

2020年度 第2四半期 決算概要

2020年8月5日
サントリー食品インターナショナル株式会社

2020年度上期の振り返り

代表取締役社長 齋藤和弘

サントリー食品インターナショナル社、齋藤です。

本日はお忙しい中、お時間をいただきありがとうございます。

まず初めに、この度の令和2年7月豪雨により被災された方々に対し、心よりお見舞い申し上げます。甚大な被害が各地にて現在も続いている状況ですが、一日も早い復旧・復興をお祈り申し上げます。

また、新型コロナウイルス感染症につきましても、罹患（りかん）された皆様と、関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げます。

改めまして、感染拡大防止に向け努力いただいている皆様、感染者の診断や治療にあたられている医療関係の皆様に、心から敬意を表します。

本日は、上期の実績をご報告し、その後、当社を取り巻く環境、当社の今後の戦略に関し、ご説明いたします。

3ページをご覧ください。

	2019年 1-6月実績	2020年 1-6月実績	対前年			
			増減(億円)	為替中立	増減率	為替中立
売上収益	6,278 億円	5,525 億円	△752	△655	△12.0%	△10.6%
営業利益	509 億円	357 億円	△152	△143	△29.8%	△28.5%
既存事業ベース* 営業利益	515 億円	361 億円	△154	△144	△29.9%	△28.5%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	318 億円	209 億円	△108	△103	△34.1%	△33.0%

*「その他の収益」「その他の費用」のうち非経常的な要因により発生した要素を除いた値

©2020 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

では、2020年度上期の業績結果をご報告いたします。

- 売上収益は、6月以降、全リージョンでロックダウン、営業・外出自粛要請が緩和され、人の動き・流れが活発化してまいりました。それに伴い、事業は回復傾向にあります。他方、3月から5月にかけての影響は大きく、為替中立で10.6%減の5,525億円となりました。レポーティングベースでは12.0%減となります。
- 既存事業ベース営業利益も、6月以降回復傾向にありますが、3月から5月における売上の減少が大きく影響しました。特に、利益貢献度の高いチャネル、日本の自販機、欧州の業務用が、屋内外問わず、人の動き・流れの停滞を受け、為替中立で28.5%減の361億円。レポーティングベースでは29.9%減となりました。
- なお、非経常的な要因も含めて計算した営業利益は、為替中立で28.5%減の357億円、レポーティングベースでは29.8%減。
- 親会社の所有者に帰属する当期利益は209億円、為替中立で33.0%減。レポーティングベースでは34.1%減となりました。

4ページをご覧ください。

売上収益	4-5月 前比	6月 前比
日本	△25%	△5%
欧州	△42%	△4%
アジア	△16%	△6%
オセアニア	△14%	7%
米州	△10%	△3%

*海外は為替中立

当社事業の状況につき、もう少し詳細をご説明いたします。

改めてになりますが、6月以降、人の動き・流れが活発化し、市場トレンドは回復。当社事業も、一部チャンネルが完全にシャットダウンしてしまった4-5月からは、大きく反転をしております。

- 全世界的に、スーパーを中心とした家庭用チャンネルは、ロックダウン以降、家庭内消費の高まりがあり、伸長しました。6月以降も、備蓄需要の減少等もありますが、堅調に推移しています。
- 先ほど申し上げた通り、人の動き・流れに最も影響を受けたのが、日本の自販機チャンネル、欧州を中心とした業務用チャンネルです。日本・欧州の4-5月のパフォーマンスは、その影響を大きく受けています。
- 他方、6月以降、日本においては、オフィスに人が戻りつつあること、レジャー関連、学校等が再開されたことにより、自販機チャンネルも回復傾向にあります。
- また欧州の業務用におきましても、ソーシャルディスタンスを維持しながら業務店の営業が再開しています。
- アジア・オセアニアの飲料事業は、ロックダウン解除が相対的に早かった結果、より早い回復傾向にあります。

5 ページをご覧ください。

- 新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の影響を受け、3月から事業環境に大きな変化
- 6月以降、人の動き・流れの再開に伴い、市場トレンドが回復
- ウイズ・コロナの新時代に突入
- 第二波・第三波といった不確実性

