

Asahi super report

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

2006
秋号



アサヒ極旨^{ゴクウマ}
10月17日新発売



「アサヒビールグループ
CSRレポート2006」
発行



シルバースター
今年こそ日本一

第83期中間期のご報告 2006年1月1日～2006年6月30日

ごあいさつ	2	アサヒビールグループ業績のご報告	18
この3カ月の取り組み	3	連結財務諸表	20
社長インタビュー	4	単体財務諸表	22
Topics 中国・山東省における 農業経営について	7	アサヒ サポーターひろば	24
特集 ビール類の新商品、続々登場!	8	会社概要／株式の状況	26
新商品トピックス	11	株主メモ	27
アサヒNews Flash	14	ウェブサイトのご案内／ 株主優待のご案内	裏表紙
アサヒビール工場のご案内	17		

Asahi
アサヒビール



アサヒビール株式会社
代表取締役会長

池田 弘一

代表取締役社長

萩田 伍

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、日頃より格別のお引き立てを賜り誠にありがとうございます。また、日頃より格別のお引き立てを賜り誠にありがとうございます。

アサヒビールグループは、第2次グループ中期経営計画の最終年度である本年、「成長性溢れる新しいアサヒビールグループ」を目指し、“事業構造”“収益構造”“企業体質”の3つの変革を達成するために、グループ全社員を挙げて取り組んでいます。

アサヒビール(株)は、本年3月30日より経営体制を一新し、グループ経営をより強く意識した新たな体制といたしました。

また、6月1日にはグループ基幹事業である国内酒類事業を統括する酒類本部内に、マーケティング本部を新設する組織改定を行いました。この組織改定により、お客様の嗜好の多様化やニーズの変化のスピードが一層速くなるなかで、ニーズにきめ細かく、かつ迅速に応え、商品を通じて新たな価値をお客様にご提供できるものと考えております。

本年上半期に発売した新ジャンル「アサヒ ぐびなま。」、プレミアムビール「アサヒプライムタイム」につきましては、おかげさまでお客様からの高いご支持を頂戴し、順調に販売数量を伸ばしております。今後も、お客様視点の商品づくりに邁進していく所存でございます。これからのアサヒビールの新商品にどうぞご期待ください。

株主の皆様におかれましては、これまでと変わらぬお引き立てを賜りたくお願い申し上げるとともに、今後のさらなる飛躍のための活動をお約束し、ごあいさついたします。

2006年9月

4月

- 5日 「フォション 香り紅茶酒 アールグレイ& オレンジスピリッツ」新発売
- 5日 「チューハイ ハイリキ」リニューアル新発売
- 6日 「アサヒ・アート・フェスティバル学校」開校(～8月24日)
- 下旬 全国のビール工場で「うまい!鮮度実感ツアー」開催(～5月)



5月

- 17日 「アサヒカクテルパートナー シンガポールスリング」
「同 スパークリングダイキリ」新発売
- 17日 「アサヒ旬果搾りフルーツパンチスイート」
「同 フルーツパンチサワー」新発売
- 17日 「アサヒ旬果搾り 夏限定缶 青ゆず」
「同 アンデスメロン」新発売
- 17日 「フォション ティーリキュール」新発売
- 30日 「アサヒ ぐびなま。」新発売



6月

- 9日 「2006年アサヒビールお中元ギフトセット」新発売
- 14日 「アサヒカクテル パートナー 夏限定缶 パッションチチ」
「同 ハワイアンルーージュ」
「同 アイスオレンジモヒート」新発売
- 14日 「ニッカシードル サマースパークリング」新発売(～9月末)
- 17日 第5回「アサヒ・アート・フェスティバル2006」開催(～8月27日)
- 28日 「アサヒプライムタイム」新発売
- 28日 全国のビール工場で「うまさ発見! こだわりビアフェスタ」開催



「アサヒ ぐびなま。」新発売

“飲みやすさ”や“カジュアルな味感”をお求めになるお客様への新提案として新発売した「アサヒ ぐびなま。」。新ジャンルファンの多くのお客様からご支持いただき、本年6月までに270万箱(1箱=633ml×20本)の出荷を達成することができました。



5月29日に東京・丸の内オアゾで行われた「ぐびなま。」街頭サンプリング大作戦での萩田社長とイメージガール尾形沙耶香さん

「アサヒプライムタイム」新発売

“新しい飲みごち”と“こだわりの泡”を実現したプレミアム生ビール「アサヒプライムタイム」。プレミアムビール愛飲層の方々から高いご評価をいただき、発売から1カ月間で60万箱(1箱=633ml×20本)を売り上げるなど、近年のプレミアムビールのなかで際立ったヒット商品となっています。



名古屋工場の製造ラインを流れる「アサヒプライムタイム」

ビール類の反転攻勢により、 年間では増収増益を目指します。



アサヒビール株式会社 代表取締役社長 荻田 伍

Q はじめに、本年上半期の総括をお願いします。

アサヒビール(株)単体からお話します。売上高は、ビール、新ジャンル、総合酒類部門では増収でしたが、発泡酒の減収幅が大きく、全体では4,698億円と前年同期比2.0%の減収となりました。営業利益は売上の減少、商品力強化のための広告費・販売促進費の増加

などにより、前年同期比2.7%減の258億円となりました。また中間純利益も減損会計の導入などにより前年同期比13.9%減の123億円となり、残念ながら減収減益の決算となりました。

連結では、売上高はアサヒビール(株)は減収でしたが、アサヒ飲料(株)やアサヒフードアンドヘルスケア(株)の増収に加え、連結子会社化した(株)エルビー2社、和光堂(株)の寄与などにより、6,644億円と前年同期比1.2%の増収と

なりましたが、営業利益はアサヒビール(株)の計画未達成などにより前年同期比7.1%減の286億円となりました。中間純利益は減損会計の導入などにより前年同期比23.8%減の145億円となりました。

Q 通期の業績見通しはいかがでしょうか。

単体では特にビール類の反転攻勢を図ることで、売上高は前期比1.8%増加の1兆730億円、営業利益は前期比7.0%増加の840億円を目指します。また連結では、売上高は前期比4.1%増加の1兆4,880億円、営業利益は前期比5.8%増加の955億円を目指します。なお、当期純利益については、年初計画を上回る450億円と6年連続の過去最高益更新を見込んでいます。

通期(2006年12月期)連結業績予想	
売上高	1兆4,880億円(前期比 4.1%増)
営業利益	955億円(前期比 5.8%増)
経常利益	950億円(前期比 3.9%増)
当期純利益	450億円(前期比12.9%増)

