

Asahi SUPER REPORT

アサヒ
スーパーレポート
2010
冬号

私たちの今をお伝えします。

株主・投資家の皆様へ

第87期第3四半期のご報告

2010年1月1日～2010年9月30日

特集 アサヒビールの挑戦 **2010** — 海外戦略の展開 —

海外市場での 地位確立に向けた 新たな取り組み



ごあいさつ



アサヒビール株式会社
代表取締役会長

萩田 伍

代表取締役社長

泉谷直木

株主の皆様には、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。また日頃より格別のお引き立てを賜り、厚く御礼申し上げます。

「長期ビジョン2015」と「中期経営計画2012」の初年度である本年は、「アサヒ スーパードライ」をはじめ、各事業における主力商品のブランド強化に取り組むとともに、生産・物流部門などの効率化を図り、環境変化に左右されない収益基盤の強化を進めて

おります。また海外では、オーストラリアの清涼飲料市場において第3位のシェアを持つP&N社の買収や中国の食品・流通の最大手である頂新ホールディングへの出資を決定するなど、国際事業の事業基盤の強化を図っております。

一方で、ビール類事業の工場の再編成や収益が低迷していた韓国飲料事業の売却を決定するなど、グループ全体の構造改革にもスピードを上げて取り組んでおります。

さらに、国内市場の成熟化や競争環境のグローバル化などに迅速に対応できるよう、来年の7月を目処に純粋持株会社制に移行する予定であることも発表いたしました。

今後は、グループ全体のガバナンス体制をさらに強化し、本格的なグループ・グローバル経営体制に移行することで、引き続き株主の皆様をはじめとするすべてのステークホルダーにご満足いただけるグループをめざしてまいります。

株主の皆様におかれましては、これまでと変わらぬお引き立てを賜りますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。

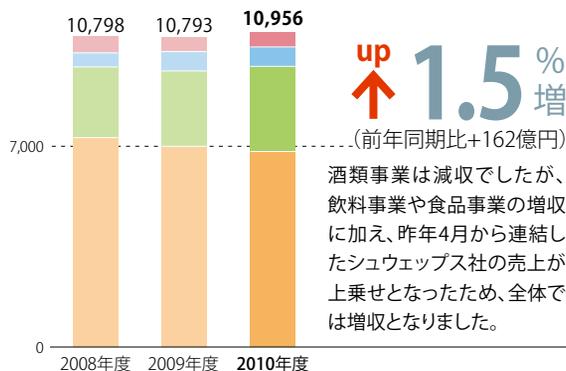
財務ハイライト

(各年度:1月1日~9月30日)

