

目次

社長インタビュー	2
特集:アサヒビールの「挑戦」Vol.7	6
連結業績のご報告	8
連結財務諸表	11
アサヒ ニュースクリップ	14
アサヒ サポーターひろば	19
会社概要／株式の状況	21
株式に関するお知らせ	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。♻️



Asahi SUPER REPORT

アサヒ
スーパーレポート
2009
秋号

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2四半期のご報告
2009年1月1日～2009年6月30日

特集

アサヒビールの「挑戦」Vol.7

品質確保・向上への取り組み

「質の高い商品をつくり続けるために」

Asahi
アサヒビール



本年上半期の成果と下半期の取り組みについて

厳しい経済環境でも、 ブランド力の強化を中心に 成長戦略を加速します。

アサヒビール株式会社 代表取締役社長
荻田 伍 (オギタ ヒトシ)

Q 第2四半期決算の概要をお聞かせください。
**飲料事業と食品・薬品事業の成長で
増収を確保することができました。**

当第2四半期の連結売上高は、酒類事業ではビール類の販売数量減少に伴って減収となりましたが、飲料事業、食品・薬品事業の増収と4月に英国のキャドバリーグループから買収したオーストラリアの飲料事業（以下、シュウェップス社）が第2四半期から連結業績に加わったことで、前年同期比0.6%増加の6,702億円となりました。

営業利益は、税制改正に伴う減価償却費や退職

給付費用などの一時的な費用が増加したことなどによって同30.1%減少の215億円となりました。

また、経常利益は、金融収支の改善や豪ドル高による為替差益などが営業利益の減少分の一部をカバーして、同18.5%減少の278億円となりました。

一方で、四半期純利益については、関係会社の株式売却益が発生したことなどから、特別利益が148億円改善し、同16.8%増加の221億円となりました。

6カ月の取り組み ●事業施策 ●商品施策 ●その他

1月

- 「2009年アサヒビールグループ事業方針」発表（9日）
- 2009年度「第5回未成年者飲酒予防基金」の助成先公募を開始（～3月9日）
- 中国・青島啤酒股份有限公司株式の一部取得を発表（23日）

2月

- 缶入りチューハイ「アサヒ Slat（すらっと）」新発売（3日）
- 2008年12月期決算発表（5日）
- 新ジャンル「アサヒ オフ」新発売（24日）

3月

- 三井物産㈱と合併で天然由来調味料、酵母エキスの製造・販売会社設立を発表（9日）
- シュウェップス・オーストラリア買収の最終契約締結（12日）
- 発泡酒「アサヒ クールドラフト」新発売（17日）
- 第85回定時株主総会・株主様フォーラム開催（26日）

4月

- シュウェップス・オーストラリア買収手続き完了を発表（3日）
- 「竹鶴21年ピュアモルト」が「ワールド・ウイスキー・アワード2009」でブレンデッド・ウイスキー（ピュアモルト）部門で世界最高峰に認定（21日）
- 中国・青島啤酒股份有限公司株式の一部取得完了を発表（30日）

5月

- アサヒとカゴメの共同開発商品「アサヒトマーテ」をリニューアルし、「アサヒトマーテ 完熟トマトのフルーティカクテル」発売（19日）
- 「三ツ矢サイダー オールゼロ」新発売（26日）
- ビール「アサヒ ザ・マスター」新発売（26日）

6月

- 缶入りチューハイ「アサヒ 旬果搾り フルーツプレミアム 山形産佐藤錦」新発売（23日）※8月末まで出荷予定
- 新ジャンル「アサヒ オリオンリッチ」新発売（30日）
※「オリオンリッチ」として発売している沖縄県、および鹿児島県奄美大島群島を除く
※数量限定

Q 上半期のビール類市場の動向はいかがでしたか。
**新ジャンルが大きく成長し、
ビールも回復の傾向があらわれてきました。**

ビール類市場全体については、景気低迷などが影響して、当初の想定以上にビール・発泡酒の需要が新ジャンルに大きくシフトしました。結果、ビールと発泡酒では、売上がそれぞれ前年同期比5.5%、12.7%減少したのに対し、新ジャンルは27.4%増加してビール類市場全体では0.2%の増加となりました。

こうした状況のなか、当社は、2月に「アサヒ クールドラフト」を発売した発泡酒の売上は同3.7%の減少

にとどまり、また、3月に「アサヒ オフ」を発売した新ジャンルは24%の増加となり、計画以上の進捗となりました。一方で、市場低迷の影響を受けたビールが5.8%減少する結果となり、ビール類全体では、同1.2%の減少となりました。

しかし、「アサヒ スーパードライ」の売上の一部を全国自治体の環境保護活動などに寄付する“うまい!を明日へ!”プロジェクト(P19をご参照ください)などを展開した第2四半期では、当社のビールの売上高は同1%減少、ビール類トータルでは同2.7%の増加となり、第1四半期と比較して回復の傾向があらわれてきました。

Qでは国際事業の状況はいかがでしたか。

オーストラリアと中国で積極的な施策を展開しました。

現在、グループの売上高の約70%を国内の酒類事業が占めています。今後、当社グループがさらなる成長を果たし、未来永劫に存続していくには、国内酒類事業のほかに、国際事業をはじめとした各事業での成長が不可欠だと考えています。

この方針にもとづいて、オーストラリアでのシュウェップス社の買収と中国ビール業界第2位の青島啤酒股份有限公司（以下、青島ビール社）への出資を決めました。

オーストラリアの清涼飲料市場は、今後も安定的な成長が見込まれます。そのなか、シュウェップス社は、「シュウェップ」「ペプシ」「サンキスト」などブランド力のある商品を取り扱っており、市場第2位の販売シェアを有しています。この出資を機に、飲料事業におけ

る海外成長を加速させていきたいと思っています。

また青島ビール社とは、今後、戦略的パートナーシップを構築して、製造技術・品質管理などの面から成長をサポートしていきます。あわせて、中国ビール事業の収益性改善に取り組むとともに、中国でのアサヒブランドの存在感の向上に力を注ぎ、さらなる基盤強化を図っていきます。

