

2021年度 第2四半期 決算説明会

2021年8月12日
サントリー食品インターナショナル株式会社

2021年度 上期の振り返り

代表取締役社長 齋藤和弘

2021年度 第2四半期累計（1-6月）実績

2020年
1 - 6 月実績

2021年
1 - 6 月実績

対前年

増減(億円)

為替中立

増減率

為替中立

| | | | | | | |
|-----------------------|----------|----------|------|------|--------|--------|
| 売上収益 | 5,525 億円 | 6,038 億円 | +513 | +379 | +9.3% | +6.7% |
| 営業利益 | 357 億円 | 604 億円 | +247 | +233 | +69.1% | +62.9% |
| 既存事業ベース* 営業利益 | 360 億円 | 606 億円 | +246 | +233 | +68.5% | +62.4% |
| 親会社の所有者に 帰属する四半期利益 | 209 億円 | 322 億円 | +112 | +104 | +53.7% | +47.8% |

* 「その他の収益」「その他の費用」のうち非経常的な要因により発生した要素を除いた値

売上収益

*海外は為替中立

1-3月
前比

4-6月
前比

| | | |
|-------|------|-----|
| 日本 | △9% | 8% |
| APAC | 6% | 18% |
| 欧州 | △11% | 43% |
| 米州 | 9% | 30% |
| 売上収益計 | △4% | 18% |

(参考) 売上収益計
'21年 対 '19年

△6%

△4%

- 定番ブランドの強さ
- 購買における消費者体験のデジタルとリアルの融合
- サステナビリティへの社会的要請、消費者意識の拡大

コロナ後の機会 – 定番ブランドの強さ

| | 日本 | ベトナム | オセアニア | フランス |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| |  伊右衛門 |  TEA+ |  V |  Schweppes |
| 前年比 | 111% | 117% | 119% | 118% |
| 飲料市場 前年比 | 100% | 103% | 111% | 107% |

(出典) ブランド成長率：当社数量 出荷ベース、飲料市場成長率：数量ベース (当社推計)
 ※2021年1月～6月累計 (ベトナム市場のみ2021年1月～5月累計)
 ※日本は実箱ベース
 ※オセアニア、フランス市場は家庭用市場のみ

CO2

- 2022年までに、日米欧の自社生産研究拠点の電力を100%再生可能エネルギーに切り替えへ
- 内部炭素価格制度導入を決定



サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場（5月稼働）
“CO2排出量ゼロ工場”（*1）

- (*1) 省エネ推進や再生可能エネルギー導入、化石燃料由来CO2の排出をオフセットするクレジットの活用などにより、製造工程におけるCO2排出量を実施的にゼロにする工場
(*2) 欧州は、フランス、英国、スペイン

プラスチック

- 2030年目標 サステナブル化100%の推進

| | 2020年 実績 | 2022年 計画 | 2025年 計画 | 2030年 計画 |
|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 日本 | 26% | 50% | → | 100% |
| 欧州 (*2) | 17% | → | 50% | 100% |

サステナブルボトル 事例 (*3)



- (*3) 「サントリー天然水」：一部の商品に植物由来素材30%使用 「伊右衛門」、「クラフトBOSS」、「GREEN DA・KA・RA」等：一部の商品で「100%リサイクルペットボトル」を採用 「やさしい麦茶」、「Ribena」、「May Tea」、「Lucozade Sport」：100%リサイクル素材を使用したペットボトル（Lucozade Sportは2021年11月以降）

