



Asahi SUPER REPORT

アサヒ
スーパーレポート
2008
春号

株主・投資家の皆様へ
第84期のご報告

私たちの“今”をお伝えします。

2007年1月1日～2007年12月31日

特集

アサヒビールの「挑戦」vol.1

高校生環境活動研修
「日本の環境を守る若武者育成塾」



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たく厚くお礼申し上げます。

アサヒビールグループは、「食と健康」の領域で、アジア地域を中心に、成長性溢れるリーディングカンパニーを目指すことを長期ビジョンに掲げ、日々、その実現にグループを挙げて取り組んでおります。

昨年の国内酒類・食品業界は市場の成熟をはじめとして、原油や原材料の高騰など、経営環境に大きな変化をもたらす動きが加速した1年でした。こうしたなか、アサヒビールグループでは酒類事業の収益構

造改善を進める一方、グループの第2の柱である飲料事業を中心にグループ全体の成長への基盤整備を進めてまいりました。具体的には、カゴメ(株)との業務・資本提携、アサヒ飲料(株)・カルピス(株)の自販機事業統合、さらにはアサヒ飲料(株)の完全子会社化に向けたTOBの実施などの積極的な資本政策を行ってまいりました。

本年の国内市場は昨年から急速に顕在化した大きな変化が、ますます本格化するものと考えられます。その変化に対応すべく、アサヒビールグループはグループのガバナンス体制を酒類、飲料、食品・薬品、国際の4事業別の視点で再構築してまいります。あわせて、「ブランドの育成・強化」「収益構造改革」「飛躍的な成長への投資」という3つのキーワードのもと、経営陣が強いリーダーシップを発揮し、事業会社単位を超えたグループ経営をより一層進め、資源の最適化・シナジー創出・自立成長を促進してまいります。

本年もお客様との接点を大切にし、お客様の声を全役員・全社員が真摯に受け止め、絶え間ない経営革新を続けてまいります。そして、全役員・全社員の一人ひとりが「お客様視点」「アサヒらしさ」を重視した企業活動に取り組んでまいります。

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

2008年2月

アサヒ ダイアリー 2007

2月	February	1月	3月	March
6日 カゴメ(株)と 業務・資本提携		12日 茨城工場で 低アルコール飲料の 製造開始		
6日 「アサヒ 五年熟成した梅酒 ソーダ割り」新発売		17日 「アサヒ スーパードライ」 発売20周年		
20日 「アサヒ本生 ドラフト」新発売		27日 第83回 定時株主総会開催		
4月	April	4月	5月	
3日 「アサヒ旬果搾り 爽感」 新発売				
7月	July	6月	7月	8月
31日 (株)エルビー「朝の1食 野菜ヨーグルト」 新発売※				16日 高校生環境活動研修「第2回 日本の環境を守る若武者育成塾」開講 (～19日、福島工場)
※ 新発売時は関東甲信越地区と東北地区の1都15県 でのエリア限定発売、現在は関東甲信越・東北・近畿・ 中部地区1都2府23県で発売しています。				
9月	September	8月	9月	10月
4日 カゴメ(株)との共同開発商品第1弾 「アサヒトマーテ」 新発売		15日 研究開発部門の 大幅な組織改定実施		
		23日 「アサヒあじわい」 新発売		
		25日 アサヒ飲料(株)の 完全子会社化に向けた TOB発表		
		26日 小学生環境体験学習会 「アサヒ森の子塾」開催(広島県庄原市)		
		30日 浙江西湖啤酒朝日(股份)有限公司 (中国浙江省杭州市)の新工場竣工		
		11月	12月	

「ブランドの育成・強化」「収益構造改革」「飛躍的成長への投資」を重点取り組み課題として掲げ、8期連続の最高益更新を目指します。



アサヒビール株式会社 代表取締役社長 荻田 伍

Q 昨年の経営全般の総括からお願いします。

**新たな成長軌道の確立に向け、
3つの成果を上げることができました。**

現在、当社グループは2007年から2009年までの第3次中期経営計画に取り組んでいます。この中期経営計画では、まずは酒類事業において、安定的かつ長期的なキャッシュフローの創出を図り、そのうえ

で、グループ事業におけるシナジーの追求や積極的な事業投資を継続していくことで、新たな成長軌道を確立することを目指しています。

こうした方針のもとづいて、計画の初年度であった昨年は、大きく3つの成果を上げることができたと考えています。1つ目は、グループ内の事業再編や外部企業との提携によって、グループの成長基盤を強

化できたことであり、2つ目は、原料や資材が高騰するなか、収益構造の改革を着実に進めたことです。また3つ目は、引き続き中国の飲料事業の飛躍的成長が図れたことです。

Q 3つの成果について具体的にお聞かせください。

**カゴメ(株)との共同開発、飲料事業の成長、
最適な生産・物流体制の構築を進めました。**

1つ目の「グループの成長基盤の強化」とは、野菜果汁飲料のトップメーカーであるカゴメ(株)と業務・資本提携を行い、共同開発商品がヒットするなど、初年度から着実な成果を上げたことです。また、アサヒ飲料(株)とカルピス(株)が共同出資による自動販売機事業の新会社を設立したことや、アサヒ飲料(株)の完全子会社化を進めたことで、飲料事業の飛躍的な成長に向けて、その基盤を強化することができました。

2つ目の「収益構造の改革」については、グループ各社が原材料高騰の影響を受けるなか、茨城県のビール工場において、低アルコール飲料や清涼飲料水の製造・物流機能の集約化に着手するなど、グループの最適生産・物流体制の構築に向けて取り組みを強化しました。

3つ目の「中国の飲料事業の成長」については、2004年に当社が出資して以来、急成長を遂げているカンシーフ康師傅飲品控股有限公司が、生産面や財務面での当社の全面的なサポートのもとで、中国におけるNo.1飲料メーカーの地位が狙えるまで、その基盤を固めることができました。

Q 酒類事業の昨年の結果はいかがでしたか。

**新たな価値の提案を目指した
商品展開を積極的に推進しました。**

昨年は、「アサヒ スーパードライ」が発売20周年を迎えたこともあり、ビールを中心として積極的な広告・販促活動を推進しました。その結果、スーパードライは19年連続で1億箱を超える販売数量を達成し、改めてお客様からのご支持を広げることができたと感じています。また、発泡酒市場においては、業界初の「糖質^{ゼロ}0[※]」の発泡酒「アサヒ スタイルフリー」を発売し、高いご評価をいただくことができました。

さらに、総合酒類部門においても、カゴメ(株)との共同開発商品の第1弾となる「アサヒ トマーテ」を発売するなど、新価値・新需要の創造にも挑戦しました。

※ 栄養表示基準にもとづき、糖質0.5g(100mlあたり)未満を糖質0(ゼロ)としています。

Q では、本年の業績目標をお聞かせください。

着実な業績拡大を図り、増収増益の達成を目指します。

本年は、中期経営計画の2年目として着実な業績の拡大を図りたいと思っています。

まず売上高では、グループの全事業分野で増収を見込んでおり、トータルでは2007年度比3.7%増加の1兆5,100億円を目指します。営業利益では、原材料の高騰による影響が昨年より拡大する見込みですが、ビール類の価格改定を含むグループ全体の増収効果に加えて、引き続き収益構造の改革に取り組むことで、同5.7%増加の920億円を目指します。そのう

