

キリンググループ 2010年決算・2011年事業方針

2011年2月10日

キリンホールディングス株式会社

2010年は減収・営業増益。お客様ニーズに応える価値提案を追求するとともに、トップラインにのみ頼らずムリ・ムダ・ムラを排除するリーン経営を実践、収益性・効率性の向上を実現

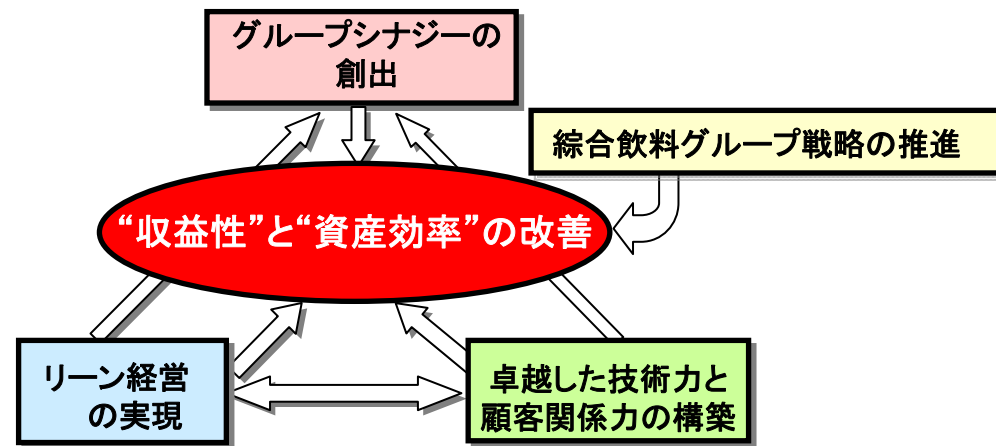
経営環境が大きく変化する中で、2011年は、基盤事業の自律的成長に向け、お客様価値を創造するブランドマーケティングの強化に取り組む

引き続き『質的拡大』に取り組む一方、事業の国際化を一層推進。東南アジア・中国での展開加速と、豪州事業のさらなる強化を図る

2010年総括

- 2010年中計初年度として、事業各社がお客様価値創造に向けた活動を推進
- CCTコストシナジー・事業各社のコスト削減により、収益性・効率性が向上
- 東南アジアにおける飲料事業基盤の強化に向け、フレイザー・アンド・ニーヴ社とのシナジー創出取り組みの協議を開始

(2010年事業方針骨子)



【グループガバナンスの透明性・健全性向上に向けて】

- メルシャン水産飼料事業部における不適切取引判明を受けて、グループ全体として対処すべき点を調査する第三者委員会を設置。同委員会報告の内容を真摯に受け止め、今後、上場会社を含む国内外グループ子会社におけるリスクの把握・対応を徹底。不祥事の再発防止とともに、グループガバナンスのさらなる透明性・健全性の向上を図る

2010年定量実績

■営業利益 過去最高(対前年18%増) 国内酒類・飲料における主力品の販売好調に加え、協和発酵キリンの大幅増益、グループ横断のコスト構造改革が寄与

定量計画・実績		2010年計画	2010年実績	対前年	対計画
酒税抜き売上高		18,350	18,352	▲4.4 %	+0.0 %
営業利益	のれん等償却前	1,750	1,936	+22.7 %	+10.6 %
	のれん等償却後	1,330	1,516	+18.0 %	+14.0 %
営業利益率(%)	酒税抜き・のれん等償却前	9.5	10.5	+2.3	+1.0
	酒税抜き・のれん等償却後	7.3	8.3	+1.6	+1.0
Cash ROE(%)	のれん等償却前	8.3	8.8	+0.5	+0.5

(単位:億円)

※2010年計画は期央修正値(8月16日公表値)

ガイドライン		2010年計画	2010年実績	対前年	対計画
セグメント別売上高	酒類事業	10,955	10,979	+0.0 %	+0.2 %
	飲料・食品事業	6,500	6,381	▲13.2 %	▲1.8 %
	医薬事業	2,050	2,101	+1.6 %	+2.5 %
	その他事業	2,295	2,315	▲3.1 %	+0.9 %
	合計(酒税込み)	21,800	21,778	▲4.4 %	▲0.1 %
酒税抜き売上高海外比率(%)		25	25	▲2	±0
EBITDA		2,520	2,693	+26.6 %	+6.9 %
DEレシオ		0.84	0.81	▲0.10	▲0.03
総資産回転率	酒税抜き売上高	0.65	0.67	▲0.03	+0.02

2010年レビュー② 収益性・効率性の向上

■ムリ・ムラ・ムダを排除するリーン経営の推進により、収益性・効率性の向上を実現

【CCTコストシナジー】

- 年初計画完遂と次年度計画の前倒し (年初計画比198.6%達成)
- 全領域における計画達成 (①生産・物流、②調達、③IT・その他)

【事業ポートフォリオの選択・集中・統合】

- 「食と健康」領域への集中に向けた事業ポートフォリオ見直し (アグリバイオ事業売却 他)
- 経営効率改善に向けたグループ内事業再編
(メルシャン加工用酒類・発酵調味料事業の再編 等)

