

# サントリーホールディングス株式会社

## 2017年12月期決算 説明内容

説明者：サントリーホールディングス株式会社  
代表取締役社長 新浪剛史

平素より私どもの活動に多大なるご支援を賜り、心より御礼申し上げます。  
本日は、2017年決算発表に際して、サントリーグループの現状について、私から簡単にお話をさせていただきます。

### ①当期業績について

サントリーグループは、今回の2017年通期決算よりグローバルスタンダードであるIFRSベースでの発表とさせていただきます。

サントリーグループの売上収益は、2兆1,575億円、前年同期比102.7%と増収となり、営業利益も2,536億円、前年同期比100.3%と増益となりました。

私どもは、「飲料・食品」と「酒類」という、グローバルに展開する2つのコア事業を有していますが、この2つのセグメントが着実に成長しました。

特に、ビームサントリー社の統合については、私自身、最大の経営課題と認識しており、着実に成果が出ております。2017年は、既存事業ベースの売上高が、前年同期比一桁台半ば増の伸びを実現し、ビームサントリー社は酒類セグメントの利益面でも大きな貢献をしております。

日本企業が、クロスボーダーで大規模な海外企業の買収を成功に導くことは、あまり例がないと言われておりますが、ビームサントリー社が着実な成長を続けている要因は、私が消費の現場に足を運び、マットシャトック社長と方針について膝詰めの議論をしているからです。またマットシャトック社長が強力なリーダーシップでサントリーの「やってみなはれ精神」を現場に浸透させてくれているからです。

当期は、共同開発商品であるジャパニーズクラフトジン「ROKU(ロク)」を国内およびドイツや東南アジアで上市し、非常に高い評価をいただいております。今後も、お互いの知見を結集した共同開発を進め、「ROKU」に続く新たな商品を鋭意検討しております。どうぞご期待ください。

また、日本発のハイボールという飲酒文化も国境を越え、アジアで順調に拡大を続けております。当期には米国でも本格的にハイボールの活動を開始しており、ハイボールが新しい飲み方として非常に好評いただいております。

国内酒類事業においても「ジムビーム」の大躍進、RTDのさらなる伸長など大きな成果がありました。国内の原酒に限りがある中で、「ジムビーム」や「メーカーズマーク」という強力な

ブランドを武器に競合と戦えるのは、ビームとサントリーとが、お互いが補完し合える、まさに win-win の関係を構築できているからだと考えております。

一方で、ビール事業に関しては、新取引基準の施行や、夏場の天候不順など非常に厳しい市場環境でした。そんな中、「ザ・プレミアム・モルツ」は、ビール市場のトレンドを上回って前年並と健闘したことに加え、当社新ジャンルが過去最高の販売数量を達成し、過去最高のシェアを獲得しました。

とは言え、決して満足できるレベルではありません。ビール事業は、サントリーグループの挑戦の旗頭であり、まさに“やってみなはれ”の象徴です。大刷新した「ザ・プレミアム・モルツ」も二年目を迎え、まさに正念場といえます。本年は、ビール固有の価値である泡にフォーカスした品質を訴求することで、必ずや大きな飛躍を果たしたいと思います。また、本年は「オールフリー」を中味・パッケージ・コミュニケーションともに大きく刷新し、今週 13 日に発売となりました。

## ②中長期の戦略

我々サントリーグループは、引き続き Growing for Good を目指し、“事業の成長”と“社会との共生”の両輪で活動を行ってまいります。

Growing のためには、「ザ・プレミアム・モルツ」や「ジムビーム」など高品質な商品を提供するだけでなく、お客様が商品を楽しんでいただく時間であったり、シーンであったりを含めて提案し、皆様のライフスタイルを豊かにすることが、我々が果たすべき役目であると考えております。言うなれば、我々はボトルを売っているのではなく、リラクシングな時間を売っているのです。その施策の一つが先程お話した、ハイボールという飲酒文化をグローバルにお伝えする活動だと考えています。

Good に向けての施策のひとつは、水に関する日本での活動をグローバルに展開していくことです。日本で開始した水源涵養の取り組みは、米国のメーカーズマーク蒸溜所やオレンジナ サントリー フランス社による水源保全活動にも活かされています。ベトナムでも次世代教育としての水育の活動を進めており、地元行政や地域の方々からも高い評価をいただいております。

また、人材育成は今や大きな経営課題であります。イノベーションを生み出すためには、その仕組みづくりと風土の醸成が不可欠だと考えております。私は経済財政諮問会議の一員として、民間企業における人材育成への投資の重要性を政府にも強く働きかけておりますし、サントリーグループにおいても、成長に向けての投資は惜しむことなく、働き方改革・健康経営をさらに推進して行きたいと考えております。

2018年、サントリーグループは、飲料・食品と酒類という2つのコア事業を引き続き柱に

2018年2月16日

据えながら、特に「ザ・プレミアム・モルツ」の成長を核に、全社でさらなる成長を目指します。

今後とも皆様のご指導・ご支援、どうぞよろしくお願い致します。

説明者：サントリーホールディングス株式会社  
専務取締役 肥塚眞一郎

平素から私どもの活動に対して多大なご支援を賜り、心より御礼申し上げます。

サントリーホールディングス(株)の2017年12月期連結決算についてお話をさせていただきます。

### **①会計基準の変更について**

当社では、事業活動のグローバル化が進む中、社内で統一された会計基準を用いることで、グループ経営管理の品質向上を目指すとともに、グローバル企業との財務情報の比較可能性を高めるため、今回からIFRSを採用することにしました。

