

Asahi

アサヒグループホールディングス株式会社

Asahi SUPER REPORT

2021年
春号

株主・投資家の皆様へ

2020年度のご報告 (2020.1.1~2020.12.31)

- P1 At a Glance
- P3 トップメッセージ
- P7 「アサヒカーボンゼロ」の取組みについて
- P8 ニュース&トピックス
- P9 新商品紹介
- P11 連結業績及び財務データ
- P12 株主の皆様とのコミュニケーション
- P13 会社概要

裏表紙 株主ひろば



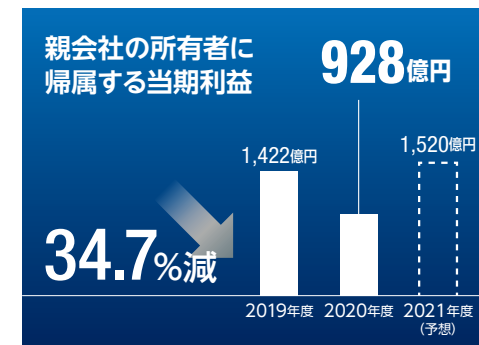
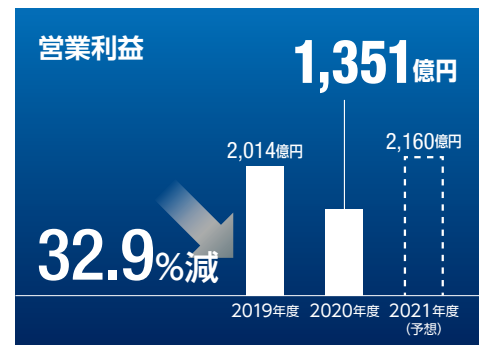
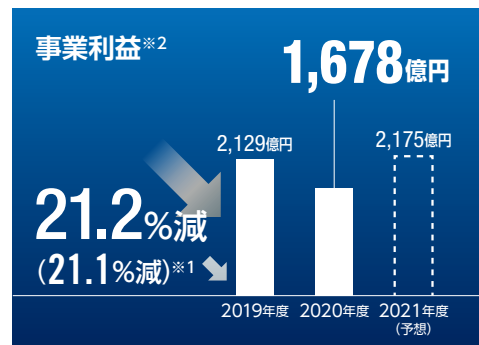
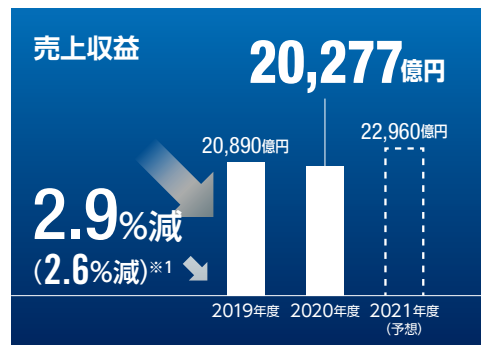
At a Glance

決算に関する詳細情報は
当社ホームページでご確認いただけます。



アサヒグループHD

検索



2020年の 総括

- 新型コロナウイルスの影響により、事業全体で2.9%の減収、事業利益は21.2%の減益
- 豪州ビール事業の取得による成長基盤の拡大と財務健全性の確保

今後の 方針

- 既存事業の回復とCUBの連結効果により、13.2%の増収、事業利益は29.6%の増益予想
- 「中期経営方針」を更新し、環境変化を見据えた経営改革を加速する

※1 為替一定：2020年の外貨金額を、2019年同期の為替レートで円換算 ※2 事業利益とは、売上収益から売上原価並びに販売費及び一般管理費を控除した恒常的な事業の業績を測る利益指標

ニュース & トピックス

- 8月** ▶ VR(仮想現実)技術を活用し、商品パッケージデザイン決定プロセスや消費者調査を高度化・効率化することを目的とした「VR商品パッケージ開発支援システム」を開発 **P8** 参照
 - ▶ 「デジタルトランスフォーメーション銘柄(DX銘柄)2020」に6年連続で選定
 - ▶ ビール工場排水由来のバイオガスを活用した燃料電池発電の実証事業を開始 **P8** 参照
- 9月** ▶ 豪州のビール・サイダー事業(以下「CUB事業」)取得に係るファイナンスプランの一環として、公募による新株式発行及び自己株式の処分並びに当社株式の売出しに関し決定
 - ▶ 国内食品メーカーとしては初となるグリーンボンドの発行を決定
- 10月** ▶ 持続可能な水資源利用100%「ウォーターニュートラル」を実現する取組みの一環として、社有林「アサヒの森」を管理する「アサヒの森環境保全事務所」、での森林管理面積を拡大～「ウォーターニュートラル」の95%まで進捗～
 - ▶ 国際的な環境イニシアティブ「RE100」^{※1}に参画

- 11月** ▶ 「責任ある飲酒」に関する取組みの一環として、本年新たにグローバルスローガン「Responsible Drinking Ambassador」を策定
 - ▶ 欧州ビール事業等を再編、ブランド管理やマーケティング機能を統合
 - ▶ ESGインデックス「DJSI」^{※2}の構成銘柄に13年連続で採用
- 12月** ▶ 水素分野におけるグローバルな連携や水素サプライチェーンの形成を推進する新たな団体「水素バリューチェーン推進協議会」へ参画
 - ▶ CDP^{※3}が実施する気候変動の調査において最高評価となる「Aリスト」企業に認定

※1 気候変動に関する国際NGO「The Climate Group」とCDPIによって運営される、企業の再生可能エネルギー100%を推進する国際ビジネスイニシアティブです。

※2 DJSIは、米国のS&P Dow Jones Indices社とスイスのRobecoSAM社が共同で開発した代表的なESGインデックスで、経済・環境・社会の3つの分野から企業の持続可能性を評価して決定されます。

※3 CDPとは、515以上の機関投資家(合計資産運用額106兆ドル)を代表し、企業に、環境や天然資源に及ぼす影響を開示するよう、またその影響を軽減する対策を取るよう働きかけている国際的な非営利団体です。