えで、当期純利益では8期連続の最高益更新を達成したいと思っています。

Q どのようにして業績目標を達成しますか。

3つの重点取り組み課題を掲げ、グループ全体で取り組みます。

本年は「ブランドの育成・強化」「収益構造の改革」「飛躍的成長への投資」の3つを重点取り組み課題としてグループ経営を進めていきたいと考えています。

まずは、各事業において、ブランドを通じて、お客様のライフスタイルの変化に合わせた価値提案を

進めていきます。昨年、グループの研究開発体制を再編成しましたが、これによるグループシナジーの活用や、グループ外企業との協力関係も活かしながら、選ばれ続ける中核ブランドの育成と新たな価値提案を強化していきます。

また、収益構造の改革では、事業会社ごとの枠組みにとらわれず、グループ全体の視点で、調達・生産・物流・販売というサプライチェーントータルの見直しを進めます。これによって、環境変化に左右されない強固な収益構造を構築していきたいと思っています。

さらに、飛躍的成長への投資については、グループ各社の自立的成長に加えて、引き続き事業基盤の

強化につながる事業投資や戦略的提携を積極的に進めていきたいと思っています。特に、アサヒ飲料(株)の完全子会社化を進めた飲料事業については、重点的に経営資源を配分していきたいと考えています。

Q 株主の皆様へのメッセージをお願いします。

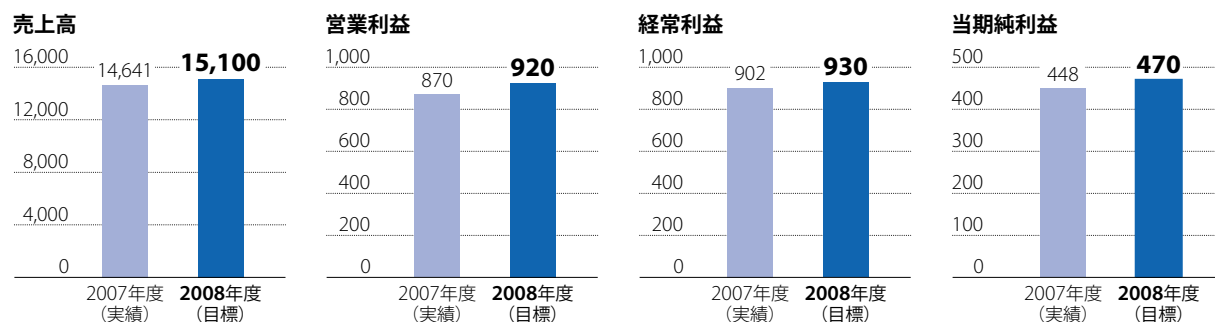
アサヒビールグループのDNAを発揮し、中期経営計画達成の地歩を固めます。

今後も原材料の高騰が見込まれるなど、経営を取り巻く環境はますます厳しさを増しています。しかしながら、こうした状況をネガティブに捉えるのではなく、グループ全体で健全な危機感として共有し、「挑戦・革新・創造」といったアサヒビールグループのDNAを発揮した取り組みを強化していきたいと思っています。

まずは、お客様に永続的に信頼されるブランドの育成・強化に取り組み、収益構造の改革を加速していくことで、中期経営計画の目標達成を目指していきたいと思っています。

株主の皆様には、今後とも一層のご支援をよろしくお願いいたします。

2008年度の業績目標 (億円)



高校生環境活動研修 「日本の環境を守る若武者育成塾」

学校、地域社会、NPO、そしてアサヒビール(株)。
それぞれの連携によって「環境教育」の新しいあり方を提案しています。

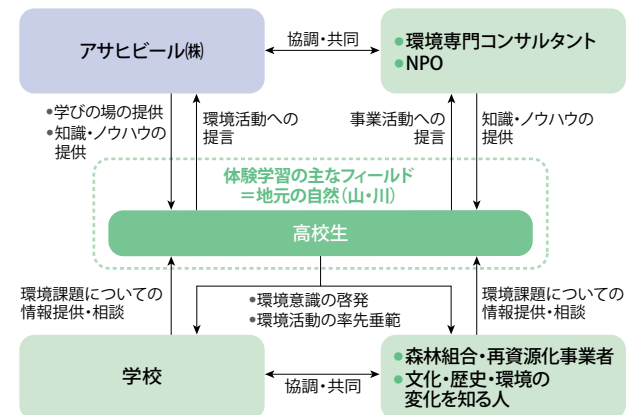


ワークショップ合宿1日目は、福島工場の製造工程のほか、排水処理設備や再資源化処理施設を参加者全員で見学

新しい事業領域の開拓、新商品の開発、社会貢献活動や環境保全活動——。アサヒビールグループは、日々新たな挑戦を続けています。このコーナーでは、さらなる事業の成長や社会の要請への対応を目指したさまざまな取り組みをご紹介します。第1回は、高校生が環境問題を学び実践する場を提供する「日本の環境を守る若武者育成塾」をご紹介します。

年間スケジュール

- 6月 エントリー締切
- 7月 論文締切
- 8月 ワークショップ合宿
- 9月 地元での活動
- 12月 最終発表会



写真左:2日目の午前は「森の体験学習」。地元森林組合の協力のもと、人の手が加わることによる森の機能の変化や森の現状、本来の森の姿を回復する手法を学ぶ

写真右:午後からは「川の体験学習」へ。川に生息する魚や水生植物を観察しながら、川の生態系の変化の原因を探る

次代を担う高校生に向けた環境活動研修

「若武者育成塾」は、高校生が環境問題を学び、自らの考えを実践することで、将来的に地域の環境問題を解決する力を身に付けてもらうことを目的とした環境活動研修です。一昨年に四国地域でスタートし、昨年は東北地域で開催。「ジュニアマイスター顕彰制度※」の資格検定の一つとして採用されており、本年からは新たにアサヒビール(株)の社員が高校生の主体的な学習の促進者として参加しています。

※ジュニアマイスター顕彰制度:専門的な資格・知識を持つ生徒の育成を目的とした顕彰制度

地域を巻き込んだ環境活動を展開

福島工場と猪苗代湖周辺で実施した合宿に参加した高校生グループは、同工場における環境活動の見学や地元森林組合の指導による森林学習などを体験。その後、地元に戻り、食用廃油からつくった燃料の活用や木炭を使った川の水質浄化など、身近な環境問題の解決に取り組みました。「若武者育成塾」に参加した高校生は、豊かな発想力と行動力で地域を巻き込んだ環境活動を実践し、年末にその成果を発表してくれました。アサヒビール(株)は、こうした学びの場の提供を通じて、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

参加した生徒さんの「声」

- 今まで企業の環境活動を知る機会はありませんでしたが、さまざまな工夫をしていることを知り驚きました。(高校1年生)
- 森と川で起こっている事態を知ることができて良かったです。地域の数だけ生態系があるというのも勉強になりました。(高校1年生)
- 他県の高校生や若武者の皆さんにアドバイスをいただき、すごく勉強になりました。(高校1年生)

