



キリングループ°

2022年度決算・2023年度計画

2023年2月14日
キリンホールディングス株式会社

2022年度決算・2023年度計画

Joy brings us together

2022年度決算および2023年度業績予想サマリー

2022年度 実績

- 連結売上収益は対前年+9.2%、連結事業利益は+15.6%と、増収増益となった。
- 税引前利益は、協和発酵バイオに係る減損損失の計上があったものの、華潤麒麟飲料の売却益等により+92.1%の増益となった。
- 親会社の所有者当期利益は、税引前利益の増加により、+85.7%の増益となった。
- 平準化EPSは、連結事業利益の増加と9月に完了した自己株式取得の影響等により、前年より15円増加の171円と過去最高となり、4円増配の69円の配当を予定（平準化EPSに対する配当性向40%）。ROICは8.5%と改善した。

2023年度 計画

- 連結売上収益は+6.3%の増収、事業利益および親会社の所有者当期利益は微増益の計画。
- ROICは中計目標である10%以上に対し、8.5%の見通し。
- 平準化EPSは前年同等の171円を予想。

2022年度 実績

▶ 全ての段階損益で増益を達成。平準化EPSは過去最高値となり、ROICも改善

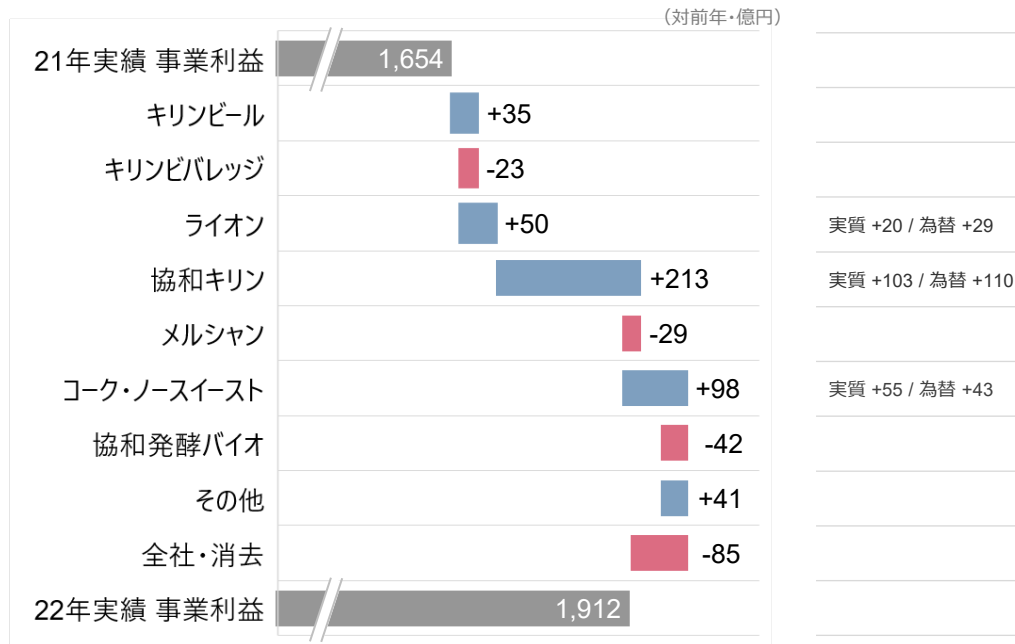
(億円)	2022年実績	2021年実績	増減	%
売上収益	19,895	18,216	1,679	9.2%
事業利益 ※1	1,912	1,654	257	15.6%
税引前利益	1,914	996	918	92.1%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,110	598	512	85.7%
定量目標	2022年実績	2021年実績	増減	%
ROIC	8.5%	4.2%	—	—
平準化EPS ※2	171円	156円	15円	9.6%
	2022年実績	2021年実績	増減	%
一株当たり年間配当金	69円	65円	4円	6.2%

※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.28参照。

2022年度 実績：連結事業利益 事業会社別増減

▶ 酒類事業の回復や医領域・北米飲料事業の好調、為替影響等により、大幅に増益



補足

キリンビール

▶ 原材料費等の高騰影響に加えて、販売数量は減少したものの、価格改定効果や販売費の抑制により増益。

キリンビバレッジ

▶ 販売費、その他費用の削減を進めたものの、原材料費等の高騰影響等により減益。

ライオン

▶ 業務用回復に加え、北米クラフト成長や、サプライチェーン最適化等のコスト削減により増益。

協和キリン

▶ 販売費及び一般管理費や研究開発費が増加も、海外の売上収益増加により増益。

コーク・ノースイースト

▶ 価格改定実施後も販売数量が増加し、増益。

協和発酵バイオ

▶ 原材料・燃料費高騰、BtoC事業のキリンホールディングスへの移管等により減益。

その他

▶ フォアローゼズディスティリーの好調、ミャンマー・ブルワリーの影響を含む。

全社費用・セグメント間消去

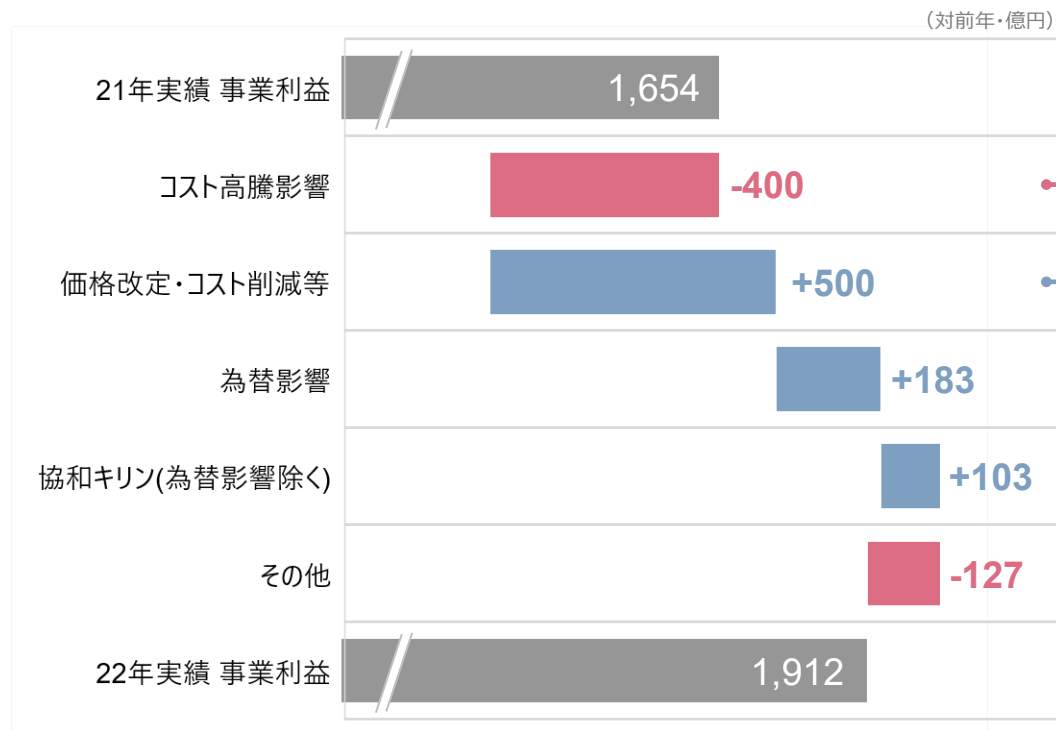
▶ 情報システム費用が増加。

※ 「その他」には、「国内ビール・スピリッツ」セグメント内の「その他」を含む。

※ 「ミャンマー・ブルワリー」は、2022年度より「その他」に区分を変更。

2022年度 実績：連結事業利益 要因別増減

▶ 原材料等のコスト高騰は価格改定・コスト削減で相殺。グループで大幅な増益を実現



※「為替影響」は、p.5に記載のライオン、協和キリン、コーク・ノースイーストにおける為替影響合計

コスト高騰影響

グループ全体 約**400**億円

麒麟ビール	約80億円
ライオン	約100億円
麒麟ビバレッジ	約80億円
コーク・ノースイースト	約70億円
他	

※主な項目：原材料費、燃料費、運搬費、人件費 他

価格改定・コスト削減等

グループ全体 約**500**億円

麒麟ビール	約200億円
ライオン	約110億円
麒麟ビバレッジ	約80億円
コーク・ノースイースト	約90億円
他	

※主な項目：価格改定影響、マーケ費削減、SCMコスト削減、その他販管費削減 他
(販売数量増加策、ミックス改善策は含めていない)

