



**SAPPORO**

# 2021年度 第1四半期決算説明資料

※資料中、会社名の記載については以下の略称を使用しております。

SH社：サッポロホールディングス株式会社 SB社：サッポロビール株式会社 SLN社：株式会社サッポロライオン

PS社：ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社 SRE社：サッポロ不動産開発株式会社

2021年5月7日

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

1. 決算概要

・・・P3~P20

2. 参考資料

・・・P21~P33

# 決算概要

- ▶ ビールは主力ブランドの強化が進む RTDは新商品「濃いめのレモンサワー」ヒットで大きく伸長  
レモン商品やプランツミルクも引き続き好調

黒ラベル (缶)  
売上数量



前期比+16%

エビスブランド (缶)  
売上数量



前期比+19%

RTD  
売上数量



前期比+50%

和酒  
売上金額



前期比+9%

レモン飲料・食品  
売上数量



前期比+7%

プランツミルク  
売上金額



前期比+12%

## 2021年度 第1四半期の振り返り: 課題

- ▶ コロナ拡大の影響で業務用ビール、外食店舗売上、自販機飲料売上が大幅減少  
新ジャンルは「GOLD STAR」が伸長したが、「麦とホップ」が伸び悩み苦戦

ビール (瓶・樽)  
売上数量



前期比 ▲47%

外食事業  
売上金額



前期比 ▲60%

飲料  
売上金額

おいしい「+」がある  
pokka Sapporo



前期比 ▲8%

新ジャンル  
売上数量



前期比 ▲11%

	(億円)	2020 1Q 実績	2021 1Q 実績	増減	増減率
売上収益		998	899	▲ 99	▲ 9.9%
売上収益 (酒税抜き)		771	685	▲ 86	▲ 11.2%
海外売上収益		152	143	▲ 10	▲ 6.3%
EBITDA		▲ 1	▲ 17	▲ 16	—
事業利益 (売上収益 - 売上原価 - 販管費)		▲ 62	▲ 69	▲ 7	—
事業利益率		▲ 6.2%	▲ 7.6%	—	—
営業利益		▲ 61	▲ 62	▲ 1	—
親会社の所有者に帰属する当期利益		▲ 46	▲ 52	▲ 6	—
ネットD/Eレシオ (倍)		1.4	1.6	0.2	—

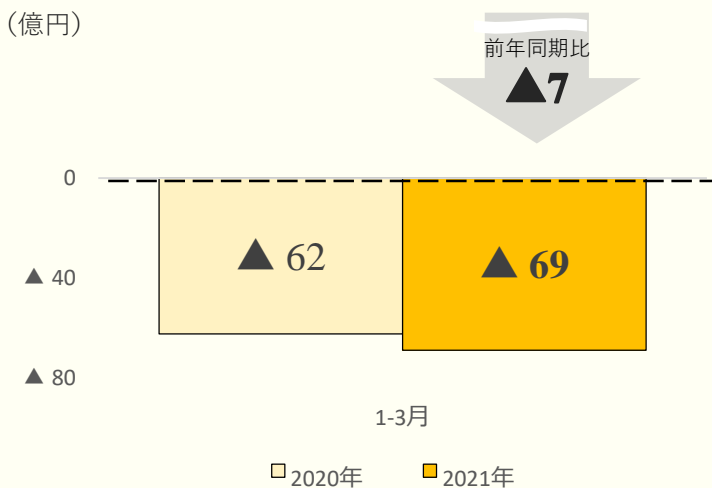
各指標の算出において、金融負債残高にはリース負債の残高は含んでおりません。

## 当期は年初からコロナの影響を受け、全体で減収減益

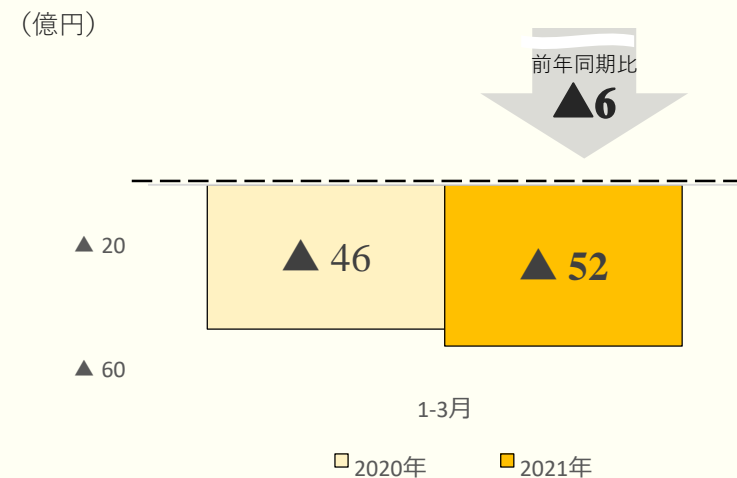
### 売上収益



### 事業利益



### 親会社の所有者に帰属する当期利益



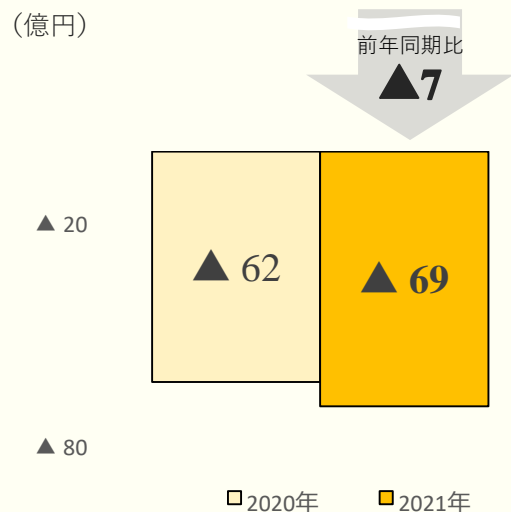
- ▶ 酒類事業：ビール缶、RTDが伸長も、新ジャンルの数量減、業務用ビール、外食事業の回復遅れにより減収
- ▶ 食品飲料事業：レモン食品、プランツミルクが好調に推移する一方、自販機等の飲料、外食事業の不調により減収

- ▶ 取り組みを進めているコスト構造改革、コストコントロール効果がある一方、全体の減収影響をカバー出来ず、減益

● 全体では減益となったものの、外食関連事業を除いた事業利益は前年同期並みを確保

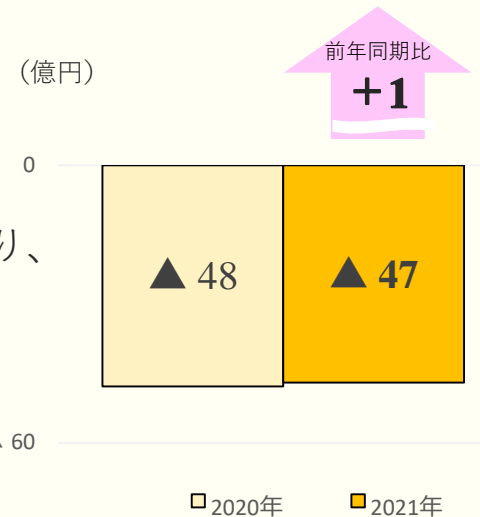
◆ 事業利益を外食関連とそれ以外に分解

<グループ連結：①+②>  
主に外食関連の苦戦で減益

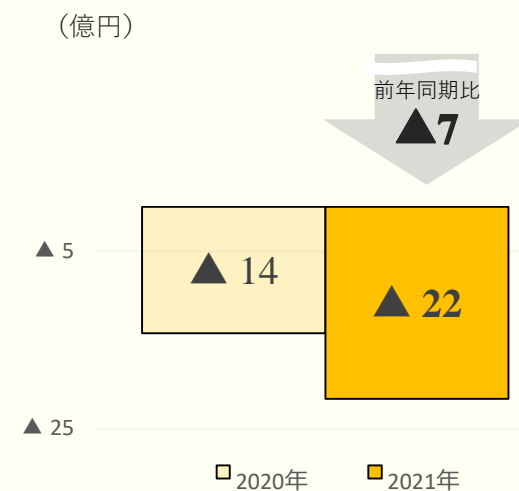


<外食関連企業※除く：①>  
コスト低減・コントロール効果により、  
外食を除くとほぼ前年同期並み

※外食事業 (サッポロライオングループ)  
新星苑 ポッカクリエイト

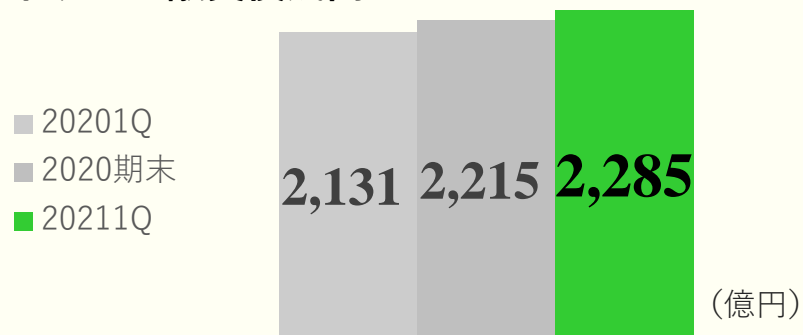


<外食関連企業※のみ：②>  
主な減益要因は外食関連事業





## ネット金融負債残高

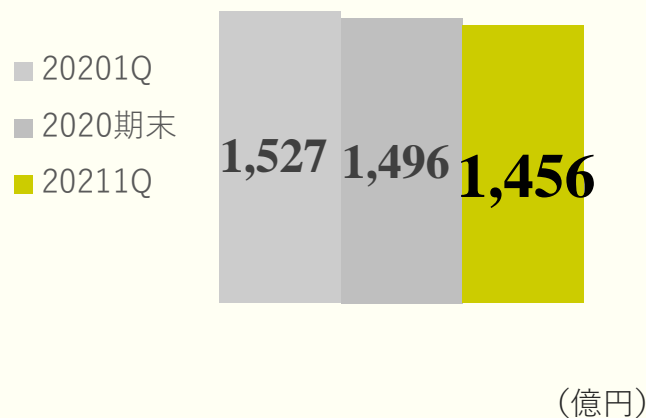


**D/Eレシオ**  
D/E ratio (Net)

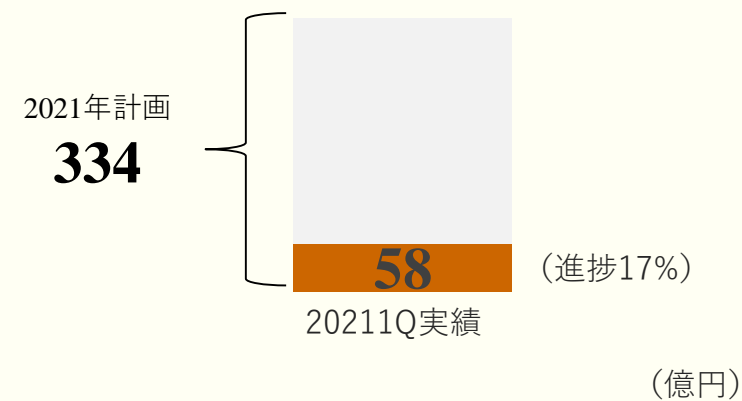
**1.6**倍

前年同期比  
+0.2倍

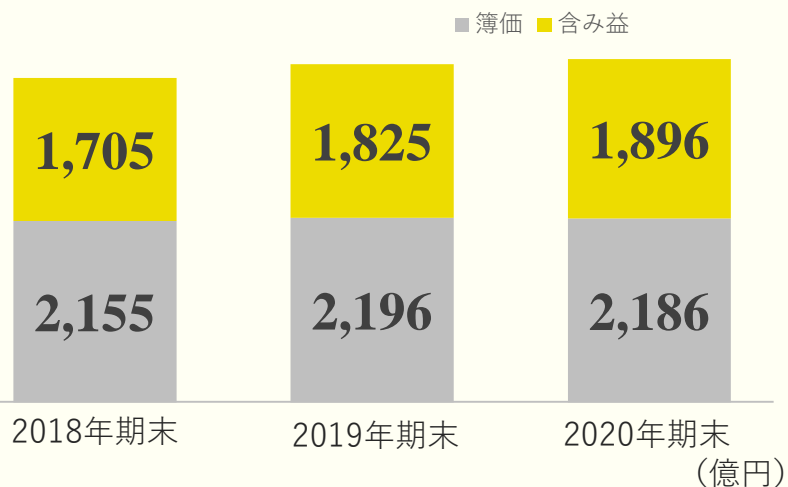
## 資本



## 設備投資 (支払ベース)



## 投資不動産時価情報



## グループ経営基盤の変革、グループトピックス



- サッポログループ5社が「健康経営優良法人2021」に認定  
<https://www.sapporoholdings.jp/news/dit/?id=8750>
- サッポロホールディングス(株)が「準なでしこ」に認定  
<https://www.sapporoholdings.jp/news/dit/?id=8758>
- TCFDの提言に基づく当社の対応策  
「気候変動対策に原料新品種開発で対応」(4/26リリース)  
<https://www.sapporoholdings.jp/news/dit/?id=8770>

