

アサヒグループホールディングス株式会社
2022年12月期第2四半期 決算説明会 説明概要②

日時：2022年8月10日（水）15:30～17:00

当社登壇者：取締役兼執行役員 CFO 崎田 薫

◆**売上収益・事業利益（為替一定）**（P16）

- 上半期の売上収益につきましては、業務用を中心としたコロナ禍からの売上回復などにより、全事業が増収となり、トータルでは8.6%の増収となりました。
- 事業利益につきましては、単価改善を含む増収効果に加え、コスト効率化に取り組んだものの、各事業における原材料やユーティリティなどの大幅なコストアップの影響により、トータルでは前年比1.7%の減益となりました。
- 上半期の業績予想は開示しておりませんが、社内計画に対しては、オミクロン株の感染再拡大の影響などにより、売上収益が計画を下回ったものの、事業利益は、コストアップ対策の強化などにより、ほぼ計画ラインの進捗となりました。
- 年間予想につきましては、売上収益では、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710億円下回る前年比7.3%の増収を目指します。
- 事業利益につきましては、各地域における値上げなどの単価改善に加え、コスト効率化を更に推進していきますが、主に欧州において値上げ効果のタイムラグが発生することなどにより、トータルでは年初予想を97億円下回る前年比6.9%の増益に修正しております。
- 尚、為替影響込みのベースでは、上半期の事業利益は増益となり、また、年間予想につきましては、売上収益と事業利益ともに、円安効果を踏まえ、年初予想を据え置きました。各地域の為替影響額などについては、参考資料として26ページと27ページに掲載しています。
- 加えて、主要3地域における年間業績予想が、コロナ前の19年の業績に対してどの程度の回復水準かにつきまして、28ページにまとめておりますので、併せて後ほどご確認頂ければと思います。

◆**営業利益・当期利益**（P17）

- 上半期の営業利益につきましては、主に、前年の「固定資産売却益」の反動減や日本の SCM 再編に伴う「減損損失」などにより、前年比 25.6%減益の 814 億円となり、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、前年比 28.1%減益の 570 億円となりました。
- 尚、SCM 再編による損失などの特殊要因を除く調整後四半期利益では、前年比 16.4%減益の 663 億円となります。
- 計画に対しては、非事業用資産の売却による「固定資産売却益」や、債務削減による「金融収支」の改善などがあり、計画を上回る進捗です。年間予想につきましては、これらの状況を踏まえて内訳を見直していますが、トータルでは年初予想を据え置いております。

◆BS・CFの概要 (P18)

- バランスシートの年間予想につきましては、資産合計では、円安影響に伴い、のれんや商標権が増加したことから、トータルでは年初予想を 2,000 億円上回る 4 兆 7,000 億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、業績予想は下方修正しましたが、非事業用資産や投資有価証券などの売却による更なるキャッシュ創出により、フリーキャッシュ・フローは、年初予想通りの 2,150 億円を目指します。金融債務残高についても、上期に年初計画を上回る返済ができたことから、年初計画通りに進めていく方針です。
- また、配当につきましても年初予想を据え置き、「配当性向 35%を目途に安定的な増配を目指す」という方針に基づき、年間配当は 1 株当たり前期比 2 円増配の 111 円を見込んでおります。

◆日本 (P19)

- 上半期の売上収益については、主に酒類事業における業務用の回復や『スーパードライ』のブランド強化などが牽引し、トータルでは前年比 7.9%の増収となりました。
- 事業利益については、飲料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、酒類と食品事業でカバーし、トータルでは前年比 0.1%の増益となりました。
- 計画に対しては、酒類事業で業務用の回復が遅れていることなどにより、売上収益は計画を若干下回ったものの、事業利益は、各事業ともコストアップ対策の強化などにより計画ラインで進捗しております。

- 年間予想につきましては、売上収益では、飲料と食品事業は年初予想を据え置きますが、酒類事業における上半期の進捗を踏まえ、トータルでは 141 億円下方修正致しました。
- 事業利益につきましては、追加のコストアップが見込まれるものの、10 月に実施する価格改定効果や固定費全般における効率化などにより、トータルでは年初予想を据え置き、前年比 7.6%の増益を計画しております。

◆日本(酒類:売上収益・販売数量) (P20)