- コスト増影響等によりアミノ酸事業の収益性が悪化し減損を認識
- 供給責任を果たしつつもアミノ酸事業の縮小とスペシャリティ素材への特化を加速する

価格転嫁が可能な水準を 超えるコスト増

- 品目整理の中、固定費が重い状況
- 原材料・燃料等のコスト増による収益圧迫

考えられる対応策

- 価格改定
- 製造数量増加による固定費の吸収

期待収益には到達しないと判断

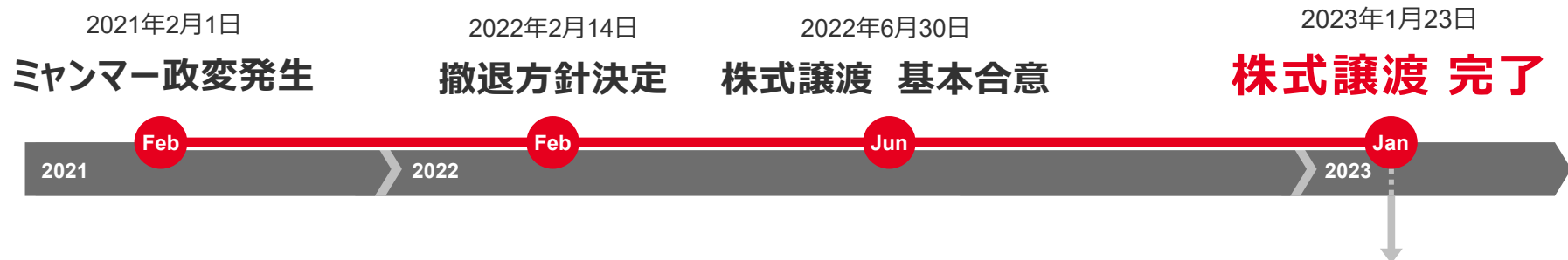
経営資源の選択と集中を決断

アミノ酸事業の固定資産やのれんを中心に
約430億円の減損を認識

アミノ酸事業の縮小と スペシャリティ素材への特化を加速



ミャンマー事業撤退完了と財務影響（為替換算調整勘定の実現）



- ミャンマーブルフリー（MBL）の全株式を、MBLに譲渡（MBLによる自己株式取得）する手続きについて、ミャンマー政府当局の承認が得られ、法律上必要な諸手続きが完了。
- 2023年1月23日に株式譲渡契約を締結、同日に譲渡が完了。

2023年度 財務影響

- キリングroupからミャンマー事業が連結除外され、為替換算調整勘定*約▲190億円が実現
- 2023年以降はミャンマー事業の業績は取り込まない

*IFRSにおける名称は「在外営業活動体の換算差額」。在外子会社のBSを円換算する際の為替差。
通常時はBSの資本の部に毎年累積されるが、売却・清算等のタイミングで累積額がPLの「その他の営業費用」に計上される

2023年度 業績予想

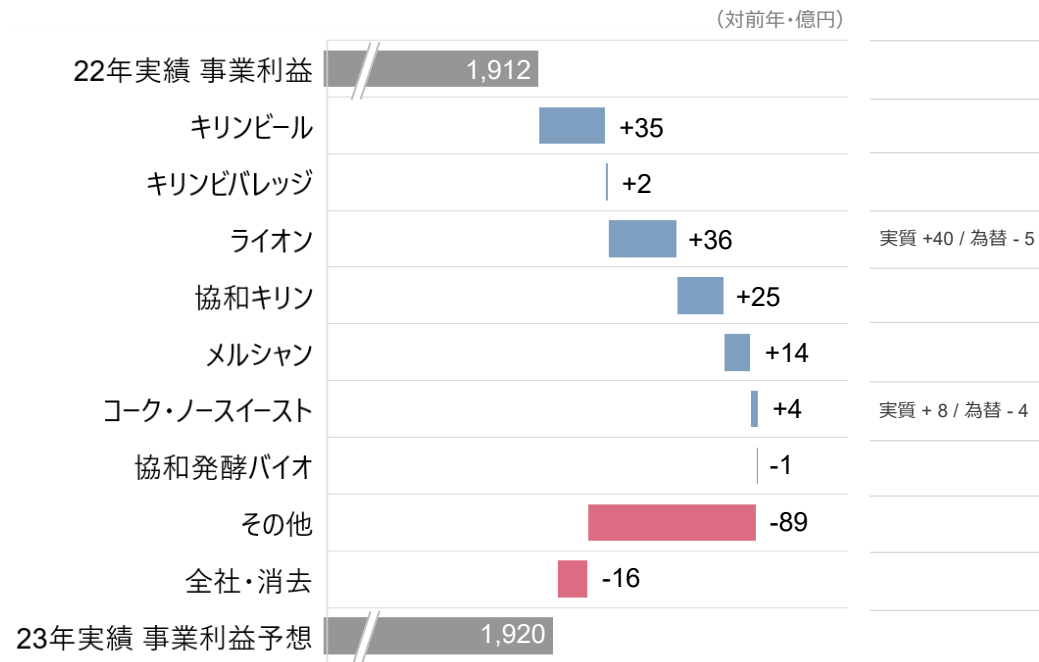
➤ 売上収益は順調に増加も、ブランド投資等を計画し、事業利益・平準化EPS・ROICは前年並みを見込む

(億円)	2023年予想	2022年実績	増減	%
売上収益	21,150	19,895	1,255	6.3%
事業利益 ※	1,920	1,912	8	0.4%
税引前利益	1,960	1,914	46	2.4%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,130	1,110	20	1.8%
定量目標	2023年予想	2022年実績	増減	%
ROIC	8.5%	8.5%	—	—
平準化EPS	171円	171円	—	—
	2023年予想	2022年実績	増減	%
一株当たり年間配当金	69円	69円	—	—

