



2023年第2四半期決算 (上半期の総括・今後の経営方針)

2023年8月10日

アサヒグループホールディングス株式会社



エグゼクティブ・サマリー

◆上半期の総括

- **売上収益5.8%増、事業利益9.0%増を果たす**(23年上半期:為替一定)
 - ・ コストアップを上回る増収効果とコストマネジメントにより、計画を上回る増益を達成
 - ・ 競争優位性を維持しながら、適切な価格政策とプレミアム戦略により単価向上を継続

◆今後の方針

- **売上収益6.0%増、事業利益3.2%増を目指す**(23年通期:為替一定)
 - ・ 全地域のインフレ影響を注視しつつ、日本の酒類を中心に事業利益予想を上方修正
 - ・ 来期以降を見据えた投資(コア戦略・人的資本など)の拡大、財務健全性の向上
 - ・ グローバル調達会社設立による調達機能の高度化、グループガバナンスの強化



売上単価向上／変動費コストアップ

◆ 売上単価向上（上半期前年比）

	日本(酒類)	欧州	豪州(酒類)
ビール類 単価改善 (酒税抜き)	+9.0%	+16.5%	+2.9%
参考:酒類事業全体 売上収益 (酒税抜き)	+3.9%	+12.0%	+3.4%

※ノンアルコールカテゴリー含む

◆ 変動費コストアップ（グループ全体）

上半期実績	550億円弱	年間予想	1,000億円程度
	予想を若干下回る水準		リスクを踏まえ 予想を据え置く

(億円)	上半期	増減	前年比(%)	2023年 修正予想	増減	前年比(%)	年初予想比
売上収益	6,220	221	3.7%	13,380	363	2.8%	△ 130
事業利益	529	101	23.7%	1,190	101	9.3%	70



<上半期の総括>

- コストアップに対する適切な価格政策、コストマネジメントの強化により、計画を上回る増益を達成
- 持続的なトップライン成長に向けた主力ブランドへの投資と新価値提案を強化

<今後の方針>

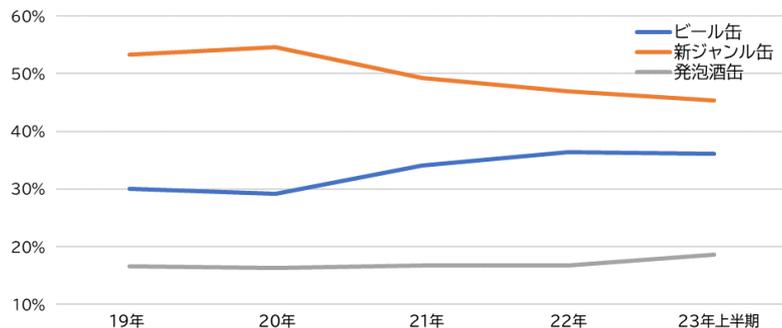
- 酒税改正などの環境変化を見据えた投資を拡大しつつ、酒類を中心に通期の事業利益予想を上方修正
- “One Asahi”としてのシナジーの拡大、構造改革の推進と人的資本・組織機能の高度化



日本(酒類):主な取り組み

● ビール回帰の流れは継続

<缶市場 カテゴリ別構成比>



出典:インテージSRI+
ビール缶・発泡酒缶・新ジャンル缶市場
推計販売規模(容量)構成比
2019年1月~2023年6月
7業態(SM/CVS/酒DS/HC/
DRUG/一般酒販店/業務用酒販店)

● ビール強化に向けた取り組み

<アサヒスーパードライ>

・ラグビーワールドカップ2023 ワールドワイド・パートナーの活用



<アサヒ生ビール>

・新規ビールユーザー拡大に向けて
取り組みを強化



<ビール新商品>

・酒税改正後、更なるビール需要
の喚起のために新商品を発売



詳細は後日発表

<プレミアムビール>

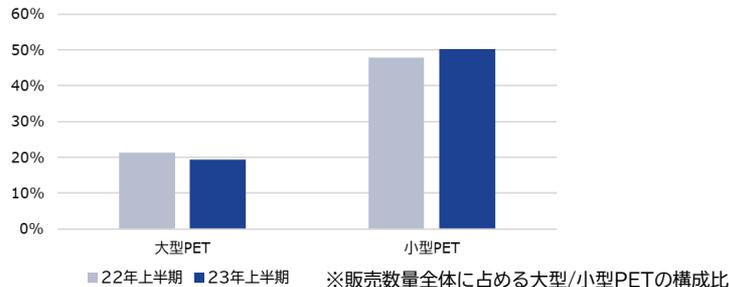
・「生ジョッキ缶」第2弾商品
としてプレミアムビール
『アサヒ食彩』を発売



7月11日発売(CVS限定)

● 容器ミックスの改善

収益性の高い小型PETの販売を強化



● 消費者ニーズの変化への対応強化

ECチャネルを中心に環境に配慮したラベルレス商品を積極展開

ラベルレス +24%
ECチャネル +9%

2023年上半期前年比
(数量ベース)



