

# 第77期中間事業報告書

平成12年1月1日～平成12年6月30日



# 株主のみなさまへ



左から 代表取締役会長: 瀬戸 雄三、 代表取締役社長: 福地 茂雄

## 目次

株主のみなさまへ	1
特集	3
トピックス	6
部門別営業の状況	9
貸借対照表	11
損益計算書	13
連結財務諸表	15
アサヒビールグループのご紹介	17
主要商品のご紹介	19
会社の概要・役員・執行役員	21
株式の状況	22
株主メモ	23

株主のみなさまにおかれましては、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

さて、当社の第77期上半期が終了いたしましたので、ご挨拶申し上げます。

当上半期のわが国経済は、個人消費の本格的な回復には至らず、なおも厳しい状況にあります。その一方で、企業部門における収益の大幅な改善傾向や設備投資、輸出の持ち直しなど明るい兆しがみられ、民間需要を中心として景気の自律的回復に向けた動きが強まりつつあります。

本年のビール業界は、各社がビール新商品や新容器を発売するなどビール販売強化に取り組みましたが、景気の低迷やアルコール飲料の多様化などの影響を受け、1～6月のビール課税数量は前年同期比4.4%減となりました。

ビールに発泡酒を加えた市場でも前年同期比0.3%減となりました。

このような状況の中で、当社は主力商品のアサヒスーパードライが前年同期比1.3%増と堅調に推移し、トップブランドの地位を確固たるものとしたしました。

この結果、当社全体のビール課税数量は、地域限定ビールなどの減少したブランドがあったものの、それを吸収して前年同期比0.3%増と堅実な売上拡大を実現し、業界平均を大幅に上回りました。シェアも、45.6%と半期ベースで初めて45%を上回り、過去最高を達成することができました。

以上の結果、当上半期の総売上高は、過去最高の479,823百万円、前年同期に比較して0.3%増、1,622百万円の増収となりました。

利益につきましては、営業利益は30,648百万円、前年同期比1.1%増、経常利益は22,959百万円、前年同期比3.7%増、中間利益は8,950百万円、前年同期比44.7%増となりました。経常利益、中間利益は上半期では過去最高となりました。

また、変化の激しい経営環境に即応するため、本年3月の株主総会の決議を経て、コーポレートガバナンスの革新を実施いたしました。取締役の人数を40人から10人にするとともに、執行役員制を導入し、経営と執行の明確な分離を図りました。また、社外取締役を1名から3名に増員し、経営機能の強化と透明性の向上を図っております。今後更に取締役会の強化を図るとともに、よりスピードのある経営の展開を実施してまいります。

同時にグループ経営の時代に対応するためのグループ本社の機能強化、営業利益連動型賞与制度の導入、社内ベンチャー制度の新設など社内制度改革を積極的に進めております。

中間配当につきましては、前年中間期と同額の1株当たり6円とすることに決定させていただきました。

下半期の全ビール需要は、景気動向は依然厳しいと予想されますが、猛暑も期待され、堅調な推移が見込まれます。

その中で、当社は情報システムを活用したきめ細かな提案型営業を積極的に展開し、また、アサヒスーパードライのブランド価値を高めるため、更なる鮮度管理の徹底により、お客さまの飲用時点の品質向上に一層取り組み、目標の達成を図ってまいります。

株主のみなさまにおかれましては、何卒一層のご指導、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

平成12年9月

代表取締役会長

瀬戸 雄三

代表取締役社長

福地 茂雄

お客さまに常に満足していただける商品の提供を目指して……

# 品質と鮮度の追求

「アサヒスーパードライ」のおいしさを追求するためには、「味」と「鮮度」という2つのファクターが欠かせません。このためアサヒビールでは、製造から販売までの全プロセスにおける鮮度への挑戦を「トータル・フレッシュマネジメント活動」と名付け、徹底した品質管理を進めています。

営業部門  
からの情報

研究開発

原材料



研究開発本部 酒類研究所  
醸造技術部長 加賀美 昇

「アサヒスーパードライ」本来のおいしさをいかに長く持続させ、いかに新鮮な状態でお客さまの元に届けるか、この命題には永年多くの研究者が携わってきました。

「アサヒスーパードライ」を常においしく飲んでいただくために、研究所と工場が一丸となってビール醸造の全工程の改良を進めるなど新たな取り組みを始めています。

## 研究開発部門の活動主旨

- お客さまのニーズ・嗜好の変化に対応した酒類、食品および薬品の新商品を開発する
- 「アサヒスーパードライ」を主体とした商品の品質向上および安全の確保・確認のための研究開発および生産支援を行う

## 生産



茨城工場醸造部  
部長 相澤 正幸

私たちは「鮮度管理システム」の導入、品質保証体制の充実など、ビールの品質を高めるための様々な活動を行っていますが、ビールの基本はやはり酵母です。「アサヒスーパードライ」の非常に高いクオリティを実現するためには、酵母といかに上手につきあうかが重要になります。

