



2014年2月17日

## 2013年12月期 決算概況(連結)

会社名 サントリーホールディングス株式会社 URL <http://www.suntory.co.jp>  
 代表者 (役職名)代表取締役社長 (氏名)佐治 信忠 広報部 TEL (03)5579-1150  
 問合せ先責任者 (役職名)広報部長 (氏名)濱岡 智 TEL (06)6346-0835

(百万円未満切捨て)

### 1. 2013年12月期の連結業績(2013年1月1日～2013年12月31日)

#### (1) 連結経営成績

(%表示は対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2013年12月期	2,040,204	10.2	126,558	17.5	120,552	17.0
2012年12月期	1,851,567	2.7	107,744	△ 5.6	103,061	△ 5.5

	当期純利益		1株当たり 当期純利益		潜在株式調整後 1株当たり 当期純利益	自己資本 当期純利益率	総資産 経常利益率	売上高 営業利益率
	百万円	%	円	銭				
2013年12月期	195,574	433.9	286	67	-	30.7	5.9	6.2
2012年12月期	36,631	△ 41.5	53	74	-	7.6	6.0	5.8

(参考) 持分法投資損益 2013年12月期 △16百万円 2012年12月期 553百万円

#### (2) 連結財政状態

	総資産		純資産		自己資本比率	1株当たり純資産	
	百万円	円	百万円	円		円	銭
2013年12月期	2,374,070		1,056,726		32.3	1,125	73
2012年12月期	1,727,963		533,697		29.4	744	31

(参考) 自己資本 2013年12月期 768,011百万円 2012年12月期 507,797百万円

#### (3) 連結キャッシュ・フローの状況

	営業活動による キャッシュ・フロー		投資活動による キャッシュ・フロー		財務活動による キャッシュ・フロー		現金及び現金同等物 期末残高	
	百万円	円	百万円	円	百万円	円	百万円	円
2013年12月期	166,503		△ 215,493		232,167		418,630	
2012年12月期	130,107		△ 93,413		△ 100,211		228,110	

### 2. 配当の状況

	年間		配当金総額(年間)		配当性向(連結)		純資産配当率(連結)	
	円	銭	百万円	円	%	%	%	%
2013年12月期	17	00	11,598		5.9		1.8	
2012年12月期	11	00	7,504		20.5		1.6	

(注) 2013年12月期配当の内訳 普通配当12円 特別配当5円

### 3. 2014年12月期の連結業績予想(2014年1月1日～2014年12月31日)

通 期	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益		1株当たり 当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円	銭
	2,220,000	8.8	146,000	15.4	140,000	16.1	50,000	△74.4	73	29

## 経営成績

### 1. 当連結会計期間の概況

当連結会計期間の世界経済は、引き続き景気の下振れリスクの懸念があったものの、緩やかな回復傾向が継続し、底堅さも見られました。わが国経済においても、円安・株高基調を背景に、企業収益や個人消費が持ち直し、景気は緩やかに回復しつつあります。

こうした中、サントリーグループは、「ザ・プレミアム・モルツ」「金麦」「角瓶」「山崎」「白州」「BOSS」「伊右衛門」「サントリー天然水」「PEPSI」といった主要ブランドのマーケティング活動強化に加え、特定保健用食品の発売やRTS<sup>※1</sup>カテゴリーの開拓など新たな需要の創出に向けた取り組みを、積極的に展開しました。また、SCMコスト削減による収益力強化にも取り組みました。7月には、当社連結子会社であるサントリー食品インターナショナル(株)が東京証券取引所市場第一部に上場しました。

その結果、2013年12月期の業績は、売上高2兆402億円(前年同期比110.2%)、営業利益1,266億円(同117.5%)、経常利益1,206億円(同117.0%)、また当期純利益はサントリー食品インターナショナル(株)の上場にとまなう特別利益が発生し1,956億円(同533.9%)となり、いずれも過去最高となりました。

