



2023年第1四半期決算の概要

2023年5月12日

アサヒグループホールディングス株式会社



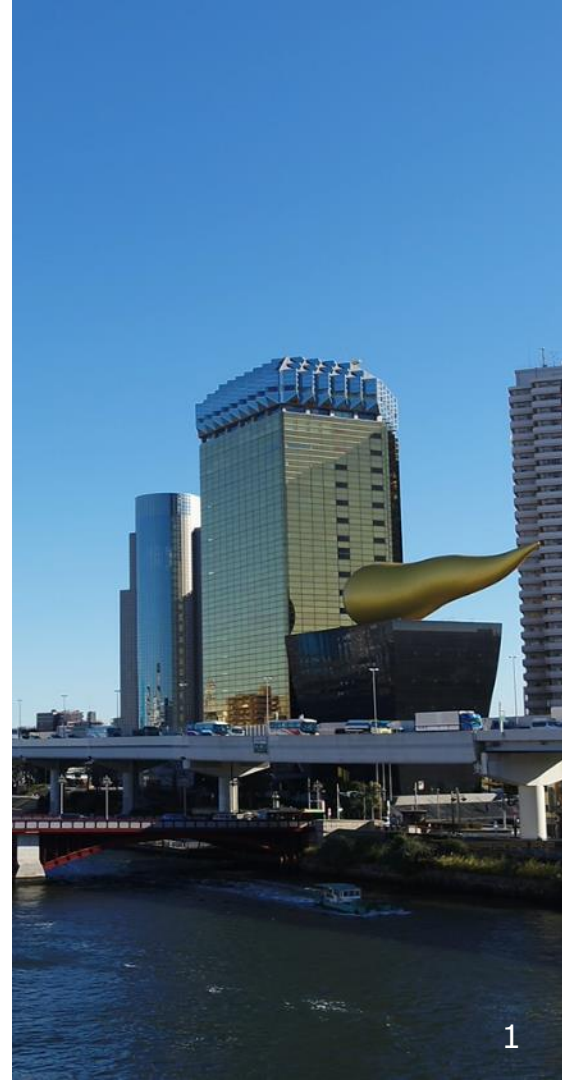
エグゼクティブ・サマリー

◆第1四半期総括

- **売上収益7.9%増、事業利益24.3%増を果たす(為替一定)**
 - ・ 価格改定効果やプレミアム化の進展などにより、全事業でトップライン成長を実現
 - ・ 大幅なコストアップが継続する中、日本を中心として計画を上回る増益を達成

◆今後の方針

- **年初予想(売上収益7.5%増、事業利益1.3%増)の達成を目指す**
 - ・ コストアップやインフレの影響を注視しつつ、プレミアム戦略への投資を強化
 - ・ 来期以降の業績回復や基盤強化に向けて、コア戦略や人的資本への投資を継続



売上単価向上／変動費コストアップ

◆ 売上単価向上 (1-3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)	+6.6%	+17.3%	+4.1%
参考:酒類事業全体 売上収益 (酒税抜き)	+6.4%	+13.4%	+7.2%

※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)

1-3月実績	250億円弱	年間予想	1,000億円程度
--------	--------	------	-----------

決算ハイライト(売上収益・事業利益)

(億円)	第1四半期	(為替一定)		2023年 予想	(為替一定)	
		増減	前年比(%)		増減	前年比(%)
日本	2,738	154	6.0%	13,510	493	3.8%
欧州	1,184	105	10.6%	6,570	919	16.0%
オセアニア	1,507	120	9.3%	6,284	464	8.0%
東南アジア	134	8	6.9%	547	28	5.4%
その他	26	10	65.2%	99	12	14.1%
調整額(全社・消去)	△ 25	△ 7	-	△ 110	△ 29	-
売上収益	5,563	390	7.9%	26,900	1,887	7.5%
日本	177	58	48.7%	1,120	31	2.8%
欧州	45	19	98.1%	744	6	0.8%
オセアニア	224	△ 6	△ 2.8%	1,088	19	1.7%
東南アジア	2	1	643.0%	12	6	103.4%
その他事業	2	△ 0	△ 18.0%	11	△ 3	△ 23.6%
調整額(全社・消去)	△ 41	△ 12	-	△ 193	△ 27	-
無形資産償却費	△ 86	0	-	△ 332	0	-
事業利益	323	60	24.3%	2,450	32	1.3%

