

Asahi



新たな成長軌道の確立を目指して

2009年 6月26日

アサヒビール株式会社

URL <http://www.asahibeer.co.jp>

代表取締役 社長

荻田 伍

目 次

会社概要と中期計画

会社概要と事業別売上高.....	1
業績推移と2009年目標.....	2
中期経営計画の事業方針.....	3

事業別概況

ビール類シェア推移.....	4
酒税と価格体系比較.....	5
ビール類 2008年販売実績.....	6
スーパードライ 2009年度の取り組み.....	7
ビール類 2009年ブランド戦略.....	8
グループ成長基盤の強化.....	9
国際事業の展開.....	10
中国飲料事業の成長.....	11
CSR活動.....	12
CSR活動(地球環境保全への取り組み).....	13

株主向けの取り組み

株主還元(配当・自社株買い).....	14
株主優待.....	15
株主・個人投資家向けの取り組み.....	16

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。



会社概要と事業別売上高

Asahi

- ◆ 商 号 アサヒビール株式会社 (Asahi Breweries, Ltd.)
- ◆ 設 立 昭和24年(1949年)9月1日
- ◆ 代表者 代表取締役社長 荻田 伍
- ◆ 資本金 182,531百万円
- ◆ 従業員 3,713名(単体) 16,357名(連結)
- ◆ グループ会社数 連結子会社:51社



東京都墨田区の
本社ビル



アサヒフードアンド
ヘルスケア(株)



和光堂(株)



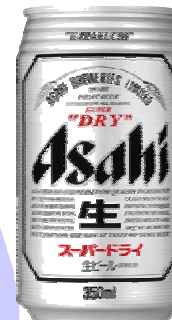
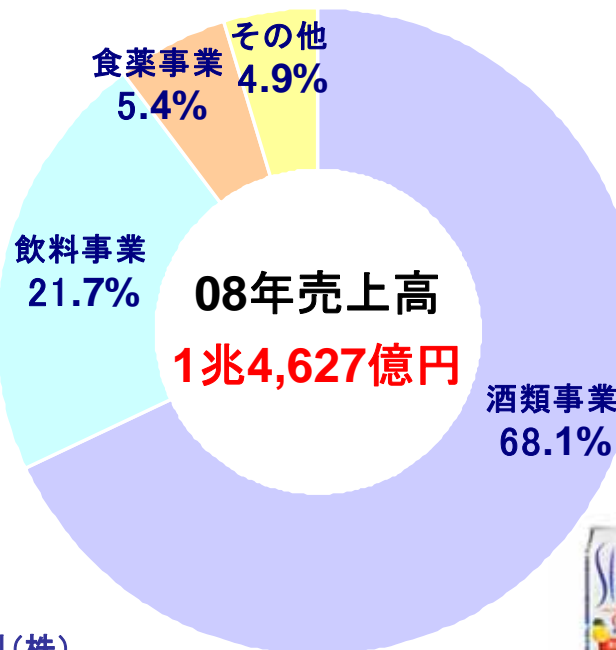
天野実業(株)



アサヒ飲料(株)



(株)エルビー



アサヒビール(株)



ニッカウキスキー(株)



