



2026年12月期 中間決算概況〔IFRS〕(連結)

2026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) 鳥井 信宏

問合せ先責任者 (役職名) 執行役員 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. 2026年 6 月中間期の連結業績 (2026年 1 月 1 日～2026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		税引前中間利益		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	%
2026年 6 月中間期	1,733,150	7.1	1,550,619	6.5	126,267	△2.6	115,062	△3.7	76,844	△11.8	48,179	△19.2
2025年 6 月中間期	1,617,638	△1.9	1,456,317	△2.2	129,605	△30.6	119,430	△33.4	87,158	△29.9	59,637	△35.7

(参考) 調整後営業利益 2026年 6 月中間期 129,079百万円 (△8.9%) 2025年 6 月中間期 141,686百万円 (△14.5%)

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
2026年 6 月中間期	70	26	—	—
2025年 6 月中間期	86	97	—	—

(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	%
2026年 6 月中間期	6,827,713	3,905,818	3,230,750	47.3
2025年12月期	6,579,509	3,744,280	3,095,016	47.0

(3) 連結キャッシュ・フローの状況

	営業活動による キャッシュ・フロー	投資活動による キャッシュ・フロー	財務活動による キャッシュ・フロー	現金及び現金同等物 中間残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
2026年 6 月中間期	67,653	△68,905	36,436	308,415
2025年 6 月中間期	57,375	△69,476	△33,635	204,574

2. 2026年12月期の連結業績予想 (2026年 1 月 1 日～2026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	3,580,000	4.3	3,190,000	3.9	280,000	26.6	257,000	27.2	115,000	32.8 167 70

(参考) 調整後営業利益 2026年12月期 292,000百万円 (2.7%)

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 無

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、当期も積極的に事業を展開し、国内では、飲料、酒類ともに売上収益で前年同期を上回りました。海外では、飲料・食品が売上収益で前年同期を上回りました。結果、サントリーグループの当期の業績は、売上収益(酒税込み)1兆7,332億円(前年同期比7.1%増)、営業利益1,263億円(同2.6%減)、親会社の所有者に帰属する中間利益482億円(同19.2%減)となりました。

〈飲料・食品セグメント〉

飲料・食品セグメントは、コアブランドを中心とした積極的なマーケティング活動などが奏功し、売上収益(酒税込み)は9,141億円(前年同期比13.9%増)となりました。営業利益は、マーケティング費用の増加および原材料価格や物流費の高騰等があったものの、為替影響もあり868億円(同3.4%増)となりました。

日本では、「サントリー天然水」「BOSS」「伊右衛門」ブランドが、販売数量で前年同期を上回りました。また、「ギルティ炭酸 NOPE」を発売し、新たな需要を開拓しました。

欧州では「Lucozade」ブランドが、アジアでは「PEPSI」「Aquafina」ブランドが、販売数量で前年同期を上回りました。

オセアニアでは、エナジーカテゴリーが、販売数量で前年同期を上回りました。また、RTDについて2025年7月からのオーストラリアに続き、2026年1月からニュージーランドでも販売を開始しました。

米州では、エナジーカテゴリーが、販売数量で前年同期を上回りました。

〈酒類セグメント〉

酒類セグメントは、国内事業が好調に推移し、売上収益(酒税込み)は6,536億円(前年同期比0.2%増)となりました。営業利益は、海外主要エリアでの市況悪化等の外部環境の影響を受け539億円(同24.6%減)となりました。

国内は、各カテゴリーにおけるマーケティング活動が奏功し、好調に推移しました。

ビール類^{*1}では、「サントリー生ビール」ブランドが、中味・パッケージのリニューアルやJリーグとのプロモーションにより、販売数量で前年同期比12%増となりました。「金麦」ブランドは、旬の食材や料理と合わせて楽しむ提案を強化し、販売数量で前年同期を上回りました。

