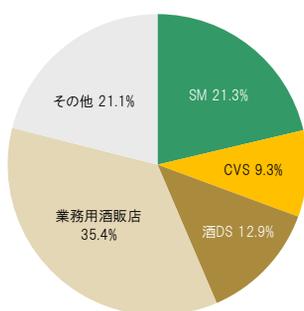
	業務用	家庭用	合計
ビール	96.8%	99.2%	98.0%

当社 業態別売上構成比 (2016年1-12月実績, 当社推定値)

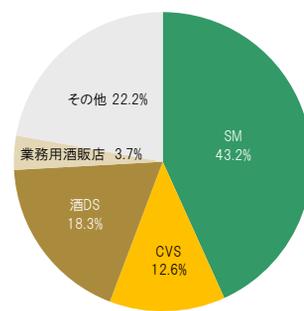
ビール類計



ビール



発泡酒・新ジャンル計



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

課税移出数量 (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

(万函)

	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%	5,600	-4.6%	50.8%
発泡酒	1,170	-11.1%	14.5%	1,531	-6.9%	13.7%	1,547	-1.7%	14.0%
新ジャンル	2,964	-4.2%	36.7%	4,056	+1.4%	36.2%	3,868	-1.1%	35.1%
合計	8,068	-3.8%	-	11,210	+0.2%	-	11,015	-3.0%	-

	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%	11,512	-3.8%	51.9%	21,070	-2.0%	50.8%
発泡酒	2,700	-8.8%	14.0%	3,030	-4.9%	13.7%	5,730	-6.8%	13.8%
新ジャンル	7,020	-1.0%	36.4%	7,656	-1.4%	34.5%	14,676	-1.2%	35.4%
合計	19,278	-1.5%	-	22,198	-3.1%	-	41,476	-2.4%	-

ビール4社 ビールテイスト清涼飲料月次販売動向

(万函)

	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	196	202	160	139	122	175	776	993	1,769
前年比	+11.6%	+8.8%	+2.4%	+22.0%	-16.6%	-10.0%	+2.7%	+5.8%	+9.3%	-4.3%	+2.0%	+2.6%	+0.1%	+3.2%	+1.8%

アサヒビール ビール類月次販売動向

課税移出数量 (万函)

	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%	5,560	-5.2%	48.3%	10,321	-3.2%	49.0%
発泡酒	732	-3.2%	27.1%	797	-4.9%	26.3%	1,529	-4.1%	26.7%
新ジャンル	2,058	+8.2%	29.3%	2,253	+9.5%	29.4%	4,311	+8.9%	29.4%
合計	7,550	+1.2%	39.2%	8,610	-1.7%	38.8%	16,161	-0.4%	39.0%

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%	-7.0%	-1.0%	-2.0%	-9.0%	+2.0%	-3.0%
発泡酒	-3.0%	+4.0%	+8.0%	-18.0%	-2.0%	-4.0%	-7.0%	-3.0%	-1.0%	-8.0%	+3.0%	+0.0%
新ジャンル	+14.0%	+19.0%	+11.0%	+16.0%	+7.0%	+0.0%	+3.0%	+12.0%	+8.0%	+11.0%	+17.0%	+11.0%
合計	+2.0%	-2.0%	+7.0%	+2.0%	-3.0%	+0.0%	-5.0%	+2.0%	+1.0%	-4.0%	+6.0%	+0.0%

(万函)

	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%	5,747	-3.7%	10,309	-2.8%
発泡酒	715	-3.7%	812	-3.0%	1,527	-3.3%
新ジャンル	2,018	+10.2%	2,274	+10.0%	4,292	+10.1%
合計	7,296	+1.1%	8,833	-0.4%	16,129	+0.3%

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	1,025	-7.6%	1,021	-1.5%	748	-2.6%	730	-9.9%	787	+2.7%	1,313	-2.8%
スタイルフリー 計	121	-6.2%	121	+0.8%	118	+0.0%	110	-6.0%	106	+2.9%	140	+2.2%
クリアアサヒ 計	295	+2.1%	329	+11.5%	292	+14.5%	308	+15.8%	301	+19.0%	355	+11.6%

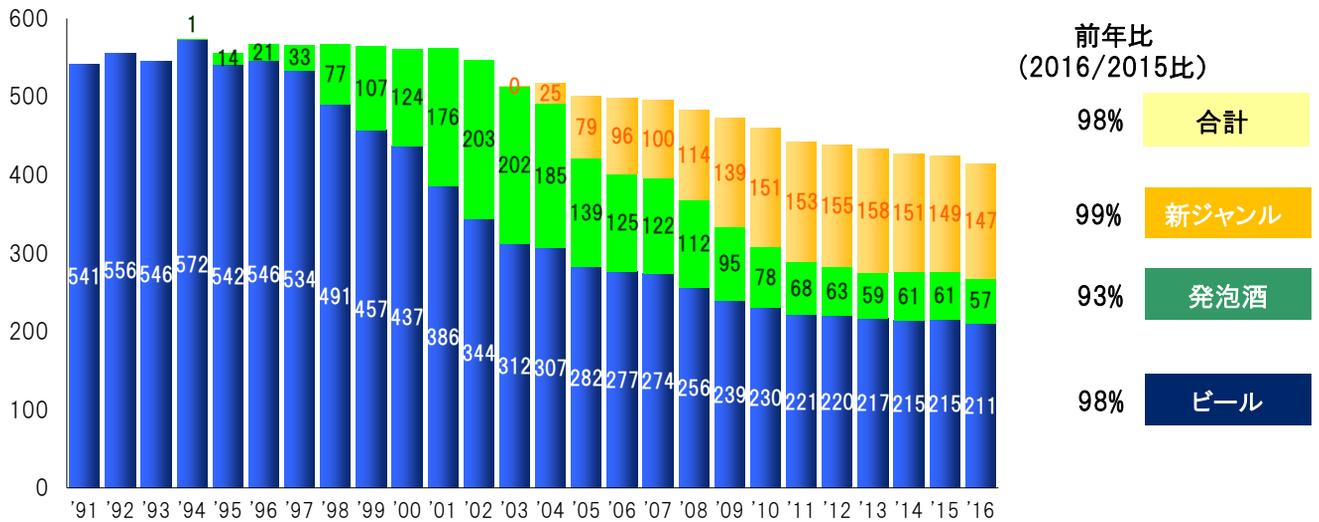
	1-3月 累計		4-6月 累計		7-9月 累計		10-12月 累計		上半期		下半期		年累計	
	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比
スーパードライ 計	1,786	-5.2%	2,590	-2.6%	2,794	-4.1%	2,830	-3.3%	4,376	-3.7%	5,624	-3.7%	10,000	-3.7%
スタイルフリー 計	272	+18.8%	348	-7.7%	360	-1.9%	356	-0.3%	620	+2.3%	716	-1.1%	1,336	+0.5%
クリアアサヒ 計	711	+19.7%	957	+5.7%	916	+9.2%	964	+15.2%	1,668	+11.3%	1,880	+12.2%	3,548	+11.7%

アサヒビール ビールテイスト清涼飲料月次販売動向

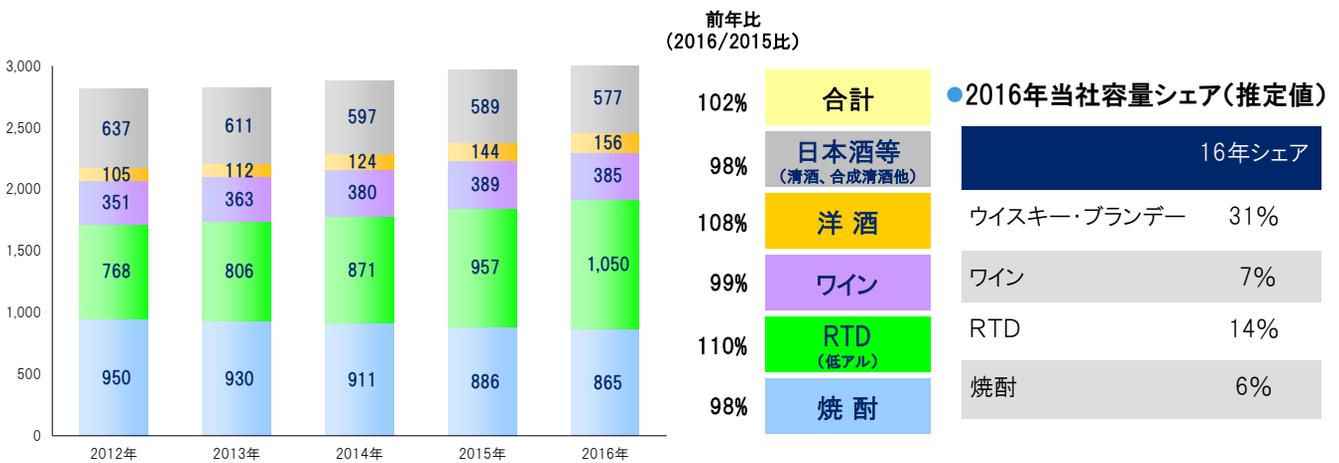
(万函)

