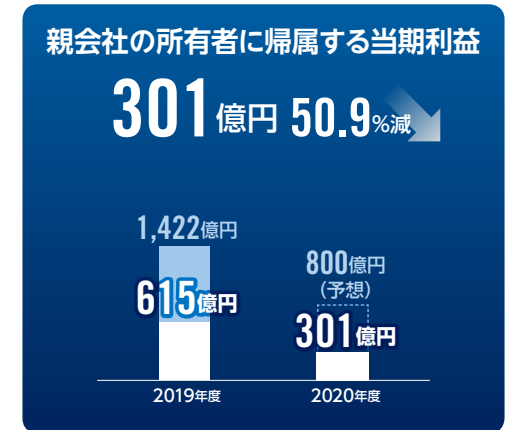
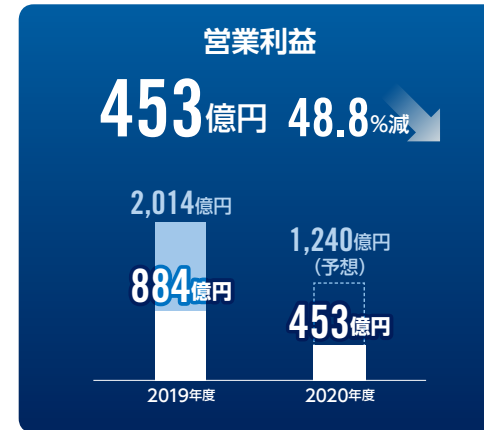
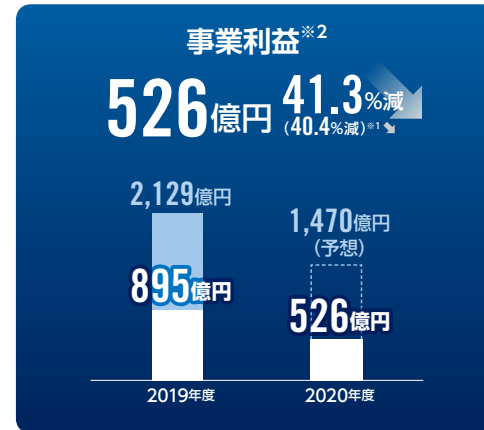
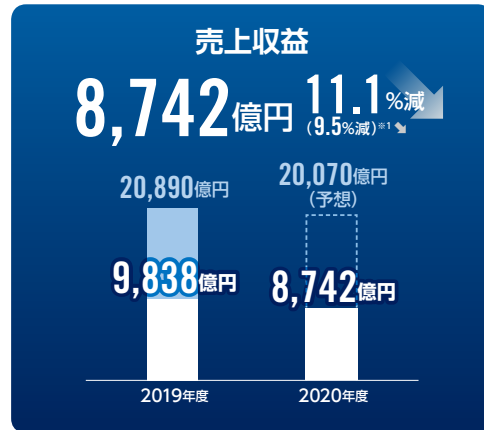




決算に関する詳細情報は当社ホームページでご確認いただけます。

アサヒグループHD 検索

## 当第2四半期決算サマリー



### 当第2四半期の総括

- 新型コロナウイルス感染拡大の影響により、上半期は11%の減収、41%の減益
- 豪州ビール事業取得によるグローバルな成長基盤の拡大

### 今後の方針

- 新型コロナウイルス影響の継続やCUB連結を踏まえ、年間4%の減収、31%の減益予想
- “ニュー・ノーマル”での回復力、柔軟性、強靱性、サステナビリティを重視した経営の実践

※1 為替一定：2020年の外貨金額を、2019年同期の為替レートで円換算

※2 事業利益とは、売上収益から売上原価並びに販売費及び一般管理費を控除した恒常的な事業の業績を測る利益指標

## ニュース&トピックス

- 1月** ● CDP<sup>※1</sup>が実施する気候変動の調査において最高評価となる「気候変動Aリスト」企業に認定
- IARD<sup>※2</sup>(責任ある飲酒国際同盟)が共同声明を発表～アサヒグループでは共同声明に基づき、未成年者飲酒防止についての活動を推進～
- 2月** ● CDP<sup>※1</sup>が実施する気候変動の調査において最高評価となる「水資源管理Aリスト」企業に認定
- ESG投資の代表的指数「FTSE4Good Index Series」とGPIF採用のESG指数「FTSE Blossom Japan Index」の構成銘柄に選定

