



2015年2月16日

2014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)新浪 剛史
 問合せ先責任者 (役職名)執行役員 広報部長 (氏名)濱岡 智 広報部 TEL (03)5579-1150
 TEL (06)6346-0835

(百万円未満切捨て)

1. 2014年12月期の連結業績(2014年1月1日～2014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		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2014年12月期	2,455,249	20.3	164,753	30.2	153,842	27.6	38,363	△80.4
2013年12月期	2,040,204	10.2	126,558	17.5	120,552	17.0	195,574	433.9

(参考) のれん等償却前利益

	営業利益		経常利益		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2014年12月期	215,933	43.2	205,023	41.6	79,145	△63.2
2013年12月期	150,776	17.6	144,770	17.2	214,990	276.2

(注) のれん等償却前利益 = 利益 + M&Aにより発生するのれん、商標権等償却費

	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
	円 銭	円 銭	%	%	%
2014年12月期	56 20	-	4.7	4.5	6.7
2013年12月期	286 67	-	30.7	5.9	6.2

(参考) 持分法投資損益

2014年12月期 △860百万円

2013年12月期 △16百万円

(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	百万円	%	円 銭
2014年12月期	4,536,537	1,190,756	19.4	1,290 82
2013年12月期	2,374,070	1,056,726	32.3	1,125 73

(参考) 自己資本

2014年12月期 882,022百万円

2013年12月期 768,011百万円

(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	百万円	百万円	百万円
2014年12月期	157,686	△ 1,473,724	1,077,974	199,308
2013年12月期	166,503	△ 215,493	232,167	418,630

(百万円未満切捨て)

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	%	%
2014年12月期	12 00	8,199	21.4	1.0
2013年12月期	17 00	11,598	5.9	1.8

(注) 2014年12月期配当の内訳 普通配当12円
2013年12月期配当の内訳 普通配当12円 特別配当5円

3. 2015年12月期の連結業績予想(2015年1月1日~2015年12月31日)

	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
通 期	2,650,000	7.9	193,000	17.1	167,000	8.6	50,000	30.3	73	17

(参考)

のれん等償却前利益

2014年12月期	261,000	20.9	2015年12月期(予想)	235,000	14.6	2014年12月期	108,000	36.5
-----------	---------	------	---------------	---------	------	-----------	---------	------

EBITDA倍率 2014年12月期 5.2 2015年12月期(予想) 4.3

※EBITDA倍率=劣後債務資本性考慮後ネット有利子負債(借入金+社債-現金・預金他)÷EBITDA

(注) 2014年12月期のEBITDAはビームサントリー社を通常ベースに調整しています。

D/Eレシオ 2014年12月期 1.15 2015年12月期(予想) 1.05

※D/Eレシオ=劣後債務資本性考慮後ネット有利子負債÷純資産

経営成績

1. 当連結会計期間の概況

当連結会計期間(2014年1月1日～2014年12月31日)の世界経済は、一部に弱さが見られたものの、全体としては緩やかに回復しました。わが国経済においては、緩やかな回復基調が続きましたが、個人消費の持ち直しの動きに足踏みが見られました。

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」「響」「山崎」「白州」「ジムビーム」「サントリー天然水」「BOSS」といった主要ブランドのマーケティング活動強化を中心に、積極的な取り組みを展開しました。

また5月には、ビーム社の全発行済株式を取得し新たに**ビームサントリー社**が誕生しました。

その結果、当連結会計期間の業績は、売上高2兆4,552億円(前年同期比120%)、営業利益1,648億円(同130%)、経常利益1,538億円(同128%)となりました。前年の**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計上の反動に加え、ビーム社買収にとまなう一時費用の計上などもあり、当期純利益は384億円(前年同期比20%)となりました。

なお、のれん等償却費を除いて計算すると、営業利益2,159億円(前年同期比143%)、経常利益2,050億円(同142%)、当期純利益791億円(同37%)となりました。

