

アサヒグループホールディングス株式会社  
2024年12月期第3四半期 決算説明会 説明概要②

日時：2024年11月14日(木)17:00~18:00

当社登壇者：取締役 EVP 兼 Group Chief Financial Officer 崎田 薫

◆決算ハイライト（売上収益・事業利益） (P3)

- 第3四半期累計の売上収益は、各リージョンにおける価格改定効果やプレミアム化に伴う単価向上により、欧州・オセアニアなどで増収となり、トータルでは前年比2.2%増収の2兆1,680億円となりました。
- 事業利益につきましては、オセアニアが主にビールの数量減や変動費のコストアップなどにより減益となりましたが、主に日本や欧州がミックス改善などにより増益となり、トータルでは前年比2.3%増益の2,142億円となりました。
- 四半期毎の業績予想は開示しておりませんが、先程勝木からも説明がありましたように、事業利益では、オセアニアが想定を下回りましたが、日本と欧州、その他の事業が上回ったことにより、トータルでは計画を若干上回る進捗となっております。
- 尚、為替影響を加味したベースでは、売上収益は前年比7.2%の増収、事業利益は前年比7.3%の増益となりました。各事業の為替影響額などについては、8と9ページに掲載しておりますので、後程ご確認頂ければと思います。

◆営業利益・四半期利益 (P4)

- 営業利益につきましては、主にアサヒグループジャパンの人事制度改革や、海外リージョンにおける生産体制の見直しにより事業統合関連費用などが増加しましたが、事業利益の増益により、前年比+2.2%増益の1,935億円となりました。
- 「親会社の所有者に帰属する四半期利益」につきましては、営業利益の増益に加えて、為替変動リスクを抑えるための通貨スワップ取引など、その他の損益の改善により、前年比4.7%増益の1,393億円となり、それぞれ計画を上回る進捗となっております。

◆日本 (P5)

- 売上収益については、各事業において価格改定効果はありましたが、酒類での新ジャンルの減少や、「その他」に含まれる外食事業の売却影響などにより、トータルでは前年比0.4%の減収となりました。

- 計画に対しては、ビール類の販売数量が想定を下回った酒類は若干未達となりましたが、3事業トータルではほぼ計画並みの進捗となっています。
- 事業利益については、変動費に加えて、酒類における広告販促費など、固定費は増加しましたが、各事業における価格改定効果を含むミックス改善により、トータルでは前年比1.5%の増益となりました。
- 計画に対しては、ミックス改善や事業での固定費の効率化が想定を上回り、酒類・飲料・食品の各事業が計画を上回る進捗となっております。
- 酒類では、ビール類の販売が計画を下回る状況が続いておりますが、引き続きビールのブランド強化や、RTD・ノンアルコール飲料の拡大に加えて、コストコントロールを強化することで、年間計画の超過達成を目指していく方針です。
- また、先日発表しました、2025年4月からの酒類の価格改定やミックス改善などにより、今後も安定的な利益成長を目指していく方針です。

#### ◆欧州 (P6)

- 売上収益については、一部の国ではインフレに伴うマイナス影響が継続しておりますが、全体としては需要が安定してきていることに加えて、プレミアム化による単価向上やOctopiの連結効果により、トータルでは前年比5.3%の増収となりました。
- 計画に対しては、消費の低迷からUKなどが想定を下回りましたが、好天効果のあったチェコやルーマニアなどが堅調に推移し、トータルではほぼ計画並みの進捗となっています。
- 事業利益については、人件費の高騰に伴う固定費等のコストは増加しましたが、ミックス改善や変動費のコストダウンなどにより、前年比12.5%の増益となりました。
- 計画に対しては、増収効果はほぼ想定通りとなる一方、変動費の抑制に加えて、一部固定費の発生タイミングが第4四半期に期ズレしたことなどもあり、トータルでは計画を上回る進捗となりました。
- 第4四半期は、前年のポーランドでの仮需の反動減や、期ズレとなった一部固定費の増加なども見込まれますが、第3四半期までの進捗も踏まえ、確実に年間計画の達成を目指していきます。

- 来期以降は、需要やコスト環境が安定化してくる中、引き続き、プレミアムカテゴリーを軸とした単価改善が利益成長のドライバーとなります。今後も、グローバルブランドやノンアルコールビールの拡大に向けたブランド投資も継続し、持続的な利益成長を実現していく方針です。

#### ◆オセアニア (P7)

- 売上収益については、市場環境の悪化などによりビールの販売数量は減少しましたが、価格改定効果や飲料の販売数量の増加に加えて、引き続き RTD が好調に推移したことなどにより、前年比 2.7%の増収となりました。
- 計画に対しては、飲料は想定ラインで推移しましたが、景況感や競争環境悪化の継続などにより、酒類が想定を下回り、トータルでも計画を下回る進捗となりました。
- 事業利益については、価格改定効果に伴いミックスは改善しましたが、ビールの販売数量の減少や変動費のコストアップなどにより、前年比 13.3%の減益となりました。
- 計画に対しては、変動費のコストアップは想定ラインですが、収益性の高いビールの販売数量やミックス改善効果が想定を下回ったことなどにより、計画を下回る進捗となりました。
- 年間計画については、先程勝木からもありましたように、足元でも厳しい市場環境が継続しており、未達リスクは高まっておりますが、引き続き、トップラインの回復に向けた各種施策やコスト効率化などに取り組んでまいります。
- ビールカテゴリーにおいては、消費回復の見通しも不透明な状況ではありますが、エクステンション商品や RTD の積極的な展開などに加えて、SCM の強化など構造改革を更に推進することで、来期以降の業績回復につなげてまいります。