



# Suntory Beverage & Food Overview

サントリービバレッジ&フード会社概要

**SUNTORY**  
BEVERAGE & FOOD



**Suntory Group**

**SUNTORY**

# Suntory Group Philosophy

## サントリーグループの企業理念

わたしたちの目的 Our Purpose サントリーグループが事業を営む目的、企業としてめざす方向性

人と自然と響きあい、豊かな生活文化を創造し、  
「人間の生命の<sup>いのち</sup>輝き」をめざす。

わたしたちの価値観 Our Values 目的を実現するために、すべての社員が大切にすべき価値観

### Growing for Good

人として、企業として、社会のために成長し続けること。  
成長し続けることで、社会を良くする力を大きくしていくこと。

### やってみなはれ

失敗を恐れることなく、新しい価値の創造をめざし、  
あきらめずに挑み続けること。

### 利益三分主義

事業活動で得たものは、自社への再投資にとどまらず、  
お客様へのサービス、社会に還元すること。

## コーポレートメッセージ

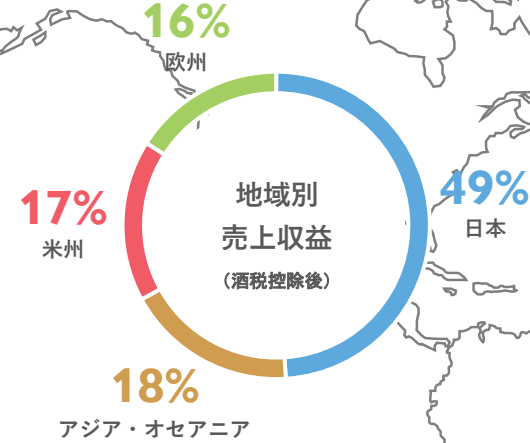
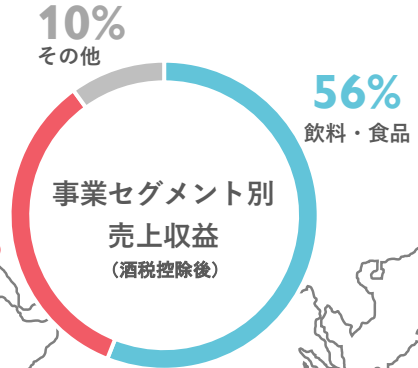
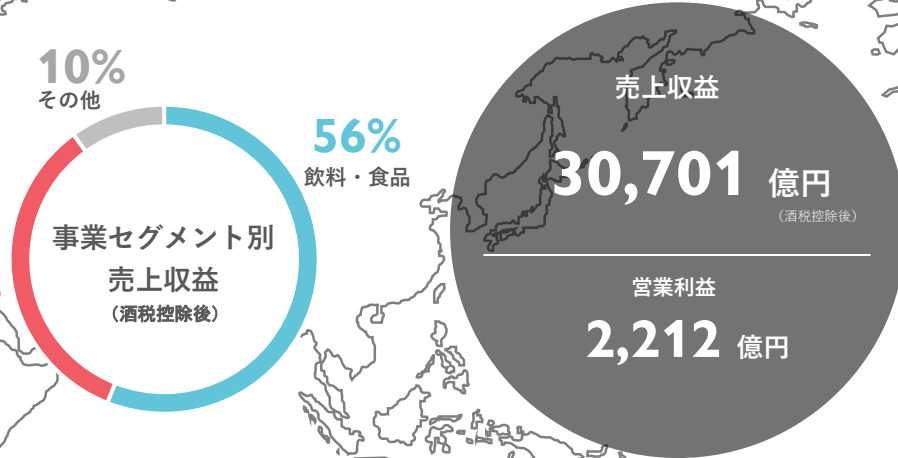
### 水と生きる SUNTORY

自然と水の恵みに生かされる企業として、貴重な水資源を守ること。さまざまな企業活動を通じて社会に潤いをもたらし、社会にとっての水であること。社員一人ひとりが水のように自在にしなやかに挑戦できる会社であること。「人間の生命の輝き」をめざす想いを、「水」に託して伝えるメッセージです。

