

Asahi Super Report

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

平成16年 冬号

平成16年1月1日～平成16年9月30日

「アサヒ本生 ゴールド」
来年2.23新発売



「吾輩はビールである」
発刊にあたり企画協力

酒類研究所・鰐川 彰
平成16年度
「日本醸造協会技術賞」受賞



ニッカ創業70周年
「ジ・アニバーサリー12年」発売



ごあいさつ	2
この3カ月の取り組み	3
アサヒNews Flash	4
ウイスキーの香気成分とその生成メカニズムを解明	6
「アサヒ本生 ゴールド」新発売	7
新商品トピックス	8
アサヒビールグループ第3四半期業績のご報告	10

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。
 アサヒビール株式会社は、去る11月1日、創立記念日を迎えることができました。これもひとえに皆様のご支援の賜物と誠にありがたく厚くお礼申し上げます。
 本年、アサヒビールグループは10年後も社会から高く評価され、社員が生き活きと働くことができるエクセレントカンパニーであり続けるために、平成18年を最終年度とした3カ年の「第2次グループ中期経営計画」を策定し、現在、グループ全体の新たな成長に向けた取り組みを強力に推し進めております。平成16年12月期第3四半期(平成16年1月1日から9月30日まで)においても、前年同期を大きく上回る利益を上げるなど、着実に成果を上げております。

今後、さらに“利益ある成長”を目指した取り組みを強化し、年間の販売目標の達成に努めてまいります。

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お願い申し上げます。

平成16年12月

アサヒビール株式会社
 代表取締役会長
福地 茂雄(写真右)
 代表取締役社長
池田 弘一(写真左)



この3カ月の取り組み

Quarter Year Summary

7月

- 1日 「THE SUPER DRY ART 2004」入賞作品を掲出(～8月30日)
- 17日 全国9工場で「夏休み親子見学ツアー」開催(～8月31日)
- 21日 プレミアム生ビール「こだわりの極きわみ」販売エリアを全国に拡大
- 21日 果実のプレミアム発泡酒「アサヒ フルーツブルフリー」新発売
- 28日 「アサヒ旬果搾り ナチュリア オレンジ」新発売
- 29日 「アサヒビールグループCSRレポート2004」発行



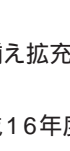
8月

- 2日 小泉武夫氏編著「吾輩はビールである」発刊
- 3日 「アサヒ フローズンカクテル」新発売(東京23区内)



9月

- 1日 ロゼシャンパン「パイパー・エドシック・ブリュット・ロゼ・ソヴァージュ」新発売
- 1日 ボルドーワイン「ムートン・カデ」世界同時リニューアル発売
- 1日 「アサヒ旬果搾り 巨峰」「アサヒカクテルパートナー ライチ&ウーロン、スーパーラム&コーラ」新発売
- 7日 酒類研究所・鯛川 彰、「平成16年度日本醸造協会技術賞」受賞(▶P6をご覧ください)
- 8日 イタリアスパークリングワインの名門「ガンチア」の品揃え拡充、「ゾーニン ヴァルポリチェラ、ソアヴェ」新発売
- 9日 未来技術研究所・ポリフェノール研究グループ、「平成16年度日本果汁協会技術賞」受賞
- 15日 「アサヒドライクーラー」の新フレーバー「ホワイト・グレープ、ゴールド・アップル」新発売
- 29日 ニッカウヰスキー創業70周年記念イベント開催



「吾輩はビールである」発刊

お客様生活文化研究所が企画し、発酵学の権威である東京農業大学教授の小泉武夫氏に編集・著作を依頼した「吾輩はビールである」が発刊されました。同書は、アサヒビール(株)の醸造・品質に関する情報、過去の商品パッケージ・ポスターのほか、お客様生活文化研究所が実施したアンケートの調査データなどを満載。小泉氏おすすめのビールにあう肴、ビールを題材にした文学・映画など、ビール文化に関する話題も広く紹介しています。



ニッカウヰスキー創業70周年

参加者によるブレンド体験やウイスキーをテーマにしたトークライブ、ウイスキーと食の相性をお楽しみいただく懇親会などを通じて、ウイスキーのつくり手とお客様とのコミュニケーションを深めるイベント「ウイスキーとスローフードの美味しい関係」を全国4カ所で開催しました。ニッカウヰスキー(株)では、このほかにも限定製造ウイスキー「ジ・アニバーサリー12年」の発売など、創業70周年を記念するさまざまなプログラムを展開しました。