	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	86	95	72	66	56	76	343	451	794
前年比	+13.8%	+11.4%	+9.8%	+10.2%	+0.0%	+2.8%	+10.3%	+13.1%	+12.5%	+4.8%	+12.0%	+2.7%	+6.9%	+9.2%	+8.2%

ビール類市場規模 (百万函, 課税数量ベース, 5社計)

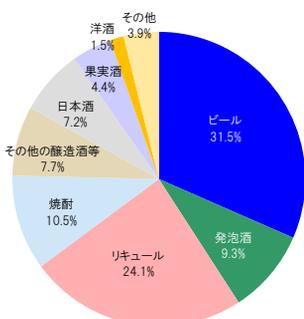


総合酒類市場規模 (千KL, 課税数量ベース, 推定値)

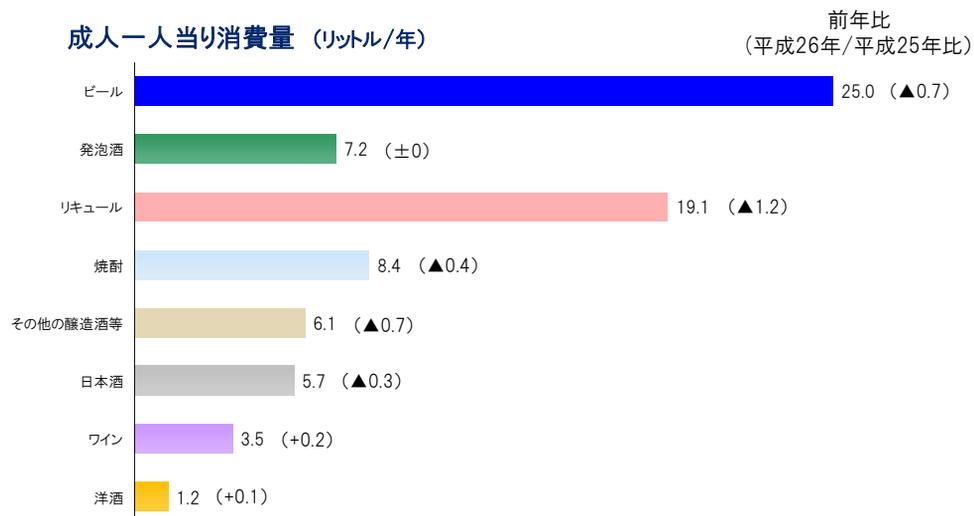


酒類消費数量 (出典: 国税庁、平成26年度)

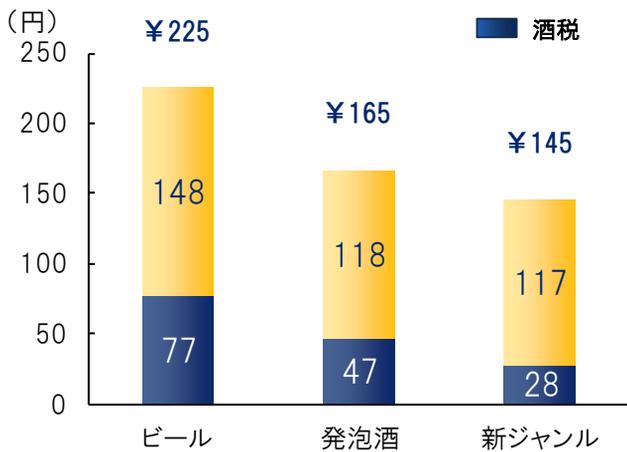
カテゴリー構成比



成人一人当たり消費量 (リットル/年)

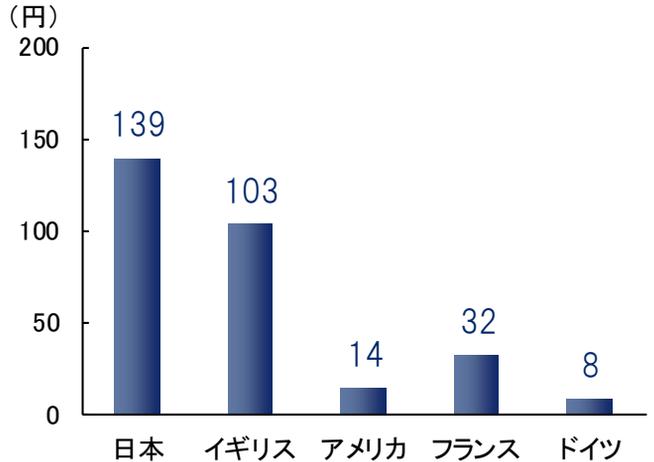


<国内>350ml当たりの酒税比較 (円)



※最上部の価格は、大手CVSチェーンの店頭価格
(消費税込み、2016年末時点)

<主要国>ビールの酒税税額比較 (円)

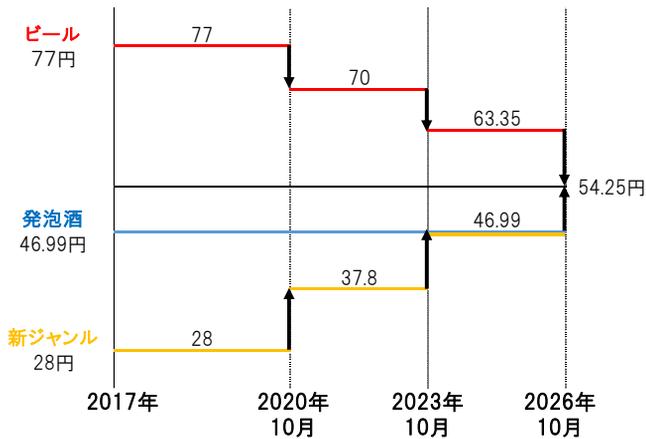


出典:ビール酒造組合(H26.1月)

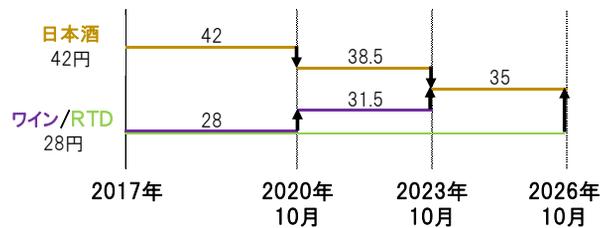
注)①金額(酒税額、消費税額、小売価格)は633ml当たりの円で示す。
②邦貨換算は1ユーロ138.33円、1ドル101.66円、1ポンド170.07円
(平成26年5月末時点のTTLレートによる)。
③アメリカはニューヨークでの調査。

酒税改正の流れ ※350mlあたりの税額

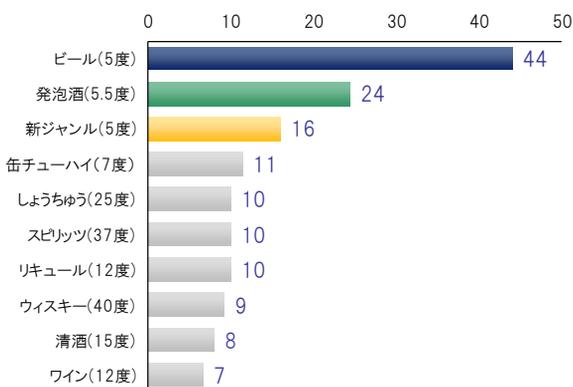
<ビール類>



<日本酒・ワイン・RTD>

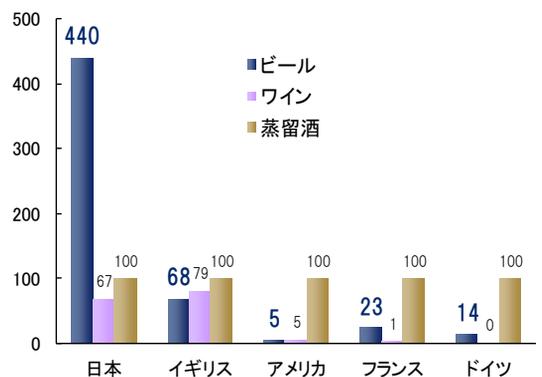


<国内>アルコール分1度1リットル当たりの酒税比較 (円)



