

KIRIN



よろこびが
つなぐ世界へ

Joy brings us together

キリングループ°

2018年度決算、2019年度計画

2019年2月14日
キリンホールディングス株式会社

2018年度 決算

- 2018年度通期の連結売上収益は前年比+3.6%。連結事業利益は前年比+2.4%となり、過去最高益を達成。
- 事業利益1,993億円、ROE17.5%、平準化EPS成長率12.6%と中計目標過達。
- 親会社の所有者に帰属する当期利益は、前年に計上したブラジルキリン売却によるプラス影響（850億円）の反動により減。

2019年度 計画

- 連結売上収益は協和発酵キリン、キリンビール等の牽引により、トップライン成長の継続を目指す。
- 連結事業利益は、国内を中心とする物流費高騰などに加え、中長期視点での成長基盤強化に向けた先行投資により、前年を下回る見込み。
- 配当性向40%以上への引上げにより+12円の増配を計画、株主還元を強化する。

増収増益を達成。事業利益は計画を上回る着地で過去最高益

(億円)	2018年実績	2017年実績※1	増減	%
売上収益	19,305	18,637	668	3.6%
事業利益 ※2	1,993	1,946	47	2.4%
税引前当期利益	2,469	2,337	131	5.6%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,642	2,420	-778	-32.1%

キリン・アムジェン社
株式売却益等を含む
前年はブラジル事業の
売却益などを含む

定量目標

	2018年実績	2017年実績	増減	%
ROE	17.5%	29.1%	-	-
平準化EPS ※3	167円	151円	16円	10.6%

財務指標 (参考)

	2018年実績	2017年実績	増減	%
EPS	183.57円	265.17円	-81.6円	-30.8%

※1 2017年12月期に実施した事業の取得（CCNNE）に係る暫定的な会計処理の確定に伴い、3Q決算発表時に前年実績を微修正済み。

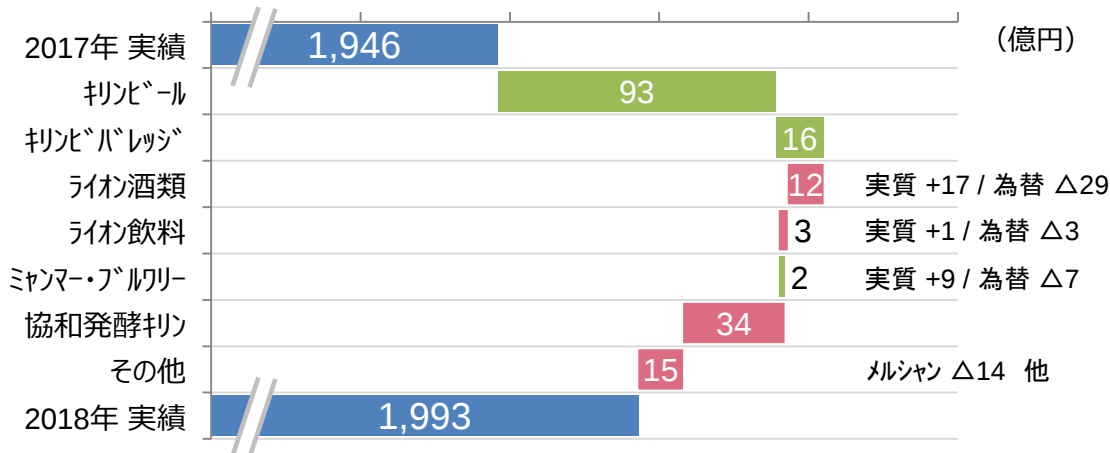
※2 事業の経常的な業績を測る利益指標として、売上収益から売上原価並びに販売費及び一般管理費を控除して算出。

※3 明細はp.18参照

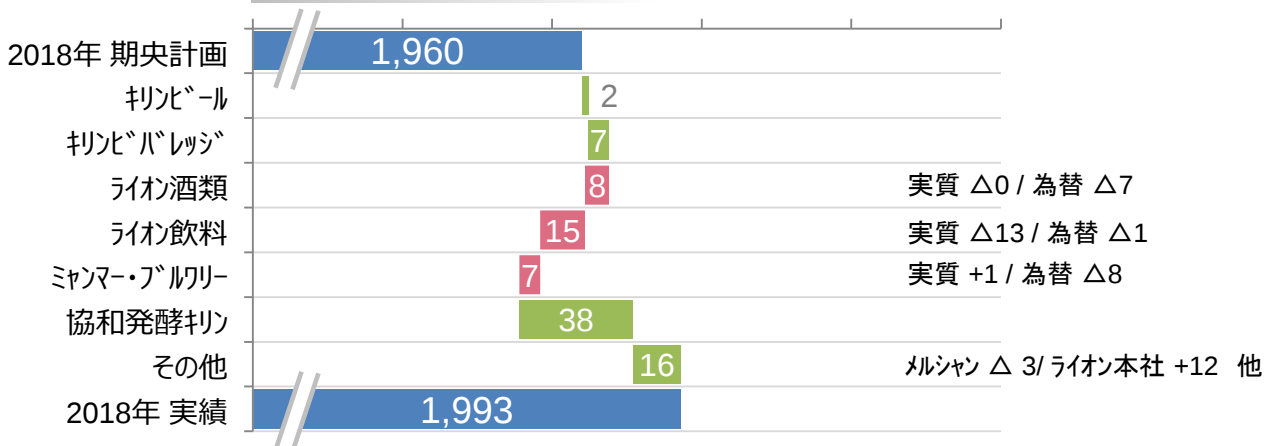
2018年実績：連結事業利益 事業会社別増減

対前年、対計画を大きく上回る着地

対前年



対計画



対前年

キリンビール

▶ 一番搾り、のどごしく生> など基盤ブランドの下支えに加え、3月に発売した「本麒麟」の大ヒットにより対前年で大幅増。

キリンビバレッジ

▶ 販売数量は前年増もMixは悪化。災害影響などによる販促費減少により増益。

ライオン酒類

▶ 販売数量は対前年と同水準で着地。間接費削減などにより現地通貨ベースでは大幅増益。

協和発酵キリン

▶ 売上収益の減少、および販促費の増加により、事業利益は減少。

対計画

海外綜合飲料

▶ 下半期における為替変動により、期央計画に対し約16億円の減益。

協和発酵キリン

▶ 10月に発売した新薬ポテリジオの市場浸透が想定以上、期央計画を大幅増で着地。

将来の成長に向けた戦略費用の増加などにより、事業利益は減少計画

(億円)	2019年予想	2018年実績	増減	%
売上収益	20,000	19,305	695	3.6%
事業利益	1,900	1,993	-93	-4.7%
税引前当期利益	1,900	2,469	-569	-23.0%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,200	1,642	-442	-26.9%

