

わたしたちの“今”を皆様にお伝えします
アサヒスーパーレポート

Asahi Super Report

第80期事業報告書 平成15年1月1日～平成15年12月31日

アサヒビールグループは「第2次中期経営計画」を策定しました。

「アサヒ本生 オフタイム」 新発売



応援しています!
「野球日本代表」



2004 アサヒビール
イメージガール
川原麻衣



「アサヒ本生 アクアブルー」
おかげさまで大好評

「アサヒポイントワン」を開発

裏表紙にも重要なお知らせがあります。



この半年の取り組み	2	アサヒビールの履歴書	19
ごあいさつ	3	アサヒビールグループ業績のご報告	20
社長インタビュー		連結財務諸表	22
～第2次グループ中期経営計画について～	4	単体財務諸表	24
アサヒNews Flash	8	株主メモ	25
新商品トピックス	14	会社概要/株式の状況	26
おすすめ!健康レシピ	16	キャンペーン&イベント情報	27
噂のCM大解剖! / ホームページのご案内	17	株主の皆様へお知らせ	裏表紙
なるほどtheアサヒビール	18		

この半年の取り組み

Half Year Summary

7月

- 16日 ● 「アサヒ本生 アクアブルー」新発売
- 24日 ● トロピカルフルーティリキュール「マンガスティーナ」、本格コーヒーリキュール「エクリッセ・エスプレッソ」、「エクリッセ・カプチーノ」を発売開始



8月

- 1日 ● アサヒ オリオンドラフト「オリオンビールで'あがり乾杯'キャンペーン」開始(～10月31日)
- 11日 ● ニッカウキスキー「シングルカスク カフェグレン1990」インターネット限定で発売開始
- 21日 ● オーストラリアワインの新ブランド「KIRRALAA(キララ)」発売



9月

- 3日 ● 「アサヒカクテルパートナー」既存商品刷新、新フレーバー投入
- 3日 ● 「アサヒ旬果搾りりんご」新発売
- 11日 ● ビールの香味劣化を防ぐ麦芽製造法の開発を学会発表(～13日)
- 11日 ● 九州地区最大級の風力発電所に事業参加
- 18日 ● 「アサヒ梅ワインドライ 720ml」新発売
- 18日 ● リンゴ100%の果実酒「ニッカシードル ロゼ」発売(3月末までの季節限定商品)
- 25日 ● ワインの品揃え拡充のため輸入ワイン3ブランド新発売



- 25日 ● 「リンゴ・ポリフェノールの発ガン予防作用」について学会発表(～27日)
- 29日 ● 宮城峡蒸溜所のシングルモルトウイスキー「シングルモルト宮城峡」3品種新発売
- 下旬 ● 甲類焼酎「大五郎」リニューアル新発売
- 下旬 ● 甲類焼酎「SUN 燦」リニューアル新発売



10月

- 1日 ● 「かのか 飲むの時間(よろこびのとき)プレゼント第二弾」キャンペーン開始(～平成16年1月9日)
- 23日 ● イタリア・シチリア産のワインブランド新発売

11月

- 5日 ● ビールテイスト清涼飲料「アサヒ ポイントワン」新発売
- 5日 ● 発泡酒「アサヒ スパークス」ブラッシュアップ
- 5日 ● 本格そば焼酎「玄庵(げんあん)」2品種新発売
- 20日 ● 「ボージョレ・ヌーヴォー 2003」発売
- 25日 ● 2004年アサヒビールイメージガールに川原麻衣を起用



12月

- 1日 ● 全国9工場で「アサヒビール クリスマスフェア 2003」を実施(～25日)
- 26日 ● 社長直轄機関「CSR委員会」を設立

皆様の応援のおかげで昨年「アサヒ本生 アクアブルー」を1,145万箱売り上げることができました。



「健康」に関心を持つお客様への新たなご提案として発売した、「おいしい」糖質50%オフ*の発泡酒「アサヒ本生 アクアブルー」。新しい味わいや印象的なパッケージなどがお客様から大きな反響をいただき、初年度の売上は目標の430万箱(1箱:大びん633ml×20本)を大きく上回る1,145万箱を達成できました。インターネットのホームページ上のコミュニケーションサイト『ASAHI VOICE PARK(アサヒボイスパーク)』には、「糖質オフ発泡酒のイメージが変わった」「クリアな喉ごしに驚き、うまさに驚いた」など、お客様からの率直なご意見が多数寄せられています。

*5訂日本食品標準成分表による

ごあいさつ



株主の皆様には、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。日頃より格別のお引き立てを賜り誠にありがとうございます。

アサヒビールグループは、平成12年から5か年の「第1次グループ中期経営計画」を進めてまいりましたが、この間、経営環境は大きく変化し、お客様のニーズは急速に多様化、高度化しております。そのため、同計画の最終年度である本年、成果のさらなる加速とともに、未達成課題の解決や新たな経営課題への中期的な取り組みを通じて、グループ全体の成長構造の創造と確実な躍進を目指し、平成18年を最終年度とした3か年の「第2次グループ中期経営計画」を策定いたしました。

当社は、「第2次グループ中期経営計画」の初年度である本年を、総合酒類事業の新ステージと位置づけ、「総合酒類トップ企業としてのさらなる成長」を追求してまいります。

株主の皆様には、何卒一層のご指導、ご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

平成16年3月

アサヒビール株式会社
代表取締役会長

福地茂雄

代表取締役社長

池田弘一

「変わる・変える」をスローガンに、 「挑戦と創造」によるグループの 新たな成長を目指します。

代表取締役社長 池田 弘一



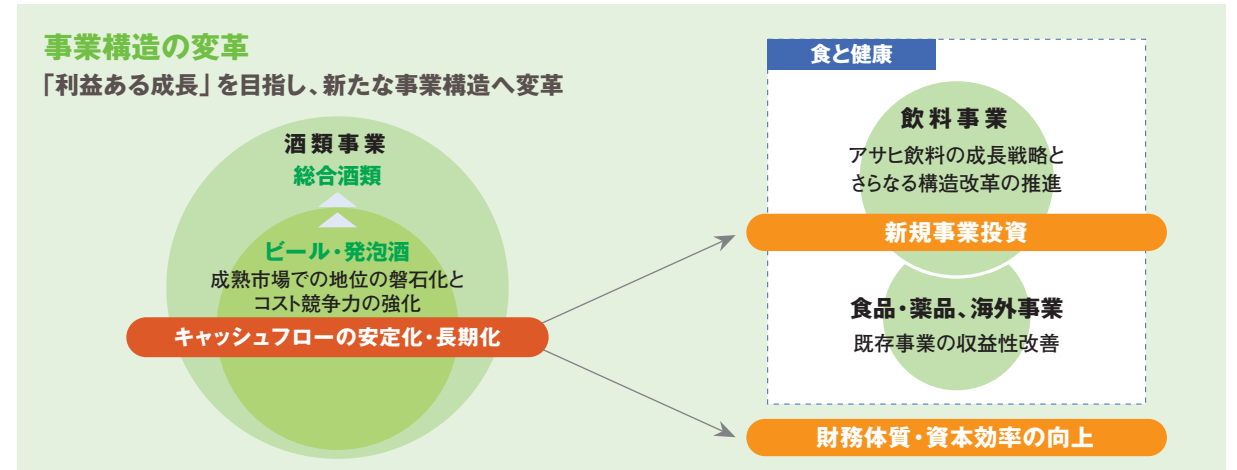
Q まず、グループの中期ビジョンについて聞かせてください。

アサヒビールグループの3年後のあるべき姿として、グループのビジョンを

“成長性あふれるアサヒビールグループに向けて、お客様満足の徹底、事業構造の变革、革新を賞賛する企業風土を追求し、『生き生き挑戦企業』を実現する”と設定しました。

企業は、いつの時代においても成長し続け、自らの活動にかかわるすべての皆様の満足度を向上させていくことが必要です。その使命を果たすため、本計画ではお客様満足の徹底を基本に、事業構造および収益構造を改革し、グループの新たな成長構造を築くことを目標としています。

あわせて、変化し進化し続けるお客様のニーズに、期待される以上のレベルでお応えしていくため、革新を賞賛する企業風土を追求していくことももう一つの目標です。グループの持つチャレンジ精神を従来にも増



