

2020年2月14日

アサヒグループホールディングス株式会社

2019年12月期 決算説明会 要旨

日時：2020年2月14日(金) 15:30~17:00

当社登壇者：代表取締役社長 兼 CEO 小路 明善、

常務取締役 (CFO) 勝木 敦志

◆ 2019年決算・2020年業績予想の概要 / 常務取締役 (CFO) 勝木 敦志

＜決算ハイライト (為替一定)＞ P14

- ・ 14 ページの「決算ハイライト」では、売上収益と事業利益について、為替一定ベースでご説明します。
- ・ 昨年の売上収益は、酒類事業が、主にビール類の販売数量の減少により2.9%の減収となりましたが、欧州とオセアニアが好調に推移した国際事業が増収となり、トータルでは前年比0.8%増収の2兆1,383億円となりました。
- ・ 事業利益については、プレミアム化が進展した欧州を中心に国際事業が9.1%の増益となりましたが、酒類事業や天候不順の影響を受けた飲料事業が減益となり、トータルでは前年比1.0%減益の2,191億円となりました。
- ・ 右側に記載している2020年予想の売上収益については、国内3事業とオセアニアや欧州を中心とした国際事業の増収などにより、トータルでは前年比2.9%増収の2兆1,497億円を見込んでいます。
- ・ 事業利益については、飲料事業を中心として、全事業で着実な増益を果たすことにより、トータルでは前年比3.3%増益の2,200億円を目指していきます。

＜決算ハイライト (為替影響込み)＞ P15

- ・ 15 ページでは、為替影響を含めた業績を掲載しています。
- ・ 昨年の売上収益では、492億円の為替の影響を受け、また事業利益については、61億円のマイナス影響を受けたことなどにより、前年比1.5%の減収、3.8%の減益となりました。
- ・ 本年についても、事業利益で15億円の為替のマイナス影響を見込んでいますが、各事業の着実な増益により、トータルでは前年比2.6%増益の2,185億円を目指していきます。

＜酒類事業 (ビール類販売数量)＞ P16

- ・ 16 ページのビール類の販売数量については、昨年は市場全体が1~2%縮小する中、当社はビール市場の低迷や前年の新商品の反動などにより、トータルでは前年比3.5%の減少となりました。

- ・ 2020 年予想については、ビール類の販売数量は非開示とさせていただきますが、「スーパードライ」をはじめとした主力ブランドで業界平均を上回る成長を目指すとともに、新たな価値提案も強化することにより、市場全体が縮小する中でも、前年並みの売上収益の確保する見込みです。

<酒類事業（ビール類販売数量）> P17

- ・ 17 ページのビール類以外の売上収益については、昨年は、洋酒や RTD などが堅調に推移しましたが、本年も、RTD やワインなどを中心に、各カテゴリーの主力ブランドを強化することにより、酒類事業トータルで増収を目指していきます。

<酒類事業（事業利益）> P18

- ・ 18 ページの事業利益については、昨年は変動費に加えて、広告販促費など固定費全般のコストダウンを推進しましたが、ビール類の想定以上の減少により、前年比 3.6%の減益となりました。
- ・ 2020 年予想については、オリンピック関連施策などにより「その他経費」の増加を見込んでいるものの、増収効果や変動費のコストダウンなどにより、前年比 0.9%増益の 1,065 億円を目指していきます。

<飲料事業（販売数量）> P19

- ・ 19 ページの飲料事業の販売数量については、昨年は、最盛期の天候不順や大型 PET の価格改定などにより、市場全体が 2%程度縮小する中、当社は主力ブランドの「ウィルキンソン」などが牽引し、トータルでは前年比 0.4%の減少に留まりました。
- ・ 2020 年予想については、市場全体は 0~1%の成長を見込む中、「ウィルキンソン」や「三ツ矢」などの炭酸飲料の強化や健康基軸の商品展開などにより、トータルでは前年比 2.0%の増加を目指します。

<飲料事業（事業利益）> P20

- ・ 20 ページの事業利益については、昨年は、PET など市況高騰による原材料のコストアップに加えて、最盛期の大幅な数量減によるマイナス影響などにより、前年比 10.8%の減益となりました。
- ・ 2020 年予想については、減価償却費など「その他経費」のコストアップを見込んでいますが、増収効果や操業度向上などによるコストダウンにより、前年比 12.2%増益の 375 億円を目指します。

<食品事業（売上収益・事業利益）> P21

- ・ 21 ページの食品事業については、昨年は「ミンティア」など主力ブランドの好調により前年比 1.4%の増収となり、事業利益では、増収効果やミックスの改善効果などにより、前年比 5.3%の増益となりました。
- ・ 2020 年予想についても、ブランド力を活かした高付加価値商品の展開などにより、売上収益は前年比 3.2%の増収を見込み、事業利益でも前年比 2.8%の増益を目指します。

