

2023年度 第3四半期決算説明会

2023年11月10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。

本日は、第3四半期決算をご報告し、その後、年間業績予想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 1-9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	11,934	1,120	10.4%	702	6.3%
営業利益	1,168	18	1.6%	△ 41	△ 3.4%
非経常項目	△ 11	△ 116	-	△ 115	-
既存事業ベース* 営業利益	1,179	135	12.9%	74	6.7%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	672	△ 9	△ 1.3%	△ 39	△ 5.4%

*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

第3四半期累計の実績についてご説明いたします。

売上収益は11,934億円、前年同期比10.4%増、為替中立で6.3%増。

営業利益は1,168億円、前年同期比1.6%増、為替中立で3.4%減。

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1,179億円、前年同期比12.9%増、為替中立で6.7%増。

親会社の所有者に帰属する四半期利益は672億円、前年同期比1.3%減、為替中立で5.4%減。

売上収益、各段階利益ともに想定を上回る進捗となりました。

尚、親会社の所有者に帰属する四半期利益は、昨年のオセアニアにおけるフレッシュコーヒー事業の譲渡益の反動により、減益となりました。

3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
売上収益					
日本	5,387	425	8.6%	425	8.6%
APAC	2,737	194	7.6%	50	1.9%
欧州	2,609	333	14.6%	139	5.6%
米州	1,201	235	24.3%	160	15.4%
連結	11,934	1,188	11.1%	774	6.9%
セグメント利益					
日本	373	87	30.3%	87	30.3%
APAC	323	△ 16	△ 4.8%	△ 37	△ 10.4%
欧州	429	49	12.9%	17	4.1%
米州	151	25	20.2%	16	11.6%
調整額	△ 97	△ 10		△ 8	
連結	1,179	135	12.9%	74	6.7%

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.

3

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、価格改定も寄与し、増収。
- 海外は、天候要因や景況感悪化による影響が一部の国で見られる中、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、米州は、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。

4ページをご覧ください。

	日本	ベトナム	タイ	オーストラリア	フランス	英国
	天然水 GREEN DA・KA・RA	Sting	TEA+	V	Oasis	Lucozade
販売数量 前年比	 106% 105%	 110%	 143%	 115%	 101%	 102%
市場 成長率 (当社推計)	99%	104%	114%	106%	98%	97%

(出典) 対象期間：日本・フランス 2023年1-9月累計、ベトナム・タイ・オーストラリア・英国 2023年1-8月累計
販売数量前年比：海外は出荷ベース、日本は実箱ベース/出荷ベース
市場成長率（当社推計）：日本・英国は全チャネル、タイ・ベトナムはGT/TT（一般店）とMT（スーパー・CVS）合計、オーストラリア・フランスは家庭用チャネル

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

4

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、
全セグメントで取組みを強化。天候要因や景況感悪化等、
需要変動が激しい環境の中、引き続きコアブランドの販売数量が
伸長し、事業を牽引しました。

日本においては「サントリー天然水」、「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、
第3四半期累計として過去最高の販売数量を達成。

APACでは、ベトナムの「Sting」、タイの「TEA+」、オセアニアの
「V」などが新商品発売も寄与し、引き続き販売数量が伸長。

欧州では、フランスの「Oasis」が第3四半期累計として過去最高の
販売数量を達成。英国では、無糖製品「Lucozade Sport Zero」が
好調に推移したことも寄与し、「Lucozade Sport」の販売数量が
伸長。

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できていると手応えを
感じております。

5ページをご覧ください。

売上収益

5,387 億円

増減率

為替込

為替中立

8.6%

-

セグメント
利益

373 億円

増減率

為替込

為替中立

30.3%

-

- 販売数量 飲料市場 前年比 99% (推定)、当社 102%
第3四半期における記録的な猛暑を含め好天影響が継続、
一方で、価格改定による数量減も影響。

コアブランド集中活動徹底により、全チャ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」、「GREEN DA・KA・RA」
が好調に推移し、過去最高の販売数量を達成。