成長 戦略

First Mover – オーガニック成長

- コアブランド イノベーション
- 新カテゴリーの創造

Game Changer – 非連続な成長

- 新市場、新飲料モデルの開発
- M&Aを積極的に推進

成長を支える取り組み

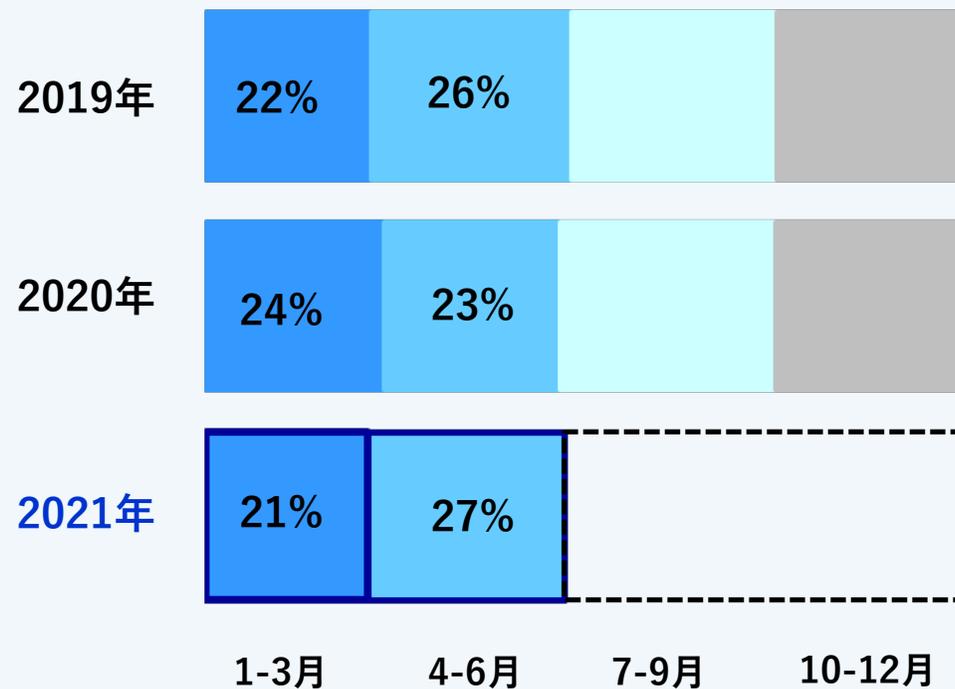
- センター オブ エクセレンス・DXの推進
- アジアパシフィック リージョンの新設

