

# サントリーホールディングス株式会社

## 2021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。

ご説明の前に、感染拡大が続く新型コロナウイルスに罹患された方々へお見舞い申し上げますとともに、医療関係者の方々、私たちの生活を支えてくださっているすべての皆様に、心より感謝申し上げます。

本日は、私から2021年の振り返りと中長期方針をお話させていただき、その後、経営管理本部担当役員の大塚から、決算についてご説明させていただきます。

### **①2021年振り返り**

2021年は、新型コロナウイルスが依然として終息せず、世界的に不安定・不確実な情勢が続き、我々の事業活動にも大きな影響を与えました。そのような中、サントリーグループの強みである、国内・海外においてバランスのとれた事業ポートフォリオに支えられ、主に海外での売上回復がグループを牽引することで、増収増益となりました。特に、売上収益については、ほぼコロナ前の2019年実績まで回復いたしました。

2014年のビームサントリー社との経営統合以降、サントリーグループのグローバル化は大きく進展しました。海外における収益基盤は強固なものとなり、企業価値としても買収当時の倍以上になったと考えております。当時の英断があったからこそ、コロナ禍という非常に不安定な状況にもかかわらず、このように象徴的な成果につながったのだと考えています。今後も、インド・アジアを中心とした成長を目指し、サントリーグループのさらなる収益の柱、成長の基盤にしていきたいと考えております。

### **②ビール事業について**

一方で、国内のビール市場に目を向けると、大変厳しい環境にあると言わざるを得ません。長引くコロナ禍で、さらにその厳しさは増しています。そうしたなか、「ザ・プレミアム・モルツ」「金麦」「オールフリー」に加え、昨年、4本目の柱を目指し、「パーフェクトサントリービール」を発売いたしました。“本格ビールのうまさの糖質ゼロ”として、高い評価をいただきましたが、もっともとおいしい中味を追求し、コミュニケーションも刷新し、先月のリニューアル新発売後は、好調な滑り出しとなっております。サントリーグループにとって、ビール事業は「創業家の夢」であり、「やってみなはれ」の象徴であります。2023年、2026年の酒税改正もあり、なんとしてでも、し烈な競合との戦いを勝ち抜き、事業を大きく成長させたい。この夢を達成するため、創業家である鳥井信宏副社長には、先頭に立って取り組んでもらいます。

今年7月にはサントリー(株)を設立し、ビール・スピリッツ・ワイン各事業・営業が垣根を取り払い、より一層お客様視点で迅速に取り組んでまいります。

### ③サステナビリティの取り組み

日々の生活において、サステナビリティという言葉を受かない日はないかと思ひます。サステナビリティへの取り組みが十分でない企業は、お客様に選択されない。まさに、「ソーシャルグッド」が必須の時代といえます。サントリーは、創業の精神「利益三分主義」のもと、生み出した利益を、自然環境の保護、芸術・文化活動やスポーツを通じて社会に還元することで、豊かな生活文化の創造に貢献してきました。

グローバルカンパニーとして、今後も「水のサステナビリティ」「温室効果ガス削減」「プラスチック」の三項目を、最重要案件として取り組んでまいります。特に、「水」に関しては、2050年には40億人が水不足に見舞われ、深刻な事態に陥るといふ試算もあります。「水と生きる」を社会との約束に掲げる企業として、サステナブルな社会づくりに貢献し、世界をリードしていきたくて考えております。

最後に2022年についてです。本年もwithコロナ、地政学的な要因、原材料価格高騰などで不確実な状況が続くと見込まれますが、サントリーグループ社員が、One Suntoryで一丸となり、攻めの姿勢で挑戦してまいります。2022年の売上収益は、過去最高の達成を目指し、一方、営業利益は、将来に向けた戦略的な投資を積極的に行うことで前年同期並を見込んでおります。皆様のご指導・ご支援、よろしくお願ひ致します。

ありがとうございました。

説明者：サントリーホールディングス株式会社  
執行役員 大塚徳明

大塚でございます。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。私から、2021年12月期連結決算についてお話しさせていただきます。

### ① 当期業績について

2021年12月期、サントリーグループの業績は、  
酒税込みの売上収益が、2兆5,592億円、前年同期比108.1%、  
酒税を除いた売上収益が、2兆2,857億円、前年同期比108.4%、  
営業利益は、2,475億円、前年同期比114.0%、  
親会社の所有者に帰属する当期利益は、1,140億円、前年同期比113.5%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、1兆2,638億円、前年同期比107.7%、  
営業利益は、1,399億円、前年同期比119.6%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「サントリー天然水」や「BOSS」「伊右衛門」を中心に販売数量を伸ばしました。海外でも、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、増収増益となりました。

#### <酒類セグメント>

酒税込みの売上収益は、1兆576億円、前年同期比108.3%、  
酒税を除いた売上収益は、7,851億円、前年同期比109.3%、  
営業利益は、1,279億円、前年同期比97.8%となりました。

スピリッツ事業は、為替中立ベースで、酒税控除後の売上収益が前年同期比1割強の増収となりました。海外では、家庭用の堅調な需要に支えられ、業務用の売上も回復傾向にあり、欧米をはじめとした主要マーケットにおいて売上が伸長しました。

日本では、酒税控除後の売上収益が前年同期比106%と伸長しました。ウイスキーは、主要ブランド「角瓶」「メーカーズマーク」「碧A0」や各種ハイボール缶が伸長。RTDは、「-196°C」「こだわり酒場のレモンサワー」「ほろよい」が好調に推移し、販売数量が前年同期比112%と大きく伸長しました。また、新たな需要創造に向け、3月に発売した「のんある晩酌 レモンサワー ノンアルコール」は、ノンアルコールでも本格的なレモンサワーのおいしさをお楽しみ

いただけることに多くのお客様からご好評いただき、年間販売計画を上方修正しました。

ビール事業では、当社の販売数量は前年同期比 94%となりました。国内において新型コロナウイルス感染症拡大に伴う業務用市場への影響により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。「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドでは、「同〈香る〉エール」(缶)が、日本人の嗜好に合う“プレミアムエールビール”として、特に若い世代の方にご好評いただき好調に推移しました。4月に新発売した「パーフェクトサントリービール」は、“本格ビールのうまさの糖質ゼロ”として高い評価をいただき、新たなビールユーザーを獲得することで、市場の活性化に貢献しました。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。

#### <その他セグメント>

酒税込みの売上収益は、2,378 億円、前年同期比 109.2%、  
酒税を除いた売上収益は、2,367 億円、前年同期比 109.2%、  
営業利益は、255 億円、前年同期比 177.1% 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」シリーズや「ロコモア」などが好調でした。

### **③2022年の見通しについて**

最後に、2022年の年間業績見通しについて、ご説明いたします。

酒税込みの売上収益は、2兆7,780億円、前年同期比108.5%、  
酒税を除いた売上収益は、2兆4,800億円、前年同期比108.5%、  
営業利益は、2,480億円、前年同期比100.2%、

親会社の所有者に帰属する当期利益は、1,150億円、前年同期比100.9% と、増収増益の計画となります。グループトータルでの売上成長を目指し、将来に向けた戦略的な投資も積極的に行う計画となります。

今後も、先行き不透明、不確実な状況ではありますが、グループ一体となって、さらなる成長を目指してまいります。

私からの説明は以上です。

今後とも、ご指導、ご支援をよろしくお願い申し上げます。

以上