



キリングループ°

2023年度12月期 第1四半期決算

2023年5月11日
キリンホールディングス株式会社

2023年度 1Q実績

- ▶ 連結売上収益は対前年+8.1%、事業利益は原材料高騰影響等はあるものの+29.5%と、増収増益となった
- ▶ 税引前四半期利益は、ミャンマー事業の連結除外に伴う為替換算調整勘定の実現により、-29.6%の減益となった
- ▶ 親会社の所有者四半期利益は、法人税費用の負担率増加等により、-67.9%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8円増加となった

2023年度 1Q実績



- ▶ 原材料等のコスト高騰影響を受けるも収益改善策の推進により、着実な滑り出し
- ▶ 為替換算調整勘定の実現（約190億円）※1を除けば、全ての段階損益で増益を達成

(億円)	23年1Q実績	22年1Q実績	増減	%
売上収益	4,503	4,167	336	8.1%
事業利益 ※2	336	259	77	29.5%
税引前四半期利益	201	285	-84	-29.6%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	56	174	-118	-67.9%

定量目標	23年1Q実績	22年1Q実績	増減	%
平準化EPS ※3	32円	24円	8円	33.3%

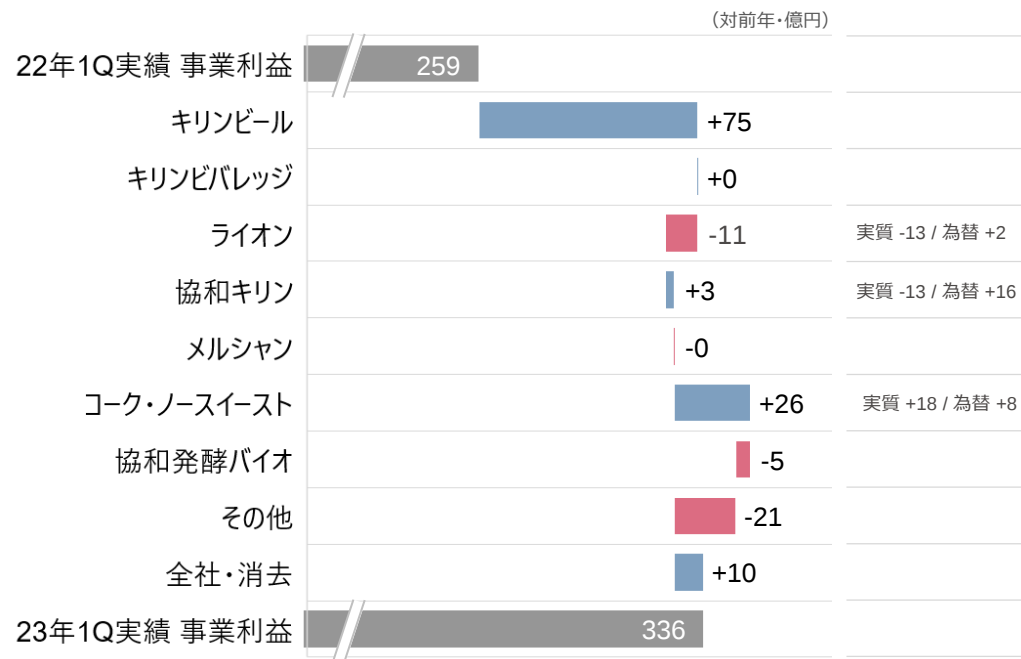
※1 IFRSにおける名称は「在外営業活動体の換算差額」。在外子会社のBSを円換算する際の為替差。通常時はBSの資本の部に毎年累積されるが、売却・清算等のタイミングで累積額がPLのその他の営業費用の子会社株式売却損として計上される。