国際酒類部門

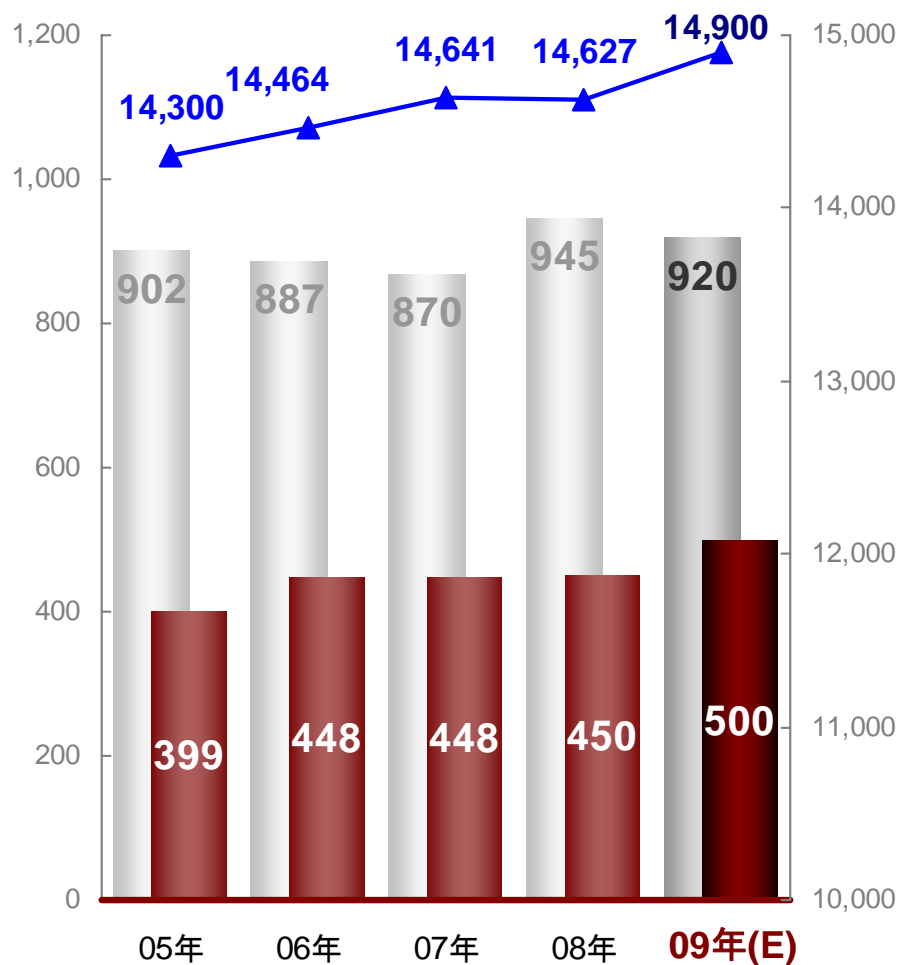




業績推移と2009年目標

Asahi

(億円) 営業利益 当期純利益 売上高 (億円)



(単位: 億円)

	09年目標	08年実績	前年比(率)	
酒類事業	10,270	10,196	+74	+ 1%
飲料事業	3,098	2,966	+132	+ 5%
食品・薬品事業	961	817	+144	+ 18%
国際事業	374	433	59	14%
その他	197	215	18	9%
売上高合計	14,900	14,627	+273	+ 2%
酒類事業	830	911	81	9%
飲料事業	73	45	+27	+ 61%
食品・薬品事業	26	20	+6	+ 28%
国際事業	27	58	+31	-
その他	19	28	9	32%
営業利益合計	920	945	25	3%
持分法損益	64	91	27	30%
経常利益	935	965	30	3%
特別損益	48	135	+184	-
当期純利益	500	450	+50	+ 11%



