



# 2023年度 第3四半期決算説明資料

※資料中、以下については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

SPB：SAPPORO PREMIUM BEER YGP：恵比寿ガーデンプレイス PVS社：パブリック・ベンディング・サービス社

2023年11月10日

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

1. サマリー	・・・ P.3
2. 業績予想修正	・・・ P.4~P.7
3. 決算概要	・・・ P.8~P.22
4. 資本コストや株価を意識した経営の推進	・・・ P.23~P.25
5. 参考資料	・・・ P.26~P.38

## 決算：増収・増益

(億円)	2022 Q3 実績	2023 Q3 実績	増減	増減率
売上収益	3,458	3,777	319	9.2%
事業利益 (売上収益 - 売上原価 - 販管費)	58	144	86	149.8%
営業利益	75	96	20	27.1%
親会社の所有者に帰属する当期利益	53	31	▲22	▲42.2%

- 酒類事業のトップライン好調に加えて、構造改革が着実に利益貢献し、**増収増益**
- アンカー社の解散による一時コストの影響や為替差益の減少等により当期利益は**減益**
- 順調な計画進捗を踏まえて、**通期業績予想を上方修正**

## 主要なトピックス

- 酒類事業における業務用販売数量および外食既存店売上高は年初想定を上回る回復基調が続く
- 黒ラベル缶は昨年の価格改定前の駆け込み需要の反動減の影響を受け▲3%だが、ビール缶総需要▲8%を上回る（黒ラベル缶：1-10月累計では+1%と前年越え）
- RTDは基軸ブランドに加え、新商品「シン・レモンサワー」「クラフトスパイスソーダ」が堅調な売れ行き
- 海外でのサッポロブランドの成長トレンドは継続
- コロナ禍より実施している外食事業、食品飲料事業の構造改革効果が着実に利益貢献

# 業績予想修正

## 業績予想修正

2023年度通期業績予想を上方修正。適切な施策を実行し、「構造改革」・「成長戦略」を推進する

(億円)	年初計画	修正計画	修正額	2022 実績	増減
売上収益	4,900	5,100	200	4,784	315
事業利益 (売上収益 - 売上原価 - 販管費)	135	165	30	93	72
営業利益	95	120	25	101	19
親会社の所有者に帰属する当期利益	55	70	15	54	15
ROE	3.3%	4.1%	—	3.3%	—

## 業績予想修正\_売上収益

売上収益：（億円）	年初計画	修正計画	修正額	主な修正内容	2022 実績	増減
売上収益	4,900	<b>5,100</b>	200		4,784	315
国内酒類	2,500	<b>2,650</b>	150	・業務用売上増加、業務用価格改定	2,454	196
海外酒類	800	<b>860</b>	60	・為替見直し修正	740	120
外食	170	<b>195</b>	25	・既存店売上増加	153	42
国内食品飲料	950	<b>920</b>	▲30	・SKU削減など構造改革に伴う数量減少	983	▲63
海外飲料	260	<b>260</b>	0		246	14
不動産	220	<b>215</b>	▲5	・エクイティ投資の減少 市況・案件を精査し、投資を実行しているため	207	7
その他	0	<b>0</b>	0		1	▲1

## 業績予想修正\_事業利益

事業利益：（億円）	年初計画	修正計画	修正額	主な修正内容	2022 実績	増減
事業利益	135	<b>165</b>	30		93	72
国内酒類	125	<b>145</b>	20	・増収効果 ・コストマネジメント	85	60
海外酒類	5	<b>1</b>	▲4	・統合一時コスト	▲3	3
外食	4	<b>19</b>	16	・増収効果	▲5	24
国内食品飲料	13	<b>23</b>	10	・構造改革 ・コストマネジメント	9	14
海外飲料	11	<b>11</b>	0		9	2
不動産	59	<b>52</b>	▲7	・エクイティ投資の減少 市況・案件を精査し、投資を実行しているため	65	▲13
その他	▲81	<b>▲86</b>	▲5		▲66	▲19

