

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
冬号



**アサヒ
スタイルフリー**
来年3月27日新発売



茨城工場が
“ハイブリッド工場”
へ進化



小学生の環境体験
学習会開催

第83期第3四半期のご報告 2006年1月1日～2006年9月30日

| | | | |
|-----------------------------|----|---------------------------------|-----|
| ごあいさつ | 2 | アサヒビールグループ 第3四半期業績のご報告 | 12 |
| この3か月の取り組み | 3 | アサヒNews Flash | 14 |
| ビール類のラインナップがさらに充実! | 4 | 株主メモ | 17 |
| 新商品トピックス | 6 | アサヒ サポーターひろば | 18 |
| アサヒビール工場のご案内 | 8 | 株主優待について/会社概要 | 裏表紙 |
| 特集 茨城工場が“ハイブリッド工場”へ進化 | 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とうございます。ありがとうございます。

アサヒビールグループは、「第2次グループ中期経営計画」最終年度である本年、「成長性溢れる新しいアサヒビールグループ」を目指し、“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、グループ全社員で取り組んでまいりました。

本年は“事業構造”の変革の具体的取り組みとして、ベビーフード国内最大手の和光堂(株)の株式を約91%取得しました。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ていくため、同社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、今後大きな相乗効果を発揮してまいります。

また、アサヒビール(株)では、6月1日にマーケティング本部を新設し、お客様の嗜好の多様化やニーズの変化のスピードが一層速くなるなかで、お客様のニーズにきめ細かく、かつ迅速にお応えし、“商品”を通じてお客様に新たな価値をご提供していく体制としました。

本年はビール類の通年商品として、上半期には新ジャンル「アサヒ ぐびなま。」、プレミアムビール「アサヒ プライムタイム」を発売し、続く下半期には新ジャンル「アサヒ極旨」、発泡酒「アサヒ贅沢日和」を発売しました。これにより、来年のスタートダッシュに向け、ビール・発泡酒・新ジャンル各カテゴリーにおいて、商品が充実しました。今後も、お客様視点の商品づくりに邁進していく所存でございます。これからのアサヒビール(株)にどうぞご期待ください。

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ますよう、今後とも何卒よろしくお願ひ申し上げます。

2006年12月

7月

- 4日 北海道限定ビール「アサヒ 北の職人」新発売
- 22日 アサヒビール9工場で「夏休み親子見学ツアー」開催

8月

- 21日 高校生環境研修「日本の環境を守る若武者育成塾」開講
- 22日 「アサヒ旬果搾り 秋限定缶 福島産幸水なし」「同 長野産白ぶどう」新発売
- 29日 「アサヒカクテルパートナー」の新シリーズ「カシスカクテル」新発売
- 30日 本格芋焼酎「さつま司黒麹仕込み」全国で発売



9月

- 5日 「アサヒ本生 クリアブラック」新発売(数量限定)
- 6日 「サントネージュ スパークリングワイン プリリア」新発売
- 6日 「サントネージュゆずワイン」「サントネージュ梅ワイン」の500ml瓶発売
- 6日 「酸化防止剤無添加ワイン物語 赤甘口」新発売
- 12日 「アサヒ旬果搾り フルーツパンチ」の第2弾「バナナミックス」「ベリーミックス」新発売
- 12日 「ニッカ シードル・ロゼ」発売(～2007年3月末)
- 13日 消費者キャンペーン「2006うまい!旬感プレゼント!」実施
- 13日 「アサヒビール オクトーバーフェスト 日比谷 秋の収穫祭」開催(～15日)
- 20日 「サントネージュ エクセラント」シリーズ新発売



北海道限定ビール「アサヒ 北の職人」新発売



麦芽100%ビールならではのマイルドさを持ちながら、クリア濾過製法の採用で北海道産の豊かな食材に合うすっきりとした味わいを実現した「アサヒ 北の職人」。発売直後より北海道のお客様に大変ご好評をいただいたことから、9月27日には樽生ビールを追加発売しました。(缶、樽ともに北海道限定発売)

「アサヒビール オクトーバーフェスト 日比谷 秋の収穫祭」開催

世界最大のビール祭りであるドイツ・ミュンヘンの「オクトーバーフェスト」の賑わいを伝え、“日本の秋”“収穫の秋”を盛大に祝う「アサヒビール オクトーバーフェスト 日比谷 秋の収穫祭」を東京・日比谷公園で開催。お客様には「アサヒ スーパードライ」樽生ビールの“うまさ”を実感していただくとともに、ドイツビールとしては国内で唯一アサヒビール(株)がライセンス生産している「レーベンプロイ」をご賞味いただきました。



ビール類のラインナップがさらに充実!