高い技術に支えられた生産プロセスを経てできあがったビールをお客さまに「おいしい」と言っていただいたときにやりがいを感じますね。

### 醸造部門の活動主旨

- 実需に則した生産体制を完成させる
- 常に最高の品質を維持する
- 製造原価の低減や新技術の導入による設備投資の圧縮などコスト競争力を向上させる



東日本地域物流部  
副課長 野村 和彦

生産部門と一体となった「鮮度管理生産システム」の導入、深夜出荷や工場直送などによる在庫削減など「アサヒスーパードライ」の鮮度を常に追求するための様々な活動を行っています。トータル・フレッシュマネジメント活動推進におけるコアの部門として、常に変化を先取りしたスピーディーな対応を心がけていくつもりです。

### 物流部門の活動主旨

- 流通チャネルに対応するサプライチェーン・マネジメント・システムの構築を目指す
- 配送リードタイムの短縮、在庫日数の削減など品質の向上を更に追求する
- 関連部門との連携を密にした業務の効率化を推進させる

## 物流

アサヒビールでは、1986年、「鮮度」という発想からビールの品質を追求する「フレッシュローテーション活動」をスタートしました。現在、「鮮度」への挑戦を全社的な戦略と位置づけ、「トータル・フレッシュマネジメント活動」へと発展させています。「すべてはお客さまの“うまい”のために」を合い言葉に、全社をあげて改善を積み重ねることによって品質向上活動を進めています。

研究開発部門へ情報（お客さまニーズ）を提供

## 営業活動



首都圏本部 広域流通第1部  
主任 日下尚美（左）

おかげさまで「アサヒスーパードライ」の鮮度の高さが、多くのお客さまに支持されています。その期待に応えるために、販売店さまに密着し、信頼を得るため様々な活動を行っています。「選択・集中・スピード」という営業活動のキーワードのもと、イントラネットの情報活用などにより、タイムリーな情報を提供し、販売店さまがビールを販売しやすい売場作りのお役に立てるよう心がけています。

### 営業部門の活動主旨

- 市場に密着した営業活動
- 情報機器を活用した提案型の営業活動

# TOPICS

## 「アサヒスーパーモルト」

アサヒビールの商品開発における大きな特長は、お客さまの変化の兆しをキャッチする鋭敏なマーケティング活動にあります。その意味では、2000年1月に発売された「アサヒスーパーモルト」は、まさにアサヒビールならではの新商品といえるでしょう。近年、ライフスタイルの拡がりや、社会構造の変化などによってお客さまの価値観が多様化する中で、「健康」に対する意識がますます高まっています。「アサヒスーパーモルト」は、このような変化をいち早くキャッチした商品で、麦芽100%ビールがもつ「気分的な健康イメージ」と、ライトビールがもつ「機能的な健康イメージ」を同時に満たす、「新しいビール価値の創造」を基本コンセプトに誕生しました。

また、「アサヒスーパードライ」で使用している318号酵母を新商品としては初めて使用。「麦芽100%」の味わいと、「ライトビール」の軽やかな飲み口を兼ね備えた、まったく新しいビールのおいしさを提案しています。

アサヒビールでは、ビールの新しい飲用スタイルとして「スタイニー」シリーズを展開してきましたが、「アサヒスーパーモルト」では、このスタイニーボトルに加えて、ちょっと飲みたい時にちょうどいいサイズの300ml缶という新容器を採用しています。今後も、このような新しい飲用スタイルも含め、お客さまのニーズを鋭敏にとらえたさまざまな提案を積極的に展開していきます。



アサヒスーパーモルト300ml缶

## 樽生ビール、品質保証の国際規格『ISO9002』の認証を取得

アサヒビールグループでは、1998年1月に制定した「最高の品質でお客さまの満足を追求する」というグループ経営理念のもとに、グループ各社において、徹底した品質保証体制の強化を図っています。

徹底した品質管理システムの構築・実践の一環として、全国約2万店のアサヒビールの樽生ビール取り扱いの飲食店における樽生ビールの品質管理および樽生ビール販売器具のメンテナンス活動の分野において、ビール業界としては初めて、品質保証の国際規格『ISO9002』の認証を2000年6月30日に取得しました。

今後もお客さまにさらにおいしく新鮮な樽生ビールを飲んでいただくために、グループ会社である東日本アサヒ生ビールサービス(株)と西日本アサヒ生ビールサービス(株)、アサヒ樽生クオリティセミナーとの連携をより一層強化した活動に取り組み、ビールの鮮度管理、樽生ビールの品質管理活動をはじめとした、お客さまがビールを飲む瞬間の品質の更なる向上を目指した活動を展開していきます。



## 環境会計への取り組み

環境会計は、環境保全コストとその効果を定量的に把握し、環境経営を効果的、効率的に推進していく仕組みとして、また、外部のステークホルダーの方々に対して適切な情報開示をし、当社の取り組みに対して理解を得るための有効な手段であると考えております。

しかしながら、これまでは、環境費用の定義や範囲、効果の算定方法などについて明確な基準がなかったため、当社があきらかに環境に配慮していると判断した投資額、費用額のみ把握にとどまっておりました。

このたび、環境庁より「環境会計システムの導入のためのガイドライン(2000年版)」が、公表されたことにより、今後、国内においてもこのガイドラインが一定の基準になると考え、これを踏まえた「環境会計」の導入を本年より開始いたします。



富士山麓における植林活動

## 気鋭の芸術家支援で21世紀型 メセナ——美術展で感動を共有

アサヒビールでは、「斬新な芸術活動の支援を通して、未来文化の創造に寄与する」との理念のもとに、ロビーコンサートをはじめ気鋭の芸術家との多彩なプログラムを実施しています。