※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.12 参照。

2023年度 1Q実績：連結事業利益 事業会社別増減

▶ 業務用の回復や一部費用の期ずれもあった麒麟ビール等が増益し、グループ全体で順調に増益



補足

麒麟ビール

▶業務用回復や価格改定効果に加え、マーケティング投資のタイミングが前期と異なるため、大幅増益

麒麟ビバレッジ

▶原材料費増も、価格改定効果を含む
商品・容器構成差異等の改善等により前年並

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強化したことにより、減益

協和麒麟

▶販売費及び一般管理費が増加も、海外の売上収益や技術収入の増加により増益

コーク・ノースイスト

▶価格改定効果等による売上収益伸長により、増益

協和発酵バイオ

▶原材料等の高騰影響による収益性の悪化により減益

その他

▶マンマー・ブルワリーの除外影響-18億円を含む

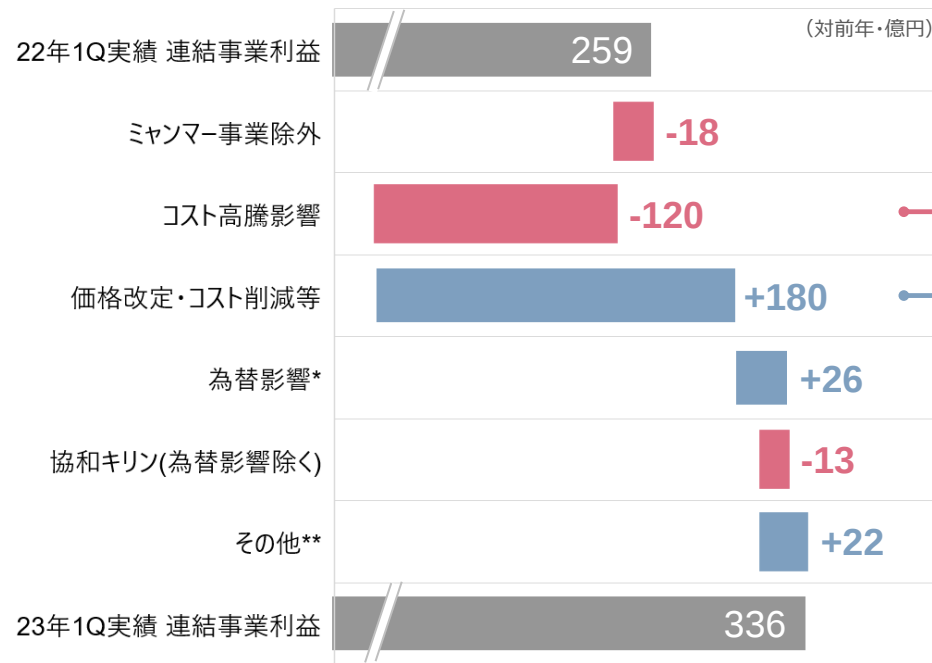
全社費用・セグメント間消去

▶主にセグメント間取引の減少

※「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。

2023年度 1Q実績：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騰影響はあるが、価格改定・コスト削減等で吸収



*「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

**「その他」は、各事業の販売数量、マージン投資、全社費用等の増減影響合計

1Q実績：コスト高騰影響

グループ全体 約120億円

キンビール 約40億円 キリンビバレッジ 約20億円
ライオン 約30億円 コーク・ノースイースト 約10億円 他

※主な項目：原材料費、燃料費、運搬費、人件費 他

1Q実績：価格改定・コスト削減等

グループ全体 約180億円

キンビール 約80億円 キリンビバレッジ 約40億円
ライオン 約30億円 コーク・ノースイースト 約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)

年間見通し

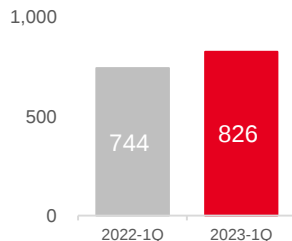
現時点では年初計画から大きな見通しの変化はない

コスト高騰影響 約500-550億円

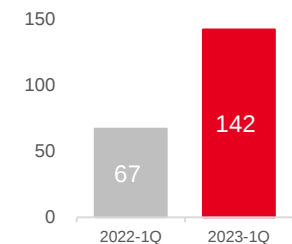
価格改定・コスト削減等 約650-700億円

1Q実績

酒税抜き売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



業務用回復に加え、価格改定効果等で単価増も実現し増収。
リニューアルによる主力ブランドの強化や高付加価値新商品投入で高収益化を目指す

1-3月の進捗

▶ 強固なブランド体系の構築

一番搾りブランド計 **+12%***

- ・ リオープニングが進み、業務用が好調に推移
- ・ 缶は数量減も、価格改定効果等による単価増でミックス改善

▶ 新たな成長エンジンの育成・収益性の改善

スプリングバレーブランド計 **+6%***

- ・ リニューアルも実施し、ブランド認知や間口が着実に拡大

HomeTap 新規会員獲得に向けた取り組みの強化

- ・ 『夢の1か月お試しプラン**』を実施しトライアルを獲得。間口拡大を図り本契約に繋げる
- ・ ラインアップ拡大でリテンションにも注力。引き続き高い満足度を獲得



