

社長インタビュー

上半期の総括と下半期の取り組み

特集
新価値提案の取り組み
「食」を通じてお客様に生涯にわたる
健康的な生活に貢献します。

グループ業績のご報告

アサヒ ニュースクリップ
アサヒビール工場のご案内
アサヒ サポーターひろば



ごあいさつ



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拝察申し上げます。また、日頃より格別のお引き立てを賜り誠にありがたく厚くお礼申し上げます。

アサヒビールグループは、本年から3年間を実行期間とする「第3次グループ中期経営計画」を策定し、「『食と健康』を事業ドメインとして、アジア地域を中心に、お客様への生涯を通じた喜びと感動を提供し続ける

ことにより、成長性溢れるリーディングカンパニーを目指す」という「グループ長期ビジョン」を掲げ、グループの事業領域や強化するエリア、また企業価値向上のための考え方をより明確にしました。

「第3次グループ中期経営計画」初年度である本年は、発売20周年を迎えた「アサヒスーパードライ」を中心に、特に酒類事業の成長に軸足をおき、成長軌道に乗せる道筋をつけることで、2009年の目標達成を目指しています。

ビールでは、日々取り組んでいる、「アサヒスーパードライ」の「鮮度」活動と「うまい! 樽生」活動を、今まで以上に徹底することにより、お客様に「うまい!」という感動をご提供してまいります。また、発泡酒では本年発売した「アサヒスタイルフリー」を軸とし、新ジャンルでは10月に「アサヒあじわい」を発売するなど、お客様のニーズにお応えする商品ラインアップを揃え、それぞれの市場で地位の向上を図ります。

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、アサヒビールグループの今後にご期待いただきますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。

2007年9月

この3カ月の取り組み

4月

- 3日 「アサヒ旬果搾り」爽感シリーズ新発売
- 10日 オーストラリアワイン「ローズマウント」リニューアル
- 17日 「ニッカシードル・紅玉リング<50周年限定醸造>」新発売
- 21日~ 「『できたてのうまさ、辛口。』実感フェア」の第三弾「ご家庭での“うまい!” 飲み方講座」を全国のビール工場で開催(〜5月13日)

5月

- 8日 「アサヒカクテルパートナー」基幹シリーズ“マンゴーオレンジ”“ブルーハワイ”“ガラナ&コーラ”新発売
- 15日 「アサヒすっぱチューハイ」2品種新発売
- 16日 「ムートン・カデ・レゼルヴ」5アイテム新発売
- 中旬~ 新ジャンル「アサヒ極旨^{コクま}」クオリティアップ(6月19日:缶250ml新発売)

中旬~ 『飲酒文化の社会的役割』出版

- 22日 「アサヒ旬果搾り」プレミアムセレクション第2弾“日川白鳳”“ピオーネ”新発売
- 30日 「アサヒオリオンドラフト」
味とパッケージデザインをブラッシュアップ



6月

- 5日 「ウィルキンソン レッドレーベル」
「ウィルキンソン グリーンレーベル」新発売
- 19日 「アサヒ旬果搾り」フルーツパンチシリーズ
“東京パーラー”“大阪ミックス”新発売
- 26日 北海道限定ビール「アサヒ北の職人 長熟」新発売
- 26日 「アサヒカクテルパートナー」プレミアムシリーズ
“カシスオレンジ”“ピーチネーブル”新発売



「『できたてのうまさ、辛口。』実感フェア」の第三弾を全国のビール工場で開催

「アサヒスーパードライ」の発売20周年を記念した工場見学の特別イベント「『できたてのうまさ、辛口。』実感フェア」の第三弾「ご家庭での“うまい!” 飲み方講座」を全国9つのビール工場で開催。開催期間中、各工場では、ビールの保管やグラスの洗浄などビールのおいしい飲み方についてのセミナーのほか、ご案内係による缶ビールの「うまい!」注ぎ方のご紹介などを通じて、ご家庭でさらにおいしくビールを飲んでいただく秘訣をご紹介します。



ご案内係による缶ビールの「うまい!」注ぎ方のご紹介(イメージ写真)

新ジャンル「アサヒ極旨^{コクま}」クオリティアップ

麦芽由来の発泡酒に大麦使用のスピリッツをブレンドすることで、“飲みやすさ”と“コク”の両立を実現し、多くのお客様からご好評をいただいている新ジャンル「アサヒ極旨」をクオリティアップ。発泡酒の原麦汁エキスを高め、原材料の最適化を図ることで、“麦芽由来のおいしさ”をバランスよく引き出し、“ゴクつと飲める飲みごたえ感”がさらにアップしました。



アサヒビールの反転攻勢とグループ各社の成長により、売上高・当期純利益ともに過去最高を目指します。



アサヒビール株式会社 代表取締役社長

萩田 伍

Q はじめに、本年上半期の総括からお願いします。

連結で増収減益でした。

この中間期の連結決算は、売上高ではアサヒビール(株)単体が減収でしたが、アサヒ飲料(株)やアサヒフードアンドヘルスケア(株)などのグループ各社の増収に加え、和光堂(株)の連結業績への寄与により、全体では6,726億円と前年同期比1.2%の増収となりました。

営業利益は和光堂(株)やアサヒフードアンドヘルスケア(株)が計画を上回る増益を果たしましたが、単体のビールの数量減に加え、原材料の大幅なコストアップや販売促進費の増加などによる減益幅が大きく、前年同期比55億円減益の231億円となりました。

経常利益は中国の持分法適用会社康師傅飲品控股^{カンシーフ}有限公司が好調に推移していることなどにより、営業利益の減少をカバーし、前年同期比31億円減益の266億円となりました。

中間純利益は単体が計画未達であるなか、昨年の減損損失がなくなったことなどにより、前年同期比7億円減少の138億円となりました。

Q 通期の業績見込みはいかがですか。

連結での増収、前期並み利益を見込んでいます。

連結売上高は、アサヒビール(株)の反転攻勢に加えて、引き続きグループ各社の成長を図ることにより、前期比2.9%増加の1兆4,880億円を目指します。営業利益はアサヒビール(株)での原材料高騰に伴う増益の達成が厳しいなか、グループ各社の増益でカバーし、^{カンシーフ}ほぼ前期並みの880億円を目指します。経常利益は康師傅飲品控股有限公司の上半期業績を織り込むことなどにより905億円とし、当期純利益450億円を必達ラインとし、7年連続での過去最高益の更新を目指します。

通期(2007年12月期)連結業績予想

売上高	1兆4,880億円(前期比2.9%増)
営業利益	880億円(前期比0.8%減)
経常利益	905億円(前期比0.4%増)
当期純利益	450億円(前期比0.5%増)

Q では上半期のビール類の状況について聞かせてください。

上半期では2年ぶりにシェアトップに返り咲きました。

上半期のビール市場は、当社をはじめ各社がビール回帰の方向性を打ち出し、新商品の投入やプレミアムビールの強化などに取り組んだものの、全体では2.8%の減少となりました。また発泡酒市場は2.7%減少、新ジャンル市場は1.5%増加しました。

このような市場環境のなか、当社は発泡酒では14.8%の増加、新ジャンルでも5.8%と業界全体を上回り、着実にお客様からの支持を拡大することができました。しかし本来のビールについては、残念ながら6.2%の減少となってしまいました。そのため、ビール類全体では2年ぶりにシェアトップになりましたが、計画は未達成であり、十分な成果を出しているとは言えません。