Q 上半期のビール類の状況についてお聞かせください。

ビールでは、飲食店などの業務用消費に回復の兆しが見られるなか、アサヒビール(株)は業務用を中心に「アサヒスーパードライ」の活性化に努めた結果、上半期

は樽生ビールの伸び率が、業界平均を上回り、ビールで初めて50%のシェアを頂戴することができました。また、昨年4月に参入した新ジャンルでは、新商品「アサヒぐびなま。」を本年5月に発売し、出遅れを取り戻すべく取り組みを強化しました。しかしながら、発泡酒が大きく前年を下回った結果、発泡酒と新ジャンルを合わせた市場でシェアを下げ、この上半期は、ビール類トータルでは市場地位を拡大することはできませんでした。

Q では、ビール類の今後の取り組みについて聞かせてください。

まず、ビールではビール回復の流れを確実にものとするために「アサヒスーパードライ」の“鮮度”活動、“うまい!樽生”活動の継続に加え、新たな取り組みを創出することで、発売20周年を迎える来年につなげていきたいと考えます。また、拡大しているプレミアムビール市場でも、「アサヒプライムタイム」を中心に、プレミアムビール全体の拡大に取り組み、年間の販売計画は年初計画通り前年比3.0%増の1億4,300万箱を目指します。(1箱=633ml×20本)

発泡酒は新ジャンル市場の拡大により、市場の縮小が続いていますが、発泡酒ならではの新しい味わいを求めるお客様も現れています。そこで、「本生」の既存ブランドの強化に加え、本年9月には限定醸造の「アサヒ本生 クリアブラック」を新発売します。さらに来年への布石も含めた発泡酒の活性化を図るため、大型新

商品も発売し、年間では2,900万箱を目指します。
(「アサヒ本生 クリアブラック」の詳細についてはP9をご覧ください。)

新ジャンルは、5月の発売以降、好調に推移している「アサヒ ぐびなま。」に加え、10月にはお客様のニーズを先取りした「アサヒ極旨」^{ゴクウマ}を発売し、新ジャンル市場での飛躍的な市場地位の拡大を目指します。年間の販売計画は前年比62.4%増加の2,400万箱を目指します。
(「アサヒ極旨」の詳細についてはP8をご覧ください。)



グループ事業や国際事業の今後の取り組みはいかがですか。

グループ事業については、まず飲料事業では、アサヒ飲料(株)が「ワンダ」「三ツ矢」「十六茶」などの基幹ブランドの牽引により、販売数量で業界平均を上回る4%の伸びを達成しています。加えて、チルド飲料事業でエルビー2社との相乗効果を発揮し、今後も国内飲料事業のさらなる成長基盤の強化に努めます。

食品・薬品事業ではアサヒフードアンドヘルスケア(株)が主力商品「ミンティア」「バランスアップ」の好調に加え、ダイエット食品「スリムアップスリム」のヒットなどにより、売上は計画を上回っています。今後はサンウエル、和光堂も含めて、食品・薬品事業をアサヒビールグループの第3の柱にするため、一層の収益基盤の拡大に取り組めます。

国際事業については、中国のビール事業で、杭州ビールの新工場着工や北京ビールの生産能力増強

着手など、出資している現地ビール会社それぞれの売上拡大と収益性改善が着実に進んでいます。今後も将来的にさらなる成長が見込める世界最大の中国市場に対して、スピードを上げて成長基盤^{カンシーフ}の構築に取り組んでいきます。また、中国の飲料事業では康師傅飲品控股有限公司が茶系飲料や水などで飛躍的な売上増を継続しています。今後もさらなる業績拡大を目指していきます。



最後に、株主の皆様メッセージをお願いします。

今後のアサヒビールグループにご期待いただけるよう、私たち経営陣を筆頭に、全社一丸となって流れを変えていきます。株主の皆様には、今後ともご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。



Topics

中国・山東省における農業経営について

「安全・安心でおいしい高付加価値の農作物」を生産し、省内の都市部や北京で販売

経済発展の著しい中国では、生活水準の向上とともに、安全・安心でおいしい高付加価値の農作物に対するニーズが高まっています。

こうしたなか、アサヒビール(株)および住友化学(株)、伊藤忠商事(株)は、中国・山東省に農業法人を設立し、山東省と共同で、トレサビリティ^{*}や循環型農法といった先進の農業技術と、鮮度を保持する物流を組み合わせた大規模な農業経営を本年5月にスタートしました。今後、約100haの広大な農地で、レタス・スイートコーンなどの野菜栽培、イチゴなどの果実栽培、酪農を行う計画で、農作物の「栽培－加工－物流－販売」まで、一貫したフードシステムの構築を目指しています。

アサヒビール(株)では、こうした取り組みにより、中国での新しい農業経営モデルを確立するとともに、次世代の農業技術者の育成や、他省へ事業を展開することで、中国の食生活向上に貢献していきます。

^{*}トレサビリティ：農産物などの生産から消費または廃棄まで追跡が可能な状態

農業事業に対するアサヒビール(株)の考え方

アサヒビール(株)は、「『食』と『健康』に関する事業を通して、新しい時代における人々の楽しく・心豊かな生活文化の創造に挑戦する」というビジョンを掲げています。食と健康の原点ともいえる農業事業により、中国の食生活向上に貢献することで、これまでの酒類・清涼飲料などでの中国事業に加え、中国におけるプレゼンスの拡大を目指します。



農業法人の概要

社名：山東朝日緑源農業高新技術有限公司
所在地：中華人民共和国山東省萊陽市
設立：2006年5月

代表者：岩崎次弥(董事長)
農地：約100ha



特集 ビール類の新商品、続々登場！

お客様の多様なニーズにお応えします。

お客様の嗜好がますます多様化し、その変化のスピードも速くなるなか、アサヒビールでは本年6月1日に「マーケティング本部」を新設。新たな商品開発体制のもと、9月5日には発泡酒「アサヒ本生 クリアブラック」、10月17日には新ジャンル「アサヒ極旨^{ゴクウま}」を新発売します。今後も続々と登場するアサヒビールの新商品に、ぜひご期待ください。

今までにない“コクのおいしさ”を実現した新ジャンル

アサヒ極旨^{ゴクウま} 新発売

「飲みやすさ」や「手軽さ」で人気を集めている新ジャンルカテゴリー。急速な市場の拡大化とともに、お客様の嗜好の多様化も進み、「コク」「飲みごたえ」といった「味わい」へのニーズが顕在化しています。

アサヒビールは、こうしたお客様のニーズにお応えするために、飲みやすさに加え、“コク・うまみ”を実現した新ジャンル「アサヒ極旨^{ゴクウま}」を新発売します。

うまさの秘密は原材料にあります。“コク・うまみ・ちょうど良い苦味”が特長の、ビターホップを使用した発泡酒と、最適な量の大麦使用のスピリッツをブレンドしました。クリーミーな泡とまろやかな飲み口、そしてスッキリ・サッパリした飲みやすさをお楽しみください。



缶350ml、缶500ml
希望小売価格は設定していません。

香ばしくスッキリした後味の濃色発泡酒

アサヒ本生 クリアブラック 新発売

アサヒビールでは、2004年12月～昨年3月に実施した消費者キャンペーンで、香ばしい薫りが楽しめる濃色タイプの「限定醸造本生」を賞品としてご提案し、多くの当選者の方々からご支持をいただきました。また、近年の消費者調査から、発泡酒においてもさまざまな商品を楽しみたいというお客様のニーズが多く存在していることがわかっています。