※1 RTS(Ready To Serve):氷を入れた状態で飲むのに最適な味わいのバランスに仕上げたアルコール度数10-20%程度のお酒

#### 〈飲料・食品セグメント〉

サントリー食品インターナショナル(株)は、ブランド強化を軸に需要の拡大を図りました。また、グループシナジーを活かした品質向上及びコスト革新による収益力強化に取り組む一方で、将来も見据えたマーケティング投資や海外における事業基盤の拡充を行いました。

国内事業では、重点ブランドのさらなる強化と育成に注力するとともに、新たな価値を提案する新商品の投入、事業基盤の一層の充実に取り組みました。

「BOSS」は、主力商品の販売促進活動強化に加え、「グランアロマ」など新商品の投入により、前年割れと推定される缶コーヒー総市場の中で、前年同期を上回る販売数量を達成しました。

「伊右衛門」ブランドは、「伊右衛門」「贅沢冷茶」が好調に推移したことに加え、10月に発売した特定保健用食品「特茶」が当初販売計画を上回ったことも寄与し、販売数量が大きく伸長しました。

「サントリー天然水」は、リニューアル等によりブランド強化を図ったことに加え、健康志向の高まりを背景に伸長する無糖炭酸水市場に投入した「サントリー 南アルプスの天然水 スパークリング」が好調に推移し、販売数量が大幅に伸長しました。

「PEPSI」は、特定保健用食品「ペプシ スペシャル」のリニューアル等によりユーザー拡大を図った結果、販売数量が前年同期を上回りました。

「オレンジナ」は、引き続きご好評いただき、前年同期並の販売数量となりました。

「GREEN DA・KA・RA」は、日常生活の水分補給飲料としてご支持をいただいたこと等により、販売数量が前年同期の約2倍<sup>※2</sup>となりました。

※2 販売数量には「GREEN DA・KA・RA やさしい麦茶」を含みます。

国際事業では、欧州、オセアニア、アジア、米州の各エリアをより高い成長が見込まれる市場と位置づけ、既存ブランドの強化やサントリーブランドの投入等、マーケティング活動の強化に取り組みました。

欧州では、オランジーナ・シュウェップス・グループが、「Orangina」「Schweppes」等で、積極的なマーケティング投資を継続してブランド強化を図り、事業基盤の強化や収益力向上に取り組みました。

オセアニアでは、フルコア・グループが、重点ブランドであるエナジードリンク「V」に新商品を投入する等、ブランド力の強化を図りました。また、ニュージーランドにおける「PEPSI」等の好調な販売も寄与し、フルコア・グループ全体で販売数量が伸長しました。

アジアでは、セレボス・グループが、タイにおける健康食品販売を中心に堅調に推移し、また、サントリーガルーダ・グループでは、ゼリードリンク「Okky」等が事業を牽引するとともに、サントリーブランドの緑茶飲料「みらい」や新商品「MYTEA [ウーロン茶]」も売上増に寄与しました。ベトナムにおいても、PepsiCo, Inc.との合弁会社が、サントリーブランド「TEA+ [ウーロン茶]」を発売する等、着実に事業規模を拡大しました。

米州では、Pepsi Bottling Ventures LLCが事業エリアの再編を実施し、経営の効率化に取り組みました。

なお、12月には、英国GlaxoSmithKline plcより、英国の象徴的ブランドである「Lucozade」ルコゼード「Ribena」ライベーナの製造・販売事業を譲り受けました。

以上の結果、飲料・食品セグメントの売上高は、1兆1,143億円(前年同期比113.2%)となりました。

#### 〈ビール・スピリッツセグメント〉

サントリー酒類(株)は、主要ブランドのマーケティング活動を強化するとともに、RTSカテゴリーの開拓など新規需要を創出しました。

ビール事業は、総市場<sup>※3</sup>が前年同期比99%程度と推定される中、7,053万ケース<sup>※3</sup>(前年同期比103.1%)と、過去最高の販売数量を達成しました。ビール類<sup>※4</sup>のシェアは、14.7%(課税出荷数量ベース)で過去最高となりました。

ブランド別には、「ザ・プレミアム・モルツ」が1,767万ケース(前年同期比106.7%)と好調に推移し、10年連続で過去最高の販売数量を達成しました。

新ジャンルでは、「金麦」が2,743万ケース(前年同期比104.5%)と伸長したほか、「金麦〈糖質70%<sup>※5</sup>オフ〉」が574万ケース(同136.0%)と、極めて好調に推移しました。

