

# Asahi SuperReport

わたしたちの“今”を皆様にお伝えします  
アサヒスーパーレポート

第 8 1 期 中 間 事 業 報 告 書 平成16年1月1日～平成16年6月30日



◀ “ビール復権”  
スーパードライの取り組み



◀ 「CSRレポート2004」を  
発行

中国事業  
新展開 ▶



◀ ニッカ創業70周年  
ブレンダーズ・バーをオープン



◀ 工場見学のご案内

裏表紙のお知らせも  
ご覧ください。

## Asahi

この半年の取り組み	2	おすすめ!健康レシピ	18
ごあいさつ	3	アサヒビールの履歴書	19
社長インタビュー	4	アサヒビールグループ業績のご報告	20
株主の皆様との双方向コミュニケーション	7	財務諸表	22
第2次グループ中期経営計画達成に向けて発進!	8	会社概要／株式の状況	26
アサヒNews Flash	10	キャンペーン&イベント情報	27
新商品トピックス	14	アンケートの集計結果	27
工場見学のご案内	16	株主の皆様へお知らせ	裏表紙

## この半年の取り組み

Half Year Summary

### 1月

- 5日 中国最大手食品事業グループ「康師傅（カンシーフ）控股有限公司」と飲料事業の合併会社設立合意を発表
- 7日 「アサヒビール2004年酒類事業方針」発表



### 2月

- 24日 「第2次グループ中期経営計画」発表
- 25日 「アサヒカクテルパートナー」の新フレーバー「ピーチ&オレンジ」など新発売
- 25日 「アサヒ旬果搾り」既存商品刷新、新フレーバー投入



### 3月

- 10日 「アサヒプレミアム生ビール 熟撰」新発売
- 10日 焼酎「SAZAN（サザン）」新発売
- 17日 「アサヒ本生 オフタイム」新発売
- 17日 カリフォルニアワイン「PAPIO（パピオ）」新発売
- 17日 トロピカルフルーティリキュール「パイナップリーナ」新発売
- 27日 「アサヒスーパードライ“鮮度実感”キャンペーン」開始（～5月31日）
- 27日 「アサヒスーパードライ“ミニ樽を飲んで当てよう!”ミニ樽サーバーキャンペーン」開始（～5月31日）
- 28日 「リンゴポリフェノールの脂肪蓄積抑制作用」について学会発表（～31日）



### 4月

- 7日 「アサヒ旬果搾り ナチュリア」新発売
- 7日 チリワイン「カリテラ」のプレミアムワイン「カリテラ・レゼルヴァ」新発売
- 20日 「ビール・発泡酒に関する新取引制度導入」を発表
- 21日 鹿児島産本格芋焼酎「さつま司」新発売（首都圏地区）



### 5月

- 12日 「アサヒカクテルパートナー 横濱カクテル」新発売（首都圏・関信越地区）
- 22日 「MTV THE SUPER DRY LIVE 2004」開催
- 26日 低アルコール飲料「アサヒドライクーラー」新発売



### 6月

- 4日 「楽しいじゃないか本生!キャンペーン」開始（～7月30日）
- 9日 イタリア・スパークリングワインの有力ブランド「ガンチア・アスティ・スプマンテ」「ガンチア・スプマンテ・ロッソ」発売
- 11日 お中元ギフトセット「アサヒ サマーギフト2004」発売
- 16日 「アサヒカクテルパートナー」から「スーパージントニック」「スーパーモスコーミュール」「夏の限定缶シードリーズ」新発売
- 16日 「アサヒ旬果搾り あんず」新発売
- 30日 ㈱セブンーイレブン・ジャパンとの共同開発商品、プレミアム生ビール「こだわりの極（きわみ）」新発売



お客様へ  
新たな価値をご提案  
プレミアム生ビール  
「こだわりの極（きわみ）」  
新発売※!



プレミアム生ビール「こだわりの極（きわみ）」は、㈱セブンーイレブン・ジャパンとの共同開発

商品で、アサヒビール(株)のビール新商品では初の単独チェーンとの共同開発商品です。アサヒビール(株)がビール事業で長年培ってきた商品開発のノウハウと、㈱セブンーイレブン・ジャパンの販売情報などを活かして開発。コクのあるやわらかな味わいとふんわりとした華やかな香りが特長です。また、工場から店頭まで㈱セブンーイレブン・ジャパンが持つチルド物流網を活用してお届けすることで、お客様には「こだわりの極（きわみ）」が実現した、絶妙に調和した豊かな味わいと華やかな香りを損なうことなくお楽しみいただけます。

※全国のセブンーイレブン酒類扱い店舗にて販売中。  
缶350ml／希望小売価格250円（消費税込）

## ごあいさつ

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。また、日頃よりアサヒビールグループに格別のご高配を賜り誠にありがとうございます。

本年、アサヒビールグループは、グループ全体の成長構造の創造と確実な躍進を目指し、平成18年を最終年度とした3カ年の「第2次グループ中期経営計画」を策定し、グループの新たな成長に向けた取り組みを強力に推進しております。平成16年度上半期においては、計画をはるかに上回る377億円の連結営業利益を達成するなど、着実に成果を上げております。また、平成16年度の配当につきましては1株当たり年2円（中間期1円）増配し、年15円とする予定です。

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、日々進化するお客様のニーズに「最高の品質」と「心のこもった行動」でお応えし、お客様の満足を徹底して追求していく企業グループとして、絶えず自らの変革に挑戦し続けます。

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16年9月

アサヒビール株式会社  
代表取締役会長  
福地 茂雄（写真右）  
代表取締役社長  
池田 弘一（写真左）



## 「第2次グループ中期経営計画」が順調にスタート。 アサヒビールグループは当期、 売上高・経常利益・純利益で過去最高へ。

アサヒビール株式会社 代表取締役社長 池田 弘一



「第2次グループ中期経営計画」  
初年度の中間決算の概要を  
聞かせてください。

まず、アサヒビール(株)単体では、売上高は前年同期を上回る5,020億円となりました。利益も前年同期を大きく上回り、営業利益352億円、経常利益342億円、中間純利益156億円となりました。次に連結では、売上高は前年同期比101.3%の6,481億円となりました。利益についても前年同期を大きく上回り、中間純利益は前年同期比187%の154億円となりました。

これらにより、中間決算では単体・連結ともに増収増益を果たすことができました。特に利益については、営業利益・経常利益・純利益のすべてが中間期としては過去最高となりました。このように、本年2月の「第2次グループ中期経営計画」発表後、最初の間中期を順調にスタートすることができました。



この中間期の成果として  
何が挙げられますか。

大きく二つの成果を上げることができたと考えています。そのいずれも、「第2次グループ中期経営計画」で掲げている“利益ある成長”につながるものです。

一つ目は、“利益を生む体質になりつつある”ことです。この中間期、前年同期を大きく上回る利益を計上することができたのは、営業や生産などの各部門が計画以上のコストダウンを達成し、また、販促費など固定費の効率的使用に努めた結果といえます。

二つ目は、“事業構造変革に向け、グループ各社の収益構造が劇的に改善している”ことです。なかでも、アサヒ飲料(株)の業績が急速に回復しています。上半期の売上数量は4年ぶりに5,000万箱を超え、業績予想を上方修正して売上高、営業利益、経常利益、中間純利益のすべてで年初の計画を大幅に上回ることができました。各利益は同社株式上場以来、最高益となりました。また、外食部門各社の取り組みにも成果が現れ、中間決算では外食部門全体で営業利益を計上することができました。

以上の二つのほか、ビール事業では、業務用樽生ビールの“飲むとき品質”を高めるための「うまい樽生

プロジェクト」や、製造から3日台での工場出荷を達成したことなどが奏功し、ビール復権の足掛かりを築くことができました。一方、発泡酒や総合酒類カテゴリーなどでは今後課題を残したと認識しています。



下半期の課題について  
教えてください。

これまでお話ししてきたように、アサヒビールグループは“利益ある成長”を掲げて今回の中期経営計画をスタートしていますので、下半期は、グループの全役員・社員がいま一度“成長”を強く意識し、成長戦略を一層強化したうえで、年間の販売目標を着実に達成していくことが重要であると認識しています。そのために次の四つの課題に取り組みます。

一つ目は、お客様のビール回帰傾向が鮮明化しているなかで、ビールのトップブランドである「アサヒスーパードライ」をさらに大きく伸ばしていくことです。「アサヒスーパードライ」の販売数量は、本年7月単月で前年比117%となり、1～7月累計でも前年を1.1%上回っています。これからも、さらに鮮度を追求し、ビール復権の主役としてお客様に「うまい!」を提供していきます。

