



Asahi

株主の皆様へ 第79期事業報告書

平成14年1月1日～平成14年12月31日



ますます広がるアサヒ ご期待

ビール

「アサヒスーパードライ」を中心に魅力あふれる新提案を展開し、ビール市場の活性化を目指します。3年ぶりのビール新商品「アサヒ 穂三昧(みのりざんまい)」の発売はその一環であり、このほか、“できたてのおいしさ”(鮮度)や“生ビールならではのおいしさ”を実感していただく新サービスもご提案していきます。



発泡酒

「アサヒ本生」のブランドのさらなる強化とともに、革新的な新商品を開発していきます。本生は、ブランドの個性に磨きをかけ、コア価値を深く訴求。一方、「超・軽快」という発泡酒の味の新領域に対して、「アサヒ スパークス」を新発売しました。



低アルコール飲料

「旬果搾り」、「カクテルパートナー」、「ハイリキ」を中核ブランドに育成します。また、M&Aで得たノウハウや、昨年強化した新商品開発体制を結集し、既存のカテゴリー概念にとらわれない、お客様の嗜好に応じた市場創造型の新商品を開発していきます。



焼酎

「大五郎」、「かのか」、「韓国焼酎」を中核ブランドと位置づけ、オリジナリティあふれる幅広い品揃えと、ビール販売網を活用した営業活動で、焼酎市場での磐石な地位の確立を目指していきます。



洋酒

国産洋酒では、「ブラックニッカ」、「竹鶴」を、輸入洋酒では、「レミー・マルタン」、「ジム・ビーム」を中核ブランドとし、家庭用市場と業務用市場それぞれの市場に合った、商品・営業戦略を展開していきます。



2002年、アサヒビール
や食品分野におけるM&A、
幅広いカテゴリーでブランド力
を高めることができました。2003年は、
中心に、食や健康に関わるグループ
これから、新しい発想、新しい提案
ピスを続々と展開してまいります。
の商品に、どうぞご期待ください。

代表取締役会長
福地 茂雄



ビールグループ商品に ください。

グループは総合酒類
販売提携などによって、
のある商品群をラインアップ
総合酒類事業の「魅力づくり」を
事業にさらに磨きをかけます。
で、変化を先どりした新商品・新サ
ますます拡充するアサヒビールグループ



代表取締役社長
池田 弘一

食品・薬品



2003年1月、アサヒフードアンドヘルスケア(株)は、子会社の**ポラフーズ(株)**と統合し、競争力を一層強化しました。高品質で安全・安心なコストパフォーマンスの高い商品を提供することで、お客様から「健康創造企業」として評価される、成長性豊かな存在感のある企業を目指していきます。

飲料



基幹ブランドである「ワンダ」、「十六茶」、「三ツ矢」のブランド力強化を最重点課題として取り組み、さらに、基幹ブランドに続くものとして、健康・新分野での「新ブランド」の確立を目指します。また、業態別の販売経路の特性に応じた商品開発とマーケティングを実践していきます。

ワイン

輸入ワインでは、「カリテラ」、「パロン・フィリップ・ドゥ・ロスシルド」、「ルイ・ラトゥール」、国産ワインでは、「酸化防止剤無添加ワインシリーズ」、「梅ワイン」を中核としたブランド戦略で、多様化する嗜好および売場の変化に対応していきます。



目次

ますます拡がるアサヒビール グループ商品	1
社長インタビュー	3
社外取締役の眼	10

特集

アサヒビールの 現場から	11
-----------------	----



業績のご報告	13
連結財務情報	15
単体財務情報	17
株主様アンケート結果	19
会社概要	21

社長インタビュー 『アサヒビールグループの2002年の成果を語る』

連結・単体とも、当期利益は過去最高を記録し、
総合酒類化に向けた製造・販売体制も確立。

2002年の業績について聞かせてください。

財務体質の改善により、当期利益で過去最高を達成

池田：2002年の酒類市場は、市場全体の総需要が長引く景気低迷から伸び悩み、業界全体のビール・発泡酒課税数量も、2年ぶりに前期比2.6%減となりました。また、飲料市場においても、ミネラルウォーターやスポーツドリンク、日本茶が前年よりも増加したものの、コーヒー飲料、炭酸飲料、果汁飲料などが前年を下回り、販売数量全体では前年並みになったと思われます。

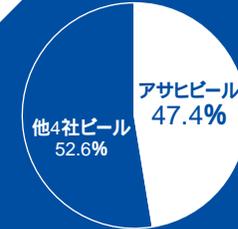
そうした中、当社は、発泡酒「アサヒ本生」の売り上げが拡大したものの、ビール市場全般の低迷を受けてビールの売り上げが減少したこと、アサヒ飲料の減収などにより、売上が連結、単体ともに減少いたしました。しかしながら、当期利益は、連結ベースで前期比8.4%増の147億円、単体ベースで前期比45.5%増の105億円と、ともに過去最高となりました。これは、1993年から進めてきた財務・事業両面でのリストラや会計制度の変更にともなう損失処理が、2002年でほぼ目途がついたことなどによるものです。



2003年ビール・発泡酒の売上箱数目標

(単位:万箱)

	2002年実績	2003年目標	前期比(%)
ビール	16,243	16,100	99.1
スーパードライ	15,955	15,400	96.5
穢三昧	-	500	-
発泡酒	4,697	5,700	121.3
本生	4,697	4,700	100.1
スパークス	-	1,000	-
合計	20,940	21,800	104.1

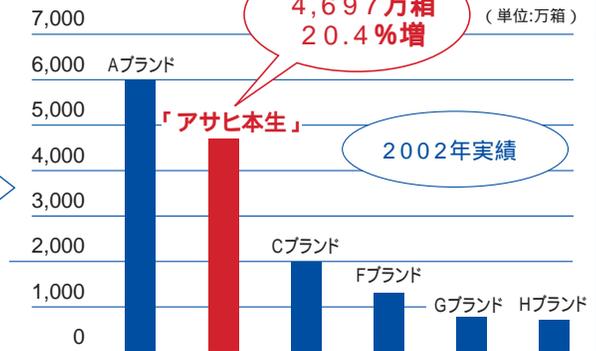
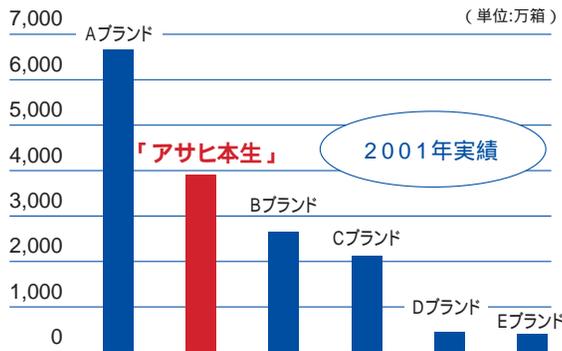


