

**キリンググループ
2013年決算・2014年事業方針**

**2014年2月13日
キリンホールディングス株式会社**

目次

・ 2013年 連結業績ハイライト	 3
・ 2014年 業績予想	 4
・ 2013年 振り返り	 5
・ 2014年 基本方針・定量目標	 6
(参考：定量目標明細)	 7
・ 2014年 財務戦略	 8
・ 日本総合飲料	 9-10
・ ライオン	 11-12
・ ブラジルキリン	 13-14
・ その他海外トピックス	 15
・ 協和発酵キリン	 16
・ 社会と共有できる価値の創造に向けて	 17
・ 補足資料	 18-23

2013年 連結業績ハイライト



豪州酒類事業の好調継続等、海外が牽引し対前年増収

		2013年 (億円)	2012年 (億円)	対前年増減 (億円) (%)		目標達成率※ (%)
売上高	日本総合飲料	11,801	11,900	△98	△0.8	99.2
	海外総合飲料	6,852	5,770	1,081	18.7	97.3
	医薬・バイオケミカル	3,313	3,229	84	2.6	100.4
	その他	577	961	△383	△39.9	103.2
	売上高	22,545	21,861	684	3.1	98.9
営業利益	日本総合飲料	621	689	△68	△9.9	104.4
	海外総合飲料	306	276	30	11.0	77.7
	医薬・バイオケミカル	543	555	△11	△2.1	100.6
	その他	37	37	△0	△0.8	93.7
	全社費用・セグメント間取引消去	△80	△28	△52	—	—
	営業利益	1,428	1,530	△102	△6.7	95.2
経常利益	持分法による投資損益	16	△6	23	—	—
	経常利益	1,321	1,384	△63	△4.6	100.1
特別損益		250	△48	299	—	—
税金等調整前当期純利益		1,572	1,335	236	17.7	93.6
当期純利益		856	561	294	52.4	95.2

(売上高)

- ・キリンビバレッジの販売数量増
(対前年+6%)
- ・海外総合飲料が増収、円安も寄与
〔ライオン+717億円
ブラジルキリン+295億円〕
- ・キリン協和フーズ社下半期連結除外
△395億円

(営業利益)

- ・国内は戦略的資源配分によりブランド育成を計画どおり推進
- ・豪州酒類事業の増収効果
- ・ブラジルにおけるブランド関連費用の増加
- ・医薬事業において技術収入の一部を次期計上

(経常利益)

- ・持分法投資損益の増加
- ・為替差益の増加

(当期純利益) 過去最高

- ・フレイザー・アンド・ニーヴ社株式売却益を計上

(注) 2013年より報告セグメントの区分を変更

※対期央修正値(2013年8月公表)

2014年 業績予想



日本・海外で増収を見込むも、医薬における薬価基準引き下げの影響を折り込み、営業減益を予想

		2014年 (億円)	2013年 (億円)	対前年増減 (億円) (%)	
売上高	日本総合飲料	12,100	11,801	298	2.5
	海外総合飲料	7,300	6,852	447	6.5
	医薬・バイオケミカル	3,260	3,313	△53	△1.6
	その他	240	577	△337	△58.5
	売上高	22,900	22,545	354	1.6
営業利益	日本総合飲料	635	621	13	2.2
	海外総合飲料	380	306	73	23.9
	医薬・バイオケミカル	440	543	△103	△19.0
	その他	30	37	△7	△20.0
	全社費用・セグメント間取引消去	△85	△80	△4	—
	営業利益	1,400	1,428	△28	△2.0
経常利益	持分法による投資損益	△30	16	△46	—
	経常利益	1,220	1,321	△101	△7.7
特別損益		△110	250	△360	—
税金等調整前当期純利益		1,110	1,572	△462	△29.4
当期純利益		490	856	△366	△42.8

(売上高)

- ・キリンビバレッジ +191億円 (販売数量増)
- ・メルシャン +40億円
(価格改定効果ほか)
- ・ブラジルキリン +375億円
(販売数量増・単価上昇)
- ・キリン協和フーズ社連結除外 (△349億円)

(営業利益)

- ・ブラジルキリン +115億円 (増収効果ほか)
- ・ライオン △36億円 (乳価上昇影響ほか)
- ・医薬における薬価基準引き下げの影響
約△130億円

(経常利益)

- ・持分法投資損益の減少
- ・為替差益の減少

(当期純利益)

