



2013年度 決算概要 2014年度 事業方針

2014年2月14日

サントリー食品インターナショナル株式会社

SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

2013年度 年間実績

(単位:億円)

| | 2012年 実績 | 2013年 実績 | 対前年 | |
|-------------------------|-------------|-------------|--------|--------|
| | | | 増減 | 増減率 |
| 売上高 | 9,922 | 11,214 | +1,292 | +13.0% |
| 営業利益 | 584 | 727 | +143 | +24.4% |
| 利益率 | 5.9% | 6.5% | | |
| 当期純利益 | 234 | 312 | +78 | +33.4% |
| 利益率 | 2.4% | 2.8% | | |
| EBITDA | 1,147 | 1,396 | +250 | +21.8% |
| 利益率 | 11.6% | 12.5% | | |
| のれん償却前 当期純利益 | 431 | 544 | +114 | +26.4% |
| 利益率 | 4.3% | 4.9% | | |

(注) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

2013年度 振り返り

国内事業

(単位:億円)

| | 2012年 実績 | 2013年 実績 | 対前年 | |
|---------|-------------|-------------|------|--------|
| | | | 増減 | 増減率 |
| 売上高 | 6,888 | 7,169 | +281 | +4.1% |
| セグメント利益 | 356 | 454 | +98 | +27.5% |
| 利益率 | 5.2% | 6.3% | | |

- 重点ブランドを中心に21年連続で売上成長
- 高付加価値商品の拡大
- 生産・物流でのコスト削減を実行
- 夏場の収益管理に課題

2013年度 振り返り

国際事業

(単位:億円)

| | 2012年 実績 | 2013年 実績 | 対前年 | | 為替中立 対前年 増減率 |
|-------|-------------|-------------|--------|--------|--------------------|
| | | | 増減 | 増減率 | |
| 欧州 | 1,237 | 1,549 | +313 | +25.3% | △1.0% |
| オセアニア | 333 | 410 | +76 | +22.9% | +3.0% |
| アジア | 788 | 1,327 | +538 | +68.3% | +40.2% |
| 米州 | 675 | 760 | +84 | +12.5% | △8.1% |
| 売上高 | 3,034 | 4,045 | +1,011 | +33.3% | +8.3% |

| | 2012年 実績 | 2013年 実績 | 対前年 | | 為替中立 対前年 増減率 |
|---------|-------------|-------------|-----|--------|--------------------|
| | | | 増減 | 増減率 | |
| 欧州 | 245 | 272 | +28 | +11.4% | △12.4% |
| オセアニア | 51 | 62 | +11 | +22.4% | △3.1% |
| アジア | 62 | 92 | +30 | +47.7% | +11.8% |
| 米州 | 68 | 79 | +11 | +16.6% | △5.5% |
| セグメント利益 | 425 | 505 | +80 | +18.9% | △6.5% |
| 利益率 | 14.0% | 12.5% | | | |

