

サントリーホールディングス株式会社

2019年12月期中間決算 説明内容

説明者：サントリーホールディングス株式会社
取締役専務執行役員 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。

①当期業績について

2019年度中間期、サントリーグループの業績は、
酒税を除いた売上収益が、1兆1,019億円、前年同期比103.5%、
酒税込みの売上収益が、1兆2,310億円、前年同期比103.5%となりました。
営業利益は、1,178億円、前年同期比95.7%となりました。
前年同期に、加工食品事業の一部売却に伴う利益があった反動により減益となりましたが、
事業の実態をあらわす調整後営業利益は、前年同期比108.0%と増益となりました。
親会社の所有者に帰属する中間利益は、601億円、前年同期比80.3%となりました。これは、
営業減益に加えて、前年同期は、法人税等で利益にプラスに働く一時的な要因があり、その
反動によるものです。

②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、6,243億円、前年同期比102.3%、
営業利益は、612億円、前年同期比91.9%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発表したとおり、国内では「BOSS」や
「GREEN DA・KA・RA」を中心に販売数量を伸ばしたほか、海外ではベトナムやタイなどア
ジアにおいて好調で、売上収益は前年同期を上回りました。

一方、営業利益は、先ほどご説明したとおり、前年同期に加工食品事業の一部売却による利
益があった反動で減益となりました。

<酒類セグメント>

酒税を除いた売上収益は、3,640億円、前年同期比104.3%、
酒税込みの売上収益は、4,930億円、前年同期比104.2%
営業利益は、641億円、前年同期比102.7%となりました。

ビール類、ウイスキー、スピリッツの主要ブランドで、着実に売り上げを伸ばすことができ
ました。

ビール類は、上半期の国内ビール類市場が前年同期を下回ったと推定される中、当社は前年同期比 102%となり、過去最高の販売数量を達成しました。「ザ・プレミアム・モルツ」の販売数量は 776 万ケース、前年同期比 105%となり、2003 年の発売以来、上半期としての過去最高を更新しました。新型の「神泡サーバー」を投入するなど、今年も泡にフォーカスしたマーケティング活動を実施し、お客様からご支持いただくことができたと考えております。

また、新商品「金麦<ゴールド・ラガー>」がご好評いただいております「金麦」ブランドも、販売数量が 1,818 万ケース、前年同期比 111%と、2007 年の発売以来、上半期として過去最高を更新しました。

「オールフリー」は、上半期はやや出遅れましたが、ブランド初の機能性表示食品「からだを想うオールフリー」を7月に発売し、好スタートを切ることができました。下期は巻き返しを図ってまいります。

ウイスキーは、バーボンウイスキー「ジムビーム」、「メーカーズマーク」が、日本を含むグローバルで大きく伸長しました。ビームサントリー社が誕生して 5 年が経ちましたが、統合の第 1 段階は完了し、新 CEO のもと新たな経営体制に移行しています。今上半期も計画通り増収増益となりました。商品としても 3 月には米国でバーボンウイスキー「Legent」を発売、4 月には日本でサントリーワールドウイスキー「碧 Ao」を発売し、これまでにない新たな価値を持つ商品をお客様に提供することができました。

スピリッツでは、ジャパニーズクラフトジン「ROKU」、ジャパニーズクラフトウオツカ「HAKU」のグローバル展開を加速し、サントリーのモノづくりへのこだわり、品質の高さを世界へと発信することができました。

なお、グループ全体のエリアの売上構成比は、海外の比率が 4 割を超え、米州、欧州、アジア・オセアニアの売上高のバランスの良さが、当社のエリアポートフォリオの特徴であると考えています。この上半期も、各エリアでブランド強化のための投資を実施しました。

③環境経営について

事業活動とともに、サントリーグループでは、企業理念である「人と自然と響きあう」の実現を目指し、環境経営にも、以前から積極的に取り組んでまいりました。具体的には、省エネ技術の積極的な導入や再生可能エネルギーの活用により、水使用量の削減や CO₂ 排出量の削減を進めています。

今回、ペットボトルの再生利用などの取り組みをさらに加速させるべく、5 月に「プラスチック基本方針」を発表しました。2030 年までにグローバルで使用するペットボトルをすべてリサイクル素材または植物由来素材に切り替えることを目指してまいります。

本日、お手元に最新の「コーポレートコミュニケーションブック」をお配りさせていただい

ております。お客様や社会との約束として掲げる「水と生きる」についてご紹介しておりますので、お時間がある際にご覧いただければ幸いです。

④2019年の見通しについて

今年2月に発表した業績予想から変更はございません。

2019年12月期の業績は、

酒税を除いた売上収益は、2兆3,000億円、前年同期比102.2%、

酒税込みの売上収益は、2兆5,700億円、前年同期比102.1%、

営業利益は、2,510億円、前年同期比100.1%

調整後営業利益は、前年同期比101.2%を見込んでおります。

上半期を終え、ここまでは、ほぼ想定どおりの進捗と考えております。しかし、事業の多くは、夏および年末が大きな需要期です。日本では、全国的に梅雨明けが遅れたほか、10月には消費税率の引き上げが予定されています。海外でも、主要市場での競争激化をはじめ、経済環境は不確実な状態が続くと見込まれます。

そうした中、各事業、各エリアで、引き続き、ブランド強化のための投資を積極的に実施し、短期、中期、長期それぞれの成長にむけて一層努力してまいります。

以上、私からの説明とさせていただきます。

今後とも、ご指導、ご支援をよろしくお願いいたします。

以上