

2021年第3四半期決算の概要



2021年11月

◆ 第3四半期の事業利益は、国際が牽引して15.7%の増益だが、酒類・飲料を中心に計画を下回る進捗

- ・酒類：家庭用での販促強化を推進したが、業務用市場の低迷や天候不順による売上減少などにより、減収減益
- ・飲料：最盛期は天候不順により販売数量は減少したが、ミックスの改善に伴う売上単価の上昇などにより、増収増益
- ・食品：『ミンティア』などの売上は減少したが、成長カテゴリでの販売強化や固定費の効率化などにより、増収増益
- ・国際：欧州のコロナ規制緩和に伴う業務用の回復や、CUBの連結効果を含むオセアニアの好調などにより、増収増益

◆ 年間予想の事業利益は、7-9月の計画未達（酒類・飲料・国際）を踏まえ、前回予想比104億円下方修正

<売上収益・事業利益（当年の外貨金額を、それぞれ前年同期の為替レートで円換算）>

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（11/10発表）			前回予想比 （8/10発表）
		前年比			前年比		
酒類事業	5,035	△ 446	△ 8.1%	7,245	△ 225	△ 3.0%	△ 177
飲料事業	2,713	9	0.3%	3,592	58	1.6%	△ 69
食品事業	917	18	2.0%	1,246	12	0.9%	△ 40
国際事業	6,800	1,221	21.9%	9,467	1,538	19.4%	△ 15
その他事業	757	△ 11	△ 1.5%	1,059	12	1.1%	-
調整額（全社・消去）	△ 689	28	-	△ 948	△ 11	-	2
売上収益	15,533	819	5.6%	21,661	1,384	6.8%	△ 300
酒類事業	460	△ 161	△ 26.0%	706	△ 124	△ 14.9%	△ 44
飲料事業	271	30	12.3%	330	52	18.5%	△ 26
食品事業	90	5	6.0%	113	3	2.8%	-
国際事業	1,044	373	55.6%	1,453	512	54.4%	△ 26
その他事業	△ 8	5	-	△ 12	△ 1	-	-
調整額（全社・消去）	△ 184	△ 21	-	△ 267	△ 53	-	△ 10
買収に伴い生じた無形資産償却費	△ 215	△ 33	-	△ 289	△ 34	-	3
事業利益	1,458	198	15.7%	2,034	355	21.2%	△ 104

(億円)

前回予想比
(8/10発表)

<売上収益・事業利益（為替影響含む）>

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（11/10発表）			前回予想比 （8/10発表）
		前年比			前年比		
酒類事業	5,035	△ 446	△ 8.1%	7,245	△ 225	△ 3.0%	△ 177
飲料事業	2,713	9	0.3%	3,592	58	1.6%	△ 69
食品事業	917	18	2.0%	1,246	12	0.9%	△ 40
国際事業	7,470	1,891	33.9%	10,266	2,336	29.5%	△ 16
その他事業	757	△ 11	△ 1.5%	1,059	12	1.1%	-
調整額（全社・消去）	△ 689	28	-	△ 948	△ 11	-	2
売上収益	16,203	1,489	10.1%	22,460	2,182	10.8%	△ 300
酒類事業	460	△ 161	△ 26.0%	706	△ 124	△ 14.9%	△ 44
飲料事業	271	30	12.3%	330	52	18.5%	△ 26
食品事業	90	5	6.0%	113	3	2.8%	-
国際事業	1,147	476	71.0%	1,580	639	67.9%	△ 28
その他事業	△ 8	5	-	△ 12	△ 1	-	-
調整額（全社・消去）	△ 184	△ 21	-	△ 267	△ 53	-	△ 10
買収に伴い生じた無形資産償却費	△ 233	△ 51	-	△ 310	△ 55	-	3
事業利益	1,543	283	22.5%	2,140	462	27.5%	△ 105
営業利益	1,723	592	52.3%	2,115	763	56.5%	△ 105
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,246	485	63.7%	1,485	557	60.0%	△ 75

