

1. 当四半期の連結業績等に関する定性的情報

(1) 連結経営成績に関する定性的情報

当第1四半期連結累計期間（平成23年1月1日～3月31日）におけるわが国経済は、海外経済の回復などにより持ち直しの動きが見られたものの、3月に発生した東日本大震災の影響などにより引き続き厳しい状況となっております。

酒類業界におきましては、マーケット全体の中長期的な減少や消費者の嗜好の多様化に加えて、東日本大震災の影響などにより、ビール類全体の課税移出数量は前年同期比1.1%減となりました。

このような状況の下、当第1四半期連結累計期間の売上高は2,802億2千3百万円（前年同期比1.4%減）となりました。また、利益につきましては、営業利益は74億1千2百万円（前年同期比98億7千万円増）、経常利益は105億5千2百万円（前年同期比124億3千3百万円増）、四半期純利益は震災に伴う特別損失約69億円を計上し、36億3千5百万円（前年同期比36億3千万円増）となりました。

当四半期のセグメントごとの概況

(単位：百万円)

	売上高	前期増減	前年同期比	営業利益	前期増減	前年同期比
国内酒類	162,656	△4,001	△2.4%	8,767	8,225	—
国内飲料	60,896	2,839	4.9%	△1,463	177	—
国内食品	23,052	1,761	8.3%	1,113	1,031	—
国際酒類飲料等	20,675	△3,645	△15.0%	△601	799	—
その他	12,942	△852	△6.2%	△363	177	—
調整額	—	—	—	△39	△541	—
合計	280,223	△3,897	△1.4%	7,412	9,870	—

(注) 当第1四半期連結会計期間より「セグメント情報等の開示に関する会計基準」（企業会計基準第17号 平成21年3月27日）及び「セグメント情報等の開示に関する会計基準の適用指針」（企業会計基準適用指針第20号 平成20年3月21日）を適用しており、前第1四半期連結累計期間の金額を同基準に準拠し算出して比較しております。

国内酒類事業

国内酒類事業につきましては、主力商品のブランド強化や、新たな需要喚起に向けた活動を徹底するとともに、経営環境の変化に左右されない収益基盤の強化に取り組みました。

(ビール・発泡酒・新ジャンル)

ビールについては、旗艦ブランドである『アサヒスーパードライ』のブランド強化に注力しました。福山雅治氏を起用した広告を継続展開するとともに、2月に広告と連動した“福山雅治氏とのコラボレーションキャンペーンパック”を発売するなど、ブランド価値の向上に向けて情報発信や販売促進活動を積極的に展開しました。

発泡酒については、“糖質ゼロ”※1のパイオニアである『アサヒスタイルフリー』において、「糖質ゼロでおいしい」という特長を訴求した各種販促施策を展開することなどにより、既存ユーザーとの絆をより強めると共に、新たなユーザーの獲得を図りました。

新ジャンルについては、主力ブランドである『クリアアサヒ』において、クオリティアップの実施や2月に“桜デザインパック”を発売するとともに、新たな広告を展開することで、ブランド強化に取り組みました。また多様化するニーズに対応し、3月に“麦100%の新ジャンル”※2『アサヒ一番麦』を新発売し、糖質70%オフ・プリン体80%オフの新ジャンル『アサヒオフ』を加えたラインアップにより、当社新ジャンルブランド群の更なる存在感の向上に努めました。

以上の取り組みを進めた結果、1～2月の売上数量は前年を上回りましたが、東日本大震災により生産・物流拠点の一部を被災し供給面に影響が出たことなどにより、ビール類トータルでは前年同期比1.4%減となりました。

※1 栄養表示基準に基づき、糖質0.5g(100ml当たり)未満を“糖質ゼロ”としております。

※2 麦芽・大麦・スピリッツ(大麦)を使用。ホップ使用量(0.5%未満)を除く。

(焼酎・低アルコール飲料・洋酒・ワイン)

焼酎においては、主力ブランドの『かのか』『大五郎』の桜デザイン商品を展開し、また、『本格焼酎 薩摩こく紫』の飲食店向けのキャンペーンを実施するなど、ブランド育成を図りました。

低アルコール飲料においては、主力ブランドの『アサヒ Slat(すらっと)』『アサヒカクテルパートナー』のブランド育成に注力しました。また、昨年コンビニエンスストア限定で発売したヘビーユーザー向けのブランド『アサヒスパークス』を2月に全業態に販売を拡大するなど、新たな価値の提供にも努めました。

洋酒においては、基幹ブランドの『ブラックニッカクリアブレンド』『竹鶴』のブランド育成・強化に取り組み、特にハイボール人気の高まる中、缶入りの『ブラックニッカクリアハイボール』や、『ブラックニッカクリアブレンド 樽詰めハイボール』の展開を積極的に進めました。