Q 発売20周年を迎えたスーパードライの状況はいかがですか。

トータルマーケティング活動を強力に展開しました。

本年、スーパードライには経営資源を最優先で配分し、宣伝広告の強化や店頭での販売促進活動など、トータルマーケティング活動を展開していますが、上半期では計画数量の達成はできませんでした。しかし、本年の投資効果は徐々に現れ、ビール市場のなかでさらなるブランド力の強化につながるものと確信しています。

Q ビール類の今後の取り組みについて聞かせてください。

スーパードライの「鮮度」「辛口」訴求活動を継続します。

ビールでは、定番トップブランドビールへの回帰を確実なものとするため、上半期に引き続き「アサヒスーパードライ」のブランド価値である「鮮度」活動、「辛口」を訴求する活動を、生産・物流・営業が一体となって継続していきます。業務用市場では、「うまい!樽生」活動を中心に取り組みをさ

らに強化し、シェア拡大に注力します。また、拡大しつつあるプレミアムビール市場では、「アサヒプライムタイム」を8月にリニューアルし、業務用の「アサヒプレミアム生ビール熟撰」とあわせて、市場地位の拡大を図ります。

発泡酒では、3月の発売以来好調で、先ごろ販売目標数量を上方修正した「アサヒスタイルフリー」を軸に、お客様の多様なニーズにお応えする商品群で、引き続き市場地位の向上を図ります。

新ジャンルでは、“スッキリした味”や“止喝性”だけではなく、“飲みごたえ”を求めるお客様ニーズが顕在化してきています。そこで、「アサヒ極旨」や「アサヒくびなま。」に加え、10月には「アサヒあじわい」を新発売し、お客様が求める嗜好や飲用シーンにあわせた商品展開でご支持を拡大していきます。

2007年ビール類販売計画

ビール類: 1億9,200万箱 (前年比2.5%増)

ビール 1億3,600万箱 (前年比 1%減)

発泡酒 3,400万箱 (前年比16%増)

新ジャンル 2,200万箱 (前年比 5%増)

(1箱: 大びん633ml×20本換算)

Q 総合酒類部門の状況と今後の取り組みは いかがですか。

各カテゴリーの中核ブランドを強化しました。

上半期、総合酒類部門では各カテゴリーの中核ブランドの強化を最優先課題として取り組み、焼酎では「かのか」、

低アルコール飲料では「カクテルパートナー」が大きく成長しています。下半期も引き続き、中核ブランドの強化を中心に取り組み、特に焼酎と低アルコール飲料での大幅な成長を目指します。一方で収益性の改善にも取り組み、売上拡大と販売促進費を含めた効率化の推進により、総合酒類部門が、酒類事業収益の柱となるよう収益性の向上に努めます。

Q グループ全体の取り組みやグループ外との 提携の進捗はいかがですか。

茨城工場の総合飲料工場化や
カゴメ㈱とのプロジェクトを進行しています。

まずは、グループ全体の取り組みとして、最適生産・物流体制の構築を目指し、アサヒビール茨城工場内に清涼飲料、低アルコール飲料の製造・物流機能を統合するプロジェクトを進め、すでに一部の移管を終えています。今後もグループ内33の製造拠点の最適化に取り組み、より



一層の効率化を推進します。

また、グループ外との提携として、本年2月に10%出資したカゴメ㈱とは、共同開発商品の発売や共同配送など、11のプロジェクトを立ち上げ、取り組みを強力に進めています。

今後も「食と健康」を事業ドメインとした総合食品企業として、近年M&Aにより取得したグループの成長基盤やグループ外部の優良企業との戦略的な提携をさらに強化し、グループの多様な成長構造を構築していきます。

Q 株主還元の考え方を教えてください。

連結配当性向20%以上を目処に増配を目指します。

配当は、従来の方針通り、業績目標の達成度合に応じ、連結配当性向20%以上を目処に増配を目指していきます。グループの成長に向けた当面の資金需要と最終的な業

績の達成度合を鑑み、配当と自社株買いを合わせた総合的な株主還元の充実化を図ることで、株主重視の経営に努めていきます。

Q 最後に株主の皆様にはひとことお願いします。

アサヒビールの復活に向け、
全役員・全社員で取り組んでいきます。

現在、当社社内では、上半期の計画未達成という危機感のなか、新商品開発、マーケティング部門の組織改革、また営業部門を中心に全社員の意識改革が着実に進んできています。アサヒビール復活という株主の皆様のご期待にお応えできるよう、私たち役員を筆頭に、全社一丸となって取り組みます。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。

10月23日 新発売!

上質な「深いあじわい」を実現

新ジャンル アサヒあじわい

新発売する「アサヒあじわい」は、原材料中の大麦由来原料(麦芽・大麦・大麦スピリッツ)の使用比率を99.9%※とすることで、後味の余韻が楽しめる「深いあじわい」を実現した新ジャンル商品です。

新ジャンルをご愛飲いただいているお客様の間では、スッキリとした味やキレのある味を追求した商品が支持を集める一方、コクや味わいに対するニーズが高まっています。アサヒビール㈱は、「アサヒあじわい」の発売により、お客様の嗜好の多様化がますます進む新ジャンル市場においてさらなる成長を目指します。

※ホップ使用量は0.1%未満です。



缶350ml (缶500mlもあります)
希望小売価格は設定していません。

「食」を通じてお客様の生涯にわたる健康的な生活に貢献します。

アサヒビールグループでは、第3次グループ中期経営計画の策定にあたって設定した「グループ長期ビジョン」のもと、「食と健康」の分野で、お客様に“生涯を通じた喜びと感動”を提供し続ける企業グループへの成長を目指しています。



2007年9月4日新発売
缶335ml/
希望小売価格187円（消費税別）

アサヒビールとカゴメとの共同開発の成果が結実

低アルコール飲料 アサヒトマーテ 新発売

健康に対する意識の高まりとともに、野菜系飲料市場は年々拡大傾向にあり、またアルコール市場においては、さまざまな素材が楽しめる低アルコール飲料が人気を集めるなど、お客様の嗜好はますます多様化しています。

こうしたなか、アサヒビール㈱とカゴメ㈱は、本年2月に業務・資本提携を締結する以前から互いの「アルコール」と「野菜」に対するこだわりと強みを活かし、“野菜使用のアルコール飲料”の共同開発を進めてきました。その第一弾として、カゴメ㈱のトマト果汁についての知見をもとに、アサヒビール㈱のアルコールブレンド技術を融合させた業界初のトマト果汁入り低アルコール飲料「アサヒ トマーテ」を発売。完熟トマトのふくよかな味わいを、サラサラした飲み口でスッキリとお楽しみいただける新しいタイプのカクテルとして発売前から多くの反響をいただいています。

「食」を通じてお客様の「健康」に貢献するという両社共通した事業方針のもと、今後も相互のお客様に向けて、さらに魅力ある価値提案を行っていきます。



6月29日に行われた商品発表記者会見の模様

開発担当者からひとこと



アサヒビール㈱
マーケティング本部
商品開発第一部
小野 直人

「アサヒ トマーテ」は、お客様の健康に対する意識の高まりを背景に、お酒にこだわるアサヒビール㈱と、トマトにこだわるカゴメ㈱が初めて一緒に作り上げた自信作です。みずみずしい完熟トマトと、スッキリしたお酒のおいしさが一つになった、今までにないプレミアムな味わいをお楽しみください。



