

アサヒグループホールディングス株式会社
2025年12月期 第1四半期 決算説明会 説明概要①

日時：2025年5月12日(月)18:00~19:00

当社登壇者：取締役 兼 代表執行役社長 Group Chief Executive Officer 勝木 敦志

◆エグゼクティブ・サマリー (P1)

- 第1四半期決算としては、マクロ環境面で不確実性が増す事業環境となりましたが、グループトータルでは、為替一定ベースで2.6%の増収、事業利益では4.8%の増益となりました。
- 厳しい事業環境が続くオセアニアは、イースターが昨年より後ずれしたことによる数量減もありましたが、減益幅は想定より縮小しております。また、日本が価格改定前の需要増などにより大幅な増益となり、トータルでも計画を上回る増益となりました。
- 今後も、各地域におけるブランドや人的資本の強化など成長投資を継続する一方で、日本やオセアニアなどにおいて、需要の変動リスクに備える必要があります。
- 引き続き、そうしたリスクも見極めながら、年初の事業利益計画を下限として更なる上乗せを目指すとともに、2月に更新した「主要指標のガイドラインや財務方針」に基づきまして、資本コストや株価を意識した経営を推進していく方針です。

◆売上単価向上とグローバルブランドの状況 (P2)

- 次の2ページには、プレミアム戦略の進捗として、各リージョンのビール類とビールテイスト清涼飲料における売上単価に加えて、グローバルブランドや、Beer Adjacent Categories (BAC) の実績を記載しています。
- 第1四半期の売上単価は、オセアニアはモメンタム回復に向けたプロモーション強化などにより単価が低下しましたが、欧州を中心に着実な単価向上が継続しております。
- また、下段に記載していますグローバルブランドの販売数量はトータルでは3%の増加となりましたが、主に『スーパードライ』が様々なスポンサーシップ効果などにより14%増となり、引き続き成長を牽引しております。
- 加えて、各地域で強化を図っているBACにおいても、特に日本が牽引したことにより、

トータルで12%の成長を達成することができました。

- なお、現時点では年間計画を据え置いております。第2四半期以降の各地域の需要動向などを見極めながら、必要に応じて中間決算の段階で計画の見直しを図る方針です。
- また、そうした業績の進捗も踏まえ、株主還元の充実化を含む最適なキャピタルアロケーションを検討し、株価や資本コストを意識した経営を実践していくことにより、持続的な企業価値向上に努めてまいります。

以上