



KIRIN

KIRIN REPORT 2016

READY FOR A LEAP

Toward Sustainable Growth
through KIRIN's CSV

キリンホールディングス株式会社

➤ 本冊子について

本冊子は、キリングループの統合報告書「KIRIN REPORT 2016」のダイジェスト版として制作されています。
お客様・社会のニーズを起点に、グループの強みを活かして新たな価値を創造することにより、再生から持続的な成長を目指すキリングループの姿をわかりやすくまとめました。
ぜひご一読ください。

「KIRIN REPORT 2016」 オリジナル版



キリンホールディングスのWebサイトでは、オリジナル版（原本）の冊子PDF（全ページ）をご覧いただけます。
また、オリジナル版についてはWeb閲覧専用のHTMLページもございます。

冊子をご希望の方は、当社Webサイトの資料請求画面よりご請求ください。

冊子PDF : <http://www.kirinholdings.co.jp/irinfo/library/integrated/pdf/report2016/kirinreport2016.pdf>



HTML : <http://www.kirinholdings.co.jp/irinfo/library/integrated/2016/>

➤ 株主データ (2017年6月30日現在)

発行済株式総数

914,000,000株

株主数

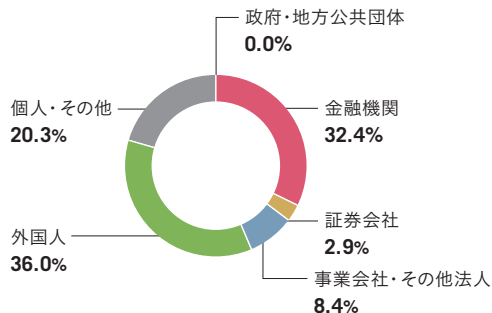
150,990名

大株主

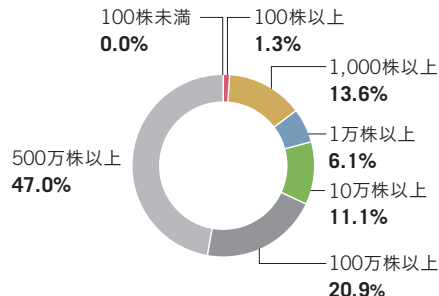
株主名	所有株式数 (千株)	持株比率 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	57,626	6.3
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	40,192	4.4
明治安田生命保険相互会社	32,996	3.6
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口5)	17,767	1.9
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口4)	17,493	1.9
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505225	16,293	1.7
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	16,223	1.7
株式会社三菱東京UFJ銀行	14,501	1.5
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口1)	13,149	1.4
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口2)	12,983	1.4

※ 持株比率は、自己株式 (1,382千株) を控除して計算しております。

所有者別分布



所有株数別分布



社長メッセージ

**キリングroupは独自の強みにより、
社会とともに新たな価値を創造し、
持続的な成長を実現します。**

「キリングroup2016年－2018年中期経営計画」の初年度は、期初のガイダンスを大きく上回る増益を達成しました。

低収益事業の構造改革が想定以上のスピードで進捗しているだけでなく、キリングgroupの強みを活かした新しい価値創造への挑戦が順調に始動しました。

しかし、私たちキリングgroupの挑戦はまだ始まったばかりです。

構造改革をさらに推し進め、強固な収益基盤を確立します。また、グループ主力事業と特に関連の深い「健康」「地域社会」「環境」を中長期的に重点を置く社会課題と定めて、イノベーションの創出を一層加速し、社会的価値と経済的価値の実現にコミットする経営を前進させます。私は、キリングgroupのCEOとして、結果にこだわり、企業価値向上に向けて実績を一年一年積み重ねることで、キリングgroupをステークホルダーの皆様から強く信頼される企業へと導いていきます。



代表取締役社長
いそざき よしのり
磯崎 功典

経営環境への認識とキリンのビジョン・戦略

総合飲料事業



現在の環境変化には、価値創造を軸として臨む

キリングroupの総合飲料事業における外部環境は、2つの大きなトレンドに直面しています。1つは、特に先進国での、少子高齢化の進展などによる市場成長の頭打ちで、グローバル企業による世界的な業界再編が起きました。もう1つは、消費者の生活スタイルの変化に伴う嗜好の多様化・個別化で、巨大なグローバルブランドも、これまでのプレゼンスを維持することが困難となっています。

成長余地が限られたパイの奪い合いに終始することは、キリングroupの企業価値の向上に寄与しないと考えます。私たちは、バリューチェーンにおける優位性を活用し、お客様にとっての新しい価値を創出することで、持続的に成長していきます。

