

2025年度 第1四半期決算説明会

2025年5月13日
サントリー食品インターナショナル株式会社

1Q 実績

- コアブランド集中活動、価格改定による効果が寄与
- 日本/欧州/米州は想定通りも、APACが市場環境悪化により想定を下回る
- 持続的な売上収益成長に向けた積極的なマーケティング費用の増加により、グループ全体で減収減益

今後の 見通し/ 取組み

- グローバル市場の景気後退懸念や原材料・製造コスト高による不確実な環境
- 日本では、2025年10月からの価格改定を新たに決定
- 通期業績予想の達成を目指した新たな打ち手を実行
- 将来の成長に必要な構造改革に着手

2025年度 1Q（1-3月）実績

	1-3月 実績 (億円)	対前年			
		為替込		為替中立	
		増減(億円)	増減率	増減(億円)	増減率
売上収益	3,658	△59	△1.6%	△90	△2.4%
営業利益	273	△66	△19.4%	△71	△20.6%
非経常項目	△14	△10	—	△10	—
既存事業ベース* 営業利益	287	△56	△16.3%	△61	△17.5%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	154	△48	△23.9%	△51	△24.9%

*営業利益から非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

■ 2025年度 1Q（1-3月）実績（セグメント別）- 既存事業ベース

売上収益（億円）		対前年			
		為替込		為替中立	
		増減(億円)	増減率	増減(億円)	増減率
日本	1,527	△7	△0.4%	-	-
APAC	941	△44	△4.5%	△63	△6.3%
欧州	778	△7	△1.0%	△9	△1.1%
米州	412	11	2.8%	1	0.2%
連結	3,658	△47	△1.3%	△78	△2.1%

セグメント利益（億円）					
日本	49	△31	△38.7%	-	-
APAC	129	△10	△7.5%	△14	△10.0%
欧州	117	△0	△0.1%	△0	△0.3%
米州	41	△2	△4.2%	△3	△6.6%
調整額	△48	△13		△13	
連結	287	△56	△16.3%	△61	△17.5%

既存事業ベース＝売上収益からは譲渡事業の売上収益を、セグメント利益からは非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

