



サッポロホールディングス株式会社

サッポロホールディングス株式会社

2026年12月期 第1四半期決算説明会

2026年5月15日

イベント概要

[企業名]	サッポロホールディングス株式会社		
[企業 ID]	2501		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2026 年 12 月期 第 1 四半期決算説明会		
[決算期]	2026 年度 第 1 四半期		
[日程]	2026 年 5 月 15 日		
[時間]	10:00 – 10:45 (合計：45 分、登壇：24 分、質疑応答：21 分)		
[開催場所]	インターネット配信		
[登壇者]	2 名		
	グループ執行役員	佐藤 貴幸	
	経営企画部 部長	中村 洋輔	

2026 年度第 1 四半期決算説明会 議事録

※資料中、以下については略称を使用しております。

PS 社:ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社

ビール類: ビール・発泡酒(発泡酒②含む) ビール: ビール類のうちビール

次期中計:次期中期経営計画(2027~2030) RVA 工場: Richmond 工場

サマリー



2026年度第1四半期決算および通期業績予想

(億円)	2025Q1 実績	2026Q1 実績	増減	前年比
売上収益	1,139	1,090	▲49	▲4.3%
事業利益	▲10	6	+16	-
営業利益	▲23	▲21	+2	-
親会社の所有者に 帰属する当期利益	▲42	▲9	+33	-

*比較年度である2025年度実績も不動産事業の非継続事業分類後で表示しております

- 2026年度を”中長期的な成長に向けた移行期間”と位置付け、取り組みを推進している。その中で、構造改革の総仕上げとして、「飲料事業の構造改革」(国内食品飲料)および「米国事業における資産譲渡・生産体制の見直し」(海外酒類)について先般発表した
- Q1は減収・増益。事業利益はコスト構造改革効果等により大幅増益となり、2018年度のIFRS導入後初のQ1黒字化を達成。計画に対しても順調に進捗。中東情勢影響については、Q1における連結業績影響は大きくないが、今後については不透明な状況であるため、通期業績予想は据え置いている
- 不動産外部資本導入に係る初回クロージンは予定通り6月1日に実施予定

次期中期経営計画(2027~30)の検討状況

- 次期中期経営計画(2027~30)については、2026年内公表に向け、策定プロセスを推進中
- 成長投資戦略については、「Bonds with Community」と「Healthier Choice」を軸に具体化を進めている。M&A・アライアンスに特化した専門組織を新設し、外部の専門人材を登用することで、体制・機能面でも強化を図っている
- また、財務戦略についても、社外の客観的な視点も踏まえた戦略を構築すべく、社外取締役*を含むワーキンググループを立ち上げ、検討を進めている

*スキルマトリックスにおいて本ワーキンググループの趣旨に沿うスキルを有する社外取締役

Copyright, 2026 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved. 3/35

佐藤：

2026 年度は、来年からスタート予定の次期中計に向け、“中長期的な成長に向けた移行期間”と位置付けている。その一環として先般、「飲料事業の構造改革」および「米国事業における資産譲渡・生産体制の見直し」を発表した。

第 1 四半期については、売上収益 1,090 億円、前年対比 49 億円の減収となった。事業利益は 6 億円、前年対比 16 億円の改善。当期利益はマイナス 9 億円、前年対比 33 億円の改善となった。

売上収益は、国内酒類において前年の価格改定前の駆け込み需要の反動減の影響もあり減収。事業利益は、コスト構造改革等の効果により増益。また、2018 年度の IFRS 導入後、初めて第 1 四半期での黒字化を達成した。なお、計画に対しても現時点では順調に進捗している。



通期業績予想については、中東情勢の影響など先行き不透明な状況もあり、据え置きとした。また第1四半期における中東情勢の影響は、海外飲料の中東向け輸出の減少による影響が1~2億円程度発生したのみに留まる。しかし、中東情勢の悪化が、通期業績予想に与える影響について、現時点では明確な影響額を示すことが困難である。状況によって影響額は変わってくるものの、足元ではコスト上昇の影響(燃料・物流費・アルミ等の価格上昇)が10億円~20億円程度発生する可能性があると考えている。これらのコスト上昇については、いかに吸収するか対策を検討している段階である。また、さらに情勢が悪化し、一部の資材調達が困難になる、工場の稼働に制限が出る等の可能性も考えられるため、あわせて対応策を検討する必要があると認識している。

また、既に発表している不動産外部資本導入については、予定通り6月1日に初回クロージングを迎える見通しである。

次期中計については、2026年内発表予定に向けて準備中である。成長戦略については、「Bonds with Community」と「Healthier Choice」を軸に具体化を進めており、M&A・アライアンスについても、それに特化した専門部署の新設、外部人材の登用を行い、体制・組織の両面から強化を図っている。また、財務戦略については、社外の客観的な視点も踏まえた戦略を構築すべく、社外取締役を含むワーキンググループを組成し、検討を進めている。