# 決算概要



# 2023年Q3 決算ハイライト

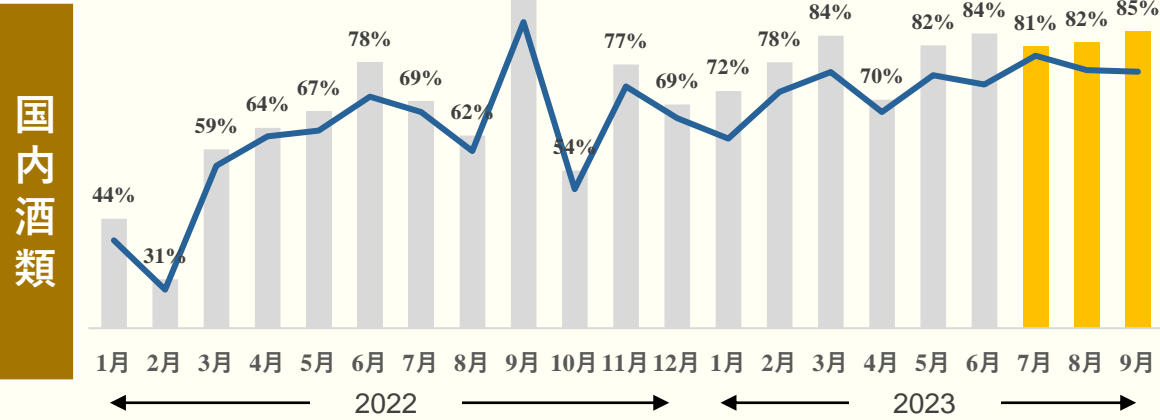


(億円)	2022 Q3 実績	2023 Q3 実績	増減	増減率
売上収益	3,458	<b>3,777</b>	<b>319</b>	9.2%
売上収益（酒税抜き）	2,616	2,916	300	11.4%
海外売上収益	725	900	174	24.0%
EBITDA	209	293	85	40.5%
事業利益 <small>（売上収益－売上原価－販管費）</small>	58	<b>144</b>	<b>86</b>	149.8%
事業利益率	1.7%	3.8%	—	—
その他の営業収益・費用	18	▲48	▲66	—
営業利益	75	<b>96</b>	<b>20</b>	27.1%
親会社の所有者に帰属する当期利益	53	<b>31</b>	<b>▲22</b>	▲42.2%

