



# 2019年度 第3四半期 決算説明資料

Sapporo Group Business Results Presentation  
for the Nine Months Ended September 30, 2019

2019年11月6日

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

1. 第3四半期のポイントと成長分野の進捗 . . . P3~P6
2. 決算概要 . . . P7~P19
3. 通期業績予想修正 . . . P20~P21
4. 参考資料 . . . P22~P39

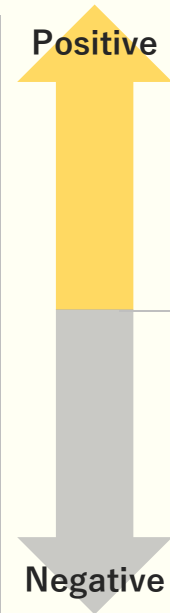
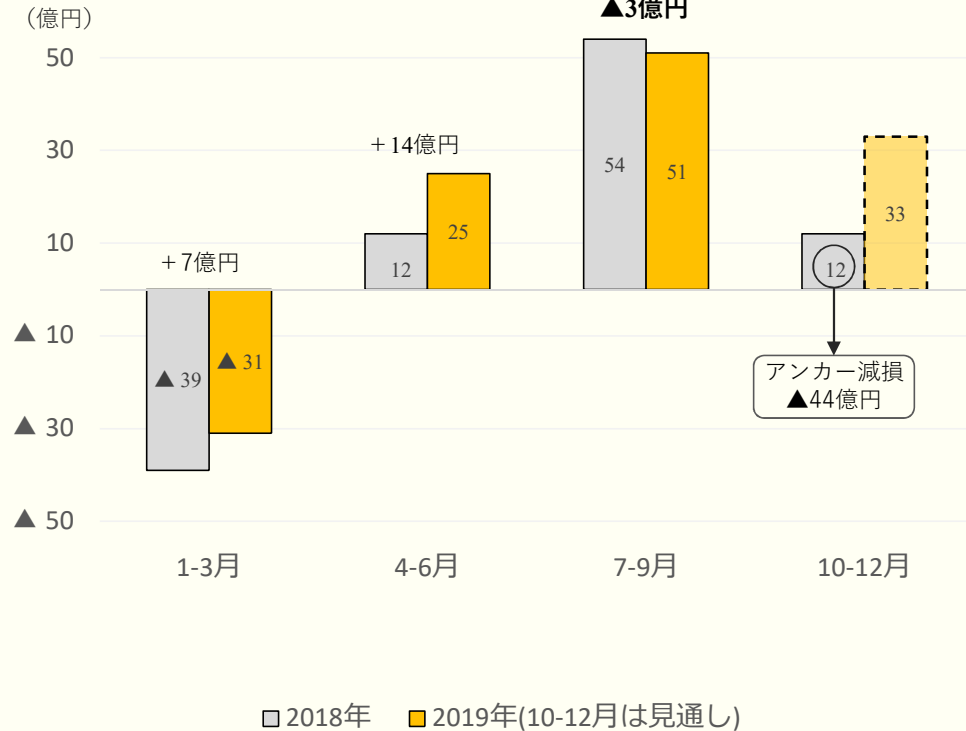
# ◆2019年 第3四半期のポイント

● 酒類事業：国内は概ね計画通り。北米はサッポロブランド好調も、他ブランドで苦戦。

## 酒類事業

Alcoholic Beverages

<Qごとの営業利益（前年対比）>



- 黒ラベル、エビスの缶製品が好調
  - RTDの売上は引き続き伸張
  - 新ジャンルは麦とホップのリニューアル効果により、7-9月では前年比で売上増
  - 北米のサッポロプレミアムが引き続き好調
- 
- 新ジャンルは年初累計では前年比で売上減
  - カナダ市場は天候不良により総需要が低下
  - アンカー社は販売数量減により製造効率が悪化  
➔ 通期業績見通しを下方修正

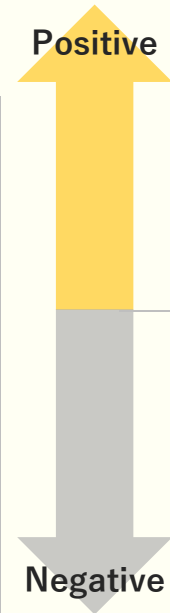
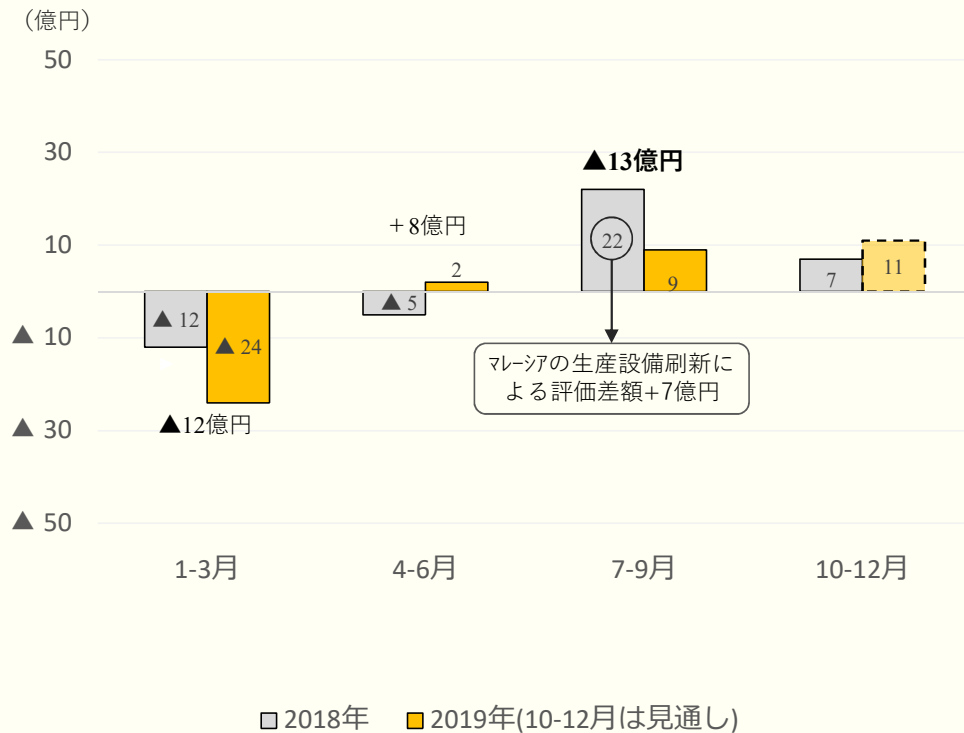
### <今後の取り組み>

- 国内では引き続きビール、RTDに注力  
新ジャンルでも更なる巻き返しを図る
- 北米事業の基盤強化、及び成長戦略の実行

# ◆2019年 第3四半期のポイント

## ● 食品飲料事業：国内はレモン食品が好調も、冷夏の影響で飲料が苦戦。

### 食品飲料事業 Food & Soft Drinks



- レモン食品が引き続き好調
- ヤスマ社の新規連結による増収効果
- アジアの採算が回復基調
- 北米は構造改革効果により赤字幅を縮小

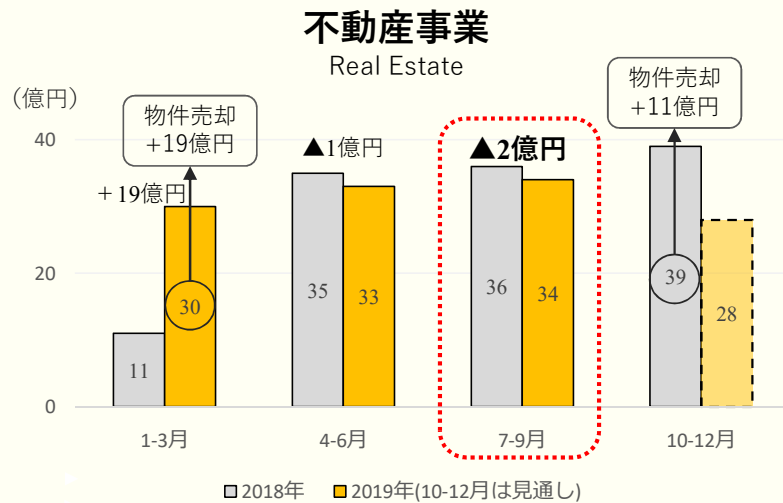
- 国内の自販機台数減少に伴い飲料売上減
- スープ類の売上減
- 冷夏の影響により、夏場の飲料売上減
- ➔ 通期業績見通しを下方修正

### <今後の取り組み>

- 冬場に最盛期を迎えるスープ類、ホット飲料への注力
- 豆乳ヨーグルト市場の更なる拡大
- ヤスマ社とのシナジーの発揮

# ◆2019年 第3四半期のポイント

## ● 不動産事業：既存物件は堅調に推移。



### <7-9月のポイント>

- 主力物件は安定した稼働率を維持

### <今後の取り組み>

- コスト削減に伴い、通期業績見通しを上方修正
- 計画達成に向け、引き続き現状の稼働率を維持
- 物件ポートフォリオの継続的な見直し

## ● 全社：経営基盤構築費用は減少も 構造改革費用は増加の見通し。



### <7-9月のポイント>

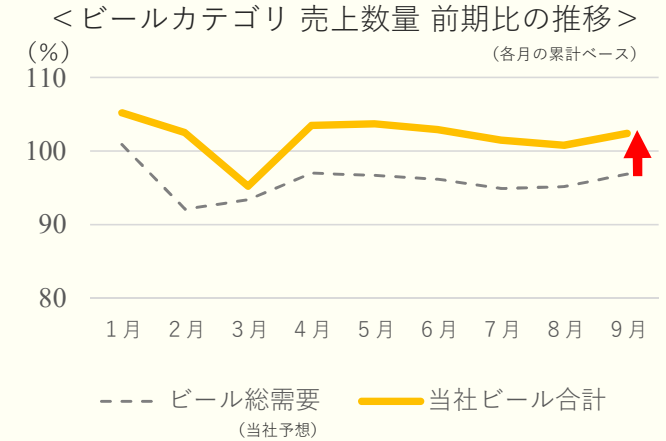
- 経営基盤構築の進捗に伴い、計画的に支出

### <今後の取り組み>

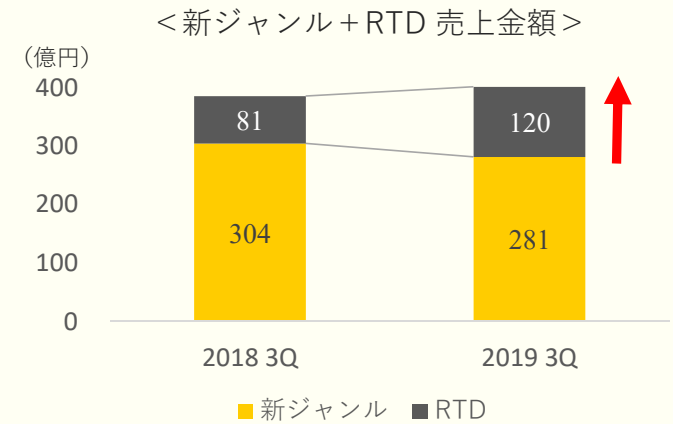
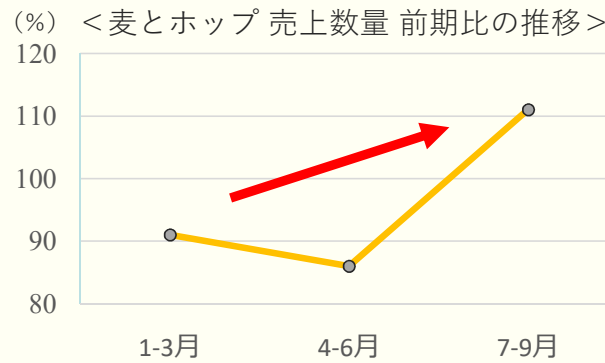
- 経営基盤構築費用の減少（15億円→10億円）  
構造改革費用の増加（30億円→65億円）に伴い、  
通期業績見通しを下方修正

