

2022年度 決算説明会

2023年2月13日
サントリー食品インターナショナル株式会社

2022年度 振り返り 2023年度 業績予想

代表取締役社長 齋藤和弘

2022年度 振返り

2022年度業績ハイライト(IFRS)

| (億円) | 2022年 実績 | 対前年 | | | | 修正 業績予想 との差異 (億円) |
|----------------------|-------------|--------|--------|--------|--------|----------------------------|
| | | 為替込 | | 為替中立 | | |
| | | 増減(億円) | 増減率 | 増減(億円) | 増減率 | |
| 売上収益 | 14,504 | +1,815 | +14.3% | +1,091 | +8.1% | △26 |
| 営業利益 | 1,397 | +211 | +17.8% | +122 | +9.5% | △8 |
| 非経常項目 | 89 | +117 | — | +118 | — | △6 |
| 既存事業ベース* 営業利益 | 1,308 | +94 | +7.8% | +3 | +0.3% | △2 |
| 親会社の所有者に 帰属する当期利益 | 823 | +136 | +19.9% | +96 | +13.2% | +28 |

*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

2022年度 売上収益推移(IFRS) - 既存事業ベース

売上収益

(為替中立)

| | 1-6月 前比 | 7-9月 前比 | 10-12月 前比 | 1-12月 前比 |
|---------------------------|------------|------------|--------------|-------------|
| 日本 | 3% | 8% | 1% | 4% |
| APAC | 11% | 22% | 11% | 13% |
| 欧州 | 21% | 19% | 7% | 17% |
| 米州 | 11% | 8% | 16% | 12% |
| 売上収益計 | 9% | 13% | 6% | 9% |
| <hr/> | | | | |
| (参考) 売上収益計 '22年 対 '19年 | 4% | 6% | 7% | 5% |

- コアブランドイノベーション
- 事業構造改革の推進
- 将来に向けた成長投資

日本

ベトナム

フランス

天然水



伊右衛門



健康茶



TEA+



Oasis



Schweppes



前年比

108%

104%

162%

130%

115%

114%

市場
前年比

102%

120%

105%

(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)
 ※2022年1月～12月累計 (ベトナム市場のみ2022年1月～11月累計)
 ※日本は実箱ベース

RGM活動強化

- 日本：大容量PET、24年ぶりの小容量PET製品の価格改定実施
- 海外：機動的な価格改定を含めたRGM活動の徹底

自販機事業
構造改革

- 自販機事業組織の再編
 - 総合提案による開発力向上、小売店としての魅力度向上
 - システム基盤統合、ルート再編によるオペレーション効率化

事業
ポートフォリオ
見直し

- フレッシュコーヒー事業譲渡（オセアニア）
- ナイジェリア事業譲渡

生産拠点統廃合

- スペイン：工場統合

当社の取組み — 将来に向けた成長投資

重要戦略領域 への積極投資

- 将来に向けた生産増強

日本 : 信濃の森工場 新ライン増設

APAC : ベトナム、オーストラリア生産増強

米州 : 新ライン増設、倉庫拡充



- センターオブエクセレンス、DXへの投資継続

- サステナビリティへの投資



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

サステナビリティへの取組み – 2030年目標

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 サステナブル素材（リサイクル素材あるいは植物由来素材）の使用比率（重量ベース）

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
2022年末に日米欧の自社生産
研究全拠点で購入するエネルギー
を100%再エネ化完了