ワインにおいては、輸入ワインの主要価格帯に対してフランスの『ジネスティ』やイタリアの『アンティノリ』といった既存ブランドに加え、フランス・ローヌ地方のブランド『ニコラ・ペラン』などの新商品を発売し品揃えの充実を図りました。

3月の東日本大震災では、焼酎・洋酒・ワインの製造拠点においては大きな被害はなかったものの、一部の商品については、資材の供給や物流面での影響により販売を休止しました。また、低アルコール飲料では製造・物流拠点の一部が被災し、主力商品の大半を販売休止とした結果、ビール類以外のカテゴリー合計の売上高は前年同期比3.5%減となりました。

以上の結果により、国内酒類事業の売上高は、前年同期比2.4%減の1,626億5千6百万円となりました。また、営業利益は、主に広告・販促費の抑制などにより、前年同期に比べ82億2千5百万円増加し、87億6千7百万円となりました。

国内飲料事業

国内飲料事業につきましては、中核会社である「アサヒ飲料株式会社」が、主力ブランドである『ワnda』『三ツ矢』『十六茶』を中心としたブランドの強化・育成を積極的に進め、成長基盤の更なる磐石化を目指しました。東日本大震災の影響などにより『三ツ矢』は前年を下回ったものの、2月にリニューアル発売した『十六茶』や、新商品の発売と消費者キャンペーンの効果で主力ブランドが活性化し『ワnda』は好調に推移しました。また昨年7月に発売した『六甲のおいしい水』の上乗せ効果に加え、ミネラルウォーターやお茶において震災による需要増が発生したことなどにより、同社の売上数量は、前年同期比11.3%の増加となりました。

以上の結果、国内飲料事業の売上高は、前年同期比4.9%増の608億9千6百万円となりました。営業損益は、主に販売数量の増加やペットボトル内製化比率の向上などコスト削減の取り組みにより、前年同期比1億7千7百万円増加し、14億6千3百万円の損失となりました。

国内食品事業

「アサヒフードアンドヘルスケア株式会社」については、指定医薬部外品『エビオス』やサプリメント『ディアナチュラ』等の主要商品が、前年同期比2桁増を達成したことに加え、ダイエットサポート食品『スリムアップスリム』や栄養調整食品『1本満足バー』等も大幅増となったことなどにより、売上高を、前年より伸ばすことができました。

また、「和光堂株式会社」については、主力のベビーフードがレトルトパウチ食品『グーグーキッチン』のアイテム拡充などにより引き続き好調に推移し、前年の売上を上回りました。

「天野実業株式会社」については、流通販売事業において『フリーズドライ味噌汁』や『にゅうめん』等の主力商品がスーパー等の量販店で大幅増になったことに加えて、通信販売事業において顧客の購入単価が向上したことなどにより、売上高は引き続き拡大いたしました。

以上の結果、国内食品事業の売上高は、3月の東日本大震災により、一部の製造・物流拠点への被災を受けたものの、各社の主力商品のブランド強化に取り組んだことに加え、震災による需要増が発生したことなどにより、前年同期比8.3%増の230億5千2百万円となりました。営業利益は、「アサヒフードアンドヘルスケア株式会社」における広告・販促費の抑制などにより、前年同期に比べ10億3千1百万円増加し、11億1千3百万円となりました。

国際酒類飲料等事業

国際酒類飲料等事業につきましては、重点市場である中国において「青島啤酒股份有限公司」との戦略的パートナーシップの強化による青島ブランドの受託製造量の増加に加え、アサヒブランドの販売数量が前年を大きく上回るなど、好調に推移しております。また、アジア・オセアニア市場をはじめ中国以外の各地域でも、現地のパートナーとの提携を強化することにより『アサヒスーパードライ』のブランド力の強化に取り組みました。特に、韓国、タイ、オーストラリアにおいては、販売数量が計画を上回るなど、海外市場における『アサヒスーパードライ』の販売は好調に推移しています。

国際飲料事業につきましては、豪州において「SCHWEPES AUSTRALIA PTY LIMITED」では主要商品を中心にブランド強化のための投資を進めるとともに、販売体制強化や生産面、物流面での効率化を図るなど事業基盤の強化を図りました。

以上の結果、中国やオーストラリアの売上高は堅調に推移しておりますが、1月に売却しました韓国飲料事業の売上高がなくなったことなどにより国際事業全体の売上高は、前年同期比 15.0%減の 206 億 7 千 5 百万円となりました。営業損益は、中国ビール事業の収益性の向上と韓国飲料事業の売却に伴う収益の改善などがあり、前年同期に比べ 7 億 9 千 9 百万円増加し、6 億 1 百万円の損失となりました。