# 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

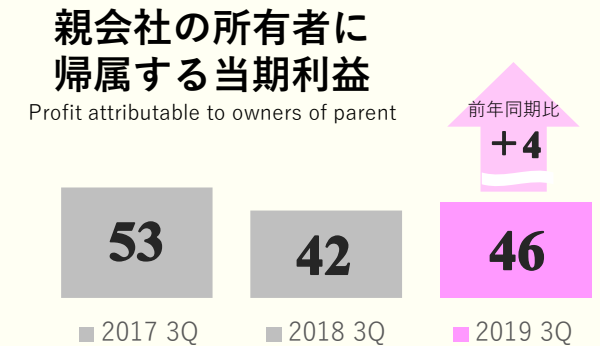
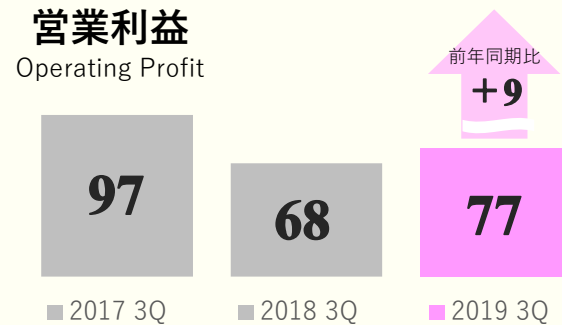
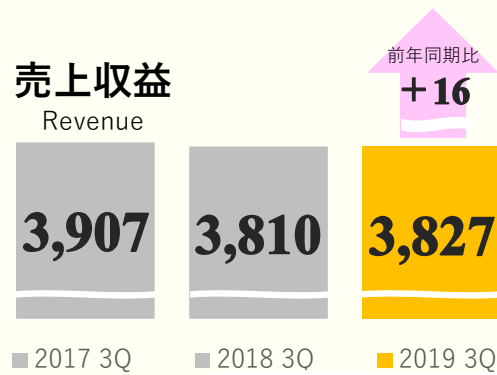


## ▶ 新ジャンルは麦とホップのリニューアル効果により回復基調



# 決算概要 Business Results

● ビール、RTD、レモン食品のブランド育成においては一定の成果が得られた  
北米飲料、国内飲料の構造改革については引き続き課題



(単位：億円)

- 酒類事業は国内ビール、RTD、北米のサッポロプレミアム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、▲10億円の減収
- 食品飲料事業は国内の飲料が天候不良により落ち込んだものの、ヤスマ社の新規連結に伴う売上増加、北米飲料の採算回復などから、+27億円の増収

- 酒類事業（国内）の経費コントロール、不動産事業における物件売却などにより、北米酒類と食品飲料事業の減益をカバーし、+9億円の増益

- 営業利益の改善に伴い増益

※いずれもIFRSベース



## 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  
±0.0倍

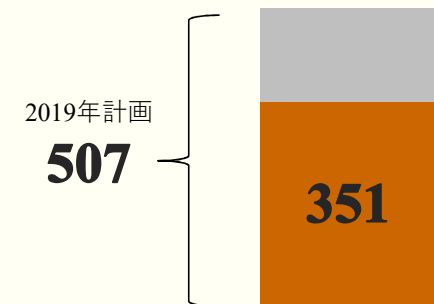
## 資本

Equity



## 投資額 (支払ベース)

Cash basis investment



(単位：億円)

## グループ経営基盤の変革

Transformation of the Group management platform



- ▶ 業界初となる、ビールとスープのハイブリット工場竣工 (P18参照)
- ▶ AI技術を活用したロジスティクス領域の計画主導型システム導入 (P19参照)

## グループトピックス

Group Topics


- ▶ 「Ebisu Sustainable City Business Contest」開催 (P37参照)  
[https://www.sapporo-re.jp/pdf/sapporore/store/storage/cname\\_20190711165353.pdf](https://www.sapporo-re.jp/pdf/sapporore/store/storage/cname_20190711165353.pdf)
- ▶ 第11回「恵比寿麦酒祭り」開催 (P38参照)  
<https://www.sapporoholdings.jp/news/dit/?id=8469>



SAPPORO

# セグメント別 売上収益 Revenue by Segment

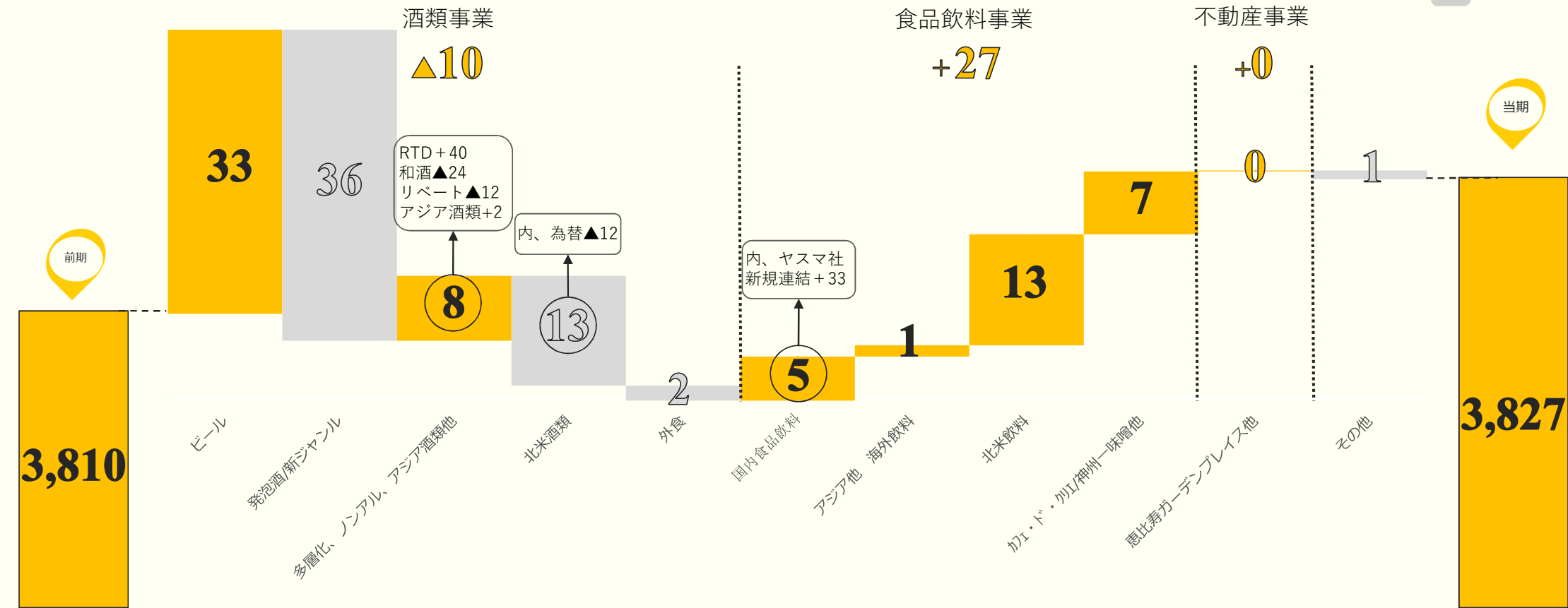
(単位：億円)	2018 3Q実績	2019 3Q実績	増減	増減率
<b>連結売上収益</b>	3,810	<b>3,827</b>	<b>16</b>	0.4%
<b>酒類事業</b>	2,395	<b>2,385</b>	<b>▲10</b>	<b>▲0.4%</b>
日本・アジア	1,807	1,811	4	0.2%
北米	379	366	▲13	▲3.4%
外食	209	207	▲2	▲0.8%
<b>食品飲料事業</b>	1,187	<b>1,215</b>	<b>27</b>	2.3%
日本・アジア	984	998	14	1.4%
北米	203	216	13	6.6%
<b>不動産事業</b>	183	<b>183</b>	<b>0</b>	0.1%
<b>その他</b>	45	<b>44</b>	<b>▲1</b>	<b>▲2.3%</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

🔍 **ビール、RTDが伸長し、新ジャンルも麦とホップのリニューアル効果で回復基調に**  
**ヤスマ社の新規連結、北米飲料の売上回復も貢献し、対前期比で増収**

■ = 増加  
 ■ = 減少



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

(単位：億円)	2018 3Q実績	2019 3Q実績	増減	増減率
連結営業利益	68	77	9	12.9%
酒類事業	27	45	18	68.3%
日本・アジア	21	43	23	109.8%
北米	8	1	▲8	▲89.5%
外食	▲1	1	3	-
食品飲料事業	5	▲13	▲18	-
日本・アジア	11	▲12	▲24	-
北米	▲6	▲1	6	-
不動産事業	82	97	16	19.3%
その他	1	▲1	▲2	-
全社	▲45	▲51	▲6	-

