



英国グラクソ・スミスクライン社の 事業の一部譲り受けについて

2013年9月9日

サントリー食品インターナショナル株式会社

買収形態

GlaxoSmithKline plc (GSK社) の2飲料ブランド「Lucozade」「Ribena」、およびその事業基盤(対象事業)の買収

▶ 英国コールフォード工場、営業人員を含む販売基盤、商標権等を含む

買収総額・資金調達

最大約13.5億英ポンド(約2,106億円)・手元資金を充当

※英ポンド/日本円の為替レートは1英ポンド=156円で換算

買収完了時期

2013年12月末を予定

※実際のスケジュールは今後変更となる可能性があります

対象事業の業績

2012年売上高:約5.1億英ポンド(約797億円)

※為替レートは1英ポンド=156円で換算

<目指す姿>

プレミアムでユニークなブランドを有するグローバルな飲料企業
(2020年売上高目標2兆円)

<成長戦略>

既存事業の成長と収益構造革新

M&Aによる成長加速

・重点ブランドと事業基盤の強化

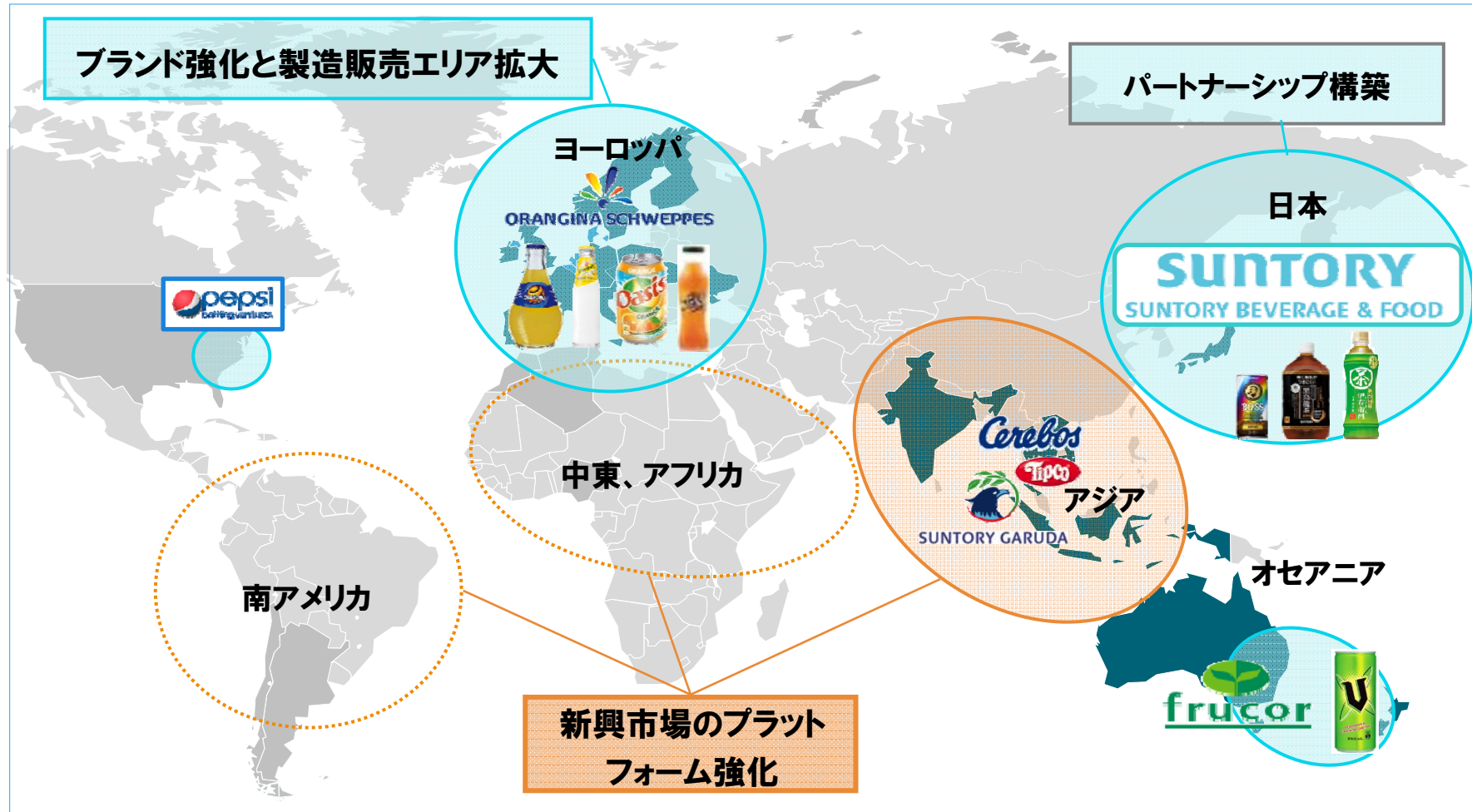
×

- ・ブランド・ポートフォリオの強化
- ・事業基盤の強化・拡大
- ・グローバルシナジーの実現

当社のM & A戦略の方向性

既存の事業基盤強化・収益性向上

新興国市場へのエリア拡大



当社の成長戦略から見た本案件の意味合い

<目指す姿>

プレミアムでユニークなブランドを有するグローバルな飲料企業
(2020年売上高目標2兆円)

<成長戦略>

既存事業の成長と収益構造革新

