



2018年12月期 決算概況〔IFRS〕（連結）

2019年2月15日

会社名 サントリーホールディングス株式会社

URL <https://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. 2018年12月期の連結業績（2018年1月1日～2018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 　　％
2018年12月期	2,517,258	4.0	2,250,782	4.3	250,859	△1.1	232,347	2.4	181,387	△28.0	140,151 △33.7
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

（参考）調整後営業利益 2018年12月期 250,955百万円（△1.8％） 2017年12月期 255,445百万円（3.2％）

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	％	％	％
2018年12月期	204	39	—	—	11.3	5.2	11.1
2017年12月期	308	63	—	—	19.5	5.0	11.8

（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
2018年12月期	4,421,864		1,651,689		1,272,770	28.8	1,856 01
2017年12月期	4,579,576		1,545,713		1,204,747	26.3	1,757 07

（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
2018年12月期	250,384		△104,196		△232,938		272,425
2017年12月期	261,703		△80,049		△172,042		359,518

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	％	％
2018年12月期	13	00	8,914	6.4	0.7
2017年12月期	13	00	8,913	4.2	0.8

3. 2019年12月期の連結業績予想（2019年1月1日～2019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	2,570,000	2.1	2,300,000	2.2	251,000	0.1	230,000	△1.0	123,000	△12.2 179 36

（参考）調整後営業利益 2019年12月期 254,000百万円（1.2％）

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)2兆2,508億円(前年同期比104.3%)、売上収益(酒税込み)2兆5,173億円(同104.0%)、営業利益2,509億円(同98.9%)、親会社の所有者に帰属する当期利益1,402億円(同66.3%)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注力したほか、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、水・コーヒー・無糖茶カテゴリーを中心に、重点ブランドの強化や新たな価値を持つ商品の提案を通じて新規需要の創造に取り組んだ結果、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が好調に推移したほか、「サントリー 南アルプス スパークリング」シリーズも大きく伸長し、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。その結果、国内清涼飲料市場で2018年年間販売数量が No.1 のブランド※¹になりました。「BOSS」は、引き続き缶コーヒーのマーケティング活動を積極的に展開しました。また、「クラブボス」も引き続きご好評いただき、ブランド全体の年間の販売数量が1億ケースを突破しました。無糖茶カテゴリーでは、「伊右衛門」ブランド全体の販売数量が、「特茶」の減少の影響により前年同期を下回りましたが、「GREEN DA・KA・RA やさしい麦茶」の販売数量が大幅に伸長しました。

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投資を行いました。フランスでは、「Orangina」「Oasis」の販売数量が前年同期を上回ったことに加え、「MayTea」の販売も好調に推移しました。英国では、「Lucozade」ブランドの販売数量が前年を上回りました。スペインでは、「Schweppes」の消費者接点拡大に取り組みましたが、同ブランドの販売数量は前年同期を下回りました。

アジアでは、重点エリアで主力ブランドの販売拡大に取り組みました。清涼飲料事業では、ベトナムにおいて、エナジードリンク「Sting」が堅調に推移したほか、茶飲料「TEA+」やボトルドウォーター「Aquafina」、炭酸飲料等が伸長し、売上は前年同期を上回りました。また、タイにおいて PepsiCo, Inc.との合併会社が事業を開始しました。健康食品事業は、主力市場のタイを中心にマーケティングを強化しましたが、売上は前年同期を下回りました。

オセアニアでは、引き続き主力ブランドの強化を進めました。フルコアサントリー・グループでは、「V」をはじめとするエナジードリンクが好調に推移しました。フレッシュコーヒー事業では、引き続き「TOBY'S ESTATE」「L'AFFARE」「Mocopan」等の主力ブランドの強化を図りました。

米州では、主力炭酸ブランドは苦戦が続いていましたが、回復の兆しが見られるようになりました。

※1 飲料総研調査結果に基づく

これらの結果、飲料・食品セグメントの売上収益は、1兆2,866億円(前年同期比104.9%)、営業利益1,353億円(同97.5%)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、バーボンウイスキー「ジムビーム」の販売数量が一桁台後半増、「メーカーズマーク」の販売数量が二桁増となったほか、日米共同開発のジャパニーズクラフトジン「ROKU」を世界31の国と地域で展開し、好調な販売となりました。日本は、サントリースピリッツ(株)の売上収益が前年同期比103%となりました。ウイスキーでは、戦略ブランド「角瓶」「ジムビーム」「トリス」「メーカーズマーク」を中心に好調に推移しました。RTDでは、食中酒としてご好評いただいている「-196℃ ストロングゼロ」やハイボール缶が伸長し、販売数量が前年同期比110%と大きく伸長しました。また、本格的なレモンサワーがご家庭で手軽に楽しめる「こだわり酒場のレモンサワーの素」を発売するなど、新たな需要を創造しました。米国は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・中国は同二桁増となりました。

