



2014年度 決算概要
2015年度 業績見通し

2015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

SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

2014年度 年間実績

(単位:億円)

	2013年 実績	2014年 実績	対前年	
			増減	増減率
売上高	11,214	12,573	+1,359	+12.1%
営業利益	727	859	+132	+18.2%
利益率	6.5%	6.8%		
当期純利益	312	362	+50	+16.2%
利益率	2.8%	2.9%		
EBITDA	1,396	1,611	+214	+15.3%
利益率	12.5%	12.8%		
のれん償却前 当期純利益	544	613	+69	+12.7%
利益率	4.9%	4.9%		

(注) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

2014年度 振り返り

国内事業

(単位:億円)

	2013年 実績	2014年 実績	対前年	
			増減	増減率
売上高	7,169	7,223	+55	+0.8%
セグメント利益	454	466	+12	+2.7%
利益率	6.3%	6.5%		

- 重点ブランドの強化
7ブランド数量計5%増、全体で22年連続成長
- 新規需要の創造
トクホ飲料は45%増
「朝摘みオレンジ」、「プレボス」も好調
- コストアップを上回る生産コスト削減の実行



2014年度 振り返り

国際事業

(単位:億円)

	2013年 実績	2014年 実績	対前年		為替中立 対前年増減率
			増減	増減率	
売上高	4,045	5,350	+1,305	+32.3%	+24.2%
セグメント利益	505	644	+139	+27.4%	+18.2%
利益率	12.5%	12.0%			

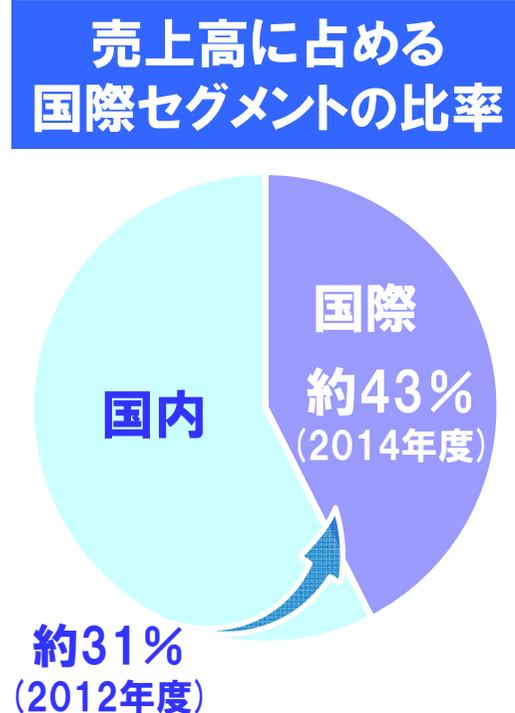
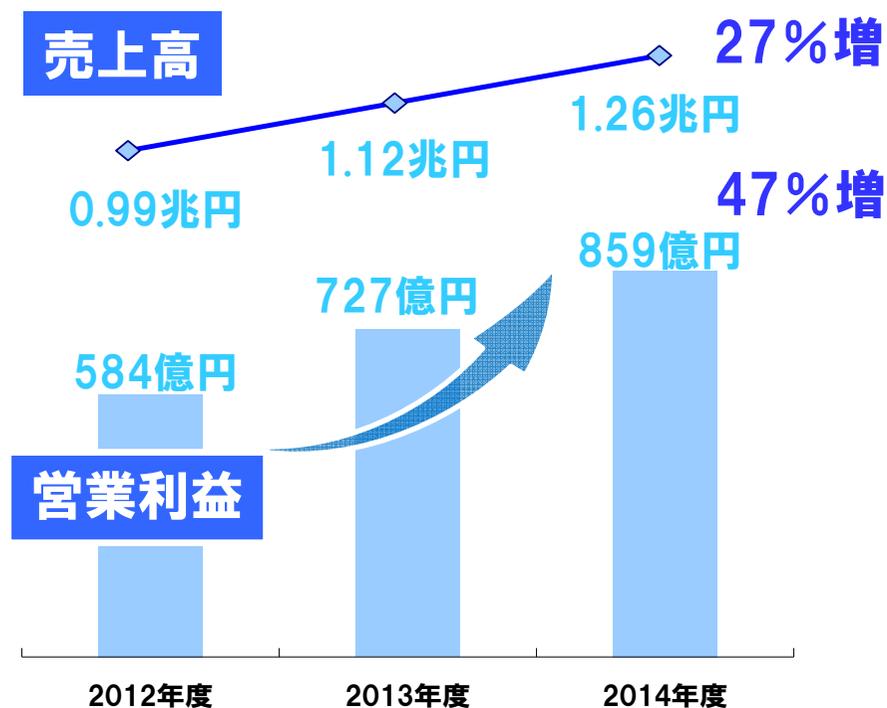
- ルコゼード・ライビーナが売上・利益に上乗せ
- 既存事業ベースでも増収増益

