



2019年度 第2四半期 決算説明資料

Sapporo Group Business Results Presentation
for the Six Months Ended June 30, 2019

2019年8月6日

URL <https://www.sapporoholdings.jp>

1. 構造改革と成長分野の進捗 . . . P3~P6
2. 決算概要 . . . P7~P21
3. 参考資料 . . . P22~P43



SAPPORO

構造改革の進捗状況 Progress of Structural reform

● 課題の事業に対する構造改革は、着実に推進中
2019年度の通期決算発表までに詳細を開示予定

※再掲

SPEED150

第一次中期
(2017-2019)

成長ステージへの移行に向けた
異次元スピードでの変革

2017～2018

2019

2020～

< 成果 >

- ・ グループ経営基盤の変革
- ・ 主力ブランドの強化

< テーマ >

- ・ 構造改革と基盤構築

- ・ 酒税一本化に向けた法改正
- ・ 東京オリンピック/パラリンピックの開催
- ・ エビスビール130周年

< 課題 >

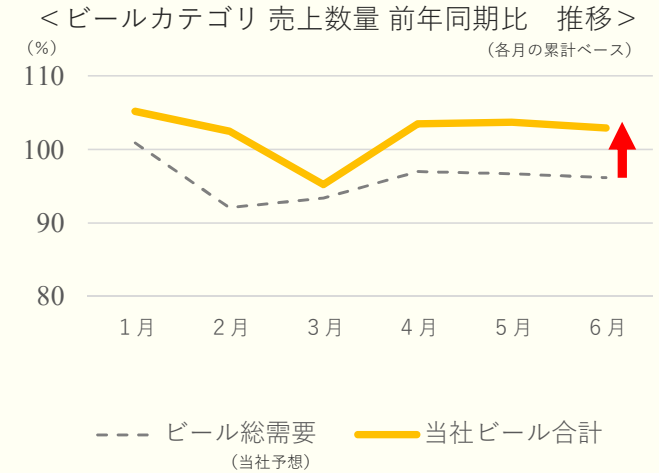
- ・ 国内外の酒類/飲料事業で大きな環境変化
⇒ 進捗が遅れる結果に

「変化の年」と位置づけ、
課題を全てクリアにしていく年度

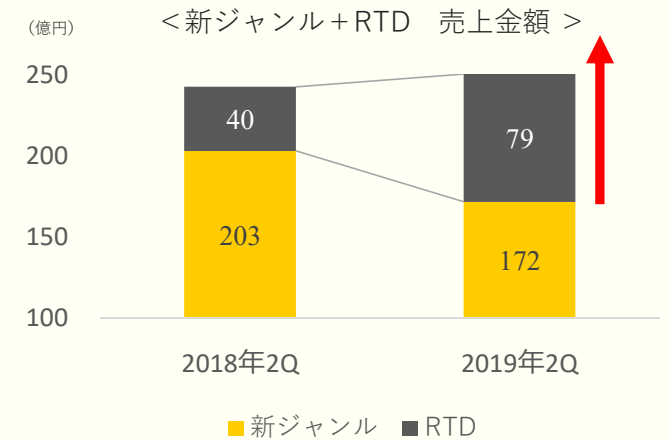
サッポログループの飛躍へ

ビール強化と低価格カテゴリの対応 Beer reinforcement and low price category correspondence


● ビール強化は順調

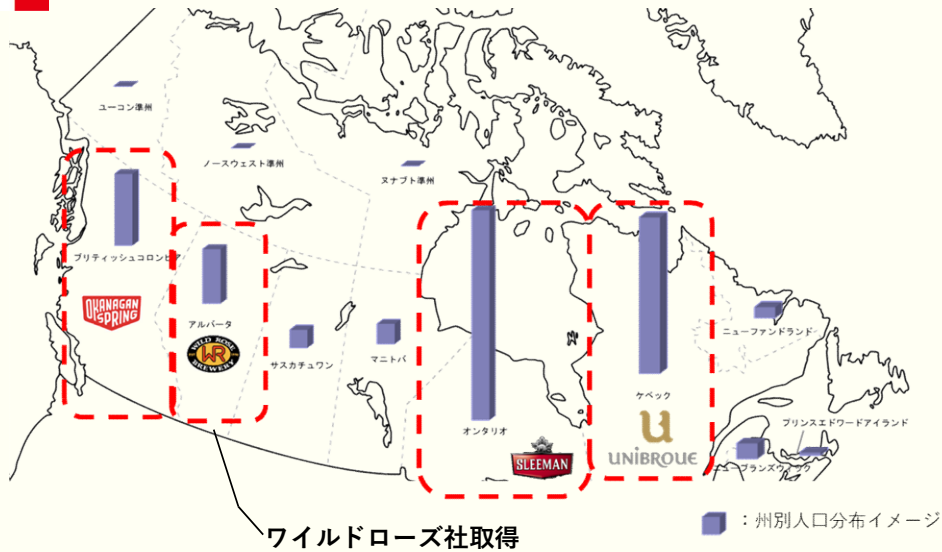


● 低価格カテゴリは麦とホップのリニューアル、RTDの継続成長が鍵



北米では、物流費の高騰が収益を圧迫
 最重要エリアの近くで製造できる最適なSCM体制を構築し、
 強力なブランドポートフォリオを組むことで、中長期的な成長を目指す

 = 重要エリア

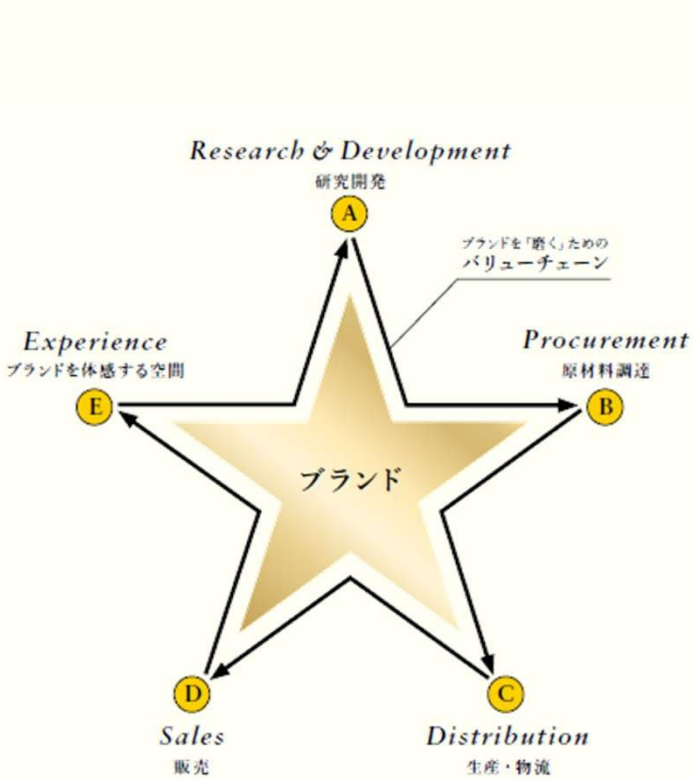


小規模ながら、アルバータ州のカルガリーで高いシェアを誇る、
 ウィルドローズ社を買収したことで、スリーマン社の4つの戦略市場において、
 地域ブランドと製造拠点を確保した。

当社売上の4割を占めるカリフォルニア州をはじめ、4つの戦略市場において、
 アンカーを除き地域ブランド/製造拠点は保有していない。
 カナダ同様にブランドポートフォリオとSCM体制を構築していくが、時間を要する。

『食』分野の拡大加速 Accelerate growth in the "Food" field

● ヤスマ社は原料調達力に強み バリューチェーンの強化を推進し、特定のカテゴリで独自の存在感を発揮していく



- A** ・ R&Dをベースにシナジーを発揮
- B** ・ ヤスマ社取得で原料調達力強化
・ 広島県でのレモン栽培開始
- C** ・ 豆乳ヨーグルト工場竣工
・ カップスープの製造設備建設中
- D** ・ 「美味しさ」「健康」「簡便・便利」を軸に、存在感を発揮できる分野に特化して『食』分野を拡大
- E** ・ 『食』分野でもブランドを体感できる空間を重視



シェア約7割 シェア約2割 シェア約9割



加工技術で味噌パウダー開発

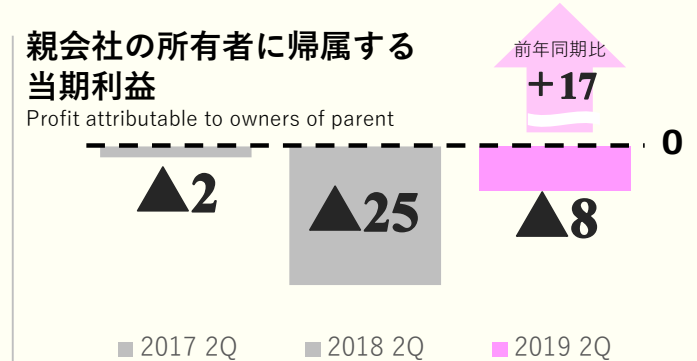
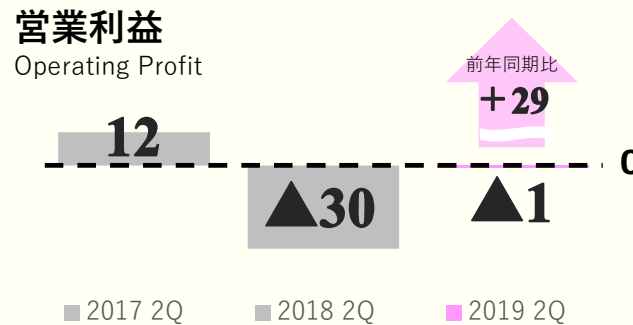
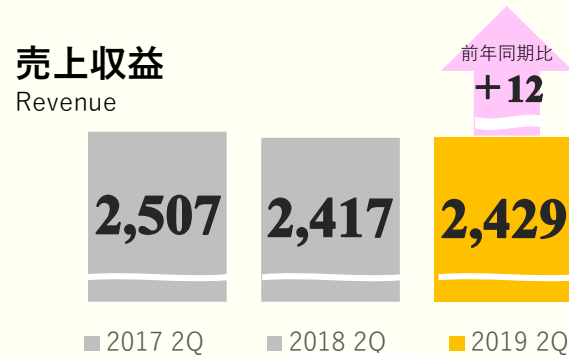
沖縄での圧倒的シェア 酒類事業で強みを活用



決算概要 Business Results

2019年 第2四半期ハイライト Second-Quarter 2019 Highlight

酒類事業（国内）が牽引し増益も、北米酒類や食品飲料は課題含み 短期的業績ではなく、ブランド強化と構造改革の実行を優先する



- 酒類事業は、国内のビールやRTDが好調に推移するも、新ジャンルの落ち込み、北米酒類における為替影響などから、▲12億円の減収
- 食品飲料事業は、ヤスマ社の新規連結に伴う売上増加や、北米飲料の業績回復により、+24億円の増収

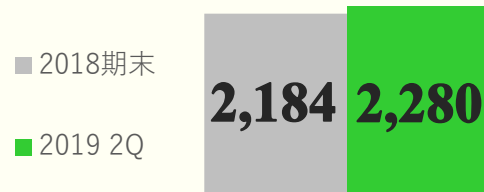
- 酒類事業（国内）の経費コントロールや品種構成の改善などにより、北米酒類と食品飲料事業の減益をカバーし、+29億円の増益

- 営業利益の改善に伴い、赤字幅縮小

(単位：億円)

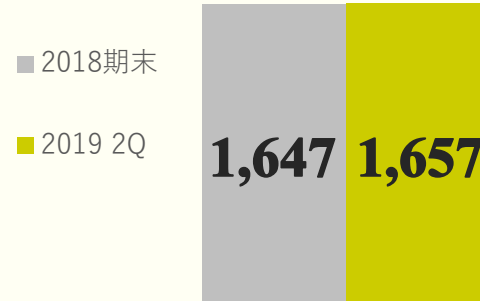
2019年 第2四半期ハイライト Second-Quarter 2019 Highlight

