

※ 本資料は、決算短信の補足資料をベースとして、
解説コメントや参考データを付加しています。

2016年第3四半期 決算説明資料

The logo for Asahi, featuring the word "Asahi" in a stylized, blue, sans-serif font.

アサヒグループホールディングス株式会社

2016年11月

損益計算書	第3四半期 (1月-9月累計)			年間予想 (11/2発表)			予想比 (8/3発表)
		前年比			前年比		
		金額	増減		金額	増減	
酒類事業	7,355	98	1.3%	10,189	130	1.3%	-
飲料事業	3,773	141	3.9%	4,886	113	2.4%	-
食品事業	889	49	5.8%	1,221	49	4.2%	-
国際事業	1,604	△ 214	△ 11.8%	2,394	△ 111	△ 4.4%	150
その他事業	756	35	4.8%	1,015	42	4.4%	-
調整額 (全社・消去)	△ 721	△ 37	-	△ 955	△ 48	-	-
売上高	13,656	71	0.5%	18,750	176	0.9%	150
酒類事業	853	13	1.6%	1,207	10	0.8%	-
飲料事業	255	62	32.1%	311	58	23.1%	20
食品事業	74	20	38.0%	100	16	18.4%	-
国際事業	79	△ 1	△ 0.8%	117	△ 23	△ 16.2%	△ 25
その他事業	14	△ 4	△ 20.3%	20	△ 4	△ 18.3%	-
調整額 (全社・消去)	△ 141	△ 13	-	△ 187	△ 2	-	24
のれん等償却費	△ 108	12	-	△ 161	1	-	△ 19
営業利益	1,026	91	9.7%	1,407	56	4.1%	-
経常利益	948	△ 67	△ 6.6%	1,385	△ 74	△ 5.1%	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	360	△ 330	△ 47.8%	800	36	4.7%	-

欧州ビール事業4Q

欧州ビール事業4Q
(営業利益30億円)
(買収費用等△55億円)
(のれん等償却費△19億円)

【売上高】

- ・国際事業が為替影響 (△258億円) により減収となるが、国内3事業の好調により前年比71億円の増収。
- ・年間予想は、欧州事業の新規連結効果 (150億円) を上方修正し、前年比176億円増収の18,750億円を目指す。

【営業利益】

- ・国際事業が為替影響 (△14億円) により減益となるが、国内3事業の増益により前年比91億円の増益。
- ・年間予想は、欧州事業の買収費用等の減益要因 (△25億円) 等を、飲料事業の上方修正等でカバーし据え置く。

【四半期純利益】

- ・頂新HDの株式評価損による特別損益の悪化などにより、前年比330億円の減益。
- ・年間予想は、株式評価損を康師傅飲品社やカゴメ社の株式売却益などでカバーし据え置く。(詳細 P 10)

<販売数量>

	第3四半期（1月-9月累計）		
			前年比
ビール	-	-	△ 2%
発泡酒	-	-	△ 4%
新ジャンル	-	-	9%
販売数量	-	-	0%

（万箱）

	年間予想（11/2発表）		
			前年比
ビール	10,550	△ 56	△ 0.5%
発泡酒	1,400	△ 180	△ 11.4%
新ジャンル	4,200	301	7.7%
販売数量	16,150	65	0.4%

<市場全体>

1月～9月
前年比
0～△1%
△6～7%
0～△1%
△1～2%

<ブランド別販売数量>

（万箱）

	第3四半期（1月-9月累計）		
			前年比
スーパードライ計	7,170	△ 286	△ 3.8%
スタイルフリー計	980	7	0.7%
クリアアサヒ計	2,584	246	10.5%

<ビール容器別>

1月～9月	
	前年比
瓶	△ 6.8%
缶	△ 0.5%
樽	△ 2.9%

【市場全体】

・業界各社がビールを中心にマーケティング活動を強化したものの、構造要因などによりトータルでは前期比1～2%程度縮小。

【アサヒビール販売数量】

- ・ビールと発泡酒が前年を下回ったが、新ジャンルが好調に推移したことでトータルでは前年並みとなり、計画ラインで進捗。
- ＜ビール＞ 業務用の低迷に加え、前年の『エクストラシャープ』や『ドライブプレミアム』の反動減などにより、トータル2%の減少。
- ＜発泡酒＞ 『スタイルフリー』ブランドは前年を上回ったが、その他のブランドの縮小により、トータル4%の減少。
- ＜新ジャンル＞ 『クリアアサヒ』ブランドがリニューアル効果などにより好調を継続し（10.5%増）、トータル9%の増加。