# セグメント別 売上収益



(億円)	2020 1Q 実績	2021 1Q 実績	増減	増減率
売上収益	998	899	▲ 99	▲ 9.9%
酒類事業	634	566	▲ 67	▲ 10.6%
国内酒類	486	447	▲ 39	▲ 8.0%
海外酒類	103	102	▲ 1	▲ 1.0%
外食	45	18	▲ 27	▲ 60.4%
食品飲料事業	303	276	▲ 28	▲ 9.1%
不動産事業	61	56	▲ 4	▲ 7.2%
その他	0	0	0	14.0%

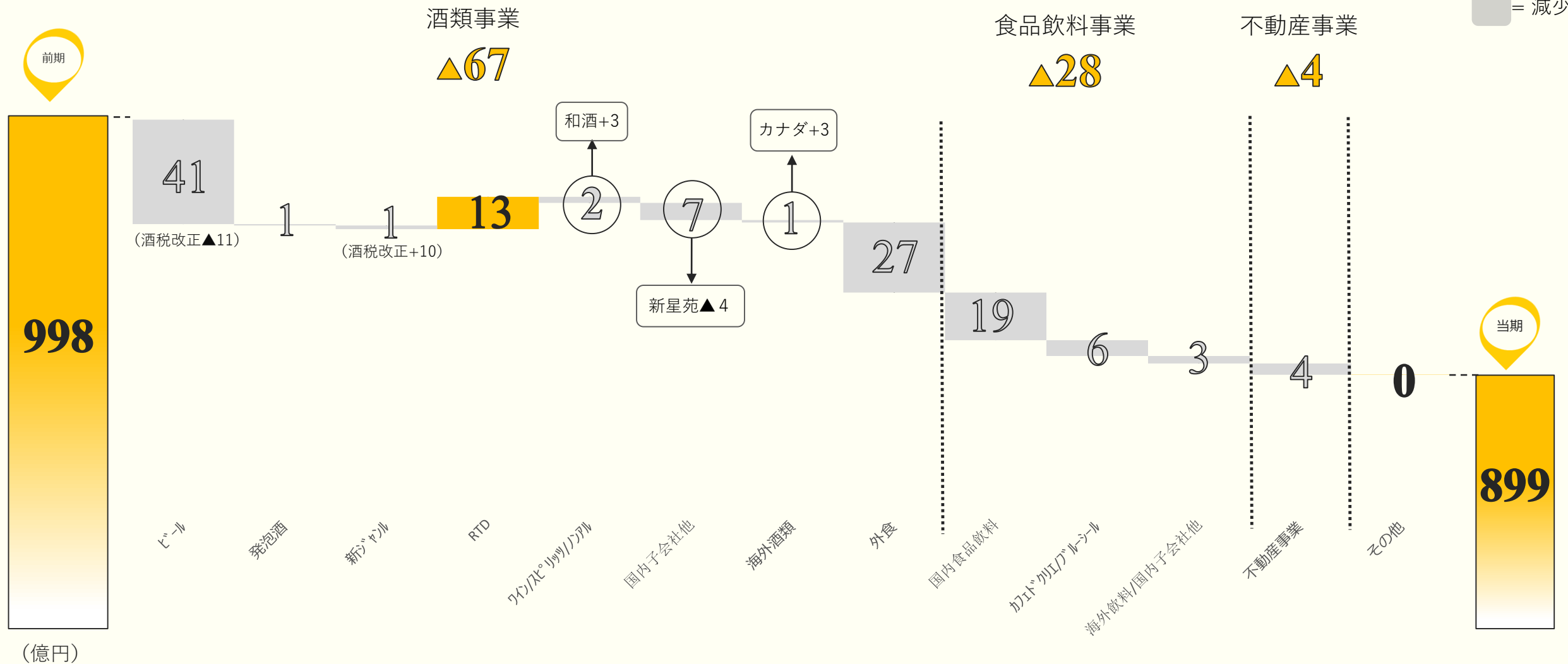
次ページで要因解説

# 売上収益 増減の主な要因



■ = 増加  
■ = 減少

🔍 RTDが増収も、ビール、外食、飲料が減収で、前期比▲99億円



# セグメント別 事業利益



(億円)	2020 1Q 実績	2021 1Q 実績	増減	増減率
事業利益	▲ 62	▲ 69	▲ 7	—
酒類事業	▲ 46	▲ 50	▲ 4	—
国内酒類	▲ 29	▲ 30	▲ 1	—
海外酒類	▲ 6	▲ 3	3	—
外食	▲ 12	▲ 17	▲ 5	—
食品飲料事業	▲ 14	▲ 11	3	—
不動産事業	12	7	▲ 5	▲40.0%
その他・全社	▲ 14	▲ 15	▲ 1	—

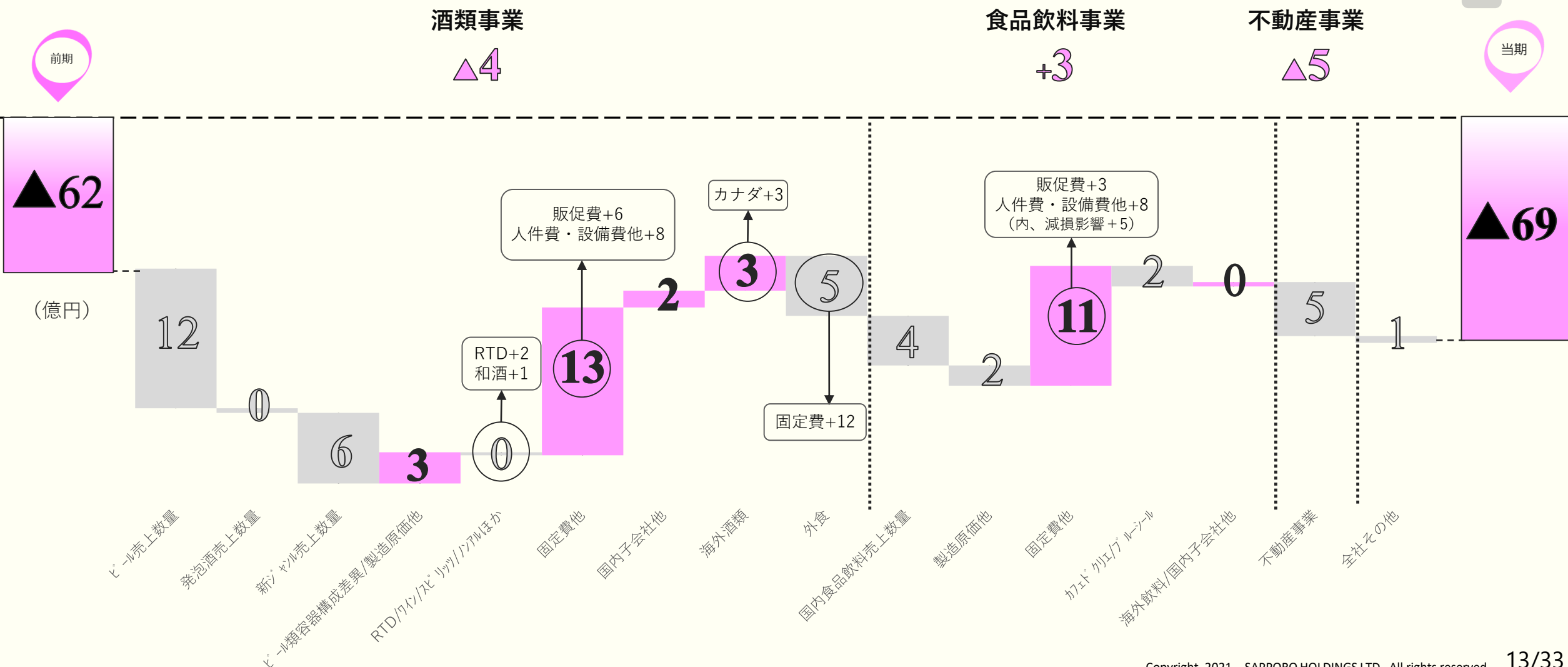
次ページで要因解説

# 事業利益 増減の主な要因



🔍 酒類・食品飲料は固定費削減に取り組むも、減収分をカバーできず前期差▲7億円

= 増加  
 = 減少  
当期



# 親会社の所有者に帰属する当期利益

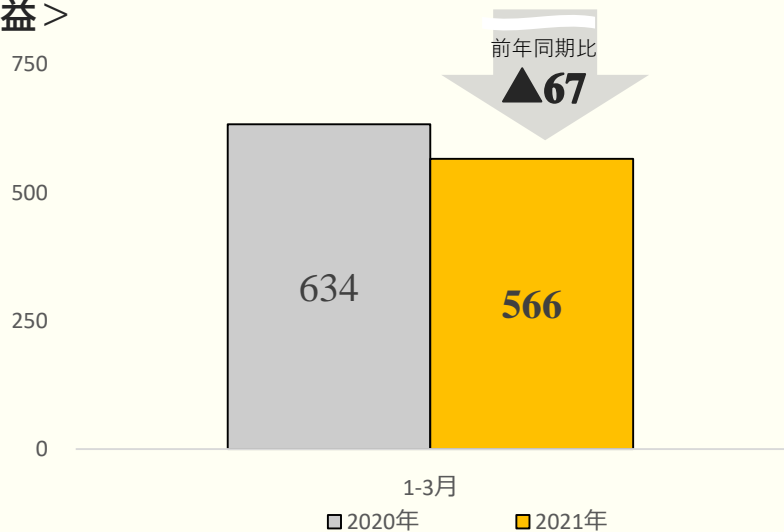


(億円)	2020 1Q 実績	主な内訳	2021 1Q 実績	主な内訳
事業利益	▲ 62		▲ 69	
その他の営業収益	4		13	不動産売却益+ 9
その他の営業費用	2		6	
営業利益	▲ 61		▲ 62	
税引前利益	▲ 63		▲ 62	
法人税等	▲ 16		▲ 10	
当期利益	▲ 47		▲ 52	
非支配株主損益	▲ 1		▲ 0	
親会社の所有者に帰属する 当期利益	▲ 46		▲ 52	

