

※ 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。

2017年第3四半期決算 － プレゼンテーション資料 －

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

2017年11月

- ◆ **第3四半期は、最盛期が天候不順となったものの、全事業で増益を達成し計画を上回る進捗**
 - ・酒類事業：天候要因などで減収だが、コストダウンや販促費効率化などでカバーし計画ラインの増益
 - ・飲料事業：『カルピス』などの成長とミックス改善、広告販促費の抑制などにより計画を上回る増収増益
 - ・食品事業：主力ブランドの拡大と高付加価値化、製造原価の低減などにより計画を上回る増収増益
 - ・国際事業：主に東南アジア事業が減益だが、欧州事業の好調な進捗などにより計画を上回る増収増益
- ◆ **通期では、国内3事業のブランド強化や効率化に加えて、欧州を中心とした国際事業の伸長により、年間予想の超過達成を目指す**

(億円)

損益計算書	第3四半期 (1-9月累計)			年間予想 (8/3発表)		
		前年比			前年比	
酒類事業	7,054	△ 32	△ 0.5%	9,725	△ 41	△ 0.4%
飲料事業	2,870	121	4.4%	3,743	104	2.9%
食品事業	824	24	2.9%	1,139	31	2.8%
国際事業	4,432	2,828	176.3%	5,654	3,151	125.9%
その他事業/調整額等	39	4	12.6%	39	△ 13	△ 25.1%
売上収益	15,219	2,945	24.0%	20,300	3,231	18.9%
酒類事業	865	12	1.4%	1,230	22	1.8%
飲料事業	320	65	25.4%	371	48	14.7%
食品事業	89	15	19.9%	115	12	12.1%
国際事業	496	417	526.4%	589	466	377.0%
その他事業/調整額等	△ 228	△ 35	-	△ 425	△ 152	-
事業利益	1,541	474	44.3%	1,880	395	26.6%

<販売数量>

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

(万箱)

<市場全体>

	年間予想（8/3発表）		
	前年比		
	10,150	△ 159	△ 1.5%
	1,450	△ 77	△ 5.1%
	4,400	108	2.5%
	16,000	△ 129	△ 0.8%

1-9月	
前年比	
	△2~3%
	△4%程度
	△0~1%
	△2%程度

<ブランド別販売数量>

	第3四半期（1-9月累計）		
	前年比		
スーパードライ計	7,033	△ 137	△ 1.9%
スタイルフリー計	984	4	0.4%
クリアアサヒ計	2,670	86	3.3%

(万箱)

<ビール容器別>

	年間予想（8/3発表）		
	前年比		
	10,000	0	0.0%
	1,340	4	0.3%
	3,660	112	3.2%

1-9月	
前年比	
瓶	△5.9%
缶	△2.3%
樽	△2.8%

【市場全体】

・主力ブランドやエクステンション商品の強化に取り組んだが、8~9月の天候不順などにより、トータルでは前年比2%程度の縮小。

【アサヒビール販売数量】

- ・新ジャンルが好調に推移したが、主にビールが前年を下回ったことにより、トータルでは計画を下回る前年比1%の減少。
- ・<ビール>『スーパードライ』は発売30周年関連施策などに取り組んだが、業務用の不振などにより、トータルでは3%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、トータルでは1%の減少。
- ・<新ジャンル>『贅沢ゼロ』や期間限定商品の発売などによる『クリアアサヒ』ブランドの好調により、トータルでは2%の増加。
- ・年間予想に対しては、新ジャンルは計画ラインで進捗するが、ビールの未達により、トータルでは計画を下回る進捗。

<売上収益>

(億円)

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/3発表）		
		前年比			前年比	
ビール	3,932	△ 105	△ 2.6%	5,531	△ 72	△ 1.3%
発泡酒	429	△ 6	△ 1.4%	559	△ 31	△ 5.3%
新ジャンル	1,061	23	2.2%	1,458	36	2.5%
ビール類合計	5,422	△ 88	△ 1.6%	7,548	△ 68	△ 0.9%
洋酒	396	1	0.2%	550	7	1.2%
ワイン	280	8	3.1%	412	11	2.7%
RTD	296	24	8.9%	415	43	11.6%
焼酎	197	1	0.7%	277	3	1.1%
その他	0	△ 0	△ 10.4%	0	△ 0	△ 8.7%
ビール類以外の酒類合計	1,170	35	3.1%	1,654	64	4.0%
アルコールテイスト清涼飲料	238	3	1.1%	322	6	2.0%
その他・製造受託等	190	5	2.6%	245	5	2.1%
アサヒビール	7,020	△ 45	△ 0.6%	9,770	7	0.1%
その他・事業内消去	287	△ 3	△ 0.9%	355	△ 42	△ 10.6%
全社調整項目（IFRS調整）	△ 253	16	-	△ 400	△ 6	-
売上収益合計	7,054	△ 32	△ 0.5%	9,725	△ 41	△ 0.4%