そこで、ご好評をいただいたキャンペーン賞品の「限定醸造本生」の味わいにさらに磨きをかけた、「アサヒ本生 クリアブラック」を期間限定で新発売します。

「アサヒ本生 クリアブラック」は、濃色麦芽にロースト麦芽のみを使用。「ブラック丁寧仕込」と「二段発酵・二段熟成製法」によって、“香ばしく、より一層スッキリした後味”を実現した発泡酒です。



缶350ml、缶500ml
希望小売価格は設定していません。
出荷は2006年11月までを予定しています。



マーケティング本部
商品開発第一部 乳井 三信

開発担当者からひとこと

「アサヒ極旨^{ゴクウま}」は、新ジャンル商品を日頃からご愛飲いただいているお客様の“おいしさへの期待”を徹底的に反映した待望の新商品です。飲みやすさに加え、今までの新ジャンル

商品にはなかった“コク・うまみ”のおいしさを新しくご提案します。ぜひ、この機会に「アサヒ極旨^{ゴクウま}」をお試ください。



マーケティング本部
商品開発第一部 古澤 毅

開発担当者からひとこと

当社の発泡酒ブランドは「アサヒ本生」発売以来、“活性・元気”“開放感”“健康感”などのさまざまな価値を提案してきました。今回はゴクゴク飲むような止渴性の高い商品とは

異なる、“リラックス感や報酬感”をお客様に感じていただける商品開発を目指しました。ロースト麦芽使用の“薫る本生”をぜひお楽しみください。

おかげさまで「アサヒ ぐびなま。」「アサヒプライムタイム」も
ご好評をいただき、売上を伸ばしています。

アサヒ ぐびなま。

本年5月30日に発売した新ジャンル
「アサヒ ぐびなま。」。多くのお客様
から“苦味をおさえた、飲みやすさ”
にご支持をいただき、5月～6月の出荷
実績は、270万箱（1箱=633ml×
20本）を達成し、新ジャンル市場で
着実に存在感を高めています。



「アサヒ ぐびなま。」缶250ml新発売!

少量の「ぐびなま。」を楽しみたいというお客様
の声にお応えし、缶250mlを本年9月12日
に新発売します。



缶250ml
希望小売価格は設定していません。

アサヒプライムタイム

本年6月28日に発売したプレミアム生ビール「アサヒ
プライムタイム」。“新しい飲みごち”“こだわりの泡”
といった特長や飲用シーンのご提案が、プレミアム
ビール愛飲層の方々からご評価いただき、販売数量は
発売から1カ月間で予測の2倍以上にあたる60万箱
（1箱=633ml×20本）となりました。これに伴い、12月末

映画「UDON」とのタイアップによる
テレビCMをオンエア!



「アサヒ ぐびなま。」のテレビCMでおなじみのタレント・小西
真奈美さんが主演している映画「UDON」はこの秋注目の
映画です。現在、映画「UDON」とタイアップしたCMを全国の
フジテレビ系列各局で放映中です。（9月上旬頃まで放映予定）

までの販売目標を当初の100万箱
から200万箱へと引き上げるととも
に、「熟撰」などを含むプレミアム
ビール全体の販売目標も当初計画
の225万箱から325万箱へと上方
修正しました。



新商品トピックス

すべては、お客さまの「うまい!」のために。

「アサヒカクテルパートナー カシスカクテル」新発売

カクテル素材として人気のカシスと相性の良い素材を
組み合わせたカシスカクテルシリーズが新登場。
さっぱりしたみずみずしいカクテルの「カシスウーロン」、
酸味を活かした爽快な「カシスグレープフルーツ」、
甘酸っぱい「カシスホワイト」の3種類で、いずれも
すっきり飲みやすく仕上げました。



2006年8月29日発売
缶350ml/141円
(缶500ml/191円も
あります)

「アサヒ旬果搾り」 フルーツパンチ バナナミックス、 フルーツパンチ ベリーミックス新発売

「アサヒ旬果搾り フルーツパンチ」に、ヨーグルトテイスト
の第2弾が登場しました。ヨーグルトと相性がよいバナナ
をはじめ、5種類の果汁をミックスした「バナナミックス」
は、コクがあってなめらかな味わい。ストロベリーなど
人気のベリー系を中心に5種類の果汁をミックスした
「ベリーミックス」は、甘酸っぱい味わいが特長です。



2006年9月12日発売
缶350ml/141円

「アサヒ旬果搾り 秋限定缶」 福島産幸水なし、長野産白ぶどう新発売

「福島産幸水なし」は“なし”ならではの華やかな香りと
上品な甘味をいかしたみずみずしい味わいを、「長野産
白ぶどう」は“白ぶどう”ならではのすっきりとしたさわ
やかな香りとまろやかな甘味を、それぞれお楽しみ
いただけます。



2006年8月29日発売
缶350ml/141円
発売は2006年10月末までを
予定しています。

「ブラックニッカ クリアブレンド」 新1,920ml、1,800ml紙パック新発売

1997年の発売以来、多くのお客様にご愛飲いただいて
いる「ブラックニッカ クリアブレンド」に、手触り感の
あるパッケージデザインに変更した新1,920mlと、
お求めやすい1,800ml紙パックが登場しました。モルト
ウイスキー特有のピート香（スモーキーフレーバー）を
抑えた、くせのないクリアな
味わいはそのままに、お客様
の多様な飲用ニーズにお応え
します。



2006年9月27日発売
1,920ml/2,334円
1,800ml紙パック/2,185円

「ボージョレ・ヌーヴォ2006」発売

ブシャール・エイネ社の「ボージョレ・ヌーヴォ」「ボージョレ・ヴィラーージュ・ヌーヴォ」「マコン・ヴィラーージュ・ヌーヴォ」を中心としたフランス新酒ワインを、本年も解禁日である11月16日から発売します。さらに本年は、コクのあるふくやかな味わいが特長であるシニエ・ヴィニュロン社の「ル・シャ・ルージュ・ボージョレ・ヴィラーージュ・ヌーヴォ」も新発売します。



2006年11月16日発売
「ボージョレ・ヌーヴォ 2006」
750ml、375ml、15ℓ
「ボージョレ・ヴィラーージュ・
ヌーヴォ 2006」 750ml、375ml
「マコン・ヴィラーージュ・
ヌーヴォ 2006」 750ml
価格はいずれもオープン価格です。



2006年11月16日発売
「ル・シャ・ルージュ・
ボージョレ・ヴィラーージュ・ヌーヴォ 2006」
750ml
価格はオープン価格です。

サントネージュワインの国産新酒 5アイテムを新発売

サントネージュワインでは、本年もこの秋に収穫した国産ぶどう100%使用のフレッシュな味わいのワインを発売します。スパークリングタイプの3アイテムは、爽やかな酸味と新酒ならではのフレッシュで華やかな味わい、また酸化防止剤無添加の2アイテムは、フレッシュな味わい、自然なやわらかい口当たりとフルーティーな香りをお楽しみいただけます。