4月以降の取り組み

一番搾りブランド リニューアル活動

- ・ 一番搾り 4月に実施
- ・ 一番搾り糖質ゼロ 最盛期に実施



スプリングバレーブランド 新商品発売

- ・ 限定品 サマークラフトエール<香> 発売



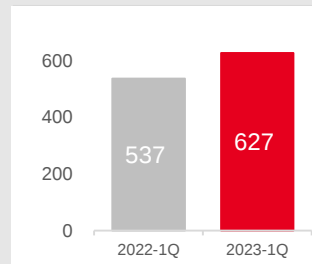
高付加価値RTD 新商品発売

- ・ 麒麟百年極み檸檬サワー 発売

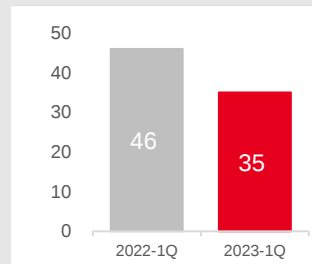


1Q実績

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



業務用回復等による販売数量増や価格改定効果により増収。
継続的なブランド投資の強化や製造能力の増強により、持続的な成長の実現を目指す

1-3月の進捗

4月以降の取り組み

豪州

▶ ブランド強化による成長

業務用・家庭用 計 **+4%***

- 業務用は対前年+2桁%*

主力ブランド**の成長 **+一桁半ば%***

- Hahnは糖質オフ新商品発売も寄与しブランド計+約2割*と好調

クラフトカテゴリーの拡大 **+一桁半ば%***

- 金額ベースでは対前年+1割超
- Fermentumは主力商品のリニューアルにより好調維持



北米

▶ 北米プラットフォームの活用

New Belgium Brewing
Bell's Brewery 計 **+3%***

- Voodoo Rangerブランドは新商品Fruit Forceも寄与し好調
- Bell'sでのVoodoo Rangerブランドの製造を開始



主力ブランドへの継続的な ブランド投資

- 5月から始まるState of Origin ***の販促施策等によりXXXX、Tooheysを強化



Fermentumのさらなる拡大

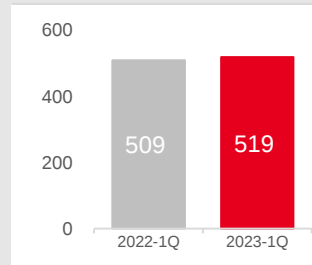
- 販売数量拡大に伴い製造能力を強化

製造能力の強化

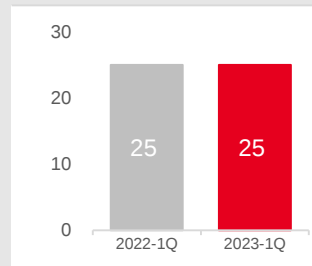
- Daleville (Virginia州)にある醸造所を取得し、さらなる成長に向け製造能力を強化

1Q実績

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



販売数量は減少も昨年実施した価格改定効果やヘルスサイエンス領域の伸長等により増収。
ヘルスサイエンス領域の新商品発売や主力ブランドのリニューアル等により最盛期の需要獲得を目指す

1-3月の進捗

4月以降の取り組み

ヘルスサイエンス領域への注力

売上収益

+8%*

- 注力するプラズマ乳酸菌飲料
売上収益**+約2割***



プラズマ乳酸菌飲料や ファンケルコラボの新商品発売

- 免疫ケア×水分補給「プラズマスポーツ」
- ファンケルコラボ商品「カロリーミット アップル
スパークリング」、「アミノサプリ プラス」



4月発売

「カロリーミット
ブレンド茶」の
発売が決定

FANCL × KIRIN

下期



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

+6%*

- 「午後の紅茶無糖シリーズ」は
「無糖ミルクティー」発売も寄与し好調に推移



主力ブランドのリニューアル

- 生茶：4月 リニューアル
- 午後の紅茶（レギュラー3品）：6月 リニューアル



利益率向上への取り組み

小型PET
(600mlPET以下合計)
構成比増

+6.0ppt

「おいしい免疫ケア」等の小型PET販売強化

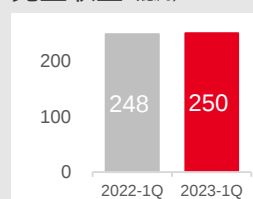
- 免疫ケア推奨広告×「おいしい免疫ケア」店頭展開により間口拡大を加速
- 「おいしい免疫ケア」商品ラインアップ拡大も検討中