<売上高>

(億円)

	第3四半期（1月-9月累計）			年間予想（11/2発表）			予想比 （8/3発表）
		前年比			前年比		
ビール	4,037	△ 85	△ 2.1%	5,712	△ 31	△ 0.5%	-
発泡酒	435	△ 16	△ 3.6%	540	△ 71	△ 11.6%	-
新ジャンル	1,038	88	9.2%	1,388	97	7.5%	-
ビール類合計	5,510	△ 13	△ 0.2%	7,640	△ 5	△ 0.1%	-
洋酒	395	△ 33	△ 7.7%	521	△ 58	△ 10.0%	-
ワイン	272	62	29.5%	417	78	23.1%	-
RTD	272	68	33.2%	366	83	29.5%	-
焼酎	195	△ 10	△ 4.9%	280	△ 8	△ 2.7%	-
その他酒類等	0	△ 0	△ 22.5%	1	-	0.0%	-
ビール類以外の酒類合計	1,135	86	8.2%	1,585	96	6.4%	-
アルコールテイスト清涼飲料	235	18	8.3%	305	13	4.5%	-
その他・製造受託等	185	4	2.4%	258	25	10.6%	-
売上高	7,065	96	1.4%	9,787	129	1.3%	-

【ビール類以外の売上高】

- ・洋酒が前年の大幅増の反動などにより減収となるが、RTDが『もぎたて』の発売効果もあり大幅に伸長。
また、ワインが連結したエノテカ社の上乗せ効果も加わり、ビール類以外の酒類合計では前年比86億円の増収。
- ・アルコールテイスト清涼飲料は、『ドライゼロ』のリニューアルやトクホの『ヘルシースタイル』の発売などにより、前年比18億円の増収。
- ・年間予想に対しては、焼酎が計画を下回っているものの、RTDやアルコールテイスト清涼飲料などが好調に推移したことで、トータルでは計画を上回る進捗。

<営業利益>

(億円)

	第3四半期（1月-9月累計）			年間予想（11/2発表）			予想比 (8/3発表)
		前年比			前年比		
ビール類数量増減	-	0		-	11		-
ビール類構成差	-	4		-	7		-
ビール類以外売上増減	-	39		-	38		-
変動費コストダウン	-	40		-	45		-
変動費コストアップ	-	△ 10		-	△ 11		-
広告・販促費増減	787	△ 27		1,073	△ 39		-
その他経費増減	-	△ 31		-	△ 41		-
（人件費増）	-	△ 9		-	△ 9		-
（減価償却費増）	-	△ 0		-	△ 3		-
（販売器具関係費増）	-	△ 9		-	△ 11		-
（工場設備関係費減）	-	1		-	△ 1		-
（研究開発費減）	-	0		-	1		-
（その他増）	-	△ 13		-	△ 18		-
アサヒビール	845	14	1.7%	1,195	11	0.9%	-
その他・事業内消去	8	△ 1	△ 12.5%	12	△ 1	△ 7.7%	-
営業利益	853	13	1.6%	1,207	10	0.8%	-

【利益増減要因】（億円）

- ・広告販促費やその他経費の増加をビール類以外の売上増効果やコストダウンでカバーし13億円の増益。
- ・年間予想に対しては、ビール類の数量増効果は未達だが、ビール類以外の売上増効果などにより、トータルでは計画ラインの進捗。

