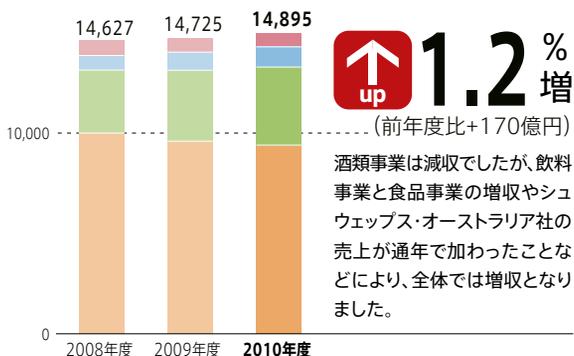


# 連結業績のご報告

財務ハイライト (各年度: 1月1日~12月31日)

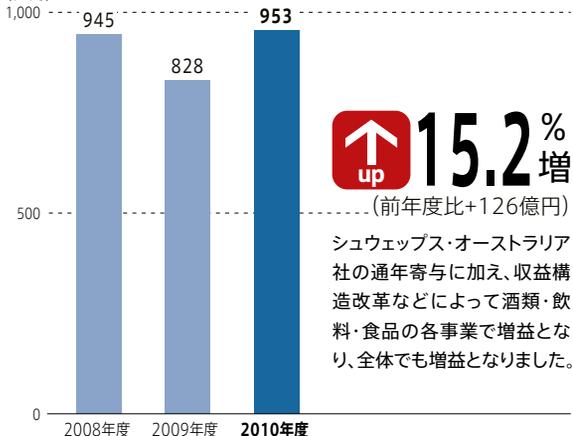
## 売上高

(億円)  
20,000



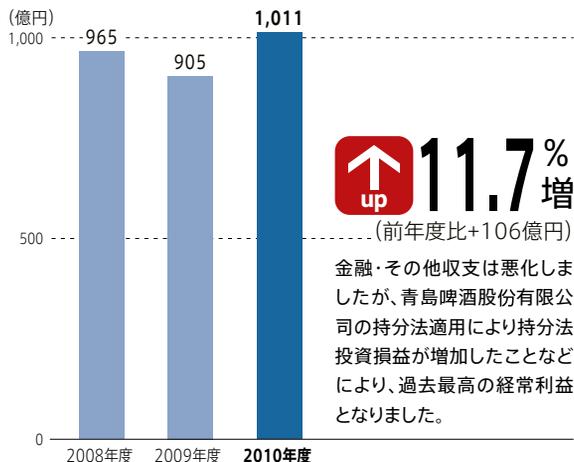
## 営業利益

(億円)  
1,000



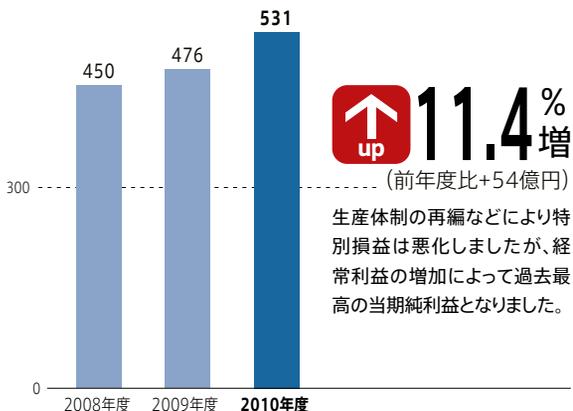
## 経常利益

(億円)  
1,000



## 当期純利益

(億円)  
600



## 連結業績のご報告

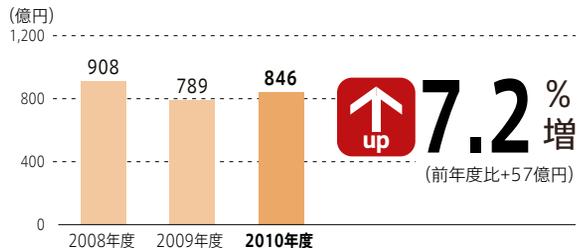
セグメント情報 (各年度:1月1日~12月31日)

