

商品開発

アサヒビール(株)
ビールテイスト清涼飲料

アサヒ ダブルゼロ

新発売

世界初!※1ノンアルコールでカロリーゼロ※2の
ビールテイスト清涼飲料を発売しました。



商品開発第一部
倉田 剛士

健康志向がますます高まるなか、「もっとおいしくて、健康的なビールテイスト飲料が飲みたい」とお客様の声に応えて、世界で初めてノンアルコールとカロリーゼロを両立した「アサヒ ダブルゼロ」を発売しました。2つのゼロでありながら、満足感のある飲みごたえと爽やかな後味を実現しました。たくさんのお客様にさまざまなシーンでお試しいただければと思います。

- ※1 ビールテイスト清涼飲料カテゴリにおいて(当社調べ)。
- ※2 栄養成分表示基準にもとづき、エネルギー5kcal未満(100mlあたり)をカロリーゼロとしています。



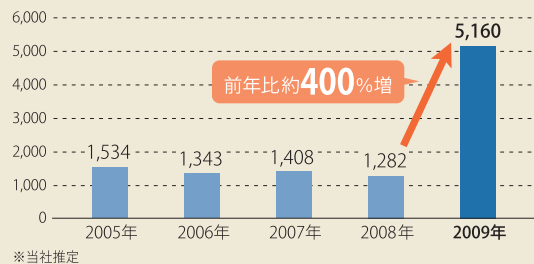
2010年8月3日発売
缶350ml、スタイニー334mlびん
希望小売価格は設定していません。

ビールテイスト
清涼飲料の
販売数量が

急速に伸長

アルコール摂取が心配な方も安心して飲めるビールテイスト清涼飲料の新商品投入を活発化したことで、その市場規模は大きく拡大しており、2009年度におけるビール会社4社の販売数量は前年度に比べて4倍以上になりました。アサヒビールは、今回発売した「アサヒダブルゼロ」でシェア拡大をめざしています。

ビールテイスト清涼飲料の売数量推移 (ビール会社大手4社合計)
単位:千箱(大びん換算)



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(株)
新ジャンル

アサヒくつろぎ仕込<4VG>

新発売

くつろぎを
感じる香り

爽やかなコク

スッキリ
とした後味

くつろぎの時間にふさわしい新ジャンルです。



商品開発第一部
三神 依子

アサヒビール独自の醸造技術によって、くつろぎの時間にふさわしい香り成分<4VG>を引き出しました。心がふっと軽くなるような香りを感じていただけたと思います。爽やかなコクとスッキリとした後味の「アサヒくつろぎ仕込<4VG>」をゆっくりとお楽しみください。



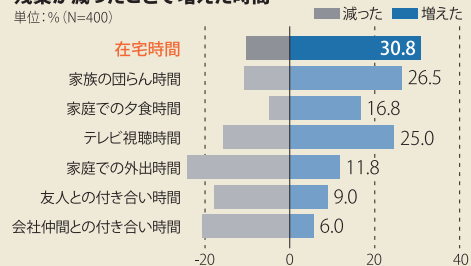
2010年9月14日発売
缶350ml、500ml
希望小売価格は設定していません。

新ジャンル カテゴリーの 売上拡大をめざして

近年、残業時間の減少やライフスタイルの多様化などで、外出を控え自宅でゆっくり過ごす人が増えています。今回、「アサヒくつろぎ仕込<4VG>」を開発・販売した背景には、そうした社会の変化がありました。疲れた体を癒して明日への英気を養う—そんな家でのくつろぎ時間にぴったりな商品を提案することで、新ジャンルカテゴリーの売上拡大をめざしています。

残業が減ったことで増えた時間

単位：％(N=400)



※出典：ビジネスパーソンに聞く、「景気と時間」(シチズン調べ)

アサヒ飲料(株)
ミネラルウォーター

アサヒ 六甲のおいしい水

新発売

ロングセラー「六甲のおいしい水」を
アサヒ飲料ブランドで新発売しました。

1983年の発売以来、何にでも合う飲みやすい味わいのナチュラルミネラルウォーターとして、多くのお客様にご愛飲いただいているロングセラー商品「六甲のおいしい水」を本年7月からアサヒ飲料ブランドで新発売しました。原水に熱を加えることなく、マイクロフィルターで無菌化してボトルに詰める「フレッシュ無菌パック製法」によって、自然のおいしさをそのままお届けしています。



マーケティング本部
ブランド開発部
荒川 康廣

何にでも合う
飲みやすい
味わい

フレッシュ
無菌パック
製法



2010年7月6日発売
PET500mℓ/120円、PET1.5ℓ/200円、PET2ℓ/230円

(株)エルピー東京
清涼飲料

わくわく食感 ナタデココホワイト

新発売

クラッシュ・
ナタデココ
入り



デザート
感覚で
楽しめる

ヨーグルト
風味

2010年8月24日発売
紙パック500g/126円

ヨーグルト風味の
ナタデココ入りデザート感覚飲料です。

独特の食感を楽しめるデザート感覚飲料「わくわく食感」シリーズから、ストローを通してナタデココの食感を楽しめる、ヨーグルト風味をベースにした商品を新発売しました。グループの特許を参考にしたクラッシュ・ナタデココを絶妙のバランスでミックスして、満足感のある味わいに仕上げています。ヨーグルト風味と相性の良いナタデココの食感をお楽しみください。



