



2016年12月期 第3四半期財務・業績の概況(連結)

2016年11月4日

会社名 サントリーホールディングス株式会社 URL <http://www.suntory.co.jp>
 代表者 (役職名)代表取締役社長 (氏名)新浪 剛史
 問合せ先責任者 (役職名)広報部長 (氏名)丹羽 徹 広報部 TEL (03)5579-1150
 TEL (06)6346-0835

(百万円未満切捨て)

1. 2016年12月期第3四半期の連結業績(2016年1月1日～2016年9月30日)

(1) 連結経営成績(累計)

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する 四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2016年12月期第3四半期	1,965,767	△ 0.2	148,989	14.1	131,869	20.7	93,041	190.0
2015年12月期第3四半期	1,970,355	10.5	130,610	11.7	109,209	△ 0.7	32,083	9.0

(参考) のれん等償却前利益

	営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する 四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2016年12月期第3四半期	198,904	9.3	181,784	13.2	133,704	77.8
2015年12月期第3四半期	181,954	20.2	160,553	11.1	75,213	34.0

(注) のれん等償却前利益 = 利益 + M&Aにより発生するのれん、商標権等償却費

	1株当たり 四半期純利益		潜在株式調整後 1株当たり四半期純利益	
	円	銭	円	銭
2016年12月期第3四半期	136	03	-	-
2015年12月期第3四半期	46	95	-	-

(2) 連結財政状態

	総資産		純資産		自己資本比率	
	百万円	百万円	百万円	百万円	%	%
2016年12月期第3四半期	4,077,034	979,099	979,099	17.7	17.7	17.7
2015年12月期	4,606,990	1,162,629	1,162,629	18.6	18.6	18.6

(参考) 自己資本 2016年12月期第3四半期 721,732 百万円 2015年12月期 857,673 百万円

2. 2016年12月期の連結業績予想(2016年1月1日～2016年12月31日)

(%表示は、対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属 する当期純利益		1株当たり 当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円	銭
通 期	2,730,000	1.6	188,000	1.6	160,000	2.4	100,000	121.0	146	31

(注)直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 有

(参考)

のれん等償却前利益

258,000	1.2	230,000	1.8	158,000	52.7
---------	-----	---------	-----	---------	------

※ この四半期財務・業績の概況は、金融商品取引法に基づく四半期連結財務諸表のレビュー手続は受けていません。

経営成績

1.当第3四半期連結累計期間の概況

当期(2016年1月1日～2016年9月30日)の世界経済は、一部に弱さがみられたものの、全体として緩やかに回復しました。わが国経済においては、緩やかな回復基調が続きましたが、一部、個人消費や企業収益などに弱さもみられました。

こうした中、サントリーグループは、〈飲料・食品〉〈酒類〉〈その他〉の各セグメントにおいて国内外で積極的な事業展開を行いました。当期の業績は、為替等の影響もあり売上高1兆9,658億円(前年同期比99.8%)となりましたが、営業利益1,490億円(同114.1%)、経常利益1,319億円(同120.7%)、親会社株主に帰属する四半期純利益930億円(同290.0%)となりました。

のれん等償却費を除いて計算すると、営業利益1,989億円(同109.3%)、経常利益1,818億円(同113.2%)、親会社株主に帰属する四半期純利益1,337億円(同177.8%)となりました。

〈飲料・食品セグメント〉

サントリー食品インターナショナル(株)は、“ナチュラル&ヘルシー”“ユニーク&プレミアム”をキーワードに商品を提案し、ブランド強化や新規需要の創造に注力したほか、同社グループ各社の知見を活かしたコスト革新による、収益力強化や品質の向上に取り組みました。

国内事業では、重点ブランドの強化に加え、特定保健用食品などの高付加価値商品への注力を通じ、新規需要の創造に取り組み、前年同期を上回る販売数量を達成しました。

「サントリー天然水」は、“清冽でおいしい水”“ナチュラル&ヘルシー”をブランド独自の価値として訴求しました。なかでも「サントリー ヨーグリーナ&南アルプスの天然水」が好調に推移し、ブランド全体の販売数量が大きく伸長しました。

「BOSS」は、引き続き主力商品に注力したことに加え、ボトル缶「プレミアムボス ブラック」 「同 微糖」が大幅に販売数量を伸ばし、ブランド全体の伸びを牽引しました。9月には「プレミアムボス」ブランドから新商品を発売し、商品ラインナップを拡充しました。

