

# サントリーホールディングス株式会社

## 2022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。

決算のご説明の前に、トルコ・シリア地震によって被害にあわれた方々に心からお見舞いを申し上げるとともに、お亡くなりになられた方々のご冥福をお祈り申し上げます。サントリーグループでは、約3千7百万円の義捐金の拠出を決定しております。

それでは、2022年通期決算発表に際して、私から昨年の振り返りと今後の取り組みについてお話させていただきます。その後、経営管理本部担当役員の宮永から、決算概況についてご説明させていただきます。

### **①2022年振り返り**

まず2022年を振り返りますと、コロナは終息せず、さらにロシアによるウクライナ侵攻、原油高、急激な為替変動、原材料費や物流費といったサプライチェーンコストの高騰など、企業をとりまく経営環境は非常に厳しく、先を読むことが本当に困難な1年でした。

しかし、そのような厳しい状況下でも、サントリーグループは、グローバルな食品酒類総合企業としての強みを発揮し、おかげさまをもちまして通期の経営成績は、業績予想を大きく上回り、売上収益・営業利益ともに過去最高を達成しました。

### **②飲料・食品事業、酒類事業について**

「飲料・食品」に関しては、一昨日、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、増収増益となりました。来月（3月）の株主総会および取締役会で決定される予定ですが、次期社長となる小野は、時価総額が1兆円を超える日本企業では初の女性トップとなります。また、取締役の過半数が外国籍または女性という、非常にダイバーシティに富んだ新組織となる予定です。個性や多様性を活かす新たなステージを迎え、より一層の成長を実現してもらいたいと考えています。

続いて「酒類」に関しては、ビームサントリー社が過去最高の売上を達成しました。より一層プレミアムなブランドを磨き上げるべく、昨年ビームサントリー社の本社をシカゴからニューヨークのマンハッタンに移転しました。ニューヨークは、世界経済の中心地であると同時に、その地に集う多彩な人々による文化の発信地でもあり、飲食シーンのトレンドをもけん引する、世界を代表する都市です。ビームサントリー社との統合後8年以上が経過しましたが、今後第2ステージとして、同社の企業価値が倍になるくらいの飛躍をしてもらいたいと思います。

一方、国内では、昨年7月にビール、スピリッツ、ワインのカテゴリーを統合した「サントリー株式会社」を立ち上げ、酒類事業の変革に取り組んでいます。10月には、酒税改正を控え、ビール事業は勝負の年でもあります。サントリーにとって、ビール事業は「創業家の夢」であり、「やってみなはれ」の象徴です。この夢を達成するために、鳥井信宏サントリー株式会社社長には先頭に立って取り組んでもらっています。

なお、今年はサントリーウイスキー100周年、ビール事業進出60周年、シャトー・ラグランジュ経営参画40周年という節目を迎える年です。長年サントリーグループで培ったものづくりの技術、商品開発力に磨きをかけ、よりお客様に喜んでいただけるような、さらなる味の創造と品質の向上をはかってまいります。

### **③サステナビリティの取り組み・人本主義について**

さて、日々の生活において、“サステナビリティ”という言葉を書かない日はありません。先日、私は、ダボス会議に出席して参りましたが、ヨーロッパが中心になってサステナビリティのルールメイキングをやっており、サステナビリティの歩み、とりわけ climate change(気候変動)、生物多様性の歩みを決して止めてはいけなると痛感しました。サントリーグループは、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、最重要案件としてより一層取り組んでまいります。

昨年は、日本・米州・欧州の全ての自社生産研究拠点で購入する電力の100%再生可能エネルギー化を果たしました。また、太陽光などの再生可能エネルギーを活用してグリーン水素を製造する、国内最大級のシステムを、当社工場へ導入することを目指し、山梨県と協定を締結しました。ペットボトルの「ボトル to ボトル」水平リサイクルにおいても、さまざまな地域の皆様との協働により、取り組みを加速させています。また、イアン・ブレマー氏が創設したユーラシア・グループと共に「Sustainability Leaders Council」を立ち上げました。サステナビリティの取り組みの中心はアジアであり、今後アジアのビジネスリーダーと一緒に取り組んでまいります。

今年、生物多様性の減少傾向を食い止め、回復を目指す「ネイチャーポジティブ」という世界的な動きに関しても、20年間にわたって継続してきた水源涵養活動「天然水の森」をさらに強化するなど、“サステナビリティの先駆者”として、世界をリードしていきたいと考えています。

