

Asahi わたしたちの“今”をお伝えします super report

アサヒスーパーレポート

2007
冬号

株主・投資家の皆様へ
第84期
第3四半期のご報告
2007年1月1日～2007年9月30日
(証券コード 2502)

特集

中国での 安全・安心でおいしい 高付加価値農作物の 生産を目指して。

食生活の向上に貢献する
新たな農業経営モデルの提案

3つの部門で
出荷数量・出荷品種の拡大を推進



Asahi
アサヒビール

ごあいさつ



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拝察申し上げます。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。

「第3次グループ中期経営計画」初年度である本年、私たちアサヒビールグループは、グループの収益源となる酒類事業のさらなる成長を目指すべく、発売20周年を迎えた「スーパードライ」を軸に、さまざまな活動を積極的に進めてまいりました。また、発泡酒・新ジャンルでは、

お客様の嗜好の多様化へのご提案として、3月に糖質0*が特長の「スタイルフリー」を発売し、順調に定着・推移しております。さらに、10月には、新ジャンルでは初めてコク・味わいを追求した「あじわい」を発売するなど、強力な商品ラインナップを揃え、それぞれの市場での地位の向上を図っております。

こうした商品施策に加えて、グループ全体の成長、事業競争力の向上、そしてグループ事業間でのシナジーの創出にスピードを上げて取り組み、グループ全体での企業価値向上をさらに加速させるために、本年10月、アサヒ飲料(株)の完全子会社化に向けた株式公開買付を実施いたしました。

原材料価格や原油価格の高騰に伴うコストの大幅増の影響を受け、厳しい経営環境におかれておりますが、さらなる収益改善を進め、アサヒビール(株)、ならびにグループ全体の成長につなげていきたいと考えております。

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、アサヒビールグループの今後にご期待いただきますよう、何卒よろしくごお願い申し上げます。

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

2007年12月

この3カ月の取り組み

7月

- 3日 「アサヒスーパードライ スリムボトル 6缶マルチパック」新発売(数量限定)
- 3日 「アサヒカクテルパートナー 夏の限定缶」2品種新発売
- 10日 「アサヒ アクアスパーク」2品種新発売
- 10日 「本格焼酎かのか」新発売



8月

- 13日 「ブラックニッカ クリアブレンド」リニューアル発売(順次切替)
- 16日 高校生環境研修「第2回日本の環境を守る 若武者育成塾」開講(～19日)
- 21日 「アサヒ旬果搾り 秋限定缶」2品種新発売
- 28日 「アサヒカクテルパートナー」の新シリーズ「テキーラカクテル」2品種新発売

9月

- 4日 「アサヒ本生クリアブラック」新発売(数量限定)
- 4日 「アサヒトマーテ」新発売
- 11日 「ニッカ シードル・ロゼ」新発売(～2008年3月末)
- 11日 国産プレミアムワイン「サントネージュ エクセラント」シリーズの新アイテム新発売
- 19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2007」開催(～21日)
- 19日 「アサヒカクテルパートナー プレミアムカクテル」2品種新発売



「ブラックニッカ クリアブレンド」リニューアル発売

本年発売10周年を迎えた「ブラックニッカ クリアブレンド」のパッケージを一新。多くのお客様からご支持をいただいている「くせがなく、スッキリとした、飲みやすいウイスキー」という中味の特長はそのままに、ラベルの中央に「Clear Blend」の文字を大きく配し、ボトルの肩の形状をより滑らかな曲線としました。



「アサヒビール オクトーバーフェスト日比谷 秋の収穫祭2007」開催

ビール文化の情報発信やビールの楽しい飲用シーン提案の一環として、2005年から毎年開催している「アサヒビール オクトーバーフェスト日比谷 秋の収穫祭」。ドイツから招いた楽団がバイエルン地方の民族音楽を演奏する会場で、多くのお客様に鮮度抜群の「アサヒスーパードライ」と、アサヒビール(株)がライセンス生産しているドイツビール「レーベンプロイ」の生ビールをお楽しみいただきました。



中国での安全・安心でおいしい 高付加価値農作物の 生産を目指して。

食生活の向上に貢献する新たな農業経営モデルの提案

中国で安全でおいしい農作物へのニーズが高まるなか、アサヒビール(株)および住友化学(株)、伊藤忠商事(株)では、昨年5月、中国・山東省に農業法人「山東朝日緑源農業高技術有限公司」を設立。「循環型農法」「省エネルギー設備」「IT」を導入した農作物の栽培～加工～物流～販売までのフードシステムを構築するとともに、徹底した

品質管理を実践し、安全・安心でおいしい高付加価値の農作物の提供を目指す大規模な農業経営を日中共同で展開。中国の食生活向上に貢献する新たな農業経営モデルの提案と、次世代の農業指導者・技術者の育成に取り組んでいます。

