

# 2023年度 第2四半期決算説明会

2023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

# 2023年度 上半期の振り返り

---

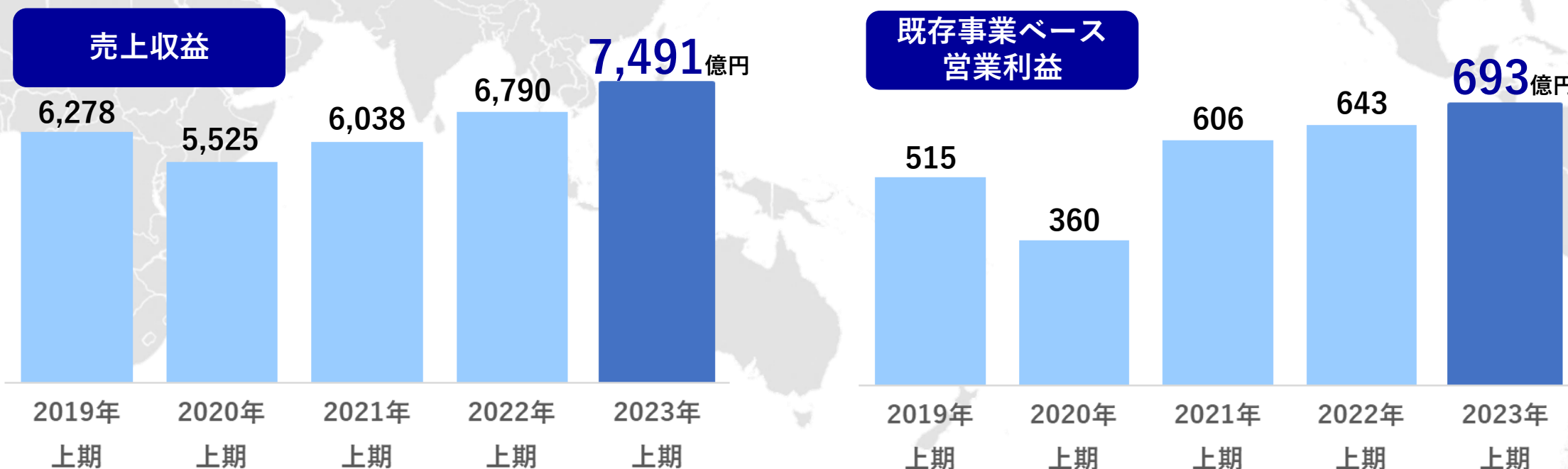
代表取締役社長 小野真紀子

# 2023年度 上半期 (1-6月) 実績 (IFRS)

(億円)	2023年 1-6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	7,491	+701	+10.3%	+436	+6.2%
営業利益	688	△115	△14.4%	△155	△18.4%
非経常項目	△4	△172	—	△173	—
既存事業ベース* 営業利益	693	+56	+8.9%	+18	+2.7%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	384	△104	△21.3%	△126	△24.7%

\*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

厳しい事業環境が続く中、売上収益・既存事業ベース営業利益  
ともに想定を上回る進捗、上半期として過去最高達成



## 当社のこれまでの取組み

● 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

# 当社の取組み — コアブランドイノベーション

## 上半期実績

### 日本

天然水



103%

GREEN  
DA・KA・RA



104%

### ベトナム

TEA+



102%

Sting



114%

### オーストラリア

V



119%

### フランス

Oasis



101%

### 英国

Lucozade



107%

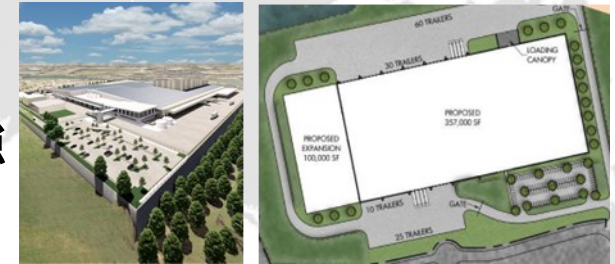
販売数量  
前年比

(出典) ブランド前年比：当社数量 出荷ベース  
※2023年1月～6月累計  
※日本は実箱ベース、着荷ベース

# 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

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



## 新カテゴリーへ の挑戦

APAC : オセアニアにおけるRTD事業展開  
 (Beam Suntory社との協業に向けた準備開始)