売上高

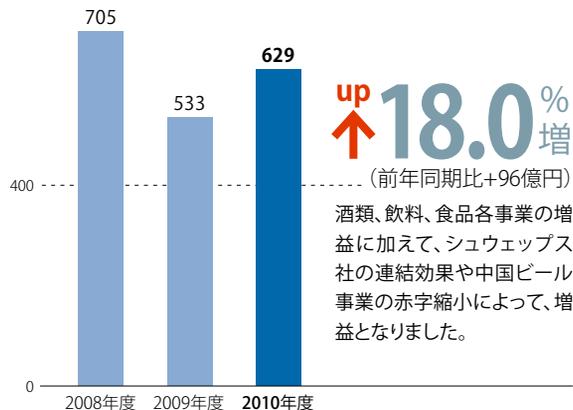
■ 酒類事業 ■ 飲料事業 ■ 食品事業 ■ その他

(億円)
14,000



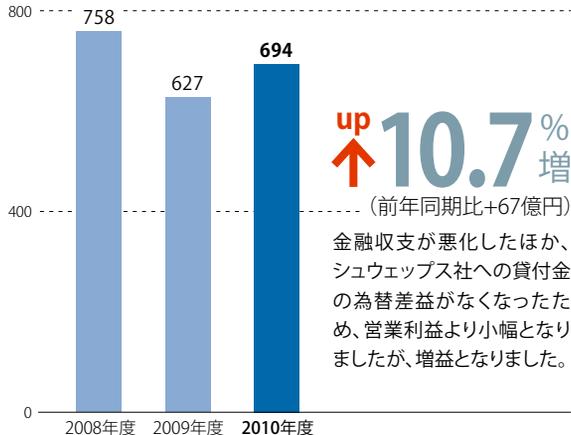
営業利益

(億円)
800



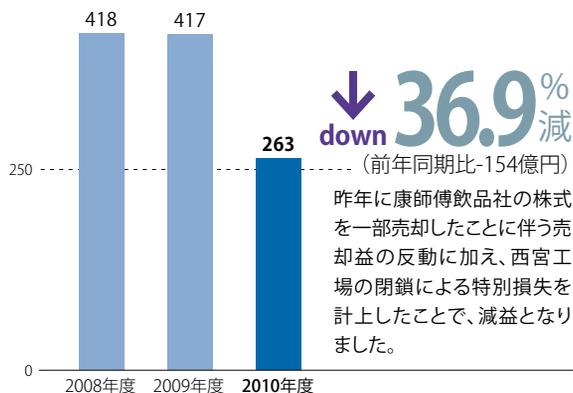
経常利益

(億円)
800



四半期純利益

(億円)
500



セグメント情報

(2010年度:1月1日~9月30日)

酒類事業

主な事業会社:アサヒビール

ビール類 (売上高で前年同期比(%)を算出)

ビール	発泡酒	新ジャンル	ビール類合計
↓ 3.6%減	↓ 28.3%減	↑ 24.0%増	↓ 3.3%減

ビール:「アサヒ スーパードライ」のブランド価値向上をめざして、売上の一部を47都道府県の環境保全や地域貢献に活用していただく「うまい!を明日へ!」プロジェクトや、「エクストラコールド」をご家庭でも体験していただける「アサヒ スーパードライ『エクストラコールドクーラー』プレゼントキャンペーン」などを実施しました。

発泡酒:「アサヒ スタイルフリー」のクオリティアップや消費者向けキャンペーンを実施。“糖質ゼロ^{※1}”のパイオニアとして、その一層のブランド価値向上に取り組みました。

※1 栄養表示基準にもとづき、糖質0.5g(100mlあたり)未満を“糖質ゼロ”としています。

新ジャンル:「クリア アサヒ」の売上拡大に向け、「麦の新ジャンル」という特長を訴求する販促活動を積極的に展開。また、3月に「アサヒ ストロングオフ」、9月に「アサヒ くつろぎ仕込<4VG>」をそれぞれ発売しました。

総合酒類 (売上高で前年同期比(%)を算出)

焼酎	低アルコール飲料	洋酒	ワイン
↓ 3.8%減	↑ 3.1%増	↑ 14.2%増	↓ 9.0%減

焼酎:乙類焼酎では「芋焼酎 かのか黒麹仕込み」などのプレゼンスを向上させる取り組みを強化しましたが、甲類焼酎の減少などで、焼酎全体の売上高は減少しました。

低アルコール飲料:カロリー最少級^{※2}の缶チューハイ「アサヒ Slat(すらっと)」のブランド強化を進めたほか、国産果汁使用の

新ブランド「アサヒ チューハイ果実の瞬間」、アルコール9%の新ブランド「アサヒ スパークス」を発売するなど、積極的なマーケティング活動を展開しました。

※2 2010年9月現在発売されている缶チューハイ商品との比較です。

洋酒:国産ウイスキーの販売が好調に推移。特に「ブラックニッカ クリアブレンド」の販売数量は39カ月連続で前年を上回ったことから、年間の販売目標を上方修正しました。また、輸入ウイスキーを加えた洋酒全体の売上高も大幅に伸張しました。

ワイン:国産ワインは好調に推移しましたが、中高級市場の低迷や市場の低価格化による影響を受け、輸入ワインの売上が低迷したことからワイン全体の売上高も減少しました。

飲料事業

主な事業会社:アサヒ飲料、エルビー [埼玉県蓮田市]、エルビー [愛知県東海市]、シュエップス(豪州)