また、ノンアルコールビールテイスト飲料No.1<sup>※6</sup>ブランド「オールフリー」も、693万ケース(前年同期比109.5%)となり市場を牽引しました。

※3 ノンアルコールビールテイスト飲料を含む

※4 ノンアルコールビールテイスト飲料を除く

※5 当社「金麦」比

※6 インテージMAI調べ ノンアルコールビールテイスト飲料ブランド 累計販売金額11年1月～12月(全国SM/CVS/酒DS計) 12年1月～13年12月(全国SM/CVS/酒DS/一般・業務用酒店計)

スピリッツ事業は、主要ブランドの強化や新たなカテゴリーの創出など、積極的に価値提案を行った結果、前年同期比103%の売上となりました。

ウイスキーは、主要ブランドが好調に推移しました。「角瓶」は食との相性を積極的に訴求した結果、前年同期比103%と伸長し、1993年以来20年ぶりに300万ケースを突破しました。また、5月に発売した「プレミアム角瓶」が新たな需要を喚起しました。

国産プレミアムウイスキーは、「山崎」「白州」や4月に500ml サイズを発売した「響12年」が好調に推移し、前年同期比116%と大きく伸長しました。

1月に取り扱いを開始した世界No.1<sup>※7</sup>バーボンウイスキー「ジムビーム」は、新たなユーザーを獲得し、輸入ウイスキー市場の活性化に大きく寄与しました。

また、世界的な酒類コンペティションにおいて「響21年」が「世界のウイスキー」部門で最高賞を受賞するなど、サントリーウイスキーに対する評価がさらに高まりました。

RTDは、総市場<sup>※8</sup>が前年同期比105%程度と推定される中、主要ブランドの強化や新付加価値商品の投入により、4,709万ケース<sup>※8</sup>(前年同期比110%)と市場を牽引し、9年連続で過去最高の販売数量を達成しました。

「-196°C ストロングゼロ」は、4月に発売した〈DRY〉が上方修正後の年間販売計画200万ケースを突破するなど好調に推移し、前年同期比122%と大きく伸長しました。

「ほろよい」は、〈カシスとオレンジ〉などの新商品がご好評いただき、前年同期比107%となりました。

ハイボール缶は、前年同期比111%と好調に推移しました。

RTSは、主要ブランド「ふんわり鏡月」「カクテルツアーズ」が好調に推移し、上方修正後の年間販売計画72万ケースを上回る88万ケースとなりました。

※7 2012年販売数量(IMPACT NEWSLETTER February 1 & 15 2013 号より)

※8 ノンアルコール飲料を除く

海外事業は、欧米を中心に「山崎」「白州」「響」の積極的なマーケティング活動を展開するなど、サントリーウイスキーのさらなる浸透に取り組みました。

アジアでは、「角瓶」「ザ・プレミアム・モルツ」の販売を強化しました。また、<sup>モリソン ボウモア</sup>Morrison Bowmore Distillers Limited は、シングルモルトウイスキー「ボウモア」「オーヘントツシャン」を中心に販売を拡大しました。

以上の結果、ビール・スピリッツセグメントの売上高は、5,707億円(前年同期比103.4%)となりました。

#### 〈その他セグメント〉

サントリー(中国)ホールディングス有限公司は、ビール事業において、新たに設立した中国の<sup>チンタオビーチュウグーフェン</sup>ビール会社青島啤酒股份有限公司との合弁会社が事業を開始したほか、飲料事業では主要ブランド「烏龍茶」が伸長しました。一方、洋酒事業や「ASC Fine Wines Holding」が、儉約令による高級酒の需要減少の影響を受けました。

サントリーワインインターナショナル(株)のワイン事業は、前年同期比104%となりました。

国産ワインでは、国産ぶどう100%ワイン「日本ワイン」が引き続き伸長したほか、「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。」が、前年同期比139%と極めて好調に推移しました。

