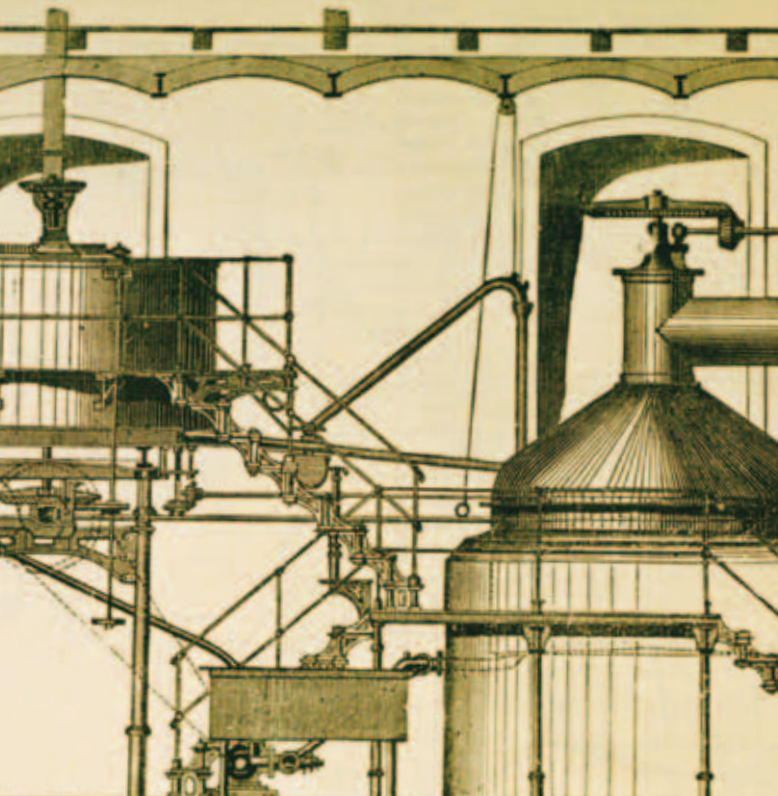




Asahi SUPER REPORT

アサヒ
スーパーレポート
2009
夏号

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1四半期のご報告
2009年1月1日～2009年3月31日

特集

アサヒビールの 「挑戦」vol.6

品質確保・向上への取り組み

「安全で高品質な
原材料の調達に向けて」

創業120周年 特別企画

写真で見る

「120年前のビールづくり」

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。

来る11月に創業120年・創立60年を迎える本年、
アサヒビールグループは「次代に向けた成長基盤・
収益基盤を確立し、新価値の提案による需要の創出
を目指す」という方針のもと、グループ全体のさらな
る成長をめざした取り組みを日々進めております。

酒類事業においては、事業活動を通して地域と
の共生という社会的責任を果たすと同時に、企業価

値の向上をめざす「アサヒ スーパードライ『うまい！
を明日へ！』」プロジェクトを展開しました。商品
をご購入いただく多くのお客様とともに社会貢献活
動を推進していくことで、旗艦ブランド「アサヒ スー
パードライ」の新たな飲用価値をご提案することが
できたのではないかと考えております。

また、2月には新ジャンルカテゴリーにおいて、プ
リン体85%オフ・糖質70%オフの「アサヒ オフ」、3
月には発泡酒カテゴリーにおいて「アサヒ クールド
ラフト」をそれぞれ発売しました。そして、これら新
たに発売したブランドの各カテゴリーにおけるポジ
ションの確立に取り組むとともに、既存ブランド
「アサヒ スタイルフリー」「クリア アサヒ」などのブラ
ンド力のさらなる強化を図りました。

さらに、国際事業においては、英国のキャドバリー
グループのオーストラリア飲料事業（シュウェップス・
オーストラリア）の買収や、中国の大手ビール会社で
ある青島啤酒股份有限公司への出資など、グループ
全体の成長に向けて事業基盤の強化を着実に進め
ております。

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6月

2月24日

新ジャンル 「アサヒ オフ」を発売

“プリン体オフ・糖質オフ”の新ジャンル「アサヒ オフ」。2月は77万箱、3月は70万箱を売り上げるなど、好調に推移しています。今後も年間販売数量計画の700万箱達成に向けて、引き続きブランドの訴求活動を展開していきます。



3月

3日 ニッカウキスキー「スーパーニッカ」リニューアル発売

9日 天然由来調味料を製造・販売する合併会社の設立を発表 **P10**

12日 オーストラリアでの飲料事業展開に向け、シュウェップス・オーストラリア買収の最終契約を締結（4月3日、買収手続き完了を発表）

24日 「芋焼酎 かのか」「芋焼酎 さつま司」販売再開

26日 第85回定時株主総会・株主様フォーラム開催 **P11**

2月

3日 「アサヒ Slat（すらっと）」新発売

5日 2008年12月期決算発表

中旬 「サントネージュ
酸化防止剤無添加有機ワイン」
リニューアル発売（順次切替え）

1月

14日 「アサヒお茶酎
玉露と抹茶チューハイ」
地域限定で新発売※

※ 東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、
茨城県、栃木県、群馬県、山梨県、
静岡県で発売。
5月12日から
全国発売を開始しました。

23日 中国・青島啤酒股份有限公司
株式の一部取得を発表
（4月30日、取得完了を発表）

3月17日

発泡酒「アサヒ クールドラフト」を発売

“クールなキレ味と飲みごたえ”を追求した発泡酒「アサヒクールドラフト」。その特長が支持され、3月中に112万箱を売り上げることができました。今後も年間販売数量計画の700万箱達成をめざし、より多くのお客様にお試しいただけるよう取り組んでいきます。



