

2018年度 第2四半期 決算概要

2018年8月6日
サントリー食品インターナショナル株式会社

2018年度上期の振り返り

代表取締役社長 小郷三朗

小郷です。

本日はお暑い中、弊社の決算説明会に足をお運びいただき
誠にありがとうございます。

それでは、まず、

2018年度上期の振り返りを中心にお話しさせていただきます。

	2018年 1－6月期	対前年		
		増減(億円)	増減率	為替中立
売上収益	6,139 億円	+231	+3.9%	+2.8%
営業利益	564 億円	+19	+3.5%	+1.3%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	413 億円	+69	+20.1%	+17.3%

©2018 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

3

2018年度上期の業績ハイライトです。

売上収益は、3.9%増の6,139億円

営業利益は、3.5%増の564億円

四半期利益は、20.1%増の413億円となりました。

第2四半期の配当は、前年同期比2円増の39円といたします。

地域、国ごとにみますと、様々な外部環境変化の影響も受けて、

それぞれ各地特有の短期的事情や課題と同時に、

また、もう少し時間のかかる“中期的構造課題”を抱えています。

そうした課題に対して、試行錯誤やチャレンジをしながら対応した結果、
なんとか全体では増収で折り返すことができました。

また利益についても、アジアでの事業売却利益も想定を上回った結果、

「営業利益」「親会社の所有者に帰属する四半期利益」は

ともに増益となりました。

しかし、アジアの事業売却と新たな合併会社を除いた「既存事業ベース」では、
営業利益が想定以上に前年を下回る結果となりました。

この結果は、現在我々が「成長の踊り場」に差し掛かっている、という
経営課題に直面していることを意味していると考えます。

今後の更なる成長に向けて、中期的に「構造改革」を進め、

年初に定めた2030年に向けた「長期経営戦略」の実行スピードを

さらに上げていくことが必要であると確信しています。

我々が現在、「成長の踊り場」にいる事例としては、

- ・まず日本事業は、「ボス」や「サントリー天然水」など
中核ブランドの活性化を通じ、売上が増加、シェアもアップ
しましたが、商品構成とサプライチェーンコストの悪化が
利益面でマイナスに影響しました。

- ・また欧州等で、ナチュラル&ヘルシー、レスシュガーといった市場変化に対応し、積極的な投資でポートフォリオの変革・拡充にチャレンジしていますが、それらが全体を牽引する水準に至るまでには、まだまだ時間や金がかかります。
- ・さらに、こうした新しいポートフォリオが全体に貢献するまでの期間は、引き続きコアブランド・主力商品で持続的な成長を達成するという、2つの施策を同時に実行することが求められること。

などが挙げられます。

私は、こうした「成長の踊り場」を脱し、新たな成長モデルへの転換を図るために、リスクを恐れずに必要な投資は迷わず積極的に行い、真っ向から構造改革に取り組む覚悟です。

構造改革の取り組み

- ・ コアブランド強化
- ・ ポートフォリオ拡充の加速
- ・ サプライチェーンの再整備とコスト最適化
- ・ 飲み場や流通変化への対応
- ・ さらなるM&Aの実施

構造改革への取り組みのポイントはここに挙げた5つです。
2030年へ向けた長期戦略の柱とも重なりますが、改めてご説明いたします。

- ・ まず、各リージョンで中核となるコアブランドの持続的成長を実現すること。成熟期にあるコアブランドでも、日本の「クラフトボス」のように絶えず活性化の努力をすることで、持続的な成長は実現可能です。
- ・ 次に、ポートフォリオ拡充の加速です。世界的に進むナチュラル&ヘルシー、レスシュガーという健康志向や、RTDティーやRTDコーヒー等の非炭酸カテゴリーの市場拡大に対応したポートフォリオ拡充を、もっと加速して実現していく必要があります。
- ・ さらに、そうした新しいポートフォリオにいち早く対応できるようなサプライチェーンの再整備とコスト最適化のスピードを、もっと早めていくことが求められています。
- ・ また、デジタル技術によってますます変化のスピードを上げている飲み場や流通の変化にいち早く対応していくこと、同時に、従来のチャネルとは異なる新しい飲み場、あるいは買い場を自ら開発していく取り組みも重要です。
- ・ そして最後に、今回実施したタイのM&A以外にも、未だ未進出ながら、我々の強みが発揮できる市場に対しては、豊富な資金を活用し積極果敢にチャレンジしていきます。

