



キリングループ[°] 2023年度12月期 第2四半期決算

2023年8月8日
キリンホールディングス株式会社

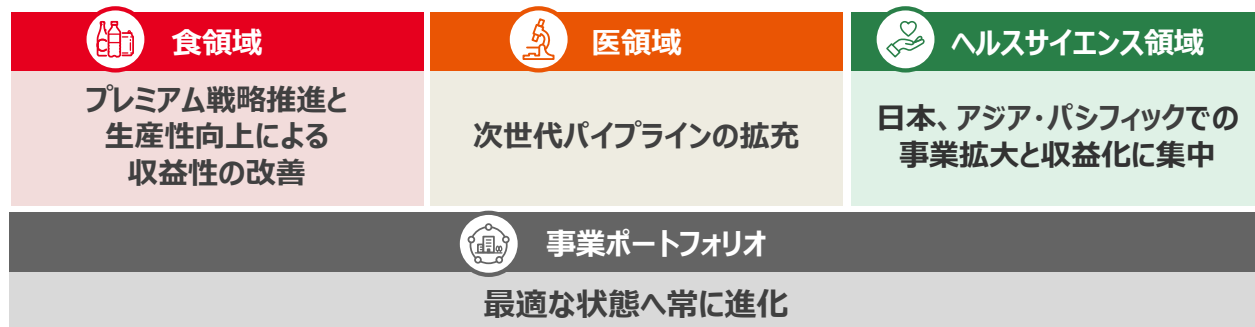
企業価値向上に向けて

Joy brings us together

- 皆様、おはようございます。麒麟ホールディングスの磯崎です。
- 日頃は、キリングroup製品へのご愛顧、ならびに企業活動へのご理解とご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。
- 本日は、「企業価値向上に向けて」というテーマで、皆さんにお話ししたいと思います。

課題 当社のPBRは1倍を大きく超えるが、目指す企業価値とは乖離がある

企業価値向上の取り組みを推進



 **中長期の企業価値向上のためには既存領域に加えて成長領域の貢献が必要不可欠**

- 最近、海外投資家が日本の上場会社の再評価を行い、従来に増して「企業価値を高める経営」が重要なテーマとなっています。
- 当社は以前から企業価値を意識した経営を推進しており、PBRは1倍を超えておりますが、キリングroupとして目指す企業価値を考えると、満足できる水準ではありません。
- 短期的な利益やEPSの安定性だけ考えれば、酒類・清涼飲料を中心とした食領域だけに集中すればよいかもしれません。しかしながら、キリンが事業を展開する市場では、少子高齢化や価値観の変化により、今後大きな数量成長を見込むのは難しい状況です。
- そのため、中長期での企業価値向上に向けて、事業構造の転換というあえてハードな道を選択しているのがキリングroupです。
- グループの企業価値を高めていくために、主に4つの課題に取り組んでいます。
- 先ずは、食領域におけるプレミアム戦略の推進と生産性向上による収益性の改善です。2つ目は、医領域における次世代パイプラインの拡充、3つ目は、ヘルスサイエンス領域における日本とアジア・パシフィックでの事業拡大と収益化、そして最後に事業ポートフォリオの継続的な見直しです。
- それでは、これら4つの取り組みについて、それぞれ次のページ以降で説明していきます。

		プレミアム戦略推進	生産性向上
酒類事業	キリンビール 	クラフトビールの規模拡大と 国産ウイスキーの輸出本格化 - 着実に成長も、市場拡大の実現を目指す	営業組織の最適化 - 国内ではトップクラスの利益率だが、 より高い収益性を目指す
	ライオン 	主力ブランド群の再活性化& クラフトビールの育成 - ブランド投資を継続的に実施	新たなオペレーティング・モデルによる 収益性の向上 - 計画策定は完了し、実行フェーズに移行
	ライオン・ フォアローゼズ 	クラフトビール・ プレミアムバーボンウイスキーの拡大	Bell's統合が概ね完了& 製造能力の増強
飲料事業	キリンビバレッジ 	ヘルスサイエンス領域の強化 - 中高価格帯へのシフトを推進中	営業組織の最適化 - 国内ではトップクラスの利益率だが、 より高い収益性を目指す
	コーク・ ノースイースト 	戦略的な価格改定に加え 高単価商品への注力を実施	コスト最適策によりボトラー事業 の中で高水準の利益率を保持

© Kirin Holdings Company, Limited

 成果が出ている取り組み
  今後加速させる取り組みないし実行フェーズのもの

4

- 食領域については、今年の2月の決算発表時にお示した、プレミアム戦略の推進と生産性の向上の2つの切り口で、進捗をご報告いたします。
- まず、酒類事業です。
- キリンビールのプレミアム戦略については、Investor Dayで社長の堀口より説明を致しました。
- 日本のクラフトビールは、新たなカテゴリーのため、簡単に拡大できるものではありません。しかし、成熟市場における利益成長の実現のために、引き続き取り組んで参ります。
- また国産ウイスキーの輸出についても積極的に進め、海外における高単価での販売を実現していきます。
- 国内酒類事業は、事業利益率では他社に負けない水準にありますが、現状に満足することなく、より高い収益性の実現に向けて生産性を上げて参ります。
- 具体的には、市場変化に合わせた組織の最適化に取り組む予定ですが、内容の公表はもう少しお待ちいただければと思います。
- LIONのプレミアム戦略や生産性の向上についてもInvestor DayでCEOのSamが説明しました。グローバルで大きな成果を上げてきたCEOが、新たなオペレーティング・モデルによる収益性の向上を進めて参ります。
- 北米における酒類事業であるLIONの北米クラフトやフォアローゼズは、プレミアム戦略と生産性の向上の両方で順調な進捗を示しています。
- 続いて、飲料事業です。
- キリンビバレッジでは、引き続きヘルスサイエンス関連商品の強化に取り組んでおり、特に「おいしい免疫ケア」は販売が好調です。事業全体として平均販売単価の上昇が実現できるように、引き続きビジネスを加速していきます。
- 生産性の向上については、キリンビールと同様に今後取り組む課題であります。
- 北米のコーク・ノースイーストは、適切な価格改定が実施できており、販売商品の中でも高単価の商品を優先することで、販売単価の上昇を実現しております。引き続き、コスト最適策も実施することにより、この数年で高めてきた利益率を維持して参ります。

開発パイプラインの着実な進捗

**KHK
4083**

(rocatinlimab)

- アトピー性皮膚炎 Ph3 進行中
- 喘息 Ph2 実施決定

**KHK
4951**

(tivozanib)

- 滲出型加齢黄斑変性 Ph2 年内開始

直近開発中止となったもの

**ME-
401**

(ザンデルシブ)
B細胞
悪性腫瘍

**RTA
402**

(バルドキソロンメチル)
糖尿病性腎臓病

中長期成長を牽引するパイプラインの拡充

外部導入と自社開発の両面から
パイプラインの拡充を図り
持続的な成長を目指す

実現に向けて



ベンチャースピリットにより
価値創出する
R&D組織へ進化

- 医領域を担う協和キリンについては、クリースピータを中心としたグローバル展開により短期的には順調な業績が望めます。
- 一方、今後の企業価値向上のために必要なのは、将来に向けたパイプラインの拡充です。
- KHK4083はアトピー性皮膚炎の治療薬としてフェーズ3の試験を進めています。並行して、ぜん息の治療薬としてフェーズ2の試験も実施することが決まりました。他にも、眼に関する血管障害の治療薬KHK4951など、順調に開発が進んでいるパイプラインがある一方で、今年になって開発中止になったものもあります。
- 今後の企業価値向上のために必要なパイプラインの拡充は、外部からの導入と自社による開発の両面から図っていくことになります。
- 外部からの導入を実現するためには、目利き力が重要であることは言うまでもありません。一方、自社でのパイプラインの開発を進めていくにはR&D部門の組織風土としてベンチャースピリットが必要だと考えています。
- 特に、希少疾患を中心に取り扱う協和キリンにとって、その開発を進めていくには尖った人財が自由に開発を推し進める必要があります。そのような人財を揃えること、またそうした人財が組織で育成され、自由に研究開発ができるような風土が作られることにより、R&D機能が価値を創出できる組織となり、パイプラインも充実させていくことが可能となります。

買収手続きの進捗

Blackmores社株主総会、
豪州裁判所、中国当局等

全ての承認が完了

- 8/10にクローリング予定
- **Day1以降のスムーズな統合**に向けて準備中

© Kirin Holdings Company, Limited

今後 目指す規模感

売上収益 **1,000**億円

事業利益率 **15%以上**



- ヘルスサイエンス領域については、4月に発表したBlackmores社の買収手続きについての状況をお話します。
- 現在、必要とされる当局からの承認をすべて完了し、7月には創業者であるマークス・ブラックモア氏をはじめとした多くの株主の方々から現地の株主総会で賛成をいただきました。明日8/10にはクローリングが完了する予定です。
- ヘルスサイエンス領域におけるアジア・パシフィックでの事業拡大と収益化に向けて、「Blackmoresの獲得により重要なパズルのピースがはまった」と表現しております。クローリング完了直後から麒麟との統合をスムーズに進められるようにしっかりと準備を進めております。
- 今後、Blackmoresとして目指したい規模は、売上1,000億円、事業利益率15%以上を考えおり、投資金額に対する期待収益以上のリターンを目指していきます。

