

※ 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。

2018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

2018年11月

◆ **第3四半期は、主に酒類事業が減益となるが、国際事業の大幅な増益などにより、計画を上回る進捗**

- ・酒類事業：ビール類以外では増収増益となるが、ビール類の数量減などにより、計画を下回る減収減益
- ・飲料事業：エルビー社譲渡によりトータルでは減収減益だが、アサヒ飲料社単体では計画を上回る増収増益
- ・食品事業：主力ブランドの持続的な増収や固定費全般の効率化などにより、計画を上回る増収増益
- ・国際事業：欧州事業を核としたプレミアム化の進展に加えて円安効果もあり、計画を上回る増収増益

◆ **酒類事業は計画を下回るが、欧州を中心とした国際事業の超過達成などにより、年間計画の達成を目指す**

(億円)

損益計算書	第3四半期 (1-9月累計)			年間予想 (8/2発表)		
		前年比			前年比	
酒類事業	6,708	△ 269	△ 3.9%	9,426	△ 158	△ 1.6%
飲料事業	2,807	△ 63	△ 2.2%	3,697	△ 48	△ 1.3%
食品事業	839	15	1.8%	1,139	1	0.1%
国際事業	5,427	877	19.3%	7,023	653	10.3%
その他事業/調整額	6	7	-	115	103	-
売上収益	15,786	567	3.7%	21,400	551	2.6%
酒類事業	841	△ 14	△ 1.6%	1,210	5	0.4%
飲料事業	319	△ 0	△ 0.1%	389	6	1.5%
食品事業	93	4	4.4%	121	5	4.1%
国際事業	764	257	50.6%	956	286	42.6%
その他事業/調整額	△ 120	10	-	△ 190	△ 7	-
買収に伴い生じた無形資産償却費	△ 166	△ 37	-	△ 218	△ 26	-
全社調整項目 (IFRS調整)	△ 51	△ 18	-	△ 68	△ 32	-
事業利益	1,680	202	13.6%	2,200	236	12.0%

※無形資産償却費の1-9月の前年実績には、中東欧の遡及修正による影響を含む (△64億円)

<販売数量>

	第3四半期（1-9月累計）		
		前年比	
ビール	-	-	△ 6%
発泡酒	-	-	△ 7%
新ジャンル	-	-	△ 7%
販売数量	-	-	△ 7%

（万箱）

<市場全体>

	年間予想（8/2発表）		
		前年比	
	9,585	△ 413	△ 4.1%
	1,435	△ 66	△ 4.4%
	4,160	△ 138	△ 3.2%
	15,180	△ 617	△ 3.9%

1-9月	
前年比	
△5~6%	
△8~9%	
+3~4%	
△2~3%	

※新ジャンル市場は、他社PBの上乗せ効果を含む

<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	6,536	△ 497	△ 7.1%
スタイルフリー計	930	△ 54	△ 5.5%
クリアアサヒ計	2,443	△ 227	△ 8.5%

	年間予想（8/2発表）		
		前年比	
	9,310	△ 484	△ 4.9%
	1,310	△ 25	△ 1.9%
	3,470	△ 115	△ 3.2%

<ビール容器別>

1-9月	
前年比	
瓶	△ 10.0%
缶	△ 4.3%
樽	△ 7.0%

【市場全体】

- ・新ジャンルは他社PBの上乗せ効果があったが、他カテゴリーへの流出や業務用市場の低迷などにより、トータルでは前年比2~3%程度の縮小。

【アサヒビール販売数量】

- ・想定以上の市場縮小や他社新商品の影響などにより、トータルでは計画を下回る前年比7%の減少。
 - <ビール>『瞬冷辛口』などにより需要喚起を図るが、前年販促の反動や業務用市場の低迷などにより、トータルでは6%の減少。
 - <発泡酒>『スタイルフリー』ブランドに特化したマーケティング施策に取り組んだが、市場の縮小などにより、トータルでは7%の減少。
 - <新ジャンル>『クリアアサヒ プライムリッチ』のリニューアルなどを実施したが、他社新商品の影響などにより、トータルでは7%の減少。
- ・年間予想に対しては、販売モメンタムが回復傾向にあるが、各カテゴリーの減少により、トータルでも計画を下回る進捗。

<売上収益>

(億円)