酒類事業



売上収益

7,582億円

(前期比 -1,285億円)

14.5%減

事業利益

804億円

(前期比 -250億円)

23.8%減

売上収益は、家飲み需要を取り込んだ新ジャンル・RTD*の売上は前年実績を上回ったものの、新型コロナウイルスの感染拡大により、飲食店向けのビールの売上が大幅に減少したことなどにより、減収となりました。

* Ready To Drinkの略。購入後、そのまま飲用可能な缶チューハイなどを指します。

事業利益は、製造原価の低減や収益構造改革などに取り組みましたが、売上収益の減少により、減益となりました。

飲料事業



売上収益

3,533億円

(前期比 -234億円)

6.2%減

事業利益

278億円

(前期比 -56億円)

16.9%減

売上収益は、炭酸飲料の販売数量が前年実績を上回りましたが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い自動販売機での売上が減少したことにより、減収となりました。

事業利益は、ブランドの選択と集中による広告・販売促進費の効率化や、委託製造品の自社製造への切替えなどによる製造原価の低減を図りましたが、減収影響や自動販売機の売上低下に伴う品種・容器構成比の悪化などにより、減益となりました。

食品事業



売上収益

1,234億円

(前期比 -54億円)

4.2%減

事業利益

109億円

(前期比 -27億円)

19.9%減

売上収益は、健康・美容食品やフリーズドライみそ汁などの売上が前年実績を上回ったものの、オフィス勤務の減少に伴い『ミンティア』の売上が大幅に減少したことなどにより、減収となりました。

事業利益は、固定費全般の効率化に取り組みましたが、売上収益が減少したことなどにより、減益となりました。

国際事業



売上収益

7,929億円

(前期比 +1,012億円)

13.5%増

(14.5%増)*

事業利益

941億円

(前期比 -78億円)

8.0%減

(7.6%減)*

売上収益は、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う各国の規制などによる市場縮小の影響などがあったものの、CUB事業の新規連結効果などにより、増収となりました。

事業利益は、固定費全般の効率化などを図りましたが、業態別の売上構成比の変化による収益性の悪化やCUB事業取得に伴う一時費用の発生などにより、減益となりました。

*為替一定：2020年の外貨金額を、2019年同期の為替レートで円換算



“Asahi Group Philosophy”の実現 歴史に培われた「挑戦と革新」などの グローバルな価値創造経営を推進し

このたび、代表取締役社長 兼 CEOに就任いたしました勝木敦志です。
ここでは、昨年の総括と今後の経営方針につきまして、特にコロナ禍を
踏まえた中長期の経営戦略をご説明させていただきます。

代表取締役社長 兼 CEO

勝木 敦志

プロフィール

1960年(昭和35年)生まれ、北海道出身。青山学院大学経営学部卒業後、ニッカウヰスキー(株)入社。2002年当社転籍、2014年豪州事業のCEOを経て、2017年に当社取締役、2018年常務、2020年3月、専務兼最高財務責任者(CFO)、同年4月から日本統括本部長も兼務。本年3月、代表取締役社長兼 CEOに就任。

に向け、 価値観を大切に、 てまいります。

2020年の総括

2020年は、新型コロナウイルスの感染拡大により大変厳しい経営環境となりましたが、「中期経営方針」に基づく“グローバルな価値創造経営”を推進し、各事業における主力ブランドの価値向上や新たな価値提案などを強化するとともに、新型コロナウイルスへの対策に取り組みました。

事業別には、酒類事業では、『アサヒスーパードライ』において、新しいコミュニケーションの提案としてオンラインイベントを展開するなど、生活様式の変化に対応した施策を推進しました。また『アサヒザ・リッチ』では、SNSなどデジタルの活用を強化したことに加え、ビール類以外においても『アサヒザ・レモンクラフト』を発売したRTD*を中心に新たな価値提案に取り組みました。

飲料事業では、『三ツ矢』、『ウィルキンソン』などの

炭酸飲料や、『カルピス』の希釈タイプ商品が積極的なマーケティング活動により過去最高の売上を記録するなど、ブランド価値の更なる向上を図りました。

食品事業では、健康志向や巣ごもり需要の高まりを受け、サプリメント『ディアナチュラ』やフリーズドライ食品のブランド強化を図りました。

国際事業では、欧州において、『Pilsner Urquell』などのプレミアムビールブランドを強化したほか、市場が拡大するアルコールテイスト清涼飲料において、各国の主力ブランドから新たなフレーバー商品を発売するなど、消費者ニーズの変化に合わせた施策を展開しました。また、オセアニアにおいては、6月に取得手続きが完了した豪州のビール・サイダー事業（以下「CUB事業」といいます。）と既存事業を統合し、シナジー創出に向けて強固な販売体制を構築するとともに、主力ブランド『Victoria Bitter』、『Great Northern』のほか、『アサヒスーパードライ』などのグローバルプレミアムビールブランドの価値向上に取り組みました。

以上の結果、CUB事業の6月からの新規連結効果により国際事業は増収となりましたが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、国内・海外ともに飲食店向けのビールの売上が大幅に減少したことなどにより、売上収益は2兆277億円（前期比2.9%減）となりました。

また事業利益についても、同じくCUB事業の連

結効果はあるものの、既存事業の減収や業態別の売上構成比の変化による収益性の悪化などにより、1,678億円（同21.2%減）となり、親会社の所有者に帰属する当期利益は928億（同34.7%減）となりました。

2021年の見通し

2021年は、地域毎に環境変化を的確に捉え、高付加価値化を推進するとともに、新価値・新需要の創造に挑戦していくことなどにより、グループ全体の回復力を更に高めていきます。また、不確定要素が多い時代において、変化への対応力を更に高めていくために「中期経営方針」を更新し、環境変化を見据えた経営改革を加速していきます。

