

企業価値の向上を目指して

2014年6月

Asahi

アサヒグループホールディングス株式会社



(証券会社コード:2502)

1. アサヒグループの概要
2. 強みに基づく中長期戦略
3. 各事業の取組み
4. 株主還元と社会的価値の向上

1. アサヒグループの概要
2. 強みに基づく中長期戦略
3. 各事業の取組み
4. 株主還元と社会的価値の向上

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

前身: 有限会社大阪麦酒
(明治22年(1889年))

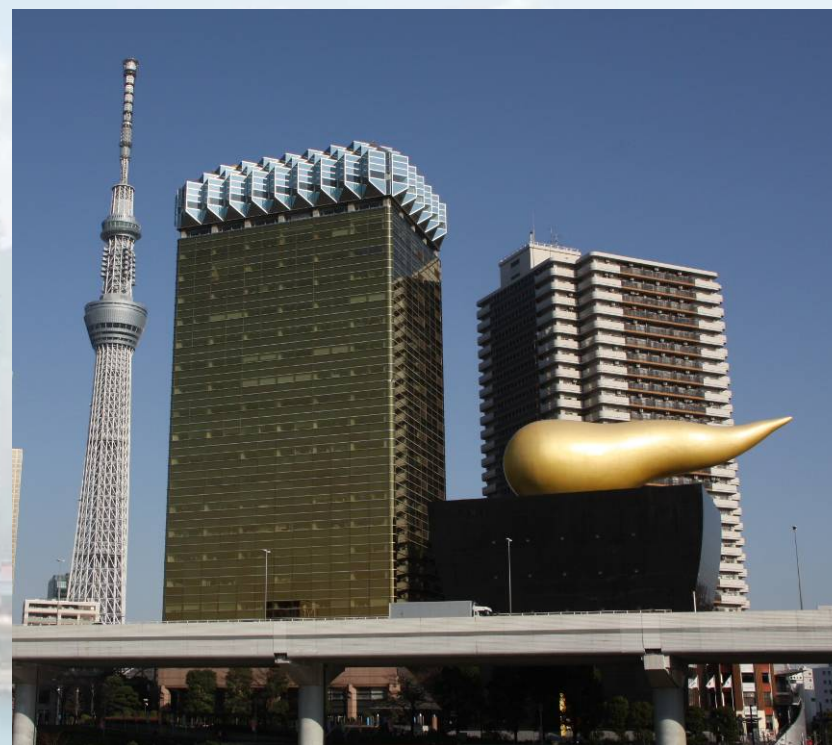
代表者 代表取締役社長
泉谷 直木

資本金 182,531百万円

従業員 18,001名(連結)

