

2024年3月27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100回定時株主総会 事前アンケート及びライブ配信でのご意見、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100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意見、ご質問のうち、本総会の目的事項に沿った主なご意見、ご質問につきましては、総会当日に、

- ① 議長による今後の経営方針の報告、
- ② 指名委員長及び報酬委員長による議案の補足説明、
- ③ 事前にいただいたご質問のうち主なもの3問についての担当役員からの回答、
- ④ 会場での質疑応答における担当役員からの回答

でご回答しており、これらを含めた株主総会の模様は、[「株主総会事後配信掲載サイト」](#)よりご視聴いただけますので、ご参照いただきますよう、お願い申し上げます。

なお、上記「③事前にいただいたご質問のうち主なもの3問についての担当役員からの回答」の内容は以下のとおりとなります。

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. 今後の国内酒類事業戦略について

アサヒビール株式会社では、少子高齢化、飲酒人口の減少など、将来の社会構造や外部環境の変化を踏まえ、2020年度にボリュームだけを中心とする経営から脱却し、お客様に提供する価値を追求する長期経営方針“Value経営”を戦略の柱として掲げ、経営変革を加速しております。この戦略の下、“Asahi Group Philosophy”で掲げる「期待を超えるおいしさ、楽しい生活文化の創造」の実現に向けて、既存事業の価値向上と新市場・新価値の創造に取り組めます。

まず、酒税改正で2026年まで減税となり、拡大が見込まれるビールカテゴリーでは、『アサヒスーパードライ』と『アサヒ生ビール』に注力いたします。2022年のフルリニューアル以降好調な『アサヒスーパードライ』は、「生ジョッキ缶」や「ドライクリスタル」に加え、スタイリッシュな缶体を使用したスマート缶やブランドの魅力を体感できるコンセプトショップを銀座に開設し、若年層を中心としたブランド体験の機会創出に取り組めます。

『アサヒ生ビール』は、『アサヒスーパードライ』に次ぐ第2の柱とするため、全国を巡る『出張マルエフ横丁』やサンプリングなどを通じて1,000万人の方にブランド体験機会を創出いたします。お客様により魅力を感じていただける取り組みを通じて、ビールで他社に圧勝すること

を目指してまいります。

また、お酒を飲まない、飲めないお客様に対しては、「スマートドリンク」を提唱し、アルコールテイスト飲料をはじめとした多様なラインアップを強化するとともに、渋谷の『SUMADORI-BAR SHIBUYA』での体験や、吉本興業社とのコラボレーションを通じた情報発信を行い多くのお客様と一緒に楽しめる社会の実現を目指します。

また、当社独自の価値を持ち、価格に左右されることなく、お客さまに選択され続ける高付加価値商材を「High-Value」商材と定義し、「フルオープン缶」を活用した『アサヒ食彩』や『未来のレモンソーダ』など、当社ならではの技術や強みを生かしたブランドの育成に取り組んでまいります。また、「ニッカウヰスキー」では、10年後の100周年を見据えて、増産を実現しながら、マーケティング投資を行い、グローバル市場でのブランド強化を図ってまいります。

最後に、酒類事業を含む日本事業において、One Asahi として、生活者の変化を適切に捉え、中長期目線で新事業・新商品の開発に取り組み、新価値創造組織へ進化させていきたいと考えております。

Q2. 今後の海外事業展開について

今後の海外事業展開については、金融債務の削減を進め、本年末には財務健全性の観点から大型 M&A が可能となる予定です。現時点で具体化している案件はありませんが、M&A による成長カテゴリー及び海外エリア拡大も今後は選択肢の一つとなり得ると考えております。引き続き既存エリアでの強い収益基盤をさらに強くする取り組みを実施しながら、既存事業での成長も継続してまいります。

既存事業での成長については、ローカルの強い主力ブランドのさらなる強化・拡大を行いながら、グローバルブランドについて『Asahi Super Dry』や『Peroni Nastro Azzurro』などのブランド力をグローバルでのパートナーシップを活用したマーケティング活動により更に強化し、拡大を図ってまいります。

エリア拡大については、既存市場とのシナジーまたはプレミアムスケールの成長が見込める市場への投資を検討いたします。検討の際は、プレミアム化戦略との整合及び地政学的リスクなどを考慮の上、優先順位をつけ、エリア拡大の機会を検討いたします。市場の規模や成長性を考えると、北米や中国をはじめとしたアジアが、将来当社が強い事業基盤を持つべき市場の候補と考えております。

また、米国に設立しておりましたスタートアップ企業への出資を行う投資運用会社が、本年1月に第1号の案件となるプレミアムなノンアルコールワイン・スピリッツ関連のスタートアップ企業へのマイノリティ出資を実施いたしました。引き続き、未来型ビジネスにアプローチし、その取り組みを既存事業エリアに展開、グループの新たな領域での成長につなげてまいります。

Q3. 今後の株主還元の考え方、方針について

2022年2月に発表しました「中長期経営方針」では、CUB買収後の財務健全性の改善が最優先課題であり、フリーキャッシュフローは債務返済に優先配分する中、配当性向35%程度を目途として、安定的な増配を図ることとしておりました。また、これに加えて2023年2月には「2025年度までに40%を目指す」として中期的な目標水準とタイムラインをお示しいたしました。

配当性向の対象となる利益につきましては、事業ポートフォリオ再構築及び減損等の一時的な特殊要因を除くといった調整後の親会社所有者に帰属する当期利益に対するものとしております。

この方針を踏まえて、当期の年間配当は、年初の配当予想から6円上方修正し、前期比8円増配の121円、配当性向で37.0%となるご提案をさせていただきました。

また、2024年度の年間配当予想は前期比11円増配の132円、配当性向は38%を予定しており、40%の配当性向に向け着実な向上を図っていく考えです。

現時点での株主還元の考え方については、以上ようになりますが、財務健全性の向上を果たした2025年以降については、フリーキャッシュフローの配分方針を踏まえた株主還元の考え方について改めてお示しさせていただきたいと考えております。具体的には、当社の成長戦略として、非連続な成長のためのM&A等の投資を視野に入れながら、配当の今後の在り方や資本効率を踏まえた自己株式の買入れを行うのか、総還元性向についてどう考えるのか、また、株主優待についても多数のお問い合わせ並びにご意見をいただいております。こうした株主還元の全体像を検討した上で、今後の方向性について改めてお示ししたいと考えております。

以上