



2025 年 8 月 8 日

各 位

会 社 名 サントリー食品インターナショナル株式会社
代 表 者 名 代表取締役社長 小 野 真 紀 子
(コード番号 2587 東証プライム)
問合せ先 コーポレート・コミュニケーション部
(TEL. 03-5579-1837)

親会社等の決算に関するお知らせ

当社の親会社であるサントリーホールディングス株式会社が 2025 年 6 月期決算を発表しましたので、下記のとおり、お知らせいたします。

記

1. 開示内容

サントリーホールディングス株式会社 2025年 6 月期決算概況

以 上



2025年12月期 中間決算概況〔IFRS〕（連結）

2025年8月8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）鳥井 信宏

問合せ先責任者 （役職名）執行役員 広報部長

（氏名）加藤 裕

広報部 TEL (03)5579-1150

TEL (06)6346-0835

（百万円未満切捨て）

1. 2025年6月中間期の連結業績（2025年1月1日～2025年6月30日）

（1）連結経営成績

（％表示は対前年中間期増減率）

	売上収益 （酒税込み）		売上収益 （酒税控除後）		営業利益		税引前中間利益		中間利益		親会社の所有者に 帰属する中間利益	
	百万円	％	百万円	％	百万円	％	百万円	％	百万円	％	百万円	％
2025年6月中間期	1,617,638	△1.9	1,456,317	△2.2	129,605	△30.6	119,430	△33.4	87,158	△29.9	59,637	△35.7
2024年6月中間期	1,649,170	6.6	1,488,332	7.0	186,686	11.3	179,379	12.2	124,370	10.3	92,688	7.8

（参考）調整後営業利益 2025年6月中間期 141,686百万円（△14.5％） 2024年6月中間期 165,661百万円（1.2％）

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 中間利益		希薄化後1株当たり 中間利益	
	円	銭	円	銭
2025年6月中間期	86	97	—	—
2024年6月中間期	135	16	—	—

（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
	百万円	百万円	百万円	％
2025年6月中間期	6,134,070	3,429,181	2,826,949	46.1
2024年12月期	6,331,520	3,568,014	2,966,059	46.8

（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 中間残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
2025年6月中間期	57,375	△69,476	△33,635	204,574
2024年6月中間期	26,569	72,453	150,388	576,173

2. 2025年12月期の連結業績予想（2025年1月1日～2025年12月31日）

（％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		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	3,560,000	4.2	3,210,000	4.2	310,000	△5.8	290,000	△6.4	135,000	△23.4

（参考）調整後営業利益 2025年12月期 320,000百万円（0.9％）

（注）直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 無

経営成績

1. 当中間連結会計期間の概況

サントリーグループは、当期も積極的に事業を展開し、国内では、飲料・食品の売上収益は前年同期並、酒類の売上収益は前年同期を上回りました。一方海外では、主要市場で経済の先行き不安に伴う需要減退等の厳しい外部環境に加え、為替および関係会社売却の影響を受けました。結果、サントリーグループの当期の業績は、売上収益(酒税込み)1兆6,176億円(前年同期比1.9%減)、売上収益(酒税控除後)1兆4,563億円(同2.2%減)、営業利益1,296億円(同30.6%減)、親会社の所有者に帰属する中間利益596億円(同35.7%減)となりました。

〈飲料・食品セグメント〉

飲料・食品セグメントは、売上収益8,023億円(前年同期比1.4%減)、営業利益839億円(同9.0%減)となりました。

国内では、物価上昇による消費低迷や価格改定等の影響により、市場全体が落ち込む中、当社は、昨年容器形状をリニューアルした「サントリー天然水」1Lペットボトル、「同 特製レモンスカッシュ」、「クラフトボス 甘くないイタリアーノ」、「伊右衛門 濃い味(機能性表示食品)」「同 特茶」等の既存品が引き続きご好評いただき、さらに、3月に「サントリー天然水 きりっと yoghurt」、4月に「クラフトボス 世界のTEA」シリーズを新発売するなど積極的な活動の結果、前年同期並となりました。