## 成長投資

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

## 成長に向けた生産体制の強化

オセアニア飲料事業の更なる成長加速  
に合わせ、製造キャパシティ増強

設備投資計画：約390億円（予）

稼働時期：2024年下期（予） 飲料  
2025年上期（予） RTD



## 新カテゴリーへの挑戦

伸長著しいRTDへの挑戦に向け、  
Beam Suntory社との協業に向けた  
準備開始



開始時期：2025年下期（予）



飲料



RTD



## 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

**2022年実績：22%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

**2022年実績：14%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

※4  
**2022年実績：26%**  
(うち日本：46%)

## 引き続き、不確実性の高い環境が継続する中、全セグメントで更なる成長へ挑戦

- 経済環境のバラつき（需要回復、リセッションリスク）
- インフレーションの高止まり
- お客様の嗜好、価値観の多様化

### 経営課題

- 「高収益・高利益体質」な事業への進化
- 強固で最適なサプライチェーン体制の構築
- 新カテゴリーへの挑戦とグループシナジーの創出
- サステナビリティへの戦略的な取り組み

# グローバル成長の加速に向けて

## グローバル飲料企業として、質の高い成長を目指す

### ブランド 戦略強化

- コアブランドイノベーション強化
- 戦略ブランドでクロスセル展開エリア拡大
- グローバルなサントリーブランドの創造



### 事業構造改革

- 海外 事業成長加速と更なる収益力強化
- 日本 収益力強化に向けた構造改革の加速

### ダイバーシティ

- 異なる考え、価値観の融合による企業競争力の向上

### サステナビリティ

- 環境、社会課題への取組み強化

# 決算補足説明

---

常務執行役員 大塚徳明

# 2023年度 上半期（1-6月）実績（IFRS） - 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	3,282	+223	+7.3%	+223	+7.3%
APAC	1,827	+161	+9.7%	+52	+2.9%
欧州	1,645	+226	+15.9%	+130	+8.6%
米州	738	+154	+26.3%	+98	+15.2%
連結	7,491	+763	+11.3%	+502	+7.2%

セグメント利益					
日本	170	+29	+20.8%	+29	+20.8%
APAC	227	△19	△7.9%	△37	△14.0%
欧州	265	+33	+14.3%	+18	+7.3%
米州	94	+20	+27.7%	+13	+16.5%
調整額	△64	△7		△6	
連結	693	+56	+8.9%	+18	+2.7%

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、増減は前年(2022年)も組み替えたベースで算定

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
3,282 億円	+7.3%	-	170 億円	+20.8%	-

- 販売数量は、飲料市場 前年比 98% (推定)、当社 101% コアブランド集中活動徹底により、全チャネルで市場成長を上回り、市場シェア拡大。ブランド別には、「サントリー天然水」、「GREEN DA・KA・RA」が好調に推移し、過去最高の販売数量を達成。
- 売上収益は、販売数量成長を上回る前年比107%の増収で着地。22年10月と23年5月の価格改定効果も寄与。
- セグメント利益は、原材料高及び円安等のコスト増影響が想定内に収まったことや、増収及びコストマネジメント徹底より、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

## 売上収益

1,827 億円

## 増減率

為替込

為替中立

+9.7%

+2.9%

セグメント  
利益

227 億円

## 増減率

為替込

為替中立

△7.9%

△14.0%

## 売上収益

## 増減率

為替込

為替中立

飲料事業  
(ベトナム)

729 億円

+18.5%

+10.8%

一般店チャネルの堅調な需要継続。「TEA+」、「Sting」含め、主要ブランドが伸長。

飲料事業  
(タイ)

467

+20.6%

+11.4%

需要は堅調に推移。「PEPSI」ブランド、「TEA+」が伸長。昨年からの機動的な価格改定も寄与。

健康食品  
(\*1)

152

△12.3%

△19.0%

需要は引き続き減少。「BRAND'S Essence of Chicken」の活動を更に強化。

飲料事業  
(オセアニア)

