

# 2019年度 第1四半期 決算概要

2019年5月8日  
サントリー食品インターナショナル株式会社

	2018年 1 - 3月実績	2019年 1 - 3月実績	対前年			
	増減(億円)	為替中立	増減率	為替中立		
売上収益	2,771 億円	2,857 億円	+86	+121	+3.1%	+4.4%
営業利益	266 億円	178 億円	△88	△85	△33.1%	△32.2%
既存事業ベース* 営業利益	154 億円	180 億円	+26	+29	+16.8%	+19.3%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	205 億円	107 億円	△98	△95	△47.7%	△47.1%

\* 「その他の収益」 「その他の費用」 のうち非経常的な要因により発生した要素を除いた値

売上収益	対前年				セグメント 利益	対前年			
	増減(億円)	為替中立	増減率	為替中立		増減(億円)	為替中立	増減率	為替中立
日本 1,507 億円	+2	-	+0.2%	-	65 億円	+13	-	+24.8%	-
欧州 484	△34	△6	△6.6%	△1.3%	39	+2	+5	+6.0%	+13.2%
アジア 555	+112	+114	+25.2%	+25.8%	72	△102	△102	△58.6%	△58.4%
既存事業ベース						+11	+11	+17.0%	+18.4%
オセアニア 129	△7	+2	△4.9%	+1.4%	14	△1	△1	△9.7%	△4.1%
米州 183	+13	+9	+7.4%	+5.5%	15	△0	△0	△0.4%	△2.2%
調整額	-	-	-	-	△27	+1	+0	-	-
連結 2,857	+86	+121	+3.1%	+4.4%	178	△88	△85	△33.1%	△32.2%
既存事業ベース						+26	+29	+16.8%	+19.3%

売上収益

増減率

セグメント利益

増減率

1,507 億円 +0.2%

65 億円 +24.8%

- 主力ブランドが好調で、販売数量は+2%。
  - ・「天然水」「BOSS」が伸長。
  - ・「特茶」「BOSS」ショート缶は、販売強化の取り組みが奏功し、いずれもマイナス幅が縮小。
- 最盛期のマーケティング強化に向けて、ブランド投資時期を2Q以降にシフト。その結果、利益は対前年で増加。



高付加価値・高収益モデルの確立

SCMの構造革新

自販機ビジネスの事業構造変革

## 売上収益

484 億円

## 増減率

△6.6% △1.3%

## セグメント利益

39 億円

## 増減率

+6.0% +13.2%

## 売上

## 増減率

為替中立

フランス  
(\* 1)

200 億円 △7.6% △1.7%

「Orangina」「MayTea」は伸長するも、「Oasis」の販売減等で減収。

英國  
(\* 2)

135 億円 △0.7% +4.2%

「Lucozade Energy」が引き続き成長し、増収。

スペイン  
(\* 3)

88 億円 △13.1% △7.6%

業務用トニック市場縮小の影響を受け、「Schweppes」が苦戦。回復には時間を見る見込み。

(\* 1) フランス、ベルギー

(\* 2) 英国、アイルランド

(\* 3) スペイン、ポルトガル



## 売上収益

555 億円

## 増減率

+25.2% 為替中立

+25.8%

## セグメント利益

72 億円

## 増減率

△58.6% 為替中立

△58.4%

+17.0% +18.4%

既存事業  
ベース飲料  
(ベトナム)

## 売上

208 億円

## 増減率

+18.9%

## 為替中立

+18.9%

エナジードリンク「Sting」、茶飲料「TEA+」等  
主力ブランドが好調で大幅増収。飲料\*  
(タイ)