不動産外部資本導入に関するキャッシュアロケーション方針は、2025年12月に開示をした通りである。通常のキャッシュフローも含めたアロケーションについては、次期中計の中で発表する予定である。

- » 構造改革を進めてきた飲料事業のうち、自動販売機(自販機)事業の事業承継を意思決定
- » 今後はレモンを中心としたHealthier Choiceの戦略や独自の強みのある飲料製品の開発に注力していく

本意思決定に至った背景・経緯	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 小売チャネルとの競合や消費者の節約志向を背景に、飲料自販機市場は縮小が継続。当社は自販機チャネルの構成比が高く、販売数量減少に伴う工場稼働率低下(原価悪化)やフルラインナップ維持が前提の自販機モデルの構造的課題に直面 ◆ こうした状況下において、飲料事業の構造改革を推進。不採算な自販機の撤退やSKU削減等の実行に加え、自販機子会社清算や群馬工場資産譲渡等を通じ、自社・外部の製造比率の最適化を進めてきた 	
本意思決定の概要	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 自販機事業について、ライフドリンクカンパニー社をベストオーナーと評価し、事業承継を決定(2026年10月予定)。また、円滑な承継および今後の協業を目的とした業務提携^{*1}について協議を開始 ◆ 承継後もPS社商品の取扱いは継続されるため、当期売上・事業利益への影響は限定的。また、Q1で計上した減損損失等についても当期連結業績予想に織り込んでいるため、連結業績予想への影響は軽微 	
今後の飲料事業について	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 飲料事業の戦略の方向性に大きな変更は無く、レモンを中心としたHealthier Choiceの戦略や独自の強みのある飲料製品の開発に注力していく 	

*1 承継後も一定期間のPS社からライフドリンクカンパニー社への商品供給や、PS社の商標を用いた自動販売機での販売継続等を予定しており、2026年5月現在協議中

第1四半期のトピックスについて説明する。

1点目は、飲料事業の構造改革である。構造改革を進めてきた飲料事業のうち、自動販売機(自販機)事業の事業承継を決定した。自販機市場は、小売チャネルとの競合や消費者の節約志向を背景に、縮小傾向である。加えて、当社は従来自販機チャネルの構成比が高く、販売数量減少に伴い、フルラインナップを前提とした事業モデルの構造的な課題に直面していたことを踏まえ、本意思決定に至った。

関連する減損損失については、通期連結業績予想に織り込んでおり、予想への影響は軽微である。今後は、レモンを中心とした Healthier Choice 戦略や、独自の強みのある飲料製品の開発に注力していく。



- » 米国ビール市場における需要減少が進行する中、サッポロブランド(SPB)は堅調な売上成長を継続
- » 米国事業の持続的な成長および収益力改善のため、Stoneブランドに係る知的財産権およびホスピタリティ事業資産を譲渡し、サッポロブランドへ経営資源を集中することを決定

米国事業 の現状

- ◆ 2024年度の減損損失計上後、コスト構造改革による立て直しに取り組んでおり、当初計画に対して前倒しで進捗
- ◆ コスト構造改革の進捗およびサッポロブランドの成長により、2026年度にはマイルストーンとして設定したEBITDA黒字化を見込む
- ◆ 加えて、早期立て直しおよび外部環境変化への対応のため、「さらに踏み込んだ構造改革」についても並行して検討を推進

本意思決定に 至った 背景・経緯

- ◆ 米国ビール市場における需要減少の進行を背景に、事業環境は一層厳しさを増す
- ◆ 一方で、サッポロブランドは堅調な売上成長を継続しており、同ブランドへの経営資源集中が成長加速に資すると判断
- ◆ Stoneブランドについては、プロダクトポートフォリオの補完性および効率的な供給体制の観点から、Firestone Walkerをベストオーナーと評価し、同ブランドの譲渡を決定

2点目は、米国事業における資産譲渡および生産体制の見直しである。米国ビール市場における需要減少が進行する中、サッポロブランドは、堅調な売上成長を継続している。このような状況下、米国事業の持続的な成長および収益力改善に向け、Stoneブランドに係る事業資産を譲渡し、サッポロブランドへ経営資源を集中することを決定した。



