



# 2019年度 第1四半期 決算説明資料

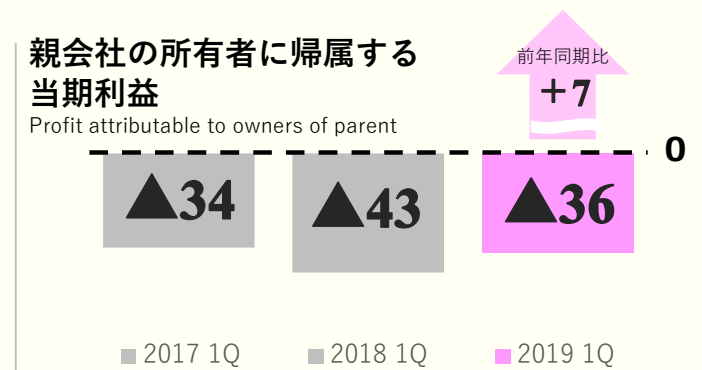
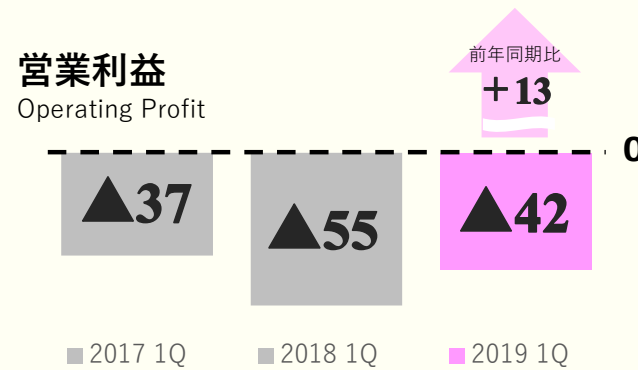
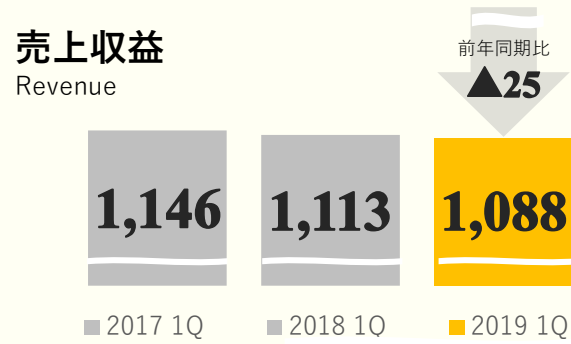
Sapporo Group Business Results Presentation  
for the Three Months Ended March 31, 2019

2019年5月9日

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

# 2019年 第1四半期ハイライト First-Quarter 2019 Highlight

## 国内の酒類、飲料等で減収も、経費コントロールや投資不動産の売却により増益



- 業務用酒類の値上げ前の仮需（前期）の反動などから、酒類事業の売上減少
- 主に国内の飲料売上が減少

- 日本・アジア酒類は、経費コントロールや品種構成の改善等により+5億円の改善
- 日本・アジア食品飲料は、売上減少等により▲13億円の減益
- 恵比寿スクエアの売却により、+19億円の売却益を計上

- 営業利益の改善により、+7億円の赤字幅縮小

(単位：億円)

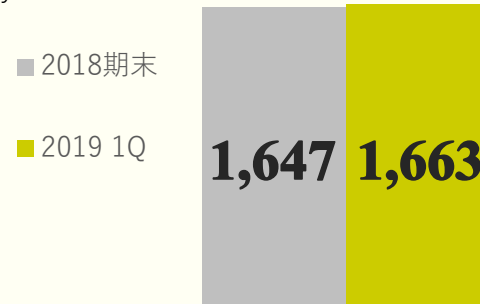
# 2019年 第1四半期ハイライト First-Quarter 2019 Highlight

## 金融負債残高 Balance of Net debt

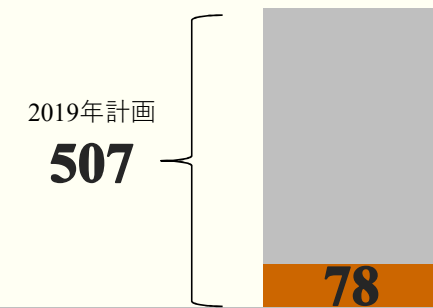


**D/Eレシオ**  
D/E ratio (Net) **1.3倍** 前年同期比 **▲0.1倍**

## 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



- 「SBL88乳酸菌」による睡眠の質改善効果を実証 (P15参照)
- 「健康経営優良法人2019～ホワイト500～」に認定
- がん経験者の社内コミュニティ「Can Stars(キャンスターズ)」発足
- 食品6社共催ダイバーシティフォーラム「SPIRAL UP!」開催

## グループトピックス Group Topics

- ロジスティクス人財育成の基盤構築  
「サッポロロジスティクス★人づくり大学」
- ※ 詳細はこちら <https://www.sapporoholdings.jp/news/>

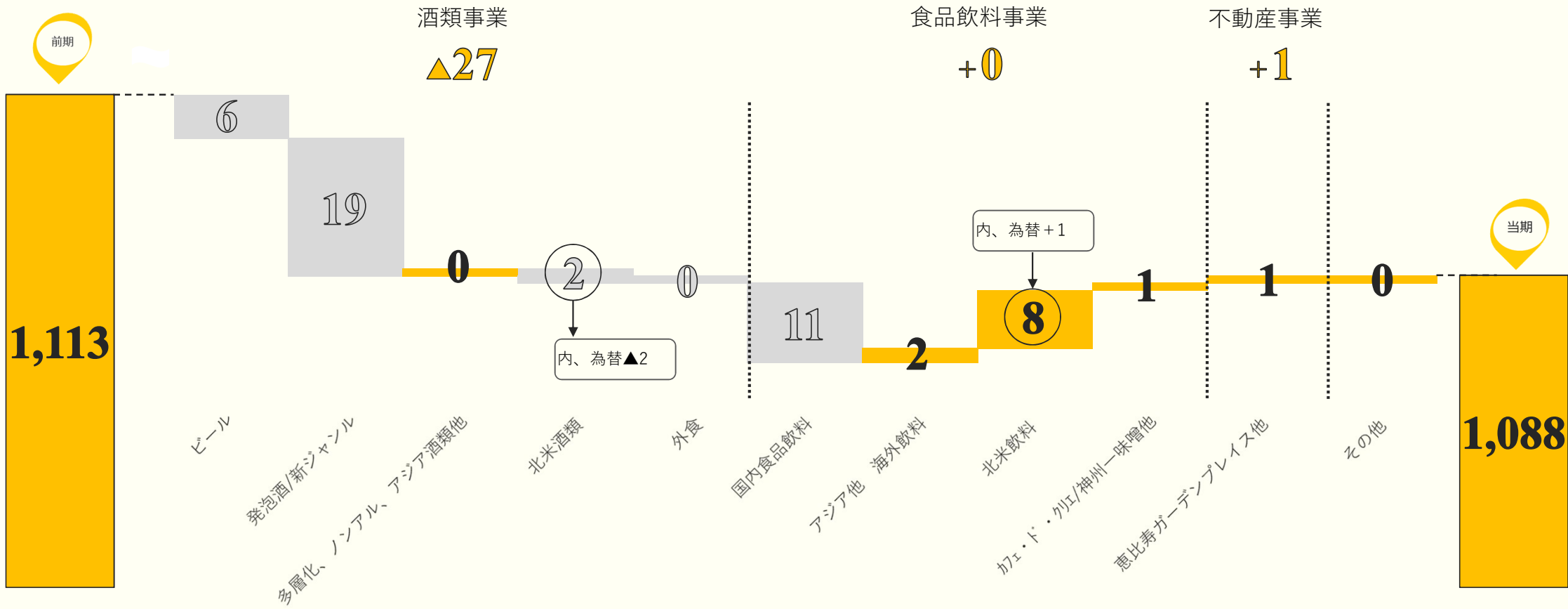
# セグメント別 売上収益 Revenue by Segment

(単位：億円)	2018 1Q実績	2019 1Q実績	増減	増減率
<b>連結売上収益</b>	1,113	<b>1,088</b>	<b>▲25</b>	<b>▲2.3%</b>
<b>酒類事業</b>	677	<b>650</b>	<b>▲27</b>	<b>▲3.9%</b>
日本・アジア	511	487	▲24	▲4.7%
北米	105	103	▲2	▲1.7%
外食	61	61	▲0	▲0.8%
<b>食品飲料事業</b>	363	<b>363</b>	<b>0</b>	<b>0.1%</b>
日本・アジア	293	285	▲8	▲2.6%
北米	71	78	8	11.2%
<b>不動産事業</b>	60	<b>61</b>	<b>1</b>	<b>1.1%</b>
<b>その他</b>	13	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>1.8%</b>