*大手ビール5社における
課税数量に基づく
(2002年1月~12月実績)

TOPICS トピックス

「アサヒ本生」が発泡酒2強ブランドに

発泡酒ブランド別売上実績



実績数値は当社推定によるものです。

商品に対する取り組みはいかがでしたか？

「アサヒスーパードライ」「アサヒ本生」に絞り、両ブランド力をさらに強化

池田：ビール・発泡酒につきましては、主力のスーパードライと、発泡酒の本生にブランドを絞り込み、商品力の強化を図ることで売り上げの拡大を目指しました。スーパードライにつきましては、さらなるコア価値の訴求と業務用市場での取り組みの強化を進めました。本生につきましては、他社が次々に新商品を投入する中であえて一つのブランドの育成・強化に力を注ぎ、発売2年目で「発泡酒2強ブランド」としての地位を確固たるものにすることができました。

こうした数々の取り組みにより、ビール、発泡酒ともにそれぞれのカテゴリーにおいて、前期比で業界平均を上回り、シェアアップを達成いたしました。また、ビール・発泡酒合計でも、売り上げは若干前年を下回りましたが、トップシェアを堅持することができました。

2003年のビール・発泡酒事業の取り組みについて聞かせてください。

ビール、発泡酒の新商品を発売。いずれも好調な滑り出し

池田：スーパードライ・本生の商品力を強化する一方で、新しい商品の開発・発売もいたしました。ビールにつきましては、3年ぶりの新商品となる「アサヒ 穠三昧」を1月に発売し、スーパードライとは違った価値・おいしさを提案することで、ビール市場の活性化を図ってまいります。

また、お客様の多様な価値観、新商品に対するご期待にお応えして、発泡酒の「アサヒ スパークス」を2月に新発売いたしました。非常に好調な滑り出しとなっており、年間の売り上げ目標1,000万箱達成に向け、しっかりと育成してまいります。



「アサヒ 穰三味 (みのりざんまい)」 新発売



缶350ml
218円 (税抜き)

缶500ml
286円 (税抜き)

まろやかな口当たりとまるいのどごしの「やわらかな味わい」を実現するために、副原料に米とライスパワーエキス*のみを使用。商品名は、穀物の穰の「穰」、麦芽・ホップ・米の三素材の「三」、それら三素材を贅沢に使用した意味の「三味」を加え、「アサヒ 穰三味」としました。

*ライスパワーエキス：日本酒の醸造技術を用いて米を発酵させて抽出したエキスです。醸造工程で100mlあたり200mgを使用しています。

上記の価格は希望小売価格です。

「アサヒ スパークス」 新発売



缶350ml
135円 (税抜き)

缶500ml
185円 (税抜き)

頭在化しつつある「超・軽快」味の新領域における、アサヒならではの提案による新商品。副原料に初の大麦フレークを使用し、「クリアな味と鮮烈なのどごし」を提供しています。シルバーメタリックとホワイトの凸凹感ある組み合わせのデザインは、次世代感を表現しています。

上記の価格は平成15年3月現在の希望小売価格です。

TOPICS トピックス

アサヒビールグループの 店頭フォロー専門会社 設立



2002年12月、新会社・スマイルサポート(株)を設立しました。酒類販売業免許の規制緩和(右記参照)により、販売拠点の拡大が予想される量販店を中心に、アサヒビール社とアサヒ飲料社の各々の店頭フォロー機能を一元化。多様化する店頭販売促進活動に、酒類と飲料を併せた総合的な切り口で取り組んでいきます。

【酒類販売業免許の規制緩和・自由化】

一般酒類小売業免許については、政府は1998年から規制緩和を打ち出し、2001年に、既存店との距離に関する距離基準を撤廃しました。2003年9月には、一定区域内で、基準人口ごとに免許を割り当てる「人口基準」も撤廃される予定です。これにより、事実上酒類販売が自由化されて、新たに免許を取得する店舗が増加する見込みです。

総合酒類事業の昨年の成果、2003年の目標についてはいかがでしょうか？

M&Aや販売提携により、製造・販売体制整備、有力ブランド取得

池田：ビール・発泡酒で築いた強固な営業基盤を活用し、売り上げと利益の拡大を図るため、洋酒、焼酎、ワイン、低アルコール飲料などを加えた総合酒類化を推進しております。2002年には、協和醗酵工業(株)、旭化成(株)の酒類事業の譲受や、マキシウム・ジャパン(株)との販売提携を行いました。これにより幅広いカテゴリーの製造・販売体制を整えるとともに、総合酒類化に不可欠な有力ブランドを取得することができました。2002年におきましては、新たに加わった各社の商品が寄与したビール・発泡酒以外の酒類の売上高は、前期比74%増の788億円となりました。

2003年は、各酒類カテゴリーごとに中核となるブランドを選定して強化するとともに、酒類業界最大規模の販売網をフル活用することで、各商品カテゴリー内での存在感を高めてまいります。

グループ事業の取り組みについて聞かせてください。

飲料事業は回復の兆し、食品・薬品事業は基盤確立

池田：飲料事業につきましては、ここ数年、大変厳しい業績となっております。しかしながら、この2年間のコストダウンをはじめとしたさまざまな取り組みにより、事業の収益構造は着実に改善してまいりました。商品面でも、昨年秋に発売いたしました「ワンダ モーニングショット」のヒットなど、回復の兆しが出てきております。本年1月に発売いたしました「新撰 十六茶」も順調な出足を見せており、将来の収益の核となる商品が育ちつつあります。グループの連携として、スマイルサポート(株)による量販店頭マーケティングの統合・ビール事業の営業網を活用した業務用ウーロン茶の共同販売などを実施しております。本年は、新社長のもと是が非でも業績を回復させるべく取り組んでまいります。

また、食品・薬品事業におきましては、2002年7月、両事業を統合してアサヒフードアンドヘルスケア(株)を設立いたしました。本年1月にはポーラフーズ(株)を統合、食薬事業の将来の成長に向けた事業基盤の確立を進めてまいります。



