



2017年12月期 第3四半期財務・業績の概況(連結)

2017年11月6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. 2017年12月期第3四半期の連結業績(2017年1月1日～2017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	%
2017年12月期第3四半期	2,022,556	2.9	156,398	5.0	139,220	5.6	67,988	△ 26.9
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

(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	%
2017年12月期第3四半期	207,966	4.6	190,789	5.0	110,190	△ 17.6
2016年12月期第3四半期	198,904	9.3	181,784	13.2	133,704	77.8

(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
2017年12月期第3四半期	99	26	-	-
2016年12月期第3四半期	136	03	-	-

(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	%
2017年12月期第3四半期	4,370,296	1,257,294	21.9
2016年12月期	4,374,356	1,156,720	20.0

(参考) 自己資本 2017年12月期第3四半期 958,540 百万円 2016年12月期 873,792 百万円

2. 2017年12月期の連結業績予想(2017年1月1日～2017年12月31日)

(%表示は、対前期増減率)

通期	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
	2,720,000	2.6	201,000	1.5	178,000	1.2	71,000	△ 41.6	103	78

(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

269,000	1.8	246,000	1.6	126,500	△ 27.9
---------	-----	---------	-----	---------	--------

※ 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

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、売上高2兆226億円(前年同期比102.9%)、営業利益1,564億円(同105.0%)、経常利益1,392億円(同105.6%)、親会社株主に帰属する四半期純利益680億円(同73.1%)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2,080億円(前年同期比104.6%)、経常利益1,908億円(同105.0%)、親会社株主に帰属する四半期純利益1,102億円(同82.4%)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、ブランド強化や新規需要の創造に注力したほか、各社の知見を活かしたコスト革新による収益力強化や、同社グループ全体での品質の向上に取り組みました。また、将来の持続的な成長に向け、各エリアにおける事業基盤の強化にも注力しました。

日本では、重点ブランドの強化に加え、新たな価値を持つ商品の提案を通じ、新規需要の創造に取り組み、販売数量は前年同期を上回りました。「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、主力のミネラルウォーター「サントリー天然水」が引き続き好調に推移したことに加え、「サントリー天然水 PREMIUM MORNING TEA レモン」の寄与もありブランド全体で前年同期を大きく上回りました。「BOSS」は、引き続き主力商品に注力したことに加え、9月に発売25周年を記念した「プライドオブボス」を発売しました。また、4月に発売したペットボトルの「クラフトボス ブラック」が好調に推移しブランド全体で前年同期を上回りました。「伊右衛門」は、3月のリニューアルや、積極的なマーケティング活動が奏功し前年同期を上回りました。「サントリー烏龍茶」は、5月にリニューアルし前年同期を上回りました。特定保健用食品は、6月に「サントリー 特茶 ジャスミン」を発売するなど新たなユーザーの取り込みを図りました。自動販売機事業では、引き続き法人営業に注力しました。缶やペットボトルの自動販売機専用商品を発売したほか、カップコーヒーマシン・給茶機などさまざまな機材の提案を通じ、オフィス内の飲料需要の取り込みを図りました。

欧州では、主力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、小容量商品に注力し「^{オレンジナ}Orangina」「^{オアシス}Oasis」が前年同期を上回りました。「^{メイ}May ^{ティー}Tea」も好調に推移しました。英国では、「^{ルコゼード}Lucozade ^{スポーツ}Sport」が好調に推移しましたが、ブランドの販売数量は前年同期を下回りました。スペインでは、引き続き業務用チャンネルに注力し、「^{シュウエップス}Schweppes」が堅調に推移しました。アフリカにおいては、ナイジェリアを中心に事業基盤の整備に取り組みました。

アジアでは、主力ブランドの強化に加え、各国において営業・流通体制の強化に取り組みました。清涼飲料では、ベトナムにおいて「^{スティング}Sting」「^{ティープラス}TEA +」の積極的なマーケティング活動を実施し前年同期を上回りました。インドネシアでは「^{オッキー}Okky」が好調に推移しました。健康食品では、主力市場のタイにおいて「^{フランス}BRAND'S ^{エッセンス}Essence of ^{チキン}Chicken」が伸長しました。