● 新価値提案の強化

華やかな香りが特徴の緑茶の新ブランド『アサヒ 颯』^{そう}

上半期実績
266万箱

2023年販売目標
600万箱へ上方修正



健康志向を踏まえた価値提案の強化

健康飲料*計
+9%

2023年上半期前年比
(数量ベース)



※為替一定、現地通貨のユーロ換算に伴う為替影響を除くベース

(億円)	上半期	増減	前年比(%)	2023年 修正予想	増減	前年比(%)	年初予想比
売上収益	3,153	252	9.5%	6,662	639	11.1%	△ 277
事業利益	345	20	7.0%	801	6	0.8%	-

※為替一定の前年増減・前年比は、当年の外貨金額を、前年同期の為替レートで円換算し算出

※為替一定の予想比は、当年の外貨金額を、予想の為替レートで円換算し算出

<上半期の総括>

- プレミアムカテゴリーの強化や適切な価格戦略による持続的な単価向上
- ヘッジ戦略の高度化など、事業環境の変化に対応するコストマネジメント力の向上

<今後の方針>

- Profitable Revenue Growth Management戦略による持続的なトップライン成長
- イノベーション商品^{※1}の拡大展開、スポンサーシップ^{※2}を活かしたグローバルブランドの成長加速

※1 『Asahi Super Dry 0.0%』、『Peroni Nastro Azzurro Stile Capri』など

※2 『Asahi Super Dry』：Manchester Cityを中心とするCity Football Groupとのパートナーシップ

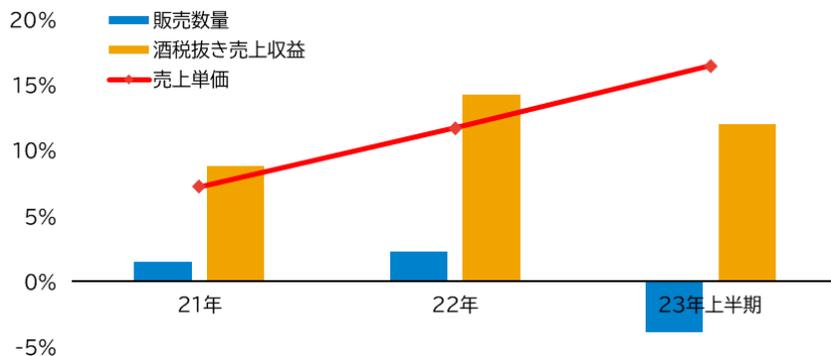
ラグビーワールドカップ2023フランス大会の公式ビール

『Peroni Nastro Azzurro』：F1チーム「Aston Martin」とのパートナーシップ、2023 Ryder Cupの公式ビール

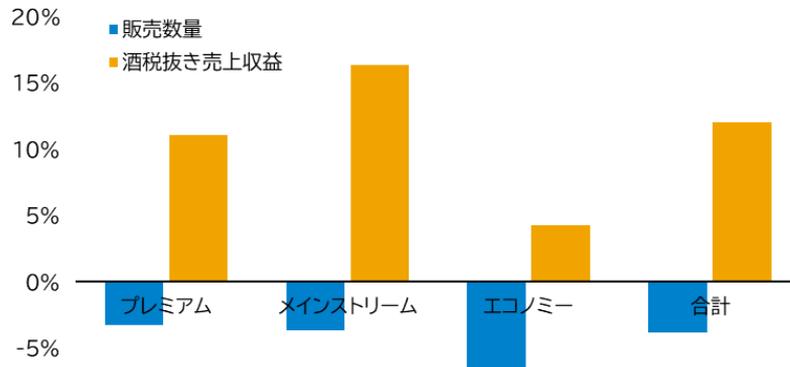


欧州:プレミアム化の進捗と業績概況

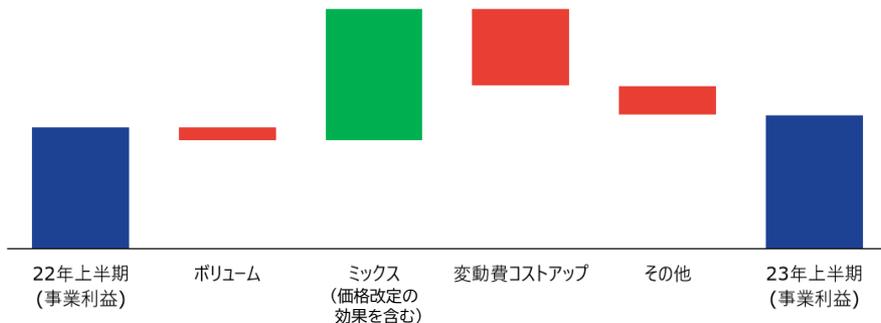
● 単価成長率の推移



● 2023年上半期の価格帯別成長率



● 2023年上半期の利益増減要因



<ノンアルコールビール上半期の成長率>

△3% (数量ベース)
+15% (金額ベース)



オセアニア:総括と方針

※為替一定

(億円)	上半期	増減	前年比(%)	2023年 修正予想	増減	前年比(%)	年初予想比
売上収益	2,865	168	6.5%	6,304	481	8.2%	20
事業利益	422	△8	△1.9%	1,088	19	1.7%	-