して発揮し、グループ内外で新しい信頼関係を創造できるように組織体制への変革を目指していきます。

Q どのような数値目標を掲げていますか？

平成18年の連結ベースの目標を、売上高1兆6,600億円、営業利益1,150億円、経常利益1,100億円、当期純利益500億円としています。

また、経営指標として、連結売上高営業利益率^{※1}では7%程度、ROE^{※2}では10%超を掲げ、収益性のさらなる改善や、株主様を意識した経営効率の改善を図ります。

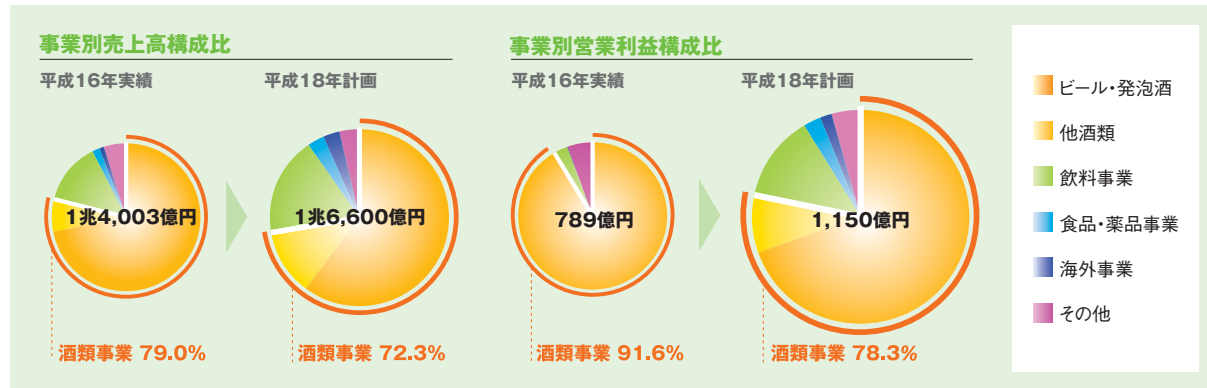
※1 連結売上高営業利益率：
企業本来の営業活動の収益性をみる指標<当期5.6%>

※2 ROE(株主資本利益率)：
株主からの出資と利益の累積である資本が、どれだけ利益を生み出しているかを示す指標<当期5.9%>

Q 中期ビジョンの柱である「事業構造の变革」について詳しく聞かせてください。

まず、中核である酒類事業では、ビール・発泡酒市場が成熟化する中、着実な売上拡大によって市場での地位を一層磐石化させると同時に、コストダウンおよび経営資源の効率的な活用を引き続き推進することで、コスト競争力を高め、高い収益性を維持・拡大していきます。加えて、焼酎、洋酒、低アルコール飲料、ワインの各カテゴリーで有力ブランドを強化し、それぞれの市場における地位を確立するとともに収益基盤の多様化を図ります。これらにより、酒類事業全体として、従来にも増してキャッシュフローを安定的かつ長期的に生み出せる体質に変革していきます。

次に、飲料事業では、アサヒ飲料株式会社の売上の復



調傾向を確実なものとし、さらなる構造改革を推進していくことで、収益性の大幅な改善を図っていきます。
食品・薬品事業、海外事業については、今後の成長に向けた新たな柱として育成すべく、収益性向上への取り組みを加速させていきます。

Q 生み出されたフリーキャッシュフローをどのように使いますか？

事業計画を達成することで、3年間で合計2,000億円程度のフリーキャッシュフローを想定しています。平成16年3月時点では、そのうち1,000億円程度を飲料事業を中心とした企業の合併・買収や提携に使い、あとの1,000億円程度を自社株買いや配当といった株主様への還元や、金融債務削減などに使う計画です。自社株買いは株価水準を見ながら柔軟に対応し、配当については安定的・継続的な配当政策を基本としながら、業績に見合った利益還元を検討していきます。

Q 「組織体質の変革」についての具体的な施策は？

中期ビジョンに掲げたように、革新を目指して生き活きと挑戦する企業として成長していくために、革新を賞賛する企業風土を醸成していきます。その基盤づくりに向けて、能力や成果を重視した人事・賃金制度を導入するほか、私ども経営層が各自の役割と責任を明確にしたうえで強力なリーダーシップを発揮していきます。また、教育制度では、社員一人ひとりのキャリア形成を支援する新制度の導入や、経営幹部育成教育の充実化を進めます。あわせて、グループ全体で企業としての社会的信頼の向上に努めます。昨年設置した部門横断的なCSR※委員会を十分に機能させ、法令遵守、環境保全などに取り組んでいきます。

※ CSR=Corporate Social Responsibility:企業の社会的責任

本年の取り組み

Q ところで初年度は、どのような課題に取り組めますか？

本年は、売上の拡大と収益性の向上を同時に達成するために、営業や商品開発、宣伝などに関する総合的な戦略を推進し、お客様の志向やニーズの変化に即応していきます。
 また、新たな成長分野へ投資するために、経営資源の効率的な運用や、グループ全体の生産・物流体制の再構築を通じて、収益構造を改善させていきます。これらすべての事業活動において、私たち、従来にも増して「お客様視点」に立った発想や行動に徹し、「成長と効率」「お客様からの信頼」「社会からの信頼」を追求することで、より存在感ある企業ブランドの構築に挑戦し続けます。

Q 商品戦略についてはいかがですか？

お客様から一層の信頼をいただけるよう、ビール・発泡酒については「鮮度」に重点をおいて「アサヒスーパードライ」「アサヒ本生」をはじめとする各ブランドの品質向上を徹底的に追求します。加えて、焼酎、洋酒、低アルコール飲料、ワインの各カテゴリーにおいては、これまでにない発想で新たな価値を提供する商品の開発やご提案に挑戦していきます。
 一例として、ビールでは料飲店様向けの商材としてア

サヒプレミアム生ビール「熟撰」を発売しました。発泡酒では、「アサヒ本生」ブランドの新商品として、苦味成分を40%おさえた「アサヒ本生 オフタイム」をご提案しています。焼酎については、当社ならではの蒸溜技術とブレンド技術による新しい味わいの甲類焼酎「SAZAN(サザン)」を発売しました。また4月には、低アルコール飲料の高付加価値商品「旬果搾り ナチュリア」を発売します。いずれもお客様のご期待にお応えできる商品と自負しています。ぜひ、お楽しみください。

Q 最後に、株主の皆様へひとことお願いします。

当社の行動の基本は「挑戦」です。日々進化するお客様のニーズに「最高の品質」と「心のこもった行動」でお応えし、お客様の満足を徹底して追求していく企業グループとして、絶えず自らの変革に挑戦し続けます。株主の皆様におかれましては、何卒一層のご指導、ご支援を賜りますようよろしくお願い申し上げます。



アサヒ News Flash

「健康で豊かな社会の実現に貢献する」
この経営理念のもと、アサヒビールグループは、
さまざまな活動を行っています。

研究開発

ビールの香味劣化を防ぐ麦芽製造法を開発

アサヒビール(株)商品技術開発本部酒類研究所は、より高品質なビールの製造や提供に関する研究の一環として、「大麦を麦芽に加工する製麦工程で、製品化されたビールの香味劣化に関わる物質を低減させ、ビールのおいしさを長持ちさせる」方法を開発し、この研究成果について昨年9月に開催された第50回日本食品科学工学会で発表しました。

一般的に、ビールは製造後新しければ新しいほどおいしく、製造から日数が経過するほど香味劣化が進むとされています。今回の研究成果により、麦芽の製造工程(製麦工程)で香味劣化に関わる物質を低減させることで、製造後の保存期間中のビールの品質維持を一層進めることができます。本年以降、この方法で製麦した麦芽を順次使用し、より品質の高いビールの提供につなげていきます。



