



『世界品質』で信頼される企業を目指して

2010年6月

Asahi

その感動を、わかちあう。

アサヒビール株式会社

代表取締役 社長

泉谷 直木

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2010年計画.....	2
長期ビジョン2015.....	3
中期経営計画2012の概要.....	4

事業別概況

ビール類シェア推移.....	5
ビール類2009年販売実績.....	6
ビール類の酒税と価格体系比較.....	7
ビールの潜在需要喚起.....	8
糖質ゼロ・オフニーズへの対応強化.....	9
多様化する新ジャンルへの新価値提案.....	10
グループ成長基盤の強化.....	11
国際事業の展開.....	12
中国飲料事業の成長.....	13
青島啤酒股份有限公司への出資.....	14
環境ビジョン2020.....	15

株主様向けの取り組み

株主還元(配当・自社株買い).....	16
株主優待.....	17
株主・個人投資家様向けの取り組み.....	18



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 泉谷 直木
- ◆ 資本金 182,531百万円
- ◆ 従業員 3,719名(単体) 17,316名(連結)
- ◆ グループ会社数 連結子会社:55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)



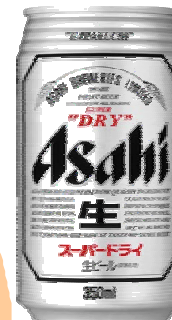
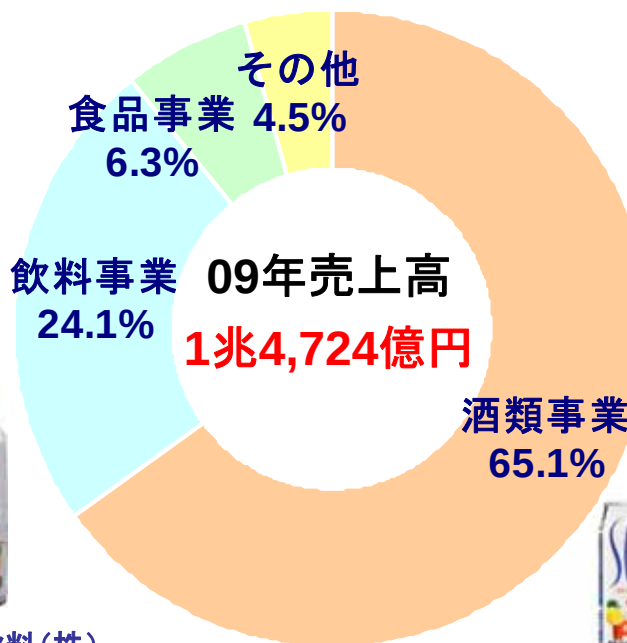
天野実業(株)



アサヒ飲料(株)



(株)エルビー



アサヒビール(株)



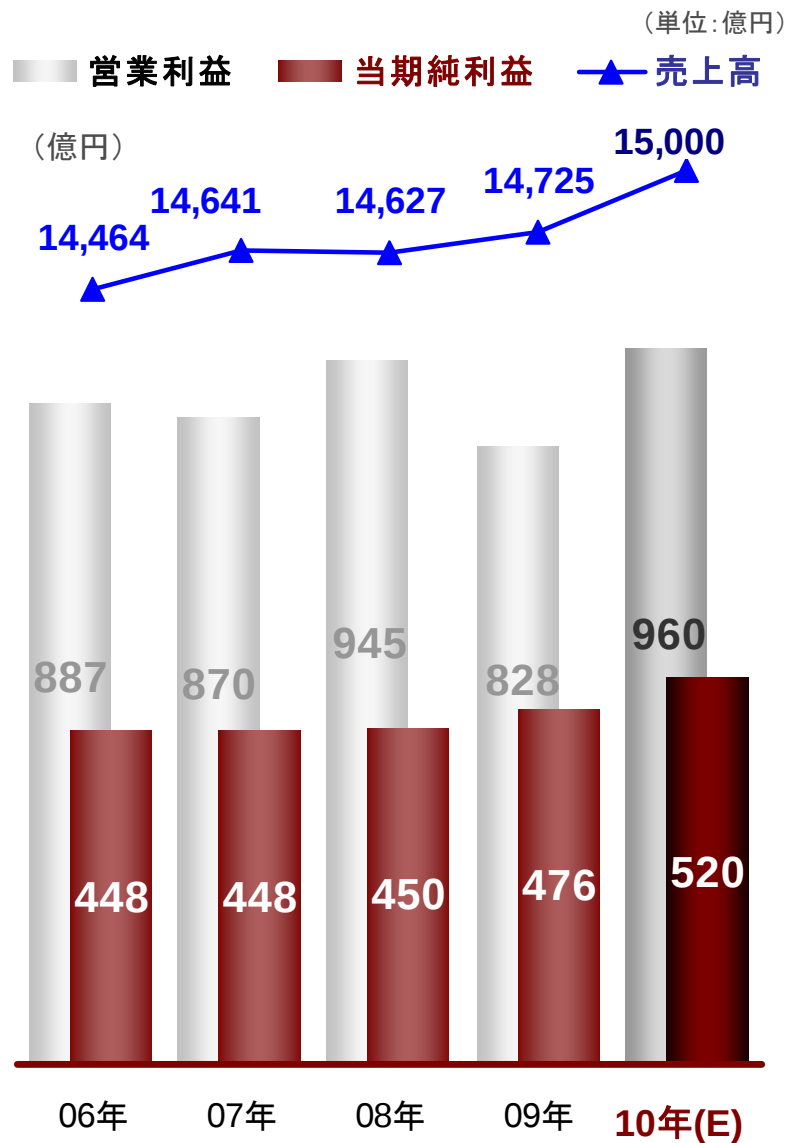
ニッカウヰスキー(株)





