

KIRIN



KIRIN CSV REPORT

2021

マネジメントディスカッション

本冊子について

本冊子はキリンの統合報告書「KIRIN CSV REPORT 2021」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生かして、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 CSV REPORT 2021」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)をご覧ください。

WEB 冊子PDF <https://www.kirinholdings.com/jp/investors/files/pdf/kirinreport2021.pdf>



株主データ (2021年6月30日現在)

発行済株式総数

914,000,000 株

大株主

株主数

218,174 名

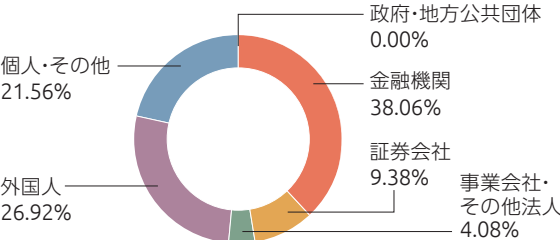
株主名	所有株式数(千株)	持株比率
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	93,607	11.22%
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	51,773	6.20%
明治安田生命保険相互会社	32,996	3.95%
株式会社日本カストディ銀行(信託口4)	23,681	2.83%
JPモルガン証券株式会社	19,556	2.34%
株式会社日本カストディ銀行(信託口7)	18,551	2.22%
SMBC日興証券株式会社	17,095	2.04%
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	13,310	1.59%
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	13,198	1.58%
三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社	13,120	1.57%

※2021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80,019千株所有しています。

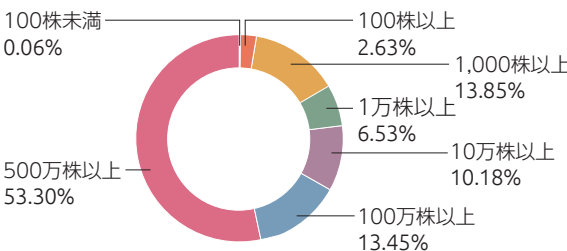
※持株比率は自己株式を控除して計算しています。

※持株数及び持株比率は、表示単位未満の端数を切り捨てて表示しています。

所有者別分布



所有株数別分布



キリングroupについて

キリングroupのCSVの歴史

創業以来、事業を通じて社会課題に向き合い、イノベーションを実現し、CSV経営を実践してきました。

今後も、CSV経営を推進することで、社会的価値と経済的価値を生み出し、持続的な成長を続けていきます。

● 食領域 ● 医領域 ● ヘルスサイエンス領域

- 1907** ● ジャパン・ブルワリーの経営を引き継ぎ、麒麟麦酒株式会社を設立
- 1928** ● 「国民保健の見地から人工色素は絶対に使用すべきではない」という開発姿勢を貫き、当時では珍しい人工色素を使わない商品として「キリンレモン」を発売
- 1980** ● 日本初の低アルコール(3.5%)・低カロリー(30%オフ)ビール、「キリンライトビール」を発売
- 1982** ● ビール醸造で培った発酵技術に応用し、先進バイオテクノロジーによる創業事業に参入(1990年に製品化)
- 2003** ● 遊休荒廃地をブドウ畑へと転換し、自社栽培畑「梶子ヴィンヤード」を開場
- 2009** ● 飲酒運転をなくしたいという想いから、世界初のアルコール0.00%ノンアルコール・ビールテイスト飲料「キリン フリー」を発売
- 2012** ● 特定保健用食品史上初のコーラ系飲料「キリンメッツ コーラ」を発売
- 2013** ● スリランカの紅茶農園の持続可能性を向上させるため、レインフォレスト・アライアンス認証の取得支援を開始
- 2015** ● 脂肪の吸収を抑え、糖の吸収をおだやかにする、機能性表示食品のノンアルコール・ビールテイスト飲料「パーフェクトフリー」を発売
- 2020** ● ビールカテゴリーで日本初の糖質ゼロを実現した「キリン 一番搾り糖質ゼロ」を発売
- 2020** ● 日本で初めて免疫機能で機能性表示食品として届出が受理された「iMUSE」ブランドを新発売

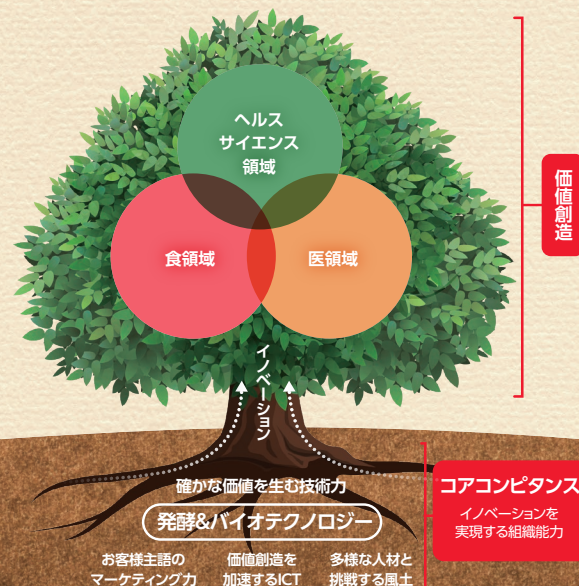


祖業から培った技術力で事業領域を拡大

キリングroupのイノベーション創出と事業領域拡大を可能にしたのが、発酵・バイオテクノロジーです。

祖業で培った培養技術や研究がヘルスサイエンス領域、医領域の商品開発へとつながっており、自らの力で事業領域を広げてきました。

「食」「ヘルスサイエンス」「医」。この3つの領域で、今後も社会課題の解決に貢献できるイノベーションを生み出し、社会とともに持続的な成長を目指します。





コロナ禍の厳しい環境だからこそ CSV経営をより一層深化させ 新たな成長ステージを目指す

代表取締役社長

磯崎 功典

今回の新型コロナウイルス感染症により困難に直面されている皆様、また、度重なる豪雨などで被災された皆様に心よりお見舞い申し上げます。CSV (Creating Shared Value: 社会と共有できる価値の創造) を経営の根幹に据えるキリングループは、地域社会の一員として、事業をはじめとする多様な活動を通じて皆様に全力で支援してまいります。

