

# FACTBOOK 2022

---

**Asahi**

(2023年2月15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

事業概況 .....	13
事業データ(酒類) .....	15
市場データ(酒類) .....	16
事業データ/市場データ(飲料) .....	17
販売動向(酒類・飲料) .....	18

## 欧州

事業概況 .....	19
市場データ .....	20

## オセアニア

事業概況 .....	21
事業データ/市場データ(酒類) .....	22
事業データ/市場データ(飲料) .....	23

## 東南アジア

事業概況 .....	24
------------	----

## グローバルブランド

事業データ/市場データ .....	25
-------------------	----



## 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、ケイバ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出
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

※BAC (Beer Adjacent Categories): 低アルコール飲料、ノンアルコールビールテイスト飲料、成人向け清涼飲料など、ビール隣接カテゴリー

## 中期的な主要指標のガイドライン・財務方針

3年程度を想定したガイドライン	
事業利益	・CAGR(年平均成長率):一桁台後半 ※1
EPS(調整後 ※2)	・CAGR(年平均成長率):一桁台後半
FCF ※3	・年平均 2,000億円以上
<small>※1 為替一定ベース                      ※2 調整後は、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&amp;A等の事業再構築を除く)</small>	
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※1 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※2 35%程度を目途とした安定的な増配 (配当性向は2025年までに40%を目指す)

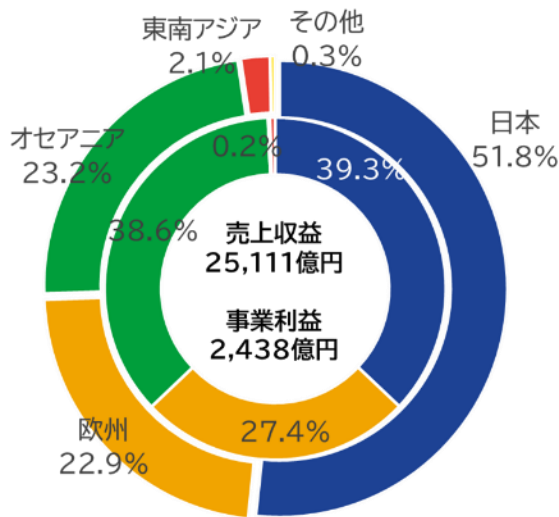
※1 Net Debt/EBITDA (EBITDA純有利子負債倍率) = (金融債務 - 現金) / EBITDA

※2 配当性向は、親会社の所有者に帰属する当期利益から事業ポートフォリオ再構築及び減損損失などに係る一時的な損益(税金費用控除後)を控除して算出しております。

## 会社概要 (2022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 208社  
 持分法適用関連会社数 25社  
 資本金 : 220,044百万円  
 売上収益 : 2,511,108百万円(2022年12月期連結業績)  
 従業員数 : 164名(連結従業員数 29,920名)  
 証券コード : 2502  
 上場証券取引所 : 東京証券取引所  
 発行済株式の総数 : 507,003,362株  
 単元株式数 : 100株  
 株主数 : 156,051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

## 2022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

2022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 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
第 17回 無担保社債	2022. 6. 1	50,000	0.290%	2027. 6. 1
第 18回 無担保社債	2022. 6. 1	10,000	0.469%	2032. 6. 1

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)

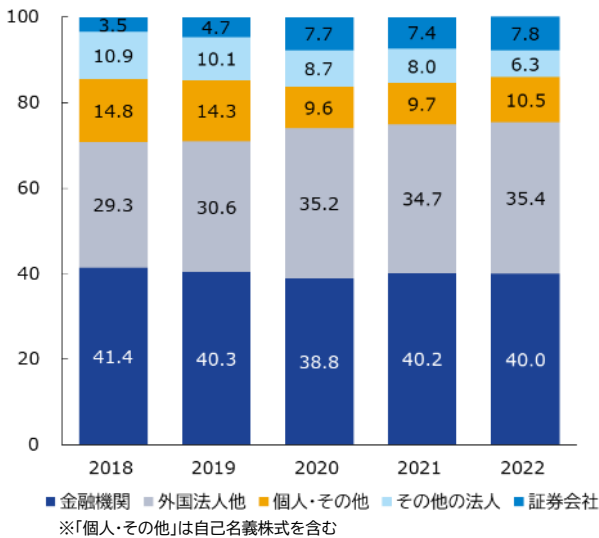
## 格付情報

2022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

	2018	2019	2020	2021	2022
株価(円、終値ベース)					
最高	6,053	5,515	5,195	5,684	5,228
最低	4,092	4,256	3,088	4,120	3,918
発行済み株式総数(百株)	4,835,858	4,835,858	5,070,034	5,070,034	5,070,034
自己保有株式(百株)	255,061	255,093	1,775	1,827	1,869
EPS(円)	330	310	197	303	299
1株当たり年間配当金(円)	99.0	100.0	106.0	109.0	113.0
当期末株主数(名)	110,585	106,544	129,324	136,945	156,051

## 株主構成推移 (議決権ベース)



## 大株主の状況

株主名	2022年12月31日現在	
	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)	894,885	17.7%
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	317,205	6.3%
SMBC日興証券株式会社	150,179	3.0%
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%
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	83,245	1.6%
JPモルガン証券株式会社	80,470	1.6%
株式会社三井住友銀行	80,280	1.6%
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	78,018	1.5%
三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社	74,935	1.5%
合計	1,971,219	38.9%

(注)1. 持株比率は発行済株式の総数から自己株式(1,869百株)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1,355百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（2023年1月1日現在）



(※) 上記のほかに、国内において、アサヒプロマネジメント株(連結子会社)は、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。

## 主な生産拠点数（2022年12月31日現在）

地域	国・主な商品・工場数							
日本	日本	日本	日本	日本	日本			
	酒類(ビール類)	酒類(その他)	飲料	食品	その他			
	8	8	7	7	3			
欧州	イタリア	オランダ	ポーランド	チェコ	スロバキア	ルーマニア	ハンガリー	英国
	酒類	酒類	酒類	酒類	酒類	酒類	酒類	酒類
	3	1	3	3	1	3	1	2
オセアニア	オーストラリア	オーストラリア	ニュージーランド					
	酒類	飲料	酒類					
	5	6	1					
東南アジア	マレーシア	インドネシア	ミャンマー					
	飲料	飲料	飲料					
	2	2	1					
その他	アメリカ							
	飼料							
	1							

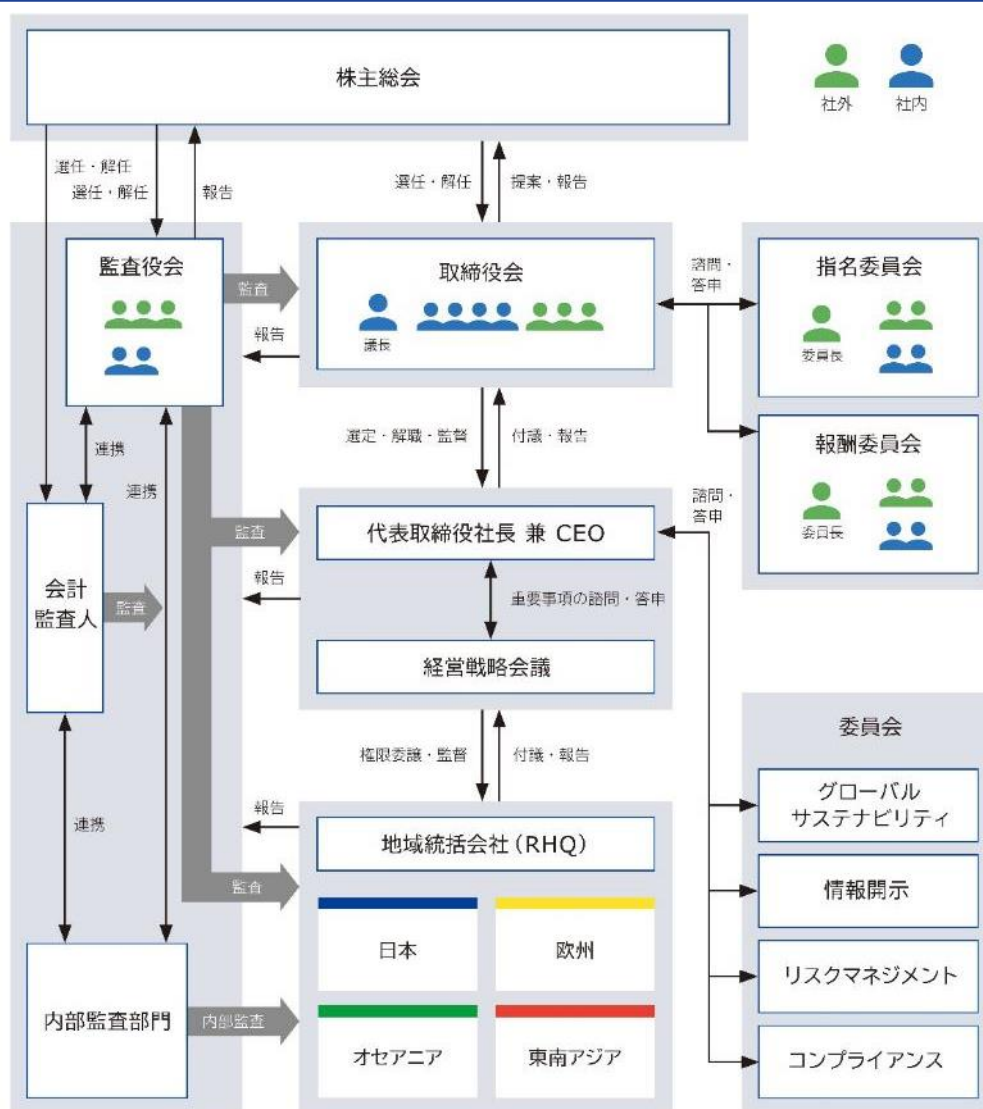
(ご参考: アサヒビール社、アサヒ飲料社の主な生産拠点)

