

KIRIN



**KIRIN
REPORT**
2018

キリンホールディングス株式会社

本冊子について

本冊子はキリンの統合報告書「KIRIN REPORT 2018」のダイジェスト版です。キリンのDNAに基づく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、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 2018」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

HTML

<https://www.kirinholdings.co.jp/irinfo/library/integrated/pdf/report2018/kirinreport2018.pdf>

<https://www.kirinholdings.co.jp/irinfo/library/integrated/2018/>

株主データ (2018年6月30日現在)

発行済株式総数

914,000,000株

大株主

株主数

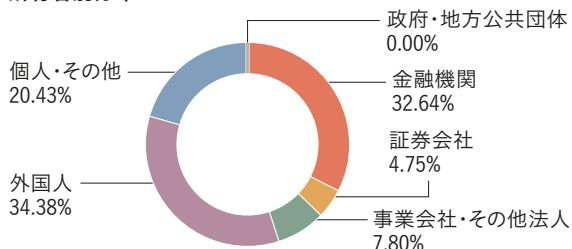
145,503名

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)	65,437	7.29%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	44,017	4.90%
明治安田生命保険相互会社	32,996	3.67%
JP MORGAN CHASE BANK 380055	27,066	3.01%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	18,571	2.07%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口4)	17,182	1.91%
STATE STREET BANK WEST CLIENT-TREATY 505234	15,792	1.76%
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY	13,916	1.55%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口1)	13,758	1.53%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口2)	13,360	1.49%

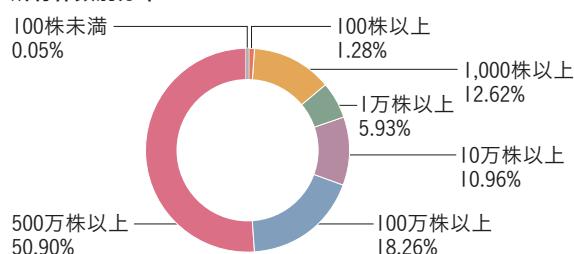
※2018年6月30日現在、上記所有株式のほかに、当社は自己株式を16,017千株所有しています。

※持株比率は自己株式を控除して計算しています。

所有者別分布



所有株数別分布





キリングroupの
“強み”に磨きをかけ
中長期的な成長戦略を
加速させていただきます

代表取締役社長

磯崎功典

今回の西日本豪雨で被災された皆様に対し、心よりお見舞い申し上げます。
一日も早く、地域社会が復旧、復興するよう、グループを挙げて支援してまいります。

グループの持続的な成長に向け、構造改革と経営基盤強化が順調に進捗

キリングroupは、長期経営構想「新KV2021」前半の「2016年－2018年中期経営計画（2016年中計）」において、「ビール事業の収益基盤強化」「低収益事業の再生・再編」「医薬・バイオケミカル事業の飛躍的成長」の3つの重点課題を掲げ、「構造改革による、キリングroupの再生」に全力で取り組んできました。

この2年間、低収益事業の改革で大きな成果を上げたのに加え、国内ビール事業の収益基盤強化が大きく前進しました。また、非中核資産の流動化を実行するな

ど、グループの構造改革は想定以上のスピードで進んでいます。その結果、2017年度は2016年中計でのキャッシュフロー創出目標を1年前倒しで実現しました。

2018年もスピード感をもって構造改革を進め、中核となる事業領域での利益成長を実現することで、必ずや定量目標、利益ガイダンスを達成できると確信しています。このように「新KV2021」実現に向けた“地固め”はできたと判断しており、後半の2019年－2021年中期経営計画で持続的な成長を目指します。

次年度以降を見据え既存事業の利益成長に注力

2018年は、次期中期経営計画、さらにはその先まで見据えた施策を前倒しで実施しています。第一優先課題は「既存事業の利益成長」の実現です。

キリンビールとオセアニアのライオン酒類事業は、より収益性の高い事業へと発展させていく方針です。ご存じのように、先進諸国ではビール市場の成熟化が進んでいます。国内ビール市場では長らく厳しい価格競争が続いてきましたが、2017年6月の酒税法等改正を契機として、ビール業界は収益を重視する方向に大きく変化しました。

この環境変化を捉えて、キリンビールではいち早く競争の軸を「価格」から「ブランド」へと転換させ、ブランド強化に力を注いできました。販売促進費の抑制に法改正前の1月から前倒しで取り組む一方、マーケティングの“費用”をブランド資産への“投資”と位置づけ、魅力ある商品の提案や飲食店・量販店でのブランディングに資源を投入しています。例えば、2017年7月にフル



