

# 2022年度 第1四半期決算説明会

2022年5月12日  
サントリー食品インターナショナル株式会社

# 2022年度 第1四半期（1-3月）実績（IFRS）

	2021年 1-3月実績	2022年 1-3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	2,698 億円	2,960 億円	+262	+202	+9.7%	+7.3%
営業利益	198 億円	216 億円	+18	+9	+9.2%	+4.6%
既存事業ベース* 営業利益	199 億円	215 億円	+16	+7	+8.0%	+3.5%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	107 億円	124 億円	+17	+13	+15.8%	+11.5%

\* 「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	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	1,340 億円	△2		△0.1%		26 億円	△14		△34.8%	
APAC	830	+94	+62	+12.8%	+8.1%	118	△9	△15	△7.2%	△11.2%
既存事業ベース							△9	△15	△7.1%	△11.1%
欧州	532	+115	+105	+27.5%	+24.5%	69	+29	+28	+72.1%	+66.4%
既存事業ベース							+27	+26	+68.1%	+62.5%
米州	259	+55	+38	+27.1%	+17.1%	31	+10	+8	+50.0%	+38.2%
調整額						△27	+2	+2		
連結	2,960	+262	+202	+9.7%	+7.3%	216	+18	+9	+9.2%	+4.6%
既存事業ベース						215	+16	+7	+8.0%	+3.5%

売上収益

1,340 億円

増減率

△0.1%

為替中立

—

セグメント  
利益

26 億円

増減率

△34.8%

為替中立

—

- 販売数量（実箱ベース）は、飲料市場 前年比 102%（推定）、当社 104% 「サントリー天然水」、「伊右衛門」、「BOSS」が好調に推移。トクホ・機能性も「伊右衛門 濃い味」の増分効果もあり、トレンド回復。
- 売上収益は、前年並みで着地。コロナ影響を受けた自販機・CVSチャネル回復遅れに伴うチャネル構成悪化を、数量増、商品構成改善でカバー。
- 営業利益は、サプライチェーンのコスト削減活動等を徹底するも、原材料市況高騰が大きく影響し、減益。



売上収益

830 億円

増減率

+12.8%

為替中立

+8.1%

セグメント  
利益

118 億円

増減率

△7.2%

為替中立

△11.2%

売上収益

増減率

為替中立

飲料事業  
(ベトナム)

270 億円

+16.9%

+6.4%

飲料事業  
(タイ)

173 億円

+3.8%

+4.1%

健康食品  
(\*1)

88 億円

+12.9%

+13.2%

飲料事業  
(オセアニア)

132 億円

+5.1%

+3.0%

昨年末からの回復基調継続。

「TEA+」、「Sting」は好調に推移。市場シェア拡大。

制限継続や天候不順の影響を受ける中、Pepsiブランドが堅調に推移。市場シェア拡大。

「BRAND'S Essence of Chicken」への集中活動が寄与し、一般店チャンネルが好調に推移。

エナジーカテゴリーへの集中活動継続、「V」が堅調に推移。市場シェア維持。



(\*1) 健康食品は、タイ及びインドシナ半島の実績

売上収益

532 億円

増減率 為替中立

+27.5% +24.5%

セグメント  
利益

69 億円

増減率 為替中立

+72.1% +66.4%

売上収益

増減率 為替中立

フランス 199 億円 +20.6% +18.9%

英国 (\*1) 174 億円 +33.1% +26.8%

スペイン (\*2) 76 億円 +37.5% +35.6%

家庭用・業務用市場ともに好調に推移。「Oasis」、  
「Schweppes」、「Orangina」ともに大幅増。  
市場シェア拡大。

行動制限撤廃を受け、市場回復継続。特に「Lucozade Sport」  
が大きく増分寄与。市場シェア拡大。

業務用チャネルの回復基調継続。  
「Schweppes」は二桁増。



(\*1) 英国、アイルランド (\*2) スペイン、ポルトガル

売上収益

259 億円

増減率 為替中立

+27.1% +17.1%

セグメント  
利益

31 億円

増減率 為替中立

+50.0% +38.2%

- 需要拡大が継続、家庭用・業務用ともに好調に推移
- 数量増及び価格改定効果で増収
- 原材料市況及び人件費上昇の影響を吸収し、大幅増益





## 温室効果ガス(GHG)

2030年目標：自社拠点でのGHG排出量を50%削減<sup>(\*1)</sup>

- 2022年4月より、日本の自社生産研究拠点30箇所で購入する電力を100%再生可能エネルギーに切り替え



サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場<sup>(\*2)</sup>  
(2021年5月稼働) “CO2排出量ゼロ工場”

- (\*1) サントリーグループ、SBF共通目標、2019年の排出量を基準とする
- (\*2) 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排出量を実質的にゼロにする工場

