

KIRIN



よろこびが  
つなぐ世界へ

Joy brings us together



## 2022年キリンビバレッジ事業方針発表会資料

2022年1月20日（木）  
キリンビバレッジ株式会社

- 2021年販売実績 2億589万ケース 前年比▲3%
- プラズマ乳酸菌入り飲料は534万ケース 前年比+66%と大幅増
- 午後の紅茶は35周年施策、生茶はR100 ボトルの拡大等環境対応に取り組んだが、前年を下回った

## 【2021年販売数量】

	販売数量	前年比	市場見込み
清涼飲料計	2億589万箱	97%	市場計 +1%程度
午後の紅茶	4,803万箱	98%	紅茶市場 ±0%程度
生茶	2,752万箱	98%	無糖茶市場 +2%程度
ファイア	2,252万箱	115%	コーヒー市場 -1%程度
プラズマ 乳酸菌入り飲料	534万箱	166%	健康飲料（特保・機能 性表示食品）市場 +9%程度

## 【健康の取り組み ～プラズマ乳酸菌入り飲料～】



- 新商品「キリン 午後の紅茶 ミルクティープラス」と「キリン 生茶 ライフプラス 免疫アシスト」のヒット
- 「プラスの健康」：135%、「摂りすぎない健康（無糖）」：107%（2018年比）

## CSV経営を一層進め、

### 既存飲料事業

選択と集中による  
既存飲料事業の  
収益強化の実現



### ヘルスサイエンス 領域

ヘルスサイエンス  
領域を強化し、  
健康に貢献する  
飲料企業へと変革

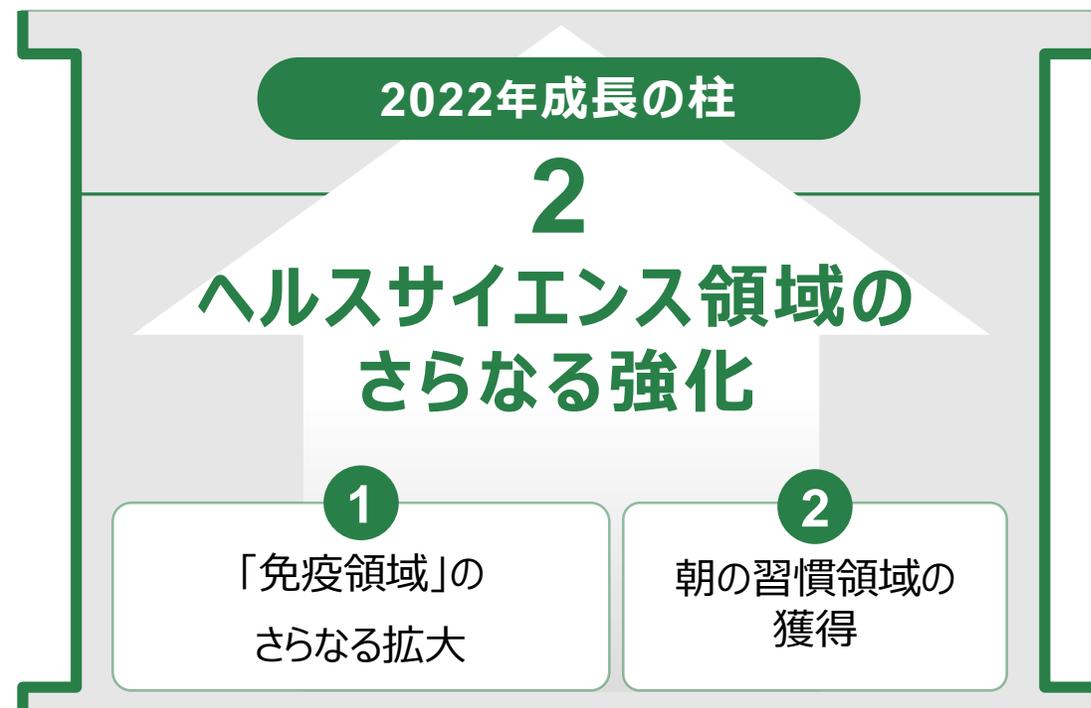
の両輪を回すことで、持続的成長を実現する

## 「食とヘルスサイエンスにまたがるCSVの新たなステージ」へ

戦略スローガン

ヘルスサイエンスをドライバーとする新たな価値創造への転換

戦略課題：ブランドポートフォリオ戦略の刷新と事業インフラ整備



## CSV加速による既存飲料事業の基盤強化

成長の柱  
①

基盤ブランド  
再成長

- 基盤ブランドの「午後の紅茶」「生茶」でCSVの取り組みを強化し、ブランドの再成長を目指す
- 「午後の紅茶」は「無糖」「微糖」商品に注力し、CSVフラグシップブランドとして存在価値を高める
- 「生茶」は春に大型リニューアルを実施し、サステナビリティを実現するブランドイメージを醸成する

環境対応の  
さらなる推進

- ケミカルリサイクルを活用したプラスチック循環システムの構築
- ペットボトル使用后～再生までのプロセス構築による「プラスチックが循環し続ける社会」の実現

収益構造改革

- 自販機チャネルの減少は続くと考え、2022年も自動販売機構造改革を継続する
- 「生産・物流部門を中心としたコスト削減」に加えて、「CSV経営を前提とした、バリューチェーンの連携によるコスト競争力強化」へ発展させる

## ヘルスサイエンス領域のさらなる強化

成長の柱  
②

免疫領域の  
さらなる拡大

- “免疫ケア”といえば「KIRIN」  
習慣化しづらい“免疫ケア”の大切さをお客様に理解していただくことで市場創出・拡大を目指す

朝の習慣領域  
獲得

- 3月29日から、100mlペットボトル飲料「キリン iMUSE 朝の免疫ケア」を全国展開  
「免疫ケア」の定着に向け、チルドカテゴリーでの「朝の習慣領域獲得」を目指す
- 湘南工場へ約100億円を投資し、小型ペットボトル製造設備を増強。  
100mlペットボトル飲料の供給能力を拡大

# 2022年販売計画

- 2022年販売数量目標 2億950万ケース 前年比+2%
- CSVを成長の源泉に、プラズマ乳酸菌入り飲料は前年比+42%を目指す
- 既存飲料事業とヘルスサイエンス領域の2つの柱を両輪で回すことで、事業基盤を確立していく

		販売数量	前年比	市場見込み
ヘルスサイエンス領域		2,320万箱	114%	健康飲料（特保・機能性表示食品）市場 +5%程度
	プラズマ 乳酸菌入り飲料	760万箱	142%	
既存飲料領域		1億8,630万箱	100%	清涼飲料市場 +2%程度
	清涼飲料計	2億950万箱	102%	
ブランド別	午後の紅茶	5,220万箱	109%	紅茶市場 +2%程度
	生茶	3,000万箱	109%	無糖茶市場 +1%程度
	ファイア	2,230万箱	99%	コーヒー市場 ±0%程度



※「Kirin 午後の紅茶 ミルクティープラス」、「Kirin 生茶 ライフプラス 免疫アシスト」の実績は「午後の紅茶」または「生茶」と、「プラズマ乳酸菌入り飲料」の両方に含まれます。「ヘルスサイエンス領域」には含まれますが、「既存飲料領域」には含まれません。