



Asahi SUPER REPORT

アサヒ
スーパーレポート
2008
夏号

私たちの“今”をお伝えします。

株主・投資家の皆様へ
第85期第1四半期の
ご報告

2008年1月1日～2008年3月31日

特集

アサヒビールの「挑戦」vol.2 「水源地の森保全活動」



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。

本年に入り、私たちを取り巻く環境はますます厳しさを増しております。しかしながら、アサヒビールグループはその変化に対応すべく、「ブランドの育成・強化」「収益構造改革」「飛躍的な成長への投資」の3つのキーワードのもと、経営が強いリーダーシップを発揮し、グループ事業の飛躍的な成長に向けた既存事業の自立的な成長と収益性の強化を進めています。

この第1四半期においては、アサヒビールグループ全体での売上高は前年同期比で微減にとどまりましたが、営業利益では大幅な増益を確保することができました。

また、アサヒビール単体では、3月に麦芽・副原料などの原材料価格の高騰により、ビール類の出荷価格の改定を実施いたしました。そのなかでも、売上高の微増を確保し、広告販促費の大幅な削減をはじめとする各部門でのコストダウンを継続させたことにより営業利益の改善を達成することができました。

これから迎える最盛期に向け、ビール・発泡酒に加え、3月に発売した「クリア アサヒ」が好調に推移している新ジャンルでも着実に市場地位を確保するため、各カテゴリーでブランド育成を強化してまいります。

一方、国内・韓国の飲料事業では、原材料価格の高騰に加えて、競合各社との競争激化により、苦戦を強いられております。しかしながら、この状況を乗り越えるべく、ブランド力の強化を図るとともに、より一層のコストダウンを推進することでグループ全体でのさらなる成長へ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挑戦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。

2008年6月

3カ月の取り組み

1月

January

- 9日 「うるおう果実チューハイ」2種新発売 1
- 22日 「アサヒカクテルパートナー 春缶」2種新発売
- 22日 「アサヒ旬果搾り 春缶」2種新発売
- 下旬 中国にワインの製造・販売会社(江蘇聖果葡萄酒業有限公司)を設立



1

2月

February

- 5日 2007年度決算発表
- 13日 「アサヒ旬果搾り 沖縄シリーズ」2種リニューアル
- 13日 「アサヒカクテルパートナー プレミアム」2種新発売 2
- 19日 「アサヒカクテルパートナー」リニューアル 3
- 26日 「アサヒ本生ドラフト」リニューアル 4
- 下旬 「酸化防止剤無添加ワイン物語」リニューアル(順次切り替え) 5



2



3



4



5

3月

March

- 4日 「熟撰」新発売 6
- 4日 「アサヒ ベジータ」新発売 7
- 4日 「シングルモルト宮城峡500ml」新発売 8
- 13日 ロシア最大手のビールメーカー、バルチカ社とライセンス契約を締結
- 25日 「クリア アサヒ」新発売 9
- 26日 第84回定時株主総会・株主懇談会開催



6



7



8



9

「水源地の森保全活動」

貴重な自然資源である「水」を供給してくれる「森」。「森」を守り、育む活動に全国9つのビール工場に取り組んでいます。

事業活動や環境保全活動などの分野で、アサヒビールグループが進めているさまざまな取り組みを紹介する「アサヒビールの『挑戦』」。第2回は、水資源の保全を目指す「水源地の森保全活動」をご紹介します。

NPOや行政機関と協働で地域密着型の環境保全活動を展開

「水」は、貴重な自然資源であり、ビールなどアサヒビールグループが製造・販売している製品に欠かせない原料の一つです。

アサヒビールグループでは、この水を育んでくれる森林を継続的に保全していくことが、水を原料として取り扱う企業としての社会的責任（CSR）であるとの考えのもと、全国9つのビール工場で“工場近隣の水源地を保全する活動を実施し、持続可能な森林を育んでいくことで社会との共生を図る”ことをその理念とする「水源地の森保全活動」を進めています。

「水源地の森保全活動」の推進にあたっては、グループ会社の社員やその家族をボランティアとして募り、全国各地のNPOや行政機関と協力しながら、さまざまな活動を展開しています。アサヒビールグループは、工場で使用する水の有効利用や工場排水の水質管理とともに、この「水源地の森保全活動」を積極的に展開し、環境負荷の少ない循環型社会の実現に貢献していきます。