びん500ml / 1,600円

アサヒ News Flash

「健康で豊かな社会の実現に貢献します」
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。



本年7月に発行した
「CSRレポート」

「CSR委員会」を グループ会社までに拡大

アサヒビール(株)はCSR(Corporate Social Responsibility:企業の社会的責任)推進体制を強化するため、本年9月1日からCSR委員会をグループ会社までに拡大し、名称も「グループCSR委員会」と改めました。

昨年12月、全社横断的な社長直轄機関「CSR委員会」を設置し、CSR経営を全社的に推進・強化してきました。今後はグループ会社とともにCSR経営を推進することで、アサヒビールグループの価値向上に努め、すべてのステークホルダーに信頼される企業グループとなることを目指していきます。

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)のこと。

新潟県中越地震被災地への支援について

この度の新潟県中越地震に際し、被災された方々に心よりお見舞い申しあげるとともに、被災地の一日も早い復旧をお祈りします。アサヒビール(株)およびアサヒビールグループでは、10月23日の震災発生後、製品や備蓄品の提供による復旧支援活動とともに、

「ディスクロージャー 優良企業選定」 食品部門で2年連続選定

「ディスクロージャー優良企業選定」は、(社)日本証券アナリスト協会が企業情報開示の向上を目的に毎年度実施しているものです。

アサヒビール(株)は、決算短信および同時配布の付属資料が充実していることが極めて高く評価されました。また、付属資料の要旨をわかりやすくまとめたダイジェスト版を作成し、利益増減要因を十分に記載していることや、説明会・インタビューなどでの重要なデータの継続的な開示、月次データなど期中の業績情報を十分かつ公平に開示していることなども高く評価され、食品部門で2年連続1位に選定されました。

これからもアサヒビール(株)では、株主や投資家の皆様の適正な投資判断に資する情報開示に努めていきます。

企業情報の開示



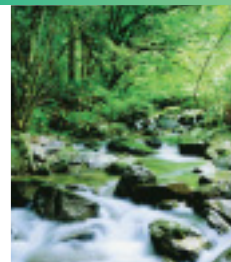
本年10月18日の表彰式に出席した後藤専務(前列左から2番目)

に、グループ各社の社員を対象に募金活動を行ってきました。11月12日、アサヒビール(株)池田社長が新潟県の高橋副知事を訪ね、募金にアサヒビール(株)からの拠出金3,000万円などを加えた義援金をお渡ししたことをご報告します。

環境活動

「アサヒビールグループ 中期環境経営計画」策定

アサヒビール(株)は本年7月、平成18年までのグループ全体の環境経営の具体的な取り組み目標をまとめた「アサヒビールグループ中期環境経営計画」を策定しました。この計画では、“事業活動に直結する環境への取り組み”と“自然環境保全による社会貢献の取り組み”を2本柱とし、グループ全体の環境経営の具体的な取り組み目標を掲げています。主な取り組みは、「二酸化炭素排出総量削減と省エネルギー推進」「グループ全生産拠点での廃棄物再資源化100%の実現」などです。目標の達成に向け、アサヒビール(株)は引き続き環境経営を着実に推進していきます。



研究開発

未来技術研究所ポリフェノール研究グループが 「平成16年度日本果汁協会技術賞」を受賞

アサヒビール(株)R&D本部未来技術研究所ポリフェノール研究グループがまとめたリンゴ由来のプロシアニジン類の生理機能性および成分解析による研究成果が、



(社)日本果汁協会が開催する第47回果汁技術研究発表会において「平成16年度日本果汁協会技術賞」を受賞しました。

文化・スポーツ支援

コミュニケーションスペース 「アサヒ・アートスクエア」新設

アサヒビール(株)は、東京・吾妻橋の本部ビル横のスーパードライホール4階・5階にコミュニケーションスペース「アサヒ・アートスクエア」を新設しました。総合酒類事業を中心とした食と健康の分野で、お客様満足を追求するアサヒビールグループが、その一環として、酒文化を中心に食と芸術文化の情報発信拠点として活用していくものです。

具体的には、NPOや地元の方々と共同で“お酒とアートのカクテル”をキーワードに、年間約150の魅力あふれるプログラムを積極的に開催していきます。

本年9月3日に開催された「美酒空間」





ウイスキーの香気成分とその生成メカニズムを解明

～「平成16年度日本醸造協会技術賞」を受賞～

アサヒビール(株)商品技術本部酒類研究所では、活動の一環としてモルトウイスキー原酒の研究を進めています。そのなかで平成16年9月、「ウイスキーの個性的香気成分形成に及ぼす乳酸菌の研究」を続けてきた酒類研究所醸造科学部の鰐川 彰が、(財)日本醸造協会から「平成16年度日本醸造協会技術賞」を受賞しました。この研究は、乳酸菌が一定条件のもとで関与することにより、ウイスキーの醸造段階でウイスキーの甘い香気成分で

