

Asahi わたしたちの“今”を皆様にお伝えします super report アサヒスーパーレポート

2006
夏号



アサヒ
くびなま。
新発売



アサヒ
プライムタイム
新発売



「第82回定時株主総会」
を開催

第83期第1四半期のご報告 2006年1月1日～2006年3月31日

| | | | |
|----------------------------------|----|---------------------------------|-----|
| ごあいさつ | 2 | アサヒビールグループ 第1四半期業績のご報告 | 12 |
| M&Aのご報告 | 3 | この3カ月の取り組み | 14 |
| 新ジャンルとプレミアム生ビールの 新商品を発売 | 4 | アサヒNews Flash | 15 |
| チャレンジ! スーパードライ | 6 | 株主メモ | 17 |
| アサヒビール工場のご案内 | 7 | アサヒ サポーターひろば | 18 |
| 株主の皆様との双方向コミュニケーション | 8 | 会社概要 | 裏表紙 |
| 新商品トピックス | 10 | | |

Asahi
アサヒビール



アサヒビール株式会社
代表取締役会長

池田 弘一

代表取締役社長

萩田 伍

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。また、日頃より格別のお引き立てを賜り誠にありがたく厚くお礼申し上げます。

アサヒビールグループは、2004年から2006年の3か年にわたる第2次グループ中期経営計画を策定し、「成長性溢れる新しいアサヒビールグループ」を目指した、「事業構造」「収益構造」「企業体質」の3つの変革を達成するために、グループ全社員を挙げて取り組んでおります。

アサヒビール(株)は本年4月24日、三共(株)との間で、三共の子会社である和光堂(株)の株式を公開買付けにより取得することで合意し、その後の公開買付けの結果、5月19日より和光堂(株)は当社の連結子会社となりました。

アサヒビールグループは、「事業構造」の変革の具体的な取り組みとして、国内酒類事業をより強固にするとともに、積極的な事業投資によって将来への成長へ向けたグループ事業構造の再構築を推進しております。特に、食品・薬品事業につきましては、酒類事業、飲料事業に次ぐ“第3の柱”へ成長させることを目標とし、最重点課題の1つとして取り組んでおります。これまで、同事業の中心となるアサヒフードアンドヘルスケア(株)の取り扱い商品群の拡大を図るとともに、昨年は高付加価値の健康食品事業を行う(株)サンウエルを新たにグループに加え、商品面・チャネル面での基盤を強化してまいりました。今般の和光堂(株)の株式公開買付けによる連結子会社化は、同事業の成長戦略のスピードアップを目指すものです。

株主の皆様におかれましては、これまでと変わらぬお引き立てを賜りたくお願い申し上げます。今後のさらなる飛躍のための活動をお約束し、ごあいさついたします。

2006年6月

ベビーフード国内販売シェアNo.1の和光堂(株)がアサヒビールグループの一員になりました。グループ事業構造の再構築は着実に進展しています。

アサヒビールグループでは、中期経営計画にもとづく「成長性溢れる新しいアサヒビールグループへの変革」を目指す取り組みのなかで、特に食品・薬品事業を酒類事業、飲料事業に次ぐ第3の柱として成長させることを目標としています。

その一環として、本年5月、アサヒビール(株)はベビーフードで国内NO.1のシェアを誇る和光堂(株)株式の約91%を公開買付けにより取得しました。同社は、日本における育児用品のパイオニアであり、ベビーフードをはじめとする製品で培った安心・安全のブランド力と食品の物性加工技術などに強みを持っています。これらの強みとアサヒビールグループの経営資源を相互に活用することで、大きなシナジー効果を発揮できると期待しています。アサヒビールグループは、アサヒフードアンドヘルスケア(株)と和光堂(株)を食品・薬品事業における中核会社と位置づけ、同事業のさらなる拡大に取り組んでいきます。

和光堂の主力商品



育児用ミルク
「はいはい」

フォローアップミルク
「ぐんぐん」

ベビーフード
手作り応援
「白身魚と緑黄色野菜」

ベビーフード
れとると倶楽部
「和風弁当」

健康食品
「シュワッとサプリFe&葉酸」

高齢者向け食品
食事は楽し
「煮こごり風五目豆」

粉末飲料
「牛乳屋さんの珈琲」

和光堂(株)の概要

| | |
|--------|---|
| 商号 | 和光堂株式会社 |
| 主な事業内容 | 育児用粉乳、ベビーフード、自動販売機用食品、家庭用食品、業務用粉乳、医薬品、医薬部外品、化粧品、衛生用品、雑貨等の製造及び販売 |
| 設立 | 1953年(昭和28年)10月19日 |
| 本店所在地 | 東京都千代田区鍛冶町二丁目7番15号 |
| 代表者 | 取締役社長 富永寿郎 (2006年6月28日就任) |
| 資本金 | 2,918百万円 (2006年3月31日現在) |

