



サッポロホールディングス株式会社

サッポロホールディングス株式会社

2025 年 12 月期 第 3 四半期決算説明会

2025 年 11 月 12 日

イベント概要

[企業名]	サッポロホールディングス株式会社		
[企業 ID]	2501		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2025 年 12 月期 第 3 四半期決算説明会		
[決算期]	2025 年度 第 3 四半期		
[日程]	2025 年 11 月 12 日		
[ページ数]	29		
[時間]	16:30 – 17:20 (合計：50 分、登壇：24 分、質疑応答：26 分)		
[開催場所]	インターネット配信		
[登壇者]	2 名 グループ執行役員 佐藤 貴幸 経営企画部 部長 中村 洋輔		

2025年Q3 決算サマリー



- » 売上・事業利益は減収・増益。堅調な国内酒類を中心に今期の利益見通しを上方修正
- » 利益見通しの上方修正に伴い、期末配当予想を増配修正

第3四半期決算総括				
(億円)	連結(実績)			
	2024Q3	2025Q3	増減	前年比
売上収益	3,856	3,826	▲30	▲0.8%
事業利益 (売上収益-売上原価-販管費)	140	201	+61	+43.8%
営業利益	177	196	+19	+10.8%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	115	109	▲6	▲5.3%

- ◆ 売上収益: 国内酒類が堅調に進捗も、海外酒類における北米市場の軟調継続、食品飲料事業の構造改革影響等により、**減収**
- ◆ 事業利益: 国内酒類の増収効果やコストマネジメント効果等により、**増益**
- ◆ 営業利益: 前年の資産売却等の裏返しはあるものの、事業利益の増益により、**増益**
- ◆ 当期利益: 円高に伴う為替差損影響等により、**減益**

主要なトピックス	
◆ 国内酒類:	- 4月の価格改定後、Q3期間(7-9月)においてもビール総需要が前年割れの中、当社ビールは前年・市場を上回り進捗。エビスのリニューアル(11月)をはじめ、引き続き主力ブランド強化を図る
◆ 海外酒類:	- 北米市場の軟調継続により、海外ブランドの苦戦が継続。一方、SPBは北米・その他地域ともに成長を継続 - 米国事業については、コスト構造改革を一部前倒しで推進するほか、さらに踏み込んだ構造改革も引き続き検討中
◆ 今期の見通し(業績予想修正):	- 堅調な国内酒類を中心に、今期の利益見通しを上方修正
◆ 配当予想修正及び株式分割:	- 利益見通しの上方修正に伴い、期末予想配当を1株当たり60円から90円に増配修正 ^{*1} - 株式の流動性向上及び投資家層の拡大を図るため、普通株式1株につき5株の割合で株式分割を実施 (基準日: 2025年12月31日、効力発生日: 2026年1月1日)
◆ 不動産事業への外部資本導入:	- 当初予定通り年内に結論を出すべく、引き続きプロセスを進行中

*1 1株当たり配当金は、2025年1月1日を効力発生日とした株式分割前の金額

Copyright, 2025 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved.

4/33

佐藤：

決算概況および業績予想の修正及び配当予想の修正について説明する。

第3四半期の売上収益は3,826億円、前年比30億円、0.8%の減収となった。事業利益については201億円、前年比61億円、43.8%の増益。当期利益は109億円、前年比6億円、5.3%の減益となった。

売上収益は、堅調な国内酒類が増収となったものの、北米のビール市場軟化が継続し、海外ブランドの売上減少により減収。国内の食品飲料事業についても構造改革による減収もあり、全体として減収となった。

一方で事業利益は、国内酒類が大きくけん引したことに加えて、食品飲料事業、不動産事業も増益となり、全体として増益となった。

当期利益は、前年の資産売却等の裏返しに加えて、為替差損益の影響に伴う金融収支の悪化があり、減益となった。

今回、通期業績予想の修正を行った。売上収益については、減収が見込まれるものの、事業利益及び当期利益については、堅調な国内酒類を中心に、年初計画に対し増益が見込まれ、上方修正とし