新たな価値の創造、事業の成長の原動力は、「人」です。サントリーグループは創業時から「人」こそが、経営の最も重要な基盤であり資本であるという「人本主義」の考えのもと、さまざまな取り組みを進めています。組合との交渉はこれからではございますが、今年の春闘では、厳しい状況だからこそ社員一人ひとりがイキイキとやりがいを持って働ける環境づくりに向けて、ぜひとも、ベアを含む6%以上の賃上げを実現したいと思っております。

サントリーグループの企業理念は、“人と自然と響きあい、豊かな生活文化を創造し、「人間の生命(いのち)の輝き」をめざす”です。社会と共創し、世界で最も信頼され、愛されるオンリーワンの食品酒類総合企業を目指してまいります。

最後に、2023年も、サントリーグループ社員が、ONE SUNTORY One Familyで一丸となり、“やってみなはれ”の攻めの姿勢で挑戦し続けることで、22年を上回る最高の売上、利益を達成したいと思っております。引き続き、皆様のご指導・ご支援のほど、どうぞよろしくお願い致します。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  
常務執行役員 宮永 暢

宮永でございます。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、2022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

2022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、2兆9,701億円、前年同期比116.1%、  
酒税を除いた売上収益が、2兆6,588億円、前年同期比116.3%、  
営業利益は、2,765億円、前年同期比111.7%、  
事業の利益をはかる指標となる、営業利益から非経常的な要因により発生した損益を除いた調整後営業利益は、2,706億円、前年同期比107.4%  
親会社の所有者に帰属する当期利益は、1,362億円、前年同期比119.5%となりました。

売上収益・営業利益ともに過去最高を達成しました。

### 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、1兆4,449億円、前年同期比114.3%、  
営業利益は、1,621億円、前年同期比115.8%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」「伊右衛門」「GREEN DA・KA・RA」が過去最高の販売数量を達成しました。海外でも、コアブランドの活動強化などにより、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、1兆2,459億円、前年同期比117.8%、  
酒税を除いた売上収益は、9,356億円、前年同期比119.2%、  
営業利益は、1,406億円、前年同期比109.9%となりました。

スピリッツ事業は、売上収益が酒税込み・酒税控除後ともに前年同期比2割強の増収となりました。

海外では、ビームサントリー社が進めるプレミアム化戦略が奏功し、米国やアジアをはじめとする主要マーケットで売上が伸長しました。日本では、「角瓶」「碧A○」や「角ハイボール缶」が好調に推移しました。RTDは、「CRAFT-196°C」や「BAR Pomum」を発売するなど新需要創造に挑戦し、市場を上回る伸長となりました。サントリージン「翠」は、日常の食事に合う「翠ジンソーダ」という新たな価値をご提案し、ご好評をいただいております。

続いて、ビール事業です。昨年は、ビールカテゴリーがけん引し、ノンアルコールビールテイスト飲料を含む販売数量が前年同期比104%と、市場を上回る成果を残すことができました。「ザ・プレミアム・モルツ」は、“日常のちょっとした贅沢”として、また、発売2年目を迎えた「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、多くのお客様からご好評をいただき、前年から大きく伸ばすことができました。「新しいビールの文化をつくりたい」という思いから発売した「ビアボール」は、好きな濃さで自由に楽しむというこれまでにない価値をもった新しいビールとして、特に若い世代にご好評をいただきました。

ノンアルコール飲料カテゴリーでは、お酒を飲む人も飲まない人も一緒に楽しめる文化の創造を目指し、「オールフリー」や「のんある晩酌 レモンサワー ノンアルコール」に加え、「ノンアルコールでワインの休日」を発売するなどラインナップを拡充しました。さらに、期間限定店舗「のんある酒場」をオープンするなど、ノンアルコール飲料の魅力を積極的にお客様にご提案しました。

#### <その他セグメント>

酒税込みの売上収益は、2,794億円、前年同期比117.5%、  
酒税を除いた売上収益は、2,783億円、前年同期比117.6%、  
営業利益は、270億円、前年同期比105.9% となりました。

健康食品事業は、お客様の健康志向の高まりから、「ロコモア」「オメガエイド」などが好調でした。

### **③2023年の見通しについて**

最後に、2023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、3兆1,200億円、前年同期比105.0%、  
酒税を除いた売上収益は、2兆8,100億円、前年同期比105.7%、  
営業利益は、2,800億円、前年同期比101.3%、

調整後営業利益は、2,800億円、前年同期比103.5%、

親会社の所有者に帰属する当期利益は、1,400億円、前年同期比102.8% 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、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いたします。

以上