

2024年度 第2四半期決算説明会

2024年8月8日
サントリー食品インターナショナル株式会社

2024年度 上期の振り返り

代表取締役社長 小野真紀子

2024年度 上期（1-6月）実績（IFRS）

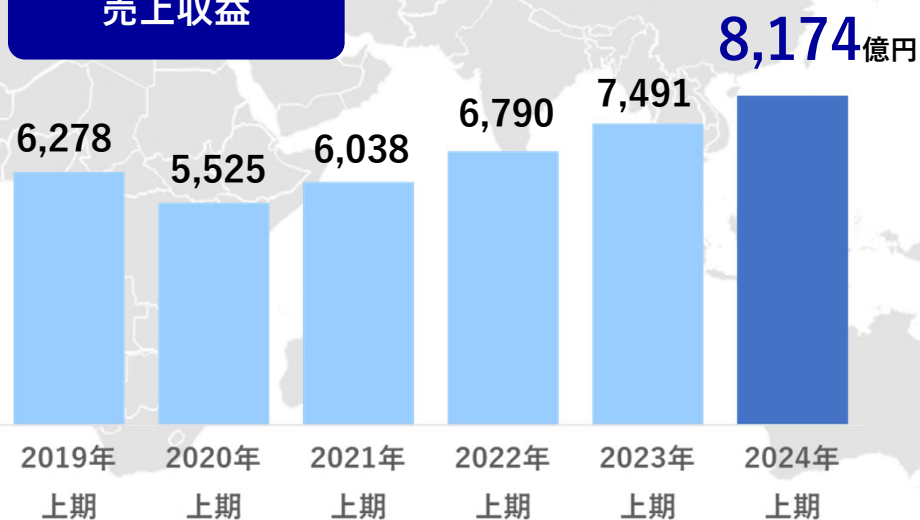
	1-6月 実績 (億円)	対前年			
		為替込		為替中立	
		増減(億円)	増減率	増減(億円)	増減率
売上収益	8,174	682	9.1%	231	2.9%
営業利益	809	121	17.6%	59	7.8%
非経常項目	△13	3	—	5	—
既存事業ベース* 営業利益	822	118	16.7%	54	7.1%
親会社の所有者に 帰属する中間利益	465	81	21.2%	46	11.0%

*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

2024年度 上期(1-6月)実績 (IFRS)

