



2020年12月期 中間決算概況〔IFRS〕(連結)

2020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) 加藤 裕

広報部 TEL (03)5579-1150

TEL (06)6346-0835

(百万円未満切捨て)

1. 2020年6月中間期の連結業績(2020年1月1日~2020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	%
2020年6月中間期	1,105,324	△10.2	984,554	△10.7	94,572	△19.7	87,024	△19.8	57,174	△27.1	45,236	△24.7
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

(参考) 調整後営業利益 2020年6月中間期 95,563百万円(△20.5%) 2019年6月中間期 120,207百万円(8.0%)

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
2020年6月中間期	65	97	—	—
2019年6月中間期	87	60	—	—

(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	%
2020年6月中間期	4,565,859	1,760,499	1,370,192	30.0
2019年12月期	4,516,779	1,793,887	1,398,534	31.0

2. 2020年12月期の連結業績予想(2020年1月1日~2020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	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

(参考) 調整後営業利益 2020年12月期 一百万円(—%)

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 有

※連結業績予想につきましては、新型コロナウイルス感染症拡大による影響を現段階において合理的に算定することが困難であることから未定としています。

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、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う外出自粛等の影響を受け、売上収益(酒税控除後)9,846億円(前年同期比89.3%)、売上収益(酒税込み)1兆1,053億円(同89.8%)、営業利益946億円(同80.3%)、親会社の所有者に帰属する当期利益452億円(同75.3%)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、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。しかしながら、世界的に蔓延しています新型コロナウイルス感染症の影響を受け主要各国における事業環境が大きく変化し、3月以降、当社グループの国内外の事業にも大きく影響を及ぼしました。

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に取り組みましたが、販売数量は清涼飲料市場のトレンドを上回ったものの前年同期を下回りました。「サントリー天然水」は、大容量需要の高まりや、「サントリー天然水 スパークリングレモン」のリニューアルを実施したことなどにより、ブランド全体の販売数量は前年同期微減にとどまりました。「BOSS」は、マーケティング活動を積極的に展開、新たに「クラフトボス レモンティー」を発売し市場の活性化を図りましたが、ブランド全体の販売数量は前年同期を下回りました。無糖茶カテゴリーでは、「伊右衛門」において、お客様に“淹れたてのような緑茶”がお楽しみいただけるペットボトル緑茶を目指し、発売以来最大のリニューアルを4月に行った結果、ブランド全体の販売数量は前年同期を上回りました。「GREEN DA・KA・RA」は、「GREEN DA・KA・RA やさしい麦茶」が好調を維持し、ブランド全体の販売数量は前年同期を上回りました。

欧州においては、フランスでは、主力ブランド「Orangina」及び「Oasis」の販売数量が前年同期を下回りました。英国では、「Lucozade」のエナジーは健闘したものの、スポーツがイベントの自粛の影響を大きく受け、販売数量が前年同期を下回りました。スペインでは、主力ブランド「Schweppes」の販売数量が前年同期を下回りました。

アジアにおいては、清涼飲料事業では、ベトナム、タイともに、売上が前年同期を下回りました。健康食品事業では、タイにおいて、主力の「BRAND'S Essence of Chicken」の取組みを促進しましたが、中国からの観光客減少により「BRAND'S Bird's Nest」は苦戦が続き、売上が前年同期を下回りました。

オセアニアでは、清涼飲料事業で「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、フレッシュコーヒー事業で主力ブランドの強化を図りましたが、売上が前年同期

を下回りました。

米州では、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が、売上が前年同期を下回りました。

これらの結果、飲料・食品セグメントの売上収益は、5,501億円(前年同期比88.1%)、営業利益454億円(同74.3%)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。

スピリッツ事業は、売上収益が前年同期比96%となりました。家庭用は前年を上回りましたが、業務用は前年を下回りました。バーボンウイスキー「ジムビーム」のほか、ジャパニーズクラフトジン「ROKU」やテキーラ「オルニーツ」が好調でした。

日本では売上収益が前年同期比104%となりました。ウイスキーは、主要ブランド「トリス」「メーカーズマーク」が好調に推移しました。RTDは、「ほろよい」「こだわり酒場のレモンサワー」、ハイボール缶が好調に推移し、販売数量が前年同期比120%と大きく伸長しました。また、新たな需要創造に向け、食事とあわせてソーダ割で楽しむジャパニーズジン「翠」を新発売しました。

