



2022年第1四半期決算の概要

2022年5月16日

アサヒグループホールディングス株式会社



売上収益・事業利益

(億円)	第1四半期	(為替一定)		2022年予想	(為替一定)	
		増減	前年比		増減	前年比
日本	2,584	141	5.8%	13,316	1,122	9.2%
欧州	990	198	26.2%	5,540	908	19.1%
オセアニア	1,282	△ 5	△ 0.4%	5,228	325	6.5%
東南アジア	115	△ 5	△ 4.8%	494	77	18.0%
その他	15	1	4.0%	62	3	4.9%
調整額(全社・消去)	△ 18	△ 3	-	△ 139	△ 76	-
売上収益	4,969	326	7.1%	24,500	2,359	10.5%
日本	119	△ 16	△ 11.8%	1,114	79	7.6%
欧州	19	13	349.9%	782	42	5.6%
オセアニア	215	△ 27	△ 11.5%	962	150	18.0%
東南アジア	0	△ 4	△ 95.1%	16	12	288.5%
その他事業	2	△ 1	△ 25.8%	9	△ 3	△ 25.1%
調整額(全社・消去)	△ 29	△ 7	-	△ 177	△ 31	-
無形資産償却費	△ 79	△ 1	-	△ 305	△ 0	-
事業利益	247	△ 42	△ 14.7%	2,400	249	11.4%

※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
 ※欧州は現地通貨のユーロ換算に伴う為替影響も除いて換算

<売上収益>

- ▶ 主に日本と欧州が、ビールの売上回復などにより増収となり、トータルでは前年比+7.1%
- ▶ 計画比では、欧州、オセアニアは計画ラインで進捗する一方、主にオミクロン株の感染拡大に伴う規制強化の影響により日本が想定を下回り、トータルでは計画を下回る進捗

<事業利益>

- ▶ 各事業が原材料などのコストアップ影響を受ける中、主に日本やオセアニアが減益となり、トータルでは前年比△14.7%
- ▶ 計画比では、主に各事業がコストダウンの強化に取り組んだことにより、トータルでは計画を上回る進捗

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)		
	第1四半期	増減	前年比	2022年予想	増減	前年比
売上収益	4,969	402	8.8%	24,500	2,139	9.6%
事業利益	247	△ 36	△ 12.8%	2,400	221	10.1%
事業利益からの調整項目	△ 156	△ 396	-	△ 225	△ 165	-
固定資産除売却損益	△ 4	△ 351	-	60	△ 250	△ 80.6%
事業統合関連費用	△ 11	62	-	-	148	-
減損損失	△ 128	△ 128	-	-	134	-
その他	△ 14	21	-	△ 285	△ 197	-
営業利益	90	△ 432	△ 82.7%	2,175	56	2.6%
金融収支	△ 27	4	-	△ 103	△ 5	-
持分法投資損益	1	0	5.7%	4	△ 3	△ 41.9%
その他	11	14	-	△ 21	9	-
税引前四半期利益	75	△ 414	△ 84.6%	2,055	57	2.8%
法人所得税費用	△ 32	127	-	△ 590	△ 130	-
四半期利益	44	△ 287	△ 86.8%	1,465	△ 73	△ 4.8%
親会社の所有者に帰属する四半期利益	43	△ 288	△ 86.9%	1,465	△ 70	△ 4.6%
非支配持分に帰属する四半期利益	0	2	-	-	△ 3	-
調整後親会社の所有者に帰属する四半期利益※	133	△ 199	△ 59.9%	1,565	19	1.2%

※親会社の所有者に帰属する四半期利益から事業ポートフォリオ再構築及び減損など一時的な特殊要因を控除したものの
2022年予想は日本のSCM再編による損失、2021年実績は欧州のれん減損や東南アジア再編の税金費用減等を税引後影響で調整