次ページで要因解説

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

## 🔍 発泡酒/新ジャンルや国内食品飲料の販売数量減により減収

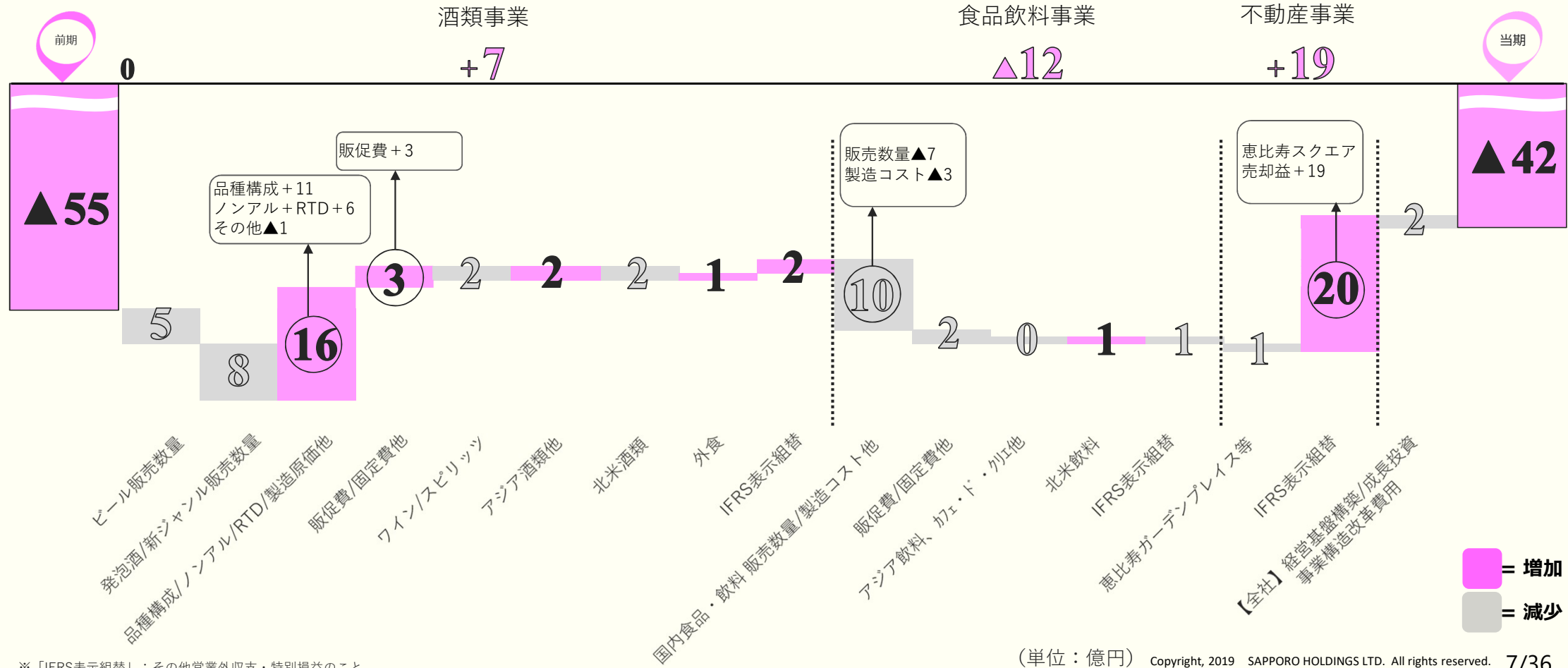


# セグメント別 営業利益 Operating Profit by Segment

(単位：億円)	2018 1Q実績	2019 1Q実績	増減	増減率
連結営業利益	▲55	▲42	13	-
酒類事業	▲39	▲31	7	-
日本・アジア	▲30	▲23	7	-
北米	▲2	▲5	▲2	-
外食	▲5	▲3	2	-
食品飲料事業	▲12	▲24	▲12	-
日本・アジア	▲10	▲23	▲13	-
北米	▲2	▲1	1	-
不動産事業	11	30	19	173.5%
その他	▲1	▲1	▲1	-
全社	▲15	▲16	▲1	-

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

🔍 酒類事業の品種構成改善や販促費抑制、不動産証券化による売却益で、食品飲料事業の減益をカバーし増益



■ = 増加  
■ = 減少

※「IFRS表示組替」：その他営業外収支・特別損益のこと。

## 1Q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のプレゼンス拡大（前期比**204%**）
- ③：北米で「サッポロプレミアム」が伸長



- ①：4/1から「黒ラベル」リニューアル後の販促展開を積極化、「復刻特製エビス」の発売などで改元に合わせたハレの日需要を捉える。
- ②：RTDは「99.99」を核としながら、「レモン・ザ・リッチ」の発売等で規模拡大を目指す。
- ③：米國小売市場でSKU絞込みの傾向も、アジア市場でのプレゼンスが高いため追い風に、ブランド強化と更なる拡販を進める。

- ④：前年同期は業務用値上げ前の仮需があり、樽・瓶製品は反動減
- ⑤：新ジャンルは前年割れ
- 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：仮需影響は徐々に解消されていく。
- ⑤：新ジャンルは年初計画に対してインラインで推移  
「麦とホップ本熟」は好調ですすでに計画超え、「本格辛口」の積上げで計画水準での着地を目指す。
- ⑥：サッポロUSA社とアンカー社は4/1付けで経営統合  
当面は厳しい市況が続くと予想されるが、粛々と体制整備を推進中。

Negative



## 1Q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**119%**）
- ②：群馬の豆乳ヨーグルト工場竣工
- ③：海外飲料（アジア）の事業再構築を推進
- ④：北米飲料の採算が改善傾向、黒字化が視野に



- ①：業務用も含めた積極的な販売を継続し、市場拡大を図る
- ②：豆乳ヨーグルトの新製品を発売予定  
自製開始に伴い、事業展開を本格化。
- ③：インドネシアにおいて、DIMA社がポッカブランドを  
販売し、ロイヤリティ収入を得るスキームへ移行。
- ④：フードサービス(FS)が伸長し、製造効率は徐々に  
改善している。引き続きFSを軸に黒字化を目指す

- ⑤：国内の飲料やスープ類の売上が減少



- ⑤：最盛期に向け、新商品も含めた訴求を行う。

Negative

## 1Q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：恵比寿スクエアの売却で19億円の売却益計上
- ③：新規事業「EBISU UPDATE PROJECT」開始



- 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。
- ③：「私の“気持ちいい”が、社会や地球のためになる」をテーマに、“デジタルまちづくり”として、恵比寿の魅力をWeb上で発信し、収益化を目指す

・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） >

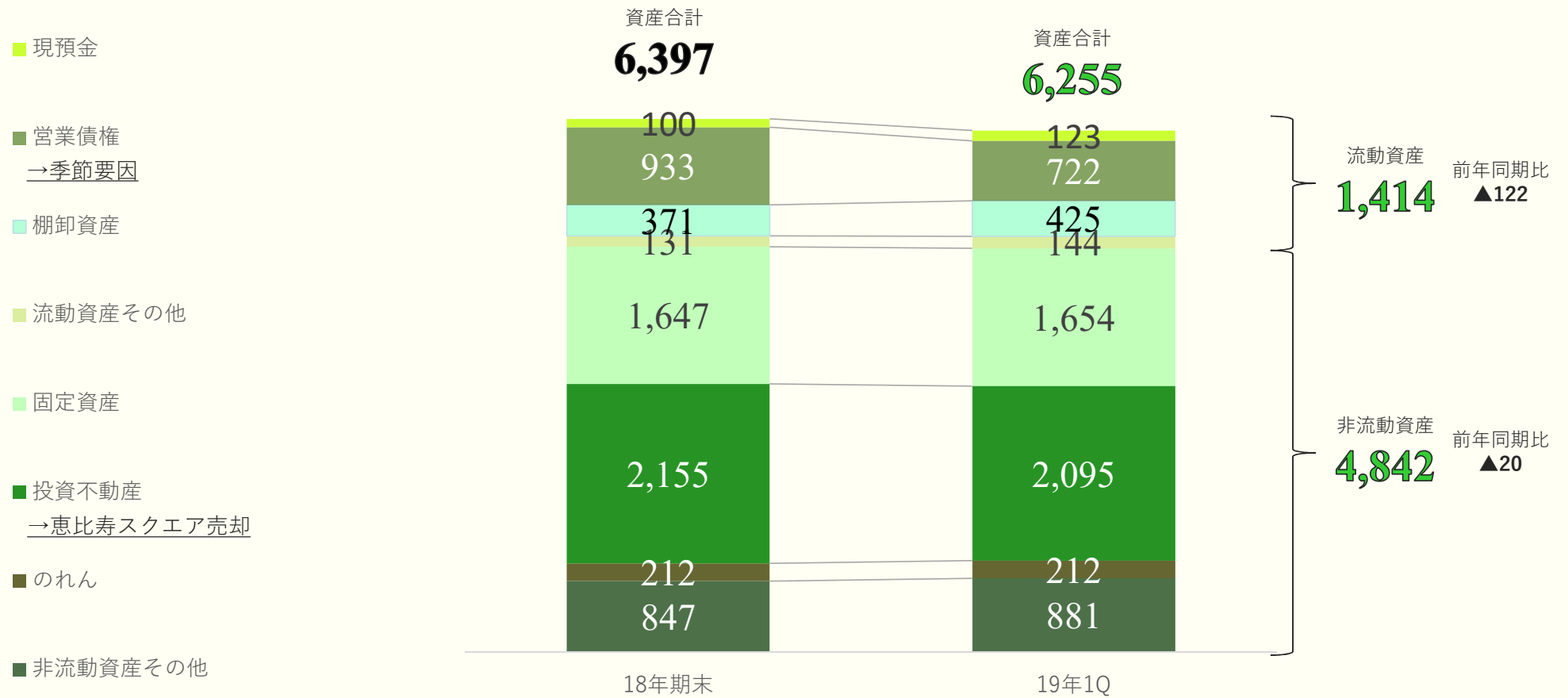
事業セグメント	内容	売上収益影響	営業利益影響
食品飲料事業	ヤスマ（株） 2019年1Q連結開始 ※BSのみ	PLは第2Qから 連結開始	〃

