

0. 1지망 기업

1. 기업명: (주) 산토리 홀딩스

2. 하는일:

- 1) 주류 (맥주, RTD, 위스키, 브랜디, 리큐르/스피릿츠, 쇼쥬/막걸리, 와인, 과실주(우메슈),
논알콜)
- 2) 소프트드링크 (커피음료, 녹차음료, 특정보건용식품, 미네랄워터, 탄산음료, 과실음료,
홍차음료, 스포츠음료, 야채(채소)계열 음료, 유성(우유)음료, 기타
- 3) 건강식품
- 4) 스킨/헤어케어 제품
- 5) 건강굿즈
- 6) 외식, 가식, 꽃 서비스업

3. 사업적 리스크

- 1) 고급위스키 시장 속 타 브랜드들과의 경쟁체제
- 2) 원재료로 이용되는 곡물가격 상승으로 인한 생산물가 상승
- 3) 최근 불고 있는 소비자들의 건강한 삶의 지향에 대한 그에 따른 주류, 음료 소비량
감소 추세
- 4) 달라진 주류 규제 법안 강화에 따른 광고의 제약, 판매 경로 감소

4. 타 경쟁사와 비교점 (강점, 단점) 기린, 삿포로, 코카콜라, 아사히 등 음료업체

강점: 1) 변화하는 시장 속에 유연한 대처가 가능한 다양한 사업 카테고리를 소유하고 있
다. 2) 국내에서의 강력한 브랜드 인지도

3) 지속적인 사회공헌

4) 자국내 지역별 특색을 잘 살린 마케팅으로 소비자에게 어필

단점: 1) 유럽에서의 매출이 비교적 낮은편임 (국내시장 의존도가 높은편으로 글로벌 경기 추세에 취약할 수 있음)

2) 해외 전개

3) 환경, 소비층의 인지도 변화 (건강에 대한 인지변화와 친환경 제품 선호 등으로 인한 변화하는 소비자의 트렌드)

5. 경영자의 키워드와 나의 키워드 매치

‘해 보아라’라는 경영자의 키워드와 나의 키워드 ‘해봤어?’ 라는 것과의 매칭

학창 시절, 알바 시절을 통틀어서 가장 싫어하고 적응되지 않았던 말이 ‘~이 안되는 데... ,

못해요’ 라는 말이었다. 물론 세상엔 노력하여 보아도 결실을 맺지 못하는 것이 있다는 사실은 알고 있고 나 또 한 경험을 해본 적이 있다. 여기서 산토리상사의 경영자와 나의 신념이 겹치는 부분은 시도해보고 결과를 내려도 된다는 것이다. 단순히 무언가를 하는 행위에 집중하는 것이 아닌 그것을 시도하고 도전하는 과정에서 얻는 지식과 경험이 나에게서 피와 살이 된다고 느껴졌다고 생각하기 때문에 산토리스의 경영키워드가 나에게

낯설지 않은 주제이자 나의 신념과 같다고 생각했다. 그리고 내가 일본취업을 준비하는 이 과정 또한 나에게서 큰 도전이고, 산토리스를 지원하는 것조차 큰 도전이고 새로운 세상

으로 나아가는 과정이기 때문에 나에게 가장 적합한 회사라는 생각이 든다.

6. 기업 가치관, 경영자 인사글

기업이념: やってみなはれ ,新しい価値創造

기업의 목표: 人と自然と響きあい、豊かな生活文化を創造し、「人間の生命いのちの輝き」をめざす。

기업의 가치관: Growing for Good / やってみなはれ / 利益三分主義

기업의 DNA: 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。

경영자 인사글:

