

2015年
秋号

Asahi SUPER REPORT

株主・投資家の皆様へ

2015年度 第2四半期のご報告 (2015.1.1~2015.6.30)

CONTENTS

Top Message	P2
代表取締役社長 兼 CEOの泉谷直木から 業績の報告と事業戦略のご説明	
Asahi News Clip	P5
アサヒグループの事業活動を紹介	
新商品紹介	P8
上半期に発売した主な商品	P12
Financial Highlight	P13
株主の皆様とのコミュニケーション	P19
アンケート集計結果のご報告	
株主優待のご報告	
生産者がナビゲート 工場へようこそ!	
株主様工場見学会のご報告とご案内	
会社概要	P23
株主メモ	P24



証券コード 2502

Asahi



代表取締役社長 兼 CEO 泉谷 直木

『中期経営計画2015』の総仕上げとして、 ROEとEPSの着実な向上を図り 「企業価値の向上」を目指します。

平素はアサヒグループへの格別のご支援、お引き立てを賜り厚くお礼申しあげます。

当社グループは2013年より、「食の感動(おいしさ・喜び・新しさ)」を通じて世界で信頼される企業グループを目指すことを掲げた『長期ビジョン2020』と、その具体的な実行計画である『中期経営計画2015』に基づき、「企業価値の向上」を目指した取組みを強化しています。

『中期経営計画2015』では、「ブランド」「技術」「コスト競争力」などの「強み」へ経営資源を集中とともに、その「強み」を活かした新たな価値創造やイノベーションなどによる収益性の向上に加え、株主還元の充実などによる資本効率の向上を推進しています。ここでは最終年度となる本年上半期の取組みなどについて、ご説明していきます。

▶ 2015年度上半期の業績

各事業において、主力ブランドの強化やブランド資産を活かした新たな価値提案に努めたことに加えて、事業会社間のシナジーを創出するなど、「コスト競争力」の強化を着実に推進しました。

その結果、上半期の売上高は、全事業で増収となり、8,568億円(前年同期比5.6%増)と4期連続で過去最高の売上を達成しました。さらに、営業利益においても、各事業における増収効果やコスト全般の効率化などにより、全事業トータルで472億円(同8.3%増)と2期連続で過去最高益を更新することができました。

▶ 上半期の各事業の取組み

酒類事業では、ビール類において、『アサヒスーパードライ』から、季節に合わせたパッケージデザインの商品やアルコール度数を高めた商品を期間限定で発売するなど、ブランド価値の向上を図りました。また、健康意識の高まりを背景に、“糖質ゼロ”“プリン体ゼロ”の発泡酒『アサヒスタイルフリー【プリン体ゼロ】』や新ジャンル『クリアアサヒ 糖質0(ゼロ)』を発売するなど、ブランド資産を活かした取組みを強化しました。

さらに、ビール類以外においては、積極的なマーケティング活動を展開した国産洋酒『竹鶴』『ブラックニッカ』やチリワイン『サンタ・ヘレナ アルパカ』、ビールテイスト清涼飲料『アサヒドライゼロ』が好調

に推移し、収益基盤の強化に努めました。

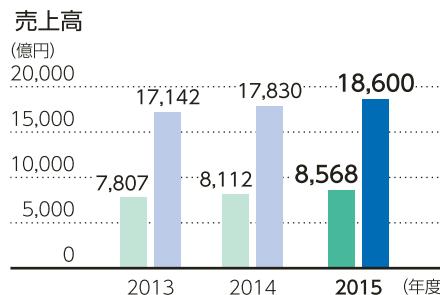
飲料事業では、『三ツ矢』ブランドにおける果汁炭酸『三ツ矢フルーツサイダー』シリーズの本格展開や『カルピス』ブランドの販売強化など、主力ブランドを中心とした活動を展開しました。また、フレーバーウォーター『アサヒすきっとレモン』やコーヒー専門店大手の(株)ドトールコーヒーとの共同開発商品『ドトールカフェ・オ・レ』の発売など、新価値提案にも取り組みました。さらに、3月には大塚製薬グループと自動販売機における主力製品の相互販売に関する業務提携を締結するなど、成長に向けた事業基盤の拡大を図りました。

食品事業では、アサヒフードアンドヘルスケア(株)が、『ミンティア』など主力ブランドへの積極的なマーケティング活動により好調に推移したほか、和

光堂(株)におけるベビーフードのブランド力の強化や天野実業(株)のフリーズドライ技術を活かした商品展開など、各社の「強み」に集中した事業戦略を推進しました。

国際事業では、オセアニアの飲料事業において、『Schweppes』『Solo』などの主力ブランドの価値向上に向けた取組みを強化するとともに、酒類事業においては、主力の低アルコール飲料や成長分野であるサイダー(りんご酒)の積極的なマーケティング活動を推進しました。さらに、東南アジアにおいては、マレーシアで、主力の炭酸飲料や缶コーヒー『ワンダ』の販売に注力するとともに、インドネシアでは、お茶の自社ブランド商品を投入することなどにより、成長基盤の強化に努めました。

連結業績 ■ 上半期 ■ 通期(2015年度の通期数値は目標)



▶ 下半期の取組みと業績見通し

売上高では、『アサヒスーパードライ』や『三ツ矢サイダー』など各事業の主力ブランドを中心にブランド資産の最大化に取り組むことに加えて、国際事業では、それぞれの地域における強いブランドの強化・育成を図ることにより、成長基盤の強化に努めます。また、酒類事業や国際事業の新規連結効果などにより、年間の連結売上高は1兆8,600億円(前期比4.2%増)を目指します。

営業利益は、各事業における着実な增收や収益構造改革によるコスト全般の効率化などにより、1,350億円(同5.2%増)を目指します。これにより、当期純利益は750億円(同8.5%増)を達成し、15年連続の最高益更新を目指していきます。

『中期経営計画2015』の重要業績評価指標

	2015年目標	
	のれん等償却前	
ROE (自己資本利益率)	10%を目指す	12%を目指す
EPS (1株当たり当期純利益)	年平均成長率 10%以上	—

▶ CSRの取組み

当社グループは「企業価値の向上」を目指す中期経営計画を推進するうえで、「財務的価値」のみならず「社会的価値」の向上にも積極的に取り組んでいます。具体的には、「食と健康」「環境」「人と社会」の3つの活動領域で重点テーマを定め、社会的課題の解決に向けた取組みを強化しています。

これまで、『アサヒスーパードライ』缶350mlなどの製造にグリーン電力を活用するなど、事業を通じた環境保全活動や女性社員の活躍推進に向けた環境整備など、さまざまな取組みを推進してきました。(詳細はP7をご参照ください)

今後も、すべてのステークホルダーの皆様にご満足いただけるように、事業活動を通じて社会的課題の解決に貢献していきます。

▶ 株主の皆様へのメッセージ

『中期経営計画2015』の最終年度である本年は、各事業の収益性の向上のほか、最適な資本政策を実行していくことで、KPIs(重要業績評価指標)であるROE(自己資本利益率)とEPS(1株当たり当期純利益)の達成を目指します。

そのために、各事業における業績計画の着実な達



成に加えて、安定的な増配や既に実施している約200億円の自社株買いなど、最適な資本政策を継続していきます。

また、本年6月より「コーポレートガバナンス・コード」が適用されるなど、「攻めのガバナンス」が企業に求められています。当社では、7月には新たにコーポレートガバナンス・ガイドラインを策定し、コーポレートガバナンス・コードに沿った取組み方針を公表しています。

今後も、積極的な情報開示に基づいてステークホルダーの皆様との建設的な対話を深め、一層の経営改革につなげていくことにより、持続的な「企業価値の向上」を目指していきます。

株主の皆様におかれましては、成長を続けるアサヒグループに今後ともより一層のご支援をよろしくお願いいたします。



事業施策

ワイン事業拡大のため エノテカ(株)の全株式を取得

アサヒビール(株)は本年3月、ワイン事業の更なる強化を図るべく、海外ワインの輸入・販売を手がけるエノテカ(株)の全株式を取得しました。

近年、国内ではワインの消費量が増加傾向にあり、海外の有力ワイナリーのワインを国内で数多く独占販売するエノテカ(株)は、国内ワイン市場において高い認知度とブランド力を有しています。

