



キリングループ°

2021年度決算・2022年度計画

2022年2月14日
キリンホールディングス株式会社

2021年度決算・2022年度計画

Joy brings us together

2021年度決算および2022年度通期業績予想サマリー

2021年度 実績

- 連結売上収益は対前年-2%の減収、連結事業利益は+2%の増益と、新型コロナウイルス感染再拡大の影響を受けつつも、前年からの増益を実現した。
- 税引前利益は、ミャンマー事業に係る減損損失の計上などにより、-20%の減益となった。
- 親会社の所有者当期利益は、-17%の減益となった。
- 平準化EPSは、連結事業利益の増益や前年に実施した自己株取得の影響などにより、前年より20円増加となった。

2022年度 計画

- 連結売上収益は7%の増収も、原材料高騰などにより事業利益は微増計画。親会社の所有者当期利益は2021年のその他営業費用の反動で大幅に改善。
- ROICは中計目標である10%以上に対し、8%の見通し。
- 平準化EPSは1円増加の157円を予想。年間で65円の配当を予定（平準化EPSに対する配当性向41%）。

▶ 豪州乳飲料事業の売却で前年比減収も、ミックス改善等により事業利益は前年比増益

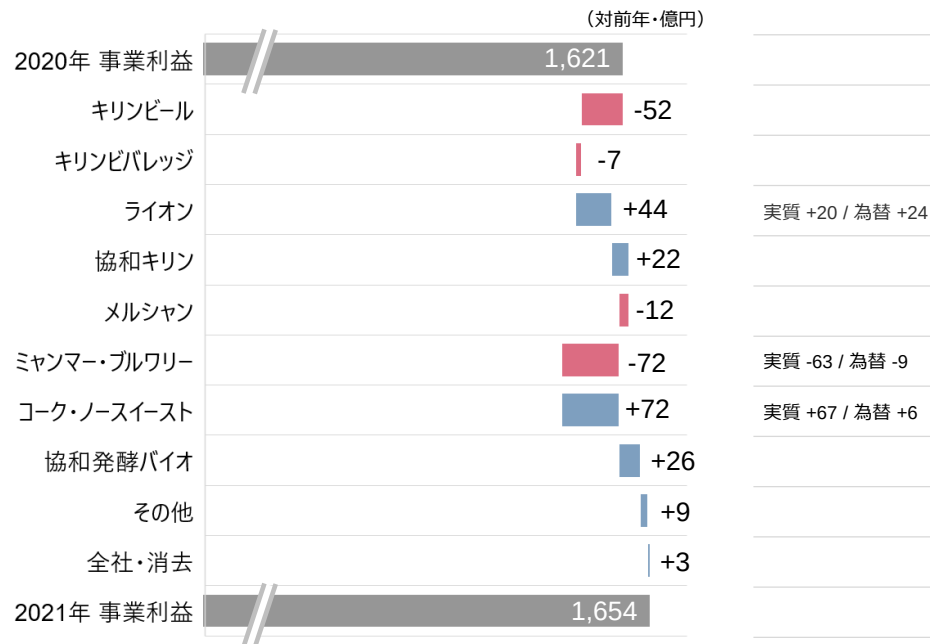
(億円)	2021年実績	2020年実績	増減	%
売上収益	18,216	18,495	-280	-1.5%
事業利益 ※1	1,654	1,621	33	2.0%
税引前利益	996	1,246	-249	-20.0%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	598	719	-121	-16.9%
定量目標	2021年実績	2020年実績	増減	%
ROIC	4.2%	6.0%	—	—
平準化EPS ※2	156円	136円	20円	14.7%
	2021年実績	2020年実績	増減	%
一株当たり年間配当金	65円	65円	—	—

※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。

2021年度 実績：連結事業利益 事業会社別増減

国内及びミャンマー事業の落ち込みを、海外事業（豪州・米国）がカバー



キリンビール

▶ ビール、発泡酒、RTDの販売数量増、高付加価値商品によるミックスアップも、長期的な視点でのブランド投資強化により減益。

麒麟ビバレッジ

▶ 販売費、その他費用の削減を進めたものの、限界利益減少、原材料費上昇の影響により減益。

ライオン

▶ 業務用回復に加え、北米クラフト成長による増収、サプライチェーン最適化やコスト削減等により増益。

協和麒麟

▶ 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。

ミャンマー・ブルワリー

▶ 売上収益減に加え、原材料コスト上昇等により減益。

コーク・ノースイースト

▶ 二度にわたる価格改定、コストコントロールによる販管費抑制により増益。

協和発酵バイオ

▶ 原価率の改善などにより増益。

全社費用・セグメント間消去

▶ 全社費用が増加したものの、セグメント間消去が減少。

※「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。

ミャンマー事業に係る追加減損と今後の業績見込み

撤退を前提として減損を認識。当社主導による事業の見通しに不確実性があり、今後の業績も見込まない

撤退の方針決定

事業継続を第一優先としてきたが、望む形での合併解消は困難と判断し、撤退の方針を決定

今後の見通し

撤退を前提に、JV解消を目指すこととしたため、今後の見通しには不確定要素あり

ミャンマー事業の今後の価値

- ▶ 減損テストにおいて、リスク要因を最大限に見込んだ
- ▶ 中長期視点の価値をゼロとした

2022年以降の業績計画

- ▶ 将来の目標を立てることが困難なことから、22年度以降の収益をゼロで見込む

今後の最大リスク

- ▶ キリンググループから連結除外されることとなった際に、為替換算調整勘定*が実現
- ▶ 現金・流動資産負債のキリン持分相当が回収不能となるリスク（PL影響しないケースあり）

有形固定資産・ 2Q : ▲214億円
無形資産・ 4Q : ▲202億円
のれんを全て減損 合計 : ▲416億円
(親会社当期利益影響)

今後の計画は全て
ゼロで見込む

為替換算差額 損影響 約▲190億円**
(親会社当期利益影響)

残存資産回収不能リスク..... 約▲120億円**
(親会社当期利益または包括利益影響)