環境変化を機会とし、ニューノーマルの時代を見据えた変革を進める

Q1. コロナ禍にキリングループはどのように対応してきましたか？

新型コロナウイルスの感染拡大は、世界中の経済、社会、政治などあらゆる領域に多大な影響を及ぼし、人々の暮らしを一変させました。キリングループにおいても、外出自粛や移動制限、飲食店の営業時間短縮などによって、いわゆる“外飲み”の需要が激減したほか、オフィス内の自動販売機やオフィス街のコンビニエンスストアでの飲料の売上も大幅に減少しました。

当社グループは、食から医にわたる領域で事業を展

開する企業として、商品・サービスの供給責任を果たすため、従業員とその家族の健康と安全を第一優先と位置づけ、事業を継続しています。製造・物流を動かすにあたり、感染リスクの軽減策を講じた上で、継続して出社が必要となる従業員にプラズマ乳酸菌入りの商品を配布しました。また、コロナ禍においては人の移動を伴う事業活動に大きな制約が生じたため、営業・管理部門ではITツールやシェアオフィスなどを活用したりモートワークを推進するとともに、ニューノーマルの時代を見据え、社員のモチベーション向上にも配慮し、単なる「働き方改革」ととどまらない「働きがい改革」を進めています。

次期中期経営計画を見据え、 事業構造や収益構造の改革を加速

Q2. 2021年度の取り組みについてお聞かせください。

2019～2021年中期経営計画(2019年中計)の最終年度となる2021年度は、長期経営構想「キリングループ・ビジョン2027(KV2027)」の第2ステージとなる次期中期経営計画を見据え、事業構造や収益構造の改革を実行しています。環境変化を捉えた変革を確実に実行していくために、既存の事業構造や仕事の進め方に固執することなく、これまでの事業や日々の職務、働き方などについて、「加速する」「変革する」「やめる」「縮小する」という4つの観点で見直すようグループ全員に指示しました。事業構造の改革の例として、キリンビールでは家庭用の需要が相対的に堅調な中、少し贅

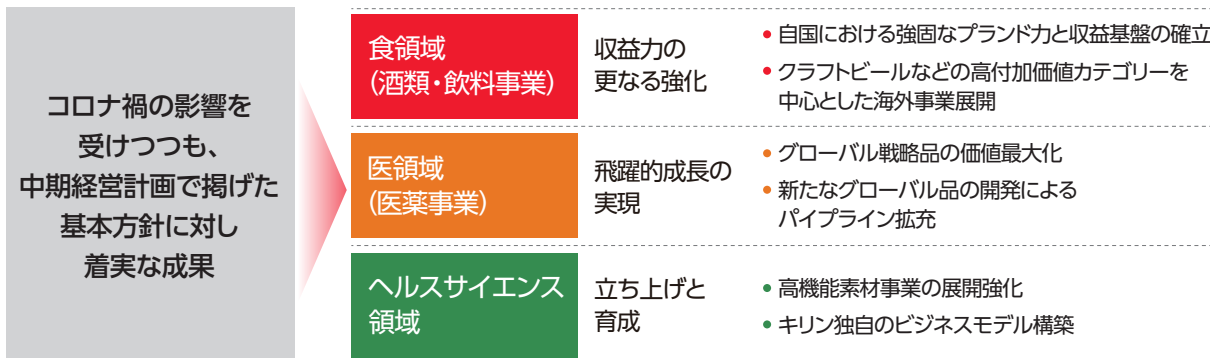
沢なビールの楽しみ方としてキリン ホームタップ事業を拡大しています。業務用でも、数量面での需要回復には時間を要することを踏まえ、高付加価値なクラフトビールを小容量で複数ブランド取り揃える「タップ・マルシェ」の提案などを加速させています。

一方、キリンビバレッジでは、環境変化に対応した変革が必要です。リモートワークが普及・定着する中、自動販売機事業では設置場所の見直しはもちろん、事業構造の見直しも進めています。さらに、新型コロナウイルスの感染拡大を契機に人々の健康意識が大きく高まっている状況を踏まえ、同社をヘルスサイエンス戦略を飲料で担う会社へリポジショニングします。オセアニアのライオンも、業務用の需要が落ち込み家庭用にシフトしていることを踏まえ、マーケティングの強化とサプライチェーンの構造改革を進めています。