あるラクトン類が生成されることを発見し、その生成メカニズムを解明したものです。香りや味わいといったウイスキーの個性は、蒸溜所の数だけあるといわれるほど多様です。その個性は、原料である大麦をはじめ、製造工程で使われるピート(泥炭)の煙、蒸溜機の形状、使用する樽の種類などによって形成されるといわれています。また、木桶発酵も香気成分をさらに深めることが知られています。しかしながら、これらのメカニズムには謎に包まれた部分が多いのが現状です。

酒類研究所では、ラクトン類を含有するモルトウイスキーづくりに取り組むなかで、ウイスキー原酒の成分分析から香り・味わいのメカニズムを捉えようとする試みを続

受賞者のプロフィール



アサヒビール(株)酒類研究所醸造科学部 主任研究員 鰐川 彰

平成13年4月の営業統合に伴ってニッカウヰスキー(株)生産技術研究所からアサヒビール(株)洋酒開発部に異動し、ウイスキー原酒から焼酎などにも研究の幅を広げて活動中。「受賞は光栄ですが、研究成果としてはあくまで通過点。ウイスキー原酒の成分分析を完成させ、ニッカウヰスキーの創業者、竹鶴政孝がウイスキー製造技術を学んだスコットランドにも恩返ししたい」と意欲を燃やしています。

けてきました。その過程で、これまでは樽貯蔵の段階で付与されると考えられてきた甘い香気成分が、樽貯蔵前の原酒にも含まれていることを発見。さらに、その生成に乳酸菌と酵母が関与していることを初めて明らかにしたのです。

この成果を受けて、酒類研究所では引き続き2つのテーマで研究を進めています。一つは、乳酸菌についてさらに深く研究することです。乳酸菌は、アルコール発酵を阻害する半面、ラクトン生成をはじめ、モルトウイスキーの酒質をよい方向へ変える作用があるといわれています。その詳細はまだまだ不明です。その特性を詳しく知ることによって、ウイスキーのみならず他の酒類にも乳酸菌を応用できる可能性が広がります。もう一つは、木桶発酵槽を使っ

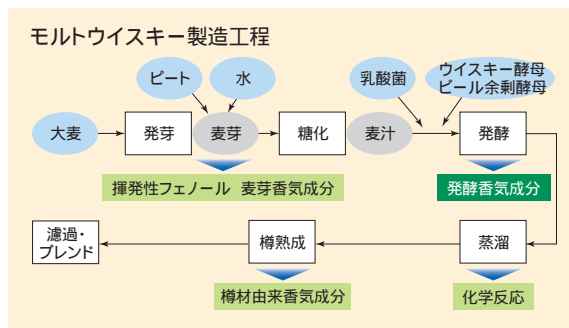
たウイスキーの造り込みで、こちらはニッカウヰスキー宮城峡蒸溜所にパイロットプラントを、また英国のベン・ネビス蒸溜所に実機を導入しました。発酵条件を検討することにより、さまざまなタイプの原酒づくりを目指しています。

これらの検討を行うことにより、今後の商品開発に役立つよう研究を進めていきます。

木桶内で高温保持することで乳酸菌が活発に活動し、独特の香気をウイスキーに与えます。

【日本醸造協会技術賞とは】

(財)日本醸造協会は、「醸造に関する科学、技術研究とその振興を図り、もって醸造業の進歩発展に資する」ことを目的に明治39(1906)年に設立(大正9(1920)年に改組)された組織です。醸造に関する学術研究、醸造に従事する者の養成、雑誌や図書の発刊といった活動を行っています。「日本醸造協会技術賞」は、醸造に従事する者の養成、技術の振興を目的とした顕彰事業の一環として、醸造技術の発展に寄与した者に昭和49(1974)年から授与されています。



