



キリングroup°

2023年度12月期 第3四半期決算

2023年11月8日
キリンホールディングス株式会社

- キリンホールディングスの高岡です。
- それでは早速、第3四半期決算についてご説明いたします。
まず、3ページをご覧ください。

2023年度 3Q実績

- 連結売上収益は対前年+6.2%、連結事業利益は+4.7%と、増収増益を実現した
- 税引前四半期利益は、前年発生した華潤麒麟飲料の売却益の反動等により、-30.3%の減益となった
- 親会社の所有者四半期利益は、税引前四半期利益の減少により、-35.0%の減益となった
- 平準化EPSは、連結事業利益や持分法による投資利益の増加により、前年より12円増加となった

今後の見通し

- 現時点では通期業績予想に大きな変更はなく、引き続き、事業利益1,920億円の達成を目指す

▶ 積極的なマーケティング投資や価格改定等の推進により、増収増益を実現

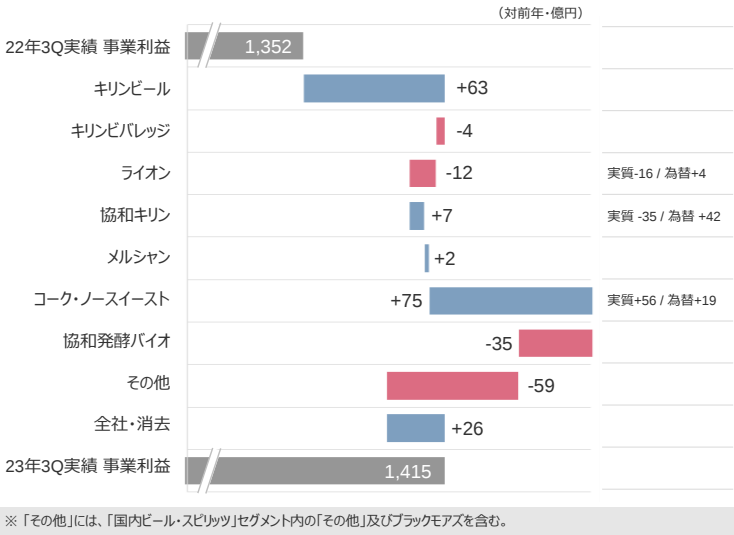
(億円)	23年3Q実績	22年3Q実績	増減	%
売上収益	15,479	14,572	907	6.2%
事業利益 ※1	1,415	1,352	64	4.7%
税引前四半期利益	1,424	2,043	-619	-30.3%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	839	1,291	-451	-35.0%
	23年3Q実績	22年3Q実績	増減	%
定量目標				
平準化EPS ※2	134円	122円	12円	9.8%

※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.12参照。

- 第3四半期決算につきましては、連結売上収益は、対前年プラス6.2%の15,479億円、連結事業利益については対前年プラス4.7%の1,415億円となりました。これは、積極的なマーケティング投資を行ったことや、各事業にて実施している価格改定等の影響によるものです。
- 税引前四半期利益は、昨年年第3四半期に発生した、華潤麒麟飲料の売却益の反動等により、対前年でマイナス30.3%の1,424億円となりました。
- 親会社の所有者に帰属する四半期利益については、税引前四半期利益の減少により、マイナス35.0%の839億円となりました。
- 平準化EPSについては、連結事業利益の増加、持分法による投資利益の増加などにより、12円増加の134円となりました。
- なお、第3四半期における通期業績予想の修正はなく、引き続き事業利益1,920億円の達成を目指します。

➤ 引き続き麒麟ビールとコーク・ノースイーストが牽引し、グループ全体で増益

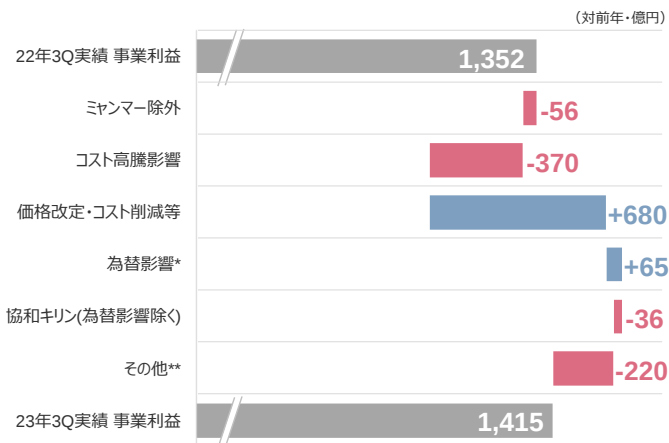


補足

- 麒麟ビール**
- 原材料費増を上回る価格改定効果により増益
- 麒麟ビバレッジ**
- 原材料等の高騰影響を価格改定効果で相殺したものの、販売数量の減少や販売費の増加により減益
- ライオン**
- 売上収益増も、主力ブランドへのマーケティング投資を継続したことにより減益
- 協和麒麟**
- 一般管理費の増加や研究開発費の増加があったものの、北米を中心としたグローバル戦略品の売上や技術収入が増加したことにより増益
- コーク・ノースイースト**
- 価格改定効果等による売上収益伸長とコスト最適策により、増益
- 協和発酵バイオ**
- 想定以上のアミノ酸の販売減の影響により減益
- その他**
- ミヤンマー・ブルワリーの除外影響-56億円を含む
- 全社費用・セグメント間消去**
- 費用の未消化等