中期経営計画の事業方針

Asahi

■グループ長期ビジョン

『食と健康』における、アジアのリーディングカンパニーを目指す

■中期事業方針（2007年～2009年）

酒類事業

- 『アサヒスーパードライ』を中心にブランド基盤を再整備する
⇒ 安定的かつ長期的なキャッシュフローの創出

グループ事業

- 既存グループ会社の更なる成長
- M&Aで取得した新たな事業基盤とのシナジーの追求
- 積極的な事業投資の継続



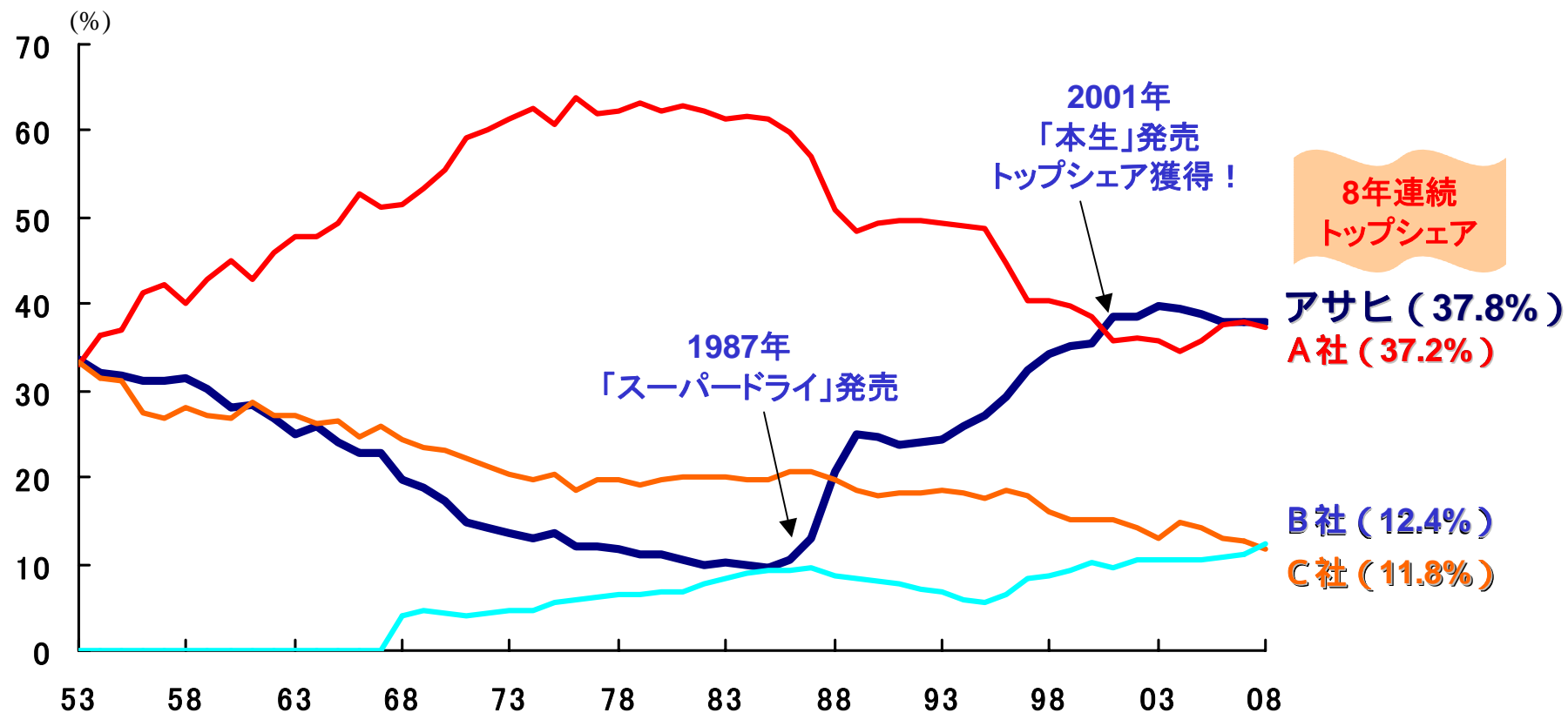
グループの新たな成長軌道を確立する



ビール類シェア推移

Asahi

■ ビール類(ビール・発泡酒・新ジャンル)シェアの推移 (課税数量ベース)

