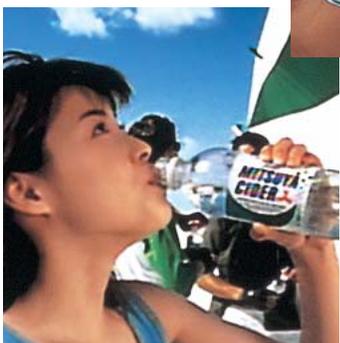
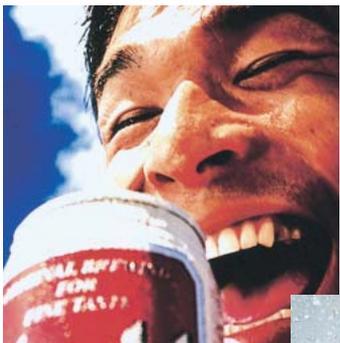


Asahi



株主の皆様へ 第79期中間事業報告書

平成14年1月1日～平成14年6月30日

ビール・発泡酒での競争力を核に、 総合酒類事業の本格展開を加速しています。

アサヒビールは総合酒類提案企業を目指し、強力なブランドを持つ国内外企業との提携・買収を積極的に進めています。焼酎・低アルコール飲料では、協和発酵工業(株)と旭化成(株)の酒類事業買収により焼酎甲類製造免許と焼酎・低アルコール飲料の有力ブランドを取得。マキシウム・ジャパン(株)との提携で輸入高級ブランド酒類も充実するなど、総合酒類提案力が飛躍的に高まっています。



株主の皆様へ



株主の皆様におかれましては、平素より、アサヒビールグループをご支援いただき、厚く御礼申し上げます。

アサヒビールグループは、「総合酒類事業の強化」と「グループ競争力の向上」という2大目標に取り組んでおります。基幹事業のビール、発泡酒におきましては、主力ブランドの「アサヒスーパードライ」が、ビール市場におけるシェアアップを着実に果たしており、また、発売2年目を迎えました「アサヒ本生」につきましても、前年を大幅に上回る売り上げを頂戴しております。

総合酒類化に向けた取り組みにおきましては、国内外における提携・買収を通じて、消費者の嗜好の多様性にお応えするとともに、

事業基盤の強化を推し進めております。

さらに、グループ競争力の強化に向けては、食品事業と薬品事業を統合し、アサヒフードアンドヘルスケア(株)を設立いたしました。今後も、「食」と「健康」をテーマに、生活文化における価値創造型企業としての躍進に全力を注いでまいります。株主の皆様におかれましては、より一層のご指導、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

平成14年9月

代表取締役会長 福地 茂雄
代表取締役社長 池田 弘一

目次

総合酒類事業強化への取り組み.....	1	トピックス.....	11
株主の皆様へ.....	2	連結セグメント情報.....	13
社長インタビュー.....	3	連結財務情報.....	15
特集 工場紹介.....		単体財務情報.....	17
アサヒビール神奈川工場.....	7	株主様アンケート結果.....	19
特集 環境・社会貢献活動.....	9	会社概要.....	21

アサヒビールグループの再編

アサヒビール食品(株)とアサヒビール薬品(株)を統合し、アサヒフードアンドヘルスケア(株)を設立

両社を統合、経営基盤を強化し、急成長するセルフメディケーション事業へ本格参入します。2003年1月には栄養補助食品を扱うポーラフーズ(株)を統合し、「食と健康」というグループビジョンを強力に推進していきます。

主な取り扱いブランド

- 「アクティオ 必須ミネラル」
- 「エビオス」
- 「ピアパートナー ビーフジャーキー」



社長インタビュー ～2002年上半期の成果と今後のビジョンを語る～

21世紀のトップブランドを創出する 「総合酒類提案企業」へ

当中間期の業績について
教えてください。

連結・単体ともに計画を上回る利益を計上 コストダウン、販促費の抑制が寄与

池田：当中間期の連結売上高は、6,341億円と、前期比4%減となりました。しかしながら、利益の面におきましては、営業利益・経常利益・中間純利益はいずれも前期実績を上回り、期初予想に対しましても、大幅に上回る結果となりました。特に、中間純利益につきましては過去最高となる、前期比338%増の107億円となりました。単体の売上高につきましては、前期比2%減の4,999億円と、前期実績をわずかに下回りましたが、製造段階でのコストダウン、販促費などの経費の抑制により、営業利益・経常利益・中間純利益はいずれも期初の予想を大きく上回り、前期比で増益を果たしました。なかでも、経常利益は中間期としては過去最高の実績となっております。

ビール・発泡酒の上期の状況について
教えてください。

ビールのシェアは前期比2.3%増 発泡酒シェアも5.0%の成長を実現

池田：ビール・発泡酒につきましては、上半期のビール市場におけるシェア*が昨年の45.4%から47.7%へ、発泡酒市場におけるシェアも昨年の21.0%から26.0%へ上昇し、それぞれのカテゴリでの地位向上を着実に果たしました。発泡酒の「アサヒ本生」につきましては、前期比34.6%増の2,430万ケースを売り上げ、計画を上回りました。好調の要因は、2～3月に実施いたしました「ご愛飲感謝キャンペーン」で大幅な売上増を果たしたことと、味のブラッシュアップやサンプリングプロモーションによって、品質面での評価が格段に高まったことによると認識しております。一方、「アサヒスーパードライ」につきましては、景気の低迷による業務用市場の伸び悩み、家庭用市場における発泡酒比率の上昇などの影響で、上期の計画を下回る結果となりましたが、ビール市場におけるシェアアップは着実に果たしております。

*平成14年1～6月大手ビール5社における課税数量に基づく。



ビール・発泡酒市場における、下期の取り組みを
教えていただけますか？

スーパードライの業務用市場での シェアアップと本生のトップブランド 獲得を目指す

池田：スーパードライにつきましては、ビール市場全体が厳しい状態にあります。引き続き広告でのコア価値訴求と、店頭での鮮度訴求によりブランド強化を図るとともに、業務用市場で大幅なシェアアップに向けて注力してまいります。

本生につきましては、6月下旬より出荷価格を引き下げ、発泡酒市場におけるトップブランドの地位獲得を目指してまいります。本生に対するお客様からの評価はますます高まっており、今後さらなる売り上げの増加を図ってまいります。