焼酎「かのか」 おかげさまで10周年

900ml 25度
806円 (税抜き)



グラスに注いだ時のほんのり柔らかな良い香り“佳の香”が特長の焼酎「かのか」は、本年おかげさまで発売10周年を迎えました。年間販売箱数が100万箱*を超えた「かのか」ですが、私たちはさらに愛されるブランドとしていくことを目指してまいります。

*平成14年・年間販売数量110.5万箱
(ブランド合計、1箱は720ml×12本換算)
上記の価格は希望小売価格です。

朝専用缶コーヒー 「ワンダ モーニングショット」

WONDA モーニングショット

缶190g
115円 (税抜き)



豊かな風味が特長の選りすぐりのコーヒー豆を長時間かけてじっくりと焙煎。スツと飲んでキリッと苦み。まさに毎朝、仕事の前などに飲む“朝”の気つけの1本にふさわしい缶コーヒーです。

上記の価格は希望小売価格です。

TOPICS トピックス

装いも新たに「新撰 十六茶」 新発売



新ラインアップ

PET275ml
115円 (税抜き)

ボトル缶265g
115円 (税抜き)

缶340g
115円 (税抜き)

PET500ml
140円 (税抜き)

香ばしい味わいを引き立てる「ハトムギ」、旨味を引き立てる「緑茶」の使用量を増やすなど、十六種類の自然素材のブレンド比率を見直しました。新容器として、人気の小型ペットボトル(275ml)と、ホットでの販売が可能なボトル缶(265g)の2品種を新たにラインアップしました。

上記の価格は希望小売価格です。

マルチビタミンタブレット 「シーズケース」 リニューアル新発売



ハンディタイプ
40粒入り：200円 (税抜き)

1粒に1日に必要なビタミンC100mgとビタミンB1・B2・B6・B12・Eを配合した“カリッとおいしいマルチビタミンタブレット”です。片手でパクッと開き、携帯にも便利なスマートケース入りです。「シーズケース」シリーズはタブレットのほかにキャンディや飲料などを展開しています。

上記の価格は希望小売価格です。

安全な商品をお届けするための管理体制はどのようになっていますか？

原料管理を強化。全カテゴリーで品質管理の仕組みの高度化を図る

池田：食品会社として、お客様に常に安全な商品をお届けするために、原料管理体制の強化を行っております。

ビール・発泡酒の原料につきましては、定期的な分析データに基づくリスク管理基準に沿って、厳正なサンプル調査を実施し、品質保証基準に合格できたものだけを商品製造に使用しています。また、原料の品種や、製造会社・工場を正確に追跡・調査できるシステムも導入しています。副原料として使用しているとうもろこし原料には、IPハンドリング*によって分別された非遺伝子組み換えの原料を使用しています。

今後は、総合酒類化により商品数が増加していきますが、引き続き、高い品質管理体制を目指して、グループ全体で積極的に取り組んでまいります。

*IPハンドリング：遺伝子組み換えと非遺伝子組み換えのものを、農家の生産から流通にいたるまで分別して管理するシステムです。

環境に関する新たな取り組みについて聞かせてください。

グループ環境管理システム「Asahi Eco Navigation」の運用を開始

池田：2000年1月に改定した「環境方針」に基づき、持続可能な社会の実現を目指して、環境経営に取り組んでおります。2003年1月より、グループ向けの環境管理システム「Asahi Eco Navigation」（略称：アサヒエコナビ）の運用を開始いたしました。これにより、これまでグループ各社が月次ごとに管理していた再資源化情報や二酸化炭素排出量情報などの、グループ全体におけるリアルタイムでの把握・共有、環境会計業務の効率化と環境会計集計のスピードアップが可能になりました。今後も、環境経営を、企業が自らの責任で積極的に取り組む課題と捉え、経営活動と一体化させて推進してまいります。

社外取締役の眼「ナンバーワンの幸せ」を提供できる企業に

野中 ともよ

のなか ともよ

プロフィール

ジャーナリスト。東京都出身。
上智大学大学院文学研究科博士前期課程修了。
米国ミズーリ・コロンビア大学大学院でフォト・ジャーナリズム専攻。
帰国後、NHKの番組キャスターとして活躍。
2002年3月アサヒビール取締役に就任。
このほか、財政制度審議会委員など数々の委員会メンバーを務める。



Q 野中さんが就任されたことで、取締役会の雰囲気明るくなったとお聞きしています。ご本人としてはいかがでしょう。

A 私としては自然体なのですが、うれしいお話ですね。企業のイメージと、実際に働いている方たちのイメージが違うことはよくありますが、アサヒの取締役会のメンバーは、そうではありません。皆さん自信に満ち、活発なやり取りで意思決定をしているのが、とても新鮮で、まさに“スーパードライ”という印象です（笑）。

Q 当社の女性初の取締役でもありますが、経営に対するご意見を聞かせてください。

A 企業というのは、株主の皆様や多くの消費者の方々に支えていただき、成り立っています。その半分は女性で、しかも家庭のお財布

も握っている（笑）。より多くの女性たちの心を受けとめ、商品やサービスに反映させることは、とても大切だと思います。

Q 株式市場でのアサヒビールのあり方をどうお考えですか？

A 今は、株式市場で個人株主の皆様に支持していただける会社になれるかどうか。それが「ヨーイドン！」で問われ始めています。その意味で、たとえば、「主人はスーパードライが大好きで、私もビール酵母が手離せない。だから株主になったの」と言っていたような関係を築くことが大切です。この事業報告書を読まれた方が、株を始めたいという知人の方に「アサヒビールなら信頼できる会社だから、どうかしら？」と勧めてくださる。そんなふうに、私たち

と心を合わせて、アサヒビールグループをサポートしてくださる個人の方の輪を広げていくことが大事になってきますね。

Q アサヒの、次なる目標は何でしょうか？

A 総合酒類化で、お客様に新しく提案できる商品を持った意義は大きいと思います。ビールは苦手でも、焼酎通、ワイン通という方はたくさんいらっしゃいます。そこでアサヒは、それぞれの商品の売り上げナンバーワンを目指すのではなく、そういう方たちに、“ナンバーワンの商品と幸せ”をお届けすればいいのです。味も価格もすぐれた素晴らしい商品を通じて、一人でも多くの皆様の幸せづくりに貢献できる会社であるべきだと思います。

特集 アサヒビールの現場から

今日も多くの皆様へ!

