

KIRIN



よろこびが
つなぐ世界へ

Joy brings us together

キリングループ[°]

2021年度12月期 第3四半期決算

2021年11月9日
キリンホールディングス株式会社

2021年度 3Q実績

- ▶ 連結売上収益は対前年 -2.4%の減収、連結事業利益は -9.4%の減益と、新型コロナウイルス感染再拡大の影響を大きく受けた。
- ▶ 税引前四半期利益は、第2四半期同様、その他営業費用の増加などにより-12.9%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もあり、-28.0%の減益となった。
- ▶ 平準化EPSは、前年に実施した自己株取得の影響などにより、前年と同額となった。

新型コロナウイルス影響

- ▶ キリングroupが事業を営む各国にてコロナの感染が再拡大し、業務用チャネルを中心として需要が大幅に低下。
- ▶ 足元では主要国での感染拡大はピークアウトしたとみられるものの、通期業績予想への影響は精査中。公表すべき事実が生じれば速やかに開示する。

▶ 豪州乳飲料事業の売却で前年比減収、ブランド投資強化により事業利益は前年比減益

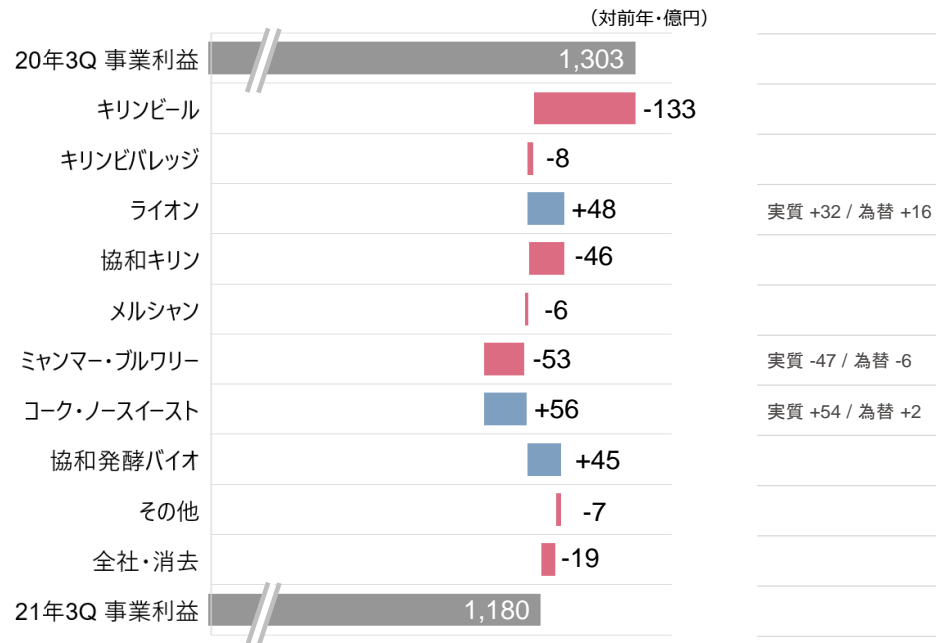
(億円)	21年3Q実績	20年3Q実績	増減	%
売上収益	13,265	13,597	-331	-2.4%
事業利益 ※1	1,180	1,303	-123	-9.4%
税引前四半期利益	1,003	1,152	-149	-12.9%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	516	718	-201	-28.0%
定量目標	21年3Q実績	20年3Q実績	増減	%
平準化EPS ※2	106円	106円	-	-