関係者からのメッセージ

実践的な環境教育活動に 力を注いでいます。

社会環境推進部 高橋 透



若武者育成塾は、単なる環境教育イベントではなく、将来環境問題を解決していける人材を育成することを目的とした実践的なイベント・教育の場です。持続可能な社会の実現を導いていく次世代のリーダーとして、卒業生が全国各地で活躍することを期待しています。

逞しい若者の育成に 貢献していきます。

福島工場 総務部 丹治 洋一



自分の意見を堂々と主張でき、自らの意思で身近な環境問題の解決に取り組んでいる若者たち。5カ月間という短期間のうちに、どんどん成長していく若武者の姿を見て嬉しく思います。今後もさまざまな機会を通じて、逞しい若者の育成に貢献できればと考えています。

商品開発

新ジャンル
新発売 クリア アサヒ

アサヒ独自の醸造技術によって、“クリアな味”という新たな味覚領域を提案する新ジャンル“うまみだけ。雑味なし。”「クリア アサヒ」を新発売します。

ここがポイント！

- 😊 発泡酒に大麦由来のスピリッツを加える手法を採用
- 😊 “うまみがあって、雑味のない”クリアな味を実現
- 😊 「澄み切り二段発酵」で後味のよさを実現



2008年3月25日発売
缶350ml、缶500ml／
希望小売価格は設定していません。

開発担当者のメッセージ

お客様が求める理想の新ジャンルを開発

クリア アサヒは、“うまみだけ。雑味なし。”をコンセプトに、お客様が求める理想の新ジャンルを目指した商品です。これまで当社が培ってきた技術に磨きをかけた「澄み切り二段発酵」によって実現した、新ジャンルとは思えない、澄み切ったクリアな味をぜひお楽しみください。

マーケティング本部 商品開発第一部 梶浦 瑞穂



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。

ビール
新発売 アサヒ プレミアム生ビール 熟撰 缶入り

“大人が楽しむプレミアム生ビール”として発売以来、飲食店でご好評いただいている「アサヒ プレミアム生ビール 熟撰」の缶入り3品種を新発売しました。

ここがポイント！

- 😊 こだわりの素材と丁寧な仕込みを徹底
- 😊 深い味わいとほどよい濃さで、うまさ持続
- 😊 飲食店のプロに認められたプレミアムビール



2008年3月11日発売
缶250ml、缶350ml、缶500ml（他の容器容量もあります）／
希望小売価格は設定していません。

発泡酒
リニューアル アサヒ本生ドラフト

2001年の発売以来、多くのお客様に親しまれてきた本生ブランドの定番「アサヒ本生ドラフト」の味とパッケージデザインをリニューアルしました。

ここが新しい NEW！

- 😊 仕込み・発酵工程を改良し、“飲みごたえ”を強化
- 😊 副原料の配合比率の見直しと米の採用でコク感をさらにアップ
- 😊 パッケージのメインカラーとして元気感・高揚感のある「赤」を採用



2008年2月26日発売
缶350ml、缶500ml（他の容量もあります）／
希望小売価格は設定していません。

商品開発

新発売 低アルコール飲料
アサヒ ベジータ

カゴメ(株)との共同開発商品第2弾として21種類の野菜と4種類の果実を使用したカクテル「アサヒ ベジータ」を新発売。「アサヒ トマーテ」に続き、「野菜＋果実の低アルコール飲料」をご提案しています。

ここがポイント！

- 野菜汁と果汁をミックスし、今までにないオレンジテイストのお酒を実現
- さらさらとした飲み口で、味わい豊かに後味すっきり



2008年3月4日発売
缶335ml／187円

開発担当者のメッセージ

「アサヒ＆カゴメ」というブランドの定着へ

アサヒ & カゴメ 共同開発第1弾「トマーテ」は、おかげさまで発売約1カ月で年間予算24万実箱を達成し、年間では約50万実箱を販売することができました。このたび、第2弾として「ベジータ」を発売したことで、「トマーテ」で創出した、野菜を使用した低アルコール飲料市場をさらに拡大するとともに、「アサヒ＆カゴメ」というブランドを定着させていきたいと考えています。「トマーテ」同様、「ベジータ」もご愛飲願います。



アサヒビール(株)
マーケティング本部
商品開発第一部
小野 直人

原料の良さを活かした新商品開発を推進

原料の良さを活かした、多くの方に支持されるおいしい「野菜入りアルコール飲料」を目指しました。今回の共同開発商品「ベジータ」は、「トマーテ」同様、当社とアサヒビール(株)の技術をほどよくブレンドして誕生しました。風味、色といった原料の良さを十分活かし、かつどなたにも飲みやすいおいしい商品に仕上がりました。この商品が、「トマーテ」とともに、野菜を使用した低アルコール飲料という新たなカテゴリーの定番ブランドとして大きく育ってほしいと期待しています。



カゴメ(株)
事業開発室 課長
農学博士
中田 健吾

新発売 焼酎(焼酎甲類乙類混和)
芋焼酎かのか黒麹仕込み25度

日常の定番酒として手軽に楽しめるとご好評いただいている「かのか」シリーズから、新たに「芋焼酎かのか黒麹仕込み25度」を発売します。

ここがポイント！

- 原料に鹿児島県産黄金千貫を使用し、黒麹仕込みの原酒に甲類焼酎をブレンド
- ふくよかで味わい深い飲み口と華やかでキリッとした後味を両立
- 黒麹芋焼酎らしい素材感と品質感を訴求したデザイン



2008年4月15日発売
220ml ペットボトル／208円、900ml 紙パック／808円、
1,800ml 紙パック／1,503円

リニューアル ウイスキー
ブラックニッカ クリアブレンド&ウォーター
ブラックニッカ クリアブレンドハイボール

いずれも長くご評価をいただいている味わいはそのままに、中味の特長をわかりやすくお伝えできるよう、パッケージデザインをリニューアルしました。

クリアブレンド&ウォーター

“すっきりとした美味しさ”という中味の特長をわかりやすくお伝えするため、缶の中央に「爽やかな余韻が続く淡麗水割り」と表示しました。

2008年2月下旬より
順次切替予定
350ml缶／179円
(他の容量もあります)



クリアブレンドハイボール

“混じりけのない、純粋なハイボール”であることをしっかりとお伝えするため、缶の中央に「ハイボール」と大きく目立つように表示しました。

2008年2月下旬より
順次切替予定
250ml缶／147円

商品開発

アサヒ飲料(株)
清涼飲料水
リニューアル

アサヒ 十六茶

16種類の自然素材をブレンドしたおいしさ与健康感が特長の「アサヒ 十六茶」をリニューアルしました。十六種類の素材を「五穀」(ハトムギ、大麦、玄米、黒豆、ゴマ)、「八葉」(びわの葉、熊笹、アマチャヅル、桑の葉、昆布、柿の葉、杜仲茶、シソの葉)、「三漢」(ハブ茶、霊芝、ミカンの皮)に分類し、「五穀八葉三漢」として配合。飲みやすさ、無香料、ノンカフェイン設計はそのままに、味の厚みと甘みをアップしました。