新ジャンルとプレミアム生ビールの新商品を発売

新ジャンル商品に対するお客様の嗜好の多様化にお応えし、本年5月30日、「アサヒ くびなま。」を新発売。

また、6月28日には、ビール市場におけるプレミアムビールの伸長を受け、

プレミアム生ビール「アサヒプライムタイム」を新発売しました。

これからもアサヒビールは、新商品のご提案を積極的に進めていきます。よろしくお願い申し上げます。

“苦味をおさえた、飲みやすさ”を徹底的に追求

アサヒくびなま。

お客様の新ジャンル商品に対する味の嗜好は多様化しており、なかでも“飲みやすさ”や“カジュアルな味感”へのニーズが顕在化しています。こうしたニーズを捉え、アサヒビールでは、味感と香りを絶妙なバランスで仕上げる独自の醸造方法や、3回に分けたホップの添加などによって“苦味をおさえた、飲みやすさ”を実現した「アサヒくびなま。」を発売しました。

ネーミングは、お客様がおいしそうに飲むときの“くび”の2文字を入れることで、商品の特長をストレートに表現。またパッケージは、商品名を丸みを帯びた平仮名で縦書きにして大きく堂々と配置し、斬新かつ親しみのあるデザインとしています。



缶350ml、缶500ml
希望小売価格は設定していません。

“新しい飲みごこち” “こだわりの泡”

アサヒプライムタイム

忙しい現代人は、ゆとりやゆったりとした時間を渴望しています。「アサヒプライムタイム」は、このようなニーズに着目し、「ゆったりと楽しめる豊かさ」を提供するプレミアム生ビールです。アサヒビールが長年培ってきた醸造技術を活かして、贅沢な素材を丁寧に仕込むことにより、“新しい飲みごこち”と“こだわりの泡”を実現しました。

ネーミングは、「PRIME(極上の)」×「TIME(時間)」とし、お客様の時間を豊かに演出するビールであることを表現。パッケージは、日本人の好感度が高く、高級感のある藍色をベースカラーとし、商品名である「PRIME TIME」をシンプルにデザインしています。



缶350ml、缶500ml
希望小売価格は設定していません。

開発担当者からひとこと



商品開発第一部
梶浦 瑞穂

「アサヒくびなま。」は、お客様の新ジャンル商品に求める味の嗜好の流れを踏まえ、特に20代、30代の新ジャンル愛飲層に対して、全く新しい味感をご提案できる商品であると私たちは考えています。

「アサヒくびなま。」をどうぞよろしくお願い申し上げます。

小西真奈美さんと藤井隆さんを起用したテレビCMをオンエア

タレントの小西真奈美さんと藤井隆さんを起用したテレビCM「小西真奈美・登場篇」「藤井隆・登場篇」を放送しています。小西さん、藤井さんそれぞれが「アサヒくびなま。」を手にパートナーに向かって語りかけるという設定で、新ジャンル商品の親しみやすさを表現しています。



開発担当者からひとこと



商品開発第一部
岡島 徹

「アサヒプライムタイム」は、現代人のゆとりや時間への渴望感に着目し、「ゆったりと楽しめる豊かさ」という開発キーワードで商品設計しました。“こだわりの泡”が上質な香りと豊かな味わいを持続させ、従来のプレミアムビールとは全く違う、ゆったりと飲める新しい楽しみ方をご提案します。「アサヒプライムタイム」をぜひ一度お試しください。

山崎まさよしさんを起用したテレビCMをオンエア

人気ミュージシャンの山崎まさよしさんを起用したテレビCMを放送しています。このCMは、山崎さんが都会の高層マンションで星空を眺めながら「アサヒプライムタイム」と自分の時間をゆったりと楽しむというストーリーで、大切な時間を豊かに演出してくれる商品であることを表現しています。



チャレンジ! スーパードライ

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。

スーパードライ樽生ビールの「うまさ」を訴求するCMをオンエア



うまいお店で、鮮度、品質管理、プロの注ぎ。
生ビールを知りつくしたお店で、
本当にうまい樽生を実感してください。

今年も樽生ビールのおいしい季節がやってきました!