※為替一定の前年増減・前年比は、当年の外貨金額を、前年同期の為替レートで円換算し算出

※為替一定の予想比は、当年の外貨金額を、予想の為替レートで円換算し算出

※現地通貨の換算に伴う為替影響を除くベース

<上半期の総括>

- 主力ブランドの拡大などによる競争優位性の向上、マルチビバレッジ戦略の推進
- コストマネジメントの強化を含めたコストアップへの対応力向上

<今後の方針>

- Revenue Growth Management の高度化による継続的な単価向上の実現
- マクロ経済の減速に伴う消費動向の変化を見据えた新たな収益構造改革への着手



● トップラインの伸長

『Great Northern』

上半期販売数量* **+5%**
(前年比)

※『Great Northern Super Crisp』と
『Great Northern Original』の合計



高単価商品の積極展開による
プレミアム化の促進
(クラフトビールやRTDなど)



『Balter』

上半期販売数量 **+25%**
(前年比)

● 収益構造基盤の高度化に向けた取り組み

<トップラインシナジー>

広範な販売網を活用したマルチビバレッジ戦略を推進

『Asahi Super Dry』
『Peroni Nastro Azzurro』の成長

上半期販売数量 **+13%**
(前年比)



<新たな収益構造改革への着手>

- ・ イノベーティブな高単価商品の上市
- ・ SKUの絞り込みとマーケティング費用の選択と集中
- ・ 製造拠点やサプライチェーンの増強・効率化
- ・ 在庫管理の高度化

グローバルブランドの主な成果

- ブランドの名声と採用を促進するための取り組みを拡大



- **Asahi Super Dry: 前年比+24%**

Manchester Cityを中心とするCity Football Groupとの
パートナーシップ

ラグビーワールドカップ2023の公式ビール

『Asahi Super Dry 0.0%』の発売

韓国での『生ジョッキ缶』の発売

※前年比は母国市場を除く数量ベース

- **Peroni Nastro Azzurro: 前年比+3%**

F1チーム「Aston Martin Aramco Cognizant

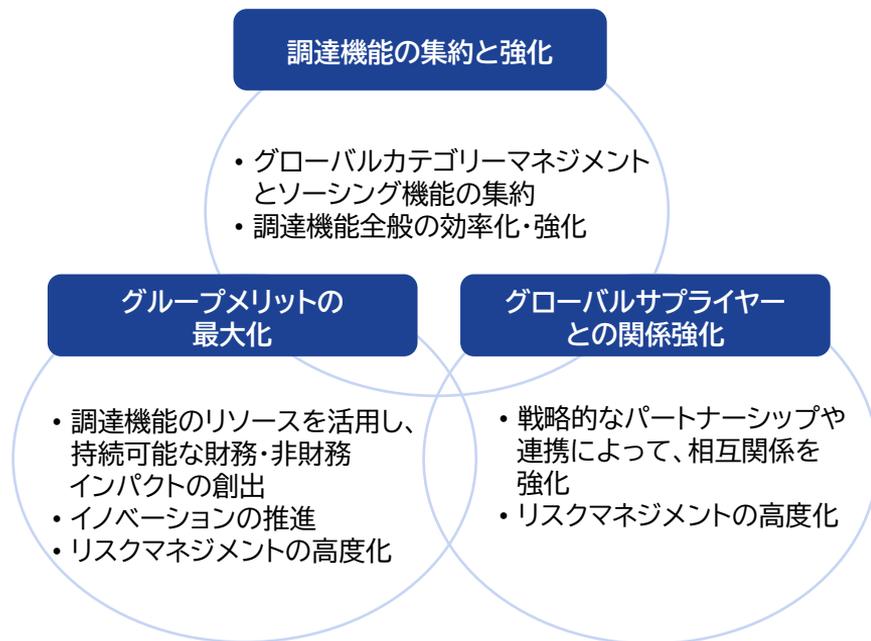
Formula One® team」とのパートナーシップ

ローマで開催される2023 Ryder Cupの公式ビール

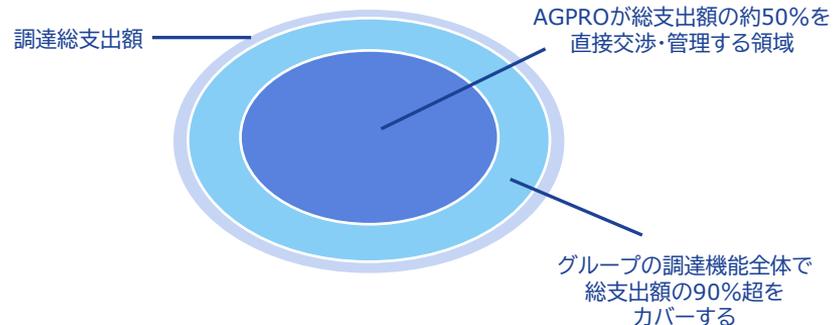
『Peroni Nastro Azzurro 0.0%』の拡大展開

『Peroni Nastro Azzurro Stile Capri』の発売

グループ全体の調達機能の高度化により、財務的価値・非財務的価値の向上を図る（2024年1月～運営開始）



◆調達総支出額に対するカバー率(2028年目標)