## ● コロナ影響で業務用ビール、外食事業不振 家庭用ビール、RTDは好調に推移 外食事業のコスト構造改革が進み、減益幅縮小に寄与

### <売上収益>

(億円) 750



Positive

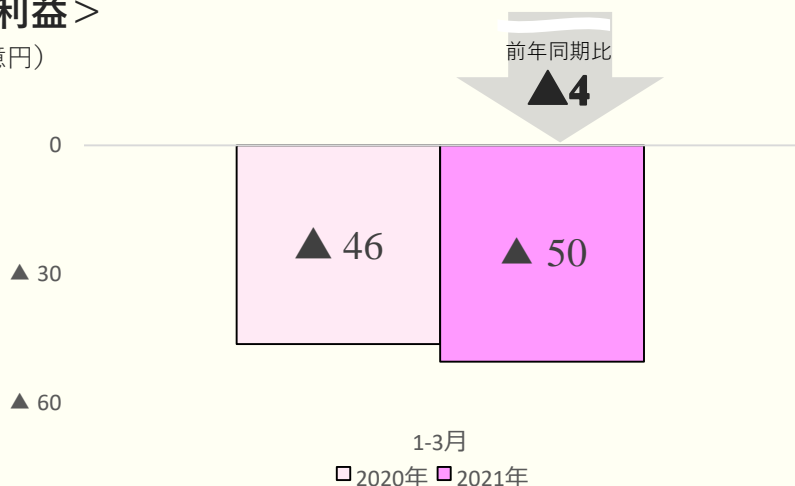
- 家飲み需要増加により、ビール缶好調
- RTD「濃いめのレモンサワー缶」RTS「濃いめのレモンサワーの素」好調
- カナダのスリーマンの売上数量が前期超え、「Sleeman Clear」が好調
- 外食事業のコスト構造改革により赤字幅を緩和  
(1Qで不採算店舗13店閉店)

Negative

- 業務用ビール、外食店舗が苦戦
- 新ジャンルが苦戦
- アメリカは缶製品が好調も、業務用ビールが不振

### <事業利益>

(億円)



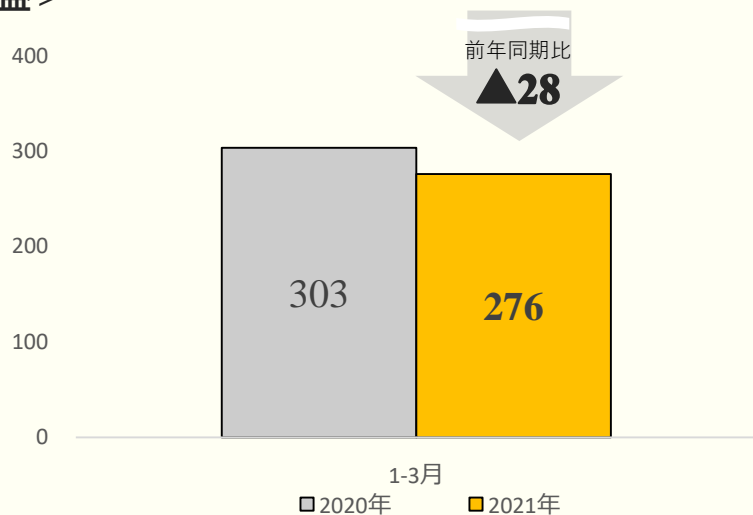
### <今後の取り組み>

- ビール、新ジャンルともに主力ブランドを強化
- RTD、RTSの業務用、家庭用連動によるブランド強化
- カナダはビールに加えRTD強化
- アメリカの収益性改善、新商品、リニューアル商品の売上拡大

## 🔴 コロナ影響で自販機の飲料売上、カフェが苦戦 レモン関連商品、プランツミルクは好調 前期減損による減価償却費の減少やコストコントロールにより増益

### <売上収益>

(億円)



Positive

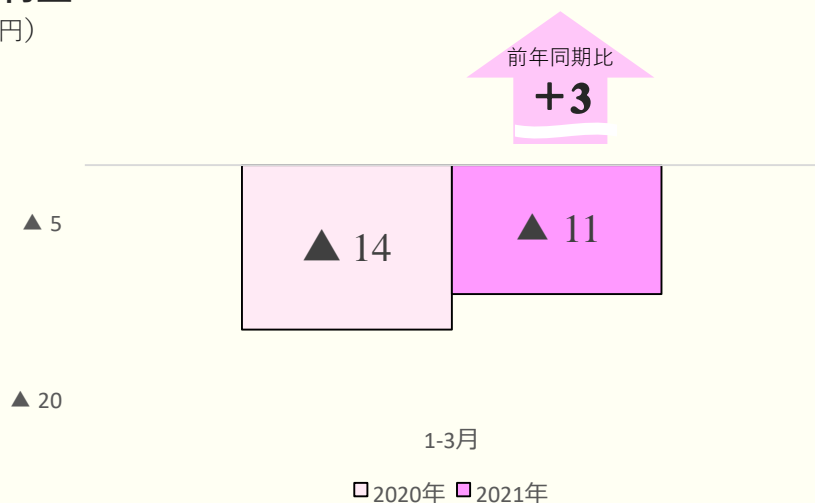
- 「ポッカレモン100」「キレートレモン」好調
- プランツミルクが前年を超えて推移

Negative

- 自販機売上が苦戦
- 外食店舗が苦戦

### <事業利益>

(億円)



### <今後の取り組み>

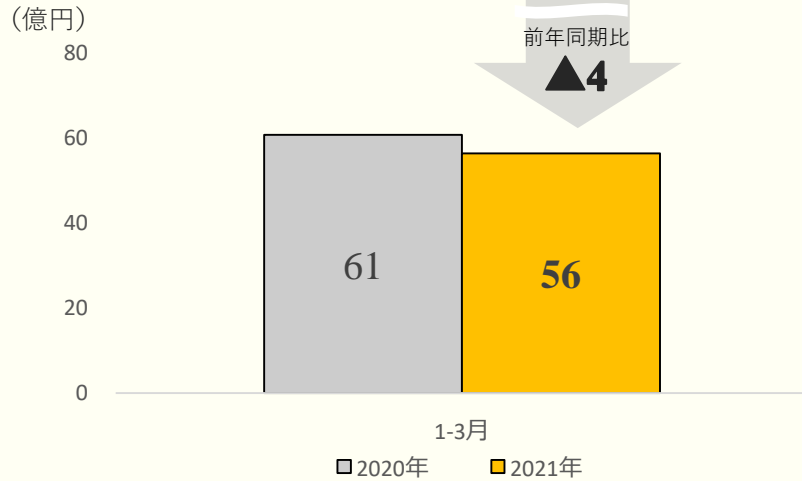
- レモン市場の更なる拡大と市場シェアの維持・向上
- プランツミルク市場の拡大と収益性改善
- コスト構造改革と自販機事業の構造変革の推進
- スナッキングフード※などの新たな価値提案

※「間食以上、食事未満」といった新たな食スタイル



## ● 一部テナントの退去の影響を受け、若干の減収

### < 売上収益 >



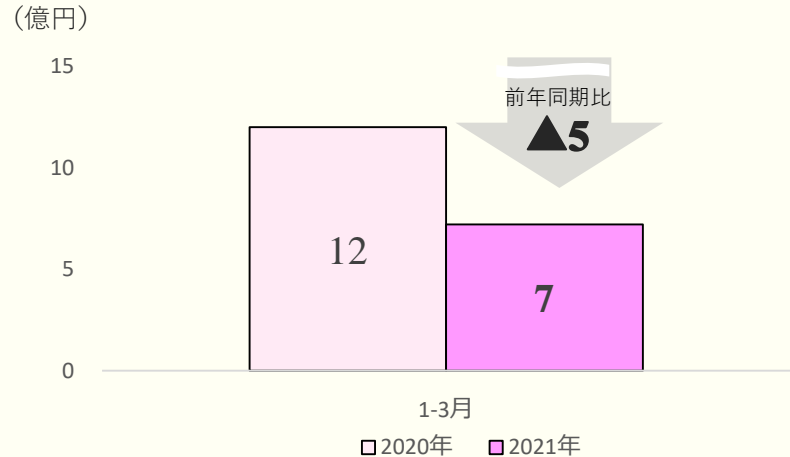
Positive

- 恵比寿ガーデンプレイス（商業棟）リニューアルに向け、食料品・生活雑貨フロアのテナント決定
- 戦略的物件組み替えの推進

- 恵比寿ガーデンプレイスのオフィス稼働率低下（当期平均稼働率90%）
- ホテル事業等で一部コロナ影響あり

Negative

### < 事業利益 >



### < 今後の取り組み >

- 恵比寿ガーデンプレイス（商業棟）リニューアルの着実な推進
- オフィスエリアの稼働率向上に向けたリーシング強化
- 物件ポートフォリオの入れ替えによる資本効率の改善