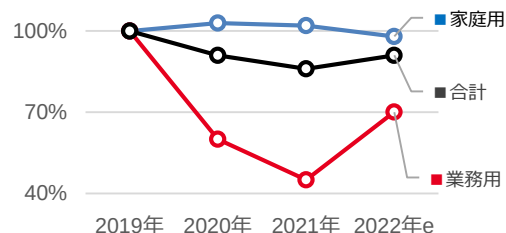
リスクを最小限にとどめる

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）

21年は外部要因が各事業の業務用に大きく影響。市場環境は依然不透明も、22年は一定の回復を見込む。

国内ビール

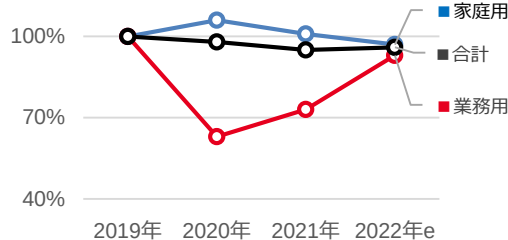
年度別市場販売数量 2019年比



- 21年は緊急事態宣言等が多くの地域に拡大、天候不順もあり、業務用市場はコロナ前の約5割の規模に。家飲み需要により家庭用市場はほぼ横ばいで推移するも、全体数量は減少。
- 22年は変異株の影響が懸念されるも、コロナ前比（対19年）で業務用は3割減前後、ビール類計で約1割弱減までの回復を見込む。

豪州ビール

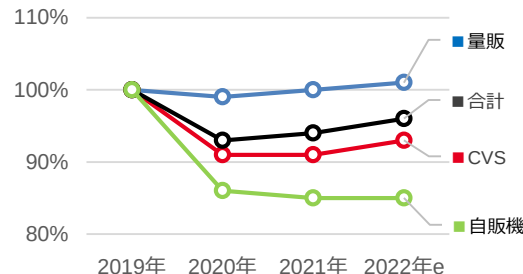
年度別市場販売数量 2019年比



- 21年は3Qにおいて豪州の主要都市でのロックダウンにより業務用市場が再度減速するも、年間では前年から回復。
- 足元のオミクロン株蔓延等の影響は要注視だがロックダウンには至っておらず、22年は業務用市場で一定程度回復を見込むが、家庭用含めてコロナ前（19年）水準には届かない見込み。

国内清涼飲料

年度別市場販売数量 2019年比



- 21年は、コロナ禍影響が緩和するも、外出自粛、オフィス内需要減が継続したほか、天候不順も影響し、コロナ前を下回る状況が継続。
- 22年は、前年比で需要の回復を見込むものの、在宅需要や変化した生活様式の定着により、コロナ前と比べて△4%程度の水準を見込む。

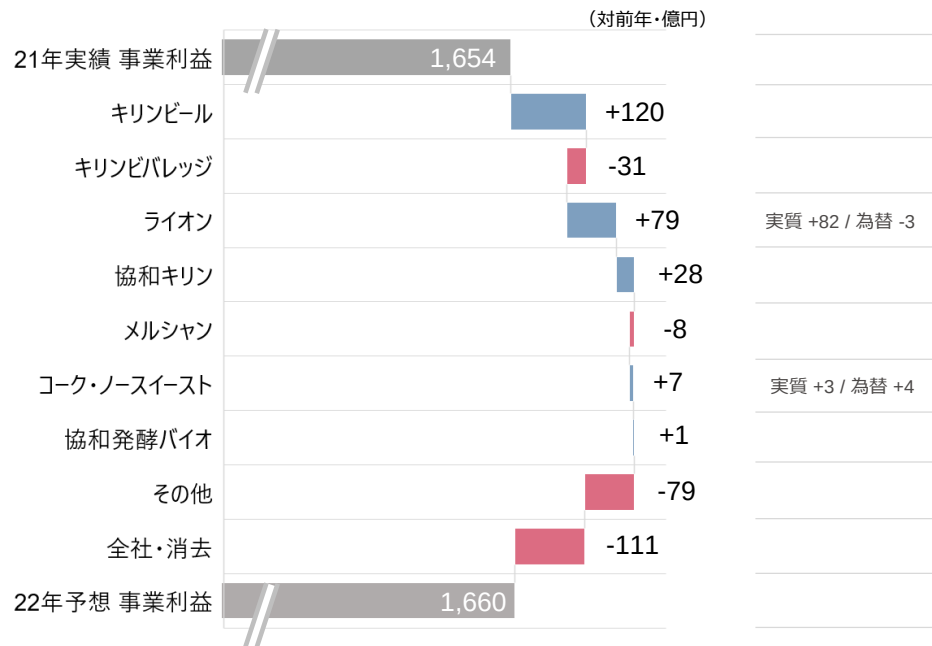
▶ 全ての段階損益で増益を見込む。ROIC改善、平準化EPSも増加。

(億円)	2022年予想	2021年実績	増減	%
売上収益	19,500	18,216	1,284	7.1%
事業利益 ※	1,660	1,654	6	0.3%
税引前利益	1,770	996	774	77.7%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,145	598	547	91.5%
定量目標	2022年予想	2021年実績	増減	%
ROIC	8.3%	4.2%	—	—
平準化EPS	157円	156円	1円	0.6%
	2022年予想	2021年実績	増減	%
一株当たり年間配当金	65円	65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。

2022年度 業績予想：連結事業利益 事業会社別増減

▶ 原材料費の高騰影響を受けるものの、麒麟ビール、ライオンの増益により前年を上回る



補足

麒麟ビール

▶ 販売費は増加するものの、販売数量増に伴う限界利益増により増益。

麒麟ビバレッジ

▶ 数量増、商品・容器構成差異等の改善により限界利益増も、原材料費増、販売費増により減益。

ライオン

▶ 業務用チャネル回復によるミックス改善、バリューチェーンのコスト削減及び、買収した2社の連結化により増益。

協和麒麟

▶ 販売費及び一般管理費や研究開発費が増加も、増収により増益。

コーク・ノースイースト

▶ 原材料市況悪化、人件費高騰も、価格改定、ミックスアップ及びコストコントロールにより増益。

協和発酵バイオ

▶ BtoC事業の麒麟ホールディングスへの移管により約20億円の減益影響も、製造移管による利益率の改善により増益。

その他

▶ ミャンマー・ブルワリーの影響-66億円を含む。

全社費用・セグメント間消去

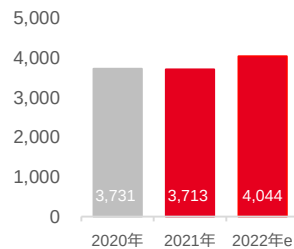
▶ 情報システム費用が増加。

※「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。

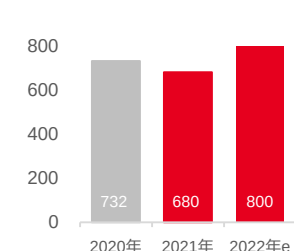
※「ミャンマー・ブルワリー」は、事業の見通しに著しい不確実性が生じております。今後発生し得る事象を総合的に勘案すると金額的重要性は低く、2022年通期業績予想の売上収益・事業利益をともに0億円とし、「その他」に含めて表示しております。

