

キリンググループ 2017年12月期第1四半期決算

2017年4月28日
キリンホールディングス株式会社

- 通期連結営業利益達成に向けて、計画を上回る進捗
- キリンビールは、ビール類全体でほぼ前年並みを維持したが、計画を若干下回る販売数量
「酒類の公正な取引の基準」(6月施行予定)への適切な対応を、他社に先駆けて1月より開始
- キリンビバレッジは、引き続き主力ブランド中心に販売堅調
収益構造改革の取り組みも着々と進行
- ライオン酒類は、豪州でABIブランドの販売が無くなり
販売数量減となったが、リカバリー計画は順調に進捗
- 協和発酵キリンは、技術収入の増加で営業利益が前年を上回った

売上高は減収となったが、営業利益・経常利益・四半期純利益が増益となり、通期計画達成に向け順調なスタート

億円	2017年 1 Q実績	2016年 1 Q実績	対前年増減	
売上高	4,721	4,838	△117	△2.4%
営業利益	368	253	115	45.4%
経常利益	361	235	125	53.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	181	104	77	74.7%

■ 定量目標

	2017年 1 Q実績	2016年 1 Q実績	対前年増減	
平準化 E P S (円) ※1	29	19	10	52.6%

■ 財務指標

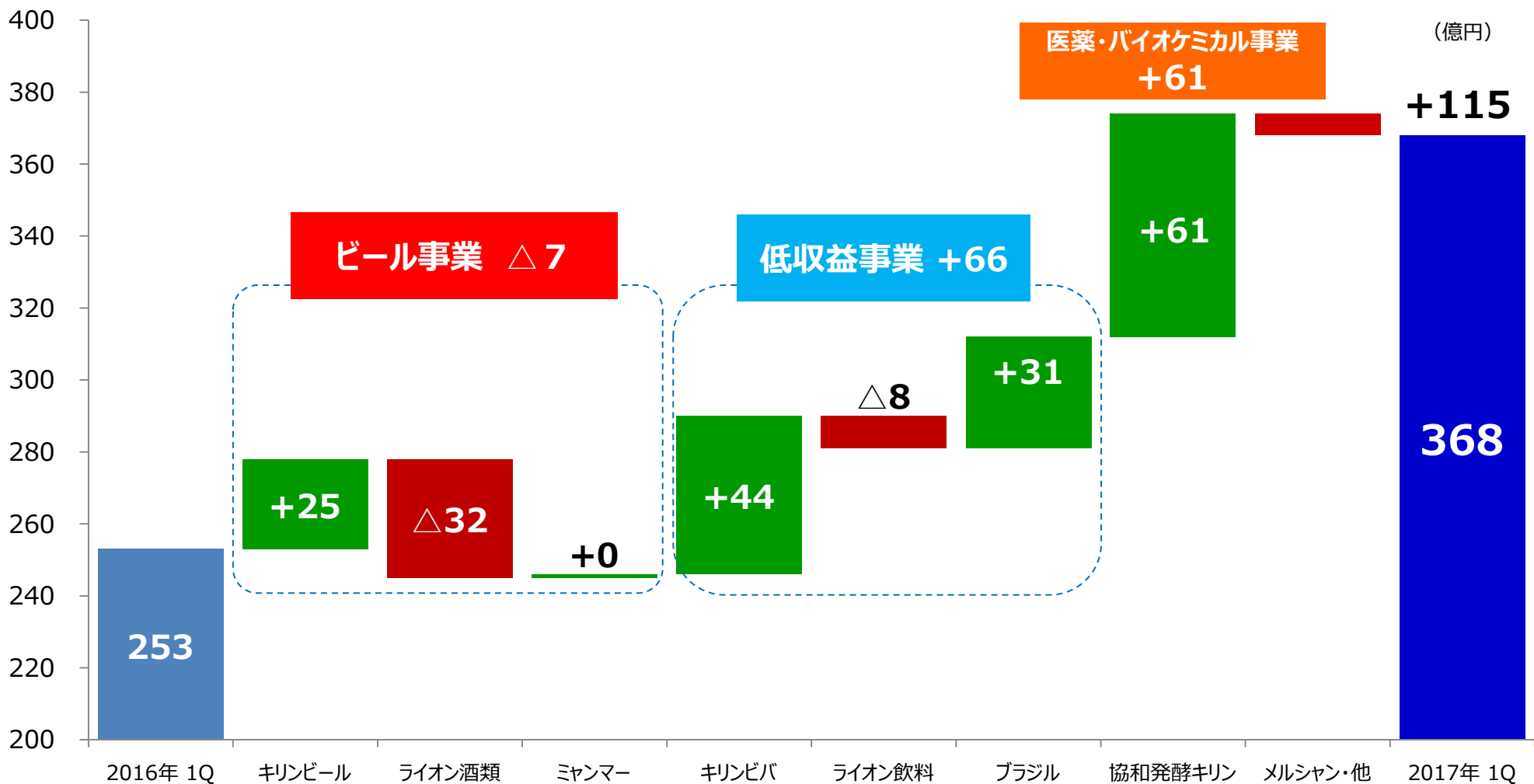
※1 明細は13ページを参照

	2017年 1 Q実績	2016年 1 Q実績	対前年増減	
のれん等償却前営業利益 (億円)	438	326	111	34.2%
E P S (円)	19.94	11.41	8.53	74.8%
のれん等償却前 E P S (円)	30	22	8	36.4%

1 Q 連結営業利益 増減要因（対前年）

KIRIN

（増益要因）麒麟ビール：売上高前年並・販売費減、麒麟ビバレッジ：販売好調・収益改善効果、
ブラジル麒麟：収益改善効果、医薬・バイオケミカル：技術収入の増加、一部研究開発費期ずれ
（減益要因）ライオン酒類：ABIブランド喪失影響、ライオン飲料：標準原価制度による在庫評価の影響



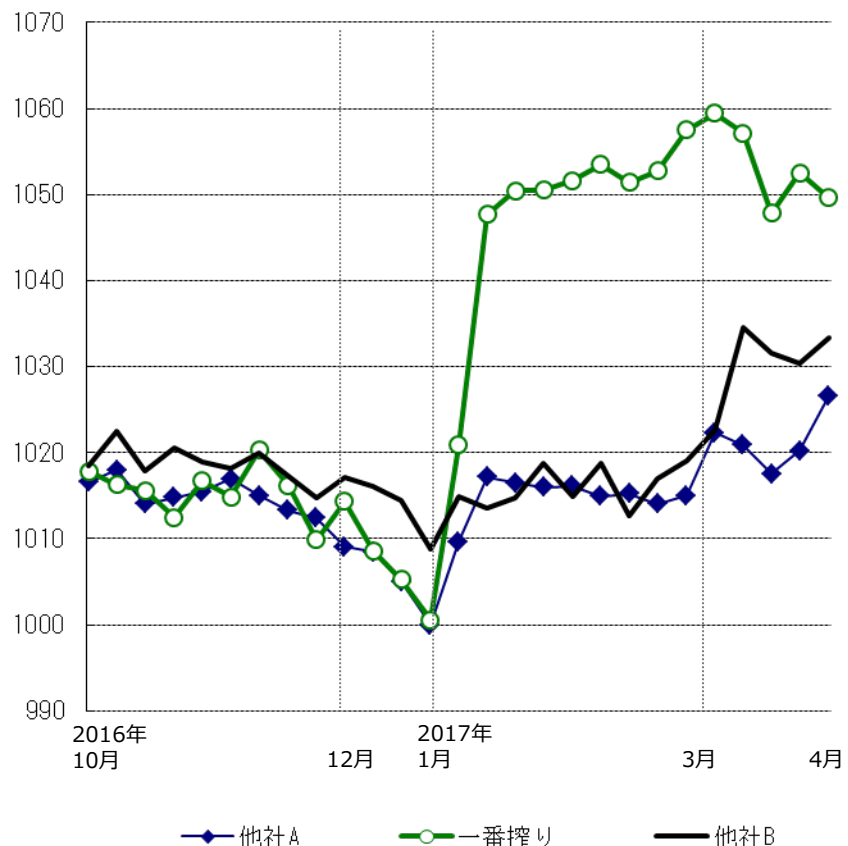
キリンビール ブランド力強化の成果が徐々に表れるが、販売計画を若干下回る

- ・「一番搾り」は季節限定商品やデザインパッケージの発売による、ブランド力強化に取り組み、前年並みの販売
- ・「のどごし」は本体リニューアル、季節限定商品の発売により高いカバレッジを維持し、回復基調
- ・「酒類の公正な取引の基準」（6月施行）への適切な対応を開始した結果、1月よりビール類の店頭価格が上昇