「伊右衛門」は、四季の変化に合わせて味わいを変える提案を継続したほか、特定保健用食品「特茶」が大幅に販売数量を伸ばし、ブランド全体が堅調に推移しました。

特定保健用食品は、同社が市場拡大を牽引し、確固たる地位を築いています。引き続き、「伊右衛門特茶」「サントリー 黒烏龍茶」などの積極的なマーケティング活動に取り組んだほか、8月には「特茶 カフェインゼロ」を発売し、特定保健用食品合計の販売数量は前年同期を大きく上回りました。

国際事業では、各エリアにおいて重点ブランドの一層の強化やコスト削減等を実施しました。

欧州では、「Orangina」^{オランジーナ}「Oasis」^{オアシス}「Schweppes」^{シュウェップス}「Lucozade」^{ルコゼード}「Ribena」^{ライビーナ}などの主カブランドを中心に積極的なマーケティング活動を展開しました。フランスでは、事業環境が厳しい中、「Orangina」はほぼ前年同期並、「Oasis」は前年同期を下回りました。英国では、「Lucozade」が堅調に推移し、「Ribena」はほぼ前年同期並となりました。スペインでは、昨年開始した PepsiCo, Inc.との協業をさらに推進し、業務用の販売が引き続き好調に推移しました。また、英国で昨年12月に取り扱いを開始したスプリングウォーター「Highland Spring」^{ハイランド スプリング}に続き、フランスで、低糖のプレミアムアイスティー「May Tea」^{メイ ティー}を5月に発売するなど、健康志向が強まる欧州でのブランドポートフォリオを強化しました。

なお、9月30日付で、アフリカ事業の強化のため、GlaxoSmithKline Consumer Nigeria Plc より、ナイジェリアにおける「Lucozade」^{ルコゼード}「Ribena」^{ライビーナ}の製造・販売に関する事業基盤を譲り受けました。

アジアでは、各国において事業基盤の強化や主カブランドを中心としたマーケティング活動に取り組みました。健康食品事業では、タイにおいて「BRAND'S Essence of Chicken」^{ブランド エッセンス オブ チキン}などが堅調に推移しました。飲料事業では、ベトナムにおいて4月に緑茶飲料「TEA + MATCHA」^{ティープラス マッチャ}を新発売するなどサントリーブランドのマーケティング強化に取り組み、ペプシコブランドとともに販売は前年同期を大きく上回りました。

オセアニアでは、主力の「V」^{ヴィ}ブランドから「V Pure」^{ヴィ ピュア}を5月に発売したほか、緑茶の抗酸化成分を配合した水分補給飲料「OVI」^{オヴィ}で積極的なマーケティング活動を行い、販売拡大に取り組みました。

米州では、ノースカロライナ州を中心にペプシコブランドのさらなる販売強化に加え、営業および物流の事業効率の改善を進めました。また、「OVI」の販売を1月に開始しました。

これらの結果、飲料・食品セグメントは売上高1兆584億円（前年同期比104.4%）、営業利益897億円（同106.6%）となりました。

〈酒類セグメント〉

ビームサントリー社は、為替や事業売却などの影響を除いた既存事業ベースの売上高が前年同期比一桁台半ば増となりました。「ジムビーム」^{ジムビーム}「メーカーズマーク」^{メーカーズマーク}「ラフロイグ」^{ラフロイグ}「クルボアジェ」^{クルボアジェ}「オルニートス」^{オルニートス}などが好調に推移しました。また、「響」^響「ジムビーム ブラック」^{ジムビーム ブラック}「ノブクリーク ライ」^{ノブクリーク ライ}などが、世界的な酒類コンテストで栄誉ある賞を受賞したことに加え、10月には「ジム・マレー ウイスキー・バイブル 2017」で「ブッカーズ ライ」^{ブッカーズ ライ}が最高得点を獲得しました。

北米・中南米地域は、既存事業ベースで前年同期を上回る売上となりました。米国では、バーボンの多彩な味わいの提案により「ジムビーム」ブランドが伸長したほか、「メーカーズマーク」^{メーカーズマーク}「クルボアジェ」^{クルボアジェ}「オルニートス」^{オルニートス}や、スコッチ、プレミアムバーボンも伸長し、前年同期を上回る売上となりました。

その他地域（北米・中南米地域、日本以外）では、オーストラリア、スペイン、ロシア、インドなどが好調に推移しました。特に「ジムビーム」^{ジムビーム}「メーカーズマーク」^{メーカーズマーク}「カナディアンクラブ」^{カナディアンクラブ}「ティーチャーズ」^{ティーチャーズ}が伸長しました。

