

2025年度 第3四半期決算説明会

2025年11月11日
サントリー食品インターナショナル株式会社

©2025 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

1

サントリー食品インターナショナル、沖中です。

本日はお忙しい中、
お時間をいただき誠にありがとうございます。

本日は、第3四半期決算をご報告し、その後、
年間業績予想についてご説明いたします。

2ページをご覧ください。

売上収益は前年並みとなったものの減益、全体としては想定を下回った

売上収益

APACでの緩やかな回復および欧州が堅調に推移し、全体としては前年並み

- － APACはベトナム/タイ飲料事業が緩やかに回復。またオセアニアでのRTD販売も寄与し7-9月で増収となったものの、引続き想定を下回り減収
- － 欧州は増収であるものの、7-9月が想定を下回り累計では想定並み
- － 日本は8月における販売数量減の影響により想定をやや下回ったが前年並み

営業利益^(*)

APACおよび日本における販売数量減の影響等により、全体としては減益

- － APACはベトナム/タイ飲料事業における販売数量減の影響に加え、回復に向けた追加のマーケティング投資を実施したことにより想定を下回り減益
- － 日本はコスト高騰影響は想定通りだったものの、販売数量減等の影響により想定をやや下回り減益

*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既存事業ベース営業利益

©2025 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

2

まずは、第3四半期実績のポイントについてご説明いたします。

第3四半期累計においては、
売上収益は前年並みとなりましたが、営業利益は減益。
全体としては、想定を下回りました。

売上収益は、
アジアパシフィックで緩やかな回復が見られたことに加え、
欧州が堅調に推移したことで、全体では前年並みとなりました。

営業利益は、
アジアパシフィックおよび日本での販売数量減の影響等により、
引き続き減益となりました。

3ページをご覧ください。

	1-9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	12,781	4	0.0%	53	0.4%
営業利益	1,266	△129	△9.2%	△125	△9.0%
非経常項目	△28	△10	—	△10	—
既存事業ベース* 営業利益	1,293	△119	△8.4%	△114	△8.1%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	754	△79	△9.5%	△73	△8.8%

*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 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

3

第3四半期の実績についてご説明いたします。

売上収益は1兆2,781億円で前年同期並み、為替中立で0.4%増。

営業利益は1,266億円、前年同期比9.2%減、為替中立で9.0%減。

非経常的な要因を除いて計算した既存事業ベース営業利益は1,293億円、前年同期比8.4%減、為替中立で8.1%減。

親会社の所有者に帰属する四半期利益は754億円、前年同期比9.5%減、為替中立で8.8%減となりました。

4ページをご覧ください。

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	5,565	△13	△0.2%	-	-
APAC	2,827	△111	△3.8%	△75	△2.6%
欧州	3,010	145	5.1%	126	4.4%
米州	1,379	△5	△0.3%	27	2.0%
連結	12,781	16	0.1%	64	0.5%

セグメント利益（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	415	△58	△12.3%	-	-
APAC	342	△46	△11.9%	△42	△11.0%
欧州	539	41	8.3%	38	7.6%
米州	173	△3	△1.8%	1	0.5%
調整額	△175	△53		△53	
連結	1,293	△119	△8.4%	△114	△8.1%

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

©2025 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

4

セグメント別の実績です。

以降、セグメント別の説明に関しましては、
非経常的な要因を除いた既存事業ベース、為替中立で
ご説明いたします。

売上収益は、日本は前年同期並み。
アジアパシフィックが減収。
欧州および米州が増収。

セグメント利益は、
日本およびアジアパシフィックは減益。
欧州と米州は増益となりました。

5ページをご覧ください。

売上収益	増減率		セグメント 利益	増減率	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
5,565 億円	△0.2%	—	415 億円	△12.3%	—

- 販売数量は、飲料市場 前年比 97%（推定）、当社 95%
価格改定や8月中旬の悪天候の影響、昨年の備蓄需要増の反動等により
前年・想定を共に下回った
- 売上収益は、価格改定とミックス改善により増収効果があったものの、
販売数量の減少の影響を受け、想定をやや下回ったが前年並み
- セグメント利益は、原材料・物流コスト高騰の影響は想定通りだったものの、
販売数量減およびそれに伴う製造・在庫関連コスト増等の影響を受け、
想定をやや下回り減益