- ・前年の投資有価証券売却益計上が影響し減益

国内は再成長の取り組みに一部成果もビール類の販売に課題、海外は収益安定化が急務

日本

■ 中期経営計画初年度の目標利益を達成

- ①清涼飲料でブランド育成が着実に前進
- ②円安による原材料高をコスト削減により吸収

■ 収益の基盤であるビール類の成果創出に遅れ

『一番搾り』『のどごし生』等の主力ブランドの販売が目標未達

海外

■ 豪州・ブラジルともに対前年増収

- ①豪州：酒類の主力ブランドが好調に推移
- ②ブラジル：市場を上回る販売を実現

■ 期中の環境変化の影響を吸収しきれず、利益が計画未達

- ①豪州：4Qでの乳価高騰による急激な原材料コスト上昇
- ②ブラジル：競争激化に伴い販売費が計画を大幅に超過

(定量目標)

	実績	目標※	目標達成率	前年比
平準化EBITDA	3,014億円	3,140億円	96.0%	△1.9%
平準化EPS	122 円	123 円	99.2%	4.3%

※期央修正値（2013年8月公表）

ブランドポートフォリオの価値最大化と、効率性の更なる追求を通じて、日本・海外ともに増収増益を目指す

（日本）主力ブランドの再活性化、環境変化を見据えたブランドポートフォリオの確立

（豪州）酒類事業の着実な成長実現と、飲料事業の抜本的な事業構造改革

（ブラジル）市場を上回る着実な売上拡大と、より効果的・効率的な資源投入による、収益の安定化

（定量目標）

	2013年実績	2014年目標	2013・2014 年平均成長見通し	中期経営計画 定量目標
平準化※EBITDA	3,014億円 (対前年△1.9%)	3,020億円 (対前年+0.2%)	△1.0%	年平均1桁台半ば(%) の成長
平準化※EPS	122円 (対前年+4.3%)	129円 (対前年+5.7%)	+5.0%	年平均1桁台後半(%) の成長

※平準化の明細についてはP7を参照

＜2015年グループ連結業績ガイダンス（修正）＞ 連結売上高 23,000億円以上（変更無し） 営業利益 1,700億円以上（修正前 1,800億円以上）

・ 2013年以降に発生した以下の変動要素を折り込み、営業利益ガイダンスを100億円下方修正

①協和発酵キリンにおける2015年ガイダンスの変更 △50億円

②子会社外部化（キリン協和フーズ、横浜赤レンガ）他 △50億円

参考：定量目標明細

KIRIN

(平準化EBITDA)

(億円)

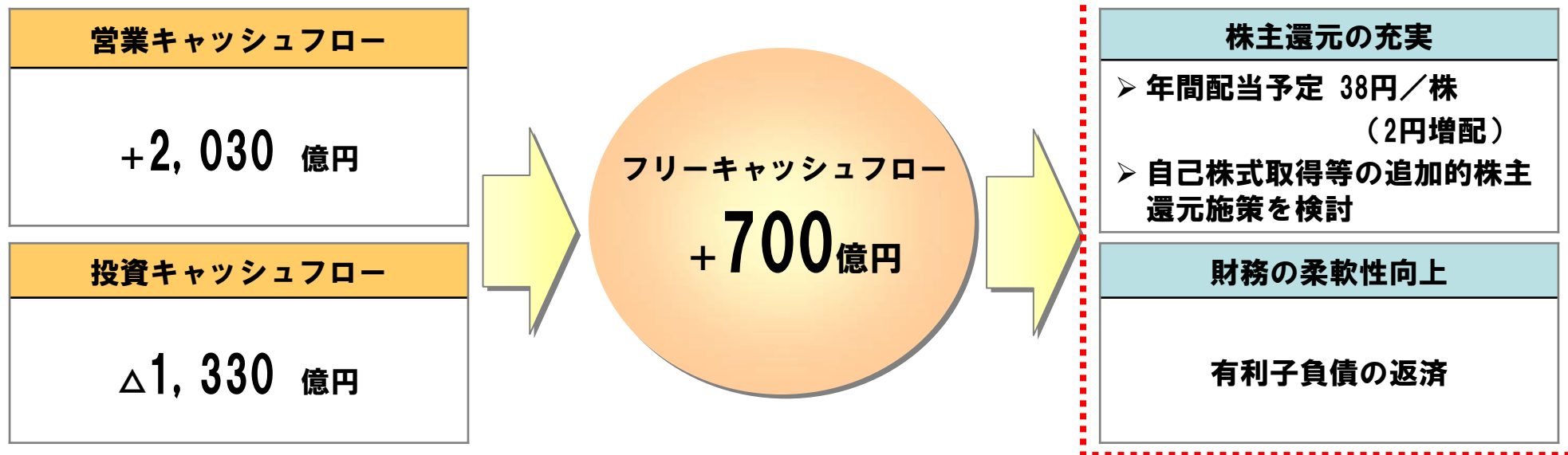
	2014年 目標	2013年	2012年
営業利益	1,400	1,428	1,530
減価償却費	1,042	1,011	1,034
のれん償却額	480	479	429
持分法適用関連会社からの 受取配当金	98	96	79
平準化EBITDA	3,020	3,014	3,073