2006年10月27日発売
「スパークリング・ヌーヴォ
ルージュ 2006」
「スパークリング・ヌーヴォ
ブラン 2006」
「スパークリング・ヌーヴォ
ロゼ 2006」
720ml/1,215円



2006年10月27日発売
「酸化防止剤無添加 しほりたて山形 2006」
「酸化防止剤無添加 しほりたて山梨 2006」
720ml/987円

「さつま司 黒麹仕込み」 新発売

すっきり軽快な味わいの本格芋焼酎としてご愛飲いただいている「さつま司」から、黒麹仕込みの新商品を発売しました。主原料の芋には、芋焼酎づくりに最適といわれている黄金千貫を100%使用。通常の常圧蒸溜焼酎に香りを高めた常圧蒸溜焼酎を調和させ、さらに雑味成分を取り除くことで、“コク”と“華やかな香り”の両立を実現しました。



2006年8月30日発売
500ml/781円
720ml/1,101円
1800ml/2,003円

「さつま司 黄麹仕込み」 新発売

新発売する黄麹仕込みは、華やかな香りとさつまいもの甘味が際立つまろやかな味わいが特長。従来の芋焼酎とはひと味違う、新たな味覚の本格芋焼酎です。



2006年10月4日発売
720ml/1,330円
1800ml/2,700円

アサヒ飲料様

茶名人、秋の新味への挑戦。 「アサヒ 若武者 熟成濃茶」新発売



秋の新味提案として長期熟成“寝かせ”茶葉を使用した、コクと厚みのある味わいの濃茶を新発売しました。

2006年8月30日発売
PET500ml/140円

アサヒ飲料様

ど真ん中なカフェオレ 「ワンド カフェオ・レ」新発売



ヨーロッパのカフェで飲まれるようなしっかりとしたミルク感のなかで深煎りのコクが感じられる、ど真ん中のカフェオレです。

2006年9月20日発売
缶190g/115円

アサヒフードアンドヘルスケア様

1製品に約1,500粒の黒ごまを使用 「バランスアップ 黒ごま」新発売

健康感のある素材として人気の黒ごまを、1製品あたり約1,500粒使用し、香ばしく焼き上げたひと口サイズのビスケットです。不足しがちな10種のビタミン、カルシウム、鉄、食物繊維も配合。ぎゅっと詰まった黒ごまのうまみとほのかな甘味が楽しめます。表面はサクッと、中は口どけの良い軽い食感です。



2006年8月28日発売
内容量6個/100円

特別な表示がない限り表示されている価格は希望小売価格（消費税別）です。

社会貢献

冊子・ウェブサイトそれぞれの媒体特性を活かし、CSR報告を充実

アサヒビールグループのCSR（企業の社会的責任）に関わる具体的な取り組みをまとめた「アサヒビールグループCSRレポート2006」を6月に発行しました。アサヒビール(株)では従来より、冊子では誌面の制約から掲載できなかった具体的な活動報告や詳細なデータをウェブサイトを活用し開示してきましたが、本年は冊子とウェブサイトの使い分けをより明確にすることで、わかりやすくかつ検索しやすいCSR報告に努めました。

冊子では、社会の関心が高い項目や進展のあった取り組みを中心に編集。例えば、「バイオマス※エタノール」の実用化に向けたプロジェクトを特集記事として取り上げ、循環型社会への貢献を目指すアサヒビールグループの環境活動などを紹介しています。

これに対しウェブサイトは、「社会・環境活動に関するサイト」と題し、年度報告にとどまらず、最新の情報を定期的に更新するとともに、アサヒビールグループのCSRに関するさまざまな取り組みを網羅的に報告しています。

アサヒビールグループは企業価値を着実に高めるため、CSR活動をさらに推進していきます。

※バイオマス：エネルギー源となる量的生物資源のこと。太陽光や風力などの自然エネルギーとともに普及が期待されている



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

「未成年者飲酒予防基金」2006年度助成対象先決定

「未成年者飲酒予防基金」は、アサヒビール(株)がアルコール飲料を製造・販売する企業としての社会的責任(CSR)を果たすために設立した基金で、未成年者の飲酒予防のための研究や活動を実践する団体、個人、施設などを助成しています。第2回となる2006年度は、1月10日～3月9日に公募を行い、独創性が高く、研究や活動の成果が期待できる11件の助成対象先を決定しました。

今後は、助成者に活動内容をご報告いただくとともに、優秀な案件をアサヒビール(株)のホームページなどで公表することで、未成年者飲酒防止の取り組みを社会全体に広げていきます。



未成年者飲酒予防基金授与式の様子

事業推進

杭州ビールの新工場建設

アサヒビール(株)は、1994年から順次中国のビール会社4社に出資し、中国におけるビール事業の業容拡大を図ってきました。本年5月、そのうちの1社である浙江省の杭州ビール（杭州西湖啤酒朝日有限公司）の販売量拡大に対応するため、同省北部の湖州市に新会社を設立し、新工場を建設することを決定しました。竣工・稼動開始は来年5月の予定で、生産工程で発生する排熱、排水、CO₂の再利用など地球環境に配慮した工場とする計画です。アサヒビール(株)と杭州ビールは、新工場の稼動に合わせて同省北部での販売を強化し、2009年には杭州ビールグループを販売量で省内第2位とすることを目指します。



環境活動

高校生環境研修 「日本の環境を守る若武者育成塾」を開講

アサヒビール(株)では、次代を担う高校生に環境問題について考え、実践する場を提供することを目的とした「日本の環境を守る若武者育成塾」を本年8月下旬にアサヒビール(株)四国工場を主会場として開講しました。若武者育成塾では、日本の森林・林業の現状や課題について学ぶフィールドワークや、四国工場における廃棄物再資源化100%をはじめとする地球環境保全の取り組みについての見学会・学習会などを実施しました。

アサヒビール(株)では、参加した高校生たちがそれぞれの地元で環境問題を改善する活動を積極的に実践してくれることを期待しています。



研究開発

ビール酵母抽出物による 農作物の病害抑制効果と収量増大効果を確認

アサヒビール(株)は、ビール酵母の持つ新たな機能の研究・究明を進めるなかで、ビール酵母抽出物が植物体内に取り込まれると、植物が本来持っている病原菌の侵入を阻止するメカニズムが体内で発現し、病害への抵抗力を強めることを確認※1。さらに、酵母抽出物の施用による作物収量への影響について検討するため、酵母の抽出液を一定濃度で施用した試験区と全く施用しない試験区に分け、イチゴの収量を比較したところ、施用した試験区は収穫個数が1.6倍～1.7倍に増加しました※2。アサヒビール(株)では今後、この成果をもとにビール酵母抽出物の農作物活性材としての用途開発や事業化を進めていく考えです。