業績推移と2010年計画

Asahi



(単位: 億円)

	10年目標	09年実績	前年比(率)	
酒類事業	9,715	9,855	140	1%
飲料事業	3,089	2,969	+120	+ 4%
食品・薬品事業	1,031	963	+68	+ 7%
国際事業	1,020	785	+235	+ 30%
その他	145	153	8	5%
売上高合計	15,000	14,725	+275	+ 2%
酒類事業	860	785	+75	+ 10%
飲料事業	100	80	+20	+ 26%
食品事業	47	37	+10	+ 27%
国際事業	12	28	+40	-
その他	59	46	13	-
(のれん等償却費)	(77)	(71)	6	-
営業利益合計	960	828	+132	+ 16%
持分法損益	95	85	+10	+ 12%
経常利益	1,010	905	+105	+ 12%
特別損益	95	25	70	-
当期純利益	520	476	+44	+ 9%



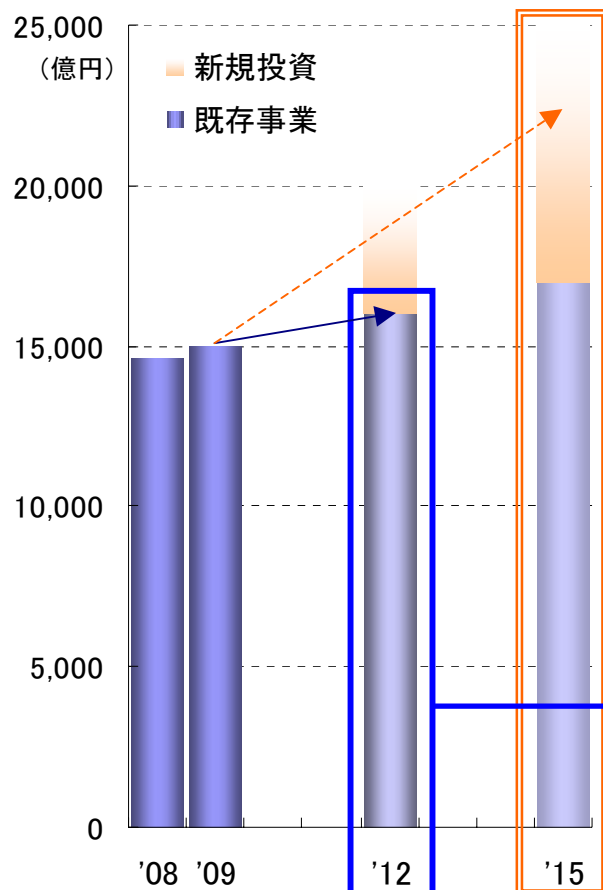
長期ビジョン2015

Asahi

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。

- ・自然由来の素材を活かした“ものづくり力”を強みとして、お客様満足を追求する
- ・あらゆる企業品質を世界で通用するレベルに高め、それぞれの地域にローカライズすることで信頼を獲得する

■中長期売上ガイドライン



<長期ビジョン2015>

◆ 売上高で2兆～2.5兆円を達成し、グローバル食品企業トップ10レベルの事業規模を目指す

- ・既存事業の安定的な成長に加えて国内外の事業投資を拡大する
- ・海外事業の売上構成比は20～30%程度を目処とする

◆ EBITDA／売上高比率で12%以上を目指す

- ・国内酒類事業を中心に既存事業の収益性向上を図る
- ・新規の事業投資でもEBITDA／売上高比率で10%以上を目指す

※EBITDA＝経常利益＋支払利息＋減価償却費（のれん等償却費含む）

<中期経営計画2012>

◆ 長期ビジョン達成に向けて、既存事業の収益性向上を図る



中期経営計画2012の概要

Asahi

■ 長期ビジョンの達成を目指して、既存事業の収益性向上を図る

- 営業利益率は8%（酒税抜き：12%）程度を目指す
 - ・酒類事業は成長を前提とせず、営業利益率で10%（酒税抜き：18%）以上を目指す
 - ・飲料・食品・国際事業では、安定的な成長と共に営業利益率で5%以上を目指す
- 持分法投資利益は年平均15%以上の成長を目指す
 - ・「康師傅飲品」、「青島ビール」で市場平均を上回る成長をサポートする
- 当期純利益は650億円を目指す（※のれん等償却前：約764億円）