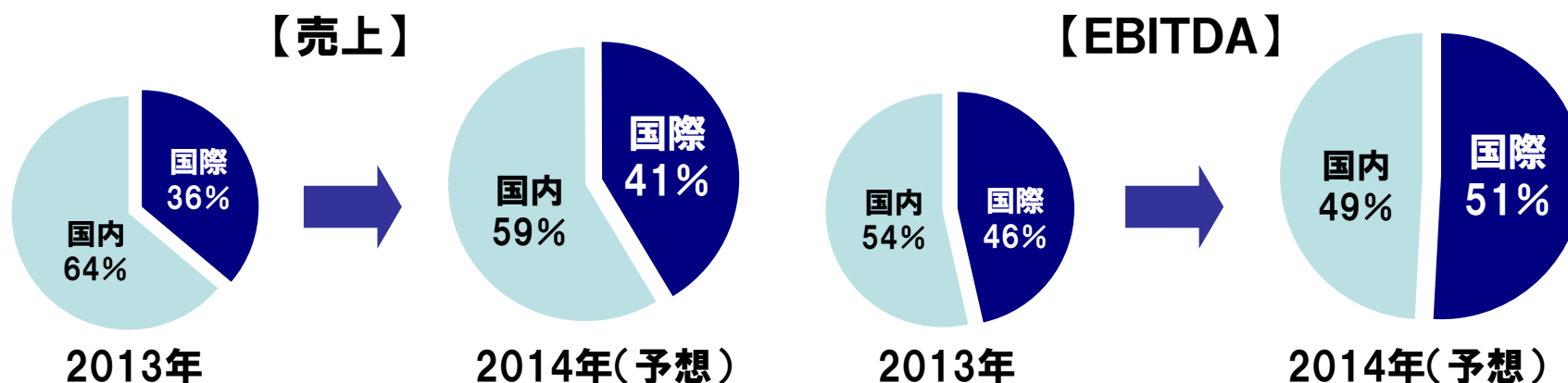
- 欧州: 重点ブランドは伸長も、厳しい経済環境が影響
- オセアニア: 好天により水や炭酸などを中心に売上が拡大
- アジア: 伸びゆく市場を上回る事業拡大を実現
- 米州: 収益力向上に向け、販売エリアの交換・売却を実施

2014年度 経営方針

- 更なる利益成長に向けて、より強い国内事業を構築
- ルコゼード、ライビーナを獲得した欧州や市場が伸びているアジアを中心に新たな成長ステージへ



グローバル飲料企業としての成長を加速



2014年度 業績予想

(単位:億円)

| | 2013年 実績 | 2014年 予想 | 対前年 | |
|-------------------------|-------------|-------------|--------|--------|
| | | | 増減 | 増減率 |
| 売上高 | 11,214 | 12,600 | +1,386 | +12.4% |
| 営業利益 | 727 | 850 | +123 | +16.9% |
| 利益率 | 6.5% | 6.7% | | |
| 当期純利益 | 312 | 350 | +38 | +12.2% |
| 利益率 | 2.8% | 2.8% | | |
| EBITDA | 1,396 | 1,600 | +204 | +14.6% |
| 利益率 | 12.5% | 12.7% | | |
| のれん償却前 当期純利益 | 544 | 585 | +41 | +7.5% |
| 利益率 | 4.9% | 4.6% | | |

(注) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

2014年度 国内事業

(単位:億円)

| | 2013年 実績 | 2014年 予想 | 対前年 | |
|---------|-------------|-------------|------|-------|
| | | | 増減 | 増減率 |
| 売上高 | 7,169 | 7,400 | +231 | +3.2% |
| セグメント利益 | 454 | 480 | +26 | +5.7% |
| 利益率 | 6.3% | 6.5% | | |