金融負債残高 Balance of Net debt

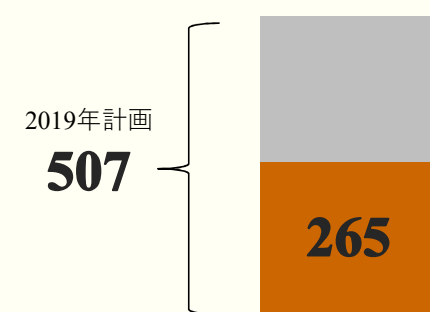


D/Eレシオ
D/E ratio (Net) **1.4倍** 前年同期比
±0.0倍

資本 Equity



投資額 (支払ベース) Cash basis investment



グループ経営基盤の変革 Transformation of the Group management platform



- 軽量化したビール用缶蓋が「第43回木下賞」を受賞 (P21参照)

グループトピックス Group Topics

- 「気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD)」提言への賛同を表明 <https://www.sapporoholdings.jp/news/dit/?id=8186>
- ビール4社によるパレット共同回収の全国展開について (P31参照) http://www.sapporobeer.jp/news_release/0000022164/index.html
- 北海道を舞台にした新たな挑戦を支援する共創活動 (P32参照) 「ほっとけないどう」をスタート

セグメント別 売上収益 Revenue by Segment

(単位：億円)	2018 2Q実績	2019 2Q実績	増減	増減率
連結売上収益	2,417	2,429	12	0.5%
酒類事業	1,510	1,498	▲12	▲0.8%
日本・アジア	1,140	1,136	▲4	▲0.4%
北米	238	233	▲5	▲2.0%
外食	132	129	▲3	▲2.1%
食品飲料事業	758	782	24	3.2%
日本・アジア	624	635	11	1.7%
北米	134	147	13	10.1%
不動産事業	121	120	▲0	▲0.2%
その他	29	29	▲0	▲1.0%

次ページで要因解説



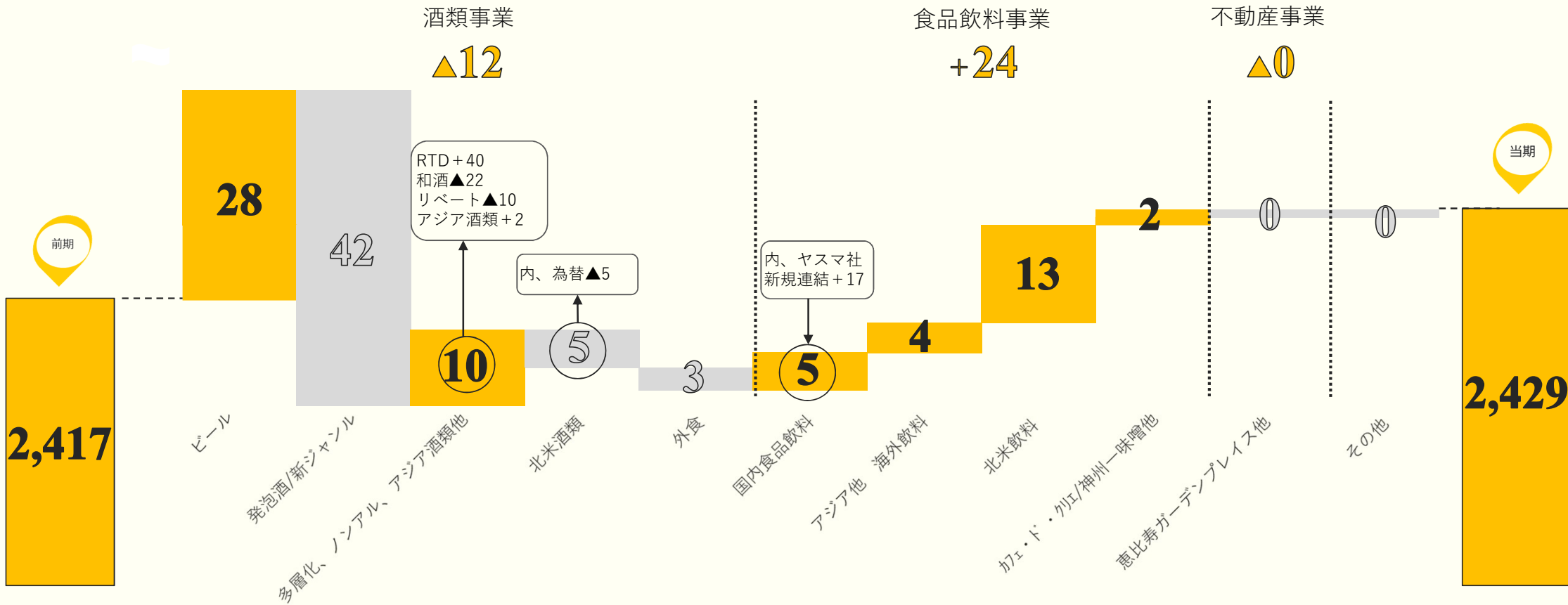
SAPPORO

■ = 増加

■ = 減少

売上収益 増減の主な要因 Main Factors Contributing to Changes in Revenue

🔍 ビールやRTDの伸長に加え、ヤスマ社の新規連結や北米飲料の業績改善により、発泡酒/新ジャンルなどの落ち込みをカバーして増収





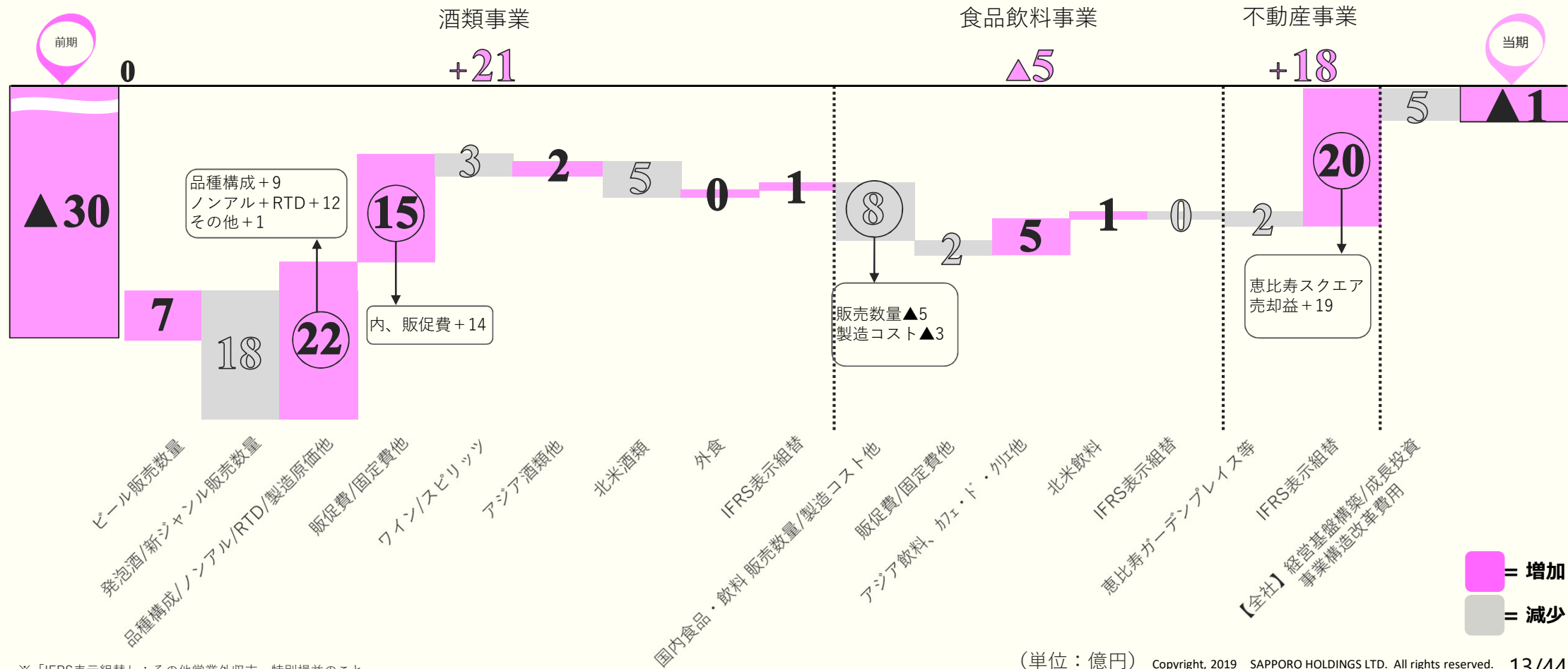
SAPPORO

セグメント別 営業利益 Operating Profit by Segment

(単位：億円)	2018 2Q実績	2019 2Q実績	増減	増減率
連結営業利益	▲30	▲1	29	-
酒類事業	▲27	▲6	21	-
日本・アジア	▲22	4	26	-
北米	1	▲6	▲7	-
外食	▲5	▲4	0	-
食品飲料事業	▲17	▲22	▲5	-
日本・アジア	▲14	▲19	▲6	-
北米	▲4	▲3	1	-
不動産事業	46	63	18	39.4%
その他	0	▲2	▲2	-
全社	▲32	▲35	▲3	-

営業利益 増減の主な要因 Main Factors Contributing to Changes in Operating Profit

🔍 **ビール強化による品種構成改善と経費コントロールが寄与**
第1Qの投資不動産売却と合わせ、営業利益でほぼフラットの水準に改善



■ = 増加
 ■ = 減少

※「IFRS表示組替」：その他営業外収支・特別損益のこと。

2Qの状況

今後の取組など

Positive

- ①：国内ビール強化は継続
「黒ラベル」、「エビス」ともに缶製品は売上増
- ②：RTDの売上規模は前年比2倍に増加
- ③：北米の「サッポロプレミアム」は引き続き好調



- ①：ビール市場の落ち込みが続き、計画差が生じているが、
主軸ブランドのトレンドは底堅く推移している。
明年の酒税法改正に焦点を当ててブランド強化を進める。
- ②：「99.99」をRTDの核として育成していく。まずは規模の
拡大を優先、収益の刈り取りは明年以降。
- ③：小売現場でのSKU絞込みは、SAPPOROブランドにとって
引き続きプラス効果。インセンティブ施策が奏功し、CVS
チェーンへの缶製品出荷が増加している。

- ④：新ジャンルは前年割れ
- ⑤：低気温や洪水などでカナダ市場の総需要は▲3%程低下^(※)
スリーマンは積極的なマーケティング費用の投下もあり、
現地通貨ベースで増収も、営業減益で着地
- ⑥：サンフランシスコのビール市場停滞は継続
アンカー社は苦戦



- ④：「麦とホップ」は40-50代からの支持低下が最大の課題。
分析結果をもとに、全面リニューアル（8/27）を図り、
消費税増税に向けた取り組みも進めていく。
- ⑤：マーケティング投資の効果を最大化していく。
また、カナダ市場においても缶比率が高まっており、
これに対応した商品展開や製造体制を整えていく。
- ⑥：引き続き厳しい市況が続くと予想されるが、
体制整備とリブランディングを推進中。

Negative

※1-5月推計

2Qの状況

今後の取組など

Positive

- ①：レモン食品の好調継続（前年同期比**112%**）
- ②：ヤスマ社の新規連結により、収益にプラス貢献
- ③：海外飲料（アジア）の業績が回復傾向
- ④：北米飲料の採算が改善傾向



- ①：業務用や用途拡大などを提案し、市場拡大を図る
- ②：今後の原料調達リスクを軽減。
商品開発など各バリューチェーンでポッカ社とのシナジーを發揮していく。
- ③：海外飲料（アジア）の事業再構築を推進しており、シンガポールをはじめ、主要な輸出先も堅調に推移。（UAE除く）
- ④：フードサービス(FS)が伸長。製造効率も改善している。

- ⑤：国内の自販機台数減少に伴い、飲料売上低下
- ⑥：スープ類の売上が減少



- ⑤、⑥：最盛期に向け、新商品も含めた訴求を行う。

Negative

2Qの状況

今後の取組など

Positive

- ①：主要物件は高稼働率を維持
- ②：目黒ヴィラガーデンや恵比寿南ビル、Sreed EBISUなどを取得。戦略的な物件ポートフォリオの組み替え、まちづくりを推進