【ビール類以外の売上収益】

- ・ビール類以外の酒類は、『もぎたて』や『ウィルキンソン・ハード』が好調なRTDやワインの増加などにより、前年比3.1%の増収。
- ・アルコールテイスト清涼飲料は、リニューアルした『ドライゼロ』の好調などにより、前年比1.1%の増収。
- ・年間予想に対しては、ワインは好調に推移するが、RTDや洋酒の未達により、トータルでは計画を下回る進捗。

<事業利益>

(億円)

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/3発表）		
		前年比			前年比	
ビール類数量増減	-	△ 33		-	△ 23	
ビール類構成差	-	3		-	5	
ビール類以外売上増減	-	18		-	30	
変動費コストダウン	-	33		-	31	
変動費コストアップ	-	△ 5		-	△ 4	
広告・販促費増減	767	19		1,060	25	
その他経費増減	-	△ 29		-	△ 44	
（人件費増）	-	△ 13		-	△ 13	
（減価償却費減）	-	5		-	3	
（販売器具関係費増）	-	△ 3		-	△ 9	
（その他増）	-	△ 18		-	△ 25	
アサヒビール	850	5	0.6%	1,215	20	1.6%
その他・事業内消去	15	7	93.0%	15	2	16.7%
酒類事業（事業利益）	865	12	1.4%	1,230	22	1.8%

【利益増減要因】（億円）

- ・ビール類数量の減少やその他経費の増加をコストダウンや広告販促費の効率化でカバーし、トータルでは前年比1.4%の増益。
- ・年間予想に対しては、ビール類の数量などが計画を下回るが、コストダウンや広告販促費の抑制などにより計画ラインの進捗。

<主な増減益要因の内訳>

- ビール類数量減：△33（ビール △41、発泡酒 △2、新ジャンル +10）
- 変動費コストダウン：+33（原材料 +22、ビール類以外の構成差改善 +7 他）
- 変動費コストアップ：△5（原材料 △1 他）
- 広告・販促費減：+19（広告費 +7、販促費 +12）（ビール類 +29、その他 △10）

<販売数量>

	第3四半期（1-9月累計）		
	前年比		
炭酸飲料	4,883	314	6.9%
果実飲料	1,641	△ 87	△ 5.0%
コーヒー飲料	3,260	72	2.2%
お茶飲料	3,110	△ 127	△ 3.9%
ミネラルウォーター	1,833	△ 209	△ 10.3%
乳性飲料 ※1	3,494	269	8.3%
その他飲料 ※2	1,458	72	5.2%
販売数量合計	19,681	303	1.6%

（万箱）

<市場全体>

	年間予想（8/3発表）			1-9月 前年比
	前年比			
	6,190	371	6.4%	0~1%
	2,163	△ 197	△ 8.3%	+4~5%
	4,550	150	3.4%	△1~2%
	4,055	△ 155	△ 3.7%	+1~2%
	2,340	△ 254	△ 9.8%	△1~0%
	4,350	221	5.4%	+1~2%
	1,992	119	6.3%	+1~2%
	25,640	254	1.0%	0~1%

※ 1 カルピスブランドに加えて、その他の乳性商品を計上

※ 2 旧健康・機能性飲料、その他飲料、仕入品を計上

<ブランド別販売数量>

（万箱）

	第3四半期（1-9月累計）		
	前年比		
三ツ矢	3,011	△ 113	△ 3.6%
ウィルキンソン	1,513	285	23.2%
ワンダ	3,067	21	0.7%
十六茶	1,786	△ 90	△ 4.8%
おいしい水	1,833	△ 210	△ 10.3%
カルピス	3,039	295	10.8%

<容器別>

1-9月	前年比
瓶	4.3%
PET合計	4.5%
PET大型	△ 7.5%
PET小型	14.5%
缶	△ 4.7%
その他	2.6%

<チャネル別>

1-9月	前年比
自動販売機	1.0%
手売り計	1.7%
CVS	16.4%
SM	△ 2.5%
その他	△ 1.7%

【市場全体】

・8~9月の天候不順の影響があったが、各社が主力ブランドを中心に販売を強化したことなどにより、前年比1%程度拡大。

【アサヒ飲料販売数量】

・『カルピス』や『ウィルキンソン』ブランドが好調に推移したことなどにより、トータルでは前年比1.6%の増加。

・年間予想に対しては、お茶やミネラルウォーターなどの未達を主に炭酸と乳性飲料でカバーし、トータルでは計画を上回る進捗。

<事業利益>

(億円, 万箱)