輸入ワインでは、スパークリングワイン「フレシネ」が伸長したほか、「カルロ ロッシ」に氷を入れて楽しむ飲用スタイル“ロッシ ロック”が引き続きご好評いただきました。

サントリーウエルネス(株)は、「セサミン」シリーズや「グルコサミン&コンドロイチン」、スキンケア化粧品<sup>エファージュ</sup>「F.A.G.E.」等が好調で前年同期比111%の売上となりました。

ハーゲンダッツジャパン(株)は、ミニカップの新商品が好調に推移したほか、6月に新発売したクランチークランチなどがご好評いただき、前年同期を大きく上回りました。

また、(株)ダイナック、(株)プロントコーポレーション、井筒まい泉(株)などが伸長し、外食事業は好調に推移しました。

(株)ティップネスも前年同期を上回りました。

これらの結果、その他セグメントの売上高は、3,552億円(前年同期比112.7%)となりました。

なお、国内売上高は1兆5,260億円(前年同期比103.9%)、海外売上高は5,142億円(同134.2%)となりました。

当社は、創業以来、積極的に事業を展開するとともに、創業の精神である『利益三分主義』に基づき、文化・社会貢献、環境活動などにも取り組んでいます。また『水と生きる SUNTORY』というコーポレートメッセージのもと、社会と自然との共生を目指したさまざまな活動を展開しています。

東日本大震災の復興支援として、当期は新たに25億円の拠出を決定しました。これにより総額は88億円となります。岩手県・宮城県の漁業復興のための追加支援や、水産高校を対象とした奨学金プログラムの実施、福島県の子どもたちを多面的に支援する「サントリー・SCJ フクシマススム プロジェクト」の設立などを行いました。

環境活動では、サントリー「天然水の森」において科学的な知見を取り入れながら、より質の高い水源涵養活動を展開するなど、自然環境の保全・再生に取り組み、これまでに7,600haを超える面積を涵養しています。新たに、サントリーグループ国内工場で使用する地下水量の、2倍の水を涵養することを目標に掲げ、今後2020年までに12,000haの面積を目指すこととしました。また、環境に配慮した容器包装として、植物由来原料を30%使用した国産最軽量<sup>※9</sup>(11.3g)ペットボトルを「サントリー天然水」550ml<sup>※10</sup>に導入するなど、環境経営を推進しました。

※9 国産ミネラルウォーターペットボトル(500ml~600ml)対象2013年3月26日発売時現在

※10 自動販売機対応商品は除く

## 2.次期の見通し

次期の世界経済は、地域差は見られるものの次第に回復力が増していくことが期待されます。わが国経済は、景気の回復基調が続くことが期待されるものの、酒類・食品市場においては競争の激化や消費税増税等、市場環境は厳しさを増すものと予測されます。

サントリーグループは、今後も社会と自然との共生を目指しながら、市場環境の変化に迅速に対応するとともに、グループ各社のシナジー拡大に取り組む、“グローバル総合酒類食品企業”としてさらなる成長と収益力の強化を図ります。

サントリー食品インターナショナル(株)は、引き続き国内・国際事業両輪でのさらなる成長と収益構造の革新に取り組めます。

国内事業では、重点ブランドの強化を図るとともに、特定保健用食品をはじめとする新規需要の創造に積極的に取り組んでいきます。

重点ブランドの強化については、「サントリー天然水」を国内事業の中核ブランドと位置づけて活動するとともに、「BOSS」「伊右衛門」「PEPSI」「サントリー ウーロン茶」のブランド強化に引き続き注力します。

需要の拡大が期待される「GREEN DA・KA・RA」と「オレンジーナ」は、飲用層・飲用シーンの拡大を図り、さらなる成長を目指します。

新規需要の創造については、お客様のニーズを的確・迅速に捉えた商品開発、マーケティングや提案型の営業活動を展開します。

さらに高付加価値商品やオンリーワンの価値をもった商品として、特定保健用食品の育成も強化します。

国際事業では、「Orangina」「V」<sup>ルコゼード</sup>「Lucozade」<sup>ライビーナ</sup>及びその他の各エリアの重点ブランドを強化し、さらなる成長を図ります。サントリーブランドの新たな投入による事業規模の拡大を図るとともに、グループシナジーの創出と収益性の向上を加速するため、新たなグローバル経営体制を構築します。