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/2発表）		
		前年比			前年比	
ビール	3,750	△ 182	△ 4.6%	5,338	△ 122	△ 2.2%
発泡酒	392	△ 36	△ 8.5%	546	△ 33	△ 5.6%
新ジャンル	983	△ 79	△ 7.4%	1,380	△ 44	△ 3.1%
ビール類合計	5,125	△ 297	△ 5.5%	7,264	△ 199	△ 2.7%
洋酒	416	20	5.0%	569	19	3.5%
RTD	330	33	11.2%	452	46	11.4%
ワイン	286	6	2.1%	417	4	1.0%
焼酎	195	△ 1	△ 0.7%	275	△ 3	△ 1.2%
その他	0	△ 0	△ 10.8%	0	△ 0	△ 6.1%
ビール類以外の酒類合計	1,227	57	4.9%	1,714	66	4.0%
アルコールテイスト清涼飲料	248	10	4.3%	331	12	3.7%
その他・製造受託等	187	△ 3	△ 1.4%	236	△ 5	△ 2.1%
アサヒビール	6,788	△ 232	△ 3.3%	9,545	△ 126	△ 1.3%
その他・事業内消去	174	△ 37	△ 17.4%	240	△ 38	△ 13.6%
全社調整項目（IFRS調整）	△ 253	△ 0	-	△ 359	6	-
売上収益合計	6,708	△ 269	△ 3.9%	9,426	△ 158	△ 1.6%

【ビール類以外の売上収益】

- ・ビール類以外の酒類は、『贅沢搾り』を発売したRTDや『ブラックニッカ』が好調な洋酒の拡大などにより、前年比4.9%の増収。
- ・アルコールテイスト清涼飲料は、好調な『ドライゼロ』に『ドライゼロ スパーク』の発売効果が上乗せとなり、前年比4.3%の増収。
- ・年間予想に対しては、各カテゴリーの堅調な推移により、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（8/2発表）		
		前年比			前年比	
ビール類数量増減	-	△ 77		-	△ 44	
ビール類構成差	-	5		-	15	
ビール類以外売上増減	-	23		-	25	
変動費コストダウン	-	11		-	13	
変動費コストアップ	-	△ 11		-	△ 10	
広告・販促費増減	749	18		1,045	4	
その他経費増減	-	20		-	3	
アサヒビール	838	△ 12	△ 1.4%	1,202	6	0.5%
その他・事業内消去	3	△ 2	△ 45.4%	8	△ 1	△ 8.7%
酒 類 事 業（事業利益）	841	△ 14	△ 1.6%	1,210	5	0.4%

【利益増減要因】（億円）

- ・ビール類以外の売上増に加えてその他経費などを抑制したが、ビール類数量の減少などにより、トータルでは前年比1.6%の減益。
- ・年間予想に対しては、ビール類以外の売上増やコストの効率化を図るが、ビール類数量の減少により、トータルでは計画を下回る進捗。

<主な増減益要因の内訳>

- ビール類数量減：△77 ※価格改定による影響を含む
- 変動費コストダウン：+11（ビール類以外の構成差改善 +5、原材料 +4 他）
- 変動費コストアップ：△11（ユーティリティ △5、原材料 △2 他）
- 広告・販促費減：+18（広告費 △15、販促費 +33）（ビール類 +22、その他 △4）

<販売数量>

	第3四半期（1-9月累計）		
	前年比		
炭酸飲料	5,291	408	8.4%
果実飲料	1,549	△ 92	△ 5.6%
コーヒー飲料	3,054	△ 206	△ 6.3%
お茶飲料	3,124	13	0.4%
ミネラルウォーター	1,887	53	2.9%
乳性飲料	3,855	361	10.3%
その他飲料	1,545	87	6.0%
販売数量合計	20,305	624	3.2%

(万箱)

<市場全体>

	年間予想（8/2発表）		
	前年比		
	6,633	426	6.9%
	1,955	△ 288	△ 12.8%
	4,380	△ 37	△ 0.8%
	4,075	55	1.4%
	2,480	134	5.7%
	4,846	409	9.2%
	1,982	53	2.7%
	26,350	752	2.9%

1-9月	
前年比	
+1~2%	
△1~0%	
△1~2%	
+2~3%	
+3~4%	
+7~8%	
-	
+2%程度	

<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	3,199	188	6.2%
ウィルキンソン	1,672	158	10.4%
ワンダ	2,913	△ 154	△ 5.0%
十六茶	1,826	40	2.2%
おいしい水	1,887	54	2.9%
カルピス	3,342	303	10.0%

