

# 2010年12月期 第3四半期決算

2010年11月5日

おいしさを笑顔に

**KIRIN**

**キリンホールディングス株式会社**

## 第3四半期決算 総括

- 「実行と質的拡大」中計初年度課題への取り組みを計画どおり推進  
期央修正目標に対し業績も順調に推移。第4四半期の活動を更に強化し、通期計画の達成を目指す
- 7月には、シンガポール、マレーシアで第一位の飲料事業等を有するフレイザー・アンド・ニーヴ社の株式を取得、アジア・オセアニア地域における国際総合飲料グループ戦略を更に加速

| (億円)              | 3Q累計実績 | 前年増減 | 前年比   | 通期業績予想 | 前年比   |
|-------------------|--------|------|-------|--------|-------|
| 売上高<br>(酒税込み)     | 16,028 | ▲654 | ▲3.9  | 21,800 | ▲4.3  |
| 営業利益<br>(のれん等償却後) | 1,136  | +197 | 21.0  | 1,330  | 3.6   |
| 経常利益              | 1,074  | ▲26  | ▲2.4  | 1,250  | ▲13.6 |
| 四半期純利益            | 242    | ▲174 | ▲41.9 | 350    | ▲28.8 |

- ✓ CCTコストシナジーや各社ブランド強化へ向けた取り組みが順調に推移したことに加え、国内酒類・飲料事業では猛暑効果も加わり、営業利益が増加(第3四半期として過去最高)

## 3Qから期末に向けて(定性情報)

### 各事業進捗 および 全体の方向性

#### 全社計画に対して順調な進捗

##### 【3Qまでの状況】

- 国内の酒類および飲料・食品事業は、価値ある新商品の発売、収益性改善への取り組みが奏功
- 医薬事業は、主力品の販売が好調。薬価基準改定の影響も想定内であり、全体として順調に推移
- 豪州事業は、主に飲料・食品事業が消費者の低価格志向や原材料価格高の影響を受ける中、ブランド強化策を酒類および飲料・食品事業ともに継続

➡ 通期に向けては、グループ全体で期央修正計画の達成を目指す

### CCT コストシナジー

#### 計画を前倒しで取り組み、年間貢献目標75億円を上回る進捗

##### 4Qにおいても引き続き取り組みを強化

- キリンビール・キリンビバレッジの生産拠点最適化作業は順調、生産・物流分野の目標にむけて計画どおり進捗
- 調達、IT・その他は計画を上回る進捗、引き続き計画を前倒しで取り組む

### その他 グループ全体での 取り組み

- 資産流動化は280億円(進捗率70%)、計画達成に向け取り組みを強化
- メルシャン完全子会社化に向けたプロセスは予定どおり進行中
- 第三者委員会報告を受け、グループ子会社ガバナンスのあり方を再点検
- 協和発酵キリンが、協和発酵ケミカルの全株式譲渡を決定(来年3月末実行予定)

# 3Q各社状況と期末への取り組み① <国内酒類、飲料・食品>

## キリンビール

- キリンブランドの強化・新しい価値提案に向けた取り組みを推進  
堅調な「キリン のどごしく生」に加え、新商品「キリン 本格<辛口麦>」も好調
- さらに猛暑効果が加わり、7-9月において販売水準は改善
- キリンビール(株)の営業部門とキリンマーチャндайジグ(株)を統合した新会社設立を決定。  
営業基盤の一元化により、地域密着型の営業体制を一層強化



通期

年末最盛期に向けて一層の拡大が予想される新ジャンル市場において、  
「キリン のどごしく生」を中心に、「キリン 本格<辛口麦>」「キリン コクの時間<贅沢麦>」の3本柱を強化、  
足元の販売トレンドをさらに加速させる

## メルシャン

- 家庭用市場向けの国産・デイリーワインが好調
- 環境にやさしいPETボトル入りワインなど、お客様に新しい価値を提案



通期

- ✓ 最大の販売機会である11~12月において確実に販売目標を達成する
- ✓ ポージョレヌーヴォーはロゼの新規導入等により対前年105%の予約受注を達成

## キリンビバレッジ

- ブランド強化への取り組みが進捗  
～紅茶飲料市場No.1ブランド※「キリン 午後の紅茶」が年間販売目標を上方修正～
- 原材料コストダウン・販促費コントロールなど、収益構造改革の成果は着実に現れている
- チルド飲料事業では、基盤構築と競争力の強化にむけた構造改革を実施
- 中国では、「キリン 午後の紅茶」ブランドのマーケティング活動を強化、収益構造改革にも取り組む



通期

「キリン 午後の紅茶」をはじめとした基盤ブランドを中心に、引続きブランド力を基軸とした  
競争力の強化に集中

(※食品マーケティング研究所調べ2009年実績)