欧州では、Suntory Beverage & Food Europe Limitedを発足させ、オレンジナ・シュウェップス・グループルコゼード ライビーナとLucozade Ribena Suntory Limitedからなる欧州事業を統括する会社として、総合的な戦略を立案・実行し、事業成長を加速させていきます。

オセアニアでは、フルコア・グループが「V」ブランドを強化するほか、ブランドポートフォリオの拡充にも積極的に取り組みます。

アジアでは、セレボス・グループ、サントリーガルーダ・グループ、さらにベトナムでのPepsiCo, Inc.との合弁会社等が、事業基盤の強化、新商品の投入等による事業拡大に取り組みます。

米州では、Pepsi Bottling Ventures LLCでの事業エリア再編後の基盤強化に、引き続き取り組みます。

サントリー酒類(株)は、“プレミアム”をキーワードに掲げ、商品開発や新カテゴリーの創出など、新たな価値の創造に向けたイノベーションに挑戦するとともに、需要創造に向けた価値提案活動を強化していきます。

ビール事業は、重点ブランド「ザ・プレミアム・モルツ」「金麦」「金麦(糖質70%オフ)」「オールフリー」に加え、“和食専用の生ビール”という新たな価値を提案する新商品「和膳」の活動を強力に推進し、市場のさらなる活性化を図ります。

スピリッツ事業において、ウイスキーは、「山崎」「白州」「響」などプレミアムウイスキーの価値訴求活動を強化するとともに、「角瓶」を中心にハイボール市場のさらなる拡大を図ります。また、バーボンウイスキー「ジムビーム」「メーカーズマーク」のラインナップを強化するなど、積極的なマーケティング活動を展開します。

RTDは、主要ブランドの育成・強化に取り組み、さらなる需要拡大を図ります。「-196°C ストロングゼロ(DRY)」「角ハイボール缶」では、食との相性訴求活動を強化するほか、「ほろよい」では、新たなラインナップの投入等により、若者を中心にさらなる接点拡大を図ります。

RTSは、「ふんわり鏡月」「カクテルツアーズ」など主要ブランドのラインナップを強化し、引き続きお酒の新たな楽しみ方を提案していきます。

海外事業は、欧米では「山崎」「白州」「響」やリキュール「ミドリ」、アジアでは「角瓶」「ザ・プレミアム・モルツ」のマーケティング活動を強化します。シングルモルトウイスキー「ボウモア」「オーヘントツシャン」は、グローバルブランドとして世界各国で販売を強化していきます。

サントリー(中国)ホールディングス有限公司は、上海ビール事業での青島啤酒股份有限公司との合弁会社において、「三得利」サントリーブランドや「青島」ブランドの販売を強化します。食品事業は、主要ブランドの拡大を図るとともに新商品を投入していきます。

サントリーワインインターナショナル(株)は、引き続き国産ぶどう100%ワイン“日本ワイン”や「酸化防止剤無添加のおいしいワイン」。「デリカメゾン デリシヤス」に注力するほか、「カルロロッシ」「フレシネ」のブランド力強化を図ります。

これらの活動により、事業セグメント別の売上高は、飲料・食品セグメント1兆2,535億円(前年同期比112.5%)、ビール・スピリッツセグメント5,850億円(同102.3%)、その他セグメント3,815億円(同107.8%)を予定しています。

以上を総合して、全セグメントでさらなる成長と収益拡大を図り、2014年12月期の売上高は、2兆2,200億円(前年同期比108.8%)、営業利益1,460億円(同115.4%)、経常利益1,400億円(同116.1%)、当期純利益500億円(同25.6%)を予定しています。

## 連結貸借対照表

(単位:百万円)

