



2017年12月期 決算概況〔IFRS〕(連結)

2018年2月16日

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) 広報部長

(氏名) 丹羽 徹

広報部 TEL (03) 5579-1150

TEL (06) 6346-0835

(百万円未満切捨て)

1. 2017年12月期の連結業績 (2017年1月1日~2017年12月31日)

(1) 連結経営成績

(%表示は対前期増減率)

	売上収益 (酒税込み)		売上収益 (酒税控除後)		営業利益		税引前利益		当期利益		親会社の所有者に 帰属する当期利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2017年12月期	2,420,286	2.6	2,157,531	2.7	253,639	0.3	226,890	1.4	251,846	13.0	211,448	13.9
2016年12月期	2,358,404	—	2,101,598	—	252,888	—	223,837	—	222,812	—	185,682	—

(参考) 調整後営業利益 2017年12月期 255,445百万円 (3.2%) 2016年12月期 247,565百万円 (—%)

調整後営業利益は、営業利益から非経常的な要因により発生した損益を除いて算出しています。

	基本的1株当たり 当期利益		希薄化後1株当たり 当期利益		親会社所有者帰属持分 当期利益率	資産合計 税引前利益率	売上収益(酒税控除後) 営業利益率
	円	銭	円	銭	%	%	%
2017年12月期	308	63	—	—	19.5	5.0	11.8
2016年12月期	271	40	—	—	20.0	4.9	12.0

(2) 連結財政状態

	資産合計		資本合計		親会社の所有者に 帰属する持分	親会社所有者 帰属持分比率	1株当たり親会社 所有者帰属持分
	百万円		百万円		百万円	%	円 銭
2017年12月期	4,579,576		1,545,713		1,204,747	26.3	1,757 07
2016年12月期	4,472,380		1,272,134		966,979	21.6	1,412 09

(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
2017年12月期	261,703	△80,049	△172,042	359,518
2016年12月期	252,606	△62,371	△87,721	352,519

2. 配当の状況

	年間		配当金総額(年間)	配当性向(連結)	親会社所有者帰属 持分配当率
	円	銭	百万円	%	%
2017年12月期	13	00	8,913	4.2	0.8
2016年12月期	13	00	8,902	4.8	1.0

3. 2018年12月期の連結業績予想 (2018年1月1日~2018年12月31日)

	売上収益 (酒税込み)		売上収益 (酒税控除後)		営業利益		税引前利益		親会社の所有者に 帰属する当期利益		基本的1株 当たり当期利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円	銭
通期	2,500,000	3.3	2,235,000	3.6	264,000	4.1	239,000	5.3	126,000	△40.4	183	77

(参考) 調整後営業利益 2018年12月期 258,000百万円 (1.0%)

経営成績

1.当連結会計期間の概況

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、売上収益(酒税控除後)2兆1,575億円(前年同期比102.7%)、売上収益(酒税込み)2兆4,203億円(前年同期比102.6%)、営業利益2,536億円(同100.3%)、親会社の所有者に帰属する当期利益2,114億円(同113.9%)となりました。

なお、当社は、当期決算から国際会計基準(IFRS)の任意適用を開始しました。前年同期との比較は、前連結会計年度の数値をIFRSに組み替えています。

〈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、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注力したほか、同社グループ各社の知見を活かしたコスト革新による収益力強化や、グループ全体での品質の向上に取り組みました。

日本では、重点ブランドの強化に加え、新たな価値を持つ商品の提案を通じ、新規需要の創造に取り組み、販売数量は前年同期を上回りました。「サントリー天然水」は、主力のミネラルウォーター「サントリー天然水」が引き続き好調に推移しました。さらに、新商品「サントリー天然水 PREMIUM MORNING TEA」の寄与もあり、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、主力商品に注力したことに加え、発売25周年を記念した「プライドオブボス」を9月に発売しました。また、ペットボトルの「クラフトボス」が好調に推移し「BOSS」ブランド全体の販売数量は大きく伸長しました。「伊右衛門」は、中味・パッケージをリニューアルしました。積極的なマーケティング活動も奏功し、販売数量は前年同期を上回りました。特定保健用食品は、新たなユーザーの取り込みを図るとともに、積極的なマーケティング活動を継続しました。自動販売機事業では、自動販売機専用商品の発売やオリジナルキャンペーンの実施等、自動販売機チャネルの魅力を高める取り組みを推進するとともに、法人営業に注力し、オフィス内の飲料需要の取り込みを図りました。

