

FACTBOOK

2018

(2月16日更新版)



長期ビジョン・中期経営方針

長期ビジョン／中期経営方針	2
中期経営方針	3

国内飲料事業

アサヒ飲料(株)	19
アサヒ飲料(株)販売動向／実績	20
ドライ飲料市場	22

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

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

財務・経営指標

財務データ【連結】（日本会計基準／IFRS）	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 2016年月次販売動向	15
ビール類・ビールテイスト清涼飲料 2017年月次販売動向	16
酒類市場データ	17
酒税	18

国際事業

事業概要	25
世界ビール市場	26
欧州事業(イタリア・オランダ・英国)	27
欧州市場(イタリア・オランダ・英国)	28
欧州事業(ポーランド・チェコ・スロバキア・ルーマニア・ハンガリー)	29
欧州市場(ポーランド・チェコ・スロバキア・ルーマニア・ハンガリー)	30
オセアニア飲料事業	31
オセアニア飲料市場	32
オセアニア酒類事業	33
オセアニア酒類市場	34
東南アジア飲料事業(マレーシア)／中国事業	35

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、生き活きと働ける環境を構築する。

株主

持続的な利益創出と株主還元により企業価値(株式価値)の向上を図る。

中期経営方針

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

	2017年実績	2018年以降のガイドライン（3年程度を想定）
売上収益	20,849億円	・既存事業の安定成長－事業再編＋新規M&A
事業利益	1,964億円	・CAGR(年平均成長率)：一桁台半ば～後半
EPS(調整後※)	262.2円	・CAGR(年平均成長率)：一桁台半ば～後半
ROE(調整後※)	13.7%	・13%以上の水準の維持

※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
 (※)調整後とは、事業ポートフォリオの再構築や為替変動など一時的な特殊要因を除くベース

財務・キャッシュフロー方針

2018年以降のガイドライン（3年程度を想定）	
キャッシュフロー	・FCF：年平均1,400億円以上 ・資産整理効果：1,000億円程度（2018年見込み）
債務削減	・Net debt/EBITDA：2019年末までに3倍程度 ・Net DELレシオ：2018年末までに1倍以下
成長投資	・財務体質強化を優先しつつ、成長基盤拡大に向けたM&Aを検討
株主還元	・連結配当性向30%(※)を目処とした安定的な増配 ※当期利益は事業ポートフォリオの再構築などの特殊要因を除くベース

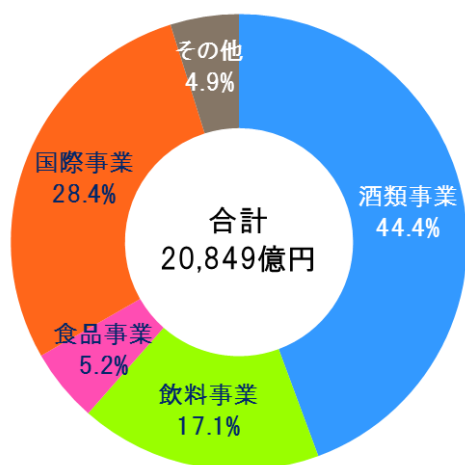
事業別中期重点課題

酒類事業	◆グループ最大のキャッシュカウビジネスとして、高い収益性の維持・向上を図る ① 総合酒類No.1企業として、高付加価値化や業界収益向上に向けたリーダーシップの発揮 ② 各カテゴリーでの強い中核ブランドの育成とイノベーションによる新価値創造型提案の強化 ③ バリューチェーンの高度化・協業などによる収益構造改革、ECなどビジネスモデルの進化
飲料事業	◆グループ第2の柱として、差別化されたポジションの確立により利益ある成長を実現する ① 主力商品のブランド力強化を軸とした個性的で際立ったポジションの確立 ② 健康志向に対応した高付加価値化やチルド飲料を含むイノベーションによる新価値提案 ③ 統合シナジーの最大化、販売チャネル・容器構成比の改善、SKU削減などの収益構造改革
食品事業	◆「強み」への集中と事業統合を礎にして、グループの次世代の成長基盤を育成する ① 強い既存カテゴリーへの集中によるブランド価値向上と高付加価値商品の提案強化 ② 事業統合を礎にした、機能性表示食品などイノベーションによる新価値・新需要の創出 ③ 事業の選択や統合シナジーの創出、バリューチェーンの最適化による収益構造改革
国際事業	◆「強み」を活かすグローバルな成長基盤を拡大し、グループの持続的な成長を牽引する ① オセアニア、東南アジアなど、既存事業のブランド強化・育成を軸とした成長戦略の推進 ② 統合シナジーの拡大展開などによる収益構造改革、地域別事業ポートフォリオの再構築 ③ ブランド力やコスト競争力など、日本発の「強み」を活かす新たな成長基盤の獲得

会社概要 (2017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
 ※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 146社
 持分法適用関連会社数 19社
 資本金 : 182,531百万円
 売上収益 : 2,084,877百万円(2017年12月期連結業績)
 従業員数 : 274名(連結従業員数 30,864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 : 98,099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

2017年売上収益 (セグメント別)



社債情報

2017年12月31日現在

円建て普通社債	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	2011.10.21	20,000	0.760%	2018.10.19
第 4回 無担保社債	2012. 7.13	10,000	0.547%	2019. 7.12
第 5回 無担保社債	2014. 7.15	25,000	0.229%	2019. 7.12
第 6回 無担保社債	2014. 7.15	10,000	0.366%	2021. 7.15
第 7回 無担保社債	2015. 5.28	25,000	0.237%	2020. 5.28
第 8回 無担保社債	2015. 5.28	10,000	0.348%	2022. 5.27
第 9回 無担保社債	2017. 6.13	100,000	0.080%	2020. 6.12
第 10回 無担保社債	2017. 6.13	130,000	0.170%	2022. 6.13
第 11回 無担保社債	2017. 6.13	20,000	0.230%	2024. 6.13
第 12回 無担保社債	2017. 6.13	30,000	0.330%	2027. 6.11

ユーロ建て普通社債	発行年月日	残高 (百万ユーロ)	利率 (年)	償還期限
2021年満期ユーロ建普通社債	2017. 9.19	600	0.321%	2021. 9.19
2025年満期ユーロ建普通社債	2017. 9.19	600	1.151%	2025. 9.19

格付情報

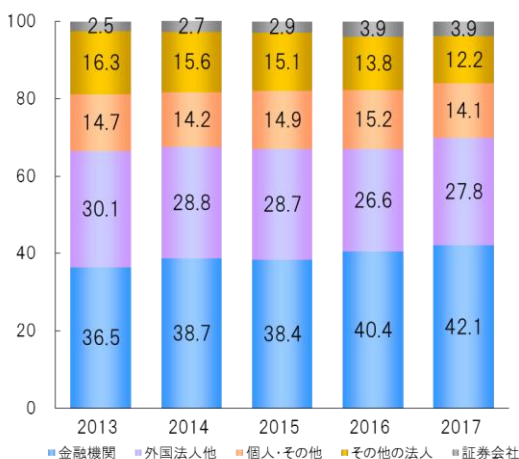
2017年12月31日現在

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-
ムーディーズ	Baa2

株価の推移

	2013	2014	2015	2016	2017
株価(円、終値ベース)					
最高	2,967	3,871	4,380.5	3,912	5,810
最低	1,833	2,547	3,524	3,164	3,677
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
自己保有株式(百株)	213,525	209,840	256,762	254,535	254,617
EPS(円)	135.7	148.9	166.3	194.8	307.8
1株当たり年間配当金(円)	43.0	45.0	50.0	54.0	75.0
当期末株主数(名)	109,543	108,522	106,712	115,017	98,099

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

2017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)	379,566	8.3%
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口)	247,881	5.4%
第一生命保険株式会社	163,833	3.6%
富国生命保険相互会社	155,000	3.4%
旭化成株式会社	117,853	2.6%
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%
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口5)	80,156	1.7%
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	73,667	1.6%
JPモルガン証券株式会社	69,917	1.5%
合計	1,459,413	31.9%

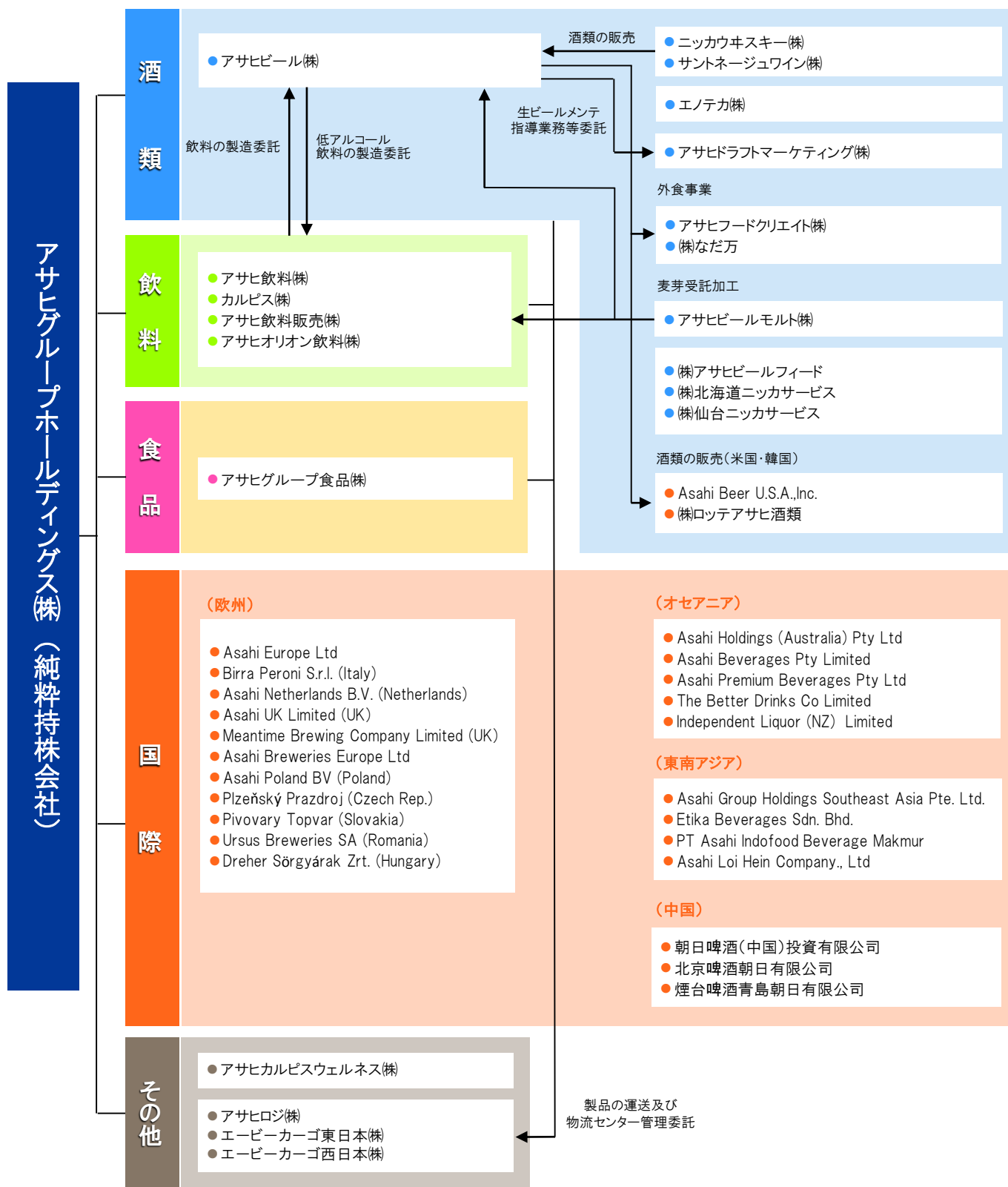
(注) 当社は自己株式を25,461,769株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。尚、出資比率は発行済株式の総数から自己株式数を控除して計算しております。

株価チャート



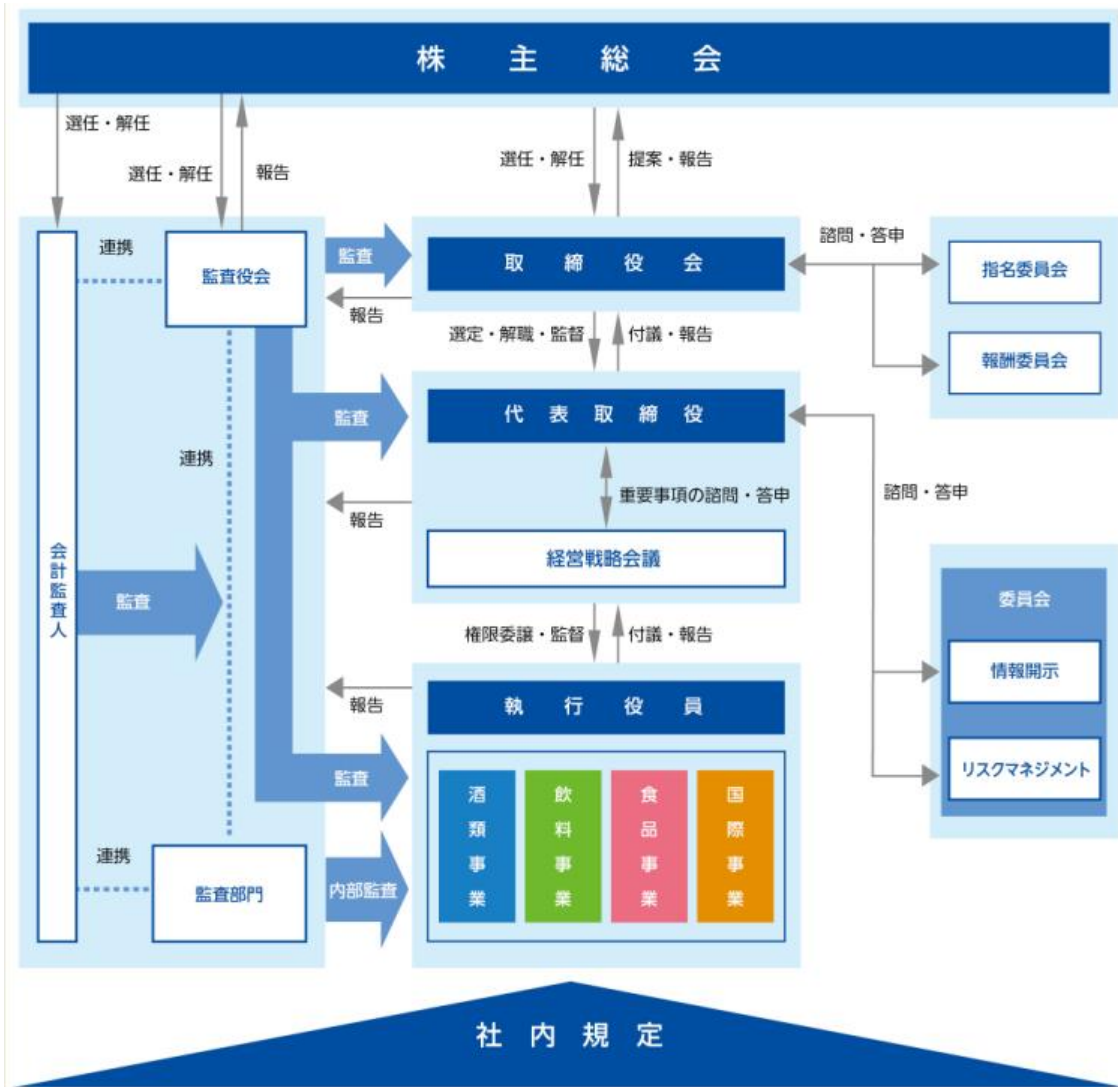
出典: Euroland

アサヒグループの主要な連結会社及び事業の系統図 (2017年12月31日現在)