厳しい事業環境が続く中、売上収益・既存事業ベース営業利益
ともに想定を上回る進捗

売上収益



既存事業ベース 営業利益



コアブランド集中活動継続

ポートフォリオ拡充

日本

タイ

オーストラリア フランス

英国

天然水



103%

伊右衛門



99%

BRAND'S
Essence of
Chicken



109%

V



103%

Oasis



104%

+

CELSIUS



-196



上期
販売数量
前年比

(出典) 販売数量前年比：日本は実箱ベース

将来の成長に向けた設備投資・事業ポートフォリオ拡大

将来の成長へむけた生産能力の強化

日本



2024年5月
北アルプス信濃の森工場新ライン増設

2026年春（予定）
高砂工場 ライン増設/自動倉庫新設

APAC

2025年10月（予定）
ベトナム 工場新設
タイ 新ライン増設



事業ポートフォリオ拡大

APAC



オーストラリア新工場

2024年下期 飲料製造開始

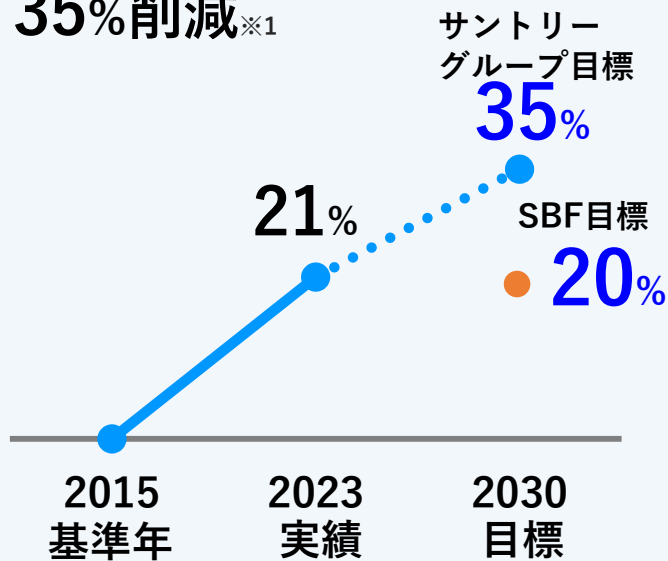
2025年上期（予定） RTD製造開始



2030年目標の実現に向けて、活動を本格化

水

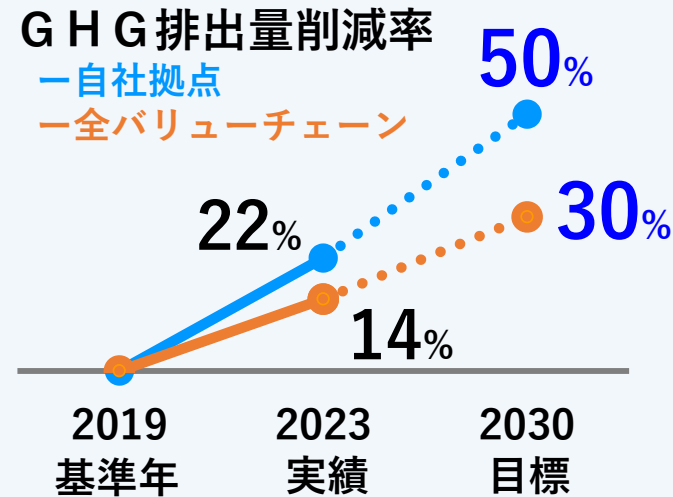
自社工場の水使用量の
原単位をグローバルで
35%削減※1



温室効果ガス

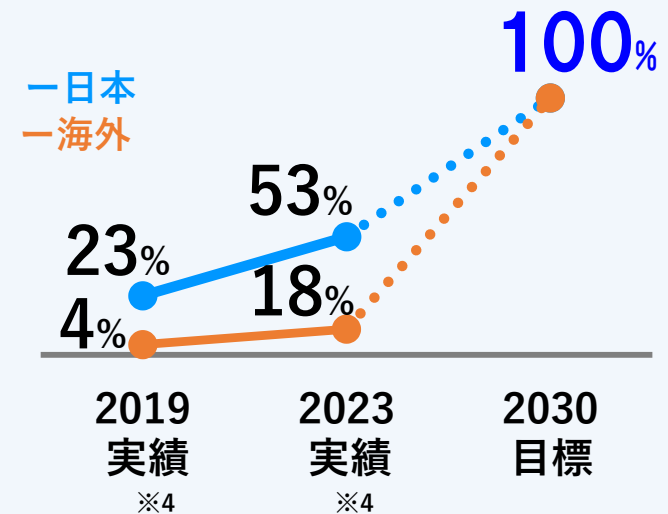
自社拠点50%削減※2

全バリューチェーン30%削減※2



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



※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 サステナブル素材 (リサイクル素材あるいは植物由来素材) の使用比率 (重量ベース)

真のグローバル飲料企業として、質の高い成長を目指す

オーガニック成長

売上収益成長率	営業利益成長率	営業利益率	フリーキャッシュフロー ^(*2)
平均年率 1桁台半ば ^(*1)	平均年率 1桁台後半 ^(*1)	2026年迄に 10%超	2026年に 1,400億円強

成長投資

3,000億円～6,000億円

M&A / 戦略的な設備投資(サステナビリティ投資含む) / 戦略ブランドグローバル展開

配当政策

2024年度以降、目標配当性向**40%以上**^(*3)

