



## 2022年第3四半期決算の概要

---

2022年11月10日

アサヒグループホールディングス株式会社



# 決算ハイライト(売上収益・事業利益)

(億円)	第3四半期 累計	(為替一定)		2022年 予想	(為替一定)	
		増減	前年比(%)		増減	前年比(%)
日本	9,694	959	11.0%	13,175	981	8.0%
欧州	4,368	498	13.7%	5,651	782	16.5%
オセアニア	4,042	185	5.3%	5,580	231	4.6%
東南アジア	391	23	7.1%	482	29	6.9%
その他	62	18	41.5%	76	18	29.8%
調整額(全社・消去)	△ 56	△ 14	-	△ 463	△ 400	-
<b>売上収益</b>	<b>18,499</b>	<b>1,670</b>	<b>10.3%</b>	<b>24,500</b>	<b>1,641</b>	<b>7.3%</b>
日本	855	127	17.4%	1,114	79	7.6%
欧州	613	△ 17	△ 2.9%	744	△ 28	△ 3.7%
オセアニア	644	52	9.7%	1,035	139	16.8%
東南アジア	0	△ 2	△ 91.1%	0	△ 4	△ 100.0%
その他事業	12	2	21.5%	11	△ 1	△ 8.1%
調整額(全社・消去)	△ 106	△ 11	-	△ 182	△ 36	-
無形資産償却費	△ 250	△ 1	-	△ 322	1	-
<b>事業利益</b>	<b>1,769</b>	<b>149</b>	<b>9.7%</b>	<b>2,400</b>	<b>151</b>	<b>6.9%</b>

※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

※オセアニアの輸出事業の一部を欧州へ移管

## <売上収益>

- 各リージョンの販売数量の増加と単価改善に加え、日本の価格改定前の仮需効果などにより、トータルでは前年比+10.3%
- 日本と欧州は計画を若干下回るが、その他のリージョンでは単価改善などが進み、トータルでは計画ラインの進捗

## <事業利益>

- 欧州は、変動費のコストアップなどにより減益となるが、日本とオセアニアの増益により、トータルでは前年比+9.7%
- 日本は計画を若干下回るが、欧州やオセアニアのコストマネジメントの強化などにより、トータルでは計画ラインの進捗

# 営業利益・親会社の所有者に帰属する四半期利益

(億円)	第3四半期 累計	(為替影響込み)		2022年 予想	(為替影響込み)	
		増減	前年比(%)		増減	前年比(%)
売上収益	18,499	2,296	14.2%	24,500	2,139	9.6%
事業利益	1,769	226	14.6%	2,400	221	10.1%
事業利益からの調整項目	△ 133	△ 313	-	△ 225	△ 165	-
固定資産除売却損益	76	△ 242	△ 76.0%	99	△ 211	△ 68.0%
事業統合関連費用	△ 40	63	-	△ 23	125	-
減損損失	△ 138	△ 138	-	△ 128	7	-
その他	△ 32	4	-	△ 174	△ 85	-
営業利益	1,636	△ 87	△ 5.1%	2,175	56	2.6%
金融収支	△ 70	1	-	△ 94	4	-
持分法投資損益	4	1	18.5%	4	△ 3	△ 41.9%
その他	△ 10	△ 2	-	△ 30	△ 0	-
税引前四半期利益	1,560	△ 88	△ 5.3%	2,055	57	2.8%
法人所得税費用	△ 413	△ 15	-	△ 590	△ 130	-
四半期利益	1,146	△ 103	△ 8.2%	1,465	△ 73	△ 4.8%
親会社の所有者に帰属する四半期利益	1,145	△ 101	△ 8.1%	1,465	△ 70	△ 4.6%
非支配持分に帰属する四半期利益	1	△ 2	△ 54.5%	-	△ 3	-
調整後親会社の所有者に帰属する四半期利益※	1,248	2	0.1%	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  
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「固定資産売却益」の反動減や、日本のSCM再編に伴う「減損損失」の計上などにより、前年比△5.1%

## < 親会社の所有者に帰属する四半期利益 >

- 主に営業利益の減益により、前年比△8.1%
- 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+0.1%
- 営業利益、四半期利益ともに計画ラインの進捗

