

KIRIN



よろこびが
つなぐ世界へ

Joy brings us together

キリングループ°

2019年12月期 第3四半期決算

2019年11月7日
キリンホールディングス株式会社

業績サマリー

- ▶ 連結売上収益は前年比+1.2%、連結事業利益は+0.8%となり、増収増益。
- ▶ 対計画では売上収益は未達となるも、事業利益は計画達成。
- ▶ 親会社の所有者四半期利益は、2Q同様、ライオン飲料事業の減損損失や昨年売却した麒麟・アムジェン社の株式譲渡益の反動により減少。

その他

- ▶ ライオン飲料事業の内、スペシャリティ・チーズ事業の事業売却プロセスが完了。残りの事業については、引き続き交渉中。
- ▶ 株主還元の更なる充実に向け、上限1,000億円の自己株式の取得を決定。

売上収益、事業利益ともに対前年でプラスの着地

(億円)	2019年3Q実績	2018年3Q実績	増減	%
売上収益	14,378	14,207	171	1.2%
事業利益 ※1	1,484	1,472	12	0.8%
税引前四半期利益	775	1,987	-1,212	-61.0%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	263	1,289	-1,026	-79.6%

- ・ライオン飲料事業の減損損失571億円を含む
- ・前年はキリン・アムジェン社株式売却益等を含む

定量目標

	2019年3Q実績	2018年3Q実績	増減	%
平準化EPS ※2	116円	122円	-6円	-4.9%

財務指標 (参考)

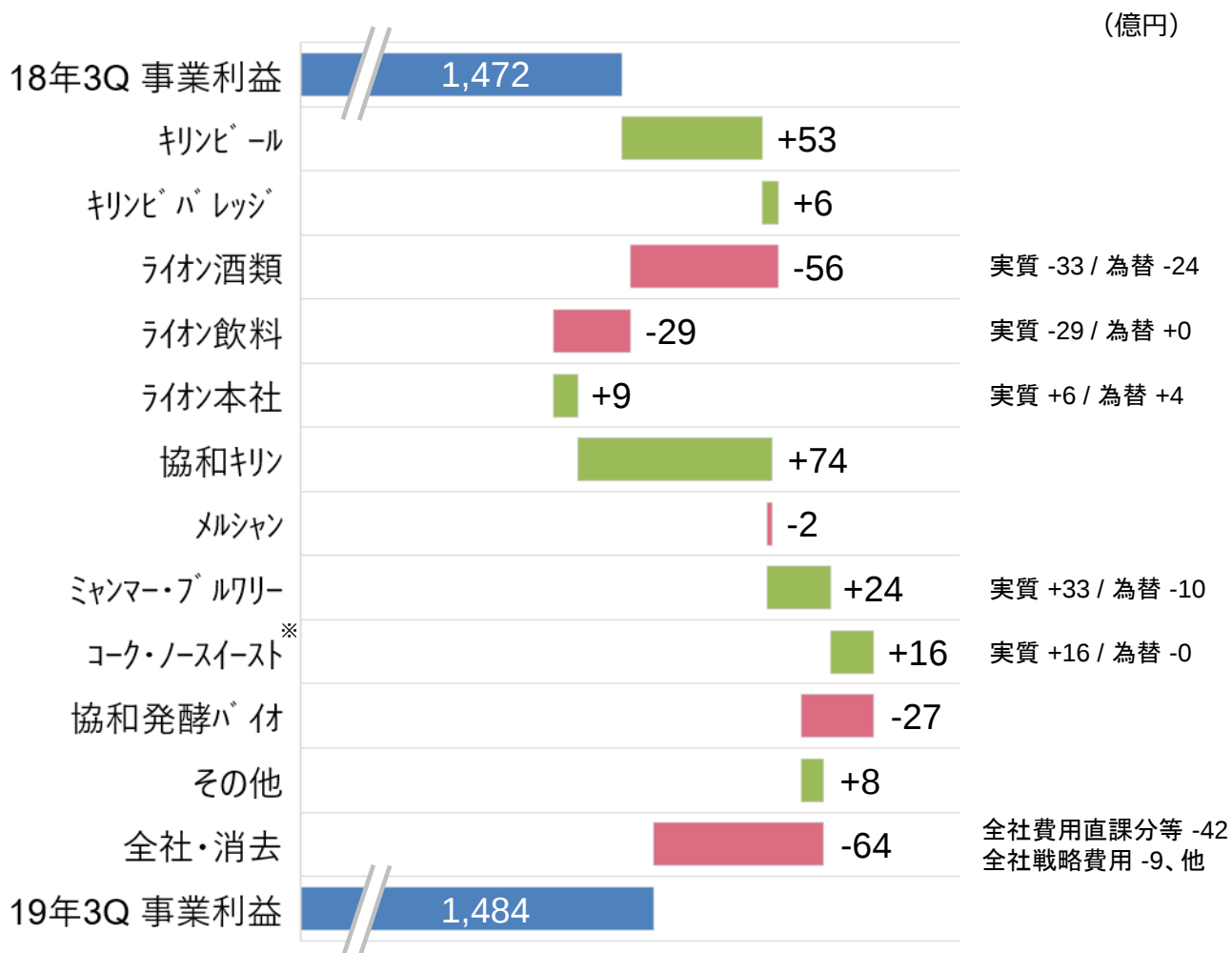
	2019年3Q実績	2018年3Q実績	増減	%
EPS	29.95円	143.25円	-113.3円	-79.1%

