

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17年春号 第81期事業報告書 平成16年1月1日～平成16年12月31日

新しいカテゴリーに挑戦

アサヒ新生

チャレンジ!
スーパードライ



「ニッカウヰスキー
北海道工場」が
国の有形文化財に登録



愛・地球博
「こいの池-ナイトイベント」
に協賛

アサヒ本生 ゴールド
絶好調!



株主優待のお申し込み締切が迫っています。P31をご覧ください。

アサヒビールダイアリー-2004	2	アサヒビールの履歴書	21
ごあいさつ	4	アサヒふれあい広場	22
この3カ月の取り組み	5	アサヒビールグループ業績のご報告	24
社長インタビュー	6	連結財務諸表	26
アサヒNews Flash	10	単体財務諸表	28
チャレンジ!スーパードライ	14	会社概要/株式の状況	30
おすすめ!健康レシピ	15	株主優待のご案内/株主メモ	31
愛・地球博「こいの池-ナイトイベント」に協賛	16	株主の皆様へお知らせ	裏表紙
新商品トピックス	18		

アサヒビールダイアリー 2004

「2004年酒類事業方針」発表

「2004年酒類事業方針」では、「総合酒類トップ企業としてのさらなる成長」を追求。「成長と効率」「お客様からの信頼」「社会からの信頼」を柱とした事業経営を進め、お客様の信頼に最もお応えできる企業ブランドの構築に取り組みました。



「第2次グループ中期経営計画」発表

アサヒビール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年度を最終年度とした3カ年の経営計画を策定し、グループの新たな成長に向けた取り組みを強力に推し進めています。

初年度のご報告はP6「社長インタビュー」をご覧ください。

北京啤酒新工場竣工

「《新》北京啤酒」発売

アサヒビール㈱の環境保全技術と最先端の生ビール(非熱処理ビール)製造技術を導入した北京啤酒朝日有限公司の新工場(通称「グリーン北京工場」)が竣工。中味もラベルも新しく生まれ変わった「《新》北京啤酒」を発売しました。



「アサヒビールグループCSRレポート2004」発行 CSR委員会をグループに拡大

アサヒビールグループのCSR経営の具体的な取り組みをまとめた「CSRレポート2004」を発行。また、CSR推進体制強化のため、CSR委員会をグループ会社に拡大しました。

Corporate Social Responsibility:企業の社会的責任

「アサヒビールグループ 中期環境経営計画」策定

「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本柱に、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設定しました。

ビール・発泡酒シェア 初の40%台(課税数量ベース)

ビール・発泡酒市場において、アサヒビール㈱は通年で初のシェア40%台を達成することができました。



1月

2月

3月

4月

5月

6月

7月

8月

9月

10月

11月

12月

株主総会・ 商品展示試飲会開催

株主総会はより多くの株主様にご出席いただけるよう、会場を都心のホテルに移し、開催時間も午後1時からに変更しました。終了後にはアサヒビールグループへのご理解をより一層深めていただくため、株主様対象の商品展示試飲会を初めて開催しました。



重点地域である 中国・韓国を中心とするアジアで 戦略的投資を実施

中国最大手食品グループの康師傅(カンシーフ)控股有限公司と、飲料事業の合弁会社「康師傅(カンシーフ)飲品控股有限公司」を4月に設立。韓国では、7月に清涼飲料業界大手のヘテ飲料㈱を連結子会社化するとともに、11月には韓国ロッテグループの酒類販売会社に出資し、「㈱ロッテアサヒ酒類」を設立しました。

アサヒビール㈱が伊藤忠商事㈱と共同で株式の約半数を保有。

ニッカウヰスキー創業70周年

ニッカウヰスキー㈱が創業70周年を迎え、限定醸造ウヰスキー「ジ・アニバーサリー12年」の発売や、記念イベントなどを展開しました。

また、2004年ニッカウヰスキーは...

余市蒸溜所モルトに続き、宮城峡蒸溜所モルトが「SMWS」の会員頒布用のウヰスキーとして認定されました。余市蒸溜所の建造物群が国の登録有形文化財に認定されました。

ザ・スコッチ・モルト・ウヰスキー・ソサエティ:世界中に会員を有するウヰスキー愛好家の会員組織



「IR優良企業賞」受賞

適時・適切な情報開示、各種説明資料のわかりやすさや、個人投資家向けIRにも積極的である点が評価され、日本インベスター・リレーションズ協議会「2004年度IR優良企業賞」を受賞しました。ほかにも、(社)日本証券アナリスト協会の「ディスクロージャー優良企業」食品部門の1位、『アニュアルレポート2003』が「NIKKEI Annual Report Awards 2004」優良賞に選定されました。



株主の皆様には、ますますご清栄のことと拝察申しあげます。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した。厚くお礼申し上げます。

アサヒビールグループは、10年後も成長・発展し続ける企業グループであるために、平成18年をゴールとする「第2次グループ中期経営計画」を策定し、取り組みをスタートいたしました。常にお客様に視点を合わせ、信頼と満足の拡大を目指し、魅力あふれる商品の提供や心のこもった行動をグループ全体で展開してまいります。

中期経営計画初年度である平成16年は、「利益ある成長」をキーワードとして、成長戦略の推進と経営改革に取り組みました。国内酒類事業の競争力強化、グループ会社の構造改革、中国・アジア事業の基盤固めなど成果を上げることができました。

平成17年は、成長戦略を強力に推進いたします。お客様満足を追求した新価値・新需要の創造に挑戦してまいります。また、環境・社会などあらゆる面で企業市民としての責任を果たすべく、お客様の声を真摯に受け止め、CSR(企業の社会的責任)活動にも積極的に取り組んでまいります。



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

あらゆる発想・行動の価値基準は「すべてはお客さまの『うまい!』のために」。私たちは、お客様の「うまい!」という感動を広げることに取り組んでまいります。アサヒビールグループの挑戦にご期待いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

平成17年3月

この3カ月の取り組み

Quarter Year Summary

10月

- 13日 本格麦焼酎「綺羅麦(きらむぎ)」新発売
- 20日 ニッカウヰスキー創業70周年記念限定製造ウイスキー「ジ・アニバーサリー12年」発売
- 21日 韓国ロッテグループの酒類販売会社に出資



11月

- 10日 「アサヒカクテルパートナー冬の限定缶 ワイン&ベリー」「同ワインスパーク」新発売
- 10日 「アサヒ旬果搾り 洋なし」新発売
- 10日 「サントネージュ有機ワイン 1.8ℓ紙パック」新発売
- 11日 「アサヒ ウィンター ギフト2004」新発売
- 18日 「ボージョレ・ヌーヴォー2004」発売
- 24日 「アサヒ フルーツブルワリー グレープフルーツ」新発売
- 24日 「アサヒドライクーラー ウメ」新発売
- 25日 「アサヒ本生 ゴールド」発表
- 26日 「アサヒ フローズンカクテル」販売エリア拡大(全国のセブン-イレブン酒類扱い店舗で販売開始)
- 30日 2005年アサヒビールイメージガールに山内麻美(やまうち あさみ)を起用



「ボージョレ・ヌーヴォー」の輸入急増、国内2位に躍進

フランス産新酒ワイン「ボージョレ・ヌーヴォー」の輸入量が昨年過去最高を更新するなか、アサヒビール(株)の輸入量は前年比63%増の12万2,000ケースとなり、国内2位に躍進しました。今後もワイン市場での確固たる地位の確立に向け取り組みを強化していきます。

1ケースは750mlびんで12本換算



“飲みごたえ”を徹底的に追求した「アサヒ本生 ゴールド」

主力発泡酒「本生」ブランドの新商品「アサヒ本生 ゴールド」。豊かな麦の味わいと芳醇な香り、そしてファインアロマホップの心地よい苦味をぜひ一度お楽しみください。(本年2月23日新発売)



「2005年アサヒビールイメージガール」に山内麻美(やまうち あさみ)を起用

明るい笑顔が印象的な山内麻美(やまうち あさみ)は東京都出身の20歳です。趣味はドライブ、特技はバスケットボールと料理。今後ポスターや各地のイベントなどを通じてアサヒビール商品の魅力を皆様にお伝えしていきます。



12月

- 1日 全国9工場で「アサヒビールクリスマスフェア2004」実施(～26日)
- 3日 本格焼酎「刻(とき)の一滴」シリーズのインターネット限定販売を開始
- 17日 “本生ブランド”の消費者キャンペーン実施(～平成17年3月31日)