Blackmores社 PMI*

組織能力

- 重要なポジションにキリンHDの人財を複数名派遣
- 現マネジメントとの一体となった経営により、ヘルスサイエンスの組織能力を向上

PMI 体制

- 過去の学びやデューデリジェンスで得た知見を基に、各機能から人財をアサインしたPMI体制を発足
- Blackmoresの計画達成、付加価値創出の実現にコミット



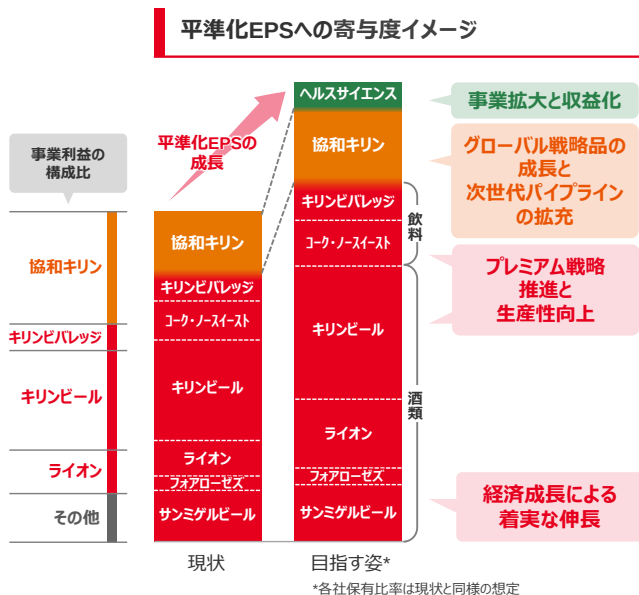
Blackmoresの成長を加速

- スペシャリティ素材の提供
- 新たな商品形態などの商品開発
- SCM改善や品質保証体制の再構築 etc



* 記載内容は現時点での予定でありクロージング後に実施

- BlackmoresとのPMIについては、改めて9月のIRのイベントで説明したいと思っておりますので、今日はポイントのみお伝えしたいと思います。
- まずは組織能力の点です。ここにはクロージング直後から、現地の重要ポジションにキリンから優秀な人財を選び抜いて派遣いたします。追加的な付加価値を創出することを現在のマネジメントチームと一体となって目指し、グループとしてヘルスサイエンスの組織能力の強化につなげていきます。
- PMIについては、現地に派遣する駐在員に加えてキリングループの生産・物流・R&Dなどの各機能がラインごとに密接に連携し、価値創造を目指していきます。この体制により、今後発表することになるBlackmoresの事業計画の達成にコミットしていきます。
- 統合プレミアムの創出に向けて一緒に取り組んでいくことの例を挙げますと、まずはキリングループのスペシャリティ素材を提供することです。Blackmoresの効能と信頼性が高いブランドに、プラズマ乳酸菌などのキリンの高付加価値素材を投入して参ります。また、サプリメント以外の商品形態の開発などにも積極的に取り組んでいきます。
- それに加えて、キリングループの強みを活かし、SCMや品質面についてもより生産性を上げるなど、統合によるコストメリットが出せる余地も十分あると考えています。グループの力を結集して、アジア・オセアニアでのヘルスサイエンス事業の価値を最大化していきます。



現状

- ヘルスサイエンス領域は先行投資が必要であり、平準化EPSへの寄与がない
- 平準化EPSへの貢献が大きい持分法投資損益や北米事業は企業価値評価に織り込まれにくい

打ち手

1 ヘルスサイエンス領域の平準化EPS貢献を実現&可視化

現事業の収益化と更なる戦略的投資の探索 + 事業ポートフォリオの継続的な見直し

2 事業領域間シナジーを創出&可視化

現事業ポートフォリオを保有している目的をより明確に示す

- キリングroupの企業価値を上げていくためには、各領域が課題解決していくことはもちろん大事ですが、グループとしての事業ポートフォリオも常に見直していく必要があります。
- キリングroupの事業ポートフォリオを見ると、経常的な業績を測る事業利益の構成比では、麒麟ビールと協和麒麟が大きな部分を占め、残りは食領域の各事業で大部分が成り立っています。
- ところが、私たちが重要な財務KPIとして使用し、株主の皆様への貢献を示す平準化EPSへの貢献度合いで見ると、少し見え方は異なってきます。
- まず、事業利益には反映されず企業価値に織り込まれにくい持分法適用のサンミゲルビールの貢献が大きいことが分かります。
- 北米のコーク・ノースイーストやバーボン事業のフォアローゼズは、事業利益への貢献と共にEPSにも大きく貢献しています。一方で、ヘルスサイエンスの貢献はこれからになります。

- 今後の目指す姿としては、ヘルスサイエンスの事業をEPSに貢献できる事業にしていくことが最優先課題です。またそれを投資家の皆様にも可視化していかなければいけません。
- ヘルスサイエンスについては、当面はBlackmoresの価値最大化に注力しますが、今後、EPSへの貢献をさらに高めるためには、さらなる戦略投資の探索も必要と考えています。新たな投資の規模によっては、EPSやROICの影響も考えつつ、既存事業との入れ替えの検討も行います。
- 事業ポートフォリオについては、頻繁に取締役会で議論を行っておりますが、今後も株主価値向上に向けて最適な状態にするために、継続的に議論していきます。
- また、各事業の成長はもちろんのこと、その事業が同じグループにいて付加価値を創出し続けられることを明確に説明していくことが必要です。
- 酒類・飲料・医薬・ヘルスサイエンスの各事業が株主価値向上に向けて、有機的に結びついているグループを目指していきます。

地域別の構成比 FY2022実績

*売上収益は全て酒税抜き



9

- 事業のポートフォリオに関して、もう一つお伝えしたいのは、キリングループの地域ごとのポートフォリオです。
- 日本はもちろんグループ内で最も大きな業績貢献がありますが、事業利益という観点では、北米も大きく貢献しています。
- 北米における食領域では、北米クラフトをはじめ、コーク・ノースイーストやフォアローゼズが大きく成長しており、医領域も米国でCRYSVITAが順調に拡大しています。
- 一方で、アジア・オセアニアでは、サンミゲルがEPSに大きく貢献しております。
- また、事業利益の貢献は現状ではそこまで大きくありませんが、今後、Lionの収益性改善とBlackmoresの成長加速により構成比が上がってくるのが期待できます。
- 北米やアジア・パシフィックでは、将来的に高い成長が見込まれるなど、地域ごとの特性も考慮しながら、事業ポートフォリオを議論して参ります。

Environment

環境報告書2023 発行

- ▶ TCFD・TNFD等に基づいた、より統合的な環境経営情報を掲載
- ▶ 投資計画・資金調達計画を含む気候変動に対する移行計画を開示

詳細はこちら



キリンビール、協和キリン、メルシャンに続き
 キリンビバレッジ湘南工場
 PPA*認定モデル導入による
 太陽光発電電力の活用

2024年
 5月に
 開始予定

*Power Purchase Agreement

Social

 プラズマ乳酸菌の発見・商品化が
 「令和5年全国発明表彰」で「恩賜発明賞」を受賞

- ▶ 健康食品素材としては初、食品企業では59年ぶりの受賞
- ▶ 皇室からの御下賜金を拝受して行う全国発明表彰の象徴的な賞として、最も優秀と認められる発明等の完成者に贈呈
- ▶ 研究開発・事業化・知財戦略を掛け合わせて競争優位性を実現


 スリランカ紅茶農園における
 人的影響評価レポートを更新

詳細はこちら



統合レポート2023 発行

- ▶ 発酵・バイオテクノロジーを強みに「食・医・ヘルスサイエンス」の3つの事業領域において価値創造に取り組む姿を具体事例と共に説明
- ▶ 専門性と多様性をキーとした人財戦略では比較可能な定量情報に加えてキリングroup独自の指標項目を設定
- ▶ 非財務情報の第三者保証の取得対象を、GHG排出量に加えて水や容器、従業員に関するデータに拡大

詳細はこちら

解説動画はこちら

(約10分)