前年はキリン・アムジェン社
株式売却益等を含む

定量目標

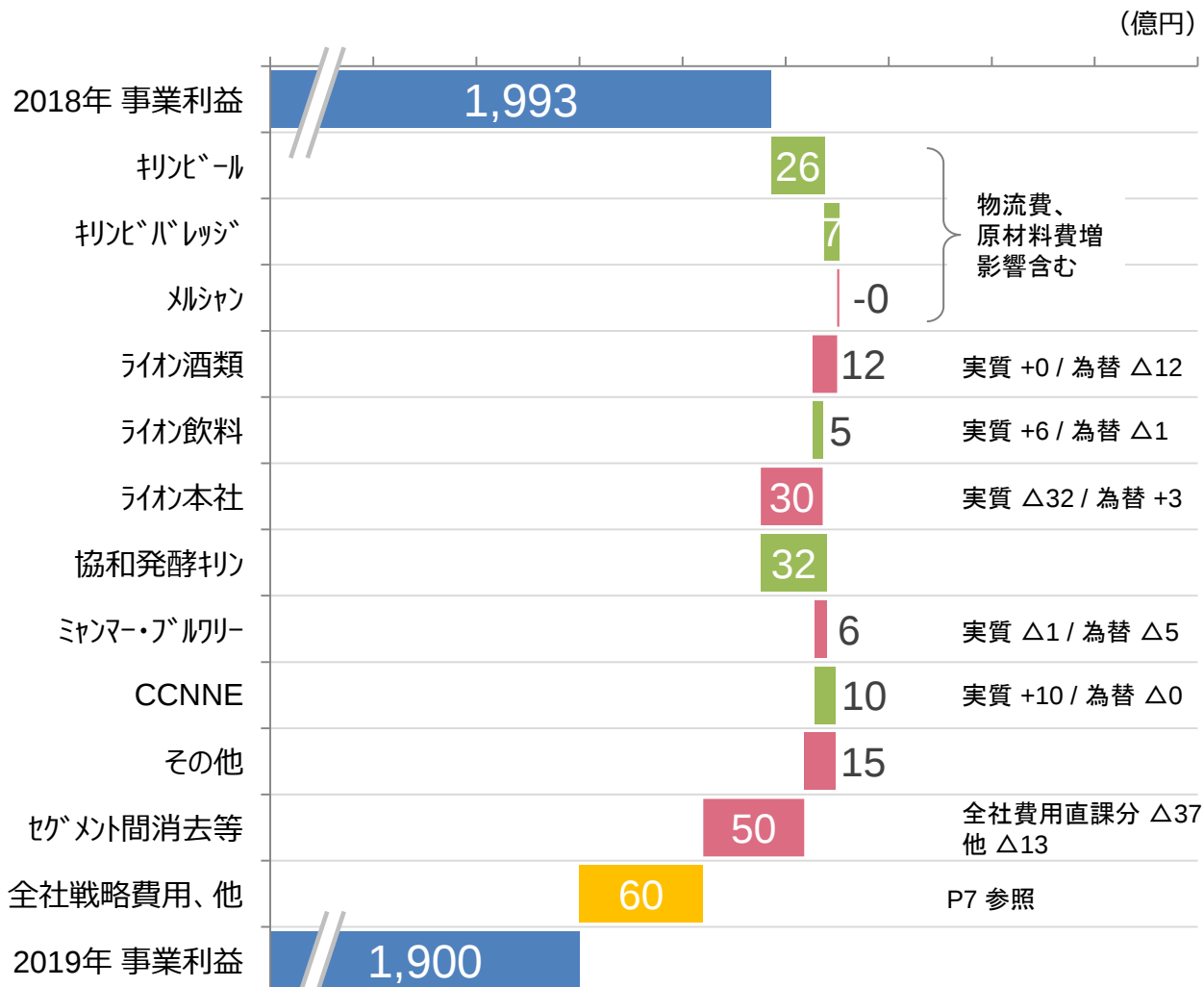
	2019年予想	2018年実績	増減	%
ROIC	8.8%	11.9%	-	-
平準化EPS	157円	167円	-10円	-6.0%

財務指標 (参考)

	2019年予想	2018年実績	増減	%
EPS	136.67円	183.57円	-46.9円	-25.5%

2019年予想：事業会社別 事業利益増減（対前年）

中計目標達成への取組みに伴う費用投下などにより、事業利益は減益計画



ライオン飲料事業は売却方針であるが、計画上は通期予算を計上。
協和発酵キリンは、医薬・バイオケミカルセグメントのトータルを表示。

増減要因

キリンビール

▶ 主力ブランドへの集中投資を継続、既存商品ポートフォリオでの価値最大化を図る

キリンビバレッジ

▶ 収益性を意識した戦略を継続。物流費高騰、原材料費の市況悪化を見込む

ライオン酒類

▶ クイーンズランド州での容器保証金制度開始。為替影響を除き、前年並みの利益を維持

ライオン本社

▶ ICT投資などに伴う費用増

CCNNE (Coca-Cola Bottling Company of Northern New England)

▶ 着実なPMI実行により、増収増益を目指す

ミャンマー・ブルワリー

▶ 販売増は一桁後半%の増加も、市況や為替による原材料費高騰などコスト上昇が見込まれる

セグメント間消去等

▶ 大部分はキリンホールディングス / キリン株式会社の統合に伴うシェアードシステム費の直課方法変更によるもの（コスト増を示すものではない）

グループ本社直轄のイニシアチブとして戦略的な費用投下を実施。

戦略費用による全社費用の主な増加要因		
既存事業/ 組織能力	約40億円	デジタルマーケティング、人材、 ICT（インフラ基盤構築）、他
新規事業	約20億円	医と食をつなぐ領域、他