海外では、アジアパシフィックにおいて、オセアニアがエナジードリンク「V」のけん引により前年超えとなるも、ベトナム・タイの市場低迷の影響を受け、前年を下回りました。欧州では、英国においてスポーツドリンク「Lucozade」および清涼飲料「Ribena」などがけん引し、前年超えとなりました。米州では炭酸カテゴリーがけん引して前年並を維持しました。

〈酒類セグメント〉

酒類セグメントは、国内において全事業で前年同期を上回りましたが、海外主要エリアでの経済の先行き不安を受けた市場低迷等の厳しい外部環境に加え、為替や前期に計上した関係会社売却の影響もあり、売上収益(酒税込み)6,525億円(前年同期比1.8%減)、売上収益(酒税控除後)4,916億円(同2.4%減)となりました。営業利益は、同じく前期に計上した関係会社売却益の反動もあり、716億円(同32.9%減)となりました。

スピリッツ事業は、米国や欧州における経済の先行き不安を背景とした消費鈍化および為替や前期に計上した関係会社売却の影響もあり、売上収益(酒税込み)、売上収益(酒税控除後)ともに前年を下回りました。

カテゴリー別では、ウイスキーにおいて、国内で、「角瓶」ブランド^{※1}の販売数量が前年同期を上回りました。「角瓶」は世界的な酒類コンペティション「インターナショナル・スピリッツ・チャレンジ 2025」ジャパニーズウイスキー部門で2年連続となるゴールドを受賞しました。

ジンでは、マーケティング活動を強化している「ROKU〈六〉」ブランドが“自然素材を活かしつつ、調和された味わい”にご好評いただき、国内販売数量は前年同期比29%増と大きく伸長しました。また、サントリー大阪工場への設備投資を行い、6月に新たに竣工した「スピリッツ・リキュール工房」において、生産能力増強および品質向上に取り組んでいます。

RTDでは、国内において「-196℃製法」によるしっかりとした果実感の「-196無糖」シリーズの販売数量が前年同期比67%増と大きく伸長しました。また、ビール好きのお客様に向けた“ビールとRTDの境域”の商品「THE PEEL〈レモン〉」を発売するなど、新需要創造にも取り組みました。海外では、RTDの最大市場である米国において「-196」の全米展開や新フレーバー発売、「オンザロック」缶商品の新発売等により、新たな顧客獲得を図りました。

ブランド別では、「山崎」「響」「TOKI」を中心としたジャパニーズウイスキー、ジャパニーズクラフトジン「ROKU〈六〉」、RTD「-196」「オンザロック」、インド市場向けウイスキー「オックスミス」などが前年同期を上回りました。

エリア別では、米国や欧州において、経済の先行き不安に伴う需要減退の影響を受けましたが、日本、中国、インドおよび免税店チャネルなどでは前年同期を上回りました。

※1 瓶・缶・ペットボトル計。缶・ペットボトルは瓶に含まれるアルコール量を標準単位として換算

ビール事業^{※2}では、国内における販売数量が前年同期並となりました。その中で、ビールカテゴリーは「サントリー生ビール」ブランドや「パーフェクトサントリービール」ブランドが好調に推移し、前年同期比3%増と伸長しました。

「サントリー生ビール」ブランドは、リニューアルにより進化した“グツとくる飲みごたえと飲みやすさ”への高い評価に加え、業務用の瓶・樽によるお客様との接点拡大などにより、前年同期比24%増の販売数量となりました。6月末時点で約25,500店の飲食店で取り扱いいただいています。「パーフェクトサントリービール」ブランドは、リニューアルにより向上した飲みごたえや新パッケージにご好評いただき、販売数量は前年同期比19%増となりました。「金麦」ブランドは、旬の食材や料理と合わせて楽しむ提案を強化し、市場トレンドを上回りました。