※1 事業の経常的な業績を測る利益指標として、売上収益から売上原価並びに販売費及び一般管理費を控除して算出。

※2 明細はp.16参照

2019年3Q 実績：連結事業利益 事業会社別増減

グループ全体として、通期計画に対し順調に推移



対前年

キリンビール

▶ 市場を上回る販売数量増などにより増収増益。

キリンビバレッジ

▶ 7月の天候不順のなか販売数量増。増収増益。

ライオン酒類

▶ 2Qでの競合による営業攻勢により影響を受けた顧客基盤の回復のため、販促活動を強化。
▶ 原材料費や物流費の高騰も重なり、減益。

ライオン飲料

▶ 乳価上昇に伴う原価増などにより減益。

協和キリン

▶ グローバル戦略品の売上が増加。

ミャンマー・ブルワリー

▶ 販売数量増加や値上げ効果により増益。

協和発酵バイオ

▶ 工場設備移管による製造コスト増、および広告投下による販管費増加影響により減益。

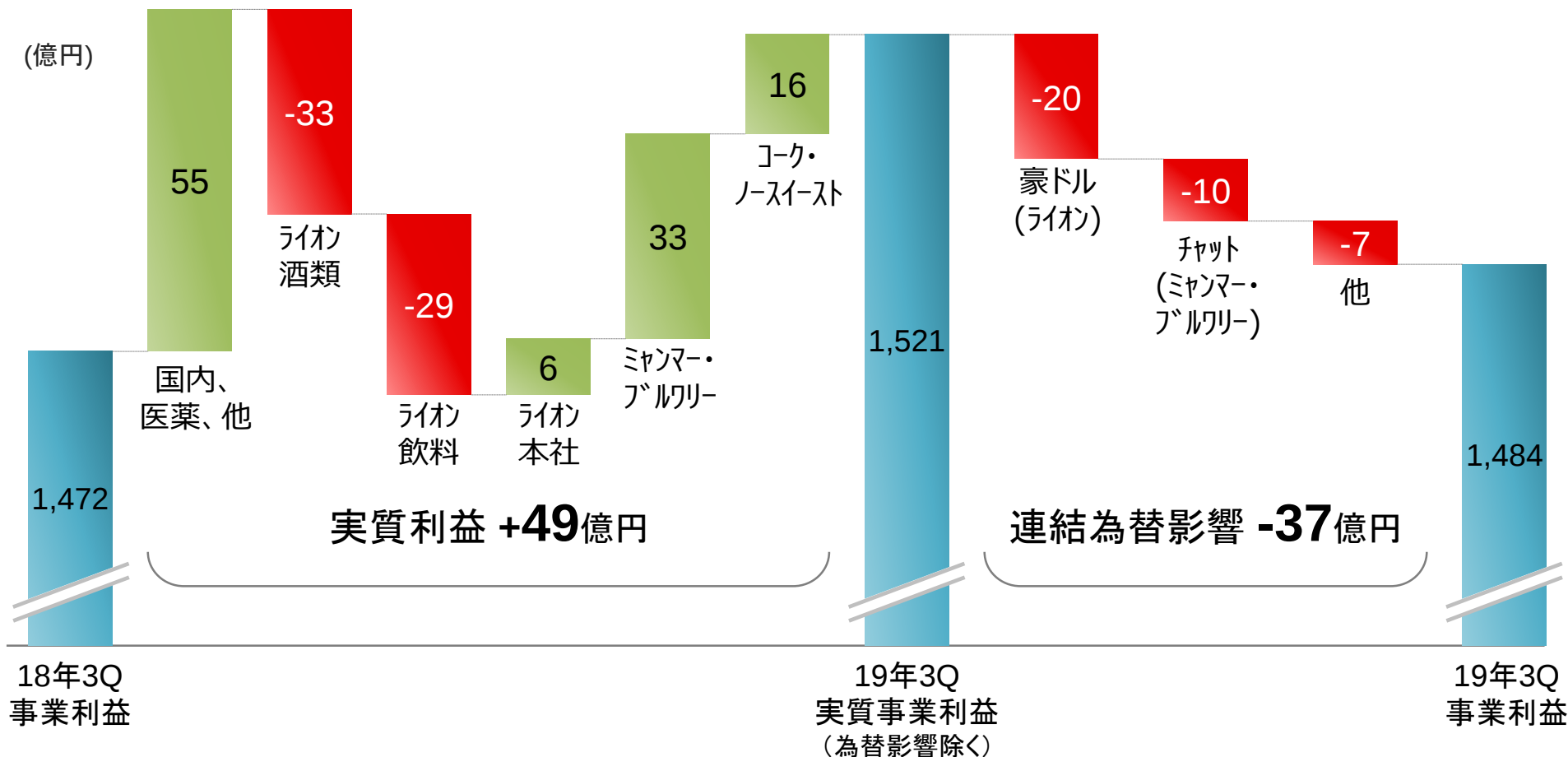
全社・セグメント間費用

▶ 通期に対しやや進捗遅れあり。

※Coca-Cola Bottling Company of Northern New England (CCNNE) より、Coca-Cola Beverages Northeast (コーク・ノースイスト) に商号変更