実績・計画

酒税抜き売上収益 (億円)



事業利益 (億円)

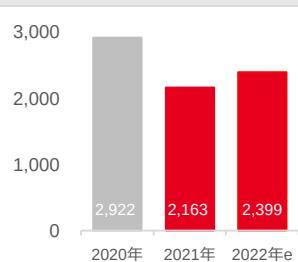


主力ブランド強化と高付加価値商品・サービス育成の戦略を継続していく

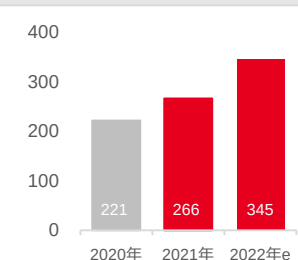
	2021年	2022年
	▶ 主力ブランド強化 一番搾りブランド計(缶) 対前年 +22%	▶ 主力ブランドをさらに強固に 一番搾りブランド計(缶) 対前年 +10%
	▶ プレミアム商品の上市と拡大 豊潤496によりクラフト缶 対前年 約12倍	▶ さらなる拡大へ 豊潤496販売数量 対21年 約1.5倍
	▶ Home Tapの本格的育成 年初計画会員数 10万人達成	▶ Home Tapは次のステージへ 顧客関係力の強化 黒字化
	▶ コロナ禍におけるコスト削減 原価、その他費用等 約25億円	▶ 原材料高騰への対策 原価・SCMコスト削減 他※ 25億円

実績・計画

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



クラフトを中心とするプレミアム強化、収益改善策により、利益創出を実現する

	2021年	2022年
	▶ プレミアムブランド成長・ミックス改善 (豪州) クラフト・ インターナショナル カテゴリー +3% 業務用 +15% 家庭用 ▲5%	▶ 成長カテゴリーの主カブランドに集中投資 (豪州) クラフト・ インターナショナル カテゴリー +20%以上 業務用 +20%以上 家庭用 微増
	▶ 事業の選択と集中 乳飲料事業売却・ビール1工場再編 完了 Fermentum Brewery(豪) 取得 完了	▶ 海外クラフト戦略強化 Bell's Brewery(米) 取得 完了 海外クラフト 他 +40%以上
	▶ コスト削減 本社費用・SKU削減等 約50億円	▶ 収益改善策 SCMコスト 他 約50億円

販売数量 対前年増減率

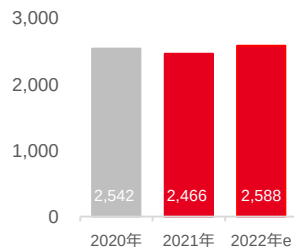
Bell's取得は2022/1/1に完了

売上収益 対前年増減率

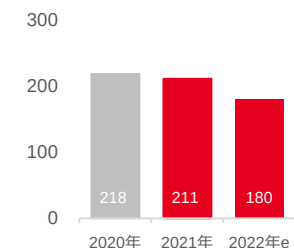


実績・計画

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)

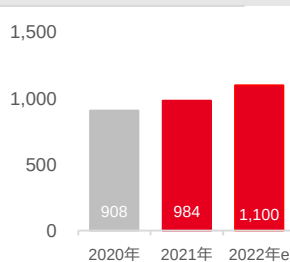


食領域とヘルスサイエンス領域の両輪で持続的成長を実現する

	2021年	2022年
	▶ 主力ブランドに集中 午後の紅茶 ▲1% 生茶 ▲2% (対前年)	▶ 午後の紅茶・生茶の再成長 両ブランド 販売数量 対21年 +9%
	▶ ヘルスサイエンスへのリポジショニング プラズマ乳酸菌飲料 目標達成 523万箱 対前年+65%	プラズマ乳酸菌飲料 758万箱 対前年+45%
	▶ 商品構成比 変革 小型PET*構成比 +約3ppt *600ml PET 以下合計	小型PET構成比* +約3ppt
	▶ コロナ禍におけるコスト削減 自販機チャネル 収益改善効果 20億円	▶ さらなる収益性改善 自販機構造改革 継続 原材料コスト削減、他 9億円

実績・計画

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)

認知度向上のための
投資によりコストが先行
21-22年の利益は0～5億円



※数値は概算値

※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

プラズマ乳酸菌の継続成長と協和発酵バイオの再生により売上・利益拡大を目指す

2021年

2022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)

+56%

プラズマ乳酸菌継続摂取人数 **58万人**

新型コロナ患者に対する特定臨床研究を
プラズマ乳酸菌を用いて長崎大学と共に開始

プラズマ乳酸菌関連売上 (対前年)

+約40%

プラズマ乳酸菌継続摂取人数目標

75万人

プラズマ乳酸菌
名称認知率*

70%

機能
認知率**

36%

*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 再生計画

21年における黒字化目標

達成

▶ BtoB事業に注力し、次世代素材の準備も進める

BtoC事業移管後も黒字化

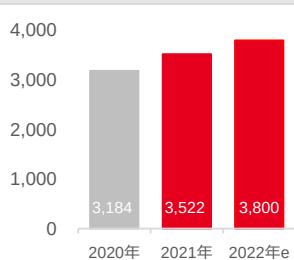
着実な増益

HMO製造開始 (タイ)