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
2022年実績：（日本）46%
※4

2023年度 業績予想

オーガニック 成長

売上収益 : 平均年率 1桁台半ばの成長*

営業利益 : 平均年率 10%以上の成長*

営業利益率 : 2023年 10%以上

※2022年には、売上収益、営業利益で2019年水準を超える

=> 2021年に、営業利益は2019年水準を1年前倒しで達成

=> 2022年に、売上収益は2019年水準を達成

成長投資

成長投資 (M&A含む) に重点

- 最大ネットD/Eレシオ1倍 が投資上限目安 (約7,000億円)
- 足元では2,000-3,000億円規模を投資枠として設定

* 2020年を起点、為替中立

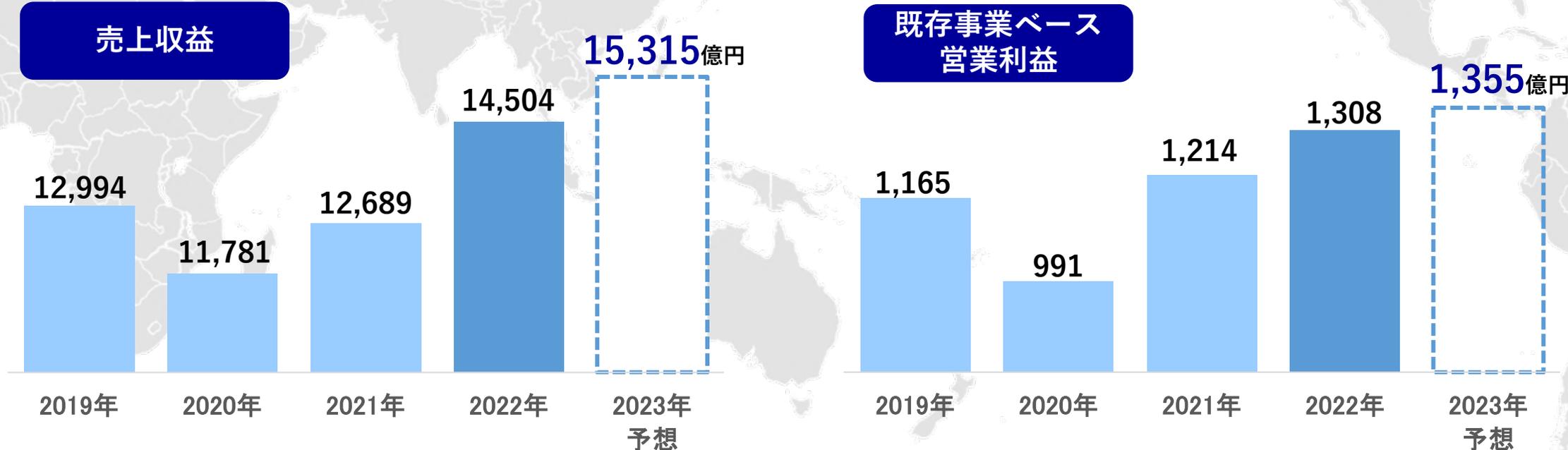
2023年度業績予想(IFRS)

| (億円) | 2023年 予想 | 対前年 | | | |
|----------------------|-------------|--------|-------|--------|-------|
| | | 為替込 | | 為替中立 | |
| | | 増減(億円) | 増減率 | 増減(億円) | 増減率 |
| 売上収益 | 15,315 | +811 | +5.6% | +776 | +5.3% |
| 営業利益 | 1,345 | △52 | △3.7% | △57 | △4.1% |
| 非経常項目 | △10 | △99 | | △98 | |
| 既存事業ベース* 営業利益 | 1,355 | +47 | +3.6% | +40 | +3.1% |
| 親会社の所有者に 帰属する当期利益 | 755 | △68 | △8.3% | △68 | △8.3% |

*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

たゆみなく事業構造を進化させ、グローバルで質の高い成長を目指す

- 2022-2023累計 約1,200億円のコスト増に打ち勝つ事業改革完遂
- 売上収益、営業利益（既存事業ベース）の持続的成長を目指す



代表取締役および各セグメントトップの顔ぶれ

<2023年3月下旬*>



Shekhar Mundlay



CEO

Makiko Ono



Hachiro Naiki

International/COO

Japan

APAC



Takayuki Sanno

Europe



Peter Harding

Americas



Derek Hill

*株主総会及び取締役会の
正式決定を前提

決算補足説明

常務執行役員 大塚徳明

2022年度 振返り

2022年度実績 (IFRS/セグメント別) - 既存事業ベース

| (億円) | | 対前年 | | | | 修正業績 予想との 差異 (為替込) | |
|------|----------------|--------|--------|--------|--------|-----------------------------|-----|
| | | 為替込 | | 為替中立 | | | |
| | | 増減(億円) | 増減率 | 増減(億円) | 増減率 | | |
| | 売上収益 | | | | | | |
| | 日本 | 6,532 | +236 | +3.7% | +236 | +3.7% | △28 |
| | APAC | 3,526 | +751 | +27.1% | +413 | +13.3% | △54 |
| | 欧州 | 2,923 | +574 | +24.5% | +424 | +17.0% | +28 |
| | 米州 | 1,455 | +370 | +34.1% | +155 | +12.0% | +30 |
| | 連結 | 14,436 | +1,931 | +15.4% | +1,228 | +9.3% | △24 |
| | セグメント利益 | | | | | | |
| | 日本 | 334 | △75 | △18.4% | △75 | △18.4% | +4 |
| | APAC | 457 | +66 | +16.9% | +25 | +5.8% | △13 |
| | 欧州 | 453 | +66 | +17.0% | +41 | +9.9% | △7 |
| | 米州 | 182 | +49 | +36.6% | +22 | +14.0% | +5 |
| | 調整額 | △118 | △11 | | △10 | | |
| | 連結 | 1,308 | +94 | +7.8% | +3 | +0.3% | △2 |

既存事業ベース = 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 | 増減率 | | セグメント利益 | 増減率 | |
|----------|-------|------|---------|--------|------|
| | 為替込 | 為替中立 | | 為替込 | 為替中立 |
| 6,532 億円 | +3.7% | — | 334 億円 | △18.4% | — |