- 水源地の森保全活動での主な活動内容**
- 植林／下草刈り／枝打ち／間伐
 - 森林環境講座 ● 森林観察ツアー ● 木工教室

吹田工場・西宮工場



パートナー：NPO法人 自然と緑
 実施場所：近江八幡国有林
 水系：淀川・武庫川
 水源地：琵琶湖

博多工場



パートナー：福岡那珂川町役場
 実施場所：那珂川ダム周辺国有林
 水系：那珂川・宝見山
 水源地：南畑ダム

北海道工場



パートナー：NPO法人 ねおす
 実施場所：定山溪国有林
 水系：豊平川
 水源地：奥定山溪

福島工場



パートナー：会津若松地方森林組合
 実施場所：猪苗代町国有林
 水系：五百川
 水源地：猪苗代

四国工場



パートナー：東予森林組合林業活性センター
 石鎚水源の森くらぶ
 実施場所：石鎚山系水源地
 水系：加茂川
 水源地：石鎚山系

茨城工場



パートナー：茨城森林管理署
 美和木材（協組）
 実施場所：友部町国有林
 水系：利根川・霞ヶ浦・小貝川
 水源地：利根川・霞ヶ浦・大赤根

神奈川工場



パートナー：神奈川県南足柄市役所
 実施場所：足柄山民有林
 水系：斑目水系・怒田水系
 水源地：箱根外輪山（狩川、内川）・丹沢山系

名古屋工場



パートナー：NPO法人 ドングリの会
 実施場所：御嵩町有林
 水系：木曾川
 水源地：岩谷ダム

実施Report

Suita Plant / Nishinomiyama Plant

本年最初の水源地の森保全活動として、琵琶湖の水源地で下草刈りを実施しました。

本年4月12日、琵琶湖の水源地である滋賀県近江八幡市の「近江八幡国有林」で、大阪府の吹田工場と兵庫県の西宮工場が主催する本年最初の水源地の森保全活動を実施しました。

活動には両工場のほか、アサヒビールモルト(株)、アサヒロジ(株)の社員と家族も参加。40年以上ほとんど手入れされてこなかった森を健全化するため、ウラジロ(シダ植物)刈りなどを行いました。

また本年の活動では、初めての試みとして「子供木工教室」を開催。NPO法人の協力のもと、ドングリ人形、竹とんぼの製作などを体験してもらいました。未来を担う子供たちに山の楽しさを感じてもらおうことが目的でしたが、大人の参加者にも好評をいただきました。

今後こうした活動を通じて、水源地の保全に取り組んでいきます。



開会式 ▶

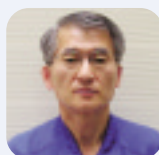
◀ 社員によるウラジロ刈り

子供木工教室 ▶

関係者からのメッセージ

「継続は力」の思いで
今後も続けていきます。

西宮工場 総務部 野田 栄司



ウラジロ刈りは地道できつい作業ですが、これにより水が地中にしみ込み、森が生き生きとし、豊かな生態系が保たれます。本年は水源地保全活動を始めてまだ2年目ですが、「継続は力なり」。今後もより多くの仲間と継続していきたいと思っています。

森に触れ、環境保全の意識が高まりました。

吹田工場 総務部 木村 直子



琵琶湖は関西の大切な水源地。そこで額に汗して活動することは、意義のあることだと考えています。自然に触れることで、水源地の森を身近に感じ、大切にしていきたいという意識が高まりました。今後も社員一丸となって、森の再生に取り組んでいきます。

数年かかる地道な作業。
力を合わせて頑張ります。

NPO法人自然と緑 理事 事務局長 大東 弘



近江八幡国有林にはウラジロが繁茂し、生態系が崩れ、水源涵養機能も失われていました。そこで今回、森の健全化の第一歩として、雨が地面にしみ込むようにウラジロ刈りを行いました。すべて刈り取るには数年かかりますが、力を合わせて頑張りたいと思います。

商品開発

クオリティアップ 発泡酒 アサヒスタイルフリー

“糖質0^{ゼロ}”と“スッキリとした後味”という「アサヒスタイルフリー」の最大の特長はそのままに、中味とパッケージデザインをクオリティアップしました。

ここが新しい NEW!

- 😊 仕込み工程を改良
- 😊 “味のふくらみ”を向上させ、中味のおいしさをアップ
- 😊 パッケージにゴールドの帯を追加し、おいしさアップを訴求

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



2008年5月下旬製造分から順次切り替え
缶350ml、缶500ml(缶250mlもあります) /
希望小売価格は設定していません。

クオリティアップ 発泡酒 アサヒ本生アクアブルー

“おいしい、糖質50%オフ[※]”の発泡酒としてご好評をいただいている「アサヒ本生アクアブルー」の中味とパッケージデザインをクオリティアップしました。

ここが新しい NEW!