品質確保・向上への取り組み

安全で高品質な原材料の調達に向けて

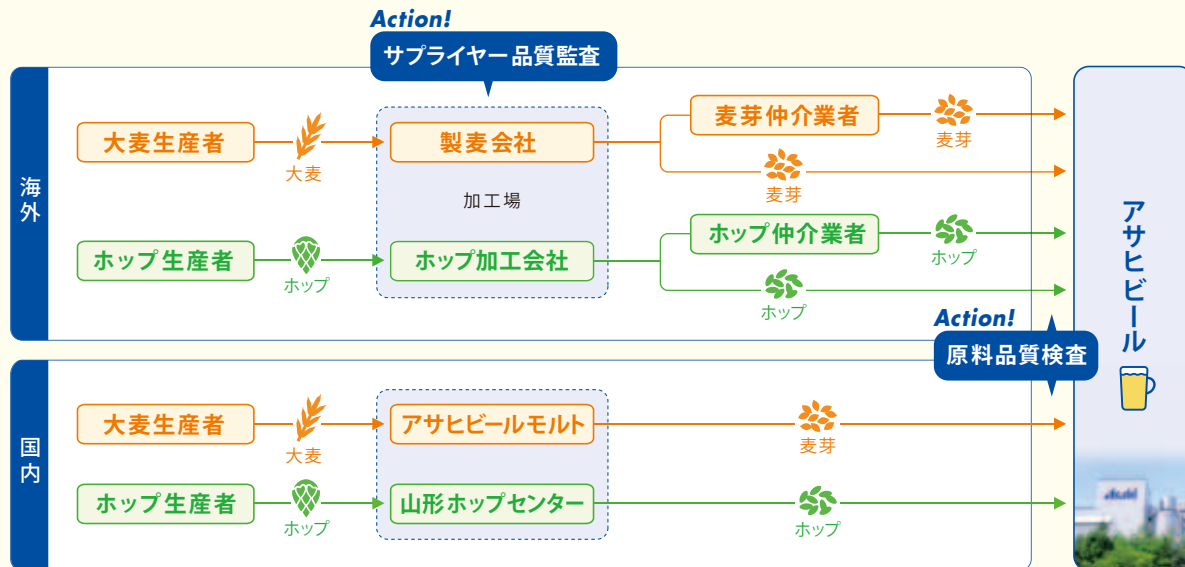
サプライヤーとの連携の強化と自社工場での品質検査の徹底に努めています。

商品をお客様にお届けするまでのさまざまな品質保証活動をご紹介します本年の「アサヒビールの挑戦」。
第2回は、原材料サプライヤーへの監査と、品質規格にもとづく自社工場での検査を軸とする
「原材料調達」工程の取り組みをご紹介します。

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



「サプライヤーとの連携」と「自社工場での検査の徹底」で調達品の品質を管理しています。





サプライヤーとの連携 [サプライヤー品質監査]

品質管理体制やトレーサビリティの状況を確認

アサヒビール(株)では、トレーサビリティ※の状況や農薬の使用状況などを確認したうえでサプライヤーを選定しています。さらに、サプライヤーの工場に対する定期的な監査を実施。品質管理体制や衛生状態の確認のほか、文書の提出を求めて実際に使用した原料に遡れるかどうかのトレーサビリティ検証を行うとともに、品質に関する意識の共有を図り、品質の向上に結び付けています。



※トレーサビリティ：生産から廃棄まで追跡が可能な状態にすること。食品の場合は、主に原料や食品の名称や、産地・生産者・生産方法などの情報も含めて追跡できる状態にすることをいう

自社工場における検査の徹底 [原料の品質検査]

品質規格に沿って原料の品質や安全性を検査

アサヒビール(株)では、原料ごとの分析試験項目や分析方法、基準値を定めた「原材料規格」など複数の品質規格に沿って、工場での受け入れ時に原材料の品質や安全性に関する検査を徹底しています。また、新たな原料を採用するさいは、事前にサンプルを取り寄せて安全性を確認しています。



担当者の声

農家や原料製造工場の方々と信頼関係構築に取り組んでいます

調達部
エグゼクティブプロデューサー
松原 秀樹



私たちは畑や原料製造工場を訪問して、原料の安全性と品質の確保に取り組んでいます。また、農家や工場の方々と意見を交換しながら信頼関係を深めるとともに、技術指導を通じて品質管理レベルを向上してもらえるよう努めています。

原料や製品の分析を実施して品質事故の防止に努めています

製品保証センター
エグゼクティブプロデューサー
原山 耕一



使用原料や製品についてさまざまな分析を実施しています。その結果を専門的・客観的な立場から評価し、万が一品質リスクが疑われる時は有効な対策を検討して社内の各部署に発信することで、品質事故の防止に努めています。

商品開発

新発売

アサヒビール(株)
ビール

アサヒ ザ・マスター

長年ビールと向き合い続けてきたアサヒビールのこだわりと、ビールの本場ドイツの伝統ある味わいを融合したビール「アサヒ ザ・マスター」を新発売しました。その深い味わいと高い薫りをお試しください。

ここがポイント!