初年度は連結・単体ともに増収、 すべての利益で過去最高。 2年目の今年は、“3つの成長”に挑戦します。

アサヒビール株式会社 代表取締役社長 池田 弘一



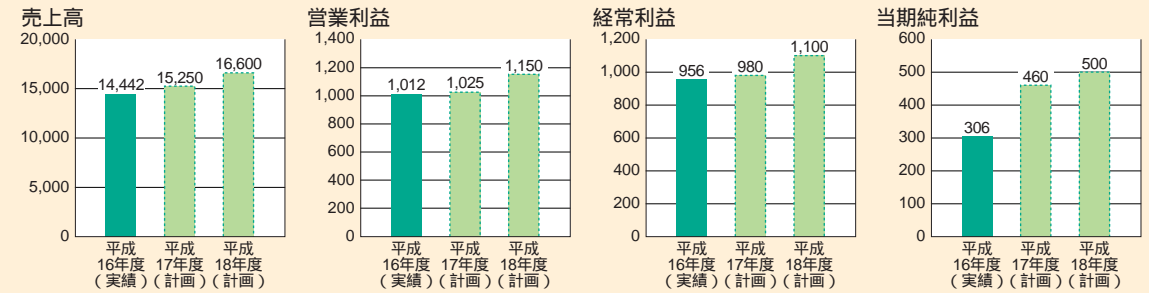
はじめに、第2次グループ中期経営計画の初年度であった昨年の総括をお願いします。

昨年の業績は、連結では酒類・飲料事業の増収に、M&A(企業の合併や買収)の成果が加わり、過去最高の売上高を達成することができました。また、利益についても、各事業の増収効果に加えて、酒類・飲料事業を中心とした効率化への取り組みが計画を上回る成果を上げたことにより、営業利益、経常利益、当期純利益のすべての利益で過去最高を達成しました。なかでも、営業利益については初めて1,000億円を超えました。

また、単体でも増収を確保し、連結同様すべての利益で過去最高を達成しました。

中期経営計画の数値目標と照らしてみても、利益については初年度の計画を大きく上回り、最終年度の目標に向けて着実に進捗しています。

第2次グループ中期経営計画の数値目標と進捗状況(連結) 単位:億円



昨年の各事業の施策と成果をお聞かせください。

酒類事業からお話ししましょう。ビールでは、ビールの回復基調が鮮明になるなか、「アサヒスーパードライ」が、ブランド力を発揮することで4年ぶりに前年比でプラスとなりました。発泡酒では、雑酒などの新カテゴリーの影響を受けて市場が大幅に縮小するなか、当社は「本生」「本生アクアブルー」「本生オフタイム」のブランド力でほぼ前年並みの売上高を維持したことにより、ビール・発泡酒1トアルのシェアは初めて40%を超えることができました。

一方、焼酎・低アルコール飲料・洋酒・ワインの総合酒類部門では、売上高・利益ともに前年を上回りましたが、計画に対しては未達となり、“成長”という点では満足な結果ではありませんでした。

飲料事業では、アサヒ飲料㈱が売上高で業界平

均を上回る成長を達成し、また構造改革によるコストダウンを計画的に進めることで、目標利益を上回りました。

食品・薬品事業では、アサヒフードアンドヘルスケア㈱が既存事業の強化やダイレクトマーケティング事業への本格的参入による新たな事業基盤の構築に取り組み、健康食品や機能性食品分野は順調に推移しました。しかしながら、全体では売上・利益目標を達成することができませんでした。

海外事業については、成長市場である中国を中心としたアジアを重点地域とし、「北京啤酒」など既存事業の強化に努めたほか、中国最大手食品グループ「康師傅(カンシーフ)控股有限公司」との合併による清涼飲料事業を開始するなど、新たな成長基盤の構築を目指した戦略的投資を行いました。また、韓国の「ヘテ飲料㈱」の出資比率を引き上げて連結子会社化したことに加え、韓国ロッテグループの

酒類販売会社に出資して新会社を設立するなど、韓国における事業基盤を強化しました。

Q それでは本年の事業方針と業績計画についてお聞かせください。

本年は、中期経営計画の確実な達成につながる“飛躍の1年”にしていく考えです。そのための最重要課題として、「国内酒類事業の新たな成長」「グループ事業の新たな成長」「世界に向けた新たな成長」の“3つの成長”に挑戦していきます。グループ全体での効率化をさらに推進しつつ、本年はあくまで“成長”に軸足を置いたうえで増収増益を果たしていきたいと考えています。

業績については、連結売上高は、前年比5.6%増加の1兆5,250億円の計画です。営業利益は、各事業の成長やグループ全体での効率化の推進により、前年比1.2%増加の1,025億円を目指し、当期純利益は、前年比50%増加の460億円と大幅な増加を見込んでいます。

アサヒビール(株)単体の酒類事業では、売上高で前年比4.3%増の1兆1,640億円、営業利益で前年並の920億円を見込んでいます。その目標達成に向け、前年に引き続きビール・発泡酒のブランド強化、新たに挑戦する新カテゴリーと総合酒類部門の攻勢を軸に、“利益ある成長”に挑戦します。

Q “3つの成長”について、「国内酒類事業の新たな成長」から順にご説明をお願いします。

国内酒類事業では、昨年の課題を受け、商品面では各カテゴリーの既存中核ブランドのさらなる強化と「お客様満足」を追求した新価値・新需要の創造に挑戦します。同時に、営業面でも、“高い目標を掲げて、挑戦する”アサヒビールのDNAを再度社内に徹底し、全社一丸となって成長への決意を新たにしています。

ビールでは、ビール回帰の流れを本格的なものにすることを大前提に取り組みます。発泡酒・雑酒では、お客様の嗜好の多様化にお応えする市場創造型の新商品を発売することを軸に全体の売上拡大を図ります。

焼酎・低アルコール飲料・洋酒・ワインの総合酒類部門の成長については、挑戦者の立場で、中核ブランドに経営資源を集中すると同時に、市場ニーズに応じた新商品開発や営業活動を展開し、市場での地位を飛躍的に向上させることを目指します。

Q 「グループ事業の新たな成長」についてはいかがでしょうか。

国内飲料事業では、アサヒ飲料(株)がさらなる成長戦略と確実な構造改革を推進することで、収益性の

改善を図っていきます。また同時に、さらなる飲料事業の拡大に向けて、グループとしての戦略的投資にも取り組んでいきます。

食品・薬品事業では、アサヒフードアンドヘルスケア(株)が、R&D(研究開発)の強化による商品開発、収益構造の改革、品質保証体制の再構築にスピードを上げて取り組み、「きらりと光る」強い分野を業界内で確立するよう挑戦を続けます。

Q 「世界に向けた新たな成長」はどのように推進していきますか。

海外事業については、重点地域である中国において、本年1月に北京市に「中国事業本部」を新設し、中国事業における意思決定の迅速化を図っています。まずは、北京啤酒の飛躍的な成長と、すでに経営参加をしているビール会社各社の経営基盤を強化し、事業全体を「利益ある成長」につなげるよう改革します。

また、「康師傅(カンシーフ)飲品控股有限公司」や「ヘテ飲料(株)」を中心とした海外飲料事業については、アサヒビールグループの持つ商品開発や品質管理、マーケティングのノウハウなどを活用し、本年は共同開発した新商品も発売する予定です。

Q 株主還元についてお聞かせください。

昨年、配当を1株あたり年2円増配の年15円とし、自己株式も取得しました。本年の当期純利益水準は、昨年に不動産整理損失を前倒して処理したことにより、大幅に上昇する計画ですので、業績計画の達成度合に応じて適切な株主還元を検討していきたいと考えています。

Q 最後に、株主の皆様へメッセージをお願いします。

本年、アサヒビールグループは、中期計画の最終目標の達成を目指して、“3つの成長”を通じて、将来につながる事業基盤を固めると同時に、フリーキャッシュフローを有効に活用し、さらなる企業価値の向上に努めていきます。株主の皆様には、今後とも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。

社会的責任

アサヒインターネットサービス㈱が 「プライバシーマーク」を取得



B820295(01)

昨年11月26日、アサヒビールグループのアサヒインターネットサービス㈱が、個人情報の適切な保護措置を整備している証となる「プライバシーマーク」を(財)日本情報処理開発協会から取得しました。

同社は、アサヒビールグループ各社のインターネット関連サービスを担当しており、インターネットを経由した不正アクセスなどによるグループ各社からの個人情報漏洩を防止する責任があります。このため、個人情報保護方針および個人情報保護コンプライアンスプログラムを制定し、全社員に周知徹底することで、個人情報の適切な取り扱いに努めています。

経済産業省の指導により、(財)日本情報処理開発協会が個人情報の適切な保護措置を講じている民間事業者を認定する制度。同協会の基準を満たし、適切な措置を講じていると認定されると「プライバシーマーク」が付与される。

「アサヒビールグループ 適正飲酒推進のための基本方針」を制定

アルコール飲料は長い人類の歴史のなかで、日々の暮らしに喜びと潤いをもたらすとともに、お祝い事など人生の節目でも、大きな役割を果たしており、私たちアサヒビールグループはそのようなアルコール飲料の製造・販売に携わっていることを、大変誇りに思います。しかしながら一方で、不適切な飲用により個人や家庭、社会でさまざまな問題が生じていることも認識しています。