「人間の生命いのちの輝き」を持続可能なものに 私たちは、「人と自然と響きあい、豊かな生活文化を創造し、『人間の生命いのちの輝き』を めざす」をパーパスに掲げる企業グループです。商品やサービスを通じて、人と人とのつながり、喜びや感動を生み出し、お客様一人ひとりの「生命いのち」を輝かせること。それが 私たちの事業や社会活動の目的です。「人間の生命いのち」は、この地球の生命が輝いてい なければ輝くことができません。そして、私たちの商品も、水や農作物など自然の恵みをい ただいてつくるものです。いま世界が直面している気候変動や環境汚染などは、この地球に生きるすべての生命にとっ ての脅威であり、サントリーという企業自身が、この先もこの社会で長く生きていくために 乗り越えなければならない課題なのです。2030年までに「自社拠点での温室効果ガス（GHG）排出量を50%* 削減」そして、「バリュー チェーン全体で30%* 削減」という具体的な目標を掲げたのも、グローバルで使用するペットボトルの素材をすべてサステナブルなものとし、化石由来原料の新規使用ゼロをめざして いるのも、そのためです。こうした目標は、自社単独の取り組みだけでは到底なし得ません。社外の委託先様や取引先様を始め、国内外のステークホルダーの皆様、時には異業種の企 業とも手を携えます。また、20年前に始めた「天然水の森」活動は、取水量以上の水を水系に育む「ウォーター・ポ ジティブ」の考え方が共感と賛同を得て、グローバルにも広がっています。アメリカでは、 ジムビーム蒸溜所やメーカーズマーク蒸溜所で植樹などによる水源涵養活動に取り組んでい ます。スコットランドでは泥炭（PEAT）や水源の保全をめざす活動、フランスでは工場近 隣の森林と水源の保全活動を、それぞれ推進しています。次の時代を担う子どもたちに、水 の大切さを伝える環境教育「水育」は、日本国内から東南アジアやヨーロッパなどに広がり、水循環の啓発をベースに、各国の状況や課題に合わせたプログラムを実施しています。いまサントリーグループの社員は全世界で約4万人です。それぞれのエリアや事業で培って きたお客様との絆やものづくりの技術は私たちの財産です。エリアや事業、分野を超えて互 いに学びあい、高めあって、そして新たな価値を生み出していく。同じサントリーグループだからそれが可能になります。その先にあるのがグローバル規模での成長だと考えます。国籍や言語、事業が違って、めざす目的は一つ、「人と自然と響きあい、豊かな生活文化を創造し、『人間の生命いのちの輝き』をめざす」ということ。これを実現するために、「Growing for Good」、「やってみなはれ」、「利益三分主義」という3つの価値観を共有すること。これらの企業理念のもと、私たちは同じ志で結ばれたONE SUNTORY One Familyとして、この世界で生きるすべての「生命いのち」の輝きが持続可能なものになるよう力を尽く します。

サントリーホールディングス株式会社 代表取締役長

新浪剛史

7. 매출, 주가 그래프

単位：億円	2017年12月期	2018年12月期	2019年12月期	2020年12月期	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期
売上収益(酒税込み)	24,203	25,173	25,692	23,676	25,592	29,701	32,851
売上収益(酒税控除後)	21,575	22,508	22,947	21,083	22,857	26,588	29,521
営業利益	2,536	2,509	2,596	2,170	2,475	2,765	3,172
親会社の所有者に帰属する 当期利益	2,114	1,402	1,409	1,004	1,140	1,362	1,727
調整後営業利益*1	2,554	2,510	2,585	2,180	2,519	2,706	3,169
売上営業利益率(%)*2	11.8	11.1	11.3	10.3	11.0	10.2	10.7
資本合計	15,457	16,517	17,939	18,143	21,474	26,228	30,583
総資産	45,796	44,219	45,168	45,213	49,340	54,804	60,428
EBITDA*3,※	3,593	3,515	3,853	3,439	3,757	4,062	4,583

サントリー食品インターナショナル

¥5,425.00 ↓2.31% -128.00 今日

9月18日, 17:45:19 UTC+9 · JPY · TYO · 免責条項

1日 5日 1か月 6か月 年初来 1年 5年 最大