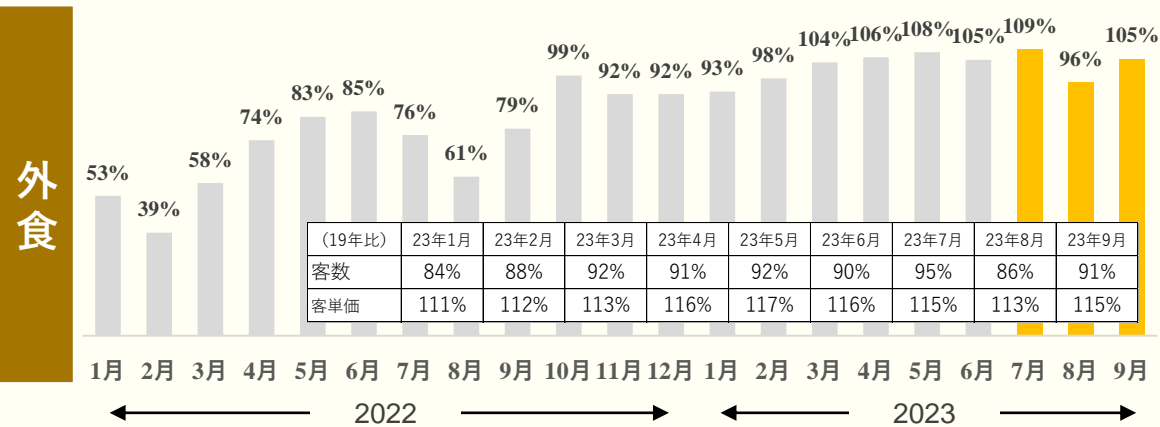
# 業績に影響を及ぼす外部環境の状況

## 新型コロナウイルスの影響に関して

国内酒類事業の業務用販売数量および外食事業の売上高は年初想定を上回る回復基調が続く



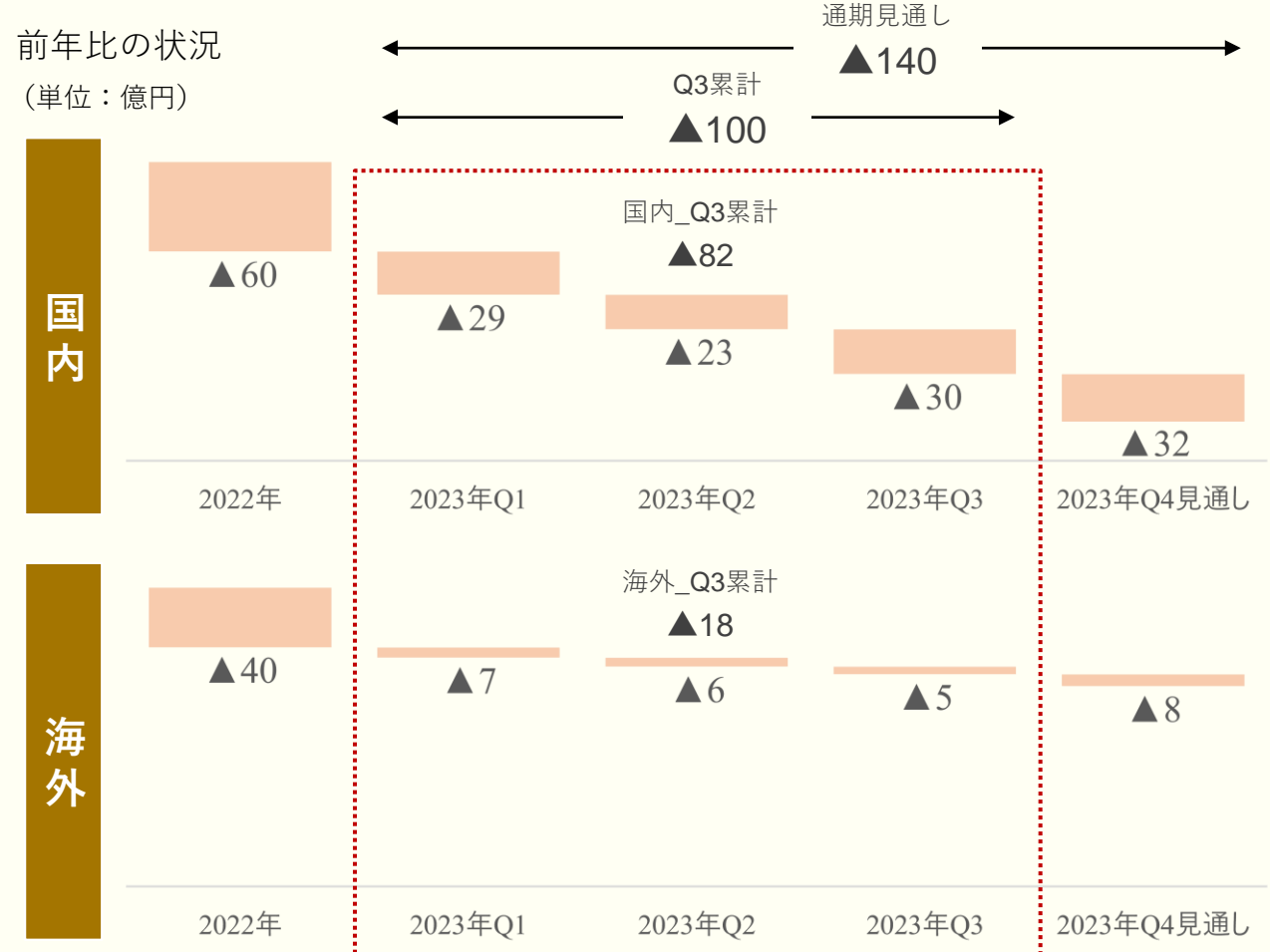
棒グラフ：業務用（瓶・樽）販売数量実績（2019年比）  
折れ線グラフ：当社推計\_業務用総需要（2019年比）



棒グラフ：SLN社既存店売上実績（2019年比）

## 原材料高騰等のコストアップに関して

対2022年で▲140億円、対年初計画で▲15億円のコストアップが見込まれる（Q2決算より変更なし）。各種価格改定で対応。追加のコストアップリスクは状況を注視しながら対策を行う