<国際事業（売上収益）※為替一定> P22

- ・ 次の国際事業については、22 ページに売上収益、23 ページに事業利益の明細を、それぞれ為替一定ベースで記載しています。
- ・ 国際事業については、1月からの国際ビール事業の再編により、2020年予想からセグメントの内訳を変更しています。
- ・ 中東欧事業は、イタリア・オランダを加えて欧州事業へ名称を変更し、西欧事業については、グローバルな輸出・ライセンス事業を担うアサヒインターナショナル社に変更しています。
- ・ また、オセアニア事業の売上収益には、コンテナデポジット制度の会計処理変更に伴い、2019年第4四半期に、年間の保証金相当分107億円を一括計上しています。今期からは四半期毎に計上していきます。

<国際事業（事業利益）※為替一定> P23

- ・ 国際事業の実績と計画については、23ページの事業利益でご説明します。
- ・ 昨年は、国際事業トータルでは、為替一定ベースでは、9.1%の増益となりました。
- ・ 内訳としては、欧州事業は、西欧における第三国の売上増効果や、中東欧におけるプレミアム化の進展などにより、トータルでは前年比11.3%の増益となりました。
- ・ オセアニア事業は、主力ブランドによる増収効果に加え、広告・販促費の効率化や生産性向上の取り組みなどにより、前年比12.1%の増益となっています。
- ・ また、東南アジア事業は、マレーシアにおける加糖飲料課税の導入による影響はありましたが、広告・販促費を中心とした固定費全般の効率化などにより、前年比6.9%の増益となりました。
- ・ 中国事業は、煙台ビールの非連結化や豪州への生産移管などにより、前年比8億円の減益となりましたが、既存事業ベースでは、売上収益同様二桁以上の増益となりました。
- ・ また、その他・事業内消去は、主に韓国の不買運動による減収影響などにより、前年比63.9%の減益となっています。
- ・ 右側の2020年予想については、イタリアとオランダが加わる欧州事業では、各種固定費やマーケティング費用などの増加を見込んでいますが、引き続き、プレミアム化やビールテイスト清涼飲料の拡大によるミックス改善などにより、前年比0.3%の増益を見込んでいます。
- ・ オセアニア事業では、高付加価値商品の売上拡大に加え、各種コストの効率化や物流体制の最適化などにより、前年比10.7%の増益を見込んでいます。
- ・ 東南アジア事業では、低糖飲料商品の展開などによる売上増効果や製造原価の低減などにより、前年比14.5%の増益を見込んでいます。
- ・ 中国事業では、2020年より、アサヒインターナショナル社の傘下に入るため、個別の開示はなくなりますが、今後も「スーパードライ」と欧州のプレミアムビールの拡大展開を図っていく方針です。
- ・ グローバルブランドの輸出ビジネスを担うアサヒインターナショナル社については、グローバルな拡大展開に向けて、マーケティング費用は増加しますが、プレミアムブランドの売上拡大などにより、前年比24.3%の増益を見込んでいます。

- ・ その他・事業内消去は、韓国の減収影響が上期も継続することを織り込み、前年比 6 億円の減益を見込んでいます。

<営業利益・当期利益> P24

- ・ 24 ページでは、営業利益以下についてご説明します。
- ・ 昨年の営業利益については、事業利益の減益に加えて、国際ビール事業の再編に伴う一時費用の発生などにより事業統合関連費用が増加したことや、関係会社再評価益がなくなったことなどにより、前年比 4.9%減益の 2,014 億円となりました。
- ・ 「親会社の所有者に帰属する当期利益」については、法人税率の低い欧州の業績拡大により、法人所得税費用は減少しましたが、営業利益の減益などにより、前年比 5.9%減益の 1,422 億円となりました。
- ・ 右側に記載している営業利益の 2020 年予想については、韓国の不買運動に伴う在庫の評価減や各事業の統合・再編関連費用などにより「その他」費用の増加を見込んでいますが、事業利益の増益により、前年比 1.0%増益の 2,035 億円を目指します。
- ・ 「親会社の所有者に帰属する当期利益」については、法人所得税費用が増加しますが、営業利益の増加により、前年比 0.6%増益の 1,430 億円を見込んでいます。

<CUB 事業の影響と中期ガイドライン>

- ・ 本年の業績予想については、第一四半期中のクロージングを目指している豪州 CUB 事業取得の影響は含んでいません。
- ・ 現時点では、具体的なスケジュールについてコメントすることはできませんが、CUB 事業を含む業績予想については、買収のクロージング後に精査し、「中期経営方針」のガイドラインの見直しを含め、確定次第開示していく予定です。