二つ目は、発泡酒「アサヒ本生」ブランドの3品種「本



生」「本生アクアブルー」「本生オフタイム」のブランド力を強化することです。

三つ目は、焼酎、低アルコール飲料、洋酒、ワインの総合酒類4カテゴリーそれぞれで、中核となるブランドを育成することです。

四つ目は、**新商品の育成と競争力強化**です。この上半期、酒類事業の各カテゴリーで新商品を発売しましたが、それらを市場でいかに育てていくか、全社を挙げて取り組んでいきます。

また、この四つの課題とあわせて、コストダウンと経費の効率的使用についても、中間期の成果に満足することなく、引き続き取り組みを強化していきます。

## 通期の業績見通しはいかがでしょうか。

通期連結決算では、「第2次グループ中期経営計画」の最終年である平成18年の業績目標達成に向けた年初の計画を上回る見通しです。売上高、経常利益、当期純利益については過去最高を見込んでいます。

【連結業績目標と当中間期末での進捗】 単位:億円

	平成15年度(実績)	平成16年度(見通し)	平成18年度(目標)
売上高	14,003	14,350	16,600
営業利益	789	年初840 ▶ 880	1,150
経常利益	704	年初800 ▶ 840	1,100
当期純利益	232	年初260 ▶ 280	500



## 株主還元についてお聞かせください。

「第2次グループ中期経営計画」の発表時に、この3年間で生み出すフリーキャッシュフロー2,000億円のうち、1,000億円程度を、事業環境を見ながら株主還元や金融債務の削減に柔軟に配分していくと申しあげました。当中間期は、株主還元を含めた機動的な資本政策を可能にするため、3月に599万株(取得価額68億円)の自己株式を取得しました。また、配当については、事業計画の達成度合を鑑み、中間配当、期末配当を各1円増配、通期では2円増配して年間15円とする予定です。今後も企業価値の最大化を目指して、株主還元を充実させるよう努めます。

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。



# 株主の皆様との双方向コミュニケーション

## 定時株主総会と商品展示試飲会を開催しました

本年3月30日、第80回定時株主総会を開催し、1,118名もの株主様にご出席いただきました。  
本年の株主総会は、より多くの株主様にご出席いただけるよう、会場を都心のホテルに移し、開催時間も午後1時からに変更しました。また、総会終了後にはアサヒビールグループへのご理解をより一層深めていただくため、株主様対象の「商品展示試飲会」を初めて開催しました。  
株主総会での当社経営に関する活発な質疑や、試飲会での当社商品に関する質問などを通じて、ご出席いただいた株主様とのコミュニケーションを図ることができました。



株主総会・商品展示試飲会のホームページはこちら  
<http://www.asahibeer.co.jp/ir/sokai/index.html>

## 株主様ご優待品をお届けしました

アサヒビール(株)は株主の皆様のご支援にお応えするとともに、当社を一層ご理解いただきたいとの思いから、株主優待制度を実施しています。  
株主様の保有株式数に応じて、株主様限定品やグループ会社製品、環境基金への寄付などのなかから、お好みの優待品を一つお選びいただくことができます。  
本年は6月上旬に、平成15年12月31日現在の当社株主名簿および実質株主名簿にお名前が記載されている100株以上保有の株主様に優待品をお届けしました。

### 今回は4つの優待品をご用意しました

- 株主様限定特製ビール
- アサヒビール総合酒類商品詰め合わせ
- アサヒ飲料、アサヒフードアンドヘルスケア商品詰め合わせ
- アサヒビール環境基金「水の惑星」へのご参加

保有株式数	ご優待内容
100株以上1,000株未満	1,000円相当ご優待品
1,000株以上	2,500円相当ご優待品



## 株主の皆様からの声

株主の皆様からこんな声が寄せられました。

### 「特製ビール」へのご意見・ご希望

- おいしいビールをありがとうございました。
- 「特製ビール」をぜひ市販してください。
- 株主だけの「特製ビール」に感激しました。
- 早速、息子と一緒に飲みました。
- これからも「限定ビール」を継続してください。

### 「水の惑星」へのご意見・ご希望

- 微力ながら「水」を守ることができてうれしいです。
- 今後も心ある計画を希望しています。
- 環境保全は世界中の課題。ぜひ参加したい。
- 「水の惑星」の設立・提案はすばらしい。
- アサヒビールの株主優待には「夢」があります。

※「水の惑星」の活動はP10に掲載しています。

# 「アサヒスーパードライ」の潜在能力発揮! さらに、中国事業も新ステージに!!

## 国内酒類事業 「アサヒスーパードライ」のさらなるブランド力強化のために

### 飲みやすく、注ぎやすい「うまうち缶」を開発



ビールを缶から直接飲用されるお客様が増加傾向にあるなかで、「アサヒスーパードライ」をもっともっとおいしく飲んでいただきたいという想いから、新しい飲み口の缶容器「うまうち缶」を開発しました。

“飲むとき品質”の向上を目指し、平成13年から早稲田大学理工学部の棟近雅彦(むねちか)まさひこ)教授の研究グループと共同で研究開発を進めてきた成果です。「うまうち缶」は、従来とは全く違う新しい切り口、“感性工学※”に基づいて“飲みやすさ”“注ぎやすさ”を徹底的に追求し、飲み口が従来品よりも幅広く正円に近い形状となっていることが大きな特長です。注ぎ出し流量が従来品に比べ2割程度多く、キレのよさや爽快感を特長とする「アサヒスーパードライ」をお飲みいただくのに最適な飲み口です(缶500ml/缶350mlで展開開始)。

※人間が抱く商品に関する感性(イメージ・フィーリング)と商品の物理的特性との相関関係を明らかにし、その結果を工学的な商品設計に落とし込む手法。

### 外装カートンとマルチパックのデザインを刷新

「アサヒスーパードライ」の店頭での存在感のさらなる拡大とメッセージ性の向上を目指し、缶商品全品種の外装カートンとマルチパック(6缶/12缶)のデザインを刷新しました。外装カートンは、天面中央部に「アサヒスーパードライ」のラベルデザインを大胆に描いた躍動感あふれるデザインに大幅刷新。また、マルチパックは側面に配してい

る商品の缶体写真を、より爽快感あふれる表現に変更するとともに、缶500ml/350mlマルチパックには新たに商品説明を記載しました。これらとあわせ、びんのネックラベルと缶体に記載している商品説明を、より明確にお客様にお伝えするため、発売以来初めて刷新しました。



“洗練されたクリアな味・辛口。さらりとした口当たり、シャープなのどごし。キレ味さえる、いわば辛口ビールです。”

### 「アサヒスーパードライ」は私たちが責任を持ってつくっています 「アサヒクオリティアクセス」スタート!

お客様のお手元にある「アサヒスーパードライ」が、どこで、誰によって、どのようにつくられたのかをご覧いただくことができる専用ホームページを6月に稼働しました。商品のラベルや缶底に印字してある製造記号を入力して、さらなる品質向上を目指し、挑戦し続ける私たちの情熱と取り組みを、ぜひご覧ください。



<http://www.asahibeer.co.jp/quality/SD/index.html>

平成16年度上半期は、「アサヒスーパードライ」のポテンシャル(潜在能力)を100%以上発揮させることを目的とする、お客様の視点に立ったブランド強化策が奏功。1~7月の累計販売数量では前年比101.1%と前年実績を上回り、市場の“ビール復権”を牽引しています。また、重点課題の一つである海外戦略についても、中国での事業展開を加速させています。これらを追い風として、引き続き「利益ある成長」を目指し、新たな事業構造への変革を図っていきます。

### 多彩なイベントで夢と情熱を応援

「アサヒスーパードライ」は、若者をはじめ多くの方々の挑戦を続ける気持ちや勇気、夢への熱い想いを、さまざまなかたちで積極的に応援しています。



「4月。親父への挑戦状。」  
[http://www.asahibeer.co.jp/superdry/april\\_challenge/](http://www.asahibeer.co.jp/superdry/april_challenge/)  
4月から新社会人として新たな挑戦を始めた息子・娘とその父親4組。彼らの人生のスタートに向けた熱く前向きな想いを描いています。



「MTV THE SUPER DRY LIVE 2004」  
<http://www.superdry-mtv.com/index.html>  
「アサヒスーパードライ」とMTVがあなたの「夢」を実現するライブイベントも今年で3回目。5月22日、会場の国立代々木競技場第一体育館は、興奮と感動につつまれました。



