

Asahi



アサヒビールグループの概要と事業方針

2008年10月

アサヒビール株式会社

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





会社概要と事業別売上高

Asahi

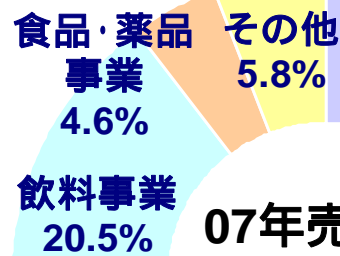
商号 アサヒビール株式会社 (Asahi Breweries, Ltd.)
設立 昭和24年(1949年)9月1日
代表者 代表取締役社長 荻田 伍
資本金 182,531百万円
従業員 3,725名(単体) 15,599名(連結)
グループ会社数 連結子会社: 51社



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)



07年売上高
1兆4,641億円



アサヒビール(株) 北京ビール(株)
ニッカウヰスキー(株)



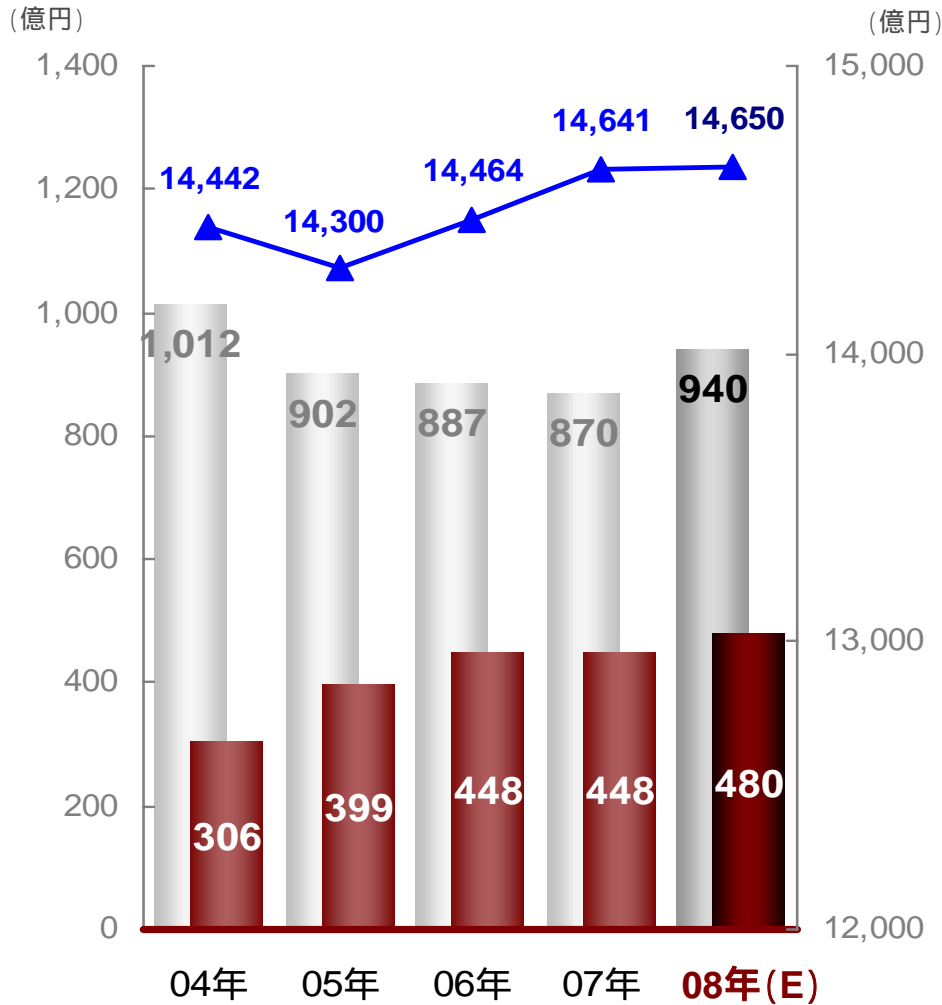
アサヒ飲料(株) (株)エルビー ヘテ飲料(株)





2008年 年間業績予想

■ 営業利益 ■ 当期純利益 ▲ 売上高



(単位: 億円)