〈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、お客様の嗜好・ニーズを捉えた上質でユニークな商品を提案し、お客様の生活に豊かさをお届けするという考えのもと、ブランド強化や新規需要の創造に取り組み、国内・国際事業両輪でさらなる成長を図りました。また、各社の知見を活かしたグループ全体での品質の向上や、コスト革新による収益力強化にも取り組みました。

国内事業では、総市場は前年割れと見込まれる中、同社の販売数量は前年並を維持しました。重点ブランドの柱である「サントリー天然水」や「BOSS」が販売を牽引したことに加え、「**伊右衛門特茶**」など高付加価値商品が好調に推移しました。

「サントリー天然水」は、“清冽でおいしい水”“ナチュラル&ヘルシー”をブランド独自の価値として訴求しました。「サントリー 南アルプスの天然水 スパークリング」「同 レモン」「サントリー 南アルプスの天然水&朝摘みオレンジ」が好調に推移し、ブランド全体の販売数量は前年同期を大きく上回りました。

「BOSS」は、堅調な主力商品に加え、「プレミアムボス」も9月の発売以降好調に推移し、ブランド全体の販売数量が大きく伸長しました。

「伊右衛門」は、特定保健用食品「特茶」が発売2年目にして年間1,200万ケースを超える等引き続き好調に推移し、ブランド全体の販売数量が伸長しました。

「PEPSI」は、3月にリニューアルした「ペプシネックス ゼロ」の話題性ある広告宣伝活動を展開しました。

「**GREEN DA・KA・RA**」は、冬の乾燥や夏の熱中症対策の水分補給飲料として認知度がさらに高まりました。「GREEN DA・KA・RA やさしい麦茶」も好調に推移し、ブランド全体の販売数量は前年同期を大幅に上回りました。

特定保健用食品は、同社が市場拡大を牽引し、確固たる地位を築いており、販売数量は前年同期を大幅に上回りました。

国際事業では、各エリアにおける重点ブランドの一層の強化等により、事業規模が拡大しました。

欧州では、より効率的な事業基盤の構築に取り組みました。^{ルコゼード ライビーナ}Lucozade Ribena ^{オランジーナ シュウエップス ルコゼード ライビーナ}Suntory Limited が事業を開始し、事業規模が大きく拡大しました。「Orangina」「Schweppes」「Lucozade」「Ribena」等の主カブランドに集中したマーケティング活動を実施しました。

アジアでは、各国において商品開発機能やマーケティング機能、生産体制等の事業基盤の強化や、新商品の投入等による事業拡大に積極的に取り組みました。また、インドネシアの^{マイティー}「MYTEA [ウーロン茶]」やベトナムの^{ティープラス}「TEA+[ウーロン茶]」等、サントリーブランド商品の販売拡大に取り組みました。

オセアニアでは、^{ワイ}フルコア・グループが主カブランド「V」の活性化に取り組んだほか、初のサントリーブランド商品となる^{オヴィ}「OVI」を発売する等、商品ラインナップを拡充しました。

米州では、ノースカロライナ州を中心にペプシブランドのさらなる販売強化に加え、営業や物流等、事業効率の改善を進めました。

これらの結果、飲料・食品セグメントの売上高は、1兆2,493億円(前年同期比112%)となりました。

〈酒類セグメント〉

ビームサントリー社とサントリー酒類(株)(現サントリースピリッツ(株))は10月に経営を統合し、一体となってスピリッツ事業を推進しました。統合により、ビームサントリー社は世界第3位のプレミアムスピリッツメーカーとなりました。

ビームサントリー社は、北米や日本において積極的に事業を展開し、前年同期比186%^{*1}と好調な売上となりました。

世界最大のスピリッツ市場である北米では、世界No.1^{*2}バーボンウイスキー「ジムビーム」や、「メーカーズマーク」「ノブクリーク」「オルニトス」といった主要プレミアムブランドが好調に推移しました。