欧州 オランジーナ社の収益性が改善
 アジア ベトナム好調。タイ、インドネシアに課題
 オセアニア 豪州の仕入れ価格上昇が響く
 米州 営業や物流等、事業効率を改善



直近2年間の成果

- 連結売上高は27%増、営業利益は47%増
- 国内は構造改革を推進、利益率は1.3ポイント改善
- グローバル化を加速。売上高の国際比率は約43%に



Our Vision

<お客様に提供したい価値>

**A quest for the best tastes & quality
to bring happiness & wellness into everyday life.**

**お客様の生活に幸せと健康をもたらす
とっておきの おいしさと品質を追い求め続けること**

<目指す姿>

**To be the leading global soft drink company
recognized for our premium and unique brands.**

**上質でユニークなブランドで認められる
飲料業界のグローバル・リーディングカンパニー**

2015年—2017年 経営戦略のポイント

- **重点エリアにフォーカス**

既存エリアに、新興市場を加えた約20カ国に重点

- **各エリアで存在感のあるポジションを確立**

- ・ブランド強化、新価値商品投入により需要を創造
- ・流通基盤、生産基盤の強化
- ・生産コスト削減を継続

- **統合的な発展への進化**

グローバルチャレンジブランドの育成

2015年度 業績予想

	2014年 実績	2015年 予想	対前年	
			増減	増減率
売上高	12,573	13,000	+427	+3.4%
営業利益	859	920	+61	+7.0%
利益率	6.8%	7.1%		
当期純利益	362	420	+58	+15.9%
利益率	2.9%	3.2%		
EBITDA	1,611	1,700	+89	+5.6%
利益率	12.8%	13.1%		
のれん償却前 当期純利益	613	670	+57	+9.3%
利益率	4.9%	5.2%		

(注) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

ブランド強化(国内)

- 重点7ブランドを継続強化、全体で23年連続成長へ



+13%

+1%

+3%

+2%

+1%

▲13%

+24%

※2015年(予想)、数量前年比。シロップ製品は8オンス換算

ブランド強化(国内)

- R&Dの強化を通じ、おいしく、魅力的な商品を開発

新たな価値を提案する商品



新商品



新商品

トクホ飲料

ブランド強化(国際)

- 各エリアで主力ブランドのマーケティング刷新・強化

欧州



アジア



オセアニア



流通基盤強化

欧州

業務用チャンネルを強化

アジア

ベトナム 営業陣容を拡大
インドネシア 新たな営業体制を構築
マレーシア 自社におけるビジネス開始

アフリカ

重点国を絞り、流通基盤を整備

生産コスト削減

国内

コストアップを上回る生産コスト削減を継続

- 白州工場、榛名工場の新ライン稼動
- ロールラベルや軽量キャップの対象商品を拡大

国際

売上高1%相当の削減を目指す

- ペットボトルの軽量化など、日本のノウハウを活用
- 原材料の共同調達を拡大



薄肉化ロールラベルの対象商品拡大



国内最軽量のキャップを順次拡大



SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

国内セグメント 2014年度 年間実績

(単位:億円)

	2013年 実績	2014年 実績	対前年	
			増減	増減率
売上高	7,169	7,223	+55	+0.8%
セグメント利益	454	466	+12	+2.7%
利益率	6.3%	6.5%		