各リージョンでそれぞれが転換期を同時に迎える中、
ここ3年を構造改革期と捉え、
短期的な目線で保守的な対応を取るのではなく、世界的に進行する健康、レスシュガー、RTD化などの変化を絶好のチャンスと捉え、
スピードをさらに上げて構造改革を進めてまいる覚悟です。

私からの説明は以上です。

決算補足説明

取締役専務執行役員 山崎 雄嗣

経営戦略・管理本部の山崎です。

今期の決算に関し、私からさらに詳細をご説明いたします。

	売上収益	対前年			セグメント 利益	対前年		
		増減 (億円)	増減率	為替中立		増減 (億円)	増減率	為替中立
日本	3,338 億円	+66	+2.0%	—	189 億円	△59	△23.7%	—
欧州	1,235	+49	+4.1%	△2.7%	142	△24	△14.6%	△20.4%
アジア	929	+146	+18.6%	+19.0%	222	+108	+95.2%	+92.6%
既存事業ベース*	719	+31	+4.5%	+4.2%	91	△9	△8.9%	△10.6%
オセアニア	263	△5	△2.0%	△0.6%	29	+1	+3.3%	+1.8%
米州	373	△25	△6.2%	△3.0%	38	△4	△10.3%	△7.3%
調整額	—	—	—	—	△56	△3	—	—
連結	6,139	+231	+3.9%	+2.8%	564	+19	+3.5%	+1.3%
既存事業ベース*	5,928	+116	+2.0%	+0.8%	433	△98	△18.5%	△20.3%

*「事業売却益、加工食品事業、タイ飲料事業」除き

©2018 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

まず、セグメント別の上半期の実績です。

売上収益は、日本・フランス・アジア飲料事業で大きく伸ばし、
全社でも増収で折り返しました。

利益は、全社では増益となりましたが、アジアの加工食品事業売却と
タイの新たな合併会社の影響を除いた「既存事業ベース」では、
2割程度の減益となっており、特に日本と欧州で、厳しい結果となりました。

日本

主要ブランドが好調で増収。商品構成とサプライチェーンコストが悪化し、減益。

欧州

悪天候による市場停滞や英国の砂糖税導入による混乱等の影響を受け、為替中立で減収。売上減に加え「MayTea」投資等の影響もあり、減益。

アジア

ベトナムの好調に加えタイで新たに開始した合弁事業が寄与し、増収。事業売却益が寄与し、増益。

オセアニア

為替中立では、売上・利益ともほぼ前年並み。

米州

主力の炭酸が苦戦し、売上微減。売上減および原材料コスト高騰の影響で減益。

次に、各セグメントの総括です。

日本は、「サントリー天然水」、「ボス」などの主要ブランドが好調で増収となりました。

一方、商品構成とサプライチェーンコストが悪化し減益となりました

欧州は、第1四半期に続き第2四半期も

悪天候による市場停滞の影響がありました。

そのなかで、フランスは増収でしたが、英国・スペインが苦戦し、

トータルでは増収となったものの、為替中立で減収となりました。

利益も、売上減等の影響で減益となりました。

アジアは、ベトナムの好調に加え、

タイで新たに開始した飲料の合弁事業が寄与し、増収となりました。

利益も、加工食品事業売却益が寄与し大幅な増益となりました。

オセアニア・米州に関してはご覧のとおりです。

主要ブランドが好調で増収。

商品構成とサプライチェーンコストが悪化し、減益

売上収益

3,338 億円

増減率

+2.0%

セグメント利益

189 億円

増減率

△23.7%

- 重点カテゴリーの水・コーヒー・無糖茶が好調に推移
- トクホ・185g缶コーヒーの苦戦により、商品構成が悪化
- 最盛期に向けて引き続き商品備蓄を進めた事により、サプライチェーンコストが増加



©2018 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

8

まず、日本です。

日本における上期の大きな成果は、
主要ブランドを中心とした売上増による事業成長です。

市場の販売数量は2%の成長と推定されるなか、
当社は重点カテゴリーである水・コーヒー・無糖茶が
それぞれ好調に推移するなど、販売数量が対前年4%増と大きく伸長し、
シェアもアップしました。