た。併せて配当予想の修正を行った。当期利益を年初計画の 110 億円から 165 億円の見通しに修正したことに伴い、配当予想についても一株当たり 60 円から 90 円に増配修正とした。

また、本日付で株式の流動性向上および投資家層の拡大を図るため、株式分割について適時開示を行った。効力発生日は 1 月 1 日付としているため、本年の配当には影響しない。

なお、中長期経営方針に掲げている不動産事業への外部資本導入については、年内に結論を出すべく、現在プロセス進行中であることをご理解いただきたい。

2025年度業績予想修正(連結)



» 年間計画の進捗を踏まえ、売上見通しは下方修正も、利益見通しを上方修正

(億円)	2025 年初計画 [A]	2025 修正計画 [B]	増減 [B-A]	2024 実績 [C]	増減 [B-C]
売上収益	5,320	5,230	▲90 ▲1.7%	5,308	▲78 ▲1.5%
事業利益 (売上収益-売上原価-販管費)	245	295	+50 +20.4%	220	+75 +33.9%
営業利益	200	278	+78 +39.0%	104	+174 +166.9%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	110	165	+55 +50.0%	77	+88 +113.9%
ROE	5.5%	8.0%	-	4.1%	-

本年2月に発表した年初計画では、売上収益 5,320 億円、事業利益 245 億円、当期利益 110 億円という見通しであった。

今回の修正計画では、売上収益 90 億円、1.7%減の 5,230 億円。事業利益は 50 億円、20.4%増の 295 億円。純利益については 55 億円、50%増の 165 億円を見込んでいる。ROE については、年初計画の 5.5%から 8.0%へ改善する見込みである。

2025年度業績予想修正(売上収益)



» 売上見直しについて、国内酒類は上方修正も、海外酒類及び食品飲料事業の進捗を反映し、全体では下方修正

売上収益(億円)	2025 年初計画 [A]	2025 修正計画 [B]	増減 [B-A]	主な修正内容	2024 実績 [C]	増減 [B-C]
酒類事業	3,935	3,900	▲35	-	3,882	+18
国内酒類	2,770	2,820	+50	ビール類の数量増等	2,730	+90
海外酒類	950	865	▲85	市況影響による数量減、為替見直し修正等	943	▲78
外食	215	215	-	-	209	+6
食品飲料事業	1,130	1,055	▲75	-	1,179	▲124
国内食品飲料	850	800	▲50	構造改革・価格改定等による数量減	907	▲107
海外飲料	280	255	▲25	工場製造トラブル・市況影響等による数量減	272	▲17
不動産事業	255	275	+20	エクイティ、YGP増収等	246	+29
その他/その他・全社	-	-	-	-	1	▲1
連結	5,320	5,230	▲90	-	5,308	▲78

Copyright, 2025 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved.

7/33

売上収益のプラス要因として、国内酒類事業におけるビール類の数量増等の効果があり、プラス 50 億円。不動産事業では、YGP の増収に加えてエクイティ出資の増加分もあり、プラス 20 億円。一方で、海外酒類事業では、市況悪化に伴う海外ブランド売上減と、為替レート見直しの変更に伴い、マイナス 85 億円。食品飲料事業では、国内での価格改定等の影響による売上減少、また海外では、製造トラブルによる出荷数量減の影響があり、マイナス 75 億円の修正を行った。

2025年度業績予想修正(事業利益)



» 事業利益見通しについて、海外酒類は外部環境の影響を受け下方修正も、堅調な国内酒類を中心に全体では上方修正

事業利益(億円)	2025 年初計画 [A]	2025 修正計画 [B]	増減 [B-A]	主な修正内容	2024 実績 [C]	増減 [B-C]
酒類事業	219	244	+26 -		188	+56
国内酒類	195	225	+29	増収効果、コストマネジメント等	164	+60
海外酒類	4	0	▲4	数量減影響、米国関税影響等	4	▲4
外食	20	20	- -		19	+0
食品飲料事業	42	42	- -		34	+8
国内食品飲料	29	29	- -		22	+6
海外飲料	13	13	- -		12	+1
不動産事業	70	95	+25	エクイティ、YGP増収、コストマネジメント等	78	+17
その他/その他・全社	▲85	▲85	- -		▲80	▲5
連結	245	295	+50 -		220	+75