アサヒビールでは、飲食店様を対象に樽生ビールのプロを育成する「アサヒ樽生クオリティセミナー」を開催するなど、一人でも多くのお客様に工場と同じ最高の状態のスーパードライを味わっていただけるよう、さまざまな取り組みを行っています。その一環として、現在オンエアしているCMでは、男性アイドルグループTOKIOの国分太一さんが、スーパードライ樽生ビールの「うまさ」をストレートに表現。その「うまさ」を多くのお客様に訴求するとともに、飲食店様における品質管理意識の一層の向上を促しています。(8月中旬までオンエア予定)

アサヒビールは、「うまい!樽生」への取り組みを積極的に展開し、スーパードライのさらなるブランド価値向上を目指します。

「うまい!樽生」が飲めるお店を
ご紹介するウェブサイトを開設しています。

<http://www.umai-beer.jp>

全国の「うまい!樽生」が飲めるお店や、「うまい!樽生」の見分け方、アサヒ樽生ビールの歴史などをご紹介しています。ぜひアクセスしてください。



アサヒビール工場のご案内

工場で飲むビールはうまい!——工場見学に訪れた多くのお客様がそう感じる理由は、「鮮度」、つまりできたてだから。ここでは、「スーパードライ」のさまざまな「鮮度活動」の原点であるビール工場を毎号ご紹介しています。

2回目は北海道工場です。どなたでも工場見学は無料。

お電話などでご予約のうえ、お近くの工場で「できたてのうまさ」を実感してください!



アサヒビール北海道工場

北海道工場ご案内係の高田が、
工場の見どころをご紹介します!

梅雨もなく、ラベンダーが美しく咲きほこる6月の北海道。札幌市唯一のビール工場であるアサヒビール北海道工場は、10万名にもおよぶ北海道のお客様の署名によって誕生し、本年、操業開始40周年を迎えました。皆様のお越しをお待ちしています。



仕込釜

1965年～1989年まで実際に使用していた仕込釜をご覧ください。



アサヒビール園「はまなす館」
北海道といえば、ジンギスカン。
おいしいビールと一緒に楽しんでください。



発酵・熟成イメージトンネル
発酵熟成中のビールをイメージしたトンネル風の施設です。



北海道限定ビール
「アサヒ 北の職人」も
ここ北海道工場
製造しています。

詳しくはP10-11
「新商品トピックス」を
ご覧ください。

工場見学のご予約とアクセス

工場見学は予約制です。お電話などでご予約ください。

アサヒビール北海道工場 ご案内係
北海道札幌市白石区南郷通4南1-1
TEL. 011-863-3515
FAX. 011-866-4288

アクセス

- 電車の場合
地下鉄東西線「南郷7丁目駅」または「白石駅」下車、徒歩約7分
- 車の場合
道央自動車道「大谷地I.C.」より約4km、約15分

- ご予約の際は電話番号をご確認のうえ、お掛け間違いのないようお願いいたします。
- 場合によっては見学時間のご希望に添えない場合もありますので、予めご了承ください。
- 工場までの交通費は、ご見学者のご負担です。
- お車を運転の方、未成年の方は、ビールの試飲ができません。ソフトドリンクをご用意しています。
- 食品工場のため、衛生管理上ペットを連れてのご来場はご遠慮ください。
- 土曜・日曜・祝日もしくは整備などの都合により、製造ラインが稼働していない場合がありますのでご了承ください。その際はモニターテレビで映像をご覧いただけます。

他の工場の見学については
下記にお問い合わせください。

| | |
|-------|-------------------|
| 福島工場 | TEL. 0243-34-1170 |
| 茨城工場 | TEL. 0297-45-7335 |
| 神奈川工場 | TEL. 0465-72-6270 |
| 名古屋工場 | TEL. 052-792-8966 |
| 吹田工場 | TEL. 06-6388-1943 |
| 西宮工場 | TEL. 0798-36-9595 |
| 四国工場 | TEL. 0897-53-7770 |
| 博多工場 | TEL. 092-431-2701 |

株主の皆様との双方向コミュニケーション

定時株主総会と商品展示試飲会を開催しました。

本年3月30日、「第82回定時株主総会」を開催し、昨年に比べ755名多い2,284名の株主様にご出席いただきました。

本年の株主総会も、より多くの株主様にご出席いただけるよう、会場は都心のホテルとし、開催時間も午後1時からとしました。また、総会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」を開催し、会長、社長をはじめとする取締役も参加しました。「商品展示試飲会」の会場では、アサヒビールグループ各社の商品展示・試飲のほか、CSR（企業の社会的責任）活動のパネル展示、工場見学のご案内、さらに本年は研究開発のパネル展示も行いました。

株主総会での当社経営に関する活発な質疑や、試飲会でのアサヒビールグループ商品や事業に関する質問などを通じて、ご出席いただいた株主様とのコミュニケーションを図ることができました。

なお、「商品展示試飲会」の開催にあたっては、万全の準備のうえ、株主様をお迎えしたつもりではございましたが、当社の予想をはるかに上回る株主様のご出席を賜り、一部不行き届きな点がございましたことを、心よりお詫び申し上げます。