※2 ノンアルコールビールテイスト飲料を除く

ワイン事業は、売上収益(酒税込み)が前年同期比2%増、売上収益(酒税控除後)が同3%増となりました。国産ワインにおいて、主力の「酸化防止剤無添加^{※3}のおいしいワイン。」ブランドがリニューアルにより伸長したことに加え、「SUNTORY FROM FARM」ブランドから複数の新商品を発売しお客様との接点拡大に取り組みました。輸入ワインは、イタリア産オーガニックワイン「タヴェルネッロ オルガニコ」シリーズが伸長しました。

※3 「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。」ブランドは酸化防止剤(亜硫酸塩)を添加せずに製造しています

ノンアルコール飲料カテゴリーでは、1月にノンアル部を新設するとともに、ノンアルコール飲料を“アルコール0.00%のお酒”と位置づけ、お酒がもつ価値や魅力を伝える活動を強化しています。4月に発売したサワーテイストの「オールフリー クリア」は爽快なおいしさがご好評いただいています。

〈その他セグメント〉

その他セグメントは、売上収益(酒税込み) 1,628億円(前年同期比5.0%減)、売上収益(酒税控除後) 1,624億円(同5.0%減)、営業利益113億円(同48.8%減)となりました。

健康食品事業は、国内では引き続き「ロコモア」、男性向けスキンケアブランド「VARON」が好調、海外では5月にタイで「VISTRA Sesamin Night Time」を、6月に米国で男性向けスキンケア商品「KIZEN」を発売し、グローバルでの事業拡大に注力しました。

外食事業の売上収益は、前年同期を上回りました。

なお当期において関係会社売却損を計上しています。

国内と海外の売上収益は次のとおりです。

売上収益(酒税込み)

国内 8,138億円(前年同期比0.7%増) 海外 8,038億円(同4.5%減)

海外比率 49.7%

売上収益(酒税控除後)

国内 7,078億円(前年同期比1.0%増) 海外 7,485億円(同4.9%減)

海外比率 51.4%

サントリーグループでは、「人と自然と響きあい、豊かな生活文化を創造し、『人間の生命(いのち)の輝き』をめざす。」をパーパスとし、「Growing for Good」「やってみなはれ」「利益三分主義」を大切にすべき価値観として掲げています。

〈サステナビリティ〉

水や農作物など自然の恵みに支えられた食品酒類総合企業として、人々の生活を潤い豊かにすることと自然環境を守り育むことが共存し、人と自然が良い影響を与えあって永く持続していく社会を目指して、サステナビリティ経営を推進しています。

●水

人々の生活を支える貴重な資源であり、サントリーグループの企業活動の源泉でもある「水」を守り育むため、「環境目標2030」において「工場節水」「水源涵養」「原料生産」「水の啓発・安全な水の提供」に関する目標を立て、活動を推進しています。そうした長年にわたる幅広い活動を評価いただき、1月にはAWS認証^{※4}最高位である「Platinum」を新たに2工場で取得しました^{※5}。当グループは、2023年に日本で初めて取得して以来、国内唯一の最高位認証企業となります。

社外との連携も積極的に進めており、2月には、企業・大学・金融機関計6団体で連携し、グリーンインフラ^{※6}導入を通じた水循環保全推進プロジェクト「熊本ウォーターポジティブ・アクション」を、3月にはAWSの日本における活動強化として、加盟企業5社によるワーキンググループ「JWS^{※7}」を始動させました。また、当グループの水に関する科学的知見により地下水を可視化し、用水確保をサポートする新会社「Water Scape(株)」を1月に設立、5月には「サントリー 天然水の森」等で培った知見を提供する「企業向け水源涵養研修」を開始しました。

※4 世界中の工場や水の使用地域を対象とした持続可能な水利用に関する認証。AWSはアライアンス・フォー・ウォーター・スチュワードシップの略で、「水のサステナビリティ」をグローバルにリードする国際的に権威のある機関。

※5 現在、合計3工場で取得(2023年にサントリー九州熊本工場、2025年にサントリー天然水 奥大山ブナの森工場およびサントリー天然水 南アルプス白州工場で取得)