アサヒビールの
こだわり

▶「マスター」監修

日本ではアサヒビールにしかない、ミュンヘン工科大学の醸造最高位学位の一つ「マスター」を取得した社員が監修。

▶こだわりのパッケージ

アサヒビールのこだわりと上質感を表現したデザイン。

▶確かな品質と技術

アサヒビールが長年培ってきた技術を結集し、コク、薫り、程よい苦味のすべてを高いレベルで実現。

本場ドイツの
味わい

▶「ビール純粹令」で定められた原材料

原材料はビール純粹令に従った麦芽100%のビール。

▶厳選された原材料

深い味わいのドイツ産麦芽を一部使用。ホップも高い薫りを生むドイツ産を使用。

▶伝統のピルスタイプ

ドイツで長い歴史があり今でもドイツで最も飲まれている味わいと薫りが特長のピルスタイプビール。



2009年5月26日発売 缶350ml、缶500ml
希望小売価格は設定していません

〔用語解説〕

ビール純粹令

1516年に制定されたドイツの法律で、ビールは、大麦(麦芽)、ホップ、水のみを原料としてつくることが定められています。

ピルスタイプビール

主醱(元の麦汁の濃度)12.5以下で、「明るい色調」「しっかりとした苦味」など5つの条件をすべて満たしたビールです。



社員メッセージ

私が監修したビールの味わいをお楽しみください

特に深い味わいを求めるお客様のために開発した、ドイツのピルスビールです。ドイツ・ミュンヘン工科大学で「マスター」を取得した私が監修し、原料(麦芽・ホップ)や醸造法にこだわり抜いてつくりました。ドイツ伝統の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 プロデューサー 山下 博司

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。

新発売

アサヒビール(株)
ビール

アサヒ スーパードライ スリムボトル

コンビニエンスストア限定でスリムボトルに詰めた「アサヒ スーパードライ」を発売します。直接口にすれば、アクティブかつスタイリッシュにお楽しみいただけます。

ここがポイント!

- ✓ ダイレクトに飲むのにふさわしい
斬新なデザイン
- ✓ 飲み口が広く、缶とは違うのどごしが楽しめる



2009年7月7日発売
スリムボトル 350ml
希望小売価格は
設定していません

新発売

(株)エルピー [本社 埼玉県蓮田市]
紅茶飲料
ゼロ

0カロリーストレートティー

すっきりとした甘さの紅茶飲料「0^{ゼロ}カロリーストレートティー」を新発売します。ノンシュガー・ノンカロリーなので、健康が気になる方も安心してお飲みいただけます。

ここがポイント!

- ✓ 茶葉から抽出したこだわりのおいしさ
- ✓ ノンシュガーなのに
すっきりとした甘さが味わえる



2009年
6月23日発売
1,000ml/
140円

新発売

アサヒ飲料(株)
炭酸飲料

三ツ矢サイダー オールゼロ

本年発売126年目を迎えたロングセラーブランド「三ツ矢サイダー」から、「ゼロ」にこだわった透明炭酸飲料「三ツ矢サイダー オールゼロ」を新発売しました。

「三ツ矢サイダー」ならではの爽やかな香りはそのままに、カロリー、糖質、保存料ともゼロ※を実現。甘さひかえめな、すっきりとしたおいしさをお楽しみいただけます。

※栄養表示基準にもとづき、カロリーは5kcal(100mlあたり)未満をカロリー0(ゼロ)と表示しています。また、糖質は0.5g(100mlあたり)未満を糖質0(ゼロ)としています。

ここがポイント!

- ✓「カロリーゼロ」「糖質ゼロ」「保存料ゼロ」を実現
- ✓独自の特許製法を用いることで、後味すっきり
- ✓果実・植物由来の素材から抽出した香りのみを使用



2009年5月26日発売 PET 500ml/140円
(缶250ml/115円、ボトル缶300ml/115円、
PET 1.5ℓ/320円もあります)



三ツ矢サイダーを楽しく紹介するウェブサイト「三ツ矢学園」

アサヒ飲料では、三ツ矢サイダーの歴史や、知る人ぞ知る豆知識、三ツ矢サイダーを使ったレシピなどを校舎になぞらえた画像を使って紹介するウェブサイトを開設しています。楽しいコンテンツを多数用意しています。ぜひご覧ください!

三ツ矢学園 ▶ <http://www.asahiinryo.co.jp/mitsuya-cider/>



社員メッセージ

他のカロリーゼロとは異なるおいしさをお客様へ

生誕126年目を迎えた「三ツ矢サイダー」の新しい挑戦として、「カロリーゼロ」「糖質ゼロ」「保存料ゼロ」と「ゼロ」にこだわった「三ツ矢サイダー オールゼロ」を開発しました。単なるカロリーゼロの炭酸飲料とは一線を画した、すっきりとしたおいしさをぜひお試しください。

アサヒ飲料(株) マーケティング部 三ツ矢チーム 副課長 秋田 真林子

新発売

アサヒフードアンドヘルスケア(株)

サプリメント

ディアナチュラ 20種類の国産野菜

皆様のすこやかな毎日をサポートするサプリメント「ディアナチュラ」シリーズから、100%国産野菜にこだわった「20種類の国産野菜」を新発売しました。

ここがポイント!

- ✔ 1粒に大麦若葉、ほうれん草、人参など20種類の国産野菜を配合
- ✔ 1日あたり15円と毎日続けやすい価格
- ✔ 安全・安心の無着色、無香料、保存料無添加



2009年4月6日発売
120粒(30日分) / 457円

新発売

和光堂(株)

おやつ

すまいるぼけっと かぼちゃクッキー

赤ちゃんのおやつ「すまいるぼけっと」シリーズに、かぼちゃ味が登場しました。かぼちゃの風味を大切にしたいやさしい甘さで、栄養や消化の面でも一工夫しています。

ここがポイント!