	08年目標	07年実績	前年比(率)	
酒類事業	10,270	10,307	37	0%
飲料事業	2,971	2,683	+288	+ 11%
食品・薬品事業	743	692	+51	+ 8%
国際事業	487	554	67	12%
その他	179	405	226	56%
売上高合計	14,650	14,641	+9	+ 0%
酒類事業	880	799	+81	+ 10%
飲料事業	60	81	21	26%
食品・薬品事業	18	13	+5	+ 38%
国際事業	43	55	+12	-
その他	25	32	7	25%
営業利益合計	940	870	+70	+ 8%
持分法損益	91	90	+1	-
経常利益	950	902	+48	+ 5%
当期純利益	480	448	+32	+ 7%



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

2007年の成果

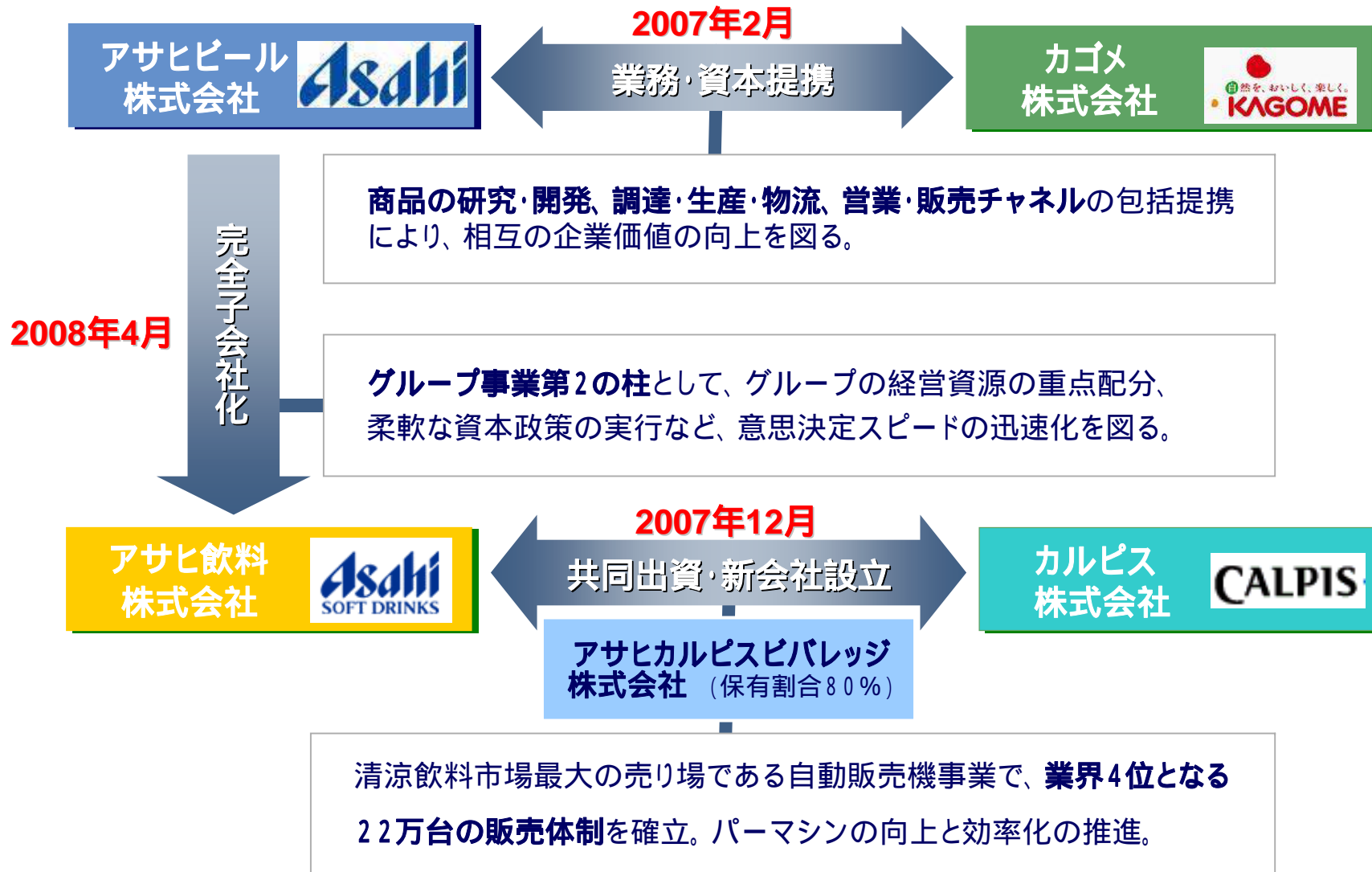
- 収益構造改革の推進
- グループ成長基盤の強化
- 中国飲料事業の飛躍的成長



