

キリンググループ 2016年12月期第1四半期決算

2016年4月28日
キリンホールディングス株式会社

- **通期連結営業利益達成に向けて、計画を上回る進捗**
- **麒麟ビールは、RTD、洋酒の販売が計画を上回り、「一番搾り」の販売数量は市場並みを維持したが、ビール類全体では計画を下回る販売数量**
- **麒麟ビバレッジは、「生茶」が絶好のスタート
収益構造改革の取り組みが着々と進行**
- **ブラジル麒麟は、販売数量が対前年プラスに転じ
コスト構造改革も順調な成果**
- **ミャンマー・ブルワリーは、営業利益が計画を上回り、
損益連結初年度の1Qを順調にスタート**

1 Q連結決算概要

- 1 Q連結業績は、ミャンマー・ブルワリーの新規連結などのプラス要因があったものの、対前年減収減益

億円	2016年実績	2015年実績	対前年増減		2 Q業績予想
売上高※1	4,838	5,152	△314	△6.1%	10,300
営業利益※2	253	262	△9	△3.5%	470
経常利益	235	256	△20	△8.0%	
親会社株主に帰属する四半期純利益	104	133	△29	△22.1%	

※1 売上高について、2016年度からミャンマー・ブルワリーが新規連結

※2 営業利益以下について、2016年度は、2015年度に対し、①ミャンマー・ブルワリーが新規連結、②減価償却方法変更により償却額が約20億円減少、③ブラジルキリンのれん等減損により償却額が約17億円減少

■ 定量目標

	2016年実績	2015年実績	対前年増減	
平準化 E P S (円) ※3	19	25	△6	△24.0%

※3 明細は次ページを参照

■ 財務指標

	2016年実績	2015年実績	対前年増減	
のれん等償却前営業利益 (億円)	326	351	△24	△7.1%
E P S (円)	11.41	14.66	△3.25	△22.2%
のれん等償却前 E P S (円)	22	27	△5	△18.2%

億円	2016年目標	2016年1Q	2015年1Q
親会社株主に帰属する四半期純利益	600	104	133
のれん等償却額	396	100	116
税金等調整後特別損益	49	△34	△24
平準化四半期純利益 ①	1,046	169	225
期中平均株式数（千株）②	912,528	912,527	912,544
平準化EPS（円）①÷②	115	19	25

1 Q連結売上高

- 国内ビール類の販売数量減少、為替影響を含めた海外総合飲料の売上高減少などにより、減収

億円	2016年実績	2015年実績	対前年増減	
売上高	4,838	5,152	△314	△6.1%
日本総合飲料	2,359	2,397	△37	△1.6%
麒麟ビール	1,331	1,418	△87	△6.2%
麒麟ビバレッジ	783	730	52	7.2%
メルシャン	146	153	△6	△4.4%
その他・内部取引消去	98	94	4	4.6%
海外総合飲料	1,553	1,822	△269	△14.8%
ライオン	1,133	1,328	△194	△14.7%
ブラジル麒麟	249	390	△140	△36.0%
ミャンマー・ブルワリー	60	—	60	—
その他・内部取引消去	109	103	5	5.3%
医薬・バイオケミカル	869	874	△5	△0.6%
その他	56	58	△1	△6.1%

1 Q連結営業利益

KIRIN

- 国内ビール類の販売数量減少による限界利益減、ブラジルキリンの輸入原材料費増、医薬・バイオケミカルの研究開発費増などにより減益

億円	2016年実績	2015年実績	対前年増減	
営業利益	253	262	△9	△3.5%
日本総合飲料	11	△12	24	—
麒麟ビール	52	68	△16	△23.3%
麒麟ビバレッジ	5	△28	33	—
メルシャン	3	△1	5	—
その他	△50	△52	1	—
海外総合飲料	153	177	△24	△13.7%
ライオン（のれん等償却後）	170	175	△4	△2.7%
のれん償却額	△28	△32	3	—
ブランド償却額	△8	△9	1	—
ブラジルキリン（のれん等償却後）	△41	△1	△39	—
のれん償却額	—	△12	12	—
ブランド償却額	△1	△7	5	—
ミャンマー・ブルフリー（のれん等償却後）	18	—	18	—
のれん償却額	△4	—	△4	—
ブランド償却額	△4	—	△4	—
その他	5	4	1	40.6%
医薬・バイオケミカル	92	101	△8	△8.0%
その他	6	8	△2	△24.2%