期 別 科 目	前連結会計年度 (2012年12月31日現在)	当連結会計年度 (2013年12月31日現在)	増 減
	金 額	金 額	金 額
( 資 産 の 部 )			
I 流動資産	753,283	1,007,834	254,551
現金及び預金	228,128	418,654	190,525
受取手形及び売掛金	265,659	287,242	21,582
商品及び製品	144,002	169,934	25,932
仕 掛 品	12,353	12,743	390
原材料及び貯蔵品	27,372	41,456	14,083
繰延税金資産	32,752	22,876	△9,876
そ の 他	43,957	55,803	11,845
貸倒引当金	△942	△875	66
II 固定資産	974,084	1,364,861	390,776
1. 有形固定資産	420,228	527,269	107,040
建物及び構築物	129,909	148,760	18,850
機械装置及び運搬具	118,533	180,555	62,022
工具、器具及び備品	61,021	67,709	6,687
土 地	85,964	94,760	8,795
建設仮勘定	8,482	15,784	7,301
そ の 他	16,316	19,698	3,381
2. 無形固定資産	380,531	650,413	269,882
の れ ん	354,632	409,293	54,660
商 標 権	7,283	184,942	177,659
そ の 他	18,614	56,177	37,562
3. 投資その他の資産	173,325	187,178	13,853
投資有価証券	97,083	116,302	19,219
繰延税金資産	5,671	6,923	1,251
そ の 他	72,943	66,238	△6,705
貸倒引当金	△2,373	△2,285	87
III 繰延資産	594	1,374	780
資 産 合 計	1,727,963	2,374,070	646,107

(注)

有形固定資産に対する 減価償却累計額	662,825	728,112	65,287
-----------------------	---------	---------	--------

(単位:百万円)

期 別 科 目	前連結会計年度 (2012年12月31日現在)	当連結会計年度 (2013年12月31日現在)	増 減
	金 額	金 額	金 額
( 負 債 の 部 )			
I 流動負債	572,794	760,029	187,235
支払手形及び買掛金	90,891	93,703	2,811
電子記録債務	93,001	106,106	13,105
短期借入金	91,995	83,428	△8,566
1年内償還予定の社債	14,300	108,566	94,266
未払酒税	44,546	46,412	1,865
未払消費税等	9,682	10,791	1,109
未払法人税等	12,056	34,392	22,335
未払金	100,575	122,239	21,664
未払費用	54,450	62,329	7,878
賞与引当金	9,891	12,616	2,724
その他	51,403	79,442	28,039
II 固定負債	621,470	557,315	△64,155
社債	172,529	64,700	△107,829
長期借入金	318,021	322,387	4,365
退職給付引当金	11,151	11,000	△150
役員退職慰労引当金	351	298	△52
繰延税金負債	59,063	80,104	21,040
その他	60,354	78,824	18,470
負債合計	1,194,265	1,317,344	123,079
( 純 資 産 の 部 )			
I 株主資本	523,894	711,624	187,730
資本金	70,000	70,000	—
資本剰余金	△20,582	△21,109	△526
利益剰余金	477,809	666,066	188,256
自己株式	△3,332	△3,332	—
II その他の包括利益累計額	△16,096	56,386	72,483
その他有価証券評価差額金	10,350	20,611	10,261
繰延ヘッジ損益	1,902	1,374	△527
為替換算調整勘定	△28,349	34,400	62,750
III 少数株主持分	25,900	288,714	262,814
純資産合計	533,697	1,056,726	523,028
負債純資産合計	1,727,963	2,374,070	646,107



## 連結損益計算書

(単位:百万円)