- 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月と23年5月の価格改定効果も寄与。

- セグメント利益は、原材料高及び円安等のコスト増影響が
想定内に収まったことや、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5,387億円、セグメント利益は373億円。

- 飲料市場は、人流の回復や第3四半期における記録的な猛暑を含め引き続き好天の影響を受けましたが、価格改定の影響もあり、販売数量は99%と前年を下回って着地したと推定。
- 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。販売数量は、前年比102%と伸長し、過去最高となりました。全チャ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。引き続き、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、原材料高及び円安等の影響が想定内に収まる中、増収効果及びコストマネジメント徹底により、増益。

6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
2,737 億円	7.6%	1.9%	323 億円	△4.8%	△10.4%

	売上収益	増減率		
		為替込	為替中立	
飲料事業 (ベトナム)	1,078 億円	10.1%	4.6%	景況感悪化による需要減の影響を受ける中、「TEA+」は堅調に推移。「Sting」は引き続き大きく伸長。
飲料事業 (タイ)	687	20.8%	11.5%	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)	237	△6.4%	△13.6%	需要は引き続き回復が遅れている状況。「BRAND'S Essence of Chicken」の活動を更に強化し、第3四半期からは前年並みまで回復。
飲料事業 (オセアニア)	485	17.1%	14.2%	「V」の活動強化、「BOSS」も好調に推移。

(*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



APACです。

売上収益は2,737億円、セグメント利益は323億円。

- APAC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。清涼飲料事業は、主要国において販売数量が堅調に推移。
- 売上収益は、主要市場における価格改定も寄与し、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。
- ベトナム飲料は、景況感悪化による需要減少の影響を受ける中、「TEA+」、「Sting」への集中活動が寄与し、販売数量が伸長。
- タイ飲料は、インフレの低下や観光客需要の回復が進み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、市場全体へのお客様の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活動強化や、「BOSS」の二桁成長が寄与しました。

7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
2,609 億円	14.6%	5.6%	429 億円	12.9%	4.1%

	売上収益	増減率		
		為替込	為替中立	
フランス	975 億円	14.5%	4.0%	「Oasis」、 「Schweppes」、 「Orangina」 の活動強化。 「Oasis」 は、第3四半期累計として過去最高の販売数量達成。
英国 (*1)	737	13.5%	5.9%	第3四半期は不安定な天候の影響を受けたが「Lucozade」 は引き続き伸長。特に「Lucozade Sport」が牽引。
スペイン (*2)	506	14.2%	3.7%	不安定な天候の影響を受ける中「Schweppes」 の活動を強化し、トレンド維持。

(*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 & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

7

欧州です。

売上収益2,609億円、セグメント利益は429億円。

- 第3四半期における不安定な天候の影響を受ける中、引き続き主要国において、コアブランド集中活動を強化しました。
- 売上収益は、価格改定を含めたRGM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、主力ブランド「Oasis」、 「Schweppes」 及び「Orangina」 に引き続き活動を集中。「Oasis」 は、引き続き前年を上回り、過去最高の販売数量となりました。
- 英国は、無糖製品「Lucozade Sport Zero」 が好調に推移したことも寄与し、「Lucozade Sport」 が大きく伸長。
- スペインは、主力ブランド「Schweppes」 の活動を強化、販売数量が前年並みとなりました。

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
1,201 億円	24.3%	15.4%	151 億円	20.2%	11.6%

- 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」の販路拡大やエナジードリンク「Celsius」等が寄与し、販売数量は堅調に推移
- 価格改定効果が継続、RGM^(*)も寄与し、増収
- 人件費増の影響を大きく受ける中、引き続き増収効果で吸収し、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
 (*1) 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

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

8

米州です。

売上収益は1,201億円、セグメント利益は151億円。

- 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。家庭用チャンネル・業務用チャンネルともに販売数量が堅調に推移。
- 引き続き、価格改定の効果が継続、RGM活動も寄与し、増収。
- セグメント利益は、人件費増の影響を大きく受ける中、増収効果で吸収し、増益。

9ページをご覧ください。

売上収益成長率 (前年 増減率、為替中立)	22年 1-3月		23年 1-3月		22年 4-6月		23年 4-6月		22年 7-9月		23年 7-9月	
	日本	△0%	9%	5%	6%	8%	11%					
APAC	8%	6%	13%	0%	22%	△0%						
欧州	25%	20%	19%	2%	19%	1%						
米州	17%	12%	7%	18%	9%	16%						
売上収益計	7%	10%	10%	5%	13%	7%						

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.