新型コロナウイルス感染症による影響



2019年 中計基本方針



既存事業の成長力強化を基盤として、ヘルスサイエンス領域を将来の柱に育てる

Q3. 食、医、ヘルスサイエンスにわたる事業領域を今後どのように成長させていきますか？

既存事業の食・医領域は当社グループの基盤であり、環境変化に的確に対応して着実な成長を目指します。食領域の酒類事業では、世界的にアルコールに関する規制が強化されていく見通しであるほか、コロナ禍で需要が業務用から家庭用へシフトしています。また、アルコールに対して新しい価値を求める消費者も増えており、これに応えるのがつくりたての生ビールのおいしさを自宅で味わえるキリン ホームタップなどのサービスです。当社グループでは、今後もこうした革新的で価値ある商品・サービスを時代に先駆けて提供していきます。一方、医領域では国内の医療費抑制政策が続く中、グローバル基盤の強化を図るとともに、次世代グローバ

ル品の開発・上市に注力し、「グローバル・スペシャリティファーマ」としての成長を図ります。

そして、今後大きな成長が見込めるのがヘルスサイエンス領域です。当社グループは、約110年前にビール事業を始め、そこで培った発酵・バイオテクノロジーを活用して約40年前に医薬事業に参入しました。約35年前から研究してきた免疫分野では、免疫の司令塔を直接活性化するプラズマ乳酸菌を発見し、2020年8月には「健康な人の免疫機能の維持をサポート」する機能性表示食品として、日本で初めて消費者庁への届出が受理されました。

ヘルスサイエンス領域の立ち上げ、育成は、世界の健康課題解決のために、食領域と医領域で培った技術、資産を最大限に活用するものです。医薬事業が当社グループのポートフォリオの重要な柱へと成長したように、ヘルスサイエンス事業についても将来の柱となるよう、私たちが先頭に立って牽引していきます。

グローバルな視野に立って 「健康」と「環境」の課題解決に貢献

Q4. 「世界のCSV先進企業」に向けた取り組みについてお聞かせください。

当社グループは、適正飲酒の推進をはじめとする「酒類メーカーとしての責任」を大前提に、「健康」「地域社会・コミュニティ」「環境」の3つを重点課題としてCSV経営を推進しています。コロナ禍で最も注目されているのが「健康」です。プラズマ乳酸菌を配合した「iMUSE」飲料の販売数量は、2020年度に前年度比2.4倍に急拡大したほか、ファンケルからもプラズマ乳酸菌を使ったサプリメントが発売されました。

一方、「環境」についても、2020年2月に「キリングroup環境ビジョン2050」を公表し、目指す姿の範囲を従来の「ネガティブインパクトの抑制」から「ポジティブインパクトの創出」まで広げました。優先課題である「気候変動」「水資源」「生物資源」「容器包装」という4つの領域で、実効性のある取り組みを進めています。「気候変動」の領域では、同年11月に電力の再生可能エネルギー比率100%を目指す企業で構成される国際的な環境イニシアチブ「RE100」に加盟したほか、同年12月にはグループ全体の温室効果ガス(GHG)の中期削減目標が、国際的な環境イニシアチブ「SBTi」の新基準「1.5℃目標」の認定を取得しました。



Q5. 2020年から取締役会の構成が変化したことによる効果についてお聞かせください。

現在、当社の取締役会は過半数を社外の人材で占めており、女性や外国籍の方も在籍しています。取締役会の多様性が強化されたことにより、さまざまなキャリアや専門領域を備えたメンバーによる活発で質の高い議論が行われるようになり、イノベーションの創出、規律をもった投資、リスクマネジメントの強化など、ガバナンス機能がさらに向上しました。指名・報酬諮問委員会も、委員長を含む過半数が独立社外取締役です。このようなステークホルダーの視点を踏まえた運営は外部からも評価されており、日本取締役協会が主催する「コーポレートガバナンス・オブ・ザ・イヤー®2020」でGrand Prize Company(大賞)に選出されました。

世界のCSV先進企業を目指して 持続的な成長を果たす

Q6. 最後にステークホルダーの皆様へのメッセージをお願いします。

コロナ禍の収束は未だ見通せない状況ですが、この厳しい環境下でも当社グループはCSV経営の軸を決してぶらすことなく、ステークホルダーの要請に応えた経営を推進していきます。そして、「世界のCSV先進企業」を目指し、持続的な成長を果たしてまいります。皆様には、これからも変わらぬご支援をお願い申し上げます。

