

KIRIN



よろこびが
つなぐ世界へ

Joy brings us together

キリンググループ[°]

2020年12月期 第1四半期決算

2020年5月12日
キリンホールディングス株式会社

1Q業績サマリー

- 連結売上収益は-2.3%、連結事業利益は-11.0%となった。
- 対計画では売上収益は未達となるも、事業利益は計画達成。
- 親会社の所有者四半期利益は前年のライオン飲料事業の減損損失の反動などにより増加。同様に、平準化EPSは前年に対し4円増加。

新型コロナウイルス影響

- 従業員とその家族、ステークホルダーの生命と健康を最優先する。その上で感染リスク軽減策を講じつつ事業を継続し、食品や医薬品の製造・供給責任を果たしていく。
- 4月の実績を元に、2Q期間の主要事業への販売影響を試算（P11～P13）。飲食店や自動販売機の需要の低下により、各国の事業に幅広い影響が見込まれる。
- 通期業績予想修正への影響精査中。公表すべき事実が生じれば速やかに開示する。

親会社の所有者に帰属する四半期利益の増加に伴い、平準化EPSが4円増加

(億円)	20年1Q実績	19年1Q実績	増減	%
売上収益	4,245	4,343	-98	-2.3%
事業利益 ※1	328	369	-41	-11.0%
税引前四半期利益	325	-260	585	—
親会社の所有者に帰属する 四半期利益※2	203	-339	542	—

定量目標

	20年1Q実績	19年1Q実績	増減	%
平準化EPS ※3	29円	25円	4円	16.0%

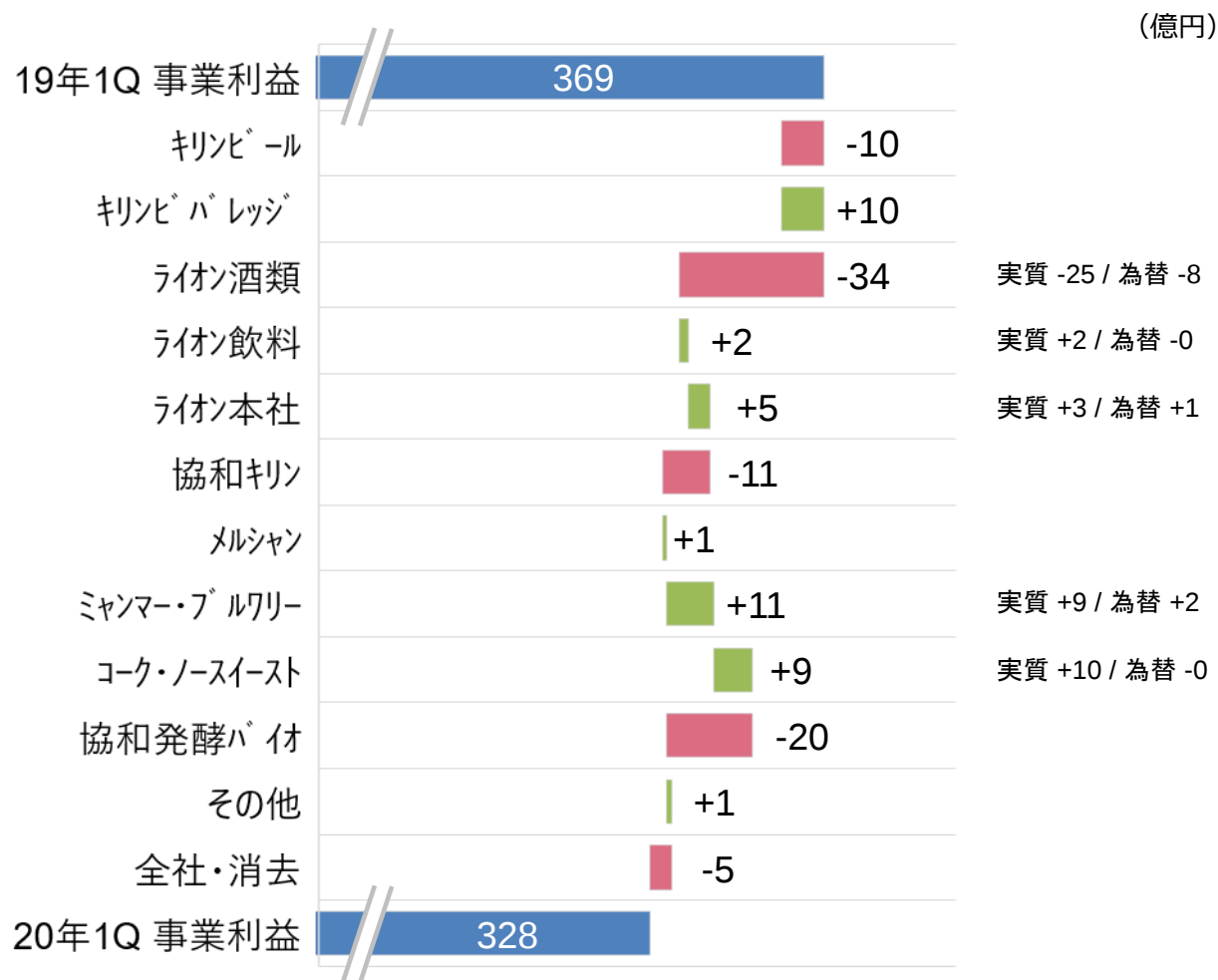
※1 事業の経常的な業績を測る利益指標として、売上収益から売上原価並びに販売費及び一般管理費を控除して算出。