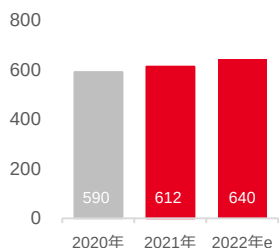
22年稼働予定

実績・計画

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



グローバル戦略3品価値最大化と次世代戦略品開発によりグローバル・スペシャリティファーマとしての成長を実現していく

2021年

2022年

▶ グローバル戦略3品の着実な成長



Crysvita 対前年比 **+47%**

対前年比 **+35%**



Poteligeo 対前年比 **+27%**

対前年比 **+42%**



Nourianz 対前年比 **+10%**

対前年比 **+14%**



▶ 次世代戦略品の開発進捗

KHK4083 : P2b試験データ良好、Amgen社提携

KHK4083、KW-6356 : P3試験開始
ME-401 : P2試験データ発表

▶ グローバルな事業基盤の早期確立に向けた積極的な投資を継続



販管費や研究開発費の増加

2023年北米Crysvitaの自社販売開始準備
次世代戦略品の後期開発費用

資料編

Joy brings us together

2021年度 実績：平準化EPS 明細

(億円)		2021年実績	2020年実績
親会社の所有者に帰属する当期利益	①	598	719
税金等調整後その他営業収益／費用等	②	705	427
平準化 当期利益	③＝①＋②	1,303	1,147
期中平均株式数（千株）	④	833,599	840,689
平準化EPS（円）	③÷④	156	136

2021年度 実績：セグメント別 売上収益

(億円)		2021年実績	2020年実績	増減	%
連結 売上収益		18,216	18,495	-280	-1.5%
国内ビール・スピリッツ	麒麟ビール	6,613	6,514	99	1.5%
	その他・内部及びセグメント間取引消去	6,383	6,322	61	1.0%
国内飲料		230	193	38	19.6%
	麒麟ビバレッジ	2,444	2,522	-78	-3.1%
	セグメント間取引消去	2,466	2,542	-76	-3.0%
オセアニア酒類		-22	-20	-2	—
	ライオン	2,163	2,921	-759	-26.0%
	セグメント間取引消去	2,163	2,922	-759	-26.0%
医薬		-1	-0	-0	—
	協和麒麟	3,517	3,178	339	10.7%
	セグメント間取引消去	3,522	3,184	339	10.6%
その他		-5	-6	0	—
	メルシャン	3,479	3,360	119	3.5%
	ミャンマー・ブルワリー	579	621	-42	-6.8%
	コーク・ノースイースト	193	318	-125	-39.3%
	協和発酵バイオ	1,549	1,294	255	19.7%
	その他・内部及びセグメント間取引消去	530	573	-43	-7.5%
		628	554	74	13.3%

※「オセアニア酒類」は、ライオンの飲料事業売却に伴い、「オセアニア総合飲料」から名称変更。

2022年度 予想：セグメント別 売上収益

(億円)

		2022年予想	2021年実績	増減	%
連結 売上収益		19,500	18,216	1,284	7.1%
国内ビール・スピリッツ	麒麟ビール	7,217	6,613	604	9.1%
	その他・内部及びセグメント間取引消去	6,955	6,383	572	9.0%
国内飲料		262	230	31	13.6%
	麒麟ビバレッジ	2,567	2,444	123	5.0%
オセアニア酒類	セグメント間取引消去	2,588	2,466	122	4.9%
		-21	-22	1	—
ライオン		2,399	2,163	236	10.9%
	セグメント間取引消去	2,399	2,163	236	10.9%
医薬		-0	-1	0	—
	協和麒麟	3,793	3,517	276	7.9%
その他	セグメント間取引消去	3,800	3,522	278	7.9%
		-7	-5	-1	—
メルシャン		3,524	3,479	45	1.3%
	コーク・ノースイースト	604	579	25	4.3%
協和発酵バイオ		1,603	1,549	55	3.5%
	その他・内部及びセグメント間取引消去	556	530	26	4.9%
		761	821	-60	-7.3%

※「ミャンマー・ブルワリー」は、事業の見通しに著しい不確実性が生じております。今後発生し得る事象を総合的に勘案すると金額的重要性は低く、2022年通期業績予想の売上収益・事業利益をともに0億円とし、「その他」の「その他」に含めて表示しております。

2021年度 実績：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
	ミャンマー・ブルワリー
	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	

2021年実績	2020年実績	増減	%
1,654	1,621	33	2.0%
705	755	-50	-6.6%
680	732	-52	-7.1%
26	23	3	11.0%
211	218	-7	-3.0%
211	218	-7	-3.0%
266	221	44	20.0%
266	221	44	20.0%
612	590	22	3.7%
612	590	22	3.7%
313	293	20	7.0%
23	36	-12	-35.1%
66	138	-72	-52.2%
165	93	72	78.3%
4	-23	26	—
56	49	6	13.0%
-453	-456	3	—

※「オセアニア酒類」は、ライオンの飲料事業売却に伴い、「オセアニア総合飲料」から名称変更。

2022年度 予想：セグメント別 事業利益

(億円)		2022年予想	2021年実績	増減	%
連結 事業利益		1,660	1,654	6	0.3%
国内ビール・スピリッツ		825	705	119	16.9%
	麒麟ビール	800	680	120	17.7%
	その他	25	26	-1	-3.3%
国内飲料		180	211	-31	-14.7%
	麒麟ビバレッジ	180	211	-31	-14.7%
オセアニア酒類		345	266	79	29.8%
	ライオン	345	266	79	29.8%
医薬		640	612	28	4.6%
	協和麒麟	640	612	28	4.6%
その他		235	313	-79	-25.1%
	メルシャン	15	23	-8	-34.2%
	コーク・ノースイースト	172	165	7	4.0%
	協和発酵バイオ	5	4	1	38.0%
	その他	43	122	-79	-64.8%
全社費用・セグメント間取引消去		-564	-453	-111	—

※「ミャンマー・ブルフリー」は、事業の見通しに著しい不確実性が生じております。今後発生し得る事象を総合的に勘案すると金額的重要性は低く、2022年通期業績予想の売上収益・事業利益をともに0億円とし、「その他」の「その他」に含めて表示しております。

2021年度 実績：キリンビール

(千KL)	2021年実績	2020年実績	増減 %
ビール類計	1,571	1,638	-4.1%
ビール	475	456	4.1%
発泡酒	387	384	0.9%
新ジャンル	709	798	-11.2%
RTD	449	429	4.7%
ノンアルコール飲料	49	44	10.9%