そこでアサヒビールグループでは、酒類事業を中核とした企業グループの責任として、不適切な飲用による問題をなくし、アルコール飲料を通じて多くの人々と喜びや感動を分かち合うための指針として、「アサヒビールグループ適正飲酒推進のための基本方針」を制定しました。これからもアサヒビールグループは、適正飲酒を推進し、社会に信頼される企業を目指します。



適正飲酒推進の一環としてホームページに「お酒との正しい付き合い方のガイドブック」を開設しています。

http://www.asahibeer.co.jp/osake_gbook/

スマトラ沖地震および津波の被災の皆様には謹んでお見舞いを申し上げます。

この度のスマトラ沖地震および津波災害に際し、被災された方々に心よりお見舞いを申し上げますとともに、被災地の一日も早い復興をお祈り申し上げます。アサヒビールグループは被災地の復興に向けて次のような支援を行いました。

- ・(社)日本経済団体連合会(日本経団連)を通じ、日本赤十字社に1,000万円
- ・アサヒビールグループ全社に社内募金の呼び掛け
- ・社員ボランティア制度「ワンビールクラブ」より、NPO法人「World Vision Japan」に活動支援資金として10万円

環境活動

嫌気性排水処理システムで 低濃度有機排水の 「水処理ビジネス」に参入

排水中の有機物を生物分解するには、好気性微生物による方法(好気性処理)と、嫌気性微生物による方法(嫌気性処理)があります。好気性処理は、排水を攪拌(かくはん)するために必要な空気投入装置による電力消費や余剰污泥が発生する、嫌気性処理は用途が高濃度排水に限定されるなどの難点がありました。しかし、嫌気性処理は分解によって発生するメタンガスを再利用できるというメリットがあることから、アサヒビール㈱では嫌気性排水処理システムを食品業界でいち早く導入し、独自の嫌気性菌や処理水、メタンガスの分離装置、処理フローなどを開発することで、低濃度排水にも適応する新システムの開発に成功しました。今後は本年度中に商品化し、他の食品工場や紙パルプ工場、薬品工場などへ販売していきます。

(株)アサヒビールエンジニアリング、住友重機械工業㈱との共同開発。



アサヒ飲料㈱柏工場の可動式テストプラント



アサヒビール㈱茨城工場のテストプラント

工場に続き営業拠点などでも 「廃棄物再資源化100%」に挑戦

アサヒビール㈱では生産拠点での廃棄物の再資源化を平成8年から推進し、平成10年11月には全9工場で再資源化100%を達成しました。引き続き、昨年7月に策定した「アサヒビールグループ中期環境経営計画」のもと、平成18年までにグループ全生産拠点における再資源化100%の達成を目指しています。さらに、同年までにこの取り組みを、営業拠点や研究開発センター、配送センターなど全国約100カ所の非生産拠点へも展開するため、本年1月から本部ビル(東京都墨田区)、首都圏本部(東京都中央区)、北海道支社(札幌市)の3拠点から再資源化をスタートしました。非生産拠点ではコピー用紙や事務用品、営業用販促品など約40種類の再資源化と、廃棄物発生の全量把握体制の構築および排出総量の極小化を進めていきます。

アサヒ飲料㈱は一昨年に全工場
で廃棄物再資源化100%を達成。



「アサヒビール環境大賞」社員から提案を募集

「アサヒビール環境大賞」は、社員への環境啓発の促進と環境活動の優秀事例を社内に広く根付かせることを目的として、平成15年に創設された社内制度です。



アサヒビールのエコバッグ

昨年の表彰提案は、買い物に持参し、レジ袋の代わりにする「アサヒビールのエコバッグ」の展開提案などでしたが、2回目となる今回も、身の回りの環境に関するさまざまな角度からの提案が期待されます。

「二酸化炭素総排出量削減」を加速

「アサヒビールグループ中期環境経営計画」では、アサヒビール(株)単体で二酸化炭素総排出量の平成2年比10%削減を掲げています。この取り組みの一環として、国内7工場実践しているビールの仕込工程などで使用するボイラーの燃料をA重油から天然ガスに転換する取り組みを、平成20年までに福島工場(福島県本宮町)、四国工場(愛媛県西条市)でも展開します。また、博多工場(福岡市)には本年中にコ・ジェネレーション(熱電併給)システムを設置します。アサヒビール(株)では、これらを通じて二酸化炭素総排出量削減を加速していきます。

引火点60 以上、動粘度20mm²/s以下、残留炭素分4%以下、硫黄分2.0%以下の性状を有する重油。



四国工場

「第4回『食と健康』意識調査」を実施

アサヒビール(株)お客様生活文化研究所は、平成13年から毎年行っている人々の「食と健康」に対する意識調査を昨年も実施しました。「現代人の食事の理想と現実」をテーマにした調査結果から、多くの方々が「おいしい」「体によい」「安心・安全」な食事を理想と考えているものの、現実には「満腹感」のある食事を摂ることがわかりました。また、食と健康に対する意識変化を把握する調査結果から、多くの方々が健康に関する情報に接する機会が高まるなか、若い世代の家庭では調理離れが進んでいることや、若い女性の「体重・体型」「老化」に対する意識の高まりがわかりました。

首都圏在住の15～69歳の男女個人計1,000人(有効回収)を対象にインターネットで実施。調査期間は昨年8月27日～9月8日。



研究開発

「リンゴポリフェノール」の筋力増加作用と脂肪蓄積抑制作用を確認

アサヒビール(株)R&D本部未来技術研究所は、日本体育大学大学院体育科学研究科・中嶋研究室の中里浩一講師との共同研究で、リンゴポリフェノールの経口摂取によるふくらはぎの筋力増加作用と内臓の脂肪蓄積抑制作用を実験で確認。この研究成果を「第59回日本体力医学会大会」(昨年9月14日～16日)で発表しました。今後さらに詳細に実験結果を解析し、それぞれの作用のメカニズム解明を進めることで、スポーツフード素材など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ています。



「『2004年、あなたが元気をもらった出来事』調査」を実施

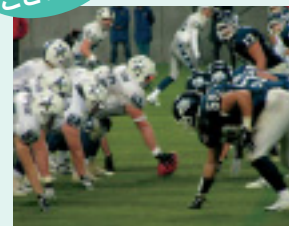
アサヒビール(株)お客様生活文化研究所は、人々が2004年の1年間を振り返り、「どのような出来事に喜び、感動したか」についての調査を実施しました。「元気をもらった社会的な出来事」では、男性は米国大リーグ・イチロー選手などスポーツ選手の活躍に感動し、女性は同性の朗報に共感したことがわかりました。また、「身近なところで感動や元気を得た出来事」について質問したところ、子供の成長や親子のコミュニケーションに関するエピソードが多数寄せられ、「元気の素」は家族団らんのなかにあることがうかがえました。

全国の20歳以上の男女1,418人(有効回答数)を対象にインターネットで実施。調査期間は昨年12月8日～12月14日。



文化・スポーツ支援

ご声援ありがとうございます アサヒビール シルバースターが「ジャパンXポウル」で準優勝



昨年12月18日、神戸ウイングスタジアムで開催された第18回日本社会人アメリカンフットボール決勝戦「ジャパンXポウル」に、我々がアサヒビール シルバースターが出場しました。対戦相手である松下電工インパルスに序盤から優勢に進められながらも、最後まで粘り強く追いつきを試みましたが、6-15で敗退。惜しくも2年連続の準優勝となりました。この悔しさをバネに来季こそは日本一を奪回します。皆様のご声援をよろしくお願いいたします。

アサヒビールロビーコンサート「ポジティブ・オルガンで贈るクリスマス・コンサート」開催

昨年12月3日、美しく繊細な音色で、どこことなく懐かしい趣を感じさせるポジティブ・オルガンの魅力を紹介する「ポジティブ・オルガンで贈るクリスマス・コンサート」を東京・吾妻橋の本部ビル1階ロビーで開催しました。当日は、オルガニスト崎山裕子さんの演奏や講話によってポジティブ・オルガンの世界を紹介。また、ゲストに迎えたソプラノ歌手の山本 理(みち)さんとのジョイントコンサートで一足早いクリスマスモードをお楽しみいただきました。



「ニッカウヰスキー北海道工場」事務所棟など9棟が国の有形文化財に登録



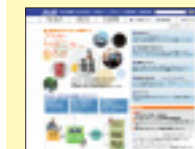
昨年12月10日に開催された国の文化審議会で、ニッカウヰスキー(株)北海道工場(北海道余市町)施設のうち、スコットランドの中世城郭をイメージした事務所棟や、外壁石材の表面を江戸切(えどぎり)で仕上げ、重厚感のある蒸溜棟など9棟が、国の有形文化財に登録されました。ニッカウヰスキー(株)では、昭和初期のウヰスキーづくりを今日に伝えるこれら貴重な施設を永く保存していきます。(これら一部施設は一般公開しています)

株主総会の模様をインターネットで配信します

本年3月30日に開催した第81回定時株主総会の模様をインターネットで配信します。配信開始は、「アサヒビールIRニュースメール」でお知らせします。

アサヒビールIRニュースメールの配信登録はこちらから

[▶ http://www.asahibeer.co.jp/ir/supporter/](http://www.asahibeer.co.jp/ir/supporter/)