- ✔ 甘さひかえめで食べやすい
- ✔ 表面に唾液がしみこむ「ぼけっと」(くぼみ)があるから、口でよく溶け、赤ちゃんに与えても安心



2009年3月6日発売
2本×6包 / 200円

受賞

「竹鶴21年ピュアモルト」が世界最高峰のピュアモルトウイスキーに認定

ニッカウキスキー(株)が製造し、アサヒビール(株)が販売している「竹鶴 21年ピュアモルト」が、本年 4 月にウイスキーの国際コンテスト「ワールド・ウイスキー・アワード 2009」のブレンデッドモルト・ウイスキー(ピュアモルト)部門で、「竹鶴21年ピュアモルト」「シングルモルト余市1987」に続き、3年連続で世界最高峰に認定されました。

アサヒビール(株)とニッカウキスキー(株)は、今後も多くのお客様から支持されるウイスキーづくりに励んでいきます。

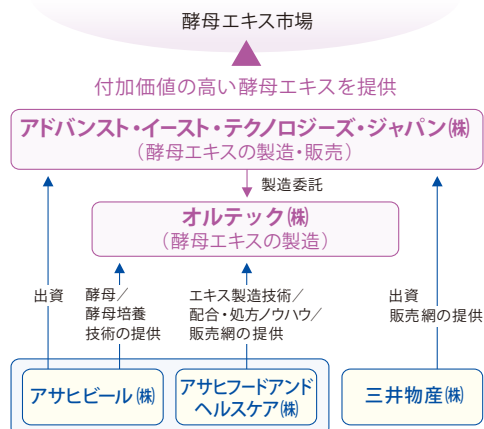


事業施策

三井物産(株)と合併会社を設立し、酵母エキス市場への取り組みを強化

先進国などでの健康志向の高まりを受けて、天然由来の調味料である酵母エキスの市場規模が拡大しています。

そこで、アサヒビール(株)と三井物産(株)では本年2月、当社が世界で初めて発見した旨みやコクを付与する成分を多く含有する酵母エキスの製造・販売会社アドバンス・イースト・テクノロジー・ジャパン(株)を設立。同社とその製造委託先にアサヒビールグループの酵母関連技術や販売網を提供し、同社の成長を支援することで酵母エキス市場での存在感の拡大を図っています。



環境保全

「アサヒ スーパードライ」の製造に グリーン電力を活用

アサヒビール(株)は、2009年4月、「アサヒ スーパードライ」などの製品※1の製造時にグリーン電力※2を活用し、該当商品に「グリーン・エネルギー・マーク」を記載する契約を、日本自然エネルギー(株)と締結しました。製品の自社製造にグリーン電力を用いるのは食品業界初の試みで、当社では、これによって1年間に一般家庭約3,800軒分の年間CO₂排出量に相当する約15,000tのCO₂削減に貢献できる見込みです。

アサヒビール(株)では、自然エネルギーの利用拡大や省エネルギー施策を継続し、地球温暖化の防止に貢献していきます。

※1 「アサヒ スーパードライ」缶350mlと、ギフトセットに使用しているビール類で使用します。

※2 グリーン電力：風力発電やバイオマス発電など、環境への負荷が小さい自然エネルギーによって発電された電力



「アサヒ スーパードライ」缶350mlの缶体、6缶用包装資材、外箱には、グリーン電力を使用したことを示す「グリーン・エネルギー・マーク」を掲載します。

イベント

定時株主総会・ 株主様フォーラムを開催

アサヒビール(株)は、本年3月26日に「第85回定時株主総会」と「株主様フォーラム」を開催しました。

2,434名の株主様にご出席いただいた株主総会では、剰余金処分、定款の一部変更、取締役・監査役の選任に関する議案のすべてについてご承認をいただきました。また、株主様フォーラムでは、「120年の歩み」「商品展示」「環境への取り組み」などをテーマにアサヒビールグループの企業活動や商品をご紹介します。



株主総会、株主様フォーラムの詳細は、ウェブサイトでご覧いただけます。

株主総会

▶ <http://www.asahibeer.co.jp/ir/event/sokai/index.html>

株主様フォーラム

▶ <http://www.asahibeer.co.jp/ir/event/sokai/forum.html>

写真で見る 120年前のビールづくり

本年11月、アサヒビール㈱は、多くのお客様にご愛顧をいただき創業120年を迎えます。
そこで今回は、アサヒビールの前身、有限責任大阪麦酒会社が
現在の大阪・吹田に設けた「吹田村醸造所」のビールづくりの様子を
写真や資料とともにご紹介します。



