

FACTBOOK 2021



(2月16日更新)

Asahi Group Philosophy・中長期経営方針

Asahi Group Philosophy	2
中長期経営方針	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
グループ工場一覧	7
コーポレートガバナンス体制	8
会社沿革	9

財務・経営指標

財務データ	11
-------------	----

グループ事業

事業セグメント別実績一覧	12
--------------------	----

日本

(酒類)	
アサヒビール(株)	13
アサヒビール(株) 販売動向	14
アサヒビール(株) 容器別・業態別実績	15
市場データ	16
(飲料)	
アサヒ飲料(株)	17
アサヒ飲料(株) 販売動向/販売実績	18
市場データ	20
(食品)	
アサヒグループ食品(株)	21
市場データ	22

欧州

事業概況	23
市場データ	24

オセアニア

事業概況	25
(酒類)	
事業データ/市場データ	26
(飲料)	
事業データ/市場データ	27

東南アジア

事業概況	28
------------	----

グローバルブランド

事業データ/市場データ	29
-------------------	----



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

長期戦略のコンセプト |

おいしさと楽しさで“変化するWell-being”に応え、持続可能な社会の実現に貢献する

- **目指す事業ポートフォリオ**：ビールを中心とした既存事業の成長と新規領域の拡大
 - ・ 既存地域でのプレミアム化とグローバルブランドによる成長、展開エリアの拡大
 - ・ 健康志向などを捉えた周辺領域での成長、ケイパビリティを活かした新規事業の創出・育成
- **コア戦略**：持続的成長を実現するためのコア戦略の推進
 - ・ サステナビリティと経営の統合による社会・事業のプラスインパクトの創出、社会課題解決
 - ・ DX=BX(※)と捉え、3つの領域(プロセス、組織、ビジネスモデル)でのイノベーションを推進
 - ・ R&D(研究開発)機能の強化による既存商品価値の向上・新たな商材や市場の創造
- **戦略基盤強化**：長期戦略を支える経営基盤の強化
 - ・ 目指す事業ポートフォリオの構築やコア戦略を遂行するための人的資本の高度化
 - ・ グループガバナンスの進化による最適な組織体制構築、ベストプラクティスの共有

※BX:ビジネス・トランスフォーメーション

地域統括会社別の中期重点戦略



1. 変化を先読みする商品ポートフォリオ最適化とシナジー創出によるポテンシャル拡大
2. ニーズの多様化に対応したスマートドリンクなどの推進、高付加価値型サービスの創造
3. カーボンニュートラルなど社会課題の事業による解決、日本全体でのサプライチェーン最適化



1. グローバル5ブランドの拡大と強いローカルブランドを軸としたプレミアム戦略の強化
2. ノンアルコールビールやクラフトビール、RTDなど高付加価値商品を軸とした成長の加速
3. 再生エネルギーの積極活用や循環可能な容器包装の展開など環境負荷低減施策の推進



1. 酒類と飲料の強みを活かしたマルチバレッジ戦略の推進、統合シナジーの創出
2. BAC など成長領域でのイノベーションの推進、健康・Well-beingカテゴリーの強化
3. 新容器・包装形態などサステナビリティを重視した新価値提案、SCM改革の推進



1. マレーシアの持続成長と自社ブランドの強化など、域内6億人超の成長市場での基盤拡大
2. 植物由来商品など新セグメントの拡大による最適なプレミアムポートフォリオの構築
3. 環境配慮型容器の展開などによる持続可能性の確保や原材料調達での地域社会との共創

中期的な主要指標のガイドライン・財務方針

	2021年実績	2022年以降のガイドライン(3年程度を想定)
事業利益	2,179億円	・CAGR(年平均成長率):一桁台後半 ※1
EPS(調整後 ※2)	305.2円	・CAGR(年平均成長率):一桁台後半
FCF ※3	3,191億円	・年平均 2,000億円以上

※1 2021年為替一定ベース

※2 調整後とは、事業ポートフォリオの再構築や減損損失など一時的な特殊要因を除くベース

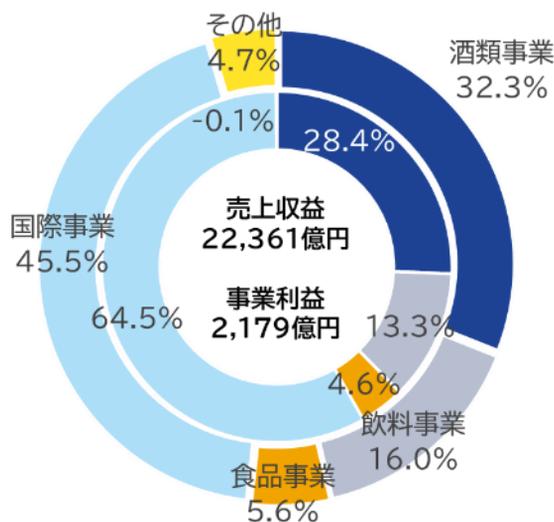
※3 FCF=営業CF-投資CF ※M&A等の事業再構築を除く

	2022年以降のガイドライン
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 CEO : 勝木 敦志 (かつき あつし)
 グループ会社数 : 連結子会社数 211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 : 2,236,076百万円(2021年12月期連結業績)
 従業員数 : 336名(連結従業員数 30,020名) ※2021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 : 136,945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

2021年売上収益・事業利益 (セグメント別)



外円:売上収益、内円:事業利益

(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 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
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

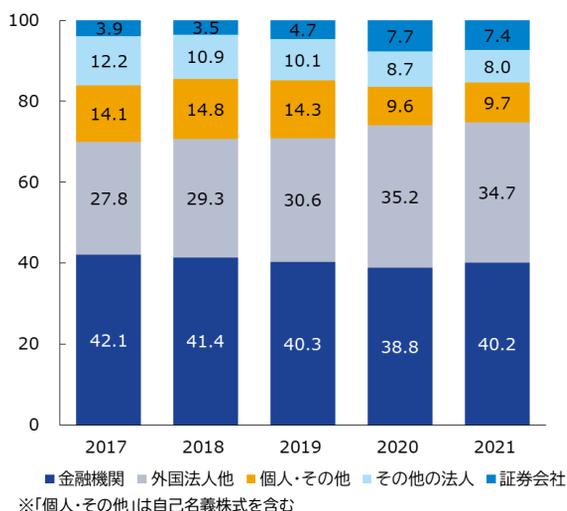
2021年12月31日現在

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	Baa1

株価の推移

	2017	2018	2019	2020	2021
株価(円、終値ベース)					
最高	5,810	6,053	5,515	5,195	5,684
最低	3,677	4,092	4,256	3,088	4,120
発行済み株式総数(百株)	4,835,858	4,835,858	4,835,858	5,070,034	5,070,034
自己保有株式(百株)	254,617	255,061	255,093	1,775	1,827
EPS(円)	308	330	310	197	303
1株当たり年間配当金(円)	75.0	99.0	100.0	106.0	109.0
当期末株主数(名)	98,099	110,585	106,544	129,324	136,945

株主構成推移 (議決権ベース)



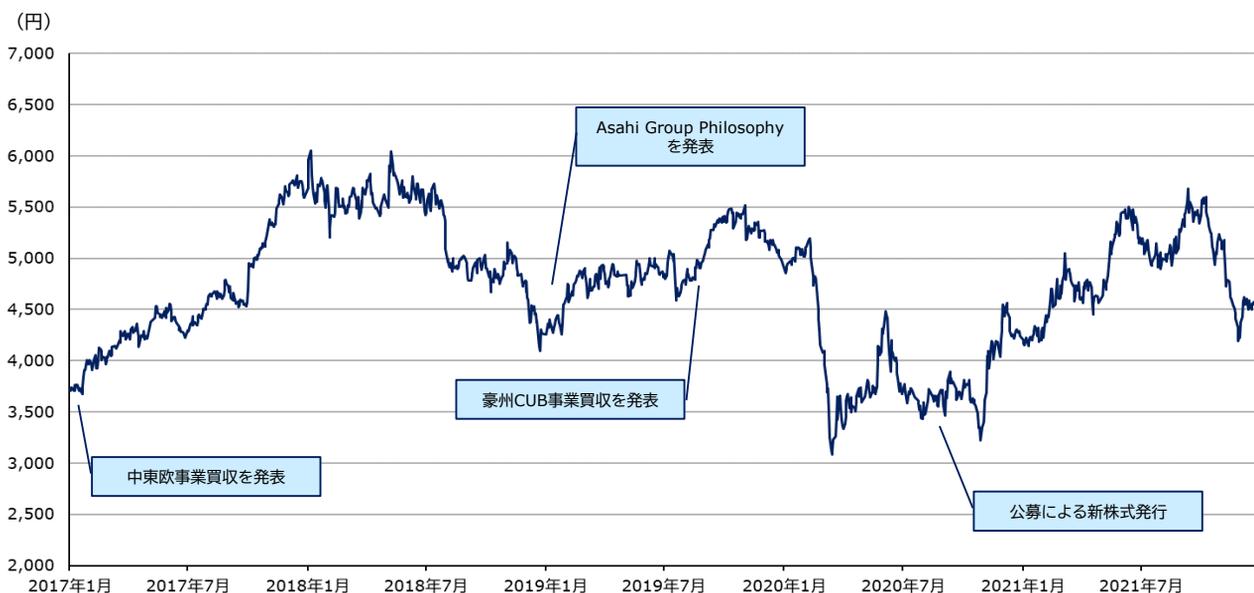
大株主の状況

2021年12月31日現在

株主名	持株数 (百株)	持株比率 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	868,463	17.1%
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	242,428	4.8%
SMBC日興証券株式会社	149,090	2.9%
第一生命保険株式会社	112,000	2.2%
富国生命保険相互会社	100,000	2.0%
株式会社三井住友銀行	80,280	1.6%
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	77,109	1.5%
三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社	71,898	1.4%
三井住友信託銀行株式会社	71,260	1.4%
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	68,534	1.4%
合計	1,841,064	36.3%

(注)1. 持株比率は発行済株式の総数から自己株式(1,827百株)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804百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（2022年1月1日現在）