318

+16.0%

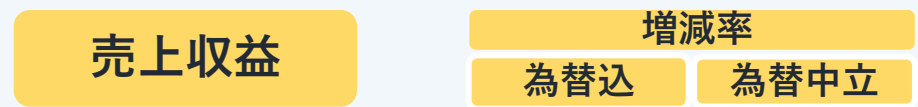
+12.4%

「V」の活動強化、「BOSS」も好調に推移。

(\*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





フランス 621 億円 +15.0% +5.9%

「Oasis」、「Schweppes」、「Orangina」の活動強化。  
「Oasis」は、上期として過去最高の販売数量達成。

英国 (\*1) 476 +17.8% +12.8%

堅調な需要が継続。「Lucozade」が引き続き伸長。  
特に「Lucozade Sport」が牽引。

スペイン (\*2) 291 +12.2% +3.3%

天候要因の影響を受ける中、Schweppes  
の活動強化。



(\*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  
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



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
738 億円	+26.3%	+15.2%	94 億円	+27.7%	+16.5%

- 家庭用・業務用ともに引き続き堅調な需要が継続
- 炭酸・非炭酸カテゴリーの活動強化、「Gatorade」の販路拡大やエナジードリンク「Celsius」等が寄与し、販売数量は堅調に推移
- 価格改定効果を含めたRGMも寄与し、増収
- 原材料高や人件費増の影響を引き続き増収効果で吸収し、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  
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

	(億円)	第1四半期	対前年	第2四半期	対前年
		(1-3月)	増減率	(4-6月)	増減率
<b>売上収益</b>					
日本	1,458	+8.8%	1,824	+6.1%	
APAC	899	+5.9%	928	+0.2%	
欧州	686	+20.1%	959	+1.6%	
米州	329	+11.7%	409	+18.2%	
連結	3,372	+10.4%	4,119	+4.7%	
<b>セグメント利益</b>					
日本	36	+39.0%	135	+16.7%	
APAC	120	△4.6%	107	△22.6%	
欧州	107	+52.5%	158	△10.6%	
米州	37	+7.2%	57	+23.7%	
調整額	△32		△32		
連結	268	+17.3%	424	△4.8%	

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、増減は前年(2022年)も組み替えたベースで算定

## 売上収益成長率

(前年 増減率、海外は為替中立)

	22年 1-3月	23年 1-3月	22年 4-6月	23年 4-6月
日本	0%	9%	5%	6%
APAC	9%	6%	13%	0%
欧州	25%	20%	19%	2%
米州	17%	12%	7%	18%
売上収益計	8%	10%	10%	5%



## 売上収益 成長率

(前年 増減率、為替中立)

	22年 4-6月	23年 4-6月
APAC (*1)	13%	0%
飲料事業 (ベトナム)	28%	1%
飲料事業 (タイ)	8%	14%
健康食品	△5%	△20%
飲料事業 (オセアニア)	10%	8%

(\*1) 既存事業ベース売上収益 成長率

(\*2) RtM: (ルート トゥー マーケット) 営業・流通戦略

## 健康食品事業の課題と対策

## 現状と課題

## 22年下期以降、販売トレンド低下

- 健康食品市場全体の需要減
- コスト増による価格改定
- 「Brand's Essence of Chicken」リニューアル(22年10月)以降、トレンド回復の兆し

下期以降の  
対策

## 事業立て直しに向けた活動強化

- ブランドバリューの更なる強化
- RtM戦略、プロモーション強化  
(\*2)
- インバウンド需要獲得

## 売上収益 成長率

(前年 増減率、為替中立)

