

Asahi



株主の皆様へ

第78期事業報告書

平成13年1月1日～平成13年12月31日

「アサヒビールグループ中期経営計画」 第1ステージの成果をご報告します。

ビール専門メーカーから総合酒類提案企業へ。アサヒビールグループの中期経営計画（2001～2004年）は、各事業部門でめざましい進展を見せました。第1ステージの目標であった「経営革新・経営基盤強化」を確実に成し遂げ、今後は、第2ステージの目標である「グループ競争力の向上・グループ全体の成長」にチャレンジしていきます。

基幹事業

●ビール事業

**ビール・発泡酒市場で
トップシェアを獲得**

ビール・発泡酒の課税数量は、前期比9.4%増となり6年連続でプラス成長を記録。ビール・発泡酒市場のシェアでは、38.7%を獲得し、シェアNo.1となりました。



●焼酎・その他酒類

**新商品の「宝海」が「緋緞」
とともに売上高に貢献**

焼酎部門では、韓国焼酎「宝海」・「緋緞」が多くのレストランで取り扱われ始め、好調に推移しました。その結果、焼酎・その他酒類の売上高は前期比314.4%増となりました。



●洋酒事業

**「竹鶴」「ブラックニッカ
クリアブレンド」が好調**

「竹鶴」シリーズは、業務用、ギフト市場で高い評価をいただきました。「ブラックニッカクリアブレンド」は、売上箱数で前期比18%増と、家庭用ウイスキーとして幅広い支持を得ています。



●飲料事業

**「アサヒ旨茶」「アサヒ麦水」の
販売が当初計画を上回る**

2001年3月発売の「アサヒ旨茶」が、当初計画の約65%増となる1,310万箱を販売、同年6月発売の「アサヒ麦水」が、当初計画の130%増となる230万箱を売り上げるなど、新商品が好調に推移しました。



準基幹事業

●食品事業・薬品事業

**ビール酵母関連商品が
空前の大ヒットを記録**

ビール酵母商品の需要が高まり、「スーパービール酵母」の売上高は前期比738%増を記録。酵母エキスの調味料「ミースト」は、前期比14%増の売上高を達成しました。

●海外飲料事業

**中国でアサヒブランド
烏龍茶の販売開始**

アサヒ社と青島ビール社との合併会社「青島青啤朝日飲品有限公司」の新工場稼働により、アサヒブランドの「朝日烏龍茶」の製造・販売を開始。中国の飲料市場に本格参入しました。

目次

中期経営計画第1ステージの成果...	1	連結セグメント情報	13
株主の皆様へ	2	連結財務情報	15
社長インタビュー	3	単体財務情報	17
社外取締役の眼	8	株主様アンケート結果	19
トピックス	9	会社概要	21
特集 大地と太陽の恵み 「ビール酵母」	11	株主メモ	23

グループ 支援事業

●外食事業

外食子会社再編により 収益性の向上を目指す

既存の外食子会社10社を4社に統合し、外食事業を「一般外食事業」「ビール園事業」「新業態開発事業」「パブレストラン事業」の4分野に集約。各事業の効率化と収益性の向上を目指します。



●物流事業

「アサヒロジスティクス」設立

既存のカーゴ社4社を統括する「アサヒロジスティクス」を設立。従来の4社体制による重複業務の排除やスケールメリットの拡大を図り、物流会社としてのコスト競争力を強化します。



●株主の皆様へ



株主の皆様におかれましては、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

アサヒビールグループは、グループ中期経営計画の達成に向け、「グループ経営の強化」と「利益重視の経営」を推し進めてまいりました。その結果、平成13年度の連結ベースの業績は、売上高、利益ともに順調に拡大し、最終損益も前年度の財務体質改善を目的とした赤字から、黒字へと転換いたしました。商品面では、昨年2月に発売した発泡酒「アサヒ本生」が爆発的にヒットし、ビール・発泡酒市場でナンバーワンの地位を獲得することができました。

なお、本年1月、前社長・福地茂雄が代表取締役会長(CEO)に、前専務・池田弘一が代表取締役社長(COO)に就任いたしましたことをご報告申し上げます。新体制のもと、「総合酒類事業の強化」と「グループ競争力の向上」という二大目標に取り組んでまいります。

株主の皆様におかれましては、より一層のご指導、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

平成14年3月

代表取締役会長

福 地 茂 雄

代表取締役社長

池 田 弘 一

「総合酒類提案企業として
グループの総合力をさらに強化し、
継続的な利益成長を目指します」

2001年の成果についてお聞かせください。

ビール+発泡酒市場で48年ぶりに トップシェア獲得

池田：まず、ビール・発泡酒につきましては、大きな目標であったトップシェアの獲得を達成いたしました。昨年2月に発売しました「アサヒ本生」は好調に販売を伸ばし、初年度で当初の目標箱数1,500万箱の2.5倍強となる3,900万箱を売り上げ、発泡酒第2位ブランドの地位を獲得いたしました。また、ビール市場全体が縮小傾向にある中、当社の主力商品「アサヒスーパードライ」は健闘し、堅実にシェアを伸ばすことができました。これらビール・発泡酒市場での成功によって、48年ぶりにトップの地位を獲得いたしました。

池田 弘一（いけだ こういち）

Profile

1940年4月21日生まれ、福岡県出身。
63年、九州大学経済学部卒業後、アサヒビール入社。
96年取締役、97年常務、99年専務、
2000年秋に酒類事業本部長に就任、発泡酒参入を指揮する。
02年1月、社長に就任。

また、もう一つの目標であった総合酒類化に向けた基盤づくりにつきましても、2001年4月に行いましたニッカ社との営業統合による、2社の組織の融合、互いの販売ノウハウの吸収といった初年度の課題をクリアし、総合酒類化に向けた販売体制を確立できました。統合後の4月以降は、それまでマイナスでありました洋酒・焼酎部門の売り上げが前年並みに転じるなど、実績面でも効果が現れております。カテゴリー別では、「ブラックニッカクリアブレンド」が前期比18%増と好調で、ウイスキー類全体でもシェアアップを果たしました。また、今後も成長が見込まれます焼酎市場におきましては、韓国焼酎が前期比51%増となったのをはじめ、ビールで築いた得意先との強いパイプを活かし、焼酎全体で前期比36%増と大幅な売上拡大を果たしました。これらの酒類事業の成功により、今後のグループとしての成長に勢いをつけることができました。

2001年の業績についてお聞かせください。

酒類事業の好調により、連結ベースでも5期ぶりの営業増益を達成

池田：以上のように、酒類事業が好調に推移した結果、連結ベースの売上高が前期比2.4%増の1兆4,333億円と過去最高となりました。営業利益、経

常利益、当期利益といった利益の面でも、すべて前年を上回り、とくに当期利益につきましては、昨年まで実施しておりました財務体質の改善にともなう大幅な減益基調から増益基調に転換いたしました。また、配当につきましては、ビール+発泡酒売上ナンバーワンに対する株主の皆様への感謝として、当期末は1株あたり1円の記念配当を実施いたします。