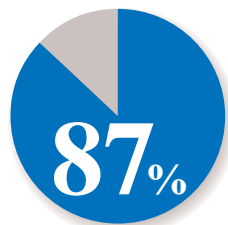


個人投資家の皆様への情報サイト
「アサヒサポーターひろば」

“Challenge”

SUPER
“DRY”

お客様がビールに対して真に望むことの実現
これこそが「アサヒスーパードライ」の挑戦である。
アサヒビールは、この考えのもと「スーパードライ」の
さらなるブランド力強化に向けさまざまな施策を展開しています。



工場見学に訪れたお客様の実に約90%が
「**ビール工場で飲むビールはうまい!!**」
と答える。その理由は「**鮮度**」にあります。

アサヒビールは、ご家庭でも、飲食店でもそのうまさを実現します。



鮮度の追求

スーパードライの鮮度追求活動は、お客様からの「うまい!!」というご評価をさらに高め、スーパードライのみがご提供できる価値「鮮度=うまさ」を感じていただくための活動です。本年は店頭でお客様に鮮度を実感していただけるような売場づくりを徹底して行っています。



うまい樽生の追求

飲食店でもお客様にうまい樽生ビールを提供していただけるよう、樽やディスプレイの管理をはじめ、ビールの注ぎ方やジョッキの扱い方についての情報提供など、飲食店の方々に対するさまざまな活動を行っています。

「アサヒスーパードライ」鮮度直送キャンペーン ~できたてのうまさ当たる!~



アサヒスーパードライ
鮮度パック

「スーパードライ」のできたてのうまさを実感していただくキャンペーンを実施中。できたてのスーパードライ(製造後3日以内)をクール便で直送します。皆様のご応募をお待ちしています。

応募期間:平成17年3月17日~平成17年5月31日(当日消印有効)
賞品: 鮮度実感コース(応募シール6枚1口)
アサヒスーパードライ缶350mlx6本、クーラーバッグ1個
本格実感コース(応募シール12枚1口)
アサヒスーパードライミニ樽30x1本、ミニ樽ホームサーバー1台
応募方法:対象商品に付いている応募シールをご希望のコースの必要枚数分集め、ご応募ください。
お問い合わせ先:
自動音声案内フリーダイヤル
☎0120-220-261(8:00-20:00、毎日受付)

おすすめ!
健康レシピ

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。

いんげんとたこのヨーグルトドレッシング



材料(4人分)
さやいんげん、ゆでたこ……各150g
塩……適量
プレーンヨーグルト……1/3カップ
クッキング用ビール酵母……大さじ1
オレンジのすりおろした皮……適量
オリーブ油……大さじ3
塩、こしょう……各少々

作り方

さやいんげんは5cm幅に切り、塩茹でしてざるにあげておきます。
たこはそぎ切りにしておきます。
プレーンヨーグルト、オレンジの絞り汁とすりおろした皮、オリーブ油、クッキング用ビール酵母、塩、こしょうを加えて混ぜ、ドレッシングをつくります。
のドレッシングに のさやいんげんと のたこを加えて混ぜ合わせ、器に盛ればできあがりです。

ヨーグルトとビール酵母を使ったヘルシードレッシング

ヨーグルトは弱ってしまった粘膜を修復してくれる働きがあるといわれています。そのヨーグルトにクッキング用ビール酵母を加えたヨーグルトドレッシングを新鮮ないんげんやたこ合わせて楽しんでみませんか。

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)のホームページ内の「健康創造マガジン」では、「いんげんとたこのヨーグルトドレッシング」のほかにも日々の健康状態に合わせて90種類以上のレシピをご紹介します。

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。

アサヒビールグループは、「愛・地球博」の協会企画事業「こいの池-ナイトイベント」に協賛しています。

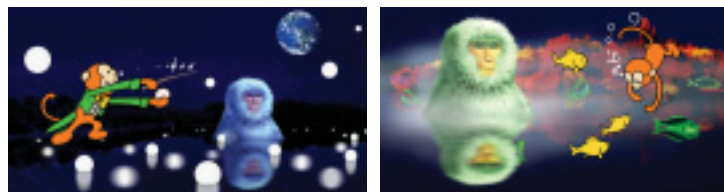


本年3月25日から半年にわたり、「2005年 日本国際博覧会(愛・地球博)」が開催されます。アサヒビールグループは、「自然の叡智(Nature's Wisdom)」をテーマに、21世紀の自然と人間の関わりを探求し、提案するという「愛・地球博」の理念に賛同し、同博覧会最大級のイベント「こいの池-ナイトイベント」に協賛しています。



博覧会最大級のイベント「こいの池-ナイトイベント」

「こいの池-ナイトイベント」は、「愛・地球博」を主催する(財)2005年日本国際博覧会協会の協会企画事業であり、池の水面に映し出される映像と水面に浮かぶオブジェ、幻想的な音と光によって構成されます。こいの池を舞台にシンボルキャラクター「スノーモンキー(日本猿)」とその仲間「アニメモンキー」が登場し、「地球・生命・文明・未来」という4つのパートで物語が展開。自然の叡智と人類の歩みを表現する美しく夢のようなシーンが繰り広げられ、自然との共生を強く呼び掛ける内容となっています。



© Robert Wilson / Change Performing Arts

長久手会場センターゾーン-こいの池にて会期中毎日(20:00~20:30、荒天を除く)実施される予定です。

こいの池-ナイトイベントを鑑賞できる「アサヒ パノラマレストラン」

「こいの池-ナイトイベント」への協賛の一環として、こいの池の東角隣接地に展望型レストラン「アサヒ パノラマレストラン」を出店します。池面より17.5mの高さから池周辺の自然とセンターゾーンを中心とした会場を見渡せる絶好のロケーションで、池に面したテラス席からは、ナイトイベントを鑑賞することもできます。アサヒビールグループは、「こいの池-ナイトイベント」への協賛と、「アサヒ パノラマレストラン」の出店を通じて「愛・地球博」を盛り上げていきます。



アサヒビールの「愛・地球博」に関する情報はこちら

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

「愛知の水資源保全キャンペーン」を実施しています。

「愛・地球博」を支援する活動の一環として、『アサヒスーパードライ 缶350ml「愛・地球博」』を愛知・三重・岐阜の3県で発売するとともに、本商品の売上1本につき1円を愛知県に寄付する「愛知の水資源保全キャンペーン」を実施しています。本キャンペーンの寄付金は、愛知県の水資源保全事業に役立てていただきます。



アサヒビール名古屋工場へもぜひお越しください!

見学、試飲は無料です。皆様のご来場を心よりお待ちしております。



アサヒビール名古屋工場ご案内係

TEL. 052-792-8966

FAX. 052-792-8967

必ずお電話などご予約ください。
ご案内受付時間 8:30-17:00(年末年始・指定休日を除く)

工場見学の詳しい情報はこちら

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

すべては、お客さまの「うまい!」のために。

全く「新」しい「生」! 「アサヒ新生」新発売

新素材の「大豆ペプチド¹」と、高発酵が可能な「スーパードライ酵母²」を組み合わせ、「新生(しんなま)高発酵製法」を採用することで、キリッとしたのどごしの、今までにない新しいまさを実現しました。

ネーミングは新しい生の誕生をストレートに表現する新生(しんなま)。パッケージは特長あるのどごしを表現するため、メタリックシルバーをメインカラーとしました。「アサヒ新生(しんなま)」は、「飲みやすさ」を求めるビールや発泡酒、低アルコール飲料ユーザーへの新提案です。

- 大豆タンパクから生まれた植物由来の成分で、数種のアミノ酸が結合した物質。醸造工程で20mg/100ml使用しています。
- 「アサヒスーパードライ」で使用している酵母の愛称。

平成17年4月20日発売
缶500ml、缶350mlの2品種 希望小売価格は設定していません。
酒税法上の種類・品目は「その他の雑酒」です。



「アサヒ 新生(しんなま)」開発担当者

新商品開発第一部 梶浦 瑞穂

「アサヒ新生(しんなま)」の大きな特長は、大豆ペプチドとスーパードライ酵母の出会いが生んだ「キリッとした新しいのどごし」です。4年もの歳月を経て、ようやくこの「新しい生」が完成しました。お客様の嗜好の多様化にお応えする新商品「アサヒ新生(しんなま)」をぜひお試しください。



ビールテイスト清涼飲料 「アサヒ ポイントワン」クオリティアップ

「アルコール分0.1%未満」と「スッキリしたクリアな味わい」はそのままに、コク感をアップ。パッケージもさらに本格感を追求しました。

平成17年3月23日発売
缶350ml / 130円(スタイニーびん334ml / 150円もあります)