(※) 上記のほかに、国内において、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。(株)アサヒビールコミュニケーションズ(持分法適用関連会社)は、アサヒビール工場・アサヒ飲料工場の工場見学運営業務全般等を行っております。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 (2017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	14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(2016年度実績)

(百万円)

	基本報酬	賞与	総額
社内取締役(9名合計)	289.7	129.9	419.6
社外取締役(4名合計)	44.4	1.2	45.6
社内監査役(3名合計)	65.6	-	65.6
社外監査役(3名合計)	33.7	-	33.7

※統合報告書2016記載ベース

国内子会社 生産拠点数 (2017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・リキュール	北海道札幌市	1966年
2 福島工場	ビール・発泡酒・リキュール・ビールテイスト清涼飲料	福島県本宮市	1972年
3 茨城工場	ビール・発泡酒・リキュール・飲料水	茨城県守谷市	1991年
4 神奈川工場	ビール・発泡酒・リキュール	神奈川県南足柄市	2002年
5 名古屋工場	ビール・発泡酒・リキュール	愛知県名古屋市	1973年
6 吹田工場	ビール・発泡酒・リキュール・ビールテイスト清涼飲料	大阪府吹田市	1891年
7 四国工場	ビール・発泡酒・リキュール	愛媛県西条市	1998年
8 博多工場	ビール・発泡酒・リキュール	福岡県福岡市	1921年
ニッカウキスキー【8工場】			
9 余市蒸留所	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 宮城峡蒸留所	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
16 さつま司酒造工場	乙類焼酎	鹿児島県始良郡	-
サントネージュワイン【1工場】			
17 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	-
アサヒ飲料【7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	2004年
22 富士吉田工場	ミネラルウォーター	山梨県富士吉田市	1990年
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、バター他	群馬県館林市	1972年
アサヒグループ食品【8工場】			
25 茨城工場	サプリメント他	茨城県常陸大宮市	-
26 大阪工場	エビオス他	大阪府吹田市	-
27 栃木小金井工場	酵母エキス他	栃木県下野市	-
28 日本エフディ(株)	フリーズドライ食品	長野県安曇野市	-
29 栃木さくら工場	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	-
30 和光食品工業(株)長野工場	業務用粉乳他	長野県長野市	-
31 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	-
32 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】			
33 野洲工場	麦芽、粉末麦芽、むぎ茶他	滋賀県野洲市	-
34 小金井工場	〃	栃木県下野市	-

海外子会社 生産拠点数 (2017年12月31日現在)

欧州

- 西欧ビール事業:5工場
(イタリア:3工場、オランダ:1工場、英国:1工場)
- 中東欧ビール事業:11工場
(ポーランド:3工場、チェコ:3工場、スロバキア:1工場、ルーマニア:3工場、ハンガリー:1工場)

オセアニア

- 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)

東南アジア

- エチカ
- 飲料事業:5工場
(マレーシア:3工場、インドネシア:1工場、ベトナム:1工場)
- PTアサヒインドフード
- 飲料事業:19工場
(インドネシア:19工場)

アサヒロイヘイン

- 飲料事業:1工場
(ミャンマー:1工場)

中国

- 酒類事業:2工場
(中国:2工場)

その他

- カルピス
- 飲料事業:2工場
(インドネシア:1工場、タイ: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	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	10月	吹田村醸造所 [現アサヒビール吹田工場] 竣工
1892	5月	『アサヒビール』新発売
1897	7月	本格的なビヤホール「アサヒ軒」の第1号店開業
1900		パリ万国博で『アサヒビール』最優等賞受賞
1906	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	5月	純粋ビール酵母製剤「エビオス錠」発売
1944		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	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	8月	「ニッカウヰスキー(株)」に資本参加
1972	3月	(株)三ツ矢ベンディング [現アサヒ飲料(株)] 設立
1980	11月	『バヤリス』商標権取得
1982	11月	レーベンプロイ社(ドイツ)と提携
1983	1月	『ウキルキンソントンサン』の商標権取得
1985	10月	CI導入宣言
1986	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	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	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	1月	朝日麦酒(株)、アサヒビール(株)に社名変更
1990	9月	アサヒビール飲料(株)[現アサヒ飲料(株)]設立
1992	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	3月	ブレンド茶のパイオニア『アサヒ お茶どうぞ十六茶』新発売
1994	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	12月	伊藤忠商事と共同で「北京啤酒朝日有限公司」と「烟台啤酒朝日有限公司」の経営権を取得
1996	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	9月	新世代缶コーヒー『WONDA』発売
	12月	中国の青島啤酒社他と合併で「深圳青島啤酒朝日有限公司」を設立、工場建設に着手
1998	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	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	2月	執行役員制度の導入
2001	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	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	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	2月	「第2次グループ中期経営計画」を発表
	4月	「康師傅控股有限公司」と飲料事業の合併会社設立
	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

年	月	主な出来事	
2005	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	1月	ニッカウヰスキー(株)、アサヒ協和酒類製造(株)を合併 物流子会社を再編し、商圏を統合。アサヒロジ(株)と大型輸送専門会社2社を新設	
	3月	池田弘一、会長に就任。荻田伍、社長に就任	
	5月	ベビーフード国内最大手の「和光堂(株)」の株式取得	
2007	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	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	11月	「煙台啤酒朝日有限公司」と青島啤酒の資本提携締結	
	2月	新ジャンル『アサヒオフ』新発売	
	4月	青島啤酒の発行済み株式の19.99%を取得 英・キヤドバリーグループの所有する豪州飲料事業(シュエップス・オーストラリア)を買収	
2010	12月	「長期ビジョン2015&中期経営計画2012」を発表	
	3月	荻田伍、会長に就任。泉谷直木、社長に就任 「環境ビジョン2020」ならびに「生物多様性宣言」を策定 『アサヒスーパードライ』エクストラコールド本格展開	
	4月	ハウス食品(株)のミネラルウォーター事業の譲渡契約締結	
	8月	豪州飲料会社「P&N Beverages Australia」の株式売買契約を締結	
	11月	中国食品・流通最大手の「頂新ホールディング」へ6.54%出資	
2011	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	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	
2013	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	
2014	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	
2015	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	
	3月	ワイン商国内大手の「エノテカ(株)」の株式取得	
2016	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	
	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	
	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)	
2017	3月	旧SAB Miller社の中東欧事業その他関連資産の取得(子会社化)	
	6月	「康師傅飲品控股有限公司」の株式譲渡契約締結	
	11月	「(株)エルビー」の株式譲渡契約締結	
	12月	「青島啤酒」の株式譲渡契約締結 インドネシア飲料合弁事業「PT Asahi Indofood Beverage Makmur」「PT Indofood Asahi Sukses Beverage」の株式譲渡契約締結	

日本会計基準	2011年	2012年	2013年	2014年	2015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
売上原価	907,243	974,702	1,032,853	1,073,439	1,100,519
(酒税額)	(414,327)	(421,953)	(423,332)	(426,453)	(422,941)
売上総利益	555,493	604,375	681,383	712,039	756,899
販売費及び一般管理費	448,303	495,937	563,916	583,733	621,779
(のれん等償却費)	(8,905)	(13,991)	(18,449)	(19,474)	(16,271)
営業利益	107,190	108,437	117,467	128,305	135,119
金融収支	-2,198	-2,304	-1,605	-1,392	-919
受取利息	333	402	387	453	583
受取配当金	1,136	1,335	1,602	1,840	2,112
支払利息	-3,668	-4,043	-3,595	-3,686	-3,615
持分法による投資損益	5,480	10,617	8,822	8,025	14,167
経常利益	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	55,094	57,183	61,749	69,118	76,427
EBITDA ※1	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	30,685	41,197	48,488	59,828	52,099
減価償却費	50,738	48,553	47,780	44,528	46,603
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
流動資産	457,146	529,189	534,890	603,842	600,498
売上債権	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	102,631	113,519	118,302	124,549	132,315
固定資産	1,072,762	1,202,998	1,256,665	1,332,767	1,301,056
有形固定資産	536,236	583,399	584,219	605,415	582,098
流動負債	602,166	680,068	666,081	757,374	715,193
固定負債	283,943	325,240	297,993	282,725	294,531
金融債務	390,092	456,234	403,723	434,726	414,930
純資産	643,799	726,879	827,481	896,510	891,829
自己資本	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	108,513	109,292	157,252	146,783	112,765
投資キャッシュフロー	-171,235	-134,320	-65,705	-92,183	-75,583
財務キャッシュフロー	67,090	43,002	-84,938	-35,842	-73,044
現金及び現金同等物残高	16,137	34,320	41,117	62,235	43,290
フリーキャッシュフロー ※2	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

国際財務報告基準(IFRS)	2016年	2017年
損益計算書(百万円)		
売上収益	1,706,901	2,084,877
売上原価	1,098,173	1,295,399
(酒税額)	(422,941)	(495,494)
売上総利益	608,728	789,477
販売費及び一般管理費	460,241	593,108
買収に伴い生じた無形資産償却費	(6,249)	(19,199)
事業利益	148,487	196,369
営業利益	136,890	183,193
金融収益	3,106	5,206
金融費用	-4,066	-10,368
持分法による投資損益	1,974	1,055
税引前利益	150,068	196,984
当期利益	87,115	138,848
親会社の所有者に帰属する当期利益	89,221	141,003
EBITDA ※1	205,803	285,394
設備投資・減価償却(百万円)		
設備投資額	63,471	89,563
減価償却費	51,067	69,827
財政状態計算書(百万円)		
資産合計	2,094,332	3,346,822
流動資産	635,026	812,426
営業債権及びその他の債権	397,340	433,436
棚卸資産	136,460	155,938
非流動資産	1,459,305	2,534,396
のれん及び無形資産	499,489	1,538,679
流動負債	819,556	1,052,157
社債及び借入金(流動)	281,870	359,722
非流動負債	428,670	1,141,917
社債及び借入金(長期)	288,490	902,203
資本合計	846,105	1,152,748
親会社の所有者に帰属する持分合計	836,354	1,145,135
キャッシュフロー計算書(百万円)		
営業キャッシュフロー	154,452	231,712
投資キャッシュフロー	-268,507	-885,823
財務キャッシュフロー	119,554	661,882
現金及び現金同等物残高	48,459	58,054
フリーキャッシュフロー ※2	96,304	143,830

経営指標					
ROE(自己資本当期利益率)	8.8%	8.4%	8.0%	8.1%	8.8%
ROA(総資本経常利益率)	7.6%	7.0%	7.0%	7.1%	7.6%
EPS(一株当たり当期純利益)	118.4	122.8	135.7	148.9	166.3
BPS(一株当たり自己資本)	1,378.2	1,553.4	1,772.5	1,904.6	1,916.7
投資指標					
配当性向	21.1%	22.8%	31.7%	30.2%	30.1%
収益性指標					
売上総利益率	38.0%	38.3%	39.7%	39.9%	40.8%
営業利益率	7.3%	6.9%	6.9%	7.2%	7.3%
(酒税抜き営業利益率)	(10.2%)	(9.4%)	(9.1%)	(9.4%)	(9.4%)
経常利益率	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	3.8%	3.6%	3.6%	3.9%	4.1%
EBITDA比率	11.4%	10.8%	10.7%	10.8%	10.7%
効率性指標					
総資産回転率	1.00	0.97	0.97	0.96	0.97
自己資本回転率	2.3	2.3	2.2	2.1	2.1
有形固定資産回転率	2.7	2.8	2.9	3.0	3.1
棚卸資産回転率	14.8	14.6	14.8	14.7	14.5
売上債権回転率	5.3	5.3	5.4	5.3	5.2
安全性指標					
自己資本比率	41.9%	41.8%	45.7%	45.5%	46.2%
負債比率	138.1%	138.9%	117.7%	118.0%	115.0%
流動比率	75.9%	77.8%	80.3%	79.7%	84.0%
固定比率	167.2%	166.2%	153.4%	151.3%	148.2%
固定長期適合率	115.9%	114.7%	112.5%	114.5%	111.0%
インタレスト・カバレッジ・レシオ	32.4	25.6	40.9	39.9	30.9
ネット・エクイティ・レシオ	0.61	0.63	0.49	0.49	0.47

経営指標(※)		
ROE(親会社所有者帰属持分期利益率)	11.0%	13.7%
ROA(資産合計税引前利益率)	7.7%	7.2%
EPS(基本的な一株当たり当期利益)	194.8	262.2
BPS(一株当たり親会社所有者帰属持分)	1,825.6	2,499.6
投資指標(※)		
配当性向	27.7%	28.6%
収益性指標(※)		
売上収益総利益率	35.7%	37.9%
事業利益率	8.7%	9.4%
(酒税抜き事業利益率)	(11.6%)	(12.4%)
営業利益率	8.0%	8.8%
親会社の所有者に帰属する当期利益率	5.2%	6.8%
EBITDA比率	12.1%	13.7%
効率性指標(※)		
総資産回転率	0.88	0.77
親会社所有者帰属持分期回転率	2.1	2.1
有形固定資産回転率	3.1	3.2
棚卸資産回転率	12.8	14.3
営業債権回転率	4.5	5.0
安全性指標(※)		
親会社の所有者に帰属する持分比率	39.9%	34.2%
負債比率	149.2%	191.6%
流動比率	77.5%	77.2%
非流動比率	174.5%	221.3%
非流動長期適合率	115.4%	110.8%
インタレスト・カバレッジ・レシオ	42.2	41.4
ネット・エクイティ・レシオ	0.62	1.05

※事業ポートフォリオの再構築や為替変動など一時的な特殊要因を除くベースの数値を使用

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)

	2017年実績			2018年予想 (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	9,672	1,196	△ 2	9,765	1,241	△ 2
飲料事業						
アサヒ飲料	4,862	370	△ 17	5,100	387	△ 16
エルピー	202	9	-	-	-	-
食品事業						
アサヒグループ食品	1,261	111	-	1,263	117	-
国際事業						
欧州事業	3,736	511	△ 140	4,389	732	△ 173
オセアニア事業	1,732	140	△ 24	1,836	157	△ 24
東南アジア事業	554	8	△ 7	468	21	-
中国事業	173	9	-	69	2	-

為替レート

(円)

	2016年実績 (平均)	2017年実績 (平均)	2018年予想 (2/15発表)
USDドル	108.8	112.2	109.0
(持分法投資損益)	111.8	-	-
欧州ユーロ(西欧事業)	118.1	126.7	128.0
欧州ユーロ(中東欧事業)	-	128.6	128.0
豪ドル	80.8	86.0	86.0
マレーシアリングギット	26.3	26.1	26.0
インドネシアルピア	0.0082	0.0084	0.0084
人民元	16.4	16.6	16.4
(持分法投資損益)	17.1	16.4	-