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/3発表）		
		前年比			前年比	
売上数量合計	19,681	303	1.6%	25,640	254	1.0%
売上収益合計	2,870	121	4.4%	3,743	104	2.9%
販売数量増減	-	22		-	23	
品種・容器構成差他	-	11		-	11	
コストダウン	-	25		-	30	
コストアップ	-	△2		-	△3	
広告・販促費増減	-	15		-	4	
その他経費増減	-	△8		-	△17	
アサヒ飲料	309	64	25.9%	360	47	15.2%
エルビー	8	1	13.7%	8	0	0.7%
その他・事業内消去	3	0	8.0%	3	0	7.4%
飲料事業（事業利益）	320	65	25.4%	371	48	14.7%

【アサヒ飲料利益増減要因】（億円）

- ・販売数量の増加や品種・容器ミックス改善に加え、広告・販促費の効率化などにより、前年比25.9%の増益。
- ・年間予想に対しては、販売数量増効果やミックス改善に加え、広告販促費の抑制などにより、計画を上回る進捗。

<主な増減益要因内訳>

コストダウン：+25（原料 +12、資材 +6、操業度向上・内製化 +7）

コストアップ：△2（原料 △1、資材 △1）

広告・販促費減：+15（広告費 △5、販促費 +20）

【エルビー】

- ・売上収益は計画を下回るが、事業利益はミックス改善や製造コストの低減などにより、計画を上回る前年比13.7%の増益。

<売上収益>

(億円)

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/3発表）		
		前年比			前年比	
アサヒグループ食品	911	22	2.5%	1,252	28	2.3%
その他・事業内消去	△ 0	△ 0	-	-	△ 0	-
全社調整項目（IFRS調整）	△ 86	2	-	△ 113	3	-
食品事業	824	24	2.9%	1,139	31	2.8%

<事業利益>

(億円)

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/3発表）		
		前年比			前年比	
アサヒグループ食品	86	12	16.4%	111	11	10.5%
その他・事業内消去	3	3	507.1%	4	2	104.1%
食品事業	89	15	19.9%	115	12	12.1%

【売上収益】

- ・『ミンティア』や『ディアナチュラ』など主力ブランドが好調に推移したことなどにより、前年比2.9%の増収。
- ・年間予想に対しては、主力ブランドや高付加価値商品が堅調に推移していることにより、計画ラインの進捗。

【事業利益】

- ・主力ブランドの増収効果や広告販促費の効率化などにより、前年比19.9%の増益。
- ・年間予想に対しては、広告販促費の抑制や製造原価の低減などにより、計画を上回る進捗。

<売上収益>

(億円)

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/3発表）		
		前年比			前年比	
欧州事業	2,706	2,706	-	3,371	3,107	-
オセアニア事業	1,159	142	14.0%	1,594	111	7.5%
東南アジア事業	410	11	2.8%	502	△ 20	△ 3.7%
中国事業	142	3	2.1%	161	△ 9	△ 5.3%
その他・事業内消去	14	△ 34	△ 70.0%	26	△ 39	△ 60.2%
国際事業	4,432	2,828	176.3%	5,654	3,151	125.9%

<売上収益（現地通貨の円換算に伴う為替影響除く）>

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/3発表）		
		前年比			前年比	
欧州事業	2,706	2,706	-	3,331	3,067	-
オセアニア事業	1,088	70	6.9%	1,552	69	4.6%
東南アジア事業	419	20	4.9%	521	△ 1	△ 0.2%
中国事業	142	3	2.1%	165	△ 5	△ 3.1%
その他・事業内消去	12	△ 36	△ 75.2%	24	△ 41	△ 63.0%
国際事業	4,366	2,762	172.2%	5,592	3,089	123.4%

【売上収益（現地通貨の円換算に伴う為替影響除く）】 ※欧州事業はP10に内訳を記載

- ・オセアニア事業は、炭酸やビール、RTDなどが好調に推移したことにより、前年比6.9%の増収（飲料＋4%、酒類＋11%）。
- ・東南アジア事業は、市場全体が回復基調に入ったマレーシアとインドネシアの増収などにより、前年比4.9%の増収。
- ・中国事業は、『スーパードライ』の中国内販売やオセアニアへの輸出が好調に推移したことにより、前年比2.1%の増収。
- ・年間予想に対しては、東南アジアの未達を欧州やオセアニアの超過達成でカバーし、トータルでは計画を上回る進捗。

<事業利益>

(億円)