※1 横浜国立大学大学院環境情報研究院・平塚和之教授との共同研究

※2 北海道大学大学院農学研究科・大澤勝次教授の研究グループとの共同研究

文化・スポーツ支援

アサヒビール・シルバースター
今年こそ日本一に

社会人アメリカンフットボール“Xリーグ”の秋季リーグが9月6日にいよいよ開幕します。

本年創部37年目を迎えた我らがアサヒビール・シルバースターはここ数年優勝から遠ざかっていますが、今年こそは日本一のタイトル奪還を目指します。シルバースターの第一戦となる東京ガス戦は9月10日です。

今年も皆様の熱いご声援をよろしくお願いします。



写真は5月27日に行われたパールボウル準決勝対富士通戦

アサヒビール・シルバースターの対戦スケジュール

月 日	対戦相手	会 場
9月10日(日)	東京ガス	川崎球場
9月23日(土)	富士通	川崎球場
10月 8日(日)	ルネサス	川崎球場
10月17日(火)	日産	東京ドーム
11月 4日(土)	オービック	横浜スタジアム

スーパードライ ビー・ジャム
「第5回SUPER DRY B-JAM」に協賛

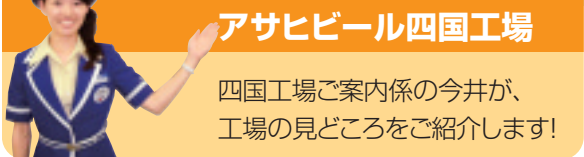
「SUPER DRY B-JAM」は、音楽新人アーティストを発掘・応援するライブイベントです。5回目となった今年のイベントは、本年6月23日にZepp東京で開催。全国から公募で選ばれたアーティストや、レコード会社と契約している有望新人アーティストが出演し、素晴らしいパフォーマンスを披露しました。

アサヒビール(株)は、主力商品「アサヒスーパードライ」を“挑戦”のブランドと位置づけており、スポーツや音楽などの分野で夢に挑戦する人たちを広く応援しています。「SUPER DRY B-JAM」への協賛もその一環として毎年行っているもので、今後も若きアーティストたちを力強く応援していきます。



アサヒビール工場のご案内

工場で飲むビールはうまい!——工場見学に訪れた多くのお客様がそう感じる理由は、「鮮度」、つまりできたてだから。ここでは、「アサヒスーパードライ」のさまざまな「鮮度活動」の原点であるビール工場を毎号ご紹介しています。3回目の今回は、四国の美しい自然と共生する四国工場です。どなたでも工場見学は無料。お電話などでご予約のうえ、お近くの工場で「できたてのうまさ」を実感してください!



アサヒビール四国工場
四国工場ご案内係の今井が、工場の見どころをご紹介します!

工場見学のご予約とアクセス

工場見学は予約制です。お電話などでご予約ください。

アサヒビール四国工場 ご案内係
愛媛県西条市ひうち2-6
TEL. 0897-53-7770
FAX. 0897-53-7799

アクセス

- 電車の場合
JR予讃線「伊予西条駅」下車、タクシーで約10分
- 車の場合
松山自動車道「いよ西条I.C.」より約8km、約12分

- ご予約の際は電話番号をご確認のうえ、お掛け間違いのないようお願いします。
- 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、衛生管理上ベットを連れてのご来場はご遠慮ください。
- 土曜・日曜・祝日もしくは整備などの都合により、製造ラインが稼動していない場合がありますのでご了承ください。その際はモニターテレビで映像をご覧いただけます。



エントランスホール
吹き抜けの広々とした空間でお客様をお迎えます。



ゲストホール
広々とした試飲会場で、できたての生ビールをご試飲いただけます。



仕込室
大きな釜のなかで原料を煮込み、ビールの元となる麦汁(ばくじゅう)をつくっています。



アサヒビール園 伊予西条店
四国工場直送の「スーパードライ」と、ラム肉のジンギスカンや各種しゃぶしゃぶなどビールにぴったりなお料理をお楽しみいただけます。

他の工場の見学については下記にお問い合わせください。

北海道工場	TEL. 011-863-3515
福島工場	TEL. 0243-34-1170
茨城工場	TEL. 0297-45-7335
神奈川工場	TEL. 0465-72-6270
名古屋工場	TEL. 052-792-8966
吹田工場	TEL. 06-6388-1943
西宮工場	TEL. 0798-36-9595
博多工場	TEL. 092-431-2701

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・新ジャンルにおける上半期の課税出荷数量ベースでのシェアは37.3%でした。
また、ビールシェアは50%を超えました。
- 酒類事業の減収減益、飲料事業の増収減益、和光堂(株)の連結子会社化などにより、グループでは増収減益でした。

事業別の概況

酒類事業

売上高 …………… 4,573億4,700万円 (前年同期比1.6%減)
営業利益 …………… 261億8,800万円 (前年同期比3.2%減)

当中間期のビール類(ビール・発泡酒・新ジャンル)市場全体の課税数量は、前年同期比1.1%増と、上半期では5年ぶりのプラスとなりました。

そのなかで当社は、ビールでは「アサヒ スーパードライ」について、「鮮度パック」をはじめとする、“鮮度”を追求した店頭活動と、飲食店での樽生ビールの品質向上を目指した活動を、広告宣伝活動と連動して積極的に展開しました。また、6月に発売したプレミアムビール「アサヒ プライムタイム」の出足が好調なことにより、上半期のビールは6年ぶりのプラス成長となり、ビールシェアは50%を超えました。

発泡酒では、2月に「本生」ブランド3品種のクオリティアップと、それに連動した「本生ロボッ庫があたるキャンペーン」を実施し、



当中間期の業績

●売上高 …………… 6,644億1,900万円 (前年同期比 1.2%増)
●営業利益 …………… 286億4,800万円 (前年同期比 7.1%減)
●経常利益 …………… 296億8,400万円 (前年同期比 7.0%減)
●中間純利益 …… 144億8,500万円 (前年同期比23.8%減)

本生ブランドのさらなる強化を図りましたが、出荷量は前年同期比で減少しました。

また、新ジャンルにおいては、「アサヒ^{しんなまスリー} ぐびなま。」を5月に発売し、半期ごとの出荷量では過去最高となりました。

以上の結果、ビール・新ジャンルの出荷量は伸長しましたが、発泡酒の減少を補えず、当中間期のビール・発泡酒・新ジャンル全体での当社の課税出荷数量は、前年同期比4.7%の減少となりました。

焼酎では、中核ブランドである「大五郎」や「かのか」で消費者キャンペーンを実施するとともに、広告宣伝連動の地域別営業施策を展開したことに加え、芋焼酎「さつま司」が大幅増となった結果、焼酎全体の売上高は、市場が縮小するなか、前年同期比1.3%増となりました。

