

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

日時：2024年2月14日（水）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）（P21）

- 2023年の売上収益につきましては、主に価格戦略の効果やプレミアム化の推進を中心とした売上単価の向上に伴い全事業が増収となり、トータルでは予想を上回る前年比+6.8%の増収となりました。
- 事業利益につきましては、原材料を中心に大幅な変動費のコストアップ影響を受けましたが、増収効果に加え、各種コストの効率化に取り組んだことにより、トータルでは予想を上回る前年比+3.9%の増益となりました。
- 右側に記載しております 2024年予想につきましては、売上収益は、各リージョンにおいて売上単価の向上を推進することにより、前年比3.6%の増収を目指します。
- 事業利益につきましては、変動費のコストアップに加え、マーケティング投資や人件費の増加を見込んでおりますが、増収効果やコストマネジメントの強化により、前年比4.2%の増益を目指します。
- 尚、為替影響込みの年間予想につきましては、売上収益は前年比2.6%の増収、事業利益は前年比2.8%の増益を見込んでおります。各地域の為替影響額については、参考資料として27ページと28ページに掲載しております。

◆営業利益・当期利益（P22）

- 営業利益以下について、為替影響込みでご記載しています。2023年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12.9%増益となりました。
- 「親会社の所有者に帰属する当期利益」につきましても、予想を上回る前年比8.3%の増益となりました。尚、SCM再編に伴う影響などを除く調整後当期利益は、前年比0.1%増益の1,656億円となりました。
- 2024年予想につきましては、営業利益では、日本における一連のSCM再編に伴う物流拠点の最適化に関連した固定資産除売却損益を織り込んでおり、前年比11.4%の

増益、「親会社の所有者に帰属する当期利益」では、前年比 16.1%の増益を見込んでおります。

- 尚、SCM 再編に伴う影響などを除く調整後当期利益では、前年比 6.3% 増益の 1,760 億円を見込んでいます。

◆BS・CFの概要 (P23)

- 2023 年の資産合計では、円安影響に伴う、のれんや商標権が増加したことなどにより、トータルでは前期末比 4,556 億円増加の 5 兆 2,859 億円となりました。
- 金融債務残高は、外貨建て債務が円安影響により増加しておりますが、事業利益の増加や運転資本の改善などによりキャッシュを創出することで金融債務返済に努め、前期末比 865 億円減少の 1 兆 4,108 億円となりました。
- 2024 年は、事業利益の創出を中心に、2,250 億円のフリー・キャッシュ・フローを創出し、債務返済を優先することで、Net Debt/EBITDA は、『中長期経営方針』で掲げているガイドラインを達成する水準の 2.7 倍程度となる見込みです。
- また、2024 年の年間配当につきましては、1 株当たり前期比 11 円増配の 132 円となり、調整後配当性向は 38.0%を計画しております。

◆日本 (P24)

- 2023 年の売上収益は、酒類の業務用回復に加え、各事業の価格戦略の効果などにより、予想を上回る前年比 4.7%の増収となりました。
- 事業利益は、変動費のコストアップ影響を受けましたが、主に増収効果により酒類を中心に各事業が増益となり、トータルでは計画を上回る前年比 9.8%の増益となりました。
- 2024 年の売上予想は、食品において、SKU の絞り込みの影響などにより、若干減収を見込んでいますが、酒類と飲料の価格改定効果などによる増収により、トータルでは前年比 1.1%の増収を目指します。
- 事業利益は、アサヒグループジャパンにおける DX 投資拡大などにより、「その他・事業内消去」が減益となりますが、各事業における増収効果やコスト効率化などにより、変動費や人件費のコストアップを吸収し、トータルでは前年比 1.9%の増益を目指します。
- 尚、これまで開示してきました国内酒類と飲料事業の事業利益の増減明細につきましては

は、2024年以降は、Regional Headquarters 体制への移行によるマネジメントアプローチの変更に伴い、廃止させていただき、今後は「日本」・「欧州」・「オセアニア」のリージョナル単位で、実績のみをウォーターフォールで開示する形式に変更いたしますので、ご理解を賜りたく存じます。

◆欧州 (P25)

- 2023 年の売上収益は、主にインフレ進行の影響を受け、販売数量は約 3%減少しましたが、価格戦略やプレミアムカテゴリーの強化により、前年比 8.3%の増収となりました。
- 事業利益は、単価向上を含めたミックス改善効果はありましたが、変動費のコストアップに加え、人件費などの固定費も増加したことにより、予想を下回る前年比 1.0%の減益となりました。
- 2024 年の売上予想は、グローバルブランドを含むプレミアビールとノンアルコールビールを中心としたプレミアム化の推進に加えて、価格改定効果も含めた売上単価の向上を図ることにより、前年比 7.6%の増収を目指します。
- 事業利益は、マーケティング費用や人件費などの増加に加え、物流費がコストアップとなる見込みですが、ミックス改善を含めた増収効果により、前年比 1.3%の増益を目指します。

◆オセアニア (P26)

- 2023 年の売上収益は、『Great Northern』などの主力ブランドを中心とした販売数量の増加に加え、業務用の回復や価格戦略などによる単価向上により、予想を上回る前年比 9.1%の増収となりました。
- 事業利益は、大幅な変動費コストアップの影響を受けましたが、ミックス向上を含めた増収効果や各種コストの効率化などにより、前年比 0.8%の増益となりました。
- 2024 年の売上予想は、主力ブランドに加えて、フレーバービールや RTD などの高付加価値カテゴリーの積極的な展開による販売数量の拡大と単価向上などにより、前年比 6.3%の増収を目指します。
- 事業利益は、変動費やマーケティング費用は増加しますが、ミックス向上を伴う増収効果や生産・物流におけるコスト効率化などにより、前年比 9.9%の増益を目指します。

以上