工場名	主な商品	所在地	操業開始
<b>アサヒビール【8工場】</b>			
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	愛知県名古屋市	1973年
6 吹田工場	ビール、発泡酒、リキュール、ビールテイスト清涼飲料	大阪府吹田市	1891年
7 四国工場	ビール、発泡酒、リキュール	愛媛県西条市	1998年
8 博多工場	ビール、発泡酒、リキュール、ビールテイスト清涼飲料	福岡県福岡市	1921年
<b>アサヒ飲料【7工場】</b>			
1 富士山工場	お茶飲料、水、炭酸水	静岡県富士宮市	2001年
2 北陸工場	コーヒー、お茶飲料	富山県下新川郡	1994年
3 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
4 六甲工場	水、炭酸水	兵庫県神戸市	2004年
5 富士吉田工場	水、炭酸水	山梨県富士吉田市	1990年
6 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
7 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

(※) アサヒビール社8工場のうち、神奈川工場・四国工場は、2023年1月末で操業終了



## コーポレートガバナンス体制図 (2022年3月31日現在)



### 社外取締役の全取締役に占める割合

	2018	2019	2020	2021	2022
取締役人数	10	9	9	8	8
社内取締役人数	7	6	6	5	5
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%	33.3%	33.3%	37.5%	37.5%

### 取締役および監査役の報酬額(2021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	10	318	7	260	7	111	5	77	767
(うち社外取締役)	(3)	(51)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(51)
監査役	5	117	-	-	-	-	-	-	117
(うち社外監査役)	(3)	(40)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(40)

(百万円)

年	月	主な出来事
1889	11	朝日麦酒株式会社(現アサヒグループホールディングス株式会社)の前身である大阪麦酒会社設立 日本麦酒醸造会社、札幌麦酒会社も相前後して創立され、日本のビール産業の興隆期を迎える。
1889	11	鳥井駒吉、社長に就任
1891	10	吹田村醸造所(現アサヒビール吹田工場)竣工
1892	5	「アサヒビール」発売
1893	2	大阪麦酒株式会社に改組
1893	0	コロンブス世界博で「アサヒビール」最優等賞受賞
1897	7	本格的なビアホール「アサヒ軒」の第1号店開業
1900	0	パリ万国博で「アサヒビール」最優等賞受賞
1900	0	日本初の熱処理を施さない瓶詰生ビール「アサヒ生ビール」発売
1906	3	大阪麦酒株式会社、日本麦酒株式会社、札幌麦酒株式会社の3社合同により、大日本麦酒株式会社設立。
1906	3	馬越恭平、社長に就任
1937	2	高橋龍太郎、社長に就任
1949	1	過度経済力集中排除法により、大日本麦酒株式会社は、朝日麦酒株式会社と日本麦酒株式会社に分割。
1949	9	朝日麦酒株式会社設立。山本爲三郎、社長に就任。
1958	9	日本初の缶容器入りビール「アサヒゴールド」を発売
1965	3	世界初の屋外発酵貯酒タンクを開発、西宮・吾妻橋・博多の3工場に設置
1966	2	中島正義、社長に就任
1971	2	高橋吉隆、社長に就任
1971	6	日本初のアルミ缶入りビール発売
1972	3	株式会社三ツ矢ベンディング設立(現アサヒグループジャパン傘下、アサヒ飲料株式会社)
1976	2	延命直松、社長に就任
1982	3	村井勉、社長に就任
1984	11	財団法人アサヒ生活文化研究振興財団設立(現アサヒグループ学術振興財団)
1986	1	CIの導入、コーポレートロゴを「Asahi」に変更
1986	2	新コーポレートロゴを冠した初の商品「アサヒ生ビール」発売
1986	3	樋口廣太郎、社長に就任
1987	3	世界初の辛口ビール「アサヒスーパードライ」発売。
1988	4	創業以来の先輩社員と業界関係者を祀る「先人の碑」を吹田に建立
1989	1	「朝日麦酒株式会社」から「アサヒビール株式会社」に社名変更
1989	3	財団法人アサヒビール芸術文化財団設立(現アサヒグループ芸術文化財団)
1989	10	東京・吾妻橋に新本部ビル竣工
1992	3	アサヒビール食品株式会社設立(現アサヒグループジャパン傘下、アサヒグループ食品株式会社)
1992	9	瀬戸雄三、社長に就任
1994	1	現地ビール会社への資本参加を通じて中国への本格進出開始
1994	3	アサヒビール薬品株式会社設立(現アサヒグループジャパン傘下、アサヒグループ食品株式会社)
1996	4	大山崎山荘美術館開館
1997	10	グループ全体の研究開発拠点として、研究開発センターを開設
1998	4	アサヒビールU.S.A.社設立(現Asahi Europe & International傘下)
1998	11	日本の全工場で廃棄物100%再資源化達成
1998	12	日本のビール市場でシェア首位の座を獲得(年間課税数量より)
1999	1	福地茂雄、社長に就任
1999	9	中期経営計画「アサヒ・イノベーション・プログラム・2000」発表
2001	4	ニッカウヰスキー株式会社を完全子会社化(1954年から資本参加)
2001	9	アサヒの森、国際的な森林承認(FSC認証)を取得
2001	12	日本のビール・発泡酒市場でシェア首位の座を獲得
2002	1	池田弘一、社長に就任
2002	7	アサヒビール食品株式会社とアサヒビール薬品株式会社を統合し、アサヒフードアンドヘルスケア株式会社を設立 (現アサヒグループジャパン傘下、アサヒグループ食品)
2002	8	アサヒビール株式会社とオリオンビール株式会社による包括的業務提携の合意
2002	9	協和発酵工業株式会社、旭化成株式会社から焼酎・低アルコール飲料事業を譲受
2003	1	アサヒフードアンドヘルスケア株式会社、ポーラフーズ株式会社を統合 (現アサヒグループジャパン傘下、アサヒグループ食品)
2004	2	「第2次グループ中期経営計画」を発表
2004	4	「康師傅控股有限公司」と飲料事業の合併会社設立
2004	11	韓国ロッテグループの酒類販売会社に出資し「株式会社ロッテアサヒ酒類」設立
2005	5、6	チルド飲料メーカーの「株式会社エルビー・埼玉」「飲料メーカーの株式会社エルビー・名古屋」の株式を カネボウ株式会社より譲受
2006	3	荻田伍、社長に就任

年	月	主な出来事
2006	5	ベビーフード国内最大手の「和光堂株式会社」の株式取得(現アサヒグループジャパン傘下、アサヒグループ食品)
2007	2	<b>「第3次グループ中期経営計画」を発表</b>
2008	4	「アサヒ飲料株式会社」を完全子会社化
2008	7	「天野実業株式会社」の株式取得(現アサヒグループジャパン傘下、アサヒグループ食品)
2009	4	「青島啤酒」の発行済み株式の19.99%を取得
2009	4	豪州飲料会社「シュウェップス・オーストラリア」の全株式取得(現Asahi Holdings(Australia)傘下) オセアニア市場へ本格参入
2009	12	<b>「長期ビジョン2015&amp;中期経営計画2012」を発表</b>
2010	3	泉谷直木、社長に就任
2010	3	<b>「環境ビジョン2020」ならびに「生物多様性宣言」を策定</b>
2011	7	アサヒビール株式会社から純粋持株会社「アサヒグループホールディングス株式会社」へ商号変更 日本酒類事業を担うアサヒビール株式会社を新たに設立(現アサヒグループジャパン傘下)
2011	9	ニュージーランド酒類大手「Flavoured Beverages Group Holdings Limited」の株式取得 (現Asahi Holdings(Australia)傘下)
2011	9	ニュージーランド飲料会社「Charlie's Group Limited」の株式取得(現Asahi Holdings(Australia)傘下)
2011	9	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 (現Asahi Holdings(Australia)傘下)
2011	11	マレーシア飲料会社「Permanis Sdn. Bhd.」の株式取得(現Asahi Holdings Southeast Asia傘下) 東南アジア市場へ本格参入
2012	7	「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
2012	10	カルピス株式会社 株式取得(現アサヒグループジャパン傘下、アサヒ飲料など)
2013	2	<b>「長期ビジョン2020&amp;中期経営計画2015」を発表</b>
2014	6	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 株式取得(現Asahi Holdings Southeast Asia傘下)
2015	7	<b>「コーポレートガバナンス・ガイドライン」の策定</b>
2016	1	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、天野実業株式会社の食品事業3社を 「アサヒグループ食品株式会社」に集約
2016	2	<b>「長期ビジョン」&amp;「中期経営方針」を発表</b>
2016	3	小路明善、社長に就任
2016	10	旧SAB Miller社のイタリア、オランダ、英国事業の取得 (現Asahi Europe & International傘下) 欧州市場に本格参入
2017	3	旧SAB Miller社の中東欧5か国のビール事業の取得 (現Asahi Europe & International傘下)
2017	3	<b>アサヒバイオサイクル株式会社を設立</b>
2017	6	「康師傅飲品控股有限公司」の株式譲渡契約締結
2017	11	「株式会社エルビー」の株式譲渡契約締結
2017	12	「青島啤酒」の株式譲渡契約締結
2017	12	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	4	<b>2050年までにサプライチェーン全体でCO2排出量ゼロを目指す中長期目標「アサヒカーボンゼロ」を設定</b>
2019	1	<b>全ての企業活動の基盤となるグループ理念「Asahi Group Philosophy」を施行</b>
2019	1	<b>「酒類を取り扱う企業グループとしての飲酒に関する基本方針」策定</b>
2019	2	<b>「中期経営方針」を更新</b>
2019	2	<b>アサヒグループ環境ビジョン2050『ニュートラル&amp;プラス』の発想で自然の恵みを次世代につなぐ」を策定</b>
2019	4	アサヒクオリティードイノベーションズ株式会社を設立
2019	4	英国Fuller, Smith & Turner P.L.C.のプレミアムビール・サイダー事業の取得 (現Asahi Europe & International傘下)
2019	5	「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
2019	5	「アサヒグループ人権方針」を策定
2020	6	AB InBev社の豪州事業(CUB事業)取得(現Asahi Holdings(Australia)傘下)
2020	10	日本の食品企業で初めてグリーンボンドを発行
2021	3	勝木敦志、代表取締役社長 兼 CEOに就任
2021	4	Asahi Super DryがRugby World Cup2023年フランス大会オフィシャルビールに決定
2021	12	<b>「ダイバーシティ、エクイティ&amp;インクルージョン ステートメント」策定</b>
2022	1	日本を総括する地域統括会社アサヒグループジャパンを設立し、4 Regional Headquarters体制に移行
2022	1	<b>日本のサステナビリティ事業を展開するアサヒユウアス株式会社が事業開始</b>
2022	2	<b>「中長期経営方針」を更新</b>
2022	8	シティ・フットボール・グループとグローバルパートナーシップを締結 Asahi Super Dryは同グループ傘下4チームの「オフィシャルビールパートナー」に決定