# Suntory Group

サントリーグループ 事業概要

2025年度



従業員数

41,628

日本：20,053 / アジア・オセアニア：9,120  
米州：7,568 / 欧州：4,887

グループ会社数

259

日本：66 / アジア・オセアニア：62  
欧州：81 / 米州：50

(2025年12月31日時点)

# History that shaped today's Suntory

サントリーグループの歴史



1899

創業者・鳥井信治郎、「鳥井商店」開業



1923

「サントリー山崎蒸溜所」建設着手



1963

社名を「サントリー株式会社」に変更  
ビール事業に参入



1983

「シャトー・ラグランジュ」  
ワイナリー経営開始  
(フランス・ボルドー)



2009

清涼飲料メーカー  
「オレンジーナ・シュウェップス・  
グループ」(フランス)を買収



2014

ビーム社を買収し、「ビームサントリー」設立

1907

甘味葡萄酒  
「赤玉ポートワイン」発売



1929

国産第一号ウイスキー  
「白札」発売



1972

「サントリーフーズ株式会社」設立  
飲料・食品事業に参入



1993

健康食品事業に  
本格参入



※ 1996年発売のゴマの健康食品「セサミンE」

2013

「サントリー食品  
インターナショナル」  
東証一部上場



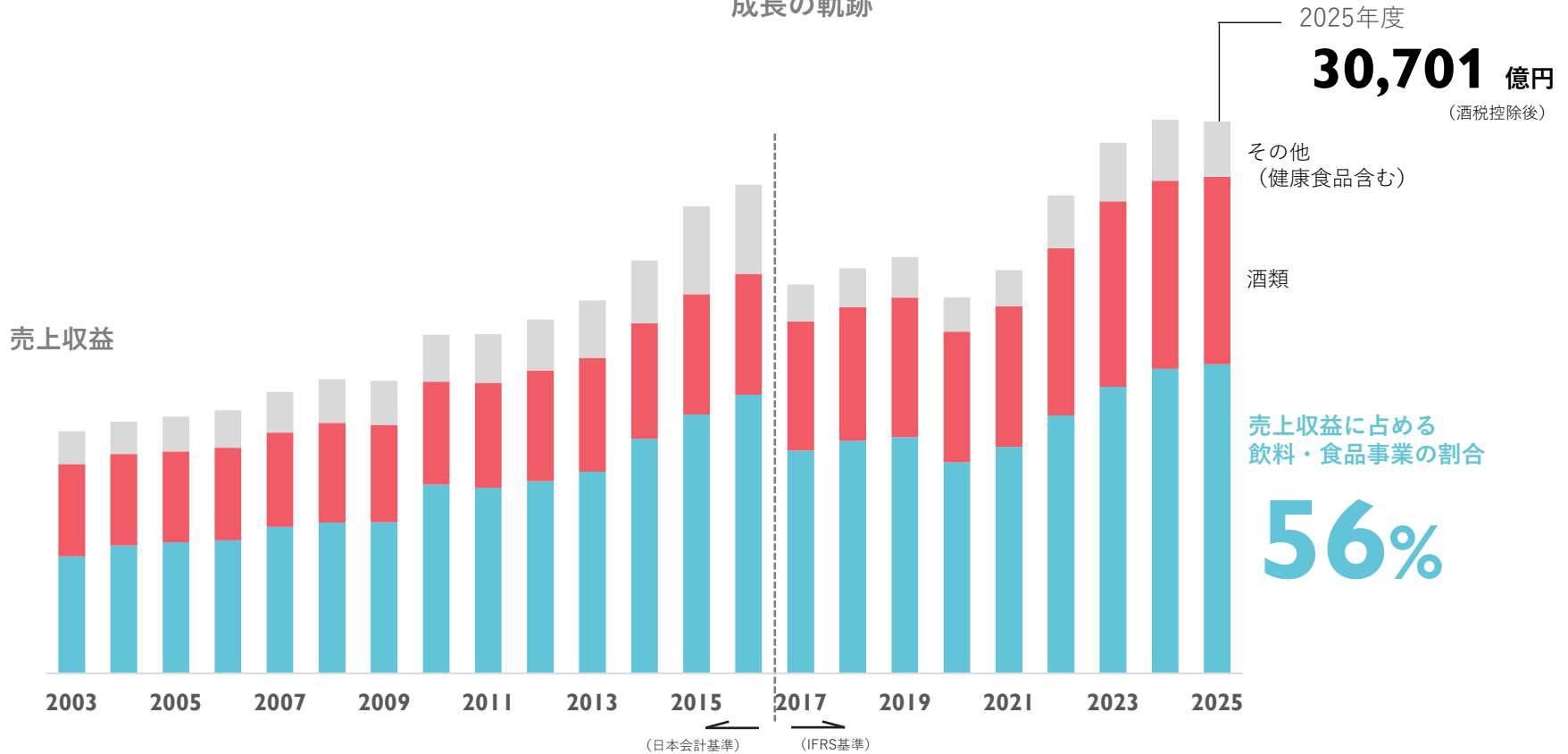
2024

ビームサントリーが  
「Suntory Global Spirits」  
に社名変更



# Growth Trajectory

成長の軌跡



# Portfolio

商品ポートフォリオ

## ソフトドリンク

コーヒー飲料



ミネラルウォーター



スポーツ飲料



お茶飲料



炭酸飲料



機能性飲料



エナジードリンク



果汁入り飲料



## 酒類

ビール



ブランデー



ワイン



RTD\*



リキュール・スピリッツ



梅酒



ウイスキー



焼酎



ノンアルコール



## その他

健康食品



スキンケア



レストラン



花



\*「Ready to Drink」の略語で、そのまますぐ飲める缶チューハイや缶カクテルなどの低アルコール飲料を表す。

