

Asahi



株主の皆様へ
第78期中間事業報告書
(平成13年1月1日～平成13年6月30日)

総合酒類提案企業を目指し、着実に前進中。

21世紀の新たな成長を目指す「アサヒビールグループ中期経営計画」(2001年~2004年)の達成に向けて、アサヒビールグループは着実に成果を上げています。中核である酒類事業におきましては、発泡酒「アサヒ本生」の大ヒットに続き、チューハイ市場に投入した「ゴリッチュ」もご好評をいただき、総合酒類提案企業への変革に向け、まい進しています。

発泡酒「アサヒ本生」 新発売



発売以来、人気が爆発。生産拠点を4工場に拡大するとともに、年間売上目標箱数を4,300万箱に上方修正しました。

アサヒチューハイ 「ゴリッチュ」 新発売



ニッカウヰスキーと共同開発し、発売2カ月で売上箱数100万箱を達成しました。チューハイ市場における「ゴリッチュ」ブランドの早期確立を目指します。

5月

4月

子会社化したニッカウヰスキーの 販売部門を統合

ビール・洋酒事業を一本化し、販売部門の統合や共同開発を推進。商品提案力や販売力の強化を通して、酒類事業の競争力をさらに向上させていきます。



2月

グループ経営を強化し、最も効率的に利益を上げ、成長していけるビジネスモデルを構築します。

2000年10月

アサヒビールグループ 中期経営計画発表



株主の皆様には、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では、新しい時代に対応した事業構造の確立を図るため、「グループ中期経営計画」を策定し、グループ経営強化に向けた取り組みを推し進めております。平成13年上半期のビール・発泡酒の出荷数量は、創業以来初めて1億箱を突破し、発泡酒を含めたシェアも過去最高となるなど、酒類事業をはじめとした各事業において着実に成果を上げております。

今後も目標の達成ならびにさらなる躍

進に向けて、グループ一丸となって取り組んでまいります。また、常にお客様の声を謙虚に受け止め、それにお応えし、ご信頼・ご満足いただける会社となるよう努めてまいります。

株主の皆様におかれましては、何卒一層のご指導、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

平成13年9月

代表取締役会長 瀬戸雄三

代表取締役社長 福地茂彦

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



7月

6月

平成13年1~6月のアサヒビールのビール+発泡酒の課税出荷数量

初の
1億箱突破
前期比 **109%**



チリ産ワイン「カリテラ」の発売を発表

総合酒類事業の展開におけるワイン事業強化のため、チリ・カリテラ社のワイン7品種を9月に市場に投入。ワイン事業の中核ブランドに育成していきます。

目次

総合酒類提案企業への歩み.....	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
ニッカのウイスキーづくり.....	7	アンケート集計結果.....	19
トピックス.....	9	会社概要.....	21
誌面工場見学.....	11	株主メモ.....	23

社長インタビュー ~グループ中期経営計画の進捗状況を語る~

当社は、昨年発表したグループ中期経営計画に基づき、さらなる成長路線を築くために、「ビール専門メーカーから総合酒類提案企業」への変革を目指してまいります。その初年度である本年は、重点項目として、「ビール+発泡酒カテゴリーでのトップシェア獲得」「総合酒類での強みづくり」「利益重視の経営」に取り組んでおります。

**ビール・発泡酒市場の上期の状況について
お聞かせください。**

前年比9%増と、計画箱数を大幅に上回る

福地：ビール・発泡酒カテゴリーでは、1~6月の業界全体の課税出荷数量が前年比3.8%増にとどまるなか、当社の出荷数量は前年比9.4%増と、業界平均を大きく上回り、シェアも37.5%と、半期ベースでの過去最高を記録することができました。とくに、本年2月に発売した発泡酒「アサヒ本生」は、おかげさまで大変ご好評をいただき、年初計画に対して、出荷が倍以上のペースとなっております。このため、年間売上目標を大幅に上方修正するとともに、品不足を解消するため、生産工場も4工場に増やし、供給体制を整えました。

**「総合酒類での強みづくり」の具体的な
成果についてはいかがですか？**

営業ネットワークをフル活用し、 ウイスキーのシェア・アップに成功

福地：本年1月に100%子会社化したニッカウヰスキーの営業部門を4月より統合いたしました。これにより、両社の営業ネットワークをフル活用し、

有用な情報を共有することが可能になり、総合酒類における営業態勢の強化を図っております。すでに効果が現れつつあり、本年1~6月の国産ウイスキー業界全体が落ち込むなか、当社国産ウイスキー出荷量は前年を上回りました。また、国産ウイスキー市場での当社シェアは20%程度にまでアップしたものと見込まれております。

当中間期の業績についてお聞かせください。

連結・単体ともに年初見込みを上回る利益を計上

福地：連結決算につきましては、売上高は年初見込みを若干下回りましたが、営業利益、経常利益、純利益では年初見込みを大きく上回りました。

単体では、売上高が5,100億円と前年比6%増を達成し、営業利益、経常利益、純利益といった利益の面でも、すべて年初見込みを大きく上回りました。

本年度からの会計制度の改正により、広告宣伝

^{*}費の平準化が廃止になったことを勘案しますと、対前年では、大幅な増収、増益となっております。

利益面で年初見込みを大幅に上回る実績が残せたことは、重点項目として掲げている利益重視の経営が着実に実践されてきていることの現れと考えております。

「アサヒ本生」好調の要因をどう捉えていますか？

広告戦略と商品の質・オリジナリティーがお客様にアピール

福地：「アサヒ本生」は発売当初より、高い飲用経験率と継続飲用率を維持しております。これは、発売前より積極的に展開した広告活動によって話題性を最大限に高めたことに加え、味、商品特性、パッケージといった商品自体の質とオリジナリティーがお客様から高く評価された結果と受け止めております。

