

アサヒグループホールディングス株式会社
2023年12月期 第2四半期 決算説明会 説明概要②

日時：2023年8月10日（木）15:30～17:00

当社登壇者：取締役 EVP 兼 CFO 崎田 薫

◆**売上収益・事業利益（為替一定）**（P14）

- 上半期の売上収益につきましては、主に、価格改定効果などによる各リージョンの単価向上に伴い全事業が増収となり、トータルでは前年比+5.8%の増収となりました。
- 事業利益につきましては、大幅なコストアップの影響を受けましたが、増収効果に加え、コストマネジメントの強化などにより、トータルでは前年比+9.0%の増益となりました。
- 上半期の業績予想は開示しておりませんが、売上収益は、ほぼ想定通りに推移する中、事業利益は、単価向上に加えて、一部下期への移管を含む各種コストの効率化などにより、トータルでは計画を上回る進捗となりました。
- 右側に記載しております年間予想につきましては、売上収益は、各地域の上半期の進捗などを踏まえ、トータルでは年初予想を372億円下回る前年比6.0%の増収に修正いたしました。
- 事業利益につきましては、主に好調に推移する日本の酒類事業の進捗を踏まえ、トータルでは年初予想を46億円上回る前年比3.2%の増益に上方修正しております。
- 尚、為替影響込みの年間予想については、円安効果を踏まえ、売上収益は前年比7.1%の増収、事業利益は前年比4.2%の増益に修正しています。各地域の為替影響額については、参考資料として24ページと25ページに掲載しておりますので、後程ご確認願います。

◆**営業利益・当期利益**（P15）

- 上半期の営業利益につきましては、前年に計上した日本のSCM再編に伴う「減損損失」が無くなったことなどにより、前年比18.0%増益の961億円となりました。
- また、「親会社の所有者に帰属する四半期利益」につきましても、営業利益の増益などにより、前年比15.4%増益の658億円となりました。尚、減損損失などを除いた調整後四半期利益では、前年比0.1%増益の664億円となっております。

- 営業利益、四半期利益ともに計画を上回る進捗であり、年間予想についても、それぞれ上方修正しております。

◆BS・CFの概要 (P16)

- バランスシートの年間予想につきましては、資産合計は、円安影響に伴うのれんや商標権の増加などにより、トータルでは年初予想を 1,200 億円上回る 5 兆円となる見込みです。
- キャッシュ・フローの年間計画については、業績予想は上方修正しましたが、運転資本や設備投資へのインフレ影響なども一定程度あると想定しており、フリーキャッシュ・フローは、年初予想通りの 1,770 億円を目指します。
- 尚、フリーキャッシュ・フローは、引き続き、債務返済に優先的に充当することで、Net Debt/EBITDA は、年初計画通り 3.38 倍程度となる見込みです。
- また、年間配当につきましても、1 株当たり前期比 2 円増配の 115 円と年初予想を据え置いております。

◆日本 (P17)

- 上半期の売上収益については、各事業の価格改定効果や酒類事業における業務用の回復などにより、トータルでは前年比 3.7%の増収となりました。
- 事業利益については、食品事業は原材料のコストアップなどにより、減益となりましたが、酒類と飲料事業の増益でカバーし、トータルでは前年比 23.7%の増益となりました。
- 計画に対しては、売上収益は、ほぼ計画ラインで進捗しましたが、事業利益は、主に酒類と飲料事業が想定を上回り、トータルでも計画を上回って進捗しました。
- 年間予想につきましては、売上収益では、主に、飲料の販売数量の見直しにより、トータルでは 2.8%の増収に下方修正しております。
- 事業利益につきましては、10 月に実施する酒類の価格改定効果に加え、各種コストの効率化なども踏まえ、トータルでは前年比 9.3%の増益に上方修正しております。

◆**日本(酒類:売上収益・販売数量)** (P18)