グループ成長基盤の強化



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

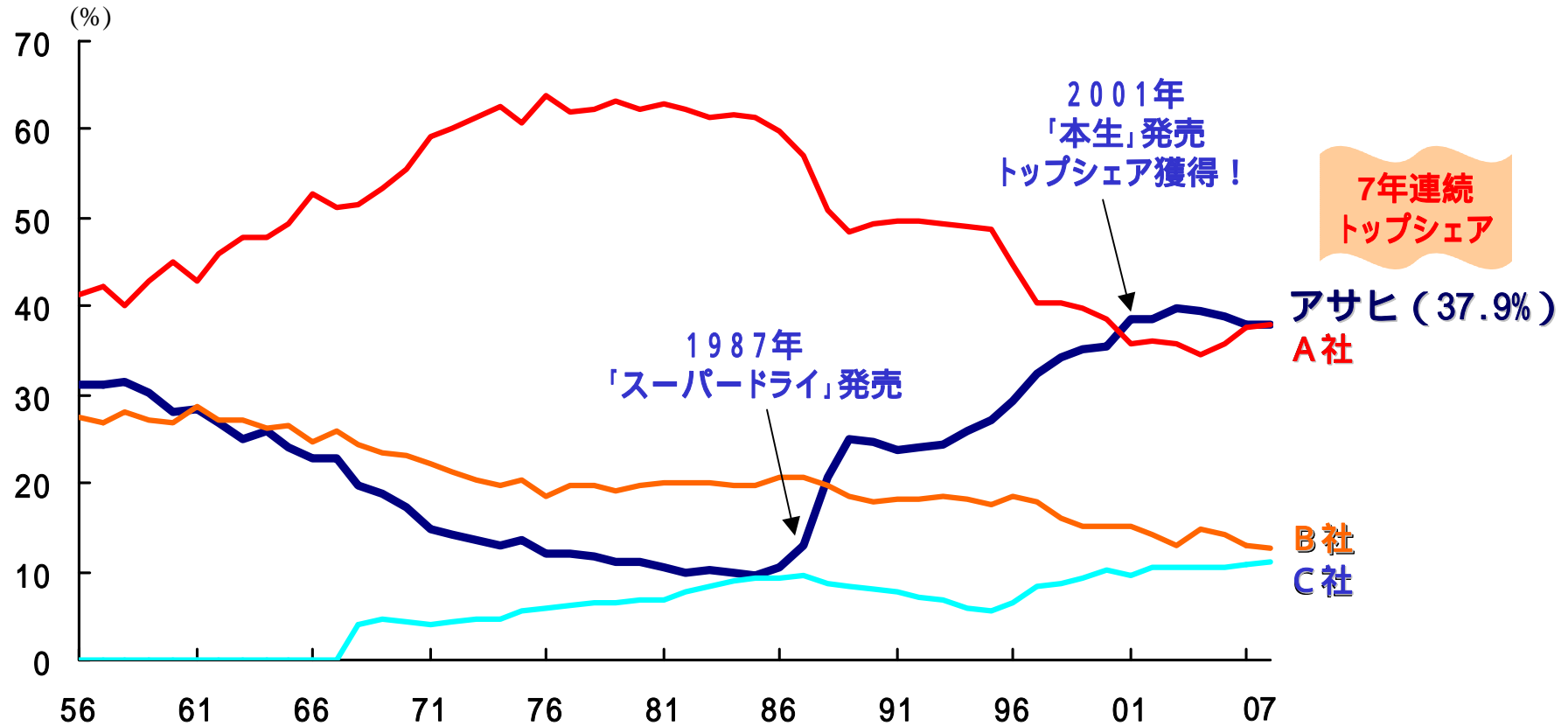




ビール類シェア推移



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)