構造 改革

- 自販機事業 構造改革の加速
- 欧州業務用ビジネス 構造改革の推進

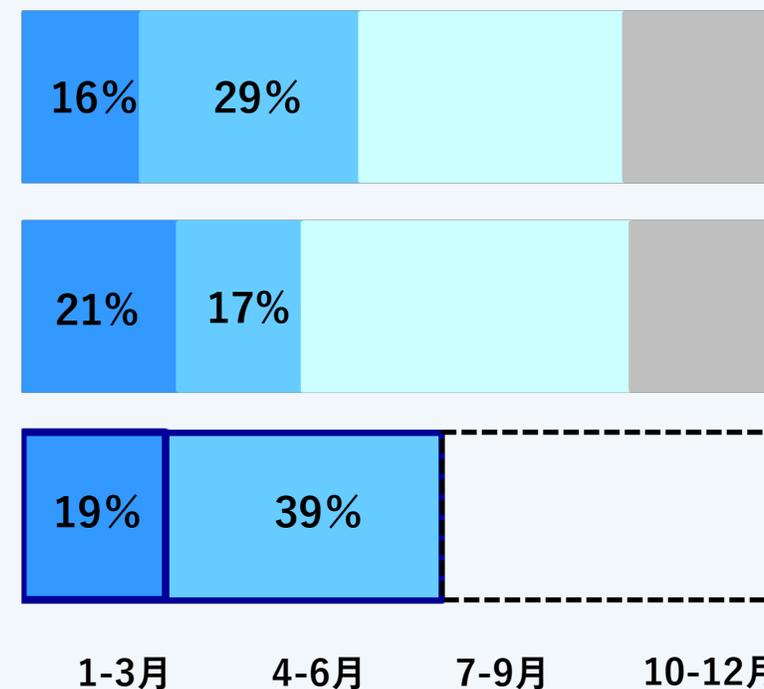
2021年度 第2四半期累計（1-6月）の年間進捗率

売上収益



年間予想
12,600
億円

営業利益



年間予想
1,050
億円

*海外は為替中立

*2019年、2020年は年間実績に対する進捗、
2021年は年間予想に対する進捗

決算補足説明

常務執行役員 三野隆之

2021年度 第2四半期累計（1-6月）実績（セグメント別）

| | 売上収益 | 対前年 | | | | セグメント利益 | 対前年 | | | |
|---------|----------|--------|------|--------|--------|---------|--------|------|--------|--------|
| | | 増減(億円) | 為替中立 | 増減率 | 為替中立 | | 増減(億円) | 為替中立 | 増減率 | 為替中立 |
| 日本 | 2,980 億円 | △7 | | △0.2% | | 176 億円 | +65 | | +58.7% | |
| APAC | 1,487 | +211 | +155 | +16.5% | +11.6% | 236 | +70 | +65 | +42.1% | +37.9% |
| 既存事業ベース | | | | | | 236 | +70 | +65 | +42.0% | +37.8% |
| 欧州 | 1,111 | +234 | +155 | +26.7% | +16.2% | 188 | +83 | +73 | +78.8% | +63.5% |
| 既存事業ベース | | | | | | 188 | +83 | +73 | +78.4% | +63.2% |
| 米州 | 460 | +74 | +75 | +19.2% | +19.6% | 58 | +29 | +29 | +97.8% | +98.5% |
| 調整額 | | | | | | △54 | +0 | +1 | | |
| 連結 | 6,038 | +513 | +379 | +9.3% | +6.7% | 604 | +247 | +233 | +69.1% | +62.9% |
| 既存事業ベース | | | | | | 606 | +246 | +233 | +68.5% | +62.4% |

売上収益

2,980 億円

増減率

△0.2%

為替中立

-

セグメント
利益

176 億円

増減率

+58.7%

為替中立

-

- 販売数量（実箱ベース）は、飲料市場 前年比 100%（推定）、当社 103%
市場は、緊急事態宣言が断続的に発令された影響もあり、前年並みにとどまる中、当社は、コアブランドが牽引し、引き続きシェアを拡大
- 売上収益は、4月以降の活動強化により3月までの減収分をカバー、
自販機・コンビニ市場減少によるチャネルミックス悪化が引き続き影響する中、
「伊右衛門」「クラフトボス」リニューアルが貢献し、商品構成改善
- 営業利益は、4月以降の売上増、コスト削減継続が寄与、大幅増益。



参考：販売数量（シロップ換算）：飲料市場 前年比 100%、当社 102%

売上収益

1,487 億円

増減率

+16.5%

為替中立

+11.6%

セグメント
利益

236 億円

増減率

+42.1%

為替中立

+37.9%

売上収益

増減率

為替中立

飲料事業
(ベトナム)

457 億円

+17.0%

+15.0%

飲料事業
(タイ)

350 億円

+6.0%

+3.9%

健康食品
(*1)