※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。

2021年度 3Q実績：連結事業利益 事業会社別増減

海外市場が回復も、国内及びミャンマー事業の落ち込みをカバーできず



キリンビール

- ▶ ビール（家庭用）、発泡酒、RTDの販売数量増、高付加価値商品によるミックスアップも、長期的な視点でのブランド投資強化により減益。

キリンビバレッジ

- ▶ コストコントロールを進めたものの、販売数量の減少等による限界利益の減少により減益。

ライオン

- ▶ 7-9月は新型コロナ感染再拡大により業務用チャネルが影響を受けるも、1-6月の増益により増益。

協和キリン

- ▶ グローバルビジネス基盤の早期確立に向け、販売費及び一般管理費が増加し減益。

ミャンマー・ブルワリー

- ▶ 販売数量減、原材料コストの上昇等により減益。

コーク・ノースイースト

- ▶ 販売数量増、コストコントロール等により増益。

協和発酵バイオ

- ▶ 原価率の改善、償却費などの減少により増益。

全社費用・セグメント間消去

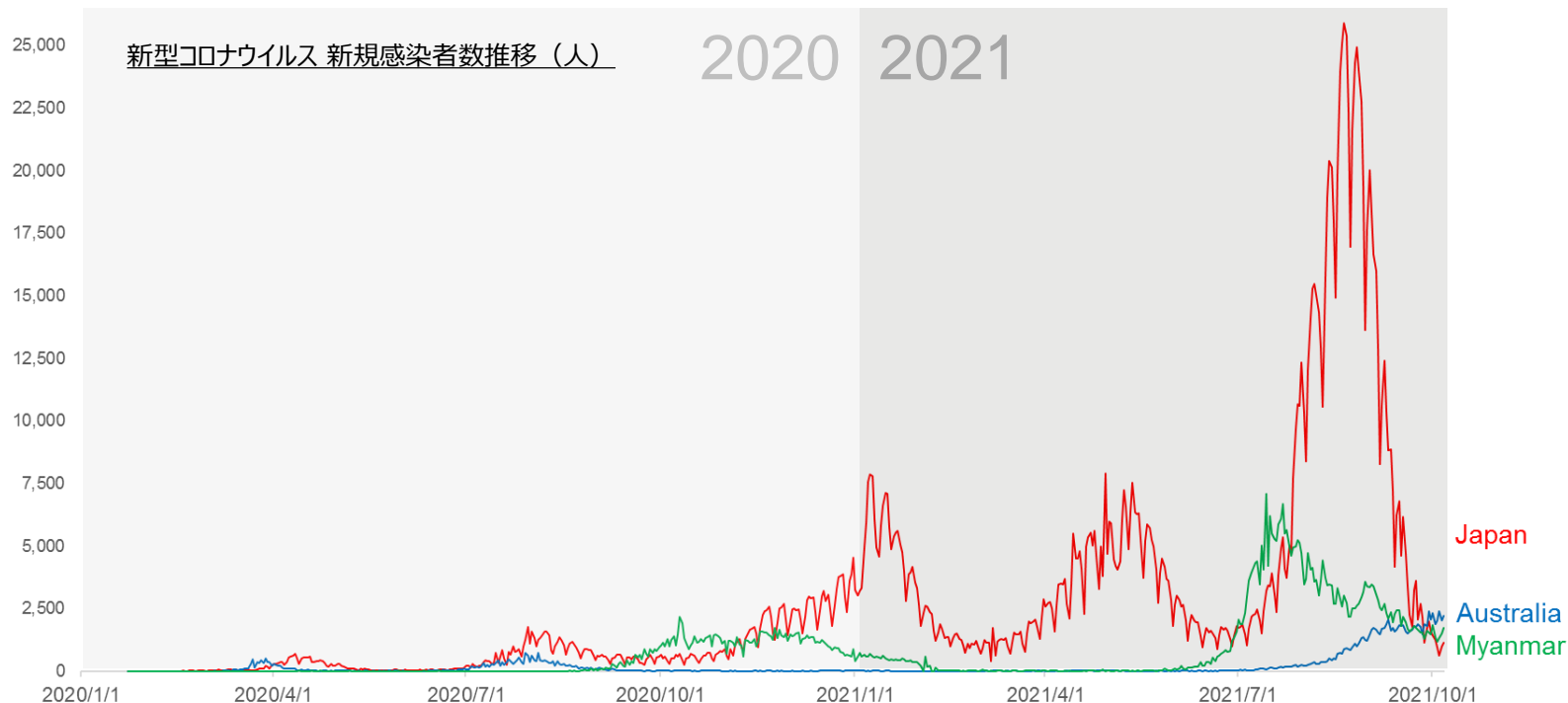
- ▶ 全社費用が増加。

※「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。

※ライオンの飲料事業売却に伴い、「酒類」、「飲料」、「本社」の明細は2021年度より記載を省略。

新型コロナウイルス感染拡大状況

新型コロナの新規感染者数は第3四半期の3か月で再拡大し、主要国で過去最大の新規感染者を記録

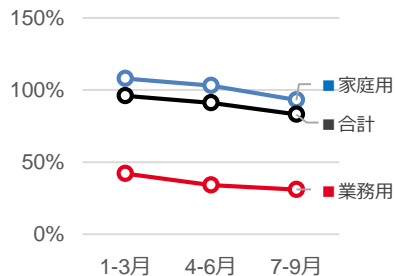


外部環境変化による主要会社影響 ※コロナ前比（対2019年度）

7-9月における新型コロナ再拡大・天候不順等が、各事業の業務用を中心に直撃。対19年比で大きく減少

キリンビール

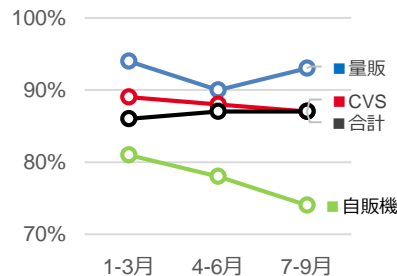
四半期別販売数量 2019年比



- ▶ 緊急事態宣言等が多く地域に拡大し、業務用は一時的にコロナ前の1/3の規模に
- ▶ 8月の西日本豪雨等の天候不順もあり、業務用のみならず家庭用も減少(9月は19年消費増税の反動減も影響)

キリンバレッジ

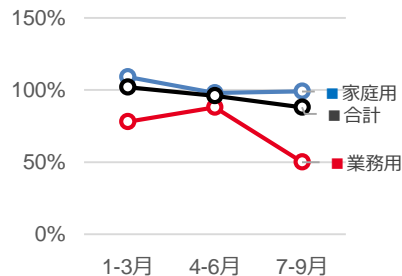
四半期別販売数量 2019年比



- ▶ 引き続き外出自粛、在宅勤務増加によるオフィス需要減などに加え、天候不順の影響もあり
- ▶ 自販機チャネルは構造改革による台数削減も影響し大きく減少

ライオン（豪州+NZ）

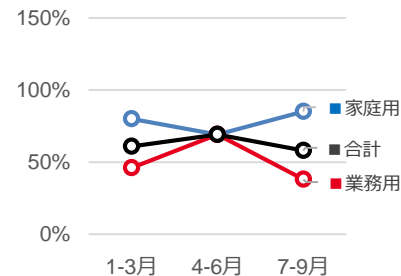
四半期別販売数量 2019年比



- ▶ 7-9月は豪州・NZの主要都市を中心とするロックダウンにより、収益性の高い業務用市場が再度減速
- ▶ 豪州では10月中旬～下旬以降、規制緩和により徐々に回復が見込まれる