【売上収益】

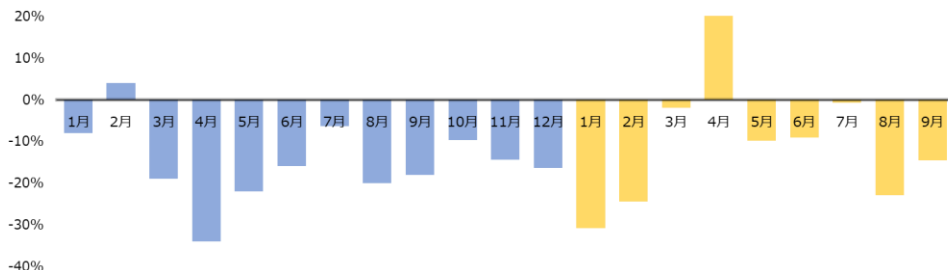
- ・CUBの連結効果や円安効果を含めた国際が増収だったが、酒類の減収などにより、トータルでは計画を下回る前年比10.1%の増収
- ・年間予想は、各事業の下方修正により、トータルでは前回予想比300億円の下方修正

【事業利益】

- ・飲料・食品・国際が増益となったが、酒類の販売数量減少に伴う減益などにより、トータルでは計画を下回る前年比22.5%の増益
- ・年間予想は、酒類・飲料・国際の下方修正などにより、トータルでは前回予想比105億円の下方修正

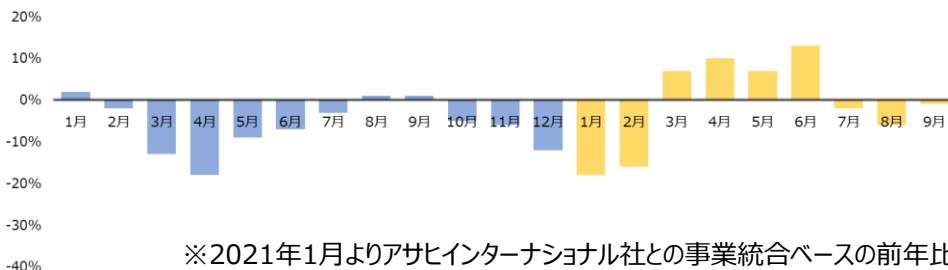
◆ 主要事業の月次売上状況（20年1月-21年9月）

【酒類（日本）】 ※金額ベース（ビール類計） 2021年1-9月：売上収益前年比 ▲10%



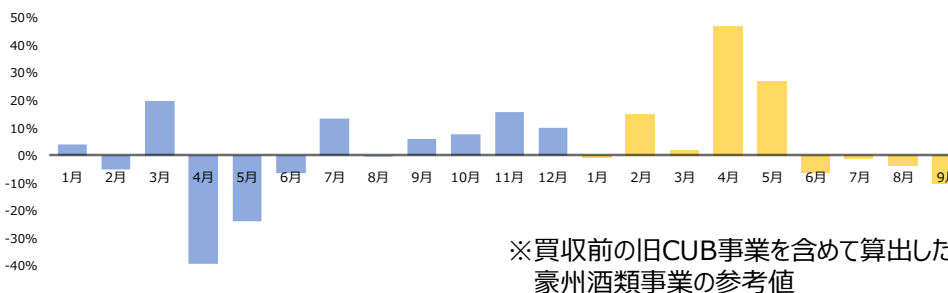
- ・本年1月以降、一部地域での緊急事態宣言が再発出。
- ・3月下旬に緊急事態宣言が一旦解除されたことに加えて、4月は『スーパードライ生ジョッキ缶』の発売効果もあり好転。
- ・4月下旬より一部地域で緊急事態宣言が再発出されたことに伴い、飲食店での酒類提供停止が要請された。
- ・6月に一部地域で宣言が解除されたが、7月に再発出。

【欧州】 ※数量ベース（酒類計） 2021年1-9月：販売数量前年比 ±0%



- ・本年年初は、新型コロナウイルスの規制影響を受ける。
- ・3月は昨年同様に影響を受けるが、新たな市場環境への対応力を強化したことで、販売数量は増加。
- ・4-5月は、業務用の営業が段階的に再開。
- ・6月は、一部規制が残るが、大幅に販売数量は回復。
- ・7-8月の最盛期は、悪天候により需要が減少したが、9月の需要は回復し、収益性も改善。

【豪州】 ※数量ベース（酒類計） 2021年1-9月：販売数量前年比 +1桁台半ば



- ・本年4-5月は、昨年のロックダウンの反動により大幅に増加。
- ・シドニーで6月下旬、メルボルンで7月以降ロックダウンが実施され、飲食店はテイクアウト等を除き営業停止。
- ・ワクチン接種率上昇に伴い、10月にシドニー、メルボルンのロックダウンが解除、飲食店の営業も再開。一部規制は残るが、今後も段階的な規制緩和が予定されている。