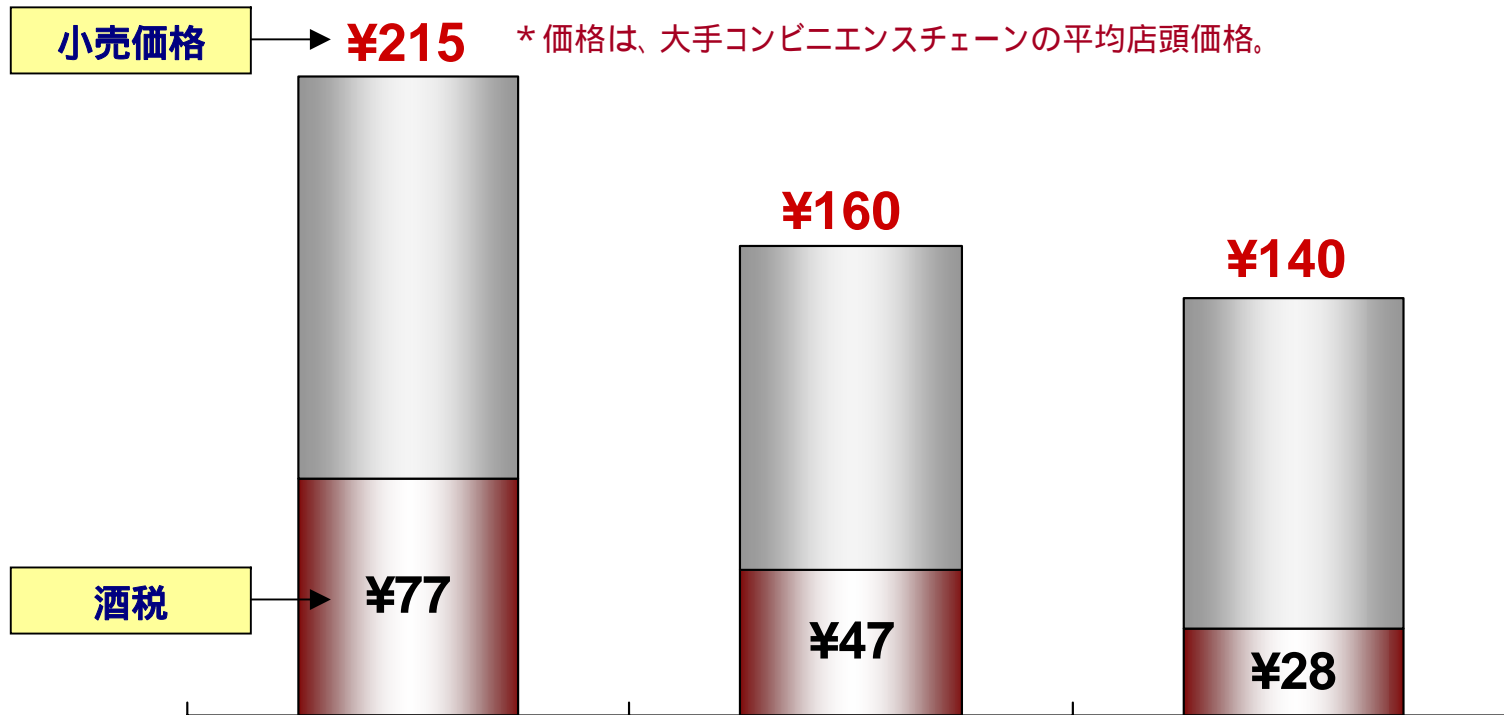




< 参考 > 酒税と価格体系比較



350ml当たりの酒税比較 (円)



アルコール度数 約5.0% ~ 5.5%

カテゴリー	麦芽含有率	成分
ビール	67%以上	麦芽
発泡酒	25%以下	麦芽
新ジャンル	0%	麦芽 + リキュールタイプ (発泡酒 + スピリッツ)



