

2022年度 第2四半期決算説明会

2022年8月9日
サントリー食品インターナショナル株式会社

2022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、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。

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と当社の取組み、今後の見通しについてご説明いたします。

3ページをご覧ください。

	2021年 1-6月実績	2022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	6,038 億円	6,790 億円	+752	+508	+12.4%	+8.1%
営業利益	604 億円	804 億円	+200	+163	+33.1%	+25.5%
既存事業ベース* 営業利益	602 億円	643 億円	+41	+5	+6.8%	+0.8%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	322 億円	487 億円	+166	+151	+51.5%	+44.8%

*営業利益から非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

3

2022年度上期業績結果をご報告いたします。

売上収益は6,790億円、非経常的な要因も含めて計算した営業利益は804億円、親会社の所有者に帰属する当期利益は487億円。増収増益となりました。

第2四半期以降、更に原材料価格及びエネルギー価格高騰の影響を大きく受ける中、回復する需要を着実に捉え、全社一丸となってコアブランドへの継続的集中及びコストマネジメントの徹底により、売上・営業利益ともに想定を上回る進捗となりました。

なお、オセアニアにおけるフレッシュコーヒー事業の株式譲渡が完了したことから、譲渡益158億円をその他の収益に計上しております。

4ページをご覧ください。

- グローバルな需要回復・拡大
- インフレーション
- お客様の嗜好、価値観の多様化

当社を取り巻く環境についてご説明いたします。

上期及び足元7月の状況を見ても、世界的な需要回復は堅調に推移。特に欧州及び米州の需要拡大が継続していることに加え、アジアパシフィックも一部地域でコロナ影響が残る中、ベトナムの清涼飲料市場の需要拡大が本格化しリージョンを牽引。日本も第2四半期以降、まん延防止等重点措置の解除もあり市場は上向いて最盛期を迎えています。

一方、原材料価格及びエネルギー価格の想定以上の高騰及び、世界的なインフレの加速、加えて、世界的な人の動き・流れの回復に伴い、足元で感染者数の再拡大が始まっております。

また、コロナ禍での生活環境の大きな変化を経て、エネルギーやコーヒーカテゴリーの成長、サステナビリティへの関心の高まり、デジタル志向の加速など、お客様の嗜好、価値観が多様化しております。

5ページをご覧ください。

売上収益

(海外は為替中立)

	1-3月 前比	4-6月 前比
日本	△0%	5%
APAC*	9%	13%
欧州	25%	19%
米州	17%	7%
売上収益計*	8%	10%

(参考) 売上収益計* '22年 対 '19年	1%	6%

*既存事業ベース

©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

5

四半期別の状況について、為替中立でご説明いたします。

需要回復を着実に捉え攻め続けた成果として、第2四半期は更に売上収益が伸長、コロナ前の2019年対比でも回復基調がより鮮明となりました。

日本は、第2四半期からの制限解除及び好天の影響により販売数量が伸長、売上収益のトレンドが大きく回復し市場をリードしました。

海外においては、需要回復に伴う数量増に加えて、主要国において価格改定を含めたRGM施策を徹底したことが寄与し、売上収益が継続して伸長。

下期以降も、日本は10月からの価格改定を目指し、海外の主要各国でも追加の価格改定実施も含め、売上収益の最大化に向けてあらゆる手段で取り組むことで、想定を上回るコスト増の影響を低減させるよう努めてまいります。

6ページをご覧ください。



次に、コアブランドイノベーションの成果について説明いたします。

上期も、全セグメントにおいてコアブランドへの集中とイノベーションを加速させ、主要市場における力強い売上成長の原動力となりました。

日本においては、「サントリー天然水」、「伊右衛門」、「GREEN DA・KA・RA」が上半期の販売数量として過去最高を達成、販売数量計でも過去最高となりました。クラフトボスのリニューアルや、発売以来初めて大型リニューアルを実施した「特茶」など、引き続きコアブランドを磨き続け、着実に成果につなげております。欧州では、昨年海外のコアブランドとして初めて中味・パッケージを刷新したフランスの「Oasis」が引き続き好調に推移しました。