● 4ページは、事業会社別の事業利益増減となりますので、後ほどご確認ください。

引き続き原材料等のコスト高騰影響を上回る価格改定・コスト削減等を実現し、増益



3Q実績：コスト高騰影響

グループ全体 約370億円

麒麟ビール 約120億円

ライオン 約90億円

麒麟ビバレッジ 約90億円

コーク・ノースイースト 約20億円 他

※主な項目：原材料費、燃料費、運搬費、人件費 他

3Q実績：価格改定・コスト削減等

グループ全体 約680億円

麒麟ビール 約300億円

ライオン 約90億円

※価格改定による

販売数量減少の影響を含まない

麒麟ビバレッジ 約150億円

コーク・ノースイースト 約60億円 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
(マーケティング投資等による販売数量増、ミックス改善による影響は含めていない)

年間見通し

コスト高騰影響：約450-480億円

価格改定・

コスト削減等：約740-770億円

2024年見通し

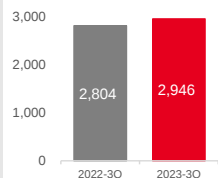
対2023年でコスト増見込みだが、
来期も収益改善策等を講じ
グループ全体で相殺することを
目指す

*「為替影響」は、p.4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
国内事業を中心とした輸入原材料などの為替影響は「コスト高騰影響」に含めている
**「その他」は、各事業の販売数量、マーケティング投資、全社費用等の増減影響合計

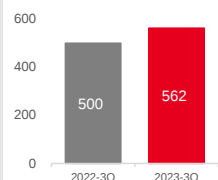
- 5ページをご覧ください。
- 要因別で事業利益増減をみますと、コスト高騰の影響がマイナス約370億円のところ、価格改定やコスト削減でプラス約680億円と、業績悪化をカバーすることができております。
- ただし、これらの影響には価格改定による数量減少の影響は含まれておりませんので、引き続き市場の状況を注視していきながら、得られた利益をマーケティング投資に投下していきます。
- なお、本年度における年間のコスト増の見通しに、現時点で大きな変動はありません。
- 来年度も各事業会社でコスト増になることが見えてきておりますが、収益改善策を実施することで、グループ全体で相殺することを目指していきます。

3Q実績

酒税抜き
売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



© Kirin Holdings Company, Limited

昨年9月の仮需反動影響もありながら、堅調な主力ブランドや価格改定効果等で増収増益。適切なマーケティング投資をかけ酒税改正後の需要変化に対応することで、事業利益の計画達成を目指す。

1-9月の進捗

10月以降の取り組み

2026年以降のビール類市場予測 **プレミアム・スタンダードカテゴリーが成長する中、エコノミーも一定の需要が残る見込み**

- 23年酒税改正後は狭義ビールと新ジャンル間の価格差縮小、クラフトビール等商品の多様化により、プレミアム・スタンダードビールが伸張する。
- また酒税が据え置かれ、相対的に安いRTDも伸張する。
- 一方で、酒税一本化される26年以降も、スタンダードビールとエコノミーカテゴリーには一定の価格差が存在し、エコノミーカテゴリーも若干の減少があるものの一定の需要が残る見込み。
- 機能系は、複数のカテゴリーにまたがり存在し、今後も堅調に推移する。



強いブランド体系の構築

ビール類カテゴリー計 **計画通り進捗**

- 狭義ビール・発泡酒・新ジャンルカテゴリー其々で計画通り進捗

一番搾りブランド計 **微増***

- 一番搾り缶は計画並みで推移。
- 一番搾り糖質ゼロは7月リニューアル活動後トレンドを回復し、計画を達成。



氷結ブランド計 **+4%*** 氷結無糖 **+約4割***

- 氷結スタンダードのサブフレーバー・限定品が好調に推移
- 氷結無糖は既存品に加え、新商品のシークワーサーも好調で増分に寄与。

需要が拡大するカテゴリーの需要獲得に取り組む

- 一番搾りは新商品を発売し、新規ユーザーを獲得することでブランドの活性化を図る。
- スプリングバレーは「JAPAN ALE(春)」に加え12/18に「Afterdark(黒)」を新発売。統合的な取組で品揃えの魅力を伝え、エントリー層を獲得していく。
- RTDカテゴリーは氷結ブランドを中心に強化していく。



エコノミー・機能系カテゴリー内における確固たる地位を確立

- 酒税改正後、発泡酒・新ジャンルは、売上下位ブランドの淘汰が予想される
- 仮需反動が回復するタイミングで広告・コミュニケーションを投入
- 本麒麟・淡麗グリーンラベルを中心にエコノミー・機能系カテゴリー内で確固たる地位を確立していく。