【キャッシュフローの増大】

- 営業キャッシュフロー 2,180億円(対前年+14.8%)
- 資産流動化 年間実績576億円。投資有価証券・不動産等の売却を計画どおり実行

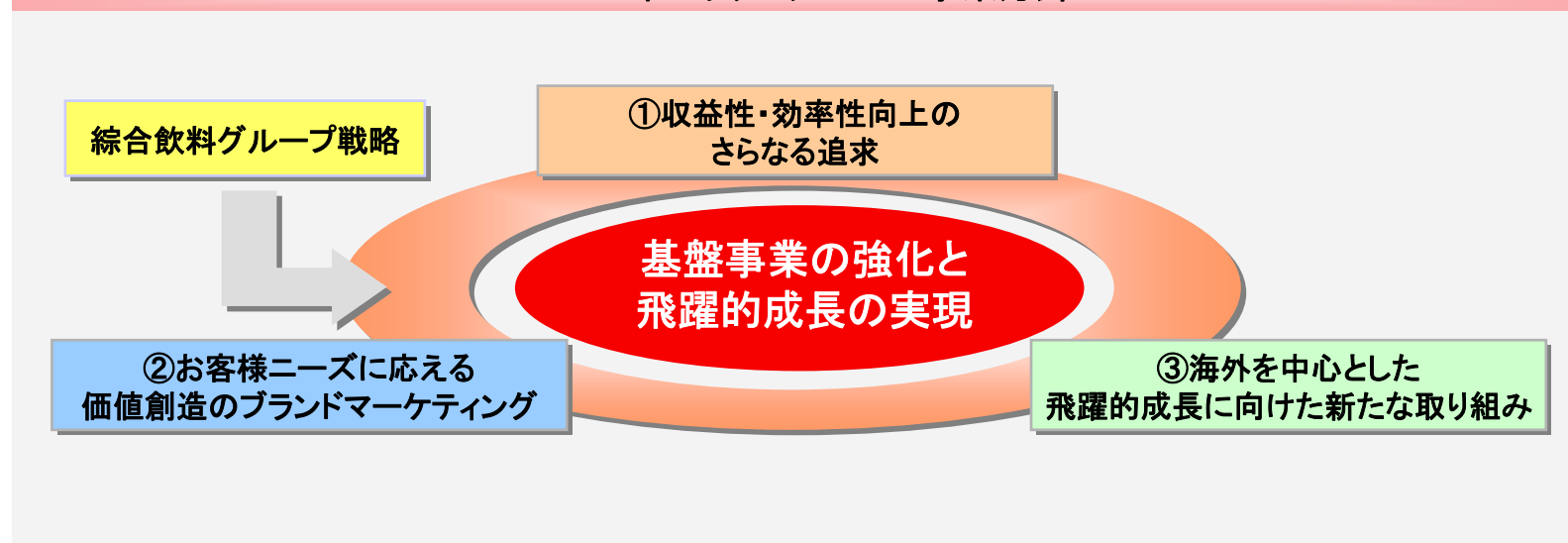
2011年事業方針

■ 中計目標達成に向け基盤事業の競争力を引き続き強化するとともに、飛躍的成長の実現を目指し海外事業展開を加速する

【重点課題】

- ① 収益性・効率性向上のさらなる追求
- ② お客様ニーズに応える価値創造のブランドマーケティング
- ③ 海外を中心とした飛躍的成長に向けた新たな取り組み

2011年 キリングroup事業方針



2011年事業計画(定量目標)

- 営業利益率・資本効率の向上により、キャッシュベースの利益創出力強化
- 各事業の成長に向け、お客様価値創造への取り組みを推進

定量計画・実績		2010年実績	2011年計画	対前年	10-12年中計
酒税抜き売上高		18,352	18,100	▲1.4 %	21,300
営業利益	のれん等償却前	1,936	1,943	+0.4 %	2,310
	のれん等償却後	1,516	1,520	+0.3 %	1,880
営業利益率(%)	酒税抜き・のれん等償却前	10.5	10.7	+0.2	10.8%
	酒税抜き・のれん等償却後	8.3	8.4	+0.1	8.8%
Cash ROE(%)	のれん等償却前	8.8	10.5	+1.7	10%以上

(単位:億円)

ガイドライン		2010年実績	2011年計画	対前年	10-12年中計
セグメント別売上高	国内酒類	9,284	9,080	▲2.2 %	9,780
	国内飲料	3,477	3,420	▲1.6 %	4,220
	海外酒類・飲料	4,039	4,720	+16.9 %	5,400
	医薬・バイオケミカル	4,056	3,160	▲22.1 %	4,510
	その他	919	1,020	+11.0 %	990
	合計(酒税込み)	21,778	21,400	▲1.7 %	24,900
酒税抜き売上高海外比率(%)		25	30	+5	29
EBITDA		2,693	3,120	+15.8 %	3,410
DEレシオ		0.81	0.65	▲0.16	0.5
総資産回転率	酒税抜き売上高	0.67	0.70	+0.03	0.80以上

※2011年12月期より
マネジメントアプローチ
による新セグメントを採用(P22参照)
売上高の2010年実績
は新セグメント組替後の
数値

営業利益増減 内訳

- 国内成長(総合飲料及び医薬事業他)は、協和発酵キリンの連結業績予想等が影響
- 国内(CCTコストシナジー)は取り組みを一層加速、中計目標を超える効果達成へ
- 統合効果を含む豪州成長は、経営環境がより厳しくなる中、現地EBITで増益計画

(単位:億円)

エリア	内 容	2010年 実績	2011年 計画	10-12年 中計	主な 事業会社	備 考
国 内	・国内総合飲料及び医薬 事業他による国内成長 ・麒麟ビール、麒麟ビバ レッジにおけるコスト構 造改革の推進	177	▲116	222	麒麟ビール 麒麟ビバレッジ メルシャン 協和発酵麒麟 麒麟協和フーズ	協和発酵ケミカルが1-3月期 のみの連結となる影響等によ り、医薬・バイオケミカル事業 は対前年▲87億円を予想
	CCTコストシナジー	149	94	191		2011年にて中計目標をクリア する見込み
豪 州	統合効果を含む豪州成長 (オーガニック、統合効果、 為替、のれん償却費を含 む)	▲93	26	183	ライオンネイサン ナショナルフーズ	酒類・飲料ともに現地増益を 計画
合 計		231	4	596		

収益性・効率性向上の加速

■ CCTコストシナジーは2011年で中計目標をクリア、新施策の追加による計画上積みへ

(単位:億円)

CCT	2010年 計画	2010年 実績	2011年 計画	2010－2012年 中計
生産・物流	8	38	47	50
調達	46	82	40	101
IT 他	21	29	7	40
合計	75	149	94	191

お客様ニーズに応える価値創造のブランドマーケティング



- 注力ブランド・カテゴリーの選択と経営資源の集中による商品ブランド強化
- 新しいお客様価値の提供に向けた商品・カテゴリー創造の推進

麒麟ビール

- 「麒麟一番搾り生ビール」「のどごしく生」「氷結」等の有力ブランドに投資を集中。広告・販促の強化やリニューアルを通じて、ブランド力の更なる向上を目指す
- 健康志向への対応と味覚の両立、新しいライフスタイルへの対応、新製法などを通じ、既存のカテゴリーの枠を超えて新しいお客様価値を創造する