■ 主力ブランド販売数量増減



■ 店頭価格推移 （ビールカテゴリ-350ml×6本、スーパーマーケット、税別）



ライオン酒類

ABIライセンスブランド喪失により豪州の販売数量は減少となるが、通期計画達成に向けては順調

【リカバリー計画は着実に進捗】

- ・ABIブランド移管がスムーズに終了
- ・計画通り新商品を上市
- ・成長カテゴリーでの強化ブランドの販売が大幅に伸長
- ・資本効率改善に向けワイン事業を売却
- ・適切な価格上昇

構成比はまだ小さいが、成長カテゴリーでブランドを強化

Contemporary

Craft

International Premium



XXXX Summer
Bright Lager
+3%



FURPHY
(VIC州限定)
+288%



Heineken
+30%



KIRIN 恵み
+184%

FINE WINE PARTNERS

ワイン事業の売却発表（11月）

事業ポートフォリオを改編しビール事業へ集中

【販売数量が大幅減少】

- ・ABIブランドの喪失影響
- ・競合の一時的な期末営業攻勢

ミャンマー・ブルワリー

計画を上回るペースで販売数量が順調に成長

【市場リーダーポジションを着実に強化】

- ・メインブランド「ミャンマー・ビール」を中心に販売が計画を上回る
- ・生産設備増強、稼働率向上施策が計画通り進捗
- ・SCM全体でのコスト削減への取組み

【ミャンマーチャット安影響】

- ・年初想定を上回る輸入原材料費上昇

Main stream



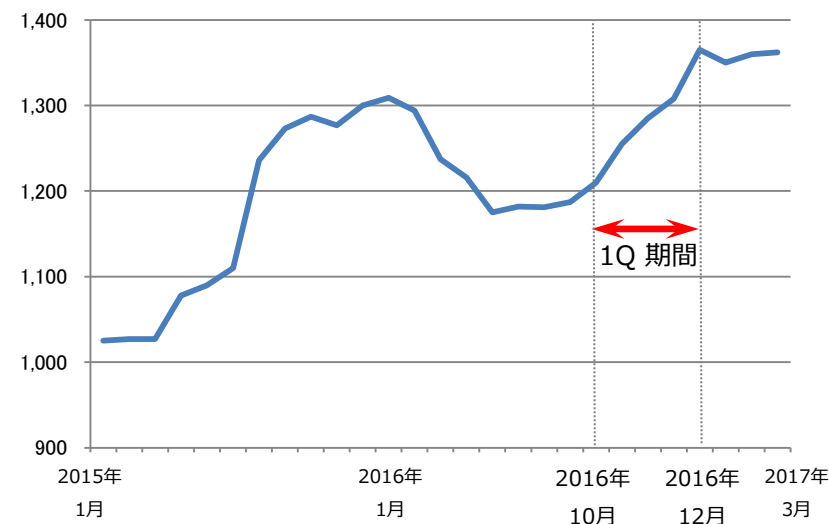
Myanmar Beer
+2%

Economy



Andaman Gold
+45%

■ ミャンマーチャットの推移（対米ドル）



キリンビバレッジ

販売数量増・コスト削減が計画を上回るペースで進捗

主力ブランドの販売が堅調

- 「午後の紅茶」「生茶」ホット商品が好調
- 「生茶」はリニューアル効果もあり、競合各社がリニューアル品等を発売する中、引き続き好調をキープ
- 「ファイア」はブランド力強化に向けた取組みを継続
- 健康カテゴリーにて「サプリレモン」「ライザップ プロテイン ボトル」を発売



継続的なコスト削減・収益構造改革

- 缶・小型容器中心としたマネジメント強化（ミックス改善）
- SCMコスト削減が計画を上回る進捗

ライオン飲料

売上高は前年並み、在庫評価の影響による減益

販売数量減少で前年並みの売上高、会計影響による減益

- チーズ・ヨーグルトカテゴリーがけん引し、ほぼ計画を達成
- オレンジ果汁急騰の影響を受け、果汁カテゴリーの販売数量が減少
- 期首に棚卸資産の評価減を実施した影響により減益（通期では売上原価が下がることにより評価減分を吸収）