欧州では、ドイツやイギリス、ロシアを中心に「ジムビーム」「ラフロイグ」などの販売が好調に推移しました。

インドやブラジルでは、スコッチウイスキー「ティーチャーズ」が伸長しました。

さらに、欧米を中心に「響」「山崎」「白州」ブランド、アジアで「角瓶」の積極的なマーケティング活動を展開し、ジャパニーズウイスキーの浸透に取り組みました。

日本では、サントリースピリッツ(株)が前年同期比106%の売上となりました。

ウイスキーは、前年同期比106%と伸長しました。「角瓶」は、2月にコミュニケーションを刷新するとともに食との相性訴求活動を強化し、前年同期比110%と大きく伸長しました。国産プレミアムウイスキーは、「響」「山崎」「白州」ブランドが好調に推移し、前年同期比126%と大幅に伸長しました。7月には世界的な酒類コンペティションで「響21年」がウイスキー部門の最高賞を受賞しました。輸入ウイスキーは、「ジムビーム」「メーカーズマーク」などのバーボンウイスキーを中心にお客様接点の拡大を図り、好調に推移しました。

RTDは、主要ブランドの強化に取り組んだ結果、前年同期比107%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。「-196°C ストロングゼロ」は、食中酒としての魅力を訴求した〈DRY〉などが好調で前年同期比111%と大きく伸長しました。「ほろよい」は、新商品〈コーラサワー〉などがご好評いただき、前年同期比107%となりました。ハイボール缶は、前年同期比114%と大きく伸長し、市場を牽引しました。

RTSは、前年同期比240%と大幅に伸長し、新たな市場を創出しました。「[ふんわり鏡月](#)」は前年同期比223%と大きく伸長し、4月に発売した「[澄みわたる梅酒](#)」も食事に合う透明な梅酒としてご好評いただきました。

※1 5月以降連結対象となったビーム社の業績を含む

※2 2013年販売数量実績(IMPACT NEWSLETTER February 1&15 2014 号より)

10月にサントリー酒類(株)(現サントリースピリッツ(株))からビール事業を承継した[サントリービール\(株\)](#)は、総市場^{※3}が前年同期比99%程度と推定される中、7,262万ケース^{※4}(前年同期比103.0%)と、5年連続過去最高の販売数量を達成しました。ビール類のシェアは、15.4%(課税出荷数量ベース)で過去最高となりました。

プレミアムビール市場において圧倒的な存在感を誇る「ザ・プレミアム・モルツ」は、1,771万ケース(前年同期比100.3%)となり、11年連続で過去最高の販売数量を更新しました。

新ジャンルの「金麦」ブランドは、4月に「金麦クリアラベル」を発売するなど積極的なマーケティング活動を展開した結果、3,632万ケース(前年同期比109.5%)と大きく伸長し、7年連続で過去最高の販売数量となりました。

また、ノンアルコールビールテイスト飲料No.1^{※5}ブランドの「オールフリー」も720万ケース(前年同期比103.9%)と好調に推移し、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 大瓶換算(1ケース=633ml×20本)

※5 インタージェスリ調べ 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2014年1月~12月(全国SM/CVS/酒DS/一般・業務用酒店計)

[サントリーワインインターナショナル\(株\)](#)は、前年同期比102%となりました。国産ぶどう100%ワイン“日本ワイン”が好調に推移した中、5月には「[登美白 2012](#)」が国際ワインコンクールで「日本ワイン特別賞」「金賞」を同時に受賞し、同社のワインづくりが高く評価されました。「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。」も引き続き伸長しました。

これらの結果、酒類セグメントの売上高は、8,915億円(前年同期比140%)となりました。

〈その他セグメント〉

[サントリーウエルネス\(株\)](#)は、「[セサミン](#)」シリーズやスキンケア化粧品「[E.F.A.G.E.](#)」^{エファージュ}等が好調で前年同期比110%の売上となりました。

サントリー(中国)ホールディングス有限公司は、前年同期比118%の売上となりました。

[ハーゲンダッツジャパン\(株\)](#)は、バニラ等従来の商品に加えミニカップの新商品が好調に推移し、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。なお、当社が保有する(株)ティップネスの全株式を日本テレビホールディングス(株)に譲渡しました。