麒麟ビバレッジ

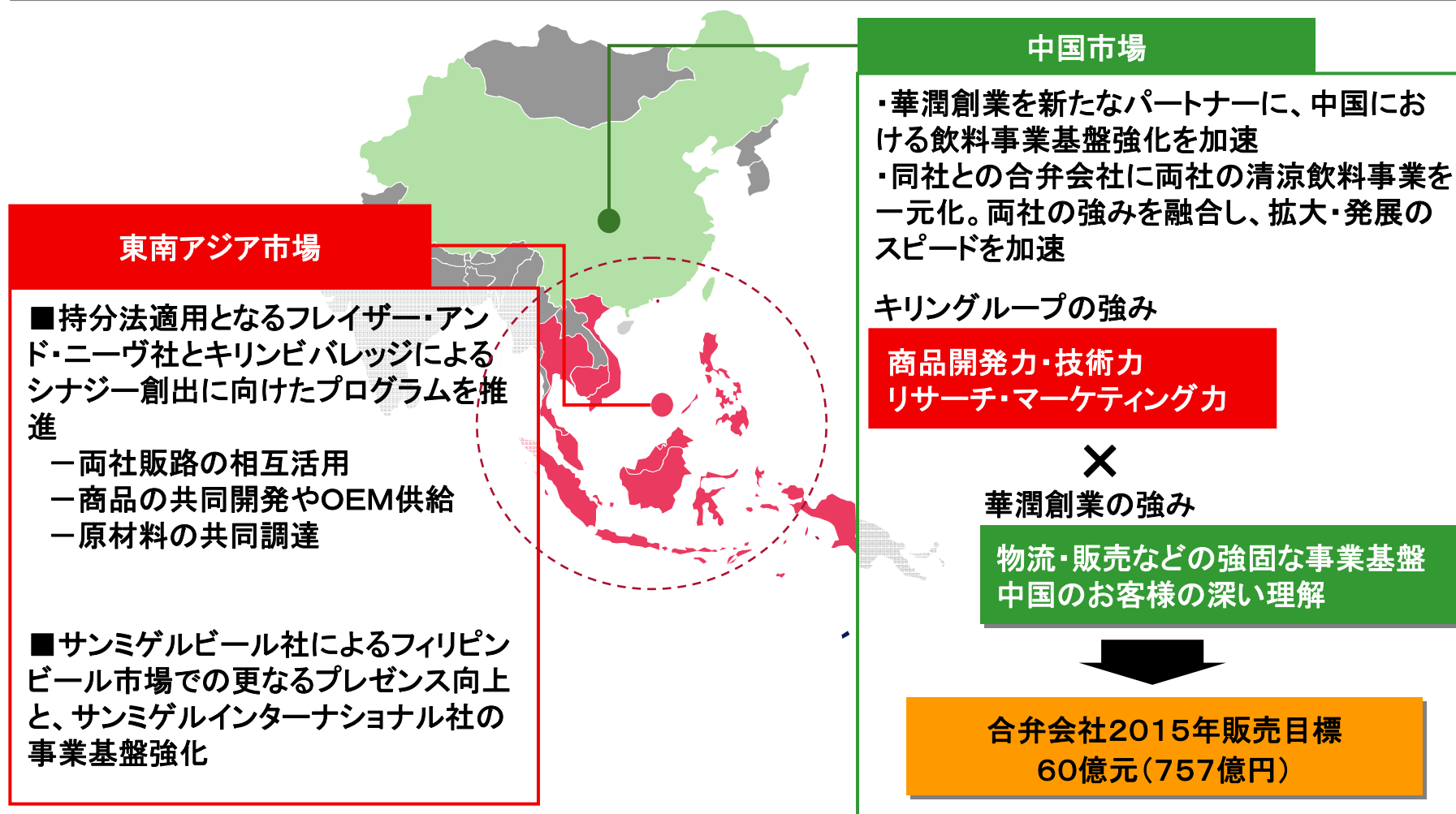
- 中核ブランド「麒麟午後の紅茶」「麒麟ファイア」への注力による商品力強化
- 事業構造改革の成果を基盤に、既存カテゴリーの枠に捉われない新発想・新提案の商品を併せ、成長実現にチャレンジ

メルシャン

- 主力であるデイリーワインに投資を集中。商品ラインナップの拡充やリニューアルによるブランド力の更なる向上
- ライオンネイサン社との共同開発による新ブランドの提案

海外を中心とした飛躍的成長(中国・東南アジア)

- 華潤創業有限公司とのパートナーシップにより、急速な成長が見込まれる中国清涼飲料市場におけるリーディングカンパニーを目指す
- フレイザー・アンド・ニーヴ社との協働施策の早期実現を目指す



海外を中心とした飛躍的成長(オセアニア)

- 酒類事業は、成長カテゴリーへの取り組みを強化。収益性の維持・向上を図る
- 飲料事業は、ブランド強化と統合推進により、利益成長を目指す

【オセアニア2011年事業計画】

※売上高・営業利益：百万豪ドル

■酒類事業



売上高 2,439(前年比+5.6%)
営業利益 644(前年比+2.5%)

■飲料事業



売上高 3,065(前年比+31.9%)
営業利益 167(前年比+70.0%)

- ・プレミアムおよび高付加価値商品カテゴリー強化
- ・ニュージーランドにおける総合酒類戦略推進
- ・グループシナジー：メルシャンとの協働



- ・パワーブランドへの集中投資によるブランド力強化
- ・事業統合と拠点最適化の更なる推進
- ・次成長に向けたバリューチェーン構築
- ・環境変化対応力強化



LION NATHAN
NATIONAL FOODS

売上高 5,504(前年比+18.7%)
営業利益 706(前年比+5.9%)

麒麟ホールディングス・シンガポール

■シンガポールに東南アジア事業の地域統括会社「麒麟ホールディングス・シンガポール」を設置。日本からの大幅な機能移管により、地域に密着したスピーディーな事業展開を実現



<国際総合飲料グループ戦略の推進加速>

- 東南アジアにおける成長戦略の策定・実行
- 地域密着型の開発体制を構築。グループ内の資源と強みを有効活用し、グローバルシナジーを実現

<国際化に向けた人材育成>

- 日本からの駐在に加え、現地採用により体制強化
- 駐在者と海外人材との交流を通じたグローバル人材の育成

社会と共生する企業グループとしてのCSR実践

■CSRを重要な経営課題ととらえ、持続可能な社会の実現に向け、事業を通じた社会的課題の解決に積極的に取り組むとともに、企業市民としての取り組みを推進

低炭素企業グループの実現 ～バリューチェーン全体で環境負荷を削減～

定
量
目
標

- ① バリューチェーン全体で、2050年までにCO₂排出量を1990年比で半減
- ② 「製造、物流、オフィス」については、2050年までCO₂排出量を毎年1%以上削減
- ③ 国内の「製造、物流、オフィス」については、2015年には、1990年比で35%削減

鉄道貨物輸送を活用した物流など、各事業の特性に応じた省エネルギー化を推進

＜主な取り組み＞

副産物の用途開発、包装容器の軽量化などにより、省資源化を推進

リサイクル可能な容器の採用等による、環境提案商品の開発・販売

飲酒運転根絶に向けた取り組み

●アルコール0.00%ビールテイスト飲料「キリンフリー」の提供を通じた活動を更に強化



日本フードサービス協会・日本自動車連盟(JAF)が推進する「ハンドルキーパー運動」を支援

サッカー日本代表支援

サッカー日本代表オフィシャルスポンサーとして、2015年の世界トップ10入りに向け、今後も日本代表チームを応援



右: J.LEAGUE PHOTOS 2010年10月8日キリンチャレンジカップ2010
アルゼンチン代表戦 日本代表先発メンバー
左: 「キリンサッカーフィールド2010」



2010年決算概況

2010年決算

おいしさを笑顔に

KIRIN

■営業利益 過去最高(対前年18%増) 国内酒類・飲料における主力品の販売好調に加え、協和発酵キリンの大幅増益、グループ横断のコスト構造改革が寄与

(単位:億円)