商品展示試飲会にご出席いただいた株主様からこんな声が寄せられました。

- 会場で、池田会長・荻田社長にお会いしました。とても嬉しかったです。
- 社員が実によく説明してくださいました。
- 発売前の「くびなま。」を飲んで良かったです。
- いろいろな商品の味を確かめることができて良かった。（アンケートはがきより）



株主総会



商品展示試飲会

第82回定時株主総会の概要

| | |
|--------|---------------------|
| 開催日 | 2006年3月30日(木曜日) |
| 開催場所 | ホテルニューオータニ(東京都千代田区) |
| 開始時間 | 13時00分 |
| 終了時間 | 14時55分(所要時間1時間55分) |
| 出席株主様数 | 2,284名 |

● 株主総会の模様をインターネット上でご覧いただくことができます。
(動画配信は本年7月10日頃までを予定しております。
お早めにご覧ください。)
<http://www.asahibeer.co.jp/ir/>

● 投資家情報ページの更新や新商品の発表、ニュースリリースなどを「アサヒビールIRニュースメール」でお知らせしています。ご登録はこちらから。
<http://www.asahibeer.co.jp/ir/mail/index.html>

株主様ご優待品をお届けしました。

アサヒビール(株)は株主の皆様の日頃のご支援にお応えするとともに、当社をより一層ご理解いただきたいとの考えから、株主優待制度を実施しています。

株主様の保有株式数に応じて、株主様限定品やグループ会社商品、環境基金への寄付などのなかから、お好みの優待品を1つお選びいただくことができます。

本年は、2005年12月31日現在の当社株主名簿および実質株主名簿にお名前が記載されている100株以上保有の株主様宛に昨年より1カ月早く優待品をお届けしました。

なお、お申し込みがなかった株主様やお申し込み期限を過ぎた株主様には、「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」をお届けしましたので、ご了承のほど、よろしくお願い申し上げます。

本年も4つのなかから1つご選択いただきました。

- 2006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



2006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

新商品トピックス

すべては、お客さまの「うまい!」のために。

「ASAHI SUMMER GIFT 2006」 新発売

ビール、飲料、洋酒・ワインなどをラインナップしたお中元ギフトセット「ASAHI SUMMER GIFT 2006」を全国で新発売しました。ビールセットでは、昨年、ギフト限定で缶入り容器として発売し、ご好評いただいた「アサヒプレミアム生ビール熟撰」のアイテムを拡大したほか、製造後3日以内の「アサヒスーパードライ」をクール便でお届けする「アサヒスーパードライ鮮度ギフト」を本年も取り揃えています。ほかにも、アサヒ飲料(株)の果汁飲料「バヤリース」と「アサヒスーパードライ」などを組み合わせ合わせたファミリーセットや、ウイスキー、ワインなど、お客様の多様なニーズにお応えするバラエティー豊かな商品をご用意しています。

2006年6月9日発売



アサヒプレミアム生ビール
熟撰セット



アサヒスーパードライ鮮度ギフト

北海道限定ビール 「アサヒ 北の職人」新発売

本年、操業開始40周年を迎えたアサヒビール北海道工場で製造する“北海道の豊かな食材に合うビール”です。麦芽100%ビールならではのマイルドさを持ちながら、クリア濾過製法を採用することにより、北海道の食に合うすっきりとした味わいを実現しています。



2006年7月4日北海道限定発売
缶350ml、缶500ml、中びん500ml
希望小売価格は設定していません。

「アサヒオリオンドラフト」 夏限定パッケージ缶を新発売

爽快な喉ごしとマイルドな味わいが人気の沖縄生まれの定番ビール「アサヒオリオンドラフト」の夏限定パッケージ缶を新発売します。南国のイメージの「青い空と海、白い砂浜、沖縄県の三大花の一つである黄胡蝶(オオゴショウ)」をモチーフとしており、暑い夏を爽やかに彩ります。



5月下旬～8月上旬製造分まで
缶350ml
希望小売価格は設定していません。
(缶500mlは従来通りのデザインです)

「アサヒカクテルパートナー」 スパークリングダイキリ、シンガポールスリング 新発売

チェリーリキュールにジンとパイナップル果汁、レモン果汁をミックスした「シンガポールスリング」と、ラムにライム果汁をミックスし、ソーダで割った「スパークリングダイキリ」の2品種が加わりました。いずれもスッキリみずみずしいカクテルです。



2006年5月17日発売
缶350ml/141円
(缶500ml/191円もあります)

