

アサヒグループホールディングス株式会社

FACTBOOK

2021

(8月11日更新版)

The Asahi logo is rendered in a bold, blue, italicized sans-serif font. The letters are closely spaced and have a slight slant to the right, giving it a dynamic and modern appearance.

Asahi Group Philosophy・中期経営方針

| | |
|------------------------------|---|
| Asahi Group Philosophy | 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／IFRS） ... | 11 |
|----------------------------|----|

グループ事業

| | |
|----------------|----|
| 事業会社実績一覧 | 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 |
| アサヒビール（株） 2020年販売実績 | 15 |
| アサヒビール（株） 2021年販売実績 | 16 |
| 酒類市場データ | 17 |
| 酒税 | 18 |

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 |
| 飲料市場データ | 22 |

国内食品事業

| | |
|--------------------|----|
| アサヒグループ食品（株） | 23 |
| 食品市場データ | 24 |

国際事業

| | |
|----------------------|----|
| 欧州事業 | 25 |
| 欧州市場データ | 26 |
| オセアニア酒類事業 | 27 |
| オセアニア酒類市場データ | 28 |
| オセアニア飲料事業 | 29 |
| 東南アジア事業 | 30 |
| 【参考】世界ビール市場データ | 31 |



Asahi Group Philosophy

Our Mission 社会における使命・存在価値

期待を超えるおいしさ、
楽しい生活文化の
創造

Our Vision アサヒグループのありたい姿・目指す姿

高付加価値ブランドを核として成長する
“グローバルな価値創造企業”を目指す

Our Values ミッションを果たし、ビジョンを実現するための価値観

挑戦と革新 最高の品質 感動の共有

Our Principles ステークホルダーへの行動指針・約束

すべてのステークホルダーとの共創による企業価値向上

- 顧客： 期待を超える商品・サービスによるお客様満足の追求
- 社員： 会社と個人の成長を両立する企業風土の醸成
- 社会： 事業を通じた持続可能な社会への貢献
- 取引先： 双方の価値向上に繋がる共創関係の構築
- 株主： 持続的利益成長と株主還元による株式価値の向上

中期経営方針

A G Pに基づく“グローバルな価値創造経営”の推進

- ◆ **高付加価値化や収益構造改革による『稼ぐ力の強化』**
 - ・全事業での高付加価値ブランドの育成とグローバル5ブランドの拡大によるプレミアム戦略の推進
 - ・環境変化を見据えた収益構造改革の加速
 - － 2021-2023年累計の効率化効果は500億円以上を目指し、業績回復を促進するとともに「経営資源の高度化」・「ESGへの取組み深化」に再投資する

- ◆ **新たな成長源泉の拡大に向けた『経営資源の高度化』**
 - ・イノベーション、新価値創造に向けた無形資産（研究開発・人材等）への投資強化
 - ・DX（デジタル・トランスフォーメーション）の加速による新たなオペレーティングモデルの構築

- ◆ **持続的な価値創造プロセスを支える『ESGへの取組み深化』**
 - ・「環境ビジョン2050」・「持続可能なコミュニティ」への取組みなど、サステナビリティを経営戦略に統合
 - ・リスクマネジメントの高度化（ERM）、日欧豪3極を核としたグローバルガバナンスの強化

主要指標のガイドライン

- ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響を踏まえ、
既存のガイドラインは取り下げ、2022年に新たなガイドラインを設定予定
- ・2022年には2019年の利益水準（※）への回復を目指す
※2019年実績は、CUB事業の業績（1-12月推定値）を含むベース

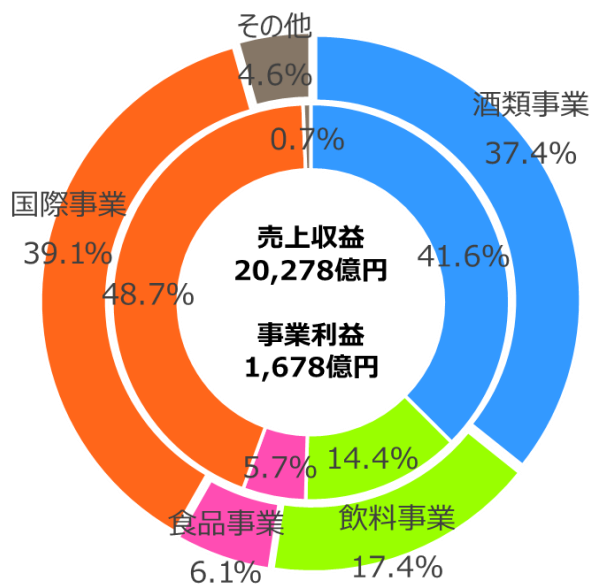
財務、キャッシュ・フロー方針

| | 2021年以降のガイドライン |
|------------------|--|
| キャッシュフロー | ・フリー・キャッシュフロー（FCF）：年平均2,000億円以上 （FCF = 営業CF - 投資CF ※M&A等の事業再構築を除く） |
| 成長投資・債務削減 | ・FCFは債務削減へ優先的に充当し、成長投資への余力を高める ・Net Debt/EBITDAは2024年に3倍程度を目指す （劣後債の50%はNet Debtから除いて算出） |
| 株主還元 | ・配当性向35%程度を目途とした安定的な増配 （将来的な配当性向は40%を目指す） |

会社概要 (2021年6月30日現在)

商号：アサヒグループホールディングス株式会社
 本社所在地：〒130-8602 東京都墨田区吾妻橋1-23-1
 設立：1949年9月1日
 ※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CEO：勝木 敦志 (かつき あつし)
 グループ会社数：連結子会社数 203社
 持分法適用関連会社数 27社
 資本金：220,044百万円
 売上収益：2,027,762百万円 (2020年12月期連結業績)
 従業員数：313名 (連結従業員数 29,850名) ※2020年12月31日現在
 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：507,003,362株
 単元株式数：100株
 株主数：119,320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

2020年売上収益・事業利益 (セグメント別)



(注1) 各事業の売上収益構成比は、各事業の売上収益を、調整額 (全社・消去) を含めた連結合計の売上収益で除して算出。
 (注2) 各事業の事業利益構成比は、各事業の事業利益を、調整額 (全社・消去) を含めた連結合計の事業利益 (ただし買収に伴い生じた無形資産償却費を除く) で除して算出。

社債情報

2021年6月30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 6回 無担保社債 | 2014. 7.15 | 10,000 | 0.366% | 2021. 7.15 |
| 第 8回 無担保社債 | 2015. 5.28 | 10,000 | 0.348% | 2022. 5.27 |
| 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 |
| 第 13回 無担保社債 | 2020. 10.15 | 100,000 | 0.001% | 2023. 10.13 |
| 第 14回 無担保社債 (グリーンボンド) | 2020. 10.15 | 10,000 | 0.120% | 2025. 10.15 |
| 第 15回 無担保社債 | 2021. 3.15 | 50,000 | 0.001% | 2024. 3.15 |
| 第 16回 無担保社債 | 2021. 3.15 | 50,000 | 0.080% | 2026. 3.13 |

| 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 |
| 2024年満期ユーロ建普通社債 | 2020.10.23 | 800 | 0.155% | 2024.10.23 |
| 2028年満期ユーロ建普通社債 | 2020.10.23 | 800 | 0.541% | 2028.10.23 |
| 2024年満期ユーロ建普通社債 | 2021. 4.19 | 800 | 0.010% | 2024. 4.19 |
| 2027年満期ユーロ建普通社債 | 2021. 4.19 | 600 | 0.336% | 2027. 4.19 |

| 円建て公募ハイブリッド社債 | 発行年月日 | 残高 (百万円) | 利率 (年) | 償還期限 |
|-----------------|-------------|----------|---------|-------------|
| 第 1回 公募ハイブリッド社債 | 2020. 10.15 | 300,000 | 0.97% ※ | 2080. 10.15 |

※利率は、2020年10月15日の翌日から2025年10月15日までは固定利率
 2025年10月15日の翌日以降は変動利率 (2030年10月15日の翌日及び2045年10月15日の翌日に金利のステップアップが発生)

格付情報

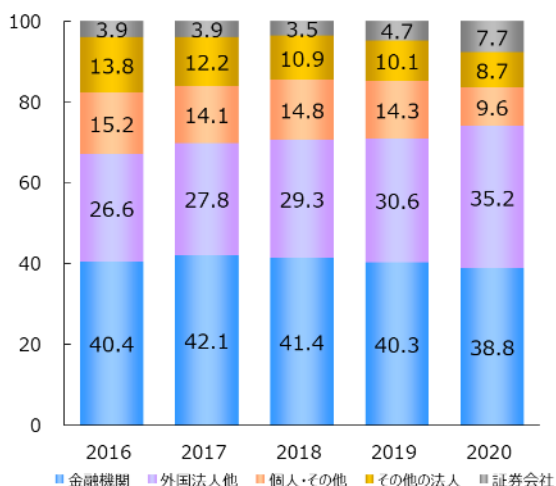
2021年6月30日現在

| 格付機関名 | 格付 |
|------------------|------|
| 格付投資情報センター (R&I) | A+ |
| 日本格付研究所 (JCR) | AA- |
| ムーディーズ | Baa1 |

株価の推移

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 株価 (円、終値ベース) | | | | | |
| 最高 | 3,912 | 5,810 | 6,053 | 5,515 | 5,195 |
| 最低 | 3,164 | 3,677 | 4,092 | 4,256 | 3,088 |
| 発行済み株式総数 (百株) | 4,835,858 | 4,835,858 | 4,835,858 | 4,835,858 | 5,070,034 |
| 自己保有株式 (百株) | 254,535 | 254,617 | 255,061 | 255,093 | 1,775 |
| EPS (円) | 194.8 | 307.8 | 329.8 | 310.4 | 262.2 |
| 1株当たり年間配当金 (円) | 54.0 | 75.0 | 99.0 | 100.0 | 106.0 |
| 当期末株主数 (名) | 115,017 | 98,099 | 110,585 | 106,544 | 129,324 |

株主構成推移 (議決権ベース)



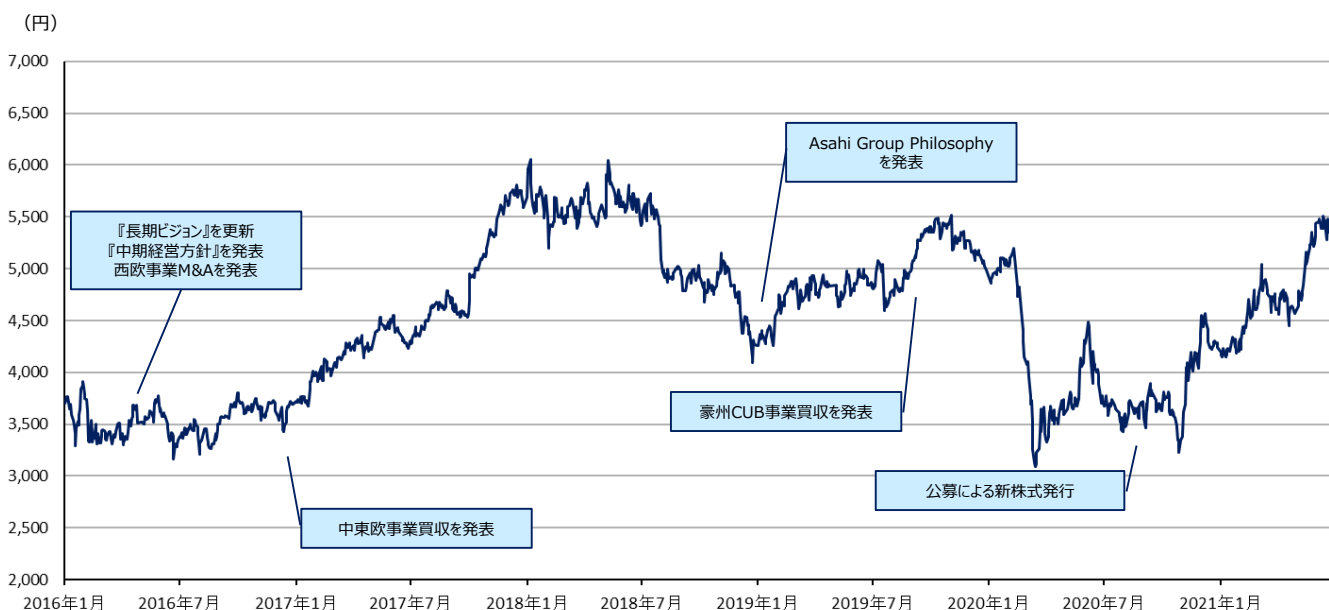
※「個人・その他」は自己名義株式を含む

大株主の状況

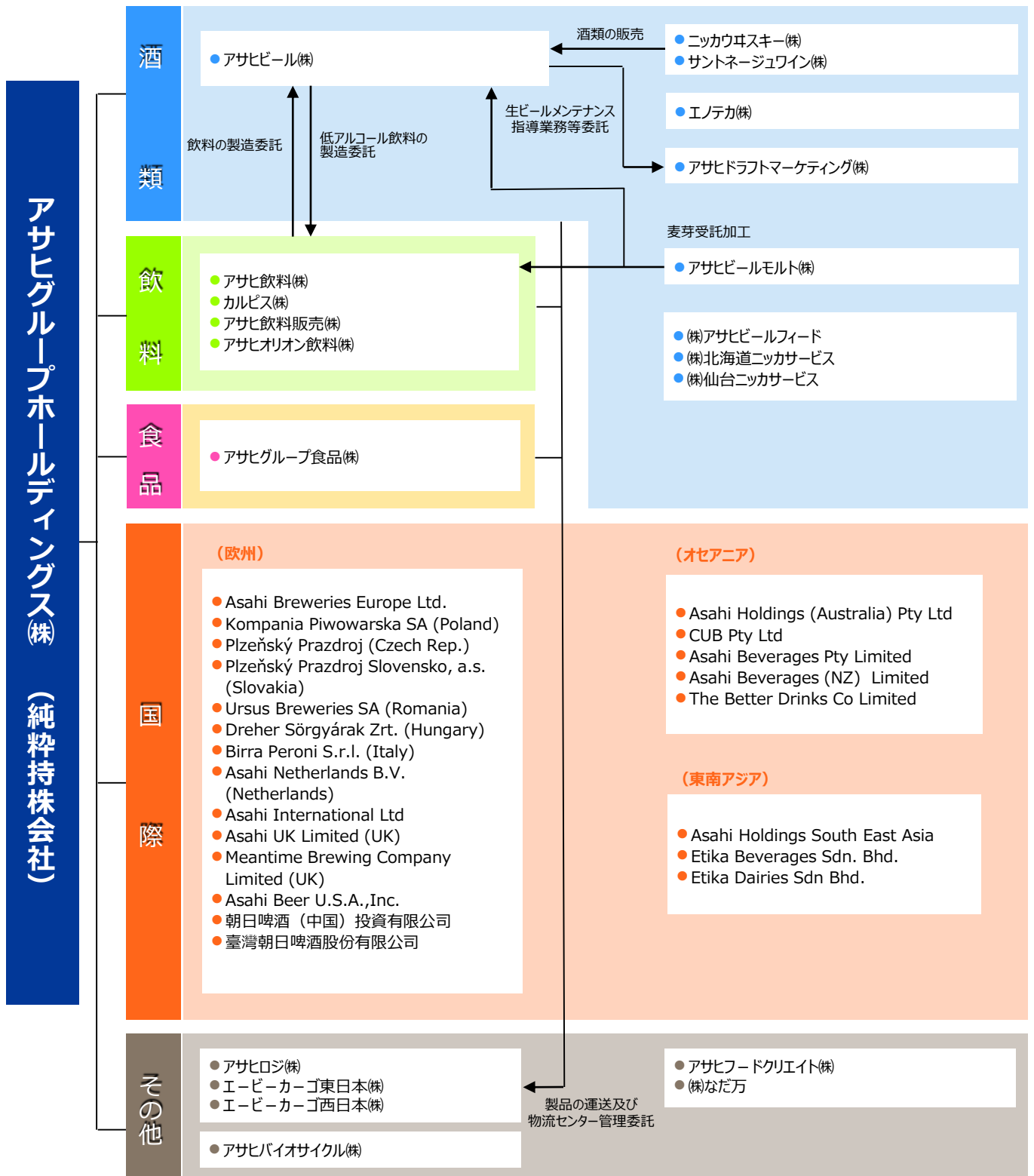
| 株主名 | 2020年12月31日現在 | |
|---------------------------------------|---------------|----------|
| | 持株数 (百株) | 持株比率 (%) |
| 日本スタートアップ信託銀行株式会社 (信託口) | 544,610 | 10.7% |
| 株式会社日本カストディ銀行 (信託口) | 222,510 | 4.4% |
| 第一生命保険株式会社 | 160,000 | 3.2% |
| SMB C日興証券株式会社 | 115,575 | 2.3% |
| 富国生命保険相互会社 | 100,000 | 2.0% |
| G I C P R I V A T E L I M I T E D - C | 96,399 | 1.9% |
| 旭化成株式会社 | 87,853 | 1.7% |
| J Pモルガン証券株式会社 | 84,289 | 1.7% |
| 株式会社三井住友銀行 | 80,280 | 1.6% |
| 三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社 | 75,627 | 1.5% |
| 合計 | 1,567,143 | 30.9% |