国際財務報告基準(IFRS)	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
<b>損益計算書(百万円)</b>					
売上収益	2,120,291	2,089,048	2,027,762	2,236,076	2,511,108
売上原価	1,303,246	1,297,302	1,283,150	1,383,195	1,589,272
(酒税額)	(493,766)	(478,108)	(463,713)	(501,841)	(563,303)
売上総利益	817,044	791,745	744,612	852,881	921,835
販売費及び一般管理費	595,661	578,774	576,789	634,940	678,018
買収に伴い生じた無形資産償却費	(22,018)	(21,198)	(25,499)	(31,084)	(33,601)
事業利益	221,384	212,971	167,823	217,940	243,817
営業利益	211,772	201,436	135,167	211,900	217,048
金融収益	8,282	8,094	7,230	5,754	5,498
金融費用	-12,731	-13,012	-14,982	-18,516	-17,221
持分法による投資損益	887	872	285	687	667
税引前利益	207,308	197,391	125,399	199,826	205,992
当期利益	150,938	141,290	92,584	153,823	151,717
親会社の所有者に帰属する当期利益	151,077	142,207	92,826	153,500	151,555
EBITDA ※1	318,463	304,848	269,447	328,497	362,405
<b>設備投資・減価償却(百万円)</b>					
設備投資額	78,243	86,123	84,455	88,158	105,567
減価償却費	75,062	70,678	76,124	79,472	84,986
<b>財政状態計算書(百万円)</b>					
資産合計	3,079,315	3,140,788	4,439,378	4,544,997	4,830,345
流動資産	714,576	735,113	689,086	700,176	737,529
営業債権及びその他の債権	427,279	407,621	378,924	395,974	415,677
棚卸資産	160,319	171,717	183,166	200,828	234,969
非流動資産	2,364,738	2,405,674	3,750,292	3,844,821	4,092,815
のれん及び無形資産	1,428,543	1,398,422	2,701,985	2,819,634	3,027,930
流動負債	939,591	1,075,673	1,652,655	1,242,891	1,265,946
社債及び借入金(流動)	262,620	408,259	924,760	423,652	367,268
非流動負債	990,076	816,835	1,268,906	1,545,709	1,501,453
社債及び借入金(長期)	764,768	534,955	898,867	1,172,551	1,130,042
資本合計	1,149,647	1,248,279	1,517,816	1,756,397	2,062,945
親会社の所有者に帰属する持分合計	1,146,420	1,246,314	1,516,124	1,754,353	2,060,734
<b>キャッシュフロー計算書(百万円)</b>					
営業キャッシュ・フロー	252,441	253,469	275,859	337,812	265,991
投資キャッシュ・フロー	22,505	-103,666	-1,243,372	-14,348	-69,186
財務キャッシュ・フロー	-270,564	-158,841	956,759	-320,325	-219,556
現金及び現金同等物残高	57,317	48,489	48,460	52,743	37,439
フリー・キャッシュ・フロー ※2	164,553	168,148	196,825	319,089	201,146
<b>経営指標(※3)</b>					
ROE(親会社所有者帰属持分当期利益率) ※4	15.2%	13.0%	7.5%	11.0%	11.1%
ROA(資産合計税引前利益率)	6.5%	6.3%	3.3%	4.4%	4.3%
EPS(基本的一株当たり当期利益)	329.0	310.4	196.5	302.9	326.5
BPS(一株当たり親会社所有者帰属持分)	2,502.7	2,720.8	2,992.1	3,467.5	4,067.1
<b>投資指標(※3)</b>					
配当性向	30.1%	32.2%	53.9%	36.0%	34.6%
<b>収益性指標(※3)</b>					
売上収益総利益率	38.5%	37.9%	36.7%	38.1%	36.7%
事業利益率	10.4%	10.2%	8.3%	9.7%	9.7%
(酒税抜き事業利益率)	(13.6%)	(13.2%)	(10.7%)	(12.6%)	(12.5%)
営業利益率	10.0%	9.6%	6.7%	9.5%	8.6%
親会社の所有者に帰属する当期利益率	7.1%	6.8%	4.6%	6.9%	6.6%
EBITDA比率	15.0%	14.6%	13.3%	14.7%	14.4%
<b>効率性指標(※3)</b>					
総資産回転率	0.66	0.67	0.54	0.50	0.54
親会社所有者帰属持分回転率	1.9	1.7	1.5	1.4	1.3
有形固定資産回転率	3.0	2.9	2.6	2.7	3.0
棚卸資産回転率	13.4	12.6	11.4	11.6	11.5
営業債権回転率	4.9	5.0	5.2	5.8	6.2
<b>安全性指標(※3)</b>					
親会社の所有者に帰属する持分比率	37.2%	39.7%	34.2%	38.6%	42.7%
負債比率	168.3%	151.8%	192.7%	159.0%	134.3%
流動比率	76.1%	68.3%	41.7%	56.3%	58.3%
非流動比率	206.3%	193.0%	247.4%	219.2%	198.6%
非流動長期適合率	110.7%	116.6%	134.7%	116.5%	114.9%
インタレスト・カバレッジ・レシオ	37.0	36.9	27.5	30.1	24.5
ネット・デット・エクイティ・レシオ ※5	0.85	0.72	0.98	0.73	0.59
ネット・デット/EBITDA ※6	3.05	2.93	6.03	4.24	3.61

※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および減損など一時的な特殊要因を除くベースの数値を使用

※4: 調整後親会社の所有者に帰属する当期利益を親会社の所有者に帰属する持分合計(但し、在外営業活動体の換算差額とその他の包括利益を通じて公正価値で測定される金融商品への投資の公正価値の変動などを控除したもの)で除して算出

※5: 2020年-2022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

※6: 2020年-2022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)

	2018		2019		2020		2021			2022	
	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	9,194	1,171	8,869	1,055	7,583	804	7,221	708	日本	13,017	1,089
飲料事業	3,688	381	3,769	334	3,534	278	3,578	331	欧州	5,739	760
食品事業	1,160	122	1,290	137	1,235	110	1,259	114	オセアニア	5,832	1,071
国際事業	7,133	996	6,985	1,023	7,930	941	10,176	1,606	東南アジア	517	6
無形資産償却費	-	△220	-	△212	-	△255	-	△311	無形資産償却費	-	△336
その他・調整額等	29	△236	△22	△208	△3	△200	127	△269	その他・調整額等	7	△152
合計	21,203	2,214	20,890	2,130	20,278	1,678	22,361	2,179	合計	25,111	2,438

※2022年より開示セグメントを変更。

## 設備投資・減価償却推移

(億円)

	2018		2019		2020		2021			2022	
	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	231	222	219	220	241	212	178	207	日本	420	406
飲料事業	120	108	179	106	134	120	106	121	欧州	456	244
食品事業	31	35	55	38	38	41	45	37	オセアニア	159	161
国際事業	369	346	367	302	374	351	479	392	東南アジア	8	18
その他・調整額等	30	39	41	42	58	37	73	37	その他・調整額等	13	20
合計	782	751	861	707	845	761	882	795	合計	1,056	850

※2022年より開示セグメントを変更。

※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				備考
				内訳	取得時発生額	償却期間	2022年末残	
日本				のれん			323	
				無形資産			167	
(酒類)				のれん			45	
				無形資産			7	
(飲料)				のれん			233	
				無形資産			159	
アサヒ飲料	2,414	100.0%	-	のれん	259	-	230	カルビス取得:2012年10月
				無形資産	346	5-20	159	カルビス取得:2012年10月
(食品)				のれん			45	
				無形資産			0	
アサヒグループ食品	886	100.0%	-	のれん	236	-	45	和光堂取得:2006年4月227億、2007年3月9億円
欧州 [Asahi Europe and International]	18,677	100.0%	2016年10月	のれん	5,657	-	6,774	外貨ベース ※為替変動の影響により変動します
				無形資産	6,381	5-40	6,544	
オセアニア [Asahi Holdings (Australia)]	19,398	100.0%	2009年4月 (*1)	のれん	10,715	-	12,552	
				無形資産	3,040	10-40	3,395	
東南アジア	1,300 (*2)	100.0%	2011年11月	のれん	381	-	20	
				無形資産	115	10	51	
その他				のれん			1	
				無形資産			0	
合計				のれん			19,670	
				無形資産			10,157	

(\*1) 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)、StrangeLove(2022年9月)

(\*2) 東南アジア事業各社の合算総資産

(\*3) 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

## アサヒグループジャパン社

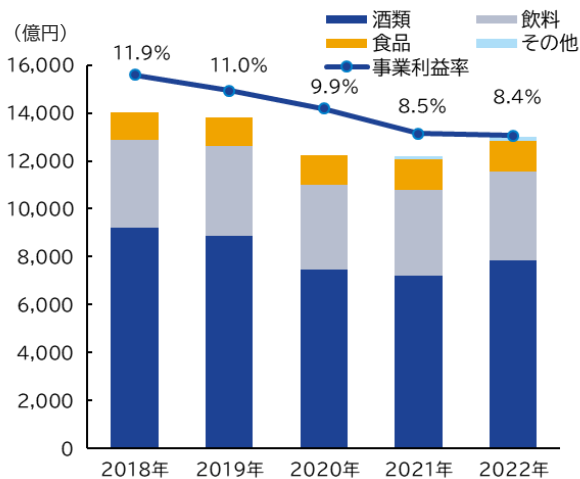
酒類では、アサヒビール社が中心となり、ビール類、洋酒、RTD、ワイン、焼酎及びアルコールテイスト飲料を製造・販売しています。ニッカウヰスキー社やエノテカ社などのグループ各社とも連携し、各カテゴリーにおいて幅広い商品ラインアップを提供しています。

飲料では、2012年から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」として主カブランド及び健康領域での取組みを強化しています。