リニューアルした「一番搾り」は、一層進化したおいしさとそれを表現した広告がビールを愛飲される幅広い層のお客様から高く評価され、販売数量は市場を上回るペースで増

加しています。また、ビールの魅力をさらに高めて市場を活性化していくため、クラフトビール事業の拡大にも注力しています。今後も、お客様から長く支持される強いブランドの構築に取り組むと同時に、成長カテゴリーに積極的に投資します。そして、キリンビールの再成長を図り、中期的には収益性をグローバル企業レベルに高めたいと考えています。

ライオン酒類事業では、豪州におけるAnheuser-Busch InBev (ABI) ブランドのライセンス販売終了に伴う利益減少分を回復させるべく、主力ブランドの価値向上やクラフトビールの拡販などに力を注いでおり、2018年もこれらの施策を一層加速させます。

一方、ミャンマー・ブルワリー、キリンビバレッジ、協和発酵キリンについては、グループの成長を牽引する事業と位置づけ、成長戦略を推進していきます。

ミャンマー・ブルワリーは、主力ブランドの強化や、製造キャパシティの整備・拡充などによって持続的な成長を図ります。

キリンビバレッジでは、この2年間、収益性を大きく改善することができました。そこで2018年からは、これまでの「利益ある成長」から「成長による利益創出」へとステージアップし、強固なブランド体系の構築や新領域の開拓を推進し、2021年までに事業利益率を10%に引き上げる計画です。

協和発酵キリンでは、グローバル戦略品の開発が順調に進んでおり、特に「KRN23(プロスマブ)」は、2018年4月から米国とドイツで販売を開始しています。同社の5

カ年計画は順調に進捗しており、グローバル・スペシャリティファーマへの飛躍を目指して、今後も計画を着

実に実行していきます。

無形資産の強化と新規事業の育成でCSV経営をさらに加速させる

さらに、中長期的な成長に向けCSV経営を加速させていきます。キリングループのCSV経営は、「酒類メーカーとしての責任」を前提に、「健康」「地域社会への貢献」「環境」といった社会課題への取り組みを通じた価値創造によって、企業価値を高めながら持続的な成長を追求していくものです。

このCSV経営をさらに進化させ、お客様の潜在ニーズを解決しながら社会にインパクトを与えるビジネス・商品・サービスを創り出していくために、次の2つの方針に基づいて取り組んでいきます。ひとつ目は、グループが長年事業を成長させる中で培ってきた経営資本―「人材」「ブランド」「研究開発」「サプライチェーン・IT」の4つの無形資産をより一層強化していくことです。とりわけ重要なのが「人材」の強化です。「人材」を原動力として、ブランド価値のさらなる向上や、免疫など強

みをもつ領域でのさらなる研究開発の推進、サプライチェーン強化と最適化、ITを活用した業務プロセス革新などに注力し、より強靱な事業基盤を築きます。

そしてふたつ目が、この先10年を見据えた新たな事業を創造・育成していくことです。特に、キリングループならではのユニークな事業ポートフォリオによるシナジー効果を創出し、健康・未病領域での新規事業をキリンホールディングス主導のもとで育成していきます。

キリングループでは、今後もスピード感をもって構造改革を推進し、「既存事業の利益成長」を追求するとともに、CSV経営を着実に実践することによって価値創造、イノベーションを加速させ、グループの持続的な成長と企業価値向上を果たしてまいります。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。

株主価値最大化に向けた取り組み

2015年度以降に確立してきた基盤のもと株主価値最大化に向けて3つの取り組みを実行していく

ハンズオン経営	キリンホールディングスとキリン(株)の一体運営 執行役員制による迅速な意思決定
コーポレート ガバナンス進化	取締役会の監督機能強化 透明性・公正性の一層の向上
CSVコミットメント	3つのCSV重点課題および「酒類メーカーとしての責任」への取り組みを通じた持続的成長の具現化

1. 既存事業の利益成長
2. 事業の強みを活かしたシナジー創出
3. 資本コストを意識した財務戦略、将来リスクを低減する非財務戦略

不退転の覚悟でCSV経営を推進し 持続的な成長を実現していきます



代表取締役社長
磯崎 功典

社外取締役
(取締役会議長)
有馬 利男

キリンが推進するCSV経営の意義や今後の方向性をテーマに、CEOと取締役会議長が意見を交わしました。

事業を通じて「健康」「地域社会への貢献」「環境」に取り組み ステークホルダーとともに価値を創造していく

磯崎 キリングroupには、現在、酒類、飲料、医薬・バイオケミカルという3つのコア事業があります。特に、酒類や飲料は非常に安定した事業と考えられてきました。しかし、今のままで今後も長期的に成長を続けられるかといえば、決して楽観できない状況にあるのは明らかです。