RTDでは、「ー196」ブランドが、「果物がおいしいチューハイ」「ー196」シリーズなどの好調により、販売数量で前年同期比10%増となりました。

ウイスキーでは、「角瓶」ブランドと「トリス」ブランドが、販売数量で前年同期を上回りました。「角瓶」は世界的な酒類コンペティション「インターナショナル・スピリッツ・チャレンジ 2026」ジャパニーズウイスキー部門で3年連続となるゴールドを受賞しました。

ジンでは、「翠(SUI)」ブランドで「翠ジンソーダ缶〈すっきり爽やか〉」「同〈本格濃いめ〉」を発売しました。また5月からサントリー大阪工場「スピリッツ・リキュール工房」を一般公開し、ものづくりの品質・魅力の訴求に取り組みました。

ワインでは、「酸化防止剤無添加^{※2}のおいしいワイン。」ブランドが、販売数量で前年同期比9%増となりました。

ノンアルコール飲料では、「オールフリー」ブランドが、「からだを想うオールフリー」の伸長に加え、「オールフリー〈エールテイスト〉」の発売により、販売数量で前年同期比4%増となりました。

※1 ノンアルコールビールテイスト飲料を除く

※2 「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。」ブランドは酸化防止剤(亜硫酸塩)を添加せずに製造しています

海外は、アジア・パシフィック地域および今後の重点市場であるインドで、前年同期を上回りました。また、免税店チャネルも好調に推移しました。一方、米国では市場の消費停滞に加え、流通在庫の平準化に伴う一部出荷の後ろ倒しの影響を受け、前年同期を下回りました。

主力ブランドでは、ジャパニーズウイスキー「響」「山崎」「TOKI」や、インド市場向けウイスキー「オークスミス」などが、販売数量で前年同期を上回りました。RTD「ー196」も、販売地域の拡大と積極的なマーケティング活動により、販売数量で前年同期を上回りました。バーボンウイスキー「ジムビーム」「メーカーズマーク」は、スポーツと紐づけたマーケティング活動を強化し、ブランド価値の向上を図りました。

〈その他セグメント〉

その他セグメントは、売上収益(酒税込み)1,655億円(前年同期比1.6%増)、営業利益169億円(同49.3%増)となりました。

健康食品事業は、機能性表示食品「ロコモア」、男性向けスキンケアブランド「VARON」が好調でした。「VARON」では、日焼け止め「VARON UV エアー プロテクター」を発売しました。また、肌を乾燥から守る「バリア機能」に着目した機能性表示食品「WELL CERA」を発売しました。

外食事業の売上収益は、前年同期を上回りました。

国内と海外の売上収益は次のとおりです。

売上収益(酒税込み)

国内 8,439億円(前年同期比3.7%増) 海外 8,893億円(同10.6%増)

海外比率 51.3%

サントリーグループでは、「人と自然と響きあい、豊かな生活文化を創造し、『人間の生命(いのち)の輝き』をめざす。」をパーパスとし、「Growing for Good」「やってみなはれ」「利益三分主義」を大切にすべき価値観として掲げています。

〈サステナビリティ〉

サントリーグループは、自然と水の恵みに生かされる企業として、創業以来、持続可能な社会の実現を目指してきました。特に「水」「容器・包装」「気候変動」を重要課題と位置づけ、環境目標達成に向けた取り組みを推進しています。

「水」については、グループ全体で共有する「水理念」のもと、流域全体を視野に入れた活動を展開しています。国内では、工場で汲み上げる地下水量の2倍以上の水を涵養する「サントリー 天然水の森」活動において、27カ所目となる「サントリー 天然水の森 ぎふ中津川」を開設しました。海外でも、豪州で新たに水源涵養活動を開始するなど、各国・地域の水課題に応じた取り組みを進めています。

「容器・包装」に関しては、「プラスチック基本方針」に基づき、グローバルで使用するすべてのペットボトルについて、リサイクル素材または植物由来素材等100%への切り替えを進め、化石由来原料の新規使用ゼロを目指しています。使用済みペットボトルの水平リサイクル^{※3}推進に加え、バイオマス資源活用の可能性も検討しています。