※ 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。

2023年度 業績予想：連結事業利益 事業会社別増減

不確実な事業環境の中でも各事業で増益を実現し、ミャンマー事業減少の影響をカバーする



キリンビール

- 価格改定効果により、コスト高に対応及び販促費の原資を稼ぎつつ、単価の高い狭義のビールを伸長させ増益。

キリンビバレッジ

- 原材料費等高騰やブランド育成のための販促費増加を見込むが、価格改定効果や小型PET構成比の上昇によるミックス改善により、増益。

ライオン

- 主力ブランドへの投資強化も豪州での販売数量増や北米クラフト伸長に加え、サプライチェーンのコスト削減にも取り組み、増益。

協和キリン

- 次世代パイプラインのための研究開発費が増加するものの、グローバル戦略品の成長がカバーし、増益。

コーク・ノースイースト

- 価格改定やミックス改善への取り組み、販管費の抑制を行い、増益。

協和発酵バイオ

- 原材料・燃料費高騰等による収益性悪化のため、減益。

その他

- ミャンマー・ブルワリーの除外影響-70億円を含む。

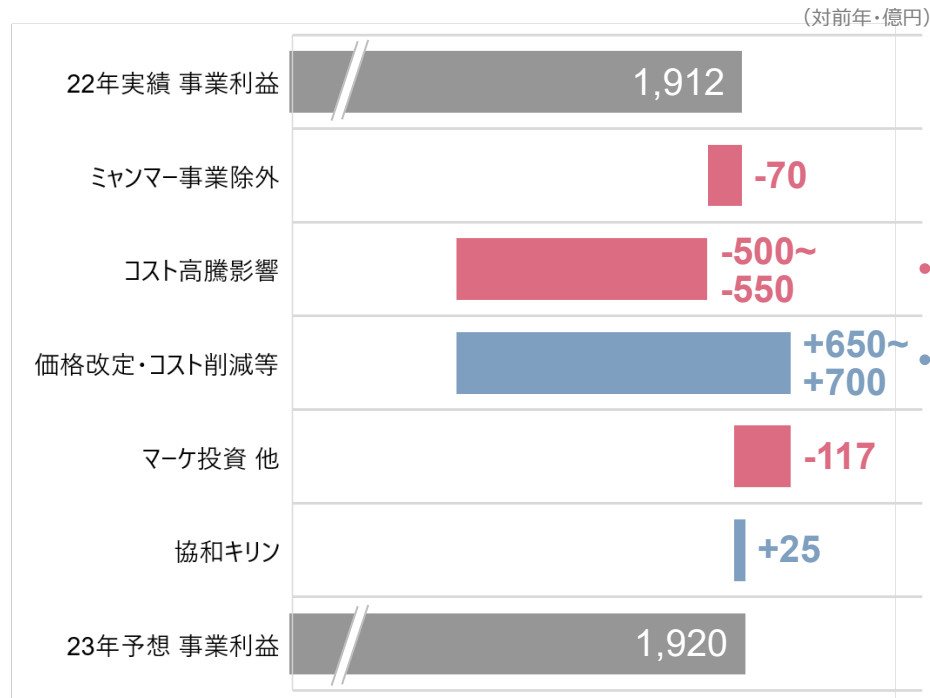
全社費用・セグメント間消去

- 全社費用・セグメント間消去は増加。

※「その他」には、「国内ビール・スピリッツ」セグメント内の「その他」を含む。

2023年度 業績予想：連結事業利益 要因別増減

➤ ミャンマー事業除外やコスト高影響はあるが、価格改定・コスト削減等で将来への投資の原資を稼ぐ



※「マーケ投資 他」 キリンビール、麒麟ビバレッジ、ライオンにおけるマーケ投資増加額、その他の増減

コスト高騰影響

グループ全体 約500-550億円

キリンビール 約180億円 麒麟ビバレッジ 140億円
ライオン 約110億円 コーク・ノースイースト 20億円 他

※主な項目：原材料費、燃料費、運搬費、人件費 他

価格改定・コスト削減等

グループ全体 約650-700億円

キリンビール 約310億円 麒麟ビバレッジ 140億円
ライオン 約120億円 コーク・ノースイースト 20億円 他

※主な項目：価格改定影響、SCMコスト削減、その他販管費削減 他
(販売数量増加策、ミックス改善策は含めていない)

為替通期予想

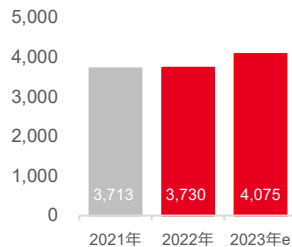
USD (米ドル) 130円
AUD (豪ドル) 90円

為替感応度

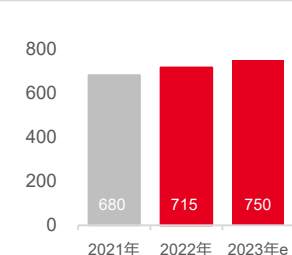
USD (米ドル) +5億円/1円安
AUD (豪ドル) +4億円/1円安

実績・計画

酒税抜き売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



業務用チャネルの回復に加えて、価格改定等の収益改善に取り組み増収増益。主力ブランドの強化を図りつつ、高収益化への取り組みの挑戦を継続していく。

2022年

2023年

▶ 主力ブランドの強化

一番搾りブランド計 **+3%*** 一番搾りブランド計(缶) **-10%***

- 1-12月で一番搾りブランド(大樽)は約+50%*で着地
- 3Qからの下振れは10-12月の価格改定の仮需反動等が原因

▶ 価格改定後の需要喚起

一番搾りブランド計 **+11%***

- 一番搾りリニューアルを実施
- 一番搾りブランドへの投資集中



▶ クラフトビール事業の拡大

スプリングバレー ブランド計 **+16%***

Home Tap **黒字化達成**



▶ クラフトビールカテゴリーの確立

スプリングバレー ブランド計 **+70%以上***

- スプリングバレー<豊潤496>リニューアルを実施
- 家庭用・業務用・Home Tap等あらゆるお客様接点を統合したアプローチの実施

▶ 収益改善への取組み

価格改定の実施、SCM改善

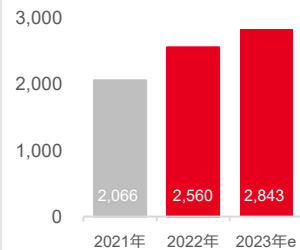
- 10月に価格改定を実施。2023年のコスト増も吸収見込み
- 仙台工場のRTD列稼働による物流コスト低減

▶ 生産性向上

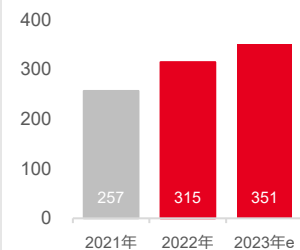
RTDの収益性改善に向けた取り組みの強化
SCM効率化の推進

実績・計画

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



2021年実績から豪州乳飲料事業は除外

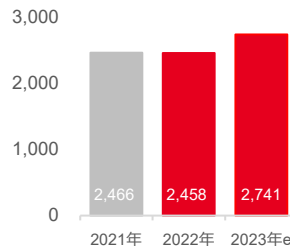
豪州の業務用回復や北米クラフトが寄与し増収増益。新マネジメント体制下で主力ブランドへの投資と豪州・北米でのクラフト事業の成長を加速させる。

	2022年	2023年
豪州	▶ プレミアムブランド成長・ミックス改善 業務用 +20%超* 家庭用 ▲5%* 1~12月 トータル：前年並 12月単月 家庭用：前年並まで回復	▶ ブランド強化による成長 業務用・家庭用 計 +4~6%* 豪州ビール市場をアウトパフォームする計画
	クラフト カテゴリー +16%* インターナショナル カテゴリー 計 新しく取得したFermentumが順調に推移	主力ブランドの再活性化 +3~5%* 
		クラフトカテゴリーの拡大 +20%以上*
北米	▶ クラフト戦略の強化 New Belgium Brewing Bell's Brewery 計 +50%超* Voodoo Ranger ブランドの成長とBell's統合により計画を上回って推移	▶ 北米プラットフォームの活用 New Belgium Brewing Bell's Brewery 計 +8%以上* Bell'sでのVoodoo Rangerブランドの製造を開始

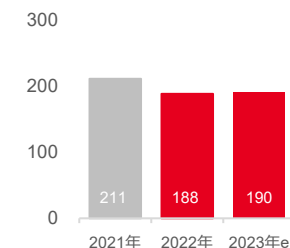
*販売数量 対前年増減率

実績・計画

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



主力ブランドの成長と堅実なコストマネジメントにより利益目標を達成。
ヘルスサイエンス領域による高収益化に向けてブランド投資を加速する。

2022年

2023年

ヘルスサイエンス領域への注力

プラズマ乳酸菌飲料

+26%*

- 3年連続対前年増

ヘルスサイエンス領域売上収益

+50%以上**

- 超小型PETの免疫ケア商品 リニューアル
- ファンケルカロリミットブランドの展開



主力ブランドの着実な成長

午後の紅茶 **+3%***

生茶 **+2%***

午後の紅茶・生茶ブランドの強化

ポリウムベースからバリューベースへ

両ブランド計の売上収益

+18%**

- 生茶 リニューアルを実施



利益率向上への取り組み

小型PET (600ml PET以下合計)
構成比増

+1.9ppt

自販機収益性構造改革

順調に進捗

小型PET 構成比増

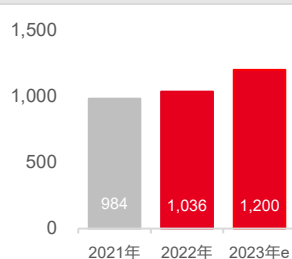
+3~4ppt

- 超小型PET(100mlPET以下合計)の販売促進

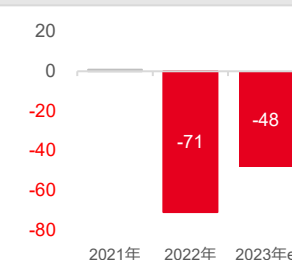


実績・計画

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



管理上の集計値であり、キリンビール・キリンビバレッジのヘルスサイエンス関連商品を含む

協和発酵バイオは苦戦もプラズマ乳酸菌は成長。アミノ酸事業の構造改革の早期実現とスペシャルティ素材への資源集中により、領域計で早期の黒字化を目指す。

2022年

2023年

▶ プラズマ乳酸菌事業拡大

プラズマ乳酸菌関連売上 (対前年)



+40%

プラズマ乳酸菌
名称認知率*

計画通り
70%

機能認知率**

過去最高値
32%

▶ プラズマ乳酸菌の成長加速

プラズマ乳酸菌関連売上 (対前年) **+30%以上**

機能認知率**

40%

- ニーズ創造型マーケティングによる免疫市場拡大
- 国内外への菌体導出の本格稼働

*名称を知っている割合 **具体的な機能や効果を知っている割合

▶ 協和発酵バイオ

アミノ酸事業の早期縮小と
スペシャルティ素材への特化を決断

- 価格転嫁が可能な水準を超えるコスト増影響により、経営資源の選択と集中を決断

▶ スペシャルティ素材の着実な進捗

シチコリン



**米国の
顧客開拓**

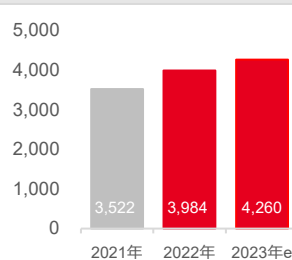
ヒトミルクオリゴ糖
(HMO)