Copyright, 2025 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved. 8/33

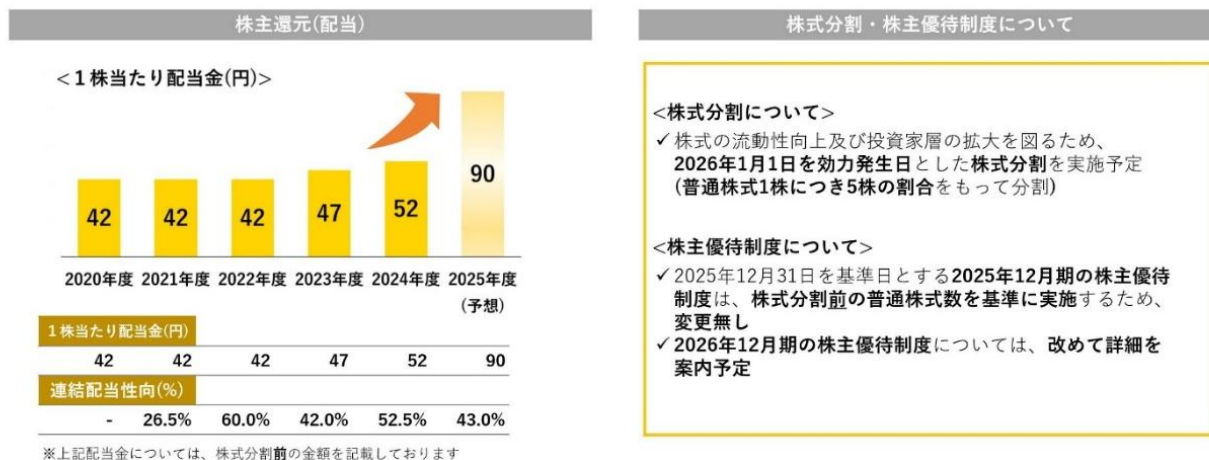
事業利益については、売上収益の増収に伴い、国内酒類でプラス 29 億円、不動産事業でプラス 25 億円を見込んでいる。一方、海外酒類については、海外ブランド売上減少に伴う減益を、サッポロブランドの増収およびコスト削減でリカバリーしているものの、米国関税の影響による利益減影響、約 8 億円を吸収しきれず、年初計画に対して 4 億円のマイナスを見込む。

食品飲料事業については、国内、海外ともに売上収益減の見込みではあるものの、構造改革効果等コスト削減でリカバリーし、年初計画並みの利益を見込む。

配当予想修正及び株式分割



- » 利益見通しの上方修正により、1株当たり60円から90円(株式分割前)に増配修正
- » 株式分割(1株につき5株の割合)を1月に実施予定。分割後の株主優待制度については、改めて詳細を案内予定



当期利益の見通し修正に伴い、一株当たりの配当予想は年初予定の60円から90円に増配を予定している。年初計画に対して、配当性向を据え置く形での見直しとなる。

また本日付で、株式分割についての適時開示を行った。2026年1月1日を効力日とし、普通株式1株に対して5株とする内容である。これにより、株式の流動性向上および投資家層の拡大を図っていく。

なお、株主優待制度についても現在検討中だが、2025年度については従来通りとなる為、2026年度以降の内容については、改めてご案内する予定である。

2025年Q3 決算ハイライト(連結)