# Corporate Social Responsibility

企業の社会的責任

## 利益三分主義

事業で得た利益は、「事業への再投資」にとどまらず、「お得意先・お取引先へのサービス」や「社会への貢献」にも役立てていく—その思いを言葉にしたのが『利益三分主義』です

事業への再投資



お得意先・お取引先へのサービス

### 社会への貢献

#### 社会福祉・次世代育成



邦寿会



次世代エンパワメント活動



次世代環境教育プログラム「水育」  
ベトナム



中国

#### スポーツ振興



チャレンジド・スポーツ  
(障がい者スポーツ)



東京サントリー  
サンゴリアス



サントリー  
サンバズ大阪

#### 文化・芸術・学術振興



サントリー文化財団



サントリー美術館



サントリーホール



サントリー生命科学財団

#### 災害復興支援



東日本大震災復興支援  
「東北サンさんプロジェクト」



災害時に飲料を無料提供  
「緊急時飲料提供ベンダー（自動販売機）」

#### 環境保全

##### 水源涵養活動



「天然水の森」活動(日本)



メーカーズマーク「ナチュラル・  
ウォーターサンクチュアリ」  
プロジェクト(米州)

# Our People

## サントリーの「人本主義」

「人」こそが、経営の最も重要な基盤であるという「人本主義」の考えのもと、さまざまな取り組みを進めています

### ダイバーシティの推進

#### 「DEI Vision Statement」 「Strategic Pillars」



#### DEIビジョン

一人一人が尊重され、自分らしくいられる。  
インクルーシブな風土が、  
対話や創造性、喜びを生み出す。  
そして、多彩な人財が、  
革新と成長の原動力となる。

Uniquely Me  
Growing as One

SUNTORY

### 人財育成

#### サントリー大学

 SUNTORY UNIVERSITY

サントリーグループがグローバルに  
発展していくための人財育成プログラムの総称です  
社員一人ひとりが学び続け、成長し続けることと  
キャリアオーナーシップを持つことを目的に2015年に開校、約  
4万人の従業員に向けて様々な学習機会が提供されています。