ミャンマー・ブルワリー

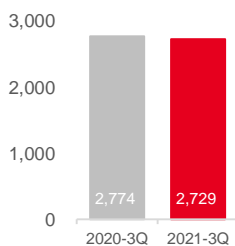
四半期別販売数量 2019年比



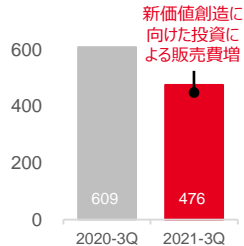
- ▶ 6月からのコロナ第3波により公休が7-9月にわたって継続し、業務用店舗の通常開店率は約1割
- ▶ 缶の調達難も影響し、業務用の減少を家庭用でカバーできず、合計が減少

3Q実績

酒税抜き売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



販売数量で市場をアウトパフォーム

- ▶ 緊急事態宣言等の規制地域が拡大し、1-9月の業務用市場は対前年で約4割減少、ビールカテゴリーは5%減（推定）
- ▶ キリンは家庭用需要を確実に取り込み市場をアウトパフォーム
ビールカテゴリーは6%増とプラスを実現
- ▶ 1-9月 ビール類計販売数量
市場 $\Delta 9\%$ (推定) **キリンビール $\Delta 6\%$**

「一番搾り (缶)」と高付加価値商品・サービスにより市場悪化影響を緩和

ビールカテゴリーに新商品投入が続く中、一番搾りブランド (缶) 好調継続

販売数量 対前年増減 (1-9月累計)



一番搾り(缶)

+8%



一番搾りブランド計(缶)

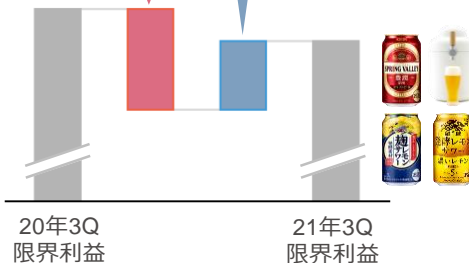
+43%

- ▶ 一番搾り糖質ゼロは年初計画の約3割増となる約550万ケースに再上方修正
- ▶ 年末需要期に向けて、主カブランドとして他社商品をアウトパフォームできるように取り組む

高付加価値商品・サービスも限界利益の下げ止まりに着実に寄与

数量減少による影響

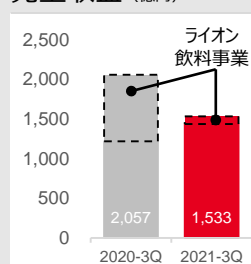
ミックスアップによる限界利益増



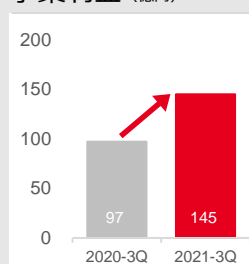
- ▶ 豊潤496は発売半年で100万ケースを突破
今後、CVS業態においても取り扱い店舗の拡大を予定
- ▶ 発酵レモンサワー・濃いレモンを新発売
(2021年10月5日発売)
- ▶ 麴レモンサワー リニューアル(9月製造分から順次)

3Q実績

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



豪州・ニュージーランド

- 全体の売上収益は乳飲料事業の売却により減少。酒類事業は増収
- 事業利益は増益を維持

海外クラフト他

- 対前年販売数量**1割増**と力強い伸び

ロックダウン影響長期化。最盛期に向けた業績回復を目指す

再度のロックダウンで業務用が減少
最盛期に向けた業績回復を目指す

- 4-6月での業務用チャネルは2019年レベルの数量にまで回復し、上半期の事業利益は計画を達成
- 一方、3Q期間は豪州・NZでの新型コロナ拡大に伴う規制強化や、ロックダウンの長期化により大きく影響を受けた
- 10月中旬～下旬にかけて豪州主要都市でのロックダウン規制が緩和。12月の最盛期に向けて回復を目指す

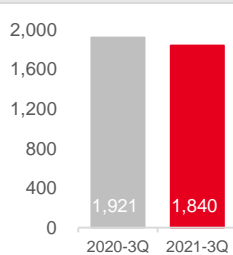
豪州クラフトビール企業100%取得へ

- 豪州No.1の独立系クラフトビールメーカーFermentum社の取得を発表
- 2021年末までに連結化予定

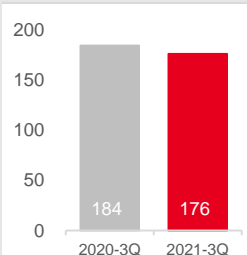


3Q実績

売上収益 (億円)



事業利益 (億円)