強いブランド創りの徹底と更なるコスト削減の推進により、
着実に売上・利益の成長を実現

- 7つの重点ブランドで売上成長を牽引
- 新規需要の創造（トクホ飲料の拡大・強いブランドの活用）
- コストアップを上回るコスト削減の実行

7つの重点ブランドで売上成長を牽引



2013年→2014年(予想)
数量前年比

+6%

+1%

+12%

+6%

±0%

+34%

+20%

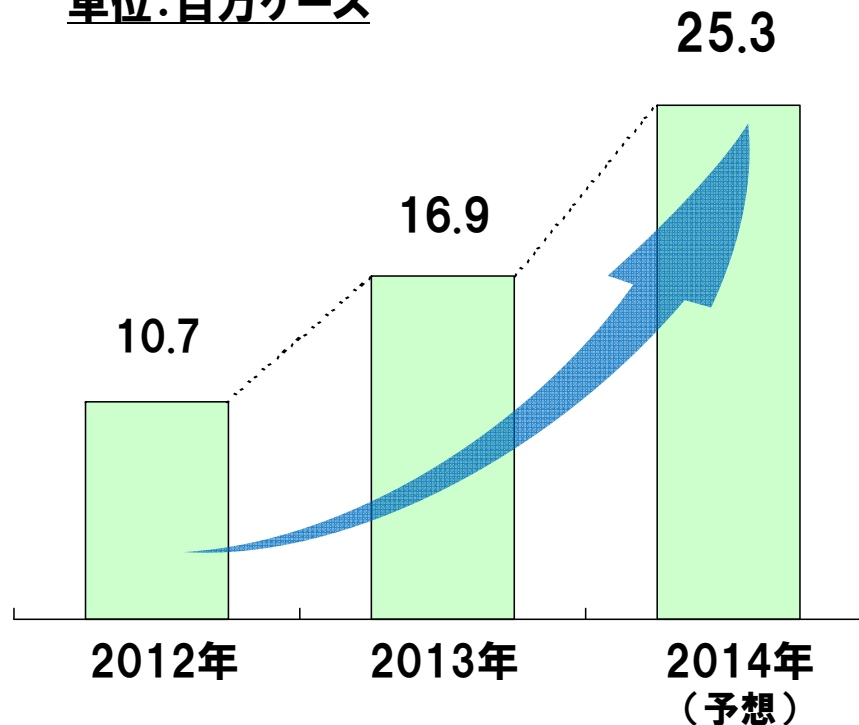
※シロップ製品は8オンス換算

新規需要の創造（トクホ飲料の拡大）

トクホ飲料 売上推移

- 前年比1.5倍の売上を計画

単位:百万ケース



商品ラインアップ

- 個々の商品のマーケティング強化、ブランド横断キャンペーンを実施

無糖茶

コーラ

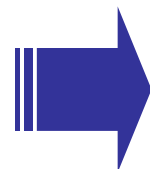
コーヒー



新規需要の創造（強いブランドの活用）

サントリー天然水

ミネラルウォーターの
トップブランド



スパークリングウォーター

新たな炭酸水市場を創造



フレーバーウォーター

「サントリー天然水」
ブランドから投入予定

新商品

コストアップを上回るコスト削減の実行

具体施策(例)

- ペットボトル軽量化の対象カテゴリー拡大
- ラベル薄肉化の対象カテゴリー拡大
- 重点ブランドへの集中による製造効率の改善
- 重点ブランドの製造場拡大による物流費の削減
- 原料のグローバル調達を拡大



2014年度 国際事業

(単位:億円)

| | 2013年 実績 | 2014年 予想 | 対前年 | | 為替中立 対前年 増減率 |
|---------|-------------|-------------|--------|--------|--------------------|
| | | | 増減 | 増減率 | |
| 売上高 | 4,045 | 5,200 | +1,155 | +28.6% | +28.7% |
| セグメント利益 | 505 | 605 | +100 | +19.7% | +19.1% |
| 利益率 | 12.5% | 11.6% | | | |

ルコゼード、ライビーナを獲得した欧州や 市場が伸びているアジアを中心に新たな成長ステージへ

- 欧州:エリア全体での事業基盤強化
- アジア:事業拡大の更なる加速と域内シナジーの実現
- オセアニア・米州:安定的な利益の創出

欧州：エリア全体での事業基盤強化

重点ブランドの更なる強化

- 英国・アイルランド：ルコゼード、ライビーナ
- フランス・イベリア：シュウェップス、オランジーナ



コスト革新の断行

- 日本の知見を活かした生産・物流コストの削減
- 事業体制の最適化

ルコゼード、ライビーナの グループへの統合

- IT等の管理機能を共通化
- アフリカ等の新興国展開を強化



重点ブランドの更なる強化

セレボス



サントリーガルーダ



サントリーペプシコベトナム



コスト削減・シナジーの創出

- 包材の内製化、共同購買の推進
- ベストプラクティスの共有

MYTEA/TEA+ 好調の背景

MYTEA/TEA+

<中味開発>



各国の嗜好に合った
中味開発

<コミュニケーション開発>



各国のお客様に伝わる
コミュニケーションの開発

<販売活動>



強い流通網を活かした
地域密着型の営業活動

オセアニア・米州：安定的な利益の創出

オセアニア

- エナジードリンクNo. 1ポジションの更なる強化
- Vに続く新商品の開発・投入
- 生産ラインの刷新や倉庫の統廃合を推進



米州*

- 主力商品の更なる販売強化
- 営業や物流等を中心に事業効率を更に改善



* 米州のペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、サントリー食品インターナショナルとペプシコ社との合併会社です。

SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

セグメント別 2013年度 年間実績・2014年度 業績予想

(単位:億円)

| | 2013年 実績 | 対前年 | | 為替中立 対前年 増減率 | 2014年 予想 | 対前年 | | 為替中立 対前年 増減率 |
|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|--------------------|
| | | 増減 | 増減率 | | | 増減 | 増減率 | |
| 売上高 | | | | | | | | |
| 国内 | 7,169 | +281 | +4.1% | +4.1% | 7,400 | +231 | +3.2% | +3.2% |
| 国際 | 4,045 | +1,011 | +33.3% | +8.3% | 5,200 | +1,155 | +28.6% | +28.7% |
| 売上高 | 11,214 | +1,292 | +13.0% | +5.6% | 12,600 | +1,386 | +12.4% | +12.4% |
| 営業利益 | | | | | | | | |
| 国内 | 454 | +98 | +27.5% | +27.5% | 480 | +26 | +5.7% | +5.7% |
| 国際 | 505 | +80 | +18.9% | △6.5% | 605 | +100 | +19.7% | +19.1% |
| のれん償却額 | △ 232 | △ 35 | - | - | △ 235 | △ 3 | - | - |
| 営業利益 | 727 | +143 | +24.4% | +9.6% | 850 | +123 | +16.9% | +16.5% |
| 利益率 | 6.5% | | | | 6.7% | | | |
| EBITDA | | | | | | | | |
| 国内 | 750 | +118 | +18.6% | +18.6% | 785 | +35 | +4.7% | +4.7% |
| 国際 | 647 | +132 | +25.6% | △0.7% | 815 | +168 | +26.0% | +25.4% |
| EBITDA | 1,396 | +250 | +21.8% | +8.8% | 1,600 | +204 | +14.6% | +14.3% |
| 利益率 | 12.5% | | | | 12.7% | | | |

国内セグメント 2013年度 年間実績

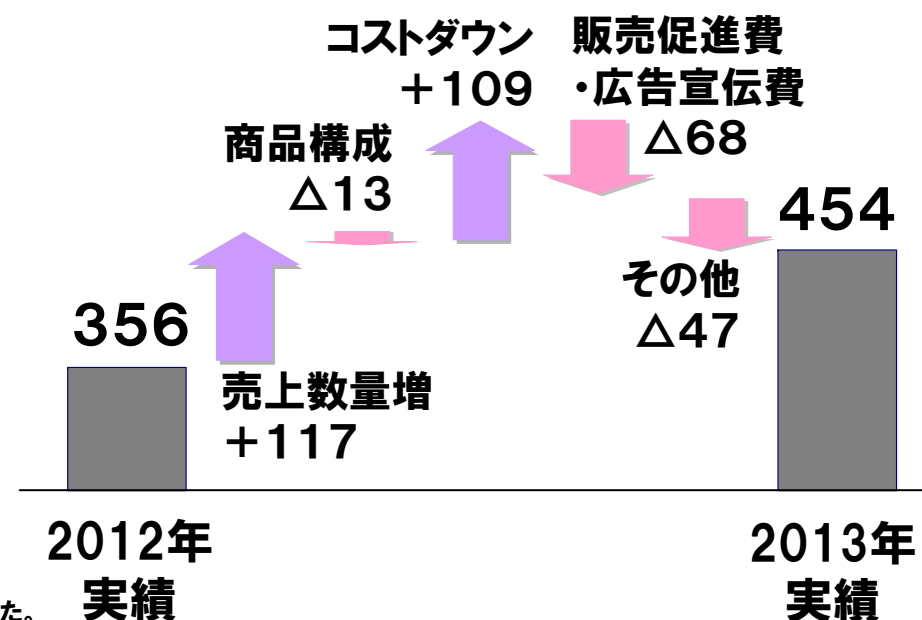
(単位:億円)