・重点ブランドと事業基盤の強化

M&Aによる成長加速

- ・ブランド・ポートフォリオの強化
- ・事業基盤の強化・拡大
- ・グローバルシナジーの実現



<本案件の意味合い>

当社の成長戦略に合致する買収機会

◆ 当社ポートフォリオ戦略に合致した高付加価値ブランドの獲得

- ルコゼード： 英国のエナジー、スポーツ飲料市場で、いずれもシェア1位
- ライビーナ： 英国の果汁飲料・濃縮果汁飲料市場で、シェア4位

◆ 戦略エリアの事業基盤の拡充・強化

- 欧州： 重要エリアの一つである英国での事業基盤の獲得、既存の欧州事業基盤と一体になった成長の加速
- アフリカ： 成長著しいアフリカ市場へのアクセスを強化
- 東南アジア： マレーシア等を加えて、エリア一体での成長を加速

◆ 既存の欧州・アジア事業とのシナジーの実現

- ボトムライン： 調達・生産・ロジスティクス・管理等でのコストシナジーの実現
- トップライン： 当社ブランドのクロスローンチ等の中期的な成長機会の獲得

「高付加価値ブランド」と「戦略エリアの事業基盤」を拡充

- 2012年の対象事業売上:計797億円(1)

高付加価値ブランドの継承

ルコゼード
(エナジー・スポーツ)

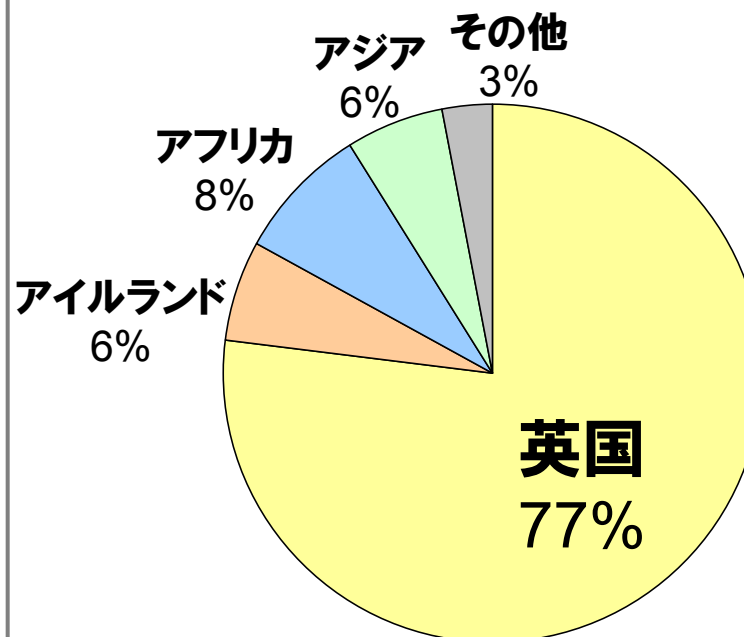


ライビーナ
(果汁・濃縮飲料)



英国ほか世界各国に事業展開

対象製品の地域別売上数量構成比(2)



(1) 為替レートは1英ポンド=156円で換算

(2) ユーロモニター、2012年1-12月累計 家庭用、数量ベース

Lucozade (ルコゼード)