<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	4,054	△ 547	△ 11.9%
スタイルフリー	912	51	5.9%
クリアアサヒ	1,145	△ 226	△ 16.5%

※スーパードライ容器別（瓶△39%、缶+6%、樽△41%）

（万箱）

	年間予想（11/10発表）			
		前年比		前回予想比
	6,100	△ 417	△ 6.4%	△ 300
	1,250	85	7.3%	-
	1,550	△ 218	△ 12.3%	-

<市場全体>

（数量ベース）

	第3四半期 前年比	年間見通し 前年比
ビール	▲4~5%	▲1~2%
発泡酒	+2~3%	+3~4%
新ジャンル	▲15~16%	▲10~11%
合計	▲9%程度	▲5%程度

<ビール類売上収益>

（億円）

	第3四半期（1-9月累計）		
		前年比	
ビール類合計	3,713	△ 390	△ 9.5%

	年間予想（11/10発表）			
		前年比		前回予想比
	5,442	△ 172	△ 3.1%	△ 135

【市場全体】

・ビール缶や発泡酒市場は拡大したが、業務用や新ジャンル市場の縮小などにより、トータルでは前年比9%程度の縮小

【ビール類売上収益・ブランド別販売数量】

- ・主に、業務用やハレの日需要の減少に加えて、新ジャンル市場の縮小などにより、計画を下回る前年比9.5%の減収
 『スーパードライ』は、「生ジョッキ缶」の発売を含め家庭用での販売促進を強化したが、業務用の縮小などにより、前年比11.9%の減少
 『スタイルフリー』は、健康志向の高まりを捉えた広告・販促活動の強化などにより、前年比5.9%の増加
 『クリアアサヒ』は、ブランド強化を図ったが、市場全体の縮小や昨年の酒税改正前の仮需反動影響などにより、前年比16.5%の減少
- ・年間予想は、最盛期における業務用や新ジャンル市場の縮小などを踏まえ、前回予想比135億円の下方修正
 『スーパードライ』は、主に緊急事態宣言の延長や対象地域の拡大に伴う業務用の縮小などにより、前回予想比300万箱の下方修正
 『スタイルフリー』は、引き続き高まる健康志向を捉えた広告・販促活動の強化により、年間予想を据え置き
 『クリアアサヒ』は、市場全体の縮小影響もあるが、広告・販促活動の強化などにより、年間予想を据え置き

<売上収益>

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（11/10発表）			（億円）
		前年比			前年比		前回予想比
							（8/10発表）
アサヒビール	5,023	△ 445	△ 8.1%	7,229	△ 224	△ 3.0%	△ 177
その他・事業内消去	11	△ 1	△ 8.7%	16	△ 1	△ 6.3%	1
売上収益合計	5,035	△ 446	△ 8.1%	7,245	△ 225	△ 3.0%	△ 177

<参考：カテゴリー別売上収益（リベート控除前）>

洋酒	339	△ 38	△ 10.1%	474	△ 51	△ 9.8%	△ 2
RTD	268	△ 83	△ 23.6%	381	△ 82	△ 17.7%	△ 26
ワイン	286	19	6.9%	410	8	2.0%	6
焼酎	143	△ 27	△ 15.9%	202	△ 31	△ 13.3%	△ 1
アルコールテイスト清涼飲料	297	60	25.3%	409	88	27.4%	△ 33

【ビール類以外の売上収益】

- ・ビール類以外の酒類では、ワイン（エノテカ社）が好調に推移したが、各カテゴリーにおける業務用の減少などにより、トータルでは減収
- ・アルコールテイスト清涼飲料は、『ドライゼロ』の好調や微アルコール商品の発売効果により、前年比25.3%の増収
- ・年間予想では、ビール類以外の酒類では、主に業務用での減少により、ワインを除く各カテゴリーで下方修正
- ・アルコールテイスト清涼飲料は、『ドライゼロ』は年間予想を据え置くが、微アルコールを見直し、トータルでは下方修正