* 会計基準の改正による広告宣伝費の平準化廃止

前中間会計期間まで、上半期に発生し、その効果が下半期におよぶ広告宣伝費につきましては、発生時からその効果がおよぶ期間に按分して繰り延べていましたが、会計基準の改正により、当中間会計期間から発生時に全額費用として処理しています。

「アサヒ本生」に新容器3種が登場

発泡酒「アサヒ本生」の既存3アイテムに、9月19日から1000ml缶・250ml缶・135ml缶の新容器3種が加わります。お客様の多様化するご要望にお応えし、「アサヒ本生」のより一層の需要拡大を図ると同時に、発泡酒の持つカジュアルなシーンをさらに盛り上げる新容器として期待されます。





5月に発売した「ゴリッチュ」も好調のようですが？

発売からわずか2カ月で100万箱を出荷

福地：近年、伸長著しいチューハイ市場に、総合酒類提案企業を目指す当社として最初の提案商品「ゴリッチュ」を発売いたしました。ニッカウヰスキーとマーケティング部門を統合し、アサヒグループ各社の技術力を結集したことにより開発が可能になった自信作です。発売月の出荷数量が過去に発売されたチューハイのなかで最高の出荷となったと推測され、また、発売2カ月で100万箱の出荷と大変好調な滑り出しを見せております。

下期の戦略について、どうお考えですか？

ビール・発泡酒市場でトップシェアを獲得、市場での競争優位性を確保

福地：重点項目である、「ビール+発泡酒市場でのトップシェアの獲得」を確実なものにしてまいります。総アルコールの70%以上を占めるこの市場でナンバーワンの座を獲得することにより、市場での競争力、情報収集力、お客様からの信頼度を飛躍的に高めていきたいと考えております。

スーパードライブランドのコア価値を向上

福地：商品戦略の柱であるスーパードライにつきましては、全ビール市場縮小の影響を受けて

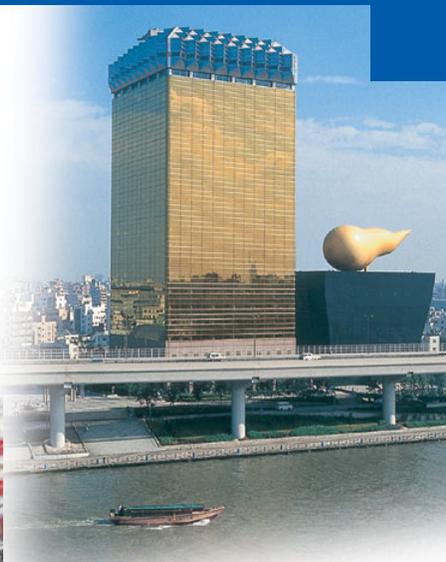
上期出荷量が減少いたしました。ビールにおける市場シェアは本年もさらに拡大しております。下期も、既存のお客様維持のためにすべきことと、新規のお客様づくりのためにすべきことがそれぞれ何なのかをしっかりと見極め、広告でのスーパードライらしさの訴求や、フレッシュマネジメントの推進など、ブランドのコア価値を高める活動に注力してまいります。

総合酒類化に向けての下期の戦略についてはいかがでしょうか？

ゴリッチュ品種を拡大、 ワインもチリ・カリテラ社の取り扱いを開始

福地：総合酒類営業態勢の確立に、スピードを上げて取り組んでまいります。9月12日より、「ゴリッチュ」のラインアップに「グレープフルーツ」、「ライム」、「梅&高麗人参」の3タイプを加え、売り場での存在感を高めるとともに、引き続き話題性の喚起を図りながら、ブランド構築を進めます。

またワインにつきましても、当社ワイン事業のメインブランドとして育成するため、9月に「カリテラ」を発売いたします。成長を続けるチリワイン市場でナンバーワンのポジションを目指すとともに、「シードル」、「梅ワイン」、「ソーニン」などの重点商品についても、拡販に努めてまいります。



トータルな提案力を発揮できる、 総合酒類提案企業を目指して

福地：流通構造の変化、お客様の嗜好の多様化という状況にあって、酒類カテゴリーを越えた競争に勝ち残るためには、ビールだけというような単一商品ではなく、総合酒類での売り場での提案力、販売促進策の提案力、飲食店様へのメニューの提案力などが求められております。このようなトータルでの提案ができる強い営業態勢・商品ラインアップをいち早く確立し、総合酒類での強みづくりを推進してまいります。

今後もグループ中期経営計画を着実に進め、企業価値の一層の向上に努めることで、株主の皆様のご期待にお応えしてまいります。

ニッカのウイスキーづくり



杉本 淳一

(すぎもと じゅんいち)

ニッカウヰスキー(株)
生産技術研究所 ブレンダー室 室長
チーフブレンダー

「品質」へのこだわり、
「うまさ」への挑戦



ウイスキーには、原料に麦芽だけを使ったモルトウイスキーと、とうもろこしを主原料としたグレーンウイスキーの2種類があるのをご存じでしょうか。モルトウイスキーはコクがあり、個性の強いストロングタイプ、グレーンウイスキーは飲みやすくすっきりとしたソフトタイプといえます。これを絶妙にブレンドすることで、個性豊かな味わいと華やかな香りに口あたりの良さが一体となった、“ブレンデッドウイスキー”が誕生します。ウイスキーづくりの醍醐味は、ブレンドによってお互いの個性を最大限に引き立て合うことにあります。

また、私たちブレンダーは、新しいウイスキーのレシピ(処方)を決め、常に安定した品質

の商品を送り出す責任を担っています。ブレンドに使う原酒は、数種類のこともあれば、ときには数十種類にも及びます。調合はまさに微妙なさじ加減で、鼻と舌を研ぎ澄まして、熟成してきたモルトたちの良さを引き出し、最高の出会いを演出しなければなりません。大自然に抱かれて育ったウイスキーを、今度は我々人間が五感を総動員して仕上げるのです。香りや味わいを敏感に感じとるため、ブレンドの前には香辛料や匂いの強い食事、整髪料などは避け、また集中できるようにストレスをためないことも心がけています。これからも多くの方々に、ウイスキーの魅力や奥深さを知っていただける、独創的な商品を生み出していきたいですね。