2007年7月31日新発売
販売価格120円（消費税別）

グループ各社の研究成果を活かした新商品を開発

朝の1食 野菜ヨーグルト 新発売

近年の健康志向の高まりのなか、ヨーグルトは日本の食生活にすっかり定着し、ヨーグルト市場は安定的な規模で推移しています。また、野菜飲料市場は4年連続で2桁成長を続けており、今やヨーグルトと野菜は健康的なイメージを持つ食品の代表格となっています。

こうした市場動向を捉え、アサヒビール㈱とアサヒ飲料㈱、チルド飲料事業の中核会社である㈱エルビーでは、アサヒビール㈱とアサヒ飲料㈱の共同研究により発見した植物性乳酸菌の効果を最大限に引き出す商品の開発を進め、1個に1食分の目標摂取量とされる40g分の緑黄色野菜汁が入った「朝の1食 野菜ヨーグルト」を発売※。ヨーグルト製法では業界初となる植物性と動物性の乳酸菌を使用する「W乳酸菌製法」により、野菜の臭みを抑えたさわやかな味わいと、牛乳をたっぷり使用することでクリーミーでなめらかな口どけを実現しました。

アサヒビールグループでは、今後もグループ各社の連携による商品開発を強化し、お客様の健康ニーズにお応えしていきます。

※東北地区（青森県・秋田県・岩手県・山形県・宮城県・福島県）、関東地区（東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県・群馬県・栃木県・茨城県）、甲信越地区（新潟県・長野県・山梨県）での地域限定販売です。

開発担当者からひとこと



㈱エルビー
営業本部
マーケティング部
増田 英俊

「朝の1食 野菜ヨーグルト」は、忙しい朝にもこれ1個で21種類の野菜をおいしく手軽に摂取できるヨーグルトです。また、業界初となる植物性乳酸菌と動物性乳酸菌をダブルで使用したヨーグルトです。これからも㈱エルビーでは、今後成長が見込まれるチルド市場において、新しい価値提案に取り組んでいきます。

商品開発

「アサヒプライムタイム」クオリティアップ

“やわらかな飲み心地”と“なめらかでクリーミーな泡”が、極上の自分時間を演出してくれるプレミアム生ビール「アサヒプライムタイム」がクオリティアップ。ホップを増量することで、プレミアムビールならではの豊かな味わいを実現するとともに、醸造工程を見直し、後味のべたつき感を抑え、よりマイルドな口当たりになりました。また、アサヒビール独自の「泡立ちの良くなる缶蓋」を採用することで、泡立ちがさらにクリーミーになりました。

パッケージには、都会的で洗練された従来デザインの世界観を継承しながら、新たにプレミアム商品であることを表現するアイコンを追加しました。



2007年8月上旬製造分から切替
缶500ml、缶350ml
希望小売価格は設定していません。

「アサヒ本生クリアブラック」 ■ 本年も数量限定で発売

昨年も数量限定で発売し、濃色発泡酒をご愛飲される多くのお客様からご支持をいただいた「アサヒ本生クリアブラック」を本年も発売します。濃色麦芽にはロースト麦芽のみを使用。製造工程では通常の2倍の時間をかけて、最適なタイミングで投入したロースト麦芽を一定時間煮沸する「ブラック丁寧仕込」を採用し、ロースト麦芽由来の香ばしさを最大限に引き出しました。また、「二段発酵・二段熟成製法」を採用することで、心地よいコクとスッキリした後味を実現しました。

パッケージは、濃色発泡酒をイメージさせる「茶褐色」を基調にし、缶中央部に薄いグラデーションをかけ、後味の特長であるスッキリ感を表現しています。



2007年9月4日発売
缶500ml、缶350ml
希望小売価格は設定していません。

「アサヒぐびなま。冬のやわらかホップ」 ■ 数量限定で新発売

昨年5月の発売以来、多くのお客様からご好評をいただいている新ジャンル「アサヒぐびなま。」から、冬季限定商品「冬のやわらかホップ」を新発売します。

従来から採用している「ぐっとバランス製法」によって「ぐびなま。」本来の特長である“すっきりさ”“後味のよさ”はそのままだに、ホップ使用量の60%以上にチェコ産ザーツ種のファインアロマホップを使用することで、冬季に好まれる“味のやわらかさ”と“香りのふくよかさ”を実現しました。

ネーミングは、やわらかく、華やかな香りという中味の特長をストレートに表現。また、パッケージは、「ぐびなま。」のカジュアルなロゴの回りにホップのイラストを配した親しみやすいデザインとしました。



2007年10月2日発売
缶500ml、缶350ml
希望小売価格は設定していません。

「アサヒ旬果搾り 爽感」リニューアル

みずみずしい味わいを実現した“果肉入りチューハイ”「アサヒ旬果搾り 爽感」シリーズ2品種をリニューアル。爽やかな香りと酸味が特長の「クラッシュレモン」、ほどよい苦味とすっきりとしたほのかな甘味が特長の「クラッシュグレープフルーツ」とともに、果汁感と爽快感がアップし、よりみずみずしい味わいになりました。



2007年9月11日発売
缶350ml、缶141円
(缶500ml/191円もあります)

「アサヒ旬果搾り とろけるチューハイ ラ・フランス」新発売

まろやかな味わいと口の中でとろけるような果汁感が特長の「アサヒ旬果搾り とろける」シリーズに、新フレーバーが加わりました。繊維質を多く含んだ国産のラ・フランス果汁を使用した「ラ・フランス」は、上品で華やかな芳香とともに、さっぱりした酸味とほどよい甘味が口のなかいっぱいに広がります。



2007年9月11日発売
缶240ml/151円

商品開発

「ボージョレ・ヌーヴォ2007」 6アイテム新発売

フレッシュでフルーティーな味わいと鮮やかな色合いをお楽しみいただけるブシャール・エイネ社とシニエ・ヴィニュロン社のフランス新酒ワイン、ボージョレ・ヌーヴォ6アイテムを解禁日の11月第3木曜日(11月15日)に発売します。ブシャール・エイネ社の新酒は、写真家であり映画監督の蜷川実花さんがデザインした色彩豊かで華やかなラベルで発売。また、ボージョレ地区最大のワインコンクール「トロフィー・リオン」のヴィラージュ部門で2年連続最高金賞を受賞したシニエ・ヴィニュロン社の「オリヴィエ・ラヴィエ・ボージョレ・ヌーヴォ」をはじめとする新酒を拡充するなど、本年も豊富なラインナップをご用意しました。



2007年11月15日発売
●ボージョレ・ヌーヴォ2007
750ml、375ml、15ℓ
●ボージョレ・ヴィラージュ・ヌーヴォ2007
750ml、375ml
●マコン・ヴィラージュ・ヌーヴォ2007
750ml
●オリヴィエ・ラヴィエ・ボージョレ・ヌーヴォ2007
750ml、375ml、10ℓ
価格はいずれもオープン価格です。

「酸化防止剤無添加 しぼりたて新酒2007」 3アイテム新発売

厳選された産地で育てられたぶどうを使い、手間を惜しむことなく仕込んだ国産ぶどう100%の新酒ワイン「山形」(赤)、「山梨」(白)、「山梨マスカットベリーA/甲州」(ロゼ)の3アイテムを新発売します。いずれも、酸化防止剤を一切使用せず、自然でソフトな口あたり、フレッシュでフルーティーな香りをお楽しみいただけます。