160 億円

+11.2%

+9.0%

フルコア
サントリー

242 億円

+37.8%

+19.6%

5月以降制限強化の影響を市場が受ける中、「TEA+」、「Sting」が牽引し好調維持。市場シェア拡大。

断続的な制限が継続する中、Pepsiブランドが堅調に推移。市場シェア拡大。

「BRAND'S Essence of Chicken」は継続的な活動強化が寄与、3月以降回復基調。

活動強化及びエネルギー需要増をうけ、「V」が大幅に伸長、市場シェア拡大。



(*1) 健康食品は、タイ及びインドシナ半島の実績

売上収益

1,111 億円 +26.7% +16.2%

増減率 為替中立

セグメント
利益

188 億円 +78.8% +63.5%

増減率 為替中立

売上収益

増減率 為替中立

フランス (*1) **462** 億円 +30.4% +19.8%

家庭用チャンネルは好調維持。業務用も制限緩和を受け回復。「Orangina」、「Oasis」、「Schweppes」ともに二桁増。

英国 (*2) **316** 億円 +24.1% +12.9%

制限緩和の進展を受け、マーケティング活動強化。「Lucozade」、「Ribena」ともに伸長。

スペイン (*3) **169** 億円 +27.8% +17.4%

業務用チャンネルも制限緩和を受け回復、「Schweppes」は二桁増。



(*1) フランスは、本年度よりフランスのみデータ開示

(*2) 英国、アイルランド (*3) スペイン、ポルトガル

売上収益

460 億円

増減率

+19.2%

為替中立

+19.6%

セグメント
利益

58 億円

増減率

+97.8%

為替中立

+98.5%

- ワクチン接種の進展、家庭用・業務用の制限撤廃をうけ、スーパー及びコンビニは引き続き好調に推移、業務用も4月以降急速に回復
- セグメント利益は、力強い売上成長が寄与し、大幅増益



SUNTORY

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

2021年度 第2四半期（4-6月）実績

2020年
4 - 6 月実績

2021年
4 - 6 月実績

対前年

増減(億円)