<容器別>

1-9月	前年比
缶	△ 4.6%
PET合計	7.0%
PET大型	2.8%
PET小型	9.7%
瓶	△ 0.4%
その他	△ 2.0%

<チャネル別>

1-9月	前年比
自動販売機	4.0%
手売り計	3.0%
CVS	1.5%
SM	4.3%
その他	1.3%

【市場全体】

・自然災害や物流の混乱などがあったが、猛暑効果や各社の主力ブランドを中心とした販売強化などにより、前年比2%程度拡大。

【アサヒ飲料販売数量】

- ・『三ツ矢』『ウィルキンソン』『カルピス』など主力ブランドが好調に推移したことにより、トータルでは前年比3.2%の増加。
- ・年間予想に対しては、コーヒー飲料の未達を炭酸飲料や乳性飲料などでカバーすることにより、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（8/2発表）		
		前年比			前年比	
売上数量合計	20,305	624	3.2%	26,350	752	2.9%
売上収益合計	2,807	△ 63	△ 2.2%	3,697	△ 48	△ 1.3%
販売数量増減	-	28		-	33	
品種・容器構成差他	-	1		-	2	
コストダウン	-	30		-	37	
コストアップ	-	△ 13		-	△ 16	
広告・販促費増減	-	△ 19		-	△ 18	
その他経費増減	-	△ 19		-	△ 21	
アサヒ飲料	317	8	2.7%	387	17	4.5%
エルビー	-	△ 8	-	-	△ 9	-
その他・事業内消去	2	△ 0	△ 16.3%	2	△ 2	△ 49.9%
飲料事業（事業利益）	319	△ 0	△ 0.1%	389	6	1.5%

【アサヒ飲料利益増減要因】（億円）

- ・販売数量増や操業度向上による製造原価低減などにより、前年比2.7%の増益。
- ・年間予想に対しては、広告・販促費が増加したが、販売数量増効果や製造原価の低減などにより、計画を上回る進捗。

<主な増減益要因内訳>

コストダウン：+30（原料 +11、資材 +4、操業度向上・内製化 +15）
 コストアップ：△13（原料 △6、資材 △7）
 広告・販促費増：△19（広告費 +11、販促費 △30）

<売上収益>

(億円)

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/2発表）		
		前年比			前年比	
アサヒグループ食品	929	19	2.0%	1,263	2	0.2%
その他・事業内消去	△ 0	0	-	-	0	-
全社調整項目（IFRS調整）	△ 90	△ 4	-	△ 124	△ 1	-
食品事業	839	15	1.8%	1,139	1	0.1%

<事業利益>

(億円)

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/2発表）		
		前年比			前年比	
アサヒグループ食品	91	5	5.7%	117	5	4.9%
その他・事業内消去	2	△ 1	△ 28.1%	4	△ 1	△ 14.8%
食品事業	93	4	4.4%	121	5	4.1%

【売上収益】

- ・『ミンティア』や『ディアナチュラ』など主力ブランドを中心に好調に推移したことにより、前年比1.8%の増収。
- ・年間予想に対しては、主力商品のラインアップ拡充や付加価値商品の販売強化などにより、計画を上回る進捗。

【事業利益】

- ・主力商品の増収効果に加え、事業構造改革による収益性の改善などにより、前年比4.4%の増益。
- ・年間予想に対しては、増収効果や製造原価低減の取組みなどにより、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（8/2発表）		
		前年比			前年比	
欧州事業	3,640	934	34.5%	4,495	759	20.3%
オセアニア事業	1,203	43	3.8%	1,772	40	2.3%
東南アジア事業	366	△ 45	△ 10.9%	479	△ 75	△ 13.5%
中国事業	84	△ 50	△ 37.5%	95	△ 69	△ 42.0%
その他・事業内消去	135	△ 6	△ 4.0%	182	△ 2	△ 1.1%
国際事業	5,427	877	19.3%	7,023	653	10.3%

<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（8/2発表）		
		前年比			前年比	
欧州事業	3,498	793	29.3%	4,493	757	20.3%
オセアニア事業	1,241	82	7.1%	1,836	104	6.0%
東南アジア事業	347	△ 63	△ 15.3%	467	△ 87	△ 15.7%
中国事業	82	△ 53	△ 39.2%	93	△ 71	△ 43.3%
その他・事業内消去	133	△ 7	△ 4.9%	184	0	0.1%
国際事業	5,302	752	16.5%	7,074	704	11.0%

【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、飲料が前年を下回ったが、『Peroni』の上乗せなどにより、前年比7.1%の増収（飲料△1%、酒類+19%）。
- ・東南アジア事業は、アサヒブランドが好調に推移したが、インドネシアの非連結化などにより、前年比15.3%の減収。
- ・中国事業は、『スーパードライ』の販売が好調に推移したが、煙台ビールの非連結化などにより、前年比39.2%の減収。
- ・年間予想に対しては、オセアニア・東南アジアは計画ラインだが、欧州の超過達成などにより、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（8/2発表）		
		前年比			前年比	
欧州事業	667	238	55.4%	765	255	49.9%
オセアニア事業	63	11	22.1%	152	11	8.0%
東南アジア事業	16	10	142.2%	21	13	162.5%
中国事業	7	△ 3	△ 29.1%	5	△ 5	△ 50.8%
その他・事業内消去	11	1	10.0%	13	11	511.4%
国際事業	764	257	50.6%	956	286	42.6%