<事業利益>

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（11/10発表）			（億円） 前回予想比 （8/10発表）
		前年比			前年比		
売上増減影響等	-	△ 107		-	△ 7		△ 66
変動費コストダウン	-	21		-	28		△ 5
変動費コストアップ	-	△ 17		-	△ 26		△ 0
広告・販促費増減	-	△ 77		-	△ 120		9
その他経費増減	-	19		-	1		19
アサヒビール	458	△ 161	△ 26.0%	705	△ 123	△ 14.8%	△ 44
その他・事業内消去	2	△ 0	△ 20.9%	1	△ 1	△ 36.5%	0
事業利益	460	△ 161	△ 26.0%	706	△ 124	△ 14.9%	△ 44

【第3四半期：利益増減要因】（億円）

<主な増減益要因の内訳>

売上増減影響等：△107（ビール類数量増減 △158、その他売上増減 △0、構成差異等）
 変動費コストダウン：+21（原材料+5、ビール類以外 +6、ユーティリティ +1、廃棄 +4 他）
 変動費コストアップ：△17（原材料 △10、ビール類以外 △2、運搬費 △4 他）
 広告・販促費増減：△77（広告費 △78、販促費 +0）（ビール類 △50、その他 △28）
 その他経費：+19（人件費 +7、減価償却費 +5、販売器具関連費 +17、その他 △10）

【年間予想：利益増減要因】（億円）

<主な増減益要因の内訳>

売上増減影響等：△7（ビール類数量増減 △79、その他売上増減 +9、構成差異等）
 変動費コストダウン：+28（原材料+8、ビール類以外 +7、廃棄 +5、運搬費 +3 他）
 変動費コストアップ：△26（原材料 △14、運搬費 △7 他）
 広告・販促費増減：△120（広告費 △128、販促費 +9）（ビール類 △69、その他 △51）
 その他経費：+1（人件費 +3、減価償却費 +5、販売器具関連費 +20、その他 △26）

・年間予想は、コスト全般の効率化に取り組むが、主にビール類の販売数量の減少に伴い、44億円の下方修正

<販売数量>

	第3四半期（1-9月累計）		
	前年比		
炭酸飲料	6,217	37	0.6%
乳性飲料	3,300	△ 138	△ 4.0%
コーヒー飲料	2,588	15	0.6%
お茶飲料	2,790	71	2.6%
ミネラルウォーター	1,176	△ 119	△ 9.2%
果実飲料	1,062	△ 4	△ 0.4%
その他飲料	1,881	△ 19	△ 1.0%
販売数量	19,012	△ 159	△ 0.8%

（万箱）

	年間予想（11/10発表）		
	前年比		前回予想比
	8,110	290	3.7%
	4,275	△ 104	△ 2.4%
	3,585	39	1.1%
	3,615	109	3.1%
	1,545	△ 102	△ 6.2%
	1,415	△ 18	△ 1.3%
	2,520	△ 16	△ 0.6%
	25,065	197	0.8%
			△ 140
			△ 155
			△ 85
			△ 65
			15
			35
			△ 140
			△ 535

<市場全体>

第3四半期 前年比	年間見通し 前年比
1%程度	-
△6%程度	-
0%程度	-
1%程度	-
1%程度	-
△1%程度	-
-	-
0%程度	1%程度

※出典：飲料総研

<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	3,287	13	0.4%
ウィルキンソン	2,341	56	2.5%
カルピス	2,853	△ 114	△ 3.8%
ワンダ	2,442	13	0.5%
十六茶	1,705	17	1.0%
おいしい水	1,176	△ 119	△ 9.2%

<容器別>

1-9月	前年比
缶	△ 0.9%
PET合計	0.1%
PET大型	△ 6.3%
PET小型	3.4%
瓶	△ 23.8%

<チャネル別>

1-9月	前年比
自動販売機	1.0%
CVS	△ 3.4%
SM	△ 2.6%

【市場全体】

・上半期は昨年のコロナウイルス影響からの反動により回復したが、最盛期の天候不順の影響などを受け、前年並みで推移

【アサヒ飲料販売数量】

- ・炭酸飲料やお茶飲料は好調だったが、乳性飲料やミネラルウォーターの減少などにより、トータルでは前年比0.8%の減少
- ・年間予想は、想定以上の天候不順の影響を踏まえ、乳性飲料や炭酸飲料を中心にトータルでは前回予想比535万箱の下方修正