「シングルカスク
余市10年」

世界で唯一のウイスキー専門誌「WHISKY MAGAZINE」(英国)が主催したウイスキーテイastingコンテストで、並み居る世界の銘酒をおさえて、最高得点を獲得しました。このウイスキーは、いわゆる余市蒸溜所の“原酒”であり、ニッカのウイスキーのキーモルトといわれています。なお、「シングルカスク余市10年」は、インターネットに限定して販売しています。

<http://www.asahishop.net/>



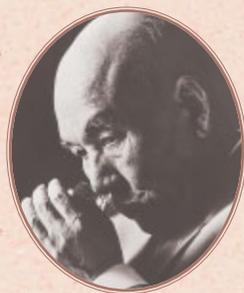
日本のウイスキーの父、竹鶴政孝

～スコッチに匹敵するウイスキーを日本でつくりたい～

たけつる まさたか

MASATAKA TAKETSURU

ニッカウヰスキーの創業者であり、マスターブレンダー。
その功績により日本のウイスキーの父と呼ばれる。



「50年前、頭の
良い日本の青年
がやってきて、
1本の万年筆と



ノートで英国のドル箱であるウイスキーづくりの秘密を盗んでいった」1962(昭和37)年、英国のヒューム副首相が来日し、当時の池田首相にそう語ったと伝えられています。この「頭の良い日本の青年」こそ、ニッカの創業者・竹鶴政孝(1894～1979)であり、このエピソードは、竹鶴の生涯の夢でもあった本物のウイスキーづくりを、ウイスキーの祖国、英国人が認めたことを示しています。

広島造り酒屋に生まれた竹鶴は、家業の日本酒よりも洋酒に興味を持ち、1918(大正7)年、スコットランドに単身留学します。蒸溜所での厳しい修業時代を経て、日本人として唯一人、門外不出のウイスキー製造法を習得した竹鶴は、留学中に会った生涯の伴侶、リタをとめない帰国。その後、寿屋(現在のサントリー)に請われた竹鶴は、日本で最初の本格ウイスキー蒸溜所「山崎工場」の設立を手がけました。



そして、竹鶴40歳の1934(昭和9)年、念願の自分のウイスキーづくりに取り組むため、スコットランドの気候、風土に似た北海道の余市に蒸溜所を設立しました。創業から6年の1940(昭和15)年、ようやく熟成したウイスキーが発売されます。記念すべき第一号ウイスキーは社名(大日本果汁株式会社)をとって、「ニッカウヰスキー」と命名されました。後に社名となるブランドネームの誕生です。



竹鶴は、その後も一貫して品質の向上にこだわり続けました。そして21世紀になった今、ニッカウヰスキーが世界の銘酒に比肩するといわれるようになったことは、竹鶴のウイスキーづくりの信念が、確実に受け継がれていることを証明しています。

竹鶴12年ピュアモルト

「本当においしいウイスキーをより多くの方に……」
創業者・竹鶴政孝の願いを込めた
ピュアモルトウイスキー「竹鶴」シリーズ。
本年3月には、17年、21年をラインアップに追加。
竹鶴直伝のブレンダーチームによる会心の作です。



トピックス



缶入りチューハイ「ゴリッチュ」登場



イラストレーター・日暮修一氏が手がけるネクタイ姿のゴリラがユニークな「ゴリッチュ」の缶デザイン。ゴリラの表情が各フレーバーによって微妙に異なる“こだわり”を見せています。

総合酒類事業化の一環として、5月に缶入りチューハイ「ゴリッチュ」の3フレーバー（レモン・バナナ・とうがらし風味）を発売しました。すっきりとした味わい、「サラリーマン応援チューハイ」という開発コンセプト、ネクタイ姿のゴリラを描いたユニークな缶のデザインなどが評判を呼び、発売2カ月で売上箱数が100万箱（1箱は250ml×24本）を記録。新規参入にもかかわらず、チューハイ市場に旋風を巻き起こしました。現在もお客様の認知度は着実に高まっています。

9月からは新たに「グレープフルーツ」「ドラ

イライム」「梅&高麗人参」の3フレーバーが加わりました。「グレープフルーツ」は数あるチューハイの中でもレモンに次いで人気が高い定番フレーバーで、天然果汁を使ってすっきりとした味わいに仕上げました。「ドライライム」はキレ味に特徴があり、「梅&高麗人参」は、「バナナ」「とうがらし風味」に続き、これまで業界にはなかった新味です。

今後も、ターゲット層であるチューハイヘビーユーザーの需要をさらに喚起するとともに、店頭を活性化し、チューハイ市場で強固なブランドロイヤリティの確立を目指していきます。



「エコレポート 2001」完成 —社会性を重視した内容に



「エコレポート2001
アサヒビールグループ
環境管理活動の報告」

アサヒビールは、「エコレポート 2001」を作成しました。今回のエコレポートでは、開示の対象範囲を主要グループ会社に拡大し、グループ環境ガイドラインに基づくグループ各社の目標、取り組み状況について記載しています。また、内容も環境管理活動だけでなく、企業倫理、人事、安全・衛生・健康、文化といった「社会的取り組み」に拡大し、「企業の社会性」を重視した報告書にしました。

エコレポートの詳しい内容は、当社ホームページ
<http://www.asahibeer.co.jp/eco/index.htm>
をご覧ください。

冊子
のご請求先

お客様相談室
フリーダイヤル：0120-011121
e-mail: webmaster@asahibeer.co.jp



「Actio (アクティオ)」5品を 「保健機能食品」として発売



保健機能食品として装いも新たに発売中の
「Actio (アクティオ)」

アサヒビール薬品(株)は、サプリメント「Actio (アクティオ)」シリーズのうち「ビタミンC」「カルシウム+ビタミンD」など5アイテムを、7月から「保健機能食品」(栄養機能食品)に移行して発売しています。

厚生労働省が4月に創設した「保健機能食品制度」では、厚生労働大臣が定める基準に従っていれば、栄養機能を自主的にパッケージに表示できるため、お客様がその特性を理解し、自分に必要な食品を選びやすくなりました。5アイテムの移行はこの制度の重要性をいち早く受け止めたもので、一層ご支持いただけるものと期待されます。

誌面工場見学 美味しいビールのできるまで

1. 製麦工程

浸麦

大麦に水と空気を与えて発芽させ、その後乾燥して成長を止め、脱根し、麦芽にします。

発芽

焙燥



出荷!