販売数量減により減収減益

- ▶ 売上収益は販売数量減により減収
- ▶ 事業利益は販売費のコントロールを行い、減益幅を最小限に抑制

プラズマ乳酸菌入り飲料好調

- ▶ プラズマ乳酸菌入り飲料の累月販売数量は対前年大幅増 **+59%**



厳しい環境の中で収益性の維持とヘルスサイエンス商品の展開を推進

収益性の高い小型PET構成比上昇

- ▶ チャネルミックス変化の影響があったものの、小型PETの比率を上昇させ、販売単価を改善

	20年9月累月	21年9月累月
大型PET	37%	33%
小型PET	43%	46%

- ▶ PETコーヒー市場の中でも微糖という健康ニーズをとらえワンデイシリーズが、絶好調

9月累月販売数量
対前年比

+137%

市場*(推定)**+10%**

*小型PETコーヒー市場

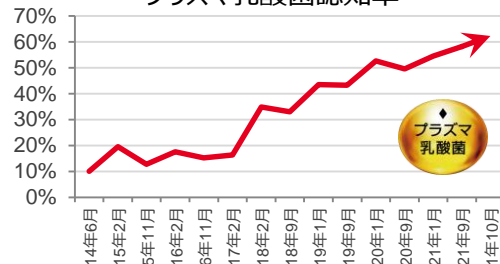


プラズマ乳酸菌入り「午後の紅茶」「生茶」初動好調

- ▶ 初動は年間目標に対して順調に推移
- ▶ コンビニエンスストアでの採用も進展
- ▶ 超小型容器新商品も年内発売に向けて準備中
- ▶ コミュニケーション強化により着実に認知率が向上



プラズマ乳酸菌認知率



Environment

新たにビール3工場でPPA太陽光発電導入 ～RE100目標の達成に向けて～



- ▶ 先行しているキリンビール国内4工場*に加えて、新たに来年1月から3工場に、PPA (Power Purchase Agreement) モデルによる太陽光発電電力を導入。
- ▶ 7工場計で年間約6,100tのGHG排出量を削減予定。
- ▶ キリンビール工場の使用電力の再エネ比率は30%まで上昇見込み
- ▶ 来年までには国内ビール全工場への大規模太陽光発電設備の導入を視野に入れ、取り組みを加速



*先行4工場：仙台工場、名古屋工場、滋賀工場、神戸工場

Social

「スリランカ紅茶農園支援」活動の認知向上

- ▶ 原料生産地の支援として継続して実施している、午後の紅茶の「レインフォレスト・アライアンス認証取得支援」の取り組みの一環で、ブランド初*となる認証農園の茶葉を使用した商品を発売。
- ▶ 新商品・活動の認知向上を目的に、スリランカの紅茶農園の現状を描いたアニメーションTVCMを製作し、全国放映。
- ▶ 一連の活動により、本取り組みの消費者の認知が上がり、ブランド好意度・購入意向も向上。



*スリランカ産茶葉を100%使用かつレインフォレスト・アライアンス認証マーク付きの商品として

図書の寄贈「キリンライブラリー」も継続

- ▶ スリランカ紅茶農園の子供たちが通う小学校へ図書寄贈を継続
- ▶ 子どもたちの学力向上へ寄与
- ▶ ライブラリーを設置した学校は200校以上に



感染症対策の司令塔である賀来満夫先生との対談を実施

- ▶ 東北医科薬科大学医学部特任教授、一般財団法人ジャパンワンヘルスネットワーク財団代表理事 賀来満夫先生と、磯崎功典社長が「食での免疫ケア」の重要性について語り合う対談を実施

動画はこちら



資料編

Joy brings us together

2021年度 3Q実績：平準化EPS 明細

(億円)		21年3Q実績	20年3Q実績
親会社の所有者に帰属する四半期利益	①	516	718
税金等調整後その他営業収益／費用等	②	367	179
平準化 四半期利益	③=①+②	883	896
期中平均株式数 (千株)	④	833,602	843,005
平準化EPS (円)	③÷④	106	106

2021年度 3Q実績：セグメント別 売上収益

(億円)

		21年3Q実績	20年3Q実績	増減	%
連結 売上収益		13,265	13,597	-331	-2.4%
国内ビール・スピリッツ	キリンビール	4,850	4,792	59	1.2%
	その他・内部及びセグメント間取引消去	4,679	4,642	37	0.8%
		172	150	22	14.5%
国内飲料	キリンビバレッジ	1,824	1,906	-82	-4.3%
	セグメント間取引消去	1,840	1,921	-81	-4.2%
		-16	-15	-1	-
オセアニア酒類	ライオン	1,533	2,057	-524	-25.5%
	セグメント間取引消去	1,533	2,057	-525	-25.5%
		-0	-0	0	-
医薬	協和キリン	2,536	2,336	200	8.6%
	セグメント間取引消去	2,540	2,340	200	8.5%
		-4	-4	0	-
その他	メルシャン	2,523	2,506	17	0.7%
	ミャンマー・ブルワリー	407	439	-32	-7.4%
	コーク・ノースイースト	143	242	-99	-40.9%
	コーク・ノースイースト	1,138	988	150	15.2%
	協和発酵バイオ	375	434	-58	-13.5%
	その他・内部及びセグメント間取引消去	460	403	57	14.1%