<事業利益>

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（11/10発表）			前回予想比 （8/10発表）
		前年比			前年比		
販売数量合計	19,012	△ 159	△ 0.8%	25,065	197	0.8%	△ 535
売上収益合計	2,713	9	0.3%	3,592	58	1.6%	△ 69
売上増減影響等	-	35		-	57		△ 42
変動費コストダウン	-	24		-	30		2
変動費コストアップ	-	△ 5		-	△ 8		0
広告・販促費増減	-	△ 11		-	△ 9		2
その他経費増減	-	△ 13		-	△ 18		12
アサヒ飲料	271	30	12.3%	330	52	18.5%	△ 26
その他・事業内消去	-	-	-	-	-	-	-
事業利益	271	30	12.3%	330	52	18.5%	△ 26

【第3四半期：利益増減要因】（億円）

<主な増減益要因の内訳>

- 売上増減影響等：+35（数量増減 +26、構成差異等）
- 変動費コストダウン：+24（原料 +2、資材 +15、操業度向上・内製化 +7）
- 変動費コストアップ：△5（原料 △1、資材 △4）
- 広告・販促費増減：△11（広告費 △2、販促費 △9）

【年間予想：利益増減要因】（億円）

<主な増減益要因の内訳>

- 売上増減影響等：+57（数量増減 +46、構成差異等）
- 変動費コストダウン：+30（原料 +3、資材 +17、操業度向上・内製化 +10）
- 変動費コストアップ：△8（原料 △2、資材 △6）
- 広告・販促費増減：△9（広告費 △5、販促費 △4）

・年間予想は、固定費全般の効率化に取り組むが、主に最盛期の減収やミックス悪化などにより、前回予想比26億円の下方修正

<売上収益>

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（11/10発表）			前回予想比 （8/10発表）
		前年比			前年比		
アサヒグループ食品	914	17	1.9%	1,243	11	0.9%	△ 41
その他・事業内消去	3	1	43.3%	4	1	35.6%	1
売上収益	917	18	2.0%	1,246	12	0.9%	△ 40

<事業利益>

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（11/10発表）			前回予想比 （8/10発表）
		前年比			前年比		
アサヒグループ食品	90	5	6.2%	112	3	2.8%	-
その他・事業内消去	1	△ 0	△ 21.0%	1	△ 0	△ 4.9%	-
事業利益	90	5	6.0%	113	3	2.8%	-

【売上収益】

- ・『ミンティア』などの売上は減少したが、『1本満足バー』や『ディアナチュラ』などが伸長し、前年比2.0%の増収
- ・年間予想は、新需要を捉えた取組みを強化するが、BtoB事業（食品原料）の需要縮小などにより、前回予想比40億円の下方修正

【事業利益】

- ・増収効果に加え、販促費の効率化などにより、前年比6.0%の増益
- ・年間予想は、売上収益は下方修正するが、固定費全般の効率化を進めるため、前回予想を据え置き

＜売上収益＞ ※酒税込み売上収益

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（11/10発表）			前回予想比 （8/10発表）
		前年比			前年比		
欧州事業	3,651	414	12.8%	4,898	788	19.2%	-
オセアニア事業 ※	3,492	1,479	73.5%	4,948	1,557	45.9%	-
東南アジア事業	323	7	2.1%	410	△ 6	△ 1.5%	△ 16
その他・事業内消去	5	△ 8	△ 62.0%	9	△ 3	△ 21.4%	-
売上収益	7,470	1,891	33.9%	10,266	2,336	29.5%	△ 16

＜売上収益（2021年の外貨金額を、2020年同期の為替レートで円換算）＞ ※酒税込み売上収益

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（11/10発表）			前回予想比 （8/10発表）
		前年比			前年比		
欧州事業	3,400	162	5.0%	4,610	500	12.2%	-
オセアニア事業 ※	3,083	1,071	53.2%	4,447	1,056	31.1%	-
東南アジア事業	312	△ 4	△ 1.3%	401	△ 15	△ 3.7%	△ 15
その他・事業内消去	5	△ 8	△ 61.3%	9	△ 3	△ 21.4%	-
売上収益	6,800	1,221	21.9%	9,467	1,538	19.4%	△ 15

※CUB事業は2020年6月より連結

【売上収益（為替一定）】

- ・欧州は、最盛期の天候不順による影響を受けたが、規制緩和に伴う業務用の需要回復などにより、前年比5.0%の増収
 - ・オセアニアは、一部地域のロックダウンの影響はあったが、販売数量増加やCUBの1-5月分の連結効果により、前年比53.2%の増収
 - ・東南アジアは、マレーシアにおける外出制限等の規制影響やコンテナ不足に伴う物流の停滞などにより、前年比1.3%の減収
- ・年間予想は、欧州とオセアニアは計画を据え置くが、東南アジアの見直しにより、トータルでは前回予想比15億円の下方修正