| | 2012年 | 2013年 | 対前年 | |
|---------|-------|-------|------|--------|
| | 実績 | 実績 | 増減 | 増減率 |
| 売上高 | 6,888 | 7,169 | +281 | +4.1% |
| セグメント利益 | 356 | 454 | +98 | +27.5% |
| 利益率 | 5.2% | 6.3% | | |

【カテゴリー別売上数量】 (単位:百万ケース)

| | 2012年 実績 | 2013年 実績 | 対前年 増減率 |
|-------------|-------------|-------------|------------|
| 水 | 65.7 | 74.6 | +14% |
| コーヒー | 81.7 | 83.0 | +2% |
| 無糖茶 | 93.1 | 100.5 | +8% |
| コーラ | 29.0 | 30.4 | +5% |
| 炭酸飲料(コーラ除き) | 43.5 | 46.6 | +7% |
| 機能性飲料 | 20.7 | 23.9 | +15% |
| 果汁飲料 | 23.1 | 20.3 | △12% |
| 紅茶飲料 | 12.0 | 10.3 | △15% |
| その他 | 23.2 | 25.2 | +8% |
| 売上数量計 | 392.0 | 414.8 | +6% |

【セグメント利益増減】 (単位:億円)



注:水と炭酸飲料(コーラ除き)のカテゴリー間で一部の品目の組換えを行いました。

国際セグメント 2013年度 年間実績

(単位:億円)

| | 2012年 実績 | 2013年 実績 | 対前年 | | 為替中立 対前年 増減率 |
|------------|--------------|--------------|---------------|---------------|--------------------|
| | | | 増減 | 増減率 | |
| 欧州 | 1,237 | 1,549 | +313 | +25.3% | △1.0% |
| オセアニア | 333 | 410 | +76 | +22.9% | +3.0% |
| アジア | 788 | 1,327 | +538 | +68.3% | +40.2% |
| 米州 | 675 | 760 | +84 | +12.5% | △8.1% |
| 売上高 | 3,034 | 4,045 | +1,011 | +33.3% | +8.3% |

| | | | | | |
|----------------|--------------|--------------|------------|---------------|--------------|
| 欧州 | 245 | 272 | +28 | +11.4% | △12.4% |
| オセアニア | 51 | 62 | +11 | +22.4% | △3.1% |
| アジア | 62 | 92 | +30 | +47.7% | +11.8% |
| 米州 | 68 | 79 | +11 | +16.6% | △5.5% |
| セグメント利益 | 425 | 505 | +80 | +18.9% | △6.5% |
| 利益率 | 14.0% | 12.5% | | | |

国内セグメント 2014年度 業績予想

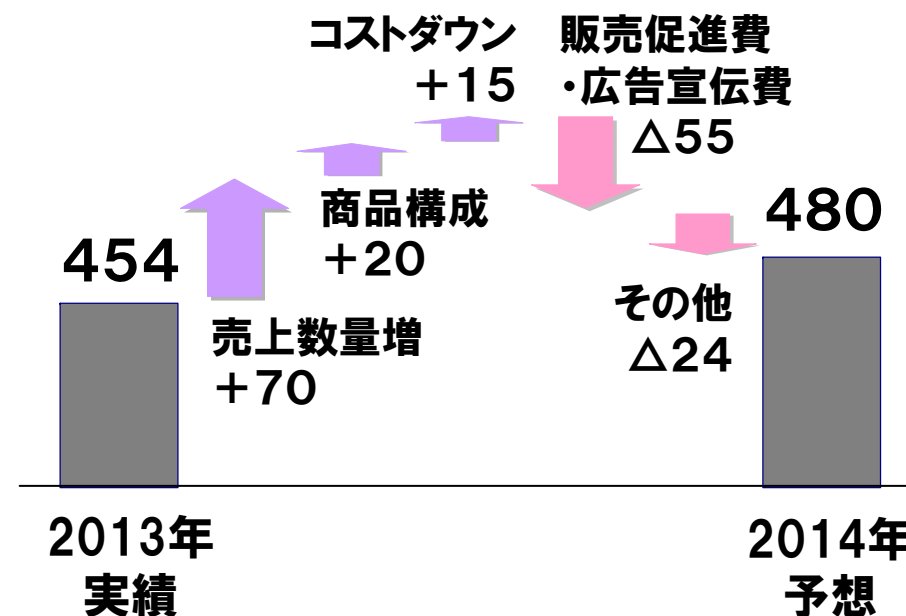
(単位:億円)