CSVを経営の根幹に据え 経済的価値と社会的価値を高める

グループ経営理念

INPUT

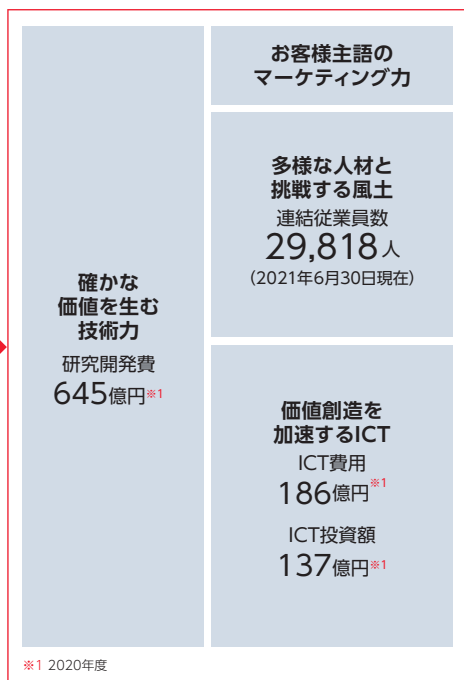
イノベーションを生み出す基盤

BUSINESS

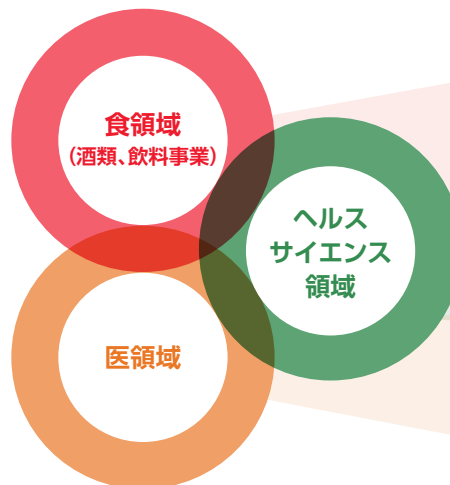
社会課題を成長機会として
シナジーを生かして取り組む事業

OUTPUT

基盤を生かし、事業を通じて社会課題の解決につながるイノベーションを生み出す



食から医にわたる 事業領域



人と人が
つながる機会を
つくる商品・サービス

クオリティ・オブ・ライフの
向上に寄与する
商品・サービス

画期的な新薬の
継続的な創出

価値創造を支えるガバナンス

キリングroupはCSVを経営の根幹に据えています。マーケティング力、技術力、ICT、人材と風土といったイノベーションを生み出す基盤を生かして、食領域（酒類、飲料）、医領域、さらにヘルスサイエンス領域にビジネスを展開。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・社会的価値を創出し、次の成長に向けてイノベーションを生み出す基盤に投資し、強化する——こうした価値創造のサイクルにより、持続的な成長を実現します。

キリングroupは、自然と人を見つめるものづくりで、「食と健康」の新たなよこびを広げ、こころ豊かな社会の実現に貢献します

OUTCOME

社会に還元する価値



財務KPI※2

ROIC

平準化EPS成長率

非財務KPI※2

CSVコミットメント

企業ブランド価値

従業員
エンゲージメント

経済的価値
キャッシュ・フローの
最大化



健康



環境



地域社会・コミュニティ



酒類メーカーとしての責任

社会的価値
CSVパースの実現

※2 2019年中計のKPI

重点領域の戦略素材への集中投資により、次世代パイプラインを育成

キリングループは、コアコンピタンスである発酵・バイオテクノロジーを生かし、人々の「健康課題」の解決に貢献することで、経済的・社会的価値の創出を目指すヘルスサイエンス戦略を強化しています。現在のターゲット市場は、コンシューマー向けでは世界市場の約3分の1を占める日本と米国であり、法人向けでは日米に加えアジア、欧州へも展開していきます。

ヘルスサイエンス戦略は、4層に区分して推進しています。まずベースに置くのは、高収益スペシャリティと位置づける「健康に関する素材・シーズ」です。この

BtoBへの展開に加え、飲料や食品でターゲット層にアプローチし、中核となるサプリメントを拡大します。さらに、より高付加価値な個人ごとの健康課題を解決するソリューションの提供を構想しています。

また、戦略の推進にあたっては「免疫」「脳機能」「腸内環境」の3つを重点領域に定めています。これらの市場規模は2020年度の約2兆6,000億円から、2027年度には約4兆8,000億円へ拡大すると見込まれています。

当社グループは、まず「免疫」領域を拡大し、中長期的に重点3領域の相乗効果で経済的・社会的価値の創出を目指しており、2027年度までにヘルスサイエンス領域の売上収益を2,000億円、事業利益率を15%とすることを目標としています。

戦略の全体像



発酵技術と生物学的知見をもつ キリングループのケイパビリティを活用

ヘルスサイエンス戦略における重点3領域では、ビール醸造から発展した技術を応用して研究開発を進めてきたほか、医薬事業で積み重ねた免疫と中枢神経の領域の知見を生かして、それらの領域への食品素材の提供を進めています。また、酵母のハンドリング技術から、微生物を解析する技術も有してしています。さらに、これらの技術をもとにアカデミアなどと連携することで、腸内細菌の解析技術に関する知見も蓄積しています。

ヘルスサイエンス戦略の重点3領域は、互いに深く関連しています。例えば、腸は「最大の免疫器官」と言われており、免疫領域と腸内環境領域は密接に関連しています。また、最近の研究結果から腸脳相関、すなわち腸と脳の両器官が互いに深く関連し合っていることもわかってきています。当社グループは、免疫-脳機能-腸内環境という密接に関連する3つの領域に、食品というソリューションで働きかけることで、人々の健康に貢献していくことを目指しています。

3つの重点領域の相乗効果で経済的・社会的価値を創出



グループ各社とファンケルとの連携を強化し、 ヘルスサイエンス領域のビジネスを拡大

今後は、発酵・バイオテクノロジーを基盤に、グループ独自の素材やその健康機能に関する研究成果や、協和発酵バイオがもつ微生物代謝制御技術を活用し、新たな価値を創造していきます。

当社グループは、ファンケルとのパートナーシップによって、研究開発だけでなく、応用研究を生かした商品開発や、直販部門も含めた化粧品・健康食品のマーケティング・販売まで一貫したバリューチェーンを有しています。高機能な健康素材を低コストで大量に製造する技術をもつ協和発酵バイオ、飲料商品のように嗜好性の高い商品を開発してお客様に提供するキリングループ各社、ファンケルの連携を一層強化することで、BtoB、BtoC、DtoC (Direct to Consumer) の各チャネルでお客様のニーズに合った商品を開発・提供し、ヘルスサイエンス領域のビジネスを発展させていきます。