※2 2019年度期末に会計方針を変更したことに伴い、2019年度第1四半期の財務数値を遡及修正。

※3 明細はp.16参照。

2020年度 1Q実績：連結事業利益 事業会社別増減

新型コロナ影響を受けながらも、主要事業は市場をアウトパフォーム



補足

キリンビール

▶ 主力商品は好調も、主に業務用チャネルの販売数量減に伴う限界利益減少により減益

キリンビバレッジ

▶ 販売数量増加、大型PET値上げ効果などにより限界利益増加。広告費低減などにより増益

ライオン酒類

▶ 単価ミックスの悪化に加え、飲食店などの未使用樽の回収費用などにより減益

ライオン飲料

▶ 乳飲料など主力製品の好調な販売により増益

協和キリン

▶ グローバル戦略品の拡大により売上収益増も、海外販管費・上市準備費用増加等により減益

ミャンマー・ブルワリー

▶ 数量増加による売上収益の拡大や原材料市況の改善などにより増益

コーク・ノースイースト

▶ 新商品の好調な販売などにより増益

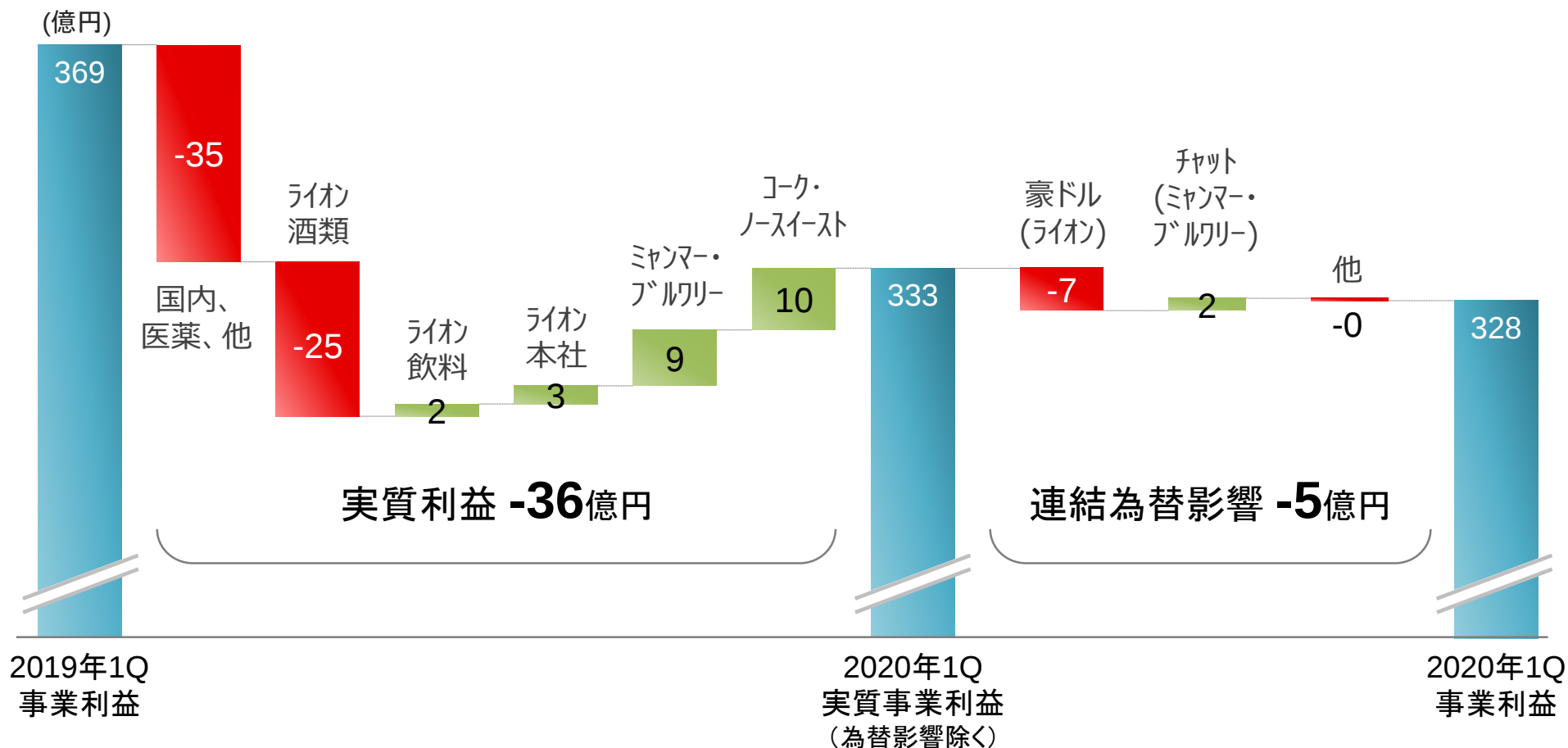
協和発酵バイオ

▶ 製造量の低下に伴い減益

2020年度 1Q実績：連結為替影響

為替影響を除く実質事業利益は対前年-36億円（-9.7%）

▶ 円高・豪ドル安を受け、事業利益への連結為替影響は約-5億円。



新型コロナ影響の中、戦略をぶらさず市場をアウトパフォーム

年初計画で想定していた市場環境の変化が更に加速。新型コロナ影響を最小化。

新型コロナ影響

業務用チャネルの落ち込み・巣ごもり消費拡大・将来の不透明感

嗜好の多様化 × 低価格志向 × 健康志向

年初計画
市場環境想定

低価格志向継続

手ごろ感 × 付加価値

購買行動の変化

酒税改正 × 嗜好の多様化



新ジャンル **+5.6%**
本麒麟 **+30.1%**

新ジャンル市場 **+1%** (推定)



一番搾り缶 **△0.1%**
グリーンラベル **△3.3%**

ビール市場 **△12%** 発泡酒市場 **△5%** (推定)

ビール類 1Q販売数量 **市場 △5%** ▶ **キリン △2.5%**
(推定)

キリンビバレッジ 2020年度 1Q実績

3月より新型コロナ影響を受けるも販売数量は計画を達成し、対前年増収増益

2Q以降に拡大が見込まれる新型コロナ影響を見据えつつ、
選択と集中を強め「強固なブランド体系構築」を推進していく

基盤ブランドへの
資源集中



無糖・低糖領域
の強化

「プラスの健康」
カテゴリーの育成

午後の紅茶®



「おいしい無糖」「ザ・マイスターズ」
シリーズ

1Q販売数量
前年比 **+8%** **+159%**

生茶



発売20周年「キリン生茶」
3月 リニューアル



キリングループ独自素材
「プラスマ乳酸菌」入り商品 計

1Q販売数量
前年比 **+129%**

数量、売上収益は対前年、対計画ともにプラス。飲食店閉鎖の影響などで利益減

**森林火災 ▶ 洪水 ▶ 新型コロナと、外部環境が著しく変化。
消費者や取引先に寄り添いながら、注力ブランドへの投資を継続していく。**