“幅広いアサヒの魅力”をお届けしています。

総合酒類化の体制づくりが順調に進むアサヒビール。
一連のM&A、販売提携によって酒類の商品アイテムは拡がり、
提案力も飛躍的に高まっています。
そんな中で販売の最前線に立ち、日本全国でがんばる営業担当たち。
彼、彼女たちは今、どんなことを考えているのか、
肌で感じる市場の変化や仕事のやりがいとは - 。
千葉支社・佐藤週の日常を通してご紹介します。



千葉支社 西支店 営業担当課長

佐藤 周 (さとう しゅう)

平成2年、アサヒビール入社。大阪支社、
名古屋支社勤務を経て、現在の千葉支社へ。
「約束は必ず守る!」「フットワークは軽く!」を
モットーに、入社以来13年間、現場で積極的な
営業活動をおこなっています。



取扱商品が増え、提案の幅もアップ

「総合酒類化によって扱う商品が増え、お得意先での商談時間がそれだけ長くなりました。朝の事務処理や上司との打ち合わせを、そのぶん効率よく済ませ、午前中からお得意先を回っています」と佐藤さん。お客様からは、「従来は商品ごとにそれぞれの会社の営業担当と商談をしなければならなかったが、統合後は一本化され、やりやすくなった」という声も聞かれるそうです。「取扱商品が増え、毎日が勉強ですが、提案できる商品が拡大し、ビールが主体ではないお店にもアサヒの商品を提案する機会が増え、忙しい中にもやりがいを感じています」

日頃のコミュニケーションを大切に

酒販店の営業活動では、日頃の訪問でのコミュニケーションが大切です。たとえば、新商品の発売時や、キャンペーンの時期などに、アサヒの商品をお店の中でお客様が一番買いやすい場所においていただくことも、日常の訪問での信頼関係があればこそ。「池田社長の話には、「元気」という言葉がよくでてきますが、確かに売り手が元気でなければ、買い手は買いたいたしませんよね。常に明るく、元気にお得意先に接して、名字ではなく、下の名前の“周”と呼ばれるくらいの親しい関係をつくっていききたいですね」

社内で情報、知識を共有—営業情報玉手箱

営業情報玉手箱は、営業担当として必要な情報、知識などを集積しているシステムで、営業担当は、携帯端末を使って、外出先でも必要な情報を取り出すことができます。営業情報玉手箱の機能の一つである「情報カード」は、全国の営業担当が収集した情報を社内で共有するもので、毎日100通前後も寄せられる情報の中から、「役立トップ20」

営業情報
玉手箱

「成功事例」など、見たい情報が簡単に検索できる仕組みになっています。また、「焼酎の変わった飲み方を教えて」などの質問を送ると、全国からさまざまなコメントが集まり、社員全員がその情報を閲覧できるなど、社内の知識・知恵の共有化に役立っています。

ある1日のスケジュール

- 
- 8:30- 入社。部内ミーティング。
 - 9:00- 電話対応。事務処理。
 - 10:30- 酒販店で商談。3店訪問。
 - 12:30- 担当している居酒屋でランチ。商品見本を持参。
 - 13:30- 来月開店する飲食店と打ち合わせ。ドリンクメニューのご提案など。
 - 14:30- 飲食店で商談。8店訪問。売り上げアップのためのご提案、ワインフェアの打ち合わせなど、たくさんのお客様の要件に対応。
 - 18:30- 帰社。事務処理。
 - 19:30- 新装開店した飲食店へごあいさつ。



“諦めない訪問”が、実を結んでいく

酒販店訪問の後、午後から夕方にかけては、お店が忙しくなる時間の前に、担当する飲食店を回るのが日課。担当地域の船橋市全域には、アサヒビールグループの商品をお取り扱いいただいているお店だけで、すでに約900店。「新商品の見本をお持ちしたり、メニューや売り方の提案をするなど、足しげく通うことで、やっとアサヒの商品をお取り扱いしていただけた時は本当にうれしいですね。これからも1店1店に最適な提案をして、少しでも多くのお店の方に“信頼できるビジネスパートナー”と言われるようになりたいです」

総合酒類化で、考え方や発想も豊かに

夜は、酒販店の方と一緒に、お得意先の飲食店を訪問することが多いそうですが、時には支店の同僚たちと、勉強のために繁盛しているお店に飲みに行くことも。「お酒の席ではいろいろなことが話題になりますね。特に総合酒類化によって新しく仲間になった人たちの考え方や発想は、新鮮で、刺激になります。こうした日頃の情報交換が、仕事の上で大変役に立ちますね」社内の研修も増え、自分でも自主的に外部のセミナーに参加したり、お酒に関する専門書を読む機会が多くなったそうです。「総合酒類化を機に、さらに知識を広げ、お得意先への提案の幅を広げていきたいですね」

業績のご報告

連結決算の業績

売上高	1兆3,752億円（前期比4.1%減）
営業利益	693億円（前期比10.8%減）

連結セグメントの概況

当連結会計年度よりセグメント情報の事業区分及び営業費用の配賦方法の見直しを行っているため、前年同期比較は、変更後のセグメントで行っております。

酒類事業

売上高	1兆570億円（前期比4.0%減）
営業利益	691億円（前期比10.0%減）

当期のビール・発泡酒の総需要は、課税数量ベースで、ビールが前期比10.9%の減少、発泡酒が前期比15.6%の増加となり、ビール・発泡酒全体として前期比2.6%の減少となりました。

このような状況の中、当社の主力商品である「アサヒスーパードライ」は、14年連続で1億箱を突破する1億5,955万箱の売上数量となり、ビールカテゴリーにおけるシェアも11年連続でアップしましたが、総需要の減少などにより売上数量は前期比8.5%の減少となりました。

また、発泡酒「アサヒ本生」の売上数量は、前期比20.4%増加の4,697万箱となりました。

ビール・発泡酒以外の酒類については、前期のニッカウヰスキー(株)との営業統合に続き、当期には、協和醗酵工業(株)及び旭化成(株)からの酒類事業の譲り受けや、マキシウム・ワールドワイド社との販売提携などにより、総合酒類の体制をさらに強化しました。