22年  
4-6月

23年  
4-6月

欧州 (*1)	19%	2%
フランス	10%	1%
英国	15%	10%
スペイン	54%	△12%

(\*1) 既存事業ベース売上収益 成長率

## 現状及び下期の対策

### 現状と課題

第2四半期は、一時的に外部環境の変化が大きく影響

フランス：天候要因及び社会情勢影響

英国：堅調に推移

スペイン：天候要因及び業務用チャネルでの競争激化

### 下期以降の対策

主要国における堅調な需要を捉え、活動強化及びコストマネジメント徹底

- コアブランドイノベーション
- RGM強化
- サプライチェーン革新

# 下期に向けて

不確実性の高い状況が続く想定の下、グローバルポートフォリオの強さを発揮し、業績予想の達成・超過を目指す

## 経済環境

- ・ インフレの継続、リセッションリスクの顕在化

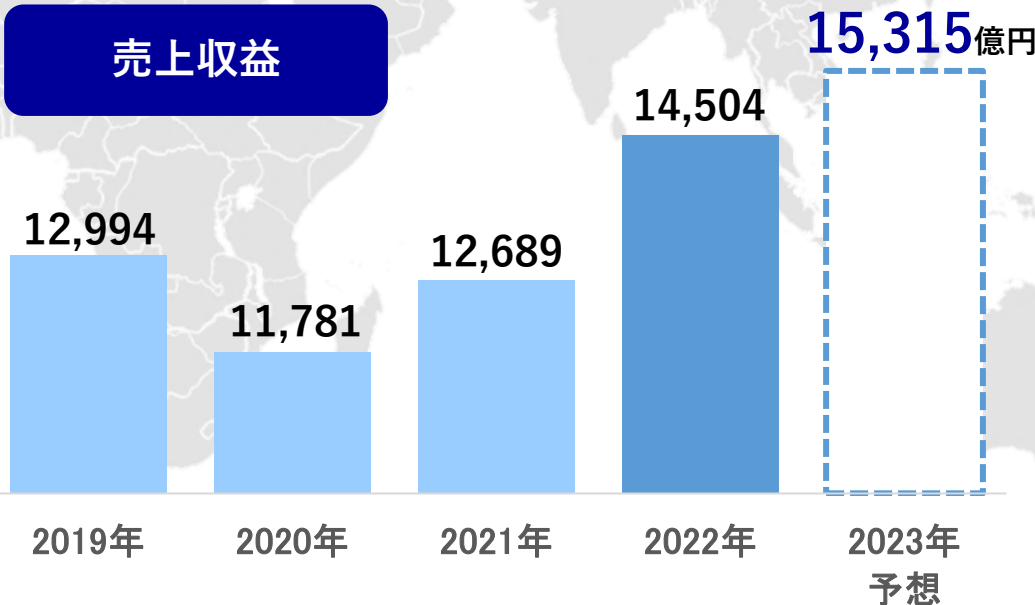
## 競争環境

- ・ 主要国における競争環境の激化

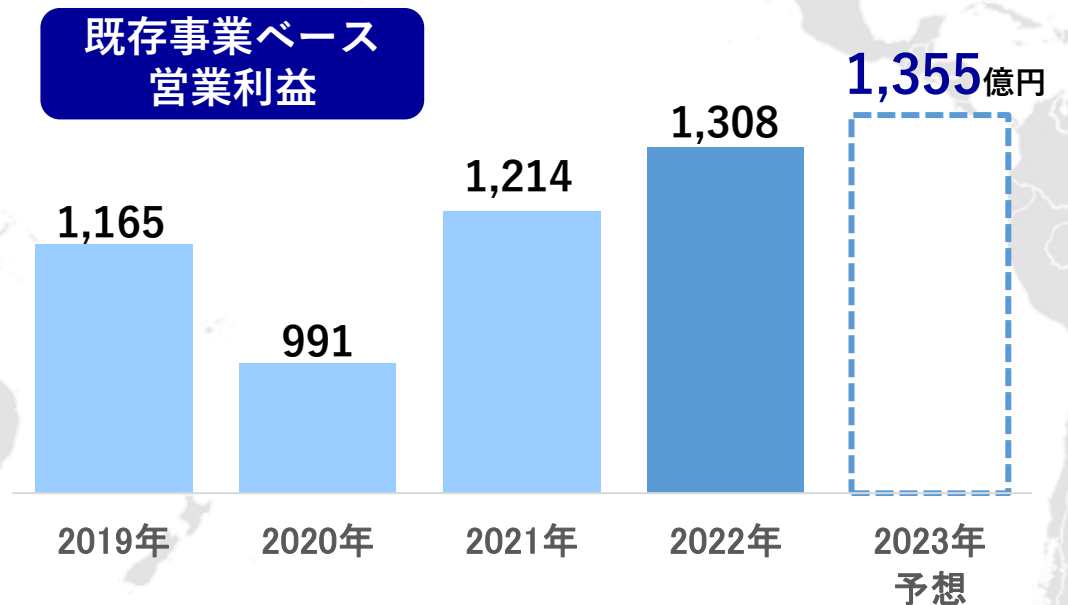
## コスト環境

- ・ 市況及び調達コスト環境の不透明な状況継続

## 売上収益



## 既存事業ベース 営業利益



# **SUNTORY**

## **SUNTORY BEVERAGE & FOOD**

(億円)	2023年 1-6月 実績	内容
営業利益	688	
非経常項目	▲ 4	APAC ▲2 欧州 ▲3
既存事業ベース 営業利益	693	