9

次に、四半期別の売上収益の成長率について、前年との比較も踏まえて説明いたします。

日本は、コアブランド集中活動の効果に加え、第3四半期における記録的な猛暑も寄与し、売上収益のトレンドが更に上昇。

米州も、堅調な需要が継続しており、二桁増収を維持。

一方で、APACと欧州については、第2四半期からのトレンドと変わらず、第3四半期においても売上収益が前年並みにとどまりました。

APAC・欧州それぞれの主要事業別の現状と課題、今後の対策について、ご説明いたします。

10ページをご覧ください。

売上収益 成長率

(前年 増減率、為替中立)

	23年 1-3月	23年 4-6月	23年 7-9月
APAC <small>(*1)</small>	6%	0%	△0%
飲料事業 (ベトナム)	23%	1%	△6%
飲料事業 (タイ)	9%	14%	12%
健康食品 <small>(*2)</small>	△18%	△20%	△2%
飲料事業 (オセアニア)	17%	8%	18%

(*1) 既存事業ベース売上収益 成長率

(*2) 健康食品はタイ及びインドシナ半島の実績

(*3) RfM: (ルートトゥーマーケット) 営業・流通戦略

APACの課題と対策

現状と課題

ベトナム

- ・ 景況感悪化による需要減継続

健康食品

- ・ 健康食品市場全体の需要減継続
- ・ 活動徹底により、前年トレンドまで回復

4Q以降の
対策

ベトナム

- ・ 販促活動強化による需要喚起

健康食品

- ・ ブランドバリューの更なる強化
- ・ RfM戦略、プロモーション強化(*3)

APACです。

第3四半期も、タイ飲料及びオセアニアは引き続き堅調に推移。

ベトナムについては、経済全体の回復が想定よりも時間がかかっている中、飲料市場全体が低調に推移している影響を、当社も受けております。第4四半期は、引き続き、主要ブランドへの販促活動を強化し、需要喚起を図ってまいります。

健康食品に関しては、年初来、市場全体の需要減が続く中、主力「Brand's Essence of Chicken」への活動によるブランド強化を図ったことにより、直近の第3四半期においては、前年並みのトレンドまで回復してきております。

第4四半期も、年末商戦に向けた店頭活動の強化を図り、更なるトレンド回復に向け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 成長率

(前年 増減率、為替中立)

	23年 1-3月	23年 4-6月	23年 7-9月
欧州 (*)	20%	2%	1%
フランス	15%	1%	1%
英国	16%	10%	△5%
スペイン	39%	△12%	4%

(*) 既存事業ベース売上収益 成長率

(*) 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)