2000年度は、若くして絵画の世界に強烈な新風を吹き込んだ、福田美蘭さんの展覧会を開催しました。この展覧会では、本部ビル所在地にちなみ、墨田区の伝統工芸の職人さんたちとの「共作」が話題となりました。福田さんのアイデアをもとに、鼈甲(べっこう)細工、市松人形、東京本染めなどの江戸時代から続いた伝統の技が、思いもかけぬ新しい形を生み出しました。伝統に新たなモデルを提供する今回の試みは、現代の芸術の可能性をも大きく広げ、来場のお客さまからも「美術の楽しさを味わった」と評価されました。

メセナ(芸術文化活動)を、社会的な感動を共有し、企業が21世紀に発展し続けるための不可欠の要素と考え、今後も積極的に取り組んでまいります。



福田美蘭美術展



## チェコ・プラハビール社にて、「アサヒスーパードライ」の現地生産を開始

チェコのプラハビール社ブラニク工場において「アサヒスーパードライ」の現地生産を開始し、2000年1月24日より「アサヒスーパードライ」4品種(330mlびん、500mlびん、缶330ml、缶500ml)を欧州各国へ向けて販売しております。

プラハビール社は、アサヒビールが包括業務提携を結び、ヨーロッパにおける重要なパートナーであるイギリス・バス社との関係会社です。プラハビール社ブラニク工場は、独自の高度な醸造技術と新鋭化された設備を持ち、技術面、設備面において「アサヒスーパードライ」の現地生産には最適な工場といえます。

アサヒビールでは、これまで欧州をビール事業の海外展開における重点市場のひとつに定め、積極的な「アサヒスーパードライ」の拡販を行ってきました。今後は現地生産開始による製販一貫体制の構築によって、より新鮮な「アサヒスーパードライ」を欧州各国に供給し、販売拡大を更に進めていきます。



## 中国全土で「アサヒスーパードライ」が“生”で飲める

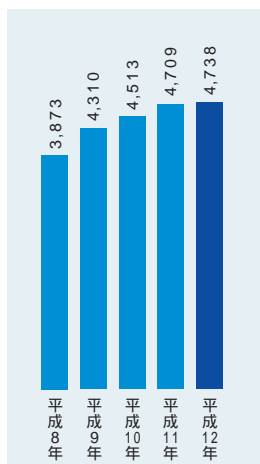
中国における「アサヒスーパードライ」は、これまで一部の地域で生の小びんと20ℓ樽が販売されていましたが、このたび、中国全地域で大びん、缶も含め、ラインナップすべての“生”化を達成しました。中国で“生ビール”と言えば、樽からサーブしてジョッキで飲むものという認識が一般的ですが、びん・缶の生ビールも「新鮮である」「高級感がある」など、好意的なイメージを持つ人が多く、ブームの兆しが見えています。こうした中、深圳工場の他、4月からは、煙台工場においても、最新の生産設備から高い品質を誇る生ビールが次々と市場に送り出されています。おいさと鮮度を武器に中国ビール市場に新たな旋風を巻き起こし、この完全“生”化をきっかけに実施されるキャンペーンによって大幅な売上アップを狙います。



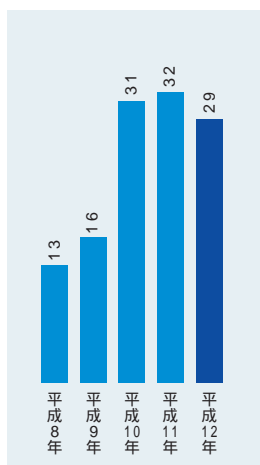
中国で展開する「アサヒスーパードライ」のポスター

# 部門別営業の状況

## ● ビール売上高 (億円)



## ● ワイン売上高 (億円)



## ビール

1~6月のビール課税数量は、業界全体が大幅なマイナスとなる中で、当社は前年同期比0.3%増と堅調に売上を伸ばし、シェアは45.6%と過去最高を達成することができました。

商品別では、「アサヒスーパードライ」が1~6月累計で前年同期比1.3%増の8,680万函と過去最高の売上を記録しました。特に2~5月に実施いたしましたミニ樽ホームサーバーの当たる「スーパードライ辛口実感キャンペーン」は予想を遥かに上回る3,700万口ものご応募をいただき、当社の新たな提案にお客さまの大きな共感をいただけたものと思います。

新商品では、お客さまの健康志向に対応し、「モルト100%でライト」という全く新しい味と機能を持った「アサヒスーパーモルト」は1~6月累計で222万函の売上となりました。また、異業種共通ブランドという従来にない発想で取り組んでおります“WILL”シリーズの第二弾「WILLスウィートブラウンビール」を3月に新発売し、31万函の売上となりました。

なお、個性派商品の「アサヒ黒生」、「アサヒ生ビール 富士山」などもお客さまからの高い評価をいただいております。

広告宣伝活動につきましては、「アサヒスーパードライ」のパワーブランド化を目指し、「ビールの力」をキャッチコピーとして強力に取り進めてまいりました。また個性派商品につきましてはそれぞれの商品特性を明確に表現するとともに、お客さまの共感を得られる内容のものとしてまいりました。