# 売上単価向上／変動費コストアップ

## ◆ 売上単価向上（1-9月前年比）

	日本(酒類)	欧州	豪州(酒類)
ビール類 単価改善 (酒税抜き)	+1.3%	+11.6%	+4.8%
参考:酒類事業全体 売上収益 (酒税抜き)	+14.4%	+14.5%	+6.5%

※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） ※年間為替想定レートベース

1-9月実績	550億円程度	年間予想	800億円程度
--------	---------	------	---------

(億円)	第3四半期 累計	増減	前年比(%)	2022年 予想	増減	前年比(%)
酒 類 事 業	5,851	816	16.2%	7,952	730	10.1%
飲 料 事 業	2,782	69	2.5%	3,739	161	4.5%
食 品 事 業	931	14	1.5%	1,277	18	1.4%
その他・事業内消去	130	61	87.5%	207	71	52.7%
売 上 収 益	9,694	959	11.0%	13,175	981	8.0%
酒 類 事 業	620	160	34.9%	780	72	10.2%
飲 料 事 業	236	△ 36	△ 13.1%	332	1	0.2%
食 品 事 業	86	△ 4	△ 4.7%	123	9	7.4%
その他・事業内消去	△ 86	6	-	△ 121	△ 2	-
事 業 利 益	855	127	17.4%	1,114	79	7.6%

## &lt;売上収益&gt;

- 主に酒類での業務用の回復やビール缶の好調に加え、価格改定前の仮需効果などにより、トータルでは前年比+11.0%
- 主に酒類や飲料が計画を下回り、トータルでも計画を若干下回る進捗  
※主要3事業の価格改定は10月(以降)

## &lt;事業利益&gt;

- 飲料と食品は、変動費コストアップなどにより減益となったが、酒類の増収効果などにより、トータルでは前年比+17.4%
- 酒類が計画ラインで進捗する中、飲料と食品が下回り、トータルでは計画を若干下回る進捗

# 日本（酒類:売上収益・販売数量）

(億円)

※リポート控除前	第3四半期 累計	増減	前年比(%)	2022年 予想	増減	前年比(%)
ビール類	4,427	713	19.2%	6,101	714	13.2%
洋酒	388	50	14.6%	522	28	5.7%
RTD	265	△ 2	△ 0.9%	336	△ 32	△ 8.7%
ワイン	302	16	5.5%	424	△ 2	△ 0.5%
焼酎	147	4	2.8%	201	△ 5	△ 2.4%
アルコールテイスト飲料	300	3	1.1%	391	△ 13	△ 3.1%

(万箱)	第3四半期 累計	増減	前年比(%)	2022年 予想	増減	前年比(%)
スーパードライ	5,119	1,065	26.3%	7,160	1,078	17.7%
スタイルフリー	956	43	4.8%	1,240	△ 6	△ 0.5%
クリアアサヒ	1,106	△ 39	△ 3.4%	1,420	△ 127	△ 8.2%

(前年比)	第3四半期累計		
※数量ベース	瓶	缶	樽
ビール類	+46%	+8%	+77%
ビール	+46%	+24%	+79%

(前年比)	【参考】ビール類市場	
※数量ベース	第3四半期累計	22年間予想
ビール類	+9%程度	+2%程度
ビール	+26~27%	+16~17%
発泡酒	±0%程度	△4~5%
新ジャンル	△4%程度	△10%程度

## <ビール類>

- ビール類の売上収益は、新ジャンルが減少したが、業務用の回復やビール缶の好調により、前年比+19.2%
- 発泡酒は計画を上回るが、ビールの業務用が想定を下回ったことなどにより、トータルでは計画を下回る進捗

## <ビール類以外>

- RTDは市場低迷の影響などにより前年を下回るが、洋酒、ワイン、アルコールテイスト飲料は前年を上回る
- 焼酎やアルコールテイスト飲料は計画ラインだが、洋酒やRTDが想定を上回り、トータルでは計画ラインを上回る進捗

# 日本（酒類:利益増減明細）

(億円)	第3四半期 累計	増減	前年比(%)	2022年 予想	増減	前年比(%)
売上増減影響等	-	290		-	330	
変動費コストダウン	-	9		-	10	
変動費コストアップ	-	△ 70		-	△ 149	
広告・販促費増減	-	△ 61		-	△ 92	
その他経費増減等	-	△ 9		-	△ 26	
事業利益	620	160	34.9%	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3四半期累計:主な増減益要因の内訳>