※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

<売上収益>

- 主に価格改定やプレミアム化の進展による単価向上により、全事業が増収となり、トータルでは前年比+7.9%
- 各リージョンがほぼ想定通りに推移し、トータルで計画ラインの進捗

<事業利益>

- オセアニアはコストアップ影響などにより減益となったが、主に日本と欧州が増益となり、トータルでは前年比+24.3%
- 欧州やオセアニアは計画ラインでの進捗だが、日本の酒類と飲料が計画を上回ったことにより、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(%)	2023年 予想	増減	前年比(%)
売上収益	5,563	595	12.0%	26,900	1,789	7.1%
事業利益	323	77	31.0%	2,450	12	0.5%
事業利益からの調整項目	△ 3	153	-	△ 180	88	-
固定資産除売却損益	1	4	-	△ 32	△ 127	-
事業統合関連費用	△ 12	△ 1	-	-	154	-
減損損失	-	128	-	-	185	-
その他	8	22	-	△ 148	△ 124	-
営業利益	320	230	254.0%	2,270	100	4.6%
金融収支	△ 26	1	-	△ 70	26	-
持分法投資損益	△ 0	△ 1	-	5	△ 2	△ 28.0%
その他	△ 8	△ 19	-	△ 5	16	-
税引前四半期利益	286	211	279.8%	2,200	140	6.8%
法人所得税費用	△ 86	△ 54	-	△ 625	△ 82	-
当期利益	200	156	358.4%	1,575	58	3.8%
親会社の所有者に帰属する四半期利益	200	156	359.4%	1,575	59	3.9%
非支配持分に帰属する四半期利益	0	△ 0	△ 8.8%	-	△ 2	-
調整後親会社の所有者に帰属する四半期利益※	200	67	50.0%	1,575	△ 79	△ 4.8%

※親会社の所有者に帰属する当期利益から事業ポートフォリオ再構築及び減損損失など一時的な特殊要因を控除したもので、2022年実績は日本のSCM再編による損失を税引後影響で調整

< 営業利益 >

- 主に、前年の日本のSCM再編に伴う減損損失の反動などにより、前年比+254.0%

< 親会社の所有者に帰属する四半期利益 >

- 営業利益の増益や金融収支の改善などにより、前年比+359.4%
- 前年の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+50.0%
- 営業利益、調整後親会社の所有者に帰属する四半期利益ともに計画を上回る進捗

(億円)	第1四半期	増減	前年比(%)	2023年 予想	増減	前年比(%)
酒類事業	1,587	73	4.9%	7,898	36	0.5%
飲料事業	761	28	3.8%	3,906	233	6.3%
食品事業	303	6	2.1%	1,293	15	1.2%
その他・事業内消去	87	47	116.7%	413	209	102.7%
売上収益	2,738	154	6.0%	13,510	493	3.8%
酒類事業	148	49	49.2%	860	68	8.6%
飲料事業	34	10	40.3%	280	△ 21	△ 7.0%
食品事業	32	△ 5	△ 13.2%	123	4	3.8%
その他・事業内消去	△ 37	4	-	△ 143	△ 21	-
事業利益	177	58	48.7%	1,120	31	2.8%

<売上収益>

- 主に酒類での業務用の回復に加え、各事業での価格改定効果を含む増収により、トータルでは前年比+6.0%
- 各事業が、ほぼ想定通りに推移し、トータルで計画ラインの進捗

<事業利益>

- 食品は変動費コストアップなどにより減益となったが、酒類や飲料の増益により、トータルでは前年比+48.7%
- 食品は計画を若干下回るが、酒類と飲料が上回り、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(%)	2023年 予想	増減	前年比(%)
ビール類	1,151	57	5.2%	6,119	185	3.1%
洋酒	135	32	30.8%	555	2	0.3%
RTD	80	△ 2	△ 2.3%	360	3	0.8%
ワイン	107	12	12.1%	454	13	2.8%
焼酎	50	5	11.6%	180	△ 29	△ 14.0%
アルコールテイスト飲料	75	3	3.6%	432	32	7.9%