日本では、サントリースピリッツ(株)が前年同期比103%の売上となりました。ウイスキーでは、「ジムビーム」が“ビーム ハイボール”を中心とした積極的なマーケティング活動を行い、前年同期比144%と大きく伸長しました。RTDは、前年同期比113%と好調に推移しました。「-196℃ ストロングゼロ」は、引き続き食中酒としての需要が拡大し、前年同期比114%と伸長しました。「ほろよい」は、その味わいとコミュニケーション活動が好評で前年同期比120%と好調に推移しました。「角ハイボール缶」「トリスハイボール缶」は、引き続き好調に推移し、ハイボール缶計で前年同期比127%となりました。

サントリービール(株)は、総市場^{※1}が前年同期比99%程度と推定される中、5,256万ケース^{※2}(同99%)と市場並のトレンドとなりました。

「ザ・プレミアム・モルツ」は、金曜日など休前日のプレミアムビール需要を喚起するキャンペーンをはじめ積極的なマーケティング活動を展開し、お客様接点の拡大を図りました。3月に発売した「ザ・プレミアム・モルツ〈香るエール〉」は、“エールビール”需要を創造し堅調に推移しました。「金麦」ブランドは、新ジャンル市場が前年同期比99%程度と推定される中、「金麦」が同104%、「金麦〈糖質75%^{※3}オフ〉」が同111%と好調に推移しました。

「オールフリー」ブランドは、“何も気にせず気軽に楽しめる”ノンアルコールビールテイスト飲料としての魅力を訴求し、前年同期比101%となりました。

※1 ノンアルコールビールテイスト飲料を含む

※2 大瓶換算(1ケース=633ml×20本)

※3 当社「金麦」比

サントリーワインインターナショナル(株)は、為替の影響を受け売上が前年同期比微減となりましたが、為替影響を除いた場合は前年同期を上回りました。日本国内において、ワイン市場が数量ベースで前年同期比101%程度と推定される中、同社は同107%と市場を大きく上回りました。国産ワインは、“酸化防止剤無添加”ブランドや国産ぶどう100%ワイン“日本ワイン”などが好調に推移しました。また、「登美白 2013」が国際ワインコンクールで「金賞」を受賞し、同社“日本ワイン”の金賞受賞は5年連続となりました。輸入ワインは、「カーニヴォ」など“特定の料理や食材に合うワイン”がご好評いただいたほか、中高価格帯商品が伸長しました。

これらの結果、酒類セグメントは売上高7,110億円(前年同期比96.5%)、営業利益601億円(同126.1%)となりました。

〈その他セグメント〉

サントリーウエルネス(株)は「セサミン」シリーズやスキンケア化粧品「F.A.G.E.(エファージュ)」などが好調で前年同期比111%の売上となりました。ハーゲンダッツ ジャパン(株)は新商品が好調に推移し前年同期比108%の売上となりました。なお、サントリー(中国)ホールディングス有限公司が3月に青島啤酒股份有限公司との合併契約を解消したことなどから、その他セグメントは売上高1,964億円(前年同期比89.3%)、営業利益259億円(同107.1%)となりました。

なお、国内売上高は1兆2,996億円(前年同期比107.9%)、海外売上高は6,662億円(同86.9%)となりました。海外売上高は、為替の影響を除くと前年同期並となります。

売上の海外比率は33.9%、のれん等償却前営業利益の海外比率は47.4%となりました。

当社は、創業以来、積極的に事業を展開するとともに、創業の精神である『利益三分主義』に基づき、文化・社会貢献、環境活動などにも取り組んでいます。また、『水と生きる SUNTORY』というコーポレートメッセージのもと、社会と自然との共生を目指したさまざまな活動を展開しています。

熊本地震の復興支援活動は、発生直後に救援物資として「サントリー天然水」を供出したほか、5月に義捐金1億円を拠出。なお、10月には復興支援活動金として新たに3億円の拠出を決定しました。東日本大震災の復興支援活動は、震災以降累計108億円の規模で継続して実施しています。

環境活動では、水源涵養活動を展開している「サントリー 天然水の森」において約9,000haの面積を涵養しています。子どもたちに水の大切さを伝える次世代環境教育「水育^{みずいく}」は、国内での活動に加え、ベトナムでも実施しています。また、ペットボトル開発における当社独自の「2R+B」戦略^{※4}のもと、容器包装の軽量化のほか、米国企業と共同で植物由来原料100%使用ペットボトルの開発に取り組んでいます。

※4 樹脂使用量の削減と再生素材の使用により徹底した資源の有効利用を図りつつ、可能な範囲で石油由来原料を再生可能原料で代替していく考え方(Reduce・Recycle+Bio)です。