現状及び4Q以降の対策

現状

欧州経済、天候要因のボラティリティ

フランス：天候要因及び高インフレによる需要減が影響

英国：冷夏による一時的な販売トレンド停滞

スペイン：9月の洪水が影響もトレンド回復

4Q以降の
対策数量減の影響をRGM活動(*)で吸収、
コアブランドへの集中活動継続

- ・ コアブランドイノベーション
- ・ RGM強化
- ・ サプライチェーン革新

欧州です。

欧州経済全体のモメンタムが低くなっていることに加え、夏の最盛期における不安定な天候が飲料市場全体に影響を与えております。

こうした環境の中、各国において、主力ブランドの活動を強化してまいりました。

フランスにおいては、第2四半期からのトレンド継続。高インフレによる需要減も影響し、前年をわずかに上回って着地。

英国は、第3四半期において、不安定な天候の影響で全体のトレンドが一時的に下がったものの、主力「Lucozade」は引き続き堅調。

スペインは、9月に発生した洪水の影響を受けましたが、第3四半期でトレンド回復。

第4四半期は、トレンド回復に向けて、各国でのコアブランド集中活動を徹底してまいります。

12ページをご覧ください。

年間業績予想の修正について

次に、2023年12月期通期の業績予想についてご説明します。

13ページをご覧ください。

	通期 修正予想	年初予想 との 差異	対前年			
			増減	為替中立	増減率	為替中立
売上収益	16,000 億円	685	1,496	939	10.3%	6.2%
営業利益	1,400	55	3	△71	0.2%	△4.8%
既存事業ベース* 営業利益	1,420	65	112	36	8.6%	2.6%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	775	20	△48	△87	△5.9%	△10.1%

*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.

13

第3四半期累計実績及び、第4四半期の見通しを踏まえ、業績予想を修正、年間予想為替レートも見直しいたします。

年初予想に対し、日本、欧州及び米州が売上収益及び営業利益ともに貢献、これに加え、為替レートについても直近の状況を反映し、上方修正いたします。

- 売上収益は、1兆6,000億円。前期比10.3%増、年初予想から4.5%の増となります。
- 営業利益は、1,400億円、前期比0.2%増、年初予想から4.1%の増となります。
- 非経常的な要因及び譲渡事業の損益影響を除いて計算した既存事業ベース営業利益は、1,420億円、前期比8.6%増、年初予想から4.8%の増となります。
- 親会社の所有者に帰属する当期利益は、775億円、前期比5.9%減、年初予想から2.6%の増となります。
- 配当予想は、配当方針を維持し、年初予想80円を据え置く予定です。

14ページをご覧ください。

(億円)	通期 修正 予想	対前年 為替中立		23年 10-12月 予想	対前年 為替中立	
		増減(億円)	増減率		増減(億円)	増減率
売上収益						
日本	7,040	508	7.8%	1,653	83	5.3%
APAC	3,790	107	2.9%	1,053	58	5.8%
欧州	3,420	205	6.4%	811	67	8.9%
米州	1,750	191	12.2%	549	30	5.8%
連結	16,000	1,011	6.7%	4,066	238	6.2%
セグメント利益						
日本	400	66	19.7%	27	△21	△43.4%
APAC	440	△35	△7.4%	117	2	1.8%
欧州	520	20	4.0%	91	3	3.6%
米州	215	20	10.1%	64	4	6.9%
調整額	△155	△34		△58	△26	
連結	1,420	36	2.6%	241	△38	△13.5%

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.

14

セグメント別の修正業績予想です。

日本は、売上収益は7,040億円、セグメント利益は400億円。

- ・ 年初予想対比で、大幅な上方修正。
- ・ 第4四半期は、昨年10月に実施した価格改定効果が一巡する中、引き続き増収トレンドを維持。
- ・ 尚、将来に向けたブランド投資を積極的に実施するため、セグメント利益は第4四半期においては減益となる見込みです。

APACは、売上収益は3,790億円、セグメント利益は440億円。

- ・ 年初予想対比で、下方修正。
- ・ 第4四半期は、特にベトナムの経済回復のスピードが想定より遅れている中、主力ブランドでの活動を強化。
- ・ 課題である健康食品事業は、更なるトレンド改善に向け、活動を強化、年末商戦での需要獲得を図ってまいります。

欧州は、売上は3,420億円、セグメント利益は520億円。

- ・ 年初予想対比で、上方修正。
- ・ 第4四半期は、欧州全体での不透明さが続くとの想定の下、各国におけるコアブランド集中活動を徹底。
- ・ 将来に向けたマーケティング投資も投入してまいります。