「THE SUPER DRY ART 2004」  
<http://www.asahibeer.co.jp/superdry-art/index.html>  
豊かな創造性を持ち、夢に向かって挑戦を続ける若いアーティストやクリエイターから「アサヒスーパードライ」をテーマとしたアート広告を広く募集。優秀作品に選ばれた43作品を7月から8月にかけて東京・表参道の旧同潤会青山アパート仮屋上に掲出しました。



「THE SUPER DRY FILMS」  
<http://www.asahibeer.co.jp/superdry-films/html/index.html>  
国内で注目の高まっているショートフィルム(短編映画)を通じて、人々に勇気を与える、夢の実現に向けてがんばる人を応援するブランドメッセージをインターネット配信するプロジェクトです。新作は順次公開していく予定です。お楽しみに。

●このほか、鮮度施策の一環として「アサヒスーパードライ」“鮮度実感”キャンペーンも実施しました。

## 海外事業 中国での事業展開を強化

### 中味もラベルも生まれ変わった「新・北京啤酒」の発売開始



北京啤酒朝日有限公司(北京啤酒)の新工場(通称:グリーン北京工場)が操業を開始。中身もラベルも新しく生まれ変わった北京啤酒の新製品7品種を5月に発売しました。商品開発にあたり、3,000人規模の消費者調査を実施し、「新世代の北京市民の嗜好に合った、爽快で喉ごしのよい、本格的な生ビール」をコンセプトにしました。ラベルも「北京」の文字をシャープにデザインしたロゴを中央に配置した、斬新で躍動感あふれるデザインに刷新し、現代的なライフスタイルを謳歌する新世代の北京市民にアピールしています。生(非熱処理)ビールの新鋭設備で生産される新商品群を核として、北京啤酒では本年、ビール総計で35,000klの販売を目指します。

### 中国で有数の清涼飲料会社に経営参加



中国最大手食品事業グループである康師傅(カンシーフ)控股有限公司と、飲料事業の合弁会社「康師傅(カンシーフ)飲品控股有限公司※」を設立しました。新会社は、

中国清涼飲料市場のトップグループの一角を占めます。中国の清涼飲料市場は急成長する一方で、競争の拡大も予想され、今後アサヒビールグループの持つ飲料事業のノウハウ、伊藤忠商事(株)のネットワークを結集し、圧倒的な競争力を発揮することを目指します。どうぞ今後の康師傅(カンシーフ)飲品に大いにご期待ください。

※アサヒビール(株)が伊藤忠商事(株)と共同で株式の約半数を保有しています。



# アサヒ News Flash

「健康で豊かな社会の実現に貢献します」  
この経営理念のもと、アサヒビールグループは、  
さまざまな活動を行っています。

## 「アサヒビールグループ CSRレポート2004」発行

アサヒビールグループのCSR  
(Corporate Social Responsibility:  
企業の社会的責任)経営の具体的な  
取り組みをまとめた「CSRレポート」を、  
本年7月29日に発行しました。

アサヒビール(株)では、一昨年5月の  
「CSRプロジェクト」発足以来、CSR

の観点からの購買基本方針や調達先の選別基準の見直  
しや、「アサヒビールグループ企業倫理規程」の全面改定  
を行ってきました。さらに、昨年12月には、全社横断的な  
社長直轄機関「CSR委員会」を設置し、CSR経営を強力  
に推進しています。

「CSRレポート」は、環境活動やコーポレートガバナンス、  
品質活動、顧客コミュニケーション、社会貢献などの幅広  
い分野について、各ステークホルダー※にグループ全体  
の情報をQ&A形式でわかりやすく掲載。また、「アサヒスー  
パードライ」を例に、商品がお客様のお手元に届くまでの  
過程でどのようなCSRの取り組みが行われているかもご  
紹介しています。

アサヒビール(株)では、グループ全体のCSR経営の今後の  
方向性を開示するため、来年以降も毎年「CSRレポート」  
を発行していく予定です。

※企業を取り巻くあらゆる利害関係を持つ人(社員、消費者、取引先、  
株主、地域社会など)のこと。



## 環境活動

### アサヒビール環境基金「水の惑星」 寄付金目録を贈呈

本年6月21日、東京・吾妻橋のアサヒビール本部ビルでア  
サヒビール環境基金「水の惑星」寄付金贈呈式が行われま  
した。当日は、「緑の募金※」を運営する社団法人国土緑化  
推進機構の副理事長・秋山智英氏にご来社いただき、アサ  
ヒビール(株)池田社長より目録を贈呈しました。そして、懇談  
のなかでCSR(企業の社会的責任)としての環境保全活動  
の重要性を再確認しました。

「水の惑星」は、当社の「うまい!」をつくりだす「水」そのも  
のや、水を生み出す「緑」を守る活動を支援することを目的  
として本年4月1日に設立した環境基金です。株主の皆様  
は優待品に代えてご参加いただくことも可能です。平成  
15年12月期の株主優待では、1,300名を超える株主の  
皆様にご賛同いただきました。

※農林水産省の指定を受け、国民参加による森林づくりを趣旨とした、従  
来の「緑の羽根」の基本理念を継承・発展させた募金です。社団法人国  
土緑化推進機構が運営しています。  
緑の基金ホームページ <http://www.green.or.jp/>

#### 寄付金の内訳

アサヒビール(株)からの拠出金	1,500万円
株主優待分、本部ビル16階総合受付、 社員からの寄付金	約230万円
合計	約1,730万円



「緑の募金」からの感謝状

全国9カ所のビール工場の見学受付や外食店舗にも募金箱を設置してい  
ます。

## 「エコセーフティードライブ」を強力に推進



アサヒビール(株)では、「エコ  
セーフティードライブ」を全  
社的に推進しています。これ  
は、安全運転の徹底と環境  
負荷の低減を実現し、全国  
の事業場の環境啓発を図る  
ための活動です。例えば、急加速、急発進、急ブレーキを避  
けることが、事故防止に加え、燃費の向上、CO<sub>2</sub>の削減といっ  
た環境負荷の低減、つまりエコドライブ推進につながります。  
そのため、社内でのミーティングなどを通じて留意点を各  
事業場の社員に周知するとともに、営業車への啓発用シー  
ルの貼付などを通じて、意識向上に努めています。

## 社会貢献

### ボランティアプログラム「夢に日付を」第3弾 飛行機整備工場見学を実施

ボランティアプログラム「夢に  
日付を」は、心身などに障害を  
持つ方々の夢の実現を支援す  
るものです。その第3弾を、本  
年6月19日に東京都墨田区  
のボランティアの皆様の協力  
のもと実施しました。障害を持  
つ中学生・高校生の「1日中飛  
行機に触れていたい」という  
夢を実現するため、社員ボラ  
ンティアと一緒に(株)日本航空ジ  
ャパンの羽田整備工場や空港施設、航空博物館などを訪問し  
ました。これからもアサヒビール(株)は、障害を持つ方の夢を  
実現するため、さまざまな活動に取り組みます。



## 「キッズプロジェクト in 館山」開催



「施設で暮らす子供たちと一緒に楽しい思い出をつくろう」  
「施設以外ではなかなか大人と接する機会のない子供たち  
に社会性を身につけてもらおう」との思いから始まった社  
内ボランティア「キッズプロジェクト」。本年7月24日、25  
日には、東京エリアで20回目となる同プロジェクトを千葉  
県館山市で開催しました。今回初めて参加した社員も、夏  
休みに入ったばかりの子供たちと一緒に、花火、バーベキュー、  
自衛隊での宿泊体験など盛りだくさんの貴重な体験をする  
ことができました。

## 「KIDS絵画教室」開催

本年6月26日、東京都杉並区の救世軍世光寮で生活する2  
歳から15歳の子供たちを対象に「KIDS絵画教室」を初め  
て開催しました。「KIDS絵画教室」は、“人の心を表す”とい



われる絵画によって子供たちを心  
理面からケアすることを目的  
としたボランティアプロジェ  
クトです。当日は、児童  
絵画の専門家の先生と  
一緒に子供たちのサポー  
トを行いました。