これらの結果、その他セグメントの売上高は、3,145億円(前年同期比108%)となりました。

なお、国内売上高は1兆5,677億円(前年同期比103%)、海外売上高は8,875億円(同173%)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活動「サントリー東北サンさんプロジェクト」として、当期は新たに20億円の拠出を決定しました。これにより総額は108億円となります。当期は引き続き水産高校を対象とした奨学金プログラムの実施や学童保育拡充の支援などを行うとともに、新たな活動の柱として「チャレンジド・スポーツ(障がい者スポーツ)支援」を開始しました。

環境活動では、持続可能な地球環境を次代へ引き渡すことを目的に、2050年に向けた「サントリー環境ビジョン2050」を策定するとともに、「2020年目標」を設定しました。水源涵養活動を展開しているサントリー「天然水の森」においては、国内工場で使用する地下水量の2倍の水を涵養するため、2020年までに12,000haの面積を目指すこととしました。

2.次期の見通し

次期の経済状況は、一部に弱さが見られるものの緩やかな景気回復基調が続くことが期待されます。しかしながら先行きは依然不透明であり、競争の激化等により経営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し未知なる価値の創造へ挑戦するとともに、グループ各社間のシナジー拡大に取り組み、“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。

また5月には京都府^{せいかちょう}精華町の「けいはんな学研都市」に建設中の新しい研究開発拠点「サントリー ワールド リサーチセンター」が竣工予定です。竣工を機に世界のR&D&P(Research & Development & Production)機能のさらなる強化を図ります。

サントリー食品インターナショナル(株)は、重点ブランドの強化や新しい価値の提案といったこれまでの戦略のさらなる強化に加え、国内・国際事業両輪での成長を加速するため、既存事業の収益性向上と基盤構築に取り組めます。

国内事業では、重点ブランドの強化に加え、お客様の嗜好・ニーズを的確に捉えた高付加価値商品や、新しい価値を持つ商品を提案することで、新規需要の創造を目指します。

国際事業では、中期的な統合的発展に向け、重点ブランドと事業基盤の強化やコスト削減を通じた収益性の向上を図るとともに、グループ会社間の連携を強化していきます。

ビームサントリー社は、世界第3位のプレミアムスピリッツメーカーとしてさらなる成長を目指します。

北米、日本などの主要市場において「ジムビーム」「メーカーズマーク」「響」をはじめとしたグローバルブランドのマーケティング活動を強化するとともに、世界の各エリアにおいて重点ブランドを強化し、安定的な成長と収益力拡大を図ります。

日本では、グローバルブランドに加え、「角瓶」「-196°C ストロングゼロ」「ほろよい」「角ハイボール缶」「ふんわり鏡月」、「澄みわたる」シリーズなどを重点ブランドとして位置づけるほか、ウイスキーの新商品「響 JAPANESE HARMONY」、RTDの新商品「[こくしぼり](#)」「The O.N.E.」、RTSの新商品「抹茶香るお酒」を発売するなど新たな需要を創出します。

サントリービール(株)は、「ザ・プレミアム・モルツ」から“スーパープレミアムクラス”の「[マスターズドリーム](#)」を発売し、プレミアムビール市場のさらなる活性化を図ります。また、「金麦」ブランド、「オールフリー」の活動をいっそう強化し、ビール類市場の需要喚起を図るとともに、新商品「ラドラー」を発売するなど、新たな価値提案を行います。

サントリーワインインターナショナル(株)は、国産ワインで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美味しいワイン。」に注力します。輸入ワインでは、ワインの奥深い魅力をお伝えするべく、「ロス ヴァスコス」「サンタ カロリーナ」「ウィリアム フェーブル」など中高価格帯商品の販売拡大を図ります。

サントリーウエルネス(株)は、引き続き「セサミン」シリーズやスキンケア化粧品「^{エファージュ}F.A.G.E.」等に注力するほか、サントリー(中国)ホールディングス有限公司や、(株)ダイナックなどの外食事業においても積極的に事業展開していきます。