次ページで要因解説

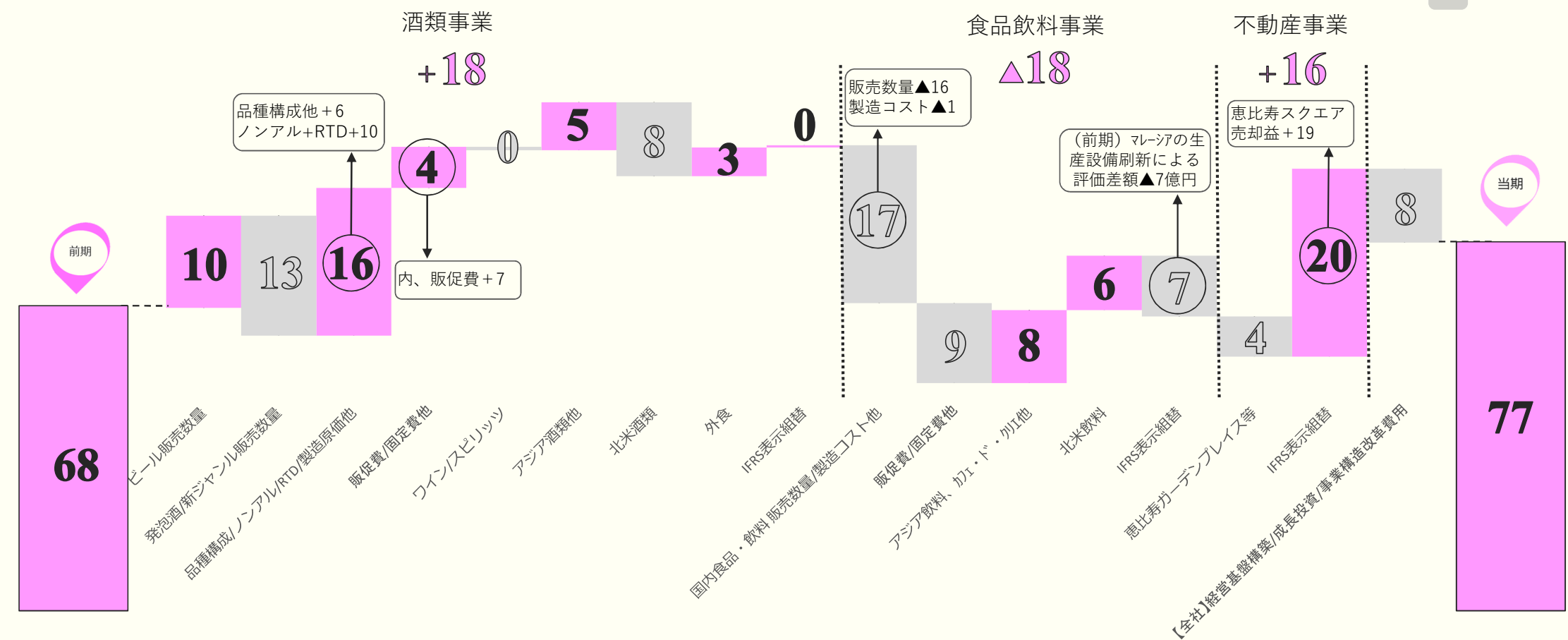


SAPPORO

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

## 国内酒類での経費コントロール、ベトナムでの採算改善が寄与 アジア飲料の採算改善、第1Qの投資不動産の売却も増益に貢献

■ = 増加  
■ = 減少



※「IFRS表示組替」：その他営業外収支・特別損益のこと。

## ● 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） >

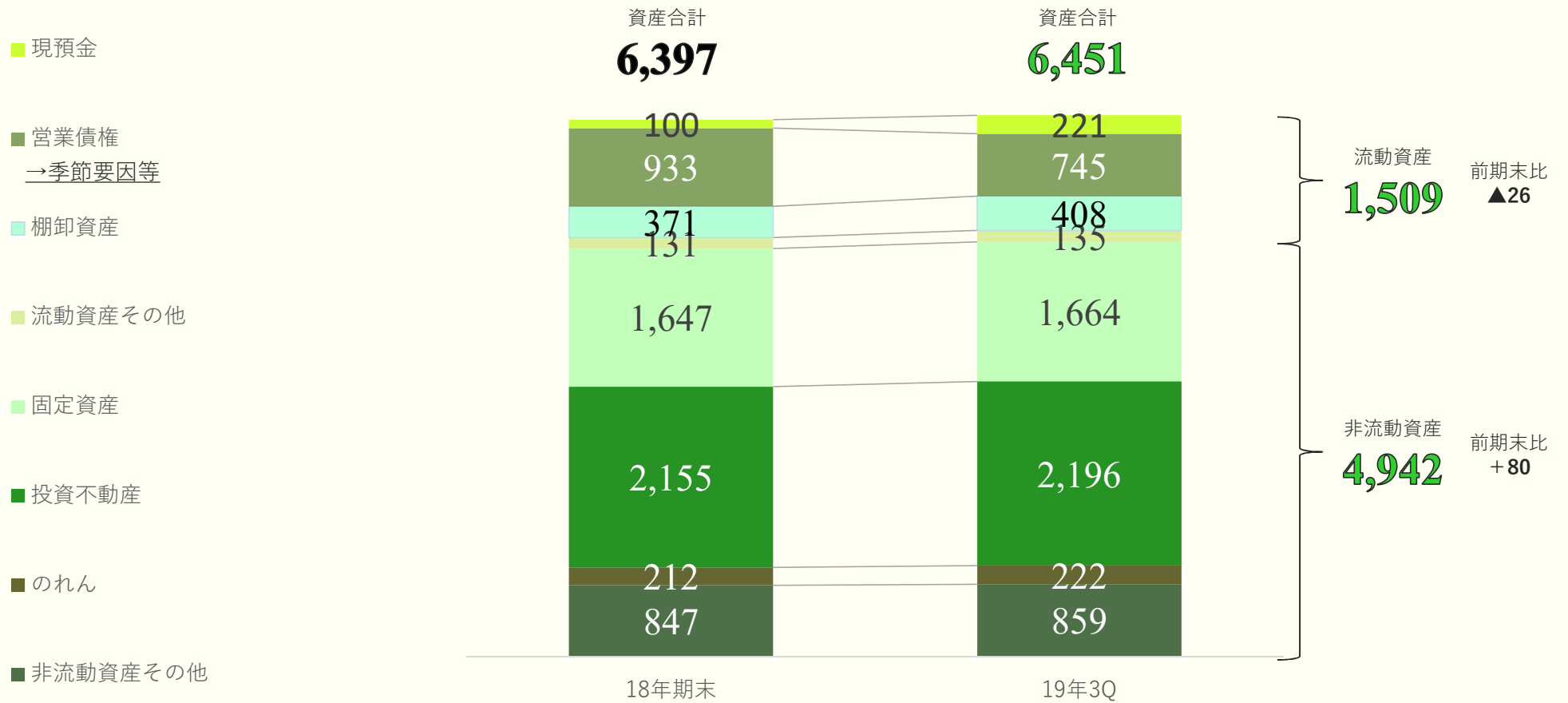
事業セグメント	内容	売上収益影響	営業利益影響
酒類事業	WILD ROSE BREWERY LTD. 2019年2Q～連結開始	-	-
食品飲料事業	ヤスマ株式会社 2019年2Q～PL連結開始	約+33億円	-

- : 影響軽微

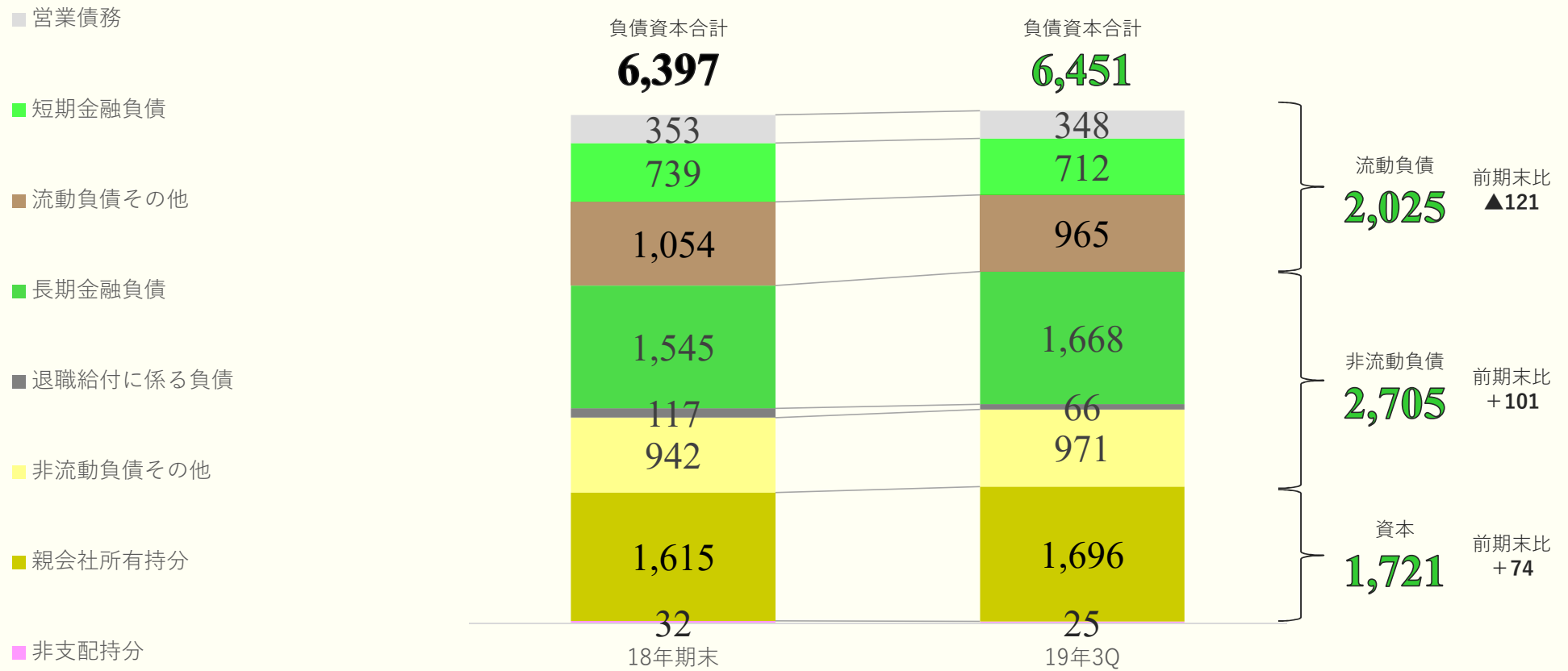
< 為替の影響（為替換算による影響） > ※期中平均レート

	2018 3Q	2019 3Q		売上収益影響	営業利益影響
US\$	¥109.61	¥109.13	➔	酒類事業	約▲12億円
EUR	¥130.87	¥122.62		食品飲料事業	-
CAN\$	¥85.11	¥82.13			
SG\$	¥81.78	¥79.99			

## ● 資産合計は前期末対比で54億円の増加



## ● 負債合計は前期末対比で20億円の減少、資本合計は74億円の増加



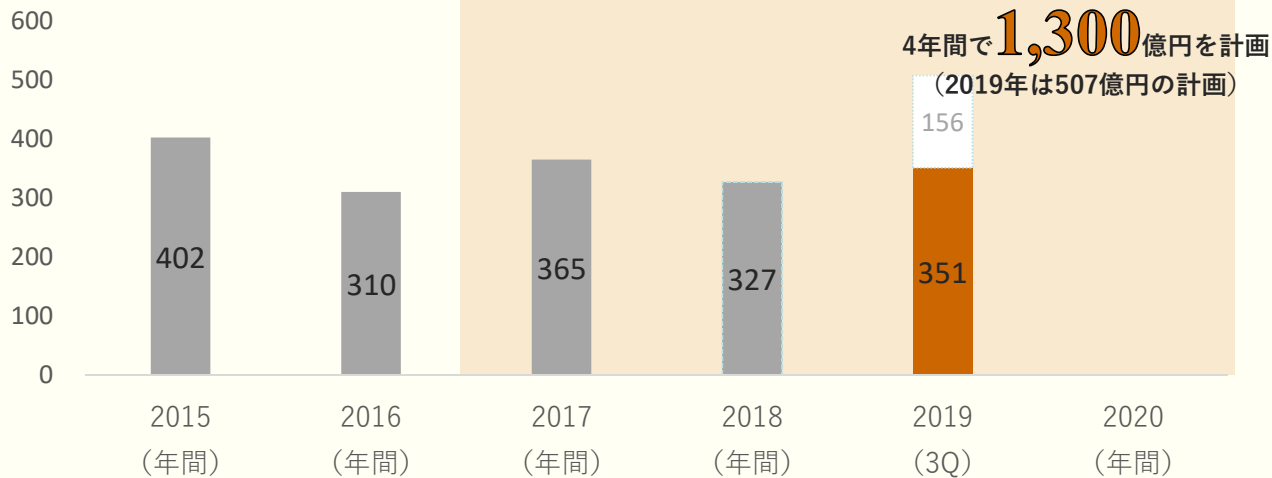


● 支払ベースの投資額は351億円

<連結キャッシュフロー (CF) 計算書>

	2018年3Q	2019年3Q	増減	増減率
営業活動によるCF	267	344	76	28.6%
投資活動によるCF	▲193	▲219	▲26	-
フリーCF	74	124	50	68.0%
財務活動によるCF	▲90	▲3	88	-