- 1927年発売の歴史を誇る
ロングセラーのエネルギー・スポーツ飲料
- 英国を中心に世界各国に展開する
高いプレゼンス

<製品ポートフォリオ>

エネルギー飲料



スポーツ飲料



Ribena (ライビーナ)

- 1938年発売の「黒すぐり(カシス)」
フレーバーに代表される果汁飲料
- RTDに加え、濃縮タイプ、低カロリー
製品など幅広いラインナップ展開

<製品ポートフォリオ>

濃縮



RTD



低カロリー



消費者嗜好の変化を捉えた、継続的なイノベーション

Lucozade

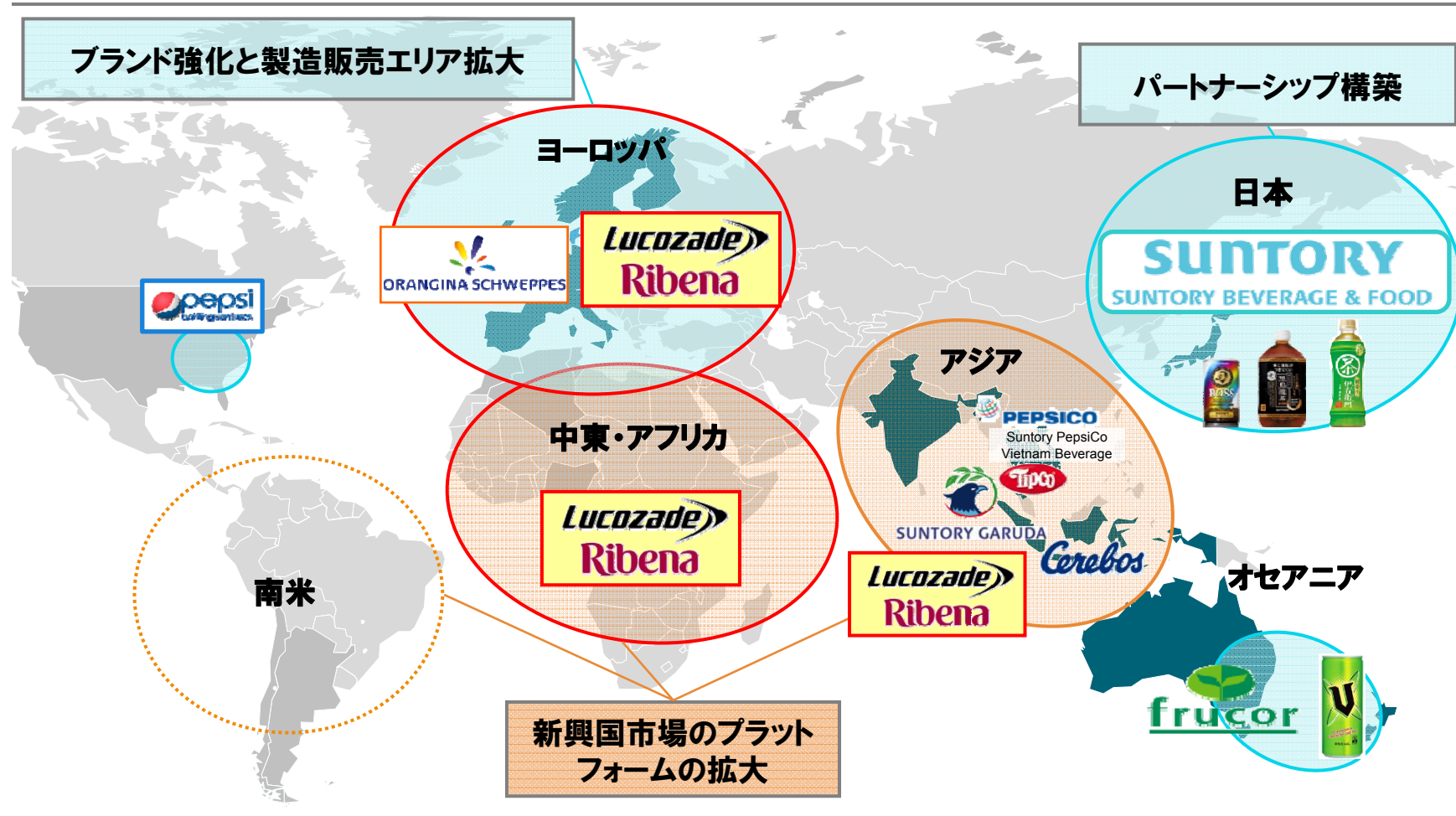


Ribena

戦略エリアにおいて事業基盤を拡充

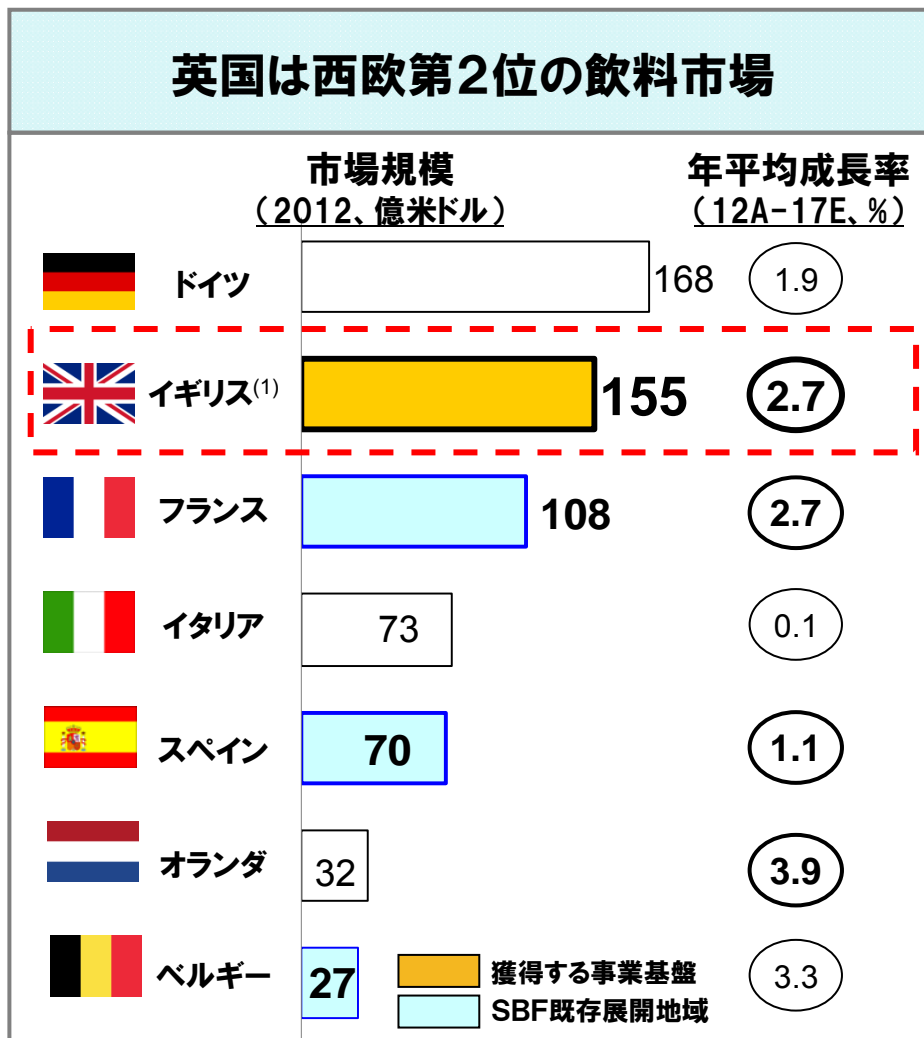