(注) 1. 持株比率は発行済株式の総数から自己株式(1,775百株)を控除して計算しております。
 なお、自己株式には、株式報酬制度の信託財産として、株式会社日本カストディ銀行が保有する当社株式1,104百株は含めておりません。
 2. 持株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 (終値ベース)



アサヒグループの主要な連結会社及び事業の系統図 (2021年6月30日現在)

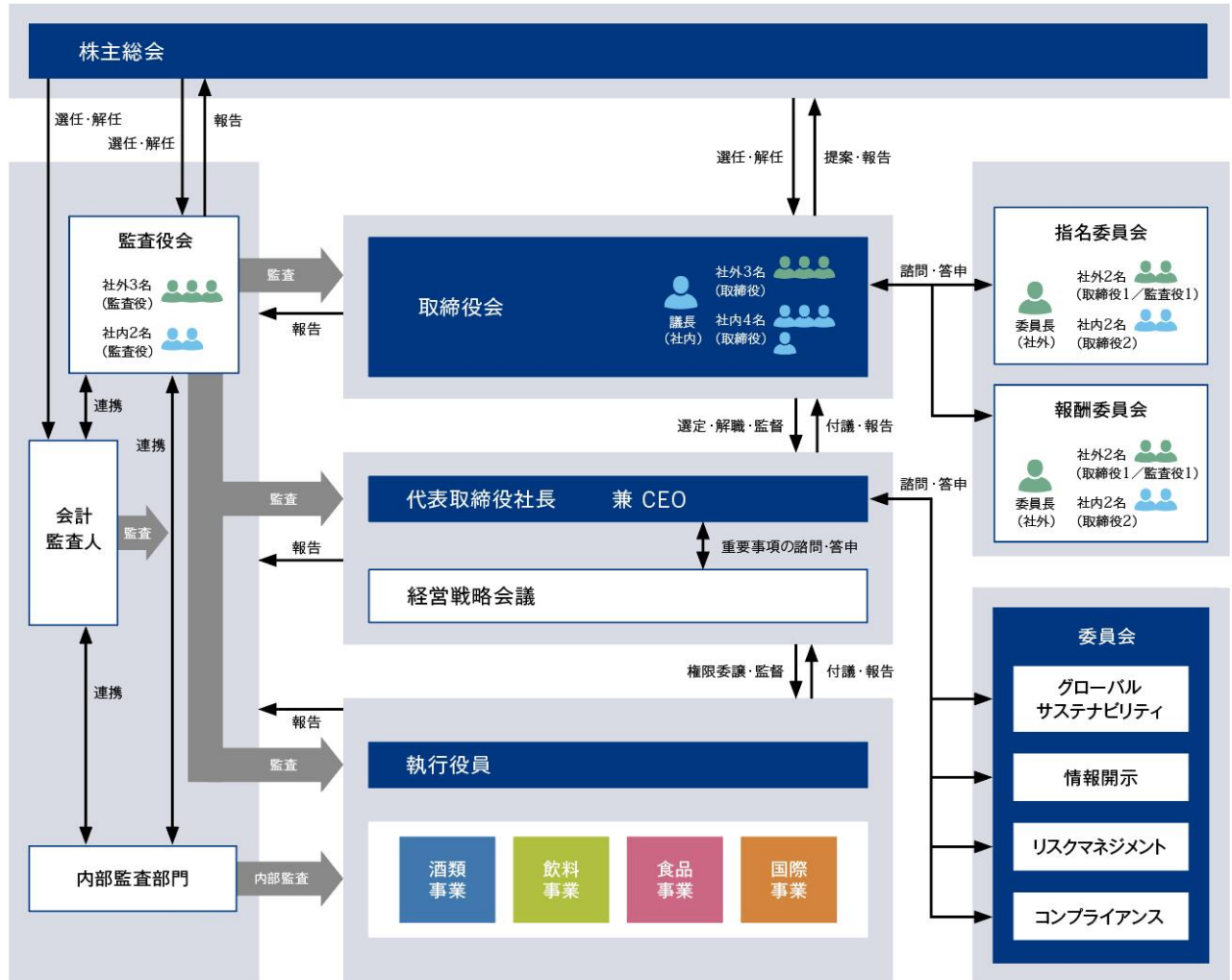


(※) 上記のほかに、アサヒクオリティーアンドイノベーションズ(株) (連結子会社) は、アサヒグループの企業価値向上につながる研究戦略の立案、それに基づく研究開発を行っています。また国内において、アサヒプロマネジメント(株) (連結子会社) は、ホールディングス機能会社として財務、ITなどのグループ本社機能を担うとともに、グループ関係会社に共通する給与・福利厚生、経理などの間接業務サービスを集約・効率化するシェアード機能を担っております。アサヒビジネスソリューションズ(株) (持分法適用関連会社) は、情報処理の受託業務を行っており、アサヒグループ全体の情報処理業務を行っております。(株)ア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、製造設備等の建築、設備の新設・更新、メンテナンス等を行っております。

コーポレートガバナンス体制図 (2021年3月31日現在)

コーポレート・ガバナンス体制図

社外 社内



社外取締役の全取締役に占める割合

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 取締役人数 | 10 | 10 | 10 | 9 | 9 |
| 社内取締役人数 | 7 | 7 | 7 | 6 | 6 |
| 社外取締役人数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 社外取締役の全取締役に占める割合 | 30.0% | 30.0% | 30.0% | 33.3% | 33.3% |

取締役および監査役の報酬額 (2020年度実績)

| | 固定報酬 | | 変動報酬 | | | | 総額 | | |
|-----------|------|------|------|------|------|------|-----|------|------|
| | 基本報酬 | | 年次賞与 | | 中期賞与 | | | 株式報酬 | |
| | 支払人員 | 支払総額 | 支払人員 | 支払総額 | 支払人員 | 支払総額 | | | |
| 取締役 | 9 | 343 | 6 | 205 | 6 | 81 | 6 | 82 | 711 |
| (うち社外取締役) | (3) | (51) | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) | (51) |
| 監査役 | 6 | 116 | - | - | - | - | - | - | 116 |
| (うち社外監査役) | (3) | (40) | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) | (40) |

※上記には、2020年3月25日開催の第96回定時株主総会終結の時をもって退任した監査役角田哲夫氏を含めております。

国内子会社 主な生産拠点数 (2021年6月30日現在)

| 工場名 | 主な商品 | 所在地 | 操業開始 |
|------------------------|---|----------|-------|
| アサヒビール【8工場】 | | | |
| 1 北海道工場 | ビール、発泡酒、リキュール | 北海道札幌市 | 1966年 |
| 2 福島工場 | ビール、発泡酒、リキュール、低アルコール飲料、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、低アルコール飲料、ビールテイスト清涼飲料、清涼飲料 | 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、清涼飲料 | 愛知県名古屋 | 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、ビールテイスト清涼飲料 | 福岡県福岡市 | 1921年 |
| ニッカウヰスキー【8工場】 | | | |
| 9 余市蒸溜所 | 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、甘味果実酒 | 青森県弘前市 | 1960年 |
| 11 宮城峡蒸溜所 | ウイスキー原酒、ジン | 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、サワー・ハイボール樽詰商品 | 千葉県柏市 | 1967年 |
| 14 西宮工場 | サワー・ハイボール樽詰商品 | 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 さつまいも蒸溜蔵 | 乙類焼酎 | 鹿児島県始良市 | - |
| 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、水、炭酸水 | 静岡県富士宮市 | 2001年 |
| 19 北陸工場 | コーヒー | 富山県下新川郡 | 1994年 |
| 20 明石工場 | 炭酸飲料、コーヒー、お茶飲料、低アルコール飲料 | 兵庫県明石市 | 1990年 |
| 21 六甲工場 | 水、炭酸水 | 兵庫県神戸市 | 2004年 |
| 22 富士吉田工場 | 水、炭酸水 | 山梨県富士吉田市 | 1990年 |
| 23 岡山工場 | 乳性・乳酸菌飲料、炭酸飲料、バター | 岡山県総社市 | 1968年 |
| 24 群馬工場 | 乳性・乳酸菌飲料、炭酸飲料、バター | 群馬県館林市 | 1972年 |
| アサヒグループ食品【7工場】 | | | |
| 25 茨城工場 | サプリメント | 茨城県常陸大宮市 | - |
| 26 大阪工場 | 胃腸・栄養補給薬 | 大阪府吹田市 | - |
| 27 栃木小金井工場 | 酵母エキス | 栃木県下野市 | - |
| 28 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 | 栃木県さくら市 | - |
| 29 岡山工場 | フリーズドライ食品、ベビーフード | 岡山県浅口郡 | - |
| 30 和光食品工業(株) | 業務用粉乳 | 長野県長野市 | - |
| 31 日本エフディ(株) | フリーズドライ食品 | 長野県安曇野市 | - |
| アサヒビールモルト【2工場】 | | | |
| 32 野洲工場 | 麦芽、粉末麦芽、むぎ茶 | 滋賀県野洲市 | - |
| 33 小金井工場 | " | 栃木県下野市 | - |
| アサヒバイオサイクル【1工場】 | | | |
| 34 群馬工場 | 飼料 | 群馬県館林市 | - |

海外子会社 主な生産拠点数 (2021年6月30日現在)

| エリア/事業 | 展開エリア | 工場数 |
|----------------|---|-----|
| 欧州 | | |
| 西欧ビール事業 | イタリア：3工場、オランダ：1工場、英国：2工場 | 6 |
| 中東欧ビール事業 | 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 | 11 |
| オセアニア | | |
| 飲料事業 | オーストラリア：7工場 | 7 |
| 酒類事業 | オーストラリア：6工場、NZ：1工場 | 7 |
| 東南アジア | | |
| 飲料事業 | マレーシア：2工場、インドネシア：2工場、ミャンマー：1工場 | 5 |
| その他 | | |
| アサヒバイオサイクル(飼料) | アメリカ：1工場 | 1 |

■ 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) [現アサヒグループ食品(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 |
| 1982 | 3月 | 三ツ矢フーズ(株) [現アサヒ飲料(株)] 設立 |
| | 11月 | レーベンプロイ社(ドイツ)と提携 |
| 1983 | 1月 | 『ウルキンソントンサン』の商標権取得 |
| 1985 | 10月 | C I 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) [現アサヒグループ食品(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 | ブレンド茶のバイオニア『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) [現アサヒグループ食品(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「煙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、「マキシム・ジャパン(株)」との戦略的販売提携契約締結 |
| | 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 |
| | 5月 | 北京啤酒朝日有限公司新工場 (通称：グリーン北京工場) 竣工、「《新》北京啤酒」発売 |
| | 7月 | 「ヘテ飲料(株)」連結子会社化 |
| | 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 |
| 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 |

■ M&A、資本参加、業務提携等 ■ 新商品発売

| 年 | 月 | 主な出来事 |
|------|--|---|
| 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 | 2月 | 新ジャンル『アサヒオフ』新発売 |
| | 4月 | 青島啤酒の発行済み株式の19.99%を取得 英・キャドバリーグループの所有する豪州飲料事業(シュウェップス・オーストラリア)を買収 |
| 2010 | 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 |
| | 12月 | カゴメ(株)の『六条麦茶』ブランドの譲渡契約締結 |
| | 2011 | 1月 |
| 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 |
| 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 | 2月 | 「長期ビジョン2020&中期経営計画2015」を発表 |
| | 3月 | 新ジャンル『クリアアサヒ プライムリッチ』新発売 |
| | 6月 | 「OSOTSPA CO., Ltd.」とのタイにおける「カルピス」ブランドの飲料製品の製造とマーケティング活動を行う合弁会社の契約締結 プレミアムビール(ギフト専用)『アサヒスーパードライプレミアム』新発売 |
| | 9月 | インドネシアにおけるペプシコグループのボトラ「PT Pepsi-Cola Indobeverages」の株式取得 |
| 2014 | 2月 | プレミアムビール『アサヒスーパードライドライプレミアム』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 | 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 | 1月 | 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SABMiller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SABMiller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 |
| 2018 | 3月 | 小路明善、社長兼CEOに就任。泉谷直木は代表取締役会長に専任 |
| | 4月 | 「アサヒカーボンゼロ」を設定 |
| 2019 | 1月 | 「Asahi Group Philosophy」を施行 |
| | 2月 | 「中期経営方針」を更新 「アサヒグループ環境ビジョン2050」を策定 |
| | 4月 | 英国Fuller, Smith & Turner P.L.C.のプレミアムビール・サイダー事業その他関連資産の取得 |
| | 5月 | 「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」提言への賛同を表明 「アサヒグループ人権方針」を策定 |
| 2020 | 3月 | 新ジャンル『アサヒ ザ・リッチ』新発売 |
| | 6月 | AB InBev社の豪州事業その他関連資産の取得 |
| | 10月 | 国内食品メーカーで初めて、グリーンボンドを発行 |
| 2021 | 3月 | 小路明善、会長兼取締役会議長に就任。勝木敦志、社長兼CEOに就任 |

| 日本会計基準 | 2015年 | 国際財務報告基準 (IFRS) | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 |
|--------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 損益計算書 (百万円) | | 損益計算書 (百万円) | | | | | |
| 売上高 | 1,857,418 | 売上収益 | 1,706,901 | 2,084,877 | 2,120,291 | 2,089,048 | 2,027,762 |
| 売上原価 (酒税額) | 1,100,519 (422,941) | 売上原価 (酒税額) | 1,098,173 (422,941) | 1,295,399 (495,494) | 1,303,246 (493,766) | 1,297,302 (478,108) | 1,283,150 (463,713) |
| 売上総利益 | 756,899 | 売上総利益 | 608,728 | 789,477 | 817,044 | 791,745 | 744,612 |
| 販売費及び一般管理費 (のれん等償却費) | 621,779 (16,271) | 販売費及び一般管理費 | 460,241 | 593,108 | 595,661 | 578,774 | 576,789 |
| 営業利益 | 135,119 | 買取に伴い生じた無形資産償却費 | (6,249) | (19,199) | (22,018) | (21,198) | (25,499) |
| 金融収支 | -919 | 営業利益 | 136,890 | 183,192 | 211,772 | 201,436 | 135,167 |
| 受取利息 | 583 | 金融収益 | 3,106 | 5,206 | 8,282 | 8,094 | 7,230 |
| 受取配当金 | 2,112 | 金融費用 | -4,066 | -10,368 | -12,731 | -13,012 | -14,982 |
| 支払利息 | -3,615 | 持分法による投資損益 | 1,974 | 1,055 | 887 | 872 | 285 |
| 持分法による投資損益 | 14,167 | 税引前利益 | 150,068 | 196,984 | 207,308 | 197,391 | 125,399 |
| 経常利益 | 145,946 | 当期利益 | 87,115 | 138,848 | 150,938 | 141,290 | 92,584 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 76,427 | 親会社の所有者に帰属する当期利益 | 89,221 | 141,003 | 151,077 | 142,207 | 92,826 |
| EBITDA ※1 | 197,994 | EBITDA ※1 | 205,803 | 285,394 | 318,463 | 304,848 | 269,447 |
| 設備投資・減価償却 (百万円) | | 設備投資・減価償却 (百万円) | | | | | |
| 設備投資額 | 52,099 | 設備投資額 | 63,471 | 89,563 | 78,243 | 86,123 | 84,455 |
| 減価償却費 | 46,603 | 減価償却費 | 51,067 | 69,827 | 75,062 | 70,678 | 76,124 |
| 貸借対照表 (百万円) | | 財政状態計算書 (百万円) | | | | | |
| 総資産 | 1,901,554 | 資産合計 | 2,094,332 | 3,346,822 | 3,079,315 | 3,140,788 | 4,439,378 |
| 流動資産 | 600,498 | 流動資産 | 635,026 | 812,426 | 714,576 | 735,113 | 689,086 |
| 売上債権 | 362,241 | 営業債権及びその他の債権 | 397,340 | 433,436 | 427,279 | 407,621 | 378,924 |
| 棚卸資産 | - | 棚卸資産 | 136,460 | 155,938 | 160,319 | 171,717 | 183,166 |
| 商品及び製品、原材料及び貯蔵品 | 132,315 | 非流動資産 | 1,459,305 | 2,534,396 | 2,364,738 | 2,405,674 | 3,750,292 |
| 固定資産 | 1,301,056 | のれん及び無形資産 | 499,489 | 1,538,679 | 1,428,543 | 1,398,422 | 2,701,985 |
| 有形固定資産 | 582,098 | 流動負債 | 819,556 | 1,052,157 | 939,591 | 1,075,673 | 1,652,655 |
| 流動負債 | 715,193 | 社債及び借入金 (流動) | 281,870 | 359,722 | 262,620 | 408,259 | 924,760 |
| 固定負債 | 294,531 | 非流動負債 | 428,670 | 1,141,917 | 990,076 | 816,835 | 1,268,906 |
| 金融債務 | 414,930 | 社債及び借入金 (長期) | 288,490 | 902,203 | 764,768 | 534,955 | 898,867 |
| 純資産 | 891,829 | 資本合計 | 846,105 | 1,152,748 | 1,149,647 | 1,248,279 | 1,517,816 |
| 自己資本 | 877,672 | 親会社の所有者に帰属する持分合計 | 836,354 | 1,145,135 | 1,146,420 | 1,246,314 | 1,516,124 |
| キャッシュフロー計算書 (百万円) | | キャッシュフロー計算書 (百万円) | | | | | |
| 営業キャッシュ・フロー | 112,765 | 営業キャッシュ・フロー | 154,452 | 231,712 | 252,441 | 253,469 | 275,859 |
| 投資キャッシュ・フロー | -75,583 | 投資キャッシュ・フロー | -268,507 | -885,823 | 22,505 | -103,666 | -1,243,372 |
| 財務キャッシュ・フロー | -73,044 | 財務キャッシュ・フロー | 119,554 | 661,882 | -270,564 | -158,841 | 956,759 |
| 現金及び現金同等物残高 | 43,290 | 現金及び現金同等物残高 | 48,459 | 58,054 | 57,317 | 48,489 | 48,460 |
| フリー・キャッシュ・フロー ※2 | 61,257 | フリー・キャッシュ・フロー ※2 | 96,304 | 143,830 | 164,553 | 168,148 | 196,826 |