以上のように、6月以降回復基調にはありますが、我々の事業は、お客様の動き・流れ、というものに大きく影響を受ける、ということ、改めて実感したとも言えます。

一方で、コモディティ価格は下落しており、コスト削減に寄与しているリージョンもあります。

今後の先行きを考えた時、テレワークの常態化、人数制限を伴う業務店の営業、渡航規制継続による観光客の減少等、いわゆる「New Normal」は間違いなく継続します。

加えて、日本も含み、感染者数が再び増加に転じているエリアもあることから、お客様の動き・流れがどのように変容していくのか、非常に読みにくい状況になっています。

6ページをご覧ください。

変化をチャンスに
変える
アジリティ



X

第二波・三波に
耐えうる
レジリエンス



©2020 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

6

このような状況下、我々の事業をどのように進化させるのか。
キーワードは二つ、「アジリティ」と「レジリエンス」です。

すべての変化・進化の起点を、お客様に置く、ということに
何ら変わりはありません。

今まで以上に、人の動き・流れの変化、すなわちお客様の行動、買い場・飲
み場の変化を早くとらえ、それをビジネスチャンスに変える
「アジリティ」力を、より高みに引き上げ、

同時に、企業としての強靱な体質をつくるための「レジリエンス」力に、磨き
をかけます。

具体的には、コアブランド・イノベーション、構造改革のスピードアップ、
弛みなきコストベースの見直し等です。

変化はチャンスです。この状況下では、デジタルイゼーションなど大きな社
会の変化が、従来よりも3倍速で進む、と言われております。

我々は、5倍速で変化してまいります。

7ページをご覧ください。

First Mover

- ・イノベーションを通じたコアブランドの活性化
- ・トレンドの一步先をいく新カテゴリーの創造

Game Changer

- ・RTD (Ready To Drink)飲料にとどまらない次世代ビジネスモデルの確立
- ・成長市場にフォーカスしたエリア拡大戦略

戦略を支える基本思想

- ・真の現場主義の徹底
- ・組織の壁をとりはらい、真のOne Teamの実現

戦略の柱は、2月にご説明した通りFirst MoverとGame Changerから変わっていませんが、更に加速させていきます。「イノベーションを通じた、コアブランド活性化」が今まで以上に鍵を握ります。

- ・日本では、このような状況下でも、大型リニューアルを成し遂げた「伊右衛門」が極めて好調に推移。日本事業が、市場を上回る成長を成し遂げ、マーケットシェアを拡大する原動力となりました。
- ・欧州では、「Lucozade Energy」や「Schweppes」が、家庭用需要の取り込みに成功するなど、厳しい環境下でも、手応えを感じております。
- ・アジア・オセアニアでは、「Tea+」、「V」が好調に推移、米州では、炭酸カテゴリーが堅調です。

これらは、我々の財産である、コアブランドへの集中投資を継続した結果のみならず、イノベーションを起こし続けた結果だといえます。今後も、家庭用需要、オンラインチャネル伸長等にみられる、お客様起点の変化に対し、積極的に取り組んでまいります

他方、人の動き・流れに大きく影響を受けている、日本の自販機事業、欧州の業務用事業の構造改革は、スピードをあげて取り組みます。

- ・日本の自販機チャネルが、お客様とのダイレクトな接点であり、Last one mileを担う、我々にとって重要なチャネルであることに、変わりはありません。
- ・環境変化を良い機会と捉え、自販機構造改革を更に加速していきます。
- ・欧州における業務用チャネルにおいても同様で、新しい環境下でのイノベーションを通じたコアブランドの活性化と、業務用営業活動の変革への取り組みを開始しております。

最後になりますが、6月以降、業績は回復傾向にあり、北半球はこれから夏最盛期を迎えます。但し、コロナのリスクや天候不順等の不確実性は否めません。年間で見た場合、売上収益では、対前年と比較して一桁後半の減少、営業利益は、場合によっては10～20%程度の減少もあり得ると考えております。

以上を鑑み、現時点では、一旦年間の業績見通しについては取り下げさせていただきます。今後引き続き精査に努め、具体的な見込みが明らかとなった場合には、改めてご報告いたします。