(億円)	2021年実績	2020年実績	増減	%
売上収益	6,383	6,322	61	1.0%
酒税売上収益	3,713	3,731	-18	-0.5%
事業利益	680	732	-52	-7.1%

2020年 事業利益 (億円)	732	主な内容
対前年 増減 (億円)	7	ビール類計 -39億 (ビール増 19千kl、発 泡酒増 4千kl、新ジャンル減 -90千kl)
酒類等 限界利益 増	7	ビール類以外計 +20億 (RTD増 20千 kl、ノンアル増 5千kl) 他 品種構成差異等 +26億
原材料費 増	-4	
販売費 増	-73	販売促進費増 -20億、 広告費増 -52億 (計592億→665億)
その他費用 減	18	
計	-52	
2021年 事業利益	680	



補足

国内酒類市場

- ▶ ビール類は約-5%。
- ▶ 業務用チャネルは約2〜3割減。
- ▶ 家庭用チャネルは微減。
- ▶ 健康志向が継続して高い。

販売数量

- ▶ 家庭用チャネルにおいてビール商品が好調に推移し、ビール類合計でも市場をアウトパフォームした。
- ▶ 一番搾りブランドの缶は+22%と大きな伸びを実現している。
- ▶ 「一番搾り 糖質ゼロ」は累計販売数量が2.5億本を突破した。

業績補足

- ▶ 予想を上回る環境悪化の中で、業務用チャネル及び新ジャンルの販売数量が減少したが、高付加価値商品・サービスの展開によってミックスアップを図り、限界利益は7億円増加した。
- ▶ 長期的な視点でのブランド投資を強化したことにより、販売費は73億増加した。
- ▶ その他費用は営業活動の制限などによる費用減少等により、18億円減少した。

2022年度 予想：麒麟ビール

(千KL)	2022年予想	2021年実績	増減 %
ビール類計	1,675	1,571	6.6%
ビール	598	475	25.9%
発泡酒	361	387	-6.8%
新ジャンル	716	709	1.0%
RTD	492	449	9.5%
ノンアルコール飲料	58	49	17.8%

(億円)	2022年予想	2021年実績	増減	%
売上収益	6,955	6,383	572	9.0%
酒税売上収益	4,044	3,713	331	8.9%
事業利益	800	680	120	17.7%

2021年 事業利益実績 (億円)	680	主な内容
対前年 増減 (億円)	195	ビール類計 162億 (ビール増 123千kl、 発泡酒減 -26千kl、新ジャンル増 7千kl) ビール類以外計 48億 (RTD増 43kl、 ノンアル増 9千kl) 他 品種構成差異等 -15億
酒類等 限界利益 増	-30	市況の高騰等
原材料費 増	-6	販売促進費・広告費増 -6億 (計665億→671億)
販売費 増	-39	経費増 他
その他費用 増	120	
計	800	
2022年 事業利益予想		



補足

販売数量計画

- 業務用チャネルは前年比約6割増見込み (2019年比約3割減)。
- 家庭用チャネルは、主力商品及び成長ブランドに投資を注力し、市場を上回る販売数量増を目指す。

売上収益・事業利益

- 販売数量増に伴い限界利益は195億円の増加を見込む。
- 販売費は、引き続き新たな成長ブランドに投資を行うことから、前年並みを見込む。

2021年度 実績：キリンビバレッジ

販売数量（万ケース）		2021年 実績	2020年 実績	増減 %
カテゴリー別	紅茶	4,991	5,064	-1.4%
	日本茶	3,104	3,257	-4.7%
	コーヒ-飲料	2,585	2,334	10.7%
	果実・野菜飲料	2,407	2,314	4.0%
	炭酸飲料	1,313	1,529	-14.2%
	健康・スポーツ飲料	1,177	1,141	3.1%
	水	3,673	4,169	-11.9%
	その他	1,525	1,630	-6.5%
容器別	缶	2,421	2,603	-7.0%
	大型PET	6,726	7,624	-11.8%
	小型PET	9,726	9,416	3.3%
	その他	1,903	1,796	5.9%
計		20,775	21,439	-3.1%

（億円）	2021年 実績	2020年 実績	増減	%
売上収益	2,466	2,542	-76	-3.0%
事業利益	211	218	-7	-3.0%

2020年 事業利益（億円）		218	主な内容
対前年増減	清涼飲料限界利益 減	-42	販売数量減 -663万ケース -31億 商品・容器構成差異等 -11億
	原材料費等 増	-4	原料費増 -8億、材料費減 7億、加工費増 -3億
	販売費 減	34	販売促進費減 34億、広告費 0億（計307億 → 272億）
	その他費用 減	5	
	計	-7	
2021年 事業利益		211	

補足

清涼飲料市場

- ▶ 清涼飲料市場は、前年比+1%で着地。

販売数量・売上収益

- ▶ 基盤ブランドである「午後の紅茶」、「生茶」の販売数量は、外出自粛、在宅勤務増加により、いずれも微減。
- ▶ 健康志向の高まりにより、プラズマ乳酸菌商品の販売数量は+65%と大幅に増加。
- ▶ 売上収益は、販売数量の減少により減少。

事業利益

- ▶ 販売数量の減少に加え、競争環境の悪化に伴う商品・容器構成差異等の悪化により、限界利益は減少。
- ▶ 販売費、その他費用のコントロールを進めたものの、限界利益の減少に加えて市況高騰による原材料費上昇の影響を受けて、事業利益は減少。

2022年度 予想：キリンビバレッジ

販売数量（万ケース）		2022年 予想	2021年 実績	増減 %
カテゴリー別	紅茶	5,541	4,991	11.0%
	日本茶	3,381	3,104	8.9%
	コヒー飲料	2,584	2,585	-0.0%
	果実・野菜飲料	2,345	2,407	-2.6%
	炭酸飲料	1,369	1,313	4.3%
	水	3,301	3,673	-10.1%
	その他	2,618	2,702	-3.1%
容器別	缶	2,534	2,421	4.7%
	大型PET	6,309	6,726	-6.2%
	小型PET	10,417	9,726	7.1%
	その他	1,878	1,903	-1.3%
領域別	食領域	18,820	18,739	0.4%
	ヘルスサイエンス領域	2,318	2,036	13.9%
	うちプラズマ乳酸菌商品	758	523	45.0%
計		21,138	20,775	1.7%

