



2016年2月15日

## 2015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. 2015年12月期の連結業績(2015年1月1日～2015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	%
2015年12月期	2,686,765	9.4	185,094	12.3	156,286	1.6	45,239	17.9
2014年12月期	2,455,249	20.3	164,753	30.2	153,842	27.6	38,363	△ 80.4

#### (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	%
2015年12月期	254,827	18.0	226,019	10.2	103,471	30.7
2014年12月期	215,933	43.2	205,023	41.6	79,145	△ 63.2

※ 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 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	%		%		%	
2015年12月期	66	19	-	-	5.2		3.4		6.9	
2014年12月期	56	20	-	-	4.7		4.5		6.7	

(参考) 持分法投資損益 2015年12月期 △ 5,062 百万円 2014年12月期 △ 860 百万円

EBITDA倍率 2015年12月期 4.5 2014年12月期 5.2

※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

#### (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	
2015年12月期	4,606,990		1,162,629		18.6		1,254 32	
2014年12月期	4,536,537		1,190,756		19.4		1,290 82	

(参考) 自己資本 2015年12月期 857,673 百万円 2014年12月期 882,022 百万円

D/Eレシオ 2015年12月期 1.11 2014年12月期 1.15

※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

#### (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	
2015年12月期	266,237		△ 207,552		6,527		257,990	
2014年12月期	157,686		△ 1,473,724		1,077,974		199,308	

(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	%	%
2015年12月期	12 00	8,205	18.1	0.9
2014年12月期	12 00	8,199	21.4	1.0

## 3. 2016年12月期の連結業績予想(2016年1月1日～2016年12月31日)

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益	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	2,730,000 1.6	188,000 1.6	160,000 2.4	50,000 10.5	73 15

(参考)

のれん等償却前利益

258,000	1.2	230,000	1.8	108,000	4.4
---------	-----	---------	-----	---------	-----

## 経営成績

### 1.当連結会計期間の概況

当連結会計期間(2015年1月1日～2015年12月31日)の世界経済は、不確実性が続く環境であったものの、全体として緩やかな回復がみられました。わが国経済においては、個人消費に底堅い動きがみられるなど、緩やかな回復基調が続きました。

こうした中サントリーグループは、〈飲料・食品〉〈酒類〉〈その他〉の各セグメントにおいて国内外で積極的な事業展開を行いました。当期の業績は、売上高2兆6,868億円(前年同期比109.4%)、営業利益1,851億円(同112.3%)、経常利益1,563億円(同101.6%)、当期純利益452億円(同117.9%)となりました。

なお、グローバル企業との比較に有効な指標として、のれん等償却前利益では、営業利益2,548億円(前年同期比118.0%)、経常利益2,260億円(同110.2%)、当期純利益1,035億円(同130.7%)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、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、同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、重点ブランドの強化に加え、新しい価値を持つ商品の投入や高付加価値商品の強化を通じ、新たな需要の創造に取り組みました。

「[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」等の小容量商品が好調に推移したことに加え、4月に発売した「[サントリー 南アルプスの天然水&ヨーグリーナ](#)」が大きく寄与し、ブランド全体の販売数量が大幅に伸長しました。

「[BOSS](#)」は、主力商品のリニューアルに加え、「[プレミアムボス ブラック](#)」「[同 微糖](#)」が好調に推移し、販売数量が大きく伸長しました。

「[伊右衛門](#)」は、販売数量が前年並となりましたが、特定保健用食品「特茶」が引き続き好調に推移しました。

「[GREEN DA・KA・RA](#)」は、リニューアルした「[同 やさしい麦茶](#)」が堅調に推移し、販売数量は前年同期を上回りました。

「[オレンジーナ](#)」は、オレンジーナ・シュウェップス・グループと共同開発した「[レモンジーナ](#)」に加え、季節限定商品も寄与し、販売数量が大幅に伸長しました。

特定保健用食品は、「[伊右衛門 特茶](#)」に加え、3月にリニューアルした「[サントリー 黒烏龍茶](#)」が好評を得ました。「[ペプシ スペシャル](#)」「[サントリー 胡麻麦茶](#)」「[ボス ブラック](#)」ボトル缶等を含めた特定保健用食品合計の販売数量は前年同期を大きく上回り、同社が市場拡大を牽引しました。