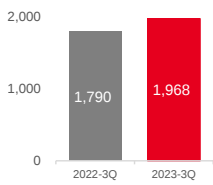
* 販売数量 対前年増減率

6

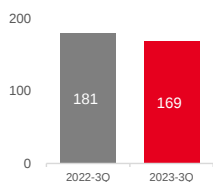
- 6ページ以降で各事業についてご説明します。まず、キリンビールです。
- 昨年10月に実施した価格改定による単価アップが寄与していることや、強化しているマーケティング投資により主力ブランドが堅調に推移していることもあり、増収増益となっております。
- 日本のビール市場のトピックとしては、この10月に2回目の酒税改正が実施され、さらに2026年にはビール、発泡酒、新ジャンルの3つのカテゴリーの酒税統一が予定されています。
- 当社の見通しとしては、酒税が統一された後にも、価格帯としてプレミアム・スタンダード・エコノミーの3カテゴリーに加えて、機能系を持った商品群の合計4つに分かれると想定しています。
- 直近の市場予測では、プレミアムやスタンダードのビールへの需要のシフトが一定程度起こる一方、エコノミーや機能系のカテゴリーにも相当程度の構成比が残るという結果がでています。
- このような市場予測の下、当社は4つのカテゴリー全てにおいて強いブランドを有していることが、お客様の需要を獲得するために大きなアドバンテージとなると考えており、ブランド体系の強化に取り組んでおります。
- その中で、9月までの実績として、ビール類は計画通りの進捗を見せております。特に、かねてからの課題であった一番搾り糖質ゼロのトレンドが回復してきているなどの成果も出ています。
- 今後、成長が見込まれるRTDカテゴリーにおいて、氷結ブランドの無糖は、新商品の寄与もあり、対前年で4割増と力強い伸びを見せております。
- 10月以降も変化するお客様の需要を獲得するために、各カテゴリーにて積極的な施策を打っていきます。

3Q実績

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



© Kirin Holdings Company, Limited

北米クラフトビールの成長継続に加え、厳しい豪州市況においても好調なブランドが一部出てきており増収。構造改革による収益改善は順調に推移しており、継続的なブランド投資を実施し事業利益達成を目指す。

1-9月の進捗

10月以降の取り組み

主カブランドとクラフトビールの強化

業務用・家庭用 計 微増*

- 4-6月に比べて消費環境は回復傾向

主カブランド** 微増*

- Hahnは糖質オフ新商品が好調でブランド計+約1割*と好調
- XXXXは金額ベースで前年増

RTDカテゴリー 氷結豪州初展開

- 伸長するRTD市場で氷結は予定通りの販売

クラフトカテゴリー 微増*

- 金額ベースでは対前年+一桁半ば%
- Stone&woodは対前年+約3割*と好調

豪州

北米

北米プラットフォームの活用

北米クラフト計 +9%*

- 軟調な市場の中、好調なVoodoo Rangerブランドに加えてBell'sのモメンタムも改善し、成長加速

業務用・家庭用 計

年間計画達成見込み

最盛期の需要取り込みの最大化

- XXXXとHahnは、最優先ブランドとして取り組む
- 新たな試みとして、消費者参加型の商品開発を実施

- フレーバー拡大の検討など引き続き氷結ブランド強化

取り扱い店舗拡大による Stone&Woodの更なる成長

Bell'sブランドの成長

- 引き続き北米プラットフォームを活用したBell'sブランド取り扱い店舗拡大に取り組む

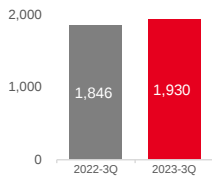
* 販売数量 対前年増減率 ** XXXX,Tooheys,Hahnの3ブランド計

7

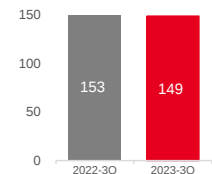
- 続いてLIONです。7ページをご覧ください。
- 豪州については、引き続きブランド育成に取り組んでおり、好調なブランドが一部出てきておりますが、現地の経済はインフレが継続するなど、依然として厳しい市場環境が継続しており、中長期的な視点でのブランド育成が必要です。
- HahnやクラフトのStone & Woodが販売好調に推移しており、主力の3ブランド計やクラフトカテゴリー合計が対前年でプラスに転じております。
- ただし、一点補足があります。Lionは現在のERPシステムを導入して以来、決算をカレンダーイヤーではなく、52週、つまり年間1日少ない364日のサイクルで管理をしています。
- そのため、毎年不足する1日が一週間分になる年ごとに調整をする必要があり、その年が今年にあたります。今回の7-9月はその一週間分が追加されているのでご注意ください。
- 保有する全ブランドが順調というところまで至っていないのが現状ですので、これからの最盛期にむけて、引き続き、XXXXとHahnを最優先ブランドとして需要を獲得できるよう取り組んでいきます。
- 北米クラフトについては、これまでもVoodoo Rangerが好調なことは伝えてまいりましたが、北米のクラフトプラットフォームにおける販売チャネルの活用などの統合効果がさらに発現しており、Bell'sブランドの勢いが出てきております。
- 今後もさらなる成長を実現できるように取り組んでいきます。

3Q実績

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



© Kirin Holdings Company, Limited

厳しい競争環境は続くが、マーケティング投資は緩めず、ブランド力の強化を実施。
免疫ケアの意識や紅茶需要が高まる秋冬に向けてさらなる施策を投じ、ブランド育成を継続していく。

1-9月の進捗

ヘルスサイエンス領域への注力

売上収益 **+35%***

プラズマ乳酸菌入り飲料の顧客基盤強化

- 7-9月の売上収益 +約7割増*
- 継続的な販促や新商品の投入により、プラズマ乳酸菌入り飲料群でターゲットとしている競合ブランドを上回る購入者数** (間口)の獲得を実現
- 全体に占める数量構成比は前年比で約1.5ppt改善しており、販売単価の改善に寄与