- 😊 新規の酵母エキスを採用
- 😊 飲んだ時の“爽快感”と“キレ”をさらにアップ
- 😊 「アサヒ本生ドラフト」とパッケージデザインを統一

※ 5訂日本食品標準成分法によります。



2008年5月下旬製造分から順次切り替え
缶350ml、缶500ml /
希望小売価格は設定していません。

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。

商品開発

低アルコール飲料
新発売 アサヒ ベジツシュ

カゴメ(株)との共同開発商品の第3弾として、おいしい野菜と果実のスパークリングカクテル「アサヒ ベジツシュ」を新発売しました。

ここがポイント!

- ☺ 21種の野菜と5種の果実をミックス。今までに無いグレープフルーツテイスト
- ☺ 発泡感が心地よく、味わい豊かで後味すっきり



2008年6月3日発売
缶350ml / 187円

「トマーテ」&「ベジーテ」…そして、「ベジツシュ」へ

2007年2月 アサヒビール・カゴメ 業務・資本提携

2007年9月 野菜使用で健康志向に対応している
アサヒ&カゴメだから期待・安心
トマーテ、ベジーテへの評価

2008年3月 さらにさらとした飲み口でおいしい
食後のリラックスタイムに楽しめる
「野菜+果実」で飲用者層を拡大

2008年6月3日 これまでの共同開発成果やお客様の評価を活かし、「心地よい発泡感で、食事の1杯目から楽しめる味わい」を追求

アサヒ飲料(株)
炭酸飲料
新発売 三ツ矢サイダー
日本品質 紀州南高梅 PET500ml

おいしさと品質をより進化させたプレミアム果汁炭酸飲料の新シリーズ「三ツ矢サイダー 日本品質」の第1弾として、「紀州南高梅」を新発売しました。

ここがポイント!

- ☺ アサヒビールグループの最新技術「フレッシュオリティ製法」を採用
- ☺ 厳選した国産果汁のみを贅沢に使用
- ☺ 梅のトップブランド「紀州南高梅」の華やかでフレッシュな香りが楽しめる



2008年5月27日発売
500ml PETボトル / 150円

アサヒフードアンドヘルスケア(株)
ダイエットサポート食品
リニューアル スリムアップスリム プレシャスシェイク

食事代わりにおいしく摂れるうえ、栄養バランスを追求した「スリムアップスリム プレシャスシェイク」をリニューアルして発売しました

ここがポイント!

- ☺ “満腹感”を持続させる植物性たんぱくを配合し、腹持ちアップを実現
- ☺ 水に溶かして飲むだけの手軽さとなめらかな飲み心地



2008年6月3日発売
5食入り(5種×各1袋) / 1,790円

2008年6月3日発売
14食入り(7種×各2袋) / 4,267円

商品開発

(株)エルビー(本社 埼玉県蓮田市)

新発売 果汁飲料

「バヤリース まろやか仕立てとろけるバナナ」

人気の「バヤリース とろける」シリーズから、500mlサイズ紙パックでの第2弾としてバナナテイストの果汁飲料を新発売します。

ここがポイント

- バナナピューレにバナナの果汁をバランスよくブレンドし、果汁本来の味わいが楽しめる
- とろりとろける新食感のまろやかな口当たりを実現



2008年7月8日発売
500ml紙パック/137円(消費税込)

和光堂(株)

幼児向けおやつ

リニューアル

「食育ランド ちいさなドーナツ 食育ランド 小魚チップス」

素朴な味、適度な固さで、噛む力のトレーニングにもこだわった幼児向けおやつシリーズ「食育ランド」10品に、新たに5品を加えてリニューアル。素材のおいしさを感じられるよう、塩分、糖分、油分は控えめとし、「会話がはずむ絵本のようなパッケージ」を採用しました。

ちいさなドーナツ

やわらかく焼きあげた甘さ控えめの素朴なドーナツ型ビスケットです。

2008年3月6日発売
30g/105円



小魚チップス

日本近海産のイワシとエビをたっぷり入れ、うす味に仕上げたスナック菓子です。

2008年3月6日発売
20g/105円

事業推進

ビール市場が拡大するロシアで「スーパードライ」のマーケティングを強化

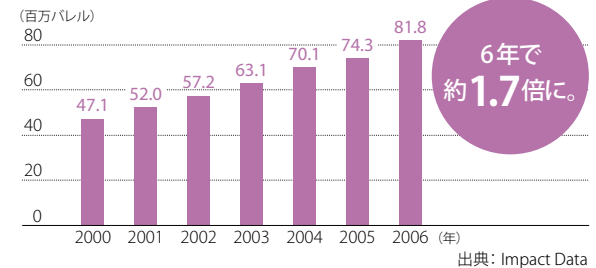
～ロシア最大手のビール会社バルチカ社とライセンス契約を締結～

拡大を続けるロシアのビール市場

経済成長著しいロシアでは、消費における健康志向や高級志向の高まりを背景に、ウォッカなどと比べてアルコール度数が低いビールの消費量が急速に拡大しています。とりわけ品質が高く、高額な輸入関税がかからないことから、ライセンスビール(現地生産される外国ビール)への人気が高まっています。