アサヒグループホールディングス(株) (純粋持株会社)	日本	アサヒグループジャパン(株) <ul style="list-style-type: none"> (酒類事業) <ul style="list-style-type: none"> ● アサヒビール(株) ● ニッカウヰスキー(株) ● エノテカ(株) ● アサヒドラフトマーケティング(株) ● アサヒビールモルト(株) ● (株)アサヒビールフィード (飲料事業) <ul style="list-style-type: none"> ● アサヒ飲料(株) ● カルピス(株) ● アサヒ飲料販売(株) (食品事業) <ul style="list-style-type: none"> ● アサヒグループ食品(株) (その他) <ul style="list-style-type: none"> ● アサヒロジ(株) ● エービーカーゴ東日本(株) ● エービーカーゴ西日本(株) ● アサヒユウアス(株) ● アサヒフードクリエイト(株) ● (株)なだ万
	欧州	Asahi Europe & International Ltd <ul style="list-style-type: none"> ● Kompania Piwowarska SA (Poland) ● Plzeňský Prazdroj a.s. (Czech Rep.) ● Plzeňský Prazdroj Slovensko, a.s. (Slovakia) ● Ursus Breweries SA (Romania) ● Dreher Sörgyárak Zrt. (Hungary) ● Birra Peroni S.r.l. (Italy) ● Koninklijke Grolsch N.V. (Netherlands) ● Asahi UK Limited (UK) ● Asahi Beer U.S.A., Inc. ● 朝日啤酒(中国)投資有限公司 ● 臺灣朝日啤酒股份有限公司
	オセアニア	Asahi Holdings (Australia) Pty Ltd <ul style="list-style-type: none"> ● Carlton & United Breweries Pty Ltd ● Asahi Beverages Pty Ltd ● Asahi Beverages (NZ) Ltd ● Allpress Espresso NZ Ltd
	東南アジア	Asahi Holdings South East Asia Sdn. Bhd. <ul style="list-style-type: none"> ● Etika Beverages Sdn. Bhd. ● Etika Dairies Sdn. Bhd.
	その他	<ul style="list-style-type: none"> ● アサヒクオリティーアンドイノベーションズ(株) ● アサヒバイオサイクル(株)

(※) 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、アサヒグループジャパンの機能会社として国内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。

日本 主な生産拠点数（2021年12月31日現在）

工場名	主な商品	所在地	操業開始
アサヒビール【8工場】			
1 北海道工場	ビール、発泡酒、リキユール	北海道札幌市	1966年
2 福島工場	ビール、発泡酒、リキユール、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、リキユール、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、リキユール	神奈川県南足柄市	2002年
5 名古屋工場	ビール、発泡酒、リキユール、清涼飲料	愛知県名古屋市	1973年
6 吹田工場	ビール、発泡酒、リキユール、ビールテイスト清涼飲料	大阪府吹田市	1891年
7 四国工場	ビール、発泡酒、リキユール	愛媛県西条市	1998年
8 博多工場	ビール、発泡酒、リキユール、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 さつま司蒸溜蔵	乙類焼酎	鹿児島県始良市	-
アサヒ飲料【7工場】			
17 富士山工場	お茶飲料、水、炭酸水	静岡県富士宮市	2001年
18 北陸工場	コーヒー、お茶飲料	富山県下新川郡	1994年
19 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
20 六甲工場	水、炭酸水	兵庫県神戸市	2004年
21 富士吉田工場	水、炭酸水	山梨県富士吉田市	1990年
22 岡山工場	乳性・乳酸菌飲料、炭酸飲料、果汁飲料、バター	岡山県総社市	1968年
23 群馬工場	乳性・乳酸菌飲料、炭酸飲料、果汁飲料、バター	群馬県館林市	1972年
アサヒグループ食品【7工場】			
24 茨城工場	サプリメント	茨城県常陸大宮市	-
25 大阪工場	胃腸・栄養補給薬	大阪府吹田市	-
26 栃木小金井工場	酵母エキス	栃木県下野市	-
27 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	-
28 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	-
29 和光食品工業(株)	業務用粉乳	長野県長野市	-
30 日本エフティ(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】			
31 野洲工場	麦芽、粉末麦芽、むぎ茶	滋賀県野洲市	-
32 小金井工場	//	栃木県下野市	-
アサヒバイオサイクル【1工場】			
33 群馬工場	飼料	群馬県館林市	-

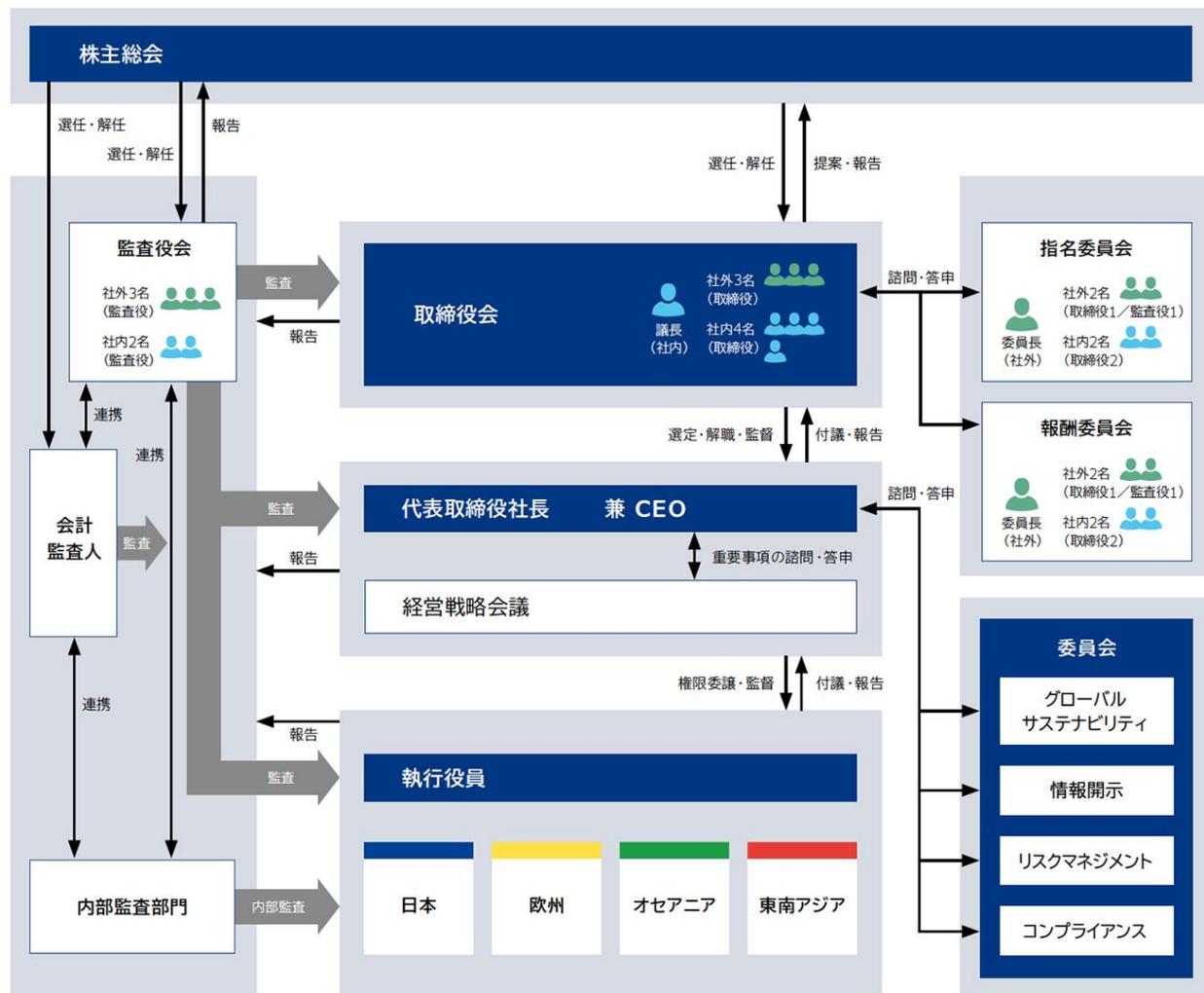
海外 主な生産拠点数（2021年12月31日現在）

カテゴリー	展開エリア	工場数
欧州		
ビール	イタリア:3工場、オランダ:1工場、英国:2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	17
オセアニア		
飲料	オーストラリア:7工場	7
酒類	オーストラリア:6工場、NZ:1工場	7
東南アジア		
飲料	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

コーポレートガバナンス体制図 (2022年1月1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		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。

■ 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	『ウヰ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
	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
	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
2006	1月	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
	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
2009	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
	2月	新ジャンル『アサヒオフ』新発売
2010	4月	青島啤酒の発行済み株式の19.99%を取得 英・キャドバリーグループの所有する豪州飲料事業(シュウェップス・オーストラリア)を買収
	12月	「長期ビジョン2015&中期経営計画2012」を発表
	3月	荻田伍、会長に就任。泉谷直木、社長に就任 「環境ビジョン2020」ならびに「生物多様性宣言」を策定 『アサヒスーパードライ』エクストラコールド本格展開
2011	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
	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
	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
2012	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
2013	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 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
2014	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
	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
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」と「中期経営方針」を発表
	3月	泉谷直木、会長に就任。小路明善、社長に就任 当社取締役に対する業績連動型株式報酬制度を導入
2017	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)
	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
2018	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
	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
	5月	「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 “微アルコール”ビールテイスト飲料『アサヒ ピアリー』新発売
	4月	『アサヒスーパードライ 生ジョッキ缶』発売
	9月	『アサヒ生ビール』(通称“マルエフ”) 缶製品を発売
	12月	「ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン ステートメント」策定
2022	1月	国内事業の事業管理をアサヒグループホールディングス(株)からアサヒグループジャパン(株)に移管 サステナビリティ事業を展開する「アサヒユウアス(株)」事業開始
	2月	「中長期経営方針」を更新