期 別 科 目	前連結会計年度	当連結会計年度	増 減
	(自 2012年 1月 1日 至 2012年12月31日)	(自 2013年 1月 1日 至 2013年12月31日)	
	金 額	金 額	金 額
I 売 上 高	1,851,567	2,040,204	188,636
II 売 上 原 価	923,270	1,015,376	92,105
売 上 総 利 益	928,297	1,024,827	96,530
III 販 売 費 及 び 一 般 管 理 費	820,553	898,269	77,716
販 売 促 進 費 及 び 手 数 料	372,272	393,857	21,585
広 告 宣 伝 費	72,313	83,770	11,457
運 搬 費 及 び 保 管 費	67,934	74,863	6,929
労 務 費	150,017	167,544	17,527
減 価 償 却 費	31,294	36,047	4,753
そ の 他	126,721	142,184	15,463
営 業 利 益	107,744	126,558	18,814
IV 営 業 外 収 益	5,212	5,934	721
受 取 利 息	932	996	63
受 取 配 当 金	2,127	2,558	430
持 分 法 に よ る 投 資 利 益	553	—	△553
補 助 金 収 入	—	724	724
雑 収 入	1,598	1,655	57
V 営 業 外 費 用	9,894	11,939	2,045
支 払 利 息	8,288	8,320	31
為 替 差 損	133	1,493	1,359
雑 支 出	1,471	2,125	654
経 常 利 益	103,061	120,552	17,490
VI 特 別 利 益	1,371	181,170	179,799
受 取 保 険 金	—	1,059	1,059
組 織 再 編 益	—	2,754	2,754
持 分 変 動 利 益	56	131,383	131,327
関 係 会 社 株 式 売 却 益	—	45,490	45,490
受 取 補 償 金	260	—	△260
そ の 他	1,053	482	△570
VII 特 別 損 失	10,752	15,897	5,145
固 定 資 産 廃 棄 損	4,763	4,537	△226
減 損 損 失	611	3,340	2,729
震 災 関 連 費 用	3,097	2,712	△384
組 織 再 編 関 連 費 用	549	4,361	3,812
そ の 他	1,730	945	△785
税金等調整前当期純利益	93,680	285,826	192,145
法人税、住民税及び事業税	28,702	60,488	31,785
法人税等調整額	21,071	12,950	△8,120
少数株主損益調整前当期純利益	43,906	212,386	168,480
少数株主利益	7,275	16,812	9,537
当期純利益	36,631	195,574	158,942

# 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目	期別	前連結会計年度 〔 自 2012年 1月 1日 至 2012年12月31日 〕	当連結会計年度 〔 自 2013年 1月 1日 至 2013年12月31日 〕
		金 額	金 額
	I 営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益		93,680	285,826
減価償却費		54,398	63,403
のれん償却額		20,513	24,092
受取利息及び受取配当金		△3,060	△3,554
支払利息		8,288	8,320
関係会社株式売却益		—	△45,490
持分変動利益		△56	△131,383
固定資産廃棄損		4,763	4,537
減損損失		611	3,340
売上債権の増減額(△は増加)		△8,783	△10
たな卸資産の増減額(△は増加)		△4,586	△11,640
仕入債務の増減額(△は減少)		273	△3,473
未払酒税及び未払消費税等の増減額(△は減少)		672	1,273
その他		5,187	16,644
小計		171,904	211,885
利息及び配当金の受取額		3,838	4,738
利息の支払額		△8,373	△8,650
法人税等の支払額		△37,262	△41,471
営業活動によるキャッシュ・フロー		130,107	166,503
II 投資活動によるキャッシュ・フロー			
有形及び無形固定資産の取得による支出		△71,423	△90,011
有形及び無形固定資産の売却による収入		721	3,027
投資有価証券の取得による支出		△994	△854
投資有価証券の売却及び償還による収入		2,601	176
関係会社株式の売却による収入		—	95,854
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出		△840	△13,914
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入		—	4,071
事業譲受による支出		—	△220,098
その他		△23,477	6,255
投資活動によるキャッシュ・フロー		△93,413	△215,493
III 財務活動によるキャッシュ・フロー			
短期借入金及びコマーシャル・ペーパーの増減額 (△は減少)		20,570	△20,827
長期借入れによる収入		3,688	45,934
長期借入金の返済による支出		△63,170	△36,394
社債の償還による支出		△45,000	△15,250
リース債務の返済による支出		△3,452	△3,103
配当金の支払額		△8,174	△7,504
少数株主への配当金の支払額		△5,554	△6,152
少数株主からの払込による収入		137	275,465
その他		744	—
財務活動によるキャッシュ・フロー		△100,211	232,167
IV 現金及び現金同等物に係る換算差額		3,501	7,342
V 現金及び現金同等物の増減額(△は減少)		△60,015	190,519
VI 現金及び現金同等物の期首残高		288,126	228,110
VII 現金及び現金同等物の期末残高		228,110	418,630