## 3Q各社状況と期末への取り組み② <豪州、医薬、その他>

### ライオンネイサン・ ナショナルフーズ

#### <酒類>

- ▶ プレミアムビールや糖質オフ商品等の高付加価値商品強化を継続することで、堅調な売上を確保

通期

- ✓ 10年7月-9月も厳しい競争環境が続くものの、利益目標達成に向けた活動をほぼ予定通りに実施
- ✓ 糖質オフの新品 XXXX Summer Bright Lagerが大ヒット、9月から全国発売へとエリア拡大するなど付加価値戦略を推進

#### <飲料・食品>

- ▶ 原材料価格高と低価格志向による厳しい市場環境が続く中、基盤ブランドへのさらなる集中と付加価値戦略を通じた商品ミックスの改善を継続
- ▶ シナジー創出へ向け、機能統合および拠点最適化の取り組みを着実に実行

通期

- ✓ 10年7月-9月も原材料コスト高や低価格志向の影響が厳しさを増す中、長期的な成長を目指したブランド強化策を継続
- ✓ 拠点最適化を含む機能統合は計画どおり推進

### 協和発酵キリン グループ

#### ▶ 協和発酵キリン

- ① 4月に実施された薬価基準の引下げの影響を受けたものの、主力製品の販売が好調に推移
- ② 導出による一時金収入増に加えて、ロイヤルティ収入も順調に推移
- ▶ 協和発酵バイオは、アジア向け輸液用アミノ酸や医療用原料が好調のほか、「キリン プラスーアイ」商品の好調な販売に合わせ、機能性素材である「回復系アミノ酸オルニチン※」の増産体制を整備
- ▶ 協和発酵ケミカルは、景気持ち直しによる製品需要の回復により、業績が大幅に改善

通期

各事業とも年間計画の達成にむけ、引き続き主力品の販売に注力

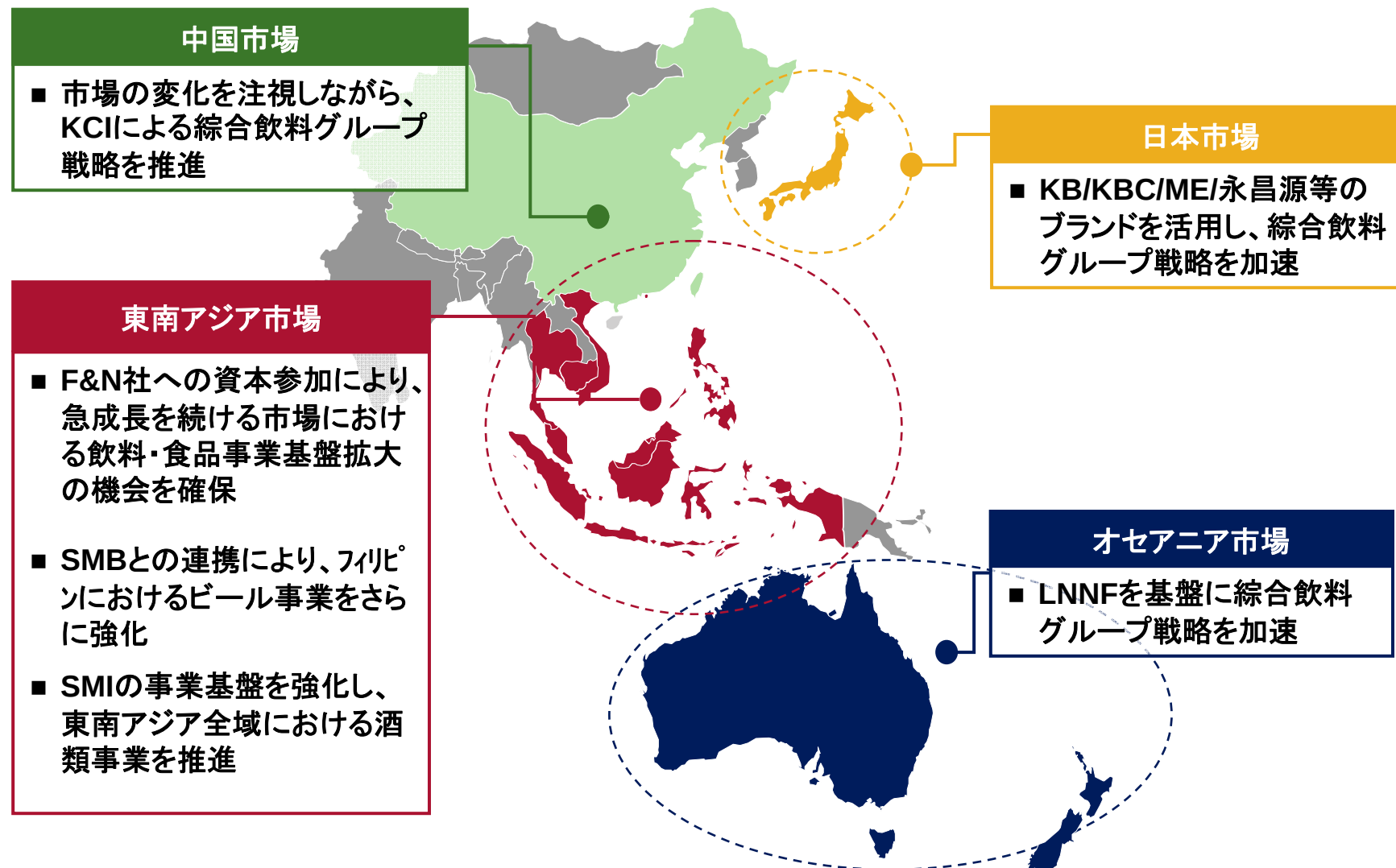
※オルニチンは体内で使われても自らがオルニチンに戻るので回復系アミノ酸と呼びます。