“コク”や“キレ”、“味わい深さ”といった味わいをはじめ、糖質オフ、カロリーオフなどの機能を持つ商品への人気が高まるなど、ビール類に対するお客様の嗜好はますます多様化しています。アサヒビールは、商品ラインナップをさらに拡充し、お客様の多様なニーズにお応えしていきます。

11月7日
発売



缶350ml
(缶500mlもあります)
希望小売価格は
設定していません。

アサヒ 贅沢日和 好評発売中

「アサヒ贅沢日和」は、「飲みごたえ」や「満足感」といった“コクや味わい深さ”をお求めになるお客様への新提案として開発した発泡酒です。

“日常の身近な贅沢感を提供する上質感あふれる大人の発泡酒”をコンセプトに、リッチ酵母と長期熟成製法などを採用し、“豊かで柔らかなコク”を実現。コンセプトをストレートに表現したネーミングとともに、パールゴールドをベースカラーに、缶の表面に微粒子で凹凸感を演出したパッケージで上質感を表現しています。

開発担当者からのひとこと



マーケティング本部
商品開発第一部
岡島 徹

「アサヒ 贅沢日和」は、こだわり感のある30代～40代男性の発泡酒ユーザーをメインターゲットとしています。TVCMでは、女優の長谷川京子さんを起用し、夫婦が「和」の世界観のなかで、ゆったりと“やさしい味わい”を楽しんでいる姿を描いています。どうぞ「アサヒ 贅沢日和」の持つ上質感や贅沢感をお楽しみください。

2007年
3月27日
発売



缶350ml
(缶500mlもあります)
希望小売価格は
設定していません。

アサヒ スタイルフリー 新発売

「アサヒ スタイルフリー」は、糖質オフ発泡酒は糖質をぎりぎりまでカットしてほしい、味は「すっきり」「さっぱり」がいい——そうしたお客様の声にお応えする新商品です。

発酵度を高めることで麦芽の風味を残しながら糖質をカットするハイパーファーマント製法を採用し、発泡酒では初となる「糖質0^{ゼロ}」を実現。さらに、「すっきり」「さっぱり」といったニーズにお応えするため、ファインアロマホップを採用し、安らぐ香りとさっぱりとした味わいも実現しています。

開発担当者からのひとこと



マーケティング本部
商品開発第一部
福富 貴之

「アサヒ スタイルフリー」は、増加する糖質オフ発泡酒ユーザーのなかで、“さらなる糖質オフ”を求めるユーザーをターゲットに開発を進めた商品です。パッケージデザインでは、「糖質0^{ゼロ}」をストレートに伝え、爽やかで健康感・安心感を想起させる緑のグラデーションを採用しました。自分に合ったスタイルで自由な気分をお楽しみください。

*栄養表示基準にもとづき糖質0g～0.5g未満(100mlあたり)を糖質0(ゼロ)としています。

2007年
2月20日
発売



缶350ml (缶500mlもあります)
希望小売価格は設定していません。

アサヒ本生ドラフト アサヒ本生 アクアブルー 新発売

発泡酒の中核ブランド「アサヒ本生」からも新商品を発売します。

「本生ドラフト」は、ドラフトライジング製法の採用によって泡の組成に寄与するたんぱく質をキープすることで、飲みはじめから飲み終わりまでアワまで飲みほしたくなるうまさを実現。一方、新しくなる糖質50%オフ発泡酒「本生アクアブルー」は、大麦とファインアロマホップを新たに採用するとともに、大麦・海藻・酵母の3つのエキスを使用することで、心地よいコクとスッキリした後味の爽快なおいしさを実現しています。

新ジャンル「アサヒ 極旨」絶好調!

本年10月17日に発売した「アサヒ 極旨」。飲みやすさや“コク・うまみ”に多くのご支持をいただき、12月4日には、発売からの累計販売本数(缶350ml換算)が1億本を突破しました。

発売前日に開催されたマスコミ向けTVCM発表会「極旨祭り」では、CMIに出演している俳優の哀川翔さん、タレントの勝俣州和さんが「極旨」の特長などをPRしました。

11月末まで放映していた「売れてる」篇に続き、12月からは「おトクな忘年会」篇を放映しています。



東京国際フォーラムで開催した「極旨祭り」



TVCM「売れてる」篇

新商品トピックス

すべては、お客さまの「うまい!」のために。

「アサヒカクテルパートナー 冬の限定缶」 4品種新発売

クリスマスなど冬のイベントを盛り上げるカクテルパートナー4品種を発売しました。ヨーグルトテイストの「オーロラオレンジ」「オーロラフランボワーズ」はそれぞれ、オレンジ果汁の爽やかさ、フランボワーズ果汁の甘酸っぱさが特長。ワインをベースに、レモン果汁を加えた「ゴールドワインスパークリング」、ストロベリー果汁を加えた「ストロベリーワインクーラー」は、スッキリした味わいをお楽しみいただけます。