食品では、2016年にアサヒフードアンドヘルスケア社・和光堂社・天野実業社の3社を統合し、アサヒグループ食品社として事業を展開しています。

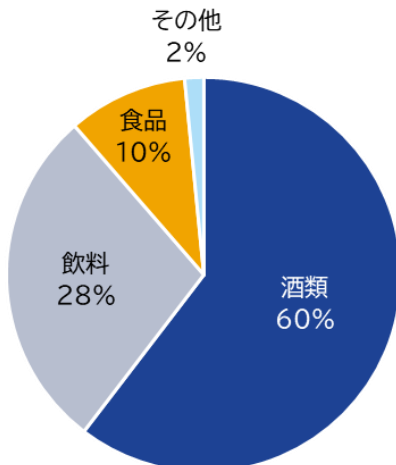
2022年に地域統括会社であるアサヒグループジャパン社が設立し、各事業の拡大・価値最大化だけでなく、事業間のシナジー創出を目指しています。

## 売上収益・事業利益率推移



※2020年までは、「酒類」「飲料」「食品」の実績のみで作成。2021年からは「その他」も合算。

## 売上収益構成比 (2022年)



## (酒類) 主要商品

### ビール類



### その他酒類、ノンアルコール



## (飲料) 主要商品

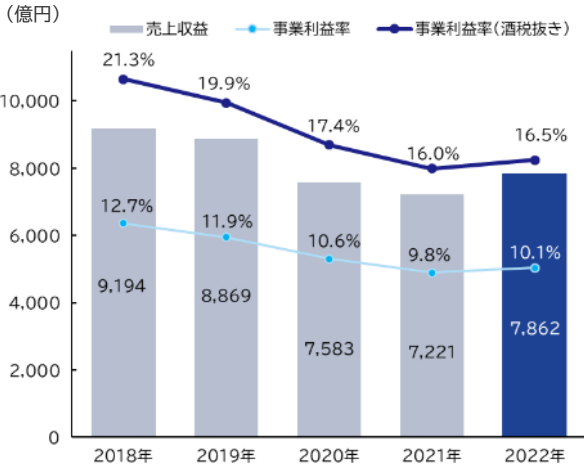


## (食品) 主要商品



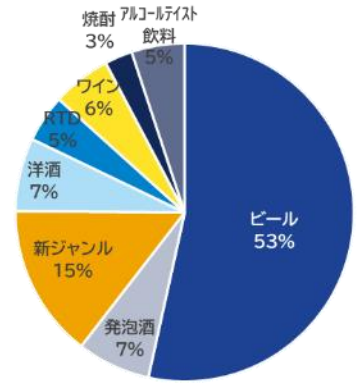
酒類

売上収益・事業利益率推移



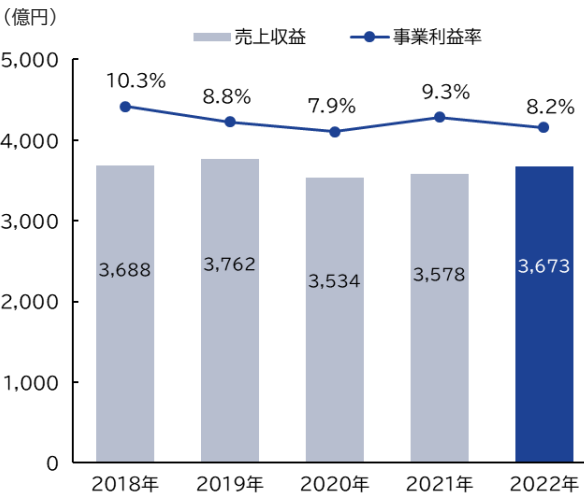
カテゴリー別構成比 (2022年)

(金額ベース)



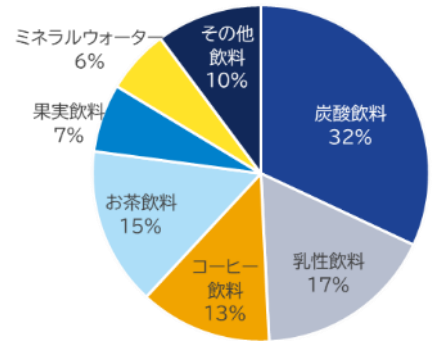
飲料

売上収益・事業利益率推移



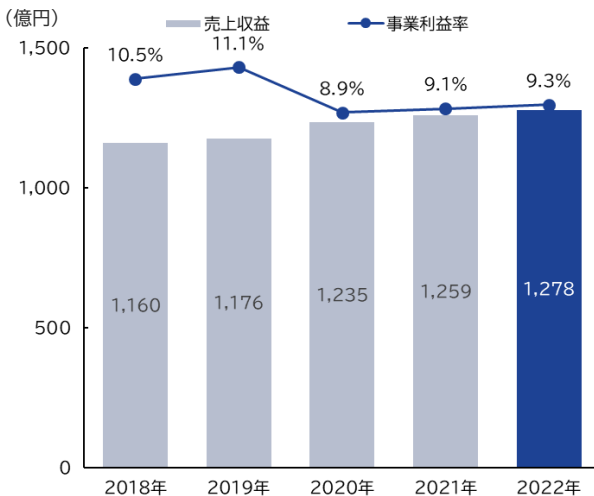
カテゴリー別構成比 (2022年)

(数量ベース)



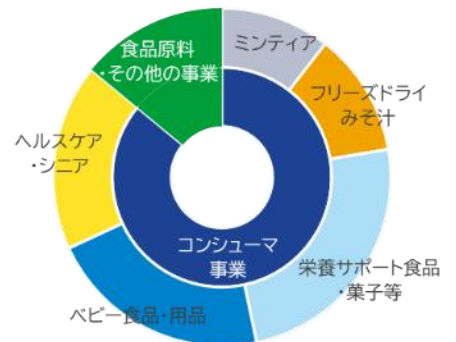
食品

売上収益・事業利益率推移

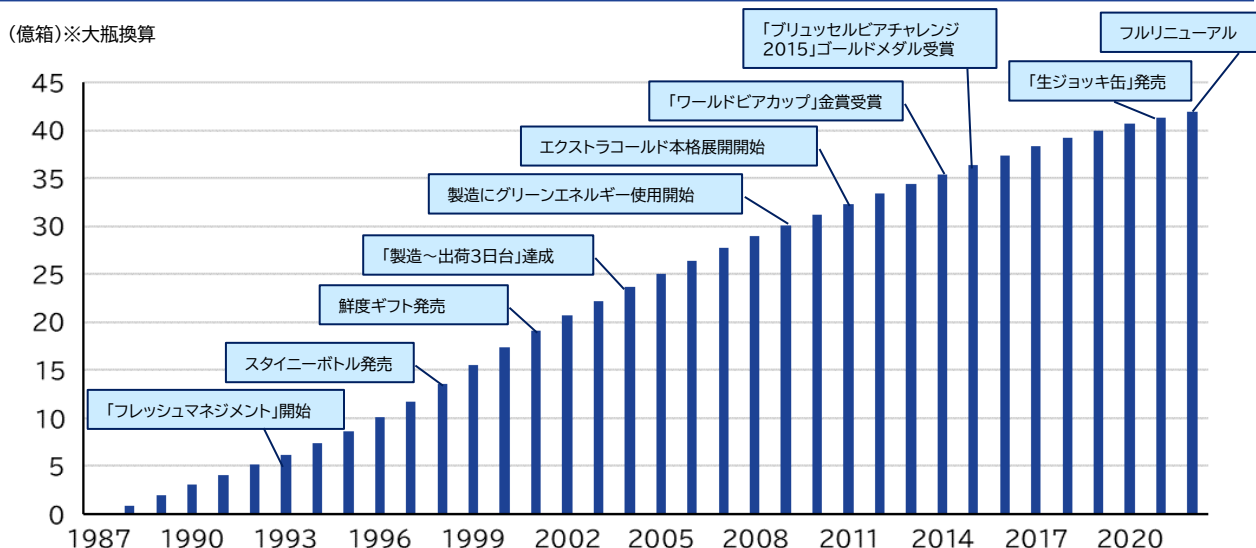


カテゴリー別構成比 (2022年)

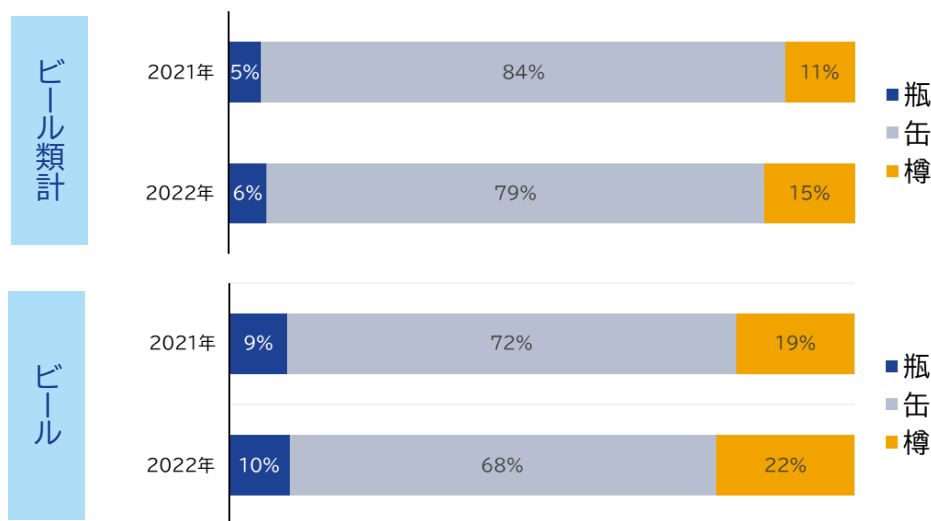
(金額ベース)



