

# 2023年度 第1四半期決算説明会

2023年5月11日  
サントリー食品インターナショナル株式会社

サントリー食品インターナショナル、大塚です。

本日はお忙しい中、お時間をいただき誠にありがとうございます。

それでは早速、2023年度第1四半期決算についてご説明いたします。

2ページをご覧ください。

(億円)	2023年 1-3月 実績	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	3,372	+412	+13.9%	+263	+8.4%
営業利益	264	+47	+22.0%	+28	+12.0%
非経常項目	△5	△11	-	△11	-
既存事業ベース* 営業利益	268	+58	+27.6%	+40	+17.3%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	146	+22	+18.1%	+12	+9.3%

\*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

©2023 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

2

売上収益は3,372億円、前年同期比13.9%増、為替中立で8.4%増。

営業利益264億円、前年同期比22.0%増、為替中立で12.0%増。

非経常的な要因を除いて計算した既存事業ベース営業利益は268億円、前年同期比27.6%増、為替中立で17.3%増。

親会社の所有者に帰属する四半期利益は146億円、前年同期比18.1%増、為替中立で9.3%増となりました。

第1四半期は、日本における人流の回復や海外における需要増が継続する中、全セグメントでコアブランド集中活動を徹底した結果、主要市場において引き続き販売数量が伸長。日本の昨年10月からのPET製品の価格改定、海外での機動的な価格改定も寄与し、全セグメントで増収を達成。

想定通りに、原材料高及び為替変動等のコスト増の影響を受けましたが、増収効果及びコストマネジメントにより吸収し、全社計で増益達成。

売上収益、営業利益ともに想定を上回り、好調なスタートとなりました。

3ページをご覧ください。



(出典) ブランド前年比：当社数量 出荷ベース  
※2023年1月～3月累計  
※日本は実箱ベース、着荷ベース

コアブランドイノベーションの取組みについて、ご説明いたします。

2023年も、コアブランドイノベーションの進化を目指し、全セグメントで取り組みを強化。売上収益の更なる成長を目指し取り組んでおります。

日本においては、「サントリー天然水」、「BOSS」、「GREEN DA・KA・RA」が、新商品発売やマーケティング活動強化が寄与し好調に推移。

APACでは、ベトナムの「TEA+」、「Sting」、オセアニアの「V」が引き続き高い成長率を維持。

欧州では、フランスの「Oasis」、スペインの「Schweppes」が、ブランド活動強化により、引き続き二桁増を維持。

主要市場における需要の変化をいち早く捉え、コアブランドイノベーションを継続した成果が着実に出てきております。

4ページをご覧ください。

(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
<b>売上収益</b>					
日本	1,458	+118	+8.8%	+118	+8.8%
APAC	899	+128	+16.6%	+50	+5.9%
欧州	686	+146	+26.9%	+115	+20.1%
米州	329	+70	+27.2%	+35	+11.7%
連結	3,372	+462	+15.9%	+317	+10.4%
<b>セグメント利益</b>					
日本	36	+10	+39.0%	+10	+39.0%
APAC	120	+6	+5.3%	△6	△4.6%
欧州	107	+40	+59.1%	+37	+52.5%
米州	37	+7	+22.0%	+3	+7.2%
調整額	△32	△5		△4	
連結	268	+58	+27.6%	+40	+17.3%

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

©2023 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

4

セグメント別の業績です。

以降、セグメント別の説明に関しましては、非経常的な要因を除いた既存事業ベース、為替中立でご説明いたします。

売上収益は、

- 全セグメントで増収。
- 日本は、販売数量増、10月からのPET製品の価格改定が寄与し、増収。
- 海外は、需要が堅調に推移する中、機動的な価格改定を含めたRGM活動の徹底も寄与し、全てのセグメントで増収。

セグメント利益は、

- 日本、欧州、米州で、増収効果及びコストマネジメント徹底によりコスト増を吸収し、増益。
- APACは、清涼飲料事業が増益となる中、健康食品事業の減収が影響し、減益。