<投資金額 推移 (支払ベース) > 投資活動によるCFは、



① <設備投資> 連結合計で約**136**億円  
(有形固定資産・無形固定資産)

<主な内訳>

- ・『酒』『食』『飲』関連：約112億円  
ポッカサッポロ社工場設備関連：約40億円 等  
国内ビール等の工場システム更新工事他：約34億円  
スリーマン社設備投資他：約8億円 等
- ・全社 グループインフラ最適化等：約24億円 等

② <投資不動産> 連結合計で約**129**億円

③ <リース料> 連結合計で約**30**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**55**億円  
(長期前払費用・投資有価証券 等)

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

約**351**億円

(単位：億円) Copyright, 2019 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved. 17/39

### ● 業界初となる、ビールとスープのハイブリット工場竣工

～ビール工場基盤を活用 生産ユーティリティ設備共有による環境負荷低減～

ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社（以下PS社）は、宮城県名取市にあるサッポロビール株式会社仙台工場内に、カップ入りスープの製造設備および粉末スープ顆粒原料の造粒設備を設置した仙台工場を新設し、竣工・稼働を開始しました。

近年、簡便化や個食化など多様化する食生活や小腹満たしなどのお客ニーズを背景に、インスタントスープ市場は堅調に伸長しています。当社は1980年に缶入りスープを発売して以降、食文化やライフスタイルの変化を捉えながらスープ事業を育て、お客様に新たな食生活を提案してきました。

現在PS社には、名古屋工場・群馬工場・磐田ポッカ食品（株）（弊社の100%連結子会社）と3つのスープを製造する拠点があり、伸長するインスタントスープの需要に対応してきましたが、より市場に柔軟に対応し、更なる積極的な事業展開を推進するため、この度PS社の新たな工場として、仙台工場を設置しカップ入りスープの自社生産能力を強化します。この工場の稼働により、生産能力はこれまでの1.5倍になります。

また、サッポロビール（株）仙台工場内に新設したことで、サッポログループとしての資産が活用でき、シナジーを生み出していきます。

新たな工場の稼働により、事業のさらなる成長を目指してまいります。



### ◎ AI技術を活用したロジスティクス領域の計画主導型システム導入

～サッポログループ3社の共通システムを構築～

サッポログループは、AI技術を活用した商品需給計画システムである「Supply Chain Planning（サプライチェーンプランニング）システム（以下 SCPlanningシステム）」を導入し、サッポロビール（株）、ポッカサッポロフード&ビバレッジ（株）、サッポログループ物流（株）のグループ3社において、2019年8月から利用を開始しました。

本件は、需要予測から生産計画、供給補充計画までを範囲とする、酒類・飲料・食品のサッポログループ共通システムです。サッポログループとキャノンマーケティングジャパングループのキャノンITソリューションズ（株）（以下 キャノンITS）が共同で標準業務を設計し、キャノンITSの「FOREMAST（フォーマスト）」をはじめとする計画系ソリューションを活用してシステムを開発しました。

サッポログループは「ホワイト物流」推進運動に賛同し、「ロジスティクス業務の標準化」および「グループ拠点ネットワークの構築」を中心に、物流の効率化・働きやすさ向上に向け取り組むことを表明しています。SCPlanningシステムの導入により、ロジスティクス領域において、カテゴリの異なる商品の業務フロー・システムを統一し、計画主導型のロジスティクス業務を標準化します。これにより、トラックドライバー不足、事業構造の多様化、業務の属人化といった諸課題を克服し、在庫の適正化、物流の平準化、ロジスティクス担当者の働き方改革を実現することで、グループの事業目標達成に向けての大きな役割を担います。

また、2020年上期にさらなる高度化を目指して、意思決定支援・データの精度向上機能をシステムリリース予定です。物流を取り巻く環境は年々厳しさを増しており、労働力不足や物流コストの増加などの課題が顕在化しています。サッポログループはこの物流クライシスに立ち向かい、キャノンITSとともに取り組んでいきます。

# 2019年度 業績予想修正

Revision of 2019 Full-Year Earnings Forecasts

# 2019年度 業績予想修正 Revision of 2019 Full-Year Earnings Forecasts

(単位：億円)		2019年 年初計画	2019年 修正計画	修正額	2018年 実績	差異
<b>連結売上収益</b>		<b>5,488</b>	<b>5,420</b>	<b>▲ 68</b>	<b>5,219</b>	<b>201</b>
	酒類事業	3,460	<b>3,419</b>	<b>▲ 41</b>	3,300	<b>119</b>
	食品飲料事業	1,722	<b>1,695</b>	<b>▲ 27</b>	1,613	<b>82</b>
	不動産事業	246	<b>246</b>	-	245	<b>1</b>
	その他	60	<b>60</b>	-	60	<b>▲ 0</b>
<b>連結営業利益</b>		<b>126</b>	<b>62</b>	<b>▲ 64</b>	<b>108</b>	<b>▲ 47</b>
	酒類事業	97	<b>78</b>	<b>▲ 19</b>	39	<b>39</b>
	食品飲料事業	17	<b>▲ 2</b>	<b>▲ 19</b>	11	<b>▲ 13</b>
	不動産事業	121	<b>125</b>	<b>4</b>	120	<b>5</b>
	その他	1	<b>1</b>	-	2	<b>▲ 1</b>
	全社	<b>▲ 110</b>	<b>▲ 140</b>	<b>▲ 30</b>	<b>▲ 64</b>	<b>▲ 76</b>
<b>親会社の所有者に帰属する 当期純利益</b>		<b>87</b>	<b>33</b>	<b>▲ 54</b>	<b>85</b>	<b>▲ 52</b>

## < 酒類事業 >

売上収益：▲41億円

営業利益：▲19億円

→ 北米の為替影響及び販売数量減

## < 食品飲料事業 >

売上収益：▲27億円

営業利益：▲19億円

→ 飲料の販売数量減

## < 不動産事業 >

営業利益：+4億円

→ コスト削減

## < 全社 >

営業利益：▲30億円

→ 経営基盤構築費用の減少  
及び構造改革費用の増加

# 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3Q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>	3,810	<b>3,810</b>	-	
国内酒類事業 (酒類事業)	1,798	<b>2,395</b>	597	
国際事業 (-)	591	-	▲591	・北米酒類⇒酒類事業へ変更 379億円 ・北米飲料⇒食品飲料事業へ変更 213億円
食品・飲料事業 (食品飲料事業)	942	<b>1,187</b>	245	
外食事業 (-)	209	-	▲209	・酒類事業へ変更 209億円
不動産事業 (不動産事業)	183	<b>183</b>	-	
その他 (その他)	87	<b>45</b>	▲42	・神州一味噌⇒食品飲料事業へ変更 42億円

## 2018年3Q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>	68	<b>68</b>	-	
国内酒類事業 (酒類事業)	18	<b>27</b>	9	
国際事業 (-)	4	-	▲4	・北米酒類⇒酒類事業へ変更 8億円 ・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	<b>5</b>	▲8	
外食事業 (-)	▲1	-	1	・酒類事業へ変更 ▲1億円
不動産事業 (不動産事業)	82	<b>82</b>	-	
全社・その他 (全社・その他)	▲47	<b>▲45</b>	2	・神州一味噌⇒食品飲料事業へ変更 ▲2億円

## Appendix：売上数量・金額データ

国内酒類 (単位：万函/大瓶換算)	2018年3Q	2019年3Q	前期比
①ビール計	-	-	102%
サッポロ生ビール黒ラベル計	-	-	100%
エビス計	-	-	99%
②発泡酒計	-	-	83%
③新ジャンル計	-	-	92%
ビール・発泡酒・新ジャンル計 (①+②+③)	-	-	98%
ビールテイスト ノンアルコール飲料	72	55	76%
国内酒類 (単位：億円)	2018年3Q	2019年3Q	前期比
ワイン計	85	85	100%
国産ワイン	33	31	93%
輸入ワイン	52	54	104%
スピリッツ計 (RTD・洋酒・焼酎)	253	280	111%
小計	339	366	108%
リベート等控除	▲56	▲71	-
合計	283	294	104%
海外ビール (単位：万函/大瓶換算)	2018年3Q	2019年3Q	前期比
海外ブランド (※1)	1,039	1,007	97%
サッポロブランド	467	463	99%

(単位：万函)

飲料水 (ポッカサッポロフード&ビバレッジ)	2018年3Q	2019年3Q	前期比
飲料水 (※2)	3,281	3,122	95%

(単位：億円)

売上金額 (酒税込み)	2018年3Q	2019年3Q	増減
ビール	1,166	1,199	33
発泡酒	74	61	▲13
新ジャンル	304	281	▲23
小計	1,544	1,541	▲3
リベート等控除	▲86	▲84	2
合計	1,459	1,458	▲1

売上金額 (酒税抜き)	2018年3Q	2019年3Q	増減
ビール	578	597	19
発泡酒	41	34	▲7
新ジャンル	211	195	▲16
小計	830	826	▲4
リベート等控除	▲86	▲84	2
合計	745	743	▲2

※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**102%**
- ✓ 「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**104%**）
- ✓ 「エビス」：ブランド計 前年同期比**99%**  
（缶：ブランド計 前年同期比**103%**）