- 最後に、ESGの観点からお話します。
- 今回は、プラズマ乳酸菌を活用した食品の発明が「恩賜発明賞」という最高位の表彰に選ばれたことをお話したいと思います。これは、日本の科学技術の向上と発展に寄与する優れた発明について、その顕著な功績を皇室からたたえられる大変名誉ある素晴らしい表彰です。
- 本受賞は、健康食品素材としては初、食品企業では1964年以来、59年ぶりの受賞となります。
- これは、キリンホールディングスの研究者たちが、粘り強く研究を進めてきた賜物であると思います。
- 世の中の大きな変化を捉え、その中に成長の機会を見い出せる企業こそが存続でき、持続的に企業価値を高められると信じております。
- 今後も現状に満足せず、社会課題の解決に邁進して参ります。投資家の皆様との対話を積み重ね、課題を一つずつ解決することで、世界のCSV先進企業を目指します。今後のキリングroupの成長にご期待ください。

資本コストを意識した経営の実現に向けて

Joy brings us together

- 皆様、おはようございます。麒麟ホールディングスの秋枝です。
- 私からは、まず、資本コストを意識した経営についてお話しさせていただき、その後、決算概要についてご説明いたします。
- それでは早速、決算説明資料の12ページをご覧ください。

現状

- 2019年中計より財務目標の指標として、**平準化EPS年平均成長率**とともに**ROIC**を採用
- 2022年実績では資本コスト（グループWACC:約6%）を上回る資本収益性（ROIC:8.5%）
- 株価や時価総額に関する分析・評価は年に複数回、**取締役会における事業ポートフォリオの議論の中で実施**
- **中計財務目標と連動した役員報酬制度**を運用

方針・目標

平準化EPS

- 各事業領域での戦略推進に加えて事業領域間シナジーを創出することで利益成長を実現 *P8参照

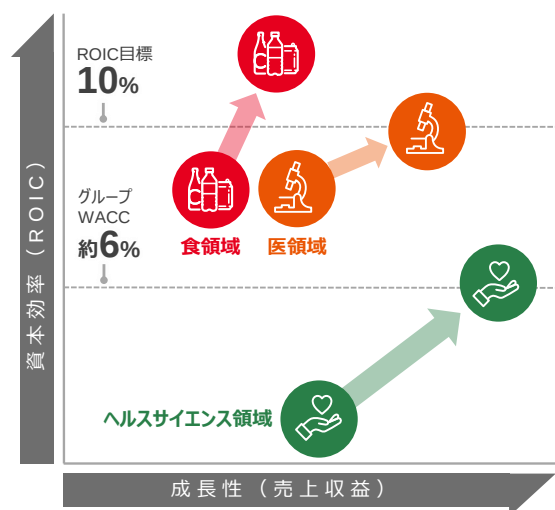
ROIC

- 資本コストに対する超過（ROICスプレッド）を拡大し、継続的に**10%以上**を目指す
- 事業ステージに合わせ、**事業会社毎に中長期で目指すROICを設定し、改善に取り組む**



- キリングroupでは以前より資本コストや企業価値を意識した経営を推進しています。
- 前中計から財務KPIとして、平準化EPSの年平均成長率に加えてROICを採用し、株価や時価総額についても、事業ポートフォリオとともに取締役会にて定期的に議論をしております。
- また、役員報酬制度を平準化EPSやROIC、非財務指標と連動させることで、株主目線で経営ができるように設計しています。
- 今後も、引き続きROICは10%以上を目指しますが、どのように改善を目指していくかについて、次ページにてご説明します。

事業領域ごとのROIC・成長性の目指す方向



ROIC改善の今後の取り組み

グループの経営資源の最適化

- 事業ポートフォリオの継続的な見直し
- ROICを基準とした規律ある投資判断
- グローバルCMS等による資金効率改善

各事業のキャッシュ創出力の強化と効率性向上

- プレミアム戦略推進と生産性向上による収益性の改善と、適切な設備投資等、資本効率を重視した経営の推進
- グローバル戦略品の伸長による収益拡大と、開発パイプラインの充実に向けた戦略投資*及び開発加速
- Blackmoresとの付加価値創出や協和発酵バイオの構造改革による早期の収益化と、戦略的投資*機会の探索

* ROICは戦略的投資発生時に一時的に低下することは許容

- 左の図は、各事業領域のROIC・成長性についての現状と、今後目指す方向を示しております。
- 食領域は数量の成長ではなく、単価アップによる売上収益の増加と利益率の向上に重点を置いています。投下資本に対するリターンを意識した設備投資を行うなど、資本効率を重視した事業運営で、グループのROIC向上を牽引していきます。
- 医領域では、グローバル戦略品がキャッシュを稼いでいる間に、次世代パイプライン拡充のための投資を行うサイクルを回していきます。
- ヘルスサイエンス領域は、まずは早期の黒字化を図り、WACCを超えるリターンを生み出すことが必要です。同時に、さらなる規模拡大を実現するための戦略的な投資機会も探索します。
- このように事業サイドでは、領域別や会社別に中長期的なROICの目標を設定し、キャッシュの創出力を高め、効率性も向上させることで、改善に取り組んでいきます。
- 一方で、グループ経営の視点から、事業ポートフォリオの継続的な見直しや、適切な投資判断など、全体の経営資源のアロケーションを最適化することに取り組んでいます。
- 大型の戦略的投資を行った際には、一時的にROICが低下することも許容しますが、グループ全体として、資本コスト約6%を超えるROIC10%以上を常に目指し、企業価値のさらなる向上を図ります。

2023年 第2四半期決算概要

Joy brings us together

- ここからは、決算概要についてご説明します。

2023年度 2Q実績

- 連結売上収益は対前年+5.8%、連結事業利益は+4.3%と、増収増益を実現した
- 税引前四半期利益は、第1四半期の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等により、-40.1%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、-42.2%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9円増加となった

2023年度 通期業績予想修正

- 第2四半期における通期業績予想の修正はなし
- 事業会社によっては売上収益及び事業利益の業績予想修正を行うが、事業ポートフォリオ間で補完しあい、期初計画通り、連結事業利益1,920億円の達成を目指す

- 連結売上収益は対前年プラス5.8%の9,702億円、連結事業利益につきましては、対前年プラス4.3%の752億円と、増収増益となりました。
- 税引前四半期利益については、第1四半期で実現したミャンマー事業撤退による為替換算調整勘定約190億円等により、対前年ではマイナス40.1%の571億円となりました。
- 親会社の所有者に帰属する四半期利益については、税引き前四半期利益の減少等により、対前年マイナス42.2%の320億円となりました。
- 平準化EPS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前年より9円プラスの73円となりました。
- なお、第2四半期における、連結ベースの通期業績予想の修正はございません。
- 引き続き、事業利益目標の1,920億円を目指してまいります。

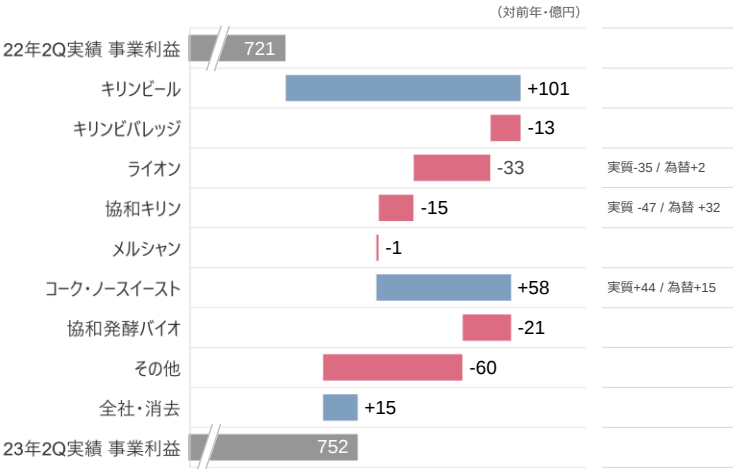
- ▶ プレミアム戦略や価格改定等により、全ての主要会社で増収
- ▶ 原材料等コスト増の影響が継続する中、グループ全体で増益を実現

(億円)	23年2Q実績	22年2Q実績	増減	%
売上収益	9,702	9,170	532	5.8%
事業利益 ※1	752	721	31	4.3%
税引前四半期利益	571	952	-382	-40.1%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	320	554	-234	-42.2%