(*1) 2023年を起点、為替中立

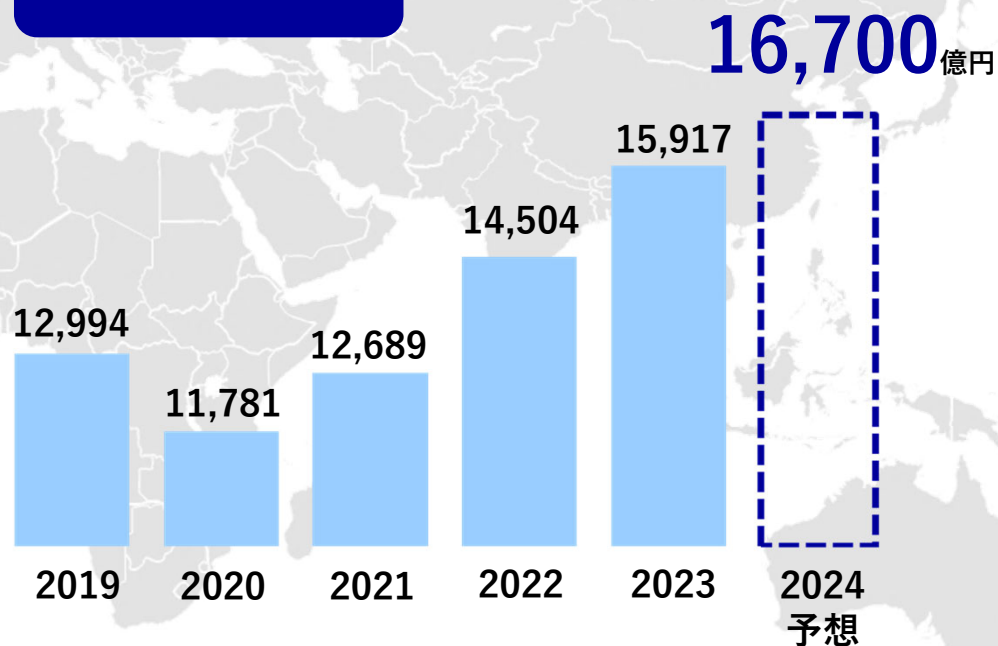
(*2) フリーキャッシュフロー=営業キャッシュフロー - 投資キャッシュフロー

(*3) 親会社の所有者に帰属する当期利益に対する連結配当性向の目安

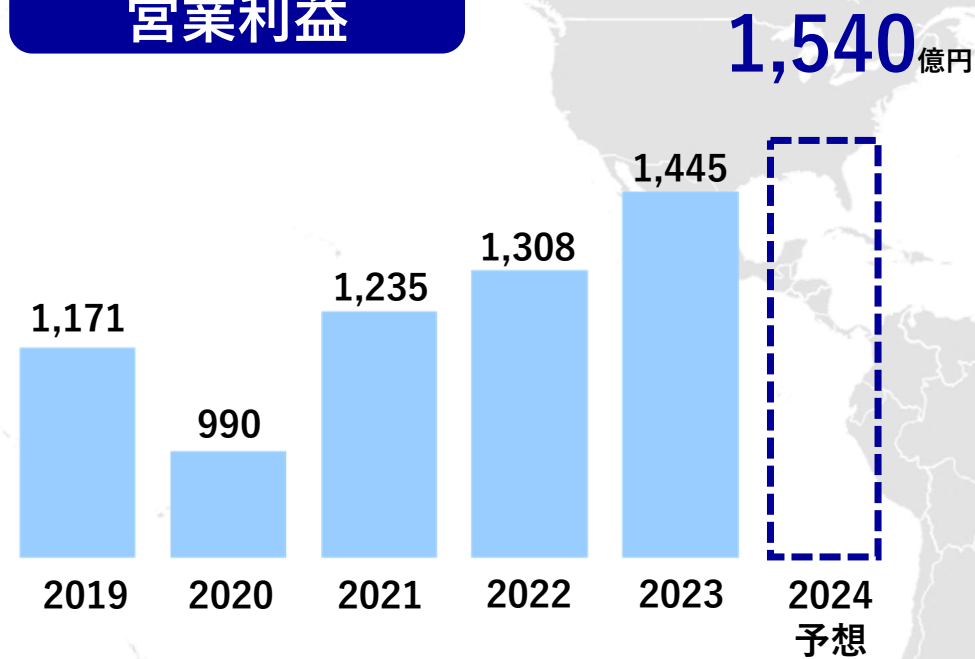
2024年度 下期にむけて

厳しい競争環境が続く想定の下、増収増益を維持し、
年初に掲げた業績予想の達成・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

決算補足説明

常務執行役員 大塚徳明

2024年度 上半期（1-6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	3,434	152	4.6%	—	—
APAC	2,011	239	13.5%	109	5.7%
欧州	1,825	181	11.0%	△41	△2.2%
米州	891	153	20.7%	58	6.9%
連結	8,162	670	8.9%	277	3.5%