	2009年実績	2010年実績	前年比 (%)
酒類	10,976	10,979	+0.0
飲料・食品	7,350	6,381	▲13.2
医薬	2,067	2,101	+1.6
その他	2,389	2,315	▲3.1
売上高	22,784	21,778	▲4.4
のれん等償却前営業利益	1,577	1,936	+22.7
(のれん等償却額)	(293)	(420)	—
営業利益	1,284	1,516	+18.0
持分法による投資損益	89	94	+6.5
為替差損益	189	▲49	—
経常利益	1,446	1,409	▲2.5
特別損益	▲520	▲606	—
当期純利益	491	113	▲76.8

■各社ブランド強化に加え、国内の猛暑が寄与

■対前年での減収は、豪州ナショナルフーズの決算期変更が影響

■各社収益性の向上に加え、昨年同期比での豪ドル高が営業利益に寄与

■主要医薬品の販売好調、化学品事業の業績回復等により、協和発酵キリンが大幅増益

■昨年度計上した為替差益の反動などにより、経常利益は減少

■ナショナルフーズ取得時ののれん代等に関する減損損失、メルシャン水産飼料事業の不適切取引に伴う損失等の特別損失を計上

2011年業績予想

- 営業利益は微増、当期純利益は大幅に増加
- 各事業の収益性・効率性向上に加え、持分法投資利益の増加を見込む

	(単位:億円)		
	2010年実績	2011年計画	前年比 (%)
国内酒類	9,284	9,080	▲2.2
国内飲料	3,477	3,420	▲1.6
海外酒類・飲料	4,039	4,720	+16.9
医薬・バイオケミカル	4,056	3,160	▲22.1
その他	919	1,020	+11.0
売上高	21,778	21,400	▲1.7
のれん等償却前営業利益	1,936	1,943	+0.4
のれん等償却額	(420)	(423)	—
営業利益	1,516	1,520	+0.3
持分法による投資損益	94	135	+43.6
経常利益	1,409	1,480	+5.0
特別損益	▲606	10	—
当期純利益	113	580	+409.0