新たな価値創造により持続的成長を可能とするグループの強み

キリングroupは、常にお客様に新たな価値を提供することで競争環境の変化を生き抜いてきました。世界で初めて一番搾り麦汁だけを使用した「一番搾り」、ペットボトル入りの本格紅茶というそれまでにない市場を切り拓いた「午後の紅茶」などはいずれも、お客様とともに新しい生活文化を創造し、ロングセラーブランドとなっています。また、ビール醸造で培った発酵・バイオ技術をもとに、医薬・バイオケミカル事業はグループのコア事業へと成長しました。

こうした過去の価値創造を通して、私たちは、他社にはない独自の強みを持ったバリューチェーンをつくり上げてきました。グループ

事業の共通基盤である発酵・バイオ技術に根差し幅広いものづくりを可能とする研究開発、多様な商品・サービスを効率的に高品質な形にしてお客様に届けるサプライチェーン、そして、お客様一人ひとりのニーズを深く洞察しイノベーションを牽引するマーケティングです。これらを一層有機的につなげることにより、ますます多様化するお客様一人ひとりの嗜好に対応した新たな価値を創造し、既存事業の収益性を高めていくことができると考えています。

また、これらの価値創造基盤は、新たなマーケットへ進出する上でシナジーを発揮します。ミャンマー・ブルワリーの統合プロセスでは、私たちの生産技術やマーケティング力が最大限に発揮されました。こうしたシナジー実現の蓄積は、成長市場である東南アジアでのビール事業を拡大していく上で大きな武器になります。

アジア・オセアニアにおけるビール事業の展開



医薬・バイオケミカル事業



グローバル化と新薬創出力の強化

キリンググループのもう一つの核である医薬・バイオケミカル事業は、抗体医薬品などのバイオ医薬を強みとしています。バイオ医薬品は、がんや自己免疫疾患など、これまで治療が難しいとされてきた病気に対し、副作用が少なく高い治療効果を発揮することが期待されています。特に日本では医療費抑制策の進展に伴う後発医薬品の浸透などにより、医薬品市場の伸びは鈍化していますが、長期にわたり成長を続けるためには、グローバル競争力と新薬創出力をさらに強化する必要があります。

協和発酵キリンは、「ポテリジェント技術」や「ヒト抗体産生技術」など、抗体医薬品の研究開発における世界トップクラスの技術力を有しています。それらを最大限に活用したグローバル戦略品を欧米で速やかに上市することが、目標である2020年の飛躍を実現するために不可欠です。2016年から開始した同社の5か年中期経営計画の前半では、これらの飛躍に向けた準備段階として、短期的な増益よりも積極的な開発投資を優先していきます。

社会とともに持続的に成長する企業を目指す

キリンググループの大きな特徴は、総合飲料事業と医薬・バイオケミカル事業を併せ持つユニークな事業ポートフォリオにあります。これからも新たな価値を創造し、持続的な成長を実現していくために、この特徴を最大限に活かしたいと考えています。社会と共有できる価値の創造(CSV※)は、それに向けたグループ経営の根幹となる戦略の枠組みであり、これまでに述べた価値創造基盤の活用と強化につながるものです。

株主の皆様へ

キリンググループは、社会から愛され、信頼され、株主・従業員・取引先など全てのステークホルダーから「存在価値が高く、社会に欠くことができない」とご評価いただける企業の実現を目指します。

2016年度の良い流れを本物にできるよう、全力で取り組んでまいりますので、株主の皆様におかれましては、引き続きのご支援をよろしくお願い申し上げます。

※ Creating Shared Valueの略。社会課題への取り組みによる「社会的価値の創造」と「経済的価値の創造」の両立により、企業価値向上を実現すること。

代表取締役社長

磯崎功典



A background image showing a dining table with several glasses of beer with thick foam, plates of food including a salad and a bowl of green sauce, and hands of people holding the glasses. The scene is set in a warm, indoor environment.

COVER
STORY

What is KIRIN ?

OUR VISION & STRENGTH

キリンを際立たせているもの

キリングループの創業は1907年。当時まだ身近でなかったビールを家庭まで届けることで、新しい生活文化を創造してきました。その後、事業領域を酒類、飲料、食品、そしてビールの発酵・バイオ技術を進化させた先進医薬へ、活動の場も日本から世界へ広げてきました。大切にしてきたのは、食と健康の領域で、技術に立脚した品質本位のものづくりを通じて人々の健康で心豊かな生活に貢献し、お客様と一緒に幸せな未来をめざしていくこと。これがキリンの理念です。