個々のカテゴリー別では、ウイスキーについては、業務用で「竹鶴」シリーズが、家庭用で「ブラックニッカクリアブレンド」がそれぞれ売り上げを伸ばしました。

焼酎では、従来ブランドである「一番札」に加え、協和醗酵工業(株)より譲り受けた「大五郎」「かのか」

主力商品の当期売上箱数

アサヒスーパードライ	1億5,955万箱（前期比8.5%減）
アサヒ本生	4,697万箱（前期比20.4%増）

が、またワインでは、「アサヒ梅ワイン」や「カリテラ」がそれぞれ好調に推移しています。

また、低アルコール飲料では、「アサヒスーパーサワー」は売上目標に達しませんでした。業務用で「樽ハイ倶楽部」が売り上げを伸ばしたほか、旭化成(株)より譲り受けた「旬果搾り」、協和醗酵工業(株)より譲り受けた「カクテルパートナー」がともに売上目標を達成しました。

以上のように各カテゴリーでは順調に推移していますが、酒類事業トータルでの売上高は、ビールを除く各カテゴリーの売上増加もビールの売上減少を補うにはいたらず、前期比で減収となり、また営業利益についても、売り上げの減少に加え、営業統合や営業譲り受けにともなう一時費用の増加などにより、前期比で減益となりました。




飲料事業

売上高 1,737億円（前期比9.7%減）
 営業損失 40億円（前期比20億円減）

飲料事業では、同事業の主要会社であるアサヒ飲料（株）において、「オリジナリティ溢れる商品の開発」「営業力の強化」「価格競争に耐え得るコスト競争力の獲得」を優先課題として業務改革に取り組みました。

また、新商品では、「アサヒ 中国緑茶 凜」、「アサヒ コンセプトサン」などの既存のカテゴリーを超えた商品や、「アサヒ あがり」、「ワンダ モーニングショット」などのユニークなコンセプトを持った商品を上市しました。

このような新商品の積極的な展開はありましたが、一方で既存主力商品の売り上げの減少があり、売上高は前期比で減少しました。

また営業損益については、優先課題であるコスト競争力の強化を目的として、サプライチェーンマネジメントの推進や、物流システムの再構築、製造原価の低減などに取り組み、ほぼ年初計画どおりのコストダウンを実施できましたが、売り上げの減少による影響をカバーするまでにはいたりませんでした。



食品・薬品事業

売上高 142億円（前期比2.3%減）
 営業利益 7百万円（前期比4億円減）

食品・薬品事業では、経営基盤のさらなる強化・拡大を図るため、平成14年7月にアサヒピール食品（株）とアサヒピール薬品（株）を統合し、アサヒフードアンドヘルスケア（株）を発足、将来の成長のための諸施策を実施しました。新会社発足後の売上高は、7～12月累計で旧会社2社の下期合算と比較して前期比5%増となり、ヘルスケア部門、フリーズドライ部門を中心に好調に推移しています。しかし、通期の売上高は、本年上期の減収分を補うことができず、統合前の2社合計と比較して、若干の減収となり、営業利益は統合関係費用を中心に販管費が増加した結果、前期比減益となりました。



その他事業

売上高 1,302億円（前期比4.5%増）
 営業利益 38億円（前期比55.7%増）

その他事業では、不動産事業や物流事業において、堅調に業績が推移しております。

また、新規連結会社による増益効果などもあり、売り上げ、営業利益とも増加しています。



連結財務情報

連結貸借対照表 (12月31日現在)(単位:百万円)

資産の部	平成14年度	平成13年度
流動資産	404,240	412,628
現金及び預金	18,516	20,307
受取手形及び売掛金	256,309	259,924
棚卸資産	96,210	93,908
繰延税金資産	3,489	4,723
その他	37,674	39,735
貸倒引当金	7,959	5,970
固定資産	890,497	928,474
有形固定資産	718,729	741,828
建物及び構築物	240,766	246,221
機械装置及び運搬具	214,293	219,998
工具器具備品	55,750	56,675
土地	204,162	208,804
建設仮勘定	3,756	10,128
無形固定資産	17,751	11,651
投資その他の資産	154,016	174,994
投資有価証券	76,645	97,316
長期貸付金	6,221	6,120
長期前払費用	7,573	7,670
繰延税金資産	47,956	44,443
その他	39,458	38,880
貸倒引当金	23,839	19,436
資産合計	1,294,738	1,341,102

- (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14年度は441,591百万円、平成13年度は419,930百万円です。
 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	平成14年度	平成13年度
流動負債	596,680	618,851
支払手形及び買掛金	82,346	86,642
短期借入金	133,429	97,998
1年以内償還予定社債	25,451	61,884
未払酒税	136,585	142,840
未払法人税等	11,668	19,867
コマーシャルペーパー	20,000	19,000
その他	187,198	190,618
固定負債	295,974	318,597
社債	197,676	173,476
長期借入金	25,649	64,808
退職給付引当金	29,523	35,161
その他	43,125	45,151
負債合計	892,655	937,448
少数株主持分	14,543	17,690
資本の部		
資本金	182,531	182,530
資本剰余金	180,894	-
資本準備金	-	180,894
利益剰余金	32,423	-
連結剰余金	-	20,864
その他有価証券評価差額金	63	-
為替換算調整勘定	974	2,274
自己株式	9,348	598
資本合計	387,539	385,964
負債、少数株主持分及び資本合計	1,294,738	1,341,102

Point A

連結財務諸表規則の改正にともない、資本準備金を資本剰余金に、連結剰余金を利益剰余金に表示変更しております。

連結損益計算書 (1月1日～12月31日)(単位:百万円)

	平成14年度	平成13年度
売上高	1,375,267	1,433,363
売上原価	956,827	1,003,969
売上総利益	418,439	429,394
販売費及び一般管理費	349,098	351,616
営業利益	69,340	77,777
営業外収益	5,824	6,579
受取利息及び配当金	1,690	2,529
持分法による投資利益	666	197
連結調整勘定償却額	1,645	1,543
その他	1,822	2,308
営業外費用	17,610	23,700
支払利息	5,861	8,136
その他	11,749	15,564
経常利益	57,554	60,656
特別利益	732	5,774
固定資産売却益	249	4,320
その他	483	1,454
特別損失	25,804	47,820
固定資産売却除却損	13,122	12,266
退職給付信託設定損	3,640	-
退職給付会計基準変更時差異	-	20,444
その他	9,041	15,109
税金等調整前当期純利益	32,483	18,611
法人税、住民税及び事業税	23,463	24,925
法人税等調整額	2,266	18,859
少数株主損失()	3,468	1,071
当期純利益	14,754	13,616

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

Point B

退職給付信託に拠出した投資有価証券の損失を計上しております。

連結キャッシュフロー計算書

(1月1日～12月31日)(単位:百万円)

