

2022年度 第2四半期決算説明会

2022年8月9日

サントリー食品インターナショナル株式会社

2022年度 上期の振り返り

代表取締役社長 齋藤和弘

2022年度 第2四半期累計（1-6月）実績（IFRS）

	2021年 1-6月実績	2022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	6,038 億円	6,790 億円	+752	+508	+12.4%	+8.1%
営業利益	604 億円	804 億円	+200	+163	+33.1%	+25.5%
既存事業ベース* 営業利益	602 億円	643 億円	+41	+5	+6.8%	+0.8%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	322 億円	487 億円	+166	+151	+51.5%	+44.8%

*営業利益から非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

- グローバルな需要回復・拡大
- インフレーション
- お客様の嗜好、価値観の多様化

2022年度 四半期別 売上収益推移(IFRS)

売上収益

(海外は為替中立)

1-3月
前比

4-6月
前比

日本	△0%	5%
APAC*	9%	13%
欧州	25%	19%
米州	17%	7%
売上収益計*	8%	10%

(参考) 売上収益計*
'22年 対 '19年

1%

6%

*既存事業ベース

当社の取組み – コアブランドイノベーション

	日本			タイ	フランス	
	天然水	伊右衛門	健康茶	BRAND'S Essence of Chicken	Oasis	Schweppes
						
前年比	110%	105%	124%	105%	115%	111%
市場 前年比		103%		97%		103%

(出典) ブランド成長率：当社数量 出荷ベース、市場成長率：家庭用飲料市場 数量ベース（当社推計）
 ※BRAND'S Essence of Chickenのみ金額ベース、Essence of Chicken市場）
 ※2022年1月～6月累計（タイ市場のみ2022年1月～5月累計）
 ※日本は実箱ベース

水



自社工場の水使用量の
原単位をグローバルで
35%削減※1

2021年実績：21%削減

- ※1 サントリーグループ目標 (SBF目標は20%削減)、2015年原単位比
- ※2 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
- ※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
- ※4 100%サステナブルボトルの本数比率

温室効果ガス



自社拠点でのGHG排出量を
50%削減※2

2021年実績：7%削減

プラスチック



グローバルで使用する全ての
ペットボトルを**100%**
サステナブルボトル※3へ

※4
2021年実績：19%
日本：37%
海外：6%

フルバリューチェーンの総合力を発揮し、
過去最高の売上収益を目指す



RGM: プライスパック、ミックスマネジメント、等
S&OP: 需給予測、管理

決算補足説明

常務執行役員 石川一志

2022年度 第2四半期累計(1-6月)実績 (IFRS/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	3,059 億円	+79	—	+2.6%	—	141 億円	△34	—	△19.6%	—
APAC	1,746	+258	+126	+17.4%	+7.8%	413	+177	+157	+74.8%	+61.2%
既存事業ベース*	1,712	+295	+168	+20.9%	+10.9%	254	+22	+2	+9.4%	+0.9%
欧州	1,401	+290	+243	+26.1%	+21.0%	233	+45	+36	+23.7%	+18.4%
既存事業ベース*						231	+43	+35	+22.9%	+17.6%
米州	585	+125	+59	+27.1%	+11.3%	74	+16	+7	+26.8%	+11.0%
調整額						△57	△3	△2		
連結	6,790	+752	+508	+12.4%	+8.1%	804	+200	+163	+33.1%	+25.5%
既存事業ベース*	6,756	+789	+549	+13.2%	+8.8%	643	+41	+5	+6.8%	+0.8%

* 売上収益からは譲渡事業の売上収益を、セグメント利益からは非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

売上収益

3,059 億円

増減率

+2.6%

為替中立

-

セグメント
利益

141 億円

増減率

△19.6%

為替中立

-

- 販売数量は、飲料市場 前年比 103% (推定)、当社 107%
引き続きコアブランド集中活動を継続し、上半期販売数量は過去最高を達成、市場シェアを拡大。ブランド別には、「サントリー天然水」、「伊右衛門」、「GREEN DA・KA・RA」が過去最高の販売数量。
トクホ・機能性も、「伊右衛門 濃い味」の増分効果、「特茶」リニューアル効果もあり、トレンド回復。
- 売上収益は、想定通りの進捗にまで回復、増収。自販機・CVS チャンネル回復遅れに伴うチャンネル構成悪化を、数量増でカバー。
- セグメント利益は、サプライチェーンコスト削減活動等を徹底するも、為替・原材料価格高騰が第2四半期以降更が大きく影響、減益。



売上収益

1,746 億円

増減率

+17.4%

為替中立

+7.8%

セグメント
利益

413 億円

増減率

+74.8%

為替中立

+61.2%

売上収益

増減率

為替中立

飲料事業
(ベトナム)

615 億円

+34.6%

+17.3%

飲料事業
(タイ)

