2024年キリンビバレッジ事業方針発表会

2024年1月25日(木)
キリンビバレッジ株式会社

2023年清涼飲料市場

清涼飲料市場は、前年比100%で着地の見込み

市場環境は依然として厳しい状況だが、健康カテゴリーは各社商品投入もあり好調

1	**原材料・物流コスト高騰の影響大** 国際情勢の影響や円安などを受け、原材料・燃料コストが増大 食品・日用品などの物価上昇に伴い、お客様のメリハリ消費も進んだ
2	**コロナ5類後も高い健康意識は継続し、健康市場は伸長** 外出機会の増加などライフスタイルが回帰 一方、季節外れのインフルエンザ流行など、コロナ以外の感染症リスクも継続
3	**猛暑・残暑による需要増** 歴史的な猛暑と残暑により、特に止渇飲料の季節性ピークが長期化し、需要が拡大

© Kirin Beverage Company, Limited

2023年　活動振り返り

お客様との約束「お客様の毎日に、おいしい健康を。」のもと、プラズマ乳酸菌入り飲料および基盤ブランド「午後の紅茶」が伸長

ヘルスサイエンス領域強化による高収益化、基盤ブランドの高付加価値・高単価商品の好調など、おいしい健康の実現に向け、着実に成果が出ている

ヘルスサイエンス領域の取り組み	● 夏場の免疫ケア啓発により、年間通した習慣化が進み、プラズマ乳酸菌入り飲料が伸長し、免疫ケア市場の拡大を牽引 ● ファンケルとの協業が進み、ラインアップが拡充
基盤ブランドの取り組み	● 夏のアイスティー施策や冬のホットミルクティー施策により、紅茶カテゴリー需要喚起に成功 ● 高付加価値・高単価商品「午後の紅茶 TEA SELECTION」シリーズ、「生茶 リッチ」が好調 ● 紅茶カテゴリーのさらなる拡大、緑茶カテゴリーの魅力化が課題
事業インフラの整備・確立	● 新製造ライン稼働により、湘南工場の生産能力向上 ● 東北エリア内生産比率の向上、効率的・安定的な供給体制を構築

© Kirin Beverage Company, Limited

2023年　販売実績

2023年販売実績　1億9,167万箱　前年比95%（国産水２L除く101%）

ヘルスサイエンス領域構成比　13%に拡大　(2022年比 +3%)

プラズマ乳酸菌入り飲料は前年比136%、午後の紅茶は102%、生茶は99%

2023年販売数量

		販売数量	前年比	市場見込み	
清涼飲料計		1億9,167万箱	95%	清涼飲料市場	±0%程度
ヘルスサイエンス領域※		2,469万箱	118%	健康飲料市場（特保・機能性表示食品）	+8%程度
プラズマ乳酸菌入り飲料		896万箱	136%		
ブランド別	午後の紅茶	5,046万箱	102%	紅茶市場	±0%程度
	生茶	2,777万箱	99%	無糖茶市場	-2%程度
	ファイア	2,200万箱	101%	コーヒー市場	-2%程度

※「キリン　午後の紅茶　ミルクティープラス」、「キリン　生茶　免疫ケア」の実績は、「ヘルスサイエンス領域」と「プラズマ乳酸菌入り飲料」の両方に含みます。
ブランド別では、「午後の紅茶」または「生茶」の実績に含みます。

（販売数量は単社ベース）

© Kirin Beverage Company, Limited

2024年 飲料業界予測

中長期には市場の縮小が想定されるが、新提案など市場創造によるカテゴリー活性化に期待

「健康」は一時的な流行ではなく、世の中の関心事として継続

短期予測

- 実質賃金の上昇やインバウンド需要などによる消費拡大への期待
- 手軽に日常生活の質を高める高付加価値商品・サービスの消費拡大
- 感染症対策としての免疫ニーズは継続
- 2024年物流問題対策の実行、推進