■ 市場環境が厳しい中、事業各社の売上高は前年並みから微減を見込む

■ 協和発酵ケミカルの1-3月のみの連結により全体では減収

■ 上記による利益減少を、各事業の収益性・効率性向上により補い、営業利益は微増

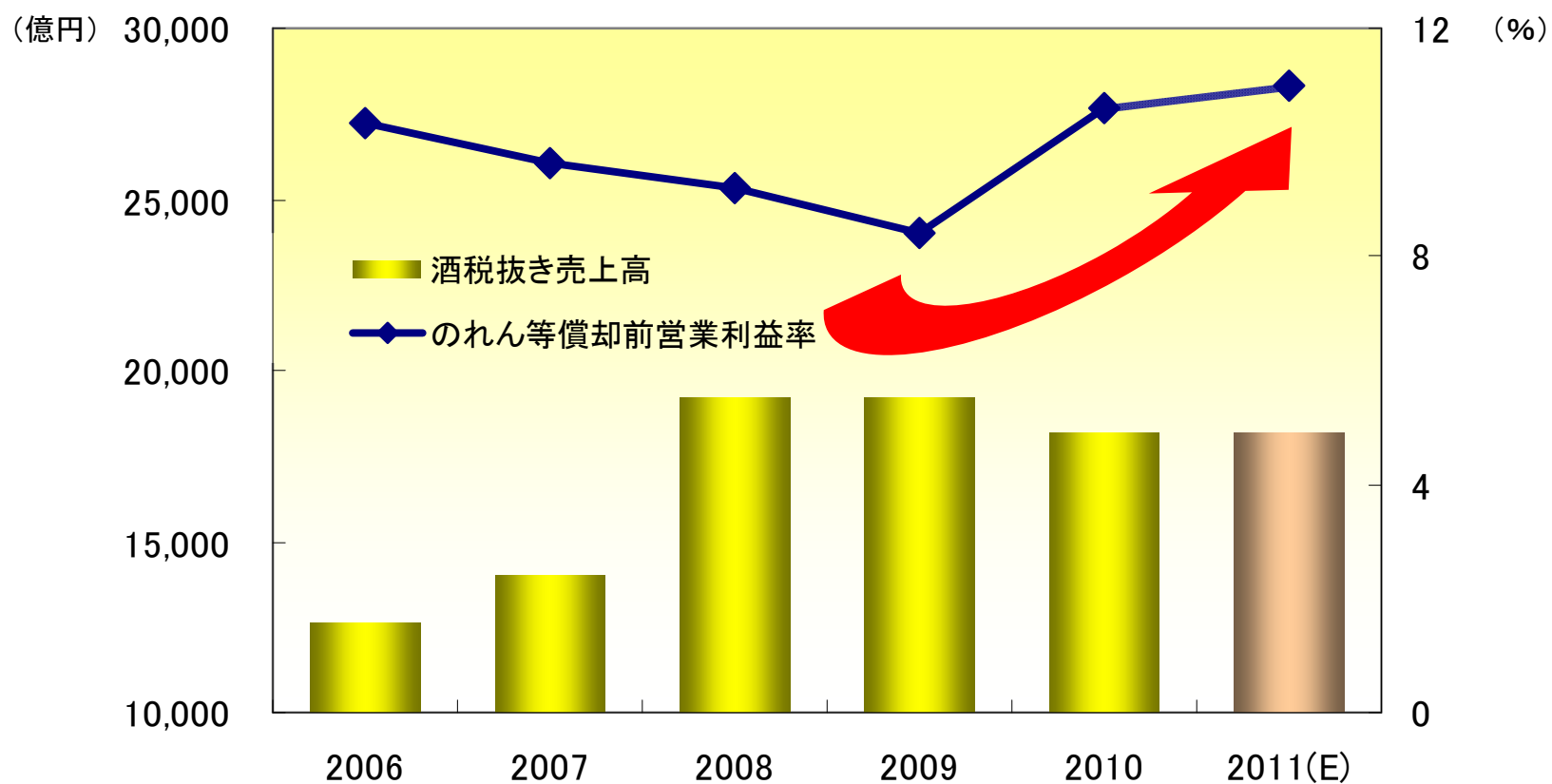
■ フレイザー・アンド・ニーヴ社の持分法による投資利益が寄与

■ 2010年に発生した特別損失の反動等により当期純利益は対前年で大幅に増加

※売上高の内訳はマネジメント・アプローチによる新セグメント

のれん等償却前営業利益率

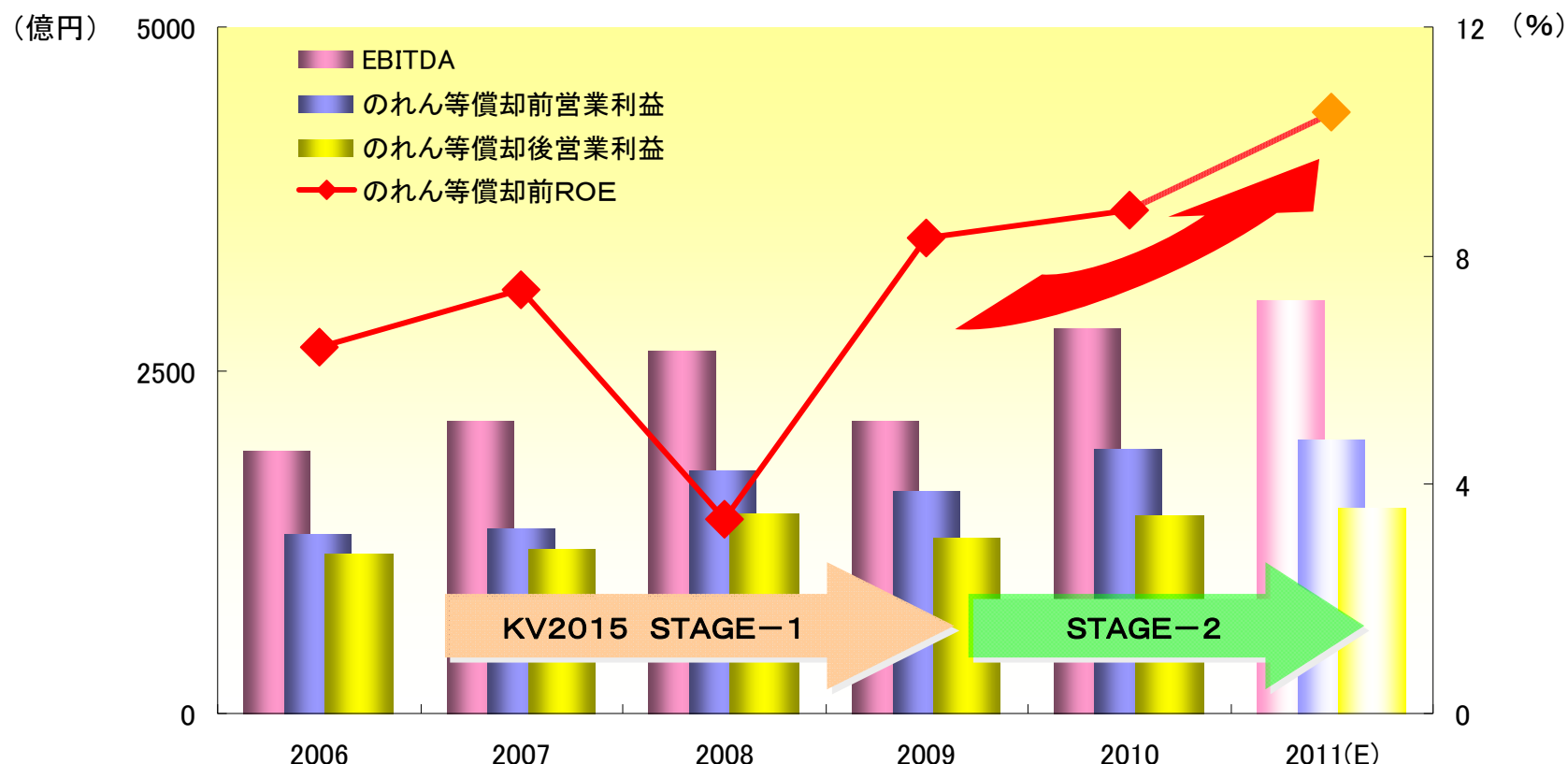
- 質的拡大への取り組み強化により、2010年のはのれん等償却前営業利益率が上昇
- 2010年中計目標(10.8%)の前倒し達成を目指す



※2010年売上高は豪州飲料・食品事業の決算期変更影響により対前年マイナス

収益力の向上

- EBITDA・のれん等償却前営業利益・Cash ROEが、質的拡大に伴い向上
- Cash ROEは2010年中計目標(10%以上)の前倒し達成を目指す



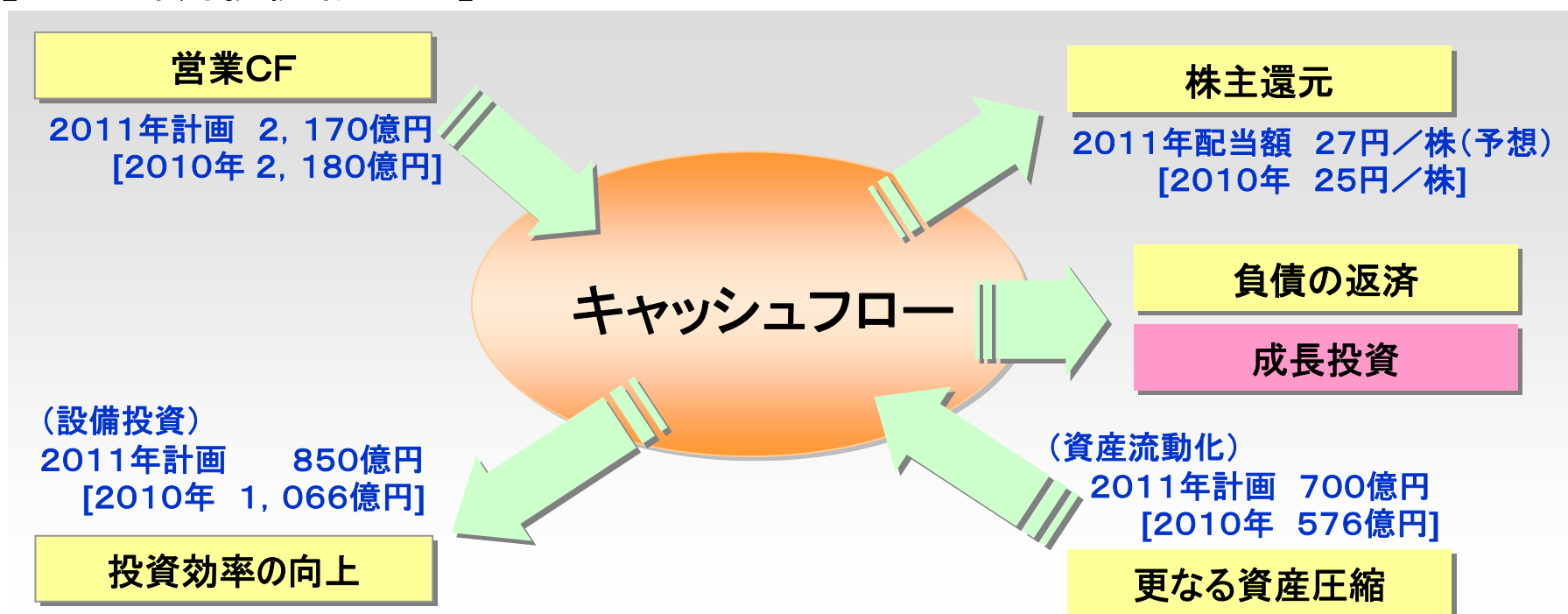
のれん等償却額(億円)	144	144	310	330	496	510
-------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