また、7月31日付でジャパンビバレッジグループおよびジェイティエースターグループが同社グループに新たに加わり、お客様のさまざまなニーズにお応えする“総合飲料サービス提供事業”を開始しました。

国際事業では、各エリアにおいて重点ブランドの一層の強化やコスト削減等を実施しました。

欧州では、<sup>オレンジナ</sup>「Orangina」<sup>オアシス</sup>「Oasis」<sup>シュウェッप्ス</sup>「Schweppes」<sup>ルコゼード</sup>「Lucozade」<sup>ライビーナ</sup>「Ribena」等の主力ブランドを中心に積極的なマーケティング活動を展開しました。フランスでは、「Orangina」で新たな広告宣伝を行うなど、ブランドコミュニケーションを刷新しました。スペインでは業務用で「Schweppes」が好調に推移しました。英国では、「Lucozade」で新商品の投入や積極的なマーケティング活動を実施するなど、継続的なブランド強化に取り組みました。

アジアでは、各国において事業基盤の強化や主力ブランドを中心としたマーケティング活動に取り組みました。健康食品事業では、タイにおいて<sup>フランス エッセンス オフ チキン</sup>「BRAND'S Essence of Chicken」の発売180周年を記念したプロモーションを展開しました。飲料事業では、ベトナムでペプシコブランドに加えサントリーブランドの展開エリアの拡大や生産体制の強化に取り組み、サントリーブランド<sup>ティープラス</sup>「TEA+」の販売が大幅に伸長しました。新たな営業体制を構築したマレーシア等においても、販売が好調に推移しました。

オセアニアでは、フルコア・グループが主力ブランド<sup>ヴィ</sup>「V」の活性化に加え、サントリーブランド商品<sup>オヴィ</sup>「OVI」で積極的なマーケティング活動を行いました。

米州では、ノースカロライナ州を中心にペプシコブランドのさらなる販売強化に加え、物流拠点統合に向けた取り組みなど、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、1兆3,714億円(前年同期比109.8%)、営業利益1,110億円(同106.6%)となりました。

## 〈酒類セグメント〉

[ビームサントリー社](#)は、前年同期比123%の売上となりました。

北米・中南米地域では、「[メーカーズマーク](#)」「[ノブ クリーク](#)」「[バイゼル ヘイデン](#)」「[ラフロイグ](#)」などが伸長しました。なかでも米国では「[ジムビーム](#)」ブランドでラインナップを拡充するなど積極的なマーケティング活動を行ったほか、「[オルニトス](#)」「[ミドリ](#)」などが伸長しました。

その他地域(北米・中南米地域、日本以外)では、欧州・豪州などが好調に推移しました。特に、「[メーカーズマーク](#)」「[ラフロイグ](#)」「[カナディアンクラブ](#)」などが伸長しました。

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、主要ブランドが好調に推移し、前年同期比113%と伸長しました。「[角瓶](#)」は食との相性訴求をテーマにしたマーケティング活動などにより、前年同期比114%と伸長しました。国産プレミアムウイスキーは、3月に発売した「[響 JAPANESE HARMONY](#)」に続き、9月に発売した「[知多](#)」も好調な販売となりました。「[ジムビーム](#)」は“シトラスハイボール”という飲み方提案を軸にお客様接点の拡大を図った結果、前年同期比162%と極めて好調に推移しました。

RTDIは、前年同期比114%と好調に推移し、11年連続で過去最高を更新、同社が市場拡大を牽引しました。「[-196°C ストロングゼロ](#)」は、引き続き食中酒としての魅力を積極的に訴求し、前年同期比119%と大幅に伸長しました。「ほろよい」は、通年商品のリニューアルや季節限定商品がご好評いただき、前年同期比101%となりました。2月に発売した「[こくしぼり](#)」は、上方修正後の年間計画を上回る313万ケース<sup>※1</sup>となりました。また、「[角ハイボール缶](#)」「[トリスハイボール缶](#)」の好調に加え、「ジムビーム シトラスハイボール缶」の新発売が寄与し、ハイボール缶計で前年同期比120%と大きく伸長しました。