マーケティング戦略部
チルド開発グループ
若松 良美

アサヒフードアンドヘルスケア(株)
キャンディ

とろ〜り杏仁

新発売

とろりとした口あたりが特長の
フルーツ杏仁キャンディを新発売しました。

「くるんでとろ〜り、フルーツ杏仁」をコンセプトに開発した商品で、とろりとした口あたりのフルーツ味ペーストを甘くなめらかな杏仁で、くるんだキャンディです。みずみずしく芳潤な「メロン」、濃厚な「マンゴー」、甘酸っぱい「イチゴ」の3種の味わいをお楽しみいただけます。パッケージは、杏仁がフルーツを包みこみ、まるやかに混ざり合うイメージを表現しています。



ヘルスケア事業本部
加工食品開発部
小坂 美和

とろりとした
口あたり

3種の
フルーツ味



2010年8月23日発売
88g/180円

和光堂(株)
粉末清涼飲料

牛乳屋さんの珈琲

リニューアル

生クリーム
配合

お湯でも水でも
溶ける



2010年8月26日発売
300g袋入り/480円
スティック5本入り箱/200円

「牛乳屋さんの珈琲」をリニューアルしました。

「牛乳屋さんの珈琲」に使っている独自のクリーミングパウダーには、育児用粉乳の研究開発で培った技術が生きています。1991年にカップ式自動販売機で発売して以来、本年で20年目を迎えました。今秋のリニューアルでは生クリームを配合して、ミルク感を強めました。たっぷりミルク感のおいしさを、ご家族をはじめとする多くのお客様に味わっていただければと思います。



研究開発三部
石田 永樹

事業施策

自然環境や文化遺産の保護・保全活動に貢献する「うまい!を明日へ!」プロジェクト第4弾を開始

アサヒビール(株)では、「うまい!を明日へ!」プロジェクトの第4弾を本年8月からスタートしました。このプロジェクトは、「アサヒ スーパードライ」の期間中*の売上の一部を、全国47都道府県ごとに設定した自然環境や文化遺産などの保護・保全活動に寄付するもので、昨年3月から定期的を実施しています。

当社は、事業を通じた地域貢献活動の推進に力を注いでおり、この「うまい!を明日へ!」プロジェクトは来年以降も継続して実施する予定です。

* 2010年8月下旬～10月下旬に製造する「アサヒ スーパードライ」缶350mℓ、缶500mℓ、大びん、中びんが対象です。



プロジェクト第3弾結果報告

本年春に実施した第3弾では、総額4億1,570万5,732円を、地域の自然環境や文化遺産を守る活動を展開している団体などに寄付しました。寄付先の詳細は下記ウェブサイトでご覧いただけます。

<http://www.asahibeer.co.jp/superdry/umaasu/>

研究開発

お酒を一緒に飲みたい歴史上の人物についてインターネット調査を実施

アサヒビール(株)お客様生活文化研究所は、本年6月30日～7月6日に、「お酒を一緒に飲みたい歴史上の人物」についてインターネットによる調査を実施*しました。

その結果、堂々の第1位に輝いたのは「坂本龍馬」。「アサヒ スーパードライ」のテレビCMにも出演している歌手で俳優の福山雅治さんが主演した大河ドラマ「龍馬伝」を見て、龍馬の生き方に深い感銘を受けたという声が多く寄せられました。また、2位には「織田信長」が選ばれ、時代背景は異なるものの、「理想の国づくり」を夢見て行動に移したリーダーに人気が集まる結果となりました。

* 対象者は全国の20歳以上の男女、有効回答数は957人でした。

お酒を一緒に飲みたい歴史上の人物ランキング

1位	坂本龍馬	21.6%
2位	織田信長	9.7%
3位	聖徳太子	4.7%
4位	卑弥呼	3.2%
5位	徳川家康	2.8%
6位	クレオパトラ	2.5%
6位	豊臣秀吉	2.5%
8位	紫式部	2.3%
9位	勝海舟	2.0%
10位	篤姫	1.6%
10位	西郷隆盛	1.6%

環境保全

「日本の環境を守る若武者育成塾」を中部地区で開講

アサヒビール(株)では、NPOや他の企業などとともに高校生を対象とした環境教育プログラム「日本の環境を守る若武者育成塾」を2006年から毎年開講しています。

本年は、愛知県でのCOP10（生物多様性条約第10回締約国会議）開催を盛り上げるパートナーシップ事業として全日本空輸(株)と協働で開講。8月9日～12日にかけて中部地区で合宿を実施し、川や干潟、里山での体験学習やアサヒビール名古屋工場の見学などを通じて生物多様性の現状や環境保全の大切さを学ぶ機会を提供しました。

アサヒビールグループでは今後も、自然の恵みを活かして事業を行う企業グループとして、自然環境の大切さを伝え守る人材の育成や生物多様性の保全につながる活動を積極的に展開していきます。



「若武者育成塾」の様子

官民共同による森林環境教育 第2回「森と水の学習会」を開催

アサヒビール(株)は、本年8月4日、林野庁広島北部森林管理署と共同で小学生を対象とした森林環境教育「森と水の学習会」を開催しました。この取り組みは昨年からスタートし、今回が2回目の開催となりました。

広島県庄原市にある社有林「アサヒの森」で開催した学習会では、森林に関するクイズや木の輪切りを使用した工作などを通じて、森林のさまざまな役割や重要性への理解を深めてもらいました。アサヒビール(株)では、こうした活動を継続して、美しい森林づくりを推進しています。



第2回「森と水の学習会」