さまざまな食品カテゴリーで 新たに免疫市場を創出

2020年8月、当社の「プラズマ乳酸菌」を配合した「iMUSE」ブランド5商品が免疫機能の機能性表示食品として日本で初めて届出を受理されました。2021年4月現在、日本の食品市場において「免疫」と表現できるのはプラズマ乳酸菌のみであり、確かなエビデンスをもとに健康な人の免疫機能の維持に役立つことをお客様にわかりやすく訴求しています。

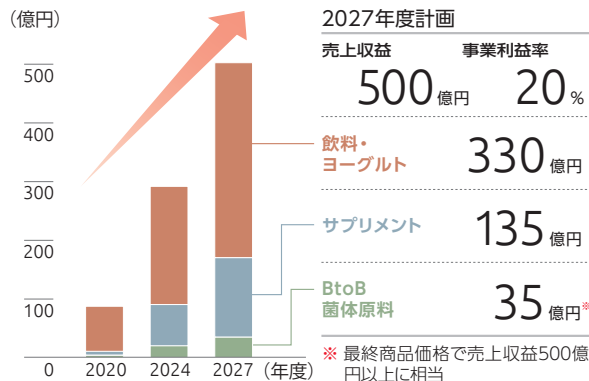
プラズマ乳酸菌は、非生菌でも効果があることが証明されていることから、チルド管理が必要な生菌とは異なり、幅広い工場で取り扱うことが可能で、さまざまな食品へ展開できます。その特性を生かして、消費者向け商品の開発に加えて、BtoBでの販路の拡大にも取り組んでいます。

当社グループは、お客様ニーズに応えるプラズマ乳酸菌配合商品のポートフォリオと、多様な販売チャネルを生かして、国内における免疫賦活系乳酸菌市場のシェアを2019年度の約3%から2021年度には約10%に拡大することを目指します。

ファンケルとのコラボレーションで お客様のニーズに応える新商品を発売

直営店をもつファンケルとのシナジー創出も進んでいます。2020年度には、キリンビールとキリンビバレッジから当社とのコラボレーション商品を発売しました。

プラズマ乳酸菌(免疫領域) 売上収益 定量計画



またファンケルからは、プラズマ乳酸菌を配合した機能性表示食品「免疫サポート」が発売されました。当社による機能性表示食品の届出が受理されてから、約3カ月で「免疫サポート」の機能性表示が受理されるなど、資本業務提携は着実に成果を上げています。

今後はプラズマ乳酸菌を配合した飲料ブランドの開発や通販事業の強化、生産拠点の集約などシナジー創出を加速していきます。

脳機能領域の戦略素材「シチコリン」で 医薬・健康食品市場におけるプレゼンスを拡大

キリングroupは、重点3領域における事業の拡大に向けて、「プラズマ乳酸菌」のほかに協和発酵バイオの「シチコリン」「ヒトミルクオリゴ糖」を加えた3素材をグローバル戦略素材に設定しています。

協和発酵バイオは、アミノ酸で培った発酵生産技術を

ベースに、食、ヘルスサイエンス、医の領域に幅広く原料を供給しており、戦略素材の販売拡大を進めています。脳機能領域のシチコリンの世界市場は、医薬品用と健康食品用を合わせて2018年度で107億円であり、2027年度までの年平均成長率は7%と推定されています。今後、加齢に伴う脳機能低下の予防、集中力やパフォーマンスの向上といったニーズは国内外・年齢を問わず高まると想定されることから、市場規模の飛躍的拡大を見込んでいます。

一方で、協和発酵バイオでは供給能力の強化にも取り組んでいます。すでに山口事業所で生産工場の増設に着手しており、2023年度夏以降に健康食品向けシチコリンの生産・供給を開始し、2026年度以降に医薬品向けの工業生産も開始する計画です。さらに、グローバルな販売体制を活用して健康食品市場を開拓し、2027年度には世界シェア約5割の獲得を目指します。

「ヒトミルクオリゴ糖」を使った品目の ラインアップを拡充

ヒトミルクオリゴ糖は、すでに粉ミルクの成分として市場拡大が進んでいますが、今後は免疫や脳機能、腸内環境改善といった機能性をもつ食品やサプリメントがグローバルで拡大することが見込まれ、2027年度までの市場の年平均成長率は30%と推定されています。協和発酵バイオでは、独自の研究開発力を生かし、機能性を有した新たな品目を市場にいち早く投入してラインアップを充実させ、2024年度までに世界シェア1割の獲得を目指しています。

キリングroupは、グローバル戦略素材以外にも数々のユニークな素材を保有しており、将来の価値創造につながる研究を続けていきます。

グローバル戦略素材を中心にユニークな素材を多数保有

免疫	脳機能	免疫・脳領域以外
プラズマ乳酸菌 免疫の司令塔pDC※を直接活性化	シチコリン 脳細胞をダメージから保護	オルニチン 疲労を回復
ヒトミルクオリゴ糖 乳幼児の免疫システムの発達に作用、脳の発達を促す		シトルリン 血管を若々しく保つ
KW乳酸菌 免疫バランスを調整	βラクトペプチド 認知機能の維持をサポート	アルギニン 滋養強壮
グルタチオン 酸化ストレスを防御、免疫力を向上	熟成ホップ 注意・集中力を向上、抗肥満効果	
⋮	⋮	⋮