< 営業利益 >

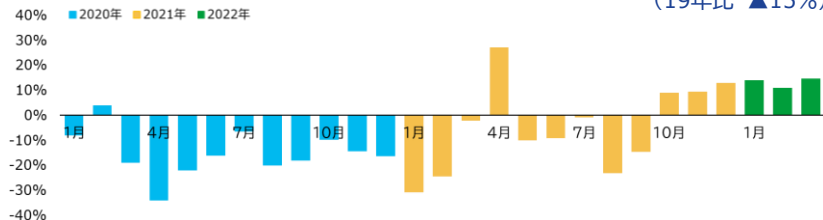
- 前年の固定資産除売却益の反動や、日本のSCM再編に伴う減損損失の発生などにより、前年比△82.7%
- 計画比では、事業利益の超過達成に加え、事業統合関連費用の抑制などにより、トータルでは計画を上回る進捗

< 親会社の所有者に帰属する四半期利益 >

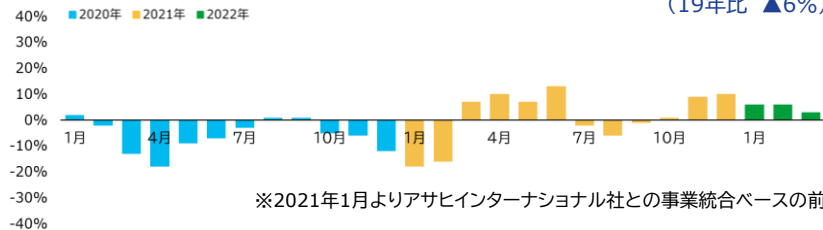
- 営業利益の減益により、前年比△86.9%
- SCM再編に伴う損失等を除いた調整後親会社の所有者に帰属する四半期利益は、前年比△59.9%
- 計画比では、主に事業利益の超過達成により、トータルでは計画を上回る進捗

地域別売上推移

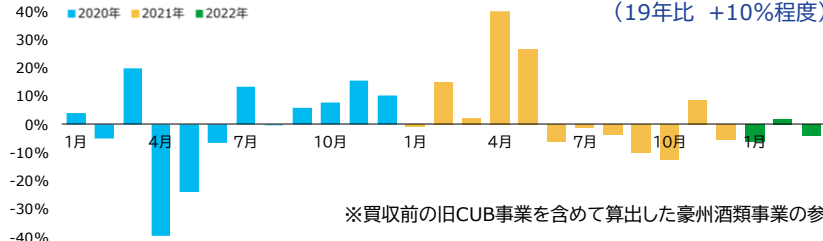
【日本(酒類)】 ※金額ベース(ビール類計) 2022年Q1:売上収益前年比 +13% (19年比 ▲15%)



【欧州】 ※数量ベース 2022年Q1:販売数量前年比 +7% (19年比 ▲6%)



【豪州(酒類)】 ※数量ベース(酒類計) 2022年Q1:販売数量前年比 ▲3% (19年比 +10%程度)



- 2021年10月に緊急事態宣言が全面解除され、飲食店での酒類提供が再開し、業務用需要が回復傾向に入る
- 2022年1月よりオミクロン株の感染拡大に伴い、まん延防止等重点措置が実施され、業務用は減少したが、缶の売上拡大などにより、トータルでは前年を上回って推移。3月下旬にまん延防止等重点措置が終了

- 2021年11月からは、オミクロン株の感染拡大の影響を受けるが、一部規制の強化に留まったことや、前年のロックダウン規制の反動などにより、売上は回復基調に入る
- 3月には、感染者数の減少に伴い、各国における各種規制の撤廃の動きなどにより、売上は回復傾向を継続

- 2021年10月にシドニー、メルボルンのロックダウンが解除され、飲食店の営業も再開
- 2022年は、1月にオミクロン株の感染拡大による業務用の減少、3月には、イースター商戦の期ズレ(本年:4月、昨年:3月)によるマイナス影響はあったが、感染のピークアウト以降、業務用は回復傾向に戻っている

