

2018年度 第3四半期 決算概要

2018年11月5日
サントリー食品インターナショナル株式会社

稲田でございます。
私から2018年度第3四半期決算について、
ご説明させていただきます。

	2017年 1-9月期	2018年 1-9月期	対前年		
			増減(億円)	増減率	為替中立
売上収益	9,302 億円	9,721 億円	+418	+4.5%	+4.1%
営業利益	931 億円	944 億円	+13	+1.4%	△0.0%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	590 億円	658 億円	+68	+11.5%	+9.7%

売上収益は、前年同期に比べて4.5%増の9,721億円、
営業利益は、1.4%増の944億円、
四半期利益は、11.5%増の658億円
となりました。

3ページをご覧ください。

	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	5,368 億円	+136	+2.6%	—	399 億円	△57	△12.5%	—
欧州	1,936	+80	+4.3%	△0.1%	252	△36	△12.6%	△16.6%
アジア	1,433	+239	+20.0%	+21.6%	277	+122	+78.7%	+77.4%
既存事業ベース*	1,095	+50	+4.8%	+6.6%	144	+6	+4.7%	+4.1%
オセアニア	388	△15	△3.7%	△0.2%	35	△4	△10.3%	△11.5%
米州	595	△22	△3.5%	△1.5%	65	△7	△10.3%	△8.5%
調整額	—	—	—	—	△84	△5	—	—
連結	9,721	+418	+4.5%	+4.1%	944	+13	+1.4%	△0.0%
既存事業ベース*	9,383	+230	+2.5%	+2.1%	818	△105	△11.4%	△12.6%

*M&Aなど非経常的な要因により発生した損益を除いた値

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

3

次に、セグメント別の売上収益および利益です。

為替中立では、
売上は、日本とアジアが牽引する形となりました。
利益は、加工食品事業の売却益が寄与してアジアが大幅な増益となりましたが、
アジア以外の各リージョンは減益となりました。
特に、日本と欧州の減益額が大きくなっています。

次のページから、各セグメントについて詳しくご説明します。

4 ページをご覧ください。

売上収益

増減率

セグメント利益

増減率

5,368 億円 +2.6%

399 億円 △12.5%

- 「サントリー天然水」「ボス」等、主力ブランドが好調に推移し、増収
- 商品構成の悪化・サプライチェーンコストの増加により、減益
- 夏場の猛暑・天災による影響が発生

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

4

まず、日本です。

売上収益は2.6%増の5,368億円、
セグメント利益は12.5%減の399億円となりました。

1-9月は、市場が2%程度の成長と推定されるなか、
当社は、「サントリー天然水」や「ボス」などの主力ブランドが好調に
推移し、売上数量が4%増加しました。
なかでも、「サントリー 南アルプススパークリング」「クラフトボス」
などが好調で、新たな需要を開拓することができました。

一方、利益は前年を大きく下回りました。

これには、大きく2つの要因があります。

- ・1つめは、主に、トクホ飲料などの売上が前年を下回ったことによる
商品構成の悪化
- ・2つめはサプライチェーンコストの増加 です。

サプライチェーンコストの増加としては、

- ・上期に、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 に加え、
- ・ペットボトル原料のレジンなど原材料価格の高騰

