



世界品質で信頼される企業を目指して

2012年6月

Asahi

アサヒグループホールディングス株式会社



会社概要と事業別売上高

Asahi

- ◆ 商号 アサヒグループホールディングス株式会社
- ◆ 設立 昭和24年(1949年)9月1日
- ◆ 代表者 代表取締役社長 泉谷 直木
- ◆ 資本金 182,531百万円
- ◆ 従業員 283名(単体)、16,759名(連結)
- ◆ グループ会社数 連結子会社:79社 (2011年12月末時点)

東京都墨田区の本社ビル



●国際事業



●食品事業



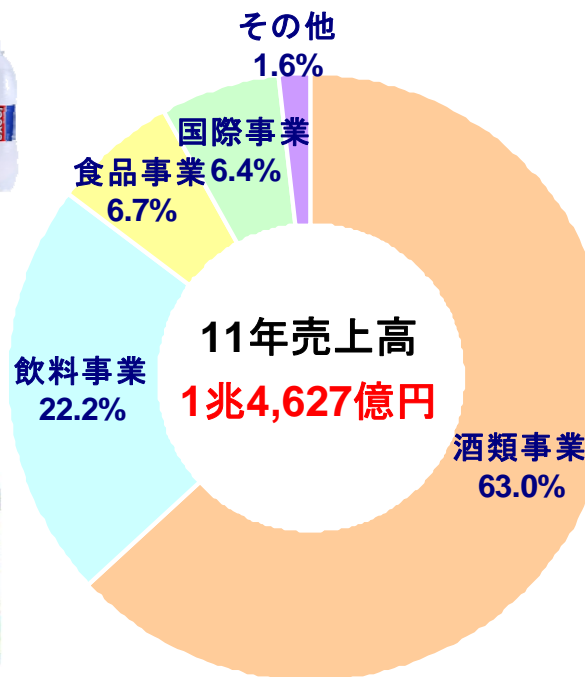
アサヒフードアンドヘルスケア(株)、和光堂(株)、天野実業(株)

●飲料事業



アサヒ飲料(株)

(株)エルビー



●酒類事業



アサヒビール(株)、ニッカウヰスキー(株)



◆ 長期ビジョン2015

自然のめぐみを食の感動へ。『世界品質』で信頼される企業を目指す。

—グローバル食品企業トップ10を目指した新たな成長ポートフォリオの構築—

◆ 中期経営計画2012

—長期ビジョンの達成を目指し『既存事業の収益性の向上』を図る—

<進捗>

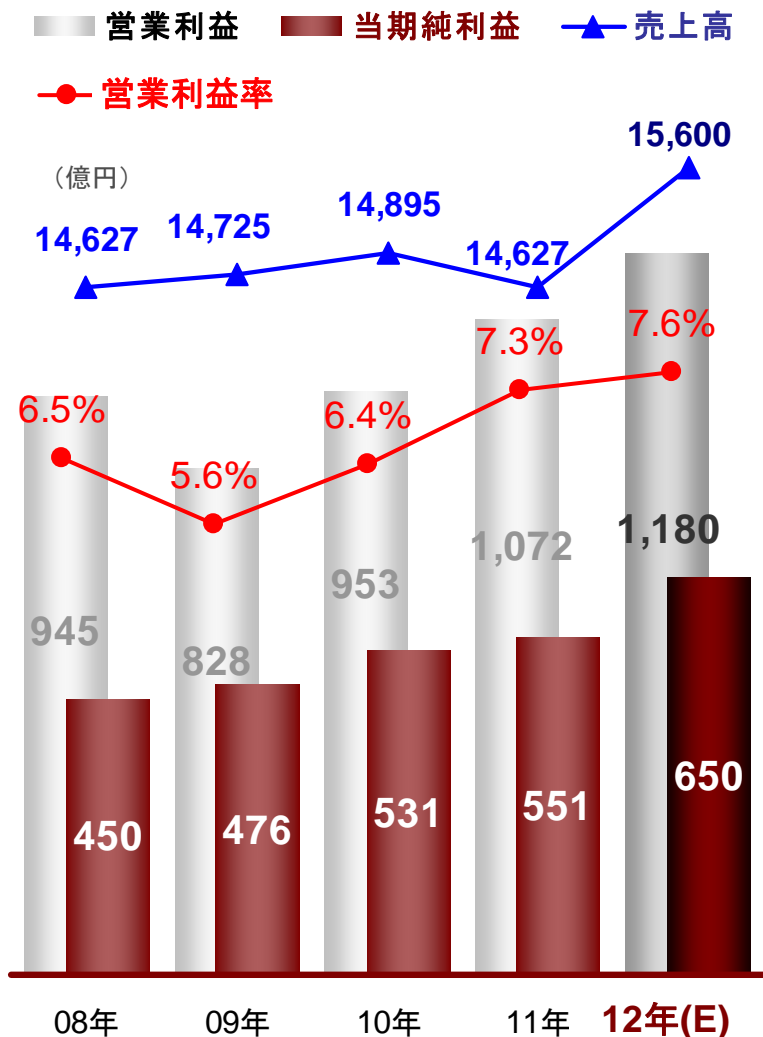
- ① ブランド力強化と収益構造改革によるキャッシュフローの拡大
- ② 海外不採算事業からの撤退による選択と集中
- ③ M&Aによる事業基盤拡大
- ④ 純粋持株会社化による経営改革と人材育成の強化