2007年10月26日発売
「酸化防止剤無添加 しぼりたて」シリーズ
720ml/987円

「スパークリング・ヌーヴォ2007」 3アイテム新発売

山形県蔵王山麓で育てられたぶどうを使用し、丹精込めてつくった国産ぶどう100%の新酒スパークリングワイン「ルージュ」「ブラン」「ロゼ」の3アイテムを新発売します。口のなかに華やかに広がる芳醇な香りと、さわやかな酸味が特長の新酒としてはめずらしいスパークリングワインです。



2007年10月26日発売
「スパークリング・ヌーヴォ」シリーズ
720ml/1,215円

「サントネージュ エクセラント」 2アイテム新発売

国産ぶどう100%のプレミアムワイン「サントネージュ エクセラント」シリーズから2アイテムを新発売。日本固有のぶどう品種である甲州を使用し、フレッシュでフルーティーな香味と豊かな味わいを実現した「甲州辛口仕込み」と、山形県蔵王山麓かみのやま地域の単一畑で収穫されたぶどうのみを使用し、華やかなアーモンドのような香りが楽しめるマイルドな口あたりの「かみのやま奈良崎畑収穫シャルドネ2005」です。



2007年9月11日発売
●サントネージュ エクセラント 甲州辛口仕込み
750ml/1,300円
●サントネージュ エクセラント リミテ
かみのやま奈良崎畑収穫シャルドネ2005
750ml/3,000円(1,280本の数量限定販売です)

「ブラックニッカ クリアブレンド」 パッケージを刷新

クセのないサラッとした飲み心地という特長を、お客様によりわかりやすくお伝えするためにパッケージを一新。「Clear Blend」の文字を中央に大きく配するとともに、ボトルの滑らかな肩の曲線で、軽やかでやさしい味わいと飲みやすさを表現。さらに、ラベルのグラデーションと金箔の縁どりで上質感を演出しました。



2007年8月中旬から順次切替
700ml/904円(他のサイズも取り揃えています)

アサヒ飲料株式会社 「朝専用缶コーヒー「ワンダ モーニングショット」一新

本年発売5周年を迎える朝専用缶コーヒー「ワンダ モーニングショット」を刷新。さらに朝に合う“朝の目覚めにぴったりの缶コーヒー”として中味・パッケージ・広告を一新し、新発売しました。

従来の「モーニングショット」と比較し、深煎り豆の比率を1.5倍に増量し、香りとコクを強化。パッケージは、モーニングショットのシンボルカラー「赤」をより印象的に見せるシンプルなデザインとなっています。リアルなコーヒー豆を描き、生まれ変わった新「モーニングショット」のおいしさを視覚的に訴求するパッケージです。



2007年9月4日発売
190g缶/115円

アサヒフードアンドヘルスケア株式会社 「おどろき野菜」シリーズ新発売

「おどろき野菜」シリーズは、たっぷり野菜とノンフライヘルシー麺が特長のヘルシースープです。「野菜とマッチング度の高い人気の味 湯麺」「定番人気のピリ辛味 韓国チゲ」「外食でしか味わえない味 グリーンカレー」と豊富なメニューを取り揃えています。



2007年8月27日発売
「おどろき野菜 鶏だし湯麺」
「おどろき野菜 韓国チゲ」
「おどろき野菜 グリーンカレー」
NPP(想定価格141円)

事業推進

中国・杭州ビールの新工場が完成、出荷を開始

アサヒビール(株)は、1994年から中国のビール会社4社に順次出資し、世界最大のビール生産国である中国においてビール事業を拡大させてきました。

こうしたなか、出資先の1社である杭州ビールがある浙江省は、昨年、一人あたりのビール消費量が全国第2位となり、ビール需要が大きく伸長しています。こうした活発な需要に応えるため、同社では昨年5月から同省北部の湖州市に新工場の建設を進め、本年5月に新工場が完成。6月から生産を開始し、エコノミー価格帯の瓶ビール「西湖ビール超爽」を7月21日に初出荷しました。

新工場は、生ビールの製造設備を導入しており、将来的には品質の高い生ビールの製造とともに生産能力を拡大させる計画です。アサヒビール(株)は、同社を



を含めた出資各社の経営全般を支援することで、中国におけるビール事業の一層の収益基盤拡大を目指しています。

新潟県中越沖地震被災への支援について

このたびの新潟県中越沖地震により、被害を受けられた皆様、関係者の皆様に対しまして、心よりお見舞い申し上げます。

アサヒビールグループでは、被害を受けられた皆様に被災地復興の支援として、水、飴、除菌用アルコールティッシュなどのアサ

環境保全・社会貢献

「アサヒビールグループCSRレポート2007」発行

アサヒビールグループのCSR(企業の社会的責任)に関わる取り組みを報告する「アサヒビールグループCSRレポート2007」を本年6月に発行しました。昨年に引き続き、本年も冊子とウェブサイトの2メディアを使い分けて報告しています。

冊子では、アサヒビールグループにとってマテリアリティ(重要性)の高い取り組み事項である「品質の追求」「適正飲酒の啓発活動」「環境保全活動」を重点的に報告しているほか、従業員の日頃の取り組みについても紹介しています。一方、ウェブサイトでは、冊子の内容に加えて、各種取り組みについての体制や詳細な実績データを掲載し、これら情報の検索性を高めるために目的別のインデックスを設置しています。



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



アサヒビールグループは、CSR活動を通じて企業価値のさらなる向上を目指しています。

ヒビールグループ商品ならびに義援金をお送りすることとしました。

亡くなられた方々にご家族に謹んで哀悼の意を表し、被害に遭われた方々の一日も早いご回復と、被災地の復興をお祈り申し上げます。

「日本の環境を守る若武者育成塾」を東北地区で開催

「日本の環境を守る若武者育成塾」は、アサヒビール(株)が次代を担う高校生に環境問題について考えてもらう機会を提供することを目的とした環境活動です。本年は、8月16日～19日にかけて福島工場と猪苗代湖周辺で



昨年の「若武者育成塾」の様子

開催。同工場における環境活動の見学やNPO法人の指導による森林学習などを通じて、自然と共生していくことの大切さを学んでもらいました。

アサヒビール(株)は、こうした活動を継続し、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

研究開発

「低い周波数の騒音低減技術」を開発

不眠や頭痛など人体への心理的・生理的悪影響が指摘されている低い周波数の騒音は、遮蔽物を透過・回折し、音源からの距離による減衰が少ないことから、これまで効果的な騒音対策が難しいとされてきました。

こうしたなか、アサヒビール(株)は、音響機器メーカーのTOA(株)と共同で、騒音の主成分の消音可能な成分のみを選択するとともに、騒音の周波数の変化に対応するアルゴリズム※によって騒音を打ち消す制御音

イベント

「第3回アメリカンフットボールワールドカップ2007川崎大会」日本代表チームを支援

アサヒビール(株)は、各国の代表チームが集い世界一を競った「第3回アメリカンフットボールワールドカップ2007川崎大会」で惜しくも準優勝となった日本代表チームをオフィシャルパートナーとして支援しました。

アサヒビール(株)では、社会人アメリカンフットボールXリーグ「アサヒビールシルバースター」の日本一への挑戦を長年にわたってサポートしており、夢に向かって挑戦する人々に積極的に応援しています。

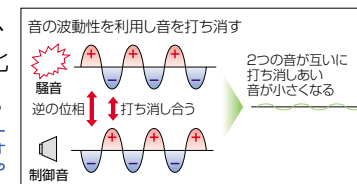


©JAFA/Andrew Malana

を調整し、効率的かつ効果的に騒音を低減する画期的な技術を開発。さらに、騒音源に対する消音用スピーカーと騒音検出用マイクの位置関係を工夫することで、広い三次元空間での騒音低減を可能にしました。

現在、アサヒビール(株)では、快適な生活環境の実現への貢献を目指し、この技術の事業化に取り組んでいます。

※アルゴリズム: コンピューターなどで特定の問題を解決するために用いる処理手順や計算方法

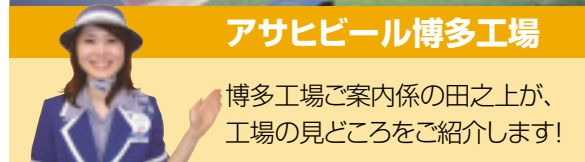


アサヒビール工場のご案内

“できたて”のビールはうまい!そのうまさを皆様にご実感していただくことができるのがビール工場。
全国のビール工場をご紹介している「アサヒビール工場のご案内」コーナー。今回は博多工場をご紹介します。



アサヒビール博多工場



博多工場ご案内係の田之上が、
工場の見どころをご紹介します!