低アルコール飲料では、「アサヒカクテルパートナー」や「アサヒ旬果搾り」が、新シリーズの展開や季節限定商品の投入効果など



により好調に推移した結果、低アルコール飲料の売上高は、市場の伸びを上回る、前年同期比7.9%増となりました。

洋酒では、業務用「竹鶴ピュアモルトシリーズ」や家庭用「オールモルト」「モルトクラブ」を中心に販売促進活動を展開したものの、市場の低迷を受け、売上高は前年同期比4.9%減となりました。

ワインでは、国産ワインは「サントネージュ」ブランドの強化を図り、輸入ワインは「アルマデン」「パロン・フィリップ」「ガンチア」などを中心に積極的な販売促進活動の結果、売上高は前年同期比8.9%増となりました。

以上の結果、酒類事業の売上高は前年同期比1.6%減、営業利益は前年同期比3.2%減となりました。

飲料事業

売上高 …………… 1,363億5,400万円 (前年同期比 7.3%増)
営業利益 …………… 24億4,800万円 (前年同期比18.7%減)

アサヒ飲料(株)が、基幹ブランドである「ワンダ」「ミツ矢サイダー」「アサヒ 十六茶」に加えて「アサヒ 若武者」と「アサヒスーパーH2O」の強化拡大に注力した販売促進活動を展開しました。

本格的に参入したチルド飲料事業の中核会社(株)エルビー(埼玉)、(株)エルビー(名古屋)の2社を前年下半期より新たに連結子会社としてることにより、飲料事業の売上高は、前年同期比7.3%の



増加となりましたが、営業利益は主に海外飲料子会社の不振などにより、前年同期比18.7%減少となりました。

食品・薬品事業

売上高 …… 215億5,100万円 (前年同期比80.3%増)
営業損失 …… 3億3,700万円 (前年同期比5億7,800万円減)

食品・薬品事業では、アサヒフードアンドヘルスケア(株)が、ミント系錠菓「ミンティア」やバランス栄養食品「バランスアップ」の売上が好調に推移し、市場での存在感を高めました。また、4月に発売したダイエット食品「スリムアップスリム」も順調に売上を伸ばしています。

また、食品・薬品事業の拡大・強化を図るため株式を取得した、ベビーフード大手の和光堂(株)と健康食品事業の(株)サンウエルを当中間期より連結子会社としています。

この結果、食品・薬品事業の売上高は前年同期比80.3%増加しましたが、営業利益は広告費の増加などにより前年同期比で減少となりました。



その他事業

売上高 …………… 491億6,600万円 (前年同期比 6.8%減)
営業利益 …………… 4億5,200万円 (前年同期比38.1%減)

主に不動産事業の再編の影響により売上高、営業利益ともに減少しました。

連結財務諸表

連結貸借対照表 (6月30日現在)

科 目	期 別	2006年度	2005年度
資産の部			
流動資産		407,341	401,722
現金及び預金		18,467	13,431
受取手形及び売掛金		257,245	250,184
棚卸資産		100,058	97,797
繰延税金資産		7,947	20,831
その他		33,005	26,966
貸倒引当金		△9,382	△7,489
固定資産		859,899	832,406
有形固定資産		638,910	651,039
建物及び構築物		213,782	217,579
機械装置及び運搬具		186,239	193,319
工具器具備品		49,670	50,736
土地		185,378	183,594
建設仮勘定		3,840	5,809
無形固定資産		47,188	14,271
連結調整勘定		33,627	—
その他		13,561	14,271
投資その他の資産		173,800	167,095
投資有価証券		123,381	110,144
繰延税金資産		20,054	27,820
その他		38,965	41,630
貸倒引当金		△8,600	△12,501
資産合計		1,267,241	1,234,128

資産合計は、主にM&Aによる連結調整勘定の増加などにより、前年同期比336億円増加しました。

(単位:百万円)

科 目	期 別	2006年度	2005年度
負債の部			
流動負債		520,576	492,211
支払手形及び買掛金		91,204	86,072
短期借入金		73,705	68,046
1年以内償還社債		60,000	20,000
未払酒税		134,466	144,340
預り金		41,375	50,584
コマーシャルペーパー		2,000	1,000
その他		117,823	122,167
固定負債		254,958	278,986
社債		85,000	120,000
長期借入金		95,405	89,587
退職給付引当金		28,940	28,763
繰延税金負債		5,206	435
その他固定負債		40,406	40,199
負債合計		775,534	771,197

少数株主持分

少数株主持分	—	27,273
--------	---	--------

純資産の部 (資本の部)

株主資本	445,170	—
資本金	182,531	182,531
資本剰余金	163,676	181,283
利益剰余金	116,105	89,208
自己株式	△17,141	△24,883
評価・換算差額等	17,400	—
その他有価証券評価差額金	14,893	6,261
繰延ヘッジ損益	△59	—
為替換算調整勘定	2,565	1,256
少数株主持分	29,135	—
純資産合計 (資本合計)	491,706	435,658
負債・純資産合計	1,267,241	1,234,128

連結損益計算書 (1月1日～6月30日)

科 目	期 別	2006年度	2005年度
売上高		664,419	656,605
売上原価		436,320	437,707
売上総利益		228,099	218,897
販売費及び一般管理費		199,450	188,059
営業利益		28,648	30,838
営業外収益		5,188	4,904
受取利息及び配当金		948	878
持分法による投資利益		3,484	1,697
連結調整勘定償却額		—	925
その他		754	1,403
営業外費用		4,152	3,817
支払利息		2,046	2,031
その他		2,105	1,785
経常利益		29,684	31,925
特別利益		2,100	6,954
固定資産売却益		12	4,041
その他		2,087	2,913
特別損失		5,486	5,474
固定資産売却・除却損		1,230	4,045
その他		4,256	1,429
税金等調整前中間純利益		26,298	33,405
法人税、住民税及び事業税		11,149	13,803
少数株主利益		663	588
中間純利益		14,485	19,012

アサヒ飲料(株)の増収に加え、(株)エルビー2社、和光堂(株) (4月～6月)などの連結子会社化による増加により、酒類事業の減収を補い、中間期としては過去最高額となりました。

(単位:百万円)

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	2006年度	2005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		26,298	33,405
減価償却費		24,813	24,797
退職給与引当金の増減額		△1,254	△335
貸倒引当金の増減額		△2,017	△2,304
固定資産売却除却損		1,230	4,045
未払酒税の増減額		1,325	△4,297
その他		△6,536	6,081
小計		43,859	61,392
利息及び配当金の受取額		979	898
利息の支払額		△2,039	△1,981
法人税等の支払額		△3,595	△23,629
営業活動によるキャッシュフロー		39,204	36,681
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		△17,591	△21,305
投資有価証券の取得による支出		△3,518	△11,795
連結範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出		△39,049	—
その他		△2,671	5,975
投資活動によるキャッシュフロー		△62,829	△27,126
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		△2,402	24,153
長期借入金の増減額		1,851	△944
社債の発行による収入		25,000	—
社債の償還による支出		—	△29,997
自己株式の取得による支出		△25	△21
配当金の支払額		△4,541	△3,639
その他		△149	309
財務活動によるキャッシュフロー		19,731	△10,139
Ⅳ 現金及び現金同等物に係る換算差額			
		△69	276
Ⅴ 現金及び現金同等物の増減額		△3,962	△307
Ⅵ 現金及び現金同等物の期首残高		21,308	13,657
Ⅶ 連結範囲の変更による現金及び現金同等物の増加額		898	—
Ⅷ 現金及び現金同等物の期末残高		18,244	13,349

