



Asahi SUPER REPORT

アサヒ
スーパーレポート
2009
冬号

私たちの“今”をお伝えします。

株主・投資家の皆様へ
第86期第3四半期のご報告
2009年1月1日～2009年9月30日

特集

アサヒビールの 「挑戦」vol.8

品質確保・向上への取り組み

「できたてのうまさ」を
お届けするために」



Asahi
アサヒビール

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、厚く御礼申し上げます。

創業120年・創立60年の節目の年にあたる本年、
アサヒビールグループは、「次代に向けた成長基盤・
収益基盤の確立、新価値の提案による需要の創出を
目指す」という方針を掲げ、グループのさらなる成
長をめざし、日々取り組んでおります。

具体的には、「アサヒ スーパードライ」や「三ツ矢
サイダー」など、各事業における主力商品のブランド
力のさらなる向上に取り組むとともに、グループ全
体で最適生産・物流体制の構築に向けて、収益体質
の強化を進めております。また、お客様からの支持
や共感を得られる商品を継続的にご提案し、新しい
需要の創出にも取り組んでおります。

さらにこの秋には、春に引き続き、お客様とともに
社会貢献を推進していくことをめざして、「アサヒ
スーパードライ『うまい! を明日へ!』」プロジェクト
の第2弾を展開いたしました。

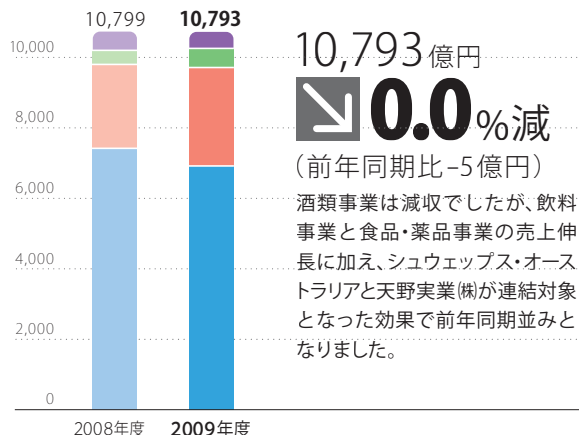
景気低迷によるビール類、清涼飲料市場の縮小な
ど、当社グループを取り巻く環境は厳しさを増して
おりますが、全社員と健全な危機感を共有しながら、
私たち経営層が強いリーダーシップを発揮し、株主
の皆様をはじめとするすべてのステークホルダーの
皆様にご満足いただけるグループをめざして取り組
んでまいります。

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
あげます。

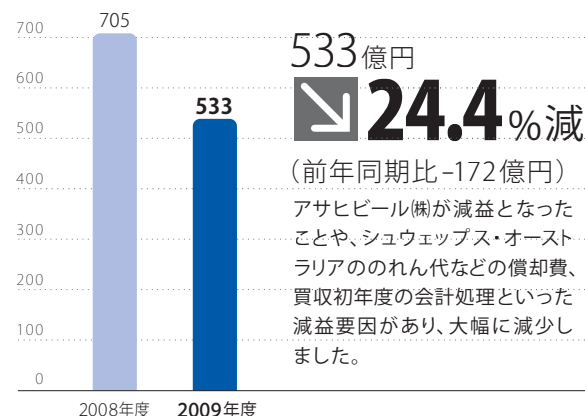
2009年12月

財務ハイライト (2008年度、2009年度：1月1日～9月30日)

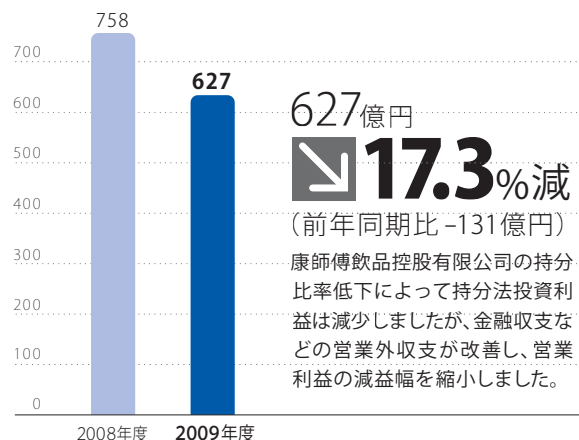
売上高 (億円)