## 研究開発

### 「リンゴポリフェノール」の 脂肪蓄積抑制作用を確認



アサヒビール(株)R&D本部は、弘前大学農学生命科学部・長田恭一助教授のグループと共同で、リンゴポリフェノールを経口摂取することにより、脂肪の体内への吸収の抑制や血清中の中性脂肪量の抑制、肝臓における脂肪の燃焼促進を確認。その成果を、「日本農芸化学会2004年度大会」(本年3月28日～31日)で学会発表しました。アサヒビールグループでは、リンゴポリフェノールの持つこのような健康機能を多面的に研究・解明するとともに、機能性素材としての応用を進め、食を通じた人々の健康増進に寄与していきたいと考えています。

### 「バイオマスエタノール」の普及に向けた共同研究を推進

アサヒビール(株)と独立行政法人農業・生物系特定産業技術研究機構九州沖縄農業研究センターは、サトウキビを原料としたバイオマス※1エタノール普及に向けた共同研究を進めています。その一環として、製糖やエタノール製造のエネルギー原料となる、従来種に比べてバイオマス生産量が2倍以上のサトウキビ品種群「エネルギー用モンスターケーン(右写真)」を開発しました。続いて、アサヒビール(株)R&D本部技術開発研究所では、本年4月から小規模プラントを新設し、エタノールを効率よく製造するための要素技術の開発と、製造プロセスの実証試験をスタートしました。製造プロセスは、副産物であるバガス※2の燃焼エネルギーで製糖やエタノール製造のエネルギーを賄うことで、外部からのエネルギー供給を必要としない、環境に配慮した設計とします。これにより、現状の砂糖生産量は維持

### しあわせのみちすじ、「しあわせ回路」の発見 アサヒビールお客様生活文化研究所の活動

アサヒビール(株)お客様生活文化研究所はさまざまな調査・分析を行い、人々がしあわせを感じるモノやコト(「しあわせ回路」)を探索。得られた研究成果をアサヒビールグループの商品や情報発信を通じて、人々の楽しく、心豊かな生活文化の創造に役立てています。本年6月には、6月第3日曜日の「父の日」に合わせ、「お父さんとの飲酒」に関する意識調査を実施しました。調査結果から、日頃は離れて暮らしていたり、生活時間帯がずれていたたりすることにより、親子での飲酒の機会は頻繁でないものの、多くの方がお父さんとお酒の場を求めていることがわかりました。



#### そのほか、本年実施した主な調査

- ・「焼酎」に関する意識調査(2月上旬)
- ・沖縄県在住の方々を対象とした「食と健康」に関する意識調査(2月中旬)
- ・「お花見」に関する意識調査(3月上旬)
- ・「花火大会」に関する意識調査(7月中旬)

お客様生活文化研究所のホームページ「しあわせ回路探検隊」  
<http://www.asahibeer.co.jp/kyakukuen/>



従来種



モンスターケーン

しつつ、高効率でエタノールを製造することができます。将来的には、このプロセスで製造したエタノールをガソリンに一定割合で混ぜ、自動車燃料として利用することで、日本におけるバイオマス原料の生産からエタノール製造およびその利用までの総合的なバイオマスエネルギー活用モデルの創出を目指します。さらに、そのモデルの実現・普及を通じて、温暖化ガスの排出を抑制し、持続可能な資源循環型社会の実現に貢献していきます。

※1 エネルギー源となる量的生物資源のこと。「将来に向け、持続的に発展可能な資源循環型社会を築く」という観点から、太陽光や風力などの自然エネルギーとともにその普及が期待されています。

※2 サトウキビから甘汁を搾ったあとのかす。

## 文化・スポーツ支援

### 「アサヒビール大山崎山荘美術館」本館などの 建造物3棟が国の文化財登録へ

本年6月18日に開催された国の文化審議会で、アサヒビール(株)が所有するアサヒビール大山崎山荘美術館(京都府乙訓郡大山崎町)の本館、茶室の彩月庵(さいげつあん)、椽(とち)の木茶屋の建造物3棟が、文化財建造物の新規登録対象として推挙されました。アサヒビール(株)は、平成8年春、関西の実業家、加賀正太郎の山荘として大正初期に建設された大山崎山荘を貴重な建築物として保存し、京都府、大山崎町の協力も得て、美術館として開館しました。以後、アサヒビール大山崎山荘美術館は個性を活かした企画展を実施し、独自の文化発信を行っています。



アサヒビール大山崎山荘美術館 TEL 075-957-3123  
<http://www.asahibeer-oyamazaki.com/>

### 「アサヒ・アート・フェスティバル2004」開催

アサヒビール(株)の企業メセナ活動の集大成である市民参加型のイベント「アサヒ・アート・フェスティバル」を、本年も多数の芸術系NPOや市民グループなどと協働で6月5日～7月4日までの1ヵ月にわたり開催しました。3年目となる今回は、「まちにアートの風が吹く」を合い言葉に、美術館やギャラリー、ホールだけでなく、これまでの概念にとらわれないさまざまな場所を舞台に展開。多くの人々との関わりのなかで、広く生活に根ざしたアートの意義を再発見するイベントとなりました。



### 「音楽ノ未来・野村 誠の世界2004」に協賛

作曲家の仕事や作品を生み出す過程を体験しながら、一つのコンサートを創り上げていく市民参加型のイベント「音楽ノ未来・野村 誠の世界2004」に協賛しました。このイベントを企画し自らも出演する野村 誠さんは、昨年2月に(財)アサヒビール芸術文化財団が創設した「アサヒビール芸術賞」を受賞した注目の作曲家の一人です。参加した市民は、作曲家やコンサートの出演者と一体となって貴重なアートの世界を体験しました。



### 北九州・門司で 「アサヒビールロビーコンサート」開催

地域への社会貢献活動の一環として、企画から運営まで社員の手づくりによって幅広いジャンルの音楽を紹介している「アサヒビールロビーコンサート」。本年7月15日には、アサヒ協和酒類製造(株)の門司工場設立1周年を記念して北九州市の旧門司税関ホールで開催しました。当日は「E・Tとゆかいスギな仲間たち」と題し、竹澤悦子さんをはじめとする個性派音楽家4人が、さまざまなジャンルの日本の歌を奇想天外な味付けで表現。地元の皆様には、レトロの街、門司で繰り上げられるどこか懐かしく、暖かい、心地のよい音楽を体験していただきました。





## すべては、お客さまの「うまい!」のために。

### 新ジャンル発泡酒 「アサヒ フルーツブルワリー」 新発売

「アサヒ フルーツブルワリー」は、ビールより幅広い副原料を使用できる発泡酒の特性を活かし、果汁と麦汁を発酵タンク内で同時発酵させる製法を採用。果汁由来のさっぱりとした甘酸っぱさと、麦芽・ホップ由来のすっきりとした喉ごしを実現した、新ジャンル発泡酒です。ネーミングは、果実 (FRUITS) を使用した醸造 (BREW) 商品であることを端的に表現するため、「フルーツブルワリー (FRUITS BREWERY)」としました。また、パッケージは、発泡酒の新ジャンル感を訴求するため、缶体にはフルーティーなイメージの色合いを採用、果実のイラストでフレーバー品種であることを印象的に訴えかけています。

平成16年7月21日一部地域で先行発売  
(ご好評につき9月22日全国販売開始)  
缶350ml/189円

#### 「アサヒ フルーツブルワリー」開発担当者 新商品開発第一部 野寺 隆太

「発泡酒には使用する副原料の規定がない。」真の“新”商品を開発し、お客様に「驚き」をご提供したいと考えていたとき、私はこれに気づき、「果汁を使用した今までにない発泡酒」というコンセプトが決まりました。発泡酒の新しい世界をぜひご体験ください。



### 「アサヒカクテルパートナー」の2フレーバーを新発売



平成16年9月1日発売  
缶350ml/140円 (缶500ml/190円もあります)

カクテルファンへの新たな提案として、“すっきりとした果汁感”をお楽しみいただける「ライチ&ウーロン」と、“すっきりとした爽快感”をお楽しみいただける「スーパー ラム&コーラ」の2フレーバーをラインナップしました。

### 「アサヒ旬果搾り」の新フレーバー、巨峰を新発売

全アイテム果汁10%以上で、しっかりとした果汁感が特長のチューハイ「アサヒ旬果搾り」に、フレーバーとして人気の高い巨峰をラインナップ。果汁分を14%としたことで、巨峰ならではの豊かな香りと味わい、深い果汁感をお楽しみいただけます。



平成16年9月1日発売  
缶350ml/140円 (缶500ml/190円もあります)