以上の結果、ビールの当上半期の売上高は前年同期比0.6%増の473,851百万円となりました。

国際面では、年初よりチェコのプラハビール社で、「アサヒスーパードライ」の現地生産を開始し、欧州16カ国に出荷いたしました。これにより、北米、中国に続き世界三大市場のすべてに「アサヒスーパードライ」の生産・販売拠点を確保しました。この結果、

売上は、欧州では、前年同期比87.7%の増加となりました。また、中国、北米においても営業活動強化をすすめ、中国においては36.6%増、北米においては23.3%増と前年同期に比べ大幅な増加となりました。

## ワイン

本年は長引く景気低迷により、ワイン消費量が大きく後退しております。このためワイン市場全体は、当上半期について前年同期比15%減と推定されます。その中で当社は、「梅ワイン」、「ライマン・ワインズ」などの個性豊かな商品を中心に販売促進を進めてまいりましたが、売上数量は前年同期比2.1%減となりました。

また、全般的に低価格化が進んでいることの影響もあって、ワインの当上半期の売上高は前年同期比7.3%減の2,970百万円となりました。

## その他の酒類

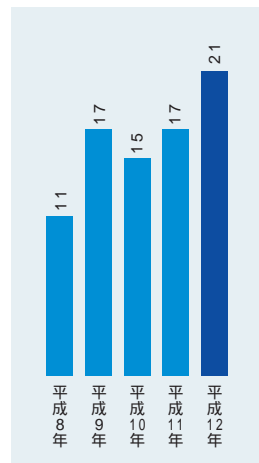
「樽ハイ」、中国酒「貴楽」などを合わせたその他の酒類につきましては、樽ハイが前年同期比29.8%増と好調に推移したこともあり、当上半期の売上高は前年同期比22.5%増の2,117百万円となりました。

以上の結果、酒類部門全体の当上半期の売上高は前年同期比0.6%増の478,940百万円となりました。

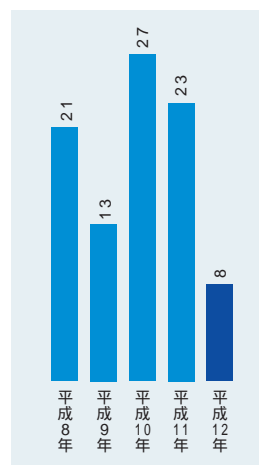
## 不動産部門

不動産部門全体の当上半期の売上高は、前年同期比62.2%減の883百万円となりました。

## ● その他の酒類売上高 (億円)



## ● 不動産売上高 (億円)



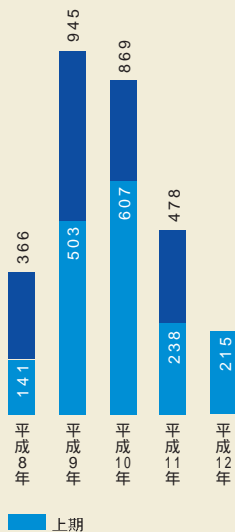
# 貸借対照表

## 設備投資額

# 215億円

年間の設備投資額としては580億円を見込んでいます。

## 設備投資額(億円)



## 資産の部

(単位:百万円)

科目	平成12年6月30日現在	平成11年6月30日現在
<b>流動資産</b>	<b>489,263</b>	<b>440,524</b>
現金及び預金	2,867	2,486
受取手形	17,361	21,204
売掛金	170,287	165,904
有価証券	107,389	104,994
棚卸資産	59,800	64,125
短期貸付金	106,734	49,368
繰延税金資産	573	—
その他	25,298	33,567
貸倒引当金	▲1,051	▲1,128
<b>固定資産</b>	<b>687,235</b>	<b>687,066</b>
<b>有形固定資産</b>	<b>564,876</b>	<b>559,617</b>
建物	159,485	161,368
機械及び装置	182,430	179,602
土地	136,103	134,114
その他	86,857	84,532
<b>無形固定資産</b>	<b>8,196</b>	<b>4,039</b>
<b>投資等</b>	<b>114,163</b>	<b>123,409</b>
子会社株式・出資金	63,848	55,652
長期貸付金	4,319	7,722
繰延税金資産	4,009	—
その他	51,104	65,983
貸倒引当金	▲9,119	▲5,950
<b>資産合計</b>	<b>1,176,499</b>	<b>1,127,591</b>

(注)1. 百万円未満は切り捨てて表示しております。

2. 有形固定資産に対する減価償却累計額は平成12年度は268,470百万円、平成11年度は242,752百万円です。

3. 消費税等の会計処理は税抜方式によっております。

## 負債の部

(単位：百万円)

科目	平成22年6月30日現在	平成21年6月30日現在
<b>流動負債</b>	<b>611,673</b>	<b>521,838</b>
支払手形	1,198	1,206
買掛金	42,189	49,003
短期借入金	100,268	52,117
1年以内償還社債	40,000	50,000
未払酒税	149,858	106,333
預り金	97,358	98,040
コマーシャルペーパー	102,500	82,000
その他	78,299	83,138

<b>固定負債</b>	<b>180,862</b>	<b>220,169</b>
社債	124,020	164,032
長期借入金	47,500	48,329
長期未払金	1,800	—
退職給与引当金	7,542	7,808
<b>負債合計</b>	<b>792,535</b>	<b>742,008</b>