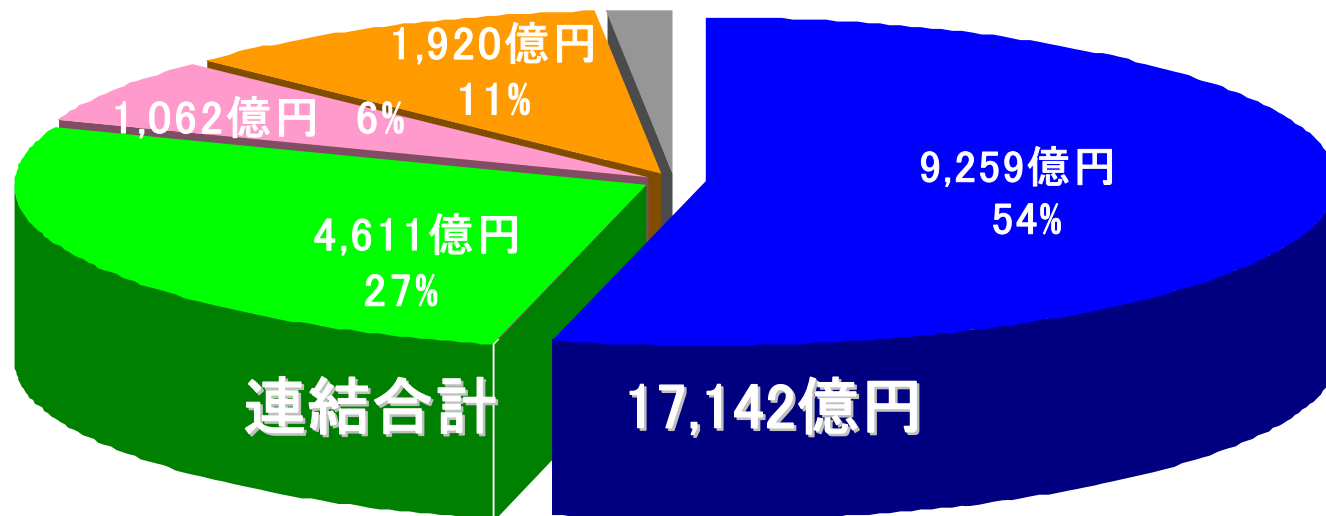
連結子会社 85社

※2013年12月31日現在



東京都墨田区の本社ビル

事業別売上高構成比／主要会社・主力商品



酒類事業



Asahi
アサヒビール
NIKKA WHISKY

飲料事業



Asahi CALPIS
SOFT DRINKS
エルピー

食品事業



Asahi WAKODO
アサヒフード・ヘルスケア
ずっと、あちゃん品

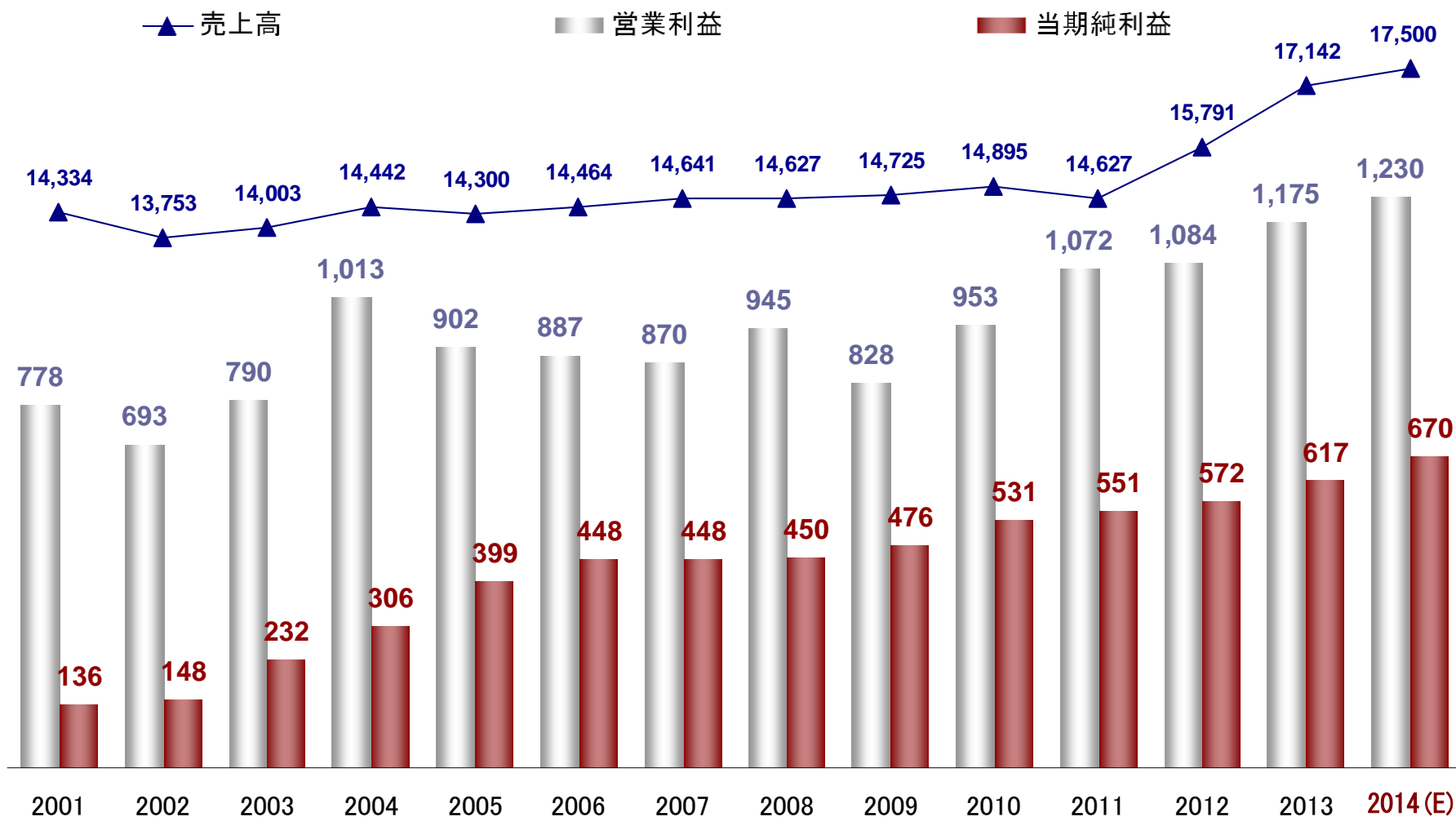
AMANO FOODS

国際事業



australia schweppes **INDEPENDENT**
Liquor
PERMANIS SDN. BHD.

13期連続の当期純利益の最高益を更新



1. アサヒグループの概要
2. **強みに基づく中長期戦略**
3. 各事業の取組み
4. 株主還元と社会的価値の向上

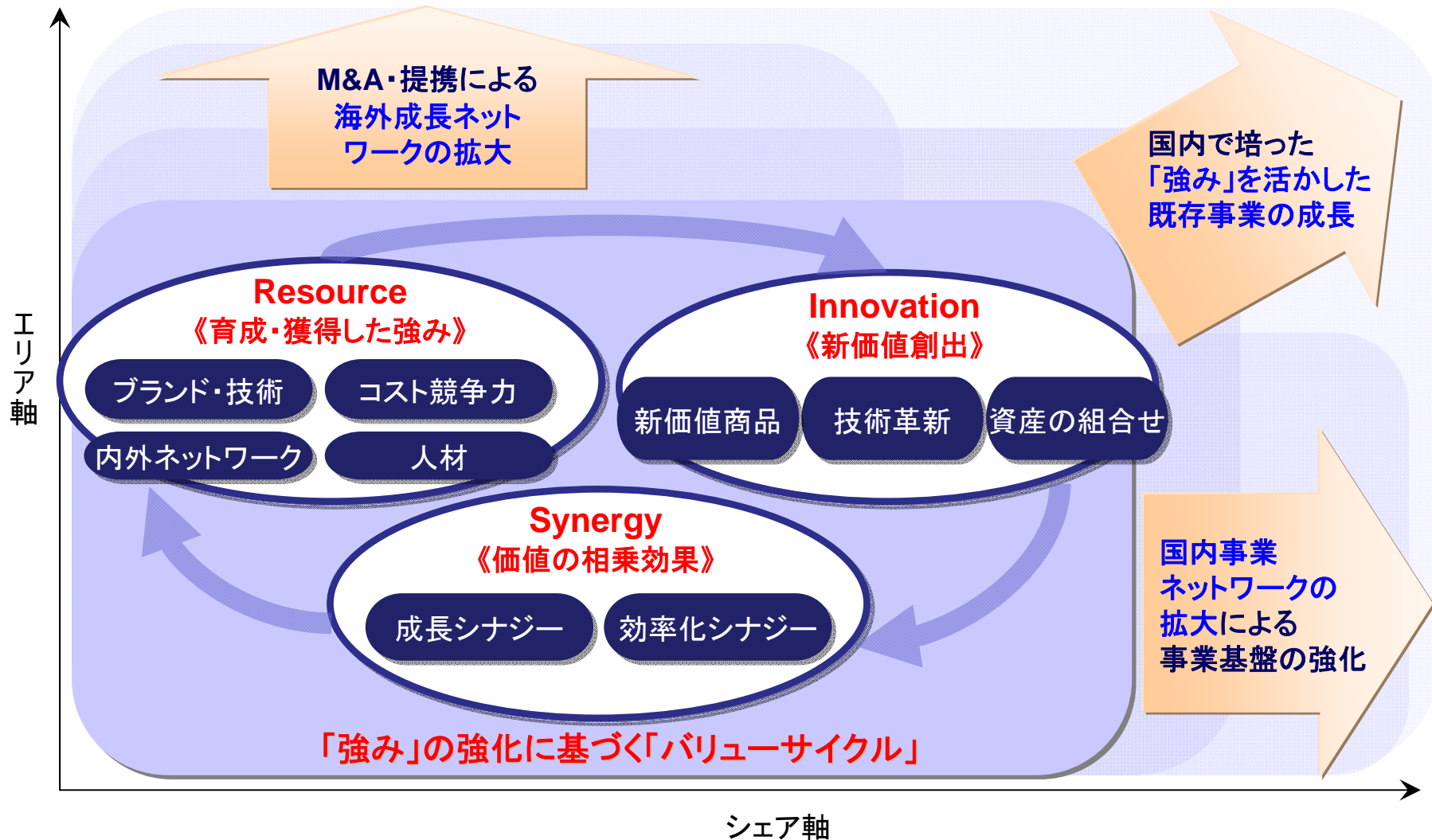
『食の感動(おいしさ・喜び・新しさ)』を通じて 世界で信頼される企業グループを目指す