1892(明治25)年に発売された ▲
「アサヒビール」のラベル。

製麦 仕込み

120th
Anniversary

最新の煮沸釜。▶
アサヒビール㈱が開発した
煮沸技術などを駆使して
エネルギーの削減を図っています。



▲ 仕込釜兼煮沸釜(写真右)と濾過槽兼仕込槽(写真左)。
当時は、石炭を燃やした直火で仕込み・煮沸を行っていました。

醗酵 貯蔵



▲ 木製の貯蔵樽。
冷却された地下室に
置かれていました。

▼ びん詰機。当時のびんは、機械製びんではなく
人口吹きによって製造されたため、びん口の形状が
不揃いで 打栓作業には時間を要しました。

ろ過 びん詰め



▲ 現在のびん詰工程。衛生管理の
行き届いた区画のなかで
効率よく自動運転しています。



▲ 醗酵槽。
写真は1902(明治35)年頃に
撮影されたもので、
大正末期まで使用されました。



▲ ビールろ過機。綿をろ材として使用し、
ろ過後の綿は洗浄して繰り返し使っていました。

▲ 醗酵も熟成もできる現在のタンク。
アサヒビール(株)は世界で初めて
屋外設置型のタンクを開発しました。

背景の写真
吹田村醸造所の基本設計図。
この工場は製麦からパッケージングまで
行える当時としては最新鋭の工場でした。

建物概要
規模：地上4階、地下2階
建築面積：約1,115m²
延べ面積：約3,493m²

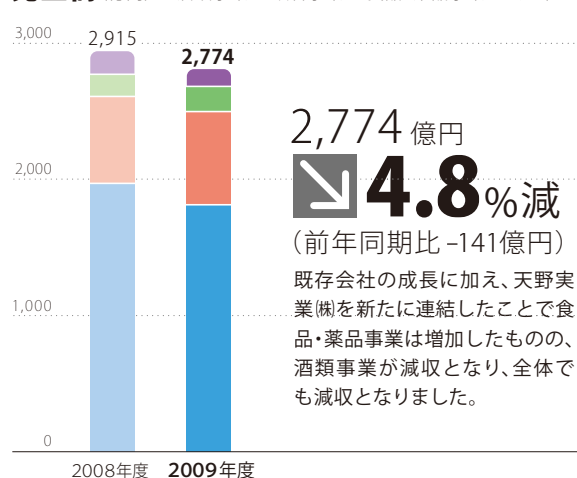
創業者、鳥井駒吉の情熱から生まれた「アサヒビール」

有限責任大阪麦酒会社を起したのは、若くして大阪・堺の酒造業界の革新に取り組んだ鳥井駒吉という人物でした。当時、日本では輸入ビールの需要が急増しており、多くの実業家や酒造業者がそれぞれの技術と設備装置でビール醸造を行っていました。その中であって、駒吉は「輸入ビールを凌駕する本格的ドイツ風ビールをつくりたい」との情熱を持って、1889(明治22)年、「有限責任大阪麦酒会社」を創立。1892(明治25)年には、本格的な国産ビール「アサヒビール」を誕生させたのです。創業者の思いや情熱を忘れることなく、今後もアサヒビールは新たな挑戦を続けていきます。

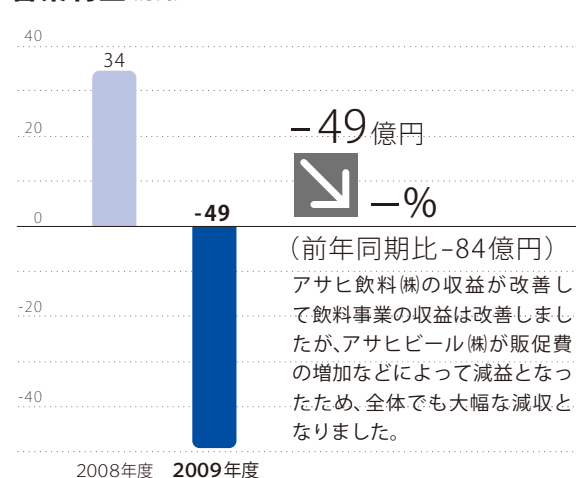


財務ハイライト (2008年度、2009年度：1月1日～3月31日)

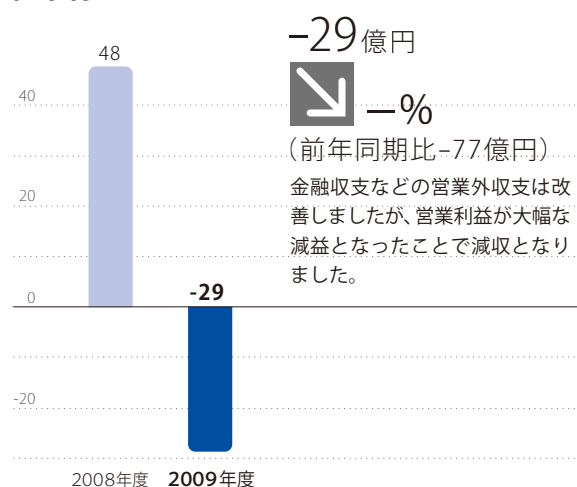
売上高 (億円)



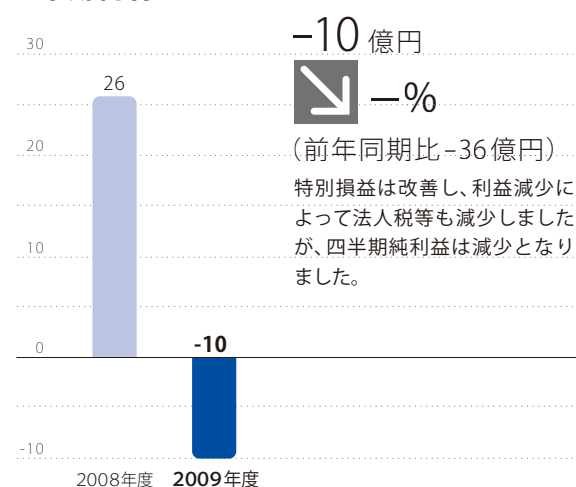
営業利益 (億円)