定量目標	23年2Q実績	22年2Q実績	増減	%
平準化EPS ※2	73円	64円	9円	14.1%

※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.26 参照。

▶ 1Qに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



※「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。

© Kirin Holdings Company, Limited

補足

麒麟ビール

- ▶ 原材料費増を上回る価格改定効果やコストマネジメントにより増益

麒麟ビバレッジ

- ▶ 原材料費増を上回る価格改定効果を実現するも、大型PETを中心とした販売数量の減少等もあり減益

ライオン

- ▶ 売上収益増も、1Qから継続して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

- ▶ 海外の売上収益や技術収入の増加も販売費及び一般管理費の増加や研究開発費の増加により減益

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化により、増益

協和発酵バイオ

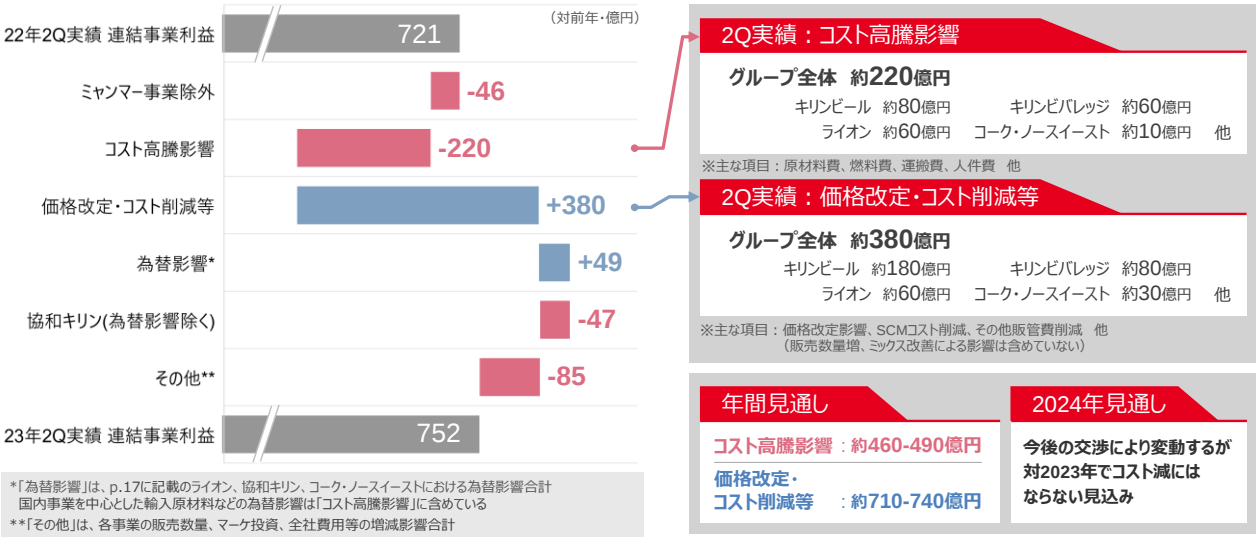
- ▶ 想定以上のアミノ酸の販売減の影響により減益

その他

- ▶ ミャンマー・ブルワリーの除外影響-46億円を含む全社費用・セグメント間消去
- ▶ 費用の未消化等

- 17ページは、事業会社別の事業利益増減となりますが、後ほどご確認ください。

▶ 原材料等のコスト高騰影響を上回る価格改定・コスト削減等により、増益



- 18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220億円のところ、価格改定やコスト削減などによりプラス約380億円と、引き続き、マイナス影響をカバーすることができています。
- なお、年間のコスト高騰見通しに現時点で大きな変化はありません。
- 2024年へのコスト影響は今後、交渉の部分もあるため変動しますが、2023年と比較してコスト減にはならない見通しです。

第2四半期における通期業績予想の修正はなし

通期業績予想

※通期為替予想レートをそれぞれ以下の通り修正
豪ドル90円⇒93円 米ドル130円⇒137円

(億円)	23年通期 (修正なし)	22年通期 (実績)	対前年 増減	%	23年通期 (従来予想)	修正額	%	主な修正額
売上収益	21,150	19,895	1,255	6.3%	21,150	—	—	コーク・ノースイースト+255 / キリンビール-251 / 協和発酵バイオ-76 / キリンビバレッジ-40
事業利益	1,920	1,912	8	0.4%	1,920	—	—	コーク・ノースイースト+55 / ライオン-30 / 協和発酵バイオ-20
税引前利益	1,960	1,914	46	2.4%	1,960	—	—	
親会社の所有者 当期利益	1,130	1,110	20	1.8%	1,130	—	—	

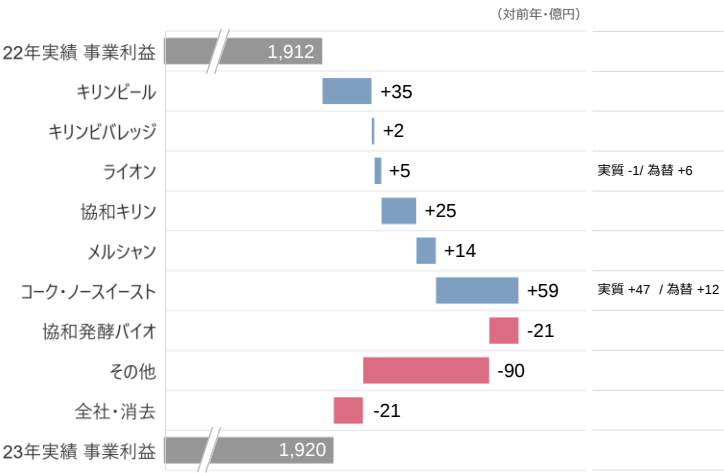
+は期初に対して益方向、- は損方向への修正を指す

定量目標 / 通期予想配当金 (一株当たり)

	23年通期 (修正なし)	22年通期 (実績)	対前年 増減	23年通期 (従来予想)	修正額
ROIC	8.5%	8.5%	—	8.5%	—
平準化EPS	171円	171円	—	171円	—
年間配当金	69円	69円	—	69円	—

- 19ページをご覧ください。
- 連結の通期業績予想についてですが、先ほどもお伝えした通り、連結ベースの通期業績予想の修正はございません。
- ただし、事業会社によっては従来予想から修正を行っております。
- 主な修正としては、好調なコーク・ノースイーストを上方修正した一方で、ライオンや協和発酵バイオを下方修正するとともに、為替の前提も見直しています。

▶ グループ全体で補完し、連結事業利益の期初計画達成を目指す



※「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。

※従来予想からの修正額はp.30を参照。

補足

キリンビール

▶ 販売数量の見直しは下方修正するもコストマネジメント等により、期初計画の達成を目指す。

キリンビバレッジ

▶ 計画通りのマーケティングを行うことで売上収益増を実現し、期初計画の達成を目指す。

ライオン

▶ 消費動向の弱含みに伴う販売数量の減少により下方修正。コスト削減を行いつつ、ブランド投資は継続する。

協和キリン

▶ 期初計画より修正はなく、対前年増益を計画。

コーク・ノースイースト

▶ 上半期の業績好調を反映し、上方修正。

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下方修正。

その他

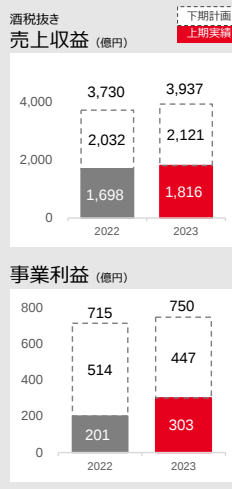
▶ ミャンマー・ブルワリーの除外影響-70億円を含む。期初計画よりやや減少見込み。

全社費用・セグメント間消去

▶ 期初計画よりやや増加見込み。

- 20ページは各社の事業会社別の業績予想修正の増減となりますが、説明は割愛します。
- ここからは、主要会社の下期の取り組みについてご説明しますので、21ページをご覧ください。

実績・計画



© Kirin Holdings Company, Limited

主力ブランドの家庭用が堅調に推移し、価格改定効果やコストマネジメント等により、増収増益。酒税改正前後に変化する需要獲得に取り組み、期初計画の事業利益達成を目指す

上半期の進捗

▶ 強固なブランド体系の構築

ビール類 家庭用計 **市場並に推移**

一番搾り ブランド計 **+6%***

- 一番搾り缶：市場の狭義ビール缶（新商品除く）を上回り堅調に推移**



▶ クラフトビールカテゴリーの確立

スプリングバレーブランド計 **+約2割***

- 限定品サマークラフトエール(香)発売や Home Tap・TAPPYでのラインアップ拡大により、「多様な美味しさ」を訴求
- 店頭での品揃えや露出については、依然伸長の余地がある



▶ 国産ウイスキーの育成・プレミアム化

国産ウイスキー 富士 **欧州での拡販に向けて
ペルノリカル社と契約締結**

*販売数量 対前年増減率 **インテージSRI 1-6月 狭義ビール缶既存品

下半期の取り組み

一番搾りブランドの継続強化 年間計画 **+4%***

- 広告投下や新商品・リニューアルをフックとした店頭露出の強化等、最優先の投資先としてブランド強化を継続



家庭用商品の強化

- エコノミーカテゴリー：酒税改正前後の需要獲得を最大化
- RTD：好調な氷結無糖シリーズのラインアップ拡充



カテゴリーにおけるエントリー層の拡大

- コミュニケーションを刷新し、カテゴリー自体の魅力を訴求
- 売場のコーナー化や飲食店接点拡大等、統合的な活動を他ブルフリーと連携しながら推進
- スプリングバレーブランドから通年の新商品発売