2008年2月12日発売
PET500ml / 140円
(他の容器容量もあります)
この写真はPET490mlです。

アサヒ飲料(株)
ミネラルウォーター
リニューアル

アサヒ 富士山のバナジウム天然水

富士山麓の地下水脈から汲み上げた天然水で、ミネラル成分“バナジウム”を100mlあたり6.2μg含有した健康水「アサヒ 富士山のバナジウム天然水」のパッケージデザインをリニューアルしました。新しいパッケージは、富士山のイラストを大きくし、水色の配色や液面のイラストなどで「おいしくて健康的な水のイメージ」を訴求。店頭販売用のPET500ml容器には、独自開発の“富士山ボトル”を採用しました。



2008年3月4日発売
PET500ml / 115円
(他の容器容量もあります)

アサヒ飲料(株)
清涼飲料水
リニューアル

アサヒ ぎゅぎゅっとしみこむ コラーゲンウォーターPET350ml

水感覚で手軽にコラーゲンを摂取できる「アサヒ ぎゅぎゅっとしみこむコラーゲンウォーター」をリニューアルしました。1日分のコラーゲン2,000mg配合とノンシュガー・ノンカロリー設計はそのままに、体内でコラーゲンの生成をサポートするビタミンCを新配合。フレーバーはピーチ味とし、さらにスッキリとした味わいになりました。またパッケージは、ピーチ果実と英文字ロゴをスリムな容器に配し、スタイリッシュなデザインとしています。



2008年2月5日発売
PET350ml / 150円

アサヒフードアンドヘルスケア(株)
バランス栄養食
新発売

バランスアップ SOYクリスプ プレーン バランスアップ SOYクリスプ カカオ

不足しがちな栄養素を手軽に補給できるバランス栄養食「バランスアップ」シリーズから、大豆を使用した健康的な朝食向け新食感シリアルビスケットを新発売。ふわっと軽い食感の大豆パフと爽やかな柑橘類を混ぜ込んだ「プレーン」と、甘さ控えめでビターなチョコチップとココナッツを混ぜ込んだ「カカオ」の2品です。

牛乳をかけてもそのままでもおいしく食べられる“サクッ”と香ばしく焼き上げたひと口タイプ。1食分を1袋としており、持ち歩きにも便利な簡単朝食です。1袋あたり約150kcalで、ダイエット時の栄養補給にもおすすめです。



2008年3月3日発売
180g (30g×6袋)
NPP (想定価格341円)

アサヒフードアンドヘルスケア(株)
ダイエットサポート食品
新発売

スリムアップエイド 0kcalスイーツ

「スリムアップスリム」の姉妹ブランド「スリムアップエイド」から、新商品「0kcalスイーツ」を発売します。

カロリーが気になる方のための0kcalのカップゼリー。ぷるぷるのうおいジュレのなかに「キレイ成分」を閉じ込めたキューブゼリー入りで、2つのフレーバーと食感が一度に楽しめます。味は「グレープフルーツ & ピンクグレープフルーツ」と「グレープ & マスカット」の2種をご用意。充実のおいしさで食べ応えもあるのに、カロリーは“0”※。ダイエット中でも甘いものを食べたいという方には何よりうれしい商品です。

※ 栄養表示基準にもとづいています。



2008年4月7日発売
108g×4個 (2味×2個)
NPP (想定価格680円)

事業施策

「余市マイウイスキーづくり」
「宮城峡マイウイスキー塾」
を開催

ニッカウヰスキー(株)では、本年3月下旬～7月中旬にかけて、北海道の余市蒸溜所と宮城県の宮城峡蒸溜所でそれぞれ「余市マイウイスキーづくり」「宮城峡マイウイスキー塾」を開催しています。

このイベントは、参加される方々に蒸溜所で実際にウイスキーづくりを体験していただき、10年後に熟成したウイスキーをボトルングして贈呈するというもので、両蒸溜所で毎年開催しています。

アサヒビール(株)とニッカウヰスキー(株)では、こうしたイベントを通じて、ウイスキーの製造工程や商品へのご理解を深めていただくことで、ウイスキーファンの拡大とその売上の伸長に取り組んでいます。

ニッカウヰスキー(株)のホームページで参加者を募集しています。

URL <http://www.nikka.com/world/experience/index.html>



余市蒸溜所



宮城峡蒸溜所

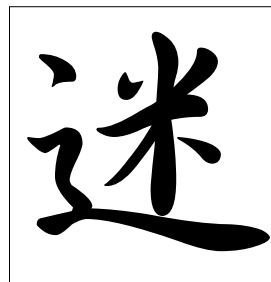
研究開発

「2008年を
漢字一文字で表すと」
調査を実施

アサヒビール(株)お客様生活文化研究所は、本年1月に「2008年を漢字一文字で表すと」と題し、日本の予測とアンケート対象者の目標・抱負についてインターネットによる意識調査を実施※しました。

その結果、日本の予測を表す漢字の1位は「迷」。昨年に噴出したさまざまな問題に対する不安や迷いを隠せないという声が多く寄せられました。2位・3位はそれぞれ「変」「乱」でした。一方で、北京オリンピックの開催を控え、ランキング圏外ながら「金」「輝」といった明るいイメージの漢字も寄せられました。また、目標・抱負を表す漢字で最も回答が多かったのは、「健」でした。

※ 対象者は全国の20歳以上の男女、有効回答数は1,205人でした。



本年の日本の予測

1位	迷	5.8%
2位	変	5.1%
3位	乱	4.7%
4位	苦	3.5%
5位	真	2.9%

社会貢献

「第4回
未成年者飲酒予防基金」
助成先を募集

アサヒビール(株)では、未成年者の飲酒予防のための社会活動・研究活動を主宰・実施している団体・個人を対象に、「未成年者飲酒予防基金」を通じて助成金を拠出しています。本年1月10日～3月10日にかけて、4回目となる助成先を公募しました。

この基金は、アルコール飲料を製造・販売している企業グループとしての社会的責任(CSR)を果たすために設立したもので、昨年は未成年者による飲酒問題の長期追跡調査を行っている医療機関など計10団体を助成しました。

アサヒビール(株)は、こうした適正飲酒を啓発する活動を通じて、健康で豊かな社会の実現に貢献していきます。



写真は昨年の基金授与式の様子

環境保全

「エコプロダクツ2007」
に出展

アサヒビールグループでは、昨年12月13日～15日に東京・有明の東京ビックサイトで開催された日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2007」に出展しました。

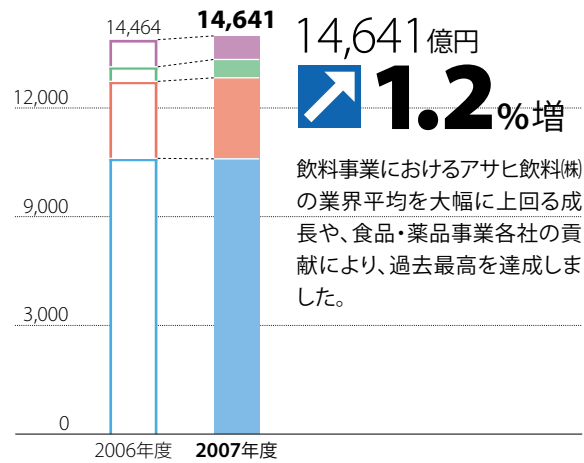
出展のメインテーマは「地球温暖化問題への対応」。アサヒビール(株)の社有林「アサヒの森」をイメージした展示ブースで、環境保全活動に対する基本理念をはじめ、森林保全や自然エネルギーの活用、廃棄物の削減、地球環境に配慮した商品の開発といったさまざまな環境活動を紹介しました。