3/28
新発売



ヘルスサイエンス領域

売上収益 (億円)



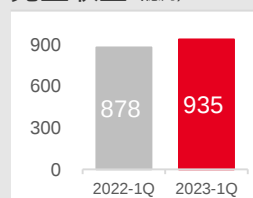
事業利益 (億円)



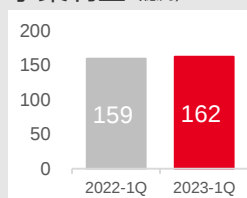
* 数値は概算値
* 管理上の集計値であり、キリンビール・キリンビバレッジのヘルスサイエンス関連商品を含む

協和キリン

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



1-3月の進捗

▶ プラズマ乳酸菌の成長加速

プラズマ乳酸菌
関連売上収益 **+20%超**
(対前年)

- 導出が進み商品ラインアップが拡大

4月以降の取り組み

ラインアップの更なる拡大

5/23
新発売



「キリン iMUSE
免疫ケア・筋力サポート」

自治体や導出企業と共に
官民連動で免疫ケアを推奨

新型コロナウイルスの5類感染症への移行を
「自分の健康は自分で守る」と啓発する機会と
捉えたマーケティング活動を実施



▲ NHKの国民的人気キャラクター“ちこちゃん”との免疫ケア啓発活動
<https://www.genkimeneki.jp/>

▶ スペシャリティ素材の着実な進捗、他

シチコリン

米国の健康食品
向けが堅調に推移

Blackmores社の買収提案を発表

詳細は
こちら



▶ 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)



+22%



+33%

▶ トピックス

Crysvita

4月より北米で自販開始

RTA 402

開発中止

Environment

GPIF*「優れたTCFD開示」を公表 2年連続で最多得票数を獲得

- 4つの全ての開示項目（「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」）においても優れた開示として選定

選抜理由

- 「気候変動に関する各課題に関してここまでやるかと思わせる徹底した深掘りは、他社の模範となる水準にあり高く評価」
- 「TCFDで求められる4つの要素の全てにおいて完成度が高く、読み物としても面白い」
- 「取り組み内容に加えて直近1年での進捗を記載しており、変化がとらえやすい」

酒類 ペットボトルで 日本初**!

ケミカルリサイクル樹脂を導入

- 飲食店のビールサーバー「Tap Marché」および「TAPPY」で使用する3Lペットボトルにおいてケミカルリサイクル樹脂を導入



“TNFD（自然関連財務情報開示タスクフォース）が提示するシナリオ分析のワークショップに世界4社のパイロット企業として参加

- 3月発表のベータ版フレームワーク(v0.4)にて、New Belgium Brewing(US)で行ったパイロットプログラムが掲載された

詳細はこちら



Social

長崎大学がプラズマ乳酸菌を用いた新型コロナウイルス感染症（COVID-19）患者に対する特定臨床研究成果を発表

詳細はこちら



- 免疫細胞pDCが維持され、ウイルスの早期減少、嗅覚・味覚障害の改善を確認
- 本特定臨床研究における知見は長崎大学・キリン共同で特許出願中

健康経営を推進

1. 「健康経営アライアンス」を設立
- 業界を超えた8社が健康社会の実現を目指し結集
2. 「健康経営優良法人2023（ホワイト500）」認定を7年連続で取得



インターナルブランディングWebサイト “KIRIN Now”が「経団連推薦社内報審査」で「最優秀賞」を受賞

- 応募198作品中最上位である「最優秀賞」を受賞



資料編

Joy brings us together

2023年度 1Q実績：平準化EPS 明細

(億円)		23年1Q実績	22年1Q実績
親会社の所有者に帰属する四半期利益	①	56	174
税金等調整後その他営業収益／費用等	②	202	27
平準化 四半期利益	③＝①＋②	258	200
期中平均株式数（千株）	④	809,827	833,585
平準化EPS（円）	③÷④	32	24