しかし、利益は、当初想定よりもマイナスに振れる結果となりました。
これは、「特茶」と185g缶コーヒーの販売減による
商品構成の悪化が大きな要因です。
また、猛暑による需要増や新商品の発売に備え
夏場に向けて商品備蓄をさらに増やしたことによる
サプライチェーンコストの増加も影響しました。

このような状況を踏まえて、下期に取り組むべきポイントをまとめました。

2018年下期の方策

主カブランドの売上増

特茶・185g缶コーヒーの活動強化

サプライチェーンコストの削減活動

下期の取り組みは大きく3つあります。

主要ブランドが好調に推移するなか、今年の夏はこの猛暑がしばらく続くと予想されており、販売数量を大きく伸ばせるチャンスです。

このチャンスに最大限の需要を獲得すべく、水・コーヒー・無糖茶を中心に更なる活動強化に取り組みます。

そして、商品構成の悪化にもブレーキをかけてまいります。特に「特茶」や185g缶のコーヒー艇入れのために、活動を強化します。「特茶」は、秋に新機軸のキャンペーン実施を予定しています。これにあわせてコミュニケーション活動や店頭活動も強化し、トレンド回復を目指します。

185g缶コーヒーは、9月に大型新商品の「ボス THE CANCOFFEE」を発売します。また、新たに稼動したコーヒー豆焙煎専用工場の「サントリーコーヒーロースタリー」を、当社缶コーヒーの品質訴求の重要拠点と位置づけて、高品質な焙煎豆を使用した新商品の開発を進めていきます。

また、サプライチェーンコストの削減を進めます。上期は、アセプティックライン（無菌充填ライン）のキャパシティが不足するなかで最盛期に向けて商品備蓄を積極的に行いましたが、下期は、コストの軽減を見込んでいます。加えて、各プロセスでの更なるコスト改善活動に取り組むことで、リカバリーに尽力してまいります。

なお、記録的な猛暑や、先月発生した西日本を中心とする豪雨の影響で、現在、業界全体で輸送能力不足が発生しています。当社の商品配送にも支障が出ていますが、現在、最大限の努力を行っており、引き続き最善の取り組みを続けて、影響を最小化していきたいと思っております。

中期的な取り組み

生産・SCMの進化

新たな高付加価値・高収益モデルの確立

自販機ビジネスの進化

日本事業は、これまでも新たな価値の提案によってお客様の支持を獲得し、事業成長を実現してきました。しかし、事業環境やビジネスの構造が変化するなかで、利益を継続的に生み出すためには、事業環境に合わせた「構造改革」にも取り組む必要があります。今後、以下の3つのポイントでスピードを上げて推進してまいります。

まず、生産・SCMの進化です。

近年、主要ブランドの強化によって販売数量が増加すると同時に、アセプティックラインで製造する商品の構成比が急激に高まっています。新たな投資として、2019年稼働の宇治川工場新ラインに加えて、先日、2020年稼働の榛名工場新ラインへの投資を決定しました。今後、カテゴリーシフトに対応するため、スピードを上げて、生産・SCMの進化を進めていきます。

次に、新たな高付加価値・高収益モデルの確立です。

上場以来これまで、業界に先んじて「コアブランドの強化」「高付加価値商品の開発」「小容量商品へのシフト」など、その時々状況に即した収益拡大策に取り組んできました。今後も更なる成長を目指し、健康領域でのチャレンジなど、新たな視点・領域で、新しいビジネスモデルの確立に挑戦してまいります。

最後に、自販機ビジネスの進化です。

自販機チャネルは、市場全体では縮小傾向が続いていますが、当社は自販機専用商品の投入等、積極的な取り組みによって売上の減少を最小限に留めています。原油価格の上昇や人手不足といった社会的要因によって

コスト構造にも変化が出てきています。
しかし、自販機は消費者接点としての役割も非常に大きく、
今後も重要チャネルであり続けると認識しています。
新たな発想を取り込み、ビジネスモデルの革新、進化を図っていき
ます。