- 販売数量は、飲料市場 前年比 102% (推定)、当社 106%
引き続きコアブランド集中活動を継続し、年間販売数量は過去最高を達成。
全チャネルで市場成長を上回り、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達成。
- 売上収益は、増収。販売数量増により自販機・CVSチャネル回復遅れに伴うチャネル構成悪化を吸収。10月より実施した価格改定も寄与。
- セグメント利益は、増収及びコスト改善効果により増分利益を獲得するも、原材料市況悪化・円安影響が想定を大きく上回り、減益。



既存事業ベース = 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

3,526 億円

増減率

為替込

為替中立

+27.1% +13.3%

セグメント
利益

457 億円

増減率

為替込

為替中立

+16.9% +5.8%

売上収益

1,337 億円

増減率

為替込

為替中立

+59.6% +36.1%

飲料事業
(ベトナム)

需要拡大に伴い、一般店チャネルが大きく回復。「TEA+」、
「Sting」含め、主要ブランドが伸長し、市場シェア拡大。

飲料事業
(タイ)

761

+15.5% +6.0%

高インフレ、洪水等の影響を受けるも、需要は堅調に推移、
Pepsiブランドが伸長。

健康食品
(*1)

371

△3.1% △11.1%

「BRAND'S Essence of Chicken」への活動徹底。
高インフレの影響もあり、販売トレンド減速。

飲料事業
(オセアニア)

588

+16.1% +6.8%

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

既存事業ベース=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 | 増減率 | |
| | 為替込 | 為替中立 |
| 2,923 億円 | +24.5% | +17.0% |

| | | |
|---------|--------|-------|
| セグメント利益 | 増減率 | |
| | 為替込 | 為替中立 |
| 453 億円 | +17.0% | +9.9% |

| | | |
|------|-----|------|
| 売上収益 | 増減率 | |
| | 為替込 | 為替中立 |

フランス 1,114 億円 +22.6% +15.3%

堅調な需要が継続、家庭用・業務用ともに伸長。「Oasis」、
「Schweppes」、「Orangina」ともに二桁増継続。
市場シェア拡大。

英国 (*1) 854 +23.9% +15.6%

堅調な需要が継続。「Lucozade」が堅調に推移。

スペイン (*2) 569 +33.4% +25.4%

業務用市場の回復が継続。
「Schweppes」二桁増継続。



(*1) 英国、アイルランド (*2) スペイン、ポルトガル

既存事業ベース=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 | 増減率 | | セグメント利益 | 増減率 | |
|----------|--------|--------|---------|--------|--------|
| | 為替込 | 為替中立 | | 為替込 | 為替中立 |
| 1,455 億円 | +34.1% | +12.0% | 182 億円 | +36.6% | +14.0% |

- 販売数量は、家庭用・業務用ともに引き続き堅調に推移
- 価格改定効果が大きく寄与し、増収
- 原材料価格、物流費及び人件費高騰の影響を吸収し、増益



既存事業ベース = 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

2023年度 業績予想

2023年度業績予想 (IFRS/セグメント別) - 既存事業ベース

| (億円) | 売上収益 | 対前年 | | | |
|------|----------------|--------|--------|--------|-------|
| | | 為替込 | | 為替中立 | |
| | | 増減(億円) | 増減率 | 増減(億円) | 増減率 |
| 日本 | 6,885 | +353 | +5.4% | +353 | +5.4% |
| APAC | 3,825 | +328 | +9.4% | +295 | +8.3% |
| 欧州 | 3,135 | +183 | +6.2% | +162 | +5.4% |
| 米州 | 1,470 | +15 | +1.0% | +32 | +2.2% |
| 連結 | 15,315 | +879 | +6.1% | +842 | +5.8% |
| | セグメント利益 | | | | |
| 日本 | 334 | +0 | +0.0% | +0 | +0.0% |
| APAC | 505 | +50 | +11.0% | +43 | +9.4% |
| 欧州 | 465 | +10 | +2.3% | +8 | +1.7% |
| 米州 | 182 | +0 | +0.0% | +2 | +1.2% |
| 調整額 | △131 | △13 | | △13 | |
| 連結 | 1,355 | +47 | +3.6% | +40 | +3.1% |

既存事業ベース=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

* 2023年より、アフリカ事業をAPACから欧州へ移管

| 売上収益 | 増減率 | | セグメント利益 | 増減率 | |
|----------|-------|------|---------|-------|------|
| | 為替込 | 為替中立 | | 為替込 | 為替中立 |
| 6,885 億円 | +5.4% | - | 334 億円 | +0.0% | - |

- 販売数量は、価格改定効果により市場が減少(97%)する想定の下、コアブランド（「天然水」、「BOSS」、「伊右衛門」、「GREEN DA・KA・RA」、健康茶）集中活動徹底により、前年を上回る計画(100.1%)
- チャンネル/商品構成の改善に向けて取り組むと共に、価格改定効果も含め、売上収益は5.4%増を目指す
- 原材料価格・円安影響を更に受ける想定の下、売上増、サプライチェーンなどのコスト削減活動継続により、利益への影響を低減