為替影響を除く実質事業利益は対前年+49億円となる1,521億円 (+3.3%)

- ▶ 円高・豪ドル/チャット安を受け、為替影響は約-37億円。
- ▶ 好調な国内酒類・飲料・医薬事業に加え、ミャンマー・ブルワリーなどが為替影響を上回り、増益。



販売数量で市場をアウトパフォームし、増収増益を達成

- ▶ 注力している一番搾り(缶)と本麒麟が好調を継続、全体をけん引。
- ▶ 消費税率引き上げに伴う9月の仮需は市場全体で単月約+15%、累月+2%弱と推計。

ビール類市場 累月 +1% (推定)

キリンビール 累月 +2.7%



ビールカテゴリー市場 -3%
(累月・推定)

一番搾り (缶) 販売数量
7-9月 **+12%** 累月 **+5%**

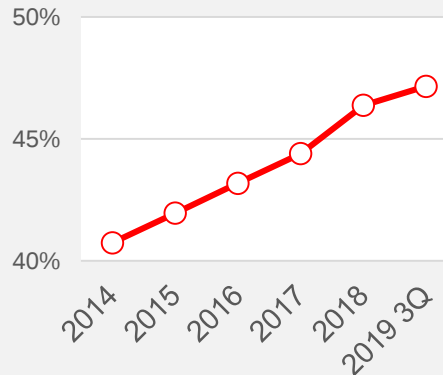


新ジャンルカテゴリー市場 +7.0%
(累月・推定)

本麒麟 販売数量
7-9月 **+63%** 累月 **+73%**

量販チャネル(缶商品)における拡大

ビールカテゴリーにおける缶構成比※



着実に缶構成比が上昇
容器Mix改善を進め、
収益性改善に取り組む

※キリンビールのビールカテゴリー商品に
おける缶商品構成比

業務用チャネルにおける魅力化

タップ・マルシェ設置13,000店の
年間目標に対して順調に進捗



対前年での数量増減は回復傾向にあり。一方、引き続き競争環境は厳しい

ライオン酒類事業

- ▶ 今期2Qでの競争環境悪化のなか、3Qで戦略的な販促を実施したことで、販売数量および市場シェアは回復基調。
- ▶ 一方、ブランド投資を含む販促費用、およびSCMコストの増加が利益を圧迫し、対前年で事業利益は大幅に減少した。
- ▶ 本社費用を含めてコスト削減に取り組む。

数量(対前年)	1Q	2Q	3Q
3ヵ月毎	-14.0%	-3.6%	-0.5%
累月	-14.0%	-9.0%	-6.3%

- ▶ 7 – 9月の販売数量は、ほぼ前年並み。
- ▶ 一方、累月では依然として影響が残る。



Iron Jack **+16%**

Furphy **+15%**

(累月販売数量・対前年)

ライオン飲料事業

- ▶ 10月28日にスペシャリティ・チーズ事業の譲渡が完了。

7月の天候不順影響を受けながらも販売数量+0.3%を達成し、増収増益。

- 基盤ブランド、無糖・低糖領域への注力が奏功し、「午後の紅茶」「FIRE ONEDAY BLACK」など小型PETの販売数量が計画を上回って推移。「成長による利益創出」に手ごたえ。

清涼飲料市場 累月 -3% (推定)

キリンビバレッジ 累月 +0.3%

2019年戦略
基盤ブランド

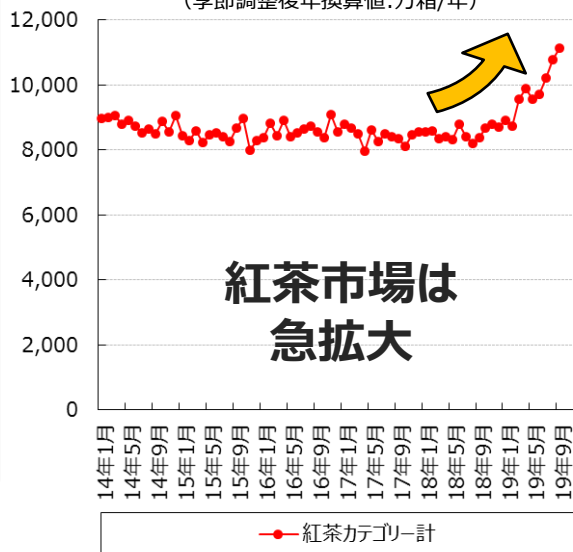
×
無糖・低糖領域

増収増益
(事業利益率 9.8%)

午後の紅茶

- 販売数量 前年比 +10% (累月)
- 小型PET容器比率向上にも寄与

紅茶カテゴリ販売動向
(季節調整後年換算値:万箱/年)