「アサヒ旬果搾り」フルーツパンチ スイート、 フルーツパンチ サワー新発売

「フルーツパンチ スイート」は、もも、ライチなど5種類の果汁をミックスし、まるやかな甘さが特長です。「フルーツパンチ サワー」は、グレープフルーツ、レモンなど柑橘系4種類にパッションフルーツを合わせた5種類の果汁をミックス。さわやかな甘酸っぱさをお楽しみいただけます。



2006年5月17日発売
缶350ml/141円
(缶500ml/191円もあります)

アサヒ飲料(株)

第5の缶コーヒー“ストレート” 「WONDA STRAIGHT」新発売

スタンダード、微糖、ブラック、カフェオレとも異なる「第5」の缶コーヒー。砂糖を入れないコーヒーに、ミルクを少しブレンドしたコーヒー通の味。「スチーム焙煎」をとりいれ、深煎り豆が持つコーヒーの旨み、コクはそのままに、苦味、酸味を抑えています。



2006年6月28日発売
缶185g/115円

アサヒフードアンドヘルスケア(株)

「シーズケース サクッとレモン」 新発売

サクッと噛んでシュワッと溶ける、エアリー食感のやさしい口どけのタブレットです。1製品にレモン75個分*のビタミンC 1,500mgとコラーゲン500mgを配合しており、手軽に楽しくビタミンCを補給することができます。

*レモン1個分のビタミンC量を20mgとしています。



2006年6月5日発売
内容量18g/100円

特別な表示がない限り表示されている価格は希望小売価格(消費税別)です。

アサヒビールグループ第1四半期業績のご報告

2006年度第1四半期(2006年1月1日～3月31日までの3カ月間)の事業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況

| 科目 | 2006年度第1四半期 | 2005年度第1四半期 | 前年同期比 |
|--------|-------------|-------------|-------|
| 売上高 | 2,787億円 | 2,638億円 | 5.7%増 |
| 営業利益 | 7億円 | △8億円 | - |
| 経常利益 | 15億円 | △6億円 | - |
| 四半期純利益 | 8億円 | 8億円 | 1.3%増 |

事業別の概況(百万円未満切り捨て)

| 酒類事業 | |
|------|---------------------|
| 売上高 | 1,881億29百万円 (4.3%増) |
| 営業利益 | 5億41百万円 (16億8百万円増) |

発売20年目を迎える「アサヒスーパードライ」を中心に、中核であるビール類の成長に経営資源を集中し、事業

全体の成長基盤の再構築に努めました。この結果、当社のビール類トータルの課税出荷数量は、前年同期比3.1%増となりました。また、焼酎・低アルコール飲料・洋酒・ワインの各カテゴリーについては、中核ブランドの市場での存在感をさらに引き上げ、全体での大幅な売上増加に挑戦しました。



飲料事業

| | |
|------|--------------------|
| 売上高 | 613億89百万円 (12.2%増) |
| 営業利益 | 8億99百万円 (75.9%増) |

基幹ブランド「ワンダ」「アサヒ十六茶」「ミツ矢サイダー」に加え、「アサヒ若武者」「アサヒ スーパーH₂O」を加えた5ブランドに経営資源を集中し、ブランドの強化・育成を推進した結果、売上数量は前年同期比8.1%増となりました。また昨年に株式を取得した(株)エルビー(埼玉)、(株)エルビー(名古屋)2社の業績が上乘せになりました。



食品・薬品事業

| | |
|------|-------------------|
| 売上高 | 65億34百万円 (17.5%増) |
| 営業利益 | 45百万円 (77.3%減) |

ミント系錠菓「ミンティア」やバランス栄養食品「バランスアップ」などの重点商品、および酵母エキス、フリーズドライ具材などの食品素材事業も好調に推移し、売上を伸ばすことができました。



その他事業

| | |
|------|-------------------|
| 売上高 | 227億38百万円 (1.9%減) |
| 営業損失 | 5億22百万円 (220百万円減) |

主に不動産事業の再編の影響により減収減益となりました。

連結キャッシュ・フローの状況

【営業活動によるキャッシュ・フロー】

主に法人税等の支払額の減少などにより、前年同期比16,560百万円支出が減少し、10,814百万円の支出となりました。

【投資活動によるキャッシュ・フロー】

投資有価証券の取得による支出の減少などがありました。前年同期に計上した土地売却収入のような大きな収入がなかったため、前年同期比715百万円収入が減少し、10,444百万円の支出となりました。