2002年のアサヒ社の目標は何ですか？

ビール・発泡酒市場での地位磐石化、総合酒類化の推進を目指す

池田：2002年度も酒類市場は総需要が横ばいと予想され、酒類カテゴリーを超えた競争がますます激しくなるものと思われます。このような市場環境の中、酒類事業におきましては、当社は、昨年獲得した酒類市場での競争力を最大限発揮し、「ビール・発泡酒市場での地位の磐石化」「総合酒類の強化」の2点を本年の目標に掲げ、その達成に努力してまいります。



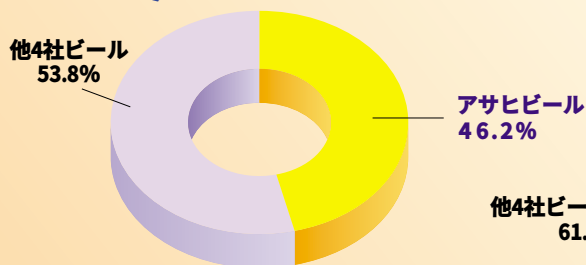
売り上げの拡大、 本生のブランド強化に注力

池田：まず、「ビール・発泡酒市場での地位の磐石化」に向けましては、スーパードライ、本生の2ブランドに施策・活動を特化し、「ナンバーワンの強みを活かした売り上げの拡大」と、発泡酒市場での「本生のブランド強化」に取り組めます。「アサヒスーパードライ」につきましては、辛口・キレ味といった個性の広告訴求や鮮度管理の強化を進めると同時に、トップブランドの強みを活かし、さらなる拡販に注力します。一方、「アサヒ本生」は、愛飲者の獲得に向けたPRや販促策を展開し、ブランド強化に取り組むことで発泡酒市場でのシェアアップを目指します。

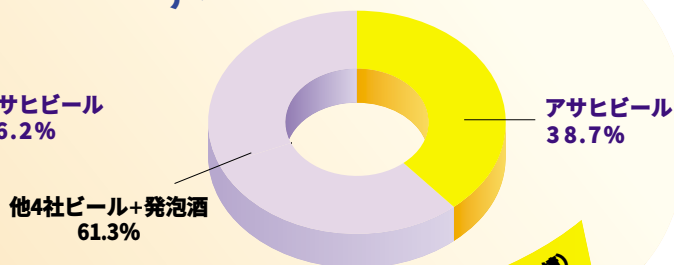
総合酒類での効率的な売上拡大と チューハイ市場でのブランド再構築

池田：「総合酒類の強化」に向けましては、ビール・発泡酒で築いた強い営業基盤を武器に、「総合酒類での効率的な売上拡大」と「チューハイ市場でのブランド再構築」に取り組んでまいります。カテゴリー別では、成長カテゴリーであります、低アルコール飲料・焼酎・ワインで大幅な売り上げの伸びを図るとともに、洋酒につきましても、スーパー、コンビニエンスストアなどや飲食店を中心に効率的な売上拡大を進めてまいります。あわせて、総合酒類強化のスピードアップに向けたM&Aにつきましても積極的に取り組んでまいります。本年2月18日に発表いたしました、協和発酵工業(株)

全ビール出荷量に占める
アサヒビールのシェア※1



国内のビール+発泡酒市場における
アサヒビールのシェア※2



※1、※2：大手ビール5社における課税数量に基づく（2001年1月～12月実績）

の酒類事業の譲渡につきましても、現在はまだ基本合意の段階ですが、今後伸びが見込まれる焼酎甲類の製造免許・販売免許の取得、焼酎・低アルコール飲料の製造能力向上、競争力のあるブランド確保、焼酎・低アルコール市場でのシェア向上などを目的としており、当社の総合酒類化に大きな武器になるものと確信しております。

その他のグループ事業については、どのようにお考えでしょうか？

コスト削減の推進と明確な商品戦略で売り上げを確保

池田：飲料事業につきましては、2001年は、「アサヒ旨茶」「アサヒ麦水」などの新商品は好調でしたが、既存ブランド商品の売り上げが減少し、残念ながら販売数量は前期を下回りました。しかしながら、利益体質の強化に向けた社内改革は計画通り進んでおり、原材料調達から販売にいたるサプライチェーンの効率化を中心に、徹底したコスト削減に取り組んでおります。2002年度の商品戦略では、リニューアルした「アサヒ十六茶」、新商品「アサヒ 中国緑茶 凜(りん)」などの茶系飲料、コーヒーの「ワンダ」、炭酸飲料を中心に開発体制を強化し、売上拡大に取り組んでまいります。



海外事業についてはいかがでしょうか？

タイでスーパードライの生産・販売を開始

池田：本年3月から、タイのブンロート・グループの工場で、「アサヒスーパードライ」の生産・販売を開始しました。(p.9参照) アジア地域では、すでにビールの輸出基地として、青島ビール社との合弁による中国・深圳工場があります。これに加え、ブンロート・グループの工場をアセアン市場に向けたビールの生産拠点とすることで、アジア全体で効率化を進め、市場競争力と収益の最大化を目指します。

7月に食品事業と薬品事業を統合しますが、その背景を教えてください。

食品・薬品の枠組みを超えた、付加価値の高い商品開発が可能に

池田：食品・薬品事業につきましては、本年7月に統合し、「アサヒフードアンドヘルスケア（株）」を設立いたします（p.10参照）。成長著しいセルフメディケーション事業へ本格参入するためには、商品開発力や営業力、マーケティング力などの競争力が欠かせません。このため、食品会社、薬品会社という枠組みを超えて付加価値の高い商品を開発・販売していくために両社を合併し、ビール酵母などの技術・ノウハウを共有化するとともに、販売面では、チャンネル統合による効率化と市場における競争力の強化を図ります。

最後に株主の皆様へのメッセージをお願いします。

売り上げ・利益の継続的な成長により、企業価値の向上を目指す

池田：ビール・発泡酒は、スーパー、量販店、コンビニエンスストアをはじめ、レストランから居酒屋までさまざまなチャンネルで大量に販売されています。このビール・発泡酒市場でトップとなることは、それらのチャンネルに強力なパイプを持つ

と同時に、酒類総市場でのリーダーシップを握ることになります。当社は、ビール・発泡酒市場で圧倒的な地位を確立することで、効率的に酒類を販売する態勢を構築していきます。同時に、総酒類市場が成熟する中、アサヒビールグループが今後成長し続けていく上で、大きなポテンシャルを持つと思われます、飲料事業、食品・薬品事業、海外事業などにもグループ全体でヒト・モノ・カネといった資源の最適配分を進め、企業価値の向上のため、継続的な利益成長を果たしていきたいと考えております。

池田新社長の横顔紹介

趣味	ゴルフ、ドライブ、読書。 昔はボウリングも。
健康法	朝食は欠かさず。 予定のない休日はプールで泳いだり、歩いたり。
性格	明朗快活。 くよくよしない。積極的。
音楽	演歌からクラシックまで、リラックスさせてくれる曲が好き。もっぱら聞くのみ（カラオケはやらない）。
好きな俳優	吉永小百合、ロバート・デ・ニーロ
晩酌	休日に缶ビール2本（平日は仕事で飲んでいる）。
将来の夢	世界の人々に、ビールを中心とした「アサヒ」の商品を愛していただけのような会社になりたい。