中間配当は前年同額の39円です。通期の配当予想は、今後の状況に応じて、改めてご報告をさせていただきたく思いますが、現時点での配当予想は、一旦据え置きとさせていただきます。

私からは以上です。

決算補足説明

常務執行役員 三野隆之

三野です。

私から、今期の決算について補足説明いたします。

9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)	為替中立	増減率	為替中立		増減(億円)	為替中立	増減率	為替中立
日本	2,987 億円	△373		△11.1%		111 億円	△116		△51.2%	
欧州	877	△235	△188	△21.1%	△17.6%	105	△41	△35	△28.2%	△25.2%
既存事業ベース							△46	△39	△29.9%	△26.9%
アジア	1,045	△108	△86	△9.3%	△7.6%	147	+20	+22	+15.5%	+17.3%
既存事業ベース							+20	+22	+15.5%	+17.4%
オセアニア	231	△23	△2	△9.2%	△0.8%	19	△7	△5	△25.4%	△21.7%
米州	386	△13	△7	△3.4%	△1.7%	29	△8	△8	△22.1%	△20.7%
調整額						△54	+1	+0	-	-
連結	5,525	△752	△655	△12.0%	△10.6%	357	△152	△143	△29.8%	△28.5%
既存事業ベース						361	△154	△144	△29.9%	△28.5%

©2020 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

9

セグメント別の業績です。以降、為替中立でご説明申し上げます。

- 売上収益は、日本・欧州で2桁の減収となるなど
- 全リージョンで前年を下回り、全体で約1割の減収となりました。
- セグメント利益は、アジアリージョンでは増益となりましたが、
- 全体で3割近い減益となりました。

次ページより、セグメント毎にご説明します。

10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

2,987 億円 △11.1%

111 億円 △51.2%

- 飲料市場は、3月後半からの外出自粛要請に伴い、人の動き・流れが停滞した影響を受けた。6月以降、自粛要請の解除を受けて、回復傾向。
- 販売数量は、伊右衛門リニューアルも貢献し、市場を上回ったものの、累計8%の減少。
- 利益貢献度の高い自販機チャネルの数量減に伴い、売上及び利益が大きく減少。



©2020 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

10

日本です。

- 飲料市場は、3月後半からの外出自粛要請の影響に伴い、人の動き・流れが停滞した結果、4-5月に大きく減速し、1-6月で**10%減少**したと想定されます。
- 当社も、同様の影響を受けましたが、伊右衛門のリニューアル等の主要ブランドの活動が貢献し、販売数量が**8%減少となり**、市場を上回りました。

売上収益は、

- 6月以降回復傾向にはありますが、4-5月の緊急事態宣言の下で、人の動き・流れが停滞したことを受け、自販機・コンビニチャネルを中心に販売数量が減少した結果、**11.1%減の2,987億円**となりました。

セグメント利益は、

- 伊右衛門リニューアルによる売上増分効果、SCMコスト改善活動及びあらゆるコストの抑制が利益増分に寄与しました。他方、利益貢献度の高い自販機チャネルの販売減に加え、市場急変に伴う緊急減産など突発的なSCMコストの悪化も重なり、**51.2%の減益**となりました。

下期は、中期構造改革を更に加速していきます。

- 伊右衛門に代表されるコアブランドや、健康系等の高収益商品にさらに集中して取り組んでいくとともに、SCM革新により更なるコスト削減を進めてまいります。
- 自販機チャネルは、重要なチャネルであることに何ら変化はありません。収益性の改善に向けて、構造改革をスピードを上げて取り組んでまいります。

11ページをご覧ください。

売上収益

877 億円

増減率

△21.1% △17.6%

為替中立

セグメント利益

105 億円

増減率

△28.2% △25.2%

為替中立

売上収益

増減率

為替中立

フランス
(*1)

397 億円 △17.0% △13.5%

英国
(*2)

255 億円 △16.1% △12.3%

スペイン
(*3)