国際財務報告基準(IFRS)	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
損益計算書(百万円)						
売上収益	1,706,901	2,084,877	2,120,291	2,089,048	2,027,762	2,236,076
売上原価	1,098,173	1,295,399	1,303,246	1,297,302	1,283,150	1,383,195
(酒税額)	(422,941)	(495,494)	(493,766)	(478,108)	(463,713)	(501,841)
売上総利益	608,728	789,477	817,044	791,745	744,612	852,881
販売費及び一般管理費	460,241	593,108	595,661	578,774	576,789	634,940
買収に伴い生じた無形資産償却費	(6,249)	(19,199)	(22,018)	(21,198)	(25,499)	(31,084)
事業利益	148,487	196,369	221,384	212,971	167,823	217,940
営業利益	136,890	183,192	211,772	201,436	135,167	211,900
金融収益	3,106	5,206	8,282	8,094	7,230	5,754
金融費用	-4,066	-10,368	-12,731	-13,012	-14,982	-18,516
持分法による投資損益	1,974	1,055	887	872	285	687
税引前利益	150,068	196,984	207,308	197,391	125,399	199,826
当期利益	87,115	138,848	150,938	141,290	92,584	153,823
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	153,500
EBITDA ※1	205,803	285,394	318,463	304,848	269,447	328,497
設備投資・減価償却(百万円)						
設備投資額	63,471	89,563	78,243	86,123	84,455	88,158
減価償却費	51,067	69,827	75,062	70,678	76,124	79,472
財政状態計算書(百万円)						
資産合計	2,094,332	3,346,822	3,079,315	3,140,788	4,439,378	4,544,997
流動資産	635,026	812,426	714,576	735,113	689,086	700,176
営業債権及びその他の債権	397,340	433,436	427,279	407,621	378,924	395,974
棚卸資産	136,460	155,938	160,319	171,717	183,166	200,828
非流動資産	1,459,305	2,534,396	2,364,738	2,405,674	3,750,292	3,844,821
のれん及び無形資産	499,489	1,538,679	1,428,543	1,398,422	2,701,985	2,819,634
流動負債	819,556	1,052,157	939,591	1,075,673	1,652,655	1,242,891
社債及び借入金(流動)	281,870	359,722	262,620	408,259	924,760	423,652
非流動負債	428,670	1,141,917	990,076	816,835	1,268,906	1,545,709
社債及び借入金(長期)	288,490	902,203	764,768	534,955	898,867	1,172,551
資本合計	846,105	1,152,748	1,149,647	1,248,279	1,517,816	1,756,397
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	1,754,353
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	252,441	253,469	275,859	337,812
投資キャッシュ・フロー	-268,507	-885,823	22,505	-103,666	-1,243,372	-14,348
財務キャッシュ・フロー	119,554	661,882	-270,564	-158,841	956,759	-320,325
現金及び現金同等物残高	48,459	58,054	57,317	48,489	48,460	52,743
フリー・キャッシュ・フロー ※2	96,304	143,830	164,553	168,148	196,825	319,089
経営指標(※3)						
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%	11.0%
ROA(資産合計税引前利益率)	7.7%	7.2%	6.5%	6.3%	3.3%	4.4%
EPS(基本的一株当たり当期利益)	194.8	262.2	329.0	310.4	196.5	302.9
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	3,462.0
投資指標(※3)						
配当性向	27.7%	28.6%	30.1%	32.2%	53.9%	36.0%
収益性指標(※3)						
売上収益総利益率	35.7%	37.9%	38.5%	37.9%	36.7%	38.1%
事業利益率	8.7%	9.4%	10.4%	10.2%	8.3%	9.7%
(酒税抜き事業利益率)	(11.6%)	(12.4%)	(13.6%)	(13.2%)	(10.7%)	(12.6%)
営業利益率	8.0%	8.8%	10.0%	9.6%	6.7%	9.5%
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%	6.9%
EBITDA比率	12.1%	13.7%	15.0%	14.6%	13.3%	14.7%
効率性指標(※3)						
総資産回転率	0.88	0.77	0.66	0.67	0.54	0.50
親会社所有者帰属持分回転率	2.1	2.1	1.9	1.7	1.5	1.4
有形固定資産回転率	3.1	3.2	3.0	2.9	2.6	2.7
棚卸資産回転率	12.8	14.3	13.4	12.6	11.4	11.6
営業債権回転率	4.5	5.0	4.9	5.0	5.2	5.8
安全性指標(※3)						
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%	38.6%
負債比率	149.2%	191.6%	168.3%	151.8%	192.7%	159.0%
流動比率	77.5%	77.2%	76.1%	68.3%	41.7%	56.3%
非流動比率	174.5%	221.3%	206.3%	193.0%	247.4%	219.2%
非流動長期適合率	115.4%	110.8%	110.7%	116.6%	134.7%	116.5%
インタレスト・カバレッジ・レシオ	42.2	41.4	37.0	36.9	27.5	30.1
ネット・デット・エクイティ・レシオ ※4	0.62	1.05	0.85	0.72	0.98	0.73
ネット・デット/EBITDA ※5	2.52	4.22	3.05	2.93	6.03	4.24

※1: EBITDAは、事業利益に無形資産償却費及び減価償却費を加えた金額。

※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

※3: 事業ポートフォリオの再構築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、2021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、2021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)

	2017		2018		2019		2020		2021	
	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	9,689	1,215	9,194	1,171	8,869	1,055	7,583	804	7,221	708
飲料事業	3,745	383	3,688	381	3,769	334	3,534	278	3,578	331
食品事業	1,138	116	1,160	122	1,290	137	1,235	110	1,259	114
国際事業	6,211	659	7,133	996	6,985	1,023	7,930	941	10,176	1,606
無形資産償却費	-	△192	-	△220	-	△212	-	△255	-	△311
その他・調整額等	66	△217	29	△236	△22	△208	△3	△200	127	△269
合計	20,849	1,964	21,203	2,214	20,890	2,130	20,278	1,678	22,361	2,179

設備投資・減価償却推移

(億円)

	2017		2018		2019		2020		2021	
	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	234	238	231	222	219	220	241	212	178	207
飲料事業	230	109	120	108	179	106	134	120	106	121
食品事業	47	34	31	35	55	38	38	41	45	37
国際事業	358	275	369	346	367	302	374	351	479	392
その他・調整額等	25	42	30	39	41	42	58	37	73	37
合計	896	698	782	751	861	707	845	761	882	795

※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	2021年末残	備考
酒類事業				のれん			45	
				無形資産			8	
飲料事業				のれん			233	
				無形資産			176	
アサヒ飲料	2,756	100.0%	-	のれん	259	-	230	カルビス取得:2012年10月
				無形資産	346	5-20	176	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	861	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				のれん			17,846	
				無形資産			9,494	
Asahi Europe and International (欧州事業)(*1)	16,820	100.0%	2016年10月	のれん	5,657	-	6,168	
				無形資産	6,381	5-40	6,179	
Asahi Holdings (Australia) (オセアニア事業)	18,238	100.0%	2009年4月 (*2)	のれん	10,715	-	11,658	
				無形資産	3,040	10-40	3,200	
東南アジア事業	1,429	100.0%	2011年11月 (*4)	のれん	381	-	19	
				無形資産	115	10	45	
その他事業				のれん			-	
				無形資産			1	
合計				のれん			18,169	
				無形資産			9,680	

(*1) Asahi International Ltd及びAsahi Breweries Europe LtdはAsahi Europe and International Ltdへ統合

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

(*3) 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)、Allpress(2021年5月)

(*4) 東南アジア事業各社の合算総資産

(*5) 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 ※2021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	4,780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

飲んだ瞬間の飲みごたえ、瞬時に感じるキレのよさが特長の躍動感あるうまさがお楽しみいただけます。



アサヒ生ビール

1986年の発売以来、飲食店でファンの皆様に「マルエフ」の愛称で愛され続けてきた生ビール。やわらかな口あたり、まろやかな味わい、ほどよい苦味が特長です。



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っ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

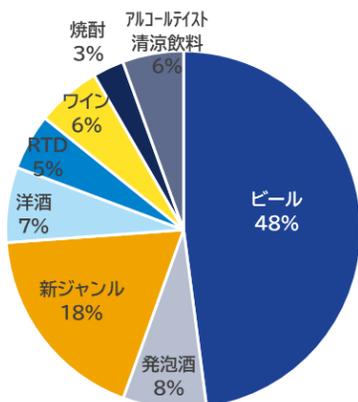
「すっきりの中にうまみ引き立つ」、飲みやすいおいしさが特長の新ジャンル。日々の暮らしの中で、飾らない素の自分でいられて、気持ち晴れやかな気分になれる時間をお届けする商品です。



アサヒ ザ・リッチ

プレミアムビールを超えるうまさを目指してつくれた、贅沢新ジャンル。革新的製法・微煮沸製法と贅沢醸造、最高級ホップ(一部使用)により丁寧にこだわって造り、豊潤なコクを実現しました。

主なカテゴリー別構成比(2021年実績 金額ベース)



その他酒類、ノンアルコール



日本(酒類) | アサヒビール(株) 販売動向



アサヒビール 月次販売動向前年比 (2021年1-12月)

※出典:市場については当社推計

(金額ベース)		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
当社	ビール類	-38%	-31%	-2%	36%	-10%	-10%	-1%	-24%	-21%	5%	1%	10%	-7.8%	-1.0%	-4.0%
	洋酒	-28%	-22%	-9%	18%	-7%	-7%	-7%	-14%	-13%	-6%	4%	12%	-9.4%	-3.0%	-6.0%
	RTD	-33%	-25%	-11%	-18%	-30%	-31%	-4%	-32%	-31%	-10%	-21%	-1%	-24.5%	-16.4%	-20.4%
	ワイン	-26%	-17%	0%	1%	-15%	-13%	-15%	-19%	-22%	-15%	-3%	3%	-11.1%	-9.9%	-10.5%
	焼酎	-25%	-22%	3%	-18%	-24%	-16%	-16%	-12%	-15%	-10%	-1%	6%	-16.5%	-7.1%	-11.9%
	アルコールテイスト 清涼飲料	-15%	-6%	14%	49%	23%	41%	49%	11%	41%	33%	21%	27%	20.3%	29.9%	25.7%

(数量ベース)		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
当社	スーパードライ	-46%	-37%	-1%	59%	-9%	-10%	1%	-26%	-23%	0%	2%	12%	-10.1%	-4.1%	-6.7%
	スタイルフリー	10%	3%	9%	1%	1%	9%	11%	2%	10%	12%	11%	8%	5.0%	8.8%	7.0%
	クリアアサヒ	-20%	-20%	0%	-8%	-15%	-12%	-10%	-28%	-29%	31%	-16%	0%	-12.5%	-12.4%	-12.5%
市場	ビール	/												▲2~3%	▲1%程度	▲1~2%
	発泡酒													+3%程度	+3~4%	+3%程度
	新ジャンル													▲11~12%	▲8~9%	▲11%程度
	合計													▲6~7%	▲3~4%	▲5%程度

アサヒビール 月次販売動向前年比 (2020年1-12月)