※1 1ケース=250ml×24本

[サントリービール\(株\)](#)は、総市場<sup>※2</sup>が前年同期比99%程度と推定される中、7,359万ケース<sup>※3</sup>（前年同期比101%）の販売数量となりました。特にビールは市場が横ばいとなる中、同社の販売は前年同期比105%と大きく伸長しました。

プレミアムビールのリーディングブランドである「[ザ・プレミアム・モルツ](#)」は、“エールタイプ”の「[同く香るプレミアム](#)」、 “スーパープレミアムクラス”の「[～同～ マスターズドリーム](#)」を発売するなど積極的なマーケティング活動を展開し、お客様との接点拡大を図りました。「[ザ・モルツ](#)」は、‘UMAMI’に着目した“NEW スタンダードビール”として20代から40代のお客様を中心に支持を獲得し、上方修正後の年間計画を上回る販売数量となり、ビール市場を活性化しました。

「[金麦](#)」ブランドは、新ジャンル市場を4ポイント程度上回る前年同期比102%となりました。

No.1<sup>※4</sup>ノンアルコールビールテイスト飲料「[オールフリー](#)」は、積極的なマーケティング活動によりユーザーの拡大に取り組みました。

※2 ビール、発泡酒、新ジャンル、ノンアルコールビールテイスト飲料計

※3 大瓶換算(1ケース=633ml×20本)

※4 インターズRI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  
15年1月～15年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\(株\)](#)のワイン事業は、前年同期比104%となりました。国産ワインは、「[酸化防止剤無添加の美味しいワイン](#)。」ブランドが前年同期比119%と大きく伸長しました。また、国産ぶどう100%ワイン“日本ワイン”では「[ジャパンプレミアム 岩垂原メルロ 2010](#)」が国際ワインコンクールで「日本ワイン特別賞」「金賞」を同時に受賞しました。

輸入ワインは、中高価格帯商品が好調に推移しました。また9月に「[サンタ バイ サンタ カロリーナ](#)」を投入したチリワインや、「[フレシネ](#)」などスパークリングワインが大きく伸長しました。

これらの結果、酒類セグメントの売上高は、1兆261億円(前年同期比115.1%)、営業利益784億円(同127.0%)となりました。

〈その他セグメント〉

[サントリーウエルネス\(株\)](#)、[\(株\)ダイナック](#)などの外食事業、[ハーゲンダッツジャパン\(株\)](#)などが好調に推移しました。当社が保有していた(株)ティップネスの全株式を前期末に譲渡したことなどから、その他セグメントの売上高は2,892億円(前年同期比92.0%)、営業利益303億円(同99.6%)となりました。

なお、国内売上高は1兆6,561億円(前年同期比105.6%)、海外売上高は1兆306億円(同116.1%)となりました。売上の海外比率は38%、のれん等償却前営業利益の海外比率は49%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は、震災以降累計108億円の規模で、「漁業の復興支援」「未来を担う子どもたちの支援」「チャレンジド・スポーツ(障がい者スポーツ)支援」「文化・スポーツを通じた支援」を柱に継続して実施しています。

また、日本の車椅子バスケットボールを応援したいという思いから、一般社団法人 日本車椅子バスケットボール連盟とオフィシャルパートナー契約を7月に締結しました。

環境活動では、水源涵養活動を展開している「サントリー 天然水の森」において引き続き積極的な活動を展開し、水源涵養面積は約8,000haとなりました。2020年までに国内工場で使用する地下水量の2倍の水を育む面積である12,000haを目指していきます。子どもたちに水の大切さを伝える次世代環境教育「水育」<sup>みずいく</sup>は、活動開始以来の参加者が10万人を突破したほか、海外初となる「水育」をベトナムで開始しました。また、容器包装の軽量化や生産工程での節水・省エネルギー活動も推進しました。植物由来原料100%使用ペットボトルの開発に米国企業と共同で取り組んでおり、2016年1月には実証プラントを建設することを決定しました。

## 2.次期の見通し

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。

### 〈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、引き続き国内・国際事業ともに基盤強化に取り組み、各エリアでの売上成長と利益の成長を目指します。国内事業では、ブランド価値の向上および新たな需要の創造に向けた取り組みを進め、“総合飲料サービス提供事業”を発展させていきます。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、同社グループ会社間の連携やエリア統括機能を強化していきます。