セグメント利益 (億円)					
日本	225	55	32.3%	—	—
APAC	282	44	18.5%	28	11.1%
欧州	282	17	6.3%	△21	△6.9%
米州	110	16	17.2%	4	3.8%
調整額	△78	△14		△12	
連結	822	118	16.7%	54	7.1%

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

日本：2024年度 上半期（1-6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
3,434 億円	4.6%	—	225 億円	32.3%	—

- 販売数量は、飲料市場 前年比 100%（推定）、当社 100%
ブランド別には、「サントリー天然水」が好調に推移。
「特茶」も、第1四半期に引き続き好調に推移。
- 売上収益は、販売数量成長を上回る前年比105%。
ブランド及び各チャネルの重点活動、ミックス改善、価格改定効果も寄与し、増収。
- セグメント利益は、増収効果、コストマネジメント徹底も寄与し増益。



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

APAC : 2024年度 上半期 (1-6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
2,011 億円	13.5%	5.7%	282 億円	18.5%	11.1%

	売上収益	増減率		
		為替込	為替中立	
飲料事業 (ベトナム)	805 億円	10.4%	3.9%	コアブランド集中活動により、販売トレンド回復。
飲料事業 (タイ)	553	18.5%	11.1%	需要は堅調に推移。「PEPSI」ブランド、「TEA+」の販売数量が伸長。
健康食品 (*)	183	20.6%	13.1%	「BRAND'S Essence of Chicken」、 「BRAND'S Bird's Nest」は引き続き販売トレンドが回復。
飲料事業 (オセアニア)	358	12.8%	2.5%	競争環境が厳しくなる中、エネルギー カテゴリ「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

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

BRAND'S Essence of Chicken



上期(1-6月) プロモーション強化
 数量前比 数量前比
 (*1) (カルノシン) (*2)
109%
 - 若年層向けマーケティング
 (BRAIN CAMP)



BRAND'S Bird's Nest



上期(1-6月) プロモーション強化
 数量前比 数量前比
 (*1) - ギフト訴求
141%
 - 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

欧州：2024年度 上半期（1-6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
1,825 億円	11.0%	△2.2%	282 億円	6.3%	△6.9%

	売上収益	増減率		
		為替込	為替中立	
フランス	695 億円	12.0%	△0.8%	競争環境の影響を受ける中、コアブランド集中活動徹底。「Oasis」が伸長。
英国 (*1)	503	5.7%	△8.6%	工場稼働率低下の影響を受ける中、「Lucozade」への集中活動継続。
スペイン (*2)	327	12.2%	△0.6%	「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

欧州：概況

売上収益 成長率

(前年 増減率、為替中立)

	23年 10-12月	24年 1-3月	24年 4-6月
欧州 (*1)	4%	0%	△4%
フランス	0%	2%	△3%
英国 (*2)	6%	△2%	△14%
スペイン (*3)	5%	△4%	2%

(*1) 既存事業ベース売上収益 成長率

(*2) 英国、アイルランド

(*3) スペイン、ポルトガル

現状及び下期以降の対策

現状

需要減・競争環境激化・PB加速・天候不順が影響

フランス：競争環境激化、PB加速

英国：工場稼働率低下がサプライチェーンに影響

スペイン：業務用チャンネルにおける需要減、
競争環境激化

下期 以降の 対策

コアブランド集中・ポートフォリオ拡充（エネルギー/RTD）

フランス：ポートフォリオ拡充（エネルギー「CELSIUS」）

英国：サプライチェーンの立て直し

ポートフォリオ拡充（エネルギー「CELSIUS」）

（新カテゴリー「-196」）

スペイン：飲用機会の拡大、フレーバー展開の販促

米州：2024年度 上半期実績 (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
891 億円	20.7%	6.9%	110 億円	17.2%	3.8%

- 販売数量は、炭酸（「PEPSI」）・非炭酸（「GATORADE」「CELSIUS」）カテゴリー活動強化が寄与し、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

SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

2024年度 上半期（1-6月）実績(IFRS) 非経常項目詳細

(億円)	上期 (1-6月) 実績	内容
営業利益	809	
非経常項目	△13	(APAC) △5 (日本) △2 (欧州) △5
既存事業ベース 営業利益*	822	

*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年四半期別実績 (IFRS/セグメント別) - 既存事業ベース