アサヒ飲料:基幹ブランドの強化・育成を継続的に推進するとともに、買収した「六甲のおいしい水」を6月から展開するなど、市場の活性化にも取り組みました。

食品・薬品事業

主な事業会社:アサヒフードアンドヘルスケア、和光堂、天野実業

和光堂:レトルトパウチ食品や幼児向けおやつが好調に推移した一方で、育児用粉乳市場全体の低迷の影響などによって、売上高は前年を若干下回りました。

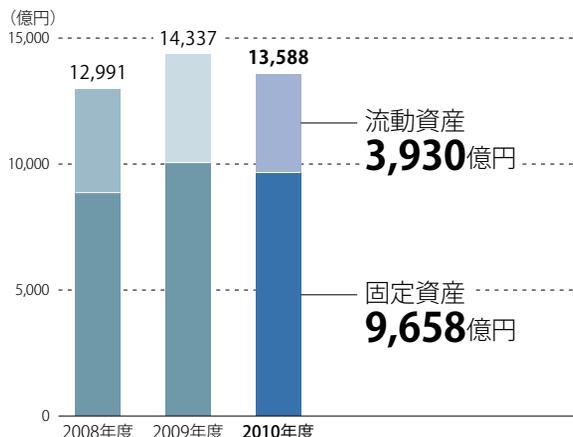
その他事業

その他事業につきましては、ほぼ計画通りに推移しました。

財政状態

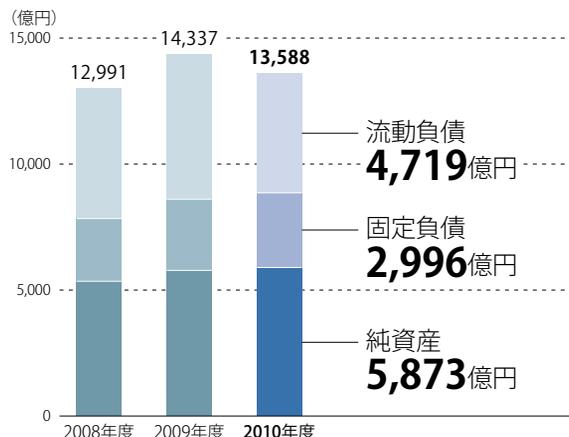
(2008年度、2009年度：12月31日時点、2010年度：9月30日時点)

資産



ビール類の生産体制再編の決定に伴い有形固定資産が減少したほか、季節要因により売上債権が減少したことなどから、全体でも減少しました。

負債・純資産



アサヒビール㈱の短期借入金の減少に伴い、流動負債が大幅に減少したことで、負債・純資産合計も減少しました。

キャッシュフローの状況

(2010年度：1月1日～9月30日)

営業活動によるキャッシュフロー

1,036億円
 up ↑ 248億円増

昨年の関係会社株式売却益の計上や当年の工場再編損失の影響により税金等調整前四半期純利益が減少しましたが、経常収支の改善等により増加しました。

※ 増減比較は2009年1月1日～9月30日との比較です。

投資活動によるキャッシュフロー

-3,143億円
 up ↑ 1,377億円増

本年はハウス食品㈱からミネラルウォーター事業の譲渡を受けましたが、昨年の中国とオーストラリアへの事業投資に比べて金額が少額だったため支出が減少しました。

財務活動によるキャッシュフロー

-773億円
 down ↓ 1,699億円減

営業活動で獲得した資金を昨年実施した海外事業投資に伴う金融債務の返済に充てたため、支出が増加しました。



第4回 海外市場での地位確立に向けた新たな取り組み

海外売上高の飛躍的な拡大を目標の柱の一つとする「長期ビジョン2015」のもと、アサヒビールグループは、海外においてさまざまな取り組みを進めています。シリーズ第4回は、中国とオーストラリアでの最新トピックスをご紹介します。



中国

最大手食品・流通グループに出資し成長著しい中国の食品市場を開拓

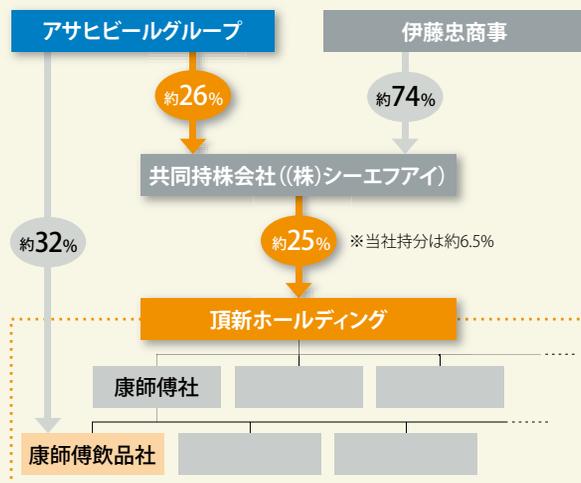
アサヒビールグループは、成長著しい中国の食品市場の開拓をめざして、本年11月、中国で最大手の食品・流通グループであり、当社グループも出資している康師傅飲品社をグループ内に持つ頂新ホールディング（以下、頂新）への出資を完了しました*。