出典:国税庁「酒のしおり(H28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。

アサヒ飲料株式会社

会社概要

事業分野 各種飲料水の製造・販売、自動販売機のオペレーションなどを行っております。2012年に買収したカルピス社との統合を推進し、2016年からは新生「アサヒ飲料社」として主力の6ブランド(「三ツ矢サイダー」「ウィルキンソン」「ワンダ」「十六茶」「おいしい水」「カルピス」)に注力するとともに、健康領域への取組みを強化しております。

設立	1972年3月
資本金	111億円
従業員数	3,322名(連結)

健康飲料の取組み

特定保健用食品 機能性表示食品 乳酸菌



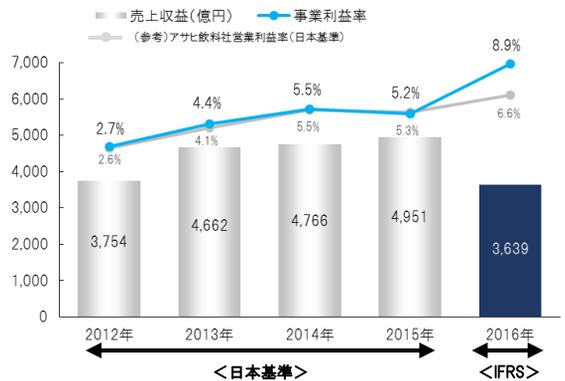
株式会社エルビー

会社概要

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。

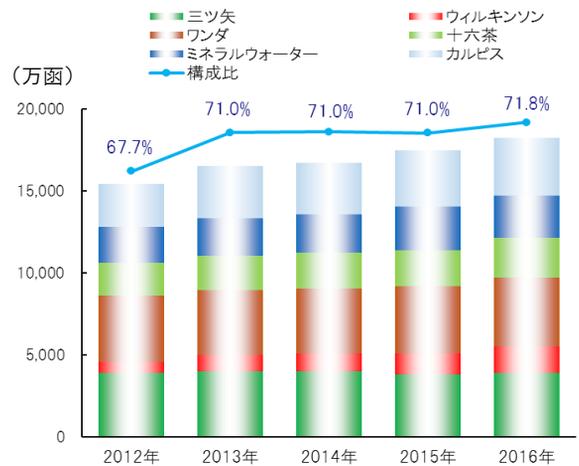
設立	1956年12月
資本金	4.9億円
従業員数	210名

飲料事業 売上収益・事業利益率推移

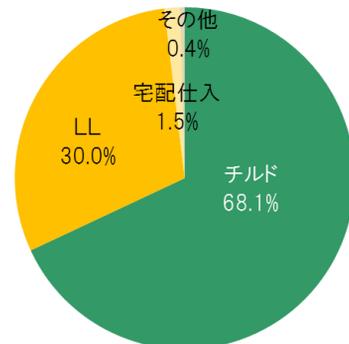


※ 実績については、2013年9月以降の「カルピス社の国内飲料事業」との移管統合の影響を含んでおります。

アサヒ飲料 主力6ブランドの構成比推移



カテゴリー別構成比(2016年)



主要商品紹介(アサヒ飲料)



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



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



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



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



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生まれる爽快感。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



「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

主要商品紹介(エルビー)

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



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。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

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



カルシウムたっぷり黒酢 (125ml)

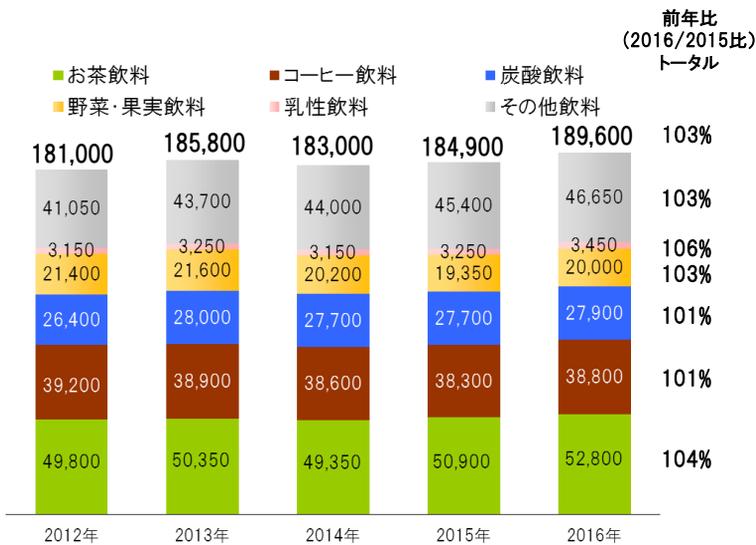
毎日おいしく飲み続けられる黒酢飲料です。国産玄米黒酢10mlに、りんご果汁を加え、さっぱり飲みやすく仕上げました。ほどよい甘さと酸味が絶妙なバランスで、のどごしの良さが特長です。1本で、カルシウムたっぷり132mgとクエン酸272mgを摂取することができます。毎日の健康をサポートします。

希望小売価格(税別):125ml 120円

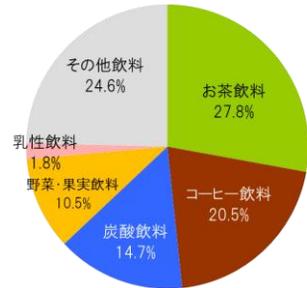
※希望小売価格(税別)は2017年1月時点の価格となります。

カテゴリー別市場規模推移 (数量:万箱)

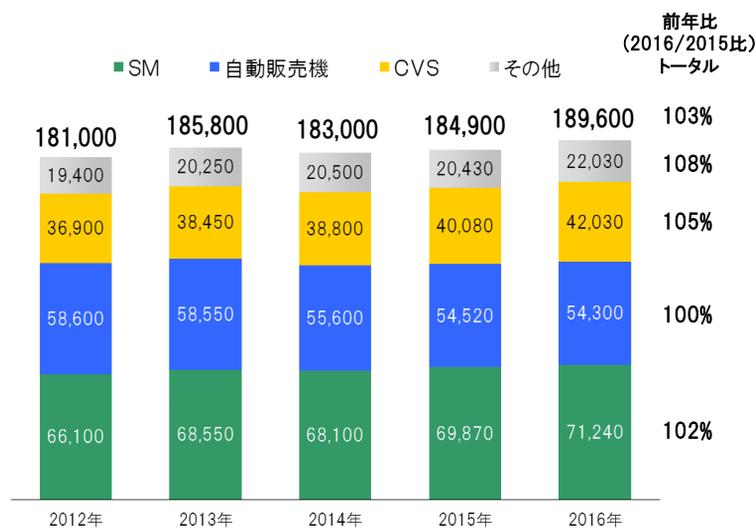
出典: 飲料総研



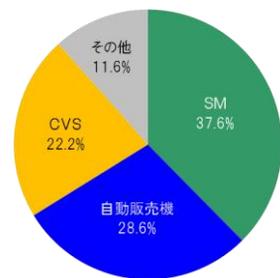
2016年構成比



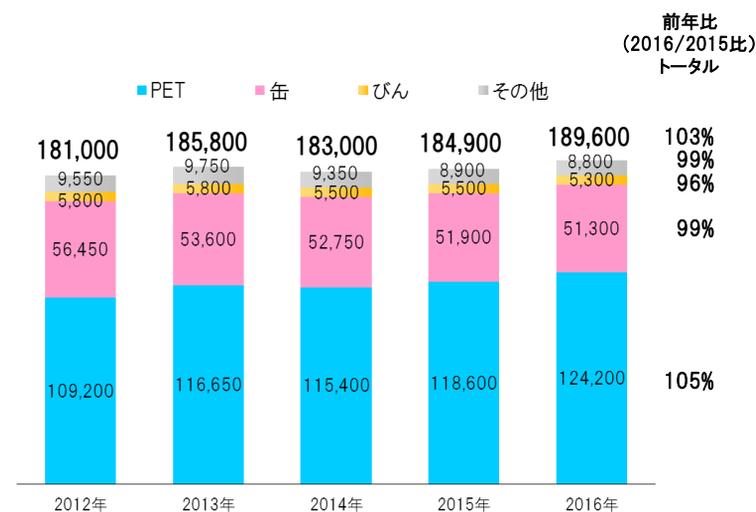
業態別市場規模推移 (数量:万箱)



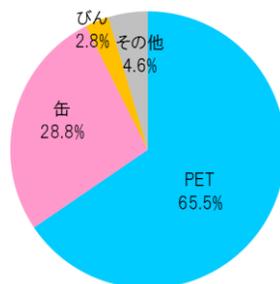
2016年構成比



容器別市場規模推移 (数量:万箱)