※2008年EBITDA・ROEは、旧協和発酵工業との株式交換に伴う持分変動利益を控除した数値

※のれん等償却額は持分法適用関連会社にて発生する金額を含む

■キャッシュフロー創出により財務体質を強化

【2011年財務戦略フロー】



- 株主還元
- ①配当 : 連結配当性向30%以上。成長投資によるのれん等の償却影響を勘案し、実質的利益水準の向上に伴う配当の増額を目指す
 - ②自己株式取得 : 中長期的な信用格付維持を前提に、質的拡大の進捗等を勘案した上で検討

■資本構成 DEレシオは一時的上限1.0程度とし、中期的ガイド0.5に向けて財務柔軟性を確保

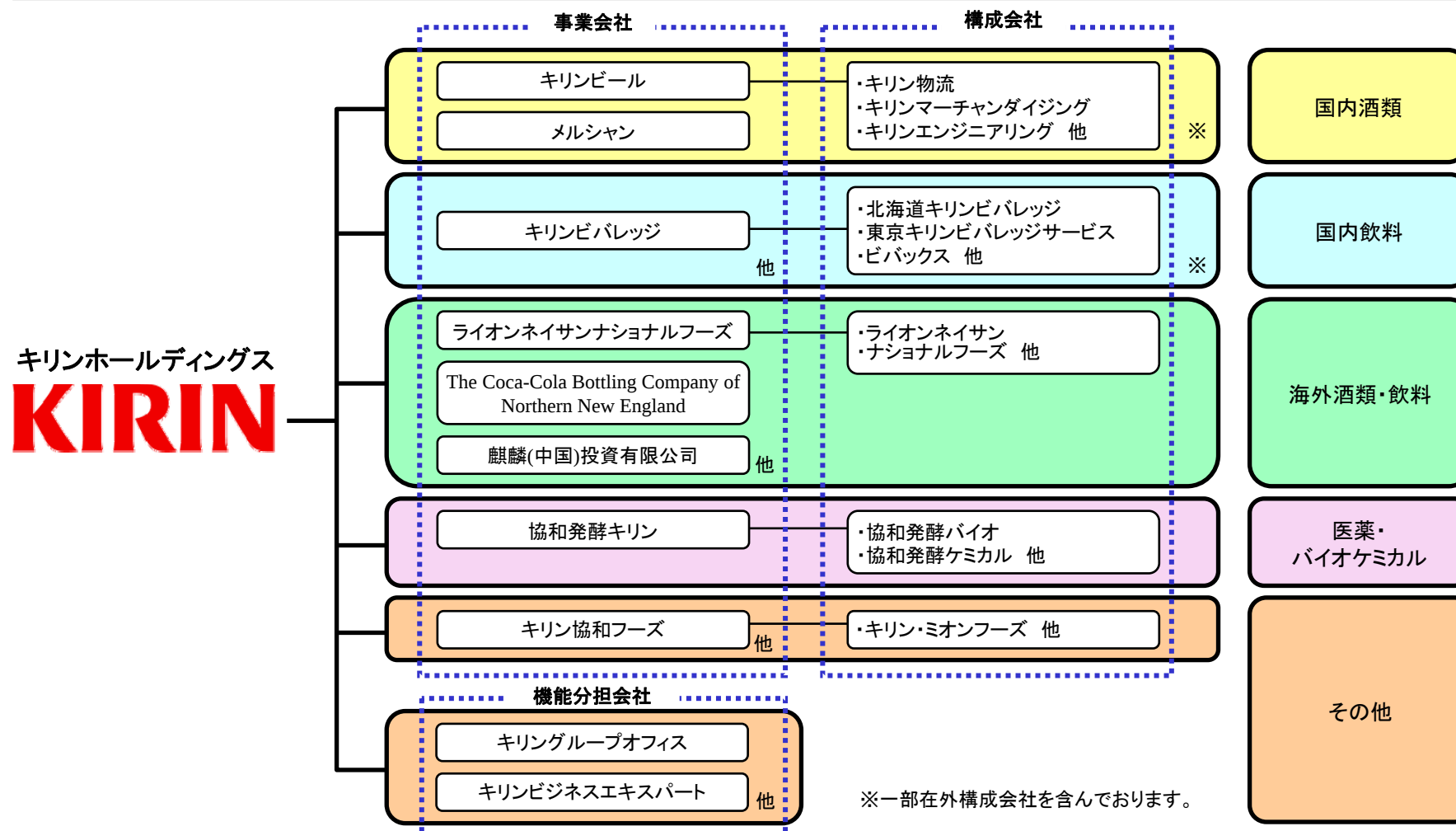
■成長投資 中計・KV2015の方向性に沿う投資案件は、事業の収益性と投資効率を考慮した上で積極的に検討

補足資料

- マネジメント・アプローチ導入による新セグメント
- 各社連結期間
- のれん等償却 2011年予定
- 為替インパクト(豪ドル)
- ライオンネイサン ナショナルフーズ売上高・営業利益(現地通貨ベース)
- ライオンネイサン ナショナルフーズ(酒類) ブランド一覧
- ライオンネイサン ナショナルフーズ(飲料) ブランド一覧
- 中国清涼飲料事業の拡大(華潤創業との合併)
- サンミゲルビール社概況
- キリンビール2011年商品・営業戦略
- 抗体医薬パイプライン(2011年1月末現在)
- グループシナジーの実現

マネジメント・アプローチ導入による新セグメント

- セグメントの区分を従来の事業の種類別セグメントからマネジメント・アプローチによる報告セグメントに変更
- 事業会社の単位を重視し、経済的特徴の類似性等を考慮した上で各事業を結合



各社連結期間

おいさを笑顔に

KIRIN

●2009年

	2008年				2009年											
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
キリンホールディングス																
協和発酵キリン																
ライオンネイサン																
ナショナルフーズ																
サンミゲルビール																
サンミゲル																

●2010年

	2009年				2010年											
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
キリンホールディングス																
協和発酵キリン																
ライオンネイサン ナショナルフーズ（酒類）																
ライオンネイサン ナショナルフーズ（飲料）																
サンミゲルビール																

●2011年

	2010年				2011年											
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
キリンホールディングス																
協和発酵キリン																
ライオンネイサン ナショナルフーズ（酒類）																
ライオンネイサン ナショナルフーズ（飲料）																
サンミゲルビール																
フレイザー・アンド・ニーヴ																