中長期予測

- 国内人口減少による飲料市場縮小トレンドの継続
- 気候変動リスク、地政学リスク、物価上昇など、将来不安の継続
- 長期的な健康ニーズ、健康意識の高まり

© Kirin Beverage Company, Limited

持続可能な事業成長に向けた中長期方針

“キリンビバレッジならではのCSV”を実践し、持続可能な事業成長を実現

パーパス

【お客様との約束】 お客様の毎日に、おいしい健康を。

	コミュニティ	健 康	環 境
アウトカム	コミュニティが持続的に発展し、人と社会の繋がりが強化されている	お客様の健康とウェルビーイングが向上し、生活がより健やかになっている	循環型社会を推進し、社会・事業がより持続的になっている
コミットメント（一部）	午後ティーHAPPINESSプロジェクト	「免疫ケア」の習慣化	GHG排出量削減
	原料生産地（スリランカ）の持続的発展	摂り過ぎない健康（砂糖使用量の削減など）	プラスチック使用への対応 ● リサイクルPET化の推進 ● 使用量削減
	ブランドを通じた心と体の健康		

ブランド

午後の紅茶　プラズマ乳酸菌　生茶

© Kirin Beverage Company, Limited

2024年事業方針

「お客様との約束」に基づく持続的な成長に向け、
ヘルスサイエンスを強みとした強固な事業ポートフォリオへの変革を加速。
CSVを基軸とした強いブランドづくりと収益力向上を目指す

重点課題 1

おいしい健康を実現する
強固なブランドの構築

1. 新たな価値提案による高収益化
2. 新たな価値提案によるカテゴリー魅力化

重点課題 2

持続的な成長を支える
事業基盤の強化

1. 生産・SCM課題解決、競争力強化
2. 自動販売機を通じたCSVの推進
3. 循環型社会に向けた容器包装の取り組み

© Kirin Beverage Company, Limited

重点課題1：おいしい健康を実現する強固なブランドの構築

1. 新たな価値提案による高収益化 - プラズマ乳酸菌入り飲料

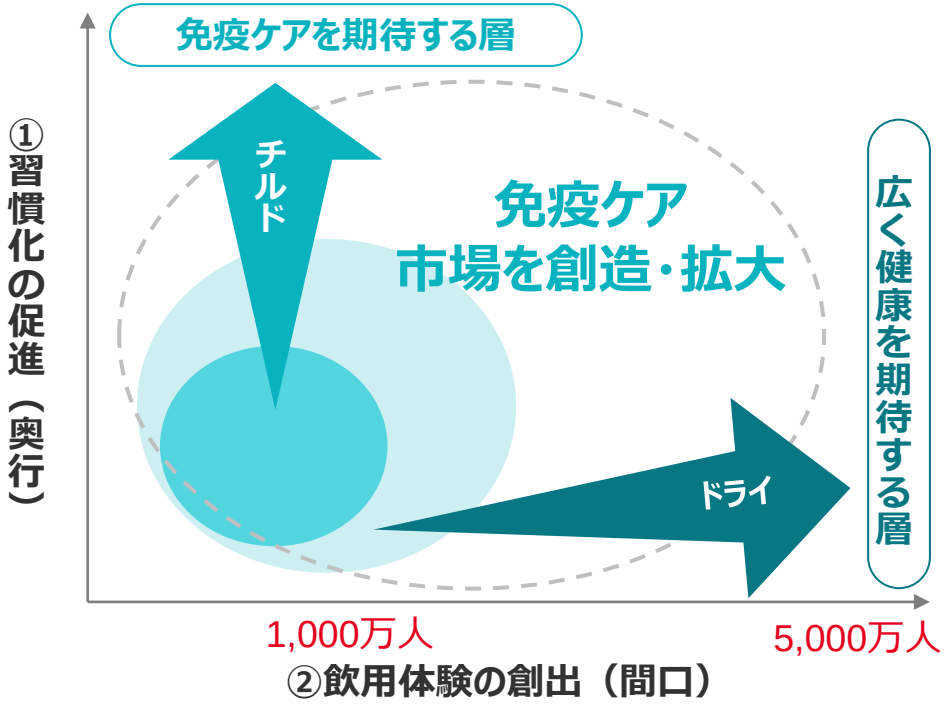
「免疫ケア」は「健康の土台づくり」に必要な毎日の健康習慣
キリンならではのチルド・ドライ両方からのアプローチで市場を創造・拡大

2024年販売目標：プラズマ乳酸菌入り飲料 1,240万箱(前年比138%)