アルコール分0.1%未満のビールテイスト清涼飲料※「アサヒ ポイントワン」を開発



アサヒビール(株)商品技術開発本部酒類研究所は、ビールテイスト清涼飲料の新たな製法として、アルコールの生成を極力抑える条件で原料と酵母を接触させるアサヒビール独自の“ポイントワン製法”(特許出願中)を採用し、新商品「アサヒ ポイントワン」を開発しました。従来、ビールテイスト清涼飲料の製法には、途中で発酵を止める方法と、発酵後にアルコールを除去する方法がありましたが、発酵を途中で止める方法は麦汁特有のフレーバーが残っておいしくない、アルコールを除去する方法は多額の設備投資が必要という問題がありました。これらに対し、“ポイントワン製法”は、設備投資を最小限に抑え、香料や添加物を一切使用しないビールテイスト清涼飲料をつくることができます。アサヒビール(株)の実施した調査では「ビールテイスト清涼飲料はアルコール度数が0%に近いほうがよい」と考えるお客様が7割を超えていることがわかりました。アサヒビール(株)は、お客様のニーズにお応えできる商品「アサヒ ポイントワン」と「レーベンプロイアルコールフリー」の2ブランドで拡大するビールテイスト清涼飲料の市場に挑戦します。

※アルコール分1%未満のビールのような味わいを持った飲料

「リンゴ・ポリフェノール」の発ガン予防作用を確認



アサヒビール(株)R&D本部は、三重大学医学部・樋廻(ひばさみ)博重教授との共同研究の中で、リンゴから抽出される天然素材「リンゴ・ポリフェノール」を経口摂取することによる発ガン予防作用と、それに含まれるプロシアニジンがガン細胞のアポトーシス(細胞自殺)を誘導することを確認しました。今回の確認により、機能性素材としてのリンゴ・ポリフェノールの新たな分野への応用が期待されます。

「ホップ・ポリフェノール」の虫歯予防効果を実証

アサヒビール(株)は、東京医科歯科大学と共同で行った臨床試験で、ビール・発泡酒の苦味となるホップに含まれる「ホップ・ポリフェノール」に、虫歯の原因になる歯垢の付着を抑える効果があることを実証しました。実験により、食後に「ホップ・ポリフェノール」の水溶液で口をすすいだ人の歯には、水ですすいだ人の歯より歯垢の付着が少ないとの結果を得ました。今後、ホップ・ポリフェノールを使用して、虫歯予防機能をはじめとする機能性のある食品・飲料の開発を目指します。

ホップ・ポリフェノールは醸造・濾過の過程で除去されるため、ビール・発泡酒には含まれていません。



環境活動

「愛・地球博」のイベントに協賛



アサヒビール(株)は、来年3月に開幕する「2005年 日本国際博覧会(愛・地球博)」のメインイベント「こいの池事業」に協賛します。“自然の叡知(Nature's Wisdom)”をテーマに、21世紀の自然と人間の関わりを探求し、提案するという「愛・地球博」の理念は、「自然の恵みを与えてくれる地球に感謝し、地球を健全な状態で子孫に残そう」というアサヒビール(株)の考えと合致しています。同博覧会のメインイベント「こいの池事業」への協賛を通じて、生命の源であり、ビールをはじめとするすべての飲み物の原料となる「水」の大切さを伝えていきます。あわせて、「愛・地球博」を支援する活動の一環として「愛知の水資源保全キャンペーン」を実施しています。平成15年11月11日から平成17年9月の博覧会終了までの間、「アサヒスーパードライ」のデザイン缶「愛・地球博」※を愛知・三重・岐阜の3県で4回に分けて新発売し、本商品の売上1本につき1円を愛知県に寄付して県の水資源保全事業に役立てていただく計画です。

※缶350mlおよび缶350ml6缶マルチパック×4で販売





“読みやすくわかりやすい” 『環境コミュニケーション レポート2003』を発行

アサヒビールグループの環境活動をまとめた環境報告書『環境コミュニケーションレポート2003』を発行し、同時に環境庁のガイドラインを参考に環境関連データと社会的な取り組みなどを『サステナビリティレポート』としてまとめ、閲覧性に優れたCD-ROMで報告しています。2003年版は、アサヒビールグループ商品を日頃ご愛用いただいているお客様に広く読んでいただけるよう“読みやすさ、わかりやすさ”をコンセプトにまとめました。また企画・編集に複数の環境NPOに参画いただき、第三者の意見を織り交ぜることにより環境報告書の納得性・信頼性の向上に努めました。

「アサヒビール環境大賞・提案賞」 受賞者決定

昨年創設した「アサヒビール環境大賞・提案賞」の受賞者が決まり、池田社長から表彰状と賞金が贈呈されました。この賞は社員への環境啓発の促進と、環境活動を社内に広く根付かせることを目的とするもので、今回、提案賞には56件の応募があり、その中から『紙資源削減への取り組み強化』など3件が表彰されました。今後、表彰された提案は、社内で順次水平展開していく予定です。



アサヒビール環境基金「水の惑星」を創設

アサヒビール(株)は、当社の「うまい!」をつくりだす「水」そのものや、水を育む「緑」を守る活動を支援していくことを目的に、アサヒビール環境基金「水の惑星^{※1}」を設立します。基金は当社からの拠出金ならびに当社事業場内に設置する募金箱への社員からの寄付や、工場見学、外食店舗のお客様からの寄付により活動します。当面は「緑の募金^{※2}」への寄付を活動の中心とし、ご賛同いただける皆様一人ひとりのお力で、その活動を徐々に広げていきたいと考えています。

「水の惑星」には、株主の皆様にも優待品に代えてご参加いただくことも可能です。ご賛同いただければ幸いです(詳しくはお送りした「株主優待のご案内」をご覧ください)。

※1「水の惑星」は地球の別名です。
※2 農林水産省の指定を受け、国民参加による森林づくりを趣旨とした、従来の「緑の羽根」の基本理念を継承・発展させた募金です。社団法人国土緑化推進機構が運営しています。
緑の基金ホームページ <http://www.green.or.jp/>

九州地区最大級の風力発電所に事業参加



アサヒビール(株)は、電源開発(株)が100%出資する(株)グリーンパワー阿蘇の増資に伴い、同社に出資し、同社が熊本県西原村にて進めている風力発電事業に参加します。(株)グリーンパワー阿蘇は、本年2月から風力発電所「阿蘇にしはらウインドファーム(仮称)」の建設に着手、来年2月の運転開始を目指します。今回電源開発(株)と共同で事業を進めることで、地球にやさしく、持続可能な自然エネルギーを利用した風力発電の普及に貢献していきます。

社会貢献

CSR委員会を新設



アサヒビール(株)は、一昨年5月に「CSR(Corporate Social Responsibility:企業の社会的責任)プロジェクト」を発足し、昨年5月からは原材料、10月からは間接資材を含めた全資材について、CSRの観点から購買基本方針や調達先の選別基準を見直してきました。

さらに昨年12月、CSR経営の全社的な推進・強化のために、全社横断的な社長直轄機関「CSR委員会」を新設しました。これとあわせて、CSRの観点で全面改定した「アサヒビールグループ企業倫理規定」も施行しました。アサヒビールグループは、今後も同委員会を中心としたCSR経営を推進し、すべてのステークホルダー[※]にご信頼いただける企業グループになるよう努めます。

※企業を取り巻くあらゆる利害関係を持つ人(社員、消費者、取引先、株主、地域社会など)



アサヒビールグループ企業倫理規定は
ホームページで公開しています

<http://www.asahibeer.co.jp/ethics/index.html>

「キッズ プロジェクト in 愛媛」開催

社内ボランティア「キッズプロジェクト」は、「施設でさびしい思いをしている子供たちに楽しい思い出をつかってあげよう」「施設以外でなかなか大人と接する機会のない子供たちに社会性を身につけてもらおう」という思いから



始まりました。昨年11月8日の同プロジェクトは四国で3回目、愛媛県では初めての開催となりました。参加した社員は、「えひめこどもの城」で子供たちと一緒に遊ぶことで、同じ時間を過ごすことができました。

「Jリーグ選手協会・サッカースクール」に参画



アサヒビール(株)は、児童養護施設の子供たちを対象としたボランティアプログラム「Jリーグ選手協会・サッカースクール」に共催者[※]として参

画しています。このプログラムはJリーガーが施設の子供たちに直接サッカーを指導するというものです。今回は「アビスパ福岡」の選手から全面協力を得て福岡で開催しました。当日は社員がボランティアとして参加。グラウンド係や受付係を務め、Jリーガーとともに子供たちとサッカーを通じて交流を深めました。