キリンホールディングス決算期間

連結子会社

持分法適用関連会社

のれん等償却 2011年予定

(億円)	取得年	合計 ①+②+③										
		のれん償却額 ①+②							減価償却費			
		投資差額			営業権			ブランド				
		償却額 ①	未償却 残高	残年数	償却額 ②	未償却 残高	残年数	償却額 ③	未償却 残高	残年数		
LION NATHAN LTD	1998	25	168	7	10	16	2	36	57	68	2	94
LION NATHAN LTD ※完全子会社化	2009	134	2,429	18	—	—	—	134	—	—	—	134
J. Boags&Son Pty Ltd	2008	13	82	7	—	—	—	13	4	30	7	18
National Foods Ltd	2007	63	1,027	17	—	—	—	63	23	376	17	86
麒麟ビバレッジ	2006	20	289	15	—	—	—	20	—	—	—	20
協和発酵麒麟・ 麒麟協和フーズ	2007	68	1,114	17	—	—	—	68	—	—	—	68
San Miguel Brewery Inc. (持分法適用会社)	2009	59	1,047	18	—	—	—	59	16	285	18	76
その他 ※※		11	—	—	—	—	—	11	—	—	—	11
合計		397			10			407	102			510

※決算短信・補足資料における「のれん償却額」は償却額①・②の合計

※ブランド償却額③は減価償却費に含む

※中計定量目標等における「のれん等償却」は償却額①・②・③の合計

※※ フレイザー・アンド・ニーヴ社ののれん等償却額約10億円を含む(2011年2月10日時点における概算値)

為替インパクト(豪ドル)

為替変動(豪ドル)が業績に与える影響(前年同期比概算)

(億円)

	2010年通期実績	2011年通期予想
連結売上高	421	△8
連結営業利益	29	△1

参考) 為替感応度:1円円高 2011年通期予想 連結売上高△55億円/ 連結営業利益△3億円

*NFL決算期変更による影響を加味しております。

為替レート一覧表

(円)

P/L換算レート: 期中平均レート	2009年 通期実績	2010年 通期実績	2011年 通期予想
ライオンネイサン ナショナルフーズ (酒類)	70. 04	80. 42	80. 00
ライオンネイサン ナショナルフーズ (飲料・食品)	74. 57	79. 95	80. 00

ライオンネイサン ナショナルフーズ 売上高・営業利益

		2010年度 *1、2		2011年度 *1、3	
		実績	対前年増減	予想	対前年増減
		百万豪ドル	%	百万豪ドル	%
売上高	酒類	2,310	3.1	2,439	5.6
	飲料 *5	2,324	▲34.7	3,065	31.9
	全体	4,635	▲20.1	5,504	18.7
営業利益 *4	酒類	628	13.6	644	2.5
	飲料 *5	98	▲37.0	167	70.0
	本社費用	▲59	-	▲105	-
	全体	666	▲5.9	706	5.9

*1 KH連結決算取り込みベースの数値

*2 2010年度実績は、2009年10月-2010年9月（ただし飲料は決算期変更のため2010年1-9月）

*3 2011年度予想は、2010年10月-2011年9月

*4 営業利益はのれん・ブランド償却前

*5 2010年度の飲料実績は、旧「飲料・食品」セグメントにおけるライオンネイサン ナショナルフーズの数値

ライオンネイサン ナショナルフーズ(酒類) ブランド一覧

おいしさを笑顔に
KIRIN

Australia



New Zealand



Wine



ライオンネイサン ナショナルフーズ(飲料) ブランド一覧

おいしさを笑顔に
KIRIN

Milk



Flavored Milk



Juice



Cheese



Fresh Dairy



中国清涼飲料事業の拡大(華潤創業との合併)

華潤創業の強み

- 水事業における高い収益性と成長性
 - ・ローコストオペレーション
 - ・華南エリア中心に約40万店の小売店網をカバーする強力な配荷力
 - ・中国最大の飲料消費地・広東省で水トップシェア(23%^{*1})のC'estbonブランド
- 華潤グループのディストリビューション
 - ・傘下小売店(中国全土3,000店超)、華潤雪花の優良チャネル活用の可能性
- 中国のお客様の深い理解



*1 中国飲料工業協会2009年データ

キリンの強み

- 付加価値のある清涼飲料の開発力、技術力
 - ・中国での実績(「午後の紅茶」)、市場受容性の高いシーズ保有
- 華東地区での製造拠点、販売ネットワーク



JVの戦略ポイント：中国清涼飲料市場での上位メーカー入りを目指す

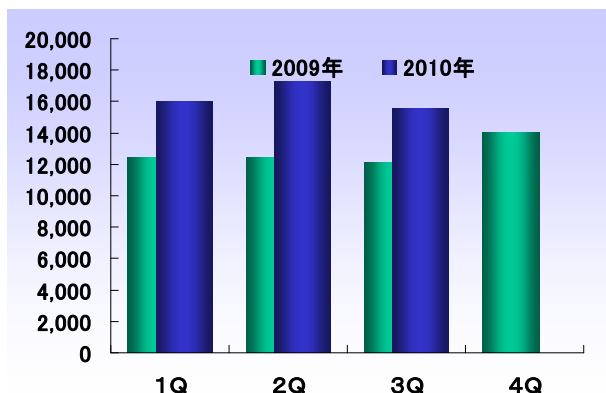
- 商品戦略：
 - ・既存の水事業に加え、ミネラルウォーター事業の拡大を図り、チャネルを更に強化
 - ・その基盤に、付加価値のある清涼飲料を展開
- エリア戦略：
 - ・基盤の華南エリアを更に強化
 - ・西南・華東・華北エリアは、主要都市を中心にカバレッジを拡大
 - ・華潤創業の地盤が強い地方都市(Tier3・4)での拡販
- 収益性向上：
 - ・業界を上回る成長率の維持
 - ・エリアに応じた価格戦略
 - ・コストコントロール・効率性改善

JV 2015年目標
売上高:60億元(757億円)
EBITマージン:7%以上

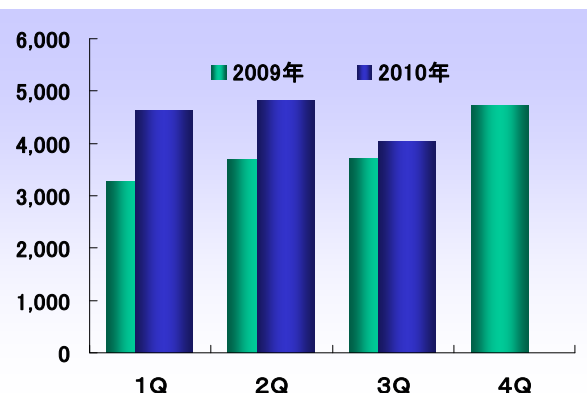
サンミゲルビール社概況

●2010年は順調なフィリピン経済と選挙期間の消費増等を背景に業績好調を維持

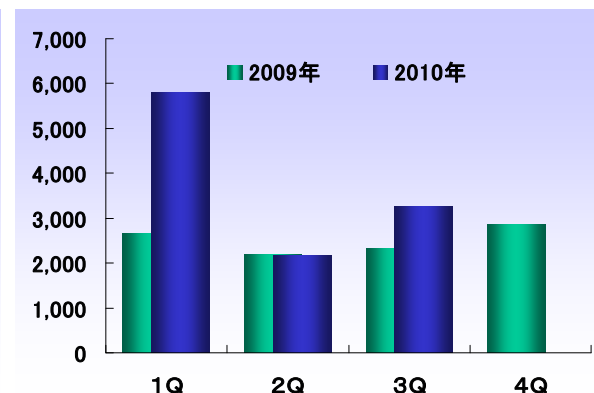
SALES



OPERATING INCOME



NET INCOME



(単位:百万フィリピンペソ、出典:サンミゲルビール社ホームページ)