売上増減影響等: +290 (ビール類数量増減 +257、その他売上増減 +38、構成差異等)

変動費コストダウン: +9 (原材料+2、運搬費 +3 他)

変動費コストアップ: △70 (原材料 △43、ユーティリティ △15、運搬費 △2 他)

広告・販促費増減: △61 (広告費 △47、販促費 △14) (ビール類 △45、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: +330 (ビール類数量増減 +311、その他売上増減 +7、構成差異等)

変動費コストダウン: +10 (原材料+2、運搬費 +3 他)

変動費コストアップ: △149 (原材料 △107、ユーティリティ △20、運搬費 △11 他)

広告販促費増減: △92 (広告費 △72、販促費 △20) (ビール類 △72、その他 △20)

## <主な増減要因>

➤ 原料やアルミ缶など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』などの広告・販促費が増加したが、ビールを中心とした増収効果により前年比+34.9%

➤ 売上増減影響は計画を下回ったが、変動費コストアップの抑制や広告・販促費・その他固定費の効率化などにより、トータルでは計画ラインの進捗

# 日本（飲料：販売数量）



(万箱)	第3四半期 累計	増減	前年比(%)	2022年 予想	増減	前年比(%)
炭酸飲料	6,542	326	5.2%	8,380	348	4.3%
乳性飲料	3,513	213	6.5%	4,400	182	4.3%
コーヒー飲料	2,414	△ 174	△ 6.7%	3,400	△ 138	△ 3.9%
お茶飲料	3,077	287	10.3%	4,000	284	7.6%
ミネラルウォーター	1,301	125	10.6%	1,670	112	7.2%
果実飲料	1,166	104	9.8%	1,500	44	3.0%
その他飲料	2,317	119	5.4%	2,550	△ 1	△ 0.0%
販売数量	19,946	934	4.9%	25,900	832	3.3%

(億円)	第3四半期 累計	増減	前年比(%)	2022年 予想	増減	前年比(%)
売上収益	2,782	69	2.5%	3,739	161	4.5%

(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	第3四半期累計	※数量ベース	第3四半期累計	※数量ベース	第3四半期累計	22年年間予想
自動販売機	△0.8%	缶	△0.2%	合計	+4%程度	+2%程度
CVS	+5.1%	PET合計	+5.9%			
SM	+2.0%	PET大型	+2.7%			
		PET小型	+7.5%			

## <販売数量>

- コーヒー飲料は減少したが、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、乳性飲料が拡大し、前年比+4.9%
- コーヒー飲料は計画を下回ったが、乳性飲料やミネラルウォーターが上回り、トータルでは計画ラインの進捗

## <売上収益>

- 売上収益は、販売数量の増加などにより、前年比+2.5%
- コーヒー飲料の減少など単価ミックスの悪化により、計画ラインを下回る進捗

# 日本（飲料:利益増減明細）

(億円)	第3四半期 累計	増減	前年比(%)	2022年 予想	増減	前年比(%)
売上増減影響等	-	31		-	103	
変動費コストダウン	-	12		-	18	
変動費コストアップ	-	△ 74		-	△ 108	
広告・販促費増減	-	△ 6		-	△ 4	
その他経費増減等	-	2		-	△ 8	
<b>事業利益</b>	<b>236</b>	<b>△ 36</b>	<b>△ 13.1%</b>	<b>332</b>	<b>1</b>	<b>0.2%</b>

※「その他経費増減等」には、「その他・事業内消去」を含む

## <第3四半期累計:主な増減益要因の内訳>

売上増減影響等: +31 (数量増減 +33、構成差異等)

変動費コストダウン: +12 (原材料 +1、資材 +6、操業度向上・内製化 +4 他)

変動費コストアップ: △74 (原材料 △28、資材 △31 他)

広告・販促費増減: △6 (広告費 1、販促費 △7)

## <2022年(予想):主な増減益要因の内訳>

売上増減影響等: +103 (数量増減 +100、構成差異等)

変動費コストダウン: +18 (原材料 +2、資材 +9、操業度向上・内製化 +6 他)

変動費コストアップ: △108 (原材料 △41、資材 △53 他)

広告販促費増減: △4 (広告費 +1、販促費 △5)