※6 自然環境が持つ多様な機能で自然災害や地球温暖化等の社会課題を解決し、持続可能で魅力ある国土・都市・地域づくりを進める考え方や取り組み

※7 ジャパン・ウォーター・スチュワードシップ

●温室効果ガス(以下GHG)

2030年までにGHG排出量を自社拠点で50%削減^{※8}、バリューチェーン全体で30%削減^{※8}することを「環境目標2030」で、2050年までにバリューチェーン全体でGHG排出量を実質ゼロにすることを「環境ビジョン2050」で掲げています。

達成に向けた方策の一環として、水素の利活用拡大を目的に、国内最大のグリーン水素製造設備「やまなしモデルP2Gシステム」の年内稼働への準備を進めています。稼働に先立ち、中長期計画「サントリーグリーン水素ビジョン」を6月に発表しました。「水と生きる SUNTORY」として、「水から生まれ、水に還る」水素の製造から物流・販売までバリューチェーン全体を担うと共に、グリーン水素ならではの価値創造によって、水素社会の実現に貢献していきたいと考えています。

バリューチェーン全体でのGHG排出量削減に向けては、再生農業^{※9}の実用化を目指した、実証を重ねています。スタートアップ企業との製造残渣を原料とした高機能バイオ炭の実用性検証に加え、国立大学法人東京農工大学とは、再生農業の新たな可能性として農作物病害対策の実証を始めました。

※8 2019年の排出量を基準とする

※9 土壌の健全性や生物多様性などを保護・再生しながら、農家の生活向上にも資する、持続可能かつ成果ベースの農業アプローチ。具体的には化学肥料や農薬の使用量抑制等を通じ、GHG排出削減等につながる。

●容器包装

2030年までにグローバルで使用するすべてのペットボトルを、サステナブル素材(リサイクル素材あるいは植物由来素材等)100%に切り替え、化石由来原料の新規使用ゼロを目指しています。

国内では「ボトルtoボトル」水平リサイクル^{※10}を中心に活動を展開しており、200を超える自治体・40を超える事業会社との協定の締結や、積極的な啓発活動に取り組んでいます。今期は新たに東急不動産(株)との締結や、「みなとみらい21地区」における取り組み、2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)でのコカ・コーラ ボトラーズジャパン(株)との協業等を行っています。

現在、2本に1本以上^{※11}で100%リサイクルペットボトルを導入しており、バイオマス資源活用の可能性も探索しながら、引き続き活動を推進していきます。

※10 使用済みペットボトルをリサイクルして、新しいペットボトルに再生すること

※11 製造数量ベース

〈人本主義〉

サントリーグループは「人」にそが未来を切り拓く原動力であり、経営の最も重要な基盤であるという「人本主義」を掲げています。人財育成を中長期的な視点で捉え、すべての社員の活躍を目指し、全員が「生涯イチチャレンジャー」として成長し続けるための機会を提供することで、キャリアオーナーシップの醸成を促進しています。

さらに、性別や国籍、年齢等にとらわれることなく、多様な人財、価値観を積極的に取り入れ、革新や成長を生み出していくとの考えを「DEI ビジョン」として4月に刷新しました。また、従業員・家族の健康がサントリーの挑戦・革新の源であり、すべての従業員が心身ともに健康でやる気に満ちている状態を目指す「健康経営宣言」を掲げています。

今後も、世界中の従業員が仲間として積極的に繋がり、ともに助け合い、成長する「ONE SUNTORY, One Family」の精神で、一人ひとりがイキイキと働ける環境づくりを進めていきます。

2. 通期の見通し

2025年12月期の売上収益(酒税込み)は3兆5,600億円(前年同期比4.2%増)、売上収益(酒税控除後)3兆2,100億円(同4.2%増)、営業利益3,100億円(同5.8%減)、親会社の所有者に帰属する当期利益1,350億円(同23.4%減)を予定しています。

(2025年2月14日発表の業績予想から変更はありません。)

