

## 連結業績のご報告

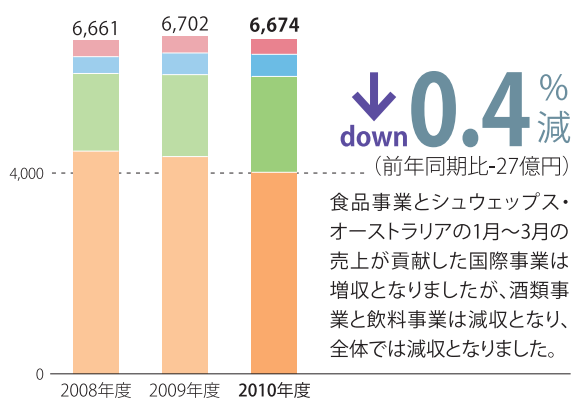
### 財務ハイライト

(各年度:1月1日~6月30日)

#### 売上高

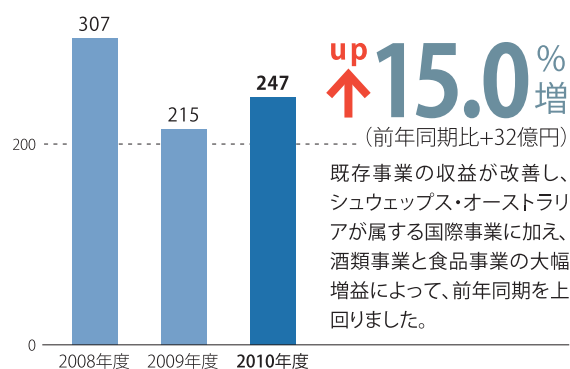
■酒類事業 ■飲料事業 ■食品事業 ■その他

(億円)  
8,000



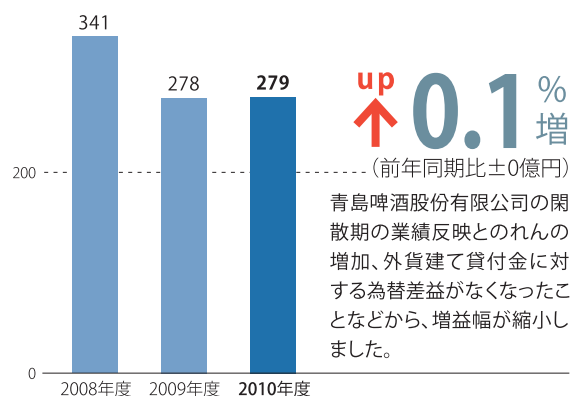
#### 営業利益

(億円)  
400



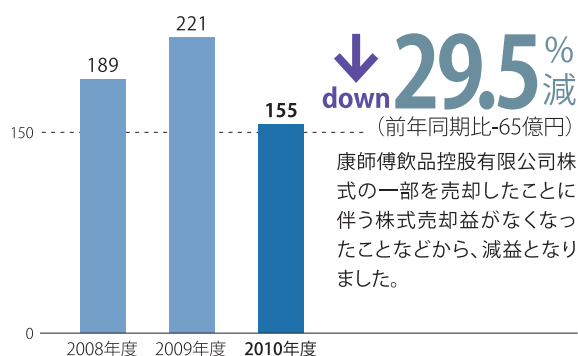
#### 経常利益

(億円)  
400



#### 四半期純利益

(億円)  
300

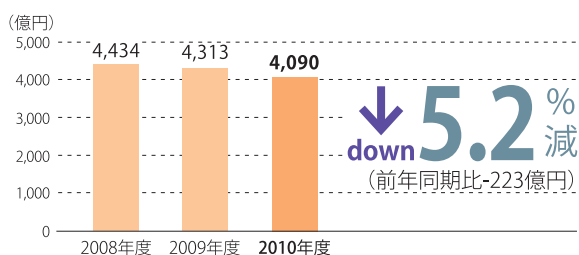


## セグメント情報

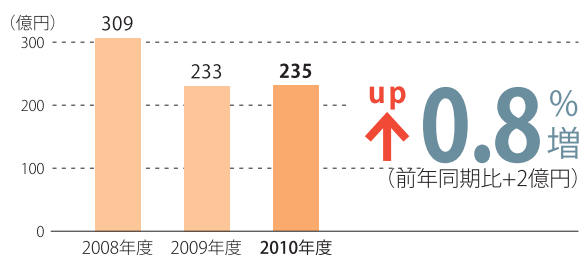
(各年度:1月1日~6月30日)