らいよう
萊陽市
煙台市



山東朝日緑源農業高技術有限公司の概要

所在地 中華人民共和国山東省萊陽市
 設立 2006年5月
 代表者 岩崎次彌(董事長)
 農地 約100ha
 人員 現地雇用者200～300名、
 日本人は董事5名、現業幹部9名
 出資額 アサヒビール(株) 11億円、
 住友化学(株) 2億5,000万円、
 伊藤忠商事(株) 1億5,000万円



循環型農法

酪農で生じる牛糞を用いた堆肥を野菜や果実の畑に散布し、化学肥料などに頼らず地力を維持する循環型農法を実践しています。



中国における
農業経営の
3つの特徴

省エネルギー
設備



風力発電や太陽光発電設備を積極的に導入し、農園でのエネルギー使用量の削減を進めています。

IT活用

ビニールハウスでの各種センサーによる栽培管理や農作物の生産履歴管理、ICタグによる乳牛の固体管理など、最先端のITを駆使してトレーサビリティの充実を図っています。また、温度管理を徹底した鮮度物流システムの構築を進めています。

中国での安全・安心でおいしい 高付加価値農作物の 生産を目指して。

3つの部門で出荷数量・出荷品種の拡大を推進

中国では、急速な経済成長と人々の生活水準の向上に伴い、都市部を中心に食生活における「安全・安心」「高品質」へのニーズが高まっており、こうしたニーズは2008年の北京オリンピックや2010年の上海万博に向

け、ますます加速していくと予想されます。山東朝日緑源農業高新技術有限公司では、「野菜」「イチゴ」「酪農」の3つの部門で生活者のニーズに応える、高付加価値で差別化のある農作物の生産を進めています。

野菜部門



55haの耕地を使って、スイートコーン、にんにく芽、にんにく、ミニトマトを生産しています。2008年からはアスパラガスの出荷を予定するなど、出荷数量・品種の拡大を順次進めており、2013年には出荷数量を2007年の200tから1,000tに拡大する計画です。



2007年7月
ミニトマト出荷
原料牛乳出荷

2007年10月
乳牛260頭
導入



出荷数量・出荷品種
拡大へ

2006年5月
設立

2006年6月
耕地整理・
ビニールハウス
設置開始

2006年9月
スイートコーン
出荷



2007年1月
イチゴ出荷

2007年5月
にんにく芽出荷
乳牛400頭
導入



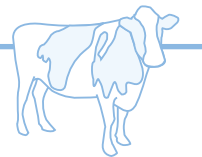
2007年6月
にんにく
出荷

イチゴ部門



25haの耕地に10棟のビニールハウスを設置して生産しているイチゴも出荷数量の拡大に取り組んでいます。2013年までにビニールハウスを55棟に増設し、出荷数量は2007年の30tから600tとする計画です。

酪農部門

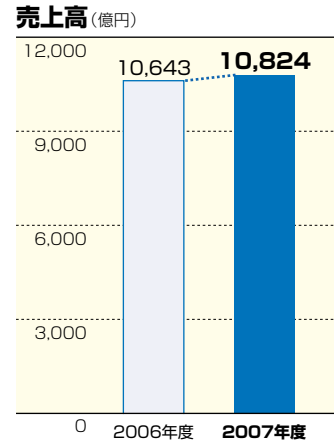


20haの耕地で展開している酪農は、2013年までに乳牛の数を2,000頭に増やし、出荷数量を2007年の1,000tから7,000tとする計画です。また現在は、生産した牛乳を中国の牛乳商品メーカーに原料として出荷していますが、今後は自社ブランドでの牛乳販売も予定しています。