(億円)	第1四半期	増減	前年比	2022年予想	増減	前年比
酒 類 事 業	1,513	152	11.2%	8,093	871	12.1%
飲 料 事 業	733	△ 20	△ 2.7%	3,739	161	4.5%
食 品 事 業	297	2	0.6%	1,277	18	1.4%
その他・事業内消去	40	8	23.4%	207	71	52.7%
売 上 収 益	2,584	141	5.8%	13,316	1,122	9.2%
酒 類 事 業	99	11	12.9%	780	72	10.2%
飲 料 事 業	24	△ 21	△ 45.8%	332	1	0.2%
食 品 事 業	37	5	15.1%	123	9	7.4%
その他・事業内消去	△ 41	△ 11	-	△ 121	△ 2	-
事 業 利 益	119	△ 16	△ 11.8%	1,114	79	7.6%

<売上収益>

- 飲料はミックスの悪化により減収だったが、ビール缶が好調だった酒類の増収でカバーし、トータルでは前年比+5.8%
- 計画比では、食品は計画並みだが、業務用が低迷した酒類や飲料が計画を下回り、トータルでは計画を下回る進捗

<事業利益>

- 酒類と食品は原材料コストアップなどを増収効果で吸収したが、飲料や外食事業の不振に伴うその他の減益などにより、トータルでは前年比△11.8%
- 計画比では、各事業で固定費を中心にコスト効率化を進め、酒類・飲料が計画並み、食品が計画を上回り、トータルでは計画を上回る進捗

日本（酒類:売上収益・販売数量）

（億円）

※リポート控除前	第1四半期	増減	前年比
ビール類	1,095	129	13.4%
洋酒	103	△ 4	△ 3.3%
RTD	81	0	0.2%
ワイン	96	△ 1	△ 0.6%
焼酎	44	△ 6	△ 12.0%
アルコールテイスト飲料	73	11	18.6%

2022年予想	増減	前年比
6,020	636	11.8%
530	36	7.3%
510	142	38.4%
422	△ 4	△ 0.9%
190	△ 16	△ 7.6%
505	102	25.2%

<カテゴリー別売上収益>

（市場）

- ビール類は、新ジャンルが引き続き縮小したが、ビール缶が成長したことなどにより、数量前年比+0~1%

（当社）

- ビール類は、業務用の需要低迷や新ジャンル市場の縮小影響を受けたが、ビール缶の大幅増加により、前年比+13.4%
- アルコールテイスト飲料は、『ドライゼロ』の好調や微アルコールカテゴリーの拡大などにより、前年比+18.6%
- 計画比では、ビール缶は計画を上回るが、ビール瓶・樽やビール類以外などが下回り、トータルでは計画を下回る進捗

（万箱）	第1四半期	増減	前年比
スーパードライ	1,143	116	11.3%
スタイルフリー	267	12	4.6%
クリアアサヒ	288	△ 41	△ 12.5%

2022年予想	増減	前年比
7,070	988	16.2%
1,300	54	4.3%
1,500	△ 47	△ 3.0%

（前年比）

※数量ベース	第1四半期		
	瓶	缶	樽
ビール類	△8%	+12%	△3%
ビール	△8%	+47%	△3%

（前年比）

【参考】ビール類市場

※数量ベース	22年Q1実績	22年間予想
ビール類	+0~1%	+3%程度
ビール	+15%程度	+11~12%
発泡酒	△2~3%	△0~1%
新ジャンル	△9~10%	△4~5%

参考:『アサヒスーパードライ』の取組み

・発売以来36年目で初のフルリニューアル



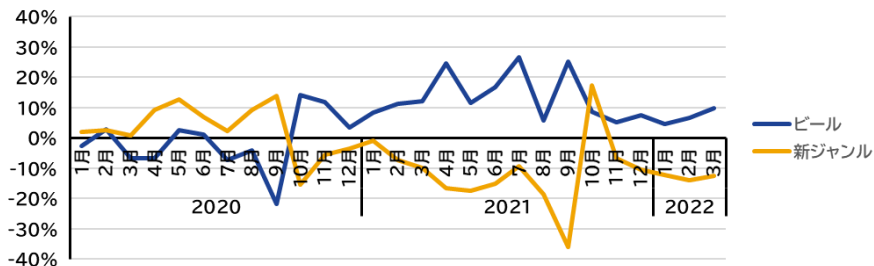
缶容器

3月単月 **+41%**

1-3月累計 **+21%**

前年比 (数量ベース)