**2023年の上市に
向けた着実な進捗**

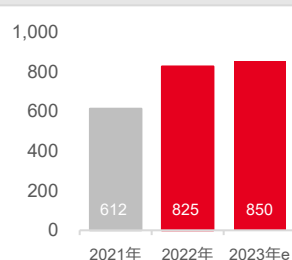
***Cognizinはシチコリンの製品名

実績・計画

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



グローバル戦略品の価値最大化と画期的な医薬品の継続的創出や次世代パイプライン拡充によりグローバル・スペシャリティファーマとしての成長を実現していく

2022年

2023年

▶ グローバル戦略品の価値最大化



Crysvita

+49%*



Poteligeo

+40%*

発売から5年で
売上1,000億円超
達成

+17%*

+22%*

▶ 画期的な医薬品の継続的創出



- KHK4083 : グローバルPh3試験開始
- 開発中止 : KW-6356、ME-401(欧米)

- KHK4083 : Amgenとの連携による開発推進
- 次世代パイプラインの開発加速
- 開発パイプラインの充実にに向けた戦略投資

▶ 事業基盤の早期確立に向けた投資



- 北米Crysvitaの自社販売の開始に向けた着実な準備
- 医薬品の安定供給に向けた高崎工場への設備投資

- 北米Crysvitaの自社販売の開始
- Life-changingな価値を実現する人財育成とデジタルなどへの基盤投資の継続

KV2027実現に向けて

Joy brings us together

キリンググループ・ビジョン2027実現へ

急激な環境変化にも対応し
目指す未来・進むべき方向が
正しいことを確信

今後も想定を超える
不確実な事象が
起こりうる

ウクライナリスク長期化による急激なコスト上昇

ミャンマー政変等地政学リスクの高まり

新型コロナ感染流行による消費行動の変化

2019

食から医にわたる領域で
価値を創造し、
世界のCSV先進企業となる

ヘルスサイエンス
領域

食領域

医領域

コア・コンピタンス

発酵&
バイオテクノロジー

酒類事業：成熟市場共通の戦略課題に取り組む

2023 - 2024年のイニシアティブ

戦略課題Ⅰ プレミアム戦略の推進

戦略課題Ⅱ 生産性の向上

キリンビール



クラフト
ビール

家庭用・業務用・Home Tap等
あらゆるお客様接点を統合

他

国産ウイスキーの国内外での展開

SCM

製造数量・カテゴリー構成に応じた
生産ラインや物流網等の最適化

他

営業組織の最適化
- 市場の需要・構成比に適した組織へ

ライオン



クラフト
ビール

市場トップのブランド群をさらに育成

他

プレミアムスピリッツ・RTDの展開

SCM

効率性・柔軟性の向上による
顧客サービス改善とコスト削減

他

本社機能の最適化
- 酒類事業に適したコーポレート機能へ

ライオン・
フォアローゼズ



クラフト
ビール

クラフトアイデンティティを大切にしながら
全米展開を加速

他

バーボンウイスキーのプレミアムカテゴリー
強化

SCM

製造能力増強による販売機会の最大化

他

北米クラフトビール事業のプラットフォーム
構築の推進

飲料事業：成熟市場共通の戦略課題に取り組む

2023 - 2024年のイニシアティブ

戦略課題Ⅰ プレミアム戦略の推進

戦略課題Ⅱ 生産性の向上

キリン
ビバレッジ



マージン
改善

ヘルスサイエンス領域の商品構成比を
拡大

他

ファンケル社のブランド・独自技術・
ノウハウを活かした商品の開発

SCM

生産・物流のコスト競争力の強化
- 超小型商品の内製化開始 等

他

営業組織の最適化
- ICTを活用した営業プロセスの改善

コーク・
ノースイースト



マージン
改善

主力ブランド注力と適切な価格・
プロモーション戦略による
ケース当たりマージンの向上

他

注力すべきエリアと業態の選択と集中

SCM

最適な生産・物流体制の構築
- 自動倉庫を増設し、配送効率を向上

他

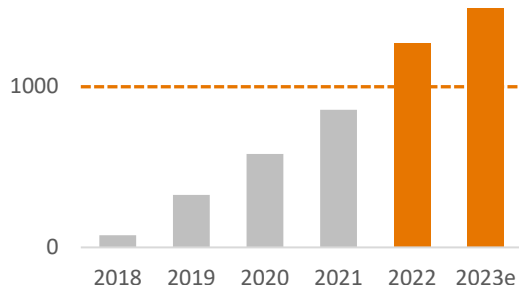
ERP等の活用による各機能の
プロセス改善

グローバル・スペシャリティファーマとしての強固なグローバル事業基盤を確立

グローバル戦略品の 価値最大化



2023年売上
約**1,500**億円へ



グローバルな生産・販売を 中心とした事業基盤への投資

北米でのCrysvita
自社販売を開始へ



次世代パイプラインの 着実な開発進捗

- **KHK4083** (rocatinlimab)
アトピー性皮膚炎 Ph3 開始
- **KHK4951**
滲出性加齢黄斑変性* Ph2 準備

	承認予定年	市場規模**	患者数
KHK4083	2026-2027	1兆円以上	16,000K
KHK4951	TBD	5,000億円～ 1兆円	2,300K～

売上収益 年平均成長率

2020年を基準とした2021年-2025年平均の売上収益成長率

10%以上

2025年*** 事業利益率

24%以上

(2022年事業利益率 21%)

* 異常な血管新生により、黄斑が障害される疾患で、急激に進行して著しい視力低下を招く。薬剤治療患者数 国内：約20万人 グローバル：約160万人

** 全製品の総和として期待し得る市場ポテンシャル（total addressable market）であり、当社製品のみで獲得し得る売上収益の予測や目標値ではありません。

*** 協和キリン中期経営計画最終年度

従来の戦略

アミノ酸事業の収益性改善 と スペシャルティ素材の拡大

収益改善
を実現

1

構造改革を
前倒して実現

- アミノ酸事業の大幅縮小を実行
- あらゆる選択肢を念頭に
抜本的な構造改革を断行

2

スペシャルティ素材
への特化

- シチコリンとヒトミルクオリゴ糖に
資源を集中

2024年までに**黒字化** 以降も着実に収益を向上

国内外の特定市場でスペシャリティ素材に特化した事業展開を推進する



健康課題の解決を通じて
経済的価値・社会的価値を創出

今後の事業拡大に向けた取り組みを強化



プラズマ乳酸菌

積極的なマーケティング投資
で免疫ケア市場を拡大

▶ プラズマ乳酸菌入り商品 の展開を加速

- 自社商品のラインアップ拡大
- 導出先のパートナー企業を拡大

▶ 第11回技術経営・ イノベーション大賞 文部科学大臣賞を受賞

- 研究のみならず事業化が評価

Cognizin

シチコリン



科学的エビデンスを強みに
米国市場を開拓

▶ 顧客獲得の促進

- サプリメント市場に加えて
成長している飲料市場を開拓

▶ 増設した生産設備での 本製造を年内に開始

ヒトミルクオリゴ糖



上市に向けた準備を
着実に推進

▶ 中国で安全性審査を通過

- 中国市場での発売に向けて
1段階目の審査をクリア

▶ タイの新工場での 本製造を順次開始

ESGの取り組みをリードし世界のCSV先進企業へ

Index評価
外部評価

MSCI ESG格付け：
昨年に続き2年連続で
AAを獲得



**CDP：気候変動・
水セキュリティ
最高位 Aリスト**



**日経SDGs経営調査：SDGs戦略・
経済価値賞受賞 & 総合ランキング
4年連続で最高位を獲得**



2022年 ハイライト

Environment

食品業界 世界初 SBTネットゼロ 認証取得

TNFDのLEAPアプローチに基づき、世界に先駆けて自然資本情報を開示

NEW!

「生物多様性のための 30by30 アライアンス」に参加

梔子ヴィンヤードの環境が自然共生サイトの認定相当へ*

グループ各社の工場で再エネ100%化を推進

- ▶ 新たにキリンビール岡山工場・福岡工場、協和キリン高崎工場、ライオンの豪州・NZ拠点で購入する全電力を100%再生エネルギー化

NEW!