為替中立

増減率

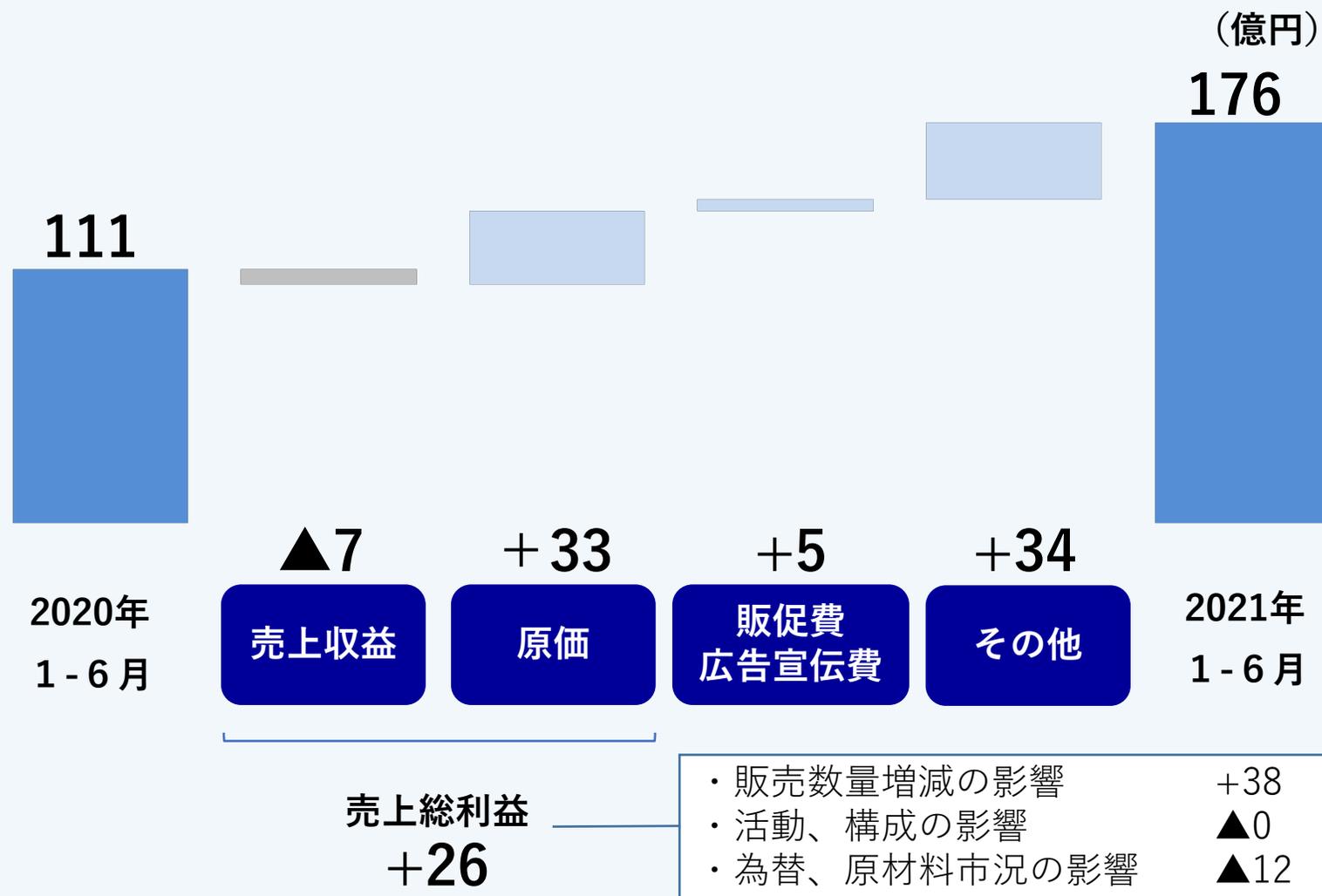
為替中立

| | 2020年 4 - 6 月実績 | 2021年 4 - 6 月実績 | 対前年 | | | |
|-----------------------|--------------------|--------------------|--------|------|---------|---------|
| | | | 増減(億円) | 為替中立 | 増減率 | 為替中立 |
| 売上収益 | 2,753 億円 | 3,340 億円 | +588 | +498 | +21.3% | +17.5% |
| 営業利益 | 159 億円 | 406 億円 | +247 | +238 | +155.8% | +141.6% |
| 既存事業ベース 営業利益 | 159 億円 | 407 億円 | +248 | +238 | +156.3% | +141.0% |
| 親会社の所有者に 帰属する四半期利益 | 82 億円 | 215 億円 | +133 | +128 | +162.2% | +146.7% |

売上収益 2021年四半期別実績(IFRS)

| (億円) | 第1四半期 (1-3月) | 対前年 | | | | 第2四半期 (4-6月) | 対前年 | | | |
|------|-----------------|------|------|-------|--------|-----------------|------|------|--------|--------|
| | | 増減 | 為替中立 | 増減率 | 為替中立 | | 増減 | 為替中立 | 増減率 | 為替中立 |
| 日本 | 1,342 | △126 | - | △8.6% | - | 1,638 | +119 | - | +7.8% | |
| APAC | 735 | +60 | +43 | +8.9% | +6.2% | 752 | +151 | +112 | +25.1% | +17.5% |
| 欧州 | 417 | △23 | △53 | △5.3% | △11.3% | 694 | +258 | +208 | +59.1% | +42.8% |
| 米州 | 204 | +14 | +17 | +7.4% | +9.0% | 256 | +60 | +59 | +30.7% | +29.7% |
| 連結 | 2,698 | △75 | △119 | △2.7% | △4.2% | 3,340 | +588 | +498 | +21.3% | +17.5% |

| (億円) | 第1四半期 (1-3月) | 対前年 | | | | 第2四半期 (4-6月) | 対前年 | | | |
|---------|-----------------|-----|------|--------|--------|-----------------|------|------|---------|---------|
| | | 増減 | 為替中立 | 増減率 | 為替中立 | | 増減 | 為替中立 | 増減率 | 為替中立 |
| 日本 | 40 | △31 | - | △44.0% | - | 136 | +96 | | +239.9% | |
| APAC | 127 | +35 | +34 | +38.5% | +36.0% | 109 | +35 | +31 | +46.6% | +40.2% |
| 既存事業ベース | | +35 | +34 | +38.4% | +35.9% | | +35 | +31 | +46.6% | +40.1% |
| 欧州 | 40 | △8 | △11 | △16.2% | △21.6% | 148 | +91 | +84 | +157.9% | +131.7% |
| 既存事業ベース | | △9 | △13 | △18.8% | △24.1% | | +92 | +85 | +163.4% | +136.5% |
| 米州 | 20 | +5 | +6 | +36.3% | +38.4% | 38 | +23 | +23 | +162.1% | +159.8% |
| 調整額 | △29 | 0 | 0 | | | △25 | 0 | 0 | | |
| 連結 | 198 | △0 | △5 | △0.2% | △2.3% | 406 | +247 | +238 | +155.8% | +141.6% |
| 既存事業ベース | 199 | △2 | △5 | △1.0% | △2.7% | 407 | +248 | +238 | +156.3% | +141.0% |