161 億円

+213.4% +208.0%

+208.0%

主力の「Pepsi」等が好調で増収。

健康食品

134 億円

△3.4%

△3.0%

引き続き「Essence of Chicken」が苦戦。

\*飲料（タイ）：前年実績は1ヶ月分のみ。（昨年3月に事業を開始したため）



## オセアニア

## 売上収益

129 億円

増減率 為替中立

△4.9% +1.4%

## セグメント利益

14 億円

増減率 為替中立

△9.7% △4.1%

## 売上

## 増減率

為替中立

フルコアサントリー

99 億円

△5.8%

+0.4%

フレッシュコーヒー事業

30 億円

△1.9%

+6.4%

## 米州

## 売上収益

183 億円

増減率 為替中立

+7.4% +5.5%

## セグメント利益

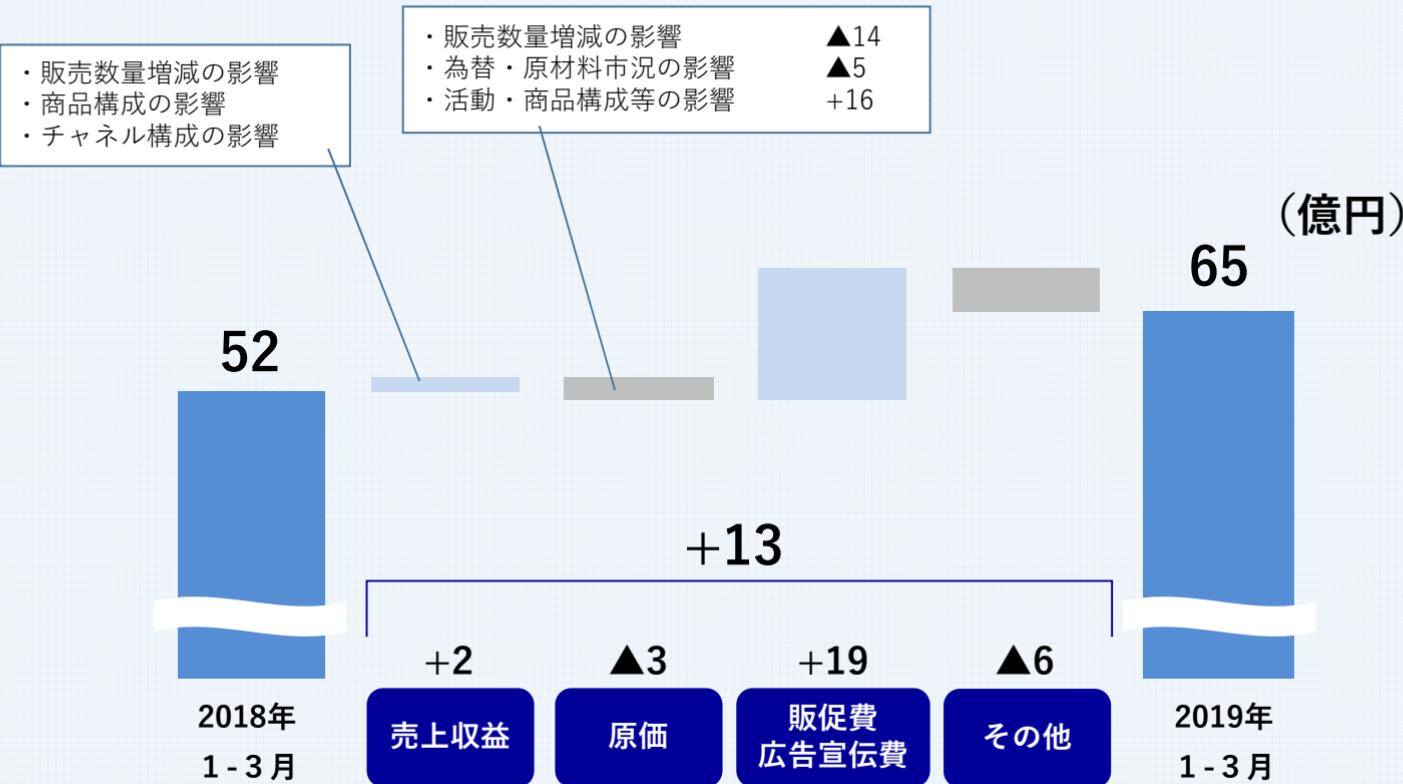
15 億円

増減率 為替中立

△0.4% △2.2%

# **SUNTORY**

## SUNTORY BEVERAGE & FOOD



# ■ 主要ブランド販売数量

## 日本

(単位：百万C/S)