2006年11月7日発売
「オーロラオレンジ」
「オーロラフランボワーズ」
缶350ml / 141円
(缶500ml / 191円もあります)



2006年12月5日発売
「ゴールドワインスパークリング」
「ストロベリーワインクーラー」
缶350ml / 141円
(缶500ml / 191円もあります)

4品種とも発売は2007年1月末までを予定しています。

「アサヒ旬果搾り 冬限定缶」 ブラッドオレンジ、 ルビーグレープフルーツ新発売

昨年ご好評をいただいた冬限定缶2品種を、味・パッケージとも磨きをかけ本年も発売しました。「ブラッドオレンジ」は、イタリア・シシリー島産ブラッドオレンジを使用し、やや強い酸味と柑橘系フルーツが持つ爽やかな甘味、オレンジ特有の心地よい苦味を実現。アメリカ・フロリダ産グレープフルーツを使用した「ルビーグレープフルーツ」は、甘味が強く酸味が少ない、まろやかで甘酸っぱい味わいに仕上げました。



2006年12月5日発売
缶350ml / 141円
発売は2007年1月末までを
予定しています。

チリワイン「カリテラ」リニューアル

チリ・カリテラ社のプレミアムワイン「カリテラ」シリーズがリニューアル。面積あたりの収量を削減することで、より質の高いぶどう栽培を実現した自社畑産のぶどうを使用し、ほとんどのアイテムで樽熟成の期間を延長するなど、より高級感のある深く複雑な味わいになりました。



2006年10月以降全国で順次発売
「カリテラ・レセルヴァ」シリーズ
750ml / 1,109円
(375ml / 654円もあります)
「カリテラ・トリビュート」シリーズ
750ml / 1,507円

「ニッカ シングルモルト余市 500ml」 新発売



口当たりは柔らかでややクリーミー。フルーツやバニラの甘さと香ばしさによる豊かな味わいが特長のシングルモルトウイスキーです。ご家庭で気軽にシングルモルトウイスキーを楽しみたいというお客様への新提案です。

2007年1月16日発売
500ml / 1,600円

「鶴17年」新発売

ニッカウヰスキーの最高峰ブレンデッドウイスキー「鶴」の17年もの「鶴17年」を新発売しました。華やかな果実香と甘く芳しい樽熟成香が豊かに広がり、口当たりはシルキーでやわらか。17年貯蔵原酒ならではの円熟の豊かなコクと上品でスムーズな味わいが特長です。また、ボトルデザインは、プレミアムウイスキーにふさわしく、北の大地にたたずむ鶴を表現した優美なデザインです。



2006年12月1日発売
700ml / 9,190円

アサヒ飲料様

「アサヒ ぎゅぎゅっとしみこむ コラーゲンウォーターPET350ml」新発売



たんぱく質の一つで皮膚の下の組織に含まれるコラーゲンを、1日に体内で分解される量といわれている2,000mgを超える2,800mg配合。ノンシュガー・ノンカロリー、すっきりと飲みやすいパッションピーチ味で、水感覚で手軽にコラーゲンを摂取できる清涼飲料水です。

2006年11月22日発売
PET350ml / 150円

アサヒフードアンドヘルスケア様

「ミンティア レモンライムミント」新発売

嗜好性の高いレモンとライムに、ほどよいミントの爽快感をプラスしたライムカプセル配合のシュガーレスミントタブレットです。ライム味を改良することで、より美味しく食べやすくなりました。エチケット成分パセリシードオイルと緑茶ポリフェノールをダブルで配合し、息も気分もすっきりリフレッシュできます。



2006年11月6日発売
50粒 (7g) / 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、「アサヒスーパードライ」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。今回の工場は、地球環境保全のために日本のビールメーカーで初めて「完全ノンフロン化」を実現した名古屋工場です。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!



アサヒビール名古屋工場

名古屋工場ご案内係の後藤が、工場の見どころをご紹介します!