**既存事業を支えるケイパビリティ強化、新規事業の育成に向け
グループ本社で集中的・戦略的に費用を投じていく**

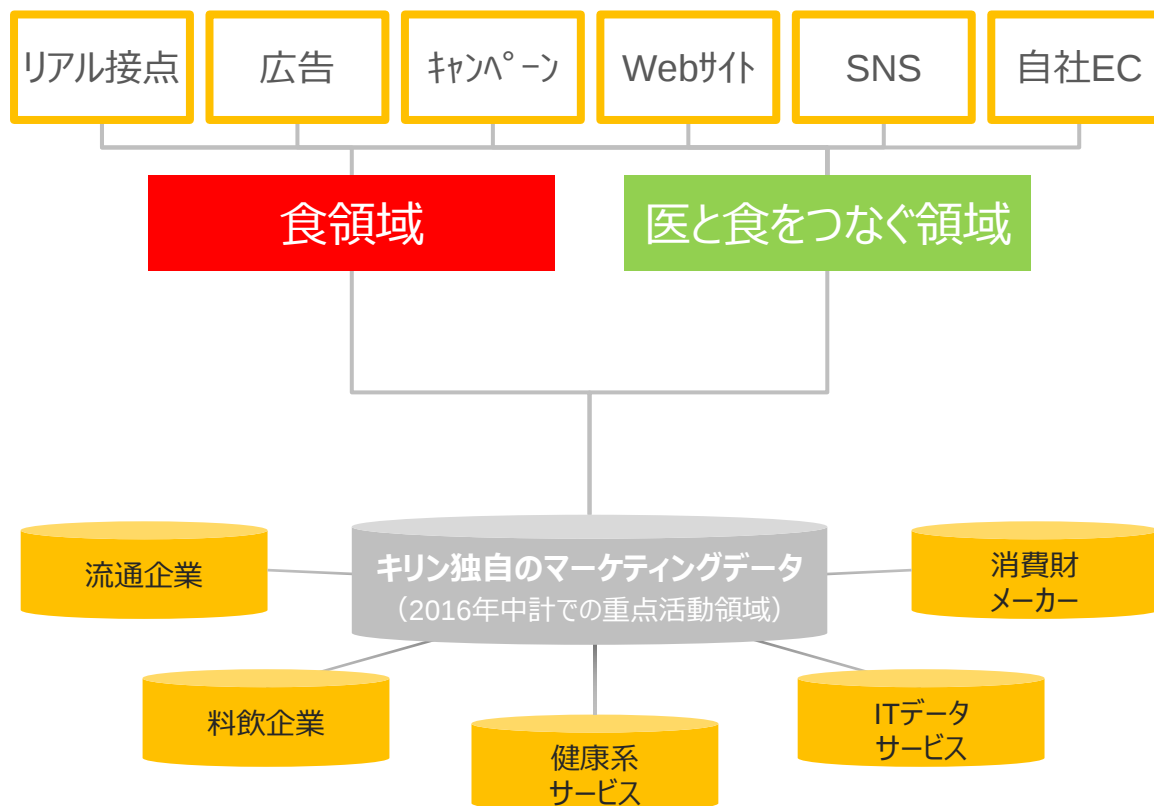
競合優位性に繋がるデジタルプラットフォームの強化

One to One コミュニケーションの 実現

ブランド別ROI分析、
クロスメディアコミュニケーション、
新規事業のECインフラ構築など

外部データを 活用した共通データ 基盤への進化

マーケティングデータの質的向上、
データ解析組織体制構築、
高度なセキュリティ対策など



キリンビール

主力ブランドへの集中投資に成果、増収増益を達成

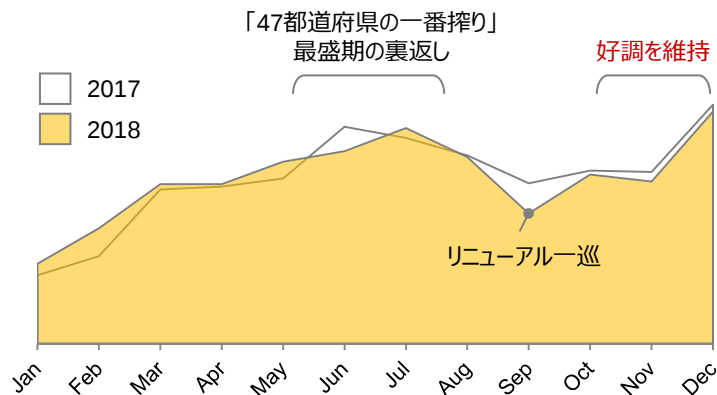
一番搾り缶は好調のモメンタム維持



Brewing from only the
delicious part of gen-
a crisp flavor for

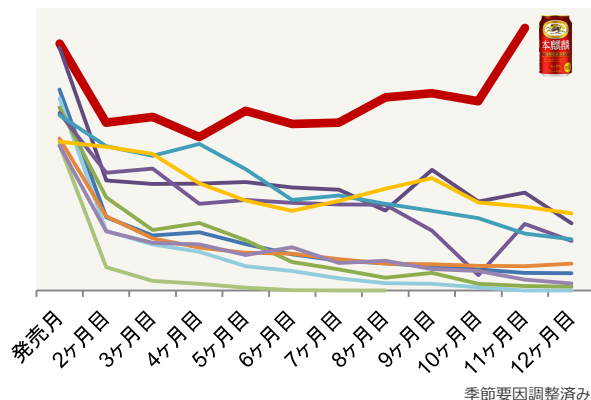
first press of the most
uine malt extracts
your good times.

一番搾りブランド計 缶 販売数量推移



10年に一度のヒット商品が誕生、収益に大きく貢献

発売後12か月の販売数量推移
(当社過去発売新商品との比較)



商品名	発売年	発売12か月 販売数量
本麒麟	2018	12.8万kl
のどごしスペシャルタイム	2017	3.2万kl
澄みきり	2013	8.2万kl
濃い味デラックス	2013	3.3万kl
麦のごちそう	2012	3.7万kl
本格辛口<麦>	2010	6.6万kl
ホップの真実	2009	2.5万kl
コクの時間	2009	7.9万kl
ストロング・セブン	2008	7.5万kl
良質素材	2007	3.6万kl