● 社外取締役の眼【活発な議論を通じて企業の存在価値を高める】

Q アサヒビールの取締役会にどのような印象をお持ちですか？

A とにかく、皆よく発言なさることに感心しています。日本の取締役会では、内部での事前の意思決定に対して、誰も異論を唱えないことが多いのですが、アサヒビールでは常に、社内、社外の取締役が活発に議論を交わしている。取締役会が、真剣に企業ビジョンを考え、意見交換する場になっていると思いますね。

Q 社外取締役として、今後すそめたいとお考えになっていることはありますか？

A 役員だけではなく、とくに若い社員の人達とももっと積極的に交流し、話を聞きたいですね。若い人達のパワーを結集すれば、大きなエネルギーになる。皆が同じであるより、さまざまな個性、考え方、価値観を持った個人が集まり、会社が社会の縮図であるようなところが、これからは強みを発揮するのではないのでしょうか。

Q アサヒのトップ陣、中でも新社長にはどのような印象をお持ちでしょう？

A アサヒの歴代社長は、それぞれ強いリーダーシップを発揮してきました。それだけに個性派揃いですが、会長、社長が相互補完的にお互いにはないものを持っている。池田新社長は、個人的に一晩ビールを酌み交わしてもあきない相手という印象がありますね（笑）。

Q 今後の環境変化の中で、アサヒビールはどうあるべきでしょうか？

A 今は人々の嗜好や価値観がダイナミックに変化している時代です。だから、社内がモノカルチャー（単一文化）であってはいけないし、そうならないためにいろいろな方向にアンテナを張る必要があると思います。お酒を1ケースでも多く売ることも目標ですが、それだけでは成長の持続力は見つかりにくい。もっと広い視点で、“アサヒビー



岡本 行夫（おかもと ゆきお）

プロフィール——

1968年一橋大学経済学部卒業後、外務省入省。パリOECD日本政府代表部、経済局・国際機関一課首席事務官、北米局・北米一課長などを経て、91年退官。同年、「岡本アソシエイツ」設立。96年首相補佐官（沖縄担当）、98年科学技術庁参与、2000年3月アサヒビール取締役、01年9月内閣官房参与に就任。

ルは、そもそも何のために存在する会社なのか？”これを徹底的に議論し、確立することで意思決定のスピードも早くなるはずです。酒類事業についていえば、世界の生活文化はどう動いているのか、日本の食やアルコールの文化がどこに向かっていくのか、大きな社会の流れをつかんでいけば、事業につながるおもしろいテーマは無限にあると思います。

「アサヒスーパードライ」

タイで現地生産・販売を開始

ブンロート・グループ、コンケン・ブリュワリーの
ビール工場



「アサヒスーパードライ」の醸造が
行われている工場内

アサヒビールは、タイで最も歴史あるビール会社ブンロート・グループのコンケン・ブリュワリーと「アサヒスーパードライの現地生産およびタイと周辺アセアン諸国での販売」で提携しました。本年2月から「アサヒスーパードライ」3アイテム（大びん640ml・小びん330ml・缶330ml）の現地生産をスタートし、3月から販売を開始しています。

アセアン加盟国は、域内の貿易・投資促進をねらいにAFTA（アセアン自由貿易圏）の構築を進めており、タイなど中核加盟国間では2002年中に関税率を5%未満に引き下げる方針としています。この提携は、AFTAの形成をにらみ、ビール消費量が急拡大しているタイをはじめとするアセアン諸国のビール市場へ本格進出し、近年中に同地域での販売量を100万箱（1箱は330ml×24本）まで拡大することを目標にしています。

当社は、グループ中期経営計画の海外ビール事業戦略で、成長市場である中国と東南アジア地域を重点エリアとし、業績拡大を図る方針を掲げています。すでに合弁会社5社6工場において事業展開する中国、日本からの輸出版売を行っている台湾・韓国に続き、今回の提携により、今後、成長が見込めるアジア地域でのビール・飲料事業の一層の基盤強化を図っていきます。

「未成年者 飲酒防止 教材ビデオ」 を無償配布

約20分間の中学生向け
飲酒防止教材ビデオ



アサヒビールとニッカウヰスキーは、(社)アルコール健康医学協会と共同企画で、中学生を主な対象にした教材ビデオ「輝く明日へのステップ～中学生は飲酒にNO!!～」(文部科学省選定)を、希望する全国の中学校に無償配布しました。これは、「中学生を対象にした適切な飲酒防止教育の教材が少ない」という教育現場の声に応えたもので、ビデオを題材に生徒がディスカッション等を通して、未成年飲酒の弊害について理解を深めていく内容になっています。

国際的な
森林認証
「FSC」を
昨年9月に
取得



アサヒビール「庄原林業所」

アサヒビールは、「庄原林業所」（広島県）の社有林において、森林の環境的・社会的・経済的側面で“適正な管理”を認証する国際規格「FSC (Forest Stewardship Council : 森林管理協議会)」の森林認証を取得しました。庄原林業所は総面積2,169ヘクタールにおよぶ広大な社有林で、当社は環境保全や社会性・経済性を重視し、持続的でより良い森林経営に取り組んでいます。認証取得を機に、庄原林業所の森林を社会的資源として広く公益につなげていく方針です。

アサヒビール食品と
アサヒビール薬品を統合

ビール酵母エキスの
調味料「ミースト」



ビール酵母の医薬品
「エビオス錠」



本年7月1日付で両社を合併し、新会社「アサヒフードアンドヘルスケア」を設立します。“食と健康”というグループビジョンの一環として食品事業・薬品事業を統合し、開発・販売体制を強化することで、酒類事業・飲料事業に次ぐ収益の柱に育成することを目標にしています。両社が強みを持つビール酵母事業を基盤に、サプリメントや特定保健用食品、機能性食品など、急成長するセルフメディケーション分野で、アサヒビールグループならではの独自性あふれる商品開発を進めていきます。

10年後にウイスキーお届け
「十年浪漫倶楽部 余市」

(写真左から)
初年度配布の未貯蔵ウイスキー
5年後のウイスキー
10年後のウイスキー



ニッカウヰスキーは「十年浪漫倶楽部 余市」と銘打ち、北海道工場で蒸溜・樽詰めするウイスキーのオーナー会員を募集しています。会員になると、初年度にまず樽詰め前の180ml入りウイスキー1本が、5年後に「途中経過報告」として750ml入り1本が、そして10年後には熟成した750ml入り2本が届けられます。英国のウイスキー専門誌で高い評価を受けたシングルカスクの芳醇さと、ウイスキーの熟成を待ちわびる心の贅沢が味わえます。入会希望者は、インターネットで同社ホームページ内の専用サイト<http://www.nikka.com/roman/>へ。

特集 大地と太陽の恵み「ビール酵母」



ビール酵母
って、なんだろう？



健康づくりやダイエットにいい天然サプリメントとして、いま大人気のビール酵母。アサヒビールグループは、ビール酵母研究のパイオニアとして、1930年に日本初のビール酵母による医薬品「エビオス錠」を発売して以来、多種多様なビール酵母商品をお届けしています。では、市場を急拡大している話題のビール酵母に関する基礎知識や、アサヒビールグループの取り組みについてご紹介します。