<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（8/2発表）		
		前年比			前年比	
欧州事業	641	212	49.5%	766	255	50.0%
オセアニア事業	65	13	26.0%	157	17	12.0%
東南アジア事業	15	8	125.0%	21	12	152.7%
中国事業	7	△ 3	△ 30.9%	4	△ 5	△ 51.9%
その他・事業内消去	11	1	8.9%	13	11	519.3%
国際事業	739	232	45.7%	961	290	43.3%

【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、酒類の増収効果に加え、システム統合などの効率化の推進により、前年比26.0%の増益。
- ・東南アジア事業は、インドネシアの非連結化や製造原価の低減などにより、前年比125.0%の増益。
- ・中国事業は、ミックス改善や製造原価の低減に取り組んだが、煙台ビールの非連結化などにより、前年比30.9%の減益。
- ・年間予想に対しては、オセアニア・東南アジアは計画ラインだが、欧州の超過達成などにより、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（8/2発表）		
		前年比			前年比	
西欧事業	1,128	120	11.9%	1,453	102	7.6%
中東欧事業（※）昨年4月より連結	2,512	814	47.9%	3,042	657	27.5%
欧州事業	3,640	934	34.5%	4,495	759	20.3%

<事業利益>

(億円)

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（8/2発表）		
		前年比			前年比	
事業利益	178	22	14.4%	214	18	9.4%
一時費用	△ 1	15	-	△ 1	17	-
西欧事業	177	37	26.7%	213	36	20.0%
事業利益	499	140	38.9%	566	114	25.3%
一時費用	△ 9	61	-	△ 13	105	-
中東欧事業	490	201	69.3%	553	219	65.8%
欧州事業	667	238	55.4%	765	255	49.9%
西欧事業	△ 34	△ 8	-	△ 45	△ 1	-
中東欧事業	△ 99	△ 35	-	△ 130	△ 33	-
無形資産償却費	△ 134	△ 43	-	△ 175	△ 34	-

【売上収益】

- ・西欧・中東欧の主力ブランドを核とした売上拡大や中東欧の1-3月の新規連結効果などにより、前年比34.5%の増収。
- ・年間予想に対しては、円安効果も含め、西欧・中東欧ともに計画を上回る進捗。（為替影響：+80億円）

【事業利益】

- ・西欧・中東欧の増収効果とミックス改善に加え、新規連結効果などにより、前年比55.4%の増益。
- ・年間予想に対しては、中東欧では先行的なブランド投資を実施したが、両事業ともに計画を上回る進捗。（為替影響：+12億円）

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 (8/2発表)		
		前年比			前年比	
売上収益	15,786	567	3.7%	21,400	551	2.6%
事業利益	1,680	202	13.6%	2,200	236	12.0%
事業利益からの調整項目	△ 23	47		△ 160	△ 28	
固定資産除売却損益	△ 14	8		△ 48	7	
関係会社株式売却損益	-	-		-	△ 96	
関係会社再評価損益	14	14		14	14	
事業統合関連費用	△ 15	17		△ 7	33	
減損損失	-	-		-	101	
その他	△ 9	7		△ 119	△ 88	
営業利益	1,657	248	17.6%	2,040	208	11.4%
金融収支	△ 23	2		△ 34	4	
持分法投資損益	7	21		8	△ 3	
持分法で会計処理されている投資の売却損益	△ 9	△ 9		△ 9	△ 188	
その他	△ 11	16		25	39	
税引前利益	1,620	278	20.7%	2,030	60	3.1%
法人所得税費用	△ 454	△ 50		△ 607	△ 26	
当期利益	1,166	227	24.2%	1,423	35	2.5%
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,165	227	24.2%	1,420	10	0.7%
非支配持分に帰属する当期利益	1	0	33.0%	3	25	-

【営業利益】

・事業利益の増益に加えて、煙台の非連結化に伴う時価評価益の発生や統合関連費用の減少などにより、前年比17.6%の増益。

【親会社の所有者に帰属する当期利益】

- ・青島の株式売却に伴う持分法投資損益の改善などにより、前年比24.2%の増益。
- ・年間予想に対しては、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。