Q通期の業績見込みはいかがでしょう。

通期でも増収増益を見込んでいます。

当第2四半期の結果を踏まえて、通期の業績計画を修正しました。売上高については、酒類事業では減収となりますが、飲料事業と食品・薬品事業の増収に加え、シュウェップス社が連結対象となったことで、2008年度比3%増加の15,080億円を計画しています。

営業利益は、グループ各事業で増益を見込んでいるものの、主に酒類事業における税制改正による減



価償却費の増加や退職給付費用などの一時的な費用の増加などによって、同65億円減少の880億円を見込んでいます。

この結果、経常利益も同4.6%減少の920億円となりますが、当期純利益については、特別損益の改善などから同11.1%増加の500億円を見込んでおり、9期連続の過去最高益達成をめざします。

Q業績目標を達成するための戦略をお教えてください。

すべての事業でブランド力強化を中心とした成長戦略をさらに加速していきます。

まず、酒類事業では、「うまい!を明日へ!」プロジェクトの第2弾を実施するなど、「アサヒ スーパードライ」をはじめとする既存ブランドのブランド力強化を図るとともに、大幅に伸長している新ジャンルにおいては、9月に「アサヒ 麦搾り」を発売することでさらなる活性化を図ります。

飲料事業では、5月に「三ツ矢サイダーオールゼロ」を発売し、好調に推移している「三ツ矢」に加え、「ワンダ」「十六茶」といった基幹ブランドを中心に、業界平均を上回る成長をめざすほか、生産部門・物流部門などの収益性向上に取り組めます。また、食品・薬品事業では、好調に推移している各社の主力商品のブランド力を強化していくことで事業全体の成長を追求します。

さらに国際事業については、青島ビール社との戦略的なパートナーシップの構築を通じて中国ビール事業の収益性改善をめざすとともに、新たにグループに加わったシュウェップス社についてもグループシナジーの創出に向けた取り組みを推進し、事業基盤の強化を図っていきます。

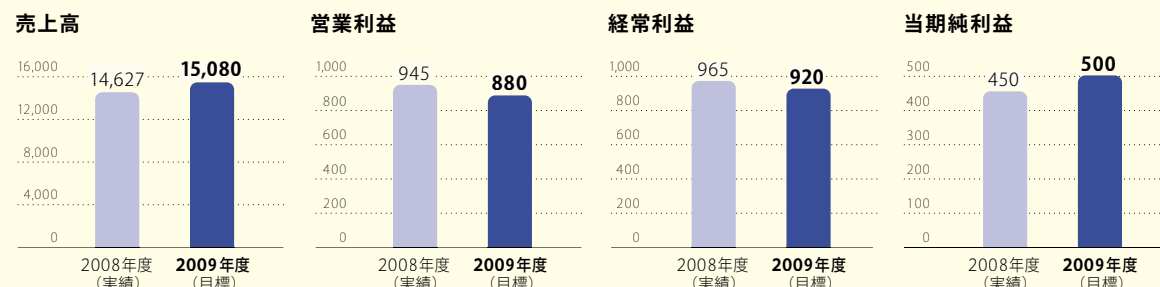
Q最後に株主の皆様にご挨拶をお願いします。

健全な危機感をグループ全体で共有し、皆様にご満足いただけるグループをめざします。

本年は、100年に一度といわれる経済不況のなか、景気の底打ちを探る厳しい環境が続いています。

当社グループは、この環境下にあっても、5年後、10年後を見据えた健全な危機感をグループ全体で共有しながら、株主の皆様をはじめとするすべてのステークホルダーにご満足いただけるグループをめざして、社会のなかで存在感を高めていきたいと思ひます。今後とも一層のご支援をよろしくお願いいたします。

2009年度の業績目標（億円）



品質確保・向上への取り組み

質の高い商品をつくり続けるために

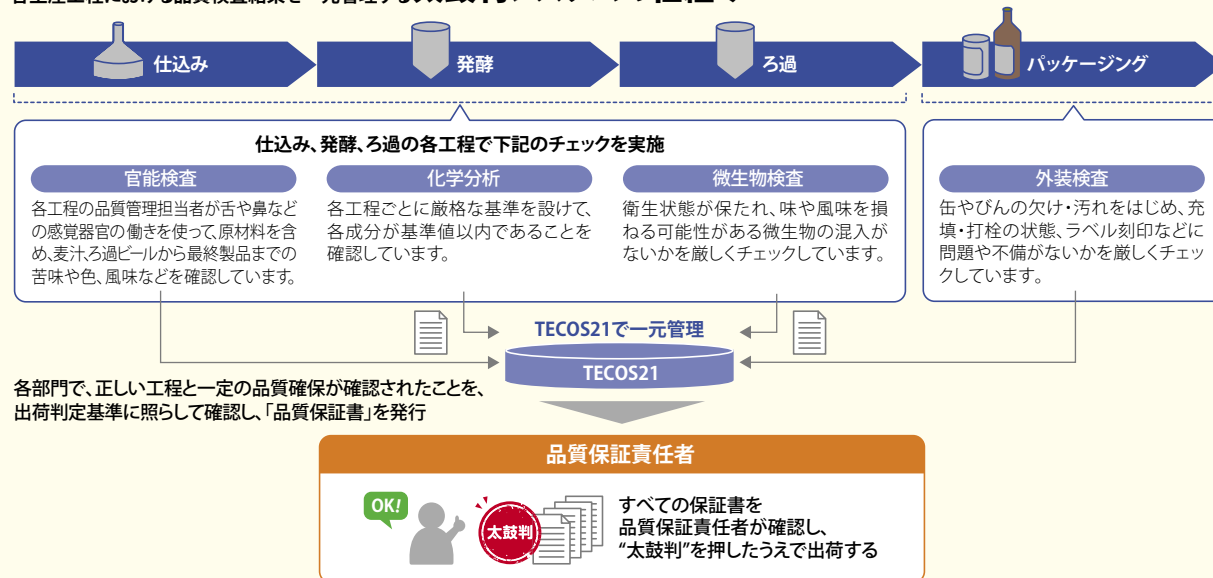
本年の特集「アサヒビールの挑戦」では、安全・安心な商品をお客様にお届けするための品質保証活動をシリーズ形式で掲載しています。第3回となる今回は、「生産」にスポットを当て、質の高い商品をつくり出すための取り組みについて紹介します。