これらの活動により、セグメント別の売上高は、飲料・食品セグメント1兆2,918億円(前年同期比103%)、酒類セグメント1兆553億円(同118%)、その他セグメント3,029億円(同96%)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、2015年12月期の売上高は、2兆6,500億円(前年同期比108%)、営業利益1,930億円(同117%)、経常利益1,670億円(同109%)、当期純利益500億円(同130%)を予定しています。

なお、のれん等償却費を除いて計算した場合は、営業利益2,610億円(前年同期比121%)、経常利益2,350億円(同115%)、当期純利益1,080億円(同137%)となります。

連結貸借対照表

(単位:百万円)

期 別 科 目	前連結会計年度 (2013年12月31日現在)	当連結会計年度 (2014年12月31日現在)	増 減
	金 額	金 額	金 額
(資 産 の 部)			
I 流動資産	1,007,834	1,166,254	158,419
現金及び預金	418,654	199,331	△219,322
受取手形及び売掛金	287,242	376,398	89,156
商品及び製品	169,934	386,447	216,512
仕 掛 品	12,743	14,199	1,456
原材料及び貯蔵品	41,456	52,227	10,771
繰延税金資産	22,876	40,390	17,513
そ の 他	55,803	99,542	43,739
貸倒引当金	△875	△2,282	△1,407
II 固定資産	1,364,861	3,368,824	2,003,963
1. 有形固定資産	527,269	676,606	149,337
建物及び構築物	148,760	185,309	36,549
機械装置及び運搬具	180,555	253,480	72,924
工具、器具及び備品	67,709	69,266	1,556
土 地	94,760	107,362	12,601
建設仮勘定	15,784	39,321	23,537
そ の 他	19,698	21,865	2,167
2. 無形固定資産	650,413	2,506,267	1,855,853
の れ ん	409,293	1,118,703	709,410
商 標 権	184,942	1,323,906	1,138,963
そ の 他	56,177	63,656	7,478
3. 投資その他の資産	187,178	185,951	△1,227
投資有価証券	116,302	122,396	6,094
繰延税金資産	6,923	9,476	2,553
退職給付に係る資産	—	272	272
そ の 他	66,238	55,694	△10,544
貸倒引当金	△2,285	△1,888	397
III 繰延資産	1,374	1,458	83
資産合計	2,374,070	4,536,537	2,162,467

(注)

有形固定資産に対する 減価償却累計額	728,112	749,105	20,993
-----------------------	---------	---------	--------

(単位:百万円)

期 別 科 目	前連結会計年度 (2013年12月31日現在)	当連結会計年度 (2014年12月31日現在)	増 減
	金 額	金 額	金 額
(負 債 の 部)			
I 流動負債	760,029	779,677	19,648
支払手形及び買掛金	93,703	144,436	50,732
電子記録債務	106,106	104,848	△1,258
短期借入金	83,428	87,873	4,445
1年内償還予定の社債	108,566	10,900	△97,666
未払酒税	46,412	51,561	5,148
未払消費税等	10,791	22,236	11,445
未払法人税等	34,392	22,297	△12,095
未払金	122,239	142,376	20,137
未払費用	62,329	93,388	31,059
賞与引当金	12,616	20,737	8,121
その他	79,442	79,021	△421
II 固定負債	557,315	2,566,103	2,008,788
社債	64,700	476,151	411,451
長期借入金	322,387	1,470,386	1,147,998
繰延税金負債	80,104	453,924	373,819
退職給付引当金	11,000	—	△11,000
役員退職慰労引当金	298	684	385
退職給付に係る負債	—	36,372	36,372
その他	78,824	128,585	49,760
負債合計	1,317,344	3,345,781	2,028,436
(純 資 産 の 部)			
I 株主資本	711,624	739,505	27,880
資本金	70,000	70,000	—
資本剰余金	△21,109	△20,739	370
利益剰余金	666,066	692,849	26,783
自己株式	△3,332	△2,604	727
II その他の包括利益累計額	56,386	142,516	86,129
その他有価証券評価差額金	20,611	20,322	△289
繰延ヘッジ損益	1,374	1,239	△134
為替換算調整勘定	34,400	132,379	97,978
退職給付に係る調整累計額	—	△11,425	△11,425
III 少数株主持分	288,714	308,733	20,019
純資産合計	1,056,726	1,190,756	134,030
負債純資産合計	2,374,070	4,536,537	2,162,467