欧州では、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、オレンジーナ「Orangina」とオアシス「Oasis」の販売数量が前年同期を上回りました。また、低糖のプレミアムアイスティーマイティー「MayTea」の販売も好調に推移しました。英国では、積極的なマーケティング活動により、スポーツ飲料ルコゼード「Lucozade Sport」が好調に推移しましたが、エナジードリンクを含む「ルコゼードLucozade」ブランド全体の販売数量は前年同期を下回りました。スペインでは、引き続き業務用チャネルに注力し、トニックウォーターを中心に「シュウェッペスSchweppes」の販売が堅調に推移しました。

アジアでは、主力ブランドの強化に加え、各国において営業・流通体制の強化に取り組みました。清涼飲料では、ベトナムにおいて、エナジードリンク「スティングSting」と茶飲料「ティープラスTEA +」の積極的なマーケティング活動を実施し、売上は前年同期を上回りました。健康食品では、「フランス エッセンスBRAND'S Essence of オブ チキンChicken」の販売が伸長しました。

オセアニアでは、主力ブランドを中心に積極的なマーケティング活動を行い、販売拡大に取り組みました。ニュージーランドでは、エナジードリンク「V」と果汁飲料「Just Juice」を中心に新フレーバーの投入やマーケティング活動を行いました。オーストラリアでは、「V」でフレーバー展開を進めたほか、スポーツ飲料「Maximus」の店頭活動を強化し、販売拡大に取り組みました。

米州では、ノースカロライナ州でペプシブランドのさらなる販売強化に取り組み、水やコーヒー飲料等、伸長している非炭酸カテゴリーに注力しました。

これらの結果、飲料・食品セグメントの売上収益は、1兆2,264億円(前年同期比102.2%)、営業利益1,388億円(同105.5%)となりました。

〈酒類セグメント〉 酒類セグメントに記載の売上収益は酒税控除後の数値です。

ビームサントリー社は、為替や事業売却などの影響を除いた既存事業ベースの売上収益が前年同期比一桁台半ば増となりました。なかでも、「ジムビーム」「メーカーズマーク」の販売数量が二桁増となったほか、「オルニートス」なども好調に推移しました。地域別の売上収益は、米国が前年同期比一桁台半ば増、欧州が同一桁台後半増、東南アジア・中国が同二桁増となりました。

日本では、サントリースピリッツ(株)の売上収益が前年同期比106%となりました。ウイスキーは、戦略ブランド「角瓶」「ジムビーム」「トリス(クラシック)」「メーカーズマーク」などが好調に推移しました。7月には、世界的な酒類コンペティションにおいて、「響21年」が全エントリー商品の中の最高賞「シュプリーム チャンピオン スピリット」を受賞しました。RTDは、販売数量が前年同期比110%と13年連続で伸長しました。「-196°C ストロングゼロ」が食中酒としてご好評いただき大きく伸長したことに加え、「こくしぼりプレミアム」、ハイボール缶も好調に推移しました。また、新たな需要創造に向けた取り組みとして、ジャパニーズクラフトジン「ROKU」を7月に発売しました。

サントリービール(株)は、総市場^{※1}が前年同期比98%程度と推定される中、7,151万ケース^{※2}と前年同期並の販売となり総市場を上回りました。ノンアルコールビールテイスト飲料を除いたビール類のシェアは16.0%(課税数量ベース)で過去最高となりました。

「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドは1,705万ケースと前年同期並の販売となりビール市場を上回りました。5年ぶりに大幅リニューアルを実施した「ザ・プレミアム・モルツ」缶と「ザ・プレミアム・モルツ」ブランド樽生がそれぞれ前年同期比102%と好調に推移しました。また、新ジャンルの販売数量が過去最高となりました。「金麦(糖質75%オフ^{※3})」が前年同期比約1割増となったほか、新商品の高アルコール新ジャンル「頂(いただき)^{※4}」が増分に寄与しました。