- ①：バリューアップ施策や定期的な保守、修繕により、安定した成長を目指す。
- ②：引き続き戦略的な物件ポートフォリオの組み替えによる「まちづくり」を推進する。

・特筆すべき点なし

Negative

決算特殊要因 Special factors in the business results

為替による営業利益への影響は軽微

< 決算特殊要因（前年同期比） >

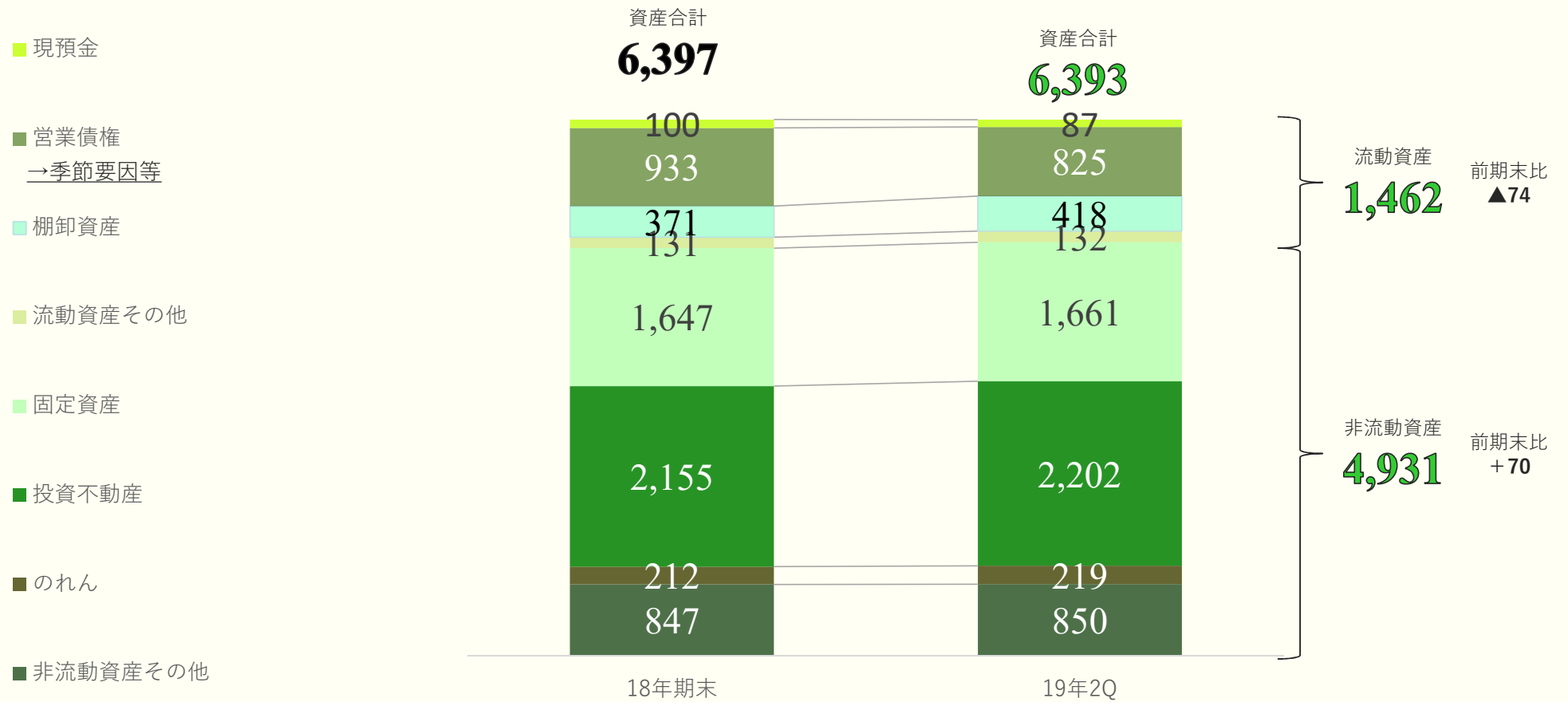
事業セグメント	内容	売上収益影響	営業利益影響
酒類事業	WILD ROSE BREWERY LTD. 2019年2Q～連結開始	-	-
食品飲料事業	ヤスマ株式会社 2019年2Q～PL連結開始	約+17億円	-

- : 影響軽微

< 為替の影響（為替換算による影響） > ※期中平均レート

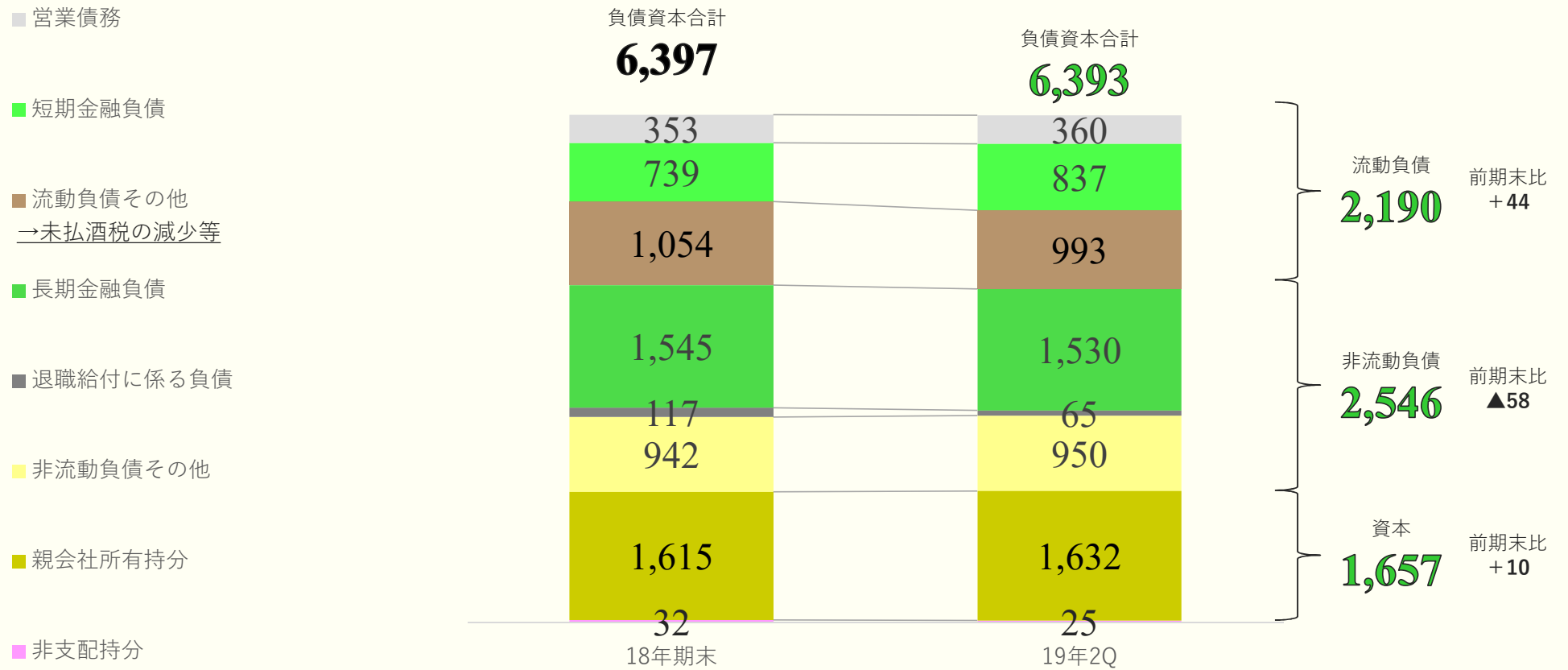
	2018 2Q	2019 2Q		売上収益影響	営業利益影響
US\$	¥108.68	¥110.06	➔	酒類事業	約▲5億円
EUR	¥131.55	¥124.32		食品飲料事業	-
CAN\$	¥85.06	¥82.56			
SG\$	¥81.94	¥80.99			

● 資産合計は前期末対比で4億円の減少



貸借対照表の状況 Changes in Balance sheets

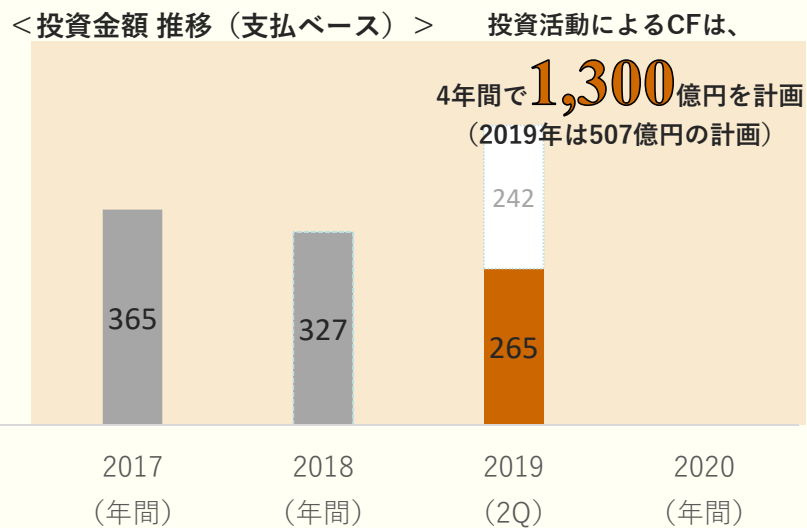
● 負債合計は前期末対比で14億円の減少、資本合計は10億円の増加



支払ベースの投資額は265億円

<連結キャッシュフロー (CF) 計算書>

	2018年2Q	2019年2Q	増減	増減率
営業活動によるCF	111	136	26	23.1%
投資活動によるCF	▲115	▲149	▲34	-
フリーCF	▲4	▲13	▲8	-
財務活動によるCF	▲21	1	22	-



① <設備投資> 連結合計で約**85**億円
(有形固定資産・無形固定資産)

<主な内訳>

- ・『酒』『食』『飲』関連：約68億円
国内ビール等の工場システム更新工事他：約20億円
スリーマン社設備投資他：約5億円
ポッカ社工場設備関連：約20億円 等
- ・全社 グループインフラ最適化等：約14億円 等

② <投資不動産> 連結合計で約**124**億円

③ <リース料> 連結合計で約**20**億円
※飲食店舗の家賃にかかるリース料除く

④ <その他投資> 連結合計で約**36**億円
(長期前払費用・投資有価証券 等)

① + ② + ③ + ④ <2019年2Q 投資実績 合計>
(支払ベース/経常設備投資・リース料含む)

約**265**億円

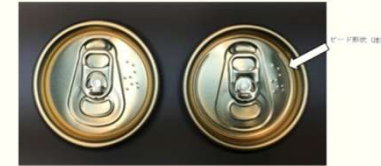
(単位：億円) Copyright, 2019 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved. 20/44

R&D



軽量化したビール用缶蓋が「第43回木下賞」を受賞

～アルミ使用量削減で年間最大約1,200トンのCO2削減効果～



サッポロビール（株）は「ビールテイスト飲料用軽量アルミ缶蓋の開発」において（公社）日本包装技術協会が主催する「第43回木下賞 改善合理化部門」（※1）を6月18日に受賞しました。この開発した技術により、缶蓋の約7%軽量化を実現しました。当社のビール類の製品（含むビールテイスト飲料）の缶蓋すべてを同品に切り替えた場合、2018年実績で約1,200トンのCO2排出量の削減効果が見込まれます。



同品の特長は、形状を工夫し缶蓋表面にビード形状（※2）を採用することで、缶蓋を薄くしながらも従来缶蓋と同等の品質を確保したことです。さらに、製缶メーカー、ビールメーカーともに大がかりな設備投資が要らず、ビールメーカーにおける生産工程の調整もほぼ不要なため、業界内への展開が容易です。同品は、大和製罐（株）が設計製造を行い、当社が実用化評価を実施した協働の取り組みです。当社は、2018年5月から千葉工場製品に先行導入し、既に同缶蓋を用いて2億缶を超える製品を出荷しています。今後順次他工場への展開を開始する予定で、環境にやさしいパッケージとして業界標準を進めていきたいと考えています。