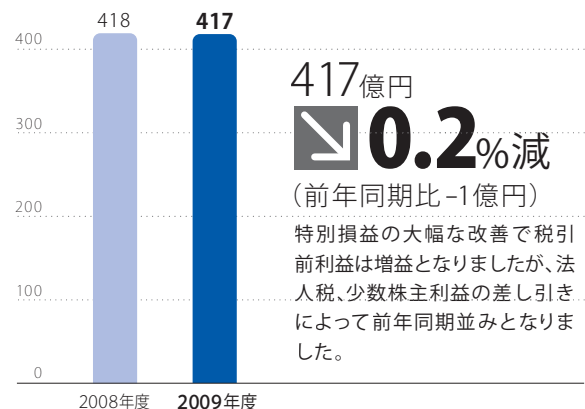
営業利益 (億円)



経常利益 (億円)



四半期純利益 (億円)



セグメント情報 (2009年度：1月1日～9月30日)

酒類事業

主な事業会社：アサヒビール(株)

ビール類 (売上高で前年同期比(%)を算出)

ビール	発泡酒	新ジャンル	ビール類合計
▼6.3%減	▼8.5%減	▲25.1%増	▼3.7%減

ビール：「うまい!をカタチに!」プロジェクトや、「うまい!を明日へ!」プロジェクトを春と秋に実施するなど、「アサヒ スーパードライ」のブランド価値を高める情報発信や販売促進活動を展開しました。

発泡酒：「アサヒ スタイルフリー」を“糖質オフ”“糖質ゼロ”[※]カテゴリーのNo.1 ブランドへと成長させるべく、店頭サンプルリングやキャンペーンなどの活動を強化しました。

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

新ジャンル：「クリア アサヒ」を新ジャンルカテゴリーのNo.1ブランドに成長させるために、大規模なサンプリング活動などを継続的に実施しました。

総合酒類 (売上高で前年同期比(%)を算出)

焼酎	低アルコール飲料	洋酒	ワイン
▼9.9%減	▼4.6%減	▼6.8%減	▼16.1%減

焼酎：主要ブランド「かのか」「さつま司」「大五郎」の販売強化をめざし、店頭活性化などの施策を実施しました。特に本年3月に再発売した「芋のかのか」「さつま司」については、商品取扱件数の拡大に注力しました。

低アルコール飲料：カロリー最少級[※]の缶チューハイ「Slat(すらっと)」の年間販売箱数目標の達成に向け、本年9月に新フレーバー「すっきり白ぶどう」を発売しました。

[※]2009年9月現在発売されている缶チューハイ市場においてです。

洋酒：国産ウイスキーの販売は好調に推移しましたが、輸入ウイスキーの商品ポートフォリオの見直しなどによって、トータルの売上高は減少となりました。

ワイン：基幹ブランド「酸化防止剤無添加有機ワイン」「酸化防止剤無添加ワイン物語」の強化や、梅ワイン・ゆずワインのリニューアルなどに取り組みました。

飲料事業

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

アサヒ飲料(株)：「ミツ矢サイダー」は5月に発売した「オールゼロ」が好調で、販売数量は前年同期と比べて12%増加しました。また、「ワンダ」は主力4商品のそれぞれの個性やおいしさにさらに磨きをかけ、リニューアル発売しました。

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)、
天野実業(株)

アサヒフードアンドヘルスケア(株)：ミント系錠菓「ミンティア」、医薬部外品「エビオス」といった主要商品の販売が前年同期と比べて2桁増となるなど、売上は好調に推移しました。