<ビール類>

- ビール類の売上収益は、発泡酒や新ジャンルは減少したが、業務用の回復によるビールの増加に加え、各カテゴリーの価格改定効果などにより、前年比+5.2%
- 業務用は計画を上回るが、家庭用が下回ったことなどにより、トータルでは計画を若干下回る進捗

<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、その他のカテゴリーは前年を上回る
- 業務用の回復などにより洋酒・ワイン・焼酎が計画を上回り、トータルでは計画を上回る進捗

(万箱)	第1四半期	増減	前年比(%)	2023年 予想	増減	前年比(%)
スーパードライ	1,291	148	13.0%	6,970	82	1.2%
スタイルフリー	258	△ 9	△ 3.5%	1,250	2	0.1%
クリアアサヒ	297	9	3.1%	1,350	△ 84	△ 5.9%

(前年比)	第1四半期			(前年比)	【参考】ビール類市場	
※数量ベース	瓶	缶	樽	※数量ベース	第1四半期	2023年予想
ビール類	+59%	△14%	+67%	ビール類	+2~3%	△3~4%
ビール	+59%	△16%	+66%	ビール	+13~14%	+0~1%
				発泡酒	+3~4%	△3%程度
				新ジャンル	△9%程度	△7~8%

日本（酒類:利益増減明細）

(億円)	第1四半期	増減	前年比(%)	2023年 予想	増減	前年比(%)
売上増減影響等	-	78		-	265	
変動費コストダウン	-	5		-	18	
変動費コストアップ	-	△ 41		-	△ 210	
広告・販促費増減	-	16		-	36	
その他経費増減等	-	△ 9		-	△ 41	
事業利益	148	49	49.2%	860	68	8.6%

※「その他経費増減等」には、「その他・事業内消去」を含む

<第1四半期実績:主な増減益要因の内訳>

売上増減影響等: +78 (ビール類数量増減 +74、その他売上増減 +21、構成差異等)

変動費コストダウン: +5 (原材料+4、運搬費 +1 他)

変動費コストアップ: △41 (原材料 △27、ユーティリティ △4、運搬費 △3 他)

広告・販促費増減: +16 (広告費 +32、販促費 △16) (ビール類 +15、その他 +1)

<2023年予想:主な増減益要因の内訳>

売上増減影響等: +265 (ビール類数量増減 +242、その他売上増減 +34、構成差異等)

変動費コストダウン: +18 (原材料 +6、運搬費 +2 他)

変動費コストアップ: △210 (原材料 △177、ユーティリティ △8、運搬費 △18 他)

広告販促費増減: +36 (広告費 +43、販促費 △7) (ビール類 +19、その他 +17)

<主な増減要因>

- 変動費やその他経費のコストアップはあるが、価格改定効果を含む増収効果や広告・販促費の効率化などにより、前年比+49.2%
- 変動費コストアップの抑制に加え、広告・販促費やその他経費の効率化などにより、トータルでは計画を上回る進捗

日本（飲料：販売数量）

（万箱）	第1四半期	増減	前年比(%)	2023年 予想	増減	前年比(%)
炭酸飲料	1,682	46	2.8%	8,770	521	6.3%
乳性飲料	837	△ 25	△ 2.9%	4,410	△ 38	△ 0.9%
コーヒー飲料	743	△ 29	△ 3.8%	3,170	△ 107	△ 3.3%
お茶飲料	777	6	0.8%	4,600	683	17.4%
ミネラルウォーター	378	45	13.5%	1,750	56	3.3%
果実飲料	343	36	11.7%	1,420	△ 168	△ 10.6%
その他飲料	540	48	9.7%	2,600	△ 27	△ 1.0%
販売数量	5,300	127	2.4%	26,720	920	3.6%