参考：販売数量（実箱換算）：2023年 予想 飲料市場 前年比 97%（当社推定）、当社 100%

既存事業ベース=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

コアブランドイノベーション

- ・「サントリー天然水」「BOSS」「伊右衛門」「GREEN DA・KA・RA」、への集中投資
- ・「特茶」などの健康茶カテゴリー取組み拡大による需要創造

自販機事業における反転攻勢

- ・法人営業強化による優良ロケーションの獲得
- ・ルート再編等、オペレーション効率化継続

サプライチェーン構造革新

- ・事業一貫での全体最適なサプライチェーン体制の更なる強靱化

売上収益

3,825 億円

増減率

為替込

為替中立

+9.4%

+8.3%

セグメント
利益

505 億円

増減率

為替込

為替中立

+11.0%

+9.4%

- 市場回復を捉え、主要国の事業成長を加速させる
- コアブランド（「TEA+」、「BRAND'S」、「V」、「Sting」）への集中投資による数量増に加え、RGM活動強化、RtMによる一般店チャネルでの営業活動強化により、売上収益の最大化を目指す
- 増収及びコストマネジメント徹底により、原材料高悪化影響を低減し、売上成長を上回る利益成長を目指す

RGM: (レベニュー グロス マネジメント) プライスパック、ミックスマネジメント、等

RtM: (ルートトゥー マーケット) 営業・流通戦略

2023年より、アフリカ事業をAPACから欧州へ移管

既存事業ベース=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 | 増減率 | | セグメント利益 | 増減率 | |
|----------|-------|-------|---------|-------|-------|
| | 為替込 | 為替中立 | | 為替込 | 為替中立 |
| 3,135 億円 | +6.2% | +5.4% | 465 億円 | +2.3% | +1.7% |

- 原材料価格・エネルギー価格高騰影響を引き続き大きく受ける想定
- コアブランド（「Oasis」、「Schweppes」、「Lucozade」）への集中投資、RGM活動の徹底やスペインでのRtM強化により、増収を目指す
- 増収及びコストマネジメント強化、スペインの生産拠点統合の効果などにより、利益への影響を低減していく

RGM: (レベニュー グロース マネジメント) プライスパック、ミックスマネジメント、等
 RtM: (ルートトゥー マーケット) 営業・流通戦略
 2023年より、アフリカ事業をAPACから欧州へ移管

既存事業ベース=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 | 増減率 | | セグメント利益 | 増減率 | |
|----------|-------|-------|---------|-------|-------|
| | 為替込 | 為替中立 | | 為替込 | 為替中立 |
| 1,470 億円 | +1.0% | +2.2% | 182 億円 | +0.0% | +1.2% |

- 堅調な需要が続く想定のもと、炭酸カテゴリー・非炭酸カテゴリーの持続的な数量成長を目指し取り組む
- RGM活動継続により売上収益の最大化を目指す
- 原材料高、更なる人件費高騰影響を増収及びコスト削減活動徹底により吸収し、増益基調を継続していく



RGM: (レベニュー グロース マネジメント) プライスパック、ミックスマネジメント、等
 既存事業ベース=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

SUNTORY

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

| (億円) | 2022年 実績 | 内容 |
|-----------------|-------------|--|
| 営業利益 | 1,397 | |
| 非経常項目 | 89 | |
| 内 APAC | 107 | (オセアニア) フレッシュコーヒー事業譲渡益 (158) (ナイジェリア) 事業譲渡損 (▲22)、等 |
| 内 欧州 | ▲19 | (スペイン) 生産統合 (▲19) |
| 既存事業ベース 営業利益 | 1,308 | |

2022年度実績 (IFRS/セグメント別)

| (億円) | | 対前年 | | | | 修正業績 予想との 差異 (為替込) | |
|------|----------------|--------|--------|--------|--------|-----------------------------|-----|
| | | 為替込 | | 為替中立 | | | |
| | | 増減(億円) | 増減率 | 増減(億円) | 増減率 | | |
| | 売上収益 | | | | | | |
| | 日本 | 6,532 | +236 | +3.7% | +236 | +3.7% | △28 |
| | APAC | 3,594 | +635 | +21.4% | +276 | +8.3% | △56 |
| | 欧州 | 2,923 | +574 | +24.5% | +424 | +17.0% | +28 |
| | 米州 | 1,455 | +370 | +34.1% | +155 | +12.0% | +30 |
| | 連結 | 14,504 | +1,815 | +14.3% | +1,091 | +8.1% | △26 |
| | セグメント利益 | | | | | | |
| | 日本 | 334 | △75 | △18.4% | △75 | △18.4% | +4 |
| | APAC | 564 | +167 | +42.0% | +126 | +28.6% | △21 |
| | 欧州 | 434 | +77 | +21.5% | +54 | +14.1% | △6 |
| | 米州 | 182 | +49 | +36.6% | +22 | +14.0% | +5 |
| | 調整額 | △118 | △6 | | △5 | | |
| | 連結 | 1,397 | +211 | +17.8% | +122 | +9.5% | △8 |