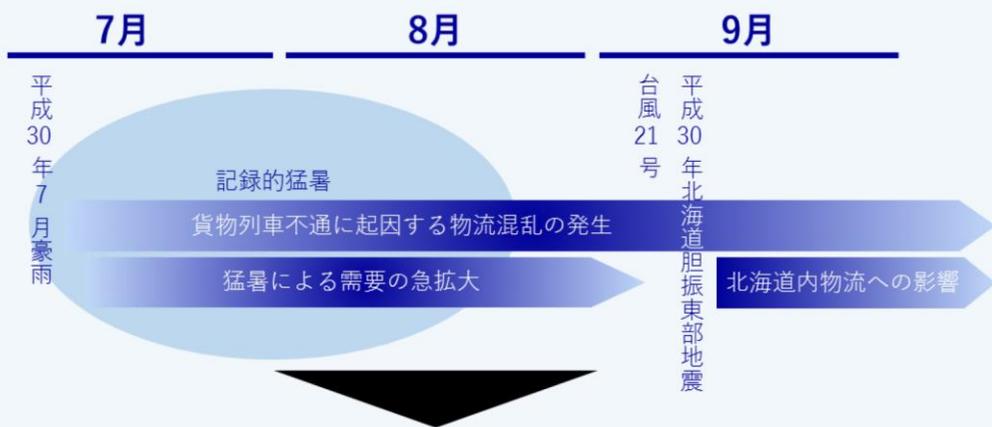
の影響を受けました。

また、夏場に、猛暑や天災の影響による物流混乱に伴う一時的なコストが
発生し、これもサプライチェーンコストに影響を与えました。

なお、商品構成の悪化や夏場の物流混乱は、自動販売機チャンネルに大きな
影響を与えました。オペレーションコストの増加もあって、
自動販売機事業を取り巻く環境が厳しくなっています。

次のシートで、夏場に発生した猛暑と天災の影響についてご説明します。

5 ページをご覧ください。



飲料需要増と、物流混乱等に伴う一時的なコストが発生

今年の夏は、記録的な猛暑で飲料需要が大きく高まりました。このような状況の中で、いくつかの自然災害が発生し、国内の物流に大きな混乱が生じました。

まずは、7月上旬に西日本を中心に発生した豪雨の影響です。この影響で、物流の大動脈であるJR山陽線の貨物列車が不通となり、西日本を中心に物流網が一気に混乱しました。業界全体で、配送手段の確保が困難となり商品供給に大きな支障が出るなかで、当社は最大限の努力を行い商品供給に努めました。一方で、輸送単価が上昇したことや、通常とは異なるルートでの輸送を余儀なくされたことによって、サプライチェーンコストが一気に増加する結果となりました。

その後、関西地方を中心に甚大な影響を与えた台風21号の影響で自動販売機などの資産が被災しました。さらに、9月6日に北海道で発生した地震では、北海道内の物流センターが被災したため、そのリカバリーコストが発生するなど、この夏は、災害に起因する直接的なものだけでも、15億円程度の追加コストが発生しました。

なお、現在は混乱もほぼ解消しています。

次に6ページをご覧ください。

売上収益は為替中立で前年並。

「MayTea」への積極投資に加え、フランスのサプライチェーンコスト増、スペインの市場停滞等の影響で減益。

	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
	1,936 億円	+4.3%	△0.1%	252 億円	△12.6%	△16.6%
	売上	増減率	為替中立			
フランス ^(*1)	825 億円	+11.1%	+5.8%	主要ブランドに加えて「MayTea」も好調に推移		
英国 ^(*2)	474 億円	+0.8%	△2.9%	夏以降、「Lucozade Energy」の販売トレンドが上向き		
スペイン ^(*3)	430 億円	△2.3%	△7.0%	業務用市場低迷等の影響を受け、引き続き前年割れ		
(*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.

6

次は欧州です。

欧州は、為替中立ベースで、売上収益が0.1%減、セグメント利益が16.6%減となりました。

今年の夏は全般的に好天に恵まれた結果、「上期の悪天候」および「スペインの市場停滞」による売上減少をフランスがカバーする形で、1-9月累計の売上はほぼ前年並となりました。

一方で、「MayTea」への積極投資に加え、フランスのサプライチェーンコスト増などにより、利益は前年を大きく下回る結果となりました。

次のページで、フランス・英国・スペインの各国の状況についてご説明します。

7ページをご覧ください。

フランス

- ・ 猛暑もあり、主力ブランドや「MayTea」の販売が好調に推移。
- ・ 慢性的なトラックドライバー不足に加えて猛暑による需要拡大で、社会的な物流網の混乱が発生し、サプライチェーンコストが増加。
- ・ 「MayTea」への積極的な投資を継続

英国

- ・ 砂糖税導入直後の市場混乱は収束。
- ・ 猛暑に加えてプロモーション活動の強化も寄与し、「Lucozade Energy」の販売トレンドも上向く。

スペイン

- ・ 上期の悪天候の後、天候は回復も、業務用市場は低調が続く。当社はシェアを維持するものの、販売数量は減少。
- ・ スペインでも「MayTea」への積極投資を実施。

フランスでは、夏場の猛暑の追い風もあり、主力ブランド「Orangina」や「Oasis」と共に、「MayTea」が好調な販売となりました。一方、利益については、「MayTea」への積極的な投資に加えて、サプライチェーンコストが増加しました。サプライチェーンマネジメントに関し、昨年ほどの混乱は起きていませんが、従来から発生していた慢性的なトラック不足に加え、猛暑による需要増が発生した結果、社会的に物流網が混乱し、その結果、当社のサプライチェーンコストが想定よりも大幅に増加しました。