ビール・発泡酒以外の酒類については
いかがでしょうか？

営業統合効果が顕著なウイスキー、 焼酎も大幅伸長

池田：総合酒類化の一環として、昨年4月にニッカウヰスキー(株)を営業統合いたしました。その

効果は売り上げの面に大きく反映されています。国産ウイスキー市場が数量前年比1割減程度で推移していると推測される中、当社ウイスキーは前期比4%増と堅調に推移しております。焼酎につきましても、業務用市場での取り扱い店を拡大させたことで、売上数量は前期比49%増と大幅に伸長いたしました。

低アルコール新商品も出足好調 クオリティーアップで「梅ワイン」 175%増

池田：低アルコール飲料につきましては、5月に発売いたしました「アサヒスーパーサワー」の発売月の販売箱数が100万箱（1箱は250ml×24本）となり、非常に好調な出足を記録することができまし



た。ワイン部門では国産・輸入品ともに市場が低迷している中で、当社の当中間期のワインは数量で11%増と好調に推移しております。なかでも本年3月にクオリティーアップをいたしました「梅ワイン」は前期比で175%増と大きく実績を伸ばしました。

総合酒類提案力の強化に向けた、
一連の買収・販売提携について
お聞かせください。

酒類事業の買収、輸入酒の販売提携 により、総合酒類事業の基盤が完成

池田：当社の総合酒類事業における基本方針は、「ビール・発泡酒市場での磐石な地位の確立」を最重点項目とし、その圧倒的な優位性を基軸にアサヒビール型の総合酒類事業を構築していくことにあります。

今般の協和発酵工業(株)および旭化成(株)の酒類事業買収、マキシウム・ジャパン(株)との販売提携は、総合酒類化の課題であります。「ブランド育成」「酒類製造販売免許の取得」「酒類製造能力の確保」の達成をスピードアップさせるために実施いたしました。これら一連の買収・販売提携によって、当社の総合酒類事業の基盤はできあがったと考えております。

今後の目標としては、業界最大規模の販売網を活用することで、ビール・発泡酒以外の酒類売上を、2004年には、2001年の実績の約3倍程度にまで

拡大していきたいと考えております。総合酒類の基盤整備により、これまでの当社の商品では売込みが困難であった売り場に対しても、さまざまな提案をすることが可能になり、中核であるビール、発泡酒についてもプラスの効果があると考えております。

グループ全体の事業については
いかがですか？

飲料事業の業績回復に向け、 グループの連携強化

池田：飲料事業につきましては、売上数量がマイナスとなり、厳しい中間決算となりましたが、コストダウンは計画通り達成しており、利益体質への改革は、着実に進展しております。また、三ツ矢ブランドの復調といった、商品面での回復の兆しもでてきております。今後は、生産や開発、販売面で、今まで以上にグループの連携体制を強化してまいります。

食品事業と薬品事業を統合し 3月にはポーラフーズを買収

池田：去る7月1日に食品事業と薬品事業を統合して「アサヒフードアンドヘルスケア(株)」を設立し、成長著しいセルフメディケーション事業への



本格参入に向け、事業競争力の強化を図りました。また3月には、栄養補助食品やミント系錠菓を得意分野とするポーラフーズ(株)の全株式を取得いたしました。明年1月にはアサヒフードアンドヘルスケア(株)とポーラフーズ(株)を統合し、さらに競争力を高め、成長のスピードを速めてまいります。

グループ中期経営計画の 目標達成に向け尽力

池田：今後もグループとして経営資源の最適化を図り、中期経営計画の目標である「グループ競争力の向上」ならびに「グループ全体の成長」の達成に尽力し、継続的な利益成長の実現に努めてまいります。

工場紹介 美しい水と緑の町にオープン～アサヒビール神奈川工場～

富士山を望み、童謡「金太郎」でもおなじみの神奈川県南足柄市に、アサヒビール神奈川工場が完成しました。世界トップレベルの品質管理技術、環境保全への先進的な取り組みはもちろん、広々とした緑地や瀟洒なゲストハウス、ビール園などの施設も充実。連日、大勢のお客様が訪れ、早くも南足柄の新名所として親しまれています。



スケールもビッグ！

- ※年間生産能力：2億4,000万本〈大びん換算〉
- ※敷地面積：41.3万m²〈東京ドームの約9倍〉

●発酵・熟成タンク

仕込を終えた麦汁はビール酵母を加えられ、タンクへと送り込まれて発酵開始。



- 環境にやさしい工場です
- 完全ノンフロン化
- 廃棄物再資源化100%

●立体自動倉庫



●ゲストハウス

世界的建築家・安藤忠雄さんの設計。光と清潔感にあふれる、くつろぎの空間です。



●ガンプリヌスの丘

さわやかな水と緑の芝生がつくる美しい丘は、工場のシンボリック存在。

●ビール園

工場直送・最高品質の生ビールと美味しいお料理を足柄の自然の中でお楽しみください。

備長炭で焼くあぶり焼き。このほか、幅広いお料理を取り揃えています。



アサヒビール園

神奈川・足柄店

定休日 年中無休
営業時間 11:30～21:00
(入店終了 20:00 / 閉店時間 21:00)
ご予約・お問い合わせ先
TEL.0465-70-5251
FAX.0465-70-5250

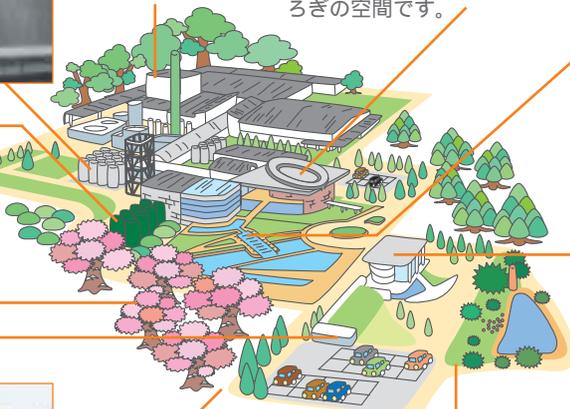


●麦芽サイロ



- 緑地面積は21万m²。敷地面積の50%以上を占めています。

●1,300本の桜



●エントランス



●物産館「あしがらの里」

南足柄商工会が管理運営する物産館。地元の特産品を販売しています。



●アサヒ・ビオガーデン

さまざまな生き物が生息しています。自然観察の場としてご利用いただけます。

「見て、飲んで、感動する」工場見学をお楽しみください。

神奈川工場は、最新鋭のビール工場ですが、環境と調和した当社のビールづくりを実感していただく“開かれた工場”でもあります。特に、エントランスから続く水と緑の空間には、工場というより公園にきたイメージを持たれるでしょう。そして、見学コースでは、私たちの鮮度管理や品質、環境への取り組みをつぶさにご覧いただけます。緑あふれる環境の中で、最高品質を目指すビールづくりをご自分の目で確かめていただき、できたてを味わっていただく…。多くのお客様から「感動した」との声が寄せられています。皆様もぜひ、お気軽に遊びにきてください。