※「オセアニア酒類」は、ライオンの飲料事業売却に伴い、「オセアニア総合飲料」から名称変更。また、ライオンの「酒類」、「飲料」の明細は2021年度より記載を省略。

2021年度 3Q実績：セグメント別 事業利益

(億円)		21年3Q実績	20年3Q実績	増減	%
連結 事業利益		1,180	1,303	-123	-9.4%
国内ビール・スピリッツ	キリンビール	497	632	-135	-21.4%
	その他	476	609	-133	-21.9%
国内飲料	その他	21	23	-2	-7.8%
	キリンビバレッジ	176	184	-8	-4.3%
オセアニア酒類	その他	176	184	-8	-4.3%
	ライオン	145	97	48	49.5%
医薬	その他	145	97	48	49.5%
	協和キリン	456	502	-46	-9.2%
その他	その他	456	502	-46	-9.2%
	メルシャン	235	198	38	19.1%
	ミャンマー・ブルワリー	12	18	-6	-31.1%
	コーク・ノースイースト	54	107	-53	-49.4%
	協和発酵バイオ	122	66	56	85.0%
	その他	9	-36	45	—
全社費用・セグメント間取引消去		38	42	-4	-10.3%
		-330	-310	-19	—

※「オセアニア酒類」は、ライオンの飲料事業売却に伴い、「オセアニア総合飲料」から名称変更。また、ライオンの「酒類」、「飲料」、「本社」の明細は2021年度より記載を省略。

2021年度 3Q実績：キリンビール

よるこびがつなく世界へ



(千kl)	21年3Q実績	20年3Q実績	増減 %
ビール類計	—	—	-5.8%
ビール	—	—	6.3%
発泡酒	—	—	2.0%
新ジャンル	—	—	-15.3%
RTD	337	309	9.4%
ノンアルコール飲料	38	33	13.5%

*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

(億円)	21年3Q実績	20年3Q実績	増減	%
売上収益	4,679	4,642	37	0.8%
酒税売上収益	2,729	2,774	-45	-1.6%
事業利益	476	609	-133	-21.9%



国内酒類市場

- ▶ ビール類は前年同期比約 -9%。
- ▶ 業務用チャネルは約4割減。
- ▶ 家庭用チャネルは微減。
- ▶ 健康志向が継続。

販売数量

- ▶ 主力ブランドに加え新商品が好調に推移し、ビール類・RTDのほぼ全てのカテゴリーで市場を上回った。
- ▶ 一番搾りブランドの缶合計は+43%と大きな伸びを示している。

20年3Q 事業利益 (億円)	609	主な内容
酒類等 限界利益 減	-25	ビール類計 -56億 (ビール増 19千kl、発泡酒増 6千kl、新ジャンル減 -97千kl) ビール類以外計 +22億 (RTD増 29千kl、ノンアル増 5千kl) 品種構成差異等 +10億
対前年 増減 (億円)		
原材料費 減	1	
販売費 増	-116	販売促進費増 -23億、 広告費増 -93億 (計382億→498億)
その他費用 減	7	
計	-133	
21年3Q 事業利益	476	

業績補足

- ▶ 厳しい市場環境において、業務用チャネル及び新ジャンルの販売数量は減少したが、ビール (家庭用)・発泡酒・RTDの販売数量増加や、高付加価値商品・サービスによるミックスアップが寄与し、限界利益の減少を25億円にとどめた。
- ▶ 原材料費は、市況の高騰もあったが、コスト削減の取り組みにより1億円減少した。
- ▶ 長期的な視点でのブランド投資を強化したことで、販売費は116億円増加した。
- ▶ その他費用は、コスト削減の取り組み等により、7億円減少した。

2021年度 3Q実績：キリンビバレッジ

販売数量 (万ケース)		21年3Q 実績	20年3Q 実績	増減 %
カテゴリー別	紅茶	3,546	3,702	-4.2%
	日本茶	2,339	2,489	-6.0%
	コーヒ-飲料	1,881	1,706	10.2%
	果実・野菜飲料	1,901	1,783	6.6%
	炭酸飲料	1,039	1,230	-15.5%
	健康・スポーツ飲料	949	872	8.8%
	水	2,798	3,292	-15.0%
	その他	1,156	1,329	-13.0%
	缶	1,779	1,934	-8.0%
容器別	大型PET	5,166	6,037	-14.4%
	小型PET	7,218	7,071	2.1%
	その他	1,446	1,362	6.2%
	計	15,610	16,404	-4.8%

(億円)	21年3Q 実績	20年3Q 実績	増減	%
売上収益	1,840	1,921	-81	-4.2%
事業利益	176	184	-8	-4.3%

20年3Q 事業利益 (億円)		184	主な内容
対前年増減	清涼飲料限界利益 減	-41	販売数量減 -795万ケース -37億 商品・容器構成差異等 -4億
	原材料費等 減	1	原料費増 -5億、材料費減 6億、加工費増 -1億
	販売費 減	31	販売促進費減 29億、広告費減 2億 (計220億 → 190億)
	その他費用 減	1	
	計	-8	
21年3Q 事業利益		176	

補足

清涼飲料市場

- 清涼飲料市場は、前年並みで推移。

販売数量

- 基盤ブランドである「午後の紅茶」、「生茶」は、いずれも外出自粛、在宅勤務増加により前年から減少。
- 健康志向の高まりにより、プラズマ乳酸菌商品の販売数量は前年同期比+59.3%と大変好調に推移。

