

目次

ごあいさつ	2
3カ月の取り組み	3
社長インタビュー	4
特集：アサヒビールの「挑戦」Vol.3	8
アサヒ ニュースクリップ	10
連結業績のご報告	16
会社概要／株式の状況	22
株主メモ	23

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。♻️



ミックス品
FSC認証林及び管理された
森林からの製造グループです
www.fsc.org Cert no. SA-COC-001196
© 1996 Forest Stewardship Council



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。

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お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で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P23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、株式を売買する際にお手続きが煩雑になりますので、
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、安全かつ確実に受け取りいただける銀行
口座振込をお勧めいたします。お手続きの方法、および用紙（配当
金振込指示書）のご請求は、P23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。

● 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。



Asahi SUPER REPORT

アサヒ
スーパーレポート
2008
秋号

私たちの“今”をお伝えします。

株主・投資家の皆様へ
第85期中間期
のご報告

2008年1月1日～2008年6月30日

特集

アサヒビールの「挑戦」Vol.3 「適正飲酒啓発活動」



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”を事業ドメインとして、アジア地域を中心に、お客様へ生涯を通じて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」という長期グループビジョンを掲げ、さらなる成長を目指し、日々、グループ一丸となって取り組んでおります。

酒類事業においては、昨年発売しました糖質0^{ゼロ}※発泡酒の「アサヒスタイルフリー」、本年3月に発売した新ジャンルの「クリアアサヒ」がお客様からのご支持を拡大し、順調に売上を伸ばしており、「アサヒスーパードライ」とともに、更なるブランド力の向上に向けて取り組んでいきたいと思ひます。

他の事業においても、カルピス(株)と自動販売機事業の統合による販売数量拡大や、天野実業(株)との資本・業務提携による食品・薬品事業の拡大など、着実にグループとしての成長基盤を強化しております。

アサヒビールグループを取り巻く経営環境は、原材料価格が想定以上に高騰するなど、厳しさを増しておりますが、経営が強いリーダーシップを発揮し、グループ事業の飛躍的な成長に向け、既存事業の自立的な成長と収益性の強化を進めてまいります。

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。

2008年9月

※ 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。

3カ月の取り組み

4月

April

1日 「アサヒカクテルパートナーオフスタイル」3種新発売

15日 「チューハイ ハイリキ9^{ナイン}」新発売 1

15日 「芋焼酎かのか 黒麹仕込み25度」新発売

16日 「シングルモルト余市1987」、
“ワールド・ベスト・シングルモルトウイスキー”に認定 >> P14で詳しく



1

5月

May

13日 「アサヒ旬果搾り 夏限定缶」2種新発売 2

13日 「アサヒカクテルパートナー」3種新発売 3

20日 「アサヒ旬果搾り 爽感」1種新発売

27日 「アサヒ旬果搾り プレミアムセレクション」1種新発売

下旬 「アサヒスタイルフリー」「アサヒ本生アクアブルー」4
クオリティアップ (5月下旬製造分から順次切り替え)



2



3



4

6月

June

3日 「アサヒ ベジッシュ」新発売

10日 「アサヒ オリオンドラフト 沖縄デザイン缶」新発売 (期間限定) 5

17日 「アサヒカクテルパートナー 夏限定缶」2種新発売 6

24日 天野実業(株)と資本・業務提携を発表 >> P14で詳しく

24日 「アサヒカクテルパートナー プレミアム」2種新発売 7



5



6



7

“リーディングブランド”の育成に経営資源を集中するとともに さらなるコスト削減を進め、連結業績の向上を目指します。



アサヒビール株式会社 代表取締役社長 荻田 伍

Q はじめに中間決算の概要を説明してください。

**原材料価格の高騰と競争激化という
逆風のなか、増益を達成しました。**

当中間期の連結決算は、アサヒ飲料(株)やアサヒフードアンドヘルスケア(株)を中心に飲料事業と食品・薬品事業で増収を達成しましたが、ビール類(ビール・発泡酒・新ジャンル)の価格改定などによる販売

数量の減少に伴ってアサヒビール(株)が減収となったことなどから、売上高は前年同期比1%減少の6,661億円となりました。

営業利益は、想定以上の原材料価格の高騰や競争激化などによって飲料事業と国際事業で減益となりましたが、ビール類の価格改定に加えて、広告販促費をはじめとする固定費の効率化を推し進めた酒類

事業の増益によって、同33%増加の307億円となり、年初の計画を上回ることができました。

また経常利益は、金融収支が悪化したものの、中国の持分法適用会社である康師傅飲品^{カンシーフ}控股有限公司の業績が、昨年に引き続き好調に推移していることなどから、同28.1%増加の341億円となりました。