「オールフリー」ブランドは、ノンアルコールビールテイスト飲料市場拡大に向けた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。

※1 ノンアルコールビールテイスト飲料を含む数量ベース

※2 大瓶換算(1ケース=633ml×20本)

※3 当社「金麦」比

※4 原麦汁エキス濃度、アルコール度数、炭酸ガス濃度の比較において(当社「リキュール(発泡性)①」(限定商品を除く)との比較)

サントリーワインインターナショナル(株)の売上収益は、前年同期を上回りました。国産ワインは“酸化防止剤無添加”ブランドの販売数量が前年同期比114%と大きく伸長しました。輸入ワインは新商品「ダークホース」「サンタ プレミアム」を投入した中高価格帯商品が好調に推移しました。

これらの結果、酒類セグメントの売上収益(酒税控除後)は、7,225億円(前年同期比104.8%)、売上収益(酒税込み)9,853億円(前年同期比104.1%)、営業利益1,269億円(同99.5%)、調整後営業利益1,304億円(同105.7%)となりました。

〈その他セグメント〉 その他セグメントに記載の売上収益は酒税控除後の数値です。

サントリーウエルネス(株)の売上収益は「セサミン」シリーズなどが好調で前年同期比108%となりました。なお、サントリー(中国)ホールディングス有限公司が2016年3月に青島啤酒股份有限公司との合併契約を解消したことなどから、その他セグメントの売上収益は、2,086億円(前年同期比98.1%)、営業利益259億円(同82.1%)となりました。

なお、国内と海外の売上収益は次のとおりです。

売上収益(酒税控除後)

国内 1兆2,750億円(前年同期比101.0%) 海外 8,825億円(同105.2%)

海外比率 40.9%

売上収益(酒税込み)

国内 1兆4,668億円(前年同期比100.9%) 海外 9,535億円(同105.4%)

海外比率 39.4%

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。

熊本地震の復興支援活動は、累計4億円の規模で「熊本地域における地下水の持続可能性に貢献する活動」「文化・芸術・スポーツを通じた心と体の支援活動」を中心に実施しています。また、東日本大震災の復興支援活動は累計108億円の規模で継続して実施しています。

環境活動では、“水”に関わる活動を行う際の基本理念であるサントリーグループ「水理念」を2017年1月に策定しました。国内の「サントリー 天然水の森」約9,000haで水源涵養活動を展開するほか、ベトナムで水に関する次世代環境教育、米国やフランスにおいて水源保全活動を実施するなど海外でも現地の実情に応じた活動を進めています。また、ペットボトル開発における当社独自の「2R+B」戦略^{※5}のもと、容器包装の軽量化や、国内飲料業界で初めて構築したボトル to ボトルのメカニカルリサイクルシステム^{※6}によるリサイクル活動を継続しています。さらに、2017年5月に国内飲料メーカーとして初の国際的な森林管理認証FSC-COC認証を取得するなど、環境経営を推進しています。

- ※5 樹脂使用量の削減と再生素材の使用により徹底した資源の有効利用を図りつつ、可能な範囲で石油由来原料を再生可能原料で代替していく考え方(Reduce・Recycle+Bio)。
- ※6 メカニカルリサイクルとは、マテリアルリサイクル(使用済みの製品を粉碎・洗浄などの処理をして、新たな製品の原料とすること)で得られた再生樹脂をさらに高温、減圧下で一定時間の処理を行い、再生材中の不純物を除去する方法。当社は2011年の導入後、ペットボトルをリサイクルして新たなペットボトルに再生している。

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、グローバルに展開する“食品酒類総合企業グループ”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、新たに策定した中長期戦略および中期経営計画に基づき、これまでの戦略を一層強化し、さらなる収益性向上と基盤構築に取り組みます。