6. 官能検査など

最新鋭の分析機器による厳しい検査と、専門の担当者による官能検査を行っています。念には念を入れての検査後、出荷します。



※官能検査とは…
アサヒビールでは、毎日出来上がったビールを専門の担当者が実際に試飲しています。その上で、自信を持ってお客様にご満足いただけるおいしいビールだけをお届けしています。

5. びん詰・缶詰工程

びん詰・缶詰機

出来上がったビールをびんや缶に詰めます。

リサイクル



洗びん機

回収したビールびんをきれいに洗浄します。



空びん検査機

小さなキズも見逃しません。



煮沸釜



ホップ

3.発酵・熟成工程

麦汁にホップを加えて煮沸。ビール特有の芳香と苦味が生まれます。



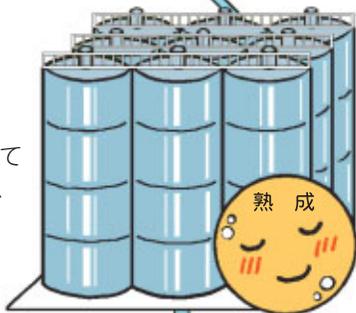
酵母



若ビール

発酵貯酒タンク

よく冷やした麦汁にビール酵母を加えて発酵開始。麦汁中の糖分がアルコールと炭酸ガスに分解されて『若ビール』が出来、さらにじっくり熟成させます。



熟成

4.ろ過工程

ビールろ過機
熟成したビールをろ過、琥珀色に輝くビールが誕生します。



ビール!



i インフォメーション



全国の9工場では、ビールの製造工程から美味しい飲み方まで、専任の案内係がわかりやすくご案内しています。工場見学の後には、出来立ての生ビールや清涼飲料水をご試飲いただけます(20分間おかわり自由・無料)

また、北海道工場は平成13年5月10日に最新鋭の設備を備えた地域密着型工場としてリニューアルオープンしました。

工場見学は予約制となっています。ご希望の方は、お気軽に各工場ご案内係宛に、お電話またはFAXでお申し込みください。また、手話でののご案内も承っておりますので、ご予約の際にお申し付けください。

各工場見学のご案内係連絡先

北海道工場

TEL 011-863-3515
FAX 011-866-4288

名古屋工場

TEL 052-792-8966
FAX 052-792-8967

福島工場

TEL 0243-34-1170
FAX 0243-34-1190

吹田工場

TEL 06-6388-1943
FAX 06-6388-1497

茨城工場

TEL 0297-45-7335
FAX 0297-45-7761

西宮工場

TEL 0798-36-9595
FAX 0798-36-9597

東京工場

TEL 03-3762-9384
FAX 03-3762-6051

四国工場

TEL 0897-53-7770
FAX 0897-53-7799

東京工場は移転にとまひ、平成13年12月中旬をもって見学案内を終了します。

博多工場

TEL 092-431-2701
FAX 092-431-2831

工場見学は年末年始を除き年中無休(東京工場除く)で行っていますが、都合により臨時休業する場合がありますので、あらかじめご確認いただきますようお願い申し上げます。
土・日曜は工場が休みのため、製造ラインが止まっています。ご見学は、一部モニターでののご案内となりますので、ご了承ください。

当中間期のアサヒビールグループは、長引く景気低迷と個人消費の伸び悩みの影響を受けて、飲料事業は不振でしたが、酒類事業は堅調に推移しました。総合酒類事業化の一環として、ビールのみならず、発泡酒、ウイスキー、チューハイ、焼酎といった幅広い商品を、既存のカテゴリーを超えて総合的に提案できる体制を整えました。この結果、当中間期の連結業績は、売上高661,395百万円、営業利益26,455百万円となりました。なお、当中間期は、中間連結財務諸表作成の初年度であるため、セグメント別の前年同期比較は行っておりません。

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や海外ブランドビール、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]

酒類業界は、各カテゴリー間の競争が激化する一方、流通チャネルの系列化・統廃合が加速し、価格競争とも相まって、厳しい状況が続いています。こうした環境の変化に対応しつつ競争力を強化するため、ニッカウヰスキー(株)の営業部門を統合し、総合酒類販売体制を整えました。加えて、今期の方針を「ビール・発泡酒市場での確固たる地位の構築」「総合酒類事業の基盤確立」と定め、積極的な事業展開を進めています。

ビール・発泡酒部門では、「アサヒスーパードライ」のブランド力を一層向上させる戦略を進め、「アサヒ本生」で発泡酒市場に新規参入を果たしました。当グループのビール・発泡酒合計の課税出荷数量は、前年同期比9.4%増と業界平均を大きく上回り、2桁近い伸びを記録、上半期のビール・発泡酒市場におけるシェアも前年同期比1.9ポイント上昇の37.5%となり、半期ベースでは過去最高と

なりました。商品別では、「アサヒスーパードライ」がビール市場全体の縮小の影響を受けつつも、市場全体の前年平均を上回るなど引き続き高い支持率を維持。また、2月下旬に新発売された「アサヒ本生」も発売以来大きな反響をいただき、6月までの累計売上が1,805万箱（1箱は大樽20本換算）と、当初の予想を大きく上回っています。