中間純利益は、特別損益が21億円改善したことなどによって、同37.2%増加の189億円となりました。

Q 通期の業績見込みはいかがでしょうか。

収益向上に引き続き取り組み、8期連続の過去最高益達成を目指します。

当中間期の結果を受けて、本年8月1日に通期の業

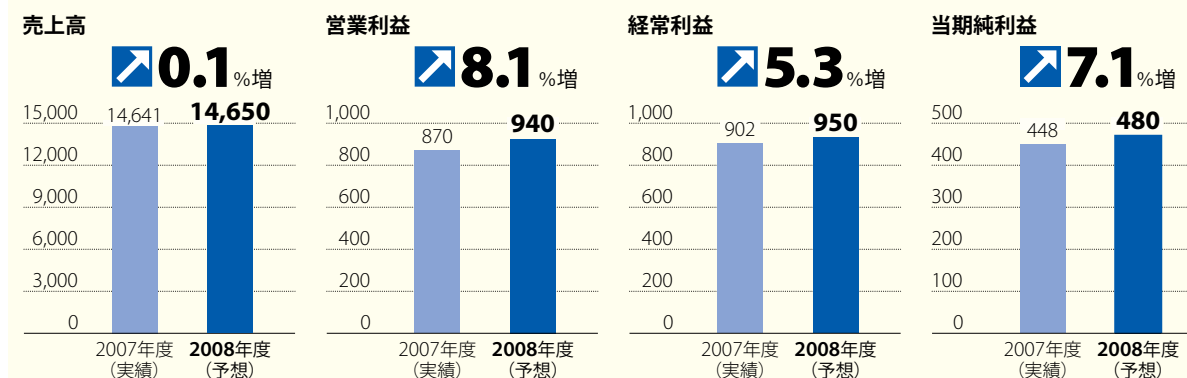
績計画を上方修正しました。

売上高については、酒類事業に加えて、流通子会社の売却による減収などを見込んでいますが、飲料事業、食品・薬品事業の増収分で吸収して、全体では前期比9億円増加の14,650億円を計画しています。

営業利益は、飲料事業は減益となりますが、広告販促費を中心とした固定費の効率化によって酒類事業で増益を見込んでおり、同8.1%増加の940億円を計画しています。

これによって、経常利益は同5.3%増加の950億円、当期純利益は同7.1%増加の480億円を見込んでおり、8期連続の過去最高益達成を目指しています。

2008年度の業績予想(億円)



本年8月1日に発表した業績見通しにもとづく数値です。

Q では、今後の戦略をお伺いしたいのですが、まずビール類の販売状況を説明してください。

業界各社の価格改定の影響で、ビール類市場は低調に推移しました。

当社は、原材料価格の高騰に伴って、本年3月1日からビール類商品の価格改定を実施しました。業界各社も価格改定を実施して、ビール類全体を見ると上半期の市場動向（課税数量）は4.2%減少しました。

こうした状況のなか、当社のビールカテゴリーは、「アサヒ スーパードライ」のブランド強化に向けた取り組みなどによって、シェアを約50%にまで高めることができました。

発泡酒カテゴリーでは、“糖質0^{ゼロ}※1”という明確なコンセプトを訴求して昨年3月に発売した「アサヒ スタイルフリー」が前年同期比63%増加と順調に推移していますが、市場全体の低迷もあって、発泡酒全体では減少



しました。また、新ジャンルカテゴリーでは、3月に発売した「クリア アサヒ」が好調に推移して、年間販売目標を1,000万箱※2から1,300万箱に上方修正しました。これによって、新ジャンルカテゴリーは同16%増加と業界平均を大きく上回る結果を出すことができました。

※1 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。

※2 1箱：大びん633ml×20本

Q そのような状況にどう取り組みますか。

主力ブランドに資源配分を集中させ、各カテゴリーで存在感の向上を図ります。

今後も、各カテゴリーでの“リーディングブランドの育成”に経営資源を集中していきたいと考えています。

まず、ビールカテゴリーでは、「アサヒ スーパードライ」のブランド価値向上を目指した取り組みをさらに強化することで、トップブランドへの集約化が進むビール市場で、より多くのお客様のご支持を獲得していきたいと考えています。また、発泡酒カテゴリーでは、「アサヒ スタイルフリー」を、市場規模が拡大している糖質オフの発泡酒市場でのリーディングブランドに育成していきたいと思います。加えて、本年10月21日にはビール類をご愛飲いただいている20代のお客様向けに「アサヒ ジンジャーラフト」（詳細はP10をご参照ください）という新たな味わいや飲用価値を持った新商品を発売して、ビール類市場全体の活性化につなげていきたいと考えています。新ジャンルカテゴ

リーにおいては、「クリア アサヒ」を新ジャンル市場でのリーディングブランドに育成していくために、今後も店頭でのサンプリング活動などを通じてお客様の開拓をさらに強化していきます。

Q グループ内連携やグループ外企業との取り組みの進捗を聞かせてください。

生産・物流の合理化、新商品開発、販売拡大など、成果が着実に生まれています。

グループ内の取り組みとしては、昨年、最適な生産・物流体制の構築を目指して、当社茨城工場に清涼飲料水と低アルコール飲料の製造・物流機能を統合しました。また、本年は、同工場において清涼飲料のPETボトルの内製化や自社生産比率向上のための設備増設を実施しました。こうした取り組みによるコストダウンで、アサヒ飲料(株)は当中間期、原材料価格の高騰によるコストアップを吸収することができました。

一方、グループ外企業との取り組みについては、本年6月にフリーズドライ食品で国内トップレベルの技術力と製造規模を有している天野実業(株)との資本・業務提携を行いました（詳細はP14をご参照ください）。今後は、当社グループの食品事業各社と幅広く協業することで、乾燥食品事業分野での圧倒的なトップグループを形成して、事業規模の拡大を目指していきます。

また、昨年2月に業務・資本提携したカゴメ(株)とは、両社グループの事業領域全般、またサプライ

チェーン※全般での相乗効果の創出に取り組んでいます。その一環として、本年8月26日には、共同開発商品の第4弾となった「アサヒ ベジツシュ 紫」（詳細はP10をご参照ください）を発売しました。