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



独自の「太鼓判システム」を核に、生産における品質保証を徹底しています。

各生産工程における品質検査結果を一元管理する太鼓判システムの仕組み



“各工程の責任者が品質を保証したうえで、最終的に“太鼓判”を押した商品だけを出荷しています。”

ビールの生産には、仕込み、発酵、ろ過など数多くの工程があります。アサヒビール(株)では、それぞれの工程で感覚器官の働きを使ってビールの苦味や色、風味を確認する「官能検査」、ビールの各成分が基準値以内であることを確認する「化学分析」、微生物の混入の有無を確認する「微生物検査」、またパッケージング工程では「外装検査」を実施し、品質を厳しく管理しています。

さらに、これら品質管理を徹底するために、国内全9工場の情報を共有するネットワークシステム「TECOS21」を活用した独自の品質保証システムを確立しています。

「太鼓判システム」と名づけたそのシステムは、各工程の責任者が製造ロットごとにTECOS21を使って品質を確認し、問題がなければ品質保証書を発行。すべての品質保証書を検証したうえで、責任を持って“太鼓判”を押すという仕組みです。こうした何重ものチェックを経て認められた商品だけがお客様に届くというわけです。

今後は、「TECOS21」を品質保証のためだけのシステムではなく、工程改善・改革、業務効率化を可能にする新たなネットワークシステムに進化させ、さらなる品質保証体制の向上に努めていきます。



生産本部 生産部副課長
清水 弘子

モノづくりを担う社員の「技能」を向上・伝承していくために

質の高い商品をつくり続けるためには、モノづくりを担う社員の技能を高めるとともに、それらを後進に受け継いでいく必要があります。その実現に向けて、アサヒビール(株)では、高い技能を持つ技術者の技術レベルを認定する「テクニカルマスター制度」「テクニカルエキスパート制度」、技能伝承を促進する「弟子入り制度」を設けています。

テクニカルマスター制度・テクニカルエキスパート制度

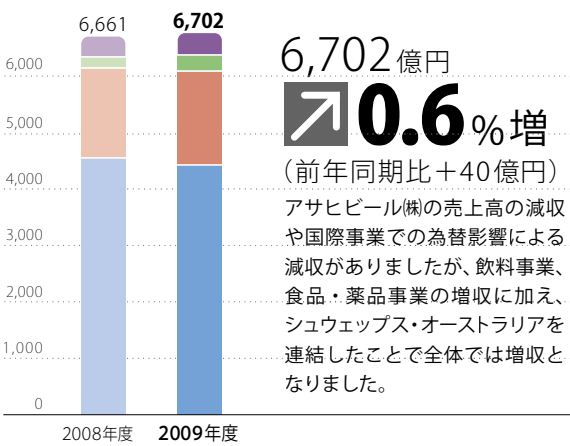
生産ラインや設備のメンテナンス、新商品や新技術の導入に伴う立ち上げなどのコア技能について、高いレベルを有する技術者を認定する制度です。熟練技術者を対象とした「テクニカルマスター制度」、若手・中堅技術者を対象とした「テクニカルエキスパート制度」があり、2009年7月末までに10名がテクニカルマスター、131名がテクニカルエキスパートに認定されています。

弟子入り制度

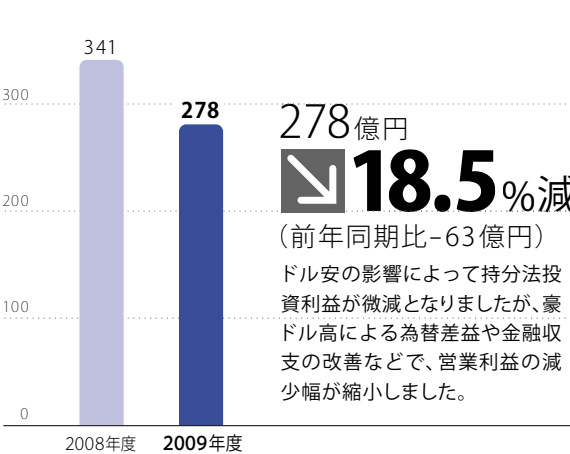
自分がめざすテクニカルマスターやテクニカルエキスパートの指導を受けながら、技能を磨いていくための制度です。2005年10月からスタートし、2009年7月末までに34件の事例を実施しています。

財務ハイライト (2008年度、2009年度：1月1日～6月30日)

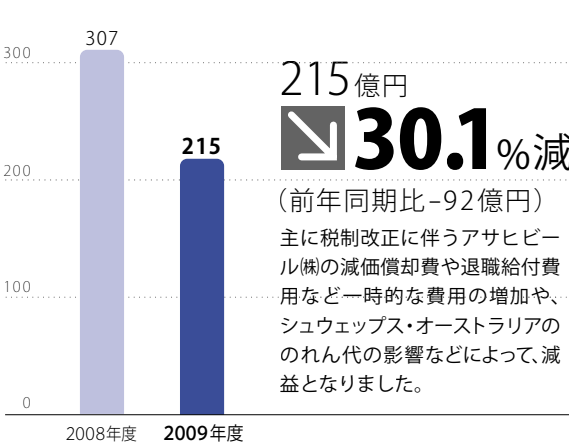
売上高 (億円) ■酒類事業 ■飲料事業 ■食品・薬品事業 ■その他



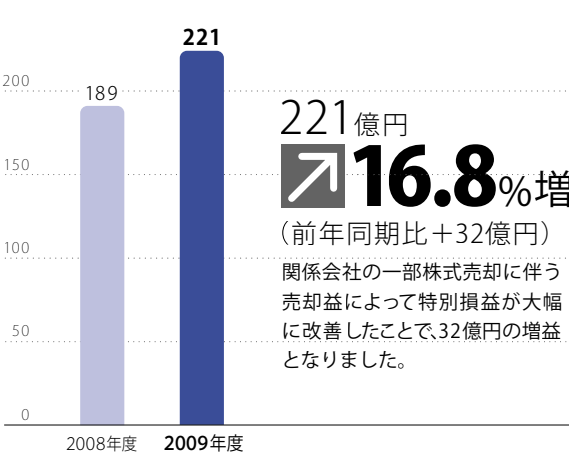
経常利益 (億円)