### 「アサヒ ドライクーラー」の2フレーバーを新発売

「アサヒ ドライクーラー」は、ホップポリフェノールを使用することで“ベタつかない軽やかな甘さ”と“爽快なキレ味”を実現した低アルコール飲料として本年5月に発売を開始した新ブランドです。この「アサヒ ドライクーラー」から「ホワイト・グレープ」「ゴールド・アップル」の2フレーバーを新発売します。



平成16年9月15日発売  
缶350ml/140円 (缶500ml/190円もあります)

### 長期熟成泡盛「うみそら」中部地区以西※で限定発売

長期熟成によるまろやかさと、製法にこだわった個性の異なる長期熟成泡盛を絶妙にブレンドすることで生まれた、さわやかな香りと芳醇な味わいが特長の泡盛です。独特の芳醇な香りとキレのよい旨味、食事との相性のよさを兼ね備えた焼酎乙類を好まれる、中部地区以西のお客様のニーズに応えます。

※沖縄県を除く



平成16年7月14日発売  
びん700ml/1,300円

### 「ボージョレ・ヌーヴォ 2004」発売

フランス・ブルゴーニュのボージョレ地区の新酒ワイン「ボージョレ・ヌーヴォ」。口あたりが軽く、フルーティーな香りとフレッシュな味わいが特長のブシャール・エイネ社の「ボージョレ・ヌーヴォ 2004」を、世界同時解禁日である11月18日木曜日に発売します。また、より上質な新酒を楽しみたいというお客様のニーズに応え、厳選された良質なぶどうのみを使用した「ボージョレ・ヴィラージュ・ヌーヴォ 2004」も同時発売します。



平成16年11月18日発売  
「ボージョレ・ヌーヴォ 2004」  
750ml/2,280円  
375ml/1,380円  
「ボージョレ・ヴィラージュ・ヌーヴォ 2004」  
750ml/2,480円  
375ml/1,500円

### アサヒ飲料(株) 「WONDA (ワンダ) モーニングショット」 朝専用缶コーヒーが ブラッシュアップして新登場



平成16年9月6日発売  
缶190ml/115円

アラビカ種100%の新豆を使用し、浅煎りから深煎りまで5段階ローストの豆をブレンド。目覚めすっきり、気分すっきり。毎朝仕事前などに飲むスタートの1本にふさわしい、すっきり飲みやすい缶コーヒーです。

### アサヒ飲料(株) 「WONDA (ワンダ) ネクストステージ」 上質さにこだわる 大人のための缶コーヒー新発売

有機豆100%を使用した深いコクの缶コーヒーです。豆を挽いた後すぐに抽出する“挽きたて抽出”で、コーヒー豆の風味を最大限に引き出しています。自分の時間を楽しみ、上質さにこだわるお客様への新提案です。



平成16年10月5日発売  
缶170ml/115円

### アサヒフードアンドヘルスケア(株) 抹茶・茶カテキン配合 「ミンティア ディープグリーン」新発売

緑茶ポリフェノールを含む茶カテキンを配合した渋いうまみと抹茶の深い味わいが特長の緑茶ミントタブレットです。健康感のある緑茶の味わいと、強いメントールの爽快感で後味もすっきり。お口と気分をリフレッシュしたいときにピッタリな新しい味わいです。



表示されている価格はすべて希望小売価格(消費税別)です。



2004年  
アサヒビール  
イメージガール

川原麻衣の

# アサヒビール工場見学のご案内

見て、知って、飲んで、楽しむ！  
いつでも気軽に、アサヒビール工場へ！！

アサヒビールの工場は、自然の恵みを感じながら、  
皆様がつろぎ、楽しめるコミュニケーションスペースです。  
楽しいひとときを過ごしなが、アサヒビールの  
「鮮度」と「うまさ」へのさらなる挑戦を実感してください。  
さあ、アサヒビールの工場へ！  
どうぞお気軽にお越しください。

工場ではこんなところをご覧いただけます！

ビールが生まれる原点、ビール工場。「工場」と聞くと何だか堅苦しいイメージがあるかもしれませんが、そんなことはありません。ビールの原料に触れ、びんや缶に詰められる工程を見て、できたての新鮮なビールを味わっていただけます。また、工場でのリサイクルの仕組みを見て、環境問題についてちょっと考えてみたりすることもできますよ。そのほか、季節の楽しいイベントなども開催しています。

**引換券** 当社ビール工場見学の株主様には記念品を差し上げます。詳しくは記念品引換券をご覧ください。

ホームページにも情報満載です。「麻衣のブルフリーレポート」もあります。  
<http://www.asahibeer.co.jp/brewery/>



アサヒビールの工場は全国に9つ。専任のご案内係が、原料をはじめとする製造工程や環境への取り組みをご説明した後、工場できたての生ビールをおかわり自由（20分間）でお楽しみいただけます。工場見学は無料です。お電話で気軽にお問い合わせ・お申し込みください。



**吹田工場**  
大阪府吹田市西の庄町1-45  
TEL 06-6388-1943



**茨城工場**  
茨城県守谷市緑1-1-1  
TEL 0297-45-7335



**北海道工場**  
北海道札幌市白石区南郷通4南1-1  
TEL 011-863-3515



**博多工場**  
福岡県福岡市博多区竹下3-1-1  
TEL 092-431-2701



**福島工場**  
福島県安達郡本宮町大字荒井字上前畑1-1  
TEL 0243-34-1170



**名古屋工場**  
愛知県名古屋市守山区西川原318  
TEL 052-792-8966



**四国工場**  
愛媛県西条市ひうち2-6  
TEL 0897-53-7770



**神奈川工場**  
神奈川県南足柄市怒田1223  
TEL 0465-72-6270



**西宮工場**  
兵庫県西宮市津門大塚町11-52  
TEL 0798-36-9595

- ご予約の際は電話番号をご確認のうえ、おかけ間違いのないようお願いいたします。
- 場合によっては見学時間のご希望に添えない場合もありますので、予めご了承ください。
- 工場までの交通費は、ご見学者のご負担です。
- お車を運転の方、未成年の方は、ビールの試飲ができません。ソフトドリンクをご用意しています。
- 食品工場のため、衛生管理上ベントを連れてのご来場はご遠慮ください。
- 見学所要時間、定休日、工場見学受付時間などは工場によって異なります。各工場へ直接お問い合わせください。

●アサヒビールグループのウイスキー・蒸溜所・ワイナリーも  
見学いただけます  
ニッカウイスキー株式会社蒸溜所  
北海道余市郡余市町黒川町7-6 TEL 0135-23-3131  
ニッカウイスキー株式会社宮城峡蒸溜所  
宮城県仙台市青葉区ニッカ1番地 TEL 022-395-2865  
サントネージュワイン株式会社  
山梨県山梨市上神内川1107-1 TEL 0553-22-1511  
●アサヒ飲料株式会社でも工場見学を受け付けています  
詳しくはアサヒ飲料株式会社お客様相談室 TEL 03-5608-5225



このコーナーでは、よりおいしく、より健やかな毎日に役立つ厳選のヘルシーメニューをご紹介します。  
今夜の食卓に皆様のご家庭でもぜひ一度お試しください。

## 豚肉のパリパリ豆腐



### つくり方

- ① 豚肉は1枚ずつ広げ、「クッキング用ビール酵母」を溶いた焼き肉のタレに漬けておきます。
- ② 片栗粉を①で漬けておいた豚肉にまぶして180℃の揚げ油に入れ、パリッとなるまで揚げます。キッチンペーパーなどで油をよく切ってから冷まし、手で割ります。
- ③ 奴に切った豆腐を器に盛り、②のをせて貝割れ菜を散らし、ポン酢をかければできあがりです。

### 健康レシピを掲載したホームページのご案内

<http://www.asahi-fh.com/magazine/index.html>



アサヒフードアンドヘルスケア様のホームページ内の「健康創造マガジン」では、「豚肉のパリパリ豆腐」のほかにも日々の健康状態に合わせられる70種類以上のレシピをご紹介します。

### 材料 (4人分)

豚もも薄切り肉……150g  
木綿豆腐……2丁  
焼き肉のタレ(市販品)……大さじ6  
クッキング用ビール酵母……大さじ1  
片栗粉、揚げ油、貝割れ菜、ポン酢それぞれ適宜

### 豆腐と豚肉を使ったダイエットメニュー

良質のたんぱく質が豊富な豆腐と、エネルギー代謝を活性にするビタミン類を豊富に含む豚肉を使ったダイエットメニューです。揚げ油を使いますが、衣は薄いので吸油率は低め。さらに、キッチンペーパーなどでしっかり油切りをすればさらに低エネルギーになります。お父さんのおつまみとしてもおすすめの一品です。

### 商品のご紹介

アサヒフードアンドヘルスケア(株)  
**クッキング用ビール酵母**

天然のビール酵母で  
毎日の健康づくりに新提案!!

