



マーケティング本部
ブランド開発部
森内 美帆

アサヒ飲料(株)

果汁飲料

60周年

バイリース オレンジ

「バイリース」ブランドが
日本発売60周年を迎えました。

1938年に米国で誕生した「バイリース」ブランドは、1951年、本格的な果実飲料の先駆けとして日本に登場しました。日本発売60周年を迎える本年、「果実で世界をつなぐ、バイリース」をテーマに、果実のおいしさで飲む人・つくる人が幸せを分かち合える、「100年ブランド」の育成をめざします。

指定農園で育った
バレンシア
オレンジを使用

甘味と酸味を
ベストバランス

瓶のイメージを
現代風に
アレンジした
瓶型PETボトル



2011年4月5日発売
PET450ml / 140円
(他の容器容量もあります)

バイリースブランドの歴史

1938 アメリカで誕生

米国の科学者フランク・バイラー氏が果汁殺菌方法を発明。果汁飲料「バイリース」が生まれる。

1945 「バイリース オレンジ」が日本上陸

規制のため米軍関係に限定して販売される。

1951 アサヒビールが国内販売開始

ウィルキンソン社と販売契約を締結。本格的な果実飲料の先駆けとして販売。

※ バイリース・オレンジ・ジャパン社からウィルキンソン社が受託して生産していました。

1980 「バイリース」の商標権と事業を取得

バイリース・オレンジ・ジャパン社から商標権と事業を取得し、ブランド展開をさらに加速。

2011 国内発売60周年!



「バイリース オレンジ」缶250g
発売時のポスター(1959年)

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。

アサヒビール(株)
新ジャンル

新発売

アサヒ 一番麦

大規模調査をもとに、飲みごたえにこだわった新ジャンルを開発しました。

累計5,000名にも及ぶヒアリング調査をもとに、麦100%ならではの本格的な飲みごたえが特長の新ジャンルを開発しました。麦のうまさに徹底的にこだわって、通常の1.5倍の麦を贅沢に使用しました。また、仕込条件や煮沸条件を工夫して、上質な麦の香り成分を引き出すことで、さわやかな後味を実現していますので、ぜひ一度お試しください。

※ 一番麦汁：麦汁とはアルコールの生成に必要な糖を含んだ液体。麦汁をつくる過程で最初にできるのが一番麦汁。



マーケティング本部
マーケティング第一部
西村 壮一郎

麦100%
ならではの
飲みごたえ

「一番麦汁※」
のみを使用

上質な麦の
うまみ



2011年3月1日発売
缶350ml、缶500ml／希望小売価格は
設定していません。

アサヒビール(株)
新ジャンル

新発売

アサヒ ブルーラベル

キレ味は超爽快、糖質はゼロの新ジャンルです。

今回発売する「アサヒ ブルーラベル」は、超爽快なキレ味とアルコール分4%の飲みごたえが楽しめる、糖質ゼロ※の新ジャンルです。仕事のあとやお風呂上がりなど、気分をすっきりさせたい時にピッタリの味わいに仕上げています。海と空の爽快な景色をイメージしたパッケージデザインにも注目してください。

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



マーケティング本部
マーケティング第一部
寺門 誠

超爽快な
キレ味

爽快な
イメージの
デザイン

糖質ゼロ※



2011年4月5日発売
缶350ml、缶500ml／希望小売価格は
設定していません。

(株)エルビー

健康飲料

新発売

ジョイスアップリ

Joysupli 2種

おいしく健康をサポートするドリンクサプリを新発売しました。

ドリンクサプリ「Joysupli」の2商品を発売しました。「コラーゲン5000」はレベルアップコラーゲン5000mg、美体質乳酸菌30mgを配合した若さサポート飲料、「ブルーベリー & カシス」はビルベリーエキスにカシスエキスとルテインを配合したアイケア飲料です。おいしさと機能性を両立した新提案です。毎日の健康維持にお役立てください。



マーケティング統括部
LL 開発部グループ
木野 未菜

多彩な
テイスト



おいしく
健康サポート



2011年3月22日発売
125ml / 140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

スリムアップスリム プレシャス ダイエットケア 果実ゼリー

牛乳を混ぜるだけでつくれるダイエットケア果実ゼリーです。

美体質ダイエットを応援する「スリムアップスリム」シリーズから、果実ゼリーを新発売しました。果肉がたっぷり入っているので食べごたえがあるうえ、コラーゲンやマルチビタミンなどの美容成分もしっかりと配合しています。つくり方は簡単! 牛乳を混ぜるだけです。皆様ぜひ一度お試しください。