下期以降も、お客様の嗜好・価値観の多様化をいち早く捉え、コアブランドイノベーションを全セグメントにおいて加速させていくことで、主要市場で優位なポジションを獲得してまいります。

7ページをご覧ください。

水



自社工場の水使用量の
原単位をグローバルで
35%削減^{※1}

2021年実績：21%削減

温室効果ガス



自社拠点でのGHG排出量を
50%削減^{※2}

2021年実績：7%削減

プラスチック



グローバルで使用する全ての
ペットボトルを**100%**
サステナブルボトル^{※3}へ

^{※4}
2021年実績：19%
日本：37%
海外：6%

※1 サントリーグループ目標 (SBF目標は20%削減)、2015年原単位比
※2 サントリーグループ、SBF共通目標、2019年の排出量を基準とする
※3 リサイクル素材あるいは植物由来素材100%使用ペットボトル
※4 100%サステナブルボトルの本数比率

最後に、サステナビリティへの取組みについてご報告いたします。

引き続き「水」、「温室効果ガス」、「プラスチック」の3つを重点領域と位置づけ、各リージョンで明確なロードマップを描き、各取組み内容及び進捗も開示しております。

7月には、重点領域それぞれの2021年実績を開示しました。2030年目標達成に向けて、しっかりと進捗してきております。

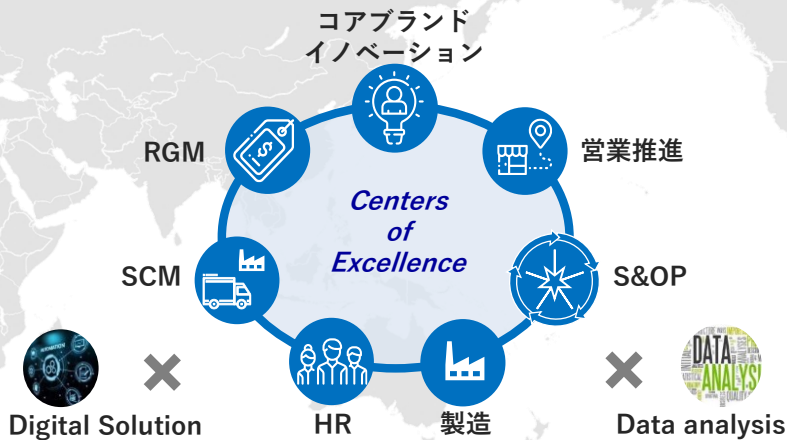
特に「ペットボトル」については、日本では、本年度中の100%サステナブルボトル比率50%達成を目指し、啓発活動の強化、法人企業との取組みを進めています。

海外においても、欧州のスペインでSchweppesに100%サステナブルボトルを導入、また、アジアのベトナムで初の100%サステナブルボトル製品の販売を開始するなど、主力ブランドの100%サステナブルボトル化を更に進めています。なおタイにおいて、今まで禁止されていた飲料へのリサイクルペットボトル使用を、今後解禁することが2022年6月18日に発表され、「ペットボトル」への取り組みが大きく進み始めました。

今後も社会課題の解決に向けて、グループ一丸となってサステナビリティ経営の推進に継続して取り組んでまいります。

8ページをご覧ください。

フルバリューチェーンの総合力を発揮し、
過去最高の売上収益を目指す



RGM: プライスバック、ミックスマネジメント、等
S&OP: 需給予測、管理

©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

8

北半球が第3四半期に最盛期を迎える中、コストの高騰やインフレの進行、コロナ変異株の拡大リスクなど、当社を取り巻く環境は引き続き不透明な状況が続いています。

下半期は全セグメントで更に厳しいコスト環境にさらされる中で、まず需要の拡大を確実に捉えて売り上げを伸ばし、価格改定を含めたRGM施策で柔軟に対応するとともに、不断のコスト削減活動を継続してまいります。日本事業が為替及び原材料価格高騰の影響をより大きく受けることが想定されますが、グローバルポートフォリオの強みを活かし、連結業績予想の達成に向けて活動を強化してまいります。

尚、中間配当は、前年同額の39円とさせていただきます。

私からの説明は以上です。

決算補足説明

常務執行役員 石川一志

石川でございます。

私から、補足説明いたします。

10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	3,059 億円	+79	-	+2.6%	-	141 億円	△34	-	△19.6%	-
APAC	1,746	+258	+126	+17.4%	+7.8%	413	+177	+157	+74.8%	+61.2%
既存事業ベース*	1,712	+295	+168	+20.9%	+10.9%	254	+22	+2	+9.4%	+0.9%
欧州	1,401	+290	+243	+26.1%	+21.0%	233	+45	+36	+23.7%	+18.4%
既存事業ベース*						231	+43	+35	+22.9%	+17.6%
米州	585	+125	+59	+27.1%	+11.3%	74	+16	+7	+26.8%	+11.0%
調整額						△57	△3	△2		
連結	6,790	+752	+508	+12.4%	+8.1%	804	+200	+163	+33.1%	+25.5%
既存事業ベース*	6,756	+789	+549	+13.2%	+8.8%	643	+41	+5	+6.8%	+0.8%

* 売上収益からは譲渡事業の売上収益を、セグメント利益からは非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

セグメント別の業績です。

売上収益は、

- 日本は、第2四半期以降、まん延防止策等重点措置の解除に伴いトレンドが大きく回復し、増収。想定通りの進捗にまで回復。
- 海外は、価格改定を含めたRGM活動が第2四半期も寄与。各セグメントにおいて、大幅な増収を達成。特に、欧州は想定を大きく上回って進捗。

セグメント利益は、

- 全セグメントで、第2四半期以降、原材料価格及びエネルギー価格高騰の影響が更に大きくなる中、増収効果に加え、コストマネジメントを徹底。全社計で、想定を上回る進捗。
- 日本は、為替及び原材料価格高騰の影響が大きく、減益。海外は、価格改定効果による大幅増収でコスト増を吸収し、増益となりました。

11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

3,059 億円	+2.6%	-	141 億円	△19.6%	-
-----------------	-------	---	---------------	--------	---

- 販売数量は、飲料市場 前年比 103%（推定）、当社 107%
引き続きコアブランド集中活動を継続し、上半期販売数量は過去最高を達成、市場シェアを拡大。ブランド別には、「サントリー天然水」、「伊右衛門」、「GREEN DA・KA・RA」が過去最高の販売数量。
トクホ・機能性も、「伊右衛門 濃い味」の増分効果、「特茶」リニューアル効果もあり、トレンド回復。
- 売上収益は、想定通りの進捗にまで回復、増収。自販機・CVS
チャンネル回復遅れに伴うチャンネル構成悪化を、数量増でカバー。
- セグメント利益は、サプライチェーンコスト削減活動等を徹底する
も、為替・原材料価格高騰が第2四半期以降更に大きく影響、減益。



©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

11

日本です。

売上収益は3,059億円、セグメント利益は141億円。

- 飲料市場は、第2四半期以降、まん延防止等重点措置の解除に伴い需要が回復し始めたことに加え、好天の影響もあり、販売数量は前年比**103%**になったと推定。
- 当社は、引き続きコアブランド集中活動を展開。新商品発売やマーケティング活動が貢献した結果、販売数量は前年比**107%**と市場を上回り過去最高を達成、シェアを拡大いたしました。
- 売上収益は、コロナ影響を受けた自販機・CVSチャンネルの回復遅れに伴うチャンネル構成悪化を、販売数量増により吸収し、増収達成。第2四半期累計で、想定通りの進捗にまで回復してきております。
- セグメント利益は、サプライチェーンのコスト改善活動を含め、コストマネジメントを徹底しましたが、第2四半期以降、為替・原材料価格高騰の影響が更に拡大したことにより、減益となりました。

12ページをご覧ください。

売上収益

1,746 億円

増減率

+17.4%

為替中立

+7.8%

セグメント
利益

413 億円

増減率

+74.8%

為替中立

+61.2%

売上収益

増減率

為替中立

飲料事業
(ベトナム)

615 億円

+34.6%

+17.3%

需要拡大が本格化。

「TEA+」、 「Sting」ともに二桁増。市場シェア拡大。

飲料事業
(タイ)

387 億円

+10.6%

+6.0%

コロナ影響が残る中、第2四半期以降トレンド回復、
Pepsiブランドが堅調に推移。市場シェア維持。健康食品
(*1)

173 億円

+7.9%

+3.4%

「BRAND'S Essence of Chicken」への
集中活動が寄与。飲料事業
(オセアニア)

274 億円

+13.1%

+6.7%

エナジーカテゴリーへの集中活動継続、
「V」が堅調に推移。

(*1) 健康食品は、タイ及びインドシナ半島の実績

©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

12

アジアパシフィックです。

売上収益は1,746億円、セグメント利益は413億円。
オセアニアフレッシュコーヒー事業の譲渡益158億円を計上。

- アジアパシフィックは、引き続き一部地域でのコロナ影響が残る中、清涼飲料事業及び健康食品事業のコアブランド集中活動を継続。第2四半期も、ベトナム飲料の需要拡大の本格化が事業を大きく牽引。主力事業における価格改定も寄与し、主力事業全て増収達成。
- セグメント利益は、第2四半期より更に原材料価格高騰の影響を大きく受ける中、増収効果により、増益達成。
- ベトナム飲料は、「TEA+」、 「Sting」 への集中活動が寄与し、引き続き市場シェアを拡大。
- タイ飲料は、第2四半期もコロナ影響が残る中、低糖製品を含めたPepsiブランドへの集中活動を継続し、市場シェアを維持。
- 健康食品事業は、タイ飲料と同様にコロナ影響を受ける中、「BRAND'S Essence of Chicken」への活動を徹底。第2四半期には価格改定も実施し、増収維持。
- オセアニア飲料は、ニュージーランドにおいてコロナ影響が残る中、引き続き「V」へのマーケティング投資を継続、市場シェアを維持。

13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
1,401 億円	+26.1%	+21.0%	233 億円	+23.7%	+18.4%

	売上収益	増減率	為替中立	
フランス	540 億円	+16.9%	+13.0%	業務用市場が力強く回復。「Oasis」、 「Schweppes」、「Orangina」ともに大幅増。 市場シェア拡大。
英国 (*1)	404 億円	+27.8%	+20.0%	需要拡大が継続。堅調な「Lucozade Energy」に加え、 「Lucozade Sport」が大きく増分寄与。
スペイン (*2)	260 億円	+53.2%	+48.1%	業務用市場の回復が本格化。 「Schweppes」は二桁増継続。

(*1) 英国、アイルランド (*2) スペイン、ポルトガル



欧州です。

売上収益1,401億円、セグメント利益は233億円。

- 主要国において、需要拡大が継続したことに加え、好天の影響もあり、フランス、英国、スペインで販売数量が伸長。価格改定を含むRGM活動も貢献し、大幅な増収達成。
- セグメント利益は、原材料価格及びエネルギー価格高騰の影響が第2四半期以降更に大きくなる中、増収効果により吸収し、大幅な増益を達成。
- フランスは、堅調な家庭用チャンネルに加え、業務用チャンネルも力強く回復。リニューアル後1年経過した「Oasis」も引き続き伸長。「Schweppes」、「Orangina」もそれぞれ二桁の成長。
- 英国は、「Lucozade Energy」が堅調に推移していることに加えスポーツイベントや屋外アクティビティ増加に伴い「Lucozade Sport」が引き続き大きく伸長。
- スペインも、第2四半期以降、業務用チャンネルの需要回復が本格化、「Schweppes」は引き続き二桁増。

14ページをご覧ください。

売上収益

585 億円 +27.1% +11.3%

増減率

為替中立

セグメント
利益

74 億円 +26.8% +11.0%

増減率

為替中立

- 家庭用・業務用ともに引き続き堅調に推移
- 数量増及び価格改定効果で増収
- 原材料価格及び人件費高騰の影響を吸収し、増益



©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

14

セグメント別の最後は、米州です。

売上収益は585億円、セグメント利益は74億円。

- ガソリン価格の高騰により、特にCVSチャンネルが影響を受けましたが、家庭用チャンネル・業務用チャンネルともに引き続き堅調に推移。
- 販売数量増に加え、価格改定も含めたRGM活動により、大幅な増収。
- セグメント利益は、増収効果により原材料価格及びエネルギー価格や人件費高騰の影響を吸収し、大幅な増益。

15ページをご覧ください。

SUNTORY

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

以上、2022年度 第2四半期 決算についてご説明いたしました。

私からは以上です。

	2021年 4-6月実績	2022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	3,340 億円	3,830 億円	+490	+305	+14.7%	+8.7%
営業利益	406 億円	587 億円	+181	+154	+44.7%	+35.5%
既存事業ベース 営業利益*	405 億円	430 億円	+24	△3	+6.0%	△0.7%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	215 億円	364 億円	+149	+138	+69.3%	+61.0%

*営業利益から非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

売上収益 2022年四半期別実績(IFRS)

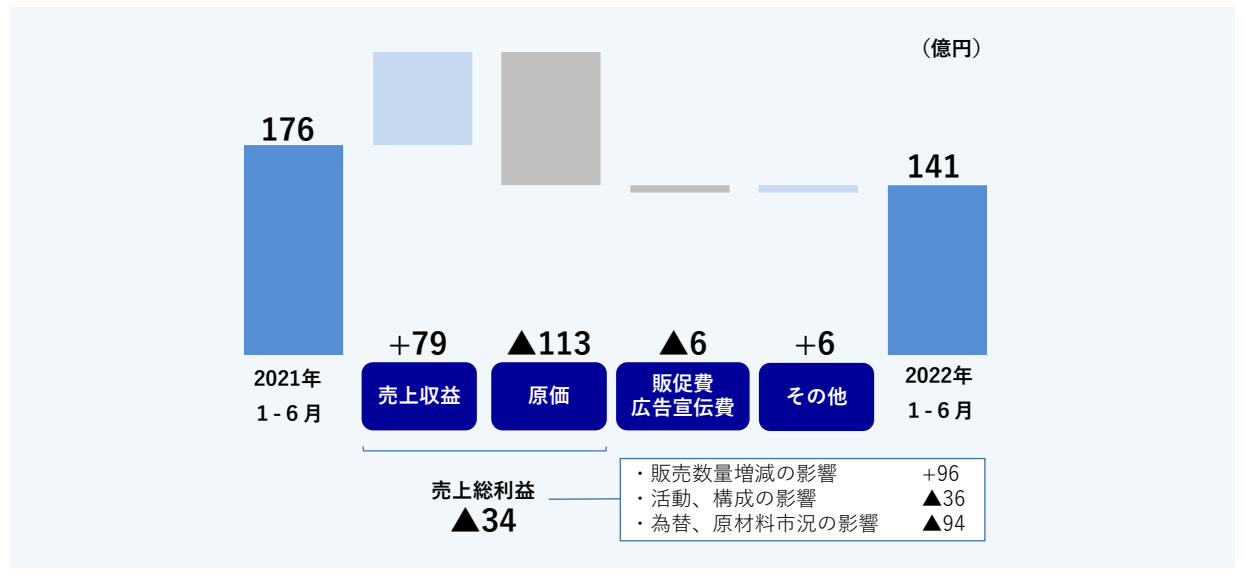
(億円)	第1四半期 (1-3月)	対前年				第2四半期 (4-6月)	対前年			
		増減	為替中立	増減率	為替中立		増減	為替中立	増減率	為替中立
日本	1,340	△2	-	△0.1%	-	1,719	+81	-	+4.9%	-
APAC	830	+94	+62	+12.8%	+8.1%	916	+164	+64	+21.8%	+7.6%
既存事業ベース*	797	+95	+64	+13.6%	+8.7%	915	+200	+104	+28.0%	+12.9%
欧州	532	+115	+105	+27.5%	+24.5%	869	+175	+139	+25.2%	+19.0%
米州	259	+55	+38	+27.1%	+17.1%	326	+70	+21	+27.1%	+7.1%
連結	2,960	+262	+202	+9.7%	+7.3%	3,830	+490	+305	+14.7%	+8.7%
既存事業ベース*	2,928	+263	+204	+9.9%	+7.5%	3,828	+526	+345	+15.9%	+9.9%