オセアニアでは、主力ブランドを中心に販売拡大に取り組みました。ニュージーランドでは、「V」^{ヴィ}「Just Juice」^{ジャスト ジュース}を中心に新フレーバーの投入などを行いました。オーストラリアでは、「V」でフレーバー展開を進めたほか、「Maximus」^{マキシマス}の店頭活動を強化し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でペプシコブランドのさらなる販売強化に取り組み、水やコーヒー飲料など伸長している非炭酸カテゴリーにも注力しました。

これらの結果、飲料・食品セグメントの売上高は、1兆890億円(前年同期比102.9%)、営業利益926億円(同103.3%)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。なかでも、「ジムビーム」「メーカーズマーク」が二桁成長を遂げたほか、「オルニートス」などがご好評をいただき大きく伸長しました。米国の売上高が前年同期比一桁台半ば増となりました。また、欧州の売上高が前年同期比一桁台後半増、東南アジア・中国の売上高が前年同期比二桁増となり大きく伸長しました。

日本では、サントリースピリッツ(株)が前年同期比105%の売上高となりました。ウイスキーでは、戦略ブランド「ジムビーム」「トリス(クラシック)」が好調に推移しました。なかでも「ジムビーム」は“ビームハイボール”を中心に積極的なマーケティング活動を展開しました。7月には、世界的な酒類コンペティションにおいて、「響21年」が全エントリー商品の中の最高賞「シュプリーム チャンピオン スピリット」を受賞しました。RTDでは、「-196°C ストロングゼロ」が食中酒としてご好評をいただき大きく伸長したことに加え、「こくしぼりプレミアム」、ハイボール缶も好調に推移し、前年同期比111%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98%程度と推定される中、同100%と市場・前年同期ともに上回りました。特に夏の需要期を含む7～9月は、新取引基準の施行や全国的な天候不順の影響で総市場が前年同期比96%程度と推定される中、当社は同101%と市場を大きく上回りました。

「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドは、ビール市場が前年同期比97%程度と推定される中、同102%と市場を大きく上回りました。特に夏場には、同商品ならではの“溢れだす華やかな香り”と“深いコク”を実感していただくべく、グラスでの飲用を徹底訴求するマーケティング活動を展開しました。新ジャンルは市場が前年同期を下回ったと推定される中、主力の「金麦」ブランドに加え、7月に新商品「頂くいただき」^{※2}を投入するなど積極的なマーケティング活動を展開した結果、同104%となり、1～9月としては過去最高の販売数量を達成しました。「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、ユーザーの拡大に向けた取り組みを実施しました。

※1 ノンアルコールビールテイスト飲料を含む

※2 原麦汁エキス濃度、アルコール度数、炭酸ガス濃度の比較において(当社「リキュール(発泡性)①」(限定商品を除く)との比較)

サントリーワインインターナショナル(株)は、前年同期を上回る売上高となりました。日本国内において“酸化防止剤無添加”ブランドの販売数量が前年同期比116%と大きく伸長しました。輸入ワインは新商品「ダークホース」「サンタ プレミアム」を投入した中高価格帯商品が好調に推移しました。

これらの結果、酒類セグメントの売上高は、7,390億円(前年同期比103.9%)、営業利益652億円(同108.5%)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」シリーズなどが好調で前年同期比108%の売上高となりました。ハーゲンダッツ ジャパン(株)はミニカップ「バニラ」を中心とした定番商品や期間限定商品が好調に推移し、前年同期比108%の売上高となりました。なお、サントリー(中国)ホールディングス有限公司が昨年3月に青島啤酒股份有限公司との合弁契約を解消したことなどから、その他セグメントの売上高は、1,946億円(前年同期比99.1%)、営業利益276億円(同106.6%)となりました。