以 上

大株主の状況

2025 年 6 月 30 日現在

氏名又は名称	住所	所有株式数 (千株)	発行済株式 (自己株式を 除く。)の総数 に対する所有 株式数の割合 (%)
寿不動産株式会社	大阪市北区堂島浜二丁目 1 番 40 号	613,818	89.50
サントリー持株会	大阪市北区堂島浜二丁目 1 番 40 号	34,608	5.04
株式会社三菱UFJ銀行	東京都千代田区丸の内一丁目 4 番 5 号	6,871	1.00
株式会社三井住友銀行	東京都千代田区丸の内一丁目 1 番 2 号	6,871	1.00
三井住友信託銀行株式会社	東京都千代田区丸の内一丁目 4 番 1 号	6,871	1.00
日本生命保険相互会社	東京都千代田区丸の内一丁目 6 番 6 号	6,871	1.00
公益財団法人サントリー 生命科学財団	京都府相楽郡精華町精華台八丁目 1 番地 1	3,590	0.52
佐治信忠	東京都港区	652	0.09
鳥井信吾	神戸市東灘区	539	0.07
鳥井信宏	東京都港区	200	0.02
新浪剛史	東京都港区	200	0.02
計	—	681,094	99.32

(注) サントリー持株会は、当社従業員持株会です。

役員の状況

該当事項はありません。

中間連結財政状態計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2024年12月31日)	当中間連結会計期間 (2025年6月30日)
資産		
流動資産		
現金及び現金同等物	254,772	204,574
営業債権及びその他の債権	637,351	641,714
その他の金融資産	15,431	10,477
棚卸資産	762,313	806,244
その他の流動資産	66,309	78,827
小計	1,736,179	1,741,838
売却目的で保有する資産	1,842	966
流動資産合計	1,738,022	1,742,805
非流動資産		
有形固定資産	1,042,397	1,018,477
使用権資産	127,567	122,735
のれん	1,147,490	1,077,396
無形資産	1,901,007	1,799,194
持分法で会計処理されている投資	82,193	85,138
その他の金融資産	194,679	185,566
繰延税金資産	48,362	49,951
その他の非流動資産	49,798	52,805
非流動資産合計	4,593,498	4,391,264
資産合計	6,331,520	6,134,070

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2024年12月31日)	当中間連結会計期間 (2025年6月30日)
負債及び資本		
負債		
流動負債		
社債及び借入金	150,890	166,682
営業債務及びその他の債務	801,295	814,486
その他の金融負債	89,779	76,782
未払法人所得税等	32,853	37,528
引当金	9,833	7,204
その他の流動負債	106,373	79,412
流動負債合計	1,191,025	1,182,097
非流動負債		
社債及び借入金	924,735	902,733
その他の金融負債	149,498	148,207
退職給付に係る負債	42,889	42,866
引当金	14,222	13,811
繰延税金負債	423,134	399,512
その他の非流動負債	18,000	15,659
非流動負債合計	1,572,480	1,522,790
負債合計	2,763,506	2,704,888
資本		
資本金	70,000	70,000
資本剰余金	129,571	129,636
利益剰余金	1,982,144	2,032,482
自己株式	△938	△938
その他の資本の構成要素	785,282	595,768
親会社の所有者に帰属する持分合計	2,966,059	2,826,949
非支配持分	601,954	602,232
資本合計	3,568,014	3,429,181
負債及び資本合計	6,331,520	6,134,070

中間連結損益計算書

(単位：百万円)

	前中間連結会計期間 (自 2024年1月1日 至 2024年6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2025年1月1日 至 2025年6月30日)
売上収益（酒税込み）	1,649,170	1,617,638
酒税	△160,838	△161,320
売上収益（酒税控除後）	1,488,332	1,456,317
売上原価	△818,383	△796,793
売上総利益	669,948	659,524
販売費及び一般管理費	△513,448	△523,117
持分法による投資利益	8,768	4,812
その他の収益	26,160	3,408
その他の費用	△4,742	△15,022
営業利益	186,686	129,605
金融収益	5,253	3,355
金融費用	△12,560	△13,531
税引前中間利益	179,379	119,430
法人所得税費用	△55,008	△32,271
中間利益	124,370	87,158
中間利益の帰属		
親会社の所有者	92,688	59,637
非支配持分	31,682	27,520
中間利益	124,370	87,158
1株当たり中間利益		
基本的1株当たり中間利益（円）	135.16	86.97