		2016年度	2015年度	対前年増減
売上高 (億円)	ビール	501	511	△1.8%
	発泡酒	289	326	△11.5%
	新ジャンル	284	349	△18.5%
	計	1,076	1,187	△9.4%
	RTD	175	164	7.0%
	洋酒・その他	79	66	18.3%
	売上高 計	1,331	1,418	△6.2%
	酒税抜売上高	783	834	

2015年度営業利益		68	主な内容
対前年増減 (億円)	酒類限界利益減	△36	ビール減△3千kl △3億、発泡酒減△12千kl △13億、 新ジャンル減△24千kl △29億、RTD増5千kl 4億、品種構成による差異 他
	原材料費減	6	原料費減 4億、包材費減 2億 他
	販売費増	△5	販売促進費・広告費増 △6億 他 (ビール類 △5億、RTD △1億 他)
	その他費用減	19	減価償却費減 14億、人件費減 7億 他
2016年度営業利益		52	※償却方法変更影響 9億円含む

億円	2016年度	2015年度
販売費	227	221

- RTD、洋酒は、それぞれ販売数量、売上高が計画を上回り、最重要ブランド「一番搾り」の販売数量は市場※1並みを維持したが、発泡酒、新ジャンルで計画を下回り、ビール類全体の販売数量は計画を下回った

■販売数量増減

カテゴリー	増減%	市場※1
ビール類 計	△11%	△3.8%
ビール	△2%	△1.1%
発泡酒	△11%	△11.1%
新ジャンル	△18%	△4.2%
RTD	+8%	
洋酒・その他※2	+17.3%	

■主力ブランド販売数量増減

ブランド	増減%
一番搾り 計	△1%
淡麗 計	△11%
のどごし 計	△16%
氷結 計	+14%

※1 市場は、2016年3月累月課税移出数量による

※2 洋酒・その他は、売上高の増減率を記載



「一番搾り」
市場並み



「麒麟 氷結®」
+14%



洋酒売上増による
品種構成改善

日本綜合飲料 キリンビバレッジ 2016年度 1Q実績

KIRIN

販売数量（万ケース）		2016年度	2015年度	対前年増減
カテゴリー別	紅茶	1,198	1,091	9.8%
	日本茶	437	343	27.4%
	コーヒー飲料	725	652	11.2%
	果実・野菜飲料	550	518	6.2%
	炭酸飲料	441	404	9.2%
	機能性飲料	119	108	10.2%
	水	864	728	18.7%
	その他	338	330	2.4%
容器別	缶	917	775	18.3%
	大型PET	1,485	1,303	14.0%
	小型PET	1,800	1,656	8.7%
	その他	470	440	6.8%
	計	4,672	4,174	11.9%

売上高（億円）	783	730	7.2%
---------	-----	-----	------

2015年度営業利益		△28	主な内容
対前年増減 （億円）	数量差異	52	販売数量増498万ケース
	原材料費等減	13	原料費減 3億、包材費減 3億、加工費減 6億
	容器構成差異等	△11	
	販売費増	△23	販売促進費・広告費増 △20億、運搬費増 △3億
	その他費用減	3	
2016年度営業利益		5	※償却方法変更影響 9億円含む

販売費（億円）	300	280
---------	-----	-----

- ・「生茶」が無糖茶カテゴリーにおけるブランド再生に絶好のスタート
- ・「メッツ」定番化に向け、既存フレーバーをリニューアルするとともに、新フレーバーを発売
- ・自動販売機の売上増加もあり、液種構成、容器構成改善に手ごたえ
- ・コスト構造改革も着々と進行し、1Qの営業利益計画を達成

■ 販売数量増減

清涼飲料合計	+12%
午後の紅茶 計	+11%
メッツ 計	+26%
ファイア 計	+12%
生茶 計	+27%

■ 営業利益増減（億円）

要因	1Q増減	通期計画
数量差異	52	△69
原材料費等減	13	32
容器構成差異等	△11	46
販売費増	△23	43
その他費用減	3	1
計	33	54



「メッツ」定番化へ向けた
リニューアル、レモン発売

チャネルミックス上
重要性の高い
自動販売機で売上増



	円ベース（億円）				レアルベース（百万レアル）			
	2016年	2015年	増減額	増減%	2016年	2015年	増減額	増減%
売上高	249	390	△140	△36.0	831	949	△117	△12.4
のれん等償却前営業利益	△39	17	△56	—	△131	42	△174	—
のれん償却額	—	△12	12	—	—	△29	29	—
ブランド償却額	△1	△7	5	—	△5	△17	11	—
営業利益	△41	△1	△39	—	△137	△4	△132	—
EBITDA	△18	46	△64	—	△62	112	△175	—