「本麒麟」は3月発売のため発売後11か月までの数値



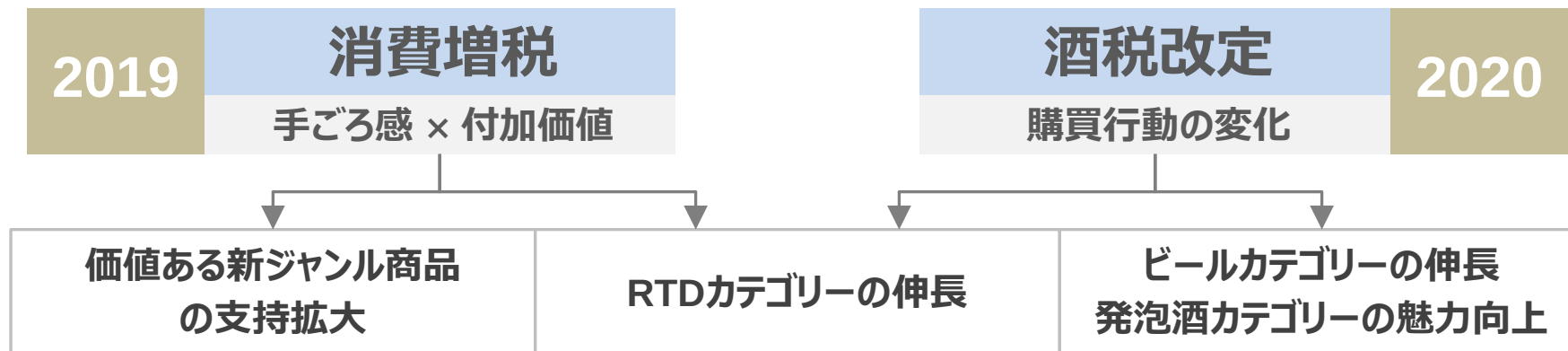
過去に発売した商品の
成否要因を徹底分析

発売初年度の販売
動向は順調に推移

2019年計画：キリンビール

キリンビール

環境変化を見据えた商品ポートフォリオで収益拡大を目指す



リニューアル
1月中旬製造より



リニューアル
4月上旬製造より



リニューアル
2月下旬製造より

主力ブランドへの集中投資を継続、新商品に頼らない既存商品ポートフォリオでの価値最大化

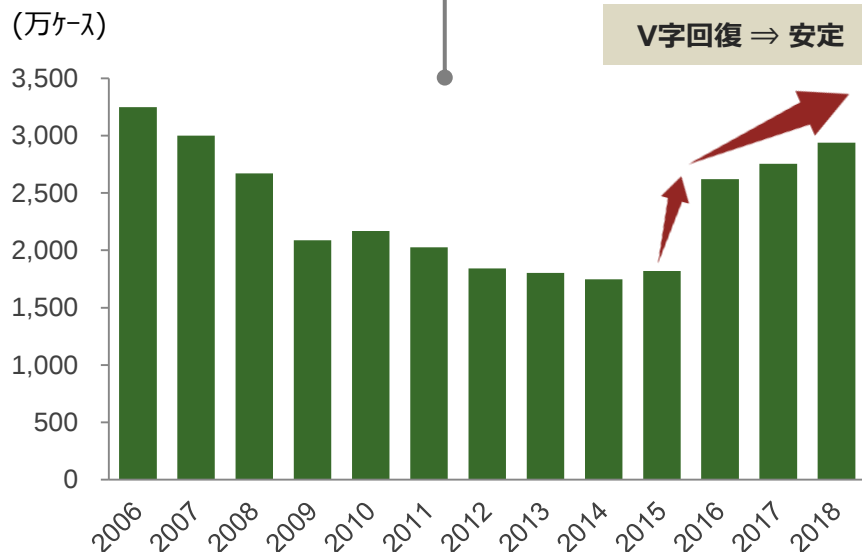
麒麟ビバレッジ

環境変化に対応し収益性を維持出来る基盤づくりに成果

既存領域での成長

- ▶ 午後の紅茶の堅調な推移
- ▶ 生茶・麒麟レモンの復活

生茶 販売数量



持続可能な仕組づくり

- ▶ 損益マネジメントの仕組み改善

- ▶ 収益性の高い缶・小型PETの販売数量目標管理
- ▶ 各地区本部における損益マネジメント変更

小型PET容器の販売実績
上方修正した期央目標通りに着地

キリンビバレッジ

2018年の戦略フレームを強化、コスト増をカバーし増益を目指す

コスト増

物流コスト

原材料市況悪化



既存領域での成長

- › 基盤3ブランドの強化
- › 無糖・健康領域の強化



新たな領域での取組み

- › KIRIN naturalsの展開



持続可能な仕組みづくり

- › SCMコストダウンの推進
- › 安定した物流網の構築

ライオン酒類

クラフトビールをはじめ、注力ブランドの販売が好調に推移

2018 戦略

成長カテゴリーに
おけるブランド強化

クラフトビールへの
継続投資による
単価/ミックス改善

業務プロセス改革
によるコスト削減



Iron Jack +86%
Heineken +6%
Furphy +125%
James Squire +6%

対前年 販売数量ベース

クラシック・カテゴリーの数量減および容器保証金制度によるマイナス影響を、好調な注力ブランドの販売数量増でカバー

コスト削減エリア

- ・ サプライチェーン
- ・ 間接費
- ・ マーケティング費用

サプライチェーンコスト、および間接費のコスト削減などにより増益

豪ドルベースでの事業利益は前年比 **+22m (+3.7%)**で着地

ライオン

注力カテゴリーの更なる成長と、グローバルクラフト戦略の遂行

ビール事業の拡大に向けたブランド育成

ビール



豪州/ニュージーランドでのコアビール事業を通じた
利益創出を継続する

- コンテンポラリーカテゴリーからの新商品販売予定 -

新たな成長に向けた取組み

プレミアム クラフト飲料

グローバルクラフト ビール事業



将来の成長を見据えた新規事業への投資、
ならびにグローバルクラフトビール戦略を遂行する

持続可能な事業を目指しての投資

将来に向けたICT基盤の構築

事業構造改革

成長基盤づくりのためのテクノロジーへの投資を実行

オセアニア全域のプラットフォーム改善に向けた投資により
高度なデータインサイトの獲得と、ICTによる変革を実現する

協和発酵キリン (2018)

欧米でグローバル戦略品を上市、バイオシミラーの販売も開始

名称	Crysvita ^{※1} (KRN23)	POTELIGEO ^{※2} (KW-0761)		Hulio ^{※3} (FKB327)
対象国	欧米	米	欧	欧
ステータス	承認/新発売	新発売	承認	販売開始

※1 主に遺伝的な原因で骨の成長・維持に障害をきたす希少な疾患である、X染色体連鎖性低リン血症の治療薬。

※2 特定の血液がんの治療薬。

※3 関節リウマチ・乾癬などの自己免疫疾患の治療薬。

協和発酵キリン (2019)

グローバル・スペシャルティファーマとしての更なる飛躍を目指す

グローバル戦略品の価値最大化

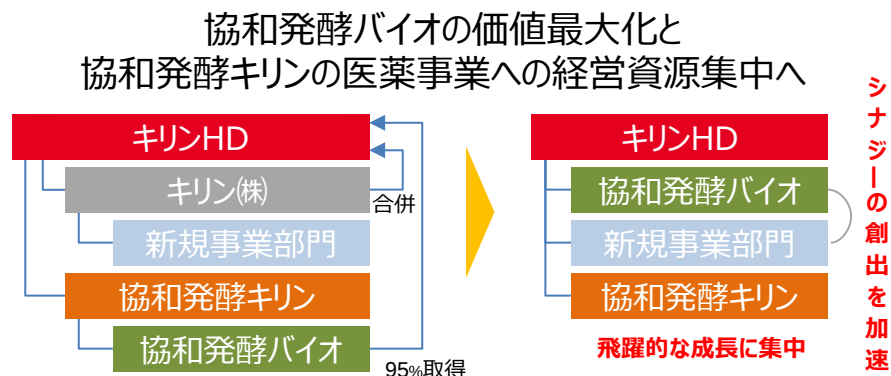
- Crysvita 市場浸透を継続
- POTELIGEO 欧州で上市予定
- KW-6002 米国で承認申請予定

「One Kyowa Kirin」体制の構築

- 北米を、独立した地域として統括
- 地域軸×機能軸でのマネジメントを開始
(日本・EMEA・北米・アジア/オセアニア)

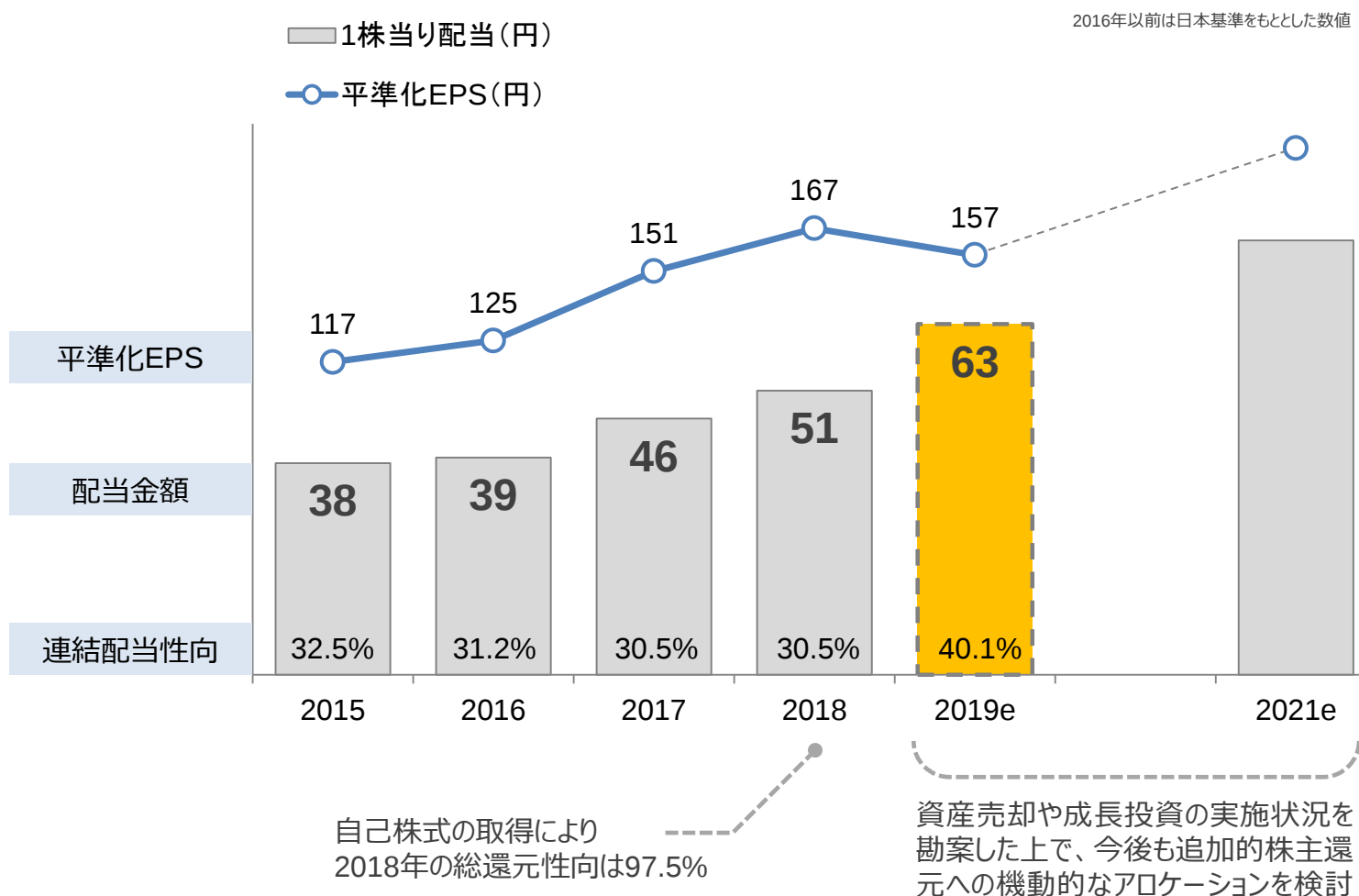
※EMEA(ヨーロッパ・中東・アフリカ)

キリンHDによる協和発酵バイオの株式取得



セグメント変更は株式取得予定日である2019年4月末以降を想定。

連結配当性向を平準化EPSの40%以上に引上げ。+12円増配を計画



資料編

平準化EPS

(億円)		2018年実績	2017年実績
親会社の所有者に帰属する当期利益	①	1,642	2,420
非継続事業からの当期利益	②	-	850
税金等調整後その他営業収益／費用	③	-145	-191
平準化 当期利益	④ = (① - ②) + ③	1,497	1,379
期中平均株式数 (千株)	⑤	894,506	912,579
平準化EPS (円)	④ ÷ ⑤	167円	151円