業績推移と2012年計画



『中期経営計画』の最終年度として各事業の収益性を高め、当期純利益650億円を目指す



(億円)

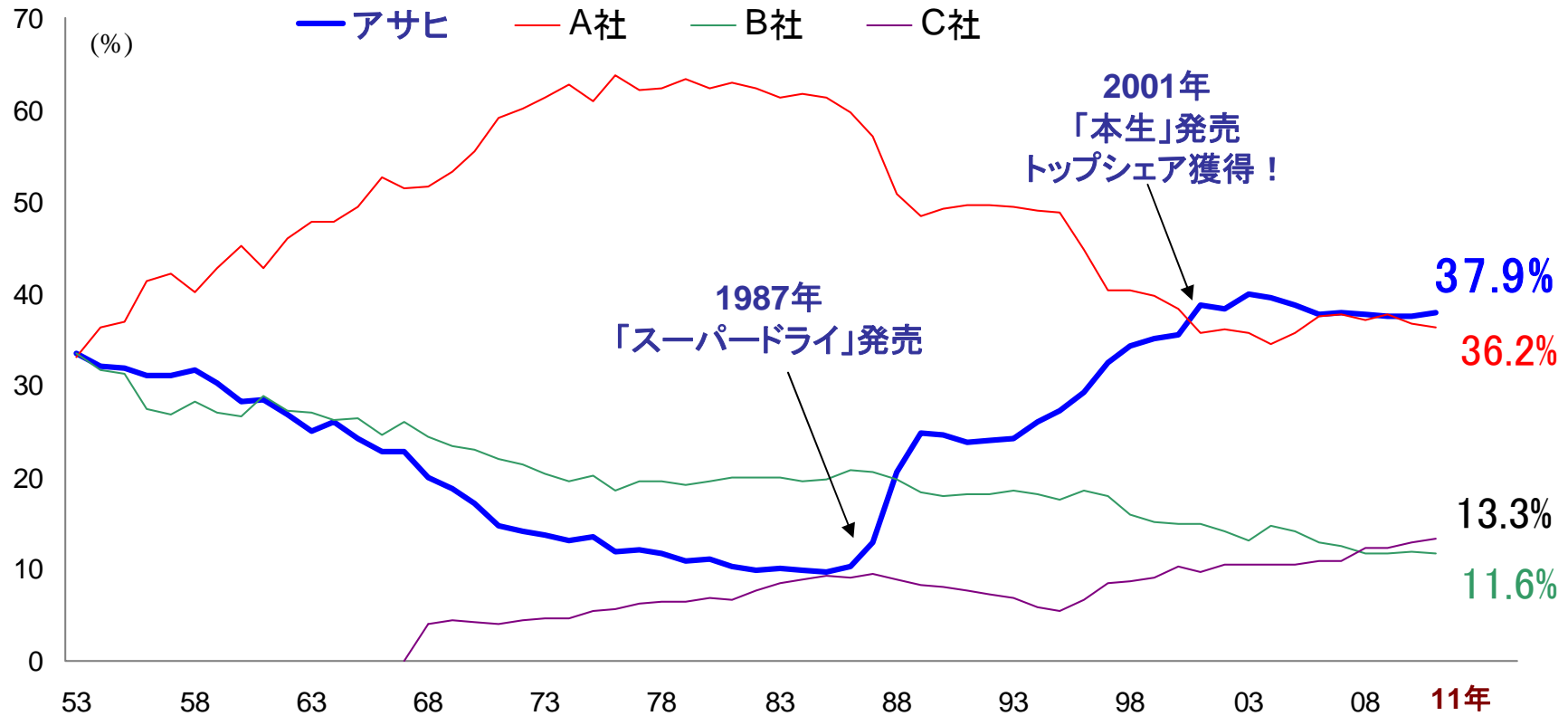
	12年 目標	11年 実績	前年比(率)	
酒類事業	9,636	9,424	+211	+2%
飲料事業	3,427	3,298	+129	+4%
食品事業	1,123	1,001	+122	+12%
国際事業	1,477	942	+535	+57%
その他・調整額	△62	△38	△24	-
売上高合計	15,600	14,627	+973	+7%
酒類事業	1,092	1,010	+82	+8%
飲料事業	165	142	+23	+16%
食品事業	56	45	+11	+25%
国際事業	122	29	+93	+322%
その他・調整額	△123	△65	△58	-
のれん等償却費	△132	△89	△43	-
営業利益合計	1,180	1,072	+108	+10%
持分法損益	50	55	△4	△8%
経常利益	1,190	1,109	+81	+7%
特別損益	△60	△205	+145	-
当期純利益	650	551	+99	+18%