2.通期の見通し

2016年12月期の売上高は2兆7,300億円(前年同期比101.6%)、営業利益は1,880億円(同101.6%)、経常利益は1,600億円(同102.4%)を予定しています。

親会社株主に帰属する当期純利益は、事業譲渡益の影響や海外子会社の資本関係の整理・再編にともなう影響等により、1,000億円(前年同期比221.0%)に修正しました。

なお、のれん等償却前利益は、営業利益2,580億円(前年同期比101.2%)、経常利益2,300億円(同101.8%)、親会社株主に帰属する当期純利益1,580億円(同152.7%)となります。

四半期連結貸借対照表

(単位:百万円)

期 別 科 目	前連結会計年度 (2015年12月31日現在)	当第3四半期連結会計期間 (2016年9月30日現在)	増 減
	金 額	金 額	金 額
(資 産 の 部)			
I 流動資産	1,205,761	1,218,071	12,309
現金及び預金	258,622	345,171	86,549
受取手形及び売掛金	380,562	336,279	△44,283
たな卸資産	438,927	396,295	△42,631
その他の	129,758	141,661	11,902
貸倒引当金	△2,109	△1,336	772
II 固定資産	3,400,453	2,858,375	△542,078
1.有形固定資産	686,068	595,929	△90,138
建物及び構築物	198,016	168,402	△29,614
機械装置及び運搬具	255,743	211,540	△44,203
工具、器具及び備品	63,223	58,487	△4,736
土地	106,203	97,363	△8,840
その他	62,881	60,136	△2,744
2.無形固定資産	2,512,908	2,052,787	△460,120
のれん	1,136,879	934,777	△202,102
商標権	1,285,478	1,042,106	△243,371
その他	90,550	75,903	△14,647
3.投資その他の資産	201,477	209,658	8,181
投資有価証券	119,633	109,014	△10,618
その他	83,153	101,886	18,733
貸倒引当金	△1,309	△1,242	66
III 繰延資産	774	588	△186
資産合計	4,606,990	4,077,034	△529,955

(単位:百万円)

科 目	期 別	前連結会計年度 (2015年12月31日現在)	当第3四半期連結会計期間 (2016年9月30日現在)	増 減
		金 額	金 額	金 額
(負 債 の 部)				
I 流動負債		934,627	988,492	53,865
支払手形及び買掛金		146,790	127,908	△18,881
電子記録債務		109,333	117,008	7,675
短期借入金		161,664	231,327	69,663
1年内償還予定の社債		51,918	112,453	60,534
未払酒税		55,064	32,650	△22,413
未払消費税等		22,349	18,891	△3,458
未払法人税等		36,629	19,621	△17,007
未払金		157,615	143,600	△14,014
未払費用		83,008	69,084	△13,923
賞与引当金		26,149	30,713	4,563
その他		84,104	85,231	1,126
II 固定負債		2,509,733	2,109,441	△400,291
社債		421,883	304,629	△117,253
長期借入金		1,427,812	1,280,154	△147,658
繰延税金負債		471,066	390,571	△80,494
役員退職慰労引当金		1,004	918	△85
退職給付に係る負債		33,926	29,732	△4,194
その他		154,039	103,434	△50,605
負債合計		3,444,361	3,097,934	△346,426
(純 資 産 の 部)				
I 株主資本		790,288	872,047	81,758
資本金		70,000	70,000	—
資本剰余金		△20,780	138,434	159,215
利益剰余金		743,354	665,211	△78,143
自己株式		△2,285	△1,598	686
II その他の包括利益累計額		67,384	△150,315	△217,699
その他有価証券評価差額金		26,427	22,691	△3,735
繰延ヘッジ損益		△3,803	△8,892	△5,088
為替換算調整勘定		53,256	△156,510	△209,767
退職給付に係る調整累計額		△8,496	△7,604	891
III 非支配株主持分		304,956	257,367	△47,588
純資産合計		1,162,629	979,099	△183,529
負債純資産合計		4,606,990	4,077,034	△529,955

四半期連結損益計算書

(単位:百万円)