リーディングブランドとして
紅茶市場拡大をけん引

主力ブランドが引き続き好調。天候の後押しもあり数量大幅増。増収増益

- ▶ 雨季の開始時期が遅れた2Qに引き続き、3Qの3カ月でも販売数量が大きく増加。
- ▶ 一方、競争環境は厳しさを増しており、必要なブランド投資は積極的に行っていく。

市場成長

×

**ブランド強化施策
+ 製造能力増強**

販売数量

+21%

3Q累月実績

売上収益：337 bnチャット（対前年+33.7%）

事業利益：147 bnチャット（対前年+40.4%）

事業利益率 43.7%



国内外での売上増加に伴い、増収増益

➤ KW-6002が米国で承認。グローバル戦略3品が出そろった。

グローバル戦略品

遺伝性くる病治療剤

KRN23 / ブロスマブ
Crysvita

四半期売上収益（億円、累計・海外のみ）

	1Q	2Q	3Q	4Q	Total
2018	-	8	32	77	77
2019	57	134	216		216

血液がん治療剤

KW-0761 / モガムリズマブ
Poteligeo

四半期売上収益（億円、累計・海外のみ）

	1Q	2Q	3Q	4Q	Total
2018	-	-	-	21	21
2019	24	54	80		80

パーキンソン病治療剤

KW-6002 / イストラデフィリン
Nourianz New

➤ 8月に米国にて承認
➤ 製品名「Nourianz」として
10月に販売開始

(億円)
2018年3Q事業利益
売上総利益
販管費
研究開発費
2019年3Q事業利益

392

+246

-116

-56

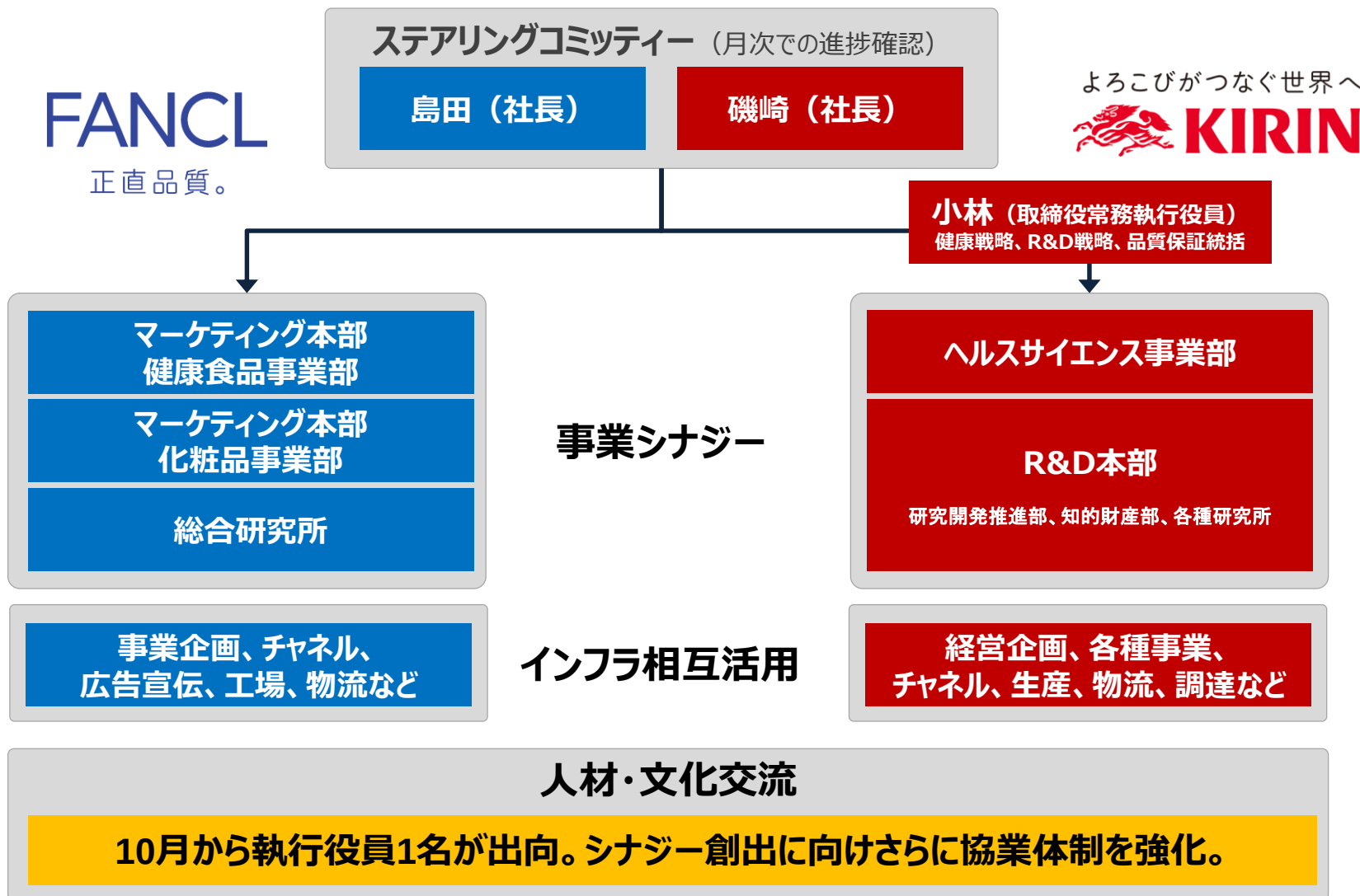
466

➤ 売上増加に伴う増益。粗利率は2%アップ。

➤ 欧米での販売費・上市準備費用が増加。

➤ KHK4083（アトピー性皮膚炎）、RTA402（糖尿病性腎臓病）、KW-6356（パーキンソン病）などに関わる研究開発費用増。

シナジー創出に向けた体制が確立。トップから現場まで、各レベルでコミット



上限1,000億円の自己株式の取得を決定

- ▶ ライオン飲料事業（チーズ事業）および政策保有株式の売却によるキャッシュインに伴い、追加的株主還元として、自己株式の取得を実施。
- ▶ バランスシートのスリム化により、資本効率の向上と、株主価値の最大化を目指す。

自己株式取得の実施内容

1. 実施理由	: 株主還元の更なる充実
2. 取得価額の総額	: 上限 1,000億円
3. 取得株式の総数	: 上限 6,000万株 (2019年9月末発行済株式総数の6.8%)
4. 取得期間	: 2020年11月7日まで

資料編

強み



- ブランド（午後の紅茶、生茶など）
- R&D（発酵・培養・飲料製造）
- 素材（アミノ酸・免疫・脳の健康など）
- チャンネル（自動販売機）



- ブランド（ファンケル、アテニアなど）
- R&D（無添加技術、製剤・加工技術）
- 素材活用（生活習慣対策サプリメント）
- チャンネル（店舗・ECでの直販）

健康商品

年代や性別の「健康ニーズの規模」や「ニーズに対する未対処度」から
取り組むべき「テーマ」、「ニーズ」、「ターゲット」を設定