アサヒビール神奈川工場・工場長 **神津和民** こうづ かずたみ



工場見学の所要時間は約90分。見学後はできたての生ビールをご試飲いただけます。

映写室



まずは映写室でアサヒビールのこだわりをご覧ください。

仕込室



この大きな釜一つでスーパードライ大びん20万本分！

びん詰・缶詰工程



できたての生ビールが高速で詰められていきます。

ビール試飲



さあ、お楽しみ生ビールの試飲。20分間おかわり自由です。

ギフトショップで人気のお土産

ワインケーキ
アサヒのワインを使用した
ヨーロピアンタイプのケーキ。



木樽入りビールケーキ
ビールとブランデーを浸透
させてじっくりと熟成させ
たコクのあるケーキ。



スモークチーズ
桜チップでスモークした本格派。
お土産人気No.1。



INFORMATION

所在地：神奈川県南足柄市怒田1223

アクセス：

- 電車
 - 伊豆箱根鉄道・大雄山線「大雄山駅」よりタクシーで約10分
 - 小田急線「新松田駅」より路線バスで約20分、タクシーで約15分
 - 小田急線「開成駅」、JR御殿場線「松田駅」「山北駅」よりタクシーで約15分
- 車
 - 東名高速「大井松田I.C.」より約15分
 - 小田原厚木道路「小田原東I.C.」より約35分

工場見学(予約制)のお問い合わせ先：同工場ご案内係
Tel.0465-72-6270 Fax.0465-72-6271

神奈川工場ウェブサイト：
<http://www.asahibeer.co.jp/brewery/kanagawa/index.html>



ENVIRONMENTAL ACTIVITIES

特集 環境・社会貢献活動

アサヒビールグループは、環境経営を企業の社会的責務として捉え、環境活動と経営活動を一体化した取り組みを展開しています。アサヒビール全工場での再資源化100%の達成から、CO₂の削減、「環境コミュニケーションレポート」の発行まで、その活動の概要をご紹介します。



廃棄物再資源化100%への取り組み

1998年11月にアサヒビールの全工場で達成し、グループ各社でも取り組みを強化しています。生産工程から発生する副産物・廃棄物の80%にあたるモルトフィード（麦芽の殻皮）は、主に牛の飼料に生まれ変わります。各工場では分別を徹底し、すべての副産物・廃棄物が再資源化されています。

ビール工場で発生する副産物・廃棄物の再資源化



CO₂排出原単位 5.8%削減

地球温暖化の原因とされるCO₂の排出を抑えるため、省エネルギーのより一層の推進とCO₂捕集設備の増強、窒素製造設備の導入を進めました。その結果、2001年のCO₂排出原単位は前年比5.8%減となりました。



用水使用原単位 7.5%削減

水の使用量を削減するため、洗浄方法の見直しやすぎ水の回収を実施し、2001年の用水使用原単位は前年比7.5%減となりました。工場排水についても、最新の水質保全処理技術を導入し、きれいな水を排出しています。



本社の電力3.3%減、 再資源化率3.3%増

2001年にISO14001を認証取得した本社オフィスでは、 unnecessaryな照明の消灯など、社員全員で省エネルギーに取り組んでいます。また、廃棄物の排出量抑制のため、コピー用紙の裏紙の再利用、両面コピーなどを実施しています。

＊環境常設展示場「アサヒエコスペース」誕生

2002年4月、アサヒビール吾妻橋ビル1階ロビーに、環境常設展示場「アサヒエコスペース」がオープン。環境への取り組みなどを社員のコメントとともにパネル展示しているほか、庄原林業所で育つ木の名前を当てる「アサヒの森の木」や、ビールびんを再利用してつくった「アサヒビアハンドベル」などのアトラクションコーナーも設けています。



＊国連の「グローバル・コンパクト」に参加

アサヒビールグループは、環境経営を環境的側面からだけでなく、社会貢献やコンプライアンス（法令遵守）などの社会的側面からも促え、推進していくため、国連のアナン事務総長が提唱する「グローバル・コンパクト」に参加しました。グローバル・コンパクトは、人権・労働基準・環境を柱とする9つの基本原則を定め、参加企業に実践することを要請しています。

＊社員による社会貢献活動の支援制度

2002年4月から、社員有志による会員制の募金活動を開始。「ビール1杯分」の社会貢献の意味で「アサヒワンビールクラブ」と名付け、会の運営・管理はクラブ会員が務めています。また、同時期に始まった「アサヒエコマイレージ」は、社員のボランティア活動を社内独自のポイントに換算し、相当額を地域の社会貢献団体へ寄付します。社員は、ボランティアに関する情報を、イントラネット「アサヒボランティアネット」で閲覧することができます。



＊第11回地球環境大賞「環境大臣賞」受賞

2002年4月、アサヒビールは、第11回地球環境大賞において、「環境大臣賞」を受賞しました。これは、「地球環境保全への貢献」や「快適な環境空間の提供」などをテーマとして完成した神奈川工場の取り組みや、FSC（国際森林認証）を取得した庄原林業所の取り組みが評価されたものです。



●「環境コミュニケーションレポート」発行●

アサヒビールは、2002年版「環境コミュニケーションレポート」を発行しました。本誌は、より多くの方にご活用いただけるよう、専門用語の解説や重要なキーワードに関するひとくち解説などを盛り込み、編集・構成されています。