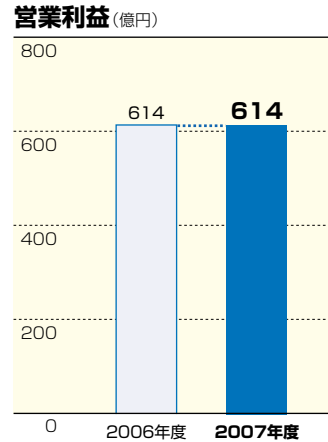
アサヒビールグループ 第3四半期業績のご報告

2007年度第3四半期(2007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します。

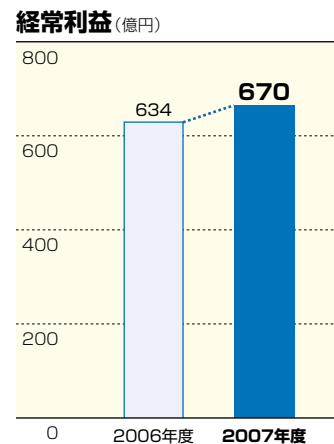
連結業績の概況



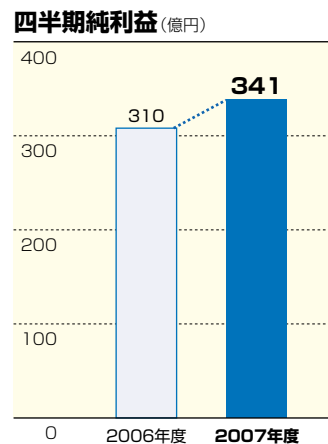
主に飲料事業の売上拡大や、食品・薬品事業で昨年4月から連結した和光堂(株)の業績が当期は通期で寄与していることにより、増加となりました。



飲料事業および国際事業において減益となりましたが、酒類事業の増益などにより、前年同期と同額の結果となりました。



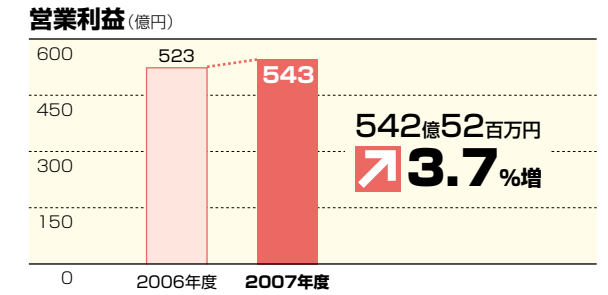
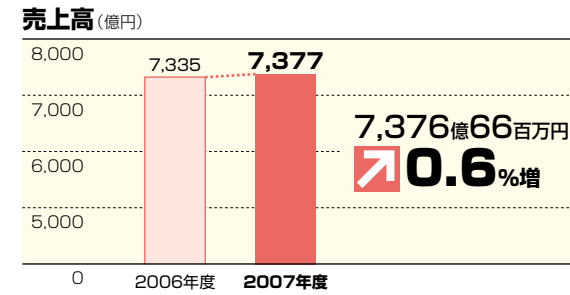
営業外損益は、主に持分法投資利益が増加したことなどにより改善しました。営業利益が前年同期比±0だったため、営業外損益の改善額がそのまま増額となりました。



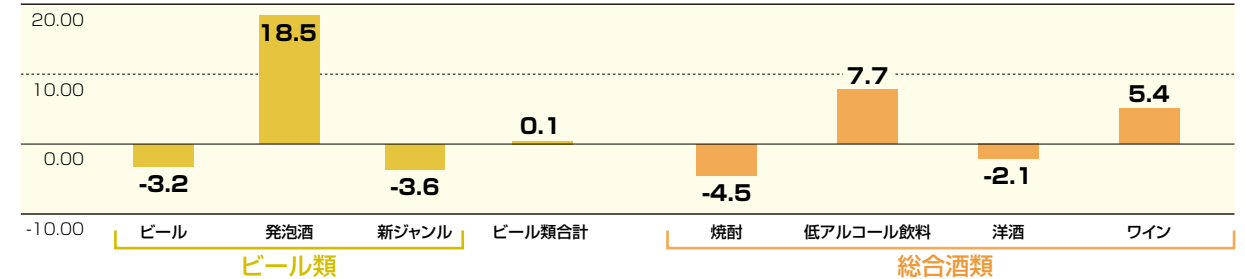
特別損益は、前期は固定資産の減損損失を計上していたことなどにより、前年同期に比べ改善しました。四半期純利益は、法人税等の増加および少数株主持利益の減少の差引により増加となりました。

事業別の概況

酒類事業 主な事業会社:アサヒビール(株)



商品カテゴリー別前年同期比較 (%)