ビール類 2008年上半期の概況

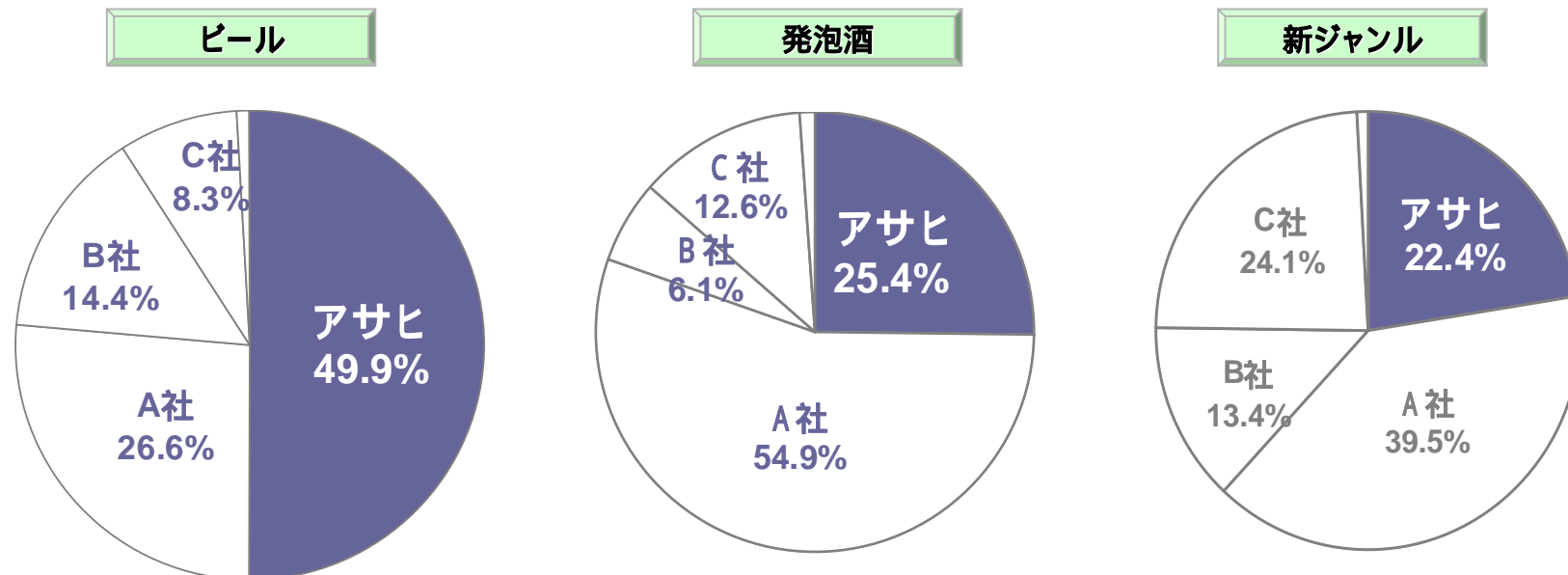


ビール類 課税数量実績 (08年1 - 6月)

(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
ビール	11,281	7.6%	52.1%	5,626	4.5%	49.9%
発泡酒	5,428	6.3%	25.0%	1,378	15.0%	25.4%
新ジャンル	4,965	+7.2%	22.9%	1,113	+16.1%	22.4%
合計	21,673	4.2%	-	8,117	4.2%	37.5%

カテゴリー別メーカーシェア (08年1 - 6月)





ビール類 2008年ブランド戦略



08年上期

08年下期

09年

ビール



スーパードライ 熟撰

「スーパードライ」のブランド強化施策の推進と業務用市場の開拓



人生は、
ビールでもっと
うまくなる。



発泡酒



スタイルフリー
(糖質ゼロ)



本生
ドラフト



本生
アクアブルー



贅沢日和

「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

10月21日発売

ジンジャーラフト



新価値・新需要の創造

新ジャンル



クリアアサヒ



あじわい



極旨



くびなま



新生3

「クリアアサヒ」を最優先ブランドとして育成する





国際事業の展開



アサヒブランド、ローカルブランド双方の成長による事業基盤強化と収益性の改善

アジア酒類事業

< 中国 >

北京ビール朝日有限公司
煙台ビール朝日有限公司
杭州西湖ビール朝日有限公司
深セン青島ビール朝日有限公司
(約240億円)



欧米酒類事業

アサヒビールU.S.A
アサヒビールヨーロッパ統括支店
(約30億円)



アジア飲料事業

< 中国 >

康師傅飲品控股有限公司
(約1,800億円)

:持分法適用会社



< 韓国 >

へテ飲料(株)
(約390億円)





中国飲料事業の成長



康師傅飲品控股有限公司 (持分法適用会社)