ビール類シェア推移



■ ビール類(ビール・発泡酒・新ジャンル)シェアの推移





ビール類 2011年実績

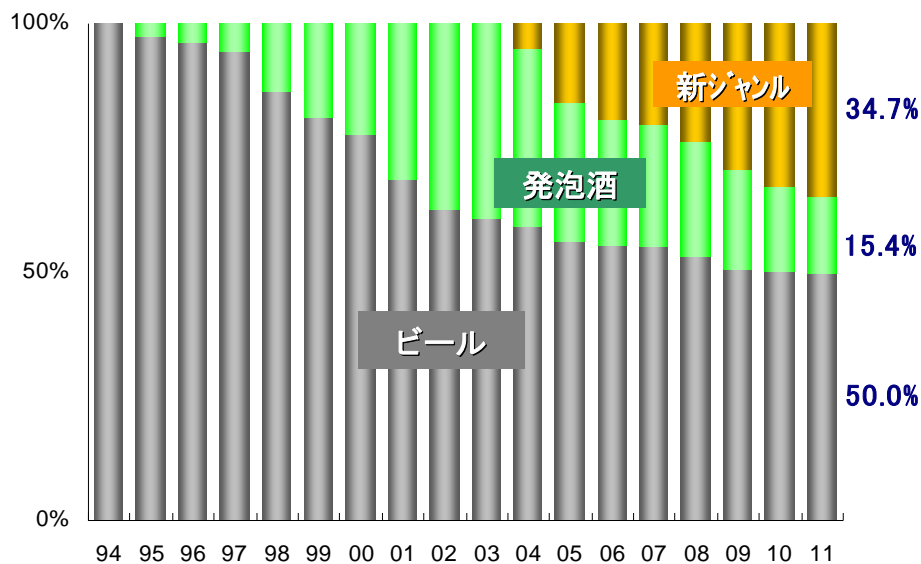


■ ビール類 課税数量実績 (1-12月)

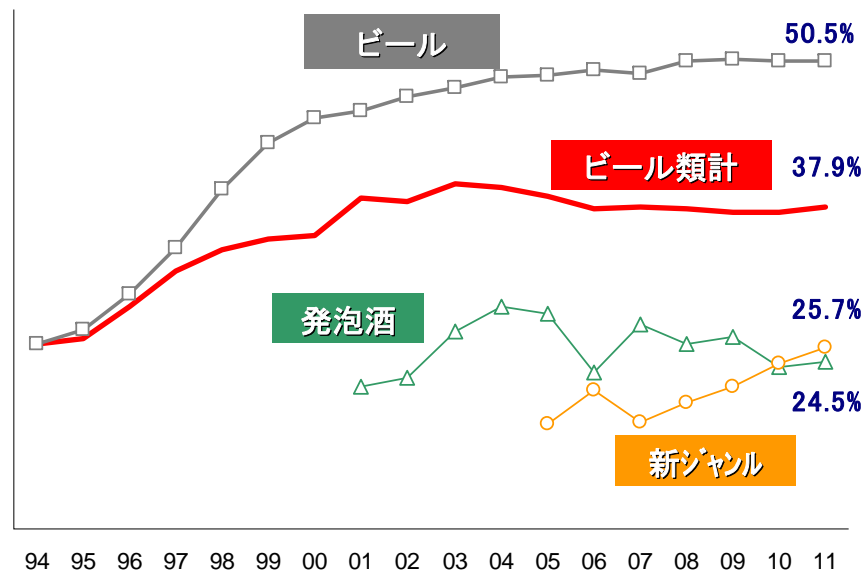
(万函)

	業界全体			アサヒビール			
	函数	前年比	構成比	函数	前年比	シェア	増減
ビール	22,103	△4.1%	50.0%	11,161	△4.3%	50.5%	△0.1%
発泡酒	6,802	△12.9%	15.4%	1,664	△11.2%	24.5%	+ 0.5%
新ジャンル	15,334	+ 1.8%	34.7%	3,939	+7.0%	25.7%	+ 1.2%
合計	44,239	△3.7%	-	16,764	△2.7%	37.9%	+ 0.4%