- : 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

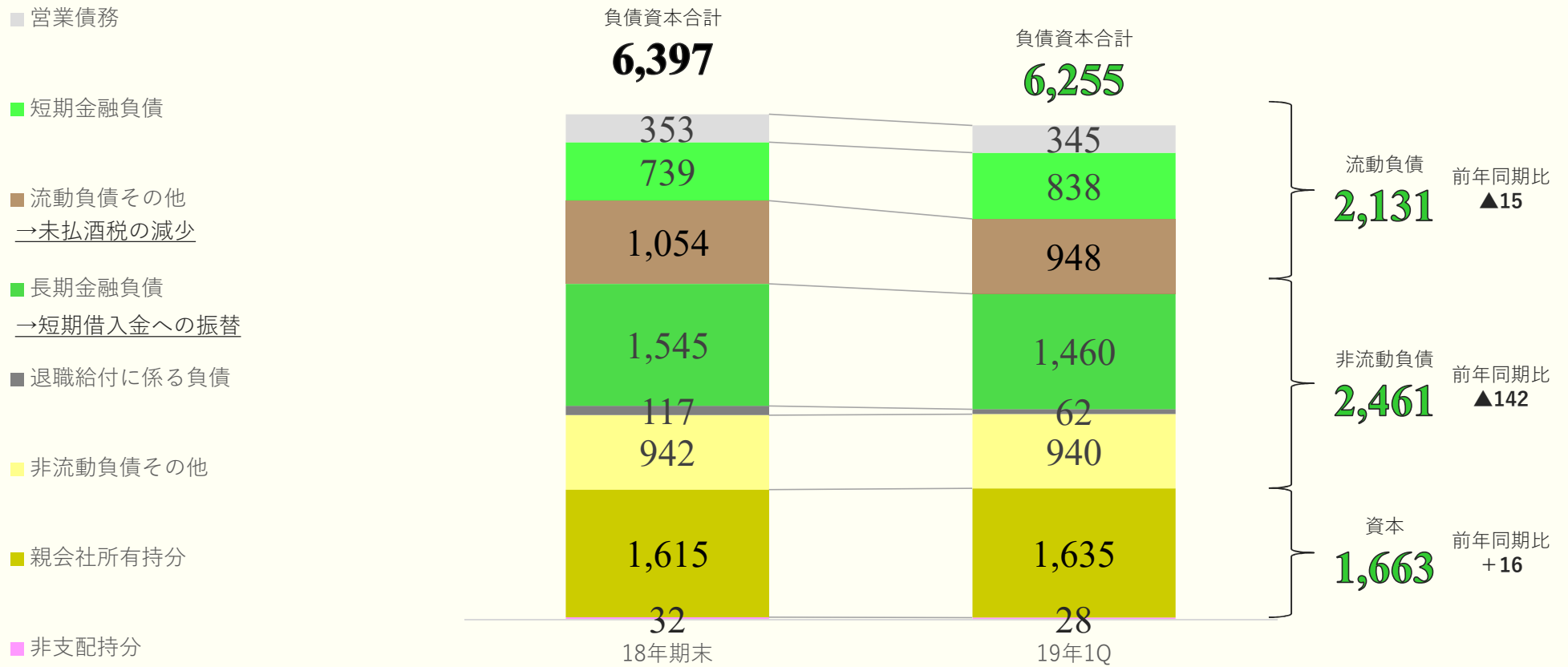
	2018 1Q	2019 1Q		売上収益影響	営業利益影響	
US\$	¥108.23	¥110.23	➔	酒類事業	約▲2億円	-
EUR	¥133.15	¥125.16		食品飲料事業	約+1億円	-
CAN\$	¥85.62	¥82.96				
SG\$	¥82.10	¥81.37				

## ● 資産合計は前期末対比で142億円の減少



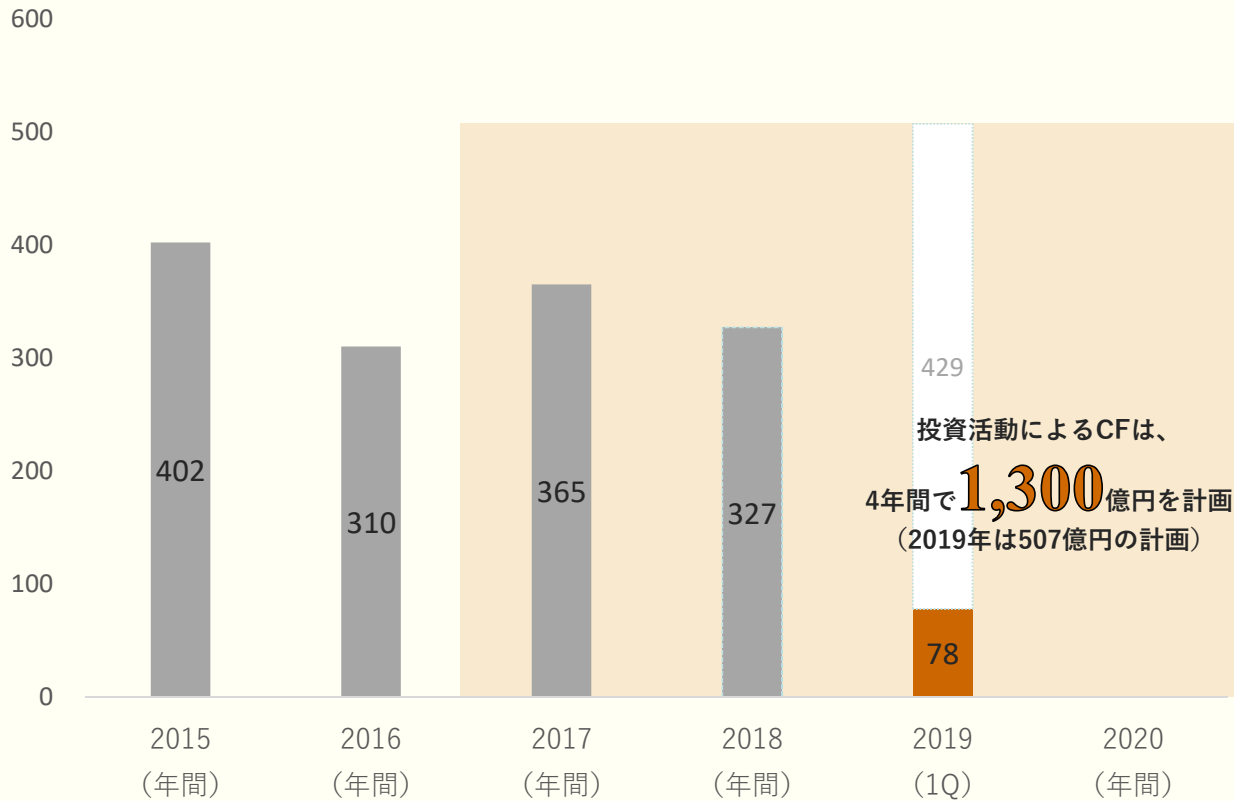
# 貸借対照表の状況 Changes in Balance sheets

## ● 負債合計は前期末対比で157億円の減少、資本合計は16億円の増加



● 支払ベースの投資額は78億円

<投資金額 推移 (支払ベース) >



① <設備投資> 連結合計で約**33**億円  
(有形固定資産・無形固定資産)

<主な内訳>

- ・『酒』『食』『飲』関連：約26億円  
国内ビール等の工場システム更新工事：約9億円  
スリーマン社設備投資他：約1億円  
ポッカ社工場設備関連：約5億円 等
- ・全社 グループインフラ最適化等：約7億円

② <投資不動産> 連結合計で約**17**億円

③ <リース料> 連結合計で約**10**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**18**億円  
(長期前払費用・投資有価証券 等)

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

約**78**億円

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

R&D



「SBL88乳酸菌」による睡眠の質改善効果を実証

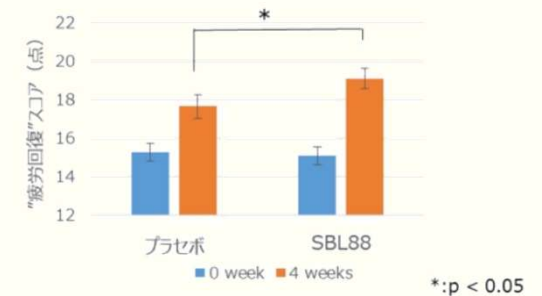
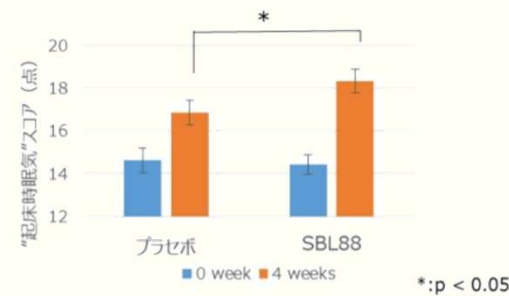
独自の機能性食品素材「SBL88乳酸菌」の新たな健康機能として、臨床試験にて「睡眠の質改善効果」を確認。本臨床試験では「SBL88乳酸菌」を含む試験食品を4週間摂取した被験者で起床時の眠気改善や起床時に感じる疲労感の回復効果が認められました。

日頃、睡眠の質に不満を感じている健常な日本人の成人男女220名を対象に、ランダム化プラセボ対照二重盲検並行群間試験（注3）を実施。半数には試験食品を、半数にはプラセボ（注4）食品を4週間連続摂取してもらい、摂取前と摂取4週間後のOSA-MA（注5）、睡眠調査、自覚症状（AIS、JESS、BDI-II、VAS法）を評価。