設備投資・減価償却費(2017年実績)

(億円)

	設備投資	減価償却費
酒類事業	234	238
飲料事業	230	109
食品事業	47	34
国際事業	358	275
その他	5	4
合計	896	698

主な関係会社・事業のれん等 (2017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				
				取得時発生額	償却期間	残年数	2017年末残	備考
国内飲料事業								
アサヒ飲料	2,453	100.0%	-	のれん 259	-	-	230	カルビス取得:2012年10月
				無形資産 346	5-20	-	249	カルビス取得:2012年10月
国内食品事業								
アサヒグループ食品	760	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)	4,205	100.0%	2016年10月	のれん 1,230	-	-	1,432	外貨ベース ※為替変動の影響により変動します
				無形資産 1,509	21-40	-	1,705	
Asahi Breweries Europe Ltd (欧州事業)	12,724		2017年3月	のれん 4,280			4,799	
				無形資産 4,755	40		5,386	
Asahi Holdings (Australia) (オセアニア事業)	2,426 (*1)	100.0%	2009年4月 (*2)	のれん 1,235	-	-	730	
				無形資産 252	10-20	-	172	
東南アジア事業	1,734 (*3)	100.0%	2011年11月	のれん 374	-	-	12	
				無形資産 70	9	5	-	
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	-	-	387	-

(*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 ※2017年12月末現在

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
従業員数	5,897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

主要商品紹介

※価格につきましては全てオープン価格となっております。

ビール類



アサヒスーパードライ

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



アサヒスタイルフリー

「すっきり爽やかなおいしさ」はそのままだに、麦芽を増やし本来の味わいと飲みごたえを高めました。糖質ゼロ(※)に加え、カロリーは24kcal(100ml当たり)。糖質やカロリーの気になる方にも嬉しい“糖質ゼロ発泡酒のバイオニア”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。

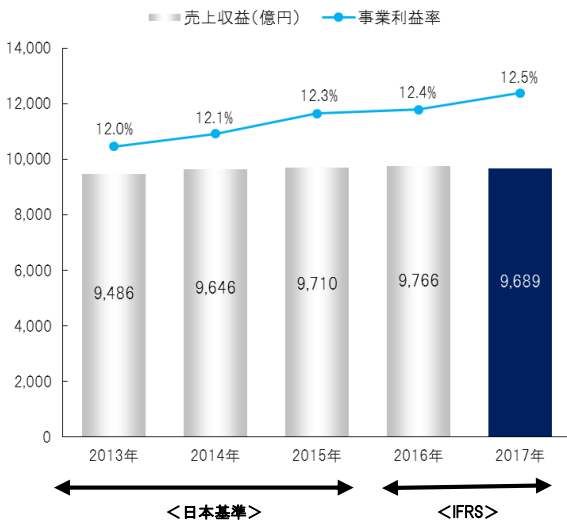


クリアアサヒ 贅沢ゼロ

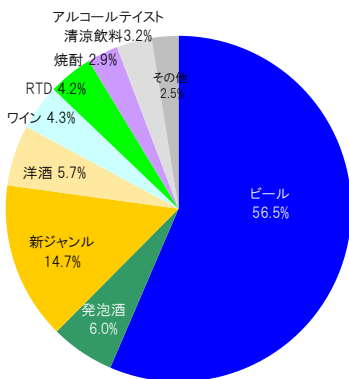
麦原料を大幅に増やす新技術を採用。麦の使用量を30倍(※1)に増やすとともに、国産ゴールデン麦芽を一部使用することにより、糖質ゼロ(※2)でありながら麦由来の味わいをさらに高めました。

※1従来品のクリアアサヒ糖質ゼロ比
※2栄養表示基準による。

酒類事業 売上収益・事業利益率推移



カテゴリー別構成比(2017年実績 金額ベース)



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>



<RTD>

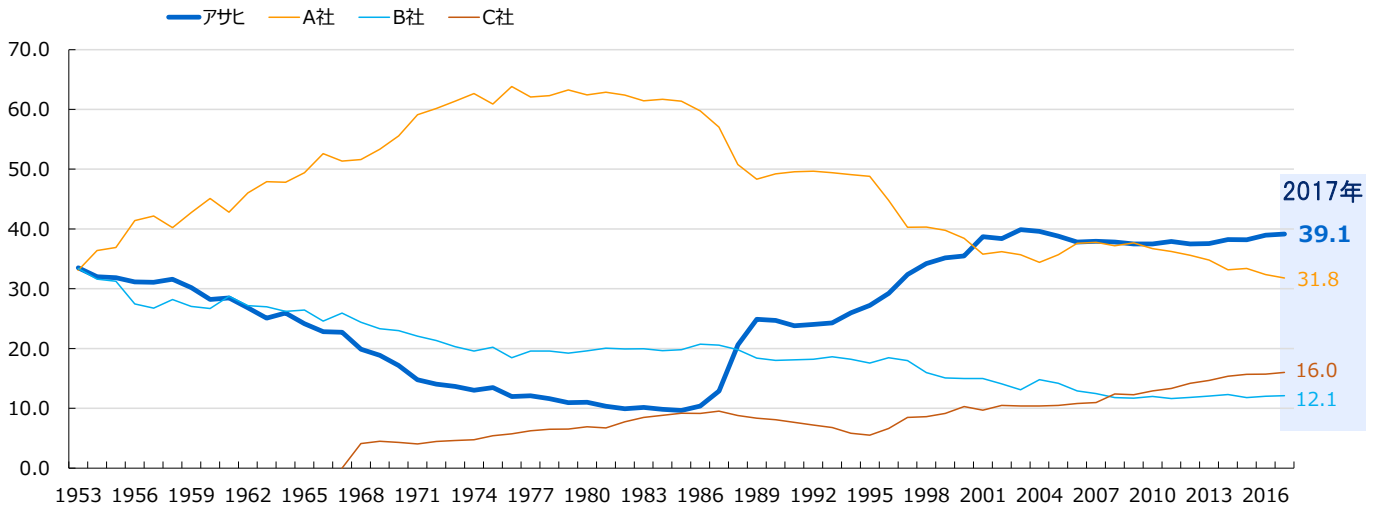


<ワイン>

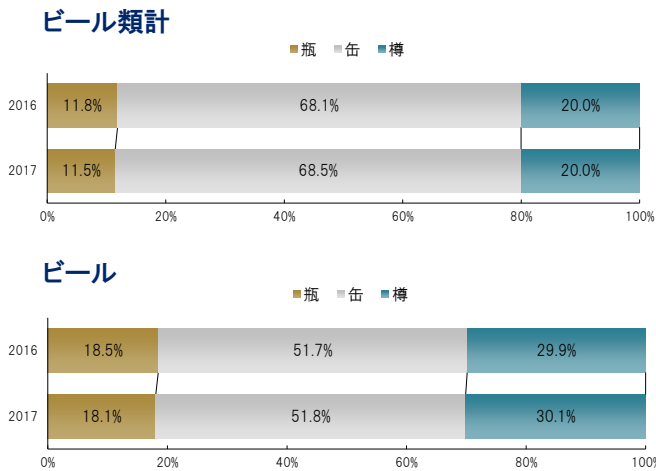


<焼酎>

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 (2017年1-12月実績比較)



当社 容器別売上前年比 (2017年1-12月実績)

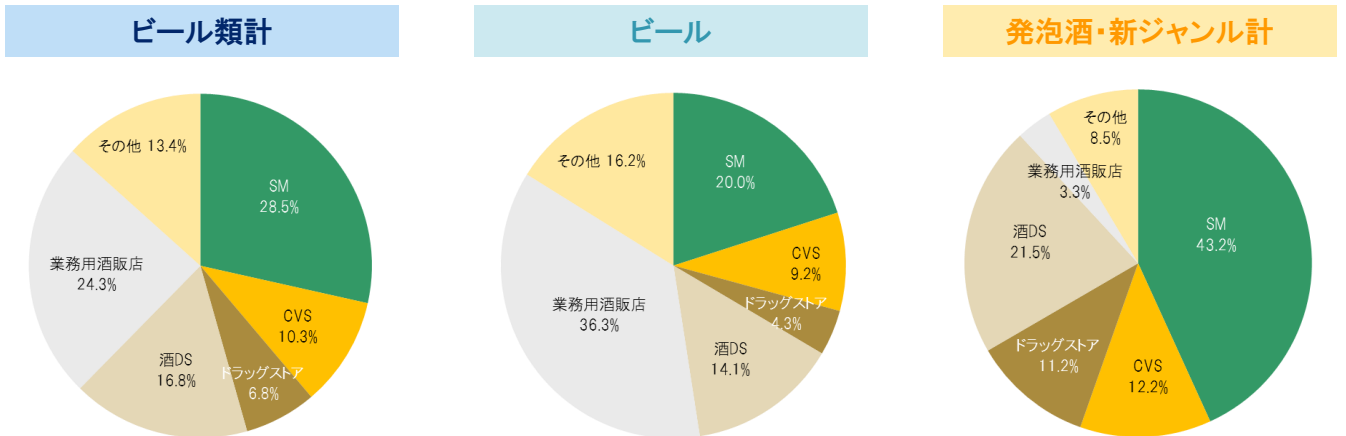
	瓶	缶	樽	合計
ビール類	94.8%	98.5%	98.0%	97.9%
ビール	94.8%	97.3%	97.8%	97.0%

参考: 業界計 ※出典: ビール酒造組合

	瓶	缶	樽	合計
ビール	93.5%	97.8%	97.8%	97.1%

	業務用	家庭用	合計
ビール	97.3%	96.9%	97.1%

当社 業態別売上構成比 (2017年1-12月実績, 当社推定値)



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	3,935	-1.1%	48.8%	5,623	+1.4%	50.2%	5,600	-4.6%	50.8%	5,912	-3.0%	52.9%
発泡酒	1,170	-11.1%	14.5%	1,531	-6.9%	13.7%	1,547	-1.7%	14.0%	1,483	-8.0%	13.3%
新ジャンル	2,964	-4.2%	36.7%	4,056	+1.4%	36.2%	3,868	-1.1%	35.1%	3,788	-1.6%	33.9%
合計	8,068	-3.8%	-	11,210	+0.2%	-	11,015	-3.0%	-	11,183	-3.3%	-

	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	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	4,761	-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	4,562	-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	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	3,884	-1.3%	48.5%	5,537	-1.5%	50.3%	5,359	-4.3%	50.8%	5,679	-3.9%	52.4%
発泡酒	1,160	-0.8%	14.5%	1,476	-3.5%	13.4%	1,433	-7.4%	13.6%	1,430	-3.6%	13.2%
新ジャンル	2,971	+0.2%	37.1%	3,997	-1.5%	36.3%	3,759	-2.8%	35.6%	3,722	-1.7%	34.4%
合計	8,015	-0.7%	-	11,011	-1.8%	-	10,551	-4.2%	-	10,831	-3.1%	-

	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	9,421	-1.4%	49.5%	11,038	-4.1%	51.6%	20,459	-2.9%	50.6%
発泡酒	2,636	-2.4%	13.9%	2,863	-5.5%	13.4%	5,499	-4.0%	13.6%
新ジャンル	6,968	-0.7%	36.6%	7,482	-2.3%	35.0%	14,450	-1.5%	35.8%
合計	19,025	-1.3%	-	21,382	-3.7%	-	40,408	-2.6%	-

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	101	127	168	170	171	219	203	167	142	131	185	815	1,047	1,863
前年比	+0.0%	-5.0%	-2.3%	+7.6%	+18.3%	+4.7%	+11.6%	+0.6%	+4.5%	+2.3%	+7.7%	+6.1%	+5.0%	+5.4%	+5.3%

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	4,636	-2.6%	49.2%	5,340	-4.0%	48.4%	9,976	-3.3%	48.8%
発泡酒	725	-0.9%	27.5%	786	-1.4%	27.5%	1,511	-1.2%	27.5%
新ジャンル	2,155	+4.7%	30.9%	2,174	-3.5%	29.1%	4,329	+0.4%	30.0%
合計	7,517	-0.4%	39.5%	8,300	-3.6%	38.8%	15,817	-2.1%	39.1%

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	-3.0%	+1.0%	-5.0%	-7.0%	+14.0%	-10.0%	-1.0%	-9.0%	-6.0%	-6.0%	-2.0%	-1.0%
発泡酒	-1.0%	-2.0%	+2.0%	-2.0%	+9.0%	-7.0%	-1.0%	-2.0%	-5.0%	-2.0%	-4.0%	-5.0%
新ジャンル	+11.0%	+9.0%	+1.0%	+0.0%	+22.0%	-13.0%	+1.0%	-6.0%	+4.0%	-11.0%	-6.0%	-1.0%
合計	+1.0%	+3.0%	-2.0%	-4.0%	+16.0%	-11.0%	+0.0%	-7.0%	-3.0%	-7.0%	-3.0%	-2.0%

(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	4,471	-2.0%	5,528	-3.8%	9,998	-3.0%
発泡酒	714	-0.2%	787	-3.1%	1,501	-1.7%
新ジャンル	2,098	+3.9%	2,200	-3.2%	4,298	+0.1%
合計	7,282	-0.2%	8,515	-3.6%	15,797	-2.1%

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	441	-2.4%	575	-1.5%	796	+6.1%	784	-6.1%	906	+14.1%	863	-10.2%
スタイルフリー 計	72	+2.9%	96	-1.0%	108	+2.9%	112	+0.0%	128	+10.3%	114	-5.0%
クリアアサヒ 計	185	+17.1%	277	+8.6%	301	+1.0%	323	+1.3%	373	+21.5%	293	-11.5%

	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	1,026	+0.1%	939	-8.0%	706	-5.6%	689	-5.6%	770	-2.2%	1,302	-0.8%
スタイルフリー 計	123	+1.7%	117	-3.3%	114	-3.4%	110	+0.0%	106	+0.0%	135	-3.6%
クリアアサヒ 計	299	+1.4%	310	-5.8%	309	+5.8%	271	-12.0%	288	-4.3%	356	+0.3%