2023年度 1Q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

23年1Q実績	22年1Q実績	増減	%
4,503	4,167	336	8.1%
1,440	1,328	111	8.4%
1,364	1,272	92	7.3%
76	57	19	33.6%
513	505	8	1.6%
519	509	9	1.8%
-6	-5	-1	—
627	536	90	16.8%
627	537	90	16.8%
-0	-0	-0	—
934	876	58	6.6%
935	878	58	6.6%
-1	-1	0	—
990	922	68	7.4%
144	132	12	9.3%
545	416	130	31.2%
127	130	-3	-2.2%
174	245	-71	-29.1%

2023年度 1Q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
	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	

23年1Q実績	22年1Q実績	増減	%
336	259	77	29.5%
152	74	78	105.1%
142	67	75	111.5%
10	7	3	44.2%
25	25	0	0.7%
25	25	0	0.7%
35	46	-11	-23.0%
35	46	-11	-23.0%
162	159	3	1.8%
162	159	3	1.8%
75	79	-3	-4.2%
-3	-3	-0	—
69	43	26	61.1%
-12	-6	-5	—
21	45	-24	-52.6%
-114	-124	10	—

2023年度 1Q実績：キリンビール

(億円)	23年 1Q実績	22年 1Q実績	増減	%
売上収益	1,364	1,272	92	7.3%
酒税売上収益	826	744	82	11.0%
事業利益	142	67	75	111.5%

対 前 年 増 減	22年1Q 事業利益 (億円)	67	主要内容
	酒類等 限界利益 増	80	ビール類計 -8億 (ビール類減 -5千kl) ビール類以外計 0億 (RTD減 -5千kl、 ノンアル増 0千kl) 他 品種構成差異等 88億
	原材料費 増	-36	市況の高騰等
	販売費 減	42	広告費減 30億 販売促進費減 13億 (計142億→99億)
	その他費用 増	-11	電力・燃料費増 他
	計	75	
	23年1Q 事業利益	142	

(千KL)	23年 1Q実績	22年 1Q実績	増減 %	市場 (カテゴリー)
ビール類計*	—	—	-1.5%	2%
RTD	92	97	-5.4%	-1%
ノンアルコール飲料	8	7	4.4%	—
*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				
一番搾りブランド計	69	62	11.5%	13%
スプリングバレーブランド計	5	5	6.1%	—
淡麗グリーンラベル	33	36	-9.2%	3%
本麒麟	40	47	-16.4%	-9%
氷結ブランド計	60	58	2.2%	-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。
- ▶ 業務用チャネルは、新型コロナウイルスに関する規制の緩和による外食需要回復により、販売数量が前年を上回って推移しました。家庭用チャネルの販売数量は、外食需要回復に伴い家飲み需要が減退した影響で前年を下回りましたが、前年実施した価格改定効果やビールカテゴリーへのシフト加速により増収となりました。
- ▶ 主力ブランドの「一番搾りブランド」は、主に業務用チャネルが牽引し好調に推移しました。また注力する「スプリングバレーブランド」は、前年発売したシルクエール〈白〉の増分に加え、豊潤〈496〉のリニューアルも寄与し好調に推移しました。

販売数量 前年比	増減 %	市場
ビール類 業務用**	約6割	約7割
ビール類 家庭用**	-8%	-8%

** 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。
- ▶ なお、販売費は前年実施した施策の反動で減少しておりますが、年初計画に基づきブランド投資を強化していきます。

2023年度 1Q実績：キリンビバレッジ

(億円)	23年1Q実績	22年1Q実績	増減	%
売上収益	519	509	9	1.8%
事業利益	25	25	0	0.7%

22年1Q 事業利益 (億円)		25	主要内容
対前年増減	清涼飲料限界利益 増	17	販売数量減 -485万ケース -21億 商品・容器構成差異等 38億
	原材料費等 増	-22	原料費増 -8億、材料費増 -10億、 加工費増 -4億
	販売費 減	2	販売促進費減 5億、広告費増 -3億 (計42億 → 40億)
	その他費用 減	3	
	計	0	
23年1Q 事業利益		25	