※pDC：プラズマサイトイド樹状細胞 (plasmacytoid dendritic cells) の略称

グローバル戦略素材

デジタルトランスフォーメーション(DX)で 新たな価値創造に挑戦

社会の情報化やデジタル技術がもたらす環境変化によって、人々の価値観やライフスタイルの多様化が急速に進んでいますが、コロナ禍によりこのトレンドはさらに加速しています。

これまで、キリングroupでは持続的な成長を実現するためにICTの活用を推進してきましたが、現在はその中核としてDXによる新たな価値創造に挑戦しています。

DXの推進を加速し、生産性向上と 新たな価値創造につなげる

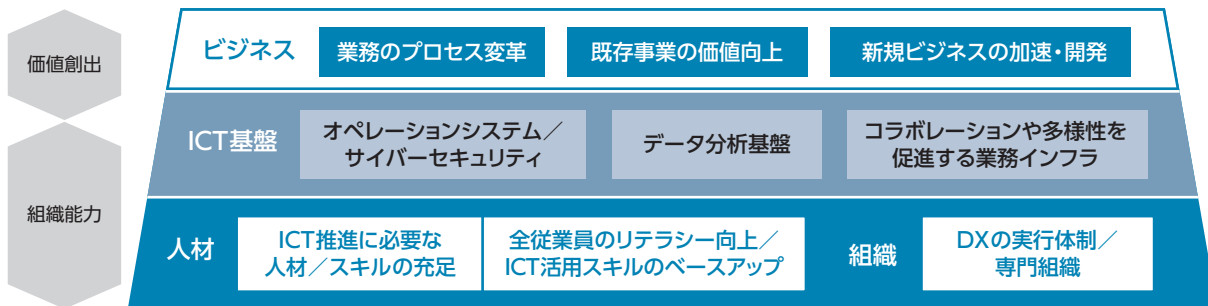
キリングroupは長期経営構想「KV2027」において、「イノベーションを実現する4つの組織能力」の1つ

として「価値創造を加速するICT」を掲げており、DXによる価値創造として、「業務プロセスの変革」「既存事業の価値向上」「新規ビジネスの加速・開発」に取り組んでいます。

業務プロセス変革では、メーカーとして生産性向上を追求しています。例えば、サプライチェーンマネジメント(SCM)領域では、トラックドライバーの不足にも耐え得る効率的な物流を実現することで、CO₂排出量の削減や商品の廃棄ロスの低減に取り組んでいます。また、新規ビジネスとしては、食領域における「キリン ホームタップ」や、重点領域であるヘルスサイエンス事業でデジタルを活用した施策を加速しています。

これらの取り組みを通じて、次期中期経営計画の最終年度にあたる2024年度までに、グループの全領域の業務プロセス改革をひと通り実行し、各事業会社において既存事業の価値向上と新規ビジネスの開発を図ります。

DXの取り組みの枠組み



組織体制の構築と人材の育成を図る

DXの推進には、その担い手となる人材の育成と組織体制の構築が必要です。2020年4月に、麒麟ホールディングスの経営企画部内に「DX戦略推進室」を設置しました。DX戦略推進室は、社内の各部門や事業会社と有機的に連携し、グループ全体を俯瞰して取り組みを進めています。さらに、各事業会社・各部門のDX推進担当者が参加するグループ横断の枠組みを設け、情報共有や課題解決を図っています。

また、人材の育成と獲得にも注力しています。各事業会社・各部門にDXを推進する人材を配置するために専門人材の確保も進めています。将来的には、国内でICTに関わる人員数を現在の約3倍に増員する計画です。

DXの土台となるICT基盤を整備する

グループ全体のDX推進に必要な、デジタル時代に即したICT・データ基盤の整備も強力に進めています。従業員のフルリモート勤務を実現するシステムやネットワークといった業務インフラは新型コロナウイルス感染症の拡大以前から整備してきましたが、2020年度にはマーケティングなどのさらなる強化に向けてDXP※を構築しました。また、現在も社内会議のオンライン化、押印の廃止など、業務の効率化を進めるとともに、より柔軟なクラウドベースの基幹システムの導入を進めています。

これからも、あらゆる領域でDXの取り組みを加速していくために、グループ全体でICT基盤の構築に取り組んでいきます。

※デジタルエクスペリエンスプラットフォームの略。顧客のライフサイクルのあらゆるフェーズのデジタル体験を一貫して管理・提供・最適化するためのツール群とその実行オペレーションを、一体のサービスとして提供する機能。

サイバーセキュリティ対策も強化

DXを推進するためには、新たな技術・サービスの導入と同時に、それらを正しく効果的に活用するための情報セキュリティ対策も極めて重要です。深刻化しているサイバー攻撃に対しては、機械学習機能を備えた先進的なセキュリティ対策システムの活用や、全従業員への情報リテラシー向上施策などによって、常に高いセキュリティレベルを維持し続けます。

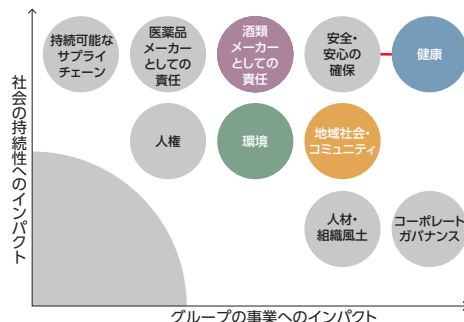
グループ全体のDXによって 持続的な成長を実現する

変化の激しい時代においても、社会のニーズに応えながら持続的な成長を実現するため、DXを中心としたICTの活用をこれまで以上に強化していきます。新たな価値創造に向けたキリングループの取り組みにぜひご期待ください。

