



## 2018年12月期 中間決算概況〔IFRS〕(連結)

2018年8月7日

会社名 サントリーホールディングス株式会社

URL <https://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. 2018年6月中間期の連結業績(2018年1月1日~2018年6月30日)

#### (1) 連結経営成績

(%表示は対前年中間期増減率)

	売上収益 (酒税込み)		売上収益 (酒税控除後)		営業利益		税引前利益		中間利益		親会社の所有者に 帰属する中間利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2018年6月中間期	1,189,390	3.3	1,065,179	3.7	123,132	5.0	115,944	11.2	95,861	31.8	74,792	36.9
2017年6月中間期	1,151,029	—	1,027,125	—	117,262	—	104,244	—	72,720	—	54,620	—

(参考) 調整後営業利益 2018年6月中間期 111,255百万円(△6.5%) 2017年6月中間期 118,928百万円(-%)

調整後営業利益は、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て算出しています。

	基本的1株当たり 中間利益		希薄化後1株当たり 中間利益	
	円	銭	円	銭
2018年6月中間期	109	08	—	—
2017年6月中間期	79	76	—	—

#### (2) 連結財政状態

	資産合計	資本合計	親会社の所有者に 帰属する持分	親会社所有者 帰属持分比率
	百万円	百万円	百万円	%
2018年6月中間期	4,406,325	1,591,947	1,220,721	27.7
2017年12月期	4,579,576	1,545,713	1,204,747	26.3

### 2. 2018年12月期の連結業績予想(2018年1月1日~2018年12月31日)

(%表示は対前期増減率)

	売上収益 (酒税込み)		売上収益 (酒税控除後)		営業利益		税引前利益		親会社の所有者に 帰属する当期利益		基本的1株 当たり当期利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円	銭
通期	2,500,000	3.3	2,235,000	3.6	264,000	4.1	239,000	5.3	126,000	△40.4	183	77

(参考) 調整後営業利益 2018年12月期 258,000百万円(1.0%)

## 経営成績

### 1. 当中間連結会計期間の概況

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、売上収益(酒税控除後)1兆652億円(前年同期比103.7%)、売上収益(酒税込み)1兆1,894億円(同103.3%)、営業利益1,231億円(同105.0%)、親会社の所有者に帰属する中間利益748億円(同136.9%)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、お客様の嗜好・ニーズを捉えた上質でユニークな商品を提案し、お客様の生活に豊かさをお届けするという考えのもと、ブランド強化や新規需要の創造に注力したほか、グループ全体での品質の向上等に取り組みました。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、水・コーヒー・無糖茶カテゴリーを中心に、重点ブランドの強化や新たな価値を持つ商品の提案を通じて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、独自のブランド価値である“清冽でおいしい水”“ナチュラル&ヘルシー”を引き続き訴求した結果、主力のミネラルウォーターが好調に推移しました。また、新たに発売した「サントリー南アルプススパークリング」シリーズもご好評いただくなど、ブランド全体の販売数量が前年同期を大きく上回りました。「BOSS」は、引き続き缶コーヒーのコアユーザーに向けたマーケティング活動を積極的に展開しました。また、新たなコーヒーユーザーをターゲットに昨年発売した「クラフトボス」は、「ブラック」「ラテ」に加えて6月に「ブラウン」も発売しご好評いただきました。これらの結果「BOSS」ブランド全体の販売数量が前年同期を上回りました。無糖茶カテゴリーでは、「伊右衛門」の中味・パッケージを3月にリニューアル、新たな味わいや新TV-CMがご好評いただきました。また、「サントリー烏龍茶」は好調に推移しました。さらに、拡大する麦茶市場においても「GREEN DA・KA・RA やさしい麦茶」の販売数量が伸長し、前年同期を大幅に上回りました。また、自動販売機事業では、引き続き、自動販売機限定商品を積極的に投入する等、自動販売機チャネルの魅力を高める活動を推進しました。

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、果汁入り炭酸飲料「<sup>オレンジナ</sup>Orangina」と果汁飲料「<sup>オアシス</sup>Oasis」の販売数量が前年同期を上回ったことに加え、「<sup>メイティー</sup>MayTea」の販売も好調に推移しました。英国では、悪天候の影響もあり「<sup>ルコゼード</sup>Lucozade」「<sup>ライビーナ</sup>Ribena」の販売数量が前年同期を下回りましたが、4月の砂糖税導入後、「Lucozade」の販売トレンド回復に向け積極的なプロモーション活動を展開しました。スペインでは、業務用チャネルを中心に「<sup>シュウエップス</sup>Schweppes」の消費者接点拡大に取り組みましたが、悪天候の影響もあり、同ブランドの販売数量は前年同期を下回りました。

アジアでは、重点エリアで主力ブランドの販売拡大に取り組んだほか、タイにおいて、PepsiCo, Inc.