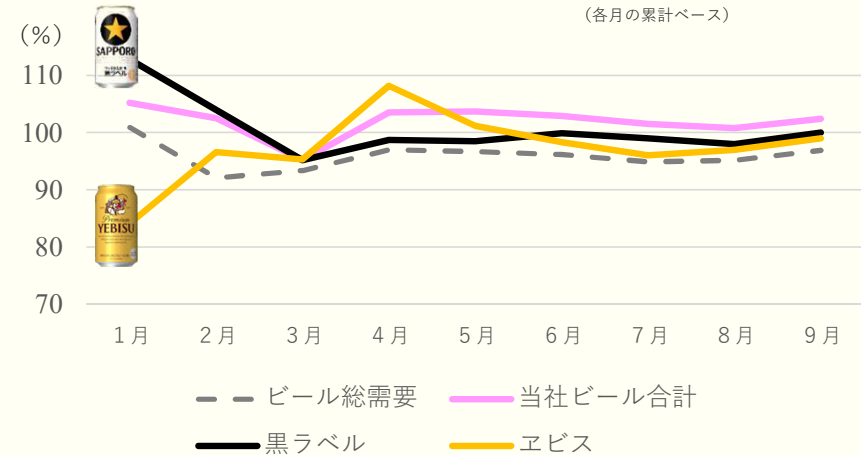
### 【発泡酒・新ジャンル】（売上数量）

- ✓ 前年同期比**90%**
- ✓ 「麦とホップ」：ブランド計 前年同期比**96%**

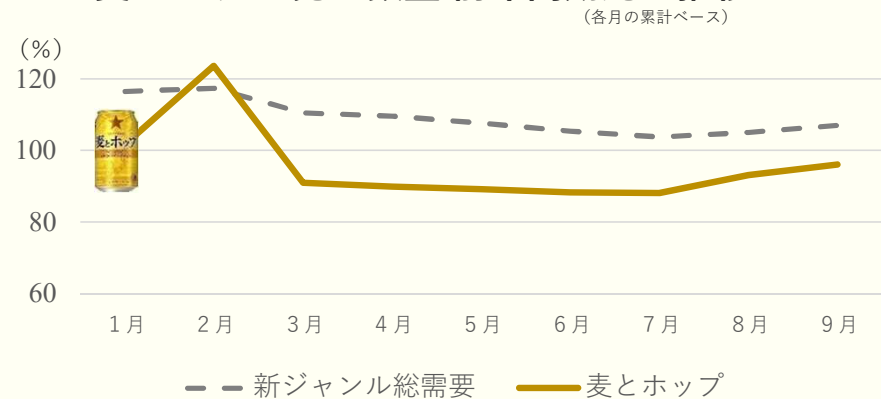
### 【ワイン・スピリッツ等】（売上金額）

- ✓ ワイン事業：前年同期比**100%**
- ✓ RTD事業：前年同期比**149%**
- ✓ 洋酒事業：前年同期比**118%**
- ✓ 和酒事業：前年同期比**79%**

### <黒ラベル・エビス 売上数量 前年同期比 推移>



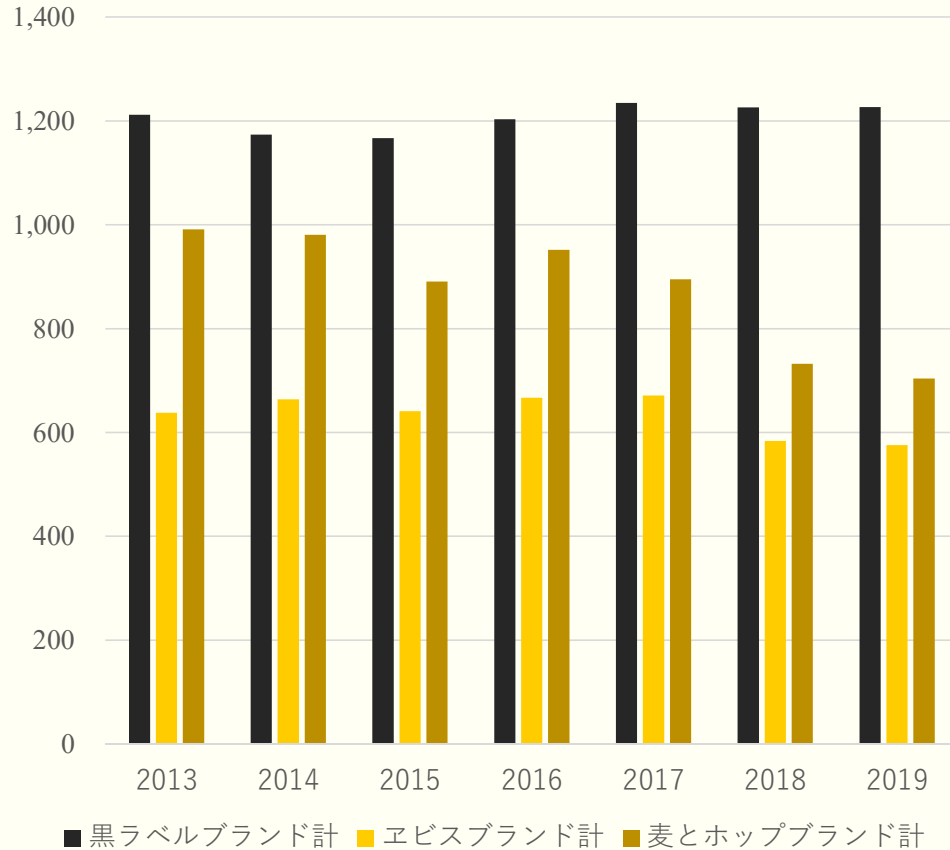
### <麦とホップ 売上数量 前年同期比 推移>



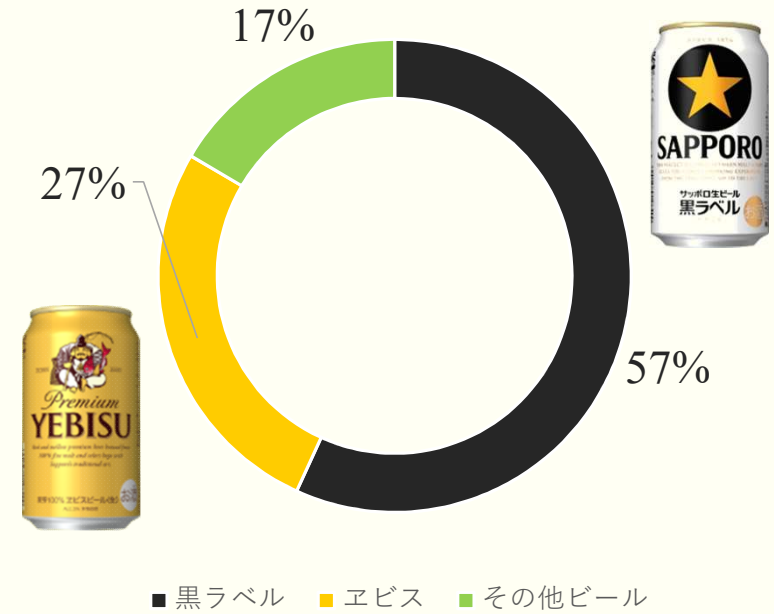
# Appendix : 酒類事業 (国内) データ

## < 基幹3ブランド 売上数量 (販売数量) 推移 >

(万箱/大瓶換算)