販売数量 (万ケース)		23年1Q実績	22年1Q実績	増減 %
領域別	食領域	3,331	3,818	-12.8%
	ヘルスサイエンス領域	457	455	0.5%
	うちプラズマ乳酸菌飲料	171	158	8.5%
容器別	缶	509	529	-3.9%
	大型PET	903	1,352	-33.2%
	小型PET	2,000	1,998	0.1%
	その他	376	394	-4.5%
計		3,788	4,273	-11.3%

販売数量 (万ケース)		23年1Q実績	22年1Q実績	増減 %
ブランド別	午後の紅茶	1,112	1,138	-2.4%
	生茶	489	532	-8.0%



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。
- ▶ 継続した健康志向への高まりにより、プラズマ乳酸菌飲料の売上収益は、前年同期比で約2割増となりました。
- ▶ 主力ブランドである「午後の紅茶」は、「午後の紅茶 おいしい無糖 ミルクティー」の新発売もあり、「生茶」と合わせた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前年並となりました。

2023年度 1Q実績：ライオン

	円ベース (億円)				豪ドルベース (million AUD)			
	23年1Q 実績	22年1Q 実績	増減	%	23年1Q 実績	22年1Q 実績	増減	%
売上収益	627	537	90	16.8%	688	629	58	9.2%
豪州・NZ	453	384	69	18.0%	497	451	45	10.1%
北米クラフト他	174	152	22	14.5%	191	178	13	7.5%
事業利益	35	46	-11	-23.0%	39	54	-15	-28.0%
豪州・NZ	20	29	-10	-31.0%	22	34	-13	-36.3%
北米クラフト他	15	16	-1	-6.3%	17	19	-3	-13.5%

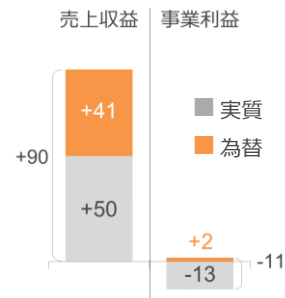
豪州・NZ事業利益増減 (million AUD)

22年1Q 事業利益		34
豪州・NZ	数量	11
	その他*	-23
23年1Q 事業利益		22

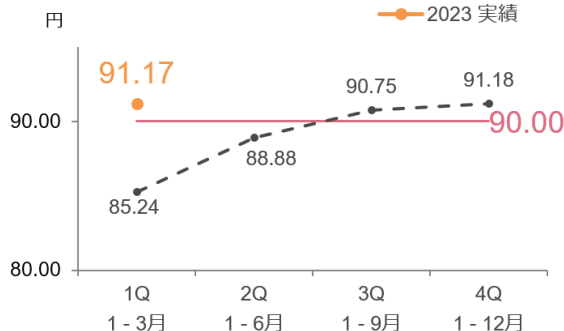
* 本社コストは、豪州・NZを含む

※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+5%、豪州のみでは+4%。
※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1Q実績 (億円)



AUD (オーストラリア・ドル)



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+9.2%、円ベース+16.8%）。
- 豪州・NZは、業務用を中心に販売数量が伸長し、Hahnなど主力ブランドが好調に推移したことや価格改定効果などもあり、増収となりました。
- 北米クラフトビールは、Voodoo Rangerブランドが新商品Fruit Force発売も寄与し好調に推移したことや、価格改定効果などもあり、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-28.0%、円ベース-23.0%）。
- 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。

2023年度 1Q実績：協和キリン

(億円)	23年1Q実績	22年1Q実績	増減	%
売上収益	934	876	58	6.6%
協和キリン	935	878	58	6.6%
セグメント間取引消去	-1	-1	0	—
事業利益	162	159	3	1.8%
協和キリン	162	159	3	1.8%



補足

売上収益

- 日本の売上収益は、「ダーブロック」「ロミプレート」「クリスビータ」などが伸長したものの、2022年4月の薬価改定影響等により減収となりました。
- 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「Crysvita」や「Nesp」などの売上が増加し、増収となりました。
- その他の売上収益は、ベンラリズムブ等の技術収入の増加により、増収となりました。

事業利益

- 事業利益は4月27日からの北米での「Crysvita」自社販売開始に向けた人件費等の増加や、グローバル事業基盤の確立に向けたITデジタル基盤や人材への投資による販売費及び一般管理費の増加に加え、KKH4083などの開発進展に伴う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欧米の販売好調や技術収入の売上収益の増加により、増益となりました。