ビール 「アサヒスーパードライ」のトータルマーケティング活動を展開しましたが、業務用市場の低迷などにより、出荷数量は前年同期比3.2%の減少となりました。

発泡酒 本年3月に発売した「アサヒスタイルフリー」が好調に推移し、1月から9カ月連続で前年実績を上回り、前年同期比18.5%の増加となりました。

新ジャンル 「アサヒ極旨」が順調に推移していますが、競合各社の新商品発売の影響などもあり、出荷数量は前年同期比3.6%の減少となりました。

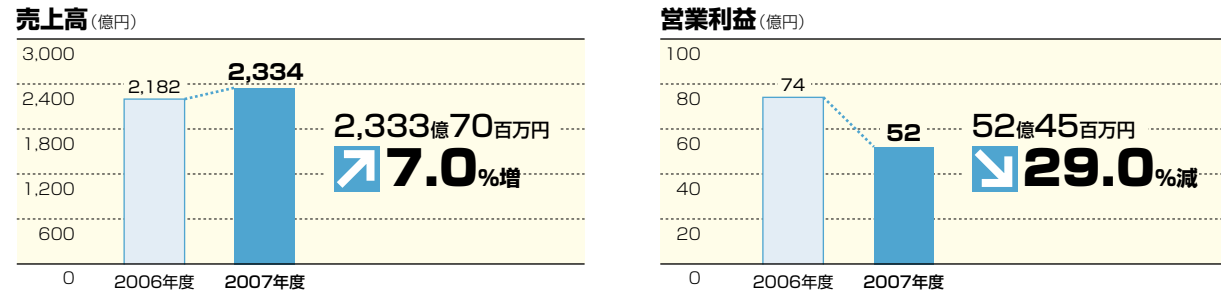
焼酎 乙類市場においては前年同期比40%の増加となりましたが、甲類市場の市場縮小の影響などもあり、全体では同4.5%の減少となりました。

低アルコール飲料 基幹ブランドに加え、「アサヒ旬果搾り爽感」、カゴメ(株)との共同開発商品「トマーテ」の発売などカテゴリー全体の活性化により、前年同期比7.7%の増加となりました。

洋酒 「ブラックニッカ クリアブレンド」のリニューアルなどに取り組みましたが、市場全体の縮小の影響により、前年同期比2.1%の減少となりました。

ワイン 国産ワイン「サントネージュ」ブランドの強化とともに、輸入ワインの商品ポートフォリオを活用した拡販を図り、前年同期比5.4%の増加となりました。

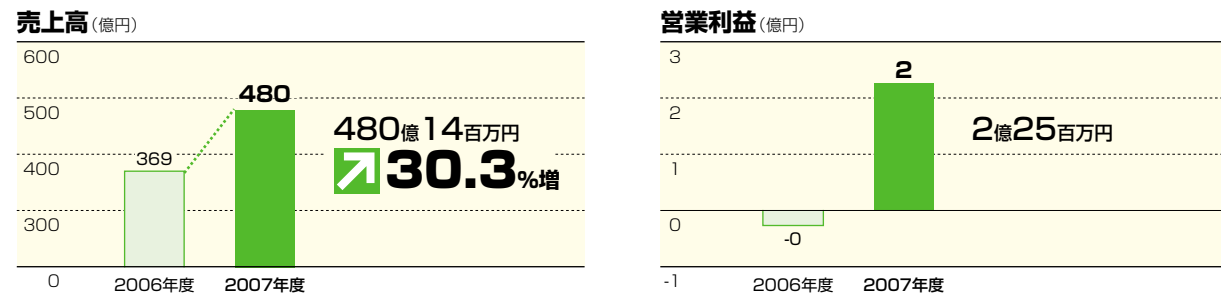
飲料事業 主な事業会社:アサヒ飲料(株)、(株)エルビー(本社 埼玉県蓮田市)、(株)エルビー(本社 愛知県東海市)



アサヒ飲料(株) 基幹ブランド「ワンダ」「ミツ矢サイダー」「アサヒ 十六茶」に経営資源を集中してブランドの磐石化に取り組んだことにより、売上高が伸張しました。

(株)エルビー(2社) 基幹商品である「烏龍茶」「緑茶」に加え、グループ共同開発商品である「朝の1食野菜ヨーグルト」の発売などにより、売上高が伸張しました。

食品・薬品事業 主な事業会社:アサヒフードアンドヘルスケア(株)、和光堂(株)



アサヒフードアンドヘルスケア(株) 「ミンティア」やバランス栄養食品「バランスアップ」、本年4月にリニューアルしたダイエットサポート食品「スリムアップスリム」が引き続き好調に推移しています。

和光堂(株) 本年3月にリニューアルしたレトルト食品「栄養マルシェ」、9月にリニューアルした粉末食品「手作り応援」やフリーズドライ「やさしいそざい」がそれぞれ好調に推移しています。

その他事業

売上高 633億77百万円 (16.3%減)
 営業利益 16億9百万円 (0.2%減)

主に卸事業の見直しなどにより、売上高・営業利益ともに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 768億33百万円 (-277億74百万円)

主に法人税等の支払い増により、収入が減少しました。

投資活動によるキャッシュ・フロー -513億16百万円 (228億41百万円)

本年はカゴメ(株)の株式取得を実施しましたが、昨年の和光堂(株)の株式取得金額の方が大きいため、大幅に支出が減少しました。

財務活動によるキャッシュ・フロー -261億53百万円 (-18億16百万円)

