



2019年12月期 中間決算概況〔I F R S〕（連結）

2019年8月6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. 2019年6月中間期の連結業績（2019年1月1日～2019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	％
2019年6月中間期	1,230,954	3.5	1,101,939	3.5	117,801	△4.3	108,453	△6.5	78,459	△18.2	60,075	△19.7
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

（参考）調整後営業利益 2019年6月中間期 120,207百万円（8.0％） 2018年6月中間期 111,255百万円（△6.5％）

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
2019年6月中間期	87	60	—	—
2018年6月中間期	109	08	—	—

（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	％
2019年6月中間期	4,372,203	1,654,281	1,271,680	29.1
2018年12月期	4,421,864	1,651,689	1,272,770	28.8

2. 2019年12月期の連結業績予想（2019年1月1日～2019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	2,570,000	2.1	2,300,000	2.2	251,000	0.1	230,000	△1.0	123,000	△12.2	179	36

（参考）調整後営業利益 2019年12月期 254,000百万円（1.2％）

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)1兆1,019億円(前年同期比103.5%)、売上収益(酒税込み)1兆2,310億円(同103.5%)、営業利益1,178億円(同95.7%)、親会社の所有者に帰属する中間利益601億円(同80.3%)となりました。なお、営業利益は減益となりましたが、前年同期の加工食品事業売却益等を除いた調整後営業利益は増益となりました。

〈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、さらなる品質の向上に取り組みました。また、各エリアにおいて収益力の強化にも取り組みました。

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、「サントリー 天然水スパークリング」シリーズが前年同期を上回ったものの、大容量ペットボトル商品の価格改定の影響等もありブランド全体の販売数量は前年同期を下回りました。「BOSS」は、缶コーヒーのマーケティング活動を積極的に展開したことに加え、3月に「クラフトボス TEA ノンシュガー」を発売する等「クラフトボス」シリーズが伸長し、ブランド全体の販売数量は前年同期を上回りました。無糖茶カテゴリーでは、「GREEN DA・KA・RA やさしい麦茶」の販売数量が大きく伸長しました。

フランスでは、市場減速の影響を受けて、主力ブランド「Orangina」の販売数量が前年同期をわずかに下回りました。「Oasis」の販売数量も前年同期を下回りました。英国では、「Lucozade」の販売数量が前年同期を大きく上回りました。スペインでは、業務用で苦戦した結果、売上は前年同期を下回りましたが、主力ブランド「Schweppes」の販売数量は、家庭用で販売数量を伸ばした結果、前年同期を上回りました。

ベトナムでは、エナジードリンク「Sting」や茶飲料「TEA+」等が牽引し、売上が前年同期を上回りました。昨年3月に Suntory PepsiCo Beverage (Thailand) Co., Ltd.が事業を開始したタイでは、主力の「PEPSI」が好調に推移しました。インドネシアでご好評いただいているフレーバーウォーター「goodmood」をタイやベトナムでも発売しました。アジアの健康食品事業では、主力市場のタイを中心に「BRAND'S Essence of Chicken」等のマーケティング強化に取り組みましたが、売上は前年同期を下回りました。

ニュージーランド・オーストラリアでは、「V」をはじめとするエナジードリンクのマーケティング強化に取り組んだほか、発酵茶飲料(コンブチャ)の「Amplify」のブランド強化を進めました。

米国では、主力炭酸ブランドの更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、6,243億円(前年同期比102.3%)、営業利益612億円(同91.9%)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。主力のバーボンウイスキーの販売数量は、「ジムビーム」が一桁台半ば増、「メーカーズマーク」が一桁台後半増となりました。また、日米共同開発のバーボンウイスキー「LEGENT」^{リージェント}を米国で新たに発売しました。日本は、サントリースピリッツ(株)の売上収益が前年同期比105%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、新発売した「こだわり酒場のレモンサワー」缶が好調に推移し、販売数量が前年同期比112%と大きく伸長しました。また、新たな需要創造に向け、サントリーワールドウイスキー「碧 Ao」、ジャパニーズクラフトウオツカ「HAKU」やジャパニーズクラフトリキュール「奏 Kanade」などを発売しました。日本以外の売上収益は、米国が前年同期比一桁台半ば増、欧州が同一桁台後半増、東南アジア・中国が同二桁増となりました。