(平準化EPS)

(億円)

	2014年 目標	2013年	2012年
当期純利益	490	856	561
のれん等償却額	655	652	595
税金等調整後特別損益	57	△354	△38
平準化当期純利益 ①	1,202	1,154	1,128
期中平均株式数(千株) ②	929,340	943,727	961,665
平準化EPS(円) ①÷②	129	122	117

中計財務方針に沿ったフリーキャッシュフローの配分



■キャッシュフローの推移

(億円)

	2013年	2014年	2013年 ～2014年計	中計目標
営業キャッシュフロー	2,055	2,030	4,085	7,000以上
投資キャッシュフロー	855	Δ1,330	Δ475	Δ3,000
フリーキャッシュフロー	2,910	700	3,610	4,000以上
配当支払い	Δ388			
自己株式取得	Δ504			
有利子負債の返済	Δ1,805			

<中計財務方針>

(株主還元の充実)

- ・ 平準化EPSの成長に応じた増配
- ・ 平準化EPSに対する配当性向30%
- ・ 自己株式取得を含む追加的株主還元施策も検討

(財務の柔軟性向上)

- ・ 有利子負債の返済

日本綜合飲料(1) 2013年実績

KIRIN

清涼飲料のブランド育成が着実に前進、ビール類の主力ブランドの販売に課題

		2013年 (億円)	2012年 (億円)	対前年増減 (億円) (%)	
売上高	麒麟ビール	7,291	7,524	△232	△3.1
	麒麟ビバレッジ	3,535	3,368	166	4.9
	メルシャン	670	697	△27	△3.9
	その他	304	309	△4	△1.5
	計	11,801	11,900	△98	△0.8
営業利益	麒麟ビール	518	578	△60	△10.4
	麒麟ビバレッジ	37	59	△22	△37.7
	のれん償却額	△19	△19	△0	—
	計	17	39	△22	△56.8
	メルシャン	3	21	△17	△82.0
	その他	81	49	31	63.7
営業利益		621	689	△68	△9.9

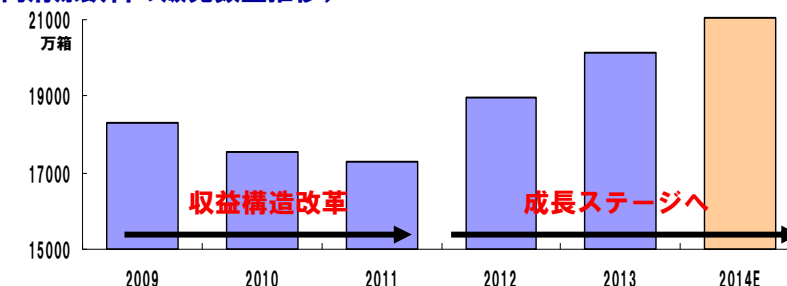
	2013年	2012年	対前年増減
ビール	672 千KL	699 千KL	△3.8%
発泡酒	522 千KL	560 千KL	△6.9%
新ジャンル	714 千KL	714 千KL	0.0%
ビール類計	1,909 千KL	1,974 千KL	△3.3%
RTD	227 千KL	209 千KL	8.6%
清涼飲料	20,156 万箱	18,955 万箱	6.0%
ワイン	666 万箱	660 万箱	1.0%

(ビール類主力ブランドの販売に課題)



- ・ ビール類の販売が目標未達。『一番搾り』『のどごし生』等、主力ブランドの育成に遅れ。新商品『澄みきり』は年初目標を達成、RTDも着実に伸張
- ・ 清涼飲料が2年連続で販売増。『午後の紅茶 おいしい無糖』『世界のキッチンから』等のブランド育成が着実に前進
- ・ 家庭用デイリーワインの好調が持続
- ・ 円安による原材料高を、コスト削減・効率化、ワインの価格改定等により吸収

(国内清涼飲料の販売数量推移)



