



ビール大手の「アサヒ」やDX支援の「モンスターラボ」が事業撤退



上場企業による事業撤退が続いている。ビール大手のアサヒグループホールディングス<2502>が日本料理店「なだ万」などを売却し外食事業から撤退するほか、日本をはじめとする世界各国でDX（デジタルトランスフォーメーション＝デジタル技術を活用して、生活を良いものに変革させること）支援事業を展開しているモンスターラボホールディングス<5255>もオランダ（アムステルダム）などの海外拠点から撤退する。

両社ともに業績への貢献が低い事業から手を引き、本業や重点領域に経営資源を集中させるのが狙いだ。

2023年2月に三菱重工業<7011>子会社の三菱航空機（愛知県豊山町）が小型ジェット旅客機の開発から、東芝<6502>子会社の東芝エネルギーシステムズ（川崎市）が住宅用太陽光発電システム事業からそれぞれ撤退すると発表。

さらに2023年上期（1-6月）に、上場企業が子会社や事業を売却した件数（139件）が2年ぶりに増加するなど、撤退や売却が活発化。7月に入ってもこの傾向は続いており、7月1日から8月20日までの同件数は46件に達している。

コロナ禍の影響が薄らぐ中、ポストコロナを踏まえた本業強化の動きはもうしばらく続きそうだ。

なだ万やビール園を売却

報道によるとアサヒビールは、コロナ禍で大きな影響を受けた外食事業が、コロナ禍以前の状態に戻るのには難しいとみて、なだ万（東京都渋谷区）やビール園などを運営するアサヒフードクリエイト（東京都墨田区）を売却する方針を固めたという。

なだ万は1830年創業の老舗料亭で、店舗は国内26店舗、海外5店舗のほか、なだ万厨房ショップが46店舗ある。アサヒビールが2014年に買収した。

ビール園などのアサヒフードクリエイトが運営する店舗は32店舗で、2019年度の売上高は73億4300万円だった。

アサヒビールの2022年12月期の売上高は2兆5111億800万円で、前年度比12.3%増加し、営業利益は2438億1700万円で、11.9%増えた。これに対し2023年12月期は7.1%の増収、4.6%の営業増益にとどまる見込みだ。

上場初年度から足踏み状態に

モンスターラボはアムステルダムのほか、カナダのバンクーバー、中国の成都などの拠点を2023年中に閉鎖する。

業績が大きく悪化していることから立て直しの一環として拠点の再編に取り組んでいるもので、閉鎖だけでなく他の拠点でも売り上げに見合った体制に縮小。この計画に沿って2023年中に約110人（全体の7%）の人員を削減する。

同社は2023年8月14日に2023年12月期の業績予想を下方修正した。それによると、売上高は当初見込みより31億6700万円少ない142億7300万円に、営業損益は14億6800万円の黒字から12億5500万円の赤字に転落する。

日本国内で予算の見直しや開発の内製化などの動きがあったほか、欧米で景気後退懸念からDX投資を削減する動きが広まったことが業績悪化につながった。

同社は2023年3月に上場したばかりで、M&Aなどを活用し2030年12月期に1000億円の売り上げを目指していたが、初年度から足踏み状態を余儀なくされることになった。

関連記事はこちら・相次ぐ「事業撤退」三菱、東芝などの大手も・上場企業による子会社・事業の売却件数は2年ぶりに増加も案件は小型化

文：M&A Online