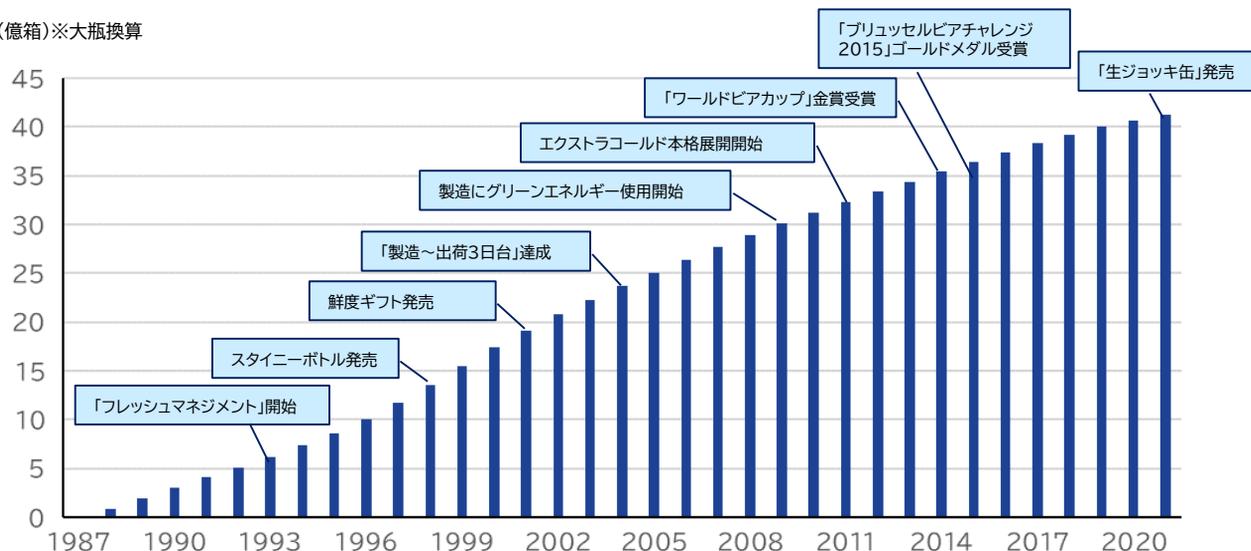
※出典:市場については当社推計

(金額ベース)		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
当社	ビール類	-20%	-12%	-36%	-50%	-39%	-33%	-23%	-34%	-37%	-23%	-29%	-29%	-17.3%	-14.4%	-15.7%
	洋酒	7%	13%	-3%	-27%	-26%	-10%	-7%	-22%	-15%	4%	-7%	-8%	-9.6%	-9.5%	-9.5%
	RTD	9%	10%	-1%	4%	3%	6%	3%	-14%	7%	6%	5%	-9%	4.8%	-1.0%	1.8%
	ワイン	3%	1%	-20%	-21%	-12%	-12%	-9%	-21%	-14%	-10%	-19%	-14%	-11.3%	-14.9%	-13.2%
	焼酎	3%	3%	-8%	-11%	-7%	-13%	-10%	-26%	-26%	2%	-16%	-20%	-6.2%	-16.8%	-11.8%
	アルコールテイスト 清涼飲料	5%	6%	-6%	-24%	-14%	4%	0%	-4%	-1%	2%	4%	-1%	-6.3%	-0.5%	-3.1%

(数量ベース)		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
当社	スーパードライ	-3%	4%	-28%	-52%	-35%	-23%	-11%	-28%	-32%	-3%	-16%	-20%	-25.5%	-19.2%	-22.0%
	スタイルフリー	0%	6%	2%	9%	13%	1%	12%	1%	-6%	12%	1%	10%	5.4%	4.8%	5.1%
	クリアアサヒ	-5%	18%	-18%	-7%	-5%	-9%	6%	-5%	4%	-31%	-3%	-17%	-5.2%	-7.0%	-6.2%
市場	ビール	/												▲26%程度	▲19%程度	▲22%程度
	発泡酒													▲1%程度	▲1~2%	▲1~2%
	新ジャンル													+6~7%	▲1%程度	+2~3%
	合計													▲9~10%	▲9~10%	▲9~10%

スーパードライ 累計販売数量

(億箱)※大瓶換算

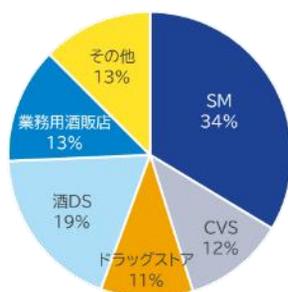


当社 容器別販売数量構成比

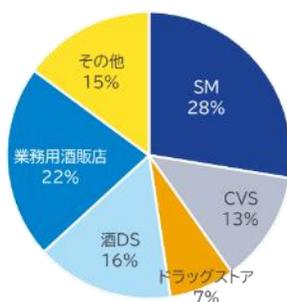


当社 業態別販売数量構成比 (当社推定値)

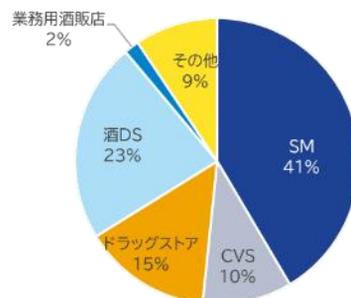
ビール類計



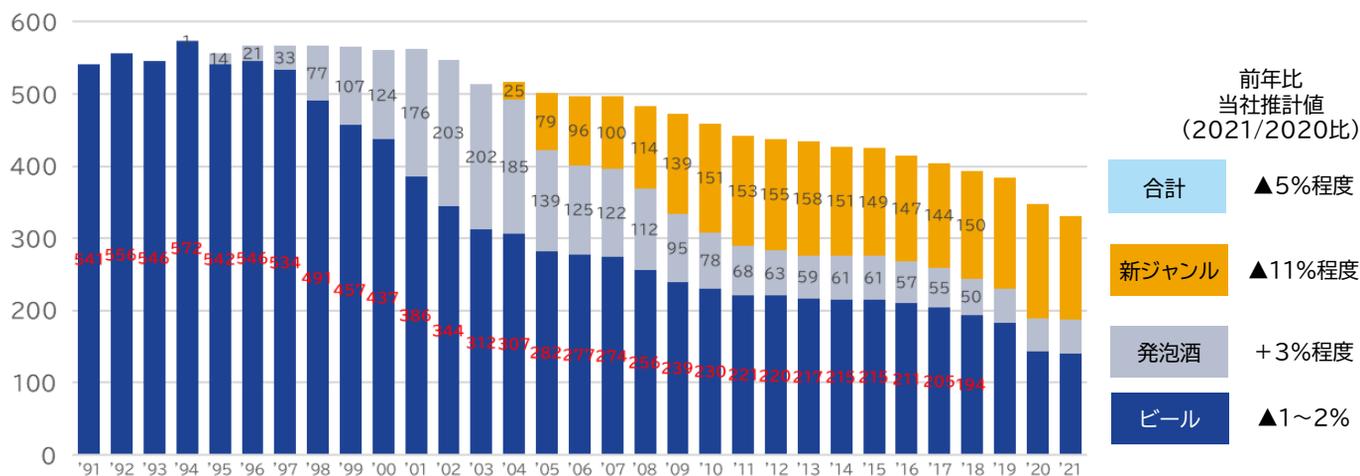
ビール



発泡酒・新ジャンル計

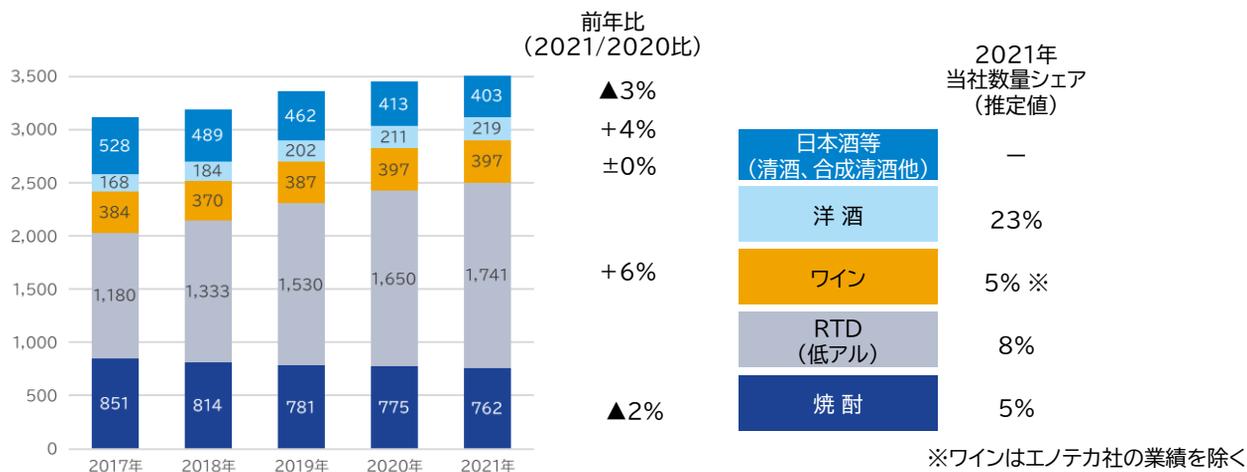


ビール類市場規模 (百万箱, 課税数量ベース, 5社計)



※「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)

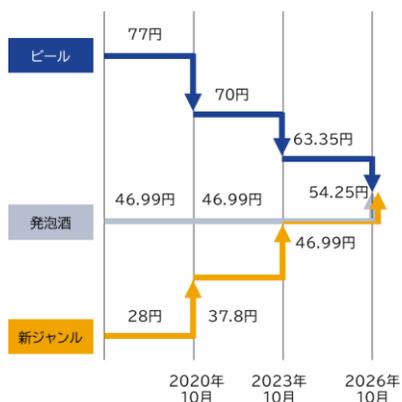


※ワインはエノテカ社の業績を除く

酒税改正の流れ

※350mlあたりの税額

<ビール類>



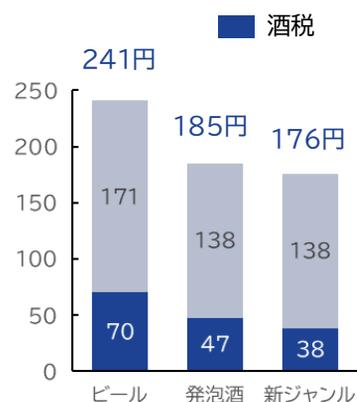
<日本酒・ワイン・RTD>



※焼酎及び洋酒は改正無し

酒税比較

※350mlあたりの税額



※最上部の価格は、大手CVSチェーンにおける店頭価格(消費税込み、2021年末時点)