ビール酵母とは、ビールづくりに使われる“酵母”の一種

そもそもビールは、麦芽を煮てつくった麦汁を発酵してつくられます。その発酵に欠かせないのが、ビール酵母です。麦汁に酵母を加えると発酵がスタート。酵母は麦汁の栄養を吸収しながら増え、麦汁の糖분을アルコールと炭酸ガスに分解してビールをつくります。これをアルコール発酵といい、麦汁の発酵が終わると美味しいビールと、麦汁の栄養をたっぷり吸収したビール酵母ができあがります。ビール製造に使われますが、

ビール酵母自体にアルコールは含まれていません。発酵してできたビールは、アルコールを含んだ麦汁のいわば「うまい部門」、そして栄養分をたっぷり含んだ酵母は麦汁の「栄養部門」といえます。ビール酵母に付着したアルコール分は洗浄・乾燥の工程で蒸発するため、ビール酵母はどなたにも安心しておすすめできます。

多くの栄養素を含むビール酵母は天然のマルチサプリメント

健康志向が強まるなか、ビール酵母が一大ブームを巻き起こした

きっかけはそのダイエット効果でした。ビール酵母をヨーグルトに混ぜて食べると、栄養を十分摂取しながら体重が落とせると評判になったのです。事実、ビール酵母の栄養価の50%はタンパク質（アミノ酸）、約30%は食物繊維、残りの20%に10種類のビタミンをはじめ、ミネラル、核酸、グルタチオンなどが豊富に含まれています。

しかも、それらの栄養分はすべて天然由来のもの。これらが一体となって、現代人に不足しがちな栄養を自然なかたちで補い、消化

新商品

アサヒビールグループ・ビール酵母関連商品ラインナップ

「アサヒ いっしょに酵母」(ドリンク)

アサヒ飲料

ビール酵母を使った初の健康飲料。果物野菜・ヨーグルト・ココアの飲みやすい3風味で、気軽に栄養補給ができます。



「エビオス錠」(錠剤/医薬品)

アサヒビール薬品

ビール酵母を使った医薬品のバイオニア。胃腸のはたらきを助け、必須ビタミン・ミネラルを補給します。



「スーパービール酵母」(錠剤/サプリメント)

アサヒビール薬品

食べやすいオレンジフレーバーが人気。ご家族全員の健康維持に、食事が不規則な方や栄養バランスが気になる方におすすめです。



「スーパービール酵母Z」(錠剤/サプリメント)

アサヒビール薬品

働き盛り世代に、ビタミンB₁・B₂を大幅強化。注目のミネラル「亜鉛」なども配合しました。



「クッキング用ビール酵母」(粉末タイプ)

アサヒビール薬品

ダイエットに大人気！ お料理やヨーグルトに混ぜて楽しめる、苦みをおさえた粉末ビール酵母です。



「ミースト(ビール酵母エキス)」(粉末タイプ)

アサヒビール食品

ビール酵母を分解してつくられる、天然の植物性調味料。肉をしのぐコクと旨みが注目されています。



力を高めたり、胃腸を元気にするなど、体の内側から人々の健康管理をサポートしてくれます。ビール酵母は、大麦の持つ大地と太陽の恵みをギュッと閉じこめた、天然のマルチサプリメントなのです。

古代エジプト時代から医薬品に使われたビール酵母を、現代人の健康づくりに活かす

ビール酵母の歴史は古く、紀元前1550年頃の古代エジプトで薬用成分の一つとして使われた記録が残り、また古代ギリシャ医学の祖・ヒポクラテスは火であぶり、

乾燥させたビール酵母を医療用に使っていました。その後、長い年月を経て、酵母の正体が科学的に解明され、知識が蓄積されるようになったのは1830年代頃のことです。

アサヒビールグループは、他社に先駆け明治時代からビール酵母を重要な研究対象とし、大正の終わり頃からその栄養価に着目して、ビール酵母の薬品・食品の開発に取り組んできました。現在では、アサヒビールのR&D本部を中心に、アサヒビール薬品、アサヒビール食品、アサヒビール飲料な

どのグループ企業全体でビール酵母事業を推進し、医薬品、健康補助食品、健康飲料、天然調味料など多彩な商品を開発・発売しています。人々の健やかな暮らしのために、アサヒビールグループはビール酵母でもナンバーワン企業を目指します。

*ビール酵母について詳しく解説した情報ポータルサイト「WEBビール酵母研究所」をぜひご覧ください。
<http://www.asahibeer.co.jp/beeryeast/>

SEGMENT PERFORMANCE

● 連結セグメント情報 ◆ 連結子会社数38社 ◆ 持分法適用会社数6社

当期の連結売上高は、飲料事業・食品事業が6.7%の減少となりましたが、発泡酒市場への参入等による酒類事業の売上拡大により、1,433,363百万円、前期比2.4%の増収となりました。

連結営業利益は、発泡酒の売上増等により酒類事業は大幅な増益となりましたが、飲料部門の売上減少の影響が大きく、前期比1.6%増の77,777百万円となりました。

酒類事業

事業内容 「アサヒスーパードライ」をはじめとした国内ビール・海外ブランドビールや発泡酒「アサヒ本生」、また、ウイスキー、ワイン、チューハイなどの製造、販売を手がけています。

当期の概況 ビール・発泡酒事業では、課税数量は前期比9.4%増と業界平均を大幅に上回り、6年連続でプラス成長を果たすことができました。

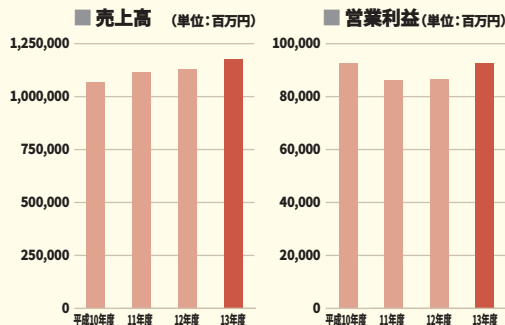
商品別には、主力の「アサヒスーパードライ」が、ビール市場全体の課税数量が前期比11.6%減となる厳しい状況の中で、前期比9.1%減の1億7,435万箱の売り上げと健闘し、ビール市場でのシェアを確実に広げ、ビッグブランドの地位をより強固なものとししました。また、2月に発泡酒市場に参入した「アサヒ本生」は、最後発にもかか

わらず、初年度で当初の目標箱数1,500万箱の2.5倍強となる3,900万箱の売り上げを達成しました。

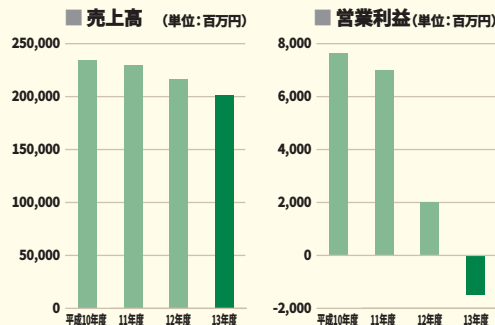
洋酒・焼酎事業等では、4月のニッカウヰスキーとの営業統合の効果が表れ、ウイスキーでは、「竹鶴」シリーズが業務用およびギフト市場で、「ブラックニッカクリアブレンド」が家庭用市場でそれぞれ順調な売り上げを示し、また、本格麦焼酎「一番札」と韓国焼酎「宝海」「耕織」が多くの飲食店様で取り扱いいただけるようになり、好調に推移しました。5月に新発売した「ゴリッチュ」の当期の売り上げは、247万箱（1箱は250ml×24本）となりました。