## <主な増減要因>

- 増収効果に加え、操業度向上による変動費コストダウンや各種固定費の効率化に取り組んだが、糖類を中心とした変動費のコストアップなどにより、前年比△13.1%の減益
- 追加的な固定費の効率化などを推進したが、想定以上の変動費コストアップなどにより、トータルでは計画ラインを下回る進捗

(百万ユーロ/Khl)	第3四半期 累計	増減 *1	前年比(%) *1	2022年 予想	増減 *1	前年比(%) *1
売上収益	3,210	384	13.7%	4,217	602	16.5%
事業利益	450	△ 13	△ 2.9%	555	△ 21	△ 3.7%
販売数量	33,171	864	2.7%	43,186	1,924	4.7%
酒税抜き売上収益	2,612	329	14.5%	3,413	507	17.3%

※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

## <チャネル別（販売数量）>

※前年比	1-6月	7-9月	1-9月
業務用	+ 60-70%	△ 1桁台半ば	+ 20-30%
家庭用	△1桁台前半	+ 1桁台前半	△ 1桁台前半
合計	+ 4.6%	± 0%	+ 2.7%

## <販売数量>

- ノンアルコールビールを含むプレミアムカテゴリーの成長とグローバルブランドの拡大展開などにより、前年比+2.7%

## <売上収益>

- 業務用の回復に伴うチャネルミックスの改善に加え、家庭用のプレミアム化や価格改定による単価上昇により、前年比+13.7%
- 単価改善は想定通りだが、数量影響により、計画ラインを若干下回る進捗

## <事業利益>

- 単価改善を含む増収効果はあるが、原材料費やユーティリティのコストアップ影響などにより、前年比△2.9%
- 変動費のコストアップは増加したが、マーケティング費用など固定費の効率化などにより、計画ラインの進捗

(百万豪ドル)	第3四半期 累計	増減	前年比(%)	2022年 予想	増減	前年比(%)
売上収益	4,463	225	5.3%	6,340	280	4.6%
事業利益	712	63	9.7%	1,176	169	16.8%
酒税抜き売上収益 ※1	3,095	198	6.8%	4,377	227	5.5%
（酒類） ※1	2,160	91	4.4%	3,145	179	6.0%
（飲料） ※1、2	935	107	12.9%	1,232	48	4.0%
純事業利益 ※3	712	43	6.5%	1,176	139	13.4%

\*1 コンテナデポジット(保証金)を除く。豪州とNZの合算値 ※オセアニアの輸出事業の一部を欧州へ移管  
 \*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

## <チャンネル別（販売数量）> ※豪州酒類

※前年比	1-6月	7-9月	1-9月
業務用	+1桁台前半	+ 120-130%	+ 20%半ば
家庭用	微減	△ 1桁台前半	△1桁台前半
合計	± 0%程度	+ 8%程度	+ 2%程度

## <売上収益>

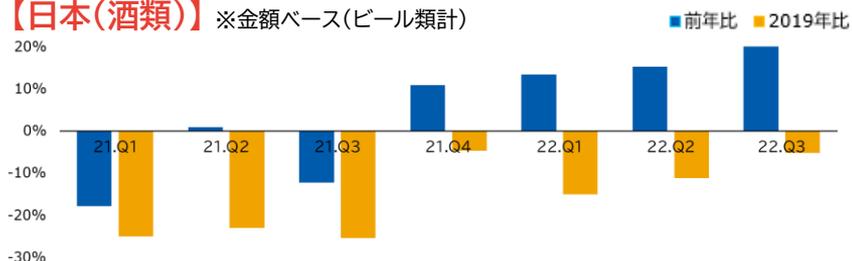
- 主力ブランドを中心とした酒類・飲料の販売数量の増加に加え、チャンネルミックスの改善や価格改定による単価上昇などにより、前年比+5.3%
- 酒類の業務用は計画を下回ったが、家庭用や飲料がカバーし、トータルでは計画ラインの進捗

## <事業利益>

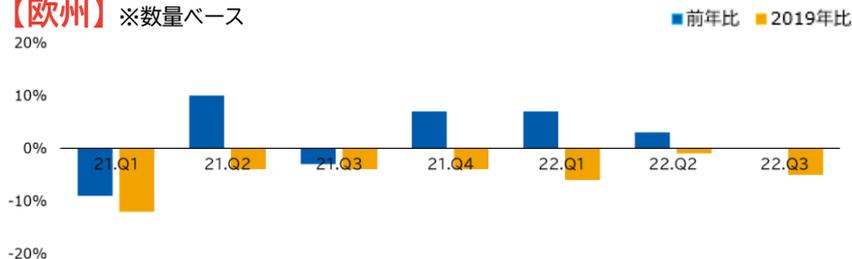
- 原材料や物流費などのコストアップはあったが、業務用の回復や広告販促費を含む固定費の効率化などにより、前年比+9.7%
- 追加的なコストアップ影響はあったが、固定費や広告販促費などの効率化などにより、計画ラインの進捗