売上収益

1,527 億円

増減率

為替込

為替中立

△0.4%

—

セグメント
利益

49 億円

増減率

為替込

為替中立

△38.7%

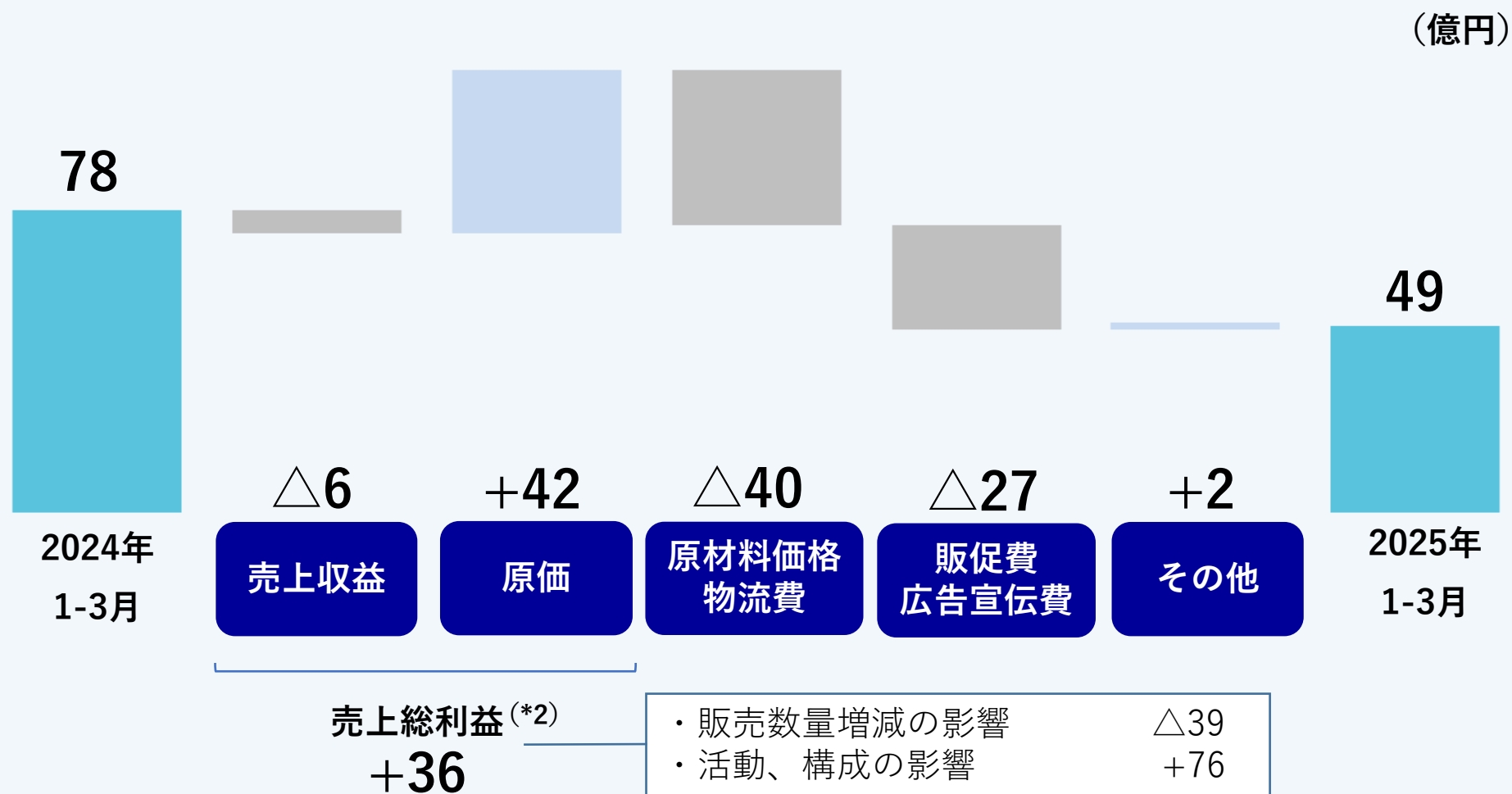
—

- 販売数量は、飲料市場 前年比 97%（推定）、当社 94%
価格改定や前年好天の反動影響により対前年で減少も、想定通りの進捗
- 売上収益は、価格改定、ブランド・各チャネルの重点活動、ミックス改善が
想定通り寄与し、前年並みを維持
- セグメント利益は、価格改定やミックス改善などの効果はあったものの、
原材料・物流コスト高騰影響や積極的なマーケティング活動により減益



既存事業ベース = 売上収益からは譲渡事業の売上収益を、セグメント利益からは非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

■ 日本：2025年度 1Q（1-3月） 利益増減分析^(※1)



(※1) 非経常項目を含むセグメント利益

(※2) 原材料価格・物流費を除く売上総利益

コアブランド

伊右衛門

- 原点である”京都“をテーマにリニューアル
- パーソナルサイズ中心に初動好調

クラフトボス新シリーズ“世界のTEA”

- 4月までに4商品を新発売し、想定以上に好調



新たな展開品などマーケティング活動を強化

自販機事業構造改革

キャッシュレスアプリ「ジハンピ」全国展開

25年目標

- 「ジハンピ」対応自販機数 **15万台**
- アプリDL数を上方修正

200万DL ⇒ 500万DL



RGM活動

原材料・物流コスト高騰への対応として、25年10月より5度目となる価格改定を実施

■ APAC : 2025年度 1Q(1-3月) 実績 - 既存事業ベース

売上収益

941 億円 △4.5% △6.3%

増減率

為替込

為替中立

セグメント
利益

129 億円 △7.5% △10.0%

増減率

為替込

為替中立

売上収益

増減率

為替込

為替中立

飲料事業
(ベトナム)