サントリービール(株)は、総市場^{※2}が前年同期比96%程度と推定される中、同98%となる6,993万ケース^{※3}を販売し、総市場のトレンドを上回りました。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)となりました。

「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドは、ビール固有の価値である泡にフォーカスした“神泡”プロモーションを大々的に展開し、ビール市場が前年同期比94%程度と推定される中、前年同期を上回る1,711万ケースを販売しました。

新ジャンルは、「金麦」ブランドを中心とした積極的なマーケティング活動を展開し、4,192万ケースを販売しました。

「オールフリー」ブランドは、中核となる「オールフリー」の中味・パッケージ・コミュニケーションを大きく刷新したことなどが寄与し、前年同期比102%と好調な販売となりました。

※2 ノンアルコールビールテイスト飲料を含むビール類 数量ベース

※3 大瓶換算(1ケース=633ml×20本)

サントリーワインインターナショナル(株)は、売上収益が前年同期比105%となりました。国産ワイン売上NO.1^{※4}ブランド「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。」に続き「デリカメゾン」も販売数量100万ケースを達成しました。また、国産ぶどう100%ワイン“日本ワイン”の販売数量も大きく伸長しました。「登美 赤 2013」が5月の国際ワインコンクール「インターナショナル・ワイン・チャレンジ」で日本ワイン(赤)部門最高賞「トロフィー」を受賞しました。

※4 インテージSRI調べ 国産ワイン市場2018年1月～12月販売容量・販売金額(全国SM/CVS/酒DS/ホームセンター/ドラッグストア/一般酒店/業務用酒店計)

これらの結果、酒類セグメントの売上収益(酒税控除後)は、7,494億円(前年同期比103.7%)、売上収益(酒税込み)1兆159億円(同103.1%)、営業利益1,330億円(同104.8%)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」シリーズなどが好調で、売上収益が前年同期比107%となりました。また、(株)ダイナックホールディングス、(株)プロントコーポレーションなど外食事業が伸長しました。

その他セグメントの売上収益は、2,148億円(前年同期比103.0%)、営業利益254億円(同98.0%)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 1兆3,063億円(前年同期比102.5%) 海外 9,445億円(同107.0%)

海外比率 42.0%

売上収益(酒税込み)

国内 1兆4,981億円(前年同期比102.1%) 海外 1兆191億円(同106.9%)

海外比率 40.5%

サントリーグループは、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』を社会との約束と位置付け、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。

災害の復興支援にも積極的に取り組んでいます。東日本大震災の復興支援活動は累計108億円規模、熊本地震の復興支援活動は累計4億円規模で実施しています。なお、「平成30年7月豪雨」で被災した岡山県・広島県・愛媛県の3県に対し合計9億円の義捐金を拠出しました。

環境活動では、サントリーグループ「水理念」に基づいた「サントリー天然水の森」の活動、節水や水質管理の取り組み、ステークホルダーとの連携や適切な情報開示が高く評価され、「サントリー天然水 奥大山ブナの森工場」が「Alliance for Water Stewardship」認証^{※5}を日本で初めて取得しました。さらに、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地域課題に沿った活動をグローバルに進めています。また、ペットボトル開発における当社独自の「2R+B」戦略^{※6}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FtoPダイレクトリサイクル技術^{※7}によるリサイクル活動を通じ、環境負荷低減活動を継続しています。さらに、2025年までに国内清涼飲料事業における全ペットボトル重量の半数以上に再生ペット素材を使用していく中期目標を策定しました。

※5 世界中の工場を対象とした持続可能な水利用に関する認証。水の保全やスチュワードシップ(管理する責任)の推進を目的としている。

※6 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)。

※7 回収したペットボトルを粉碎・洗浄したフレーク(Flake)を高温、真空で一定時間処理し、溶解・ろ過後、直接プリフォーム(Preform)を製造できる技術。

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、長期経営戦略及び中期経営計画に基づき、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、各種コストが上昇する等厳しい事業環境が続く中で、収益力向上に向けた構造改革に取り組みます。欧州では、主要国において、主力ブランドの強化を進めるとともに、営業やサプライチェーンマネジメントの強化等、構造改革にも取り組みます。アジアでは、主力ブランドの成長や、高まる健康志向への需要の取り込みに向け低糖商品の強化にも取り組みます。健康食品事業においては、成長市場への取り組みを強化します。オセアニアでは、清涼飲料事業、フレッシュコーヒー事業ともに主力ブランドの強化を継続します。米州では、引き続き、炭酸カテゴリーの回復に注力するとともに、非炭酸カテゴリーのさらなる拡大やコスト削減の取り組みも継続します。