「フォション 香り紅茶酒」日・仏同時発売



平成17年2月16日発売
ボトル缶300ml / 160円

フランスに本社を置く高級食品店 FAUCHON(フォション)と日本国内における紅茶風味アルコール飲料に関する独占的ライセンス契約を締結し、共同開発しました。今回発売するフレーバーは「アップルブランデー&ハーブ」と「カシス&ローズ」の2品種です。

「アサヒカクテルパートナー」リニューアル

低アルコール飲料の中核ブランド「アサヒカクテルパートナー」の味わい、パッケージデザインを一新し、スッキリした飲みやすさとみずみずしい果汁感が楽しめる「フルーティー系¹」と、スッキリした飲みやすさと炭酸の軽快で飲みあきない味わいの「スパーク系²」の2ラインで展開します。

- スクリュードライバー、ソルティードッグ、カシスオレンジ、ピーチ&オレンジ、ライチグレープフルーツ
- ドライジントニック、ドライモスコーミュール、ドライラム&コーラ

平成17年3月2日発売
缶350ml / 140円(缶500ml / 190円もあります)



「アサヒ旬果搾り」リニューアル、 季節限定商品スプリングセレクションも発売

各原料の配合バランスを見直し、果汁感と飲みやすさをさらに向上しました。全フレーバー 果汁分10%以上という特長はそのままです。あわせて、いちごの華やかな香りと、さくらんぼの甘酸っぱい果汁感が特長の季節限定フレーバー「スプリングセレクション」を新発売しました。

ハッピーレモン、ハッピーグレープフルーツ、ハッピーうめ、ハッピーもも、ハッピーりんご、ハッピー巨峰、ハッピー洋なし

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



「むぎ焼酎かのか 深層地下水割り」新発売、 「こめ焼酎かのか 1.8ℓ紙パック」リニューアル

「むぎ焼酎かのか 深層地下水割り」は、「むぎ焼酎かのか」を地下水脈から汲み上げた深層地下水によってアルコール10%の「水割り」に仕上げた新商品です。また、「こめ焼酎かのか 1.8ℓ紙パック」は華やかな吟醸香を特長としたこめ焼酎で、すっきりとキレの良い爽やかな味わいをアップさせました。

平成17年3月9日発売
「むぎ焼酎かのか 深層地下水割り」
缶250ml / 150円
(缶350ml / 180円もあります)
「こめ焼酎かのか 1.8ℓ紙パック」
1.8ℓ紙パック / 1,478円



“モルトからはじめよう”モルト100%ウイスキーをご提案 「ニュー・オールモルト」「ニュー・モルトクラブ」新発売

「ニュー・オールモルト」「ニュー・モルトクラブ」は、ニッカウヰスキー独自の“オールモルト製法”によるモルト(大麦麦芽)100%ウイスキーです。「ニュー・オールモルト」は、豊かで華やかな香りとまろやかな口当たり。「ニュー・モルトクラブ」は、甘くやわらかなモルトの香りと飲みやすすすっきりとした後味が特長です。



平成17年3月23日発売
「ニュー・オールモルト」700ml / 1,400円
「ニュー・モルトクラブ」700ml / 1,100円

サントネージュ 「酸化防止剤無添加 有機ワイン」 「酸化防止剤無添加 ワイン物語」リニューアル

サントネージュのワイン酵母技術と、ビール製造で培った“ミニマムオキシデーション製法”を採用し、よりフレッシュでフルーティな味わいを実現しました。



平成17年2月16日発売
「酸化防止剤無添加 有機ワイン」
720ml / 730円
「酸化防止剤無添加 ワイン物語」
720ml / 495円

アサヒ飲料(株)

平成17年方針

アサヒ飲料(株)は、中期経営計画2年目となる本年を「成長戦略」「構造改革」の総仕上げを行うとともに、来年度以降の積極投資への転換による「飛躍の拡大」のステージへと踏み出す最初の年と位置づけ、さらに強固な事業基盤を確立していきます。

「成長戦略」では、基幹ブランド「ワング」「三ツ矢サイダー」「アサヒ 十六茶」を一層強化するとともに、成長カテゴリーである「緑茶」「スポーツドリンク」において、大型新商品のご提案を通じてお客様のさまざまなニーズにお応えしていきます。

「構造改革」では、品質面・環境面においてお客様からさらなる信頼を獲得できるよう取り組んでいきます。

また、本年1月に直販自動販売機部門の新会社アサヒビバレッジサービス(株)を設立し、積極的な新規開拓活動や業務プロセスの平準化による生産性向上に努めていきます。

キレ味するどい、男の緑茶 「アサヒ 若武者」新発売

実力ある若き茶づくり名人が厳選したやわらかい若蒸し茶葉を使用することで、さわやかな香りと冴えわたるキレ味とことん追求した、スッキリ飲める男の緑茶です。

平成17年4月6日発売
PET 500ml / 140円



F1佐藤琢磨選手の全面協力によって誕生 「アサヒ スーパーH₂O」新発売

世界最速級のF1で活躍する佐藤琢磨選手の全面協力によって誕生したハイポニック・スポーツウォーター「アサヒ スーパーH₂O」。水のようにクリアな後味で、素早く体に浸透する、水の進化形です。

平成17年3月30日発売 PET 500ml / 140円



アサヒフードアンドヘルスケア(株)

平成17年方針

本年、アサヒフードアンドヘルスケア(株)は、経営戦略の柱である事業の成長と構造改革、安全・安心の確保の実行スピードを加速し、「お客様に喜ばれる新価値提案に注力した商品開発」「収益構造の改革による利益体質への転換」「品質保証体制の再構築」を徹底し、業界のなかで存在感のある「きらりと光る分野」を確立していきます。

食べておいしい、ビタミンCタブレット 「シーズケース レモン」新発売

カリッとした食感と酸味のあるレモン風味が特長。1製品60粒でレモン150個分のビタミンC3,000mgを摂取できます。チャック付きの小袋タイプのため、手軽にビタミンCを補給できます。

レモン1個分の果汁に含まれるビタミンC量を20mgとしています。

平成17年3月7日発売 60粒(30g) / NPP(想定価格143円)



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。

～第四話～

中国市場進出の軌跡

アサヒビールが中国市場に進出したのは平成5年、杭州、泉州、嘉興のビール会社に資本参加したことが始まりでした。折しも経済の急成長と投資環境の改善を背景として外国資本が一斉に中国に進出しつつあるなかで、アサヒビールは欧米のビールメーカーとは全く異なるアプローチでの事業基盤確立に挑みました。

目指したのは、本格的な日中協働による合弁事業の成功。そのためにまず、吹田工場から熟練技術者を派遣して実作業を通じた技術指導に努めました。上から指示して自国の管理手法を押し付けるのではなく、一緒に汗を流してものづくりをしていくなかで信頼関係を築き、品質や生産効率に対する意識を共有していったのです。また、商品も自社ブランドのみに限定せず、現地ブランド商品もラインナップして双方の品質向上を図りました。

こうした取り組みにより、アサヒビールは着実に事業基盤を拡大。平成7年には北京、煙台のビール会社の経営権を取得し、さらに平成9年には中国最大手メーカー・青島啤酒社との間で合弁会社設立を決定しました。現在も約300社のビールメーカーが存在する中国市場で、アサヒビールの合弁5社¹は生産高で十指に入る地位を築いています²。

出資会社の一つである北京啤酒は長く厳しい状況にありましたが、これを打開すべく、平成15年に



グリーン北京工場

北京啤酒の抜本的改革に着手。最新鋭の生産技術を導入した「グリーン北京工場」を新設するとともに、大規模な消費者嗜好調査の結果を踏まえて生まれ変わった「《新》北京啤酒」を平成16年5月に発売しました。アサヒビールのノウハウを活かした爽快感のある生ビールの味わいと、中国人スタッフの感覚を採り入れたパッケージデザインや広告戦略が多くの人々に受け入れられ、北京啤酒は平成16年大幅に売上を増加しました。最高のうまさと品質を追求するアサヒビールの思いは、文化・価値観の違いを超えて中国の人々に伝わっています。これからも合弁会社の仲間たちとともに、中国全土、さらに東アジア全域のお客様に感動を与える商品を提供し続けていきます。

- 1 嘉興海燕啤酒西湖朝日有限公司は杭州西湖啤酒朝日(股份)有限公司の生産子会社です。
- 2 平成14年中国醸酒工業協会分会調べ。

中国での事業展開(略年表)

- 平成5年 杭州西湖啤酒朝日(股份)有限公司、福建泉州清源啤酒朝日有限公司、嘉興海燕西湖朝日有限公司に資本参加
- 平成6年 初の日中共同開発ビール「日本朝日啤酒」を発売
- 平成7年 伊藤忠商事(株)と共同で北京啤酒朝日有限公司、煙台啤酒朝日有限公司の経営権を取得
- 平成10年 煙台啤酒朝日有限公司で「アサヒスーパードライ」の現地生産を開始
- 平成12年 青島啤酒社との合弁会社・深圳青島啤酒朝日有限公司で「アサヒスーパードライ」の生産を開始
- 平成16年 北京啤酒朝日有限公司の新工場(通称「グリーン北京工場」)が完成、「《新》北京啤酒」を発売