主力ブランド(午後の紅茶・生茶)の強化

両ブランド計の売上収益 **+約5%***

- 「生茶リッチ」新発売
- 9月にリニューアルした「午後の紅茶無糖」シリーズは9月単月で約3割増



* 売上収益 対前年増減率 ** インタージェスCI

10月以降の取り組み

売上収益 年間計画 **+50%***以上の達成

免疫ケアの意識が高まる冬の施策強化

- 「おいしい免疫ケア睡眠」の発売を契機に、「おいしい免疫ケア」シリーズのさらなる間口の拡大と免疫ケアの習慣化を目指す。



「カロリーミット」ブランドの確実な定着

FANCL × KIRIN

- 「カロリーミットブレンド茶」を発売し、ブランドラインアップを拡充
- 認知率が約6割というブランド力を活かして、商品構成比を上げていくことで、単価改善にもつなげていく。



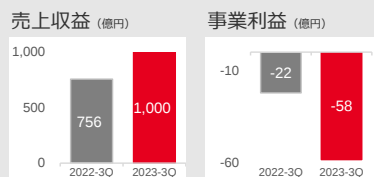
施策や新商品の発売を通じたブランドの育成を継続

- 午後の紅茶：紅茶需要が高まる秋冬に向けて、施策(ホットミルクティ施策・高単価の限定品発売等)を実施。



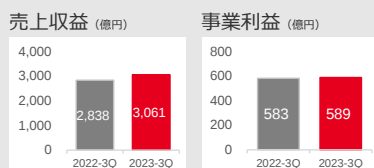
- 8ページをご覧ください。キリンビバレッジです。
- 国内の清涼飲料市場も引き続き厳しい事業環境が継続していますが、これまでのように下期にマーケティング投資を抑制することはせず、ブランド力の強化に取り組んでいます。
- 注力しているヘルスサイエンス領域において、プラズマ乳酸菌関連商品の購入者数が競合ブランドを上回るなど、着実に間口が広がっております。
- 免疫ケアはこれからの冬が本番ですので、睡眠の質も向上させる機能を持った新商品をフックに「おいしい免疫ケア」の更なる間口拡大と定着を目指します。
- また強いブランド力を持つカロリーミットブランドを活かして10月に発売した、FANCLとのコラボ商品である「カロリーミットブレンド茶」についても、市場での定着を図っていきます。
- キリンビバレッジは、中高価格帯の商品の構成比を高める取り組みを行っていますが、このブレンド茶や、生茶リッチ、午後の紅茶の限定品など、通常品よりも単価の高い商品の拡大を今後も行っていきます。

ヘルスサイエンス領域



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
3Q決算からBlackmoresも含む

協和キリン



© Kirin Holdings Company, Limited

1-9月の進捗

10月以降の取り組み

▶ 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) **+45%**
免疫ケアの意識が高まる冬だけでなく、年間での需要喚起を目指し、春夏の活動も強化

高単価の免疫ケアサブプライムケアシリーズ **好調**

免疫ケア×個別の健康課題対策



“冬こそ免疫ケア”訴求で**最盛期需要を最大化**

収益性の高い習慣化アイテム
(サプリメント・超小型飲料等)を
継続強化

11/下旬
発売



W-Keaシリーズ新商品

▶ Blackmores

7-9月実績 **想定通り進捗**
9/27 Health Science Day開催



詳細はこちら

各地域での戦略実行とPMIの着実な進捗

▶ グローバル戦略品の成長

(対前年 日本+海外売上成長率・円ベース)



+21%



+22%

▶ 次世代パイプラインの拡充

Orchard Therapeutics
株式取得に向けた契約を締結



詳細はこちら

- 続いて9ページです。ヘルスサイエンス領域です。
- これまで免疫ケアの意識が低くなりがちであった春・夏における免疫意識の重要性を啓発するなどの活動を強化し、プラズマ乳酸菌関連の売上は+45%と大きく伸びています。
- 特にサプリメントについては、個別の健康課題対策の機能も追加しているダブルケアシリーズが、単価が高いにもかかわらず好調な売れ行きを見せています。
- 新商品の発売も年内に準備中であり、引き続き免疫ケアの習慣化と収益性の強化に取り組んでいきます。
- 8月に買収が完了したBlackmoresですが、足元の業績は堅調に推移しています。今年の業績のキリングroupへの取り込みについては、Appendixの21ページに詳細を記載しておりますので、後ほどご覧ください。
- 医領域である協和キリンについては、引き続きグローバル戦略品の成長に取り組んでおりますが、中長期視点でのパイプラインの拡充に向けて、先日、Orchard買収に向けた契約締結について発表いたしました。詳しくは協和キリンの発表資料をご確認ください。

Environment

Social

TNFDアップデート

PRI in Person(責任投資原則年次会議)*2023 において
キリングroupのTNFDへの取り組みを発表

- TNFDのフレームワークを積極的に活用し、自然資本に関する情報開示を行うことの重要性に言及



キリングgroupの LEAPアプローチ開示事例がTNFD正式版
事例集に掲載

- 水ストレスに関するリスクの評価について記載

詳細はこちら ▶



「シャトー・メルシャン 梶子ヴィンヤード」が
環境省の自然共生サイトとして正式認定

- 「事業のために農産物を生産している畑」として、事業を通じた「ネイチャー・ポジティブ」に繋がる唯一の事例
- 国連生物多様性条約第15回締約国会議で決議された世界目標である「30by30」達成に、日本ワイン事業を通じて貢献していく

再生型農業**の実践をサポートする「リ
ジェネラティブ・ティー・スコアカード」をレイ
ン・フォレスト・アライアンスと共同で開発開始

- 「キリン 午後の紅茶」に使用されている紅茶葉の主な生産国であるスリランカの一部の紅茶農園を対象に開発を開始
- 小農園の自律的な再生型農業の採用・運営を目的とし、2024年にパイロットテストを実施予定