この理念に支えられ、競争環境の変化に対応しながら、常に新たな価値創造に挑戦することで、キリングループは独自の強みを培ってきました。発酵・バイオ技術の中核とした「研究開発」、高品質の商品・サービスを効率的に実現する「サプライチェーン」、お客様のニーズを深く洞察する「マーケティング」。これら各領域の強みが有機的につながり、私たちの持続的成長を支える基盤となっています。

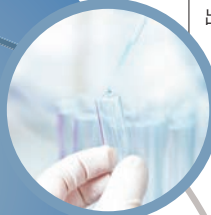
独自の強みで 価値創造に挑戦

「おいしさ・上質さ」「健康」「環境」
の3つの分野で、より良い商品や
サービスにつながる新たな価値創
出に取り組みます。

お客様起点の発想でイノベ
ーションを生み、新しい商品・サー
ビスをお届けします。

研究開発

発酵・バイオ技術を
中核とした研究開発



マーケティング

お客様のニーズを
深く洞察するマーケティング



サプライチェーン

高品質の商品・サービスを
具現化するサプライチェーン



具体的事例について

13ページをご参照ください。

高品質・低コストを実現するサプライチェーン
基盤の構築により、グループ一体となり多様な
商品・サービスの提供を実現します。

What is KIRIN ?

OUR LEADERSHIP

キリンが先導してきたもの

キリングループは、お客様が潜在的に求めていた本物の味、健康志向を先取りした機能性飲料、さらには治療方法の確立されていない医療分野で患者さんのお役に立てる医薬品などを、他社に先駆けて提供してきました。

既に顕在化した市場ニーズを、競合と同じやり方で追うのではなく、独自の優位性を活用して、お客様にとっての新たな価値を創造すること。これこそが、キリングループが貫いてきた姿勢です。今まで存在していなかった市場そして技術をイノベーションによって生み出し、次の時代をリードする文化を真っ先に発信する。これにより、長く愛される商品・企業ブランドを、お客様とともに育てていく——これがキリングループの誇りであり、私たちの価値創造基盤をさらに強くする原動力となってきたものです。



一番搾り麦汁
だけを使った
贅沢な味わい

① キリン一番搾り生ビール



ストレート果汁を
使った飲みやすさ。
RTD市場を牽引

② キリン 氷結®

OUR LEADERSHIP

新たな市場創造と 生活文化の創造

おいしくて
リーズナブル。
さらに糖質オフの
新たなカテゴリー
を創出

淡麗プラチナダブル(左) ①

淡麗グリーンラベル(右) ②



豪州クラフトビールの
牽引役

ジェームス・スクワイア ③



腎性貧血治療薬の
スタンダードとして
患者さんのQOLに
貢献

④ ネスプ®



ペットボトルで
手軽に味わえる
本格紅茶

⑤ キリン 午後の紅茶

What is KIRIN ?

OUR NEW DEVELOPMENTS

キリンの新たな一手

キリングroupは、長期にわたる持続的成長に向け、新たな価値創造に挑戦しています。社会と共有できる価値の創造（CSV※）です。

創業以来100年以上が経った今、健康問題、医療費高騰、高齢化、人と人とのつながりの希薄化、経済格差などが進み、地球温暖化や自然破壊が深刻化しています。私たちは、こうした社会問題の解決に事業を通じて取り組むことが、お客様の幸せに貢献すると考えます。グループの強みを活かした社会課題への取り組みが発想の転換やイノベーションを生み出し、これにより組織能力が向上し、お客様にとっての価値を持続的に提供できるのです。

これを経営の根幹とした上で、戦略的なフォーカスをより明確にした成長市場への投資も進めます。クラフトビール市場における地位確立、ミャンマーをはじめとした東南アジアビール事業の強化、そして、医薬・バイオケミカル事業でのグローバル展開を進めていきます。

※ Creating Shared Valueの略。社会課題への取り組みによる「社会的価値の創造」と「経済的価値の創造」の両立により、企業価値向上を実現すること。

社会と共有できる 価値創造 (CSV)の加速

02

東南アジア市場
での事業拡大

新たな高成長市場に
いち早く展開し、
確かな地位を確立



01

クラフトビール
における優位性

自分たちだけの味
ビールの新たな楽しみ方
を発信



03

医薬・バイオケミカル
のグローバル展開

画期的新薬の上市により、
人々の健やかな
暮らしに貢献



具体的事例について

14ページをご参照ください。

What is KIRIN ?