連結期間：2016年1月～2016年3月 為替レート：30.04円（前年同期：41.11円）

■ 販売数量増減

(%)	対前年
ビール	△0.4
清涼飲料	+12.9
合計	+4.5

<参考> 市場動向（SICOBÉ）

- ・ビール : 対前年△6.7%
- ・清涼飲料 : 対前年△7.6%

のれん等償却前営業利益対前年増減

粗利の減少 △R\$179MM

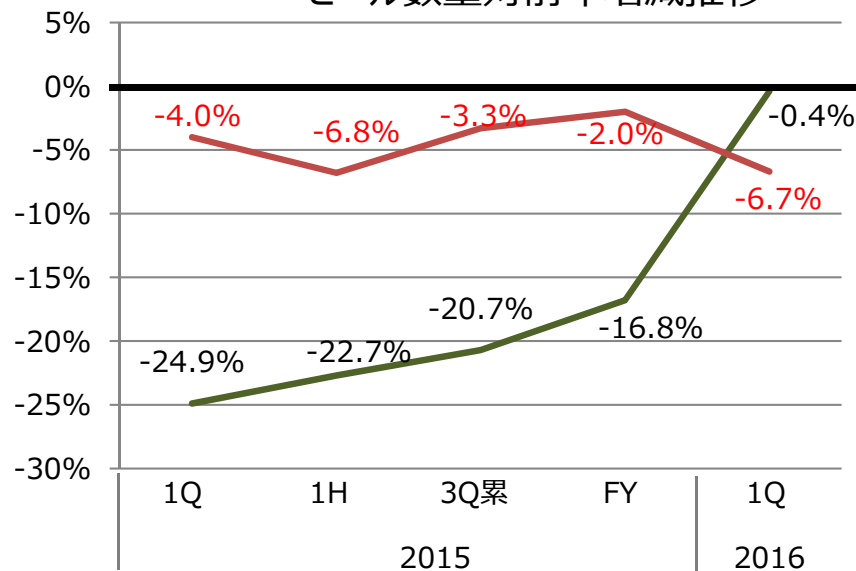
- ・2015年の増税、会計処理変更による売上控除額増加による売上高減少
- ・レアル安による原材料費増加

販管費の減少 R\$5MMレアル

- ・会計処理変更により、量販店へのリベートが売上控除となり、対前年減少
- ・一般管理費の減少

- ビールの販売数量は下げ止まり傾向、清涼飲料は昨年行った「Viva Schin」へのリニューアル効果などにより販売数量増加、全体としても市場をアウトパフォーム
- 効率化の取り組みも順調に成果を上げつつある

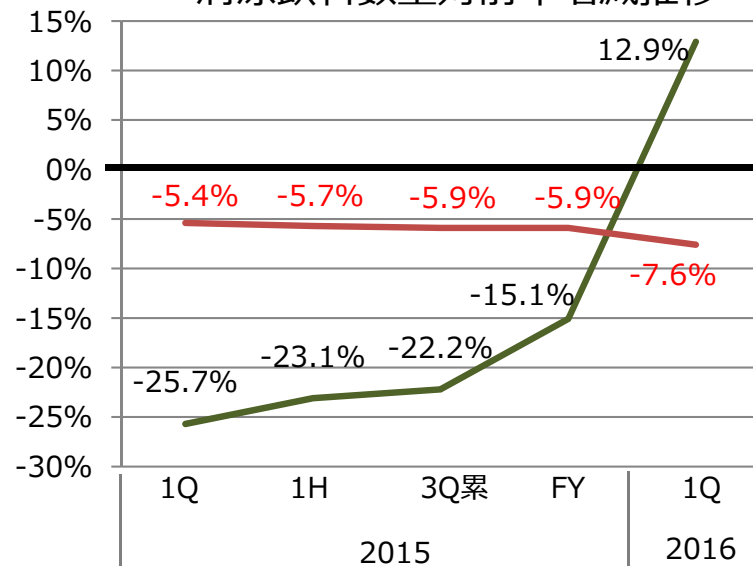
ビール数量対前年増減推移



ブラジルキリン
販売数量

SICOBÉ
市場動向
参考値

清涼飲料数量対前年増減推移



(注) SICOBÉは炭酸飲料のみ

製造拠点最適化と
資産売却の検討



サプライチェーン効率化による
在庫、ディストリビューション
センター、物流費削減



- 11月の総選挙を背景にビール消費が一時的に鈍化し、さらにライセンス商品の販売権を失った中での損益連結スタート
- 主力ブランド「Myanmar Beer」の販売数量増加、「Black Shield Stout」の発売などにより、販売数量は前年並みを維持
- 販売数量、売上高は計画を下回ったが、販売費、運搬費などのコストコントロールにより計画を上回る営業利益を上げ、順調なスタートを切った