当社グループが提供する商品やサービスにおいて、「お客様の期待を超えるおいしさ・喜び・新しさ」を「感動」と定義し、その感動を通じて、世界で信頼される企業グループを目指します。



	ステークホルダーに対するビジョン
顧客	国内で培った「強み」を基に新たな価値創造を続け、日本をはじめとしてグローバルでも エリアNo.1の顧客満足 を獲得する。
取引先	取引先や提携先とも新たな価値創造を通じて、 共に成長できる関係を構築 する。
社会	事業を通じて健全な食文化の発展など 社会的課題の解決 に貢献する。
社員	社員が自身の成長と会社の成長を実感し、 生き活きと働ける環境 を構築する。
株主	持続的な利益創出と株主還元により 企業価値(株式価値)の向上 を図る。

“バリュー&ネットワーク経営”の推進による、長期安定成長の実現



『中期経営計画2015』の定量目標



売上・利益の成長を最優先に、株主還元などによる資本効率の向上により、
「ROE」と「EPS」の持続的な成長を目指す

◆ 重要業績評価指標 (KPIs)

	2012年 実績	2015年目標
ROE (自己資本利益率)	8.4%	10%を目処
EPS (1株当たり当期純利益)	123円	年平均成長率10%以上

<KPIsの前提ガイドライン>

	2012年 実績	2015年目標
売上高	15,791億円	年平均成長率 3%以上
EBITDA (※)	1,710億円	年平均成長率 6%以上
当期純利益	572億円	年平均成長率 7%以上
営業利益率	6.9%	8%以上