日本総合飲料(2) 2014年計画

KIRIN

ビール類を中心とした主力ブランドの再活性化と、収益基盤の一層の強化を通じて、増収増益を目指す

	2014年 (億円)	2013年 (億円)	対前年増減 (億円) (%)	
キリンビール	7,290	7,291	△1	△0.0
キリンビバレッジ	3,727	3,535	191	5.4
メルシャン	710	670	40	6.1
その他	372	304	67	22.2
売上高	12,100	11,801	298	2.5
キリンビール	543	518	25	4.9
キリンビバレッジ	48	37	10	29.7
のれん償却額	△19	△19	—	—
計	28	17	10	64.5
メルシャン	12	3	8	227.2
その他	50	81	△31	△38.2
営業利益	635	621	13	2.2

	当社販売計画 前年比		市場 前年比
ビール	672 千KL	△0.0%	△1~△2%
発泡酒	513 千KL	△1.6%	△1~△2%
新ジャンル	724 千KL	1.4%	0~1%
ビール類計	1,910 千KL	0.1%	0~△1%
RTD	245 千KL	8.1%	4~5%
清涼飲料	21,070 万箱	5.0%	0~1%
ワイン	730 万箱	10.0%	5%



主力ブランドのプレゼンス最大化



新しい価値の育成・創造

- 主力ブランドのプレゼンス最大化
 - ①さらなる重点的資源配分
 - ②サッカー日本代表応援等による店頭露出の最大化
 - ③お客様ニーズを捉えた、ブランド毎のマーケティングミックスの最適化
- 新しい価値の創造と、将来の収益基盤となるブランドの育成
- 更なる効率化の推進（中計期間中コスト削減目標 200億円以上）



サッカー日本代表応援企画

ライオン(1) 2013年実績

KIRIN

増収増益 主力ビールブランドの販売が好調に推移した豪州酒類事業が全社業績を牽引

		2013年		2012年		対前年増減		対前年増減(%)	
		億円	百万AUD	億円	百万AUD	億円	百万AUD	円へーズ	AUDへーズ
	酒類	2,449	2,663	1,898	2,326	551	336	29.1	14.5
	飲料	2,234	2,429	2,068	2,535	166	△105	8.0	△4.2
売上高		4,684	5,093	3,966	4,862	717	230	18.1	4.8
	酒類	663	721	500	613	162	107	32.5	17.5
	飲料	73	79	74	91	△1	△11	△1.8	△12.9
	本社費用	△102	△111	△79	△97	△23	△14		
のれん等償却前営業利益		633	689	496	608	137	80	27.8	13.3
のれん償却額		△303	△330	△252	△308	△51	△21		
ブランド償却額		△42	△45	△38	△47	△3	1		
営業利益		287	313	205	252	82	60	40.0	24.1

	販売数量 (対前年)
酒類	+7.5%
飲料	△4.3%

酒類	営業利益増減 (百万AUD)	飲料
613	2012年	91
80	販売数量増減	△30
27	その他	18
721	2013年	79

連結期間：2012年10月～2013年9月
為替レート：91.97円（前年同期：81.58）

（酒類事業）

- 豪州の主力ビールブランドが引き続き好調に推移したほか、昨年獲得した輸入プレミアムブランドやクラフトビール等が通年で寄与

（飲料事業）

- 収益構造改革によりコスト効率化は進むも、7月以降の乳価高騰の影響等により減益（計画未達）



成長が続く豪州ビールブランド

ライオン(2) 2014年計画



酒類事業において引き続き着実な成長を目指す。飲料事業は抜本的な事業構造改革に取り組む

		2014年		2013年		対前年増減		対前年増減(%)	
		億円	百万AUD	億円	百万AUD	億円	百万AUD	円へ-ス	AUDへ-ス
売上高	酒類	2,521	2,711	2,449	2,663	72	48	3.0	1.8
	飲料	2,214	2,380	2,234	2,429	△20	△49	△0.9	△2.0
		4,735	5,092	4,684	5,093	51	△1	1.1	△0.0
のれん等償却前営業利益	酒類	682	734	663	721	19	12	2.9	1.8
	飲料	33	36	73	79	△39	△43	△54.1	△54.6
	本社費用	△116	△124	△102	△111	△13	△13		
のれん償却額		△306	△329	△303	△330	△2	0		
ブランド償却額		△42	△45	△42	△45	△0	0		
営業利益		251	269	287	313	△36	△43	△12.8	△13.8

連結期間：2013年10月～2014年9月
為替レート：93.00円（前年同期：91.97）

（酒類事業）

- ・ 主力ブランドの更なる育成・強化と、プレミアム・高付加価値商品を含む潜在需要の開拓に注力し、収益成長を目指す

（飲料事業）

- ・ 乳価高騰やPB契約終了の影響を、価格転嫁・コスト削減では吸収しきれず、減益を見込む
- ・ これまでの生産拠点再編に加え、事業構造の抜本的な見直しを行うとともに、需要が拡大する中国・東南アジア方面へのビジネス展開を拡大