■ 長期ビジョンの達成を目指して、国内外での資本・業務提携を推進する

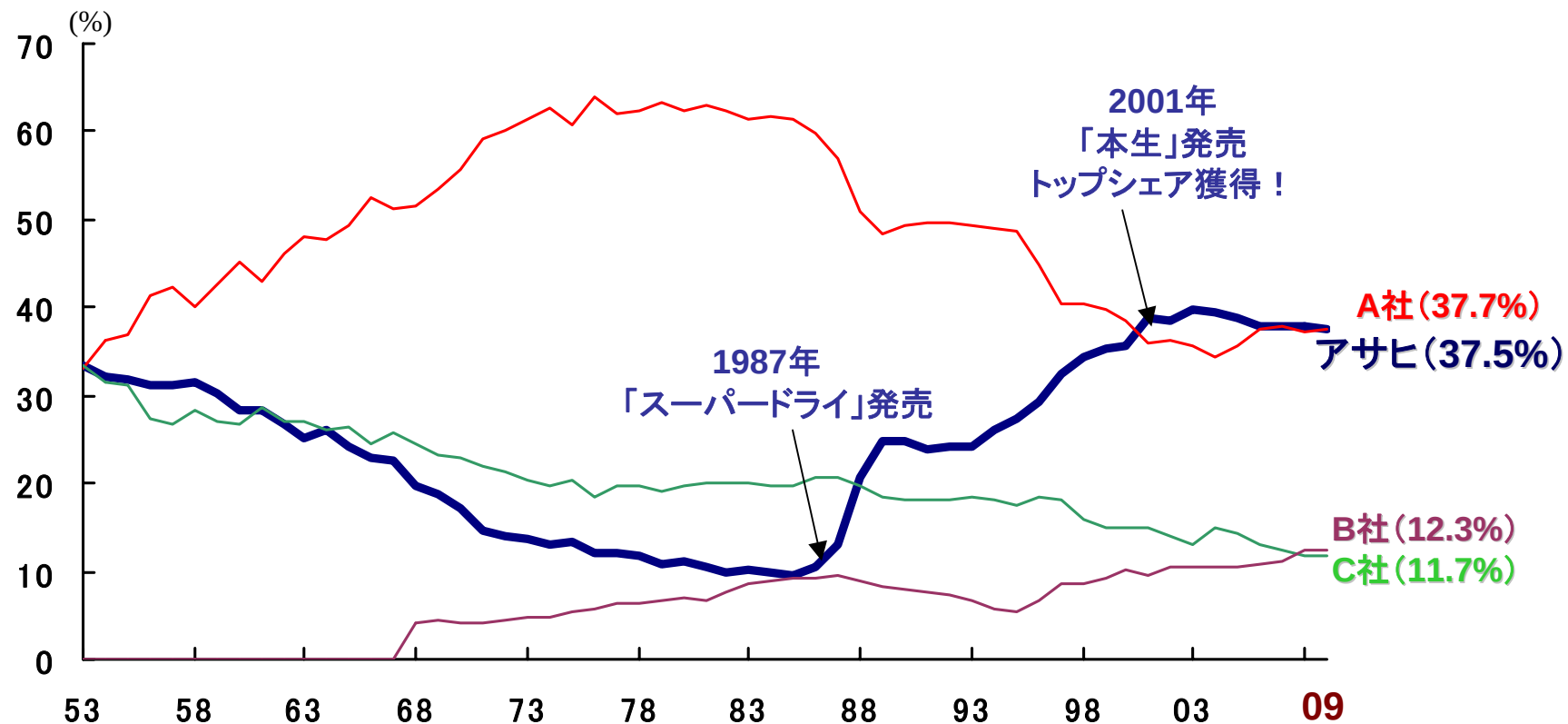
	国内	海外	提携の方向性
酒類事業	個別案件毎に精査	アジア・オセアニア地域中心	◆長期的ビジネスパートナーとの国際ネットワーク構築
飲料事業	業界再編	アジア・オセアニア地域中心	◆ブランド、チャネル等の補完による競争力強化 ◆長期的ビジネスパートナーとの国際ネットワーク構築
食品事業	個別案件毎に精査	個別案件毎に精査	◆将来の食品事業の核となる事業基盤整備を検討



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)