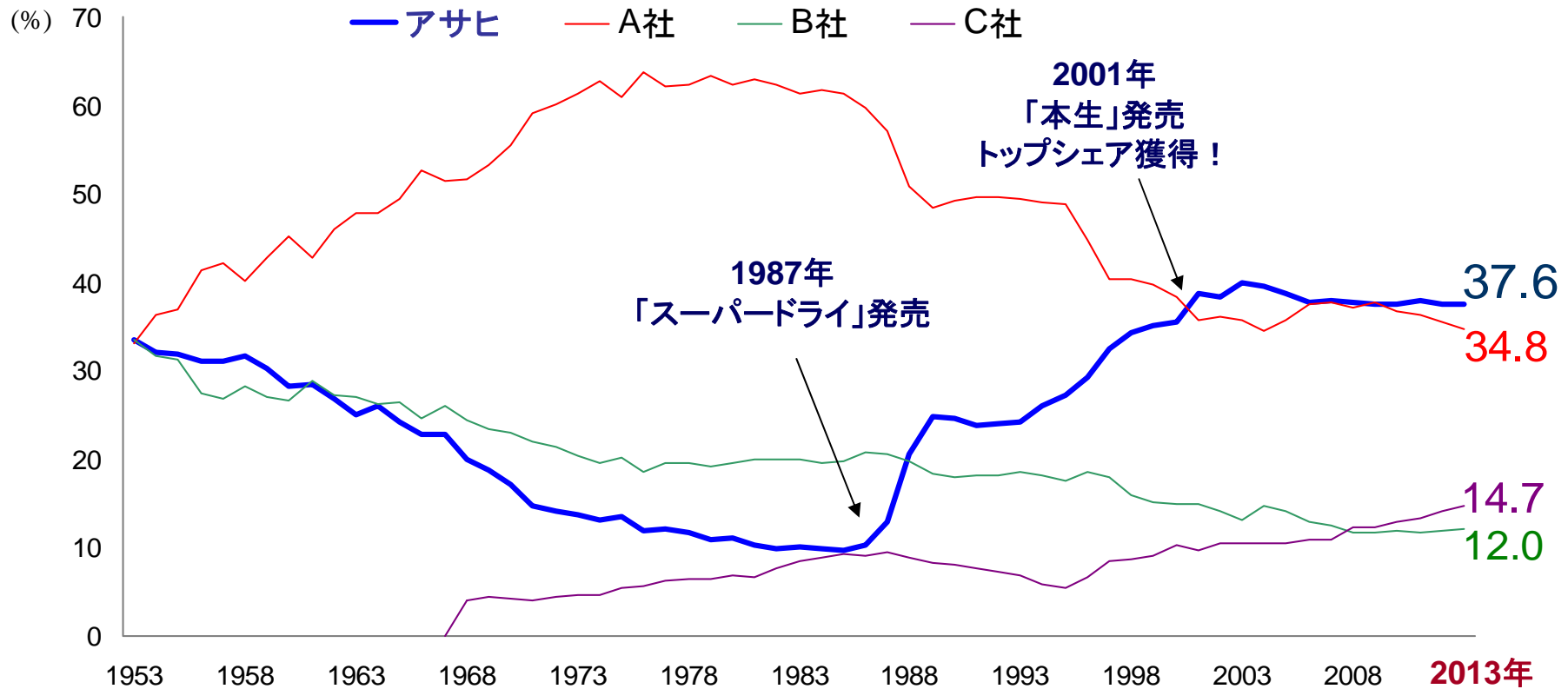
※EBITDA = 営業利益(のれん等償却前) + 減価償却費

1. アサヒグループの概要
2. 強みに基づく中長期戦略
- 3. 各事業の取組み**
4. 株主還元と社会的価値の向上

ビール類 シェア推移



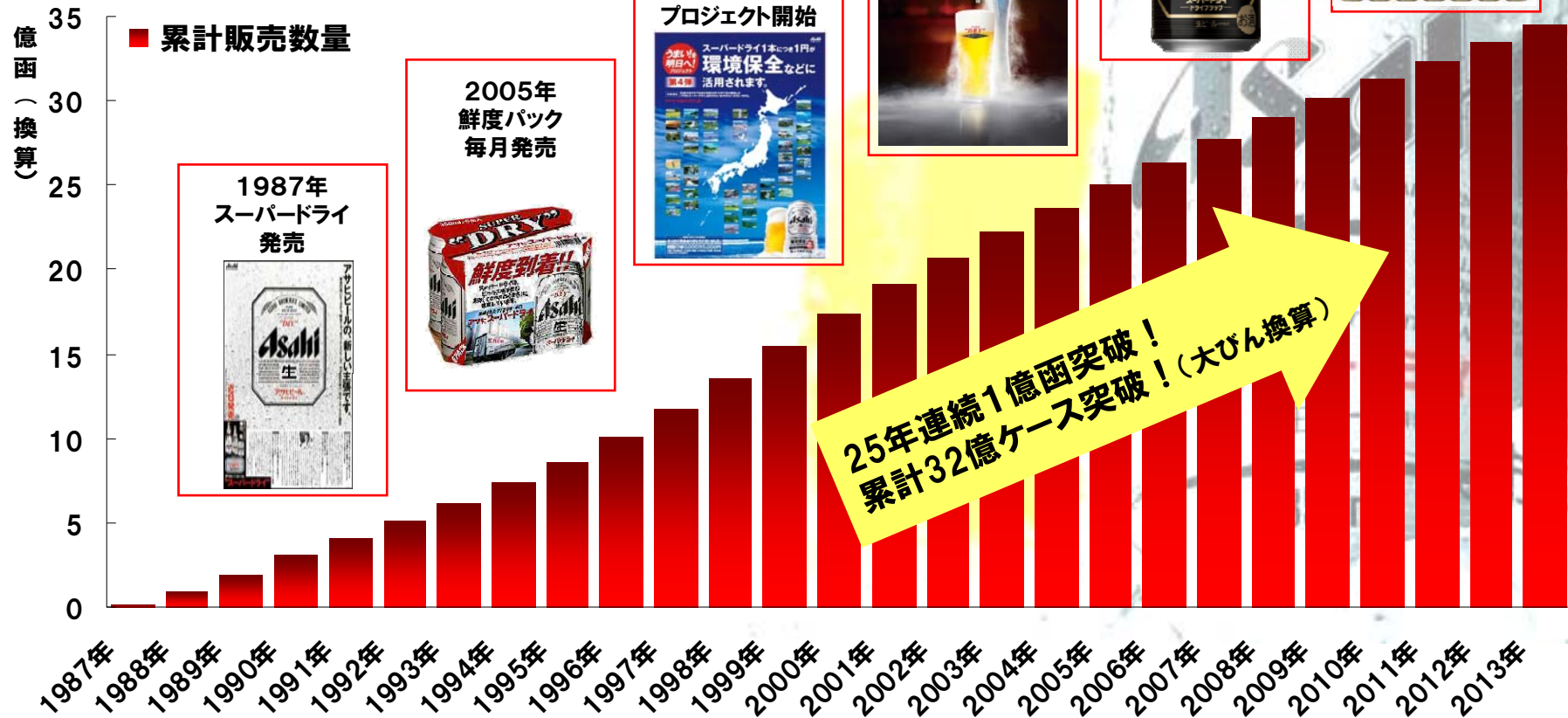
◆ ビール類(ビール・発泡酒・新ジャンル)シェアの推移



スーパードライ群の歩み



◆ スーパードライ累計出荷函数(大びん換算)



『スーパードライ』のブランド戦略



スーパードライ

「進化」!