チルド商品

3/19 リニューアル　　3/19 NEW

※ラベルレス



ドライ商品

3/19 NEW　　4/2 新デザイン

出典：キリン調べ

© Kirin Beverage Company, Limited

重点課題1：おいしい健康を実現する強固なブランドの構築

1. 新たな価値提案による高収益化

生活の質(QOL)を高めたいニーズに対応し、高付加価値・高単価商品市場を創造する

- 紅茶カテゴリーの魅力化・拡大に向け、「午後の紅茶 TEA SELECTION」シリーズを通年化
- 「生茶 リッチ」の自動販売機での展開開始（2024年上期予定）
- 「ファイア」ブランドから、コーヒーのおいしさを追求した新・ペットボトルシリーズを投入

4/16 NEW

TEA SELECTION シリーズ

通年化

生茶 リッチ

自販機展開

3/12 NEW

ファイア 新ペットボトル

シリーズ投入

© Kirin Beverage Company, Limited

重点課題1：おいしい健康を実現する強固なブランドの構築

2.新たな価値提案によるカテゴリー魅力化

- カテゴリーNo.1ブランド*「午後の紅茶」から、年間通じて紅茶が持つ”上質感”“報酬感”の飲用体験を提案
- 「午後の紅茶 おいしい無糖」シリーズのさらなる拡大、13年連続伸長へ
- 既存の緑茶とは一線を画す新しいペットボトル緑茶・ほうじ茶として、「生茶」ブランドを刷新
  無糖茶カテゴリーを魅力化し、コモディティ化から脱却

上質な体験による
紅茶カテゴリー
拡大

おいしい無糖
シリーズ
13年連続伸長へ

3/5
NEW

ペットボトル
緑茶・ほうじ茶
イメージの刷新

4/9
NEW

© Kirin Beverage Company, Limited

*インテージSRI＋ 紅茶飲料市場 2023年1月～12月 累計販売本数

重点課題2：持続的な成長を支える事業基盤の強化

1 生産・SCM 課題解決 競争力強化

- **2024年物流問題対応の加速**
  -運賃改定の検討
  -ICTを活用した配送平準化システムのテスト稼働開始（1月）NEW
  -海老名物流センターの自動ピッキングシステム稼働開始（12月予定）
- **滋賀工場の購入電力を再生可能エネルギー100%に切り替え（1月）NEW**
- **湘南工場へ設置の太陽光パネルが稼働開始（2月）**

2 自動販売機を通じた CSVの推進

- **GHG排出量を実質ゼロにする「グリーン電力自動販売機」の導入**
- **「みまもり自動販売機」拡大による地域社会への貢献**
- **「KIRIN naturals※」ウェルネススタンドの拡大、ヘルスサイエンス商品の提案強化**

※健康経営を支援する法人向けサービス

▲グリーン電力自動販売機　イメージ図

3 循環型社会に向けた容器包装の取り組み

- **再生PET使用率の向上**
- **自治体・企業と連携したボトルtoボトル（水平リサイクル）の推進**
- **プラスチック使用量削減（軽量化、ラベルレス　等）**

© Kirin Beverage Company, Limited

2024年 販売計画

2024年売上収益合計+5%以上、ヘルスサイエンス領域売上収益+20%以上(2023年比※1)を目指し、高収益化への変革を加速

2024年プラズマ乳酸菌入り飲料販売目標　1,240万箱・前年比+38%を目指す

		販売数量	前年比	市場見込み	
清涼飲料計		1億9,320万箱	101%	清涼飲料市場	-1%程度
ヘルスサイエンス領域※2		2,820万箱	114%	健康飲料市場（特保・機能性表示食品）	+8%程度
プラズマ乳酸菌入り飲料		1,240万箱	138%		
ブランド別	午後の紅茶	5,080万箱	101%	紅茶市場	+1%程度
	生茶	2,750万箱	99%	無糖茶市場	-2%程度
	ファイア	2,100万箱	95%	コーヒー市場	-1%程度

（販売数量は単社ベース）

※1：連結、IFRSベース
※2：プラズマ乳酸菌入り飲料、メッツプラス、メッツコーラ、FANCLコラボ商品、トロピカーナエッセンシャルズ、トロピカーナW、βラクトリン入り飲料

© Kirin Beverage Company, Limited