### 〈酒類セグメント〉

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、ブランド育成および営業力の強化などを通じてさらなる成長を目指します。日本では、ウイスキーは「角瓶」「ジムビーム」「トリス〈クラシック〉」、RTDは「-196℃ ストロングゼロ」「ほろよい」「こくしぼり」「角ハイボール缶」「トリスハイボール缶」などを重点ブランドとして位置づけます。また、RTDの新商品「-196℃ 極キレ」「ホームメイドスタイル」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、プレミアムビールのリーディングブランドである「ザ・プレミアム・モルツ」に加え、スタンダードビール「ザ・モルツ」のマーケティング活動を強化することで、ビール市場の活性化を図ります。また、「金麦」ブランド、「オールフリー」ブランドの活動をいっそう強化するなど新たな需要を喚起していきます。

サントリーワインインターナショナル(株)は、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おいしいワイン。」ブランドに注力します。輸入ワインではワインの幅広い魅力をお伝えするべく、チリワインや中高価格帯商品の販売拡大を図るとともに、“肉専用ワイン”「[カーニヴォ](#)」などを通じて食との相性訴求活動を展開します。

### 〈その他セグメント〉

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「<sup>エファージュ</sup>F.A.G.E.」等に注力します。外食事業においては、(株)ダイナックなどが積極的に事業展開します。

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1兆4,200億円(前年同期比103.5%)、酒類セグメント1兆400億円(同101.4%)、その他セグメント2,700億円(同93.3%)を予定しています。

以上を総合して、2016年12月期の売上高は、2兆7,300億円(前年同期比101.6%)、営業利益1,880億円(同101.6%)、経常利益1,600億円(同102.4%)、当期純利益500億円(同110.5%)を予定しています。

なお、のれん等償却前利益は、営業利益2,580億円(前年同期比101.2%)、経常利益2,300億円(同101.8%)、当期純利益1,080億円(同104.4%)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 (2014年12月31日現在)	当連結会計年度 (2015年12月31日現在)	増 減
	金 額	金 額	金 額
( 資 産 の 部 )			
I 流動資産	1,166,254	1,205,761	39,507
現金及び預金	199,331	258,622	59,290
受取手形及び売掛金	376,398	380,562	4,164
商品及び製品	386,447	370,258	△16,188
仕 掛 品	14,199	18,212	4,012
原材料及び貯蔵品	52,227	50,456	△1,770
繰延税金資産	40,390	45,349	4,959
そ の 他	99,542	84,409	△15,133
貸倒引当金	△2,282	△2,109	173
II 固定資産	3,368,824	3,400,453	31,629
1. 有形固定資産	676,606	686,068	9,462
建物及び構築物	185,309	198,016	12,706
機械装置及び運搬具	253,480	255,743	2,263
工具、器具及び備品	69,266	63,223	△6,042
土 地	107,362	106,203	△1,158
建設仮勘定	39,321	22,362	△16,959
そ の 他	21,865	40,518	18,652
2. 無形固定資産	2,506,267	2,512,908	6,640
の れ ん	1,118,703	1,136,879	18,175
商 標 権	1,323,906	1,285,478	△38,428
そ の 他	63,656	90,550	26,894
3. 投資その他の資産	185,951	201,477	15,526
投資有価証券	122,396	119,633	△2,763
繰延税金資産	9,476	7,890	△1,586
退職給付に係る資産	272	18,535	18,263
そ の 他	55,694	56,727	1,033
貸倒引当金	△1,888	△1,309	579
III 繰延資産	1,458	774	△683
資 産 合 計	4,536,537	4,606,990	70,452



(単位:百万円)