当レポートを詳しくご覧になりたい方は「アサヒエコアピタ」

<http://asahibeer.co.jp/eco-habitat/> をご覧ください。

冊子の
ご請求先

お客様相談室フリーダイヤル：0120-011121

当社ホームページ：http://www.asahibeer.co.jp/baccas/ba.html



トピックス

発泡酒「アサヒ本生」
ブランド確立戦略
品質面、価格面で
さらに充実

パッケージデザインおよび
外装カートンもブラッシュアップした
「アサヒ本生」。



ブランド乱立と低価格化が進む発泡酒市場で、「アサヒ本生」のブランドを確立、強化する一環として、缶2品種（350ml・500ml）のメーカー出荷価格を6月21日から10円値下げしました。また、5月上旬製造分からは、味とパッケージにさらに磨きをかけ、品質と爽快感を高めた「本生」を販売、ご好評をいただいています。味は、新しい麦芽の採用と原材料の配合比率の見直しを図り、よりすっきり爽快な味感に、パッケージラベルは、濃赤色のストライプを入れ、ラベルコーナーをシャープな雰囲気。外装カートンについても商品デザインとの統一を図りました。ブラッシュアップ展開に続く、今回の値下げにより、一段と話題性を高め、発泡酒市場ナンバーワンブランドへの足がかりとしていきます。

「アサヒスーパーソー」
2つのフレーバーで新発売



2フレーバー・6品種で発売中の
「アサヒスーパーソー」。

総合酒類事業促進の一環として、缶入りチューハイの新ブランド「アサヒスーパーソー」の2フレーバー（レモン・グレープフルーツ/各350ml・500ml）を5月に新発売しました。

地中海産の果実から果皮を削り取り、苦みや雑味のないフレッシュな果汁を使用するとともに、ウイスキーの仕込に使う深層地下水を使用、また、ベースアルコールには白樺の活性炭で磨きあげたクリアなウォッカを使用するなど、原料に徹底的にこだわりました。発売以来、お客様から大きな反響をいただき、6月末までの売上箱数は130万箱（1箱は250ml×24本）となっています。9月には新たに250mlを加え、缶入りチューハイの好感度ユーザーを中心にファン層をさらに拡大し、成長著しい缶チューハイ市場でアサヒブランドの早期確立を目指していきます。

「青島(チンタオ)ビール」の 国内販売権を獲得

創業100年の歴史を有し、
中国でもっとも
高い知名度を誇る
青島ビール社のビール。



中国最大のビール会社・青島ビール社から、同社の主力ブランド「青島ビール」の国内販売権を獲得し、8月28日より生ビール「青島ビール」びん330mlを新発売しました。同商品は、アサヒビールと青島ビール社などによる合併会社の、中国・深圳市にあるビール工場で生産し、当社が輸入販売します。

「青島ビール」は、中国ナンバーワンビールとして世界各国に輸出され、日本市場には14年前から青島市のビール工場で製造された「青島ビール」(熱処理品)が輸入販売されていきました。今回、当社は日本での販売権を獲得するとともに、上記の新鋭ビール工場で生産される生(非熱処理)ビールに切り替えました。中国料理店をはじめ、業務用市場を中心に年間15万箱(1箱は大びん20本)の販売を目標としています。

アサヒフードアンドヘルスケア 発足にともなう 「アクティオ」リニューアルと新展開

(写真左から)
「アクティオ 必須ミネラル」
「アクティオ コラーゲンBB」
「アクティオEX CoQ10&アミノ酸」



食品・薬品事業を統合したアサヒフードアンドヘルスケア(株)は、サプリメント「アクティオシリーズ」全23アイテムをリニューアルし、7月15日から新発売しました。新会社発足に合わせ、一層のご利用の拡大を目指したもので、栄養機能をわかりやすく表示したほか、一部商品の処方を変更し、剤形を改良、さらに一部商品の値下げを実施しました。また、同日、「アクティオシリーズ」のワンランク上の商品と位置づける「アクティオEXシリーズ」の第一弾として、「アクティオEX CoQ10(コエンザイムキューテン)&アミノ酸」を新発売。今後は、医薬品のための使用から新たに食品にも使用許可が広がった新素材などをサプリメントとして積極的に提案するなど、「アクティオEXシリーズ」のラインアップを拡充していきます。

SEGMENT PERFORMANCE

連結セグメント情報

連結子会社数45社

持分法適用会社数7社

当期の概況につきましては、ビール・発泡酒全体の課税数量は、ビール市場の縮小と発泡酒の伸びの鈍化により、前期比4.6%の減少となりました。また、飲料業界においては、お茶や健康飲料等の新商品が発売されましたが、全体として販売数量の大きな増加はありませんでした。

このような中、アサヒビールグループの当中間期の連結売上高は、前期比4.1%減の634,063百万円となりました。連結営業利益につきましては、主に酒類事業での原材料等のコストダウンにより、前期比2.4%増の27,099百万円となりました。

* セグメント別の概況につきましては、当中間期よりセグメント情報の事業区分および営業費用の配分方法の見直しを行っております。

酒類事業

事業内容

「アサヒスーパードライ」をはじめとした国内ビール・海外ブランドビールや発泡酒「アサヒ本生」、また、ウイスキー、ワイン、チューハイ等の製造・販売を手がけています。

当期の概況

ビール・発泡酒事業では、上半期の大手5社計のビール・発泡酒課税数量が前期比4.6%減となった中、当社の同課税出荷数量は前期比0.1%減と前年実績にはわずかに届かなかったものの、業界平均を大きく上回りました。

商品別では、ビール・発泡酒事業において、ビール主力商品「アサヒスーパードライ」については、鮮度を訴求した広告・販促活動を展開した結果、ビール市場全体の縮小の影響を受けたものの、ビール業界平均前期比を上回る7,300万箱（前期比91.3%）の売り上げとなりました。また、発泡酒「アサヒ本生」につきましては、他社による複数の新商品投入や低価格化傾向が進む中で、