【参考】ビール缶・新ジャンル缶の前年比推移 (市場全体)



出典:インテージSRI+ ビール缶・新ジャンル缶市場 推計販売規模(容量)前年比 2020年1月~2022年3月
7業態(SM/CVS/酒DS/HC/DRUG/一般酒販店/業務用酒販店)

ユーザー数



消費者調査結果

	新スーパードライ	新生ジョッキ缶
飲用後満足度	+10.4 ポイント (82.4%→92.8%)	+14.4 ポイント (82.8%→97.2%)
継続購入意向	+11.0 ポイント (76.2%→87.2%)	+19.3 ポイント (66.5%→85.8%)

※ 出典:当社調べ
※ フルリニューアル前後での比較
※ 飲用後満足度は7段階のうち、上位3段階を選んだユーザーの構成比
※ 継続購入意向は5段階のうち、上位2段階を選んだユーザーの構成比

日本（酒類:利益増減明細）

(億円)	第1四半期	増減	前年比	2022年予想	増減	前年比
売上増減影響等	-	69		-	343	
変動費コストダウン	-	2		-	13	
変動費コストアップ	-	△ 25		-	△ 94	
広告・販促費増減	-	△ 38		-	△ 122	
その他経費増減等	-	3		-	△ 68	
事業利益	99	11	12.9%	780	72	10.2%

※「その他経費増減等」には、「その他・事業内消去」を含む

<第1四半期:主な増減益要因の内訳>

売上増減影響等: +69 (ビール類数量増減 +42、その他売上増減 +6、構成差異等)

変動費コストダウン: +2 (原材料+1、運搬費 +1)

変動費コストアップ: △25 (原材料 △17、ユーティリティ △5、運搬費 △4)

広告・販促費増減: △38 (広告費 △23、販促費 △15) (ビール類 △22、その他 △16)

<2022年(予想):主な増減益要因の内訳>

売上増減影響等: +343 (ビール類数量増減 +233、その他売上増減 +142、構成差異等)

変動費コストダウン: +13 (ビール類以外 +7、運搬費 +4 他)

変動費コストアップ: △94 (原材料 △73、ビール類以外 △6、運搬費 △12 他)

広告販促費増減: △122 (広告費 △83、販促費 △39) (ビール類 △83、その他 △39)

<主な増減要因>

➤ 原料やアルミ缶の市況影響による変動費コストアップに加え、『スーパードライ』『アサヒ生ビール』などのビールや、微アルコールを中心に広告・販促費が増加したが、増収効果により前年比+12.9%

➤ 計画比では、売上増減影響は計画を下回ったが、業務用を中心とした広告・販促費を含め、固定費全般の効率化などにより、トータルでは計画並み

日本（飲料:販売数量）

(万箱)	第1四半期	増減	前年比
炭酸飲料	1,636	30	1.9%
乳性飲料	862	△ 2	△ 0.2%
コーヒー飲料	772	△ 71	△ 8.4%
お茶飲料	770	70	10.0%
ミネラルウォーター	333	17	5.4%
果実飲料	307	13	4.2%
その他飲料	493	△ 60	△ 10.9%
販売数量	5,173	△ 3	△ 0.1%

(億円)	第1四半期	増減	前年比
売上収益	733	△ 20	△ 2.7%

(前年比)	チャネル別	(前年比)	容器別
※数量ベース	第1四半期	※数量ベース	第1四半期
自動販売機	△5.2%	缶	△7.3%
CVS	0.7%	PET合計	2.6%
SM	△1.4%	PET大型	△2.4%
		PET小型	5.0%

2022年予想	増減	前年比
8,451	419	5.2%
4,311	93	2.2%
3,522	△ 16	△ 0.5%
3,892	176	4.7%
1,670	112	7.2%
1,374	△ 82	△ 5.6%
3,130	580	22.8%
26,350	1,282	5.1%