アサヒビールグループでは、これからも貴重な地球環境を次代に残していくために、環境保全活動を積極的に展開していきます。

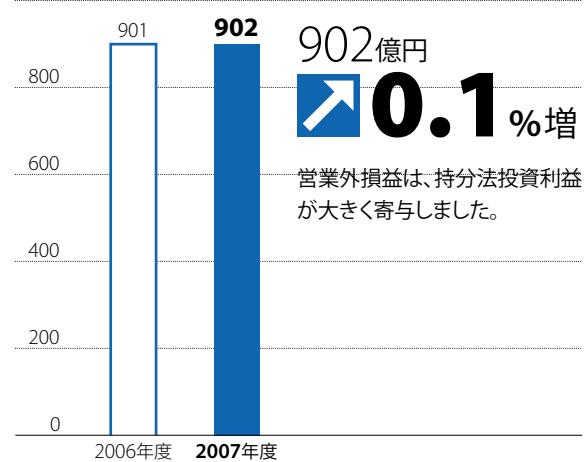


財務ハイライト

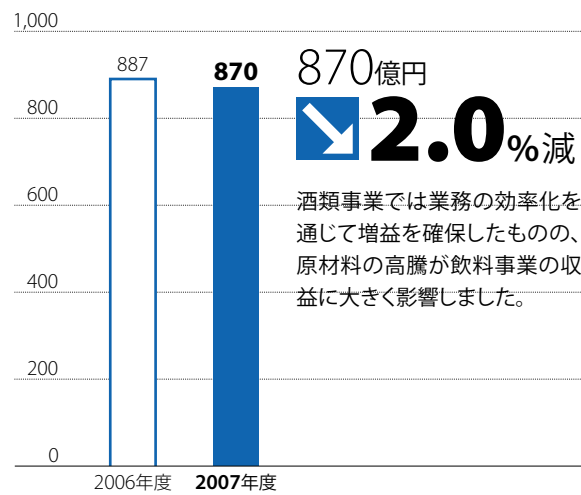
売上高 (億円) ■酒類事業 ■飲料事業 ■食品・薬品事業 ■その他事業



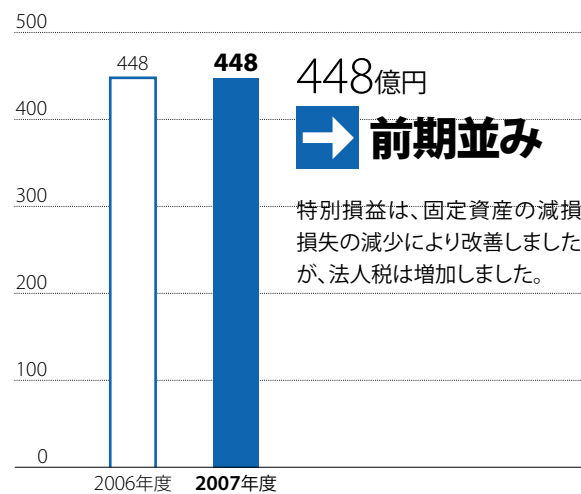
経常利益 (億円)



営業利益 (億円)



当期純利益 (億円)



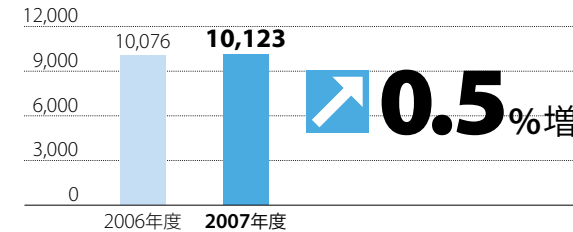
P22-23に連結財務諸表を掲載しています。

セグメント情報

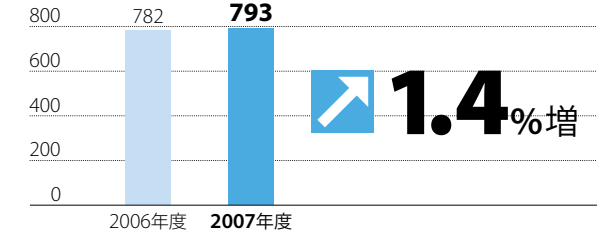
酒 類 事 業

主な事業会社:アサヒビール(株)

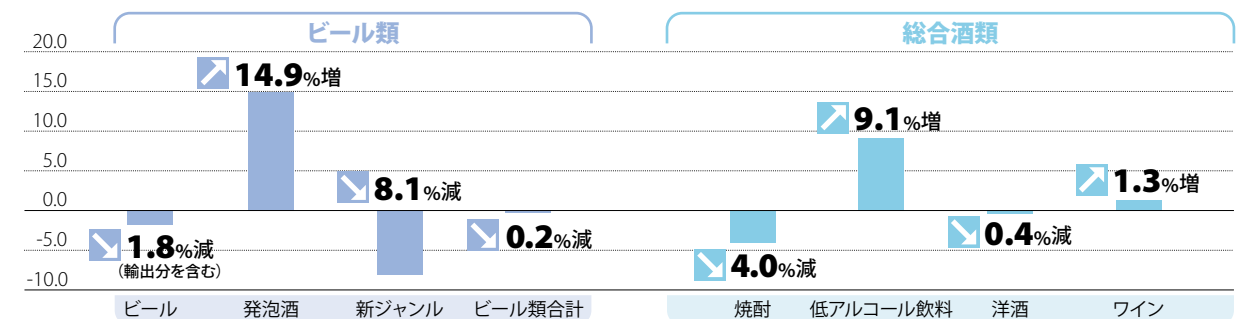
売上高 (億円)



営業利益 (億円)



カテゴリー別前期比較 (売上高で算出) (%)

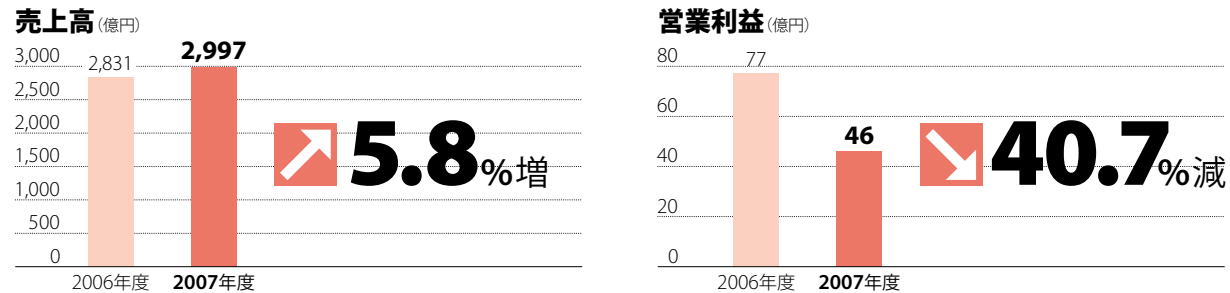


- ビール** ……「スーパードライ」のトータルマーケティング活動によって、夏場以降は缶商品を中心として好調に推移し、19年連続で1億箱を超える年間販売数量を達成しましたが、全体では減少となりました。
- 発泡酒** ……「本生」ブランドの強化を図るとともに、「スタイルフリー」の発売によって、発泡酒市場のニーズの多様化に対応した商品ラインアップを構築しました。
- 新ジャンル** ……「極旨」のリニューアルや「あじわい」の発売で売上拡大に取り組みましたが、減少となりました。