1袋(250g)／オープン価格(消費税別)

- 必須アミノ酸、各種ビタミンB群、必須ミネラル、食物繊維、核酸など健康に欠かせない栄養素をバランスよく含んでおり、毎日の健康維持をサポート。
- お料理に加えると味にコクやうまみをプラス(肉料理や煮込み料理などによく合います)。
- ダイエット中の健康維持にもぴったり。



## アサヒビールの履歴書

アサヒビールの歴史を6回にわたって、皆様にお伝えします。

### ～第三話～

## 「アサヒスーパードライ」誕生

「この味が、ビールの流れを変えた。」昭和63年(1988年)6月27日、新聞各紙に掲載されたアサヒビールの広告は、事実上の「ドライ戦争の勝利宣言」として大きな反響を呼びました。年初に過熱したドライビール発売競争——いわゆる「ドライ戦争」は、結果的に本家・アサヒビールの



マスコミに「ドライ戦争勝利宣言」として騒がれた全面広告(昭和63年6月27日付新聞各紙に掲載)

存在感を広く知らしめ、「アサヒスーパードライ」の圧倒的勝利を後押ししたのです。

この前の年、昭和62年(1987年)3月17日に発売された「アサヒスーパードライ」は、「辛口ビール」という全く新しい切り口で初年度1,350万箱という驚異的なヒットを記録しました。

「ドライ戦争」は、このヒットに歯止めをかけるべく競合各社が追随したことに端を発します。しかし、勝者はもとより明らかだったといえます。なぜなら、ドライビールに対して、競合各社は単なる一過性のブームと捉えていましたが、アサヒビールは時代の新たな潮流を生むと確信していたからです。取り組みの姿勢が根本から異なっていました。「アサヒスーパードライ」は、ビールは重く苦いもの、というそれまでの常識を覆す新たな提案でした。しかし、決して奇をてらったわけではありません。5,000人にのぼる



お客様嗜好調査を実施し、その結果をふまえて、お客様の求める「喉ごしの良い、すっきりした味わいのビール」「キレが良くドライな生ビール」を徹底的に追求したブランドなのです。開発にあたっては、酵母やホップの選定から製法まで吟味と研究を重ね、お客様にとって理想のビールを目指しました。技術や原材料から発想したメーカー主導型の商品ではなく、徹底したお客様視点に立ち、お客様の嗜好の変化を的確に捉えた商品だからこそ、他を圧倒する支持を得ることができたのです。

絶妙なコクとキレのバランス、あらゆる料理の味を引き立てて何杯飲んでも飲み飽きない「アサヒスーパードライ」は、平成元年、発売3年目にして販売数量1億箱を突破。以降、今日まで1億箱超の販売を続け、国産ビールトップブランドの揺るぎない地位を確立しています。この間、「鮮度」に注目したフレッシュマネジメントなど、「アサヒスーパードライ」をもっとおいしく飲んでいただくための活動を常に続けています。最高の味と品質を、最高の状態でお届けする——すべては、お客さまの「うまい!!」のために。アサヒビールの挑戦はこれからも続きます。





## アサヒビールグループ業績のご報告

### 当中間期の概要

- ビール・発泡酒における課税数量ベースでのシェアが41.7%と上半期としては過去最高を達成しました。
- 酒類事業の増収増益、飲料事業の黒字化などにより、連結・単体ともに増収増益とすることができました。

### 当中間期の業績

- 売上高…… 6,481億 500万円  
(前年同期比1.3%増)
- 営業利益…… 377億2,100万円  
(前年同期比74.5%増)

### 事業別の概況



売上高…… 4,821億3,800万円  
(前年同期比0.5%増)  
営業利益…… 352億8,100万円  
(前年同期比65.9%増)

当中間期における市場全体のビール・発泡酒は、課税数量ベースで前年同期比6.4%減少いたしました。そのうち、ビールは前年同期比3.4%減と減少幅に歯止めがかかってきていますが、発泡酒はビール風味アルコール飲料の台頭などから前年同期比10.7%減と大幅に減少いたしました。

当社は本年を総合酒類事業の新ステージと位置づけ、“総合酒類トップ企業としてのさらなる成長”を追求しております。ビールでは、「アサヒスーパードライ」を中心とした樽詰商品が前年同期比3%増加し、「アサヒプレミアム生ビール 熟撰」を料飲店様向けに提案いたしました。課税数量は前年同期比3.4%の減少となりました。一方、発泡酒では、



市場全体が大きく減少するなか、昨年7月発売の「アサヒ本生 アクアブルー」が確固たる市場地位を確立したことに加え、「本生」ブランドの第3弾として発売した「アサヒ本生 オフタイム」などの効果もあり、前

年同期比7.1%増となりました。その結果、当社のビール・発泡酒課税数量は前年同期比0.6%の減少にとどまり、シェアは上半期としては過去最高の41.7%を達成いたしました。

焼酎では、「かのか」「一番札」の好調な売上や、「大五郎」が確固たるブランド力を発揮したことに加えて、新商品「SAZAN(サザン)」の発売もあり、売上高は前年同期比3%増加いたしました。

低アルコール飲料では、新フレーバーを投入した「アサヒカクテルパートナー」やリニューアルした「アサヒ旬果搾り」などの既存主力ブランドが好調に推移したことに加え、「アサヒ旬果搾り」のプレミアムシリーズ「アサヒ旬果搾り ナチュリア」やグループの素材・技術を結集し、“爽快感”“止渴性”を兼ね備えた新提案商品「アサヒ ドライクーラー」などが寄与し、売上高は前年同期比27%増加いたしました。

洋酒では、「ブラックニッカクリアブレンド」や「竹鶴」シリーズの売上高は前年同期を上回りましたが、国内ウイスキー市場の低迷の影響などから洋酒全体の売上高は前年同期比8%減少いたしました。

ワインでは、「バロン・フィリップ」などの輸入品は順調に



推移したものの、国産ワイン低迷の影響から、売上高は前年同期比7%減少いたしました。

以上のように、酒類事業での売上高は前年同期比0.5%の増加、営業利益は前年同期比65.9%の大幅増となりました。



売上高…… 961億2,400万円  
(前年同期比5.3%増)  
営業利益…… 25億9,700万円  
(前年同期比25億6,900万円増)

飲料事業の中核、アサヒ飲料(株)は、基幹ブランドである「ワnda モーニングショット」「アサヒ十六茶」「ミツ矢サイダー」に経営資源を集中するとともに、「アサヒ アミノダイエット」シリーズの育成および「アサヒデデカミン」「アサヒ 富士山のバナジウム天然水」などの販売促進を行いました。また、同時にコスト削減、資産効率の向上にも取り組みました。その結果、飲料事業の売上高は、前年同期比5.3%増となり、営業利益も大幅に改善いたしました。



売上高…… 107億4,100万円  
(前年同期比2.8%増)  
営業損失…… 7億2,300万円  
(前年同期比4億8,600万円減)

食品・薬品事業ではアサヒフードアンドヘルスケア(株)が、昨年7月のダイレクトマーケティング事業の開始、8月の冷凍食品事業からの撤退など、事業構造を整え、競争力を強化して事業の拡大を目指しております。サプリメント「アクティオ」や健康サポート食品「バランスアップ」が順調に推移し、売上高は2.8%増加いたしました。新規事業への積極的投資などにより営業損失は増加いたしました。



売上高…… 591億円  
(前年同期比1.6%増)  
営業利益…… 7億4,700万円  
(前年同期比10.5%増)

その他事業では、物流事業や不動産事業を中心に堅調に推移し、売上高、営業利益ともに増加いたしました。

### 通期(平成16年12月期)連結業績予想

- 売上高…… 1兆4,350億円
- 営業利益…… 880億円
- 経常利益…… 840億円
- 当期純利益…… 280億円

連結財務諸表

連結貸借対照表 (6月30日現在)