福岡市内唯一のビール工場として、1921年(大正10年)の操業開始以来80余年にわたって地域の皆様に親しまれている博多工場。太陽光発電パネルを設置するなど、地球環境への取り組みにも力を入れています。ほかにも、見どころがたくさんありますので、ご家族・ご友人をお誘いのうえ、ぜひ博多工場に足をお運びください!

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。

アサヒビール博多工場 ご案内係
福岡県福岡市博多区竹下3-1-1
TEL. 092-431-2701
FAX. 092-431-2831

アクセス

- 電車の場合
JR「博多駅」よりJR鹿児島本線「竹下駅」下車、徒歩約3分
- 車の場合
福岡空港より約5km、約15分
九州自動車道「福岡IC」から都市高速「榎田IC」より約5km、約15分
同「大宰府IC」から都市高速「半道橋IC」より約5km、約15分

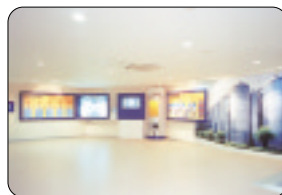
- ご予約の際は電話番号をご確認のうえ、お掛け間違いのないようお願いいたします。
- 場合によっては見学時間のご希望に添えない場合もありますので、予めご了承ください。
- 工場までの交通費は、ご見学者のご負担です。
- 食品工場のため、衛生管理上ベットを連れてのご来場はご遠慮ください。
- 土曜・日曜・祝日もしくは整備などの都合により、製造ラインが稼働していない場合がありますのでご了承ください。その際はモニターテレビで映像をご覧いただけます。

飲酒運転は法律で禁止されています。お車、自転車を運転の方、未成年の方、妊娠中や授乳期の方は、ビールなどの酒類を試飲いただけません。ソフトドリンクをご用意しています。



原料展示

ビールの主原料である麦芽やホップを実際に触れることができます。



ブルフリープラザ

仕込から発酵・熟成までをわかりやすくご覧いただけます。



再資源化展示コーナー

工場内で発生する副産物や廃棄物はすべて再資源化しています。



アサヒビール園 博多店

本格的ビアホール「アサヒビール園 博多店」では、本年9月30日まで「大ジギスカン祭」を開催しています。詳しくは、0120-59-1019までお問い合わせください。

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
四国工場	TEL. 0897-53-7770

地球温暖化防止への貢献

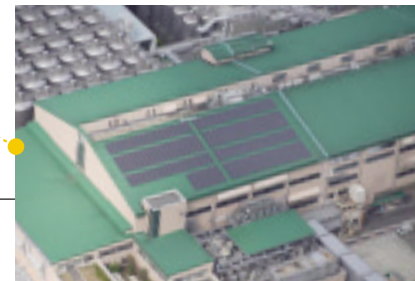
博多工場で太陽光発電設備を導入

アサヒビール博多工場では、本年3月にクリーンなエネルギーとして世界的にも普及が期待されている「太陽光発電システム」を導入しました。
工場内の電力の一部を太陽光発電でまかなうことで、CO₂をはじめとする温室効果ガスの排出量削減を進めています。



太陽光パネルの仕様

太陽電池型式: 多接合型
(単結晶+アモルファス)
設置枚数: 654枚
電池パネル総面積: 771m²
電池パネル能力: 130kW
年間発電量: 約153,000kWh



太陽光発電の仕組みなどを紹介する見学コースの展示スペース(本年7月完成)

数字で見る! 博多工場の太陽光発電設備

博多工場の太陽光発電設備は…

🏠 一般家庭では**28世帯分**
約28世帯の家庭で1日に消費する電力量をつくれます。
💡 蛍光灯だと**3,000本分**
40Wの蛍光灯を約3,000本点灯させられる電力量をつくれます。

🛢️ 削減できる原油は**2,190缶/年**(18ℓの灯油缶換算)
年間で約4万ℓ分の原油を節約できます。
🌲 CO₂削減効果は**くすのき270本分**
高さ10mのくすのきを約270本植えたのと同じCO₂削減効果があります。

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は前年同期比1.5%減少しましたが、シェアは37.4%と**2年ぶりの首位**となりました。
- アサヒビール(株)単体は減収となったものの、グループ会社の増収と和光堂(株)の寄与により、連結では1.2%の増収となりました。営業利益は単体の計画未達などにより55億円の減益となりました。

事業別の概況

酒類事業

売上高 …… **4,509億5,000万円** (前年同期比 1.4%減)
営業利益 …… **208億4,800万円** (前年同期比20.4%減)

ビール類 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、新ジャンルが若干増加したものの、ビール・発泡酒が減少したため、前年同期比1.9%の減少となりました。

- ビール:発売20周年を迎えた「アサヒスーパードライ」のさらなるブランド価値向上に向け、トータルマーケティング活動を積極的に展開しましたが、市場縮小の影響もあり、ビールの上半期の出荷数量は前年同期比6.2%減少しました。
- 発泡酒:2月に「アサヒ本生ドラフト」、3月に糖質ゼロの「アサヒスタイルフリー」を新発売しました。昨年発売の「アサヒ**ぜいたくびより**贅沢日和」も含め、発泡酒の上半期の出



当中間期の業績

売上高 …… 6,726億 900万円 (前年同期比 1.2%増)
営業利益 …… 281億 900万円 (前年同期比19.3%減)
経常利益 …… 266億4,300万円 (前年同期比10.2%減)
中間純利益 …… 137億6,000万円 (前年同期比 5.0%減)

荷数量は前年同期比14.8%増加しました。

- 新ジャンル:「アサヒ**プロクマ**極旨」「アサヒ**くびなま**。」「アサヒ**しんなまスリー**新生3」をラインアップし、それぞれの商品の特長を明確に訴求する活動を継続し、新ジャンルの上半期の出荷数量は前年同期比14.8%増加しました。

以上の結果、ビールの減少を発泡酒・新ジャンルの伸長がカバーできず、ビール類全体の課税出荷数量は前年同期比1.5%減少しました。

焼酎 「かのか」が前年同期比10%増加、「さつま司」が同53%増加しましたが、焼酎甲類の市場縮小の影響などもあり、焼酎全体の売上高は、同7.2%減少しました。

低アルコール飲料 「アサヒカクテルパートナー」や「アサヒ旬果搾り」の基幹商品のリニューアルや季節限定缶などの展開、「旬果搾り」爽感シリーズの新発売、さらに「五年熟成した梅酒ソーダ割り」の新発売などにより、低アルコール飲料全体の売上高は、前年同期比10.5%増加しました。