※住友商事(株)、三菱商事(株)、三井物産(株)、三井住友海上火災保険(株)、アサヒビール(株)の共催

NGO「ラオスのこども」に協力

東南アジアの多民族国家「ラオス」では、歴史的経緯・地理的条件などから教育環境の整備が遅れており、読み書きができない子供たちが数多くいます。この状況を改善しようと、NGO「ラオスのこども」は日本の絵本にラオス語の翻訳を添付して送る活動をしています。アサヒビール(株)はこの活動に賛同し、今回もボランティアとして絵本の収集や西宮工場での翻訳を添付するお手伝いをしました。翻訳を添付した絵本は、ラオスの首都ヴィエンチャンにアサヒビール(株)が設置した図書館に送られます。



文化・スポーツ支援

アサヒビール☆シルバースター、ジャパンXボウルで惜敗 ～ご声援ありがとうございます～



「ジャパンX(エックス)ボウル」と名称変更された、第17回アメリカンフットボール日本社会人選手権が、昨年12月16日に東京ドームで開催されました。過去最多優勝を誇る、我々が「アサヒビール☆シルバースター」は、4年ぶり4度目の社会人日本一をかけて「オンワードスカイラクス」と対戦しました。試合では、相手に先制を許すも前半終了間際に同点に追いつくなど、持ち前の粘り強さを発揮したプレイを展開。しかし、後半の追撃がわずかに及ばず10-13で惜敗し、準優勝に終わりました。来季こそ日本一を目指します。引き続きご声援くださいますようお願いいたします。

「情熱大陸SPECIAL LIVE」に昨年も協賛

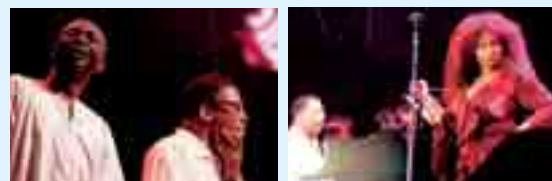
アサヒビール(株)が提供する「情熱大陸※1」は、視聴者に“大きな感動”と“明日への活力”をお届けするヒューマンドキュメンタリー番組です。昨年8月、「情熱大陸」の音楽イベント「情熱大陸SPECIAL LIVE※2」に協賛しました。一昨年夏の好評を受けて2度目の開催となった同ライブのコンセプトは“大人が行く、夏の野外コンサート”。大阪・万博公園もみじ川と東京・よみうりランドEASTにて開催され、葉加瀬太郎、今井美樹、佐藤竹善、溝口 肇、矢野顕子、山中千尋、鈴木茂といった「情熱大陸」ゆかりのビッグ・アーティストたちが圧倒的なパフォーマンスを繰り広げました。



※1 MBS系列 毎週日曜23:00～
※2 主催/東京:TBS/J-WAVE/キョードー東京、大阪:毎日放送

「東京JAZZ 2003」に協賛

昨年8月に開催された東京最大のジャズイベント「東京JAZZ 2003」に協賛しました。イベントには音楽プロデューサーとして招かれたハービー・ハンコックをはじめ、ダイアナ・クラール、渡辺香津美といった国内外の一流ジャズ奏者が出演。会場を埋め尽くした観客は力強く心地よいジャズの調べに酔いしれました。アサヒビール(株)はこうした音楽イベントへの協賛を通じて、ファン層の拡大、企業価値向上を目指しています。

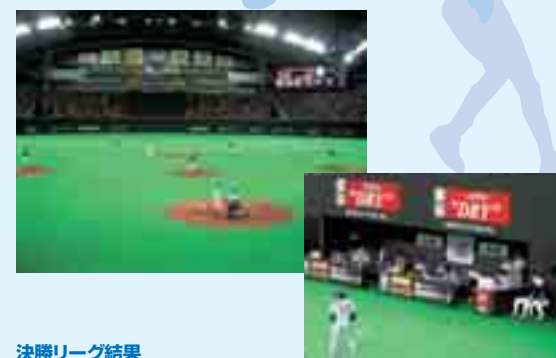


祝・アテネ五輪出場!



アサヒビールグループは、野球日本代表を応援しています。

アサヒビールグループは平成13年からオフィシャルドリンクサプライヤーとして野球日本代表を応援しています。その集大成として、アテネ五輪の予選となる「アサヒビールチャレンジ アジア野球選手権2003」に特別協賛しました。昨年11月に札幌ドームで行われた同選手権の決勝リーグで、日本は中国、台湾、韓国を破り完全優勝! 2位の台湾とともにアテネ五輪の出場権を獲得しました。野球日本代表の活躍を期待し、引き続き応援していきます。



「アサヒビールチャレンジ アジア野球選手権2003」

国を代表した熱い戦いを通して「夢・勇気・元気・感動」をお客様と共有するとともに、当社の企業姿勢である「QUALITY & CHALLENGE」をお伝えすることを目的として特別協賛しました。

決勝リーグ結果

順位	国名	勝敗	日本	台湾	韓国	中国
1	日本	3勝0敗	×	○ 9-0	○ 2-0	○ 13-1
2	台湾	2勝1敗	● 0-9	×	○ 5-4	○ 3-1
3	韓国	1勝2敗	● 0-2	● 4-5	×	○ 6-1
4	中国	0勝3敗	● 1-13	● 1-3	● 1-6	×

プロ野球マスターズリーグにも協賛しています。



札幌アンビシャス



東京ドリームス



名古屋80D'sers



大阪ロマンズ



福岡ドンタグズ

それぞれ地域に密着した5チームからなり、往年の名選手が活躍するプロ野球マスターズリーグ。アサヒビールは、プロ野球マスターズリーグの理念である「スポーツと生活・社会との融合を目標として、あらゆる事にチャレンジしていく姿勢」「地域活性の為に往年のプロ野球名選手が一致団結し、高齢化社会への温かな励ましのメッセージをしてゆく精神」に賛同し、平成13年から協賛しています。

すべては、お客さまの「うまい!」のために。

苦味40%オフ 「アサヒ本生 オフタイム」 新発売



「アサヒ本生 オフタイム」は、「アサヒ本生」や「アサヒ本生 アクアブルー」で使用している海洋深層水や大麦エキスを、醸造工程で酵母を活性化させるために最適な量を使用し、さらに苦味成分を

当社既存発泡酒よりも40%おさえた今までにない新しい味わいの発泡酒です。パッケージデザインはリラックス気分を満喫いただくために自然をイメージし、グラデーションをかけたグリーンをテーマカラーにしました。また、ネーミングには苦味をオフしたという味の特徴とゆったりリラックスした気分で飲んでいただきたいという思いを込めています。

平成16年3月17日発売
缶350ml/145円、缶500ml/201円

「アサヒ本生 オフタイム」開発担当者 新商品開発第一部 竹中 聡

発泡酒をお飲みになるお客さまの嗜好は多様化が進んでおり、よりソフトで飲みやすい味わいを好まれるお客さまが近年増加傾向にあります。「アサヒ本生 オフタイム」は、“おいしいビターオフ”という全く新しいジャンル・おいしさを実現した自信作です。ぜひお試しください。



「アサヒプレミアム生ビール 熟撰(じゅくせん)」新発売

飲食店向けの新たなプレミアム生ビールです。上質米やスターチなどの厳選した素材と丁寧な仕込み、そして長期熟成によって、コク・キレ・苦味・香りが絶妙に調和した深い味わいと上品な香り、優雅な余韻を実現した“大人が楽しむプレミアム生ビール”。開発最終段階で1万人の消費者モニタリングと直営飲食店でのテスト販売・調査を実施した大規模な消費者参加型の開発商品です。ネーミングやデザインでもプレミアム感を訴求し、よいものを知るお客様に、じっくりビールを味わうという豊かな楽しみをお届けします。



平成16年3月10日発売
中びん500ml/282円
(小びん334ml/204円、樽生もあります)

カリフォルニアワイン 「PATIO (パピオ)」新発売



果実味あふれる味わいとなめらかな飲み口を持つ、お手頃価格のカリフォルニア産ヴァラエタルワイン*です。3匹の猿(パピオ)が楽器を演奏しているラベルデザインも気軽な楽しさを演出しています。