※1: EBITDA = 営業利益 (のれん等償却前) + 減価償却費
 ※2: FCF = 営業CF - 投資CF (M&A等の事業再構築を除く) ただし2019年以前は、FCF = 営業CF ± 有形無形固定資産の取得

| 経営指標 | | 経営指標(※3) | | | | | |
|----------------------|----------------|-----------------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|
| ROE (自己資本当期利益率) | 8.8% | ROE (親会社所有者帰属持分当期利益率) | 11.0% | 13.7% | 15.2% | 13.0% | 7.5% |
| ROA (総資本経常利益率) | 7.6% | ROA (資産合計税引前利益率) | 7.7% | 7.2% | 6.5% | 6.3% | 3.3% |
| EPS (一株当たり当期純利益) | 166.3 | EPS (基本的・一株当たり当期利益) | 194.8 | 262.2 | 329.0 | 310.4 | 196.5 |
| BPS (一株当たり自己資本) | 1,916.7 | BPS (一株当たり親会社所有者帰属持分) | 1,825.6 | 2,499.6 | 2,502.7 | 2,720.8 | 2,992.1 |
| 投資指標 | | 投資指標(※3) | | | | | |
| 配当性向 | 30.1% | 配当性向 | 27.7% | 28.6% | 30.1% | 32.2% | 53.9% |
| 収益性指標 | | 収益性指標(※3) | | | | | |
| 売上総利益率 | 40.8% | 売上収益総利益率 | 35.7% | 37.9% | 38.5% | 37.9% | 36.7% |
| 営業利益率 (酒税抜き営業利益率) | 7.3% (9.4%) | 事業利益率 (酒税抜き事業利益率) | 8.7% (11.6%) | 9.4% (12.4%) | 10.4% (13.6%) | 10.2% (13.2%) | 8.3% (10.7%) |
| 経常利益率 | 7.9% | 営業利益率 | 8.0% | 8.8% | 10.0% | 9.6% | 6.7% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益率 | 4.1% | 親会社の所有者に帰属する当期利益率 | 5.2% | 6.8% | 7.1% | 6.8% | 4.6% |
| EBITDA比率 | 10.7% | EBITDA比率 | 12.1% | 13.7% | 15.0% | 14.6% | 13.3% |
| 効率性指標 | | 効率性指標(※3) | | | | | |
| 総資産回転率 | 0.97 | 総資産回転率 | 0.88 | 0.77 | 0.66 | 0.67 | 0.54 |
| 自己資本回転率 | 2.1 | 親会社所有者帰属持分回転率 | 2.1 | 2.1 | 1.9 | 1.7 | 1.5 |
| 有形固定資産回転率 | 3.1 | 有形固定資産回転率 | 3.1 | 3.2 | 3.0 | 2.9 | 2.6 |
| 棚卸資産回転率 | 14.5 | 棚卸資産回転率 | 12.8 | 14.3 | 13.4 | 12.6 | 11.4 |
| 売上債権回転率 | 5.2 | 営業債権回転率 | 4.5 | 5.0 | 4.9 | 5.0 | 5.2 |
| 安全性指標 | | 安全性指標(※3) | | | | | |
| 自己資本比率 | 46.2% | 親会社の所有者に帰属する持分比率 | 39.9% | 34.2% | 37.2% | 39.7% | 34.2% |
| 負債比率 | 115.0% | 負債比率 | 149.2% | 191.6% | 168.3% | 151.8% | 192.7% |
| 流動比率 | 84.0% | 流動比率 | 77.5% | 77.2% | 76.1% | 68.3% | 41.7% |
| 固定比率 | 148.2% | 非流動比率 | 174.5% | 221.3% | 206.3% | 193.0% | 247.4% |
| 固定長期適合率 | 111.0% | 非流動長期適合率 | 115.4% | 110.8% | 110.7% | 116.6% | 134.7% |
| インベスト・カパリティ・レシオ | 30.9 | インベスト・カパリティ・レシオ | 42.2 | 41.4 | 37.0 | 36.9 | 27.5 |
| ネット・デット・イグザシト | 0.47 | ネット・デット・イグザシト ※4 | 0.62 | 1.05 | 0.85 | 0.72 | 0.98 |
| ネット・デット/EBITDA | 1.85 | ネット・デット/EBITDA ※5 | 2.52 | 4.22 | 3.05 | 2.93 | 6.03 |

※3: 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。
 ※4: 2020年は、資本に劣後債発行残高 (3,000億円) の50%を付加し、ネット・デットから控除して算出。
 ※5: 2020年は、劣後債発行残高 (3,000億円) の50%を、ネット・デットから控除して算出。

事業セグメント別売上収益・事業利益推移

(億円)

| | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020年 | |
|----------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|
| | 売上収益 | 事業利益 | 売上収益 | 事業利益 | 売上収益 | 事業利益 | 売上収益 | 事業利益 | 売上収益 | 事業利益 |
| 酒類事業 | 9,766 | 1,208 | 9,689 | 1,215 | 9,194 | 1,171 | 8,869 | 1,055 | 7,583 | 804 |
| 飲料事業 | 3,639 | 323 | 3,745 | 383 | 3,688 | 381 | 3,769 | 334 | 3,534 | 278 |
| 食品事業 | 1,108 | 103 | 1,138 | 116 | 1,160 | 122 | 1,290 | 137 | 1,235 | 110 |
| 国際事業 | 2,503 | 123 | 6,211 | 659 | 7,133 | 996 | 6,985 | 1,023 | 7,930 | 941 |
| 無形資産償却費 | - | △62 | - | △192 | - | △220 | - | △212 | - | △255 |
| その他・調整額等 | 53 | △210 | 66 | △217 | 29 | △236 | △22 | △208 | △3 | △200 |
| 合計 | 17,069 | 1,485 | 20,849 | 1,964 | 21,203 | 2,214 | 20,890 | 2,130 | 20,278 | 1,678 |

設備投資・減価償却推移

(億円)

| | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020年 | |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|
| | 設備投資 | 減価償却 | 設備投資 | 減価償却 | 設備投資 | 減価償却 | 設備投資 | 減価償却 | 設備投資 | 減価償却 |
| 酒類事業 | 244 | 241 | 234 | 238 | 231 | 222 | 219 | 220 | 241 | 212 |
| 飲料事業 | 130 | 92 | 230 | 109 | 120 | 108 | 179 | 106 | 134 | 120 |
| 食品事業 | 36 | 33 | 47 | 34 | 31 | 35 | 55 | 38 | 38 | 41 |
| 国際事業 | 179 | 105 | 358 | 275 | 369 | 346 | 367 | 302 | 374 | 351 |
| その他・調整額等 | 46 | 39 | 25 | 42 | 30 | 39 | 41 | 42 | 58 | 37 |
| 合計 | 635 | 511 | 896 | 698 | 782 | 751 | 861 | 707 | 845 | 761 |

※設備投資及び減価償却費には、リース資産及び子会社取得時の商標権は含まず。

のれん及び無形資産

(億円)

| | 総資産 (連結) | 議決権の 所有割合 | 連結時期 | のれん・無形資産 | | | | | |
|---|----------------|--------------|-----------------|----------|--------|-------|-----|---------|----------------------------|
| | | | | 内訳 | 取得時発生額 | 償却期間 | 残年数 | 2020年末残 | 備考 |
| 酒類事業 | | | | のれん | | | | 61 | |
| | | | | 無形資産 | | | | 10 | |
| 飲料事業 | | | | のれん | | | | 233 | |
| | | | | 無形資産 | | | | 192 | |
| アサヒ飲料 | 2,404 | 100.0% | - | のれん | 259 | - | - | 230 | カルビス取得：2012年10月 |
| | | | | 無形資産 | 346 | 5-20 | - | 192 | カルビス取得：2012年10月 |
| 食品事業 | | | | のれん | | | | 45 | |
| | | | | 無形資産 | | | | - | |
| アサヒグループ食品 | 836 | 100.0% | - | | 236 | - | - | 45 | 和光堂取得：2006年4月22日、2007年3月9日 |
| 国際事業 | | | | のれん | | | | 16,900 | |
| | | | | 無形資産 | | | | 9,262 | |
| Asahi International Ltd (欧州事業) | 2,849 | 100.0% | 2016年10月 | のれん | 1,377 | - | - | 1,009 | |
| | | | | 無形資産 | 1,626 | 5-40 | - | 756 | |
| Asahi Breweries Europe Ltd (欧州事業) | 13,706 | 100.0% | 2017年3月 | のれん | 4,280 | - | - | 4,985 | 外貨ベース ※為替変動の影響により変動します |
| | | | | 無形資産 | 4,755 | 40 | - | 5,293 | |
| Asahi Holdings (Australia) (オセアニア事業) | 17,366 (*1) | 100.0% | 2009年4月 (*2) | のれん | 10,596 | - | - | 10,885 | |
| | | | | 無形資産 | 3,010 | 10-40 | - | 3,089 | |
| 東南アジア事業 | 1,443 (*3) | 100.0% | 2011年11月 | のれん | 381 | - | - | 17 | |
| | | | | 無形資産 | 115 | 10 | - | 44 | |
| その他事業 | | | | のれん | | | | - | |
| | | | | 無形資産 | | | | 3 | |
| 合計 | | | | のれん | | | | 17,239 | |
| | | | | 無形資産 | | | | 9,467 | |

(*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)、CUB (2020年6月)

(*3) 東南アジア事業各社の合算総資産

(*4) 上記の無形資産は、買収にかかる無形資産(商標権等)を集計しているため、連結財政状態計算書の「のれん及び無形資産」の金額とは一致せず

アサヒビール株式会社

会社概要 ※2020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

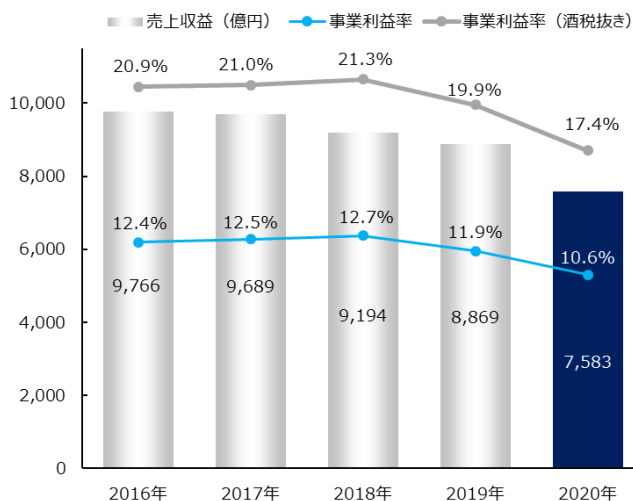
設立 1949年9月※

資本金 200億円

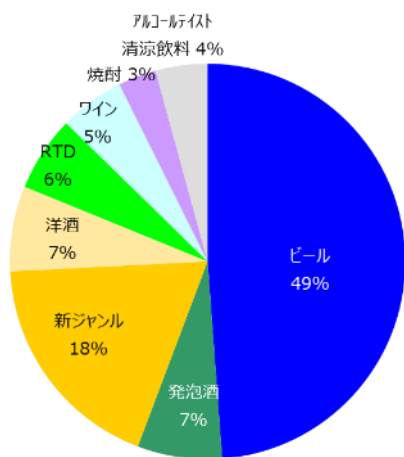
従業員数 5,949名 (酒類事業連結)

※2011年7月に、純粋持株会社化に伴い、分割設立

酒類事業 売上収益・事業利益率推移



主なカテゴリー別構成比 (2020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

さらりとした飲み口、キレ味さえる、いわば辛口の生ビールです。



アサヒ スタイルフリー <生>

「糖質0※」の発泡酒。すっきり爽快な飲みやすさとしつかりした麦の味わいが特長。<生>製法で本格的な飲みごたえ。糖質の気になる方にも嬉しい商品です。

※食品表示基準による



クリアアサヒ

『磨いて磨いて磨き抜いた“麦の味”』を楽しめる新ジャンル。口に含んだ瞬間の麦のうまみと香り、渋み・雑味を徹底的に排除した後味の良さが特長です。



アサヒ ザ・リッチ

プレミアムビールのうまさを目指してつくった、贅沢新ジャンル。贅沢醸造で丁寧にこだわって作り、贅沢なコクを実現しています。アルコール分は、すこし高めめの6%。日々をちょっとリッチな気分できつろぐのにふさわしい商品です。

ビールテイスト清涼飲料



アサヒ ドライゼロ

“最もビールに近い味”を目指し、売上No.1※を達成したノンアルコールビールテイストです。“ドライなノドごし”と“クリーミーな泡”のビールらしい飲みごたえと、食事に合うすっきりした味わいを楽しめます。

※インテグリティノンアルコールビールテイスト飲料市場 2017年10月～2019年9月 累計販売金額 7業態計(SM・CVS・酒DS・一般酒店・業務用酒店・DRUG・ホームセンター計)

ビール類以外の酒類



<洋酒>



<RTD>

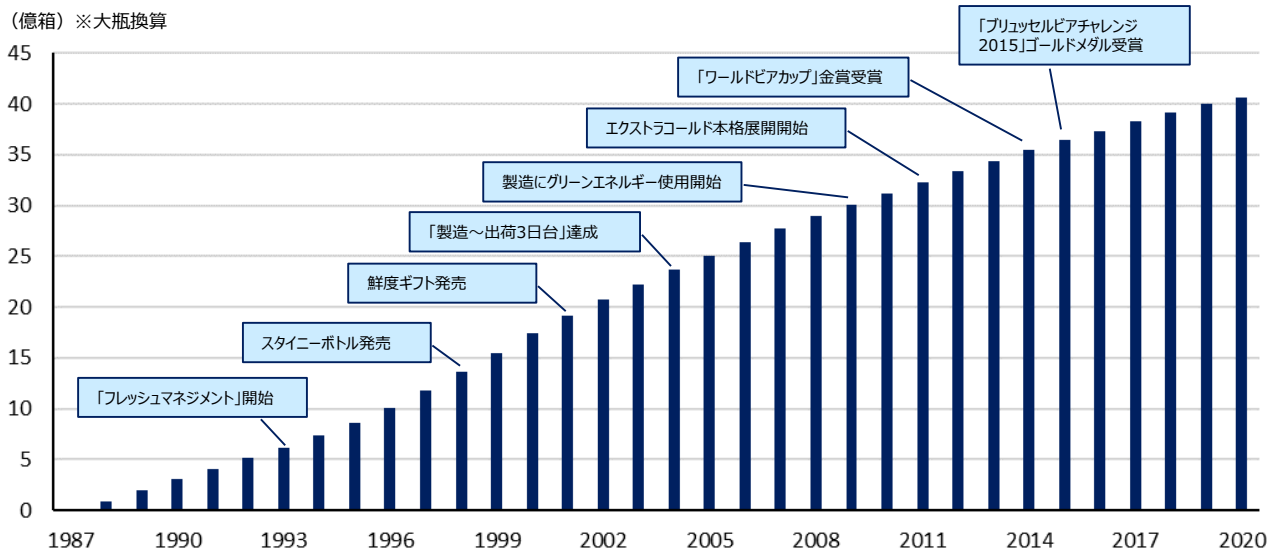


<ワイン>



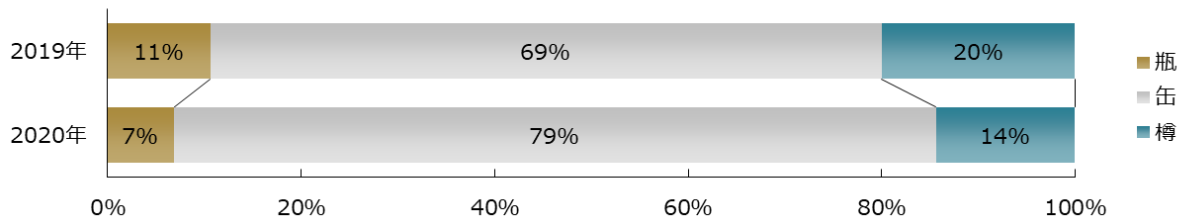
<焼酎>

■ スーパードライ 累計販売数量

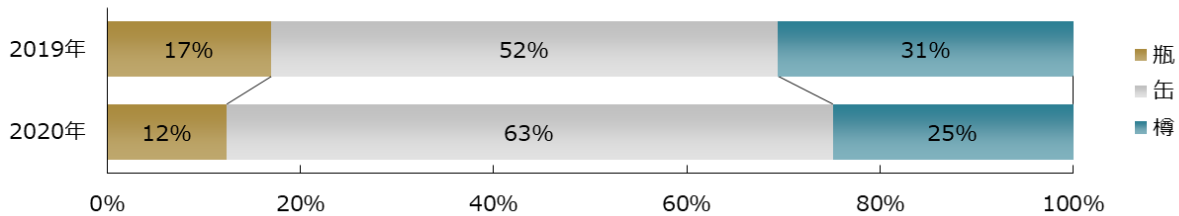


■ 当社 容器別販売数量構成比 (2020年1-12月実績)