サントリービール(株)の販売数量は、総市場^{※1}が前年同期比97%程度と推定される中、同101%となる3,306万ケース^{※2}となりました。ノンアルコールビールテイスト飲料を除く当社ビール類は、前年同期比102%となる3,015万ケースと、上半期としては過去最高の販売数量を達成しました。

ビール市場が前年同期比96%程度と推定される中、当社ビールの販売数量は前年同期並となる931万ケースとなりました。主力の「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドは、前年同期比105%となる776万ケースと、上半期としては過去最高の販売数量を達成しました。ビール固有の価値である泡にフォーカスし、ご家庭、料飲店、さらには新幹線車内に至るまで“神泡”プロモーションを展開し、良質な“神泡”体験を創出しました。

新ジャンル市場が前年同期比101%程度と推定される中、当社新ジャンルは同103%となる2,083万ケースと、上半期としては過去最高の販売数量を達成しました。主力の「金麦」ブランドは、既存商品のリニューアルに加え、新商品「同〈ゴールド・ラガー〉」が増分に寄与し、前年同期比111%となる1,818万ケースと、上半期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」ブランドの販売数量は、前年同期比94%となる289万ケースとなりました。国内では初めて^{※3}全国の料飲店向けに樽詰商品を新発売するなど、市場のさらなる活性化に向けた積極的なマーケティング活動を実施しました。

※1 ノンアルコールビールテイスト飲料を含むビール類 数量ベース

※2 大瓶換算(1ケース=633ml×20本)

※3 2019年2月時点 国内大手ビールメーカーにおいて 当社調べ

サントリーワインインターナショナル(株)の売上収益は、前年同期比102%となりました。

国産ワインの販売数量は、「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。」などが好調に推移し、前年同期比106%と市場のトレンドを上回りました。輸入ワインでは2月の日欧EPA発効を受けて「バロン ド レスタック」「フレシネ」など、欧州産ワイン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収益(酒税控除後)は、3,640億円(前年同期比104.3%)、売上収益(酒税込み)4,930億円(同104.2%)、営業利益641億円(同102.7%)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」シリーズや「F.A.G.E.(エファージュ)」などが好調で、前年同期比108%となりました。また、(株)ダイナックホールディングス、(株)プロントコーポレーションなど外食事業の売上収益も伸長しました。

その他セグメントの売上収益は、1,137億円(前年同期比107.3%)、営業利益140億円(同99.8%)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 6,313億円(前年同期比102.2%) 海外 4,706億円(同105.2%)

海外比率 42.7%

売上収益(酒税込み)

国内 7,239億円(前年同期比102.3%) 海外 5,071億円(同105.3%)

海外比率 41.2%

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」をステークホルダー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。

環境活動では、持続可能な社会の実現に向けて、循環型かつ脱炭素社会への変革を強力に先導すべく、サントリーグループ「プラスチック基本方針」を策定しました。2030年までにグローバルで使用するすべてのペットボトルの素材を、リサイクル素材と植物由来素材に100%切り替え、化石由来原料の新規使用ゼロの実現を目指します。容器包装の軽量化や、国内飲料業界初のFtoPダイレクトリサイクル技術^{※4}等を通じ、環境負荷低減活動を継続していきます。

サントリーグループ「水理念」に基づいた「サントリー 天然水の森」は、全国15都府県21カ所約1万2千haとなり、目標に掲げていた“サントリーグループ国内工場で汲み上げる地下水量の2倍以上の水の涵養”を1年前倒しで達成しました。節水や水質管理の取り組み、ステークホルダーとの

連携や適切な情報開示が高く評価され、「サントリー天然水 奥大山ブナの森工場」が「Alliance for Water Stewardship」認証^{※5}を日本で初めて取得しました。また海外においては、水に関する次世代環境教育「水育」をベトナムで展開するほか、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。

CO₂についても、自社施設や設備およびバリューチェーンの両面において、最新の省エネ技術の積極導入や再生可能エネルギーの活用等によりCO₂排出量の削減に努めています。

復興支援活動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4億円規模で継続的に実施しています。

※4 回収したペットボトルを粉砕・洗浄したフレーク(Flake)を高温、真空中で一定時間処理し、溶解・ろ過後、直接プリフォーム(Preform)を製造できる技術。