- 3月** ● 令和元年度「健康経営銘柄2020」に選定  
当社は平成26年度、平成27年度に続き3回目の選定
- 最新トレンドを反映し優れたパッケージデザインを生成する「AIクリエイターシステム」を共同開発 [P7 ご参照](#)
  - 女性活躍推進企業として「なでしこ銘柄」に選定
  - 「ビール醸造工程における酵母スラリー<sup>※3</sup>攪拌システムの開発」が「令和元年度 化学工学会技術賞」を受賞
  - 「森のタンブラー」が世界的デザイン賞「iFデザインアワード2020」<sup>※4</sup>を受賞 [P7 ご参照](#)
- 4月** ● バイオテクノロジーで持続可能な社会の実現を目指してアサヒバイオサイクル株式会社 新体制で事業開始

- アサヒバイオサイクル株式会社が開発した「ビール酵母細胞壁由来の農業資材(肥料)」が、第47回「環境大臣賞」を受賞
- 5月** ● 自宅で体験できる「アサヒスーパードライVR工場見学」を特設WEBサイトで無料公開
- 6月** ● 「アサヒスーパードライ」イタリア・ローマ工場での現地生産開始 [P8 ご参照](#)
- 持続可能な水資源利用100%(ウォーターニュートラル)を実現する一環として、社有林「アサヒの森」を管理する「アサヒの森環境保全事務所」の森林管理面積を拡大 [P8 ご参照](#)
  - 豪州ビール・サイダー事業(CUB事業)の取得手続き完了

※1 CDP：機関投資家を代表し、環境影響を管理するための情報開示システムを運営する国際的な非営利団体 ※2 IARD：責任ある飲酒を促進する国際同盟 ※3 スラリーとは、液体中に固体の粒子が混在しており、多くは粘性の強い状態のものを指します。酵母スラリーには、ビールと多くの酵母が含まれており、粘性の高い状態になっています。 ※4 「iFデザインアワード」は、ドイツ・ハノーバーに本拠地をおく国際ナショナルフォーラムデザインが主催するデザイン賞で、優れたデザインの証として世界で最も認知されているデザインアワードです。

## 酒類事業



売上収益  
**3,450億円**

(前年同期比 -658億円)

16.0%減

事業利益  
**327億円**

(前年同期比 -99億円)

23.4%減

売上収益は、RTD\*の売上は前年実績を上回りましたが、新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、飲食店におけるビールの売上が大幅に減少したことなどにより、減収となりました。

※「Ready to Drink」の略。購入後、そのまま飲用可能な缶チューハイなどを指します。

事業利益は、製造原価の低減や収益構造改革などに取り組みましたが、売上収益の減少により、減益となりました。

## 飲料事業



売上収益  
**1,665億円**

(前年同期比 -151億円)

8.4%減

事業利益  
**99億円**

(前年同期比 -70億円)

41.5%減

売上収益は、炭酸飲料の販売数量が前年実績を上回りましたが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う自動販売機の売上低下などから他の主力ブランドが減少したことにより、減収となりました。

事業利益は、内製化の促進などによる製造原価の低減を図りましたが、減収影響や自動販売機の売上低下に伴う構成差異の悪化などにより、減益となりました。

## 食品事業



売上収益  
**598億円**

(前年同期比 -26億円)

4.1%減

事業利益  
**54億円**

(前年同期比 -5億円)

8.9%減

売上収益は、栄養サポート食品やフリーズドライみそ汁等の売上が前年実績を上回りましたが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴いオフィス需要が低下した『ミンティア』の売上が減少したことなどにより、減収となりました。

事業利益は、固定費全般の効率化に取り組みましたが、売上収益が減少したことなどにより、減益となりました。

## 国際事業



売上収益  
**3,036億円**

(前年同期比 -276億円)

8.3%減

(3.5%減)\*

事業利益  
**260億円**

(前年同期比 -194億円)

43.6%減

(38.8%減)\*

売上収益は、プレミアム化の推進や新たな成長ドライバーの育成に取り組みましたが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う各国の規制による市場縮小の影響などにより、減収となりました。

事業利益は、固定費全般の効率化などに取り組みましたが、減収影響などにより、減益となりました。

※ 為替一定：2020年の外貨金額を、2019年同期の為替レートで円換算