英国は、4月の砂糖税導入後の市場混乱も収まり、夏場も好天に恵まれ、市場が大きく伸長しました。当社の「Lucozade Energy」も、プロモーション活動も奏功して販売トレンドが上向き、「Lucozade」ブランド計の7-9月販売数量は、上期とは一転して15%と大幅に増加しました。

スペインは、夏場は例年並みの天候となりましたが、上期からの悪天候による市場低迷を挽回するには至らず、引き続き、市場全体のトレンドは前年を下回る状況が続いています。その様な環境の中で、当社はシェアを維持したものの、「Schweppes」の販売数量は前年割れとなりました。

また、スペインでも「MayTea」に対する積極的な投資を行いました。

次に8ページをご覧ください。

タイの新合併事業に加え、ベトナムも好調に推移し増収。
加工食品事業の売却益も寄与し、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
	1,433 億円	+20.0%	+21.6%	277 億円	+78.7%	+77.4%
既存事業ベース*	1,095	+4.8%	+6.6%	144	+4.7%	+4.1%

*M&Aなど非経常的な要因により発生した損益を除いた値

	売上	増減率	為替中立	
飲料 (ベトナム)	558 億円	+8.9%	+12.2%	引き続き炭酸・茶飲料・水等が好調に推移し、為替中立で2桁の増収
飲料 (タイ)	305 億円	—	—	M&A後の統合が順調に進行
健康食品	384 億円	△3.1%	△3.9%	主力の「Essence of Chicken」がタイ市場低迷の影響で苦戦 台湾やミャンマー等が伸長するも、減収

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

8

アジアです。

アジアは、為替中立ベースで、売上収益が21.6%増、セグメント利益が77.4%増となりました。

売上は、タイで新たに開始した合併事業に加え、ベトナムの飲料事業が引き続き好調に推移しました。また、インドネシアの飲料事業も着実に成長し、アジアリージョン全体で2桁の増収となりました。既存事業ベースでも、為替中立で6.6%の増収となりました。

利益は、加工食品事業の売却益が寄与して、大幅増となりました。既存事業ベースでも、為替中立で4.1%の増益となりました。

次に9ページをご覧ください。

《オセアニア》 売上収益は為替中立で前年並。

原材料価格高騰が影響し、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
388 億円	△3.7%	△0.2%	35 億円	△10.3%	△11.5%

	売上	増減率	為替中立	
フルコアサントリー	289 億円	△4.7%	△1.1%	エナジードリンクが好調も、果汁飲料が苦戦し、売上微減
フレッシュコーヒー事業	99 億円	△0.7%	+2.5%	各ブランド順調に推移し、為替中立で増収

《米州》 主力の炭酸が苦戦し、売上微減。原材料価格高騰が影響し、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
595 億円	△3.5%	△1.5%	65 億円	△10.3%	△8.5%

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

9

オセアニアと米州です。

オセアニアの売上収益は、為替中立で0.2%減となりました。セグメント利益は、フルコアサントリーで売上減に加えて原材料価格高騰の影響もあり、為替中立で11.5%減となりました。

米州の売上収益は、引き続き主力の炭酸飲料が苦戦したことから、為替中立で1.5%減となりました。セグメント利益は、アルミニウム等の原材料価格の高騰による影響を受け、為替中立で8.5%減となりました。

ここまで第3四半期決算についてご説明しました。

次に、専務の山崎から2018年12月期の通期業績予想についてご説明します。

2018年度 年間業績予想の修正について

山崎でございます。
私から、2018年12月期通期の業績予想についてご説明します。

11ページをご覧ください。

	2017年 実績	2018年 修正予想	従来予想 との差異	対前年		
				増減 (億円)	増減率	為替中立
売上収益	12,340 億円	12,930 億円	+0	+590	+4.8%	+4.6%
営業利益	1,180 億円	1,180 億円	△90	+0	+0.0%	△0.8%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	781 億円	800 億円	+0	+19	+2.4%	+2.0%