OUR ACHIEVEMENTS & CHALLENGES to OVERCOME

キリンの成果と課題

「キリングループ2016年－2018年中期経営計画」初年度は、年初計画を上回る成果を上げ、順調なスタートを切りました。収益性の低下していた日本国内の清涼飲料事業、ブラジル事業、および豪州の乳飲料事業などの収益構造改革が進んだことに加え、新たな価値創造による成長への取り組みが順調に進捗しています。

しかし、国内ビール事業では、発泡酒・新ジャンルカテゴリーの販売数量減が課題となっています。また、豪州酒類事業では、ライセンスブランドの契約喪失により利益水準が低下します。これらの課題に対しては真摯に向き合い、適正かつスピーディーに対処していきます。

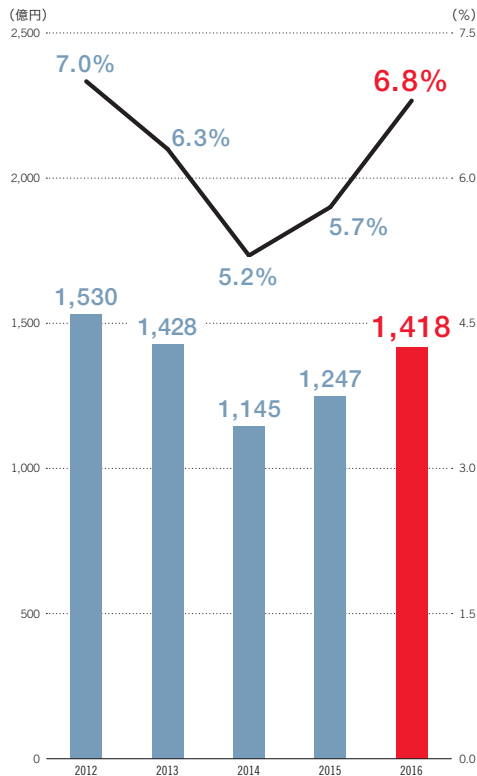
これからも構造改革を推進し、低収益事業の収益性を高めていきます。さらに、収益性の高いビール事業においても、商品・サービスのさらなる魅力化により、事業拡大を図り、収益基盤の強化に取り組みます。

目線を上げて 更なる飛躍を目指す

ACHIEVEMENTS

キリングroupの
連結業績推移

収益性の改善が順調に進む



■ 営業利益 (左軸) — 営業利益率 (右軸)

CHALLENGES

持続的な企業価値向上
実現への次の課題

1

ビール事業の一層の 収益基盤強化

- ▶ クラフトビールの拡大等、嗜好の多様化・個別化に対応した顧客価値創造の加速
- ▶ 東南アジアでの事業基盤の一層の強化

2

低収益事業の 構造改革の継続

3

医薬・バイオケミカルにおける 大型新薬の着実な上市と グローバル展開

進化した緑茶 「生茶」リニューアルで人気復活

日本のお茶を変えたい。

生茶は、つくりかたから変えました。

1. ミクロン茶葉



マイクロボールを用いた超音波を駆使した、その（ミクロン茶葉）が、いままでないような茶葉を生み出しました。

2. カット茶葉



茶葉をより細かくカットして、高温で蒸すことで、より香りがよく、より味もよくなります。

3. まる搾り生茶葉抽出物



茶葉をまるごと圧搾する方法で生み出した、今までにないような茶葉抽出物を生み出しました。

味も、香りも、色も。お茶のいいところ、まるごと出し切る。新「生茶」3月22日発売



日本茶を変えたい。最新技術×伝統製法で新たな価値を創出

「生茶を復活させる」、2016年の発売に向けてプロジェクトがスタート。「生茶」は2000年の発売後、2003年に3,500万ケースを超える大ヒットとなりましたが、その後徐々に販売を落とし、2014年にはピーク時の約半数まで落ち込みました。一度勢いを失った商品を復活させるのは簡単ではありません。新ブランドを立ち上げるアイデアもありました。

議論を重ねることで行きついた新しいコンセプトは、緑茶が持つ本来のおいしさ・生命力を実現すること、「生茶」のブランドを活かしながら、全く新しいイメージを打ち出すことでした。

リニューアルされた「生茶」は、最新テクノロジーと独自製法による味わいにこだわり、また、ガラス瓶をイメージした容器にもこだわりました。

製品化までには困難な課題が多ありましたが、新しい味覚と洗練されたデザインの新「生茶」は、ペットボトル緑茶の新たな価値を創出し、2000年発売時の2,250万ケースを上回る、2,620万ケースの販売を達成しました。