アサヒ飲料株式会社

会社概要 ※2021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。

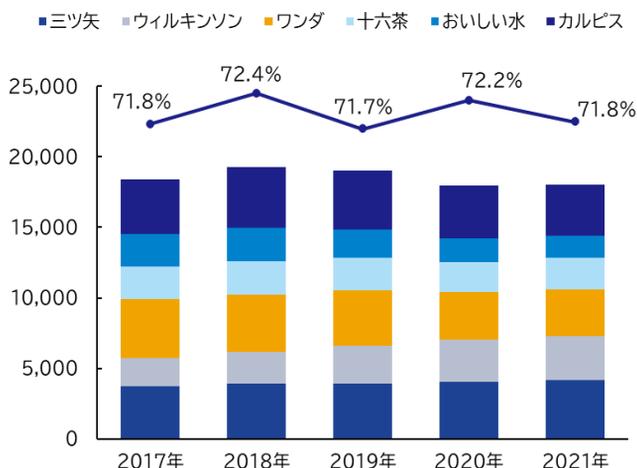
設立	1982年3月
資本金	111億円
従業員数	3,622名(連結)

飲料事業 売上収益・事業利益率推移



※2017年11月に㈱エルピーの株式譲渡

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



ワンダ モーニングショット (缶185g)

「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):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2021年12月時点の価格。

アサヒ飲料 月次販売動向前年比(2021年1-12月)

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	上期	下期	年間計
炭酸	9%	5%	3%	17%	-10%	-1%	12%	-14%	-4%	12%	15%	6%	3%	3%	3%
三ツ矢	16%	4%	0%	11%	-12%	2%	20%	-15%	-6%	11%	12%	5%	2%	3%	2%
ウィルキンソン	3%	5%	9%	33%	-7%	-1%	9%	-12%	-5%	10%	19%	9%	6%	4%	5%
乳性	2%	-10%	-11%	10%	-9%	1%	11%	-15%	-17%	1%	-7%	-2%	-3%	-5%	-4%
カルピス ストレート	5%	-13%	-10%	12%	-9%	5%	15%	-16%	-19%	-1%	-8%	-2%	-2%	-5%	-3%
カルピス コンク	16%	6%	-11%	-1%	-14%	-12%	98%	-20%	-15%	1%	-3%	-7%	-6%	-9%	-8%
コーヒー	16%	8%	-12%	13%	12%	-1%	-20%	-13%	11%	-12%	8%	-1%	4%	-4%	0%
ワンダ	16%	7%	-10%	13%	10%	-2%	-22%	-14%	12%	-16%	8%	-2%	4%	-5%	-1%
お茶	-9%	-26%	4%	16%	9%	9%	23%	-3%	-6%	15%	20%	18%	-2%	13%	6%
十六茶	-3%	-31%	16%	14%	3%	9%	20%	-7%	-14%	9%	15%	10%	3%	4%	3%
ミネラルウォーター	-4%	-19%	-19%	2%	1%	-9%	-4%	-13%	-13%	10%	9%	6%	-9%	-2%	-5%
おいしい水	-4%	-19%	-19%	2%	1%	-9%	-4%	-13%	-13%	10%	9%	6%	-9%	-2%	-5%
果汁	-29%	-1%	-1%	21%	1%	-2%	13%	-4%	-4%	16%	-1%	7%	-1%	4%	2%
合計	3%	-6%	-3%	15%	-1%	-1%	7%	-12%	-6%	7%	7%	5%	1%	1%	1%
飲料市場(当社推定)	-8%	-7%	-2%	18%	5%	0%	14%	-10%	-6%	7%	4%	1%	1%	1%	1%

アサヒ飲料 月次販売動向前年比(2020年1-12月)

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

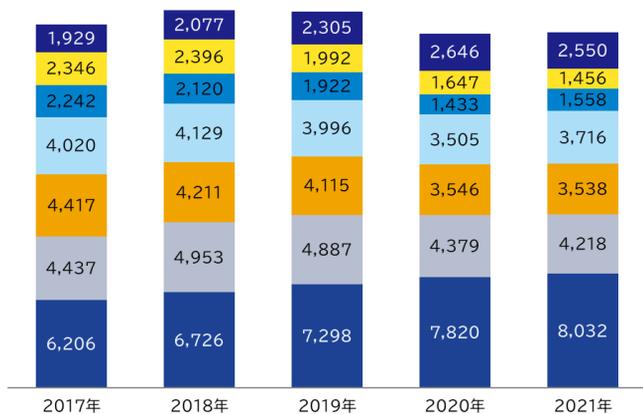
カテゴリー別規模推移

単位:万箱

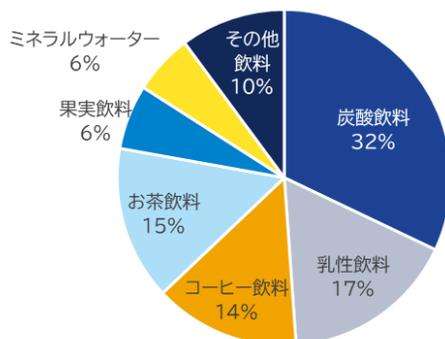
■炭酸飲料 ■乳性飲料 ■コーヒー飲料 ■お茶飲料
■果実飲料 ■ミネラルウォーター ■その他飲料

CAGR
(2016-2021)

2021年構成比



+6%
-11%
-8%
-2%
-4%
±0%
+7%



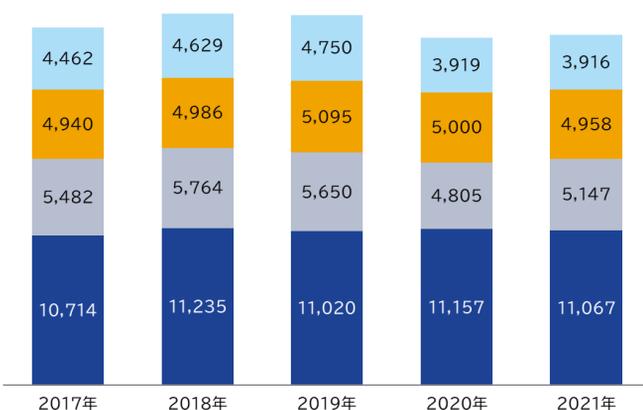
業態別規模推移

単位:万箱

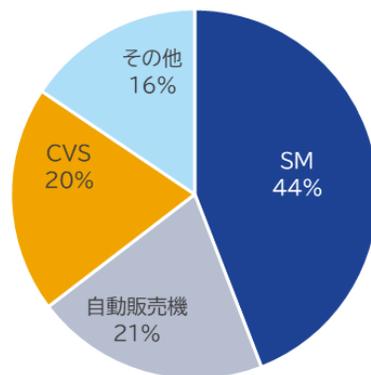
■SM ■自販機 ■CVS ■その他

CAGR
(2016-2021)

2021年構成比



-3%
+2%
-1%
±0%



※2021年数値は速報値

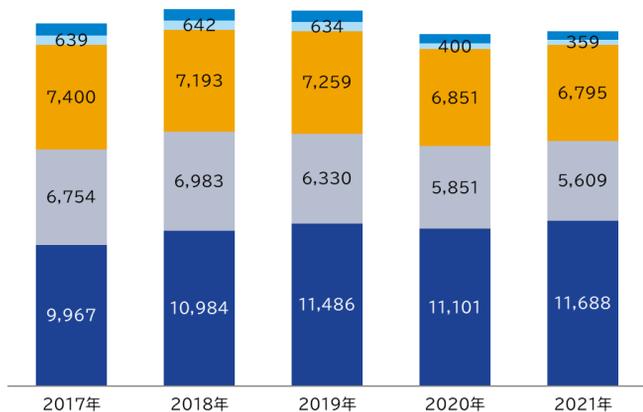
容器別規模推移

単位:万箱

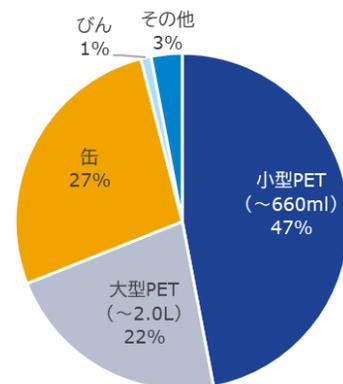
■小型PET(~660ml) ■大型PET(~2.0L) ■缶 ■びん ■その他

CAGR
(2016-2021)

2021年構成比



-6%
-10%
-3%
-5%
+6%



カテゴリー別市場規模推移

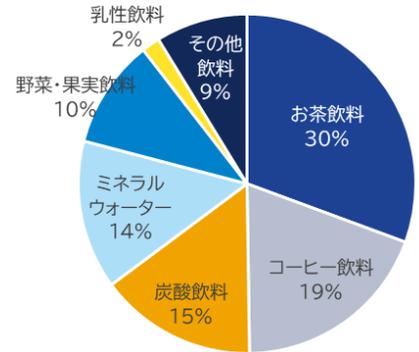
単位:万箱

出典:飲料総研

- お茶飲料
- コーヒー飲料
- 炭酸飲料
- ミネラルウォーター
- 野菜・果実飲料
- 乳性飲料
- その他飲料

CAGR
(2016-2021)

2021年構成比



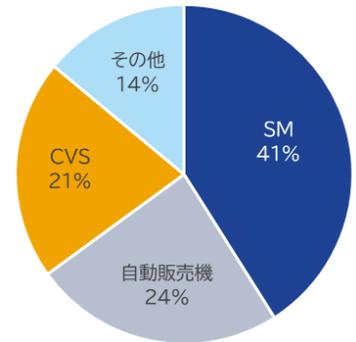
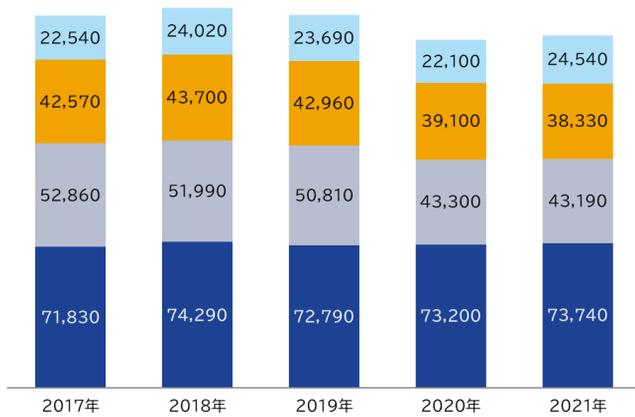
業態別市場規模推移

単位:万箱

- SM
- 自動販売機
- CVS
- その他

CAGR
(2016-2021)