営業利益 (億円)



四半期純利益 (億円)

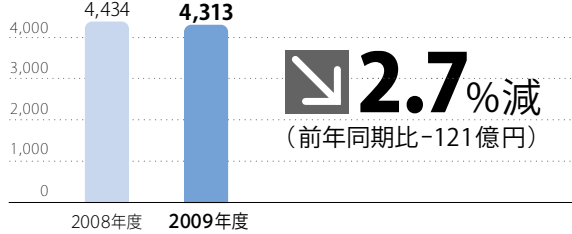


セグメント情報 (2008年度、2009年度：1月1日～6月30日)

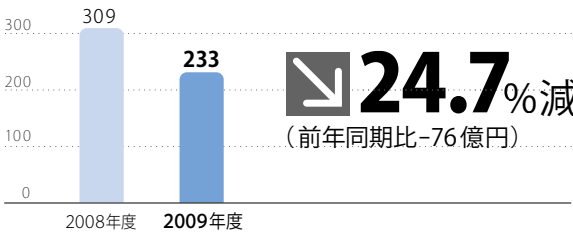
酒類事業

主な事業会社：アサヒビール(株)

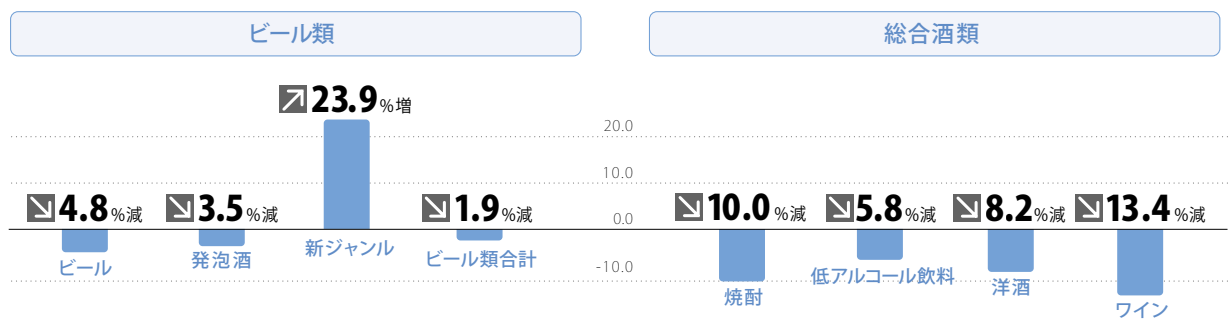
売上高 (億円)



営業利益 (億円)



アサヒビール カテゴリー別前年同期比較 [売上高で算出] (%)



ビール：「うまい!をカタチに!」や「うまい!を明日へ!」プロジェクト(P19 参照)の展開など、「アサヒスーパードライ」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”カテゴリー No.1に向けた施策の強化に加え、3月に「アサヒ クールドラフト」を新発売し、市場の活性化にも取り組みました。

※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：カテゴリー No.1をめざし、「クリアアサヒ」の販促活動を強化するとともに、お客様の価値観の多様化に応えるべく、2月に「アサヒ オフ」を新発売しました。

焼酎：「かのか」のブランド強化を図るとともに、3月に再発売した商品のブランド構築に取り組みました。

低アルコール飲料：基幹ブランドの販売が低調でしたが、カロリー最小級の缶チューハイ「アサヒ Slat(すらっと)」が2月の発売以降好調に推移し、年間の販売数量計画を上方修正しました。

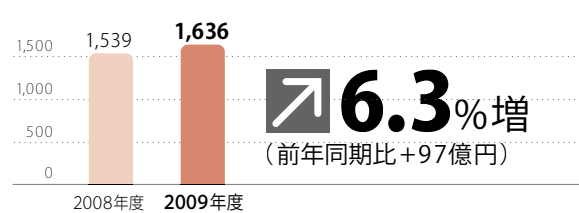
洋酒：「ブラックニッカ クリアブレンド」が好調で、24か月連続前年を上回る販売数量を達成しました。

ワイン：国産ブランド「サントネージュ」ブランドの強化とともに、輸入ワインの育成を中心に拡販に努めました。

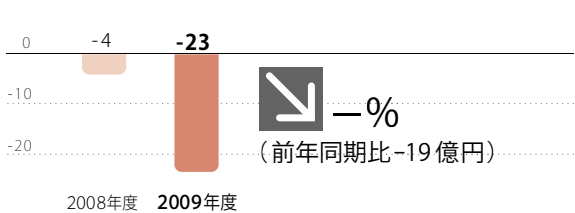
飲料事業

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

売上高 (億円)



営業利益 (億円)

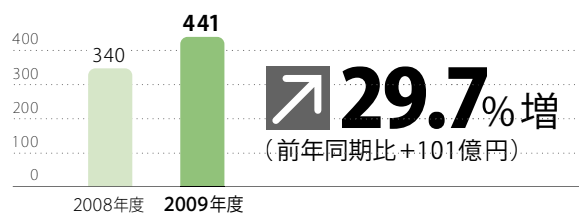


アサヒ飲料(株)：基幹ブランド「ワンダ」「三ツ矢」「十六茶」にマーケティング投資を集中し、継続的なブランド強化・育成を図りました。特に、5月に新発売した「三ツ矢サイダー オールゼロ」が好調で、販売数量が大幅に増加しました。

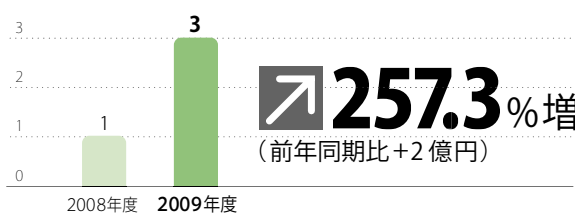
食品・薬品事業

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)