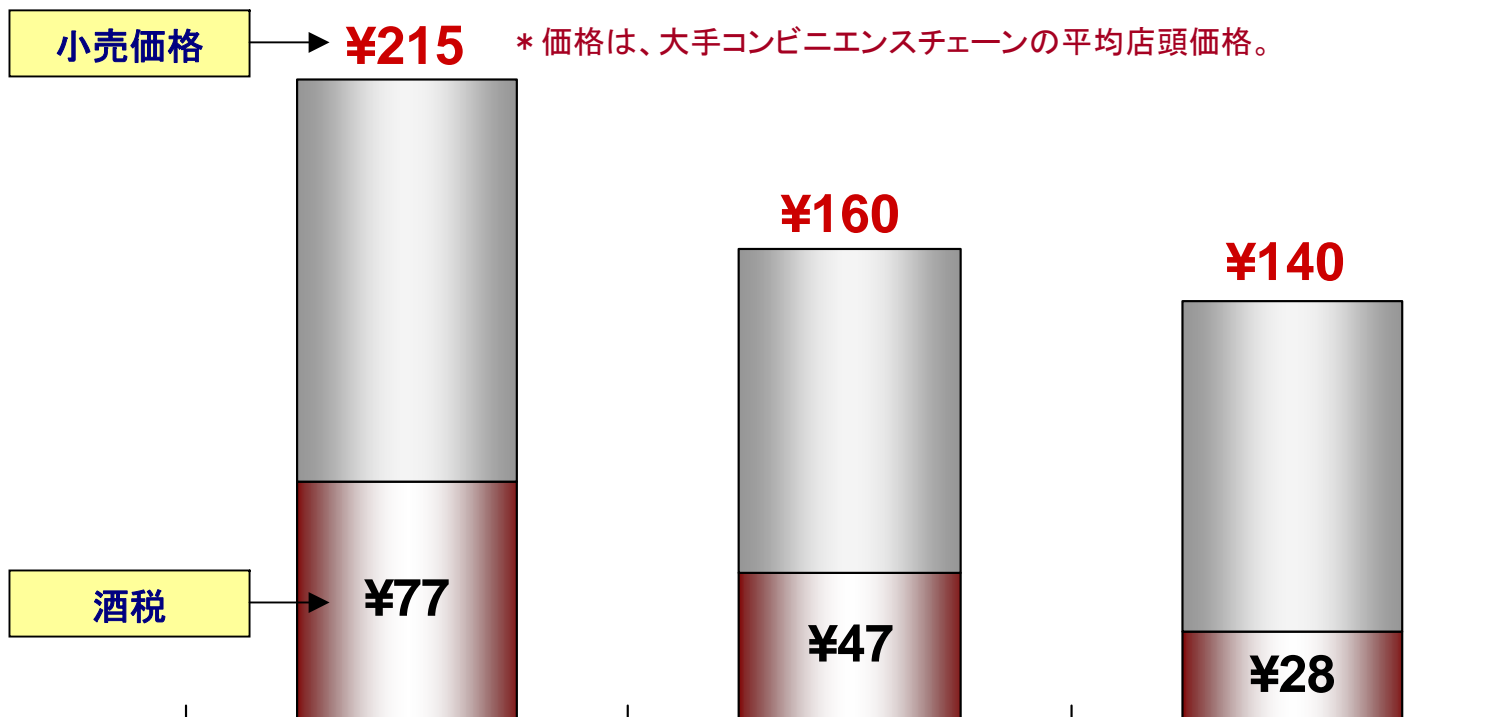




酒税と価格体系比較

Asahi

■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% + リキュールタイプ
(発泡酒+スピリッツ)



← アルコール度数 約5.0%~ 5.5% →



ビール類 2008年販売実績

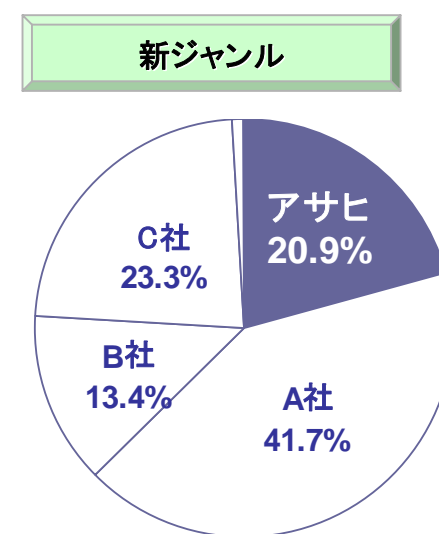
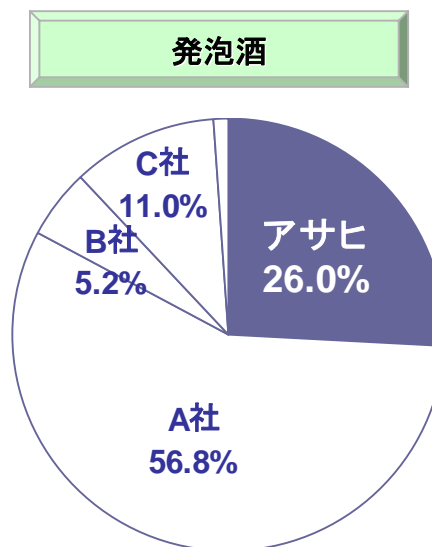
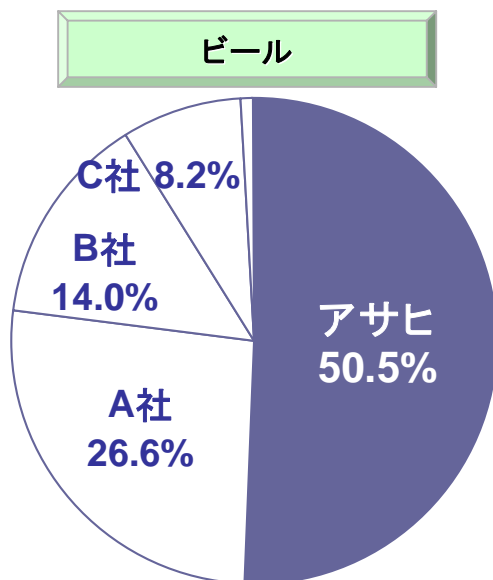
Asahi

■ ビール類 課税数量実績 (08年1-12月)

(単位: 万箱)