日本

| (単位：百万C/S) | 2020年第2四半期 累計 | | 2021年第2四半期 累計 | |
|--------------------------|---------------|-----------|---------------|-----------|
| | 実績 | 対前年 増減 | 実績 | 対前年 増減 |
| サントリー天然水 | 52.7 | △1% | 55.4 | 5% |
| BOSS | 49.5 | △8% | 50.0 | 1% |
| 伊右衛門 | 25.1 | 1% | 28.0 | 11% |
| GREEN DA・KA・RA | 18.3 | 3% | 18.5 | 1% |
| サントリー烏龍茶 | 9.5 | △18% | 8.3 | △13% |
| PEPSI | 7.9 | △20% | 9.1 | 16% |
| 特定保健用食品 および 機能性表示食品 計 | 10.6 | △6% | 10 | △4% |
| 日本事業 販売数量 合計 | 198.8 | △8% | 203.6 | 2% |

※シロップ製品は8oz換算、出荷ベース

※上記数字には㈱ジャパンビバレッジホールディングス等による

他社仕入分の販売数量は含まれていません。

<参考情報>

実函ベースの販売数量計の対前年増減

2020年第2四半期 累計：△6% ・ 2021年第2四半期 累計：+3%

欧州

| (単位：百万L) | 2020年第2四半期 累計 | | 2021年第2四半期 累計 | |
|-------------------------|---------------|-----------|---------------|-----------|
| | 実績 | 対前年 増減 | 実績 | 対前年 増減 |
| オアシス (フランス) | 124 | △11% | 145 | 17% |
| シュウェップス (フランス) | 76 | △3% | 90 | 18% |
| オレンジーナ (フランス) | 74 | △12% | 88 | 19% |
| ルコゼード (英国、アイルランド) | 181 | △10% | 191 | 6% |
| ライビーナ (英国、アイルランド) | 36 | △17% | 45 | 23% |
| シュウェップス (スペイン、ポルトガル) | 44 | △27% | 51 | 16% |

(円、期中平均)

| | 2020年 1-6月 実績 | 2021年 1-6月 実績 | 2021年 年間予想 |
|------------|------------------|------------------|---------------|
| 米ドル | 108.2 | 107.9 | 106.0 |
| ユーロ | 119.3 | 129.9 | 127.0 |
| 英ポンド | 136.4 | 149.9 | 142.0 |
| シンガポールドル | 77.4 | 80.9 | 78.0 |
| タイバーツ | 3.4 | 3.5 | 3.4 |
| ベトナムドン | 0.0046 | 0.0047 | 0.0046 |
| ニュージーランドドル | 67.8 | 77.3 | 71.0 |
| 豪ドル | 71.2 | 83.2 | 78.0 |

本資料は情報提供のために作成されたものであり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。

本資料には、当社又は当社グループの今後の業績等に関連して将来に関する記述を含んでおります。将来に関する記述は、現在入手可能な情報を踏まえて、当社が現時点で合理的であると判断する一定の前提に基づくものであり、経済動向、業界での競争、市場需要、為替レート、税制や諸制度等に関わるリスクや不確実な要素を含んでいます。従って、将来、実際に公表される業績等は、これらの種々の要素によって変動するため、本書作成時点と異なる可能性もあります。

当社は、本資料の情報を使用されたことにより生じるいかなる損害についても責任を負うものではありませんので、ご了承ください。