ビール類 2009年販売実績

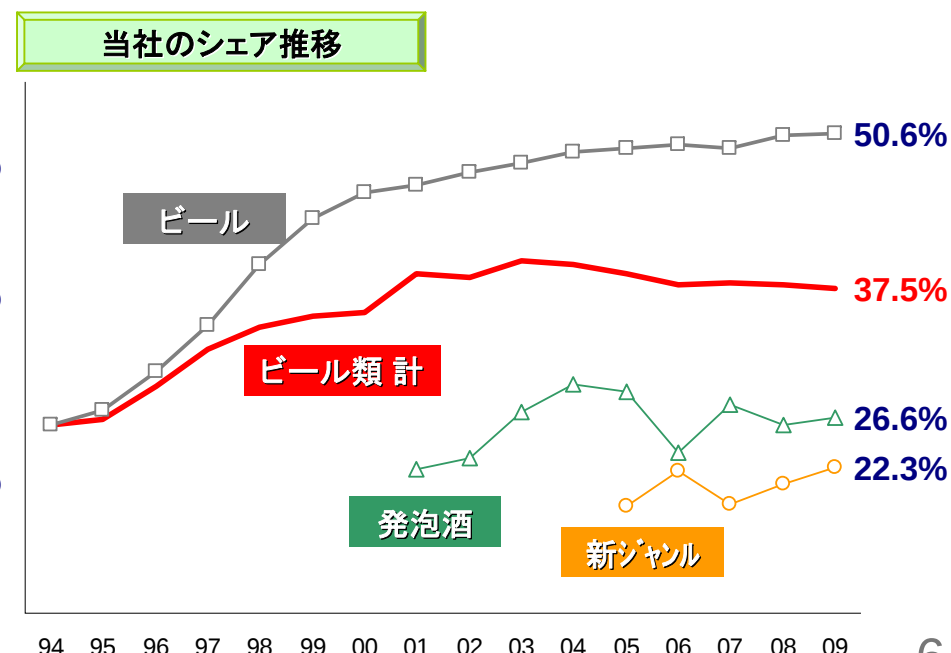
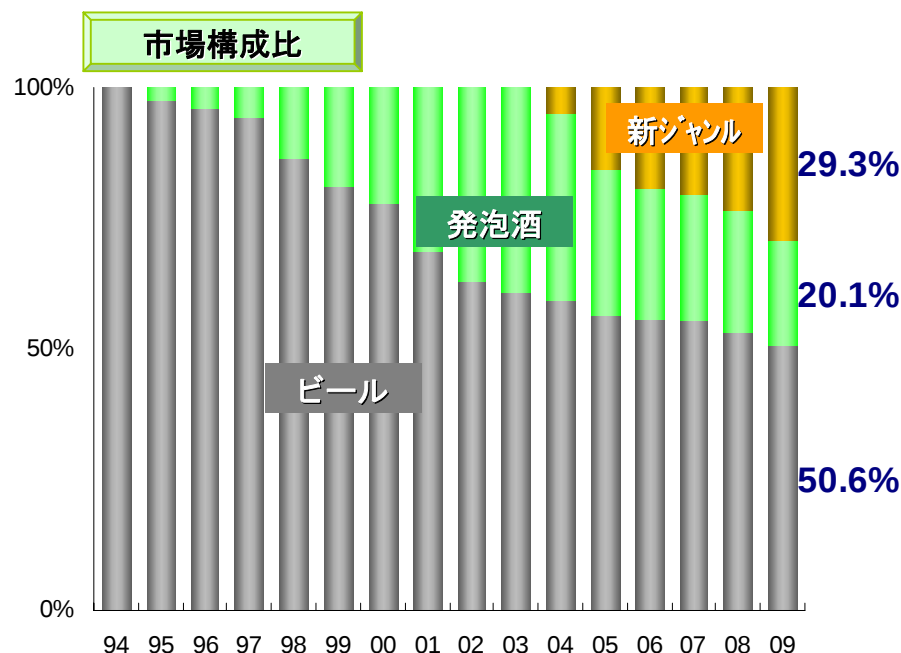
Asahi

■ ビール類 課税数量実績 (09年1-12月)

(単位: 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	23,904	6.7%	50.6%	12,098	6.4%	50.6%	+ 0.1%
発泡酒	9,488	15.6%	20.1%	2,527	13.4%	26.6%	+ 0.7%
新ジャンル	13,859	+ 21.4%	29.3%	3,095	+29.7%	22.3%	+ 1.4%
合 計	47,251	2.1%	-	17,720	2.8%	37.5%	0.3%