## < ビールカテゴリーラインナップ 売上数量構成比 >

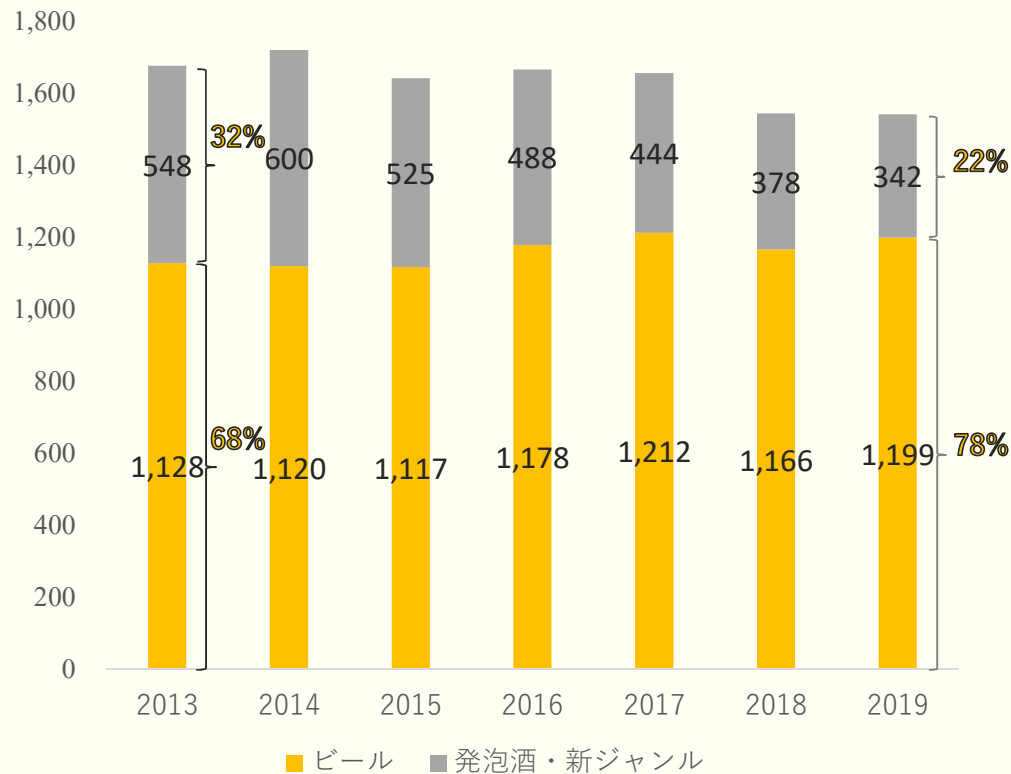


# Appendix：酒類事業（国内）データ

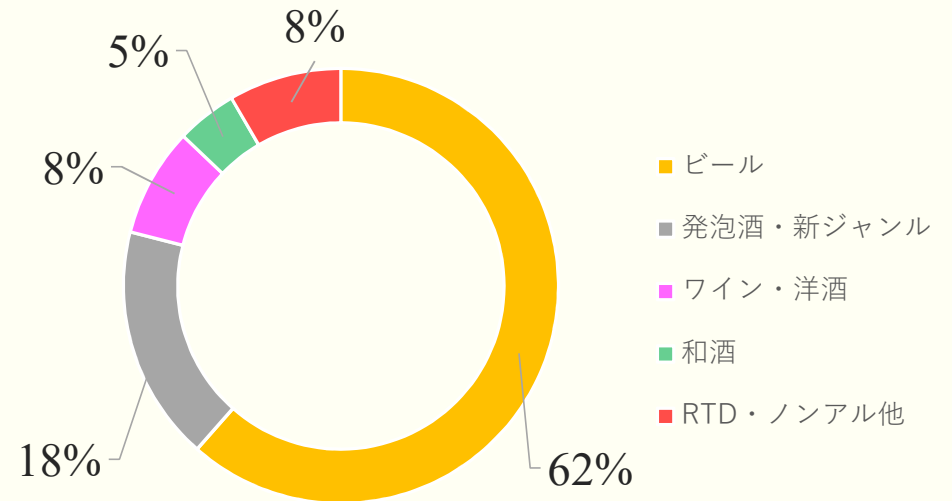
## <酒類事業（国内） カテゴリー別 売上金額 推移>

(単位：億円)  
2,000

※酒税込



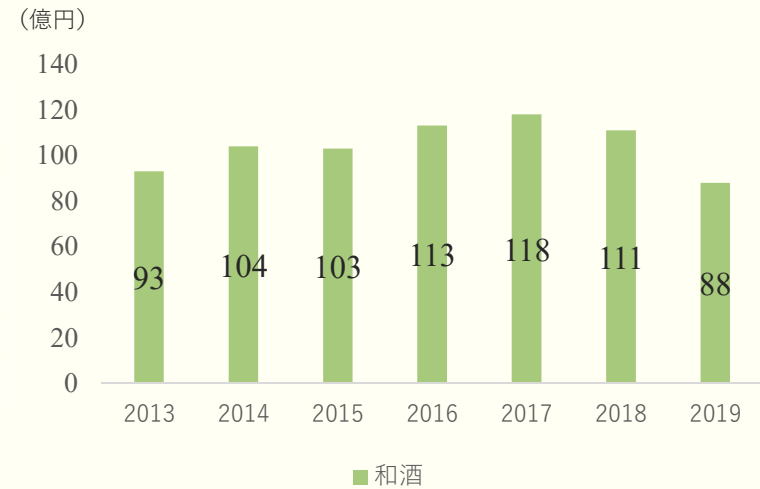
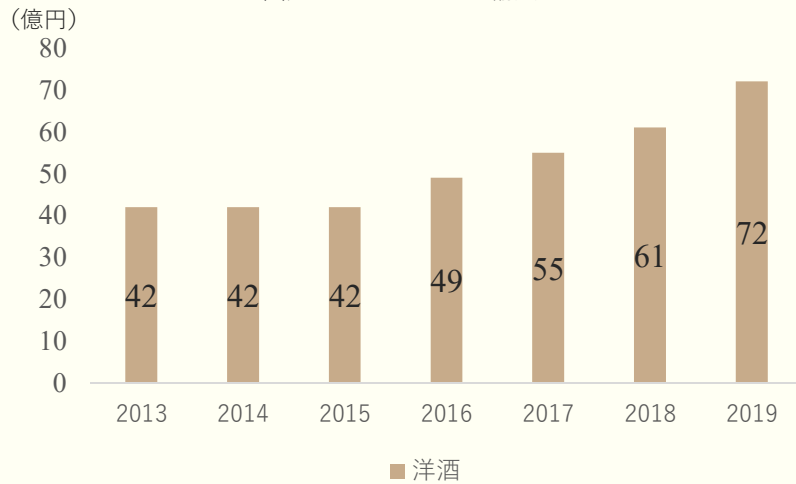
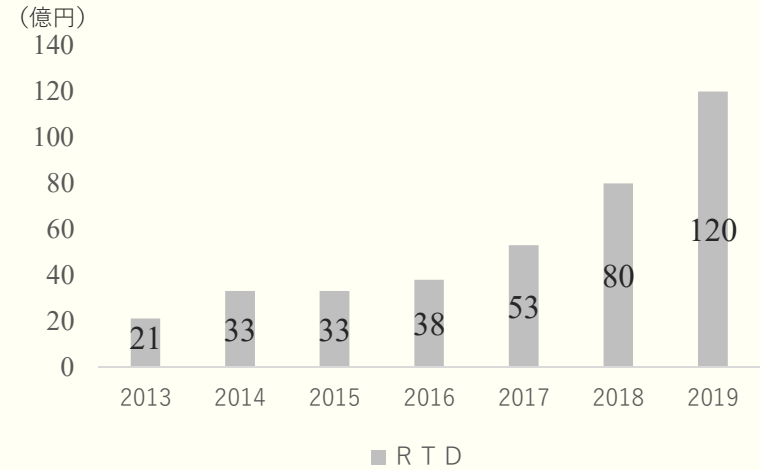
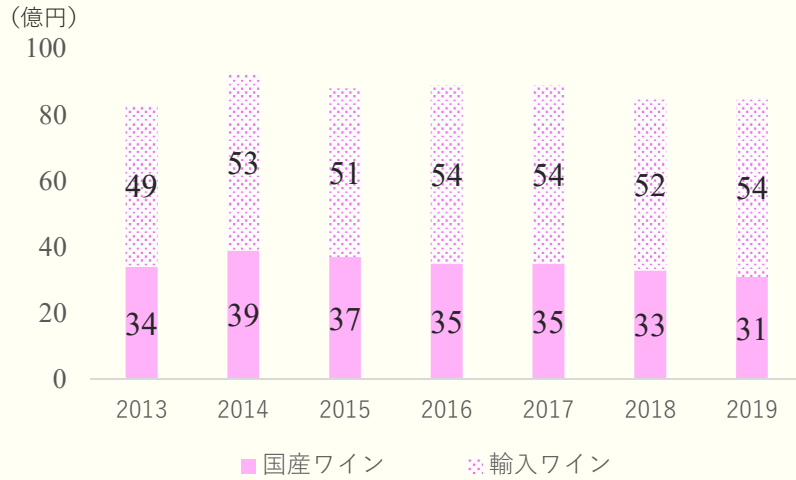
## <酒類事業（国内） カテゴリー別 売上金額構成比>



※子会社売上や連結消去、リベート控除を除く

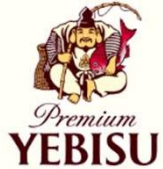
# Appendix : 酒類事業 (国内) データ

## <ワイン・スピリッツ類 売上金額 推移>





# Appendix : 酒類事業 (国内) 7-9月の主な発売商品 ※ (R) : リニューアル



琥珀エビス

## 麦とホップ



麦とホップ (R)



麦とホップ  
夏づくり



HOPPIN' GARAGE



サッポロ  
ラガービール



サッポロ  
銀座ライオンビール



サッポロ  
焙煎生ビール



セブンプレミアム  
上富良野 大角さんのホップ畑から



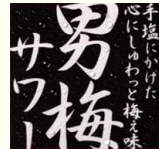
99.99  
クリアアップル



99.99  
クリアジンジャー



レモン・ザ・リッチ  
濃い味スパイシーレモン



サッポロ  
男梅ハイボール



サッポロ  
男梅サワー 追いレモン



ウメカク  
ラムネ



ウメカク  
キウイ



愛のスコール  
白桃サワー



愛のスコール  
ブルーソーダ



ももっとネクターサワー  
3種の桃ピューレ

# Appendix：酒類事業（海外）データ

## 【海外ブランド】(売上数量)

✓ 前年同期比**97%** (スリーマン社、アンカー社を含む)

## 【サッポロブランド】(売上数量)

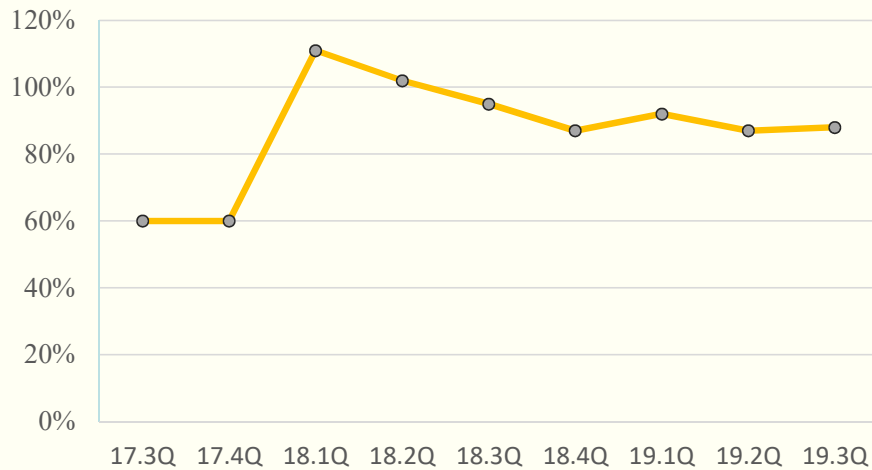
✓ 前年同期比**99%**



## 【ベトナム】(売上数量)

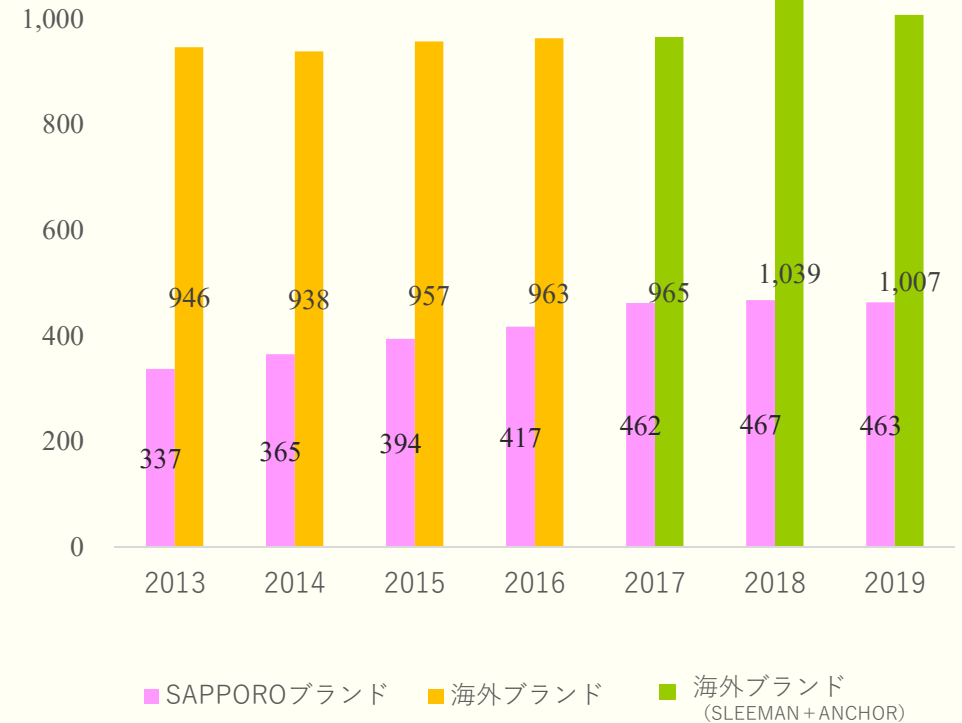
✓ 前年同期比**112%** (輸出込)