米州は、売上は1,750億円、セグメント利益は215億円。

- ・ 年初予想対比で、上方修正。
- ・ 第4四半期も、堅調な需要を着実に捉え、増収トレンドを維持。

15ページをご覧ください。

業績予想の考え方

不確実性の高い状況が続く想定の下、グローバルポートフォリオの強さを発揮し、業績予想の達成・超過を目指す

経済環境

- ・ インフレの継続、欧州・APAC(ベトナム)のマクロ環境低迷

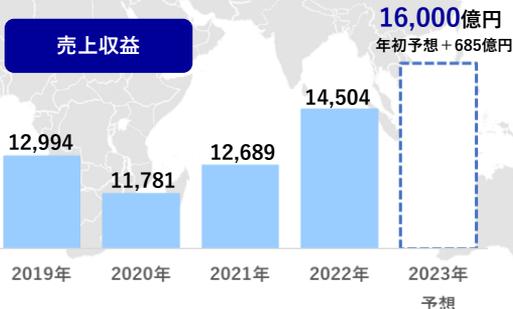
競争環境

- ・ 主要国における競争環境の激化

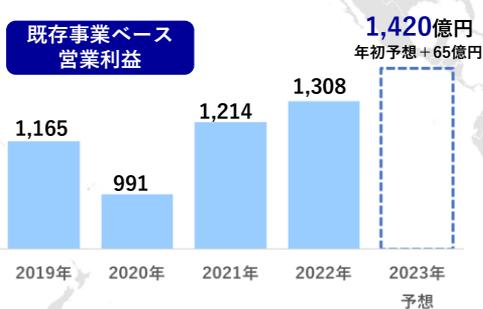
コスト環境

- ・ 市況及び調達コスト環境の不透明な状況継続

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

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

以上、第3四半期の業績及び、2023年度の通期業績予想をご報告しました。

引き続き、不確実性の高い状況が続く想定のもと、業績予想の達成に向け、着実に取り組んでまいります。

グローバル全体を取り巻く環境が大きく変化してきている中、各リージョンでのスピーディーな展開を行い、グループトータルでの持続的な事業成長を目指してまいります。

私からは以上です。

SUNTORY

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

(億円)	2023年 1-9月 実績	内容
営業利益	1,168	
非経常項目	△11	欧州 △11
既存事業ベース* 営業利益	1,179	

*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

(億円)	2023年 7-9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	4,443	419	10.4%	266	6.4%
営業利益	479	134	38.6%	114	31.1%
非経常項目	△7	55	—	58	—
既存事業ベース* 営業利益	486	78	19.2%	56	12.9%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	288	95	49.3%	87	43.3%

*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

(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				
日本	5,387	425	8.6%	425	8.6%
APAC	2,737	160	6.2%	14	0.5%
欧州	2,609	300	13.0%	102	4.1%
米州	1,201	235	24.3%	160	15.4%
連結	11,934	1,120	10.4%	702	6.3%

セグメント利益					
日本	373	87	30.3%	87	30.3%
APAC	323	△ 145	△ 31.0%	△ 166	△ 33.9%
欧州	418	61	17.2%	30	7.7%
米州	151	25	20.2%	16	11.6%
調整額	△ 97	△ 10		△ 8	
連結	1,168	18	1.6%	△ 41	△ 3.4%

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

(億円)		年初予想 との差異	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						
日本	7,040	155	508	7.8%	508	7.8%
APAC	3,790	△35	264	7.5%	72	1.9%
欧州	3,420	285	429	14.3%	168	5.2%
米州	1,750	280	295	20.3%	191	12.2%
連結	16,000	685	1,496	10.3%	939	6.2%
セグメント利益						
日本	400	66	66	19.7%	66	19.7%
APAC	435	△65	△142	△24.7%	△161	△27.0%
欧州	505	45	84	19.9%	39	8.3%
米州	215	33	33	18.1%	20	10.1%
調整額	△155		△37		△34	
連結	1,400	55	3	0.2%	△71	△4.8%

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年四半期別実績 (IFRS/セグメント別) - 既存事業ベース