## 資本の部

資本金	177,665	177,659
資本準備金	169,456	169,450
利益準備金	7,786	7,179
剰余金	29,055	31,292
(うち中間利益)	(8,950)	(6,184)
<b>資本合計</b>	<b>383,963</b>	<b>385,582</b>
<b>負債及び資本合計</b>	<b>1,176,499</b>	<b>1,127,591</b>

## 株主資本比率

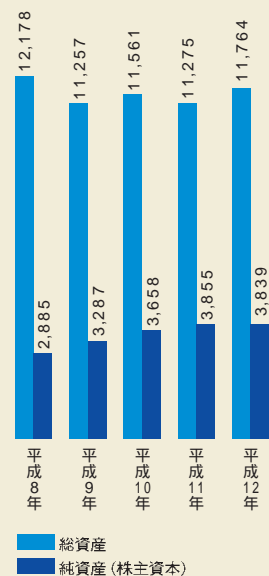
# 32.6%

自己株式数

104,906株

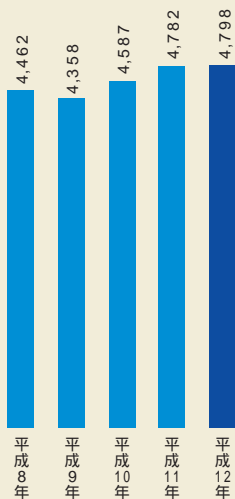
\* ストックオプション制度によって取得の99,000株を含む

## 総資産/純資産(株主資本) (億円)

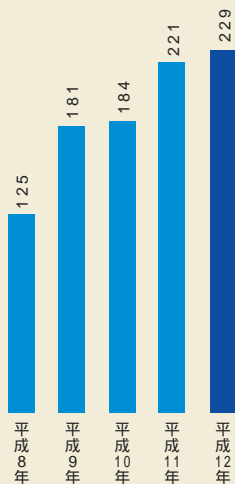


# 損益計算書

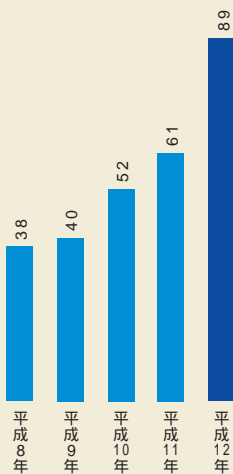
## 売上高(億円)



## 経常利益(億円)



## 中間利益(億円)



## 科目

売上高
売上原価
販売費及び一般管理費
営業利益
営業外収益
受取利息及び配当金
雑収入
営業外費用
支払利息
雑損失
経常利益
特別利益
固定資産売却益
特別損失
固定資産売却除却損
ゴルフ会員権評価損等損失
子会社支援損失
役員退職慰労金
税引前中間利益
法人税、住民税及び事業税
中間利益
前期繰越利益
中間未処分利益

(注)百万円未満は切り捨てて表示しております。

(単位：百万円)

平成12年1月1日から  
6月30日まで

平成11年1月1日から  
6月30日まで

479,823	478,201
361,032	361,163
88,142	86,710
30,648	30,326
1,469	2,704
1,144	1,411
325	1,292
9,158	10,899
3,945	6,319
5,213	4,579
22,959	22,132
1	10
1	10
6,250	6,368
2,641	2,739
2,735	—
—	3,500
873	128
16,710	15,774
7,760	9,590
8,950	6,184
1,152	3,368
10,103	9,552

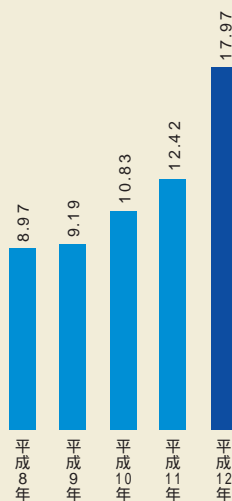
## 1株あたり情報

平成12年中間期

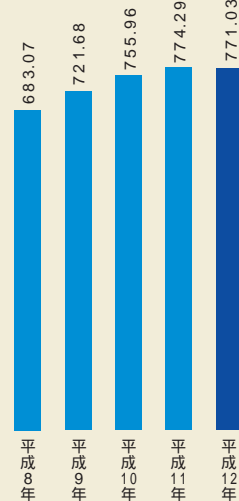
平成11年中間期

中間利益	17円97銭	12円42銭
中間配当金	6円00銭	6円00銭
中間純資産	771円03銭	774円29銭

中間利益 (円)



中間純資産 (円)



# 連結財務諸表

(当中間期および前中間期の業績は、会計監査人の監査を受けたものではなく、あくまで当社の自主的な開示によるご参考の数値です)

## 連結貸借対照表

資産の部	(単位：百万円)	
科目	平成27年6月30日現在	平成28年6月30日現在
<b>流動資産</b>	<b>557,934</b>	<b>660,178</b>
現金及び預金	15,705	91,339
受取手形及び売掛金	255,203	253,939
有価証券	110,191	121,183
棚卸資産	115,132	127,489
繰延税金資産	1,731	—
その他の流動資産	61,882	67,725
貸倒引当金	▲1,913	▲1,498
<b>固定資産</b>	<b>893,421</b>	<b>885,687</b>
<b>有形固定資産</b>	<b>725,436</b>	<b>686,027</b>
建物及び構築物	233,489	236,580
機械及び装置	206,447	203,702
土地	212,345	175,980
その他	73,154	69,763
<b>無形固定資産</b>	<b>10,533</b>	<b>4,642</b>
<b>投資等</b>	<b>157,451</b>	<b>195,017</b>
投資有価証券	83,681	125,072
長期貸付金	5,384	9,094
繰延税金資産	17,218	—
その他の投資等	61,567	67,225
貸倒引当金	▲10,401	▲6,375
<b>繰延資産</b>	<b>85</b>	<b>74</b>
開発費	85	74
<b>為替換算調整勘定</b>	<b>589</b>	<b>—</b>
<b>資産合計</b>	<b>1,452,031</b>	<b>1,545,941</b>