ウイスキー部門では、4月の営業統合による販売体制強化にともない、家庭用市場での「ブラックニッカクリアブレンド」、業務用市場での「竹鶴」などの商品の拡販を進めました。上半期の国産ウイスキー業界全体の出荷量が前年同期比約10%のマイナスと見込まれるなか、当グループの出荷量は前年同期比101%とわずかながら増加。市場シェアも20%程度にまで上昇したものと見込まれ、総合酒類営業活動の効果が現れています。

また、伸長著しい低アルコール飲料市場向けに5月に発売した「アサヒチューハイ ゴリッチュ」は、発売から6月までの累計売上が100万箱（1箱は250ml×24本）となり、好調な出足となりました。

以上の結果により、当中間期の酒類事業の売上高は537,394百万円、営業利益は33,994百万円となりました。

飲料・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、主要カテゴリーの「三ツ矢サイダー」「アサヒ十六茶」について、新たな広告キャラクターを起用し、消費者キャンペーンを積極的に展開するなど、ブランド力強化を図りました。成長を続ける緑茶市場では「アサヒ旨茶」を、健康飲料分野では生活応援飲料「アサヒちゃら」を発売したほか、グループとしての優位性を最大限に活かしたこだわり麦茶「アサヒ麦水」を発売するなど、活発な新商品提案活動を展開しました。しかし、新商品は総じて予想を上回る売上を記録したものの、既存商品の売上が予想以上に落ち込んだため、当中間期の売上数量は前年同期比10.3%減となりました。利益についても、コストダウンによる売上原価の低減、販売促進費の効率の活用を図りましたが、売上数量減少による利益の減少を吸収するには至りませんでした。

食品事業では、酵母エキス製造時の副産物であるビール酵母細胞壁の商品化に成功したこと、中国・ベトナムからの輸入食材が好調だったことなどを主因として、売上高は前年同期比114%と順調な伸びを示しました。しかし、営業利益は、業務

用冷凍食品の拡販施策として宅配便による販売を開始したことにともなう先行投資的な経費の発生などもあり、前年を若干下回りました。

この結果、飲料・食品事業の売上高は97,854百万円、営業損益は1,495百万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]

不動産販売は減少したものの、事務所・倉庫等の賃貸収入はほぼ前年並みの売上を確保し、順調に推移しています。売上高は1,534百万円、営業利益は1,148百万円となりました。

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、特に薬品事業において、ダイエット効果が注目されたクッキング用ビール酵母が大ヒット商品となり、営業利益が大幅に増加しました。全体の売上高は24,612百万円、営業利益は202百万円となりました。

連結貸借対照表

(6月30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	447,926	557,934
現金及び預金	18,826	15,705
受取手形及び売掛金	269,873	255,203
有価証券	—	110,191
棚卸資産	115,543	115,132
繰延税金資産	4,700	1,731
その他	43,467	61,882
貸倒引当金	4,484	1,913
固定資産	949,990	893,421
有形固定資産	748,837	725,436
建物及び構築物	238,280	233,489
機械装置及び運搬具	215,093	207,935
土地	214,795	212,345
その他	80,667	71,666
無形固定資産	10,768	10,533
投資等	190,384	157,537
投資有価証券	124,422	83,681
長期貸付金	7,226	5,384
繰延税金資産	24,896	17,218
その他投資等	46,429	61,653
貸倒引当金	12,590	10,401
為替換算調整勘定	0	589
資産合計	1,397,917	1,452,031

(注) 1. 前中間期の業績は、ご参考用の数値であり、会計監査人の監査を受けた連結財務諸表に基づくものではありませんので、ご了承ください。
 2. 百万円未満は切り捨てて表示しております。
 3. 有形固定資産に対する減価償却累計額は、当中間期は405,440百万円、前中間期は355,874百万円です。
 4. 消費税等の会計処理は税抜方式によっております。

Point 1

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	726,905	763,581
支払手形及び買掛金	100,357	83,522
短期借入金	119,793	145,441
1年以内償還予定社債	64,975	54,605
未払酒税	155,900	152,402
預り金	71,921	101,129
コマーシャルペーパー	81,000	102,500
その他流動負債	132,956	123,979
固定負債	286,841	265,220
社債	131,878	150,666
長期借入金	67,285	91,496
退職給与引当金	—	12,818
退職給付引当金	40,288	—
繰延税金負債	1,713	1,686
その他固定負債	45,675	8,552
負債合計	1,013,746	1,028,801
少数株主持分	19,529	35,307
[資本の部]		
資本金	178,086	177,665
資本準備金	176,585	169,456
連結剰余金	8,848	40,807
為替換算調整勘定	1,665	—
自己株式	544	7
資本合計	364,640	387,921
負債、少数株主持分及び資本合計	1,397,917	1,452,031

Point 2

退職給付に係る会計基準の適用により、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。

連結損益計算書 (1月1日～6月30日) (単位: 百万円)

[科目]	平成13年度	平成12年度
売上高	661,395	643,049
売上原価	461,447	447,792
売上総利益	199,947	195,256
販売費及び一般管理費	173,492	160,982
営業利益	26,455	34,274
営業外収益	4,693	3,746
受取利息及び配当金	1,649	2,791
持分法による投資利益	517	251
連結調整勘定償却額	812	—
雑収入	1,713	703
営業外費用	11,119	12,319
支払利息	4,444	6,739
雑損失	6,675	5,580
経常利益	20,029	25,701
特別利益	661	497
固定資産売却益	49	327
投資有価証券売却益	390	170
その他特別利益	221	—
特別損失	15,780	7,286
固定資産売却除却損	2,154	3,217
役員退職慰労金	305	992
退職給付会計基準変更時差異	10,229	—
その他特別損失	3,091	3,076
税金等調整前中間純利益	4,910	18,913
法人税、住民税及び事業税	3,482	9,888
少数株主損益(減算)	1,019	168
中間純利益	2,448	8,856