» 前年の資産売却、円高に伴う為替差損等により最終減益も、本業の収益力を示す事業利益は着実に向上

(億円)	2024Q3	2025Q3	増減	前年比
売上収益	3,856	3,826	▲30	▲0.8%
売上収益(酒税抜き)	3,009	2,992	▲17	▲0.6%
海外売上収益	965	909	▲56	▲5.8%
EBITDA	304	363	+59	+19.5%
事業利益(売上収益-売上原価-販管費)	140	201	+61	+43.8%
(事業利益率)	3.6%	5.2%	-	-
その他の営業収益・費用	37	▲5	▲42	-
営業利益	177	196	+19	+10.8%
金融収益・費用/持分法投資損益	▲7	▲28	▲21	-
税引前利益	170	168	▲2	▲1.2%
親会社の所有者に帰属する当期利益	115	109	▲6	▲5.3%

Copyright, 2025 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved. 11/33

本年第3四半期までの売上収益は、前年対比マイナス30億円の3,826億円、事業利益は、前年対比プラス61億円の201億円となった。

売上収益は、海外酒類、食品飲料事業の売上数量減に伴い減収となったが、利益面では構造改革、コスト削減効果や好調な国内酒類の増収増益効果がけん引し、事業利益全体で増益となっている。

事業利益が示す通り、本業の収益力は着実に成長していると考えている。

2025年Q3 決算ハイライト(事業セグメント別)



» 海外酒類及び食品飲料事業が減収も、堅調な国内酒類の増収効果や、コストマネジメント効果等により増益

(億円)	売上収益				事業利益			
	2024Q3	2025Q3	増減	前年比	2024Q3	2025Q3	増減	前年比
酒類事業	2,817	2,838	+21	+0.8%	129	162	+33	+25.7%
国内酒類	1,949	2,024	+74	+3.8%	110	148	+38	+34.5%
海外酒類	711	653	▲58	▲8.1%	3	▲1	▲4	-
外食	157	161	+5	+2.9%	16	15	▲1	▲6.1%
食品飲料事業	862	794	▲68	▲7.9%	21	33	+11	+53.6%
国内食品飲料	659	604	▲55	▲8.4%	14	22	+8	+61.7%
海外飲料	202	190	▲13	▲6.3%	8	10	+3	+38.2%
不動産事業	176	194	+18	+10.0%	51	61	+11	+21.3%
その他/その他・全社	1	-	▲1	-	▲62	▲56	+6	-
連結	3,856	3,826	▲30	▲0.8%	140	201	+61	+43.8%

Copyright, 2025 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved.

12/33

売上収益は、酒類事業と不動産事業で増収、食品飲料事業が減収となった。

酒類事業については、国内はビールが堅調を維持している。市場全体が前年割れと推定される中、市場を上回って進捗している。また、価格改定効果も影響しプラス 3.8%となった。海外酒類は、海外ブランドの売上減および為替の影響もあり、マイナス 8.1%となった。結果、酒類事業全体では、0.8%の増収となっている。

食品飲料事業については、国内は構造改革に伴う事業売却の影響等により対前年でマイナス 8.4%。海外もマレーシア工場の製造トラブルによる出荷減の影響や収益性改善に向けた販促費コントロールの影響による売上減もあり、事業全体で 6.3%の減収となった。

不動産事業は、YGP オフィス、札幌事業が好調に推移しており、10.0%の増収となった。

事業利益は、酒類事業、食品飲料事業、不動産事業、3 事業全てにおいて増益となった。海外酒類については、米国関税の影響を吸収しきれず減益となったが、国内でカバーし酒類事業全体では増益となった。