### 酒類事業 主な事業会社:アサヒビール(株)

#### 売上高

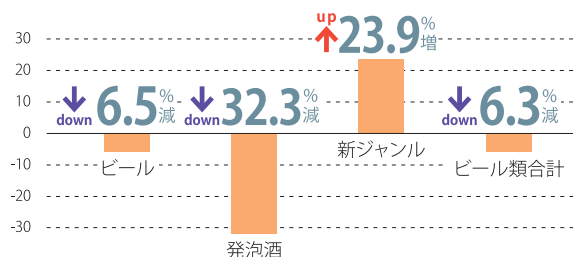


#### 営業利益

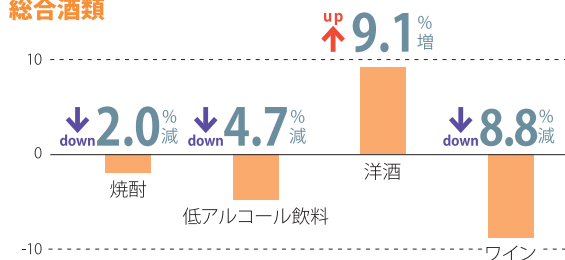


#### アサヒビール カテゴリ別前期比較 [売上高で算出] (%)

##### ビール類



##### 総合酒類



**ビール** 「うまい!を明日へ!」プロジェクトの第3弾や「エクストラコールドクーラー」キャンペーンの実施、「エクストラコールドバー」の開店など、情報発信・販促活動を展開しました。

**発泡酒** “糖質ゼロ<sup>※1</sup>”の「アサヒ スタイルフリー」のクオリティアップを実施するなど、お客様満足度を高める活動に注力しました。

**新ジャンル** 「クリアアサヒ」「アサヒ オフ」の味やパッケージを刷新するとともに、「クリアアサヒ」の樽詰商品を発売するなど、ブランド訴求・販促活動を展開。また、お客様の価値観の多様化に応えるために、3月には「アサヒ ストロングオフ」を新発売しました。

※1 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」をリニューアルするとともに、本格芋焼酎「薩摩こく紫」を発売しました。

**低アルコール飲料** カロリー最少級<sup>※2</sup>の「アサヒSlat(すらっと)」のブランド強化策を実施したほか、国産果汁を使用した「アサヒチューハイ果実の瞬間」を発売しました。

**洋酒** 「ブラックニッカ クリアブレンド」の販促活動に注力したことや、5月に「ブラックニッカ クリアハイボール」を発売したことで、国産ウイスキーの販売が好調に推移しました。

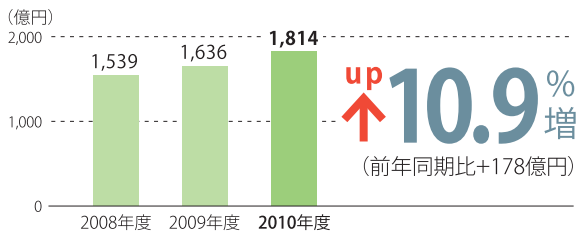
**ワイン** 国産ワインでは「酸化防止剤無添加有機ワイン」「同ワイン物語」のブランド強化を図りました。一方、輸入ワインでも重点ブランドの拡販に取り組みました。

※2 2010年6月末までに発売された缶チューハイ商品との比較です。

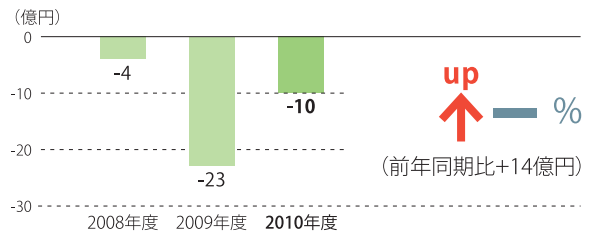
## 連結業績のご報告

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

#### 売上高



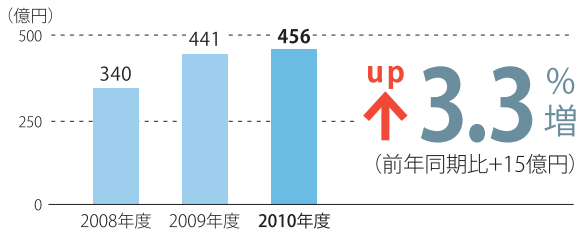
#### 営業利益



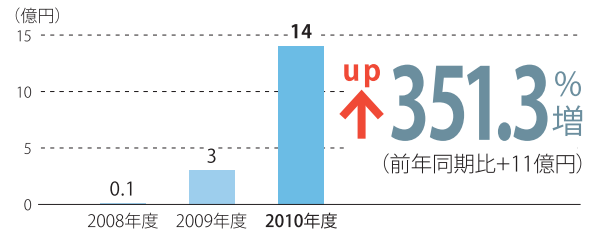
**アサヒ飲料(株)** 基幹ブランド「ワンダ」「ミツ矢」「十六茶」にマーケティング投資を集中し、ブランドの強化・育成を継続的に推進する一方で、紅茶飲料「アサヒ TeaO(ティオ)」と素材派コーラ「アサヒ グリーンコーラ」を発売しました。

### 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)** ミント系錠菓「ミンティア」、サプリメント「ディアナチュラ」などの主要商品で前年同期比2桁増を達成し、大幅な売上増となりました。

**和光堂(株)** レトルトパウチ食品「グーグーキッチン」や幼児向けおやつ「すまいるぼけっと」など、主力のベビーフードの販売に注力し、引き続き好調に推移しました。

### その他事業

#### 売上高

314億円 **up 1.0%** 増  
(前年同期比+3億円)

#### 営業利益

3億円 **up 31.9%** 増  
(前年同期比+1億円)

その他事業については、ほぼ計画どおりに推移しました。