ロシアにおけるビール消費量の約80%は、ヨーロッパロシア(東経60°以西のロシア)で占められており、なかでもモスクワとサンクトペテルブルクをはじめとする都市部で多くのビールが消費されています。

ロシアのビール消費量



ヨーロッパロシアでのマーケティングを強化

アサヒビール(株)は1998年から「スーパードライ」の販売を開始し、輸入ビールとして主にアジアロシア(東経60°以東のロシア)で販路を拡大。現在、ロシアでの販売量は国内ビールメーカーのなかでトップの地位を確保していますが、本年3月にロシア最大手のビール会社バルチカ社と、生産・販売などを委託するライセンス契約を締結しました。

これにより、アサヒビール(株)は、同社が有する高度な品質管理体制とロシア最大の販売チャネルを活用し、ビールの大消費地であるヨーロッパロシアと周辺国市場で、「スーパードライ」のライセンスビールの積極的なマーケティング活動を展開していきます。



バルチカ社の生産ライン



「スーパードライ」のさらなる拡販に取り組んでいきます。

ロシアでは、海外ライセンスのカテゴリーはビール市場全体の伸びを上回る成長を続けています。今回の契約によって「スーパードライ」がラインアップに加わったことで、当社のライセンスカテゴリーをさらに強化できると信じています。

バルチカ社 社長 アントン・アルテムフ氏

バルチカ社の概要

- 社名 Baltika Breweries
- 本社所在地 ロシア サンクトペテルブルグ
- 代表者 アントン・アルテムフ(社長)
- 設立 1990年

社会貢献

未成年者飲酒防止啓発用教材が「消費者教育教材資料表彰」で“優秀賞”を受賞

アサヒビール(株)が小学校高学年向けに制作した未成年者飲酒防止啓発用教材『どうする? どうなる? お酒のこと』が、本年3月、財団法人消費者教育支援センターの「第6回消費者教育教材資料表彰」で“優秀賞”を受賞しました。7月4日に表彰式が予定されています。

この教材は、アルコール飲料を製造・販売している企業としての社会的責任(CSR)を果たすために進めている未成年者飲酒防止活動の一環として制作したもので、未成年者の飲酒が法律で禁じられている理由や飲酒に誘われた時の断り方などをクイズ形式で展開しています。

アサヒビール(株)は、今後もこうした活動を積極的に推進し、健康で豊かな社会の実現に貢献していきます。



株主総会・株主懇談会

「定時株主総会」 「株主懇談会」を開催

アサヒビール(株)は、本年3月26日に「第84回定時株主総会」を開催し、2,214名の株主様にご出席いただきました。

今年の定時株主総会では、剰余金処分、定款一部変更、取締役・監査役の選任に関する議案についてご審議いただき、すべての議案についてご承認をいただきました。

株主総会終了後には「株主懇談会」を開催し、「いつもお客様のそばに～街に溢れるAsahi」「商品がお客様に届くまで」「持続可能な未来社会実現のために」など6つのテーマで、アサヒビールグループの企業活動や商品をご紹介します。

株主総会、株主懇談会の詳細は、ウェブサイトをご覧ください。 (8月5日終了予定)