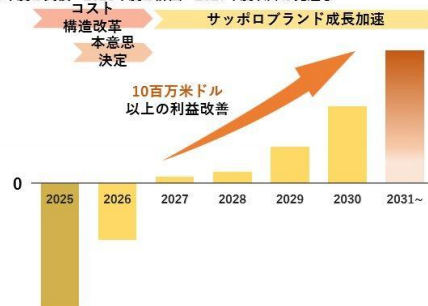
- » 本意思決定により米国事業の収益力改善を見込む。今後はRVA工場での米国現地生産・販売体制を維持しつつ、カナダを含めた北米全体での生産体制の最適化を図る

本意思決定の概要	
決定内容	■ 米国事業における資産譲渡および生産体制の見直し
譲渡対象資産	■ Stoneブランドおよびホスピタリティ事業資産
譲渡先	■ Firestone Walker, Inc.および同社と同一の親会社であるDuvel Moortgat NVの連結米国子会社
譲渡実行日	■ 2026年5月下旬(予定)
米国事業の今後について	<ul style="list-style-type: none"> ■ サッポロブランドへ経営資源を集中し、成長を加速 ■ ESCO工場は2026年内を目途にサッポロおよびStoneブランドのビール製造を停止。ESCO工場の製造設備等については使用見込等を踏まえ資産の見直しを実施予定 ■ 今後はRVA工場での生産・販売体制を維持しつつ、カナダを含めた北米全体で生産体制の最適化を図る
当期(2026年度)業績予想への影響	<ul style="list-style-type: none"> ■ 売上・事業利益への影響は軽微 ■ 第2四半期期間(Q2期間)において譲渡益として約23百万米ドル(約36億円)を計上する一方、減損損失等として約80百万米ドル(約126億円)を計上予定 ■ 当期連結業績予想に一定の構造改革費用を織り込んでいるため、連結業績予想への影響は軽微

米国事業の今後の利益見通し(当社見込)

<米国事業の事業利益見通し(単位:百万米ドル)>

*2025年度は実績・2026年度は計画・2027年度以降は見通し



- ✓ サッポロブランドの成長加速および生産体制の最適化に伴う生産効率向上等により、米国事業の収益力改善を見込む
- ✓ 本意思決定により、2027年度において100万米ドル以上の利益改善を見込む

Copyright, 2026 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved. 7/35

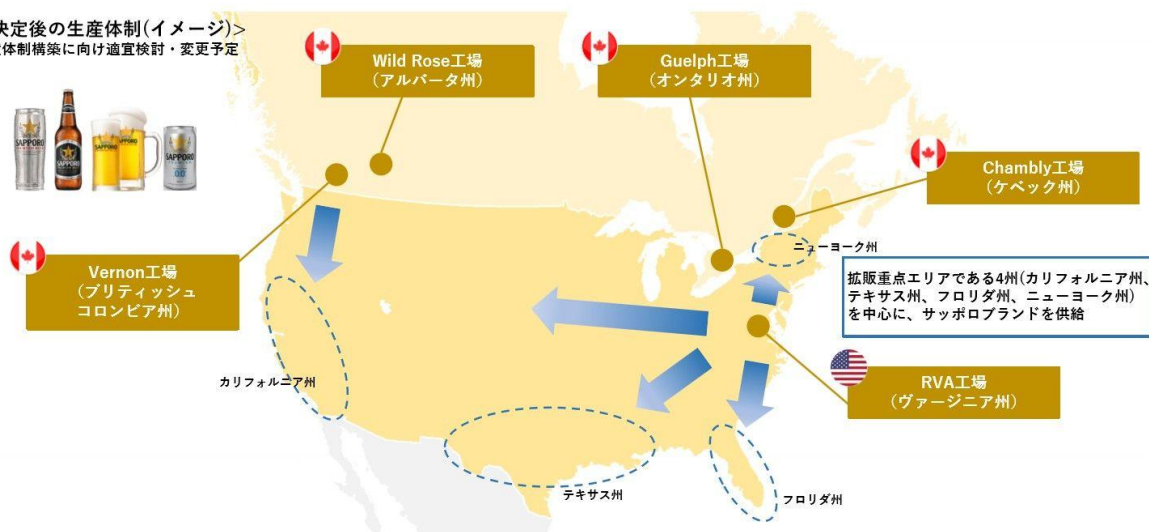
本意思決定に伴い、第2四半期決算に、譲渡益および減損損失をネットして約90億円の損失計上を見込んでいる。通期連結業績予想には織り込み済みのため、予想への影響は軽微である。

また、本年の事業利益への影響は軽微と見込んでおり、米国事業も年内にはまだ黒字化できない見込みである。一方、2027年度については、1,000万米ドル以上の事業利益改善、黒字化を見込んでいる。