## スーパードライ 累計販売数量

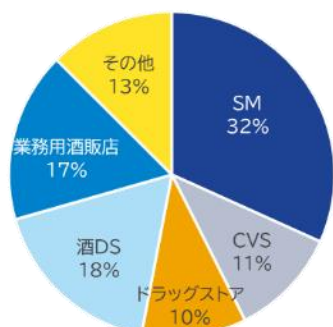


## 当社 容器別販売数量構成比

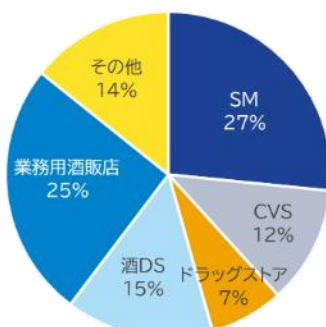


## 当社 業態別販売数量構成比 (当社推定値)

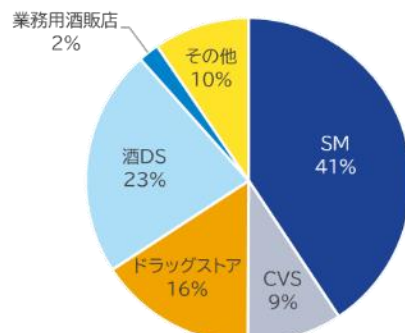
### ビール類計



### ビール

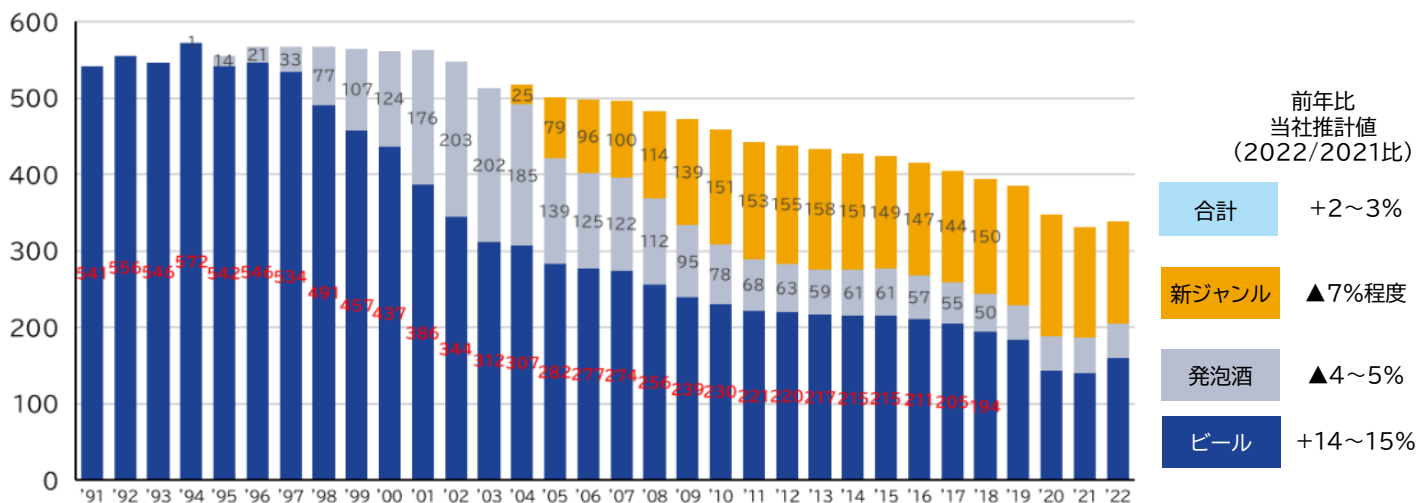


### 発泡酒・新ジャンル計



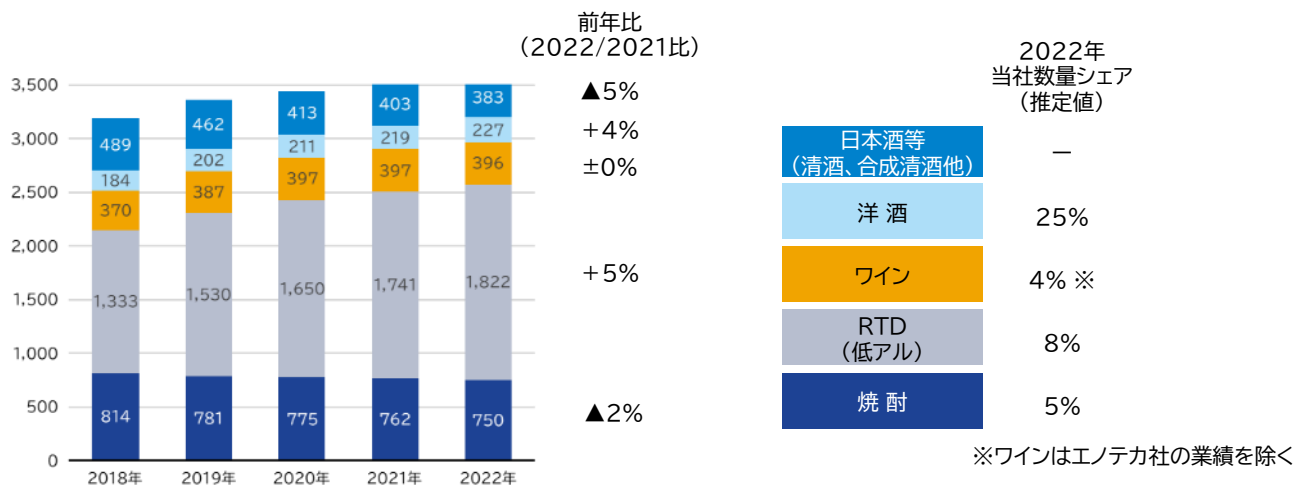


## ビール類市場規模 (百万箱, 課税数量ベース, 5社計)



※「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)

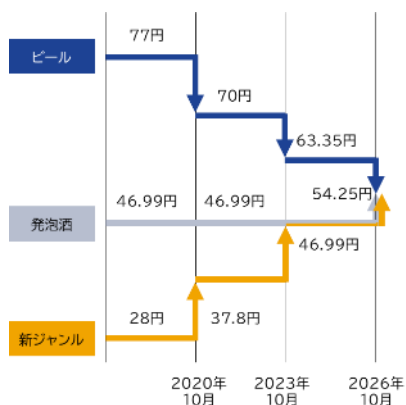


※ワインはエノテカ社の業績を除く

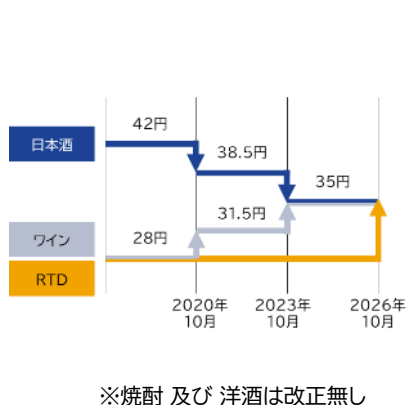
## 酒税改正の流れ

※350mlあたりの税額

### <ビール類>



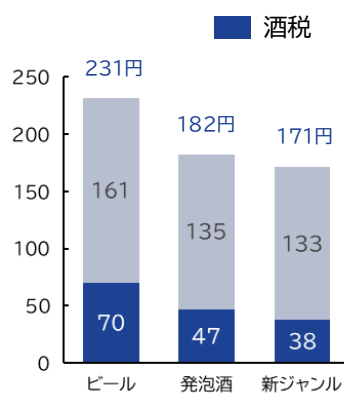
### <日本酒・ワイン・RTD>



※焼酎及び洋酒は改正無し

## 酒税比較

※350mlあたりの税額



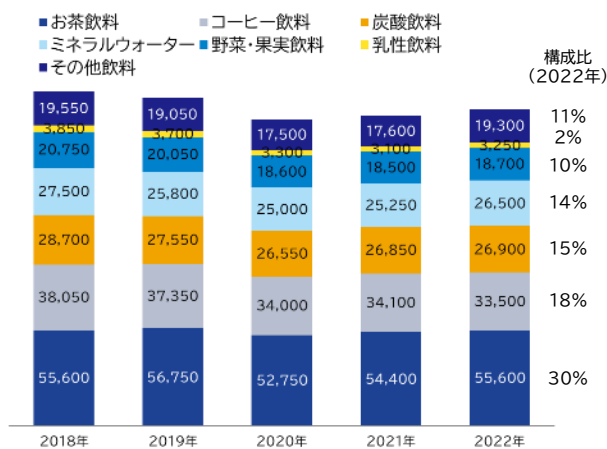
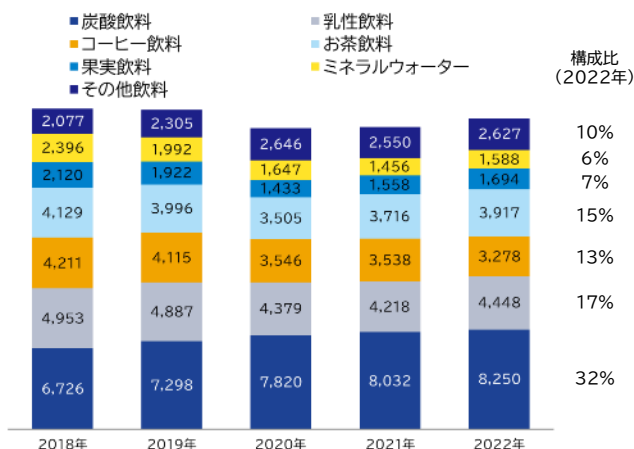
※最上部の価格は、大手CVSチェーンにおける店頭価格 (消費税込み、2022年末時点)

## 事業データ

## 市場データ

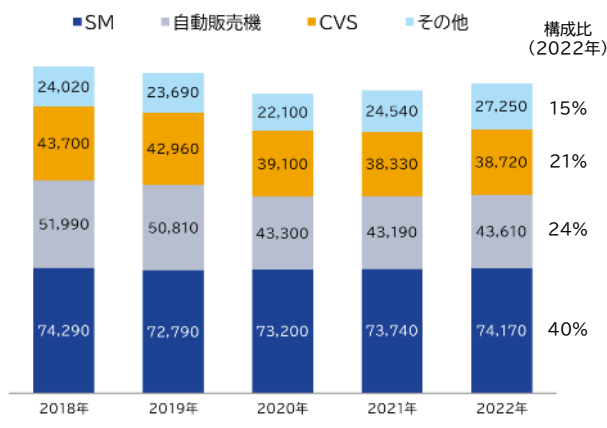
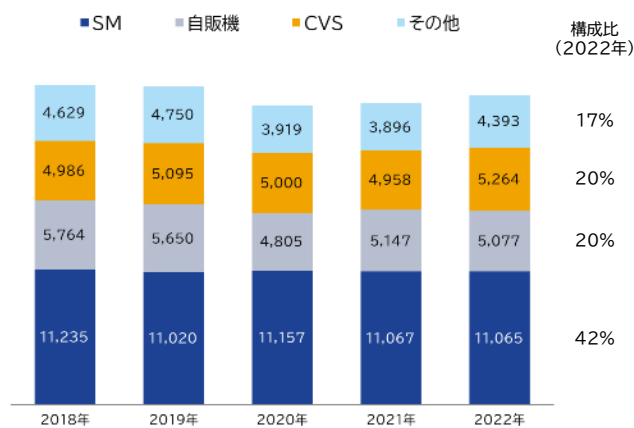
### カテゴリ別規模推移 (単位:万箱)