負債の部	(単位：百万円)	
科目	平成27年6月30日現在	平成28年6月30日現在
<b>流動負債</b>	<b>763,581</b>	<b>806,317</b>
支払手形及び買掛金	83,522	91,491
短期借入金	145,441	211,302
社債(1年以内償還予定)	54,605	76,393
未払酒税	152,402	108,086
預り金	101,129	102,513
コマーシャルペーパー	102,500	83,500
その他の流動負債	123,979	133,030
<b>固定負債</b>	<b>265,220</b>	<b>328,310</b>
社債	150,666	212,134
長期借入金	91,496	93,957
退職給与引当金	12,818	12,858
繰延税金負債	1,686	—
その他の固定負債	8,552	9,360
<b>為替換算調整勘定</b>	<b>—</b>	<b>209</b>
<b>負債合計</b>	<b>1,028,801</b>	<b>1,134,837</b>
<b>少数株主持分</b>	<b>35,307</b>	<b>22,590</b>
<b>資本の部</b>	<b>177,665</b>	<b>177,659</b>
資本金	177,665	177,659
資本準備金	169,456	169,450
連結剰余金	40,807	41,411
自己株式	▲7	▲7
<b>資本合計</b>	<b>387,921</b>	<b>388,513</b>
<b>負債、少数株主持分及び資本合計</b>	<b>1,452,031</b>	<b>1,545,941</b>

(注)1. 百万円未満は切り捨てて表示しております。

2. 消費税等の会計処理は税抜方式によっております。



## 連結損益計算書

(単位：百万円)

科目	平成27年1月1日から6月30日まで	平成28年1月1日から6月30日まで
売上高	643,049	634,309
売上原価	447,792	441,603
売上総利益	195,256	192,706
販売費及び一般管理費	160,982	159,077
営業利益	34,274	33,628
営業外収益	3,746	7,162
受取利息及び配当金	2,791	5,187
持分法による投資利益	251	304
雑収入	703	1,670
営業外費用	12,319	20,285
支払利息及び割引料	6,739	12,447
雑損失	5,580	7,837
経常利益	25,701	20,505
特別利益	497	460
固定資産売却益	327	433
投資有価証券売却益	170	—
その他の特別利益	—	26
特別損失	7,286	4,673
固定資産売却除却損	3,217	3,343
役員退職慰労金	992	368
ゴルフ会員権評価損等損失	2,747	—
その他の特別損失	328	961
税金等調整前中間利益	18,913	16,291
法人税、住民税及び事業税	9,888	10,908
少数株主損益(減算)	168	▲159
中間利益	8,856	5,542

(注)百万円未満は切り捨てて表示しております。

## 連結剰余金計算書

(単位：百万円)

科目	平成27年1月1日から6月30日まで	平成28年1月1日から6月30日まで
連結剰余金期首残高	36,361	40,187
連結剰余金期首残高	36,361	—
その他の剰余金期首残高	—	33,342
利益準備金期首残高	—	6,845
連結剰余金増加高	45	—
連結子会社の増加に伴う剰余金増加高	45	—
連結剰余金減少高	4,456	4,319
配当金	2,987	3,235
役員賞与	161	192
連結子会社の増加に伴う剰余金減少高	1,306	890
中間利益	8,856	5,542
連結剰余金期末残高	40,807	41,411

(注)百万円未満は切り捨てて表示しております。

## 連結財務諸表の推移

### 売上高(億円)



### 中間利益(億円)



## 連結子会社(28社)

- アサヒ飲料(株)
- ニッカウヰスキー(株)
- (株)アサヒビールパックス
- 日本ナショナル製罐(株)
- アサヒビール食品(株)
- アサヒビール薬品(株)
- (株)アサヒビールシステム
- アサヒビールファイナンス(株)
- 他20社

## 持分法適用会社(6社)

- アサヒビールファイナリー(株)
- アサヒビール情報システム(株)
- 他4社

# アサヒビールグループのご紹介

## アサヒ飲料株式会社



飲料業界は、昨年末のコンピューター西暦2000年問題による仮需の影響を受けたものの、年初から比較的堅調な動きとなりました。また、4月は昨年7月以来10カ月ぶりにマイナス成長となったものの、3月と5月は天候に恵まれ出荷が伸び、1月から6月の累計では前年同期比1%増になったものと推定されます。また、市場ではますます低価格化が進み、上位社による競争が激しいものになってきております。