さらに、昨年12月に実施したカルピス(株)との自動販売機事業の統合によって、グループの自動販売機保有台数が22万台に増加しました。このスケールメリットを活かして、缶コーヒーの「ワンダ」ブランドの販売数量が21%増加するなど、相乗効果の発揮を目指した取り組みが成果を上げています。

今後もグループ内外での取り組みを継続して、着実な成果を出すことによって、グループ全体のさらなる成長につなげていきたいと思います。

※ サプライチェーン：調達・生産・物流・販売までを一つの連続したシステムとして捉えること

Q 最後に株主の皆様にご挨拶をお願いします。

グループ一丸となってさらなる成長を目指し、株主の皆様のご期待にお応えし続けます。

昨年来、想定以上に原材料価格が高騰するなど、グループを取り巻く経営環境は厳しさを増しています。しかし、こうした環境にあっても、株主の皆様のご期待にお応えし続けられるよう、私たち役員を筆頭にグループ一丸となって、さらなる成長と効率化を目指して取り組んでいきます。

株主の皆様には、今後も引き続きご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

「適正飲酒啓発活動」

お酒との正しい付き合い方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ます。

特集「アサヒビールの『挑戦』」の第3回は、総合酒類メーカーの社会的責任として取り組んでいる「適正飲酒啓発活動」についてご紹介します。

適正飲酒啓発のための基本方針を定め、さまざまな活動を積極的に推進

古くから世界各地でさまざまな種類のお酒がつくられてきたように、お酒は私たちの暮らしに喜びと潤いをもたらしてきました。

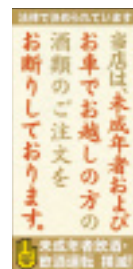
しかし、その一方で、健康への悪影響や飲酒運転による死亡事故の多発など、アルコール飲料の不適切な飲用は、大きな社会問題の一つとなっています。

そこで、アサヒビールグループでは、こうした問題に率先して取り組むことこそ、さまざまな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重要な社会的責任と考え、2004年に「アサヒビールグループ適正飲酒推進のための基本方針」を制定。この方針にもとづき、業界団体や国際的な研究機関などとも協力しながら、多くの人々にお酒との正しい付き合い方を呼び掛ける活動にグループ全体で取り組んでいます。

アサヒビールグループは、この活動を通じて、酒文化の健全な発展と人々の健康で豊かな社会の実現に貢献していきます。

未成年飲酒の防止

アルコール代謝機能が弱い未成年への影響を考慮し、業界団体とも協力し、さまざまな啓発活動を行っています。



「未成年者飲酒予防基金」の運営

未成年者の飲酒予防に取り組んでいる団体や個人を支援しています。

アサヒビール(株)では、2005年に未成年者の飲酒予防を目的とした医学的・社会的・教育的な研究や、予防のためのフォーラムやセミナーなどを実施している団体や個人を支援する「未成年者飲酒予防基金」を創設。毎年、社外の有識者数名の厳正な審査を経て、総額1,000万円に及ぶ助成金を拠出しています。



昨年は10の団体や個人に助成金を拠出。写真はその授与式の様子

飲酒運転の撲滅

人の命を奪いかねない飲酒運転を撲滅するため、各種のメディアや飲食店を通じて警告を発しています。



問題飲酒の防止

妊産婦の飲酒やイッキ飲み、アルコール依存症の原因となる大量飲酒など、問題のある飲酒を防止するため、注意喚起に努めています。



業界内での連携

業界団体や国際的な研究機関に参画し、グローバルな視点でアルコール問題の解決に取り組んでいます。

営業担当者への「アルコールチェック」

アルコール検知器を使って営業担当者の飲酒運転の防止を徹底しています。

自動車を運転する機会が多い営業部門では、各事業所で「アルコールチェック」を実施。毎朝、営業車両を運転する前にアルコール検知器で確認し、アルコール判定がゼロの場合のみ運転を許可しています。事業所に立ち寄らない場合でも、検知器でセルフチェックするよう指導しています。さらに、前日22時過ぎに飲酒したら、翌午前中は運転禁止など厳しいルールを運用しています。



営業担当者が毎朝アルコールチェックに使っている検知器

ステークホルダーの声

表示・宣伝の自主規制で業界をリードすることを願います。

特定非営利活動法人ASK(アルコール薬物問題全国市民協会) 代表 今成知美氏



アルコール飲料には、致酔性・依存性・臓器毒性という特質があります。飲み方によっては死に至る、運転すれば悲惨な事故を起こす、生活習慣病のもとにもなる、依存症になれば本人の心身だけでなく家庭崩壊も起こす……光には必ず陰があるように、酔いの楽しさ、心地良さの向こうには大きな落とし穴があります。酒類メーカーにとって最も大切なのは、この事実から目をそむけないことです。貴社は、この問題への取り組みを優先テーマと位置づけ、「表示委員会」「未成年者飲酒予防基金」「ICAP」など踏み込んだ企業姿勢を示しています。メーカーの姿勢のなかで私がとくに重視するのは、表示・宣伝の自主規制。この分野こそ、企業の「本気」が試されます。今とくに求めたいのは害を受けやすい女性への配慮です。自主規制において、貴社が業界をリードされることを願っています。