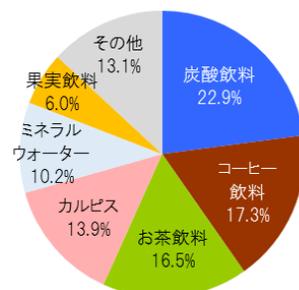
2016年構成比



カテゴリー別ブランド別実績 (数量:万箱)

	2016年実績	2015年実績	前年比
炭酸飲料計	5,819	5,409	107.6%
三ツ矢	3,903	3,826	102.0%
ウィルキンソン	1,630	1,262	129.2%
コーヒー飲料計	4,400	4,243	103.7%
ワンダ	4,191	4,089	102.5%
お茶飲料計	4,192	4,018	104.3%
十六茶	2,405	2,222	108.2%
ミネラルウォーター計	2,594	2,657	97.6%
果実飲料計	1,526	1,556	98.1%
健康・機能性飲料計	840	970	86.5%
その他飲料計	1,816	1,851	98.1%
カルピス計	3,517	3,372	104.3%
仕入品	682	570	119.6%
合計	25,386	24,648	103.0%

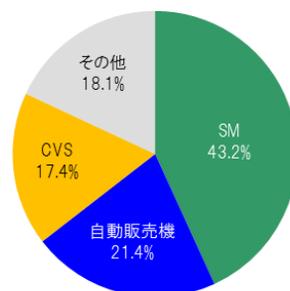
2016年構成比



業態別実績 (数量:万箱)

	2016年実績	2015年実績	前年比
自動販売機部門	5,426	5,438	99.8%
手売り部門計	19,960	19,209	103.9%
CVS	4,414	3,991	110.6%
SM	10,957	10,183	107.6%
その他	4,590	5,036	91.1%
合計	25,386	24,648	103.0%

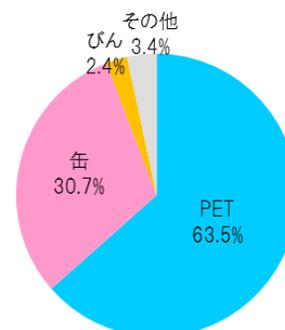
2016年構成比



容器別実績 (数量:万箱)

	2016年実績	2015年実績	前年比
缶	7,793	7,757	100.5%
PET計	16,116	15,423	104.5%
小型(～600ml)	8,875	7,972	111.3%
大型(～2.0L)	7,241	7,451	97.2%
びん	617	607	101.6%
紙・その他	861	860	100.0%
合計	25,386	24,648	103.0%

2016年構成比



アサヒ飲料 月次販売動向前年比 (2016年1-12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%	+1.9%	+5.4%	+7.8%	+4.9%	+5.9%	+0.4%

上期	下期	年間
+1.6%	+4.3%	+3.0%

アサヒグループ食品株式会社

会社概要 ※2016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
売上収益	1,224億円
事業利益	101億円
従業員数	1,290名(食品事業連結)

主要商品紹介

ミンティア ワイルド&クール



ミントの爽快感！ワイルドな刺激と爽やかなミントのおいしさが楽しめる心地よいクール感のスタンダードミントタブレット。

希望小売価格(税別):50粒(7g) 100円

ディアナチュラゴールド EPA&DHA

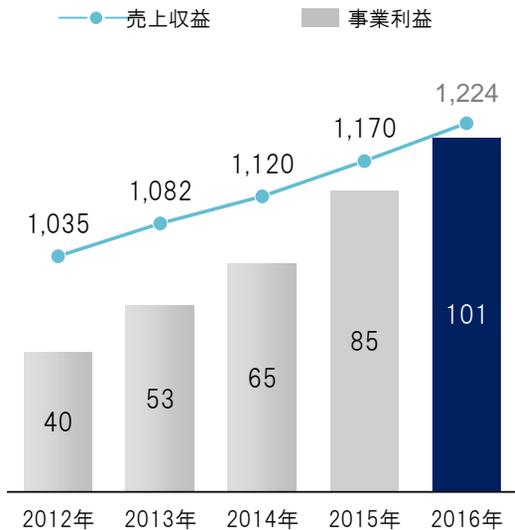


本品にはエイコサペンタエン酸(EPA)、ドコサヘキサエン酸(DHA)が含まれます。中性脂肪を減らす作用のあるEPA、DHAは、中性脂肪が高めの方の健康に役立つことが報告されています。

希望小売価格(税別):180粒入り(30日分) 2,200円

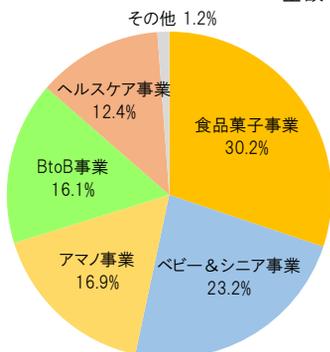
売上収益・事業利益推移

単位:億円



事業別構成比(2016年)

金額ベースで算出



レーベンスミルクはいはい



赤ちゃんとママのことを考えて母乳に近づけました。母乳が不足したり、あげられない時に安心してお使いいただけるように、永年の母乳研究と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。

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固さと大きさ、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くりました。

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。とろっ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。自然のうまみをギ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260円

※希望小売価格(税別)は2017年1月時点の価格となります。

錠菓市場規模

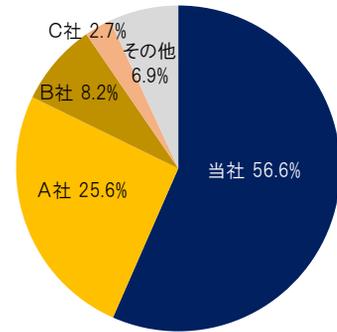
単位: 億円



出典: INTAGE食品SRI/キャンディ(錠菓市場)/全国(沖縄除く)/全業態 2012.1-2016.12

錠菓マーケットシェア(2016年)

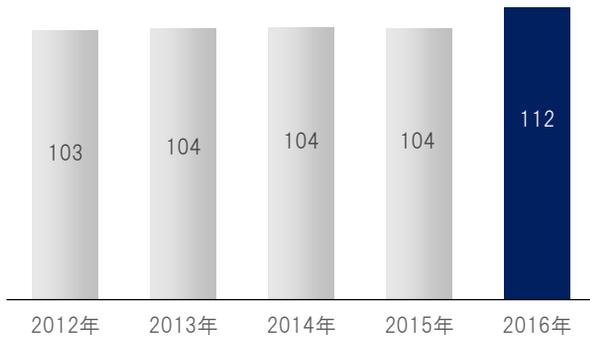
金額ベースで算出



出典: INTAGE食品SRI/キャンディ(錠菓市場)/全国(沖縄除く)/全業態 2016.1-2016.12

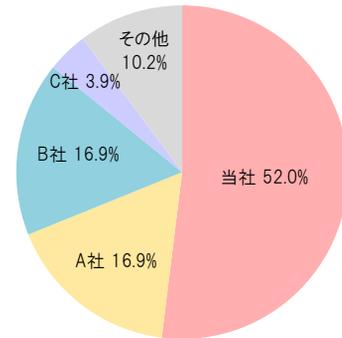
ベビーフード市場 2010年比

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(2016年)

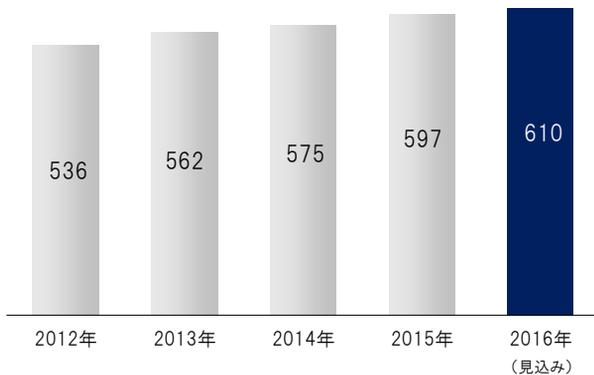
出典: SDIデータ、全業態
金額ベースで算出



即席みそ汁市場 販売金額推移

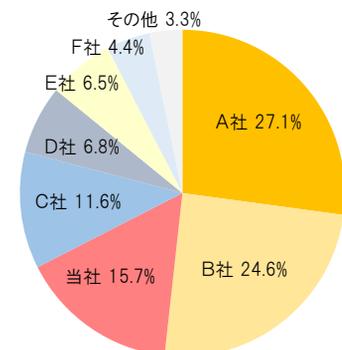
単位: 億円

出典: 富士経済



即席みそ汁マーケットシェア(2015年)