【主な結果】

試験食品摂取群はプラセボ群と比較して、摂取4週間後の自覚する起床時の眠気の改善や起床時に感じる一時的な疲労感の回復をもたらし、睡眠の質改善効果を示すことを確認（解析対象：202名）。雑誌「薬理と治療」2018年46巻10号に掲載されました。

(注3) 被験者、試験実施者いずれもが割りつけられた試験内容を知らない形で進められる試験。  
 (注4) 外観・味などは同じだが、機能性関与成分を含まない食品。  
 (注5) 起床時の睡眠内省を評価する心理尺度。



# 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1Q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
<b>売上収益</b>	1,113	<b>1,113</b>	-	
国内酒類事業 (酒類事業)	508	<b>677</b>	169	
国際事業 (-)	178	-	▲178	・北米酒類⇒酒類事業へ変更 107億円 ・北米飲料⇒食品飲料事業へ変更 71億
食品・飲料事業 (食品飲料事業)	278	<b>363</b>	85	
外食事業 (-)	61	-	▲61	・酒類事業へ変更 61億円
不動産事業 (不動産事業)	60	<b>60</b>	0	
その他 (その他)	28	<b>13</b>	▲15	・神州一味噌⇒食品飲料事業へ変更 15億円

2018年1Q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
<b>営業利益</b>	▲55	<b>▲55</b>	-	
国内酒類事業 (酒類事業)	▲31	<b>▲39</b>	▲8	
国際事業 (-)	▲4	-	4	・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 ▲2億円
食品・飲料事業 (食品飲料事業)	▲10	<b>▲12</b>	▲2	
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)	11	<b>11</b>	0	
全社・その他 (全社・その他)	▲16	<b>▲15</b>	0	・神州一味噌⇒食品飲料事業へ変更 ▲0億円

## Appendix : 売上数量データ

国内酒類 (単位: 万函/大瓶換算)	2018年1Q	2019年1Q	前期比
①ビール計	-	-	95%
サッポロ生ビール黒ラベル計	-	-	95%
エビス計	-	-	95%
②発泡酒計	-	-	73%
③新ジャンル計	-	-	86%
ビール・発泡酒・新ジャンル計 (①+②+③)	-	-	91%
ビールテイストノンアルコール飲料 (単位: 億円)	18	14	79%
国内酒類	2018年1Q	2019年1Q	前期比
ワイン計	28	26	95%
国産ワイン	11	9	88%
輸入ワイン	16	16	100%
スピリッツ計 (RTD・洋酒・焼酎)	74	87	116%
小計	103	114	110%
リベート等控除	▲16	▲23	-
合計	87	91	105%
海外ビール (単位: 万函/大瓶換算)	2018年1Q	2019年1Q	前期比
海外ブランド (※1)	289	279	97%
サッポロブランド	149	141	95%

(単位: 万函)

飲料水 (ポッカサッポロフード&ビバレッジ)	2018年1Q	2019年1Q	前期比
飲料水 (※2)	874	819	94%

(単位: 億円)

売上金額 (酒税込み)	2018年1Q	2019年1Q	増減
ビール	309	303	▲6
発泡酒	24	17	▲7
新ジャンル	93	80	▲12
小計	426	401	▲25
リベート等控除	▲24	▲22	-
合計	402	378	▲24

売上金額 (酒税抜き)	2018年1Q	2019年1Q	増減
ビール	148	150	2
発泡酒	13	10	▲4
新ジャンル	64	56	▲8
小計	226	215	▲11
リベート等控除	▲24	▲22	1
合計	202	193	▲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**95%**
- ✓ 「黒ラベル」 : ブランド計 前年同期比**95%**  
(缶 : ブランド計 前年同期比**109%**)
- ✓ 「エビス」 : ブランド計 前年同期比**95%**

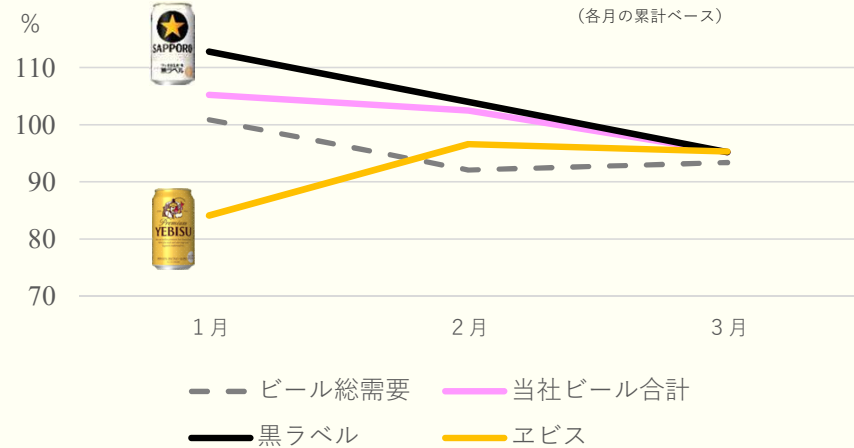
## 【発泡酒・新ジャンル】 (売上数量)

- ✓ 前年同期比**84%**
- ✓ 「麦とホップ」 : ブランド計 前年同期比**91%**

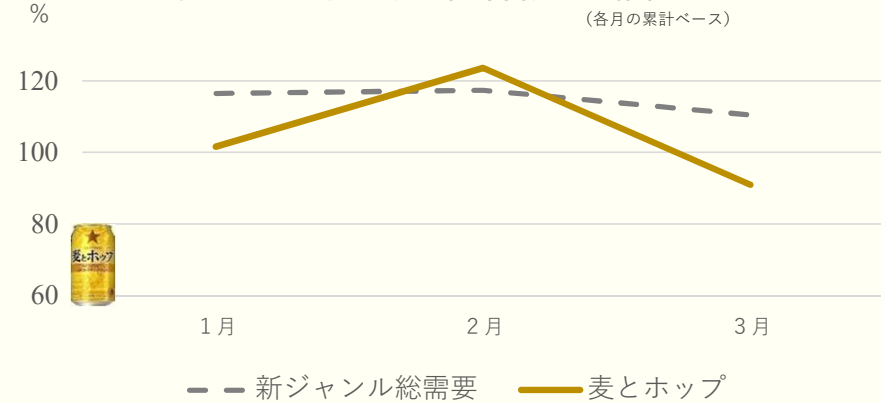
## 【ワイン・スピリッツ等】 (売上金額)

- ✓ ワイン事業 : 前年同期比**95%**
- ✓ RTD事業 : 前年同期比**204%**
- ✓ 洋酒事業 : 前年同期比**112%**
- ✓ 和酒事業 : 前年同期比**72%**