商品開発

新発売 発泡酒 アサヒジンジャードラフト

「生の爽快なのだごし」と「ジンジャー（ショウガ）の新しい刺激」とを両立させた、新しいタイプの発泡酒を新発売します。

ここがポイント

- 😊 ジンジャー由来の清涼な芳香で、飲む瞬間にさわやかな香りと軽快な刺激を体験できる
- 😊 後味はこれまでにない感覚を実現



2008年10月21日発売
缶350ml、缶500ml／
希望小売価格は設定していません

新発売 低アルコール飲料 アサヒ ベジッシュ 紫

「アサヒ＆カゴメ」ブランドの第四弾として、野菜とフルーツを使用した、カシステイストの贅沢なスパークリングカクテル「アサヒ ベジッシュ 紫」を新発売しました。

ここがポイント

- 😊 18種類の野菜と5種類の果実を使い、まったく新しいカシステイストを実現
- 😊 心地よい発泡感と豊かな味わい
- 😊 後味はすっきり



2008年8月26日発売
缶350ml／187円

新発売 アサヒ飲料(株) コーヒー ワンダ ザ・ブラック

多くのお客様からご支持をいただいている缶コーヒーの定番シリーズ「ワンダ」から、100%ドリップ（無希釈）のブラックコーヒー「ザ・ブラック」を発売しました。ブラックの“進むうまさ”をお試しください。

ここがポイント

- 😊 独自の新製法「完全ストレート抽出」（特許出願中）を採用
- 😊 新デザイン缶「ブリリアントカット缶」を採用



2008年8月19日発売
缶185g／115円

新発売 アサヒ飲料(株) ブレンド茶 アサヒ 贅沢ブレンド 十六茶 七福豆

本年6月から展開している「十六茶贅沢ブレンド」シリーズに、日本人の食生活のなかでなじみ深い七種類の豆を贅沢に使用した新アイテムが加わりました。

ここがポイント

- 😊 七種類の豆（黒豆、大豆、えんどう、小豆、さばげ、白いんげん、そらまめ）の甘みと香ばしさが楽しめる
- 😊 ドリップ抽出の採用で後味すっきり
- 😊 ノンカフェイン



2008年8月12日発売
PET490ml／150円

商品開発

アサヒフードアンドヘルスケア(株)
バランス栄養菓子
新発売 ミンティア 3種

錠菓市場No. 1 ブランドの「ミンティア」から画期的なおいしさの新商品「ゆずカクテル」「リッチグレープカクテル」が登場。また、「シャープエバー」をリニューアルしました。



ゆずカクテル
3つのシトラス系フルーツが重なり合うさわやかな美味しさを実現しました。



リッチグレープカクテル
芳醇な香り立ちと美味しさを、好評いただいている「グレープフルーツ」よりさらにアップしました。



シャープエバー
ミンティア初のクーリングチップ（粉碎したメントールキャンディ）を配合し、爽快感の持続性をより一層アップしました。

2008年8月25日発売
50粒(7g)／100円

アサヒフードアンドヘルスケア(株)
バランス栄養食品
新発売 バランスアップ クリーム玄米ブラン 2種

食物繊維が豊富な「小麦ブラン」と健康感のある「玄米」をおいしく食べやすくしたクリームサンドビスケットです。秋冬に相応しい素材を使用した「アーモンド」「カカオ」の2フレーバーを発売しました。



アーモンド
ほどよい甘さで、サクサク香ばしいアーモンドのナッツ感が新しい味わいです。



カカオ
チョコクリームの風味をミルキーで優しい味わいにし、さらに食感もちどけもなめらかに仕上げました。

2008年8月25日発売
2枚×2袋(72g)／150円

(株)エルビー(本社 埼玉県蓮田市)
清涼飲料水
新発売 クリアフルーツ マスカット

爽やかで飲み応えのある清涼飲料水「クリアフルーツ」シリーズから、甘酸っぱさがおいしさで喉の渇きを癒す「マスカット」を新発売しました。

ここがポイント！

- 「発酵果汁＋果汁」ですっきりした果実感
- ビタミンをプラスし、カロリーオフだからヘルシー



2008年9月2日発売
1000ml／120円

和光堂(株)
乳児用食品
新発売 ゲーゲーキッチン

開けてすぐに食べられるレトルトパウチ入りのベビーフード「ゲーゲーキッチン」を新発売しました。BIGサイズも用意しています。

ここがポイント！

- 赤ちゃんが食べやすい食感
- 月齢による噛む力の違いに配慮して7か月・9か月・12か月・1歳4か月用と固さの違う4種類を用意
- 国産野菜100%使用



2008年9月9日発売
80g／173円
(BIGサイズ100g～120g／189円)

受賞

「シングルモルト余市1987」が“ワールド・ベスト・シングルモルト”を受賞

ニッカウヰスキー(株)が製造している「シングルモルト余市1987」が、国際的なウイスキーコンペティション「ワールド・ウイスキー・アワード(WWA)2008」のシングルモルトウイスキー部門で“ワールド・ベスト・シングルモルト”を受賞し、世界最高峰の栄誉を得ました。

WWAでは、ウイスキーの製法や原材料によって7つの部門に分けて審査を行います。なかでも、最もエントリー数が多く、強豪がひしめくシングルモルトのカテゴリーで「余市」のモルトが世界一になり、ニッカウヰスキー(株)の品質の高さが証明されました。