Social

2023年1月 ミャンマー事業撤退を完了

**一般社団法人ビジネスと人権対話救済機構
(JaCER)へ第1期メンバーとして加入**

- ▶ 全てのステークホルダー向けの人権グリーンズ
メカニズム** を構築（2023年2月末から受付開始）



**新型コロナウイルスの医薬品開発を推進する
AMED***事業の研究アップデート**

- ▶ プラズマ乳酸菌による新型コロナウイルスの
増殖抑制メカニズムを試験管内試験で確認



* 「民間等の取り組みによって生物多様性の保全が図られている区域」として環境省の認定を受けた区域の名称

** 人権侵害がなされた場合に、適切かつ実効的な救済へのアクセスが備わっていることを確保するための仕組み

*** 国立研究開発法人日本医療研究開発機構



よろこびがつなぐ世界へ Joy brings us together

資料編

Joy brings us together

2022年度 実績：平準化EPS 明細

(億円)		22年実績	21年実績
親会社の所有者に帰属する当期利益	①	1,110	598
税金等調整後その他営業収益／費用等	②	297	705
平準化 当期利益	③＝①＋②	1,407	1,303
期中平均株式数（千株）	④	821,755	833,599
平準化EPS（円）	③÷④	171	156

2022年度 実績：セグメント別 売上収益

(億円)

連結 売上収益	
国内ビール・スピリッツ	麒麟ビール
	その他・内部及びセグメント間取引消去
国内飲料	麒麟ビバレッジ
	セグメント間取引消去
オセアニア酒類	ライオン
	セグメント間取引消去
医薬	協和麒麟
	セグメント間取引消去
その他	メルシャン
	コーク・ノースイースト
	協和発酵バイオ
	その他・内部及びセグメント間取引消去

2022年実績	2021年実績	増減	%
19,895	18,216	1,679	9.2%
6,635	6,613	22	0.3%
6,351	6,383	-32	-0.5%
284	230	54	23.5%
2,433	2,444	-11	-0.5%
2,458	2,466	-8	-0.3%
-25	-22	-3	—
2,559	2,163	396	18.3%
2,560	2,163	397	18.3%
-1	-1	-0	—
3,979	3,517	462	13.1%
3,984	3,522	461	13.1%
-5	-5	0	—
4,289	3,479	810	23.3%
605	579	26	4.5%
2,162	1,549	613	39.6%
511	530	-20	-3.7%
1,012	821	191	23.2%

※「ミャンマー・ブルワリー」は、2022年度より「その他」の「その他」に区分を変更しております。

2023年度 予想：セグメント別 売上収益

(億円)

連結 売上収益

国内ビール・スピリッツ	麒麟ビール
	その他・内部及びセグメント間取引消去
国内飲料	麒麟ビバレッジ
	セグメント間取引消去
オセアニア酒類	ライオン
	セグメント間取引消去
医薬	協和麒麟
	セグメント間取引消去
その他	メルシャン
	コーク・ノースイースト
	協和発酵バイオ
	その他・内部及びセグメント間取引消去

2023年予想	2022年実績	増減	%
21,150	19,895	1,255	6.3%
7,093	6,635	457	6.9%
6,753	6,351	402	6.3%
340	284	55	19.5%
2,717	2,433	284	11.7%
2,741	2,458	284	11.5%
-25	-25	1	—
2,843	2,559	284	11.1%
2,843	2,560	283	11.1%
-0	-1	1	—
4,252	3,979	274	6.9%
4,260	3,984	276	6.9%
-8	-5	-3	—
4,246	4,289	-44	-1.0%
655	605	50	8.2%
2,184	2,162	22	1.0%
628	511	118	23.1%
779	1,012	-233	-23.1%

2022年度 実績：セグメント別 事業利益

(億円)

		2022年実績	2021年実績	増減	%
連結 事業利益		1,912	1,654	257	15.6%
国内ビール・スピリッツ	麒麟ビール	747	705	41	5.8%
	その他	715	680	35	5.2%
国内飲料	麒麟ビバレッジ	31	26	6	22.7%
		188	211	-23	-11.0%
オセアニア酒類		188	211	-23	-11.0%
	ライオン	315	266	50	18.8%
医薬		315	266	50	18.8%
	協和麒麟	825	612	213	34.7%
その他		825	612	213	34.7%
	メルシャン	375	313	62	19.8%
	コーク・ノースイースト	-6	23	-29	—
	協和発酵バイオ	263	165	98	59.3%
	その他	-39	4	-42	—
全社費用・セグメント間取引消去		157	122	35	28.8%
		-538	-453	-85	—

※「ミャンマー・ブルワリー」は、2022年度より「その他」の「その他」に区分を変更しております。

2023年度 予想：セグメント別 事業利益

(億円)

連結 事業利益	
国内ビール・スピリッツ	麒麟ビール
	その他
国内飲料	麒麟ビバレッジ
オセアニア酒類	ライオン
医薬	協和麒麟
その他	
	メルシャン
	コーク・ノースイースト
	協和発酵バイオ
	その他
全社費用・セグメント間取引消去	

2023年予想	2022年実績	増減	%
1,920	1,912	8	0.4%
783	747	36	4.9%
750	715	35	4.8%
33	31	2	5.2%
190	188	2	1.1%
190	188	2	1.1%
351	315	36	11.3%
351	315	36	11.3%
850	825	25	3.1%
850	825	25	3.1%
301	375	-75	-19.9%
8	-6	14	—
267	263	4	1.4%
-40	-39	-1	—
66	157	-90	-57.6%
-555	-538	-16	—

2022年度 実績：麒麟ビール

(千KL)	2022年実績	2021年実績	増減 %
ビール類計	1,532	1,571	-2.5%
ビール	492	475	3.7%
発泡酒	367	387	-5.3%
新ジャンル	673	709	-5.1%
RTD	435	449	-3.3%
ノンアルコール飲料	46	49	-6.9%

*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)	2022年実績	2021年実績	増減	%
売上収益	6,351	6,383	-32	-0.5%
酒税売上収益	3,730	3,713	18	0.5%
事業利益	715	680	35	5.2%

2021年 事業利益 (億円)	680	主な内容
対前年 増減 (億円)	7	ビール類計 -40億（ビール増 18千kl、発泡酒減 -21千kl、新ジャンル減 -36千kl） ビール類以外計 -3億（RTD減 -15千kl、ノンアル減 -3千kl）他 価格改定影響・品種構成差異等 +50億
酒類等 限界利益 増	-57	市況の高騰等
原材料費 増	89	販売促進費増 -19億、 広告費減 109億 （計665億→576億）
販売費 減	-4	電力・燃料費増 他
その他費用 増	35	
計	715	
2022年 事業利益	715	



補足

国内酒類市場

- ▶ ビール類は前年比約+2%で着地。
- ▶ 業務用チャネルは前年比約+40%着地。
- ▶ 家庭用チャネルは前年比約-3%で着地。
- ▶ 業務用チャネルの回復に伴い、狭義のビールが大きく伸長。

販売数量・売上収益

- ▶ 業務用チャネルは市場同様昨年の反動により前年比約+40%着地。
- ▶ 家庭用チャネルは業務用チャネル回復による影響や、価格改定後の需要減影響により対前年約-6%で着地。
- ▶ 販売数量は減少するも、狭義のビールの増加等により、酒税抜き売上収益は増収となった。

業績補足

- ▶ 販売数量は減少したが、狭義のビールの販売数量の増加や価格改定効果により、限界利益は7億円増加した。
- ▶ 原材料費は市況の高騰影響により57億円増加した。
- ▶ 販売費は原材料等の高騰影響等に伴い、コストコントロールを実施し、89億円減少した。

2023年度 予想：麒麟ビール

(千KL)	2023年予想	2022年実績	増減 %
ビール類計	1,513	1,532	-1.3%
ビール	537	492	9.1%
発泡酒	350	367	-4.7%
新ジャンル	626	673	-7.0%
RTD	444	435	2.1%
ノンアルコール飲料	53	46	15.4%

(億円)	2023年予想	2022年実績	増減	%
売上収益	6,753	6,351	402	6.3%
酒税売上収益	4,075	3,730	345	9.2%
事業利益	750	715	35	4.8%

2022年 事業利益実績 (億円)	715	主な内容
対前年 増減 (億円)	305	ビール類計 9億 (ビール増 45千kl、 発泡酒減 -17千kl、新ジャンル減 -47千kl) ビール類以外計 22億 (RTD増 9千kl、 ノンアル増 7千kl) 他 価格改定効果・品種構成差異等 274億
酒類等 限界利益 増	-139	市況の高騰等
原材料費 増	-64	販売促進費・広告費増 -64億 (計576億→640億)
販売費 増	-67	経費増 他
その他費用 増	35	
計	750	
2023年 事業利益予想	750	