アサヒフードアンドヘルスケア(株)：基幹ブランド「ミンティア」「バランスアップ」「エビオス」などが引き続き好調に推移したことに加え、バランス栄養食品やカップスープ類も大幅に増加し、売上が着実に拡大しました。

和光堂(株)：ベビーフード「ゲーゲーキッチン」や「はいはい」「ぐんぐん」が好調に推移し、売上を拡大することができました。

その他事業

売上高 311億円 10.7%減 (前年同期比-37億円) 営業利益 2億円 1699.5%増 (前年同期比+2億円)

主に卸事業の再編などにより売上高は減少しましたが、営業利益は主に物流事業での効率化などにより、大幅に増加しました。

連結財務諸表

連結損益計算書

(2008年度、2009年度：1月1日～6月30日)

(単位：百万円)

科目	2008年度	2009年度
売上高	666,149	670,156
売上原価	431,550	436,680
売上総利益	234,598	233,475
販売費及び一般管理費	203,872	211,995
営業利益	30,726	21,479
営業外収益	8,322	9,954
営業外費用	4,920	3,604
経常利益	34,127	27,829
特別利益	1,559	17,609
特別損失	2,288	3,574
税金等調整前四半期純利益	33,398	41,865
法人税、住民税、及び事業税	15,377	18,717
少数株主利益	-862	1,093
四半期純利益	18,883	22,053

※百万円未満は切り捨てて表示しています。



営業外収益

持分法投資利益が為替の影響で微減となりましたが、その他収支が豪ドル高による為替差益の計上や棚卸売却廃棄損が本年から原価での計上に変更になった影響などで改善しました。

特別利益

主にアサヒビール(株)と伊藤忠商事(株)が共同で出資している当社子会社が保有する康師傅飲〔カンシーフ〕品控股有限公司株式の伊藤忠商事(株)の保有分を売却したことで、関係会社株式売却益が増加しました。



投資活動によるキャッシュフロー

シュウェップス・オーストラリアの買収や青島啤酒股份有限公司の一部株式取得に伴う支出を実施したことにより、前年同期と比較して大幅に支出が増加しました。

財務活動によるキャッシュフロー

主にシュウェップス・オーストラリアや青島啤酒股份有限公司への投資支出の増加を金融債務で調達したことにより、大幅に収入が増加しました。

連結キャッシュフロー計算書

(2008年度、2009年度：1月1日～6月30日)

(単位：百万円)

科目	2008年度	2009年度
営業活動によるキャッシュ・フロー	40,293	30,075
投資活動によるキャッシュ・フロー	△26,886	△148,846
財務活動によるキャッシュ・フロー	△9,506	124,548
現金及び現金同等物に係る換算差額	△100	366
現金及び現金同等物の増減額	3,799	6,144
現金及び現金同等物の期首残高	11,741	12,697
連結の範囲の変更による現金及び現金同等物の増減額	—	475
現金及び現金同等物の四半期期末残高	15,541	19,317

※百万円未満は切り捨てて表示しています。

連結貸借対照表

(2008年度：2008年12月31日時点、2009年度：2009年6月30日時点) (単位：百万円)

科目	2008年度	2009年度
資産の部		
流動資産	412,344	416,072
現金及び預金	12,771	19,469
受取手形及び売掛金	265,048	243,438
有価証券	301	—
商品及び製品	66,264	76,394
原材料及び貯蔵品	30,774	32,252
繰延税金資産	9,009	9,518
その他	34,218	42,667
貸倒引当金	△6,044	△7,669
固定資産	886,714	1,017,479
有形固定資産	606,791	613,169
建物及び構築物	413,983	420,142
減価償却累計額	△217,921	△224,828
建物及び構築物	196,061	195,313
機械装置及び運搬具	521,651	546,201
減価償却累計額	△347,613	△370,338
機械装置及び運搬具（純額）	174,038	175,863
その他	112,343	128,454
減価償却累計額	△66,944	△78,566
その他（純額）	45,398	49,887
土地	185,201	186,077
建設仮勘定	6,090	6,027
無形固定資産	76,371	135,944
のれん	60,675	97,354
その他	15,696	38,589
投資その他の資産	203,551	268,365
投資有価証券	142,731	211,521
繰延税金資産	24,212	21,183
その他	43,253	40,192
貸倒引当金	△6,645	△4,531
資産合計	1,299,058	1,433,551

※百万円未満は切り捨てて表示しています。



受取手形及び売掛金

期末は通期で最も債権高が多くなることから、期末と比較において減少しました。



無形固定資産

主にシュウェップス・オーストラリアの買収に伴い、のれんなどが増加したことで、596億円増加しました。

投資有価証券

主に青島啤酒股份有限公司の一部株式を取得したことで増加しました。

(単位：百万円)

科目	2008年度	2009年度
負債の部		
流動負債	516,061	664,684
支払手形及び買掛金	99,674	89,677
短期借入金	95,556	218,066
1年内償還予定の社債	20,000	35,000
未払酒税	128,379	119,525
未払法人税等	22,653	20,919
預り金	22,863	24,596
コマーシャル・ペーパー	7,000	36,000
賞与引当金	2,715	2,839
その他	117,218	118,060
固定負債	248,369	210,369
社債	120,168	105,162
長期借入金	59,535	36,445
退職給付引当金	23,515	23,983
役員退職慰労引当金	633	554
繰延税金負債	6,112	4,922
その他	38,404	39,300
負債合計	764,430	875,053
純資産の部		
株主資本	518,288	535,316
資本金	182,531	182,531
資本剰余金	151,147	151,130
利益剰余金	214,189	231,199
自己株式	△29,579	△29,544
評価・換算差額等	3,305	18,094
その他有価証券評価差額金	1,111	6,162
再評価剰余金	1,751	—
繰延ヘッジ損益	△3	△11
為替換算調整勘定	446	11,944
少数株主持分	13,033	5,086
純資産合計	534,627	558,497
負債純資産合計	1,299,058	1,433,551

※百万円未満は切り捨てて表示しています。



短期借入金／コマーシャル・ペーパー

シュウェップス・オーストラリアや青島啤酒股份有限公司に対する事業投資に必要な資金を、主に銀行からの短期借入金にて賄い、一部コマーシャルペーパーにより調達しました。