<財務的効果（2024年から5年間を目処に）>

1年あたり平均USD100M以上
(コストダウン+コストアップ抑制効果※1)

※1:コストアポイダンス、バリューイネーブラー



気候変動への取り組み、プラスチック問題への対応

日本



- 九州地区3工場で、購入する電力を再生可能エネルギーに切り替え
- 国内全31工場で、購入電力再エネ化100%を達成し、CO₂排出量を年間で12.8万t削減

欧州(ポーランド)



- イタリア、英国、ルーマニア、オランダの醸造所において、ビール製造の電力を再生可能エネルギーに切り替えるために新たな電力供給契約を締結
 - ポーランドでは、RWE※が新たに立ち上げた風力発電所「LECH Nowy Staw III」が2月に電力供給を開始し、再生可能エネルギーの転換を更に推進
- ※ RWE AG。ドイツの大手電力会社

オセアニア



- ビクトリア州はAsahi Beverages Pty Ltdが競合他社と共に設立したNPO法人「VicReturn」を新しい容器デポジット制度のスキームコーディネーターに任命
- 州内でごみの削減にも寄与し、飲料容器による循環経済への移行に貢献



コミュニティ

人と人のつながりの創出による
持続可能なコミュニティの実現



責任ある飲酒

不適切飲酒の撲滅、新たな飲用機会の
創出によるアルコール関連問題の解決

日本



- アサヒユウアス社が、リユースできるエコカップ「森のタンブラー」やエコボトル「森のマイボトル」の展開強化
- 日本各地の素材を活用した商品を開発し、資源の地産地消に貢献（「森のマイボトル」はG7広島サミットの「サミットバッグ」にも採用）

欧州(UK)



- 『Asahi Super Dry』は、UKフットボールクラブのManchester Cityとのパートナーシップを強化
- Manchester Cityのトレーニングキットにノンアルコールビール『Asahi Super Dry 0.0%』を表記するとともに、AR拡張技術を活かして訴求力を高める

オセアニア



- 『Carlton Draught』はパブ支援を目的とした「Long Live the Keg」キャンペーンを開始
- 人々が飲食店に戻るきっかけを提供することで、コロナ後の業務用市場の回復を後押しし、パブコミュニティの継承を図る

2023年第2四半期決算・年間予想の概要

売上収益・事業利益

(億円)	上半期	(為替一定)		2023年 修正予想	(為替一定)		
		増減	前年比(%)		増減	前年比(%)	年初予想比
日本	6,220	221	3.7%	13,380	363	2.8%	△ 130
欧州	3,153	252	9.5%	6,662	639	11.1%	△ 277
オセアニア	2,865	168	6.5%	6,304	481	8.2%	20
東南アジア	279	14	5.4%	543	24	4.6%	△ 4
その他	63	24	63.3%	165	77	87.6%	63
調整額(全社・消去)	△ 51	△ 11	-	△ 154	△ 73	-	△ 43
売上収益	12,530	668	5.8%	26,900	1,510	6.0%	△ 372
日本	529	101	23.7%	1,190	101	9.3%	70
欧州	345	20	7.0%	801	6	0.8%	-
オセアニア	422	△ 8	△ 1.9%	1,088	19	1.7%	-
東南アジア	5	7	-	12	6	103.4%	-
その他事業	8	1	7.8%	24	9	65.9%	12
調整額(全社・消去)	△ 101	△ 36	-	△ 222	△ 56	-	△ 29
無形資産償却費	△ 179	△ 3	-	△ 354	△ 8	-	△ 8
事業利益	1,029	82	9.0%	2,540	77	3.2%	46

※為替一定の前年増減・前年比は、当年の外貨金額を、前年同期の為替レートで円換算し算出

※為替一定の予想比は、当年の外貨金額を、予想の為替レートで円換算し算出

<上半期実績>

- 売上収益は、主に価格改定に伴う単価向上により、全事業が増収となり、前年比+5.8%
- 事業利益は、コストアップの影響はあったが、増収効果やコストマネジメントの強化により、前年比+9.0%
- 計画比では、売上収益はほぼ想定通りに推移。事業利益は、単価向上やコスト効率化などにより、計画を上回る進捗

<年間予想>

- 売上収益は、各地域の上半期の進捗などを踏まえ、前年比+6.0%に下方修正
- 事業利益は、主に日本の酒類の好調な進捗を踏まえ、トータルで前年比+3.2%に上方修正