133 億円 △41.2% △38.7%

6月以降、回復傾向。但し、4-5月の厳しい業務用市場の影響を受け「Orangina」「Oasis」の販売減等で減収。

「Lucozade Energy」は好調を継続。スポーツイベント自粛を受け「Lucozade Sport」が減少。

家庭用は堅調ながら、ロックダウン影響を受け、業務用市場が低迷し減収。

(*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



©2020 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

11

欧州です。

売上収益は、

- 6月以降の本格的な市場再開により家庭用中心に大きく回復。人の動き・流れの活発化に合わせて業務用も回復基調にありますが、4-5月のロックダウン期間中に特に業務用比率の高いスペイン・フランスが影響を受け、1-6月で**17.6%の減収**でした。

セグメント利益は、

- マーケティング費用の効率化、原材料市況の改善が寄与したものの、売上減少の影響を受け、**25.2%の減益**となりました。

フランスは、

- 6月以降回復傾向にはありますが、厳しい業務用の影響もあり、主力の「Orangina」及び「Oasis」が前年を下回り、**13.5%の減収**。

英国は、

- 「Lucozade Energy」は好調を維持したものの、スポーツイベント自粛の影響を受けた「Lucozade Sport」の販売減に伴い、**12.3%の減収**。

スペインは、

- 「Schweppes」が家庭用では健闘しましたが、厳しい業務用市場の構成比が高く、**38.7%の減収**となりました。

下期は、

- 家庭用需要をさらに取り込むべく、コアブランドに集中して活動を強化してまいります。
- 加えて業務用では、業務店へのサポート継続、現状に合わせたポートフォリオの見直し、営業活動の効率化といった構造改革に取り組んでまいります。

12ページをご覧ください。

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
1,045 億円	$\Delta 9.3\%$ $\Delta 7.6\%$	147 億円	$+15.5\%$ $+17.3\%$

	売上	増減率	為替中立	
飲料 (ベトナム)	391億円	$\Delta 7.6\%$	$\Delta 5.8\%$	4月はロックダウンの影響を受け苦戦。5月より回復基調。
飲料 (タイ)	331億円	$\Delta 3.8\%$	$\Delta 2.2\%$	早期のロックダウン解除と昨年の値上げ効果により減収幅は限定的。
健康食品	211億円	$\Delta 13.0\%$	$\Delta 11.9\%$	「Bird's Nest」が、中国からの観光客減少の影響を大きく受けた。



©2020 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

12

アジアです。

- 飲料事業は、他リージョンよりロックダウンの緩和が早かったことを受け、6月から大幅に回復。一方、健康食品事業はタイにおける「Bird's Nest」の回復に時間を要しており売上収益は **7.6%の減収**、となりました。
- 原材料市況の改善、マーケティング費の投入時期見直し等によるコストマネジメントを徹底した結果、セグメント利益は、**17.3%の増益**となり、大きく収益性が改善しました。

ベトナム飲料事業は、

- 4月は、ロックダウンの影響を大きく受けたものの、5月以降回復基調、「Aquafina」と「Tea+」が前年を上回ったことも寄与し、**5.8%の減収**となりました。

タイ飲料事業は、

- ロックダウン解除以降の経済の回復、及び昨年夏の値上げ効果もあり、**2.2%の減収**に留めました。
- ベトナムと同様に、5月以降回復傾向にあります。

健康食品事業は、

- 主力の「Essence of Chicken」が比較的堅調でしたが、
- 中国観光客の購買に牽引されていた「Bird's Nest」は、タイにおいて大きく減少し、**11.9%の減収**となりました。

下期は、

- 飲料事業では、積極的にコアブランドに投資、市場の回復基調を捉えながら、反転攻勢を継続していきます。
- 健康食品事業では、「Essence of Chicken」に徹底注力し、ばん回を図っていきます。

13ページをご覧ください。

オセアニア

売上収益

231 億円 △9.2% △0.8%

増減率 為替中立

セグメント利益

19 億円 △25.4% △21.7%

増減率 為替中立

売上

増減率 為替中立

フルコアサントリー 176 億円 △7.7% +0.8%

フレッシュコーヒー事業 54 億円 △14.4% △6.5%

米州

売上収益

386 億円 △3.4% △1.7%

増減率 為替中立

セグメント利益

29 億円 △22.1% △20.7%

増減率 為替中立

最後に、オセアニアと米州です。

オセアニアです。

- 全体的にロックダウン緩和以降、特に大きく影響を受けていた業務店・コンビニの販売トレンドが、改善傾向にあります。
- 売上収益は、コアブランド「V」がマーケットシェアを拡大するなど、**0.8%の減収**に留めました。
- セグメント利益は、業務用・コンビニチャネル低調による影響が大きく、**21.7%の減益**となりました。