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

Point 3

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、中間期においてはその1/2を計上しております。

連結キャッシュフロー計算書 (1月1日～6月30日) (単位: 百万円)

	平成13年度
I 営業活動によるキャッシュフロー	
税金等調整前中間純利益	4,910
減価償却費	25,728
退職給付引当金の増減額	40,239
退職給与引当金の増減額	31,343
貸倒引当金の増減額	2,265
固定資産売却除却損	2,154
売上債権の増減額	9,872
棚卸資産の増減額	19,864
仕入債務の増減額	11,047
未払酒税の増減額	16,617
その他	19,767
小計	61,649
利息及び配当金の受取額	2,126
利息の支払額	5,040
法人税等の支払額	3,737
営業活動によるキャッシュフロー	54,999
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	31,761
投資有価証券の売却による収入	9,906
貸付金の回収による収入	2,497
その他	1,623
投資活動によるキャッシュフロー	17,734
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	7,140
長期借入による収入	2,429
長期借入金の返済による支出	7,786
社債の償還による支出	44,736
配当金の支払額	2,987
その他	568
財務活動によるキャッシュフロー	46,509
IV 現金及び現金同等物に係る換算差額	351
V 現金及び現金同等物の増減額	8,893
VI 現金及び現金同等物の期首残高	24,743
VII 連結範囲の変更による現金及び現金同等物の増加額	512
VIII 現金及び現金同等物の期末残高	16,361

単体貸借対照表

(6月30日現在)

(単位：百万円)

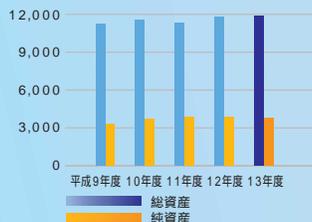
[資産の部]	平成13年度	平成12年度
流動資産	410,396	489,263
現金及び預金	4,524	2,867
受取手形及び売掛金	212,623	187,649
有価証券	—	107,389
棚卸資産	59,634	59,800
短期貸付金	118,384	106,734
繰延税金資産	1,147	573
その他流動資産	17,202	25,298
貸倒引当金	3,120	1,051
固定資産	773,342	687,235
有形固定資産	572,364	564,876
建物	158,619	159,485
機械及び装置	177,008	182,430
土地	136,361	136,103
その他	100,374	86,857
無形固定資産	7,839	8,196
投資等	193,138	114,163
投資有価証券	77,960	8,428
子会社株式・出資金	74,244	63,848
繰延税金資産	15,627	4,009
その他投資等	43,677	46,995
貸倒引当金	18,372	9,119
資産合計	1,183,738	1,176,499

[負債の部]	平成13年度	平成12年度
流動負債	579,336	611,673
支払手形及び買掛金	52,277	43,387
短期借入金	86,000	100,268
1年以内償還予定社債	50,097	40,000
未払酒税	152,621	149,858
預り金	67,103	97,358
コマーシャルペーパー	81,000	102,500
その他流動負債	90,237	78,299
固定負債	226,311	180,862
社債	123,867	124,020
長期借入金	42,500	47,500
長期未払金	1,800	1,800
長期預り金	32,878	—
退職給与引当金	—	7,542
退職給付引当金	25,266	—
負債合計	805,647	792,535
[資本の部]		
資本金	178,086	177,665
資本準備金	185,466	169,456
利益準備金	8,383	7,786
その他剰余金	6,153	29,055
(うち中間利益)	(2,278)	(8,950)
資本合計	378,091	383,963
負債及び資本合計	1,183,738	1,176,499

- (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、当中間期は301,578百万円、前中間期は268,470百万円です。
 3. 消費税等の会計処理は税抜方式によっております。
 4. 特約店との契約に伴う保証金は、前中間期末までは「預り金」として表示していましたが、前期末から「長期預り金」に含めて表示しております。当中間期末残高は32,878百万円、前中間期末残高は30,984百万円です。

5. 当中間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。
 6. 当中間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、その他の有価証券を「投資有価証券」として表示しております。

総資産 / 純資産 (中間期 / 単位：億円)



設備投資額 (中間期 / 単位：億円)



経常利益 (中間期 / 単位：億円)



単体損益計算書

(1月1日-6月30日) (単位:百万円)

[科目]	平成13年度	平成12年度
売上高	510,014	479,823
売上原価	376,505	361,032
販売費及び一般管理費	105,216	88,142
営業利益	28,293	30,648
営業外収益	1,808	1,469
受取利息及び配当金	1,497	1,144
雑収入	311	325
営業外費用	11,416	9,158
支払利息	2,863	3,945
雑損失	8,552	5,213
経常利益	18,685	22,959
特別利益	383	1
固定資産売却益	0	1
投資有価証券売却益	383	—
特別損失	14,927	6,250
固定資産売却除却損	1,269	2,641
投資有価証券売却損	15	—
投資有価証券評価損	2,023	—
ゴルフ会員権評価損等	—	2,735
子会社整理損失	25	—
子会社株式評価損	3,627	—
退職給付会計基準変更時差異	7,866	—
役員退職慰労金	99	837
税引前中間純利益	4,140	16,710
法人税、住民税及び事業税	1,862	7,760
中間純利益	2,278	8,950
前期繰越利益	736	1,152
中間未処分利益	3,014	10,103

(注)百万円未満は切り捨てて表示しております。

Point 4

平成12年度は、上期に発生した広告宣伝費のうち、85億円について、下期に平準化のため繰り延べております。(p.4 参照)

1株あたり情報

	平成13年度	平成12年度
中間純利益	4円52銭	17円97銭
中間配当金	6円00銭	6円00銭
中間純資産	747円34銭	771円03銭

中間純利益 (単位:億円)