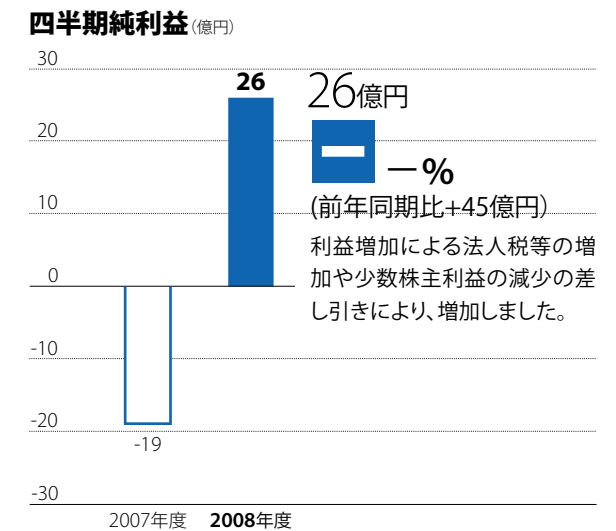
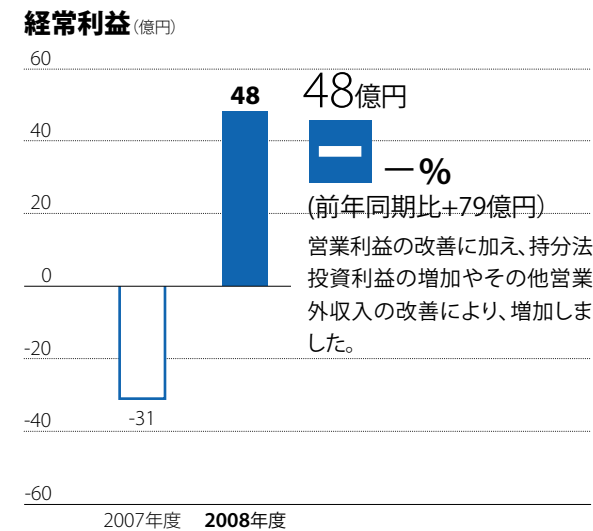
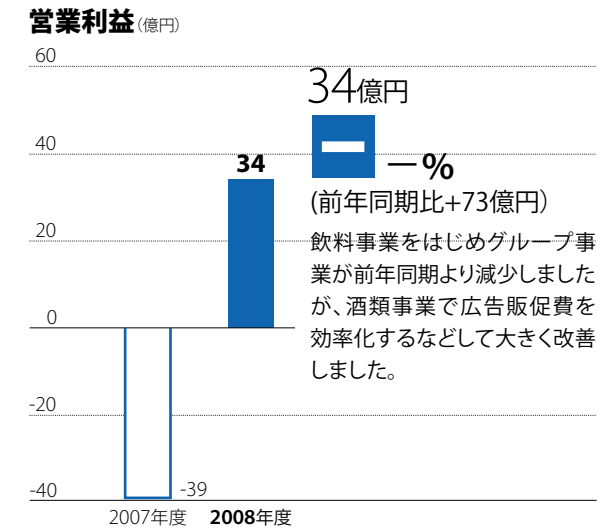
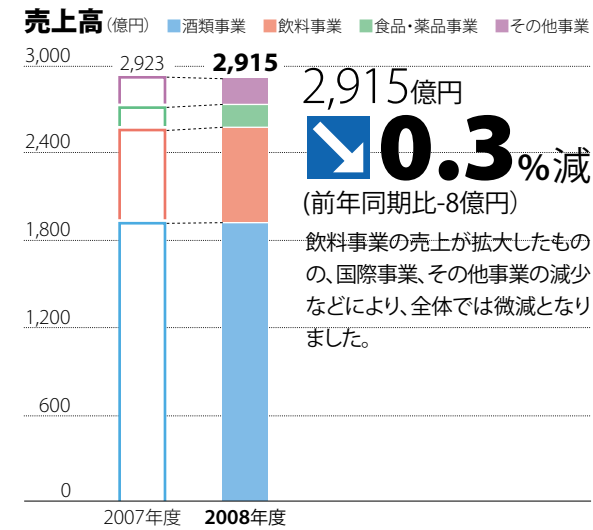
株主総会
URL <http://www.asahibeer.co.jp/ir/event/sokai/>

株主懇談会
URL <http://www.asahibeer.co.jp/ir/event/sokai/kondankai.html>



連結業績のご報告

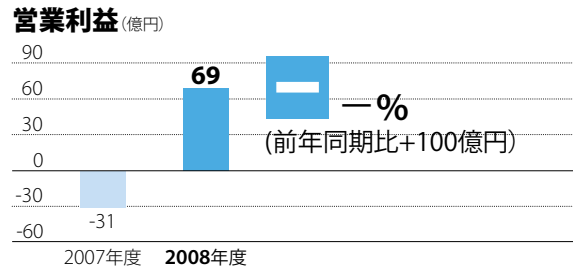
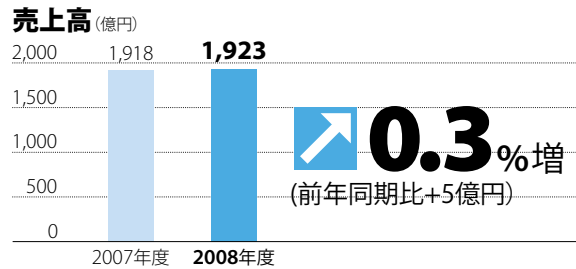
財務ハイライト (当該年度の1月1日～3月31日)