» 米国東部のRVA工場に加え、カナダのSleeman社の4工場を補完的に活用。北米全体で生産体制を最適化し、米国市場向けにサッポロブランド(SPB)を供給する

<本意思決定後の生産体制(イメージ)>
*最適な生産体制構築に向け適宜検討・変更予定



米国の今後の生産体制について補足をする。

米国東部のRVA工場に、カナダのSleeman社の工場を補完的に活用し、北米全体の生産体制の最適化を目指していくことも、今回の意思決定における趣旨の一つである。

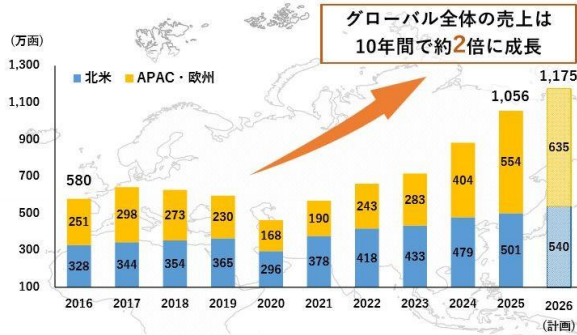
サッポロブランドのグローバル展開(海外酒類)



» グローバル60か国以上でSAPPORO PREMIUM BEER(SPB)を展開。北米(米国・カナダ)だけでなく、近年はアジアを中心に大きく成長しており、プレミアムビールとして持続的な成長を目指す

サッポロブランドの売上数量推移

SAPPORO PREMIUM BEER(SPB)



<特徴>

- ・ グローバルにおけるサッポロの基軸ブランド
- ・ 日本ブランドとしての品質の高さやグローバルでの一貫したブランド施策推進により、多くのエリアにおいてプレミアムカテゴリのビールブランドとして展開

<北米>

- ・ ビール総需要縮小の市場環境において、売上成長を継続
 - 米国は+9%(前年比)の成長率¹
 - カナダはCorona、Heineken、Stella ArtoisといったImportビールカテゴリのトップ層に次ぐ、上位ポジションを獲得²
- ・ 米国では40年間にわたりアジアビールにおいてシェアNo.1

<APAC・欧州>

- ・ APACのCarlsberg社提携エリア³では提携前と比較し売上は約3倍⁴に成長
- ・ 構成比の高い韓国・中国でも近年の売上は3倍⁴以上に成長

ブランドの一貫性と市場適応性を両立したマーケティングにより、重点エリア(北米、APAC・欧州)での持続的な成長を目指す

<北米>

- ・ 60年以上前に米国で展開を開始し、現在も成長を継続

<APAC・欧州>

- ・ 各エリアのパートナー(Carlsberg社(2024年~)等)との提携を通じて、近年はアジアを中心に大きく成長

*1: Beer Institute (Mar 2026 YTD, 流通小売ベース) *2: Beer Canada (Mar 2026 YTD) *3: 香港・シンガポール・マレーシア *4: 2025年度売上数量(2023年比)

次に、サッポロブランド全体のグローバル展開について説明する。

現在 60 カ国以上でサッポロブランドを展開し、北米のみならず、近年はアジアを中心に大きく成長を続けている。グローバル全体の売上は、直近 10 年で約 2 倍に成長し、米国では 40 年間にわたり、アジアビールブランドでシェア No.1 を継続。カナダにおいても、海外ブランドの上位グループに入るブランドとなっている。

直近の成長を牽引する APAC・欧州においては、Carlsberg 社提携エリア(シンガポール・マレーシア・香港)において、提携前後比較で約 3 倍に成長。当社の売上構成比の高い韓国・中国においても、近年の売上が 3 倍以上となっている。

引き続き、サッポロブランドの持続的な成長を目指していく。

2026Q1決算ハイライト(連結)



- » 減収・増益。本業の収益力を示す事業利益はコスト構造改革効果等により大幅増益となり、2018年度のIFRS導入後初のQ1黒字化を達成。計画に対しても順調に進捗

(億円)	2025Q1 実績	2026Q1 実績	増減	前年比
売上収益	1,139	1,090	▲49	▲4.3%
EBITDA	33	49	+16	+48.7%
事業利益(売上収益-売上原価-販管費)	▲10	6	+16	-
(事業利益率)	▲0.9%	0.5%	-	-
その他の営業収益・費用	▲13	▲27	▲14	-
営業利益	▲23	▲21	+2	-
金融収益・費用/持分法投資損益	▲16	0	+16	-
税引前利益	▲39	▲21	+18	-
継続事業からの当期利益	▲41	▲12	+29	-
非継続事業からの当期利益	▲1	4	+5	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	▲42	▲9	+33	-