387 億円

+10.6%

+6.0%

健康食品
(*1)

173 億円

+7.9%

+3.4%

飲料事業
(オセアニア)

274 億円

+13.1%

+6.7%

需要拡大が本格化。

「TEA+」、 「Sting」 とともに二桁増。市場シェア拡大。

コロナ影響が残る中、第2四半期以降トレンド回復、
Pepsiブランドが堅調に推移。市場シェア維持。「BRAND'S Essence of Chicken」 への
集中活動が寄与。エナジーカテゴリーへの集中活動継続、
「V」 が堅調に推移。

(*1) 健康食品は、タイ及びインドシナ半島の実績

売上収益

1,401 億円 +26.1% +21.0%

増減率 為替中立

セグメント
利益

233 億円 +23.7% +18.4%

増減率 為替中立

売上収益

フランス 540 億円 +16.9% +13.0%

増減率 為替中立

英国 (*1) 404 億円 +27.8% +20.0%

スペイン (*2) 260 億円 +53.2% +48.1%

業務用市場が力強く回復。「Oasis」、
「Schweppes」、「Orangina」ともに大幅増。
市場シェア拡大。

需要拡大が継続。堅調な「Lucozade Energy」に加え、
「Lucozade Sport」が大きく増分寄与。

業務用市場の回復が本格化。
「Schweppes」は二桁増継続。



(*1) 英国、アイルランド (*2) スペイン、ポルトガル

売上収益

585 億円

増減率 為替中立

+27.1% +11.3%

セグメント
利益

74 億円

増減率 為替中立

+26.8% +11.0%

- 家庭用・業務用ともに引き続き堅調に推移
- 数量増及び価格改定効果で増収
- 原材料価格及び人件費高騰の影響を吸収し、増益



SUNTORY

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

2022年度 第2四半期（4-6月）実績

2021年
4 - 6 月実績

2022年
4 - 6 月実績

対前年

増減(億円)

為替中立

増減率

為替中立

	2021年 4 - 6 月実績	2022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	3,340 億円	3,830 億円	+490	+305	+14.7%	+8.7%
営業利益	406 億円	587 億円	+181	+154	+44.7%	+35.5%
既存事業ベース 営業利益*	405 億円	430 億円	+24	△3	+6.0%	△0.7%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	215 億円	364 億円	+149	+138	+69.3%	+61.0%

*営業利益から非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

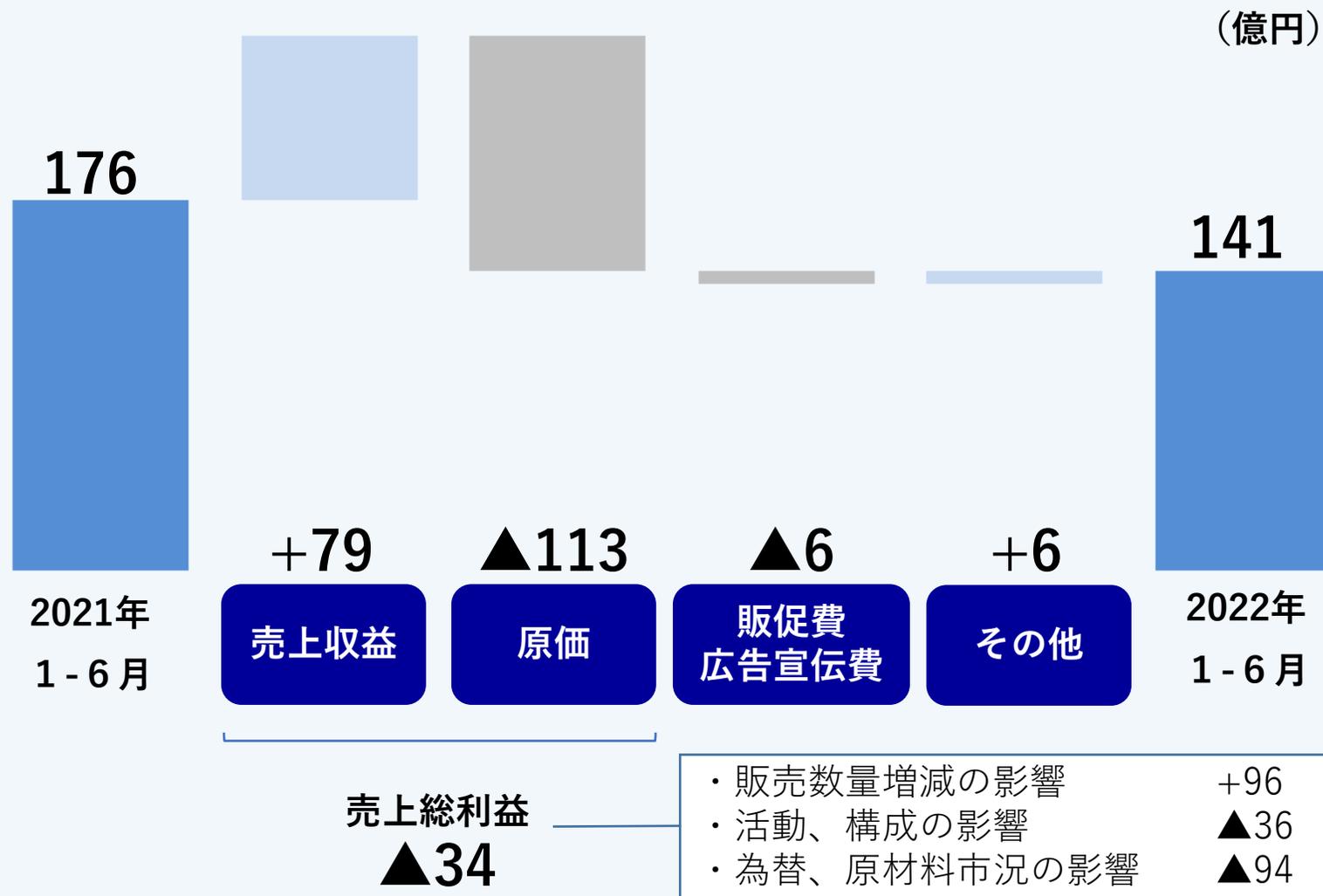
売上収益 2022年四半期別実績(IFRS)