- 生活習慣病
- 脳の健康
- フレイル
- リハビリ対策
- 免疫
- 腸内環境

化粧品

キリンからファンケルに素材・技術を提案。
ファンケルが商品化に向けてブレイクダウン

（過去事例） 2剤混合美容液「BC インテンシヴ スキン ブースター」
凍結乾燥製剤で協和ファーマケミカルとファンケルが共同特許出願

ファンケルとのインフラの相互活用（案）

	分野	項目	実施案
売上シナジー	自社 チャネル	通販の相互送客	－ ファンケル、協和発酵バイオの相互送客 － 両社の商品の取り扱い
		自販機の活用	－ オフィス設置の自販機でのサプリメント販売
	流通	流通での新規販路開拓	－ 両社が強みを持つ販路への共同営業 ファンケル ドラッグストア / キリン 食品スーパー等
	法人	健康増進ビジネスのコラボ	－ キリン得意先への提案 － ファンケル 健康経営推進事業、 キリン「ナチュラルズ」等とのコラボ
	販促・PR	共同販促・PRの実施	－ 両社商品の共同販促
コストシナジー	共同調達	原料・資材	－ 化粧品、サプリメント原料、資材など
	生産	相互の生産委託	－ 相互に強みを持つ剤形の生産委託 ファンケル 錠剤 / キリン ドリンク
	その他	物流の効率化等	－ 共同物流の検討等

2019年3Q 実績：平準化EPS 明細

平準化EPS

(億円)		19年3Q実績	18年3Q実績
親会社の所有者に帰属する四半期利益	①	263	1,289
非継続事業からの四半期利益	②	-	-
税金等調整後その他営業収益／費用等	③	758	-187
平準化 四半期利益	④ = (① - ②) + ③	1,021	1,102
期中平均株式数 (千株)	⑤	878,046	900,008
平準化EPS (円)	④ ÷ ⑤	116	122

2019年3Q 実績：セグメント別 売上収益

(億円)	19年3Q実績	18年3Q実績	増減	%
連結 売上収益	14,378	14,207	171	1.2%
国内ビール・スピリッツ	5,107	5,051	56	1.1%
麒麟ビール	4,978	4,921	57	1.2%
その他・内部及びセグメント間取引消去	129	131	-1	-1.0%
国内飲料	2,150	2,136	15	0.7%
麒麟ビバレッジ	2,165	2,150	15	0.7%
セグメント間取引消去	-15	-14	-1	—
オセアニア総合飲料	2,151	2,377	-226	-9.5%
ライオン	2,151	2,377	-226	-9.5%
酒類	1,186	1,296	-110	-8.5%
飲料	965	1,082	-116	-10.7%
セグメント間取引消去	-0	-0	-0	—
医薬	2,247	1,969	277	14.1%
協和麒麟	2,255	1,977	277	14.0%
セグメント間取引消去	-8	-8	-0	—
その他	2,724	2,674	50	1.9%
メルシャン	453	443	10	2.2%
ミャンマー・ブルフリー	242	198	44	22.4%
コーク・ノースイースト	1,003	997	6	0.6%
協和発酵バイオ	565	589	-24	-4.1%
その他・内部及びセグメント間取引消去	461	447	14	3.1%