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

©2025 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

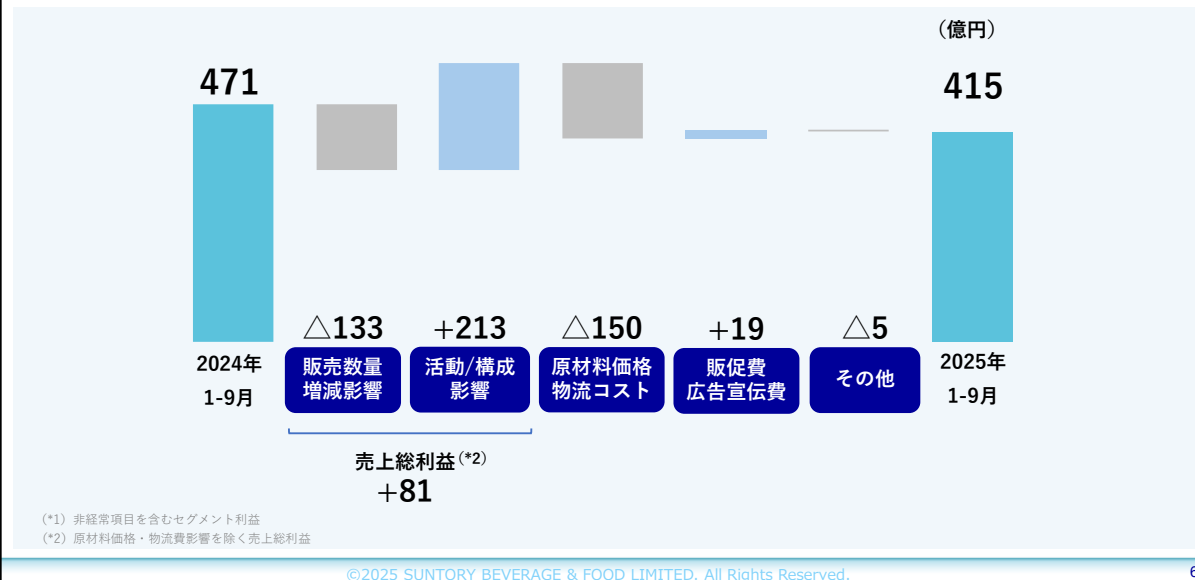
5

ここからはセグメント別の実績についてご説明いたします。
まずは日本です。

売上収益は5,565億円、セグメント利益は415億円。

- 当社が推定する飲料市場は、
8月の悪天候および価格改定の影響を引き続き受け、
前年同期より3%減。
- 当社の販売数量は、市場同様の影響を受けたことに加え、
前年の備蓄需要増の裏返し影響を大きく受けたことで、
前年同期および想定を下回りました。
- 売上収益は、価格改定やミックス改善などの効果が
寄与し前年並みとなりましたが、販売数量の減少により
想定をやや下回りました。
- セグメント利益については、
原材料・物流コスト高騰の影響は想定通りでしたが、
販売数量減およびそれに伴う製造・在庫関連コスト増などの
影響により想定をやや下回り、減益となりました。

6ページをご覧ください。



日本のセグメント利益の増減について、補足説明いたします。


- セグメント利益は415億円、前年同期から56億円の減益。
- 販売数量増減影響は、前年の備蓄需要増の裏返し影響や価格改定による影響で133億円悪化しました。
- 活動および構成影響は、販売数量減に伴う製造・在庫関連コスト増の影響があったものの、価格改定の効果やミックス改善により213億円改善しました。
- 原材料価格・物流コストについては、150億円の悪化となりましたが、価格改定効果等により概ね吸収出来ております。
- 販促費・広告宣伝費については、上期は「伊右衛門」や「BOSS」などへの積極的なマーケティング投資を行いましたが、第3四半期は、適切なコストマネジメントを実施し、前年同期から19億円の費用減となりました。

7ページをご覧ください。

売上収益		増減率		セグメント利益		増減率	
		為替込	為替中立			為替込	為替中立
	2,827 億円	△3.8%	△2.6%	342 億円		△11.9%	△11.0%
売上収益		増減率					
		為替込	為替中立				
飲料事業 (ベトナム)	1,004 億円	△13.5%	△8.3%	飲料市場全体の消費低迷や旧正月向け在庫の解消遅れによる販売数量減			
飲料事業 (タイ)	766	△3.3%	△8.3%	低気温、雨期の早期到来や外国人観光客の減少に伴う飲料市場全体の消費低迷による販売数量減			
健康食品 (*)	290	4.8%	△0.6%	タイ市場全体の消費低迷や外国人観光客の減少の中でも販売が堅調に推移しており前年並み			
飲料事業 (オセアニア)	617	13.8%	20.7%	エナジーカテゴリー市場が好調であることに加え、豪州におけるRTD生産・販売開始による販売数量増			

(*) 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

©2025 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.