ビール類計



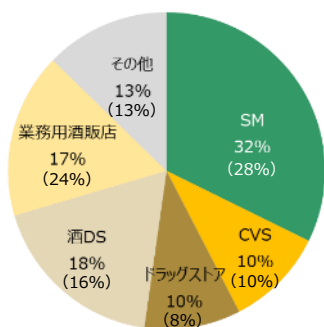
ビール



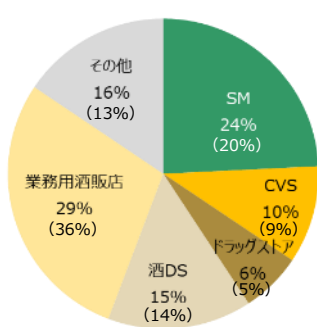
■ 当社 業態別販売数量構成比 (2020年1-12月実績, 当社推定値)

※ () 内は2019年構成比

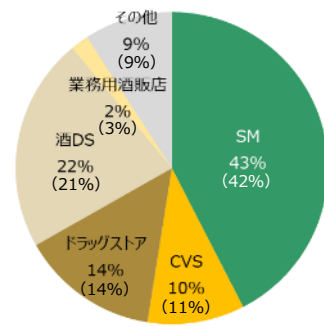
ビール類計



ビール



発泡酒・新ジャンル計



アサヒビール カテゴリ別販売動向

| | | 1月 | 2月 | 3月 | 1-3月累計 | 4月 | 5月 | 6月 | 4-6月累計 | 1-6月累計 | |
|----|-------------------|-----|-----|-----|--------|-------|------|------|--------|--------|--------|
| 当社 | ビール類 | 億円 | - | - | - | 1,175 | - | - | - | 1,328 | 2,503 |
| | | 前年比 | -8% | 4% | -19% | -8.8% | -34% | -22% | -16% | -23.7% | -17.3% |
| | 洋酒 | 億円 | - | - | - | 132 | - | - | - | 117 | 249 |
| | | 前年比 | 7% | 13% | -3% | 4.7% | -27% | -26% | -10% | -21.7% | -9.6% |
| | RTD | 億円 | - | - | - | 104 | - | - | - | 125 | 229 |
| | | 前年比 | 9% | 10% | -1% | 5.5% | 4% | 3% | 6% | 4.2% | 4.8% |
| | ワイン | 億円 | - | - | - | 32 | - | - | - | 31 | 63 |
| | | 前年比 | 3% | 1% | -20% | -6.9% | -21% | -12% | -12% | -15.5% | -11.3% |
| | 焼酎 | 億円 | - | - | - | 58 | - | - | - | 59 | 117 |
| | | 前年比 | 3% | 3% | -8% | -1.4% | -11% | -6% | -13% | -10.4% | -6.2% |
| | アルコールテイスト 清涼飲料 | 億円 | - | - | - | 62 | - | - | - | 77 | 140 |
| | | 前年比 | 5% | 6% | -6% | 0.9% | -24% | -14% | 5% | -11.4% | -6.3% |

| | | 7月 | 8月 | 9月 | 7-9月累計 | 10月 | 11月 | 12月 | 10-12月累計 | 7-12月累計 | 1-12月累計 | |
|----|-------------------|-----|------|------|--------|--------|------|------|----------|---------|---------|--------|
| 当社 | ビール類 | 億円 | - | - | - | 1,600 | - | - | - | 1,510 | 3,110 | 5,613 |
| | | 前年比 | -6% | -20% | -19% | -14.9% | -10% | -14% | -16% | -13.8% | -14.4% | -15.7% |
| | 洋酒 | 億円 | - | - | - | 128 | - | - | - | 149 | 277 | 526 |
| | | 前年比 | -7% | -22% | -15% | -14.8% | 4% | -7% | -8% | -4.3% | -9.5% | -9.5% |
| | RTD | 億円 | - | - | - | 121 | - | - | - | 112 | 234 | 463 |
| | | 前年比 | 3% | -14% | 7% | -1.8% | 6% | 5% | -9% | -0.2% | -1.0% | 1.8% |
| | ワイン | 億円 | - | - | - | 29 | - | - | - | 42 | 72 | 135 |
| | | 前年比 | -9% | -21% | -14% | -14.8% | -10% | -19% | -14% | -14.9% | -14.9% | -13.2% |
| | 焼酎 | 億円 | - | - | - | 53 | - | - | - | 63 | 116 | 233 |
| | | 前年比 | -10% | -26% | -26% | -21.3% | 2% | -16% | -20% | -12.7% | -16.8% | -11.8% |
| | アルコールテイスト 清涼飲料 | 億円 | - | - | - | 98 | - | - | - | 84 | 181 | 321 |
| | | 前年比 | 0% | -4% | -1% | -1.8% | 2% | 4% | -1% | 1.2% | -0.5% | -3.1% |

アサヒビール ビール類ブランド別販売動向

※出典：市場については当社推計

| | | 1月 | 2月 | 3月 | 1-3月累計 | 4月 | 5月 | 6月 | 4-6月累計 | 1-6月累計 | |
|----|---------|-----|-----|-----|--------|--------|------|------|--------|---------|--------|
| 当社 | スーパードライ | 万箱 | 418 | 518 | 476 | 1,412 | 347 | 416 | 612 | 1,375 | 2,787 |
| | | 前年比 | -3% | 4% | -28% | -10.9% | -52% | -35% | -22% | -36.3% | -25.6% |
| | スタイルフリー | 万箱 | 63 | 85 | 91 | 239 | 104 | 105 | 103 | 312 | 551 |
| | | 前年比 | 0% | 6% | 2% | 3.0% | 10% | 13% | 0% | 7.2% | 5.4% |
| | クリアアサヒ | 万箱 | 95 | 150 | 134 | 379 | 153 | 149 | 163 | 465 | 844 |
| | | 前年比 | -4% | 18% | -18% | -2.8% | -7% | -6% | -8% | -7.0% | -5.2% |
| 市場 | ビール | 前年比 | - | - | - | ▲12%程度 | - | - | - | ▲36~37% | ▲26%程度 |
| | 発泡酒 | 前年比 | - | - | - | ▲4~5% | - | - | - | +1~2% | ▲1%程度 |
| | 新ジャンル | 前年比 | - | - | - | +1~2% | - | - | - | +10~11% | +6~7% |
| | 合計 | 前年比 | - | - | - | ▲5~6% | - | - | - | ▲12~13% | ▲9~10% |

| | | 7月 | 8月 | 9月 | 7-9月累計 | 10月 | 11月 | 12月 | 10-12月累計 | 7-12月累計 | 1-12月累計 | |
|----|---------|-----|------|------|--------|--------|------|------|----------|---------|---------|---------|
| 当社 | スーパードライ | 万箱 | 702 | 611 | 502 | 1,815 | 529 | 560 | 827 | 1,916 | 3,731 | 6,517 |
| | | 前年比 | -11% | -28% | -32% | -23.6% | -3% | -16% | -19% | -14.0% | -19.0% | -22.0% |
| | スタイルフリー | 万箱 | 103 | 104 | 103 | 310 | 92 | 91 | 120 | 303 | 613 | 1,165 |
| | | 前年比 | 12% | 1% | -6% | 1.6% | 12% | 1% | 11% | 8.2% | 4.8% | 5.1% |
| | クリアアサヒ | 万箱 | 161 | 173 | 193 | 527 | 91 | 148 | 157 | 396 | 923 | 1,768 |
| | | 前年比 | 5% | -5% | 4% | 1.3% | -31% | -3% | -17% | -16.5% | -7.1% | -6.2% |
| 市場 | ビール | 前年比 | - | - | - | ▲25%程度 | - | - | - | ▲13~14% | ▲19%程度 | ▲22~23% |
| | 発泡酒 | 前年比 | - | - | - | ▲5~6% | - | - | - | +3~4% | ▲1~2% | ▲1~2% |
| | 新ジャンル | 前年比 | - | - | - | +9~10% | - | - | - | ▲13%程度 | ▲1%程度 | +2~3% |
| | 合計 | 前年比 | - | - | - | ▲8~9% | - | - | - | ▲11~12% | ▲9~10% | ▲9~10% |

アサヒビール カテゴリ別販売動向

| | | 1月 | 2月 | 3月 | 1-3月累計 | 4月 | 5月 | 6月 | 4-6月累計 | 1-6月累計 | |
|----|-------------------|-----|------|------|--------|--------|------|------|--------|--------|--------|
| 当社 | ビール類 | 億円 | - | - | - | 965 | - | - | - | 1,343 | 2,308 |
| | | 前年比 | -31% | -24% | -2% | -17.9% | 27% | -10% | -9% | 1.1% | -7.8% |
| | 洋酒 | 億円 | - | - | - | 107 | - | - | - | 119 | 225 |
| | | 前年比 | -28% | -22% | -9% | -18.9% | 18% | -7% | -7% | 1.2% | -9.4% |
| | RTD | 億円 | - | - | - | 81 | - | - | - | 92 | 173 |
| | | 前年比 | -33% | -25% | -11% | -22.1% | -18% | -30% | -31% | -26.4% | -24.4% |
| | ワイン | 億円 | - | - | - | 28 | - | - | - | 29 | 56 |
| | | 前年比 | -26% | -17% | 0% | -13.9% | 1% | -15% | -13% | -8.2% | -11.1% |
| | 焼酎 | 億円 | - | - | - | 50 | - | - | - | 47 | 98 |
| | | 前年比 | -25% | -22% | 3% | -13.7% | -18% | -24% | -16% | -19.4% | -16.5% |
| | アルコールテイスト 清涼飲料 | 億円 | - | - | - | 61 | - | - | - | 106 | 168 |
| | | 前年比 | -15% | -6% | 14% | -1.3% | 49% | 23% | 41% | 37.6% | 20.3% |

| | | 7月 | 8月 | 9月 | 7-9月累計 | 10月 | 11月 | 12月 | 10-12月累計 | 7-12月累計 | 1-12月累計 |
|----|-------------------|-----|----|----|--------|-----|-----|-----|----------|---------|---------|
| 当社 | ビール類 | 億円 | | | | | | | | | |
| | | 前年比 | | | | | | | | | |
| | 洋酒 | 億円 | | | | | | | | | |
| | | 前年比 | | | | | | | | | |
| | RTD | 億円 | | | | | | | | | |
| | | 前年比 | | | | | | | | | |
| | ワイン | 億円 | | | | | | | | | |
| | | 前年比 | | | | | | | | | |
| | 焼酎 | 億円 | | | | | | | | | |
| | | 前年比 | | | | | | | | | |
| | アルコールテイスト 清涼飲料 | 億円 | | | | | | | | | |
| | | 前年比 | | | | | | | | | |

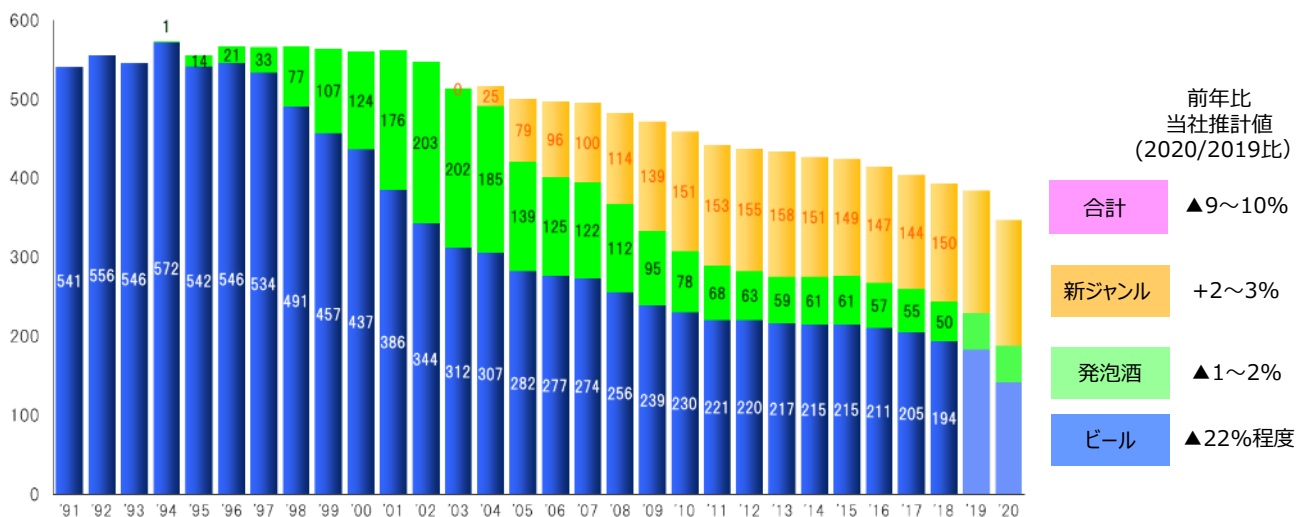
アサヒビール ビール類ブランド別販売動向

※出典：市場については当社推計

| | | 1月 | 2月 | 3月 | 1-3月累計 | 4月 | 5月 | 6月 | 4-6月累計 | 1-6月累計 | |
|----|---------|-----|------|------|--------|---------|-----|------|--------|---------|---------|
| 当社 | スーパードライ | 万箱 | 227 | 327 | 472 | 1,026 | 552 | 377 | 551 | 1,480 | 2,507 |
| | | 前年比 | -46% | -37% | -28% | -27.3% | 59% | -35% | -22% | 7.6% | -10.1% |
| | スタイルフリー | 万箱 | 69 | 87 | 99 | 256 | 105 | 105 | 113 | 323 | 578 |
| | | 前年比 | 10% | 3% | 9% | 7.1% | 10% | 1% | 9% | 3.4% | 5.0% |
| | クリアアサヒ | 万箱 | 76 | 119 | 134 | 329 | 141 | 126 | 142 | 410 | 738 |
| | | 前年比 | -20% | -20% | 0% | -13.3% | -8% | -15% | -12% | -11.9% | -12.5% |
| 市場 | ビール | 前年比 | - | - | - | ▲19~20% | - | - | - | +14~15% | ▲2~3% |
| | 発泡酒 | 前年比 | - | - | - | +8%程度 | - | - | - | ▲0~1% | +3%程度 |
| | 新ジャンル | 前年比 | - | - | - | ▲6%程度 | - | - | - | ▲15~16% | ▲11~12% |
| | 合計 | 前年比 | - | - | - | ▲9~10% | - | - | - | ▲3~4% | ▲6~7% |