<事業利益>

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（11/10発表）			前回予想比 （8/10発表）
		前年比			前年比		
		金額	増減率		金額	増減率	
欧州事業	595	67	12.6%	739	136	22.5%	△ 22
オセアニア事業 ※	534	396	284.9%	825	495	150.3%	-
東南アジア事業	3	△ 8	△ 73.6%	2	△ 12	△ 89.1%	△ 6
その他・事業内消去	15	22	-	15	20	-	-
事業利益	1,147	476	71.0%	1,580	639	67.9%	△ 28

<事業利益（2021年の外貨金額を、2020年同期の為替レートで円換算）>

	第3四半期（1-9月累計）			年間予想（11/10発表）			前回予想比 （8/10発表）
		前年比			前年比		
		金額	増減率		金額	増減率	
欧州事業	554	26	4.8%	695	92	15.3%	△ 21
オセアニア事業 ※	472	333	240.0%	741	412	124.9%	-
東南アジア事業	3	△ 8	△ 74.5%	1	△ 12	△ 89.4%	△ 6
その他・事業内消去	15	22	-	15	20	-	-
事業利益	1,044	373	55.6%	1,453	512	54.4%	△ 26

※ CUB事業は2020年6月より連結

【事業収益（為替一定）】

- ・欧州は、業務用の回復と家庭用のプレミアム化に伴うミックス改善に加え、固定費の効率化などにより、前年比4.8%の増益
 - ・オセアニアは、増収効果に加え、CUBの連結効果や統合シナジーの創出などにより、前年比240.0%の増益
 - ・東南アジアは、減収影響に加えて、原材料価格や物流費の高騰などにより、前年比74.5%の減益
- ・年間予想は、オセアニアは計画を据え置くが、欧州と東南アジアの見直しにより、トータルでは前回予想比26億円の下方修正

◆ 現地通貨ベースの業績概況

※現地通貨のユーロ換算に伴う為替影響を除く

klh、百万ユーロ	第3四半期 (1-9月累計)	前年比 ※2	年間予想	前年比 ※2	前回予想比*3 (8/10発表)
販売数量	32,307	0%	42,549	5%	-
酒税抜き売上収益	2,266	6%	3,024	12%	-
事業利益 ※1	458	4%	570	16%	△ 3%

※1 一時費用控除前の事業利益 ※2 前年同期レート比較 *3 当年予想レート比較

◆ チャネル別の販売動向

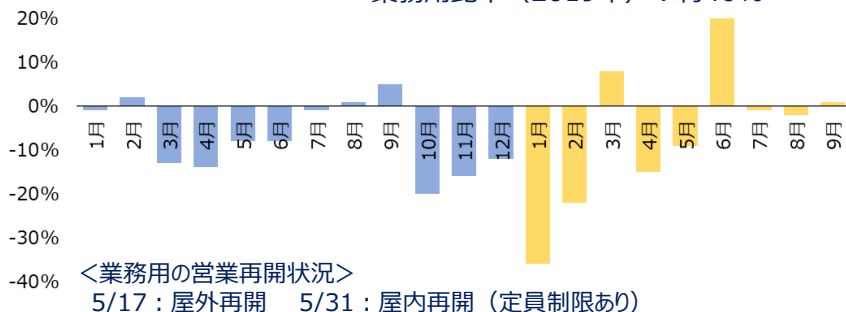
	家庭用	業務用	全体
1-9月 前年比 (数量ベース)	+1桁台前半	前年並み	前年並み

- ・家庭用：7-9月は、天候不順や規制緩和に伴う業務用への需要回帰などにより1桁台半ばの減少
1-9月は、チェコの『Radegast』、ルーマニアの『PNA』『Ciucas』、英国の『PNA』『スーパードライ』などが好調に推移したことに加え、ポーランドでは『Hardmade』を発売したことなどにより、前年比1桁台前半の増加
※PNA：Peroni Nastro Azzurro
- ・業務用：1-3月は、規制強化の影響により不振だったが、4-6月は徐々に規制が緩和されたことで、大幅に増加
7-9月は、平均以下の気温にも関わらず、英国やルーマニアが好調に推移し、前年比1桁台後半の増加したことなどにより、1-9月はほぼ前年並み