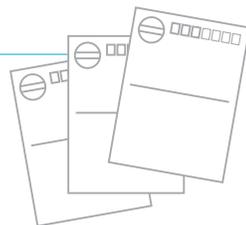


RESULTS OF SHAREHOLDER QUESTIONNAIRE

アンケート集計結果 (第77期事業報告書)

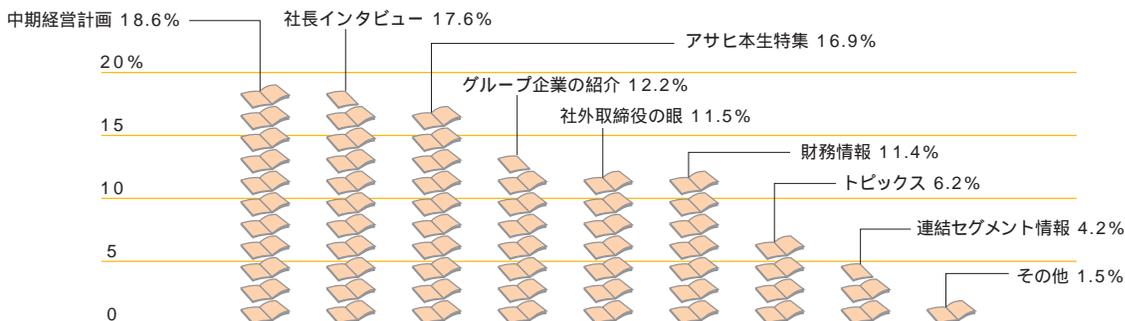
約3,400通ものご回答をありがとうございました。

アサヒビールでは、株主の皆様のお声を幅広く頂戴するために、第77期事業報告書から株主はがきアンケートをはじめました。約3,400通にもものぼるご回答のなかには、経営についてのアドバイスや叱咤激励、事業報告書の感想など、さまざまな貴重なご意見があり、身のひきしまる思いで一通一通拝読させていただきました。以下にその集計結果をご報告させていただきます。

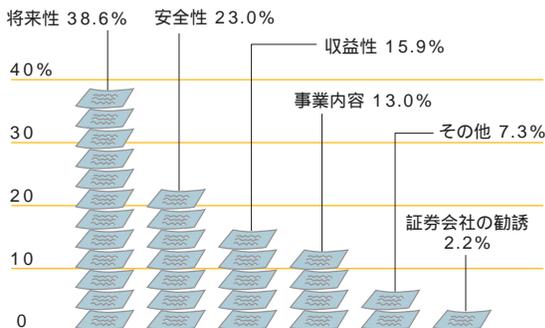




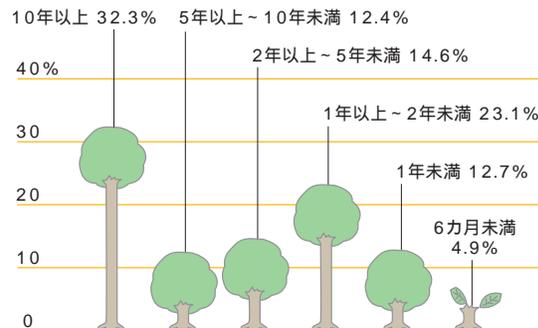
Q1 今回の事業報告書でとくに興味を持たれた内容はどれでしょうか？（複数回答可）



Q2 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）

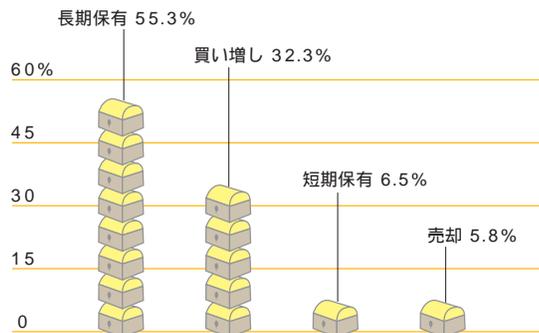


Q3 当社の株式の所有期間はどれくらいですか？（複数回答可）



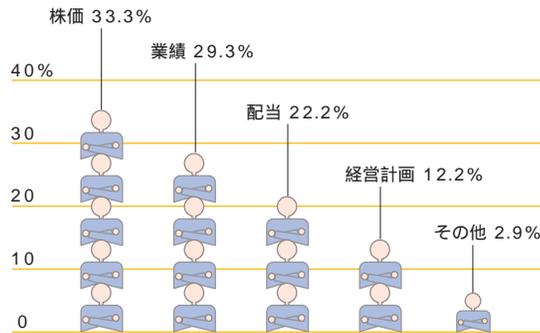
Q4

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）



Q5

また、その判断材料は何でしょうか？（複数回答可）



当社へのご意見・ご感想、今後事業報告書に取り上げてほしいテーマについて、数多くいただきましたご質問について回答します。

質問 1

アサヒビール薬品(株)のビール酵母、ビタミン剤などを購入したいのですが、どこで購入できるのですか？

回答

全国の大手薬局・薬店・ドラッグストアでお求めになれますが、アサヒビール薬品(株)のお客様相談室（フリーダイヤル0120 - 630611）にお問い合わせいただきますと、商品に関するご説明とともに、お近所の商品取り扱い薬局などをご案内します。

また、インターネット(<http://www.mesh.ne.jp/aby/>) および電話(フリーダイヤル0120 - 330226)での通信販売も承っています。



質問 2

今後も「アサヒ本生」開発エピソードのような、現場のひとこまを取り上げてもらえますか？

回答

今回の事業報告書では、ニッカウヰスキーの杉本淳一チーフブレンダーのインタビューを特集ページ(p.7)に掲載しています。製品に対して現場の人間が持っているこだわりや情熱、あるいは開発秘話を株主の皆様へご紹介することで、アサヒビールグループをより深くご理解いただく一助となれば幸いです。今後も活躍がめざましい、元気な社員の姿を次々に紹介していきます。