補足

販売数量計画

- ▶ 業務用チャネルは前年比約1割強増加見込み (2019年比約3割減の水準)。
- ▶ 家庭用チャネルは伸長が予想される狭義のビール及びRTDカテゴリーに投資を注力し、市場を上回る販売数量の増加を目指す。

売上収益・事業利益

- ▶ 売上収益は狭義ビールの数量増等により、増収計画。
- ▶ 狭義のビールの数量増及び価格改定効果により、限界利益は305億円の増加を見込む。
- ▶ 原材料費は、引き続き市況の高騰影響により、139億円の増加を見込む
- ▶ 販売費は、既存の主力ブランドに加えて、今後の利益成長を牽引するクラフトビールの商品やサービスに対する投資を強化するため、64億円の増加を見込む。
- ▶ コスト増の影響を限界利益の増加でカバーし、販売費の原資を捻出しつつ、増益を目指す。

2022年度 実績：キリンビバレッジ

販売数量（万ケース）		2022年実績	2021年実績	増減 %
カテゴリー別	紅茶	5,177	4,991	3.7%
	日本茶	3,061	3,104	-1.4%
	コーヒー飲料	2,461	2,585	-4.8%
	果実・野菜飲料	2,280	2,407	-5.3%
	炭酸飲料	1,232	1,313	-6.2%
	水	3,214	3,673	-12.5%
	その他	2,868	2,702	6.2%
容器別	缶	2,319	2,421	-4.2%
	大型PET	6,182	6,726	-8.1%
	小型PET	9,905	9,726	1.8%
	その他	1,887	1,903	-0.8%
領域別	食領域	18,194	18,739	-2.9%
	ヘルスサイエンス領域	2,099	2,036	3.1%
	うちプラズマ乳酸菌商品	660	523	26.2%
計		20,293	20,775	-2.3%

（億円）		2022年実績	2021年実績	増減	%
売上収益		2,458	2,466	-8	-0.3%
事業利益		188	211	-23	-11.0%

※2022年から「健康・スポーツ飲料」は「その他」に含めて表示しております。

2021年 事業利益（億円）		211	主な内容
対前年増減	清涼飲料限界利益 増	19	販売数量減 -483万ケース -22億 商品・容器構成差異等 41億
	原材料費等 増	-80	原料費増 -44億、材料費増 -18億、 加工費増 -18億
	販売費 減	42	販売促進費減 29億、広告費減 13億 (計272億 → 230億)
	その他費用 増	-4	
	計	-23	
2022年 事業利益		188	



補足

清涼飲料市場

▶ 清涼飲料市場は、前年比+2%で着地。

販売数量・売上収益

- ▶ ヘルスサイエンス領域においては、プラズマ乳酸菌商品の販売数量は前年比+26%と好調に推移。
- ▶ 食領域においては、「午後の紅茶」、「生茶」の販売数量は、両ブランドともに前年比プラスとなった。
- ▶ 売上収益は、販売数量の減少により減収。

事業利益

- ▶ 販売数量は減少したが、価格改定効果や、小型PET構成比の増加の取り組みにより、商品・容器構成差異等が改善し、限界利益は増加した。
- ▶ 限界利益の増加に加え、販売費、その他費用のコントロールを進めたものの、市況の高騰による原材料費等が上昇した影響を受けて、事業利益は減少した。

2023年度 予想：キリンビバレッジ

販売数量（万ケース）		2023年予想	2022年実績	増減 %
カテゴリー別	紅茶	5,612	5,177	8.4%
	日本茶	3,423	3,061	11.8%
	コーヒ-飲料	2,515	2,461	2.2%
	果実・野菜飲料	2,192	2,280	-3.9%
	炭酸飲料	1,331	1,232	8.1%
	水	2,616	3,214	-18.6%
	その他	3,074	2,868	7.2%
容器別	缶	2,305	2,319	-0.6%
	大型PET	5,767	6,182	-6.7%
	小型PET	10,899	9,905	10.0%
	その他	1,792	1,887	-5.0%
領域別	食領域	17,930	18,194	-1.5%
	ヘルスサイエンス領域	2,834	2,099	35.0%
	うちプラズマ乳酸菌商品	1,006	660	52.5%
計		20,763	20,293	2.3%

(億円)	2023年予想	2022年実績	増減	%
売上収益	2,741	2,458	284	11.5%
事業利益	190	188	2	1.1%

2022年 事業利益実績（億円）	188	主な内容
対前年増減	200	販売数量増 470万ケース 21億、商品・容器構成差異等 179億
原材料費等 増	-136	原料費増 -46億、材料費増 -52億、加工費増 -38億
販売費 増	-52	販売促進費・広告費増-52億（計230億 → 282億）
その他費用 増	-10	
計	2	
2023年 事業利益予想	190	

補足

清涼飲料市場

▶ 清涼飲料市場は、前年比-2%と前年を下回る見込み。

販売数量・売上収益

- ▶ ヘルスサイエンス領域においては、プラズマ乳酸菌商品の販売数量は+53%を計画。
- ▶ 食領域においては、「午後の紅茶」、「生茶」は、両ブランドの更なる成長を目指し、いずれも販売数量の増加を計画。
- ▶ 売上収益目標は、販売数量の増加により増収を目指す。

事業利益

- ▶ 販売数量の増加に加え、価格改定効果や小型PET構成比の上昇による商品・容器構成差異等の改善を図り、限界利益は増加計画。
- ▶ 原材料費等の高騰に加え、ヘルスサイエンス領域の更なる強化及び主力ブランド成長に向けた戦略的な投資実行のために販売費も増加し、前年よりも費用は増える見通し。

2022年度 実績：ライオン

円ベース（億円）

	2022年実績	2021年実績	増減	%
売上収益	2,560	2,163	397	18.3%
事業利益	315	266	50	18.8%

豪ドルベース（million AUD）

	2022年実績	2021年実績	増減	%
売上収益	2,808	2,617	191	7.3%
事業利益	346	321	25	7.7%

2021年実績は豪州乳飲料事業（売上収益117m、事業利益11m）も含む。除外後の上記豪ドルベース業績の対前年増減率は、売上収益 +12.3%、事業利益 +11.4%

販売数量増減 *		8.3%	
	2021年 実績	321	
	豪州・NZ	数量	2
酒類事業		その他	14
事業利益増減	北米クラフト他**		52
(百万豪ドル)	その他***		-43
	2022年 実績		346

* 販売数量増減は豪州・NZ・海外クラフト他合計。

北米クラフト他を除く豪州 + NZの販売数量は前年並。

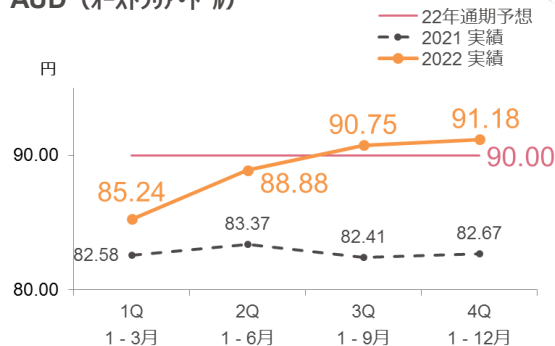
** 北米クラフト他は数量増減影響とその他の影響のネット額。

*** 豪州乳飲料事業1ヵ月分と本社費用等を含む。



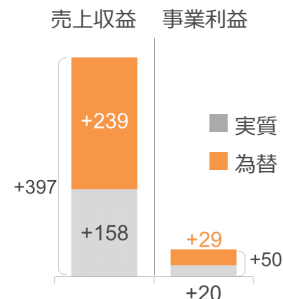
補足

AUD（オーストラリア・ドル）



連結為替影響

2022年実績（億円）



売上収益

- ライオン計の売上収益は\$191mの増収。乳飲料事業売却分の減少があったものの（\$-117m）、酒類事業が伸長した（\$308m）。
- 豪州・NZは価格改定により、単価が上昇。豪州はインフレ等の影響もあり家庭用市場が軟調に推移したが、業務用市場は順調に回復。
- 北米クラフト他は、Bell'sの買収とNew Belgium BrewingのVoodoo Rangerブランドが引き続き成長を牽引。

事業利益

- ライオン計の事業利益は前年比+7.7%。
- 乳飲料事業の売却による減少（\$-11m）があったものの、豪州・NZにおける業務用市場の回復、Bell'sおよびFermentumの買収効果、全社的なコストマネジメントによって、事業利益は増加。
- 豪州・NZ・北米すべての市場で原材料費等が上昇したが、プライシング戦略とコスト最適化により影響をおさえた。