今後、アサヒビール(株)はエノテカ(株)との連携を深めることによって、より魅力的な商品提案を実施し、酒類市場の活性化に貢献していきます。



エノテカ(株)の販売店舗

アサヒ飲料(株)・大塚製薬(株)・ 大塚ウエルネスベンディング(株)が 自動販売機事業で業務提携

アサヒ飲料(株)は本年3月、更なる事業基盤の強化を図るため、大塚製薬(株)および大塚グループで自販機事業を担う大塚ウエルネスベンディング(株)との間で、自動販売機における主力製品の相互販売に関する業務提携契約を締結しました。

今回の提携により、アサヒ飲料(株)の缶コーヒー『ワンダ』ブランドと、大塚製薬(株)のスポーツドリンク『ポカリスエット』を、それぞれが所有・管理する自動販売機で相互に販売します。

互いに魅力的な商品を販売するこの取組みにより、それぞれの自動販売機の価値向上や主力製品の販売機会の拡大を図ります。

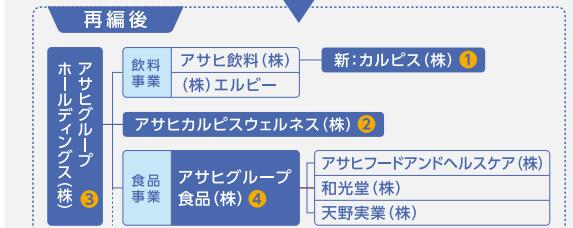
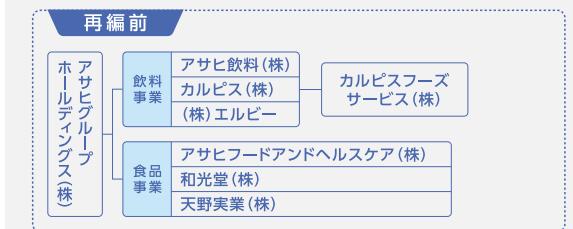


アサヒ飲料(株)の自動販売機で
『ポカリスエット』を販売

国内の飲料事業・食品事業の 再編を決定

アサヒグループは、2016年1月1日、国内の飲料事業と食品事業を再編した新体制をスタートさせます。本再編は、国内の事業を強化する一環として、各社の担当事業領域をより明確にし、意思決定の迅速化などによる収益構造の強化を目指します。

再編後の事業体制



①現:カルピス(株)の国内飲料製造事業・乳製品事業を承継

②現:カルピス(株)の機能性食品事業・飼料事業を承継

③現:カルピス(株)から海外飲料事業と組織・機能の一部を承継

④食品3社から製造を除く営業、管理等の機能を承継



社外評価・受賞

経済産業省「攻めのIT経営銘柄」「健康経営銘柄」に選定

アサヒグループホールディングス(株)は本年、経済産業省が東京証券取引所と共同で選定する「攻めのIT経営銘柄」と「健康経営銘柄」に選ばれました。

これらの銘柄は、IT活用や従業員の健康に関する取組みを積極的に実施している企業を選定するもので、長期的な視点からの企業価値向上を促すとともに、こうした価値を重視する投資家に対して魅力ある企業を紹介することを目的としています。

当社は、ITを活用した事業革新や安全と健康を基盤とした職場づくりに取り組んできしたことなどが認められ、これらの銘柄に選定されました。

今後も引き続き、企業価値の向上に向けて取り組んでいきます。



攻めのIT経営銘柄
Competitive IT Strategy Company



健康経営銘柄
Health and Productivity

『竹鶴17年ピュアモルト』 『竹鶴21年ピュアモルト』などが 世界的なコンテストで高く評価

本年3月、ニッカウヰスキー(株)が製造する『竹鶴17年ピュアモルト』が、ウイスキーの国際的コンテスト「ワールド・ウイスキー・アワード2015」において、ブレンデッドモルトウイスキーの世界最高賞である「ワールド・ベスト・ブレンデッドモルトウイスキー」を受賞しました。「竹鶴」ブランドの本賞受賞は7回目となり、1ブランドとしては同コンテストで初となります。

また、5月には、同社が製造する『竹鶴21年ピュアモルト』など全8アイテムが、世界的な酒類品評会である「インターナショナル・スピリッツ・チャレンジ2015」において金賞を受賞しました。

今後も、独自の歴史と製法に基づく高品質なウイスキーを、国内外で広く展開していきます。



「インターナショナル・スピリッツ・チャレンジ2015」で金賞を受賞した8アイテム

Pick Up

アサヒビール(株)が

「東京2020ゴールドパートナー」に決定

アサヒビール(株)は、本年1月、「東京2020ゴールドパートナー(ビール・ワイン)」に就任しました。

「東京2020ゴールドパートナー」は、2020年開催予定の東京オリンピック・パラリンピックにおける国内最高位のスポンサーです。大会開催期間を含む向こう6年の間、公式ロゴマークを使った広告活動や関連事業の協賛などが可能になります。

今後は、アサヒグループのブランドステートメント「その感動を、わかつあう」のもと、専用商品の発売や販促活動、広告宣伝やイベントの開催などを通じて、この一大イベントの成功に貢献していきます。また、海外から多くの観戦客が訪れるこのイベントを通して、日本の食文化や「おもてなし」の精神を世界に発信していきます。

Tokyo 2020

アサヒビール(株)がこれまでにゴールドパートナーを務めた大会

2010	バンクーバーオリンピック・パラリンピック
2012	ロンドンオリンピック・パラリンピック
2014	ソチオリンピック・パラリンピック



CSR活動

食と健康

「食育推進全国大会」に参加し パネル展示やセミナーを実施

アサヒグループは、本年6月の食育月間中に東京都墨田区各所で開催された「第10回食育推進全国大会 inすみだ2015」に参加しました。

当社グループは、パネル展示でグループ各社の食育活動を紹介するとともに、カルピス(株)と和光堂(株)の2社によるセミナーを開催。さらに、天野実業(株)の社員が区内の中学校を訪問して、公開授業を実施しました。

「あらゆる世代の皆さまの食に寄り添うグループでありたい」という基本姿勢のもと、今後も食育の普及に取り組んでいきます。

アサヒグループの食育活動の詳細はこちらをご覧ください。
http://www.asahigroup-holdings.com/csr/dietary_education/index.html



カルピス(株)と和光堂(株)は自社商品を通じた取組みに関するセミナーをそれぞれ開催



天野実業(株)の公開授業。「味噌汁」をキーワードに日本の食文化を紹介

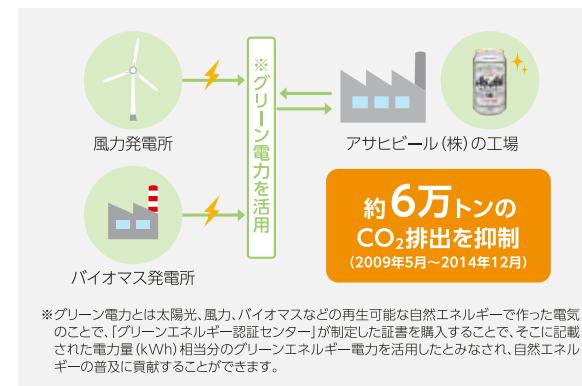
環境

『アサヒスーパードライ』の製造に 自然エネルギーを活用

アサヒビール(株)は2009年5月から、『アサヒスーパードライ』缶350mlとギフトセットのすべてのビール類を、風力発電・バイオマス発電由來の「グリーン電力」を活用して製造する取組みを業界に先駆けて開始し、2014年12月までの約6年間で、その製造本数が累計80億本を突破しました。

この間に活用したグリーン電力は約1.3億kWhにのぼります。CO₂に換算すれば、一般家庭約11,000軒の年間排出量に相当する約6万トンを削減できた計算です。

今後も、自然エネルギーの利用拡大や省エネルギーを推進し、低炭素社会の実現に取り組んでいきます。



人と社会

女性社員のキャリア開発を支援する 「女性リーダー研修」を開催

アサヒグループは、多様な個性を持つ社員一人ひとりが能力や適性を存分に活かして働くようにすることが、持続的な成長に不可欠であると考えています。その一環として、女性社員のキャリア開発支援に取り組んでいます。