輸出拡大による高単価化推進

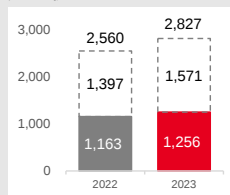
- 欧州を中心に輸出国を18カ国に拡大



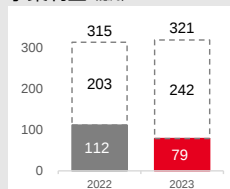
- まずキリンビールですが、酒税改正と価格改定が10月に予定されておりますので、その前後での需要をしっかりと獲得できるように取り組んでいきます。
- 主力の一番搾りブランドを最優先に育成することは継続していきますが、エコノミーブランドやRTDも含めた商品ポートフォリオ全体で、インフレや店頭価格の変化によるお客様の消費行動の変化をとらえるための施策を打っていきます。
- クラフトビールについては、他ブルフリーと連携してクラフトカテゴリーの魅力を訴求する取り組みなどを通じ、カテゴリーのエントリー層拡大を積極的に行っていきます。
- また、国産ウイスキーも、ペルノリカル社など海外のパートナー企業と提携することで、欧米を中心に輸出国を拡大し、高単価での販売を実現させていきます。

実績・計画

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



好調が継続する北米クラフトに加え、市場が4-6月で冷え込む豪州でも好調なブランドが一部出てきているが、全てのブランドにマーケティング改革の効果が出るのは今後。新たなオペレーティング・モデルの実行により、継続的なブランド投資と収益改善を図る

上半期の進捗

下半期の取り組み

	豪州	北米
▶ 主カブランドとクラフトビールの強化 業務用・家庭用 計 ▲3%* - 業務用は対前年+一桁後半%* 主カブランド** ▲一桁前半%* - Hahnは糖質オフ新商品が好調でブランド計+約1割*と好調 クラフトカテゴリー 微減* - 金額ベースでは対前年+一桁半%* - Fermentumは対前年+3割超*と好調	業務用・家庭用 計 年間計画 微増* 主カブランドへの継続的なブランド投資 Tooheys新商品発売によるブランド強化 キリンのRTD商品 豪州初展開 伸長するRTD市場でキリングループの資産を活用 Fermentumの主カブランド Stone&Woodの更なる拡大	▶ 北米プラットフォームの活用 北米クラフト 計 +6%* 好調なVoodoo Rangerブランドに加えてBell'sのTwo Heartedブランド新商品も寄与し、軟調な市場の中、成長を継続 製造能力強化による主カブランドの更なる成長
▶ 新たなオペレーティング・モデル 予定通り計画策定が完了	実行フェーズに移行 20数m AUD 利益改善	

© Kirin Holdings Company, Limited

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

22

- 続いてライオンです。22ページをご覧ください。
- 豪州については、市場が軟調となってきた中でもHahnやStone&Woodなど好調なブランドが出てきている一方で、全体のブランドのモメンタムが変わってくるにはもう少し時間が必要です。
- 北米については、軟調な市場の中でも引き続きVoodoo Rangerを中心に成長を継続しています。
- 今後、新たなオペレーティング・モデルを実行フェーズに移すことで、ブランド育成のための原資を稼ぎ、事業を強くするための環境を整えます。
- また、まだリリース前ではありますが、軟調となっているビールでの売上を補完するためにも、伸長するRTD市場で麒麟のアセットを活用した新ブランドのローンチを計画しています。

実績・計画



© Kirin Holdings Company, Limited

プラズマ乳酸菌やファンケルコラボ商品等、商品ポートフォリオ拡大によるヘルスサイエンスシフトが加速。注力するヘルスサイエンス領域を中心にブランド育成のための投資を継続する

上半期の進捗

ヘルスサイエンス領域への注力

売上収益 **+25%***

プラズマ乳酸菌入り飲料のポートフォリオ拡大

- 4-6月の売上収益 **+80%超***
- おいしい免疫ケアの発売により超小型飲料売上収益 **3倍超***
- 既存品も順調に伸長



「カロリーミットアップルスパークリング」好調

- カロリミットのブランド力×キリンビバレッジの品質・商品開発力により、計画を上回って推移



主カブランド(午後の紅茶・生茶)の強化

両ブランド計の売上収益 **+約3%***

- 「午後の紅茶無糖シリーズ」 好調継続



下半期の取り組み

売上収益 年間計画 **+50%*以上**

上期で拡大した商品ポートフォリオによる最盛期の売上最大化

- 免疫ケアの広告展開や店頭でのコーナー化等

「おいしい免疫ケア」ラインアップ拡充によるシリーズでの展開

- +αの機能を付与した商品の拡大により、店頭プレゼンスと知覚品質を向上



「カロリーミットブレンド茶」発売

FANCL×KIRIN

秋季発売



新商品やリニューアルをフックにブランドを強化

- 生茶：9月 生茶Rich 新発売
- 午後の紅茶無糖シリーズ：9月 リニューアル



*売上収益 対前年増減率

23

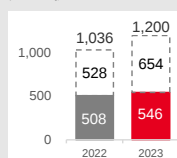
- 23ページをご覧ください。
- キリンビバレッジは上期にプラズマ乳酸菌関連やファンケルコラボなどの新商品を複数、上市しました。下期は最盛期を中心に上市した商品の売上最大化に取り組んでいきます。
- 好調な「おいしい免疫ケア」は、カロリーオフのアイテムに続き、別の機能も加えたアイテムを追加で発売することで、ブランド全体の店頭でのプレゼンスの拡大を目指します。
- またファンケルコラボ商品は、好調なカロリーミットのブランドからブレンド茶を発売し、ヘルスサイエンスへのシフトを加速していきます。

ヘルスサイエンス領域

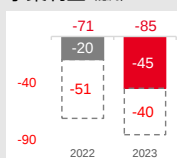
上半期の進捗

下半期の取り組み

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



管理上の集計値であり、キリンビール・キリンパレージのヘルスサイエンス関連商品を含む

下期計画
上期実績

▶ 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) **+40%**

- 注力するサプリメント・超小型飲料で市場を大きくアウトパフォーム



クロック「オールラン免疫ケア」
6月26日 新発売

プラズマ乳酸菌関連売上

※期初計画通り対前年+30%以上を目指す

200億円

- 免疫ケア啓発活動の継続
- 超小型飲料・サプリメント・菌体導出での売上拡大



習慣的に摂取するお客様向け
「iMUSE 免疫ケアサプリメント30日分」9月26日 新発売

▶ Blackmores社

クロージングに向けた
手続きが順調に進捗

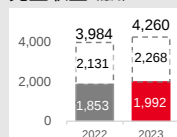
BLACKMORES
| GROUP

クロージング後、速やかにPMIを実施

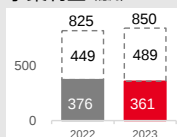
9/27 Health Science Dayにて
CEO Alastair Symington 登壇予定

協和キリン

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



▶ 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)



+25%



+19%

▶ 次世代パイプラインの拡充

研究開発費比率
(当期累計の研究開発費/
売上収益)

1-6月: **17%**

KHK4083の開発が順調に進捗
喘息 Ph2 実施決定

© Kirin Holdings Company, Limited

24

- 24ページをご覧ください。
- ヘルスサイエンス領域では、引き続き清涼飲料に加えて、サプリメントや菌体の販売を拡大させることで、プラズマ乳酸菌関連商品の売上収益200億円を達成します。
- Blackmoresについては、9月27日のIRのイベントにおいて、CEOのAlastair氏に今後の成長戦略を語ってもらう予定です。
- 医領域の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を目指し、販売を強化するとともに、下期以降もKHK4083を中心に次世代パイプラインの拡充を進めてまいります。
- 私からのご説明は以上となります。ご清聴ありがとうございました。

資料編

Joy brings us together

(億円)		23年2Q実績	22年2Q実績
親会社の所有者に帰属する四半期利益	①	320	554
税金等調整後その他営業収益／費用等	②	274	-23
平準化 四半期利益	③＝①＋②	594	530
期中平均株式数（千株）	④	809,834	831,023
平準化EPS（円）	③÷④	73円	64円

2023年度 2Q実績：セグメント別 売上収益



(億円)		23年2Q実績	22年2Q実績	増減	%
連結 売上収益		9,702	9,170	532	5.8%
国内ビール・スピリッツ		3,180	3,034	145	4.8%
	キリンビール	3,005	2,903	102	3.5%
	その他・内部及びセグメント間取引消去	175	131	44	33.3%
国内飲料		1,154	1,135	18	1.6%
	キリンビバレッジ	1,168	1,147	21	1.8%
	セグメント間取引消去	-14	-11	-3	—
オセアニア酒類		1,255	1,163	92	7.9%
	ライオン	1,256	1,163	93	8.0%
	セグメント間取引消去	-1	-0	-0	—
医薬		1,990	1,850	140	7.6%
	協和キリン	1,992	1,853	139	7.5%
	セグメント間取引消去	-2	-2	0	—
その他		2,124	1,987	136	6.9%
	メルシャン	305	282	23	8.2%
	コーク・ノースイースト	1,206	959	247	25.8%
	協和発酵バイオ	262	254	8	3.3%
	その他・内部及びセグメント間取引消去	350	493	-143	-28.9%