有馬 少子高齢化や人口減少で国内の飲料市場はさらに成熟化していくのは間違いありません。酒類の場合はアルコール関連問題も大きな制約となっています。

磯崎 そのような厳しい環境下でキリングroupが長期的な成長を遂げていくにはどうすればよいか——その重要な鍵を握るのが、2012年からグループ経営の

根幹と位置づけて推進してきたCSV(Creating Shared Value: 社会と共有できる価値の創造)です。環境変化に対応するという受け身の発想から、逆にそれを事業機会として捉えていくということです。

有馬 最近では、ESG投資、すなわち投資家が企業を評価する尺度として「環境」「社会」「ガバナンス」への取り組みを重視しようという考え方が急速に広がりつつあります。ROEをはじめとする経済的な成長だけでなく、投資家は企業が社会の課題にどのように取り組んでいるかも厳しくチェックしています。

磯崎 社会や環境、従業員といったステークホルダー

との間のトレードオフによって企業が経済的な果実を得ても、それに持続可能性はないという考え方なのだと思います。また、お客様も商品やサービスを選ぶ際に、品質や価格だけでなく、社会にとって良いものかどうかを重視するようになっていきます。

有馬 それだけに、キリンが日本企業としていち早くCSVのコンセプトを導入し、「酒類メーカーとしての責任」を前提に「健康」「地域社会への貢献」「環境」の3つを重点課題に定め、具体的な活動計画をグループの事

業に落とし込んでいるのは高く評価できると思います。

磯崎 当社グループは、ビールなどの酒類、飲料、医薬・バイオケミカルからなる世界でも類を見ないユニークな事業ポートフォリオを構築してきました。その過程で培ってきた技術とマーケティングの強みに経営資本をインプットして、キリンらしい商品・サービスの提供を通じて、社会的価値・経済的価値という確かなアウトカム(成果)に結び付けてこそ、初めて持続的な成長が可能になると考えています。

次の100年を見据えて新たな価値の創造に挑む

磯崎 2017年はCSVが大きく前進しました。国連の「SDGs(持続可能な開発目標)」などを参照して作成したキリンの「CSVストーリー」「CSVコミットメント」を2月に発表し、具体的な取り組みに落とし込みました。「健康」では、プラズマ乳酸菌の新たな事業展開に取り組んでいます。「地域社会への貢献」では、地域の方々とのコンセプトづくりから一緒に行った「47都道府県の一歩搾り」で培ったネットワークを活かした活動や、クラフトビールへの岩手県遠野市の国産ホップの活用など、地域とWin-Winの関係が築ける活動に力を注いでいます。

有馬 先日、遠野のホップ農園を見学しましたが、農家の方の目の輝きが印象的でした。キリンがサポートを始めてから「ホップ栽培をやりたい」と弟子入りしてくる若い人が増えたそうです。