- 焼酎** ……「かのか」が14年連続2桁増、「さつま司」が前年比約3割増と伸びましたが、甲類市場のマイナストレンドをカバーするには至りませんでした。
- 低アルコール飲料** ……「カクテルパートナー」「旬果搾り」の拡販を進めるとともに、「トマーテ」などの新商品を投入しました。
- 洋酒** ……リニューアルした「ブラックニッカ クリアブレンド」の前年を上回る堅調な伸びに加え、新商品の効果などで市場トレンドを上回ったものの、全体では微減となりました。
- ワイン** ……「サントネージュ」ブランドの強化とともに、「パロン・フィリップ」などの重点ブランドを中心に拡販を展開し、増加となりました。

飲料事業

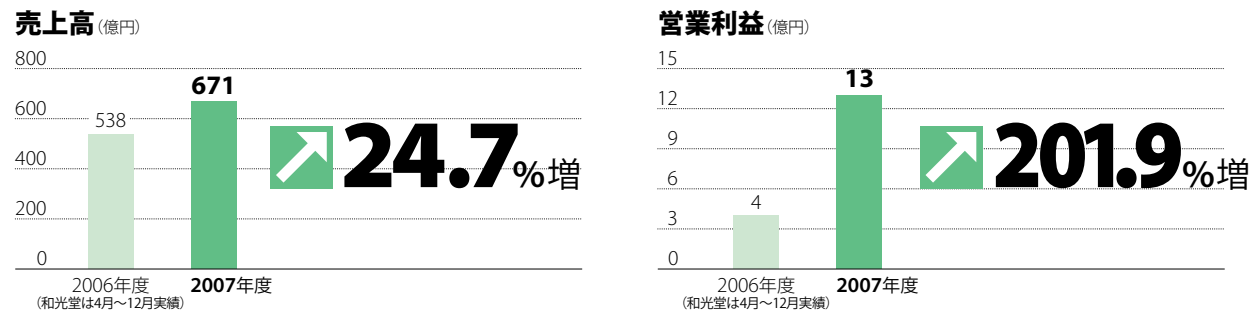
主な事業会社：アサヒ飲料(株)、(株)エルビー（本社 埼玉県蓮田市）、(株)エルビー（本社 愛知県東海市）



- アサヒ飲料(株).....「ワンダ」「三ツ矢」「十六茶」に経営資源を集中し、各ブランドの磐石化に取り組んだことで、売上高は業界平均を上回って伸長しました。しかし、利益面では原材料の高騰などで減益となりました。
- (株)エルビー（2社）.....グループ内での統合・販売チャネルの拡大を図り、取扱間口数を拡大する一方、グループ内シナジーを追求して「朝の1食 野菜ヨーグルト」を発売し、売上高が伸長しました。

食品・薬品事業

主な事業会社：アサヒフードアンドヘルスケア(株)、和光堂(株)



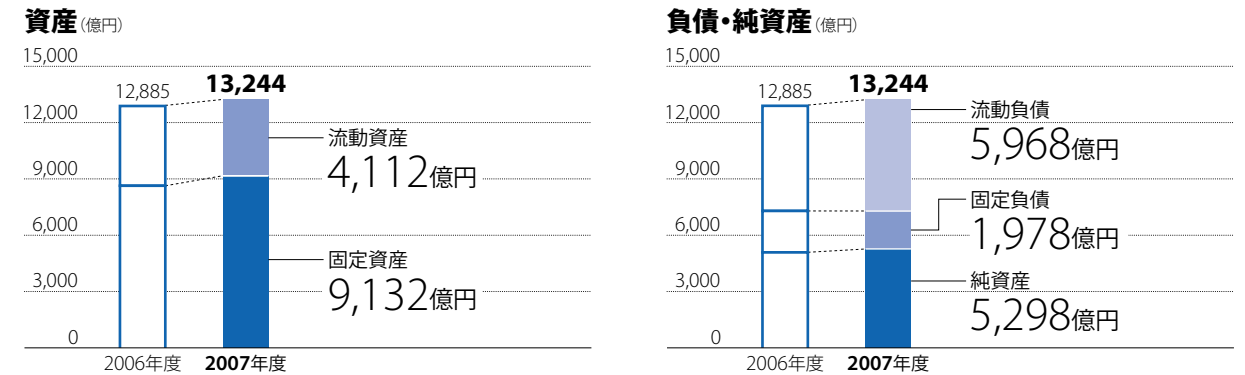
- アサヒフードアンドヘルスケア(株).....「ミンティア」「バランスアップ」「スリムアップスリム」に加え、サプリメントの新ブランド「ディアナチュラ」を発売するなど、新商品の発売や販路拡大に取り組み、売上・利益ともに順調に拡大しました。
- 和光堂(株).....「栄養マルシェ」「牛乳屋さんの珈琲」をリニューアルするなど、ブランドの強化を図るとともに、販促費などの効果的な運用や業務の効率化などを行い、利益が拡大しました。

その他事業

売上高 851億円 ▼16.5%減 営業利益 17億円 ▼20.7%減

主に卸売事業の再編などにより、売上・利益とも減少しました。

財政状態



現預金や有価証券などの減少により流動資産が減少した一方で、アサヒ飲料(株)の株式公開買付に伴うのれん代や、カゴメ(株)との資本提携に伴う投資有価証券の増加により、前期比35,890百万円の増加となりました。

負債は、アサヒ飲料(株)の株式公開買付に伴う金融債務などにより、前期比15,883百万円の増加となりました。純資産は、利益剰余金が増加した一方で、アサヒ飲料(株)の持分比率の増加に伴い少数株主持分が減少したことにより、前期比20,007百万円の増加となりました。

キャッシュフローの状況

営業活動によるキャッシュフロー

696億円
▼362億69百万円減

法人税等の支払額が大きく増加したことなどにより、収入が減少しました。

投資活動によるキャッシュフロー

-1,178億円
▼355億79百万円増

アサヒ飲料(株)株式の公開買付やカゴメ(株)との資本提携などに支出しました。

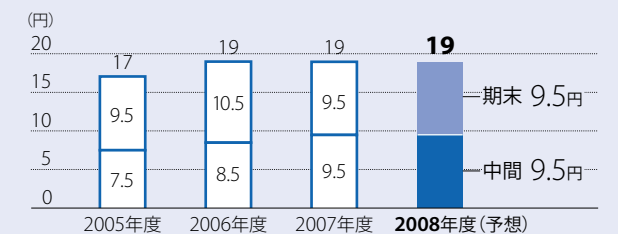
財務活動によるキャッシュフロー

361億円
▲583億72百万円増

金融債務が増加したことなどにより、収入が増加しました。

配当金について

期末配当は、1株あたり9円50銭を予定しており、中間配当の9円50銭と合わせて年間19円の普通配当を実施します。継続的かつ安定的な配当を基本としつつ、連結配当性向20%以上を目処に増配を目指します。