洋酒 「余市」ブランドを中心とした「シングルモルト」商品群の売上は前年同期比約3倍と当社国産ウイスキーを牽引していますが、洋酒全体の売上高は市場全体の縮

小の影響を受け、同2.1%減少しました。

ワイン 国産ワインでは「酸化防止剤無添加有機ワイン」のリニューアルなど、「サントネージュ」ブランドの強化を図り、輸入ワインでは既存重点ブランドの育成と、多彩な商品品揃えを活用した拡販により、ワイン全体の売上高は前年同期比4.8%増加しました。

以上の結果、酒類事業の売上高は、前年同期比1.4%減少し、営業利益は主に原材料価格の高騰に伴うコスト上昇などにより同20.4%減少しました。



飲料事業

売上高 …… **1,477億5,000万円** (前年同期比 8.4%増)
営業利益 …… **14億8,500万円** (前年同期比39.3%減)

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

チルド飲料事業では、(株)エルビー(本社 埼玉県蓮田市)の売上数量が前年同期比35.6%増加し、(株)エルビー(本社 愛知県東



海市)の売上数量が同2.2%減少しました。その結果、事業全体の売上高は前年同期比24.1%増加しました。

以上の結果、飲料事業の売上高は、前年同期比8.4%増加しましたが、営業利益は主に原材料価格の上昇や積極的な販売促進などにより同39.3%減少しました。

食品・薬品事業

売上高 … **321億2,400万円** (前年同期比 49.1%増)
営業利益 …… **7,800万円** (前年同期比 4億1,500万円増)

アサヒフードアンドヘルスケア(株)が、ミント系錠薬「**ミンティア**」、バランス栄養食品「**バランスアップ**」の売上が前年に引き続き好調に推移し、市場での存在感を高めました。また、4月にリニューアルしたダイエット健康食品「**スリムアップスリム**」も好調に推移しています。

また昨年株式公開買付により株式を取得した和光堂(株)は、ベビー用レトルト食品「**栄養マルシェ**」やペットボトル飲料「**ベビーのじかん**」の売上を大きく伸ばしました。

以上の結果、食品・薬品事業の売上高は、和光堂(株)の第1四半期分が上乗せになり、営業利益は主に和光堂(株)の収益力強化などにより増加しました。



その他事業

売上高 …… **417億8,400万円** (前年同期比15.0%減)
営業利益 …… **8億2,600万円** (前年同期比82.8%増)

主に卸事業の見直しなどにより売上高は減少しましたが、昨年実施した物流事業の再編・統合効果などにより営業利益は増加しました。

連結財務諸表

連結貸借対照表 (6月30日現在)

科 目	期 別	2007年度	2006年度
資産の部			
流動資産		424,740	407,341
現金及び預金		23,760	18,467
受取手形及び売掛金		261,688	257,245
棚卸資産		100,687	100,058
繰延税金資産		9,942	7,947
その他		34,778	33,005
貸倒引当金		△ 6,117	△ 9,382
固定資産		888,094	859,899
有形固定資産		631,428	638,910
建物及び構築物		207,305	213,782
機械装置及び運搬具		182,017	186,239
工具器具備品		48,387	49,670
土地		183,760	185,378
建設仮勘定		9,958	3,840
無形固定資産		45,734	47,188
連結調整勘定		—	33,627
のれん		32,274	—
その他		13,460	13,561
投資その他の資産		210,930	173,800
投資有価証券		161,040	123,381
繰延税金資産		17,749	20,054
その他		41,969	38,965
貸倒引当金		△ 9,828	△ 8,600
資産合計		1,312,835	1,267,241

本年2月に行ったカゴメ㈱の株式取得や、持分法適用会社の利益増加による投資有価証券の増加により、総資産は前年同期比456億円増加しました。

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

(単位:百万円)

科 目	期 別	2007年度	2006年度
負債の部			
流動負債		581,095	520,576
支払手形及び買掛金		106,232	91,204
短期借入金		127,593	73,705
1年以内償還社債		40,000	60,000
未払酒税		126,954	134,466
預り金		37,663	41,375
コマーシャルペーパー		5,000	2,000
その他		137,652	117,823
固定負債		205,485	254,958
社債		70,000	85,000
長期借入金		64,810	95,405
退職給付引当金		25,237	28,940
繰延税金負債		5,163	5,206
その他		40,275	40,406
負債合計		786,581	775,534

純資産の部

株主資本	470,098	445,170
資本金	182,531	182,531
資本剰余金	151,208	163,676
利益剰余金	151,379	116,105
自己株式	△ 15,020	△ 17,141
評価・換算差額等	23,553	17,400
その他有価証券評価差額	17,694	14,893
繰延ヘッジ損益	△ 9	△ 59
為替換算調整勘定	5,869	2,565
少数株主持分	32,601	29,135
純資産合計 (資本合計)	526,253	491,706
負債・純資産合計	1,312,835	1,267,241

連結損益計算書 (1月1日～6月30日)

科 目	期 別	2007年度	2006年度
売上高		672,609	664,419
売上原価		439,742	436,320
売上総利益		232,867	228,099
販売費及び一般管理費		209,758	199,450
営業利益		23,109	28,648
営業外収益		8,178	5,188
受取利息及び配当金		1,307	948
持分法による投資利益		5,516	3,484
その他		1,355	754
営業外費用		4,644	4,152
支払利息		2,420	2,046
その他		2,224	2,105
経常利益		26,643	29,684
特別利益		1,534	2,100
固定資産売却益		222	12
その他		1,311	2,087
特別損失		4,318	5,486
固定資産売却・除却損		1,527	1,230
その他		2,790	4,256
税金等調整前当期純利益		23,859	26,298
法人税、住民税及び事業税		9,475	11,149
少数株主利益		622	663
中間純利益		13,760	14,485

経常利益は、中国の持分法適用会社「康師傅飲品控股有限公司」が引き続き好調に推移し、持分法投資損益が20億円増加していることなどにより、営業利益の減少を24億円ほど補いました。

(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)

科 目	期 別	2007年度	2006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		23,859	26,298
減価償却費		22,655	24,813
退職給付引当金の増減額		△ 1,808	△ 1,254
貸倒引当金の増減額		△ 1,360	△ 2,017
固定資産売却除却損		1,527	1,230
未払酒税の増減額		△ 5,577	1,325
その他		13,928	△ 6,536
小計		53,223	43,859
利息及び配当金の受取額		1,582	979
利息の支払額		△ 2,458	△ 2,039
法人税等の支払額		△ 27,475	△ 3,595
営業活動によるキャッシュフロー		24,872	39,204
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		△ 14,647	△ 17,591
投資有価証券の取得による支出		△ 22,409	△ 3,518
連結範囲の変更を伴う子会社株式取得による支出		—	△ 39,049
その他		△ 2,372	△ 2,671
投資活動によるキャッシュフロー		△ 34,684	△ 62,829
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		7,343	△ 2,402
長期借入金の増減額		△ 4,806	1,851
社債の発行による収入		25,000	25,000
社債の償還による支出		△ 10,000	—
自己株式の取得による支出		△ 91	△ 25
配当金の支払額		△ 4,942	△ 4,541
その他		342	△ 149
財務活動によるキャッシュフロー		12,846	19,731
IV 現金及び現金同等物に係る換算差額			
		368	△ 69
V 現金及び現金同等物の増減額			
		3,402	△ 3,962
VI 現金及び現金同等物の期首残高			
		23,778	21,308
VII 連結範囲の変更による現金及び現金同等物の増加額			
		274	898
VIII 現金及び現金同等物の期末残高			
		27,455	18,244