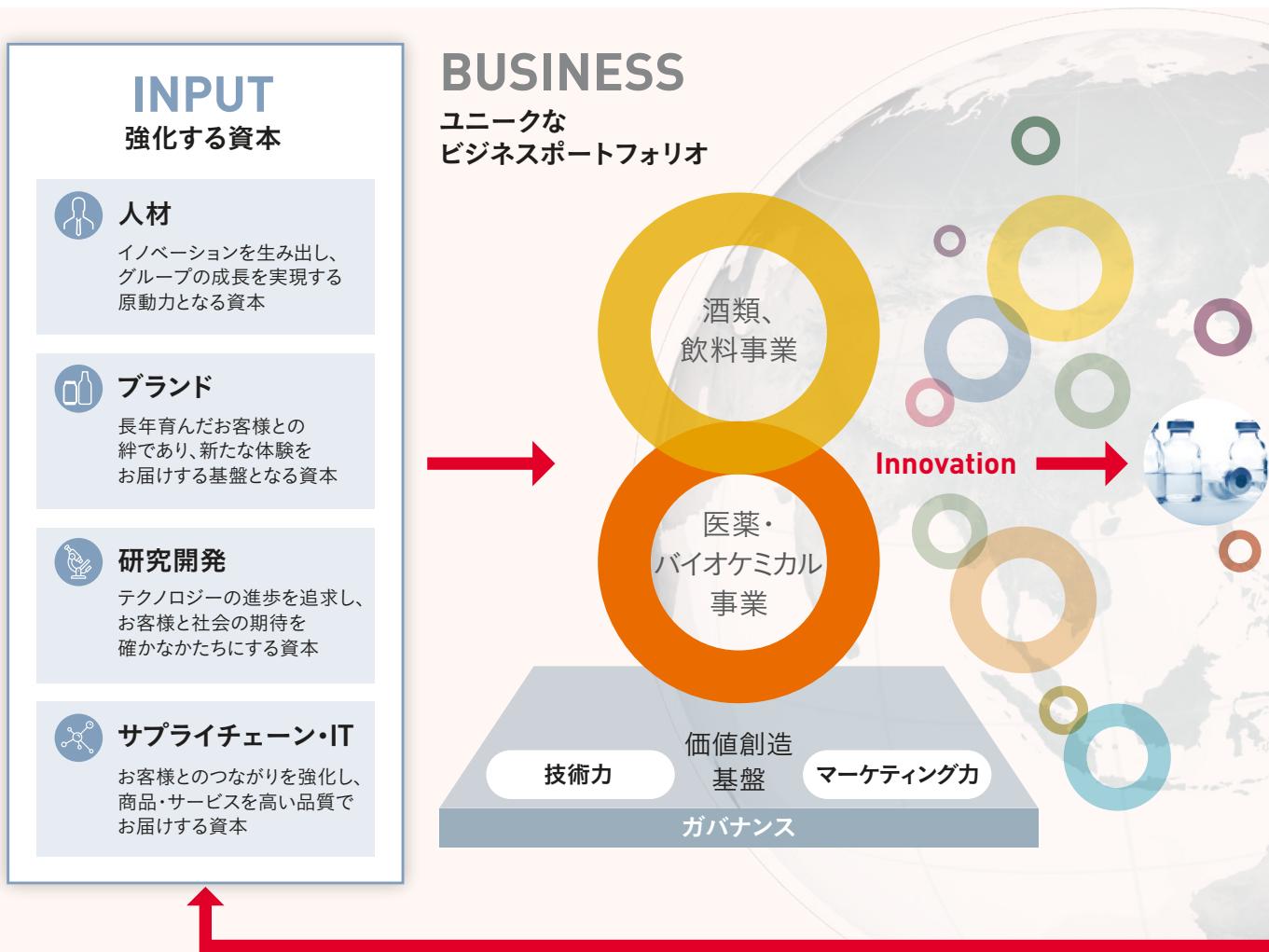
磯崎 海外でも、スリランカの紅茶農園におけるレインフォレスト・アライアンス認証取得の支援や地元小学校への図書寄付などを通じて、公正で安定的な原料

調達を実現すると同時に、環境保全・持続可能性の追求と地域社会の発展に貢献しています。

有馬 今後、それぞれの取り組みを一層加速させていただきたいですね。既存事業の枠にとらわれない新しい事業を創造していくには、ドメインの壁や商慣習の壁など、いろいろな壁を壊していく必要があると思います。また、技術的なイノベーションだけでなく、ビジネスや社会のプロセス、仕組みの部分から変革していくような取り組みも必要ではないでしょうか。

磯崎 おっしゃる通りです。難しいチャレンジではありますが、“これをやり遂げない限りキリングループの持続的な成長はない”という不退転の覚悟で取り組んでいきます。約110年前に創業した時も、創業者たちは「おいしいビールを飲んで皆に元気になってほしい、社会を明るくしたい」という思いから、様々な壁を乗り越えてきたはずですから。そんな創業の精神を忘れることなく、次の100年を見据えて新たな価値の創造に挑み続けていきます。

CSVを事業運営の根幹に据え 経済的価値と社会的価値を高める





OUTPUT

商品・サービス



OUTCOME

ROE

EPS

経済的価値



社会的価値

健康

地域社会
への貢献

環境

キリングroupはCSVを事業運営の根幹に据えています。人材、ブランド、研究開発、サプライチェーン・ITといった経営資本の強化によって、グループの強みである価値創造基盤となる「技術力」「マーケティング力」を高め、酒類、飲料、医薬・バイオケミカル、さらにそれらのシナジー効果から生まれる多様な分野にビジネスを展開。それぞれの事業分野で提供する商品・サービスを通じて経済的価値・社会的価値を高め、次の成長に向けて経営資本を強化していく——こうした価値創造のサイクルを回し続けることで、持続的な成長を目指しています。

価値創造の具体事例を9ページ以降で紹介しています。

各地で、そしてパートナーとの共創で 日本のビール市場を変革する。

お客様を「主語」に、ビールをもう一度
“魅力あるもの”にするために

日本のビール市場の縮小は、飲酒人口の減少だけでなく、ビールの魅力が薄れているためでもあります。そこでビールを再び“魅力あるもの”にしていくために、様々な取り組みを展開しています。