ブラジルキリン (1) 2013年実績



KIRIN

経済成長が鈍化する中、市場を上回る販売を実現し、増収。競争激化により営業利益は減少

	2013年		2012年		対前年増減		対前年増減 (%)	
	億円	百万リアル	億円	百万リアル	億円	百万リアル	円ベース	リアルベース
売上高	1,783	3,947	1,488	3,623	295	324	19.8	9.0
のれん等償却前営業利益	88	196	130	317	△41	△120	△31.9	△38.1
のれん償却額	△53	△118	△48	△118	△4	—		
ブランド償却額	△31	△69	△28	△69	△2	—		
営業利益	3	7	52	128	△49	△120	△93.2	△93.8
EBITDA	212	470	240	602	△28	△131	△11.7	△21.8

	販売数量 (対前年)
ビール	+1.5%
清涼飲料	△2.8%
合計	0.0%

※参考：市場（SICOBÉ）

ビール：△2.0%

清涼飲料：△3.6%

連結期間：2013年1月～12月

為替レート：45.18円（前年同期：41.08）

（販売状況）

- ・ ビール：北部では競争激化により伸び悩むも、南部において順調に市場プレゼンスを拡大し、市場・前年を上回る販売を実現
- ・ 飲料：ミネラル・ウォーター、果汁飲料等は好調も、主力ブランド『Schin』等の販売数量が減少

（営業利益）

- ・ 製造原価の上昇を販売単価UPで補い粗利が増加（約130百万リアル）
- ・ 販売費および一般管理費の増加（約△250百万リアル）

①競争激化に対応したことによる販売費の増加

②戦略的ブランド投資を計画どおり実行

③その他一般管理費の増加



主力ビールブランド（左から）
NOVA SCHIN, SCHIN NO GRAU, DEVASSA

ブラジルキリン (2) 2014年計画

主力ブランドの露出最大化等を通じた数量増と、商品ミックスの改善等により、増収増益を目指す

	2014年		2013年		対前年増減		対前年増減 (%)	
	億円	百万リアル	億円	百万リアル	億円	百万リアル	円ベース	リアルベース
売上高	2,159	4,907	1,783	3,947	375	959	21.1	24.3
のれん等償却前営業利益	201	459	88	196	113	262	127.6	133.7
のれん償却額	△52	△118	△53	△118	1	—		
ブランド償却額	△30	△69	△31	△69	0	—		
営業利益	119	270	3	7	115	262	>999	>999
EBITDA	352	800	212	470	140	330	66.0	70.2

参考 主な経済指標予想値

GDP：前期比+2.1%

消費者物価指数：+5.6～+5.7

(出典：中央銀行予測 ほか)

連結期間：2014年1月～12月

為替レート：44.00円（前年同期：45.18）



ビール新商品
SCHIN



清涼飲料新商品（2013年10月発売）
左：FIBZ 右：ECCO!

(市場)

- ビール・清涼飲料市場は、GDP成長を上回る伸びを見込む
 - ①FIFAワールドカップ等のイベント開催に伴う消費増効果
 - ②カーニバルの時期ずれ（2013年：2月、2014年：3月）によるトップシーズンの長期化

(ブラジルキリン)

- 昨年に引き続き市場を上回る販売を目指す
 - ①ビール：新商品『SCHIN』の露出・展開の最大化
 - ②清涼飲料：主力ブランドの強化と、新商品『FIBZ』『ECCO!』等のカバレッジの向上
 - ③低プレゼンス地域における顧客接点の拡大を継続・強化 他
- 1月業績は計画を上回り推移、新商品も順調に伸張

海外における日本の知見・技術の活用	<ブラジル> KIRIN FIBZ メッツコーラの開発ノウハウを活用した、ブラジル初となるファイバー入りコーラ／ガラナ飲料を2013年10月に出荷開始、販売好調。今後展開エリア拡大を予定 <豪州> KIRIN Cider 薫り 豪州で急成長するサイダーカテゴリーにおける初のキリンブランド上市	
中国・東南アジアでの事業展開	<東南アジア> ベトナムキリン ・消費者プロモーションを通じた主力ブランドの強化、製造体制の見直し等によるコスト削減により、2013年は中期経営計画初年度目標をクリア。今後、更なる成長軌道へ <中国> 華潤麒麟飲料（大中華） ・2015年売上高目標を60億元から100億元へ上方修正 ・2013年は、華南エリアの更なる基盤強化と他エリアへの積極拡大、水事業を中心としたブランド強化により、業界成長を大きく上回る販売実績を達成 ・今後の成長戦略 ①新設3工場を中心に製造拠点を拡大 ②重点拠点での地位を更に固め、新規エリアにおいて成長を実現、 ③主力の水事業の更なる成長、キリンブランド飲料のプレゼンス向上、新規ブランドの開発・育成により、ブランドポートフォリオを強化	
一番搾りの海外展開	・グローバルブランドとしての展開を加速 ・現在、世界約40カ国での販売。2013年10月にはタイでの製造・販売を開始 ・2014年は、ブラジルでの製造・販売を開始予定。 全世界で対前年2割増の販売を目指す	