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

22

株主資本の充実を図るため、2005年度末処分利益のなかから250億円積み増しました。

22

- 別途積立金
- 繰越利益剰余金

2006年度から導入した減損会計による損失32億円を計上したことなどにより、特別損失が前年度より膨らみました。

(注) 口角片木欄は切っ指として表示しております。

A can of Asahi Super Dry beer is shown splashing in water. The can is silver with a white label. The label features the Asahi logo in large black letters, with 'ASAHI BEER' above it and 'ASAHI LAGER BEER' below it. The word 'Asahi' is also written in Japanese characters (朝生). Below the main label, it says 'スーパードライ' (Super Dry) and '350ml'. The can is surrounded by a dynamic splash of water, creating a sense of freshness and movement.

アサヒ サポーターひろば

「アサヒ サポーターひろば」は、各種キャンペーン、株主様アンケートの集計結果などをご紹介しますコーナーです。

キャンペーン情報

アサヒビールうまい!を選ぼうキャンペーン 「2006 うまい!旬感プレゼント」

応募期間
2006年9月13日(水)～11月30日(木)当日消印有効

応募方法
対象商品に添付されている応募シールを規定の枚数集めてご応募ください。

賞品
旬のうまさコース 応募シールを12枚集めて応募すると、抽選で5,000名様に「産地直送厳選食材(15,000円相当)」と「鮮度直送スーパードライ(缶350ml 6本)」をクール便でお届けします。

旬の楽しさコース 応募シールを36枚集めて応募すると、抽選で5,000名様に「スーパーワンセグTV Watch」と「鮮度直送スーパードライ(缶350ml 6本)」をクール便でお届けします。

Wチャンス賞 はずれた方のなかから、抽選で100,000名様に「鮮度直送スーパードライ(缶350ml 6本)」をクール便でお届けします。

お問い合わせ先
キャンペーン事務局 ☎0120-220-261



大五郎 米まつり キャンペーン

応募期間
2006年9月12日(火)～12月20日(水)

応募方法
対象商品に添付している専用応募ハガキに必要事項を記入のうえ、郵送(切手代はお客様負担)にてご応募ください。お1人様何口でも応募いただけます。

賞品
新潟県産コシヒカリ(特別栽培米) 5kg 4,000名様
宮城県産ひとめぼれ(特別栽培米) 5kg 3,000名様
秋田県産あきたこまち(特別栽培米) 5kg 3,000名様

お問い合わせ先
キャンペーン事務局 ☎0120-809-895



焼酎かのか 5万人感謝祭キャンペーン

応募期間
2006年9月12日(火)～12月20日(水)

応募方法
対象商品に添付している専用応募ハガキに必要事項を記入のうえ、郵送(切手代はお客様負担)にてご応募ください。お1人様何口でも応募いただけます。

賞品
5万人感謝祭 昆布漬博多辛子明太子 480g 300名様
紀州特産梅麾 800g 300名様
米沢産牛すきやき肉 400g 300名様
魚沼産コシヒカリ 5kg 300名様
たらばがに(脚肉とだき身) 600g 300名様

Wチャンス賞 はずれた方のなかから、抽選で48,500名様に「かのか飲み比べセット」をプレゼントします。

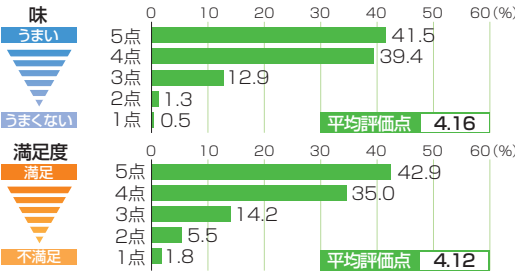
お問い合わせ先
キャンペーン事務局 ☎0120-616-609



アンケートの集計結果

株主様ご優待品の贈呈時に実施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、合わせて10,000名もの株主様からご回答をいただきました。ありがとうございます。

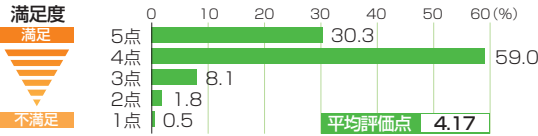
株主様限定特製ビール



ご意見・ご感想

- 株主様限定特製ビールはとても良い企画で、アサヒの株主になって良かったと思いました。
- 5月の連休の初日に届いたので、家族の話題の一つになりました。家族全員でいただきました。
- 毎年、どのような味の特製ビールをいただけるのか楽しみに待っています。
- “非売品”なので、ビール好きの義父母にプレゼントしました。とても喜んでくれました。
- 株価の変動を気にせず、長期保有するメリットがあると思います。今後もぜひ続けて欲しい。
- おいしいビールで楽しいゴールデンウィークを過ごすことができました。ありがとうございました。

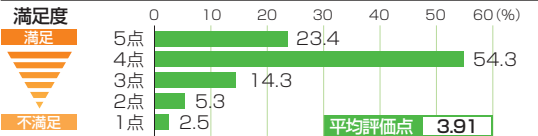
酒類商品詰め合わせ



ご意見・ご感想

- いつも飲んでいるスーパードライが入っている優待品はうれしい。
- スーパードライ、本生は知っていましたが、こんなに多くの商品があるとは。
- バラエティに富んだ詰め合わせで、初めて飲む商品もありました。
- 新商品が入っているのはとても良いことです。気に入れば次回は買います。

グループ商品詰め合わせ



ご意見・ご感想

- アサヒビールグループでこんなに色々な商品があることを再認識しました。
- 「バランスアップ」など食品も扱っていることにビックリ。お店でも見かけてとても身近に感じました。
- 届いた時はワクワク。孫たちと開けてビックリ。みんな大喜びでした。

アサヒビール環境基金「水の惑星」への寄付を選択していただいた株主様は約900名、寄付金総額は約140万円でした。
「水の惑星」へのご賛同をいただき、誠にありがとうございました。

編集後記 株主の皆様にご協力いただいているアンケート結果に表れているように、皆様の新商品に対する関心は、非常に高いものがあります。今号も前号に引き続き、皆様のご期待にお応えするよう、新商品関連のページ数を大幅に増やしました。これからも皆様に読んでいただける誌面づくりを心がけていきます。

会社概要 (2006年6月30日現在)