5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	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
1,458 億円	+8.8%	-	36 億円	+39.0%	-

- 販売数量は、飲料市場 前年比 100% (推定)、当社 103%  
コアブランド集中活動徹底により、全チャンネルで市場成長を上回り、市場シェア拡大。ブランド別には、「サントリー天然水」、「BOSS」、「GREEN DA-KA-RA」が好調に推移。
- 売上収益は、販売数量成長を上回る前年比109%の増収で着地。  
22年10月より実施したPET製品の価格改定が大きく寄与。
- セグメント利益は、原材料高及び円安影響を想定通り受ける中、増収及びコストマネジメント徹底により増益



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

©2023 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

5

日本です。

売上収益は1,458億円、セグメント利益は36億円。

- 飲料市場は、昨年10月からのPET製品価格改定の影響を受ける中、人流の回復や好天の影響もあり、販売数量は100%と前年並みで着地したと推定。
- 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も寄与し、販売数量は前年比103%と伸長。全チャンネルで市場成長を上回り、シェアを更に拡大いたしました。
- 売上収益は、価格改定効果が大きく寄与し、数量成長を上回る前年比109%の増収で着地。価格改定による単価改善の成果が着実に出ております。
- セグメント利益は、原材料高及び円安影響を吸収し、増益。

6ページをご覧ください。

売上収益

899 億円

増減率

為替込

為替中立

+16.6%

+5.9%

セグメント  
利益

120 億円

増減率

為替込

為替中立

+5.3%

△4.6%

売上収益

364 億円

増減率

為替込

為替中立

+34.9%

+22.6%

飲料事業  
(ベトナム)

堅調な需要が継続する中、一般店チャンネルが引き続き伸長。「TEA+」、  
「Sting」含め、主要ブランドが伸長。2月実施の価格改定も寄与。

飲料事業  
(タイ)

209

+20.9%

+8.8%

需要は堅調に推移、「PEPSI」ブランド、「TEA+」、  
が伸長。昨年からの機動的な価格改定も寄与。

健康食品  
(\*1)

80

△8.5%

△17.7%

インフレ影響もあり、需要は引き続き減少。  
「BRAND'S Essence of Chicken」の活動を  
更に強化。

飲料事業  
(オセアニア)

165

+25.2%

+17.3%

「V」の活動強化、「BOSS」も好調に推移。  
2月からの価格改定も寄与。

(\*1) 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



©2023 SUNTORY BEVERAGE &amp; FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

6

アジアパシフィック。

売上収益は899億円、セグメント利益は120億円。

- アジアパシフィックでは、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。健康食品事業の回復に時間がかかっている中、ベトナム飲料の力強い伸長が事業を牽引したことに加え、オセアニア飲料やタイ飲料も増分に寄与しました。
- 売上収益は、主要市場における機動的な価格改定も寄与し、増収。
- セグメント利益は、健康食品事業の減収の影響が大きく、減益となりました。
- ベトナム飲料は、一般店チャンネルが引き続き伸長。「TEA+」、  
「Sting」への集中活動が寄与し、販売数量が大きく伸長。
- タイ飲料は、需要が堅調に推移する中、「PEPSI」ブランド、  
「TEA+」が伸長。
- 健康食品事業は、インフレ影響による需要減少が続いている中、  
「BRAND'S Essence of Chicken」への活動を徹底、販売トレンドは  
徐々に回復してきております。

- オセアニア飲料は、引き続き「V」へのマーケティング投資を継続。「BOSS」も好調に推移しました。

7ページをご覧ください。

売上収益

686 億円 +26.9% +20.1%

増減率

為替込 為替中立

セグメント  
利益

107 億円 +59.1% +52.5%

増減率

為替込 為替中立

売上収益

増減率

為替込 為替中立

フランス 249 億円 +25.2% +14.8%

家庭用・業務用の堅調な需要が継続。「Oasis」、  
「Schweppes」、「Orangina」が引き続き大きく伸長。  
市場シェアも拡大。3月からの価格改定も寄与。