■ カテゴリー別構成比とシェア推移

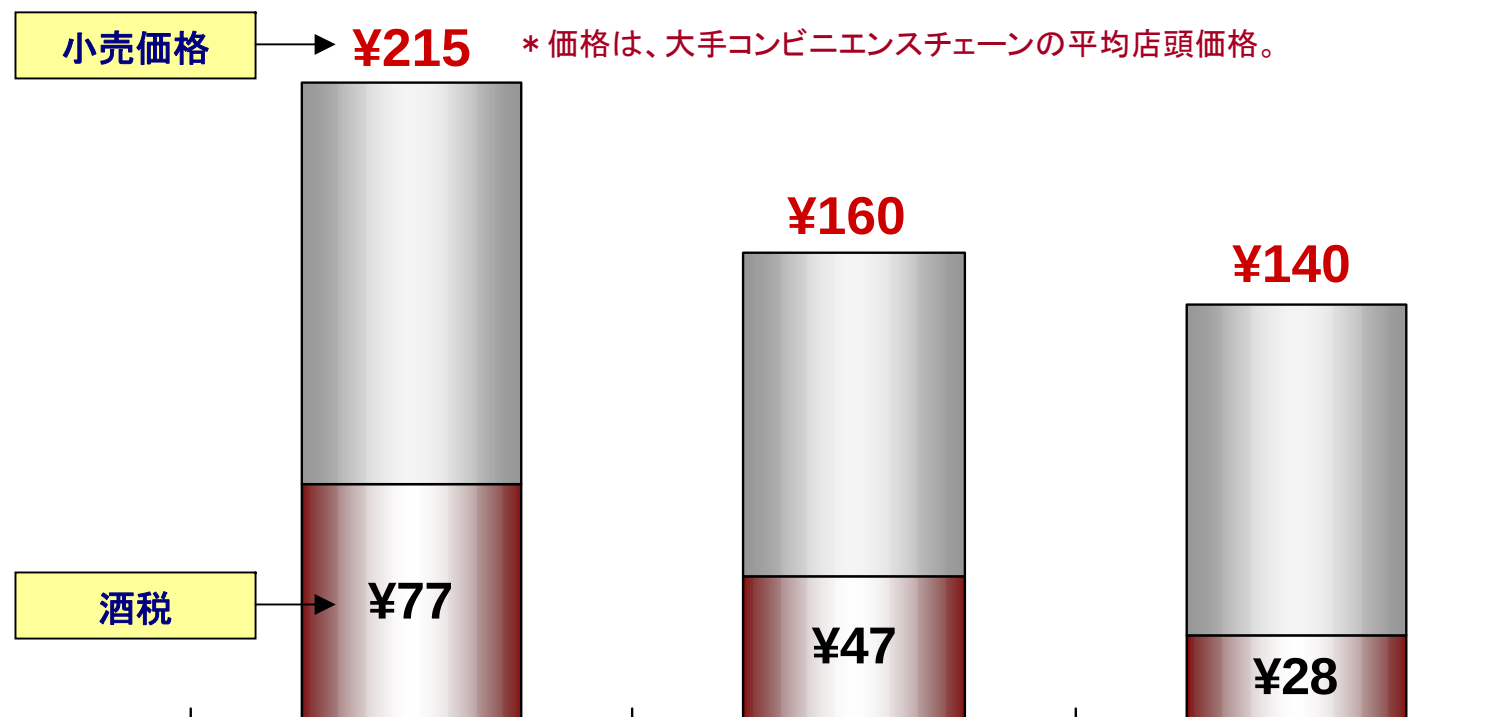




ビール類の酒税と価格体系比較

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% or 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% →



