

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②

日時：2025年5月12日(月)18:00~19:00

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

◆決算ハイライト(売上収益・事業利益) (P3)

- 第1四半期累計の売上収益(為替一定)は、販売数量が減少した欧州やオセアニアは減収となりましたが、価格改定前の仮需要が発生した酒類を中心として、日本が増収となり、トータルでは前年比2.6%増収の6,304億円となりました。
- 事業利益(為替一定)につきましては、オセアニアが、イースター商戦の期ズレによる数量減などにより減益となりましたが、日本は酒類が大幅な増益となり、トータルでは前年比4.8%増益の377億円となりました。
- なお、2024年本決算時に、一部グループ運営費の計上方法の見直しを行いました。2024年第1四半期実績についても、各地域の事業利益の前年比はApple to Appleで比較できるように見直しておりますので、併せてご確認下さい。
- 四半期毎の業績予想は開示しておりませんが、事業利益において社内計画に対しては、欧州は計画ラインの一方、想定以上の仮需要などにより上振れた日本と、コスト効率化を進めたオセアニアが上回ったことにより、トータルでは計画を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2.2%の増収、事業利益は前年比3.8%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、事業利益からの調整項目がほぼ前年並みとなる中、事業利益の増益により、前年比+4.3%増益の339億円となりました。
- 「親会社の所有者に帰属する四半期利益」につきましては、金利上昇による金融費用の増加や、法人所得税費用の増加などにより、前年比9.7%減益の215億円となりました。
- 営業利益、「親会社の所有者に帰属する四半期利益」は、どちらも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、酒類での価格改定前の仮需要の発生や RTD、アルコールテイスト清涼飲料の成長に加えて、飲料の価格改定効果などにより、トータルでは前年比+7.7%の増収となりました。
- 計画に対しては、飲料と食品は想定を若干下回りましたが、酒類が想定を上回る仮需要の発生も含めて好調に推移し、トータルでは計画を上回る進捗となっています。
- 事業利益については、変動費や、広告販促費を含む固定費は増加しましたが、酒類の数量増効果や各事業のミックス改善などにより、トータルでは前年比 38.8%の増益となりました。
- 計画に対しては、主に飲料のリサイクルペット比率向上などにより変動費コストアップが想定を上回りましたが、売上収益の上振れや、広告販促費の投資時期の変更などにより、計画を上回る進捗となっております。
- 物価上昇による消費減退や、ビールでの競争激化などのリスクはありますが、引き続き主力ブランドの価値向上を目指すとともに、4月に発売した『アサヒ ザ・ビタリスト』の市場浸透を図るなど、最盛期に向けてマーケティングを強化していく方針です。

#### ◆欧州 (P6)

- 売上収益については、チェコやルーマニアは堅調に推移しましたが、ポーランドの需要低迷が継続したことや、イタリアがイースターの時期ズレなどの影響を受け減少したことにより、前年比 1.0%の減収となりました。
- 計画に対しては、プレミアム化により単価向上は継続しましたが、販売数量の想定を下回る減少により、トータルでは計画を下回る進捗となりました。
- 事業利益については、数量減の影響に加え、固定費等はコストアップとなりましたが、ミックスの改善に加え、原材料など変動費のコストダウンにより、前年比 14.8%の増益となりました。
- 計画に対しては、販売数量が想定を下回るなか、変動費、固定費のコスト効率化を推進したことで、トータルでは計画ラインの進捗となりました。
- 消費動向としては、ポーランドなど一部の国において需要の弱含みが続いておりますが、

欧州全体ではプレミアム価格帯の数量は堅調に推移し、なかでも、ビールテイスト清涼飲料は前年比7%と好調を維持しています。

- これから迎える最盛期に向けて、主要展開国におけるプレミアムブランドを中心とした効果的なマーケティングを展開するとともに、Octopiでの製造を開始した『Asahi Super Dry』などグローバルブランドの拡大をさらに強化していく方針です。

#### ◆オセアニア (P7)

- 売上収益については、市場の低迷が続いたことに加えて、昨年は3月だったイースターが本年は4月となったことにより、前年比2.1%の減収となりました。
- 計画に対しては、飲料は3月にクイーンランド州で発生したサイクロンの影響などもあり想定を下回りましたが、酒類はコンテンポラリー・ビールなどを中心に堅調に推移したことなどにより、トータルでは計画ラインの進捗となりました。
- 事業利益については、生産効率の改善などにより変動費はコストダウンとなりましたが、数量減少の影響に加え、人件費を中心とした固定費等のコストアップにより、前年比16.3%の減益となりました。
- 計画に対しては、トップラインが想定通り推移したことに加え、変動費の効率化を推進したことや広告販促費の投入時期を見直したことなどにより、トータルでは計画を上回る進捗となりました。
- オセアニア市場全体は未だ消費の低迷が続くリスクが残っておりますが、徐々に回復の兆しも見られてきております。4月は速報値ベースですが、イースター効果もあり当社における豪州酒類の数量は前年比10%強のプラスを見込んでおり、1-4月累計でも前年並みになるなど、需要は持ち直しつつあると見ております。
- 今後も、主力の『Great Northern』や『Carlton Dry』のマーケティング強化などにより段階的に需要の回復を図っていくとともに、サプライチェーンの最適化などを推進していくことで、年間計画の着実な達成を目指していく方針です。

以 上