	億円	Billion チャット
売上高	60	64
のれん等償却前営業利益	26	28
のれん償却額	△4	△4
ブランド償却額	△4	△4
営業利益	18	19

連結期間：2015年10月～2015年12月 為替レート：1,000チャット=93.76円



Black Shield Stout
(9月に樽、11月に缶・瓶を発売)



	円ベース（億円）			
	2016年	2015年	増減額	増減%
売上高	1,133	1,328	△194	△14.7
酒類	715	792	△77	△9.8
飲料	418	536	△117	△21.9
のれん等償却前営業利益	207	217	△10	△4.6
酒類	206	218	△11	△5.3
飲料	17	17	0	0.1
本社	△16	△17	1	—
のれん償却額	△28	△32	3	—
ブランド償却額	△8	△9	1	—
営業利益	170	175	△4	△2.7

	豪ドルベース（百万豪ドル）			
	2016年	2015年	増減額	増減%
売上高	1,298	1,350	△51	△3.8
酒類	818	805	13	1.7
飲料	479	544	△65	△12.0
のれん等償却前営業利益	237	221	16	7.5
酒類	236	221	14	6.7
飲料	19	17	2	12.9
本社	△18	△17	△0	—
のれん償却額	△32	△32	0	—
ブランド償却額	△9	△10	0	—
営業利益	195	178	17	9.6

連結期間：2015年10月～2015年12月 為替レート：87.34円（前年同期：98.42円）

※ 2015年度実績の事業別内訳は、2016年度本社費用賦課ルールの変更を反映

■ 販売数量増減

(%)	対前年
酒類	△2.0
飲料	△12.4

■ のれん等償却前営業利益増減

百万豪ドル	酒類	飲料
2015年度	221	17
販売数量増減	△9	△4
その他	24	6
2016年度	236	19

億円	2016年度	2015年度	対前年増減	
売上高	869	874	△5	△0.6%
協和発酵キリン	884	895	△11	△1.3%
医薬	678	678	△0	△0.1%
バイオケミカル	206	217	△10	△5.0%
その他・内部取引消去	△15	△21	5	—
営業利益	92	101	△8	△8.0%
協和発酵キリン	92	101	△8	△8.0%
医薬	59	77	△18	△24.2%
バイオケミカル	23	14	8	58.8%
その他・のれん償却額消去	26	24	2	8.9%
のれん償却額	△15	△15	—	—

2Qの取り組み キリンビール

KIRIN

- 「47都道府県の一番搾り」を5月、6月に発売し、「一番搾り」ブランド強化に一貫して取り組むとともに、「一番搾り シングルモルト」、「氷結プレミアム」の発売により、さらなる品種構成改善を図る
- 発泡酒「淡麗 極上〈生〉」リニューアル、新ジャンル「のどごし」の季節限定商品発売などにより、上半期ビール類マーケットシェア前年並みを目指し、3Q最需要期以降へ勢いをつける



「47都道府県の一発搾り」
プレゼントキャンペーン



高付加価値商品の発売



「一番搾り シングルモルト」 「氷結プレミアム」

ビール類シェアアップへ向けて



「淡麗 極上〈生〉」
パッケージリニューアル

「晴のどごし」

発売月	都道府県
5月 7月	北海道、宮城、茨城、神奈川、愛知、滋賀、兵庫、岡山、福岡
6月	青森、岩手、秋田、千葉、東京、新潟、長野、岐阜、静岡、京都、大阪、鳥取、島根、広島、山口、熊本、鹿児島
8月	山形、福島、埼玉、山梨、三重、徳島、香川、愛媛、高知、長崎、大分、宮崎
10月	栃木、群馬、富山、石川、福井、奈良、和歌山、佐賀、沖縄

- 引き続き主力ブランド強化に取り組むとともに、大型PET商品の販促費管理、ダイドードリンコ社との自動販売機コラム提携といったチャネル戦略を遂行し、着実に収益構造改革を進める



ブラジルキリン

- 引き続き、地域ごとの商品・価格・販売戦略を遂行し、北部・北東部でのビール販売数量の回復、「収益領域の成長」を図る



ミャンマー・ブルワリー

- ブランドポートフォリオにプレミアムカテゴリーを拡充



Myanmar Beer
Premium
(3月に樽を発売)



Kirin Ichiban
(3月に樽を発売)



KIRIN

**この資料は投資判断の参考となる情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。
銘柄の選択、投資の最終決定は、ご自身の判断でなさるようお願いいたします。**

This material is intended for informational purposes only and is not a solicitation or offer to buy or sell securities or related financial instruments.