との合併会社 Suntory PepsiCo Beverage (Thailand) Co., Ltd.が3月5日に事業を開始しました。清涼飲料事業では、ベトナムにおいて、エナジードリンク「Sting」や茶飲料「TEA +」の積極的なマーケティング活動を実施したほか、炭酸飲料などが伸長しました。また、インドネシアではカップ飲料「Okky」の販売が好調に推移しました。健康食品事業を展開するブランドサントリー・グループは、主力市場のタイを中心に「BRAND'S Essence of Chicken」のマーケティング強化に取り組んだほか、ミャンマー等の成長市場への取り組みも強化しました。

オセアニアでは、引き続き主力ブランドの強化を進めました。フルコアサントリー・グループでは、「V」をはじめとするエナジードリンクが好調に推移したほか、発酵茶飲料(コンブチャ)の「Amplify」を新たに発売しました。また、当中間連結会計期間からフレッシュコーヒー事業をアジア事業からオセアニア事業に移管し、引き続き「TOBY'S ESTATE」「L'AFFARE」「Mocopan」などの主力ブランドの強化を図りました。

米州では、ノースカロライナ州で、主力炭酸ブランドのさらなる販売強化に取り組むとともに、水やコーヒー飲料等、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収益は、6,102億円(前年同期比103.9%)、営業利益665億円(同103.7%)となりました。

〈酒類セグメント〉 酒類セグメントに記載の売上収益は酒税控除後の数値です。

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収益が前年同期比一桁台半ば増となりました。なかでも、バーボンウイスキー「ジムビーム」の販売数量が一桁台後半増、「メーカーズマーク」の販売数量が二桁増となったほか、テキーラ「オルニートス」なども好調に推移しました。地域別の売上収益は、米国が前年同期比一桁台半ば増、欧州が同二桁増、東南アジア・中国が同二桁増となりました。

日本では、サントリースピリッツ(株)の売上収益が前年同期比103%となりました。ウイスキーは、戦略ブランド「角瓶」「ジムビーム」「トリス」「メーカーズマーク」を中心に好調に推移しました。RTDは、食中酒としてご好評いただいている「-196℃ ストロングゼロ」やハイボール缶の伸長に加え、「ほろよい」も好調に推移し、前年同期比110%と大きく伸長しました。また、ジャパニーズクラフトジン「ROKU」をソーダ割りで食中酒として訴求したほか、本格的なレモンサワーがご家庭で手軽に楽しめる「こだわり酒場のレモンサワーの素」を2月に発売するなど、新たな需要の創造に取り組まれました。

サントリービール(株)は、総市場<sup>\*1</sup>が前年同期比96%程度と推定される中、前年同期並の3,278万ケース<sup>\*\*2</sup>を販売し、総市場のトレンドを上回りました。ノンアルコールビールテイスト飲料を除いたビール類のシェアは、16.3%(課税数量ベース)で過去最高となりました。

「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドは、739万ケース(前年同期比98%)の販売となりビール市場のトレンドを上回りました。3月中旬から展開している家庭向け「神泡」プロモーションは大変高い評価を

いただき、4-6月の「ザ・プレミアム・モルツ」缶が前年同期比108%と好調に推移しました。新ジャンルの販売数量は高アルコール新ジャンル「頂」ブランドが増分に寄与し過去最高となりました。

「オールフリー」ブランドは、前年同期比105%と好調に推移しました。「オールフリー」は今年2月のリニューアル以降、新規ユーザーを獲得。ペットボトル入りの透明な新商品「オールフリー オールタイム」は、職場など日中の飲用シーン拡大に取り組み、発売月である6月に年間計画の3割を出荷しました。