2023年度 業績予想修正：セグメント別 売上収益



(億円)		2023年 修正予想	2022年 実績	対前年 増減	%	2023年 従来予想	予想 修正額	%
連結 売上収益		21,150	19,895	1,255	6.3%	21,150	—	—
国内ビール・スピリッツ		6,878	6,635	242	3.7%	7,093	-215	-3.0%
	麒麟ビール	6,502	6,351	151	2.4%	6,753	-251	-3.7%
	その他・内部及びセグメント間取引消去	375	284	91	32.0%	340	35	10.4%
国内飲料		2,674	2,433	241	9.9%	2,717	-43	-1.6%
	麒麟ビバレッジ	2,701	2,458	244	9.9%	2,741	-40	-1.5%
	セグメント間取引消去	-28	-25	-3	—	-25	-3	—
オセアニア酒類		2,826	2,559	267	10.5%	2,843	-16	-0.6%
	ライオン	2,827	2,560	267	10.4%	2,843	-16	-0.6%
	セグメント間取引消去	-0	-1	1	—	-0	—	—
医薬		4,252	3,979	274	6.9%	4,252	—	—
	協和麒麟	4,260	3,984	276	6.9%	4,260	—	—
	セグメント間取引消去	-8	-5	-3	—	-8	—	—
その他		4,520	4,289	231	5.4%	4,246	274	6.5%
	メルシャン	650	605	45	7.4%	655	-5	-0.7%
	コーク・ノースイースト	2,439	2,162	277	12.8%	2,184	255	11.7%
	協和発酵バイオ	552	511	42	8.2%	628	-76	-12.1%
	その他・内部及びセグメント間取引消去	879	1,012	-133	-13.1%	779	101	12.9%

2023年度 2Q実績：セグメント別 事業利益



(億円)		23年2Q実績	22年2Q実績	増減	%
連結 事業利益		752	721	31	4.3%
国内ビール・スピリッツ		327	220	106	48.4%
	麒麟ビール	303	201	101	50.4%
	その他	24	19	5	26.5%
国内飲料		55	68	-13	-19.4%
	麒麟ビバレッジ	55	68	-13	-19.4%
オセアニア酒類		79	112	-33	-29.3%
	ライオン	79	112	-33	-29.3%
医薬		361	376	-15	-3.9%
	協和麒麟	361	376	-15	-3.9%
その他		168	199	-30	-15.2%
	メルシャン	-5	-3	-1	-
	コーク・ノースイースト	167	109	58	53.4%
	協和発酵バイオ	-30	-10	-21	-
	その他	36	103	-66	-64.8%
全社費用・セグメント間取引消去		-239	-254	15	-

2023年度 業績予想修正：セグメント別 事業利益



(億円)		2023年 修正予想	2022年 実績	対前年 増減	%	2023年 従来予想	予想 修正額	%
連結 事業利益		1,920	1,912	8	0.4%	1,920	—	—
国内ビール・スピリッツ		792	747	45	6.1%	783	9	1.2%
	麒麟ビール	750	715	35	4.8%	750	—	—
	その他	42	31	11	34.2%	33	9	27.6%
国内飲料		190	188	2	1.1%	190	—	—
	麒麟ビバレッジ	190	188	2	1.1%	190	—	—
オセアニア酒類		321	315	5	1.7%	351	-30	-8.6%
	ライオン	321	315	5	1.7%	351	-30	-8.6%
医薬		850	825	25	3.1%	850	—	—
	協和麒麟	850	825	25	3.1%	850	—	—
その他		327	375	-48	-12.9%	301	26	8.7%
	メルシャン	8	-6	14	—	8	—	—
	コーク・ノースイースト	322	263	59	22.4%	267	55	20.8%
	協和発酵バイオ	-60	-39	-21	—	-40	-20	—
	その他	57	157	-100	-63.6%	66	-9	-14.2%
全社費用・セグメント間取引消去		-560	-538	-21	—	-555	-5	—

2023年度 2Q実績：キリンビール



(億円)	23年 2Q実績	22年 2Q実績	増減	%
売上収益	3,005	2,903	102	3.5%
酒税抜売上収益	1,816	1,698	118	7.0%
事業利益	303	201	101	50.4%

対前年増減	22年2Q 事業利益 (億円)	201	主要内容
			ビール類計 -36億 (ビール類減 -33千kl)
	酒類等 限界利益 増	145	ビール類以外計 -4億 (RTD減 -12千kl、 ノンアル減 -2千kl) 他
	原材料費 増	-75	品種構成差異等 185億
	販売費 減	46	広告費減 23億 販売促進費減 23億 (計330億→284億)
	その他費用 増	-15	電力・燃料費増 他
	計	101	
	23年2Q 事業利益	303	

(千kl)	23年 2Q実績	22年 2Q実績	増減 %	市場 (カテゴリー)
ビール類計*	679	712	-4.6%	-1%
RTD	194	205	-5.8%	0%
ノンアルコール飲料	19	21	-9.5%	-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	164	155	5.8%	6%
スプリングバレーブランド計	10	9	17.6%	6%
淡麗グリーンラベル	70	77	-7.9%	10%
本麒麟	91	107	-14.4%	-12%
氷結ブランド計	128	124	3.2%	0%

※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



補足

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、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が「5類」に移行したことによる外食需要の回復により、前年を3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で前年を下回り、市場並みに推移しました。
- ▶ 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、サマークラフトエール(香)の発売も寄与し好調に推移しました。

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、販売費は前年の上期に投資を多く配分したため反動で減少しておりますが、期初計画に基づきブランド投資を強化していきます。

販売数量 前年比	増減 %	市場
ビール類 業務用**	+約3割	+約3割
ビール類 家庭用**	-8%	-7%

** 業務用：場・樽・PET商品計、
家庭用：缶計

2023年度 業績予想修正：キリンビール



(億円)		2023年 修正予想	2022年 実績	増減	%	2023年 従来予想	修正額
売上収益		6,502	6,351	151	2.4%	6,753	-251
酒税抜売上収益		3,937	3,730	207	5.5%	4,075	-138
事業利益		750	715	35	4.8%	750	-
2022年 事業利益 実績 (億円)		715	主な内容			2022年 事業利益 実績 (億円)	715
対 前 年 増 減	酒類等 限界利益 増	253	ビール類計 -66億 (ビール類減 -80千kl) ビール類以外計 -7億 (RTD減 -13千kl、 ノンアル減 -5千kl) 品種構成差異等 325億			酒類等 限界利益 増	305
	原材料費 増	-136	市況の高騰等			原材料費 増	-139
	販売費 増	-40	販売促進費・広告費増 (計576億→615億)			販売費 増	-64
	その他費用 増	-42	経費増 他			その他費用 増	-67
	計	35				計	35
2023年 事業利益 修正予想		750				2023年 事業利益 従来予想	750

(千KL)	2023年 修正予想	2022年 実績	増減 %	2023年 従来予想	修正値
ビール類計	1,452	1,532	-5.2%	1,513	-61
RTD	422	435	-2.9%	444	-22
ノンアルコール飲料	41	46	-10.8%	53	-12
一番搾りブランド計	364	351	3.5%	390	-26
スプリングハレーブランド計	29	21	36.5%	37	-7
淡麗グリーンラベル	147	158	-7.0%	155	-8
本麒麟	192	215	-10.6%	210	-18
氷結ブランド計	273	270	0.8%	270	+3

※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

三補足

売上収益	事業利益
➤ 業務用チャネルの販売数量は前年比1割半ばの増加見込み。(19年比3割減)	➤ 限界利益は、販売数量を下方修正するが、価格改定影響により前年増加。
➤ 家庭用チャネルの販売数量は業務用需要の回復や価格改定の影響で減少。	➤ 原材料の市況高騰に伴い、136億円増加。
➤ 売上収益は販売数量の減少により下方修正するが、対前年では+2.4%の増収を計画。	➤ 販売費は期初計画から下方修正するが、対前年で40億円増加。

(億円)		23年2Q実績	22年2Q実績	増減	%
売上収益		1,168	1,147	21	1.8%
事業利益		55	68	-13	-19.4%
対前年増減	22年2Q 事業利益 (億円)	68	主な内容		
	清涼飲料限界利益 増	45	販売数量減 -946万ケース -42億 商品・容器構成差異等 87億		
	原材料費等 増	-57	原料費増 -19億、材料費増 -28億、 加工費増 -10億		
	販売費 増	-4	販売促進費減 3億、広告費増 -7億 (計117億 → 121億)		
	その他費用 減	3			
	計	-13			
	23年2Q 事業利益	55			