キレ味さえる
「シャープなのどごし」と
「きめ細かな泡」を実現

(「キレ味」「泡のきめ細かさ」が約1割向上)



世界最高峰ビアコンテスト「ワールドビアカップ2014」 金賞受賞



ドライプレミアム

**プレミアムビール
市場に本格参入**

新たな価値である
「贅沢なコクとキレ」
を実現

2月18日発売 計画 500万箱



ドライブラック

黒ビールのNo1へ

更なる「爽快なキレ味」と
「新しいビールの楽しみ方」
を訴求



『クリアアサヒ』のブランド戦略



うまみがあって、雑みなし

「クリーミーな泡」と
「クリアな後味」を実現



もっと、最高級のコクへ

「最高級のコク」と
「クリアな後味」を実現
アルコール6%



『ドライゼロ』・その他酒類のブランド戦略



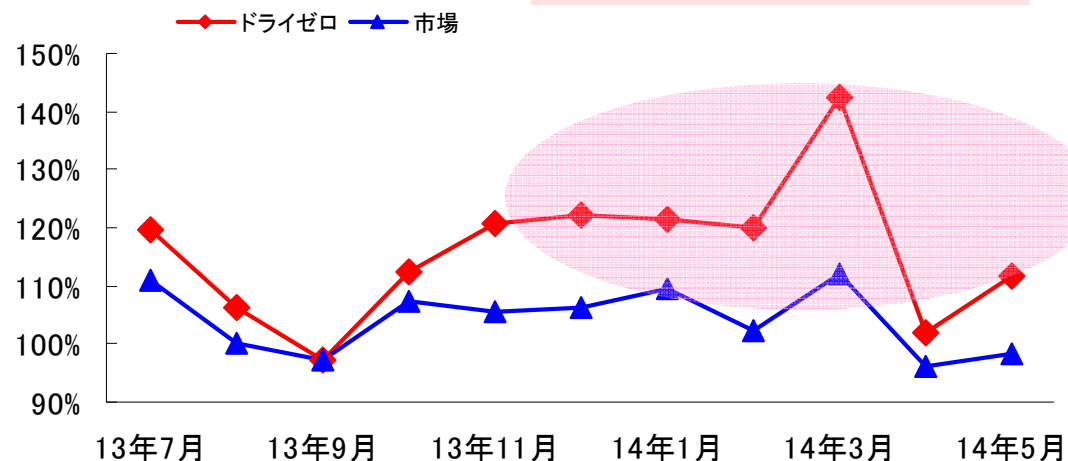
◆ 『アサヒドライゼロ』(ビールテイスト清涼飲料)の強化

「カロリーゼロ」「糖質ゼロ」を付加し、
リニューアル実施



＜販売数量前年比推移＞

9月リニューアル以降、市場を上回る成長



◆ BF社ブランド『ジャックダニエル』『アーリータイムズ』他の強化 などによる商品ポートフォリオの拡充



ニッカウキスキー
北海道工場余市蒸溜所



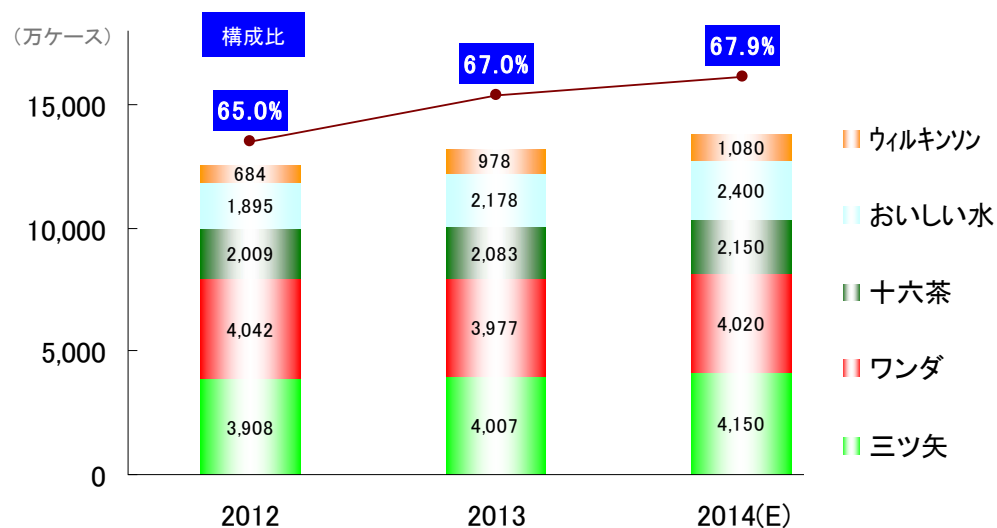
ニッカ創業80周年 & 竹鶴政孝 生誕120周年

アサヒ飲料社の販売実績と市場シェア

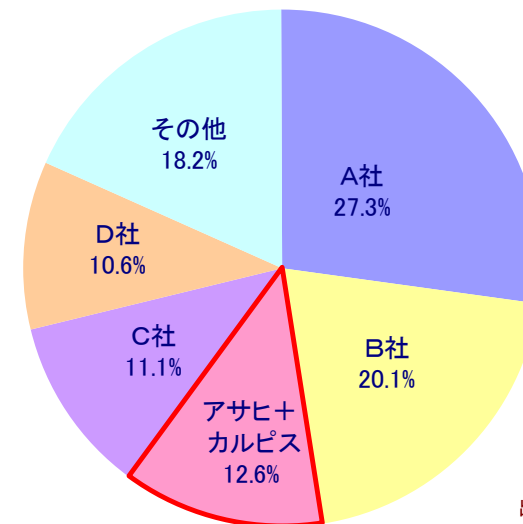


基幹ブランドを中心に11年連続で販売数量を拡大し、業界3位の地位を確立

◆ 主力5ブランド販売数量推移 (旧アサヒ飲料ベース)