「気候変動」については、2050年までにバリューチェーン全体で温室効果ガス(GHG)排出量の実質ゼロを目指し、自社拠点で50%削減^{※4}、バリューチェーン全体で30%削減^{※4}の目標を掲げています。その実現に向け、エネルギー転換や再生可能エネルギーの活用を推進しています。グリーン水素に関しては、供給開始に向けた準備を進めており、経済産業省による支援制度の認定を受けました。また、飲料製造残渣を活用した土壌改良や、再生農業にも取り組んでいます。

※3 使用済み製品を原料として用いて同一種類の製品につくりかえるリサイクルのこと

※4 2019年の排出量を基準とする

〈人本主義〉

サントリーグループは「人」こそが未来を切り拓く原動力であり、最も重要な経営基盤であるという「人本主義」を掲げています。人財育成を中長期的な視点で捉え、すべての社員の活躍を目指して、全員が個性と能力を最大限に発揮して成長し続ける機会を提供することで、キャリアオーナーシップの醸成を促進しています。また、2016年に制定した「健康経営宣言」のもと健康経営を推進し、経済産業省と日本健康会議から「健康経営優良法人(ホワイト500)」に10年連続で認定されました。

今後もすべての社員が「やってみなはれ」の精神で、新たな価値を創造し続けられるよう、イキイキと働ける環境づくりや人財育成を推進していきます。

2. 通期の見通し

2026年12月期の売上収益(酒税込み)は3兆5,800億円(前年同期比4.3%増)、営業利益2,800億円(同26.6%増)、親会社の所有者に帰属する当期利益1,150億円(同32.8%増)を予定しています。(2026年2月13日発表の業績予想から変更はありません。)

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 (2025年12月31日)	当中間連結会計期間 (2026年6月30日)
資産		
流動資産		
現金及び現金同等物	270,464	308,415
営業債権及びその他の債権	703,075	707,029
その他の金融資産	13,407	14,818
棚卸資産	810,114	905,381
その他の流動資産	68,781	81,679
小計	1,865,844	2,017,324
売却目的で保有する資産	1,114	2,227
流動資産合計	1,866,958	2,019,551
非流動資産		
有形固定資産	1,106,229	1,110,267
使用権資産	180,933	175,319
のれん	1,154,575	1,186,732
無形資産	1,892,289	1,940,402
持分法で会計処理されている投資	94,061	95,802
その他の金融資産	192,077	195,559
繰延税金資産	32,756	40,104
その他の非流動資産	59,627	63,974
非流動資産合計	4,712,550	4,808,162
資産合計	6,579,509	6,827,713

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2025年12月31日)	当中間連結会計期間 (2026年6月30日)
負債及び資本		
負債		
流動負債		
社債及び借入金	133,912	277,183
営業債務及びその他の債務	836,066	863,859
その他の金融負債	92,204	86,706
未払法人所得税等	31,952	35,668
引当金	11,274	11,859
その他の流動負債	108,759	83,494
流動負債合計	1,214,169	1,358,773
非流動負債		
社債及び借入金	922,457	862,510
その他の金融負債	198,846	192,775
退職給付に係る負債	44,929	44,280
引当金	18,287	17,699
繰延税金負債	418,037	428,390
その他の非流動負債	18,501	17,466
非流動負債合計	1,621,060	1,563,122
負債合計	2,835,229	2,921,895
資本		
資本金	70,000	70,000
資本剰余金	129,105	129,119
利益剰余金	2,061,843	2,100,495
自己株式	△938	△938
その他の資本の構成要素	835,005	932,073
親会社の所有者に帰属する持分合計	3,095,016	3,230,750
非支配持分	649,263	675,067
資本合計	3,744,280	3,905,818
負債及び資本合計	6,579,509	6,827,713

中間連結損益計算書

(単位：百万円)