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

貸借対照表 (6月30日現在)

科 目	期 別	2007年度	2006年度
資産の部			
流動資産		255,742	258,879
現金及び預金		4,031	2,781
受取手形及び売掛金		177,857	186,092
棚卸資産		43,773	41,108
短期貸付金		14,029	22,528
繰延税金資産		6,756	4,121
その他流動資産		13,830	11,594
貸倒引当金		△ 4,537	△ 9,347
固定資産		762,778	742,373
有形固定資産		492,109	501,156
建物		140,587	146,290
機械及び装置		147,398	150,476
土地		132,403	133,763
その他		71,720	70,626
無形固定資産		7,842	8,221
投資その他の資産		262,826	232,995
投資有価証券		102,199	73,696
関係会社株式・出資金		129,957	126,498
繰延税金資産		3,440	7,426
その他の投資等		36,924	33,342
貸倒引当金		△ 9,696	△ 7,969
資産合計		1,018,521	1,001,252

カゴメ㈱の株式取得や時価評価の上昇などにより投資有価証券が285億円増加しました。

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

科 目	期 別	2007年度	2006年度
-----	-----	--------	--------

負債の部			
流動負債		419,602	382,093
支払手形及び買掛金		50,314	44,591
短期借入金		91,500	45,000
社債(1年以内償還予定)		40,000	60,000
未払酒税		118,872	125,285
預り金		40,206	41,775
コマーシャルペーパー		5,000	2,000
その他流動負債		73,709	63,440
固定負債		137,740	179,064
社債		70,000	85,000
長期借入金		28,625	50,125
長期預り金		34,307	34,842
退職給付引当金		4,566	8,828
役員退職慰労引当金		—	268
その他固定負債		241	—
負債合計		557,343	561,157

純資産の部 (資本の部)			
株主資本		443,550	425,267
資本金		182,531	182,531
資本剰余金		160,325	172,685
資本準備金		130,292	130,292
その他資本剰余金		30,032	42,393
利益剰余金		115,423	87,192
固定資産圧縮積立金		1,431	2,201
別途積立金		95,000	65,000
繰越利益剰余金		18,991	19,990
自己株式		△ 14,729	△ 17,141
評価・換算差額等		17,627	14,827
その他有価証券評価差額金		17,643	14,827
繰延ヘッジ損益		△ 16	—
純資産(資本)合計		461,178	440,094
負債及び純資産(資本)合計		1,018,521	1,001,252

損益計算書 (1月1日～6月30日)

科 目	期 別	2007年度	2006年度
売上高		459,267	469,840
売上原価		326,941	333,798
売上総利益		132,325	136,042
販売費及び一般管理費		111,944	110,227
営業利益		20,381	25,815
営業外収益		1,951	1,473
受取利息及び配当金		1,598	1,196
その他		352	276
営業外費用		2,401	2,161
支払利息		1,391	1,133
棚卸資産売却廃棄損		509	—
雑支出		500	1,027
経常利益		19,931	25,127
特別利益		2,424	1,740
固定資産売却益		—	1
投資有価証券売却益		0	5
関係会社株式売却益		1,263	—
貸倒引当金戻入益		1,160	1,733
特別損失		4,021	5,335
固定資産売却除却損		1,296	1,005
投資有価証券売却損		—	8
投資有価証券評価損		162	68
関係会社株式売却損		618	91
関係会社株式評価損		110	97
関係会社出資金評価損		288	—
償却済ギフト券回収損		1,545	—
関係会社整理損失		—	401
抱合せ株式償却損		—	422
減損損失		—	3,238
税引前当期純利益		18,333	21,533
法人税・住民税及び事業税		7,660	9,196
中間純利益		10,673	12,337

すでに廃止しているギフト券について、今後の引換行使見込額を一括計上しましたが、前期計上した減損損失がなくなったなどの理由により、特別損益は前年同期比20億円改善しました。

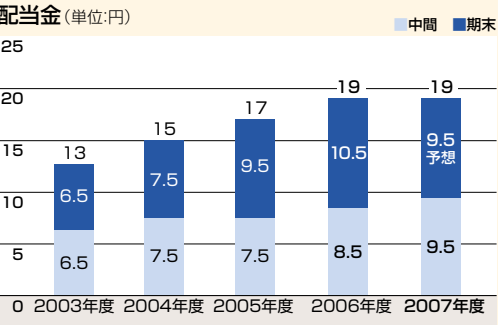
(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

財務諸表をはじめとする決算情報はウェブサイトでも開示しています。 <http://www.asahibeer.co.jp/ir/>

1株当たり情報(単体)

	2007年度 中間期	2006年度 中間期
中間純利益	29円19銭	30円29銭
配当金	9円50銭	8円50銭
純資産	1,045円47銭	967円21銭

(参考) 1株当たり予想当期純利益(通期) 95円30銭



キャンペーン情報

アサヒスーパードライオリジナル 「MLB 2WAYブルゾン」が当たる!キャンペーン

発売日

2007年9月12日(水)

内容および賞品

●キャンペーンバック(6缶マルチパック)

マルチパック裏側に印刷された申し込みハガキ中央に「当たりシール」が貼付されていれば当たりです。申し込みハガキに必要な事項を記入し、切手を貼付のうえご送付ください。

ご当選本数:5,000名様分

賞品:「松井秀喜オリジナル2WAYブルゾン(ニューヨーク・ヤンキースモデル)」または「松坂大輔オリジナル2WAYブルゾン(ボストン・レッドソックスモデル)」のいずれか1枚



●キャンペーンバック(ケース)

ピックアップゲート内側に「当たりマーク」が印刷されていれば当選です。カートンから当たりマークを切り取り、封書に(またはハガキに貼付して)必要事項を記入し、切手を貼付のうえご送付ください。

ご当選本数:1,000名様分

賞品:「松井秀喜オリジナル2WAYブルゾン(ニューヨーク・ヤンキースモデル)」と「松坂大輔オリジナル2WAYブルゾン(ボストン・レッドソックスモデル)」をペアで1組



イベント情報

「アサヒスーパードライチャレンジ アジア野球選手権2007」に特別協賛します。

アサヒビールは、本年12月1日から開催される「第24回アジア野球選手権」に特別協賛します。

同選手権は、来年開かれる北京オリンピックのアジア大陸予選を兼ねており、日本を含む7つの国と地域の代表チームが参加する野球の国際大会です。アジアチャンピオンという“夢”に向かって“情熱”を持って戦う野球日本代表をアサヒビールとともに応援しましょう。

●第24回アジア野球選手権の概要

開催期間 2007年12月1日(土)～3日(月)

開催地 台中市(チャイニーズタイペイ)

野球日本代表スケジュール(日本時間)

・12月1日 19:00～ 日本×第4国(タイ、フィリピン、パキスタン、香港による予備リーグ1位チーム)

・12月2日 19:00～ 韓国×日本

・12月3日 19:00～ チャイニーズタイペイ×日本

アサヒスーパードライ 「野球日本代表応援 2007デザイン缶」を発売!