(億円)	第1四半期 (1-3月)				第2四半期 (4-6月)				第3四半期 (7-9月)						
	対前年		対前年		対前年		対前年		対前年		対前年				
	為替込	為替中立	為替込	為替中立	為替込	為替中立	為替込	為替中立	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	増減	増減率	増減	増減率			
売上収益															
日本	1,458	118	8.8%	118	8.8%	1,824	105	6.1%	105	6.1%	2,105	202	10.6%	202	10.6%
APAC	899	128	16.6%	50	5.9%	928	33	3.7%	2	0.2%	910	33	3.8%	△ 2	△ 0.2%
欧州	686	146	26.9%	115	20.1%	959	80	9.2%	15	1.6%	964	107	12.5%	9	0.9%
米州	329	70	27.2%	35	11.7%	409	83	25.6%	63	18.2%	463	81	21.4%	63	15.7%
連結	3,372	462	15.9%	317	10.4%	4,119	302	7.9%	185	4.7%	4,443	424	10.6%	272	6.5%
セグメント利益															
日本	36	10	39.0%	10	39.0%	135	19	16.7%	19	16.7%	202	57	39.7%	57	39.7%
APAC	120	6	5.3%	△ 6	△ 4.6%	107	△ 26	△ 19.3%	△ 31	△ 22.6%	97	3	3.5%	△ 0	△ 0.5%
欧州	107	40	59.1%	37	52.5%	158	△ 6	△ 3.9%	△ 19	△ 10.6%	163	16	10.7%	△ 1	△ 0.8%
米州	37	7	22.0%	3	7.2%	57	14	31.8%	11	23.7%	57	5	9.6%	2	4.2%
調整額	△ 32	△ 5		△ 4		△ 32	△ 2		△ 2		△ 34	△ 3		△ 2	
連結	268	58	27.6%	40	17.3%	424	△ 2	△ 0.4%	△ 22	△ 4.8%	486	78	19.2%	56	12.9%

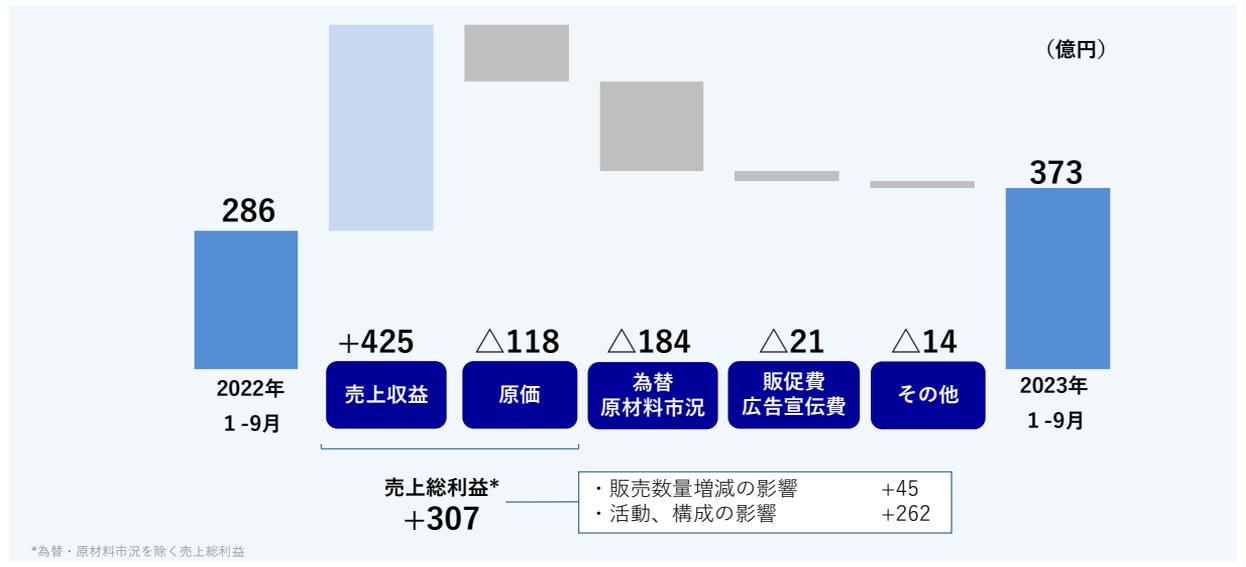
既存事業ベース=売上収益からは譲渡事業の売上収益を、セグメント利益からは非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値
2023年より、アフリカ事業をAPACから欧州へ移管、増減は前年(2022年)も組み替えたベースで算定