なお、国内売上高は1兆3,240億円(前年同期比101.9%)、海外売上高は6,986億円(同104.9%)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比102.1%となります。

売上高の海外比率は34.5%、のれん等償却前営業利益の海外比率は47.8%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、累計4億円の規模で「熊本地域における地下水の持続可能性に貢献する活動」「文化・芸術・スポーツを通じた心と体の支援活動」を中心に実施しています。また、東日本大震災の復興支援活動は累計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”に関わる活動を行う際の基本理念であるサントリーグループ「水理念」を本年1月に策定しました。国内の「サントリー 天然水の森」約9,000haで水源涵養活動を展開するほか、ベトナムで水に関する次世代環境教育、米国やフランスにおいて水源保全活動を実施するなど海外でも現地の実情に応じた活動を進めています。また、ペットボトル開発における当社独自の「2R+B」戦略^{※3}のもと、容器包装の軽量化や、国内飲料業界で初めて構築したボトル to ボトルのメカニカルリサイクルシステム^{※4}によるリサイクル活動を継続しています。さらに、本年5月に国内飲料メーカーとして初の国際的な森林管理認証FSC-COC認証を取得するなど、環境経営を推進しています。

※3 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)。

※4 メカニカルリサイクルとは、マテリアルリサイクル(使用済みの製品を粉碎・洗浄などの処理をして、新たな製品の原料とすること)で得られた再生樹脂をさらに高温、減圧下で一定時間の処理を行い、再生材中の不純物を除去する方法。当社は2011年の導入後、ペットボトルをリサイクルして新たなペットボトルに再生している。

2.通期の見通し

2017年12月期の売上高は、2兆7,200億円(前年同期比102.6%)、営業利益2,010億円(同101.5%)、経常利益1,780億円(同101.2%)、親会社株主に帰属する当期純利益710億円(同58.4%)を予定しています。

なお、為替の影響を考慮し、売上高は、2兆6,900億円から2兆7,200億円へ修正しました。また、のれん等償却前利益は、営業利益2,690億円(前年同期比101.8%)、経常利益2,460億円(同101.6%)、親会社株主に帰属する当期純利益1,265億円(同72.1%)へ修正しました。

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 (2016年12月31日現在)	当第3四半期連結会計期間 (2017年9月30日現在)	増 減
	金 額	金 額	金 額
(資 産 の 部)			
I 流動資産	1,267,103	1,297,721	30,617
現金及び預金	353,157	329,031	△24,126
受取手形及び売掛金	368,858	393,669	24,811
たな卸資産	403,393	445,770	42,377
その他	143,058	131,184	△11,874
貸倒引当金	△1,363	△1,934	△570
II 固定資産	3,106,737	3,071,811	△34,925
1.有形固定資産	640,821	651,900	11,079
建物及び構築物	183,282	187,021	3,738
機械装置及び運搬具	236,052	247,692	11,639
工具、器具及び備品	58,389	57,283	△1,106
土地	100,444	101,130	686
その他	62,652	58,772	△3,879
2.無形固定資産	2,274,426	2,226,161	△48,264
のれん	1,012,334	973,804	△38,529
商標権	1,180,264	1,174,910	△5,353
その他	81,827	77,446	△4,381
3.投資その他の資産	191,490	193,749	2,259
投資有価証券	116,068	113,398	△2,670
その他	76,635	80,839	4,203
貸倒引当金	△1,214	△487	726
III 繰延資産	515	763	248
資 産 合 計	4,374,356	4,370,296	△4,059

(単位:百万円)