## ▶ 資産合計は前期末差▲139億円

■ 現預金

■ 営業債権

▶ 季節要因、銀行休業日の影響

■ 棚卸資産

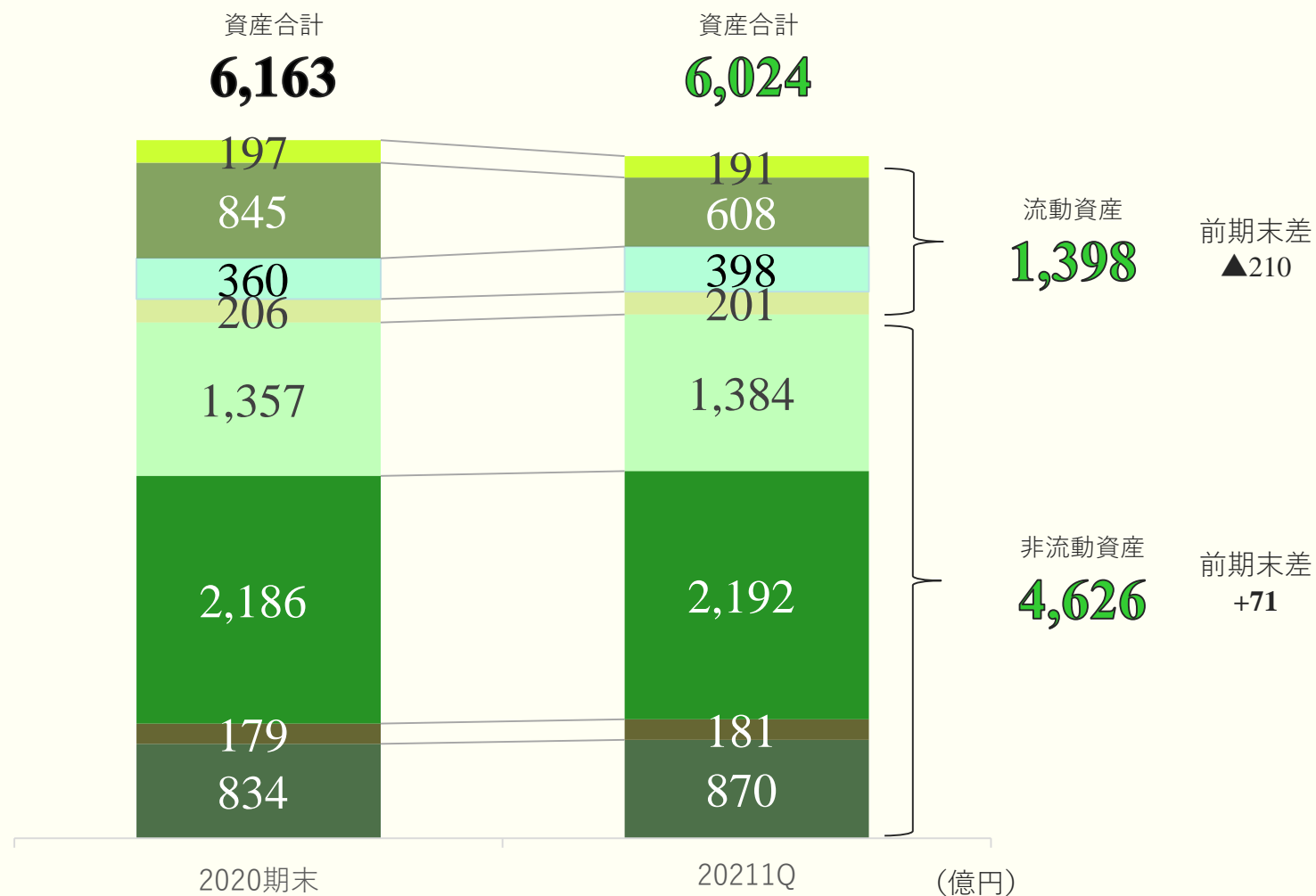
■ 流動資産その他

■ 固定資産

■ 投資不動産

■ のれん

■ 非流動資産その他



## ● 負債合計は前期差▲100億円、資本合計は▲39億円

■ 営業債務

■ 短期金融負債

■ 流動負債その他

➤ 未払酒税の減少

■ 長期金融負債

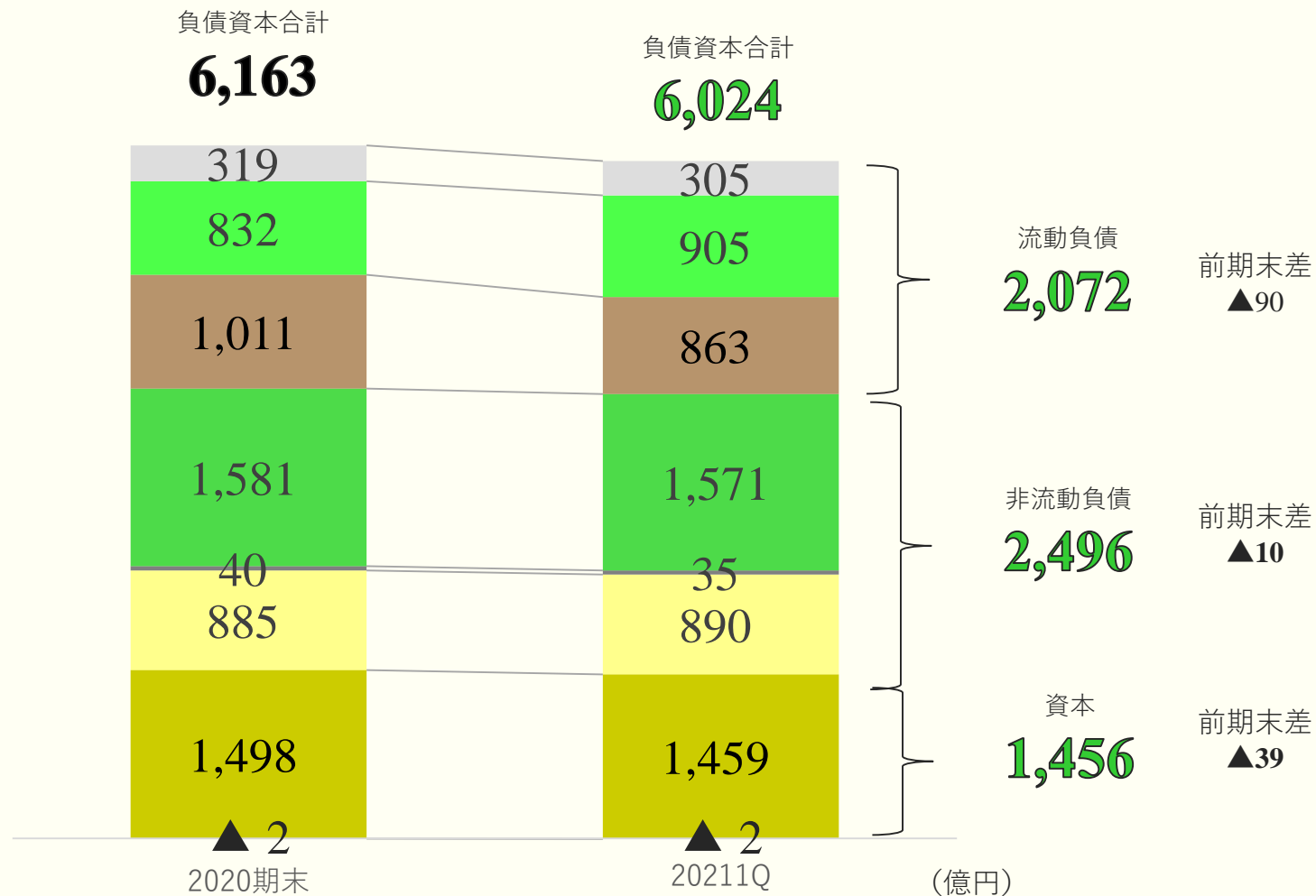
■ 退職給付に係る負債

■ 非流動負債その他

■ 親会社所有持分

➤ 当期損失による

■ 非支配持分

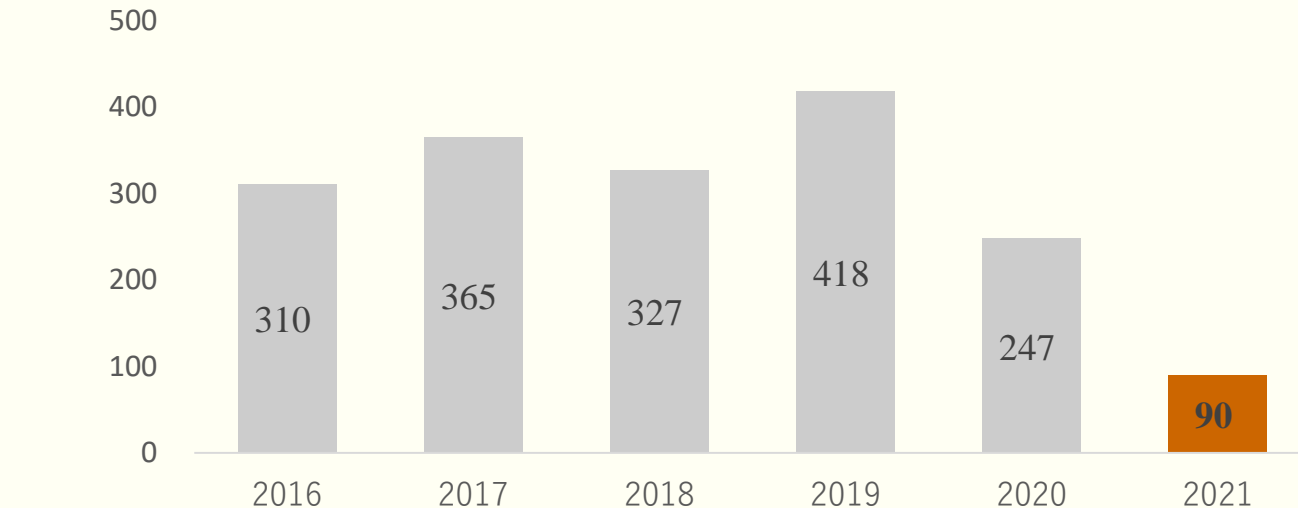


## ● 投資金額（支払ベース）は**90**億円

### <連結キャッシュフロー計算書>

(億円)	2020 1Q実績	2021 1Q実績	増減	増減率
営業活動によるCF	112	21	▲ 91	▲81.4%
投資活動によるCF	▲ 71	▲ 54	16	—
フリーCF	42	▲ 33	▲ 75	—
財務活動によるCF	102	13	▲ 88	▲86.8%

### <投資金額（支払ベース）推移>



### <投資金額 (①+②+③)> **90** 億円

#### ① 設備投資（支払ベース）：**58** 億円

(有形固定資産・無形固定資産・投資不動産)

#### <主な内訳>

・酒類：**16**億円

サッポロビール社：10億円 スリーマン社：3億円

・食品飲料：**7**億円

ポッカサッポロ社他

・不動産：**32**億円

投資不動産取得他：31億円

・全社：**3**億円

#### ② リース料：**8**億円

(飲食店舗の家賃にかかるリース料除く)

#### ③ その他投資：**23**億円

(不動産エクイティ投資ほか)

# 参考資料

# Appendix : 売上数量・金額データ

## < 売上数量 >

(万箱/ビールテイスト・ノンアルコールは大瓶換算、RTDは250ml×24本換算)

国内ビール類 売上数量 (※1)	2020Q1	2021Q1	前期比
サッポロ生ビール黒ラベル計	—	—	▲22.0%
エビス計	—	—	▲3.5%
①ビール計	—	—	▲11.4%
②発泡酒計	—	—	▲5.3%
③新ジャンル計	—	—	▲11.2%
国内ビール類 合計 (①+②+③)	—	—	▲11.1%
RTD	174	260	49.5%
ビールテイスト飲料	11	11	0.0%
海外ビール類 売上数量	2020Q1	2021Q1	前期比
海外ブランド (※2)	277	277	▲0.1%
サッポロブランド	87	64	▲26.4%
④北米計	364	340	▲6.4%
サッポロブランド	34	41	17.7%
⑤その他地域計	34	41	17.7%
海外ビール類 合計 (④+⑤)	398	381	▲4.3%

## < 売上金額 > (億円)

国内ビール類 売上金額	2020Q1	2021Q1	前期比
ビール	275	234	▲14.8%
発泡酒	14	14	▲3.9%
新ジャンル	109	108	▲1.3%
小計	398	356	▲10.7%
リベート等控除	▲24	▲25	-
合計	375	331	▲11.7%
国内その他酒類 売上金額	2020Q1	2021Q1	前期比
国産ワイン	9	8	▲9.4%
輸入ワイン	15	13	▲14.7%
ワイン計	24	21	▲12.8%
スピリッツ計 (RTD・洋酒・焼酎)	49	50	1.8%
小計	73	71	▲3.0%
リベート等控除	▲14	▲14	-
合計	60	57	▲5.1%
食品飲料 売上金額 (※3)	2020Q1	2021Q1	前期比
飲料水	137	126	▲7.7%
食品 (レモン・スープ・大豆チルド)	71	75	4.9%