英国  
(\*1) 209 +20.0% +16.3%

堅調な需要が継続。「Lucozade」、「Ribena」が  
伸長。昨年12月からの価格改定も寄与。

スペイン  
(\*2) 115 +51.5% +38.9%

好天の影響や、業務用の需要拡大が継続。  
「Schweppes」も二桁増。  
昨年11月からの価格改定も寄与。



(\*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

©2023 SUNTORY BEVERAGE &amp; FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

7

欧州です。

売上収益686億円、セグメント利益は107億円。

- 第1四半期も、引き続き主要国において、堅調な需要が継続。コアブランド集中活動を強化したことにより、主要国の販売数量が伸長。
- 売上収益は、価格改定も寄与し、増収。
- セグメント利益は、原材料高及びエネルギー価格上昇の影響を受ける中、増収及びコストマネジメント徹底により、増益を達成。
- フランスは、家庭用及び業務用において堅調な需要が継続。主力ブランド「Oasis」、「Schweppes」及び「Orangina」の販売数量が引き続き伸長し、シェアを拡大。
- 英国は、引き続き堅調な需要に支えられ、主力ブランド「Lucozade」、「Ribena」が伸長。
- スペインは、業務用の需要拡大が継続したことに加え、好天の影響もあり、「Schweppes」が引き続き二桁増と大きく伸長。

8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	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
329 億円	+27.2%	+11.7%	37 億円	+22.0%	+7.2%

- 家庭用・業務用ともに引き続き堅調な需要が継続
- 炭酸・非炭酸カテゴリーの活動強化、「Gatorade」の販路拡大が寄与し、販売数量は堅調に推移
- 価格改定効果が大きく寄与し、増収
- 原材料高や人件費増の影響を吸収し、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

©2023 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

8

米州です。

売上収益は329億円、セグメント利益は37億円。

- 第1四半期も、堅調な需要が継続。炭酸・非炭酸カテゴリーの活動強化に加え、特に「Gatorade」の販路拡大が増分寄与。家庭用チャネル・業務用チャネルともに販売数量が堅調に推移。
- 価格改定も含めたRGM活動も寄与し、増収。
- セグメント利益は、原材料高及び人件費増の影響を受ける中、増収及びコスト削減活動により、増益。

9ページをご覧ください。

# SUNTORY

## SUNTORY BEVERAGE & FOOD

©2023 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

9

以上、2023年度 第1四半期 決算についてご説明いたしました。

これまで取り組んできたコアブランドイノベーション、RGM活動、各セグメントでの構造改革は、着実に成果が出てきており、更なる事業成長に向けた手ごたえを感じております。

今後の経済状況、需要の変化、コスト変化など、不確実性の高い状況が継続するとの想定のもと、引き続き、全セグメントでのコアブランド集中活動、SCM活動を含めたコストマネジメントの徹底等、やるべきことをやりぬき、業績予想の達成に向けて着実に取り組んでまいります。