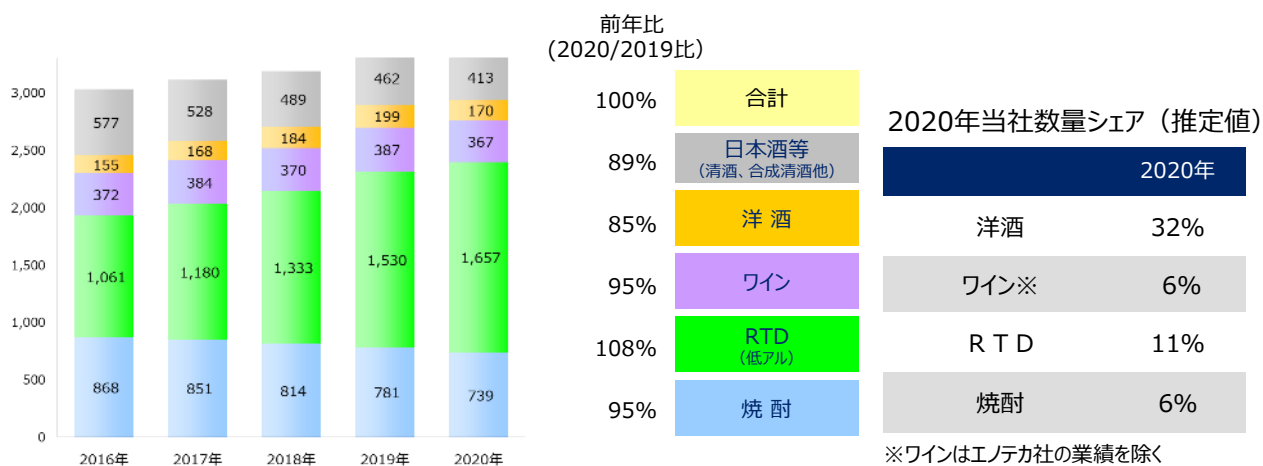
| | | 7月 | 8月 | 9月 | 7-9月累計 | 10月 | 11月 | 12月 | 10-12月累計 | 7-12月累計 | 1-12月累計 |
|----|---------|-----|----|----|--------|-----|-----|-----|----------|---------|---------|
| 当社 | スーパードライ | 万箱 | | | | | | | | | |
| | | 前年比 | | | | | | | | | |
| | スタイルフリー | 万箱 | | | | | | | | | |
| | | 前年比 | | | | | | | | | |
| | クリアアサヒ | 万箱 | | | | | | | | | |
| | | 前年比 | | | | | | | | | |
| 市場 | ビール | 前年比 | | | | | | | | | |
| | 発泡酒 | 前年比 | | | | | | | | | |
| | 新ジャンル | 前年比 | | | | | | | | | |
| | 合計 | 前年比 | | | | | | | | | |

ビール類市場規模 (百万箱, 課税数量ベース, 5社計)



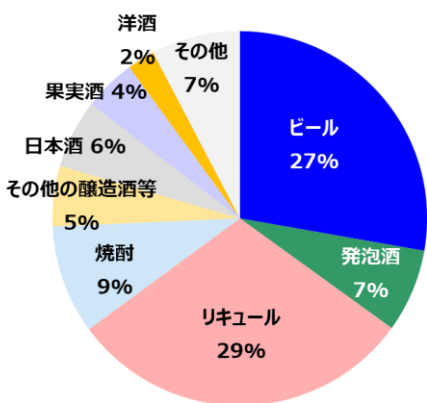
※「ビール酒造組合」「発泡酒の税制を考える会」が課税数量発表を2018年をもって終了したため、2019年以降は当社による推計

総合酒類市場規模 (千KL, 課税数量ベース, 推定値)

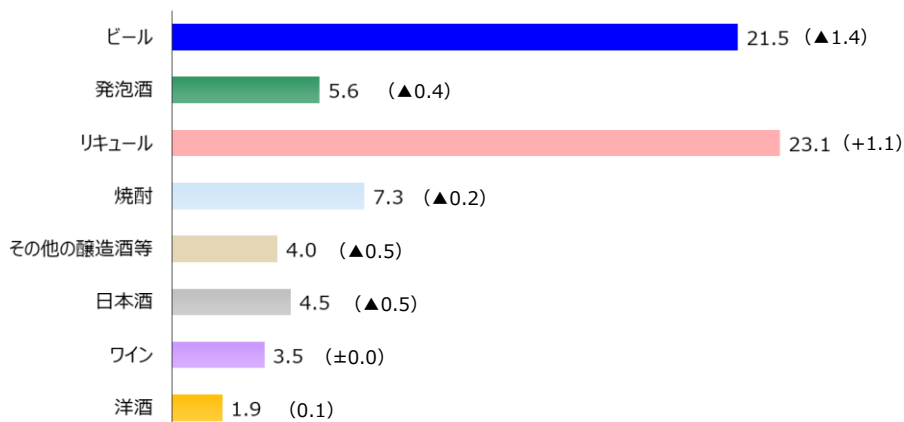


酒類消費数量 (出典：国税庁、2019年度)

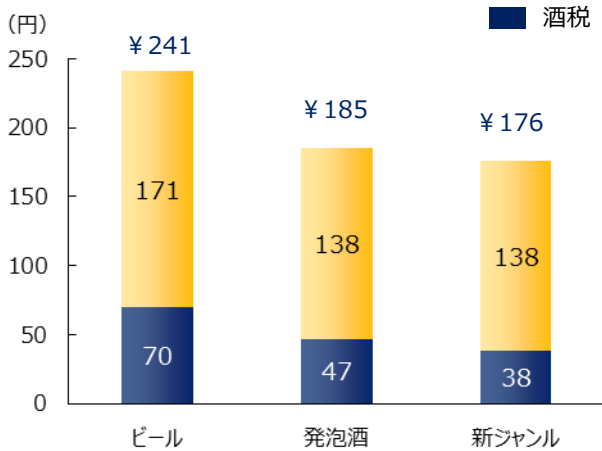
カテゴリー構成比



成人一人当り消費量 (リットル/年)

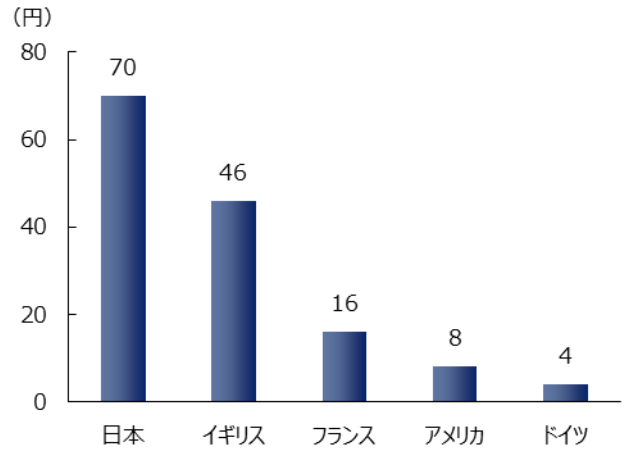


<国内> 350ml当たりの酒税比較 (円)



※最上部の価格は、大手CVSチェーンの店頭価格
(消費税込み、2020年末時点)

<主要国> ビールの酒税税額比較 (円)

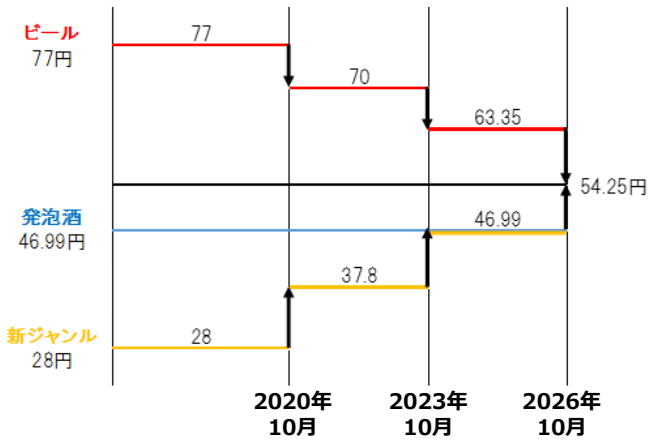


出典：ビール酒造組合 (2020年8月)

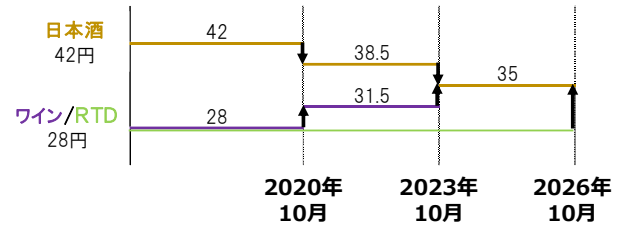
注) ①金額は350ml当たりの円で示す。
②邦貨換算は2020年5月末時点のTTMLレートによる。
③アメリカはニューヨークでの調査。

酒税改正の流れ ※350mlあたりの税額

<ビール類>

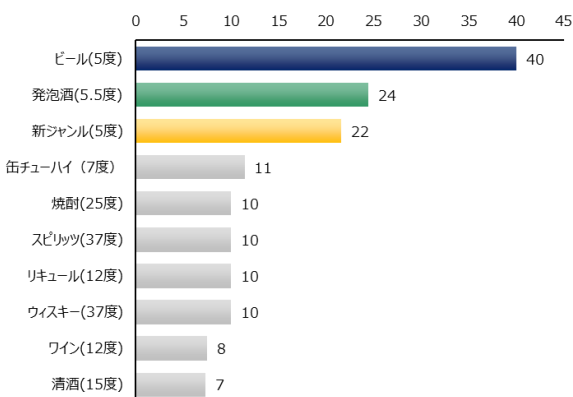


<日本酒・ワイン・RTD>



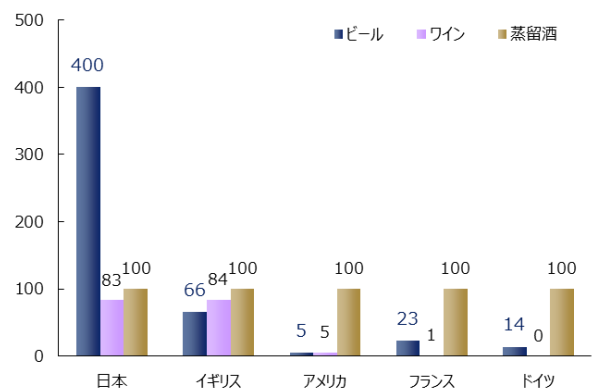
※焼酎及び洋酒は改正無し

<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」(2020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 (2020年8月)

注) アメリカはニューヨークでの調査。

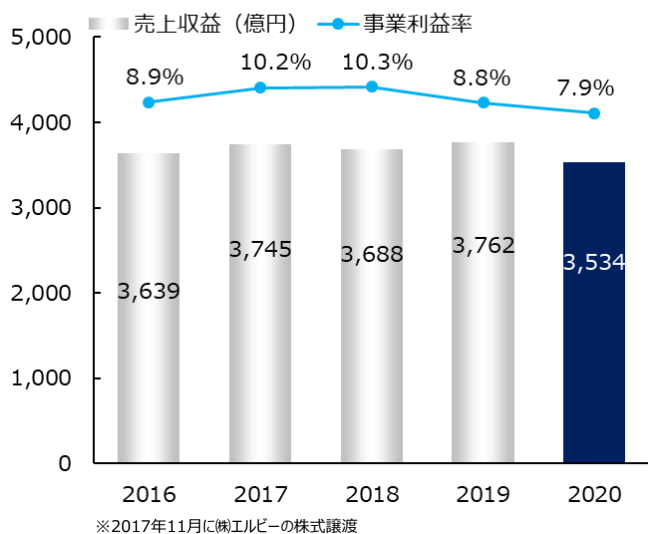
アサヒ飲料株式会社

会社概要 ※2020年12月末現在

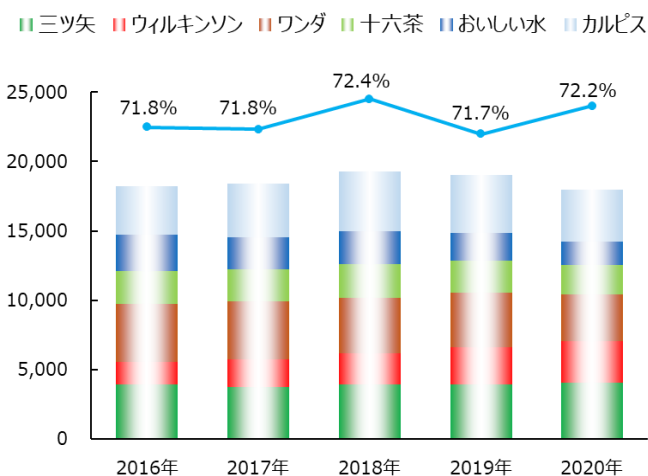
事業分野 各種飲料水の製造・販売、自動販売機のオペレーションなどを行っております。
2012年に買収したカルピス社との統合を推進し、2016年からは新生「アサヒ飲料社」として主力の6ブランド（「三ツ矢サイダー」「ウィルキンソン」「ワダ」「十六茶」「おいしい水」「カルピス」）に注力するとともに、健康領域への取組みを強化しております。

| | |
|------|-------------|
| 設立 | 1982年3月 |
| 資本金 | 111億円 |
| 従業員数 | 3,655名 (連結) |

飲料事業 売上収益・事業利益率推移



主要6ブランドの販売数量構成比推移 (万箱)



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)

100年を超える伝統と信頼の炭酸水No.1ブランド。磨かれた水と強めの炭酸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本格炭酸水です。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



ワダ モーニングショット (缶185g)

「スツと飲んで、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)：185g 115円



アサヒ 十六茶 (PET630ml)

東洋健康思想に基づく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)：630ml 140円



アサヒ おいしい水 (PET600ml)

数十年かけて地下150m以上の深さまでしみ込むうちに、地層によって研ぎ澄まされていった「深井戸水」。大地が作ったこのなめらかな水を直接汲みあげたナチュラルミネラルウォーターです。

希望小売価格(税別)：600ml 115円



「カルピス」 (「ピースボトル」470ml)

国産生乳と100年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。自分の好みの味を楽しく作れ、笑顔や会話が広がります。

希望小売価格(税別)：470ml 460円

※希望小売価格(税別)は2020年12月時点の価格となります。

アサヒ飲料 月次販売動向前年比 (2021年1-6月)

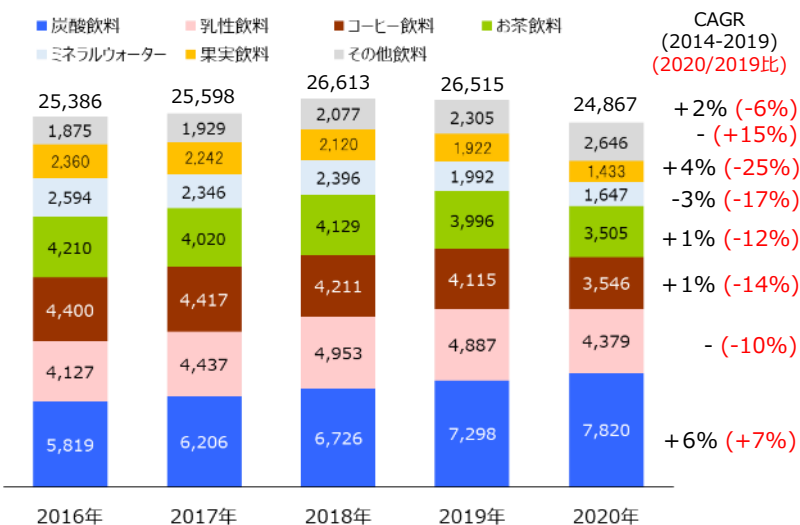
| カテゴリ/ブランド | 1月 | 2月 | 3月 | 1-3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 4-6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 7-9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 10-12月 | 上期 | 下期 | 年間計 |
|-------------|------|------|------|------|-----|------|------|------|----|----|----|------|-----|-----|-----|--------|-----|----|-----|
| 炭酸 | 9% | 5% | 3% | 5% | 17% | -10% | -1% | 1% | | | | | | | | | 3% | | |
| 三ツ矢 | 16% | 4% | 0% | 5% | 11% | -12% | 2% | -1% | | | | | | | | | 2% | | |
| ウィルキンソン | 3% | 5% | 9% | 6% | 33% | -7% | -1% | 6% | | | | | | | | | 6% | | |
| 乳性 | 2% | -10% | -11% | -7% | 10% | -9% | 1% | 0% | | | | | | | | | -3% | | |
| カルピス ストレート | 5% | -13% | -10% | -7% | 12% | -9% | 5% | 2% | | | | | | | | | -2% | | |
| カルピス コク | 16% | 6% | -11% | 1% | -1% | -14% | -12% | -10% | | | | | | | | | -6% | | |
| コーヒー | 16% | 8% | -12% | 1% | 13% | 12% | -1% | 7% | | | | | | | | | 4% | | |
| ワnda | 16% | 7% | -10% | 2% | 13% | 10% | -2% | 7% | | | | | | | | | 4% | | |
| お茶 | -9% | -26% | 4% | -10% | 16% | 9% | 9% | 11% | | | | | | | | | -2% | | |
| 十六茶 | -3% | -31% | 16% | -5% | 14% | 3% | 9% | 9% | | | | | | | | | 3% | | |
| ミネラルウォーター | -4% | -19% | -19% | -15% | 2% | 1% | -9% | -3% | | | | | | | | | -9% | | |
| おいしい水 | -4% | -19% | -19% | -15% | 2% | 1% | -9% | -3% | | | | | | | | | -9% | | |
| 果汁 | -29% | -1% | -1% | -10% | 21% | 1% | -2% | 7% | | | | | | | | | -1% | | |
| 合計 | 3% | -6% | -3% | -2% | 15% | -1% | -1% | 4% | | | | | | | | | 1% | | |
| 飲料市場 (当社推定) | -8% | -7% | -2% | -6% | 18% | 5% | 0% | 7% | | | | | | | | | 1% | | |