### カテゴリ別規模推移 (単位:万箱)



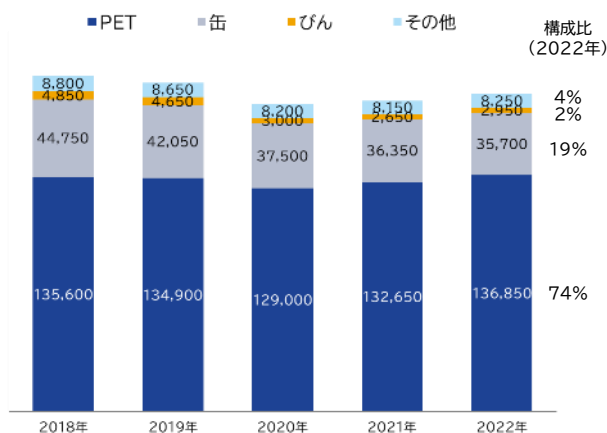
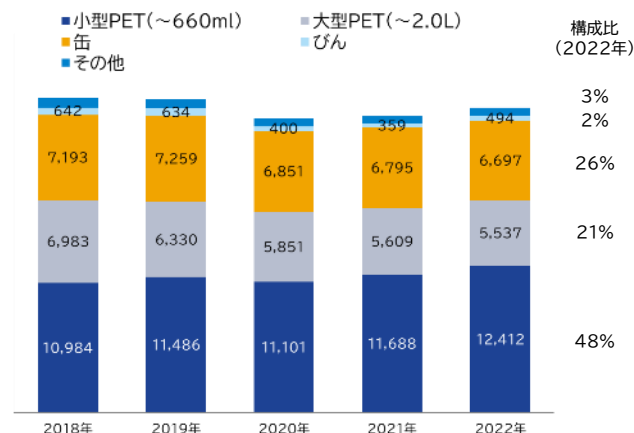
### 業態別規模推移 (単位:万箱)

### 業態別規模推移 (単位:万箱)



### 容器別規模推移 (単位:万箱)

### 容器別規模推移 (単位:万箱)



## アサヒビール社 月次販売動向前年比 (2021年・2022年)

※出典:市場については当社推計

2022年		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上期	下期	年間
当社 (金額)	ビール類	14%	11%	15%	6%	27%	16%	2%	34%	56%	-29%	-7%	0%	14.5%	6.9%	10.1%
	洋酒	1%	-8%	-2%	4%	36%	25%	8%	31%	42%	7%	6%	5%	8.8%	14.6%	12.0%
	RTD	21%	-9%	-6%	-8%	-7%	7%	-18%	15%	12%	-14%	-4%	-8%	-1.5%	-4.4%	-3.1%
	ワイン	-15%	-23%	-17%	-10%	-2%	8%	-8%	13%	12%	-3%	-9%	-11%	-10.3%	-3.5%	-6.7%
	焼酎	-8%	-9%	-16%	6%	12%	17%	-2%	13%	20%	-1%	0%	-1%	-0.6%	3.8%	1.7%
アルコールテイスト清涼飲料		37%	14%	12%	7%	3%	-11%	-12%	1%	-3%	-16%	-1%	-1%	6.0%	-5.6%	-0.8%
当社 (数量)	スーパードライ	20%	-11%	22%	5%	46%	25%	2%	46%	99%	-33%	-7%	-5%	18.3%	9.7%	13.2%
	スタイルフリー	-1%	8%	6%	1%	-2%	-1%	-4%	10%	25%	-32%	-5%	-3%	1.6%	-1.0%	0.2%
	クリアアサヒ	-11%	-10%	-16%	-10%	-2%	-9%	-9%	7%	26%	-41%	-9%	-9%	-9.6%	-5.2%	-7.3%
市場 (数量)	ビール													+19~20%	+10~11%	+14~15%
	発泡酒													▲4~5%	▲4程度	▲4~5%
	新ジャンル													▲9~10%	▲4~5%	▲7程度
	合計													+2~3%	+2程度	+2~3%

2021年		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上期	下期	年間
当社 (金額)	ビール類	-31%	-24%	-2%	27%	-10%	-9%	-1%	-23%	-15%	9%	10%	13%	-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%
当社 (数量)	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 (数量)	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

## アサヒ飲料社 月次販売動向前年比 (2021年・2022年)

※出典:市場については当社推計

2022年		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上期	下期	年間
当社 (数量)	炭酸	3%	-5%	7%	3%	2%	8%	2%	7%	17%	-10%	-5%	-3%	3%	2%	3%
	乳性	-8%	5%	2%	9%	2%	9%	5%	10%	21%	3%	1%	2%	4%	7%	5%
	コーヒー	-13%	-5%	-8%	-7%	-7%	0%	-10%	3%	-12%	-6%	-12%	-9%	-7%	-8%	-7%
	お茶	16%	11%	5%	20%	8%	2%	2%	9%	26%	-16%	-2%	-9%	9%	2%	5%
	ミネラルウォーター	5%	-2%	12%	9%	10%	16%	19%	4%	17%	-6%	5%	10%	9%	9%	9%
	果汁	10%	5%	0%	-9%	18%	7%	10%	27%	22%	-3%	10%	14%	4%	13%	9%
市場 (数量)	合計	0%	0%	0%	5%	3%	7%	2%	10%	14%	-7%	-2%	-1%	3%	3%	3%

2021年		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上期	下期	年間
当社 (数量)	炭酸	9%	5%	3%	17%	-10%	-1%	12%	-14%	-4%	12%	15%	6%	3%	3%	3%
	乳性	2%	-10%	-11%	10%	-9%	1%	11%	-15%	-17%	1%	-7%	-2%	-3%	-5%	-4%
	コーヒー	16%	8%	-12%	13%	12%	-1%	-20%	-13%	11%	-12%	8%	-1%	4%	-4%	0%
	お茶	-9%	-26%	4%	16%	9%	9%	23%	-3%	-6%	15%	20%	18%	-2%	13%	6%
	ミネラルウォーター	-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%
市場 (数量)	合計	3%	-6%	-3%	15%	-1%	-1%	7%	-12%	-6%	7%	7%	5%	1%	1%	1%

## Asahi Europe & International Ltd

## 主要商品

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、欧州ローカル市場のブランド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。

### チェコ



「Pilsner Urquell」

「Kozeľ」

「Birell」

### ポーランド



「Tyskie」

「Zubr」

「Lech Free」

### ルーマニア



「Ursus\*」

「Timisoreana\*」

「Ciucas」

### イタリア



「Peroni」

「Peroni Nastro Azzurro\*」

「Peroni Nastro Azzurro Stile Capri」

### 英国



「Peroni Nastro Azzurro\*」

「Asahi Super Dry\*」

「Cornish Orchards」

### オランダ

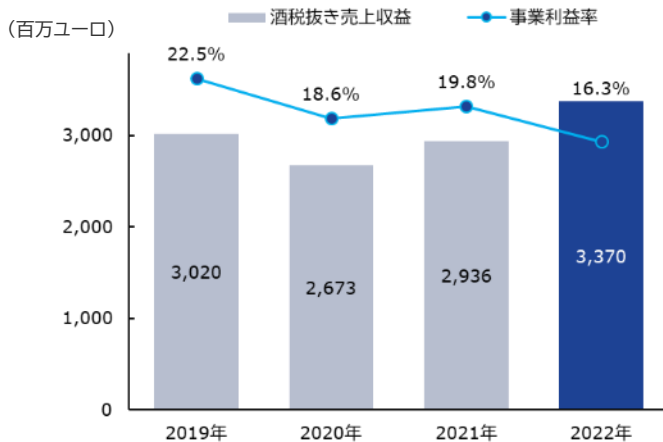


「Grolsch\*」

「Peroni Nastro Azzurro\*」

「Grolsch Herfstbok」

## 売上収益・事業利益率推移



## 売上収益 エリア別構成比(2022年)

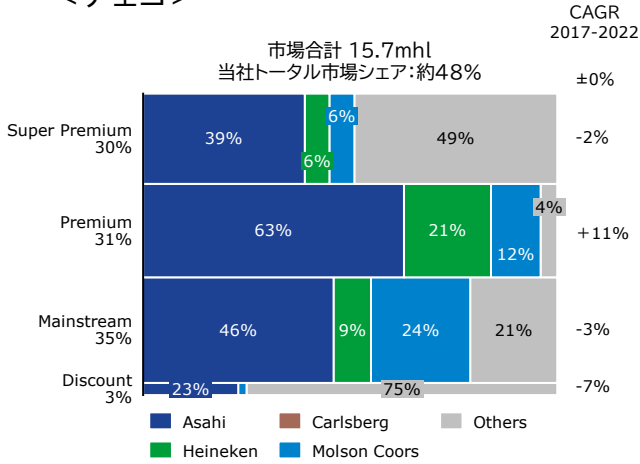


※ ノンアルコールタイプも展開

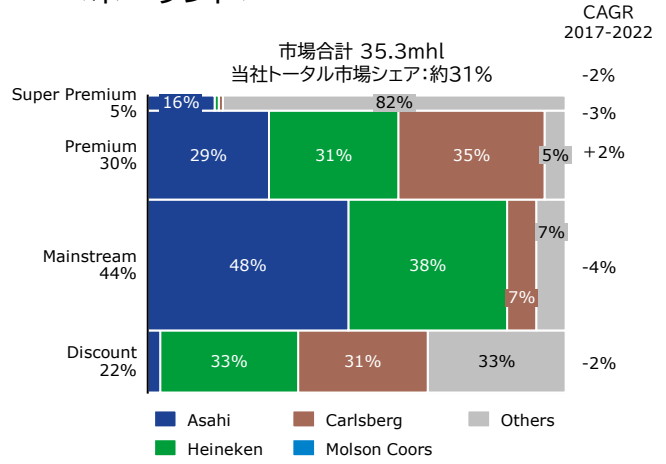
価格帯別会社別シェア／業態別数量構成比(2022年)