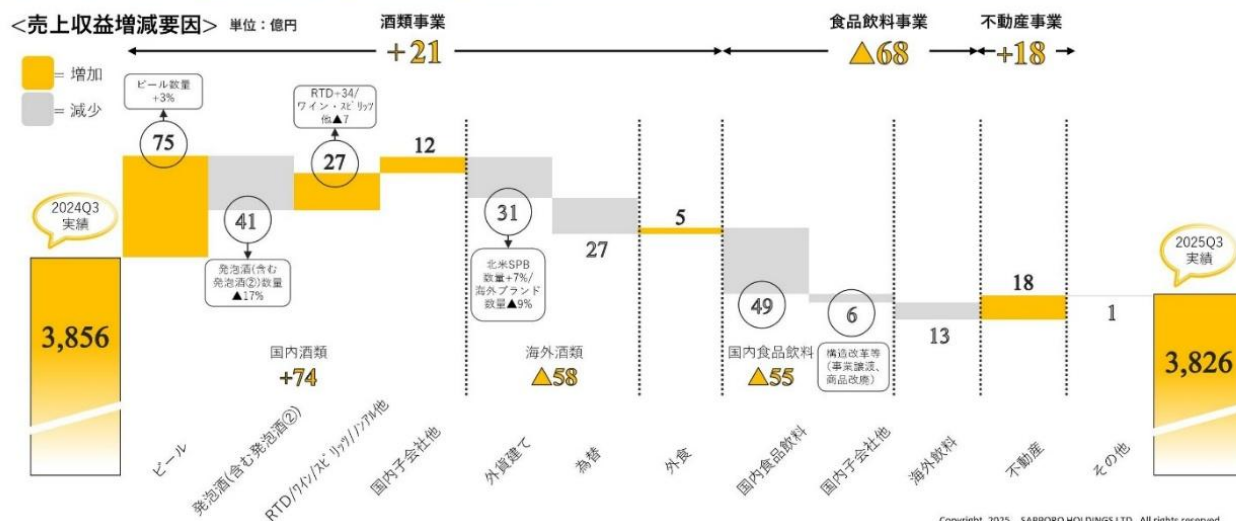
連結合計では、前年 140 億円から本年 201 億円と、61 億円、+43.8%の増益となった。

2025年Q3 決算ハイライト(売上収益)



» 国内酒類は堅調も、海外酒類及び食品飲料事業の減収影響により、全体で▲30億円(▲0.8%)の減収

- 国内酒類は発泡酒が減収となったが、ビール・RTDの数量増や価格改定効果もあり増収
- 海外酒類は北米SPBが堅調も、海外ブランドの数量減及び為替影響により減収
- 食品飲料事業は構造改革や価格改定に伴う数量減影響により減収



酒類事業全体では、21 億円の増収となった。ビール数量が前年比 3%プラスとなり、75 億円の増収に寄与し、RTD も 34 億円の増収効果が大きく、発泡酒やワインの減少を十分に補完し、増収を確保した。海外酒類では、外貨建てでは 31 億円の減収となった。サッポロブランドは数量ベースで北米はプラス 7%、その他のエリアでプラス 30%と大きく伸長しているが、Sleeman、Stone の海外ブランドがマイナス 9%となった。外食は 5 億円の増収。客単価向上の施策も奏功し、増収を継続している。

食品飲料事業は、68 億円の減収となった。国内は、構造改革に伴う事業売却の影響もあり、55 億円の減収。レモン事業については、引き続き好調に伸長しており、前年対比でプラス 8%となった。清涼飲料水については、自動販売機台数の減少も含めて減収となった。海外飲料は、マレーシア工場の製造トラブルによる出荷減と、収益性改善に向けた販促費のコントロールにより、売上が減少した。マレーシア工場については、8 月以降、フル稼働での生産体制に回復している。輸出については、前年に停止していたものを再開したことにより増収となったが、中東地域の紛争の影響を受けやすく、依然として不安定な状況にある。