2023年度 予想：ライオン

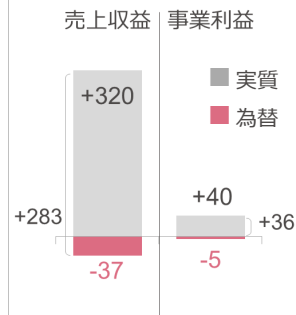
	円ベース (億円)				豪ドルベース (million AUD)			
	2023年予想	2022年実績	増減	%	2023年予想	2022年実績	増減	%
売上収益	2,843	2,560	283	11.1%	3,159	2,808	351	12.5%
豪州・NZ	2,066	1,858	208	11.2%	2,296	2,038	258	12.7%
北米クラフト他	777	702	75	10.7%	863	770	93	12.1%
事業利益	351	315	36	11.3%	390	346	44	12.7%
豪州・NZ	253	239	14	5.8%	281	262	19	7.2%
北米クラフト他	98	76	22	28.4%	109	84	25	30.1%

※2023年度から「豪州・NZ」、「北米クラフト他」の明細を記載（本社コストは豪州・NZに含む）。

通期予想レート：90.00円（豪ドル）

連結為替影響

2023年予想（億円）



補足

販売数量・売上収益

- ▶ 豪州の販売数量は+4~6%を見込む。
- ▶ 豪州の主力ブランドの取り組み強化による市場シェアの獲得やプライシング戦略等により、増収を計画。
- ▶ ブランド力の向上により持続的な成長を目指す。
- ▶ 北米クラフト他でも、New Belgium BrewingのVoodoo Rangerブランドを中心に、継続的な成長を見込む。

事業利益

- ▶ 販売数量増に加えて、プライシング戦略やコスト削減等の収益改善策を実施することで、原材料費等のコスト上昇やブランド投資増があるも、増益を計画。
- ▶ 北米クラフト他では、好調なVoodoo Rangerブランドを始め各ブランドが北米プラットフォームを最大活用することで、力強いモメンタムが継続する見込み。

2022年度 実績 / 2023年度 予想：協和キリン

(億円)	2022年 実績	2021年 実績	増減	%
売上収益	3,979	3,517	462	13.1%
協和キリン	3,984	3,522	461	13.1%
セグメント間取引消去	-5	-5	0	-
事業利益	825	612	213	34.7%
協和キリン	825	612	213	34.7%

補足

売上収益（2022年 実績）

- 日本は、日本の売上収益は、順調に市場浸透している「ダーブロック」「ジースタ」「クリスピータ」「ロミプレート」などの増収要因があった一方で、2021年12月に後発医薬品が発売された「パタノール」の売上が減少したほか、薬価改定等の影響により、減収。
- 海外は、海外の売上収益は、北米、EMEAにおいてグローバル戦略品である「Crysvita」「Poteligeo」の売上が対前年で増加したほか、アジア/オセアニアにおいて「Gran」等の売上が増加したことで、増収となった。
- その他の売上収益は、ベンラリズムブ売上ロイヤルティやKKH4083契約一時金の繰延収益により、増収。

事業利益（2022年 実績）

- 事業利益は、グローバル戦略品の価値最大化やグローバル事業基盤の早期確立に向けたIT及び人財への投資等により販売費及び一般管理費が増加した一方、グローバル戦略品を中心とした海外の売上収益の増加により、大幅な増益となった。

(億円)	2023年 予想	2022年 実績	増減	%
売上収益	4,252	3,979	274	6.9%
協和キリン	4,260	3,984	276	6.9%
セグメント間取引消去	-8	-5	-3	-
事業利益	850	825	25	3.1%
協和キリン	850	825	25	3.1%

補足

売上収益（2023年 予想）

- 売上収益は前年増を予想。
- 日本は、新製品群は増収を見込むものの、4月に予定されている薬価改定影響等により、減収の予想。
- 海外は、グローバル戦略品「Crysvita」、「Poteligeo」が伸長し、増収の予想。
- その他の売上収益は、ベンラリズムブなどの売上ロイヤルティ増加により、増収。

事業利益（2023年 予想）

- KKH4083のPh3試験本格化などにより研究開発費が増加するものの、売上収益の増加により、増益の予想。

2022年度 実績 / 2023年度 予想 : コーク・ノースイースト

円ベース (億円)

	2022年 実績	2021年 実績	増減	%
売上収益	2,162	1,549	613	39.6%
事業利益	263	165	98	59.3%

USドルベース (million \$)

	2022年 実績	2021年 実績	増減	%
売上収益	1,637	1,403	233	16.6%
事業利益	199	150	50	33.1%

円ベース (億円)

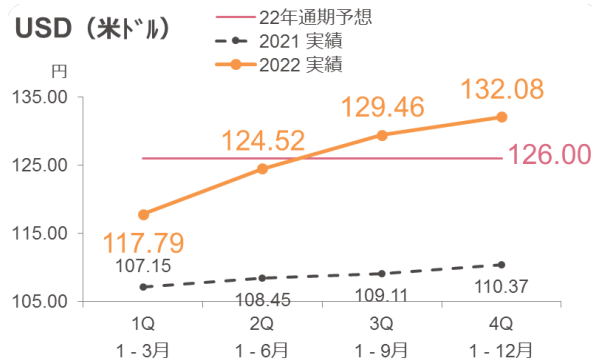
	2023年 予想	2022年 実績	増減	%
売上収益	2,184	2,162	22	1.0%
事業利益	267	263	4	1.4%

USドルベース (million \$)

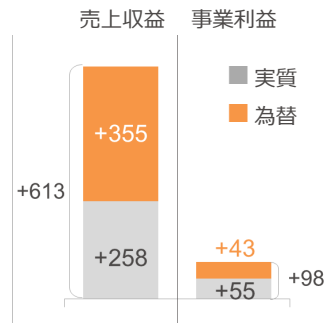
	2023年 予想	2022年 実績	増減	%
売上収益	1,680	1,637	43	2.7%
事業利益	205	199	6	3.0%

通期予想レート : 130.00円 (米ドル)

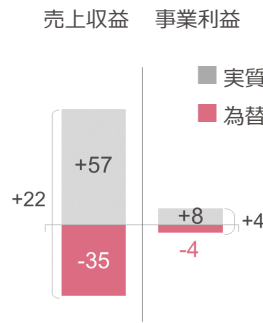
USD (米ドル)



連結為替影響 2022年実績 (億円)



連結為替影響 2023年予想 (億円)



補足

2022年 実績

- 販売数量は、価格改定実施後も増加した。
- 売上収益は、価格改定及び商品ミックス改善の取り組み等により増収。
- 事業利益は大幅に増益。原材料費や人件費の高騰はあるものの、価格改定に加えて販売数量の伸長、継続的な販管費削減の取り組みを着実に実施。事業利益率は10%以上を継続。

2023年 予想

- インフレによる消費者の需要後退を注視するが、2023年前半まで販売好調なモメンタムは続くとみている。
- 市況の高騰による原材料費等の上昇や人件費高騰のコストアップ要因もあるが、引き続き価格改定やミックス改善への取り組み、コストコントロールを行うことで、増収増益を目指す。

持分法適用関連会社 サンミゲルビールの業績

▶ 新型コロナ影響を受けつつ増収・増益を確保。配当も維持。

(百万ペソ)	2021年10-12月		2022年1-3月		2022年4-6月		2022年7-9月		2022年累計	
	実績	増減 %	実績	増減 %	実績	増減 %	実績	増減 %	実績	累計 %
売上高*	34,204	-4%	29,659	3%	35,326	39%	34,007	23%	133,196	13%
営業利益*	8,733	-10%	6,751	0%	7,975	50%	7,500	23%	30,959	11%
営業利益率	25.5%	—	22.8%	—	22.6%	—	22.1%	—	23.2%	—
減価償却費及び償却費他*	1,635	6%	1,211	16%	1,134	-5%	1,832	51%	5,812	16%
EBITDA (営業利益 + 減価償却費及び償却費他)	10,368	-7%	7,962	2%	9,109	40%	9,332	27%	36,771	12%

*現地開示ベース (キリンホールディングス 2022年度決算への取り込み期間：2021年10月～2022年9月) 出所：San Miguel Brewery Inc. Financial Highlights, Quarterly Reports