2022年度第4四半期（10-12月）実績(IFRS)

| (億円) | 2021年 10-12月実績 | 2022年 10-12月実績 | 対前年 | | | |
|-----------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|--------|--------|
| | | | 為替込 | | 為替中立 | |
| | | | 増減(億円) | 増減率 | 増減(億円) | 増減率 |
| 売上収益 | 3,271 | 3,690 | +419 | +12.8% | +170 | +4.8% |
| 営業利益 | 182 | 247 | +65 | +35.6% | +41 | +20.0% |
| 非経常項目 | ▲ 34 | ▲ 17 | +17 | | +19 | |
| 既存事業ベース* 営業利益 | 216 | 264 | +48 | +22.3% | +22 | +9.1% |
| 親会社の所有者に 帰属する四半期利益 | 93 | 143 | +50 | +54.3% | +41 | +40.4% |

*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

2022年四半期別実績 (IFRS/セグメント別)- 既存事業ベース

| | 第1四半期 (1-3月) | | | | 第2四半期 (4-6月) | | | | 第3四半期 (7-9月) | | | | 第4四半期 (10-12月) | | | | | | | |
|----------------|-----------------|------|-------------|------|-----------------|-------|-------------|--------|-----------------|--------|-------------|------|-------------------|------|-------------|-------|------|--------|------|--------|
| | 対前年 為替込 | | 対前年 為替中立 | | 対前年 為替込 | | 対前年 為替中立 | | 対前年 為替込 | | 対前年 為替中立 | | 対前年 為替込 | | 対前年 為替中立 | | | | | |
| | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | | | | |
| 売上収益 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 日本 | 1,340 | △2 | △0.1% | △2 | △0.1% | 1,719 | +81 | +4.9% | +81 | +4.9% | 1,903 | +137 | +7.7% | +137 | +7.7% | 1,570 | +20 | +1.3% | +20 | +1.3% |
| APAC | 780 | +90 | +13.0% | +59 | +8.1% | 904 | +200 | +28.4% | +106 | +13.3% | 885 | +264 | +42.6% | +157 | +21.5% | 957 | +197 | +25.8% | +92 | +10.6% |
| 欧州 | 532 | +115 | +27.5% | +105 | +24.5% | 869 | +175 | +25.2% | +139 | +19.0% | 849 | +180 | +27.0% | +135 | +18.9% | 674 | +104 | +18.3% | +46 | +7.4% |
| 米州 | 259 | +55 | +27.1% | +38 | +17.1% | 326 | +70 | +27.1% | +21 | +7.1% | 382 | +99 | +35.2% | +30 | +8.5% | 489 | +146 | +42.6% | +66 | +15.7% |
| 連結 | 2,911 | +258 | +9.7% | +199 | +7.3% | 3,818 | +525 | +16.0% | +347 | +10.0% | 4,018 | +681 | +20.4% | +458 | +12.9% | 3,689 | +467 | +14.5% | +224 | +6.5% |
| セグメント利益 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 日本 | 26 | △13 | △34.0% | △13 | △34.0% | 115 | △21 | △15.2% | △21 | △15.2% | 145 | △41 | △22.1% | △41 | △22.1% | 48 | +0 | +0.0% | +0 | +0.0% |
| APAC | 114 | △9 | △7.5% | △15 | △11.5% | 133 | +28 | +26.2% | +14 | +11.7% | 93 | +23 | +33.7% | +12 | +14.2% | 117 | +24 | 26.2% | +14 | +14.1% |
| 欧州 | 67 | +27 | +68.1% | +26 | +62.5% | 164 | +16 | +10.7% | +9 | +5.6% | 148 | +14 | +10.6% | +5 | +3.7% | 74 | +9 | 13.4% | +1 | +1.1% |
| 米州 | 31 | +10 | +50.0% | +8 | +38.2% | 43 | +5 | +14.1% | △1 | △2.7% | 52 | +17 | +48.1% | +8 | +18.7% | 56 | +16 | 40.8% | +7 | +14.0% |
| 調整額 | △27 | +1 | | +1 | | △30 | △6 | | △6 | | △30 | △5 | | △5 | | △31 | △1 | | △0 | |
| 連結 | 210 | +16 | +8.1% | +7 | +3.5% | 426 | +22 | +5.4% | △5 | △1.2% | 408 | +9 | +2.1% | △21 | △4.8% | 264 | +48 | 22.3% | +22 | +9.1% |

既存事業ベース=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

2022年四半期別実績 (IFRS/セグメント別)