＜ビール類市場構成比推移＞



＜アサヒビールシェア推移＞

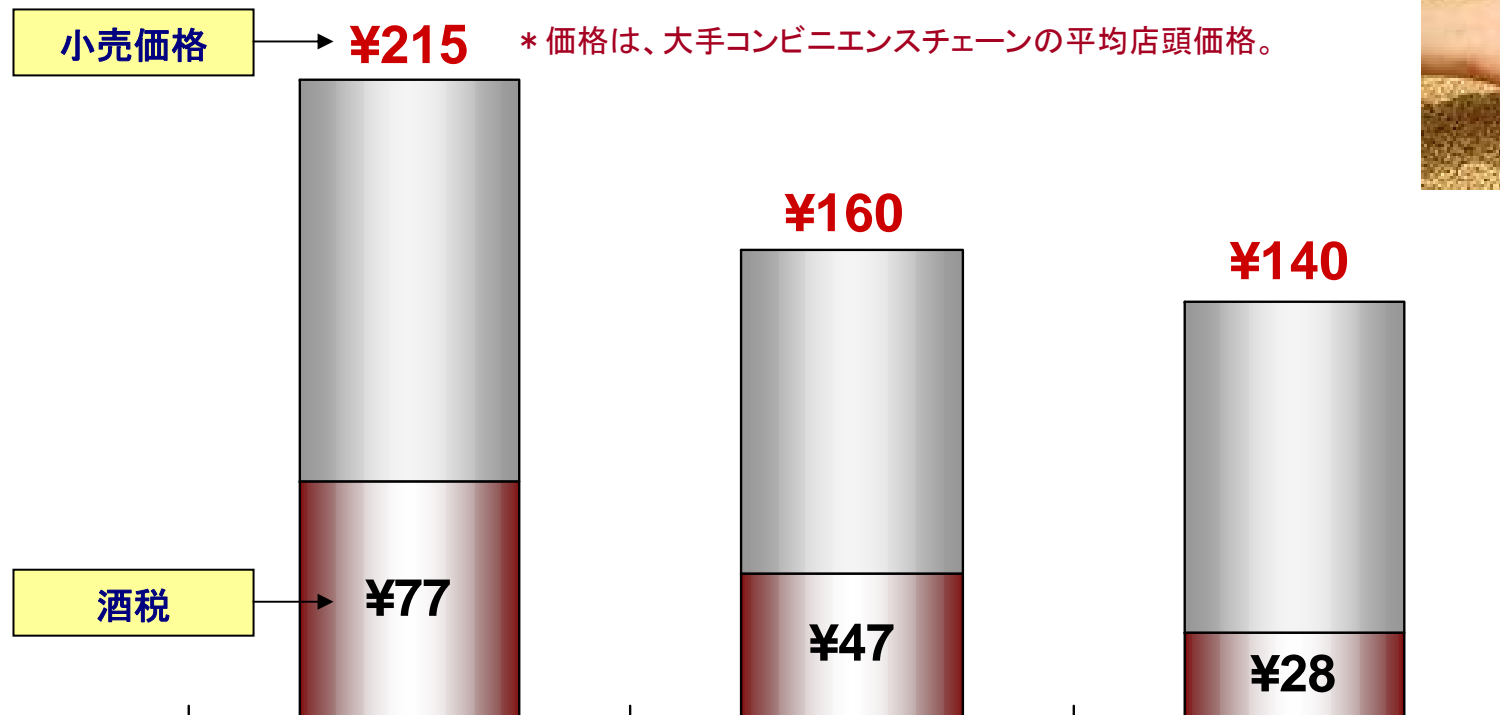




<参考>ビール類の酒税比較



■350ml当たりの酒税比較 (円)



ビール

麦芽
67%以上



発泡酒

麦芽
25%以下

新ジャンル

麦芽 0% or
リキュールタイプ^o
(発泡酒+スピリッツ)



← アルコール度数 約5.0%~ 5.5% →



ビール類 2012年販売計画



■ ブランド別販売目標と進捗

	12年目標	前年比	1-5月実績前年比
スーパードライ計	10,900	+0.5%	+3.1%
(スーパードライ)	(10,600)	(Δ 1.8%)	(Δ 0.8%)
(ドライブラック)	(300)	(-%)	(-%)
ビール計	11,100	Δ4.4%	+3%
スタイルフリー	1,160	Δ 3.6%	Δ 4.4%
発泡酒計	1,450	Δ12.1%	Δ10%
クリアアサヒ	2,650	+9.5%	+3.3%
アサヒオフ	790	+5.8%	+0.0%
ブルーラベル	380	+40.0%	-
新ジャンル計	4,150	+6.8%	Δ1%
合計	16,700	+0.5%	+1%

■ 市場見込み

	年間
ビール	Δ 1~ Δ 2%程度
発泡酒	Δ 9~ Δ 10%程度
新ジャンル	+3~+4%程度
合計	Δ 1~ Δ 2%程度



スーパードライ



スーパードライ
ドライブラック



クリアアサヒ



ビール類のブランド戦略



ビール



スーパードライ



エクストラコールドの拡大展開



うまい！を明日へ！
プロジェクトの継続実施



スーパードライ・ドライブラック

スーパードライ初の
エクステンション商品

発泡酒



スタイルフリー

糖質オフ・ゼロ系市場でのプレゼンス拡大



新ジャンル



クリアアサヒ



オフ



ブルーラベル



ダイレクトショット
5/29発売



旬な話題・季節パッケージ商品の展開、樽詰取扱店の拡大



ロンドンオリンピック開催

関連商材の発売や広告などを実施し販促を強化



ジャパングールド
7/3発売

アサヒビールは、オリンピック
日本代表のゴールドパートナーです



総合酒類部門方針



■ アサヒドライゼロ (※2月21日発売)