庄内川のほとり、澄んだ空気に包まれた名古屋工場。オゾン層破壊や地球温暖化の原因物質フロンを一切使用しない、「完全ノンフロン化」を実現した環境配慮型工場です。名古屋工場、おいしいビールを味わってください。

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。

アサヒビール名古屋工場 ご案内係
愛知県名古屋市長区西川原町318
TEL. 052-792-8966
FAX. 052-792-8967

アクセス

- 電車の場合
JR中央本線「新守山駅」下車、徒歩約15分
- バスの場合
ゆとりとライン「川宮駅」下車、徒歩約10分
- 車の場合
東名・中央高速道「春日井I.C.」より約10km、約20分
東名阪自動車道「勝川I.C.」より約4km、約10分



ノンフロン設備

フロンを一切使用しない冷蔵設備や空調設備を導入しています。



ゲストホール

できたてのうまい生ビールをご試飲いただけます。



モニュメントホール

ホール内は約1,000枚の陶板からなる陶壁でできており、中世ヨーロッパのビールづくりの様子をご覧いただけます。



「アサヒ プライムタイム」は名古屋工場製造しています。

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。

| | |
|-------|-------------------|
| 北海道工場 | TEL. 011-863-3515 |
| 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 |
| 吹田工場 | TEL. 06-6388-1943 |
| 四国工場 | TEL. 0897-53-7770 |
| 西宮工場 | TEL. 0798-36-9595 |
| 博多工場 | TEL. 092-431-2701 |

飲酒運転は法律で禁止されています。お車、自転車を運転の方、未成年の方、妊娠中や授乳期の方は、ビールなどの酒類を試飲いただけません。ソフトドリンクをご用意しています。

工場でご試飲いただいている「うまい!」ビールをご家庭でも

ビールは身近で気軽なアルコール飲料ですが、実はとても繊細。飲むまでの気配り、グラスに注ぐ時のちょっとしたコツで、ご家庭でも「うまい!」ビールをお楽しみいただけます。ここでご紹介するポイントを実践して、皆様も最高に「うまい!」ビールを味わってください。

「うまい!」ビールを出荷

工場でご試飲いただいている「樽生ビール」も、「びん・缶ビール」も中には全く同じビールが詰められています。



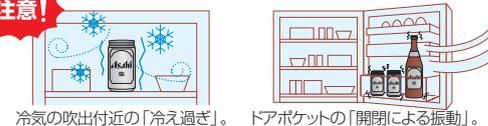
ご家庭での「うまい!」のために

STEP 1

ビールの保管

購入後は必ず冷蔵庫が涼しい場所で保管し、飲むまでに1日程度ビールを寝かせ、落ち着かせましょう。ビールの温度は、6℃~10℃が適温といわれていますが、あくまで好みの温度で。

注意!



STEP 2

飲む準備

グラスの洗浄は「うまい!」のための基本です。できればグラス専用のスポンジで洗浄しましょう。



注意!

洗浄不十分なグラス内側に付着した油分に気泡が、泡もすぐ消える。

STEP 3

缶ビールの注ぎ方

ビールは注ぎ方で味わいが変わります。



この注ぎ方は、アサヒスーパードライのお薦めの「シャープタイプ」。ビール液内に炭酸ガスがしっかり残ったアサヒスーパードライらしい、スキップとしたシャープな仕上がりに。

特集 茨城工場が“ハイブリッド工場”へ進化

アサヒビールグループでは、「第2次グループ中期経営計画」のもと、グループ全体で市場品質の一層の向上とコスト競争力の強化に取り組んでおり、生産・物流などサプライチェーンの最適化を推進しています。こうしたなか、アサヒビール(株)とアサヒ飲料(株)、ニッカウキスキー(株)の3社では、関東地区における生産・物流体制の最適化を図り、2009年までにアサヒビール(株)茨城工場に低アルコール飲料や清涼飲料の生産機能、アサヒ飲料(株)の物流機能を集約します。これにより、同工場は、ビール類のほか、50種類90品目の低アルコール飲料と15種類28品目の飲料を生産する“ハイブリッド工場”へ進化します。

▶ニッカウキスキー(株)柏工場の低アルコール飲料製造機能の大部分を移管

アサヒビール(株)では、低アルコール飲料の販売量増加を受け、現在ニッカウキスキー(株)柏工場にある低アルコール飲料の製造機能の大半を茨城工場に移管し、さらに同工場に最新の生産設備を導入します。

これにより、2工場を合わせた低アルコール飲料の生産能力は、現在の2倍となる1,400万箱(1箱=250ml×24本)に向上します。また、低アルコール飲料の販売比率は東日本地区が高く、製造比率は西日本地区が高いというアンバランスも解消され、生産・物流体制の最適化が実現します。

▶アサヒ飲料(株)柏工場の全製造機能を移管

アサヒ飲料(株)では、柏工場のすべての製造機能を茨城工場に移管し、アサヒビール(株)に製造を委託することで、関東地区の飲料製造能力を現在の1.6倍となる2,800万箱(実箱)に増強します。