売上収益は、当社がベンチマークとしておりますスピリッツおよびビールのグローバルプレーヤーの多くが、酒税を除いた売上収益を発表しており、グローバル企業としての成長を目指す当社は、酒税除きの売上収益を基本といたします。ただ、日本においては、酒税を含めた売上収益を発表している企業が多いことから、国内での比較の観点から、酒税込みの売上収益も併せて発表させていただきます。

### **②当期業績について**

2017年12月期、サントリーグループの業績は、

酒税を除いた売上収益が、2兆1,575億円、前年同期比102.7%

酒税込みの売上収益が、2兆4,203億円、前年同期比102.6%となりました。

営業利益は、2,536億円、前年同期比100.3%となりました。

IFRSの営業利益は、日本基準では特別利益や特別損失に計上していた一時的な要因の影響を受けます。そのため多くのグローバル企業では、事業の実態を表す利益を独自に定義しています。当社では、事業譲渡益などの一時的な要因を除いたものを「調整後営業利益」としました。2017年12月期の調整後営業利益は、前年同期比103.2%と着実に伸ばすことができました。

親会社の所有者に帰属する当期利益は、2,114億円、前年同期比113.9%となりました。昨年12月、米国において税制改革法が成立し、法人税が引き下げられたことに伴い、商標権に対して計上していた繰り延べ税金負債の一部を取り崩しました。その結果、法人所得税費用が、利益にプラスに働きましたが、これは一時的なものです。

### **③事業の動向について**

次に主要なセグメントについて簡単にご説明します。

<飲料・食品セグメント>

売上収益は、1兆2,264億円、前年同期比102.2%

営業利益は、1,388億円、前年同期比105.5%となりました。

昨日、サントリー食品インターナショナル社が報告いたしました通り、事業の展開エリアがグローバルに広がっていることで、補完し合い、全体として安定的な結果となっています。また昨年は、タイにおいてペプシコ社と飲料事業の提携で合意するなど、アジアにおける事業基盤のさらなる強化を進めることができました。

#### <酒類セグメント>

酒税を除いた売上収益は、7,225億円、前年同期比 104.8%

酒税込みの売上収益は、9,853億円、前年同期比 104.1%

営業利益は、1,269億円、前年同期比 99.5%となりました。

営業利益は、2016年のスペインでの事業売却益などの反動により前年を下回りましたが一時的な要因を除いた調整後営業利益は、前年同期比 105.7%となり着実に成長しています。

特に、ビームサントリーの事業が概ね好調に推移し、為替影響や特殊要因を除いた既存事業ベースの売上収益が前年同期比 1桁台半ばの増となりました。米州、日本、その他海外で、いずれも増収増益となりました。ビームサントリー社全体では、ウイスキーの「ジムビーム」、「メーカーズマーク」の販売数量が伸びたほか、テキーラの「オルニートス」も好調に推移しました。日本では、ウイスキーの戦略ブランドである「角瓶」「ジムビーム」「トリス<クラシック>」「メーカーズマーク」などが好調に推移しました。またRTDの販売数量は、前年同期に比べて1割増え、13年連続で伸長しました。

サントリービール社は、ブランド育成の取り組みを強化しました。ビール類の総市場が非常に厳しい環境になった中、「ザ・プレミアム・モルツ」は、5年ぶりに大幅なリニューアルを実施し、本体の缶、香るエール、料飲店様向けの樽生に力点を置き、それぞれでしっかりと伸ばすことができました。また「金麦」「金麦<糖質 75%オフ>」に加え、高アルコール新ジャンル「頂」も加わり、新ジャンルの販売数量は、過去最高となりました。ビール類のシェアも、過去最高を更新しました。

サントリーワインインターナショナル社は、プレミアムワインの商品ラインナップ強化、ブランド育成に取り組み、一定の成果を出すことができました。特に、近年注目を集める日本ワインについても「登美の丘ワイナリー」に続く産地シリーズとして「塩尻ワイナリー」シリーズを発売しました。またシャトーラグランジュなど海外ワイナリーの評価も高まっています。

#### **④財務状況の強化について**

当期の EBITDA は 3,593 億円、前年同期比 103.1%となりました。—昨年に比べて 109 億円のプラスとなりました。

実質借入金についても、2017 年は、約 1,500 億円削減することができました。EBITDA に対する実質借入金は、3.4 倍となり、当社が当面の目標としている 3 倍に近づきました。

## **⑤2018年の見通しについて**

世界情勢は、2018年も不確実な状態が続くと見込まれますが、サントリーグループは緊張感を持って持続的な成長を目指して参ります。

2018年12月期の業績は、  
酒税を除いた売上収益は、2兆2,350億円、前年同期比103.6%、  
酒税込みの売上収益は、2兆5,000億円、前年同期比103.3%、  
営業利益は、2,640億円、前年同期比104.1%、  
調整後営業利益は、前年同期比101.0%を計画しています。

売上収益につきましては、各事業、および展開する各エリアにおいて、着実な成長、増収を目指します。そのために2018年も人材投資、研究開発投資、そしてブランド強化のための投資を積極的に実施します。

親会社の所有者に帰属する当期利益は、1,260億円、前年同期比59.6%を計画しています。これは先ほどご説明したとおり、2017年に繰り延べ税金負債取り崩しによる影響が、大きく利益を押し上げましたので、その反動によるものです。

以上、私からの説明とさせていただきます。

なお、当社はこれまでも中長期的な視点で経営をしてまいりましたが、同時に自主的に四半期決算を開示してきました。昨今、持続的な成長を目指すグローバル企業の間で、四半期決算を見直す動きが広がっていることも参考に、当社は2018年12月期から決算の発表を中間決算と本決算の年2回とさせていただきます。短期的な収益にとらわれず、今後も持続的な成長を目指してまいります。

今後とも、ご指導、ご支援をよろしくお願いいたします。本日は、ありがとうございました。

以上