10月にソーシャルボンドによる
資金調達を実施

- 国内食品会社として過去最大規模(600億円)のSDGs債、かつ企業買収のみを資金使途とした国内食品会社初のソーシャルボンドとなった

NutraIngredients-Asia
Awardsにてキリングgroupで
W受賞

- 「プラスマ乳酸菌」を使ったiMUSEブランドが、3年連続「プロダクト・オブ・ザ・イヤー」受賞
- 当社グループ企業であるBlackmores社のレスリー・ブラウン博士は、栄養業界に持続的な影響を残した方に贈られるニュートラチャンピオン賞を受賞



* 世界各国からアセットオーナー、インベスメントマネジャー、政策立案者、より広い金融の専門家等が一堂に会し、責任投資やESG投資に関する最新情報の共有や意見交換等を行う国際会議。世界各国で開催されている15回目の会議で、日本では初の開催

** 土壌の健全性、農場での生物多様性の保全、生態系の回復、生活向上のための適切な作物の生産性を向上する

© Kirin Holdings Company, Limited

10

- 10ページをご覧ください。ESGのアップデートです。
- 国連の責任投資原則年次会議において、キリングgroupのTNFDへの取り組みについてプレゼンテーションを行いました。
- また、TNFDの事例集に水ストレスに関するリスクの開示が掲載されるなど、キリングgroupの取り組みを高く評価いただいています。
- 社会、ソーシャルへの取り組みについては、Blackmores取得のための資金調達としてソーシャルボンドを10月に発行しました。
- キリングgroupがソーシャルボンドを通じてBlackmoresの株式を取得することで、両社の展開する事業領域においてヘルスサイエンス事業の継続的な成長を実現し、全世界の人々のより多くの健康課題の解決を通じて、更なる経済的価値・社会的価値を創出できると考えています。
- また、それら取り組みが国際的なソーシャル性のガイドラインと適合することについて、第三者機関からの認定を受けています。
- 引き続き、CSVを経営の根幹に据え、ビジネスを強化するとともに、ESGの観点でも高い評価をいただくことで、経済的価値と社会的価値を両立させていきます。
- 以上、第3四半期決算の進捗について、ご説明いたしました。

資料編

Joy brings us together

(億円)		23年3Q実績	22年3Q実績
親会社の所有者に帰属する四半期利益	①	839	1,291
税金等調整後その他営業収益／費用等	②	246	-281
平準化 四半期利益	③ = ① + ②	1,086	1,010
期中平均株式数 (千株)	④	809,847	825,333
平準化EPS (円)	③ ÷ ④	134円	122円

2023年度 3Q実績：セグメント別 売上収益



(億円)		23年3Q実績	22年3Q実績	増減	%
連結 売上収益		15,479	14,572	907	6.2%
国内ビール・スピリッツ		5,157	5,020	136	2.7%
	麒麟ビール	4,871	4,804	67	1.4%
	その他・内部及びセグメント間取引消去	286	217	69	32.0%
国内飲料		1,909	1,827	82	4.5%
	麒麟ビバレッジ	1,930	1,846	84	4.5%
	セグメント間取引消去	-21	-19	-2	—
オセアニア酒類		1,967	1,789	179	10.0%
	ライオン	1,968	1,790	178	10.0%
	セグメント間取引消去	-1	-1	0	—
医薬		3,058	2,834	224	7.9%
	協和麒麟	3,061	2,838	223	7.9%
	セグメント間取引消去	-3	-4	1	—
その他		3,388	3,101	287	9.3%
	メルシャン	452	422	31	7.3%
	コーク・ノースイースト	1,877	1,582	295	18.6%
	協和発酵バイオ	381	375	6	1.7%
	その他・内部及びセグメント間取引消去	678	723	-44	-6.1%

※「ブラックモアズ」は、2023年3Qより「その他」の「その他」に含まれております。

2023年度 3Q実績：セグメント別 事業利益



(億円)		23年3Q実績	22年3Q実績	増減	%
連結 事業利益		1,415	1,352	64	4.7%
国内ビール・スピリッツ	キリンビール	606	530	76	14.4%
	その他	562	500	63	12.5%
国内飲料	その他	44	30	14	45.8%
	キリンビバレッジ	149	153	-4	-2.7%
オセアニア酒類	その他	149	153	-4	-2.7%
	ライオン	169	181	-12	-6.6%
医薬	その他	169	181	-12	-6.6%
	協和キリン	589	583	7	1.1%
その他	その他	589	583	7	1.1%
	メルシャン	267	296	-28	-9.6%
	コーク・ノースイースト	-6	-8	2	—
	協和発酵バイオ	265	191	75	39.2%
全社費用・セグメント間取引消去	その他	-51	-16	-35	—
	その他	59	129	-69	-53.9%
全社費用・セグメント間取引消去		-366	-391	26	—

※「ブラックモアズ」は、2023年3Qより「その他」の「その他」に含まれております。

2023年度 3Q実績：麒麟ビール



(億円)	23年 3Q実績	22年 3Q実績	増減	%
売上収益	4,871	4,804	67	1.4%
酒税売上収益	2,946	2,804	142	5.1%
事業利益	562	500	63	12.5%