不動産事業については、18 億円の増収となった。YGP 賃貸、および札幌の事業が増収をけん引している。

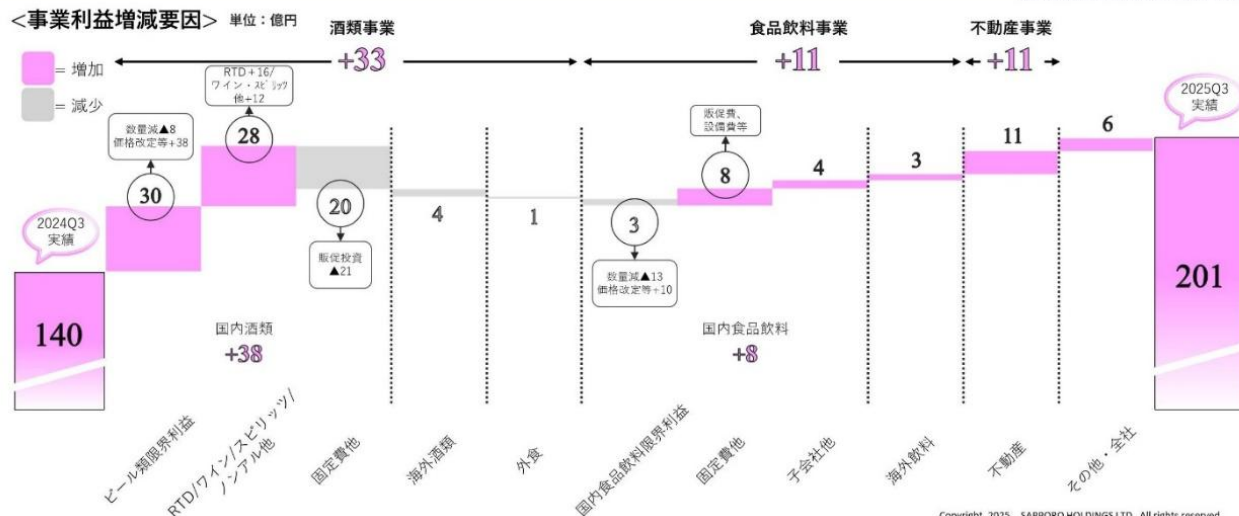
2025年Q3 決算ハイライト(事業利益)



» 全ての事業セグメント(酒類、食品飲料、不動産)で増益(+61億円、+43.8%)

- 国内酒類はビールを中心にブランド投資を強化するも、増収効果等により増益
- 食品飲料事業は減収となるも、価格改定効果やコストマネジメント効果等により増益

増減要因詳細はP.16以降の事業戦略ページに記載



14/33

酒類事業合計では、33 億円の増益となった。国内酒類は 38 億円の増益で、価格改定効果も含めて、ビール類の限界利益増が 30 億円、RTD 含むその他酒類の増益が 28 億円となった。今期は年年初より計画していた通りマーケティング投資を積極的に行っており、販促費は 21 億円増加した。海外酒類は 4 億円の減益となった。特に、北米でのビール市況悪化に伴う海外ブランドの売上減があり、サッポロブランドの増収とコスト削減効果でリカバリーは図ったものの、第 3 四半期までで約 4 億円の米国関税の影響があり、その分を吸収できず、減益となった。外食は増収も、コスト増加を吸収しきれず 1 億円の減益となった。

食品飲料事業合計では、11 億円の増益となった。国内が 8 億円の増益となった。構造改革を行う中で減収ではあるが、コスト面では成果が出ていることに加えて、レモン事業については好調を継続しており、増益となった。海外は 3 億円の増収。マレーシア工場での製造トラブルによる影響で、出荷数量を落としているが、収益性を向上させるため、マーケティング経費のコントロールも行い、減収増益となった。