2023年四半期別実績 (IFRS/セグメント別)

(億円)	第1四半期 (1-3月)				第2四半期 (4-6月)				第3四半期 (7-9月)						
	対前年 為替込		対前年 為替中立		対前年 為替込		対前年 為替中立		対前年 為替込		対前年 為替中立				
	増減	増減率	増減	増減率	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	1,458	118	8.8%	118	8.8%	1,824	105	6.1%	105	6.1%	2,105	202	10.6%	202	10.6%
APAC	899	95	11.9%	15	1.7%	928	32	3.5%	2	0.2%	910	33	3.7%	△ 3	△ 0.3%
欧州	686	128	23.0%	95	16.0%	959	70	7.8%	4	0.4%	964	102	11.9%	4	0.4%
米州	329	70	27.2%	35	11.7%	409	83	25.6%	63	18.2%	463	81	21.4%	63	15.7%
連結	3,372	412	13.9%	263	8.4%	4,119	289	7.6%	173	4.4%	4,443	419	10.4%	266	6.4%
セグメント利益															
日本	36	10	39.0%	10	+39.0%	135	19	16.7%	19	16.7%	202	57	39.7%	57	39.7%
APAC	118	3	2.9%	△ 9	△ 6.8%	107	△ 183	△ 63.0%	△ 189	△ 63.7%	98	34	54.0%	32	47.5%
欧州	104	32	43.5%	28	36.7%	158	△ 10	△ 6.2%	△ 23	△ 12.7%	155	40	34.7%	25	18.9%
米州	37	7	22.0%	3	7.2%	57	14	31.8%	11	23.7%	57	5	9.6%	2	4.2%
調整額	△ 32	△ 4		△ 4		△ 32	△ 2		△ 2		△ 34	△ 3		△ 2	
連結	264	47	22.0%	28	12.0%	425	△ 163	△ 27.7%	△ 183	△ 30.1%	479	134	38.6%	114	31.1%

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.



日本

(単位：百万C/S)	2022年第3四半期 累計		2023年第3四半期 累計		2023年 修正予想	
	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	102.2	12%	108.6	6%	138.0	6%
B O S S	77.1	△0%	75.3	△2%	102.0	△2%
伊右衛門	47.7	7%	42.9	△10%	57.3	△7%
GREEN DA・KA・RA	40.5	19%	42.3	5%	50.0	3%
サントリー烏龍茶	11.3	3%	11.9	5%	15.2	3%
P E P S I	13.3	11%	13.6	2%	17.5	1%
特定保健用食品 および 機能性表示食品 計	23.6	55%	29.6	25%	39.0	20%
日本事業 販売数量 合計	344.5	9%	351.0	2%	452.0	2%

*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)	2022年第3四半期 累計		2023年第3四半期 累計	
	実績	対前年 増減	実績	対前年 増減
オアシス (フランス)	254	16%	256	1%
シュウェップス (フランス)	158	16%	147	△7%
オランジーナ (フランス)	150	13%	146	△3%
ルコゼード (英国、アイルランド)	321	7%	331	3%
ライビーナ (英国、アイルランド)	68	△2%	64	△6%
シュウェップス (スペイン、ポルトガル)	106	18%	105	△1%

(円、期中平均)

	2022年 1-9月 実績	2023年 1-9月 実績	2023年 修正予想	2023年 年初予想*
米ドル	128.4	138.3	141.0	130.0
ユーロ	136.1	149.8	152.0	141.0
英ポンド	160.7	172.3	175.0	160.0
シンガポールドル	93.2	103.1	105.0	98.0
タイバーツ	3.7	4.0	4.0	3.9
ベトナムドン	0.0056	0.0058	0.0059	0.0056
ニュージーランドドル	82.7	85.3	86.0	84.0
豪ドル	90.6	92.4	93.0	91.0

* 2023年2月13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。