2018年度 実績 – 売上収益

(億円)	2018年実績	2017年実績	増減	%
連結 売上収益	19,305	18,637	668	3.6%
日本総合飲料	10,783	10,510	274	2.6%
麒麟ビール	6,681	6,470	211	3.3%
麒麟ビバレッジ	2,848	2,857	-9	-0.3%
メルシャン	648	653	-5	-0.8%
その他・内部取引消去	607	530	77	14.5%
海外総合飲料	4,969	4,486	483	10.8%
ライオン	3,295	3,487	-191	-5.5%
酒類	1,854	1,953	-99	-5.1%
飲料	1,442	1,534	-92	-6.0%
ミャンマー・ブルフリー	262	256	6	2.2%
その他・内部取引消去	1,412	743	669	90.0%
医薬・バイオケミカル	3,393	3,467	-74	-2.1%
協和発酵麒麟	3,473	3,542	-69	-2.0%
医薬	2,704	2,748	-43	-1.6%
バイオケミカル	768	794	-26	-3.2%
その他・内部取引消去	-80	-75	-5	-
その他	160	175	-15	-8.4%

2019年度 予想 – 売上収益

(億円)	2019年予想	2018年実績	増減	%
連結 売上収益	20,000	19,305	695	3.6%
国内ビール・スピリッツ	7,003	6,851	152	2.2%
麒麟ビール	6,820	6,681	139	2.1%
その他・内部及びセグメント間取引消去	183	170	13	7.8%
国内飲料	2,903	2,830	74	2.6%
麒麟ビバレッジ	2,922	2,848	74	2.6%
セグメント間取引消去	-19	-19	-0	-
オセアニア総合飲料	3,291	3,295	-4	-0.1%
ライオン	3,291	3,295	-4	-0.1%
酒類	1,858	1,854	4	0.2%
飲料	1,433	1,442	-8	-0.6%
医薬・バイオケミカル	3,735	3,393	342	10.1%
医薬 (協和発酵麒麟)	3,040	2,704	336	12.4%
バイオケミカル(協和発酵バイオ)	770	768	2	0.2%
セグメント間取引消去	-75	-80	5	-
その他	3,068	2,937	131	4.5%
メルシャン	667	648	19	2.9%
ミャンマー・ブルフリー	283	262	21	8.0%
CCNNE	1,381	1,317	63	4.8%
その他・内部及びセグメント間取引消去	738	710	28	3.9%

2018年度 実績 – 事業利益

(億円)	2018年実績	2017年実績	増減	%
連結 事業利益	1,993	1,946	47	2.4%
日本総合飲料	812	725	86	11.9%
麒麟ビール	809	716	93	13.0%
麒麟ビバレッジ	233	217	16	7.5%
メルシャン	26	39	-14	-34.4%
その他	-257	-247	-9	-
海外総合飲料	651	663	-13	-1.9%
ライオン	517	526	-9	-1.7%
酒類	533	545	-12	-2.2%
飲料	51	54	-3	-4.9%
本社	-68	-73	5	-
ミャンマー・ブルフリー	101	99	2	2.1%
その他	33	39	-6	-14.7%
医薬・バイオケミカル	588	622	-34	-5.5%
協和発酵麒麟	588	622	-34	-5.5%
医薬	504	550	-46	-8.4%
バイオケミカル	81	72	9	13.1%
その他	3	0	2	2,223.7%
その他	4	9	-5	-57.6%
全社費用・セグメント間取引消去	-61	-73	13	-

2019年度 予想 – 事業利益

(億円)	2019年予想	2018年実績	増減	%
連結 事業利益	1,900	1,993	-93	-4.7%
国内ビール・スピリッツ	847	827	20	2.4%
麒麟ビール	835	809	26	3.2%
その他	12	18	-6	-31.9%
国内飲料	240	233	7	2.9%
麒麟ビバレッジ	240	233	7	2.9%
オセアニア総合飲料	482	518	-36	-7.0%
ライオン	482	518	-36	-7.0%
酒類	521	533	-12	-2.3%
飲料	57	51	5	10.0%
本社	-96	-67	-30	-
医薬・バイオケミカル	620	588	32	5.5%
医薬 (協和発酵麒麟)	540	504	36	7.1%
バイオケミカル(協和発酵バイオ)	80	81	-1	-1.6%
その他	-	3	-3	-
その他	184	190	-6	-3.3%
メルシャン	25	26	-0	-1.9%
ミャンマー・ブルフリー	95	101	-6	-5.9%
CCNNE	38	28	10	33.5%
その他	25	35	-9	-27.0%
全社費用・セグメント間取引消去	-473	-363	-110	-

2018年実績 キリンビール

(千KL)	2018年実績	2017年実績	増減
ビール類計	1,710	1,626	5.2%
ビール	590	627	-5.9%
発泡酒	422	455	-7.3%
新ジャンル	698	543	28.5%
RTD	359	318	13.1%
ノンアルコール飲料	39	42	-5.6%

(億円)	2018年実績	2017年実績	増減	%
売上収益	6,681	6,470	211	3.3%
酒税抜売上収益	3,897	3,721	176	4.7%
事業利益	809	716	93	13.0%

2017年 事業利益 (億円)		716	主な内容
対前年 増減 (億円)	酒類等限界利益 増	48	ビール類計 27億 (ビール減 △37千kl、発泡酒減 △33千kl、新ジャンル増 155千kl) ビール類以外計 30億 (RTD増 42千kl、ノンアル減 △2千kl) 品種構成差異等 △9億
	原材料費 減	12	
	販売費 減	48	販売促進費減 51億、広告費増 △2億 (計669億→621億)
	その他費用 増	-15	消耗品費増、電力・燃料費増 他
	計	93	
2018年 事業利益		809	

市場

- ▶ ビール類市場は、2017年6月の改正酒税法等施行に伴う店頭価格上昇影響、樽・缶価格改定影響を含む業務用市場の低調などにより、△2.5%（課税移出数量）。
- ▶ 成長を続けるRTD市場は、13%程度の増加。

当社の状況

販売数量

- ▶ 3月に発売した新ジャンル「本麒麟」が牽引し、ビール及び発泡酒の減少をカバーし、ビール類計約84千KL増加（+5.2%）。
- ▶ RTDも大幅に増加（+13.1%）し、ビール類、RTD、ノンアルコール飲料全体の販売数量は約6%増。

業績補足

- ▶ 販売数量増加による限界利益増とキャンペーン削減等による販売促進費減を同時に実現。
- ▶ コスト削減効果により原材料市況高騰影響をカバー。

2019年予想 キリンビール

(千KL)	2019年予想	2018年実績	増減
ビール類計	1,745	1,710	2.0%
ビール	590	590	-0.0%
発泡酒	420	422	-0.5%
新ジャンル	735	698	5.2%
RTD	390	359	8.5%
ノンアルコール飲料 [※]	39	39	-0.8%

(億円)	2019年予想	2018年実績	増減	%
売上収益	6,820	6,681	139	2.1%
酒税抜売上収益	3,981	3,897	84	2.3%
事業利益	835	809	26	3.2%

2018年 事業利益 (億円)		809	主な内容
対前年 増減 (億円)	酒類等限界利益 増	25	ビール類計 5億 (ビール減 △0千kl、発泡酒減 △2千kl、新ジャンル増 37千kl) ビール類以外計 26億 (RTD増 31千kl、ノンアル減 △0千kl) 品種構成差異等 △6億
	原材料費 増	-3	
	販売費 減	1	販売促進費・広告費減 (計621億→620億)
	その他費用 減	3	全社費用直課分減 24億、減価償却費増、電力・燃料費増 他
	計	26	
2019年 予想 事業利益		835	