酒類事業では、4月には、缶の蓋を全開すると泡が自然に発生する『スーパードライ生ジョッキ缶』を発売し、家庭においても生ジョッキのような飲用体験を演出するなど、新たな価値提案を強化します。また、アルコール度数0.5%の『ビアリー』を発売し、新たな選択肢として“微アルコール”市場を創造していきます。

飲料事業では、100年ブランドの『三ツ矢』、『ウィルキンソン』、『カルピス』の強みを活かした取り組み強化を継続するとともに、『十六茶』では環境配慮素材を使用した新容器を採用するリニューアルを行うなど、主力ブランドのブランド価値の向上を図ります。

* RTD：「Ready To Drink」の略。購入後、そのまま飲用可能な缶チューハイなどを指します。

トップメッセージ

食品事業では、『ミンティア』における「マスク着用時専用」などの新商品展開や、成長カテゴリである『ディアナチュラ』やフリーズドライ食品の更なる成長を目指します。

国際事業では、家庭用を中心に、プレミアムビールやアルコールテイスト清涼飲料を核とするプレミアム戦略を推進するとともに、業務用の需要回復期における対応策の強化などにより、売上の着実な回復を図っていきます。また、CUB事業の獲得により新たに取得した、強力且つ広範な販売チャネルを活かしながら、強固なブランドポートフォリオでプレミアム戦略を推進していきます。

こうした取組みにより、2021年の売上収益は、CUB事業の1-5月の新規連結効果に加え、全事業において、新型コロナウイルスのマイナス影響からの一定の回復を見込んでいることから、売上収益は2兆2,960億円（2020年度比13.2%増）を目指します。また事業利益は2,175億円（同29.6%増）、親会社の所有者に帰属する当期利益は1,520億円（同63.7%増）となる過去最高益を目指していきます。

また、配当につきましては「配当性向35%を目途に安定的な増配を目指す」という方針に基づき、2021年度の年間配当は、2020年度に比べて1株当たり3円増配の109円を計画しており、厳しい事

業環境が続きますが「安定的な増配」を継続していく方針です。

『中期経営方針』の概要

『中期経営方針』は2018年に更新し、3つの重点課題に加えて、3年程度先を想定した「主要指標のガイドライン」や「財務、キャッシュ・フローのガイドライン」を設定し、グローバルな価値創造経営を推進してきました。しかしながら、新型コロナウイルスの感染拡大により、今後の外部環境はグローバルに大きく変化するとともに、CUB事業の取得完了により、事業利益の海外比率は約半分にまで高ま

『中期経営方針』の更新概要

AGPに基づく“グローバルな価値創造経営”の推進

① 高付加価値化や収益構造改革による『稼ぐ力の強化』

全事業での高付加価値ブランドの育成とグローバル5ブランド*の拡大によるプレミアム戦略の推進

- 環境変化を見据えた収益構造改革の加速
 - －2021-2023年累計の効率化効果は500億円以上を目指し、業績回復を促進するとともに、「経営資源の高度化」・「ESGへの取組み深化」に再投資する

* 『Asahi Super Dry』、『Peroni Nastro Azzurro』、『Kozel』、『Pilsner Urquell』、『Grolsch』

② 新たな成長源泉の拡大に向けた『経営資源の高度化』

- イノベーション、新価値創造に向けた無形資産（研究開発・人材等）への投資強化
- DX（デジタル・トランスフォーメーション）の加速による新たなオペレーティングモデルの構築

③ 持続的な価値創造プロセスを支える『ESGへの取組み深化』

- 「環境ビジョン2050」、「持続可能なコミュニティ」への取組みなど、サステナビリティを経営戦略に統合
- リスクマネジメントの高度化（ERM）、日欧豪3極を核としたグローバルガバナンスの強化

▶ 財務、キャッシュ・フローのガイドライン

2021年以降のガイドライン	
キャッシュ・フロー	● フリー・キャッシュ・フロー（FCF）： 年平均2,000億円以上 (FCF = 営業CF - 投資CF) ※M&A等の事業再構築を除く
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)

り、当社の事業ポートフォリオも大きく変わってきております。そうした環境変化を踏まえ、3つの重点課題につきまして、項目は変えておりませんが、具体的な重点施策などを更新いたしました。

「稼ぐ力の強化」では、当社戦略の最優先課題である高付加価値化、プレミアム戦略をブレずに推進するとともに、コロナ禍による環境変化を見据え、収益構造改革を加速していきます。収益構造改革では、各事業における効率化効果を創出し、業績回復に繋げる一方で、持続的な成長に必要不可欠な「経営資源の高度化」や「ESGへの取組み深化」に再投資していきます。

「経営資源の高度化」では、10年先の未来が先に来たという前提に立ち、消費構造や働き方の劇的な変化を見据え、研究開発や人材への投資、さらにデジタルトランスフォーメーションへの取組みを加速していきます。

「ESGへの取組み深化」では、昨年に刷新した5つのマテリアリティ（重要課題）の中でも、目標の前倒しを進めている「環境ビジョン2050」や各地域の「持続可能なコミュニティ」への取組みなど、アサヒ独自の価値創造に注力していきます。

『中期経営方針』のガイドライン

主要指標のガイドラインについては、EPS（基本的1株当たり利益）やROE（親会社所有者帰属持

分当期利益率）などの主要指標は、2019年まではガイドライン通りの進捗となっていました。昨年の新型コロナウイルスの感染拡大を受け、2020年の業績が大幅に悪化したことにより、計画を下回る結果となりました。

こうした状況を踏まえ、既存の「主要指標のガイドライン」は一旦取り下げ、コロナ禍の影響が落ち着くことが見込まれる2022年に、新たに設定することといたしました。また、来年以降の業績の目途としましては、事業環境はコロナ発生前に完全に戻ることはないという前提に立ちつつ、来年2022年には、CUB事業の取得効果を除いたベースで、2019年の利益水準への回復を目指していきます。