第1四半期から続く悪天候の影響で為替中立では減収。
売上減に加え「MayTea」への積極投資もあり、減益。

売上収益		増減率	為替中立	セグメント利益		増減率	為替中立
1,235 億円		+4.1%	△2.7%	142 億円		△14.6%	△20.4%
売上	増減率	為替中立					
フランス ^(*1)	538 億円	+13.0%	+4.5%	主要ブランドに加えて、「MayTea」も好調に推移。			
英国 ^(*2)	306 億円	△3.5%	△8.8%	「Lucozade Energy」の回復が想定より遅れ、減収。			
スペイン ^(*3)	251 億円	△2.8%	△10.1%	悪天候による市場停滞の影響を受け、減収。			



(*1) フランス、ベルギー (*2) 英国、アイルランド (*3) スペイン、ポルトガル

©2018 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

11

次に欧州です。

欧州は、2月から3月にかけて発生した大寒波に加えて、
第2四半期に入っても悪天候が続きました。

それによる市場停滞の影響を受けて、為替中立で減収減益となりました。

国別の状況です。

フランスは、主要ブランドに加えて「MayTea」も好調で増収となりました。

一方、「MayTea」のマーケティングコストが増加しました。

また、社会的に物流を担う労働力が不足しているという背景もあり、
物流コストが増加しました。

昨年のような大規模なトラブルは発生していませんが、引き続き
サプライチェーン体制の改革を推進する必要があると考えています。

英国は、天候要因に加えて、砂糖税導入後の市場の混乱が続いており、
主力の「Lucozade Energy」の売上回復が遅れましたが、
足元では回復傾向にあります。

スペインは、特に天候の影響が大きく、
飲料市場は1-6月で4%程度減少したと推定されます。
その影響を受け、売上は前年を下回りました。

このような状況を踏まえた下期の取り組みについて、ご説明します。

フランス

- ・好調な主要ブランド、「MayTea」の更なる伸長
- ・サプライチェーン体制改革の更なる推進

英国

- ・「Lucozade Energy」の早期売上回復

スペイン

- ・最盛期にむけ活動強化による売上回復を図る

フランスでは、「Orangina」をはじめとする主要ブランドが好調に推移しており、マーケットシェアもアップしています。また、積極的な投資を行っている「MayTea」も、1-6月で対前年6割増と、大変好調に推移しています。下期も引き続き、主要ブランドと「MayTea」の強化によるポートフォリオ拡充を進めてまいります。また、中長期的視点でサプライチェーン体制の改革をさらに推進してまいります。

英国では、「Lucozade Energy」の回復が想定より遅れていましたが、6月になって、プロモーションの効果もあり、手ごたえを感じられるようになってきました。下期も引き続き積極的な活動を行い、売上の回復を図ります。

スペインは、2-3月の寒波以後も悪天候が続き、市場低迷が続きましたが、7月に入り気温も上昇傾向にありますので、最盛期に向けて活動強化を図り売上回復を目指します。

ベトナムの好調に加え、タイで新たに開始した合弁事業が寄与し増収。
加工食品事業の売却益が寄与し増益。

	売上収益	増減率	為替中立	セグメント利益	増減率	為替中立
	929 億円	+18.6%	+19.0%	222 億円	+95.2%	+92.6%
	売上	増減率	為替中立			
飲料 (ベトナム)	369 億円	+8.2%	+10.6%	炭酸、茶飲料等が好調に推移。		
飲料 (タイ)	178 億円	-	-	M&A後の統合が順調に進行。		
健康食品	255 億円	+0.9%	△2.5%	新興国で伸長するも、タイで苦戦し為替中立では減収。		

©2018 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

13

次にアジアです。

事業別に見ていきます。

飲料事業は総じて好調に推移しています。

ベトナムでは、為替中立で2ケタの大幅伸長となり、
新たに合弁事業を開始したタイでも、統合プロセスが順調に進みました。
さらにインドネシアでも、昨年引き続き着実な成長を果たしました。

健康食品事業は、取り組みを強化している新興国において
順調にビジネスが拡大した一方、
タイで「Essence of Chicken」を中心とした主力ブランドが苦戦し、
為替中立では減収となりました。