経常利益 (億円)



四半期純利益 (億円)

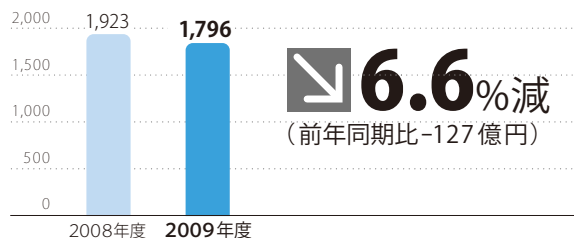


セグメント情報 (2008年度、2009年度：1月1日～3月31日)

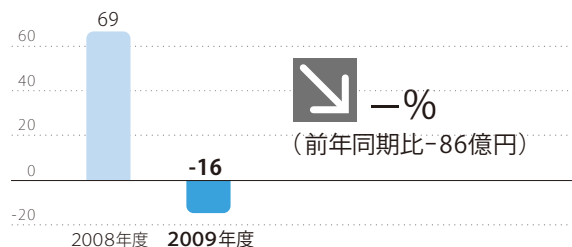
酒類事業

主な事業会社：アサヒビール(株)

売上高 (億円)

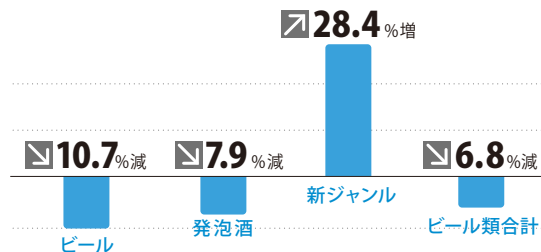


営業利益 (億円)

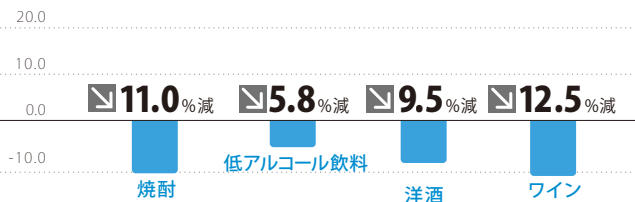


アサヒビール カテゴリ別前年同期比較 [売上高で算出] (%)

ビール類



総合酒類



ビール：店頭や飲食店などでの鮮度活動や、家庭飲用の活性化を目的としたキャンペーン「うまい! をカタチに!」プロジェクトなど、「アサヒ スーパードライ」のブランド価値を高める活動を展開しました。

発泡酒：「アサヒ スタイルフリー」の糖質オフ・糖質ゼロカテゴリ No.1に向けた取り組みを強化するとともに、3月には「アサヒ クールドラフト」を新発売しました。

新ジャンル：「クリアアサヒ」のカテゴリ No.1に向けた販促活動を展開するとともに、2月にはプリン体85%オフ・糖質70%オフの「アサヒ オフ」を新発売しました。

焼酎：重点ブランド「かのか」などの販売を強化しました。また「芋かのか」「さつま司」の発売を再開しました。

低アルコール飲料：カロリー最小級の「Slat (すらっと)」を2月に発売するなど、新市場の創出に挑戦しました。

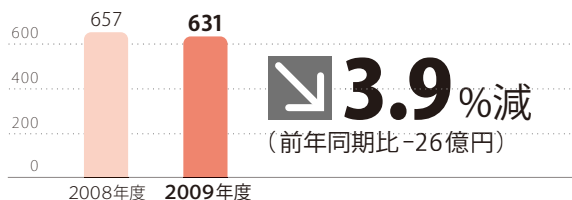
洋酒：3月に「スーパーニッカ」をリニューアルしました。また、ブラックニッカクリアブレンド」が好調で、リニューアル以降21カ月連続で前年を上回る販売数量を達成しました。

ワイン：「酸化防止剤無添加有機ワイン」などの国産ワインと輸入ワインの育成・拡販を進めました。

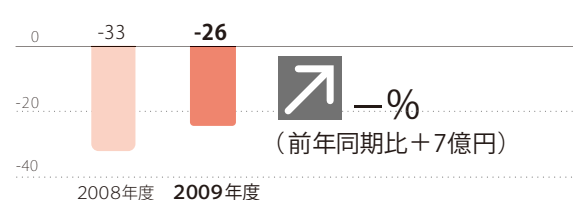
飲料事業

主な事業会社：アサヒ飲料(株)、(株)エルビー（東京）、(株)エルビー（名古屋）、ヘテ飲料(韓国)

売上高 (億円)



営業利益 (億円)

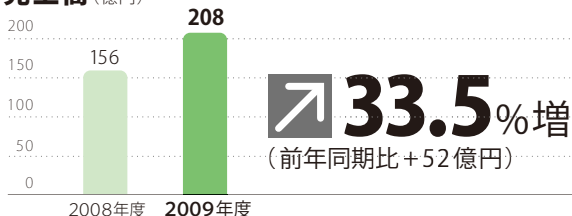


アサヒ飲料(株)：基幹ブランド「ワンダ」「三ツ矢サイダー」「十六茶」と「緑茶」「健康」「水」カテゴリーにマーケティング投資を集中し、ブランド強化・育成を推進しました。特に「ワンダ」は、「ゼロマックス」「金の微糖」の好調な販売が寄与したことにより前年同期比2桁増を維持しました。また「緑茶」カテゴリーでは、新ブランド「いぶき」を2月に発売し、販売促進活動を展開しました。