	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
ビール	25,612	6.5%	53.1%	12,927	4.4%	50.5%
発泡酒	11,236	7.7%	23.3%	2,918	13.5%	26.0%
新ジャンル	11,420	+13.8%	23.7%	2,386	+24.0%	20.9%
(うちリキュールタイプ)	5,197	+66.9%	10.8%	2,227	+69.1%	42.9%
合 計	48,268	2.7%	-	18,231	3.2%	37.8%

■ アサヒビール カテゴリー別シェア





スーパードライ 2009年度の取り組み

Asahi

アサヒスーパードライ



「うまい！を明日へ！」プロジェクト

リーディングブランドとしての社会的責任のもと、アサヒスーパードライ対象商品1本につき1円を、全国47都道府県の自然や環境、文化財等の保護・保全活動に寄付するプロジェクトを展開。お客様に「自分の飲んだ1本が、自分の地域の自然や環境等などの保護・保全活動に活用される」という新しい価値を提案。

3月下旬～4月下旬製造分を対象とし、全国合計で **2億1,979万2,528円** を寄付



東京地区では東京都や市町村と連携し都内の小学校に太陽光発電設備を設置するプロジェクトを推進

アサヒスーパードライ



「うまい！をカタチに！」プロジェクト

スーパードライの情報発信を積極的に展開することで、リーディングブランドとしての価値向上を目指す。年間5回にわたって、スーパードライの「うまい！」を引き立てるスペシャルグッズが当たる消費者キャンペーンを実施。





ビール類 2009年ブランド戦略

Asahi

ビール



スーパードライ

『スーパードライ』はNo.1の挑戦と責任を訴求したブランド価値向上施策を推進



ザ・マスター

5月26日発売

麦のコクと飲み応えが特長の
麦芽100%ビールを発売

発泡酒



スタイルフリー
(糖質ゼロ)

『スタイルフリー』を機能性市場のリーディングブランドへ育成



クールドラフト

3月17日発売

ユーザーが求める味(キレ・シャープ)を
実現した新商品『クールドラフト』を発売

新ジャンル



クリアアサヒ

『クリアアサヒ』は麦系新ジャンルNo.1を訴求しブランドを確立



アサヒオフ

2月24日発売

アサヒオフを上市し、
麦系新ジャンルの
機能性市場を
新たに創造



麦搾り

9月15日発売

伸長する新ジャンル市場
において、コクや飲みごた
えを期待するお客様ニー
ズに対応



グループ成長基盤の強化

Asahi

■グループ事業の再編と外部企業とのアライアンスの推進





国際事業の展開

Asahi



康師傅飲品控股有限公司

40%

★中国 No.2 飲料会社への出資

青島啤酒股份有限公司

20%

★中国 No.2 ビール会社への出資

北京啤酒朝日有限公司

47%

煙台啤酒青島朝日有限公司

51%

杭州西啤酒朝日有限公司

55%

深圳青島啤酒朝日有限公司

29%

バルチカ (ロシア)

シェパード・ニーム (英国)

スタロップラーメン (チェコ)

モルソンクアーズ (カナダ)

コンケンブリュワリー (タイ)