*使用するぶどうの単一品種名を明記することが許されたワイン。個々のぶどう品種の特徴が味わいに活かされています。

平成16年3月17日発売
びん750ml/880円

全アイテムで果汁を10%以上にし 「アサヒ旬果搾り」リニューアル



果汁のおいしさをもっと味わいたいというお客様の声に応え、全アイテム果汁10%以上*としました。また、飲用意向の高い「ライチ」を新たにラインアップに加えました。

*最大果汁分含有アイテムは30%(グレープフルーツ)

平成16年2月25日発売
缶350ml/140円
(缶500ml/190円もあります)

焼酎「SAZAN(サザン)」新発売

すっきりとした飲み口の甲類焼酎をベースに、「カフェ式蒸溜焼酎*」と「椗樽貯蔵焼酎」をブレンドすることで、“ほのかな香りと爽やかな旨み”を実現した新世代の焼酎です。味わいや香りを求めるお客様の声に応えます。

*ニッカウヰスキー(株)がウイスキーづくりに用いているカフェ式蒸溜機を用いて蒸溜した初めての焼酎です。原料由来の旨み成分をほどよく残し、口当たりのやわらかい味わいを実現しました。



平成16年3月10日発売
びん700ml/25度:870円、20度:770円

「アサヒカクテルパートナー」の2フレーバーを新発売



平成16年3月17日発売
缶350ml/140円
(缶500ml/190円もあります)

“すっきりした爽快感”をお楽しみいただける「ラム&コーラ」と、“すっきりした果汁感”をお楽しみいただける「ピーチ&オレンジ」です。ホームページ「アサヒボイスパーク」に寄せられた、すっきりした味わいの商品に対するお客様のご要望に応えたものです。



アサヒ飲料㈱ 「アサヒ十六茶」 パワーアップして新発売

素材の一部を「グアバ葉」と「みかんの皮」に変更し、さらに季節に合わせて素材の配合比率を変える「四季ブレンド」を導入しました。四季を通じて、お客様の健康志向に応えます。

平成16年1月20日発売
PET500ml/140円

アサヒ飲料㈱ 「三ツ矢サイダー」 商品コンセプトを強化し新登場

本年、ブランド生誕120年を迎えた「三ツ矢サイダー」。「磨かれた水」独自のサイダーフレーバーという商品コンセプトをさらに強化し、“安心・安全”をベースに硬度25の軟水を用い、使用するフレーバーをすべて果実や植物由来の素材に変更しました。



平成16年3月24日発売
PET500ml/140円

アサヒフードアンドヘルスケア㈱ 18種類の生薬抽出成分が効く 「アサヒ 漢方錠剤 シノフェクト」新発売

防風通聖散(ぼうふうとうしょうさん)という漢方処方に基づく製剤で、有効成分に18種の生薬から抽出したエキスを使用しています。腹部の皮下脂肪が多い肥満の方や、高血圧による肩こり、のぼせ、どうきが気になる方、また便秘に効果があります。独自の製剤方法により、服用後速やかに錠剤から生薬エキスが溶け出すように工夫されています。



平成16年4月1日発売
270錠(30日分)/4,850円
用法・用量:1日3回食前または食間

表示されている価格はすべて希望小売価格(消費税別)です。

このコーナーでは、よりおいしく、より健やかな毎日に役立つ厳選のヘルシーメニューをご紹介します。今夜の食卓に皆様のご家庭でもぜひ一度お試しください。

お茶の葉と桜えびの炒めご飯



材料 (4人分)

ごま油……大さじ1/2 たくあん……80g ※…クッキング用ビール酵母
 緑茶の葉……大さじ3 ご飯……茶碗4杯分 大さじ1、塩小さじ1/2、
 桜えび……大さじ2 白ごま……大さじ1 こしょう、しょうゆ各少々

作り方

- 1 緑茶の葉は、予めお茶を出して炒めておきます。
- 2 フライパンでごま油を熱し、水気を絞った出がらしの緑茶の葉を炒めます。
- 3 桜えび、角切りにしたたくあん、ご飯、白ごまを加えてほぐしながら炒め、最後に※を加えて調味します。

緑茶とビール酵母を使ったヘルシーメニュー

緑茶には注目の成分、ポリフェノール的一种である「カテキン」が豊富。カテキンには殺菌・除菌作用があるため、お茶の葉を使った桜えびの炒めご飯は風邪予防にぴったりのヘルシーメニューです。クッキング用ビール酵母で栄養バランスもぐんとアップします。

商品のご紹介

アサヒフードアンドヘルスケア(株)
クッキング用ビール酵母

天然のビール酵母で
毎日の健康づくりに新提案!!

1袋(250g) / オープン価格(消費税別)

- 必須アミノ酸、各種ビタミンB群、必須ミネラル、食物繊維、核酸など健康に欠かせない栄養素をバランスよく含んでおり、毎日の健康維持をサポート。
- お料理に加えると味にコクやうまみをプラス(肉料理や煮込み料理などによく合います)。
- ダイエット中の健康維持にもぴったり。



健康レシピを掲載したホームページのご案内

<http://www.asahi-fh.com/magazine/index.html>



アサヒフードアンドヘルスケア(株)のホームページ「健康創造マガジン」では、「お茶の葉と桜えびの炒めご飯」のほかにも日々の生活に役立つ60種類以上のレシピをご紹介します。



アサヒ本生 アクアブルー 「歩こう」篇



“おいしい”糖質50%オフ「アサヒ本生 アクアブルー」。TVCM「歩こう」篇では、アーティストの佐野元春さんと俳優・映画監督の伊勢谷友介さんの出演で、商品コンセプトに合ったシーンを描きました。佐野さんと伊勢谷さんが「アサヒ本生 アクアブルー」のに入った袋を片手に、「青い空」と「青い海」をバックにそれぞれ歩いていく。だんだんと互いを意識した二人は追い抜いたり、追い越したり。最後のシーンでは、目の前に広がる青い海を見ながら楽しげに言葉交わす…。



「青」を基調に爽やかで清々しい、澄み切った心地よさを伝えるCMですが、イメージしていただけましたか?

お二人は今回の撮影が初対面でしたが、「アサヒ本生 アクアブルー」を飲みながら、好きな音楽は?といった話などで大いに盛り上がったようでした。

なお、使用しているCM音楽は「Sugar Baby Love」という曲で、本CM用にアレンジしたものです。



<http://www.asahibeer.co.jp/umadaru/index.html>

「うまい!」樽生ビールを飲もう

樽生ビールの品質価値向上情報コンテンツ「うまい!樽生ビールサイト」を、本年1月中旬に開設しました。飲食店の方々やお客様に向けて、樽生ビールとその品質に関するさまざまな情報を提供しています。ぜひ、のぞいてみてください!



「うまい!樽生ビールサイト」は、樽生ビールの“飲むとき品質”に関する社内プロジェクト「うまい樽生プロジェクト」の一環として開設したものです。サイトでは、樽生ビールのうまさの条件や品質管理項目、品質向上に向けたアサヒビールの取り組みなどをわかりやすく解説しているほか、樽生ビールの歴史や豆知識も紹介しています。業務用市場における樽生ビールのさらなる品質向上を目指し、今後も積極的な情報発信を続けていきます。どうぞご期待ください。



なるほどthe 第2回 アサヒビール

皆様の素朴な質問にお答えします。

Q 「アサヒカクテルパートナー」は何種類あるの？

お客様にいろいろ選んでいただけるよう、本年4月1日の時点では以下の7品種を発売しています。これからも“気軽に飲めるカクテル”として、お客様にとって身近で満足度の高いブランドを目指します。

- ・スクリュードライバー
- ・カシスオレンジ
- ・ソルティードッグ
- ・ジントニック
- ・ライチグレープフルーツ
- ・ラム&コーラ New!
- ・ピーチ&オレンジ New!