2017年には、フラッグシップブランド「一番搾り」をフルリニューアルしました。従来の「メーカー主語のマーケティング」から、「お客様主語のマーケティング」へと考え方を大きく転換。“お客様が本当に求めるビールの味”を把握するために、大規模な市場調査を実施。3年間で1,000回を超える試験醸造を重ね、飲みやすいおいしさを実現しました。

この「新・一番搾り」の展開では、お客様中心のマーケティングを実践しています。また、2016年に発売し、好評を博した「47都道府県の一番搾り」の成果を活かし、各地の多様なステークホルダーとも連携しながら、お客様ニーズや地域特性に合わせた

きめ細かな提案を行っています。2018年1～3月までの「一番搾り」の販売数量は、前年累月比12.4%増の665万ケースと順調に伸長。これからもおいしさの追求と地域の誇りを共有するCSV活動を通じて「一番搾り」を“日本のビールの本流”にしていきます。





パートナーとともにお客様との「接点」を拡大し、クラフトビール市場を活性化

ビールの魅力向上を目指すもう1つの挑戦が「クラフトビール市場の活性化」です。日本ではクラフトビールの市場規模は数量・金額とも1%前後とまだ小さいものの、例えば米国では数量で12%、金額では20%以上ものシェアをもつ一大カテゴリーとなっています*。日本でも急成長する可能性は十分にあり、麒麟ビールでは市場の拡大と定着を目指しています。

その一環として、「スプリングバレーブルワリー」「グランドキリン」など自社ブランドを育成するだ



けでなく、ヤッホーブルーイングや米国のブルックリンブルワリーといった国内外の有力ブルワリーと提携し、魅力的なラインアップを拡充。また、複数のクラフトビールを手軽に提供できる飲食店向け専用ビールサーバーの開発、「スプリングバレーブルワリー」店舗の展開、体験型セミナーやデジタルコンテンツが楽しめるコミュニティの運営など、多彩な角度からお客様との接点を拡大。社内外のパートナーとの協働によって、お客様への新たな価値提供に取り組んでいます。

※2017年、麒麟調べ



独自の抗体医薬技術を活かして 画期的な新薬の創製に挑戦。

グローバル・スペシャリティファーマを 目指して

協和発酵キリングループは、医療用医薬品、バイオケミカルの分野で事業を展開し、世界の人々の健康と豊かさに貢献する高品質な商品を提供しています。

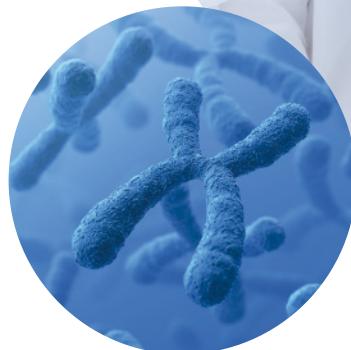
その中核となる協和発酵キリンでは、「日本発のグローバル・スペシャリティファーマ(GSP)」への飛躍を目標に、強みである「抗体技術」を核とした最先端のバイオテクノロジーを駆使して、腎、がん、免疫・アレルギー、中枢神経を重点カテゴリーに定め、画期的な新薬の創製に取り組んでいます。

希少疾患の新たな治療への道を開く 「KRN23(ブロスマブ)」

GSPへの飛躍に向けた協和発酵キリンのグローバル戦略品の1つがX染色体遺伝性低リン血症(XLH)の治療薬として開発している「KRN23(ブロスマブ)」です。XLHは血液中のリンやビタミンDが減少し、骨の成長・維持に障害をきたす難病。発症頻度が2万人に1人といわれる希少疾患で、患者さんの多くは成長不全や夜眠れないほどの痛みを苦しんでいます。現在の治療法は、対症療法に限られており、

頻回な服薬が必要なだけでなく副作用も伴います。

こうした中、協和発酵キリンは、ヒト抗体産生技術を活かしてXLHなどの疾患に関与する因子(FGF23)の作用を抑制する抗体医薬品「KRN23」を創製しました。KRN23は、高い安全性と、血清リン濃度を正常域に上昇・維持させるなどXLHに対する優れた有効性を示しており、新しい治療への道を開く治療薬として注目が集まっています。





グループ内外一体での イノベーションを推進

協和発酵キリンは、画期的な新薬を創製するために、社外の情報・知見を積極的に活用するオープンイノベーションを推進しています。KRN23に関しては、希少遺伝疾患に特化した商品開発で強みをもつ米国の製薬会社Ultragenyx社と2013年から協業し、事業化に向けた取り組みを加速。2018年には欧米での承認を得て、販売を開始しました。さらに今後、日本をはじめアジア・オセアニアでの開発もスピード感をもって進めていきます。