ビールの潜在需要喚起

Asahi

アサヒスーパードライ

既存メインユーザーのロイヤルティ向上に加えて、潜在ユーザーの需要を喚起する

既存メインユーザーのロイヤルティ向上

「うまい！を明日へ！」 プロジェクト



3月～ 第3弾実施
09年～累計寄付金額
10億9,645万460円

バンクーバー五輪販促



「都会的」「男性的」なイメージを 訴求したブランディング広告



潜在ユーザーの需要喚起



新機軸の飲み方提案 エクストラ・コールド





糖質ゼロ・オフニーズへの対応強化

Asahi

アサヒスタイルフリー

糖質ゼロ・オフカテゴリーのトップブランドを目指す

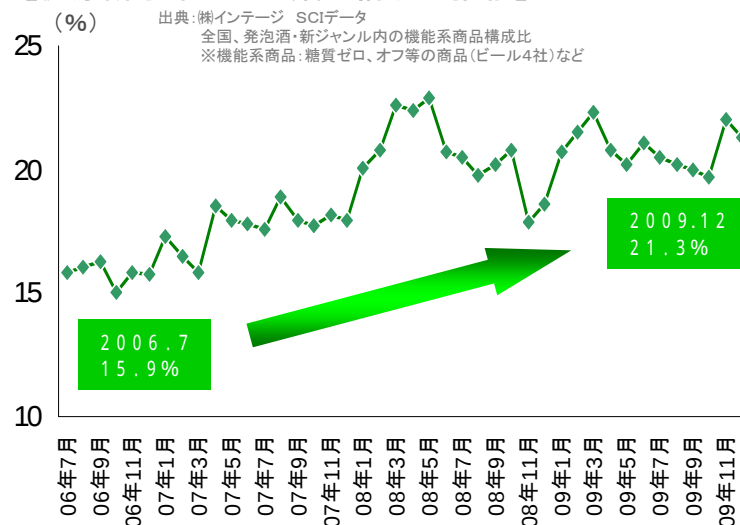
「おいしさと糖質ゼロ」を訴求した広告・販促展開を強化



TVCMと連動した
消費者キャンペーン



【健康訴求系ビール類の構成比推移】



アサヒオフ

クオリティアップにより「糖質オフ+プリン体オフ」を訴求しトライアルを獲得



1月下旬製造～
クオリティアップ

消費者キャンペーン
「さあ、offを楽しもう！」

ターゲットサンプリング

新たな広告展開による
商品特性の訴求





多様化する新ジャンルへの新価値提案

Asahi

クリアアサヒ

「麦の新ジャンル 2年連続売上No.1」を訴求した広告販促展開



1月下旬製造～
クオリティアップ

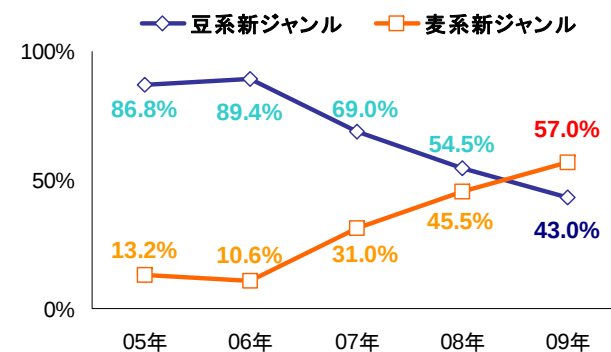
消費者キャンペーン

大規模サンプリング

アクティブな広告を
過去最大級出稿



【新ジャンル内構成比推移】



※麦系新ジャンル：<リキュール(発泡性)>
豆系新ジャンル：<その他の醸造酒(発泡性)>

アサヒストロングオフ

「高アルコール」と「糖質オフ」を両立した新価値提案による市場活性化

満足感
アルコール分由来の
「グッとくる飲みごたえ」

高アルコール新ジャンルに求められている価値

糖質オフという価値付加
「スッキリとした味わい」

既存高アルコール新ジャンルの課題

味覚面での課題
スッキリ感がない

ストロングオフ
3/24 新発売

アルコール7%
×
糖質60%オフ





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 73%

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)

コンケンブリュワリー (タイ)

モルソンクアーズ (カナダ)

ヘテ飲料 58%

★韓国 No.3 飲料会社への出資

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

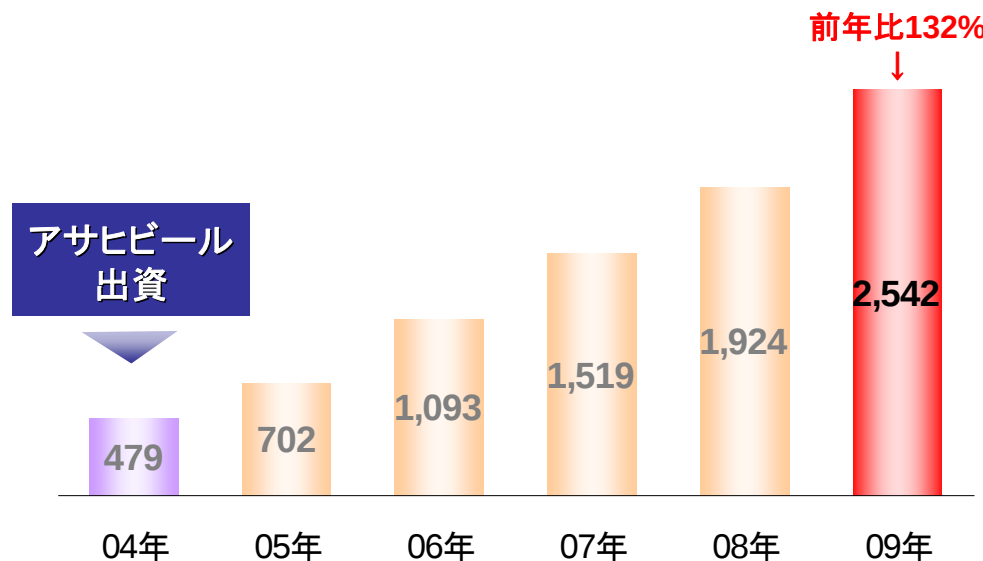
Asahi

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
 - ◆お茶と水にフォーカスしたカテゴリー戦略の成功（お茶・水ともにNo. 1）
 - ◆コストの効率化と積極的な広告販促費の投入により着実に売上・利益を拡大
- ⇒技術協力に加えマーケティングなど協力領域を拡大し、更なる成長路線をサポートする

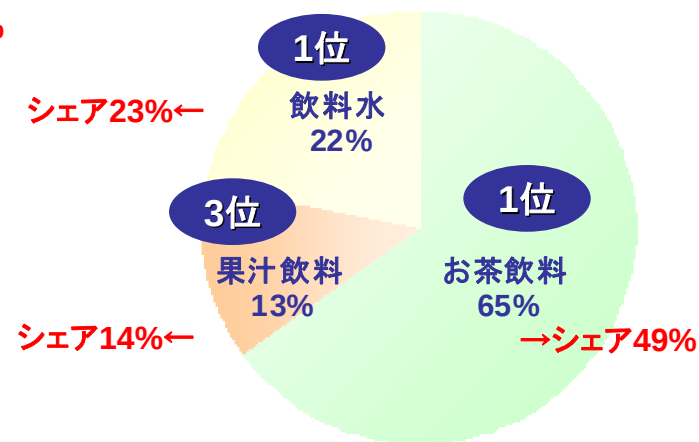


■康師傅 飲料セグメント売上推移(百万US\$)