主に少数株主からの払込みが減少したことなどにより、支出が増加しました。

アサヒ飲料株式会社株式に対する公開買付に関するお知らせ

公開買付者であるアサヒビール(株)は、公開買付の対象者であるアサヒ飲料(株)の完全子会社化を目的とした公開買付を実施しました。

公開買付期間:
 2007年10月26日(金)～
 2007年12月6日(木) ※29営業日

買付目的:
 事業成長の機会を機動的に捉えるためにも、グループの経営資源の集中投入、柔軟な資本政策の実行など、意思決定スピードの迅速化を容易にする目的で完全子会社化を実施するものです。

株主優待のお知らせ

今回の株主優待のご案内は、来年3月を予定しています。

「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、2007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いたします。申しあげます。



写真は本年の株主様限定特製ビール(2,500円相当)です。

アサヒビールとカゴメの共同開発商品第一弾
完熟トマトのカクテル「アサヒトマーテ」

販売目標を約2倍の50万箱に上方修正!



缶335ml / 187円

アサヒビール(株)では、カゴメ(株)と共同開発した新商品「アサヒトマーテ」の販売が好調で、本年10月に当初に計画した年内の販売目標24万箱(1箱=335ml×24本)を突破したことから、当初の約2倍となる50万箱に引き上げました。

完熟トマトのカクテル「アサヒトマーテ」は、本年2月に業務・資本提携したアサヒビール(株)とカゴメ(株)による初めての共同開発商品で、9月4日に全国で発売しました。お客様からは「トマト本来の味わいが楽しめる」「他の低アルコール飲料にない素材や無炭酸が目新しい」など、「トマト果汁を使用した缶入り低アルコール飲料」というその独自性に大きな反響をいただいております。アサヒビール(株)とカゴメ(株)が目指した新価値提案は確かなご支持を集めています。

これからもアサヒビール(株)は、「野菜使用のアルコール飲料」という新市場の創出を強力に推進していきます。

カゴメが開発したトマト原料を活かして
どなたでも楽しめる味を目指しました。

どなたにもおいしく飲んでいただける味づくりに、カゴメ独自のトマト原料を活かすことができたと思っています。「アサヒトマーテ」は、カゴメが開発したトマトジュース専用トマト「凛々子(りりこ)」のなかでも、特においしい非加熱濃縮の原料だけを使用しています。発売後、計画を上回るスピードで売上を伸ばしており、改めてカゴメの原料トマトの価値が認められたような気がして、嬉しく思っています。



カゴメ(株)
東京本社
飲料ビジネス・ユニット
ディレクター
高野 仁

アサヒビール(株)
マーケティング本部
商品開発第一部
小野 直人

素材を切り口にお客様の健康志向に応える
新商品の開発に取り組みました。

お客様の健康志向が高まるなか、素材を切り口にアプローチすることで、新しい市場を開拓するという目標で開発をスタートしました。さまざまな素材のなかでも、嗜好性が最も高く、お酒との親和性もあるトマトを使用した商品を開発しました。商品の販売が堅調に推移し、お客様からご支持いただけたことを光栄に思っています。お客様からご支持いただいていることに感謝するとともに、今後も多くの皆様からのご支持をいただけるように努力を重ねていきます。

商品開発

アサヒカクテルパートナー 冬の限定缶
「ストロベリーロワイヤル」「メロンダイキリ」新発売

12月ならではの華やかな気分を盛り上げる商品として、高級感のある果物の果汁を使用した、洗練された上質感のあるデザインのカクテル2フレーバーを発売します。

ストロベリーロワイヤル：ストロベリーリキュールに白ワイン(シャルドネ)をミックスした、甘酸っぱくて後味スッキリのカクテルです。

メロンダイキリ：ラムにメロン果汁、レモン果汁をミックスした、芳醇な甘味が楽しめる後味スッキリのカクテルです。



2007年12月11日発売
缶350ml / 141円

アサヒうるおう果実チューハイ
「グレープフルーツ&ライチ」「ピーチ&パッション」新発売

コラーゲンが入った*1しっかりとした味わいと、みずみずしい果実感をお楽しみいただけます。しかもカロリーは40%オフ*2。チューハイ好きな女性に、自分へのご褒美として飲んでいただきたいチューハイです。

グレープフルーツ&ライチ：グレープフルーツの爽やかさと、ライチの華やかさが特長で、みずみずしい果実感が楽しめます。

ピーチ&パッション：ピーチのジューシーさとパッションフルーツの甘酸っぱさが特長で、みずみずしい果実感が楽しめます。



2008年1月9日発売
缶350ml / 141円

*1 1缶350mlあたり500mg入っています。
*2 当社フルーツチューハイ平均値比の40%オフです。

アサヒフードアンドヘルスケア(株)
スリム アップ スリム プレシャス
「スープ&クラッカー」「玄米入りヌードル」新発売

ダイエットサポート食品「スリム アップ スリム プレシャス」シリーズに、食感豊かで具がたっぷりの「スープ&クラッカー」と、喉ごしの良い滑らかな食感とほどよい歯ごたえの新アイテム「玄米入りヌードル」をラインアップしました。