KRN23の事業化を通して、協和発酵キリンでは、グ

ローバル販売体制の整備をはじめGSPへの飛躍に向けた基盤を強化するとともに、グループ内外一体となったイノベーションをさらに推進していきます。今後も社会における様々なニーズを理解し、イノベーションによる画期的な新薬の継続的な創出を目指します。



協和発酵キリングループ
2016-2020年中期経営計画発表資料より

科学的アプローチに基づく食品開発で 人々の健康づくりに貢献。

ウイルス感染防御に関わる免疫機構の “司令塔”を直接活性化する唯一の乳酸菌

高齢化社会の進展や健康志向の高まりを背景に、毎日手軽に摂取でき、健康づくりに役立つ食品への関心が高まっています。そうした中、キリングループでは、発酵・バイオテクノロジー分野で培った知見・ノウハウをもとに、グループ横断型の研究チームを組織。人々の健康増進に貢献する食品の研究・開発に取り組んできました。

この共同研究チームが2012年に発見したのが「プラズマ乳酸菌」です。プラズマ乳酸菌の大きな特長は、ウイルス感染防御に関わる免疫機構の“司令塔”である「プラズマサイトイド樹状細胞(pDC)」を直接活性化することです。現在のところ、このような作用をもつ乳酸菌はほかには存在しないことが確認されています。

ヘルスケア分野の専門家に向けた アプローチも開始

キリングループでは、こうした科学的研究の成果の社会実装を進めてきました。小岩井乳業、キリンビバレッジ、協和発酵バイオがそれぞれプラズマ乳酸





菌の商品化を行い、ヨーグルト、清涼飲料、サプリメントを発売しています。2017年からは、プラズマ乳酸菌を配合した商品のブランドを統一し、外部企業へ導出するなど新たな市場展開を開始しています。

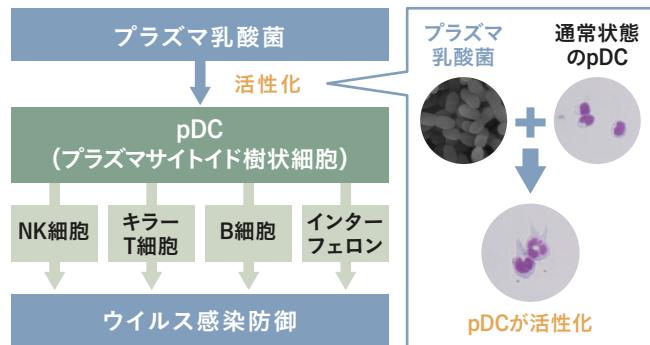
さらに、医師や薬剤師、看護師、栄養士などヘルスケア分野の専門家を直接の訴求対象とする新商品も開発。第1弾として水なしで飲めるサプリメントを2017年12月に発売しました。

これまで共同研究チームではプラズマ乳酸菌の機能に関する13報の研究論文を国内外の学術誌な

どに発表しており、それらの内容は頻繁に引用されています。キリングループが目指しているのは、プラズマ乳酸菌の有用性を社会に伝え、多くの人の健康増進に貢献すること。そのために、プラズマ乳酸菌の有用性を、専門知識をもつ方々に評価していただき、さらに専門家を通じて高齢者や幼児のいる家庭など、健康への関心が特に高い人々への普及を図っていきます。同時に、グループ一体となって市場展開を強化することで、健康に関する社会の課題に応えていきます。

プラズマサイトイド樹状細胞(pDC)を直接活性化する「プラズマ乳酸菌」

ウイルス感染防御は、多くの免疫細胞が協力することによって行われています。一般的な乳酸菌が活性化できるのは、NK細胞などごく一部にとどまります。これに対して、プラズマ乳酸菌はシステム全体の司令塔であるプラズマサイトイド樹状細胞(pDC)を直接活性化させることが確認されています。すなわち、ウイルスに対する免疫全体が活発に働き、高い効果が期待できるのです。



詳細はウェブサイト「プラズマ乳酸菌研究レポート」をご覧ください。

成長市場のリーダーとしての ポジションを維持し続けるために。

急拡大するビール市場で リーダーであり続けるために

キリンググループは、2015年、ミャンマー最大のビール会社ミャンマー・ブルワリー（MBL）をグループに加えました。ミャンマーで約80%の圧倒的シェアをもつMBLですが、大手グローバル企業参入などで競争は激化しています。今後も市場での確固たるポジションを維持していくために、キリンググループは国内外の事業で培った経験・ノウハウを活かし、MBLの各機能の強化を支援しています。