「生茶」の詳細については、当社Webサイトをご覧ください。



「商品情報」

<http://www.kirin.co.jp/products/softdrink/namacya/>

CSV
ストーリー

キリングroupは、
「健康」「地域社会」「環境」という
3つの社会課題に取り組み、お客様と共に
幸せな未来をめざしていきます。



キリングroupは、重点的に取り組む社会課題として「健康」「地域社会への貢献」「環境」と、酒類を扱う企業グループの前提として「酒類メーカーとしての責任」を選定しました。それらの社会課題について、SDGs※等を参照しながら、事業を通じて中長期的に目指す姿を明らかにする17のコミットメントを「グループCSVコミットメント」として策定し、その達成に向けた具体的なアプローチおよび成果指標を定め、グループ一丸となって取り組んでいます。

※ 世界の持続可能な発展を実現するために、2016年から2030年までの15年間で国際社会が取り組むべき課題を定めたもので、2015年9月に国連サミットで採択されています。

CSVストーリーの全文、CSVのコミットメントとその達成のための具体的なアプローチや成果指標については、当社Webサイトをご覧ください。

「私たちのCSVストーリー」
<http://www.kirinholdings.co.jp/csv/materiality/story.html>

「私たちのCSVコミットメント」
<http://www.kirinholdings.co.jp/csv/materiality/commitment.html>



取り組み事例

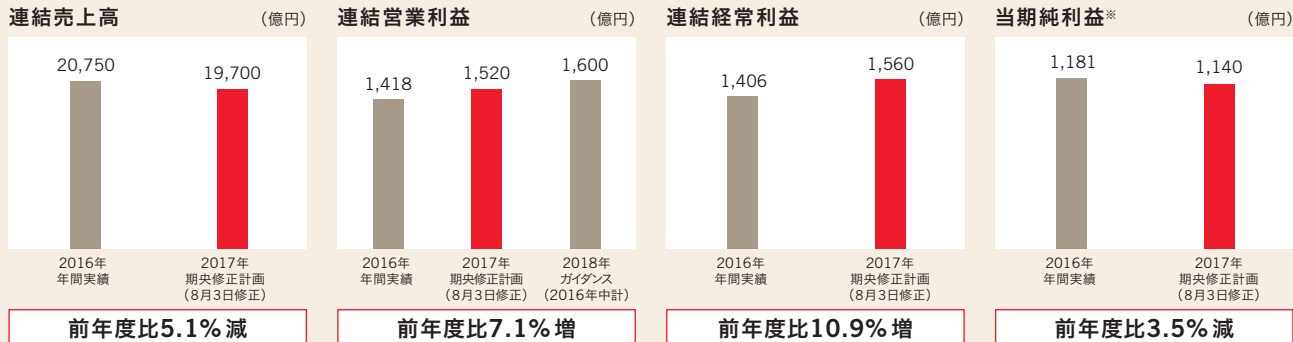
地域社会への貢献 「サプライチェーンの持続可能性強化」

ホップはビールに様々な個性を与えます。しかし、日本産ホップは生産者の高齢化等に伴い年々収穫が減少しています。国内のホップ農家と長期的な関係を築き、品質向上に取り組むとともに、生産地域の皆様とともに地域の活性化に取り組みます。それにより、収穫したばかりのホップを使った「一番搾り」とれたてホップ生ビール」や、摘みたての日本産ホップ「IBUKI」を手を加えずそのまま使用したクラフトビールなど、日本産ホップでなければならない特徴的で高品質なビールづくりを継続・拡大していきます。同時に個性的な日本産ホップを世界に発信していきます。



2017年度計画

2017年度連結業績予想(8月3日修正)



※「親会社株主に帰属する当期純利益」を指しています。

平準化 EPS
(1株当たり利益) **137** 円 (前年度125円)

のれん等償却前 ROE
(自己資本利益率) **18.6** % (前年度21.9%)

2016年中計では、「構造改革による、キリングループの再生」に向けて、グループの事業を3つに位置付け、重点課題を設定しています。

重点課題

- ① ビール事業の収益基盤強化 (麒麟ビール、ライオン酒類事業、ミャンマー・ブルワリー)
- ② 低収益事業の再生・再編 (ブラジル麒麟、麒麟ビバレッジ、ライオン飲料事業)
- ③ 医薬・バイオケミカル事業の飛躍的成長 (協和発酵麒麟)

2016年中計のスタートから2年目となる現在まで、重点課題の取り組みが順調に進み、各社の業績は計画を上回る水準で推移しています。ブラジル麒麟の株式譲渡等の構造改革も前倒しで進んだ結果、2017年2月に発表した年初計画を上方修正しました。2016年中計最終年度である2018年のガイダンスとして設定した、営業利益1,600億円以上の達成を着実に目指して、さらなる成長を実現します。