これに合わせ、アサヒビール(株)は清涼飲料のペット容器の内製設備を茨城工場に導入。関東地区で製造するペット容器の内製率を100%とすることで、資材コストの低減を図ります。

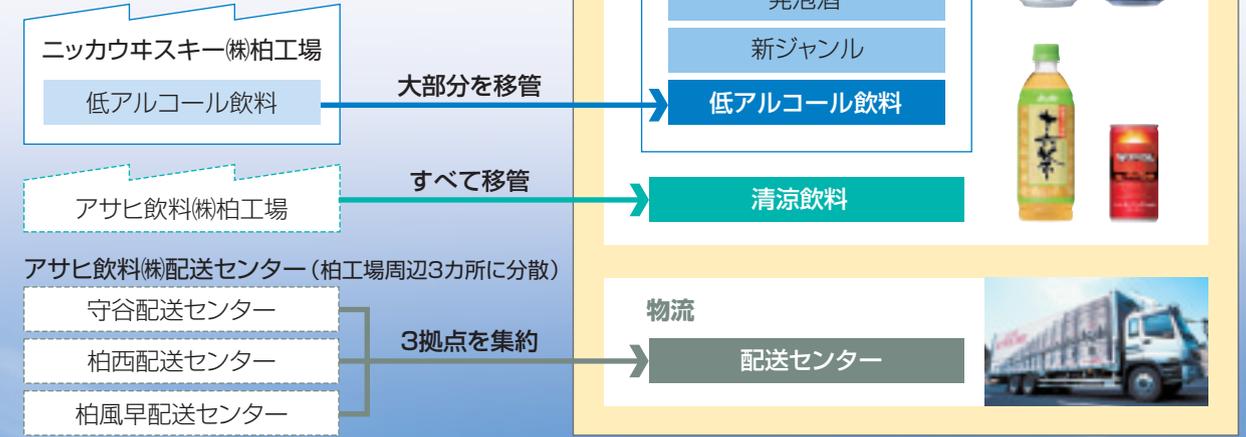
▶アサヒ飲料(株)の配送センターを集約

アサヒ飲料(株)では、柏工場周辺に分散していた3つの配送センターを茨城工場に集約します。また、アサヒビール(株)は、茨城工場の敷地内に倉庫設備として新たに27,000パレット*の収容能力を持つアサヒ飲料製品用の自動倉庫を導入します。

これにより、既存の倉庫と合計すると約72,000パレットを収納する国内最大級の倉庫設備を持つ工場となります。倉庫設備の拡大により、関東地区内やグループ内における転送などの物流体制を効率化し、大幅なコスト削減が可能となります。

*パレット:荷物の保管・輸送のために荷物を載せておく台

アサヒビール(株)茨城工場 缶チューハイや清涼飲料を生産



アサヒビールグループ第3四半期業績のご報告

2006年度第3四半期(2006年1月1日～9月30日までの9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3四半期 | 2005年度第3四半期 | 前年同期比 |
|--------|-------------|-------------|--------|
| 売上高 | 1兆0,643億円 | 1兆0,552億円 | 0.9%増 |
| 営業利益 | 614億円 | 636億円 | 3.4%減 |
| 経常利益 | 634億円 | 663億円 | 4.4%減 |
| 四半期純利益 | 310億円 | 360億円 | 13.7%減 |

事業別の概況(百万円未満切り捨て)

| 酒類事業 | |
|------|---------------------|
| 売上高 | 7,335億12百万円 (2.8%減) |
| 営業利益 | 523億00百万円 (1.8%減) |

ビールでは「アサヒスーパードライ」の“鮮度”追求活動、“うまい!樽生”活動を積極的に展開し、6月発売のプレミアムビール「アサヒ プライムタイム」も好調に推移しました。発泡酒では9月に数量限定で「アサヒ本生 クリアブラック」を発売し、本生ブランドの強化を図りました。新ジャンルでは5月に発売した「アサヒ くびなま。」が好調に推移しました。以上の結果、新ジャンルの出荷数量は大きく伸長しましたが、発泡酒の減少をカバーできず、ビール類トータルの課税出荷数量は前年同期比4.9%の減少となりました。

焼酎カテゴリーでは「大五郎」「かのか」の重点特化などにより売上高は前年同期比2.9%の増加となりました。低アルコール飲料カテゴリー



では、「アサヒカクテルパートナー」「アサヒ旬果搾り」の活性化などにより売上高は前年同期比2.9%の増加となりました。洋酒カテゴリーでは、主力商品のブランド育成に向けた販促活動を展開しましたが、売上高は前年同期比4.0%の減少となりました。ワインカテゴリーでは国産ワイン、サントネージュブランドの強化、輸入ワイン既存重点ブランドを中心とした拡販などにより、売上高は前年同期比9.3%の増加となりました。

| 飲料事業 | |
|------|---------------------|
| 売上高 | 2,182億06百万円 (9.2%増) |
| 営業利益 | 73億89百万円 (7.4%減) |