今回の出資によって、アサヒビールグループでは、頂新グループが有する広大な流通網を活かして、中国や台湾で当社グループの高付加価値食品や機能性食品などを販売していく予定です。また、引き続き、飲料事業を展開している康師傅飲品社の成長戦略を支援。ビールに加えて、飲料そして食品の分野においても中国でのプレゼンス拡大を加速していきます。

* 伊藤忠商事(株)と共同で持株会社を設立し、同社を通じて頂新ホールディング株式を保有します。

アサヒビールグループとの資本関係図

%は持株比率



Australia

オーストラリア

販売数量第3位の飲料会社をグループ化し商品ポートフォリオを拡充

アサヒビールグループは、本年8月、オーストラリアで販売数量第3位の飲料会社P&N BEVERAGES AUSTRALIA PTY LTD (以下、P&N社)の株式を取得し、同社を新たにアサヒビールグループに加えることを発表しました。これによって、昨年4月にグループに加わったシュウェップス社と合わせると、売上高は1,000億円超、同国の飲料市場におけるシェアは約3割となります。

アサヒビールグループでは、炭酸系飲料に強みを持つシュウェップス社をグループ会社化して以来、同社をさまざまな面から支援。オーストラリアでの飲料事業の拡大を進めてきました。今回、ミネラルウォーターや果汁系飲料など幅広い商品を取り扱っているP&N社の参加によって商品ポートフォリオの拡充が図られることから、今後は両社のシナジー（相乗）効果を追求し、市場でのさらなる成長をめざします。さらに将来的には、両社を統合させ、仕入から生産・物流、販売までの全工程で業務の改善・効率化を進めることで、事業基盤を強化していきます。

P&N社の主な商品



ミネラルウォーター系

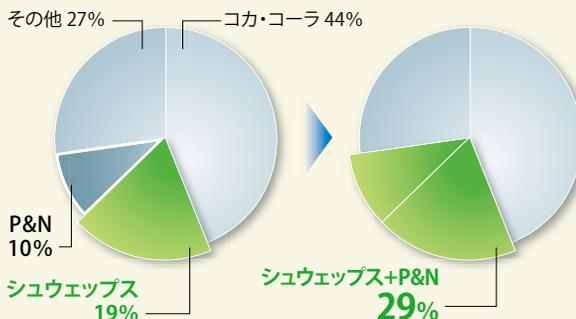


果汁系



炭酸系

飲料市場シェアの変化(2009年実績:数量ベース)



2社の商品ポートフォリオ比較(イメージ)

	ミネラルウォーター系	果汁系	炭酸系
シュウェップス社			
P&N社			

P&Nのグループ化で
ミネラルウォーター系、果汁系を補完

商品開発

アサヒ飲料(株)
お茶飲料

べにふうきで
快適生活

新発売

春にカテキンをスッキリ補給。
お茶飲料の新提案です。

「メチル化カテキン」を豊富に含有していることから、いま注目されているべにふうき茶。この商品は、畑作りから契約栽培された鹿児島県産べにふうき茶葉を100%使用したお茶飲料です。カフェインの少ない茶葉を使うことで、渋みや苦みを抑え、すっきりと飲みやすくしました。べにふうき茶ならではの豊かな香りをお楽しみいただけます。季節の変わり目をすっきり快適にごしませんか。



アサヒ飲料(株)
商品戦略部 お茶チーム
高田 淳吾

すっきりとした
味わい



メチル化
カテキンを含む
(PET 350mlあたり
17mg)