347 億円 △12.2% △11.5%

飲料市場全体の消費低迷や天候不順による販売数量減

飲料事業
(タイ)

255 △0.7% △7.8%

大気汚染や天候不順など外部環境の悪化による販売数量減

健康食品
(*)

98 9.8% 2.0%

「BRAND'S Essence of Chicken」、
「BRAND'S Bird's Nest」はイノベーション活動の奏功等
により引き続き販売数量が伸長。

飲料事業
(オセアニア)

183 △0.2% 3.1%

エナジーカテゴリー「V」「CELSIUS」好調により
市場以上に販売数量が成長

(*) 健康食品は、タイ及びインドシナ半島の実績

既存事業ベース=売上収益からは譲渡事業の売上収益を、セグメント利益からは非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値



■ 欧州：2025年度 1Q(1-3月) 実績 - 既存事業ベース

売上収益

778 億円

増減率

為替込

為替中立

△1.0%

△1.1%

セグメント
利益

117 億円

増減率

為替込

為替中立

△0.1%

△0.3%

売上収益

増減率

為替込

為替中立

フランス

277 億円

△3.6%

△3.1%

「Oasis」は販売数量が堅調に推移しているものの、
「Schweppes」の販売低調や販促費の期ズレ影響により減収

英国
(*1)

256

6.9%

5.2%

「Lucozade」へのマーケティング活動強化により
販売数量が増加

スペイン
(*2)

114

△8.9%

△8.4%

業務用トニック市場の回復遅れによる影響を
他ブランド等で補いきれず減収

(*1) 英国、アイルランド (*2) スペイン、ポルトガル

既存事業ベース＝売上収益からは譲渡事業の売上収益を、セグメント利益からは非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値



■ 米州：2025年度 1Q(1-3月) 実績 - 既存事業ベース

売上収益

412 億円

増減率

為替込

2.8%

為替中立

0.2%

セグメント
利益

41 億円

増減率

為替込

△4.2%

為替中立

△6.6%

- 販売数量は、炭酸（「PEPSI」）は前年並み
非炭酸カテゴリーは競争激化により数量減
- 売上収益は、販売数量の維持や価格改定を含むRGM活動^(*)により前年並みを維持
- セグメント利益は、物流コストの高騰や人件費増加影響により減益



(*) RGM = レベニューグロスマネジメント。プライスパック、ミックスマネジメント、等

既存事業ベース＝売上収益からは譲渡事業の売上収益を、セグメント利益からは非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

■ ベトナムおよびスペイン*の課題と今後の取組み

(対前年増減率、為替中立)

売上収益 成長率

24年
4Q

25年
1Q

現状および課題

今後の取組み

ベトナム

14%

△12%

- ・ 旧正月向け在庫の解消遅れ
- ・ 市場減速による需要減
- ・ 競争激化（ローカルプレイヤー参入）
- ・ スーパー/コンビニチャネルの成長

- ・ 炭酸・茶・エナジーカテゴリーにおけるマーケティング活動強化
- ・ マーケット変化に対応したポートフォリオおよびチャネル戦略の策定と実行

スペイン*

△13%

△8%

- ・ 業務用トニック市場の回復遅れ
- ・ 業務用トニック中心の商品ポートフォリオ

- ・ トニック商品のマーケティング活動強化
- ・ 新商品投入などによる商品ポートフォリオの拡充

* スペイン、ポルトガル

SUNTORY

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

参考資料については、サントリー食品インターナショナル（株）のHPに別途開示しております。
以下URLよりご参照ください。

掲載先URL：

（日本語HP） https://www.suntory.co.jp/softdrink/ir/library_earnings/

（英 語HP） https://www.suntory.com/softdrink/ir/library_earnings/

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実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。