- 上半期のビール類の売上収益は、発泡酒や新ジャンルは減少しましたが、業務用の回復や価格改定効果などにより、トータルでは前年比 1.8%の増収となりました。
- 年間では、本年 10 月からの価格改定効果が上乗せとなりますが、販売数量を見直したことなどにより、トータルでは前年比 0.5%の増収に下方修正しております。
- ビール類以外のカテゴリーは、業務用回復に伴う洋酒やワイン、焼酎などの増加により、計画を上回る増収となり、年間予想もそれぞれ上方修正しております。

◆**日本(酒類:利益増減明細)** (P19)

- 上半期の増減要因としては、主に、変動費やその他経費のコストアップがありましたが、増収効果や一部下期への移管を含む広告・販促費の効率化などにより、前年比 34.8%の増益と計画を上回る進捗となりました。
- 年間予想においては、主力ブランドの強化に加え、新商品発売などにより、広告販促投資を増額しますが、追加の価格改定効果や変動費を含めた各種コストの抑制などにより、前年比 17.4%の増益に上方修正しております。

◆**日本(飲料:販売数量・売上収益)** (P20)

- 上半期の販売数量は、ミネラルウォーターやお茶などが増加しましたが、乳性とコーヒー飲料の減少により、市場並みの前年比 1.1%の減少となりました。
- 売上収益は、価格改定効果などにより、前年比 1.7%の増収となりましたが、想定以上の数量の減少により、計画を下回る進捗となりました。
- 年間予想においては、販売数量は上期の進捗も踏まえて下方修正し、それに伴い、売上収益についても、トータルでは前年比 2.2%の減収に見直しております。
- 尚、本年度から業務提携を開始したダイドードリンコ社との自販機事業の組み換え影響を除きますと、上半期は前年比 6.4%の増収となり、年間では前年比 7.2%の増収となります。

◆**日本(飲料:利益増減明細)** (P21)

- 上半期の増減要因としては、砂糖、コーヒー、PET 樹脂など、大幅な変動費コストアップは発生しましたが、増収効果に加えて、広告販促費などの各種費用の効率化などにより、

トータルでは前年比 5.1%の増益と計画を上回る進捗となりました。

- 年間予想は、価格改定効果の創出や、引き続き各種コストの効率化などに取り組むものの、販売数量の下方修正によるマイナス影響を織り込み、年初予想の前年比 7.0%の減益を据え置いております。

◆欧州 (P22)

- 上半期の売上収益は、主にインフレに伴う影響により、トータルで販売数量は 3.8%の減少となりましたが、価格改定効果やプレミアムカテゴリーの強化などにより、前年比 9.5%の増収となりました。
- 事業利益は、大幅な変動費のコストアップを、増収効果や各種コストの抑制などでカバーし、前年比 7.0%の増益となりました。
- 計画に対しては、売上収益は、数量減などにより計画を下回りましたが、事業利益は、エネルギーなど、コストアップの一部抑制などにより、計画ラインの進捗となりました。
- 年間予想については、売上収益は、上半期の進捗を踏まえ、前年比 11.1%の増収に下方修正しておりますが、事業利益は、増収効果やコストマネジメントの強化などでカバーすることにより、年初予想の前年比 0.8%の増益を据え置いております。

◆オセアニア (P23)

- 上半期の売上収益は、コンテンポラリービールやクラフトビールの成長に加え、価格改定の効果などにより、トータルでは前年比 6.5%の増収となりました。
- 事業利益は、増収効果に加えて、固定費の効率化などに取り組みましたが、原材料や物流費などのコストアップにより、前年比 1.9%の減益となりました。
- 計画に対しては、売上収益、事業利益ともに、ほぼ計画ラインの進捗となりました。
- 年間予想においては、売上収益は、上期の販売状況を踏まえ、カテゴリーやブランド毎に計画を見直したことにより、前年比 8.2%の増収に上方修正致しますが、事業利益は、前年比 1.7%の増益と年初予想を据え置いております。