# 2023年度 第2四半期（4-6月）実績（IFRS）

(億円)	2023年 4-6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	4,119	+289	+7.6%	+173	+4.4%
営業利益	425	△163	△27.7%	△183	△30.1%
非経常項目	+0	△161	—	△162	—
既存事業ベース* 営業利益	424	△2	△0.4%	△22	△4.8%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	238	△126	△34.6%	△138	△36.6%

\*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

# 2023年度 上半期（1-6月）実績（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	3,282	+223	+7.3%	+223	+7.3%
APAC	1,827	+127	+7.5%	+17	+0.9%
欧州	1,645	+198	+13.7%	+99	+6.4%
米州	738	+154	+26.3%	+98	+15.2%
連結	7,491	+701	+10.3%	+436	+6.2%

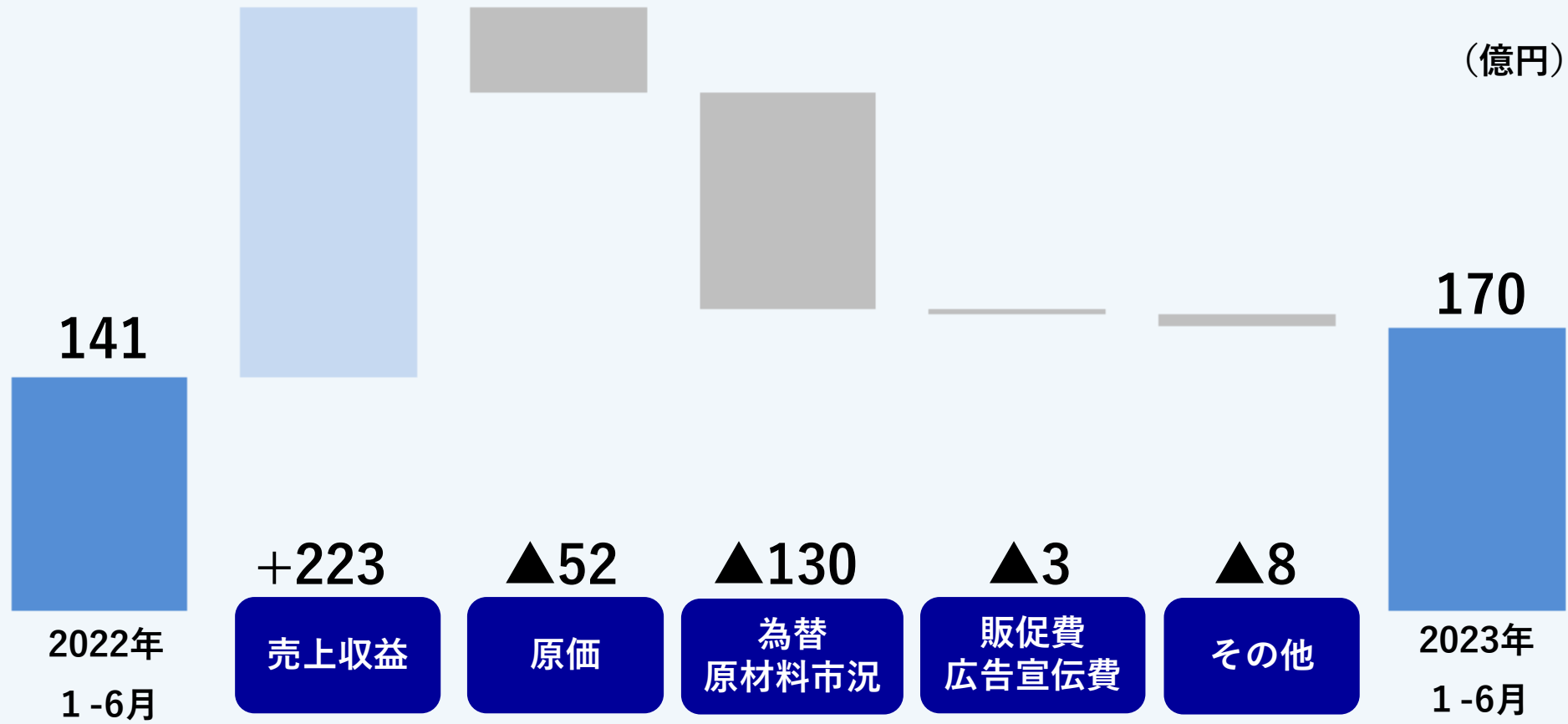
セグメント利益					
日本	170	+29	+20.8%	+29	+20.8%
APAC	225	△180	△44.4%	△197	△46.7%
欧州	262	+21	+8.8%	+5	+2.0%
米州	94	+20	+27.7%	+13	+16.5%
調整額	△64	△7		△5	
連結	688	△115	△14.4%	△155	△18.4%