不動産事業については、11 億円の増益となっている。増収効果が、利益に貢献している形となった。

全社費用については、前年の IT 機器の入れ替え等による裏返しもあり、6 億円の利益改善効果となった。

事業戦略: アクションプラン

P.16以降のスライドでは、(1-1)～(10)のアクションプラン番号に沿って補足説明しております



アクションプラン詳細は
適宜開示予定

	2023～2024年	2025年	2026年
国内酒類	ビール強化 (1-1) ★ 酒税改正 RTD強化 (1-2) RTD生産拠点再編 (2) 完了		★ 酒税改正
海外酒類	機能統合によるシナジー創出 (3-1) SPB 米国内にて製造開始 (3-2) 完了 グローバル生産・物流の最適化 (3-3)	2025年以降もアクションプランとして取り組みを継続 2025年以降もアクションプランとして取り組みを継続	
外食	不採算店舗の削減 (4-1) 完了 既存店の強化 (顧客体験価値向上)・注力業態へのシフト (4-2)	抜本的な構造改革 (米国) (3-4)	
国内食品飲料	抜本的な構造改革 (5) 完了	抜本的な構造改革 (5-1) 2024年に策定した方針に基づき構造改革を実行 レモン強化 (5-2)	
海外飲料	成長余地のある国での売上拡大 (6)		
不動産	YGPを中心としたコア物件の価値向上 (8)		
全社	事業ポートフォリオの抜本的整理 (9) 「ブランド」「お客様や地域とのつながり」を軸に発揮するグループシナジー (10)	2025年以降も毎年ポートフォリオの見直しを行う	

Copyright, 2025 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved.

15/33

アクションプランについて、本第3四半期においては、前回から特段変更点はない。

事業戦略: 酒類事業(国内酒類/外食)



Copyright, 2025 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved.

16/33

国内酒類は、引き続き強化している黒ラベル缶、エビス缶を中心に、堅調に推移している。7月から9月の3カ月間で、ビール類の総需要がマイナス5%と推定される中、当社は前年並みと市場を上回った。ビールは総需要マイナス3%に対して、当社はプラス4%。ビール缶は総需要マイナス3%に対して、当社はプラス7%。総需要を上回ったものと推定している。

ビール構成比は80%となった。物価高等の影響を受け、リーズナブル商品の発泡酒の需要が想定よりも若干残っているが、ビールシフトのトレンドは引き続き続いているものと考えている。

黒ラベルは、7月にリニューアルオープンした銀座の黒ラベル THE BARを中心に、お客様の体験の場を強化していくことで、さらなるブランド強化を図る。

エビスは、荒木飛呂彦氏デザイン缶第2弾の発売等の施策を行った。YEBISU BREWERY TOKYOについては、10月時点で年間来館者目標数を突破した。11月にはリニューアルを実施し、さらなるブランド投資も行う。

赤星、SORACHI 1984などのビールブランドにおいても、引き続き強化を図る。

RTD強化は、2022年対比では売上金額プラス42%と伸長している。さらなる飛躍に向け、濃いめブランドは来年リニューアルを計画している。

事業戦略: 酒類事業(海外酒類)



カナダのビール市場は、ビール総需要マイナス5%と推定され、引き続き厳しい市場環境が続いている。また、小売の規制緩和により競争が激化する中、サッポロブランドは伸長しているものの、構成比の大きいSleemanブランドが総需要を下回り厳しい状況となっている。チャネル戦略の見直し等も講じてはいるものの、年間の見通しは下方修正を余儀なくされた。なお、まだボリュームは少ないものの、RTD・ノンアルは、計画を上回る進捗となった。

米国は、経済の先行き不透明感から消費マインドが冷え込み、ビール総需要が大きく減退している。そのような中、Stoneブランドは数量を落としているが、サッポロブランドの成長およびコスト構造改革の成果により、利益については年初計画達成を見込んでいる。

事業戦略: 食品飲料事業(国内食品飲料/海外飲料)/不動産事業



Copyright, 2025 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved. 18/33

食品飲料事業について、国内は構造改革に伴う事業売却影響もあり、大きく減収となっているが、価格改定効果やコストマネジメント効果により増益となった。

コスト構造改革については、第3四半期で約2億円の効果が発現。また、昨日付でリリースしているが、さらなる生産性向上を図るため、来年3月にはスープ製造設備を子会社へ移管することも決定した。

レモン事業の売上は前年対比プラス8%と、引き続き継続している。さらに本年9月には、レモンの農業法人を共同設立した。国産レモンの調達を拡大させ、持続可能な生産モデルを構築していく。