その他事業

外食、卸等その他事業については、売上高は前年同期比 6.2%減少の 129 億 4 千 2 百万円となりました。一方、営業損益は前年同期比 1 億 7 千 7 百万円改善し、3 億 6 千 3 百万円の損失となりました。

(2) 連結財政状態に関する定性的情報

(資産、負債及び純資産の状況)

当第1四半期連結会計期間末の総資産は、前連結会計年度末に比べて 720 億 9 百万円減少しております。これは、主として当社の売上高が季節により大きく変動することによるもので、第1四半期の売上高規模は最も小さいため、売上債権が最も多い会計年度末に比べ大幅に減少することによるものです。(なお、売上債権の前第1四半期連結会計期間末との比較では 2.3%減程度の差であり、異常値ではありません。)

負債は、前連結会計年度末に比べて 721 億 9 千 5 百万円減少しております。これも、主に季節要因にかかるもので、第1四半期の売上高規模により未払酒税や買掛金などが期末に比べ大きく減少することや法人税の支払による未払法人税等の減少などによるものです。一方で第1四半期は、支出超過傾向となるため、金融債務(短期借入金、1年内償還予定の社債、コマーシャル・ペーパー、社債、長期借入金の合計)は前連結会計年度末に比べ増加しております。

純資産は、前連結会計年度末に比べ 1 億 8 千 6 百万円増加しております。これは、配当金支出により利益剰余金が減少したものの、当期純利益の影響や為替換算調整勘定が増加したことなどによるものです。

この結果、自己資本比率は、前連結会計年度末の 43.6%から 45.9%に増加しました。

(キャッシュ・フローの状況)

当第1四半期連結累計期間末における現金及び現金同等物の残高は 185 億 8 千 7 百万円となり、前連結会計年度末に比べて 77 億 7 千 3 百万円増加しております。

営業活動によるキャッシュ・フローは 313 億 5 千 3 百万円の支出となりました。これは、主に第1四半期は売上高が最も少ない時期で事業収入が少ない一方で、売上規模の大きい会計年度末に計上した未払酒税など債務の支払や法人税の支払など支出項目が多いという季節的な要因によるものです。

投資活動によるキャッシュ・フローは、有形固定資産の取得や投資有価証券の取得などの支出を行い、72 億 4 千 2 百万円の支出となりました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、462 億 8 千 1 百万円の収入となりました。これは、主に配当金の支出や営業活動及び投資活動の支出資金を短期借入金などで調達したことによるものです。

(3) 連結業績予想に関する定性的情報

平成 23 年度の通期の業績につきましては、平成 23 年 2 月 8 日に公表しました業績予想から変更ありません。

2. その他の情報

(1) 重要な子会社の異動の概要

該当事項はありません。

(2) 簡便な会計処理及び特有の会計処理の概要

① 簡便な会計処理

・一般債権の貸倒見積高の算定方法

一部の連結子会社は、当第1四半期連結会計期間末の貸倒実績率等が前連結会計年度末に算定したものと著しい変化がないと認められるため、前連結会計年度末の貸倒実績率を使用して貸倒見積高を算定しております。

・繰延税金資産及び繰延税金負債の算定方法

繰延税金資産の回収可能性の判断に関しては、前連結会計年度末以降に経営環境等、かつ、一時差異等の発生状況に著しい変化がないと認められるので、前連結会計年度において使用した将来の業績予測やタックス・プランニングを利用する方法によっております。

・棚卸資産の評価方法

当社及び一部の連結子会社は、棚卸資産の簿価切下げに関しては、収益性の低下が明らかなものについてのみ正味売却価額を見積り、簿価切下げを行う方法によっております。

② 四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理

税金費用の計算

税金費用については、当連結会計年度の税引前当期純利益に対する税効果会計適用後の実効税率を合理的に見積り、税引前四半期純利益に当該見積実効税率を乗じて計算する方法を採用しております。

なお、法人税等調整額は、法人税等を含めて表示しております。

(3) 会計処理の原則・手続、表示方法等の変更の概要

① 「持分法に関する会計基準」および「持分法適用関連会社の会計処理に関する当面の取扱い」の適用

当第1四半期連結会計期間より、「持分法に関する会計基準」（企業会計基準第16号 平成20年3月10日公表分）および「持分法適用関連会社の会計処理に関する当面の取扱い」（実務対応報告第24号 平成20年3月10日）を適用しております。

これによる損益に与える影響はありません。

② 「資産除去債務に関する会計基準」等の適用

当第1四半期連結会計期間より、「資産除去債務に関する会計基準」（企業会計基準第18号 平成20年3月31日）及び「資産除去債務に関する会計基準の適用指針」（企業会計基準適用指針第21号 平成20年3月31日）を適用しております。

これにより、営業利益および経常利益はそれぞれ12百万円減少し、税金等調整前四半期純利益は473百万円減少しております。