ヘテ飲料

58%

シュウェップス・オーストラリア

100%

★豪州 No.2 飲料会社への出資

- 出資ビール会社
- 出資飲料会社
- 生産拠点
- 持分法適用会社
- % 出資比率





中国飲料事業の成長

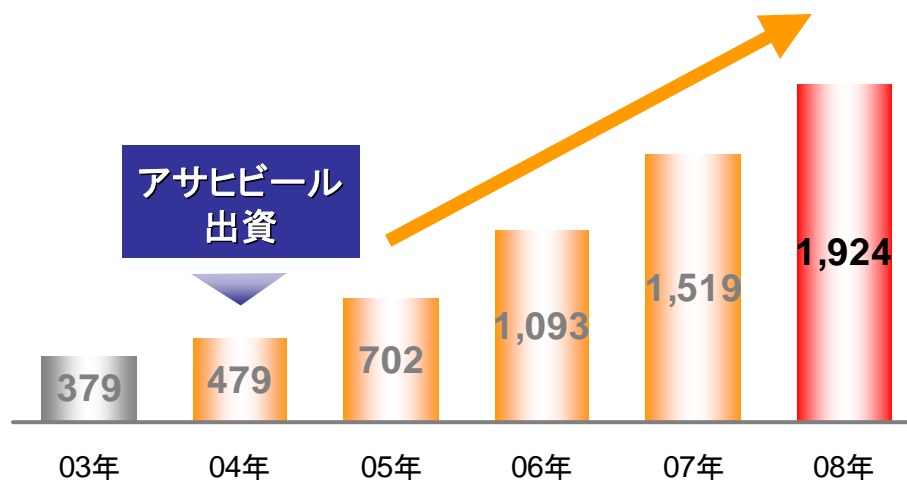
Asahi

康師傅飲品控股有限公司（持分法適用会社）

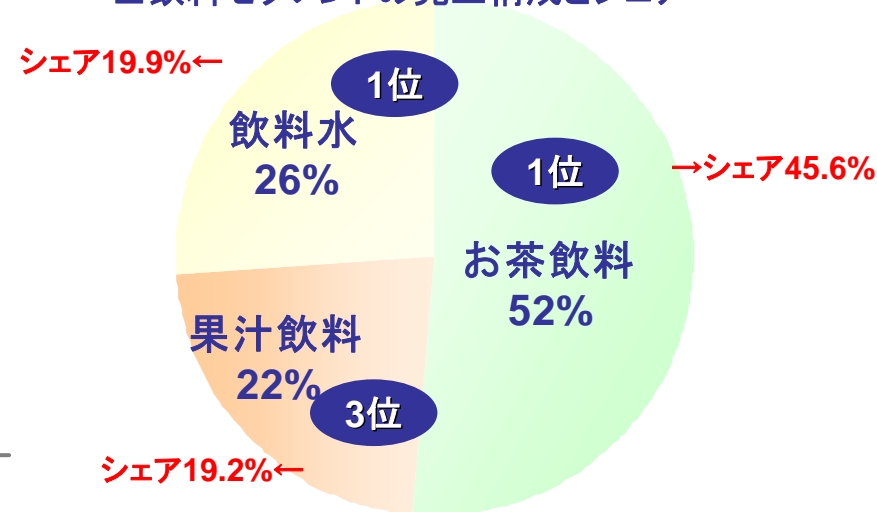
- ◆生産技術・財務管理・戦略構築サポートなどによる業績拡大の支援
 - ◆お茶と飲料水にフォーカスしたカテゴリー戦略の成功（ともにカテゴリーNo. 1）
 - ◆積極的な生産拠点の拡大、設備投資と収益拡大の好循環
- ⇒技術協力の拡大により、高品質の商品体制を確立し、更なる成長路線をサポートする



■康師傅 飲料セグメント売上推移(百万US\$)



■飲料セグメントの売上構成とシェア



＜出所＞構成比: 1-12月売上金額ベース
シェア: ACニールセン
(08年1-12月時点売上数量ベース)



■ CSRの基本的な考え方

- ・CSR活動において、あらゆるステークホルダーを「お客様」と位置付けている。
- ・CSRをお客様満足 (Customer Satisfaction) 向上活動になぞらえ、ステークホルダーの皆様と交流 (Relation) して満足を追求していくこと、つまり「CS+R」を通じて「CSR」を果たしていく。