対前年増減	22年3Q 事業利益 (億円)	500	主な内容
	酒類等 限界利益 増	199	ビール類計 -79億 (ビール類減 -74千kl) ビール類以外計 -14億 (RTD減 -21千kl、 ノンアル減 -4千kl) 他 品種構成差異等 292億
	原材料費 増	-116	市況の高騰等
	販売費 増	-3	広告費増 -15億 販売促進費減 11億 (計450億→453億)
	その他費用 増	-17	電力・燃料費増 他
	計	63	
	23年3Q 事業利益	562	

(千kl)	23年 3Q実績	22年 3Q実績	増減 %	市場 (カテゴリー)
ビール類計*	—	—	-6.3%	-2%
RTD	309	330	-6.4%	-1%
ノンアルコール飲料	32	36	-11.1%	-5%
一番搾りブランド計	263	263	0.3%	2%
スプリングバレーブランド計	15	16	-3.5%	2%
淡麗グリーンラベル	115	123	-6.9%	11%
本麒麟	157	174	-9.6%	-12%
氷結ブランド計	209	201	3.8%	-1%

※2023年度からビールカテゴリーの開示はビール類のみとし、主力ブランドとチャネル別の明細を記載



売上収益

- 売上収益は、外食需要の回復に伴い業務用チャネルの販売数量が増加したことや、前年実施した価格改定による単価増が寄与し増収となりました。
- 業務用チャネルの販売数量は、上半期からは落ち着きをみせたものの、外食需要の回復により前年を約2割上回って推移しました。
- 家庭用チャネルの販売数量は、外食需要の回復に伴い家飲み需要が減退した影響を受け、前年を下回りました。尚、発泡酒や新ジャンルで9月に酒税改正前の仮需が発生したものの、前年同期のビール類全カテゴリーにおける価格改定前の仮需の方が大きく、前年同期を下回りました。
- 主力の「一番搾りブランド」は、家庭用が昨年9月の仮需反動を受けながらも業務用チャネルが好調に推移したことと前年微増となりました。また「一番搾り糖質ゼロ」が7月のリニューアル活動後トレンドを回復させ、堅調に推移しました。
- また「氷結ブランド」は、「氷結無糖シリーズ」が既存品に加え、「氷結無糖シークワサー」が7月新発売後好調に推移したことと前年を上回りました。

販売数量 前年比	増減 %	市場
ビール類 業務用**	+約2割	+約2割
ビール類 家庭用**	-9%	-7%

市場 ビール類家庭用

市場は新商品発売による増分が寄与。既存品の多くは前年割れが続く。

** 業務用：壺・樽・PET商品計、家庭用：缶計

事業利益

- 事業利益は、原材料等の高騰影響を上回る価格改定効果等により増益となりました。

(億円)		23年3Q実績	22年3Q実績	増減	%
売上収益		1,930	1,846	84	4.5%
事業利益		149	153	-4	-2.7%
対前年増減	22年3Q 事業利益 (億円)	153	主な内容		
	清涼飲料限界利益 増	96	販売数量減 -1,215万ケース -52億 商品・容器構成差異等 148億		
	原材料費等 増	-85	原料費増 -30億、材料費増 -41億、 加工費増 -14億		
	販売費 増	-18	販売促進費減 2億、広告費増 -21億 (計161億 → 179億)		
	その他費用 減	3			
	計	-4			
23年3Q 事業利益		149			

販売数量 (万ケース)		23年3Q実績	22年3Q実績	増減 %
領域別	食領域	12,636	14,111	-10.4%
	ヘルスサイエンス領域	1,845	1,585	16.4%
	うちプラズマ乳酸菌入り飲料	630	450	39.9%
容器別	缶	1,593	1,699	-6.3%
	大型PET	3,893	5,076	-23.3%
	小型PET	7,603	7,453	2.0%
	その他	1,393	1,467	-5.1%
計		14,481	15,696	-7.7%
販売数量 (万ケース)		23年3Q実績	22年3Q実績	増減 %
ブランド別	午後の紅茶	3,629	3,668	-1.1%
	生茶	2,076	2,211	-6.1%

三補足

売上収益

- ▶ 売上収益は、前年実施した価格改定効果などにより、増収となりました。
- ▶ プラズマ乳酸菌入り飲料の売上収益は、既存商品の好調に加え、「おいしい免疫ケア」シリーズ等の新商品が寄与し大きく増収となりました。
- ▶ また、主カブランドである「午後の紅茶」や「生茶」は前年実施した価格改定の影響で数量は減少したものの、単価が高い新商品や限定品の発売等により、売上収益は増収となりました。

事業利益

- ▶ 事業利益は、原材料等の高騰影響を価格改定効果で相殺したものの、販売数量の減少や販売費の増加により、減益となりました。

2023年度 3Q実績：ライオン

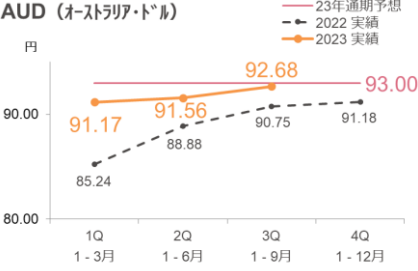


	円ベース (億円)				豪ドルベース (million AUD)			
	23年3Q 実績	22年3Q 実績	増減	%	23年3Q 実績	22年3Q 実績	増減	%
売上収益	1,968	1,790	178	10.0%	2,123	1,972	151	7.7%
豪州・NZ	1,367	1,274	93	7.3%	1,474	1,403	71	5.1%
北米クラフト他	601	516	85	16.5%	649	569	80	14.1%
事業利益	169	181	-12	-6.6%	183	200	-17	-8.6%
豪州・NZ	105	123	-18	-15.0%	113	136	-23	-16.8%
北米クラフト他	65	58	6	11.0%	70	64	6	8.7%