※1：ビール酒税組合での合意により、国内ビール類の売上数量実績は、第2四半期及び第4四半期のみ開示しております。

※2：スリーマン社、アンカー社を含む。 ※3：ポッカサッポロフード&ビバレッジ単体 国内売上のみ。

## <国内ビール類 ジャンル別 売上数量 前期比>

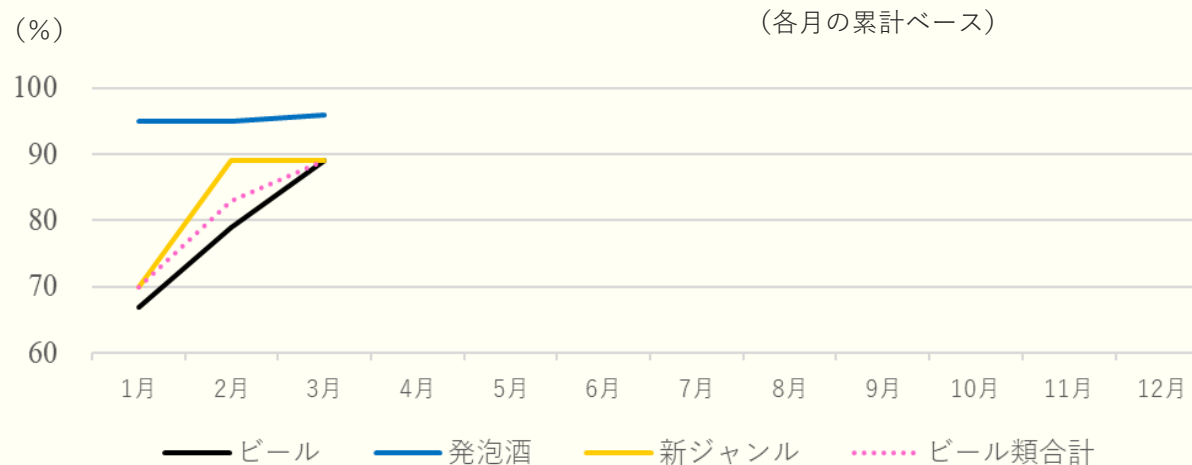
【ビール類 合計】 前期比▲11% (1~3月累計)

✓ ビール : 前期比▲11%

✓ 発泡酒 : 前期比▲4%

✓ 新ジャンル : 前期比▲11%

## <国内ビール類 ジャンル別 売上数量 前期比 推移>



## <国内主要ブランド 売上数量 前期比>

(1~3月累計)

✓ 黒ラベルブランド

前期比▲22%

(缶：前期比+16%)



SAPPORO

✓ エビスブランド

前期比▲4%

(缶：前期比+19%)



✓ 麦とホップブランド

前期比▲21%



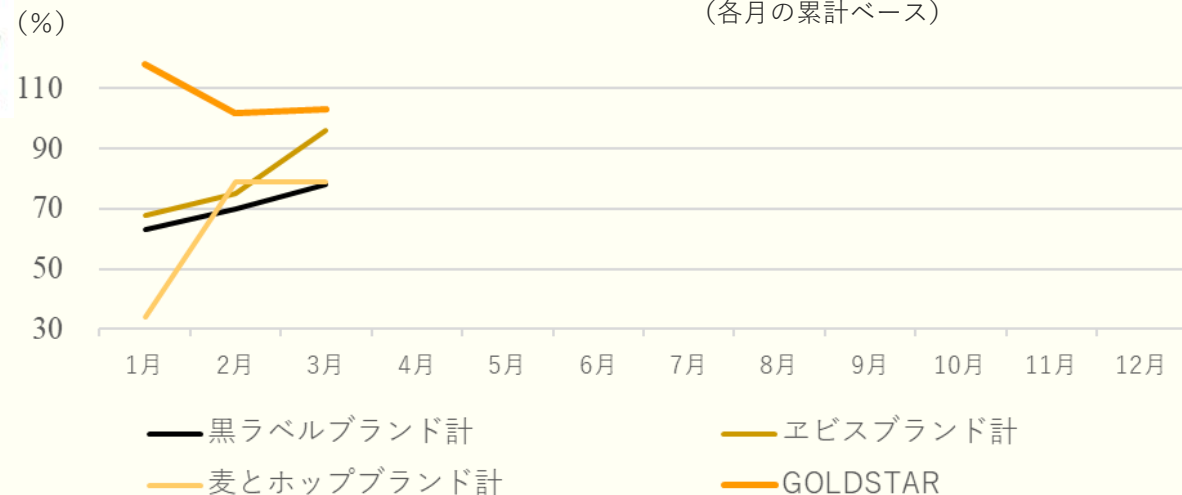
✓ GOLD STAR

前期比+3%



## <国内主要ブランド 売上数量 前期比 推移>

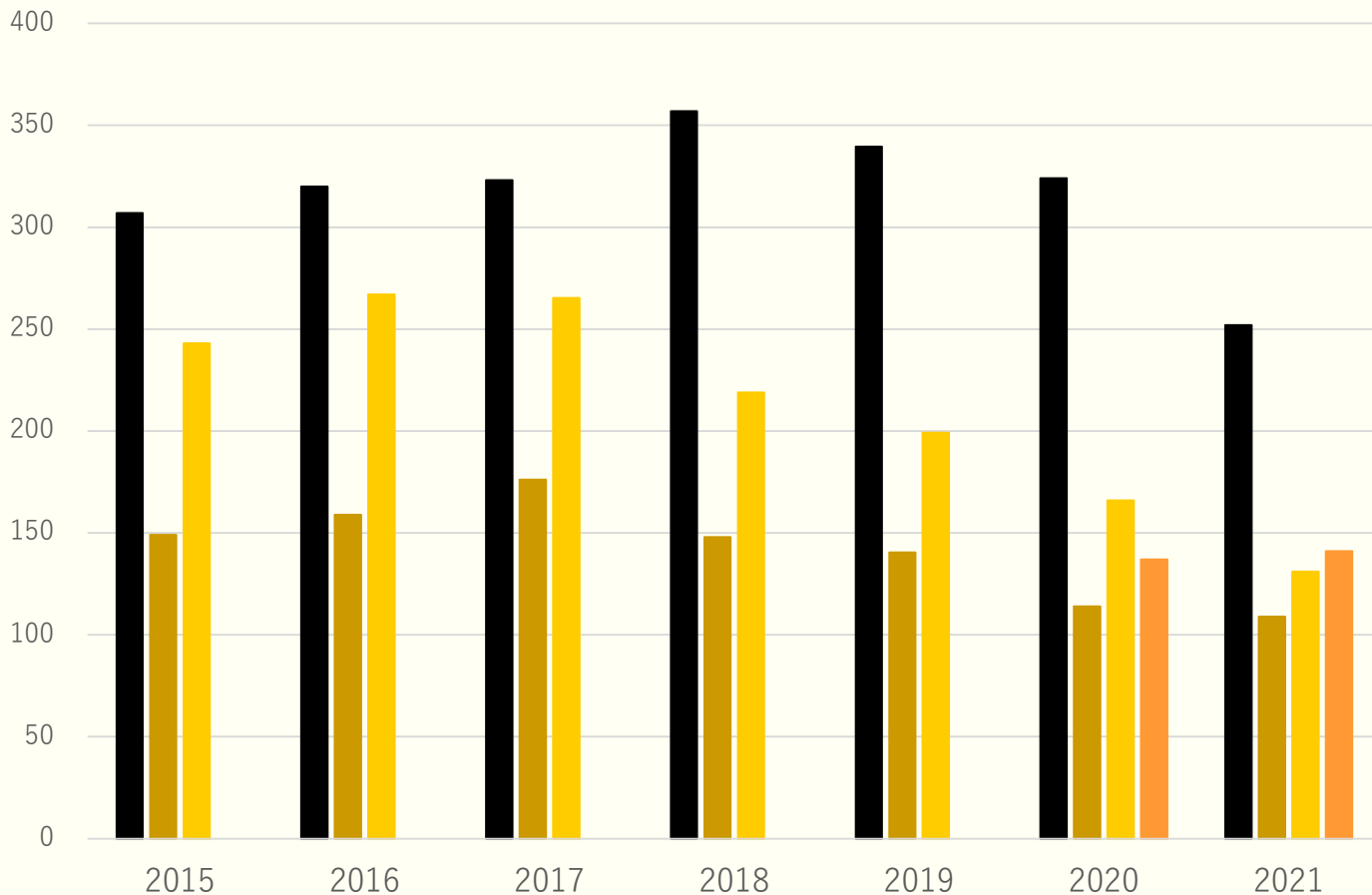
(各月の累計ベース)



## <国内主要ブランド 売上数量 推移>

(万函/大瓶換算)

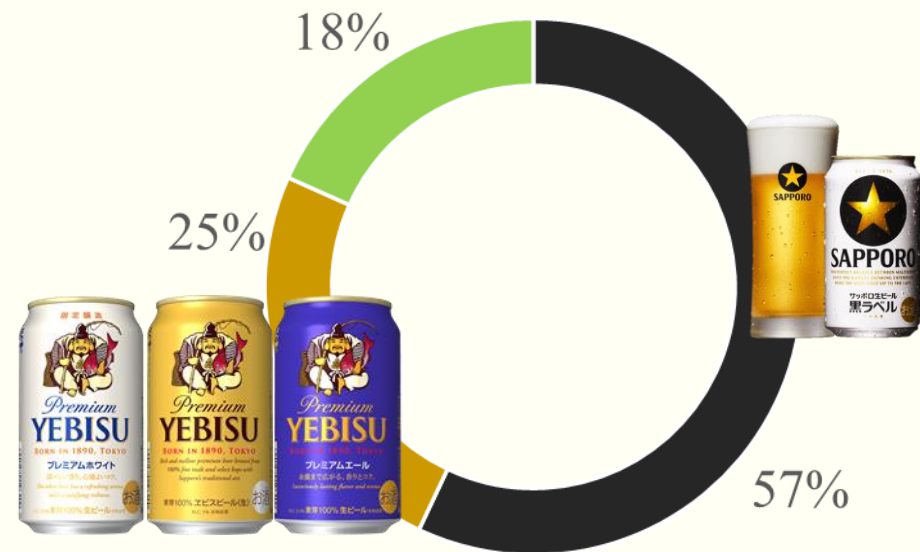
(1~3月累計)



■ 黒ラベルブランド計 ■ アサヒブランド計 ■ 麦とホップブランド計 ■ GOLD STAR

## <国内ビールカテゴリーラインナップ 売上数量構成比>

(1~3月累計)