商 号 アサヒビール株式会社
(ASAHI BREWERIES, LTD.)
本店所在地 〒104-8323 東京都中央区京橋三丁目7番1号
設 立 1949年(昭和24年)9月1日
資本金 182,531,194,085円
従業員数 3,634名(2名)

※従業員数は就業人員であり、当社への出向者(149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 あすさ監査法人
(東京都新宿区津久戸町1番2号)

役 員

代表取締役会長 …… 池田 弘一
代表取締役社長 …… 荻田 伍
専務取締役 兼 後藤 義弘 大原 清明 高橋 正哲
専務執行役員
常務取締役 兼 西野 伊史 泉谷 直木 川村 光
常務執行役員
取締役 兼 執行役員 …… 本山 和夫
社外取締役 …… 山口 信夫 岡本 行夫 野中 ともよ
常勤監査役 …… 西川 菅雄 藤田 博
社外監査役 …… 櫻井 孝顕 中村 直人 石崎 忠司
【執行役員】
専務執行役員 …… 藏口 勝
常務執行役員 …… 大澤 正彦 岩崎 次弥 佐々木 修
亀野 正徳 吉岡 信一 石井 敏史
富田 義人 二宮 裕次
執行役員 …… 松延 章 高橋 成公 三谷 昌
名倉 伸郎 三宅 雅人 山崎 史雄
羽田 茂 岩上 伸 仁平 進
高橋 修 小井 薫 谷口 憲二
川面 克行 杉浦 誠 神津 和民
谷野 政文 北川 佳久 木下 宗茂
福島 修二 唐澤 範行 長尾 俊彦

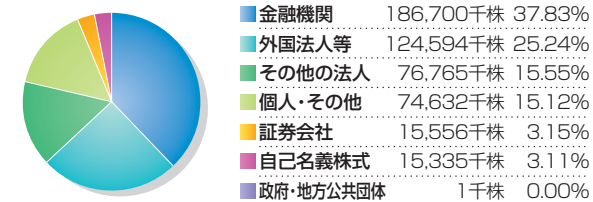
株式の状況 (2006年6月30日現在)

発行済株式総数 493,585,862株
当中間期末株主数 118,602名(前期末比1,526名増)
大株主(上位10名)

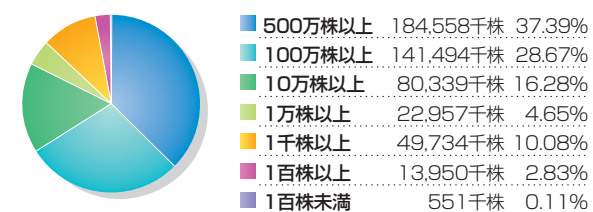
株主名	持株数 (千株)	出資比率 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	24,724	5.0
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	21,292	4.3
旭化成株式会社	18,785	3.8
第一生命保険相互会社	17,920	3.6
富国生命保険相互会社	16,883	3.4
株式会社三井住友銀行	9,028	1.8
住友信託銀行株式会社	8,126	1.6
野村證券株式会社	7,767	1.6
住友生命保険相互会社	7,090	1.4
株式会社みずほコーポレート銀行	6,944	1.4
合計	138,561	28.1

※当社は自己株式を15,335千株保有していますが、上記の大株主からは除外しています。

所有者別株式分布



所有株式数別株式分布



株主メモ

事業年度 1月1日から12月31日まで
定 時 株 主 総 会 3月
期末配当金支払株主確定日 12月31日
中間配当金支払株主確定日 6月30日
単 元 株 式 数 100株
株 主 名 簿 管 理 人 大阪市中央区北浜四丁目5番33号 住友信託銀行株式会社
同 事 務 取 扱 場 所 東京都千代田区丸の内一丁目4番4号 住友信託銀行株式会社 証券代行部
(郵便物の送付先)
(お よ び 連 絡 先) 〒183-8701 東京都府中市日鋼町1番10 住友信託銀行株式会社 証券代行部

住所変更等用紙のご請求

☎ 0120-175-417 ・オペレーター対応※(平日9:00-17:00)
・自動音声対応(平日上記時間帯以外及び土・日・祝日)
※オペレーター対応が混み合っている場合、自動音声対応となることがございます。

その他のご照会

☎ 0120-176-417 ・オペレーター対応(平日9:00-17:00)

(ウ ェ ブ サ イ ト)

<http://www.sumitomotrust.co.jp/STA/retail/service/daiko/index.html>

・住所変更等用紙のご請求(8:00-翌3:00)

同 取 次 所

住友信託銀行株式会社 全国本支店
大 和 証 券 株 式 有 限 公 司 全国本支店
日本証券代行株式会社 全国本支店

公 告 の 方 法

電子公告により行います。
ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告によることが
できない場合は、日本経済新聞に掲載する方法により行います。

<http://www.asahibeer.co.jp/ir/koukoku.html>

上 場 証 券 取 引 所

東京・大阪

証 券 コ ー ド

2502

株式事務のお問い合わせはこちら

株式に関するお手続き用紙(届出住所・印鑑・姓名等の変更届、配当金振込指定書、単元未満株式買取請求書・買増請求書、名義書換請求書等)のご請求につきましては、住友信託銀行にて、お電話ならびにインターネットにより受け付けておりますので、ご利用ください。

なお、証券保管振替機構(ほふり)をご利用の株主様は、お取引口座のある証券会社にご照会ください。



ウェブサイトのご案内

PCの場合

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

ウェブサイトで投資家情報（IR）や企業情報、商品情報などをタイムリーに発信しています。「アサヒビールIRニュースメール」の配信登録をいただくと、投資家情報サイトの更新やニュースリリースなどをEメールでお知らせしています。「アサヒビールIRニュースメール」の配信登録をされる方は、上記URLにアクセスしてください。



携帯電話の場合

 <http://m-ir.jp/c/2502>

いつでも、どこからでも会社概要や業績概況、株主優待、配当金推移などをご覧いただける「モバイルサイト」を開設しています。「終値くん」にご登録いただくと、アサヒビールの株価の終値を毎日確認していただくこともできます。

バーコード読み取り機能を搭載している携帯電話で右のQRコードを読み込むと「モバイル企業情報サイト」のURLが表示されますので、決定ボタンを押すだけで簡単にアクセスできます。

- バーコード読み取り機能を搭載している携帯電話で利用になれます。
- 読み取り方法は、各種の取扱説明書をご覧ください。
- 傷、汚れ、破損、光の反射などによっては読み取れない場合があります。



株主優待のご案内

対象株主

毎年12月31日現在の当社株主名簿および実質株主名簿に記載されている単元（100株）以上保有の株主様が対象です。

優待内容

株主様の保有株式数に応じて、株主様限定商品やグループ商品など複数のなかから、お好みの優待品を一つお選びいただけます。

本年の選択肢

- ・株主様限定特製ビール
- ・アサヒビール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	優待内容
100株以上1,000株未満	1,000円相当優待品
1,000株以上	2,500円相当優待品

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