当社推定, 数量ベースで算出

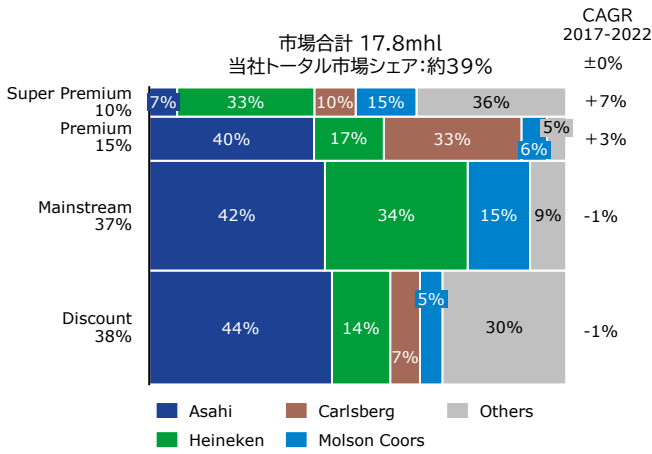
<チェコ>



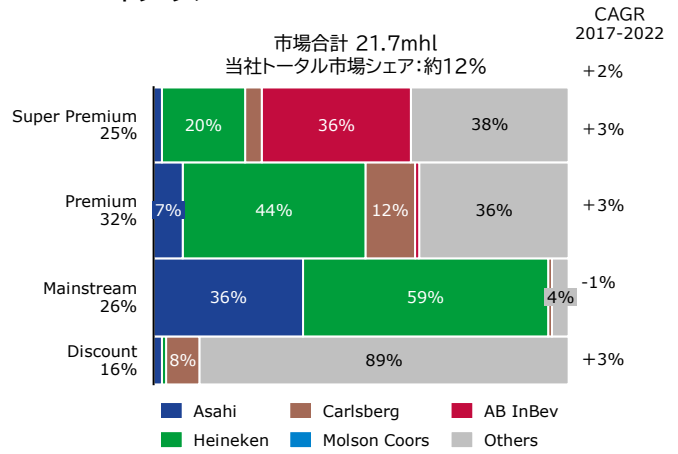
<ポーランド>



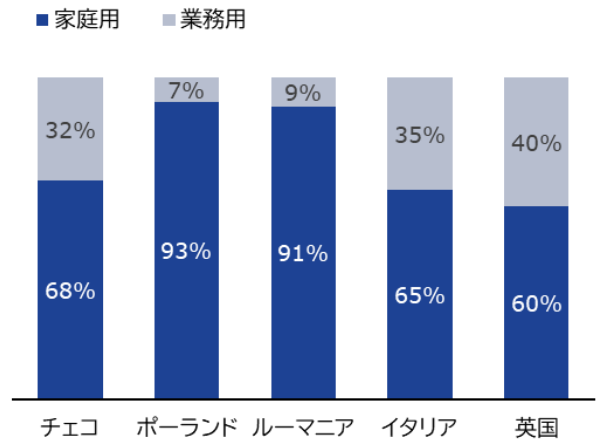
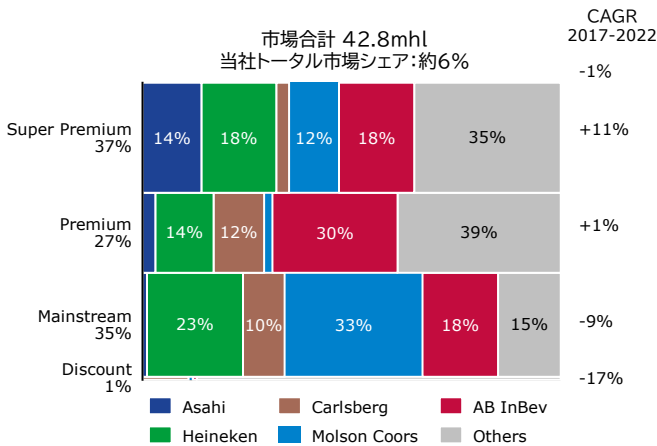
<ルーマニア>



<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

## Asahi Holdings (Australia) Pty Ltd

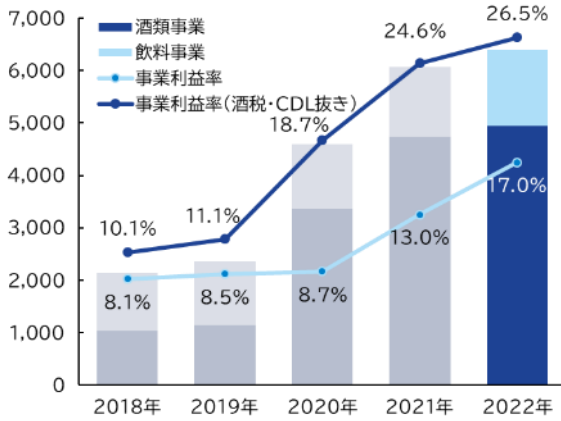
2009年、豪州第2位の飲料会社であるシュウェップス・オーストラリア社を買収し、オセアニア市場に参入しました。また、2011年のインデペンデント・リカーグループの買収により、酒類市場に参入しました。

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。

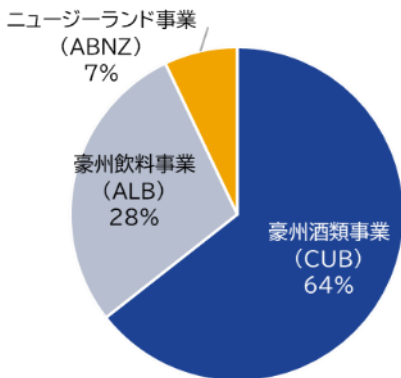
## オセアニア 売上収益・事業利益率推移

(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 (2022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



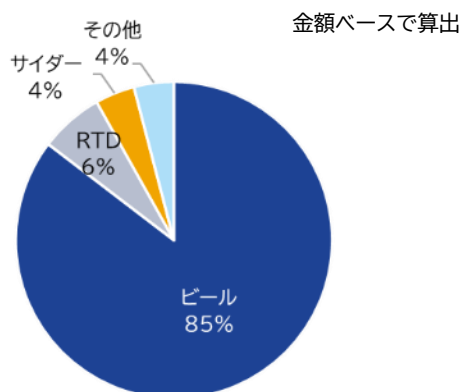
Schweppes



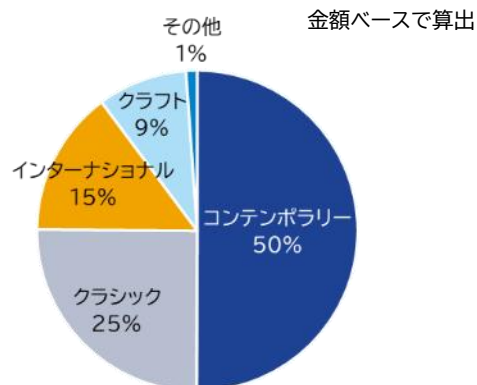
Solo

## 事業データ

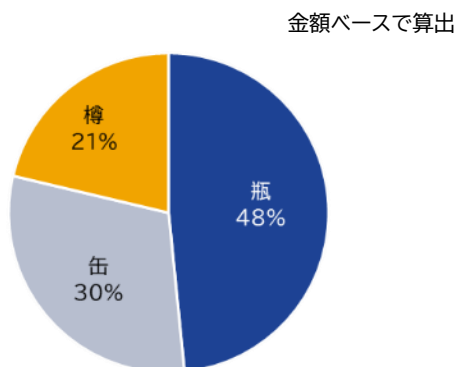
### 豪州酒類事業 カテゴリ別売上構成比(2022年)



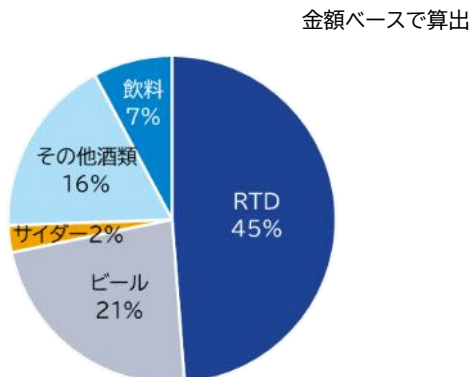
### 豪州ビールカテゴリ 売上構成比(2022年)



### 豪州酒類事業 容器別売上構成比(2022年)

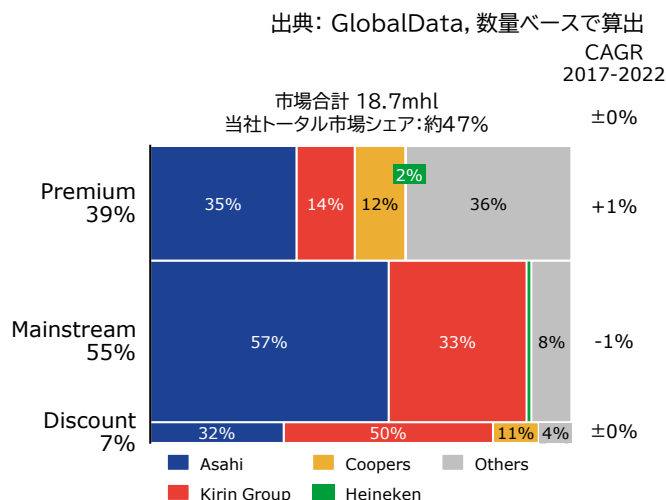


### ニュージーランド事業 カテゴリ別売上構成比(2022年)



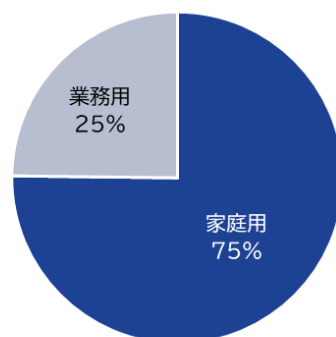
## 市場データ

### 豪州ビール 会社別シェア (2022年)



### 豪州ビール業態別数量構成比 (2022年)

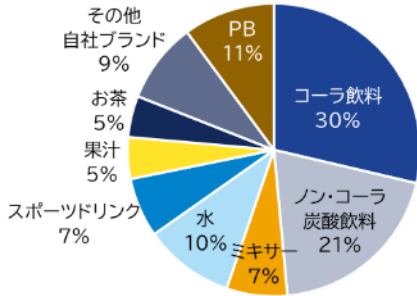
出典: GlobalData, 数量ベースで算出



## 事業データ

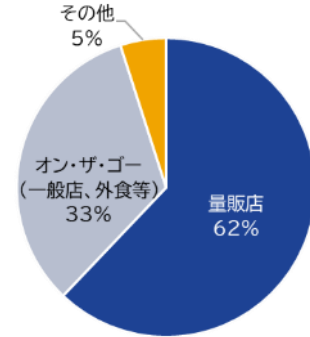
### 豪州飲料事業 カテゴリー別売上構成比 (2022年)