アサヒ飲料 月次販売動向前年比 (2020年1-12月)

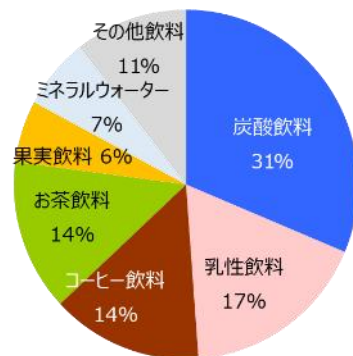
| カテゴリ/ブランド | 1月 | 2月 | 3月 | 1-3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 4-6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 7-9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 10-12月 | 上期 | 下期 | 年間計 |
|-------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|--------|------|------|------|
| 炭酸 | 3% | 11% | 5% | 6% | -6% | 11% | 15% | 7% | 17% | 9% | 11% | 9% | 0% | 4% | 0% | 2% | 7% | 8% | 7% |
| 三ツ矢 | -8% | -2% | -6% | -5% | -3% | 12% | 8% | 6% | 15% | 7% | 12% | 5% | 2% | 7% | -2% | 2% | 1% | 7% | 4% |
| ウィルキンソン | 12% | 28% | 25% | 22% | -15% | 9% | 19% | 5% | 19% | 11% | 16% | 13% | -2% | 3% | 5% | 2% | 12% | 9% | 10% |
| 乳性 | 0% | -10% | -9% | -7% | -20% | -15% | -12% | -15% | 5% | -7% | -9% | -9% | -22% | -10% | -11% | -15% | -12% | -9% | -10% |
| カルピス ストレート | 1% | -7% | -9% | -6% | -21% | -18% | -14% | -17% | 0% | -9% | -10% | -10% | -25% | -11% | -11% | -16% | -13% | -11% | -12% |
| カルピス コク | -2% | -1% | 3% | 0% | -3% | 3% | -2% | -1% | 34% | 25% | 14% | 8% | 7% | -12% | -5% | -4% | -1% | 13% | 6% |
| コーヒー | -9% | -15% | -4% | -9% | -21% | -30% | -23% | -25% | 19% | -9% | -11% | -2% | -3% | -21% | -22% | -16% | -18% | -10% | -14% |
| ワnda | -10% | -15% | -7% | -11% | -22% | -32% | -24% | -26% | 19% | -10% | -12% | -3% | -4% | -22% | -23% | -17% | -19% | -11% | -15% |
| お茶 | -8% | -9% | -4% | -7% | -21% | -19% | -8% | -15% | -1% | -11% | -15% | -10% | -14% | -19% | -17% | -17% | -12% | -13% | -12% |
| 十六茶 | -8% | -11% | -5% | -8% | -14% | -14% | 1% | -8% | 14% | 3% | -4% | 3% | -11% | -16% | -9% | -12% | -8% | -4% | -6% |
| ミネラルウォーター | -20% | -8% | -4% | -10% | -26% | -23% | -20% | -23% | -2% | -14% | -13% | -10% | -32% | -18% | -25% | -26% | -13% | -16% | -17% |
| おいしい水 | -20% | -8% | -4% | -10% | -26% | -23% | -20% | -23% | -2% | -14% | -13% | -10% | -32% | -18% | -25% | -26% | -13% | -16% | -17% |
| 果汁 | -23% | -22% | -32% | -26% | -32% | -28% | -18% | -26% | -22% | -28% | -21% | -24% | -28% | -25% | -26% | -26% | -26% | -25% | -25% |
| 合計 | -5% | -3% | -1% | -3% | -17% | -12% | -3% | -10% | 8% | -3% | -5% | 0% | -10% | -10% | -13% | -11% | -7% | -5% | -6% |
| 飲料市場 (当社推定) | -3% | 2% | -5% | -2% | -20% | -18% | -2% | -12% | -5% | -11% | -3% | -5% | -12% | -6% | -6% | -7% | -7% | -6% | -7% |

カテゴリ別規模推移

単位：万箱

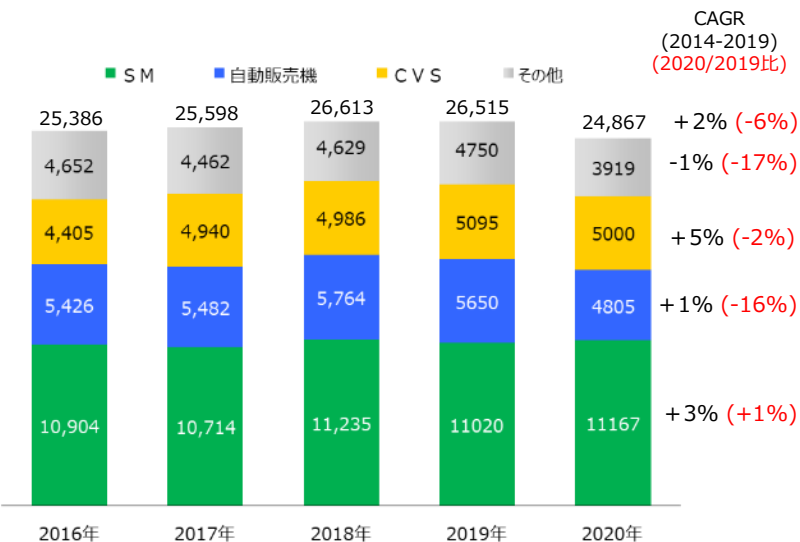


2020年構成比

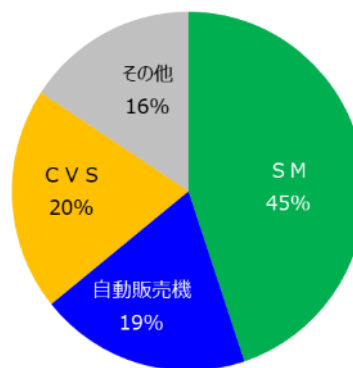


業態別規模推移

単位：万箱

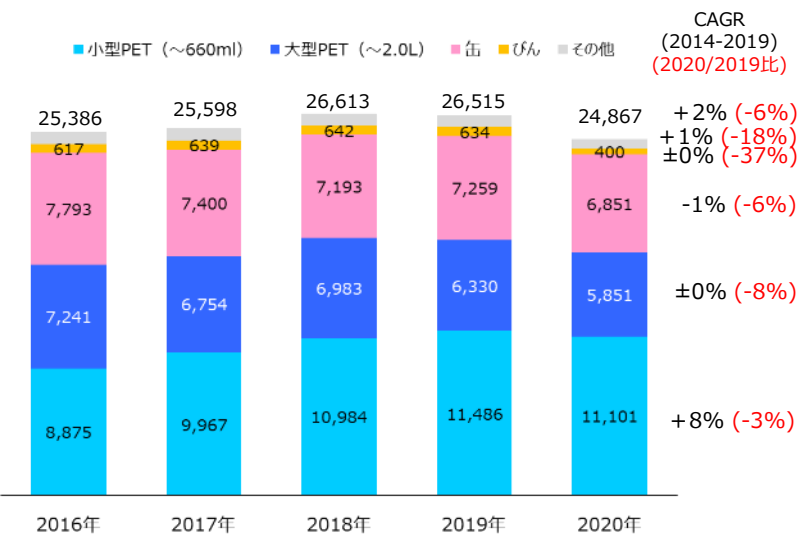


2020年構成比

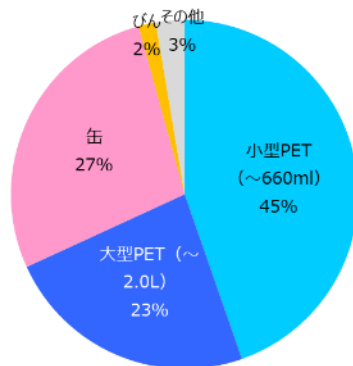


容器別規模推移

単位：万箱



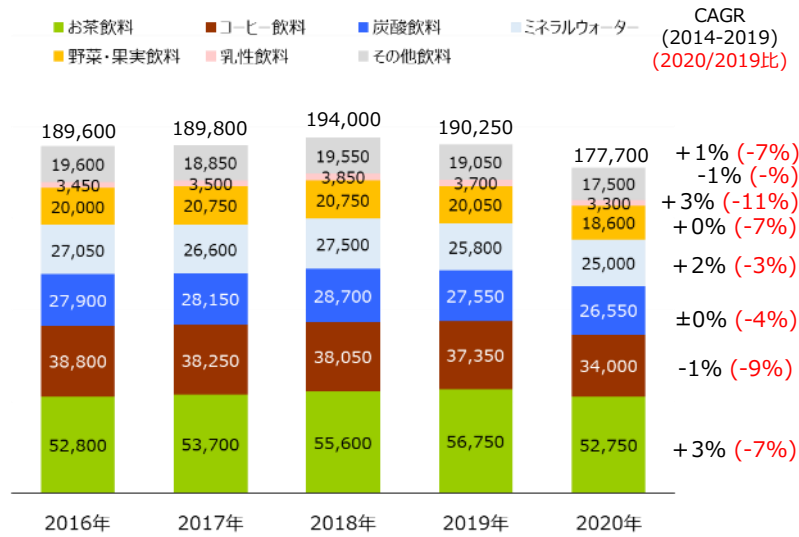
2020年構成比



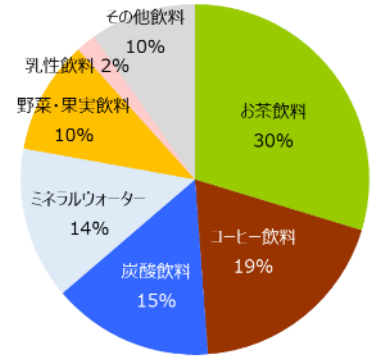
カテゴリー別市場規模推移

単位：万箱

出典：飲料総研

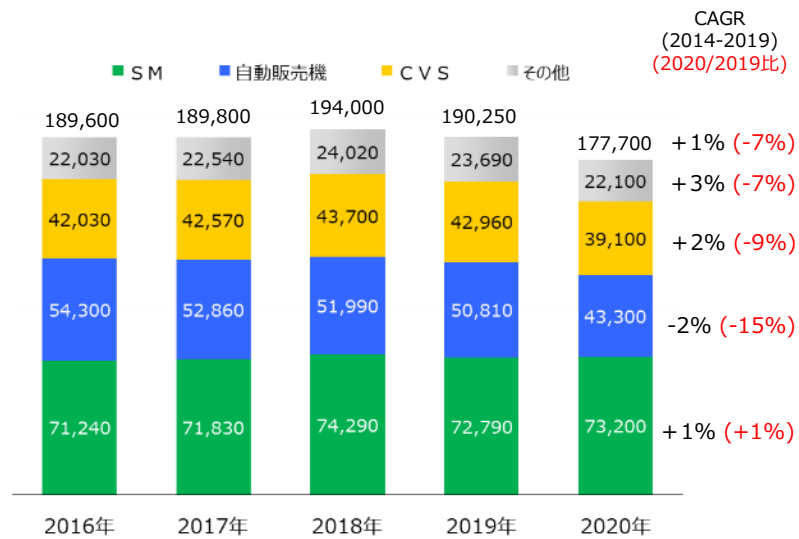


2020年構成比

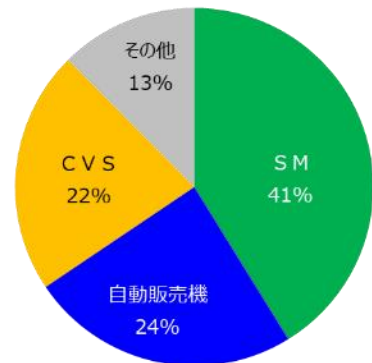


業態別市場規模推移

単位：万箱

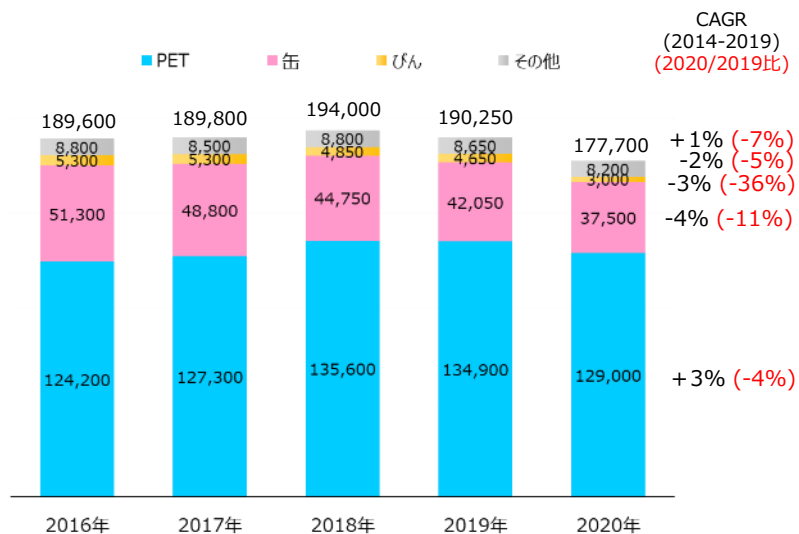


2020年構成比

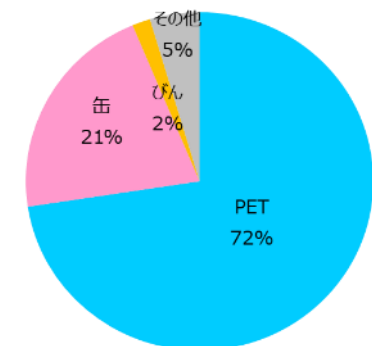


容器別市場規模推移

単位：万箱



2020年構成比



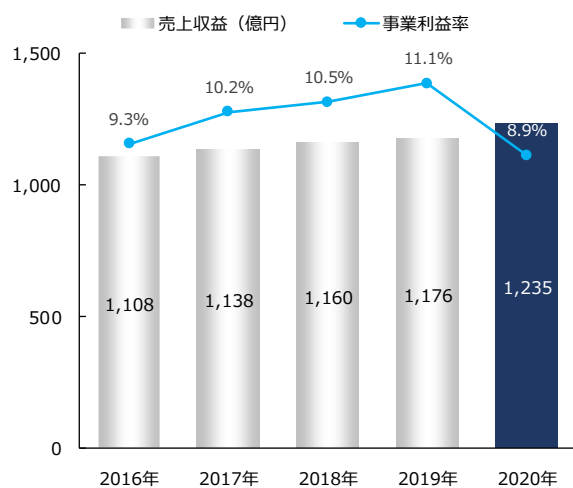
アサヒグループ食品株式会社

会社概要 ※2020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。

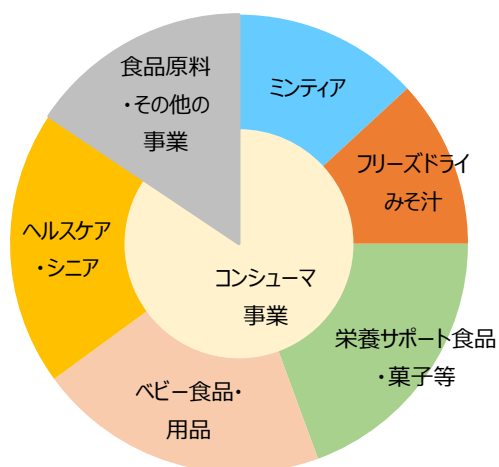
| | |
|------|----------------|
| 設立 | 2015年7月 |
| 資本金 | 50億円 |
| 従業員数 | 1,353名（食品事業連結） |

食品事業 売上収益・事業利益率推移



売上構成比 (2020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。

50粒（7g） 希望小売価格 100円（税別）



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 100円（税別）

1本満足バー シリアルチョコ



手軽に栄養補給ができ、おいしさと食べごたえのダブルの満足感が楽しめる、シリアルタイプのチョコレートバーです。マイルドな味わいのミルクチョコレートで、ザクッと食感のシリアルをコーティング。アーモンドの香ばしさと、レーズンのほのかな酸味がアクセント！1本に食物繊維・ビタミン5種・1/3日分の鉄※を配合。※栄養素等表示基準値に占める割合