＜ベトナム国内 売上数量 前期比の推移＞



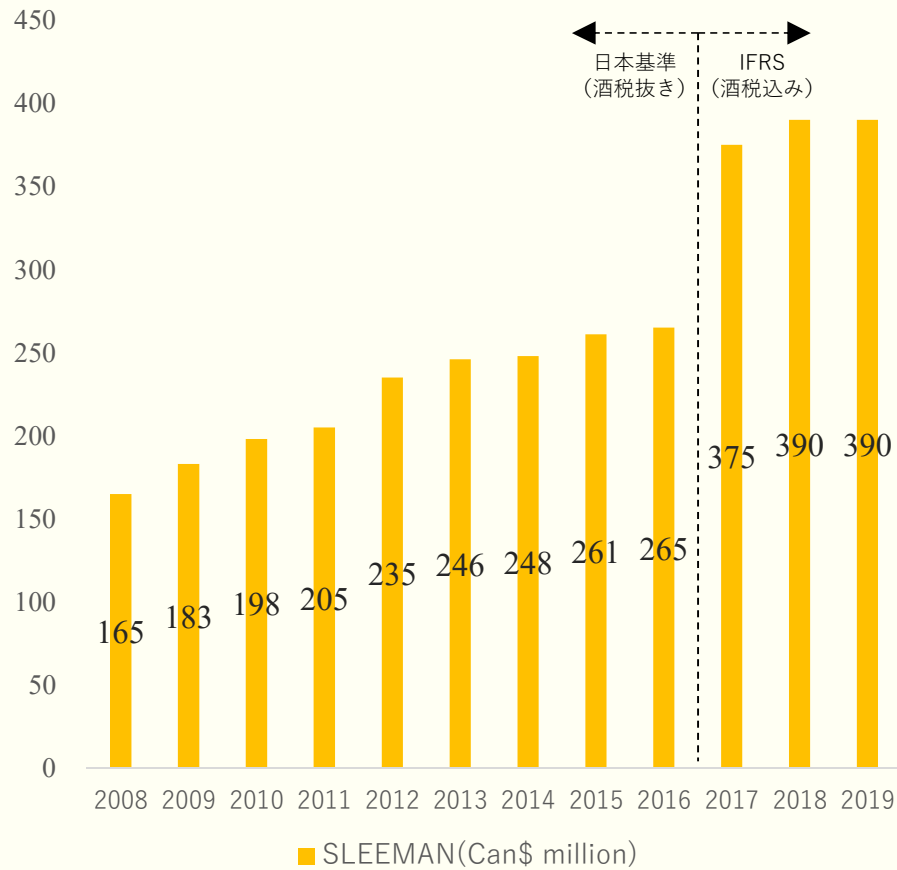
## ＜海外ビール売上数量の推移＞

(万函/大瓶換算)  
1,200

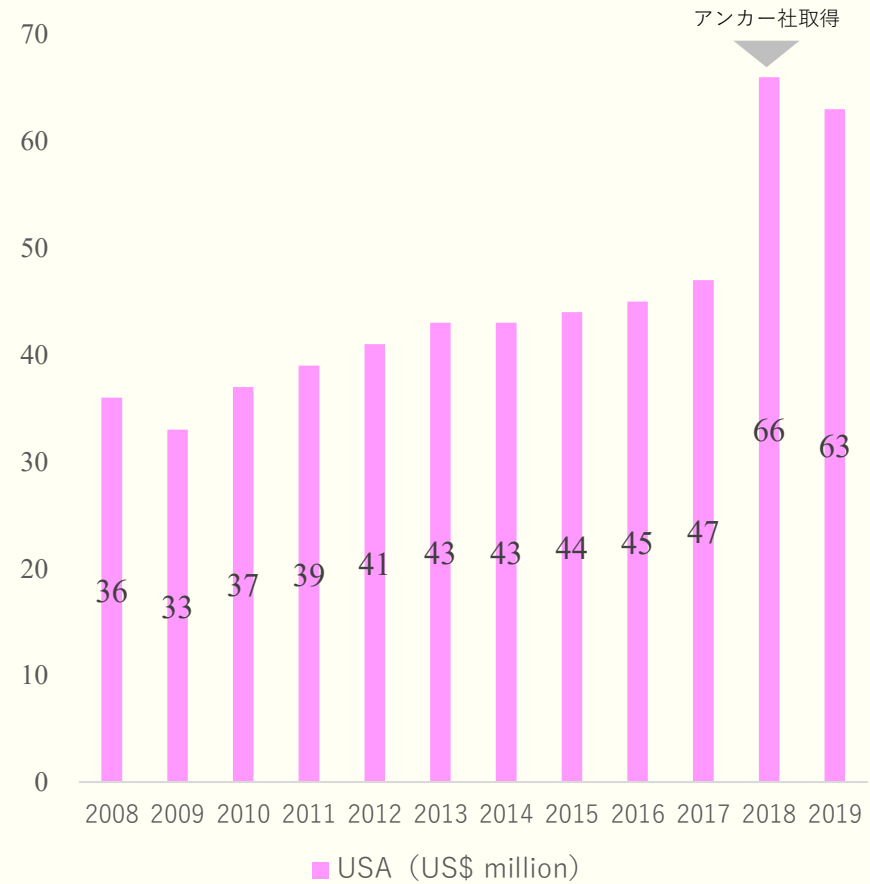


# Appendix：酒類事業（海外）データ

＜スリーマン社：現地通貨建て売上金額の推移＞  
(連結消去前)

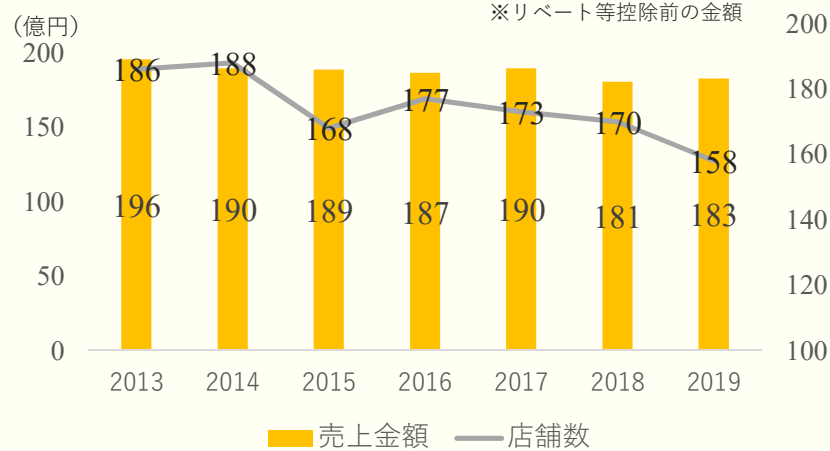


＜サッポロUSA & アンカー社：現地通貨建て売上金額の推移＞  
(サッポロブランドのみ) (連結消去前)

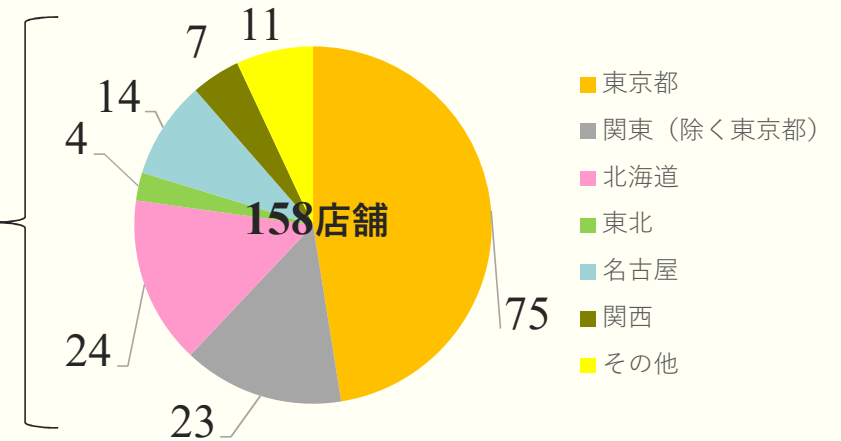


# Appendix：酒類事業（外食）データ

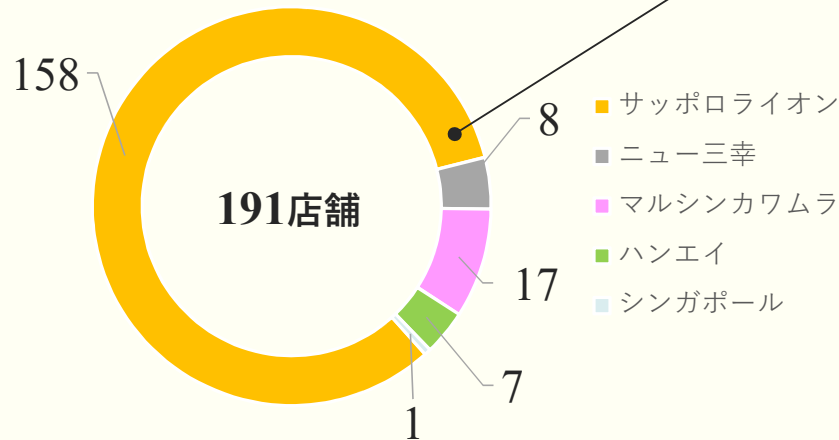
< サッポロライオン単体の店舗数と売上金額の推移 >



< 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 >



(1~9月累計)

Copyright, 2019 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved.





SAPPORO

# Appendix : 食品飲料事業データ

## 【レモン飲料】

✓ 前期比**104%**  
(売上数量)



## 【レモン食品】

✓ 前期比**108%**  
(売上数量)



## 【茶系飲料】

✓ 前期比**98%**  
(売上数量)



## 【スープ類】

✓ 前期比**96%**  
(売上数量)



## 【コーヒー飲料】

✓ 前期比**89%**  
(売上数量)



## 【大豆チルド】

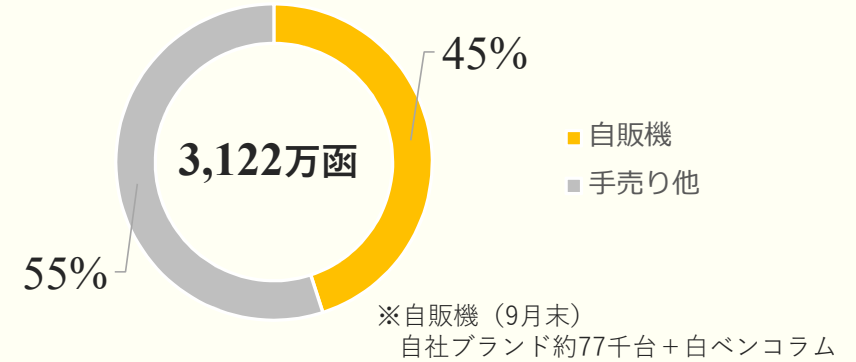
✓ 前期比**110%**  
(売上数量)



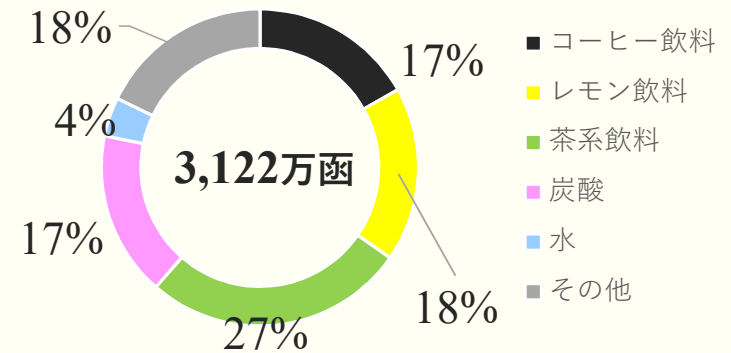
## 【北米飲料】 (売上金額・連結消去後)