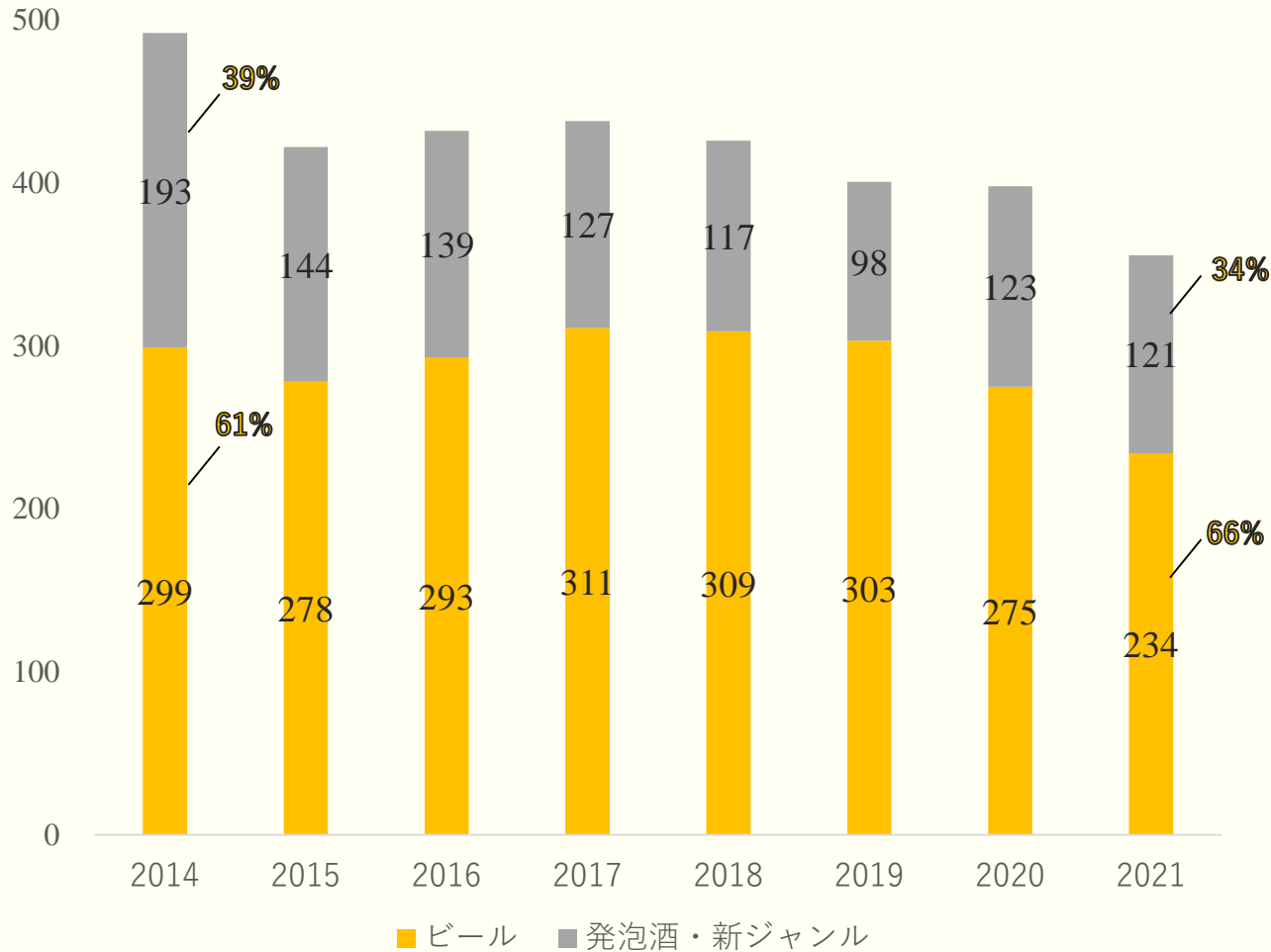


■ 黒ラベルブランド ■ アサヒブランド  
■ その他ビール



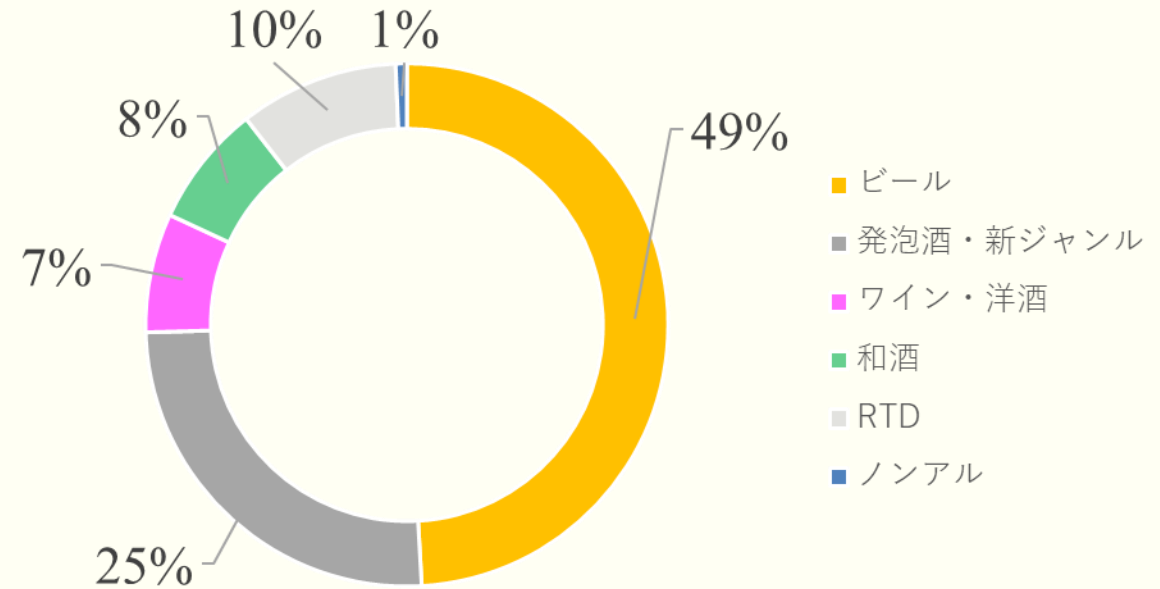
## <国内ビール類 ジャンル別 売上金額 推移>

(億円) ※酒税込 (1~3月累計)



## <国内酒類 カテゴリー別 売上金額 構成比>

(1~3月累計)



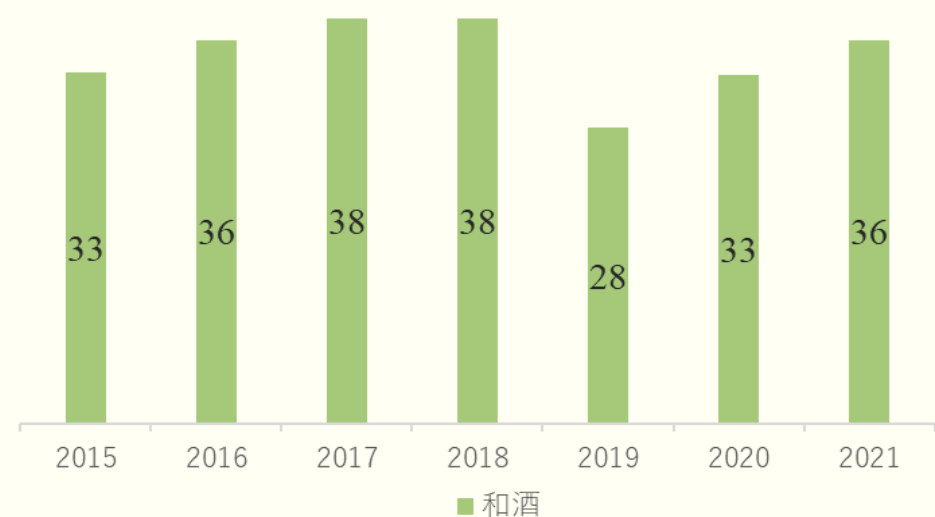
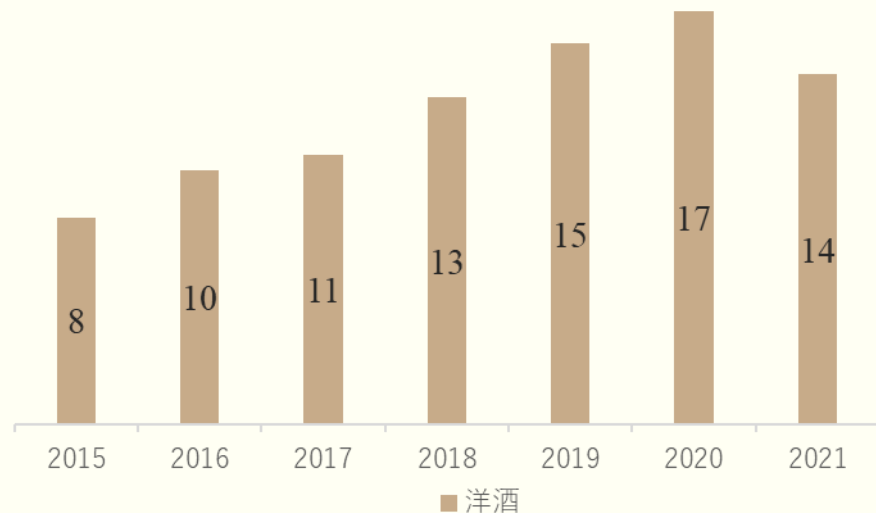
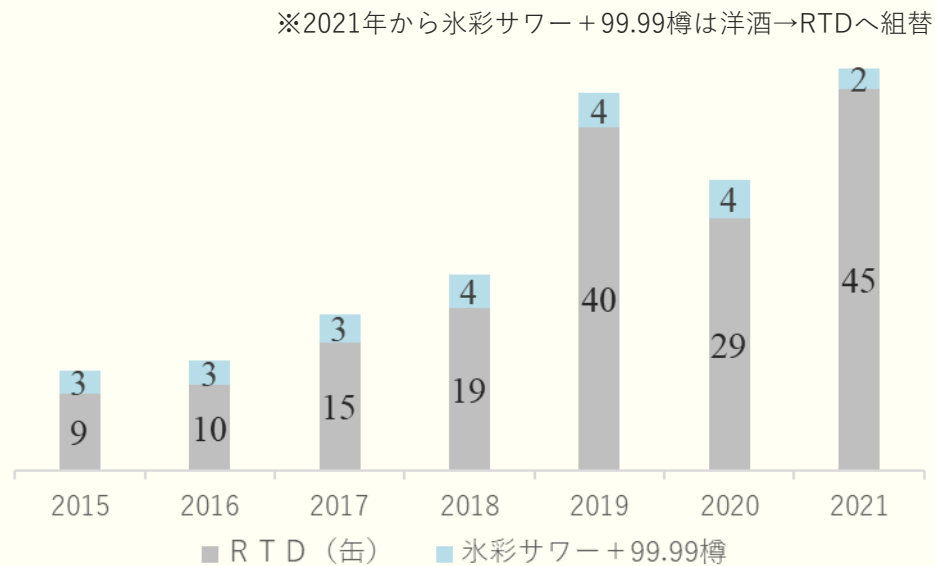
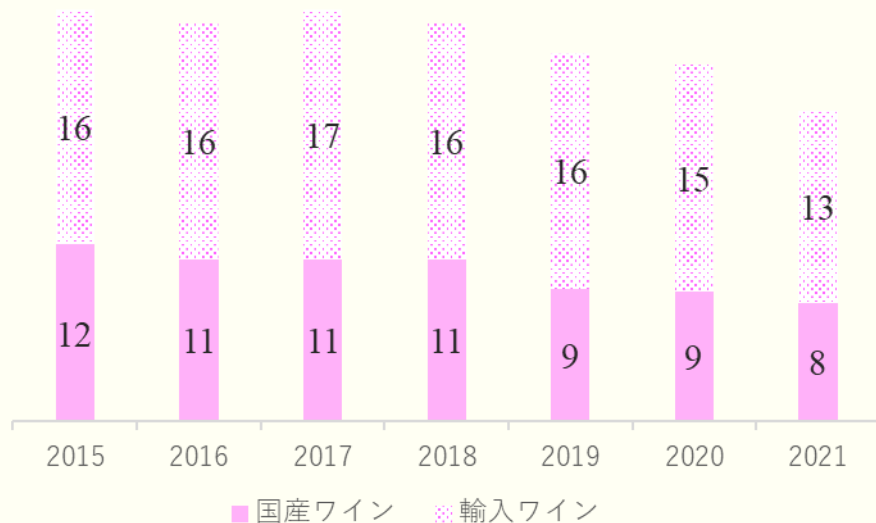
※子会社売上や連結消去、リポート控除を除く