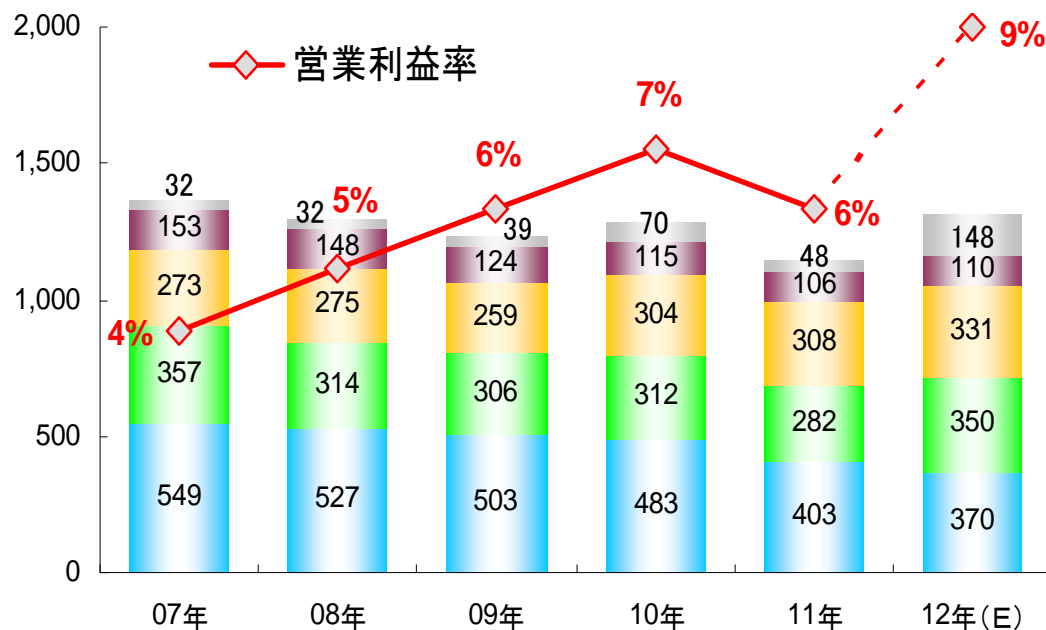
“ドライなのどごし” でアルコール度数0.00%の新ビールテイスト清涼飲料

- ・本格的な飲みごたえとお客様が求める味に徹底的にこだわった自信作
- ・販売目標を当初の300万箱から400万箱へ上方修正



■ カテゴリー別売上と営業利益率推移

[億円]



その他
ワイン
洋酒

低アル

焼酎





飲料事業方針



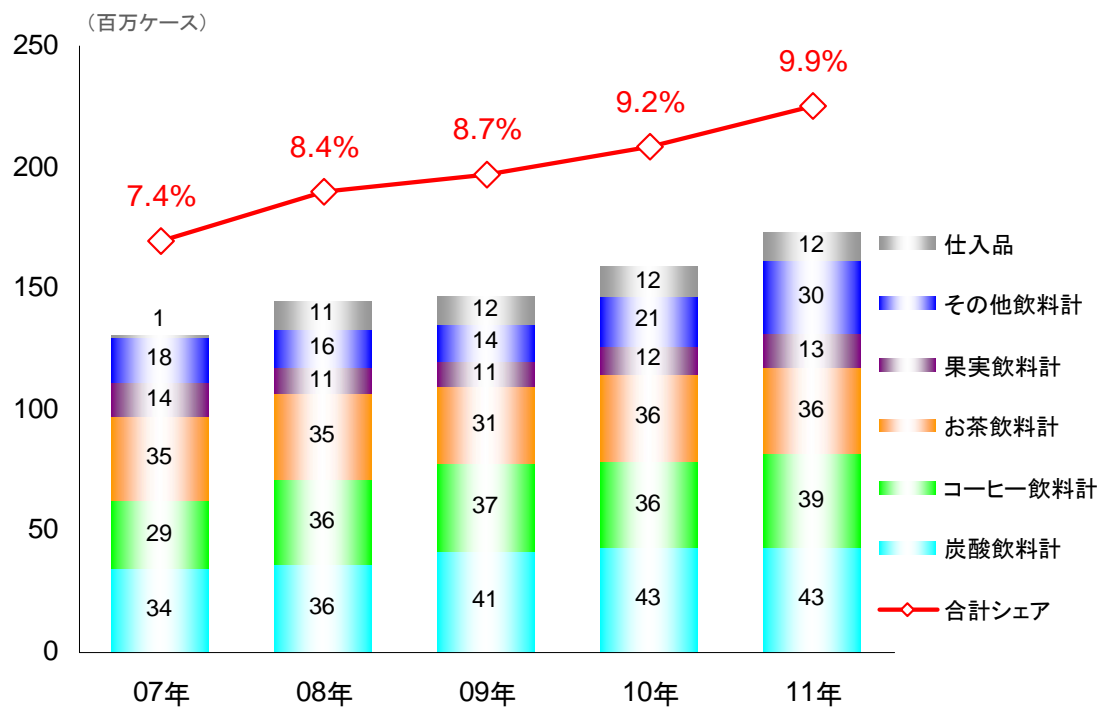
販売数量計画と進捗

(単位: 万箱)

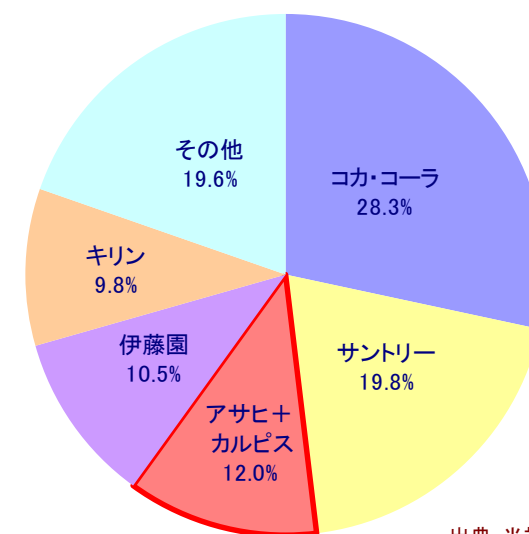
	12年目標	前年比	1-5月実績	前年比
アサヒ飲料	18,000	+4.2%	6,979	+14%
市場全体	前年並み～微減		+5%程度	