アサヒグループ本社で、グループの所属長クラスの女性社員を対象とする「女性リーダー研修」を本年も実施しています。これまでに、女性社外取締役・坂東眞理子氏による講演、外部有識者によるパネルディスカッションなどのセミナーや研修を実施しており、女性リーダーの活躍を促進しています。



基調講演・パネルディスカッションの後で参加者が意見を交換

アサヒビール(株)

リキュール

季節香るかのか 和みのゆず

びん720ml／オープン価格
発売予定 2015年9月1日

! 担当者からひとこと

『かのか』の名前の由来である“佳い(良い)香り”を、季節を感じながらリラックスして楽しんでいただきたい、そんな想いで『季節香るかのか』を開発しました。若年層や女性にもご満足いただける商品に仕上げています。

アサヒビール(株) マーケティング第二部 西山 雅子



! POINT

●『かのか』ブランドからRTSタイプの新商品

RTS(Ready to Serve)は、氷を入れて注ぐだけで楽しめるスピリッツやリキュールのことです。1993年の発売以来、多くのお客様にご愛飲いただいている『かのか』ブランドから、20~30代の若年層や女性向けに開発した新しいタイプの商品です。

*本商品は果汁を使用しておりません。

●自然由来の豊かな香り

天然由来の香料のみを使用し、自然ならではの豊かな香りを実現しました。

●アルコール度数16%で飲み方色々

ロックはもちろん、炭酸水割りや水割りなど、アレンジ次第で色々な飲み方をお楽しみいただけるアルコール度数に仕上げました。

●『かのか』ブランドらしい“優しい”パッケージ

『かのか』のシンボルであるカラフルなロゴと白い背景に、ゆずのイラストを施し、優しいイメージに仕上げました。

*担当者の所属・役職は作成時のものです。

ビール

アサヒスーパードライ エクストラシャープ

缶350ml、500ml／オープン価格
発売予定 2015年9月15日



! POINT

●ご好評につき、限定第二弾発売

3月に発売し、約2か月の販売期間で出荷箱数100万箱*を突破しました。ご好評にお応えして、第二弾を発売します。

*1箱は大びん633ml×20本換算

●『超辛口』のスーパードライ

氷点下でろ過する“エクストラコールドろ過製法”と、やや高めのアルコール度数5.5%で『超辛口』のスーパードライをつくり上げました。

●飲みごたえをさらに強化

「超辛口」の特長はそのままに、原材料の配合比率を見直すことで『飲みごたえ』を強化しました。

●より魅力的なデザインにブラッシュアップ

より印象に残るデザインにするために青の面積を拡大し、シャープさを表現。また、最大の魅力である『超辛口』を大きく記載しました。

ウイスキー

シングルモルト余市 シングルモルト宮城峠



びん700ml、500ml、180ml、50ml／
オープン価格 発売予定 2015年9月1日

! POINT

●力強く重厚な個性、『シングルモルト余市』

やわらかな樽熟成香と果実香の調和が特徴です。力強いピートの味わい、穏やかに続くスモーキーな余韻をお楽しみいただけます。

●華やかでさわやかな個性、『シングルモルト宮城峠』

華やかな香りに、スイートでなめらかな口当たりが特徴です。モルトの甘みと樽香が広がり、やわらかな余韻をお楽しみいただけます。

リキュール(発泡性)①

ウィルキンソン トニック+ウォッカ／ ジンジャエール+ウォッカ



缶350ml、500ml／オープン価格
発売予定 2015年9月29日

! POINT

●『ウィルキンソン』ブランドからの缶入りRTD商品

RTD(Ready To Drink)とは、購入後そのまま飲める缶入りなどの飲料のこと。伝統と信頼の『ウィルキンソン』ブランドから発売する新商品です。

●本格トニックとジンジャエールの刺激的な味わい

強めの炭酸と本格トニック、ジンジャエールの刺激が爽快です。

アサヒ飲料(株)

茶系飲料

食事と一緒に十六茶W

PET500ml／160円、PET1ℓ／300円、PET2ℓ／470円、紙パック250ml／105円

発売中 ※PET1ℓは9月29日発売予定

担当者からひとこと

色々なものをおいしく食べたい!だけど、食事の中性脂肪や血糖値が気になる…。そんなお客様にぴったりの商品です。十六茶ならではのすっきりした味わいに加え、からだにやさしいカフェインゼロにリニューアル!是非一度お試しください!

アサヒ飲料(株) マーケティング部 小林 芳之



POINT

● 「カフェインゼロ」でより飲みやすく

原材料の見直しなどにより、W特保[®]茶初のカフェインゼロを実現しました。スッキリと飲みやすい味わいが特長です。

● 食物繊維(難消化性デキストリン)が糖と脂肪の吸収をおだやかに

250mlあたり5gの食物繊維を配合。食事の際にお飲みいただくことで、食後の糖の吸収と食後の血中中性脂肪の上昇をおだやかにします。

● 新たにPET1ℓが登場

従来のPET500ml・2ℓ入り、紙パック250ml入りに加えて、新たにPET1ℓを発売しました。

※「糖の吸収を抑える」「脂肪の吸収を抑える」の2つの保健用途を消費者庁から認められた特定保健用食品

コーヒー

ワンダ ブラック・ザ・ダブル

PET500ml／140円 発売中

POINT

● エスプレッソ配合で力強い味わい

ドリップコーヒーにエスプレッソを加えた、力強いコクとキレの良い後味が特長のブラックコーヒーです。

● 独自製法でコクを豊かに

抽出工程のはじめを高温で蒸らし、続いて低温で抽出する独自の製法を採用し、豊かなコクを実現しました。



炭酸飲料

三ツ矢フルーツサイダー アップル

PET500ml／140円、PET50ℓ／320円 発売中

POINT

● 安心・安全な原材料へのこだわり

果実由来の天然香料と、ろ過をかさねた「磨かれた水」を使用。保存料は使わず、安心・安全で自然な味わいを実現しました。

● 加熱を抑えてさわやかな味わい

製造工程での加熱を抑えることで、果実のさわやかな味わいを引き立たせています。



清涼飲料水

アミール WATER(ウォーター)

500ml／160円 発売中

! POINT

- カルピス社の機能性表示食品第一弾!

長年乳酸菌を研究してきたカルピス社からおくる、「機能性表示食品制度」*に対応した商品第一弾です。

- 血圧が高めの方にぴったり

血圧が高めの方に適した機能が明らかになっているカルピス社の独自素材「LTP(ラクトトリペプチド)」を配合。運動時や外出中などにもごくごく飲める、すっきりした味わいの水分補給飲料です。

*消費者庁長官に届け出たうえで、事業者の責任のもと、科学的根拠に基づく機能性を商品パッケージに表示できる制度。
2015年4月から開始



炭酸飲料

カルピスソーダ 大人のキレ味 レモン&ライム

450ml／140円
発売予定 2015年9月7日

! POINT

- 「凍結粉碎果実」を使用

皮ごとそのまま凍結して粉碎した「凍結粉碎果実」を使用。果実本来の風味がしっかりと残っており、すっきりとしたキレが生まれました。

- 乳性炭酸史上最高レベルの強炭酸

通常の「カルピスソーダ」の約1.7倍の炭酸ガスボリュームで、しっかりとした飲みごたえとキレを感じられます。



清涼飲料水

ほっとレモン ほっとゆず・かりん ほっとしょうが ほっとアップルティー

450ml／460円
発売予定 2015年9月14日

! POINT

- おいしさアップで新登場!