◆ 主要国の月次販売数量状況（20年1月-21年9月）

【チェコ】

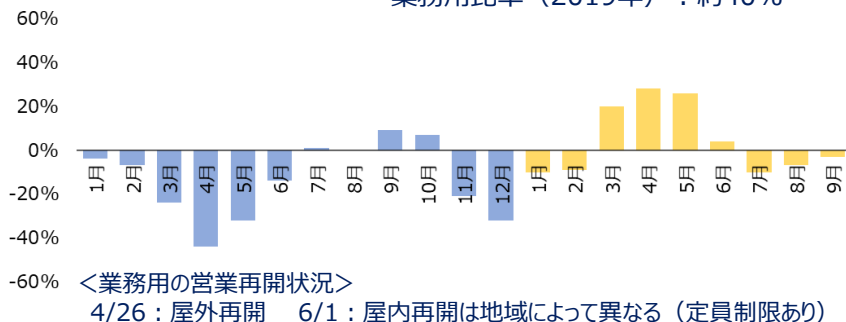
2021年1-9月：販売数量前年比 ▲5%
業務用比率（2019年）：約40%



- ・業務用は、最盛期の天候不順の影響を受けたが、規制緩和後の需要回帰により、7-9月は前年を上回る。
- ・家庭用は、プレミアムブランドは成長が継続しているが、天候不順などにより、7-9月は前年を若干下回る。

【イタリア】

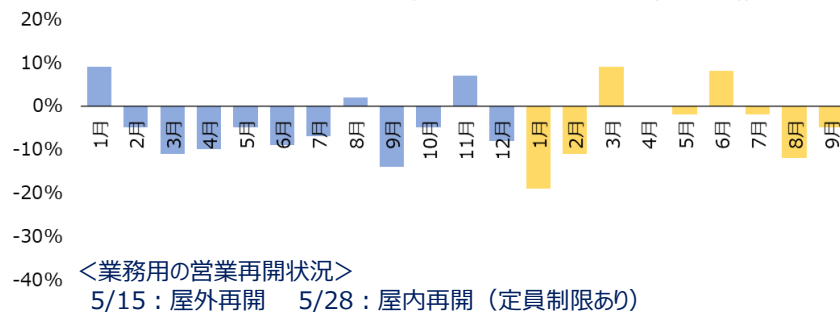
2021年1-9月：販売数量前年比 +1%
業務用比率（2019年）：約40%



- ・業務用は、最盛期の天候不順はあるが、規制緩和による需要回帰により、7-9月では前年を上回る。
- ・家庭用は、業務用への需要回帰もあり、7-9月は前年を下回る。

【ポーランド】

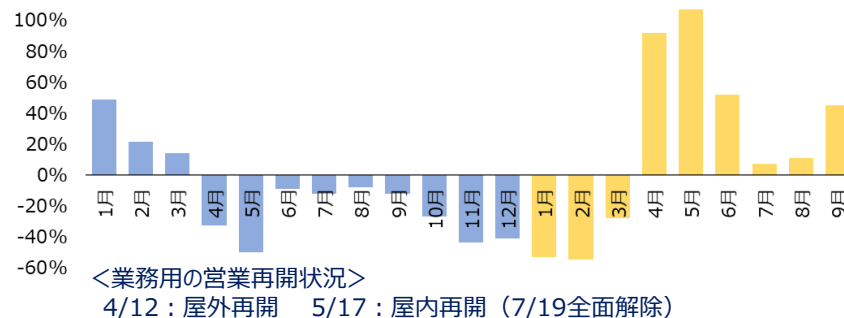
2021年1-9月：販売数量前年比 ▲3%
業務用比率（2019年）：一桁台半ば



- ・業務用は、最盛期の天候不順などにより、7-9月は前年を下回る。
- ・家庭用は、『Captain Jack』や『Hardmade』などのプレミアムビールは好調に推移したが、天候不順などにより、7-9月は前年を下回る。

【英国】

2021年1-9月：販売数量前年比 +17%
業務用比率（2019年）：約60%



- ・業務用は、4月以降の回復期では、2019年比のシェアが拡大。天候不順の影響は受けるが、7-9月も前年を大きく上回る。
- ・家庭用は、業務用への需要回帰はあるが、プレミアムブランドによるシェア獲得により7-9月は前年を上回る。