<主な増減益要因の内訳>

ビール類数量増減：±0（ビール △32、発泡酒 △5、新ジャンル +37）、ビール類以外売上増：+39

変動費コストダウン：+40（原材料+15、ユーティリティ+14、ビール類以外の構成差改善 +10）

変動費コストアップ：△10（原材料 △6）

広告販促費増：△27（広告+2、販促△29）（ビール類 △16、その他 △11）、その他経費増：△31

	＜販売数量＞			（万箱）			＜市場全体＞	
	第3四半期（1月-9月累計）	前年比		年間予想（11/2発表）	前年比		予想比（8/3発表）	1月～9月 前年比
炭酸飲料	4,569	302	7.1%	5,740	331	6.1%	120	+1～2%
果実飲料	1,168	△ 49	△ 4.1%	1,485	△ 71	△ 4.6%	△ 15	+2～3%
コーヒー飲料	3,189	159	5.3%	4,390	147	3.5%	△ 80	+2～3%
お茶飲料	3,225	138	4.5%	4,160	142	3.5%	60	+4～5%
健康・機能性飲料	666	△ 121	△ 15.4%	825	△ 145	△ 15.0%	△ 75	-
ミネラルウォーター	2,043	△ 33	△ 1.6%	2,580	△ 77	△ 2.9%	△ 80	+7～8%
その他飲料 ※	1,271	△ 26	△ 2.0%	1,800	△ 51	△ 2.8%	-	-
カルピス ※	2,746	82	3.1%	3,460	88	2.6%	70	-
仕入品	503	78	18.5%	660	90	15.7%	-	-
販売数量	19,378	530	2.8%	25,100	452	1.8%	-	+3～4%

※ 旧カルピス(株)商品のうち、カルピスブランドを「カルピス」に計上し、それ以外を「その他飲料」に計上しております。

	＜ブランド別販売数量＞			（万箱）		＜容器別＞		＜チャネル別＞	
	第3四半期（1月-9月累計）	前年比		1月～9月	前年比	1月～9月	前年比	1月～9月	前年比
三ツ矢	3,124	43	1%	瓶	△ 1.8%	自動販売機	△ 0.3%		
ウィルキンソン	1,229	286	30%	PET合計	4.8%	手売り計	3.7%		
ワダ	3,047	128	4%	PET大型	△ 1.4%	SM	2.0%		
十六茶	1,876	179	10%	PET小型	10.6%	CVS	10.3%		
おいしい水	2,043	△ 33	△ 2%	缶	1.1%	その他	2.1%		
				その他	△ 12.3%				

【市場全体】

・業界各社の積極的な新商品投入などにより、お茶やミネラルウォーターを中心としてトータルでは前年比3～4%程度拡大。

【アサヒ飲料販売数量】

・『ウィルキンソン』『ワダ』『十六茶』『カルピス』といった主カブランドが好調に推移し、トータルでは前年比2.8%の増加。

・年間予想に対しては、ミネラルウォーターが未達となるものの、炭酸、コーヒー、お茶などでカバーし、トータルでは計画ラインの進捗。

(億円, 万箱)

	第3四半期（1月-9月累計）			年間予想（11/2発表）			予想比 (8/3発表)
		前年比			前年比		
販売数量	19,378	530	2.8%	25,100	452	1.8%	-
売上高	3,619	142	4.1%	4,680	108	2.4%	-
販売数量増減	-	32		-	25		-
品種・容器構成差他	-	14		-	14		4
コストダウン	-	31		-	39		9
コストアップ	-	△4		-	△5		3
広告・販促費増減	-	△16		-	△20		-
その他経費増減	-	3		-	6		4
アサヒ飲料	245	60	32.7%	300	59	24.3%	20
エルビー	7	1	24.5%	8	1	10.9%	-
その他・事業内消去	2	0	4.1%	3	△1	△24.5%	-
営業利益	255	62	32.1%	311	58	23.1%	20

【アサヒ飲料利益増減要因】（億円）

- ・広告販促費は増加したが、販売数量増や品種・容器構成差の改善などにより、前年比60億円の増益。
- ・年間予想は、計画を上回るミックス改善やコストダウンなどの進捗を踏まえ、20億円上方修正。

<主な増減益要因内訳>

販売数量増：+32、品種・容器構成差：+14、コストダウン：+31（原料+9 資材+12 操業度向上・内製化+10）
 コストアップ：△4（原材料△2 資材△2）、広告販促費増：△16（販促費△16 広告費±0）

【エルビー】

- ・売上高は、主力ブランドの無糖茶が前年を下回り、前年比2.8%の減収となるが、営業利益は、LL商品の増加によるミックスの改善や製造原価の低減などにより前年比24.5%の増益となり、計画を上回る進捗。

<売上高>

(億円)

	第3四半期（1月-9月累計）			年間予想（11/2発表）			予想比 （8/3発表）
		前年比			前年比		
アサヒグループ食品	889	50	6.0%	1,221	51	4.4%	-
その他・事業内消去	0	△ 2	△ 88.1%	△ 0	△ 2	-	-
売上高	889	49	5.8%	1,221	49	4.2%	-

<営業利益>

(億円)

	第3四半期（1月-9月累計）			年間予想（11/2発表）			予想比 （8/3発表）
		前年比			前年比		
アサヒグループ食品	74	19	34.8%	98	13	14.6%	-
その他・事業内消去	1	1	-	2	3	-	-
営業利益	74	20	38.0%	100	16	18.4%	-