豊かな果実感と自然な味わいでさらにおいしくなりました。ビタミンCが手軽に摂れ、ココロもカラダもほっと温まります。

- パッケージもほっとするカタチに

温かみを感じる容器形状、デザインの新パッケージを開発しました。半透明ボトルなので、見た目で残量を確認できます。



(株)エルビー

清涼飲料水(チルド)

チアシード&アロエMix

紙パック500ml／130円 発売中

! POINT

- ダブルの食感とさわやかな味わい

話題のスーパーフード「チアシード」とアロエを加え、プチプチ、シャキシャキのダブル食感と十分な飲みごたえを実現。白ぶどう果汁を使用し、さっぱり飲みやすい味わいに仕上げました。



担当者からひとこと

「新しい食感素材を使用した飲料を創る」というテーマのもと、世間で最近注目を浴びつつある「チアシード」にスポットをあてて今回の商品を開発しました。「チアシード」に興味はあるけど、ちょっと手が出ないという方にオススメしたい商品です。

(株)エルビー マーケティング部 酒井 一輝



50%混合果汁入り飲料 まるごとみかんのチカラ

紙パック125ml／130円

! POINT

- 注目成分「ヘスペリジン」と1日分のビタミンC

柑橘類の皮に含まれる注目成分「ヘスペリジン」と、1日分のビタミンC(80mg)をこの1本に配合しました。

- 自然な甘味と酸味の果汁飲料

愛媛県産の柑橘類を使用、自然な甘みと酸味が特長の50%混合果汁飲料です。



アサヒフードアンドヘルスケア(株)

サプリメント(機能性表示食品)

ディアナチュラゴールド 甘草グラボノイド

15日分／1,180円、30日分／1,800円、60日分／2,800円

発売中

! POINT

● 機能性表示食品 ディアナチュラゴールド発売

『ディアナチュラ』ブランドから、より具体的な目的に合わせて選べる機能性表示食品『ディアナチュラゴールド』が登場しました。

● 「体脂肪の増加を抑える」甘草グラボノイド

本品に含まれる甘草由来グラブリジンは、甘草の根茎から抽出された成分で、ポリフェノールを多く含みます。体脂肪の増加を抑えることが報告されており、体脂肪が気になる方及び肥満気味の方に適しています。

● 日本人の40代以上の約4人に1人が肥満者

いま、日本人の40代以上の25.7%が肥満者(BMI25Kg/m²以上)と言われています。

※出典：平成25年 国民健康・栄養調査より

● 安全性や科学的根拠が証明された製品で、毎日の健康をサポート

サプリメントは毎日飲むものだから、信頼できる品質の商品を選ぶことがポイント。安全性や科学的根拠が証明された製品で、毎日の健康をサポートします！

スープ おどろき野菜 ちゃんぽん

24.9g／141円

発売予定 2015年9月14日

! POINT

● 豊沢海鮮スープ

アサリ・豚・野菜エキスに加え、帆立と牡蠣のエキスを合わせたこだわりの豊沢海鮮白湯スープです。

● 野菜たっぷりヘルシー

食感のよい野菜をたっぷり使用。食べごたえあるボリュームながら、カロリーは1食90kcalです。



栄養調整食品 クリーム玄米ブラン グラノーラ&ビターキャラメル

72g(2枚×2袋)／150円



! POINT

● 自然素材をおいしく

食物繊維豊富な小麦ブラン・玄米などの自然素材をおいしく食べやすくしたクリームサンドタイプのバランス栄養食品です。

● 人気のシリーズから新たなおいしさ！

濃厚な甘さとほどよい苦味のキャラメルクリームを、4種のフルーツを練りこんだグラノーラ生地でサンドしました。

天野実業(株)

フリーズドライ食品

「三ツ星キッチン」

焼なすとトマトのクリームパスタ

3種のチーズのクリームパスタ

1食／200円

発売予定 2015年9月1日*

*通信販売では8月18日



! POINT

● お湯を注いで60秒でできるパスタ

60秒で本格的なおいしさを楽しめるうれしい一品。忙しい朝や、遅めの夕食にもおすすめです。

● おかずになる濃厚ソースの具入りパスタ

そのまま召し上がるだけでなく、パンにソースを付けて食べるのもおすすめ。ワインとの相性も抜群です。

フリーズドライ食品

食べながら備える 「ローリングストックBOX」

1セット／4,630円(税込5,000円)

発売中



※アマノフーズオンラインショップ限定商品です
<http://www.amanofd.jp/>

! POINT

● 和洋を取り揃えた嬉しいメニュー

汁もの、丂もの、雑炊、にゅうめん、シチューにリゾット。ご家族が喜ぶメニューを取り揃えました。

● 「食べたら買い足し」の、楽々備蓄

朝昼晩の3食が3日分入ったセット。オンラインショッピングで買い足し可能なので、いつでもご家庭で備蓄できます。家族お一人に1セットあると便利です。

和光堂(株)

幼児食

「おやこdeごはん」スープ

300g／オープン価格

発売予定 2015年9月1日



! POINT

● 家族みんなで食べられるスープ

1歳のお子さまから大人まで、家族みんなで食べられる「おやこdeごはん」シリーズから、具材入りのスープ3種が新発売！

● 10種の野菜入り

塩分量などお子さまに配慮した設計なので安心です。10種の野菜が入って、開けたらすぐに食べられます。2～3人前。

高齢者向け水分補給飲料 アクアチャージ

ゼリー飲料150g／190円、

とろみ付き粉末飲料(4g×8)／300円

発売予定 2015年9月1日



! POINT

● 水分補給を美味しく手軽に

水分吸収効率を考えたバランス設計。塩分控え目、糖類オフのさわやかな酸味と甘みのヨーグルト風味が特長。

● 用途で選べる2タイプ

アルミパックの「ゼリー飲料」と、水やお湯で溶かして飲む「とろみ付き粉末飲料」の2タイプを発売。

上半期に発売した主な商品

2015年
1月～6月



Financial Highlight

財務ハイライト(各年度:1月1日~6月30日)

セグメント情報

P14

連結貸借対照表

P17

連結損益計算書

P18

連結キャッシュ・フロー計算書

P18

売上高

各事業の主力ブランドを中心とした売上拡大に加え、酒類事業・国際事業の新規連結会社の上乗せにより、増収となりました。



営業利益

各事業の增收効果に加えて、グループ内シナジーの創出など、収益構造改革を推進したことにより、増益となりました。



経常利益

営業利益の増益に加えて、金融収支や持分法投資損益の改善などにより、増益となりました。



四半期純利益

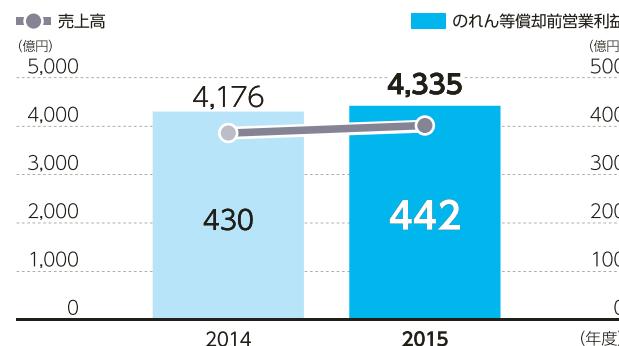
経常利益の増益に加えて、持分法適用会社の子会化に伴い発生した特別利益など、特別損益が改善したことにより、増益となりました。



セグメント情報 (各年度：1月1日～6月30日)

酒類事業 主な事業会社：アサヒビール(株)