期 別 科 目	前連結会計年度 (2016年12月31日現在)	当第3四半期連結会計期間 (2017年9月30日現在)	増 減
	金 額	金 額	金 額
(負 債 の 部)			
I 流動負債	1,002,217	1,011,024	8,806
支払手形及び買掛金	133,170	148,889	15,718
電子記録債務	105,953	128,089	22,136
短期借入金	193,179	254,063	60,884
1年内償還予定の社債	114,523	28,093	△86,429
未払酒税	51,434	49,024	△2,410
未払消費税等	20,394	19,063	△1,331
未払法人税等	24,119	25,745	1,625
未払金	150,922	158,878	7,955
未払費用	87,590	80,097	△7,492
賞与引当金	27,482	36,118	8,636
その他	93,447	82,960	△10,486
II 固定負債	2,215,419	2,101,978	△113,440
社債	327,935	360,300	32,365
長期借入金	1,308,189	1,171,597	△136,592
繰延税金負債	429,873	432,307	2,433
役員退職慰労引当金	1,090	1,151	60
退職給付に係る負債	35,341	35,573	231
その他	112,987	101,047	△11,939
負債合計	3,217,636	3,113,002	△104,633
(純 資 産 の 部)			
I 株主資本	895,287	955,722	60,434
資本金	70,000	70,000	—
資本剰余金	133,198	133,955	757
利益剰余金	693,688	752,774	59,085
自己株式	△1,598	△1,006	591
II その他の包括利益累計額	△21,495	2,817	24,312
その他有価証券評価差額金	25,491	20,942	△4,549
繰延ヘッジ損益	△2,257	△2,723	△466
為替換算調整勘定	△29,763	△1,785	27,978
退職給付に係る調整累計額	△14,966	△13,616	1,349
III 非支配株主持分	282,927	298,754	15,826
純資産合計	1,156,720	1,257,294	100,574
負債純資産合計	4,374,356	4,370,296	△4,059

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 2016年 1月 1日 至 2016年 9月30日〕	当第3四半期連結累計期間 〔自 2017年 1月 1日 至 2017年 9月30日〕	増 減
	金 額	金 額	金 額
I 売 上 高	1,965,767	2,022,556	56,788
II 売 上 原 価	927,828	941,376	13,547
売 上 総 利 益	1,037,939	1,081,179	43,240
III 販 売 費 及 び 一 般 管 理 費	888,949	924,781	35,831
営 業 利 益	148,989	156,398	7,409
IV 営 業 外 収 益	7,181	7,606	424
受 取 利 息	795	1,144	348
受 取 配 当 金	609	747	138
持 分 法 に よ る 投 資 利 益	3,686	3,646	△40
雑 収 入	2,089	2,067	△21
V 営 業 外 費 用	24,302	24,784	482
支 払 利 息	20,579	19,841	△738
雑 支 出	3,722	4,943	1,220
経 常 利 益	131,869	139,220	7,351
VI 特 別 利 益	17,805	19,415	1,610
投 資 有 価 証 券 売 却 益	195	16,121	15,925
事 業 譲 渡 益	8,364	—	△8,364
そ の 他	9,245	3,294	△5,950
VII 特 別 損 失	19,419	10,083	△9,335
組 織 再 編 関 連 費 用	3,984	3,745	△239
そ の 他	15,434	6,338	△9,096
税 金 等 調 整 前 四 半 期 純 利 益	130,255	148,553	18,297
法 人 税 等	13,583	55,679	42,096
四 半 期 純 利 益	116,671	92,873	△23,798
非支配株主に帰属する四半期純利益	23,630	24,884	1,254
親会社株主に帰属する四半期純利益	93,041	67,988	△25,053

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……………健康食品、アイスクリーム、外食、花、中国事業 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 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

当第3四半期連結累計期間(自 2017年1月1日 至 2017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	1,088,960	738,967	194,628	2,022,556	—	2,022,556
セグメント間の内部売上高 又は振替高	6,062	3,209	7,417	16,689	△ 16,689	—
計	1,095,022	742,177	202,045	2,039,245	△ 16,689	2,022,556
セグメント利益	92,584	65,183	27,641	185,409	△ 29,010	156,398

(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	△ 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

当第3四半期連結累計期間

セグメント利益の調整額	△ 29,010 百万円
各報告セグメントに配分していない全社費用	△ 29,065 百万円
セグメント間取引消去	54 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。