酒類事業の売上高は、前期比4.6%増の1,179,412百万円、営業利益は、前期比6.8%増の92,634百万円となりました。

酒類事業



飲料事業・食品事業



飲料事業・食品事業

事業内容 「ワンダ」、「三ツ矢サイダー」や「アサヒ十六茶」などの清涼飲料、ビール酵母加工技術を活用した加工用調味原料、業務用・市販用の食品を開発、販売しています。

当期の概況 飲料事業では、アサヒ飲料における中期経営計画「フレッシュアップ計画21」の初年度としての業務改革への取り組みを通して、商品開発体制の再構築、営業力強化、収益基盤の強化を図りました。その結果、市場の低価格化とメーカー間の競争が一層激化する環境下で、「アサヒ旨茶」「アサヒちゃら」等の新商品は、当初計画を上回る成果を上げることができましたが、「アサヒ十六茶」をはじめ、「三ツ矢サイダー」「バヤリース」「ワンダ」の既存ブランドが所期の売上目標を達成できず、飲料全体の売上数量は、前期比7.9%減の10,420万箱となりました。

食品事業では、アサヒビール食品において、10月に社内カンパニー制を導入し、それぞれの部門機能性をさらに高めました。主力の酵母関連事業、加工食品事業およびフリーズドライ事業が好調に推移し、売上高は前期比7.8%増となりました。

飲料・食品事業の売上高は、前期比6.7%減の

201,771百万円、営業損益は前期比3,494百万円減の1,485百万円の損失となりました。

不動産事業

事業内容 販売用不動産の管理や販売、賃貸ビルの管理、メンテナンスなどを行っています。

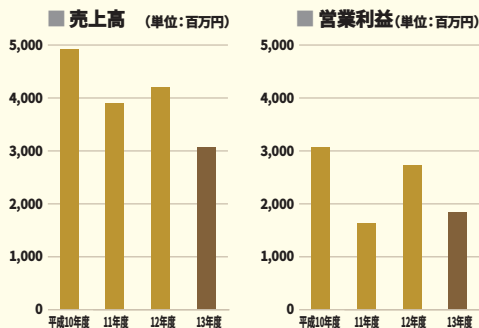
当期の概況 不動産事業では、事務所・倉庫等の賃貸収入はほぼ前年並みの売り上げを確保したものの、不動産販売の減少により、売上高は前期比27.1%減の3,058百万円、営業利益は前期比32.5%減の1,833百万円となりました。

その他の事業

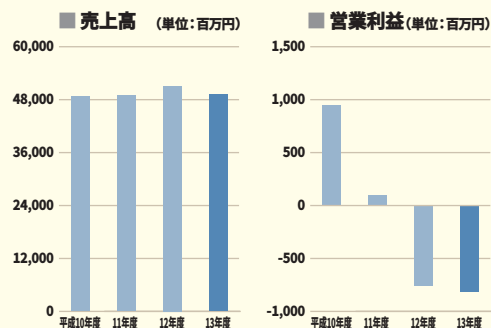
事業内容 ビール製造で培った技術を駆使したガラス製品の製造と物流事業、また、外食事業、薬品事業などに携わっています。

当期の概況 その他の事業では、薬品事業で、ダイエット効果が注目されたクッキング用ビール酵母の売り上げ増等はありませんでしたが、外食事業等の不調により、全体の売上高は前期比3.7%減の49,121百万円、営業損益は前期比58百万円減の816百万円の営業損失となりました。

不動産事業



その他の事業



FINANCIAL SECTION

● 連結貸借対照表 (12月31日現在) (単位：百万円)

資産の部	平成13年度	平成12年度
流動資産	412,628	498,697
現金及び預金	20,307	17,322
受取手形及び売掛金	259,924	254,976
有価証券	—	79,905
棚卸資産	93,908	94,811
繰延税金資産	4,723	1,755
その他	39,735	52,448
貸倒引当金	△5,970	△2,522
固定資産	928,474	889,999
有形固定資産	741,828	743,851
建物及び構築物	246,221	236,474
機械装置及び運搬具	219,998	212,873
土地	208,804	213,328
その他	66,803	81,173
無形固定資産	11,651	10,860
投資その他の資産	174,994	135,287
投資有価証券	97,316	62,773
長期貸付金	6,120	6,816
繰延税金資産	44,443	27,981
その他	46,550	49,875
貸倒引当金	△19,436	△12,160
為替換算調整勘定	—	1,130
資産合計	1,341,102	1,389,827

(注) 1. 百万円未満は切り捨てて表示しております。
2. 有形固定資産に対する減価償却累計額は、平成13年度は419,930百万円、平成12年度は383,612百万円です。
3. 消費税等の会計処理は税抜方式によっております。

Point A

金融商品会計基準の適用により、期首時点で保有する有価証券の保有目的を検討し、満期保有目的債券及びその他有価証券を投資有価証券として表示しております。

負債の部	平成13年度	平成12年度
流動負債	618,851	660,105
支払手形及び買掛金	86,642	84,542
短期借入金	97,998	126,407
1年以内償還予定社債	61,884	53,018
未払酒税	142,840	139,282
未払法人税等	19,867	3,423
未払金	49,463	56,962
コマーシャルペーパー	19,000	61,000
その他	141,154	135,468
固定負債	318,597	334,407
社債	173,476	188,040
長期借入金	64,808	74,904
退職給付引当金	—	31,343
退職給付引当金	35,161	—
特別修繕引当金	219	172
繰延税金負債	—	1,574
その他	44,931	38,372
負債合計	937,448	994,513
少数株主持分	17,690	39,305
資本の部	—	—
資本金	182,530	177,665
資本準備金	180,894	169,457
連結剰余金	20,864	9,009
為替換算調整勘定	2,274	—
自己株式	△598	△123
資本合計	385,964	356,008
負債、少数株主持分及び資本合計	1,341,102	1,389,827

Point B

退職給付に係る会計基準の適用により、退職給付引当金は退職給付引当金に含めて表示しております。

連結損益計算書 (1月1日～12月31日) (単位：百万円)

	平成13年度	平成12年度
売上高	1,433,363	1,399,108
売上原価	1,003,969	988,738
売上総利益	429,394	410,370
販売費及び一般管理費	351,616	333,819
営業利益	77,777	76,550
営業外収益	6,579	7,156
受取利息及び配当金	2,529	5,604
連結調整勘定償却額	1,543	—
その他	2,505	1,551
営業外費用	23,700	70,860
支払利息	8,136	12,426
有価証券売却損	—	41,127
その他	15,564	17,307
経常利益	60,656	12,845
特別利益	5,774	1,652
固定資産売却益	4,320	1,362
その他	1,454	290
特別損失	47,820	32,615
固定資産売却除却損	12,266	7,965
投資有価証券売却損	3,060	—
投資有価証券評価損	7,675	1,359
子会社整理損失	1,003	452
退職給付引当金繰入額	—	18,110
退職給付会計基準変更時差異	20,444	—
その他	3,370	4,727
税金等調整前当期純利益又は 税金等調整前当期純損失(△) ...	18,611	△18,116
法人税、住民税及び事業税	24,925	9,382
法人税等調整額	△18,859	△10,671
少数株主損失(△)	△1,071	△1,120
当期純利益又は当期純損失(△)	13,616	△15,706