2013年は、国内における医療用医薬品の堅調な推移、ProStrakan社の順調な伸長、為替の円安進行もあり増収
2014年は、薬価基準引き下げの影響を折り込み、減収を予想

		2012年 (億円)	2013年 (億円)		2014年 (億円)	
				対前年増減%		対前年増減%
売上高	医薬	2,580	2,595	0.6%	2,482	△4.4%
	バイオケミカル	751	810	7.8%	888	9.6%
		3,229	3,313	2.6%	3,260	△1.6%
営業利益	医薬	507	461	△9.1%	330	△28.5%
	バイオケミカル	21	56	166.4%	80	41.1%
		555	543	△2.1%	440	△19.0%

(2013年実績)

- ・ 医薬事業：国内営業が順調に推移したものの、技術収入の減少により減益
- ・ バイオケミカル事業：円安基調の影響を受けて増益

(2014年計画)

- ・ 医薬事業：薬価基準引き下げの影響（約△130億円）や研究開発費の増加（約△30億円）により大きく減益
- ・ バイオケミカル事業：事業構造改革の進展や通販伸長による粗利等（約＋39億円）、為替影響（約＋7億円）により増益

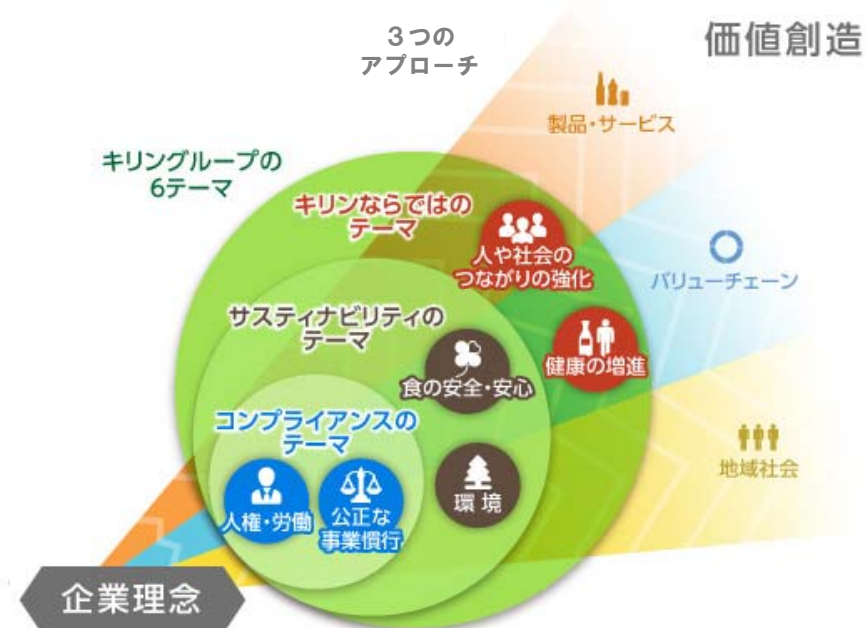
(中期経営計画ガイダンス)

- ・ 2015年営業利益ガイダンスを50億円下方修正。国内医薬事業における後発品の影響を折り込むほか、研究開発費の増加を見込む

社会と共有できる価値の創造に向けて

KIRIN

キリンの事業特性を活かした、社会との共有価値の創造への発展を目指す



2014年 サッカーで日本を元気に！

新しい日本を見せよう。



NEW
記者会見やイベントなどにファンを招待。サポーターとともに盛り上がる活動を次々展開



<ファン・サポーターとともに応援>
日本代表応援キャンペーン
応援デザイン缶発売
工場等での応援イベント など



<次世代育成>
JFA・キリン スマイルフィールド
JFA・キリン ファミリーフットサル

サッカー日本代表支援

【事業活動を通じた地域活性化】

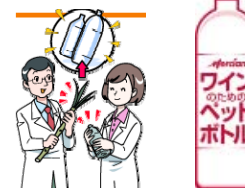
復興応援
キリン
絆プロジェクト

笑顔で結ぶ。人を、日本を。



地域特産果実の活用

【環境への取り組み】



PET to PETメカニカルリサイクル

【独自技術を活用した健康増進】



プラズマ乳酸菌を活用した商品展開

補足資料

(為替レート)