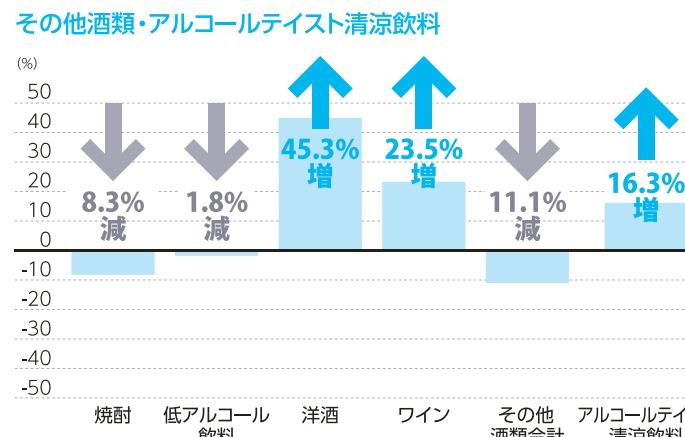
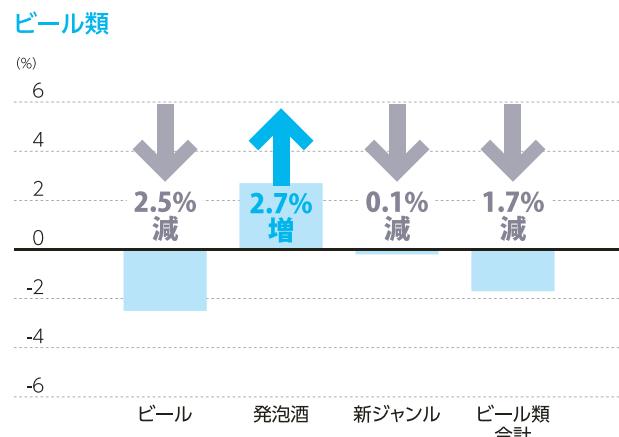
売上高／のれん等償却前営業利益



売上高 **3.8 %増↑** (前年同期比 +158億円)

**のれん等償却前
営業利益** **2.8 %増↑** (前年同期比 +11億円)

カテゴリー別前年同期比較(売上高で算出)



ビール 『アサヒスーパードライ』から季節に合わせたパッケージデザインの商品やアルコール度数を高めた商品を期間限定で発売するなど、ブランドの価値向上を図りました。

発泡酒 “糖質ゼロ”“プリン体ゼロ”的発泡酒『アサヒスタイルフリー【プリン体ゼロ】』の発売などにより、売上が前年同期を上回りました。

新ジャンル 『クリアアサヒ』ブランドから“糖質ゼロ”的新ジャンル『クリアアサヒ 糖質0(ゼロ)』を発売するなど、ブランド力の強化を図りました。

低アルコール飲料 『アサヒ辛口焼酎ハイボール』の積極的な展開に加え、『ニッカハイボール』の発売など、商品ポートフォリオの拡充を図りました。

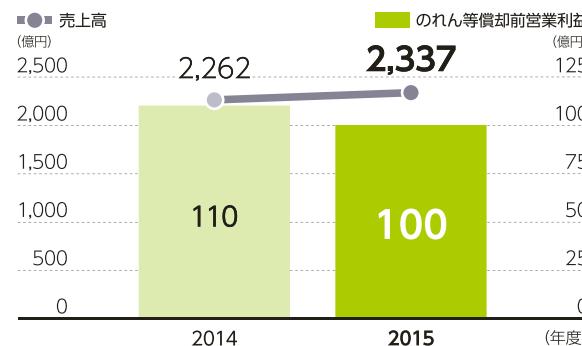
洋酒 『竹鶴』『ブラックニッカ』を中心とした積極的なマーケティング活動に加え、業務用における「フリージングハイボール」の展開などにより、売上が拡大しました。

ワイン チリワイン『サンタ・ヘレナ アルパカ』やスペインワイン『ヴィニヤ・アルバリ』を中心に輸入ディリーワインの拡販を進めました。

アルコールテイスト清涼飲料 “糖質ゼロ”“カロリーゼロ”に加え、“プリン体ゼロ”を実現した『アサヒドライゼロフリー』や機能性表示食品『アサヒスタイルバランス』の発売により、好調に推移しました。

飲料事業 主な事業会社：アサヒ飲料(株)、(株)エルビー

売上高／のれん等償却前営業利益



売上高 **3.3%増↑** (前年同期比 +74億円)

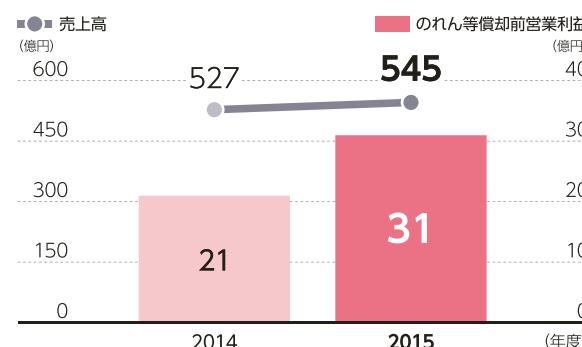
**のれん等償却前
営業利益** **-9.0%減↓** (前年同期比 -9億円)

アサヒ飲料(株) 『三ツ矢』や『カルピス』のブランド価値の向上に取り組んだことに加え、フレーバーウォーター『アサヒ すきっと レモン』を発売するなど新価値提案に取り組みました。

エルビー(株) 主力のお茶カテゴリーの積極的な展開や『大人の紅茶PREMIUM』シリーズの発売などにより、好調に推移しました。

食品事業 主な事業会社：アサヒフードアンドヘルスケア(株)、和光堂(株)、天野実業(株)

売上高／のれん等償却前営業利益



売上高 **3.3%増↑** (前年同期比 +17億円)

**のれん等償却前
営業利益** **42.4%増↑** (前年同期比 +9億円)

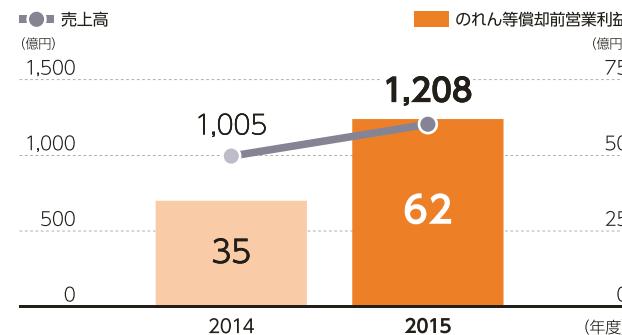
アサヒフードアンドヘルスケア(株) 『ミンティアブリーズ シャイニーピンク』の発売や『一本満足バー』のラインアップの拡充など、積極的なマーケティング活動に取り組みました。

和光堂(株) ベビーフードにおける『栄養マルシェ』のリニューアルや『おやこdeごはん』の新商品の発売などにより、市場の活性化を図りました。

天野実業(株) 主力の『いつものおみそ汁』の積極的な展開や5食入りパック『うちのおみそ汁』のラインアップを拡充したことなどにより、好調に推移しました。

国際事業 主な事業会社: シュウェップス・オーストラリア社、ペルマニス社、エチカ社、北京ビール社

売上高／のれん等償却前営業利益



売上高 **20.1 %増↑** (前年同期比 +202億円)
のれん等償却前 営業利益 **78.4 %増↑** (前年同期比 +27億円)

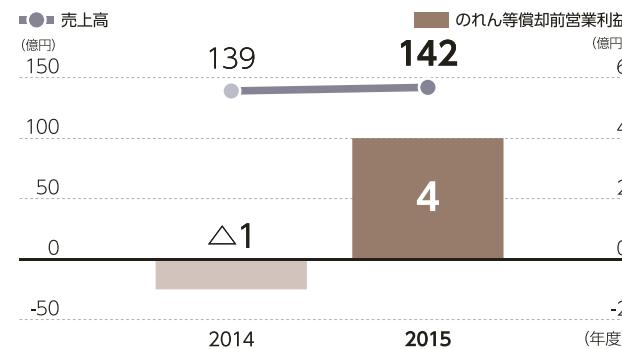
オセアニア事業 飲料事業では主力ブランドの価値向上の取組みを強化し、酒類事業では主力の低アルコール飲料や成長分野であるサイダー（りんご酒）を中心に積極的なマーケティング活動を推進するなど、飲料・酒類事業を合わせた総合飲料事業としての成長を図りました。

東南アジア事業 マレーシアでは、ペルマニス社が主力の炭酸飲料や缶コーヒー『ワンド』を積極的に展開するとともに、エチカ社がコンデンスマルク事業の強化に取り組みました。インドネシアでは、自社ブランドのお茶の新商品の発売など、商品ラインアップの拡充を図りました。