2019年3Q 実績：セグメント別 事業利益

(億円)	19年3Q実績	18年3Q実績	増減	%
連結 事業利益	1,484	1,472	12	0.8%
国内ビール・スピリッツ	655	603	52	8.7%
麒麟ビール	639	586	53	9.1%
その他	17	17	-1	-4.8%
国内飲料	212	207	6	2.7%
麒麟ビバレッジ	212	207	6	2.7%
オセアニア総合飲料	242	318	-76	-23.8%
ライオン	242	318	-76	-23.8%
酒類	289	345	-56	-16.3%
飲料	-4	24	-29	—
本社	-42	-51	9	—
医薬	466	392	74	18.8%
協和麒麟	466	392	74	18.8%
その他	226	206	20	9.6%
メルシャン	9	11	-2	-19.3%
ミャンマー・ブルフリー	106	82	24	28.6%
コーク・ノースイースト	38	22	16	72.4%
協和発酵バイオ	33	60	-27	-45.1%
その他	41	31	10	30.8%
全社費用・セグメント間取引消去	-318	-254	-64	—

2019年3Q 実績：キリンビール

(千KL)	19年3Q (実績)	18年3Q (実績)	対前年
ビール類計	-	-	2.7%
ビール*	-	-	-4.4%
発泡酒*	-	-	-5.3%
新ジャンル*	-	-	13.7%
RTD	282	263	7.1%
ノンアルコール飲料	28	30	-7.4%

*ビール酒造組合での合意により、ビール類の販売数量実績は、2Q及び4Qのみ開示

(億円)	19年3Q 実績	18年3Q 実績	増減	%
売上収益	4,978	4,921	57	1.2%
酒税抜売上収益	2,922	2,878	44	1.5%
事業利益	639	586	53	9.1%

補足

- ▶ ビール類市場は、前年から微増で推移。
- ▶ 消費税率引き上げ前の仮需は、9月単月で市場全体の15%前後と推定。累月では市場を2%弱押し上げたと思われる。
- ▶ キリンビールの販売数量は、「一番搾り(缶)」と「本麒麟」が牽引し前年比 +2.7%となり市場を上回った。
- ▶ 「一番搾り」は、前年比+5%となった缶が引き続き好調に推移。
- ▶ 売上収益は販売数量増により増収を達成。
- ▶ 事業利益は、限界利益の減少を販売費など固定費の減少が上回り、前年比+9.1%の増益。
- ▶ 販売費は一部期ズレが発生し、加えて効率化などによって前年から30億円減少した。

2018年3Q 事業利益 (億円)		586	主な内容
対前年 増減 (億円)	酒類等限界利益 減	-11	ビール類計 -8億 (ビール減 -19千kl、発泡酒減 -17千kl、新ジャンル増 70千kl) ビール類以外計 10億 (RTD増 19千kl、ノンアル減 -2千kl、他) 品種構成差異等 -12億
	原材料費 減	8	
	販売費 減	30	販売促進費減 24億、広告費減 7億 (計480億→450億)
	その他費用 減	26	全社費用直課分減 18億 他
	計	53	
2019年3Q 事業利益		639	

2019年3Q 実績：キリンビバレッジ

販売数量（万ケース）		19年3Q （実績）	18年3Q （実績）	増減
カテゴリー別	紅茶	4,088	3,707	10.3%
	日本茶	2,629	2,643	-0.5%
	コーヒー飲料	1,951	1,896	2.9%
	果実・野菜飲料	1,883	1,982	-5.0%
	炭酸飲料	1,564	1,682	-7.0%
	健康・スポーツ飲料	927	1,015	-8.7%
	水	3,236	3,350	-3.4%
	その他	1,508	1,460	3.3%
容器別	缶	2,321	2,601	-10.7%
	大型PET	6,045	6,117	-1.2%
	小型PET	7,900	7,312	8.0%
	その他	1,519	1,705	-10.9%
計		17,785	17,735	0.3%

（億円）	19年3Q （実績）	18年3Q （実績）	増減	%
売上収益	2,165	2,150	15	0.7%
事業利益	212	207	6	2.7%

2018年3Q 事業利益（億円）		207	主な内容
対前年 増減 （億円）	清涼飲料限界利益 増	32	販売数量増 50万ケース 2億 商品・容器構成差異等 29億
	原材料費等 増	-5	原料費減 5億、材料費増 -7億、加工費増 -2億
	販売費 増	-16	販売促進費増 -15億、広告費増 -1億（計254億 → 270億）
	その他費用 増	-5	全社費用直課分減 6億、自販機償却費増 他
	計	6	
2019年3Q 事業利益		212	

補足

清涼飲料市場

- ▶ 清涼飲料市場は -3%で推移。

販売数量

- ▶ 「午後の紅茶」ブランドは、「おいしい無糖」の大幅増、3月発売の「ザ・マイスターズ ミルクティー」の好調などにより +10%。
- ▶ 「ファイア」ブランドは、無糖PETコーヒー「ONEDAY BLACK」の好調により、対前年+2%。