Global Leadership Forum



Beyond Borders Program



# Suntory Beverage & Food

**SUNTORY**  
BEVERAGE & FOOD

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

# SBF Corporate Philosophy

サントリービバレッジ&フーズの企業理念

わたしたちの目的  
Our Purpose

人と自然と響きあい、豊かな生活文化を創造し、  
「人間の<sup>いのち</sup>生命の輝き」をめざす。

わたしたちの価値観  
Our Values

Growing for Good / やってみなはれ / 利益三分主義

わたしたちの  
DNAであり、孝動指針

Always Together with Seikatsusha

生活者の喜怒哀楽に寄り添い、潤い豊かな人生を提供します。

# What is Seikatsusha?

わたしたちが考える生活者とは？

人を単に「消費者」としてではなく、それぞれの考え・感情を持ち、毎日生活を送る「生活者」として、あらゆる側面から捉えます  
わたしたちも同じ生活者だからこそ、生活者の目線に立ち、深い対話を通じて理解・共鳴し、価値提案に繋がります

## シーン

## 深さ

消費者

消費の瞬間だけ見ます

✓	日本人
✓	男性
✓	26歳
✓	プログラマー
✓	ライトコーヒーユーザー



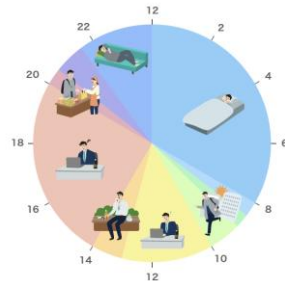
外から見える属性だけで捉えます

✓	日本人
✓	男性
✓	26歳
✓	プログラマー
✓	ライトコーヒーユーザー



SBFの考える  
生活者

生活全体を見ます



性格、価値観、感情を持つ  
生身の人間として捉え、  
深く理解します



# Mid-term Strategy

中期経営戦略

真のグローバル飲料企業となり、  
SBFらしい“質の高い成長”を実現する

## ブランド戦略

- コアブランドイノベーション強化
- 新ブランド開発や新カテゴリー創造をより一層強化

## 構造改革

- 日本 収益力強化に向けた構造改革の加速
- 海外 事業成長加速と更なる収益力強化

## DIVERSITY, EQUITY&INCLUSION

- 異なる考え、価値観の融合による企業競争力の向上

## サステナビリティ

- 環境、社会課題への取組み強化

# Mid-term Strategy

サントリービバレッジ&フードの中期経営計画(2024-2026)

## オーガニック成長

売上収益

平均年率  
1桁台半ば\*1

営業利益

平均年率  
1桁台後半\*1

営業利益率

2026年迄に  
10%超

フリーキャッシュフロー\*2

2026年に  
1,400億円強

## 成長投資

3,000億円～6,000億円

M&A

／  
戦略的な設備投資  
(サステナビリティ投資含む)

／  
戦略ブランドグローバル展開

## 配当政策

2024年度以降、目標配当性向40%以上\*3

\*1 2023年を起点、為替中立

\*2 フリーキャッシュフロー＝営業キャッシュフロー－投資キャッシュフロー

\*3 親会社の所有者に帰属する当期利益に対する連結配当性向の目安

# Business Overview

サントリービバレッジ&フード 事業概要

2025年度

事業展開国数

約 **70** カ国

**11%**

米州

**43%**

日本

**23%**

欧州

**23%**

アジアパシフィック

地域別売上収益

売上収益

**17,154** 億円

営業利益

**1,487** 億円

**14%**

米州

**27%**

日本

**35%**

欧州

**24%**

アジアパシフィック

セグメント利益

従業員数

**22,700**

日本：9,404 / アジアパシフィック：6,526  
欧州：3,411 / 米州：3,200 / コーポレート：159

グループ会社数

**70**

(2025年12月31日時点)