アサヒビール
出資

■飲料セグメントの売上構成とシェア



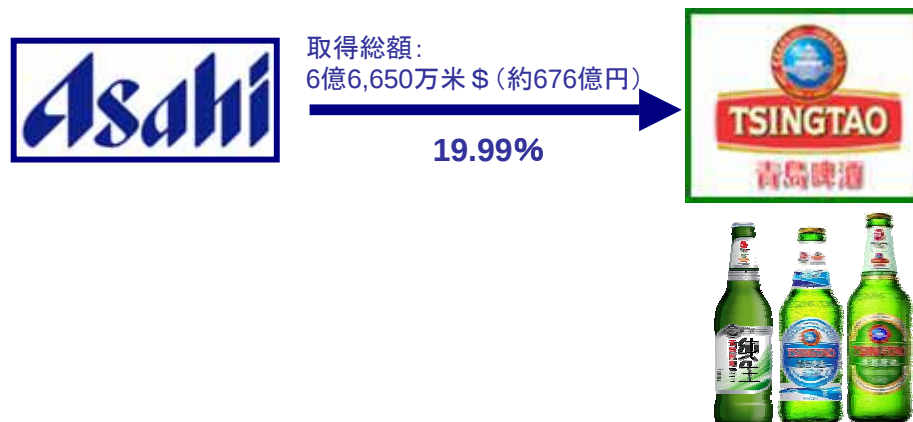
＜出所＞ 構成比: 09年1-12月売上金額ベース
シェア: ACニールセン (09年4月-10年3月)



青島啤酒股份有限公司への出資

Asahi

◆青島啤酒股份有限公司への出資(09年4月)



◆戦略パートナーシップの方向性

①中国の既存ビール事業の収益性改善

→OEM受託・販売委託のスキーム、原材料の共同調達

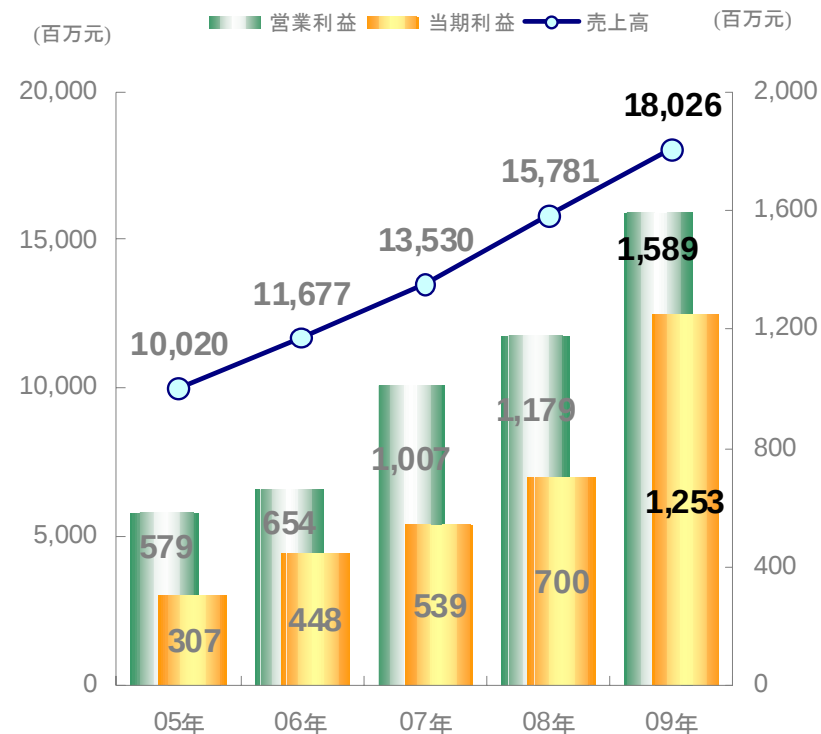
②青島ビールの成長戦略へのサポート

→製造技術、品質管理、資産管理分野での協力・サポート

③アサヒビールブランドの中国でのプレゼンス拡大

→青島ビールの製造拠点・販売網を活用した事業展開を検討

<青島啤酒股份有限公司 業績推移>



※純利益は、少数株主持分を差し引いた数値です。





環境ビジョン2020 ～自然の恵みを明日へ～

Asahi



低炭素社会の構築 CO₂を減らそう

全ての事業拠点でCO₂を30%削減

- 国内グループ全35社450拠点でCO₂削減
- 世界初の新技術「PIE煮沸法」を導入
- 製造工程の見直し
- 風力や太陽光など自然エネルギーの活用
(工場や本社ビルなどに自然エネルギーを活用しており、スーパードライ缶350mlの製造には「グリーン電力」を活用)