Classic
XXXX Gold



Contemporary
Iron Jack



Premium
Furphy

販売数量
(対前年)

+29%

+2%

-3%

- ▶ クラシックカテゴリーの販売下支えにより、豪州販売数量増。主力商品も堅調を維持。
- ▶ 一方、森林火災、洪水、新型コロナにより消費者心理に陰りが生じ、高価格帯商品の売上が低下。
- ▶ 3月下旬から飲食店が営業停止に。競合に先駆け、営業停止となった店から樽の戻入を決定。
- ▶ コスト削減策は1Q計画以上を達成。

ファンケルとのシナジーは順調に進捗。プラズマ乳酸菌に対する注目が高まりを見せる

ファンケルシナジー

3月より通販サイトにて相互送客を開始



協和発酵バイオ
健康食品オンラインショップ

health foods Online Shop



協和発酵バイオのお客様に、ファンケルの「内脂サポート」など生活習慣対策サプリなどをご案内



FANCL
ONLINE



キリングループおすすめ商品特別販売!

よろこびがつなぐ世界へ



4月より、キリンビバレッジ「野菜と果実のスムージー」などをファンケル通販で販売

5月より中国向け越境ECで販売を開始予定

プラズマ乳酸菌

3月単月、累月ともに関連商品の売上が大幅に増加

プラズマ乳酸菌 関連商品計 売上収益
(対前年)

3月単月

+155%

3月累月

+102%

2020
1.14
DEBUT



計画の更なる精緻化、専門的知見を有する人材の補強により、再生への体制を確立

再生計画（マスタープラン）に沿った取り組みを計画通り実行中。

製造回復

SOP 遵守

- ・ 手順の是正
- ・ 実態に即したSOP*への改訂



進捗状況

製造再開計画の精緻化と三現主義に基づく実行が進捗

事業再生

企業 文化

- ・ GMP*遵守精神浸透の取り組み
- ・ 従業員教育の強化



工場・本社間、従業員・マネジメント間のコミュニケーションの状況について、定期的にレビュー

人材 強化

- ・ 知見・経験豊富な人材の補強
- ・ 人材育成



キリンググループから、常務執行役員3名のほか、生産・技術人材を中心に31名が着任

体制 強化

- ・ 品質保証機能の強化
- ・ 強固なリスクマネジメント体制構築



品質統括責任者として、外部人材を招聘

基本方針に従い、感染リスク軽減策を講じた上で、製造・供給責任を果たす

基本方針	➤ 対策の立案・実施に当たっては、従業員とその家族、並びにキリングループの事業活動を常日頃から支えてくださるステークホルダーの生命と健康を最優先する。 ➤ その上で、社会活動などの維持に向け、食品や医薬品の安定供給に必要な生産・物流活動などについて、感染リスク軽減策を講じた上で継続し、製造・供給責任を果たしていく。
サプライチェーン	➤ 調達、製造、物流において、遅延など一時的な影響はあるものの、現時点で大きな混乱はない。
キャッシュフロー	➤ 手元資金、及び金融機関と締結したコミットメントラインを含め、十分な流動性を確保。 ➤ 更に、不急な投資については既に計画されていたものも含め当面凍結し、今後については慎重に判断する。