Turn Around Plan (TAP)による収益構造改革

- TAPに組み込んだ生産体制効率化を進める

キリンビール

新商品発売を梃に最盛期に向けた反転攻勢を開始

ビールカテゴリー
魅力化

- 「47都道府県の一発搾り」を4月より順次発売、季節限定品も発売
- 「タップマルシェ」の展開開始



47都道府県の一発搾り



一発搾り
夏冴えるホップ



Tap Marché

クラフトビール
タップマルシェ

発泡酒・新ジャンル
お客様の
支持回復

- 通年型エクステンション「のどごし スペシャルタイム」発売
- 機能系カテゴリー強化



のどごし スペシャルタイム



淡麗グリーンラベル
風そよぐレモンビール

過度な低価格
競争に陥らない
市場構造変革

- 「酒類の公正な取引基準」（6月施行）引き続き適切な対応を順守

10日間で1,000万本※突破
年間販売予定数の約2割を達成

※ 4月11日発売、350ml換算



ノンアルコール
ビールテイスト飲料
零イチ

ライオン酒類

ABIブランド喪失後のリカバリー計画継続

ミャンマー・ブルワリー

最盛期に向けた販売強化と需給製造対応

基盤ブランドと
成長カテゴリーにおけるブランド強化



マーケティング費用や
経営資源の創出

事業ポート
フォリオ改編

豪州ワイン事業の売却

コスト構造改革

業務プロセス改革、ITによる生産性向上

資源の再配分

自社ブランドへの営業資源集中



豪州・NZビール総市場の活性化

Beer The Beautiful Truth
キャンペーンの継続、進化



ミャンマービールブランド
強化を最優先

お客様の動向に合わせた
プロモーションの展開

供給不足に陥らない
在庫管理・製造対応

コスト削減の取組み
継続



キリンビバレッジ

ブランド力強化と収益構造改革の継続

強固なブランド体系構築

主カブランド強化



KIRIN



LINE



「Tappiness (タピネス)」
2万台(1年間)計画

6,600万人のアクティブ
ユーザーがいるLINEアプリと連携

収益構造改革



国産水・小型容器への新価値提案

「晴れと水」

希望小売価格（税別）100円（550ml）

関東エリアを中心に新発売

ライオン飲料

注力カテゴリー強化と収益構造改革の継続

注力カテゴリー強化

新商品発売等によるラインナップ強化



収益構造改革

TAPによる生産性向上

Milk-based Beverageの
生産集約に向けたプロジェクト



高騰した豪州産オレンジ果汁への対応

資料編

億円	2017年 1Q	2016年 1Q	2015年 1Q
親会社株主に帰属する四半期純利益	181	104	133
のれん等償却額	95	100	116
税金等調整後特別損益	△11	△34	△24
平準化四半期純利益 ①	265	169	225
期中平均株式数（千株）②	912,513	912,527	912,544
平準化EPS（円）①÷②	29	19	25

1 Q実績 セグメント別業績

KIRIN

(億円)	2017年 1Q 実績	2016年 1Q 実績	対前年増減	
				%
売上高	4,721	4,838	△117	△2.4%
日本総合飲料	2,314	2,359	△45	△1.9%
海外総合飲料	1,462	1,553	△90	△5.8%
医薬・バイオケミカル	893	869	24	2.8%
その他	50	56	△5	△10.2%
営業利益	368	253	115	45.4%
日本総合飲料	78	11	66	570.2%
海外総合飲料	141	153	△12	△7.9%
医薬・バイオケミカル	154	92	61	66.5%
その他	6	6	△0	△1.9%
全社費用・消去	△12	△11	△1	
経常利益	361	235	125	53.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	181	104	77	74.7%

売上高

- ・ライオン酒類の販売数量減少、麒麟ビバレッジの販売費一部売上控除影響により対前年△117億円減収
- ・海外総合飲料事業の連結為替影響 △11億円
- ・各セグメントとともに、対計画ではインライン