営業利益・親会社の所有者に帰属する四半期利益

(億円)	(為替影響込み)			(為替影響込み)			
	上半期	増減	前年比(%)	2023年 修正予想	増減	前年比(%)	年初予想比
売上収益	12,530	1,017	8.8%	26,900	1,789	7.1%	-
事業利益	1,029	120	13.2%	2,540	102	4.2%	90
事業利益からの調整項目	△ 69	27	-	△ 195	73	-	△ 15
固定資産除売却損益	△ 4	△ 85	-	△ 19	△ 114	-	13
事業統合関連費用	△ 43	△ 20	-	△ 43	112	-	△ 43
減損損失	△ 7	120	-	△ 7	178	-	△ 7
その他	△ 15	11	-	△ 126	△ 102	-	22
営業利益	961	147	18.0%	2,345	175	8.0%	75
金融収支	△ 39	3	-	△ 80	16	-	△ 10
持分法投資損益	3	0	21.3%	5	△ 2	△ 28.0%	-
その他	0	△ 12	△ 97.1%	△ 10	11	-	△ 5
税引前四半期利益	925	138	17.6%	2,260	200	9.7%	60
法人所得税費用	△ 265	△ 49	-	△ 650	△ 107	-	△ 25
当期利益	660	89	15.5%	1,610	93	6.1%	35
親会社の所有者に帰属する四半期利益	658	88	15.4%	1,610	94	6.2%	35
非支配持分に帰属する四半期利益	2	1	98.8%	-	△ 2	-	-
調整後親会社の所有者に帰属する四半期利益※	664	1	0.1%	1,615	△ 39	△ 2.4%	40

※親会社の所有者に帰属する当期利益から事業ポートフォリオ再構築及び減損損失など一時的な特殊要因を控除したものの
2022年実績は日本のSCM再編による損失を税引後影響で調整

<上半期実績>

- 営業利益は、前年の日本のSCM再編に伴う減損損失の反動などより、前年比+18.0%
- 親会社の所有者に帰属する四半期利益は、前年比+15.4%
- 減損損失などの影響を除く調整後親会社の所有者に帰属する四半期利益は、前年比+0.1%
- 計画比では、営業利益、親会社四半期利益ともに計画を上回る進捗

<年間予想>

- 営業利益は、事業利益の増益などにより、前年比+8.0%に上方修正
- 親会社当期利益は前年比+6.2%、SCM再編に伴う損失等を除く調整後親会社当期利益は前年比△2.4%に上方修正

財政状態計算書・CF計算書

(億円)	上半期	増減	前期末比(%)	2023年 予想	増減	前期末比(%)	年初予想比
資産合計	52,655	4,351	9.0%	50,000	1,697	3.5%	1,200
資本合計	23,788	3,159	15.3%	22,400	1,771	8.6%	800
金融債務残高※1	15,711	738	4.9%	14,670	△ 303	△ 2.0%	400
Net DEレシオ※2	-	-	-	0.53	△ 0.06	-	△ 0.01
Net Debt / EBITDA(倍)※2	-	-	-	3.38	△ 0.23	-	-
(参考) EBITDA	1,644	148	9.9%	3,784	160	4.4%	122
営業活動CF	949	55	-	2,950	290	-	-
投資活動CF	△ 614	△ 405	-	△ 1,370	△ 678	-	-
財務活動CF	△ 264	553	-	△ 1,580	616	-	-
フリーCF	557	△ 128	-	1,770	△ 241	-	-
一株当たり配当金(円)	56	1	-	115	2	-	-
配当性向(%)	-	-	-	36.2%	△ 1.6%	-	△ 0.8%
調整後配当性向(%)※3	-	-	-	36.1%	1.5%	-	△ 0.9%

※1 前期末比の増減内訳:金融債務の借入・返済額+154億円、円安による外貨建て金融債務の為替換算等+584億円

※2 劣後債発行残高(3,000億円)の50%を、Net Debtから控除して算出。

※3 調整後親会社の所有者に帰属する当期利益に基づいて算出

<上半期実績>

- BS:資産合計は、円安によるのれんや無形資産の増加などにより、前期末比+4,351億円
- BS:金融債務は、計画通りの進捗で返済を進めたが、円安による外貨建て債務の換算影響により、前期末比738億円の増加
- CF・配当:利益の創出により、557億円のFCFを創出し、中間配当は1株1円の増配

<年間予想>

- BS:資産合計は、円安影響により、年初予想から1,200億円増加
- BS:金融債務は、為替影響はあるが、前期末比303億円の削減を見込み、Net Debt/EBITDAは3.38倍に低下
- CF・配当:年初予想通り1,770億円のFCFを創出し、年間配当は1株2円の増配を計画

(億円)	上半期	増減	前年比(%)	2023年 予想	増減	前年比(%)	年初予想比
酒 類 事 業	3,633	73	2.1%	7,919	57	0.7%	21
飲 料 事 業	1,775	29	1.7%	3,755	82	2.2%	△ 151
食 品 事 業	633	18	3.0%	1,293	15	1.2%	-
その他・事業内消去	179	101	129.8%	413	209	102.7%	0
売 上 収 益	6,220	221	3.7%	13,380	363	2.8%	△ 130
酒 類 事 業	403	104	34.8%	930	138	17.4%	70
飲 料 事 業	140	7	5.1%	280	△ 21	△ 7.0%	-
食 品 事 業	58	△ 2	△ 2.9%	123	4	3.8%	-
その他・事業内消去	△ 71	△ 8	-	△ 143	△ 20	-	0
事 業 利 益	529	101	23.7%	1,190	101	9.3%	70