2022年予想	増減	前年比
3,739	161	4.5%

(前年比)	【参考】飲料市場	
※数量ベース	22年1Q実績	22年年間予想
合計	2%	2%程度

<販売数量>

(市場)

- コーヒー飲料やエナジードリンクが減少したが、各社の新商品効果などによりお茶飲料やミネラルウォーターが成長し、トータルでは前年比+2%程度で拡大

(当社)

- 主力ブランドのリニューアルや新商品効果などにより、炭酸飲料やお茶飲料は前年を上回ったが、コーヒー飲料やその他飲料の減少などにより、前年比△0.1%
- 計画比では、炭酸飲料やお茶飲料は想定を上回ったが、コーヒー飲料が苦戦したことなどにより、トータルでは計画を下回る進捗

日本（飲料:利益増減明細）

(億円)	第1四半期	増減	前年比	2022年予想	増減	前年比
売上増減影響等	-	△ 17		-	81	
変動費コストダウン	-	4		-	15	
変動費コストアップ	-	△ 10		-	△ 69	
広告・販促費増減	-	1		-	△ 6	
その他経費増減等	-	1		-	△ 20	
事業利益	24	△ 21	△ 45.8%	332	1	0.2%

※「その他経費増減等」には、「その他・事業内消去」を含む

<第1四半期:主な増減益要因の内訳>

- 売上増減影響等: △17(数量増減 △16、構成差異等)
- 変動費コストダウン: +4(原材料+1、資材 +2、操業度向上・内製化 +1)
- 変動費コストアップ: △10(原材料 △5、資材 △5)
- 広告・販促費増減: +1(販促費 +1)

<2022年(予想):主な増減益要因の内訳>

- 売上増減影響等: +81(数量増減 +79、構成差異等)
- 変動費コストダウン: +15(原材料+3、資材 +7、操業度向上・内製化 +5 他)
- 変動費コストアップ: △69(原材料 △32、資材 △37 他)
- 広告販促費増減: △6(広告費 △1、販促費 △5)

<主な増減要因>

- ▶ 操業度向上による変動費コストダウンや、各種固定費の見直しなどを行ったが、コーヒーなど収益性の高いカテゴリーの減少とそれに伴うチャネルミックスの悪化に加え、糖類を中心とした原材料コストアップなどにより、前年比△45.8%の減益
- ▶ 計画比では、想定以上の減収影響となったが、追加的な固定費の効率化などにより、トータルでは計画並み

(百万ユーロ/Khl)	第1四半期	前年比	2022年予想	前年比
売上収益	759	26.2%	4,311	19.1%
事業利益	15	349.9%	608	5.6%
販売数量	8,023	7.4%	44,812	8.6%
酒税抜き売上収益	609	27.1%	3,446	18.5%

※現地通貨のユーロ換算に伴う為替影響を除く

<チャンネル別>

(前年比)	第1四半期		
	家庭用	業務用	全体
販売数量	△1桁台半ば	2倍以上	7.4%

<販売数量>

- オミクロン株の感染拡大の影響はあったが、各国の規制緩和に伴う業務用の大幅回復により、前年比+7.4%

<売上収益>

- 業務用の回復や家庭用のプレミアム化、値上げを含む単価上昇などの効果により、前年比+26.2%
- 計画比では、業務用・家庭用チャンネルともに、計画並みの進捗

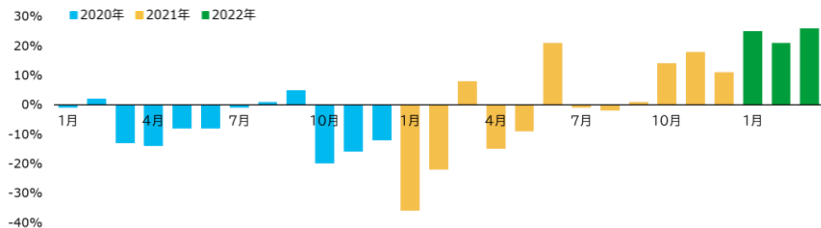
<事業利益>

- 原材料費やマーケティング費などの増加によるコストアップはあるが、チャンネルミックスの改善を含めた増収効果などにより、前年比+349.9%
- 計画比では、ブランド投資の効率化や固定費の抑制などにより、計画を上回る進捗