# 2023年Q3 決算ハイライト



(億円)	2022 Q3 実績	2023 Q3 実績	増減	増減率
<b>売上収益</b>	<b>3,458</b>	<b>3,777</b>	<b>319</b>	<b>9.2%</b>
酒類事業	2,410	2,743	333	13.8%
国内酒類	1,784	1,925	141	7.9%
海外酒類	517	669	152	29.3%
外食	108	149	41	37.7%
食品飲料事業	895	874	▲21	▲2.4%
国内食品飲料	715	676	▲39	▲5.5%
海外飲料	180	198	18	9.9%
不動産事業	152	160	7	4.9%
その他	1	1	0	11.7%

(億円)	2022 Q3 実績	2023 Q3 実績	増減	増減率
<b>事業利益</b>	<b>58</b>	<b>144</b>	<b>86</b>	<b>149.8%</b>
酒類事業	49	128	78	159.9%
国内酒類	47	102	55	118.4%
海外酒類	10	8	▲2	▲19.2%
外食	▲8	17	25	—
食品飲料事業	8	30	22	263.1%
国内食品飲料	▲3	19	22	—
海外飲料	11	11	1	5.0%
不動産事業	48	42	▲7	▲13.7%
その他・全社	▲48	▲56	▲7	—

## 酒類事業が全体を牽引し +319億円 (+9.2%) の増収

国内酒類は業務用ビールの回復、RTD好調に加えて、価格改定効果が売上増に貢献

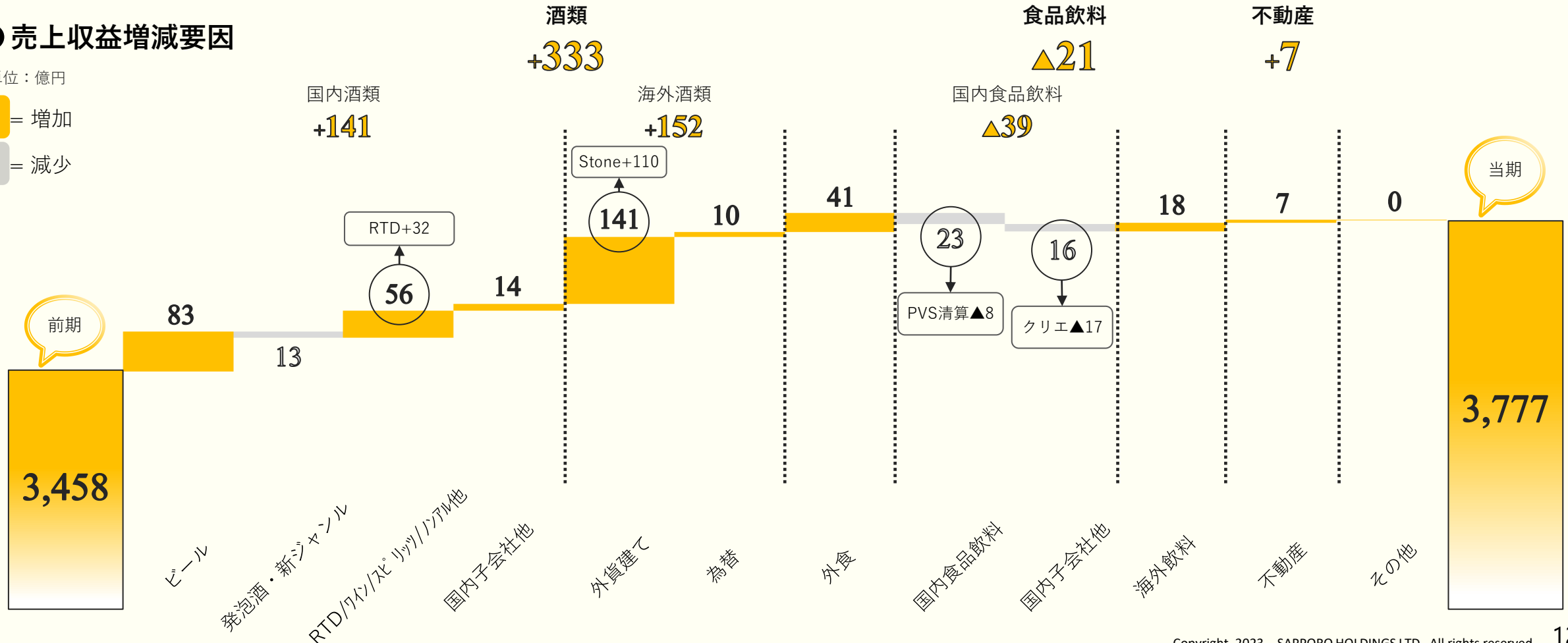
海外酒類はSPB好調継続、Stone社新規連結効果、外食はビヤホール等の外食需要の回復が主な増収要因