海外飲料については、マレーシア工場の製造トラブルによる出荷減少の影響があり、減収となった。そのような状況ではあるが、収益性向上に向けて販促費のコントロールも行いながら、事業利益の改善を図る。

不動産事業については、札幌事業、賃貸運営がけん引し、増収増益となった。年間でもYGPやエクイティ投資の効果もあり、見通しを上方修正した。

事業戦略: アクションプランKPI



※1 為替前提130円

※2 現地通貨ベース(シンガポール通貨)

		Q3実績			通期			中計目標
		2022年Q3	2024年Q3	2025年Q3	2022年	2024年	2025年計画	2026年目標
国内酒類	ビール強化・ビール類利益率改善							
	ビール強化: ビール構成比 (1-1)	66%	77%	80%	68%	78%	83%	79%
	利益率改善: 酒税抜き売上単価(1-1)	-	+16% (22年比)	+22% (22年比)	-	+12% (22年比)	+20% (22年比)	+11% (22年比)
	RTD事業の成長・生産効率化 他							
	RTDの成長: RTD(缶)売上金額 (1-2)	-	+19% (22年比)	+42% (22年比)	-	+27% (22年比)	+37% (22年比)	+74% (22年比)
海外酒類	生産効率化: 自社製造比率 (2)	-	-	-	73%	93%	98%	88%
	サッポロブランド成長							
	サッポロブランド数量 (3-1~3)	499万両	647万両	760両 (前年比+18%)	661万両	883万両	957万両	1,000万両
	Stone社買収シナジー/コスト構造改革							
	コストシナジー (3-1~3) ※1	-	-	-	-	\$10M (22年比)	\$13M (22年比)	\$15M (22年比)
国内食品飲料	コスト構造改革(2025年~) (3-4)	-	-	-	-	\$5M (24年比)	\$5M (24年比)	\$15M (24年比)
	コスト構造改革(~2024年) (5)							
	コスト構造改革(2025年~) (5-1)	-	16億円 (22年比)	-	-	21億円 (22年比)	-	20億円 (24年・22年比)
	レモン強化 レモン売上金額(2025年~) (5-2)	-	-	2億円 (24年比)	-	-	6億円 (24年比)	12億円 (24年比)
	海外飲料 売上拡大 海外売上金額 (6) ※2	-	▲3% (22年比)	+8% (24年比)	-	-	+9% (24年比)	+17% (24年比)
海外飲料	売上拡大 海外売上金額 (6) ※2	-	▲3% (22年比)	▲8.5% (22年比)	-	▲4.1% (22年比)	+6.7% (22年比)	+10% (22年比)
	不動産 YGPの価値向上 平均賃料単価増加率 (8)	-	-	-	-	+2.9% (22年比)	+2.9% (22年比)	+2.5% (22年比)
全社	事業ポートフォリオの抜本的整理 (9)	-	-	-	10億円 (21年比)	17億円 (22年比)	-	-

Copyright, 2025 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved.

19/33

国内酒類の、ビール強化・ビール類利益率改善の指標に関しては、2026年目標達成に向けて、順調に推移している。修正計画においては、売上収益、事業利益率は8%を見込み、中期経営計画の目標事業利益率を大きく上回る見通しである。2026年秋の酒税改定を大きなチャンスと捉え、さらなる売上利益の拡大に向けて取り組みを強化していく。

RTD事業の成長については、2026年目標に高い目標を掲げており、まだ差がある。来年の濃いめブランドのリニューアル等、引き続きさらなる成長のための手を打っていく予定である。

海外酒類における、サッポロブランドの成長については着実に進捗している。(米国の)コストシナジーについては目標を変更したが、海外ブランドの売上が厳しい中、コスト構造改革についてもスピードを上げて取り組んでいる。

食品飲料事業については、国内のコスト構造改革を前年で一旦区切りをつけ、さらなる改革を継続していく。また、海外飲料の売上拡大については、今期は厳しい状況が続いているが、製造体制をしっかりと確立した上で、成長ステージに乗せていきたいと考えている。