(円)

	AUD	BRL
期中平均レート		
2013年実績	91.97 (2012年10月～2013年9月)	45.18
2014年予想	93.00 (2013年10月～2014年9月)	44.00
期末レート		
2013年実績	90.87 (2013年9月末)	44.99

(為替変動1円による連結業績影響)

(億円)

	AUD (ライオン)	BRL (ブラジルキリン)
連結売上高	50	49
連結営業利益	2.7	2.7
為替換算調整勘定	約70	約60

【日本総合飲料】ブランド戦略（ビール類・RTD）

KIRIN

広告から店頭まで、あらゆるお客様接点でブランドの本質的価値をダイレクトに訴求し、主力ブランドのプレゼンスを最大化

一番搾り

Beer

スタンダード価格でプレミアム価値を実感できるブランドへ



広告



■ブランドセミナー



体験

■コンセプトショップ



■「一番搾りプレミアム」
ギフト限定発売（6/11～）

淡麗

Happo-shu

16年連続発泡酒売上N0. 1※のメインブランドとして魅力を訴求

※1998年～2013年発泡酒 キリン社課税移出数量より



■グリーンラベル
リニューアル

RTD

氷結・本搾り



NEW
ストロング
始動!

リニューアル・
新フレーバー投入

のどごし<生>

New genre

店頭を中心としたプレゼンス向上へ



■リニューアル
■新広告タレント起用
■大規模な販促キャンペーン

■飲食店向け樽詰生での接点拡大



「逆さ缶」の飲み方提案をフックに、
一気に拡大を図る

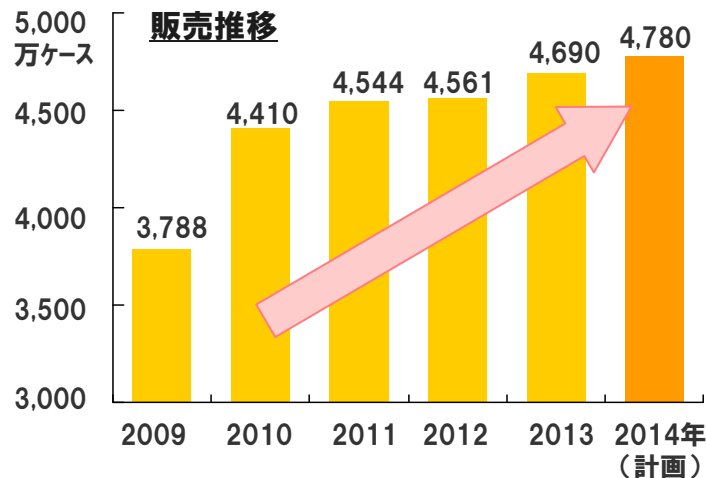
【日本総合飲料】ブランド戦略（清涼飲料）

KIRIN

午後の紅茶

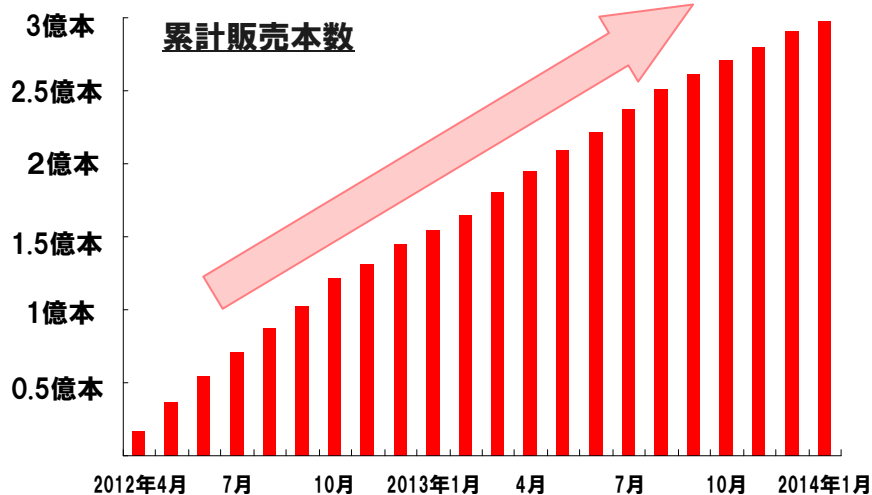
No. 1※ブランドとして紅茶カテゴリー拡大に向けた取組みを強化し、5年連続販売実績更新へ