（※1）木下賞：（公社）日本包装技術協会の第二代会長 故 木下又三郎氏の包装界に対する多年の功績を記念して創設された表彰事業。毎年その年度において、包装の研究・開発に顕著な業績をあげたもの、包装の改善・合理化に顕著な業績をあげたもの、包装の新規分野創出に顕著な業績をあげたものに対して授与される。

（※2）缶蓋表面に施した溝状の凹凸のこと。

参考資料 Appendix



Appendix : 前年同期のセグメント別売上収益、営業利益の変換表

2018年2Q実績 ※ () 内は新セグメント	旧セグメント (5事業体制)	新セグメント (3事業体制)	差異	備考
売上収益	2,417	2,417	-	
国内酒類事業 (酒類事業)	1,134	1,510	376	
国際事業 (-)	378	-	▲378	・北米酒類⇒酒類事業へ変更 245億円 ・北米飲料⇒食品飲料事業へ変更 134億円
食品・飲料事業 (食品飲料事業)	596	758	161	
外食事業 (-)	132	-	▲132	・酒類事業へ変更 132億円
不動産事業 (不動産事業)	121	121	-	
その他 (その他)	57	29	▲28	・神州一味噌⇒食品飲料事業へ変更 28億円

2018年2Q実績 ※ () 内は新セグメント	旧セグメント (5事業体制)	新セグメント (3事業体制)	差異	備考
営業利益	▲30	▲30	-	
国内酒類事業 (酒類事業)	▲23	▲27	▲4	
国際事業 (-)	▲2	-	2	・北米酒類⇒酒類事業へ変更 2億円 ・北米飲料⇒食品飲料事業へ変更 ▲4億円
食品・飲料事業 (食品飲料事業)	▲13	▲17	▲5	
外食事業 (-)	▲5	-	5	・酒類事業へ変更 ▲5億円
不動産事業 (不動産事業)	46	46	-	
全社・その他 (全社・その他)	▲33	▲32	1	・神州一味噌⇒食品飲料事業へ変更 ▲1億円

Appendix：売上数量データ

国内酒類 (単位：万函/大瓶換算)	2018年2Q	2019年2Q	前期比
①ビール計	1,303	1,342	103%
サッポロ生ビール黒ラベル計	778	778	100%
エビス計	360	353	98%
②発泡酒計	127	99	78%
③新ジャンル計	617	520	84%
ビール・発泡酒・新ジャンル計 (①+②+③)	2,047	1,961	96%
ビールテイストノンアルコール飲料 (単位：億円)	47	35	75%
国内酒類	2018年2Q	2019年2Q	前期比
ワイン計	58	57	99%
国産ワイン	23	21	92%
輸入ワイン	35	36	103%
スピリッツ計 (RTD・洋酒・焼酎)	158	182	115%
小計	217	241	111%
リベート等控除	▲35	▲47	-
合計	181	193	107%
海外ビール (単位：万函/大瓶換算)	2018年2Q	2019年2Q	前期比
海外ブランド (※1)	662	645	97%
サッポロブランド	305	319	105%

(単位：万函)

飲料水 (ポッカサッポロフード&ビバレッジ)	2018年2Q	2019年2Q	前期比
飲料水 (※2)	2,031	1,954	96%

(単位：億円)

売上金額 (酒税込み)	2018年2Q	2019年2Q	増減
ビール	715	744	28
発泡酒	49	38	▲11
新ジャンル	203	172	▲31
小計	968	953	▲14
リベート等控除	▲52	▲51	2
合計	915	903	▲12

売上金額 (酒税抜き)	2018年2Q	2019年2Q	増減
ビール	352	370	18
発泡酒	27	21	▲6
新ジャンル	141	119	▲22
小計	521	510	▲10
リベート等控除	▲52	▲51	2
合計	468	459	▲9

※1：スリーマン社、アンカー社を含む

※2：国内売上のみ。(豆乳除く)

Appendix : 酒類事業 (国内) データ

【ビール】 (売上数量)

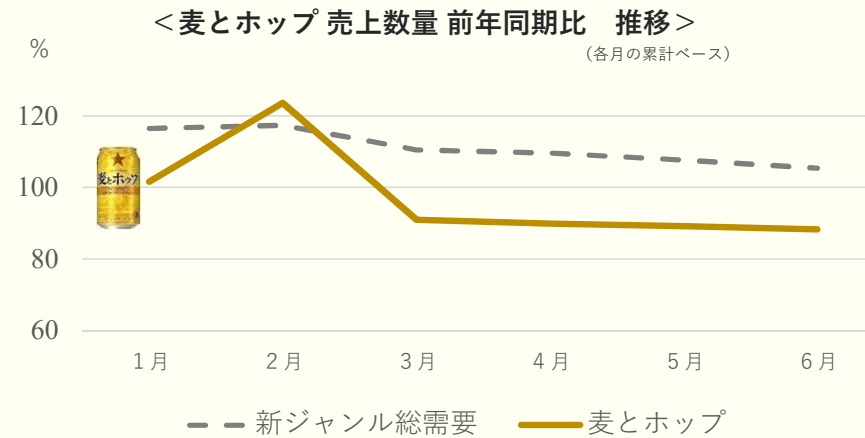
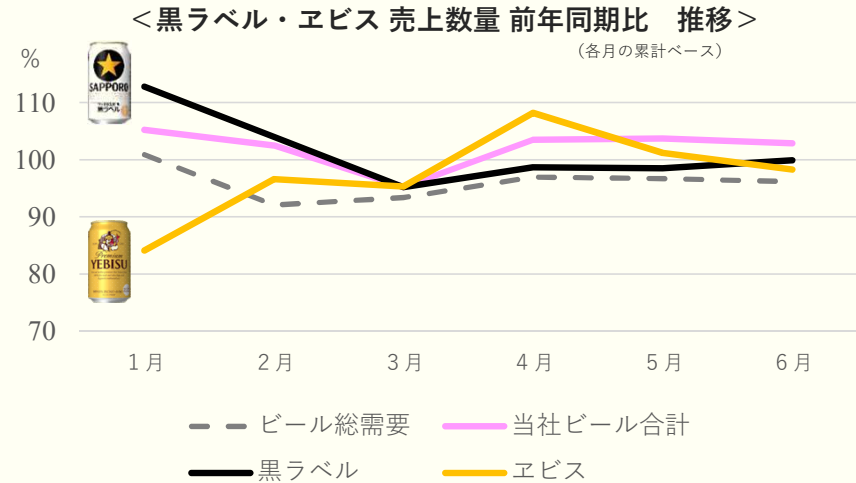
- ✓ 前年同期比**103%**
- ✓ 「黒ラベル」 : ブランド計 前年同期比**100%**
(缶 : ブランド計 前年同期比**105%**)
- ✓ 「エビス」 : ブランド計 前年同期比**98%**

【発泡酒・新ジャンル】 (売上数量)

- ✓ 前年同期比**83%**
- ✓ 「麦とホップ」 : ブランド計 前年同期比**88%**

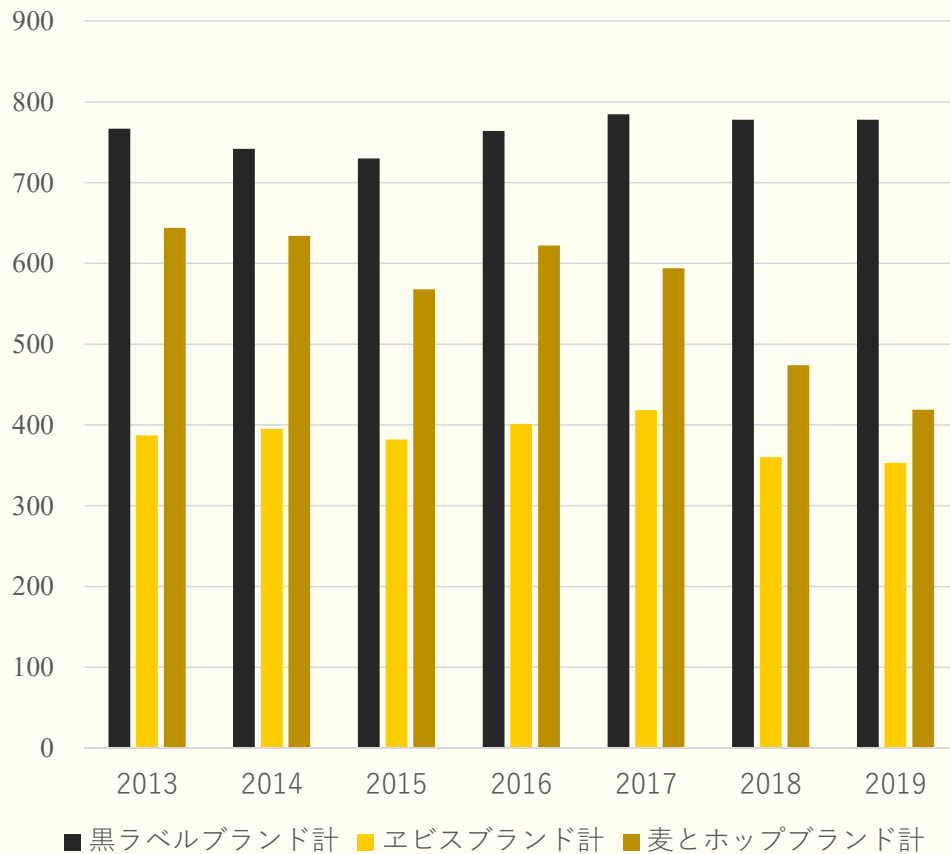
【ワイン・スピリッツ等】 (売上金額)

- ✓ ワイン事業 : 前年同期比**99%**
- ✓ RTD事業 : 前年同期比**200%**
- ✓ 洋酒事業 : 前年同期比**116%**
- ✓ 和酒事業 : 前年同期比**72%**