【新型コロナ】グループの主要事業会社における影響

2Q期間（4-6月）における新型コロナの影響は拡大が予想される

日本

麒麟ビール

業務用構成比の高いビールは減少、家庭用は堅調に推移し、新ジャンル・RTD構成比が増加する見通し。

麒麟ビバレッジ

外出自粛、在宅勤務増加によるオフィス需要減などにより、自動販売機やコンビニエンスストアでの販売への影響が続く。更なる健康意識の高まりに加え、水などのストック需要が発生。

協和麒麟

医療機関へのアクセス制限、規制当局の活動状況などにより、新製品の市場浸透ならびに治験や審査スケジュールに影響が及ぶ懸念あり（各国同様）。

海外

ライオン酒類（豪州）

豪州・ニュージーランドでは飲食店は全面営業停止となっており、4月-6月期間中に再開する可能性は限定的と見る。一方、5月8日に豪州連邦政府は経済活動再開に向けた規制緩和のロードマップを発表したことから、徐々に回復が見込まれる。

ミャンマー・ブルワリー（ミャンマー）

飲食店、小売店合わせて約7割が営業停止となっており、市場が急激に縮小。さらに、商品ミックスの悪化が続く見通し。

コーク・ノースイースト（米国）

3月下旬以降、学校の閉鎖やスポーツイベントの中止などにより影響が拡大。家庭用の需要増だけではカバーできず販売減少が続く想定。

【新型コロナ】4月の状況を踏まえた4～6月の影響見通し

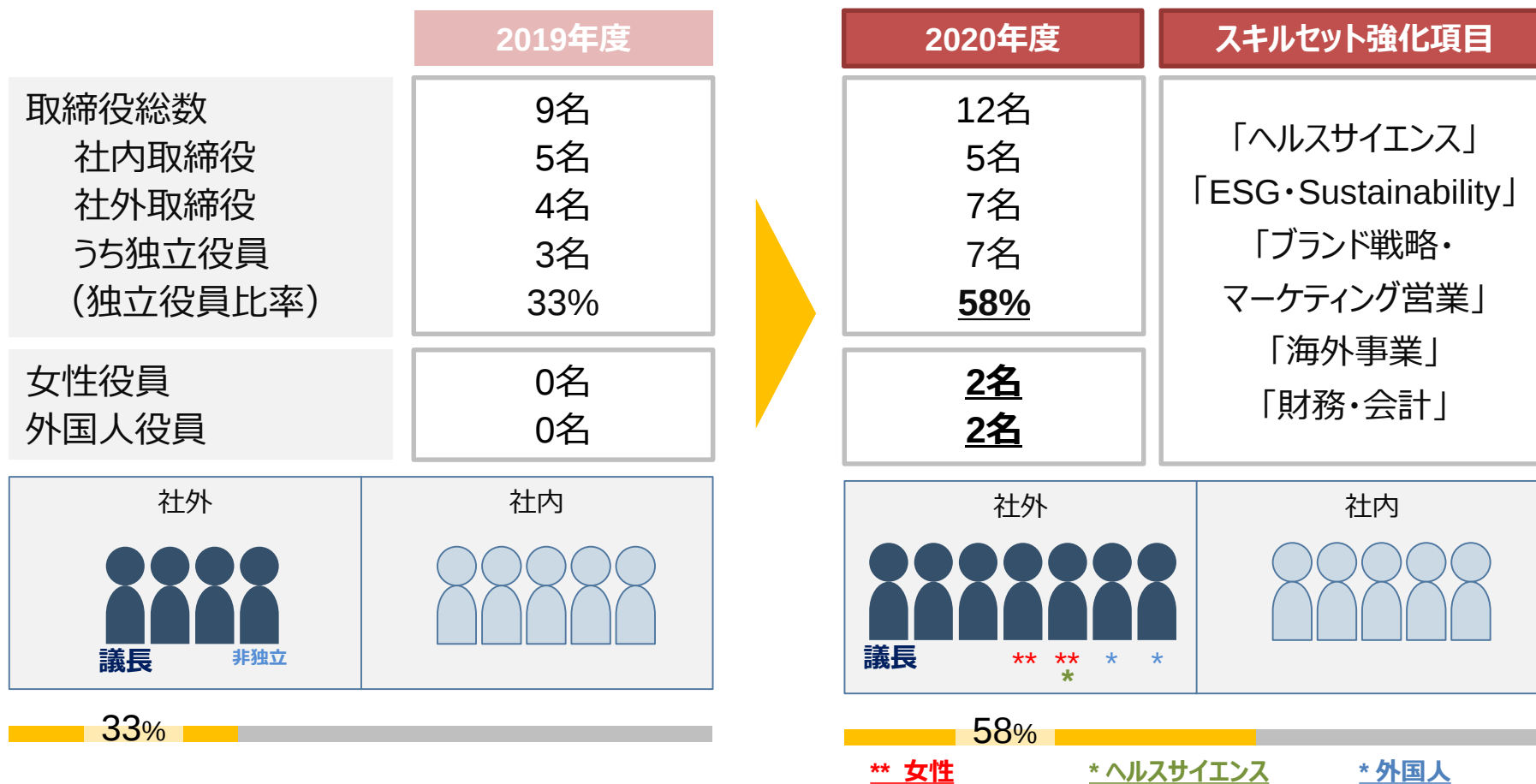
4月の販売実績（速報値）をベースした場合の2Q期間での影響を試算

- ※ 一定の仮定に基づく試算であり、新型コロナ影響の拡大・収束具合によっては変動する可能性あり。
- ※ コスト削減などの対策については各社検討中。
- ※ 通期業績予想修正への影響精査中。公表すべき事実が生じれば速やかに開示。

事業	参考指標	4月月間 販売数量 (前年比 速報値)	4～6月 販売数量 (前年比 試算値)
麒麟ビール	ビール類 計 ビール 発泡酒 新ジャンル	△14% △49% +0% +6%	△10～△20% △40～△50% △5～+5% +5～+15%
麒麟ビバレッジ	清涼飲料 計 量販 コンビニエンスストア 自動販売機	△23% △13% △40% △38%	△20～△30% △10～△20% △30～△40% △50～△60%
ライオン酒類	酒類 計	△45%	△25～△35%
マンマー・ブルフリー	ビール 計	△55%	△50～△60%
コーク・ノースイースト	清涼飲料 計	△11%	△10～△15%
協和麒麟	-	影響精査中	

3月27日以降、新たな取締役体制がスタート

**独立社外取締役のみによる対話機会の創出など、
取締役会による経営監督機能の更なる強化に向けた施策を検討中。**



資料編

Joy brings us together

2020年度 1Q実績：平準化EPS 明細

平準化EPS

(億円)		20年1Q実績	19年1Q実績
親会社の所有者に帰属する四半期利益 [※]	①	203	-339