	平成14年度	平成13年度
I 営業活動によるキャッシュフロー		
税金等調整前当期純利益	32,483	18,611
減価償却費	51,545	52,901
退職給与引当金の増減額	-	31,343
退職給付引当金の増減額	2,306	47,944
貸倒引当金の増減額	6,390	10,934
固定資産売却除却損	13,122	12,266
未払酒税の増減額	6,267	3,555
その他	19,069	11,984
小計	114,038	126,854
利息及び配当金の受取額	1,848	2,961
利息の支払額	6,266	8,545
法人税等の支払額	31,669	11,162
営業活動によるキャッシュフロー	77,950	110,107
II 投資活動によるキャッシュフロー		
有形固定資産の取得による支出	49,794	69,186
投資有価証券の売却による収入	15,537	21,309
営業譲受による支出	19,221	-
その他	8,029	11,175
投資活動によるキャッシュフロー	61,507	36,700
III 財務活動によるキャッシュフロー		
短期借入金金の増減額	7,449	60,365
長期借入による収入	2,479	7,656
長期借入金金の返済による支出	13,324	25,169
社債の発行による収入	50,000	50,000
社債の償還による支出	62,270	47,950
自己株式の取得による支出	8,749	588
配当金の支払額	3,591	6,020
その他	8,260	2,727
財務活動によるキャッシュフロー	19,746	79,709
IV 現金及び現金同等物に係る換算差額	674	396
V 現金及び現金同等物の増減額	3,978	5,905
VI 現金及び現金同等物の期首残高	19,351	24,743
VII 連結範囲の変更による現金及び現金同等物の増加額	612	514
VIII 現金及び現金同等物の期末残高	15,986	19,351

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

Point C

協和醗酵工業(株)及び旭化成(株)からの酒類事業の営業譲受による支出です。

単体財務情報

単体貸借対照表 (12月31日現在)(単位:百万円)

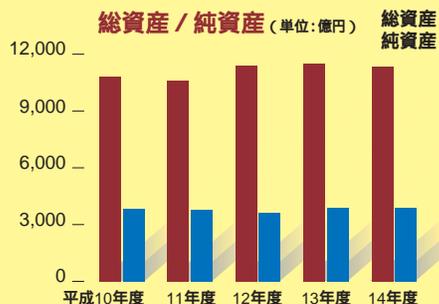
資産の部	平成14年度	平成13年度
流動資産	339,121	337,893
現金及び預金	6,839	1,921
受取手形及び売掛金	210,409	212,175
棚卸資産	45,788	45,563
短期貸付金	59,692	59,509
繰延税金資産	2,872	3,300
その他	20,034	20,205
貸倒引当金	6,515	4,782
固定資産	788,445	810,325
有形固定資産	550,786	569,267
建物	160,789	166,196
機械及び装置	177,022	181,863
土地	131,057	133,367
その他	81,917	87,839
無形固定資産	13,674	7,953
投資等	223,983	233,104
投資有価証券	50,492	64,132
子会社株式・出資金	74,392	74,534
長期貸付金	51,314	45,907
繰延税金資産	32,319	26,057
その他	39,687	40,307
貸倒引当金	24,223	17,836
資産合計	1,127,567	1,148,219

負債の部	平成14年度	平成13年度
流動負債	493,326	498,713
支払手形及び買掛金	47,315	48,362
短期借入金	104,002	70,500
1年以内償還予定社債	25,451	48,419
未払酒税	132,271	138,956
預り金	87,549	78,988
コマーシャルペーパー	20,000	19,000
その他	76,737	94,487
固定負債	247,782	261,185
社債	189,997	165,448
長期借入金	8,000	41,500
長期未払金	600	1,800
長期預り金	34,570	33,607
退職給付引当金	14,614	18,829
負債合計	741,108	759,898

資本の部	平成14年度	平成13年度
資本金	182,531	182,530
資本剰余金	189,903	189,903
資本準備金	129,903	189,903
その他資本剰余金	60,000	-
利益剰余金	23,401	16,485
利益準備金	-	8,687
固定資産圧縮積立金	2,951	3,138
当期末処分利益	20,450	4,659
(うち当期利益)	(10,565)	(7,259)
株式等評価差額金	30	-
自己株式	9,348	598
資本合計	386,458	388,320
負債及び資本合計	1,127,567	1,148,219

- (注)1. 百万円未満は切り捨てて表示しております。
 2. 有形固定資産に係る減価償却累計額は、平成14年度は328,973百万円、平成13年度は316,666百万円であります。
 3. 消費税等の会計処理は税抜方式によっております。
 4. 当期より、その他有価証券のうち時価のあるものの評価方法について、金融商品に係る会計基準を適用しております。この結果、株式等評価差額金 30百万円、

- 繰延税金資産21百万円が計上されております。
 5. 商法施行規則附則第3条但書の適用により、当期から資本の部は、資本金、資本剰余金、利益剰余金及びその他の科目をもって掲記しております。
 6. 当期から「自己株式及び法定準備金の取崩等に関する会計基準」を適用しております。これによる当期の損益に与える影響は軽微であります。



単体損益計算書 (1月1日～12月31日)(単位:百万円)

	平成14年度	平成13年度
売上高	1,093,773	1,121,920
売上原価	799,303	827,175
売上総利益	294,470	294,745
販売費及び一般管理費	224,663	216,373
営業利益	69,807	78,371
営業外収益	2,810	2,717
受取利息及び配当金	2,065	2,027
雑収入	745	690
営業外費用	15,897	18,353
支払利息	4,258	5,429
雑損失	11,638	12,924
経常利益	56,720	62,735
特別利益	365	1,824
固定資産売却益	41	908
投資有価証券売却益	323	699
子会社株式売却益	-	215
特別損失	30,319	47,133
固定資産売却除却損	10,150	6,312
投資有価証券売却損	489	2,979
子会社整理損失	445	8,985
投資有価証券評価損	6,892	7,644
子会社株式評価損	6,781	5,377
子会社出資金評価損	1,902	-
退職給付信託設定損	3,640	-
退職給付会計基準変更時差異...	-	15,733
役員退職慰労金	18	99
税引前当期利益	26,766	17,426
法人税、住民税及び事業税	22,013	22,750
法人税等調整額	5,812	12,582
当期利益	10,565	7,259
前期繰越利益	1,197	736
利益準備金取崩額	8,687	-
中間配当額	-	3,032
利益準備金積立額	-	303
当期末処分利益	20,450	4,659