日本では、重点ブランド・カテゴリーの強化と新たな価値の提案によりお客様のニーズを捉え、市場を上回る成長を目指します。欧州では、主要国において、低糖商品の強化によるブランドポートフォリオの拡充や営業活動の強化等による消費者接点の拡大を進めます。アジアでは、主力ブランドへの注力に加え、さらなる成長に向け、新たな市場で事業を開始します。オセアニアでは、主力ブランドを強化するほか、ポートフォリオの拡充と販路の拡大を図ります。米州では、炭酸カテゴリーで回復を図るとともに、非炭酸カテゴリーにも注力します。また、新たなビジネスの展開に向けた取り組み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、プレミアムブランドの育成や、世界中に広がる販路の活用などを通して、グローバル市場においてトレンドを上回る成長を目指します。日本では、「ジムビーム」「トリス〈クラシック〉」「メーカーズマーク」「-196°C ストロングゼロ」、およびハイボール缶などのマーケティング活動を強化します。

サントリービール(株)は、引き続き「ザ・プレミアム・モルツ」「金麦」「オールフリー」の主力3ブランドに注力します。特に「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドは、ブランドならではの“クリーミーな泡”を“神泡”と称し、家庭用・業務用ともにビッグプロモーションを展開します。「オールフリー」は、中味・パッケージ・コミュニケーションを大幅刷新し、成長を図ります。加えて、伸長する高アルコール新ジャンルカテゴリーにおいて「頂〈いただき〉」ブランドを育成し、市場の活性化を図ります。

サントリーワインインターナショナル(株)は、日本・欧州の自社農園を持つワインメーカーであり、世界各国の銘醸ワインを取り扱うディストリビューターでもある強みを発揮し、さらなる成長を目指します。日本では、国産・輸入ワインの新商品投入および価値訴求活動を展開し、新たな需要創造に取り組めます。

〈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「F.A.G.E.(エファージュ)」等に注力します。また、(株)ダイナック、(株)プロントコーポレーションなども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収益は、飲料・食品セグメント1兆2,860億円(前年同期比104.9%)、酒類セグメント(酒税控除後)7,400億円(同102.4%)、酒類セグメント(酒税込み)1兆50億円(同102.0%)、その他セグメント2,090億円(同100.2%)を予定しています。

以上を総合して、2018年12月期の売上収益(酒税控除後)は2兆2,350億円(前年同期比103.6%)、売上収益(酒税込み)2兆5,000億円(前年同期比103.3%)、営業利益2,640億円(同104.1%)、親会社の所有者に帰属する当期利益1,260億円(同59.6%)を予定しています。

連結財政状態計算書

(単位：百万円)

	移行日 (2016年1月1日)	前連結会計年度 (2016年12月31日)	当連結会計年度 (2017年12月31日)
資産			
流動資産			
現金及び現金同等物	255,589	352,519	359,518
営業債権及びその他の債権	375,093	379,286	396,645
その他の金融資産	6,068	3,269	19,687
棚卸資産	414,755	383,861	408,822
その他の流動資産	50,732	72,940	66,914
小計	1,102,240	1,191,877	1,251,588
売却目的で保有する資産	65,244	—	23,152
流動資産合計	1,167,484	1,191,877	1,274,741
非流動資産			
有形固定資産	674,144	654,527	660,481
のれん	928,550	885,441	882,123
無形資産	1,588,174	1,461,504	1,469,110
持分法で会計処理されている投資	39,492	37,673	41,544
その他の金融資産	114,245	110,708	135,882
繰延税金資産	48,202	92,008	75,394
その他の非流動資産	52,039	38,637	40,297
非流動資産合計	3,444,850	3,280,502	3,304,835
資産合計	4,612,335	4,472,380	4,579,576

(単位：百万円)