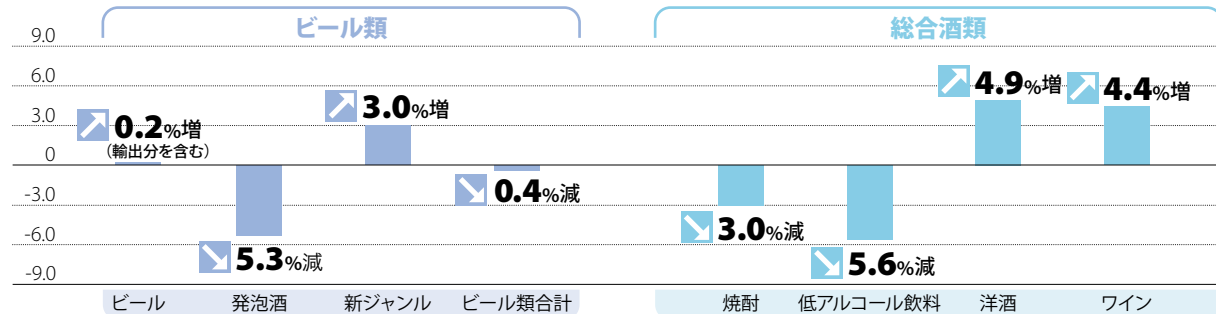
セグメント情報 (当該年度の1月1日～3月31日)

酒類事業

主な事業会社:アサヒビール(株)



カテゴリー別前年同期比較 (売上高で算出) (%)

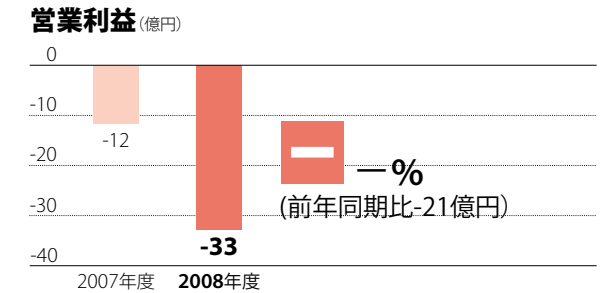
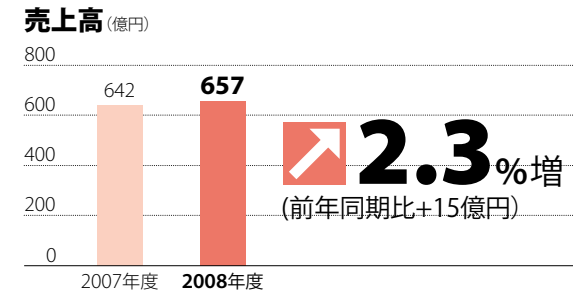


- ビール** ……「スーパードライ」のさらなるブランド価値向上を図りつつ、本年3月には缶入り「熟撰」を新発売し、プレミアム市場でも基幹ブランドの確立を目指しました。
- 発泡酒** ……定番市場でのブランド確立を目指し、「本生ドラフト」をリニューアルしました。また、「スタイルフリー」の広告販促を強化し、ブランドの育成を図りました。
- 新ジャンル** ……「あじわい」のブランド育成を図るとともに、本年3月に発売した「クリア アサヒ」の積極的な販売促進活動を展開しました。

- 焼酎** ……「かのか」は前年同期比15.5%増となりましたが、甲類大容量市場の減少が業績に影響しました。
- 低アルコール飲料** ……ブランドのさらなる活性化を図りましたが、市場全体の低迷が業績に影響しました。
- 洋酒** ……「シングルモルト 宮城峡」の発売、「ブラックニッカクリアブレンド」が業績を牽引しました。
- ワイン** ……国産・輸入ワインともに基幹ブランドの育成を図りました。

飲料事業

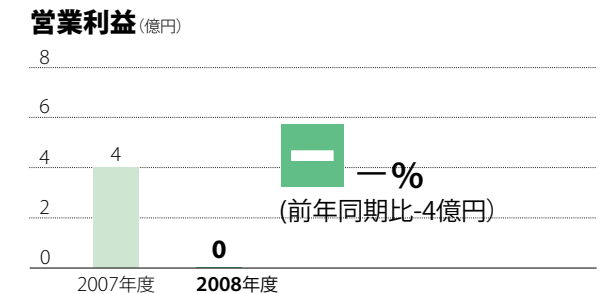
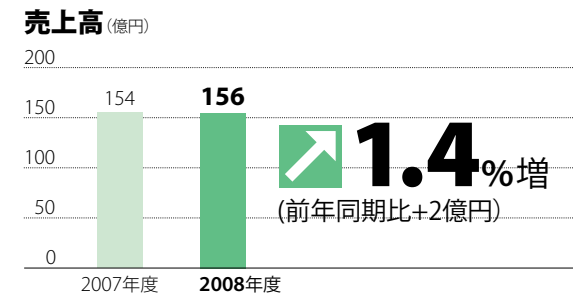
主な事業会社:アサヒ飲料(株)、(株)エルピー(本社 埼玉県蓮田市)、(株)エルピー(本社 愛知県東海市)