「財務、キャッシュ・フローのガイドライン」については、コロナ禍によるマイナス影響もありますが、CUB事業取得などに伴う「キャッシュ創出力」の拡大を踏まえ更新しています。2021年以降の年平均のフリー・キャッシュ・フローについては、従来の1,700億円から2,000億円以上に上方修正し、債務削減へ優先的に充当することで、将来の成長投資への余力を高めていきます。Net Debt/EBITDA(EBITDA有利子負債倍率)では、コロナ禍の影響などを踏まえ、2024年には3倍程度を目指していきます。

また株主還元では、配当性向35%程度を目途として安定的な増配を図るとともに、配当性向は将来的には40%を目指していく方針も継続してまいります。

株主の皆様へのメッセージ

アサヒグループは、飛躍的なグローバル化を果たし、今後の持続的成長に必要不可欠なグローバルプラットフォームを構築してきました。グループ全体を統括する代表取締役社長兼CEOとして私に課された使命は、グループ理念“Asahi Group Philosophy (AGP)”の実現であり、歴史に培われた「挑戦と革新」などの価値観を大切に、グローバルな価値創造経営を推進してまいります。

今後は、日本・欧州・豪州の3極を核として、ローカルで事業の質を高めるとともに、グループ人材の活用、サプライチェーンの高度化、主力ブランドの展開などをグローバルで進化させることにより成長を加速していきます。また、研究開発など無形資産への投資やデジタルトランスフォーメーションの強化に加え、経営とサステナビリティの統合により、未来の社会からも評価されるグループを目指し、AGPの具現化に取り組んでいきます。世界的に不安定かつ予測困難な時代だからこそ、中長期を見据えたサステナブルな経営を実践し、株主・投資家の皆様をはじめとして、全てのステークホルダーに報いていきたいと思っております。

株主の皆様におかれましては、グローバルな価値創造を推進するアサヒグループに、引き続きご支援をよろしくお願い申し上げます。

「アサヒカーボンゼロ」の取組みについて

2030年CO₂排出量削減目標を上方修正

本年2月、2050年のCO₂排出量ゼロを目指す中長期目標「アサヒカーボンゼロ」*1の達成に向けて取組みを加速させるべく、2030年の目標値を従来の30%削減から50%削減に上方修正しました。

本目標については、SBT (Science Based Targets) イニシアチブ**2から気候変動による世界の平均気温上昇を産業革命前と比べ1.5度未満に抑えるという、「1.5℃目標」*3認定を取得しました。

新たな目標達成のために、国内外の製造拠点における再生可能エネルギーの積極的な活用や、製造工程の見直し、物流の効率化などにグループ全体で取り組んでいきます。欧州では、2030年までに工場のカーボンニュートラルを目指しています。なお、事業に使用する電力を100%再生可能エネルギーで賄うことを目指す国際的なイニシアチブ「RE100」には2020年10月29日から加盟しています。



豪州にあるCarlton & United Breweries (CUB) のヤタラ醸造所 (Yatala Brewery) では、屋上に7000枚のソーラーパネルを設置 (2021年中に完工予定)。

取組み事例



「アサヒカーボンゼロ」目標の変更について

Asahi Carbon Zero

	2018年制定時	2020年12月改訂
2050年目標	Scope 1,2及びScope 3**4でCO ₂ 排出量ゼロ	変更なし
2030年目標	Scope 1,2でCO ₂ 排出量 30%削減 (2015年比)	Scope 1,2でCO ₂ 排出量 50%削減 (2019年比)
	Scope 3でCO ₂ 排出量30%削減 (2015年比)	変更なし



風力発電のみで製造するポーランドのビールブランド「Lech」。分かりやすいマークを缶体やパッケージに明記し、訴求。

*1 アサヒグループのCO₂排出量削減の中長期目標で、2050年にScope 1,2及びScope 3にてCO₂排出量ゼロを目指す取組み。2030年目標は、従来はScope 1,2及びScope 3にて(2015年比)30%削減としていましたが、今回、Scope 1,2にて(2019年比)50%削減とする目標に上方修正しました。

*2 CDP、国連グローバルコンパクト、WRI (世界資源研究所)、WWF (世界自然保護基金) が共同で設立。企業のCO₂排出量削減目標が科学的な根拠と整合したものであることを認定する国際的なイニシアチブ。

*3 2019年の国連気候行動サミットやCOP25などの国際議論において、地球温暖化による気温上昇を従来の2℃から1.5℃に抑制することが広く議論されていることから、新基準として1.5℃が目標となりました。

*4 Scope 1は、自社(工場・オフィス・車など)での燃料の使用によるCO₂の直接排出、Scope 2は、自社が購入した電気・熱・蒸気の使用によるCO₂の間接排出、Scope 3は、自社のバリューチェーンからのCO₂の排出を指します。

2020年8月

VR(仮想現実)技術を活用し、商品パッケージデザイン決定プロセスや消費者調査を高度化・効率化することを目的とした「VR商品パッケージ開発支援システム」を開発



アサヒグループホールディングス(株)は、VR(仮想現実)技術を活用し、商品パッケージデザイン決定プロセスや消費者調査を高度化・効率化することを目的とした「VR商品パッケージ開発支援システム」を開発しました。「VR商品パッケージ開発支援システム」は、平面デザイン案や実際の商品を専用の

ソフトやスキャナーで読み込むことで缶やペットボトルなどの商品の3Dモデルを生成する「3Dモデル生成システム」と、生成されたデザイン案の3Dモデルを仮想商品棚で表現するための「仮想商品棚生成システム」の2つから構成されています。両システムを組み合わせることで、検討段階の商品パッケージデザイン案をコンビニエンスストアの冷蔵ショーケースなどに陳列された状態でモニターに再現することができ、お客様の目線どどのように商品が見えるかを開発チームなどの複数人で共有・確認することが可能です。今後もアサヒグループは最新の技術を活用しながら様々なイノベーションを実現し、お客様の楽しい生活文化の創造に貢献していきます。