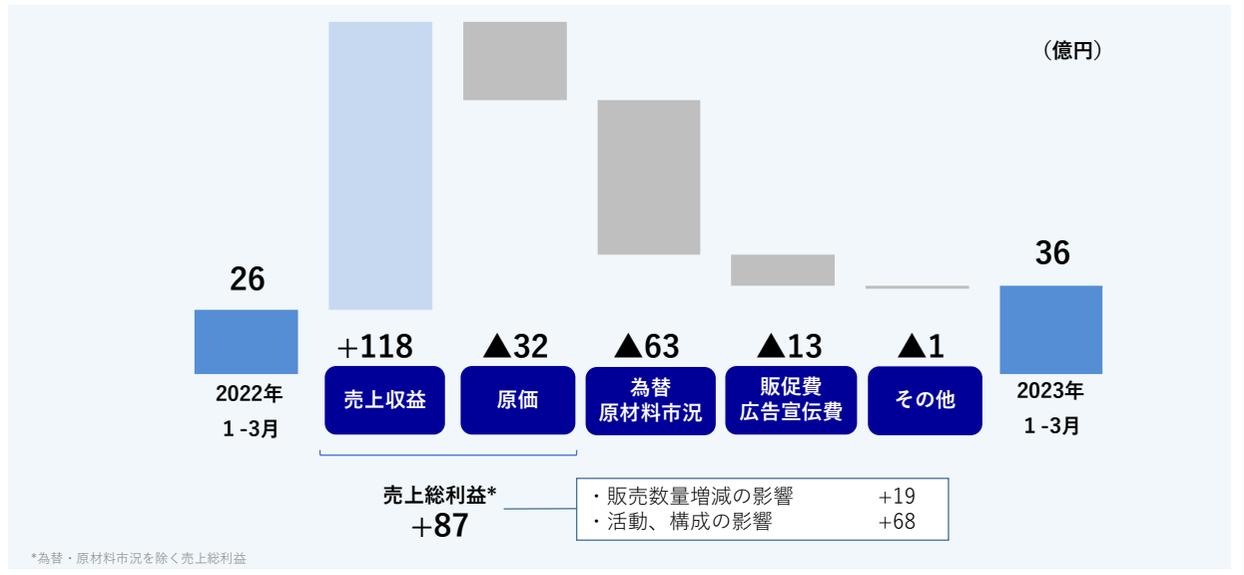
最後に、ご報告の通り、3月24日付で、小野が新たに代表取締役社長として就任し、新経営体制がスタートしております。新体制のもと、サントリー食品インターナショナル一丸となって、現行の中期経営計画の最終年度を仕上げてまいります。

私からは以上です。

(億円)	2023年 1-3月 実績	内容
営業利益	264	
非経常項目	▲ 5	APAC ▲2 欧州 ▲3
既存事業ベース 営業利益	268	

(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
<b>売上収益</b>					
日本	1,458	+118	+8.8%	+118	+8.8%
APAC	899	+95	+11.9%	+15	+1.7%
欧州	686	+128	+23.0%	+95	+16.0%
米州	329	+70	+27.2%	+35	+11.7%
連結	3,372	+412	+13.9%	+263	+8.4%
<b>セグメント利益</b>					
日本	36	+10	+39.0%	+10	+39.0%
APAC	118	+3	+2.9%	△9	△6.8%
欧州	104	+32	+43.5%	+28	+36.7%
米州	37	+7	+22.0%	+3	+7.2%
調整額	△32	△4		△4	
連結	264	+47	+22.0%	+28	+12.0%

\* 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



## 日本

(単位：百万C/S)	2022年第1四半期		2023年第1四半期		2023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	26.0	7%	26.6	2%	132.0	2%
B O S S	24.1	4%	24.6	2%	102.0	△2%
伊右衛門	12.6	4%	11.8	△7%	63.0	2%
GREEN DA・KA・RA	6.5	5%	7.2	10%	48.0	△1%
サントリー烏龍茶	2.8	△8%	3.0	7%	15.0	1%
P E P S I	3.5	22%	3.7	4%	17.0	△2%
特定保健用食品 および 機能性表示食品 計	5.4	12%	8.3	55%	47.0	45%
日本事業 販売数量 合計	88.3	4%	91.0	3%	445.0	0%

\*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)	2022年 第1四半期		2023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)	64	15%	73	13%
シュウェップス (フランス)	37	18%	38	4%
オランジーナ (フランス)	37	17%	40	9%
ルコゼード (英国、アイルランド)	94	14%	99	5%
ライビーナ (英国、アイルランド)	20	5%	20	2%
シュウェップス (スペイン、ポルトガル)	21	14%	26	25%

(円、期中平均)

	2022年 1-3月実績	2023年 1-3月実績	2023年 年間予想
米ドル	116.4	132.4	130.0
ユーロ	130.4	142.2	141.0
英ポンド	156.0	161.0	160.0
シンガポールドル	86.0	99.4	98.0
タイバーツ	3.5	3.9	3.9
ベトナムドン	0.0051	0.0056	0.0056
ニュージーランドドル	78.7	83.4	84.0
豪ドル	84.3	90.6	91.0

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。