米州・PBV社は、

- 6月以降、スーパーは堅調に推移、コンビニの販売トレンドは緩やかに回復してきております。業務用も本格回復には至っていないながらも、足元では回復トレンドがみてとれます。
- 売上収益は、堅調な家庭内需要に下支えられ、1-6月で**1.7%の減収**に留まりました。
- セグメント利益は、**20.7%の減益**となりました。

14ページをご覧ください。

SUNTORY

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

©2020 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

14

以上、上期の業績をご報告しました。

財務状況に関してですが、

- 財務体質は健全で、手元流動性も十分確保しております。
- 引き続き、キャッシュフローマネジメントに注力してまいります。

最後に、

6月以降、人の動き・流れの再開に伴い
各国において市場が回復基調にあります。

各リージョンにおける反転攻勢をスピーディーに進めるとともに、
構造改革も加速させ、持続的成長を目指して取り組んで
まいります。

私からは以上です。

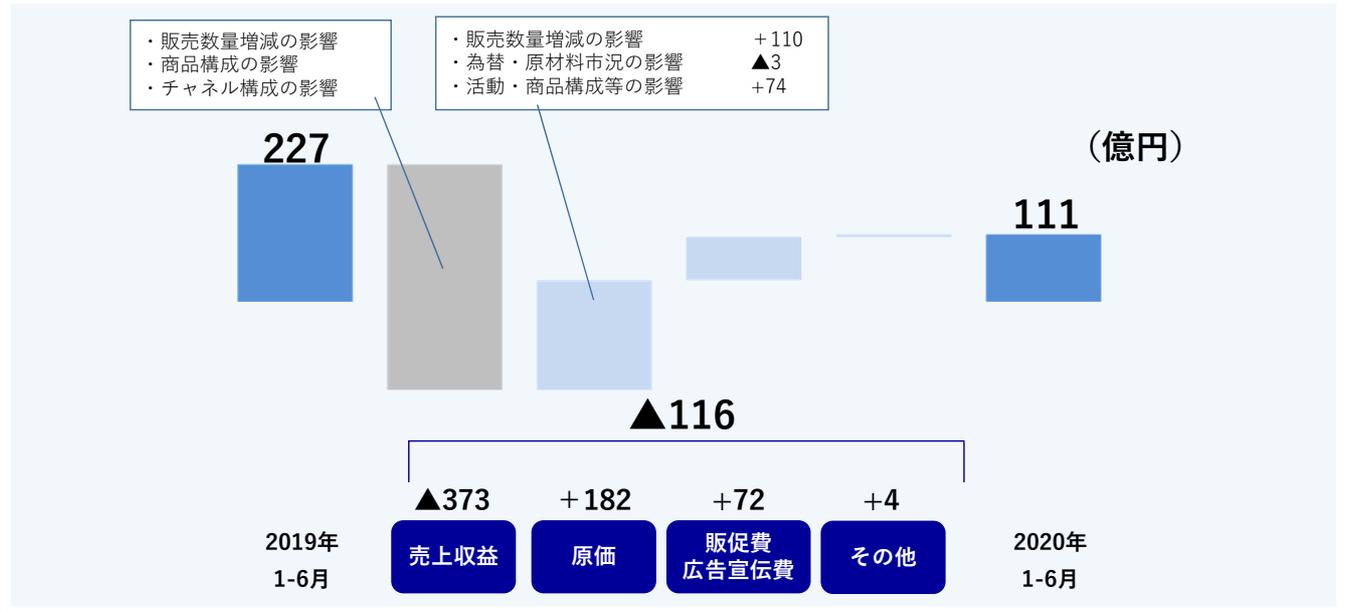
	2019年 4 - 6月実績	2020年 4 - 6月実績	対前年			
			増減(億円)	為替中立	増減率	為替中立
売上収益	3,421 億円	2,753 億円	△668	△608	△19.5%	△18.1%
営業利益	331 億円	159 億円	△172	△166	△52.1%	△51.1%
既存事業ベース 営業利益	334 億円	160 億円	△174	△167	△52.1%	△51.1%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	211 億円	82 億円	△129	△125	△61.1%	△61.0%