	前中間連結会計期間 (自 2025年1月1日 至 2025年6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2026年1月1日 至 2026年6月30日)
売上収益（酒税込み）	1,617,638	1,733,150
酒税	△161,320	△182,530
売上収益（酒税控除後）	1,456,317	1,550,619
売上原価	△796,793	△874,798
売上総利益	659,524	675,821
販売費及び一般管理費	△523,117	△550,099
持分法による投資利益	4,812	3,100
その他の収益	3,408	3,084
その他の費用	△15,022	△5,638
営業利益	129,605	126,267
金融収益	3,355	2,525
金融費用	△13,531	△13,730
税引前中間利益	119,430	115,062
法人所得税費用	△32,271	△38,217
中間利益	87,158	76,844
中間利益の帰属		
親会社の所有者	59,637	48,179
非支配持分	27,520	28,665
中間利益	87,158	76,844
1株当たり中間利益		
基本的1株当たり中間利益（円）	86.97	70.26

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 2025年1月1日 至 2025年6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2026年1月1日 至 2026年6月30日)
営業利益	129,605	126,267
関係会社株式売却損益	5,967	—
組織再編関連費用	6,265	2,811
その他	△152	—
調整項目合計	12,081	2,811
調整後営業利益	141,686	129,079

中間連結キャッシュ・フロー計算書

	前中間連結会計期間 (自 2025年1月1日 至 2025年6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2026年1月1日 至 2026年6月30日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前中間利益	119,430	115,062
減価償却費及び償却費	74,149	86,414
減損損失及び減損損失戻入 (△は益)	100	265
受取利息及び受取配当金	△2,293	△2,486
支払利息	10,963	12,748
持分法による投資損益 (△は益)	△4,812	△3,100
関係会社株式売却損益 (△は益)	5,956	—
棚卸資産の増減額 (△は増加)	△68,067	△64,767
営業債権及びその他の債権の増減額 (△は増加)	△12,816	5,285
営業債務及びその他の債務の増減額 (△は減少)	29,179	17,445
その他	△57,750	△56,629
小計	94,039	110,238
利息及び配当金の受取額	5,178	5,075
利息の支払額	△12,155	△12,800
法人所得税の支払額	△29,686	△34,860
営業活動によるキャッシュ・フロー	57,375	67,653
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産及び無形資産の取得による支出	△78,758	△72,591
有形固定資産及び無形資産の売却による収入	7,213	5,008
投資の取得による支出	△871	△608
投資の売却及び償還による収入	3,505	459
その他	△565	△1,173
投資活動によるキャッシュ・フロー	△69,476	△68,905
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金及びコマーシャル・ペーパーの増減額 (△は減少)	58,657	87,201
長期借入金及び社債の発行による収入	30,232	30,000
長期借入金の返済及び社債の償還による支出	△81,007	△41,181
リース負債の返済による支出	△17,198	△19,048
配当金の支払額	△9,600	△9,600
非支配持分への配当金の支払額	△14,707	△10,932
その他	△12	△1
財務活動によるキャッシュ・フロー	△33,635	36,436
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	△45,736	35,184
現金及び現金同等物の期首残高	254,772	270,464
現金及び現金同等物の為替変動による影響	△4,462	2,766
現金及び現金同等物の中間期末残高	204,574	308,415

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 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 2025年1月1日 至 2025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）	802,306	652,516	162,815	1,617,638	—	1,617,638
売上収益（酒税控除後）						
外部顧客への売上収益	802,306	491,645	162,365	1,456,317	—	1,456,317
セグメント間の内部売上収益 又は振替高	4,104	8,809	10,498	23,412	△23,412	—
計	806,411	500,455	172,864	1,479,730	△23,412	1,456,317
セグメント利益	83,924	71,553	11,302	166,780	△37,174	129,605

(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等です。

当中間連結会計期間（自 2026年1月1日 至 2026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）	914,068	653,588	165,493	1,733,150	—	1,733,150
売上収益（酒税控除後）						
外部顧客への売上収益	896,073	489,286	165,259	1,550,619	—	1,550,619
セグメント間の内部売上収益 又は振替高	3,806	15,761	9,109	28,677	△28,677	—
計	899,879	505,048	174,368	1,579,297	△28,677	1,550,619
セグメント利益	86,763	53,920	16,869	157,553	△31,285	126,267

(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等です。