（億円）	第1四半期	増減	前年比(%)	2023年 予想	増減	前年比(%)
売上収益	761	28	3.8%	3,906	233	6.3%

※2023年第1四半期実績には、ダイドー社との業務提携影響（販売数量：影響無し、売上収益：▲45億円程度）を含む。

※2023年年間予想には、ダイドー社との業務提携影響（販売数量：影響無し、売上収益：▲170億円程度）を含む。

（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1四半期	※数量ベース	第1四半期	※数量ベース	第1四半期	2023年予想
自動販売機	+6.9%	缶	+1.1%	合計	△1%程度	±0%程度
CVS	+9.0%	PET合計	+1.4%			
SM	△8.7%	PET大型	△8.2%			
		PET小型	+5.7%			

<販売数量>

- 乳性飲料やコーヒー飲料は減少したが、炭酸飲料とミネラルウォーター、果実飲料などがリニューアルや新商品効果などにより増加し、前年比+2.4%
- 乳性飲料やコーヒー飲料は計画を下回ったが、ミネラルウォーターやその他飲料が上回り、トータルでは計画ラインの進捗

<売上収益>

- 売上収益は、販売数量の増加に加え、価格改定効果などにより、前年比+3.8%
- 売上単価が想定より改善し、計画を若干上回る進捗

日本（飲料:利益増減明細）

(億円)	第1四半期	増減	前年比(%)	2023年 予想	増減	前年比(%)
売上増減影響等	-	20		-	148	
変動費コストダウン	-	4		-	13	
変動費コストアップ	-	△ 45		-	△ 229	
広告・販促費増減	-	2		-	△ 23	
その他経費増減等	-	29		-	70	
事業利益	34	10	40.3%	280	△ 21	△ 7.0%

※2023年実績及び計画には、「売上増減影響等」「その他経費増減等」にガイドー社との業務提携影響を含む。

<第1四半期実績:主な増減益要因の内訳>

- 売上増減影響等: +20 (数量増減 +19、構成差異等)
- 変動費コストダウン: +4 (原材料 +1、資材 +3、操業度向上・内製化 ±0 他)
- 変動費コストアップ: △45 (原材料 △18、資材 △20 他)
- 広告・販促費増減: +2 (広告費 +2、販促費 ±0)

<2023年予想:主な増減益要因の内訳>

- 売上増減影響等: +148 (数量増減 +142、構成差異等)
- 変動費コストダウン: +13 (原材料 +3、資材 +10、操業度向上・内製化 ±0 他)
- 変動費コストアップ: △229 (原材料 △108、資材 △95 他)
- 広告販促費増減: △23 (広告費 △22、販促費 △1)

<主な増減要因>

- 変動費コストアップはあるが、価格改定効果を含む増収効果やその他経費の効率化などにより、前年比+40.3%
- 想定を上回る単価改善効果に加えて、固定費全般の抑制などにより、トータルでは計画を若干上回る進捗

(百万ユーロ/Kh)	第1四半期	増減 *1	前年比(%) *1	2023年 予想	増減 *1	前年比(%) *1
売上収益	833	81	10.6%	4,693	665	16.0%
事業利益	32	14	98.1%	532	5	0.8%
販売数量	7,757	△ 272	△ 3.4%	41,392	△ 813	△ 1.9%
酒税抜き売上収益	687	81	13.4%	3,831	565	16.8%

※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)	第1四半期		
	業務用	家庭用	全体
販売数量	+ 10%台前半	△ 1桁台後半	△ 3.4%

<販売数量>

- チェコなどは増加したが、年初の価格改定に伴う前期末の仮需反動があったポーランドや一部市場の減少影響などにより、前年比△3.4%

<売上収益>

- 価格改定効果やプレミアム化の継続による大幅な単価向上により、前年比+10.6%
- 販売数量・単価向上ともに、計画ラインの進捗

<事業利益>

- 原材料費や人件費などのコストアップはあるが、単価向上を含む増収効果などにより、前年比+98.1%
- 一部想定外の費用も発生したが、コスト効率化などにより、計画ラインの進捗