非継続事業からの四半期利益	②	-	-
税金等調整後その他営業収益／費用 [※]	③	41	560
平準化 四半期利益	④ = (① - ②) + ③	244	221
期中平均株式数 (千株)	⑤	856,598	877,997
平準化EPS (円)	④ ÷ ⑤	29	25

※ 2019年度期末に会計方針を変更したことに伴い、2019年度第1四半期の財務数値を遡及修正。

2020年度 1Q実績：セグメント別 売上収益

(億円)	20年1Q実績	19年1Q実績	増減	%
連結 売上収益	4,245	4,343	-98	-2.3%
国内ビール・スピリッツ	1,340	1,399	-59	-4.2%
麒麟ビール	1,304	1,363	-59	-4.3%
その他・内部及びセグメント間取引消去	36	36	0	0.8%
国内飲料	595	587	9	1.5%
麒麟ビバレッジ	600	591	9	1.5%
セグメント間取引消去	-5	-4	-0	—
オセアニア総合飲料	689	735	-46	-6.3%
ライオン	689	735	-46	-6.3%
酒類	411	398	12	3.0%
飲料	279	337	-58	-17.2%
セグメント間取引消去	-0	-0	0	—
医薬*	772	756	16	2.1%
協和麒麟	773	758	15	1.9%
セグメント間取引消去	-1	-3	1	—
その他	849	867	-18	-2.1%
メルシャン	139	141	-3	-1.9%
ミャンマー・ブルフリー	107	91	16	18.0%
コーク・ノースイースト	317	298	19	6.4%
協和発酵バイオ	150	188	-39	-20.5%
その他・内部及びセグメント間取引消去	136	148	-12	-8.2%

* 2019年度2Qより、バイオケミカル事業を「協和発酵バイオ」としてその他へ分類。

2020年度 1Q実績：セグメント別 事業利益

(億円)	20年1Q実績	19年1Q実績	増減	%
連結 事業利益	328	369	-41	-11.0%
国内ビール・スピリッツ	112	122	-10	-8.2%
麒麟ビール	107	118	-10	-8.9%
その他	4	4	1	13.3%
国内飲料	38	28	10	37.0%
麒麟ビバレッジ	38	28	10	37.0%
オセアニア総合飲料	57	85	-27	-32.2%
ライオン	57	85	-27	-32.2%
酒類	68	102	-34	-32.9%
飲料	1	-1	2	—
本社	-12	-17	5	—
医薬*	164	175	-11	-6.4%
協和麒麟	164	175	-11	-6.4%
その他	57	54	3	5.0%
メルシャン	0	-1	1	—
ミャンマー・ブルフリー	50	39	11	28.0%
コーク・ノースイースト	10	0	9	—
協和発酵バイオ	-14	6	-20	—
その他	11	9	2	18.3%
全社費用・セグメント間取引消去	-100	-95	-5	—