- 上半期のビール類の売上収益は、新ジャンルは減少しましたが、業務用の回復に加え、ビール缶が好調に推移したことにより、トータルでは前年比 14.5%の増収となりました。
- 年間では、ビール缶の販売モメンタムの向上や業務用の需要回復に加え、価格改定効果などにより、トータルでは前年比 13.2%の増収に上方修正しております。
- ビール類以外のカテゴリーは、洋酒とワイン、アルコールテイスト飲料は前年を上回りましたが、その他のカテゴリーは、市場低迷の影響などにより前年を下回りました。年間予想については、各カテゴリーの売上進捗や市場動向などを踏まえ、修正しております。

◆日本(酒類:利益増減明細) (P21)

- 上半期の増減要因としては、副原料や缶容器などの変動費コストアップに加え、主力ブランドの価値強化に向けた積極的な投資により、広告・販促費が増加しましたが、ビールを中心とした増収効果やその他固定費の効率化などにより、前年比+11.5%の増益となりました。
- 年間予想においては、追加のコストアップは発生するものの、広告販促費を含む固定費全般の効率化などにより、年初予想通りの前年比+10.2%の増益を目指します。

◆日本(飲料:販売数量・売上収益) (P22)

- 上半期の販売数量は、炭酸飲料や乳性飲料などが好調に推移したことなどにより、前年比 2.8%の増加となりましたが、売上収益は、主にコーヒー飲料の減少などにより売上単価が悪化し、前年比 0.5%の増収となりました。
- 年間予想においては、価格改定効果に加え、主力ブランドを中心とした既存商品の強化やエクステンション商品の拡販などにより、年初予想通りの前年比 4.5%の増収を目指します。

◆日本(飲料:利益増減明細) (P23)

- 上半期の増減要因としては、増収効果やカテゴリーミックスの改善に加えて、操業度向上や固定費の見直しなどに取り組みましたが、糖類など原材料の追加コストアップなどにより、トータルでは前年比 18.8%の減益となりました。
- 年間予想においては、変動費コストアップの更なる増加を見込みますが、ミックスの改善を含む増収効果に加え、固定費全般のコスト効率化を推進し、年初予想通りの前年比 0.2%の増益を目指します。

◆欧州 (P24)

- 上段の売上収益は、プレミアムカテゴリーを中心とした販売数量の増加に加え、業務用の大幅な回復に伴うチャンネルミックスの改善や値上げ効果などにより、前年比 17.6%の増収となりました。
- 事業利益は、追加の変動費コストアップが発生したものの、増収効果やコストマネジメントの強化などによりカバーし、前年比 4.9%の増益となりました。
- 計画に対しては、年初想定からの市場環境の変化や追加のコストアップなどにより、販売数量、売上収益、事業利益ともに計画を若干下回る進捗となっております。
- 年間予想においては、販売数量は、上半期の進捗などを踏まえ、下方修正しますが、売上収益は、グローバルブランドやノンアルコールなど、好調なプレミアムカテゴリーを中心に売上拡大を図るとともに、ミックスの改善や追加の価格転嫁などにより、前年比 16.5%の増収を目指します。
- 事業利益は、増収効果はあるものの、追加コストアップの発生と値上げなどの対応策とのタイムラグが生じることなから、前年比 3.7%の減益に下方修正しています。

◆オセアニア (P25)

- 上半期の売上収益は、酒類事業において、コンテンポラリー・ビールが好調に推移したことや、飲料事業における無糖飲料の売上拡大や Allpress の新規連結効果などにより、トータルでは前年比 2.8%の増収となりました。
- 事業利益は、増収効果に加え、広告販促費や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 2.3%の減益となりました。
- 但し、計画に対しては、売上収益、事業利益ともに計画ラインで進捗しております。

- 年間予想については、ニュージーランドの輸出事業の一部を欧州事業へ移管しており、その影響を除いたベースの事業利益は年初予想を据え置いております。
- 下期は、昨年下半期のロックダウン反動もあり、大幅な増益を計画しておりますが、業務用の回復に伴うチャンネルミックスの改善やプレミアムカテゴリーの拡販などに加え、統合シナジーの追加創出などにより、計画の達成を目指していく方針です。

以上