39g 想定価格 120円（税別）



グーグーキッチン しらすとわかめの煮込みうどん

食べやすく切った讃岐うどんと一緒に、海の幸と野菜をかつお昆布だしで香り良く仕上げました。

80g オープン価格

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。

300粒入り（100日分）
希望小売価格 3,200円（税別）



バランス献立 鯛雑炊

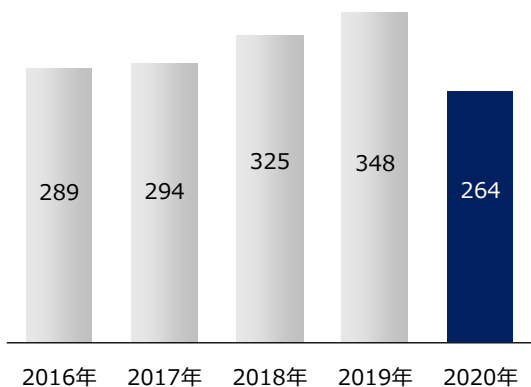
ユニバーサルデザインフード認定商品です。ご高齢の方が楽しく、おいしく、安心して食べられるように工夫しています。鯛と昆布の風味を活かせ、にんじん・白菜・青ねぎとかき卵で仕上げました。にんべん「白だし」使用。

105g 希望小売価格 180円（税別）

※希望小売価格（税別）は2020年12月時点の価格となります。

錠菓市場規模

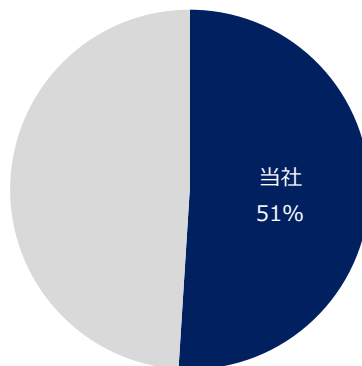
単位：億円



出典：INTAGE食品SRI/キャンディ（錠菓市場）/全国（沖縄除く）/全業態/2016.1～2020.12

錠菓マーケットシェア（2020年）

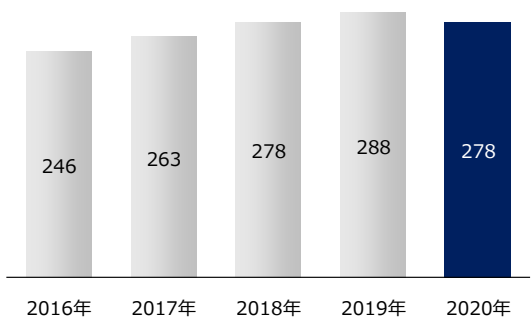
金額ベースで算出



出典：INTAGE食品SRI/キャンディ（錠菓市場）/全国（沖縄除く）/全業態 /2020.1～2020.12/ミンティア計

ベビーフード市場

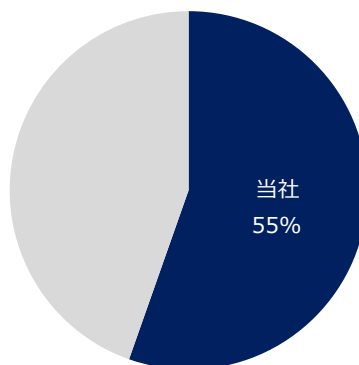
単位：億円



出典：INTAGE食品SDI/ベビーフード/全国/全業態/2016.1～2020.12

ベビーフードマーケットシェア（2020年）

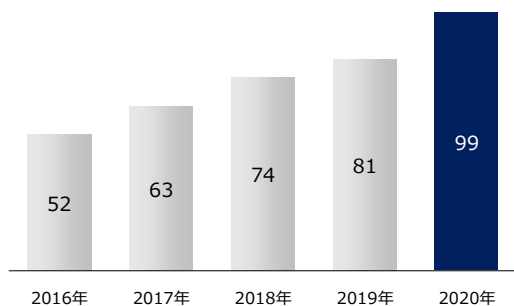
金額ベースで算出



出典：INTAGE食品SDI/ベビーフード/全国/全業態/2020.1～2020.12

フリーズドライみそ汁市場

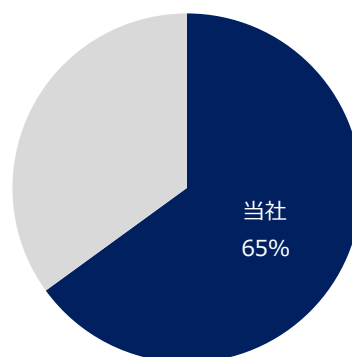
単位：億円



出典：INTAGE食品SRI/みそ汁、吸物類フリーズドライ/全国（沖縄除く）/全業態 /2016.1～2020.12

フリーズドライみそ汁マーケットシェア（2020年）

金額ベースで算出



出典：INTAGE食品SRI/みそ汁、吸物類フリーズドライ/全国（沖縄除く）/全業態 /2020.1～2020.12

欧州事業

2016年10月に、Anheuser-Busch InBev社によるSABMiller社買収に伴い、SABMiller社が保有していたイタリア、オランダ、英国事業及び「Peroni」「Grolsch」などのブランドの知的財産権を買収しました。

また、2017年3月末には、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」などのブランドの知的財産権を買収いたしました。

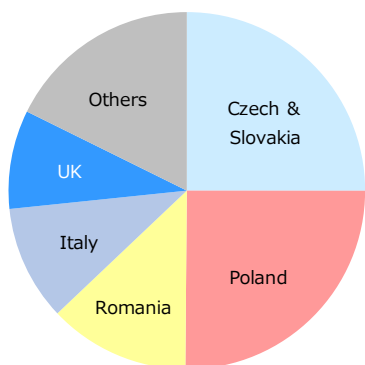
2020年には、国際ビール事業の組織統合により、欧州ローカル市場におけるプレミアムブランドのポートフォリオ拡充による事業基盤の強化に加え、グローバルプレミアムブランドとしての成長加速を推進する体制を構築しています。

主なブランドは、ピルスナービールの元祖であるチェコの「Pilsner Urquell」に加えて、イタリアの「Peroni」やオランダの「Grolsch」など、長い歴史を持つプレミアムビールブランドなどがあり、欧州を中心に高い認知度を有しています。

主要商品

- | | | |
|--|---|--|
|  チェコ |   | 「Pilsner Urquell」 (ピルスナーウルケル) 「Kozel」 (コゼル) |
|  ポーランド |   | 「Tyskie」 (ティスキー) 「Zubr」 (ズーブル) |
|  ルーマニア |   | 「Timisoreana」 (ティミソリアナ) 「Ciucas」 (チーカス) |
|  イタリア |   | 「Nastro Azzurro」 (ナストロアズーロ) 「Peroni」 (ペロニー) |
|  英国 |   | 「Peroni Nastro Azzurro」 (ペロニー・ナストロアズーロ) 「London Pride」 (ロンドンプライド) |

売上収益 エリア別構成比 (2020年)



グローバルプレミアムブランド

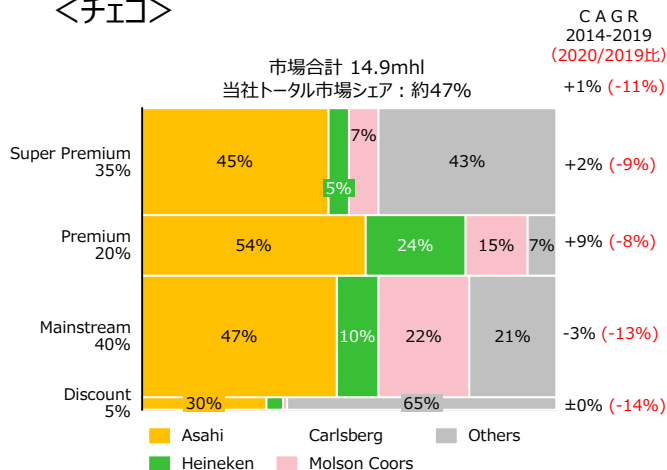


<ノンアルコール清涼飲料>

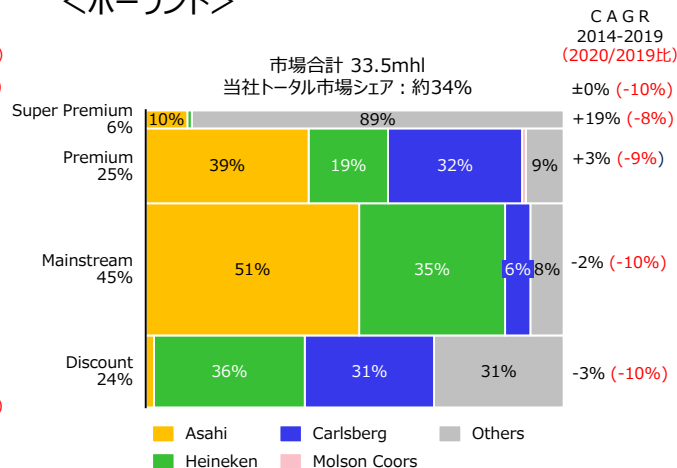
価格帯別会社別シェア／業態別数量構成比 (2020年)

当社推定, 数量ベースで算出

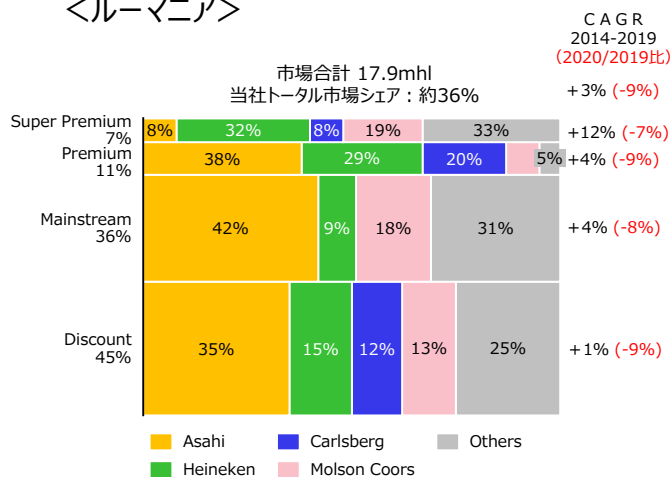
<チェコ>



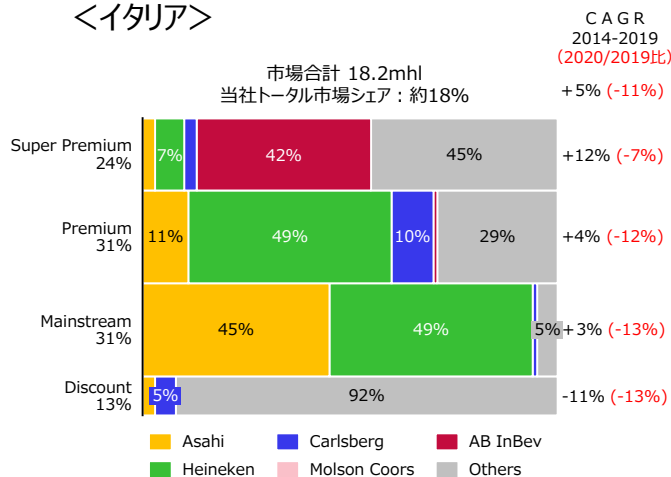
<ポーランド>



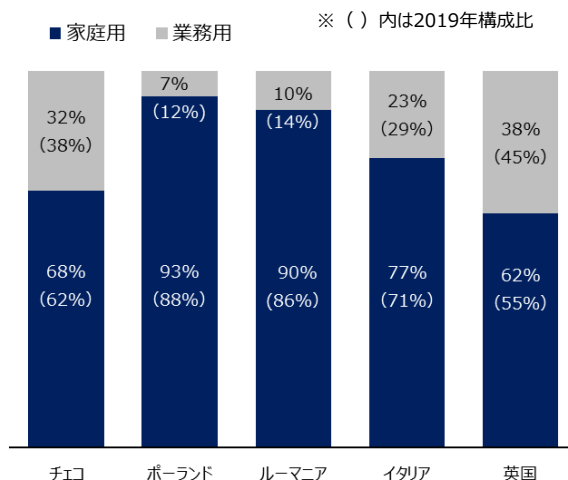
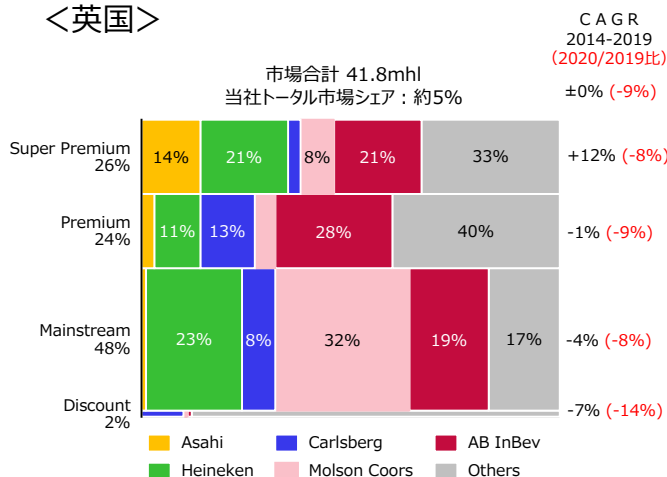
<ルーマニア>



<イタリア>



<英国>



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

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。豪州およびニュージーランドで、プレミアムビールやRTDを中心に、酒類カテゴリー全般にわたる商品を展開してきました。

2020年には、豪州ビール市場で販売数量第1位の Carlton & United Breweries (CUB) 事業をAB InBev社から買収しました。既存事業の「アサヒスーパードライ」や「Peroni Nastro Azzurro」などのプレミアムブランドに、CUB事業の「Great Northern」や「Victoria Bitter」といった認知度の高いブランドが加わり、プレミアムからメインストリーム価格帯まで網羅した強力なブランドポートフォリオを構築しました。今後はこれらの一体運営によりシナジーを創出し、事業基盤の強化・拡大を図ります。

主要商品

ビール



「Victoria Bitter」 「Great Northern」 「Carlton Draught」 「Super Dry」



「Peroni Nastro Azzurro」 「Corona」 「Mountain Goat」 「Carlton Zero」 (ノンアルコール)

RTD

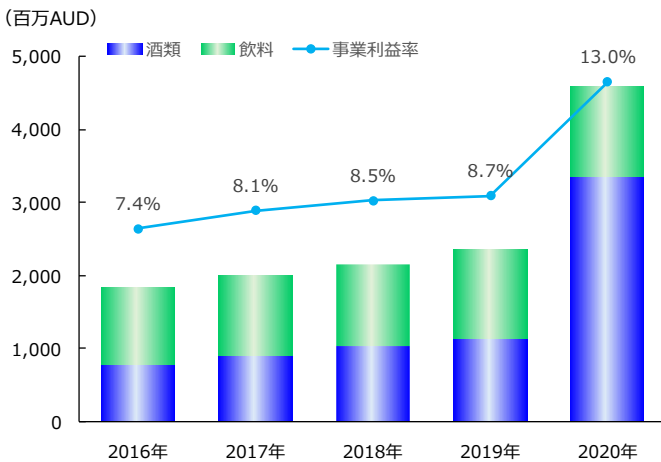
サイダー

ハードセルツァー



「Woodstock」 「Vodka Cruiser」 「Somersby」 「Good Tides」

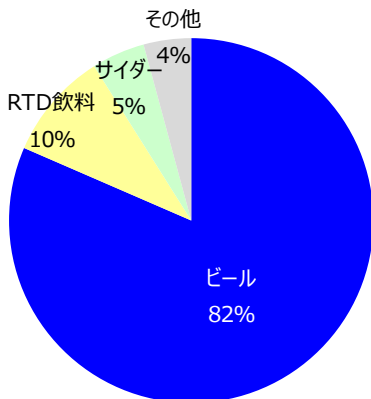
オセアニア事業 売上収益・事業利益率推移



※ 2020年6月より、CUB事業を連結

Carlton & United Breweries (CUB) カテゴリー別売上構成比 (2020年)

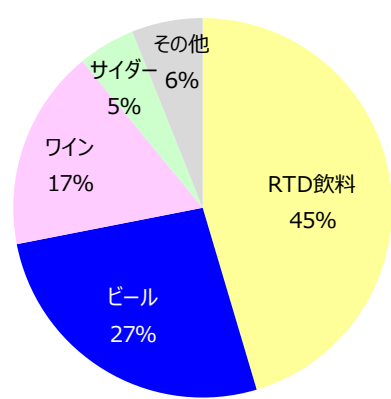
金額ベースで算出



※ 旧Asahi Premium Beverages (Australia)社の実績を含む。

Asahi Beverages (NZ) (New Zealand) カテゴリー別売上構成比 (2020年)