CSVパーパス&コミットメント

グループ・マテリアリティ・マトリックス (GMM)

キリングループは、社会とともに持続的に存続・発展していく上での重要テーマを「持続的成長のための経営諸課題(グループ・マテリアリティ・マトリックス:GMM)」に整理しています。グループを取り巻く社会課題を踏まえ、「酒類メーカーとしての責任」を果たすことを前提に、「健康」「地域社会・コミュニティ」「環境」の4つを「CSV重点課題」に選定しています。



2020年度実績

次期中期経営計画(2022年度開始予定)に向けてGMMにおける課題と重要性評価の更新に着手

CSVパーパス

社会と価値を共創し持続的に成長していくために、長期経営構想「KV2027」の指針として、GMMで選定した4つのCSV重点課題ごとに「CSVパーパス」を策定しています。

2020年度実績

新型コロナウイルス感染症による社会変化などに鑑み、「地域社会・コミュニティ」の見直しに着手

CSVコミットメント

CSVパーパスの中期のアクションプランとして、19の「CSVコミットメント」を設定しており、各コミットメントは、中期経営計画の非財務目標としています。

2020年度実績

目標達成に向けたPDCAサイクルを回したほか、社会的インパクトの計測に着手



コミットメントおよび成果指標一覧

https://www.kirinholdings.com/jp/impact/csv_management/commitment/



環境

グループ全体でGHG排出を削減し 脱炭素社会構築に挑む



キリンビール株式会社
生産本部・技術部

関川 絵美子 Emiko Sekikawa

PROFILE 2009年、キリンビール入社。福岡工場でパッケージング工程の設備改善と省エネ化を担当した後、本社でキリンビール全社の省エネ推進を担当。その後、環境広報・情報開示の業務を経て、2017年より現職。キリングroup全体の気候変動対策の戦略策定・推進を担う。

省エネ設備や再生可能エネルギーを 国内外の工場で積極的に導入

もし気候変動の影響で極端な渇水や洪水が起これば、農産物の生育は大きな打撃を受けます。ですから、自然の恵みに支えられている私たちキリングroupにとって、気候変動対策は優先課題の1つです。近年は、生産工程の省エネと再生可能エネルギーの導入を積極的に進めています。

キリンビールの5工場では、2019年度から排水処理場にヒートポンプ・システムを導入し、温室効果ガス（GHG）排出を、キリンビール全体の排出量の前年度比約2%（約3,400トン）削減しています。この取り組みで得た知見を早期にグループ各社に展開し、効果の最大化を目指します。

また、2021年3月には、キリンビールの4工場で大規模太陽光発電を開始しました。オンサイトPPAという事業スキームを活用し、年間約4,500トンのGHG排出量削減とエネルギーコストの削減を両立できる見込みです。再生可

CSVコミットメント

気候変動への対応



7 エネルギーをみんなに
そしてクリーンに

SDGsターゲット

7.2



13 気候変動に
具体的な対策を

13.1



17 パートナリシップで
目標を達成しよう

17.17

成果指標

グループ全体
GHG排出量

2030年度目標値

50% 削減

(2019年度比)
Scope1とScope2の合計

30% 削減

(2019年度比)
Scope3

キリングgroupは「キリングgroup環境ビジョン2050」のもと、事業活動を通じて持続可能な地球環境を次世代につなげることを目指しています。

重点課題の1つが、気候変動への対応です。2050年度までにバリューチェーン全体のGHG排出量をネットゼロにする目標を掲げています。中間目標には、2030年度までに2019年度比で、Scope1とScope2の合計で50%削減、Scope3で30%削減することを設定しています。これは、国際的な「SBTi (Science Based Targets initiative)」より、産業革命前からの気温上昇を1.5℃未満に抑えるための科学的根拠に基づいた削減目標として承認を受けています。

能エネルギーの発電量を増やすことで、社会の脱炭素化に貢献します。

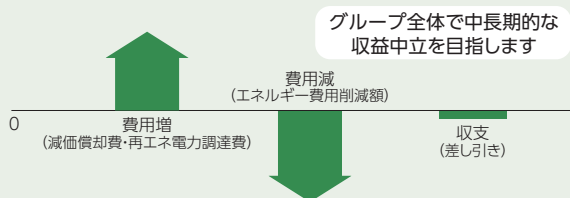
キリンビール名古屋工場では、購入する電力を2021年度から再生可能エネルギー100%にします。協和発酵バイオのタイ拠点では「再生可能エネルギー証書」を2021年から導入し、使用電力の一部を再生可能エネルギー由来とします。この2拠点の取り組みで年間約12,700トンのGHG排出量を削減します。

目標達成のため施策を着実に実行し 企業価値を高めていく

当社グループでは、2030年度までにGHG排出量削減目標を達成するだけでなく、その過程で経済的価値の創出に取り組みます。

気候変動対策の目標達成のためには大規模な投資や再生可能エネルギーの導入など、多くの資金を要します。グループ全体で取り組む省エネ投資から得られるエネルギーコストの低減効果を原資に再生可能エネルギーを導入することで、グループ全体で気候変動対策に関する中長期的な収益中立を目指します（下図参照）。コスト削減効果の高い省エネ施策を早期に実施するなどして、早期の目標