例えば、商品ポートフォリオ戦略では、低・中価格帯商品の供給拡大とブランド強化に注力するとともに、拡大が予想される高価格帯商品も投入。また、商品のコンセプト設計から売場での工夫、消費者とのコミュニケーションまでをトータルでコーディネートするマーケティングの仕組みもMBLに提供しています。

高度なエンジニアリング力で 生産能力の増強をサポート

需要の拡大に向けた生産面の取り組みも支援しています。MBLでは醸造・充填設備の大規模な増設



を進めており、2018年初頭に10万klの高効率ラインを稼働。同年内には現在の生産能力を大幅に増強する計画です。

これを全面的にサポートしているのが、キリンエンジニアリングをはじめとする当社グループのエンジニアリング部門です。キリンエンジニアリングはキリンググループの国内外の製造プラントだけでなく、グループ外の食品メーカーや医薬品企業などのプラントも数多く建設しています。同社スタッフとキリンから出向しているエンジニアリング担当者の豊富な経験と高い技術力によって、新設備の全体設計から機器の





社会課題の解決に向けて 省エネ・水資源保全を徹底

現在ミャンマーでは、経済が急速に発展する中、今後のエネルギー需給のひっ迫が懸念されています。こうした状況を受け、MBLの工場では日本政府の「二国間クレジット制度資金援助事業」を活用して最先端の省エネ設備を導入するなど、各工程でエネルギー消費の抑制に努めています。

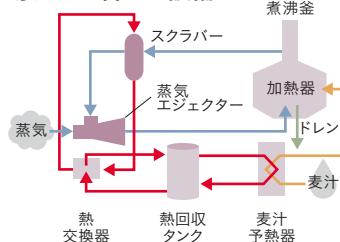
また、水資源の保全についても、グループの知見を活かし、積極的に取り組んでいます。工場から排出された排水は、徹底した水質管理のもと自社で確実に浄化するとともに、製造量の増加に対応して設備能力の増強を図っています。工場の水使用量については、工程の効率化や新たな技術導入により、水使用原単位を2020年までに2015年比で25%削減する目標を設定し、世界のトップクラスを目指しています。

ミャンマーの経済成長と環境負荷の低減、その双方に貢献しながら、キリングroupは同国での持続的な成長を目指していきます。



選択、設置、チューニング、オペレーションの指導まで、ポテンシャルを最大限に引き出し、投資効率の最大化を目指すMBLの取り組みを支援しています。

導入した省エネ設備

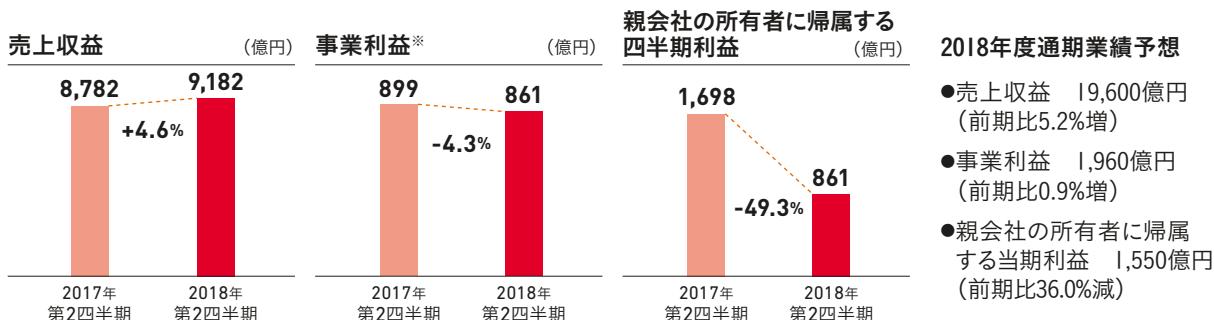


麦汁予熱システム
麦汁煮沸時に発生する蒸気を回収し、熱源として利用

蒸気再圧縮システム
蒸気エジェクターを使用

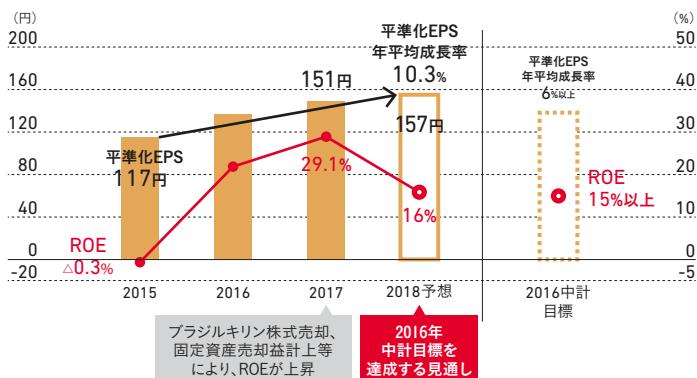
麦汁煮沸工程での蒸気使用量を**半減!**
※既存設備比較

2018年度第2四半期 連結業績・通期業績予想



※事業利益とは事業の経常的な業績を測る利益指標で、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計算しております。