■ CSR活動における6つの優先取り組み項目

品質の追求

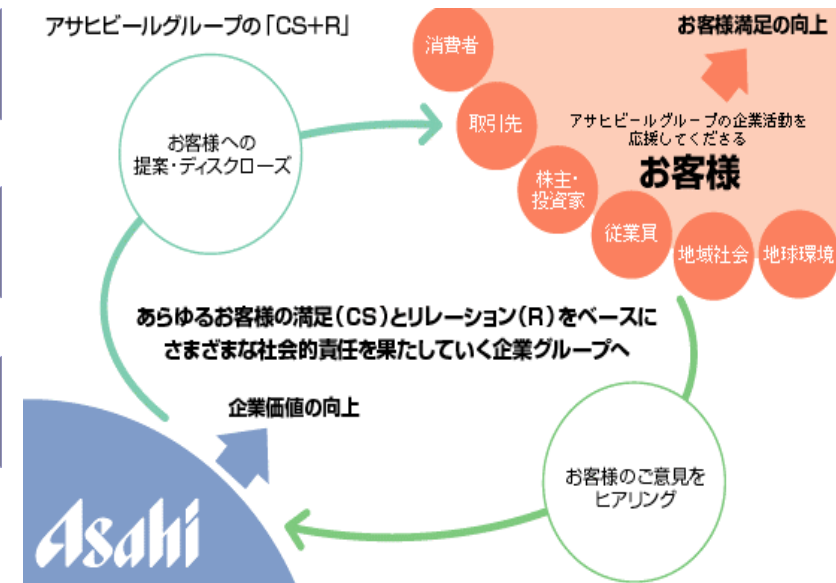
地域社会との共生

環境保全活動

法令・倫理規範の遵守

適正飲酒の啓発活動

適切な情報開示





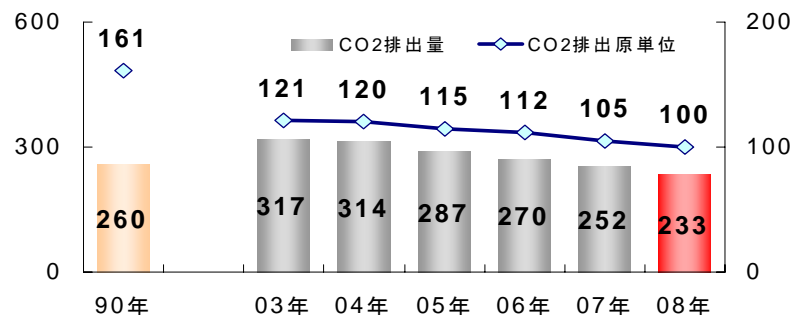
CSR活動（地球環境保全への取り組み）

Asahi

■ 地球温暖化の防止

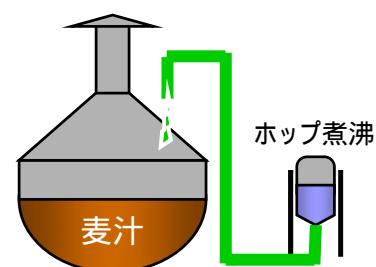
「CO2排出量の削減」

- ・ビール工場のCO2排出原単位38%削減、排出量10%削減（08年/90年比） ※90年→08年の生産数量は約1.4倍



環境に優しい世界初の新技术「PIE煮沸法」を開発
～平成20年地球温暖化防止活動環境大臣表彰を受賞～

- ・ビール醸造における煮沸時間を短縮することにより、煮沸工程で発生するCO2排出量を約30%削減



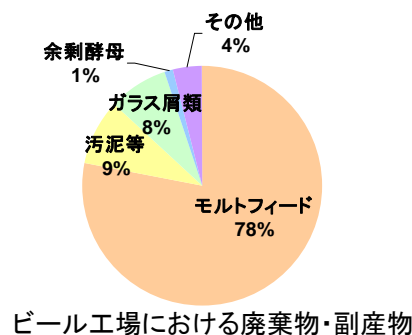
■ 廃棄物発生・排出の抑制

「工場廃棄物 100%再資源化」

- ・1998年国内ビール9工場で廃棄物100%再資源化を達成。
- ・2008年グループ全34工場のうち27工場で廃棄物の100%再資源化を達成。



余剰酵母から製造している
エビオス錠



■ 森林保全活動

社有林「アサヒの森」

- ・広島県庄原市とその周辺に社有林「アサヒの森」を所有
- ・社有林で吸収されるCO₂の量は年間約1万2千トン
- ・産出された間伐材は販促品等に活用

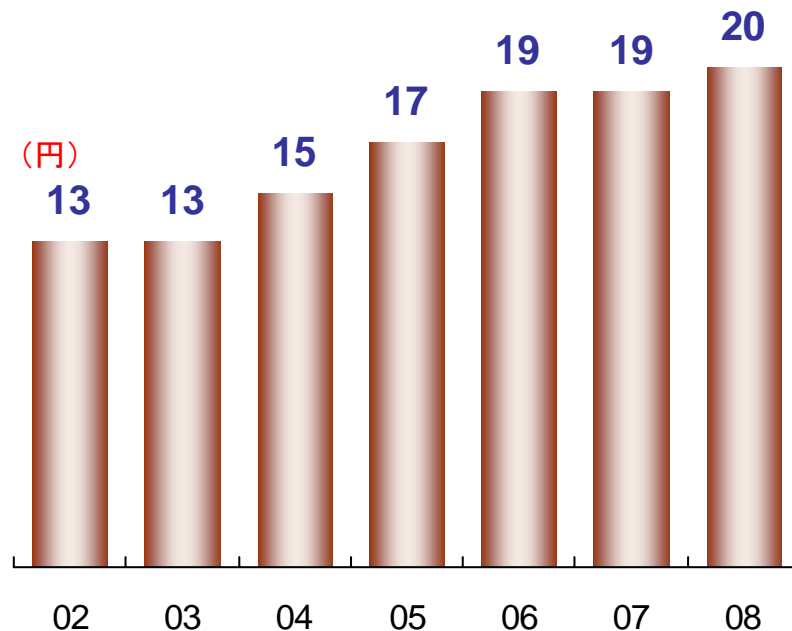




株主還元(配当・自社株買い)

