

## 第2 【事業の状況】

### 1 【生産、受注及び販売の状況】

#### (1) 生産実績

当第1四半期連結会計期間における生産実績をセグメントごとに示すと、次のとおりであります。

セグメントの名称	数量又は金額	単位	前年同四半期比 (%)
国内酒類	455,945	KL	—
国内飲料	59,901	百万円	—
国内食品	22,572	百万円	—
国際酒類飲料等	19,961	百万円	—
その他	7	百万円	—

(注) 1 金額は、販売価格によっております。

2 国内酒類の生産数量及び国内飲料、国内食品の生産高には、外部への製造委託を含めております。

3 上記の金額には、消費税等は含まれておりません。

4 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)を適用しております。

#### (2) 受注実績

当社では受注生産はほとんど行っておりません。

#### (3) 販売実績

当第1四半期連結会計期間における販売実績をセグメントごとに示すと、次のとおりであります。

セグメントの名称	金額	前年同四半期比 (%)
国内酒類	162,656 百万円	△2.4
国内飲料	60,896 百万円	4.9
国内食品	23,052 百万円	8.3
国際酒類飲料等	20,675 百万円	△15.0
その他	12,942 百万円	△6.2
合計	280,223 百万円	△1.4

(注) 1 セグメント間取引については、相殺消去しております。

2 主な相手先別の販売実績及び当該販売実績の総販売実績に対する割合

相手先	前第1四半期連結会計期間		当第1四半期連結会計期間	
	販売高(百万円)	割合(%)	販売高(百万円)	割合(%)
国分㈱	—	—	29,153	10.4
伊藤忠食品㈱	—	—	29,675	10.6

3 上記の金額には、消費税等は含まれておりません。

4 前第1四半期連結会計期間の国分㈱及び伊藤忠食品㈱については、当該割合が100分の10未満のため記載を省略しました。

5 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)を適用しております。

## 2 【事業等のリスク】

当第1四半期連結会計期間において、新たに認識した事業等のリスクはありません。

また、前事業年度の有価証券報告書に記載した事業等のリスクについて重要な変更はありません。

## 3 【経営上の重要な契約等】

該当事項はありません。

## 4 【財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析】

### (1)業績

当第1四半期連結会計期間（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1四半期連結会計期間の売上高は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1四半期連結会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月に桜デザイン商品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 ホップ(0.5%未満)を除き、麦由来原料[麦芽・大麦・スピリッツ(大麦)]のみを使用していることから“麦100%”としております。

### (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、『本格芋焼酎 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』やイタリアの『アンテイノリ』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『ワンダ』『三ツ矢』『アサヒ十六茶』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『アサヒ十六茶』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、『ワンダ』は好調に推移しました。また昨年7月に発売した『アサヒ六甲のおいしい水』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『エビオス錠』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「SCHWEPPE'S 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酒類飲料等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。

## その他の事業

外食、卸等その他の事業については、売上高は前年同期比6.2%減の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)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。

## (3)キャッシュ・フローの状況

当第1四半期連結会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。

当第1四半期連結会計期間におけるキャッシュ・フローの状況は以下のとおりであります。

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。前年同期との比較では、税金等調整前四半期純利益が増加したものの、たな卸資産の増加などによる運転資金の減少や利息及び配当金の受取額の減少、また、法人税等の支払額の増加などにより、130億2千7百万円の支出増となりました。

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により72億4千2百万円の支出となりました。前年同期との比較では、主に、投資有価証券の取得による支出の減少により、39億3千3百万円の支出減となりました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、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り462億8千1百万円の収入となりました。前年同期との比較では、主に、短期借入金の調達額の増加により、180億3千6百万円の収入増となりました。

#### (4) 事業上及び財務上の対処すべき課題

当第1四半期連結会計期間において、当社グループが対処すべき課題について重要な変更はありません。

なお、当社は財務及び事業の方針の決定を支配する者の在り方に関する基本方針を定めており、その内容等（会社法施行規則第118条第3号に掲げる事項）は次の通りであります。

##### ①基本方針の内容（概要）

当社では、当社の財務及び事業の方針の決定を支配する者とは、当社グループの企業価値の源泉である“魅力ある商品づくり”“品質・ものづくりへのこだわり”“お客様へ感動をお届けする活動”や有形無形の経営資源、将来を見据えた施策の潜在的効果、その他当社グループの企業価値を構成する事項等、さまざまな事項を適切に把握したうえで、当社が企業価値ひいては株主共同の利益を継続的かつ持続的に確保、向上していくことを可能とする者でなければならないと考えています。

当社は、当社株式について大量買付がなされる場合、当社の取締役会の賛同を得ずに行われる、いわゆる「敵対的買収」であっても、企業価値ひいては株主共同の利益に資するものであれば、これを一概に否定するものではありません。また、株式会社の支配権の移転を伴う買付提案に応じるかどうかの判断も、最終的には株主全体の意思に基づき行われるべきものと考えています。