アサヒビール(株)とニッカウヰスキー(株)では、これからもウイスキーのさらなる品質向上に努めていきます。



シングルモルト余市 1987

事業施策

フリーズドライ食品の トップ企業・天野実業(株)と 資本・業務提携

アサヒビールグループでは、「“食と健康”の分野で成長性溢れるリーディングカンパニーを目指す」という目標を掲げ、さまざまな施策を展開しています。

この一環として、本年6月に即席麺の具材や固形スープなどのフリーズドライ食品において国内トップレベルの技術力と製造規模を有する天野実業(株)と資本・業務提携しました※。今回の提携によって、和光堂(株)をはじめとするグループ各社と同社の技術を融合した食品開発や生産面・営業面での協業を積極的に進めていく計画です。

アサヒビールグループは、フリーズドライ食品で存在感を高め、食品・薬品事業の一層の拡大を目指します。

※2008年7月に天野実業(株)の発行済株式の80%を取得済みです。



天野実業(株)の定番みそ汁シリーズ

環境保全

「アサヒの森」が 国内初のCO₂吸収量の 第三者証明を取得

地球の温暖化がますます進行するなか、その原因となるCO₂を吸収する森林を保全していくことは重要な対策の一つと位置づけられています。

こうしたなか、アサヒビール(株)で温暖化問題への取り組みの一環として、広島県庄原市・三次市に1941年から所有している社有林「アサヒの森」が1年間に吸収するCO₂量の算定を第三者機関に依頼し、国内で初めてCO₂吸収量についての第三者証明を取得しました。

「アサヒの森」は、水源涵養保安林※や県立自然公園などの指定を受け、保護すべき貴重な森林です。今後、CO₂を吸収し、貴重な生態系を有するこの森を大切に守り育て、地球環境の保全に貢献していきます。

※水源涵養保安林：水源の確保、洪水の防止、河川の保護などのための保安林



「アサヒの森」のヒノキ林

「日本の環境を守る 若武者育成塾」を 北海道で開講

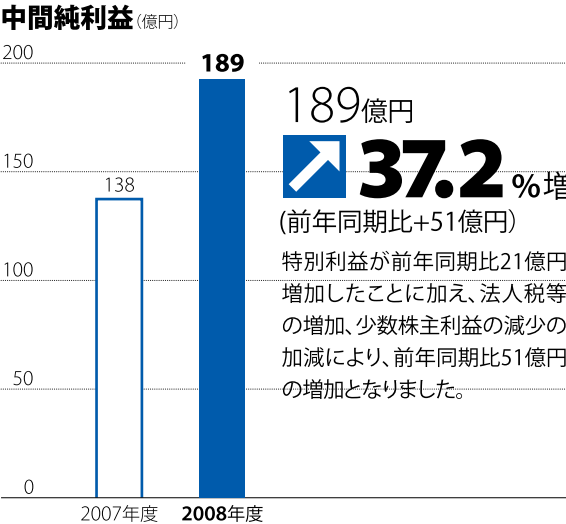
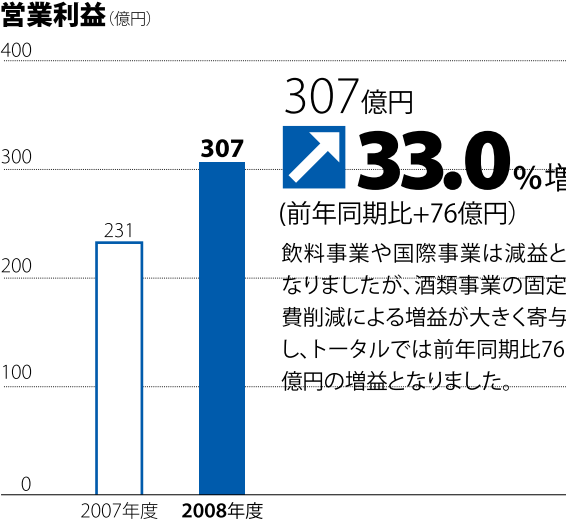
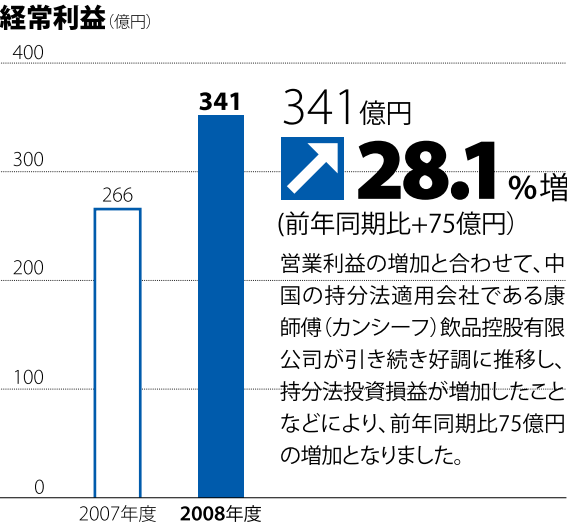
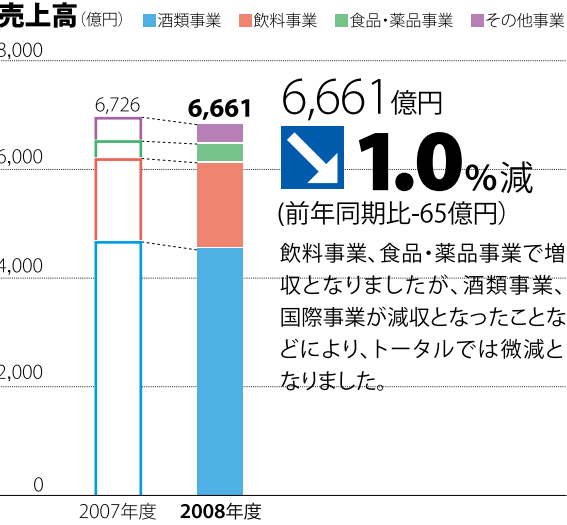
アサヒビール(株)では、教育機関や地域社会、NPOなどと連携し、高校生に地球環境保全について学び実践する場を提供する「日本の環境を守る若武者育成塾」を毎年実施しています。3年目の本年は、環境省の後援を得て、8月5日～8日にかけて北海道工場と札幌市内の定山溪周辺で開催しました。参加者は、工場水源地の森林や廃棄物の再資源化処理の現場で環境問題を学んだうえで、自分たちが生活する地域の環境課題を改善するプランを作成し、地元に戻って実践しています。なお本年は、アサヒビール(株)と塾の開講で連携している全日本空輸(株)の社員が高校生の活動をサポートしました。