（億円）		2022年 予想	2021年 実績	増減	%
売上収益		2,588	2,466	122	4.9%
事業利益		180	211	-31	-14.7%

※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 事業利益実績（億円）

対
前
年
増
減

清涼飲料限界利益 増

原材料費等 増

販売費 増

その他費用 増

計

2022年 事業利益予想

211 主な内容

76	販売数量増 362万ケース 17億、商品・容器構成差異等 59億
-53	原料費増 -37億、材料費増 -5億、加工費増 -11億
-25	販売促進費・広告費増 -25億（計272億 → 297億）
-29	販売機器費増 -8億、業務委託料増 -8億
-31	

三
補
足

清涼飲料市場

▶ 清涼飲料市場は、前年比+2%と前年を上回る見込み。

販売数量・売上収益

- ▶ 基盤ブランドである「午後の紅茶」、「生茶」の販売数量は、ブランドの選択と集中による経営資源の効率化、基盤ブランドの再成長により、いずれも前年比+9%を計画。
- ▶ ヘルスサイエンス領域の強化により、プラズマ乳酸菌商品の販売数量は+45%を見込む。
- ▶ 売上収益は、販売数量の増加と単価の上昇により、増収を目指す。

事業利益

- ▶ 販売数量の増加に加え、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、限界利益の増加を目指す。
- ▶ 販売費は、基盤ブランドの再成長及びヘルスサイエンス領域強化の為、前年よりも増加。ただし、自販機チャネル構造改革による販売費効率化により、2020年水準を下回る計画。
- ▶ 販売費、その他費用の増加に加え、原材料費高騰の影響を受けて、事業利益は減少。

2021年度 実績：ライオン

円ベース（億円）

	2021年実績	2020年実績	増減	%
売上収益	2,163	2,922	-759	-26.0%
事業利益	266	221	44	20.0%

豪ドルベース（百万豪ドル）

	2021年実績	2020年実績	増減	%
売上収益	2,617	3,958	-1,341	-33.9%
事業利益	321	295	27	9.0%

（参考）旧セグメント表記

	2021年実績	2020年実績	増減	%
売上収益（酒類）	2,066	1,775	292	16.4%
売上収益（飲料）	97	1,147	-1,050	-91.5%
事業利益（酒類）	332	244	87	35.8%
事業利益（飲料）	9	31	-23	-72.0%
事業利益（本社）	-75	-54	-21	-

販売数量増減 *	0.1%
2020年 実績	328
豪州・NZ	-19
数量	85
海外クラフト他**	7
2021年 実績	401

* 販売数量増減は豪州・NZ・海外クラフト他の合計。海外クラフト他を除く豪州・NZの販売数量は前年比-1.7%。

** 海外クラフト他には数量増減影響とその他の影響のネット額。



補足

売上収益

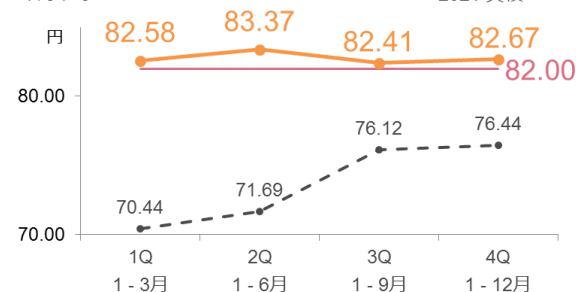
- ライオン計の売上収益は、乳飲料事業売却に伴い減少したが（-1,439m）、酒類事業は98mの増収。
- 豪州・NZは、業務用市場の回復により増収。ただし、7-9月はロックダウンで業務用チャネルが大きな打撃を受け、10-12月は天候不順や変異株の感染拡大で回復が限定的となった。
- 海外クラフト他は約1割の増収。New Belgium Brewingは、好調なVoodoo Rangerブランドが牽引し、数量増。北米クラフト市場内シェア増加。

事業利益

- ライオン計の事業利益は対前年+9%。
- 業務用が回復し始めたことに加えて北米クラフトの成長による売上収益の増加及び、サプライチェーン最適化やコスト削減等により、増益。
- 11月以降パレット不足が業界に発生したが、影響は最小限に留めた。
- コスト最適化にも継続的に注力し、コロナ影響を一部カバー。

AUD（オーストラリア・ドル）

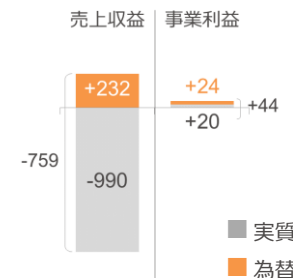
* 累月平均



※2021年度1Qより、3か月毎の平均レートから累月平均に変更。前年実績は3か月平均レートで表記。

連結代替影響

2021年実績（億円）



2022年度 予想：ライオン

	円ベース (億円)				豪ドルベース (百万豪ドル)			
	2022年予想	2021年実績	増減	%	2022年予想	2021年実績	増減	%
売上収益	2,399	2,163	236	10.9%	2,926	2,617	309	11.8%
事業利益	345	266	79	29.8%	420	321	99	30.8%

通期予想レート：82.00円（豪ドル）

※ライオンの飲料事業売却に伴い、ライオンの「酒類」、「飲料」、「本社」の明細は2022年度より記載を省略。

三補足

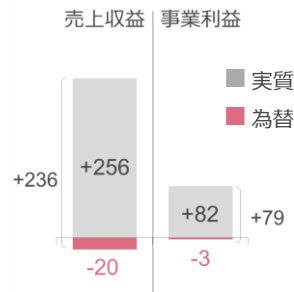
販売数量・売上収益

- 豪州の販売数量は+6%、業務用で+20%以上、家庭用で微増を見込む。
- 主に豪州業務用市場の回復による販売数量の増加及び、プライシング等により、増収を計画。
- 好調なNew Belgium Brewingに加え、2022年1月以降連結化されたBell's Breweryの売上増分も寄与。