〈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、世界中に広がる販路の活用や、プレミアムブランドの育成により、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」「メーカーズマーク」「-196℃ ストロングゼロ」などのマーケティング活動を強化します。また4月には、世界で初めて5大ウイスキー産地の自社蒸溜所でつくられた原酒をブレンドした、サントリーワールドウイスキー「碧 Ao」を発売します。

サントリービール(株)は、既存ブランドのバリューアップとイノベティブな新商品の発売などにより、新たな需要を創造し、総市場の活性化を図ります。「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドは、“洗浄いらず”の新型電動式神泡サーバーを投入するなど、“神泡”の体験接点をさらに拡大し、ビールの選択基準を泡に変える活動を継続します。新ジャンルは、主力の「金麦」を発売13年目にして初めてフルリニューアルするとともに、新商品「金麦〈ゴールド・ラガー〉」と「マグナムドライ〈本辛口〉」を発売し、過去最高の販売数量を目指します。

サントリーワインインターナショナル(株)は、日本・欧州に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、日欧EPAの発効により注目を集める欧州産ワインのラインナップ拡充や、ロングセラーブランドのマーケティング活動を強化します。また、国産カジュアルワインにおいても新たな需要創造に取り組みます。

〈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)ダイナックホールディングス、(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1兆3,060億円(前年同期比101.5%)、酒類セグメント(酒税控除後)7,720億円(同103.0%)、酒類セグメント(酒税込み)1兆420億円(同102.6%)、その他セグメント2,220億円(同103.4%)を予定しています。

以上を総合して、2019年12月期の売上収益(酒税控除後)は2兆3,000億円(前年同期比102.2%)、売上収益(酒税込み)2兆5,700億円(同102.1%)、営業利益2,510億円(同100.1%)、親会社の所有者に帰属する当期利益1,230億円(同87.8%)を予定しています。

連結財政状態計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2017年12月31日)	当連結会計年度 (2018年12月31日)
資産		
流動資産		
現金及び現金同等物	359,518	272,425
営業債権及びその他の債権	396,645	405,556
その他の金融資産	19,687	3,671
棚卸資産	408,822	415,841
その他の流動資産	66,914	68,231
小計	1,251,588	1,165,726
売却目的で保有する資産	23,152	27
流動資産合計	1,274,741	1,165,753
非流動資産		
有形固定資産	660,481	696,103
のれん	882,123	867,986
無形資産	1,469,110	1,422,962
持分法で会計処理されている投資	41,544	42,411
その他の金融資産	135,882	120,483
繰延税金資産	75,394	71,300
その他の非流動資産	40,297	34,861
非流動資産合計	3,304,835	3,256,110
資産合計	4,579,576	4,421,864

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2017年12月31日)	当連結会計年度 (2018年12月31日)
負債及び資本		
負債		
流動負債		
社債及び借入金	291,501	243,396
営業債務及びその他の債務	515,323	529,616
その他の金融負債	103,578	98,190
未払法人所得税等	29,478	24,499
引当金	12,383	16,490
その他の流動負債	84,614	84,765
小計	1,036,880	996,959
売却目的で保有する資産に直接関連する負債	6,215	—
流動負債合計	1,043,096	996,959
非流動負債		
社債及び借入金	1,539,763	1,348,629
その他の金融負債	72,908	66,286
退職給付に係る負債	41,478	40,670
引当金	7,979	7,190
繰延税金負債	307,115	288,542
その他の非流動負債	21,520	21,895
非流動負債合計	1,990,767	1,773,215
負債合計	3,033,863	2,770,175
資本		
資本金	70,000	70,000
資本剰余金	133,885	133,944
利益剰余金	1,064,603	1,198,492
自己株式	△1,006	△938
その他の資本の構成要素	△62,735	△128,728
親会社の所有者に帰属する持分合計	1,204,747	1,272,770
非支配持分	340,965	378,918
資本合計	1,545,713	1,651,689
負債及び資本合計	4,579,576	4,421,864