2020年8月

ビール工場排水由来のバイオガスを活用した燃料電池発電の実証事業を開始

アサヒクオリティーアンドイノベーションズ(株)は、CO₂排出量削減の新たなモデルとして、ビール工場排水由来のバイオメタンガス(以下、バイオガス)を利用した燃料電池による発電の実証事業を、アサヒビール茨城工場にて開始しました。三菱日立パワーシステムズ(株)および三井住友ファイナンス&リース(株)と協力のもと設備の準備を行い、この設備の稼働により、発電出力200kWとして年間発電量約160万kWh(一般世帯約350戸分)の電力を供給することが可能となり、年間1,000トン程度のCO₂排出量削減が見込まれています。今後もアサヒグループはCO₂排出量削減のための技術開発、および普及を促進させ、持続可能な地球環境の実現に貢献していきます。



アサヒビール茨城工場に導入した設備全体



酒類事業 *Alcoholic Beverages*

ビール

**アサヒ
スーパードライ
生ジョッキ缶**

缶340ml / オープン価格
発売日 2021年4月6日(コンビニエンス
ストア先行発売)、4月20日(全業態発売)

Point

- ✓ 日本初※開けた瞬間、まるで生ジョッキのうまさ!
- ✓ お店で生ビールがきたワクワク感とあのうまさをご家庭で!
- ✓ 泡が自然発生、フルオープンの飲み口で、ゴクゴク飲める!

担当者からの
ひとこと

アサヒビール(株)
マーケティング本部
ビールマーケティング部
中島 健

本商品は、缶のふたが全開するとともに、きめ細かい泡が自然に発生するので、まるでお店で飲む生ジョッキのような気分が楽しめる商品です。また開栓したふたと缶体の飲み口は、飲料缶では初採用となるダブルセーフティー構造で、手や口を切る恐れがなく、安心してお飲みいただけます。



New
新商品

ビールテイスト飲料

アサヒ ビアリー

缶350ml / 195円(税込)
発売日 2021年3月30日(首都圏・
関信越エリア1都9県先行発売)、
6月29日(全国発売)

Point

- ✓ 0.5%という、新しい選択肢。
"微アルコール"誕生!
- ✓ 本格的なビールのような
うまさを楽しめて
- ✓ ちょっと心地よくなる。

担当者からの
ひとこと

アサヒビール(株)
イノベーション本部
酒類開発研究所 開発第二部
中山 航

「今までにない圧倒的にうまいロー・
ノンアルコールのビールテイスト飲
料を創る!」という情熱で商品を開発
しました。ビール原料100%で仕上げ
た今までにない商品で、「まるでビール
を飲んでいるようにうまい!」と
いうお声をいただきました。

New
新商品



飲料事業 *Soft Drinks*

炭酸飲料

三ツ矢サイダーレモラ

PET1.5L / 希望小売価格 367円(税込)、
PET500ml / 希望小売価格 151円(税込)、
ボトル缶300ml /
希望小売価格 124円(税込)
発売日 2021年3月23日

New
新商品

Point

- ✓ “おいしさ”“さっぱり”を
兼ね備えた
“甘すぎない”炭酸飲料
- ✓ レモンとライムの
透き通った爽やかな香りと
心地よい炭酸が特長
- ✓ ロゴやパッケージは
1967年に発売した
「三ツ矢レモラ」をベース

「レモラ」
担当者からの
ひとこと

アサヒ飲料(株)
マーケティング一部
松本 直也

「三ツ矢」ブランドは昨年、137年の
することができました。無糖炭酸市
にもおいしい“甘すぎない”有糖炭
非、お試しください!



※フルオープンかつ自然発泡する缶を用いた日本初の商品。(2020年9月Mintel社製品データベース及び当社調べ)

20%混合果汁入り飲料

『CALPIS』 Light Blue

PET500ml / 希望小売価格 151円(税込)
発売日 2021年4月13日

New
新商品

Point

- ✓ 砂糖を使わず、果実由来の風味を活かした大人のための「カルピス」
- ✓ 白ぶどうをたっぷりと搾り、仕上げにレモン果汁を加えることで、すっきり軽い甘さ
- ✓ パッケージは、空に浮かぶ雲、浮遊感のあるフルーツを描くことで“すっきり軽い甘さ”を表現



歴史で過去最高の販売数量を更新場が拡大する中、本商品で無糖派酸飲料の新提案を行います。是

食品事業 Food

化粧品

素肌しずく クリームマスク/ ジェルマスク

クリームマスク(120g) /
希望小売価格 1,078円(税込)
ジェルマスク(120g) /
希望小売価格 1,078円(税込)
発売日 2021年3月8日

Point

- ✓ ぬって寝るだけの
おやすみマスク!
- ✓ 貼らない・放置時間なし・
ふき取り不要・洗い流し
不要のスペシャルケア
- ✓ プラセンタエキス
10倍配合*

「ミンティア」
担当者からの
ひとこと

アサヒグループ食品(株)
食品マーケティング部
西 夏実

*当社「素肌しずく 保湿ジェル」と比較して

New
新商品



New
新商品

菓子

ミンティア +MASK ペパーミント/シトラスミント

希望小売価格 108円(税込)
発売日 2021年3月1日

Point

- ✓ カプセルが弾けて広がる爽快な香り
- ✓ マスク着用時に最適なやさしい清涼感
- ✓ 携帯しやすいカードタイプの
超薄型容器入り

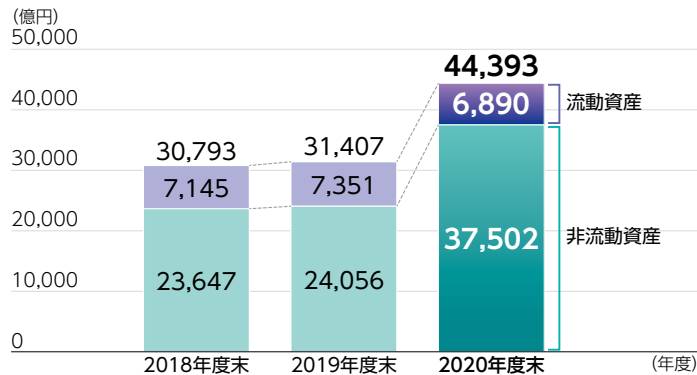
「ミンティア」からブランド史上初となる「マスク着用時専用」商品を発売いたします。今や日常となったマスク着用シーンを明るくポジティブなものにできるよう開発しました。是非マスクを着用している際にお試しください。