市場

- ▶ ビール類市場はマイナス傾向が継続し△2%、RTD市場は引き続き成長し6～8%程度のプラスと予想。

当社の状況

販売数量

- ▶ 注力ブランドへの投資集中を継続し、ビール類は約35千KL増加(+2%)、RTDは約31千KL増加(+8.5%)を見込む。

業績補足

- ▶ 物流費単価の上昇等により品種構成差異等の悪化が見込まれるが、販売数量の増加によりカバーし、限界利益を増加させる。
- ▶ 原材料の市況高騰影響は、コスト削減効果で縮小する。
- ▶ ブランド強化、クラフトビール拡大などの領域へ投資を行いながら、販促費効率化により販売費全体はやや減少を見込む。

※2019年3月18日訂正：ノンアルコール飲料 増減（誤）0.8% ⇒（正）-0.8%

2018年実績：キリンビバレッジ

販売数量（万ケース）		2018年実績	2017年実績	増減
カテゴリー別	紅茶	5,190	5,293	-2.0%
	日本茶	3,451	3,086	11.8%
	コーヒー飲料	2,632	3,080	-14.5%
	果実・野菜飲料	2,530	2,471	2.4%
	炭酸飲料	2,155	2,110	2.2%
	健康・スポーツ飲料	1,238	1,004	23.3%
	水	4,319	4,041	6.9%
	その他	1,801	1,741	3.4%
容器別	缶	3,541	3,939	-10.1%
	大型PET	7,911	7,589	4.2%
	小型PET	9,700	9,199	5.4%
	その他	2,165	2,099	3.1%
	計	23,316	22,826	2.1%

（億円）	2018年実績	2017年実績	増減	%
売上収益	2,848	2,857	-9	-0.3%
事業利益	233	217	16	7.5%

2017年 事業利益（億円）		217	主な内容
対前年 増減 （億円）	清涼飲料限界利益 減	-16	販売数量増 491万ケース 24億 商品・容器構成差異等 △40億
	原材料費等 減	3	原料費減 5億、材料費増 △7億、加工費減 5億
	販売費 減	35	販売促進費減 9億、広告費減 26億（計402億 → 367億）
	その他費用 増	-6	自販機償却費増 他
	計	16	
2018年 事業利益		233	

清涼飲料市場

▶ 猛暑影響などにより対前年+2%と推定。

当社の状況

販売数量

- ▶ 清涼飲料計対前年+2.1%と堅調に推移した。
- ▶ 生茶は間口拡大に成功し対前年+7%と大変好調。
- ▶ リニューアルより好調が続くキリンレモンは小型容器を中心に販売数量を伸ばし炭酸飲料を牽引した。
- ▶ コーヒーカテゴリーは容器シフトのトレンド継続により大きく減少。

業績補足

- ▶ 商品・容器構成差異等により限界利益が減少したが、コスト削減やブランド投資における費用対効果を最大化させる取組み、さらには災害などの影響で投下出来なかった販売費が発生したことで増益を達成した。

2019年予想：キリンビバレッジ

販売数量（万ケース）		2019年予想	2018年実績	増減
カテゴリー別	紅茶	5,339	5,190	2.9%
	日本茶	3,558	3,451	3.1%
	コーヒー飲料	2,929	2,632	11.3%
	果実・野菜飲料	2,509	2,530	-0.8%
	炭酸飲料	2,161	2,155	0.3%
	健康・スポーツ飲料	1,178	1,238	-4.9%
	水	4,249	4,319	-1.6%
	その他	1,678	1,801	-6.8%
容器別	缶	3,574	3,541	0.9%
	大型PET	7,933	7,911	0.3%
	小型PET	9,969	9,700	2.8%
	その他	2,125	2,165	-1.8%
計		23,600	23,316	1.2%

（億円）	2019年予想	2018年実績	増減	%
売上収益	2,922	2,848	74	2.6%
事業利益	240	233	7	2.9%

2018年 事業利益（億円）		233	主な内容
対前年 増減 （億円）	清涼飲料限界利益 増	37	販売数量増 284万ケース 13億 商品・容器構成差異等 23億
	原材料費等 増	-11	原料費減 1億、材料費増 △9億、加工費増 △3億
	販売費 増	-19	販売促進費増 △12億、広告費増 △7億（計367億 → 386億）
	その他費用 増	-0	全社費用直課分減 8億、自販機償却費増 他
	計	7	
2019年 予想 事業利益		240	

清涼飲料市場

▶ 前年並みから微減で推移する見込み。

当社の状況

販売数量

- ▶ 基盤3ブランドを中心に対前年+1.2%を目指す。
- ▶ 小型容器に引き続き注力する。
- ▶ 基盤ブランドに加えて、無糖・健康領域の商品を強化していく。

業績補足

- ▶ 近年続く物流費高騰により大幅なコスト増が顕在化する見込み。加えて原材料の市況も悪化することが想定される。
- ▶ 大型PET容器商品の値上げを実施するが、本年はコスト増分全てを吸収できないと見ている。
- ▶ 販売数量増と小型PET容器の構成比増により増益を目指す。

2018年実績：ライオン

	円ベース(億円)			
	2018年実績	2017年実績	増減	%
売上収益	3,295	3,487	-191	-5.5%
酒類	1,854	1,953	-99	-5.1%
飲料	1,442	1,534	-92	-6.0%
事業利益	517	526	-9	-1.7%
酒類	533	545	-12	-2.2%
飲料	51	54	-3	-4.9%
本社	-68	-73	5	-

	豪ドルベース(百万豪ドル)			
	2018年実績	2017年実績	増減	%
売上収益	4,016	4,044	-27	-0.7%
酒類	2,260	2,265	-5	-0.2%
飲料	1,756	1,779	-23	-1.3%
事業利益	632	609	22	3.7%
酒類	651	632	19	3.1%
飲料	63	62	1	1.1%
本社	-83	-85	2	-

		酒類	飲料
		販売数量増減	
事業利益増減 (百万豪ドル)	2017年実績	632	62
	販売数量増減	-3	-27
	その他	22	28
	2018年実績	651	63

補足

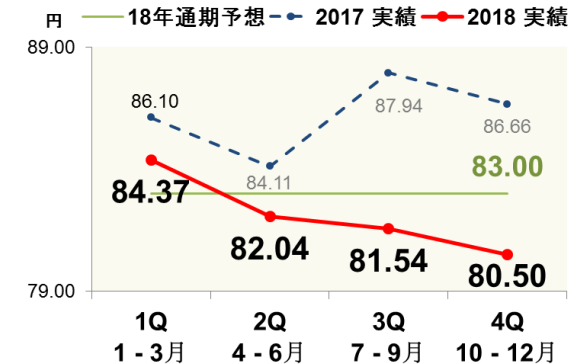
ライオン酒類

- ▶ 売上収益は前年同水準で着地。容器保証金制度によるマイナス影響を、Iron JackやFurphyなど注カブランドの販売数量増でカバー。昨年買収した海外クラフトビールブランドの増分も寄与。
- ▶ 事業利益はSCMや間接費のコスト削減効果により増益。

ライオン飲料

- ▶ 低収益の果汁飲料SKU削減により売上収益減。
- ▶ 乳飲料、ヨーグルトなど高単価商品は数量増。
- ▶ 事業利益はほぼ前年並みで着地。

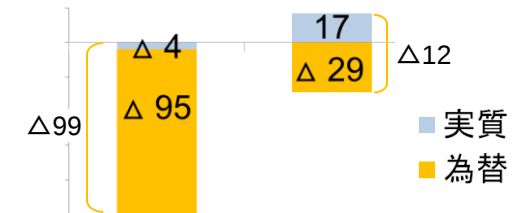
AUD (オーストラリア・ドル) *3か月平均



ライオン社は、IFRS会計上3か月毎の平均レートを積上げる。

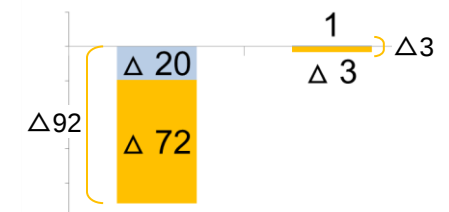
連結為替影響 ライオン酒類 (億円)