業績補足

- 売上収益は、販売単価は改善したものの、販売数量の減少により減少。
- 販売数量の減少に加え、チャネル構成比の変化に伴う商品・容器構成差異等の悪化が限界利益を押し下げ。
- 原材料費等、販売促進費、広告費の削減を進めたものの、限界利益の減少を補いきれず、事業利益は減少。

2021年度 3Q実績：ライオン

円ベース (億円)

	21年3Q 実績	20年3Q 実績	増減	%
売上収益	1,533	2,057	-525	-25.5%
事業利益	145	97	48	49.5%

豪ドルベース (百万豪ドル)

	21年3Q 実績	20年3Q 実績	増減	%
売上収益	1,860	2,828	-968	-34.2%
事業利益	176	133	44	32.9%

(参考) 旧セグメント表記

	21年3Q実績	20年3Q実績	増減	%
売上収益 (酒類)	1,436	1,220	216	17.7%
売上収益 (飲料)	97	837	-741	-88.4%
事業利益 (酒類)	192	140	53	38.0%
事業利益 (飲料)	9	4	4	100.9%
事業利益 (本社)	-56	-47	-9	-

	21年3Q実績	20年3Q実績	増減	%
売上収益 (酒類)	1,743	1,677	66	3.9%
売上収益 (飲料)	117	1,151	-1,033	-89.8%
事業利益 (酒類)	234	191	42	22.1%
事業利益 (飲料)	11	5	5	103.1%
事業利益 (本社)	-68	-64	-4	-

販売数量増減 *	20年3Q 実績	21年3Q 実績
豪州・NZ	191	-3
海外クラフト他**	41	5
21年3Q 実績	234	



補足

* 販売数量増減は豪州・NZ・海外クラフト他の合計。海外クラフト他を除く豪州 + NZの販売数量は前年比-0.6%。

** 海外クラフト他には数量増減影響とその他の影響のネット額。

売上収益

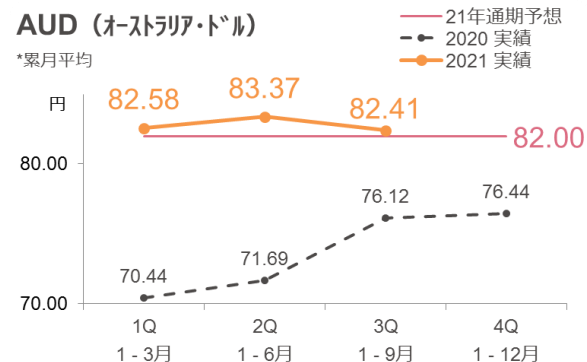
- ライオン計の売上収益は、乳飲料事業売却に伴う売上減少 (-1,033m) により大幅減。酒類事業は66mの増収。
- 豪州・NZの売上収益は増加したが、4-6月の経済回復の後、新型コロナウイルスの感染再拡大を受け、7-9月の業務用チャネルは大きく影響を受けた。
- 海外クラフト他は、Voodoo Rangerブランドをはじめとする北米クラフトの販売好調で増収。
- 飲料事業は、事業売却により1月25日までの業績のみ計上。

事業利益

- ライオン計の事業利益は対前年増。
- 海外クラフト他は、米ドル安豪ドル高の影響を受けつつ販売好調で増益。
- 一方、豪州・NZは7-9月の新型コロナウイルス感染再拡大の影響による業務用チャネルの数量減の影響を受けた。
- 10月中～下旬より徐々に規制緩和が見込まれる為、最盛期に向けた業績回復を目指す。
- 豪州・NZ全土でパレット不足が深刻化しており、影響を精査中。

AUD (オーストラリア・ドル)

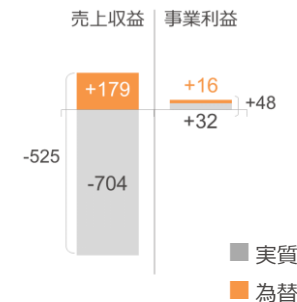
* 累月平均



※2021年度1Qより、3か月毎の平均レートから累月平均に変更。前年実績は3か月平均レートで表記。

連結為替影響

21年3Q実績 (億円)



2021年度 3Q実績：協和キリン

よるこびがつなく世界へ



	21年3Q 実績	20年3Q 実績	増減	%
売上収益	2,536	2,336	200	8.6%
協和キリン	2,540	2,340	200	8.5%
セグメント間取引消去	-4	-4	0	-
事業利益	456	502	-46	-9.2%
協和キリン	456	502	-46	-9.2%



売上収益

補足

- 国内は、順調に市場浸透している「クリスピータ」等の新製品群や、「パタノール」、「ジースタ」などの増収要因があった一方で、ダルベポエチン アルファ注シリンジ「KKF」や「ロミプレート」の減収、並びに薬価改定や共同販売等終了により、減収。
- 海外は、北米及びEMEAにおいてグローバル戦略品が順調に伸長し、アジア/オセアニアにおいても「Regpara」を中心に中国事業が堅調で、増収。
- その他の売上収益は、導出品「ファセンラ」に関連する売上ロイヤルティの増加に加え、抗LIGHTヒト型モノクローナル抗体に関する権利許諾、KHK4083のアムジエン社と共同開発・販売に関する契約締結等により、技術収入が増加。