アサヒビール(株)は、持続可能な社会の実現を先導してくれる若きリーダーの育成に力を注いでいきます。



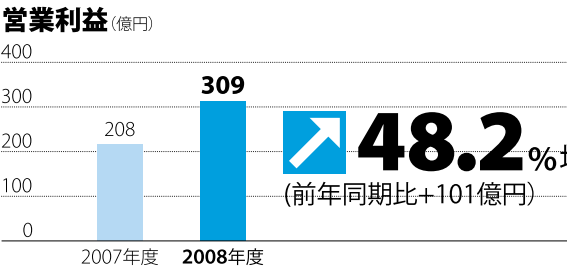
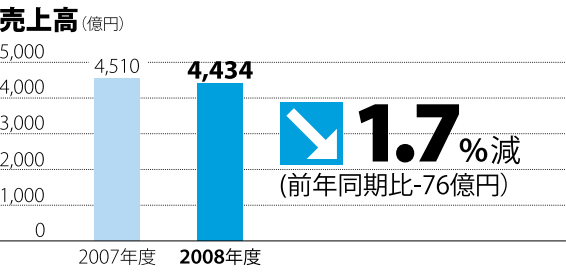
写真は昨年の若武者育成塾の様子

財務ハイライト（当該年度の1月1日～6月30日）

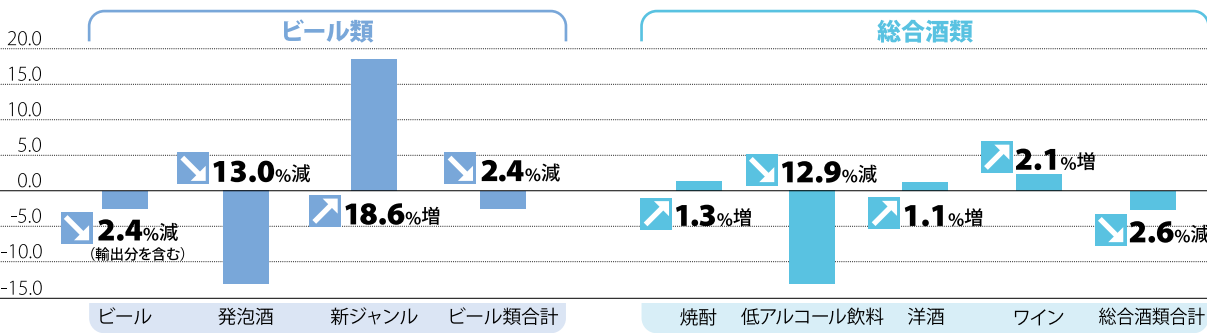


セグメント情報（当該年度の1月1日～6月30日）

酒類事業 主な事業会社:アサヒビール(株)



カテゴリー別前年同期比較（売上高で算出）(%)



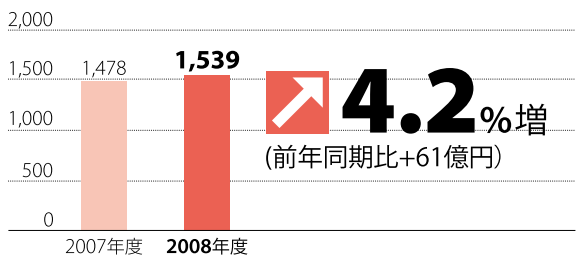
- ビール**.....「スーパードライ」のさらなるブランド価値向上に取り組み、ビールカテゴリーにおけるシェア（販売数量ベース）を約50%まで拡大することができました。
- 発泡酒**.....「スタイルフリー」は順調に成長していますが、他商品は市場低迷の影響を受けました。
- 新ジャンル**.....本年3月に発売した「クリア アサヒ」が好調に推移したことで、新ジャンル全体でも好調な結果となりました。
- 焼酎**.....新商品の効果などで「かのか」の販売数量が19%伸長したことが寄与し、カテゴリー全体でも前年同期を上回ることができました。
- 低アルコール飲料**.....糖質80%オフの「カクテルパートナー オフスタイル」の発売などブランドの活性化を図りましたが、カテゴリー全体では低調でした。
- 洋酒**.....「ブラックニッカクリアブレンド」が前年同期比15%増を達成するなど、カテゴリー全体でも好調に推移しました。
- ワイン**.....国産ワイン「サントネージュ」ブランドの強化とともに、輸入ワインの重点ブランドの育成を進めたことが奏功しました。