ヒートポンプ式
自販機



循環型社会の構築 資源を循環させよう

省資源・廃棄物削減の徹底



ゴミゼロのさらなる追求
2011年には全製造拠点で廃棄物・副産物の再資源化100%を達成予定



缶蓋のアルミ使用量を
約9%削減



従来の缶蓋 アルミ使用量を減らした軽量缶



ラベルを短く
薄くして、省資源化

4つのテーマと取り組み事例

商品やサービスを通じて、自然の恵みの大切さをわかりやすく伝えます。



「うまい!を明日へ」
プロジェクト2009年
活動実績



店頭での展開事例

生物がすむ、豊かな川や海を守ります。



「生物多様性宣言」を策定し、実践



生物多様性の保全
自然の恵みを守ろう



小学生対象の
「森の子塾」



高校生対象の「日本の
環境を守る若武者育成塾」

- 「森の子塾」
- 「若武者育成塾」
- 「環境文化講座」
- 「工場エコツアー」

世代別の環境啓発活動の実践



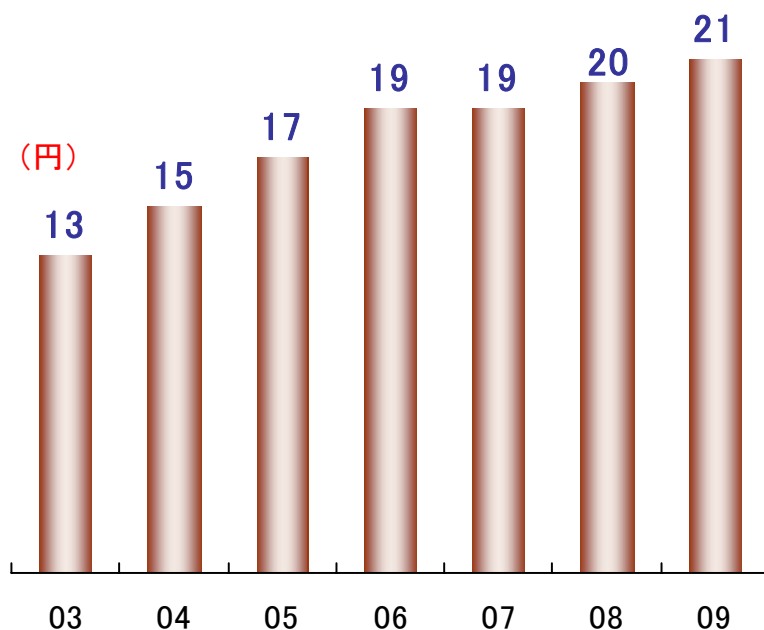
自然の恵みの啓発
自然の恵みの大切さを伝えよう



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

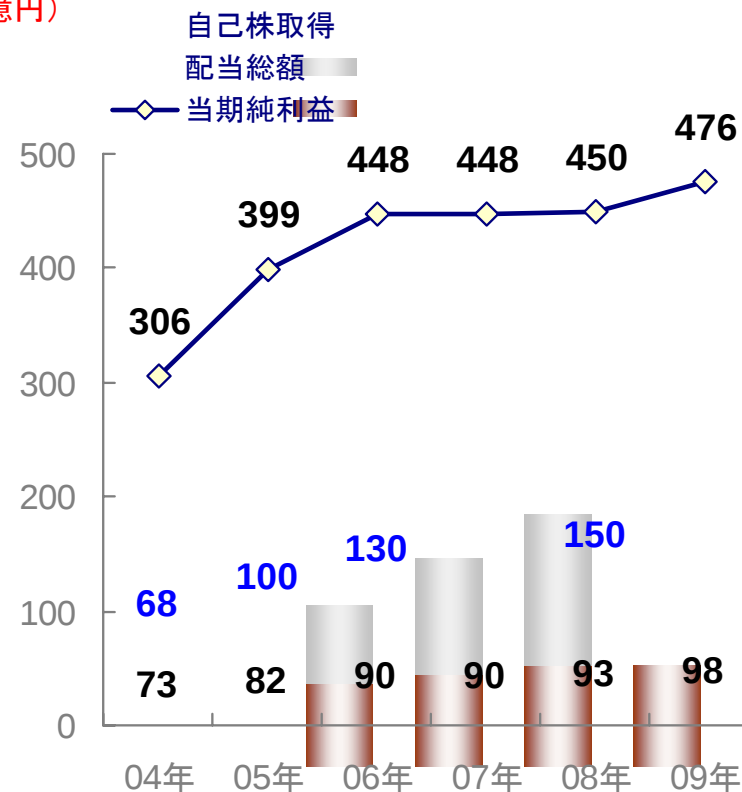


【株主還元の基本方針】

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を鑑み検討し、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

(億円)



総還元性向	46%	46%	49%	20%	54%	21%
配当性向	24.0%	20.7%	20.2%	20.0%	20.8%	20.5%
配当金/1株	15円	17円	19円	19円	20円	21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円相当
1,000株以上	2,500円相当





株主・個人投資家様向けの取り組み

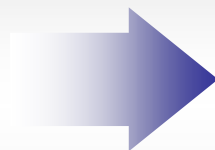
Asahi

■ 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





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。