2021年構成比



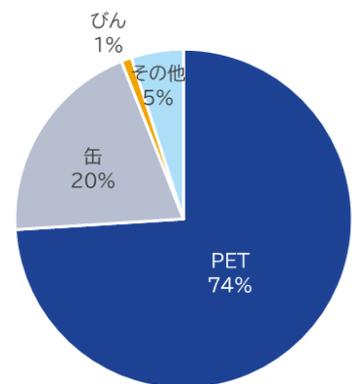
容器別市場規模推移

単位:万箱

- PET
- 缶
- びん
- その他

CAGR
(2016-2021)

2021年構成比



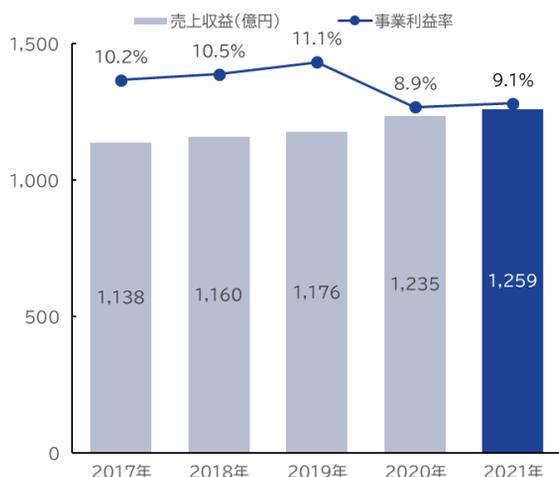
アサヒグループ食品株式会社

会社概要 ※2021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。

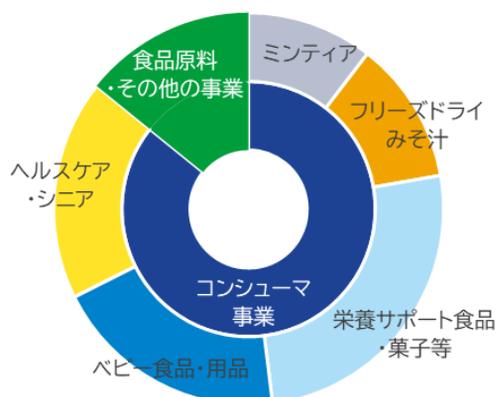
設立	2015年7月
資本金	50億円
従業員数	1,365名（食品事業連結）

食品事業 売上収益・事業利益率推移



売上構成比(2021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

クリアなミントの味わいと強めの刺激が楽しめる、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。まろやかな合わせみそと、かつお昆布だし。とろっとしたなすの食感が楽しめる、飲みやすい定番の味わいです。

9.5g 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

1本 想定価格 120円(税別)



グーグーキッチン とり雑炊

かつお昆布だしをきかせた鶏肉入りの雑炊です。小麦を使用していないしよゆを使っています。

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

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、元気を毎日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

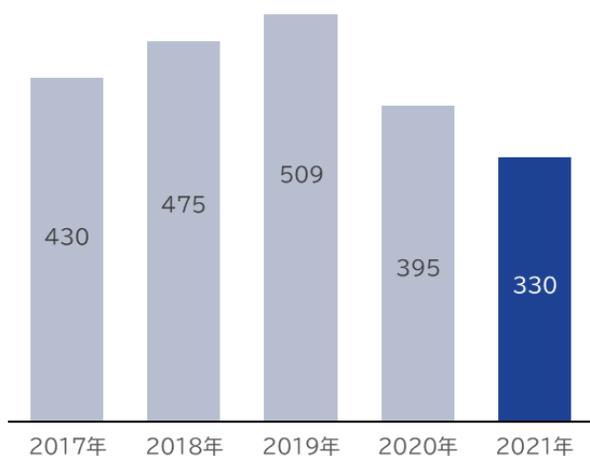
ユニバーサルデザインフード認定商品です。ご高齢の方が楽しく、おいしく、安心して食べられるように工夫しています。鯛と昆布の風味を利かせ、にんじん・白菜・青ねぎとかき卵で仕上げました。にんべん「白だし」使用。

100g 希望小売価格 180円(税別)

※希望小売価格(税別)は2021年12月時点の価格。

錠菓市場規模

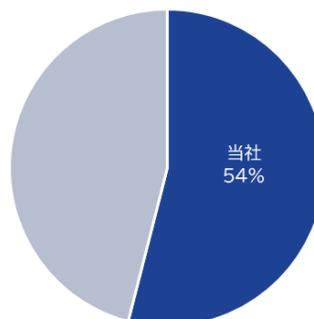
単位:億円



出典:INTAGE SRI+/キャンディ(錠菓市場)/全国/2017.1~2021.12

錠菓マーケットシェア(2021年)

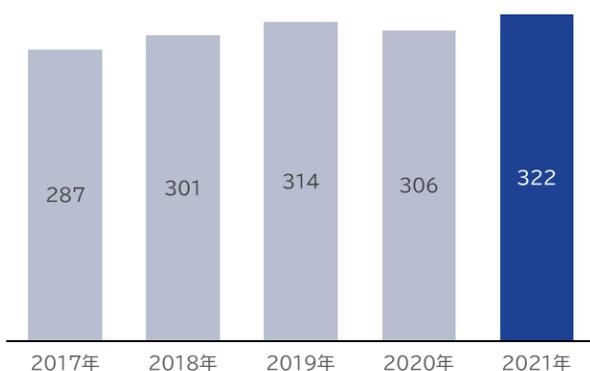
金額ベースで算出



出典: INTAGE SRI+/キャンディ(錠菓市場)/全国/2021.1~2021.12

ベビーフード市場

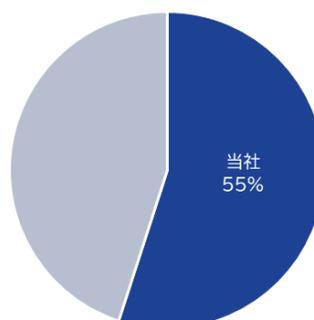
単位:億円



出典:INTAGE SRI+/ベビーフード/全国/2017.1~2021.12

ベビーフードマーケットシェア(2021年)

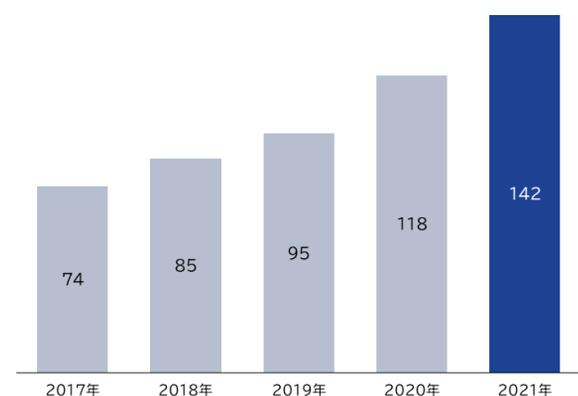
金額ベースで算出



出典: INTAGE SRI+/ベビーフード/全国/2021.1~2021.12

フリーズドライみそ汁市場

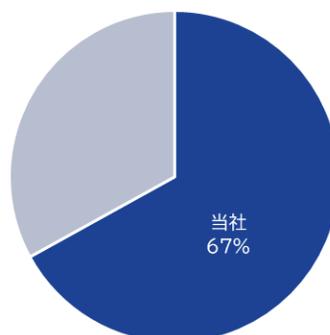
単位:億円



出典:INTAGE SRI+/みそ汁フリーズドライ/全国/2017.1~2021.12

フリーズドライみそ汁マーケットシェア(2021年)

金額ベースで算出



出典: INTAGE SRI+/みそ汁フリーズドライ/全国/2021.1~2021.12

Asahi Europe & International Ltd

2016年10月に、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。

主要ビール商品

チェコ



「Pilsner Urquell」
(ピルスナーウルケル)

「Kozel」
(コゼール)

ポーランド



「Tyskie」
(ティスキ)

「Zubr」
(ズーブル)

ルーマニア



「Timisoreana」
(ティミソリアナ)

「Ciucas」
(チューカス)

イタリア



「Nastro Azzurro」
(ナストロアズーロ)

「Peroni」
(ペロニ)

英国



「Peroni Nastro Azzurro」
(ペロニ・ナストロアズーロ)

「London Pride」
(ロンドンプライド)

オランダ



「Grolsch」
(グロルシュ)

売上収益 エリア別構成比(2021年)



ノンアルコールビール商品



「Birell」(チェコ)



「Lech Free」(ポーランド)



「Peroni Nastro Azzurro 0.0%」(英国)



「Ursus Non Alcohol」(ルーマニア)

オランダ

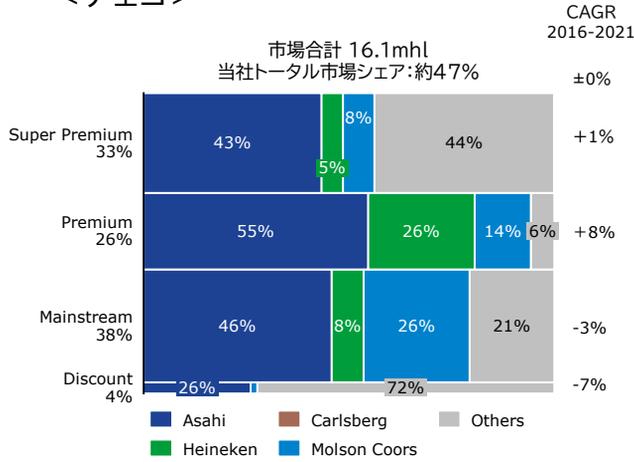


「Grolsch」
(グロルシュ)

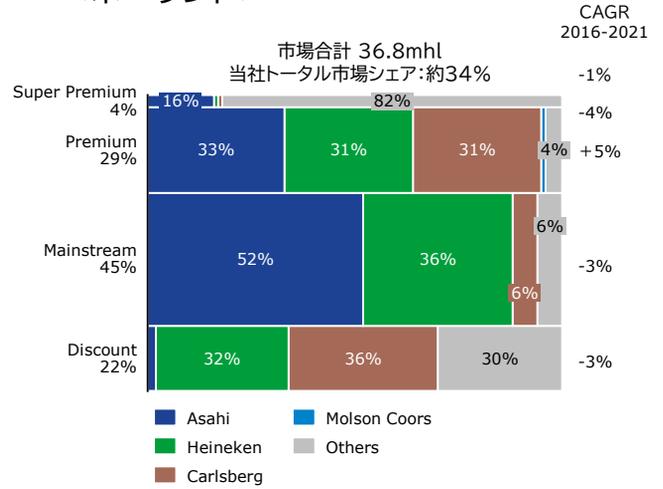
価格帯別会社別シェア／業態別数量構成比(2021年)