(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	1,340	△2	-	△0.1%	-	1,719	+81	-	+4.9%	-
APAC	830	+94	+62	+12.8%	+8.1%	916	+164	+64	+21.8%	+7.6%
既存事業ベース*	797	+95	+64	+13.6%	+8.7%	915	+200	+104	+28.0%	+12.9%
欧州	532	+115	+105	+27.5%	+24.5%	869	+175	+139	+25.2%	+19.0%
米州	259	+55	+38	+27.1%	+17.1%	326	+70	+21	+27.1%	+7.1%
連結	2,960	+262	+202	+9.7%	+7.3%	3,830	+490	+305	+14.7%	+8.7%
既存事業ベース*	2,928	+263	+204	+9.9%	+7.5%	3,828	+526	+345	+15.9%	+9.9%

* 譲渡事業の売上収益を控除した値

(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	26	△14	-	△34.8%	-	115	△21	-	△15.2%	-
APAC	118	△9	△15	△7.2%	△11.2%	295	+186	+172	+170.5%	+139.4%
既存事業ベース*	117	△8	△14	△6.6%	△10.6%	137	+30	+16	+28.2%	+13.4%
欧州	69	+29	+28	+72.1%	+66.4%	164	+16	+9	+10.6%	+5.6%
既存事業ベース*	67	+27	+26	+68.1%	+62.5%	164	+16	+9	+10.7%	+5.6%
米州	31	+10	+8	+50.0%	+38.2%	43	+5	△1	+14.1%	△2.7%
調整額	△27	+2	+2			△30	△5	△4		
連結	216	+18	+9	+9.2%	+4.6%	587	+181	+154	+44.7%	+35.5%
既存事業ベース*	214	+17	+8	+8.5%	+3.9%	430	+24	△3	+6.0%	△0.7%

* 非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値



日本

(単位：百万C/S)	2021年第2四半期 累計		2022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	55.4	5%	60.7	10%
B O S S	50.0	1%	50.9	2%
伊右衛門	28.0	12%	29.4	5%
GREEN DA・KA・RA	18.5	1%	21.0	14%
サントリー烏龍茶	6.8	△13%	6.6	△3%
P E P S I	7.2	23%	8.3	15%
特定保健用食品 および 機能性表示食品 計	10.1	△4%	12.6	24%
日本事業 販売数量 合計	195.2	3%	208.1	7%

※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2四半期 累計		2022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)	145	17%	166	15%
シュウェップス (フランス)	90	18%	100	11%
オレンジーナ (フランス)	88	19%	97	10%
ルコゼード (英国、アイルランド)	192	6%	207	8%
ライビーナ (英国、アイルランド)	45	23%	43	△4%
シュウェップス (スペイン、ポルトガル)	51	16%	62	23%

(円、期中平均)

	2021年 1-6月 実績	2022年 1-6月 実績	2022年 年間予想*
米ドル	107.9	123.2	115.0
ユーロ	129.9	134.4	130.0
英ポンド	149.9	159.6	154.0
シンガポールドル	80.9	90.2	84.0
タイバーツ	3.5	3.7	3.4
ベトナムドン	0.0047	0.0054	0.0050
ニュージーランドドル	77.3	81.6	78.0
豪ドル	83.2	88.6	82.0

* 2022年2月14日に発表した年初予想レート

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。