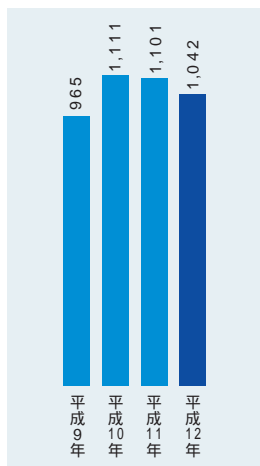
この中において当社は、新商品の投入、既存商品のブラッシュアップ、消費者キャンペーンの実施、大量の広告展開などのマーケティング活動を活発に実施いたしました。

営業活動面では、手売り市場においてスーパーマーケット、コンビニエンスストアなどへの定番採用や特売獲得のための活動を活発に展開し、また、自動販売機部門において、優良ロケーション獲得工作、新商品組み込み促進などの活動を実施いたしました。しかしながら、昨年と比較し紅茶飲料、健康飲料の不振が大きく、当上半期の売上函数は前年同期比5%減の5,567万函となりました。

以上の結果、当上半期の売上高は104,275百万円、前年同期に比較して5.4%減、5,910百万円の減収になりました。

利益につきましては、原価低減、販売費の効率的使用を中心とした合理化に努めましたが、売上高の減少による利益の減少を吸収しきれず、営業利益は前年同期比40.8%減の1,568百万円となりました。経常利益は前年同期比52.6%減の1,002百万円、中間利益は前年同期比65.3%減の350百万円となりました。

### ● 売上高 (億円)



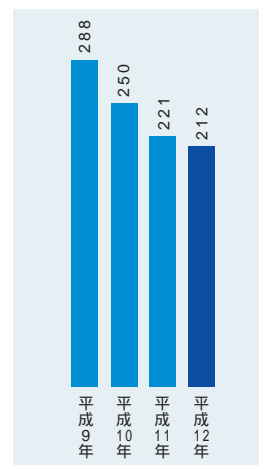
## ニッカウヰスキー株式会社

ウヰスキー業界では、家庭用市場は堅調でしたが、業務用市場の低迷により蔵出数量は業界全体で前年比101.0%と微増のなか、ニッカ社は107.1%と業界平均を上回りました。

ニッカ社では、更なる家庭用市場の拡大、料飲店の開拓に加えて、ウヰスキーに偏重せず、シードルや焼酎などの売上の強化に向けて、アサヒビールとの連携活動を推進してまいりました結果、販売数量はウヰスキーで915千函(前年比108.6%)、樽ハイは8,582 $kl$ (前年比126.4%)と伸長いたしました。

以上の結果、当上半期の売上高は21,223百万円(前年比95.6%)となりましたが、経営改善計画の進行により経常利益は517百万円で、前年中間期に比べ764百万円の増加。中間利益は23百万円となり、前年中間期と比べ891百万円増加し、経営内容は大きく改善されました。

### ● 売上高 (億円)



ニッカウヰスキー社余市工場

# 主要商品のご紹介



## アサヒスーパードライ

1987年3月に発売された「アサヒスーパードライ」。その「洗練されたクリアな味」は多くのお客さまから高い評価をいただいています。今やビールといえば「アサヒスーパードライ」。味で、鮮度で、品質で、毎年ご支持を拡大しています。



## アサヒスーパーモルト

麦芽100%の味わいとライトビールの軽やかな飲み口を兼ね備えたナチュラル・ヘルシー志向にお応えするビールです。



## アサヒ黒生

黒ビール特有の飲みごたえと、のどごしのよさを兼ね備えた味を実現。自分の時間をゆっくりと楽しむための生ビールです。



## アサヒ生ビール 富士山

富士山麓の天然水と特選素材を使用したプレミアムビール。素材のうまみと持ち味を活かした、贅沢な味わいが特徴です。



## ミラーズスペシャル

エキサイティングに飲みほすアメリカンドラフト。後味の良さ、香りの良さ、スッキリとした飲みやすさが好評です。



## アサヒ梅ワイン (左)

上品な香りと酸味がさわやかな梅100%のすっきりと飲みやすいワインです。

## シャトー・グリュオー・ラローズ (サンジュリアンAC) (中)

熟成を感じさせる香りとコクが特長的な肉料理に最適な重口の赤ワインです。

## ベレンガーリオ (IGT) (右)

イタリア最初の王様、フリウーリ大公の名を持つ、スパイシーな香りと樽の香りのバランスがすばらしい重口の赤ワインです。

# 会社の概要

(平成12年6月30日現在)

商号 アサヒビール株式会社(ASAHI BREWERIES, LTD.)  
設立 昭和24年9月1日  
資本金 177,665,238,450円  
従業員数 4,197名

## 役員

(平成12年6月30日現在)

代表取締役会長 瀬戸雄三  
代表取締役社長 福地茂雄  
代表取締役副社長 田淵実  
代表取締役副社長 植松増美  
専務取締役 旭興一  
専務取締役 高井紘一郎  
専務取締役 西川菅雄  
取締役 山口信夫  
取締役 岡本行夫  
取締役 竹中平蔵  
常勤監査役 田山明  
常勤監査役 増井健一郎  
常勤監査役 扇谷正紀  
監査役 櫻井孝顕  
監査役 森田松太郎

## 執行役員

(平成12年6月30日現在)