気候変動施策の損益イメージ（～2030年度）

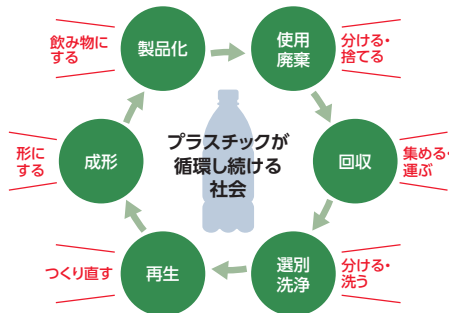


達成と経済的価値の最大化を目指します。この考え方を2022年度にスタートする次期中期経営計画に反映していく予定です。

昨今、企業に対する気候変動対策への要請は高まる一方です。また、日本国内では、CO₂排出量に応じてコストを負担する仕組みとしてカーボンプライシングの導入が検討され始めました。こうした中、私たちは着実にGHG排出量を削減することで、気候変動対策を進めるとともに、将来の減益リスクを低下させ、企業価値向上につなげていきたいと考えています。

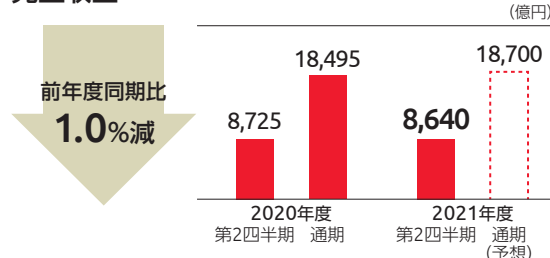
容器包装への取り組みも加速

当社グループは、ペットボトルのリサイクルにも注力しています。2020年12月には、三菱ケミカル(株)と共同で技術検討を開始しました。従来のリサイクル技術では、廃ペットボトルを繰り返し再生することで樹脂の品質が低下すると言われていましたが、この共同プロジェクトでは、最先端の技術で、ペットボトルやそれ以外のPET製品を化学分解して、何度でも再資源化することができます。2027年度までに当社グループの日本国内におけるリサイクル樹脂使用率を50%まで高めることを目指します。



2021年度第2四半期 連結業績・通期業績予想

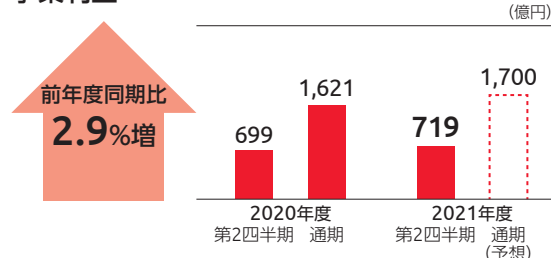
売上収益



2021年度通期業績予想:
1兆8,700億円 (前年度比1.1%増)

新型コロナウイルス感染症の影響が継続したことに加え、オセアニア酒類事業における飲料事業売却に伴い、上期は前年から減収となりました。下期も飲料事業売却の影響は継続するものの、それ以外の主要な事業では増収を見込んでいます。

事業利益*

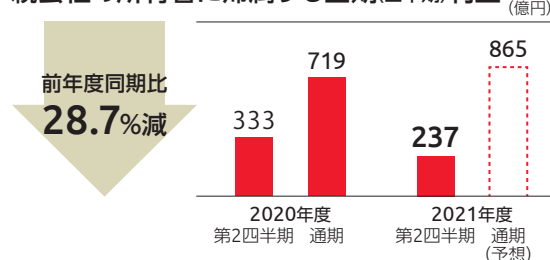


2021年度通期業績予想:
1,700億円 (前年度比4.9%増)

新型コロナウイルス感染症の影響が継続する厳しい事業環境の中、上期は各事業において収益構造の変革とコスト削減を両立し前年比で増益となりました。通期においても各種施策を着実に実行し、前年比で増益を目指します。

*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。

親会社の所有者に帰属する当期(四半期)利益



2021年度通期業績予想:
865億円 (前年度比20.2%増)

第2四半期における親会社の所有者に帰属する四半期利益は、ミャンマー事業の減損損失などにより、前年から減少しました。通期においては、持分法利益による投資利益の増加などにより、前年度から増益となる見通しです。

2021年度上半期の総括

- 国内では、緊急事態宣言の発令及びその後の外出自粛要請を受け、飲食店の休業などによる外食需要の減少や、在宅勤務の促進による飲料のオフィス需要の減少が見られます。
- 海外においても、国や地域により感染状況は異なるものの、国内と同様の影響が見られます。
- 連結では、豪州乳飲料事業の売却などにより売上収益は前年度比で減少したものの、収益構造の改善により事業利益は増加しました。

2021年度通期に向けて

- 下半期は酒類・飲料を中心に最需要期を迎えますが、新型コロナウイルス感染症の影響が緩やかに改善することを見込んでいます。
- 一方、ミャンマー事業の事業環境が悪化していることから、連結売上収益・事業利益ともに年初計画を下方修正しました。それ以外の事業については、修正幅は最小限に留めています。
- 平準化EPSは前年度から増加する見通しです。通期配当予想は年初計画の65円(前年度と同額)を維持しています。

株式に関する手続きについて

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

※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

 **0120-232-711**
(平日9:00-17:00)

コーポレートデータ (2021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
従業員数(連結)	29,818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.com/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」を使用し印刷しています。また、本冊子の印刷は、グリーン電力証書(横浜市風力発電所ハマウィング)の電力を使用しています。

2021年9月2日発行