

2022年3月28日

株主の皆様へ

アサヒグループホールディングス株式会社

第98回定時株主総会 事前アンケート及びライブ配信でのご質問に対するご回答

平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

当社第98回定時株主総会におきまして、事前アンケート及びライブ配信での多数のご意見、ご質問をお寄せいただきありがとうございました。お寄せいただいたご質問のうち、本総会及び本総会の招集ご通知においてご説明・ご回答申し上げたもの以外で、本総会の目的事項に沿った主なご質問について以下の通りご回答申し上げます。

株主の皆様には、今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

Q1. 国内酒類事業における、人口減少やビール離れ等によりシュリンクする市場への対応について

国内酒類市場は、総人口の減少トレンドや少子高齢化のさらなる進展により、飲酒人口の減少や一人当たりの飲酒量の減少が見込まれております。このような環境変化を見据え、これまでの画一・一律的なお酒の楽しみ方から、自由・多様なお酒の楽しみ方を提案し、商品やサービスの開発、環境づくりを推進し、飲み方の選択肢を拡大し、多様性を受容できる社会を実現することで、お酒の新たな市場の創造に取り組んでまいります。

本年は主力ブランド『アサヒスーパードライ』を1987年3月の発売以来初めてフルリニューアルいたしました。中味・パッケージ・コミュニケーションを一新し、アサヒビール社史上最大規模の広告投資や、様々な飲用体験ができる機会を創出し“新スーパードライ”の話題喚起と飲用喚起に取り組んでまいります。

また、様々な人々の状況や場面における“飲み方”の選択肢を拡大し、多様性を受容できる社会を実現するための「スマートドリンク」をさらに推進いたします。「お酒を飲まない／飲めない」約4,000万人に焦点を当て、デジタルを中心としたコミュニケーション活動の設計やデータマーケティングを行う「スマドリ株式会社」を設立し、多様性を尊重し合える環境づくりを推進する商品やサービスの展開、体験の場の創出など様々な取組みを支援してまいります。

Q2. ロシアのウクライナ侵攻による当社の対応及び業績への影響について

アサヒグループは、人と人との有意義なつながりを作り、幸福な時間を創出することが人類にとって不可欠であると信じています。ウクライナで起こった危機において、市民が犠牲となり、多くの人々が不安に苛まれている現実に関心をもち、心を痛めております。私たちは人々の安全と幸福を最優先に考え、その動向を注視するとともに、ウクライナの人々を支援するための人道的な活動に対して、意義ある寄付を行なってまいります。

なお、当社業績への影響に関しては、ウクライナや既に現在停止しているロシア、ベラルーシへの輸出販売などございますが、その影響は限定的であります。また、コスト面では、世界的に原材料やユーティリティ(電気・ガス等)の価格が高騰しておりますが、取引予約契約により更なる価格上昇のリスクを一定程度回避しております。

ただし、今後極端な上昇が続き、業績予想を変更する必要がある場合には、適宜開示してまいります。

Q3. ロシア、ウクライナやミャンマー等のカントリーリスクへの考え方・対応について

アサヒグループは、不確実な経営環境のなかで持続的成長と中長期的企業価値向上を確実なものとするため、「アサヒグループ エンタープライズリスクマネジメント」及び「アサヒグループ リスクアベタイト」を通じて、リスク総量をコントロールするとともに適切なリスクテイクを促進しています(詳細は招集ご通知 p56 をご参照ください)。

カントリーリスクについては、アサヒグループの重大リスクであると認識しております。各事業展開国/地域の該当リスクの調査、情報収集、評価をもとに、これらリスクを早期に認識し、顕在化する前に具体的かつ適切な対処をするよう取り組むことで、その予防・回避に努めるとともに、重大インシデント発生に備えた事業継続計画の策定等を行っております。

中でも地政学的リスクについては、今般のロシアによるウクライナ侵攻により、世界的に大きく変化したと認識しており、今後、最新の地政学的リスクの分析・評価を踏まえ、リスク総量軽減の取組みを進めてまいります。

また、新たに社外取締役役に就任した佐々江賢一郎氏は、世界有数のシンクタンクである公益財団法人日本国際問題研究所の理事長でもあり、国際問題にかかわる情報と知見を有しております。今後同氏からの助言をいただきながらリスク軽減に取り組んでまいります。

Q4. 原材料価格の高騰への対応について

市況上昇に伴う原材料のコストアップは、最終的にグループトータルで 280 億円程度を見込んでおります。また、コロナからの経済回復により、世界的に物流面など様々な側面で混乱が発生しており、エネルギーや物流費を中心に各地域でコストアップとなっております。

結果、原材料のコストアップと合わせると、グループ全体で 400 億円程度のコストアップを見込んでおります。

上記規模のコストアップをコストダウンのみでカバーすることは難しいため、コロナからの販売数量の回復、海外の外出需要回復に伴う収益性改善に加え、値上げなどの単価改善施策を組み合わせながら対応してまいります。また、今後、ウクライナ情勢など市況を見極めつつ、コストアップ影響の軽減に努めてまいります。

以上