【売上高】

- ・海外フリーズドライ事業の見直しによる減収要因（△36億円）があったが、『ミンティア』やベビーフードなどの主力ブランドが好調に推移したことにより、前年比49億円の増収。
- ・年間予想に対しては、各カテゴリーにおいて主力ブランドが堅調に推移し、トータルでは計画ラインの進捗。
※売上計上方法の統一化に伴う増収効果（第3四半期34億円 年間予想49億円）を含む

【営業利益】

- ・広告販促費の増加や事業統合に伴う一時費用が発生したが、主力ブランドの好調に伴うミックスの改善や原材料などのコストダウンにより、前年比20億円の増益。
- ・年間予想に対しては、主に主力ブランドの売上拡大に伴うミックス改善効果などにより、計画を上回る進捗。

<売上高>

(億円)

	第3四半期（1月-9月累計）			年間予想（11/2発表）			予想比 （8/3発表）
		前年比			前年比		
オセアニア事業計	1,017	△ 113	△ 10.0%	1,457	△ 175	△ 10.7%	-
東南アジア事業計	399	△ 76	△ 15.9%	566	△ 49	△ 7.9%	-
中国事業計	149	△ 17	△ 10.4%	177	△ 23	△ 11.7%	-
欧州事業計	-	-	-	150	150	-	150
その他・事業内消去	39	△ 8	△ 17.0%	44	△ 13	△ 22.9%	-
売上高	1,604	△ 214	△ 11.8%	2,394	△ 111	△ 4.4%	150

<売上高（現地通貨の円換算に伴う為替影響除く）>

(億円)

	第3四半期（1月-9月累計）			年間予想（11/2発表）			予想比 （8/3発表）
		前年比			前年比		
オセアニア事業計	1,167	37	3.3%	1,690	58	3.6%	-
東南アジア事業計	475	0	0.0%	660	45	7.3%	-
中国事業計	175	8	5.0%	213	12	6.2%	-
欧州事業計	-	-	-	150	150	-	150
その他・事業内消去	45	△ 2	△ 3.5%	56	△ 2	△ 3.4%	-
売上高	1,862	44	2.4%	2,768	264	10.5%	150

【売上高】

- ・主にオセアニア事業と東南アジア事業の為替影響により、トータルでは前年比214億円の減収（為替影響△258億円）。
- ・年間予想は、既存事業は据え置くものの、欧州事業の連結効果を上乗せし、150億円上方修正。
※マレーシア：売上計上方法の統一化に伴う減収影響（第3四半期13億円、年間予想15億円）を含む

【売上高（為替影響除く）】

- ・オセアニア事業は前年比3.3%の増収（飲料事業△2%、豪州酒類事業+12%、NZ酒類事業+9%）。
- ・東南アジア事業は、インドネシアが前年を下回ったが、マレーシアの増収でカバーし、前年比並みの着地。
- ・中国事業は、『スーパードライ』の中国国内の売上拡大と輸出製造の増加などにより、前年比5.0%の増収。

＜営業利益＞

(億円)

	第3四半期（1月-9月累計）			年間予想（11/2発表）			予想比 (8/3発表)
		前年比			前年比		
オセアニア事業計	45	△ 9	△ 17.4%	103	△ 12	△ 10.3%	-
東南アジア事業計	23	△ 1	△ 5.3%	30	3	10.8%	-
中国事業計	13	5	58.3%	11	2	30.2%	-
欧州事業計	-	-	-	△ 25	△ 25	-	△ 25
その他・事業内消去	△ 1	5	-	△ 2	9	-	-
営業利益	79	△ 1	△ 0.8%	117	△ 23	△ 16.2%	△ 25

＜営業利益（現地通貨の円換算に伴う為替影響除く）＞

(億円)

	第3四半期（1月-9月累計）			年間予想（11/2発表）			予想比 (8/3発表)
		前年比			前年比		
オセアニア事業計	51	△ 3	△ 5.2%	120	5	4.0%	-
東南アジア事業計	28	4	15.7%	36	8	30.7%	-
中国事業計	15	7	85.7%	13	5	56.4%	-
欧州事業計	-	-	-	△ 25	△ 25	-	△ 25
その他・事業内消去	△ 1	5	-	△ 3	8	-	-
営業利益	93	13	16.2%	141	1	0.8%	△ 25