<黒ラベル・エビス 売上数量 前年同期比 推移>

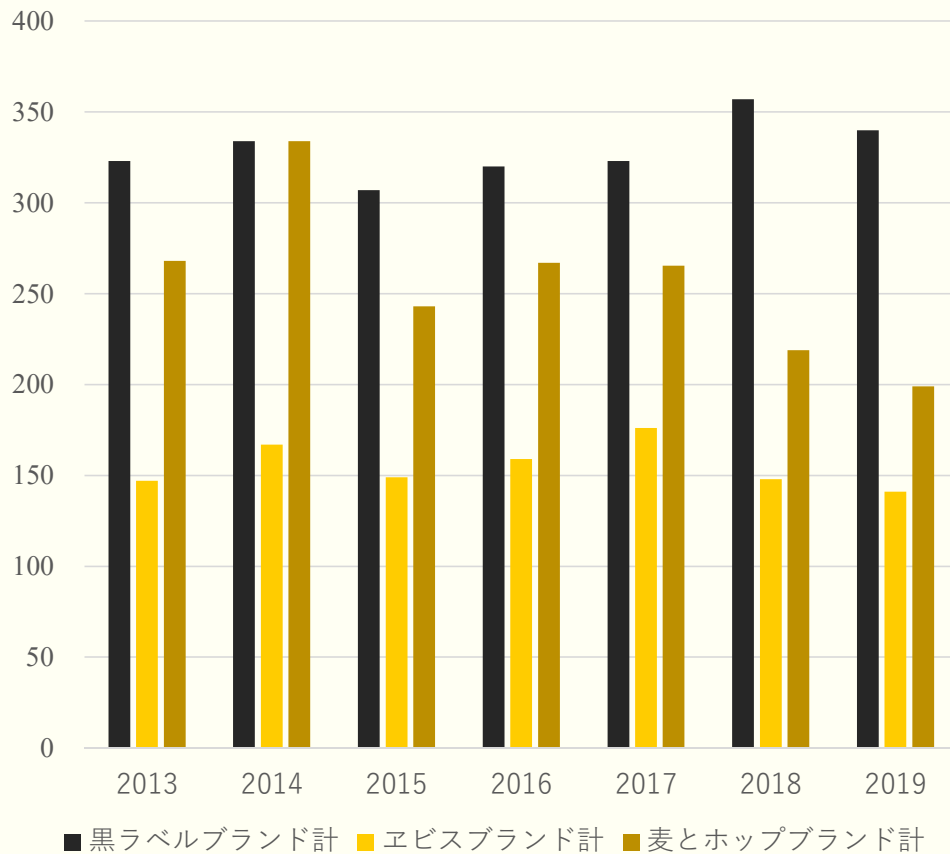


<麦とホップ 売上数量 前年同期比 推移>

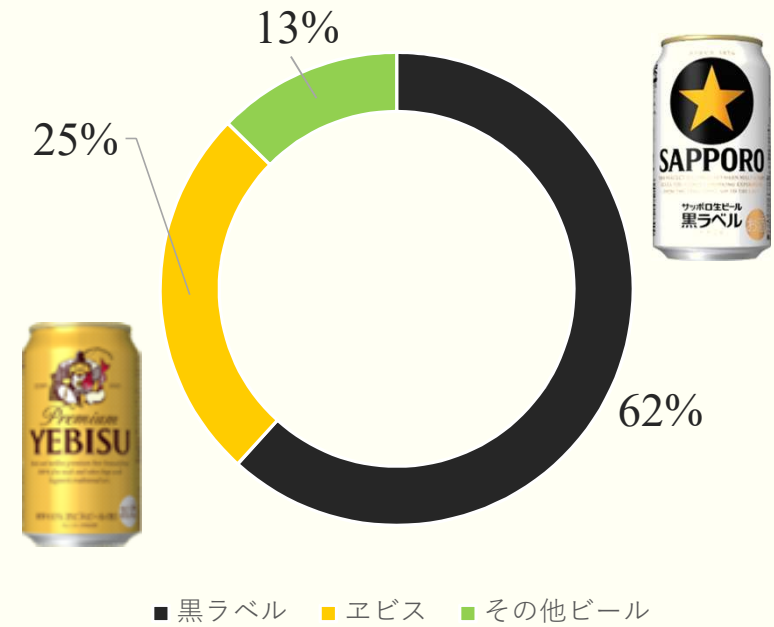


# Appendix : 酒類事業 (国内) データ

< 基幹3ブランド 売上数量 (販売数量) 推移 >

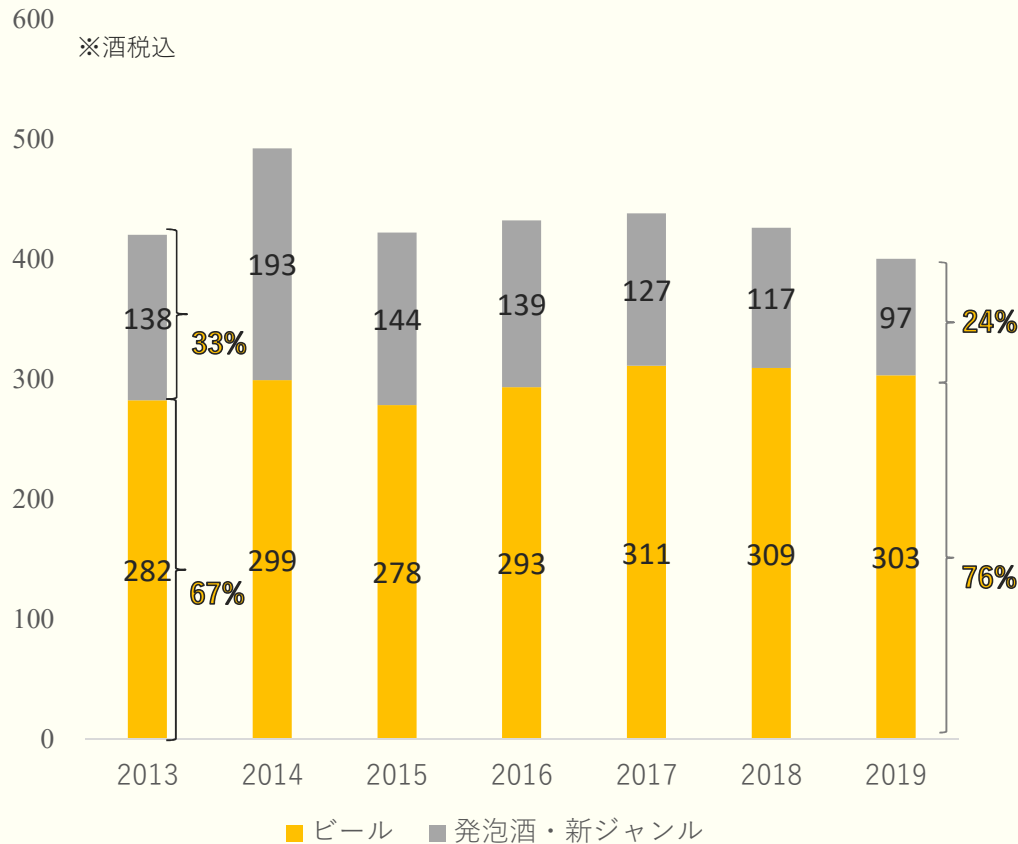


< ビールカテゴリーラインナップ 構成比 >

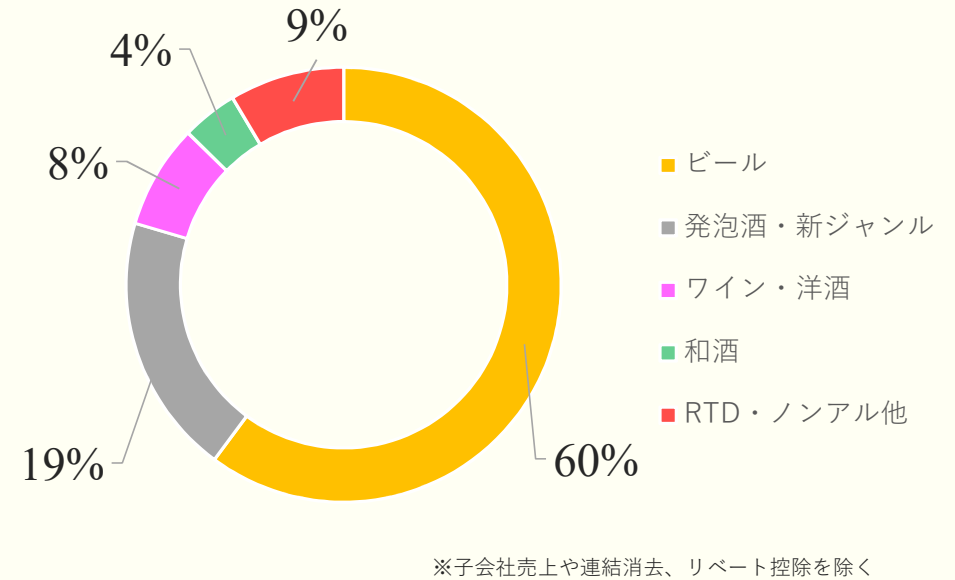


# Appendix : 酒類事業（国内）データ

<酒類事業（国内） カテゴリー別 売上金額 推移>

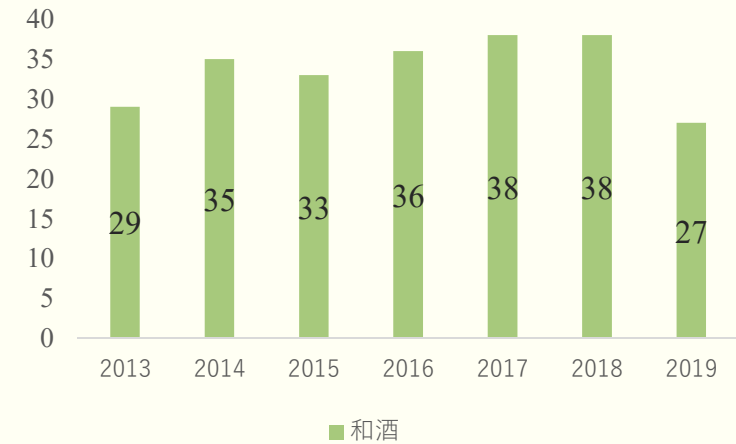
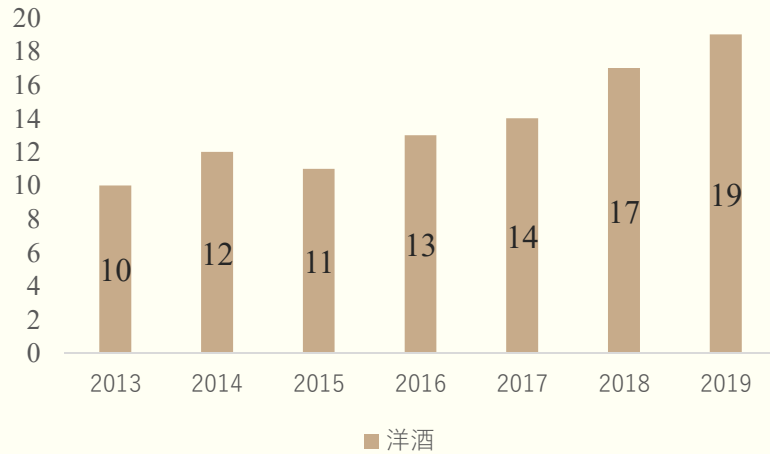
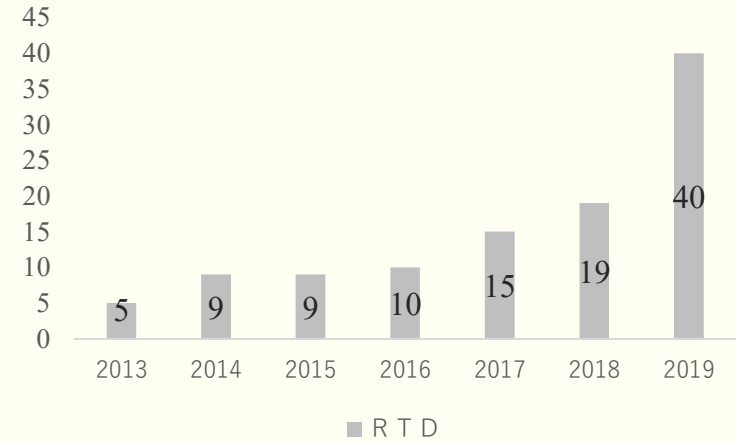
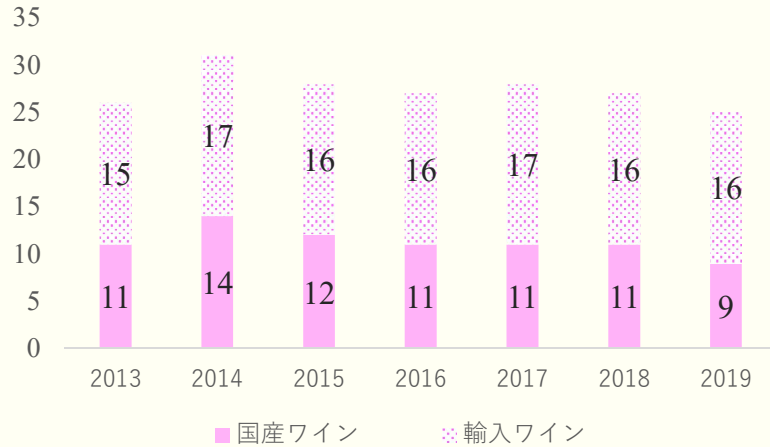