	第1四半期 (億円) (1-3月)	対前年				第2四半期 (4-6月)	対前年			
		為替込		為替中立			為替込		為替中立	
		増減	増減率	増減	増減率		増減	増減率	増減	増減率
売上収益										
日本	1,533	75	5.2%	—	—	1,901	77	4.2%	—	—
APAC	985	109	12.5%	43	4.5%	1,026	130	14.4%	66	6.9%
欧州	786	100	14.6%	1	0.2%	1,039	81	8.4%	△42	△3.9%
米州	401	72	21.8%	31	8.4%	490	81	19.9%	27	5.7%
連結	3,705	356	10.6%	150	4.2%	4,457	314	7.6%	127	2.9%
セグメント利益										
日本	79	43	121.3%	—	—	146	12	8.6%	—	—
APAC	139	13	10.4%	4	2.9%	143	31	27.5%	24	20.5%
欧州	117	10	9.6%	△6	△5.0%	165	6	4.1%	△15	△8.2%
米州	43	5	13.6%	0	1.2%	68	11	19.7%	4	5.6%
調整額	△35	△3		△2		△43	△11		△10	
連結	343	69	25.0%	39	13.0%	479	49	11.4%	15	3.2%

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

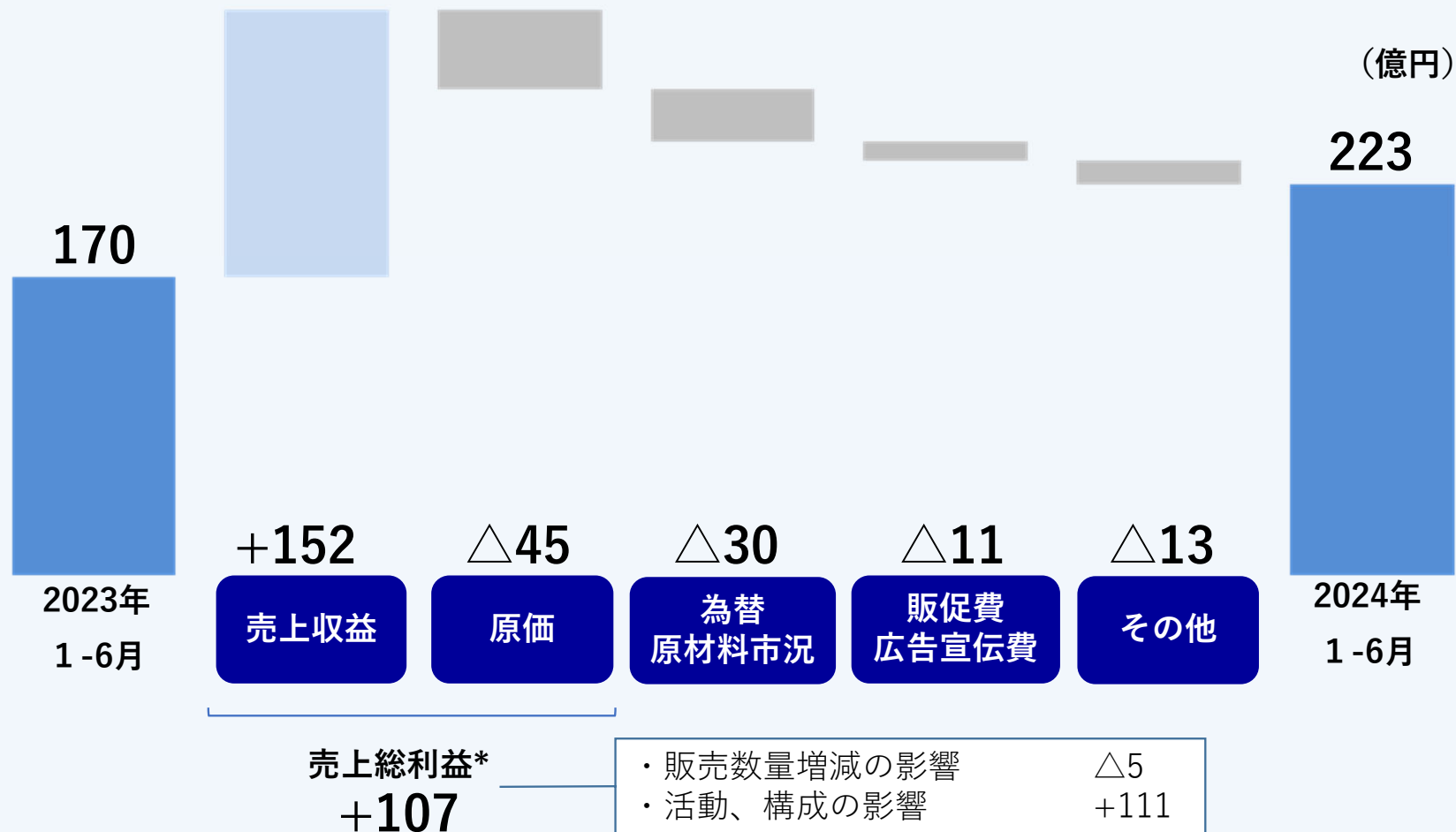
2024年度 上半期（1-6月）実績（IFRS/セグメント別）

		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 (億円)					
日本	3,434	152	4.6%	—	—
APAC	2,023	196	10.7%	62	3.2%
欧州	1,825	181	11.0%	△41	△2.2%
米州	891	153	20.7%	58	6.9%
連結	8,174	682	9.1%	231	2.9%
セグメント利益 (億円)					
日本	223	53	30.9%	—	—
APAC	277	52	23.1%	37	15.5%
欧州	277	14	5.4%	△23	△7.7%
米州	110	16	17.2%	4	3.8%
調整額	△78	△14		△12	
連結	809	121	17.6%	59	7.8%

2024年四半期別実績 (IFRS/セグメント別)

	第1四半期 (億円) (1-3月)	対前年				第2四半期 (4-6月)	対前年			
		為替込		為替中立			為替込		為替中立	
		増減	増減率	増減	増減率		増減	増減率	増減	増減率
売上収益										
日本	1,533	75	5.2%	—	—	1,901	77	4.2%	—	—
APAC	997	98	10.9%	29	3.0%	1,027	99	10.6%	33	3.4%