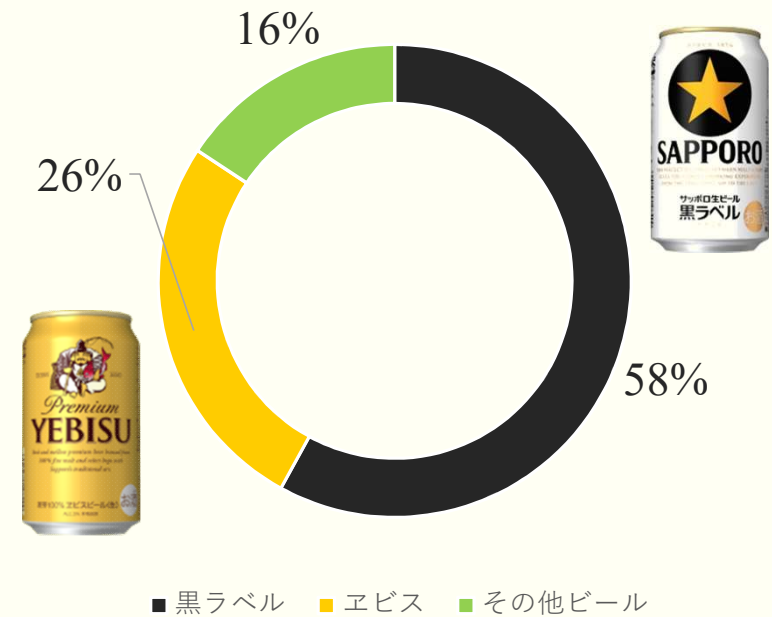


Appendix : 酒類事業 (国内) データ

< 基幹3ブランド 売上数量 (販売数量) 推移 >

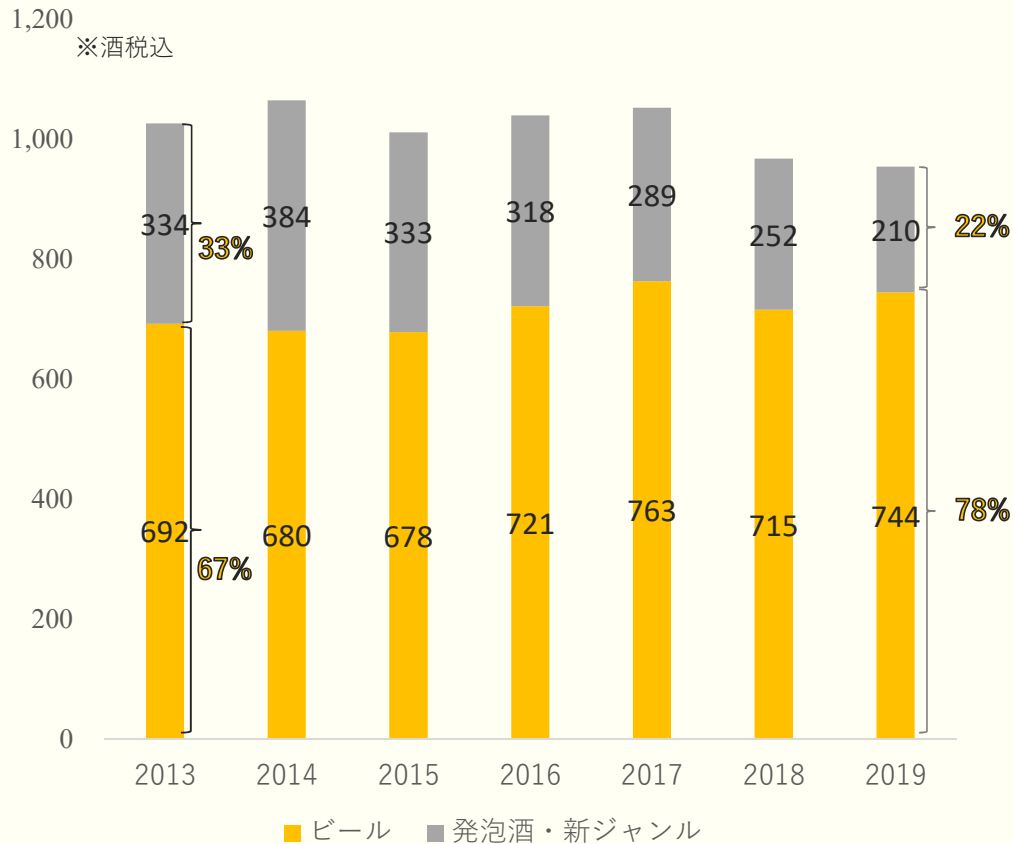


< ビールカテゴリーラインナップ 構成比 >

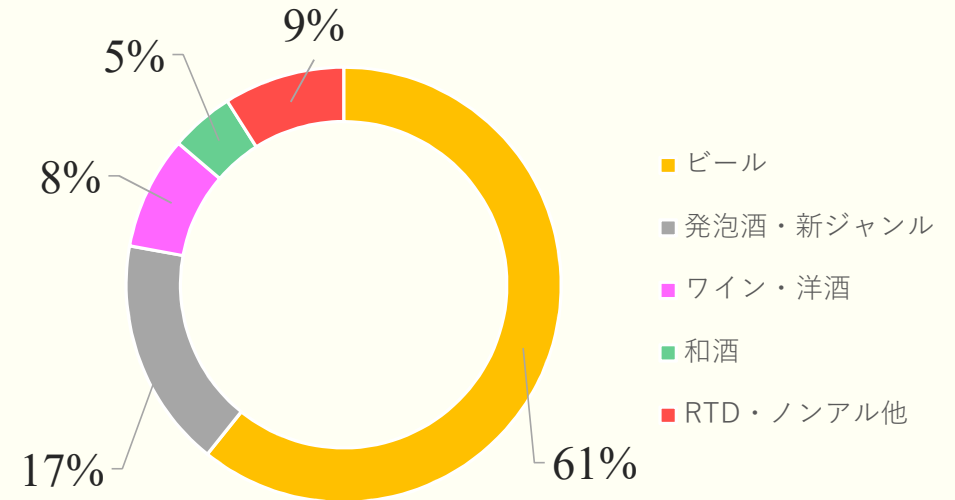


Appendix：酒類事業（国内）データ

<酒類事業（国内） カテゴリー別 売上金額 推移>



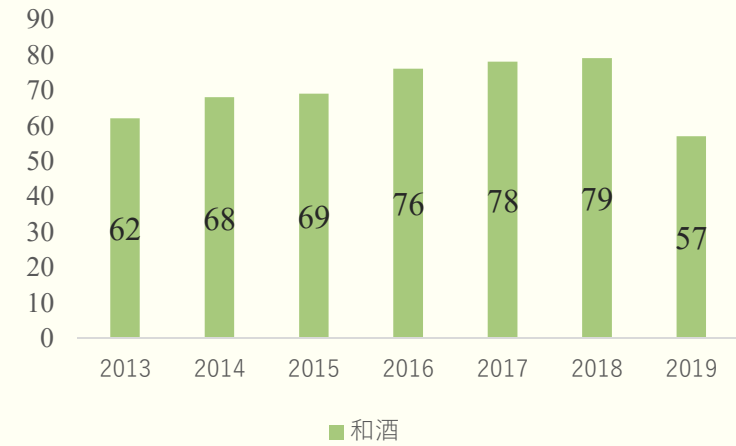
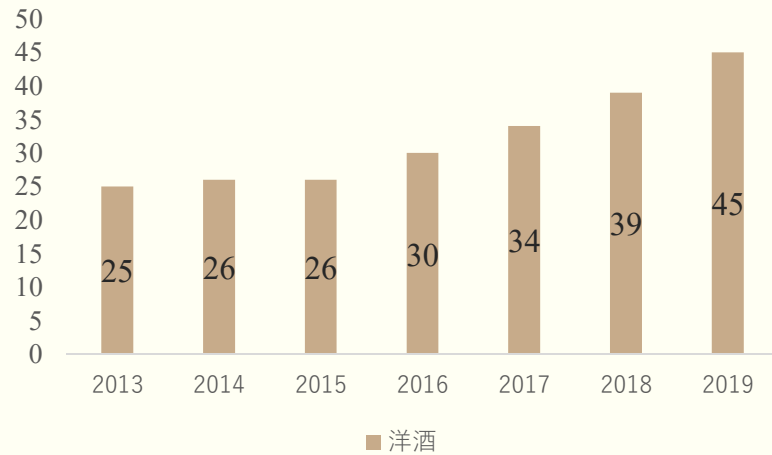
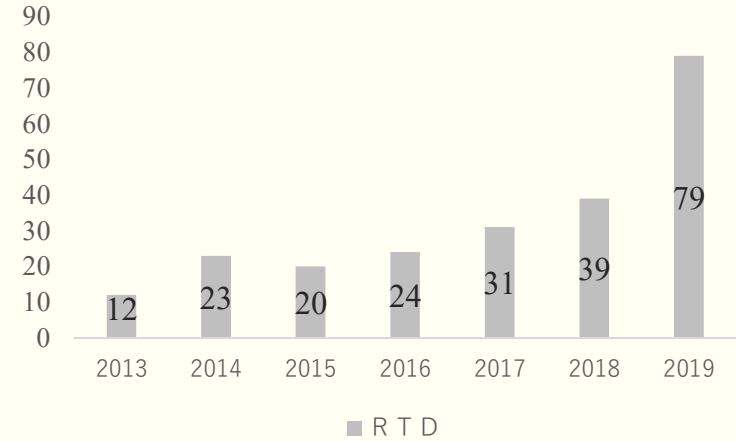
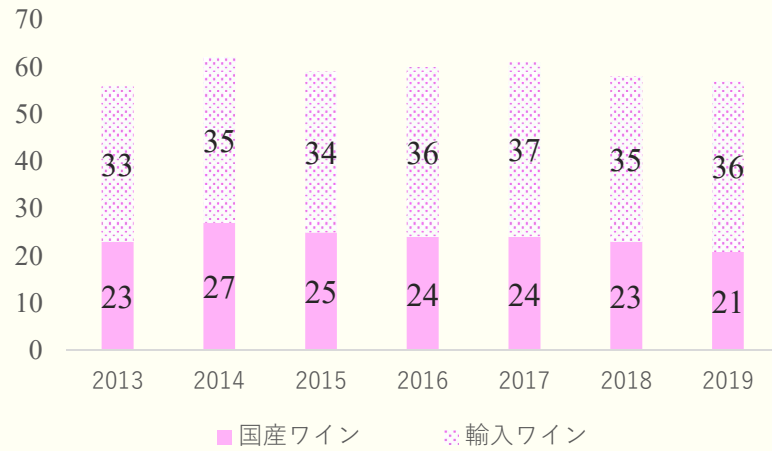
<酒類事業（国内） カテゴリー別 売上金額 構成比>



※子会社売上や連結消去、リベート控除を除く

Appendix : 酒類事業 (国内) データ

<ワイン・スピリッツ類 売上金額 推移>





SAPPORO

Appendix : 酒類事業 (国内) 4-6月の主な発売商品 ※ (R) : リニューアル



SAPPORO



サッポロ生ビール黒ラベル
エクストラブリュー



Premium
YEBISU



復刻特製エビス

CLASSIC



サッポロ クラシック
夏の爽快 (北海道限定)



サッポロ クラシック
春の薫り (北海道限定)

麦とホップ



麦とホップ
爽の香 (そうのかおり)



麦とホップ 東北の香り
(東北エリア限定)



北海道生ビール



サッポロ ドラフトワン (R)

SAPPORO
CHU-HI
9999
フォーナイン



9.9.99 <フォーナイン>
クリアアイス



レモン・ザ・リッチ
シリーズ



梅酒カクテル ウメカク
<ゴールドキウイ>



愛のスコール
ホワイトサワー



愛のスコールサワーシリーズ

キレートレモン サワー



キレートレモンサワー
BOOST(ブースト)

NECTAR サワー



すももももも
nectarサワー
白桃とすもも

Appendix：酒類事業（国内）

「サッポロ生ビール黒ラベル THE BAR」が初の通年型アンテナショップとしてオープン

～お客様の“最もビールがおいしい瞬間”に「完璧な生」を提供します～

サッポロビール（株）は、「完璧な生」の提供品質に徹底的にこだわった「サッポロ生ビール黒ラベル THE BAR（ザバー）」をGINZA PLACE 地下1階で7月5日にオープンしました。

このショップは「最もビールがおいしい瞬間はその日の1杯目。」というコンセプトのもと、ご来店いただいたお客様がその日の1杯目を「完璧な生」でスタートしていただくことへ徹底的にこだわった通年型のビヤバーで、注ぎ方が異なる3つの黒ラベルを体験することができます。

当社は黒ラベルブランドをビール強化の柱に位置づけており、「完璧な生」を体現した良質な世界観と飲用体験を重要な顧客接点の機会と捉えております。これまでも「完璧な生ビール体験」をテーマに、一人でも多くのお客様に完璧な黒ラベルを体験していただける期間限定イベントを全国各地で展開してきました。このたび、120年前に当社がビヤホール文化をスタートさせた銀座でサッポロ生ビール黒ラベルを提供する初の通年型アンテナショップをオープンし、さらなる顧客接点の創出に取り組んでまいります。



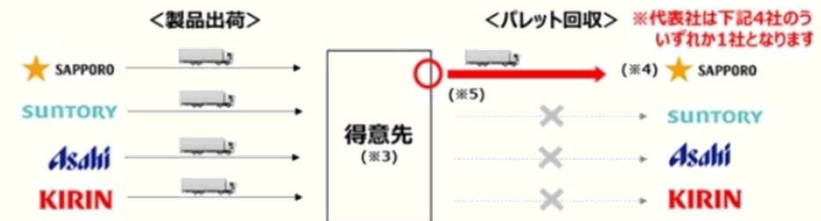
● ビール4社によるビールパレット共同回収の全国展開について

サッポロビール株式会社（社長 高島英也）、サントリービール株式会社（社長 山田賢治）、アサヒビール株式会社（社長 塩澤賢一）、キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、2018年11月より東北エリアにおいて先行展開しているビールパレット（以下、Pパレ）の共同回収を、2019年7月以降、首都圏、東海、九州エリアに順次拡大します。また、2019年11月よりその他エリアに順次拡大し全国展開する予定です。

7月のエリア拡大に伴い、回収車両の積載効率の向上、回収距離の短縮によりCO₂削減がさらに促進され、ビール4社合計で、年間のCO₂排出量が約4,778t（従来比で約47%）削減できると試算しています。

Pパレは、業界統一規格として1992年から酒類飲料業界で共同利用しています。2013年に、Pパレ共同使用会の一般社団法人化を契機としてPパレ管理業務の標準化（伝票の統一、共通受払システムの導入）が進んでおりますが、得意先からの回収については各社が個別に実施していました。