※食品マーケティング研究所調べ



メッツコーラ

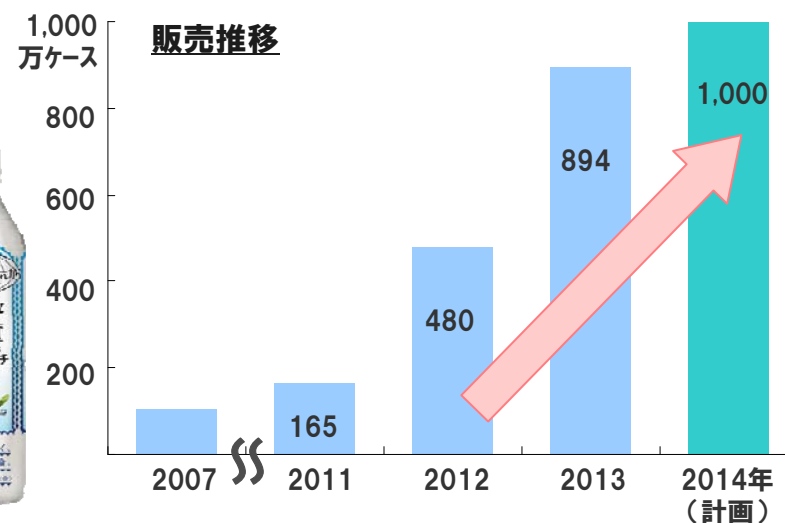
トクホコーラカテゴリーNo.1※ブランドとしての地位を確立。累計販売本数3億本も突破間近。認知率は既に80%超、2014年は飲用率向上へ



※2013年累計出荷数量をもとにした食品マーケティング研究所調べ

世界のKitchenから

2014年目標1,000万箱
「ソルティライチ」中心に独自のラインアップを拡充、メガブランドへの足がかりとなる一年へ

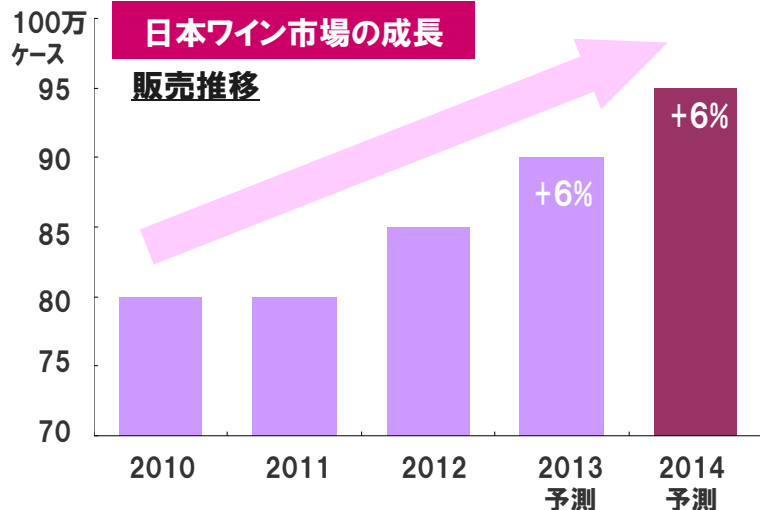


【日本総合飲料】ブランド戦略（ワイン）

KIRIN

シャトー・メルシャン

好調な日本ワイン市場に向けて「シャトー・メルシャン」の魅力を最大限伝える



2013年 +7%

2014年(計画) +12%



- 初のコンセプトショップ（1/16～）
- 通年での積極的なプロモーション展開

デイリーワイン

主力4ブランドに投資を集中、さらなるブランド強化を図る

- 「フレンジア」
- 「エブリィ」
- 「おいしい酸化防止剤無添加ワイン」
- 「フロンテラ」

- ペット容器化の推進
- リニューアル・新SKU投入



成長する輸入低価格帯ワイン市場
向けの新商品投入（4/4～）

サッカーを共に応援するサポーターとして、キリングroup全体で様々なプロモーションを次々に展開し、日本全体を盛り上げていきます。

新しい日本を見せよう。

KIRIN LOVES SOCCER 2014

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
スケジュール	 夢を力に 2014		☆3/5 キリンチャレンジカップ 場所: 国立 対戦国: ニュージーランド代表		☆5/下 イベント(予定) ☆5/27 キリンチャレンジカップ 場所: 埼玉スタジアム 対戦国: 未定	6/13~7/14 本大会	
							
キリンビール							
キリンビバレッジ							



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.