販売数量 (万ケース)		23年2Q実績	22年2Q実績	増減 %
領域別	食領域	7,483	8,552	-12.5%
	ヘルスサイエンス領域	1,143	1,019	12.1%
	うちプラズマ乳酸菌入り飲料	405	304	33.3%
容器別	缶	1,072	1,126	-4.8%
	大型PET	2,140	2,981	-28.2%
	小型PET	4,521	4,557	-0.8%
	その他	893	906	-1.4%
計		8,626	9,571	-9.9%
販売数量 (万ケース)		23年2Q実績	22年2Q実績	増減 %
ブランド別	午後の紅茶	2,293	2,324	-1.3%
	生茶	1,185	1,310	-9.5%

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て、新商品が寄与し前年同期比で大きく増収となりました。
- また、主力ブランドである「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、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、販売数量の減少やブランド強化のための販売費の増加により、減益となりました。

2023年度 業績予想修正：キリンビバレッジ



(億円)		2023年 修正予想	2022年 実績	増減	%	2023年 従来予想	修正額
売上収益		2,701	2,458	244	9.9%	2,741	-40
事業利益		190	188	2	1.1%	190	-
対 前 年 増 減	2022年 事業利益 (実績) (億円)	188	主な内容			2022年 事業利益 (実績) (億円)	188
	清涼飲料限界 利益 増	183	販売数量減 -642万ケース -28億 商品・容器構成差異等 211億			清涼飲料 限界利益 増	200
	原材料費等 増	-121	原料費増 -34億、材料費増 -58億、加工費増 -28億			原材料費 増	-136
	販売費 増	-48	販売促進費・広告費増 -48億 (計230億 → 278億)			販売費 増	-52
	その他費用 増	-12				その他費用 増	-10
	計	2				計	2
	2023年 事業利益 修正予想	190				2023年 事業利益 従来予想	190

販売数量 (万ケース)		2023年 予想	2022年 実績	増減 %	2023年 従来予想	修正値
領域別	食領域	16,959	18,194	-6.8%	17,930	-971
	ヘルスサイエンス 領域	2,691	2,099	28.2%	2,834	-143
	うちプラズマ 乳酸菌入り飲料	1,132	660	71.6%	1,006	126
容器別	缶	2,185	2,319	-5.8%	2,305	-120
	大型PET	4,865	6,182	-21.3%	5,767	-902
	小型PET	10,932	9,905	10.4%	10,899	33
	その他	1,668	1,887	-11.6%	1,792	-124
計		19,651	20,293	-3.2%	20,763	-1,112
販売数量 (万ケース)		2023年 予想	2022年 実績	増減 %	2023年 従来予想	修正値
ブランド別	午後の紅茶	5,507	4,995	10.3%	5,200	307
	生茶	2,835	2,832	0.1%	3,230	-395

補足

売上収益

- 売上収益は、販売数量の見直しにより、従来予想から下方修正。
- ヘルスサイエンス領域の売上収益は、期初計画通り+50%以上を目指す。新発売後好調の「おいしい免疫ケア」をはじめとするプラズマ乳酸菌入り飲料に加えて、ファンケルブランドも新商品を投下し、拡大を図る。
- 「午後の紅茶」と「生茶」については、売上収益の前年増を目指す。下半期も新商品やリニューアルをフックに店頭におけるプレゼンスの強化を実施。

事業利益

- 事業利益は期初計画通りを目指す。
- 数量を下方修正するが、原材料費高騰影響が期初想定より発現しないことや価格改定効果により前年並みを目指す。

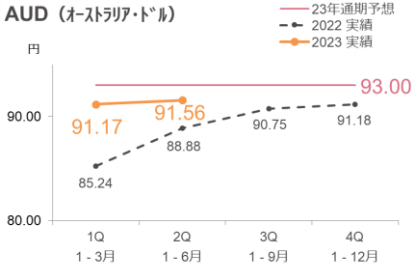
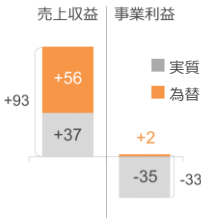
	円ベース (億円)				豪ドルベース (million AUD)			
	23年2Q 実績	22年2Q 実績	増減	%	23年2Q 実績	22年2Q 実績	増減	%
売上収益	1,256	1,163	93	8.0%	1,372	1,309	63	4.8%
豪州・NZ	870	826	43	5.2%	950	930	20	2.1%
北米クラフト他	386	337	49	14.7%	422	379	43	11.3%
事業利益	79	112	-33	-29.3%	86	125	-39	-31.3%
豪州・NZ	37	71	-35	-47.4%	41	79	-39	-48.9%
北米クラフト他	42	41	+1	+0.2%	46	46	-0	-1.0%

豪州・NZ事業利益増減 (million AUD)	
22年2Q 事業利益	79
豪州・NZ 数量	-10
その他*	-29
23年2Q 事業利益	41

* 本社コストは、豪州・NZのその他を含む

※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-1%、豪州のみでは-3%。
※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2Q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+4.8%、円ベース+8.0%）。
- 豪州・NZは、消費者信頼感指数が30年ぶりの低水準となる中でも Fermentum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ブランドの販売好調、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

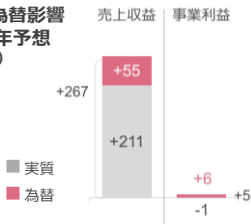
- 事業利益は、現地通貨ベース、円ベースのいずれにおいても減益となりました（前年同期比 現地通貨ベース△31.3%、円ベース△29.3%）。
- 原材料等の高騰影響は価格改定効果で相殺するも、主力ブランド等へのマーケティング投資を強化したことにより、減益となりました。

	円ベース（億円）						豪ドルベース（million AUD）					
	2023年 修正予想	2022年 実績	増減	%	2023年 従来予想	修正額	2023年 修正予想	2022年 実績	増減	%	2023年 従来予想	修正額
売上収益	2,827	2,560	267	10.4%	2,843	-16	3,040	2,808	232	8.3%	3,159	119
豪州・NZ	2,005	1,858	147	7.9%	2,066	-61	2,156	2,038	118	5.8%	2,296	-140
北米クラフト他	822	702	120	17.1%	777	45	884	770	114	14.8%	863	21
事業利益	321	315	5	1.7%	351	-30	345	346	-1	-0.3%	390	-45
豪州・NZ	220	239	-19	-8.0%	253	-33	236	262	-26	-7.2%	281	-45
北米クラフト他	101	76	24	32.0%	98	3	109	84	25	30.1%	109	0

※2023年度から「豪州・NZ」、「北米クラフト他」の明細を記載（本社コストは豪州・NZに含む）。

通期予想レート：93.00円（豪ドル）

連結為替影響
2023年予想
（億円）



補足

売上収益

- ライオン計の売上収益は、販売数量の減少により下方修正するものの、対前年では+8.3%の増収を計画しています。
- 豪州は消費者信頼感指数が30年ぶりの低水準によりアルコールの需要が減少しており販売数量に影響しています。
- 北米クラフト他では、市場が軟調な中でもNew Belgium BrewingのVoodoo Rangerブランドを中心に、成長を継続しており+14.8%の増収を計画しています。

事業利益

- 販売数量減や原材料高騰などによりライオン計の事業利益も下方修正するものの、通期で前年並みとなる見込みです。
- 厳しい外部影響でも、クラフトカテゴリーの拡大によるミックス改善に加え、新たなオペレーティングモデルの実行により下期は増益を目指します。

(億円)	2023年 2Q実績	2022年 2Q実績	増減	%
売上収益	1,990	1,850	140	7.6%
協和キリン	1,992	1,853	139	7.5%
セグメント間 取引消去	-2	-2	0	-
事業利益	361	376	-15	-3.9%
協和キリン	361	376	-15	-3.9%

グローバル戦略品売上収益

(億円)	Crysvita クリースビータ		Poteligeo ポテリジオ	
	23年2Q	22年2Q	23年2Q	22年2Q
日本	48	41	9	10
北米	460	359	94	81
EMEA	153	135	31	21
APAC	6	1	-	-
合計	667	535	134	113

協和キリンの決算発表はこちら

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



三
補足

2023年 2Q実績

- 日本の売上収益は、「ダーブロック」、「ロミプレート」、「クリースビータ」などが伸長したものの、2022年4月及び2023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、EMEAにおけるエスタブリッシュト医薬品の売上の減少や、中国の一部地域で始まった集中購買制度の影響による「Gran」の売上の減少があったものの、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」の売上が増加し、増収となりました。
- その他の売上収益は、ベンラリズマブ等の技術収入の増加により、増収となりました。
- 事業利益は、北米を中心としたグローバル戦略品の売上収益の伸長及び技術収入の増収に伴う売上総利益の増加があったものの、2023年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ため、対前年で減益となりました。