Q 2004年アサヒビールイメージガールはどなた？

元気いっぱいの笑顔が魅力的な川原麻衣(かわはら まい)は、水泳やドライブ、散歩が好きな活動派。特技は小さい頃から習っているピアノ。2004年イメージガールとして、1年間アサヒビール商品の魅力を皆様にお届けしていきます。応援よろしくをお願いします！

Profile

昭和57年12月23日生まれ、愛知県出身。AB型。好きな言葉は「ピンチはチャンスなり」と語る彼女の夢はマルチに活動できる女優になること。そして好きな飲み物は、もちろん「アサヒ スーパードライ」。

Q 通信販売でサプリメントを買えますか？



はい。アサヒフードアンドヘルスケア(株)では、「アクティオ」や「スーパービール酵母Z」などのサプリメントを販売しています。商品カタログのご請求は、下記のお電話かWebサイトにて承っています。ぜひご利用ください。

お電話でのご請求
アサヒフードアンドヘルスケア(株)お客様注文センター

☎0120-374-065

受付時間9:00~20:00(土・日・祝日も承ります)

通販カタログ請求サイト

<http://www.asahi-fh.com/catalog/index.html>

アサヒビールの履歴書

アサヒビールの歴史を6回にわたって、皆様にお伝えします。

～第二話～

ニッカウヰスキーとの絆



竹鶴政孝



山本爲三郎

今日築かれているニッカウヰスキーとの強い絆は、その創業者であり“日本のウヰスキーの父”と呼ばれる竹鶴政孝と、朝日麦酒(現・アサヒビール)の初代社長となる山本爲三郎との縁を端緒としています。遡れば大正7年(1918年)、本場のウヰスキーづくりを学ぶべく英国留学の途につく竹鶴を神戸港で見送る人々のなかに、山本爲三郎の姿がありました。山本は当時から、他の支援者と同様にその将来を期待していたのです。

それから約35年を経た昭和29年(1954年)、両者の関係を決定的に深める出来事がありました。竹鶴を長く資金面で支えてきた加賀証券社長、加賀正太郎が、旧友である山本にニッカウヰスキー株式会社の株式引受を懇請したのです。

竹鶴は帰国後、昭和9年(1924年)に独立して大日本果汁株式会社を設立、北海道・余市に蒸溜所を構えて“スコッチウヰスキーに匹敵する国産ウヰスキー”づくりに挑んでいました。昭和15年(1940年)に最初の「ニッ



カ※)ブランドウヰスキーを発売し、昭和27年(1952年)には社名もニッカウヰスキーと変更。ようやく事業が軌道に乗ってきた矢先に支援者である加賀が病に倒れ、竹鶴は死活問題に直面することになりました。加賀の申し出は多大な投資を伴うものでしたが、山本に迷いはありませんでした。山本自身も加賀と同様に、妥協なく品質を追求する竹鶴の心意気に深く共鳴していたのです。竹鶴も後に、「自分をよく理解してくれている山本さんなら、ニッカを悪いようにはなさらないと胸を撫で下ろした」と述懐しています。

こうして、朝日麦酒は山本を通じてニッカ社の株式の60%を譲り受け、全面的な支援を誓います。そのバックアップのもと、竹鶴は心おきなくウヰスキーづくりに打ち込み、「ブラックニッカ」をはじめとする数々のロングセラーを生み出しました。

そして平成13年(2001年)4月、アサヒビールはニッカウヰスキー株式会社の販売部門を統合し、総合酒類化に向けて新たな一歩を踏み出しました。平成16年(2004年)に創業70周年を迎えるニッカ社は、今日、世界でもその技術力と品質を高く評価され、アサヒビールグループの総合酒類化の一翼を担っています。アサヒビールとニッカウヰスキーは、お客様に高品質な商品を提供し続けるべく、先達が築いた“ものづくり”への情熱とパートナーシップを受け継ぎ、さらに深めています。

※「大日本果汁(株)」を短くした「日果(ニッカ)」から名付けました

アサヒビールグループ業績のご報告

当期の概要

- ビール・発泡酒シェア（課税数量ベース）が**39.9%**と過去最高を達成し、**3年連続で1位**となりました。
- 酒類、飲料事業において**増収増益**となり、特に利益面では**大幅な増益**となりました。

当期の業績

- 売上高……1兆4,003億100万円（前期比1.8%増）
- 営業利益……789億8,300万円（前期比13.9%増）
- 経常利益……704億8,000万円（前期比22.5%増）
- 当期純利益…232億1,000万円（前期比57.3%増）

事業別の概況

酒類事業



売上高……1兆671億3,600万円
（前期比1.0%増）
営業利益……724億5,200万円
（前期比4.8%増）

当期における市場全体のビール・発泡酒は、課税数量ベースで前期比6.3%減少いたしました。そのうち、ビールは前期比9.4%減と前年に引き続き大幅に減少し、成長を続けていた発泡酒も前期比1.0%減となりました。

個人消費の低迷や増税の影響、記録的な冷夏など、酒類市場を取り巻く厳しい環境のなか、当社は当期を“総合酒類事業における「魅力づくり」の年”と位置づけ取り組んでまいりました。ビールでは中核ブランドである「アサヒスーパードライ」の売上数量が前期比で業界平均を上回り、着実にブランドの存在感を高めることができました。発泡酒では、「アサヒ本生」ブランドの育成・強化を進め、7月に発売した「アサヒ本生 アクアブルー」が牽引役となり、販売数量は業界最大の15.4%増を達成することができました。その結果、当社のビール・発泡酒課税数量は前期比97.3%となり、同市場でのシェアは前期比



1.5ポイントアップの39.9%と過去最高を達成いたしました。

焼酎では、「大五郎」「かのか」「一番札」が前期比2ケタの増加を果たすとともに、そば焼酎「玄庵」など本格焼酎のラインアップの拡充も進めました。

洋酒では、“品質のニッカ”を推し進めたことで、家庭用の「ブラックニッカクリアブレンド」、業務用の「竹鶴」シリーズともに前年同様好調を維持することができました。また、マキシウム社商品「レミーマルタン」や「コアントロー」「パッソア」についても積極的な取扱いの拡大を進めました。その結果、金額ベースでは前期比103%となり業界平均を大きく上回ることができました。

低アルコール飲料では、「アサヒカクテルパートナー」が前期比330%、「アサヒ旬果搾り」が前期比180%と大幅に販売数量を伸ばしました。

ワインでは、国産品や輸入品の幅広い有カブランドの提案の結果、「サントネージュ」シリーズ、「カリテラ」「パロン・フィリップ・ドゥ・ロスシルト」などの販売数量は、前期比116%

と大きく伸ばさせることができました。

以上のように、酒類事業での売上高は、各カテゴリーにおいて中核と位置づけたブランドが着実に成果を上げ、増収増益を達成することができました。



飲料事業



売上高……1,857億3,700万円
（前期比6.9%増）
営業利益……26億4,500万円
（前期比67億3,100万円増）

飲料事業では、アサヒ飲料(株)が商品力強化による売上回復を最優先課題とし、「ワンダ モーニングショット」と「十六茶」「ミツ矢サイダー」に経営資源を集中することで、基幹ブランドの強化を図りました。また、成長分野においてもノンシュガー・ノンカロリーのアミノ酸飲料「アミノダイエット」シリーズは、新たな提案型商品としてご好評をいただきました。また営業力の強化にも取り組み、飲料販売数量は売上減少から反転し前年比6.4%増加させることができました。その結果、売上高は増加し、営業利益も大幅に改善し回復傾向を確実なものいたしました。



食品・薬品事業

売上高……215億4,600万円
（前期比51.4%増）
営業利益……1億6,700万円
（前期比1億6,000万円増）

食品・薬品事業ではアサヒフードアンドヘルスケア(株)が、ポーラフーズ(株)の合併による経営基盤の強化、冷凍食品事業からの撤退による健康食品事業への資源集中、ダイレクトマーケティング事業の開始による安定的収益事業への成長などの構造変革を果敢に行いました。その結果、売上高は大幅に増加し、営業利益を回復できました。



その他事業

売上高……1,258億8,100万円
（前期比3.3%減）
営業利益……33億9,800万円
（前期比11.9%増）

その他事業では、物流事業を中心に売上高は順調に推移いたしました。しかし、(株)アサヒビールパックスの石塚硝子(株)への売却による連結除外のため、全体の売上高は減少いたしました。



来期（平成16年12月期）の連結業績予想

- 売上高……1兆4,400億円（当期比2.8%増）
- 営業利益……840億円（当期比6.4%増）
- 経常利益……800億円（当期比13.5%増）
- 当期純利益……260億円（当期比12.0%増）

連結財務諸表

連結貸借対照表 (12月31日現在)