# CCTコストシナジー進捗状況

|       | 2010年<br>貢献目標<br>(億円) | 第3四半期<br>実績<br>(進捗率) | 主な取り組み                                                                                                            |
|-------|-----------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 生産・物流 | 8                     | 4.8<br>(58.3%)       | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ KB・KBC生産拠点の最適化によるコスト削減</li> <li>➤ KB・KBC(需給)物流機能の構造改革によるコスト削減</li> </ul> |
| 調達    | 46                    | 55.5<br>(120.8%)     | KB・KBCの原料・包装資材・広告宣伝の共同調達を推進                                                                                       |
| IT 他  | 21                    | 31.3<br>(149.0%)     | 2011-12年に計画している情報インフラコスト削減施策の一部を前倒しで実施                                                                            |
| 合計    | 75                    | 91.6<br>(122.1%)     | 第3四半期において施策を前倒しで実行したことにより、<br><u>年間貢献目標を上回る</u>                                                                   |

# キリングroupのアジアオセアニアにおける事業基盤状況

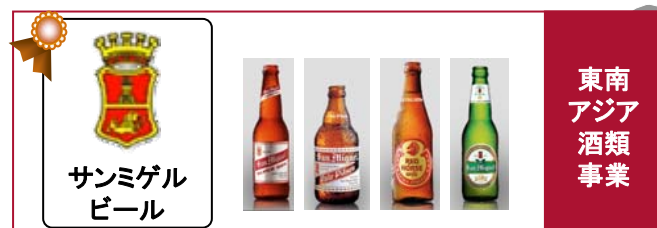
フレイザー・アンド・ニーヴ社が加わり、国際総合飲料グループ戦略をよりスピードアップして推進



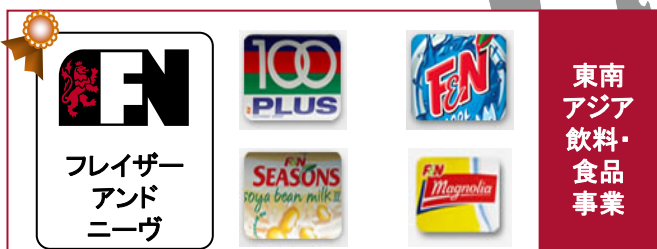
(略称)KB キリンビール、KBC キリンビバレッジ、ME メルシャン、KCI 麒麟(中国)投資有限公司、F&N フレーザー・アンド・ニーヴ、SMB サンミゲルビール、SMI サンミゲルインターナショナル、LNNF ライオンネイサン ナショナルフーズ

# グループ・パートナー企業が展開する強力なブランド群

- 酒類・飲料食品の両事業において、各エリアに強力なブランド群を保有
- グループシナジー創出により各ブランドを更に強化



フィリピン国内で圧倒的な販売量を誇る。中国・東南アジアにもビール事業を展開



マレーシア、シンガポールで第一位の飲料事業を展開



豪州有数のミルク・果汁飲料ブランドを多数保有

東南  
アジア  
酒類  
事業

東南  
アジア  
飲料・  
食品  
事業

オセア  
ニア  
飲料・  
食品  
事業

国内  
酒類  
事業



キリン のどごし生、キリンチューハイ氷結、キリンフリーなど、各カテゴリに強力なブランドを多数保有

国内  
飲料  
事業



紅茶飲料NO.1(※)のキリン 午後の紅茶をはじめ、キリン FIRE、キリン生茶など各カテゴリに強力なブランドを保有  
(※食品マーケティング研究所調べ2009年実績)

オセア  
ニア  
酒類  
事業



XXXXをはじめ数多くの有力ビールブランドを保有

おいしさを笑顔に

**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.**