出典: 富士経済、金額シェア



アサヒグループの主な海外拠点

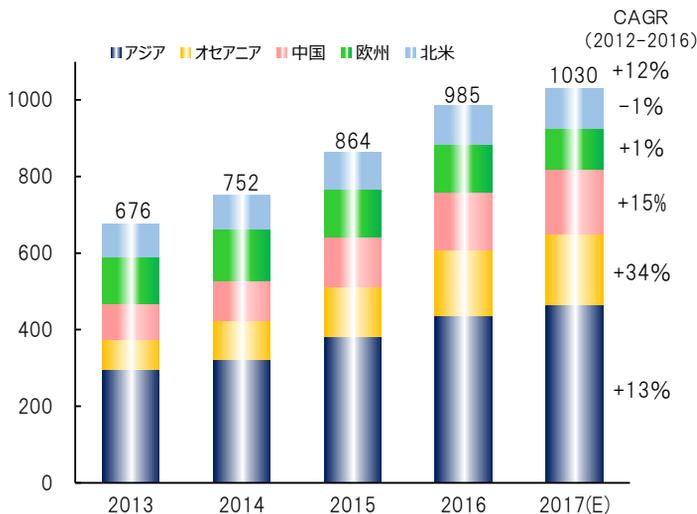
(2016年12月31日現在)



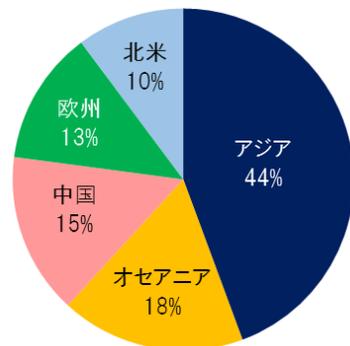
海外『アサヒ』ブランド販売状況

年別販売数量推移

単位: 万ケース(大瓶換算)



エリア別販売数量構成比(2016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	2015年生産量	世界市場シェア (%)	生産量前年比 (2015/2014)	2014年生産量
1	Anheuser-Busch InBev	ベルギー	40.99	21.2	-0.4%	41.15
2	SABMiller	英国	19.13	9.9	1.9%	18.78
3	Heineken	オランダ	18.83	9.7	3.9%	18.13
4	Carlsberg	デンマーク	12.03	6.2	-2.0%	12.28
5	China Resources Snow Breweries	中国	11.74	6.1	-0.8%	11.84
6	Tsingtao Brewery Group	中国	7.05	3.6	-7.5%	7.62
7	Molson Coors	米国/カナダ	5.81	3.0	-1.5%	5.90
8	Yanjing	中国	4.83	2.5	-9.0%	5.31
9	Kirin	日本	4.31	2.2	-7.5%	4.66
10	BGI / Groupe Castel	フランス	2.98	1.5	-6.0%	3.17
11	Petropolis	ブラジル	2.30	1.2	5.5%	2.18
12	Efes Group	トルコ	2.07	1.1	-15.5%	2.45
13	Asahi	日本	2.05	1.1	-1.0%	2.07
14	Gold Star	中国	1.80	0.9	-5.8%	1.91
15	San Miguel Corporation	フィリピン	1.67	0.9	0.0%	1.67
	上位15社合計		137.59	71.2	-1.1%	139.12
	合計		193.29		-2.0%	197.30

欧州ビール事業

2016年10月に、Anheuser-Busch InBev社によるSAB Miller社買収に伴い、SAB Miller社が保有していた「Peroni」「Grolsch」「Meantime」ブランド及びこれらのブランドを製造・販売するイタリア、オランダ、英国の事業会社を買収いたしました。

「Grolsch」は400年、「Peroni」は150年以上の歴史を持つ世界有数のプレミアムビールブランドであり、欧州を中心に非常に認知度の高いブランドになります。「Meantime」は英国のクラフトビールのパイオニア的ブランドであり、ロンドンなど都市部を中心に、若者に人気のあるブランドとして急成長しています。

欧州における成長基盤を拡大するとともに、強力な販売ネットワークの活用により、「強み」である『スーパードライ』のプレゼンス向上などでシナジーの創出を目指します。

主要商品

イタリア



オランダ

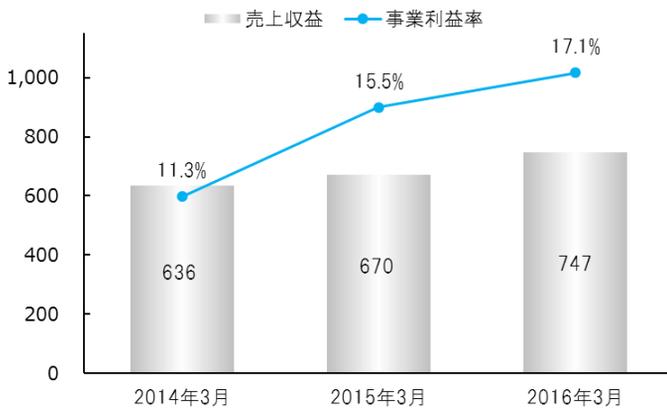


英国

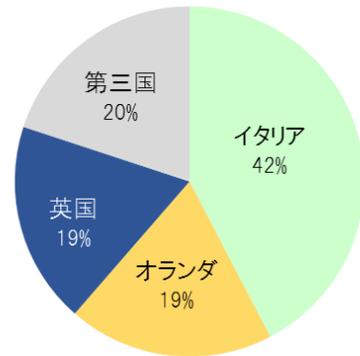


売上収益・事業利益率推移

単位:百万ユーロ

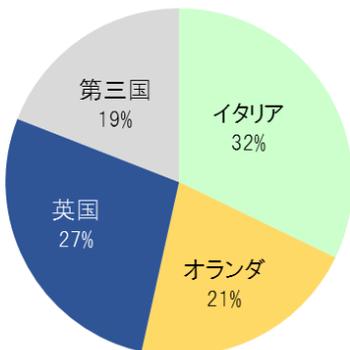


売上数量 事業別構成比(2016年1-12月)



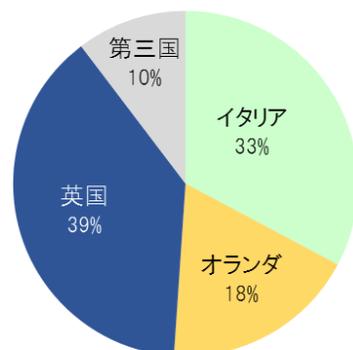
売上収益 事業別構成比(2016年1-12月)

※会社間消去を除くベース



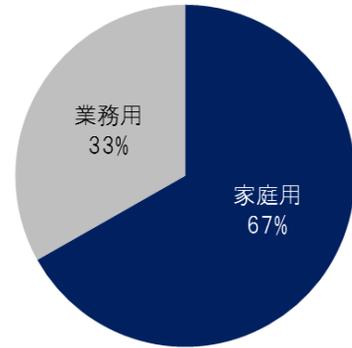
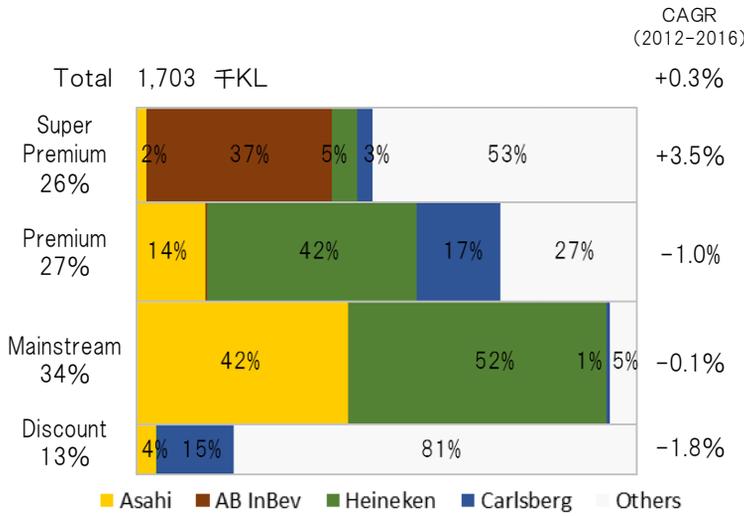
事業利益 事業別構成比(2016年1-12月)