*比較年度である2025年度実績も不動産事業の非継続事業分類後で表示しております

Copyright, 2026 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved. 11/35

決算の概況について説明する。

売上収益は1,090億円、対前前年49億円の減収。国内酒類における前年3月の価格改定前の駆け込み需要の反動減の影響もあり減収。加えて、前年期中で実施した神州一味噌社の譲渡による売上減少の影響を受けている。

事業利益については6億円、対前年16億円の改善となった。各事業のコスト構造改革の効果等により増益、第1四半期初の黒字化という結果である。

当期利益はマイナス9億円、前年対比33億円の改善となった。その他営業費用として、自動販売機事業の売却に伴う損失28億円を計上している。一方、前年第1四半期においても神州一味噌社の事業譲渡に伴う損失等があり、前年対比では改善となった。

2026Q1決算ハイライト(事業セグメント別)



» 売上は前年3月の価格改定前駆け込み需要の反動減や構造改革影響等により、国内事業を中心に減収。事業利益は国内食品飲料・海外酒類のコスト構造改革効果等により大幅増益

(億円)	売上収益				事業利益			
	2025Q1 実績	2026Q1 実績	増減	前年比	2025Q1 実績	2026Q1 実績	増減	前年比
国内事業	873	805	▲68	▲7.8%	24	34	+10	+42.4%
国内酒類	642	594	▲48	▲7.4%	29	30	+1	+2.6%
外食	48	50	+2	+3.4%	2	1	▲1	▲42.2%
国内食品飲料	183	161	▲22	▲11.9%	▲7	4	+10	-
海外事業	266	285	+19	+7.0%	▲13	▲4	+9	-
海外酒類	205	222	+17	+8.3%	▲15	▲4	+11	-
海外飲料	61	62	+2	+2.5%	2	0	▲2	▲86.4%
その他/その他・全社	-	-	-	-	▲22	▲25	▲3	-
連結	1,139	1,090	▲49	▲4.3%	▲10	6	+16	-

*比較年度である2025年度実績も不動産事業の非継続事業分類後、セグメント変更後で表示しております

Copyright, 2026 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved. 12/35

今期より事業セグメントの区分を変更し、国内事業・海外事業での表示としている点を補足する。前年までは、酒類事業、食品飲料事業、不動産事業の3区分で表示をしていたが、不動産外部資本導入の意志決定により、同事業を非継続事業としたことに加え、本年7月1日に予定している事業持株会社移行を踏まえ、よりスピード感を持った意思決定を行うため、経営管理区分を国内・海外のエリア別に見直しを行った。それに伴い、開示セグメントの見直しをした。

売上収益は、国内事業では減収、海外事業では増収となった。

国内事業は、国内酒類が前年3月の価格改定前の駆け込み需要の反動減の影響により、48億円の減収。国内食品飲料は、前年期中の神州一味噌社の譲渡による影響も含め22億円の減収。国内事業全体では68億円の減収となった。

海外事業は、サッポロブランドの売上成長に加え、円安に伴う為替の影響もあり、19億円の増収。海外飲料も2億円の増収。海外事業全体では19億円の増収となった。

事業利益では、国内事業、海外事業とも利益改善となった。

国内事業では、国内食品飲料の構造改革の効果が大きく、10億円の利益改善。海外事業では、サッポロブランドの成長と、前年より取り組みを強化してきた米国でのコスト構造改革の効果により、11億円の利益改善となった。

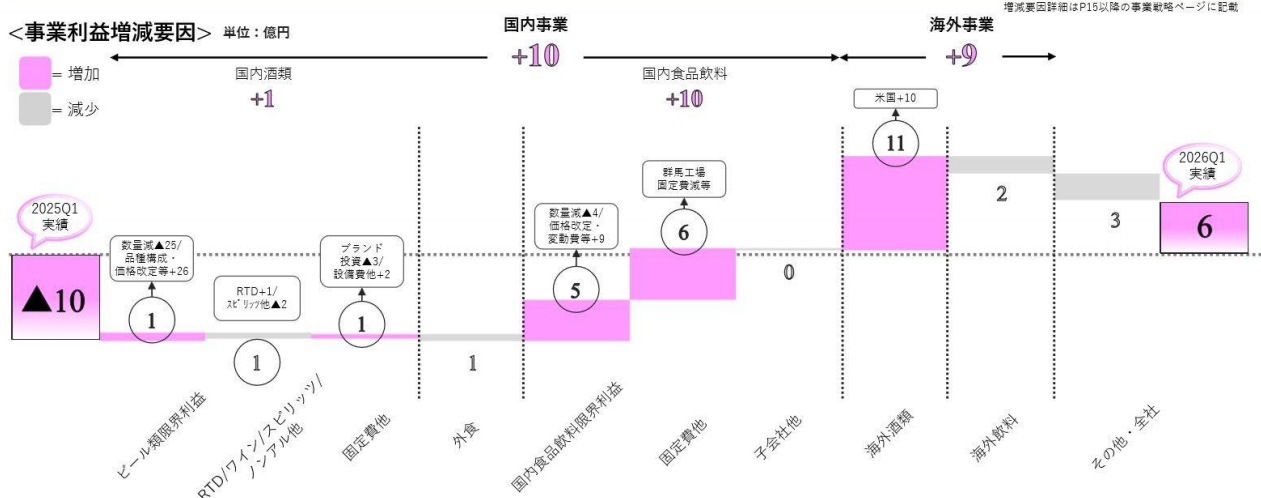
連結合計では、前年のマイナス10億円からプラス6億円と黒字化を達成し、16億円の利益改善となった。