| | 2013年 実績 | 2014年 予想 | 対前年 | |
|---------|-------------|-------------|------|-------|
| | | | 増減 | 増減率 |
| 売上高 | 7,169 | 7,400 | +231 | +3.2% |
| セグメント利益 | 454 | 480 | +26 | +5.7% |
| 利益率 | 6.3% | 6.5% | | |

【カテゴリー別売上数量】 (単位:百万ケース)

| | 2013年 実績 | 2014年 予想 | 対前年 増減率 |
|-------------|-------------|-------------|------------|
| 水 | 74.6 | 75.9 | +2% |
| コーヒー | 83.0 | 84.0 | +1% |
| 無糖茶 | 100.5 | 108.3 | +8% |
| コーラ | 30.4 | 32.3 | +6% |
| 炭酸飲料(コーラ除き) | 46.6 | 48.1 | +3% |
| 機能性飲料 | 23.9 | 27.8 | +16% |
| 果汁飲料 | 20.3 | 20.2 | △0% |
| 紅茶飲料 | 10.3 | 10.0 | △3% |
| その他 | 25.2 | 22.1 | △12% |
| 売上数量計 | 414.8 | 428.7 | +3% |

【セグメント利益増減】 (単位:億円)



国際セグメント 2014年度 業績予想

(単位:億円)

| | 2013年 実績 | 2014年 予想 | 対前年 | | 為替中立 対前年 増減率 |
|------------|--------------|--------------|---------------|---------------|--------------------|
| | | | 増減 | 増減率 | |
| 欧州 | 1,549 | 2,440 | +891 | +57.5% | +57.2% |
| オセアニア | 410 | 420 | +10 | +2.5% | +6.2% |
| アジア | 1,327 | 1,600 | +273 | +20.6% | +21.6% |
| 米州 | 760 | 740 | △20 | △2.6% | △4.8% |
| 売上高 | 4,045 | 5,200 | +1,155 | +28.6% | +28.7% |

| | | | | | |
|----------------|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|
| 欧州 | 272 | 365 | +93 | +34.0% | +33.7% |
| オセアニア | 62 | 63 | +1 | +1.3% | +3.2% |
| アジア | 92 | 95 | +3 | +3.2% | +1.7% |
| 米州 | 79 | 82 | +3 | +4.2% | +1.6% |
| セグメント利益 | 505 | 605 | +100 | +19.7% | +19.1% |
| 利益率 | 12.5% | 11.6% | | | |

主要為替レート

(単位:円)

| | 2012年 (期中平均) | 2013年 (期中平均) | 2014年 (予想) |
|------------|-----------------|-----------------|---------------|
| 米ドル | 79.8 | 97.7 | 100.0 |
| ユーロ | 102.6 | 129.8 | 130.0 |
| 英ポンド | - | 152.8 | 160.0 |
| シンガポールドル | 63.9 | 78.1 | 80.0 |
| ニュージーランドドル | 64.7 | 80.1 | 78.0 |
| 豪ドル | 82.7 | 94.4 | 90.0 |
| インドネシア ルピア | 0.0086 | 0.0095 | 0.0089 |

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。