※5 世界中の工場を対象とした持続可能な水利用に関する認証。水の保全やスチュワードシップ(管理する責任)の推進を目的としている。

2.通期の見通し

2019年12月期の売上収益(酒税控除後)は2兆3,000億円(前年同期比102.2%)、売上収益(酒税込み)2兆5,700億円(同102.1%)、営業利益2,510億円(同100.1%)、親会社の所有者に帰属する当期利益1,230億円(同87.8%)を予定しています。

(2019年2月15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 (2018年12月31日)	当中間連結会計期間 (2019年6月30日)
資産		
流動資産		
現金及び現金同等物	272,425	165,708
営業債権及びその他の債権	405,556	426,633
その他の金融資産	3,671	8,492
棚卸資産	415,841	446,154
その他の流動資産	68,231	56,105
小計	1,165,726	1,103,094
売却目的で保有する資産	27	13
流動資産合計	1,165,753	1,103,107
非流動資産		
有形固定資産	696,103	680,840
使用権資産	—	101,412
のれん	867,986	846,558
無形資産	1,422,962	1,378,832
持分法で会計処理されている投資	42,411	41,628
その他の金融資産	120,483	121,945
繰延税金資産	71,300	69,736
その他の非流動資産	34,861	28,142
非流動資産合計	3,256,110	3,269,096
資産合計	4,421,864	4,372,203

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2018年12月31日)	当中間連結会計期間 (2019年6月30日)
負債及び資本		
負債		
流動負債		
社債及び借入金	243,396	159,976
営業債務及びその他の債務	529,616	564,466
その他の金融負債	98,190	90,654
未払法人所得税等	24,499	31,540
引当金	16,490	16,675
その他の流動負債	84,765	84,548
流動負債合計	996,959	947,862
非流動負債		
社債及び借入金	1,348,629	1,292,914
その他の金融負債	66,286	136,110
退職給付に係る負債	40,670	40,712
引当金	7,190	7,178
繰延税金負債	288,542	279,321
その他の非流動負債	21,895	13,823
非流動負債合計	1,773,215	1,770,059
負債合計	2,770,175	2,717,922
資本		
資本金	70,000	70,000
資本剰余金	133,944	133,944
利益剰余金	1,198,492	1,248,577
自己株式	△938	△938
その他の資本の構成要素	△128,728	△179,902
親会社の所有者に帰属する持分合計	1,272,770	1,271,680
非支配持分	378,918	382,601
資本合計	1,651,689	1,654,281
負債及び資本合計	4,421,864	4,372,203

中間連結損益計算書

(単位：百万円)

	前中間連結会計期間 (自 2018年 1 月 1 日 至 2018年 6 月30日)	当中間連結会計期間 (自 2019年 1 月 1 日 至 2019年 6 月30日)
売上収益（酒税込み）	1,189,390	1,230,954
酒税	△124,210	△129,014
売上収益（酒税控除後）	1,065,179	1,101,939
売上原価	△550,380	△574,479
売上総利益	514,799	527,459
販売費及び一般管理費	△405,797	△409,577
持分法による投資利益	2,876	3,790
その他の収益	15,163	1,713
その他の費用	△3,909	△5,585
営業利益	123,132	117,801
金融収益	5,103	2,867
金融費用	△12,291	△12,215
税引前利益	115,944	108,453
法人所得税費用	△20,083	△29,994
中間利益	95,861	78,459
中間利益の帰属		
親会社の所有者	74,792	60,075
非支配持分	21,068	18,383
中間利益	95,861	78,459
1 株当たり中間利益		
基本的 1 株当たり中間利益（円）	109.08	87.60

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 2018年 1 月 1 日 至 2018年 6 月30日)	当中間連結会計期間 (自 2019年 1 月 1 日 至 2019年 6 月30日)
営業利益	123,132	117,801
組織再編関連費用	707	2,105
関係会社株式売却損益	△12,173	△163
その他	△410	463
調整項目合計	△11,876	2,405
調整後営業利益	111,255	120,207

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 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	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。

当中間連結会計期間（自 2019年1月1日 至 2019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	百万円	百万円	百万円
売上収益（酒税込み）	624,259	493,017	113,677	1,230,954	—	1,230,954
売上収益（酒税控除後）						
外部顧客への売上収益	624,259	364,002	113,677	1,101,939	—	1,101,939
セグメント間の内部売上収益 又は振替高	3,510	2,397	5,393	11,302	△11,302	—
計	627,770	366,400	119,071	1,113,241	△11,302	1,101,939
セグメント利益	61,174	64,137	14,001	139,313	△21,511	117,801

（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。