※本社費用を除くベース



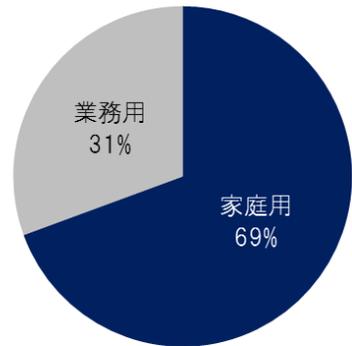
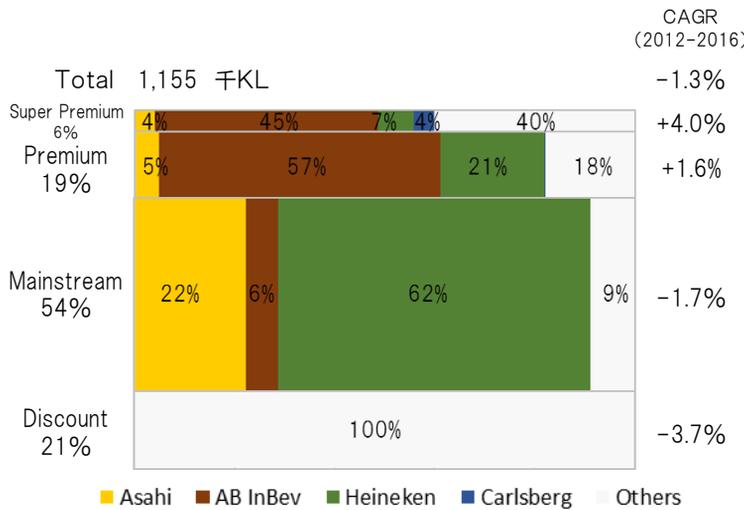
イタリア 価格帯別会社別シェア／業態別数量構成比(2016年)

出典: Canadean
数量ベースで算出



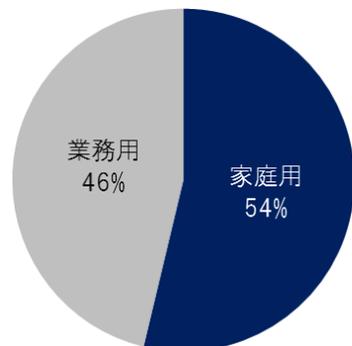
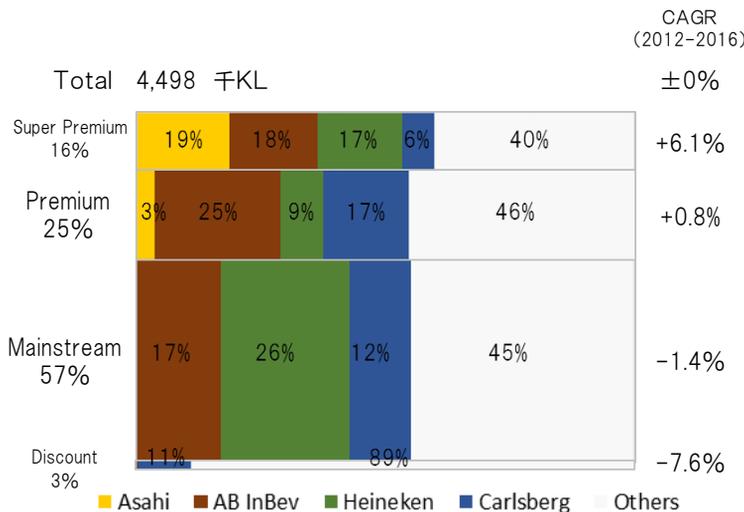
オランダ 価格帯別会社別シェア／業態別数量構成比(2016年)

出典: Canadean
数量ベースで算出



英国 価格帯別会社別シェア／業態別数量構成比(2016年)

出典: Canadean
数量ベースで算出



オセアニア飲料事業

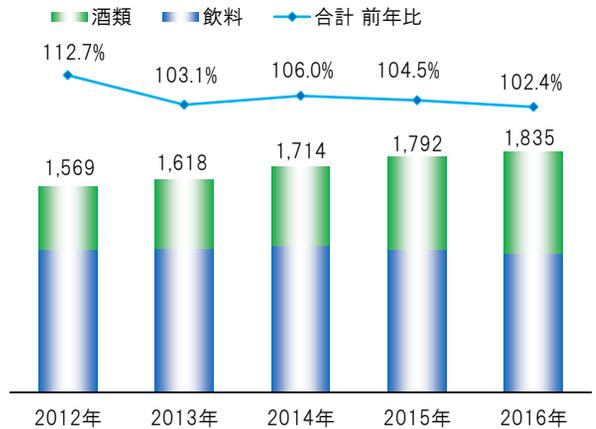
2009年4月に英国のキャドバリーグループより、安定的に成長している清涼飲料市場において、第2位の飲料会社である豪州飲料事業(シュウェップス・オーストラリア社)を買収しました。

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。

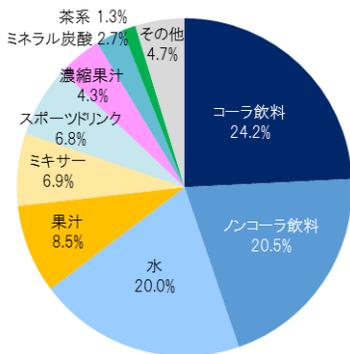
オセアニア事業 売上収益推移

単位:百万豪ドル



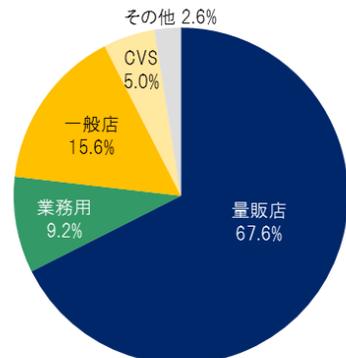
シュウェップス社カテゴリー別売上構成比 (2016年)

金額ベースで算出



シュウェップス社業態別売上構成比 (2016年)

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



水



果汁飲料



お茶



スポーツドリンク

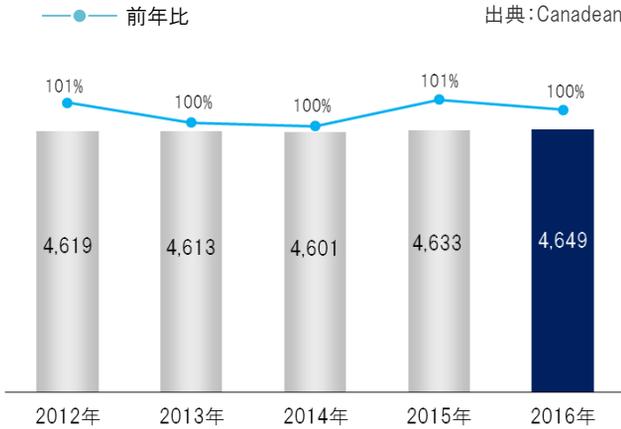


豪州飲料市場データ

飲料市場消費量推移

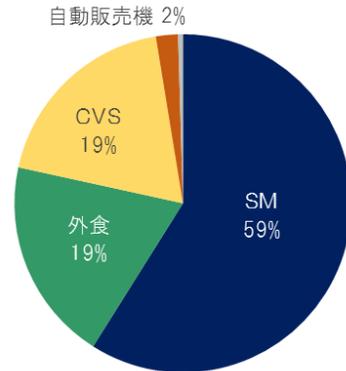
単位:千KL

出典:Canadean



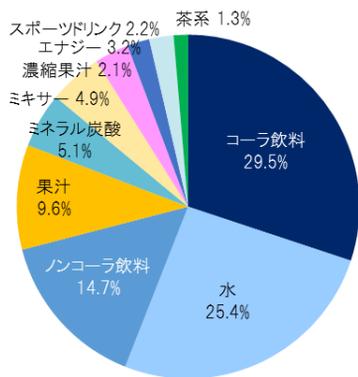
業態別数量構成比(2016年1-12月)

出典:Canadean
数量ベースで算出



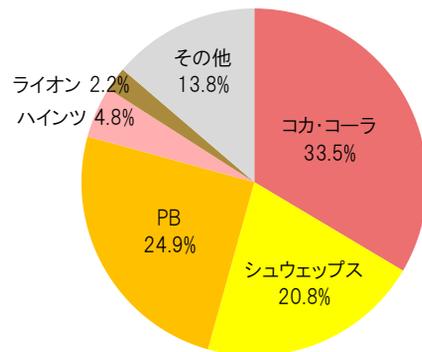
カテゴリー別構成比(2016年1-11月)

出典:AC尼尔森
数量ベースで算出



会社別マーケットシェア(2016年1-11月)

