

サントリーホールディングス株式会社

2021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
常務執行役員 川崎 益功

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

2021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、1兆692億円、前年同期比108.6%、
酒税込みの売上収益が、1兆1,920億円、前年同期比107.8%、
営業利益は、1,261億円、前年同期比133.4%、
親会社の所有者に帰属する中間利益は、527億円、前年同期比116.6%となりました。

新型コロナウイルスによる市場環境への影響が長引いている中ではありますが、主に海外での売上回復がグループ全体を牽引し、増収増益となりました。

② 事業の動向について

セグメントごとにご説明します。

<飲料・食品セグメント>

売上収益は、6,015億円、前年同期比109.3%、
営業利益は、703億円、前年同期比154.7%となりました。

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、国内においては「天然水」や「BOSS」「伊右衛門」を中心に販売数量を伸ばしました。アジア・オセアニアでは、コアブランドの活動強化などにより、売上が前年を上回りました。欧米では、ワクチン接種の進捗に伴う制限緩和などにより、清涼飲料市場は着実に回復してきており、売上を伸ばしました。その結果、増収増益となりました。

<酒類セグメント>

酒税を除いた売上収益は、3,540億円、前年同期比107.4%、
酒税込みの売上収益は、4,763億円、前年同期比105.8%
営業利益は、629億円、前年同期比100.5%となりました。

とりわけ海外では、ビームサントリー社が、欧米を中心にウイスキーの販売が好調で、コロナ前の2019年を超える売上となりました。

ビール事業では、当社の販売数量は前年同期比 92%となりました。国内において業務用の影響で前年割れとなりましたが、家庭用の缶製品、機能系、ノンアルコールという、お客様の消費行動の変化をとらえたカテゴリーが伸長しました。具体的には、「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドでは、〈香るエール〉缶が、“フルーティな味わいと爽やかな香り”にご好評いただき好調に推移しました。4月に発売した「パーフェクトサントリービール」は、ビールど真ん中のおいしさと糖質ゼロを両立した中味に高い評価をいただきました。また、コロナ禍における、お客様の健康志向の追い風を受け、「金麦〈糖質 75%オフ〉」やノンアルコールビールテイスト飲料の「からだを想うオールフリー」が伸長しました。

スピリッツ事業の売上収益は前年同期比 112%となりました。海外では、家庭用の好調な需要に支えられ、欧米において業務用の売上も回復傾向にあり、成長を牽引しました。

日本では売上収益が前年同期並みとなりました。ウイスキーは、「メーカーズマーク」「碧A o」「知多」や各種ハイボール缶が伸長。RTDは、「-196℃」「こだわり酒場のレモンサワー」が好調に推移し、販売数量が前年同期比 106%となりました。また、健康意識の高まりから、3月に発売したノンアルコール飲料「のんある晩酌 レモンサワー ノンアルコール」は多くのお客様にご好評いただいております。

<その他セグメント>

酒税を除いた売上収益は、1,137 億円、前年同期比 108.4%

営業利益は、151 億円、前年同期比 168.9%となりました。

健康食品事業は、コロナ禍におけるお客様の健康志向の高まりから、「セサミン」「ロコモア」などが好調でした。

③環境経営について

私どもサントリーグループは、「やってみなはれ」と、「利益三分主義」という創業精神のもと成長を続けてまいりました。また、社会との約束「水と生きる」を掲げ、事業活動とともに環境経営にも、以前から積極的に取り組んでいます。

近年では、世界的な環境問題が深刻化するなかで、サステナブルな世界の実現に、企業の役割が非常に大きくなっています。

われわれは、温室効果ガスについて、2050年までにバリューチェーン全体で、排出の実質ゼロを目指しており、4月には、2030年までの自社拠点での排出量削減目標を50%へと引き上げました（※2019年の排出量を基準とする）。

今年5月には、再エネ電力などを活用した当社国内初のCO₂排出量ゼロ工場「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」が稼働しております。引き続き、自社施設や設備およびバリューチェーンの両面において、温室効果ガス排出量の削減に努めてまいります。

また、2030年までにグローバルで使用すべてのペットボトルに、リサイクル素材あるいは植物由来素材のみを使用することで、化石由来原料の新規使用をゼロにするという100%サステナブル化の目標を掲げています。今後も「ボトル to ボトル」水平リサイクルの推進、容器包装の軽量化、業界に先駆けた技術革新などを進めることで、環境負荷低減活動に積極的に

取り組んでまいります。

④2021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。

2021年12月期の業績は、
酒税を除いた売上収益は、2兆2,580億円、前年同期比107.1%、
酒税込みの売上収益は、2兆5,380億円、前年同期比107.2%、
営業利益は、2,210億円、前年同期比101.8%
調整後営業利益は、前年同期比102.8%を見込んでおります。

上半期を終え、ほぼ計画どおりの進捗となっておりますが、今後も先行き不透明な経済の状況が続くと見込まれる中、ブランド強化のためのマーケティング投資などを継続しながら、さらなる成長を目指してまいります。

今回の中間決算は、主に海外市場での売上回復がグループ全体の成長を牽引しました。一方、日本においては、依然として厳しい市場環境にありますが、今後ワクチン接種率の高まりとともにコロナ禍が収束した暁には、お客様の繰越需要が急激に高まるとみています。「仲間や友人と楽しく飲みたい・食べたい・語りたい。」というお客様の根源的な欲求にお応えできるよう、環境変化に柔軟かつ迅速に対応してまいります。

加えて、健康への意識や環境問題への意識の高まり、デジタル化の加速など、お客様の生活習慣や消費行動の変化をとらえ、国内外でお客様に寄り添った事業活動を、引き続き展開してまいります。

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