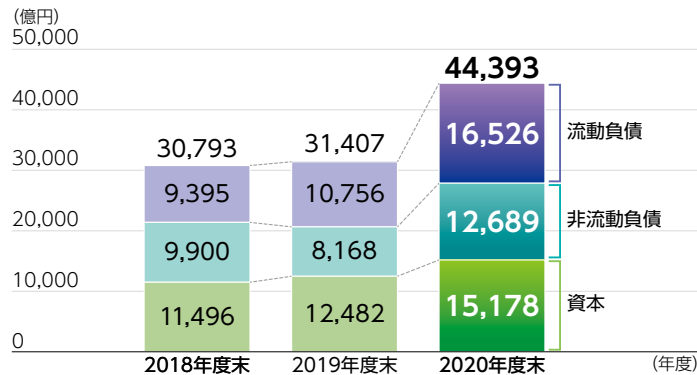
連結業績及び財務データ

連結財政状態計算書 (各年度: 12月31日現在)

資産合計



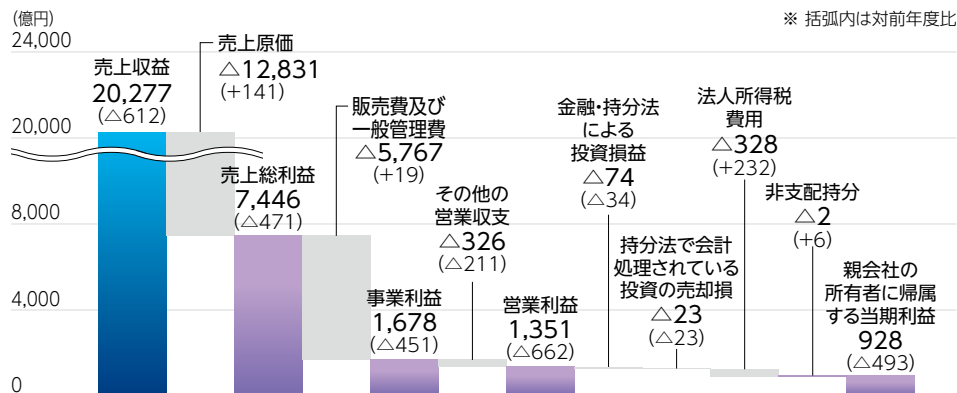
負債及び資本合計



ポイント

- ▶ 資産は、CUB事業を新たに連結範囲に含めたことによるのれんや商標権等の増加などにより、増加となりました。
- ▶ 負債は、CUB事業取得に伴って短期借入金を中心に金融債務が増加したことなどにより、増加となりました。
- ▶ 資本は、公募による新株式の発行により、資本金及び資本剰余金が増加したことや公募による自己株式の処分を実施したこと、親会社の所有者に帰属する当期利益の計上により利益剰余金が増加したことなどにより、増加となりました。

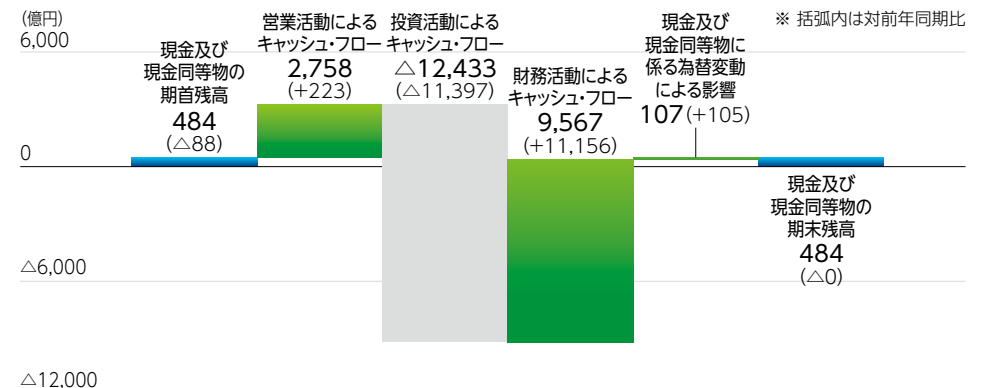
連結損益計算書 (2020年1月1日~12月31日)



ポイント

- ▶ 売上収益は、世界各国における外食産業の低迷や外出制限による経済停滞のマイナス影響などにより、国際事業を除く全事業において減収となりました。
- ▶ 事業利益は、各国の外出規制による業務用の売上減少やミックス悪化などにより、全事業において減益となりました。
- ▶ 親会社の所有者に帰属する当期利益は、法人所得税費用は減少しましたが、営業利益の減益や金融費用の増加などにより、減益となりました。

連結キャッシュ・フロー計算書 (2020年1月1日~12月31日)



ポイント

- ▶ 営業CFは、税引前利益が減少しましたが、減価償却費等の非キャッシュ項目による増加や運転資本の効率化などにより、収入となりました。
- ▶ 投資CFは、CUB事業の取得などにより、支出となりました。
- ▶ 財務CFは、新株の発行や、短期借入金の実行による金融債務の増加などにより、収入となりました。

株主の皆様とのコミュニケーション

<ご来館予定の株主様へのお願い>

アサヒビール大山崎山荘美術館は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、入館時の検温や連絡票へのご記入、入館者数制限、十分な換気などの対策・取組みを実施しております。これらの取組みや開館状況等は今後の状況変化に応じて変更する場合がございますので、**ご来館の際には、事前に下記HPをご確認いただきますようお願い申し上げます。** ▶当館HP <https://www.asahibeer-oyamazaki.com/>