当社推定, 数量ベースで算出

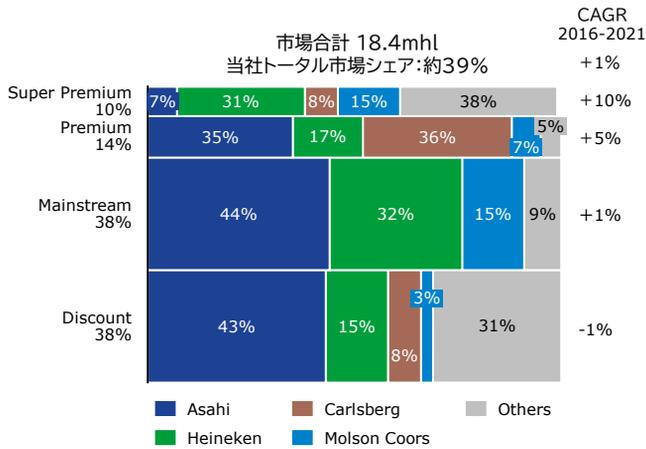
<チェコ>



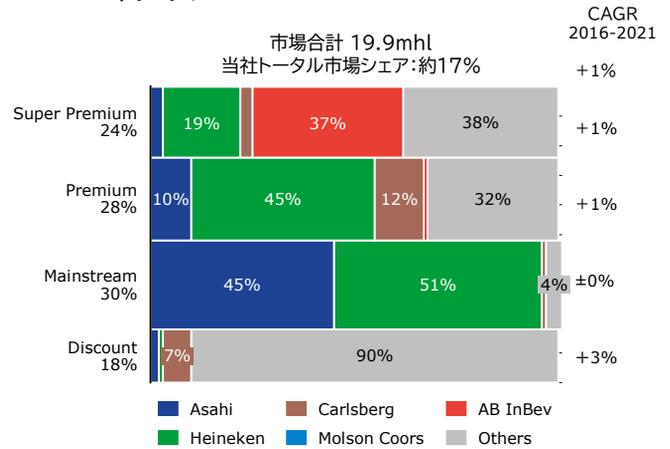
<ポーランド>



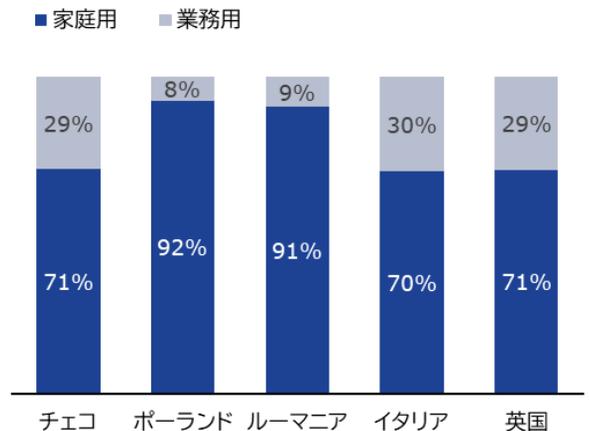
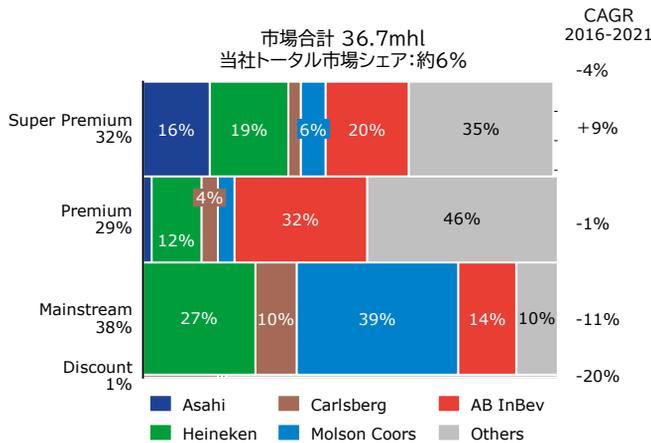
<ルーマニア>



<イタリア>



<英国>



Asahi Holdings (Australia) Pty Ltd

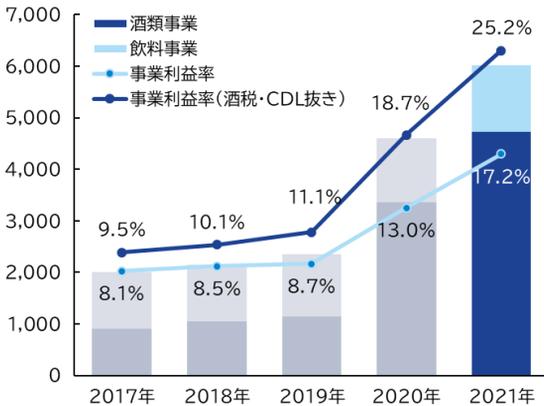
2009年、豪州第2位の飲料会社であるシュウェップス・オーストラリア社を買収し、オセアニア市場に参入しました。また、2011年のインデペンデント・リカーグループの買収により、酒類市場に参入しました。

2020年には、豪州ビール市場で販売数量第1位のCarlton & United Breweries (CUB) をAB InBev社から買収しました。これにより、「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と、「Great Northern」や「Victoria Bitter」といった認知度の高いブランドを揃えた、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、酒類事業と飲料事業を有するマルチビバレッジ企業として、事業間シナジーの創出などによる事業基盤の強化・拡大を図っていきます。

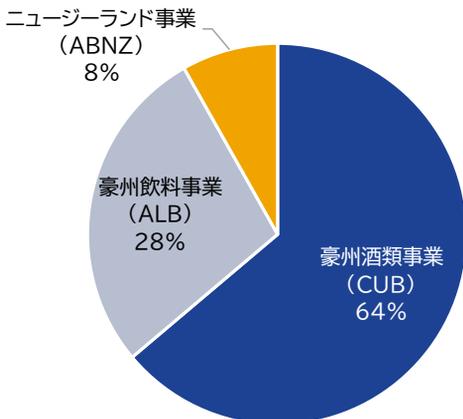
オセアニア 売上収益・事業利益率推移

(百万豪ドル)



※ CDL=容器デポジット

オセアニア 売上収益構成比 (2021年)



※ 酒税、容器デポジットを除く売上収益ベース

酒類事業 主要商品

ビール



Victoria Bitter



Great Northern



Carlton Draught



Super Dry



Peroni Nastro Azzurro



Corona



Balter



Great Northern Zero
(ノンアルコール)

RTD



Vodka Cruiser



Long White



Somersby



Good Tides

サイダー

ハードセルツァー

飲料事業 主要商品



Cool Ridge



Gatorade



Lipton



Cottee's



Pepsi Max



Phoenix



Schweppes

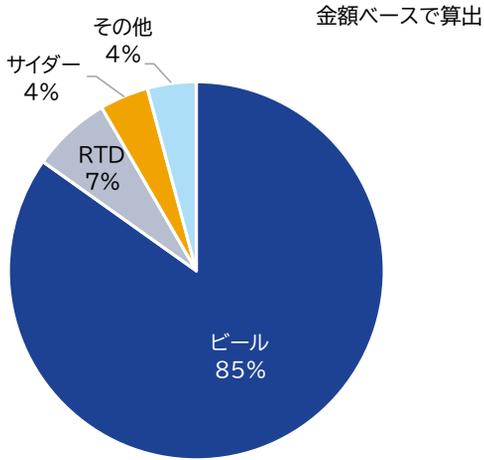


Solo

事業データ

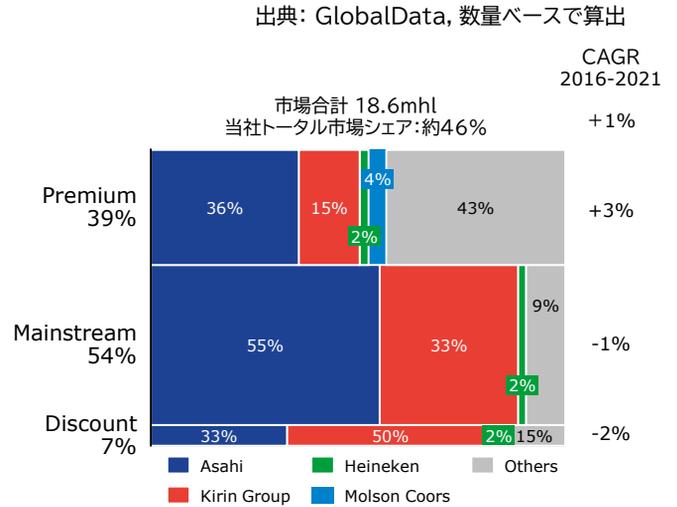
豪州酒類事業

カテゴリー別売上構成比(2021年)



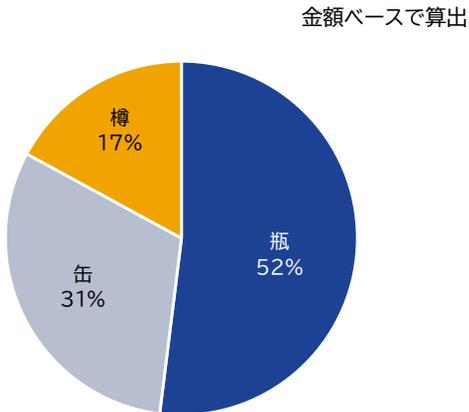
市場データ

豪州ビール市場 会社別シェア (2021年)



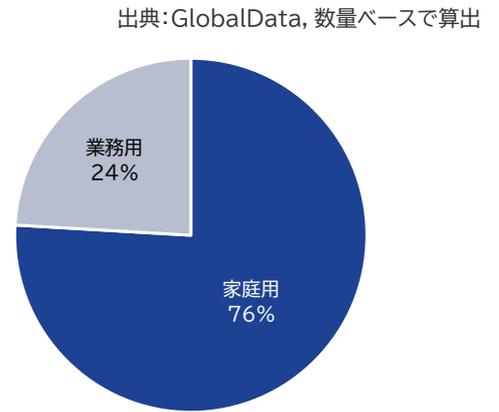
豪州酒類事業

容器別売上構成比(2021年)