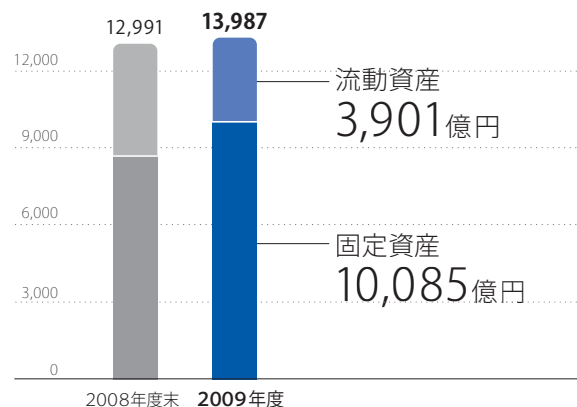
和光堂(株)：ベビーフード「グーグーキッチン」や育児用粉乳「はいはい」「ぐんぐん」などが引き続き好調で、売上は順調に拡大しました。

その他事業

卸事業の再編などによって売上高は減少しましたが、営業利益は物流事業の効率化が功奏し、大幅に増加しました。

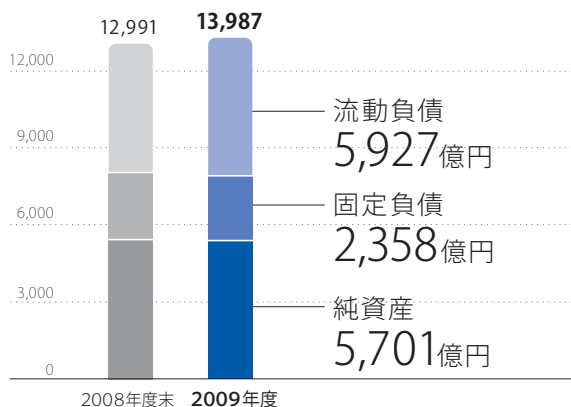
財政状態 (2008年度: 2008年12月31日時点、2009年度: 2009年9月30日時点)

資産 (億円)



青島啤酒股份有限公司の株式取得や、株価上昇による時価評価の影響などによって、投資有価証券が大幅に増加しました。また、アサヒビール(株)が取得したシュウェップス・オーストラリアの商標権や無形資産なども増加しました。

負債・純資産 (億円)



青島啤酒股份有限公司の株式取得やシュウェップス・オーストラリアの完全子会社化のための短期借入金が大幅に増加しました。また、豪ドル安の影響を受け、為替換算調整勘定も増加しました。

キャッシュフローの状況 (2009年1月1日～9月30日)

営業活動によるキャッシュフロー

789億円
252 億円減

税引前利益の減少や売上債権の減少、法人税等の支払額の増加によって、収入が減少しました。

投資活動によるキャッシュフロー

-1,692億円
1,218 億円減

青島啤酒股份有限公司の株式取得やシュウェップス・オーストラリアの完全子会社化などで、支出が増加しました。

財務活動によるキャッシュフロー

926億円
1,475 億円増

海外でのM&Aの資金を金融機関からの借入金で賄ったことで、収入が増加しました。

※増減比較は2008年9月30日時点との比較になります。

品質確保・向上への取り組み

“できたてのうまさ”をお届けするために

商品の品質保証活動をシリーズ形式でお伝えしてきた本年の特集「アサヒビールの挑戦」。

シリーズの最終回は、販売・物流工程で取り組んでいる

「トータルフレッシュマネジメント活動」について紹介します。

商品がお客様のお手元に届くまでの全工程で品質確保を徹底



新商品開発



原材料調達



生産



物流・販売



「トータルフレッシュマネジメント活動」で鮮度を追求しています。

「トータルフレッシュマネジメント活動」とは、すべてのお客様に“できたて”のビールをお届けするための販売・物流工程における活動です。製造後の保管から配送、飲食店でのビールの取り扱いまで、さまざまな視点で鮮度を追求しています。