	移行日 (2016年1月1日)	前連結会計年度 (2016年12月31日)	当連結会計年度 (2017年12月31日)
負債及び資本			
負債			
流動負債			
社債及び借入金	210,187	307,702	291,501
営業債務及びその他の債務	491,101	493,850	515,323
その他の金融負債	78,584	90,187	103,578
未払法人所得税等	34,206	22,472	29,478
引当金	11,358	7,674	12,383
その他の流動負債	92,263	85,349	84,614
小計	917,701	1,007,237	1,036,880
売却目的で保有する資産に直接関連する負債	40,943	—	6,215
流動負債合計	958,644	1,007,237	1,043,096
非流動負債			
社債及び借入金	1,849,696	1,636,125	1,539,763
その他の金融負債	106,890	85,441	72,908
退職給付に係る負債	39,089	41,109	41,478
引当金	8,811	8,076	7,979
繰延税金負債	424,669	405,504	307,115
その他の非流動負債	16,347	16,750	21,520
非流動負債合計	2,445,505	2,193,008	1,990,767
負債合計	3,404,150	3,200,245	3,033,863
資本			
資本金	70,000	70,000	70,000
資本剰余金	138,081	133,251	133,885
利益剰余金	674,435	851,912	1,064,603
自己株式	△2,285	△1,598	△1,006
その他の資本の構成要素	9,529	△86,586	△62,735
親会社の所有者に帰属する持分合計	889,760	966,979	1,204,747
非支配持分	318,423	305,155	340,965
資本合計	1,208,184	1,272,134	1,545,713
負債及び資本合計	4,612,335	4,472,380	4,579,576

連結損益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2016年1月1日 至 2016年12月31日)	当連結会計年度 (自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)
売上収益 (酒税込み)	2,358,404	2,420,286
酒税	△256,806	△262,754
売上収益 (酒税控除後)	2,101,598	2,157,531
売上原価	△1,072,782	△1,095,535
売上総利益	1,028,815	1,061,995
販売費及び一般管理費	△785,043	△809,653
持分法による投資利益	8,328	9,688
その他の収益	28,688	10,334
その他の費用	△27,900	△18,725
営業利益	252,888	253,639
金融収益	2,203	3,084
金融費用	△31,254	△29,833
税引前利益	223,837	226,890
法人所得税費用	△1,024	24,956
当期利益	222,812	251,846
当期利益の帰属		
親会社の所有者	185,682	211,448
非支配持分	37,130	40,398
当期利益	222,812	251,846
1株当たり当期利益		
基本的1株当たり当期利益 (円)	271.40	308.63

営業利益から調整後営業利益への調整表

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2016年1月1日 至 2016年12月31日)	当連結会計年度 (自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)
営業利益	252,888	253,639
組織再編関連費用	6,682	6,647
災害損失	3,917	876
減損損失、減損戻入益	839	616
関係会社株式売却損益、事業譲渡損益	△13,238	△1,876
その他	△3,522	△4,458
調整項目合計	△5,322	1,806
調整後営業利益	247,565	255,445

連結キャッシュ・フロー計算書

	前連結会計年度 (自 2016年1月1日 至 2016年12月31日)	当連結会計年度 (自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前利益	223,837	226,890
減価償却費及び償却費	96,336	97,262
減損損失及び減損損失戻入(△は益)	839	616
受取利息及び受取配当金	△1,964	△2,790
支払利息	27,705	25,800
持分法による投資損益(△は益)	△8,328	△9,688
棚卸資産の増減額(△は増加)	5,230	△15,623
営業債権及びその他の債権の増減額(△は増加)	△20,667	△19,451
営業債務及びその他の債務の増減額(△は減少)	22,031	15,002
その他	△1,558	3,573
小計	343,461	321,593
利息及び配当金の受取額	6,700	7,477
利息の支払額	△28,064	△27,358
法人所得税の支払額	△69,490	△40,008
営業活動によるキャッシュ・フロー	252,606	261,703
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産及び無形資産の取得による支出	△100,720	△99,379
有形固定資産及び無形資産の売却による収入	8,312	8,115
投資の取得による支出	△1,251	△3,370
投資の売却による収入	466	19,504
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	—	△8,587
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入	10,586	—
事業取得による支出	△8,088	—
事業譲渡による収入	25,148	—
その他	3,173	3,667
投資活動によるキャッシュ・フロー	△62,371	△80,049
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の増減額(△は減少)	2,214	8,546
長期借入金及び社債の発行による収入	175,018	132,125
長期借入金の返済及び社債の償還による支出	△231,912	△280,465
リース債務の返済による支出	△9,441	△10,458
自己株式の売却による収入	1,155	1,125
配当金の支払額	△8,205	△8,902
非支配持分への配当金の支払額	△12,538	△15,160
連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得による支出	△3,808	△171
その他	△204	1,317
財務活動によるキャッシュ・フロー	△87,721	△172,042
現金及び現金同等物の為替変動による影響	△5,583	827
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	102,513	9,611
現金及び現金同等物の期首残高	255,589	352,519
売却目的で保有する資産に含まれる現金及び現金同等物	—	△3,439
現金及び現金同等物の期末残高	352,519	359,518