共同回収では、年間でPパレ共同使用会加盟社合計の回収枚数が1万枚以上の得意先を対象として、Pパレ回収をビール4社で分担（回収代表社を選定）し、得意先ごとに回収代表社がビール4社分（※1）のPパレを回収します。



（※1）ビール4社のグループである各飲料会社4社分のPパレも回収対象に含みます。

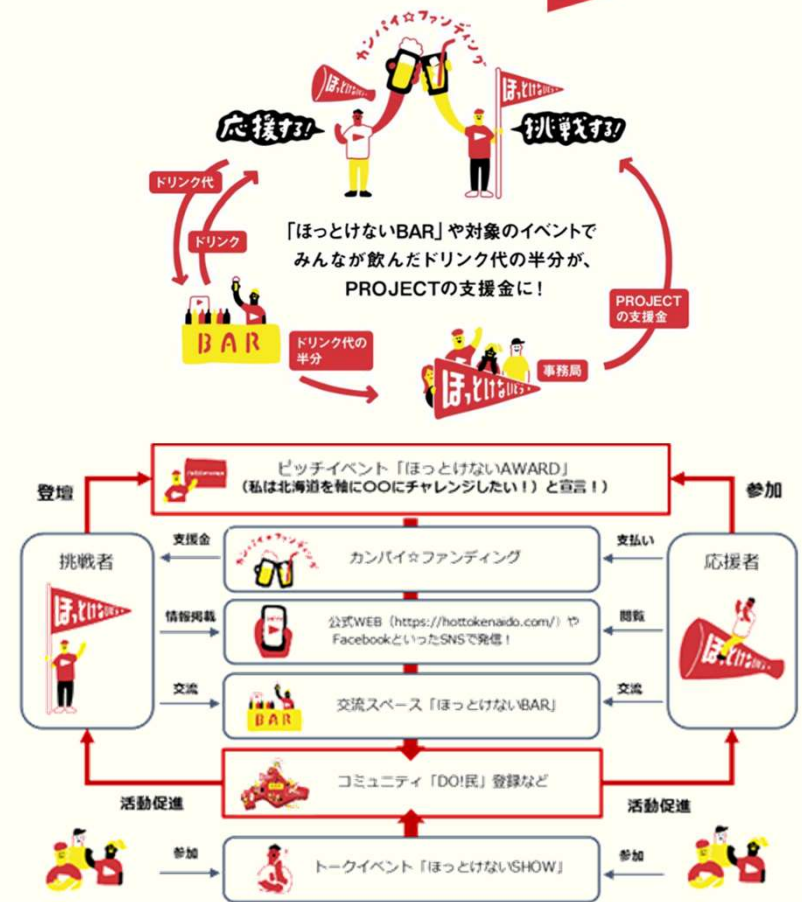
Appendix：酒類事業（国内）

北海道を舞台にした新たな挑戦を支援する共創活動「ほっとけないどう」をスタート

～世界初?!一杯のドリンクでプロジェクトを支援しよう!～



サッポロビール（株）は、『ふるさとのために、何ができるだろう?』をスローガンに創業の地である北海道の行政とも協働し、地域活性の貢献を目指す取り組みを続けています。このたび北海道を舞台に、新たなプロジェクトにチャレンジしたい「挑戦者」とその活動を支援したい「応援者」をつなぐコミュニティづくりを目指した共創活動「ほっとけないどう」を2019年6月6日より開始しました。



取り組みの中心となるのは、「ほっとけないAWARD（プレゼンテーションイベント）」で、そのイベントで挑戦者が発表したプロジェクトに対して資金協力できる「カンパイ☆ファンディング」が行われます。

「カンパイ☆ファンディング」は、「ほっとけないBAR」（※1）でドリンクを購入することにより、支払額の半額を支援したいプロジェクトへ資金協力できる世界初?!のサービスです。

サッポロビールは、この取り組みを通して、北海道がさらに活性していけるよう応援していきます。

(※1)北海道札幌市は常設店。東京は期間限定。詳細はサイトURLを参照ください。

取り組み名称：ほっとけないどう

開始日：2019年6月6日

サイトURL：https://hottokenaido.com/

Appendix：酒類事業（海外）データ

【海外ブランド】（スリーマン社、アンカー社を含む）

✓ 前年同期比**97%**

【サッポロブランド】

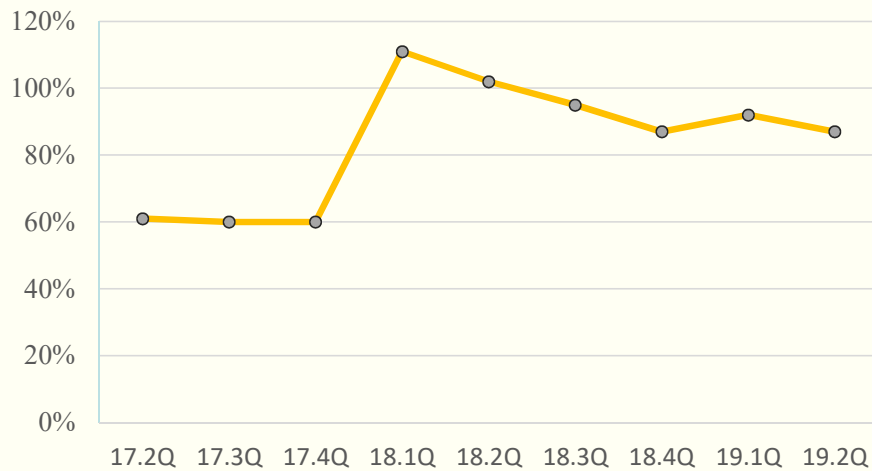
✓ 前年同期比**105%**



【ベトナム】

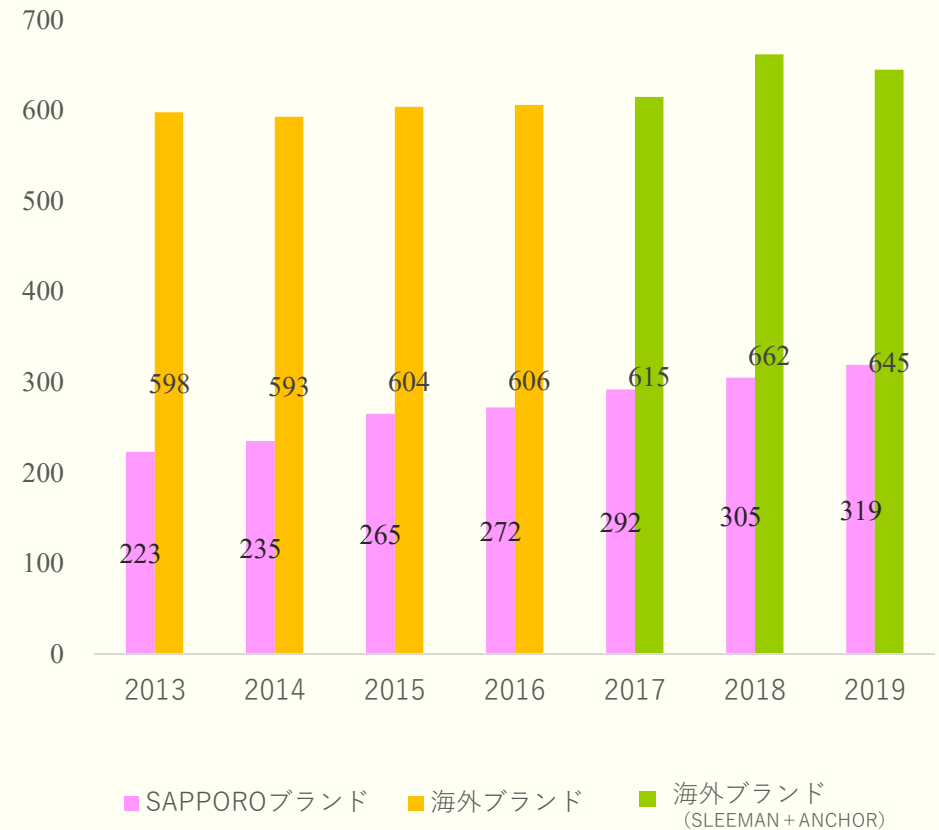
✓ 前年同期比**115%**（輸出込）

＜ベトナム国内 売上数量 前期比の推移＞



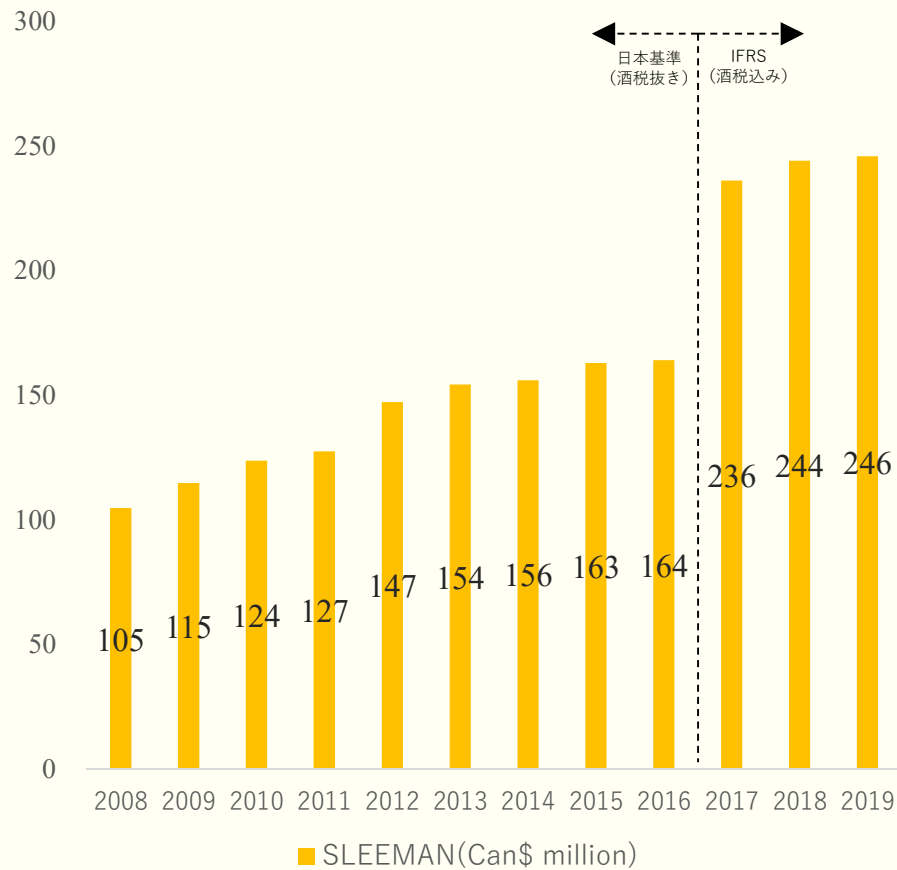
＜海外ビール売上数量の推移＞

（単位：万函/大瓶換算）

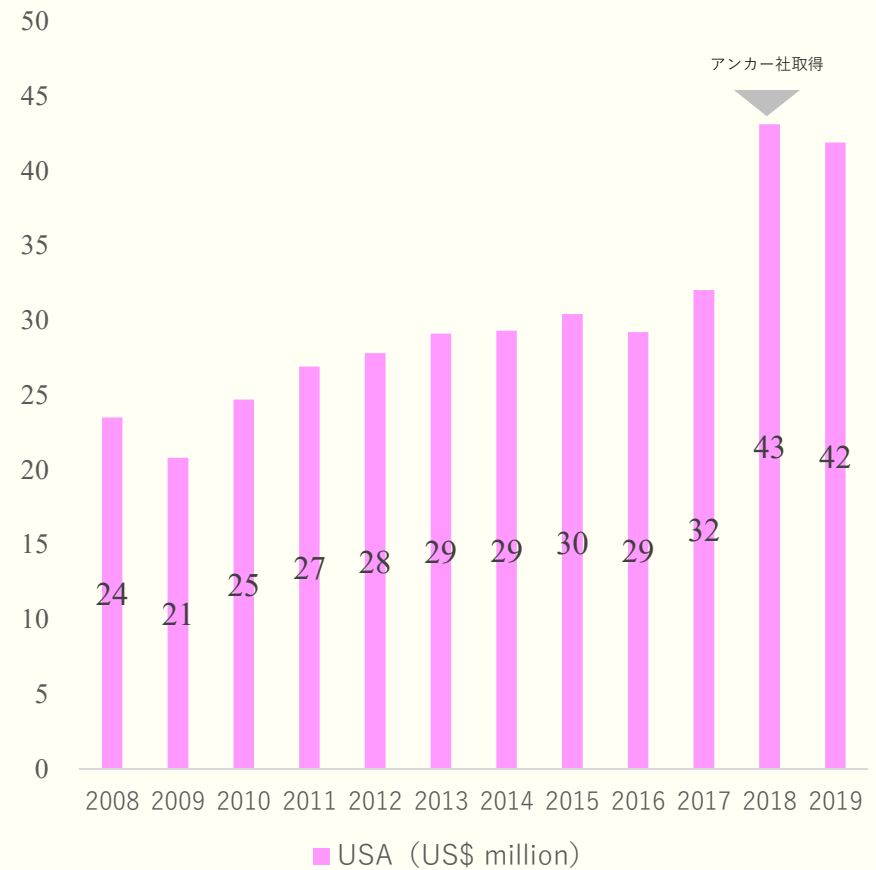


Appendix：酒類事業（海外）データ

<スリーマン社：現地通貨建て売上金額（連結消去前）の推移>



<サッポロUSA & アンカー社：現地通貨建て売上金額（連結消去前）の推移>





SAPPORO

Appendix : 酒類事業 (海外)