工場出荷後の商品フロー

工場出荷

配送

輸送

商品提供



1

最適数量を
短時間で出荷

2

迅速な仕分けで
鮮度を維持

3

特別な仕様の
輸送車を導入

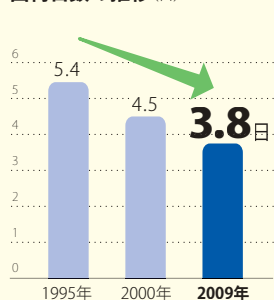
4

「アサヒ樽生
クオリティセミナー」を開催

1 最適数量を短時間で出荷

鮮度が高いビールを届けるためには、工場に在庫として置いておく日数と、出荷から納品までの日数を短縮することが重要です。アサヒビール(株)では、卸店様の物流センターから収集した情報を独自に開発したシステムに蓄積。全社でその情報を共有することで、納品先の希望時刻に合わせて分刻みのタイムスケジュールを組むとともに、精度の高い需要予測を立て、最適な数量を生産・出荷するようしており、製造から出荷までの日数を3.8日にまで短縮しています。また、出荷から納品までの日数を短縮するため、現在約9割の酒類商品を配送センターを経由せず工場から卸店様へ直送しています。

出荷日数の推移(日)



2 迅速な仕分けで鮮度を維持

小規模の卸店様や酒飯店様にビール類の商品を納品する場合は配送センターを経由しますが、到着した商品をできるだけ保管することなく、入庫してすぐに仕分け・配送する体制を整えています。また、こうした方法を他の商品にも広げており、洋酒や焼酎などでは、仕分け業務の効率化・合理化を図り、迅速に商品を発送するため、ICタグを用いた商品管理を実施しています。



RFIDによるピッキング作業

3 特別な仕様の輸送車を導入

輸送時の振動による品質劣化を防止するため、荷台への衝撃を緩和する特別仕様の輸送車を導入しています。また、日光による影響を防ぐための耐候シート「アサヒクオリティシート」の機能強化や、「断熱仕様車」の導入も進めています。

4 「アサヒ樽生クオリティセミナー」を開催

アサヒビール(株)の樽生ビールをお取り扱いいただいている飲食店様や酒飯店様などを対象に、「アサヒ樽生クオリティセミナー」を開催しています。樽生ビール、ディスペンサー、樽生器具の正しいお取り扱い方法の紹介などを通じて、「うまい!樽生」ビールをご提供いただいています。



アサヒ樽生クオリティセミナー

「うまい!樽生」ビールをご提供いただけるようセミナーを積極的に展開しています。

樽生ビールは、缶や瓶の商品とは異なり、きれいに洗浄された器具やグラスでご提供いただけないと、せっかく鮮度が高くてもおいしくはなくなってしまいます。すべての当社樽生ビールお取り扱い飲食店で「うまい!樽生」ビールをご提供いただけるよう、「アサヒ樽生クオリティセミナー」を積極的に展開しています。



業務用統括部
副課長
加藤 謙治

商品開発

新発売

アサヒ飲料(株)
コーヒー

ワンダ 一番ドリップ微糖

多くのお客様からご支持をいただいている缶コーヒーブランド「WONDA」から「ワンダ 一番ドリップ微糖」を新発売。その最大の特長である澄みきったコクをお楽しみください。

ここがポイント！

- ① 淹れはじめのドリップだけを厳選使用
- ② 挽きたての高級豆「キリマンジャロ」をブレンド



2010年1月12日発売
缶185g/115円（紙200ml/105円もあります）

「WONDA」シリーズのシェアが拡大！

アサヒ飲料(株)では、缶コーヒー市場における「WONDA」シリーズの存在感をさらに高めるために、朝専用の「ワンダ モーニングショット」、糖類ゼロの「ワンダ ゼロマックス」などユニークな商品を次々と開発。横ばいが続いている市場にあって、昨年にはメガブランドの指標とされる3,000万箱の売上を達成し、シェアも着実に拡大させています。

「WONDA」シリーズシェア伸び率※



※アサヒ飲料(株)調べ



社員メッセージ

おいしいとこだけの澄みきったコクをお楽しみください

「ワンダ 一番ドリップ微糖」は、ワンダ独自の「一番ドリップ製法」を用いて喫茶店のコーヒーのおいしさを追求した缶コーヒーです。高級豆「キリマンジャロ」をブレンドし、淹れはじめのドリップを厳選使用することで、おいしいとこだけの澄みきったコクを実現しました。ぜひお試しください。