2023年 通期業績予想

- 第2四半期までの実績及びその他特段の変動要因が無いことに鑑みて、修正を行わず期初計画達成を目指します。

	2023年 修正予想	2022年 実績	増減	%	2023年 従来予想	修正額
売上収益	4,252	3,979	274	6.9%	4,252	-
協和キリン	4,260	3,984	276	6.9%	4,260	-
セグメント間 取引消去	-8	-5	-3	-	-8	-
事業利益	850	825	25	3.1%	850	-
協和キリン	850	825	25	3.1%	850	-

2023年度 2Q実績 / 2023年度 業績予想修正 : コーク・ノースイースト



補足

2023年 2Q実績

- ▶ 売上収益は、価格改定実施後も消費が底堅く推移しており、増収となりました（前年同期比 現地通貨ベース+14.7%、円ベース+25.8%）。
- ▶ 事業利益は、人件費の高騰を受けるも、売上収益の増加や原材料費の落ち着きに加え、コスト最適策を講じたことにより対前年で増益となりました（前年同期比 現地通貨ベース+39.9%、円ベース+53.4%）。

2023年 通期業績予想

- ▶ 人件費の上昇といった懸念材料は依然あるものの、上期までの実績に加え、価格改定効果の実現や適切なコストコントロールの継続により、期初計画の売上収益及び事業利益を増額修正。

円ベース (億円)

	23年2Q実績	22年2Q実績	増減	%
売上収益	1,206	959	247	25.8%
事業利益	167	109	58	53.4%

USDルベース (million \$)

	23年2Q実績	22年2Q実績	増減	%
売上収益	883	770	113	14.7%
事業利益	123	88	35	39.9%

円ベース (億円)

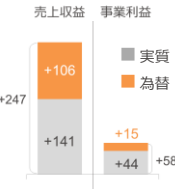
	2023年 修正 予想	2022年 実績	増 減	%	2023年 従来 予想	修正 額
売上収益	2,439	2,162	277	12.8%	2,184	255
事業利益	322	263	59	22.4%	267	55

USDルベース (million \$)

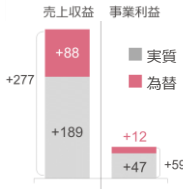
	2023年 修正 予想	2022年 実績	増 減	%	2023年 従来 予想	修正 額
売上収益	1,780	1,637	143	8.8%	1,680	100
事業利益	235	199	36	18.0%	205	30

通期予想レート：137.00円（米ドル）

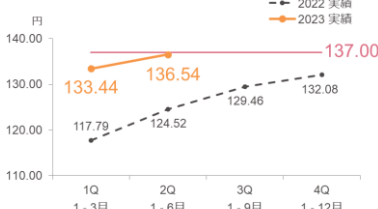
連結為替影響 (対前年) 2023年2Q実績 (億円)



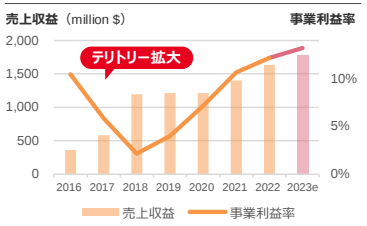
連結為替影響 (対前年) 2023年予想 (億円)



USD (米ドル)



売上収益と事業利益率の推移



コロナ感染影響により一時的に減少したものの、EBITDA・受取配当額ともに安定的に伸長

(百万ペソ)	2022年10月-2023年3月		前年同期
	実績	増減 %	実績
売上高*	75,578	18.3%	63,863
営業利益*	15,728	1.6%	15,484
営業利益率	20.8%	—	24.2%
減価償却費及び償却費他*	3,212	12.9%	2,846
EBITDA (営業利益 + 減価償却費及び償却費他)	19,309	5.3%	18,330

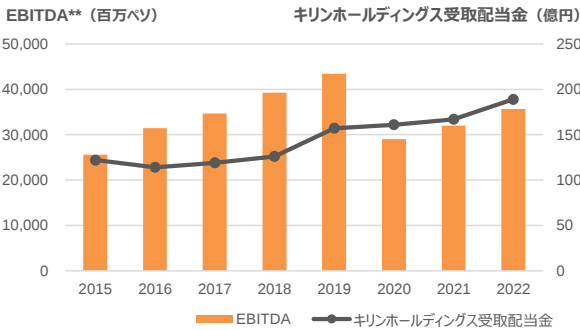
*現地開示ベース (キリンホールディングス 2023年度2Q決算への取り込み期間：2022年10月～2023年3月)
出所：San Miguel Brewery Inc. Financial Highlights, Quarterly Reports

持分法による連結取込み及びキリンホールディングス受取配当金

(億円)	23 年2Q	22年2Q	増減 %
当期利益 (SMB)	306	254	21%
連結取込	149	123	21%
配当金 (億円)	109	89	22%
1株当たり配当金 (ペソ)	0.60	0.51	18%

為替レート：1ペソ=2.47円 (前年同期：2.28円)
(キリンホールディングス 2023年度決算への取り込み期間：2022年10月～2023年3月)
配当金についてはキャッシュインベースで計上

EBITDAと受取配当金の推移



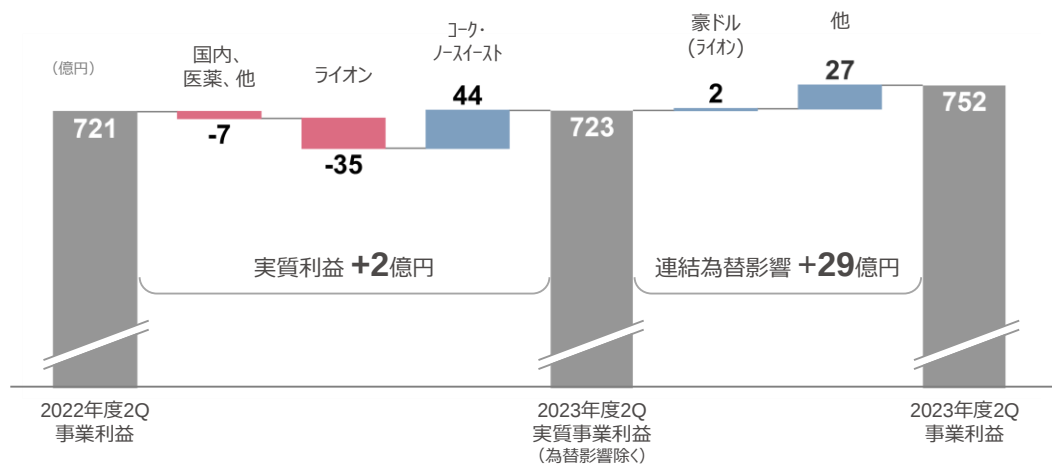
- フィリピンの2023年GDP予測は約6%***
- 堅調な内需が成長を牽引し、2025年頃まで同程度の経済成長率で推移すると予測***
- サンミゲルビールのフィリピンでの市場シェアは9割を超える

**現地開示ベース (1月～12月) *世界銀行予測

2023年度 2Q実績：連結為替影響



▶ 円安等を受け、連結為替影響は+29億円



(億円)	23年2Q実績	22年4Q実績	増減
資産合計	25,976	25,423	553
資本合計	13,323	12,532	791
負債合計	12,653	12,891	-237
ROIC ※1	—	8.5	—
グロスDELシオ	0.55	0.53	—
ネットDebt／ 平準化EBITDA ※2	—	1.6	—
PBR(株価純資産倍率) ※3	1.6	1.7	—

ROICとネットDebt／平準化EBITDAは4Qのみ開示

(億円)	23年2Q実績	22年2Q実績	増減
営業活動CF	589	468	121
投資活動CF	-560	-785	226
フリーCF	29	-318	347
財務活動CF	156	29	127

※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があったものの、現金及び現金同等物、棚卸資産の増加等により前年度末に比べ553億円増加して2兆5,976億円となりました。
- ▶ **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791億円増加して1兆3,323億円となりました。
- ▶ **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)の増加があったものの、その他の金融負債(非流動)、その他の流動負債の減少等により、前年度末に比べ237億円減少して1兆2,653億円となりました。
- ▶ **グロスDELシオ**：有利子負債が3%増加一方で、親会社の所有者に帰属する持分が8%増加したことから、期末に比べ減少しました。
- ▶ **PBR**：期末株価終値が7%上昇した一方で、親会社の所有者に帰属する持分が8%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**：資金の収入は前年同期に比べ121億円増加の589億円となりました。運転資金の流出は149億円増加、法人所得税の支払額は180億円減少しました。
- ▶ **投資活動CF**：資金の支出は前年同期に比べ226億円減少の560億円となりました。投資の売却により64億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217億円増加の591億円を支出、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**：資金の収入は前年同期に比べ127億円増加の156億円となりました。配当金の支払により363億円、長期借入金の返済により317億円、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720億円、長期借入により503億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.