* 2019年度2Qより、バイオケミカル事業を「協和発酵バイオ」としてその他へ分類。

2020年度 1Q実績：キリンビール

(千KL)	20年1Q実績	19年1Q実績	増減
ビール類計	-	-	-2.5%
ビール	-	-	-10.9%
発泡酒	-	-	-6.1%
新ジャンル	-	-	5.6%
RTD	82	81	1.2%
ノンアルコール飲料	9	7	30.2%

*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)	20年1Q実績	19年1Q実績	増減	%
売上収益	1,304	1,363	-59	-4.3%
酒税抜売上収益	771	800	-29	-3.6%
事業利益	107	118	-10	-8.9%

19年1Q 事業利益 (億円)		118	主な内容
対前年 増減 (億円)	酒類等限界利益 減	-25	ビール類計 -16億 (ビール減 -12千kl、発泡酒減 -5千kl、新ジャンル増 9千kl) ビール類以外計 3億 (RTD増 1千kl、ノンアル増 2千kl、他) 品種構成差異等 -12億
	原材料費 増	-9	
	販売費 減	20	販売促進費減 22億、広告費増 -2億円 (計 138億→119億)
	その他費用 減	4	
計		-10	
20年1Q 事業利益		107	

補足

国内酒類市場

- ▶ ビール類販売数量は前年同期比約△5%と推定。
- ▶ 新型コロナ感染拡大に伴い、業務用チャネルにおける販売数量は2月下旬より減少傾向が見られ、3月は大幅に減少。

販売数量

- ▶ 業務用チャネル商材であるビールの大樽容器が3月において前年同期比約4割減となるなど、市場同様に大きな影響を受けたものの、注力する「一番搾り」の缶が前年並みだったことに加えて、「本麒麟」が大きく伸長し、ビール類の販売数量は市場を上回った(前年同期比△2.5%)。

売上収益・事業利益

- ▶ 売上収益は、ビール類の販売数量の減少により減収。
- ▶ 事業利益は、ビール類の販売数量減に伴う限界利益減少や、大麦・麦芽などの原材料費増によって減益。

今期より販促費の一部使途について、固定費から売上連動型の変動費へ組み替え。

2020年度 1Q実績：キリンビバレッジ

販売数量（万ケース）		20年1Q実績	19年1Q実績	増減
カテゴリー別	紅茶	1,313	1,341	-2.1%
	日本茶	709	707	0.3%
	コーヒー飲料	574	565	1.5%
	果実・野菜飲料	507	500	1.4%
	炭酸飲料	299	383	-21.9%
	健康・スポーツ飲料	226	181	24.6%
	水	968	892	8.5%
	その他	314	299	5.0%
容器別	缶	622	735	-15.4%
	大型PET	1,682	1,639	2.6%
	小型PET	2,222	2,088	6.4%
	その他	383	406	-5.6%
計		4,909	4,868	0.9%

（億円）	20年1Q実績	19年1Q実績	増減	%
売上収益	600	591	9	1.5%
事業利益	38	28	10	37.0%

19年1Q 事業利益（億円）		28	主な内容
対前年 増減 （億円）	清涼飲料限界利益 増	5	販売数量増 42万ケース 2億 商品・容器構成差異等 3億
	原材料費等 減	5	原料費減 1億、材料費減 4億、加工費増 -1億
	販売費 減	1	販売促進費増 -3億、広告費減 4億（計74億 → 73億）
	その他費用 増	-1	自販機償却費増 他
	計	10	
20年1Q 事業利益		38	

補足

清涼飲料市場

- ▶ 清涼飲料市場は、△2%で推移。
- ▶ 3月は、外出自粛、在宅勤務増加によりCVS、自動販売機の販売が低下し、一方、量販を中心にストック需要が発生。

販売数量

- ▶ 清涼飲料計で前年を若干上回る販売数量を達成。
- ▶ 「午後の紅茶」「生茶」は、暖冬によるホット商品の減少、3月の市場トレンドの影響などにより、ブランド計でやや減少となったが、前年4月発売の「ファイア ワンデイブラック」の増分が寄与したほか、プラズマ乳酸菌商品の販売数量が2倍以上に増加したことが貢献。