科目	期別	平成15年度	平成14年度
資産の部			
流動資産		393,260	404,240
現金及び預金		11,699	18,516
受取手形及び売掛金		262,406	256,309
棚卸資産		89,067	96,210
繰延税金資産		6,448	3,489
その他		35,936	37,674
貸倒引当金		△ 12,297	△ 7,959
固定資産		851,149	890,497
有形固定資産		693,570	718,729
建物及び構築物		230,264	240,766
機械装置及び運搬具		201,781	214,293
工具器具備品		52,738	55,750
土地		204,684	204,162
建設仮勘定		4,102	3,756
無形固定資産		17,588	17,751
投資等		139,990	154,016
投資有価証券		68,137	76,645
長期貸付金		3,886	6,221
長期前払費用		8,893	7,573
繰延税金資産		38,325	47,956
その他		32,861	39,458
貸倒引当金		△ 12,112	△ 23,839
資産合計		1,244,409	1,294,738

Point ① 総資産が前期比503億2,800万円圧縮され、企業グループとしてより一層効率的な経営が可能となります。

(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)

科目	期別	平成15年度	平成14年度
負債の部			
流動負債		542,308	596,680
支払手形及び買掛金		81,056	82,346
短期借入金		51,237	92,670
1年以内返済償長期借入金		15,983	40,759
1年以内償還社債		47,603	25,451
未払酒税		146,716	136,585
未払消費税等		10,723	8,468
未払法人税等		20,999	11,668
未払金		39,090	39,845
未払費用		47,336	50,419
預り金		70,524	85,010
コマーシャルペーパー		5,500	20,000
その他		5,535	3,454
固定負債		286,453	295,974
社債		159,997	197,676
長期借入金		55,962	25,649
退職給付引当金		29,772	29,523
繰延税金負債		304	26
その他固定負債		40,417	43,099
負債合計		828,762	892,655
少数株主持分			
少数株主持分		17,494	14,543
資本の部			
資本金		182,531	182,531
資本剰余金		181,281	180,894
利益剰余金		50,409	32,423
その他有価証券評価差額		1,793	63
為替換算調整勘定		163	974
自己株式		△ 18,026	△ 9,348
資本合計		398,152	387,539
負債・少数株主持分及び資本合計		1,244,409	1,294,738

Point ② 金融債務残高は、3,362億8,200万円と前期比659億2,300万円減り、大幅に圧縮することができました。

連結損益計算書 (1月1日～12月31日)

科目	期別	平成15年度	平成14年度
売上高		1,400,301	1,375,267
売上原価		959,162	956,827
売上総利益		441,138	418,439
販売費及び一般管理費		362,154	349,098
営業利益		78,983	69,340
営業外収益		4,759	5,824
受取利息及び配当金		1,554	1,690
持分法による投資利益		326	666
連結調整勘定償却額		1,601	1,645
その他		1,276	1,822
営業外費用		13,263	17,610
支払利息		4,799	5,861
その他		8,463	11,750
経常利益		70,480	57,554
特別利益		2,805	732
固定資産売却益		956	249
その他		1,849	483
特別損失		24,605	25,804
固定資産売却・除却損		14,476	13,122
投資有価証券評価損		1,198	6,915
事業整理損失		4,287	—
その他		4,642	5,766
税金等調整前当期純利益		48,680	32,483
法人税、住民税及び事業税		22,830	23,463
法人税等調整額		2,451	△ 2,266
少数株主損益		188	△ 3,468
当期純利益		23,210	14,754

Point ③ 初めて200億円を超え、3期連続して過去最高益を更新いたしました。

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

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)

科目	期別	平成15年度	平成14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		48,680	32,483
減価償却費		53,100	51,545
貸倒引当金の増減額		5,175	6,390
固定資産売却除却損		14,476	13,122
その他		11,181	10,496
小計		132,615	114,038
利息及び配当金の受取額		1,533	1,848
利息の支払額		△ 4,400	△ 6,266
法人税等の支払額		△ 14,390	△ 31,669
営業活動によるキャッシュフロー		115,358	77,950
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		△ 35,466	△ 49,794
投資有価証券の売却による収入		2,173	15,537
営業譲受による支出		—	△ 19,221
その他		2,540	△ 8,029
投資活動によるキャッシュフロー		△ 30,753	△ 61,507
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		△ 55,459	7,449
長期借入による収入		46,499	2,479
長期借入金の返済による支出		△ 46,143	△ 13,324
社債の発行による収入		10,000	50,000
社債の償還による支出		△ 25,451	△ 62,270
自己株式の取得による支出		△ 8,705	△ 8,749
配当金の支払額		△ 9,728	△ 3,591
その他		292	8,260
財務活動によるキャッシュフロー		△ 88,694	△ 19,746
IV 現金及び現金同等物に係る			
換算差額		△ 366	△ 674
V 現金及び現金同等物の増減額		△ 4,456	△ 3,978
VI 現金及び現金同等物の期首残高		15,986	19,351
VII 連結範囲の変更による			
現金及び現金同等物の増加額		18	612
VIII 合併に伴う			
現金及び現金同等物の増加額		12	—
VIII 現金及び現金同等物の期末残高		11,561	15,986

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

単体財務諸表

貸借対照表 (12月31日現在)

科目	期別	平成15年度	平成14年度
資産の部			
流動資産		329,187	339,121
現金及び預金		3,039	6,839
受取手形及び売掛金		217,128	210,409
棚卸資産		38,012	45,788
短期貸付金		55,923	59,692
繰延税金資産		5,956	2,872
その他流動資産		20,992	20,034
貸倒引当金		△ 11,866	△ 6,515
固定資産		748,598	788,445
有形固定資産		535,443	550,786
建物		155,265	160,789
機械及び装置		170,207	177,022
土地		132,553	131,057
その他		77,417	81,917
無形固定資産		12,791	13,674
投資等		200,363	223,983
投資有価証券		52,335	50,492
子会社株式・出資金		65,530	74,392
長期貸付金		41,211	51,314
繰延税金資産		21,784	32,319
その他の投資等		34,470	39,687
貸倒引当金		△ 14,969	△ 24,223
資産合計		1,077,786	1,127,567

(単位:百万円)

科目	期別	平成15年度	平成14年度
負債の部			
流動負債		438,532	493,326
支払手形及び買掛金		47,639	47,315
短期借入金		40,500	104,002
社債(1年以内償還予定)		40,000	25,451
未払酒税		135,986	132,271
預り金		84,809	87,549
コマーシャルペーパー		5,500	20,000
その他流動負債		84,097	75,737
固定負債		252,846	247,782
社債		159,997	189,997
長期借入金		45,500	8,000
長期未払金		—	600
長期預り金		33,889	34,570
退職給付引当金		13,049	14,614
役員退職慰労引当金		410	—
負債合計		691,378	741,108
資本の部			
資本金		182,531	182,531
資本剰余金		190,290	189,903
資本準備金		130,292	129,903
その他資本剰余金		59,998	60,000
利益剰余金		30,004	23,401
固定資産圧縮積立金		2,744	2,951
別途積立金		10,000	—
当期末処分利益		17,259	20,450
株式等評価差額金		1,607	△ 30
自己株式		△ 18,026	△ 9,348
資本合計		386,407	386,458
負債及び資本合計		1,077,786	1,127,567

Point ① 単体の総資産は、前期比497億8,100万円圧縮されました。

Point ② 単体の金融債務残高は、2,914億9,700万円と前期比559億5,300万円減らすことができました。

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

損益計算書 (1月1日～12月31日)

科目	期別	平成15年度	平成14年度
売上高		1,106,977	1,093,773
売上原価		804,244	799,303
売上総利益		302,732	294,470
販売費及び一般管理費		230,367	224,663
営業利益		72,365	69,807
営業外収益		2,480	2,810
受取利息及び配当金		2,048	2,065
雑収入		431	745
営業外費用		12,008	15,897
支払利息		3,549	4,258
雑損失		8,458	11,638
経常利益		62,838	56,720
特別利益		685	365
固定資産売却益		463	41
投資有価証券売却益		221	323
特別損失		19,480	30,319
固定資産売却除却損		7,779	10,150
投資有価証券売却損		78	489
子会社等整理損失		644	445
投資有価証券評価損		1,181	6,892
子会社株式評価損		4,926	6,781
事業整理損失		4,287	—
過年度役員退職慰労引当金繰入額		581	—
子会社株式評価損		—	1,902
退職給付信託設定損		—	3,640
役員退職慰労金		—	18
税引前当期純利益		44,043	26,766
法人税、住民税及び事業税		21,323	22,013
法人税等調整額		6,340	△ 5,812
当期純利益		16,379	10,565
前期繰越利益		4,073	1,197
利益準備金取崩額		—	8,687
中間配当額		3,193	—
当期末処分利益		17,259	20,450