ビール事業の販売数量は、国内総市場^{※1}が前年同期比91%程度と推定される中、同92%となる3,025万ケース^{※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89%の2,684万ケースとなりました。

「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドの販売数量は、前年同期比69%の537万ケースとなりました。さらなる“おいしさ”と“泡品質”を追求して「ザ・プレミアム・モルツ」「同〈香る〉エール」を同時にリニューアルするとともに、ビール固有の価値である泡にフォーカスした“神泡”プロモーションを継続しました。

「金麦」ブランドの販売数量は、前年同期並の1,818万ケースとなりました。季節に合わせて味をととのえる“四季の金麦”にご好評をいただき、特に「金麦〈糖質75%オフ〉」は好調に推移しました。今年5月に新発売した新ジャンル「サントリーブルー」の販売数量は、82万ケースとなりました。

「オールフリー」ブランドの販売数量は、前年同期比118%の341万ケースとなりました。3月にリニューアルした「オールフリー」本体に加え、昨年新発売した機能性表示食品「からだを想うオールフリー」にご好評をいただきました。

※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)

ワイン事業の売上収益は、前年同期比76%となりました。国産ワインは好調に推移しましたが、輸入ワインが前年を下回りました。

国産ワインの販売数量は、国内ワイン市場売上容量No.1^{※3}「酸化防止剤無添加の美味しいワイン。」「赤玉」などが好調に推移し、前年同期比116%と伸長しました。

輸入ワインでは、欧州産の「フレシネ」「タヴェルネッロ」などにおいてオーガニックワインの新

商品を投入し、ブランド育成に注力しました。

※3 インテージSRI調べ 国内ワイン市場2019年6月～2020年5月販売容量(全国SM/CVS/酒DS/ホームセンター/ドラッグストア/一般酒店/業務用酒店計)

これらの結果、酒類セグメントの売上収益(酒税控除後)は、3,336億円(前年同期比93.2%)、売上収益(酒税込み)4,542億円(同93.3%)、営業利益623億円(同97.3%)となりました。

〈その他セグメント〉

健康食品事業の売上収益は、「セサミン」シリーズなどが好調で、前年同期比105%となりました。外食事業の売上収益は、前年同期を下回りました。

その他セグメントの売上収益(酒税控除後)は、1,008億円(前年同期比84.1%)、営業利益92億円(同65.3%)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 5,713億円(前年同期比90.5%) 海外 4,132億円(同87.8%)

海外比率 42.0%

売上収益(酒税込み)

国内 6,578億円(前年同期比90.9%) 海外 4,475億円(同88.3%)

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」をステークホルダーとの約束と位置付け、「人と自然と響きあう」の企業理念のもと、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。

環境活動では、プラスチック問題を重要課題のひとつと捉え、循環型かつ脱炭素社会への変革を強力に先導すべく、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ています。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。また、プラスチックのバリューチェーンを構成する12社で、使用済みプラスチックの再資源化事業に取り組む共同出資会社(株)アールプラスジャパンを設立しました。環境負荷の少ない効率的なプラスチック再資源化技術の開発に挑戦します。

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の規模で、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倍以上の水を涵養しています。また、水に関する次世代環境教育「水育」をベトナム、タイ、インドネシアで展開して

いるほか、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については、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。2050年までに、バリューチェーン全体で、温室効果ガス排出の実質ゼロを目指します。

復興支援活動にも積極的に取り組んでいます。「令和2年7月豪雨」による大規模被害のあった熊本県に義捐金を拠出しました。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碎・洗浄したフレーク(Flake)を高温、真空で一定時間処理し、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

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を現段階において合理的に算定することが困難であることから、2020年2月14日発表の業績予想を取り下げ、未定とさせていただきます。