アサヒ飲料(株)が、基幹ブランド「ワンダ」「アサヒ十六茶」「ミツ矢」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3.2%増となりました。またチルド飲料事業の(株)エルビー2社を昨年度末より連結子会社としています。



| 食品・薬品事業 | |
|---------|---------------------|
| 売上高 | 368億60百万円 (101.4%増) |
| 営業損失 | 32百万円 (527百万円減) |

アサヒフードアンドヘルスケア(株)において、重点商品であるミント系錠菓「ミンティア」やバランス栄養食品「バランスアップ」、4月発売のダイエットサポート食品「スリムアップスリム」が好調に推移し、売上を伸ばしました。またベビーフード大手の和光堂(株)、健康食品事業の(株)サンウエルを本年度から連結子会社としています。



| その他事業 | |
|-------|-------------------|
| 売上高 | 757億04百万円 (8.5%減) |
| 営業利益 | 16億11百万円 (11.8%減) |

主に物流事業や不動産事業の再編の影響など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25,606百万円支出が減少し、104,607百万円の収入となりました。

【投資活動によるキャッシュ・フロー】

主に和光堂(株)株式の公開買付実施による支出などにより、前年同期比31,846百万円支出が増加し、74,158百万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】

主に昨年の自己株式の取得による支出が減ったことなどにより、前年同期比10,666百万円支出が減少し、24,336百万円の支出となりました。

なお、当第3四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12,666百万円増加し、28,428万円となりました。

自己株式取得のお知らせ

当社は2006年9月22日開催の取締役会において、会社法第165条第2項の規定による定款の定めにもとづく自己株式の取得を決議し、下記のとおり市場買付を実施しました。

- 買付期間 : 2006年9月25日～2006年10月24日まで
- 買付株式数: 7,604,500株
- 買付総額 : 12,999,173,500円
- 買付方法 : 東京証券取引所における市場買付

自己株式の取得は、株主還元の重要な施策の一つと考えています。今後も株価・時期・資金の状況などを総合的に判断したうえで、前向きに検討していきます。

「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。

事業推進

世界最大のウイスキー市場である欧州へ ニッカ・ブランドのウイスキー輸出を本格化

欧州は、世界最大のウイスキー市場となっており、特に生活文化のなかにウイスキーが根づいている西欧諸国ではその売上が年々増加しています。

こうしたなか、2001年にはニッカウヰスキー(株)余市蒸溜所のウイスキーが日本のウイスキーで初めてSMWS*1の会員頒布用ウイスキーに認定されたほか、本年は「竹鶴21年ピュアモルト」がISC*2のコンテストで金賞を受賞するなど、歴史と独自の製法にもとづいたニッカ・ブランドのウイスキーに対する関心が高まっています。

これまでアサヒビール(株)は、ニッカウヰスキー(株)の子会社を通じて欧州7カ国へニッカ・ブランドのウイスキーを輸出してきましたが、欧州市場への輸出を本格化するため、欧州全域に販売網を持つウイスキー商社メゾン・ド・ウイスキー社と販売契約を締結。本年10月から「シングルモルト余市」など13

品を欧州15カ国へ輸出しています。今後2010年までに約30カ国で販売する計画で、世界最大の市場でニッカ・ブランドのウイスキーの売上拡大を目指しています。

*1 SMWS:世界中に会員を有するウイスキー愛好家の会員組織
*2 ISC:英国の国際的な蒸溜酒(スピリッツ)の品評会



「ディスクロージャー優良企業選定」 食品部門で4年連続第1位に選定

「ディスクロージャー*優良企業選定」は、社団法人日本証券アナリスト協会が企業の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、経営陣とIR部門が連携し、株主・投資家のニーズに応える情報発信を継続していることが評価され、食品部門で4年連続第1位に選定されました。

具体的には、経営分析に必要な情報開示の継続性に配慮していること、決算短信や説明会での配布資料が充実していること、ホームページを活用した情報の開示内容が有用であること、資本政策・株主還元策に対する考え方を明確に開示していることなどが高く評価されました。これからもアサヒビール(株)は、株主・投資家の皆様の投資判断に資する適時・適切な情報開示に努めていきます。

*ディスクロージャー:企業の情報開示



本年10月6日の表彰式に出席した専務取締役 後藤義弘(写真右)