しかしながら、株式の大量買付のなかには、その目的等から見て企業価値ひいては株主共同の利益に対する明白な侵害をもたらすもの、株主に株式の売却を事実上強要するおそれがあるもの、対象会社の取締役会や株主が株式の大量買付の内容等について検討し、あるいは対象会社の取締役会が代替案を提案するための十分な時間や情報を提供しないもの、対象会社が買収者の提示した条件よりも有利な条件をもたらすために買収者との交渉を必要とするものなど、対象会社の企業価値ひいては株主共同の利益に資さないものも少なくありません。

このように当社株式の大量買付を行う者が、当社グループの企業価値の源泉を理解し、中長期的に確保し、向上させられる者でなければ、当社グループの企業価値ひいては株主共同の利益は毀損されることとなります。

そこで当社は、このような当社グループの企業価値ひいては株主共同の利益に反する大量買付に対し、それを抑止するための枠組みが必要不可欠であると考えます。

##### ②基本方針実現のための取組み（概要）

###### (a) 基本方針の実現に資する特別な取組み

当社では、「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」という「長期ビジョン2015」を策定し、それを達成するために平成22年度から「中期経営計画2012」への取組みを開始いたしました。

「中期経営計画2012」では、企業価値向上のために、強みである“ものづくり力”を更に強化するとともに、製品、経営、人材など企業活動全ての品質を世界で通用するレベルに高め、既存事業の収益性向上を柱に、新たな成長軌道の確立を目指していきます。

また、同時にコーポレートブランドステートメントを「その感動を、わかちあう。」と制定し、グループ企業全体でお客様、社会にご提供する価値を明確にいたしました。

当社では、グループ経営理念に規定されている企業としての存在意義に基づき、コーポレートブランドステートメントで示したグループとしての提供価値を追求し、「長期ビジョン2015」の達成に向けた「中期経営計画2012」を着実に実行していくことが、当社グループとステークホルダーとの信頼関係を一層強固に築き上げ、企業価値ひいては株主共同の利益の確保・向上につながるものと確信しております。

また、当社は、上記の諸施策の実行に際し、コーポレートガバナンスの更なる強化を図っていく予定です。

当社においては、平成12年3月30日に執行役員制度を導入したことにより、経営の意思決定と業務執行機能を分離し、業務の迅速な執行を図るとともに、取締役会における監督機能の強化に努めてまいりました。これに加え、社外役員の選任や、取締役会の下部組織であり社外取締役も委員となっている「指名委員会」及び「報酬委員会」の設置により、社外役員によるチェックが機能しやすい体制としております。

なお、株主の皆様に対する経営陣の責任をより一層明確にするため、平成19年3月27日開催の第83回定時株主総会において、取締役の任期を2年から1年に短縮いたしました。

(b) 基本方針に照らして不適切な者によって当社の財務及び事業の方針の決定が支配されることを防止するための取組み<買収防衛策>

当社は、平成22年2月8日開催の取締役会において、①で述べた会社支配に関する基本方針に照らし、「当社株式の大量取得行為に関する対応策（買収防衛策）」（以下「本プラン」という。）の更新を決議し、平成22年3月26日開催の第86回定時株主総会において、本プランの更新につき承認を得ております。

本プランは、以下のイ又はロに該当する買付等がなされる場合を適用対象とします。

イ. 当社が発行者である株券等について、保有者の株券等保有割合が20%以上となる買付等

ロ. 当社が発行者である株券等について、公開買付けに係る株券等の株券等所有割合及びその特別関係者の株券等所有割合の合計が20%以上となる公開買付け

当社の株券等について買付等が行われる場合、当該買付等を行う買付者等には、本プランの手続を遵守する旨の誓約文言等を記載した意向表明書の提出を求めます。その後、当社の定める書式により買付内容等の検討に必要な情報等を記載した買付説明書の提出を求めます。当社は、買付説明書の内容を経営陣から独立している社外取締役、社外監査役又は有識者のいずれかに該当する者で構成される独立委員会に提供し、その評価・検討を経るものとします。独立委員会は、独立した第三者（ファイナンシャル・アドバイザー、公認会計士、弁護士、コンサルタントその他の専門家を含む。）の助言を独自に得たうえ、買付内容の評価・検討、当社取締役会の提示した代替案の検討、買付者等との交渉、株主の皆様に対する情報開示等を行います。独立委員会は、買付者等から提出された情報が不十分であると判断した場合には、直接又は間接に、買付者等に対し、適宜回答期限を定め、追加的に情報を提出するよう求めることがあります。この場合、買付者等においては、当該期限までに、かかる情報を追加的に提供していただきます。