◆ 13年会社別売上数量シェア



出典: 当社推定



グループシナジー(相乗効果)を活かした売上成長とコスト競争力の強化

◆ グループ各社とのコストシナジー創出



※共同配送

9月カルピスの営業部門をアサヒ飲料に統合
⇒ 協業シナジー創出の加速

カラダにピース
CALPIS



◆ アサヒグループ各社との協同提案の拡大



カルピス®×ミンティア



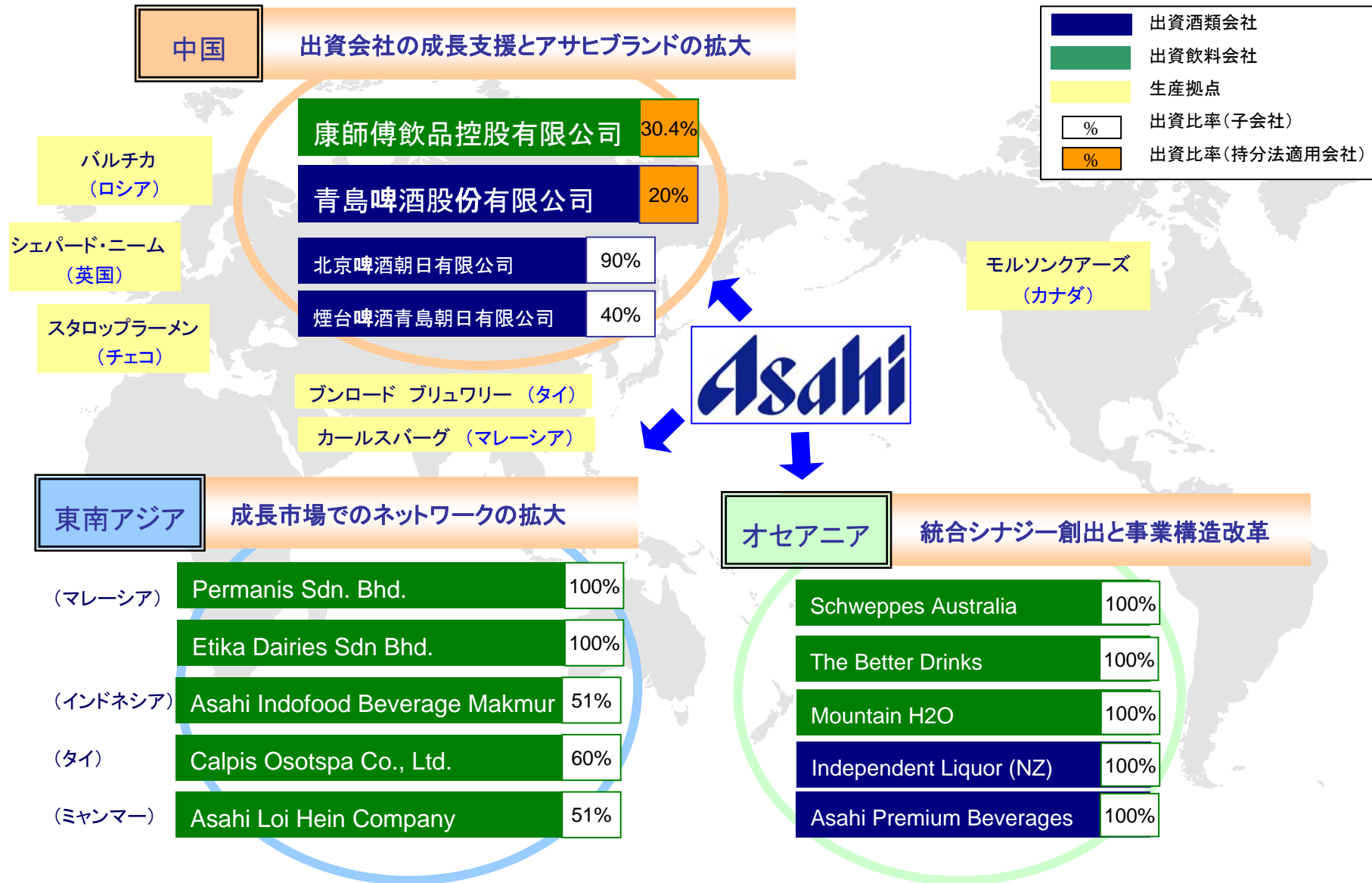
カルピス®キャンディ



チルド飲料



主な国際展開一覧



現地持株会社の下、グループ一体運営によるシナジー(相乗効果)の創出

- ・ブランド、販売チャネルの補完など、事業ポートフォリオの強化による売上の拡大
- ・間接部門の統合による効率化や最適な生産・物流体制の構築などによるコストシナジーの創出



持分法適用会社の成長サポートとネットワークを活かした事業基盤の強化

- ・持分法適用会社2社(青島ビール・康師傅飲品)の成長サポートと提携強化による成長基盤の拡大
- ・中国プレミアムビール市場での『スーパードライ』のプレゼンス拡大

青島啤酒股份有限公司

中国第2位ビール会社



康師傅飲品控股有限公司

中国第1位飲料会社



康師傅

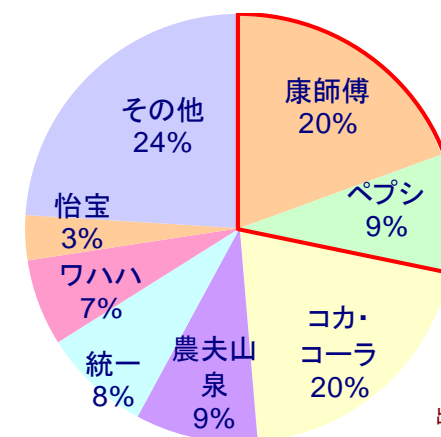


<中国飲料市場 2013年シェア>

<2013年上位ビール会社業績概要>

会社名	販売数量 販売シェア		売上高		当期純利益	
	(万kl)	(%)	(億元※)	(億円)	(億元※)	(億円)
華潤雪花	1,172	23.2%	330	4,289	9	118
青島ビール	870	17.2%	282	4,653	20	311
インベブグループ	655	12.9%	-	-	-	-
北京燕京	571	11.3%	137	2,261	6.8	112