営業利益

- ・日本総合飲料事業、医薬・バイオケミカル事業の増益により、全体で対前年+115億円増益
- ・海外総合飲料事業の連結為替影響 +0億円
- ・各セグメントとともに、対計画を上回る進捗

経常利益・四半期純利益

- ・経常利益は、営業利益の増加に加え、サンミゲルビールの業績好調による持分法による投資損益の増加+15億円等により、対前年+125億円増益
- ・四半期純利益は、主に固定資産売却益の減少△44億円はあったが、経常利益の増加に加え関係会社株式売却益（横浜アリーナ）の計上+24億円があり、対前年+77億円の増益

(億円)	2017年 1Q 実績	2016年 1Q 実績	対前年増減	
売上高	2,314	2,359	△45	△1.9%
キリンビール	1,334	1,331	3	0.3%
キリンビバレッジ※	721	783	△61	△7.9%
メルシャン	144	146	△1	△1.2%
その他・内部取引消去	112	98	14	14.6%
営業利益	78	11	66	570.2%
キリンビール	77	52	25	47.5%
キリンビバレッジ	49	5	44	762.9%
メルシャン	8	3	4	109.9%
その他	△57	△50	△7	—

売上高

- ・キリンビール
ビール類販売数量は対前年△0%、ビール計は△1%、発泡酒計は+2%、新ジャンル計は△2%となるが、RTD販売数量増+5%、洋酒売上増+5%でカバーし、増収
- ・キリンビバレッジ
販売費一部が売上控除に変更されたため減収（影響は1Qのみ）清涼飲料販売数量が+3.1%増加し、実質的には増収
- ・メルシャン
ワイン販売数量は対前年+2%となったが、輸入低価格ワイン伸長による価格ミックス悪化により減収

営業利益

- ・キリンビール
ビール類の販売数量減少分をRTD等の販売増でカバーし限界利益が+2億円増加、販売費は主にキャンペーンの時期ずれや広告費の効率化により22億円減少し、増益
- ・キリンビバレッジ
販売数量増分限界利益の+6億円増加に加え、小型容器中心のマネジメントによる容器ミックス改善効果、コスト削減による収益構造改革が進み増益
- ・メルシャン
販売費の期ずれ、売上原価改善により増益
- ・その他
本社費用の増加により減益

		2017年 1Q 実績	2016年 1Q 実績	対前年増減
売上高 (億円)	ビール	496	501	△1.1%
	発泡酒	294	289	1.7%
	新ジャンル	278	284	△2.0%
	計	1,069	1,076	△0.6%
	RTD	183	175	4.5%
	洋酒・その他	81	79	2.4%

売上高 (億円)	1,334	1,331	0.3%
酒税売上高 (億円)	784	783	0.2%

ビール市場全体
全国的に低温となった影響等の中、各社新商品やリニューアル品を発売し、市場全体は前年並と推定
キリンビール販売数量
・ビール 市場並みの販売、昨年3月に月間で実施していたマイルージCPの反動もあり「一番搾り」ブランド計は△0% ・発泡酒 機能系カテゴリーが堅調、「淡麗グリーンラベル」+2%、「淡麗プラチナダブル」+8% ・新ジャンル 「のどごし」本体リニューアル効果、「のどごし 春の喝采」の発売によりブランド力は回復傾向、「のどごし」ブランド計は△0% ・RTD 主力「氷結」ブランド(+5%)、本搾り(+17%)の好調により引き続き伸長

2016年度1Q 営業利益		52	主な内容
対前年増減 (億円)	酒類限界利益増	2	ビール減 △1千kl △2億、発泡酒増 2千kl 2億、新ジャンル減 △2千kl △2億、RTD増 3千kl 3億 他
	原材料費減	6	原料費減 4億、包材費減 2億
	販売費減	22	販売促進費減 14億、広告費減 8億 (227億→204億) 他 (ビール・発泡酒・新ジャンル 16億 他)
	その他費用増	△5	
計		25	
2017年度1Q 営業利益		77	