期 別 科 目	前第3四半期連結累計期間 (自 2015年 1月 1日 至 2015年 9月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2016年 1月 1日 至 2016年 9月30日)	増 減
	金 額	金 額	金 額
I 売 上 高	1,970,355	1,965,767	△4,587
II 売 上 原 価	974,173	927,828	△46,344
売 上 総 利 益	996,182	1,037,939	41,756
III 販 売 費 及 び 一 般 管 理 費	865,572	888,949	23,377
営 業 利 益	130,610	148,989	18,379
IV 営 業 外 収 益	6,730	7,181	450
受 取 利 息	349	795	446
受 取 配 当 金	2,171	609	△1,561
持 分 法 に よ る 投 資 利 益	—	3,686	3,686
雑 収 入	4,209	2,089	△2,120
V 営 業 外 費 用	28,131	24,302	△3,829
支 払 利 息	21,342	20,579	△763
雑 支 出	6,789	3,722	△3,066
経 常 利 益	109,209	131,869	22,659
VI 特 別 利 益	22,030	17,805	△4,225
固 定 資 産 売 却 益	1,703	2,056	353
関 係 会 社 株 式 売 却 益	4,089	4,495	406
段 階 取 得 に 係 る 差 益	15,698	—	△15,698
事 業 譲 渡 益	—	8,364	8,364
そ の 他	539	2,888	2,348
VII 特 別 損 失	21,687	19,419	△2,268
固 定 資 産 廃 棄 損	2,601	2,534	△66
組 織 再 編 関 連 費 用	5,693	3,984	△1,709
震 災 関 連 費 用	—	11,086	11,086
そ の 他	13,392	1,814	△11,578
税 金 等 調 整 前 四 半 期 純 利 益	109,552	130,255	20,702
法 人 税 等	56,858	13,583	△43,275
四 半 期 純 利 益	52,693	116,671	63,978
非 支 配 株 主 に 帰 属 す る 四 半 期 純 利 益	20,610	23,630	3,020
親 会 社 株 主 に 帰 属 す る 四 半 期 純 利 益	32,083	93,041	60,958

セグメント情報

1. 報告セグメントの概要

当社の報告セグメントは、当社の構成単位のうち分離された財務情報が入手可能であり、経営陣が、経営資源の配分の決定及び業績を評価するために定期的に検討を行う対象となっているものです。

当社は持株会社制を導入し、持株会社である当社の下、製品・サービス別の事業分野別に事業会社等を設置しています。各事業会社等は取り扱う製品・サービスについて国内及び海外の包括的な戦略を立案し、事業活動を展開しています。

したがって、当社グループは事業会社等を中心とした製品・サービス別のセグメントから構成され、「飲料・食品事業」、「酒類事業」の2つを報告セグメントとしています。

各報告セグメントと「その他」の区分に属する主な製品・サービスの種類は以下のとおりです。

飲料・食品……………清涼飲料、健康飲料、加工食品 他
 酒類……………スピリッツ、ビール類、ワイン 他
 その他……………中国事業、健康食品、アイスクリーム、外食、花 他

2. 報告セグメントごとの売上高及び利益の金額に関する情報

前第3四半期連結累計期間(自 2015年1月1日 至 2015年9月30日)

(単位:百万円)

	飲料・食品	酒類	その他	計	調整額(注)1	四半期連結損益 計算書計上額 (注)2
売上高						
外部顧客への売上高	1,013,850	736,652	219,852	1,970,355	—	1,970,355
セグメント間の内部売上高 又は振替高	7,114	3,609	7,874	18,598	△ 18,598	—
計	1,020,964	740,262	227,727	1,988,954	△ 18,598	1,970,355
セグメント利益	84,147	47,649	24,200	155,997	△ 25,386	130,610

当第3四半期連結累計期間(自 2016年1月1日 至 2016年9月30日)

(単位:百万円)

	飲料・食品	酒類	その他	計	調整額(注)1	四半期連結損益 計算書計上額 (注)2
売上高						
外部顧客への売上高	1,058,391	711,022	196,353	1,965,767	—	1,965,767
セグメント間の内部売上高 又は振替高	7,426	3,458	7,258	18,143	△ 18,143	—
計	1,065,818	714,481	203,611	1,983,911	△ 18,143	1,965,767
セグメント利益	89,665	60,087	25,922	175,676	△ 26,686	148,989

(注) 1. セグメント利益の調整額には、セグメント間取引消去、各報告セグメントに配分していない全社費用が含まれています。全社費用は、当社において発生するグループ管理費用です。

それぞれの金額は次のとおりです。

前第3四半期連結累計期間

セグメント利益の調整額 △ 25,386 百万円
 各報告セグメントに配分していない全社費用 △ 25,443 百万円
 セグメント間取引消去 56 百万円

当第3四半期連結累計期間

セグメント利益の調整額 △ 26,686 百万円
 各報告セグメントに配分していない全社費用 △ 26,736 百万円
 セグメント間取引消去 50 百万円

2. セグメント利益は、四半期連結損益計算書の営業利益と調整を行っています。