## セグメント情報

### 1. 報告セグメントの概要

当社の報告セグメントは、当社の構成単位のうち分離された財務情報が入手可能であり、経営陣が、経営資源の配分の決定及び業績を評価するために定期的に検討を行う対象となっているものです。

当社は持株会社制を導入し、持株会社である当社の下、製品・サービス別の事業分野別に事業会社等を設置しています。各事業会社等は取り扱い製品・サービスについて国内及び海外の包括的な戦略を立案し、事業活動を展開しています。

したがって、当社グループは事業会社等を中心とした製品・サービス別のセグメントから構成され、「飲料・食品事業」、「ビール・スピリッツ事業」の2つを報告セグメントとしています。

各報告セグメントと「その他」の区分に属する主な製品・サービスの種類は以下のとおりです。

飲料・食品…………… 清涼飲料、健康飲料、加工食品 他  
 ビール・スピリッツ…………… ビール類、ウイスキー、RTD、焼酎 他  
 その他…………… 中国事業、ワイン、健康食品、アイスクリーム、外食、スポーツ、花 他

### 2. 報告セグメントごとの売上高及び利益の金額に関する情報

当連結会計年度(自 2013年1月1日 至 2013年12月31日)

(単位:百万円)

	飲料・食品	ビール・スピリッツ	その他	計	調整額(注)1	連結財務諸表 計上額(注)2
売上高						
外部顧客への売上高	1,114,275	570,711	355,217	2,040,204	—	2,040,204
セグメント間の内部売上高 又は振替高	7,025	3,717	11,259	22,002	△ 22,002	—
計	1,121,301	574,429	366,476	2,062,206	△ 22,002	2,040,204
セグメント利益	91,330	37,347	29,682	158,360	△ 31,802	126,558

前連結会計年度(自 2012年1月1日 至 2012年12月31日)

(単位:百万円)

	飲料・食品	ビール・スピリッツ	その他	計	調整額(注)1	連結財務諸表 計上額(注)2
売上高						
外部顧客への売上高	984,372	552,057	315,137	1,851,567	—	1,851,567
セグメント間の内部売上高 又は振替高	6,852	2,626	11,613	21,091	△ 21,091	—
計	991,224	554,683	326,750	1,872,659	△ 21,091	1,851,567
セグメント利益	76,709	31,783	29,226	137,719	△ 29,975	107,744

(注) 1. セグメント利益の調整額には、セグメント間取引消去、各報告セグメントに配分していない全社費用が含まれています。全社費用は、当社において発生するグループ管理費用です。それぞれの金額は次のとおりです。

当連結会計期間  
 セグメント利益の調整額 △ 31,802 百万円  
 各報告セグメントに配分していない全社費用 △ 31,871 百万円  
 セグメント間取引消去 69 百万円

前連結会計期間  
 セグメント利益の調整額 △ 29,975 百万円  
 各報告セグメントに配分していない全社費用 △ 30,053 百万円  
 セグメント間取引消去 78 百万円

2. セグメント利益は、連結損益計算書の営業利益と調整を行っています。

### 3. 地域ごとの売上高の金額に関する情報

当連結会計年度(自 2013年1月1日 至 2013年12月31日)

(単位:百万円)

	日本	海外			海外計	合計
		欧州	アジア・オセアニア	米州		
売上高	1,526,012	171,552	261,968	80,670	514,191	2,040,204
連結売上高に占める比率	74.8%	8.4%	12.8%	4.0%	25.2%	100.0%

前連結会計年度(自 2012年1月1日 至 2012年12月31日)

(単位:百万円)

	日本	海外			海外計	合計
		欧州	アジア・オセアニア	米州		
売上高	1,468,313	137,890	175,112	70,251	383,253	1,851,567
連結売上高に占める比率	79.3%	7.4%	9.5%	3.8%	20.7%	100.0%

(注) 1. 国又は地域の区分は、地理的近接度によっています。  
 2. 本邦以外の区分に属する主な国又は地域  
 (1)欧州…………… ヨーロッパ諸国  
 (2)アジア・オセアニア…………… アジア及びオセアニア諸国  
 (3)米州…………… 北米及び中南米諸国