食事代わりにおいしく摂れるうえ、コラーゲン、ヒアルロン酸、COQ10配合で、美容にも役立ちます。

2007年9月3日発売
●プレシャス スープ&クラッカー
(コンスープほか6種類)
5食 / 2,096円
(12食 / 4,743円もあります)
●プレシャス 玄米入りヌードル
(中華白湯ほか3種類)
3食 / 1,410円



アサヒ飲料(株)
「ワンダ 圧力仕立て」が進化して新登場

「圧力がコーヒーをうまくする」というコンセプトのもと、高速高圧の本格エスプレッソ抽出機を使って深いコクと香りの高さを実現した「ワンダ 圧力仕立て」が、進化して新登場しました。

従来からの高速高圧抽出に加え、豆からのおいしさを極力酸化させずに引き出す、アサヒ飲料の独自技術「抗酸化抽出製法」を採用するとともに、豆の焙煎度や挽き方(細挽き)にこだわり、さらに深く強いコーヒー感と芳醇な香りに仕上げられています。



2007年11月13日発売
缶190g / 115円

事業推進

「ディスクロージャー優良企業選定」の食品部門で5年連続第1位に選定

アサヒビール(株)は、社団法人日本証券アナリスト協会が企業のディスクロージャー(情報開示)の向上を目的に実施している「ディスクロージャー優良企業選定」において、食品部門で5年連続の第1位に選定されました。

今回の選定においてアサヒビール(株)は、①経営陣とIR部門が連携して、株主・投資家の経営分析に資する有用な情報を継続的に発信していること、②決算短信や説明会で配布する資料が充実していること、③情報開示における公平性の確保に配慮していること、④資本政策や株主還元策に対する考え方を明確に示していることなどが高く評価されました。

今後ともアサヒビール(株)では、株主・投資家の皆様の投資判断に役立つ適時・適切な情報開示に努めていきます。



本年10月12日に開催された表彰式の様子



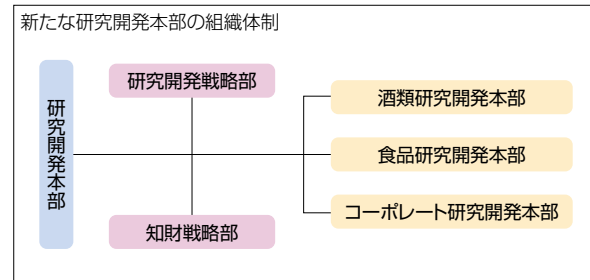
ホームページの投資家情報サイト
<http://www.asahibeer.co.jp/ir/>

研究開発部門の組織体制を再編し、基幹事業ごとの研究開発体制を強化

アサヒビール(株)は、より戦略的な研究開発体制の構築を目指し、本年10月に研究開発本部の組織体制を大幅に再編しました。

具体的には、食品・薬品事業がグループ第3の事業に成長したことを踏まえ、「食品研究開発本部」を新たに設置。酒類事業、飲料事業とともに、グループの基幹事業ごとの研究開発体制を強化しました。また、グループの事業全般の研究開発を担当する「コーポレート研究開発本部」を新設し、同本部内に商品の安全、健康と味覚、新規事業、安全で便利な容器・包装の研究開発を担う組織をそれぞれ設置。さらに、研究開発部門の戦略策定を担う「研究開発戦略部」を新設するとともに、「特許室」を知財戦略を担う「知財戦略部」として独立させました。

今後は、新たな体制のもとグループ横断型の研究開発活動を推進し、技術シナジーの創出や新たな価値を提案する新商品・新規事業の開発に注力していきます。



環境保全

和光堂(株)栃木工場が燃料を天然ガスに転換し、CO₂排出量を大幅に削減

地球温暖化の進行が深刻な問題となり、各企業は積極的な対応が求められています。

こうしたなか、アサヒグループの和光堂(株)では、環境省が推進している「温暖効果ガスの自主削減目標設定にかかわる設備補助事業」の採択を受け、粉ミルクや粉末飲料を生産している栃木工場に液化天然ガスの貯蔵施設やボイラーなどの設備を導入。製造工程において熱源となる熱風や蒸気を発生させる燃料として使用していた重油と液化石油ガスを、天然ガスに転換することで、燃料使用量とCO₂排出量の削減を進めており、CO₂については年間平均*CO₂排出量の14%にあたる2,000t-CO₂を削減する計画です。