キリングループ 株主・投資家向けWebサイトのご紹介

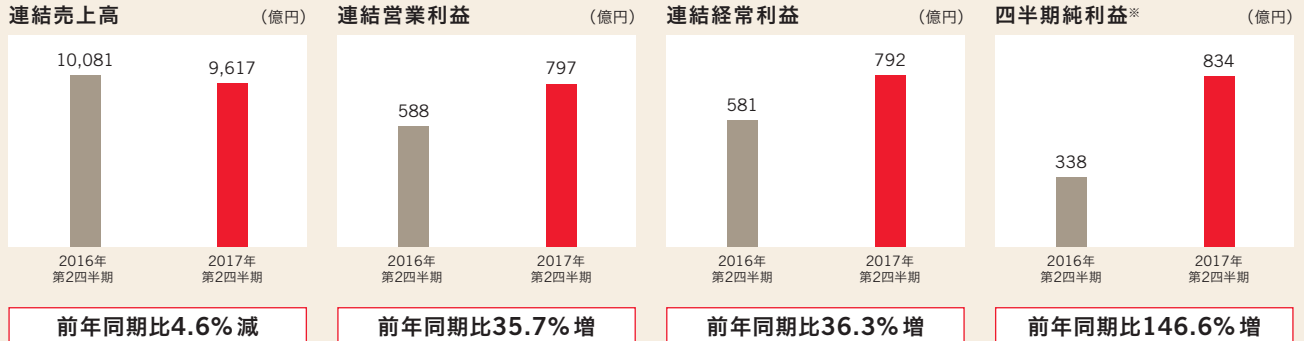


WEB <http://www.kirinholdings.co.jp/irinfo/>

当社Webサイトでは、決算短信・決算説明会情報に加え、経営トピックス・経営層に対するインタビュー動画などを掲載しております。タイムリーに最新情報をお届けするWebサイトを、ぜひご活用ください。



2017年度第2四半期連結業績



※「親会社株主に帰属する四半期純利益」を指しています。

上半期の実績は、ブラジルキリンの売却により減収となりましたが、営業利益、経常利益、四半期純利益は大幅に増加し、計画を上回るペースで進捗しています。

- ① **ビール事業の収益基盤強化**：キリンビールでは主力の「一番搾り」やクラフトビールの提案を通じたビールカテゴリーの魅力化を図りました。ライオン酒類事業ではライセンスブランド販売終了後の利益水準の回復に取り組み、ミャンマー・ブルワリーでは圧倒的な市場シェア維持に向けた事業基盤強化を進めました。
- ② **低収益事業の再生・再編**：キリンビバレッジとライオン飲料事業では、引き続き主力ブランドの強化とコスト削減等による収益構造改革を進めました。ブラジルキリンでは円滑な事業譲渡を完了しました。
- ③ **医薬・バイオケミカル事業の飛躍的成長**：協和発酵キリンではグローバル戦略品の研究開発を進めました。

ブラジルキリンの売却について

当社は、ブラジルキリンの全株式を、2017年5月31日付でハイネケン社の子会社 Bavaria 社に譲渡しました。

2011年、当社は世界3位※1のビール市場であるブラジル市場に参入しました。2000年代以降に著しい経済成長を実現してきたブラジルでは、近年は経済悪化を背景に消費の停滞と競争の激化、さらに現地通貨安が進行しました。2014年以降、同社は徐々にビールの販売数量を落として収益構造が悪化し、2015年度には、同社取得に伴い生じたのれん等について減損損失が発生し、当社連結業績で特別損失1,140億円を計上しました。

2015年以降、グループ本社と一体となって構造改革を進めた結果、激しい競争環境の中で2016年には販売数量が増加に転じ、コスト削減による収益改善が進みました。業績が回復基調に入った

ことで、ハイネケン社を含む複数の企業から買収の提案を受けました。当社は、様々な検討の結果、ブラジル事業を単独で高収益事業に転換するのは難しいと判断し、売却を決定しました。

キリングループは、再び経営資源をアジア・オセアニア地域に集中する方針です。すでにミャンマー、フィリピンには圧倒的シェアを誇るミャンマー・ブルワリー、サンミゲルビール※2という基盤があります。これらの市場でグループシナジーを発揮し、一層の成長を目指していきます。

※1 キリン調べ ※2 持分法適用会社



第2四半期事業報告

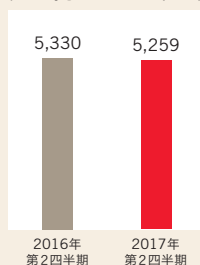
日本総合飲料事業

主要会社

キリン、キリンビール、キリンビバレッジ、メルシャン

売上高

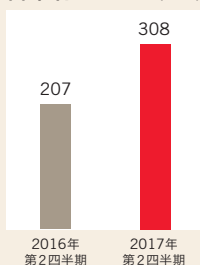
(億円)