2026Q1決算ハイライト(事業利益増減)



» 国内食品飲料・海外酒類のコスト構造改革効果等により大幅増益(+16億円)。IFRS導入後初のQ1事業利益黒字化を達成

- 国内酒類: 酒税改正に向けたブランド投資強化や前年の価格改定前駆け込み需要反動減を、価格改定効果・コストマネジメント等でカバーし増益
- 国内食品飲料: 事業譲渡等の構造改革影響により減収も、価格改定効果・コスト構造改革効果等により増益
- 海外酒類: サッポロブランドの成長や米国のコスト構造改革効果等により増益



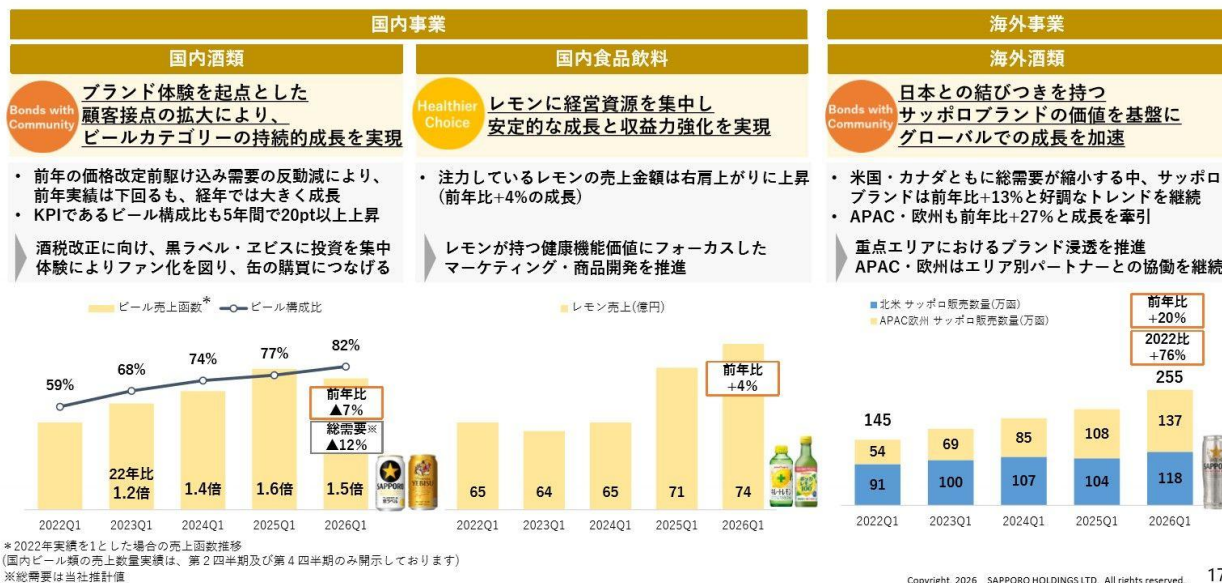
Copyright, 2026 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved. 14/35

事業利益増減について補足する。

国内事業合計では10億円の増益となった。国内酒類は1億円の増益。第1四半期では数量は大きく減少したものの、品種ミックス改善や前年実施した価格改定の効果が発現した。限界利益単価の改善により、ブランド投資の増額を吸収し、第1四半期でも前年並みの利益を確保した。国内食品飲料は減収も、価格改定や販売変動費の削減など、限界利益単価改善の効果が大きいことに加え、PS 社群馬工場の固定費減等の構造改革の効果が大きく、10億円の改善となった。

海外事業合計では9億円の増益。米国での利益改善効果が大きく、11億円の改善となった。米国ではサッポロブランドの売上伸長に加え、コスト構造改革の効果が牽引した。海外飲料は2億円の減益。円貨ベースでの売上は増収となったものの、中東情勢の悪化を受け、中東向けの輸出が大きく減少した影響もあり、事業利益は減益となった。