(百万豪ドル)	第1四半期	増減	前年比(%)	2023年 予想	増減	前年比(%)
売上収益	1,663	142	9.3%	6,905	509	8.0%
事業利益	248	△ 7	△ 2.8%	1,196	20	1.7%
酒税抜き売上収益 ※1	1,144	94	8.9%	4,673	248	5.6%
(酒類) ※1	800	66	9.0%	3,261	199	6.5%
(飲料) ※1	344	27	8.7%	1,412	49	3.6%

※現地通貨の換算に伴う為替影響を除く

*1 コンテナデポジット(保証金)を除く。豪州とNZの合算値

<チャネル別 (販売数量)> ※豪州酒類

第1四半期

(前年比)	業務用	家庭用	全体
販売数量	+20-30%	微増	+3%程度

<売上収益>

- 主力ブランドを中心とした酒類の販売数量増加に加え、価格改定効果や業務用の回復による単価向上などにより、前年比+9.3%
- 業務用を中心とした数量の堅調な回復などにより、計画ラインの進捗

<事業利益>

- 価格改定効果やミックス改善を伴う増収効果に加え、コスト効率化に取り組んだが、変動費のコストアップなどにより、前年比▲2.8%
- 各種コストが想定通りに推移し、トータルでは計画ラインの進捗

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	2,738	2,584	154	6.0%	-	154	6.0%
欧州	1,184	990	194	19.6%	89	105	10.6%
オセアニア	1,507	1,282	224	17.5%	105	120	9.3%
東南アジア	134	115	19	16.6%	11	8	6.9%
その他	26	15	11	69.3%	1	10	65.2%
調整額(全社・消去)	△ 25	△ 18	△ 8	-	△ 1	△ 7	-
売上収益	5,563	4,969	595	12.0%	205	390	7.9%
日本	177	119	58	48.7%	-	58	48.7%
欧州	45	19	26	133.6%	7	19	98.1%
オセアニア	224	215	10	4.6%	16	△ 6	△ 2.8%
東南アジア	2	0	2	732.5%	0	1	643.0%
その他事業	2	2	△ 0	△ 9.9%	0	△ 0	△ 18.0%
調整額(全社・消去)	△ 41	△ 29	△ 12	-	0	△ 12	-
無形資産償却費	△ 86	△ 79	△ 6	-	△ 7	0	-
事業利益	323	247	77	31.0%	16	60	24.3%

<主要通貨為替レート推移>

(円)	2023年 第1四半期	2022年 第1四半期
ユーロ	142.2	130.4
豪ドル	90.6	84.2

※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

為替影響（2023年予想）

(億円)	2023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	13,510	13,017	493	3.8%	-	493	3.8%
欧州	6,570	5,739	831	14.5%	△ 87	919	16.0%
オセアニア	6,284	5,832	452	7.8%	△ 12	464	8.0%
東南アジア	547	517	30	5.8%	2	28	5.4%
その他	99	88	12	13.2%	△ 1	12	14.1%
調整額(全社・消去)	△ 110	△ 81	△ 29	-	△ 0	△ 29	-
売上収益	26,900	25,111	1,789	7.1%	△ 98	1,887	7.5%
日本	1,120	1,089	31	2.8%	-	31	2.8%
欧州	744	760	△ 16	△ 2.1%	△ 22	6	0.8%
オセアニア	1,088	1,071	17	1.6%	△ 2	19	1.7%
東南アジア	12	6	6	104.3%	0	6	103.4%
その他事業	11	14	△ 3	△ 23.9%	△ 0	△ 3	△ 23.6%
調整額(全社・消去)	△ 193	△ 166	△ 27	-	0	△ 27	-
無形資産償却費	△ 332	△ 336	4	-	4	0	-
事業利益	2,450	2,438	12	0.5%	△ 20	32	1.3%

<主要通貨為替レート推移>

(円)	2023年 予想	2022年 実績
ユーロ	140.0	138.1
豪ドル	91.0	91.1

<2023年主要通貨為替感応度>

(億円)	売上収益	事業利益
ユーロ	±47	±5
豪ドル	±69	±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



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。