第五話はアサヒスーパーレポート平成17年秋号(9月発行予定)に掲載予定です。



ふれあい広場

「アサヒふれあい広場」は、各種キャンペーン、イベントのご案内や株主様アンケートの集計結果をご紹介します。

キャンペーン情報

アサヒビールは、消費者向けキャンペーンを多数実施しています。皆様のご応募をお待ちしています。

焼酎「かのか」で
総計30,000名様に
当たる！
「かのか」食の彩り「プレゼント」
キャンペーン

「ほのかな香りとスッキリとした味わい」と、「食」との相性のよさが特長の焼酎「かのか」。日頃のご愛飲にお応えするキャンペーンです。

- 応募締切:平成17年5月31日(当日消印有効)
 賞品:「日本各地のお国自慢の味」総計1,800名様
- ・留萌ずわいかにボイル(北海道)
 - ・横浜中華街聘珍樓飲茶セット(神奈川県)
 - ・紀州梅セット(和歌山県)
 - ・金沢一夜干し(石川県)
 - ・松山あわび・さざえ詰合わせ(愛媛県)
 - ・福岡辛子明太子(福岡県)
- ▶ 抽選でもれた方からさらに抽選で「美濃焼彩り小鉢2個セット」が28,200名様に当たります。

応募方法:対象商品に添付された専用応募ハガキでご応募ください。
お問い合わせ先:キャンペーン事務局
☎0120-616-609
(受付時間 9:00-17:00、土・日・祝日は除く)



「ニュー・オールモルト」「ニュー・モルトクラブ」新発売キャンペーン 「女房にプレゼント」キャンペーン

本年もニッカウヰスキーは「モルトウヰスキー」の楽しさをご提案します。女優・石田ゆり子さんのTVCMで話題のキャンペーンです。

- 応募締切:平成17年6月30日
 賞品:抽選で「ヨーロッパキッチンウェアカタログギフト」3,000名様(オリジナルカタログからご希望のキッチンウェアを一つお選びいただきます)
 Wチャンス▶ 抽選でもれた方からさらに抽選でウヰスキー小物セットが、7,000名様に当たります。
 応募方法:対象商品に添付された応募シールを1枚1口として、専用応募ハガキまたは官製ハガキに貼りご応募ください。
 お問い合わせ先:
 自動音声案内フリーダイヤル 0180-993-227(24時間受付)



「新しくなったサントネージュ デイリーワイン」 キャンペーン

アサヒビールの国産ワインブランド「サントネージュ」。今回、中味もパッケージも一新した「酸化防止剤無添加 有機ワイン」「酸化防止剤無添加 ワイン物語」の新発売に合わせてキャンペーンを実施します。

- 応募締切:平成17年4月28日(当日消印有効)
 賞品:本格調味料が合計で3,000名様に当たります。
- ・「寺岡家の有機しょうゆ詰合わせ」
 - ・「天海の塩詰合わせ」
 - ・「会津天寶の名水仕込みそ」
- (各1,000名様)
 応募方法:対象商品に添付された専用応募ハガキでご応募ください。
 お問い合わせ先:キャンペーン事務局
 ☎0120-117-752
 (受付時間 10:00-17:00、土・日・祝日は除く)



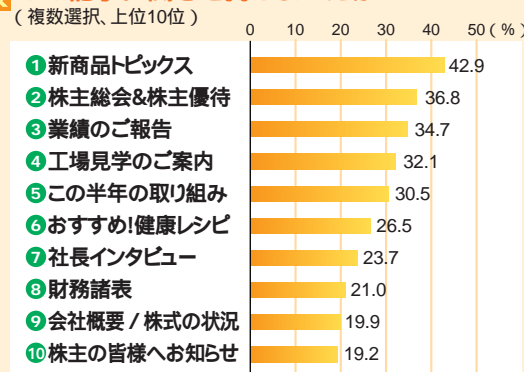
全国のビール工場ではさまざまなイベントを行っています。詳しくはホームページをご覧ください。
<http://www.asahibeer.co.jp/brewery/>



アンケートの集計結果

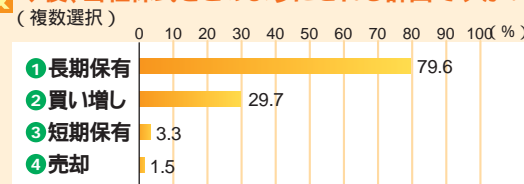
第81期中間事業報告書にて実施した株主様アンケートの集計結果をご報告します。今回は8,000名を超える株主の皆様からご回答をいただきました。ありがとうございます。

Q どの記事に関心を持ちましたか?



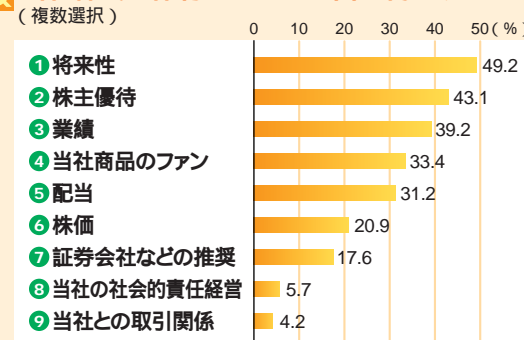
「株主総会&株主優待」「工場見学のご案内」の関心が高かったようです。また、全体に幅広く関心を持っていただくことができました。これからも皆様のご意見を活かした編集に努めます。

Q 今後、当社株式をどのようにされる計画ですか?



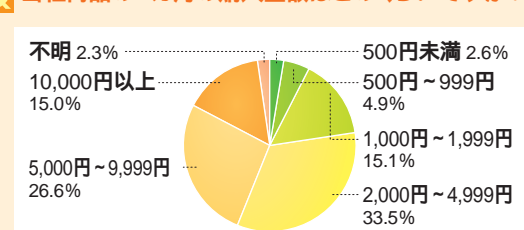
「長期保有」をお考えの株主様が増えたことにとっても感激しています。また、「短期保有」「売却」とお答えの株主様が減少していることも大変嬉しく思います。

Q 当社株式を保有している理由は何ですか?



「将来性」「株主優待」「業績」は前回同様でしたが、「当社商品のファン」だからや、「当社との取引関係」があるからが順位を上げました。商品ご購入者やお取引業者様が当社の株主になるという傾向が表れ始めました。

Q 当社商品の1カ月の購入金額はどのくらいですか?



「2,000円~4,999円」のご購入の方が最も多く、株主様平均では約5,000円ご購入いただいています。この金額は一般の方の約10倍もの金額です。今後とも当社ならびに当社グループ各社の商品へのご愛顧をよろしくお願い申し上げます。

編集後記

株主の皆様とアサヒビールのコミュニケーション誌「アサヒスーパーレポート」。本年から年4回(3月・6月・9月・12月)発行します。今号から「チャレンジ!スーパードライ」や「アサヒふれあい広場」のコーナーを新連載しました。これからも皆様声を編集の参考にいたします。同封のアンケートハガキでご意見やご感想などをぜひお聞かせください。

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)は41.7%と初めて40%を超え、過去最高を達成し、4年連続で1位となりました。酒類、飲料事業ともに増収増益となり、特に利益面では営業利益、経常利益、純利益すべてで大幅な増益となりました。

当期の業績

売上高……1兆4,442億2,500万円(前期比3.1%増)
 営業利益……1,012億7,200万円(前期比28.2%増)
 経常利益……956億5,000万円(前期比35.7%増)
 当期純利益……305億9,500万円(前期比31.8%増)

事業別の概況

酒類事業



売上高……1兆789億3,100万円
 (前期比1.1%増)
 営業利益……908億7,100万円
 (前期比25.4%増)

当期酒類業界は、ビール市場に回復の兆しが現れ始めましたが、発泡酒増税の影響などにより、ビールと発泡酒を合わせた課税数量は3年連続の減少となりました。一方、お客様の嗜好の多様化を背景に、焼酎市場と低アルコール飲料市場は引き続き拡大いたしました。

そのなかで、当社は当期を総合酒類事業の新ステージと位置づけ、中核ブランドの高付加価値化を通じた強化・拡大を図るとともに、グループの総合力を結集し、お客様に感動していただける革新的な商品・サービスのご提供を目指してまいりました。

ビール・発泡酒では、「アサヒスーパードライ」が4年ぶりに前期の売上高を上回り、回復傾向のビール市場での存在感を高めることができました。また、「本生」がブラン



ド全体で発売以来3年連続で売上拡大を果たし、業界全体では発泡酒の成長がマイナスとなるなか、大きくシェアを伸ばすことができました。その結果、当

社のビール・発泡酒課税数量は前期比100.1%、同市場でのシェア41.7%となり、創業以来初めて40%を突破いたしました。

成長市場である焼酎や低アルコール飲料では、「かのか」や「アサヒカクテルパートナー」が業界平均を大きく上回る成長を実現いたしました。また、新世代焼酎「SAZAN(サザン)」はお客様のニーズにお応えできました。