販売数量（万ケース）		2017年 1Q 実績	2016年 1Q 実績	対前年増減
カテゴリー別	紅茶	1,282	1,198	7.0%
	日本茶	608	437	39.1%
	コーヒー飲料	732	725	1.0%
	果実・野菜飲料	510	550	△7.3%
	炭酸飲料	387	441	△12.2%
	健康・スポーツ飲料	157	119	31.9%
	水	809	864	△6.4%
	その他	293	※ 299	△2.0%
容器別	缶	912	917	△0.5%
	大型PET	1,489	1,485	0.3%
	小型PET	1,953	1,800	8.5%
	その他	424	※ 431	△1.6%
	計	4,778	4,633	3.1%
売上高（億円）		721	783	△7.9%

2016年度1Q 営業利益		5	主な内容
対前年増減 （億円）	清涼飲料限界利益増	18	販売数量増 145万ケース 6億、商品・容器構成差異等 12億
	原材料費等減	12	原料費減 2億、包材費減 5億、加工費減 5億
	販売費減	11	販売促進費減 12億、広告費増 △0億（計 78億→66億）
	その他費用減	2	
計		44	
2017年度1Q 営業利益		49	

清涼飲料市場全体

2月の稼働日減(前年うるう年の反動)等があったが、各社新商品やリニューアル品が寄与し、微増と推定

キリンビバレッジ販売数量

清涼飲料合計：前年比+3.1%

・カテゴリー

注カブランド「午後の紅茶」(+7%)、「生茶」(+39%)が牽引
「ファイア」はブランド力強化の取組みを継続中だが、販売数量は減少（△4%）、健康・スポーツ飲料は新商品発売効果により増加

・容器

小型容器(缶・小型PET)の販売数量が対前年+5%、
「午後の紅茶」はホット商材(280・350 PETボトル)の販売が好調、「生茶」は新発売の300ml PETボトルも寄与

・チャンネル

CVS・自販機チャンネルではホット商材が堅調、量販チャンネルでは大型PETの販売数量が減少

※ 2017年連結除外予定の製造子会社受託販売分を除く

1 Q実績 海外総合飲料 ライオン

KIRIN

	円ベース（億円）			
	2017年 1Q 実績	2016年 1Q 実績	増減額	増減%
売上高	973	1,133	△160	△14.2%
酒類	582	715	△132	△18.6%
飲料	391	418	△27	△6.6%
のれん等償却前営業利益	164	207	△43	△20.9%
酒類	173	206	△32	△16.0%
飲料	8	17	△8	△50.7%
本社	△17	△16	△1	—
のれん償却額	△27	△28	1	—
ブランド償却額	△7	△8	0	—
営業利益	129	170	△41	△24.4%

豪ドルベース（百万豪ドル）			
2017年 1Q 実績	2016年 1Q 実績	増減額	増減%
1,177	1,298	△121	△9.3%
703	818	△114	△14.0%
473	479	△6	△1.3%
198	237	△39	△16.5%
209	236	△26	△11.3%
10	19	△9	△47.9%
△21	△18	△3	—
△32	△32	△0	—
△9	△9	0	—
156	195	△39	△20.1%

連結期間：2016年10月～2016年12月
為替レート：82.70円（前年同期：87.34円）

	酒類	飲料
販売数量増減	△15.5%	△1.7%
のれん等 償却前 営業利益 増減 （百万豪ドル）	2016年	236
	販売数量増減	△45
	その他	+18
	2017年度	209

売上高

酒類：豪州酒類事業の販売数量減少（ABIライセンスブランド影響等）による減収
ABIライセンスブランド影響を除いた売上高は、ほぼ前年並み
連結為替影響 △32億円
飲料：注力カテゴリーの販売は堅調、果汁カテゴリーの販売数量の減少により微減
連結為替影響 △21億円

営業利益

酒類：主に豪州酒類事業の販売数量減により減益
連結為替影響 △9億円
飲料：主に期首に棚卸資産の評価減を実施した影響により減益
連結為替影響 △0億円

	円ベース（億円）				チャットベース（Billionチャット）			
	2017年 1Q 実績	2016年 1Q 実績	増減額	増減%	2017年 1Q 実績	2016年 1Q 実績	増減額	増減%
売上高	61	60	1	2.1%	73	64	8	13.6%
のれん等償却前 営業利益	27	26	0	1.6%	32	28	3	13.0%
のれん償却額	△4	△4	0	—	△4	△4	△0	—
ブランド償却額	△3	△4	0	—	△4	△4	—	—
営業利益	19	18	0	5.4%	22	19	3	17.2%