» Bonds with CommunityとHealthier Choiceの戦略に基づき、国内はビール・レモン、海外はサッポロブランドに注力



当社グループでは、「Bonds with Community」と「Healthier Choice」の戦略に基づき、国内ではビール・レモン、海外はサッポロブランドに注力している。

国内酒類は、ブランド体験を起点とした顧客接点の拡大により、ビールカテゴリーの持続的成長を実現する。現中計開始前の2022年比で、第1四半期においてビール売上数量が約1.5倍、ビール構成比は82%まで上昇した。引き続きビールの売上成長とミックス改善の実現を図っていく。

国内食品飲料は、レモンに経営資源を集中し、安定的な成長と収益力強化を実現する。レモンの売上は、2022年度第1四半期の65億円から2026年度第1四半期74億円と大きく伸長した。

海外酒類は、サッポロブランドの価値を基盤に、グローバルでの成長を加速させる。サッポロブランドは、北米だけでなくAPAC・欧州等のエリアにおいても伸長が著しく、第1四半期においても、2022年比で76%増という成果を出した。

事業戦略: 国内事業(国内酒類)



» 酒税改正に向けたブランド投資強化や前年の価格改定前駆け込み需要反動減を、価格改定効果・コストマネジメント等でカバーし増益。3年連続でQ1事業利益黒字化を達成

財務情報			
(億円)	2026Q1	増減	前年比
売上収益	594	▲48	▲7.4%
事業利益	30	+1	+2.6%
事業利益率	5.0%	-	-

利益増減要因(前年比)



ビール強化(1-1)

※ビール強化の取り組み詳細はP19に記載



◆ ビール構成比: 82%(前年比+5pt)

- 前年の価格改定前駆け込み需要の反動減により総需要¹は前年割れ
- 当社は主軸の黒ラベル・エビスが牽引し、ビール類・ビールともに市場をアウトパフォーム。計画に対しても順調に進捗
- 本年10月に控える酒税改正に向け、引き続きビール強化の取り組みを推進

<売上数量(Q1期間)>

	ビール類		ビール		ビール<缶>	
	総需要*	当社	総需要*	当社	総需要*	当社
前年比	▲17%	< ▲13%	▲12%	< ▲7%	▲13%	< ▲7%
24年比	▲7%	< ±0%	+1%	< +11%	+3%	< +16%

*1: 総需要(数量ベース)は当社推計値 *2: 数量ベース

RTD強化(1-2)



◆ RTD売上金額: 前年比▲15%

- ビール同様駆け込み需要の反動減により総需要¹は前年割れ
- 価格改定効果・コストマネジメント等により、限界利益増に寄与
- 引き続き濃いめブランドを軸とし、最盛期に向け販促施策を投下していく
- 濃い搾りブランド(ノンアル)は、マーケティング投資を2倍に強化。前年比+50%²と市場をアウトパフォームし進捗

Copyright, 2026 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved. 18/35

第1四半期は前年の駆け込み需要の反動減もあり、ビール総需要は大きく前年割れとなった。一方、当社は主軸の黒ラベル・エビスが牽引し、ビール類、ビールとも市場を上回る推移となっている。本年10月に控える酒税改正に向けて、引き続きビール強化の取り組みを推進していく。

RTDについても、ビール同様駆け込み需要の反動減もあり、総需要は前年割れとなった。当社は引き続き、濃いめブランドを軸とし、最盛期に向けて販促施策を展開していく。また、ノンアルの濃い搾りブランドは、前年比+50%と伸長しており、お客様の嗜好の多様性にも合わせ、RTD、ノンアルについても力を入れていく。

事業戦略: 国内事業(国内食品飲料)



» 事業譲渡等の構造改革影響により減収も、価格改定効果・コスト構造改革効果等により増益

財務情報			
(億円)	2026Q1	増減	前年比
売上収益	161	▲22	▲11.9%
事業利益	4	+10	-
事業利益率	2.2%	-	-



抜本的な構造改革(5-1)

◆ コスト構造改革: 前年比+3億円

- 収益力向上に向け、コスト構造改革を継続。前年に意思決定したPS社群馬工場譲渡・仙台工場スープ製造稼働停止が、本年Q1で完了。生産拠点の再編等の取り組み効果により、前年比+3億円
- 事業構造改革については、方針に沿った取り組みを進め、本年3月に飲料自販機事業の事業承継を意思決定(詳細はP5)

レモン強化(5-2)