中国事業 プレミアムビール市場での『アサヒ』ブランドの地位向上を図り、業務用や現地の量販店に対する積極的な営業活動を展開しました。

その他の事業

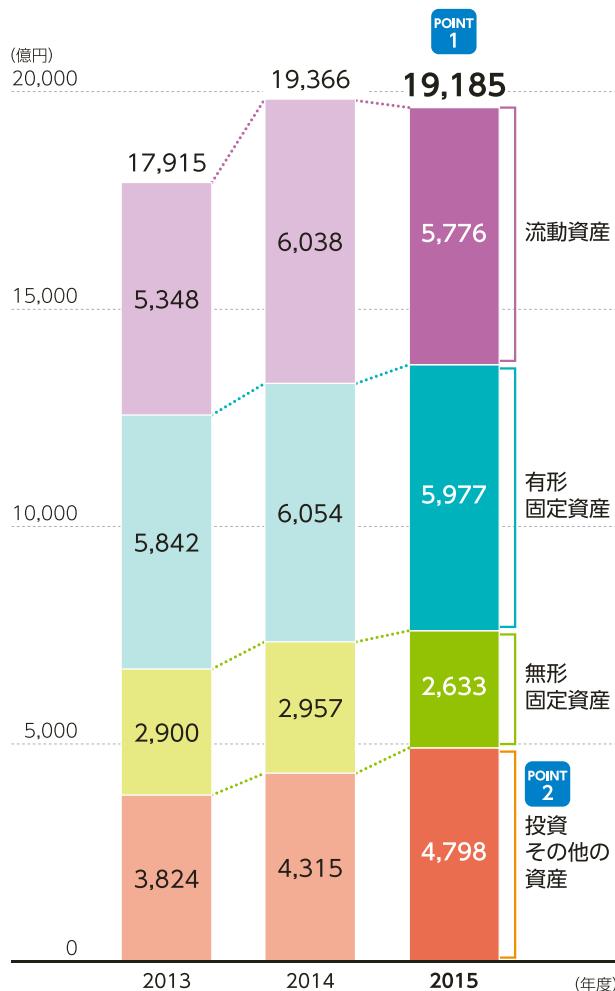
売上高／のれん等償却前営業利益



売上高 **1.9 %増↑** (前年同期比 +2億円)
のれん等償却前 営業利益 **377.1 %増↑** (前年同期比 +5億円)

連結貸借対照表 (2013年度・2014年度:12月31日現在、2015年度:6月30日現在)

資産の部



負債・純資産の部



POINT 1 資産合計

エノテカ(株)の新規連結効果や株価上昇に伴う時価評価額の増加があったものの、会計基準変更に伴うのれんの減少などにより、総資産が減少しました。

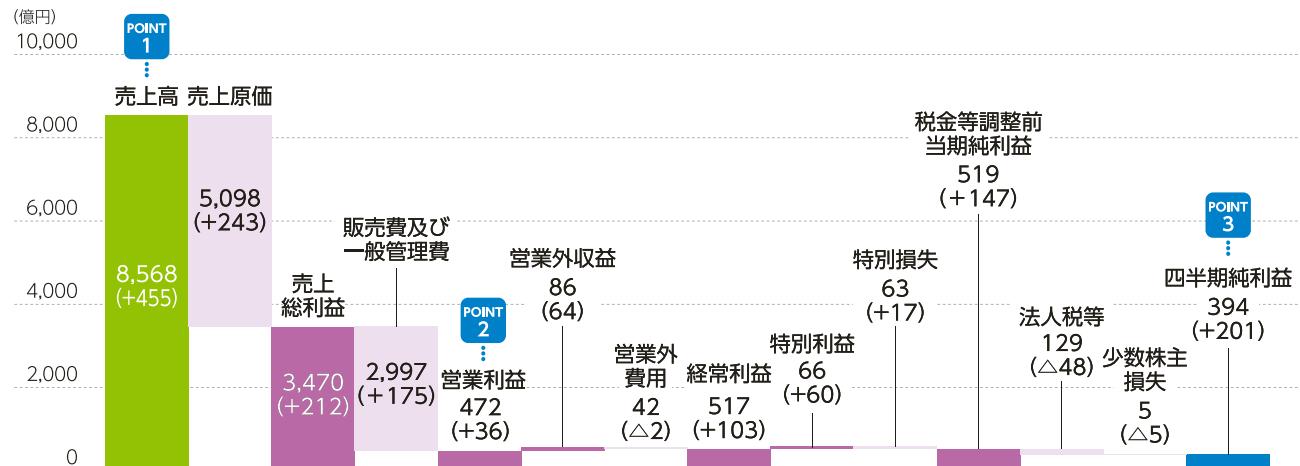
POINT 2 投資その他の資産合計

国内の株価上昇に伴う時価評価額の増加に加え、持分法適用会社の連結子会社化により同社が保有していた有価証券が計上されたことなどによって、投資有価証券が増加しました。

POINT 3 株主資本

株主還元策として、約200億円の自己株式を取得したことや配当金の支払いを実施したことなどにより、株主資本は減少しました。

連結損益計算書 (2015年1月1日～6月30日)



POINT 1 売上高

主力ブランドの強化による売上拡大や新規連結効果などにより、上半期の売上高としては4期連続で過去最高を更新しました。

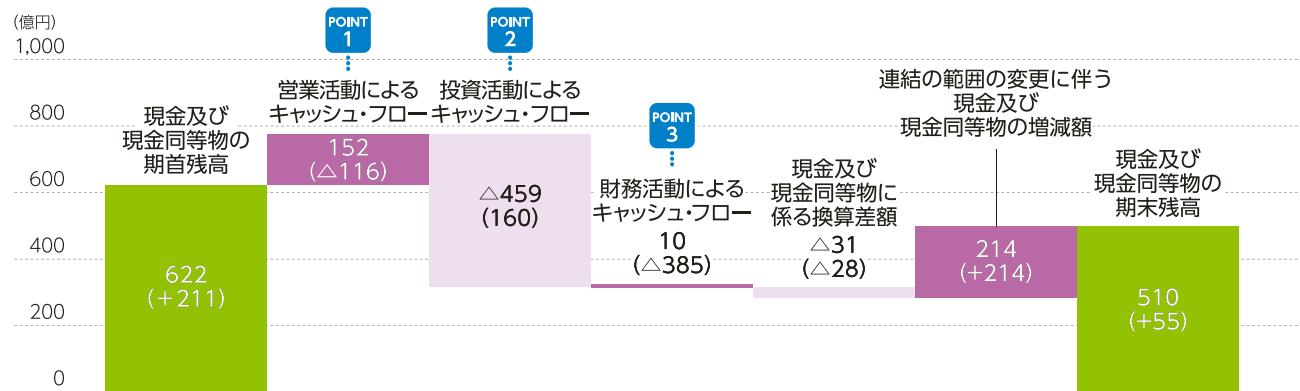
POINT 2 営業利益

増収効果に加え、グループシナジーの創出に向け収益構造改革を推進したことにより、上半期の過去最高益を更新しました。また、上半期としては2期連続過去最高益となりました。

POINT 3 四半期純利益

営業利益の増益に加え、持分法適用会社の連結子会社化に伴う持分法投資損益や特別損益の改善により、上半期としては3期ぶりに過去最高益を更新しました。

連結キャッシュ・フロー計算書 (2015年1月1日～6月30日)



POINT 1 営業活動によるキャッシュ・フロー

主に法人税の支払いが増加したことなどにより、営業活動によるキャッシュ・フローは152億円の収入となりました。

POINT 2 投資活動によるキャッシュ・フロー

設備投資やエノテカ(株)への事業投資などによって、投資活動によるキャッシュ・フローは459億円の支出となりました。

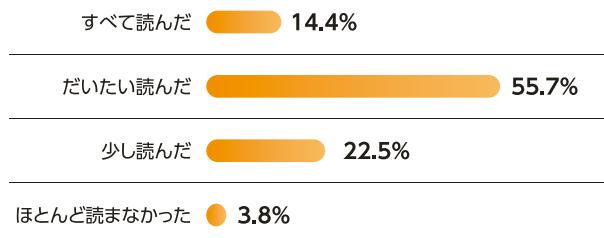
POINT 3 財務活動によるキャッシュ・フロー

自己株式の取得や配当金の支払いなど、借入や社債で調達した結果、財務活動によるキャッシュ・フローは10億円の収入となりました。

アンケート集計結果のご報告

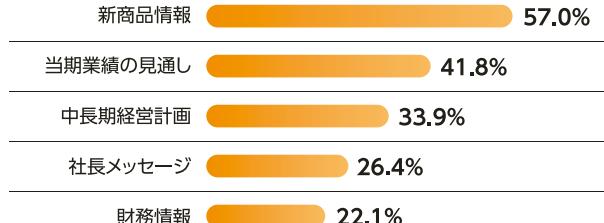
「アサヒスーパーレポート2015年春号」で実施したアンケートには、12,000名を超える株主の皆様からご回答をいただきました。皆様のご協力に感謝を申しあげますとともに、いただいた貴重なご意見を今後のIR活動やレポートの企画に反映してまいります。

Q 1 「アサヒスーパーレポート」をご覧になりましたか?