今年2月に発表しました、2018年12月期の通期業績予想について第3四半期までの実績および、第4四半期の見通しを考慮し、本日、営業利益を1,180億円へと修正させていただきました。なお、売上収益と当期利益につきましては、売上収支は、日本を中心に主要ブランドや新商品の好調もあり、全社トータルでは目標どおりで、また、当期利益は、金融収支の改善や税金の減少の要素があり想定内に収まることから、それぞれ年初予想の1兆2,930億円、800億円を据え置きます。配当も年初予想どおり78円を予定しています。

今年8月6日に第2四半期決算を発表した際、私から「数十億円程度のダウンサイドリスクがあるものの、年間業績予想の達成に向けて努力いたします。」とご説明しましたが、日本と欧州を中心に、当時の想定を超える環境変化が生じたため、営業利益について、業績予想を修正させて頂くことになりました。

次ページ以降で詳しくご説明いたします。

12ページをご覧ください。

	売上収益	従来予想との差異	対前年			セグメント利益	従来予想との差異	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	7,045 億円	+115	+153	+2.2%	-	520 億円	△65	△53	△9.2%	-
欧州	2,485	△65	+96	+4.0%	+0.9%	310	△30	△36	△10.4%	△13.4%
アジア	2,000	+0	+365	+22.3%	+24.0%	330	+20	+108	+48.7%	+48.9%
既存事業ベース*	1,530	-	+93	+6.5%	+8.3%	200	-	+19	+10.5%	+11.1%
オセアニア	550	△30	△14	△2.4%	+1.6%	60	△7	△0	△0.0%	△0.5%
米州	850	△20	△10	△1.2%	+0.2%	80	△13	△13	△14.1%	△12.9%
調整額	-	-	-	-	-	△120	+5	△6	-	-
連結	12,930	+0	+590	+4.8%	+4.6%	1,180	△90	+0	+0.0%	△0.8%
既存事業ベース*	12,460	-	+317	+2.6%	+2.5%	1,060	-	△101	△8.7%	△9.4%

*M&Aなど非経常的な要因により発生した損益を除いた値

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

セグメント別の業績予想です。

売上収益は、リージョン毎にばらつきはあるものの、
 全社では、期初にご提示した業績予想の達成を目指して
 まいります。

営業利益については、アジアで期初の予想を上方修正するもの
 の、日本と欧州を中心に予想を引き下げ、全社では90億円の
 下方修正といたします。
 期初予想からの修正幅は、7.1%となります。

この結果全社では、売上は対前年で590億円の増収、
 営業利益は前年並を目指すことといたします。

次に、各リージョンの利益の増減要因を、
 上期までに発生した項目と、下期に新たに発生した項目に
 分けて、詳しくご説明いたします。

13ページをご覧ください。

日本	上期からの商品構成悪化・サプライチェーンコスト増に加え、猛暑・天災による物流混乱等に伴う一時コストが発生、原材料価格も高騰。
欧州	フランスで猛暑によるサプライチェーン混乱に伴うコスト増が追加発生。スペインのトレンドも回復せず。
アジア	加工食品事業の売却益が想定を上回り、利益を押し上げ。
オセアニア	売上が想定を下回ったことに加え、原材料価格が高騰。
米州	アルミニウム等の原材料価格が高騰。

営業利益の通期業績予想修正の要因について、このシートでご説明します。

まずは日本です。

中間決算の時点では、上期に、商品構成悪化とサプライチェーンコスト増加の影響により、想定より下振れた分を、この夏の猛暑をチャンスと捉えて挽回する想定でした。

しかしながら、第3四半期以降、想定よりも40億円ほど利益の下振れが発生し、その結果、上期の下振れ分の約25億円とあわせ、合計で65億円下方修正します。

下期の下振れ要因として、まず、先ほど稲田からご説明しましたとおり、西日本の豪雨・相次ぐ台風・北海道の地震・さらには記録的な猛暑によって物流混乱等が発生し、それに伴って直接的に約15億円の追加費用が発生しました。

そのほか、自販機事業において、物流混乱のなかで十分に商品が行き届かず売上の機会ロスが発生したことや、人手不足などによってオペレーションコストが増大したことが影響しました。

さらに、原油価格上昇に伴うレジンなど原材料価格の想定以上の高騰が影響しています。猛暑による売上増の効果があつたものの、これらのコスト増の影響の方が大きく、下期だけで想定よりも40億円の利益下振れを見込んでおります。