● カナダのワイルドローズ社を取得 (以下WVR社)

<会社概要>



- ・所在地 Canada Alberta州Calgary市
- ・設立年 1996年創立
- ・年間販売量 2018年 20,928HL (大換 約165千函)
- ・生産能力 33,300HL/年 (大換 約261千函)
- ・販売内訳 Premiumブランド 100%
- ・州別販売 AB州 100% (内 Calgary市内 74%)
- ・容器別 樽60%、瓶 (ワンウェイ) 28%、缶12%
- ・売上 2018年 約CA\$ 8 M

<取得の背景>

- ・アルバータ州 (AB州) はスリーマン社の4つの戦略市場の中で進出が一番遅く、現時点で最も高い売上成長率で全体への貢献度も高いエリア (昨年は10%近い成長)
- ・スリーマン社はPrairie地区 (アルバータ州、サスカチュワン州、マニトバ州) において、地域ブランドおよび製造拠点を保有していなかったため、かねてからM&Aを検討していた。



VELVET FOG



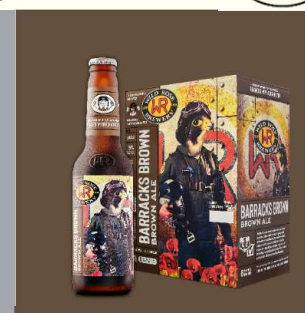
WRASPERRY ALE



IPA



ELECTRIC AVENUE



BARRACKS BROWN

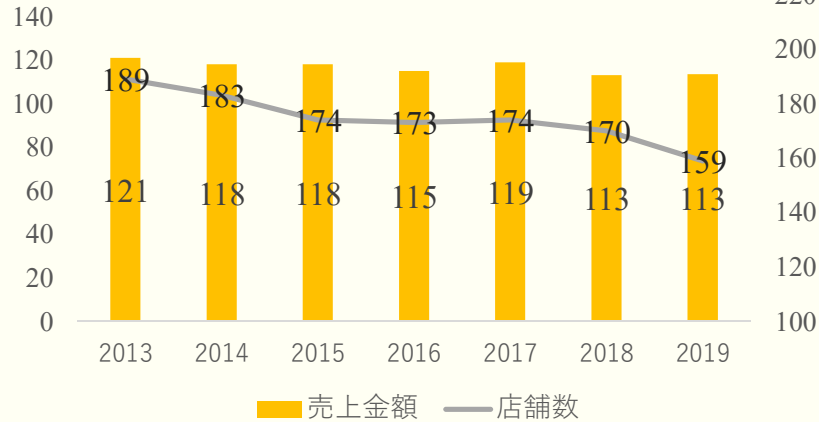


HIGH HARVEST

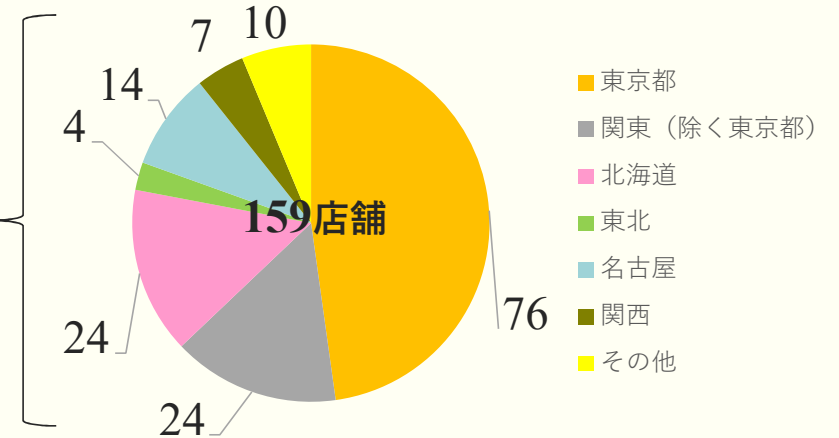
Appendix : 酒類事業（外食）データ

< サッポロライオン単体の店舗数と売上金額の推移 >

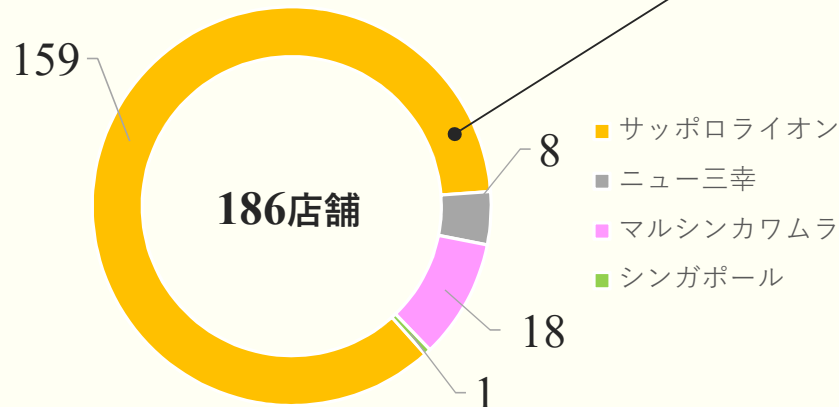
※リベート等控除前の金額



< サッポロライオン単体 店舗数地域別構成比 >



< 外食事業 店舗数構成比 >



< 主なブランド一覧 >



(1~6月累計)

Appendix : 食品飲料事業データ

【レモン飲料】

✓ 前期比**106%**
(売上数量)



【レモン食品】

✓ 前期比**112%**
(売上数量)



【茶系飲料】

✓ 前期比**100%**
(売上数量)



【スープ類】

✓ 前期比**93%**
(売上数量)



【コーヒー飲料】

✓ 前期比**89%**
(売上数量)



【大豆チルド】

✓ 前期比**104%**
(売上数量)

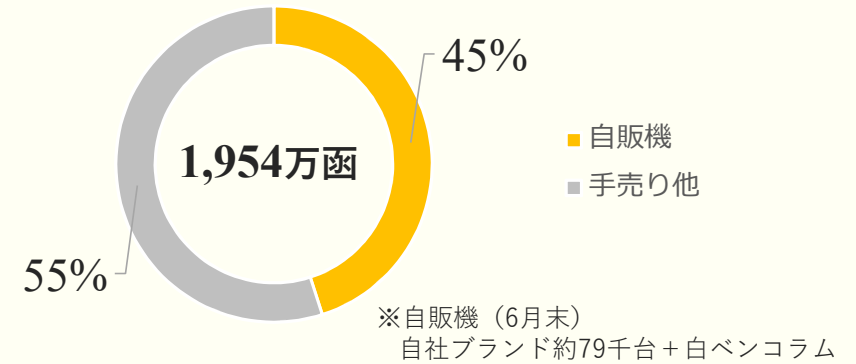


【北米飲料】

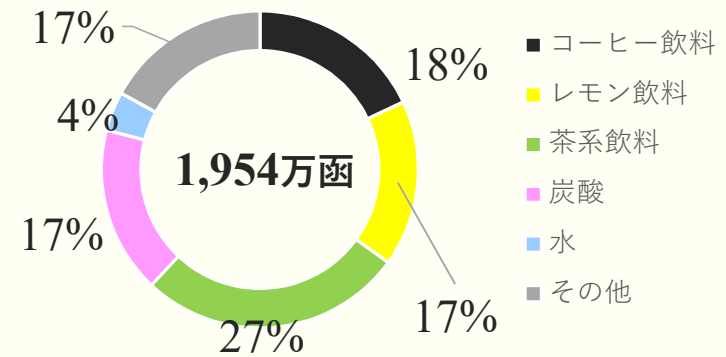
(売上金額・連結消去後)

✓ 前期比**110%**

＜ポッカサッポロフード&ビバレッジ＞
国内飲料チャンネル別販売数量 構成比



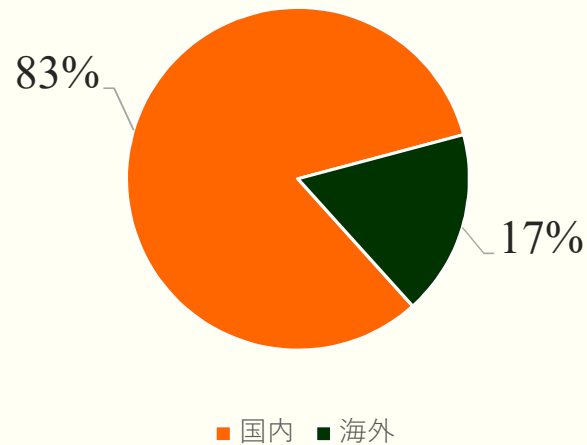
＜ポッカサッポロフード&ビバレッジ＞
国内飲料ジャンル別販売数量 構成比



Appendix：食品飲料事業データ

<食品・飲料事業売上収益の構成比>

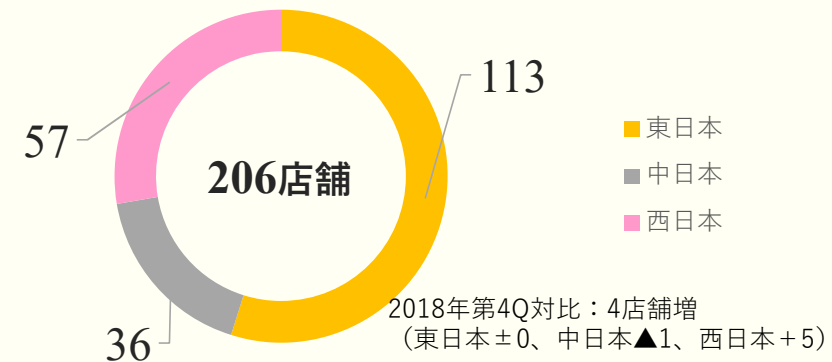
※連結調整額除く



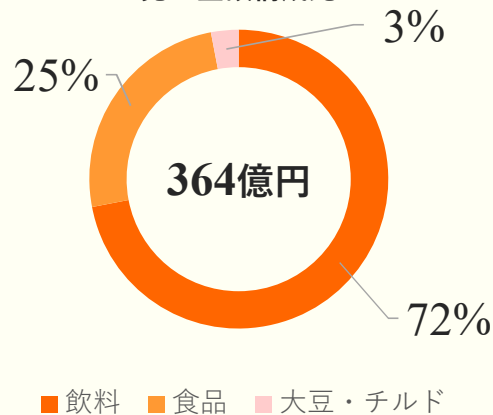
【(株)ポッカクリエイト】

✓ 売上収益**43**億円 前年同期比**101**%

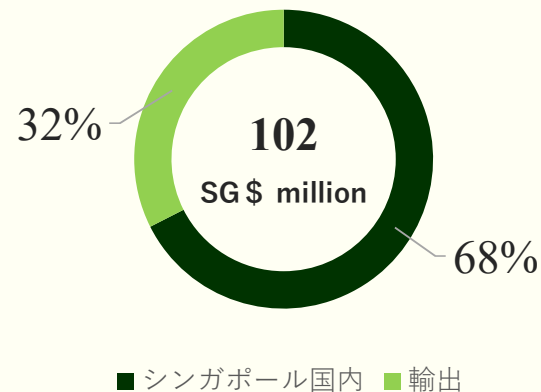
<6月末 地域別店舗数>



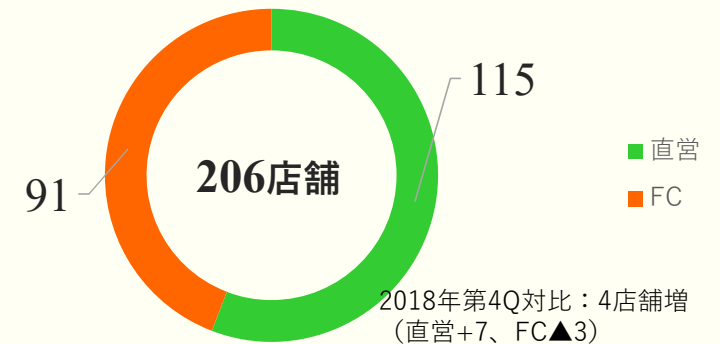
<国内：ポッカサッポロフード&ビバレッジ>
売上金額構成比



<海外：ポッカコーポレーション・シンガポール>
売上金額構成比 (POKKAブランド)