速報

“飲みごたえ”を徹底的に追求した発泡酒新商品「アサヒ本生 ゴールド」新発売

主力発泡酒「本生ブランド」から“飲みごたえ”を徹底的に追求した新商品「アサヒ本生 ゴールド」を、平成17年2月23日より全国で発売します。

原料には、豊かな麦の味わいと芳醇な香りをつくり出す新規酵母を採用。あわせて、ホップのなかで最高級といわれるファインアロマホップを最適な量使用することで、上品な香りと心地よい苦味を実現し、副原料の米が味わいのふくらみと奥行きを持たせています。また、既存の「本生ブランド」と同様に大麦エキスと海洋深層水を醸造工程で最適な量使用しています。商品のネーミングは、“麦穂の色”や“液色”をイメージしていただけるゴールド。パッケージもゴールドをテーマカラーとしています。「アサヒ本生 ゴールド」は、“飲みごたえのある発泡酒”を期待しているお客様への新たなご提案です。



100万人に「キャンペーン限定醸造・本生」が当たる！「うまいじゃないか本生!キャンペーン」を実施します

「本生ブランド」を日頃からお愛顧いただいているお客様への感謝の気持ちを込めて、「本生ブランド」全4ブランドの全商品を対象としたキャンペーンを実施します。

ご応募いただいた方の中から抽選で合計100万名様に煎りたての香ばしい薫りをお楽しみいただける「キャンペーン限定醸造・本生(缶350ml×5本セット)」をプレゼント!奮ってご応募ください。

「アサヒ本生 ゴールド」は、2005年2月23日発売です。

■ 応募期間

平成16年12月17日(金)～平成17年3月31日(木)
当日消印有効

■ 応募方法

対象商品に添付のキャンペーン応募シール6枚(1口)を集めてご応募ください。

■ 抽選

合計2回の厳正な抽選のうえ、当選者を決定します。
第1回抽選(30万名様)/2005年1月24日(月)
当日消印分までのご応募を対象とします。
第2回抽選(70万名様)/2005年1月25日(火)～
3月31日(木)当日消印分までのご応募を対象とします。

すべては、お客さまの「うまい!」のために。



「こだわりの極(きわみ)」 缶500mlの販売エリアを拡大

コクのあるやわらかな味わいとふんわりとした華やかな香りが特長のプレミアム生ビール「こだわりの極(きわみ)」。大容量サイズへのお客さまからの強いご要望にお応えし、缶500mlの販売エリアを全国のセブン・イレブン酒類扱い店約8,700店舗に拡大しました。

※セブン・イレブン・ジャパンとの共同開発商品

平成16年9月1日全国のセブン・イレブン酒類扱い店舗で発売
缶500ml / 325円(缶350ml / 250円もあります) 消費税込

「アサヒ フルーツブルワリー」の 新フレーバー、グレープフルーツを新発売

「アサヒ フルーツブルワリー」は、果汁由来のさっぱりとした甘酸っぱさと、麦芽・ホップ由来のすっきりとした喉ごしを実現したプレミアム発泡酒です。この「アサヒ フルーツブルワリー」に、果汁系低アルコール飲料で人気の高いフレーバー「グレープフルーツ」をラインナップしました。



平成16年11月24日発売 缶350ml / 189円

「アサヒカクテルパートナー」 冬の限定缶ワイン&ベリー、ワインスパーク発売

パーティーシーズンの冬に向け、ワインカクテル2アイテムを発売しました。赤ワインにストロベリー果汁を加え、ソーダで割ったすっきりとした味わいの「ワイン&ベリー」と、白ワインとソーダを使った、すっきりとしたほのかな甘さが味わえる「ワインスパーク」です。



平成16年11月10日発売
缶350ml / 140円(缶500ml / 190円もあります)

「アサヒ旬果搾り」の新フレーバー、 洋なしを新発売

「アサヒ旬果搾り」に晩秋に旬を迎えフレーバーとしても人気が高い洋なしをラインナップ。果汁分10%で、洋なしならではの上品な甘さと贅沢な果汁感をお楽しみいただけます。

平成16年11月10日発売
缶350ml / 140円(缶500ml / 190円もあります)



「アサヒ フローズンカクテル 1」の販売エリアを拡大

ご自宅で楽しめる“大人のデザートフローズンカクテル”として、「フローズンストロベリーダイキリ」「フローズンスクリュードライバー」を地域限定で先行発売²した「アサヒ フローズンカクテル」。先行発売地区でお客様から大きな反響をいただいたことから、販売エリアを首都圏地区(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)のセブン・イレブン酒類扱い店約3,000店舗に拡大しました。