<酒類事業（国内） カテゴリー別 売上金額構成比>



# 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) 1-3月の主な発売商品 ※ (R) : リニューアル



サッポロ生ビール黒ラベル (R)



エビス プレミアムエール



麦とホップ 本熟



サッポロチューハイ99.99 〈フォーナイン〉  
左：クリアライム  
右：クリアシークワサー



りらくすシリーズ (R)



うれしいワイン  
酸化防止剤無添加 ポリフェノールリッチ赤  
＜有機プレミアム＞



ベリンジャー・トンネル・オブ・エルムズ  
カベルネ・ソーヴィニオン



ポリフェノールでおいしさアップの赤ワイン  
10種の果実



サッポロ マグナム



愛のスコール  
ゴールデンパインサワー



果実仕立ての梅酒カクテル ウメカク (R)  
左：アセロラ  
中：ピンクグレープフルーツ  
右：もも

## Appendix：酒類事業（国内）

### 黒ラベル「41種から選べるビヤグラスプレゼント」キャンペーンが 日本プロモーション企画コンテスト受賞！（※）

“ブランドを体感する空間”を大切にする当社ならではの企画が評価され、受賞に至りました。この賞は、以下の3点を基準に審査され、優れた“販促プロモーション”に対して贈られます。

- ①企画のアイデア性、完成度
- ②ツールの優秀性（魅力、デザイン、技術、充実度、安全性）
- ③話題性、新鮮度

このようなブランド飲用体験を促す販促の効果もあり、黒ラベル缶の売上は、総需要が伸び悩む中、4年連続でアップしています。



※（株）ビジネスガイド社主催のコンテスト



## Appendix：酒類事業（国内）

「サッポロチューハイ99.99」が食品ヒット大賞の酒類部門「優秀ヒット賞」を受賞  
 ～流通チェーンや卸から評価。2年連続で受賞！～

日本食糧新聞社主催の第37回食品ヒット大賞にて、酒類部門の優秀ヒット賞を受賞しました。  
 昨年の「愛のスコールホワイトサワー」に続き2年連続での受賞です。



候補となる商品の選出や選考委員として、全国各地の有力スーパー・卸売業者・生協等がモニターを務めており、  
 「99.99」は流通チェーンや卸から高い評価を得ています。