業績予想修正

- 協和キリンはReata Pharmaceuticals Holdings社から導入した低分子化合物バルドキソロンメチル（RTA 402）の開発中止の決定に基づき、関連する無形資産（仕掛研究開発費）について減損することを2023年5月に決定しました。これに伴い2023年12月期第2四半期連結会計期間において、減損損失8,275百万円を計上する予定であることから、協和キリンの通期の連結業績予想を修正しています。
- 本修正に伴う、キリンホールディングスの業績予想修正はありません。

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1Q	22年1Q	23年1Q	22年1Q
日本	23	20	4	5
北米	188	158	43	33
EMEA	80	63	15	9
APAC	3	0	—	—
合計	294	242	63	47

2023年度 1Q実績：コーク・ノースイースト

円ベース（億円）

	23年1Q実績	22年1Q実績	増減	%
売上収益	545	416	130	31.2%
事業利益	69	43	26	61.1%

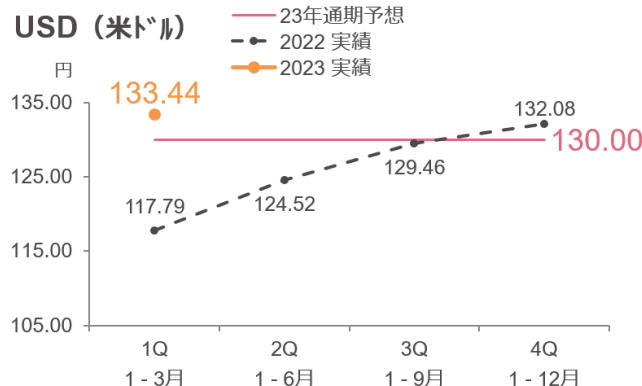
USDベース（million \$）

	23年1Q実績	22年1Q実績	増減	%
売上収益	409	353	56	15.9%
事業利益	52	37	15	42.2%



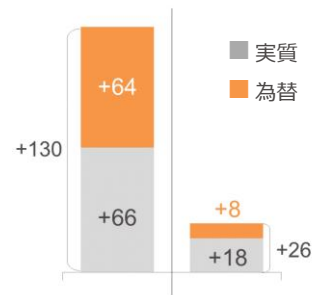
売上収益・事業利益

- 売上収益は、米国におけるインフレ率の上昇による影響等を受け販売数量は前年並みに落ち着いたものの、価格改定効果等が寄与して増収となりました（前年同期比 現地通貨ベース+15.9%、円ベース+31.2%）。
- 事業利益は、継続する原材料や人件費のコスト上昇等を売上収益の拡大により相殺し、対前年で増益となりました（前年同期比 現地通貨ベース+42.2%、円ベース+61.1%）。