【財務活動によるキャッシュ・フロー】

前年同期に比べ支出が減少したことにより短期借入金による資金調達額が減少し、前年同期比15,030百万円収入が減少し、21,947百万円の収入となりました。

なお、当第1四半期末の現金及び現金同等物の残高は、前年同期末に比べて9,238百万円増加し、22,922百万円となりました。

この3カ月の取り組み

1月

- 12日 「2006年 アサヒビール グループ事業方針」発表
- 18日 「ブラックハイボール」4品種を新発売
- 25日 「アサヒカクテルパートナー 春の限定缶 プロッサムシャワー」「同 スプリングミスト」新発売
「アサヒ旬果搾り 春の限定缶 とよのか苺」「同 甘夏」新発売
- 31日 沖縄県伊江島で**バイオマスエタノール製造・利用の実証研究スタート**
- 下旬 「アサヒ本生」の味・パッケージをクオリティアップ
(1月下旬製造分から順次出荷開始)

2月

- 8日 「アサヒ本チューハイ」3品種を新発売
- 20日 世界初、あけて、そそぐ!おしゃべり冷蔵庫「本生口ポツ庫」が当たる!キャンペーン実施(～5月22日)
- 28日 「第3回アサヒビール芸術賞」受賞者決定

3月

- 3日 アサヒビールがスポンサーの「2006 WORLD BASEBALL CLASSIC™ アジアラウンド」開催(～5日)
- 8日 「アサヒカクテルパートナー アイスカクテルシリーズ」新発売
「アサヒ旬果搾り 沖縄シリーズ」新発売
- 20日 アサヒ新生3「新生3、3本で、3億円?」キャンペーン実施(～5月15日)
- 22日 アサヒビールとセブーン・イレブン・ジャパンの共同開発商品「アサヒマイルドアロマ」新発売
- 30日 定時株主総会開催。その後の取締役会で池田弘一が会長に就任、荻田 伍が社長に就任

バイオマスエタノール製造・利用の実証研究をスタート

アサヒビール(株)と独立行政法人農業・生物系特定産業技術研究機構九州沖縄農業研究センターが共同で行っているバイオマス*エタノールの普及に向けた研究が、実証研究段階に入りました。研究では、「高バイオマス量サトウキビ」を原料に砂糖とバイオマスエタノールを製造。バイオマスエタノールを沖縄県伊江島の公用車で使用し、製糖過程で発生する副産物を製糖やエタノール製造の熱源に利用するなど、バイオマスエタノール製造から利用までの事業モデル確立を目指しています。



高バイオマス量サトウキビ
(写真提供:九州沖縄農業研究センター)

*バイオマス:エネルギー源となる量的生物資源のこと。太陽光や風力などの自然エネルギーとともに普及が期待されている

「2006 WORLD BASEBALL CLASSIC™」のアジアラウンドに特別協賛

日本代表が見事世界一の栄冠に輝いた「2006 WORLD BASEBALL CLASSIC™」。アサヒビール(株)は、そのアジアラウンドに特別協賛するとともに、オフィシャルスポンサーとしてサポートしました。これからもアサヒビール(株)は、野球日本代表の「夢と情熱」を応援していきます。



アサヒNews Flash

研究開発

リンゴポリフェノールの血中における中性脂肪値の上昇抑制効果を確認

アサヒビール(株)未来技術研究所は、リンゴから抽出したリンゴポリフェノールの血中における中性脂肪値の上昇抑制効果を確認。さらに、その作用メカニズムを調べたところ、リンゴポリフェノールを食事と一緒に摂取することで、食物由来の脂質の消化吸収抑制が働いていることがわかり、この成果を本年3月25日～28日に開催された「2006年度日本農芸化学会大会」で発表しました。同研究所は今後、詳細なメカニズムの解明や効果の検証を進め、生活習慣病予防分野などへの応用を目指しています。



社会貢献

「未成年者飲酒予防基金」の活動報告会を開催

「未成年者飲酒予防基金」は、アルコール飲料を製造・販売する企業としての社会的責任を果たすためにアサヒビール(株)が設立したもので、未成年者の飲酒を予防するための研究・活動を実践している団体や施設などに助成しています。その一環として、本年4月26日、グループ社員を対象に助成先の活動を紹介する報告会を開催し、3つの助成先の方々から具体的な活動内容をご紹介いただきました。アサヒビールグループは、こうした取り組みを通じて人々の健康と豊かな社会の実現に貢献しています。



ビール酒造組合とアサヒビール(株)を含むビールメーカー5社は、未成年者の飲酒防止を目的としたキャンペーン「STOP! 未成年者飲酒プロジェクト」を共同で推進しています。

環境活動

アサヒビール環境基金「水の惑星」春のキャンペーンを実施

アサヒビール環境基金「水の惑星」は、アサヒビールグループが社会との共生を実現するために立ち上げた基金です。アサヒビール(株)からの拠出金をはじめ、社員や外食店舗のお客様、株主様ご優待で寄付を募り、アサヒグループの事業活動に深く関わる水と緑を守る活動を推進している団体を支援しています。本年4月3日～28日にはグループ社員を対象に寄付を募る春のキャンペーンを実施。集まった寄付金は、財団法人国土緑化推進機構に寄付するほか、ビール工場の水源地保全活動などに役立てていく考えです。