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

Point C

退職給付会計基準の適用による変更時差異については、当期で一括償却しております。

連結キャッシュフロー計算書 (1月1日～12月31日) (単位：百万円)

	平成13年度	平成12年度
I 営業活動によるキャッシュフロー		
税金等調整前当期純利益又は 税金等調整前当期純損失(△) ...	18,611	△18,116
減価償却費	52,901	51,790
退職給付引当金の増減額	△31,343	18,406
退職給付引当金の増減額	47,944	—
貸倒引当金の増減額	10,934	2,190
有価証券売却損	—	40,972
固定資産売却除却損	12,266	7,965
売上債権の増減額	9	△18,985
棚卸資産の増減額	1,694	8,182
仕入債務の増減額	△2,859	△8,751
未払酒税の増減額	3,555	△1,797
未払消費税等の増減額	△1,732	△1,854
その他	14,873	3,099
小計	126,854	83,101
利息及び配当金の受取額	2,961	6,418
利息の支払額	△8,545	△16,293
法人税等の支払額	△11,162	△12,220
営業活動によるキャッシュフロー ...	110,107	61,006
II 投資活動によるキャッシュフロー		
有形固定資産の取得による支出 ...	△69,186	△52,874
投資有価証券の売却による収入 ...	21,309	24,494
その他	11,175	4,098
投資活動によるキャッシュフロー ...	△36,700	△24,280
III 財務活動によるキャッシュフロー		
短期借入金の増減額	△60,365	13,723
長期借入による収入	7,656	1,465
長期借入金の返済による支出 ...	△25,169	△39,906
社債の発行による収入	50,000	50,000
社債の償還による支出	△47,950	△72,014
配当金の支払額	△6,020	△5,975
その他	2,139	△715
財務活動によるキャッシュフロー ...	△79,709	△53,422
IV 現金及び現金同等物に係る換算差額 ...	396	△590
V 現金及び現金同等物の増減額 ...	△5,905	△17,287
VI 現金及び現金同等物の期首残高 ...	24,743	37,948
VII 連結範囲の変更による 現金及び現金同等物の増加額	514	4,082
VIII 現金及び現金同等物の期末残高 ...	19,351	24,743

FINANCIAL SECTION

● 単体貸借対照表 (12月31日現在) (単位：百万円)

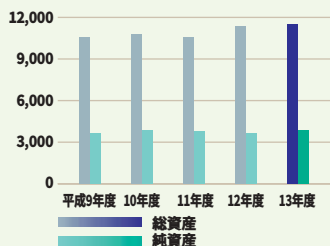
資産の部		平成13年度	平成12年度
流動資産	337,893	441,652	
現金及び預金	1,921	2,665	
受取手形及び売掛金	212,175	193,491	
有価証券	—	67,475	
棚卸資産	45,563	43,379	
短期貸付金	59,509	112,460	
繰延税金資産	3,300	1,147	
その他	20,205	22,021	
貸倒引当金	△4,782	△991	
固定資産	810,325	692,468	
有形固定資産	569,267	570,776	
建物	166,196	159,220	
機械及び装置	181,863	180,079	
土地	133,367	136,336	
その他	87,839	95,140	
無形固定資産	7,953	7,629	
投資等	233,104	114,061	
投資有価証券	64,132	11,236	
子会社株式・出資金	74,534	58,361	
長期貸付金	45,907	4,675	
繰延税金資産	26,057	15,627	
その他	40,307	38,506	
貸倒引当金	△17,836	△14,345	
資産合計	1,148,219	1,134,120	

負債の部		平成13年度	平成12年度
流動負債	498,713	512,307	
支払手形及び買掛金	48,362	42,958	
短期借入金	70,500	76,209	
1年以内償還予定社債	48,419	50,150	
未払酒税	138,956	136,289	
預り金	78,988	69,966	
コマーシャルペーパー	19,000	59,000	
その他	94,487	77,732	
固定負債	261,185	259,444	
社債	165,448	163,869	
長期借入金	41,500	44,500	
長期未払金	1,800	1,800	
長期預り金	33,607	30,536	
退職給与引当金	—	18,738	
退職給付引当金	18,829	—	
負債合計	759,898	771,751	
資本の部			
資本金	182,530	177,665	
資本準備金	189,903	169,457	
利益準備金	8,687	8,084	
その他剰余金	7,798	7,161	
(うち当期利益又は当期損失(△))	(7,259)	(△9,658)	
自己株式	△598	—	
資本合計	388,320	362,368	
負債及び資本合計	1,148,219	1,134,120	

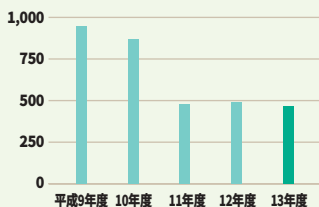
- (注) 1. 百万円未満は切り捨てて表示しております。
2. 有形固定資産に対する減価償却累計額は、平成13年度は316,666百万円、平成12年度は284,522百万円でです。
3. 消費税等の会計処理は税抜方式によっております。
4. 当期より退職給付に係る会計基準を適用しており、「退職給与引当金」は「退職給付引当金」に含めて表示しております。

5. 当期より金融商品に係る会計基準を適用しており、期末時点で保有する有価証券の保有目的を検討し、その他有価証券を「投資有価証券」として表示しております。
6. 流動資産及び固定資産の投資等に記載しておりました「自己株式」は、「株式会社の貸借対照表、損益計算書、営業報告書及び附属明細書に関する規則の一部を改正する省令」により、当期より資本に対する控除項目として、資本の部の末尾に記載しております。

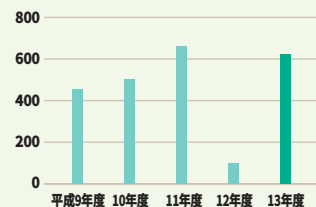
■ 総資産／純資産 (単位：億円)



■ 設備投資額 (単位：億円)



■ 経常利益 (単位：億円)



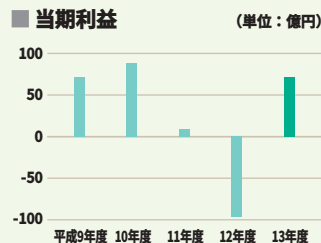
● 単体損益計算書 (1月1日～12月31日)(単位:百万円)

	平成13年度	平成12年度
売上高	1,121,920	1,054,649
売上原価	827,175	798,887
売上総利益	294,745	255,762
販売費及び一般管理費	216,373	185,236
営業利益	78,371	70,525
営業外収益	2,717	2,535
受取利息及び配当金	2,027	1,873
雑収入	690	662
営業外費用	18,353	63,014
支払利息	5,429	6,858
有価証券売却損	—	41,067
雑損失	12,924	15,088
経常利益	62,735	10,046
特別利益	1,824	149
固定資産売却益	908	143
投資有価証券売却益	699	—
子会社株式売却益	215	6
特別損失	47,133	24,996
固定資産売却除却損	6,312	4,948
投資有価証券評価損	7,644	1,242
投資有価証券売却損	2,979	—
子会社整理損失	8,985	440
子会社株式評価損	5,377	3,130
ゴルフ会員権売却損等	—	2,868
退職給与引当金繰入額	—	11,491
退職給付会計基準変更時差異	15,733	—
役員退職慰労金	99	873
税引前当期利益又は 税引前当期損失(△)	17,426	△14,800
法人税、住民税及び事業税	22,750	7,050
法人税等調整額	△12,582	△12,191
当期利益又は当期損失(△)	7,259	△9,658
前期繰越利益	736	1,152
中間配当額	3,032	2,987
利益準備金積立額	303	298
当期未処分利益又は 当期未処理損失(△)	4,659	△11,791