事業利益

- グローバル戦略品を中心とした海外の売上収益増加により売上総利益は増加したものの、グローバル戦略品の価値最大化と競争力あるグローバルビジネス基盤の早期確立に向けた販売費及び一般管理費の増加や研究開発費の増加等により減益。

※2 上市国（2021年9月末現在、南米除く）下線は小児・成人上市国：アメリカ、カナダ、ドイツ、オランダ、ルクセンブルグ、イングランド、ウェールズ、北アイルランド、スロバキア、スウェーデン、イスラエル、UAE、チェコ、デンマーク、イタリア、日本、ノルウェー、バレーン、スコットランド、オマーン、クウェート、カタール、ルーマニア、スロベニア、フランス、フィンランド、エストニア、スペイン、アイルランド、ハンガリー、ベルギー、サウジアラビア、香港、中国

※3 上市国（2021年9月末現在）：日本、アメリカ、ドイツ、オーストリア、ルクセンブルグ、イタリア、スコットランド、オランダ、ベルギー、スロベニア、デンマーク、スペイン

※4 アストラゼネカ社が販売するファセンラの売上ロイヤルティ（当社独自の見積りを含む）。

製品別売上収益（億円）

各数字は協和キリン 3Q決算資料より抜粋

主要製品名 (国内)	21年3Q 実績	20年3Q 実績	前年比	2021年 通期予想	進捗率
ネスプ+AG ※1	196	219	-23	232	84%
ダーブロック	14	5	9	40	34%
レグパラ	21	29	-7	20	107%
オルケティア	71	66	6	104	69%
ジースタ	212	196	16	298	71%
リツキシマブBS	81	86	-5	115	70%
アレロック	63	65	-3	68	92%
パタノール	92	87	5	109	84%
ノウリアスト	64	69	-5	91	70%
技術収入	15	16	-2	25	59%

※1 正式名はダルベポエチン アルファ注シリンジ 「KKF」
製造販売元：協和キリンフロンティア株式会社 販売元：協和キリン株式会社

主要製品名 (海外)	21年3Q 実績	20年3Q 実績	前年比	2021年 通期予想	進捗率
Crysvita ※2	551	385	165	772	71%
北米	403	303	100		
EMEA	148	83	65		
Poteligeo ※3	110	84	25	173	63%
Nourianz	31	17	14	67	46%
Abstral	63	76	-14	81	78%
Regpara	67	61	6	93	72%
技術収入	164	109	55	237	69%
ベンラリスマブ ロイヤリティ ※4	117	83	34		

2021年度 3Q実績：ミャンマー・ブルワリー

円ベース (億円)

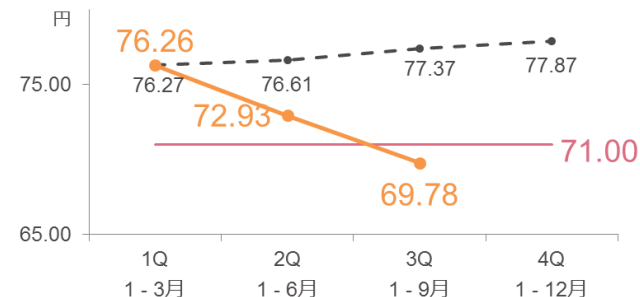
	21年3Q実績	20年3Q実績	増減	%
売上収益	143	242	-99	-40.9%
事業利益	54	107	-53	-49.4%

チャットベース (Billionチャット)

	21年3Q実績	20年3Q実績	増減	%
売上収益	205	312	-108	-34.5%
事業利益	78	139	-61	-43.9%

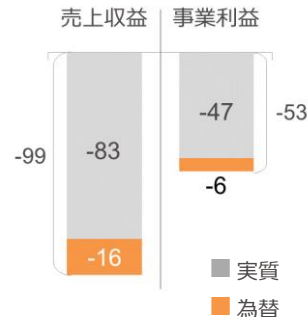
1,000 MMK (ミャンマー・チャット)

*累月平均



連結為替影響

2021年3Q実績 (億円)



補足

2021年3Q実績

- ▶ ビール市場は、新型コロナウイルスの感染拡大に加え、ミャンマーにおける政情激変とサプライチェーンの混乱の影響もあり、販売数量が2割強減少した。
- ▶ ミャンマー・ブルワリーの販売数量も、前年を3割強下回った。
- ▶ 売上収益は、販売数量の減少によって減収。事業利益は、売上収益の減少に加え、原材料コストの上昇等により減益。

JV解消

- ▶ MEHPCL社とのJV解消に向けて協議中。
- ▶ ミャンマー・ブルワリー社からの配当は停止を継続。

2021年度 3Q実績：コーク・ノースイースト

円ベース (億円)

	21年3Q実績	20年3Q実績	増減	%
売上収益	1,138	988	150	15.2%
事業利益	122	66	56	85.0%

USドルベース (million \$)