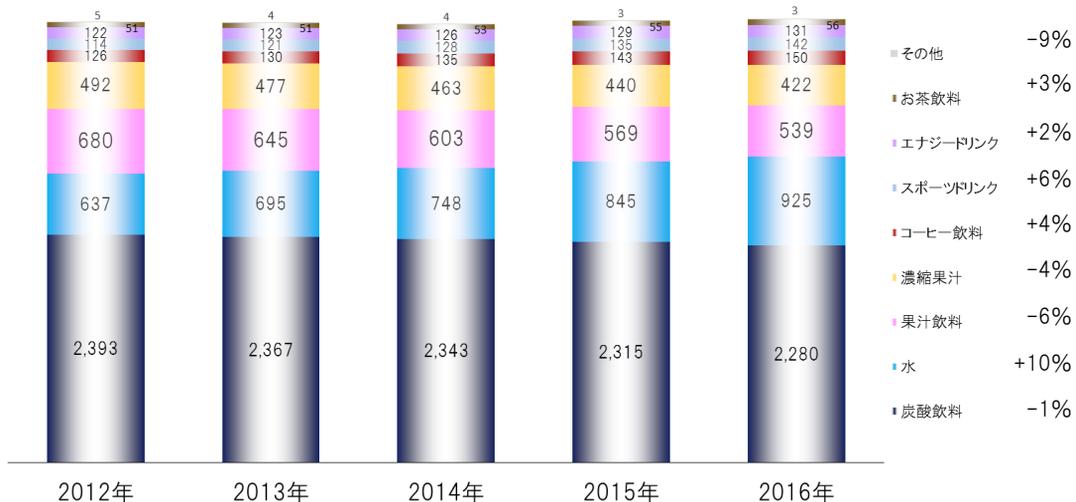
出典:AC尼尔森
数量ベースで算出



カテゴリー別市場推移

単位:千KL

出典:Canadean
CAGR (2012-2016)



オセアニア酒類事業

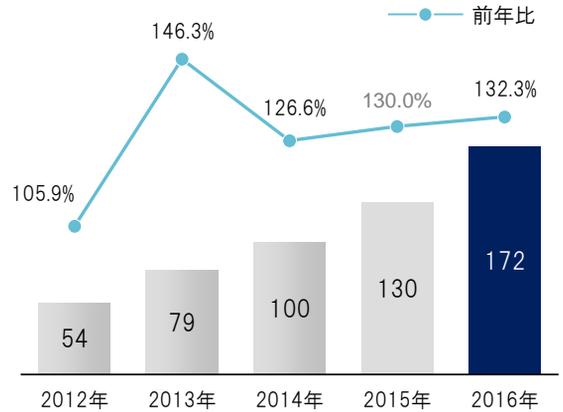
2011年9月にインデペンデント・リカーグループ(以下、ILグループ)を買収し、本格的にオセアニア酒類市場に参入しました。

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。

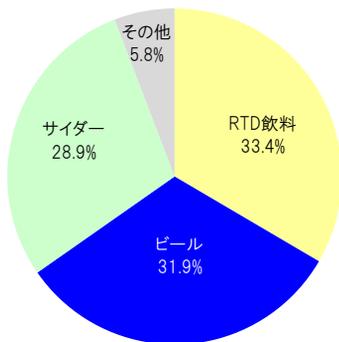
アサヒブランド販売推移

単位:万函



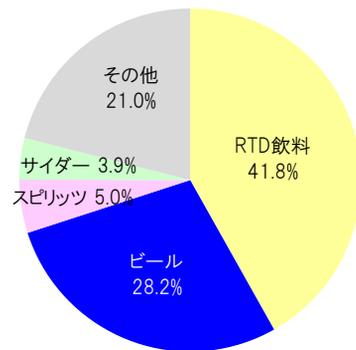
Asahi Premium Beverages (Australia) カテゴリー別売上構成比(2016年)

金額ベースで算出



Independent Liquor (New Zealand) カテゴリー別売上構成比(2016年)

金額ベースで算出



オセアニア酒類事業主要商品紹介

RTD



Woodstock



Vodka Cruiser

ビール



Super Dry

Soukai

Boundry Road

サイダー



Somersby



Wild Side



Mountain Goat



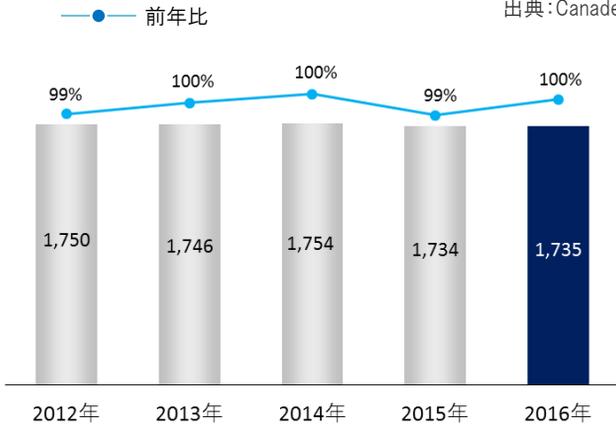
Cricketers Arms

豪州酒類市場データ

ビール市場消費量推移

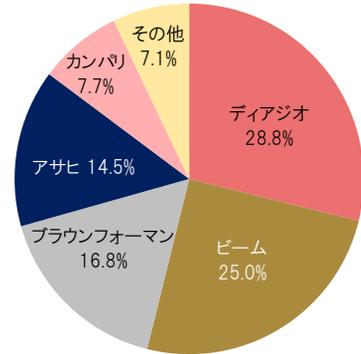
単位:千KL

出典:Canadean



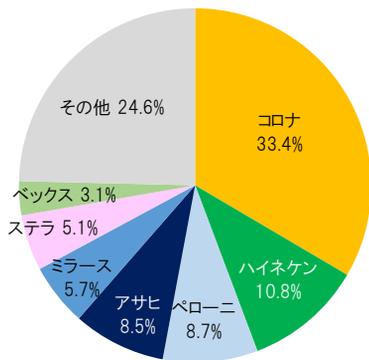
RTD飲料会社別マーケットシェア (2016年1-11月)

出典:Aztec
数量ベースで算出



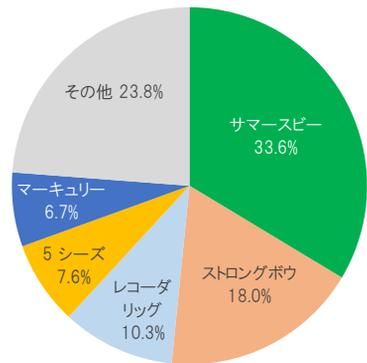
輸入プレミアムビールブランド別マーケットシェア (2016年1-12月)

出典:Canadean
数量ベースで算出



サイダーブランド別マーケットシェア (2016年1-12月)

出典:Aztec
数量ベースで算出

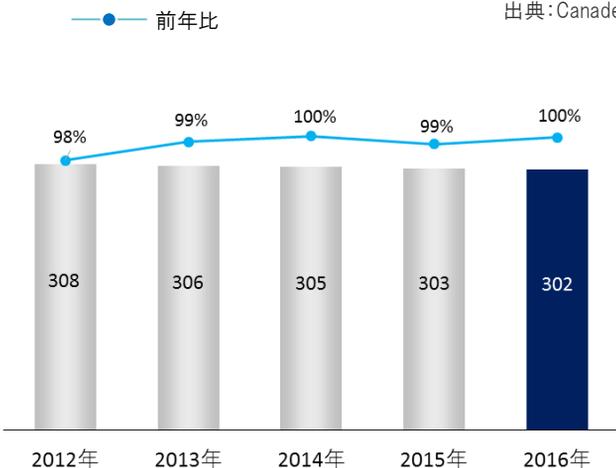


NZ酒類市場データ

ビール市場消費量推移

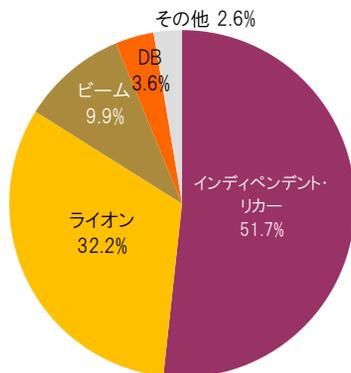
単位:千KL

出典:Canadean



RTD飲料会社別マーケットシェア (2016年1-12月)

数量ベースで算出
出典:Aztec & Nielsen



マレーシア事業

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。

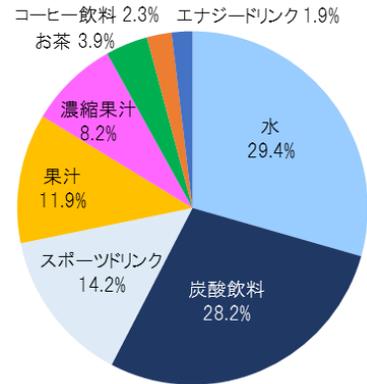
2014年にはEtika International Holdings Limitedより「東南アジアにおける乳製品関連事業」を買収し、コンデンスミルク等の乳製品事業にも参入することで、東南アジア飲料事業の基盤強化を図りました。