業績補足

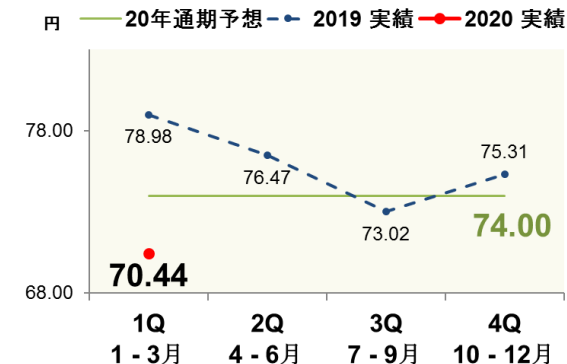
- ▶ 販売数量増、大型PET値上げ効果等により限界利益増加。
- ▶ メリハリの利いたブランド投資により広告費を低減、市況を含め原材料費が減少。

2020年度 1Q実績：ライオン

	円ベース(億円)			
	20年1Q 実績	19年1Q 実績	増減	%
売上収益	689	735	-46	-6.3%
酒類	411	398	12	3.0%
飲料	279	337	-58	-17.2%
事業利益	57	85	-27	-32.2%
酒類	68	102	-34	-32.9%
飲料	1	-1	2	—
本社	-12	-17	5	—

	豪ドルベース(百万豪ドル)			
	20年1Q 実績	19年1Q 実績	増減	%
売上収益	979	931	48	5.1%
酒類	583	505	78	15.5%
飲料	396	427	-31	-7.2%
事業利益	81	107	-26	-24.0%
酒類	97	129	-32	-24.7%
飲料	1	-1	2	—
本社	-17	-21	4	—

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。

	酒類	飲料
販売数量増減	+17.8%	-1.1%

事業利益 増減 (百万豪ドル)	19年1Q 実績	129	-1
	販売数量 増減	+69	+1
	その他	-101	+1
	20年1Q 実績	97	1

販売数量 (酒類)

- ▶ 昨年1Qの一時的な販売減の反動や、米国クラフト事業の連結化、新型コロナによる外出制限に伴う備蓄需要の高まりなどにより、大幅に増加。

補足

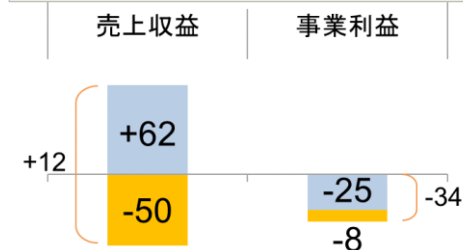
ライオン酒類

- ▶ 売上収益は豪州販売数量増に加え今年1月の米国ニュー・ベルジャン・ブルーイング連結化により増収。
- ▶ 事業利益は、森林火災、洪水により、価格に対する消費者心理の変化が、収益性の高い高価格カテゴリーの販売に影響しミックスが悪化したことや、未使用樽の回収費用を含む新型コロナ影響により、大幅に減少。

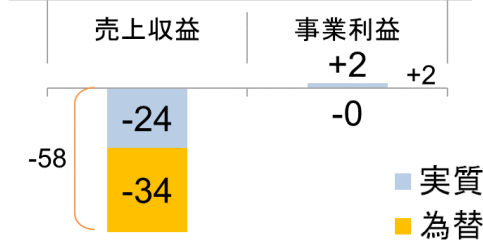
ライオン飲料

- ▶ 昨年10月に売却したチーズ事業の売上減などにより売上収益は減少。事業利益は「Dare」等など、乳飲料の好調な販売による粗利増やコスト削減により、増益。

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)



■ 実質
■ 為替

2020年度 1Q実績：協和キリン

(億円)	20年1Q 実績	19年1Q 実績	増減	%
売上収益	772	756	16	2.1%
協和キリン	773	758	15	1.9%
セグメント間取引消去	-1	-3	1	—
事業利益	164	175	-11	-6.4%
協和キリン	164	175	-11	-6.4%

主要製品別売上収益

(億円)

主要製品名 (国内)	2020年 1Q実績	2019年 1Q実績	前年比
ネスブ+AG*	75	118	-43
レグバラ	10	18	-9
オルケディア	20	12	7
ジールスタ	61	53	9
リツキシマブBS	26	18	7
アレロック	30	40	-10
パタノール	59	85	-26
ノウリアスト	22	22	-0
技術収入	3	9	-6

*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。

補足

売上収益

- 国内において「ジールスタ」や「リツキシマブBS」は好調に推移したものの、2019年10月改定の薬価引き下げの影響や、花粉飛散量の減少による「パタノール」の苦戦、新型コロナの感染拡大による通院自粛などにより、国内は減収。
- 一方、グローバル戦略品である「Crysvita」「Poteligeo」「Nourianz」が、海外の各地域において売上を伸ばし、協和キリン全体の1Q売上収益は増収。

事業利益

- グローバル戦略品などの海外品の売上収益が増加したものの、海外販管費・上市準備費用なども並行して増加したことにより、減益。

(億円)

主要製品名 (海外)	2020年 1Q実績	2019年 1Q実績	前年比
Crysvita 北米 EMEA	120 92 28	57	63
Poteligeo	29	24	5
Nourianz	4	-	4
Abstral	28	31	-3
技術収入 ベンラリズマブロイヤリティ*	27	20	7