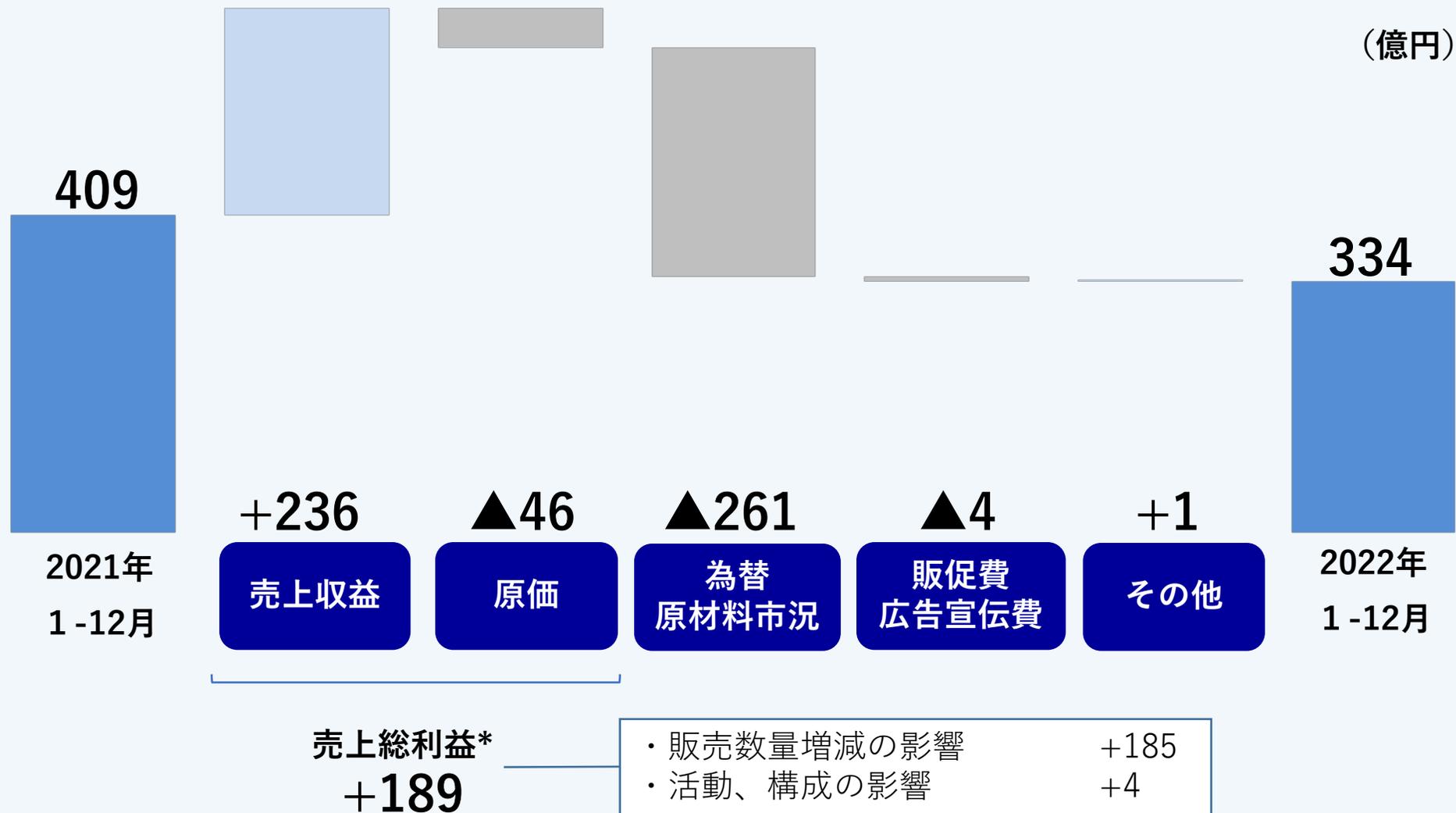
| (億円) | 第1四半期 (1-3月) | | | | 第2四半期 (4-6月) | | | | 第3四半期 (7-9月) | | | | 第4四半期 (10-12月) | | | | | | | |
|----------------|-----------------|------|-------------|------|-----------------|-------|-------------|---------|-----------------|---------|-------------|------|-------------------|------|-------------|-------|------|--------|------|--------|
| | 対前年 為替込 | | 対前年 為替中立 | | 対前年 為替込 | | 対前年 為替中立 | | 対前年 為替込 | | 対前年 為替中立 | | 対前年 為替込 | | 対前年 為替中立 | | | | | |
| | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | | | | |
| 売上収益 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 日本 | 1,340 | △2 | △0.1% | △2 | △0.1% | 1,719 | +81 | +4.9% | +81 | +4.9% | 1,903 | +137 | +7.7% | +137 | +7.7% | 1,570 | +20 | +1.3% | +20 | +1.3% |
| APAC | 830 | +94 | +12.8% | +62 | +8.1% | 916 | +164 | +21.8% | +64 | +7.6% | 891 | +228 | +34.3% | +112 | +14.4% | 958 | +149 | +18.4% | +38 | +4.1% |
| 欧州 | 532 | +115 | +27.5% | +105 | +24.5% | 869 | +175 | +25.2% | +139 | +19.0% | 849 | +180 | +27.0% | +135 | +18.9% | 674 | +104 | +18.3% | +46 | +7.4% |
| 米州 | 259 | +55 | +27.1% | +38 | +17.1% | 326 | +70 | +27.1% | +21 | +7.1% | 382 | +99 | +35.2% | +30 | +8.5% | 489 | +146 | +42.6% | +66 | +15.7% |
| 連結 | 2,960 | +262 | +9.7% | +202 | +7.3% | 3,830 | +490 | +14.7% | +305 | +8.7% | 4,024 | +644 | +19.1% | +414 | +11.5% | 3,690 | +419 | +12.8% | +170 | +4.8% |
| セグメント利益 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 日本 | 26 | △14 | △34.8% | △14 | △34.8% | 115 | △21 | △15.2% | △21 | △15.2% | 145 | △41 | △22.0% | △41 | △22.0% | 48 | +0 | +0.1% | +0 | +0.1% |
| APAC | 118 | △9 | △7.2% | △15 | △11.2% | 295 | +186 | +170.5% | +172 | +139.4% | 48 | △25 | △34.2% | △37 | △43.7% | 104 | +15 | +16.8% | +6 | +5.7% |
| 欧州 | 69 | +29 | +72.1% | +28 | +66.4% | 164 | +16 | +10.6% | +9 | +5.6% | 131 | △3 | △1.9% | △11 | △8.0% | 70 | +35 | +99.6% | +29 | +70.4% |
| 米州 | 31 | +10 | +50.0% | +8 | +38.2% | 43 | +5 | +14.1% | △1 | △2.7% | 52 | +17 | +48.1% | +8 | +18.7% | 56 | +16 | +40.8% | +7 | +14.0% |
| 調整額 | △27 | +2 | | +2 | | △30 | △5 | | △4 | | △30 | △2 | | △2 | | △31 | △1 | | △0 | |
| 連結 | 216 | +18 | +9.2% | +9 | +4.6% | 587 | +181 | +44.7% | +154 | +35.5% | 346 | △53 | △13.4% | △83 | △19.4% | 247 | +65 | +35.6% | +41 | +20.0% |