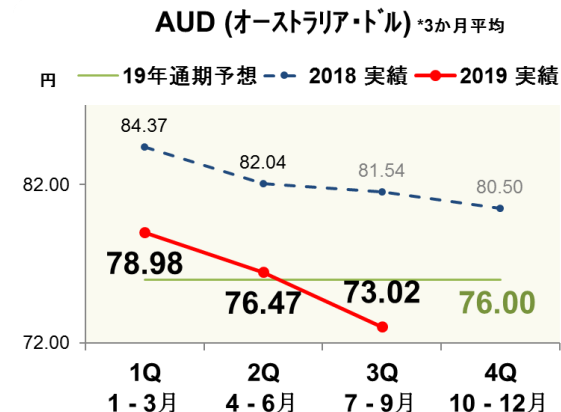
業績補足

- ▶ 小型PET増加、大型PET価格改定に加え、単年度要因である「トロピカーナ」の限界利益プラスにより、物流費増加等の影響をカバーし、「商品・容器構成差異等」が改善。
- ▶ 「トロピカーナ」販売スキーム変更により、「販売費」「その他費用」の一時的増加も発生したが、事業利益全体にはプラス。

2019年3Q 実績：ライオン

	円ベース(億円)			
	19年3Q 実績	18年3Q 実績	増減	%
売上収益	2,151	2,377	-226	-9.5%
酒類	1,186	1,296	-110	-8.5%
飲料	965	1,082	-116	-10.7%
事業利益	242	318	-76	-23.8%
酒類	289	345	-56	-16.3%
飲料	-4	24	-29	—
本社	-42	-51	9	—

	豪ドルベース(百万豪ドル)			
	19年3Q 実績	18年3Q 実績	増減	%
売上収益	2,826	2,876	-50	-1.7%
酒類	1,558	1,567	-9	-0.6%
飲料	1,268	1,309	-41	-3.2%
事業利益	317	385	-68	-17.6%
酒類	378	417	-39	-9.4%
飲料	-5	30	-35	—
本社	-55	-62	7	—



ライオン社は、IFRS会計上3か月毎の平均レートを積上げる。

	酒類	飲料
販売数量増減	-6.3%	-3.9%

事業利益増減 (百万豪ドル)	2018年3Q 実績	417	30
	販売数量 増減	-51	-12
	その他	11	-23
	2019年3Q 実績	378	-5

補足

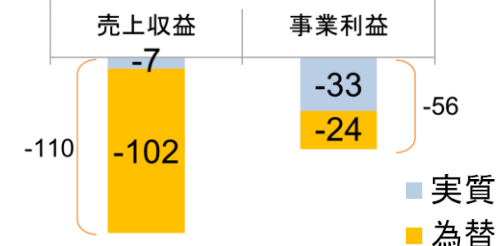
ライオン酒類

- ▶ 2Q累計時点で-9.0%であった対前年での販売数量変化率は、3Q累計で-6.3%にまで回復。
- ▶ 「Furphy」「Iron Jack」や、クラフトビールの販売が好調の一方、戦略的な販促活動の実施により、トータルでの売上収益は減少。
- ▶ ブランド投資を含む販促費用、およびSCMコストの増加が利益を圧迫し、対前年ベースでの事業利益は大幅に減少。

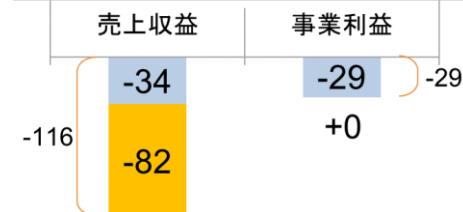
ライオン飲料

- ▶ 引き続き干ばつなどの異常気象が、豪州のほぼ全域で原料乳の乳価・安定供給に影響を及ぼし、売上収益、事業利益が共に減少。

連結為替影響 ライオン酒類 (億円)



連結為替影響 ライオン飲料 (億円)



2019年3Q 実績：協和キリン

(億円)	19年3Q 実績	18年3Q 実績	増減	%
売上収益	2,247	1,969	277	14.1%
協和キリン	2,255	1,977	277	14.0%
セグメント間取引消去	-8	-8	-0	—
事業利益	466	392	74	18.8%
協和キリン	466	392	74	18.8%

製品別売上収益

(単位は億円、単位未満四捨五入)

主要製品名 (国内)	2019年 3Q実績	2018年 3Q実績	前年比	2019年 通期予想	進捗率
ネスブ+AG*	376	392	-16	484	78%
レグバラ	52	107	-54	51	103%
オルケディア	48	11	37	95	51%
ジースタ	183	148	35	228	80%
リツキシマブBS	68	24	43	84	81%
アレロック	85	97	-13	93	91%
パタノール	117	115	2	113	103%
ノウアリスト	73	68	5	100	73%
技術収入	37	22	15	44	84%

*正式名はダルベポエチン アルファ注シリンジ「KKF」。
製造販売元：協和キリンフロンティア株式会社、販売元：協和キリン株式会社。

補足

売上収益

- 国内は、2018年4月の薬価引き下げや、後発品の市場浸透の影響があったものの、新製品ジースタや、オルケディア、リツキシマブBSなどの売り上げ伸長により、売上収益が増加。
- 海外は、グローバル戦略品であるCrysvita、Poteligeoなどの新製品が、順調に市場浸透。