アサヒビール 大山崎山荘美術館のご紹介

アサヒビール大山崎山荘美術館は、関西の実業家・故加賀正太郎氏が大正から昭和初期にかけて建設した「大山崎山荘」を創建当時の姿に修復し、安藤忠雄氏設計の新棟「地中の宝石箱」などを加え1996年4月に開館し、本年で開館25周年を迎えます。貴重な建築物や美しい庭園を後世に遺すとともに、美術館としての個性を生かした企画展示など、独自の文化発信を行っています。



展覧会・イベント予定

- 開館25周年記念 夢をめぐる — 絵画の名品より
 - 和巧絶佳展 — 令和時代の超工芸
- 2021年3月20日(土)～7月4日(日) 2021年9月18日(土)～12月5日(日)

※ 展覧会名、会期ともに変更の可能性があります。展覧会の詳細はHPをご確認ください。

< アクセス >

所在地	〒618-0071 京都府乙訓郡大山崎町銭原5-3
開館時間	午前10時～午後5時 ※入館は午後4時30分まで
休館日	月曜日(祝日の場合は翌火曜日)、臨時休館、年末年始 ※7月5日～9月17日の間は、工事のため休館となります。 休館日の詳細については、HPを確認ください。 https://www.asahibeer-oyamazaki.com/annai/
お問い合わせ	TEL:075-957-3123(総合案内)
入館料	一般 900円 高・大学生 500円 中学生以下 無料 障害者手帳をお持ちの方 300円

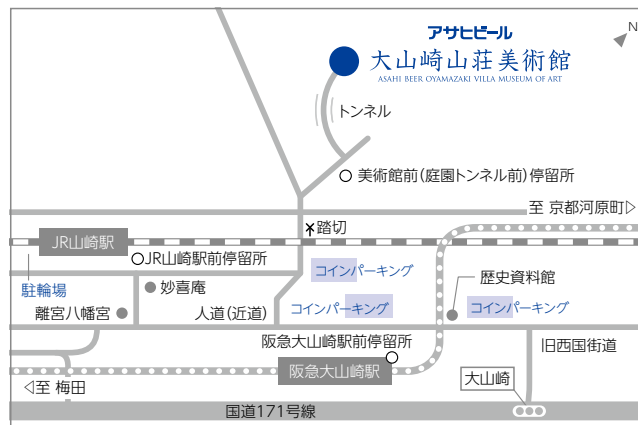
● 最寄駅

JR京都線「山崎駅」、阪急京都線「大山崎駅」より徒歩約10分

● 駐車場について

当館に駐車場はございません。

また、敷地内は車輛進入禁止です。お車、自動二輪車(バイク等)でお越しになる方は、最寄駅近辺のコインパーキング、町営駐輪場をご利用ください。



● 無料送迎バス

阪急大山崎駅前～ JR山崎駅前～当館の間で無料送迎バス(ご高齢の方優先)を運行しております。ご来館の際は、どうぞご利用ください。

※時刻表については、HPをご確認ください。



会社概要 (2020年12月31日現在)

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	2,202億1,650万8,485円
従業員数	29,850人(連結)
会計監査人	有限責任 あずさ監査法人(東京都新宿区津久戸町1番2号)

役員 (2021年3月25日現在)

取締役会長 兼 取締役会議長	小路 明善		
代表取締役社長 兼 CEO 兼 日本統括本部長	勝木 敦志		
常務取締役 兼 常務執行役員 兼 CFO	北川 亮一		
取締役 兼 執行役員 兼 CAO	朴 泰民		
取締役 兼 執行役員 兼 CHRO	谷村 圭造		
社外取締役(独立役員)	小坂 達朗	新貝 康司	クリスティーナ・アメージャン
常勤監査役	奥田 好秀	西中 直子	
社外監査役(独立役員)	斎藤 勝利	早稻田 祐美子	川上 豊
常務執行役員 兼 CSCO	辺見 裕		
常務執行役員	加賀美 昇	松山 一雄	
執行役員	福田 行孝	神田 智正	佐見 学
	知久 龍人	河野 一馬	崎田 薫
	田中 晃	秋葉 哲	爲定 一智
	野村 和彦	坂野 俊次郎	石坂 修
	ウエイン・アンガス		伊藤 義訓
	秋田 達志	加賀屋 睦	近安 理夫
	安保 昌俊	根来 智之	森 哲
	佐藤 輝		