【主要カテゴリー別販売数量】

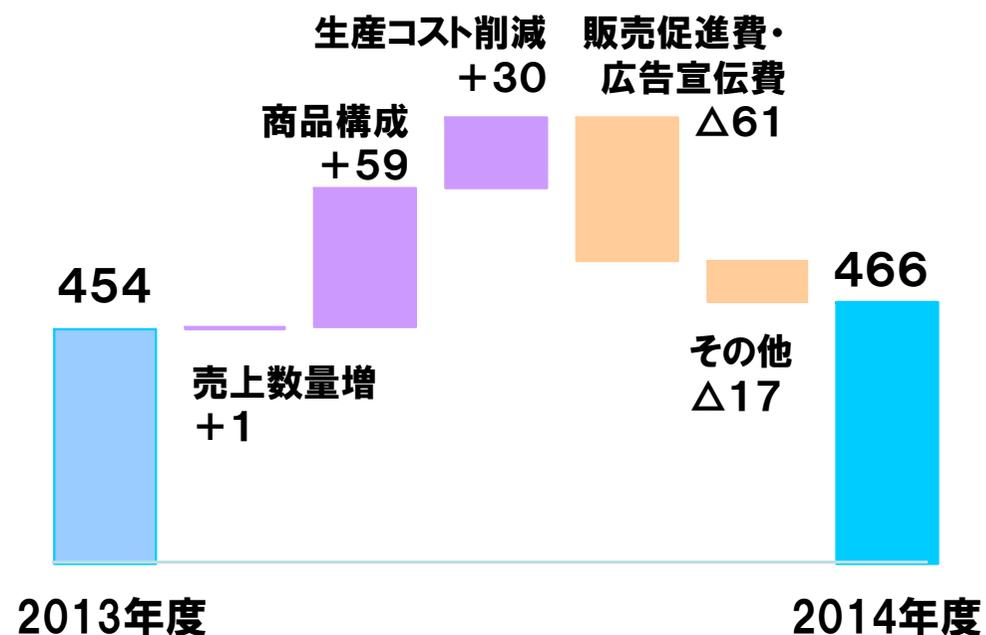
(単位:百万ケース)

	2013年 実績	2014年 実績	対前年 増減率
水	74.6	79.0	+6%
コーヒー	83.0	88.1	+6%
無糖茶	100.5	99.6	△1%
コーラ	30.4	29.9	△2%
炭酸飲料(コーラ除き)	46.6	46.7	+0%
機能性飲料	23.9	22.0	△8%
果汁飲料	20.3	18.1	△11%
紅茶飲料	10.3	8.9	△13%
その他	25.2	22.7	△11%
売上数量計	414.8	415.0	+0%

※シロップ製品は8オンス換算

【セグメント利益増減】

(単位:億円)



国内セグメント 2015年度 業績予想

(単位:億円)

	2014年 実績	2015年 予想	対前年	
			増減	増減率
売上高	7,223	7,350	+127	+1.8%
セグメント利益	466	480	+14	+2.9%
利益率	6.5%	6.5%		

【主要カテゴリー別販売数量】

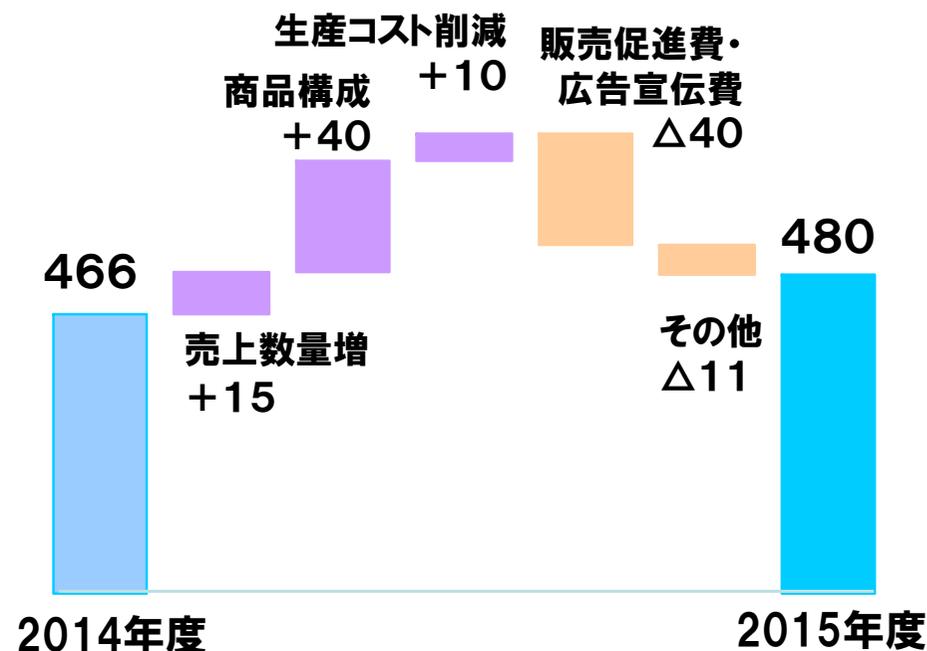
(単位:百万ケース)