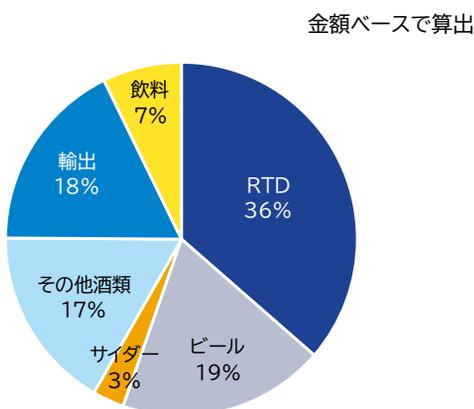
豪州ビール市場

業態別数量構成比 (2021年)



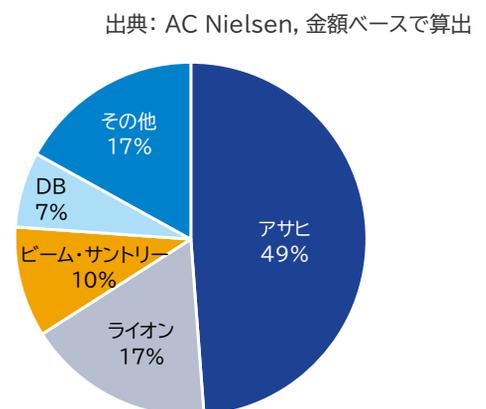
ニュージーランド事業

カテゴリー別売上構成比(2021年)



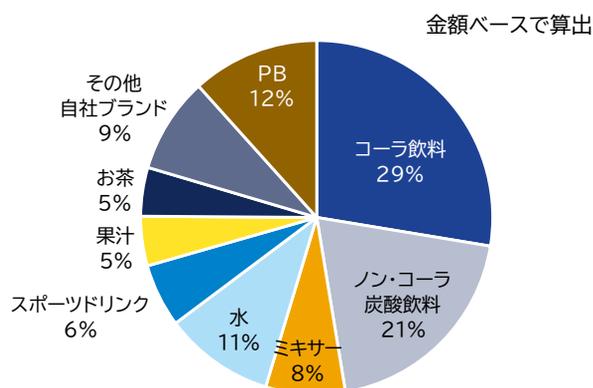
ニュージーランドRTD市場

会社別シェア(2021年)

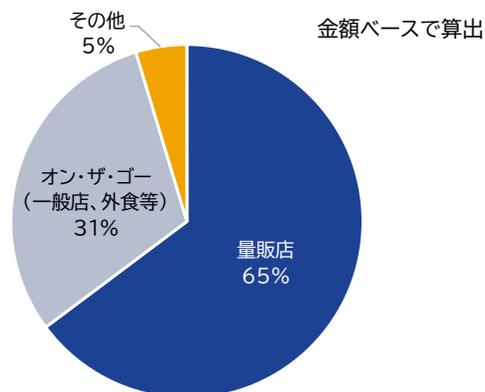


事業データ

豪州飲料事業 カテゴリー別売上構成比 (2021年)

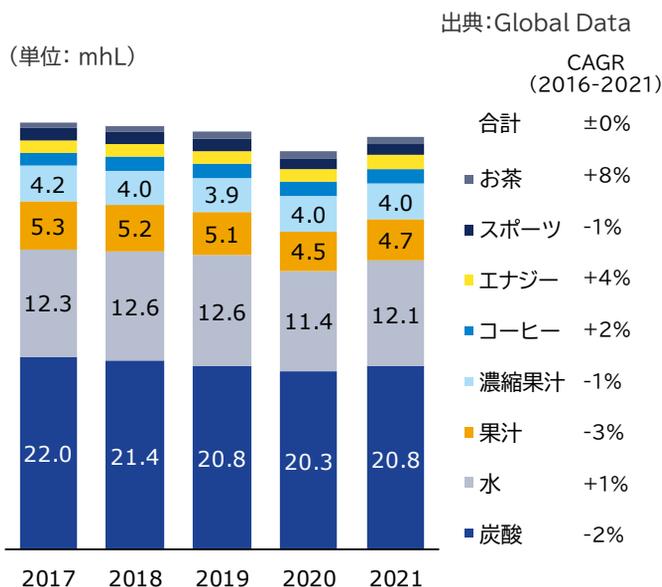


豪州飲料事業 業態別売上構成比 (2021年)

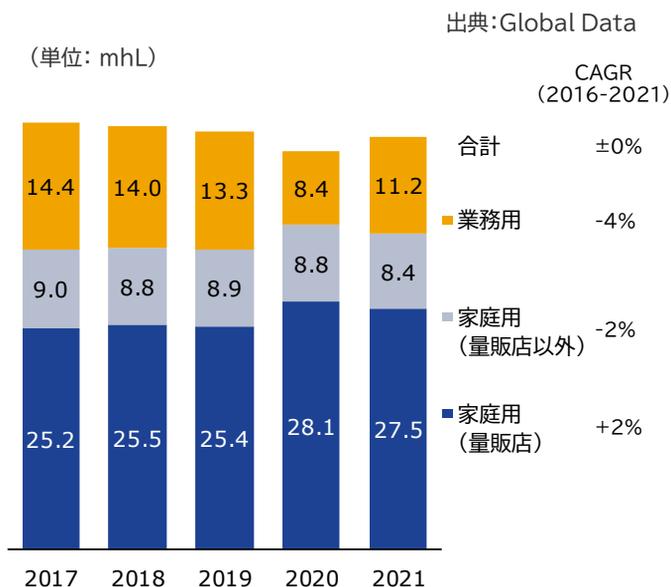


市場データ

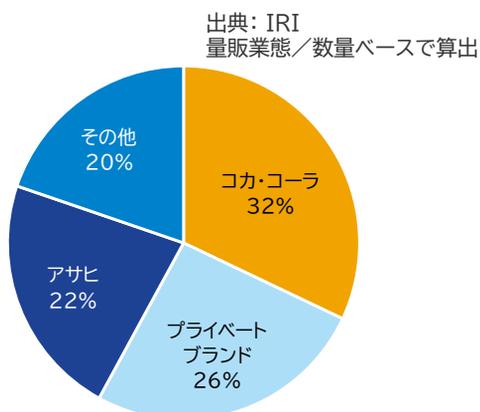
豪州飲料市場 カテゴリー別推移



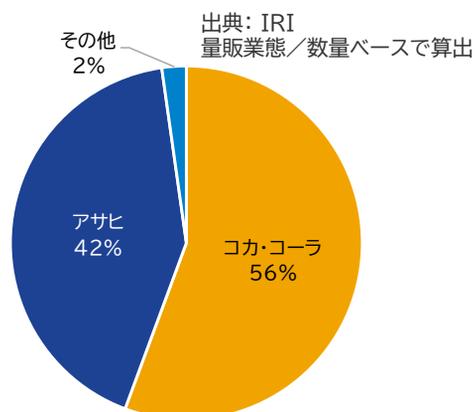
豪州飲料市場 業態別推移



豪州飲料市場 会社別シェア (2021年)



豪州無糖・低糖コーラ飲料市場 会社別シェア (2021年)



Asahi Holdings South East Asia Sdn. Bhd.

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位であるペ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「エチカビバレッジズ」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」

「WONDA」「CALPIS」「Pepsi」「Mountain Dew」「Tropicana」

デアリーブランド



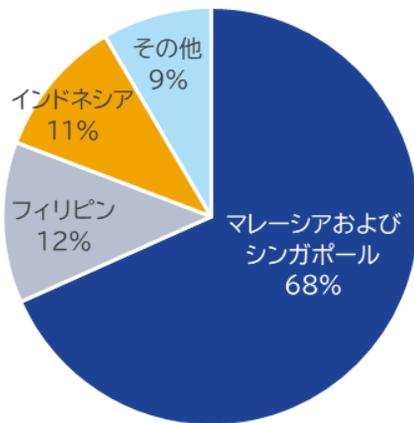
「Goodday」



「Dairy Champ」

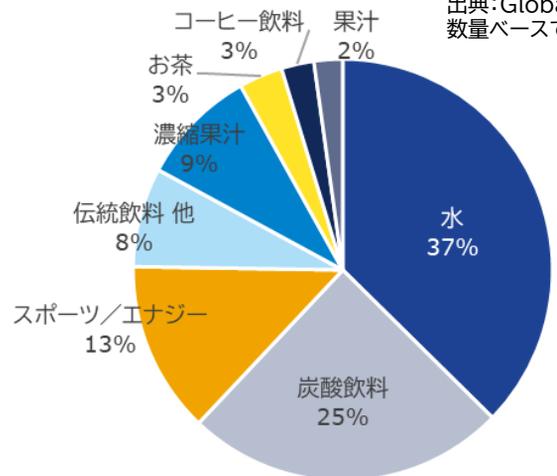
当社 エリア別売上構成比 (2021年)

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 (2021年)

出典: Global Data
数量ベースで算出

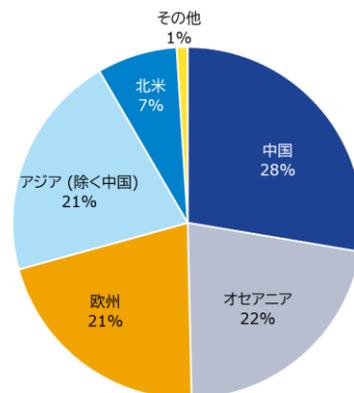
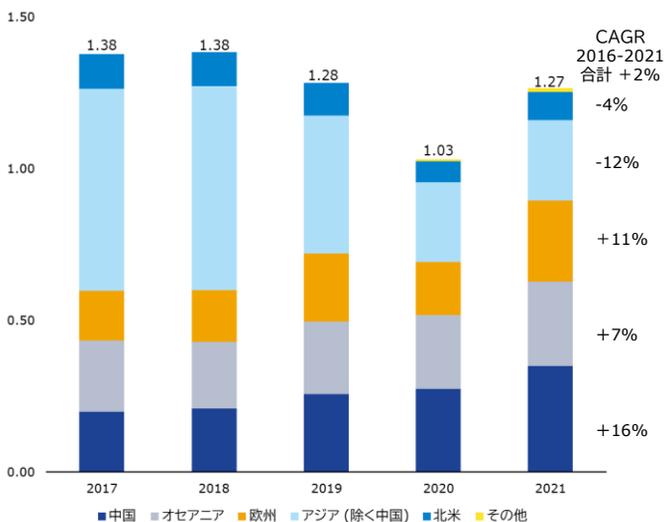


グローバルプレミアムブランド商品／ブランド別販売数量構成比(2021年)



アサヒスーパードライ販売数量推移／エリア別販売数量構成比(2021年)

単位:mhl



価格帯別グローバルビール市場推移

出典:Global Data