連結損益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)	当連結会計年度 (自 2018年1月1日 至 2018年12月31日)
売上収益（酒税込み）	2,420,286	2,517,258
酒税	△262,754	△266,475
売上収益（酒税控除後）	2,157,531	2,250,782
売上原価	△1,095,535	△1,172,720
売上総利益	1,061,995	1,078,062
販売費及び一般管理費	△809,653	△832,899
持分法による投資利益	9,688	7,916
その他の収益	10,334	18,888
その他の費用	△18,725	△21,108
営業利益	253,639	250,859
金融収益	3,084	6,305
金融費用	△29,833	△24,817
税引前利益	226,890	232,347
法人所得税費用	24,956	△50,959
当期利益	251,846	181,387
当期利益の帰属		
親会社の所有者	211,448	140,151
非支配持分	40,398	41,236
当期利益	251,846	181,387
1株当たり当期利益		
基本的1株当たり当期利益（円）	308.63	204.39

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 2017年1月1日 至 2017年12月31日)	当連結会計年度 (自 2018年1月1日 至 2018年12月31日)
営業利益	253,639	250,859
組織再編関連費用	6,647	3,498
災害関連費用	876	1,456
減損損失、減損戻入益	616	4,012
関係会社株式売却損益	△1,876	△12,173
その他	△4,458	3,301
調整項目合計	1,806	96
調整後営業利益	255,445	250,955

連結キャッシュ・フロー計算書

	前連結会計年度 (自 2017年1月1日 至 2017年12月31日)	当連結会計年度 (自 2018年1月1日 至 2018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	226,890	232,347
減価償却費及び償却費	97,262	98,417
減損損失及び減損損失戻入(△は益)	616	4,318
受取利息及び受取配当金	△2,790	△2,435
支払利息	25,800	22,970
持分法による投資損益(△は益)	△9,688	△7,916
棚卸資産の増減額(△は増加)	△15,623	△14,118
営業債権及びその他の債権の増減額(△は増加)	△19,451	△9,990
営業債務及びその他の債務の増減額(△は減少)	15,002	11,409
その他	3,573	△6,327
小計	321,593	328,676
利息及び配当金の受取額	7,477	6,988
利息の支払額	△27,358	△24,217
法人所得税の支払額	△40,008	△61,061
営業活動によるキャッシュ・フロー	261,703	250,384
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	△99,379	△110,712
有形固定資産及び無形資産の売却による収入	8,115	5,741
投資の取得による支出	△3,370	△1,404
投資の売却による収入	19,504	3,539
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	△26,890
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入	—	24,216
その他	3,667	1,313
投資活動によるキャッシュ・フロー	△80,049	△104,196
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)	8,546	405
長期借入金及び社債の発行による収入	132,125	112,937
長期借入金の返済及び社債の償還による支出	△280,465	△311,123
リース債務の返済による支出	△10,458	△10,014
自己株式の売却による収入	1,125	159
配当金の支払額	△8,902	△8,913
非支配持分への配当金の支払額	△15,160	△16,388
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	△171	△54
その他	1,317	54
財務活動によるキャッシュ・フロー	△172,042	△232,938
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	9,611	△86,750
現金及び現金同等物の期首残高 (連結財政状態計算書計上額)	352,519	359,518
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の振戻額	—	3,439
現金及び現金同等物の期首残高	352,519	362,958
現金及び現金同等物の為替変動による影響	827	△3,782
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	359,518	272,425

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 2017年1月1日 至 2017年12月31日）

	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			
	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円
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。

当連結会計年度（自 2018年1月1日 至 2018年12月31日）

	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			
	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円
売上収益（酒税込み）	1,286,582	1,015,915	214,760	2,517,258	—	2,517,258
売上収益（酒税控除後）						
外部顧客への売上収益	1,286,582	749,439	214,760	2,250,782	—	2,250,782
セグメント間の内部売上収益 又は振替高	7,673	4,655	11,753	24,083	△24,083	—
計	1,294,256	754,095	226,514	2,274,865	△24,083	2,250,782
セグメント利益	135,344	133,040	25,370	293,755	△42,896	250,859

（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）

	日本	米州	欧州	アジア・ オセアニア	合計
	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円
前連結会計年度 (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
当連結会計年度 (自 2018年1月1日 至 2018年12月31日)	1,498,126	355,088	321,408	342,634	2,517,258

（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）

	日本	米州	欧州	アジア・ オセアニア	合計
	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円
前連結会計年度 (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
当連結会計年度 (自 2018年1月1日 至 2018年12月31日)	1,306,268	297,650	312,308	334,555	2,250,782

（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。