金額ベースで算出

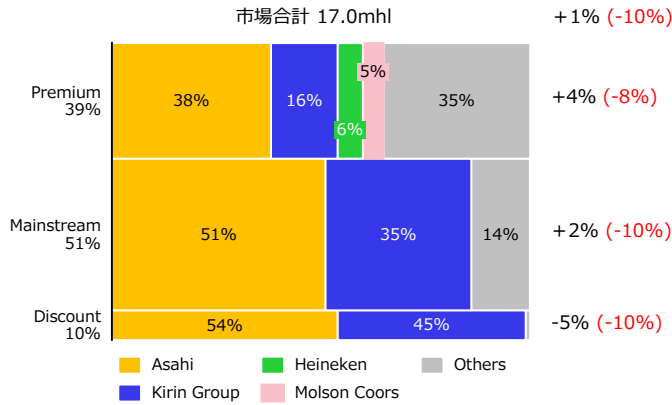


豪州酒類市場データ

価格帯別会社別シェア (2020年)

出典: Global Data, 数量ベースで算出

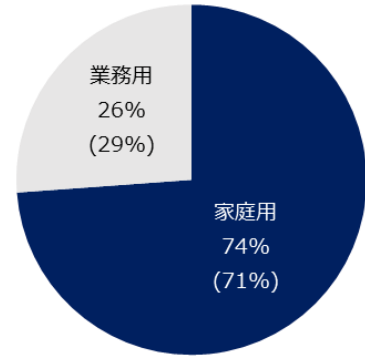
CAGR
(2014-2019)
(2020/2019比)



業態別数量構成比 (2020年)

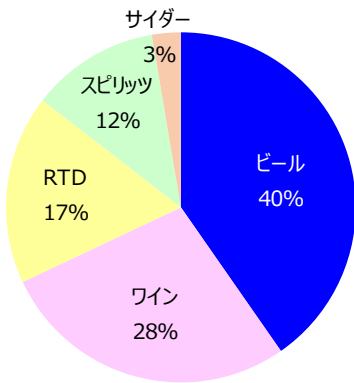
出典: Global Data, 数量ベースで算出

※ () 内は2019年構成比



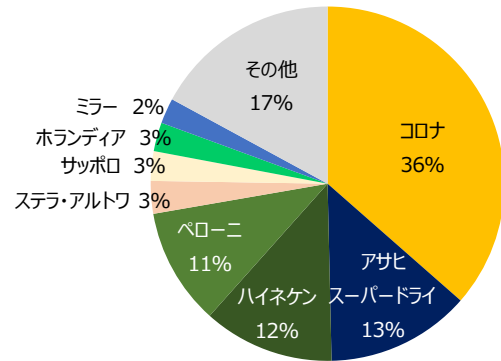
酒類市場 カテゴリー構成比 (2020年)

出典: Aztec
金額ベースで算出



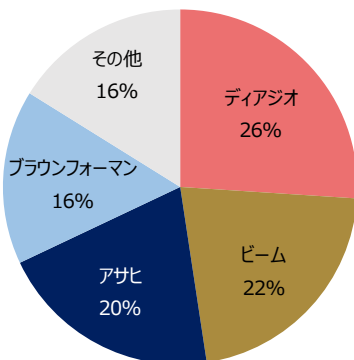
輸入プレミアムビールブランド別マーケットシェア (2020年)

出典: Aztec
金額ベースで算出



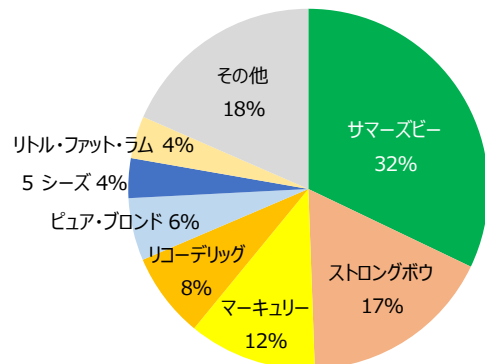
RTD飲料会社別マーケットシェア (2020年)

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 (2020年)

出典: Aztec
金額ベースで算出



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（現：Asahi Beverages））を買収しました。

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。

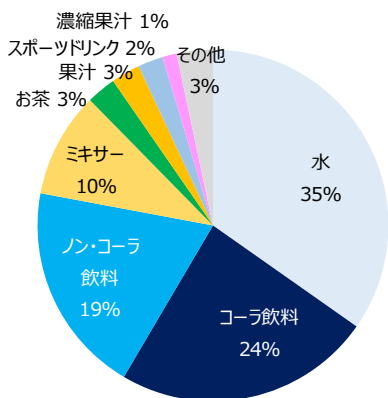
2011年に、豪州第3位のP&N Beverages社の果汁・水事業、ならびに、プレミアム飲料水に特化したニュージーランドのCharlie's社、2012年に豪州の水専門メーカーのMountain H2O社、さらに2021年にはニュージーランドのコーヒー豆販売会社のオールプレス・エスプレッソ社を買収するなど、オセアニアにおける飲料事業基盤の強化・拡大を図っています。

主要商品



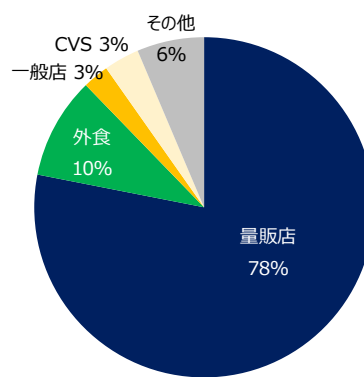
Asahi Beverages カテゴリー別売上構成比 (2020年)

数量ベースで算出



Asahi Beverages 業態別売上構成比 (2020年)

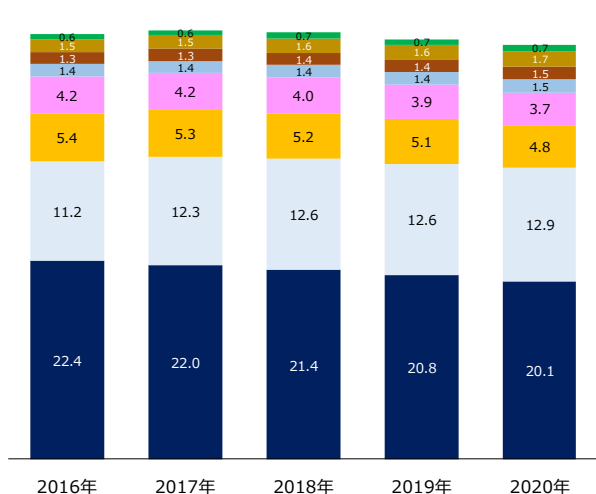
数量ベースで算出



カテゴリー別市場推移

単位：mhl

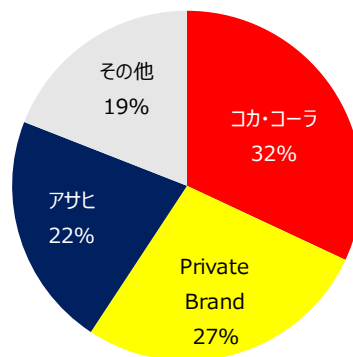
出典：Global Data



会社別マーケットシェア (2020年)

出典：Aztec
量販業態/数量ベースで算出

| カテゴリー | CAGR (2014-2019) | (2020/2019比) |
|-------|------------------|--------------|
| 合計 | ±0% | (-1%) |
| お茶 | +6% | (+8%) |
| コーヒー | +4% | (+3%) |
| エナジー | +3% | (+3%) |
| スポーツ | +2% | (+3%) |
| 濃縮果汁 | -4% | (-4%) |
| 果汁 | -3% | (-5%) |
| 水 | +6% | (+2%) |
| 炭酸 | -2% | (-4%) |



東南アジア事業

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「エチカビレッジズ」に社名を変更する中、「Pepsi」、「Tropicana」などに加えて、「WONDA」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ルリング事業を獲得しました。

主要商品

自社ブランド



「WONDA」



「CALPIS」



「Pepsi」

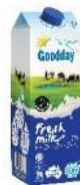


「Mountain Dew」



「Tropicana」

デアリーブランド



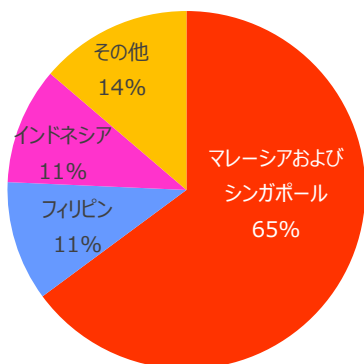
「Goodday」



「Dairy Champ」

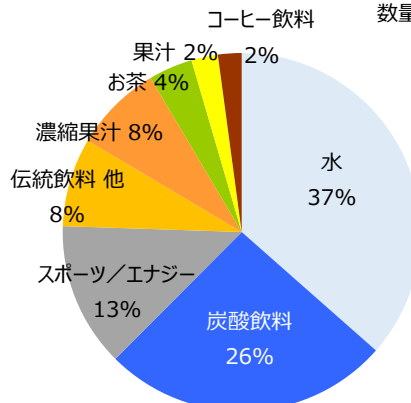
東南アジア事業エリア別売上構成比 (2020年)

金額ベースで算出



マレーシア飲料市場 カテゴリー別構成比 (2020年)

出典：Global Data
数量ベースで算出



生産量上位15カ国推移

単位：mhl

| 順位 | 国名 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | CAGR |
|--------|-------|-----------|---------|---------|---------|---------|-------|
| | | 2009-2019 | | | | | |
| 1 | 中国 | 471.6 | 450.6 | 440.2 | 381.2 | 376.5 | -1.2% |
| 2 | 米国 | 224.1 | 223.5 | 218.3 | 214.5 | 210.9 | -0.9% |
| 3 | ブラジル | 138.6 | 133.3 | 140.0 | 141.4 | 144.8 | 3.1% |
| 4 | メキシコ | 97.1 | 105.0 | 110.1 | 119.8 | 124.2 | 4.2% |
| 5 | ドイツ | 95.6 | 95.0 | 93.0 | 93.7 | 91.6 | -0.7% |
| 6 | ロシア | 78.2 | 78.2 | 74.4 | 77.5 | 77.4 | -3.3% |
| 7 | 日本 | 53.8 | 55.2 | 51.6 | 52.6 | 51.5 | -1.5% |
| 8 | ベトナム | 36.7 | 37.9 | 43.8 | 43.0 | 46.0 | 7.2% |
| 9 | 英国 | 44.1 | 43.7 | 40.4 | 40.7 | 40.8 | -1.0% |
| 10 | ポーランド | 40.9 | 41.4 | 40.4 | 40.9 | 39.7 | 2.1% |
| 11 | スペイン | 34.8 | 36.5 | 37.6 | 38.1 | 39.3 | 1.5% |
| 12 | 南アフリカ | 32.1 | 32.0 | 32.3 | 31.4 | 32.5 | 1.2% |
| 13 | オランダ | 24.0 | 24.6 | 24.3 | 24.9 | 24.1 | -0.5% |
| 14 | インド | 21.2 | 22.1 | 22.5 | 23.6 | 24.0 | 4.5% |
| 15 | コロンビア | 18.1 | 19.1 | 21.9 | 22.8 | 23.6 | 1.6% |
| 15カ国会計 | | 1,410.9 | 1,398.0 | 1,390.7 | 1,346.1 | 1,347.0 | 0.1% |
| 合計 | | 1,961.0 | 1,957.5 | 1,942.4 | 1,904.6 | 1,913.0 | 0.5% |

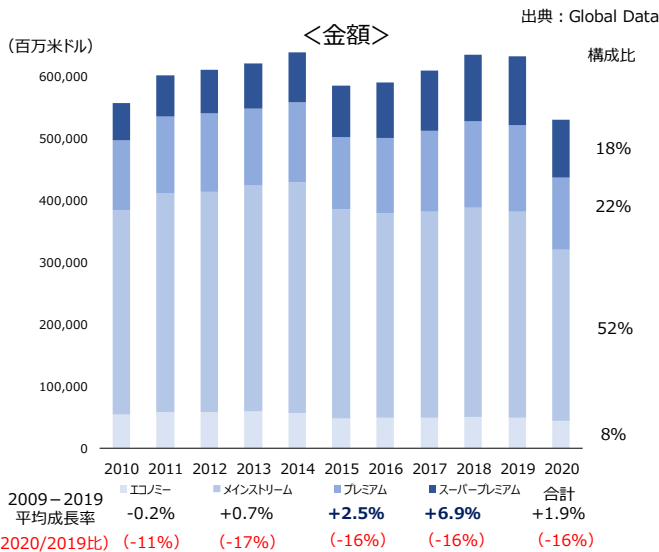
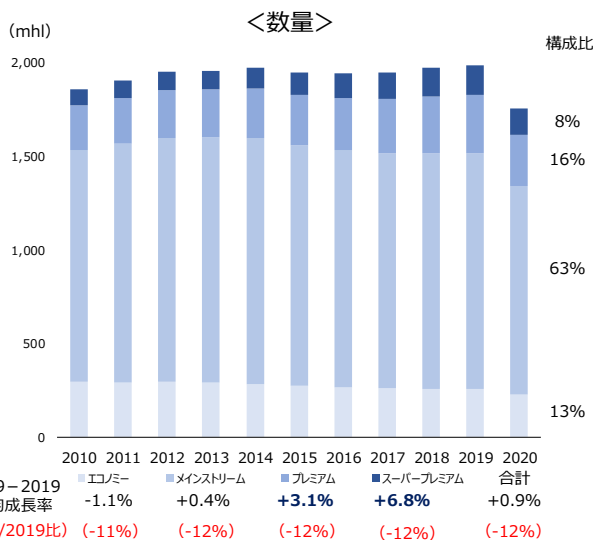
ビール会社生産量上位15社

単位：mhl

出典：Barth Report (Barth Haas Group)

| 順位 | 会社名 | 国名 | 2019年生産量 | 世界市場シェア | 生産量前年比 |
|---------|---------------------------|--------|-------------|---------|--------|
| | | | (2019/2018) | | |
| 1 | Anheuser-Busch InBev | ベルギー | 561.4 | 29.3 | -1.0% |
| 2 | Heineken | オランダ | 241.4 | 12.6 | 3.3% |
| 3 | China Resources Breweries | 中国 | 114.3 | 6.0 | -5.5% |
| 4 | Carlsberg | デンマーク | 112.5 | 5.9 | 0.2% |
| 5 | Molson Coors | 米国/カナダ | 92.7 | 4.8 | -4.0% |
| 6 | Tsingtao Brewery Group | 中国 | 80.5 | 4.2 | 0.2% |
| 7 | Asahi | 日本 | 57.3 | 3.0 | -1.0% |
| 8 | Yanjing | 中国 | 38.2 | 2.0 | 0.5% |
| 9 | BGI / Groupe Castel | フランス | 36.7 | 1.9 | -9.4% |
| 10 | Efes Group | トルコ | 36.2 | 1.9 | 13.8% |
| 11 | Petropolis | ブラジル | 29.5 | 1.5 | -1.7% |
| 12 | Constellation Brands | 米国 | 28.5 | 1.5 | 29.5% |
| 13 | Kirin | 日本 | 38.0 | 2.0 | 36.7% |
| 14 | Diageo (Guinness) | アイルランド | 26.0 | 1.4 | 30.0% |
| 15 | San Miguel Corporation | フィリピン | 25.0 | 1.3 | 4.2% |
| 上位15社合計 | | | 1518.2 | 79.4 | 1.0% |
| 合計 | | | 1913.0 | | 0.4% |

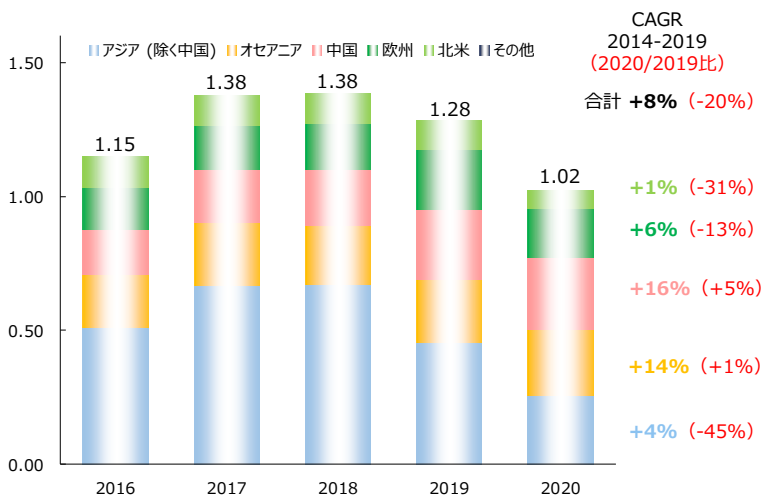
価格帯別グローバルビール市場推移



海外『スーパードライ』販売状況

販売数量推移

単位：mhl



エリア別販売数量構成比 (2020年)