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

利益処分計算書 (1月1日～12月31日)(単位:百万円)

	平成14年度	平成13年度
当期末処分利益	20,450	4,659
固定資産圧縮積立金取崩額	207	186
計	20,657	4,846
この処分は次の通りであります。		
配当金	6,535	3,591
取締役賞与金	41	47
監査役賞与金	6	9
別途積立金	10,000	-
次期繰越利益	4,073	1,197

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

平成15年度経営目標 (単位:百万円)

(連結ベース)

売上高	1,468,000	(前期比6.7%増)
営業利益	73,000	(前期比5.3%増)
経常利益	67,000	(前期比16.4%増)
当期利益	26,000	(前期比76.2%増)

(単体ベース)

売上高	1,169,000	(前期比6.9%増)
営業利益	71,000	(前期比1.7%増)
経常利益	65,000	(前期比14.6%増)
当期利益	25,000	(前期比136.6%増)

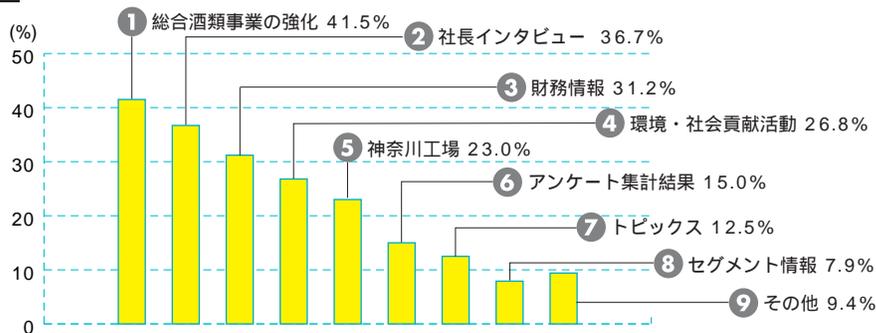
株主様アンケート結果

(第79期中間事業報告書にて実施)

約2,800通のご回答を
ありがとうございました。

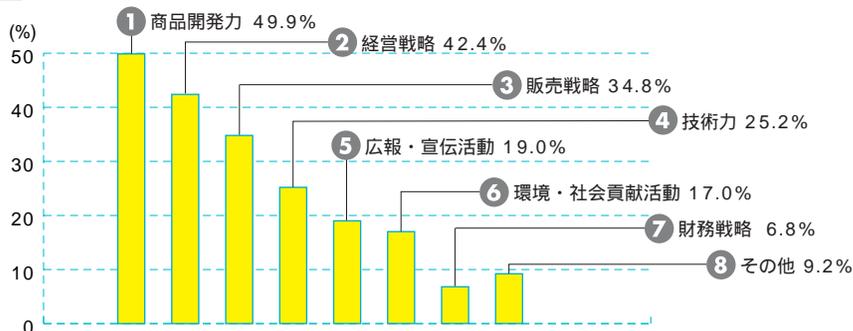
今回もたくさんのコメント
をいただきました、アン
ケートの集計結果をご報
告します。皆様のご意見を
反映して、今回より事業報
告書のデザインを一新し
ています。気に入って
いただけましたでしょうか？
これからも、わかりやすい
紙面づくりを心がけてい
きたいと思いますので、ど
うぞよろしく願いいたし
ます。

Q1 今回の事業報告書で特に関心を持たれた内容はどれでしょうか？(複数選択)



一番関心が高かった、「総合酒類事業の強化」に関しては、「世界のトップを目指して!」「商品の種類が増えることによる販売力の向上に期待」などのご意見をいただきました。今回の事業報告書に掲載している商品以外にも、新たにアサヒビールが販売することになった商品がたくさんあります。今後も皆様にスーパードライ同様、「おいしい!!」と言っていただけるような商品・飲み方を提案してまいります。

Q2 当社のどのような点を評価されていますか？(複数選択)



約半数の方が、「商品開発力」と回答されています。既存商品に対する「おいしい」などのご意見のほか、「ビール・発泡酒の新商品を発売して欲しい」というご要望もたくさんいただきました。新商品「アサヒ 穰三味」「アサヒ スパークス」をぜひお試しく下さい。2位の「経営戦略」については、「経営における先見性に感心」といったご評価と同時に、品質管理への関心が高まる中、「食品の安全性には十分注意して」といった声も多数いただきました。食品会社として、これからも皆様に安心していただける商品を提供できるように、細心の注意を払ってまいります。

Q3・Q4・Q5 当社の株式についてお伺いします。

所有期間はどれくらいですか？

① 10年以上	39.2%
② 2年以上～5年未満	19.5%
③ 5年以上～10年未満	11.6%
④ 1年未満	11.0%
⑤ 1年以上～2年未満	9.7%
⑥ 6カ月未満	6.9%
⑦ その他	2.1%

今後の方針を教えてください。 (複数選択)

① 長期保有	69.8%
② 買い増し	28.0%
③ 売却	6.1%
④ 短期保有	4.6%
⑤ その他	2.9%

売上の判断材料は何ですか？ (複数選択)

① 株価	42.9%
② 業績	42.6%
③ 配当	38.3%
④ 経営計画	12.7%
⑤ その他	9.0%

所有期間は「10年以上」の方が一番多く、今後の所有方針についても「長期保有」をお考えの方が最も多い結果となりました。株を保有するとともに、「アサヒビールを40年以上愛飲」してくださっている株主の方もいらっしゃいます。将来の業績への期待の声が多くある一方で、株価についての厳しいご意見もいただきました。

株主の皆様へ
アサヒビールからの
お知らせ

本年4月1日施行の商法改正により、当社は次の制度を導入いたします。

株券失効制度

株券失効制度とは、株主様をご所有の株券を紛失された場合、従来の裁判所に申し立てて除権判決を得る手続きに代わり、当社の名義書換代理人(UFJ信託銀行)に対して株券喪失登録を申請し、その後異議の申し立てなく1年が経過すれば、当該株券を無効とした上で、再び株券を発行することができる制度です。

単元未満株式の買増制度

単元未満株式の買増制度とは、単元未満株式(当社の場合は1,000株未満の株式)をご所有の株主様が発行会社(当社)に対して、その単元未満株式と合わせて1単元となるべき単元未満株式の売り渡しを請求できる制度です。