<上半期実績>

- ▶ 売上収益は、各事業での価格改定効果を含む増収により、トータルでは前年比+3.7%
- ▶ 事業利益は、食品は変動費コストアップなどにより減益となったが、酒類や飲料の増益により、トータルでは前年比+23.7%
- ▶ 計画比では、売上収益はほぼ計画ラインの進捗だが、事業利益は、酒類と飲料が上回り、トータルでは計画を上回る進捗

<年間予想>

- ▶ 売上収益は、主に飲料の販売数量を見直したことにより、前年比+2.8%に下方修正
- ▶ 事業利益は、酒類の価格改定や各種コストの効率化により、前年比+9.3%に上方修正

日本（酒類:売上収益・販売数量）

（億円）

※リポート控除前	上半期	増減	前年比(%)	2023年 修正予想	増減	前年比(%)	年初予想比
ビール類	2,689	47	1.8%	5,963	29	0.5%	△ 156
洋酒	308	63	25.8%	659	106	19.2%	104
RTD	171	1	0.3%	356	△ 2	△ 0.5%	△ 4
ワイン	214	14	6.9%	466	25	5.6%	12
焼酎	107	10	9.9%	232	23	11.0%	52
アルコールテイスト飲料	182	4	2.2%	404	4	1.0%	△ 28

（万箱）	上半期	増減	前年比(%)	2023年 修正予想	増減	前年比(%)	年初予想比
スーパードライ	3,077	112	3.8%	6,970	82	1.2%	-
スタイルフリー	574	△ 14	△ 2.4%	1,220	△ 28	△ 2.3%	△ 30
クリアアサヒ	674	7	1.1%	1,400	△ 34	△ 2.4%	50

（前年比）	上半期		
※数量ベース	瓶	缶	樽
ビール類	+31%	△11%	+27%
ビール	+31%	△14%	+27%

（前年比）	【参考】ビール類市場	
※数量ベース	上半期	2023年予想
ビール類	△1%程度	△3~4%
ビール	+6%程度	+1%程度
発泡酒	+10%程度	+12%程度
新ジャンル	△12~13%	△14%程度

< 上半期実績 >

- ビール類の売上収益は、発泡酒や新ジャンルは減少したが、業務用の回復などに伴うビールの増加により、前年比+1.8%
- ビール類以外は、業務用の回復などにより、洋酒や焼酎を中心に前年を上回る
- ビール類は家庭用が計画を下回ったが、洋酒や焼酎が計画を上回り、トータルでは計画ラインの進捗

< 年間予想 >

- ビール類は、10月からの価格改定効果も見込むが、販売数量の見直しなどにより、前年比+0.5%に下方修正
- ビール類以外は、洋酒、ワイン、焼酎の好調を踏まえ上方修正

日本（酒類:利益増減明細）

(億円)	上半期	増減	前年比(%)	2023年 修正予想	増減	前年比(%)	年初予想比
売上増減影響等	-	149		-	295		30
変動費コストダウン	-	11		-	25		7
変動費コストアップ	-	△ 88		-	△ 181		29
広告・販促費増減	-	41		-	9		△ 27
その他経費増減等	-	△ 10		-	△ 10		31
事業利益	403	104	34.8%	930	138	17.4%	70

※「その他経費増減等」には、「その他・事業内消去」を含む

<上半期実績:主な増減益要因の内訳>

売上増減影響等: +149 (ビール類数量増減 +132、その他売上増減 +41、構成差異等)

変動費コストダウン: +11 (原材料 +5、運搬費 +2 他)

変動費コストアップ: △88 (原材料 △65、ユーティリティ △6、運搬費 △6 他)

広告・販促費増減: +41 (広告費 +44、販促費 △3) (ビール類 +32、その他 +9)

<年間予想:主な増減益要因の内訳>

売上増減影響等: +295 (ビール類数量増減 +226、その他売上増減 +95、構成差異等)

変動費コストダウン: +25 (原材料 +14、運搬費 +4 他)

変動費コストアップ: △181 (原材料 △148、運搬費 △11 他)

広告販促費増減: +9 (広告費 +38、販促費 △30) (ビール類 △7、その他 +16)

<上半期実績>

- 変動費やその他経費のコストアップはあったが、価格改定を含む増収効果に加え、広告・販促費の効率化などにより、前年比+34.8%
- 計画比では、変動費やその他経費の抑制に加え、広告・販促費の下期への一部移管などにより、計画を上回る進捗

<年間予想>

- ブランド強化や新商品発売などにより、広告・販促費を年初予想から増加させるが、価格改定効果や変動費コストアップの抑制などにより、前年比+17.4%に上方修正

日本（飲料：販売数量）

(万箱)	上半期	増減	前年比(%)	2023年 修正予想	増減	前年比(%)	年初予想比
炭酸飲料	3,988	3	0.1%	8,300	50	0.6%	△ 470
乳性飲料	1,995	△ 166	△ 7.7%	4,190	△ 258	△ 5.8%	△ 220
コーヒー飲料	1,525	△ 109	△ 6.7%	3,030	△ 248	△ 7.6%	△ 140
お茶飲料	1,882	32	1.7%	4,130	213	5.4%	△ 470
ミネラルウォーター	855	73	9.3%	1,800	106	6.3%	50
果実飲料	742	25	3.4%	1,550	△ 38	△ 2.4%	130
その他飲料	1,219	13	1.1%	2,560	△ 67	△ 2.5%	△ 40
販売数量	12,206	△ 130	△ 1.1%	25,560	△ 240	△ 0.9%	△ 1,160

