

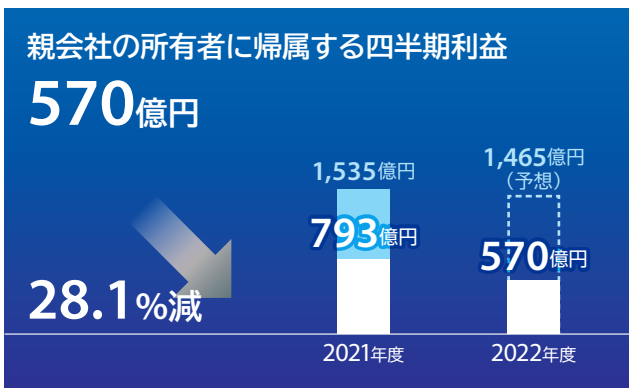
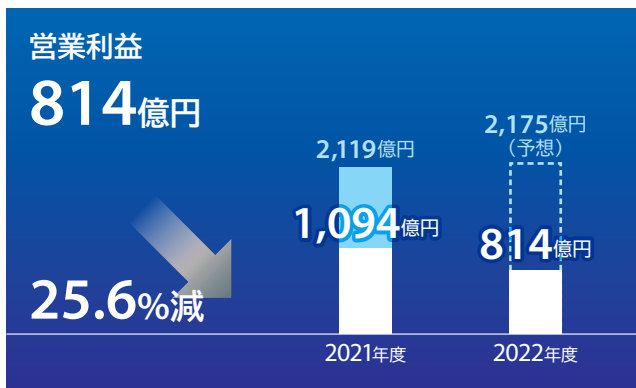
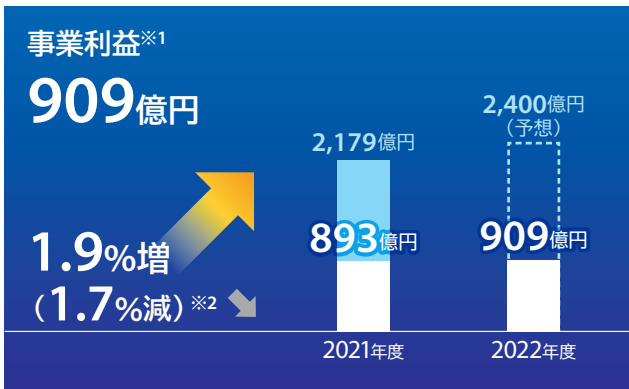
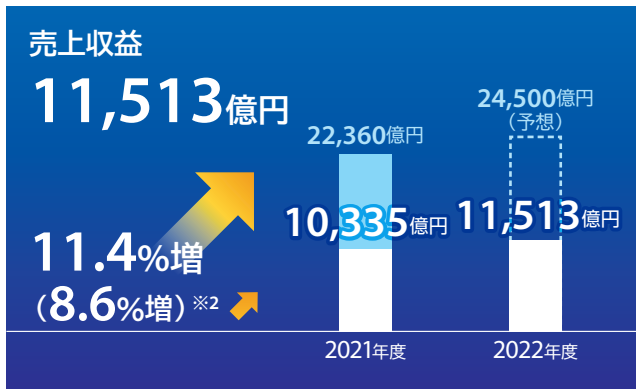
At a Glance



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

売上収益は日本や欧州におけるビール需要の回復などにより前年同期比11.4%の増収、事業利益は各事業の原材料関連の費用が増加した影響などを受け前年同期比1.9%の増益

今後の方針

売上収益は各地域の上半期の進捗を踏まえ前年比9.6%の増収を予想。事業利益は単価改善やコスト効率化を更に推進することなどにより、前年比10.1%の増益を予想

※1 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当社独自の利益指標です
 ※2 2022年の外貨金額を、2021年の為替レートで円換算して比較しています

日本



売上収益

5,998億円

(前年同期比 +440億円)

7.9%増

事業利益

428億円

(前年同期比 +1億円)

0.1%増

上半期の総括

- 酒類** 計画を上回る家庭用ビールの売上拡大や新市場創造により回復傾向に転じ増収
- 飲料** 主力ブランドへの投資強化やニーズ変化を先取りした新価値提案により販売数量を拡大
- 食品** 新価値提案の強化や在庫水準の適正化などのコスト効率化により事業構造を強化

欧州※



売上収益

2,652億円

(前年同期比 +492億円)

22.8%増

事業利益

288億円

(前年同期比 +27億円)

10.5%増

上半期の総括

- 業務用ビールの売上回復を含めた各種ミックスの改善や価格転嫁などにより、単価向上を実現
- 想定を上回るコモディティやエネルギーなどの市況高騰への対応が課題

オセアニア※



売上収益

2,611億円

(前年同期比 +225億円)

9.4%増

事業利益

417億円

(前年同期比 +16億円)

4.0%増

上半期の総括

- 『Great Northern』の販売好調やマルチビバレッジ戦略の推進などにより成長基盤を強化
- 想定以上のコストアップへの対応を含めた、更なる収益基盤の強化が課題

東南アジア



売上収益

251億円

(前年同期比 +26億円)

11.6%増

事業利益

△2億円

(前年同期比 -6億円)

上半期の総括

- マレーシアにおける自社ブランドの拡大展開などにより、ミックス改善を伴う増収を果たす
- 高付加価値ブランドを核としたポートフォリオの拡充や物流の最適化など、収益構造の強化が課題

※ オセアニアの輸出事業の一部を欧州へ移管