2011年1月11日発売
PET 350ml / 150円、紙パック250ml / 105円

特別な表示がない限り、表示されている価格は希望小売価格(消費税別)です。

アサヒフードアンドヘルスケア(株)
シュガーレスフルーツタブレット

ミンティア
ミラクルチェリー

新発売

受験生応援
企画商品

くせになる
甘酸っぱさ

ホログラム調
メタリックラベル



2010年12月13日発売
50粒(7g) / 100円

甘酸っぱさがくせになる
チェリータブレットを発売しました。

今年も「ミンティア」からジューシーな甘酸っぱさがくせになる、チェリー果汁とクエン酸を配合したシュガーレスタブレットを受験シーズンに合わせて期間限定で発売しました。運だめしをする感覚で楽しめる桜のレリーフ入りタブレットを少量入れていて、毎年「幸せを呼ぶタブレット」としてご好評いただいています。今年は、キラキラと光沢のあるホログラム調メタリックラベルのパッケージで、楽しく携帯していただける商品になっています。



アサヒフードアンド
ヘルスケア(株)
食品事業本部
食品開発部
岩下 真美

事業施策

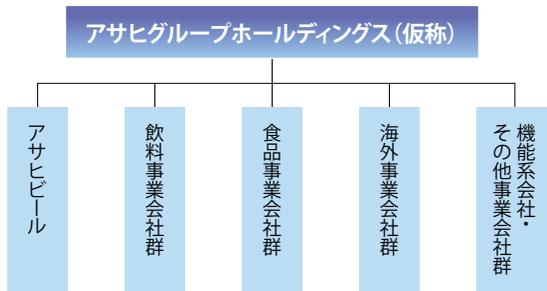
純粋持株会社制移行への準備を推進

アサヒビールグループでは、グローバル食品企業への進化をめざして、来年7月を目処に純粋持株会社制に移行する計画です。

近年、世界規模での企業間競争や業界再編が加速し、経営環境は大きく変化しています。そこで新体制に移行することで、グループガバナンス（統治）による“ものづくり力”の強化や人材育成などの施策に取り組む、各事業会社では事業基盤や国内外における事業ネットワークの強化に集中する体制を構築。大胆な資源配分を可能とすることで、スピードをあげてグループの飛躍的な成長をめざします。

なお、移行にあたっては、酒類事業を当社の100%子会社に承継させる吸収分割方式を想定しておりますが、定時株主総会の承認や、必要に応じて所管官公庁の許認可が得られることが前提条件となります。

純粋持株会社制移行後のグループ体制（予定）



環境保全

生物多様性保全の取り組みをPR

アサヒビール(株)は、COP10（生物多様性条約第10回締約国会議）に合わせ本年10月に愛知県で開催された「生物多様性交流フェア」に参加し、グループの生物多様性保全への取り組みを紹介しました。会場では、1月に酒類業界で初めて策定した「生物多様性宣言」の3つの基本方針に沿ったブースを出展。多くの皆様にご来場いただきました。

今後もアサヒビールグループは、生物多様性の保全に努めるとともに、その重要性や取り組みの成果について積極的に発信していきます。



「生物多様性交流フェア」出展ブース

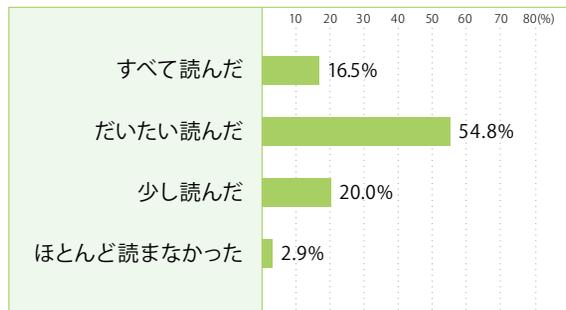


原料に有機栽培の素材のみを使用したビール「アサヒオーガニックプレミアム」をフェアの会場内で特別販売。好評を博しました。

アンケートの集計結果

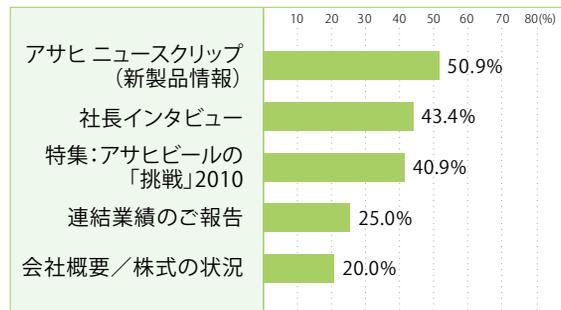
「アサヒ スーパーレポート2010年秋号」で実施したアンケートには、10,000名近くの株主の皆様からご回答をいただきました。皆様のご協力に感謝を申し上げますとともに、ご意見を踏まえてIR活動や冊子企画を改善してまいります。