科 目	期 別	平成16年度	平成15年度
資産の部			
流動資産		382,876	387,885
現金及び預金		13,904	11,493
受取手形及び売掛金		243,046	240,173
棚卸資産		96,308	104,606
繰延税金資産		7,109	3,895
その他		31,534	35,673
貸倒引当金		△ 9,027	△ 7,956
固定資産		871,997	882,464
有形固定資産		683,047	716,169
建物及び構築物		225,526	234,798
機械装置及び運搬具		194,992	209,290
工具器具備品		51,278	53,954
土地		203,963	214,953
建設仮勘定		7,287	3,172
無形固定資産		17,494	17,411
投資等		171,455	148,883
投資有価証券		103,824	74,182
繰延税金資産		36,221	46,810
その他		45,254	48,434
貸倒引当金		△ 13,845	△ 20,544
資産合計		1,254,874	1,270,349

**Point ①** グループ総資産を圧縮  
金融債務の減少などにより154億円圧縮することで、一層効率的な経営をしてまいります。

(単位:百万円)

科 目	期 別	平成16年度	平成15年度
負債の部			
流動負債		537,604	537,951
支払手形及び買掛金		73,049	73,399
短期借入金		78,812	99,069
1年以内償還社債		59,997	25,451
未払酒税		145,866	145,279
預り金		64,947	72,013
コマーシャルペーパー		—	21,500
その他		114,932	101,238
固定負債		289,515	329,554
社債		140,000	197,550
長期借入金		79,589	58,661
退職給付引当金		28,898	30,507
繰延税金負債		487	282
その他		40,539	42,551
負債合計		827,119	867,505
少数株主持分			
少数株主持分		20,486	16,467
資本の部			
資本金		182,531	182,531
資本剰余金		181,282	181,282
利益剰余金		62,559	38,800
その他有価証券評価差額金		5,297	799
為替換算調整勘定		461	969
自己株式		△ 24,863	△ 18,006
資本合計		407,268	386,376
負債・少数株主持分及び資本合計		1,254,874	1,270,349

**Point ②** 自己株式取得  
中期経営計画に基づき、株主還元の意味も含め、599万株(68億円)の自己株式を取得いたしました。

連結損益計算書 (1月1日～6月30日)

科 目	期 別	平成16年度	平成15年度
売上高		648,105	639,650
売上原価		438,709	436,959
売上総利益		209,395	202,691
販売費及び一般管理費		171,674	181,076
営業利益		37,721	21,614
営業外収益		2,774	2,799
受取利息及び配当金		1,110	1,120
連結調整勘定償却額		824	825
その他		839	854
営業外費用		4,367	5,710
支払利息		1,998	2,623
持分法による投資損失		300	47
その他		2,069	3,039
経常利益		36,128	18,703
特別利益		1,946	741
固定資産売却益		71	238
その他		1,874	502
特別損失		3,363	7,113
固定資産売却・除却損		2,148	873
事業整理損失		—	4,287
その他		1,214	1,953
税金等調整前中間純利益		34,711	12,331
法人税、住民税及び事業税		18,708	5,373
少数株主損益		539	△ 1,295
中間純利益		15,462	8,252

**Point ③** 連結営業利益が161億円増加  
アサヒビール(株)の134億円、アサヒ飲料(株)の27億円が貢献し、中間期としては過去最高の連結営業利益となりました。

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

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)

科 目	期 別	平成16年度	平成15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		34,711	12,331
減価償却費		25,316	26,085
退職給付引当金の増減額		△ 873	△ 1,413
貸倒引当金の増減額		△ 1,813	△ 992
固定資産売却除却損		2,148	873
未払酒税の増減額		△ 850	2,908
その他		△ 864	8,935
小計		57,775	48,728
利息及び配当金の受取額		1,195	1,163
利息の支払額		△ 2,062	△ 2,969
法人税等の支払額		△ 19,973	△ 12,029
営業活動によるキャッシュフロー		36,934	34,892
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		△ 19,257	△ 23,046
投資有価証券の取得による支出		△ 38,188	△ 4,396
投資有価証券の売却による収入		8,030	141
その他		491	7,880
投資活動によるキャッシュフロー		△ 48,923	△ 19,421
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		8,107	△ 1,246
長期借入金の増減額		21,724	△ 3,940
社債の発行による収入		10,000	10,000
社債の償還による支出		△ 17,696	△ 10,000
自己株式の取得による支出		△ 6,839	△ 8,675
配当金の支払額		△ 3,193	△ 6,535
その他		2,275	205
財務活動によるキャッシュフロー		14,378	△ 20,193
Ⅳ 現金及び現金同等物に係る換算差額			
換算差額		△ 160	△ 24
Ⅴ 現金及び現金同等物の増減額			
現金及び現金同等物の期首残高		2,228	△ 4,747
Ⅵ 現金及び現金同等物の期首残高			
現金及び現金同等物の期末残高		11,561	15,986
Ⅶ 連結範囲の変更による現金及び現金同等物の増減額			
現金及び現金同等物の増減額		9	△ 68
Ⅷ 合併に伴う現金及び現金同等物の増加額			
現金及び現金同等物の増加額		—	12
Ⅸ 現金及び現金同等物の期末残高			
現金及び現金同等物の期末残高		13,799	11,183

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。



単体財務諸表

貸借対照表 (6月30日現在)

科 目	期 別	平成16年度	平成15年度
資産の部			
流動資産		309,776	304,658
現金及び預金		4,197	3,142
受取手形及び売掛金		195,048	194,831
棚卸資産		41,882	49,227
短期貸付金		57,023	46,173
繰延税金資産		5,956	2,872
その他流動資産		16,077	14,942
貸倒引当金		△ 10,409	△ 6,531
固定資産		748,189	788,405
有形固定資産		526,496	550,766
建物		151,625	159,386
機械及び装置		165,452	175,628
土地		132,521	136,285
その他		76,898	79,466
無形固定資産		12,318	12,964
投資その他の資産		209,374	224,675
投資有価証券		55,466	49,897
関係会社株式・出資金		79,414	77,154
繰延税金資産		19,503	31,016
その他の投資等		69,323	86,951
貸倒引当金		△ 14,333	△ 20,345
資産合計		1,057,965	1,093,064

**Point ①** 単体の総資産を圧縮  
単体の総資産を、前年同期比350億9,900万円圧縮いたしました。

(単位:百万円)

科 目	期 別	平成16年度	平成15年度
負債の部			
流動負債		431,850	432,736
支払手形及び買掛金		42,557	42,624
短期借入金		43,000	65,508
社債(1年以内償還予定)		59,997	25,451
未払酒税		135,969	134,816
預り金		77,290	81,833
コマーシャルペーパー		—	21,500
その他流動負債		73,034	61,003
固定負債		230,858	282,171
社債		140,000	189,997
長期借入金		45,500	42,500
長期未払金		—	734
長期預り金		33,028	34,696
退職給付引当金		12,022	13,877
役員退職慰労引当金		308	366
負債合計		662,708	714,907
資本の部			
資本金		182,531	182,531
資本剰余金		190,291	190,291
資本準備金		130,292	130,292
その他資本剰余金		59,999	59,998
利益剰余金		42,323	22,667
任意積立金		22,606	12,744
中間未処分利益		19,716	9,922
株式等評価差額金		4,974	673
自己株式		△ 24,863	△ 18,006
資本合計		395,257	378,156
負債及び資本合計		1,057,965	1,093,064

**Point ②** 金融債務残高減少  
単体の金融債務残高を、前年同期比564億5,900万円減らすことができました。

損益計算書 (1月1日～6月30日)

(単位:百万円)

科 目	期 別	平成16年度	平成15年度
売上高		501,967	500,078
売上原価		362,653	364,333
売上総利益		139,313	135,745
販売費及び一般管理費		104,132	113,993
営業利益		35,180	21,752
営業外収益		1,778	1,882
受取利息及び配当金		1,404	1,559
雑収入		373	323
営業外費用		2,806	3,666
支払利息		1,455	1,977
雑損失		1,351	1,689
経常利益		34,152	19,968
特別利益		1,828	730
固定資産売却益		0	227
投資有価証券売却益		1	37
関係会社株式売却益		8	—
貸倒引当金戻入益		1,816	465
特別損失		2,642	6,665
固定資産売却除却損		1,202	592
投資有価証券売却損		0	10
投資有価証券評価損		162	1,193
関係会社株式評価損		1,277	—
事業整理損失		—	4,287
過年度役員退職慰労引当金繰入額		—	581
税引前中間純利益		33,338	14,033
法人税、住民税及び事業税		17,776	8,184
中間純利益		15,562	5,848
前期繰越利益		4,154	4,073
中間未処分利益		19,716	9,922