「アサヒ本生」のブランド確立に特化した営業活動および積極的なマーケティングを展開した結果、当中間期の売り上げは2,430万箱（前期比134.6%）となりました。

洋酒・焼酎事業等では、家庭向けでは「ブラックニッカクリアブレンド」の拡販、業務用向けにはピュアモルトウイスキー「竹鶴」の取り扱い拡大を進めた結果、ウイスキー総市場は依然厳しい状況となった中で、当社の国産ウイスキーの当中間期の販売数量は、前期比105%と好調な結果となりました。また、乙類焼酎「一番札」「銀風」の業務用での拡販を進めた焼酎事業の当中間期の販売数量は、前期比149%、「アサヒ梅ワイン」やチリワイン「カリテラ」が好調に推移したワイン事業は、前期比111%と各々前年実績を大きく上回り、各酒類カテゴリーで総合酒類販売体制の効果が表われております。さらに、伸張する低アルコール市場に向けて5月22日に新商品「アサヒスーパーサワー」2品種を発売し、6月末までの売り上げは130万箱（1箱は250ml×24本）となりました。

以上の結果により、酒類事業の当中間期の売上高は、単価の安い発泡酒構成比の増加の影響もあり、前期比4.5%減の481,523百万円となり、営業利益につきましては、前期比10.0%増の28,956百万円となりました。

飲料事業

事業内容

「アサヒ 十六茶」などの茶系飲料、缶コーヒー「ワンダ」、「三ツ矢サイダー」、「バヤリース」等の清涼飲料水の開発・販売を行っています。

当期の概況

飲料事業では、既存のカテゴリーの枠にとられない、斬新な商品をご提案しました。新しい中国茶飲料「アサヒ 中国緑茶 凜」、健康カテゴリーの戦略商品「アサヒ コンセプトサン」、炭酸カテゴリーの戦略商品「アサヒ フキゲン」などを発売し、新しいブランドの育成を図りました。また既存商品におきましては、「アサヒ 十六茶」の中味とパッケージのリニューアル、「三ツ矢サイダー クラシックテイスト」、「バヤリース オレンジ クラシックテイスト」の投入によるブランドの活性化等を行い、さらなるブランド力の強化を図りました。営業活動面においては、取り組むべきカテゴリーを明確にした上で、経営資源を集約し、効率の高い販売促進活動を行いました。

これらの各施策に取り組みましたが、市場の一層の低価格化とメーカー間の競争が一段と激化する中で、消費者キャンペーンが効を奏した「三ツ矢サイダー」など一部の商品は好調に推移しましたが、コーヒー・緑茶・ブレンド茶などの落ち込みが大きく、全体として初期の目的を達成するにはいならず、当中間期の売上箱数は、前期比8.0%減の45,965千箱となりました。以上の結果により、飲料事業の当中間期の売上高は前期比7.8%減の86,119百万円、営業損益は前期比880百万円減の2,568百万円の営業損失となりました。

食品・薬品事業

事業内容

ビール酵母加工技術を活用した加工調味原料、業務用・市販用の食品、医薬品やサプリメントを開発・販売しています。

当期の概況

食品事業では、フリーズドライ部門の売り上げは前年並みを確保し、酵母エキス関連製品も順調に推移しております。しかしながら業務用冷凍食品および市販品等のカテゴリーでの減収により、売上高は前期比97.6%となりました。薬品事業では、医薬品部門のエピオス関連製品の販売を、7月からの自社販売への切り替えに備え、市場在庫を圧縮するために出荷を抑えたことなどにより、大幅に売り上げが減少し、売上高は前期比78.4%減となりました。その結果、食品・薬品事業の当中間期の売上高は前期比10.0%減の6,425百万円、営業損益は前期比641百万円減の281百万円の営業損失となりました。

その他事業

事業内容

不動産事業、物流事業、外食事業等を行っています。

当期の概況

その他事業では、不動産事業が賃貸物件を中心に堅調に推移しており、全体の売上高は順調に推移しておりますが、物流事業によるグループ各社へのコストダウン貢献等により営業利益は圧縮されております。その結果、売上高は前期比5.8%増の59,995百万円、営業利益は前期比34.4%減の935百万円となりました。

FINANCIAL SECTION

連結貸借対照表 (6月30日現在)(単位:百万円)

資産の部	平成14年度	平成13年度	負債の部	平成14年度	平成13年度
流動資産	420,145	447,926	流動負債	644,813	726,905
現金及び預金	17,328	18,826	支払手形及び買掛金	90,954	100,357
受取手形及び売掛金	254,933	269,873	短期借入金	135,993	119,793
棚卸資産	112,610	115,543	1年以内償還社債	18,418	64,975
繰延税金資産	4,690	4,700	未払酒税	149,467	155,900
その他流動資産	36,249	43,467	預り金	72,974	71,921
貸倒引当金	5,667	4,484	コマーシャルペーパー	60,000	81,000
固定資産	904,968	949,990	その他	117,005	132,956
有形固定資産	735,232	748,837	固定負債	271,968	286,841
建物及び構築物	244,670	238,280	社債	163,490	131,878
機械装置及び運搬具	219,266	215,093	長期借入金	30,536	67,285
土地	209,538	214,795	退職給付引当金	34,013	40,288
その他	61,757	80,667	繰延税金負債	48	1,713
無形固定資産	11,911	10,768	その他固定負債	43,879	45,675
投資等	157,824	190,384	負債合計	916,782	1,013,746
投資有価証券	81,872	124,422	少数株主持分	17,219	19,529
繰延税金資産	43,936	24,896			
その他投資等	55,408	53,655	資本の部		
貸倒引当金	23,393	12,590	資本金	182,531	178,086
資産合計	1,325,114	1,397,917	資本剰余金	180,894	-
			資本準備金	-	176,585
			利益剰余金	28,389	-
			連結剰余金	-	8,848
			その他有価証券評価差額金	874	-
			為替換算調整勘定	878	1,665
			自己株式	705	544
			資本合計	391,112	364,640
			負債、少数株主持分及び資本合計	1,325,114	1,397,917

- (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442,595百万円、平成13年度は405,440百万円です。
 3. 消費税等の会計処理は税抜方式によっております。

Point A

商法の改正にともない、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~6月30日)(単位:百万円)