Q1 「アサヒ スーパーレポート」をご覧になりましたか？



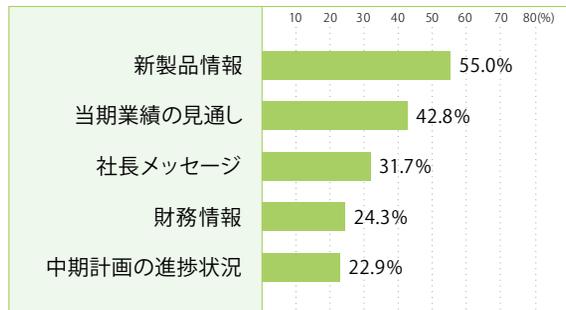
今後も株主の皆様からの貴重なご意見などを参考にしながら、アサヒビールグループについて理解を深めていただけるような誌面づくりに努めてまいります。

Q2 どの記事に関心を持ちましたか？ (3つまで回答、上位5位)



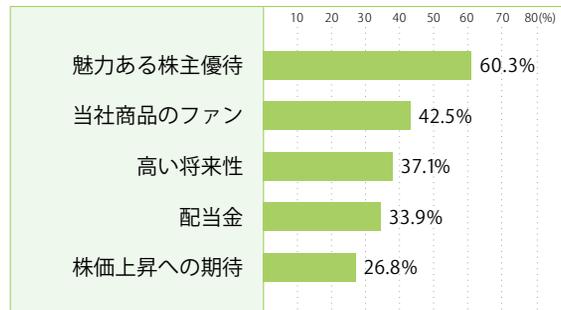
多くの皆様から関心をお寄せいただいている新商品情報が大きくポイントを伸ばし1位となりました。引き続き、社員を登場させるなど親しみやすい誌面づくりを心がけてまいります。

Q3 「アサヒ スーパーレポート」から得たい情報は何ですか？ (3つまで回答、上位5位)



Q2のご回答同様、「新製品情報」が1位となり、新商品への関心の高さが伺える結果となりました。今後も、より多くの新商品を、できるだけわかりやすくご紹介してまいります。

Q4 当社の株式を保有している理由は 何ですか？ (3つまで回答、上位5位)



今回も「魅力ある株主優待」が1位となり、「当社商品のファン」が2位となりました。これからも皆様のご期待にお応えできるよう、グループ一丸となって努めてまいります。

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	大阪市中央区北浜四丁目5番33号 住友信託銀行株式会社
株主名簿管理人事務取扱場所	東京都中央区八重洲二丁目3番1号 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。 http://www.asahibeer.co.jp/ir/koukoku.html
上場金融商品取引所	東京証券取引所・大阪証券取引所



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。

① 証券会社の口座に記録された株式		② 特別口座に記録された株式	
お手続き、ご照会の内容	お問い合わせ先	お手続き、ご照会の内容	お問い合わせ先
<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 	口座を開設されている 証券会社	<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 	特別口座の 口座管理 機関 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 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 	

住友信託銀行株式会社 証券代行部

郵便物の送付先 …… 〒183-8701 東京都府中市日鋼町1番10
 電話照会先 …… ☎0120-176-417 オペレーター対応(平日9:00~17:00)
 ホームページ …… <http://www.sumitomotrust.co.jp/STA/retail/service/daiko/index.html>

株式に関するその他のお問い合わせ窓口：アサヒビール株式会社 総務法務部 株式担当 TEL.03-5608-5113

目次

ごあいさつ	2
連結業績のご報告	3
特集:アサヒビールの挑戦2010	6
アサヒ ニュースクリップ	8
アンケートの集計結果	10
株主メモ	11

アサヒビール株式会社 <http://www.asahibeer.co.jp> お客様相談室 ☎.0120-011-121



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。♻️