なお、株券保管振替制度をご利用の株主様は取引証券会社を通じてご請求いただくようお願いいたします。

上記制度にかかる手続き、費用などのお問い合わせにつきましては、当社名義書換代理人であるUFJ信託銀行にご連絡ください。

お問い合わせ先

UFJ信託銀行(株)証券代行部 TEL 03-5683-5111

会社概要

会社の概要

(平成14年12月31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 182,531,194,085円

従業員数 3,995名(429名)

*従業員数は就業人員であり、当社への出向者(303名)を含み、関係会社への出向者を除いています。なお、臨時従業員数は、()内に期中平均人員を外数で記載しています。

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)



アサヒビールグループの詳しい情報については
こちらをご覧ください。

<http://www.asahibeer.co.jp>

役員

(平成15年3月28日現在)

[執行役員]

代表取締役会長

福地茂雄

代表取締役社長

池田弘一

代表取締役副社長

旭 興一
西川菅雄

専務取締役

小倉貞男

常務取締役

岡田正昭
大原清明

取締役

泉谷直木
山口信夫
岡本行夫
野中ともよ

常勤監査役

佐藤 明
藤田 博
原田利夫

監査役

櫻井孝頼
中村直人

専務執行役員

坂本純一
築山知明

常務執行役員

中村 豊
尾関正彦
秋元延介
後藤義弘
藏口 勝
高橋正哲
大澤正彦
反町直之
西野伊史

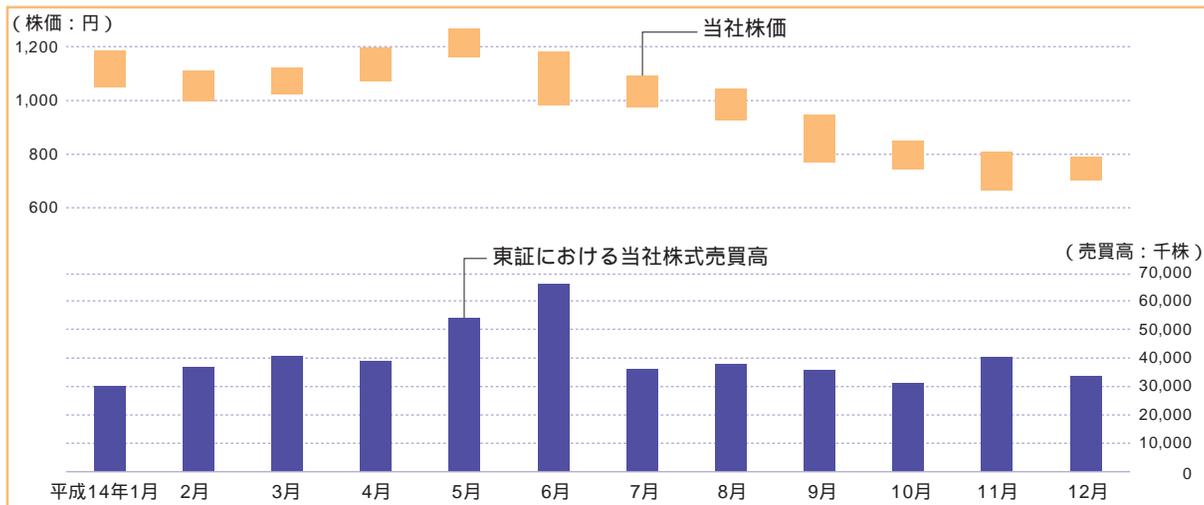
執行役員

本山和夫
二宮裕次
玉田忠志
川村 光
富永寿郎
石橋英行
二宮 襄
江藤正和
浅野舜三
岩崎次弥
佐々木修
吉岡信一
松延 章
高橋成公
三谷 昌

名倉伸郎
石井敏史
三宅雅人
亀野正徳
山崎史雄
富田義人
羽田 茂
山下 弘

1. 山口信夫、岡本行夫、野中ともよの3氏は、商法第188条第2項第7号ノ2に定める社外取締役であります。
2. 監査役の櫻井孝頼、中村直人の両氏は、「株式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。

株式の状況



発行済株式総数.... 513,585,862株(平成14年12月31日現在)

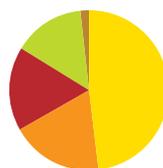
当期末株主数..... 67,425名(前期末比7,226名増)

大株主(上位10名)平成14年12月31日現在)

株主名	持株数(千株)	議決権比率(%)
第一生命保険相互会社	22,920	4.6
株式会社三井住友銀行	22,793	4.6
日本マスタートラスト 信託銀行株式会社(信託口)	19,406	3.9
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口)	18,225	3.7
富国生命保険相互会社	16,883	3.4
旭化成株式会社	15,185	3.1
ステートストリートバンク アンドトラストカンパニー	13,442	2.7
株式会社みずほコーポレート銀行	12,138	2.4
住友生命保険相互会社	9,290	1.9
農林中央金庫	8,566	1.7
合計	158,850	32.0

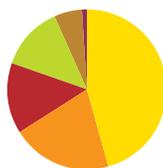
(注)当社は自己株式を10,850千株保有しておりますが、上記の大株主からは除外しております。

所有者別株式分布



● 金融機関	246,994千株	48.10%
● 個人・その他	96,042千株	18.70%
● その他の法人	87,004千株	16.94%
● 外国法人等	74,494千株	14.50%
● 証券会社	9,051千株	1.76%
● 政府・地方公共団体	1,320株	0.00%

所有株式数別株式分布



● 500万株以上	234,961千株	45.75%
● 100万株以上	104,829千株	20.41%
● 10万株以上	73,537千株	14.32%
● 1千株以上	66,961千株	13.04%
● 1万株以上	29,260千株	5.69%
● 1千株未満	4,038千株	0.79%



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単元の株式の数	1,000株
証券コード	2502
名義書換 / 取扱所 (名義書換代理人)	〒137-8081 東京都江東区東砂7丁目10番11号 UFJ信託銀行株式会社証券代行部 TEL 03 (5683) 5111(大代表) * 株式関係のお手続き用紙のご請求は、次のUFJ信託銀行の電話及びインターネットでも24時間承っております。 TEL (通話料無料) 0120-24-4479 (本店証券代行部) URL http://www.ufjtrustbank.co.jp/
同取次所	UFJ信託銀行株式会社各支店 野村證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

お知らせ

当社は、貸借対照表及び損益計算書をホームページにおいても掲載しておりますので、お知らせいたします。当社のホームページアドレスは次のとおりです。

<http://www.asahibeer.co.jp/ir/koukoku.html>

缶瓶配合率100%再生紙を使用しています
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。