■ 売上収益 2020年四半期別実績(IFRS)

(億円)	第1四半期 (1-3月)	対前年				第2四半期 (4-6月)	対前年			
		増減	為替中立	増減率	為替中立		増減	為替中立	増減率	為替中立
日本	1,468	△39	-	△2.6%	-	1,519	△334	-	△18.0%	
欧州	440	△28	△9	△5.9%	△2.1%	436	△207	△178	△32.2%	△29.0%
アジア	551	△19	△14	△3.4%	△2.4%	494	△88	△72	△15.1%	△12.7%
オセアニア	124	△5	+6	△3.9%	+5.0%	107	△18	△8	△14.6%	△6.8%
米州	190	+7	+9	+3.7%	+5.0%	196	△20	△16	△9.4%	△7.4%
連結	2,772	△85	△48	△3.0%	△1.7%	2,753	△668	△608	△19.5%	△18.1%

セグメント利益 2020年四半期別実績(IFRS)

(億円)	第1四半期 (1-3月)	対前年				第2四半期 (4-6月)	対前年			
		増減	為替中立	増減率	為替中立		増減	為替中立	増減率	為替中立
日本	71	+6	-	+9.4%	-	40	△122		△75.3%	
欧州	48	+7	+8	+17.2%	+21.5%	57	△48	△44	△45.7%	△43.3%
既存事業ベース		+6	+7	+13.7%	+17.9%		△51	△47	△47.2%	△44.9%
アジア	78	+7	+7	+9.7%	+10.5%	69	+13	+14	+22.7%	+26.0%
既存事業ベース		+7	+7	+9.7%	+10.5%		+13	+14	+22.9%	+26.2%
オセアニア	14	+1	+1	+3.8%	+9.4%	5	△7	△7	△57.5%	△55.6%
米州	15	△0	+0	△1.0%	+0.2%	14	△8	△8	△36.3%	△35.0%
調整額	△27	0	0			△27	0	0		
連結	198	+21	+23	+11.6%	+13.2%	159	△172	△166	△52.1%	△51.1%
既存事業ベース	201	+20	+23	+11.3%	+13.0%	160	△174	△167	△52.1%	△51.1%



■ 主要ブランド販売数量

日本

(単位：百万C/S)

	2019年第2四半期		2020年第2四半期	
	実績	対前年 増減	実績	対前年 増減
サントリー天然水	53.2	△2%	52.7	△1%
BOSS	53.8	5%	49.5	△8%
伊右衛門	24.8	△3%	25.1	1%
サントリー烏龍茶	11.7	△7%	9.5	△18%
PEPSI	9.8	2%	7.9	△20%
グリーンダカラ	17.6	19%	18.3	4%
特定保健用食品 および 機能性表示食品 計	11.3	△1%	10.6	△6%
日本事業 販売数量 合計	215.8	1%	198.8	△8%

欧州

(単位：百万L)

	2019年第2四半期		2020年第2四半期	
	実績	対前年 増減	実績	対前年 増減
オレンジーナ (フランス)	85	△1%	74	△12%
オアシス (フランス)	139	△7%	124	△11%
シュウェップス (スペイン、ポルトガル)	60	1%	44	△27%
ルコゼード (英国、アイルランド)	200	9%	181	△10%
ライビーナ (英国、アイルランド)	44	△16%	36	△17%

※出荷ベース

※上記数字には (株)ジャパンビバレッジホールディングス等による
他社仕入分の販売数量は含まれていません。

(円、期中平均)

	2019年 1-6月実績	2020年 1-6月実績	2020年 年間予想
米ドル	110.1	108.2	109
ユーロ	124.3	119.3	122
英ポンド	142.5	136.4	143
シンガポールドル	81.0	77.4	81
タイバーツ	3.5	3.4	3.6
ベトナムドン	0.0047	0.0046	0.0047
ニュージーランドドル	74.0	67.8	73
豪ドル	77.8	71.2	76

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。