P19-21に連結財務諸表を掲載しています。

飲料事業

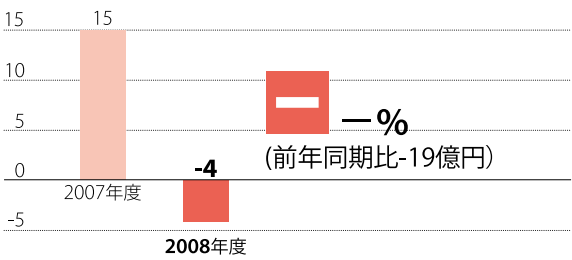
主な事業会社：アサヒ飲料(株)、(株)エルビー（本社 埼玉県蓮田市）、(株)エルビー（本社 愛知県東海市）

売上高



- アサヒ飲料(株)..... 基幹ブランド「ワンダ」「三ツ矢」「十六茶」に経営資源を集中したことに加え、アサヒカルピスビバレッジ(株)の寄与もあり売上高は伸長しました。しかし、利益は原材料価格の高騰などにより、減益となりました。
- (株)エルビー(2社)..... 高価格帯のチルド商品や「フォション」「カップ」などの新商品が順調に伸長したこともあり、前年同期を上回る売上高を達成しました。

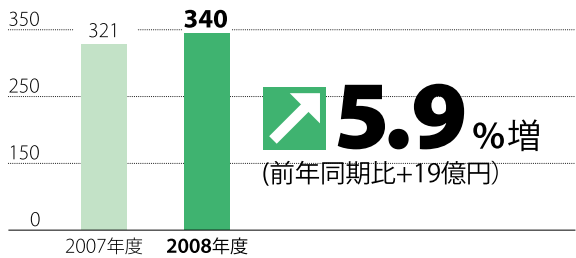
営業利益



食品・薬品事業

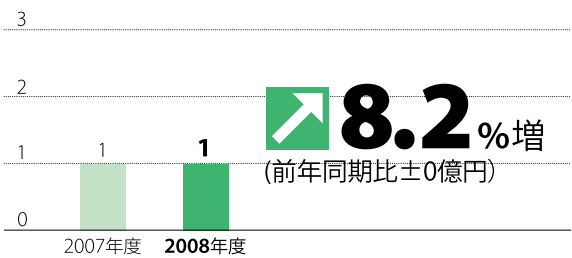
主な事業会社：アサヒフードアンドヘルスケア(株)、和光堂(株)

売上高



- アサヒフードアンドヘルスケア(株)..... 即席麺・冷凍食品市場の悪化に伴い酵母エキス、フリーズドライ製品は減少しましたが、「ミンティア」「バランスアップ」「スリムアップスリム」などは好調に推移し、売上高・利益ともに着実に拡大しました。
- 和光堂(株)..... 育児用粉乳は市場全体の縮小の影響を受け伸び悩みましたが、「1食分のれとると倶楽部」「食育ランド」は好調に推移したことで売上高は前年同期を上回りました。

営業利益



その他事業

売上高 348億円 ▼16.6%減(前年同期比-69億円) 営業利益 0億円 ▼—%(前年同期比-8億円)

卸売事業の見直しなどにより、売上高・営業利益とも減少しました。

連結財務諸表

損益計算書 (1月1日～6月30日)

(単位:百万円)

科目 \ 年度	2007年度	2008年度
売上高	672,609	666,149
売上原価	439,742	431,550
売上総利益	232,867	234,598
販売費及び一般管理費	209,758	203,872
営業利益	23,109	30,726
営業外収益	8,178	8,322
営業外費用	4,644	4,920
経常利益	26,643	34,127
特別利益	1,534	1,559
特別損失	4,318	2,288
税金等調整前中間純利益	23,859	33,398
法人税、住民税及び事業税	9,475	15,377
少数株主利益	622	△862
中間純利益	13,760	18,883

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しています。

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 \ 年度	2007年度	2008年度
営業活動によるキャッシュ・フロー	24,872	40,293
投資活動によるキャッシュ・フロー	△34,684	△26,886
財務活動によるキャッシュ・フロー	12,846	△9,506
現金及び現金同等物に係る換算差額	368	△100
現金及び現金同等物の増減額	3,402	3,799
現金及び現金同等物の期首残高	23,778	11,741
連結範囲の変更による現金及び現金同等物の増加額	274	—
現金及び現金同等物の中間期末残高	27,455	15,541

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しています。

POINT 1

酒類事業の大幅な増益が連結全体にも大きく寄与しました

POINT 2

投資有価証券の評価損が増加しましたが、関係会社関連費用の減少などにより改善しました。

POINT 1

税金等調整前中間純利益が増加したことにより154億円の増加となりました。

POINT 2

当中間期に自己株式取得を150億円実施したことや、金融債務の調達が前期より減少したことにより、減少となりました。

貸借対照表 (6月30日現在)