	2018年第1四半期		2019年第1四半期	
	実績	対前年 増減	実績	対前年 増減
サントリー天然水	22.3	8%	23.1	4%
BOSS	24.1	6%	25.6	6%
伊右衛門	12.0	△6%	11.7	△2%
サントリー烏龍茶	5.6	7%	5.3	△5%
PEPSI	4.0	△15%	4.0	△2%
グリーンダカラ	4.9	21%	5.9	20%
特定保健用食品 および 機能性表示食品 計	5.2	△10%	4.9	△5%
日本事業 販売数量 合計	93.5	3%	95.4	2%

※出荷ベース

※上記数字には (株)ジャパンビバレッジホールディングス等による  
他社仕入分の販売数量は含まれていません。

## 欧州

(単位：百万L)

	2018年第1四半期		2019年第1四半期	
	実績	対前年 増減	実績	対前年 増減
オランジーナ	33	△6%	35	6%
オアシス	62	△1%	61	△2%
シュウェップス	25	△1%	24	△2%
ルコゼード	79	△12%	90	14%
ライビーナ	24	△3%	21	△11%

	2018年 実績	2019年 予想	対前年		
			増減 (億円)	増減率	為替中立
売上収益	12,943 億円	13,130 億円	+187	+1.4%	+2.0%
営業利益	1,136 億円	1,100 億円	△36	△3.1%	△2.5%
既存事業ベース 営業利益	1,084 億円	1,110 億円	+26	+2.4%	+3.0%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	800 億円	665 億円	△135	△16.9%	△16.4%

# 2019年度業績予想(IFRS) (セグメント別)

	売上収益	対前年			セグメント 利益	対前年		
		増減 (億円)	増減率	為替中立		増減 (億円)	増減率	為替中立
日本	7,090 億円	+3	+0.0%	—	530 億円	+3	+0.6%	—
欧州	2,450	△2	△0.1%	+1.3%	315	+65	+26.1%	+27.9%
既存事業ベース					330	+22	+7.3%	+8.7%
アジア	2,190	+179	+8.9%	+9.9%	225	△108	△32.5%	△31.9%
既存事業ベース					225	+6	+2.9%	+3.7%
オセアニア	530	△12	△2.2%	+1.6%	65	+1	+2.0%	+4.1%
米州	870	+20	+2.3%	+1.8%	85	+0	+0.1%	△0.4%
調整額	—	—	—	—	△120	+3	—	—
連結	13,130	+187	+1.4%	+2.0%	1,100	△36	△3.1%	△2.5%
既存事業ベース					1,110	+26	+2.4%	+3.0%

## ■ 主要為替レート

	2018年 1 - 3月実績	2019年 1 - 3月実績	2019年 年間予想
米ドル	108.2	110.2	111
ユーロ	133.1	125.2	129
英ポンド	150.8	143.7	144
シンガポールドル	82.1	81.4	81
タイバーツ	3.4	3.5	3.4
ベトナムドン	0.0048	0.0048	0.0048
ニュージーランドドル	78.8	75.1	73
豪ドル	85.2	78.5	80

本資料は情報提供のために作成されたものであり、日本国内外を問わず  
一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。

本資料には、当社又は当社グループの今後の業績等に関連して将来に関する記述を含んでおります。将来に関する記述は、現在入手可能な情報を踏まえて、当社が現時点で合理的であると判断する一定の前提に基づくものであり、経済動向、業界での競争、市場需要、為替レート、税制や諸制度等に関わるリスクや不確定な要素を含んでいます。従って、将来、実際に公表される業績等は、これらの種々の要素によって変動するため、本書作成時点と異なる可能性もあります。

当社は、本資料の情報を使用されたことにより生じるいかなる損害についても責任を負うものではありませんので、ご了承ください。