連結貸借対照表 (12月31日現在)

科 目	期 別	2007年度	2006年度
資産の部			
流動資産		411,211	428,951
現金及び預金		11,627	15,873
受取手形及び売掛金		278,238	278,139
棚卸資産		90,436	92,344
繰延税金資産		6,930	9,688
その他		30,544	42,005
貸倒引当金		△ 6,576	△ 9,099
固定資産		913,179	859,549
有形固定資産		622,718	635,017
建物及び構築物		205,995	209,926
機械装置及び運搬具		184,888	182,438
工具器具備品		47,626	49,124
土地		180,760	185,101
建設仮勘定		3,447	8,426
無形固定資産		81,022	46,386
連結調整勘定		—	32,635
のれん		65,325	—
その他		15,696	13,751
投資その他の資産		209,438	178,145
投資有価証券		158,037	126,796
繰延税金資産		18,983	19,857
その他		39,571	39,675
貸倒引当金		△ 7,154	△ 8,183
資産合計		1,324,391	1,288,501

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しています。

(単位:百万円)

科 目	期 別	2007年度	2006年度
負債の部			
流動負債		596,796	560,918
支払手形及び買掛金		100,720	106,592
短期借入金		140,980	102,658
1年以内償還社債		10,000	40,000
未払酒税		134,358	132,523
預り金		25,662	37,627
コマーシャルペーパー		52,000	3,000
その他		133,075	138,516
固定負債		197,813	217,807
社債		70,000	55,000
長期借入金		59,477	89,443
退職給付引当金		23,819	26,973
繰延税金負債		5,018	5,166
その他		39,497	41,224
負債合計		794,609	778,726
純資産の部			
株主資本		497,195	458,418
資本金		182,531	182,531
資本剰余金		151,259	150,504
利益剰余金		178,079	142,329
自己株式		△ 14,674	△ 16,946
評価・換算差額等		17,471	18,289
その他有価証券評価差額		13,037	14,563
繰延ヘッジ損益		△ 43	△ 28
為替換算調整勘定		4,477	3,753
少数株主持分		15,115	33,067
純資産合計		529,782	509,774
負債・純資産合計		1,324,391	1,288,501

連結損益計算書 (1月1日～12月31日)

科 目	期 別	2007年度	2006年度
売上高		1,464,071	1,446,385
売上原価		961,181	950,144
売上総利益		502,890	496,241
販売費及び一般管理費		415,934	407,528
営業利益		86,955	88,713
営業外収益		13,718	9,565
受取利息及び配当金		2,048	1,533
持分法による投資利益		9,010	6,367
その他		2,659	1,664
営業外費用		10,457	8,168
支払利息		5,020	4,407
その他		5,436	3,761
経常利益		90,217	90,109
特別利益		2,432	3,894
固定資産売却益		1,248	2,028
その他		1,184	1,865
特別損失		10,908	12,838
固定資産売却・除却損		6,689	6,121
その他		4,218	6,717
税金等調整前当期純利益		81,741	81,165
法人税、住民税及び事業税		36,770	35,324
少数株主利益		173	1,065
当期純利益		44,797	44,775

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しています。

URL 財務諸表をはじめとする決算情報はホームページでも開示しています。 <http://www.asahibeer.co.jp/ir/>

連結キャッシュフロー計算書 (1月1日～12月31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		81,741	81,165
減価償却費		45,250	48,792
退職給与引当金の増減額		△ 3,908	△ 3,322
貸倒引当金の増減額		△ 3,480	△ 2,800
固定資産売却除却損		6,689	6,121
未払酒税の増減額		1,833	△ 621
その他		△ 13,310	△ 9,211
小計		114,814	120,122
利息及び配当金の受取額		6,478	4,284
利息の支払額		△ 5,200	△ 4,439
法人税等の支払額		△ 46,519	△ 14,125
営業活動によるキャッシュフロー		69,573	105,842
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		△ 35,434	△ 33,299
投資有価証券の取得による支出		△ 28,648	△ 7,258
連結範囲の変更を伴う 子会社株式取得による支出		—	△ 39,270
子会社株式の取得による支出		△ 52,090	—
その他		△ 1,653	△ 2,420
投資活動によるキャッシュフロー		△ 117,828	△ 82,249
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		66,104	21,142
長期借入金の増減額		△ 6,563	1,132
社債の発行による収入		25,000	25,000
社債の償還による支出		△ 40,000	△ 50,000
自己株式の取得による支出		△ 230	△ 13,067
配当金の支払額		△ 9,428	△ 8,607
その他		1,243	2,153
財務活動によるキャッシュフロー		36,126	△ 22,246
Ⅳ 現金及び現金同等物に係る換算差額		△ 182	224
Ⅴ 現金及び現金同等物の増減額		△ 12,311	1,571
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		11,741	23,778

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しています。

アサヒビール工場のご案内

“できたてのうまいビール”が楽しめる全国の工場をご紹介するこのコーナーも最終回となりました。
今回は、地球・地域・人との調和を考えた「環境創造工場」——神奈川工場をご紹介します。



アサヒビール神奈川工場

神奈川工場ご案内係の和田が、
工場の見どころをご紹介します！



CO₂の排出量を削減するため風力発電で得られた電力を使ってビールを製造するなど、環境保全に積極的に取り組んでいる神奈川工場。見学コースでビールの製造工程をご紹介したあとは、もちろんできたてのビールをお楽しみいただけます。ぜひ、神奈川工場へ足を運んでください！

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。

アサヒビール神奈川工場ご案内係
神奈川県南足柄市怒田1223
TEL. 0465-72-6270
FAX. 0465-72-6271

アクセス

●電車の場合

- ・「小田原駅」から伊豆箱根鉄道・大雄山線「大雄山駅」下車、路線バス約10分
- ・小田急線「新松田駅」下車、路線バス約20分
- ・小田急線「新松田駅」「開成駅」またはJR御殿場線「松田駅」「山北駅」下車、タクシー約15分

●車の場合

- ・東名高速「大井松田I.C.」から約15分
- ・小田原厚木道路「小田原東I.C.」から約35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。
- 予約状況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、衛生管理上ペ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。その際は映像にて稼動時の様子ををご紹介します。予めご了承ください。

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。



仕込室

大きな釜のなかで原料を煮込む、
ビールの元となる麦汁（ばくじゅ）
づくりの工程をご紹介します。



エコ・フォレスト

さまざまな環境保全の取り組みを
ご紹介しています。お子様が触っ
て、動かして、環境について学べる
楽しい展示物もご用意しています。



発酵・熟成工程

実物のタンクのほかに、模型などを
使って発酵や熟成をわかりやすく
ご説明します。



アサヒビール園 神奈川・足柄店

足柄名産の蒲鉾や梅干し、北海道
の幸を使った「備長炭の炙り焼き」
など、豊富なメニューをご堪能い
ただけます。詳しくは、お電話でお問
い合わせください。(0465-70-5251)