次に欧州です。

猛暑による混乱でフランスのサプライチェーンコストが想定よりもさらに悪化したことに加え、スペイン業務用市場のトレンドがなかなか回復せず、下期で想定よりも、10億円程度の利益下振れを見込んでいます。

この結果、上期の主に悪天候による下振れ分の約20億円とあわせ、合計で30億円を下方修正します。

アジアは、加工食品事業の売却益が年初の想定よりも上回ったことから、20億円を上方修正します。

オセアニアは売上が想定を下回ったことに加え、レジンといった原材料価格が高騰したことから7億円下方修正します。

米州は主力の炭酸飲料の売上回復が遅れていることに加えて、アルミニウムやレジンなどの原材料価格の高騰が利益にマイナス影響を与えることから、13億円下方修正します。

まとめになりますが、今期、売上収益の面では、日本、アジア、欧州を中心に主要ブランドや新商品の好調により、ほぼ目標どおりの見込みで従来から弊社が重視している売上成長については成果を上げることが出来たと考えています。

一方、営業利益の面では、想定外のことが重なった結果、下方修正せざるを得なくなりました。

今後は、変化の早い事業環境に応じた利益創出力を引き上げるべく全社一丸となって上半期の決算発表時に社長の小郷からお話した構造改革に取り組み、中長期の成長実現を目指して参ります。

今後ともご支援のほどよろしくお願い致します。

SUNTORY

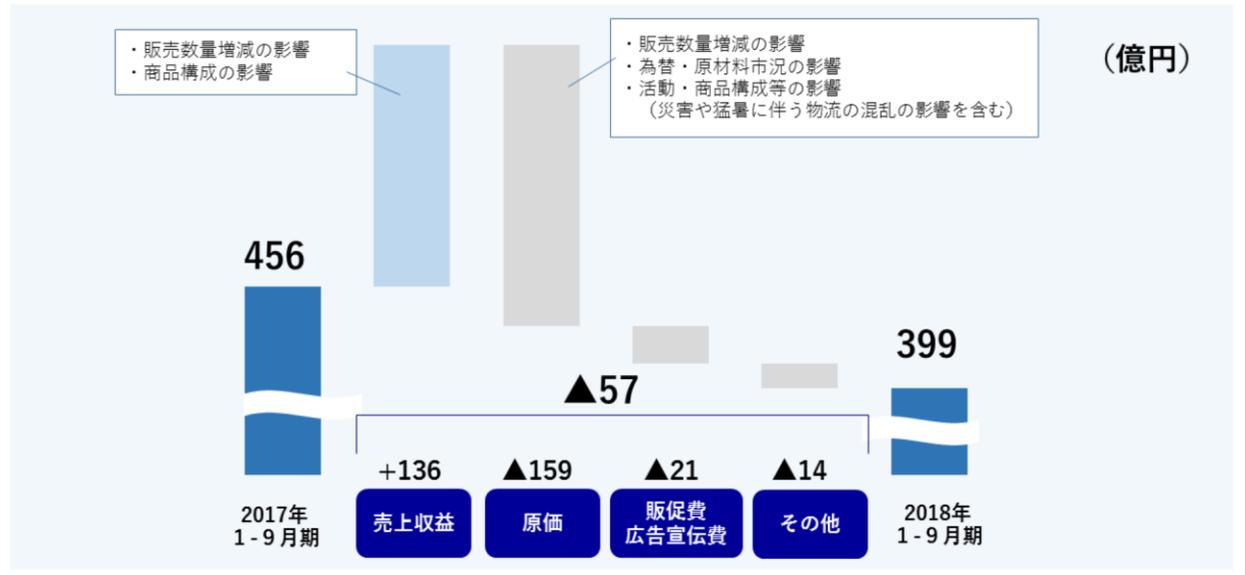
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

私からの説明は以上になります。

	第1四半期 (1-3月)	対前年			第2四半期 (4-6月)	対前年			第3四半期 (7-9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		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%	-	2,029 億円	+70	+3.6%	-
欧州	518	+23	+4.6%	△3.1%	717	+26	+3.7%	△2.5%	702	+31	+4.7%	+5.0%
アジア	443	+50	+12.7%	+13.5%	486	+96	+24.4%	+24.6%	504	+93	+22.7%	+26.5%
オセアニア	136	△1	△0.7%	+0.4%	127	△4	△3.4%	△1.6%	126	△9	△7.0%	+0.5%
米州	170	△15	△8.2%	△3.7%	203	△9	△4.4%	△2.5%	222	+3	+1.4%	+1.2%
連結	2,771	+88	+3.3%	+2.3%	3,367	+143	+4.4%	+3.2%	3,582	+188	+5.5%	+6.3%