◆ 現地通貨ベースの業績概況

百万豪ドル	第3四半期 (1-9月累計)	前年比 ※3	年間予想	前年比 ※3	前回予想比*3 (8/10発表)
酒類 ※1	2,069	73%	2,954	40%	-
飲料 ※1	828	9%	1,178	6%	-
酒税抜き売上収益 ※1	2,897	48%	4,131	29%	-
事業利益 ※2	668	108%	1,036	73%	-
一時費用	△ 20	-	△ 30	-	-

※1 コンテナデポジット（保証金）を除く純売上収益ベース

※2 一時費用控除前の事業利益

※3 旧CUB事業の前年実績については、取得完了後の2020年6～12月実績を反映して算出

◆ 豪州酒類：チャネル別の販売動向

	家庭用	業務用	全体
1-9月 前年比（数量ベース）	前年並み	+ 3 割程度	+ 1桁台半ば

※ 前年実績に旧CUB事業の販売数量を含めたベースで算出

- ・家庭用：業務用への需要回帰によるマイナス影響はあったが、主力ブランド『Great Northern』の販売拡大などにより、前年並み
- ・業務用：7-9月にシドニー、メルボルンなど主要都市でのコロナ規制強化の影響を受けたが、昨年上期の全州における規制強化の反動により、前年比3割程度の増加

<営業利益・親会社の所有者に帰属する当期利益>

	第3四半期 (1-9月累計)			年間予想 (11/10発表)			前回予想比 (8/10発表)
		前年比			前年比		
売上収益	16,203	1,489	10.1%	22,460	2,182	10.8%	△ 300
事業利益	1,543	283	22.5%	2,140	462	27.5%	△ 105
事業利益からの調整項目	180	308	-	△ 25	302	-	-
固定資産除売却損益	318	292	-	294	275	-	4
事業統合関連費用	△ 103	△ 73	-	△ 103	△ 13	-	△ 14
減損損失	-	-	-	-	88	-	-
その他	△ 35	90	-	△ 216	△ 49	-	10
営業利益	1,723	592	52.3%	2,115	763	56.5%	△ 105
金融収支	△ 71	△ 29	-	△ 99	△ 23	-	7
持分法投資損益	3	0	8.1%	3	0	14.0%	2
持分法で会計処理されている投資の売却損益	-	23	-	-	23	-	-
その他	△ 8	4	-	△ 34	△ 33	-	△ 9
税引前当期利益	1,648	591	55.9%	1,985	731	58.3%	△ 105
法人所得税費用	△ 399	△ 102	-	△ 500	△ 172	-	30
当期利益	1,249	488	64.2%	1,485	559	60.4%	△ 75
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,246	485	63.7%	1,485	557	60.0%	△ 75
非支配持分に帰属する当期利益	3	4	-	-	2	-	-

【営業利益】

- ・主に、事業利益の増益や固定資産除売却益の発生などにより、前年比52.3%の増益
- ・年間予想は、事業利益の下方修正により、前回予想比105億円の下方修正

【親会社の所有者に帰属する当期利益】

- ・金融費用や法人所得税費用は増加したが、営業利益の増益などにより、前年比63.7%の増益
- ・年間予想は、法人所得税費用を見直す、営業利益の下方修正により、前回予想比75億円の下方修正

◆ PLへの為替影響（実績と計画）

(億円)

事業名	通貨	第3四半期 (1-9月累計)	年間予想 (11/10発表)
欧州事業	ユーロ	251	288
オセアニア事業	豪ドル	408	501
東南アジア事業	-	11	9
その他	-	△0	△0
売上収益		670	799
欧州事業	ユーロ	41	43
オセアニア事業	豪ドル	62	84
東南アジア事業	-	0	0
その他	-	△0	△0
無形資産償却費	-	△18	△21
事業利益		85	106

◆ 2021年主要通貨為替感応度

< 1円変動による影響額（通期） >

(億円)

通貨	為替前提	売上収益	事業利益
ユーロ	129.5	±38	±6
豪ドル	82.0	±60	±10

※無形資産償却費に対する為替影響は含んでいません。

※為替影響=現地通貨業績の円換算における影響（貿易為替影響除く）

◆ 主要通貨為替レート推移

(円)

通貨	2018年	2019年	2020年
ユーロ	130.4	122.0	121.9
豪ドル	82.6	75.8	73.7

通貨	2020年3Q	2021年3Q
ユーロ	120.9	129.9
豪ドル	72.8	82.4

Asahi

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。