洋酒は、市場の縮小傾向に伴い売上高は減少しましたが、創業70周年を迎えたニッカウヰスキー(株)の品質に対し、高い評価をいただきました。

ワインでは、国産ワインの販売が低迷したものの、輸入ワインでは「ボージョレ・ヌーヴォ」で業界第2位の輸入数量を達成できました。

以上の結果、酒類事業は増収増益を達成できました。

飲料事業



売上高……2,173億8,000万円
 (前期比17.0%増)
 営業利益……81億1,300万円
 (前期比54億6,800万円増)

飲料事業では、アサヒ飲料(株)が、「ワンダ モーニングショット」「アサヒ 十六茶」「三ツ矢サイダー」に経営資源を集中し、積極的な商品展開と販売促進施策を実施いたしました。成長分野においてもナチュラルミネラルウォーター「アサヒ 富士山のバナジウム天然水」が多くのお客様から支持をいただきました。その結果、飲料事業の売上高はアサヒ飲料(株)の増収、韓国・ヘテ飲料(株)の連結子会社化を含め増収となり、営業利益も大幅に改善いたしました。



売上高……221億6,200万円
 (前期比2.9%増)
 営業損失……5億9,800万円
 (前期比7億6,600万円減)

食品・薬品事業ではアサヒフードアンドヘルスケア(株)が、主力ブランドである医薬部外品「エビオス錠」を順調に伸ばすとともに、サプリメント「アクティオ」が好調に推移し、バランス栄養菓子「バランスアップ」、ミント系菓子「ミンティア」の売上が増加したことで、業界内での地位を高めることができました。その結果、売上高は増加しましたが、ダイレクトマーケティング事業で積極的な広告活動などを展開した結果、営業損失となりました。



その他事業

売上高……1,257億5,100万円
 (前期比0.1%減)
 営業利益……29億3,500万円
 (前期比13.6%減)

その他事業では、外食事業の効率化に向けた取り組みによる売上高の減少などがあったものの、物流事業が堅調に推移しました。



来期(平成17年12月期)の連結業績予想

売上高……1兆5,250億円(当期比5.6%増)
 営業利益……1,025億円(当期比1.2%増)
 経常利益……980億円(当期比2.5%増)
 当期純利益……460億円(当期比50.3%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16年度	平成15年度
資産の部			
流動資産		420,780	393,260
現金及び預金		14,156	11,699
受取手形及び売掛金		279,771	262,406
棚卸資産		85,190	89,067
繰延税金資産		19,861	6,448
その他		32,238	35,936
貸倒引当金		10,438	12,297
固定資産		830,038	851,149
有形固定資産		657,509	693,570
建物及び構築物		222,493	230,264
機械装置及び運搬具		196,172	201,781
工具器具備品		51,568	52,738
土地		183,045	204,684
建設仮勘定		4,228	4,102
無形固定資産		18,410	17,588
投資等		154,118	139,990
投資有価証券		93,653	68,137
長期貸付金		5,392	3,886
長期前払費用		9,062	8,893
繰延税金資産		29,815	38,325
その他		28,470	32,861
貸倒引当金		12,275	12,112
資産合計		1,250,818	1,244,409

(単位:百万円)

科目	期別	平成16年度	平成15年度
負債の部			
流動負債		531,690	542,308
支払手形及び買掛金		84,585	81,056
短期借入金		38,864	51,237
1年以内返済債長期借入金		9,705	15,983
1年以内償還社債		49,997	47,603
未払酒税		148,654	146,716
未払消費税等		10,851	10,723
未払法人税等		23,958	20,999
未払金		43,234	39,090
未払費用		54,524	47,336
預り金		63,718	70,524
コマーシャルペーパー		-	5,500
その他		3,594	5,535
固定負債		274,472	286,453
社債		120,000	159,997
長期借入金		84,521	55,962
退職給付引当金		29,183	29,772
繰延税金負債		448	304
その他固定負債		40,318	40,417
負債合計		806,162	828,762
少数株主持分			
少数株主持分		26,827	17,494
資本の部			
資本金		182,531	182,531
資本剰余金		181,282	181,281
利益剰余金		74,053	50,409
その他有価証券評価差額		4,769	1,793
為替換算調整勘定		76	163
自己株式		24,885	18,026
資本合計		417,827	398,152
負債・少数株主持分及び資本合計		1,250,818	1,244,409

Point 1 不動産管理会社の整理により、有形固定資産が360億円減少しました。

Point 2 当期末の金融債務残高は前期比332億円減少の3,031億円と大幅に圧縮することができました。

(注)百万円未満は切り捨てて表示しております。

連結損益計算書 (1月1日～12月31日)

科目	期別	平成16年度	平成15年度
売上高		1,444,225	1,400,301
売上原価		978,610	959,162
売上総利益		465,615	441,138
販売費及び一般管理費		364,342	362,154
営業利益		101,272	78,983
営業外収益		5,127	4,759
受取利息及び配当金		1,504	1,554
持分法による投資利益		-	326
連結調整勘定償却額		1,620	1,601
その他		2,002	1,276
営業外費用		10,750	13,263
支払利息		4,284	4,799
持分法による投資損失		734	-
その他		5,731	8,463
経常利益		95,650	70,480
特別利益		1,627	2,805
固定資産売却益		449	956
その他		1,177	1,849
特別損失		38,908	24,605
固定資産売却・除却損		31,314	14,476
投資有価証券売却損		2,048	78
投資有価証券評価損		271	1,198
事業整理損失		-	4,287
その他		5,273	4,563
税金等調整前当期純利益		58,368	48,680
法人税、住民税及び事業税		33,741	22,830
法人税等調整額		6,910	2,451
少数株主損益		941	188
当期純利益		30,595	23,210

(単位:百万円)

Point 3 連結売上高には下半期に新規連結した韓国のヘテ飲料社の売上高180億円を含んでいます。

(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)

科目	期別	平成16年度	平成15年度
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		58,368	48,680
減価償却費		51,339	53,100
貸倒引当金の増減額		1,262	5,175
固定資産売却除却損		31,314	14,476
その他		6,315	11,181
小計		146,075	132,615
利息及び配当金の受取額		1,621	1,533
利息の支払額		4,392	4,400
法人税等の支払額		30,374	14,390
営業活動によるキャッシュフロー		112,930	115,358
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		36,020	35,466
投資有価証券の取得による支出		39,113	4,442
その他		20,284	9,155
投資活動によるキャッシュフロー		54,850	30,753
財務活動によるキャッシュフロー			
短期借入金の増減額		17,359	55,459
長期借入金の増減額		13,522	356
社債の発行による収入		10,000	10,000
社債の償還による支出		47,396	25,451
自己株式の取得による支出		6,871	8,705
配当金の支払額		6,832	9,728
その他		727	292
財務活動によるキャッシュフロー		55,666	88,694
現金及び現金同等物に係る換算差額		231	366
現金及び現金同等物の増減額		2,181	4,456
現金及び現金同等物の期首残高		11,561	15,986
連結範囲の変更による現金及び現金同等物の増減額		86	18
合併に伴う現金及び現金同等物の増加額		-	12
現金及び現金同等物の期末残高		13,657	11,561

(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16年度	平成15年度
資産の部			
流動資産		338,687	329,187
現金及び預金		4,886	3,039
受取手形及び売掛金		227,816	217,128
棚卸資産		33,910	38,012
短期貸付金		46,056	55,923
繰延税金資産		17,527	5,956
その他流動資産		20,484	20,992
貸倒引当金		11,994	11,866
固定資産		699,631	748,598
有形固定資産		514,023	535,443
建物		146,440	155,265
機械及び装置		163,174	170,207
土地		129,947	132,553
その他		74,460	77,417
無形固定資産		12,656	12,791
投資その他の資産		172,951	200,363
投資有価証券		50,869	49,929
関係会社株式・出資金		70,826	69,038
長期貸付金		18,388	41,211
繰延税金資産		14,897	21,784
その他の投資等		28,743	33,367
貸倒引当金		10,774	14,969
資産合計		1,038,319	1,077,786

(単位:百万円)

科目	期別	平成16年度	平成15年度
負債の部			
流動負債		423,167	438,532
支払手形及び買掛金		49,391	47,639
短期借入金		22,018	40,500
社債(1年以内償還予定)		49,997	40,000
未払酒税		138,199	135,986
預り金		75,637	84,809
コマーシャルペーパー		-	5,500
その他流動負債		87,924	84,097
固定負債		211,387	252,846
社債		120,000	159,997
長期借入金		46,500	45,500
長期預り金		32,974	33,889
退職給付引当金		11,565	13,049
役員退職慰労引当金		346	410
負債合計		634,555	691,378
資本の部			
資本金		182,531	182,531
資本剰余金		190,291	190,290
資本準備金		130,292	130,292
その他資本剰余金		59,999	59,998
利益剰余金		51,318	30,004
固定資産圧縮積立金		2,606	2,744
別途積立金		20,000	10,000
当期末処分利益		28,711	17,259
株式等評価差額金		4,507	1,607
自己株式		24,885	18,026
資本合計		403,763	386,407
負債及び資本合計		1,038,319	1,077,786