以上

中間連結財政状態計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2019年12月31日)	当中間連結会計期間 (2020年6月30日)
資産		
流動資産		
現金及び現金同等物	255,302	366,485
営業債権及びその他の債権	408,893	385,894
その他の金融資産	12,344	8,209
棚卸資産	435,501	473,732
その他の流動資産	63,797	51,633
小計	1,175,840	1,285,956
売却目的で保有する資産	187	0
流動資産合計	1,176,028	1,285,956
非流動資産		
有形固定資産	708,663	698,967
使用権資産	97,359	96,583
のれん	857,328	844,371
無形資産	1,405,341	1,356,505
持分法で会計処理されている投資	46,217	46,450
その他の金融資産	122,950	133,803
繰延税金資産	73,729	72,579
その他の非流動資産	29,161	30,639
非流動資産合計	3,340,751	3,279,902
資産合計	4,516,779	4,565,859

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2019年12月31日)	当中間連結会計期間 (2020年6月30日)
負債及び資本		
負債		
流動負債		
社債及び借入金	148,861	234,565
営業債務及びその他の債務	564,412	550,326
その他の金融負債	121,775	95,780
未払法人所得税等	27,432	31,840
引当金	13,985	14,000
その他の流動負債	86,327	56,946
流動負債合計	962,794	983,459
非流動負債		
社債及び借入金	1,278,013	1,347,952
その他の金融負債	126,683	128,720
退職給付に係る負債	43,618	45,721
引当金	6,882	6,433
繰延税金負債	289,537	279,790
その他の非流動負債	15,362	13,281
非流動負債合計	1,760,098	1,821,900
負債合計	2,722,892	2,805,359
資本		
資本金	70,000	70,000
資本剰余金	133,909	133,958
利益剰余金	1,329,315	1,365,705
自己株式	△938	△938
その他の資本の構成要素	△133,752	△198,533
親会社の所有者に帰属する持分合計	1,398,534	1,370,192
非支配持分	395,352	390,307
資本合計	1,793,887	1,760,499
負債及び資本合計	4,516,779	4,565,859

中間連結損益計算書

(単位：百万円)

	前中間連結会計期間 (自 2019年1月1日 至 2019年6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2020年1月1日 至 2020年6月30日)
売上収益 (酒税込み)	1,230,954	1,105,324
酒税	△129,014	△120,769
売上収益 (酒税控除後)	1,101,939	984,554
売上原価	△574,479	△518,377
売上総利益	527,459	466,177
販売費及び一般管理費	△409,577	△375,676
持分法による投資利益	3,790	3,961
その他の収益	1,713	5,075
その他の費用	△5,585	△4,965
営業利益	117,801	94,572
金融収益	2,867	1,911
金融費用	△12,215	△9,459
税引前利益	108,453	87,024
法人所得税費用	△29,994	△29,850
当期利益	78,459	57,174
当期利益の帰属		
親会社の所有者	60,075	45,236
非支配持分	18,383	11,938
当期利益	78,459	57,174
1株当たり当期利益		
基本的1株当たり当期利益 (円)	87.60	65.97

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 2019年1月1日 至 2019年6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2020年1月1日 至 2020年6月30日)
営業利益	117,801	94,572
組織再編関連費用	2,105	269
その他	299	722
調整項目合計	2,405	991
調整後営業利益	120,207	95,563

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

(報告セグメントの変更等に関する事項)

当連結会計年度より、2020年1月1日に実施した組織変更に伴い、従来「酒類セグメント」に含めていたイタリアワイン・食品の商社1社を「その他」の区分に移管しています。

なお、前中間連結会計期間のセグメント情報については、組織変更後の報告セグメントの区分に基づき組替を行い、表示しています。

(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 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			
売上収益（酒税込み）	624,259	486,561	120,133	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	357,770	119,909	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	360,167	125,303	1,113,241	△11,302	1,101,939
セグメント利益	61,174	63,981	14,157	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。

当中間連結会計期間（自 2020年1月1日 至 2020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）	550,136	454,201	100,986	1,105,324	—	1,105,324
売上収益（酒税控除後）						
外部顧客への売上収益	550,136	333,576	100,842	984,554	—	984,554
セグメント間の内部売上収益 又は振替高	2,393	1,583	5,573	9,550	△9,550	—
計	552,529	335,160	106,415	994,105	△9,550	984,554
セグメント利益	45,439	62,254	9,245	116,939	△22,366	94,572

(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。