アサヒグループでは、今後もCO₂排出量の削減をはじめとする各種の環境保全活動を積極的に推進し、貴重な地球環境への負荷の低減に努めていきます。

*2004年度～2006年度の3年間の平均。



社会貢献

財団法人アサヒビール芸術文化財団が「メセナアワード2007」の「文化庁長官賞」を受賞

財団法人アサヒビール芸術文化財団は、芸術文化の振興に貢献した企業や企業財団のメセナ活動の表彰制度として財団法人企業メセナ協議会が主催している「メセナアワード2007」で、アサヒビール大山崎山荘美術館の活動が評価され、「文化庁長官賞」を受賞しました。

京都府乙訓郡大山崎町にある同美術館では、関西の大学や地元大山崎町の方々との協働による企画の開催をはじめ、アートマネジメントを学ぶ学生への学習の場の提供、地元のボランティアグループとの「山荘ツアー」開催を通じた地域の方々との交流など、地域社会と一体となった総合的な芸術振興活動を展開しており、今回こうした活動が高く評価されました。

アサヒビール芸術文化財団は、これからも地域や教育研究機関と協働で行う芸術活動への取り組みを通じて、豊かな芸術文化の育成に貢献していきます。



アサヒビール工場のご案内

ビールの“できたてのうまさ”を実感していただけるアサヒビールの工場をご紹介しますこのコーナー。
今回は、豊かな自然に囲まれた“みちのくのビール工場”、福島工場をご紹介します。



アサヒビール福島工場

福島工場ご案内係の新国が、工場の見どころをご紹介します！



東北地方のお客様に新鮮なビールをお届けするため1972年に操業を開始した福島工場。豊かな自然に囲まれたこの工場は、年間約5.2億本(大びん換算)という国内最大級の生産力を有しています。福島工場で新鮮な空気をたくさん吸って、できたてのビールを楽しみましょう！

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。

アサヒビール福島工場 ご案内係
福島県本宮市荒井字上前畑1
TEL. 0243-34-1170
FAX. 0243-34-1190

アクセス

- 電車の場合
JR「郡山駅」からJR東北本線「五百川駅」下車、徒歩約15分
- 車の場合
東北自動車道「本宮I.C.」から約1.5km、約3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。

●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。

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。



仕込室

大きな釜のなかで原料を煮込み、ビールの元となる麦汁をつくります。



原料展示

ビールの主原料である麦芽やホップに実際に触れることができます。



再資源化展示コーナー

工場内で発生する副産物や廃棄物はすべて有効利用しています。その再資源化の取り組みをわかりやすくご紹介しています。



アサヒビール園・福島本宮店

ジューシーで柔らかいラム肉のジンギスカンやしゃぶしゃぶをはじめ、豊富なメニューをご用意しています。詳しくは、お電話(0243-33-1661)でお問い合わせください。

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
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 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
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

株式事務のお問い合わせ

株券の名義書換、住所変更、配当金のお受け取りなどのお手続きは株主名簿管理人である住友信託銀行にて承ります。

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)
※上記時間帯以外は自動音声対応です。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)

ホームページ <http://www.sumitomotrust.co.jp/STA/retail/service/daiko/index.html>

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。

株式に関するその他のお問い合わせ窓口:アサヒビール株式会社 総務法務部 株式担当 TEL.03-5608-5113

アサヒ サポーターひろば

「アサヒ サポーターひろば」は、キャンペーン情報やアンケートの集計結果など、さまざまな情報をご紹介します。

キャンペーン情報

スーパードライ「うまさは飲み!プレゼント」キャンペーン

応募期間

2008年2月6日(水)～4月8日(火) ※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。

対象商品

スーパードライ(ミニ樽3L、ミニ樽2L、特大びん、大びん、中びん、小びん、スタイニーびん、缶1000ml、缶750ml、缶500ml、缶350ml) ※缶250ml、缶135mlは対象外となります。