アサヒ飲料(株) マーケティング本部 商品戦略部 課長 本岡 智裕

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。

研究開発

世界で初めて古紙からセルラーゼを 低コストで製造する技術を開発

アサヒビール(株)食の基盤技術研究所は、セルロース(植物繊維・細胞壁の主成分)を分解する酵素「セルラーゼ」を古紙から製造する技術を、世界で初めて開発しました。

地球温暖化が課題となるなか、セルラーゼで稲わらや麦わらなど未利用資源に含まれるセルロースを糖に分解し、バイオエタノールを製造しようという動きが世界各地で活発化しています。今回開発した技術は、使用済みOA用紙やダンボールなどを培地として活用することで、従来技術に比べて数10分の1のコストでのセルラーゼ製造を可能にするもので、バイオエタノールの普及に貢献するものと期待されています。



セルラーゼの生産過程(古紙が時間経過により溶けていく様子)
※ 左から、0日、1日経過、4日経過の画像

環境保全

官民共同による森林環境教育 「森と水の学習会」を開催

アサヒビール(株)は、本年8月4日、林野庁広島北部森林管理署と共同で小学生を対象とした森林環境教育「森と水の学習会」を開催しました。

広島県にある社有林「アサヒの森」で開催したこの学習会では、森林観察や森における水の循環を紹介する紙芝居などを用意。森林の役割や重要性への理解を深めてもらいました。

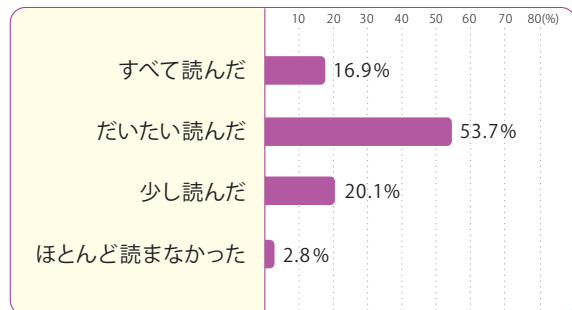
アサヒビール(株)では、こうした教育・啓発活動を通じて、持続可能な美しい森林づくりに取り組んでいます。



「森と水の学習会」の様子

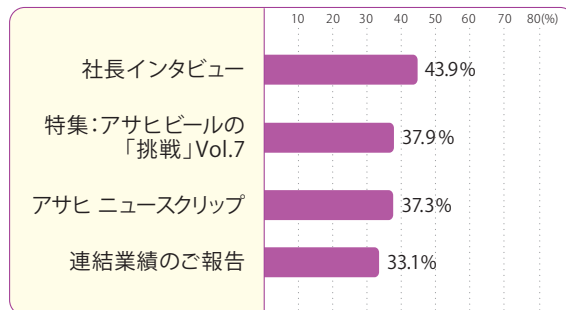
「アサヒ スーパーレポート2009年秋号」で実施したアンケートには、11,050名を超える株主の皆様からご回答をいただきました。皆様のご協力に感謝を申し上げますとともに、いただいたご意見を今後のIR活動や冊子企画に反映していきたいと考えています。

Q1 「アサヒ スーパーレポート」をご覧になりましたか？



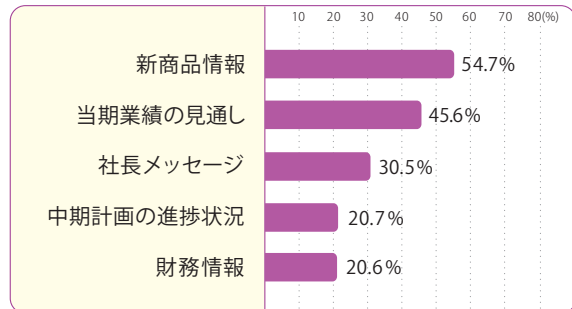
今後もより多くの株主の皆様にご覧いただけるよう、皆様のご意見などを参考にさせていただきながら内容の充実化を図っていきたく思っております。