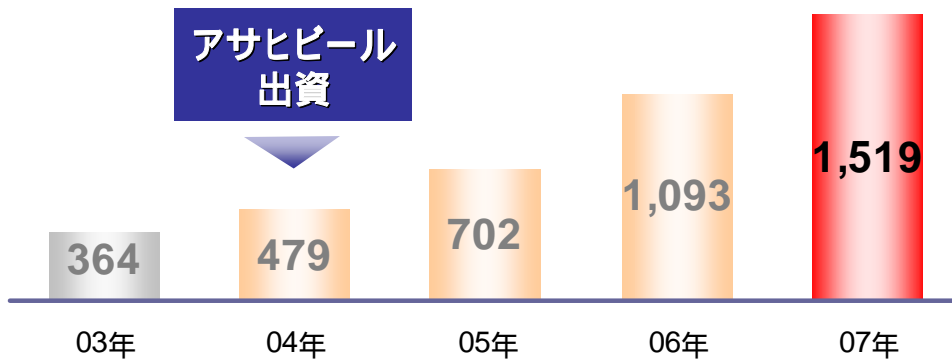
生産技術・財務管理・戦略構築サポートなどによる業績拡大の支援
お茶と飲料水にフォーカスしたカテゴリー戦略の成功(飲料水でもNo.1へ)

積極的な生産拠点の拡大、設備投資と収益拡大の好循環

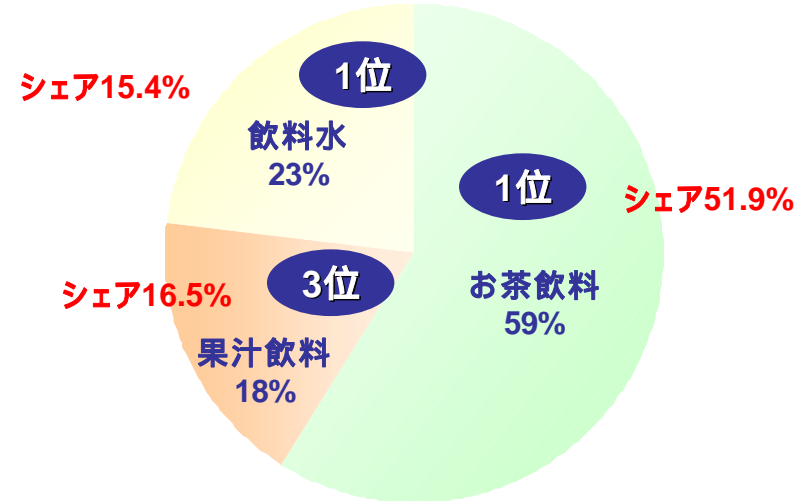
技術協力の拡大により、高品質の商品体制を確立し、更なる成長路線をサポートする



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 (07年12月時点)

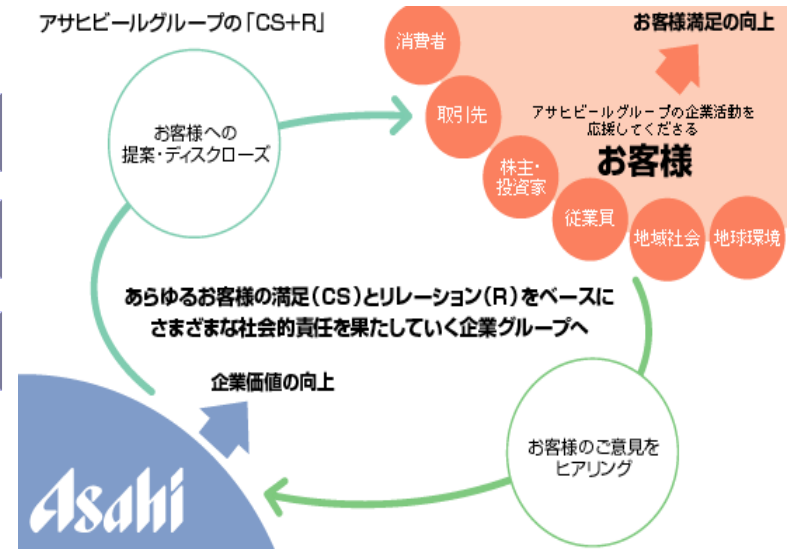


CSRの基本的な考え方

- ・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	適切な情報開示
法令・倫理規範の遵守	地域社会との共生
環境保全活動	適正飲酒の啓発活動



具体的なCSR活動事例 (環境保全活動)