(億円)	上半期	増減	前年比(%)	2023年 修正予想	増減	前年比(%)	年初予想比
売上収益	1,775	29	1.7%	3,755	82	2.2%	△ 151

※2023年上半期実績には、ダイドー社との業務提携影響（販売数量：影響無し、売上収益：△80億円程度）を含む。

※2023年修正予想には、ダイドー社との業務提携影響（販売数量：影響無し、売上収益：△170億円程度）を含む。

(前年比)	チャネル別	(前年比)	容器別	(前年比)	【参考】飲料市場	
※数量ベース	上半期	※数量ベース	上半期	※数量ベース	上半期	2023年予想
	自動販売機		缶		合計	
	CVS		PET合計			
	SM		PET大型			
			PET小型			

<上半期実績>

- 販売数量は、ミネラルウォーター、お茶飲料などが、リニューアルや新商品効果などにより、増加したが、乳性飲料とコーヒー飲料の減少により、前年比△1.1%
- 売上収益は、販売数量は減少したが、価格改定効果などにより、前年比+1.7%
- 計画比では、売上単価は計画を上回ったが、販売数量が計画を下回り、売上収益は計画を下回る進捗

<年間予想>

- 販売数量は、上期の進捗を踏まえて、前年比△0.9%に下方修正
- 売上収益は、売上単価の更なる改善を見込むが、販売数量の見直しなどにより、前年比+2.2%に下方修正

日本（飲料:利益増減明細）

(億円)	上半期	増減	前年比(%)	2023年 修正予想	増減	前年比(%)	年初予想比
売上増減影響等	-	25		-	84		△ 64
変動費コストダウン	-	11		-	26		13
変動費コストアップ	-	△ 98		-	△ 229		-
広告・販促費増減	-	7		-	△ 8		15
その他経費増減等	-	62		-	106		36
事業利益	140	7	5.1%	280	△ 21	△ 7.0%	-

※2023年上半期実績及び修正予想には、「売上増減影響等」「その他経費増減等」にダイドー社との業務提携影響を含む。

<上半期実績:主な増減益要因の内訳>

- 売上増減影響等: +25 (数量増減 +21、構成差異等)
- 変動費コストダウン: +11 (原材料 +4、資材 +7、操業度向上・内製化 ±0 他)
- 変動費コストアップ: △98 (原材料 △38、資材 △44 他)
- 広告・販促費増減: +7 (広告費 △3、販促費 +10)

<年間予想:主な増減益要因の内訳>

- 売上増減影響等: +84 (数量増減 +76、構成差異等)
- 変動費コストダウン: +26 (原材料 +6、資材 +13、操業度向上・内製化 +7 他)
- 変動費コストアップ: △229 (原材料 △108、資材 △95 他)
- 広告・販促費増減: △8 (広告費 △22、販促費 +14)

<上半期実績>

- 変動費コストアップはあったが、価格改定効果を含む増収効果や、広告・販促費やその他経費の効率化などにより、前年比+5.1%
- 計画比では、想定を上回る単価改善効果に加えて、変動費コストアップの抑制や広告・販促費の効率化などにより、計画を上回る進捗

<年間予想>

- 価格改定効果の創出や各種コスト効率化に取り組むが、販売数量の下方修正などにより、年初予想の前年比△7.0%を据え置き

(百万ユーロ/Khl)	上半期	増減 *1	前年比(%) *1	2023年 修正予想	増減 *1	前年比(%) *1	年初予想比*2
売上収益	2,161	187	9.5%	4,495	462	11.1%	△ 198
事業利益	236	15	7.0%	532	5	0.8%	-
販売数量	19,805	△ 789	△ 3.8%	41,046	△ 1,159	△ 2.7%	△ 347
酒税抜き売上収益	1,792	192	12.0%	3,709	440	13.0%	△ 122

※現地通貨のユーロ換算に伴う為替影響を除く
*1 前年同期レート比較 *2 当年予想レート比較

<チャネル別>

※前年比	第1四半期	第2四半期	上半期
業務用	+ 10%台前半	+ 1桁台前半	+ 1桁台半ば
家庭用	△ 1桁台後半	△ 1桁台半ば	△ 1桁台半ば
合計	△ 3.4%	△ 4.0%	△ 3.8%

<上半期実績>

- 販売数量は、主にインフレに伴う影響により、前年比△3.8%
- 売上収益は、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%
- 事業利益は、単価向上や各種コストの抑制などにより、前年比+7.0%
- 計画比では、売上収益は数量未達などにより計画を下回るが、事業利益は計画ラインの進捗