文化・スポーツ支援

「アサヒ・アート・フェスティバル2006」を開催

アサヒビール(株)の企業メセナ活動の集大成である市民参加型のイベント「アサヒ・アート・フェスティバル2006」を、アートNPOや市民グループなどと協働で本年8月27日まで開催しています。

本年も全国から企画応募のあったアートプログラムのほか、アサヒビール(株)と財団法人アサヒビール芸術文化財団が従来から実施しているメセナプログラム「ロビーコンサート」「アサヒ・アート・コラボレーション」「アサヒ・カフェナイト」など多数開催しています。ぜひお近くのプログラムにお越しください。



《Dessert Project》のためのドローイング



《Notice Forest 告知・森》、紙袋

アサヒ・アート・コラボレーション
「照屋勇賢 水に浮かぶ島」展
 会期: 6月17日(土)～7月18日(火)
 会場: すみだりパーサイドホール・ギャラリー
 (東京都墨田区役所1階)
 お問い合わせ:
 財団法人アサヒビール芸術文化財団
 TEL. 03-5608-5202

「アサヒ・アート・フェスティバル学校」を開校

「アサヒ・アート・フェスティバル(AAF)2006」では、独自企画として、「AAF」を題材に、生きたアートマネジメントを学べる「アサヒ・アート・フェスティバル学校(AAF学校)」を開校しました。(8月24日までの毎週木曜日開催)

アサヒビール(株)と財団法人アサヒビール芸術文化財団は、AAF実行委員会のメンバーとして、積極的に「AAF学校」の運営に参加しています。

AAF学校では、「AAF2006」の開催時期中、アートマネジメントの経験豊富なフェスティバル関係者やアーティストなどを講師に迎え、アートプロジェクトを運営するための基礎的な力を養う講座を全12回にわたって開講しています。アサヒビール(株)は、「AAF学校」の受講生が将来、全国のアートプロジェクトの運営で中心となって活躍していくことを期待しています。



株主メモ



| | |
|--------------|------------------------------------|
| 決算期 | 12月31日 |
| 定時株主総会 | 3月 |
| 期末配当金支払株主確定日 | 12月31日 |
| 中間配当金支払株主確定日 | 6月30日 |
| 単元株式数 | 100株 |
| 株主名簿管理人 | 大阪市中央区北浜四丁目5番33号 住友信託銀行株式会社 |
| 同事務取扱場所 | 東京都千代田区丸の内一丁目4番4号 住友信託銀行株式会社 証券代行部 |
| (郵便物の送付先) | 〒183-8701 |
| (および連絡先) | 東京都府中市日鋼町1番10 住友信託銀行株式会社 証券代行部 |

住所変更等用紙のご請求

☎ 0120-175-417

・オペレーター対応※ (平日9:00-17:00)

・自動音声対応 (平日上記時間帯以外及び土・日・祝日)

※オペレーター対応が混み合っている場合、自動音声対応となることがございます。

その他のご照会

☎ 0120-176-417

・オペレーター対応 (平日9:00-17:00)

(ウェブサイト) <http://www.sumitomotrust.co.jp/STA/retail/service/daiko/index.html>
 ・住所変更等用紙のご請求(8:00-翌3:00)

同 取 次 所 住友信託銀行株式会社 全国本支店
 大和証券株式会社 全国本支店
 日本証券代行株式会社 全国本支店

公 告 の 方 法 電子公告により行います。
 ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告によることができない場合は、日本経済新聞に掲載する方法により行います。
<http://www.asahibeer.co.jp/ir/koukoku.html>

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、住友信託銀行にて、お電話ならびにインターネットにより受け付けておりますので、ご利用ください。

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。

アサヒ サポーターひろば

「アサヒ サポーターひろば」は、各種キャンペーン、株主様アンケートの集計結果などをご紹介しますコーナーです。

キャンペーン情報

「アサヒオリオンドラフトで沖縄が当たる！キャンペーン」

応募期間
～2006年7月25日(火) 当日消印有効

対象商品
アサヒオリオンドラフト缶500ml、缶350ml

内容
対象商品に添付された応募シールを集めて応募いただき、抽選で下記賞品をプレゼントします。

24枚1口:
旅コース(ペアで行く沖縄2泊3日の旅)
50組(100名様)