豪州・NZ事業利益増減 (million AUD)		
22年3Q 事業利益		136
豪州・NZ	数量	6
	その他*	-29
23年3Q 事業利益		113

* 本社コストは、豪州・NZに含む
※対前年販売数量増減率は豪州・NZ・北米クラフト他の合計で+3%、豪州のみでは+1%。
※2023年度から「豪州・NZ」、「北米クラフト他」の明細を記載

連結為替影響
23年3Q実績 (億円)



- 補足
- 売上収益**
- 売上収益は、現地通貨ベース、円ベース共に増収となりました（前年同期比 現地通貨ベース+7.7%、円ベース+10.0%）。
 - 豪州・NZは、消費マインドや消費支出に影響を与える外部環境の厳しさがあったものの「Stone&Wood」の販売数量増に加え、「Hahn」の販売好調、価格改定効果などにより増収となりました。
 - 北米クラフトビールは、「Voodoo Ranger」の販売好調継続に加えBell'sのモメンタム改善、価格改定効果により、増収となりました。
- 事業利益**
- 事業利益は、現地通貨ベース、円ベースのいずれにおいても減益となりました（前年同期比 現地通貨ベース△8.6%、円ベース△6.6%）。
 - 原材料等の高騰影響は価格改定効果で相殺するも、主力ブランド等へのマーケティング投資を強化したことにより、減益となりました。

(億円)	23年3Q実績	22年3Q実績	増減	%
売上収益	3,058	2,834	224	7.9%
協和キリン	3,061	2,838	223	7.9%
セグメント間取引消去	-3	-4	1	—
事業利益	589	583	7	1.1%
協和キリン	589	583	7	1.1%

三
補足

売上収益

売上収益は、日本における薬価改定や欧州エスタブリッシュト事業再編に伴う減収要因はあったものの、北米を中心とするグローバル戦略品の伸長に為替影響が加わり、増収となりました。

事業利益

事業利益は、北米での「Crysvita」自社販売開始に伴う人件費等の増加があったものの、北米を中心としたグローバル戦略品の売上や技術収入が増加したことにより、増益となりました。

グローバル戦略品売上収益（億円）				
(億円)	Crysvita クリスビータ		Poteligeo ポテリジオ	
	23年3Q	22年3Q	23年3Q	22年3Q
日本	74	64	14	15
北米	702	574	151	126
EMEA	245	212	48	35
APAC	11	1	—	—
合計	1,031	851	213	175

協和キリンの決算発表表はこちら

<https://ir.kyowakirin.com/ja/library/earnings.html>

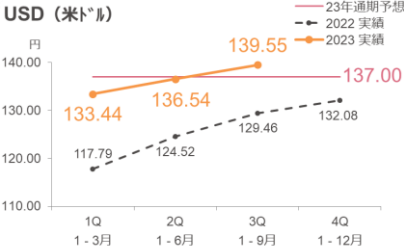
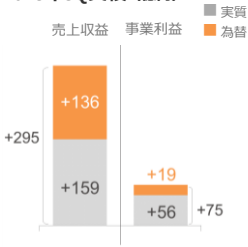


2023年度 3Q実績 : コーク・ノースイースト

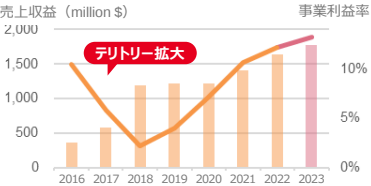


	円ベース (億円)				USドルベース (million \$)			
	23年3Q 実績	22年3Q 実績	増減	%	23年3Q 実績	22年3Q 実績	増減	%
売上収益	1,877	1,582	295	18.6%	1,345	1,222	123	10.0%
事業利益	265	191	75	39.2%	190	147	43	29.1%

連結為替影響 (対前年) 2023年3Q実績 (億円)



売上収益と事業利益率の推移



補足

売上収益

- 売上収益は、米国の消費が底堅く、価格改定による単価効果も持続したことから、増収となりました。（前年同期比 現地通貨ベース+10.0%、円ベース+18.6%）。