# 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】

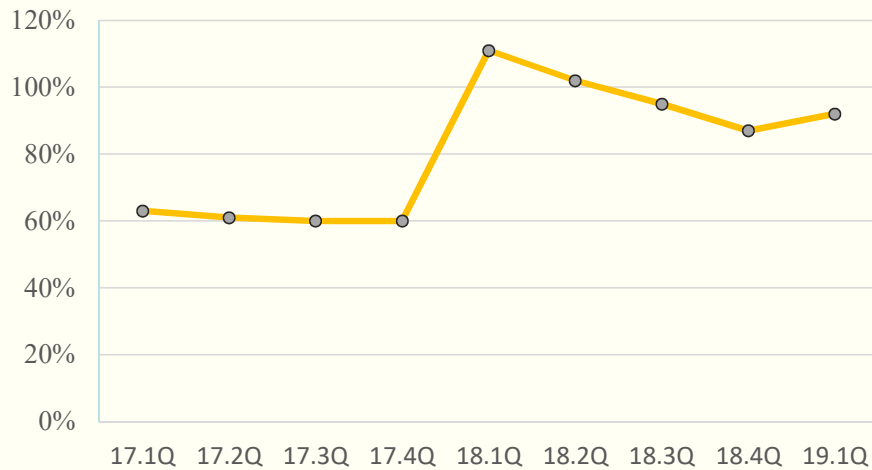
✓ 前年同期比**95%**



【ベトナム】

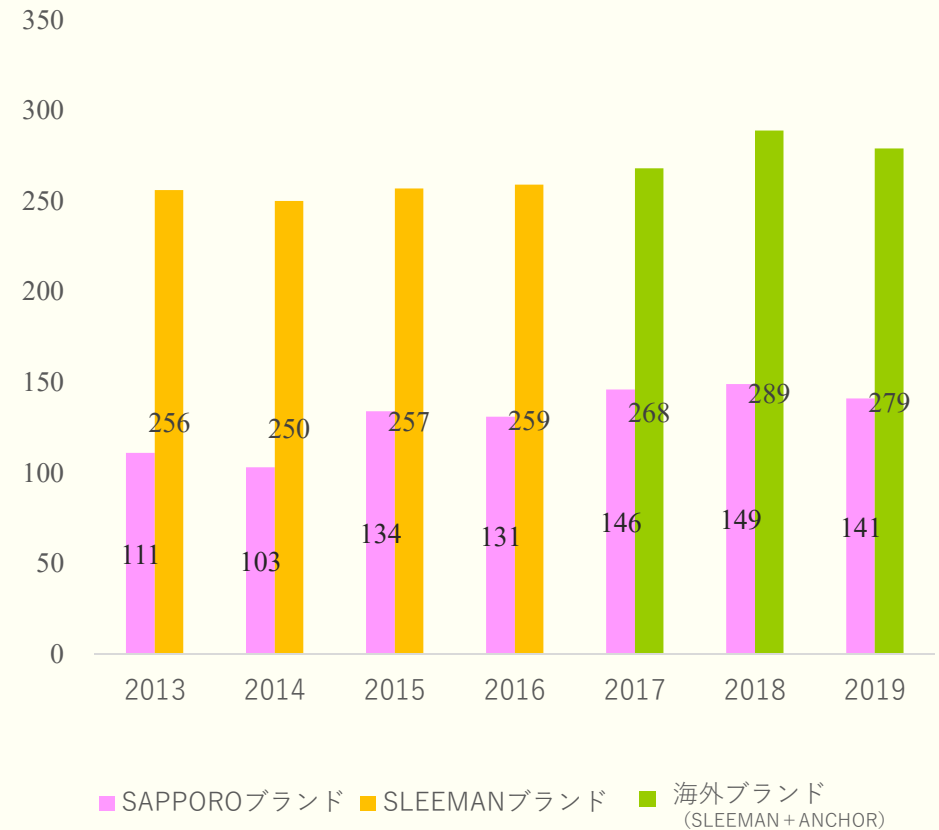
✓ 前年同期比**126%**（輸出込）

＜ベトナム国内 売上数量 前期比の推移＞



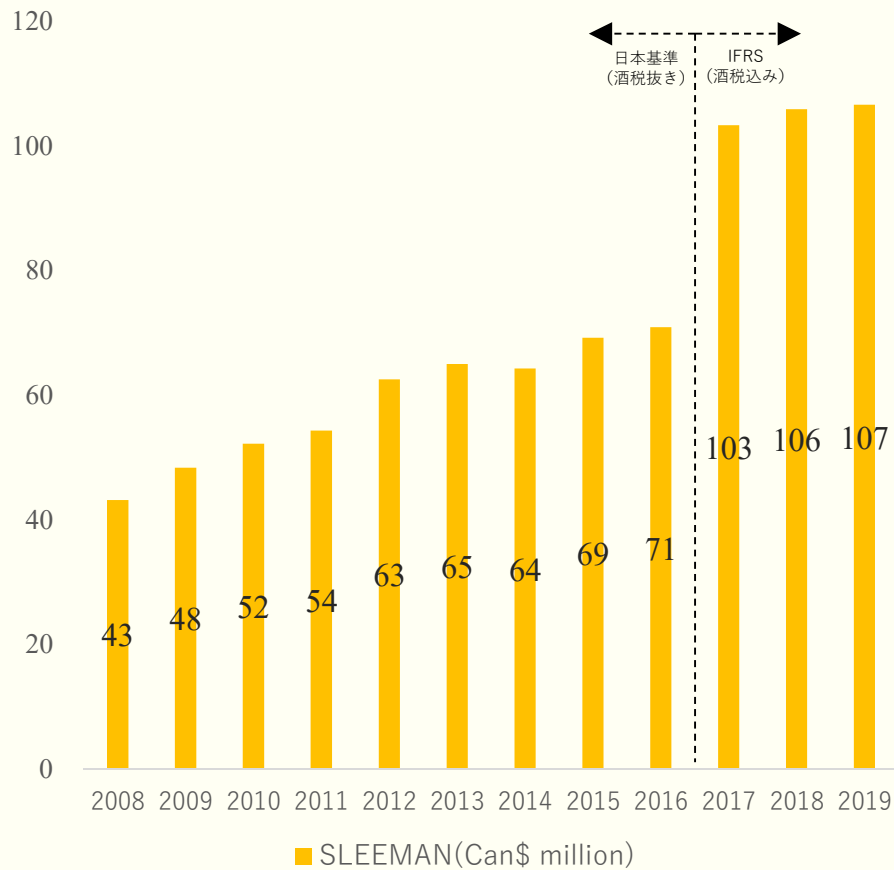
＜海外ビール売上数量の推移＞

（単位：万函/大瓶換算）

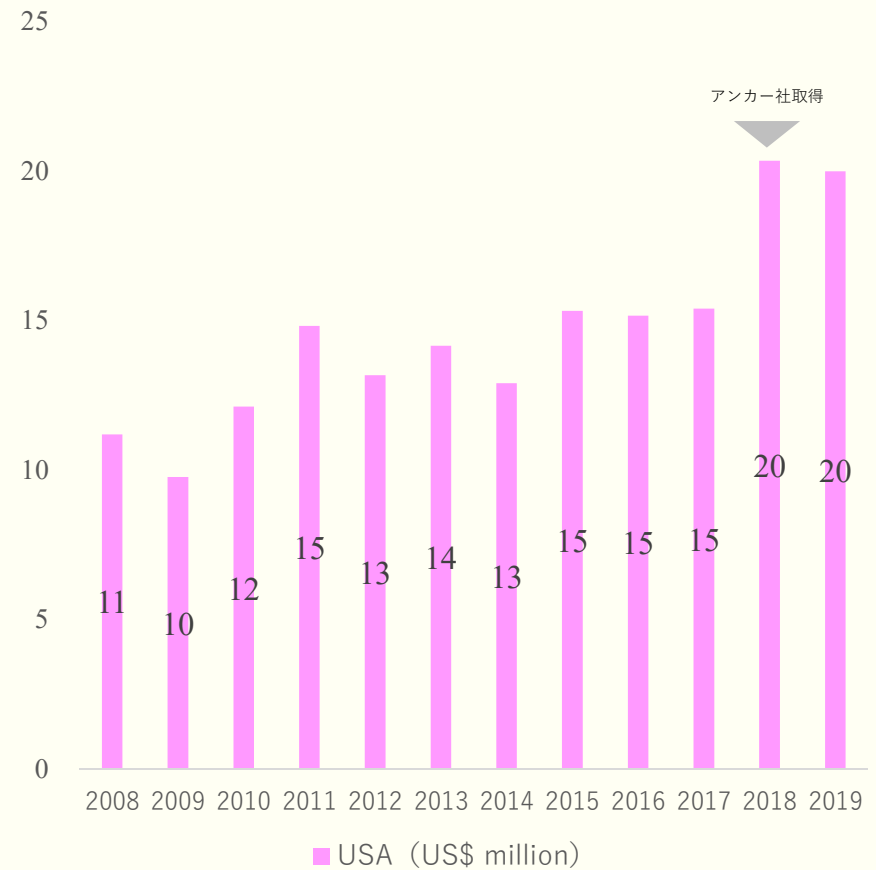


# Appendix：酒類事業（海外）データ

<スリーマン社：現地通貨建て売上金額（連結消去前）の推移>



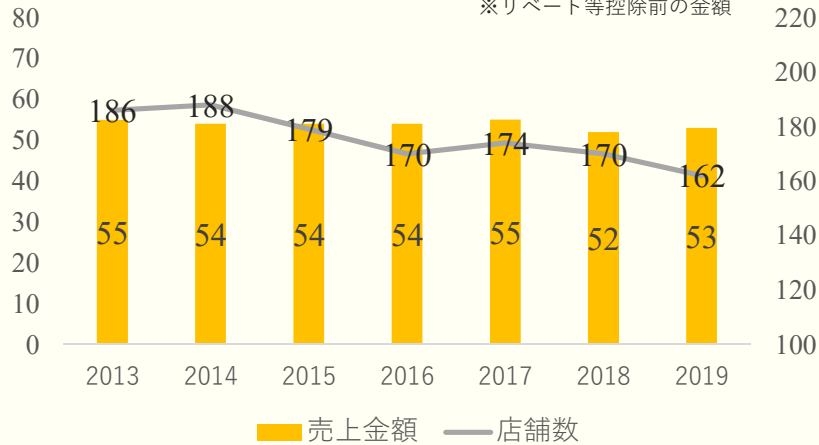
<サッポロUSA & アンカー社：現地通貨建て売上金額（連結消去前）の推移>



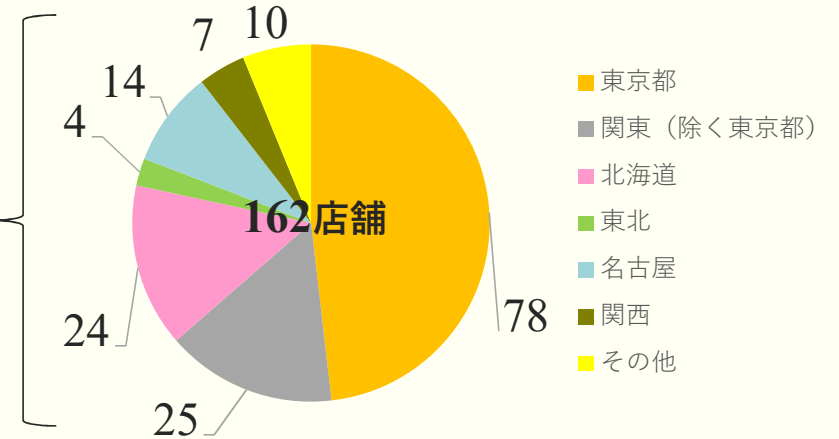
# Appendix : 酒類事業（外食）データ

< サッポロライオン単体の店舗数と売上金額の推移 >

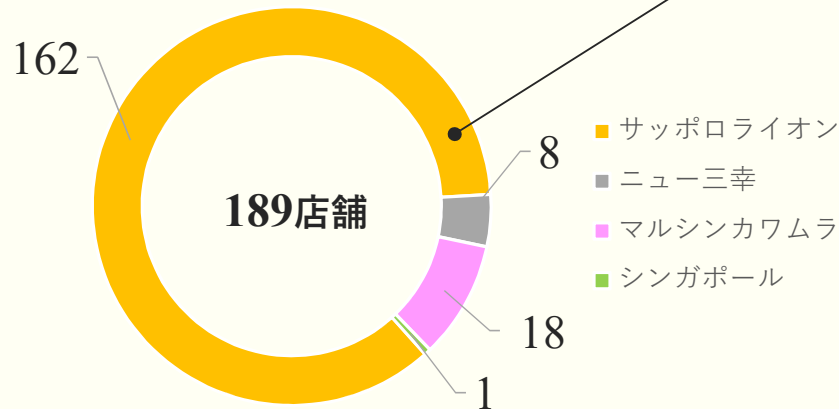
※リベート等控除前の金額



< 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 >



(1~3月累計)

# Appendix：食品飲料事業データ

## 【レモン飲料】

✓ 前期比**93%**  
(売上数量)



## 【レモン食品】

✓ 前期比**119%**  
(売上数量)



## 【茶系飲料】

✓ 前期比**98%**  
(売上数量)



## 【スープ類】

✓ 前期比**90%**  
(売上数量)



## 【コーヒー飲料】

✓ 前期比**89%**  
(売上数量)



## 【大豆チルド】

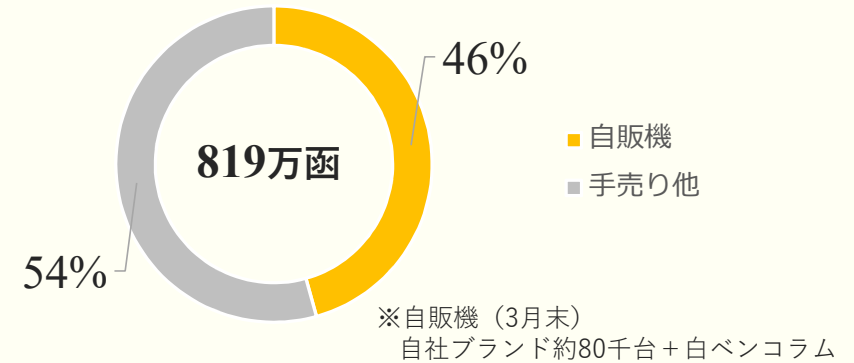
✓ 前期比**97%**  
(売上数量)



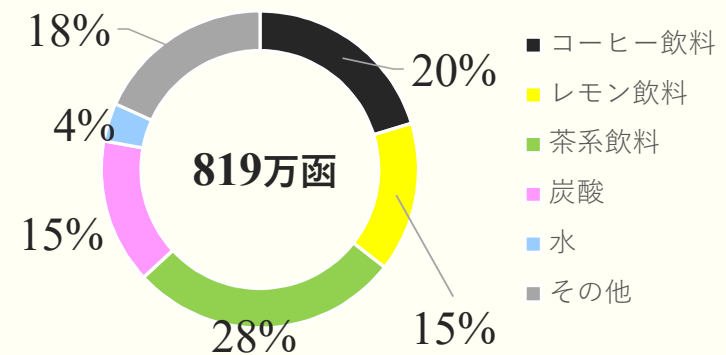
## 【北米飲料】 (売上金額・連結消去後)