前年同期比1.3%減

営業利益

(億円)



前年同期比48.7%増

- **キリンビール**: ビールカテゴリーの強化を進める中、「一番搾り」計の販売数量は市場平均を上回る99%となりました。「キリン 氷結®」を中心に人気が高まっているRTD※カテゴリー計の販売数量は8%、ノンアルコール飲料カテゴリーの販売数量は49%増加しました。
- **メルシャン**: 主力の「おいしい酸化防止剤無添加ワイン」やチリワイン等を中心に販売活動を行い、ワイン計の販売数量は前年同期を上回る103%となりました。
- **キリンビバレッジ**: 主力ブランド「キリン 午後の紅茶」(3%増)「キリン 生茶」(16%増)の販売が好調で、飲料計の販売数量はほぼ前年同期並みの99%となりました。

※RTD: 栓を開けてそのまま飲める低アルコール飲料で、Ready to Drinkの略です。

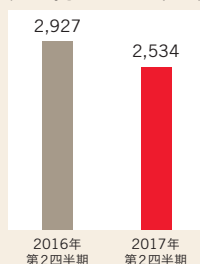
海外総合飲料事業

主要会社

ライオン、ミャンマー・ブルワリー

売上高

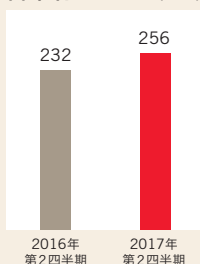
(億円)



前年同期比13.4%減

営業利益

(億円)



前年同期比10.4%増

- **ライオン酒類事業**: ライセンスブランド商品の販売終了や豪州ビール市場縮小に伴い、販売数量が16%減少しましたが、市場が大きく伸びているクラフトビールカテゴリーでは主力ブランド「ジェームス・スクワイア」等の販売が好調でした。
- **ライオン飲料事業**: 注力カテゴリーの高価格帯チーズ、ヨーグルト、乳飲料の主力商品「デア」が好調でした。オレンジ果汁の不足による原料価格高騰の影響を受け、果汁カテゴリーは販売数量が減少しました。
- **ミャンマー・ブルワリー**: 主力商品「ミャンマービール」と低価格帯商品「アングマン ゴールド」の販売が大変好調で、ビール全体の販売数量は前年同期から16%増加しました。

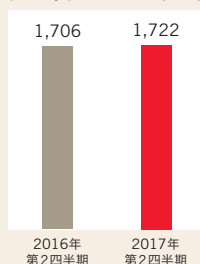
医薬・バイオケミカル事業

主要会社

協和発酵キリン、協和発酵バイオ

売上高

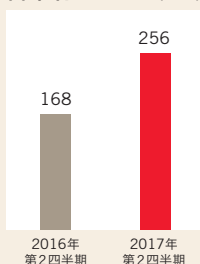
(億円)



前年同期比0.9%増

営業利益

(億円)



前年同期比52.3%増

- **協和発酵キリン**: 国内では、ジェネリック医薬品の浸透や薬価の引き下げによる影響で長期収載品の売上が減少しましたが、新製品群の売上が堅調でした。海外でも医薬品の販売が伸びたことに加え、アストラゼネカから技術ライセンス料の収入がありました。研究開発では、KRN23※1、KW-0761※2等のグローバル戦略品の開発が、計画に沿って順調に進みました。
- **協和発酵バイオ**: 通信販売事業では、昨年発売の「アルギニンEX」が伸長しました。

※1 KRN23: 遺伝的な原因で骨の成長・維持に障害をきたす希少な疾患である、X染色体遺伝性低リン血症等の治療薬として開発を進めています。

※2 KW-0761: CCケモカイン受容体4(CCR4)を標的とするヒト化モノクローナル抗体です。CCR4は、皮膚T細胞性リンパ腫(CTCL: 皮膚に生じる悪性リンパ腫の一種)を含めた特定の血液がん細胞に頻繁に発現しています。

上半期の商品トピックス

4月
発売



ノンアルコール・ビールテイスト飲料
「キリン 零 ICHI(ゼロイチ)」好調

「一番搾り製法」による“よりビールに近い上質な味わい”が好評。発売から2カ月で年間販売目標の約半分を達成。年間販売目標を当初予定の5割増に上方修正しました。

350ml 缶・500ml 缶・小びんに加え、
8月29日から250ml 缶を全国発売します。/
オープン価格

3月・5月
発売



好評の「キリン 生茶」から
「キリン 生茶 デカフェ」などを
新発売

本年の年間販売目標を2,920万ケース(前年比111%)に上方修正しました。3月に300ml ペットボトルをラインアップに加え、5月にペットボトル入り緑茶飲料として唯一^{※1}のカフェインゼロ^{※2}の「キリン 生茶 デカフェ」を発売しています。