連結期間：2016年10月～2016年12月 為替レート：1,000チャット＝84.30円（前年同期：93.76円）

■ 販売数量増減

（%）	対前年
ビール	+7.6

- ・メインブランドの「ミャンマービール」は、プロモーション効果等により、前年を上回る（+2%）
- ・エコノミーカテゴリー「アンダマン ゴールド」の販売が大幅に増加（+45%）
- ・オフトレードチャネルにおける缶カテゴリーの販売が好調で、前年を大きく上回った（+111%）

売上高

- ・販売数量の増加に加え、昨年度に実施した値上げ効果もあり、増収
- ・商品ミックスは、エコノミーカテゴリーの販売数量が増加したため、若干マイナス要因
- ・連結為替影響△6億円

営業利益

- ・販売数量の増加、値上げ効果により、人件費増・為替影響による原材料費増を吸収し増益
- ・販売費の一部は期ずれもあり、未消化
- ・USドルに対するチャット安へ対応するために、キリングroupと連携したコスト削減を実施中
- ・連結為替影響△2億円

	円ベース（億円）			
	2017年 1Q実績	2016年 1Q実績	増減額	増減%
売上高	315	249	65	26.3%
のれん等償却前 営業利益	△8	△39	31	—
のれん償却額	—	—	—	—
ブランド償却額	△1	△1	△0	—
営業利益	△10	△41	31	—
EBITDA	9	△18	27	—

	レアルベース（百万レアル）			
	2017年 1Q実績	2016年 1Q実績	増減額	増減%
	875	831	44	5.3%
	△22	△131	108	—
	—	—	—	—
	△5	△5	—	—
	△28	△137	108	—
	25	△62	87	—

連結期間：2017年1月～2017年3月 為替レート：36.04円（前年同期：30.04円）

■ 販売数量増減

(%)	対前年
ビール	△5.3
清涼飲料	△14.1
合計	△8.8

＜参考＞ 市場動向

（2017年1～3月）

- ・ビール： 対前年△2.0%
- ・炭酸飲料：対前年△8.9%

（出典）Nielsen

■ のれん等償却前営業利益対前年増減

粗利の増加 R\$99MM

- ・ 単価・ミックス効果による売上高増加
- ・ 調達コスト削減努力、市況、レアル高による原材料費減少

販管費の減少 R\$9MM

- ・ 販売費の減少
- ・ 前年のコスト削減による物流関連費用、固定費の減少

売上高

- ・ ビールは、中高価格帯のDevassa、プレミアムのエisenbahnが好調で、全体の販売数量も2月以降は前年増で推移
- ・ 清涼飲料は、競争環境が厳しく、前年度の数量増から一転し、大幅減で推移
- ・ 前年実施した値上げの効果とミックス改善により増収、連結為替影響+52億円

営業
利益

- ・ 単価・ミックス効果、調達努力によるコスト削減、前年の効率化によるコスト削減効果等により、営業損失が改善
- ・ 連結為替影響△1億円

(億円)	2017年 1Q 実績	2016年 1Q 実績	対前年増減	
売上高	893	869	24	2.8%
協和発酵キリン	909	884	24	2.8%
医薬	713	678	35	5.2%
バイオケミカル	196	206	△10	△5.0%
その他・内部取引消去	△15	△15	—	—
営業利益	154	92	61	66.5%
協和発酵キリン	154	92	61	66.5%
医薬	129	59	70	119.2%
バイオケミカル	17	23	△6	△26.7%
その他・のれん償却額消去	23	26	△2	△8.8%
のれん償却額	△15	△15	—	—

売上高

医薬：薬価改定や後発医薬品の影響により国内医薬品売上は減少となったが、KHK4563に関する海外での技術収入の増加が大きく貢献し、増収

バイオケミカル：国内売上は前年並みとなったが、海外売上高の連結為替影響等により減収

営業
利益

医薬：海外での技術収入の増加に加え、研究開発費の一部期ずれにより増益

バイオケミカル：売上高の減少や、一部原価高もあり減益

KIRIN

**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.