	平成14年度	平成13年度
売上高	634,063	661,395
売上原価	437,345	461,447
売上総利益	196,718	199,947
販売費及び一般管理費	169,619	173,492
営業利益	27,099	26,455
営業外収益	3,957	4,693
受取利息及び配当金	1,172	1,649
持分法による投資利益	425	517
連結調整勘定償却額	820	812
雑収入	1,540	1,713
営業外費用	7,657	11,119
支払利息	3,201	4,444
雑損失	4,455	6,675
経常利益	23,399	20,029
特別利益	425	661
固定資産売却益	202	49
投資有価証券売却益	173	390
その他の特別利益	49	221
特別損失	7,032	15,780
固定資産売却・除却損	5,341	2,154
退職給付会計基準変更時差異	-	10,229
その他の特別損失	1,691	3,397
税金等調整前中間純利益	16,792	4,910
法人税、住民税及び事業税	7,363	3,482
少数株主損益	1,290	1,019
中間純利益	10,719	2,448

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

Point B

アサヒビール(株)東京工場の閉鎖にともない、固定資産除却損が増加しております。

連結キャッシュフロー計算書

(1月1日~6月30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		
税金等調整前中間純利益	16,792	4,910
減価償却費	25,456	25,728
退職給付引当金の増減額	1,275	40,239
退職給与引当金の増減額	-	31,343
貸倒引当金の増減額	3,538	2,265
固定資産売却除却損	5,341	2,154
売上債権の増減額	5,403	9,872
棚卸資産の増減額	17,636	19,864
仕入債務の増減額	5,095	11,047
未払酒税の増減額	6,545	16,617
その他	322	19,767
小計	48,939	61,649
利息及び配当金の受取額	1,423	2,126
利息の支払額	3,791	5,040
法人税等の支払額	19,613	3,737
営業活動によるキャッシュフロー	26,958	54,999
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	27,648	31,761
投資有価証券の売却による収入	12,536	9,906
その他	481	4,120
投資活動によるキャッシュフロー	15,593	17,734
III 財務活動によるキャッシュフロー		
短期借入金の増減額	50,075	7,140
長期借入による収入	230	2,429
長期借入金の返済による支出	6,870	7,786
社債の償還による支出	53,381	44,736
配当金の支払額	3,591	2,987
その他	77	568
財務活動によるキャッシュフロー	13,614	46,509
IV 現金及び現金同等物に 係る換算差額	468	351
V 現金及び現金同等物の増減額	2,717	8,893
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	512
VIII 現金及び現金同等物の期末残高	17,247	16,361

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

FINANCIAL SECTION

単体貸借対照表 (6月30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	336,497	410,396
現金及び預金	3,718	4,524
受取手形及び売掛金	203,899	212,623
棚卸資産	58,579	59,634
短期貸付金	55,048	118,384
繰延税金資産	3,300	1,147
その他流動資産	16,130	17,202
貸倒引当金	4,180	3,120
固定資産	800,937	773,342
有形固定資産	562,224	572,364
建物	164,019	158,619
機械及び装置	180,680	177,008
土地	134,143	136,361
その他	83,380	100,374
無形固定資産	7,741	7,839
投資等	230,971	193,138
投資有価証券	60,414	77,960
子会社株式・出資金	73,065	74,244
繰延税金資産	26,772	15,627
その他投資等	94,036	43,677
貸倒引当金	23,318	18,372
資産合計	1,137,434	1,183,738

負債の部	平成14年度	平成13年度
流動負債	528,608	579,336
支払手形及び買掛金	50,639	52,277
短期借入金	103,500	86,000
1年以内償還予定社債	18,418	50,097
未払酒税	145,456	152,621
預り金	75,180	67,103
コマーシャルペーパー	60,000	81,000
その他流動負債	75,413	90,237
固定負債	217,973	226,311
社債	155,448	123,867
長期借入金	10,000	42,500
長期未払金	600	1,800
長期預り金	34,360	32,878
退職給付引当金	17,565	25,266
負債合計	746,582	805,647

資本の部	平成14年度	平成13年度
資本金	182,531	178,086
資本剰余金	189,903	185,466
資本準備金	129,903	185,466
その他資本剰余金	60,000	—
利益剰余金	20,117	14,537
利益準備金	—	8,383
固定資産圧縮積立金	2,951	3,138
中間未処分利益 (うち中間純利益)	17,165 (7,281)	3,014 (2,278)
株式等評価差額金	994	—
自己株式	705	—
資本合計	390,851	378,091
負債及び資本合計	1,137,434	1,183,738

(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、当中間期は313,312百万円、前中間期は301,578百万円です。
 3. 消費税等の会計処理は税抜方式によっております。
 4. 当中間期より、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 994百万円、繰延税金資産714百万円が計上されています。

5. 前中間期まで流動資産及び固定資産の投資等に表示しておりました「自己株式」は、中間財務諸表等規則の改正により、当中間期より、資本に対する控除項目として資本の部の末尾に表示しております。
 6. 当中間期より、中間財務諸表等規則の改正により、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。

総資産 / 純資産 (中間期 / 単位: 億円)



設備投資額 (中間期 / 単位: 億円)



経常利益 (中間期 / 単位: 億円)



単体損益計算書 (1月1日～6月30日) (単位:百万円)

	平成14年度	平成13年度
売上高	499,880	510,014
売上原価	363,499	376,505
売上総利益	136,380	133,509
販売費及び一般管理費	107,728	105,216
▶ 営業利益	28,652	28,293
営業外収益	1,920	1,808
受取利息及び配当金	1,508	1,497
雑収入	412	311
営業外費用	7,413	11,416
支払利息	2,304	2,863
雑損失	5,108	8,552
▶ 経常利益	23,159	18,685
特別利益	93	383
固定資産売却益	0	0
投資有価証券売却益	92	383
特別損失	11,222	14,927
固定資産売却除却損	5,022	1,269
投資有価証券売却損	403	15
投資有価証券評価損	473	2,023
子会社整理損失	—	25
子会社株式評価損	5,305	3,627
退職給付会計基準変更時差異	—	7,866
役員退職慰労金	18	99
税引前中間純利益	12,029	4,140
法人税、住民税及び事業税	4,748	1,862
中間純利益	7,281	2,278
前期繰越利益	1,197	736
利益準備金取崩額	8,687	—
中間未処分利益	17,165	3,014