※1 100ml 当たりカフェイン含有量0.001g未満
のPET容器詰め緑茶飲料として唯一
(2014年2月SVPジャパン調べ)

※2 カフェインについては、0.001g(100ml 当たり)未満
を0gとしています。

下半期の新商品

7月下旬
から
順次切替

3年連続で販売数量増！

「キリン一番搾り生ビール」
フルリニューアル

「一番搾り製法」で
引き出した麦本来の
うまみをアップさせ、
さらに“おいしいビー
ル”に進化しました。

350ml 缶・500ml 缶ほか/
オープン価格



8月22日
発売

紅茶飲料のNo.1^{※1}
ブランド

キリン 午後の紅茶
ストレートティー デカフェ

ディンブラ茶葉の華やかな香りが
楽しめる、甘さすっきり・カフェ
インゼロ^{※2}のストレートティー。

500ml・ペットボトル/140円
(消費税抜き希望小売価格)

※1 株式会社食品マーケティング研究所調べ
(2016年実績)

※2 0.001g(100ml 当たり)未満を0gと表記



9/5
発売

酸化防止剤無添加ワイン
11年連続No.1^{※1}ブランド

おいしい酸化防止剤無添加 ワイン
オフ日和(赤・白)

ブドウ本来のおいしさはその
ままで、「糖質30%オフ^{※2}」、
「カロリー30%オフ^{※3}」、アル
コール控えめ7%を実現し
た、食事に合うワインです。

720ml / オープン価格

※1 無添加カテゴリー国内ワイン売上
シェアNo.1ブランド。2006年4月～
2017年3月実績。流通専門誌
「ダイヤモンド・チーフストア」調べ。
出典：KSP-POS

※2※3 おいしい酸化防止剤無添加
ワイン平均値比



グループの研究開発力を結集！
プラズマ乳酸菌のヨーグルト

8/21
発売



9/5
発売



小岩井 iMUSE 生乳ヨーグルト^{※1}
小岩井 iMUSE のむ生乳ヨーグルト^{※2}

“生乳×プラズマ乳酸菌×香料・安定剤不
使用”。毎日続けてほしいから、おいしさにも
こだわりました。

※1 100g、120円(消費税抜き希望小売価格)

※2 126g、120円(消費税抜き希望小売価格)

株式に関する手続きについて

➤ 住所・氏名など届出事項の変更、配当金振込先の指定について

証券会社等に口座をお持ちの株主様 …口座を開設されている証券会社までお問合せください。

特別口座をお持ちの株主様 …………… 下記連絡先(三菱UFJ信託銀行 証券代行部)までお問合せください。

なお、三菱UFJ信託銀行の各支店でもお取次ぎいたします。

➤ 未受領の配当金のお受取りについて

支払期間経過後の配当金については、下記連絡先(三菱UFJ信託銀行 証券代行部)までお問合せください。

株主名簿管理人・特別口座管理機関へのお問合せ

連絡先 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
東京都府中市日鋼町1-1



0120-232-711

(平日9:00 -17:00)

書類などを送付する際は、下記郵送先へ送付してください。

郵送先 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号

※ 株主名簿管理人・特別口座管理機関の事務拠点移転に伴い、平成29年8月14日以降の連絡先・郵送先は、左記のとおりとなりました。

コーポレートデータ(2017年6月30日現在)

商号	キリンホールディングス株式会社
本社所在地	〒164-0001 東京都中野区中野四丁目10番2号 中野セントラルパークサウス
設立	1907年2月23日 ※ 2007年7月1日純粋持株会社化に伴い、「麒麟麦酒株式会社」から商号変更
従業員数(連結)	28,569名
事業年度	1月1日から12月31日まで
株主確定日	定時株主総会・期末配当金12月31日 中間配当金6月30日
定時株主総会	3月下旬開催
株主名簿管理人 特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
公告の方法	電子公告により行います。但し、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。 公告掲載URL http://www.kirinholdings.co.jp/
証券コード	2503



本冊子は、「FSC® 認証紙」および石油系溶剤の代わりに植物油を用いた「植物油 インク」を使用し、有害廃液を排出しない「水なし印刷方式」で印刷しています。印刷・製本工程で使用した電力は、日本自然エネルギー株式会社が発電したグリーン電力(風力)でまかなっています。

2017年9月5日発行