期 別 科 目	前連結会計年度 (2014年12月31日現在)	当連結会計年度 (2015年12月31日現在)	増 減
	金 額	金 額	金 額
( 負 債 の 部 )			
I 流動負債	779,677	934,627	154,949
支払手形及び買掛金	144,436	146,790	2,353
電子記録債務	104,848	109,333	4,484
短期借入金	87,873	161,664	73,790
1年内償還予定の社債	10,900	51,918	41,018
未払酒税	51,561	55,064	3,503
未払消費税等	22,236	22,349	113
未払法人税等	22,297	36,629	14,331
未払金	142,376	157,615	15,239
未払費用	93,388	83,008	△10,380
賞与引当金	20,737	26,149	5,411
その他	79,021	84,104	5,083
II 固定負債	2,566,103	2,509,733	△56,370
社債	476,151	421,883	△54,268
長期借入金	1,470,386	1,427,812	△42,573
繰延税金負債	453,924	471,066	17,142
役員退職慰労引当金	684	1,004	320
退職給付に係る負債	36,372	33,926	△2,445
その他	128,585	154,039	25,454
負債合計	3,345,781	3,444,361	98,579
( 純 資 産 の 部 )			
I 株主資本	739,505	790,288	50,782
資本金	70,000	70,000	—
資本剰余金	△20,739	△20,780	△41
利益剰余金	692,849	743,354	50,504
自己株式	△2,604	△2,285	319
II その他の包括利益累計額	142,516	67,384	△75,132
その他有価証券評価差額金	20,322	26,427	6,104
繰延ヘッジ損益	1,239	△3,803	△5,043
為替換算調整勘定	132,379	53,256	△79,122
退職給付に係る調整累計額	△11,425	△8,496	2,929
III 少数株主持分	308,733	304,956	△3,777
純資産合計	1,190,756	1,162,629	△28,126
負債純資産合計	4,536,537	4,606,990	70,452

## 連結損益計算書

(単位:百万円)

期 別 科 目	前連結会計年度 (自 2014年 1月 1日 至 2014年 12月 31日)	当連結会計年度 (自 2015年 1月 1日 至 2015年 12月 31日)	増 減
	金 額	金 額	金 額
I 売 上 高	2,455,249	2,686,765	231,515
II 売 上 原 価	1,244,469	1,330,001	85,532
売 上 総 利 益	1,210,780	1,356,763	145,983
III 販 売 費 及 び 一 般 管 理 費	1,046,027	1,171,669	125,642
販 売 促 進 費 及 び 手 数 料	425,356	469,724	44,367
広 告 宣 伝 費	108,810	117,369	8,559
運 搬 費 及 び 保 管 費	84,242	83,061	△1,181
労 務 費	196,480	234,930	38,449
減 価 償 却 費	43,303	48,513	5,209
そ の 他	187,833	218,070	30,236
営 業 利 益	164,753	185,094	20,341
IV 営 業 外 収 益	12,006	9,178	△2,827
受 取 利 息	1,038	973	△65
受 取 配 当 金	5,782	2,552	△3,229
雑 収 入	5,185	5,653	467
V 営 業 外 費 用	22,916	37,987	15,070
支 払 利 息	19,179	28,825	9,646
持 分 法 に よ る 投 資 損 失	860	5,062	4,202
雑 支 出	2,877	4,099	1,222
経 常 利 益	153,842	156,286	2,443
VI 特 別 利 益	13,489	28,931	15,442
投 資 有 価 証 券 売 却 益	370	5,555	5,185
関 係 会 社 株 式 売 却 益	12,519	4,294	△8,224
段 階 取 得 に 係 る 差 益	—	15,698	15,698
そ の 他	600	3,383	2,783
VII 特 別 損 失	41,101	34,655	△6,445
減 損 損 失	609	13,043	12,434
固 定 資 産 廃 棄 損	4,361	4,056	△304
買 収 関 連 費 用	8,941	—	△8,941
組 織 再 編 関 連 費 用	16,156	8,344	△7,812
の れ ん 償 却 額	5,462	—	△5,462
そ の 他	5,570	9,211	3,640
税金等調整前当期純利益	126,230	150,562	24,331
法人税、住民税及び事業税	60,365	74,705	14,340
法人税等調整額	3,565	7,351	3,786
少数株主損益調整前当期純利益	62,300	68,505	6,204
少数株主利益	23,936	23,266	△670
当期純利益	38,363	45,239	6,875