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
名古屋工場	TEL. 052-792-8966
吹田工場	TEL. 06-6388-1943
四国工場	TEL. 0897-53-7770
西宮工場	TEL. 0798-36-9595
博多工場	TEL. 092-431-2701

アサヒ サポーターひろば

「アサヒ サポーターひろば」は、キャンペーン情報やアンケートの集計結果など、
さまざまな情報をご紹介しますコーナーです。

アサヒビールイメージガールに 吉村美樹さんを選出

アサヒビール(株)の企業メッセージや商品の魅力を
ピーアールするイメージガールに、スポーツが大好きな
健康美人・吉村美樹さんを選出しました。

本年1月から酒販店店頭や飲食店で使用するポスター
に登場するなど、さまざまな商品を積極的にピーアール
していきます。皆様の応援をよろしくお願いします。



編集後記

本年最初の「アサヒスーパーレポート」はいかがでしたでしょうか？
今号より従来からの事業報告や新商品紹介、キャンペーン情報に加え、株主の皆様へ私たちの活動をより生き生きとご紹介していくため
「アサヒビールの『挑戦』」と題した新たなシリーズ特集をスタートしました。次号も、どうぞご期待ください。

キャンペーン情報

総計4万名様に抽選で当たる!! かのか発売15周年キャンペーン

応募締切日：第1回締切 2008年4月28日(月)
第2回締切 2008年6月30日(月)

※ いずれも当日消印有効



🎁 クイズに答えて抽選で!合計3万名様に当たる! 「選べるかのかモニター」キャンペーン

応募方法 店頭の応募ハガキに必要事項をご記入のうえ、
ご応募ください。

賞品 むぎ焼酎かのか／こめ焼酎かのか／いも焼酎
かのか (いずれも25度900ml紙パック) のうち
1本と、「かのかオリジナルグラス」2個のセット
…抽選で合計30,000名様

🎁 かのかを買って抽選で!合計1万名様に当たる! 「焼酎かのか 感謝のおくりもの」キャンペーン

応募方法 対象商品に付いている応募シールに必要事項
をご記入のうえ、専用応募ハガキまたは郵便
ハガキに貼ってご応募ください。
(応募シールが付いていない商品はキャンペーン対象
外です)

賞品 米沢牛／明太子／純米粕漬／黒銀彩酒器セット
…抽選で合計1,000名様

Wチャンス 「3つのかのか」が味わえる飲み比べセット
…抽選で合計9,000名様

お問い合わせ先：キャンペーン事務局 ☎ 0120-616-609

会社概要

(2007年12月31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 3,725名

※ 従業員数は就業人員であり、当社への出向者(216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)

役員 (2008年3月27日現在)

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 …………… 高橋 正哲
専務執行役員
常務取締役 兼 …………… 大澤 正彦 泉谷 直木 本山 和夫
常務執行役員 …………… 小路 明善 岩上 伸
取締役 兼 執行役員 …… 唐澤 範行
社外取締役 …………… 山口 信夫 坂東 真理子
常勤監査役 …………… 後藤 義弘 西野 伊史
社外監査役 …………… 櫻井 孝頼 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 吉岡 信一 二宮 裕次
…………… 松延 章 高橋 成公

執行役員 …………… 山崎 史雄 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 長尾 俊彦
…………… 森江 直樹 内藤 規夫 金谷 高義
…………… 森 俊夫 竹本 秀明 津村 昭二
…………… 丸山 高見 古田土 俊男
…………… 高橋 勝俊 平野 伸一

株式の状況

(2007年12月31日現在)

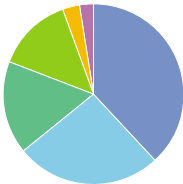
発行済株式総数 483,585,862株
当期末株主数 115,588名(前期末比1,745名増)

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)	28,879	6.0
日本トラस्टィ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	18,968	3.9
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	9,028	1.9
住友信託銀行株式会社	8,126	1.7
住友生命保険相互会社	7,090	1.5
ステートストリートバンクアンドトラストカンパニー-505103	7,023	1.5
株式会社みずほコーポレート銀行	6,944	1.4
合計	139,648	28.9

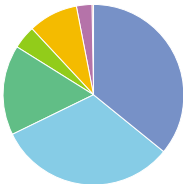
※ 当社は自己株式を11,124千株保有していますが、上記の大株主からは除外しています。

所有者別株式分布



金融機関	185,113千株	38.3%
外国法人等	126,563千株	26.2%
その他の法人	79,737千株	16.5%
個人・その他	66,236千株	13.7%
証券会社	14,810千株	3.1%
自己名義株式	11,124千株	2.3%
政府・地方公共団体	1千株	0.0%

所有株式数別株式分布



500万株以上	173,577千株	35.9%
100万株以上	155,407千株	32.1%
10万株以上	76,882千株	15.9%
1万株以上	20,871千株	4.3%
1千株以上	43,386千株	9.0%
1百株以上	12,908千株	2.7%
1百株未満	552千株	0.1%

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
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
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

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



目次

ごあいさつ..... 2

アサヒ ダイアリー2007..... 3

社長インタビュー..... 4

特集：アサヒビールの「挑戦」Vol. 1..... 8

アサヒ ニュースクリップ..... 10

連結業績のご報告..... 18

連結財務諸表..... 22

アサヒビール工場のご案内..... 24

アサヒ サポーターひろば..... 25

会社概要／株式の状況..... 26

株主メモ..... 27

アサヒビール株式会社

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

お客様相談室 ☎0120-011-121

株券の電子化について

2009年1月※に予定されている株券電子化が実施されると、上場会社の株券は無効となります。

株券をお手元(ご自宅、貸金庫など)にお持ちの株主の皆様は手続きが必要となる場合がございますので、以下の内容をご確認いただきま
すよう、お願い申し上げます。

※ 正式には政令により実施日が決定します。

「他人名義」の株券をお手元にお持ちの場合

早急に名義書換のお手続きが必要です。

そのままにしておくと株券電子化後に株主の権利を失う可能性
があります。

お早めにご本人名義への名義書換をお願いいたします。

お手続き方法は、証券会社またはP27記載の株主名簿管理人
(住友信託銀行)にお問い合わせください。

「ご本人名義」の株券をお手元にお持ちの場合

株券電子化後も株主の権利は自動的に確保されます。
ただし、株式を売買するには別途お手続きが必要となりますので、
お早めにお手元の株券を証券会社の口座へ移管される
ことをお勧めいたします。
お手続き方法は、証券会社にお問い合わせください。

株券電子化直前は、証券会社・株主名簿管理人などの窓口が混雑する
ことが予想されますので、お早めにお手続きください。

詳細は同封のリーフレットをご確認ください。

配当金の口座振込について

- 配当金の受け取りには、安全かつ確実にお受け取りいただける銀行
口座振込をお勧めいたします。
- 配当金の銀行口座振込は、ゆうちょ銀行口座でも可能です。



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。♻



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。