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

Point C

発泡酒の売上比率増加等により売上高は減少しましたが、コストダウン等が寄与し、営業利益が増益となりました。また、経常利益は過去最高となりました。

1株あたり情報

	平成14年度	平成13年度
中間純利益	14円19銭	4円52銭
中間配当金	0円00銭	6円00銭
中間純資産	761円91銭	747円34銭

* 中間配当の見送りについて

当社は平成14年3月28日開催の第78回定時株主総会において、機動的な資本政策を行うため、自己株式取得を決議しました。これに伴い、商法第293条ノ5の規定に沿って、第79期の中間配当については見送ることいたしました。第79期の期末配当につきましては、第78期の年間配当額と同額の1株当たり13円を予定いたしております。本件は商法上の取り扱いに起因するものでありますので、なにとぞご理解いただきたくお願い申し上げます。

中間純利益 (単位:億円)



RESULTS OF SHAREHOLDER QUESTIONNAIRE

株主様アンケート結果 (第78期事業報告書にて実施)

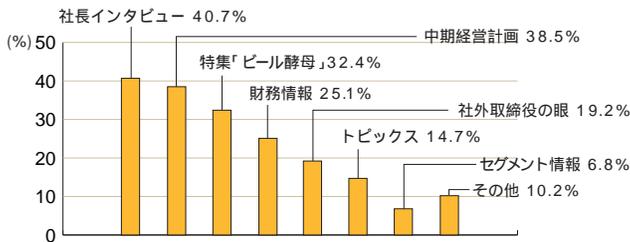
2,600通にのぼる回答を
ありがとうございました。



株主の皆様とのコミュニケーションの場としてスタートした株主様アンケートは、第3回目を迎えました。今回も、2,634通(うちコメント記入有り877通)と多数の回答をいただきました。以下にその集計結果をお知らせします。

QUESTION 1

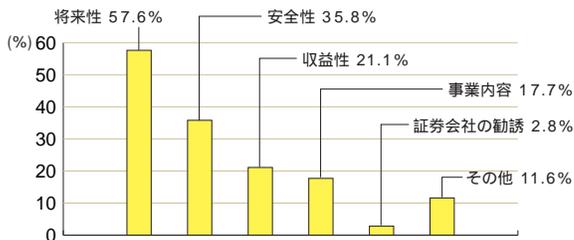
今回の事業報告書で特に興味を持たれた内容はどれでしょうか？(複数選択)



前回に続き、トップの声で将来の戦略を語る「社長インタビュー」、経営計画の成果をチャートで解説した「中期経営計画」が高い関心を集めました。「社長の事業に対する熱意には敬服」「アサヒの経営姿勢に好感を覚える」といったおことばや、「安心して株主になっている」などの嬉しい感想もありました。特集「ビール酵母」も多く読まれ、「ビール酵母がどういうものか、よくわかった」など、皆様の健康への関心の高さがうかがえました。

QUESTION 2

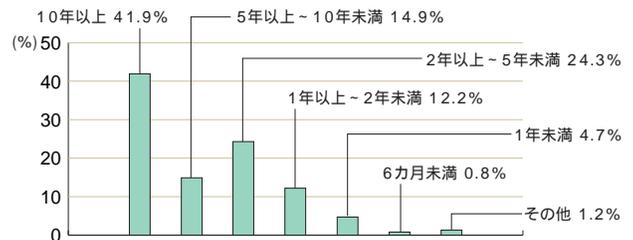
当社の株式を買い付けされた理由は何でしょうか？(複数選択)



当社の将来の発展を見込んでという購入理由が半数以上を占めました。以下、「安全性」「収益性」が続きます。「株を買った時は、トップシェアになるとは思わなかった」「世界のアサヒを目指せ！」など、当社にとって励みとなるお声を頂戴しました。

QUESTION 3

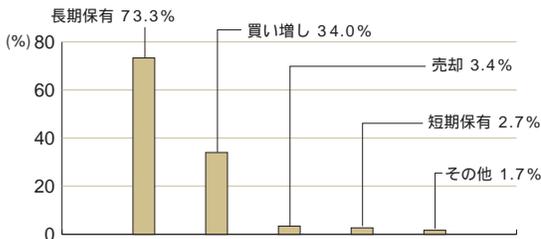
当社の株式の所有期間はどれくらいですか？



所有期間6カ月未満の方が、前回の4.4%から0.8%に減少する一方で、所有期間2年以上～5年未満の方が、前回の16.2%から24.3%に増加しました。以前よりも、長期保有の株主様の比率が高くなっていることがわかります。

QUESTION
4

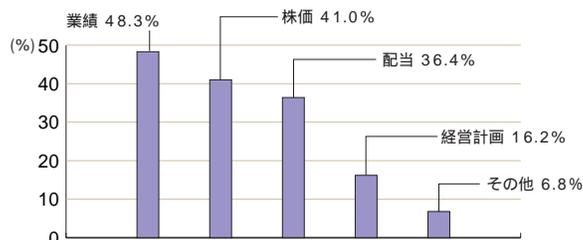
当社の株式について、今後どのようにお考えですか？（複数選択）



「長期保有」が約7割、「買い増し」が3割強を占めました。「ビール大好き人間。株は当面長期保有」との声と同時に、「長期的には買い増したが、利益も欲しいので株価上昇時は手放す」という声も。

QUESTION
5

また、その判断材料は何でしょうか？（複数選択）



「業績」が「株価」のどちらかをみて判断する結果になりました。業績について、ビール・発泡酒市場のトップ獲得への祝福のおことばがある一方で、「ナンバーワンにおこらず良い仕事を続けて！」という叱咤激励もありました。

皆様からのご意見・ご感想・ご質問—

いただいた中で多かったのは、「常に挑戦して欲しい」「安定した利益確保に取り組んでください」という経営に関するご意見と、「アサヒビール大好き！」「店頭のアサヒの商品があると嬉しい」という好意的なおことばでした。事業報告書についても、「内容が

充実している」「見やすい」などの声があり、嬉しく思っています。今回は、神奈川工場を特集しましたが、「アサヒの工場見学で、できたての生ビールを飲み、苦手なビールが好きになりました」という感想も。皆様も神奈川工場をはじめ、お近くのアサヒビール工場へ、美味しいビールを飲みにぜひおでかけください。

質問

1

株式の名義変更の手続きについて教えてください。

回答

株式の名義人が死亡した場合や、株式譲渡により株を取得した場合は、株式の名義書換が必要です。名義書換のためには、「株式名義書換請求書」に必要事項を記入していただき、株券を添えて名義書換代理人UFJ信託銀行証券代行部または同支店に、郵送が持参していただければ書換ができます。なお、「株式名義書換請求書」は同行に備置していますので、お電話にて書類のご請求をお願いします。