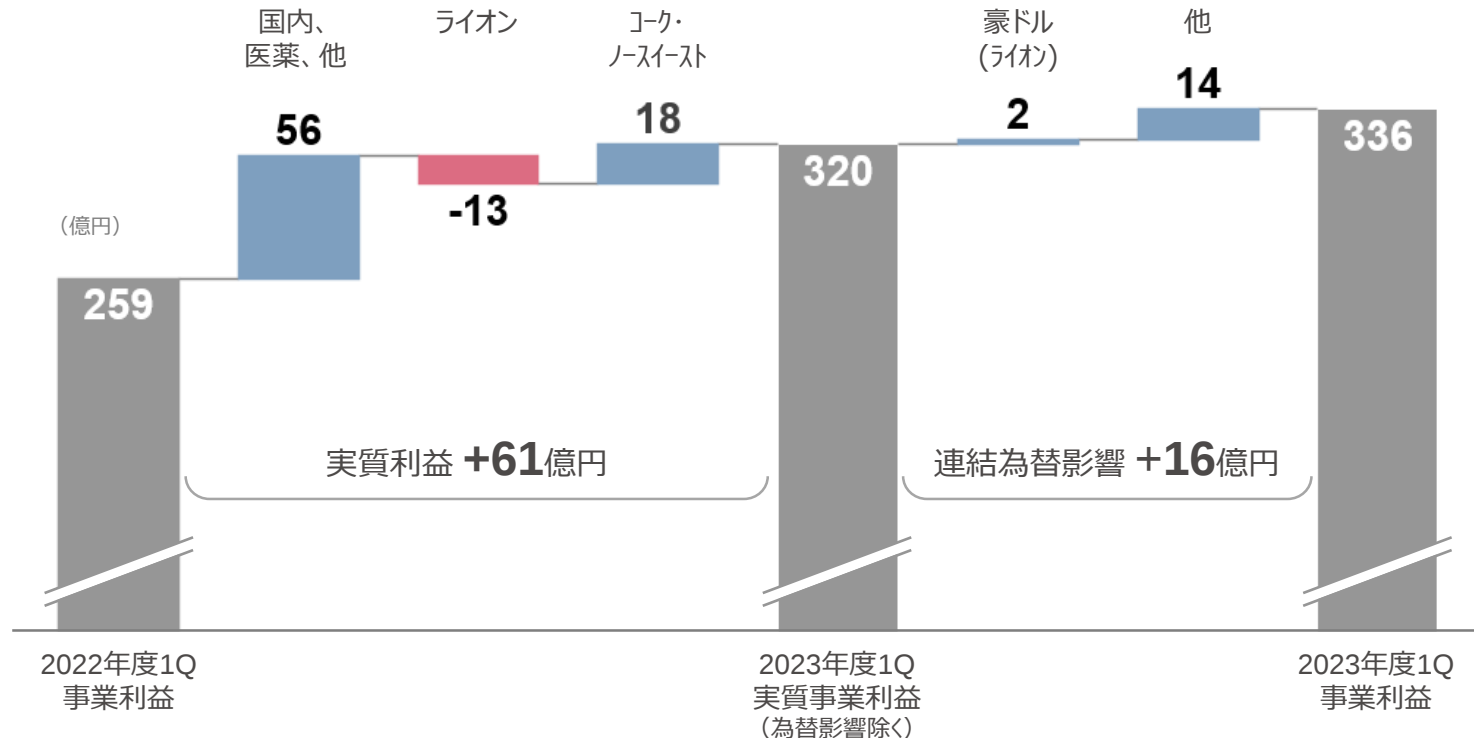
連結為替影響 23年1Q実績（億円）

売上収益 事業利益



2023年度 1Q実績：連結為替影響

➤ 円安等を受け、連結為替影響は+16億円



財政状態計算書 キャッシュ・フロー計算書

(億円)	23年1Q実績	22年4Q実績	増減
資産合計	24,696	25,423	-727
資本合計	12,317	12,532	-215
負債合計	12,378	12,891	-512
ROIC ※1	—	8.5	—
グロスDEレシオ	0.57	0.53	—
ネットDebt／平準化EBITDA ※2	—	1.6	—
PBR(株価純資産倍率) ※3	1.7	1.7	—
ROICとネットDebt／平準化EBITDAは4Qのみ開示			

(億円)	23年1Q実績	22年1Q実績	増減
営業活動CF	419	165	253
投資活動CF	-314	-625	311
フリーCF	104	-459	564
財務活動CF	-86	385	-471

※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



財政状態計算書

- ▶ **資産合計**：前年度末が休日であったこと等による営業債権及びその他の債権の減少により、前年度末に比べ727億円減少して2兆4,696億円となりました。
- ▶ **資本合計**：利益剰余金の減少等により、前年度末に比べ215億円減少して1兆2,317億円となりました。
- ▶ **負債合計**：営業債務及びその他の債務、未払酒税の減少により、前年度末に比べ512億円減少して1兆2,378億円となりました。
- ▶ **グロスDEレシオ**：有利子負債が319億円増加したことや、親会社の所有者に帰属する持分が81億円減少したことにより、期末に比べ上昇しました。
- ▶ **PBR**：期末株価終値が4%上昇したことに加え、親会社の所有者に帰属する持分が81億円減少し、前年度末並となりました。

キャッシュ・フロー計算書

- ▶ **営業活動CF**：運転資金の流入は154億円減少、法人所得税の支払額は105億円減少しました。
- ▶ **投資活動CF**：有形固定資産及び無形資産の売却により14億円の収入がありました。一方、有形固定資産及び無形資産の取得については、前年同期に比べ110億円増加の289億円を支出、また子会社株式の売却により50億円を支出しました。
- ▶ **財務活動CF**：長期借入により500億円の収入がありました。一方、配当金の支払により363億円、長期借入金の返済により100億円、コマーシャル・ペーパーの減少により80億円の支出がありました。

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.



よろこびがつなぐ世界へ Joy brings us together