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 2013年 1月 1日 至 2013年12月31日 〕	〔 自 2014年 1月 1日 至 2014年12月31日 〕	
	金 額	金 額	金 額
I 売 上 高	2,040,204	2,455,249	415,045
II 売 上 原 価	1,015,376	1,244,469	229,093
売 上 総 利 益	1,024,827	1,210,780	185,952
III 販 売 費 及 び 一 般 管 理 費	898,269	1,046,027	147,757
販 売 促 進 費 及 び 手 数 料	393,857	425,356	31,499
広 告 宣 伝 費	83,770	108,810	25,039
運 搬 費 及 び 保 管 費	74,863	84,242	9,378
労 務 費	167,544	196,480	28,936
減 価 償 却 費	36,047	43,303	7,255
そ の 他	142,184	187,833	45,648
営 業 利 益	126,558	164,753	38,194
IV 営 業 外 収 益	5,934	12,006	6,072
受 取 利 息	996	1,038	41
受 取 配 当 金	2,558	5,782	3,223
補 助 金 収 入	724	1,982	1,258
雑 収 入	1,655	3,203	1,548
V 営 業 外 費 用	11,939	22,916	10,976
支 払 利 息	8,320	19,179	10,859
為 替 差 損	1,493	—	△1,493
雑 支 出	2,125	3,737	1,611
経 常 利 益	120,552	153,842	33,290
VI 特 別 利 益	181,170	13,489	△167,681
受 取 保 険 金	1,059	—	△1,059
組 織 再 編 益	2,754	—	△2,754
持 分 変 動 利 益	131,383	—	△131,383
関 係 会 社 株 式 売 却 益	45,490	12,519	△32,971
そ の 他	482	970	487
VII 特 別 損 失	15,897	41,101	25,203
固 定 資 産 廃 棄 損	4,537	4,361	△176
買 収 関 連 費 用	—	8,941	8,941
組 織 再 編 関 連 費 用	4,361	16,156	11,794
の れ ん 償 却 額	—	5,462	5,462
そ の 他	6,998	6,180	△818
税金等調整前当期純利益	285,826	126,230	△159,595
法人税、住民税及び事業税	60,488	60,365	△123
法人税等調整額	12,950	3,565	△9,385
少数株主損益調整前当期純利益	212,386	62,300	△150,086
少数株主利益	16,812	23,936	7,124
当期純利益	195,574	38,363	△157,210

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 2013年 1月 1日 至 2013年12月31日〕	当連結会計年度 〔自 2014年 1月 1日 至 2014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		285,826	126,230
減価償却費		63,403	81,763
のれん償却額		24,092	53,789
受取利息及び受取配当金		△3,554	△6,820
支払利息		8,320	19,179
関係会社株式売却益		△45,490	△12,519
持分変動利益		△131,383	—
固定資産廃棄損		4,537	4,361
売上債権の増減額(△は増加)		△10	△41,611
たな卸資産の増減額(△は増加)		△11,640	216
仕入債務の増減額(△は減少)		△3,473	22,135
未払酒税及び未払消費税等の増減額(△は減少)		1,273	9,230
その他		19,984	5,151
小計		211,885	261,106
利息及び配当金の受取額		4,738	7,052
利息の支払額		△8,650	△17,539
法人税等の支払額		△41,471	△92,934
営業活動によるキャッシュ・フロー		166,503	157,686
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		△90,011	△105,125
有形及び無形固定資産の売却による収入		3,027	6,552
投資有価証券の取得による支出		△854	△5,229
投資有価証券の売却及び償還による収入		176	3,389
関係会社株式の取得による支出		△481	△1,490
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		△13,914	△1,388,964
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入		—	16,784
事業譲受による支出		△220,098	—
その他		10,807	358
投資活動によるキャッシュ・フロー		△215,493	△1,473,724
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ス・ペーパーの増減額 (△は減少)		△20,827	5,057
長期借入れによる収入		45,934	1,107,424
長期借入金の返済による支出		△36,394	△60,833
社債の発行による収入		—	168,710
社債の償還による支出		△15,250	△110,885
リース債務の返済による支出		△3,103	△3,041
自己株式の売却による収入		—	1,097
配当金の支払額		△7,504	△11,598
少数株主への配当金の支払額		△6,152	△17,957
少数株主からの払込による収入		275,465	—
財務活動によるキャッシュ・フロー		232,167	1,077,974
IV 現金及び現金同等物に係る換算差額		7,342	18,741
V 現金及び現金同等物の増減額(△は減少)		190,519	△219,322
VI 現金及び現金同等物の期首残高		228,110	418,630
VII 現金及び現金同等物の期末残高		418,630	199,308