Q2 どの記事に関心を持ちましたか？ (3つまで回答、上位4位)



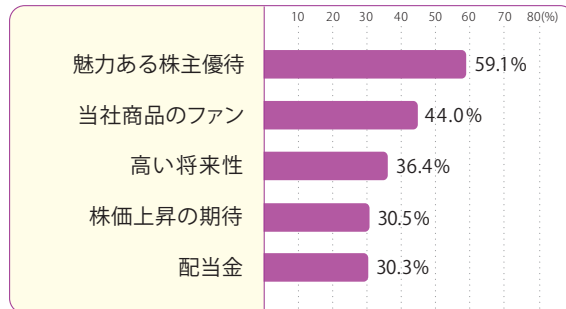
「社長インタビュー」が大幅にポイントを増やし、1位となりました。当社を取り巻く環境が変化するなか、皆様にご覧いただけるよう、経営の考え方の方針をより明確にお伝えできるよう努めてまいります。

Q3 「アサヒ スーパーレポート」から得たい情報は何か？ (3つまで回答、上位5位)



前回に引き続き、「新商品情報」や「当期業績の見通し」が上位となりました。今後も、当社はもとよりグループ会社の情報もわかりやすく紹介してまいります。

Q4 当社の株式を保有している理由は何か？ (3つまで回答、上位5位)



「魅力ある株主優待」が今回も1位となり、2位～4位の項目も前回よりポイントが上昇しました。これからも皆様のご期待にお応えできるよう努めてまいります。



事業年度	1月1日から12月31日まで
定時株主総会	3月(基準日12月31日)
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
株主名簿管理人及び特別口座の口座管理機関	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
株主名簿管理人事務取扱場所	東京都中央区八重洲二丁目3番1号 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理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

株式に関するお手続きについて

株式に関するお手続きは、①証券会社の口座に記録されている場合と、②特別口座に記録されている場合で、下記のとおり異なりますので、該当の窓口にお問い合わせください。

証券会社の口座に記録された株式			特別口座に記録された株式		
お手続き、ご照会の内容	お問い合わせ先		お手続き、ご照会の内容	お問い合わせ先	
●単元未満株式の買取・買増請求 ●届出住所・姓名などのご変更 ●配当金の受領方法・振込先のご変更	口座を開設されている証券会社		●単元未満株式の買取・買増請求 ●特別口座から証券口座への振替請求 ●届出住所・姓名などのご変更 ●配当金の受領方法・振込先のご変更	特別口座の口座管理機関	住友信託銀行株式会社 証券代行部
●郵送物の発送と返戻に関するご照会 ●支払期間経過後の配当金に関するご照会 ●株式事務に関する一般的なお問い合わせ	株主名簿管理人	住友信託銀行株式会社 証券代行部	●郵送物の発送と返戻に関するご照会 ●支払期間経過後の配当金に関するご照会 ●株式事務に関する一般的なお問い合わせ	株主名簿管理人	

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
 電話照会先 ☎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>

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

上場株式配当などの支払に関する通知書について

2008年改正の租税特別措置法(平成20年4月30日法律第23号)により、2009年1月以降にお支払いの上場株式の配当などについて、株主様宛に配当金額や源泉徴収税額などを記載した「支払通知書」を送付することが義務づけられました。つきましては、「支払通知書」を以下のとおり取り扱わせていただきます。

【配当金額収証により配当金をお受け取りの株主様】年末または翌年初旬頃に「支払通知書」を送付させていただきます。

【口座振込により配当金をお受け取りの株主様】配当金をお支払いの際に送付します「配当金計算書」をもって「支払通知書」に代えさせていただきます。

なお、両書類は、確定申告を行う際に添付資料としてご使用いただくことができます。

目次

ごあいさつ	2
連結業績のご報告	3
特集：アサヒビールの「挑戦」Vol.8	6
アサヒ ニュースクリップ	8
アンケートの集計結果	10
株主メモ	11

会社概要 (2009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
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	3,764名 ※ 従業員数は就業人員であり、当社への出向者(201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)

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。♻️



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。