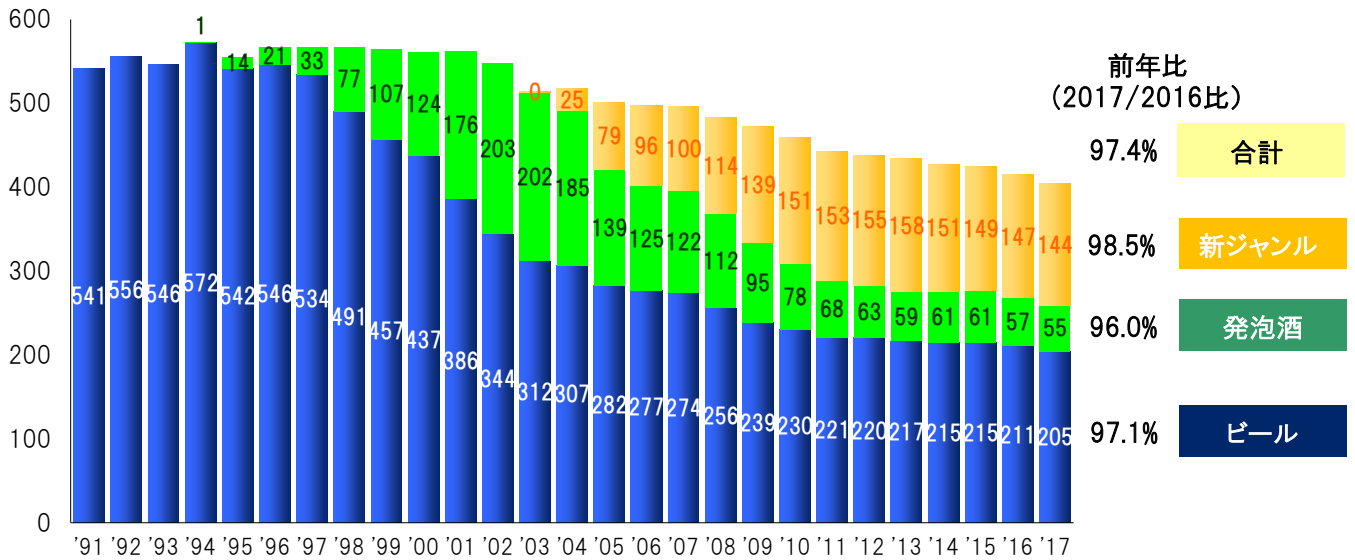
	1-3月 累計		4-6月 累計		7-9月 累計		10-12月 累計		上半期		下半期		年累計	
	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比	函数	前年比
スーパードライ 計	1,812	+1.5%	2,553	-1.4%	2,671	-4.4%	2,761	-2.4%	4,365	-0.3%	5,432	-3.4%	9,798	-2.0%
スタイルフリー 計	276	+1.5%	354	+1.7%	354	-1.7%	351	-1.4%	630	+1.6%	705	-1.5%	1,335	-0.1%
クリアアサヒ 計	763	+7.3%	989	+3.3%	918	+0.2%	915	-5.1%	1,752	+5.0%	1,833	-2.5%	3,585	+1.0%

アサヒビール ビールテイスト清涼飲料月次販売動向

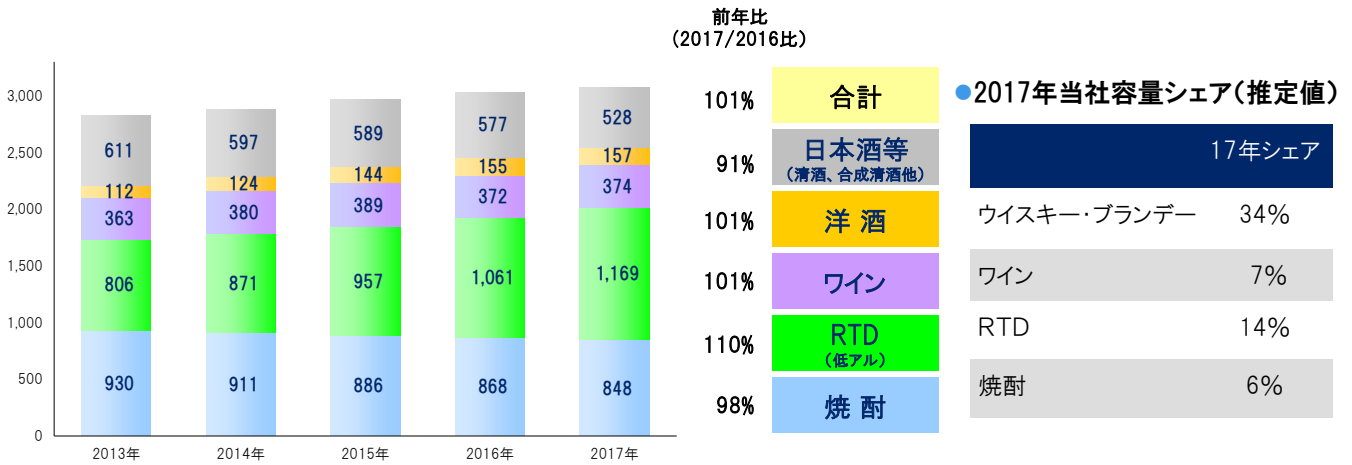
(万圓)

	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	37	46	57	64	72	73	90	89	72	62	58	80	349	451	800
前年比	+12.1%	-6.1%	+1.8%	-1.5%	+7.5%	+0.0%	+4.7%	-6.3%	+0.0%	-6.1%	+3.6%	+5.3%	+1.7%	+0.0%	+0.8%

ビール類市場規模 (百万函, 課税数量ベース, 5社計)

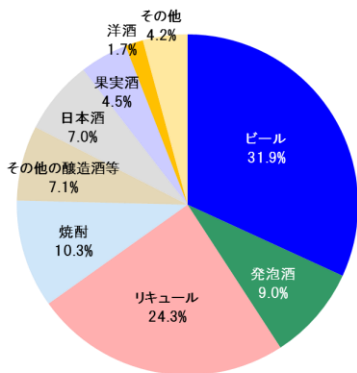


総合酒類市場規模 (千KL, 課税数量ベース, 推定値)

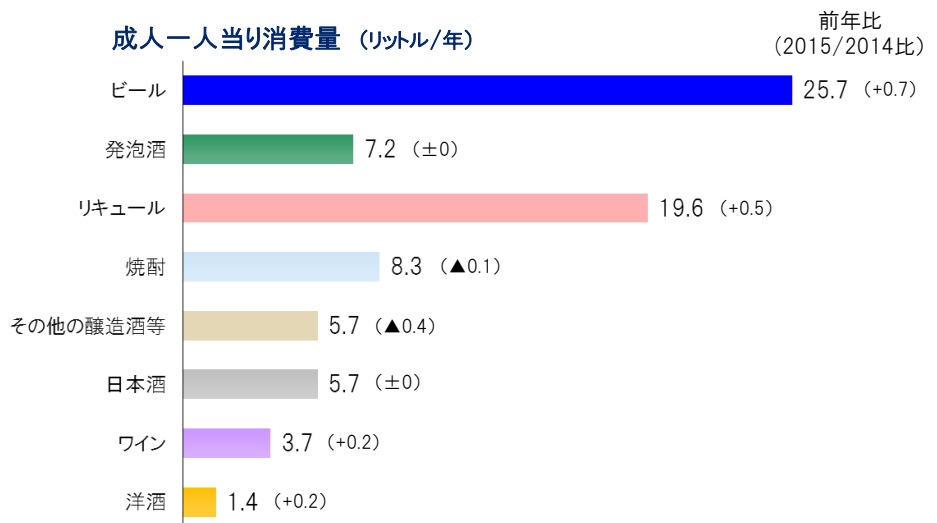


酒類消費数量 (出典: 国税庁、2015年度)

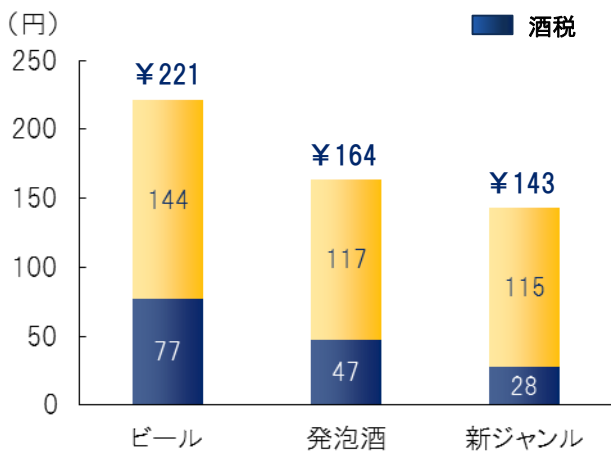
カテゴリー構成比



成人一人当たり消費量 (リットル/年)

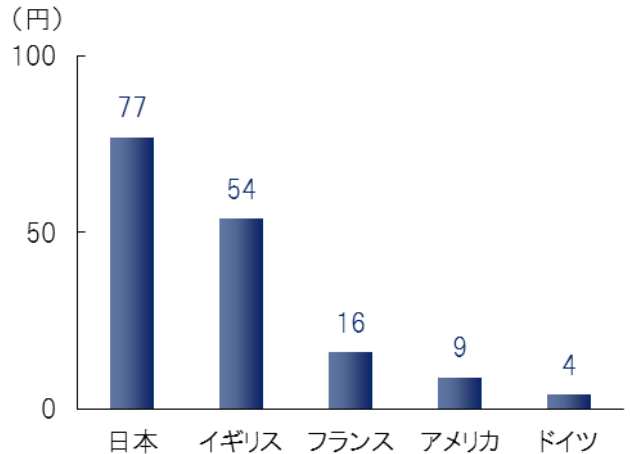


<国内>350ml当たりの酒税比較 (円)



※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(H28.1月)

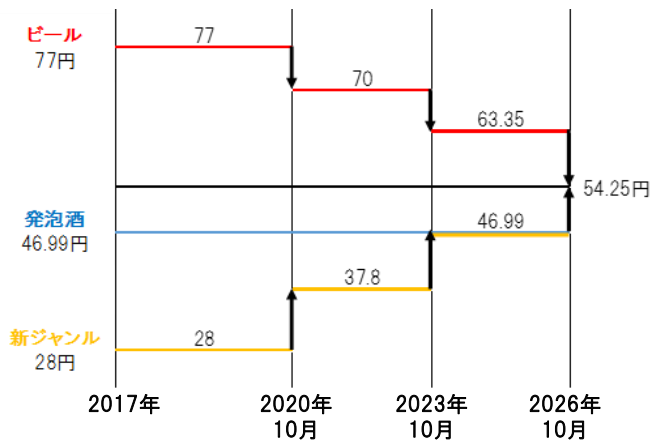
注)①金額は350ml当たりの円で示す。

②邦貨換算は1ユーロ125.15円、1ドル111.94円、1ポンド166.70円
(平成28年5月末時点のTTLレートによる)。

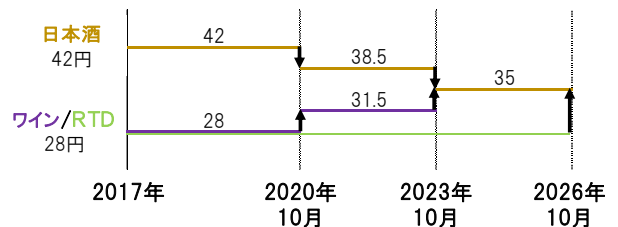
③アメリカはニューヨークでの調査。

酒税改正の流れ ※350mlあたりの税額

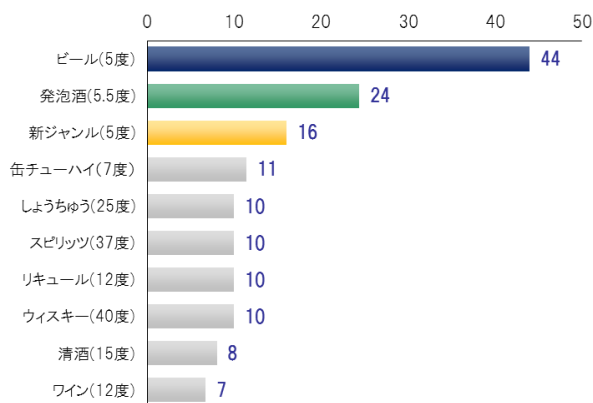
<ビール類>



<日本酒・ワイン・RTD>

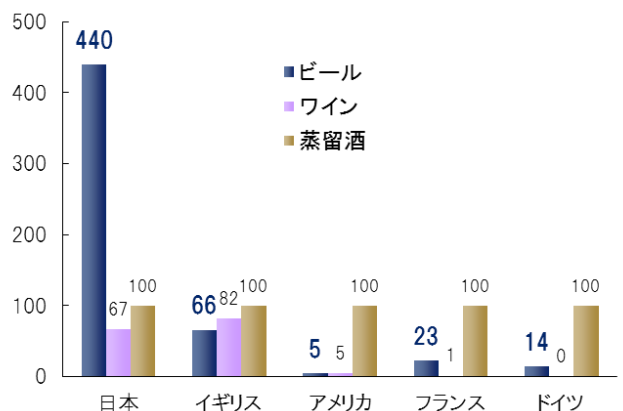


<国内>アルコール分1度1リットル当たりの酒税比較 (円)



出典:国税庁「酒のしおり(H29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(H28.1月)

注)アメリカはニューヨークでの調査。

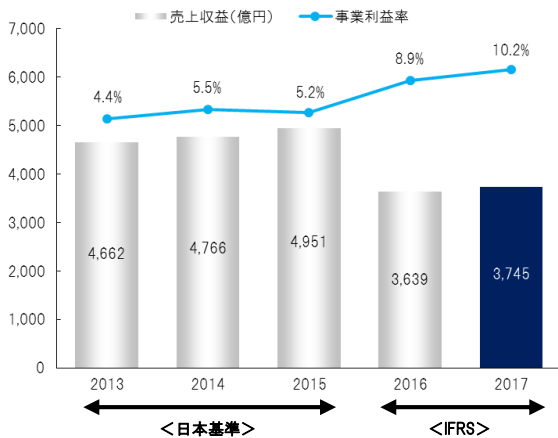
アサヒ飲料株式会社

会社概要 ※2017年12月末現在

事業分野 各種飲料水の製造・販売、自動販売機のお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	3,381名(連結)

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。

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



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

ウィルキンソン タンサン (PET500ml)



炭酸水No.1ブランド。磨かれた水と炭酸ガスのみからうまれる爽快感。キレの良いすっきりとした味わいの大人向け本格的炭酸飲料です。割り材としても、直接飲んでもお楽しみいただけます。

希望小売価格(税別):500ml 95円

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

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。しばらくの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られています。

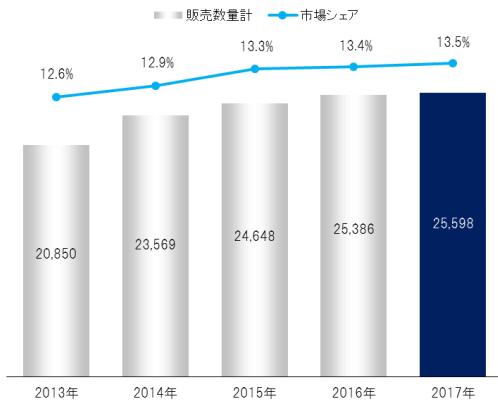


希望小売価格(税別):470ml 460円

※希望小売価格(税別)は2017年12月時点の価格となります。

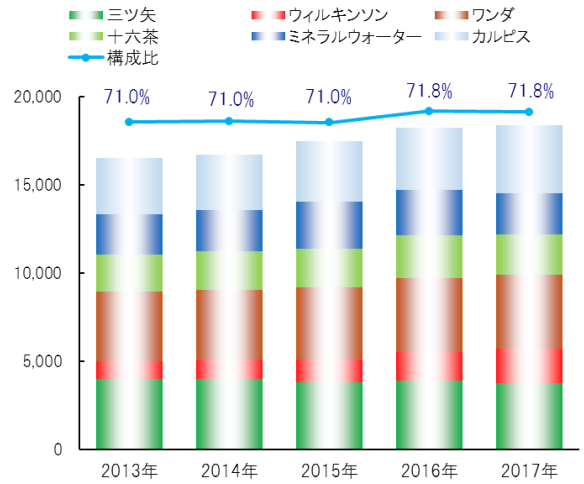
販売数量・市場シェア推移

単位:万箱



主力6ブランド販売数量・構成比推移

単位:万箱



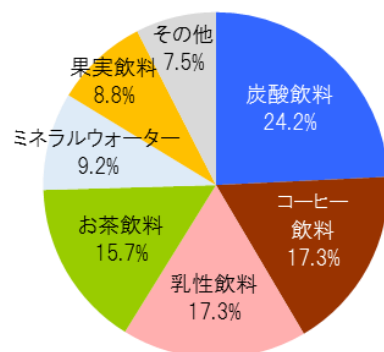
アサヒ飲料 月次販売動向前年比(2017年)