- アサヒ飲料(株)** ……昨年12月に設立したカルピス(株)との合併会社アサヒカルピスビバレッジ(株)が事業を本格的に開始し、自動販売機チャネルの強化を図りながら、基幹ブランドの「ワンダ」「三ツ矢」「十六茶」や、水、日本茶カテゴリーの継続的な強化・育成を推進し、売上高は前年同期を上回りました。
- (株)エルピー(2社)** ……「烏龍茶」「緑茶」などのチルド商品が堅調に推移し、売上高が伸長しました。

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)



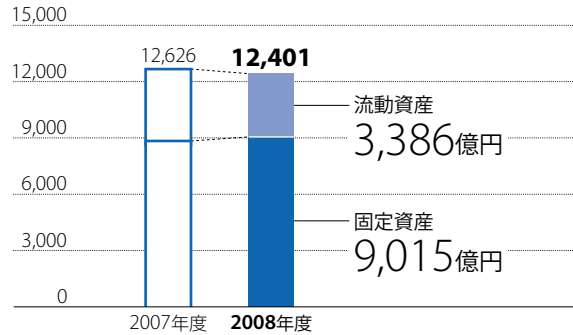
- アサヒフードアンドヘルスケア(株)** ……「ミンティア」「バランスアップ」「エビオス」などの主要商品が前年同期比2桁増を達成するなど、前期に引き続き好調に推移し、売上高が拡大しました。
- 和光堂(株)** ……業務用粉乳の売上が増加し、また「栄養マルシェ」などのブランド強化を図ったものの、ベビーフード全体の売上が減少し、全体では売上高は前年同期を下回りました。

その他事業

売上高 179億円 ▼14.5%減(前年同期比-30億円) 営業利益 -3億円 ▼1%減(前年同期比-2億円)
主に前年に実施した卸事業の再編などにより、売上・利益が減少しました。

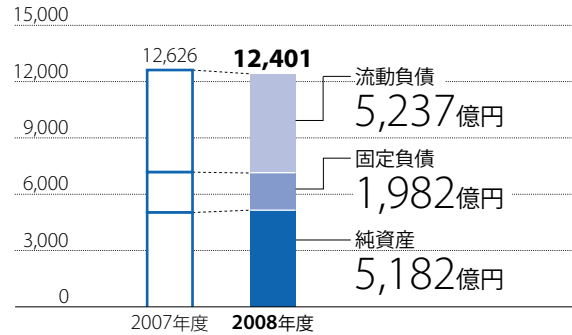
財政状態 (当該年度の3月31日現在)

資産 (億円)



前期に実施したアサヒ飲料(株)株式のTOBに伴いのれんが増加しましたが、休日影響などによる売上債権や有形固定資産の減少などにより、前年同期比225億円の減少となりました。

負債・純資産 (億円)



負債は休日影響などによる仕入債務の減少や預り金の減少などにより、前年同期比343億円減少しました。純資産は、過去1年間の連結純利益による利益剰余金の増加などにより、前年同期比118億円の増加となりました。

キャッシュフローの状況 (当該年度の1月1日～3月31日)

営業活動によるキャッシュフロー

19億円

▲208億円増

税引前利益の増加と法人税などの支払いが減少したことにより、収入が増加しました。

投資活動によるキャッシュフロー

-123億円

▲130億円増

前年同期はカゴメ(株)の株式取得166億円があったため、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

167億円

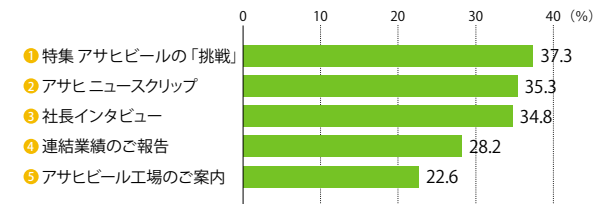
▼310億円減

金融債務の調達が増加したことなどにより、収入が減少しました。

アンケート集計結果

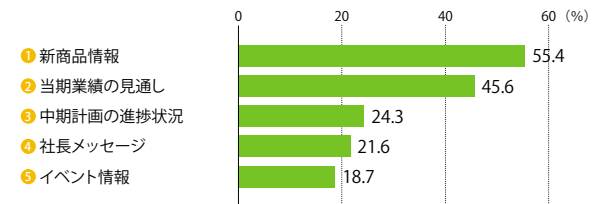
「アサヒスーパーレポート2008春号」で実施した株主様アンケートの集計結果をご報告します。今回も約11,000もの株主様からご回答をいただきました。ありがとうございます。

Q どの記事に関心を持ちましたか? (複数回答、上位5位)