中期経営計画 定量目標の進捗



※2015年度のROE、平準化EPSは、日本基準に基づくのれん等償却前ROE、平準化EPS
2016年度以降は、IFRSに基づくROE、平準化EPS

2016年中計の最終年度である2018年度第2四半期の連結業績は、日本総合飲料事業などで増収となり、売上収益が増加した一方、為替影響による海外総合飲料事業の減益や、薬価引き下げなどの影響による医薬・バイオケミカル事業の減益で事業利益は減少しました。また、親会社の所有者に帰属する四半期利益は、前年同期にブラジルキリンの全株式譲渡に伴う売却益などを計上した反動により減少しました。増収減益となったものの、各事業会社の業績は計画を上回る水準で推移しており、2016年中計の定量目標は達成を見込んでいます。

キリングroup 株主・投資家向けWebサイトのご紹介



<https://www.kirinholdings.co.jp/irinfo/>

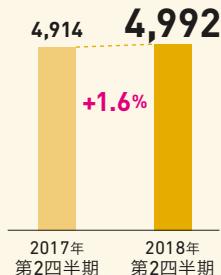
当社Webサイトでは、決算短信・決算説明会情報に加え、経営トピックス・経営層に対するインタビュー動画などを掲載しております。タイムリーに最新情報をお届けするWebサイトを、ぜひご利用ください。



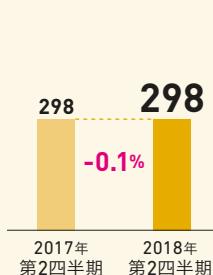
2018年度第2四半期 事業セグメント別の状況

日本総合飲料

売上収益(億円)



事業利益(億円)



■キリンビール

ビールカテゴリーへの投資を強化したことで、「キリン一番搾り」の販売数量は缶商品が15%の大幅増、ブランド全体でも市場平均を上回りました。新ジャンルカテゴリーも「本麒麟」がヒットし、18.7%の大幅増。ビール類全体でも2.6%増となりました。

■キリンビバレッジ

日本茶カテゴリーはパッケージを刷新した「キリン 生茶」などが好調で、販売数量は10.9%増となりました。水カテゴリーも7.2%増となり、清涼飲料全体でも2.5%増となりました。

■メルシャン

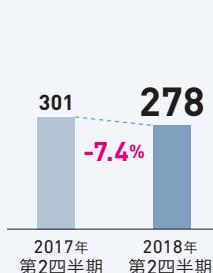
輸入ワインの主力商品「フロンテラ」「カッセルロ・デル・ディアプロ」の販売数量は、それぞれ28%増、15%増となりました。しかし、国内製造ワインの販売数量が減少した結果、ワイン全体では3%減となりました。

海外総合飲料

売上収益(億円)



事業利益(億円)



■ライオン

酒類事業：豪州ビール市場の縮小もあり、酒類事業全体の販売数量は減少しましたが、「アイアン・ジャック」「ファーフィー」など、注力商品の販売は好調に推移しました。

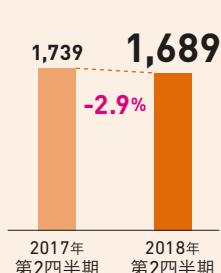
飲料事業：主力商品「デア」の販売数量が市場を上回り8.3%増となり、乳飲料は好調でしたが、果汁飲料などが減少し、飲料全体では減少となりました。

■ミャンマー・ブルワリー

主力商品「ミャンマービール」の販売数量が増加するとともに、エコノミーカテゴリーへの需要の高まりを背景に、「アングマン ゴールド」も大幅に増加。全体の販売数量は12.8%増となりました。

医薬・バイオケミカル

売上収益(億円)



事業利益(億円)



■協和発酵キリン

医薬事業：4月からの薬価引き下げや、後発品の浸透、競合品の伸長により、国内医薬品の売上が減少したことに加え、協和メデックスを連結除外したことで、減収となりました。技術収入は「Crysvita」(KRN23)の優先審査バウチャー売却などで増加しました。

バイオケミカル事業：植物成長調整剤事業を譲渡した影響などで減収となりました。

株式に関するお手続きについて

住所・氏名などの届出事項の変更、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
〒183-0044 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(2018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)	30,707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 https://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)でまかっています。

2018年9月5日発行