カテゴリー/ブランド	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年間計
炭酸	30%	13%	-2%	-1%	8%	5%	13%	2%	8%	1%	9%	8%	7%
三ツ矢	24%	6%	-14%	-17%	-5%	-9%	6%	-3%	-2%	-10%	-3%	-1%	-4%
ウィルキンソン	44%	28%	33%	29%	38%	25%	12%	9%	17%	14%	24%	19%	22%
乳性	32%	1%	1%	12%	11%	7%	23%	-5%	5%	-3%	17%	2%	8%
カルピス ストレート	39%	13%	7%	20%	13%	10%	27%	-5%	3%	-3%	16%	0%	10%
カルピス コンク	24%	9%	15%	-1%	2%	-10%	10%	-8%	5%	-5%	20%	-1%	2%
コーヒー	10%	-6%	16%	7%	-8%	2%	2%	-5%	4%	1%	-7%	-7%	0%
ワンダ	8%	-9%	14%	5%	-9%	1%	0%	-6%	5%	2%	-6%	-7%	-1%
お茶	-4%	3%	-3%	0%	3%	-11%	4%	-12%	-11%	-11%	1%	-9%	-5%
十六茶	-16%	6%	-9%	0%	3%	-9%	6%	-15%	-10%	-10%	10%	-11%	-5%
ミネラルウォーター	-1%	-14%	-5%	-23%	-9%	-15%	-6%	-8%	-6%	-13%	-8%	0%	-10%
おいしい水	-1%	-14%	-5%	-23%	-9%	-15%	-6%	-8%	-6%	-13%	-8%	0%	-10%
果汁	-2%	8%	1%	-12%	-6%	-11%	6%	-11%	-12%	-13%	-4%	0%	-5%
バヤリース	-6%	-2%	-4%	-7%	-5%	-12%	5%	-13%	-11%	-15%	-9%	-2%	-7%
ウェルチ	-33%	29%	2%	-29%	-11%	-11%	12%	-6%	-27%	-22%	-8%	-7%	-11%
合計	13%	2%	2%	-1%	2%	-1%	9%	-5%	0%	-4%	2%	-1%	1%
健康飲料	17%	-3%	67%	76%	30%	44%	39%	31%	24%	-14%	22%	25%	29%

カテゴリ別ブランド別実績 (2017年実績 数量:万箱)

	2017年実績	2016年実績	前年比
炭酸飲料計	6,206	5,819	106.7%
三ツ矢	3,752	3,903	96.1%
ウィルキンソン	1,990	1,630	122.1%
果実飲料計	2,242	2,360	95.0%
コーヒー飲料計	4,417	4,400	100.4%
ワンダ	4,165	4,191	99.4%
お茶飲料計	4,020	4,210	95.5%
十六茶	2,293	2,405	95.3%
ミネラルウォーター計	2,346	2,594	90.4%
乳性飲料計	4,437	4,127	107.5%
カルピス	3,834	3,515	109.1%
その他飲料計	1,929	1,875	102.9%
合計	25,598	25,386	100.8%

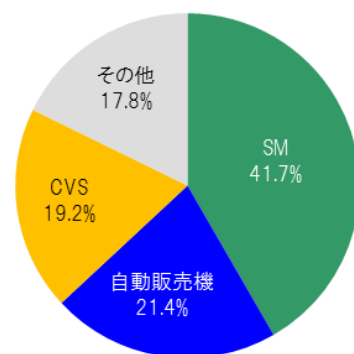
2017年構成比



業態別実績 (2017年実績 数量:万箱)

	2017年実績	2016年実績	前年比
自動販売機部門	5,482	5,426	101.0%
手売り部門計	20,116	19,960	100.8%
CVS	4,903	4,405	111.3%
SM	10,665	10,904	97.8%
その他	4,547	4,652	97.8%
合計	25,598	25,386	100.8%

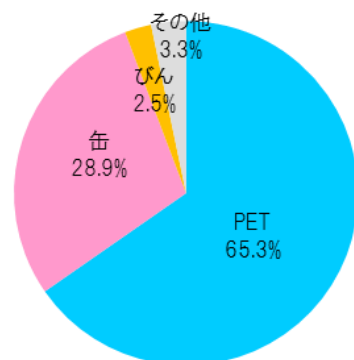
2017年構成比



容器別実績 (2017年実績 数量:万箱)

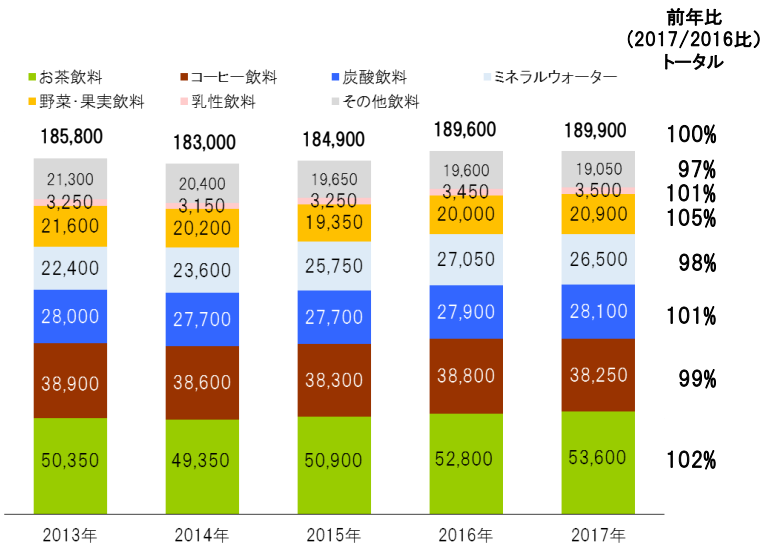
	2017年実績	2016年実績	前年比
缶	7,400	7,793	95.0%
PET計	16,721	16,116	103.8%
大型 (~2.0L)	6,754	7,241	93.3%
小型 (~660ml)	9,967	8,875	112.3%
びん	639	617	103.6%
紙・その他	837	861	97.3%
合計	25,598	25,386	100.8%

2017年構成比

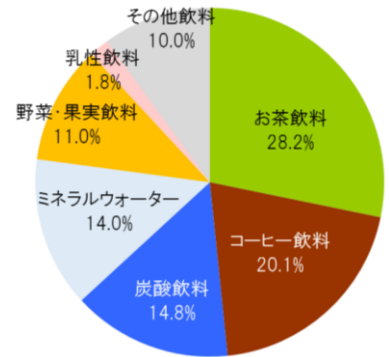


カテゴリ別市場規模推移 (数量:万箱)

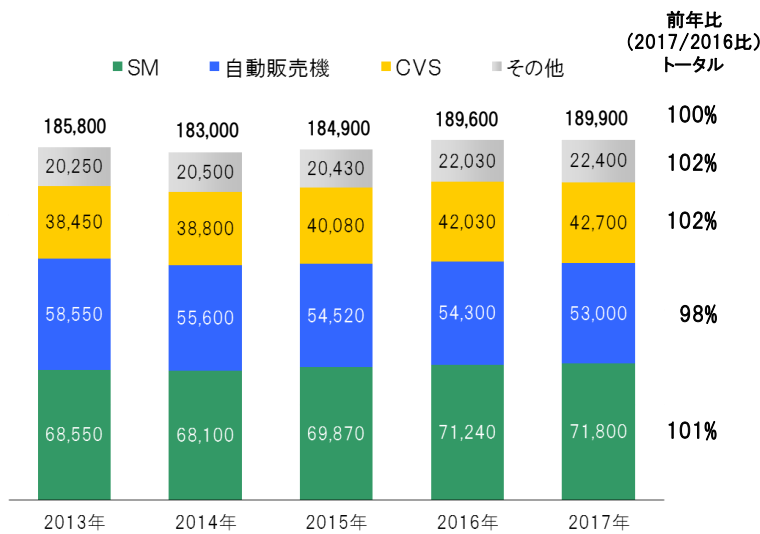
出典: 飲料総研



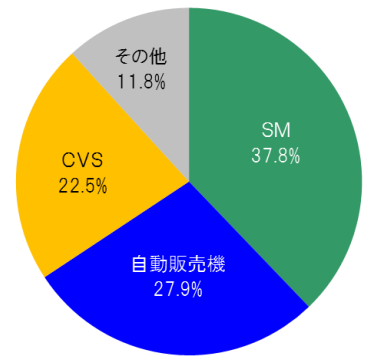
2017年構成比



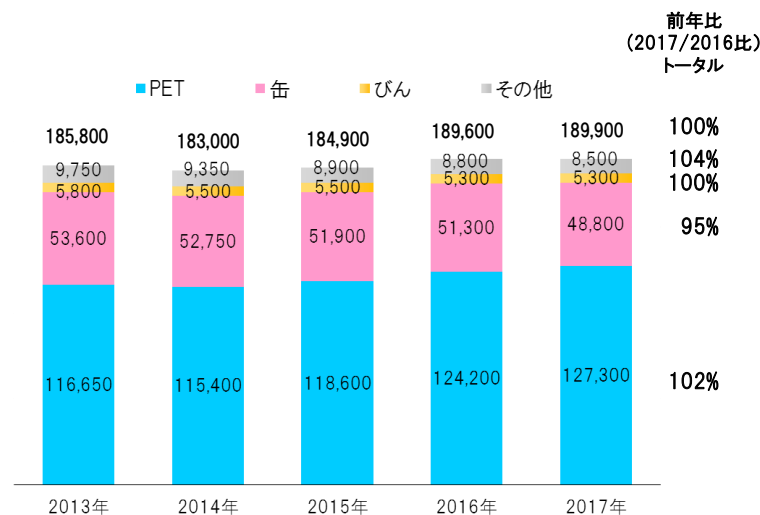
業態別市場規模推移 (数量:万箱)



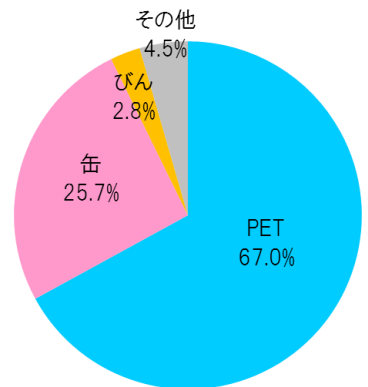
2017年構成比



容器別市場規模推移 (数量:万箱)



2017年構成比



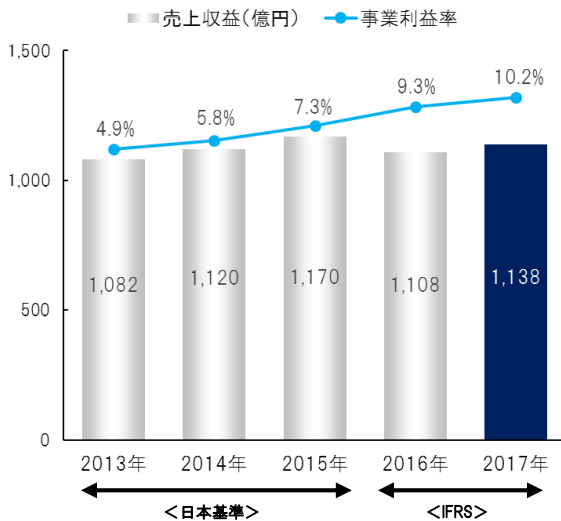
アサヒグループ食品株式会社

会社概要 ※2017年12月末現在

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製造・販売を行っています。

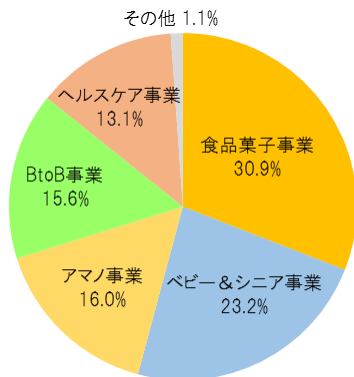
設立	2015年7月
資本金	50億円
従業員数	1,294名(食品事業連結)

食品事業 売上収益・事業利益率推移



事業別構成比(2017年)

金額ベースで算出



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 ストロング39アミノ マルチビタミン&ミネラル



39種の成分を、1日3粒で手軽に補えます。マルチビタミン&ミネラルに9種の必須アミノ酸を含む18種のアミノ酸をプラス。毎日忙しい方、元気な毎日を過ごしたい方におすすめのサプリメントです。

希望小売価格(税別): 300粒入り(100日分) 3,200円

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

グーグーキッチン



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

The うまみ



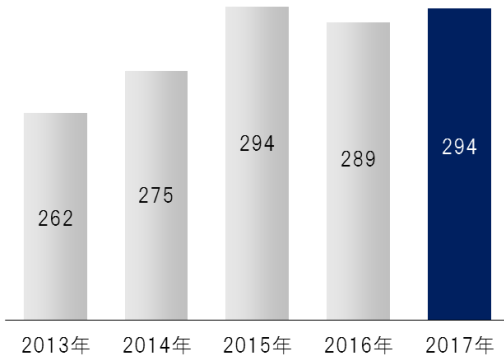
素材本来の「うまみ」に着目し、「アマノフーズブランド」ならではのこだわりのレシピを、素材の色・香り・風味・食感が損なわれにくいフリーズドライ製法で仕上げたスープです。

希望小売価格(税別): 1食100円

※希望小売価格(税別)は2017年12月時点の価格となります

錠菓市場規模

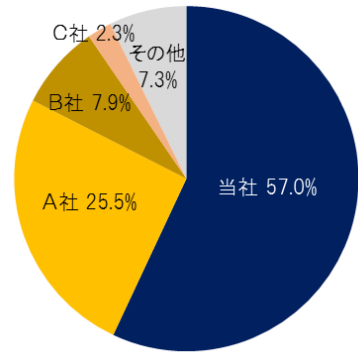
単位:億円



出典:INTAGE食品SRI/キャンディ(錠菓市場)/全国(沖縄除く)/全業態 2013.1-2017.12

錠菓マーケットシェア(2017年)

