

サントリーホールディングス株式会社

2024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 経営企画本部長 宮永 暢

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

2024年度中間期、サントリーグループの業績は、
酒税込みの売上収益が、1兆6,492億円、前年同期比6.6%増
酒税を除いた売上収益が、1兆4,883億円、前年同期比7.0%増 となりました。

次に利益ですが、

営業利益は、1,867億円、前年同期比 11.3%増

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、1,657億円、前年同期比 1.2%増

親会社の所有者に帰属する中間利益は、927億円、前年同期比 7.8%増 となりました。

売上収益・営業利益・親会社の所有者に帰属する中間利益いずれも、上半期として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、8,136億円、前年同期比 9.1%増

営業利益は、923億円、前年同期比 15.3%増 となりました。

国内では「サントリー天然水」が引き続き堅調に推移、海外では「Oasis」などコアブランドへの継続的なマーケティング活動に取り組み、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、6,642億円、前年同期比3.4%増

酒税を除いた売上収益は、5,039億円、前年同期比3.5%増

営業利益は、1,067億円、前年同期比 18.2%増 となりました。

なお営業利益には、関係会社株式売却益も含まれています。

まず、スピリッツ事業です。海外では、バーボンウイスキー「ジムビーム」、RTDカクテル「オンザロックス」などが前年を上回りました。米国や欧州などでは「-196」ブランドを通じたRTDのグローバル展開にも積極的に取り組みました。4月には、M&Aから10年が

経過したビームサントリー社の社名をサントリーグローバルスピリッツ社に変更しました。さらなる事業拡大とグループ全体のシナジー創出を目指します。日本では、ウイスキーで「ジムビーム」ブランドやハイボール缶が好調に推移しました。ジンでは、「翠(SUI)」ブランドが、“清々しい味わい”にご好評いただき、前年同期比 19%増と大きく伸長しました。RTDでは、「-196 無糖」シリーズの展開や、「茉莉花〈ジャスミン茶割・JJ〉缶」による新需要創造に取り組みました。

続いて、ビール事業です。「サントリー生ビール」ブランドは、“グッとくる飲みごたえと飲みやすさ”を両立した中味への高い評価に加え、新たに瓶と樽の発売開始により、販売数量は前年同期比 30%増と大きく伸長しました。「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドは、「いい日、プレモル。」という新メッセージのもとお客様との接点をさらに拡大し、販売数量は前年同期を上回りました。

ワイン事業では、主力の「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。」ブランドが前年同期を大きく上回りました。

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、ラインナップ拡充やお客様接点の拡大を行いました。

<その他セグメント>

酒税込みの売上収益は、1,714 億円、前年同期比 7.8%増

酒税を除いた売上収益は、1,709 億円、前年同期比 7.9%増

営業利益は、221 億円、前年同期比 4.7%減 となりました。

健康食品事業では、脚の健康をサポートする「ロコモア」、男性向けスキンケアブランド「VARON」などが好調でした。

③サステナビリティ経営について

サントリーグループのパーパスは、「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。水や農作物など自然の恵みに支えられた食品酒類総合企業として、人々の生活を潤い豊かにすることと 自然環境を守り育てることが共存し、人と自然が互いに良い影響を与えあって永く持続していく社会を目指して、サステナビリティ経営を推進しています。

地球全体が、気候変動、水不足、環境汚染など、多くの課題に直面している中、サントリーグループは、グローバルカンパニーとして、「水のサステナビリティ」「温室効果ガス削減」「プラスチックの資源循環」の三項目を、最重要テーマとして取り組んでいます。

まず、「水のサステナビリティ」です。水源涵養力向上に向けた「サントリー 天然水の森」活動により、現在、国内工場で汲み上げる地下水量の2倍以上の水を涵養しています。この、取水量以上の水を水系に育て「ウォーター・ポジティブ」の活動は、生物多様性の取り組みに

も繋がっており、環境省が推進する「自然共生サイト」では単一企業として最多の認定を受けています。今年も新たに2つの森で協定を締結するなど活動を強化しています。次世代環境教育「水育」は活動開始から今年で20年を迎えます。現在、日本を含むアジア・欧州・オセアニアの計8カ国で展開し、これまでの累計参加者数は58万人を超えました。この8月には20周年企画として、「大人の『水育』体験」を開催します。

続いて、「温室効果ガス」削減です。日本最大規模の「グリーン水素」製造が可能となる「やまなしモデルP2Gシステム」が2月に着工しました。引き続き山梨県や参画企業と連動し、2025年の導入を目指します。また、バリューチェーン全体での排出量の削減に向け、容器包装分野では、グリーンアルミを使用した「ザ・プレミアム・モルツ（サステナブルアルミ）」を1月に限定発売しました。原料分野では、再生農業でのサトウキビ栽培をタイで開始するなど、サプライヤー企業と業界を超えた取組を行っています。

プラスチックでは、国内では「ボトル to ボトル」水平リサイクルを中心とした活動を展開しています。多くの自治体・事業会社と水平リサイクルに関する協定を締結している他、100%リサイクルペットボトルの当社商品への積極導入を進めてきました。2023年実績では、2本に1本以上で100%リサイクルペットボトルを導入しています。

自社の活動に加え、地域の皆様、バリューチェーンを構成する企業などと、従来の枠組みを超えた連携を進めています。5月には、東京都と環境保全に関する包括連携協定を締結しました。サントリーグループが培ってきたサステナビリティ活動における知見を広く活かしてまいります。

④2024年の見通しについて

下期も、競争環境の激化、為替変動などが想定されることから、今年2月に発表した業績予想から変更はありません。

酒税込みの売上収益は、3兆4,500億円、前年同期比5.0%増

酒税を除いた売上収益は、3兆1,100億円、前年同期比5.3%増

営業利益は、3,200億円、前年同期比0.9%増

調整後営業利益は、3,200億円、前年同期比1.0%増

親会社の所有者に帰属する当期利益は、1,530億円、前年同期比11.4%減 の計画です。

なお、親会社の所有者に帰属する当期利益の減収は2023年に計上した、米国を中心とした税制改正による利益影響の反動を受けるためです。

年間計画の達成を目指して、しっかりと取り組んでまいります。

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