アジアパシフィックです。

売上収益は2,827億円、セグメント利益は342億円。

- ・ 売上収益は、
オセアニアの飲料およびRTDが好調に推移したことに加え、
タイの健康食品事業も堅調に推移しましたが、
ベトナムおよびタイの飲料事業の販売数量減により、減収。
- ・ セグメント利益は、売上収益減少に伴い、減益。
- ・ ベトナムおよびタイの飲料事業は、
第3四半期で緩やかな回復が見られましたが、
引き続き市場全体の消費低迷の影響を受けました。
- ・ 健康食品事業は、
「BRAND'S Essence of Chicken」、 「BRAND'S Bird's Nest」
ともに販売数量が堅調に推移し、前年同期並み。
- ・ オセアニアは、清涼飲料市場が伸長するなかで、
特にエナジーカテゴリーが好調であることに加え、
オーストラリアでのRTD販売も寄与し、増収となりました。

8ページをご覧ください。

早期回復に向けた打ち手を着実に推進

ベトナム

販促強化および商品リニューアルを実施
販売数量増およびシェア向上に寄与

PEPSI



TEA+



Sting



タイ飲料

ニーズの変化を捉えた容量/価格設定や
新商品投入を実施し、シェア獲得に寄与

PEPSI



250ml PET



無糖タイプ

TEA+



375ml PET

構造的な課題の解決に向けた抜本的な改革についても引き続き進行中

ベトナムとタイの飲料事業について補足説明いたします。

年初から、マクロ経済低迷や天候要因などの影響により消費が減退しておりますが、直近では緩やかな回復も見られております。


当社は、追加的な販促およびマーケティング施策を積極的に推進し、市場を上回る販売に繋がったことでシェアが向上するなど、各ブランドで、その効果が現れつつあります。

また、構造的な課題の解決に向けても、引き続き組織体制や商品ポートフォリオの見直しなど、抜本的な改革を進めるべく議論を深めております。

9ページをご覧ください。

売上収益		増減率		セグメント 利益	増減率	
		為替込	為替中立		為替込	為替中立
	3,010 億円	5.1%	4.4%	539 億円	8.3%	7.6%
売上収益		増減率				
		為替込	為替中立			
フランス	1,082 億円	2.4%	1.7%	砂糖税増税による売上収益の増加はあるものの、消費の低迷により想定を下回った		
英国 (*1)	914	12.5%	11.8%	主力のエナジー・スポーツカテゴリーが堅調も、7-9月は販売数量が想定を下回った		
スペイン (*2)	542	0.2%	△0.5%	業務用トニック市場の縮小による影響を他ブランド等で補い、前年同期並み		

(*)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



©2025 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

欧州です。

売上収益は**3,010**億円、セグメント利益は**539**億円。

- 売上収益は、英国の引き続き堅調な業績に牽引され、増収。
- セグメント利益は、売上収益の増加およびコストマネジメントにより、増益。
- フランスは、3月からの砂糖税増税に伴い、主力商品のOasisとOranginaの価格が上昇し、増収となりましたが消費の低迷もあり販売数量は減少。
- 英国は、主力のエナジー・スポーツブランドのLucozadeで一部大容量商品の数量が想定を下回りましたが、引き続き好調を維持し増収。
- スペインは、注力するSchweppesのフルーツ炭酸飲料等が、業務用トニック市場の落ち込みを補い、前年同期並みとなりました。

10ページをご覧ください。

売上収益	増減率		セグメント 利益	増減率	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
1,379 億円	△0.3%	2.0%	173 億円	△1.8%	0.5%

- 販売数量は、主力の「PEPSI」が前年を上回り、非炭酸カテゴリーも堅調に推移
- 売上収益は、炭酸、エナジーカテゴリーが堅調に推移し増収
- セグメント利益は、増収効果等により増益であるものの、水カテゴリーにおける一部商品の取り扱い減により想定を下回った



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

©2025 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

10

米州です。

売上収益は1,379億円、セグメント利益は173億円。

- 販売数量は、堅調に推移。
- 売上収益は、非炭酸カテゴリー市場低迷の影響はありましたが、炭酸およびエナジーカテゴリーが堅調に推移し、増収。
- セグメント利益は、人件費や製造コスト高騰の影響を上回る増収効果により、増益となりましたが、ペプシコ社における水カテゴリー販売戦略の変更により、一部商品の取り扱いが減少したことで想定を下回りました。