お問い合わせ先：UFJ信託銀行証券代行部
TEL. 03-5683-5111

質問

2

梅ワインが売れているようですが、梅酒との違いは何ですか？

回答

梅酒は青梅をアルコールに漬け込んでつくるのに対し、梅ワインは梅の実を皮ごと発酵させてつくるため、口当たりがフルーティーですっきりさわやかです。また、一般的な梅酒に比べて梅ワインはアルコール度数控えめ、低カロリーでありながら、近年梅の効能として注目されているクエン酸は梅酒と同程度含まれています。「アサヒ梅ワイン」は、国産梅を100%使用した、新しい梅の楽しみ方をご提案する商品です。



CORPORATE PROFILE

会社概要

【会社の概要】(平成14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 182,531,194,085円

従業員数 3,792名(463名)

*従業員数は就業人員であり、当社への出向者(416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。



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>

【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)

【役員】(平成14年6月30日現在)

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

西川晋雄

専務取締役

小倉貞男

常務取締役

岡田正昭

大原清明

取締役相談役

瀬戸雄三

取締役

山口信夫

岡本行夫

野中ともよ

常勤監査役

佐藤 明

扇谷正紀

原田利夫

監査役

櫻井孝頼

森松松太郎

【執行役員】

執行役員副社長

塚田 勲

専務執行役員

坂本純一

築山知明

藤田 博

荻田 伍

常務執行役員

浅原 直

中村 豊

尾関正彦

秋元延介

執行役員

泉谷直木

本山和夫

二宮裕次

北嶋恒四郎

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

後藤義弘

藏口 勝

高橋正哲

岩崎次弥

佐々木修

西野伊史

吉岡信一

松延 章

平山健史

小路明善

高橋成公

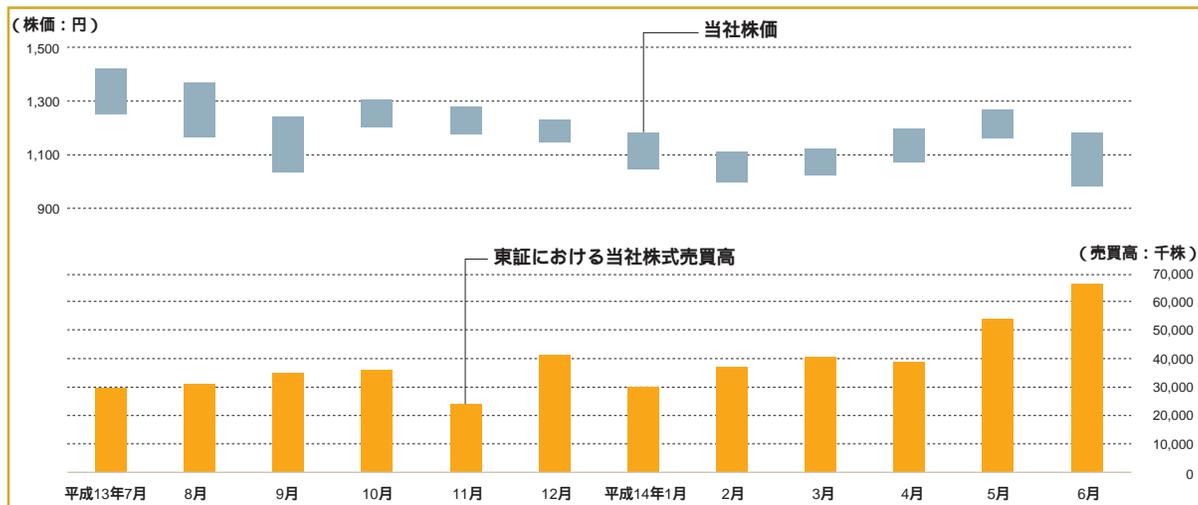
三谷 昌

名倉伸郎

石井敏史

(注) 監査役の櫻井孝頼、森松松太郎の両氏は、「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】



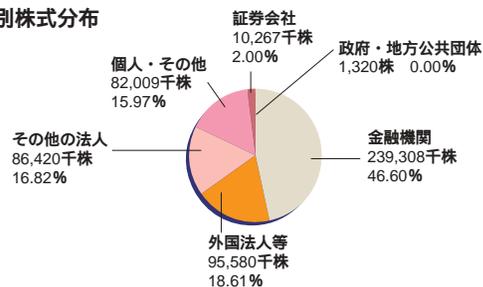
発行済株式総数 513,585,862株（平成14年6月30日現在）

当期末株主数 66,137名（前期末比3,285名増）

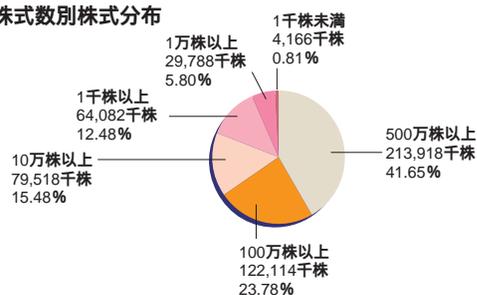
大株主（上位10名）（平成14年6月30日現在）

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
第一生命保険相互会社	22,920	4.5
株式会社三井住友銀行	22,793	4.4
富国生命保険相互会社	16,883	3.3
旭化成株式会社	15,185	3.0
日本マスタートラスト		
信託銀行株式会社（信託口）	14,518	2.8
日本トラスティ・サービス		
信託銀行株式会社（信託口）	14,401	2.8
ステートストリートバンク		
アンドトラストカンパニー	13,932	2.7
住友生命保険相互会社	12,290	2.4
株式会社みずほコーポレート銀行	12,138	2.4
UFJ信託銀行株式会社（信託勘定A口）	10,104	2.0
合計	155,166	30.2

所有者別株式分布



所有株式数別株式分布



QUALITY
&
CHALLENGE
クオリティ&チャレンジ

Asahi

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 東京03(5683)5111(大代表)
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：

平成13年10月1日施行の商法改正により、額面株式制度が廃止されましたが、現在ご所有の株券(1株の額面金額50円と記載)は、従来通り流通いたしますので、株券引換えのお手続きは一切不要です。

R100

古紙配合率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。