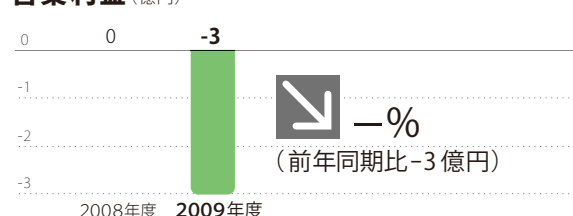
食品・薬品事業

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)

売上高 (億円)



営業利益 (億円)



※天野実業(株)の2008年度実績は7月-12月のみ反映しています。

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」やバランス栄養食品「バランスアップ」、キャンディ類、シリーズサプリメント「ディアナチュラ」、医薬部外品「エビオス」といった主要商品が前年同期比2桁増を達成するなど好調に推移しました。

和光堂(株)：レトルトパウチのベビーフード「グーゲーキッチン」や育児用粉乳「はいはい」「ぐんぐん」などが好調に推移し、売上を順調に拡大しました。

その他事業

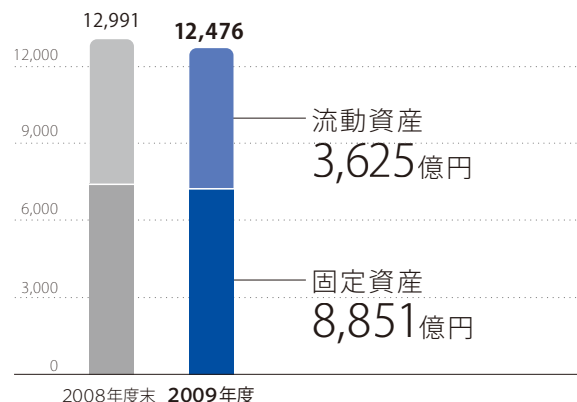
売上高 138億円 **22.5%減** (前年同期比-40億円)

営業利益 -4億円 **1%減** (前年同期比-1億円)

卸売事業の見直しなどで売上高・営業利益とも減少しました。

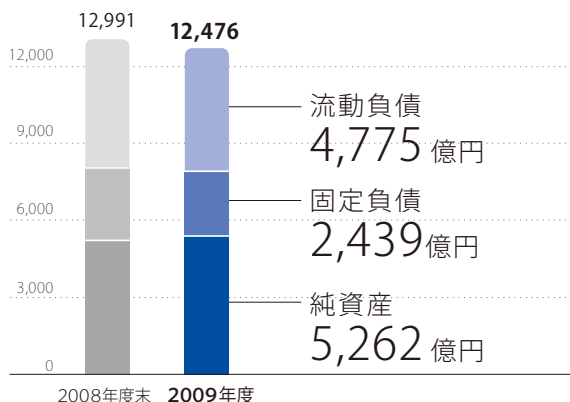
財政状態 (2008年度: 2008年12月31日時点、2009年度: 2009年3月31日時点)

資産 (億円)



アサヒビール(株)の売上は季節によって大きく変動し、また第1四半期の売上規模は各四半期のなかで最も小さいため、売上債権が最も多い期末と比べると減少することとなり、前期末比514億円と大幅な減少となりました。

負債・純資産 (億円)



負債は売上規模が前期末に比べて小さいことから未払酒税や買掛金が減少するため、前期末比430億円減少しました。純資産は、配当金支出や四半期純損失の計上で利益剰余金が減少したことや、株式市況の悪化に伴うその他有価証券評価差額金の減少などによって、前期末比84億円の減少となりました。

キャッシュフローの状況 (2009年1月1日～3月31日)

営業活動によるキャッシュフロー

-277 億円
296 億円減

税引前利益の減少や法人税等の支払増によって、収入が減少しました。

投資活動によるキャッシュフロー

-190 億円
66 億円減

前年同期に比べて投資有価証券の取得が増加したことなどによって、支出が増加しました。

財務活動によるキャッシュフロー

537 億円
369 億円増

主に配当金の支出、営業活動や投資活動の支出資金を短期借入金などで調達したこと、収入が増加しました。

※増減比較は2008年1月～3月との比較です。

イベント情報やキャンペーン情報など、読者の皆様におすすめの多彩な情報をご紹介します。

キャンペーン情報

「うまい!をカタチに!」プロジェクト 第3弾

「アサヒ スーパードライ」の格別のうまさを実感していただけるオリジナルグッズを5回にわたって提案する「うまい!をカタチに!」プロジェクトの第3弾がスタート。第3弾では「ホームユースジョッキ(1個)」「アウトドアビアクーラーバッグ」など4種類の賞品をご用意しております。今回は応募シールを集めるともれなく賞品が手に入る「もれなくプレゼント!コース」もあります。ふるってご応募下さい。

.....
 キャンペーン期間: 2009年5月11日(月)～8月4日(火) 当日消印有効
 詳しくは、当社ホームページ、もしくは、アサヒスーパードライ「うまい!をカタチに!」プロジェクト第3弾事務局までご連絡下さい。

▶ <http://www.asahibeer.co.jp/superdry/umakata/>

☎ 0120-755-651 (音声案内) (受付時間 / 8:00～20:00)

ご応募
 お待ち
 しています!