### 酒類事業 主な事業会社:アサヒビール(株)

#### 売上高

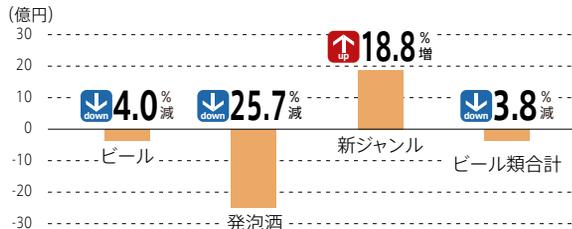


#### 営業利益

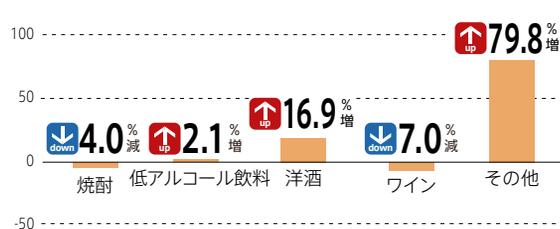


#### カテゴリー別前期比較 [売上高で算出] (%)

##### ビール類



##### 総合酒類



**ビール**▶より幅広いお客様から「アサヒ スーパードライ」へのご支持をいただけるよう、「エクストラコールド」の展開や「うまい!を明日へ!」プロジェクトの継続実施など、情報発信や販売促進活動を展開しました。

**発泡酒**▶“糖質ゼロ”※のパイオニアである「アサヒ スタイルフリー」のクオリティアップや消費者キャンペーンを実施しました。

**新ジャンル**▶「クリア アサヒ」「アサヒ オフ」のブランド強化に取り組むとともに、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み<4VG>」を発売するなど、お客様の多様なニーズに対応する商品を提案しました。

※ 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。

**焼酎**▶「芋焼酎 かのか黒麹仕込み」のリニューアルなど「かのか」ブランドの強化と、5月に発売した「本格芋焼酎 薩摩 こく紫」の販売促進活動に取り組みました。

**低アルコール飲料**▶「アサヒ Slat(すらっと)」など既存商品の充実と、「アサヒ チューハイ果実の瞬間」「アサヒ スパークス」など新たなブランドの育成に取り組みました。

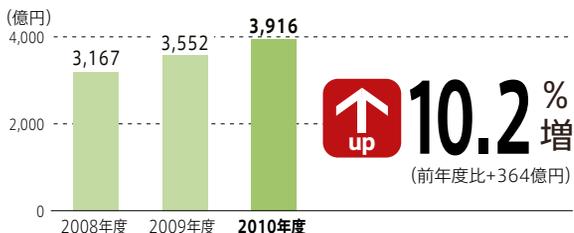
**洋酒**▶ハイボール市場の需要拡大などにより「ブラックニッカ クリアブレンド」の売上が引き続き好調に推移するなど、前期を大幅に上回る売上となりました。

**ワイン**▶「サントネージュ」ブランドの育成や、「ルイ・ラトゥール」「ゾーニン」などを中心に、商品の多彩さを活かした拡販活動に取り組みました。

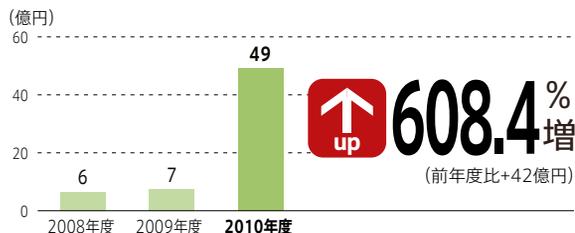
## 飲料事業

主な事業会社：アサヒ飲料(株)、SCHWEPPE AUSTRALIA PTY LIMITED (豪州)、ヘテ飲料 (韓国)

### 売上高



### 営業利益



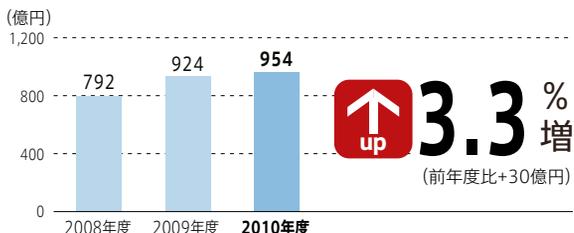
**アサヒ飲料(株)**▶ 基幹ブランドの強化を推進するとともに、5月から糖類ゼロ※の「アサヒ TeaO (ティオ)」を発売するなど市場の活性化にも取り組みました。また、7月から「六甲のおいしい水」を発売し、全体での販売数量は8年連続で伸長しました。

※ 栄養表示基準にもとづき、糖類0.5g(100mlあたり)未満を糖類ゼロとしています。

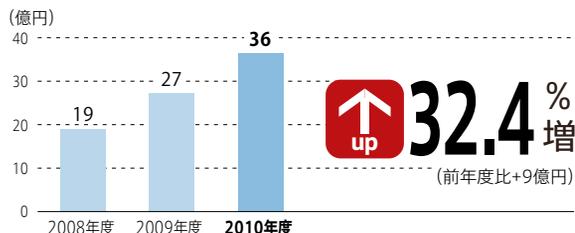
## 食品事業

主な事業会社：アサヒフードアンドヘルスケア(株)、和光堂(株)、天野実業(株)

### 売上高



### 営業利益



**アサヒフードアンドヘルスケア(株)**▶ 基幹ブランドでの新商品・リニューアル商品の継続投入や積極的な広告展開、販売促進活動を実施し、売上を伸ばすことができました。

**和光堂(株)**▶ 既存商品のリニューアルやラインナップの拡充などを継続したことでベビーフード「グーグーキッチン」などが好調に推移し、前期の売上を上回ることができました。

## その他事業

### 売上高



### 営業利益



外食事業と物流事業の業務拡大によって、厳しい環境のなか、前期並みの売上高となりました。