2023年度業績予想 (IFRS/セグメント別)

| (億円) | 売上収益 | 対前年 | | | |
|------|----------------|--------|-------|--------|--------|
| | | 為替込 | | 為替中立 | |
| | | 増減(億円) | 増減率 | 増減(億円) | 増減率 |
| 日本 | 6,885 | +353 | +5.4% | 353 | +5.4% |
| APAC | 3,825 | +293 | +8.3% | +260 | +7.3% |
| 欧州 | 3,135 | +150 | +5.0% | +132 | +4.4% |
| 米州 | 1,470 | +15 | +1.0% | +32 | +2.2% |
| 連結 | 15,315 | +811 | +5.6% | +776 | +5.3% |
| | セグメント利益 | | | | |
| 日本 | 334 | +0 | +0.0% | 0 | +0.0% |
| APAC | 500 | △55 | △9.9% | △62 | △11.0% |
| 欧州 | 460 | +16 | +3.7% | +15 | +3.3% |
| 米州 | 182 | +0 | +0.0% | +2 | +1.2% |
| 調整額 | △131 | △13 | | △12 | |
| 連結 | 1,345 | △52 | △3.7% | △57 | △4.1% |

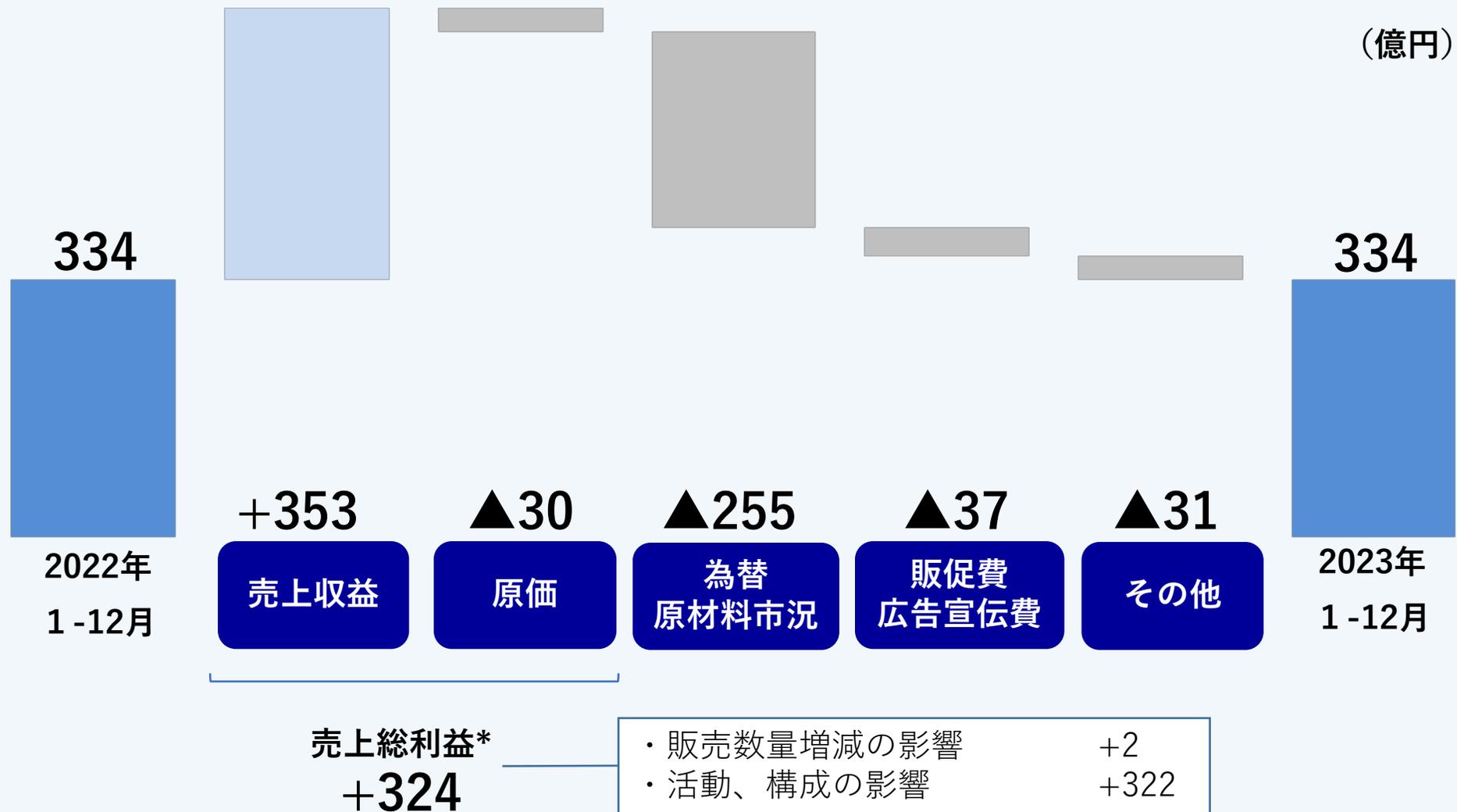
* 2023年より、アフリカ事業をAPACから欧州へ移管

日本 2022年度実績 利益増減分析



*為替・原材料市況を除く売上総利益

日本 2023年度予想 利益増減分析



*為替・原材料市況を除く売上総利益

日本

| (単位：百万C/S) | 2021年 | | 2022年 | | 2023年 通期予想 | |
|--------------------------|-------|-----------|-------|-----------|------------|-----------|
| | 実績 | 対前年 増減 | 実績 | 対前年 増減 | 予想 | 対前年 増減 |
| サントリー天然水 | 120.3 | 6% | 129.8 | 8% | 132.0 | 2% |
| BOSS | 105.7 | 3% | 104.3 | △1% | 102.0 | △2% |
| 伊右衛門 | 59.3 | 6% | 61.7 | 4% | 63.0 | 2% |