ホームページの投資家情報サイト
<http://www.asahibeer.co.jp/ir/>

社会的責任活動・環境活動

「アサヒビールグループ第1回ステークホルダー ミーティング」を開催

アサヒビールグループは本年7月28日、グループのCSR(企業の社会的責任)活動のあり方などについて、ステークホルダー(利害関係者)の皆様と討議する「ステークホルダーミーティング」を開催しました。当日は、CSR活動における「6つの優先取り組み項目*」に沿って多角的な討議を行い、お客様の視点に立った品質確保の重要性や、未成年者や高齢者を含めた適正飲酒の啓発活動の必要性、また法令違反などにつながるリスクを洗い出し、把握したリスクに適切に対応することの重要性などを確認しました。今後もアサヒビールグループは、ステークホルダーの皆様からのご意見に耳を傾け、CSR活動を向上させていきます。



*6つの優先取り組み項目:アサヒビールグループが重視しているCSR項目。「品質の追求」「法令・倫理規範の遵守」「環境保全活動」「適切な情報開示」「地域社会との共生」「適正飲酒の啓発活動」

小学生を対象とした環境体験学習会を開催

アサヒビール(株)は、社会の環境保全活動を事業者の立場から支援するため、さまざまな環境教育活動を実施しています。

本年10月3日、13日にはアサヒビール(株)が事業運営に参画している熊本県西原村の電源開発(株)(J-POWER)の風力発電所「阿蘇にしはらウィンドファーム」で「アサヒ・J-POWER 風の子塾」、27日には広島県庄原市にあるアサヒビール(株)の社有林「アサヒの森」で「アサヒ 森の子塾」という小学生を対象とした2つの環境体験学習会を開催。阿蘇を吹き抜ける風を感じたり、森林の中を歩き自然に触れる機会を提供することで、自然環境を保全していくことの重要性や自然と人とのつながりについて学んでもらいました。

アサヒビール(株)は、こうした活動を継続し、将来を担う子供への環境意識の啓発に貢献してまいります。



アサヒ・J-POWER 風の子塾

「飲酒運転防止の啓発活動」を推進

飲酒運転による事故が社会問題化しているなか、アサヒビール(株)は飲酒運転防止の啓発活動に取り組んでいます。

本年9月末からアサヒビール(株)が新規制作する広告に「飲酒運転は法律で禁止されています。」という文言を表示しているほか、10月上旬には飲食店・酒販店に啓発ポスター15万枚を配布しました。また、新商品発売にあたっての街頭イベントでは商品サンプルの配布を自粛しています。

今後もアルコール飲料を製造・販売する企業の社会的責任として、飲酒運転防止の啓発に努めてまいります。



雑誌広告の例

文化・スポーツ支援

**アサヒビール・シルバースター
残念ながら「FINAL6」1回戦で敗退**

9月6日に開幕し、今年も白熱した試合が繰り広げられている社会人アメリカンフットボール“Xリーグ”。我々がアサヒビール・シルバースターは、皆様の熱いご声援に支えられリーグ戦中地区を5戦全勝で突破しましたが、決勝トーナメント「FINAL6」1回戦で鹿島ディアーズに6-14で敗戦し、残念ながら「ジャパンXボウル」への進出を逃しました。しかし今シーズンは、15年間勝利のなかったオービックシーガルズ戦での勝利、若手選手の成長など、来シーズンにつながる確かな成長が感じられたシーズンでもありました。日本一の奪還を目指し、来年も全力で戦います。ご声援をよろしくお願いいたします。



**第100回アサヒビールロビーコンサート
「シュトイデ弦楽四重奏団による
大島ミチルの世界」を開催**

本年11月20日、東京・吾妻橋のアサヒビール本部ビル1階ロビーにおいて、100回目となったアサヒビールロビーコンサートを開催しました。今回のコンサートは、「シュトイデ弦楽四重奏団による大島ミチルの世界」と題し、映画・CMなど幅広いジャンルへの楽曲提供で注目を集めている作曲家・大島ミチルさんの企画・構成・作曲、ウィーンフィルハーモニー管弦楽団のメンバーによって結成されたシュトイデ弦楽四重奏団の演奏により行われました。ご来場いただいた多くのお客様には、現代と古典、西洋と日本、時代も地域も越えた躍動感のある音楽空間で、貴重なひとときをお過ごしいただきました。



株主メモ



事業年度 1月1日から12月31日まで
 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 大阪府中央区北浜四丁目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>
 上場証券取引所 東京・大阪
 証券コード 2502