欧州主要国の売上推移

【チェコ】

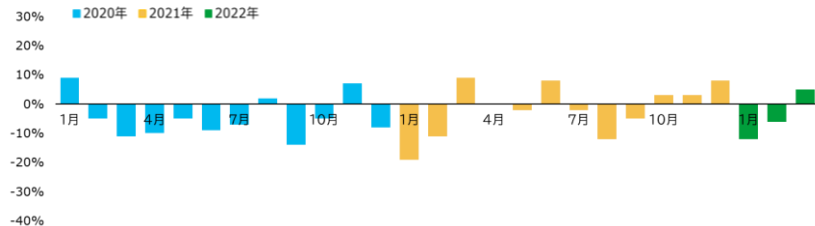
2022年1-3月:販売数量前年比 +24%
業務用比率(2019年):約40%



- 業務用は、規制緩和による需要回復により、前年を上回る
- 家庭用は、業務用への需要シフトにより前年を下回るが、プレミアムブランドは好調に推移

【ポーランド】

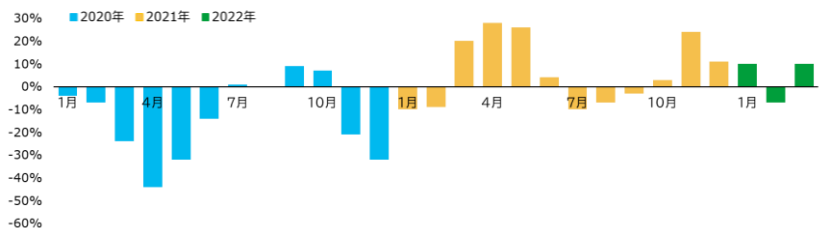
2022年1-3月:販売数量前年比 ▲4%
業務用比率(2019年):一桁台半ば



- 業務用は、前年の規制反動による需要回復により、前年を上回る
- 家庭用は、年初から施行された酒税改正の影響(駆け込み需要の反動を含む)などにより、前年を下回る。コンビニ業態は好調に推移し、一部相殺

【イタリア】

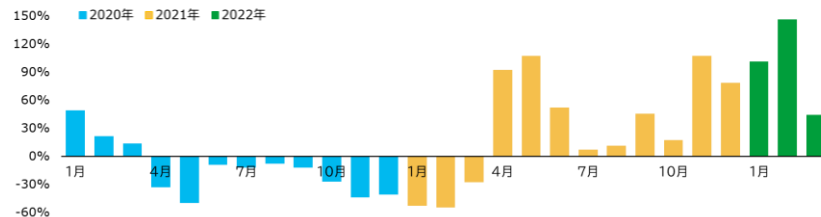
2022年1-3月:販売数量前年比 +3%
業務用比率(2019年):約40%



- 業務用は、前年の規制反動による需要回復により、前年を上回る
- 家庭用は、業務用への需要シフトなどにより、前年を下回る

【英国】

2022年1-3月:販売数量前年比 +81%
業務用比率(2019年):約60%



- 業務用は、前年の厳しい規制反動により、グローバルブランドが好調に推移し、前年を上回る
- 家庭用は、業務用への需要シフトなどにより、前年を下回る

(百万豪ドル)	第1四半期	前年比	2022年予想	前年比
売上収益	1,523	△ 0.4%	6,454	6.5%
事業利益	255	△ 11.5%	1,188	18.0%
酒税抜き売上収益 ^{※1}	1,052	△ 0.5%	4,433	6.8%
(酒類) ^{※1}	733	△ 3.1%	3,185	7.4%
(飲料) ^{※1, 2}	318	6.1%	1,248	5.4%
純事業利益 ^{※3}	255	△ 12.2%	1,188	14.6%