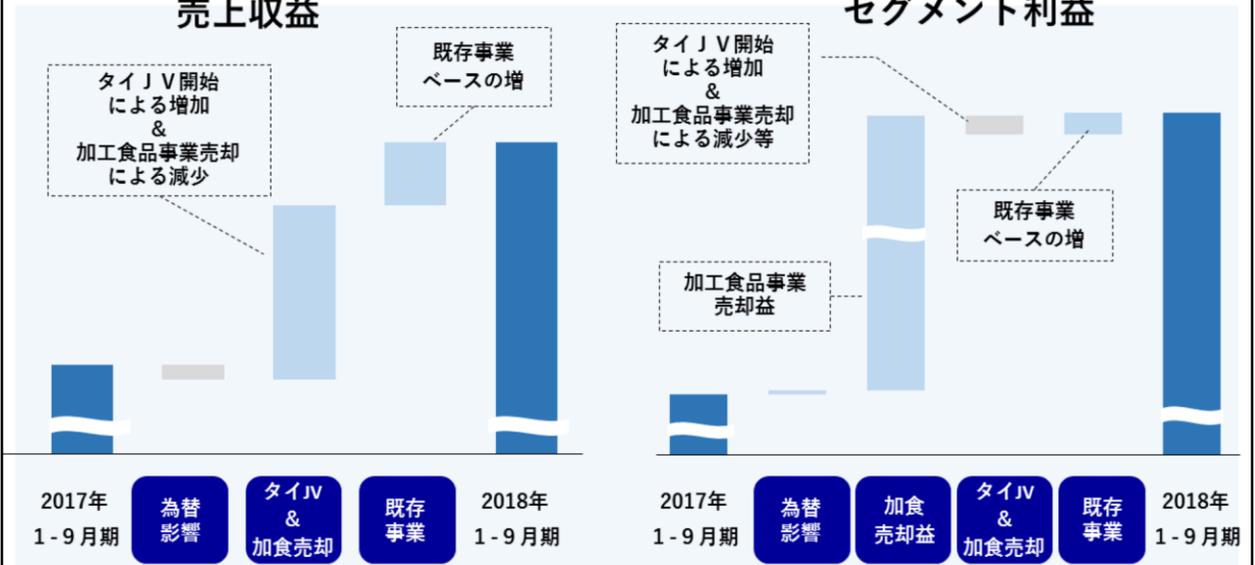
セグメント利益 四半期実績

	第1四半期 (1-3月)				第2四半期 (4-6月)				第3四半期 (7-9月)			
	対前年 増減 (億円)	増減率	為替 中立		対前年 増減 (億円)	増減率	為替 中立		対前年 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%	-	210 億円	+2	+0.8%	-
欧州	37	△12	△24.4%	△30.1%	105	△12	△10.5%	△16.3%	109	△12	△9.9%	△11.1%
アジア	175	+101	+136.5%	+131.2%	47	+7	+18.7%	+19.2%	56	+14	+33.7%	+35.1%
オセアニア	15	+1	+7.6%	+5.4%	14	△0	△0.9%	△1.7%	6	△5	△45.5%	△46.2%
米州	15	+0	+0.2%	+5.1%	23	△4	△16.2%	△14.1%	27	△3	△10.4%	△10.1%
調整額	△28	△4	-	-	△28	+1	-	-	△28	△2	-	-
連結	266	+57	+27.0%	+24.3%	298	△37	△11.2%	△13.0%	380	△6	△1.6%	△2.0%



売上収益

セグメント利益



	2017年 1-9月	2018年 1-9月	2018年 年間予想	2018年 年初予想
米ドル	111.9	109.6	111	110
ユーロ	124.6	130.9	131	131
英ポンド	142.6	148.1	148	142
シンガポールドル	80.5	81.8	82	81
タイバーツ	3.3	3.4	3.4	3.3
ベトナムドン	0.0049	0.0048	0.0048	0.0048
ニュージーランドドル	80.1	76.7	76	79
豪ドル	85.7	83.1	83	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。