<6月末 直営/FC店舗数>





SAPPORO

Appendix : 食品飲料事業 (国内) 4-6月の主な発売商品



ソイビオ豆乳ヨーグルト



北海道やさしい旨茶



LEMON MADE
オリジナルレモネード

1本1円を「レモネードスタンド普及協会」を通して
小児がん支援に



レモネードスタンド普及協会
LEMONADE STAND PROMOTION ASSOCIATION



アーモンド・ブリーズ
カフェスタイル



アーモンド・ブリーズ
ヘルシーサポートプロテイン



じっくりコトコト こんがりパン
マッサマンカレー



1日分の鉄分入り
ブルーゼリー

Appendix：食品飲料事業（国内）

● 大崎上島町（広島県）におけるレモン栽培開始について

ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社は2019年4月より、国産レモンの生産振興を目的として、広島県豊田郡大崎上島町においてレモンの栽培を開始しました。

1957年にレモン事業を開始して以来、レモン商品の開発やレモンに関する研究を通じて、お客様の身近にレモンがある生活の提案を行っています。昨今、レモンの需要が拡大する中、特に国産レモンの市場が伸長しています（※1）。

一方で、国内のレモン農家において高齢化や後継者不足などの影響から生産や供給が不足しており、高まる需要に十分に対応できない状況となっています。国内において持続的にレモンの需要を拡大するためには、安定的な生産が必要であると考え、自らがレモンの栽培に携わることで、その課題を理解し、農家の皆様と共に生産振興を進め、更なる国産レモン市場の活性化に寄与することを目指していきます。栽培地は、これまでにレモンの振興などに関する協定を結んで協働している広島県の大崎上島町（※2）とし、これまでも増して地域と共に農業環境づくりに取り組んでいきます。

（※1）出典：農林水産省 特産果樹生産出荷実績調査 種別別栽培状況累年統計

（※2）2013年2月に、親会社のサッポロホールディングスと共に広島県と広島レモンの向上などの分野でパートナーシップ協定を締結し、2016年4月には、広島ゆたか農業協同組合と業務提携、広島県豊田郡大崎上島町と包括協定を、さらには2017年4月には広島県呉市とレモンの振興及び地域の活性化を図ることを目的とした連携協定を締結しています。



Appendix : 食品飲料事業 (国内)

● スパイスなどの調味料に強みを持つヤスマ社を取得

<会社概要>



- ・創業年 1947年
- ・資本金 9,000万円
- ・従業員数 約200名
- ・所在地 東京本社、大阪オフィス
横浜工場、静岡工場、静岡研究開発センター

<取得の背景>



ヤスマ社の強み

- ① 世界各国の高品質なスパイス・ハーブをはじめ、多種多様な原料・商品の調達ネットワーク力
- ② 技術力・品質管理・研究開発力
- ③ お客様のご要望にスピーディーにお応えできるアプリケーションの開発力

→『食』分野の拡大を目指すにあたり、原料調達力を強化するため。
また、商品開発等におけるポッカ社とのシナジーを見込み、取得に至った。

スパイス・ハーブ

アニス	コリアンダー (パクチー/香菜)	タイム
オールスパイス	サフラン	タラゴン
オニオン (玉ねぎ)	山椒 (和山椒、花椒)	ディル
オレガノ	シナモン/カシア	ナツメグ
おろし (にんにく、生姜)	ジュニパーベリー (西洋ねずの実)	バジル
ガーリック (にんにく)	ジンジャー (生姜)	パセリ
カファライム (こぶみかん)	スターニアス (八角)	パブリカ
ガランガル	セージ	スモークパブリカ
カルダモン	セロリー	フェネグリーク (メッチ)
キャラウェイ	胡椒 (ブラックペッパー、ホワイトペッパー、グリーンペッパー)	フェネル (ういきょう)
クミン	ピンクペッパー	マジョラム
クローブ (丁子)	唐辛子 (レッドペッパー、カイエン、青唐辛子、ヤラピノ、ハバネロ、チボトレ)	メース
	ターメリック (うこん)	レモングラス
		ローズヒップ
		ローズマリー
		ローレル (ベイリーブス)



スパイスミックス

素材や用途に合わせたご提案や、お客様のご要望にあったオリジナルミックスのご提案も可能です。

ガラムマサラ	五香粉
カレーパウダー	七味唐辛子
ソーススパイスミックス	チリパウダー
ブーケガルニ	ハーブミックス



乾燥野菜・果物類

アップル (りんご)	バナナ
キャロット (にんじん)	パンプキン (かぼちゃ)
グリーンピース	レッドベルペッパー
コーン (とうもろこし)	オレンジピール
スピナ (ほうれん草)	レモンピール
トマト	



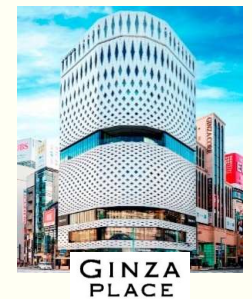
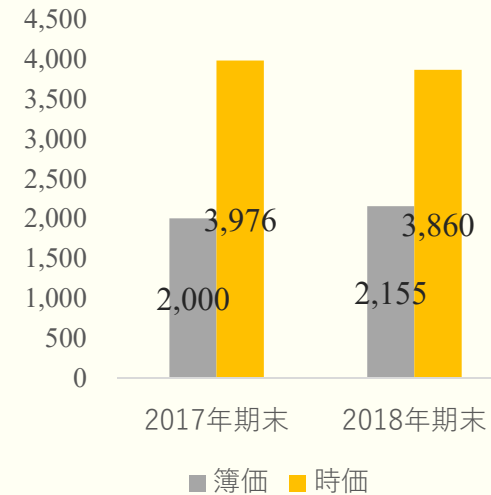
Appendix：不動産事業データ

< 主要物件概要・稼働率 : (1~6月平均・入居ベース) >

	敷地面積 (㎡)	延床面積 (㎡)	平均 稼働率 (%)	階数
恵比寿ガーデンプレイス ⁽¹⁾	56,943	298,007	99	地下5階 地上40階建
恵比寿ファーストスクエア	2,596	16,012	100	地下1階 地上12階建
銀座プレイス	645	7,350	98	地下2階 地上11階建
ストラータ銀座 ⁽²⁾	1,117	11,411	100	地下1階 地上13階建

(1) : 「階数」はオフィス棟部分のみ、「稼働率」はオフィス区画にて記載
 (2) : 100%持分にて記載。当社持分は、土地922㎡(区分所有)、建物89.72%(共有持分)

< 賃貸等不動産期末時価情報 >



< 営業利益の内訳 >

	2018年2Q	2019年2Q	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	35	34	▲0
北海道事業	4	5	0
その他物件・事業	13	31	18
全社共通費用	▲6	▲6	▲0
合計	46	63	18

< EBITDAの内訳 >

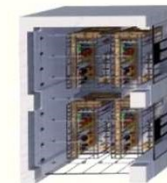
	2018年2Q	2019年2Q	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	50	49	▲1
北海道事業	5	5	0
その他物件・事業	18	17	▲2
全社共通費用	▲1	▲1	0
合計	72	70	▲2

Appendix：不動産事業

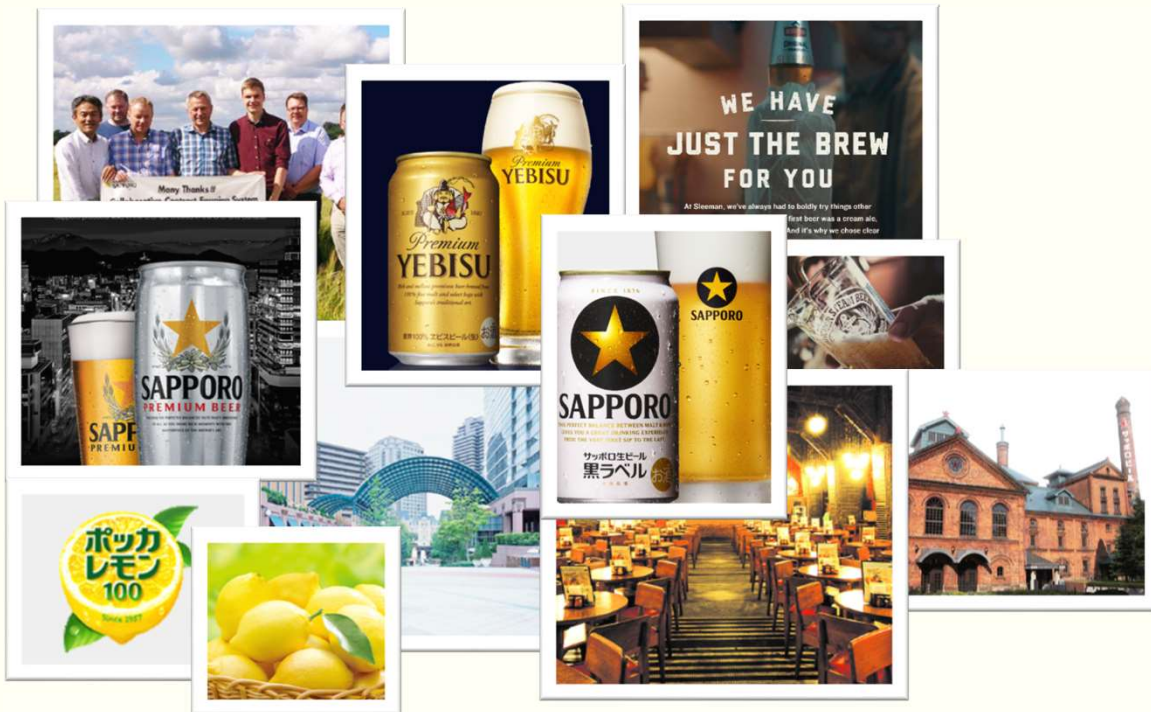
● 恵比寿ガーデンプレイスに 新たなライフスタイルを提案する複合ワークプレイス誕生

～2019年秋開業予定～

サッポロ不動産開発株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：時松浩）が運営する恵比寿ガーデンプレイス（所在地:渋谷区恵比寿4丁目）は、2019年10月で開業25周年を迎えます。この節目の年に、当施設内のガラススクエア地下1階の一部を、“働くこと”と“生活すること”が融合したライフスタイルを提案する空間へとリニューアルし、2019年秋に開業します。



〈リニューアル後の施設のイメージ図〉



潤いを創造し 豊かさに貢献する



本資料で記載している業績予測ならびに将来予測は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予測であり、潜在的なリスク・不確実性が含まれています。

そのため、さまざまな要因の変化により、実際の業績は記載されている将来見通しとは、大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おきください。