

サントリーホールディングス株式会社

2024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、心より御礼を申し上げます。

冒頭、大阪・関西万博の話をさせていただきます。4月13日の開幕まで2カ月を切りました。サントリーグループは、創業の地である大阪を盛り上げたいという思い、そして「いのち輝く未来社会のデザイン」という万博のテーマへの共感から、最上位のスポンサーであるプラチナパートナーとして参画致します。世界の分断が進む今、万博という融和や調和の場を日本から発信できることにも大きな意義を感じております。ぜひとも国内はもちろん、世界中から多くの方に訪れていただきたいと考えています。

それでは、2024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しさせていただきます。決算概況については、後ほど宮永からご説明いたします。

① 2024年振り返り

まず昨年を振り返りますと、世界的なコスト高やインフレが継続する中、各国で景気が停滞し、多くのエリア・事業において市況や競争環境が悪化する、厳しい1年となりました。

しかし、そのような状況下でも、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、通期の経営成績は、おかげさまをもちまして売上収益・営業利益ともに過去最高を達成しました。本格的なグローバル化の始まりとして2014年にビーム社を買収し、そして私が社長に就任して10年が経ちました。この間にサントリーグループの売上は2倍強に、営業利益は2.5倍にまで成長することが出来ました。

② 飲料・食品セグメント、酒類セグメントについて

「飲料・食品」に関しては、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。小野真紀子社長のもと、本年もより一層の成長を実現してまいります。

続いて「酒類」です。ビーム社との経営統合では、10年を迎えた昨年4月に社名を「サントリー・グローバル・スピリッツ」社へ変更しました。これはまさに企業統合の総仕上げでした。そしてサントリーグループが、極めて厳しく困難な「企業統合」という一大事を、一致団結して乗り越えた証だと思っております。

サントリーが擁する酒類と飲料という幅広いポートフォリオは世界でも稀で、サントリーならではの強みです。酒と飲料それぞれで、高い品質・ノウハウを持ち合わせる、この強みを生かし、世界でも有望な成長市場である、缶入りアルコール飲料の分野で、金メダルを目指します。

この新しい目標のもと、すでにオセアニアにおいて酒のサントリー・グローバル・スピリッツ社と、飲料のサントリー食品インターナショナル社とのパートナーシップが生まれており、いよいよ今年7月、本格的に新体制がスタートします。

国内酒類事業は、真のグローバル企業として、創業の地である日本において絶対的なNo.1になる必要があると考えています。24年の国内酒類の売上は市場をけん引しました。特に、酒税改正の追い風を受けるビールカテゴリーでは、23年に発売した「サントリー生ビール」が好調で、大きく伸長しました。

お客様の価値観が多様化する中、幅広い商品ポートフォリオをもつ強みを活かして、酒類市場の活性化・需要創造に向けた活動を展開してまいります。特に、ノンアルカテゴリーにおいては、専門部署も設け、さらに成長を加速させていきます。

③サステナビリティの取り組み・人への投資

気候変動、水不足、環境汚染など、多くの環境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。

なかでも水不足については、2050年までに世界で50億人が深刻な水不足に陥るとの予測もあり、極めて大きな問題です。「水と生きる」を掲げるサントリーは、20年以上もの長年にわたって水のサステナビリティに真摯に取り組み、大きな経営資源を投入しています。また、その活動をグローバルにも拡大しており、“水の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。

サントリーの歴史において、いつの時代も成長の原動力となってきたのは「人」でした。今年の春季労使交渉では2023年・24年に引き続き、3年連続でベアを含む7%程度の賃上げ実現を目指しています。生産性をいっそう高めながら継続的に賃上げを行うことで、物価上昇や不透明な経営環境が続く中でも、社員がイキイキとやりがいをもって働ける、そのような環境づくりをしていきたいと考えており、今後も人への投資を続けてまいります。また、働き方の多様化に向けては、「男性の育児参画の促進」を推進し、男性社員の育休取得率は、2024年末に100%を達成しました。

④2025年業績予想

2025年も、サントリーグループ社員が、ONE SUNTORY One Familyで一丸となって、攻めの姿勢で挑戦し続けることで、昨年を上回る売上を達成したいと思えます。営業利益については、昨年の事業売却の影響などにより減益となります。高い目標を掲げ、グループ、社員一丸となって、攻めの姿勢で挑戦してまいります。

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。グループの商品・サービスをはじめ、あらゆる活動を通じて、世界中のより多くの方々に笑顔をお届けしたいと考えています。「生命（いのち）の輝き」あふれる社会を実現するために、新たな価値を創造してまいります。