Point 1 単体の総資産は、前期比395億円圧縮され、一層効率的な経営が可能となります。

Point 2 単体の金融債務残高は2,385億円と、前期比530億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)

(単位:百万円)

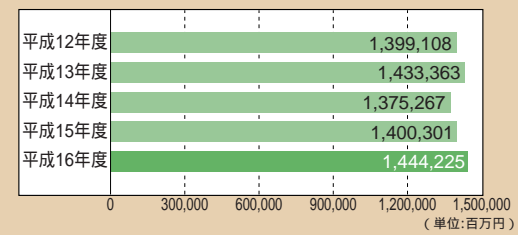
科目	期別	平成16年度	平成15年度
売上高		1,116,360	1,106,977
売上原価		803,486	804,244
売上総利益		312,873	302,732
販売費及び一般管理費		221,140	230,367
営業利益		91,733	72,365
営業外収益		2,749	2,480
受取利息及び配当金		1,844	2,048
雑収入		905	431
営業外費用		5,823	12,008
支払利息		2,806	3,549
雑損失		3,017	8,458
経常利益		88,659	62,838
特別利益		522	685
固定資産売却益		300	463
投資有価証券売却益		213	221
関係会社株式売却益		8	-
特別損失		37,435	19,480
固定資産売却除却損		7,322	7,779
投資有価証券売却損		123	78
関係会社株式売却損		121	-
関係会社整理損失		24,668	644
投資有価証券評価損		167	1,181
関係会社株式評価損		5,033	4,926
事業整理損失		-	4,287
過年度役員退職慰労引当金繰入額		-	581
税引前当期純利益		51,746	44,043
法人税、住民税及び事業税		30,199	21,323
法人税等調整額		6,648	6,340
当期純利益		28,196	16,379
前期繰越利益		4,154	4,073
中間配当額		3,639	3,193
当期末処分利益		28,711	17,259

Point 3 単体でも、すべての利益で過去最高となりました。

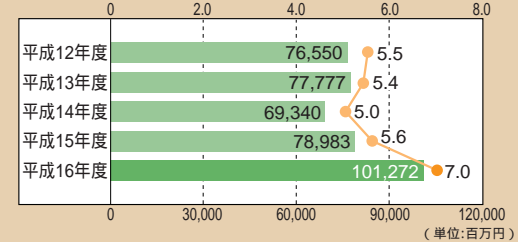
(注)百万円未満は切り捨てて表示しております。

財務ハイライト(連結)

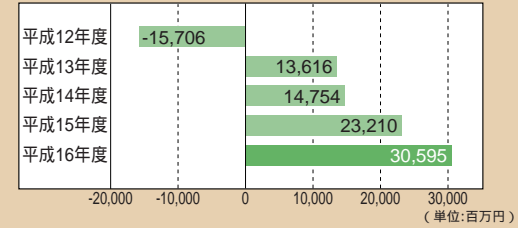
売上高



営業利益 / 売上高営業利益率



当期純利益



1株当たり情報(単体)

	平成16年度	平成15年度
当期純利益	57円80銭	33円11銭
年間配当金	15円	13円
株主資本	831円88銭	786円45銭

来期(平成17年12月期)は当期純利益(通期)90円49銭、年間配当金15円を予想しております。

会社概要 (平成16年12月31日現在)

商号 アサヒビール株式会社
(ASAHI BREWERIES, LTD.)
本店所在地 〒104-8323 東京都中央区京橋3-7-1
設立 昭和24年9月1日
資本金 182,531,194,085円
従業員数 3,700名(126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。

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17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 …… 後藤 義弘 岡田 正昭
専務執行役員
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 藤田 博
監査役 …… 櫻井 孝頼 中村 直人 石崎 忠司
【執行役員】
専務執行役員 …… 藏口 勝 高橋 正哲
常務執行役員 …… 大澤 正彦 石橋 英行 岩崎 次弥
佐々木 修 亀野 正徳 富永 寿郎
吉岡 信一 石井 敏史 富田 義人
執行役員 …… 本山 和夫 二宮 裕次 松延 章
高橋 成公 三谷 昌 名倉 伸郎
三宅 雅人 山崎 史雄 羽田 茂
岩上 伸 仁平 進 高橋 修
戸倉 政雄 小井 薫 谷口 憲二
川面 克行 杉浦 誠 神津 和民
高橋 周

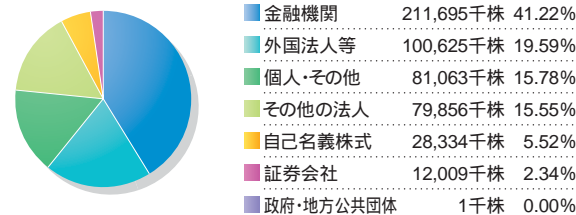
株式の状況 (平成16年12月31日現在)

発行済株式総数 513,585,862株
当期末株主数 100,148名(前期末比748名減)
大株主(上位10名)

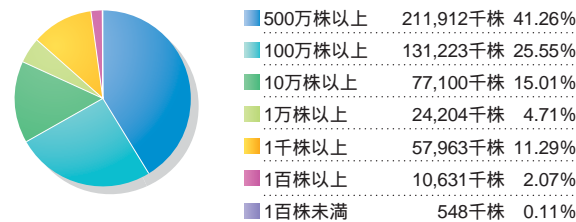
株主名	持株数 (千株)	議決権 比率(%)
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	36,288	7.5
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	30,749	6.4
旭化成株式会社	18,785	3.9
第一生命保険相互会社	17,920	3.7
富国生命保険相互会社	16,883	3.5
株式会社三井住友銀行	12,897	2.7
野村證券株式会社	9,775	2.0
資産管理サービス信託銀行株式会社(信託B口)	7,461	1.5
ステートストリートバンクアンドトラストカンパニー-505103	7,295	1.5
住友生命保険相互会社	7,090	1.5
合計	165,145	34.1

(注) 当社は自己株式を28,334千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



株主優待のご案内

本年3月10日に株主総会招集通知をお送りした封筒に、株主優待のご案内とお申し込みハガキを同封いたしました。株主優待のお申し込み締切は4月8日(金)事務局必着です。お申し込みがお済みでない株主様は、お早めにお送りください。
なお、お申し込み締切を過ぎた場合は、「アサヒ飲料・アサヒフードアンドヘルスケア商品詰め合わせ」をお届けしますので、ご了承ください。

株主優待品のお届けについて

当社の本年の優待品は6月上旬頃、株主名簿、実質株主名簿に登録されているご住所(この冊子、第81期事業報告書「アサヒスーパーレポート」をお送りさしあげたご住所)にお届けする予定です。対象の株主様は、平成16年12月31日現在、当社株式100株以上所有の株主様です。

株主優待に関するお問い合わせ先
アサヒビール株式会社 株主優待事務局
☎0120-477-488
(受付時間 9:30-17:30、土・日・祝日は除く)

■ 今年も4つのなかから1つご選択ください

株主様限定特製ビール
アサヒビール酒類商品詰め合わせ
アサヒ飲料・アサヒフード
アンドヘルスケア商品
詰め合わせ
アサヒビール環境基金
「水の惑星」へのご参加



昨年の株主様限定特製ビール

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

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。

名義書換代理人 UFJ信託銀行株式会社
同事務取扱所 〒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
オペレーター対応 ☎0120-232-711
(9:00-17:00、土日祝日を除く)
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

自動音声案内 フリーダイヤル ☎0120-244-479(本店証券代行部)
インターネット <http://www.ufjtrustbank.co.jp/>
なお、証券保管振替機構(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

株券不発行制度について

平成16年6月、「株券不発行制度」に関する法律が成立、公布されました。

これにより、平成21年6月までの一定の日において、当社を含む「公開会社」につきましては、すべての株式が証券会社などの「振替口座簿」で記帳・振替決済のうえ、株主名簿により管理される上記制度(株券のペーパーレス化)に一斉移行されることとなります。

この制度では株券自体は無効になりますが、ご自身の名前が株主名簿に記載されている限り、配当金の受け取りなどの株主としての権利を失うことはありません。

詳細につきましては、今後お知らせいたしますが、証券保管振替機構(ほふり)をご利用ではなく、お手元に株券をお持ちの株主様におかれましては、株券がご自身の名義になっているかをご確認のうえ、そうでない名義の場合には、名義変更手続きを行っていただきますようお願いいたします。(証券保管振替機構をご利用の場合は手続き不要です)

..... 単元未満株式保有の株主様へ

単元未満株式の買増制度について

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、証券保管振替機構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。

UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 ☎0120-232-711

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

FSC TRADEMARK © 1996 FOREST STEWARDSHIP COUNCIL A.C.

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。



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。