独立委員会は、買付者等が本プランに定められた手続を遵守しなかった場合、その他買付者等の買付等の内容の検討の結果、当該買付等が当社の企業価値ひいては株主共同の利益に対する明白な侵害をもたらすおそれのある買付等である場合など、本プランに定める要件のいずれかに該当し、新株予約権の無償割当てを実施することが相当であると判断した場合には、当社取締役会に対して、本新株予約権の無償割当てを実施することを勧告します。なお、独立委員会は本プランに定める買付等が、イ. 当社の企業価値ひいては株主共同の利益に対する明白な侵害をもたらすおそれのある買付等である場合、ロ. 強圧的二段階買付等株主に株式の売却を事実上強要するおそれのある買付等である場合、ハ. 買付等の条件が当社の本源的価値に鑑み、著しく不十分又は不適当な買付等である場合、の該当可能性が問題となっている場合には、本新株予約権無償割当ての実施に関して株主意思確認総会の承認を得るべき旨の留保を付することができるものとします。本新株予約権は、金1円を下限として当社株式の1株の時価の2分の1の金額を上限とする金額の範囲内において、当社取締役会が決定した金額を払い込むことにより行使し、普通株式最大1株を取得することができます。また、買付者等による権利行使が認められないという行使条件及び当社が買付者等以外の者から当社株式1株と引換えに新株予約権1個を取得することができる旨の取得条項が付されております。

当社取締役会は、独立委員会の上記勧告を最大限尊重して、新株予約権の無償割当ての実施又は不実施等に関する会社法上の機関としての決議を速やかに行うものとし、当該取締役会が株主の意思を確認することが適切と判断し株主意思確認総会を開催する場合には、当該株主意思確認総会の決議に従い、新株予約権の無償割当ての実施又は不実施等に関する会社法上の機関としての決議を行うものとし、

本プランの有効期間は、平成22年3月26日開催の第86回定時株主総会の終結の時から3年以内に終了する事業年度のうち最終のものに関する定時株主総会の終結の時までとします。

ただし、有効期間の満了前であっても、当社取締役会の決議によって本プランを廃止することができます。また、本プランの有効期間中に独立委員会の承認を得たうえで、本プランを修正し、又は変更する場合があります。

なお、本プランにおいて、新株予約権の無償割当てが実施されていない場合、株主の皆様には直接的な影響が生じることはありません。他方、本プランが発動され、新株予約権の無償割当てが実施された場合、株主の皆様が新株予約権行使の手続を行わないと、その保有する株式が希釈化される場合があります（ただし、当社が当社株式を対価として新株予約権の取得を行った場合、株式の希釈化は生じません。）。

### ③具体的取組みに対する当社取締役会の判断及びその理由

②(a)に記載した基本方針の実現に資する特別な取組みは、①に記載した基本方針に従い、当社の企業価値ひいては株主共同の利益に沿うものであり、当社の会社役員の地位の維持を目的とするものではありません。

また、②(b)に記載した本プランも、以下の事項を考慮し織り込むことにより、基本方針に従い、当社の企業価値ひいては株主共同の利益に沿うものであり、当社の会社役員の地位の維持を目的とするものではないと考えています。

(a)株主意思を重視するものであること

- イ. 本プランは、平成22年3月26日開催の第86回定時株主総会において承認されたこと。
- ロ. 有効期間が、上記定時株主総会の終結の時から3年以内に終了する事業年度のうち最終のものに関する定時株主総会の終結の時までに限定されていること。
- ハ. 取締役の任期を1年としており、取締役の選任を通じて株主の皆様の意思を反映させることが可能であること。

(b)独立性の高い社外者の判断の重視と情報開示

当社取締役会は、本プランの更新にあたり、取締役会の恣意的判断を排除し、株主の皆様のために、本プランの発動及び廃止等の運用に際しての実質的な判断を客観的に行う機関として独立委員会を設置しました。独立委員会は、当社社外取締役、当社社外監査役、又は当社が独立委員会規則に定める要件を満たす有識者のいずれかに該当する者から、当社取締役会が選任した3名以上の委員により構成されています。

実際に当社に対して買付等がなされた場合には、独立委員会が上記規則に従い、当該買付等が当社の企業価値ひいては株主共同の利益を毀損するか否かなどの実質的な判断（勧告）を行い、当社取締役会はその勧告を最大限尊重して、会社法上の決議を行うこととします。

このように、独立委員会によって、当社取締役会の恣意的行動を厳しく監視するとともに、その判断の概要については株主の皆様へ情報開示をすることとされており、当社の企業価値ひいては株主共同の利益に資する範囲で本プランの透明な運営が行われる仕組みが確保されています。

(c)合理的な客観的要件の設定

本プランは、合理的かつ詳細な客観的要件が充足されなければ発動されないように設定されており、当社取締役会による恣意的な発動を防止するための仕組みを確保しているものといえます。

(5)研究開発活動

当第1四半期連結会計期間におけるグループ全体の研究開発費の金額は、19億6千5百万円であり、なお、当第1四半期連結会計期間において、当社グループの研究開発活動の状況に重要な変更はありません。