賞品

【応募コース】

シールを規定の枚数集めてご応募いただいた方に抽選で賞品をお届けするコースです。

●シール6枚応募コース

アルミ製クーラーボックスキット
10万名様

●シール12枚応募コース

缶ビールサーバー
2万名様

●シール18枚応募コース

ソープストーンクールピアタンブラー
2万名様

【必ず手に入るコース】

シールを規定の枚数集め、一定の費用をご負担いただいた方に賞品をお届けするコースです。

●シール60枚+2,500円コース

缶ビールサーバー

●シール60枚+4,000円コース

ソープストーンクールピアタンブラー

お問い合わせ先

キャンペーン事務局 ☎0120-659-593 ※2008年1月下旬以降開設



350ml缶6缶パック



アルミ製クーラーボックスキット



缶ビールサーバー

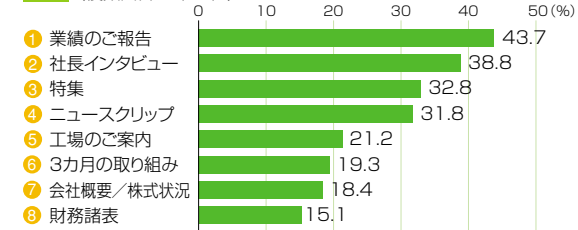
ソープストーン
クールピアタンブラー

※350ml缶6缶パック写真、賞品写真はイメージです。デザインが変更になる場合がございますので、予めご了承ください。

アンケートの集計結果

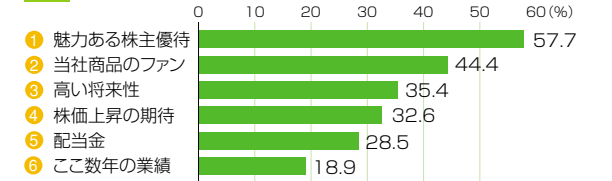
「アサヒスーパーレポート2007秋号」にて実施した株主様アンケートの集計結果をご報告します。今回も10,000名を超える株主の皆様からご回答をいただきました。ありがとうございます。

Q どの記事に関心を持ちましたか? (複数回答、上位8位)



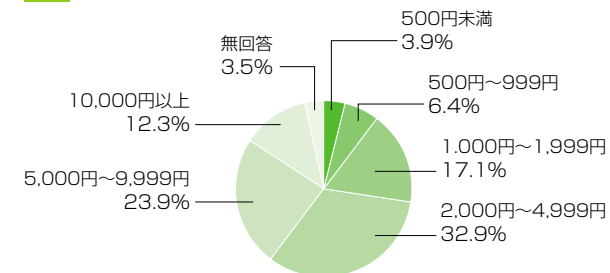
前回同様、「業績のご報告」「社長インタビュー」が非常に高くなりましたが、「特集」「ニュースクリップ」が前回に比べて上位にきており、新商品情報などへの株主様の関心の高さが改めてわかりました。

Q 当社株式を保有している理由は? (複数回答、上位6位)



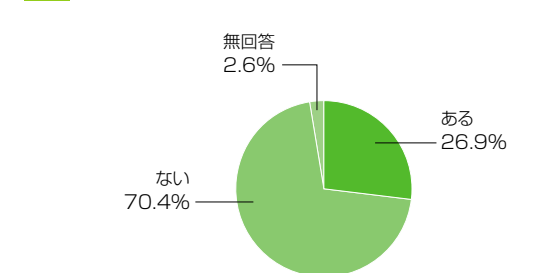
「魅力ある株主優待」が前回同様1位でしたが、「当社商品のファン」が続いており、当社ファンの皆様に支えられていることを改めて実感しました。皆様のご期待に応えられるよう今後も取り組んでまいります。

Q アサヒビール商品の月平均ご購入額は?



「2,000円～4,999円」「5,000円～9,999円」で全体の約60%を占めています。日頃から株主の皆様から応援していただいていることを改めて実感しております。

Q 工場を見学されたことはありますか?



約4人に1人の方が工場見学にお越しいただいています。当社の製造現場への関心の高さが伺えます。これからも多くの株主様に見学していただけるよう努めてまいります。

編集後記

2007年も暮れようとしておりますが、皆様にとってどのような1年だったでしょうか?

アサヒビールにとっては第3次中期計画の初年度であり、「スーパードライ」の発売20周年と非常に重要な1年でした。来年は、酒類事業を中心に、アサヒビールグループ全体でさらに飛躍できる年にできるよう努めてまいります。それでは皆様、良いお年をお迎えください。

アサヒスーパーレポート 2007 冬号 目次

ごあいさつ	2
この3カ月の取り組み	3
特集: 中国での安全・安心でおいしい 高付加価値農作物の生産を目指して。	4
第3四半期業績のご報告	8
アサヒ ニュースクリップ	12
アサヒビール工場のご案内	16
株主メモ	17
アサヒ サポーターひろば	18

会社概要 (2007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
本部所在地	〒130-8602 東京都墨田区吾妻橋一丁目23番1号
設立	1949年(昭和24年)9月1日
資本金	1,825億3,119万4,085円
従業員数	3,772名 ※従業員数は就業人員であり、当社への出向者(193名)を含み、関係会社への出向者を除いています。
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>

お客様相談室 ☎0120-011-121



飲酒は20歳になってから。飲酒運転は法律で禁止されています。
妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。
ほどよく、楽しく、いいお酒。のんだあとはリサイクル。♻️