(単位:百万円)

Point ③ 中間決算で修正した630億円、さらには期初見込んだ710億円も上回りました。

(注) 百万円未満は切り捨てて表示しております。

1株当たり情報

	平成15年度	平成14年度
当期純利益	33円11銭	20円70銭
年間配当金	13円	13円
株主資本	786円45銭	768円71銭

※来期(平成16年12月期)は、当期純利益(通期)46円72銭、年間配当金13円を予想しております。

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 100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

会社概要 (平成15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 3,779名(361名)

※従業員数は就業人員であり、当社への出向者(295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()に期中平均人員を外数で記載しています。

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 (平成16年3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

専務取締役 兼 専務執行役員 後藤 義弘 岡田 正昭

専務取締役 大原 清明

常務取締役 西野 伊史 泉谷 直木 川村 光

取締役 山口 信夫 岡本 行夫 野中 ともよ

常勤監査役 西川 菅雄 佐藤 明 藤田 博

監査役 櫻井 孝穎 中村 直人

【執行役員】

専務執行役員 中村 豊 藏口 勝

常務執行役員 尾関 正彦 秋元 延介 高橋 正哲

大澤 正彦 石橋 英行 岩崎 次弥

佐々木 修 亀野 正徳

執行役員 本山 和夫 二宮 裕次 玉田 忠志

富永 寿郎 二宮 襄 江藤 正和

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 山崎 史雄 富田 義人

羽田 茂 山下 弘 岩上 伸

仁平 進

株式の状況 (平成15年12月31日現在)

発行済株式総数 513,585,862株

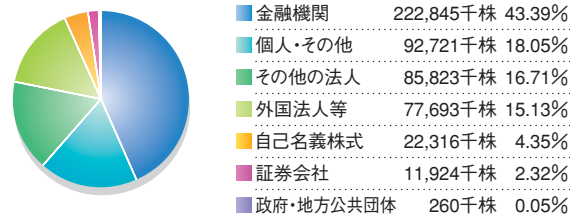
当期末株主数 100,896名(前期末比33,471名増)

大株主(上位10名)

株主名	持株数(千株)	議決権比率(%)
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	38,813	7.9
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	27,825	5.7
旭化成株式会社	18,785	3.8
第一生命保険相互会社	17,920	3.7
富国生命保険相互会社	16,883	3.4
株式会社三井住友銀行	14,497	3.0
株式会社みずほコーポレート銀行	11,458	2.3
野村証券株式会社	9,559	2.0
住友商事株式会社	7,299	1.5
野村信託銀行株式会社(投信口)	7,111	1.5
合計	170,150	34.7

(注)当社は自己株式を22,316千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



所有株式数別株式分布



キャンペーン&イベント情報

皆様のご応募・ご参加をお待ちしております

【キャンペーン】 詳しくは店頭またはお客様相談室へ ☎0120-011121

「アサヒ スーパードライ」鮮度実感キャンペーン

「アサヒ スーパードライ」の“できたてのうまさ”をより多くのお客様に実感していただくキャンペーンを下記の要領で行います。皆様のご応募・ご参加をお待ちしています。



- 応募期間 平成16年3月27日(土)～5月31日(月)
- 賞品 製造後3日以内の「アサヒ スーパードライ」缶 350ml×6本、オリジナルクーラーバッグ入り
- 応募方法 対象商品に貼付されたシール6枚を1口としてハガキにてご応募ください。

ミニ樽を飲んで当てよう!ミニ樽サーバーキャンペーン

「アサヒ スーパードライ」ミニ樽をご購入いただいた方から抽選で、今ご家庭で人気のミニ樽サーバーをプレゼントするキャンペーンを実施します。こちらもお奮ってご応募ください。



- 応募期間 平成16年3月27日(土)～5月31日(月)
- 賞品 ミニ樽ホームサーバー1台
- 対象商品 「アサヒ スーパードライ」ミニ樽20・30の2アイテム
- 応募方法 対象商品のネックリングにある応募券2枚を1口としてご応募ください。

【アサヒ・ナイト・カフェ】

本年4月24日、東京・吾妻橋アサヒビール本部ビル隣の「スーパードライホール」4階・スクエアAで「アサヒ・ナイト・カフェ」ピアノが誘う韓国ドラマの世界～イルマ・ソロコンサートを開催します。今回はドラマ「冬のソナタ」の楽曲提供者としても注目を集める、新進気鋭の韓国人ピアニスト、イルマ氏が出演します。入場券は前売3,500円(当日4,000円)です。詳しくはこちらへ ▶アサヒビール(株)環境社会貢献部 電話:03-5608-5195

【ロビーコンサート in アサヒ・アート・フェスティバル】

本年6月10日、アサヒビール本部ビル1階ロビーで「アサヒ・アート・フェスティバル2004」(本年6月5日～7月4日)のプログラムの一つとして、ロビーコンサートを開催します。かりん(中川果林)氏の若さ溢れる二十五絃箏の演奏をお楽しみください。事前申込制(入場無料)です。詳しくはこちらへ ▶アサヒビール(株)環境社会貢献部 電話:03-5608-5195

アンケートの集計結果

第80期中間事業報告書にて実施いたしました株主様アンケートの集計結果をご報告します。今回も3,000通近くの回答をいただきました。ありがとうございます。

Q どの記事に関心を持たれましたか? (複数選択、上位10位)

① 新商品トピックス	48.8%	⑧ アサヒNews Flash	23.8%
② 業績のご報告	47.2%	⑨ なるほどtheアサヒビール	22.4%
③ 株主の皆様へお知らせ	37.3%	⑩ キャンペーン&イベント情報	15.1%
④ この半年の取り組み	34.8%		
⑤ 社長インタビュー	30.6%		
⑥ 財務諸表	27.1%		
⑦ 会社概要/株式の状況	26.8%		

前回の事業報告書から編集方針を一新し、「アサヒビールのいろいろな活動を紹介する情報誌」をコンセプトにした結果、株主様個々のお好みが出たようです。裏表紙に掲載した「株主の皆様へお知らせ」や新コーナー「この半年の取り組み」には特に高いご関心をいただきました。

Q 今後、取り上げてほしい題材は何ですか? (複数選択)

① 食と健康	54.2%
② 商品情報	49.1%
③ 研究開発	47.4%
④ お酒の効用	29.7%
⑤ お酒の知識	29.2%
⑥ 環境社会貢献活動	18.4%
⑦ その他	5.3%

「食と健康」についての情報への関心が高いことがわかり、今回の事業報告書からヘルシーメニューをご紹介する「おすすめ!健康レシピ」コーナーを設けました。これからも皆様のご意見を活かせるような編集に努めます。



I N F O R M A T I O N

株主の皆様へお知らせ

株主優待のお申し込み期限は4月12日(月)事務局必着です。

100株以上保有の株主様には、株主優待のご案内と申込書を株主総会招集通知をお送りした封筒に同封しました。まだお申し込みをされていない株主様は、4月12日事務局必着で申込書をお送りください。

株主優待の詳細は、ホームページでもご覧いただけます。<http://www.asahibeer.co.jp/ir/>
お問い合わせ先 アサヒビール株式会社株主優待事務局 ☎0120-883565

アサヒビールは、単元未満株式の買増制度を実施しています。

この制度は、単元未満株式(当社の場合は100株未満の株式)を保有の株主様が、発行会社に対して、その単元未満株式と合わせて1単元(当社の場合は100株)となるように単元未満株式の売り渡しを請求できる制度です。買増により単元株を保有していただくことで、株主総会への出席、議決権の行使などができるようになり、また株主優待制度をご利用になることもできます。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ください。

買増制度にかかる手続き、費用などのお問い合わせは、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信託銀行株式会社証券代行部 TEL 03-5683-5111(大代表)



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。



印刷工程で有害廃液を出さない「水なし印刷方式」で印刷しています。