営業利益から調整後営業利益への調整表

(単位：百万円)

	前中間連結会計期間 (自 2024年1月1日 至 2024年6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2025年1月1日 至 2025年6月30日)
営業利益	186,686	129,605
関係会社株式売却損益	△23,686	5,967
組織再編関連費用	1,592	6,265
その他	1,068	△152
調整項目合計	△21,025	12,081
調整後営業利益	165,661	141,686

中間連結キャッシュ・フロー計算書

	前中間連結会計期間 (自 2024年 1月 1日 至 2024年 6月30日)	当中間連結会計期間 (自 2025年 1月 1日 至 2025年 6月30日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前中間利益	179,379	119,430
減価償却費及び償却費	71,429	74,149
減損損失及び減損損失戻入 (△は益)	112	100
受取利息及び受取配当金	△3,283	△2,293
支払利息	12,347	10,963
持分法による投資損益 (△は益)	△8,768	△4,812
関係会社株式売却損益 (△は益)	△23,654	5,956
棚卸資産の増減額 (△は増加)	△60,425	△68,067
営業債権及びその他の債権の増減額 (△は増加)	△44,564	△12,816
営業債務及びその他の債務の増減額 (△は減少)	△6,635	29,179
その他	△38,273	△57,750
小計	77,662	94,039
利息及び配当金の受取額	7,192	5,178
利息の支払額	△15,063	△12,155
法人所得税の支払額	△43,222	△29,686
営業活動によるキャッシュ・フロー	26,569	57,375
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	△95,972	△78,758
有形固定資産及び無形資産の売却による収入	6,962	7,213
投資の取得による支出	△322	△871
投資の売却及び償還による収入	—	3,505
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△22,554	—
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入	186,874	—
関係会社株式の取得による支出	△500	—
その他	△2,032	△565
投資活動によるキャッシュ・フロー	72,453	△69,476
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)	43,731	58,657
長期借入金及び社債の発行による収入	185,935	30,232
長期借入金の返済及び社債の償還による支出	△42,315	△81,007
リース負債の返済による支出	△16,904	△17,198
配当金の支払額	△8,914	△9,600
非支配持分への配当金の支払額	△11,165	△14,707
その他	21	△12
財務活動によるキャッシュ・フロー	150,388	△33,635
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	249,411	△45,736
現金及び現金同等物の期首残高 (中間連結財政状態計算書計上額)	318,623	254,772
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	1,391	—
現金及び現金同等物の期首残高	320,015	254,772
現金及び現金同等物の為替変動による影響	6,950	△4,462
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	△203	—
現金及び現金同等物の中間期末残高	576,173	204,574

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 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。

前中間連結会計期間（自 2024年1月1日 至 2024年6月30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）	813,583	664,182	171,405	1,649,170	—	1,649,170
売上収益（酒税控除後）						
外部顧客への売上収益	813,583	503,861	170,888	1,488,332	—	1,488,332
セグメント間の内部売上収益 又は振替高	3,777	2,693	9,638	16,110	△16,110	—
計	817,360	506,555	180,527	1,504,443	△16,110	1,488,332
セグメント利益	92,259	106,681	22,067	221,008	△34,322	186,686

(注) 1. セグメント利益は、中間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等です。

当中間連結会計期間（自 2025年1月1日 至 2025年6月30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）	802,306	652,516	162,815	1,617,638	—	1,617,638
売上収益（酒税控除後）						
外部顧客への売上収益	802,306	491,645	162,365	1,456,317	—	1,456,317
セグメント間の内部売上収益 又は振替高	4,104	8,809	10,498	23,412	△23,412	—
計	806,411	500,455	172,864	1,479,730	△23,412	1,456,317
セグメント利益	83,924	71,553	11,302	166,780	△37,174	129,605

(注) 1. セグメント利益は、中間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等です。