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

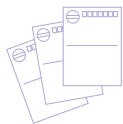
● 利益処分計算書 (1月1日～12月31日)(単位:百万円)

	平成13年度	平成12年度
当期未処分利益又は 当期未処理損失(△)	4,659	△11,791
別途積立金取崩額	—	15,576
固定資産圧縮積立金取崩額	186	237
計	4,846	4,022
この処分は次の通りであります。		
利益準備金	—	299
配当金	3,591	2,987
取締役賞与金	47	—
監査役賞与金	9	—
次期繰越利益	1,197	736



RESULTS OF SHAREHOLDER QUESTIONNAIRE

●株主様アンケート結果

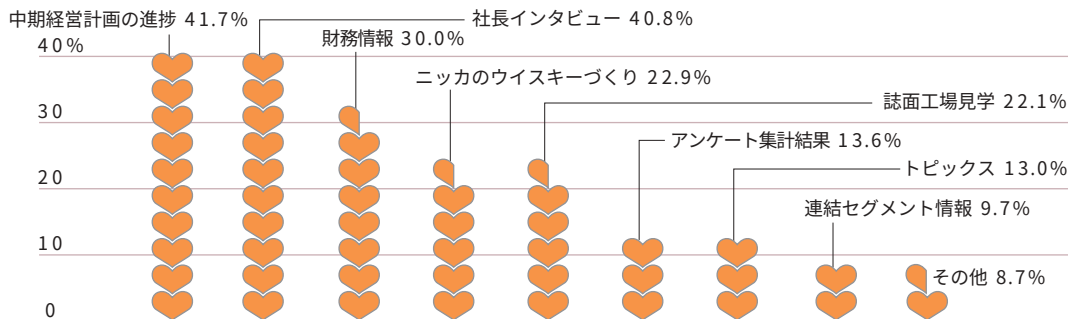


※ アンケート結果につきましては、今回より、回答者数を母数として算出しています。

アンケートにご協力いただき、ありがとうございました。
第78期中間事業報告書で実施したアンケートの集計結果をお知らせします。「業界一番を目指しましょう!」「アサヒが大好きなんです」「スーパードライは美味しい。毎日飲んでます」といった、たくさんの励ましとご好評の声とともに、約3,000通の回答をいただきました。アサヒビールはこれからも、株主の皆様のご期待と支援にお応えできる活力ある企業として頑張っていきます。

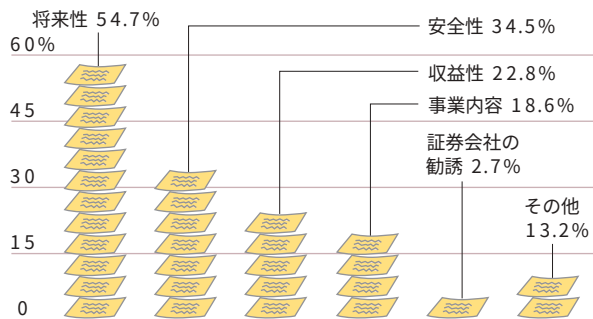
QUESTION

1 今回の事業報告書でとくに関心を持たれた内容はどれでしょうか? (複数回答可)



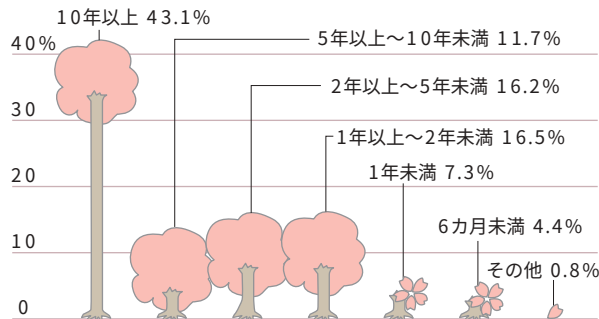
QUESTION

2 当社の株式を買い付けされた理由は何でしょうか? (複数回答可)



QUESTION

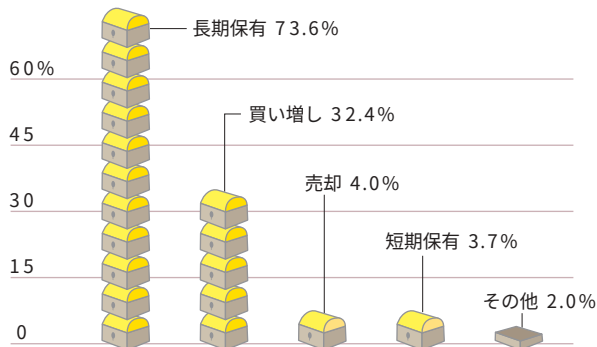
3 当社の株式の所有期間はどれくらいですか?



QUESTION

4

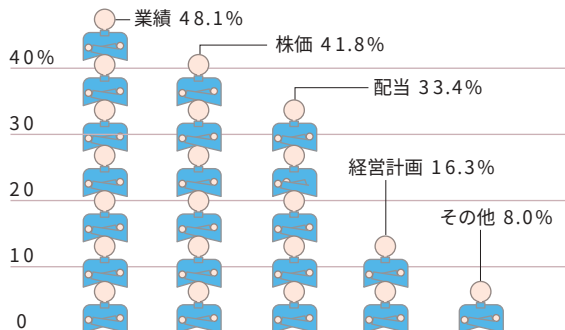
当社の株式について、今後どのようにお考えですか？（複数回答可）



QUESTION

5

また、その判断材料は何でしょうか？（複数回答可）



皆様より当社に対する多くのご意見・ご質問、事業報告書についてのご感想をいただきました。以下に一部ではございますが、ご質問への回答を掲載します。

質問

1

ビールと発泡酒の違いについて知りたいのですが。

回答

ビールと発泡酒は、麦芽使用比率と使用原料の点で異なります。ビールは酒税法で麦芽使用比率が3分の2以上と規定され、使用できる原料は、麦芽やホップ、米、とうもろこし、でんぷん等に限定されています。これに対して、発泡酒は、「麦芽を原料の一部とした発泡性のある酒類」であり、麦芽の使用比率が3分の2未満の場合か、ビールでは使用できない原料を使用したものを指します。発泡酒は、麦芽使用比率に応じて酒税額が3段階に分けられますが、現在市場に出回っている発泡酒は、税額の少ない麦芽使用比率25%未満のものが主流です。

質問

2

神奈川県南足柄市の神奈川工場について進捗状況を教えてください。

回答

1999年より建設を進めていた同工場はついに完成し、2002年3月より稼働を始めています。



次回の事業報告書では、世界トップクラスの製造技術と生産性を誇る同工場の概要を詳しくご紹介する予定です。7月1日にスタートする工場見学についてのお問い合わせ・ご予約は、神奈川工場ご案内準備室（TEL: 0465-72-6270 / FAX: 0465-72-6271）までご連絡ください。多くの皆様のお越しをお待ちしています。

CORPORATE PROFILE

● 会社概要

【会社の概要】（平成13年12月31日現在）

商号 アサヒビール株式会社
(ASAHI BREWERIES, LTD.)