【営業利益】

- 中国事業は増益となったが、オセアニアや東南アジアの現地通貨安による輸入原料調達コストの上昇や為替影響により、トータルでは前年比1億円の減益（為替影響△14億円）。
- 年間予想は、既存事業は計画ラインで進捗するものの、一時コストを含む欧州事業のマイナス影響により、25億円下方修正。

【営業利益（為替影響除く）】

- オセアニア事業は、主に豪ドル安による輸入原料調達コストの上昇（18億円）などにより、前年比5.2%の減益。
- 東南アジア事業は、マレーシアの増益やインドネシアの工場稼働率向上などによる赤字縮小により、前年比15.7%の増益。
- 中国事業は、『スーパードライ』の増収効果とミックス改善に加え、北京でのコスト効率化などにより、前年比85.7%の増益。

(億円)

損益計算書	第3四半期 (1月-9月累計)			年間予想 (11/2発表)			予想比 (8/3発表)
		前年比			前年比		
売上高	13,656	71	0.5%	18,750	176	0.9%	150
営業利益	1,026	91	9.7%	1,407	56	4.1%	-
営業外損益	△ 78	△ 158		△ 22	△ 130		-
金融収支	△ 4	4		△ 8	1		-
その他収支	△ 74	△ 162		△ 14	△ 131		-
持分法投資損益	△ 42	△ 142		24	△ 118		-
その他	△ 32	△ 20		△ 38	△ 13		-
経常利益	948	△ 67	△ 6.6%	1,385	△ 74	△ 5.1%	-
特別損益	△ 359	△ 338		△ 171	161		△ 50
投資有価証券売却評価損益等	△ 349	△ 354		△ 271	△ 254		△ 286
固定資産売却除却損益	17	35		△ 15	26		20
事業統合関連費用	△ 23	7		△ 23	58		△ 9
関係会社関連損益	-	△ 45		148	103		148
減損損失	-	-		-	199		-
その他特別損益	△ 4	19		△ 10	29		77
税引前利益	589	△ 405	△ 40.7%	1,214	86	7.7%	△ 50
法人税等	△ 236	78		△ 421	△ 45		46
非支配株主に帰属する四半期純損失	7	△ 2		7	△ 6		4
親会社株主に帰属する四半期純利益	360	△ 330	△ 47.8%	800	36	4.7%	-

【経常利益】

- ・持分法投資損益の142億円の減少などにより、営業外損益が158億円悪化し、前年比67億円の減益。
(持分法投資損益の主な増減要因は、前年の頂新HDの株式保有形態の変更に伴う利益が無くなったこと(△95億円)、康師傅飲品(△52億円)、青島ビール(△2億円)など。)

【四半期純利益】

- ・主に頂新HDの株式評価損(△371億円)などにより、計画を下回る前年比330億円の減益。
- ・年間予想は、康師傅飲品社の売却益(148億円)やカゴメ社の売却益(80億円)などによりカバーし据え置く。

	(①)	(②)	(①+②)			(億円)
	2016年 (日本基準)	IFRS 導入影響	IFRS調整後 (試算)	2015年 (日本基準)	前年増減	主な影響
売上高	18,750	△1,600~ △1,800	16,950~ 17,150	18,574	△1,424~ △1,624	販売奨励金等の売上控除
のれん等償却費計 (連結子会社)	△ 161	100	△ 61	△ 163	101	のれん非償却化
酒類事業	△ 13	11	△ 2	△ 9	7	
飲料事業	△ 30	13	△ 17	△ 30	13	
食品事業	△ 4	4	-	△ 4	4	
国際事業	△ 113	72	△ 41	△ 118	77	
オセアニア事業 (計)	△ 66	43	△ 23	△ 82	59	
東南アジア事業 (計)	△ 28	19	△ 8	△ 36	27	
欧州事業 (計) ※1	△ 19	10	△ 9	-	△ 9	
その他事業	△ 2	0	△ 2	△ 2	-	
減価償却費調整	△ 510	△10	△ 520	△ 466	△ 54	日本基準との基準間差異調整
退職給付費用調整	-	△30	△ 30	-	△ 30	日本基準との基準間差異調整
営業利益 ※2	1,407	60	1,467	1,351	116	
のれん償却費計 (持分法適用会社)	△ 35	35	-	△ 35	35	のれん非償却化 (青島: 26億、康師傅: 9億円)
その他 I F R S 調整 ※3	-	△ 10	△ 10	-	△ 10	日本基準との基準間差異調整
親会社株主に帰属する当期純利益	800	85	885	764	121	