# Growth Trajectory

成長の軌跡

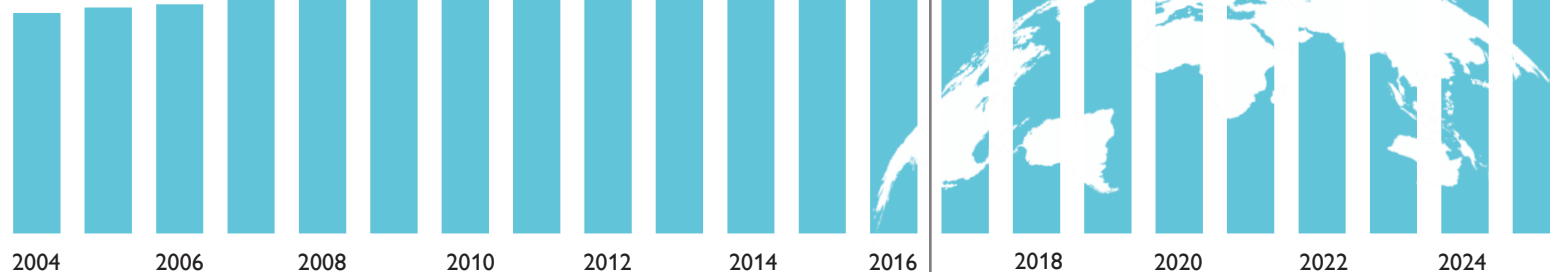
2025

20年で

約3倍の成長を実現

売上収益

2004



(日本会計基準)

(IFRS基準)

SUNTORY BEVERAGE & FOOD  
**History of M&A**  
 M&Aの歴史

日本

2015

「ジャバンビバレッジ  
 ホールディングス」を買収



アジア  
 パシフィック

1990

シンガポールの食品・  
 健康食品メーカー  
 「セレボス・グループ」  
 を買収



2009

ニュージーランドの  
 清涼飲料メーカー  
 「フルコアグループ」  
 を買収



2013

ペプシコ社との合弁会社  
 Suntory PepsiCo Vietnam  
 Beverageを設立



2018

ペプシコ社との合弁会社  
 Suntory PepsiCo Beverage  
 Thailandを設立



欧州

2009

フランスの清涼飲料メーカー  
 「オレンジーナ・シュウェップス・  
 グループ」を買収



2013

「Lucozade」「Ribena」  
 ブランド買収



米州

1980

ペプコム社を買収し、  
 米国でボトリング  
 事業を開始

1999

ペプシコ社との合弁会社 Pepsi  
 Bottling Ventures LLCを設立



# Japan 日本

日本では、1972年に飲料・食品事業を開始。

現在では、「サントリー天然水」「BOSS」「サントリー緑茶 伊右衛門」など、

長年にわたり多くの生活者に支持されてきたブランドを中心に、幅広い商品ポートフォリオを展開しています。

また、スーパーマーケットやコンビニエンスストアに加え、全国で約30万台以上の自動販売機を通じて、

飲料を「いつでも、どこでも」お届けできる販売網を構築しています。

## Main Products

サントリー  
天然水



BOSS



クラフトボス 伊右衛門



特茶



サントリー  
烏龍茶



やさしい  
麦茶



GREEN  
DA・KA・RA



C.C.  
レモン



なっちゃん ペプシ



ZONe



自動販売機



# Asia アジア

アジアでは、ベトナム、タイ、マレーシア、シンガポール、台湾、香港、インドネシアなどにおいて、清涼飲料や健康食品を販売しています。清涼飲料事業では、ベトナムおよびタイではペプシコ社との合弁会社を通じて事業を推進しています。現地のニーズに合わせた中味やパッケージを開発し、サントリー独自のブランドウーロン茶飲料「TEA+」、コーヒー飲料「BOSS」、果汁飲料「Ribena」やエナジー飲料「Lucozade」等をグローバル展開しています。健康食品事業は主にタイで「BRAND'S Essence of Chicken」や「BRAND'S Bird's Nest」といった滋養ドリンクを販売しています。