ヘルスアンドビューティケア
商品開発室
高木 由紀

美容成分
配合



おいしさと
食べごたえ 簡単に
つくれる

2011年3月7日発売
6食入り / 2,500円

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。

和光堂(株)

乳児用食品

新発売

グーグーキッチン

グーグーキッチンのラインナップを
40アイテムに拡大しました。

月齢に合わせた固さ設計とバナナのような食感で「赤ちゃんがよく食べてくれる」とのご評価をいただいている「グーグーキッチン」シリーズに、小魚、レバー、青魚などを使用したメニューや7大アレルギー不使用のメニューなどを追加しました。40品の充実のラインナップで、お客様の多様なニーズにお応えしていきます。



研究開発一部
齋藤 主

赤ちゃんの
発達に合わせた
固さ設計

バナナの
ような食感

具の野菜は
100%国産



2011年3月8日発売
80g/165円

天野実業(株)

スープ

新発売

おこげのスープ 3種

国産もち米を使用した
おこげの食感が楽しめるスープです。

国産もち米100%のおこげ入りのスープを新発売しました。そのまま食べるとサクッとした食感が楽しめ、スープに浸すともっちりとした食感が味わえます。スープは素材本来のおいしさをお楽しみいただきたと考えて、化学調味料を使わずコクのある味わいに仕上げました。中華野菜、海鮮、京水菜の3種類の味をお楽しみください。



営業本部 マーケティング部
商品企画チーム
柳澤 厚子

国産もち米
100%の
おこげ入り

お湯を
注ぐだけで
つくれる

化学調味料
無添加



2011年3月1日発売
15g(中華野菜)、13.5g(海鮮)、
16.5g(京水菜)/180円

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。



事業
施策

カゴメ(株)から 「六条麦茶」ブランドを取得

アサヒグループは、2007年のアサヒビール(株)とカゴメ(株)との業務・資本提携以来、研究・商品開発などさまざまな分野でそのシナジーの最大化に取り組んできました。その一環として、アサヒ飲料(株)では昨年12月、カゴメ(株)から「六条麦茶」ブランドの製造・販売権を取得。本年4月からアサヒ飲料ブランドとして販売します。「六条麦茶」は高い認知率を有するロングセラーブランドです。アサヒ飲料(株)では、総合飲料メーカーとしての強みを活かして「六条麦茶」ブランドの活性化を図り、飲料市場におけるシェア拡大をめざします。

香ばしく
ふくよかな
味わい

ノンカフェイン

乳化剤・
香料無添加



受賞

「第15回IR優良企業賞」を受賞

アサヒビール(株)は、社団法人日本IR協議会の2010年度(第15回)「IR優良企業賞」で同賞を受賞しました。この賞はIR(投資家様などへの情報開示)の主旨を深く理解し、取り組んでいる企業を評価・表彰するものです。今後もこの受賞を励みとし、IR活動を充実させていきます。

主な評価ポイント

- 経営陣が積極的にIR活動に取り組んでいること
- 株主・投資家の皆様のニーズに応じてタイムリーな情報発信を行っていること





「うまい!を明日へ!」プロジェクト第4弾を実施

昨年8月～10月にかけて「うまい!を明日へ!」プロジェクトの第4弾を実施しました。これは「アサヒ スーパードライ」の売上の一部を、全国47都道府県ごとに設定した自然環境や文化遺産などの保護・保全活動に寄付する取り組みです。多くの皆様にご愛飲いただき、寄付金総額は4億1,242万3,716円となりました。



過去の結果報告や都道府県別の寄付先などをご紹介しますスペシャルサイトを開設しています。
<http://www.asahibeer.co.jp/superdry/umaasu/>



「エコプロダクツ2010」に出展

昨年12月9日～12月11日、日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2010」に出展しました。「自然の恵みを、明日へ。」をテーマに、昨年が生物多様性年であったことを踏まえて、グループ各社の生物多様性保全の多彩な取り組みを紹介しました。



展示ブースには社有林「アサヒの森」で産出された間伐材を利用しました。

アサヒグループの生物多様性保全への取り組みをパネルで紹介しました。