なお、加工食品事業の売却とタイの新たな合弁会社の影響を除いた
既存事業ベースの利益は、第2四半期では増益に転じていますが
第1四半期の減益が響き、上期では1割程度の減益となりました。

下期以後は、飲料事業において、ベトナム、タイ、インドネシアなど
各国でさらなる成長を図るとともに、
健康食品事業において、タイの「Essence of Chicken」の強化および、
ミャンマーなどの新興国や直販ビジネスの拡大で業績回復を図ってまいります。

《オセアニア》

為替中立では売上・利益ともほぼ前年並み。

売上収益	増減率	為替中立	セグメント利益	増減率	為替中立
263 億円	△2.0%	△0.6%	29 億円	+3.3%	+1.8%
	売上	増減率	為替中立		
フルコアサントリー	198 億円	△3.1%	△1.5%		
フレッシュコーヒー事業	64 億円	+1.2%	+2.3%		

《米州》

主力の炭酸が苦戦し、売上微減。売上減の影響で減益。

売上収益	増減率	為替中立	セグメント利益	増減率	為替中立
373 億円	△6.2%	△3.0%	38 億円	△10.3%	△7.3%

©2018 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

14

オセアニアでは、フルコアサントリーが減収となりましたが、フレッシュコーヒー事業が増収となり、セグメント全体でほぼ前年並みの売上となりました。また、利益もほぼ前年並みとなりました。

米州では、炭酸カテゴリーを中心に引き続き苦戦し、売上が減少しました。また、それに伴い利益も減少しました。

	2018年 予想	対前年		
		増減 (億円)	増減率	為替中立
売上収益	12,930 億円	+590	+4.8%	+4.6%
営業利益	1,270 億円	+90	+7.7%	+7.3%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	800 億円	+19	+2.4%	+2.0%

©2018 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

15

2018年度の年間業績予想です。
2月15日に発表した業績予想に、変更はありません。

上半期に想定よりも厳しい状況となったことを受けて、
営業利益で、数十億円程度のダウンサイドリスクもありますが、
夏の最盛期を含む下半期の方が、売上・利益とも構成比が高く
その最盛期を迎えて一層活動を強化しているところであり、
上半期の悪天候の影響や、夏場に向けたサプライチェーンコストの
一時的な増加を下半期に取り返し、
年初にお示しした業績予想の達成に向けて引き続き努力してまいります。

私からの説明は以上です。

SUNTORY

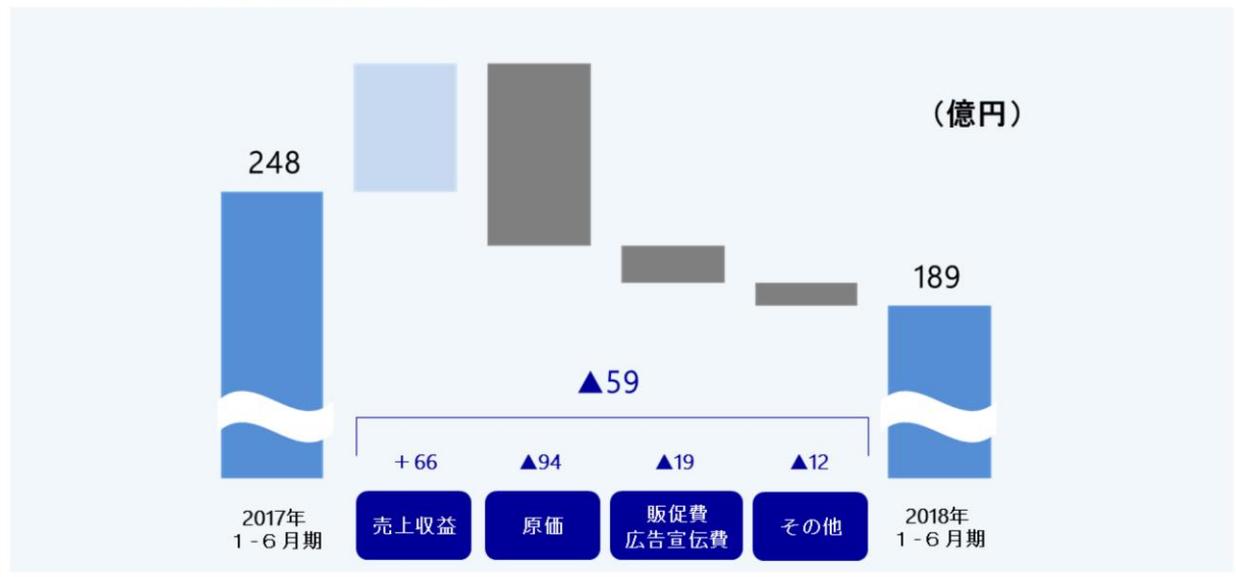
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