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/3発表）		
		前年比			前年比	
欧州事業	429	429	-	433	451	-
オセアニア事業	51	7	15.0%	132	21	19.5%
東南アジア事業	7	△ 16	△ 70.3%	13	△ 12	△ 47.4%
中国事業	10	△ 2	△ 18.6%	10	△ 2	△ 20.0%
その他・事業内消去	△ 1	△ 0	-	1	7	-
国際事業	496	417	526.4%	589	466	377.0%

<事業利益（現地通貨の円換算に伴う為替影響除く）>

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/3発表）		
		前年比			前年比	
欧州事業	429	429	-	428	446	-
オセアニア事業	48	4	7.9%	128	18	16.4%
東南アジア事業	7	△ 16	△ 68.7%	14	△ 10	△ 41.7%
中国事業	10	△ 2	△ 18.6%	10	△ 2	△ 18.2%
その他・事業内消去	△ 1	△ 1	-	1	7	-
国際事業	493	414	522.7%	582	458	371.2%

【事業利益（現地通貨の円換算に伴う為替影響除く）】 ※欧州事業はP10に内訳を記載

- ・オセアニア事業は、増収効果や酒類のミックス改善に加え、統合シナジーの創出などにより、前年比7.9%の増益。
- ・東南アジア事業は、主にマレーシアの原材料価格高騰の影響などにより、前年比68.7%の減益。
- ・中国事業は、青島ビールの受託製造分のミックス悪化などにより、前年比18.6%の減益。
- ・年間予想に対しては、主に東南アジア事業の未達を欧州事業の超過達成でカバーし、トータルでは計画を上回る進捗。

<売上収益>

(億円)

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/3発表）		
		前年比			前年比	
西欧事業（※）昨年10月より連結	1,008	1,008	-	1,251	987	374.2%
中東欧事業（※）本年4月より連結	1,698	1,698	-	2,120	2,120	-
欧州事業	2,706	2,706	-	3,371	3,107	-

<事業利益>

(億円)

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/3発表）		
		前年比			前年比	
事業利益	155	155	-	182	140	335.9%
一時費用	△ 16	△ 16	-	△ 16	43	-
西欧事業	140	140	-	165	183	-
事業利益	359	359	-	401	401	-
一時費用	△ 70	△ 70	-	△ 132	△ 132	-
中東欧事業	289	289	-	268	268	-
欧州事業	429	429	-	433	451	-

無形資産償却費	△ 27	△ 27	-	△ 134	△ 124	-
---------	------	------	---	-------	-------	---

【売上収益】

- ・新規連結効果に加えて、主カブランドを中心とした数量増とカテゴリーミックスの改善などにより、前年比2,706億円の増収。
- ・年間予想に対しては、英国やチェコなどの超過達成により、両事業とも計画を上回る進捗。（為替影響：+79億円）

【事業利益】

- ・新規連結効果に加えて、主カブランドの増収効果やミックス改善、各種コストの効率化などにより、前年比429億円の増益。
- ・年間予想に対しては、西欧の全事業やチェコなどの超過達成により、両事業とも計画を上回る進捗。（為替影響：+13億円）

営業利益・親会社の所有者に帰属する当期利益

(億円)

損益計算書	第3四半期 (1-9月累計)			年間予想 (8/3発表)		
		前年比			前年比	
売上収益	15,219	2,945	24.0%	20,300	3,231	18.9%
事業利益	1,541	474	44.3%	1,880	395	26.6%
事業利益からの調整項目	△ 70	△ 68		△ 207	△ 91	
固定資産除売却損益	△ 22	△ 58		△ 60	△ 73	
減損損失	-	-		-	63	
事業統合関連費用	△ 32	△ 9		△ 18	26	
その他	△ 16	△ 1		△ 130	△ 108	
営業利益	1,472	406	38.1%	1,673	304	22.2%
金融収支	△ 25	△ 19		△ 37	△ 28	
持分法投資損益	△ 14	2		30	10	
持分法で会計処理されている投資の売却益	-	-		-	△ 122	
その他	△ 27	△ 6		△ 30	△ 30	
税引前利益	1,405	382	37.4%	1,635	134	9.0%
法人所得税費用	△ 416	25		△ 535	95	
当期利益	989	408	70.2%	1,100	229	26.3%
親会社の所有者に帰属する当期利益	988	401	68.3%	1,100	208	23.3%
非支配持分に帰属する当期利益	1	7		-	21	

【営業利益】

・主に昨年に計上した固定資産売却益がなくなったことなどにより、事業利益の増益幅は縮小し、前年比38.1%の増益。

【親会社の所有者に帰属する当期利益】

・金融収支は悪化したが、法人所得税費用の減少や営業利益の大幅な増益により、前年比68.3%の増益。

・年間予想に対しては、為替差損などが発生したが、営業利益の超過達成などにより、トータルでは計画を上回る進捗。

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。