*1 コンテナデポジット(保証金)を除く *2 Allpressの新規連結効果を含む

*3 一時費用控除前の事業利益

<チャネル別(豪州酒類)>

(前年比)	第1四半期		
	家庭用	業務用	全体
販売数量	△1桁台前半	△1桁台半ば	△3%

<売上収益>

- 無糖飲料の拡大やAllpressの新規連結効果などにより飲料は増収だったが、酒類の減収により、前年比△0.4%
- 計画比では、業務用(酒類)は計画を下回ったが、家庭用(酒類)や飲料がカバーし、トータルでは計画並み

<事業利益>

- コスト効率化を進めたが、酒類の売上減少や、原材料・物流コストアップの影響により、前年比△11.5%
- 計画比では、固定費や広告販促費などの効率化により、計画を上回る進捗

<チャネル別動向(豪州酒類)>

- イースター商戦の期ズレ影響に加え、オミクロン株の感染拡大による業務用の需要減少などにより、トータルで前年比△3%

參考資料

為替影響（第1四半期実績）

(億円)	第1四半期	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	2,584	2,442	141	5.8%	-	141	5.8%
欧州	990	757	233	30.7%	34	198	26.2%
オセアニア	1,282	1,253	29	2.3%	35	△ 5	△ 0.4%
東南アジア	115	113	2	1.7%	7	△ 5	△ 4.8%
その他	15	15	△ 0	△ 0.5%	△ 1	1	4.0%
調整額(全社・消去)	△ 18	△ 14	△ 3	-	-	△ 3	-
売上収益	4,969	4,567	402	8.8%	76	326	7.1%
日本	119	135	△ 16	△ 11.8%	-	△ 16	△ 11.8%
欧州	19	4	16	412.2%	2	13	349.9%
オセアニア	215	236	△ 21	△ 9.0%	6	△ 27	△ 11.5%
東南アジア	0	4	△ 4	△ 94.6%	0	△ 4	△ 95.1%
その他事業	2	2	△ 1	△ 26.2%	△ 0	△ 1	△ 25.8%
調整額(全社・消去)	△ 29	△ 22	△ 7	-	-	△ 7	-
無形資産償却費	△ 79	△ 76	△ 4	-	△ 3	△ 1	-
事業利益	247	283	△ 36	△ 12.8%	5	△ 42	△ 14.7%

<主要通貨為替レート推移>

(円)	2022年 第1四半期	2021年 第1四半期
ユーロ	130.4	127.8
豪ドル	84.2	82.0

※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

※欧州は現地通貨のユーロ換算に伴う為替影響も除いて換算

為替影響（年間予想）

(億円)	2022年予想	2021年実績	(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	13,316	12,194	1,122	9.2%	-	1,122	9.2%
欧州	5,540	4,744	796	16.8%	△ 112	908	19.1%
オセアニア	5,228	5,000	228	4.6%	△ 97	325	6.5%
東南アジア	494	427	67	15.7%	△ 10	77	18.0%
その他	62	60	2	3.2%	△ 1	3	4.9%
調整額(全社・消去)	△ 139	△ 63	△ 76	-	-	△ 76	-
売上収益	24,500	22,361	2,139	9.6%	△ 220	2,359	10.5%
日本	1,114	1,035	79	7.6%	-	79	7.6%
欧州	782	755	27	3.5%	△ 16	42	5.6%
オセアニア	962	831	132	15.9%	△ 18	150	18.0%
東南アジア	16	4	12	281.1%	△ 0	12	288.5%
その他事業	9	12	△ 3	△ 25.3%	△ 0	△ 3	△ 25.1%
調整額(全社・消去)	△ 177	△ 146	△ 31	-	-	△ 31	-
無形資産償却費	△ 305	△ 311	5	-	6	△ 0	-
事業利益	2,400	2,179	221	10.1%	△ 28	249	11.4%

<主要通貨為替レート推移>

(円)	2022年計画	2021年実績
ユーロ	128.5	129.9
豪ドル	81.0	82.5

<2022年主要通貨為替感応度>

(億円)	売上収益	事業利益
ユーロ	±43	±6
豪ドル	±65	±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
 ※欧州は現地通貨のユーロ換算に伴う為替影響も除いて換算

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。