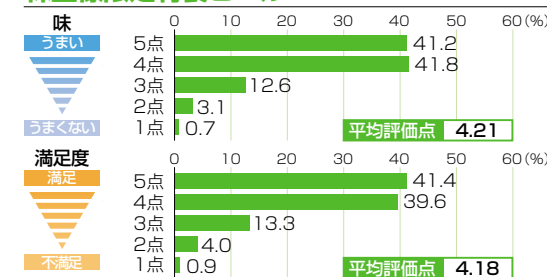


2007年
10月31日発売
缶350ml
(缶500ml、スリム
ボトル缶350mlも
あります)
希望小売価格は設
定していません。

アンケートの集計結果

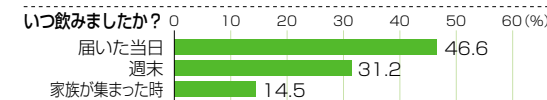
株主様ご優待品の贈呈時に実施した株主様アンケートの集計結果をご報告します。
今回も、10,000名を超える株主様からご回答をいただきました。ありがとうございます。

株主様限定特製ビール



ご意見・ご感想

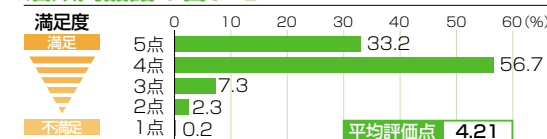
- 昨年の特製ビールも良かったですが、今年のは絶品!香りや味が最高です。
- 株主限定特製ビールをおいしくいただきました。来年も楽しみにしています。
- とってもおいしかったので、向こう三軒両隣に配り、大変喜んでいただきました。
- アサヒビールの株主になれたことの幸せを感じました。力強い安定株主になります。
- 私にとって初めての株主優待で、「株主様限定特製ビール」と書かれているのを見て、感激しました!
- 配当、株価上昇とともに株主優待は楽しみのひとつ。今後も続けてください。



ご意見・ご感想

- 単身赴任中の主人が戻ってきて一緒に飲みました。
- 今年4月20日は金婚式でした。その記念としていただきました。
- 4月22日。(良い夫婦の日?)
- ゴールデンウィークなのに仕事で頑張っている自分へのご褒美として。

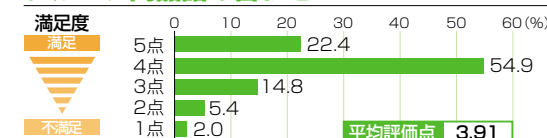
酒類商品詰め合わせ



ご意見・ご感想

- 20年前の発売当初からスーパードライのファンなので、スーパードライが入っていてとても嬉しかったです。
- アサヒビールのいろいろなお酒を味わうことができて良かったです。
- 日頃、愛飲しているビールから新商品までバラエティに富み、夫とおいしくいただきました。
- いろいろな味を楽しめるのと同時に、今後の商品購入の参考になりました。

グループ商品詰め合わせ



ご意見・ご感想

- 内容が豊富で楽しめました。100株で1,000円分以上の価値があります。
- アサヒビールグループの商品の幅の広さが感じられ、とても良かったです。
- 初めて知った商品、初めて口にした商品があり、楽しませてもらいました。
- 5月の大型連休に遊びに来ていた孫たちが大変喜びました。

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760名、寄付金総額は約120万円でした。
「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

今号の「工場のご案内」コーナーでは、博多工場が導入した太陽光発電について詳しくご紹介しています。地球温暖化への対応が不可欠となるなか、省エネルギーの大切さを改めて考えました。自身でも、会社・家庭それぞれの場で、電力使用量を抑えることによって、温暖化の原因のひとつであるCO₂排出の削減に努めていきたいと思ひます。

会社概要 (2007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
本部所在地	〒130-8602 東京都墨田区吾妻橋一丁目23番1号
設 立	1949年 (昭和24年) 9月1日
資本金	1,825億3,119万4,085円
従業員数	3,772名 ※従業員数は就業人員であり、当社への出向者 (193名) を含み、関係会社への出向者を除いています。
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)

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 専 務 執 行 役 員	高橋 正哲 西野 伊史
常 務 取 締 役 兼 常 務 執 行 役 員	大澤 正彦 泉谷 直木 本山 和夫 小路 明善 岩上 伸
社 外 取 締 役	山口 信夫 岡本 行夫
常 勤 監 査 役	西川 菅雄 後藤 義弘
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	岩崎 次弥 亀野 正徳 吉岡 信一 石井 敏史 富田 義人 二宮 裕次 松延 章 高橋 成公 高橋 修
執行役員	名倉 伸郎 三宅 雅人 山崎 史雄 羽田 茂 小井 薫 谷口 憲二 川面 克行 杉浦 誠 谷野 政文 北川 佳久 木下 宗茂 福島 修二 唐澤 範行 長尾 俊彦 秀島 教文 森江 直樹 内藤 規夫 金谷 高義 森 俊夫

株式の状況 (2007年6月30日現在)

発行済株式総数

483,585,862株

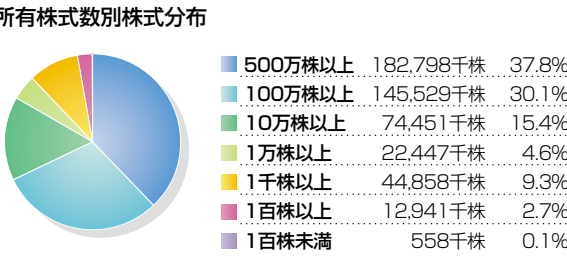
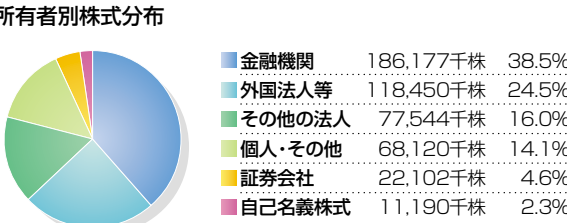
当中間期期末株主数

113,757名(前期末比86名減)

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)	26,662	5.5
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
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	16,736	3.5
野村證券株式会社	13,068	2.7
株式会社三井住友銀行	9,028	1.9
住友信託銀行株式会社	8,126	1.7
インバスターズバンクウェストベンションファンドライアソツ	7,558	1.6
住友生命保険相互会社	7,090	1.5
合計	141,858	29.3

※当社は自己株式を11,190千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。



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	〒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
同 取 次 所	住友信託銀行株式会社 全国本支店 大和証券株式会社 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



株式事務のお問い合わせ

株券の名義書換、住所変更、配当金のお受け取りなどのお手続きは株主名簿管理人である住友信託銀行にて承ります。

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)
※上記時間帯以外は自動音声対応です。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)

ホームページ <http://www.sumitomotrust.co.jp/STA/retail/service/daiko/index.html>

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。

株式に関するその他のお問い合わせ窓口:アサヒビール株式会社 総務法務部 株式担当 TEL.03-5608-5113

アサヒスーパーレポート 2007 秋号
目次

ごあいさつ 2

この3カ月の取り組み 3

社長インタビュー 4

特集:新価値提案の取り組み 8

アサヒ ニュースクリップ 10

アサヒビール工場のご案内 16

アサヒビールグループ業績のご報告 18

連結財務諸表 20

単体財務諸表 22

アサヒ サポーターひろば 24

会社概要／株式の状況 26

株主メモ 27

アサヒビールの株主優待

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・和光堂商品詰め合わせ
- ・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>

お客様相談室 ☎0120-011-121



飲酒は20歳になってから。飲酒運転は法律で禁止されています。
妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。
ほどよく、楽しく、いいお酒。のんだあとはリサイクル。♻️