※写真はイメージです。

賞品のデザインイメージ・仕様等は変更となる場合がございます。

※賞品にスーパードライは含まれておりません。

株券電子化(2009年1月5日施行)に伴う各種お手続きについて

1. 届出住所・姓名の変更、配当金の受領方法・振込先の変更、単元未満株式の買取・買増請求などのお手続き

当社株式が、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、とでお手続きの窓口が異なります。下図をご参考に、該当の窓口でお手続きください。



特別口座とは: 株券電子化前に証券保管振替機構を利用されていなかった場合や登録不発行の単元未満株式を保有されていた場合に、当該株式が記録される口座のことをいいます。なお、特別口座に当社株式が記録された株主様には、住友信託銀行から2009年2月9日付で「特別口座開設のご案内」のハガキを発送させていただいております。

また、払渡しの期間を経過した配当金については、P20記載の株主名簿管理人 住友信託銀行へお早めにお問い合わせください。

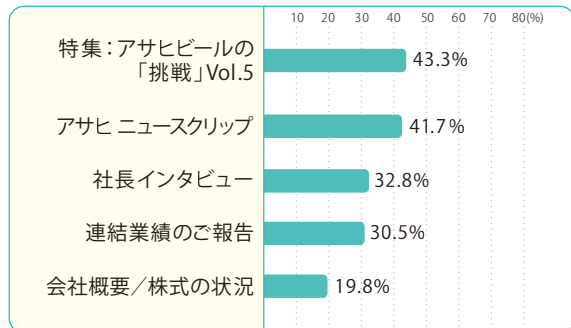
2. 特別口座から証券会社の口座への振替申請

特別口座に記録された株式については、単元未満部分を除き売買ができないため、さまざまなお手続きを円滑に行うためにも証券会社の口座への振替申請をお薦めします。お手続きの詳細は、P20記載の住友信託銀行またはお取引のある証券会社にお問い合わせください。

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

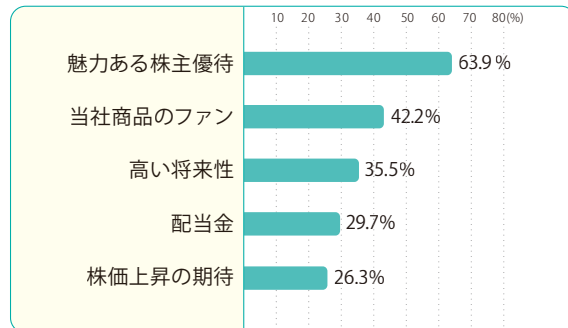
「アサヒ スーパーレポート2009年春号」で実施した株主様アンケートの集計結果をご報告します。
 今回も12,000名を超える株主の皆様からご回答をいただきました。
 今後のIR 活動や冊子企画に株主様の声を反映してまいります。

Q1 どの記事に関心を持ちましたか？ (複数回答、上位5位)



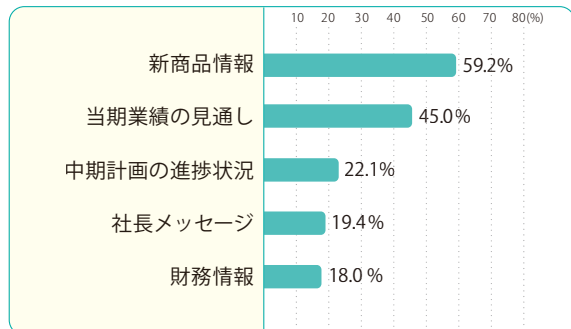
日々の取り組みを紹介している「特集」と「アサヒ ニュースクリップ」がほぼ並んで1位となりました。今後も特集を継続しながら、関心をお寄せいただいている分野の取り組みを積極的に取り上げてまいります。

Q2 当社株式を保有している理由は何ですか？ (複数回答、上位5位)



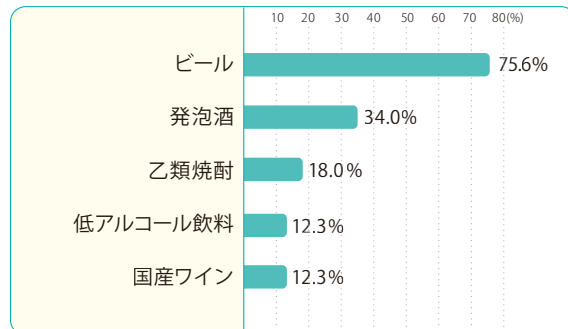
「魅力ある株主優待」「当社商品のファン」のポイントが前回に比べ上がりました。今後も多くの皆様にご愛顧いただけるよう取り組んでまいります。

Q3 「スーパーレポート」から得たい情報は？ (複数回答、上位5位)



「新商品情報」のポイントが前回に比べて上昇しました。今後も、各事業会社の情報をわかりやすくご紹介することで、皆様にアサヒビールグループへのご理解を深めていただけるよう努めてまいります。

Q4 愛飲されているお酒の κατηγοリーは？ (複数回答、上位5位)



前回に引き続き、「ビール」とご回答いただいた株主様が75%を超えました。今後もビール類を中心とした商品価値の向上に取り組んでまいります。

目次

ごあいさつ	2
3カ月の取り組み	3
特集:アサヒビールの「挑戦」Vol.6	4
アサヒ ニュースクリップ	6
創業120周年 特別企画	12
財務諸表	14
アサヒ サポーターひろば	18
アンケートの集計結果	19

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(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
[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
[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
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



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。♻️