| GREEN DA・KA・RA | 41.9 | △1% | 48.4 | 15% | 48.0 | △1% |
| サントリー烏龍茶 | 14.6 | △10% | 14.8 | 1% | 15.0 | 1% |
| PEPSI | 16.3 | 30% | 17.4 | 7% | 17.0 | △2% |
| 特定保健用食品 および 機能性表示食品 計 | 20.2 | △9% | 32.6 | 62% | 47.0 | 45% |
| 日本事業 販売数量 合計 | 419.5 | 3% | 444.7 | 6% | 445.0 | 0% |

*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 | | 2022年 | |
|-------------------------|-------|-----------|-------|-----------|
| | 実績 | 対前年 増減 | 実績 | 対前年 増減 |
| オアシス (フランス) | 284 | 10% | 326 | 15% |
| シュウェップス (フランス) | 173 | 9% | 198 | 14% |
| オレンジーナ (フランス) | 169 | 9% | 187 | 11% |
| ルコゼード (英国、アイルランド) | 396 | 4% | 421 | 6% |
| ライビーナ (英国、アイルランド) | 91 | 15% | 87 | △4% |
| シュウェップス (スペイン、ポルトガル) | 124 | 19% | 136 | 10% |

(円、期中平均)

| | 2021年 実績 | 2022年 実績 | 2023年 年間予想 |
|------------|-------------|-------------|---------------|
| 米ドル | 109.9 | 131.7 | 130.0 |
| ユーロ | 129.9 | 138.2 | 141.0 |
| 英ポンド | 151.2 | 162.0 | 160.0 |
| シンガポールドル | 81.8 | 95.4 | 98.0 |
| タイバーツ | 3.4 | 3.8 | 3.9 |
| ベトナムドン | 0.0048 | 0.0056 | 0.0056 |
| ニュージーランドドル | 77.7 | 83.3 | 84.0 |
| 豪ドル | 82.5 | 91.2 | 91.0 |

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。