金額ベースで算出

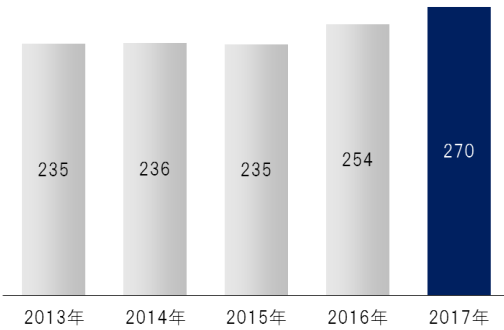


出典:INTAGE食品SRI/キャンディ(錠菓市場)/全国(沖縄除く)/全業態 2016.1-2016.12

ベビーフード市場

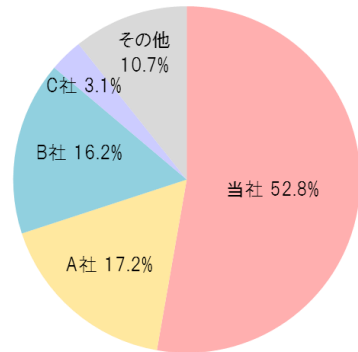
単位:億円

出典:SDIデータ、全業態
金額ベースで算出



ベビーフードマーケットシェア(2017年)

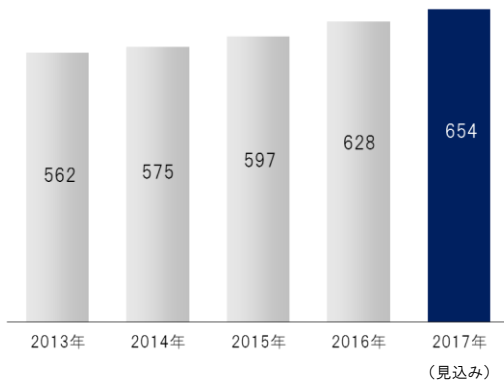
出典:SDIデータ、全業態
金額ベースで算出



即席みそ汁市場 販売金額推移

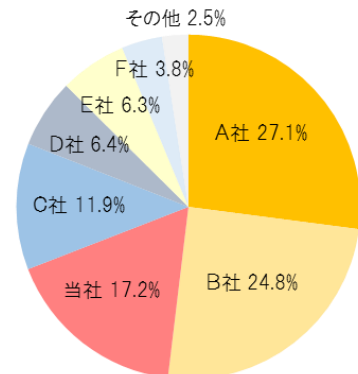
単位:億円

出典:富士経済



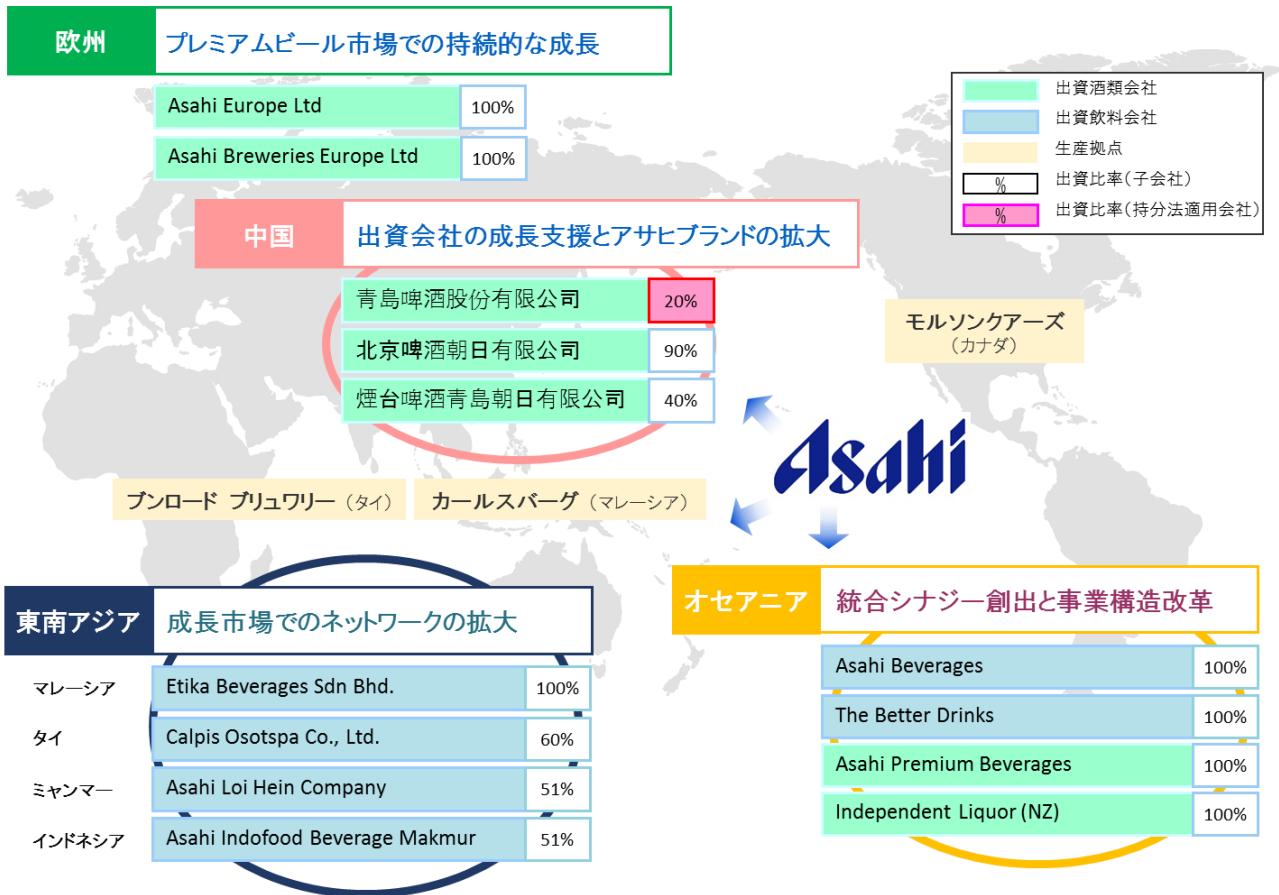
即席みそ汁マーケットシェア(2016年)

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

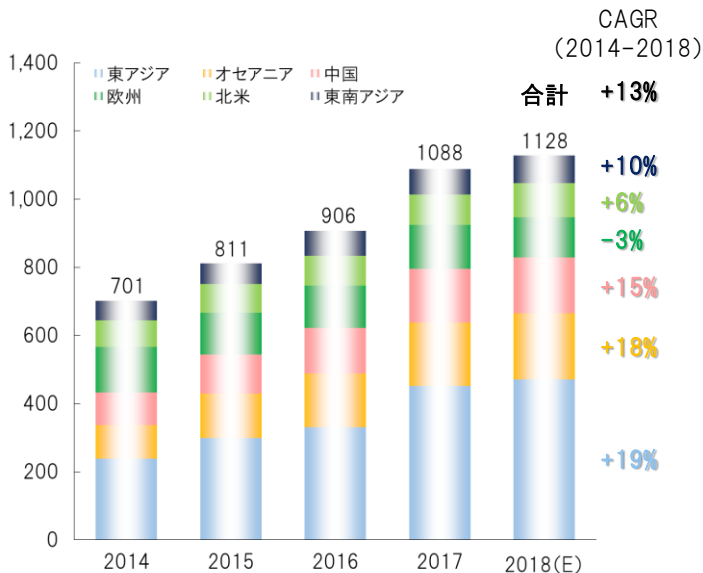
(2017年12月31日現在)



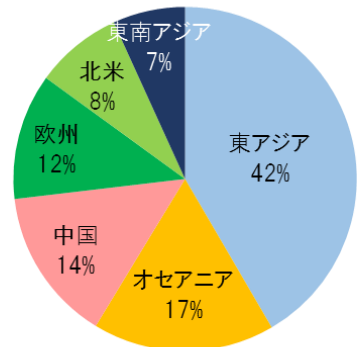
海外『スーパードライ』販売状況

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(2017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	生産量										CAGR 2007-2016
		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
1	中国	39.31	41.03	42.36	44.83	48.99	49.02	50.65	49.67	47.16	46.00	1.8%
2	米国	23.28	23.06	23.10	22.90	22.65	23.01	22.53	22.61	22.41	22.14	-0.6%
3	ブラジル	9.60	10.63	10.70	12.87	13.30	13.28	13.47	14.14	13.86	13.33	3.7%
4	メキシコ	8.10	8.23	8.23	7.99	8.15	8.25	8.20	7.80	9.71	10.50	2.9%
5	ドイツ	10.40	10.29	9.81	9.57	9.55	9.46	9.44	9.53	9.56	9.50	-1.0%
6	ロシア	11.50	11.40	10.85	10.29	9.81	9.76	8.93	8.22	7.82	7.82	-4.2%
7	日本	6.28	6.11	5.98	5.81	5.60	5.77	5.72	5.65	5.38	5.52	-1.4%
8	英国	5.13	4.96	4.51	4.50	4.57	4.30	4.20	4.43	4.41	4.40	-1.7%
9	ベトナム	1.80	1.85	2.30	2.65	2.78	2.98	3.57	3.89	3.67	4.08	9.5%
10	ポーランド	3.55	3.56	3.22	3.60	3.60	3.93	3.96	3.95	4.09	4.07	1.5%
11	スペイン	3.44	3.34	3.38	3.34	3.36	3.30	3.27	3.35	3.48	3.62	0.6%
12	南アフリカ	2.65	2.59	2.88	2.96	3.09	3.15	3.15	3.15	3.21	3.20	2.1%
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	2.60	7.6%
14	フランス	1.51	1.44	1.43	1.56	1.91	1.97	1.85	2.05	2.40	2.47	5.6%
15	オランダ	2.73	2.72	2.54	2.39	2.36	2.43	2.36	2.37	2.40	2.46	-1.2%
	15か国合計	130.63	132.76	132.90	137.02	141.68	143.00	143.94	143.51	142.26	141.70	0.9%
	合計	178.71	181.92	181.76	186.35	192.89	196.20	197.21	196.31	196.10	195.75	1.0%

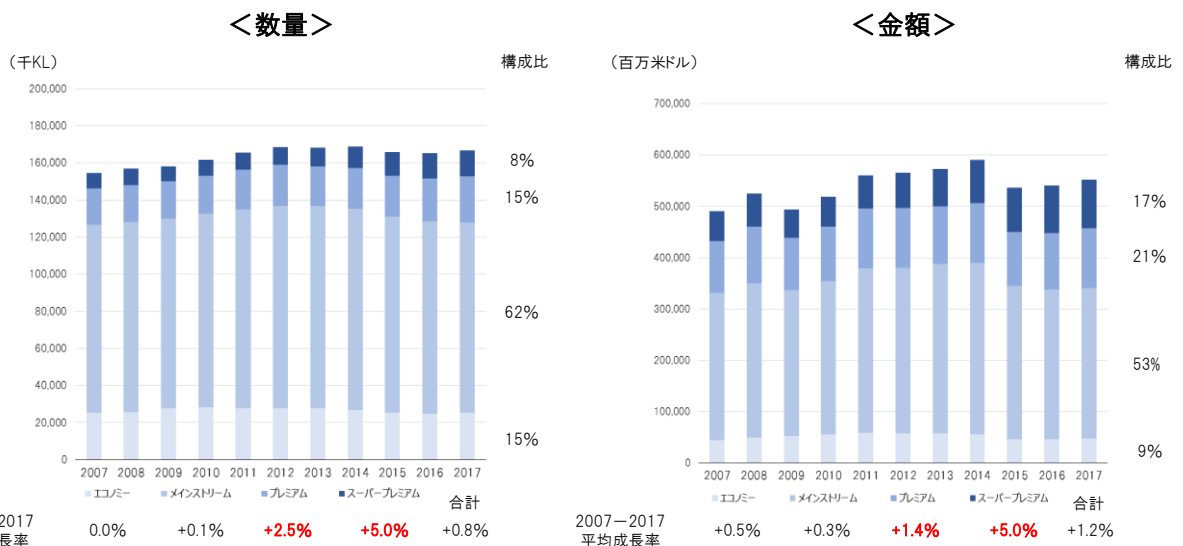
ビール会社生産量上位15社 (単位:百万KL)

出典:Barth Report (Barth Haas Group)

	会社名	国名	2016年生産量	世界市場シェア (%)	生産量前年比 (2016/2015)	2015年生産量	世界市場シェア (%)
1	Anheuser-Busch InBev	ベルギー	43.39	22.2	5.9%	40.99	21.2
2	Heineken	オランダ	20.01	10.2	6.3%	18.83	9.7
3	China Resources Breweries	中国	11.88	6.1	1.2%	11.74	6.1
4	Carlsberg	デンマーク	11.69	6.0	-2.8%	12.03	6.2
5	Molson Coors	米国/カナダ	9.52	4.9	63.9%	5.81	3.0
6	Tsingtao Brewery Group	中国	7.92	4.0	12.3%	7.05	3.6
7	Asahi	日本	5.90	3.0	187.8%	2.05	1.1
8	Yanjing	中国	4.50	2.3	-6.8%	4.83	2.5
9	Kirin	日本	4.25	2.2	-1.4%	4.31	2.2
10	BGI / Groupe Castel	フランス	3.29	1.7	10.4%	2.98	1.5
11	Petropolis	ブラジル	2.14	1.1	-7.0%	2.30	1.2
12	Constellation Brands	米国	2.10	1.1	27.3%	1.65	0.9
13	Efes Group	トルコ	1.95	1.0	-5.8%	2.07	1.1
14	Gold Star	中国	1.80	0.9	0.0%	1.80	0.9
15	San Miguel Corporation	フィリピン	1.63	0.8	-2.4%	1.67	0.9
	上位15社合計		131.97	67.4	9.9%	120.11	61.2
	合計		195.75		-0.2%	196.10	

価格帯別グローバルビール市場推移

出典:Canadean



西欧ビール事業

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

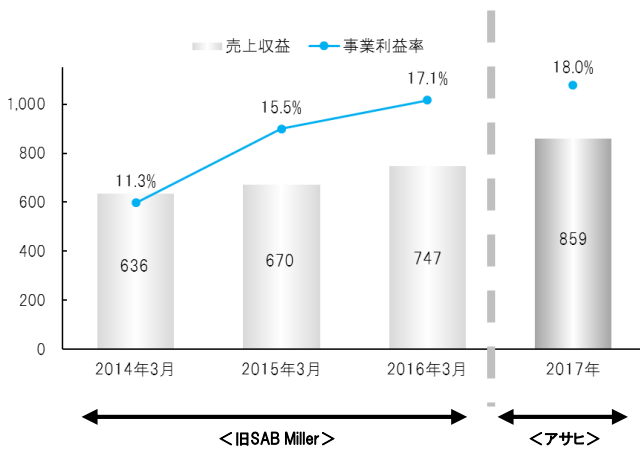


英国

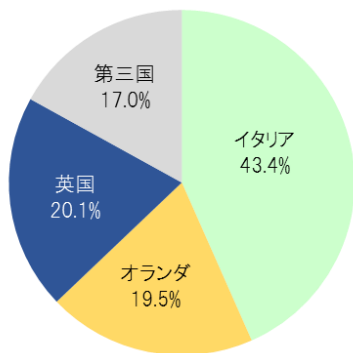


売上収益・事業利益率推移

単位: 百万ユーロ

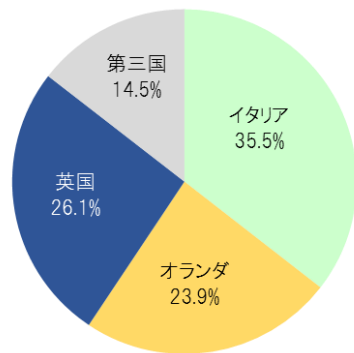


売上数量 エリア別構成比(2017年1-12月)