※1 ノンアルコールビールテイスト飲料を含む数量ベース

※2 大瓶換算(1ケース=633ml×20本)

サントリーワインインターナショナル(株)の売上収益は、前年同期を上回りました。国産ぶどう100%ワイン“日本ワイン”は、販売数量が前年同期比121%と好調に推移しました。「登美 赤2013」が5月の国際ワインコンクール「インターナショナル・ワイン・チャレンジ」で日本ワイン(赤)部門最高賞「トロフィー」を受賞しました。また、カジュアルワイン「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。」「デリカメゾン」が伸長しました。

これらの結果、酒類セグメントの売上収益(酒税控除後)は、3,491億円(前年同期比103.8%)、売上収益(酒税込み)4,733億円(同102.9%)、営業利益624億円(同109.7%)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)の売上収益は、「セサミン」シリーズなどが好調で前年同期比109%となりました。また、(株)プロントコーポレーション、井筒まい泉(株)などが伸長し、外食事業は好調に推移しました。

その他セグメントの売上収益は、1,059億円(前年同期比102.1%)、営業利益140億円(同97.0%)となりました。

なお、国内と海外の売上収益は次のとおりです。

#### 売上収益(酒税控除後)

国内 6,180億円(前年同期比102.2%)      海外 4,471億円(同105.9%)

海外比率 42.0%

#### 売上収益(酒税込み)

国内 7,080億円(前年同期比101.9%)      海外 4,814億円(同105.5%)

海外比率 40.5%

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』を社会との約束と位置付け、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。

災害の復興支援にも積極的に取り組んでいます。東日本大震災の復興支援活動は累計108億円規模、熊本地震の復興支援活動は累計4億円規模で実施しています。なお、「平成30年7月豪雨」で被災した岡山県・広島県・愛媛県の3県に対し合計9億円の義捐金を拠出しました。

環境活動では、サントリーグループ「水理念」に基づき、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地域課題に沿った活動をグローバルに進めています。また、ペットボトル開発における当社独自の「2R+B」戦略<sup>※3</sup>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FtoPダイレクトリサイクル技術<sup>※4</sup>によるリサイクル活動を通じ、環境負荷低減活動を継続するなど、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 回収したペットボトルを粉碎・洗浄したフレーク(Flake)を高温、減圧下で一定時間処理し、溶解・ろ過後、直接プリフォーム(Preform)を製造できる技術。

## 2.通期の見通し

2018年12月期の売上収益(酒税控除後)は2兆2,350億円(前年同期比103.6%)、売上収益(酒税込み)2兆5,000億円(同103.3%)、営業利益2,640億円(同104.1%)、親会社の所有者に帰属する当期利益1,260億円(同59.6%)を予定しています。

(2018年2月16日発表の業績予想から変更はありません。)

# 中間連結財政状態計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2017年12月31日)	当中間連結会計期間 (2018年6月30日)
<b>資産</b>		
流動資産		
現金及び現金同等物	359,518	211,110
営業債権及びその他の債権	396,645	424,493
その他の金融資産	19,687	6,024
棚卸資産	408,822	431,039
その他の流動資産	66,914	63,110
小計	1,251,588	1,135,779
売却目的で保有する資産	23,152	210
流動資産合計	1,274,741	1,135,989
非流動資産		
有形固定資産	660,481	683,654
のれん	882,123	865,862
無形資産	1,469,110	1,436,600
持分法で会計処理されている投資	41,544	39,746
その他の金融資産	135,882	128,944
繰延税金資産	75,394	77,237
その他の非流動資産	40,297	38,289
非流動資産合計	3,304,835	3,270,335
資産合計	4,579,576	4,406,325