## 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 2014年 1月 1日 至 2014年12月31日〕	当連結会計年度 〔自 2015年 1月 1日 至 2015年12月31日〕
		金額	金額
<b>I 営業活動によるキャッシュ・フロー</b>			
税金等調整前当期純利益		126,230	150,562
減価償却費		81,763	94,502
のれん償却額		53,789	64,828
受取利息及び受取配当金		△6,820	△3,525
支払利息		19,179	28,825
持分法による投資損失		860	5,062
投資有価証券売却益		△370	△5,555
関係会社株式売却益		△12,519	△4,294
段階取得に係る差益		—	△15,698
減損損失		609	13,043
固定資産廃棄損		4,361	4,056
売上債権の増減額(△は増加)		△41,611	△1,468
たな卸資産の増減額(△は増加)		216	△11,783
仕入債務の増減額(△は減少)		22,135	△12
未払酒税及び未払消費税等の増減額(△は減少)		9,230	3,491
その他		4,052	32,266
小計		261,106	354,301
利息及び配当金の受取額		7,052	4,630
利息の支払額		△17,539	△31,947
法人税等の支払額		△92,934	△60,746
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>		<b>157,686</b>	<b>266,237</b>
<b>II 投資活動によるキャッシュ・フロー</b>			
有形及び無形固定資産の取得による支出		△105,125	△107,080
有形及び無形固定資産の売却による収入		6,552	8,740
投資有価証券の取得による支出		△5,229	△2,062
投資有価証券の売却及び償還による収入		3,389	12,574
投資有価証券の払戻による収入		—	3,411
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出		△1,388,964	△134,317
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	4,853
事業譲渡に係る前受収入		—	7,036
その他		△1,131	△708
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>		<b>△1,473,724</b>	<b>△207,552</b>
<b>III 財務活動によるキャッシュ・フロー</b>			
短期借入金及びコマース・ペーパーの増減額 (△は減少)		5,057	△13,107
長期借入れによる収入		1,107,424	207,863
長期借入金の返済による支出		△60,833	△147,779
社債の発行による収入		168,710	—
社債の償還による支出		△110,885	△11,400
リース債務の返済による支出		△3,041	△4,808
自己株式の売却による収入		1,097	502
配当金の支払額		△11,598	△8,199
少数株主への配当金の支払額		△17,957	△16,563
その他		—	20
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>		<b>1,077,974</b>	<b>6,527</b>
<b>IV 現金及び現金同等物に係る換算差額</b>		<b>18,741</b>	<b>△6,530</b>
<b>V 現金及び現金同等物の増減額(△は減少)</b>		<b>△219,322</b>	<b>58,682</b>
<b>VI 現金及び現金同等物の期首残高</b>		<b>418,630</b>	<b>199,308</b>
<b>VII 現金及び現金同等物の期末残高</b>		<b>199,308</b>	<b>257,990</b>

## 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。

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……………スピリッツ、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

前連結会計年度(自 2014年1月1日 至 2014年12月31日)

(単位:百万円)

	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

当連結会計年度(自 2015年1月1日 至 2015年12月31日)

(単位:百万円)

	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	1,371,384	1,026,134	289,245	2,686,765	—	2,686,765
セグメント間の内部売上高 又は振替高	9,622	2,384	10,828	22,835	△ 22,835	—
計	1,381,007	1,028,519	300,074	2,709,601	△ 22,835	2,686,765
セグメント利益	110,998	78,367	30,320	219,686	△ 34,591	185,094

(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。

前連結会計年度		
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
当連結会計年度		
セグメント利益の調整額	△ 34,591	百万円
各報告セグメントに配分していない全社費用	△ 34,668	百万円
セグメント間取引消去	76	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

前連結会計年度(自 2014年1月1日 至 2014年12月31日)

(単位:百万円)

	日本	海外			海外計	合計
		米州	欧州	アジア・オセアニア		
売上高	1,567,718	238,853	316,361	332,316	887,530	2,455,249
連結売上高に占める比率	63.9%	9.7%	12.9%	13.5%	36.1%	100.0%

当連結会計年度(自 2015年1月1日 至 2015年12月31日)

(単位:百万円)

	日本	海外			海外計	合計
		米州	欧州	アジア・オセアニア		
売上高	1,656,118	347,015	333,557	350,074	1,030,646	2,686,765
連結売上高に占める比率	61.6%	12.9%	12.4%	13.0%	38.4%	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、及び中南米諸国  
 (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……………アジア、及びオセアニア  
 3. 当連結会計年度において、社内の管理区分の変更に伴い、従来までの「日本」、「米州」、「欧州」、「アジア・オセアニア等」、から「日本」、「米州」、「欧州」、「アジア・オセアニア」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。