	2014年 実績	2015年 予想	対前年 増減率
水	79.0	81.3	+3%
コーヒー	88.1	89.5	+2%
無糖茶	99.6	98.9	△1%
コーラ	29.9	30.1	+1%
炭酸飲料(コーラ除き)	46.7	50.2	+7%
機能性飲料	22.0	21.4	△3%
果汁飲料	18.1	17.0	△6%
紅茶飲料	8.9	7.6	△15%
その他	22.7	21.4	△5%
売上数量計	415.0	417.4	+1%

※シロップ製品は8オンス換算

【セグメント利益増減】

(単位:億円)



国際セグメント 2014年度 年間実績

(単位:億円)

	2013年 実績	2014年 実績	対前年		為替中立 対前年増減率
			増減	増減率	
欧州	1,549	2,565	+1,015	+65.5%	+53.1%
アジア	1,327	1,545	+218	+16.5%	+12.3%
オセアニア	410	445	+35	+8.6%	+2.6%
米州	760	795	+36	+4.7%	△3.3%
売上高	4,045	5,350	+1,305	+32.3%	+24.2%

欧州	272	395	+123	+45.1%	+33.8%
アジア	92	104	+12	+13.4%	+9.0%
オセアニア	62	56	△ 6	△10.1%	△18.0%
米州	79	88	+10	+12.4%	+3.2%
セグメント利益	505	644	+139	+27.4%	+18.2%
利益率	12.5%	12.0%			

国際セグメント 2015年度 業績予想

(単位:億円)

	2014年 実績	2015年 予想	対前年		為替中立 対前年増減率
			増減	増減率	
欧州	2,565	2,520	△ 45	△ 1.7%	+1.2%
アジア	1,545	1,730	+185	+12.0%	+12.0%
オセアニア	445	490	+45	+10.2%	+7.4%
米州	795	910	+115	+14.4%	+0.9%
売上高	5,350	5,650	+300	+5.6%	+4.8%
欧州	395	410	+15	+3.7%	+7.3%
アジア	104	120	+16	+15.1%	+14.3%
オセアニア	56	58	+2	+3.8%	+4.5%
米州	88	102	+14	+15.3%	+0.7%
セグメント利益	644	690	+46	+7.1%	+7.2%
利益率	12.0%	12.2%			

2015—2017年 数値目標

営業利益 : 平均年率1桁台半ば以上の成長
(Mid single digit or above)

売上高営業利益率の改善を進める

ROE : のれん償却前当期純利益で10%以上を維持、
利益成長により改善を進める

売上高 : 持続的な成長を目指す

(2014年比、既存事業、為替中立)

主要為替レート

(単位:円)

	2013年 (期中平均)	2014年 (期中平均)	2015年 (予想)
米ドル	97.7	105.8	120.0
ユーロ	129.8	140.3	135.0
英ポンド	152.8	174.2	172.0
シンガポールドル	78.1	83.5	86.0
ニュージーランドドル	80.1	87.8	90.0
豪ドル	94.4	95.4	98.0
インドネシア ルピア	0.0095	0.0090	0.0087

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。



SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD