

2024年度 第1四半期決算説明会

2024年5月13日
サントリー食品インターナショナル株式会社

2024年度 1Q (1-3月) 実績 (IFRS)

	1-3月 実績 (億円)	対前年			
		為替込		為替中立	
		増減(億円)	増減率	増減(億円)	増減率
売上収益	3,717	344	10.2%	136	3.8%
営業利益	339	75	28.5%	47	16.1%
非経常項目	△4	6	—	7	—
既存事業ベース* 営業利益	343	69	25.0%	39	13.0%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	203	57	38.9%	40	24.7%

*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

2024年度 1Q (1-3月) 実績 (IFRS/セグメント別) - 既存事業ベース

売上収益 (億円)	対前年				
	為替込		為替中立		
	増減(億円)	増減率	増減(億円)	増減率	
日本	1,533	75	5.2%	—	—
APAC	985	109	12.5%	43	4.5%
欧州	786	100	14.6%	1	0.2%
米州	401	72	21.8%	31	8.4%
連結	3,705	356	10.6%	150	4.2%

セグメント利益 (億円)	対前年				
	為替込		為替中立		
	増減(億円)	増減率	増減(億円)	増減率	
日本	79	43	121.3%	—	—
APAC	139	13	10.4%	4	2.9%
欧州	117	10	9.6%	△6	△5.0%
米州	43	5	13.6%	0	1.2%
調整額	△35	△3		△2	
連結	343	69	25.0%	39	13.0%

既存事業ベース = 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

売上収益	増減率		セグメント利益	増減率	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
1,533 億円	5.2%	—	79 億円	121.3%	—

- 販売数量は、飲料市場 前年比 100%（推定）、当社 101%
市場同様に天候の影響を受ける中、コアブランド集中活動を継続。
ブランド別には、「サントリー天然水」、「伊右衛門」が好調に推移。
コミュニケーションを刷新した「特茶」も大幅にトレンド改善。
- 売上収益は、販売数量成長を上回る前年比105%。
販売数量増及び価格改定効果が寄与し、増収。
- セグメント利益は、コストマネジメント徹底が寄与し、増益。



既存事業ベース = 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

収益力を伴う事業成長により、コロナ前利益水準を目指す

コアブランド イノベーション

- ・ブランドポートフォリオのさらなる拡大（天然水、BOSS）
- ・緑茶カテゴリーの成長トレンド回帰（伊右衛門）
- ・高収益カテゴリーおよび新領域への果敢な挑戦（特茶）

自販機事業 構造改革

- ・更なる組織再編による、法人営業強化、オペレーション効率化、小売店としての魅力度向上継続

サプライチェーン 構造革新

- ・事業一貫での全体最適なサプライチェーン体制の更なる強靱化
- ・エリア需給の推進による、物流問題対応、安定供給の促進

RGM活動

- ・経済情勢、消費動向を見極めたRGM活動
- ・コスト増吸収に向け、10月より4回目となる価格改定を実行（大型PET、小型PET、等）

売上収益	増減率		セグメント利益	増減率	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
985 億円	12.5%	4.5%	139 億円	10.4%	2.9%

	売上収益	増減率	
		為替込	為替中立
飲料事業 (ベトナム)	396 億円	8.7%	0.9%
飲料事業 (タイ)	257	23.1%	15.4%
健康食品 (*)	89	11.4%	4.5%
飲料事業 (オセアニア)	183	10.8%	2.2%

コアブランド集中活動により、販売トレンド回復。

需要は堅調に推移。「PEPSI」ブランド、「TEA+」の販売数量が伸長。

「BRAND'S Essence of Chicken」、
「BRAND'S Bird's Nest」は販促活動強化が
寄与し、販売トレンド回復。
競争環境が厳しくなる中、エネルギー
カテゴリー「V」への集中活動継続。



(*) 健康食品は、タイ及びインドシナ半島の実績

既存事業ベース=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

欧州：2024年度 1Q(1-3月) 実績 (IFRS) - 既存事業ベース

売上収益	増減率		セグメント利益	増減率	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
786 億円	14.6%	0.2%	117 億円	9.6%	△5.0%

	売上収益	増減率		
		為替込	為替中立	
フランス	288 億円	15.5%	1.7%	競争環境及び景気低迷の影響を受ける中、コアブランド集中活動徹底。「Oasis」「Schweppes」が伸長。
英国 (*1)	239	14.4%	△2.4%	インフレ継続による景気低迷が影響する中、「Lucozade」は前年並みで着地。
スペイン (*2)	125	8.6%	△4.3%	昨年の好天による需要増の反動が影響する中、「Schweppes」への集中活動継続。



(*1) 英国、アイルランド (*2) スペイン、ポルトガル
 既存事業ベース=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

売上収益	増減率		セグメント利益	増減率	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
401 億円	21.8%	8.4%	43 億円	13.6%	1.2%

- 販売数量は、炭酸・非炭酸カテゴリー活動強化、「Gatorade」の販路拡大が寄与し、堅調に推移
- 売上収益は、販売数量増に加え、価格改定を含めたRGM活動も寄与し、増収^(*)
- セグメント利益は、原材料価格、物流費及び人件費増の影響を受ける中、増収効果により、増益



(*) RGM = レベニューグロスマネジメント。プライスパック、ミックスマネジメント、等
 既存事業ベース = 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

(為替中立)

	セグメント別				
	23年				24年
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
日本	9%	6%	11%	8%	5%
APAC	6%	0%	△0%	△1%	5%
欧州	20%	2%	1%	4%	0%
米州	12%	18%	16%	3%	8%
売上収益計	10%	5%	7%	4%	4%

(為替中立)

	事業別				
	23年				24年
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
APAC					
飲料事業 (ベトナム)	23%	1%	△6%	△5%	1%
飲料事業 (タイ)	9%	14%	12%	11%	15%
健康食品	△18%	△20%	△2%	△9%	4%
飲料事業 (オセアニア)	17%	8%	18%	7%	2%
欧州					
フランス	15%	1%	1%	0%	2%
英国	16%	10%	△5%	6%	△2%
スペイン	39%	△12%	4%	5%	△4%

既存事業ベース=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
2023年より、アフリカ事業をAPACから欧州へ移管、増減は前年(2022年)も組み替えたベースで算定

健康食品市場の需要は緩やかに回復傾向
プロモーション強化も寄与し、当社事業も販売トレンド回復
更なるマーケティング投資による成長加速を目指す

Essence of Chicken



1Q(1-3月)
数量前比
103% (*1)

プロモーション強化
- ベネフィット訴求
(カルノシン)(*2)
- サンプルング活動

Bird's Nest



1Q(1-3月)
数量前比
127% (*1)

プロモーション強化
- ギフト訴求
(ソクラーン)(*3)
- インバウンド向け訴求



(*1) タイ実績のみ (*2) 脳の活性化に効果があると言われている成分の一種 (*3) タイの正月

欧州：主要国取り組み

厳しい競争環境の中、コアブランド集中活動に加え
事業ポートフォリオ拡充（エネルギー/RTD）で
市場を上回る成長を目指す

フランス



- ・コアブランド活動強化（「Oasis」「Schweppes」）
（新コミュニケーション投入）
- ・戦略カテゴリー（エネルギー：「CELSIUS」）展開

英国



- ・コアブランド活動強化（「Lucozade」）
- ・新カテゴリー（RTD：「-196」）展開
- ・戦略カテゴリー（エネルギー：「CELSIUS」）展開

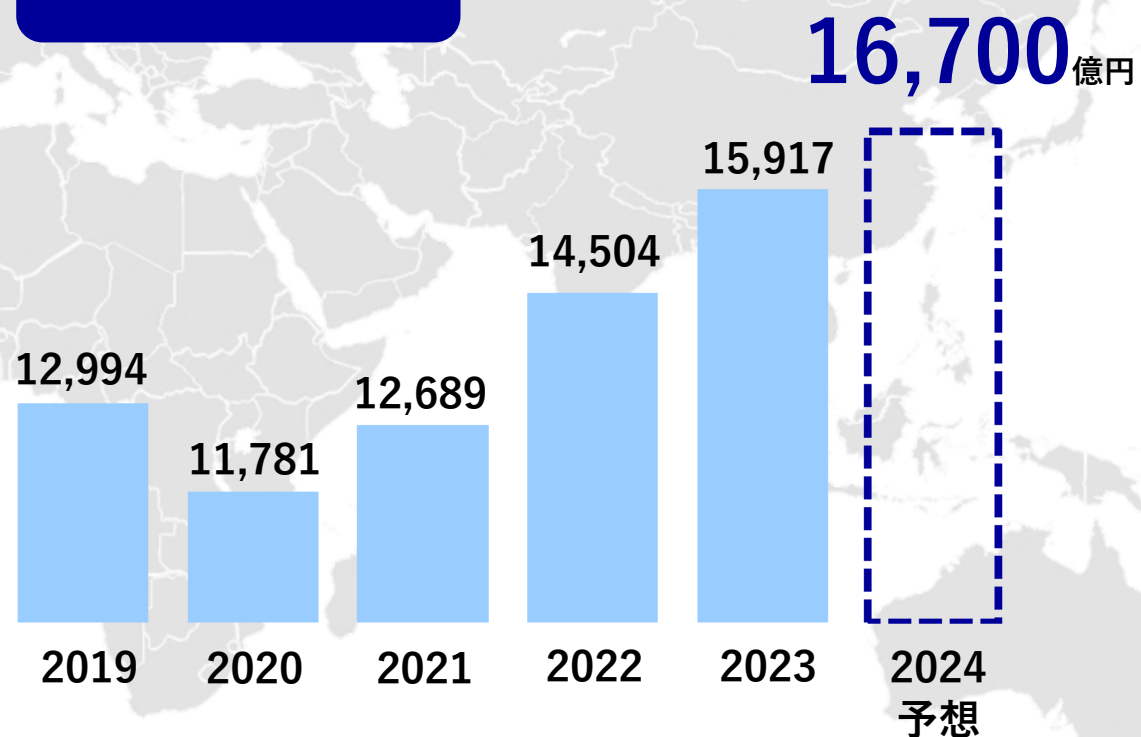
スペイン



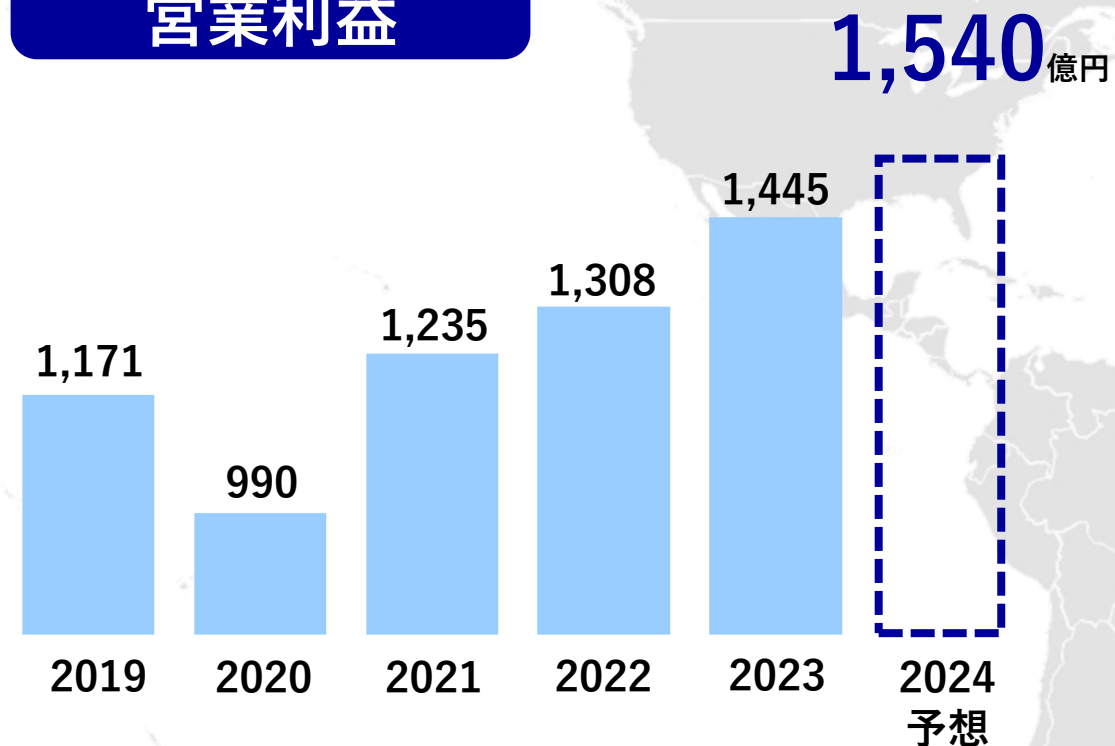
- ・コアブランド活動強化（「Schweppes」）
- ・業務用プロモーション強化

不確実性の高い状況が続く想定の下、増収増益トレンドを維持し、
業績予想の達成・超過を目指す

売上収益



既存事業ベース 営業利益



既存事業ベース = 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

多様な人材を要した強固なマネジメント体制

取締役



代表取締役社長
(CEO)
小野 真紀子



取締役
(SBF COO)
Shekhar Mundlay



取締役
(Japan CEO)
内貴 八郎



取締役
(International CEO)
Peter Harding



取締役
(Japan CEO)
内貴 八郎



APAC
三野 隆之



取締役
宮森 洋



取締役
(常勤監査等委員)
神田 秀樹



社外取締役
中村 真紀



社外取締役
(監査等委員)
増山 美佳



社外取締役
(監査等委員)
三村 まり子



Europe
Pierre Decroix



Americas
Derek Hill

リージョンCEO

SUNTORY

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

(億円)

**1Q
(1-3月)
実績**

内容

営業利益

339

非経常項目

△4

(APAC) △3 (日本) △1.5
(欧州) 0.5

**既存事業ベース
営業利益***

343

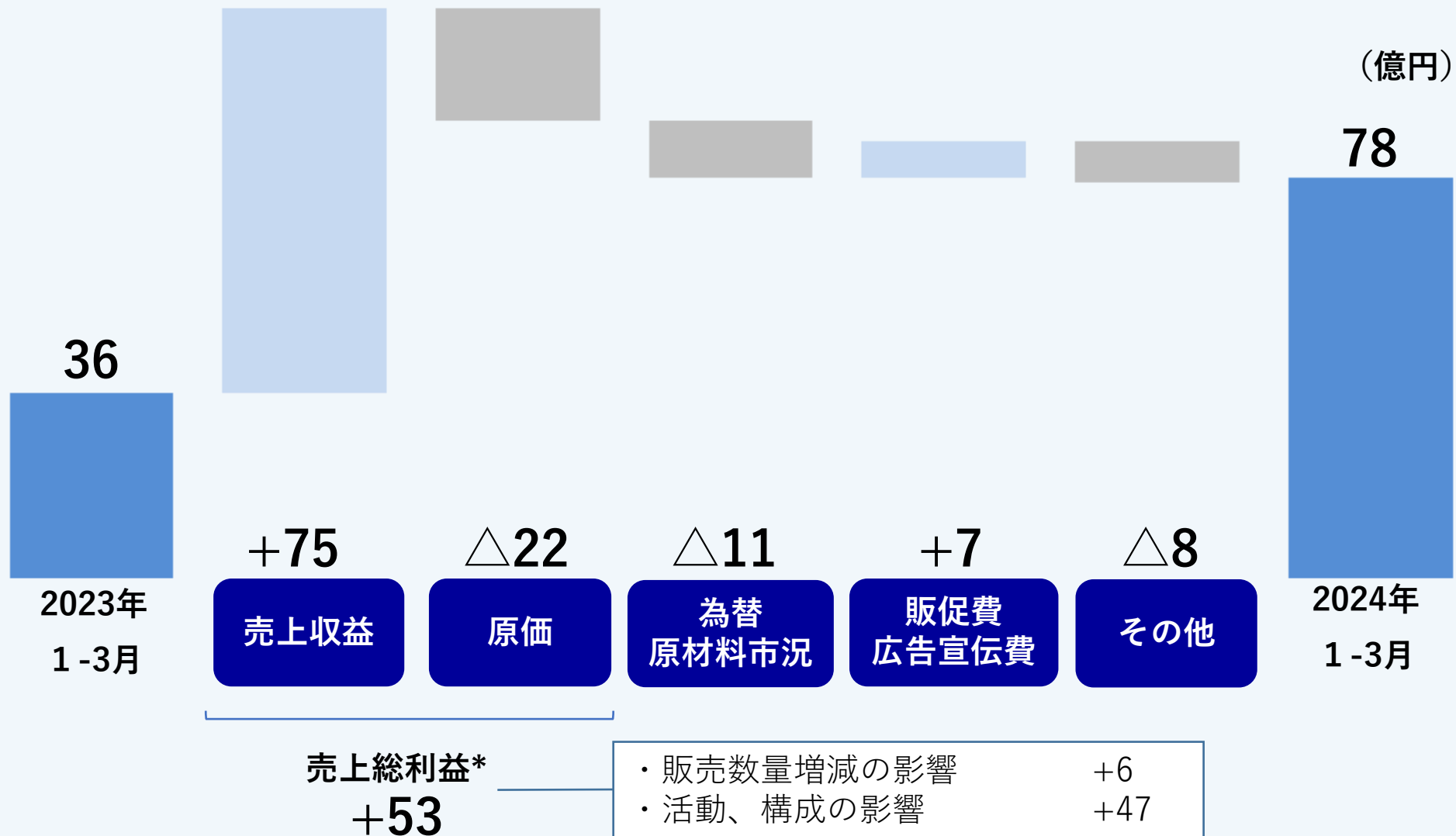
*営業利益から非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

2024年度 1Q (1-3月) 実績 (IFRS/セグメント別)

売上収益 (億円)	対前年				
	為替込		為替中立		
	増減(億円)	増減率	増減(億円)	増減率	
日本	1,533	75	5.2%	—	—
APAC	997	98	10.9%	29	3.0%
欧州	786	100	14.6%	1	0.2%
米州	401	72	21.8%	31	8.4%
連結	3,717	344	10.2%	136	3.8%

セグメント利益 (億円)					
日本	78	42	116.7%	—	—
APAC	136	18	15.4%	10	7.6%
欧州	118	13	12.7%	△3	△2.3%
米州	43	5	13.6%	0	1.2%
調整額	△35	△3		△2	
連結	339	75	28.5%	47	16.1%

日本：2024年度 1Q（1-3月） 利益増減分析



*為替・原材料市況を除く売上総利益

日本

(単位：百万C/S)	2023年第1四半期		2024年第1四半期		2024年 通期予想	
	実績	対前年増減	実績	対前年増減	予想	対前年増減
サントリー天然水	26.6	2%	28.1	6%	139.5	1%
BOSS	24.6	2%	22.6	△8%	101.5	△1%
伊右衛門	11.8	△7%	12.5	5%	55.5	△3%
GREEN DA・KA・RA	7.2	10%	7.0	△3%	48.5	△4%
特定保健用食品 および 機能性表示食品 計	8.3	55%	11.8	10%	37.6	△5%
日本事業 販売数量 合計	91.0	3%	91.7	1%	448.5	△1%

*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。

欧州

(単位：百万L)	2023年 第1四半期		2024年 第1四半期	
	実績	対前年増減	実績	対前年増減
オアシス (フランス)	73	13%	74	2%
シュウェップス (フランス)	38	4%	40	4%
オレンジーナ (フランス)	40	9%	36	△10%
ルコゼード (英国、アイルランド)	99	5%	98	△1%
ライビーナ (英国、アイルランド)	20	2%	18	△11%
シュウェップス (スペイン、ポルトガル)	26	25%	25	△3%

(円、期中平均)

	2023年 1-3月実績	2024年 1-3月実績	2024年 年間予想
米ドル	132.4	148.7	145.0
ユーロ	142.2	161.4	158.0
英ポンド	161.0	188.6	184.0
シンガポールドル	99.4	110.9	108.0
タイバーツ	3.9	4.2	4.2
ベトナムドン	0.0056	0.0061	0.0060
ニュージーランドドル	83.4	91.0	87.0
豪ドル	90.6	97.7	94.0

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。