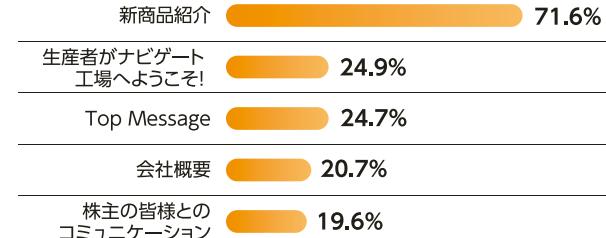
前号に引き続き「すべて読んだ」「だいたい読んだ」を選択された方が多くなりました。より多くの方に読んでいただけるよう、今後も内容の充実した、わかりやすく読みやすいレポートを目指します。

Q 3 「アサヒスーパーレポート」から得たい情報は何ですか? (3つまで複数回答あり、上位5位まで)



前号と同様に、「新商品情報」「当期業績の見通し」「中長期経営計画」が上位を占めました。今号では引き続き、グループの最新情報をわかりやすく解説しました。

Q 2 どの記事に関心を持ちましたか? (3つまで複数回答あり、上位5位まで)



「新商品紹介」ページに多くの関心が集まりました。今号では「生産者がナビゲート 工場へようこそ!」で、100年の歴史を誇るニッカウヰスキー(株)の門司工場を紹介しています。

Q 4 当社株式を保有している理由は何ですか? (3つまで複数回答あり、上位5位まで)



「魅力ある株主優待」のほか、「当社商品のファン」「高い将来性」が上位になりました。今後も、皆様のご期待にお応えできるよう、安定的な成長の実現と魅力ある商品づくりに取り組みます。

株主優待のご報告

「アサヒグループ環境基金『水の惑星』へのご参加」と「東日本大震災復興支援活動への寄附」に多くの株主様からご賛同をいただきました。

ご寄附の総額：約272万円

アサヒグループの株主優待では、株主様のご希望によって、優待品に代えてその相当金額をアサヒグループ環境基金「水の惑星」へ寄附していただくことができます。

本年は474名の株主様にご賛同いただき、総額約94万円を公益社団法人国土緑化推進機構の「緑の募金」へ寄附いたしました。

また、2011年12月期から継続して行っている「東日本大震災復興支援活動への寄附」には、計1,153名もの株主様にご賛同いただきました。寄附総額の約178万円は、特定非営利活動法人「日本NPOセンター」が運営する「東日本大震災現地NPO応援基金」を通じて、被災者の救援や生活再建のために活動している現地NPOなどの活動資金として役立てられます。



ワタママスマイル（弁当宅配など「食」を通じた被災地助成の雇用創出や高齢者の健康管理）

第9回 生産者がナビゲート 工場へようこそ!

ニッカウヰスキー(株) ~門司工場編~



» 100年の歴史を受け継ぐ焼酎づくりの老舗工場

ニッカウヰスキー(株)門司工場は、アサヒグループにおける焼酎製造の基幹工場です。その歴史は古く、日本の総合商社の先駆けであった鈴木商店が1914年(大正3年)に焼酎工場「大里酒精製造所」を設立したのがはじまり。その後、合併などを繰り返し、2006年にニッカウヰスキー(株)門司工場となりました。

2014年には操業開始100周年を迎え、レンガ造りの建屋や倉庫は、周辺のレトロな建物と調和しながら、脈々と引き継がれてきた焼酎づくりの伝統を今に伝えています。



門司工場プロフィール

- 所在地 〒800-0062 福岡県北九州市門司区大里元町2-1
- 敷地面積 60,233m²
- 従業員数 約100名
- 設立・創業開始 1914年



赤レンガが特徴的な倉庫は操業開始以来受け継がれている建造物。
構内には90年以上前に使用した甕なども残る。



» 伝統の技と最新の品質管理で「おいしいお酒」を追求

門司工場では、原料処理、製麹、発酵、蒸溜、ろ過、熟成などの工程を一貫して行い、乙類(単式蒸溜)焼酎のさまざまな原酒をつくりています。

工場を代表する焼酎ブランドは『かのか』。乙類焼酎原酒と、甲類(連続式蒸溜)焼酎をブレンドしてつくられた「甲乙混和焼酎」の日本ナンバーワンブランドです。その名前は「良い香り(佳の香)」を意味しています。

『かのか』のほかにも、乙類焼酎(『吟麗玄海』『綺羅麦』『玄庵』など)や梅酒、リキュールの製造、近年の需要の高まりに応えたウイスキーの瓶詰めなども行っています。

人の技と想いで原酒をつくり、最新の機器と五感で品質をチェック。一人ひとりが「お客様においしい焼酎を届けたい」という想いを胸に、日々製造を続けています。



計器を利用して行う「温度検査」。
機械分析と人によるチェックを必ず行っている。



PHOTO GALLERY



多種多様な原酒を取りそろえた大規模な3階建の貯蔵庫。上り下りは階段しかないことで、ダイエットに最適な職場です!



減圧式と常圧式の2種類の単式蒸溜器があります。注連縄をはっているのはニッカ社の伝統です。



太宰府天満宮の御神酒は、飛梅伝説にあやかった梅酒。毎年6月に神職の方を招いて「醸造祭」を執り行い、当工場で製造しています。

ウイスキーの会社になぜ「焼酎工場」かというと、どちらも蒸溜酒だから。製造工程に共通点が多く、互いに人材やノウハウを活用できるんです。



第7回 株主様工場見学会のご報告

2015年5月28日(木)「ニッカウヰスキー株式会社 宮城峡蒸溜所」にて第7回株主様工場見学会を開催いたしました。多数のご応募のなかから、厳正な抽選により当選された合計41名の株主様及びご同伴者様にご参加いただき、好評のうちに終了いたしました。



第8回 株主様工場見学会のご案内

2015年11月12日(木)・13日(金)

アサヒグループの事業内容についてご理解をより深めていただくために、株主様工場見学会を開催いたします。今回は、アサヒグループにおける焼酎製造の基幹工場である、ニッカウヰスキー門司工場です。

工場見学会の概要

見学場所 ニッカウヰスキー株式会社 門司工場(福岡県北九州市)

参加費 無料 ※集合・解散場所までの交通費は、各自でご負担願います。

集合・解散場所 JR「小倉駅」

希望番号	開催日	集合時刻	解散時刻(予定)	対象者 ※2015年6月末現在	募集人数 (ご同伴者様を含む)
①	11月12日(木)	11:00	17:30	当社株式1,000株以上ご保有の株主様	20名
②	11月13日(金)	12:45	17:40	当社株式100株以上1,000株未満ご保有の株主様	20名