最後となりますが、ご案内のように3月25日の弊社株主総会をもって、副社長の鳥井信宏が社長に就任します。私からの決算のご説明は今回で最後となります。

信宏社長ならではのやり方で、グループ4万人を率いる素晴らしい経営者になってもらいたい。そして私自身は、サントリーホールディングス株式会社の代表取締役会長として全力でバックアップしながら、さらなるグローバル化の進展にむけて海外事業を中心にリーダーシップを発揮

していきます。信宏社長と私の二人三脚で、消費財メーカーでは初となる「日本発の真のグローバルカンパニー」という共通の目標を胸に、これからのサントリーグループを、さらなる高みに引き上げていきたいと思いをします。

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いたします。
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 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、心より御礼を申し上げます。私から、2024年12月期連結決算について説明をさせていただきます。

①当期業績について

2024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、3兆4,179億円、前年同期比 4.0%増、
酒税を除いた売上収益が、3兆797億円、前年同期比 4.3%増、
営業利益は、3,289億円、前年同期比 3.7%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、3,172億円、前年同期比 0.1%増
親会社の所有者に帰属する当期利益は、1,762億円、前年同期比 2.0%増となりました。

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、1兆6,887億円、前年同期比 6.6%増、
営業利益は、1,846億円、前年同期比 11.3%増となりました。

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」ブランドが堅調に推移し、「伊右衛門 特茶」も好調でした。海外でも、コアブランドへのマーケティング強化やコストマネジメントが奏功し、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、1兆3,929億円、前年同期比1.1%増、
酒税を除いた売上収益は、1兆557億円、前年同期比1.0%増、
営業利益は、1,807億円、前年同期比 2.9%増となりました。

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を上回りました。

昨年の大きなトピックスとしては、世界的な酒類コンペティション「インターナショナル・スピリッツ・チャレンジ2024」において、「山崎12年」が、全部門の中で一品のみに授与される「シュプリーム チャンピオン スピリット」を受賞。加えて、「ウイスキーにおけるジャパニーズウイスキーの表示に関する基準」が4月より本格施行された中、「角瓶」が、ジャパニーズウイスキー部門でゴールドを受賞しました。当社が長年にわたって品質向上に努めてまいりましたウイスキーづくりおよびブレンド技術などを評価いただいたものと、大変意義深く受け止めています。

海外では、バーボンウイスキー「ジムビーム」、スコッチウイスキー「ティーチャーズ」、インディアンウイスキー「オークスミス」のほか、ジャパニーズウイスキー「山崎」「響」、ジャパニーズクラフトジン「ROKU〈六〉」などが好調に推移しました。またRTD「-196」の販売エリアを米国、欧州、東南アジアで拡大するなど、グローバル展開にも積極的に取り組みました。

日本では、ウイスキーにおいて「ジムビーム」ブランドの国内販売数量が過去最高となりました。ジンカテゴリーでは、マーケティング活動を一新した「翠(SUI)」ブランドがご好評いただき、販売数量は前年同期比16%増と大きく伸長しました。RTDは、「-196無糖」シリーズを発売すると共に、「茉莉花〈ジャスミン茶割・JJ〉缶」といった新たな商品の展開を通じて需要創造に取り組みました。

続いて、ビール事業です。酒税改正により拡大するビールカテゴリーは、前年同期比3%増と伸長しました。なかでも「サントリー生ビール」は、中味への高い評価に加え、3月の業務用の瓶・樽発売が奏功し、前年同期比57%増の販売数量となりました。「金麦」ブランドでは、“サワー”の味わいをビールの醸造技術で実現した「金麦サワー」を10月に全国数量限定で発売するなど、新たな需要創造にも取り組みました。

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、ラインナップを拡充しました。さらに、「のんある酒場」の展開やさまざまなイベントを通して、ノンアルコール飲料の魅力を積極的に多くのお客様にお伝えしました。

<その他セグメント>

酒税込みの売上収益は、3,363億円、前年同期比 4.1%増、
酒税を除いた売上収益は、3,353億円、前年同期比 4.1%増、
営業利益は、335億円、前年同期比 1.8%減 となりました。

健康食品事業は、「ロコモア」「VARON」などが好調でした。

③2025年の見通しについて

最後に、2025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、3兆5,600億円、前年同期比 4.2%増、
酒税を除いた売上収益は、3兆2,100億円、前年同期比 4.2%増、
営業利益は、3,100億円、前年同期比 5.8%減、
調整後営業利益は、3,200億円、前年同期比 0.9%増、
親会社の所有者に帰属する当期利益は、1,350億円、前年同期比 23.4%減
減益の計画となりますが、これは昨年の上乗せなどの影響によるものです。

今後もグループ一体となって、高い目標に挑戦してまいります。

今後とも、ご指導、ご支援をよろしくお願いいたします。
本日はありがとうございました。

以 上