為替換算調整勘定

主に豪ドル高により大幅に増加しました。

配当金について

当期の配当は、1株あたり中間配当10円、期末配当の10円の年間20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めざします。

商品開発

新発売 アサヒビール(株)
新ジャンル
アサヒ 麦搾り

麦をたっぷり使用したコクのある新ジャンル「アサヒ 麦搾り」を新発売します。リッチな麦のうまみと飲みごたえのある味わいをぜひお楽しみください。

ここがポイント！

- ✓ 麦(麦芽と大麦)を1.5倍※使用
- ✓ ちょっと高めのアルコール分(5.5%以上6.5%未満)で、しっかりとした飲みごたえを実現
- ✓ 麦のうまみと引き締まった後味を両立

※発泡酒をベースとした当社「リキュール(発泡性)①」との比較です。



2009年9月15日発売
缶350ml、缶500ml／希望小売価格は設定していません。

新ジャンル商品のさらなる売上拡大をめざして

アサヒビールでは、新ジャンル商品の売上拡大をめざして、新ジャンル愛飲者約1,000名へのアンケート調査を実施。その結果、新ジャンル商品に対しても「コク」や「味わい」を求める方が増えるなど、ニーズが多様化していることが明らかになりました。今回発売した「アサヒ 麦搾り」と、「クリア アサヒ」「アサヒ オフ」の3つの商品で多様なお客様のニーズにお応えしていきます。

コクのある
味わい



アサヒ 麦搾り

雑味のない
スッキリ味



クリア アサヒ

プリン体85%・
糖質70%オフ※



アサヒ オフ

※プリン体・糖質とも
発泡酒をベースとした
当社「リキュール
(発泡性)①」との
比較です。



社員メッセージ

「飲みごたえ」や「コク」を求めるお客様への新提案です

麦のコクをしっかり引き出し、アルコール分をちょっと高めにする事で、飲みごたえのある味を実現しました。新ジャンルに飲みごたえやコクを期待されるお客様にもきっとご満足いただけたと思います。

マーケティング本部 商品開発第一部 副課長 福富 貴之

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)
低アルコール飲料
アサヒ Slat すっきり白ぶどう
(すらっと)

果実をその場で搾ったような果汁感がある、1缶(350ml)当たり88kcalの缶チューハイ「アサヒ Slat(すらっと)」に、すっきり白ぶどう味が登場しました。

ここがポイント！

- ✓ レモン果肉入りで、すっきり、爽やかな味わい
- ✓ 白ワインを使用し、甘さ控えめのさっぱりとした後味
- ✓ アルコール分3%で飲みやすい



「レモン」「グレープフルーツ」の
パッケージが新しくなりました！

新発売 (株)エルビー東京
清涼飲料水
ヨーグージュメロン

ヨーグルトのさわやかな風味と甘いメロンの味わいが特長の乳性飲料「ヨーグージュメロン」を新発売しました。味わい豊かで、スッキリ飲んでいただけます。

ここがポイント！

- ✓ 国産メロン果汁を約2%使用
- ✓ 乳製品乳酸菌飲料(殺菌)を使用



2009年7月28日発売※
缶350ml／141円(缶500ml／191円もあります)

※コンビニエンスストアで先行発売。
9月8日からすべての販売店で販売します。



2009年9月1日発売
500ml／95円

商品開発

リニューアル
「ワンダ」ブランド
リニューアル

多くのお客様からご支持をいただいている缶コーヒー「WONDA」シリーズが、リニューアルしました。今回新しくなったのは、4種。それぞれ個性がさらに際立つように磨きをかけ、一層おいしくなりました。ぜひ、お試しください。



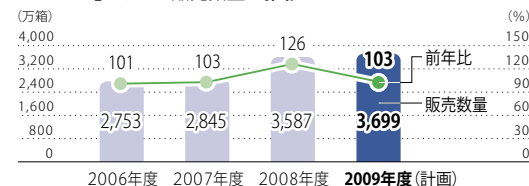
アサヒ飲料(株)
マーケティング部
コーヒーチームリーダー
小松 秀児

社員メッセージ

他のブランドにはない価値や
味わいを提供していきます

おかげさまで、去年は当社の缶
コーヒー売上史上最高の3,587万
箱を販売し、メガブランドの仲間入
りを果たすことができました。本年
上半期も前年同期比106%と好調
に推移しており、缶コーヒー市場
シェア3位が見えてきました。これからも、他のブランド
にはない価値や味わいを提供し続けることで、
「WONDA」の存在感をさらに高めていきます。

「WONDA」シリーズ販売数量の推移



いいこと、いつも[WONDA]から。

リニューアルのポイント!

- さらに朝専用にふさわしいおいしさへ!
- 「さらに輝く、よりプレミアムなおいしさへ!」
- 「コク」「まろやかさ」アップ! さらにおいしい糖類ゼロへ!
- 更にコク深く、冻えるキレ味。よりリアルなストレートブラックへ!

ワンダ モーニングショット
2009年 9月29日発売
缶190g/115円

ワンダ 金の微糖
2009年 9月15日発売
缶185g/115円

ワンダ ゼロマックス
2009年 9月1日発売
缶185g/115円

ワンダ ザ・ブラック
2009年 9月15日発売
缶185g/115円

アサヒフードアンドヘルスケア(株)
美容食品
新発売 パーフェクト*コラーゲン

ハリとうるおいを求める方のための、クセのないプレーンフレーバーで飲みやすいパウダータイプの美容食品です。11種の美容系成分がコラーゲンの産生をサポートします。

ここがポイント!

- アサヒビール(株)研究開発センター発見の「美体質乳酸菌」配合
- いろいろな飲み物にも溶けやすく、おいしく飲める
- 1日あたり約61円*と続けやすい価格

*1日あたりの使用量をスプーン1杯(約4.3g)として計算しています。



2009年9月7日発売
121g/1,700円

和光堂(株)
キャンディ
新発売 葉酸キャンディ mamastyle

妊婦さんのためのキャンディ「葉酸キャンディmamastyle」を新発売します。2粒で妊娠時期の1日に必要な葉酸、ビタミンB6、ビタミンB12を摂取できます。

ここがポイント!