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う製品・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」、「酒類事業」の2つを報告セグメントとしています。

(報告セグメントの変更等に関する事項)

当連結会計年度より、2014年10月1日に実施した組織変更に伴い、「ビール・スピリッツセグメント」を「酒類セグメント」に変更するとともに、従来、「その他」の区分に含まれていたワイン事業を「酒類セグメント」に移管しています。

なお、前連結会計年度のセグメント情報については、組織変更後の報告セグメントの区分に基づき組替を行い、表示しています。

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
 酒類…………… ウイスキー、RTD、焼酎、ビール類、ワイン 他
 その他…………… 中国事業、健康食品、アイスクリーム、外食、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

(単位:百万円)

当連結会計年度(自 2014年1月1日 至 2014年12月31日)

	飲料・食品	酒類	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	1,249,280	891,497	314,471	2,455,249	—	2,455,249
セグメント間の内部売上高又は振替高	9,087	4,307	10,024	23,419	△ 23,419	—
計	1,258,368	895,804	324,496	2,478,669	△ 23,419	2,455,249
セグメント利益	104,140	61,726	30,437	196,304	△ 31,551	164,753

(単位:百万円)

前連結会計年度(自 2013年1月1日 至 2013年12月31日)

	飲料・食品	酒類	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	635,202	290,726	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	3,516	10,733	21,276	△ 21,276	—
計	1,121,301	638,719	301,460	2,061,480	△ 21,276	2,040,204
セグメント利益	91,330	39,212	27,818	158,360	△ 31,802	126,558

(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 △ 31,551 百万円
 各報告セグメントに配分していない全社費用 △ 31,616 百万円
 セグメント間取引消去 64 百万円

前連結会計期間
 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

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

(単位:百万円)

当連結会計年度(自 2014年1月1日 至 2014年12月31日)

	日本				海外計	合計
	米州	欧州	アジア・オセアニア等			
売上高	1,567,718	235,687	316,361	335,482	887,530	2,455,249
連結売上高に占める比率	63.9%	9.6%	12.9%	13.6%	36.1%	100.0%

(単位:百万円)

前連結会計年度(自 2013年1月1日 至 2013年12月31日)

	日本				海外計	合計
	米州	欧州	アジア・オセアニア等			
売上高	1,526,012	80,670	171,552	261,968	514,191	2,040,204
連結売上高に占める比率	74.8%	4.0%	8.4%	12.8%	25.2%	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)米州…………… 北米、及び中米諸国
 (2)欧州…………… ヨーロッパ、中東、及びアフリカ諸国
 (3)アジア・オセアニア等…………… アジア、オセアニア、及び南米諸国

3. 当連結会計年度において、Beam Suntory Inc.が連結子会社になったことに伴い、従来までの「日本」、「欧州」、「アジア・オセアニア」、「米州」から「日本」、「米州」、「欧州」、「アジア・オセアニア等」に変更しています。また、前連結会計年度については、変更後の区分に基づき組み替えています。