応募要領

応募締切:2015年9月25日(金) ※当日消印有効

応募方法: 郵便はがきに右記の必要事項をご記入のうえ、ご応募ください。

- ・いずれもご同伴者様は1名様まで可です。
- ・ご応募多数の場合は抽選となります。厳正な抽選のうえ、当選発表及び見学内容の詳細は当選者へのご発送(10月上旬発送予定)をもって代えさせていただきます。
- ・複数枚でのご応募はご遠慮願います。また、開催日によって対象者が異なってありますので、ご注意願います。
- ・見学会当日は工場内禁煙となっております。
- ・焼酎の試飲がございます。未成年の方、当日お車・自転車を運転する予定のある方、妊娠中や授乳期の方は、ご参加をご遠慮願います。
- ・見学場所にはエレベーターーやエスカレーターがございません。階段での昇り降りとなりますので、あらかじめご了承願います。
- ・アンケートにご記入いただく個人情報は、個人を特定しない統計的情報として利用させていただきます。
- ・荒天等、諸般の事情により内容が変更または中止となる場合がございます。その場合はご当選された株主様にご連絡させていただきます。

多くの皆様からのご応募をお待ちしております。

郵便はがき
1308602
52円
切手

東京
1都
丁墨
目田
23区
番吾
1妻
橋
行
ホアサ
ルビ
工法
場務
見部
學門
會係
行

- ご希望の時間帯の番号
(①または②)
- ご保有の当社株式数
- 郵便番号
- 住所
- 電話番号
- 氏名
(ふりがなもご記入願います)
- 性別
- 年齢
- ご同伴者様の郵便番号、
住所、電話番号、
氏名(ふりがな)、性別、年齢

宛名面

裏面

お問い合わせ先

アサヒグループホールディングス株式会社 総務法務部門 株主様係

TEL:03-5608-5113 9:00~17:30(土、日、祝日を除く) E-mail: kabushiki@asahigroup-holdings.com

会社概要

商 号 アサヒグループホールディングス株式会社
(Asahi Group Holdings, Ltd.)

本店所在地 〒130-8602 東京都墨田区吾妻橋一丁目23番1号

設 立 1949年(昭和24年)9月1日

資 本 金 1,825億3,119万4,085円

従 業 員 数 22,813名(連結)

会計監査人 有限責任 あずさ監査法人

役員

代表取締役社長 兼 CEO 泉谷 直木

代表取締役副社長 川面 克行

常務取締役 兼 常務執行役員 池田 史郎 高橋 勝俊

常務取締役 兼 常務執行役員(CFO) 奥田 好秀

取締役 小路 明善

社外取締役 坂東 真理子 田中 直毅 伊藤 一郎

常勤監査役 殿塚 宜弘 武藤 章

社外監査役 石崎 忠司 斎藤 勝利 早稻田 祐美子

《ご参考》他の執行役員

常務執行役員 杉浦 康誉

執行役員 大竹 康之 濱田 賢司 北川 亮一

斎藤 直樹 福田 行孝

株式の状況

発行済株式の総数 483,585,862株

当期末株主数 97,709名(前年同期末比5,021名減)

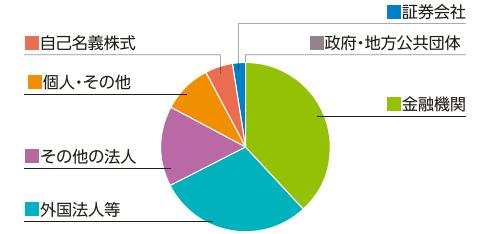
大株主(上位10名)

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)	296,381	6.5
旭化成株式会社	187,853	4.1
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	177,570	3.9
第一生命保険株式会社	169,200	3.7
富国生命保険相互会社	160,000	3.5
株式会社三井住友銀行	90,280	2.0
三井住友信託銀行株式会社	81,260	1.8
THE BANK OF NEW YORK MELLON SA/NV 10	69,575	1.5
BNP/パリバ証券株式会社	56,436	1.2
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	56,229	1.2
合計	1,344,784	29.4

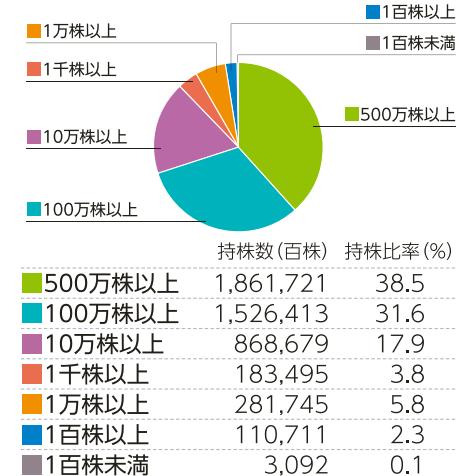
※ 当社は、自己株式256,844百株を保有しておりますが、上記大株主からは除いております。

※ 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。

所有者別株式分布



所有株式数別株式分布



株主メモ

事業年度	1月1日から12月31日まで
定時株主総会	3月(基準日12月31日)
期末配当金支払株主確定日	12月31日
中間配当金支払株主確定日	6月30日
単元株式数	100株
株主名簿管理人及び 特別口座の口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
株主名簿管理人	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
事務取扱場所	三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
公告の方法	電子公告により行います。ただし、事故その他やむを得ない理由によつて電子公告によることができない場合は、日本経済新聞に掲載する方法により行います。 http://www.asahigroup-holdings.com/ir/e_public/
上場金融商品取引所	東京証券取引所

● 株式に関するお手続について

株式に関するお手続は、①証券会社の口座に記録されている場合と、②特別口座に記録されている場合で、下記のとおり異なりますので、該当の窓口にお問い合わせください。

① 証券会社の口座に記録された株式

お手続、ご照会の内容	お問い合わせ先	
● 単元未満株式の買取・買増請求 ● 届出住所・姓名などのご変更 ● 配当金の受領方法・振込先のご変更 ● 郵送物の発送と返戻に関するご照会 ● 支払期間経過後の配当金に関するご照会 ● 株式事務に関する一般的なお問い合わせ	口座を開設されている証券会社	
株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社 証券代行部	

② 特別口座に記録された株式

お手續、ご照会の内容	お問い合わせ先
● 単元未満株式の買取・買増請求 ● 特別口座から証券口座への振替請求 ● 届出住所・姓名などのご変更 ● 配当金の受領方法・振込先のご変更 ● 郵送物の発送と返戻に関するご照会 ● 支払期間経過後の配当金に関するご照会 ● 株式事務に関する一般的なお問い合わせ	特別口座の 口座管理機関 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
株主名簿管理人	

三井住友信託銀行株式会社 証券代行部

郵便物の送付先：〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号
電話照会先： ☎ 0120-782-031 オペレーター対応(9:00～17:00 土・日・祝日等を除く)
ホームページ：<http://www.smtb.jp/personal/agency/index.html>

(株式に関するその他のお問い合わせ窓口)
アサヒグループホールディングス株式会社 総務法務部門 株主様係
TEL: 03-5608-5113 e-mail: kabushiki@asahigroup-holdings.com

中間配当金のお支払いについて

第92期中間配当金は、2015年8月5日開催の取締役会の決議により1株当たり24円に決定されました。同封の「配当金領収証」により、お近くのゆうちょ銀行全国本支店及び出張所並びに郵便局（銀行代理業者）にて、払渡しの期間内（2015年9月1日(火)から2015年10月2日(金)まで）にお受け取り願います。

また、銀行預金口座等振込ご指定の方は、ご指定口座への入金をご確認くださいますようお願い申しあげます。株式数比例配分方式を選択されている場合は、お取引の口座管理機関（証券会社）にお問い合わせください。

なお、同封いたしております「配当金計算書」は、配当金をお受け取りになった後の配当金額のご確認や、確定申告を行う際の添付書類としてご利用いただけます。株式数比例配分方式を選択されている場合は、お取引の口座管理機関（証券会社）にお問い合わせください。

免責事項

本誌のいかなる情報も、当社株式の購入や売却などを勧誘するものではありません。また、本誌に記載された意見や予測などは、本誌作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではなく、今後、予告なしに変更されることがあります。万が一この情報にもとづいて被ったいかなる損害についても、当社および情報提供者は一切責任を負いませんので、ご承知おきください。

アサヒグループホールディングス株式会社

<http://www.asahigroup-holdings.com/>



お酒 飲酒は20歳になってから。

飲酒運転は法律で禁止されています。妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。

ほどよく、楽しく、いいお酒。のんだあとはリサイクル。