売上収益 事業利益



連結為替影響 ライオン飲料 (億円)

売上収益 事業利益



2019年予想：ライオン

	円ベース(億円)			
	2019年 予想	2018年 実績	増減	%
売上収益	3,291	3,295	-4	-0.1%
酒類	1,858	1,854	4	0.2%
飲料	1,433	1,442	-8	-0.6%
事業利益	482	518	-36	-7.0%
酒類	521	533	-12	-2.3%
飲料	57	51	5	10.0%
本社	-96	-67	-30	-

	豪ドルベース(百万豪ドル)			
	2019年 予想	2018年 実績	増減	%
売上収益	4,114	4,016	98	2.4%
酒類	2,322	2,260	62	2.8%
飲料	1,792	1,756	35	2.0%
事業利益	602	634	-31	-4.9%
酒類	652	651	0	0.1%
飲料	71	63	8	12.1%
本社	-120	-81	-39	-

通期予想為替レート: 80円 / AUD

補足

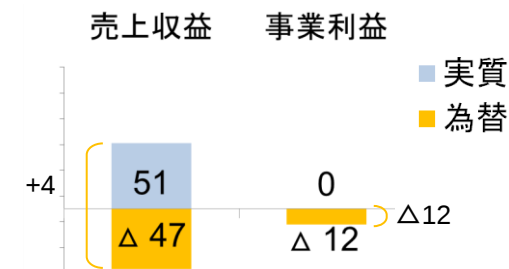
ライオン酒類

- ▶ プレミアム、コンテンポラリーカテゴリーならびにプレミアムクラフト飲料の販売増により売上収益は増加見込み。
- ▶ これらによる増益効果を見込む一方、容器保証金制度の影響、エネルギーコストの上昇、IT投資の影響により事業利益は前年とほぼ同水準での着地を予想。

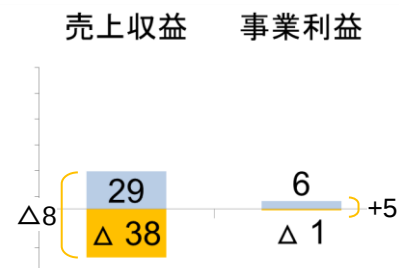
ライオン飲料

- ▶ 乳飲料、チーズ、ヨーグルトカテゴリーの新商品などにより売上収益の増加ならびに市場シェアの拡大を目指す。
- ▶ 高収益チャネルの強化、新商品発売、コスト管理などにより事業利益ベースでの増益を予想。

連結為替影響 ライオン酒類 (億円)



連結為替影響 ライオン飲料 (億円)



2018年度実績 / 2019年予想 ミャンマー・ブルワリー

2018年 実績

	円ベース(億円)			
	18年 実績	17年 実績	増減額	%
売上収益	262	256	6	2.2%
事業利益	101	99	2	2.1%

チャットベース(Billionチャット)			
2018年 実績	2017年 実績	増減額	%
340	311	29	9.4%
131	120	11	9.4%

2019年 予想

	円ベース(億円)			
	2019年 予想	2018年 実績	増減	%
売上収益	283	262	21	8.0%
事業利益	95	101	-6	-5.9%

チャットベース(Billionチャット)			
2019年 予想	2018年 実績	増減	%
387	340	47	13.7%
130	131	-1	-0.9%

通期予想為替レート: 73円 / MMK'000

補 足

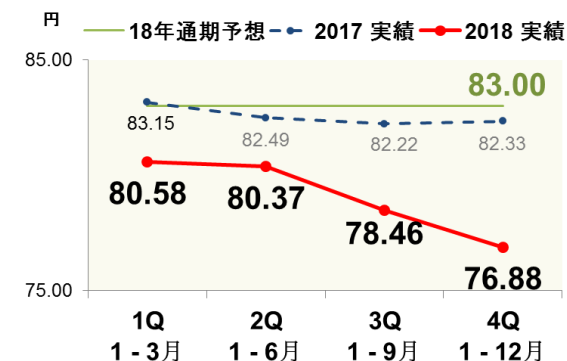
2018年 実績

- ▶ ビール販売数量：前年比 + 12.2%
- ▶ 市場と同等の増率によって高いシェアを維持し増収増益を達成。
- ▶ 引き続き大幅な伸長が続くエコノミー・カテゴリーにおいてアングマンゴールドがシェアを上昇させた。

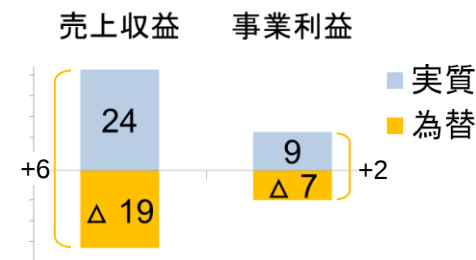
2019年 予想

- ▶ 前年から続くミャンマーチャット安の継続見込みや市況悪化により原材料のコスト増を見込む。
- ▶ 販売数量は前年同様に一桁後半%で伸ばす計画。

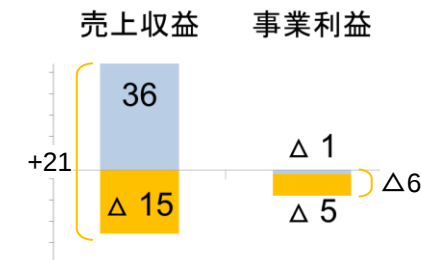
1,000 MMK (ミャンマー・チャット) * 累月平均



2018年実績 連結為替影響 (億円)



2019年予想 連結為替影響 (億円)



2019年予想 CCNNE (Coca-Cola Bottling Company of Northern New England)

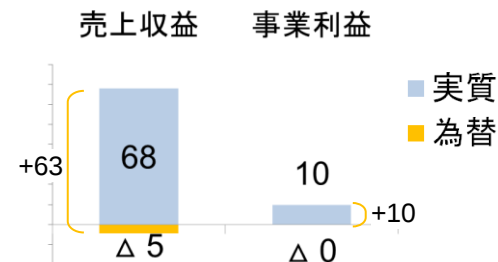
2019年 予想

	円ベース(億円)			
	2019年 予想	2018年 実績	増減	%
売上収益	1,381	1,317	63	4.8%
事業利益	38	28	10	33.5%

USDベース (million \$)			
2019年 予想	2018年 実績	増減	%
1,255	1,193	62	5.2%
35	26	9	34.0%

通期予想為替レート: 110円 / USD

2019年予想 連結為替影響 (億円)



補 足

テリトリー拡大後PMIの着実な実行により、増収増益と事業利益率向上を見込む。

- ▶ 市場成長分を取り込み、販売数量増加を目指す。
- ▶ 原材料費高騰、物価上昇に伴うコストアップが見込まれるが、拡大テリトリーにおける販売強化などを通じた単価・ミックス効果により影響を最小化する。
- ▶ サプライチェーン最適化、業務効率化を進め、収益性を高める。

2018年度実績 / 2019年予想 医薬・バイオケミカル

2018年 実績

(億円)	2018年 実績	2017年 実績	増減	%
売上収益	3,393	3,467	-74	-2.1%
協和発酵キリン	3,473	3,542	-69	-2.0%
医薬	2,704	2,748	-43	-1.6%
バイオケミカル	768	794	-26	-3.2%
その他・内部取引消去	-80	-75	-5	-
事業利益	588	622	-34	-5.5%
協和発酵キリン	588	622	-34	-5.5%
医薬	504	550	-46	-8.4%
バイオケミカル	81	72	9	13.1%
その他	3	0	2	2,223.7%