※2021年から氷彩サワー+99.99樽は洋酒→RTDへ組替

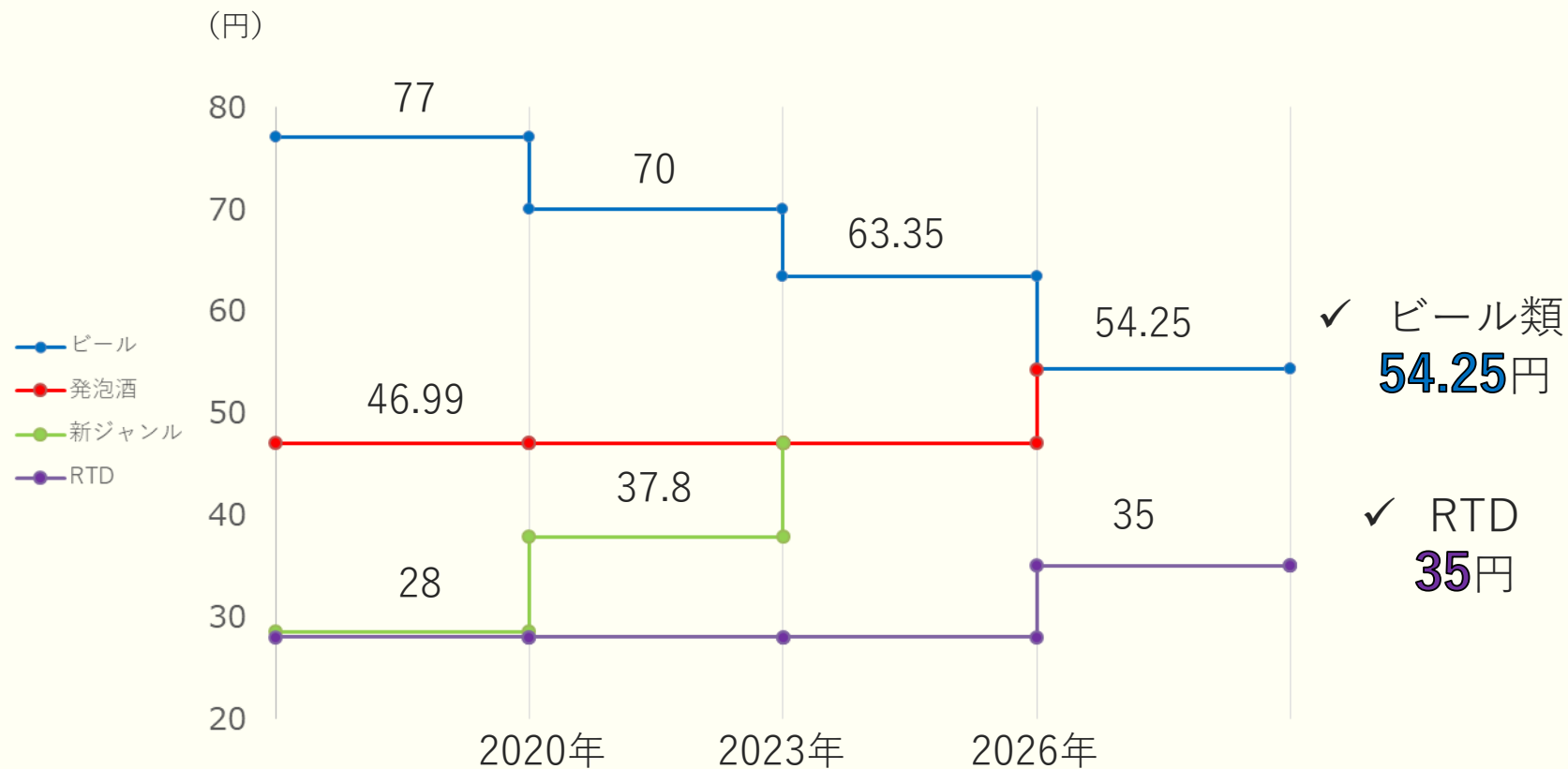
# Appendix：酒類事業（国内）データ



＜ワイン・スピリッツ類 売上金額 推移＞(億円)  
(1~3月累計)



## <ビール類酒税一本化：350ml当たりの酒税額の推移>



## <海外ビール類 エリア別 売上数量 前期比>

(1~3月累計)

【北米 合計】 前期比▲6%

- ✓ 海外ブランド  
前期比0%



- ✓ サッポロブランド  
前期比▲26%

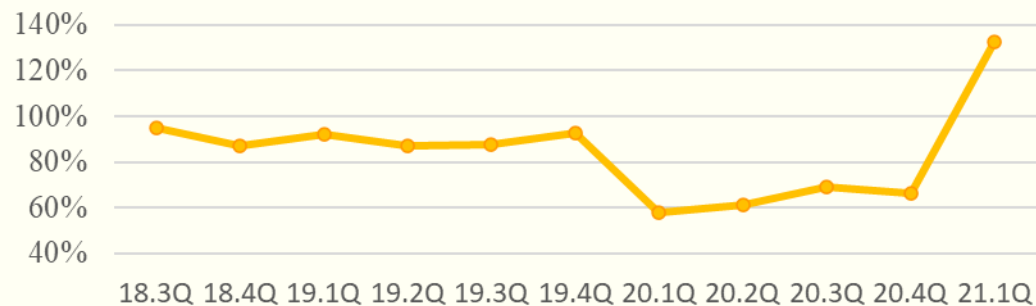


【その他地域 合計】 前期比+18%

(主要エリア：アジアパシフィック、欧州、オセアニア)

- ✓ サッポロブランド：前期比+18%

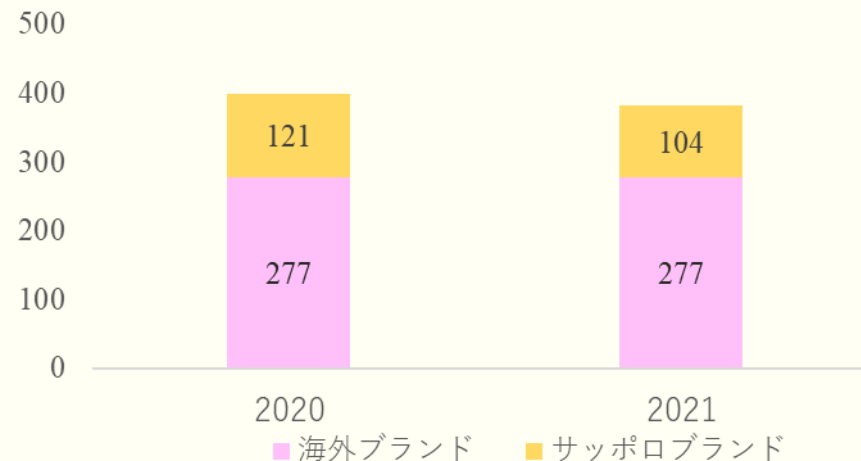
## <ベトナム国内 売上数量 前期比の推移>



## <海外ビール ブランド別 売上数量 推移>

(万函/大瓶換算)

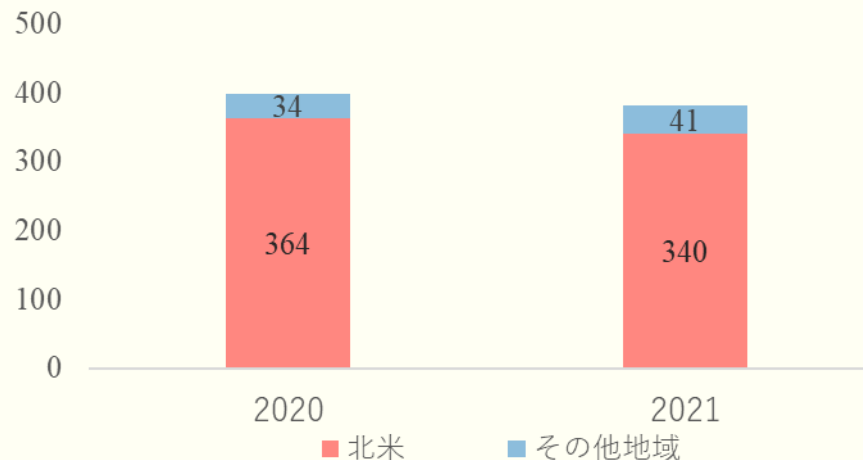
(1~3月累計)



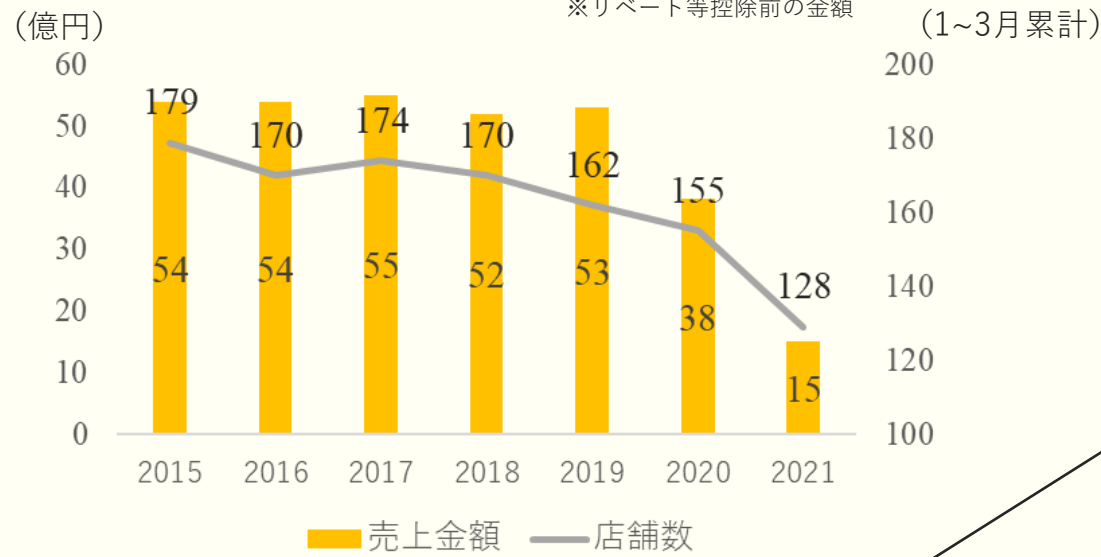
## <海外ビール エリア別 売上数量 推移>

(万函/大瓶換算)

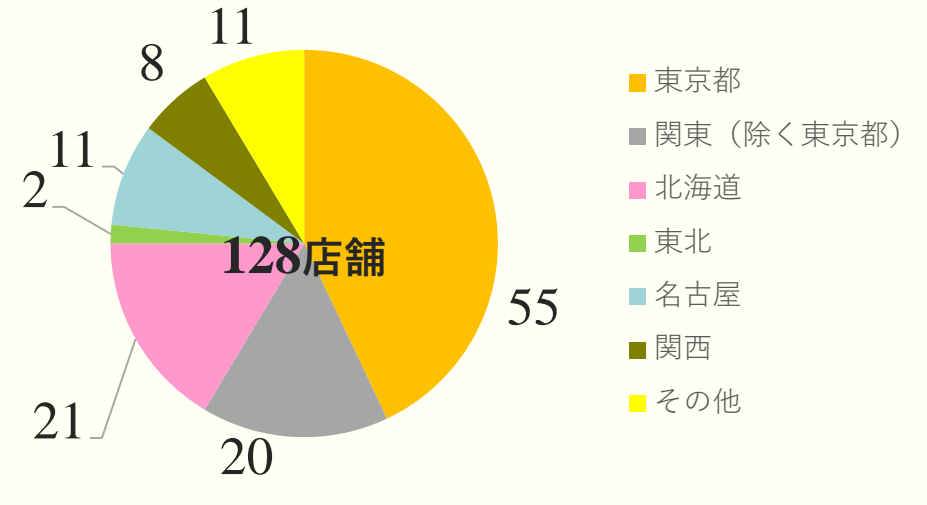
(1~3月累計)