**Point ③** すべての利益で中間期過去最高益を達成  
製造・物流のコストダウンや販促費を含む固定費の減少により大幅増益となりました。

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

配当

平成16年12月期中間配当金  
1株当たり7円50銭(前年同期比1円増配)  
平成16年12月期期末配当金  
1株当たり7円50銭予定(前年同期比1円増配予定)  
平成16年度年間配当金予想額  
1株当たり15円予定(前年比2円増配予定)

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 100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 03-5683-5111(大代表)  
※株式関係のお手続き用紙のご請求は、次のUFJ信託銀行の電話及びインターネットでも24時間承っております。  
TEL(通話料無料) 0120-24-4479(本店証券代行部)  
URL <http://www.ufjtrustbank.co.jp/>  
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

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

会社概要

(平成16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 182,531,194,085円  
従業員数 3,740名(172名)

※従業員数は就業人員であり、当社への出向者(299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()に期中平均人員を外数で記載しています。

会計監査人

あずさ監査法人(東京都新宿区津久戸町1番2号)

役員

(平成16年6月30日現在)

代表取締役会長 …… 福地 茂雄  
代表取締役社長 …… 池田 弘一  
専務取締役 兼 専務執行役員 …… 後藤 義弘 岡田 正昭  
専務取締役 …… 大原 清明  
常務取締役 …… 西野 伊史 泉谷 直木 川村 光  
取締役 …… 山口 信夫 岡本 行夫 野中 ともよ  
常勤監査役 …… 西川 菅雄 佐藤 明 藤田 博  
監査役 …… 櫻井 孝頼 中村 直人  
【執行役員】  
専務執行役員 …… 中村 豊 藏口 勝  
常務執行役員 …… 尾関 正彦 秋元 延介 高橋 正哲  
大澤 正彦 石橋 英行 岩崎 次弥  
佐々木 修 亀野 正徳  
執行役員 …… 本山 和夫 二宮 裕次 玉田 忠志  
富永 寿郎 二宮 襄 江藤 正和  
吉岡 信一 松延 章 高橋 成公  
三谷 昌 名倉 伸郎 石井 敏史  
三宅 雅人 山崎 史雄 富田 義人  
羽田 茂 山下 弘 岩上 伸  
仁平 進

株式の状況

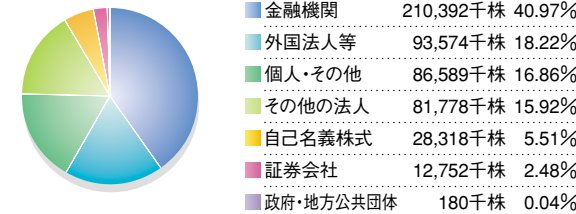
(平成16年6月30日現在)

発行済株式総数 513,585,862株  
当中間期末株主数 99,630名(前期末比1,266名減)  
大株主(上位10名)

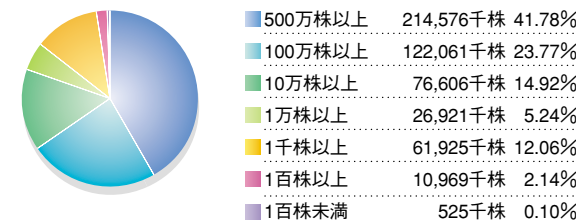
株主名	持株数 (千株)	議決権 比率(%)
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	43,043	8.9
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	25,802	5.3
旭化成株式会社	18,785	3.9
第一生命保険相互会社	17,920	3.7
富国生命保険相互会社	16,883	3.5
株式会社三井住友銀行	12,897	2.7
野村證券株式会社	10,316	2.1
ステートストリートバンクアンドトラストカンパニー	9,787	2.0
住友生命保険相互会社	7,090	1.5
株式会社みずほコーポレート銀行	6,944	1.4
合計	169,467	35.0

(注)当社は自己株式を28,318千株保有しておりますが、上記の大株主からは除外しております。

所有者別株式分布



所有株式数別株式分布



キャンペーン&イベント情報

皆様のご応募・ご来店をお待ちしております。

「赤・青・緑の本生自転車」が当たるキャンペーン」実施

「赤・青・緑の「アサヒ 本生」3商品の「うまさ」を多くのお客様に楽しんでいただくキャンペーンを実施します。専用応募ハガキでご応募いただいた方のなかから抽選で10,000名様に「本生自転車」をプレゼント!皆様のご応募をお待ちしています。

■応募締切 平成16年11月22日(月)当日消印有効

■賞品 赤い本生自転車…抽選で4,000名様  
青い本生自転車…抽選で3,000名様  
緑の本生自転車…抽選で3,000名様

■応募方法 6缶パック(キャンペーンパック)中面に印字された「専用応募ハガキ」に必要事項と、希望のコース(赤、青、緑)をご記入のうえ、ご応募ください。

※詳しくは対象商品をご覧ください。



「ニッカ ブレンダーズ・バー」のご案内

ニッカウヰスキー(株)が創業70周年を迎えるにあたり、ウヰスキーの情報発信の新たな拠点となる「ニッカ ブレンダーズ・バー」を、7月2日オープンしました。ここでは、「お客様とつくり手とのコミュニケーション」をコンセプトに、同社のマスターブレンダーをはじめとする技術担当者が定期的に来店し、ブレンドやテイasting、商品づくりの解説なども行っています。ぜひ、ご来店ください。

■所在地 東京都港区青山5-4-31  
ニッカウヰスキー(株)本社ビルB1

■電話 03-3498-3338

■営業時間 17:00~23:30 日曜・祝日定休

■客席数 約40席



アンケートの集計結果

第80期事業報告書にて実施いたしました株主様アンケートの集計結果をご報告します。今回は10,000通を超える株主の皆様からご回答をいただきました。ありがとうございます。

Q どの記事に関心を持たれましたか?(複数選択、上位10位)

1	新商品トピックス	45.2%
2	業績のご報告	43.8%
3	この半年の取り組み	30.5%
4	社長インタビュー	26.2%
5	財務諸表	25.1%
6	アサヒNews Flash	24.2%
7	おすすめ!健康レシピ	24.0%
8	会社概要/株式の状況	23.5%
9	株主の皆様へお知らせ	22.9%
10	アサヒビールの履歴書	21.4%

第80期中間事業報告書から内容を一新し、盛りだくさんの内容にしました。その結果、株主の皆様それぞれのお好みが出て、関心を持たれた内容が幅広く広がります。これからも皆様のご意見を反映させた編集に努めてまいります。

Q 当社株式を保有している理由は何ですか?(複数選択、上位5位)

1	将来性	51.1%
2	株主優待	47.0%
3	業績	42.3%
4	配当	34.3%
5	当社商品のファン	29.7%

Q 今後どのくらい保有される方針ですか?(複数選択)

1	長期保有	74.4%
2	買い増し	36.8%
3	短期保有	6.0%
4	売却	4.5%

当社株式を保有している理由については、本年3月に第2次グループ中期経営計画を発表したこともあってか「将来性」が第1位でした。また、新設間もない「株主優待」が第2位に入りました。今後の保有方針については、大変多くの方が長期保有や買い増しをお考えです。当社も株主様のこのようなお考えに恥じることのない活動をしてまいります。



## 株主の皆様へお知らせ

### 個人投資家の皆様への情報サイト 「アサヒサポーターひろば」を開設しています。



「アサヒサポーターひろば」は、アサヒビールの企業活動に共感し、応援して下さる皆様に対して、株式投資に関する情報を発信しています。アサヒビールグループの最新トピックスや業績、株主優待に関する情報もここにアクセスすれば、いつでもご覧になれます。ぜひご活用ください。

▶▶ <http://www.asahibeer.co.jp/ir/supporter/>

✉ 投資家情報ページの更新や、新商品の発表、ニュースリリースなどをタイムリーにお知らせするメールニュースも配信しています。  
ご登録はこちらから ▶▶ <http://www.asahibeer.co.jp/ir/mail/index.html>

### 当社ビール工場で見学の株主様には記念品をご用意しています。

当社ビール工場で見学の際は、本誌と一緒にお送りした記念品引換券をお忘れなくお持ちください。詳しくは、記念品引換券をご覧ください。（有効期限:平成17年8月31日）

※平成16年6月30日現在の株主名簿および実質株主名簿に登録されている株主の皆様にお送りしております。

▶▶ P16「川原麻衣のアサヒビール工場見学のご案内」もご覧ください。

**アサヒビール株式会社**  
<http://www.asahibeer.co.jp>

お問い合わせは「お客様相談室」まで  
☎0120-011121



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。