売上収益 エリア別構成比(2017年1-12月)

※ 全社間消去を除くベース

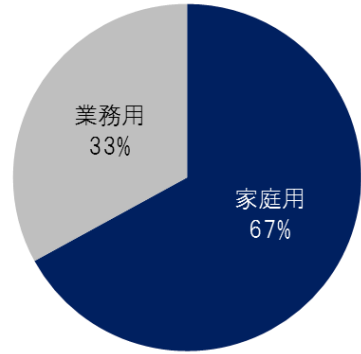
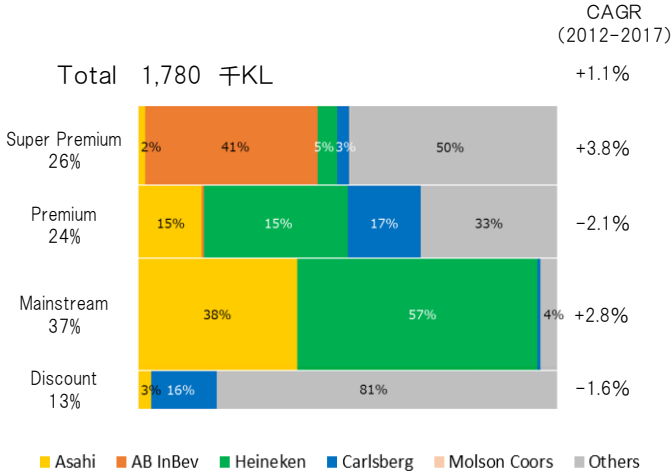


the price of the leading brand in the most popular pack type = 100
 Super Premium > 151 150 > Premium > 115
 114 > Mainstream > 91 90 > Discount

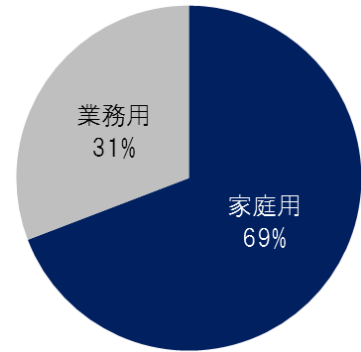
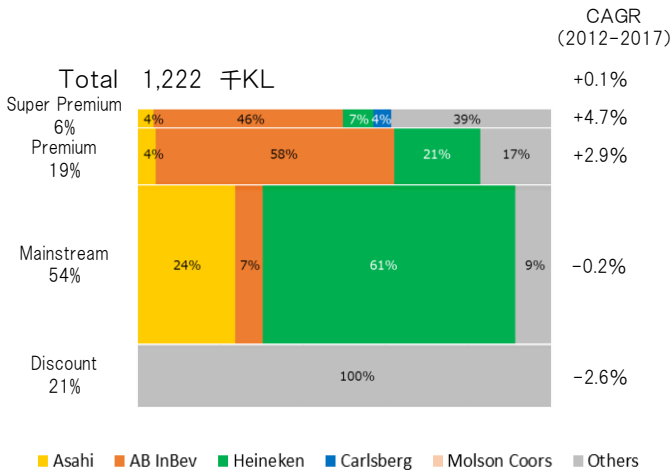
価格帯別会社別シェア／業態別数量構成比(2017年)

出典: Canadean
 数量ベースで算出

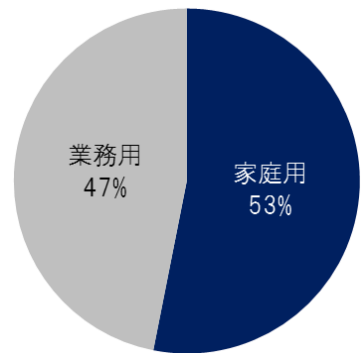
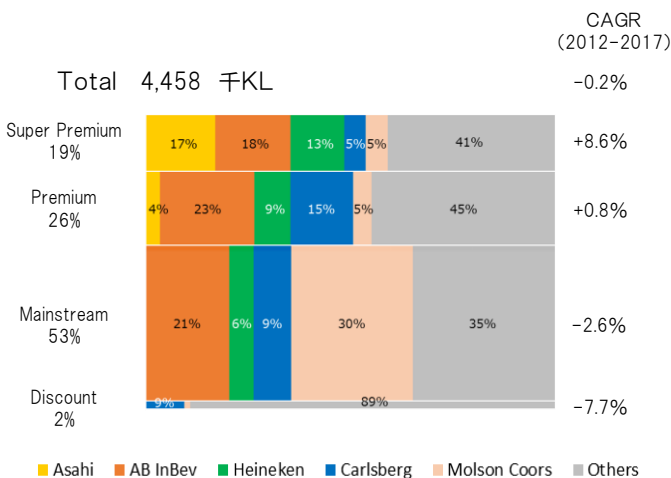
<イタリア>



<オランダ>



<英国>



中東欧ビール事業

2017年3月に、Anheuser-Busch InBev社によるSAB Miller社買収に伴い、SAB Miller社が保有していたチェコ、スロバキア、ポーランド、ハンガリー、ルーマニア事業、及び「Pilsner Urquell」をはじめとする有力ブランドの知的財産権を買収いたしました(米国及びプエルトリコを除く)。

ピルスナービールの元祖である「Pilsner Urquell」「Kozel」といったグローバルブランドを有していることに加えて、一人当たりのビール消費量が世界で最も多いチェコを始め、ポーランド、ハンガリー、ルーマニアでトップシェアとなっており、強い事業基盤を背景とした高い収益性を持つ事業群となります。

今後は、「Super Dry」、「Peroni」、「Grolsch」などと合わせて、有力なプレミアムブランドを軸として成長するグローバルプレイヤーとして、独自のポジションの確立を目指していきます。

主要商品

ポーランド



「Lech」
(レフ)

「Tyskie」
(ティスキ)

チェコ



「Pilsner Urquell」
(ピルスナーウルケル)

「Kozel」
(コゼル)

スロバキア



「Pilsner Urquell」
(ピルスナーウルケル)

「Kozel」
(コゼル)

ルーマニア



「Ursus」
(ウルスス)

「Timisoreana」
(ティミソリアナ)

ハンガリー

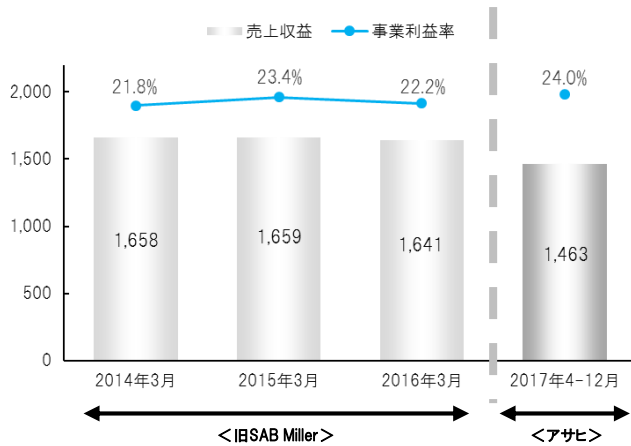


「Dreher」
(ドレハー)

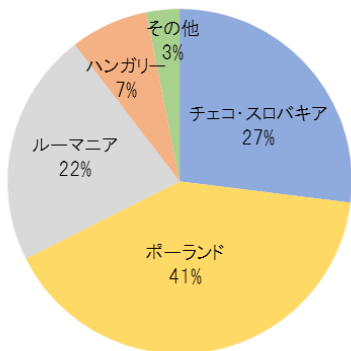
「Arany Aszok」
(アラニ-アスゾック)

売上収益・事業利益率推移

単位:百万ユーロ

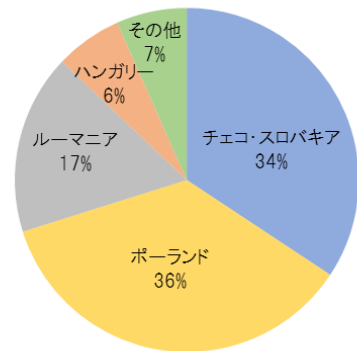


売上数量 エリア別構成比 (2017年4月-2017年12月)



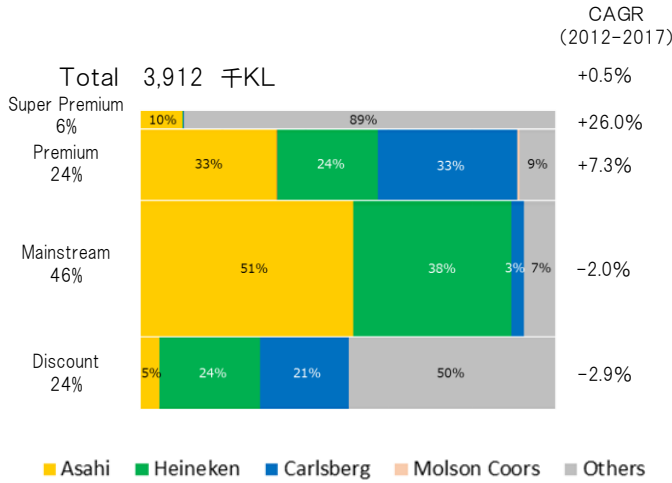
売上収益 エリア別構成比 (2017年4月-2017年12月)

※全社間消去を除くベース

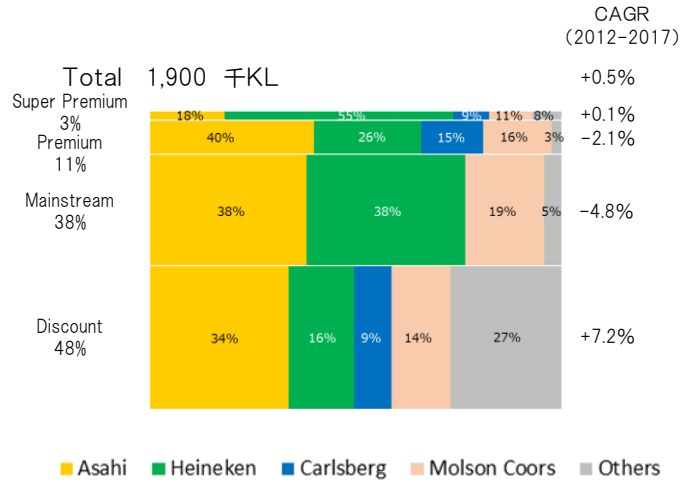


価格帯別会社別シェア／業態別数量構成比(2017年)

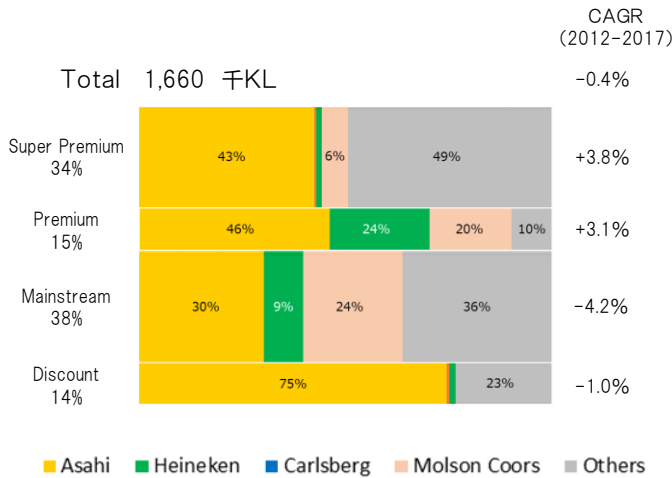
<ポーランド>



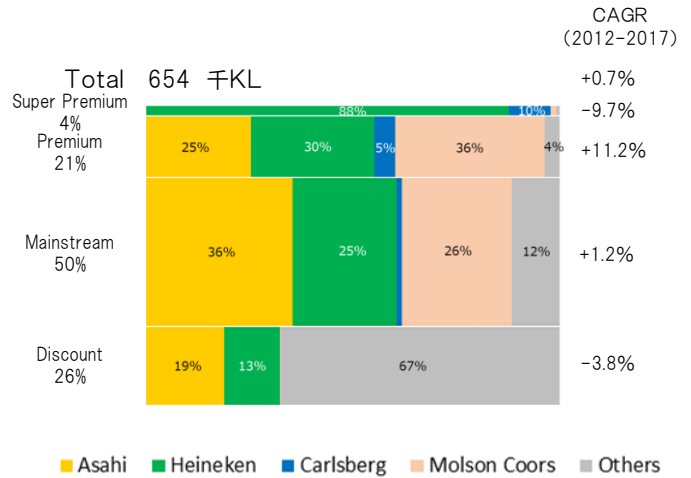
<ルーマニア>



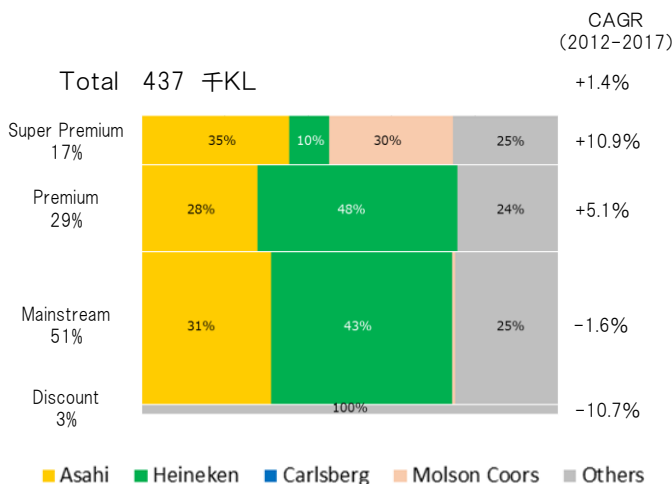
<チェコ>



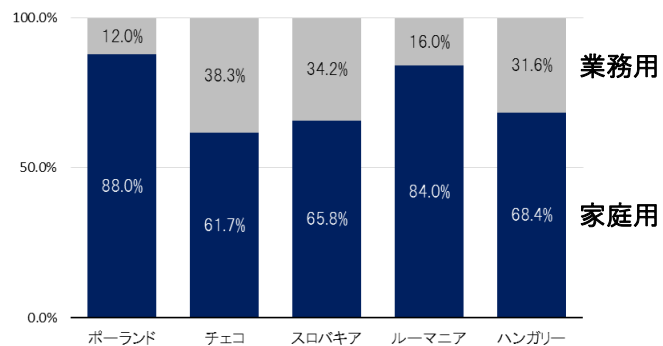
<ハンガリー>



<スロバキア>



<業態別数量構成比>



オセアニア飲料事業

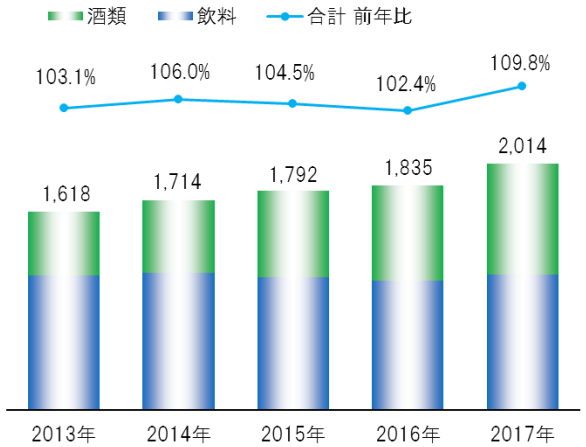
2009年4月に英国のキャドバリーグループより、安定的に成長している清涼飲料市場において、第2位の飲料会社である豪州飲料事業(シュウェップス・オーストラリア社)を買収しました。