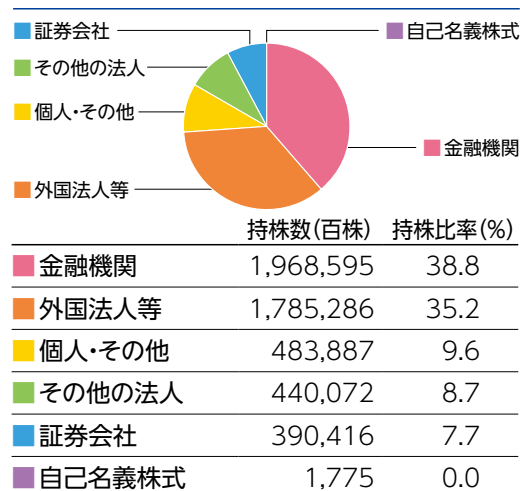
(注) 取締役会長を退任する泉谷直木氏は、同日付で特別顧問に就任予定

株式の状況

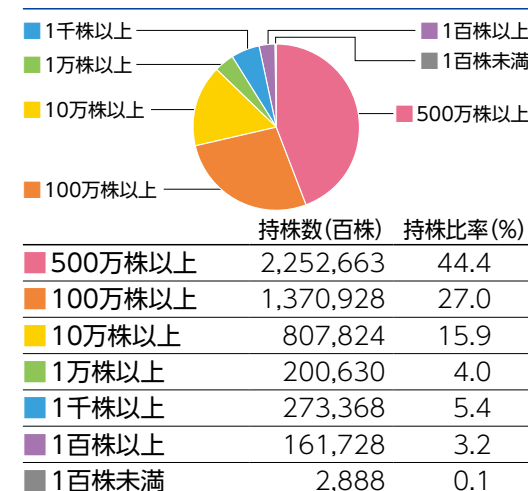
発行済株式の総数	507,003,362株		
株主数	129,324名(前期末比22,780名増)		
大株主(上位10名)	株主名	持株数(百株)	持株比率(%)
	日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	544,610	10.7
	株式会社日本カストディ銀行(信託口)	222,510	4.4
	第一生命保険株式会社	160,000	3.2
	SMBC日興証券株式会社	115,575	2.3
	富国生命保険相互会社	100,000	2.0
	GIC PRIVATE LIMITED - C	96,399	1.9
	旭化成株式会社	87,853	1.7
	JPモルガン証券株式会社	84,289	1.7
	株式会社三井住友銀行	80,280	1.6
	三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社	75,627	1.5
	合計	1,567,143	30.9

(注) 持株比率は発行済株式の総数から自己株式数(1,775百株)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



(「株式の状況」に関する注記)自己株式(1,775百株)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1,104百株は含めておりません。

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

株主名簿管理人事務 取扱場所	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 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っ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。 https://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きについて

株式に関するお手続きは、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。

	お手続き、ご照会の内容	お問い合わせ先	
① 証券会社の 口座に記録 された株式	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 ● マイナンバーに関するお届出・お問い合わせ 	口座を開設されている証券会社	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 ● マイナンバーに関するお届出・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
	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	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・祝日を除く)

ホームページ <https://www.smtb.jp/personal/agency/>

株式に関する其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
Legal 株主様係
TEL 03-5608-5113
E-mail

kabushiki@asahigroup-holdings.com

期末配当金のお支払いについて

第97期期末配当金は、第97回定時株主総会の決議により1株当たり53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(2021年3月26日(金)から2021年5月6日(木)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せようお願い申し上げます。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。

■ マイナンバー制度に関するお手続きについて

市区町村から通知されたマイナンバーは、株式の税務関係のお手続きで必要となります。

株式関係事務における マイナンバーの利用目的

法令に定められたとおり、支払調書に株主様のマイナンバーを記載し、税務署に提出いたします。このため、株主様からお取引のある証券会社等へ、以下のとおりマイナンバーを届出いただく必要がございます。

証券会社の口座で株式を 管理されている株主様

お取引の証券会社までお問い合わせください。

証券会社とのお取引がない 株主様

三井住友信託銀行株式会社 証券代行部までお問い合わせください。

第97回 定時株主総会の決議ご通知

2021年3月25日(木)に開催された当社第97回定時株主総会におきまして、次のとおり報告並びに決議されました。

● 報告事項

第97期(2020年1月1日から2020年12月31日まで)事業報告、連結計算書類及び計算書類の内容並びに会計監査人及び監査役会の連結計算書類監査結果報告の件
本件は、上記の内容をご報告いたしました。

決議事項

- 第1号議案 剰余金処分の件
- 第2号議案 取締役8名選任の件
- 第3号議案 監査役1名選任の件

上記の各議案は、原案どおり承認可決されました。

◎議案の詳細につきましては、当社ウェブサイトに掲載している「第97回定時株主総会招集ご通知」をご参照ください。

https://www.asahigroup-holdings.com/ir/shareholders_guide/shareholders_meeting.html

以上

株主ひろば

IR Information

株主優待制度のご案内

当社は、株主の皆さまからのご支援にお応えするとともに、アサヒグループの商品を一層ご愛顧いただきたいとの思いから株主優待制度を実施しております。本年につきましても、昨年末時点で100株以上500株未満保有の株主様には1,000円相当、500株以上1,000株未満保有の株主様には2,000円相当、1,000株以上保有の株主様には3,000円相当の優待品をお送りいたします。本年の当社の株主優待をお楽しみください。



1 株主様限定 プレミアムビール

ベルギー発祥の伝統的な製法でアサヒビールが造った、飲んだ瞬間から広がるフルーティな香りが特長のベルジャンホワイトエールです。陽気な季節に、軽やかな気分でお楽しみいただきたい、株主の皆様だけにお届けする特別なプレミアムビールです。
※原材料に小麦を使用しています。



2 酒類商品 詰め合わせ



3 清涼飲料水 ・食品 詰め合わせ



4 アサヒグループ環境基金 「水の惑星」へのご参加

5 東日本大震災復興支援 活動への寄附

※上記の商品は、100株以上500株未満の株主様へのご優待品となります。なお、商品の内容は変更となる場合がございます。

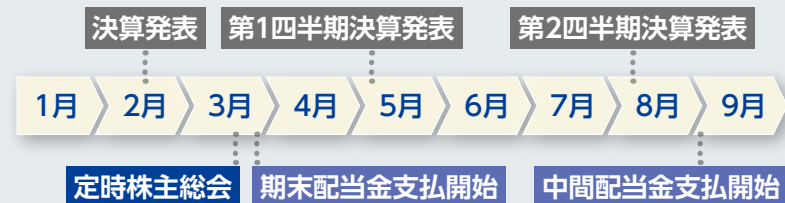
本年の株主優待案内チラシと株主優待申込書は、株主総会招集ご通知に同封し、3月3日(水)に発送いたしました。お申込み期限は郵送の場合3月31日(水)「当日消印有効」となりますので、ご注意ください。また、webでのお申込みもごいただけますので、ご活用ください。

お申込みに関する
ご質問・ご不明点等は
こちらまで

アサヒグループホールディングス株式会社
株主優待事務局
フリーダイヤル **0120-032-383**

受付時間：9:30～17:30(土・日・祝日を除く)
受付期間：2021年3月4日(木)～2021年6月30日(水)まで
※電話が混み合ってつながりにくい場合は、しばらくしてからおかけ直してください。

IRカレンダー



アサヒグループホールディングス株式会社

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

〈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、当社及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。



ビールストップ! 20歳未満飲酒・飲酒運転。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。