カテゴリ別売上推移



＜会社別売上数量シェア＞



出典: 当社推定



グループ事業基盤の強化



カゴメ
株式会社



2007年 2月 カゴメ社との業務・資本提携

2010年 12月 カゴメ社から『六条麦茶』のブランドの取得



ハウス食品
株式会社



2010年 5月 ハウス食品社から『六甲のおいしい水』ブランドの取得



カルピス
株式会社



2007年12月 自動販売機の合併会社(アサヒカルピスビバレッジ社)の設立

2012年 5月 カルピス社の買収発表 (10月から連結予定)

< カルピス社買収の目的 >

- ・乳性飲料のトップブランド獲得による商品ポートフォリオの強化
- ・物流、調達などコストシナジーの創出による収益性の向上
- ・当社の事業基盤を活かした海外展開の拡大





収益構造改革の進展



■収益構造改革の進捗

各事業のSCM全般に渡る効率化の取り組みにより、計画を上回るコストダウンを実行

<収益構造改革の進捗>

(億円)

	2010年	2011年	2012年	累計	中計目標
アサヒビール	130	186	45	361	250~300
アサヒ飲料	50	33	10	93	40
その他	4	6	8	18	10
合計	184	225	63	472	300~350



■キリンビール(株)との共同取り組み

①取り組み事項 (2011年8月より実施)

- (1)東京都全域と神奈川県一部エリアでの小口配送の共同化
- (2)茨城、埼玉、長野、静岡の一部エリアでの空容器の共同回収

②今回の取り組みによる効果

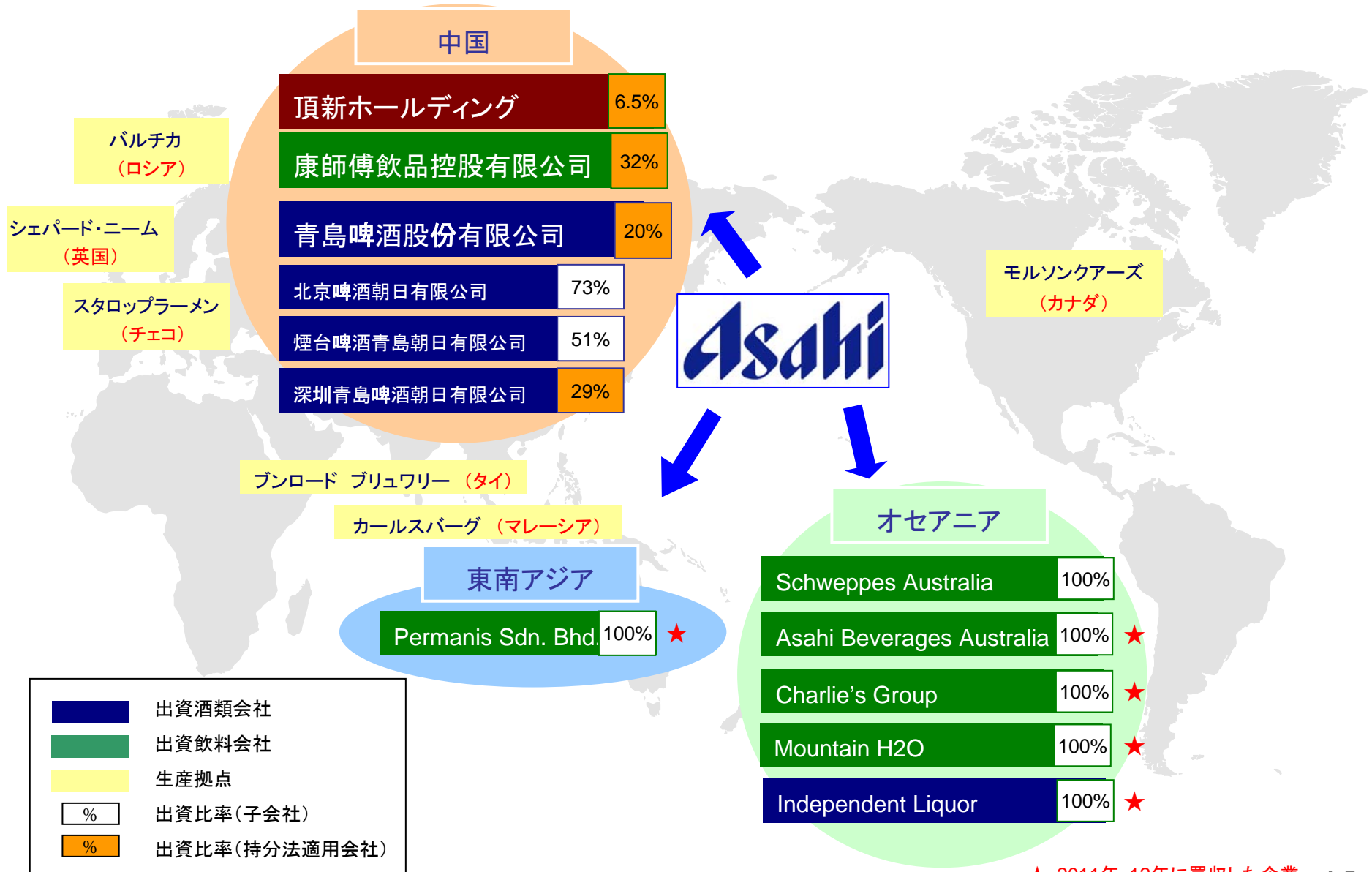
- ・両社合計で、年間のCO2排出量を約271t削減(従来比▲約20%)。
- <共同配送面で約113t(従来比約▲21%)、空容器回収面で約158t(従来比約▲20%)>