\* 2023年より、アフリカ事業をAPACから欧州へ移管、増減は前年(2022年)も組み替えたベースで算定

# 2023年四半期別実績 (IFRS/セグメント別)

	第1四半期 (億円) (1-3月)	対前年				第2四半期 (4-6月)	対前年			
		為替込		為替中立			為替込		為替中立	
		増減	増減率	増減	増減率		増減	増減率	増減	増減率
		売上収益		セグメント利益			調整額		連結	
日本	1,458	+118	+8.8%	+118	+8.8%	1,824	+105	+6.1%	+105	+6.1%
APAC	899	+95	+11.9%	+15	+1.7%	928	+32	+3.5%	+2	+0.2%
欧州	686	+128	+23.0%	+95	+16.0%	959	+70	+7.8%	+4	+0.4%
米州	329	+70	+27.2%	+35	+11.7%	409	+83	+25.6%	+63	+18.2%
連結	3,372	+412	+13.9%	+263	+8.4%	4,119	+289	+7.6%	+173	+4.4%
日本	36	+10	+39.0%	+10	+39.0%	135	+19	+16.7%	+19	+16.7%
APAC	118	+3	+2.9%	△9	△6.8%	107	△183	△63.0%	△189	△63.7%
欧州	104	+32	+43.5%	+28	+36.7%	158	△10	△6.2%	△23	△12.7%
米州	37	+7	+22.0%	+3	+7.2%	57	+14	+31.8%	+11	+23.7%
調整額	△32	△4		△4		△32	△2		△2	
連結	264	+47	+22.0%	+28	+12.0%	425	△163	△27.7%	△183	△30.1%

# 日本 2023年度 上半期（1-6月）実績（IFRS）利益増減分析



売上総利益\*  
+170

- ・ 販売数量増減の影響 +18
- ・ 活動、構成の影響 +152

\*為替・原材料市況を除く売上総利益

## 日本

(単位：百万C/S)	2022年第2四半期 累計		2023年第2四半期 累計		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	60.7	10%	62.9	3%	132.0	2%
B O S S	50.9	2%	50.7	△0%	102.0	△2%
伊右衛門	29.4	5%	26.3	△11%	63.0	2%
GREEN DA・KA・RA	21.0	14%	21.8	4%	48.0	△1%
サントリー烏龍茶	6.6	△3%	6.9	6%	15.0	1%
P E P S I	8.3	15%	8.3	0%	17.0	△2%
特定保健用食品 および 機能性表示食品 計	12.6	24%	18.5	45%	47.0	45%
日本事業 販売数量 合計	208.1	7%	210.8	1%	445.0	0%

\*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)	2022年 第2四半期 累計		2023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)	166	15%	169	1%
シュウェップス (フランス)	100	11%	95	△5%
オレンジーナ (フランス)	97	10%	96	△1%
ルコゼード (英国、アイルランド)	207	8%	221	7%
ライビーナ (英国、アイルランド)	43	△4%	43	△1%
シュウェップス (スペイン、ポルトガル)	62	23%	62	△1%

(円、期中平均)

	2022年 1-6月実績	2023年 1-6月実績	2023年 年間予想
米ドル	123.2	135.0	130.0
ユーロ	134.4	145.9	141.0
英ポンド	159.6	166.7	160.0
シンガポールドル	90.2	101.0	98.0
タイバーツ	3.7	4.0	3.9
ベトナムドン	0.0054	0.0057	0.0056
ニュージーランドドル	81.6	84.2	84.0
豪ドル	88.6	91.3	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。