Asahi

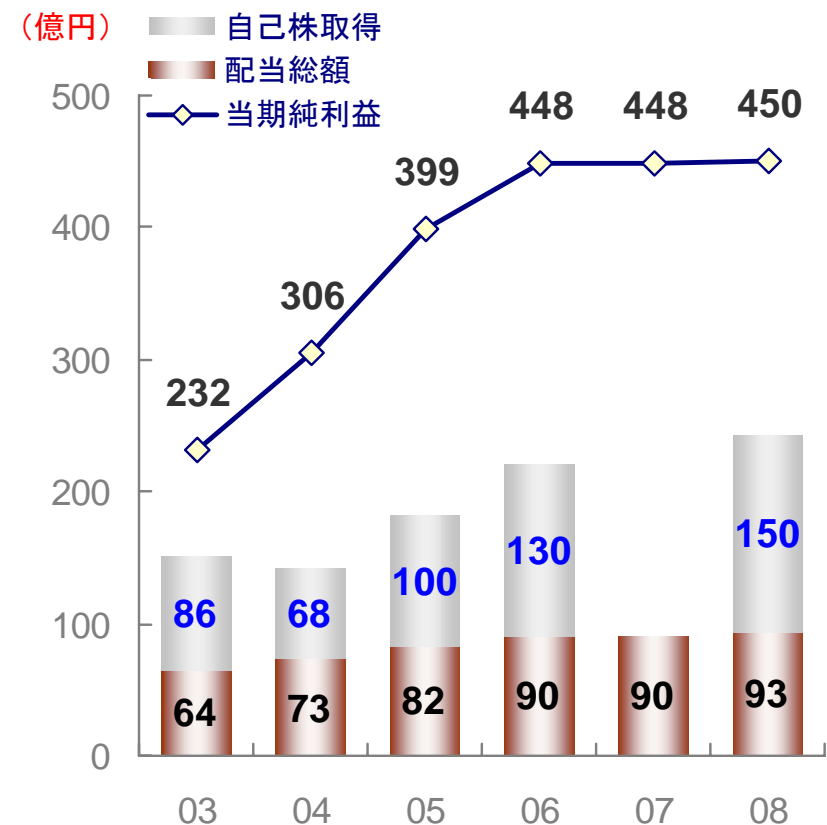
■ 1株あたりの配当金推移と還元方針



【株主還元の基本方針】

継続的、安定的な配当を基本としつつ、連結配当性向20%以上を目処に増配を目指すとともに、自己株式の取得も適宜実施し、総合的な株主還元の充実化を図る。

■ 当期純利益と株主還元の推移



総還元性向	65%	46%	46%	49%	20%	54%
配当性向	27.8%	24.0%	20.7%	20.2%	20.0%	20.8%
配当金/1株	13円	15円	17円	19円	19円	20円

* 総還元性向 = (配当総額 + 自社株取得額) / 当期純利益



株主優待

Asahi

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

選択肢：3つの優待品に環境基金への寄付を加えた4つの選択肢

株主様限定特製ビール

100株以上1,000株未満	1,000円相当
1,000株以上	2,500円相当



アサヒビール 酒類商品詰め合わせ

100株以上1,000株未満	1,000円相当
1,000株以上	2,500円相当



アサヒビールグループ 飲料・食品詰め合わせ

100株以上1,000株未満	1,000円相当
1,000株以上	2,500円相当



アサヒビール環境基金 「水の惑星」へのご参加

100株以上1,000株未満	1,000円寄付
1,000株以上	2,500円寄付





株主・個人投資家向けの取り組み

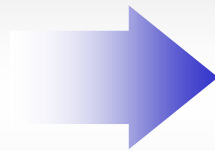
Asahi

■ 単元株の引き下げ 1,000株 → 100株 (2003年9月～)

■ 『株主総会』の改革



・都心のホテルで午後開催 (3月)



・総会後に「株主様フォーラム」を開催

■ 株主・個人投資家向けツールの充実化



インターネット投資家情報サイト→

+「アサヒサポーターひろば」
(個人投資家向けサイト)

+IRニュースメールも配信

←「アサヒスーパーレポート」

(株主様への報告書)

年4回発行