既存の事業基盤強化・収益性向上

新興国市場でのエリア拡大



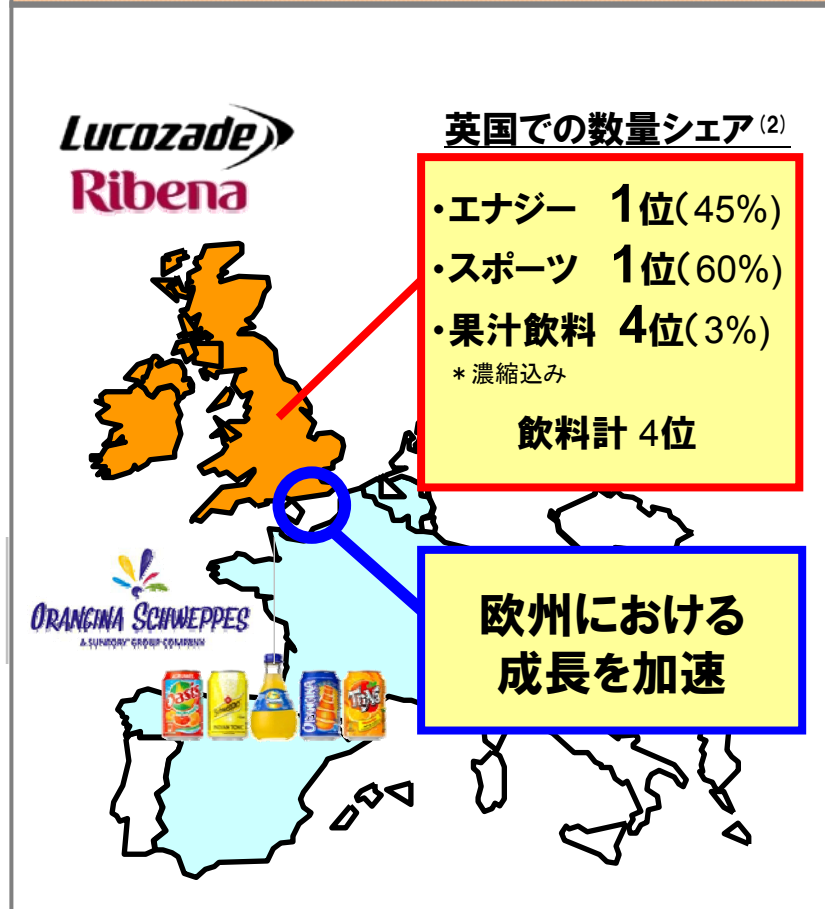
英国の事業基盤獲得による欧州での成長の加速化

英国は西欧第2位の飲料市場



出所: ユーロモニター、2012年1-12月累計 家庭用、金額RSP、各年為替ベース
注1 アイルランド込

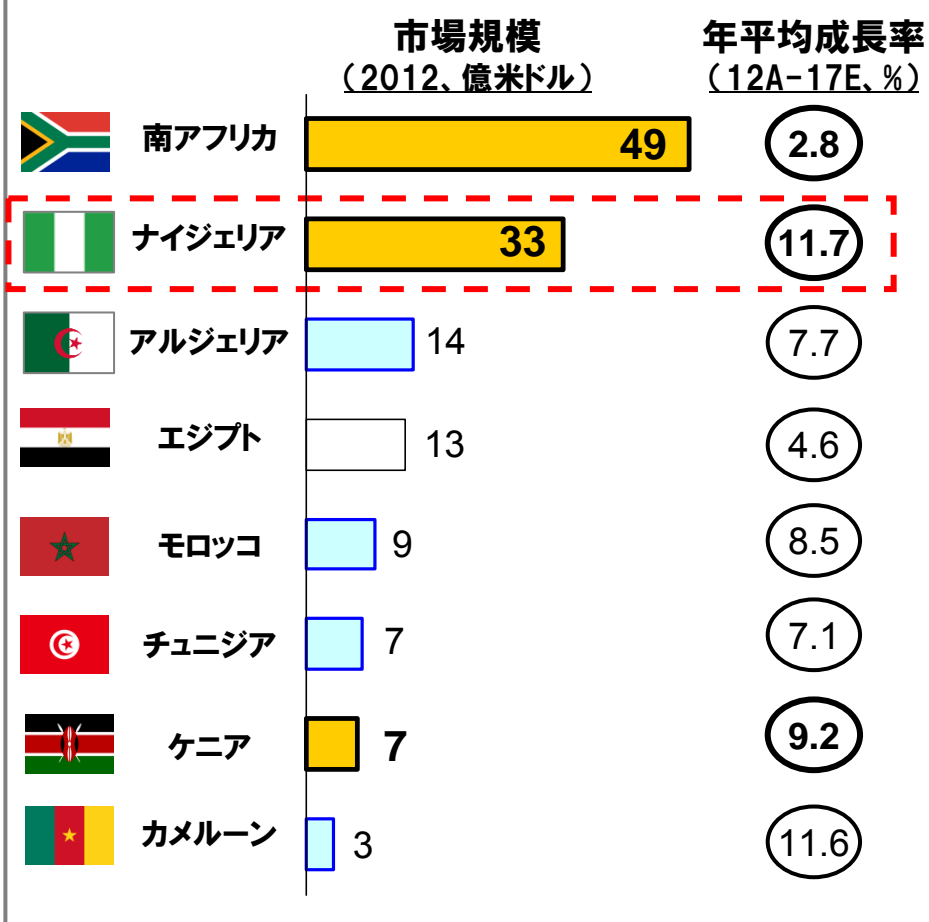
欧州市場の事業基盤強化により 既存展開国と一体となった成長の加速化



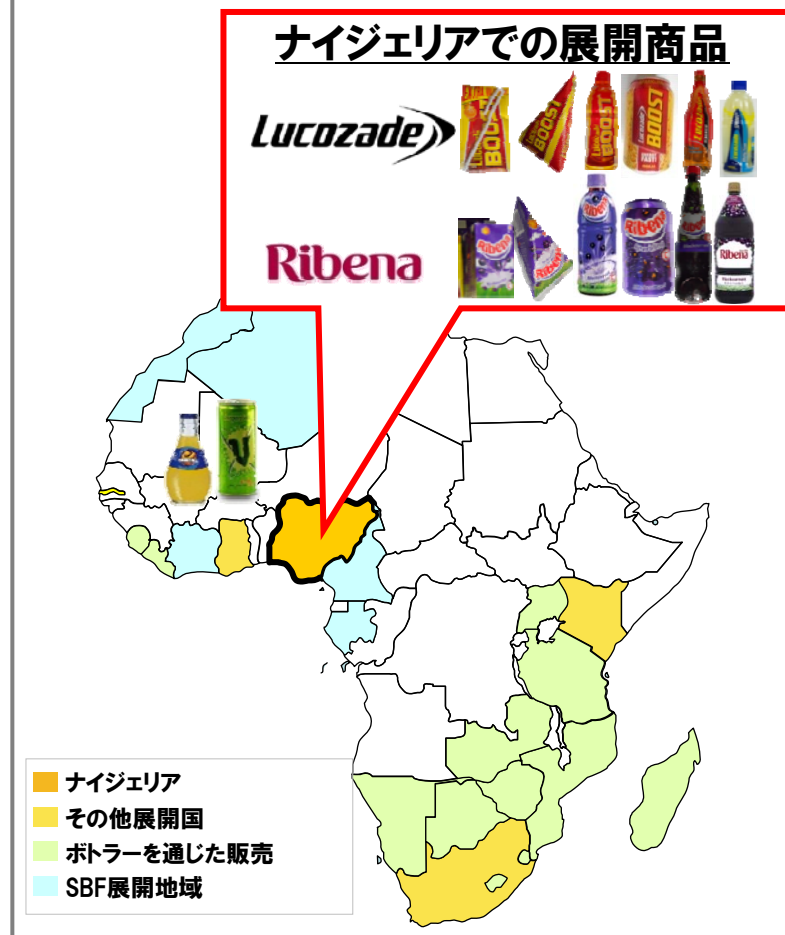
出典: ユーロモニター
注2 2012年1-12月累計 家庭用、数量ベース。市場成長率予想は2012-2017年平均成長率。エネルギー飲料とスポーツ飲料は同カテゴリー

成長著しいアフリカ市場へのアクセスを強化

成長性が期待できるアフリカ3ヶ国へのアクセスを獲得









飲料市場の成長著しいナイジェリアで一定のプレゼンスを確保



出所：ユーロモニター、2012年1-12月累計 家庭用、金額RSP、各年為替ベース

東南アジアの事業基盤を拡大し、域内シナジーを加速

マレーシア等への新規展開により 東南アジアの事業基盤を更に拡大

	市場規模 (2012、億米ドル)	年平均成長率 (12A-17E、%)
 インドネシア	58	10.3
 フィリピン	54	3.5
 タイ	45	9.7
 マレーシア	13	5.3
 ベトナム	11	11.6
 シンガポール	5	0.5

既存展開エリアと合わせた 東南アジア域内でのシナジーの加速化

- 当社事業基盤を通じた獲得ブランド拡売
- 間接部門統合等によるコストシナジー



出所：ユーロモニター、2012年1-12月累計 家庭用、金額RSP、各年為替ベース



SUNTORY

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

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て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計画、見通し、戦略、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可能性があり、本書作成時点と異なる可能性もありますので、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。