✓ 前期比**111%**

＜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



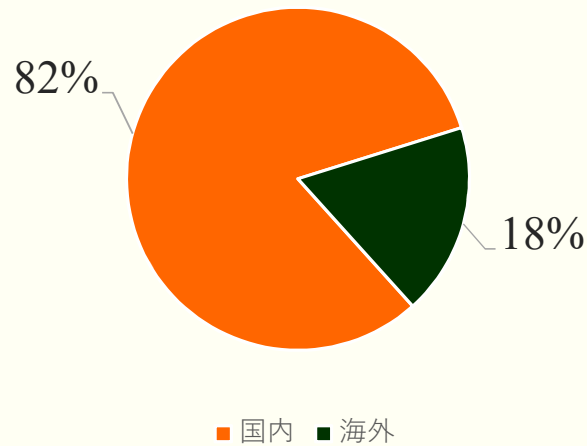
＜ポッカサッポロフード&ビバレッジ＞  
国内飲料ジャンル別販売数量 構成比



# Appendix：食品飲料事業データ

<食品・飲料事業売上収益の構成比>

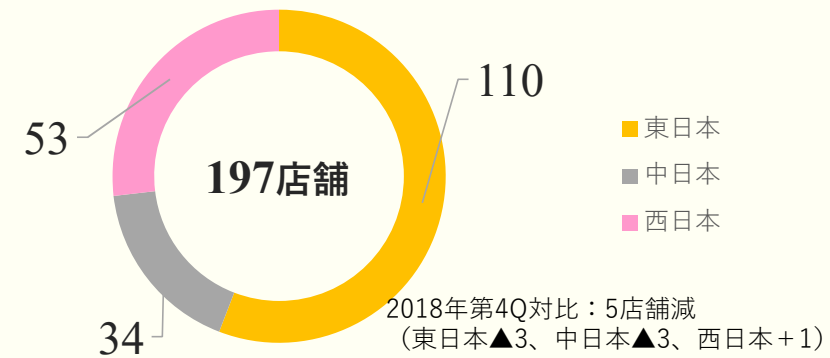
※連結調整額除く



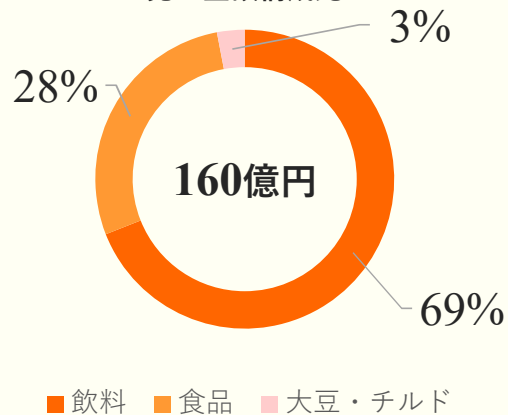
## 【(株)ポッカクリエイト】

✓ 売上収益**20**億円 前年同期比**100**%

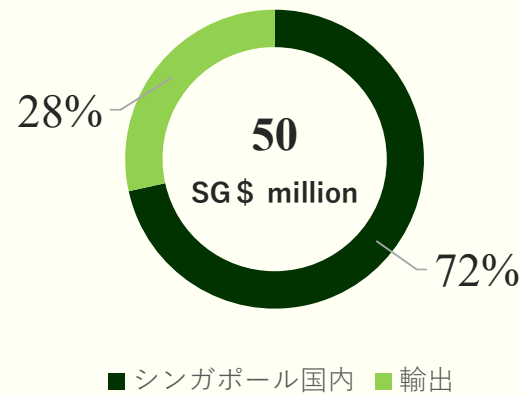
<3月末 地域別店舗数>



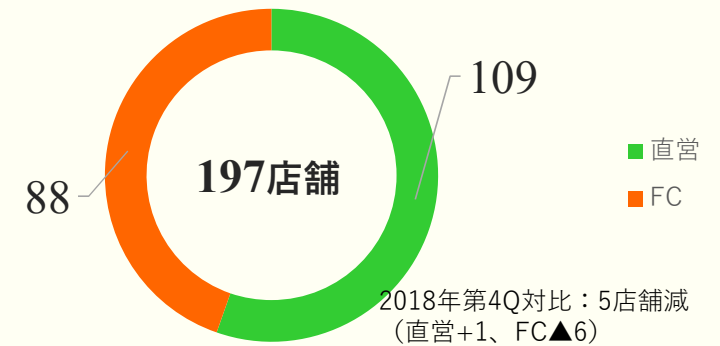
<国内：ポッカサッポロフード&ビバレッジ>  
売上金額構成比



<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)



<3月末 直営/FC店舗数>





SAPPORO

# Appendix：食品飲料事業（国内）1-3月の主な発売商品



土地と、土地の人々との、  
一緒づくり。



国産素材無糖茶シリーズを  
新コンセプト「TOCHIとCRAFT」で一新



やさしく、しみこむ みずとレモン



北海道夕張メロンのソーダ



日田の梨



旧パッケージ



新パッケージ

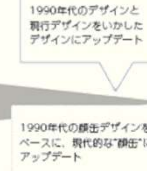
JELEETS（ジェリーツ）※R



1994年のパッケージデザイン、  
鼎盛期の頃の「顔出」で、  
お客様にもなじみ深いデザイン。



2013年に変更した  
現行のパッケージデザイン



1990年代のデザインと  
現行デザインを比較した  
デザインにアップデート

1990年代の顔出デザインを  
ベースに、現代的な「顔出」に  
アップデート



ポッカコーヒー（R）

# Appendix : 食品飲料事業 (国内) 1-3月の主な発売商品



塩レモンのたれ (R)



塩とレモンとオリーブオイル (R)



レモンのおかげ  
減塩できる  
ウレシオ (R)



じっくりコトコトこんがりパン  
新商品



リゾランテシリーズ  
新商品



冷製スープの新ラインナップ



海苔たっぷりすうぷシリーズ  
新商品



辛王 暴辛肉みそ風スープ カップ



## Appendix：食品飲料事業（国内）

### ◉ 豆乳ヨーグルト製造ライン竣工・稼働開始 ～新たな需要を創造し積極的な事業展開で次のステージへ～

これまで豆乳ヨーグルトは、委託先工場にて製造を行ってきましたが、大豆・チルド事業の中核となる豆乳ヨーグルトカテゴリーにおいて、新たな国内需要を創造しさらなる積極的な事業拡大を図るために、自社で内製化して、製販一体の事業展開を開始します。

稼働する新ラインは、大豆から豆乳を搾汁する工程も含み、その豆乳の発酵や豆乳ヨーグルトの充填までが一貫して製造できる画期的なものです。またこれまで当社が販売してきた小型容器商品に加え、新たに大型容器商品も製造でき、より一層お客様のニーズにあった豆乳ヨーグルト商品の展開を図っていくことが可能となります。今回のライン稼働により、群馬工場は「飲料」「スープ」「豆乳ヨーグルト」と、常温からチルドまで1つの工場で多種多様な商品が製造できる工場になりました。



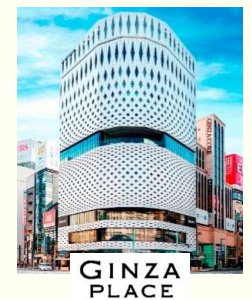
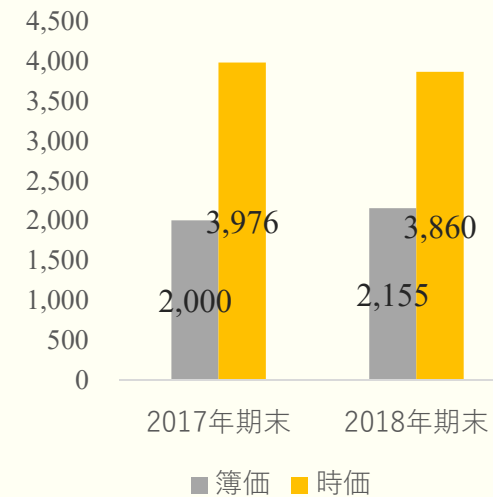
# Appendix：不動産事業データ

< 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	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 <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 >



< 営業利益の内訳 >

	2018年1Q	2019年1Q	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	9	9	0
北海道事業	1	1	0
その他物件・事業	3	23	20
全社共通費用	▲2	▲3	▲0
合計	11	30	19

< EBITDAの内訳 >

	2018年1Q	2019年1Q	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	17	17	▲0
北海道事業	1	2	0
その他物件・事業	7	7	0
全社共通費用	▲2	▲3	▲0
合計	25	24	▲1

### ② “デジタルまちづくり” 「EBISU UPDATE PROJECT（恵比寿アップデートプロジェクト）」 開始 ～WEB上に「未来の恵比寿」を創造～



「EBISU UPDATE PROJECT」では、現在の恵比寿が持つ「上質な」「洗練された」といった世界観やライフスタイルのイメージを基点に、これからの社会が求めるニーズに応えるべく、SDGsをはじめとする未来への潮流を取り入れたまちを「未来の恵比寿」としてデジタル空間にデザインします。

「未来の恵比寿」は「ソーシャル・ウェルネスー私の“気持ちいい”が、社会や地球のためになるマチへー」をコンセプトに、物理的なモノやステータスによってだけでなく、社会的な健全さや貢献によっても充足される未来の豊かさを体感できるモノやコトを発信し、人々が集い出会う場を目指していきます。

#### ●ウェブサイト

<https://ebisu-update-project.jp>

#### ●Facebook

<https://www.facebook.com/eup.jp/>

#### (参考)

株式会社講談社のリリース URL : <https://www.kodansha.co.jp/news>





# SAPPORO

潤いを創造し 豊かさに貢献する