*1 上市国(2020年3月末現在、南米除く):
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

*2 AstraZeneca社が販売するFasenraの売上ロイヤリティ(当社独自の見積もりを含む)。

各数字協和キリン1Q決算資料より抜粋。

2019年度2Qより、バイオケミカル事業を「協和発酵バイオ」としてその他へ分類。

2020年度 1Q実績：ミャンマー・ブルワリー

	円ベース(億円)			
	20年1Q 実績	19年1Q 実績	増減	%
売上収益	107	91	16	18.0%
事業利益	50	39	11	28.0%

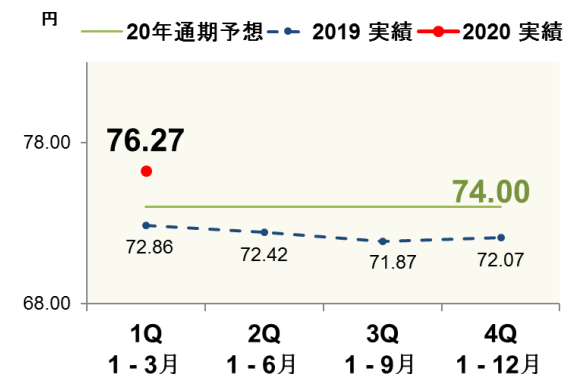
	チャットベース(Billionチャット)			
	20年1Q 実績	19年1Q 実績	増減	%
売上収益	140	125	16	12.7%
事業利益	65	54	12	22.3%

補 足

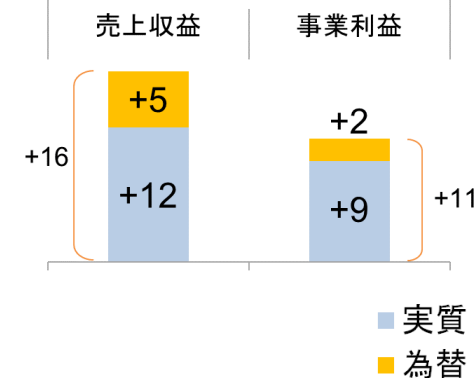
1Q業績

- ▶ 前年のトレンドが継続し、ビール飲用人口の増加や最盛期における各メーカーの積極的な販促施策投入によって市場は大きく拡大した。一方、新型コロナの影響により2月中旬以降には拡大トレンドの鈍化傾向が徐々に現れた。
- ▶ ミャンマー・ブルワリー社の販売数量は、主力の「ミャンマービール」とエコノミーカテゴリーの「アングマン・ゴールド」が好調に推移し、前年同期比+12.6%と増加。
- ▶ 売上収益は、販売数量の増加により増収。
- ▶ 事業利益は、売上収益の拡大や原材料市況の改善などにより増益。

1,000 MMK (ミャンマー・チャット) *累月平均



連結為替影響 20年1Q実績 (億円)



2020年度 1Q実績：コーク・ノースイースト

	円ベース(億円)			
	20年1Q 実績	19年1Q 実績	増減	%
売上収益	317	298	19	6.4%
事業利益	10	0	9	—

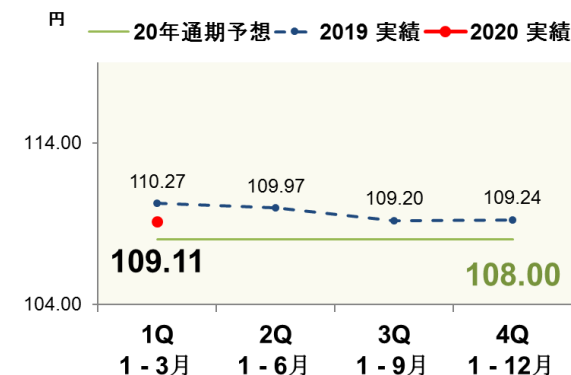
	USDベース (million \$)			
	20年1Q 実績	19年1Q 実績	増減	%
売上収益	291	270	20	7.6%
事業利益	9	0	9	—

補 足

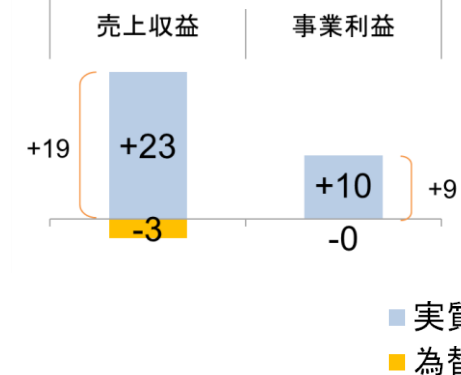
1Q業績

- ▶ 新商品の販売好調などにより販売数量は+8.1%と好調に推移し、価格改定効果もあり、増収。
- ▶ 3月下旬に新型コロナの影響により水などのストック需要が一時的に発生したが、飲食店閉鎖などもあり、1Q業績への影響は軽微。
- ▶ PMIも順調に進捗し、事業利益は大幅に増加。

USD (米ドル) *累月平均



連結為替影響 20年1Q実績 (億円)



■ 実質
■ 為替

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