◆ レモン売上金額: 前年比+4%

- Q1も引き続き、キレートレモン、ポッカレモン100を中心に前年比+4%。年間計画+9%の達成に向け、最盛期の夏以降を中心に販促投資を実施
- 引き続きレモンに経営資源を集中し、収益力の更なる向上を図る
 - レモン飲料: レモンが持つ健康機能価値へのニーズの高まりにより、「キレートレモンクエン酸2700」や「キレートレモン MUKUMI」など、健康・美容軸の商品が特に好調。本年3月は通年新商品として、「キレートレモンレモンチャージゼリー」を発売。
 - 「キレートレモン」ブランドの発売25周年を契機に、プロモーションを強化していく
 - レモン食品: 「ポッカレモン」ブランドの顧客接点拡大に向けて、本年3月に「ポッカレモン食彩」(ドレッシング)を発売。引き続き、健康機能価値の認知拡大に向けた情報発信を強化



Copyright, 2026 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved. 20/35

国内食品飲料の構造改革については、現中計期間中に、植物性ヨーグルト事業の譲渡、神州一味噌社の譲渡、スープ製造設備の集約等を行ってきた。また、飲料水についても、PS 社群馬工場の譲渡、飲料自販機事業の事業承継の意思決定を行った。価格高騰等を含め厳しい市場環境の中ではあるが、収益体質の改善に取り組んできた成果がしっかりと出てきていると考えている。

また、注力しているレモンについては、飲料・食品とも堅調に推移をしている。引き続き、収益力の向上に取り組んでいく考えである。

事業戦略: 海外事業(海外酒類・海外飲料)



» サッポロブランドの成長や米国のコスト構造改革効果等により、海外酒類が増収・増益。海外事業計でも増収・増益

財務情報			
(億円)	2026Q1	増減	前年比
売上収益	285	+19	+7.0%
事業利益	▲4	+9	-
事業利益率	▲1.3%	-	-



海外酒類: サッポロブランド成長 *前年比は売上数量ベース
◆ サッポロブランド数量: 255万函(前年比+43万函)

- 北米は総需要が縮小する中、前年比+13%と好調なトレンドを継続
- APAC・欧州は各エリア好調(前年比+27%)で、サッポロブランドの成長を牽引

北米	総需要*	当社	市場および当社の状況
	ビール計 ▲4%	サッポロブランド +8%	市場: インフレ等により総需要は縮小、厳しい競争環境も継続 当社: Sleemanは苦戦も、SPBは好調。Beyond Beer (Q1で複数のRTD新商品を発売)にも注力。米国関税によるコストアップ影響等もあり、コスト削減の取り組みを推進
	ビール計 ▲2%	サッポロブランド +15%	市場: インフレに加え、米国関税の影響等も受け、総需要は縮小。クラフト市場も軟調なトレンドが継続 当社: SPBへの集中投資を継続。新SKUも投入し、さらなる成長を目指す

*総需要は当社推計値

- APAC・欧州**
- 構成比の高い韓国・中国における家庭用(缶)が好調なトレンドを継続
 - APACのCarlsberg社提携エリア(香港・シンガポール・マレーシア)は、3エリア合計で前年比+20%強、年初計画も大きく上回る進捗
 - 引き続きエリア別のパートナーとの協働により、SPBの成長を加速させる

- 海外酒類: 抜本的な構造改革(米国) (3-4)
- コストシナジー・コスト構造改革とともに、計画に対し順調に進捗
 - これまで検討を進めてきた「さらに踏み込んだ構造改革」については、本年4月に「米国事業における資産譲渡および生産体制の見直し」を公表(詳細はP6-8) ※上記に伴い、KPIについてはQ2以降適宜見直しを予定

- 海外飲料: 中東情勢による影響
- 海外飲料における輸出の売上構成比は約2割(2025年度実績ベース)
 - 中東情勢悪化を受けて中東向け輸出が停止(輸出売上金額:前年比▲58%)
 - 再開は10月以降を見込むが、先行きは不透明な状況

サッポロブランドは、前年比+43万函の255万函となった。北米においては、総需要が縮小する中で前年比+13%、APAC 欧州エリアでは前年比+27%となっている。

カナダでは、サッポロブランドは好調に推移している一方、総需要縮小、競争激化により Sleeman ブランドは苦戦を強いられている。さらにコストアップの影響も重なり、事業環境としては非常に厳しい状況が続いている。については、カナダでも、収益力強化の取り組みを進めていく考えである。

米国では、前年から進めてきたコスト構造改革が順調に進捗しているが、さらに踏み込んだ構造改革として、冒頭お伝えした資産譲渡および生産体制の見直しを実行することとした。今後は北米の利益体質改善を進めるとともに、APAC・欧州等のエリアでサッポロブランドのさらなる売上成長を実行していく。