「日本の環境を守る若武者育成塾」

- ・次代を担う高校生に向けた環境活動研修
- ・地域を巻き込んだ環境活動を展開



「森林保全 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



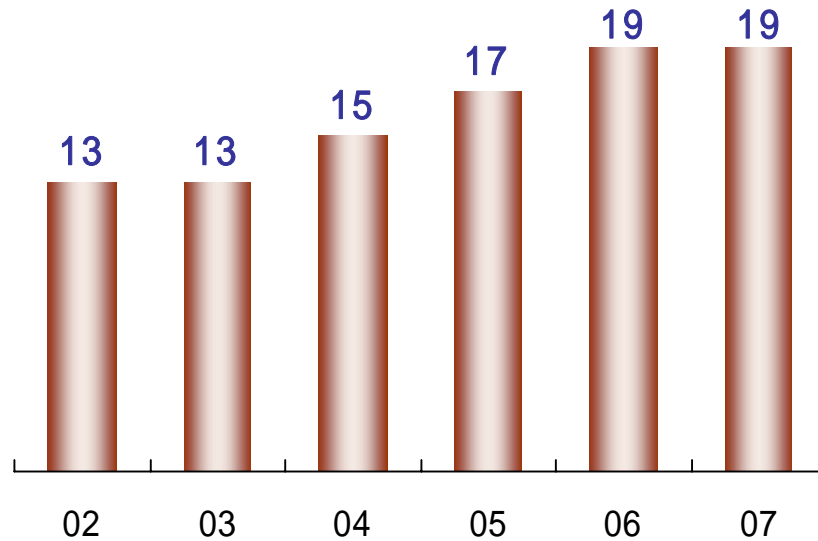


株主還元(配当・自社株買い)



1株あたりの配当金推移

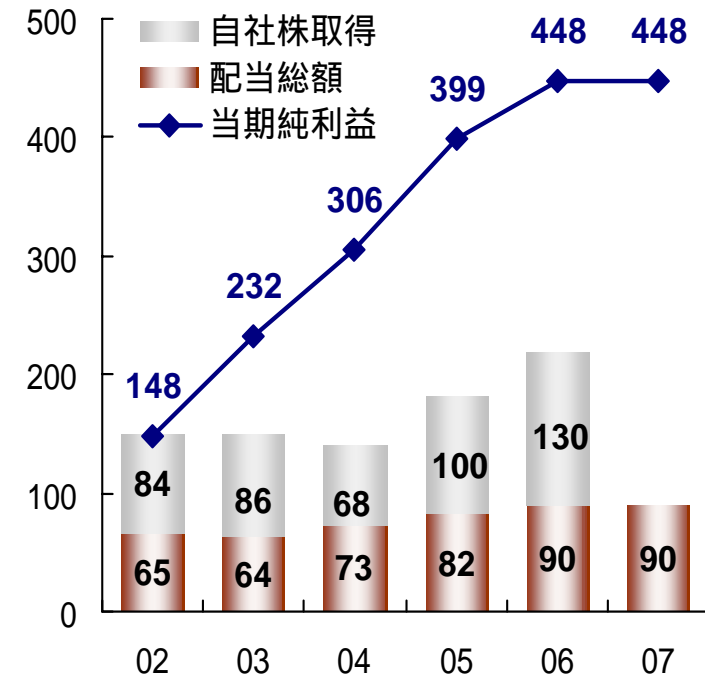
(円)



【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。

(億円)



配当性向	45.0%	27.8%	24.0%	20.7%	20.2%	20.0%
総還元性向	101%	65%	46%	46%	49%	20%

* 総還元性向 = (配当総額 + 自社株取得額) / 当期純利益



保有株式数に応じて、選択肢の中からお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

アサヒ飲料・ アサヒフードアンドヘルスケア 和光堂商品詰め合わせ



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

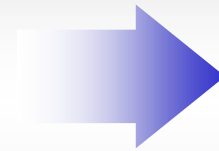


単元株の引き下げ 1,000株 100株 (2003年9月~)

「株主総会」の改革



・都心のホテルで午後で開催 (3月)



・総会後に「株主懇談会」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



ASAHI BREWERIES LIMITED
ASAHI
DRAFT BEER
THE BEER FOR ALL SEASONS
SUPER
"DRY"
Asahi
ASAHI BEER IS BREWED FROM QUALITY INGREDIENTS
OUR PURE
ADVANCED
BEER HAS
REFRESHING
SMOOTHNESS
CULTURED YEAST
BREWING TECHNIQUE
EXCELLENT RICH
DRINKABILITY
ALL YEAR
生

これからも、お客さまから
「信頼されるうまさ」を目指して。

私たちは、お客さまにたくさんの喜びをお届けするために、
これからもビールづくりの技術を磨き、「信頼の品質」にこだわります。
もっとうまさへ、さらなる品質へ。アサヒビールは挑み続けます。

すべては、お客さまの「うまい!」のために。 **Asahi**

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。