<年間予想>

- 販売数量は、上半期の進捗などを踏まえ、前年比△2.7%に下方修正
- 売上収益は、単価向上は継続するが、数量減少などを反映し、前年比+11.1%に下方修正
- 事業利益は、増収効果やコストマネジメントの強化などにより、年初予想の前年比+0.8%を据え置き

(百万豪ドル)	上半期	増減	前年比(%)	2023年 修正予想	増減	前年比(%)	年初予想比*2
売上収益	3,141	190	6.5%	6,927	523	8.2%	22
事業利益	463	△9	△1.9%	1,195	20	1.7%	-
酒税抜き売上収益 ^{※1}	2,161	111	5.4%	4,725	293	6.6%	51
(酒類) ^{※1}	1,499	58	4.1%	3,259	192	6.3%	△2
(飲料) ^{※1}	663	53	8.7%	1,466	101	7.4%	54

※現地通貨の換算に伴う為替影響を除く

*1 コンテナデポジット(保証金)を除く。豪州とNZの合算値 *2 Allpressの新規連結効果を含む

<チャネル別(豪州酒類)>

※前年比	第1四半期	第2四半期	上半期
業務用	+20-30%	微増	+10%程度
家庭用	微増	△1桁台前半	微減
合計	+3%程度	△3%程度	+1%程度

<上半期実績>

- 売上収益は、主力ブランドを中心とした豪州酒類の販売数量増加に加え、価格改定効果や業務用の回復による単価向上などにより、前年比+6.5%
- 事業利益は、増収効果に加え固定費の効率化に取り組んだが、変動費のコストアップなどにより、前年比△1.9%
- 計画比では、売上収益および事業利益ともにほぼ計画ラインの進捗

<年間予想>

- 売上収益は、上期の販売状況を踏まえ、数量計画を見直したことにより、前年比+8.2%に上方修正
- 事業利益は、年初予想の前年比+1.7%を据え置き

參考資料

為替影響（上半期実績）

(億円)	上半期	前年	(為替影響込み)		為替影響	(為替一定)	
			増減	前年比(%)		増減	前年比(%)
日本	6,220	5,999	221	3.7%	-	221	3.7%
欧州	3,153	2,652	501	18.9%	249	252	9.5%
オセアニア	2,865	2,611	254	9.7%	85	168	6.5%
東南アジア	279	251	28	11.2%	15	14	5.4%
その他	63	38	25	64.9%	1	24	63.3%
調整額(全社・消去)	△ 51	△ 39	△ 12	-	△ 1	△ 11	-
売上収益	12,530	11,513	1,017	8.8%	349	668	5.8%
日本	529	428	101	23.7%	-	101	23.7%
欧州	345	289	56	19.5%	36	20	7.0%
オセアニア	422	418	4	1.1%	13	△ 8	△ 1.9%
東南アジア	5	△ 2	7	-	0	7	-
その他事業	8	7	1	11.3%	0	1	7.8%
調整額(全社・消去)	△ 101	△ 66	△ 36	-	0	△ 36	-
無形資産償却費	△ 179	△ 164	△ 15	-	△ 12	△ 3	-
事業利益	1,029	910	120	13.2%	37	82	9.0%

<主要通貨為替レート推移>

(円)	2023年 上半期	2022年 上半期
ユーロ	145.9	134.4
豪ドル	91.2	88.5

※為替一定の前年増減・前年比は、当年の外貨金額を、前年同期の為替レートで円換算し算出

為替影響（年間修正予想）

(億円)	2023年 修正予想	前年	(為替影響込み)		為替影響	(為替一定)	
			増減	前年比(%)		増減	前年比(%)
日本	13,380	13,017	363	2.8%	-	363	2.8%
欧州	6,662	5,739	923	16.1%	284	639	11.1%
オセアニア	6,304	5,832	472	8.1%	△ 9	481	8.2%
東南アジア	543	517	26	5.1%	2	24	4.6%
その他	165	88	78	88.8%	1	77	87.6%
調整額(全社・消去)	△ 154	△ 81	△ 73	-	-	△ 73	-
売上収益	26,900	25,111	1,789	7.1%	278	1,510	6.0%
日本	1,190	1,089	101	9.3%	-	101	9.3%
欧州	801	760	41	5.4%	35	6	0.8%
オセアニア	1,088	1,071	17	1.6%	△ 2	19	1.7%
東南アジア	12	6	6	104.3%	0	6	103.4%
その他事業	24	14	10	70.2%	1	9	65.9%
調整額(全社・消去)	△ 222	△ 166	△ 56	-	-	△ 56	-
無形資産償却費	△ 354	△ 336	△ 18	-	△ 10	△ 8	-
事業利益	2,540	2,438	102	4.2%	24	77	3.2%

<主要通貨為替レート推移>

(円)	2023年 修正予想	2022年 実績
ユーロ	146.0	138.1
豪ドル	91.0	91.1

<2023年主要通貨為替感応度>

(億円)	売上収益	事業利益
ユーロ	±46	±5
豪ドル	±69	±12

- ※ 1円変動による影響額(通期)
- ※ 無形資産償却額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)

※為替一定の前年増減・前年比は、当年の外貨金額を、前年同期の為替レートで円換算し算出

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。