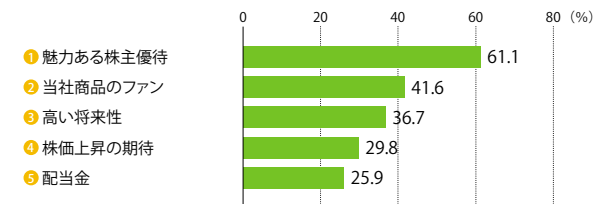
春号から連載を開始した特集コーナーが1位となりました。今後も、特集を継続しつつ、関心をお寄せいただいている分野の取り組みも積極的に取り上げていきたいと考えています。

Q 「スーパーレポート」から得たい情報は何ですか? (複数回答、上位5位)



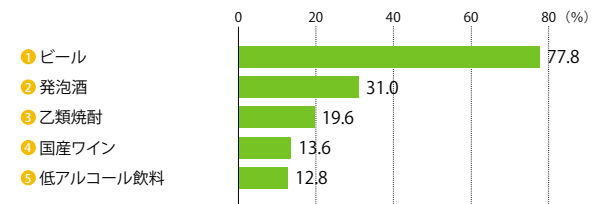
貴重なご意見をいただき、ありがとうございます。株主の皆様がお求めになる情報を、わかりやすくお伝えできよう取り組んでいきたいと考えています。

Q 当社の株式を保有している理由は何ですか? (複数回答、上位5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。

Q 普段愛飲している飲み物は何ですか? (複数回答、上位5位)



ご回答いただいた方の約8割が「ビール」を飲用されており、続いて、発泡酒が約3割となりました。一方、新ジャンルの飲料比率は6位以下と焼酎、ワイン、低アルコール飲料より低いという結果となりました。

編集後記

夏号はいかがでしたでしょうか?今号は、「水源地の森保全活動」と、バルチカ社とのライセンス契約締結にスポットを当てて作成しました。今後も私たちのさまざまな活動や取り組みを紹介していきますので、ご愛読をお願いします。

株券の電子化について

2009年1月※に予定されている株券電子化が実施されると、上場会社の株券は無効となります。
株券をお手元(ご自宅、貸金庫など)にお持ちの株主の皆様は手続きが必要となる場合がございますので、以下の内容をご確認いただきますよう、お願い申し上げます。 ※正式には政令により実施日が決定します。

「他人名義」の株券をお手元にお持ちの場合

早急に名義書換のお手続きが必要です。

そのままにしておくと株券電子化後に株主の権利を失う可能性があります。
お早めにご本人名義へ名義書換をお願いいたします。
 お手続き方法は、証券会社または右ページ記載の株主名簿管理人(住友信託銀行)にお問い合わせください。

株券電子化直前は、証券会社・株主名簿管理人などの窓口が混雑することが予想されますので、お早めにお手続きください。
詳細は同封のリーフレットをご確認ください。

「ご本人名義」の株券をお手元にお持ちの場合

株券電子化後も株主の権利は自動的に確保されます。
 ただし、株式を売買する際にお手続きが煩雑になりますので、**お早めにお手元の株券を証券会社の口座へ移管されることをお勧めいたします。**
 お手続き方法は、証券会社にお問い合わせください。

配当金の口座振込について

- 配当金の受け取りには、安全かつ確実に受け取りいただける**銀行口座振込**をお勧めいたします。お手続きの方法および用紙(配当金振込指定書)のご請求は、右ページ記載の株主名簿管理人(住友信託銀行)にお問い合わせください。
- 配当金の銀行口座振込は、**ゆうちょ銀行口座**でも可能です。

単元未満株式の「買取」「買増」請求について

当社の株式は1単元が100株となっており、単元未満株式(1株~99株)については市場での売買はできませんが、当社に対して**買取請求(売却)**、または100株となるよう**買増請求(購入)**をすることができます。お手続きの方法および用紙のご請求は、右ページ記載の株主名簿管理人(住友信託銀行)、または証券保管振替制度をご利用の場合はお取引のある証券会社にお問い合わせください。

(例) 株主様が73株をご所有の場合

買取請求の場合 当社に対して73株を買い取るよう請求できます。



買増請求の場合 100株(1単元)とするため、当社に対して27株を売り渡すよう請求できます。



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
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
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
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

目次

ごあいさつ	2
3カ月の取り組み	3
特集:アサヒビールの「挑戦」Vol.2	4
アサヒ ニュースクリップ	7
連結業績のご報告	13
アサヒ サポーターひろば	17
株式に関するお知らせ	18
株主メモ	19

会社概要 (2007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
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	3,725名 ※従業員数は就業人員であり、当社への出向者(216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。♻️



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。