✓ 前期比**106%**

＜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



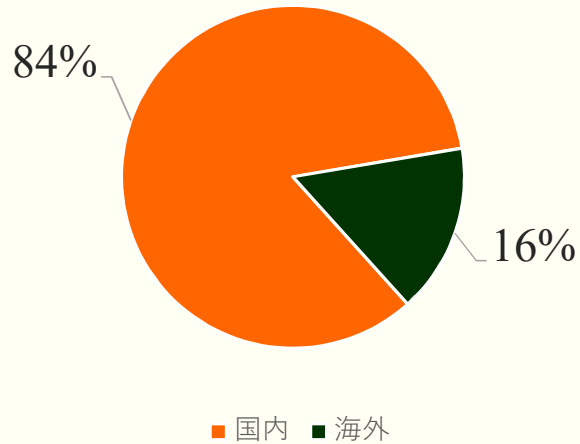
＜ポッカサッポロフード&ビバレッジ＞  
国内飲料ジャンル別販売数量 構成比



# Appendix：食品飲料事業データ

<食品・飲料事業売上収益の構成比>

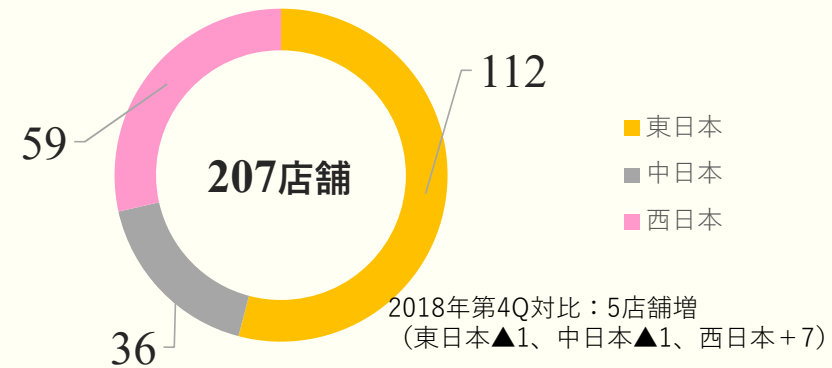
※連結調整額除く



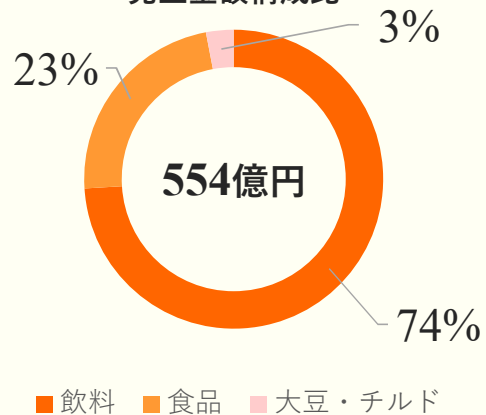
## 【(株)ポッカクリエイト】

✓ 売上収益**66**億円 前年同期比**102%**

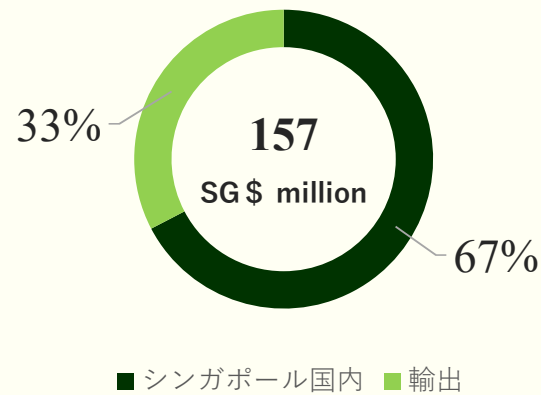
<9月末 地域別店舗数>



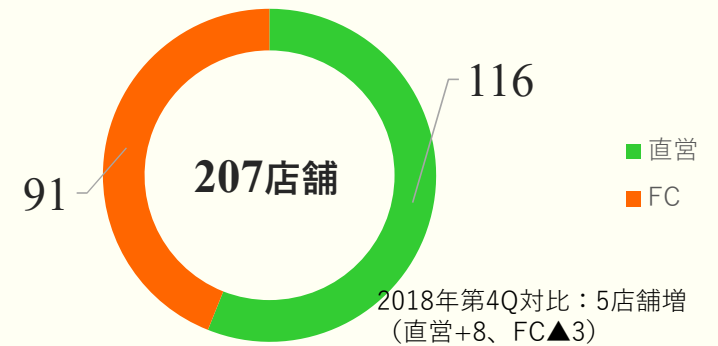
<国内：ポッカサッポロフード&ビバレッジ>  
売上金額構成比



<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)



<9月末 直営/FC店舗数>





SAPPORO

# Appendix : 食品飲料事業 (国内) 7-9月の主な発売商品



じっくりコトコト こんがりパン GRANDE



じっくりコトコト こんがりパン ジャガバターポタージュカップ



リゾランテ 芳醇きのこ チーズリゾットカップ



LEMON MADE レモネードソーダ



知覧にっぽん紅茶 スパークリング



「北海道オリジン」シリーズ



じっくりコトコト こんがりパン 1食分の野菜



じっくりコトコト マッシュルームチーズポタージュ箱



辛王 激辛煮干スープ カップ



JELEETSラテゼリー



アーモンド・ブリーズ ヘルシーサポートプロテイン

# Appendix：不動産事業データ

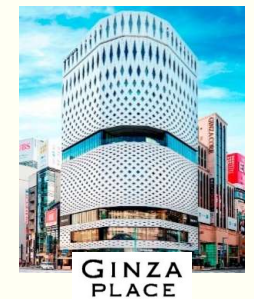
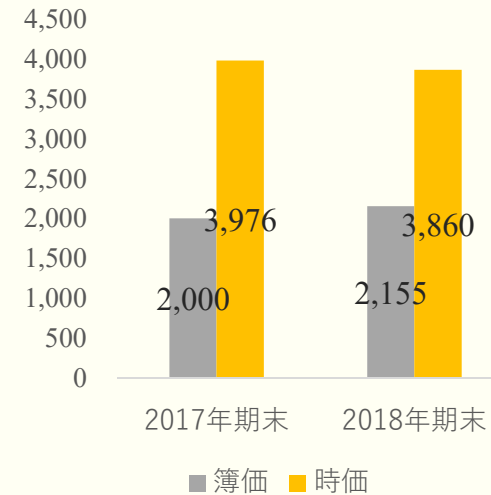
## < 主要物件概要・稼働率 : (1~9月平均・入居ベース) >

	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	99	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3Q	2019年3Q	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	58	58	▲1
北海道事業	10	9	▲0
その他物件・事業	23	40	17
全社共通費用	▲9	▲10	▲1
合計	82	97	16

## < EBITDAの内訳 >

	2018年3Q	2019年3Q	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	82	81	▲1
北海道事業	14	13	▲0
その他物件・事業	30	28	▲2
全社共通費用	▲5	▲5	0
合計	121	117	▲4

### ▶ 「Ebisu Sustainable City Business Contest」開催

サッポロ不動産開発株式会社は、「持続可能な、未来のまちづくり」をテーマとした「Ebisu Sustainable City Business Contest（エビスサステナブルシティビジネスコンテスト）」を開催します。特設ウェブサイトで7月17日より募集を開始し、12月のビジネスコンテストを経てグランプリを決定します。なお、会場は本年秋、恵比寿ガーデンプレイスに開業する複合ワークプレイス内で開催する予定です。



## Appendix : グループ

### 第11回「恵比寿麦酒祭り」開催

～120年前に誕生した日本初のビヤホール「恵比寿ビヤホール」をイメージしたメイン会場でおいしいエビスビールを！～

サッポログループは、9月13日からエビスビール発祥の地「恵比寿ガーデンプレイス」において、第11回「恵比寿麦酒祭り」（えびすビールまつり）を開催しました。

「恵比寿麦酒祭り」は、恵比寿の街ならびにエビスビールを育ててくださった方への感謝の気持ちをお伝えするとともに、日本のビール文化をより豊かなものにするを目的に2009年から始まったビヤフェスティバルで、今年で11回目の開催となります。

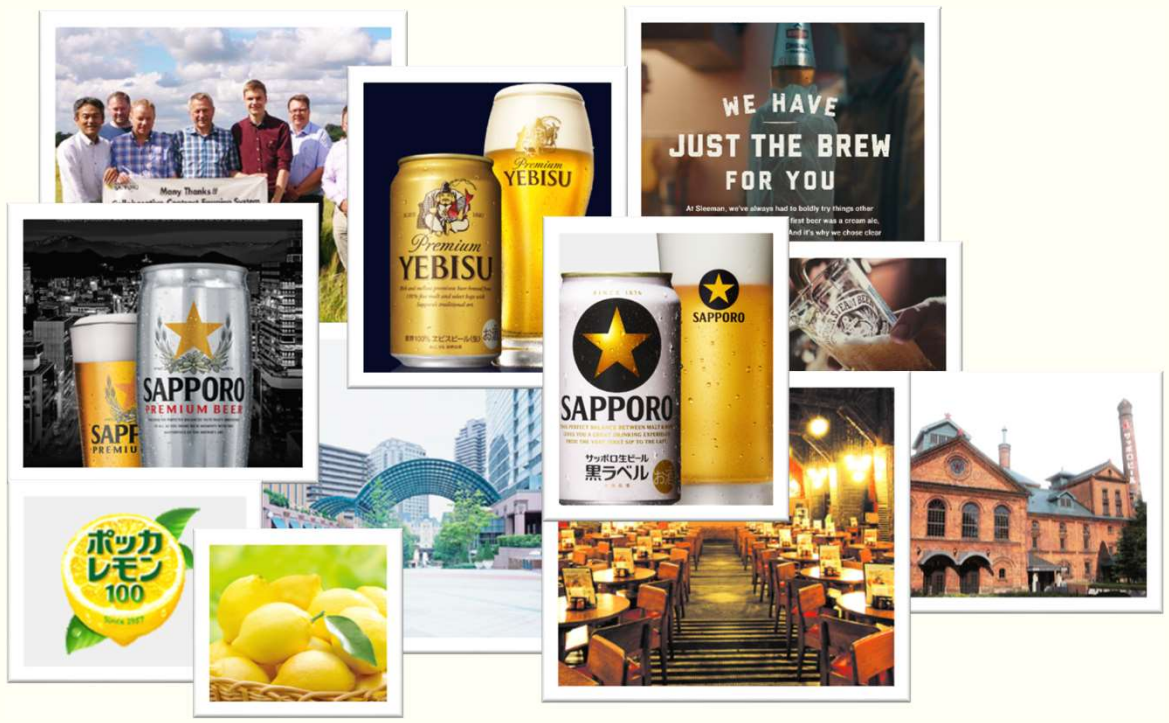
この場所は、1890年に発売された「恵比寿ビール」の工場でした。ビールの名前にちなんで、地名が「恵比寿」になり、以降1988年まで約100年にわたりビール工場として皆様に親しまれたのち、1994年には複合都市のパイオニアとして「恵比寿ガーデンプレイス」が誕生しました。

本年は、日本初のビヤホール「恵比寿ビヤホール」開業から120周年を迎える節目の年でもあり、メイン会場であるセンター広場では、当時のビヤホールをイメージさせる再現メニューと、おいしい生ビールで皆様をお迎えしました。

また、今年も例年通り、ビールの売り上げから東日本大震災および熊本地震の復興支援にあてさせていただきました。



<https://www.sapporoholdings.jp/news/dit/?id=8469>



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。