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。

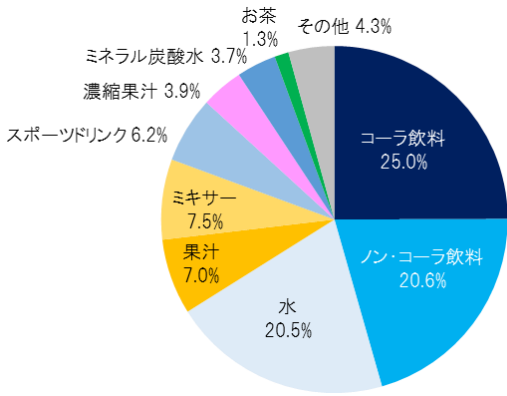
オセアニア事業 売上収益推移

単位:百万豪ドル



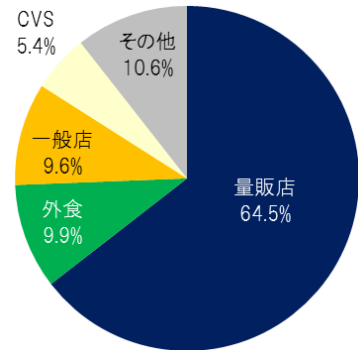
シュウェップス社カテゴリー別売上構成比 (2017年)

金額ベースで算出



シュウェップス社業態別売上構成比 (2017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

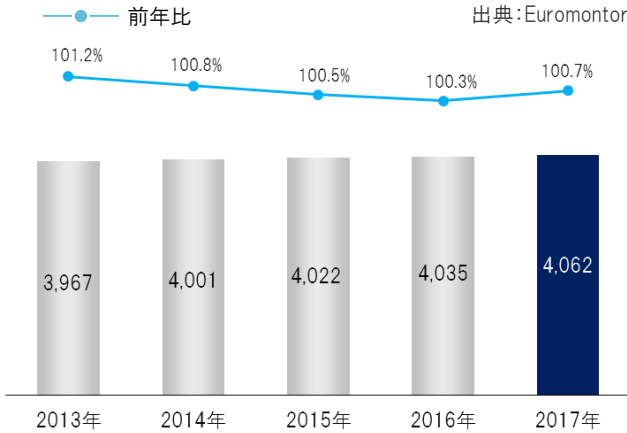


豪州飲料市場データ

飲料市場推移

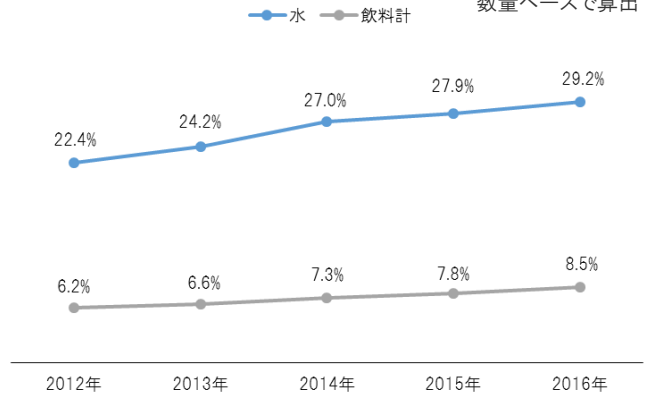
単位:千KL

出典:Euromonitor



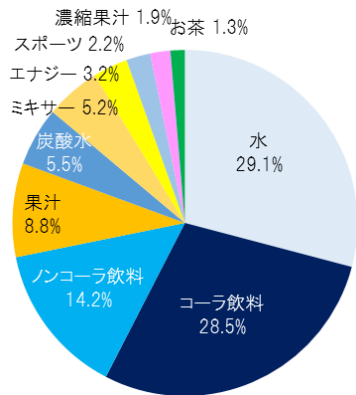
プライベートブランド構成比推移

出典:Euromonitor
数量ベースで算出



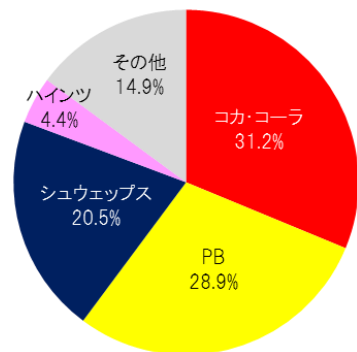
カテゴリ別構成比(2017年:量販業態)

出典:Aztec
数量ベースで算出



会社別マーケットシェア(2017年:量販業態)

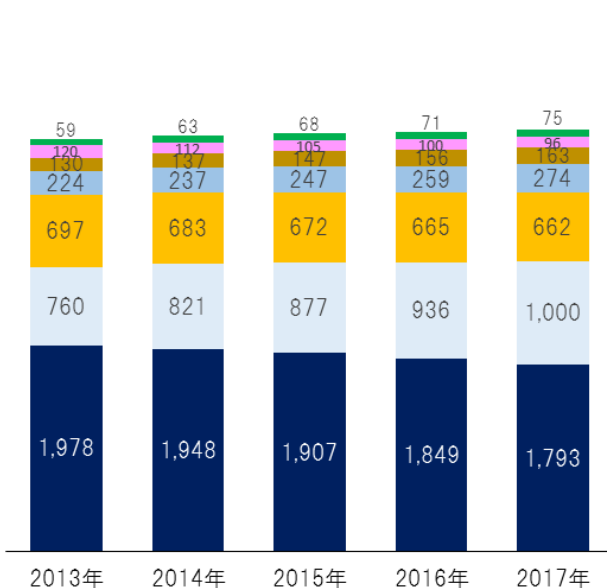
出典:Aztec
数量ベースで算出



カテゴリ別市場推移

単位:千KL

出典:Euromonitor



カテゴリ	CAGR (2013-2017)
合計	+1%
お茶	+6%
濃縮果汁	-5%
コーヒー	+6%
スポーツ/エナジー	+5%
果汁	-1%
水	+7%
炭酸	-2%

オセアニア酒類事業

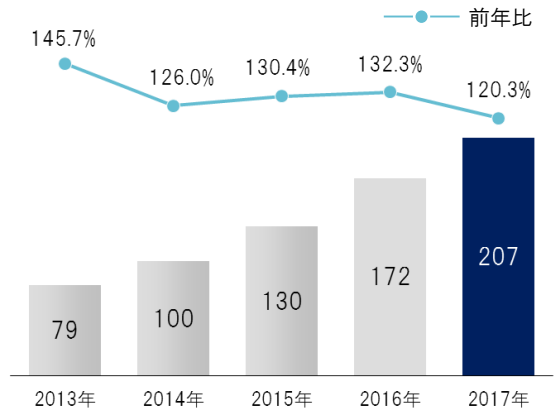
2011年9月にインデペンデント・リカーグループを買収し、本格的にオセアニア酒類市場に参入しました。

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。

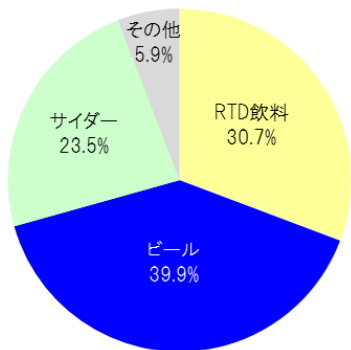
アサヒブランド販売推移

単位:万函



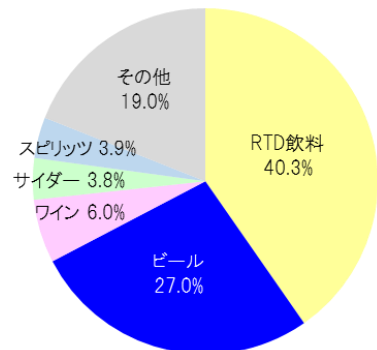
Asahi Premium Beverages (Australia) カテゴリー別売上構成比(2017年)

金額ベースで算出



Independent Liquor (New Zealand) カテゴリー別売上構成比(2017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



ビール



サイダー

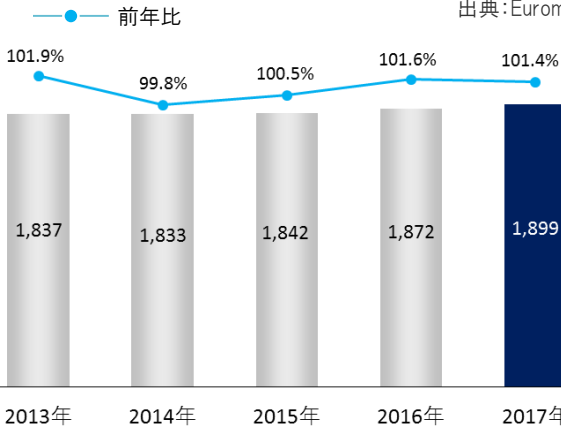


豪州酒類市場データ

ビール市場推移

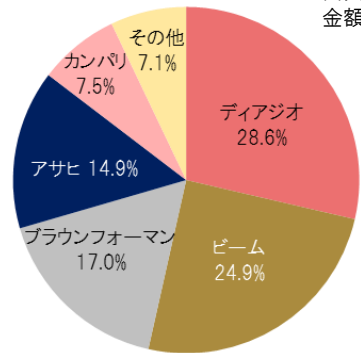
単位: 千KL

出典: Euromonitor



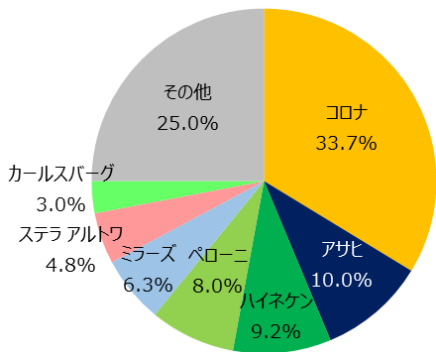
RTD飲料会社別マーケットシェア(2017年)

出典: Aztec
金額ベースで算出



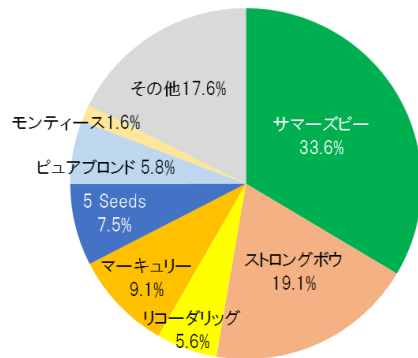
輸入プレミアムビールブランド別マーケットシェア(2017年)

出典: Aztec
金額ベースで算出



サイダーブランド別マーケットシェア(2017年)

出典: Aztec
金額ベースで算出

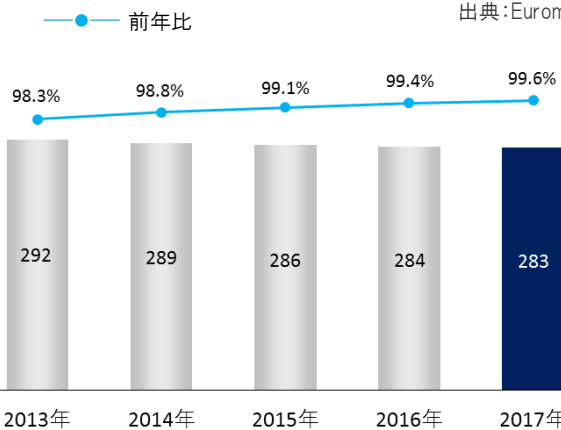


NZ酒類市場データ

ビール市場推移

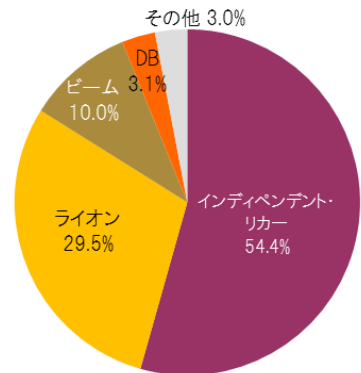
単位: 千KL

出典: Euromonitor



RTD飲料会社別マーケットシェア(2017年)

出典: AC Nielsen
金額ベースで算出



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。

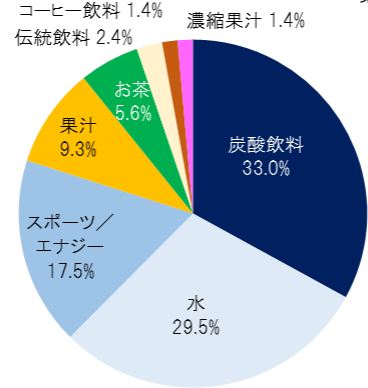
2014年にはEtika International Holdings Limitedより「東南アジアにおける乳製品関連事業」を買収し、コンデンスミルク等の乳製品事業にも参入することで、東南アジア飲料事業の基盤強化を図りました。

2016年8月から「エチカビレツジズ」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。

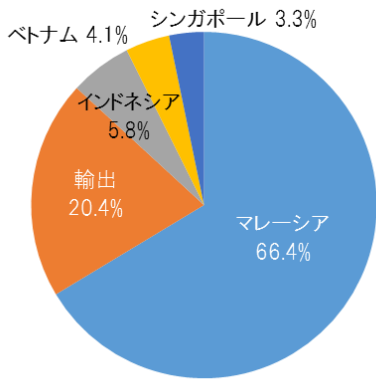
マレーシア飲料市場 カテゴリー別構成比 (2017年)

出典: Euromonitor
数量ベースで算出



マレーシア事業エリア別売上構成比 (2017年)

金額ベースで算出



主要商品紹介

自社ブランド



WONDA



CALPIS



Pepsi



Mountain Dew



Tropicana

ペプシブランド

デアリーブランド



Goodday



Dairy Champ

中国事業

1994年に本格的に進出して以降、現在では朝日啤酒(中国)投資有限公司を通じて、北京、上海、大連、広州、深圳の市場で『スーパードライ』『北京ビール』、焼酎、洋酒等を販売しています。また、北京啤酒朝日有限公司(子会社)や深圳青島啤酒朝日有限公司(持分法適用会社)にて、『スーパードライ』等の製造を行っています。

今後は、『スーパードライ』に加えて、欧州事業のプレミアムブランドである『ペローニ・ナストロ・アズーロ』『ピルスナー・ウルケル』等の展開により、中国国内のプレミアムビール市場におけるプレゼンスの拡大を成長戦略と位置づけ、事業の持続的な成長を目指していきます。

アサヒブランド販売数量推移

単位: 大瓶換算箱数

