

アサヒグループホールディングス株式会社
2023年12月期 第1四半期 決算説明会 説明概要①

日時：2023年5月12日（金）18:00～19:00

当社登壇者：代表取締役社長 兼 CEO 勝木 敦志

◆エグゼクティブ・サマリー (P1)

- 第1四半期決算としては、未曾有のコストアップが継続する中でも、グループ全体で7.9%の増収、事業利益で24.3%の増益を果たすことができました。
- コストアップに対しては、昨年来、各リージョンで適切な価格戦略を推進してきたことに加えて、プレミアムカテゴリーやグローバルブランドの拡大展開などにより、全事業でトップライン成長を実現しています。
- 事業利益においても、変動費を中心に大幅なコストアップとなる中、それを上回る単価改善とコストマネジメントの強化などにより、日本を中心として計画を上回る増益を達成しております。
- 第2四半期以降も、原材料やエネルギー価格に加えてインフレに伴う需要への影響などを注視していく必要がありますが、プレミアム戦略への投資を緩めることなく、年初計画の達成を目指すと共に、来期以降の業績回復を目指していきます。
- また、「中長期経営方針」に基づいて、サステナビリティと経営の統合といったコア戦略や人的資本への投資も継続し、持続的な成長基盤をより一層強化してまいります。

◆売上単価向上と変動費コストアップ状況 (P2)

- 売上単価の第1四半期の実績としては、日本が6.6%、欧州が17.3%、オセアニアが4.1%となり、主要3リージョンにおいて昨年以上の向上となりました。
- 単価向上のドライバーは、3リージョン共に、価格改定効果が最大となっておりますが、プレミアム戦略も着実に進展しております。
- 各リージョンにおけるプレミアムカテゴリーの拡大に加えて、グローバルブランドにおいては、『スーパードライ』と『Peroni Nastro Azzurro』が前年比10%以上で増加するなど、母国市場以外への拡大展開も順調に進んでいます。

- 販売数量は、価格改定に伴う仮需などもあり、多少進捗が遅れている展開国もありますが、各リージョンとも、これまでの消費トレンドから大きな変化は見られておらず、特に欧州と日本は、これから需要期を迎えますので、挽回に向けてブランド強化を図っていく方針です。
- コストアップにつきましては、原材料やエネルギーを中心に、1-3月累計では、トータルで250億円弱の実績となり、ほぼ想定ラインの進捗となりました。
- 年間見通しについては、一部に市況の軟化も見られますが、既にヘッジ済みの原材料が多いことに加え、サプライヤーからの要請なども踏まえると、現時点では、年初に想定した1,000億円程度になると見込んでおります。
- このように第1四半期は、想定ラインのコストアップが発生する中において、各リージョンが、市場シェアなどの競争優位性を維持しながら、収益性を向上させており、非常に良いスタートを切れたと考えております。
- 繰り返しになりますが、第2四半期以降も、この良い流れを加速できるように、ブレずにプレミアム戦略やコア戦略への投資を継続することにより、来期以降も持続的な成長を目指してまいります。