1 ㈱ロッテ、㈱セブン・イレブン・ジャパンとの共同開発商品
2 本年8月から東京都23区内と神奈川県内のセブン・イレブン酒類扱い店舗で順次販売

平成16年9月7日首都圏地区のセブン・イレブン酒類扱い店舗で発売
120ml / 280円 消費税込

「アサヒ ドライクーラー」の新フレーバー、ウメを新発売

「アサヒ ドライクーラー」に新フレーバーウメをラインナップ。ウメ果汁に加え、ベース酒にはウオッカとウメワインを使用。やわらかなアルコール感と味の厚み・奥行き、華やかなウメの香りとともに、甘さがスツと引くさわやかな後味を実現しています。



平成16年11月24日発売
缶350ml / 140円(缶500ml / 190円もあります)

本格麦焼酎「綺羅麦(きらむぎ)」新発売

原料は、国産二条大麦のみを使用。すっきりとした後味の焼酎をベースに、麦麹だけを原料にした全麹仕込み焼酎と、ローストした麦を原料にした焙煎焼酎を絶妙にブレンドし、コクのある麦の味わいと麦のほのかな香ばしさを実現しました。すっきりとした味わいのなかにも、麦本来のおいしさを求めるお客様への新提案です。



平成16年10月13日発売
びん720ml / 930円(びん300ml / 450円、びん1,800ml / 1,690円もあります)



「レミーマルタン」5アイテムの ラベル・パッケージデザインをリニューアル

歴史と伝統を感じさせるイメージはそのままに、現代的なデザインに変更するとともに、グローバルパッケージとして世界各国で販売されている同商品とデザインを統一しました。「レミーマルタン」の贅沢で優雅な雰囲気をより一層訴求しています。

「レミーマルタン V.S.O.P」700ml / 5,000円

「サントネージュ有機ワイン1.8ℓ紙パック」新発売

ポリフェノールを通常の赤ワインの約1.5倍含み、果実味豊かでほどよいコクのある味わいの赤と、マイルドな酸味でまるやかな味わいの白。どちらも食事に合う軽い口あたりです。容器は、取り扱いに便利で開封後もキャップができる紙パックを有機ワインで初めて採用。お客様の自然志向・健康志向にお応えしています。



当社比

平成16年11月10日発売
紙パック1.8ℓ / 1,450円

アサヒ飲料㈱

止まらない新・微糖 「ワンダ SHOT&SHOT」新発売



糖類を68%カット。甘さすっきり、1日何本でも飲めるうまさの微糖缶コーヒーです。コーヒーのコクとうまみを凍結濃縮したコーヒーエキスを使用し、ボディのあるコーヒー感とキレのよい後味を実現しています。

缶コーヒー通常品の
糖類含有量7.5g / 100mlと比較

平成17年1月12日発売 缶190ml / 115円

アサヒフードアンドヘルスケア㈱

コンビニエンスストア専用商品 「エビオス錠 300錠」新発売

「エビオス錠」は、ビール酵母を原料にした胃腸薬です。ビール酵母に含まれる18種のアミノ酸やビタミンB群、ミネラル、食物繊維、核酸など数多くの栄養素は胃腸の働きを活発にし、栄養補給、胃もたれ、食べ過ぎなどにも効果的です。

平成16年10月25日発売
300錠 / 476円

用法・用量: 1日3回食後に服用

15歳以上	1回 10錠
11歳以上 ~ 15歳未満	1回 8錠
7歳以上 ~ 11歳未満	1回 5錠
5歳以上 ~ 7歳未満	1回 3錠



アサヒビールグループ第3四半期業績のご報告

平成16年度第3四半期(平成16年1月1日～平成16年9月30日)の業績概要についてご報告いたします。

当四半期の連結業績の概要

(億円未満切り捨て)

科 目	平成16年度第3四半期 (1月1日～9月30日)	平成15年度第3四半期 (1月1日～9月30日)	前年同期比
売上高	1兆469億円	1兆265億円	2.0%増
営業利益	774億円	556億円	39.2%増
経常利益	748億円	512億円	46.0%増
四半期純利益	311億円	212億円	46.4%増

事業別の概況

カッコ内は前年同期比の状況

酒類事業

売上高	7,833億5百万円 (0.9%増)
営業利益	686億41百万円 (35.8%増)

売上高は微増だったものの、製造費・物流費のコストダウンや販促費など固定費の減少により、営業利益は大幅増となりました。

飲料事業

売上高	1,557億53百万円 (8.8%増)
営業利益	73億84百万円 (約3倍)