※1人民元 = 16.5円
 ※華潤雪花のみ香港ドル(1香港ドル = 13円)

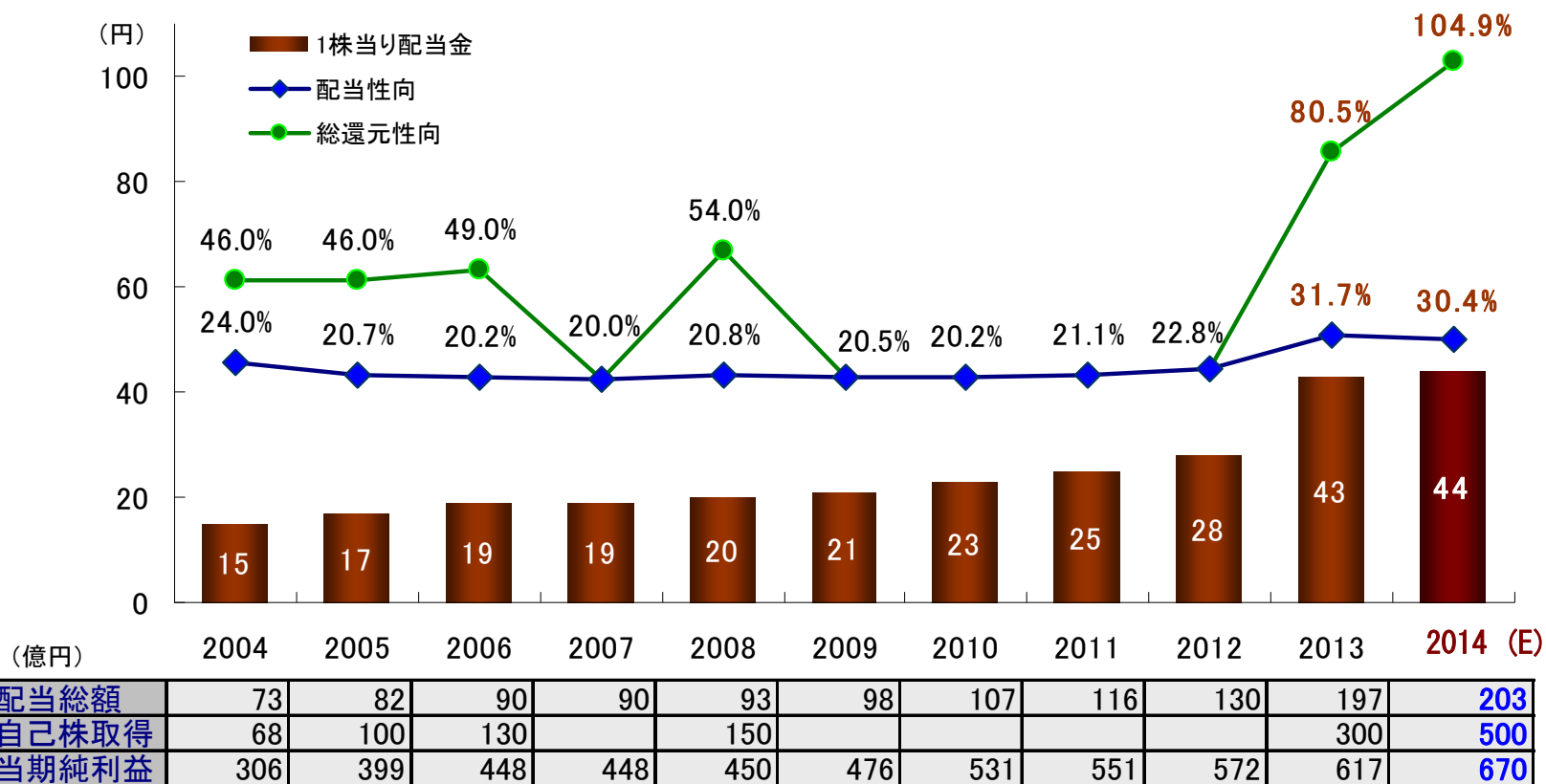


出典: ACニールセン

1. アサヒグループの概要
2. 強みに基づく中長期戦略
3. 各事業の取組み
4. 株主還元と社会的価値の向上

キャッシュ創出力や投資余力の拡大に伴い株主還元を拡大する

「中期経営計画2015」の方針	
株主還元	<ul style="list-style-type: none"> ・連結配当性向で、30%を目処(25~35%)に安定的な増配を目指す ・総還元性向では、50%以上を目処に機動的な自社株買いを実施する



■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



各事業領域の「強み」を活かし、事業を通じて社会的課題の解決に貢献することで、信頼される企業グループを目指す

食と健康

すべての人々の心身の健康

- アルコール関連問題への対応
- 「食の安全・安心」への貢献
- 健全な食文化・酒文化の伝承



適正飲酒啓発活動



食文化普及イベント

環境

自然の恵みを明日へ

- 低炭素社会の構築への貢献
- 循環型社会の構築への貢献
- 生物多様性の保全への貢献



バイオエタノールの研究



生物多様性の保全

人と社会

笑顔と感動をすべての人々に

- 人間性の尊重
- 安全で豊かな社会の実現への貢献
- 持続可能な水資源への貢献



水源地の森保全活動



被災地支援活動

参考資料

(参考)株主・投資家様向けのIR活動



◆ IRホームページ「株主・投資家のみなさまへ」

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

The screenshot shows the Asahi IR website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Asahi' logo and 'アサヒグループホールディングス' text. Below it are tabs for 'アサヒエクスプレス', '企業情報', 'プレスルーム', '株主・投資家のみなさまへ', 'CSR・環境活動', and '研究開発'. The main content area features a large blue banner with a stock chart and the text '株主・投資家のみなさまへ'. Below this are several sections: '株主・投資家のみなさまへ' with links for '経営方針', '財務・業績情報', 'IRライブラリー', 'IRイベント', and '株式・債券情報'; 'トップメッセージ' with a photo of a man and the text '「企業価値の向上」を目指して'; '最新の決算短信・説明会' with '2014年12月期 決算(仮)発表' and links for '決算短信', 'オンデマンド配信', '補正資料', and '説明会'; '株主のみなさまへ' and '個人投資家のみなさまへ' sections. There's also an 'IRニュース新着情報' section with a list of news items dated from 2014.06.11 to 2014.05.14. At the bottom, there are three columns: '経営方針', '財務・業績情報', and 'IRライブラリー'.