欧州	786	100	14.6%	1	0.2%	1,039	81	8.4%	△42	△3.9%
米州	401	72	21.8%	31	8.4%	490	81	19.9%	27	5.7%
連結	3,717	344	10.2%	136	3.8%	4,457	338	8.2%	95	2.2%
セグメント利益										
日本	78	42	116.7%	—	—	146	11	8.1%	—	—
APAC	136	18	15.4%	10	7.6%	141	34	31.6%	28	24.3%
欧州	118	13	12.7%	△3	△2.3%	159	1	0.6%	△20	△11.2%
米州	43	5	13.6%	0	1.2%	68	11	19.7%	4	5.6%
調整額	△35	△3		△2		△43	△11		△10	
連結	339	75	28.5%	47	16.1%	471	46	10.8%	12	2.6%

日本：2024年度 上半期（1-6月） 利益増減分析



*為替・原材料市況を除く売上総利益

主要ブランド販売数量

日本

(単位：百万C/S)	2023年第2四半期		2024年第2四半期		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	62.9	3%	65.1	3%	139.5	1%
BOSS	50.7	△0%	47.2	△7%	101.5	△1%
伊右衛門	26.3	△11%	26.2	△1%	55.5	△3%
GREEN DA・KA・RA	21.8	4%	21.1	△3%	48.5	△4%
特定保健用食品 および 機能性表示食品 計	18.5	45%	20.1	9%	37.6	△5%
日本事業 販売数量 合計	210.8	1%	210.1	△0%	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2四半期		2024年 第2四半期	
	実績	対前年 増減	実績	対前年 増減
オアシス (フランス)	169	1%	175	4%
シュウェップス (フランス)	95	△5%	92	△3%
オレンジーナ (フランス)	96	△1%	93	△3%
ルコゼード (英国、アイルランド)	221	7%	198	△10%
ライビーナ (英国、アイルランド)	43	△1%	38	△11%
シュウェップス (スペイン、ポルトガル)	62	△1%	59	△4%

主要為替レート

(円、期中平均)

	2023年 1-6月実績	2024年 1-6月実績	2024年 年間予想
米ドル	135.0	152.4	145.0
ユーロ	145.9	164.8	158.0
英ポンド	166.7	192.9	184.0
シンガポールドル	101.0	113.1	108.0
タイバーツ	4.0	4.2	4.2
ベトナムドン	0.0057	0.0061	0.0060
ニュージーランドドル	84.2	92.8	87.0
豪ドル	91.3	100.3	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。