持分法による連結取込み

(億円)	2022年	2021年	増減 %
当期利益 (SMB)	524	447	17%
連結取込	254	217	17%

為替レート：1ペソ＝2.38円（前年同期：2.23円）

（キリンホールディングス 2022年度決算への取り込み期間：2021年10月～2022年9月）

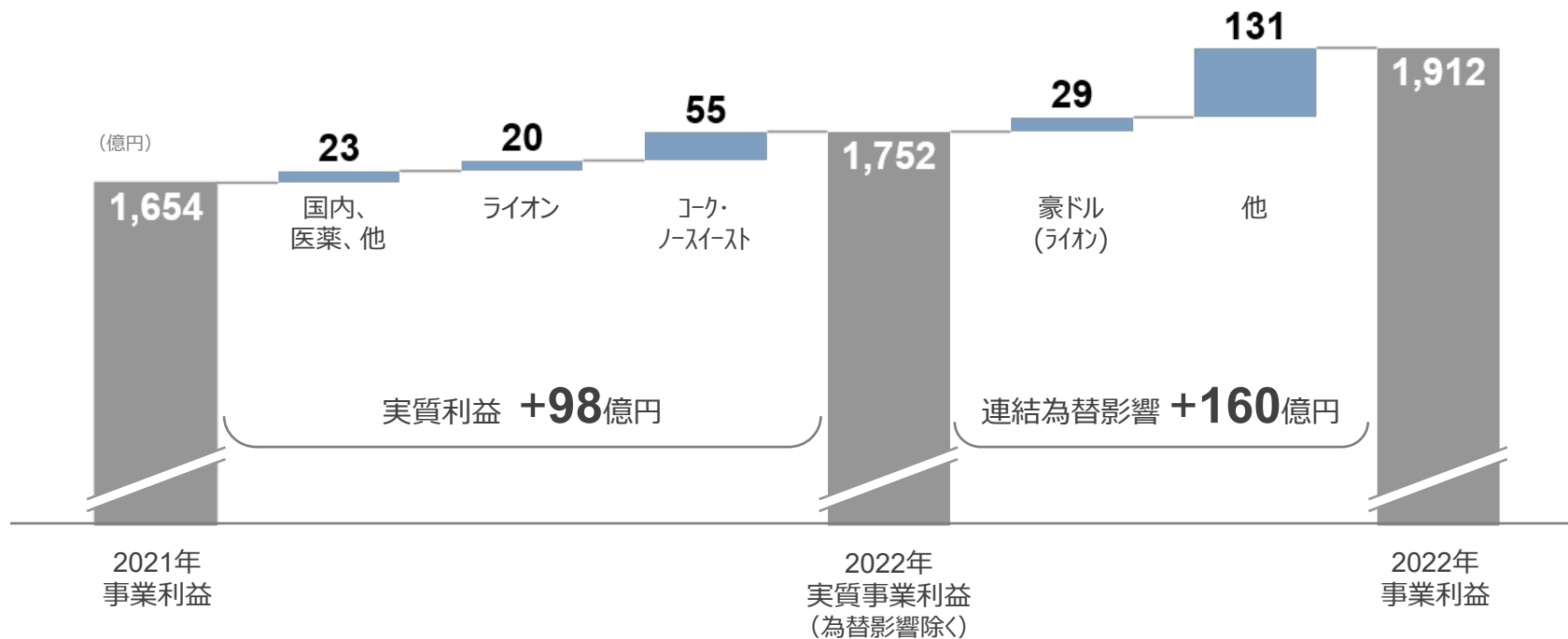
キリンホールディングス受取配当金

	2022年	2021年	増減 %
配当金（億円）	189	167	13%
1株当たり配当金（ペソ）	1.04	1.00	4%

配当金についてはキャッシュインベースで計上

2022年度 実績：連結為替影響

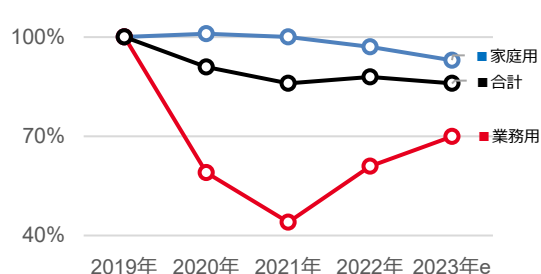
➤ 円安・豪ドル高等を受け、連結為替影響は+160億円



外部環境変化によるビール・飲料市場への影響 ※コロナ前比（対2019年度）

国内ビール

年度別市場販売数量 2019年比



2022年

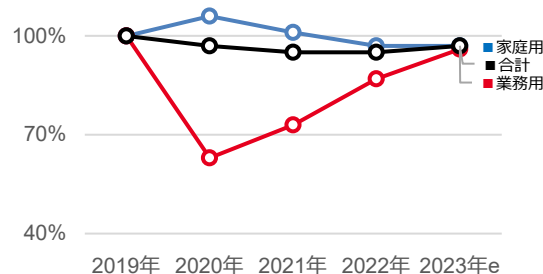
1Qのオミクロン株による感染拡大影響等もあったが、業務用市場は19年比6割まで回復。

2023年

業務用市場が19年比7割水準まで回復を見込む一方で、昨年実施した価格改定による家庭用市場の需要減により、合計でもコロナ前水準に対して減少傾向。

豪州ビール

年度別市場販売数量 2019年比



2022年

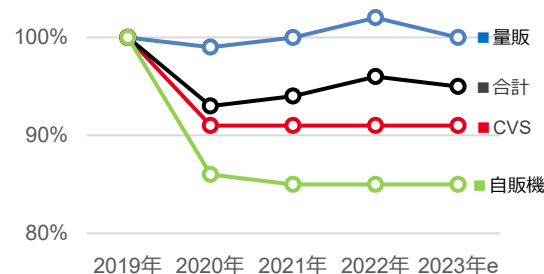
1Qのオミクロン株・洪水影響等があったものの、業務用市場は順調に回復し、19年比9割弱で着地。家庭用軟調により合計では対前年微減。

2023年

業務用市場はほぼコロナ前水準まで回復するも、物価高影響等で家庭用市場は引き続き軟調に推移し、市場計は19年比には若干届かない見込み。

国内清涼飲料

年度別市場販売数量 2019年比



2022年

人流の回復や最盛期の好天等の影響があったものの、価格改定による若干の需要減もあり、市場計は19年比9割半ばで着地。

2023年

量販市場はコロナ感染拡大以降、家庭用需要増で水準が上昇していたが、昨年実施した価格改定による影響等で19年並となり、市場計もコロナ前を下回る状況が続く見込み。

非財務目標の進捗：2024年目標水準に向けて概ね順調に進捗

項目	テーマ	非財務指標	2021年実績	2022年実績	2024年目標水準
環境	気候変動	GHG排出量削減率 対2019年 Scope 1+2 排出量削減率	13%	18% ^{※4}	23% (2030年 50%)
	容器包装	PETボトル用樹脂のリサイクル樹脂使用率	5%	8%	38% (2027年 50%)
	水資源	水ストレスが高い製造拠点における 用水使用原単位 ライオン（豪州）（用水使用原単位 = 用水使用量 ÷ 生産量）	3.5 kl/kl	3.7 kl/kl	3.0 kl/kl以下 (2025年 2.4kl/kl以下)
健康	中期 ヘルスサイエンス 戦略推進	「免疫機能の維持支援」達成度 ①日本国内のプラズマ乳酸菌機能認知率 ②プラズマ乳酸菌の継続摂取人数	①31% ②58万人	①32% ②64万人	①45% ②190万人 (2027年 ①50%)
		「免疫・脳機能・腸内環境領域における新価値創造」達成度 および「医領域との協働推進」達成度	非開示 ^{※1}	非開示 ^{※1}	非開示 ^{※1}
従業員	組織風土	従業員エンゲージメントスコア	72%	70% ^{※5}	75%
	多様性	「多様性向上」達成度^{※2} ①日本国内 女性経営職比率 ②日本国内 キャリア採用比率	①10.2% ②26.8%	①10.6% ②27.3%	①15.0% ②30.0%
	労働安全衛生	休業災害度数率^{※3}	1.42	0.90 ^{※4}	0.95 (日本：0.40)

※1 知的財産に関する内容等を含むため、具体的な構成指標および目標水準は戦略上非開示

※2 集計対象はキリンホールディングス社原籍社員

※3 グループ内で生産・物流機能を有する主要なグループ会社を対象とする。工場構内のパートナー会社も含める

※4 実績確定前のため現時点での見通し

※5 2022年から新たに協和キリンとコーク・ノースイースト算入、ミャンマーブルワリー非算入。

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