* 譲渡事業の売上収益を控除した値

セグメント利益 2022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	26	△14	-	△34.8%	-	115	△21	-	△15.2%	-		
APAC	118	△9	△15	△7.2%	△11.2%	295	+186	+172	+170.5%	+139.4%		
既存事業ベース*	117	△8	△14	△6.6%	△10.6%	137	+30	+16	+28.2%	+13.4%		
欧州	69	+29	+28	+72.1%	+66.4%	164	+16	+9	+10.6%	+5.6%		
既存事業ベース*	67	+27	+26	+68.1%	+62.5%	164	+16	+9	+10.7%	+5.6%		
米州	31	+10	+8	+50.0%	+38.2%	43	+5	△1	+14.1%	△2.7%		
調整額	△27	+2	+2			△30	△5	△4				
連結	216	+18	+9	+9.2%	+4.6%	587	+181	+154	+44.7%	+35.5%		
既存事業ベース*	214	+17	+8	+8.5%	+3.9%	430	+24	△3	+6.0%	△0.7%		

* 非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値



日本

(単位：百万C/S)	2021年第2四半期 累計		2022年第2四半期 累計	
	実績	対前年 増減	実績	対前年 増減
サントリー天然水	55.4	5%	60.7	10%
B O S S	50.0	1%	50.9	2%
伊右衛門	28.0	12%	29.4	5%
GREEN DA・KA・RA	18.5	1%	21.0	14%
サントリー烏龍茶	6.8	△13%	6.6	△3%
P E P S I	7.2	23%	8.3	15%
特定保健用食品 および 機能性表示食品 計	10.1	△4%	12.6	24%
日本事業 販売数量 合計	195.2	3%	208.1	7%

※2022年度より実箱、着荷ベースへ変更

※上記数字には㈱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。

欧州

(単位：百万L)	2021年第2四半期 累計		2022年第2四半期 累計	
	実績	対前年 増減	実績	対前年 増減
オアシス (フランス)	145	17%	166	15%
シュウェップス (フランス)	90	18%	100	11%
オランジーナ (フランス)	88	19%	97	10%
ルコゼード (英国、アイルランド)	192	6%	207	8%
ライビーナ (英国、アイルランド)	45	23%	43	△4%
シュウェップス (スペイン、ポルトガル)	51	16%	62	23%

(円、期中平均)

	2021年 1-6月 実績	2022年 1-6月 実績	2022年 年間予想*
米ドル	107.9	123.2	115.0
ユーロ	129.9	134.4	130.0
英ポンド	149.9	159.6	154.0
シンガポールドル	80.9	90.2	84.0
タイバーツ	3.5	3.7	3.4
ベトナムドン	0.0047	0.0054	0.0050
ニュージーランドドル	77.3	81.6	78.0
豪ドル	83.2	88.6	82.0

* 2022年2月14日に発表した年初予想レート

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。