2016年8月から「エチカビレレッジズ」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。

2016年11月にはシンガポールにおけるペプシブランドのボトリング事業を獲得しました。

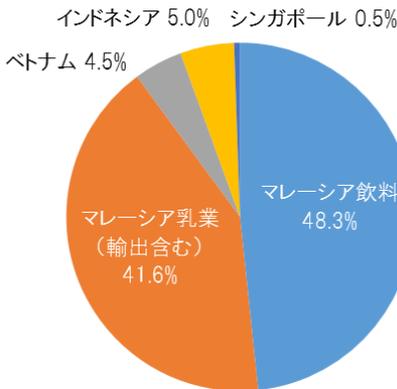
マレーシア飲料市場 カテゴリー別構成比 (2016年)

出典: Canadean
数量ベースで算出



マレーシア事業別売上構成比(2016年)

金額ベースで算出



主要商品紹介

マレーシア

自社ブランド



WONDA CALPIS

ペプシブランド



Pepsi Mountain Dew Tropicana

デアリーブランド



Goodday Dairy Champ

インドネシア

自社ブランド



ICHI OCHA Cocolit Cafela

ペプシブランド



Pepsi STING

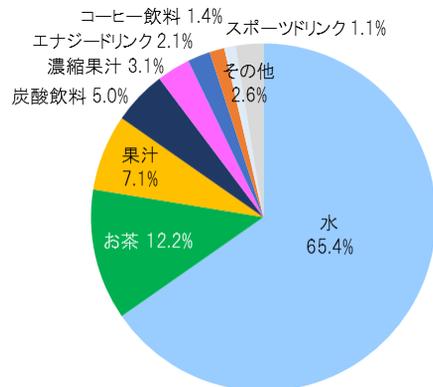
Clubブランド



Club

インドネシア飲料市場 カテゴリー別構成比 (2016年)

出典: Canadean
数量ベースで算出



インドネシア事業

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。

青島ビール

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。

2016年1-9月販売状況

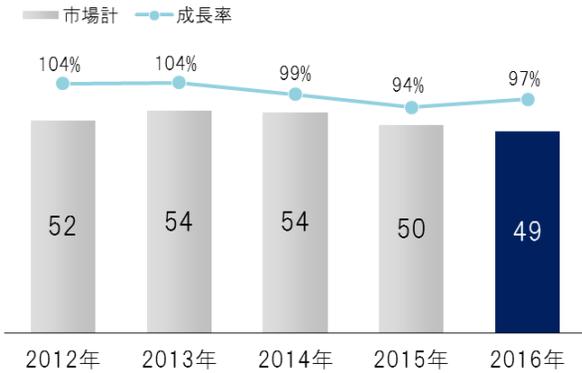
単位: 万KL	数量	前年比
合計	704	-6.6%
うち、青島ブランド	329	-9.3%

中国ビール市場データ

ビール消費量推移

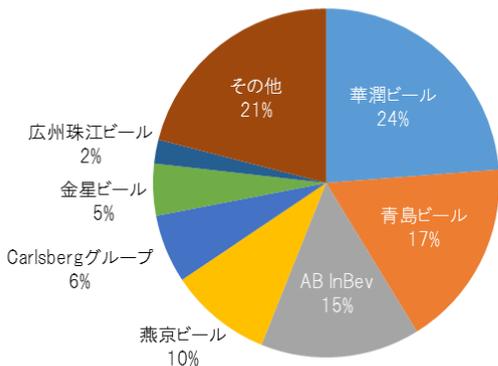
単位: 百万KL

出典: Canadean



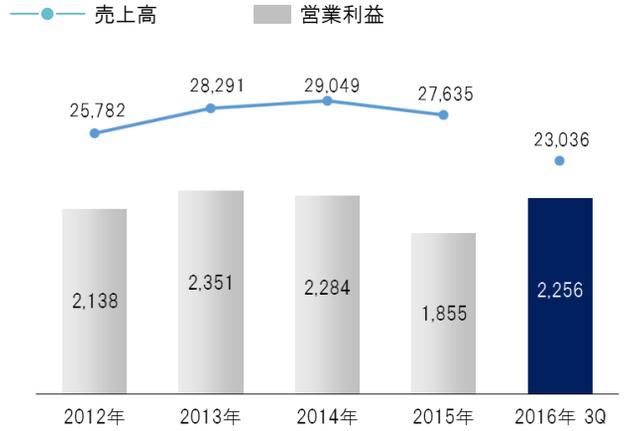
会社別マーケットシェア(2016年)

出典: Canadean
数量ベースで算出



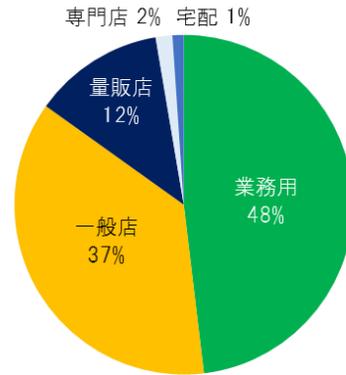
売上高・営業利益推移

単位: 百万円



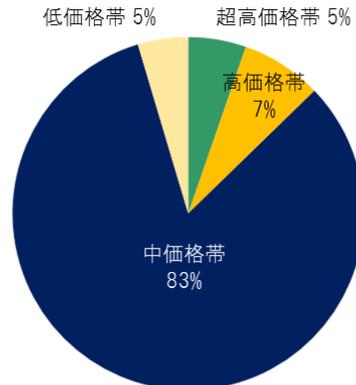
業態別販売数量構成比(2016年)

出典: Canadean
数量ベースで算出



価格帯別売上構成比(2016年)

出典: Canadean
数量ベースで算出



最も売れているブランド価格=100
 超高価格帯>151
 150>高価格帯>115
 114>中価格帯>91
 90>低価格帯

康師傅飲品控股有限公司 (中国)

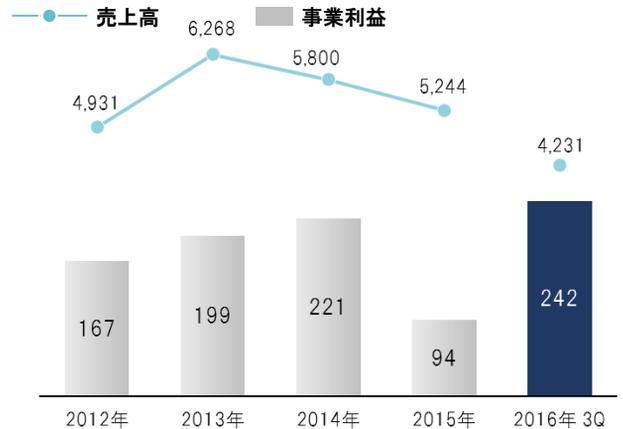
2004年に伊藤忠商事と共同で中国最大手の食品事業グループ「康師傅控股有限公司」と清涼飲料の合併会社を設立しました。

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。

当社は、2016年12月に保有する株式の一部を頂新(ケイマン)ホールディングと康師傅控股有限公司に譲渡し、所有割合は約20.4%となりました。

売上高・事業利益推移

単位:百万米ドル

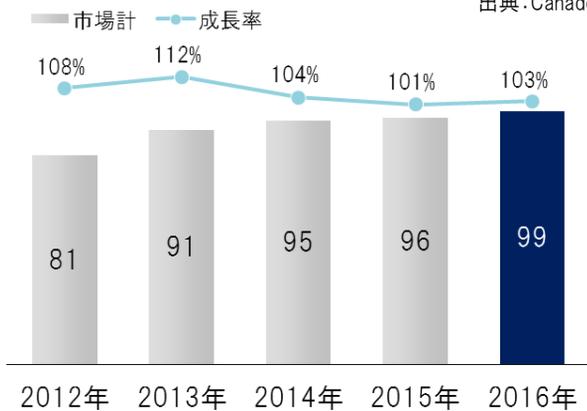


中国飲料市場データ

飲料市場消費量推移

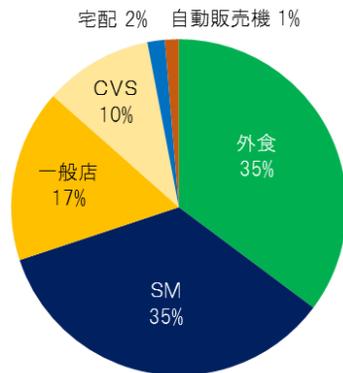
単位:百万KL

出典: Canadean



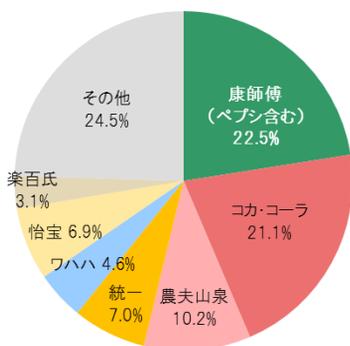
業態別数量構成比(2016年)

出典: Canadean
数量ベースで算出



会社別マーケットシェア

<2015年10月-2016年9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10月-2016年9月累計> 出典: ACニールセン
数量ベースで算出