設立 昭和24年9月1日

資本金 182,530,693,871円

従業員数 3,799名 (527名)

※従業員数は就業人員であり、当社への出向者（606名）を含み、関係会社への出向者を除いています。なお、臨時従業員数は、（ ）内に期中平均人員を外数で記載しています。



アサヒビールグループの
詳しい情報については
こちらをご覧ください。

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

【会計監査人】

朝日監査法人（東京都新宿区津久戸町1番2号）

【役員】（平成14年3月28日現在）

代表取締役会長

堀地茂雄

代表取締役社長

池田弘一

代表取締役副社長

旭 興一

西川菅雄

専務取締役

小倉貞男

常務取締役

岡田正昭

大原清明

取締役相談役

瀬戸雄三

取締役

山口信夫

岡本行夫

野中ともよ

常勤監査役

佐藤 明

扇谷正紀

原田利夫

監査役

櫻井孝顕

森田松太郎

【執行役員】

執行役員副社長

塚田 勤

専務執行役員

坂本純一

築山知明

藤田 博

荻田 伍

常務執行役員

浅原 直

中村 豊

尾関正彦

秋元延介

執行役員

泉谷直木

本山和夫

二宮裕次

北嶋恒四郎

玉田忠志

川村 光

富永寿郎

石橋英行

二宮 襄

江藤正和

浅野舜三

後藤義弘

藏口 勝

高橋正哲

岩崎次弥

佐々木修

西野伊史

吉岡信一

松延 章

平山健史

小路明善

高橋成公

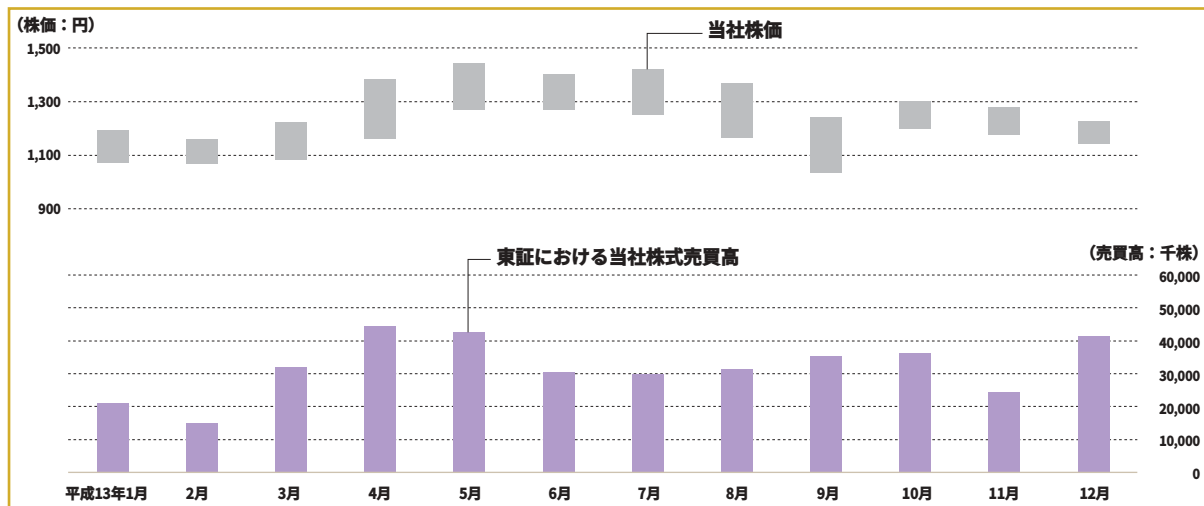
三谷 昌

名倉伸郎

石井敏史

（注）監査役櫻井孝顕、森田松太郎の両氏は、「株式会社の監査等に関する商法の特例に関する法律」第18条第1項に定める社外監査役であります。

【株式の状況】



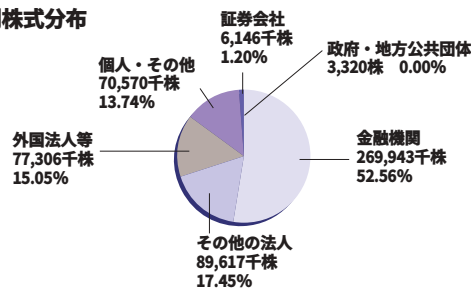
発行済株式総数 513,585,004株 (平成13年12月31日現在)

当期末株主数 60,199名 (前期末比5,155名減)

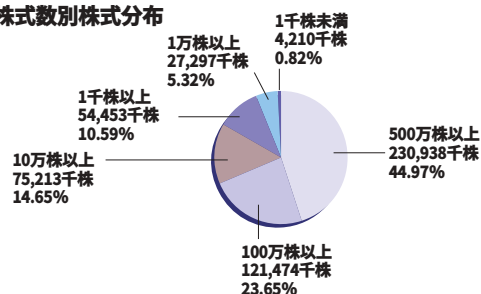
大株主 (上位10名) (平成13年12月31日現在)

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
第一生命保険相互会社	23,689	4.6
株式会社三井住友銀行	22,793	4.4
日本トラステイ・サービス 信託銀行株式会社 (信託口)	20,077	3.9
三菱信託銀行株式会社 (信託口)	17,720	3.5
富国生命保険相互会社	16,883	3.3
旭化成株式会社	15,185	3.0
住友生命保険相互会社	12,291	2.4
モルガン信託銀行株式会社 (非課税口)	11,240	2.2
東洋信託銀行株式会社 (信託勘定A口)	11,230	2.2
株式会社日本興業銀行	9,052	1.8
合計	160,160	31.2

所有者別株式分布



所有株式数別株式分布



*平成14年1月15日をもって、東洋信託銀行株式会社は、商号変更によりUFJ信託銀行株式会社となりました。



ホームページアドレス：
<http://www.asahibeer.co.jp>

株主メモ

決算期	12月31日
定時株主総会	3月中
配当金	利益配当金は毎決算期の最終の株主名簿及び実質株主名簿に記載された株主、実質株主又は質権者に支払う。中間配当金は毎年6月30日の最終の株主名簿及び実質株主名簿に記載された株主、実質株主又は質権者に支払うことができる。
1単元の株式の数	1,000株
証券コード	2502
名義書換／取扱所 (名義書換代理人)	〒137-8081 東京都江東区東砂7丁目10番11号 UFJ信託銀行株式会社証券代行部 TEL 東京03(5683)5111(大代表)
同取次所	UFJ信託銀行株式会社各支店 野村證券株式会社本店及び各支店
公告掲載新聞	東京都において発行する日本経済新聞

お知らせ：

平成13年10月1日施行の商法改正により、額面株式制度が廃止されましたが、現在ご所有の株券（1株の額面金額5万円と記載）は、従来通り流通いたしますので、株券引換えのお手続きは一切不要です。



古紙配合率100%再生紙を使用しています

生分解性に優れたアロマフリー型
再製大豆油インキで印刷しています。