サンミゲルビール主要ブランド

Upper
Premium



Premium



Upper
Popular



Popular



Economy



Non-
Alcoholic



麒麟ビール 2011年商品・営業戦略

おいしさを笑顔に

KIRIN

国内

- ①選択と集中によるブランド力強化
・成長カテゴリー・有力ブランドへの資源集中



- ②新しい商品・カテゴリー・ビジネスモデルにつながる価値創造
・お客様の新しいニーズ把握
・イノベーション実現のための商品・技術開発力強化



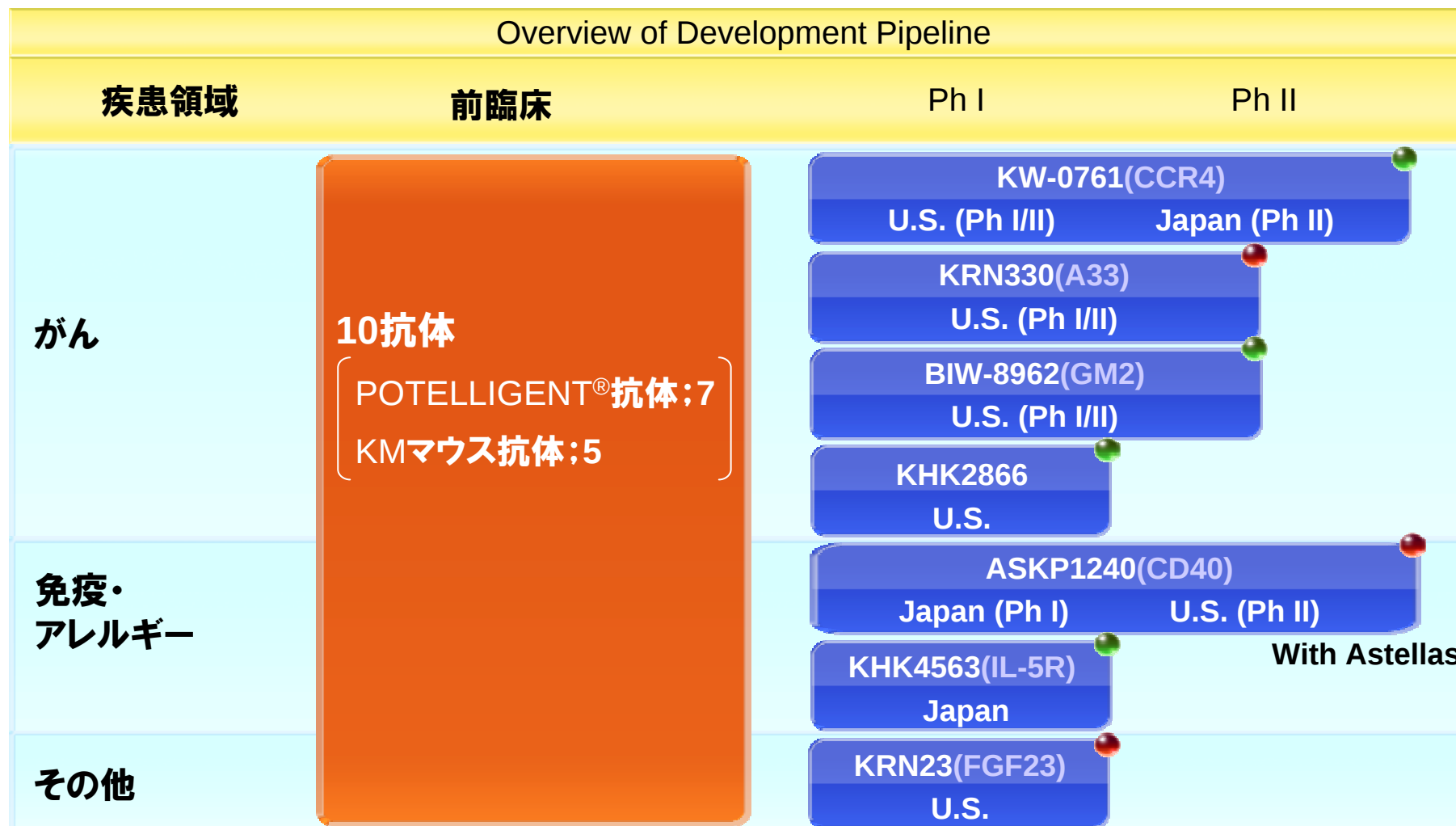
- ③価値営業のさらなる進化
・麒麟ビールマーケティング社設立(2012年)
・ディアジオ社洋酒、メルシャン社ワインを活かした総合酒類提案力の向上
・麒麟ビバレッジ社、メルシャン社との販売協力による総合飲料グループ戦略

海外

- ④海外における麒麟ビールブランドの販売強化
・米国、欧州、アジア地域における
「一番搾り」をはじめとした販売強化
・「キンフリー」の海外展開に向けた
テスト販売を開始



抗体医薬パイプライン (2011年1月現在)



● : POTELLIGENT®技術

● : KMマウス技術

グループシナジーの実現

おいしさを笑顔に

KIRIN

■ ライオンネイサン ナショナルフーズ社とメルシャンによるワイン共同開発

- ・ ライオンネイサン ナショナルフーズ社の所有するオーストラリア優良ワイナリー「セント・ハレット」とメルシャンのパートナーシップを実現、日本向けワイン「セント・ハレット タティアラ」を共同開発
- ・ 高品質でリーズナブルなオーストラリアワインを提供するため、メルシャン藤沢工場にてボトリング



LION NATHAN
NATIONAL FOODS

KIRIN

Mercian

■ 総合飲料グループ戦略により販売基盤を強化

- ・ メルシャンと麒麟ビールが販売協力し、量販市場におけるワイン拡売体制を強化
メルシャンのデイリーワインは2010年の販売数量が対前年+6%に
- ・ 麒麟ビバレッジが業務用市場専用開発した「麒麟烏龍茶」の営業活動を麒麟ビールが実施
2010年の販売目標を2割上回るなど好調に推移

■ グループ横断の「麒麟の健康プロジェクト」から発売した 「麒麟 プラス・アイ」第一弾商品が目標売上高を達成

- ・ 2010年年初目標50億円に対して、4社5ブランド合計で約80億円の売上を達成
- ・ 2011年は120億円、2012年は300億円を売上目標とする
- ・ 2011年活動方針： 協和発酵バイオ社の「オルニチン」を使用した商品の育成と拡大、およびグループの技術力を生かした新たな商品開発により、お客様の生活により密着した提案を引き続き行う



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.**