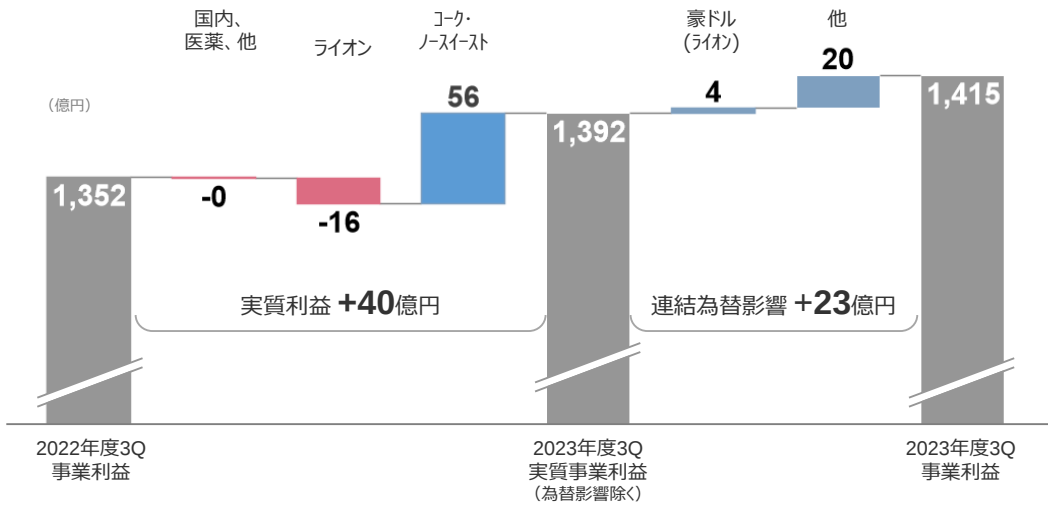
事業利益

- 事業利益は、人件費を中心に費用の増加は続いたものの、単価効果やミックス改善効果による売上収益の増加により、増益となりました。（前年同期比 現地通貨ベース+29.1%、円ベース+39.2%）。

2023年度 3Q実績：連結為替影響

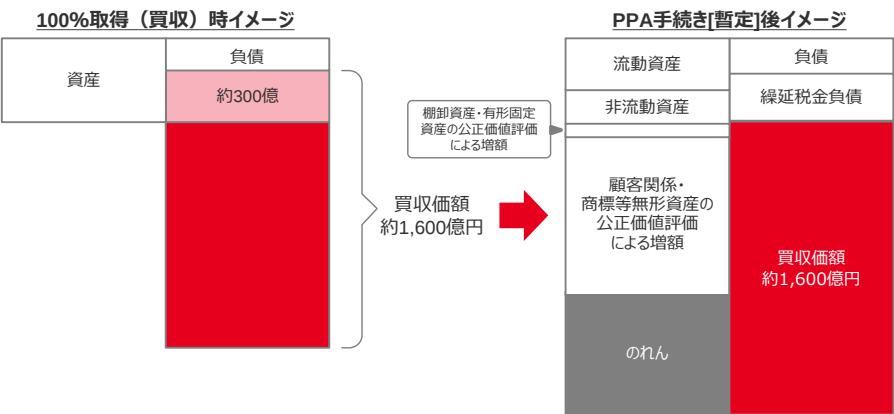


➤ 円安等を受け、連結為替影響は+23億円



- 買収完了による連結取り込みにあたり、買収価額を買収した会社の資産や負債に配分する手続であるPurchase Price Allocation（PPA）を行う
- PPAの精査には時間を要するため、2023年内において暫定的な数値を用い、2024年1Qの段階で確定する予定

BSへの影響



PLへの影響

下期首である7月から業績を取り込む

- 無形資産の償却や買収による一時的な費用発生もあり、当期通期業績に与える影響は軽微
- 2023年度の売上・利益はセグメント開示上「その他」の「その他」に含むが、2024年度より個別開示予定

(億円)	23年3Q実績	22年3Q実績	増減
資産合計	29,360	25,423	3,938
資本合計	13,948	12,532	1,416
負債合計	15,413	12,891	2,522
ROIC ※1	—	8.5	—
グロスDELシオ	0.67	0.53	—
ネットDebt／平準化EBITDA ※2	—	1.6	—
PBR(株価純資産倍率) ※3	1.5	1.7	—
ROICとネットDebt／平準化EBITDAは4Qのみ開示			

(億円)	23年3Q実績	22年3Q実績	増減
営業活動CF	1,280	872	408
投資活動CF	-2,310	185	-2,495
フリーCF	-1,030	1,057	-2,087
財務活動CF	1,297	-1,211	2,507

※1 利払前税引後利益／(有利子負債の期首期末平均＋資本合計の期首期末平均) にて算出
※2 平準化EBITDA＝事業利益＋減価償却費及び償却費(注)＋持分法適用会社からの受取配当金
にて算出
(注) 減価償却費及び償却費は使用権資産の償却費を除いております。
※3 期末株価終値／(親会社の所有者に帰属する持分／期末発行済株式数(自己株式除く)) にて
算出

三
補足

財政状態計算書

- ▶ **資産合計**：ブラックモアズの買収に伴うのれん、無形資産の増加等により前年度末に比べ3,938億円増加して2兆9,360億円となりました。
- ▶ **資本合計**：為替変動の影響等によるその他の資本の構成要素の増加等により、前年度末に比べ1,416億円増加して1兆3,948億円となりました。
- ▶ **負債合計**：コマーシャル・ペーパーの増加等による社債及び借入金(流動)の増加等により、前年度末に比べ2,522億円増加して1兆5,413億円となりました。
- ▶ **グロスDELシオ**：有利子負債が42%増加した一方で、親会社の所有者に帰属する持分も14%増加したことから、前年度末から増加しました。
- ▶ **PBR**：期末株価終値が4%上昇した一方で、親会社の所有者に帰属する持分が14%増加したことから、前年度末から減少しました。

キャッシュ・フロー計算書

- ▶ **営業活動CF**：運転資金の流出は118億円増加、法人所得税の支払額は320億円減少しました。
- ▶ **投資活動CF**：子会社株式の売却により80億円、投資の売却により64億円の収入がありました。一方、子会社株式の取得については、前年同期に比べ1,159億円増加の1,621億円を支出、また有形固定資産及び無形資産の取得により835億円を支出しました。
- ▶ **財務活動CF**：配当金の支払により710億円、長期借入金の返済により327億円、社債の償還により300億円の支出がありました。一方、コマーシャル・ペーパーの増加により1,570億円、長期借入により1,192億円の収入がありました。

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.