科 目	年度	2007年度	2008年度
資産の部			
流動資産		424,740	391,603
現金及び預金		23,760	15,944
受取手形及び売掛金		261,668	236,805
棚卸資産		100,687	102,558
繰延税金資産		9,942	7,138
その他		34,778	34,669
貸倒引当金		△ 6,117	△ 5,512
固定資産		888,094	901,928
有形固定資産		631,428	609,479
建物及び構築物		207,305	200,533
機械装置及び運搬具		182,017	179,379
工具器具備品		48,387	46,532
土地		183,760	179,642
建設仮勘定		9,958	3,390
無形固定資産		45,734	80,360
のれん		32,274	65,091
その他		13,460	15,268
投資その他の資産		210,930	212,089
投資有価証券		161,040	154,706
繰延税金資産		17,749	22,818
その他		41,969	41,383
貸倒引当金		△ 9,828	△ 6,819
資産合計		1,312,835	1,293,532

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しています。

POINT 1

主に子会社の清算や売却により減少しました。

POINT 2

昨年6月末日は休日だったため主にアサヒビール単体の売掛金が現金化されず、受取手形及び売掛金が増加しました。本年は、同日が平日だったことから、昨年との比較において大幅な減少となりました。

POINT 3

昨年12月にアサヒ飲料(株)の完全子会社化に向けたTOBを実施したことに伴い増加しました。

科 目	年度	2007年度	2008年度
負債の部			
流動負債		581,095	511,208
支払手形及び買掛金		106,232	87,379
短期借入金		127,593	133,232
1年以内償還社債		40,000	—
未払酒税		126,954	119,271
預り金		37,663	24,476
コマーシャルペーパー		5,000	13,000
その他		137,652	133,849
固定負債		205,485	261,192
社債		70,000	140,173
長期借入金		64,810	52,613
退職給付引当金		25,237	24,019
役員退職慰労引当金		360	344
繰延税金負債		5,163	4,989
その他		39,915	39,051
負債合計		786,581	772,400
純資産の部			
株主資本		470,098	496,739
資本金		182,531	182,531
資本剰余金		151,208	151,206
利益剰余金		151,379	192,475
自己株式		△ 15,020	△ 29,472
評価・換算差額等		23,553	11,682
その他有価証券評価差額金		17,694	7,481
繰延ヘッジ損益		△ 9	5
為替換算調整勘定		5,869	4,195
少数株主持分		32,601	12,709
純資産合計		526,253	521,131
負債・純資産合計		1,312,835	1,293,532

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しています。

POINT 1

主にアサヒビール単体において社員預り金を外部化したことにより減少しました。

POINT 2

株式市場の下落に伴い投資有価証券の時価が下落し、減少しました。

POINT 3

主にアサヒ飲料(株)の完全子会社化により減少しました。

配当金について

当期の配当は、1株当たり中間配当9円50銭、期末配当9円50銭の年間19円の普通配当となる予定です。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。

会社概要

(2008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	〒130-8602 東京都墨田区吾妻橋一丁目23番1号 (2008年9月1日より本店所在地を変更しました)
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	3,767名

※従業員数は就業人員であり、当社への出向者(227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

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		
常務取締役 兼 常務執行役員	大澤 正彦 小路 明善	泉谷 直木 岩上 伸	本山 和夫
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 孝穎	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 高橋 成公	二宮 裕次	松延 章
執行役員	山崎 史雄 杉浦 誠 木下 宗茂 森江 直樹 森 俊夫 丸山 高見 高橋 勝俊	谷口 憲二 谷野 政文 福島 修二 内藤 規夫 竹本 秀明 古田土 俊男 平野 伸一	川面 克行 北川 佳久 長尾 俊彦 金谷 高義 津村 昭二

株式の状況

(2008年6月30日現在)

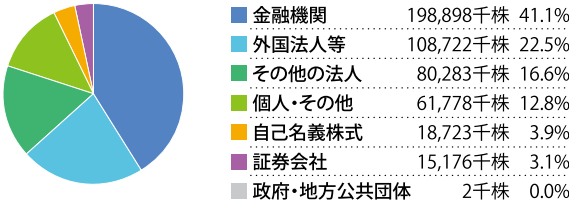
発行済株式総数	483,585,862株
当中間期末株主数	107,338名(前期末比6,419名減)

大株主(上位10名)

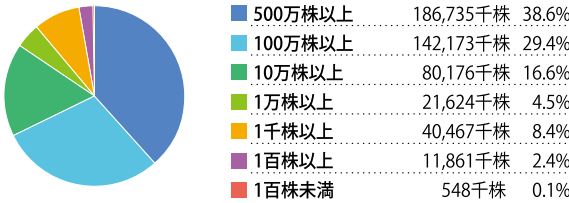
株主名	持株数 (千株)	出資比率 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	33,030	6.8
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	24,836	5.1
旭化成株式会社	18,785	3.9
第一生命保険相互会社	17,920	3.7
富国生命保険相互会社	16,883	3.5
株式会社三井住友銀行	9,028	1.9
住友信託銀行株式会社	8,126	1.7
野村證券株式会社	8,051	1.7
住友生命保険相互会社	7,090	1.5
株式会社みずほコーポレート銀行	6,944	1.4
合計	150,695	31.2

※ 当社は自己株式を18,723千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	大阪府中央区北浜四丁目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 2008年10月1日より株主名簿管理人事務取扱場所は、東京都中央区八重洲二丁目3番1号に変更となる予定です。
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