

# At a Glance

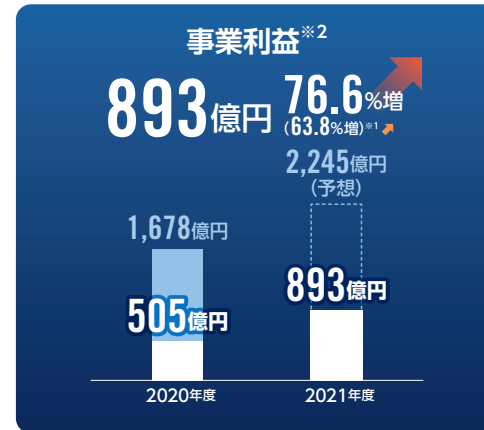
## 当第2四半期決算サマリー

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 四半期の 総括

- 2020年6月に取得手続きが完了した豪州のビール・サイダー事業の新規連結効果などにより、上期は18.2%の増収、76.6%の増益
- 国際事業と飲料事業の上振れやコスト全般の効率化

### 今後の方針

- 各地域における高付加価値カテゴリーやブランドの強化・育成などにより、年間12.2%の増収、33.8%の増益予想
- 各地域内の統合シナジーだけでなく、グローバル5ブランドの世界的な浸透など、グローバルレベルでのシナジー創出を拡大

※1 為替一定：2021年の外貨金額を、2020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 2021

- 1月 ▶ 寒波に伴う暖房利用の増加による電力不足に協力 ～アサヒビール茨城工場、アサヒ飲料群馬工場、アサヒグループ食品栃木さくら工場で自家発電設備出力増加～
- 2月 ▶ 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
  - ▶ 2030年CO<sub>2</sub>排出量削減目標を上方修正、SBTイニシアチブ<sup>※1</sup>による「1.5°C目標」認定を取得 **P8** 参照
  - ▶ CDPが実施する「サプライヤー・エンゲージメント評価」において最高評価となる「リーダー・ボード」企業に認定
  - ▶ ノンアルコールビールブランド“Peroni Libera 0.0%”Aston Martin Cognizant FORMULA ONE™ TEAMとのグローバルパートナーシップを締結 **P7** 参照
- 3月 ▶ 令和2年度「健康経営銘柄2021」に選定 ～当社は平成26年度、平成27年度、令和元年度に続き4回目の選定～
  - ▶ 「日本気候リーダーズ・パートナーシップ」に加盟 ～「アサヒカーボンゼロ」<sup>※2</sup>の達成に向け、加盟各社と共に持続可能な脱炭素社会の実現を目指します～

- ▶ 「アサヒの森」が、文化庁が推進する「ふるさと文化財の森」に認定
- ▶ アサヒグループの関東・関西地区の19工場で購入する電力を再生可能エネルギーに切り替え **P8** 参照
- 4月 ▶ 「スーパードライ」ブランド初の常設施設「スーパードライ ミュージアム」4月20日 オープン **P7** 参照
  - ▶ 「ラグビーワールドカップ2023フランス大会」の「ワールドワイド・パートナー」に決定
- 6月 ▶ 7年連続で「デジタルトランスフォーメーション銘柄 (DX銘柄<sup>※3</sup>)」に選定!
  - ▶ 水源地保全活動の取組み拡大 アサヒ飲料富士山工場が、静岡県と富士山クラブと「しずおか未来の森サポーター協定」を締結 (6月より水源地保全活動「森づくり活動」を始動!)

※1 CDP、国連グローバルコンパクト、WRI(世界資源研究所)、WWF(世界自然保護基金)が共同で設立。企業のCO<sub>2</sub>排出量削減目標が科学的な根拠と整合したものであることを認定する国際的なイニシアチブ。

※2 アサヒグループのCO<sub>2</sub>排出量削減の中長期目標で、2050年にScope1,2及びScope3にてCO<sub>2</sub>排出量ゼロを目指す取組み。2030年目標は、従来はScope1,2及びScope3にて(2015年比)30%削減していましたが、2021年2月にScope1,2にて(2019年比)50%削減とする目標に上方修正しました。

※3 企業価値向上につながるDXを推進するための仕組みを社内に構築し、優れたデジタル活用の実績を表出している企業を、経済産業省と東京証券取引所が共同で選定するものです。

## 酒類事業



売上収益  
**3,165億円**  
(前年同期比 -240億円)

7.1%減

事業利益  
**267億円**  
(前年同期比 -70億円)

20.9%減

売上収益は、上半期は、ワイン・焼酎を除いた各カテゴリーの業務用の減少などにより計画未達となり、減収となりました。

事業利益は、コスト全般の効率化を推進しましたが、想定以上の売上減少による影響をカバーできず、減益となりました。

## 飲料事業



売上収益  
**1,737億円**  
(前年同期比 +71億円)

4.3%増

事業利益  
**163億円**  
(前年同期比 +64億円)

65.3%増

売上収益は、競争環境の変化に伴いスーパーマーケットでの売上が減少しましたが、コーヒー飲料および炭酸飲料の販売数量が前年実績を上回ったことなどにより、増収となりました。

事業利益は、主にカテゴリー・容器ミックスの改善を伴う売上増の効果や内製化比率の向上などにより、増益となりました。

## 食品事業



売上収益  
**608億円**  
(前年同期比 +9億円)

1.6%増

事業利益  
**57億円**  
(前年同期比 +3億円)

6.6%増

売上収益は、『ミンティア』は減少しましたが、『1本満足バー』や『ディアナチュラ』などの売上が拡大したことで、増収となりました。

事業利益は、増収効果に加えて、販促費の効率化などにより、増益となりました。

## 国際事業



売上収益  
**4,777億円**  
(前年同期比 +1,740億円)

57.3%増

(40.0%増)\*

事業利益  
**681億円**  
(前年同期比 +434億円)

176.0%増

(143.9%増)\*

売上収益は、欧州事業を中心に新型コロナウイルスの感染拡大に伴う各国の規制などによる市場縮小の影響などがあったものの、CUB事業の新規連結効果などにより、増収となりました。

事業利益は、欧州事業は前年並となりましたが、CUB事業の新規連結効果を含むオセアニア事業が好調に推移したことなどにより、増益となりました。

\* 為替一定：2021年の外貨金額を、2020年同期の為替レートで円換算