金額ベースで算出



### 豪州飲料事業 業態別売上構成比 (2022年)

金額ベースで算出



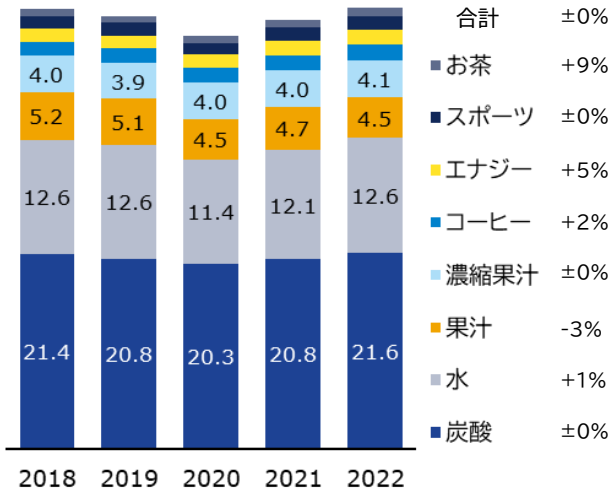
## 市場データ

### 豪州飲料市場 カテゴリー別推移

出典: Global Data

(単位: mL)

CAGR (2017-2022)

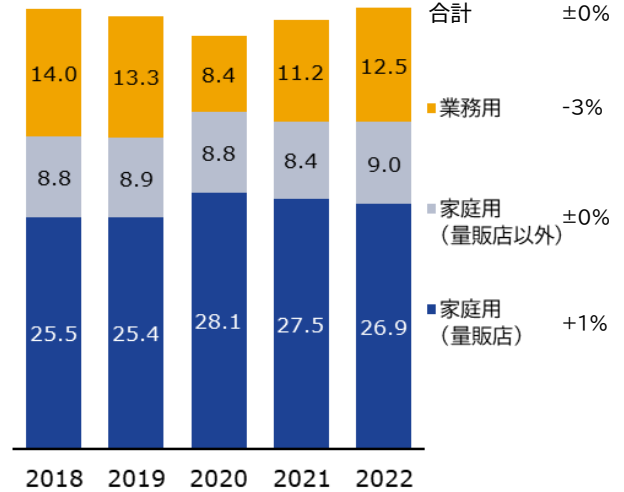


### 豪州飲料市場 業態別推移

出典: Global Data

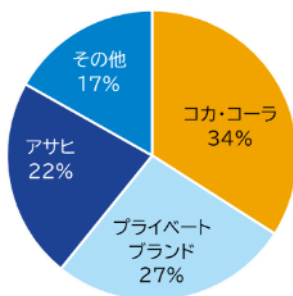
(単位: mL)

CAGR (2017-2022)



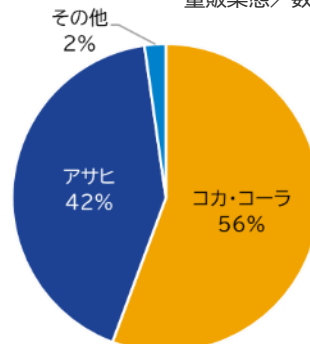
### 豪州飲料市場 会社別シェア (2022年)

出典: IRI  
量販業態/数量ベースで算出



### 豪州無糖・低糖コーラ飲料市場 会社別シェア (2022年)

出典: IRI  
量販業態/数量ベースで算出





## 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月から両事業の社名を「エチカ」に統一し、「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」

### ペプシブランド

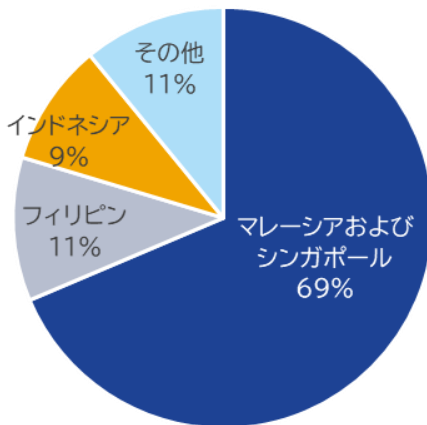
### デアリーブランド



「Goodday」「Dairy Champ」

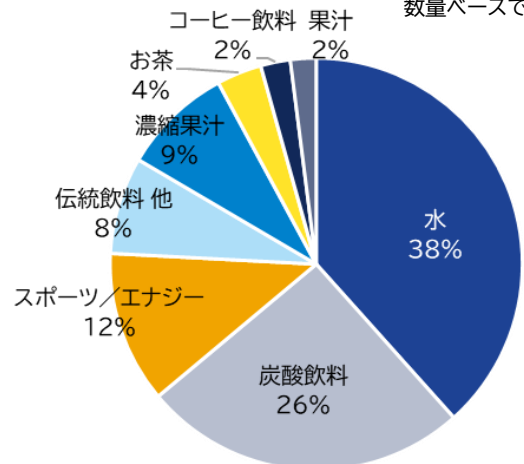
## 当社 エリア別売上構成比 (2022年)

金額ベースで算出

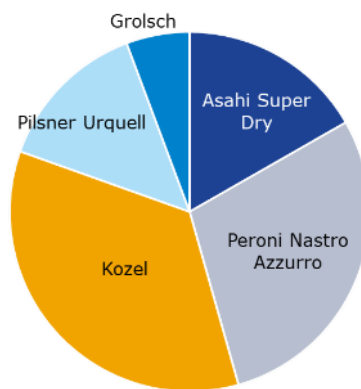


## マレーシア飲料市場 カテゴリー別構成比 (2022年)

出典: Global Data  
数量ベースで算出



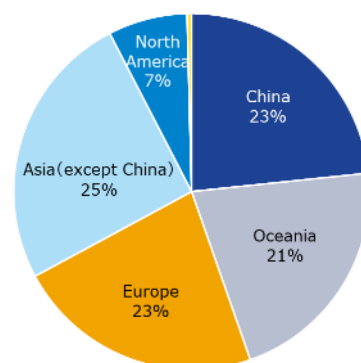
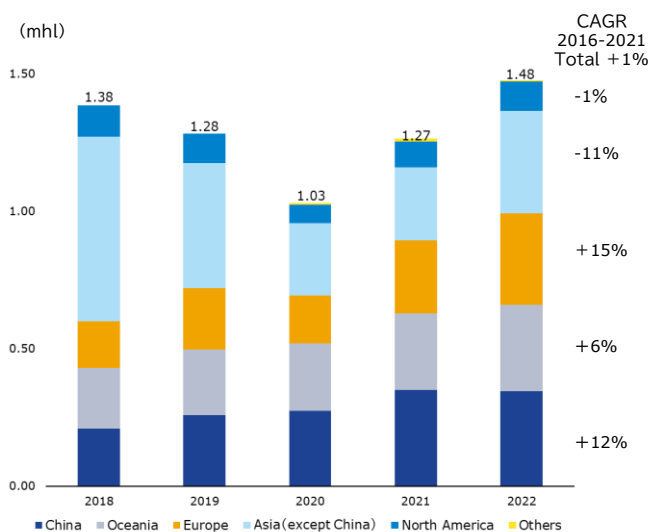
## グローバルプレミアムブランド商品／ブランド別販売数量構成比(2022年)



2022年実績 **8,854KHL** (前年比+8%)

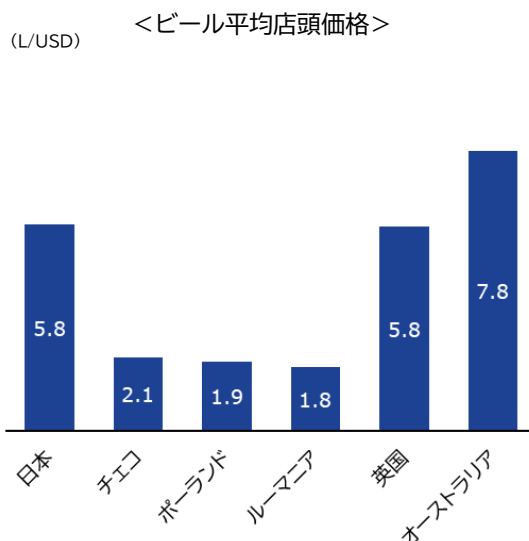
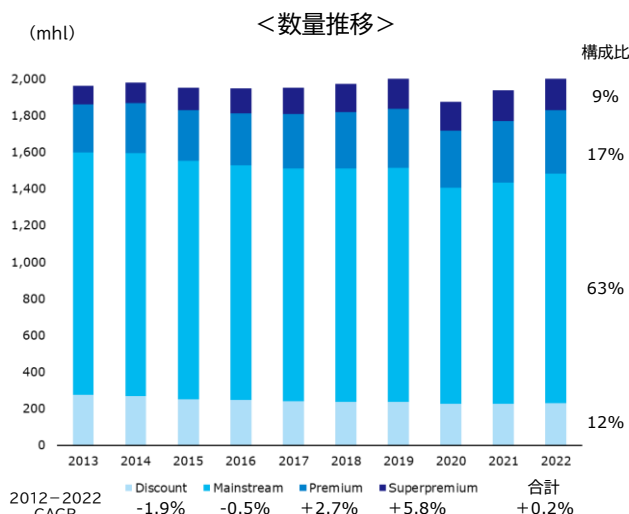
※母国市場を除く5ブランド計の販売数量ベース

## 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(2022年)



## グローバルビール市場

出典:Global Data



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