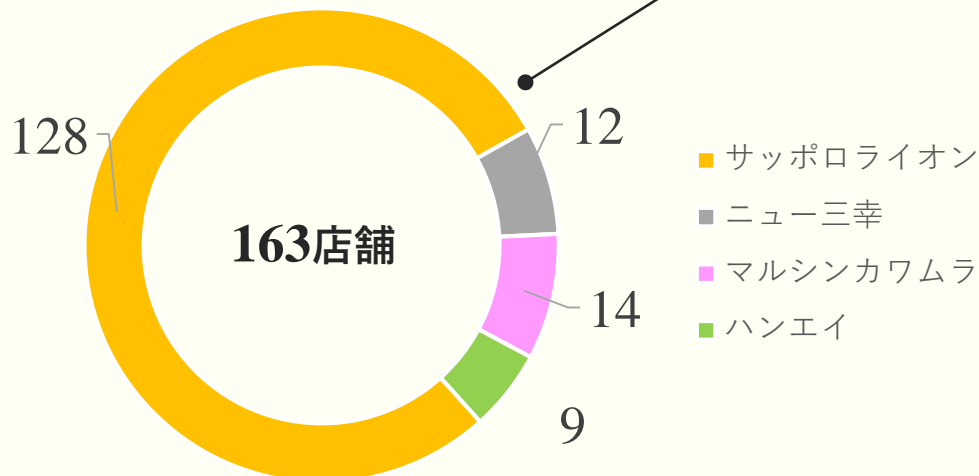
## < サッポロライオン単体の店舗数と売上金額の推移 >



## < 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 >



# Appendix：食品飲料事業データ



## <ポッカサッポロフード&ビバレッジ> 国内食品飲料 ジャンル別 売上 前期比

(1~3月累計)

### 【レモン飲料】

✓ 前期比+8%  
(売上数量)



### 【レモン食品】

✓ 前期比+16%  
(売上金額)



### 【茶系飲料】

✓ 前期比▲22%  
(売上数量)



### 【スープ類】

✓ 前期比▲2%  
(売上金額)



### 【コーヒー飲料】

✓ 前期比▲10%  
(売上数量)



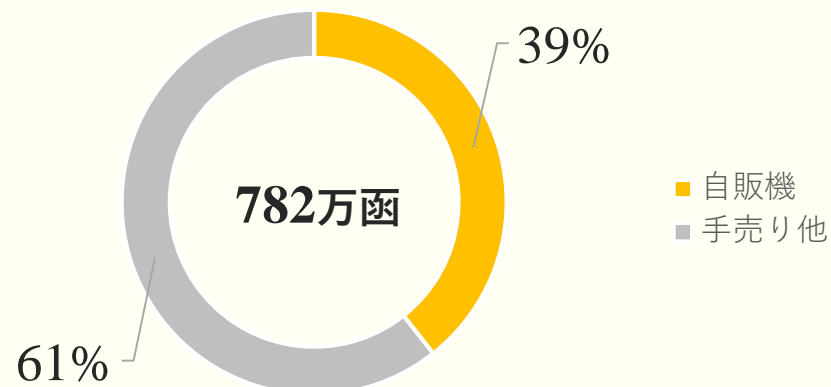
### 【プランツミルク】

✓ 前期比+12%  
(売上金額)



## <ポッカサッポロフード&ビバレッジ>

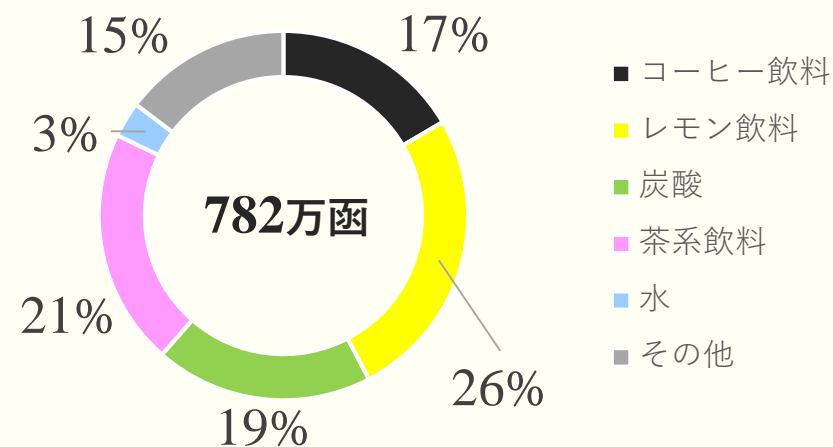
### 国内飲料チャンネル別販売数量 構成比 (1~3月累計)



※自販機 (3月末)  
自社ブランド約68千台+白ベンコラム

## <ポッカサッポロフード&ビバレッジ>

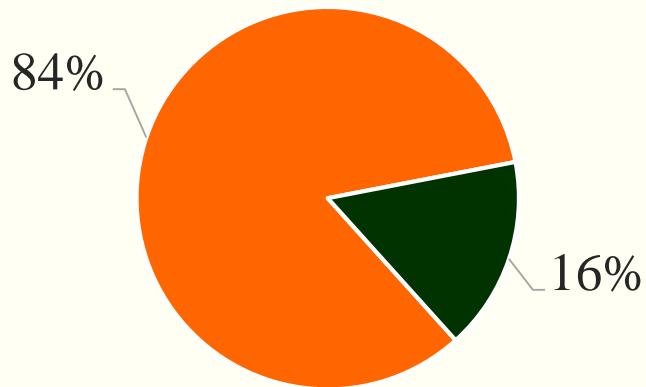
### 国内飲料ジャンル別販売数量 構成比 (1~3月累計)



# 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



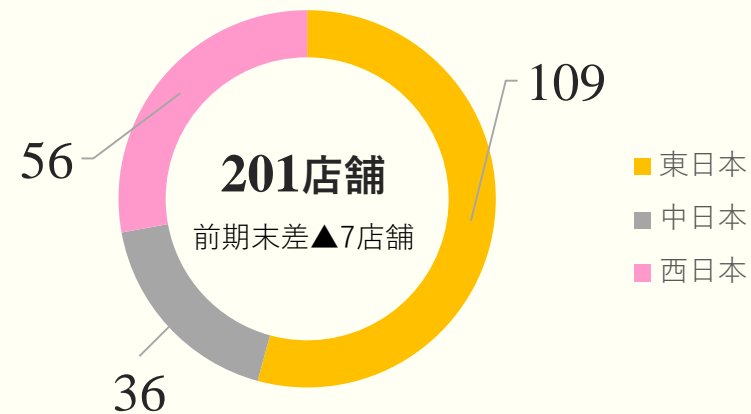
■ 国内 ■ 海外



## 【(株) ポッカクリエイト】

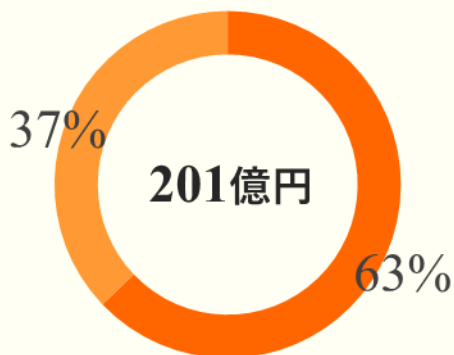
✓ 売上収益**16**億円 前期比**▲24%**

<3月末 地域別店舗数>



■ 東日本  
■ 中日本  
■ 西日本

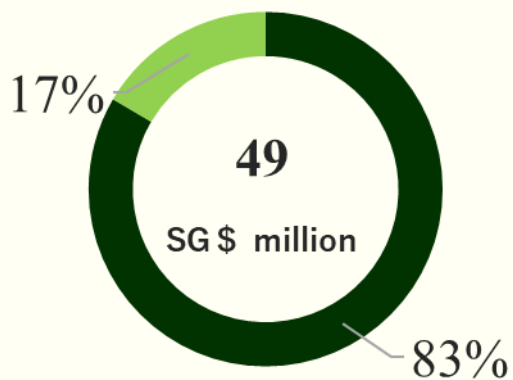
<国内：ポッカサッポロフード&ビバレッジ>  
売上金額構成比



■ 飲料 ■ 食品

<海外：ポッカ>

売上金額構成比 (POKKAブランド)



■ シンガポール&マレーシア ■ 輸出

<3月末 直営/FC店舗数>



■ 直営  
■ FC



# Appendix：不動産事業データ

## < 主要物件概要・稼働率 : (1~3月平均・入居ベース) >

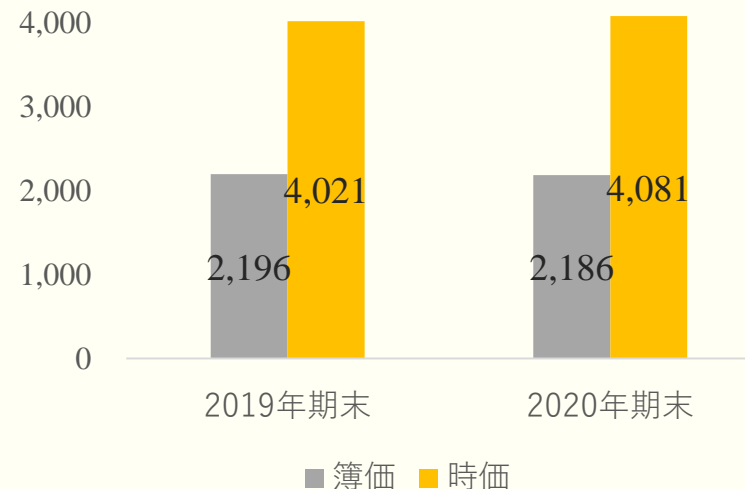
	敷地面積 (㎡)	延床面積 (㎡)	平均 稼働率 (%)	階数
恵比寿ガーデンプレイス <sup>(1)</sup>	56,943	298,007	90	地下5階 地上40階建
恵比寿ファーストスクエア	2,596	16,012	95	地下1階 地上12階建
銀座プレイス	645	7,350	95	地下2階 地上11階建
ストラータ銀座 <sup>(2)</sup>	1,117	11,411	100	地下1階 地上13階建

(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 >

(億円)



## < 事業利益の内訳 >

(億円)

	2020 1Q	2021 1Q	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	10	6	▲4
賃貸運営	4	4	0
札幌	0	0	0
全社費用ほか	▲2	▲3	▲1
合計	12	7	▲5

## < EBITDAの内訳 >

(億円)

	2020 1Q	2021 1Q	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	18	14	▲4
賃貸運営	7	8	1
札幌	2	1	▲1
全社費用ほか	▲2	▲2	▲0
合計	25	21	▲4



潤いを創造し 豊かさに貢献する



本資料は、投資判断の参考となる情報提供のために作成されたものであり、投資勧誘又はそれに類する行為を目的としたものではありません。  
また、本資料に記載された業績予測ならびに将来予測は、資料作成時点での弊社の判断であり、潜在的なリスクや不確実な要素が含まれています。

従って、将来実際に公表される業績等は、本資料に記載されている内容とは大きく異なる結果となる可能性があります。

弊社は、本資料の情報を使用されたことにより生じるいかなる損害についても責任を負うものではありませんので、ご了承ください。