セグメント情報

(1) 報告セグメントの概要

当社グループの報告セグメントは、当社及び子会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。

当社グループは持株会社制を導入して、持株会社の当社の下、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、当社グループの報告セグメントは事業会社等を中心とした製品別・サービス別で構成されており、「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・・・・・・・・・・健康食品、アイスクリーム、外食、花、中国事業 他

(2) セグメント収益及び業績

当社グループの報告セグメントによる収益及び業績は以下のとおりです。

前連結会計年度（自 2016年1月1日 至 2016年12月31日）

（単位：百万円）

	報告セグメント			合計	調整額 (注) 2	連結 (注) 1
	飲料・食品	酒類	その他			
売上収益（酒税込み）	1,199,690	946,158	212,555	2,358,404	—	2,358,404
売上収益（酒税控除後）						
外部顧客への売上収益	1,199,690	689,351	212,555	2,101,598	—	2,101,598
セグメント間の内部売上収益 又は振替高	9,458	4,443	9,562	23,464	△23,464	—
計	1,209,149	693,795	222,118	2,125,063	△23,464	2,101,598
セグメント利益	131,591	127,534	31,554	290,680	△37,791	252,888

(注) 1. セグメント利益は、連結損益計算書の営業利益と一致しています。

(注) 2. セグメント利益の調整額には、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。

当連結会計年度（自 2017年1月1日 至 2017年12月31日）

（単位：百万円）

	報告セグメント			合計	調整額 (注) 2	連結 (注) 1
	飲料・食品	酒類	その他			
売上収益（酒税込み）	1,226,436	985,288	208,561	2,420,286	—	2,420,286
売上収益（酒税控除後）						
外部顧客への売上収益	1,226,436	722,533	208,561	2,157,531	—	2,157,531
セグメント間の内部売上収益 又は振替高	7,571	4,233	11,561	23,366	△23,366	—
計	1,234,008	726,767	220,122	2,180,898	△23,366	2,157,531
セグメント利益	138,771	126,927	25,892	291,591	△37,951	253,639

(注) 1. セグメント利益は、連結損益計算書の営業利益と一致しています。

(注) 2. セグメント利益の調整額には、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。

(3) 地域別に関する情報

本邦以外の区分に属する主な国又は地域は、次のとおりです。

米州・・・アメリカ等

欧州・・・フランス、イギリス、スペイン等

アジア・オセアニア・・・ベトナム、タイ、オーストラリア等

1. 外部顧客からの売上収益（酒税込み）

（単位：百万円）

	日本	米州	欧州	アジア・ オセアニア	合計
前連結会計年度 (自 2016年1月1日 至 2016年12月31日)	1,453,873	329,477	292,523	282,530	2,358,404
当連結会計年度 (自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)	1,466,814	348,682	310,796	293,991	2,420,286

(注) 売上収益（酒税込み）は顧客の所在地を基礎とし、国又は地域に分類しています。

2. 外部顧客からの売上収益（酒税控除後）

（単位：百万円）

	日本	米州	欧州	アジア・ オセアニア	合計
前連結会計年度 (自 2016年1月1日 至 2016年12月31日)	1,262,764	277,276	284,955	276,601	2,101,598
当連結会計年度 (自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)	1,274,985	293,001	303,010	286,534	2,157,531

(注) 売上収益（酒税控除後）は顧客の所在地を基礎とし、国又は地域に分類しています。