2019年 予想

(億円)	2019年 予想	2018年 実績	増減	%
売上収益	3,735	3,393	342	10.1%
医薬 (協和発酵キリン)	3,040	2,704	336	12.4%
バイオケミカル(協和発酵バイオ)	770	768	2	0.2%
セグメント間取引消去	-75	-80	5	-
事業利益	620	588	32	5.5%
医薬 (協和発酵キリン)	540	504	36	7.1%
バイオケミカル(協和発酵バイオ)	80	81	-1	-1.6%
その他	-	3	-3	-

補足

2018年 実績

- ▶ 売上収益について、国内での売上減を海外での売上増がカバーしたが、2018年1Qからの協和メデックス連結除外影響もあり、前年から減少した。
- ▶ 国内での売上は、4月の薬価改定や後発品浸透・競合品伸長で長期収載品を中心に減少。ただし「ジースタ」「ノウリアスト」等の新製品群は好調。
- ▶ 海外での売上は、グローバル戦略品である「Crysvita」の好調に加え10月から米国で発売した「POTELIGEO」が計画以上に売上を伸ばして貢献し、大幅に増加。
- ▶ 事業利益については、売上収益の減少に加え、海外でグローバル戦略品など新製品浸透を進めるために販管費が増加したため、前年から減少した。
- ▶ バイオケミカル事業は、高収益製品への集中を進めた影響で、売上は減少した反面、事業利益は増加した。

2019年 予想

- ▶ 売上収益については、前年増を予想。
- ▶ 国内での売上は、長期収載品の売上は減少するものの、新製品群の浸透を進めることで、微増になると予想。
- ▶ 海外での売上は、「Crysvita」「POTELIGEO」がさらに市場に浸透することで、大幅に増加すると予想。
- ▶ 事業利益も増加するが、海外での販管費の増加や、パイプライン拡充に向けた研究開発費の増加を見込み、売上収益よりも増減率が若干下がると予想。
- ▶ バイオケミカル事業は、国内通販事業や海外での売上増加を見込むが、国内の医薬品原薬の売上減少などを見込み、ほぼ前年並みの収益になると予想。

持分法適用関連会社 サンミゲルビールの業績

■ サンミゲルビール 現地ベースの業績状況 (2017年10月～2018年9月)

(百万ペソ)	2017年10-12月		2018年1-3月		2018年4-6月		2018年7-9月		2018年累計	
	実績	増減	実績	増減	実績	増減	実績	増減	実績	増減
Sales	32,599	17%	29,814	18%	32,696	18%	30,852	12%	125,961	16%
Operating Income	9,753	15%	8,313	25%	8,998	22%	8,601	17%	35,665	19%
Operating Income Ratio	29.9%		27.9%		27.5%		27.9%		28.3%	

出所：San Miguel Brewery Inc. Financial Highlights

連結取込み期間

■ 持分法による連結取込み

(2017年10月～2018年9月)

(億円)	2018年	2017年	増減
当期利益 (SMB)	504	433	16%
連結取込	245	210	17%

為替レート : 1ペソ = 2.14円 (前年同期 : 2.24円)

■ キリンホールディングス受取配当金

	2018年	2017年	増減
配当金 (億円)	126	119	6%
1株当たり配当金 (ペソ)	0.82	0.72	14%

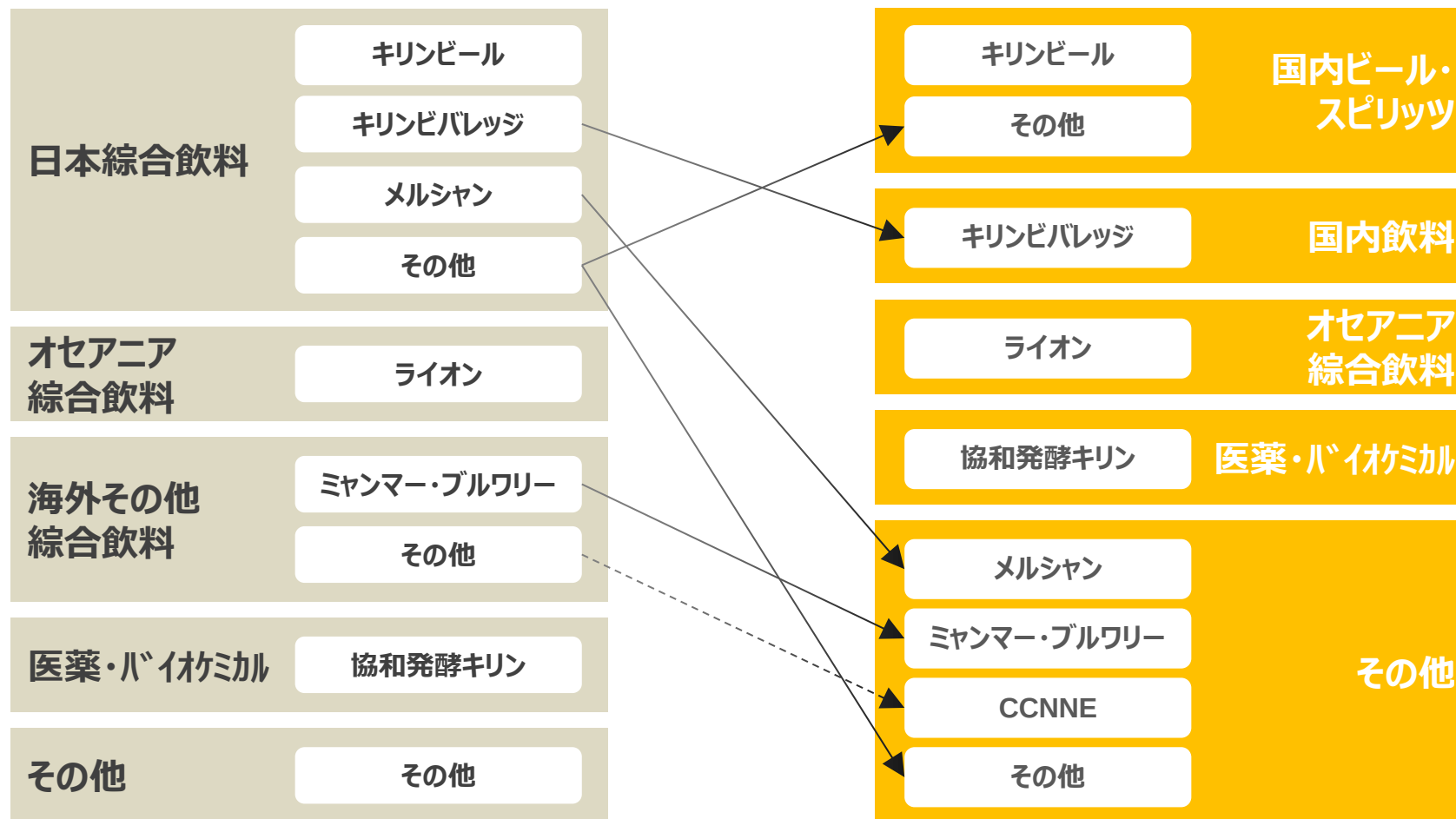
配当金についてはキャッシュインベースで計上

キリングループコスト削減の取組み

2016年中計3年間で、計画の300億円を上回る約430億円のコスト削減を達成

(億円)	2016-2017 コスト削減 実績	2018 実績	2016-2018 通算	2018年度の主な取組み	2018 通期目標 (年初)	2018 通期目標 (2Q修正)
麒麟ビール	99	34	133	原材料調達、新商品・リニューアル での商品原価低減ほかサプライ チェーンコスト削減	13	19
麒麟ビバレッジ	78	25	103	原材料調達、廃棄削減など	13	18
その他	79	30	109	メルシャン、ライオン、ミヤンマー・ブル フリー	20	24
ブラジル麒麟	84	-	84		-	-
合計	340	89	429		46	61

マネジメントアプローチに基づき開示セグメントを変更。



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