■ 2018年度 業績予想 (セグメント別)

	売上収益 (億円)	対前年			セグメント 利益 (億円)	対前年			親会社の 所有者に 帰属する 当期利益 (億円)	対前年		
		増減 (億円)	増減率	為替中立		増減 (億円)	増減率	為替中立		増減 (億円)	増減率	為替中立
日本	6,930	+38	+0.6%	—	585	+12	+2.1%	—	—	—	—	
欧州	2,550	+161	+6.7%	+4.5%	340	△6	△1.7%	△3.5%	—	—	—	
アジア	2,000	+365	+22.3%	+23.6%	310	+88	+39.8%	+40.4%	—	—	—	
オセアニア	580	+17	+3.0%	+2.6%	67	+7	+11.4%	+8.9%	—	—	—	
米州	870	+10	+1.1%	+3.1%	93	+0	+0.0%	+2.0%	—	—	—	
調整額	—	—	—	—	△125	△11	—	—	—	—	—	
連結	12,930	+590	+4.8%	+4.6%	1,270	+90	+7.7%	+7.3%	800	+19	+2.4%	+2.0%

	第1四半期 (1-3月)	対前年			第2四半期 (4-6月)	対前年		
		増減(億円)	増減率	為替中立		増減(億円)	増減率	為替中立
日本	1,505 億円	+32	+2.1%	-	1,834 億円	+35	+1.9%	-
欧州	518	+23	+4.6%	△3.1%	717	+26	+3.7%	△2.5%
アジア	443	+50	+12.7%	+13.5%	486	+96	+24.4%	+24.6%
オセアニア	136	△1	△0.7%	+0.4%	127	△4	△3.4%	△1.6%
米州	170	△15	△8.2%	△3.7%	203	△9	△4.4%	△2.5%
調整額	-	-	-	-	-	-	-	-
連結	2,771	+88	+3.3%	+2.3%	3,367	+143	+4.4%	+3.2%

	第1四半期 (1-3月)	対前年			第2四半期 (4-6月)	対前年		
		増減(億円)	増減率	為替中立		増減(億円)	増減率	為替中立
日本	52 億円	△30	△36.6%	-	137 億円	△29	△17.4%	-
欧州	37	△12	△24.4%	△30.1%	105	△12	△10.5%	△16.3%
アジア	175	+101	+136.5%	+131.2%	47	+7	+18.7%	+19.2%
オセアニア	15	+1	+7.6%	+5.4%	14	△0	△0.9%	△1.7%
米州	15	+0	+0.2%	+5.1%	23	△4	△16.2%	△14.1%
調整額	△28	△4	-	-	△28	+1	-	-
連結	266	+57	+27.0%	+24.3%	298	△37	△11.2%	△13.0%



売上収益

セグメント利益

タイJV開始による増加
&
加工食品事業売却による減少

タイJV開始による増加
&
加工食品事業売却による減少

オーガニックベースの増

加工食品事業売却益

オーガニックベースの減

784

929

114

222

2017年
1-6月期

為替
影響

タイJV
&
加食売却

オーガ
ニック

2018年
1-6月期

2017年
1-6月期

為替
影響

加食
売却益

タイJV
&
加食売却

オーガ
ニック

2018年
1-6月期

	2017年 1-6月	2018年 1-6月	2018年 年間予想
米ドル	112.3	108.7	110
ユーロ	121.7	131.6	131
英ポンド	141.4	149.6	142
シンガポールドル	80.0	81.9	81
タイバーツ	3.2	3.4	3.3
ベトナムドン	0.0049	0.0048	0.0048
ニュージーランドドル	79.6	77.8	79
豪ドル	84.8	83.9	87

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。