事業利益

- 業務用チャネルの回復によるミックス改善に加え、バリューチェーンにおけるコスト削減等の収益改善策を実施予定。
- 豪州Fermentum社及び北米Bell's Breweryの取得も加わり、対前年3割超の大幅な増益を計画。

連結為替影響 2022年予想（億円）



2021年度 実績 / 2022年度 予想：協和キリン

	2021年実績	2020年実績	増減	%
売上収益	3,517	3,178	339	10.7%
協和キリン	3,522	3,184	339	10.6%
セグメント間取引消去	-5	-6	0	-
事業利益	612	590	22	3.7%
協和キリン	612	590	22	3.7%

	2022年予想	2021年実績	増減	%
売上収益	3,793	3,517	276	7.9%
協和キリン	3,800	3,522	278	7.9%
セグメント間取引消去	-7	-5	-1	-
事業利益	640	612	28	4.6%
協和キリン	640	612	28	4.6%

補足

売上収益（2021年 実績）

- 「ネスプAG」「ノウリアスト」（競合品影響）、2020、2021年の薬価改定による減収は、「クリスピータ」「ハルロビ」「ダーブロック」（新製品）、「ジースタ」（市場拡大・市場回復）等の増収によりカバー。2020年の共同販売等終了（アサコール・ミニリンメルト・デスモプレシン）による影響が大きく、日本は減収。
- 海外は、グローバル戦略3品「Crysvita」、「Poteligeo」、「Nourianz」が順調に進捗し増収。
- 導出品「ファセンラ（ベンラリズマブ）」の売上ロイヤルティが順調に増加。2Qには抗LIGHT抗体の権利許諾契約一時金を受領（\$10M）。また7月よりKHK4083の共同開発・販売契約一時金（\$400M）を繰延収益計上。

事業利益（2021年 実績）

- グローバル戦略3品の価値最大化と競争力あるグローバルビジネス基盤の早期確立に向けた販売費及び一般管理費の増加や研究開発費の増加があったものの、グローバル戦略品を中心とした海外の売上収益増加により、前年を上回った。

補足

売上収益（2022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3品「Crysvita」、「Poteligeo」、「Nourianz」が伸長し、増収の予想。
- 技術収入は、導出品「ファセンラ」の売上ロイヤルティ増加に加え、KHK4083契約一時金の繰延収益が増加するため、増収の予想。

事業利益（2022年 予想）

- 販売費及び一般管理費並びに研究開発費が増加するものの、増収に伴う売上総利益の増加により、増益の予想。

2021年度 実績：ミャンマー・ブルフリー

円ベース（億円）

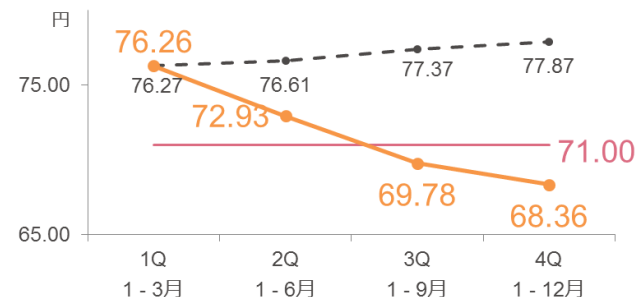
	2021年 実績	2020年 実績	増減	%	2021年 実績	2020年 実績	増減	%
売上収益	193	318	-125	-39.3%	283	409	-126	-30.8%
事業利益	66	138	-72	-52.2%	97	177	-81	-45.6%

チャットベース（Billionチャット）

	2021年 実績	2020年 実績	増減	%	2021年 実績	2020年 実績	増減	%
売上収益	193	318	-125	-39.3%	283	409	-126	-30.8%
事業利益	66	138	-72	-52.2%	97	177	-81	-45.6%

1,000 MMK（ミャンマー・チャット）

*累月平均



補足

2021年 実績

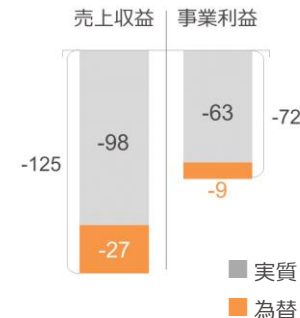
- ▶ ビール市場は、新型コロナウイルスの感染拡大に加え、ミャンマーにおける政情激変とサプライチェーンの混乱の影響もあり、年間としては販売数量が2割弱減少した。
- ▶ ミャンマー・ブルフリーの販売数量も、前年を約3割下回った。
- ▶ 売上収益は、販売数量の減少によって減収。事業利益は、売上収益の減少に加え、原材料コストの上昇等により減益。

2022年 予想

- ▶ 2022年の業績予想については、事業の将来見通しに著しい不確実性があることから、ゼロで見込む。

連結為替影響

2021年実績（億円）



2021年度 実績 / 2022年度 予想 : コーク・ノースイースト

円ベース (億円)

	2021年 実績	2020年 実績	増減	%
売上収益	1,549	1,294	255	19.7%
事業利益	165	93	72	78.3%

USドルベース (million \$)

	2021年 実績	2020年 実績	増減	%
売上収益	1,403	1,216	187	15.4%
事業利益	150	87	63	71.9%

円ベース (億円)

	2022年 予想	2021年 実績	増減	%
売上収益	1,603	1,549	55	3.5%
事業利益	172	165	7	4.0%

USドルベース (million \$)

	2022年 予想	2021年 実績	増減	%
売上収益	1,419	1,403	16	1.1%
事業利益	152	150	2	1.6%

通期予想レート : 113.00円 (米ドル)



2021年 実績

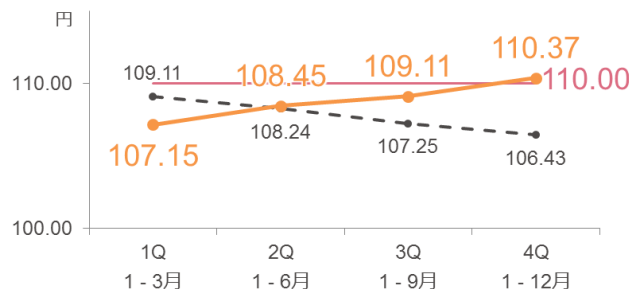
- 販売数量はコロナ禍からの回復により、業務用チャネル及び家庭用チャネルで増加した (+5.4%)。
- 二度の価格改定実施によるトップラインの大幅増に加え、昨年から継続している販管費抑制等のコストコントロールにより、大幅な増収増益を達成。

2022年 予想

- コロナによる先行き不透明感の継続及び、インフレによる消費者の需要後退といった懸念材料はあるものの、2022年前半まで販売好調なモメンタムは続くとみている。
- 原材料費の市況悪化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アップへの取り組み、コストコントロールを行うことで、事業利益は増益を目指す。

USD (米ドル)

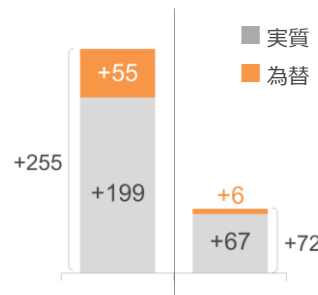
*累月平均



連結為替影響

2021年実績 (億円)

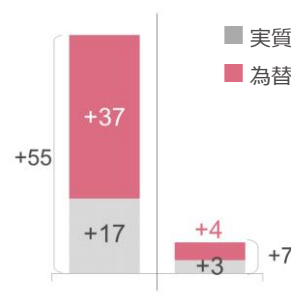
売上収益 事業利益



連結為替影響

2022年予想 (億円)

売上収益 事業利益



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。

	2020年10-12月		2021年1-3月		2021年4-6月		2021年7-9月		2021年累計	
(百万ペソ)	実績	増減 %	実績	増減 %	実績	増減 %	実績	増減 %	実績	累計 %
売上高*	35,446	-8%	28,846	2%	25,486	77%	27,750	-7%	117,528	6%
営業利益*	9,658	-8%	6,751	25%	5,326	170%	6,105	-18%	27,840	10%
営業利益率	27.2%	—	23.4%	—	20.9%	—	22.0%	—	23.7%	—
減価償却費及び償却費他*	1,543	10%	1,044	107%	1,189	-21%	1,215	23%	4,991	13%
EBITDA (営業利益 + 減価償却費及び償却費他)	11,201	-6%	7,795	32%	6,515	87%	7,320	-13%	32,831	10%

*現地開示ベース（キリンホールディングス 2021年度決算への取り込み期間：2020年10月～2021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)	2021年	2020年	増減 %
当期利益 (SMB)	447	393	14%
連結取込	217	191	14%

為替レート：1ペソ = 2.23円（前年同期：2.17円）

（キリンホールディングス 2021年度決算への取り込み期間：2020年10月～2021年9月）

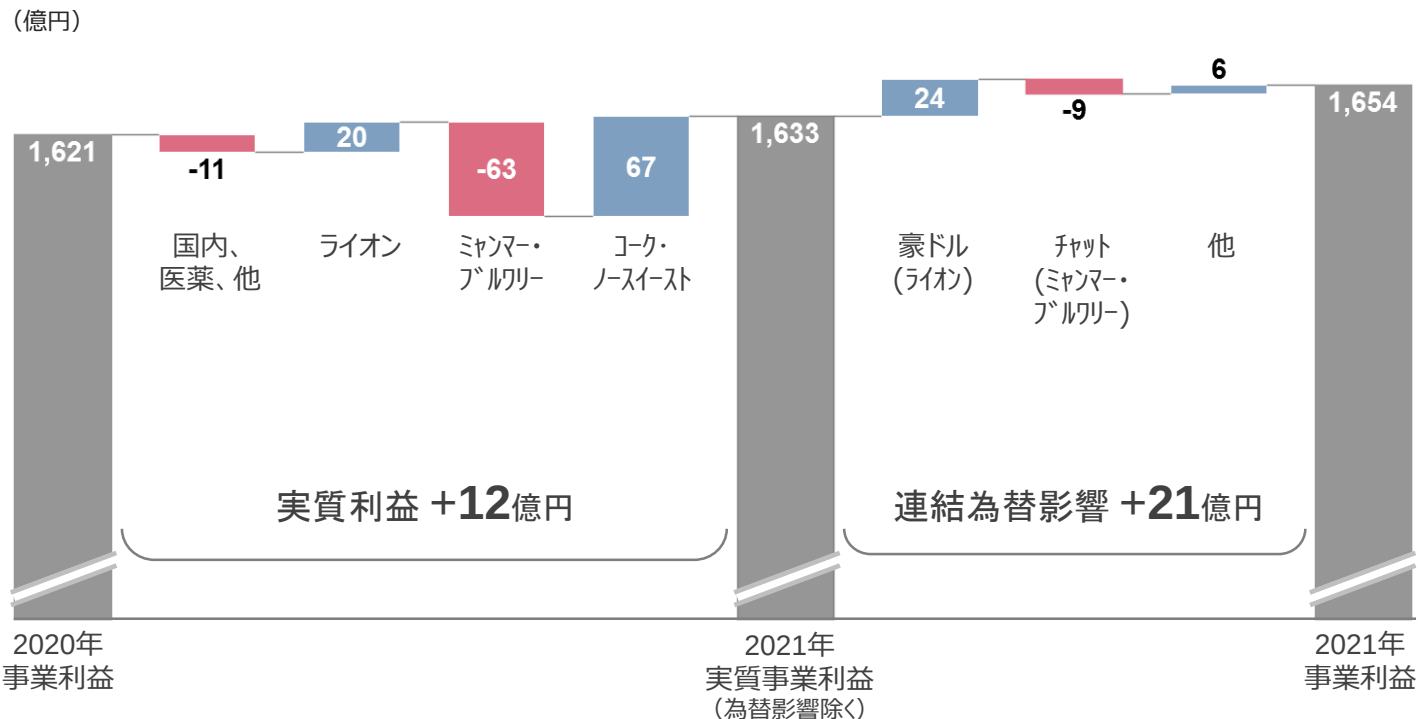
キリンホールディングス受取配当金

	2021年	2020年	増減 %
配当金（億円）	167	161	4%
1株当たり配当金（ペソ）	1.00	1.00	—

配当金についてはキャッシュインベースで計上

2021年度 実績：連結為替影響

➤ 円安・豪ドル高などを受け、連結為替影響は+21億円。



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