「ワンダ」「アサヒ十六茶」「三ツ矢サイダー」のブランド力強化を図る商品展開と販売促進策などにより、売上高・営業利益とも大幅に増加いたしました。

食品・薬品事業

売上高	159億66百万円 (微増)
営業損失	8億15百万円 (9億64百万円減)

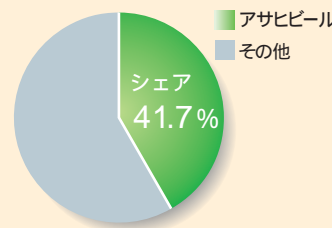
「バランスアップ」の好調により売上高は微増となったものの、新事業の積極的な広告活動などにより営業損失となりました。

その他事業

売上高	919億15百万円 (1.1%増)
営業利益	21億38百万円 (0.5%減)

物流事業、不動産事業を中心に堅調に推移した結果、売上高は増加しましたが、営業利益は微減となりました。

ビール・発泡酒の状況



ビール・発泡酒カテゴリーでは、ビール市場全体の課税出荷数量が、景気の回復感などにより前年同期比2%減と減少幅が縮小する一方で、発泡酒市場は新カテゴリー(ビール風味アルコール飲料)の台頭などから前年同期比8.4%の減少となり、ビール・発泡酒市場では4.6%の減少となりました。こうしたなか、当社は「アサヒスーパードライ」「アサヒ本生」のブランド力強化を中心とした取り組みなどにより、1～9月累計のビール・発泡酒合計の課税出荷数量は、前年同期比0.1%減とほぼ横ばいとなり、シェアは過去最高の41.7%となりました。

会社概要 (平成16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
本店所在地	〒104-8323 東京都中央区京橋3-7-1	資 本 金	182,531,194,085円
		従 業 員 数	3,740名(172名)

従業員数は就業人員であり、当社への出向者(299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。

株主メモ

決 算 期	12月31日	名義書換代理人	UFJ信託銀行株式会社
定 時 株 主 総 会	3月中	同 事 務 取 扱 所	〒137-8081 東京都江東区 東砂7丁目10番11号
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。	UFJ信託銀行株式会社 証券代行部	☎0120-232-711
1単元の株式の数	100株	同 取 次 所	UFJ信託銀行株式会社 全国各支店 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

株式事務のお問い合わせはこちら

株式に関するお手続き用紙(届出住所・印鑑・姓名等の変更届、配当金振込指定書、単元未満株式買取請求書・買増請求書、名義書換請求書等)のご請求につきましては、UFJ信託銀行の本店及び支店にてお電話ならびにインターネットにより24時間受け付けておりますので、ご利用ください。	フリーダイヤル ☎0120-244-479(本店証券代行部) ☎0120-684-478(大阪支店証券代行部)
	インターネット http://www.ufjtrustbank.co.jp/ なお、株券保管振替制度(ほふり)をご利用の株主様は、お取引口座のある証券会社にご照会ください。

株主の皆様へお知らせ

工場見学のご案内について

去る9月に送付した第81期中間事業報告書「アサヒスーパーレポート」内で工場見学のご案内を差しあげたところ、当社の説明不足のため、株主様から多くのお問い合わせ・ご意見をいただきました。ここに説明不足をお詫び申しあげるとともに、補足説明申しあげます。改めて皆様のご見学を心よりお待ちしております。

- ・ご同伴者の工場見学も大歓迎です。(ただし、記念品は株主様に限らせていただきます)
- ・工場見学には事前のご予約が必要です。9月送付の第81期中間事業報告書「アサヒスーパーレポート」、または当社ホームページをご覧ください。
▶ <http://www.asahibeer.co.jp/brewery/>
- ・工場内では他のお客様と一緒に一般見学ルートをご見学いただけます。
- ・ささやかではございますが、ご見学いただいたことに感謝の気持ちを込め、記念品として「アサヒスーパードライ」缶350mlを2本ご用意しております。
- ・工場見学当日は、9月送付の「記念品引換券」をお持ちください。
- ・今回の企画は「株主優待」ではございません。当社の株主優待は、年1回ご登録の住所にお届けいたします。

アサヒビール株式会社
<http://www.asahibeer.co.jp>

お問い合わせは「お客様相談室」まで
☎0120-011121



30%
Minimum
SA-coc-1196

この印刷物に使用されている用紙に含まれる木材繊維の30%以上は、適切に管理された森林から切り出されたものです。適切に管理された森林とは、FSCの規定に従い、独立した機関により認証された森林を指します。

FSC TRADEMARK © 1996 FORREST STEWARDSHIP COUNCIL A.C.



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。