11ページをご覧ください。

2025年度 年間業績予想の修正について

次に、2025年度の年間業績予想についてご説明します。

12ページをご覧ください。

	通期 修正予想 (億円)	年初予想との差異		対前年			
		増減 (億円)	増減率	増減 (億円)	為替中立	増減率	為替中立
売上収益	17,210	△750	△4.2%	242	267	1.4%	1.6%
営業利益	1,470	△140	△8.7%	△132	△132	△8.3%	△8.2%
既存事業ベース* 営業利益	1,550	△165	△9.6%	△129	△127	△7.7%	△7.6%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	845	△55	△6.1%	△90	△90	△9.6%	△9.6%

*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 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

12

修正予想についてご説明いたします。

第3四半期実績および第4四半期見通しや為替の動向を踏まえ、
下方修正いたします。

- 売上収益は、1兆7,210億円。
前期比1.4%増、年初予想から4.2%の減。
- 営業利益は、1,470億円。
前期比8.3%減、年初予想から8.7%の減。
- 非経常的な要因を除いて計算した
既存事業ベース営業利益は、1,550億円。
前期比7.7%減、年初予想から9.6%の減。
- 親会社の所有者に帰属する当期利益は、845億円。
前期比9.6%減、年初予想から6.1%の減となる見込みです。

なお、通期業績予想の下方修正を行いますが、
当社といたしましては、株主の皆様への還元を重視し、
年間での一株当たり配当予想は、
年初予想の通り120円といたします。

13ページをご覧ください。

(億円)		対前年		年初予想 との 差異	25年 10-12月 予想		対前年	
既存事業ベース 売上収益	通期 修正 予想	為替中立			増減	増減率	為替中立	
		増減	増減率				増減	増減率
日本	7,355	37	0.5%	0	1,790	50	2.9%	
APAC	3,985	31	0.8%	△740	1,158	143	14.1%	
欧州	3,935	179	4.8%	80	925	53	6.1%	
米州	1,935	31	1.6%	△90	556	4	0.8%	
連結	17,210	278	1.6%	△750	4,429	251	6.0%	
既存事業ベース セグメント利益								
日本	465	△28	△5.7%	0	50	30	152.8%	
APAC	455	△57	△11.2%	△140	113	△14	△11.3%	
欧州	660	38	6.1%	15	121	0	0.1%	
米州	235	2	0.9%	△25	62	1	2.1%	
調整額	△265	△82		△15	△90	△29		
連結	1,550	△127	△7.6%	△165	257	△12	△4.5%	

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

©2025 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved

©2025 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

13

セグメント別の修正予想です。

日本は、売上収益は7,355億円、セグメント利益は465億円。

- ・年初予想対比で、据え置き。
- ・最盛期における販売数量減や、それに伴う製造・在庫関連コスト増などの影響を受けましたが、10月からの価格改定や新商品投入などの効果およびコストマネジメントの徹底を通じ、上振れを目指します。

アジアパシフィックは、売上収益は3,985億円、

セグメント利益は455億円。

- ・年初予想対比で、売上収益・セグメント利益ともに下方修正。
- ・ベトナムおよびタイの飲料事業における、年初からの落ち込みによる影響を反映いたしました。

欧州は、売上は3,935億円、セグメント利益は660億円。

- ・年初予想対比で、売上収益・セグメント利益ともに上方修正。
- ・こちらは主に為替の影響によるものです。

米州は、売上は1,935億円、セグメント利益は235億円。

- ・年初予想対比で、売上収益・セグメント利益ともに下方修正。
- ・関税および水カテゴリーの一部商品取り扱い減少の影響を受ける見込みです。

14ページをご覧ください。

急速かつ複雑に変化する外部環境やマーケットを的確に捉え
スピード感を持って“Way of Working”を変革する

経済環境

- マクロ経済低迷、インフレの継続、関税動向

競争環境

- 主要国における競争環境の激化

コスト環境

- 原材料市況及び調達コスト環境の不透明感

©2025 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

14

第4四半期以降についてですが、
引き続き外部環境の不透明感は強く、
厳しい事業環境が続くものと考えております。

このような状況において、マーケットの実態やその変化を
いかに的確に捉えることができるかは非常に重要ですが、
当社はここに課題があると認識しております。
そのため、これまでの成功体験にとらわれることなく、
“Way of Working”を根本から見直すことにいたしました。
ここを起点に、今まさに抜本的な変革を推進しております。

詳細については、通期決算発表の場でご説明いたします。

私からの説明は以上です。

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。