## Main Products



Suntory PepsiCo  
Vietnam Beverage  
〈ベトナム〉



Suntory PepsiCo  
Beverage Thailand  
〈タイ〉



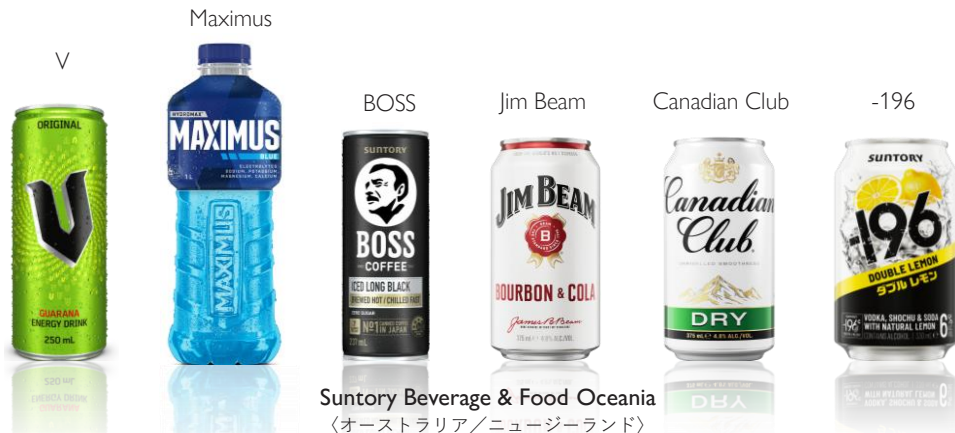
Suntory Beverage & Food  
Health Enrichment  
〈タイおよび周辺国〉

# Oceania

オセアニア

オーストラリア・ニュージーランドでは、エナジードリンク「V」「Celsius」をはじめ、スポーツ飲料「Maximus」や日本ブランドであるコーヒー飲料「BOSS」などの清涼飲料を展開しています。また、ニュージーランドでは、ペプシコの飲料製品も製造・販売しています。サントリーグローバルスピリッツ社と協業を開始し、「-196」「Jim Beam」「Canadian Club」などアルコール飲料を中心としたスピリッツ事業にも取り組み、生活者の気持ちやシーンに沿った幅広い価値提案も進めています。

## Main Products



# Europe 欧州

ヨーロッパでは、古くから愛されているロングセラーブランドを中心に販売しています。

イギリスでは、エナジー・スポーツ飲料「Lucozade」、果汁飲料「Ribena」、フランスでは、果汁飲料「Oasis」、

果汁入り炭酸飲料「Orangina」等を展開しています。スペインでは、炭酸飲料「Schweppes」、「La Casera」などを、販売しています。

その他のヨーロッパ諸国に加えて、アフリカ地域やカリブ海諸国にも事業を広げています。生活者の多様な価値観やライフスタイルに寄り添うため、RTDアルコール飲料「-196」のような新しいブランドを加えることで、ポートフォリオの拡充も進めています。

## Main Products



\*ヨーロッパ地域内で事業展開している国、地域においてのみブランド所有、商品販売をしています。

# United States 米州

米州では、ペプシコ社との合併会社であるPepsi Bottling Venturesが、ノースカロライナとその周辺地域などで清涼飲料事業を製造・販売しています。炭酸を中心としたペプシブランドの他にも、果汁飲料「Nature's Twist」といったオリジナルブランドも展開しています。