アンケートではこのほかにも、「工場を見学したい」という声が多く寄せられました。p.11~12の「BREWERY TOUR」では、ビールが作られる工程をイラストで紹介しています。また、見学をご希望の方は、各工場の案内係まで、直接お電話かFAXにてお申し込みください。

会社概要

【会社の概要】(平成13年6月30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 178,086,862,169円

従業員数 3,889名(560名)

*従業員数は就業人員であり、当社への出向者(430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。

【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)

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>

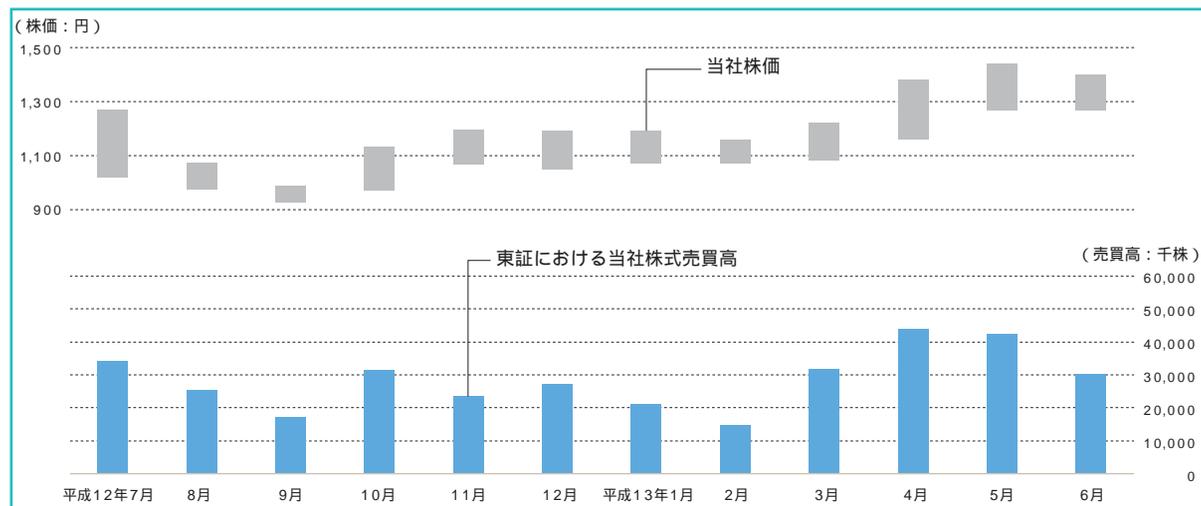
【役員】(平成13年6月30日現在)

<u>代表取締役会長</u>	<u>取締役兼執行役員</u>	[執行役員]		
瀬戸雄三	大原清明	執行役員副社長	執行役員	
<u>代表取締役社長</u>	<u>取締役</u>	塚田 勸	秋元延介	本山和夫
福地茂雄	山口信夫	専務執行役員	松本洋介	二宮裕次
<u>代表取締役副社長</u>	岡本行夫	坂本純一	中川正人	江頭重實
旭 興一	常勤監査役	築山知明	後藤義弘	北嶋恒四郎
西川菅雄	増井健一郎	常務執行役員	藏口 勝	吉野昌邦
<u>専務取締役兼</u>	扇谷正紀	藤田 博	笹岡壮一郎	吉岡徳太郎
<u>専務執行役員</u>	原田利夫	荻田 伍	岡田正昭	玉田忠志
池田弘一	<u>監査役</u>	浅原 直	大澤正彦	川村 光
<u>常務取締役兼</u>	櫻井孝穎	中村 豊	高橋正哲	富永寿郎
<u>常務執行役員</u>	森田松太郎	尾関正彦	泉谷直木	石橋英行
小倉貞男				

(注1) 監査役櫻井孝穎、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。

(注2) 竹中平蔵氏につきましては、経済財政政策担当大臣就任のため、4月26日付で取締役を退任いたしました。

【株式の状況】



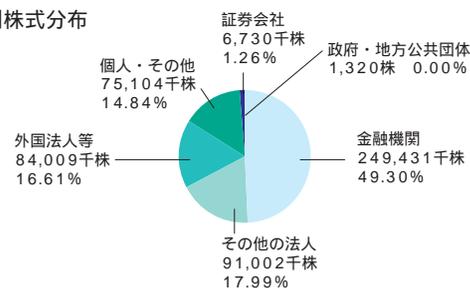
発行済株式総数 505,917,148株(平成13年6月30日現在)

当期末株主数 62,852名(前期末比2,502名減)

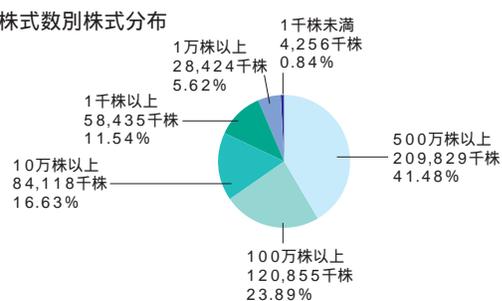
大株主 (上位10名)(平成13年6月30日現在)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
第一生命保険相互会社	25,908	5.1
株式会社三井住友銀行	22,793	4.5
日本トラステイ・サービス		
信託銀行株式会社(信託口)	19,027	3.8
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
三菱信託銀行株式会社(信託口)	12,879	2.5
住友生命保険相互会社	12,293	2.4
モルガン信託銀行株式会社(非課税口)	9,336	1.8
株式会社日本興業銀行	9,051	1.8
農林中央金庫	8,566	1.7
合計	151,924(千株)	30.0(%)

所有者別株式分布



所有株式数別株式分布



QUALITY
&
CHALLENGE
クオリティ&チャレンジ

Asahi

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単位の株式の数	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 東洋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	東洋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

R100

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。