事業利益

- 海外販売費・上市準備費用等が増加した一方、売上収益の増加や、海外新製品売上の増加による原価率の低減などにより、事業利益が増加。

(単位は億円、単位未満四捨五入)

主要製品名 (海外)	2019年 3Q実績	2018年 3Q実績	前年比	2019年 通期予想	進捗率
Crysvita*1 北米 欧州他	216 163 53	32	184	非開示	—
Poteligeo	80	—	80	100	80%
Abstral	83	95	-12	123	68%
技術収入 ベンラリスマブロイヤリティ*2	79	139	-60	129	62%

*1 1月にUK(イングランド)で販売開始、リストプライスはGBP 2,992 (10mgバイアル)
5月にドイツのリストプライス改定: EUR 3,388→EUR 2,550 (10mgバイアル)
上市国(2019年9月末現在、南米除く):
アメリカ、カナダ、ドイツ、オランダ、ルクセンブルグ、イングランド、ウェールズ、北アイルランド、スロバキア、
スウェーデン、イスラエル、UAE

*2 AstraZeneca社販売のFasenraの売上ロイヤリティ(協和キリン社独自の見積もりを含む)。

2019年3Q 実績：ミャンマー・ブルワリー

	円ベース(億円)			
	19年3Q 実績	18年3Q 実績	増減額	%
売上収益	242	198	44	22.4%
事業利益	106	82	24	28.6%

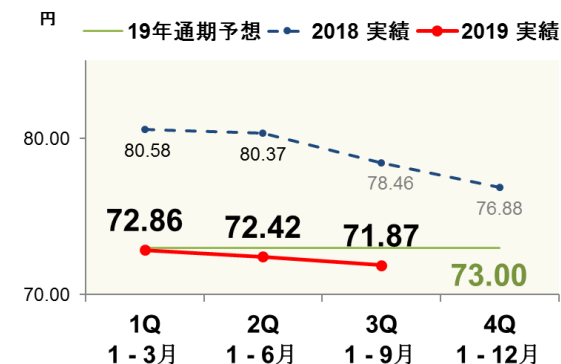
	チャットベース(Billionチャット)			
	19年3Q 実績	18年3Q 実績	増減額	%
売上収益	337	252	85	33.7%
事業利益	147	105	42	40.4%

補 足

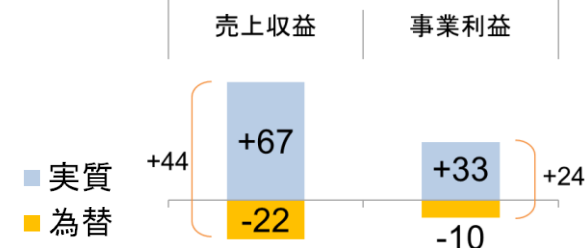
3Q業績

- ▶ 経済成長やアルコール飲用人口の拡大に加え、ビールメーカー各社の販促施策強化などにより2Qに続いて市場は大きく拡大。
- ▶ ミャンマー・ブルワリーは主力の「ミャンマービール」と、伸長が続くエコノミーカテゴリーの「アンダマン・ゴールド」を中心に大きく販売数量が増加し(+21.0%)、堅調に推移。
- ▶ 販売数量増と年初に実施した値上げ効果により増収増益を達成。期央修正計画に対して順調に進捗。
- ▶ 競争環境は激しさを増しており、圧倒的シェアを維持・拡大していくためにブランド投資を強化していく。

1,000 MMK (ミャンマー・チャット) *累月平均



連結為替影響 ミャンマー・ブルワリー (億円)



2019年3Q 実績：コーク・ノースイースト

*Coca-Cola Bottling Company of Northern New England (CCNNE) より、Coca-Cola Beverages Northeast (コーク・ノースイースト)に商号変更

	円ベース(億円)				USDベース (million \$)			
	19年3Q 実績	18年3Q 実績	増減額	%	19年3Q 実績	18年3Q 実績	増減額	%
売上収益	1,003	997	6	0.6%	918	909	9	1.0%
事業利益	38	22	16	72.4%	35	20	15	73.1%

補 足

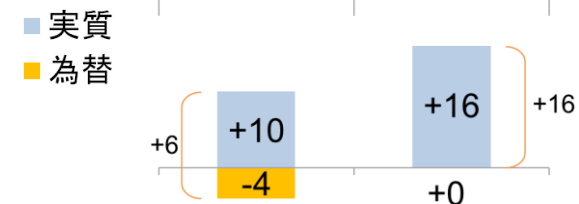
3Q業績

- ▶ 価格改定の実施、販売数量の増加(+1.8%)などにより増収。
- ▶ 利益率に重点を置いた営業活動、前年に実施した製造拠点再編成を始めとするサプライチェーン・業務効率化、原材料コストの減少等により大幅増益、事業利益率も3.8%に向上。

USD (米ドル) *累月平均



連結為替影響 コーク・ノースイースト (億円)



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.



よろこびがつなぐ世界へ Joy brings us together