## Main Products



Pepsi Bottling Ventures



SUNTORY BEVERAGE & FOOD  
**Our Strength**

私たちの強み

# 2

## Creation and Development of Long-Selling Brands

愛され続けるブランドの開発と育成

あらゆる価値が創造される「現場」に向き合うことで、刻々と変化する皆さまのニーズの半歩先を常に捉え、お客様に長く愛されるブランドを開発し、磨き続けています



SUNTORY BEVERAGE & FOOD  
**Our Strength**

私たちの強み

3

**MONOZUKURI**

モノづくりへのこだわり

お客様から最も信頼され、  
愛される真のグローバル飲料企業を目指し、  
商品・サービスの品質向上を追求しています  
魅力溢れる商品も確かな研究開発・技術力が  
あってこそ「お客様に愛される商品を創りたい！」  
という夢を現実にすべく、日々情熱を持って  
研究活動に取り組んでいます

**品質保証**

私たちは「サントリービバレッジ&  
フードの品質方針」を策定し、  
バリューチェーン全体で商品・  
サービスの品質向上に  
取り組んでいます。

**研究開発**

私たちは、商品は研究開発と技術的な  
専門知識とともにあると考えています。  
新しい価値を生み出すための情熱を持ち、  
イノベーションを生み出すために、  
サントリービバレッジ&フード  
グループでは世界に10の  
研究開発拠点を設立しています。

サントリー品質方針

**All for the Quality**

わたしたちは安全で心に響く商品・サービス  
をお届けし お客様の夢と信頼に応え続けます

1. サントリーグループの一人一人が お客様の立場に立って  
誠実に商品・サービスをお届けします
2. お客様に正確で分かりやすい情報をお届けし  
お客様の声に真摯に耳を傾け 商品・サービスに活かします
3. 法令を遵守します
4. 商品・サービスの安全性を徹底します
5. 国際標準を活用し よりよい品質の追求を続けます

**SUNTORY**

2018



サントリー ワールド  
リサーチセンター  
(日本)



商品開発センター  
(日本)



Tordera R&D Centre  
(スペイン)

SUNTORY BEVERAGE & FOOD  
**Sustainability**  
サステナビリティ



## 水

自社の『水理念』にもとづき、水循環を科学的に理解し、節水・再利用・浄化に努め、水源保全や水課題解決などの取組みを地域社会をはじめとしたステークホルダーと協力しながら、水のサステナビリティの実現に努めます

- サントリービバレッジ&フードの2030年目標

自社工場<sup>\*1</sup>の水使用量の原単位をグローバルで

**20%削減**<sup>\*2</sup>



## CO<sub>2</sub>

脱炭素社会の実現をめざして、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を通じてCO<sub>2</sub>排出の削減に努めます

- サントリービバレッジ&フードの2030年目標

自社拠点<sup>\*3</sup>での温室効果ガス（GHG）排出量を

**50%削減**<sup>\*4</sup>

バリューチェーン全体における温室効果ガス（GHG）を

**30%削減**<sup>\*4</sup>



## 容器・包装

主要な容器・包装材について、商品設計から輸送、消費後のリサイクルまで、商品のライフサイクル全体での環境配慮を実践し、循環型かつ脱炭素社会の実現に努めます

- サントリービバレッジ&フードの2030年目標

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ます

\*1：製品を製造するサントリービバレッジ&フードの工場

\*2：2015年における事業領域を前提とした原単位での削減

\*3：サントリービバレッジ&フードの拠点

\*4：2019年の排出量を基準とする

# Management Team

## マネジメント体制



代表取締役社長  
SBFジャパンCEO

**木村 穰介**



取締役専務執行役員  
経営企画本部長  
事業推進本部長

**沖中 直人**



取締役  
**仙波 匠**



社外取締役  
監査等委員  
独立役員

**中村 真紀**



取締役  
(常勤監査等委員)

**神田 秀樹**



社外取締役  
監査等委員  
独立役員

**増山 美佳**



社外取締役  
監査等委員  
独立役員

**三村 まり子**



SBFアジアCEO

**Jahanzeb Khan**



SBFオセアニアCEO

**港 大介**



SBFヨーロッパCEO

**Pierre Decroix**



Pepsi Bottling  
Ventures CEO  
**Derek Hill**

**SUNTORY**  
BEVERAGE & FOOD