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2017年12月31日)	当中間連結会計期間 (2018年6月30日)
負債及び資本		
負債		
流動負債		
社債及び借入金	291,501	262,421
営業債務及びその他の債務	515,323	556,275
その他の金融負債	103,578	71,372
未払法人所得税等	29,478	29,272
引当金	12,383	14,774
その他の流動負債	84,614	78,993
小計	1,036,880	1,013,110
売却目的で保有する資産に直接関連する負債	6,215	—
流動負債合計	1,043,096	1,013,110
非流動負債		
社債及び借入金	1,539,763	1,373,453
その他の金融負債	72,908	67,633
退職給付に係る負債	41,478	42,251
引当金	7,979	7,045
繰延税金負債	307,115	291,995
その他の非流動負債	21,520	18,889
非流動負債合計	1,990,767	1,801,267
負債合計	3,033,863	2,814,377
資本		
資本金	70,000	70,000
資本剰余金	133,885	133,853
利益剰余金	1,064,603	1,132,972
自己株式	△1,006	△1,006
その他の資本の構成要素	△62,735	△115,097
親会社の所有者に帰属する持分合計	1,204,747	1,220,721
非支配持分	340,965	371,226
資本合計	1,545,713	1,591,947
負債及び資本合計	4,579,576	4,406,325

## 中間連結損益計算書

(単位：百万円)

	前中間連結会計期間 (自 2017年1月1日 至 2017年6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2018年1月1日 至 2018年6月30日)
売上収益 (酒税込み)	1,151,029	1,189,390
酒税	△123,903	△124,210
売上収益 (酒税控除後)	1,027,125	1,065,179
売上原価	△517,734	△550,380
売上総利益	509,390	514,799
販売費及び一般管理費	△392,394	△405,797
持分法による投資利益	4,036	2,876
その他の収益	3,326	15,163
その他の費用	△7,096	△3,909
営業利益	117,262	123,132
金融収益	2,393	5,103
金融費用	△15,411	△12,291
税引前利益	104,244	115,944
法人所得税費用	△31,524	△20,083
中間利益	72,720	95,861
中間利益の帰属		
親会社の所有者	54,620	74,792
非支配持分	18,099	21,068
中間利益	72,720	95,861
1株当たり中間利益		
基本的1株当たり中間利益 (円)	79.76	109.08

### 営業利益から調整後営業利益への調整表

(単位：百万円)

	前中間連結会計期間 (自 2017年1月1日 至 2017年6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2018年1月1日 至 2018年6月30日)
営業利益	117,262	123,132
組織再編関連費用	2,804	707
災害損失	763	47
関係会社株式売却損益、事業譲渡損益	△152	△12,173
その他	△1,750	△457
調整項目合計	1,666	△11,876
調整後営業利益	118,928	111,255



## セグメント情報

### (1) 報告セグメントの概要

当社グループの報告セグメントは、当社及び子会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。

当社グループは持株会社制を導入して、持株会社の当社の下、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、当社グループの報告セグメントは事業会社等を中心とした製品別・サービス別で構成されており、「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) セグメント収益及び業績

当社グループの報告セグメントによる収益及び業績は以下のとおりです。

前中間連結会計期間（自 2017年1月1日 至 2017年6月30日）

	報告セグメント			合計	調整額 (注) 2	連結 (注) 1
	飲料・食品	酒類	その他			
	百万円	百万円	百万円			
売上収益（酒税込み）	587,181	460,151	103,696	1,151,029	—	1,151,029
売上収益（酒税控除後）						
外部顧客への売上収益	587,181	336,248	103,696	1,027,125	—	1,027,125
セグメント間の内部売上収益 又は振替高	3,617	1,878	4,988	10,484	△10,484	—
計	590,798	338,126	108,685	1,037,610	△10,484	1,027,125
セグメント利益	64,151	56,883	14,474	135,509	△18,246	117,262

(注) 1. セグメント利益は、中間連結損益計算書の営業利益と一致しています。

(注) 2. セグメント利益の調整額には、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。

当中間連結会計期間（自 2018年1月1日 至 2018年6月30日）

	報告セグメント			合計	調整額 (注) 2	連結 (注) 1
	飲料・食品	酒類	その他			
	百万円	百万円	百万円			
売上収益（酒税込み）	610,199	473,280	105,910	1,189,390	—	1,189,390
売上収益（酒税控除後）						
外部顧客への売上収益	610,199	349,070	105,910	1,065,179	—	1,065,179
セグメント間の内部売上収益 又は振替高	3,663	2,104	5,525	11,293	△11,293	—
計	613,863	351,174	111,435	1,076,473	△11,293	1,065,179
セグメント利益	66,533	62,427	14,033	142,993	△19,861	123,132

(注) 1. セグメント利益は、中間連結損益計算書の営業利益と一致しています。

(注) 2. セグメント利益の調整額には、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。