執行役員副社長 塚田勸  
専務執行役員 望月良三  
専務執行役員 池田弘一  
常務執行役員 坂本純一  
常務執行役員 築山知明  
常務執行役員 打坂昌敏  
常務執行役員 平木健二郎  
常務執行役員 畑中良夫  
常務執行役員 藤田博  
常務執行役員 小倉貞男  
常務執行役員 荻田伍  
常務執行役員 浅原直  
執行役員 秋元延介  
執行役員 塩原正義  
執行役員 松本洋介  
執行役員 原田利夫  
執行役員 中村豊  
執行役員 佐藤允昭  
執行役員 尾関正彦  
執行役員 中川正人  
執行役員 後藤義弘  
執行役員 藏口勝  
執行役員 笹岡壮一郎  
執行役員 大原清明  
執行役員 大澤正彦  
執行役員 高橋正哲  
執行役員 泉谷直木  
執行役員 本山和夫

(注) 監査役櫻井孝顕、森田松太郎の両氏は、「株式会社  
会社の監査等に関する商法の特例に関する法律」第  
18条第1項に定める社外監査役であります。

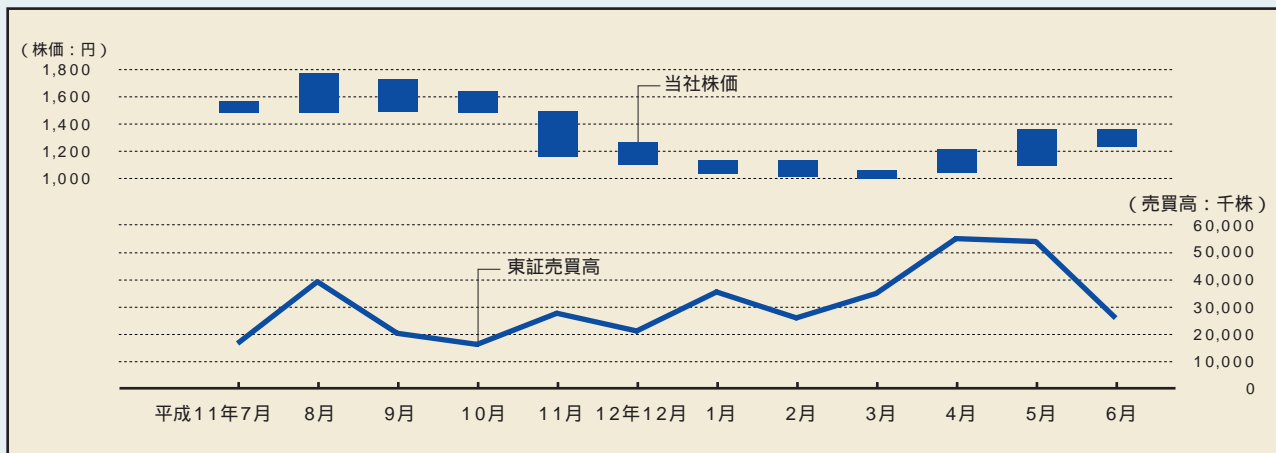
会計監査人

朝日監査法人

東京都新宿区津久戸町1番2号

# 株式の状況

## 株式の状況



1. 発行済株式総数 497,991,105株 (平成12年6月30日現在)

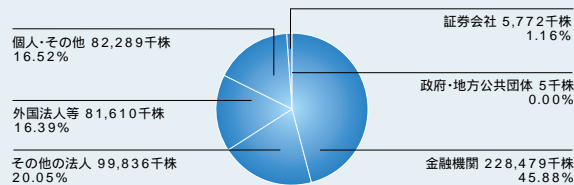
2. 当中間期末株主数 65,848名 (前期末比11,785名増)

3. 大株主 (上位10名)

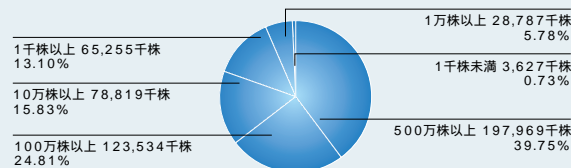
(平成12年6月30日現在)

株主名	持株数	持株比率
第一生命保険相互会社	28,437千株	5.71%
旭化成工業株式会社	22,285	4.47%
株式会社住友銀行	19,802	3.97%
富国生命保険相互会社	16,845	3.38%
住友生命保険相互会社	12,325	2.47%
株式会社日本興業銀行	9,051	1.81%
農林中央金庫	8,812	1.76%
住友信託銀行株式会社	8,083	1.62%
住友商事株式会社	7,600	1.52%
東京生命保険相互会社一般勘定口	7,000	1.40%
合計	140,242	28.16%

## 所有者別株式分布



## 所有株式数別株式分布





ホームページアドレス：  
<http://www.asahibeer.co.jp>

---

## 株 主 メ モ

---

決 算 期 12月31日

定時株主総会 3月中

配 当 金 利益配当金は毎決算期の最終の株主名簿及び実質株主名簿に記載された株主、実質株主又は質権者に支払う。中間配当金は毎年6月30日の最終の株主名簿及び実質株主名簿に記載された株主、実質株主又は質権者に支払うことができる。

1単位の株式の数 1,000株

証 券 コ ー ド 2502

名 義 書 換 取 扱 所 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目  
10番11号

(名義書換代理人) 東洋信託銀行株式会社証券代行部  
TEL 東京03(5683)5111(大代表)

同 取 次 所 東洋信託銀行株式会社各支店  
野村証券株式会社本店及び各支店

公 告 掲 載 新 聞 東京都において発行する日本経済新聞