6枚1口:
オリジナルかりゆしコース(男性用または女性用)
各250名、計500名様

特製オリジナルグラスコース
(琉球ガラス製オリジナルグラスとコースターのペアセット)
500名様

お問い合わせ先
キャンペーン事務局
☎0120-150-978

オリジナルかりゆしウェア

特製オリジナルグラス



ウェブサイトのご案内

ウェブサイトで投資家情報(IR)や企業情報、商品情報などをタイムリーに発信しています。「アサヒビールIRニュースメール」の配信登録をいただくと、投資家情報サイトの更新やニュースリリースなどをEメールでお知らせしています。



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

URL 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/>

「モバイル企業情報サイト」も開設しています。

いつでも、どこからでも会社概要や業績概況、株主優待、配当金推移などをご覧いただける「モバイルサイト」を開設しています。「終値くん」にご登録をいただくと、アサヒビールの株価の終値を毎日確認していただくこともできます。



URL <http://m-ir.jp/c/2502>

バーコード読み取り機能を搭載している携帯電話で右のQRコードを読み込むと「モバイル企業情報サイト」のURLが表示されますので、決定ボタンを押すだけで簡単にアクセスできます。

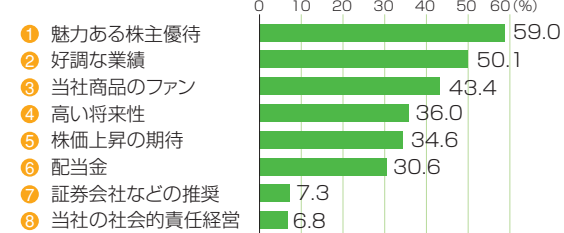
- バーコード読み取り機能を搭載している携帯電話でご利用になれます。
- 読み取り方法は、各種の取扱説明書をご覧ください。
- 傷、汚れ、破損、光の反射などによっては読み取れない場合があります。



アンケートの集計結果

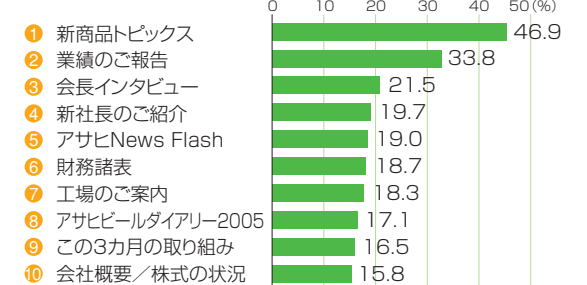
「アサヒスーパーレポート2006春号」にて実施した株主様アンケートの集計結果をご報告します。今回は過去最高の13,000名を超える株主の皆様からご回答をいただきました。ありがとうございます。

Q 当社株式を保有している理由は？ (複数回答、上位8位)



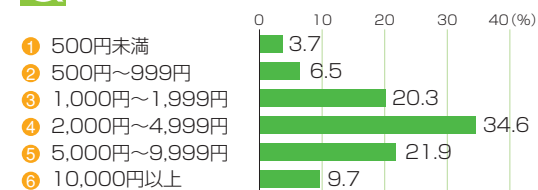
「魅力ある株主優待」が60%近くの第1位になりました。1位から6位までの項目はすべてポイントが上昇し、30%を超えました。当社株式保有理由がますます多様化していることがわかりました。

Q どの記事に関心を持ちましたか？ (複数回答、上位10位)



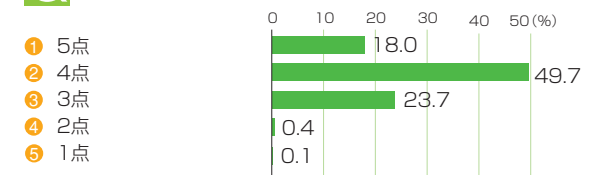
「新商品トピックス」のポイントが上昇し、株主の皆様の新商品に対する関心の高さを再確認しました。この結果から、今号は新商品関連のページを増やしました。

Q ご家庭での当社商品購入金額は？



「2,000円～4,999円」のご回答が一番多く、「アサヒスーパードライ缶350ml」を1箱(24缶)ほどご購入いただいていることがわかりました。

Q アサヒスーパーレポートの評価は？



約半分の方から「4点」の評価をいただきました。これからも良い評価をいただけるような誌面づくりに励みます。

編集後記

本年5月からの「会社法」の施行により、従来、定時株主総会招集ご通知に添付していた「営業報告書」の呼称が、「事業報告書」と変更されることになりました。そのため本誌の名称は「事業報告書 アサヒスーパーレポート」から「事業報告書」を外し、「アサヒスーパーレポート」といたしました。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

会社概要

(2005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 東京都中央区京橋三丁目7番1号 |
| 設立 | 1949年(昭和24年)9月1日 |
| 資本金 | 182,531,194,085円 |
| 従業員数 | 3,607名(26名) ※従業員数は就業人員であり、当社への出向者(144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) |

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