## プラスチック

2030年目標：グローバルで使用する全ペットボトルの100%サステナブル化<sup>(\*3)</sup>を目指す

日本：2022年3月より、順次、新規ロゴマークのラベル記載による啓発活動開始<sup>(\*4)</sup>



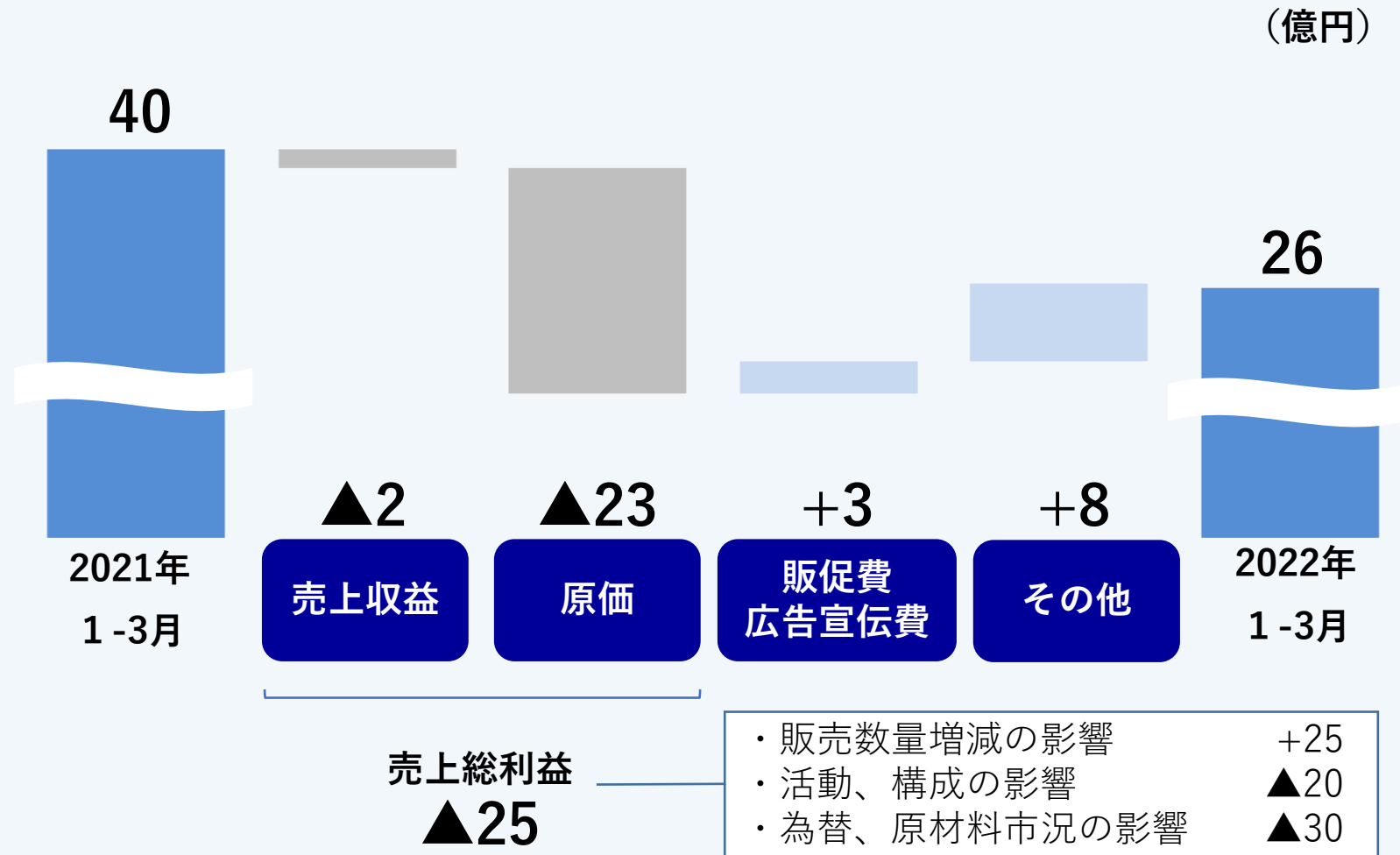
海外：2022年4月より、  
スペイン：Schweppesの全ペットボトルに100%サステナブルボトルを導入  
ベトナム：初の100%サステナブルボトル製品(Pepsi 330ml)の発売開始<sup>(\*5)</sup>

- (\*3) リサイクル素材あるいは植物由来素材100%使用ペットボトル
- (\*4) ラベルレス商品を除く、全ペットボトル商品を対象
- (\*5) 4月より北部エリアで開始、順次エリア拡大予定



# **SUNTORY**

## **SUNTORY BEVERAGE & FOOD**



## 日本

(単位：百万C/S)	2021年第1四半期		2022年第1四半期	
	実績	対前年 増減	実績	対前年 増減
サントリー天然水	24.3	△2%	26.0	7%
B O S S	23.3	△6%	24.1	4%
伊右衛門	12.1	15%	12.6	4%
GREEN DA・KA・RA	6.1	△8%	6.5	5%
サントリー烏龍茶	3.1	△17%	2.8	△8%
P E P S I	2.9	13%	3.5	22%
特定保健用食品 および 機能性表示食品 計	4.8	△6%	5.4	12%
日本事業 販売数量 合計	85.0	△3%	88.3	4%

※2022年度より実箱、着荷ベースへ変更

※上記数字には(株)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。

## 欧州

(単位：百万L)	2021年 第1四半期		2022年 第1四半期	
	実績	対前年 増減	実績	対前年 増減
オアシス (フランス)	56	△5%	64	15%
シュウェップス (フランス)	31	0%	37	18%
オレンジーナ (フランス)	31	△6%	37	17%
ルコゼード (英国、アイルランド)	82	△10%	94	14%
ライビーナ (英国、アイルランド)	19	7%	20	5%
シュウェップス (スペイン、ポルトガル)	18	△22%	21	14%

2022年 通期予想	
予想	対前年 増減
126.0	5%
106.0	0%
62.5	6%
46.5	11%
14.0	△5%
17.0	4%
20.5	2%
436.5	4%

(円、期中平均)

	2021年 1-3月 実績	2022年 1-3月 実績	2022年 年間予想
米ドル	107.2	116.4	115.0
ユーロ	128.5	130.4	130.0
英ポンド	148.6	156.0	154.0
シンガポールドル	80.3	86.0	84.0
タイバーツ	3.5	3.5	3.4
ベトナムドン	0.0047	0.0051	0.0050
ニュージーランドドル	77.0	78.7	78.0
豪ドル	82.8	84.3	82.0

## 本資料取扱上の注意点

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。