	21年3Q実績	20年3Q実績	増減	%
売上収益	1,043	921	122	13.2%
事業利益	112	61	50	81.8%

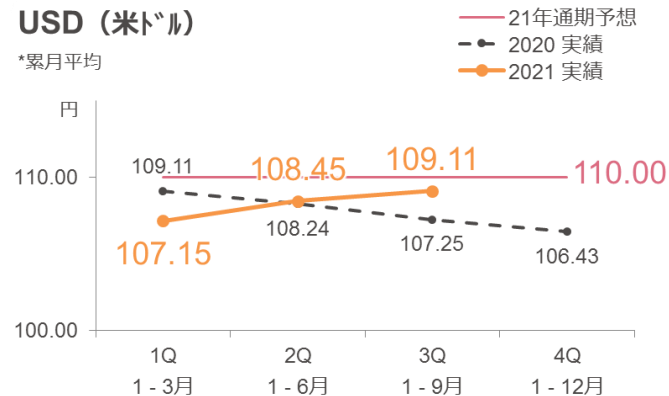
補足

2021年3Q実績

- 8月に価格改定を実施したものの、販売数量は好調を継続。
- 売上収益は、北米での経済・消費需要の急速な回復の機会を逃さず、価格改定とチャネルミックスの改善により2Qに続き増収。
- 事業利益も2Qに続き大幅増益。売上収益の増加に加え、販管費削減の継続的な取り組みを始め、着実なコストコントロールを実施。事業利益率も2Qに続いて約10%を達成。

USD (米ドル)

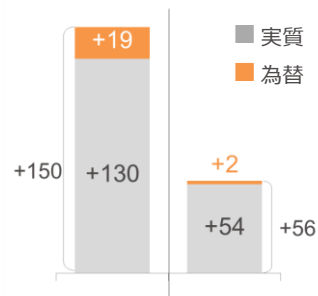
*累月平均



連結為替影響

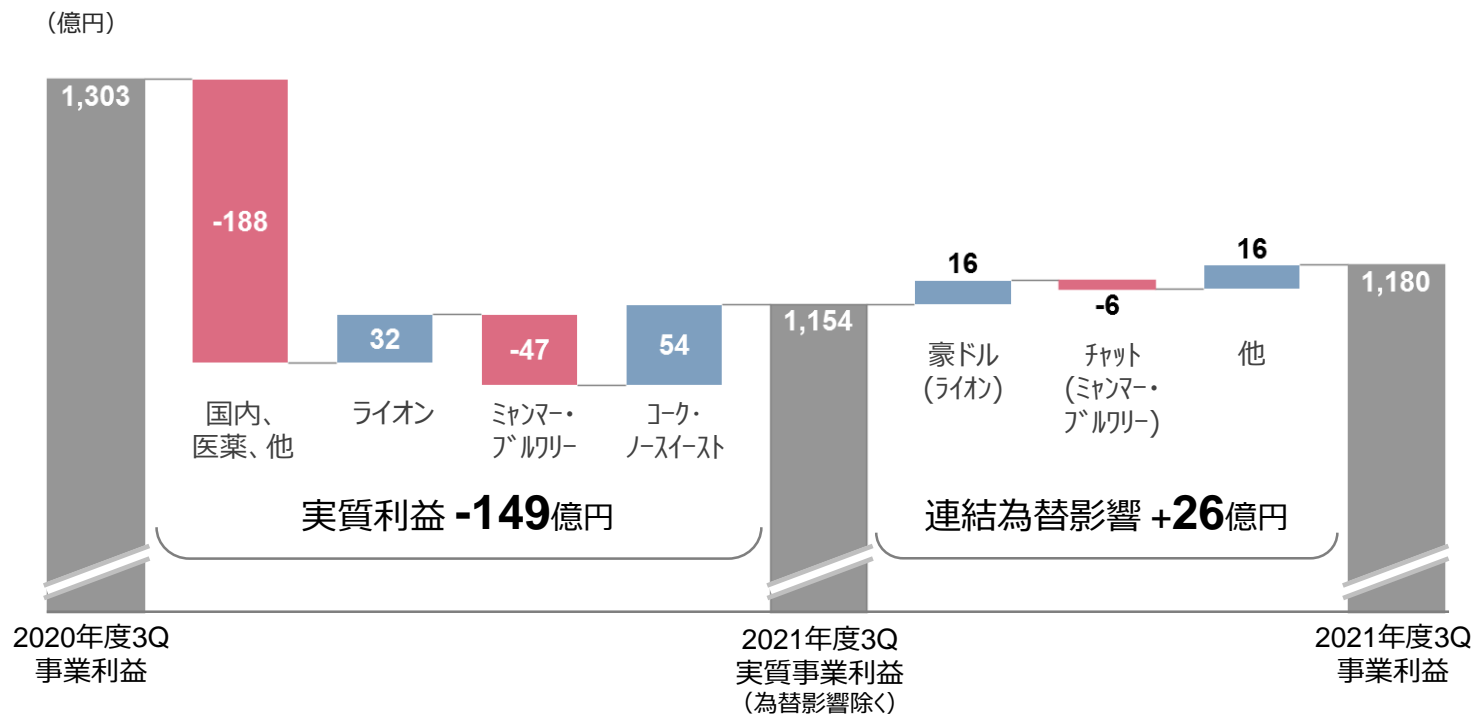
2021年3Q実績 (億円)

売上収益 事業利益



2021年度 3Q実績：連結為替影響

➤ 円安・豪ドル高などを受け、連結為替影響は+26億円。



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