- 持ち歩きに便利で、いつでも気軽に葉酸を摂取できる
- 虫歯になりやすいプレママにうれしいノンシュガー
- レモン味とジンジャーエール味で、妊娠時にも食べやすい



レモン味
2009年9月11日発売
94g/336円

ジンジャーエール味

事業施策

未来の渋谷で飲みたい地ビールをつくる 「シブヤ大学ビールゼミ」を開講

アサヒビール(株)お客様生活文化研究所では、東京・渋谷の街で一般市民向けの公開講座を開催している NPO 法人シブヤ大学と共同で、本年7月から「シブヤ大学ビールゼミ」を開講しています。これは、同大学の受講者(参加者)とともに渋谷の街の現在と未来について考察しながら、未来の渋谷で飲みたい地ビールのコンセプトや味を探索取り組みです。

アサヒビール(株)では、20代～30代が多く参加するシブヤ大学とコラボレーションすることで、若年層の価値観やビール観への理解を深め、新たな商品開発につなげていきます。



環境保全

「日本の環境を守る若武者育成塾」を九州で開催

アサヒビール(株)では、NPOや他の企業などとともに高校生を対象とした環境教育プログラム「日本の環境を守る若武者育成塾」を毎年開催しています。

4年目となる本年は、8月18日～21日にかけて、全日本空輸(株)、旭化成(株)と連携して九州地域で合宿を実施。アサヒビール(株)博多工場の環境保全の取り組みの見学や、森や川でのフィールドワークなど、地球環境保全の大切さについて学ぶ機会を提供しました。なお、開催にあたっては、連携各社の社員が活動の推進役として参加しました。

今後もアサヒビール(株)は、環境保全のために自ら行動す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

お客様とともに、お客様のために ——

「アサヒ スーパードライ」の2大プロジェクトを展開中

あなたの1本が明日の日本をつくる。 「うまい!を明日へ!」プロジェクト 第2弾 を今秋展開

「アサヒ スーパードライ」の売上の一部を、お客様の住む地域の自然や環境、文化財などの保護・保全活動に寄付する「うまい!を明日へ!」プロジェクトの第2弾を今秋スタートします。このプロジェクトは、「かけがえのない日本の自然を守りたい」「美しい文化を明日へと引き継いでいきたい」との思いから行っているものです。アサヒビールでは、より多くのお客様に「アサヒ スーパードライ」を提案し、お客様とともに豊かで美しい明日の日本をつくっていきます。

※2009年9月下旬～11月下旬に製造する「アサヒ スーパードライ」缶350ml、缶500ml、および大びん633ml、中びん500mlが対象です。



プロジェクト第1弾 結果報告……………

おかげさまで、寄付総額は2億1,979万2,528円となりました。47都道府県の各自治体などと相談のうえ、自然や環境、文化財などの保護・保全活動を行っている団体などに寄付します。多くのご愛飲ありがとうございました。

※寄付先は、下記ウェブサイトでご覧いただけます。

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

もっと多くのお客様に「うまい!」の遊びを! 「うまい!をカタチに!」プロジェクト 第4弾 第5弾 を同時実施

「アサヒ スーパードライ」の“格別のうまさ”を実感していただくためのオリジナルグッズなどを提案する「うまい!をカタチに!」プロジェクトの第4弾・第5弾を同時に実施します。第4弾では100万円相当のオリジナルビアパーティ、第5弾ではプロ仕様の本格タンブラーや4缶同時に保冷できるビアクーラーなどをご用意しています。応募期間は本年9月29日まで。ぜひご応募ください。

詳しくはウェブサイトをご覧ください。

▶ <http://www.asahibeer.co.jp/superdry/umakata/>
☎ 0120-755-651 (音声案内) (受付時間/8:00～20:00)





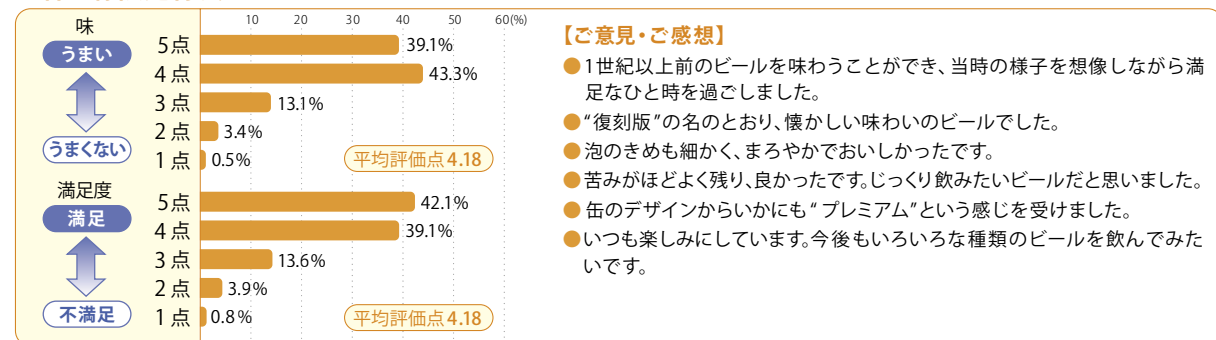
アンケートの集計結果

株主様で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。
今回は、9,444名の株主の皆様からご回答をいただきました。
いただいた貴重なご意見は、今後のさまざまな活動の参考とさせていただきます。