## 參考資料

## 【日本(酒類)】 ※金額ベース(ビール類計)



## 【欧州】 ※数量ベース



## 【豪州(酒類)】 ※数量ベース(酒類計)



## ● 2022年1-9月実績

- ・売上収益：前年比 +19.2% (2019年比 △10%)
  - <業務用> 前年比 +60%台後半 (2019年比 △40%程度)
  - <家庭用> 前年比 +1桁台後半 (2019年比 +1桁台前半)
- ※業態別の前年比:数量ベース(ビール類計)

- ・販売数量：前年比 +2.7% (2019年比 △3%)
  - <業務用> 前年比 +20-30% (2019年比 △10-15%)
  - <家庭用> 前年比 △1桁台前半 (2019年比 △1桁台前半)

- ・販売数量：前年比 +2%程度 (2019年比 +1桁台後半)
  - <業務用> 前年比 +20%半ば (2019年比 △1桁台前半)
  - <家庭用> 前年比 △1桁台前半(2019年比 +10%程度)

# 為替影響（第3四半期累計実績）

(億円)	第3四半期 累計	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	9,694	8,734	959	11.0%	-	959	11.0%
欧州	4,368	3,651	717	19.6%	218	498	13.7%
オセアニア	4,042	3,492	550	15.8%	365	185	5.3%
東南アジア	391	323	68	21.0%	45	23	7.1%
その他	62	43	19	42.9%	1	18	41.5%
調整額(全社・消去)	△ 56	△ 40	△ 16	-	△ 2	△ 14	-
売上収益	18,499	16,203	2,296	14.2%	627	1,670	10.3%
日本	855	729	127	17.4%	-	127	17.4%
欧州	613	595	17	2.9%	34	△ 17	△ 2.9%
オセアニア	644	534	110	20.6%	58	52	9.7%
東南アジア	0	3	△ 3	△ 97.7%	△ 0	△ 2	△ 91.1%
その他事業	12	10	2	22.9%	0	2	21.5%
調整額(全社・消去)	△ 106	△ 95	△ 11	-	0	△ 11	-
無形資産償却費	△ 250	△ 233	△ 17	-	△ 16	△ 1	-
事業利益	1,769	1,543	226	14.6%	76	149	9.7%

## <主要通貨為替レート推移>

(円)	2022年 1-9月平均	2021年 1-9月平均
ユーロ	136.1	129.9
豪ドル	90.6	82.4

※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

# 為替影響（年間予想）

(億円)	2022年 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	13,175	12,194	981	8.0%	-	981	8.0%
欧州	5,651	4,744	907	19.1%	125	782	16.5%
オセアニア	5,580	5,000	580	11.6%	349	231	4.6%
東南アジア	482	427	55	12.9%	26	29	6.9%
その他	76	60	16	27.2%	△ 2	18	29.8%
調整額(全社・消去)	△ 463	△ 63	△ 400	-	-	△ 400	-
売上収益	24,500	22,361	2,139	9.6%	498	1,641	7.3%
日本	1,114	1,035	79	7.6%	-	79	7.6%
欧州	744	755	△ 11	△ 1.4%	17	△ 28	△ 3.7%
オセアニア	1,035	831	204	24.6%	65	139	16.8%
東南アジア	0	4	△ 4	△ 100.0%	0	△ 4	△ 100.0%
その他事業	11	12	△ 1	△ 8.9%	△ 0	△ 1	△ 8.1%
調整額(全社・消去)	△ 182	△ 146	△ 36	-	-	△ 36	-
無形資産償却費	△ 322	△ 311	△ 11	-	△ 12	1	-
事業利益	2,400	2,179	221	10.1%	70	151	6.9%

## <主要通貨為替レート推移>

(円)	2022年 予想	2021年
ユーロ	134.0	129.9
豪ドル	88.0	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	±42	±6
豪ドル	±63	±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。