(※) 営業利益は、営業外損益や特別損益の影響を除外した、従来の日本基準ベースにのれん償却や減価償却を加味して算出。

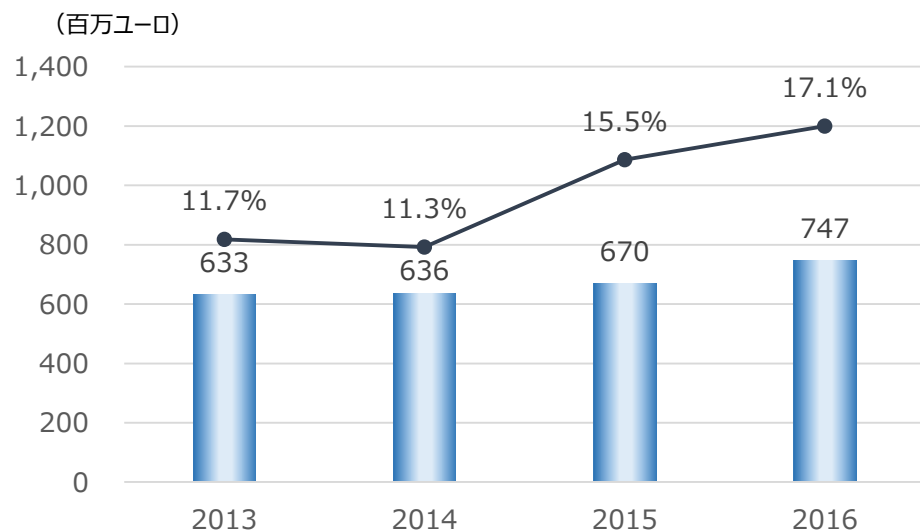
【中間決算発表時の概算値からの差異】

- ※1 売上高増加 : +150億円 (欧州事業の取得に伴う増加)
- ※2 のれん償却費の増加 : +10億円 (欧州事業の取得に伴う増加) ※概算値
- ※3 IFRS調整その他の追加 : △10億円 (会計基準差異による株式売却益の調整、持分法適用会社の留保利益税効果の調整)

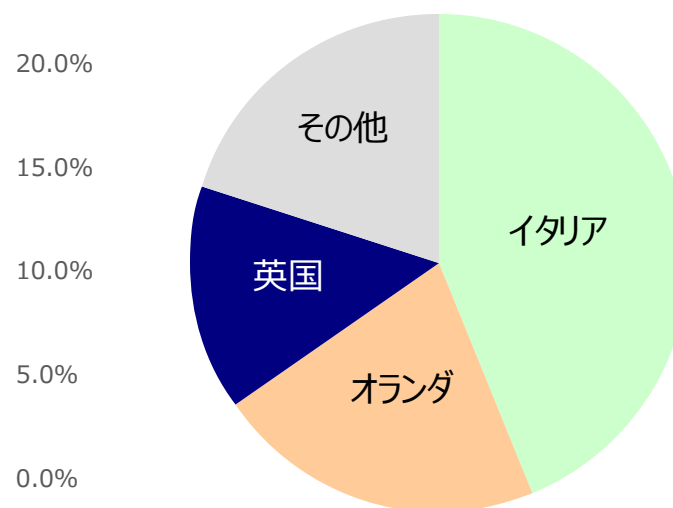
【2016年3月期業績】 ※為替レート：1ユーロ＝115.5円（10月7日現在）

	2016年3月期	2015年3月期	増減率	13-16年 平均成長率
販売数量	73万KL（約5,700万箱）	68万KL（約5,400万箱）	+6.9%	+3.4%
売上高	747百万ユーロ（863億円）	670百万ユーロ（774億円）	+11.5%	+5.7%
EBITDA	170百万ユーロ（196億円）	145百万ユーロ（167億円）	+17.2%	+12.2%
営業利益	128百万ユーロ（148億円）	104百万ユーロ（120億円）	+23.1%	+19.6%

<対象事業の売上高と営業利益率推移>



<地域別販売数量構成比>



Asahi

その感動を、わかちあう。

本資料のいかなる情報も、弊社株式の購入や売却などを勧誘するものではありません。
また、本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点での弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではなく、
今後予告なしに変更されることがあります。
万が一この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、弊社および情報提供者は一切責任を負いませんのでご承知おきください。