その感動を、わかちあう。





国際事業の展開



★:2011年・12年に買収した企業



◆現地持株会社のグループ一体運営によるシナジーの創出

会社名	事業概要	2011年実績	2014年目標
飲料	Schweppes Australia	豪州2位	<p>＜事業合計＞ 売上高 約1,400億円</p> <p>EBITDA 約250億円 マージン約18% (シナジー効果50億円含む)</p>
	Asahi Beverages Australia	豪州3位	
	Charlie's Group	NZ新興飲料会社	
	Mountain H2O	豪州水専業会社	
酒類	Independent Liquor Group	NZ RTD1位	



具体的なシナジー効果	
<p>◆売上シナジー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域・販売チャネルの補完 ・強いブランドへの集中 ・スーパードライの販売委託移管 	<p>◆コストシナジー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シェアドサービスセンターの設立 ・調達の効率化 ・生産・物流拠点の統廃合



中国ビール事業

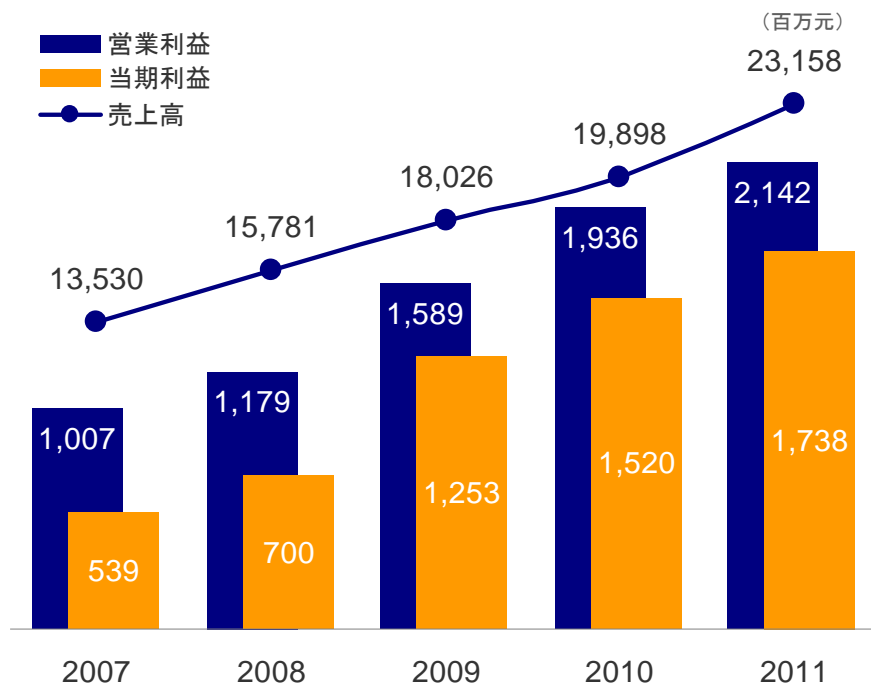


■ 2012年事業方針

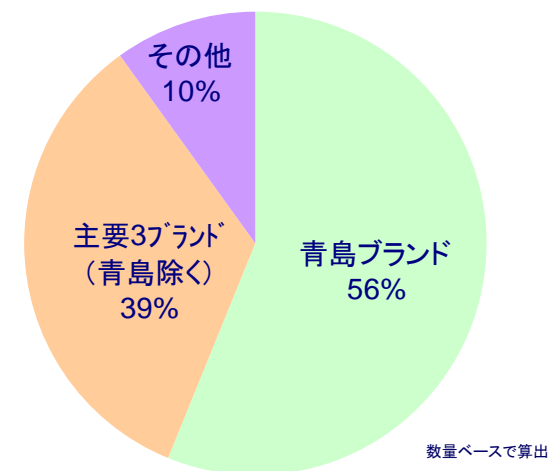
- ・アサヒブランドの生産集約化や青島ブランドの受託製造拡大などによる事業の黒字化
- ・販売チャネル・エリア開拓によるアサヒブランドのプレゼンス向上
- ・青島ビールの成長戦略をサポートし、持分法投資利益を拡大