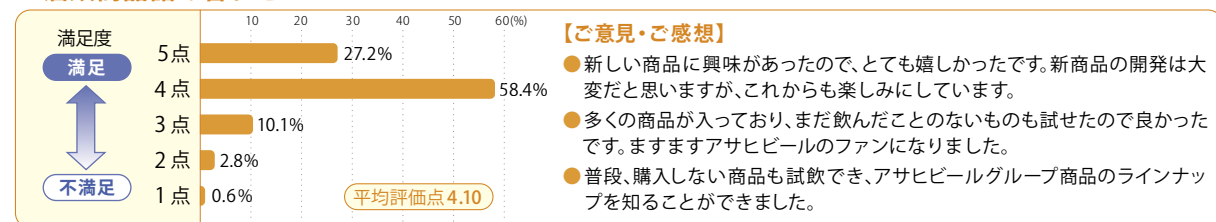


創業当時のビールの味を再現した「初号アサヒビール」復刻版です。

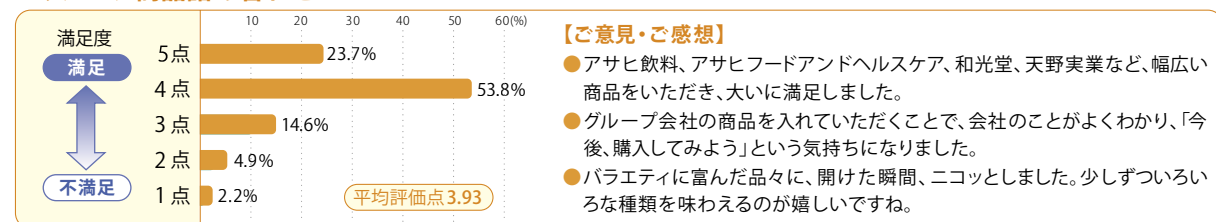
■株主様限定特製ビール



■酒類商品詰め合わせ



■グループ商品詰め合わせ



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822名、寄付金総額は約133万円でした。
「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。

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)

役員 (2009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 大澤 正彦 泉谷 直木
専務執行役員 本山 和夫 岩上 伸

常務取締役 兼 小路 明善 唐澤 範行
常務執行役員

取締役 兼 長尾 俊彦
執行役員

社外取締役 山口 信夫 坂東 真理子 田中 直毅

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】

常務執行役員 二宮 裕次 松延 章 高橋 成公
山崎 史雄 谷口 憲二 川面 克行
谷野 政文 金谷 高義

執行役員 杉浦 誠 北川 佳久 内藤 規夫
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 石川 誠一 青木 賢吉
渋谷 博久 野原 優 片桐 寛
柴田 和憲 池田 史郎

株式の状況 (2009年6月30日現在)

発行済株式総数 483,585,862株

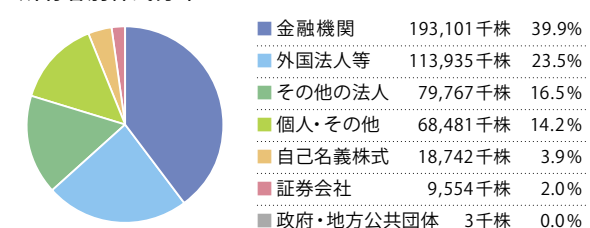
当中間期末株主数 129,850名(前年同期末比22,512名増)

大株主(上位10名)

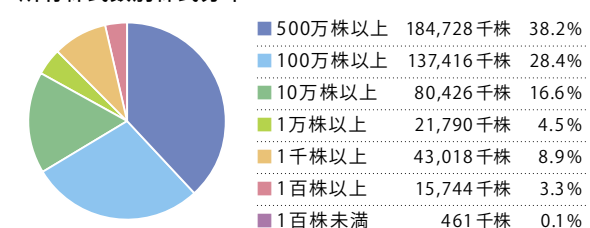
株主名	持株数 (千株)	出資比率 (%)
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	25,534	5.3
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口4G)	25,287	5.2
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	21,789	4.5
旭化成株式会社	18,785	3.9
第一生命保険相互会社	16,920	3.5
富国生命保険相互会社	16,883	3.5
株式会社三井住友銀行	9,028	1.9
住友信託銀行株式会社	8,126	1.7
住友生命保険相互会社	7,090	1.5
株式会社みずほコーポレート銀行	5,644	1.2
合計	155,087	32.1

※当社は自己株式を18,742千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



単元未満株式の買取・買増請求について

当社の株式は1単元が100株となっており、単元未満株式（1～99株）については市場での売買はできませんが、当社に対して **買取請求（売却）**、または100株（1単元）となるよう**買増請求（購入）**をすることができます。お手続きの方法および用紙のご請求は、P23記載のお問い合わせ先にお申し出ください。

例 株主様が73株をご所有の場合

〔買取請求の場合〕

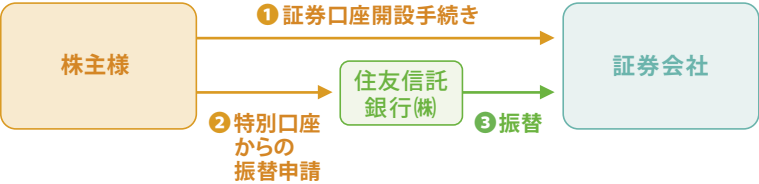


〔買増請求の場合〕



特別口座から証券会社の口座への振替申請について

特別口座※に記録されている株式については、**特別口座のままでは売買できません**（単元未満株式をを除く）。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、P23記載のお問い合わせ先にご確認ください。



※ **特別口座：**
株券電子化前にはふり(株式会社証券保管振替機構)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していた場合に、当該株式が記録される口座です。なお、特別口座に当社株式が記録された株主様は、住友信託銀行株式会社から2009年2月9日付にて「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います。

配当金のお受け取り方法について

配当金は、**下記の4つの方法**でお受け取りいただけます。ただし、株主様の株式の保有状況や振込先の金融機関などによって利用できない場合がありますので、詳細はP23記載のお問い合わせ先にご確認ください。

配当金領収証方式	「配当金領収証」をゆうちょ銀行または郵便局の窓口 に払渡し 期間内にお持ち込みいただき、現金を受け取る方式です。
個別銘柄指定方式	株式の銘柄ごとに、予め指定した金融機関口座への振込によって受け取る方式です。
登録配当金受領口座方式	保有する全ての銘柄の配当金を、予め指定した同一の金融機関口座への振込によって受け取る方式です。
株式数比例配分方式	株式を預けている証券口座への振込によって受け取る方式です。 同一銘柄の株式を複数の証券会社に分けている場合は、その株数に応じて分けての受け取りとなります。



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月以降にお支払いする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。
【配当金領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。