アサヒグループIRニュース 配信登録のご案内

IRニュース配信登録



クリック

投資家情報(IR)サイトの更新、ニュースリリースなどをEメールでタイムリーにお知らせいたします。是非、ご登録下さい。

◆ IRコミュニケーションツール

【アサヒスーパーレポート(株主通信)】

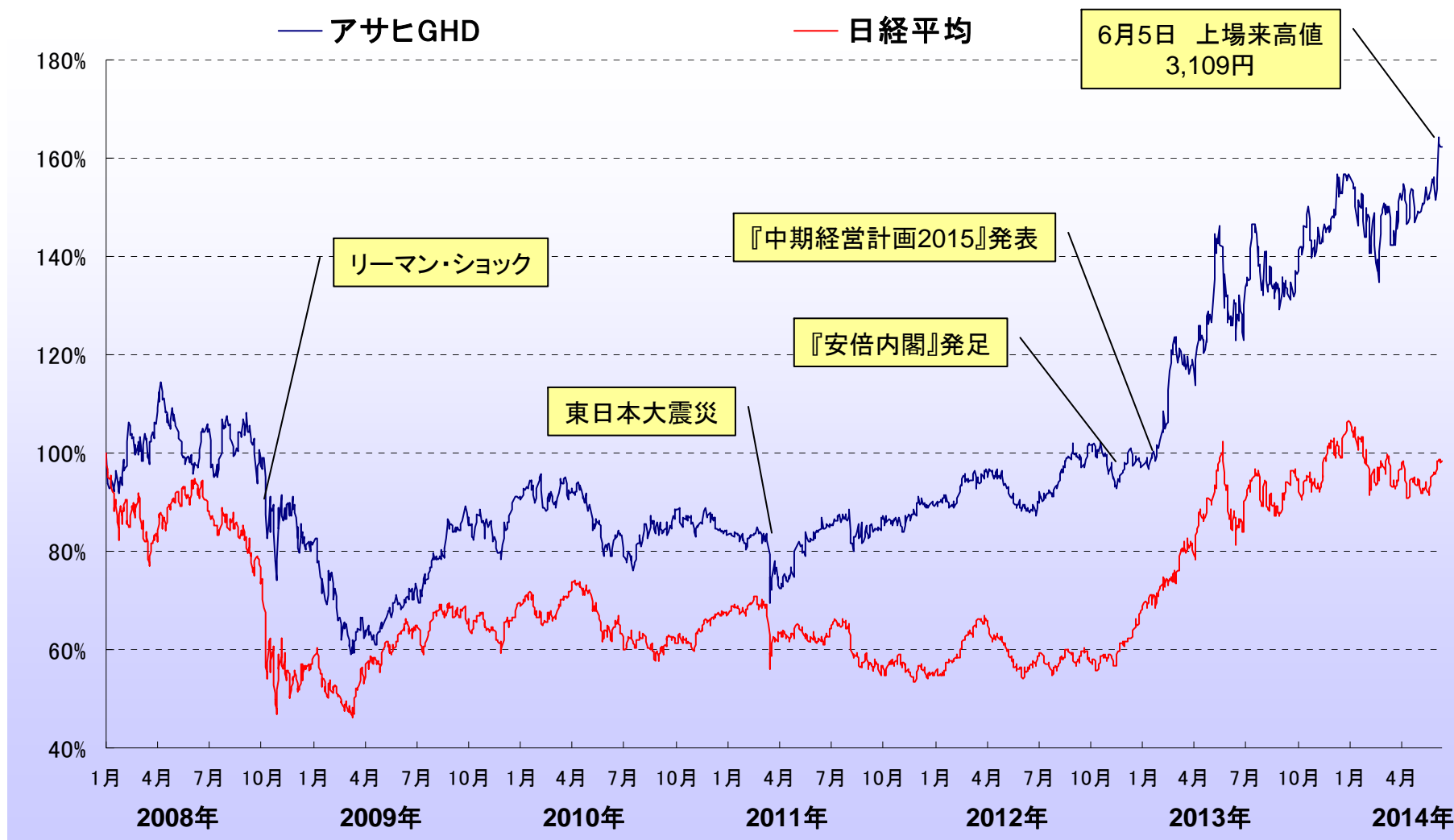
The image shows the cover and content of the 'Asahi Super Report'. The cover features the Asahi logo, 'Asahi SUPER REPORT', and '2014'. It includes images of Asahi beer bottles and cans. The content page shows a family scene with a child and a woman, surrounded by Asahi products and the text '株主・投資家の皆様へ'.

・年2回発行

【株主のみなさまへ・個人投資家のみなさまへ】

The screenshot shows a section of the Asahi IR website titled '株主のみなさまへ' and '個人投資家のみなさまへ'. It features a large image of hands holding each other. Below this are several informational boxes: 'アサヒグループについて', 'コーポレート・ガバナンスについて', 'M&Aの状況について', 'IRライブラリー', '株主総会について', '配当について', '株主優待について', '株主優待制度について', and '株主様同好イベントについて'. Each box contains a small icon and a brief description of the topic.

(参考) 株価動向



※2007年12月末終値を100とする。日足終値ベース

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。