■ 青島啤酒股份有限公司の業績



＜青島啤酒股份有限公司の売上構成比（2011年）＞



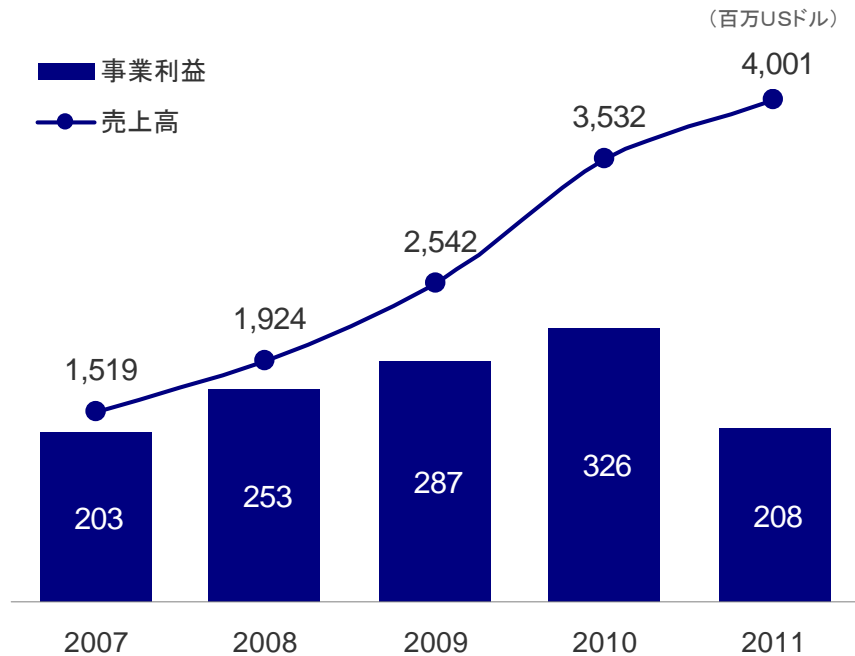


■ 康師傅飲品控股有限公司の事業方針

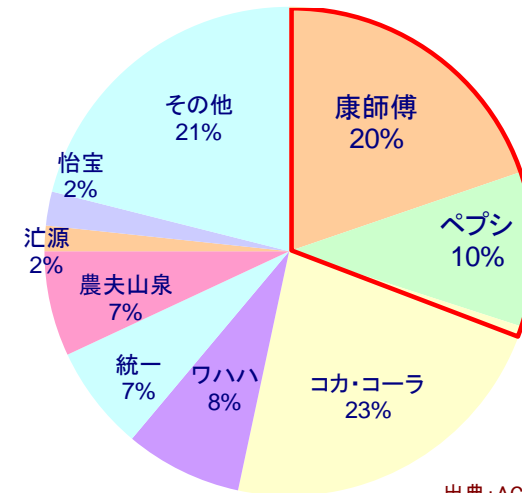
- ・お茶カテゴリーを中心とした主カブランドのブランド力強化
- ・無菌充填ラインの増強やペットボトルの軽量化などによる更なるコスト競争力の強化
- ・ペプシ社との提携で市場において圧倒的なトップメーカーを 目指す



■ 康師傅控股有限公司(飲料セグメント)の業績



<中国飲料市場 数量シェア(11年1月-11年12月)>



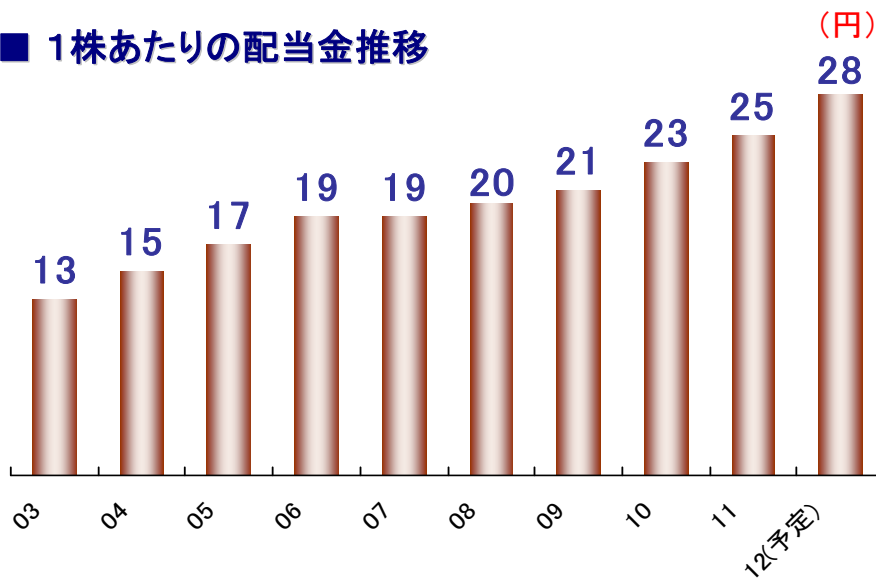
出典: ACニールセン



株主様向けの取り組み



■ 1株あたりの配当金推移



<株主還元の基本方針>

連結配当性向20%以上を目安に安定的な配当を継続するとともに、自己株式の取得も資金需要と財務健全性のバランスに鑑み検討し、総合的な株主還元の充実化を図る。

■ 単元株の引き下げ 1,000株 → 100株 (2003年9月～)

■ 『株主総会』の改革



・都心のホテルで、集中日を外した午後に開催 (3月)



株主優待制度



■ 保有株式数に応じて選択肢の中からお好みの優待品をひとつお選びいただきます。

選択肢：「優待品(3種類)」、「環境基金、東日本大震災支援活動」への寄附

100株以上1,000株未満
1,000円相当

1,000株以上
2,500円相当

株主様限定
特製ビール



酒類商品
詰め合わせ

飲料・食品
詰め合わせ



アサヒグループ環境基金「水の惑星」へのご参加



東日本大震災支援活動への寄附



Asahi

その感動を、わかちあう。

本資料のいかなる情報も、弊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、本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点での弊社の判断であり、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。
万が一この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、弊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。