株式事務のお問い合わせはこちら

株式に関する手続き用紙(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するコーナーです。

キャンペーン情報

20th ANNIVERSARY アサヒスーパードライご愛飲感謝キャンペーン

応募期間
2007年1月24日(水)～3月26日(月)当日消印有効

応募方法
対象商品に添付されている応募シールを規定の枚数集めてご応募ください。

賞品

ご愛飲感謝コース 応募シールを6枚集めて応募すると、抽選で100万名様に「スーパードライオリジナル薄づくり泡だちペアグラス」と「製造後3日以内のスーパードライ缶350ml 2本」をお届けします。

アクティブチャレンジコース 応募シールを12枚集めて応募すると、抽選で「THE SUPERDRY LIVEチケット(ペア7,500組15,000名様)」または「アクティブ体験プレゼント(5,000名様)」のいずれかをプレゼントします。

お問い合わせ先
キャンペーン事務局 ☎0120-659-593



「1万人のマイグラス」 プレゼントキャンペーン

応募期間
2006年12月4日(月)～
2007年1月31日(水)当日消印有効

応募方法
対象商品に添付されている応募シール1枚を専用応募ハガキに貼りご応募ください。

賞品
「当選者のイニシャル入りクリスタルグラス」を総計10,000名様にプレゼントします。

お問い合わせ先
キャンペーン事務局 ☎0120-993-702



携帯サイト「アサヒモバイルサイト」を リニューアルしました。

携帯電話でご覧いただける「アサヒモバイルサイト」をリニューアル。トップページをより見やすいデザインに変更したほか、商品情報を拡充してアサヒビールの全商品を閲覧できるようになりました。携帯サイトもぜひご利用ください。

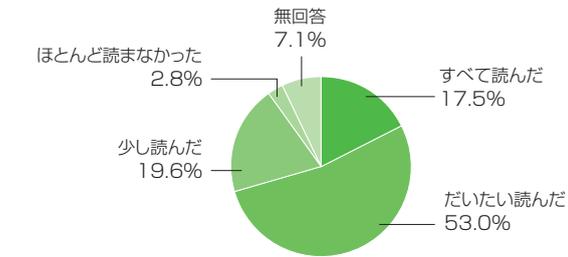
<http://m.asahibeer.co.jp/>
リニューアルに伴いURLが変更になりました。



アンケートの集計結果

「アサヒスーパーレポート2006秋号」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。今回も11,000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。

今回の「アサヒスーパーレポート」を どのくらい読みましたか？



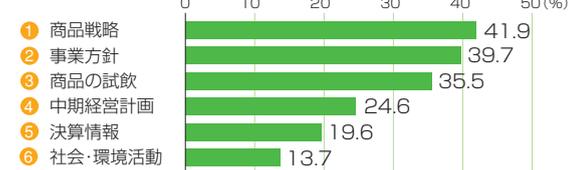
「すべて読んだ」「だいたい読んだ」を合わせると70%を超えています。これからも皆様に読んでいただけるような誌面づくりに努めます。

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」と「《特集》ビール類の新商品、続々登場」が1位と3位に入り、皆様の新商品に対する関心の高さを改めて認識しました。

会社説明会で希望する情報は？ (複数回答、上位6位)



1位は「商品戦略」でした。ここでも株主の皆様の商品に対する関心の高さがわかりました。これからのIR活動の参考とします。

当社株式を保有している理由は？ (複数回答、上位6位)



上位6位は前回と変わりませんでしたが、「当社商品のファン」が第2位となりました。当社株式を長期保有していただけるファンになっていただければ嬉しいです。

株主様アンケートで「株主対象の工場見学会を開催してほしい」とのご要望をいただきましたが、当社の全国9工場は、ご予約をいただければいつでもご見学いただけます。皆様のご来場をお待ちしております。

編集後記 早いもので2006年も暮れようとしています。皆様にとってこの1年はどんな年でしたか？ アサヒビールはこの1年、「ぐびなま。」「プライムタイム」「極旨」「贅沢日和」など数多くの新商品をお客様にご提案してまいりました。来る2007年は、「スーパードライ」発売20周年となる記念の年です。年初から「スーパードライ」の新しい情報を発信してまいりますのでどうぞご期待ください。では皆様、良いお年をお迎えください。

株主優待について

次回の株主優待のご案内は、来年3月を予定しています。



写真は本年の株主様限定特製ビール(2,500円相当)です。

「株主様アンケート」でも、ご期待の声をたくさんいただいている当社の株主優待。次回の株主優待の対象となる株主様は、2006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、当社株式100株以上保有の株主様です。ご案内は、来年3月、定時株主総会の招集通知に同封する予定です。あと3カ月ほどお待ちいただきますようよろしくお願い申し上げます。

会社概要 (2006年6月30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 | 3,634名 <small>※従業員数は就業人員であり、当社への出向者(149名)を含み、関係会社への出向者を除いています。</small> |
| 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



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。