国内食品飲料は前年のカフェ事業譲渡、自販機オペレーター子会社の清算、SKU削減等の構造改革により減収

### 売上収益増減要因

単位：億円

- = 増加
- = 減少



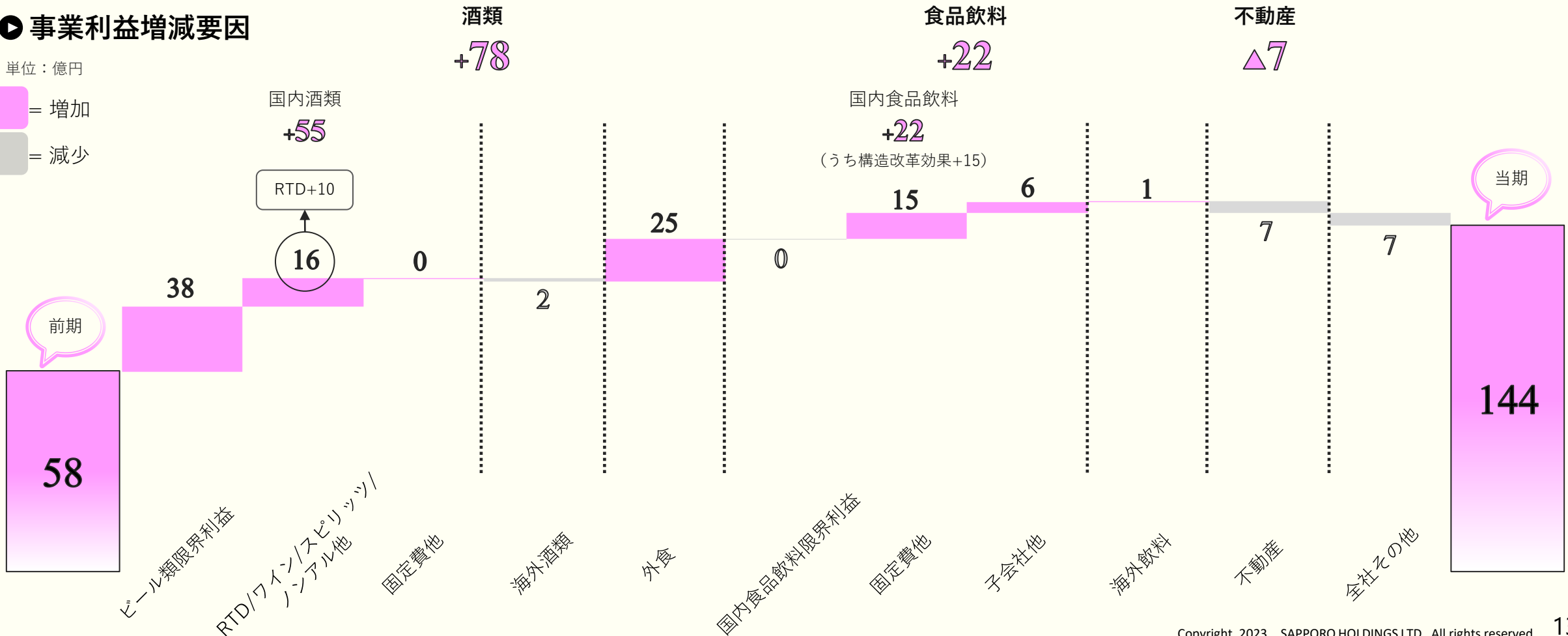
## 増収効果および構造改革効果により +86億円 (+149.8%) の増益

酒類事業の増収効果や外食、国内食品飲料の構造改革効果が着実に利益貢献し増益  
 不動産はYGPオフィス空調工事等により減益

### 事業利益増減要因

単位：億円

■ = 増加  
 ■ = 減少

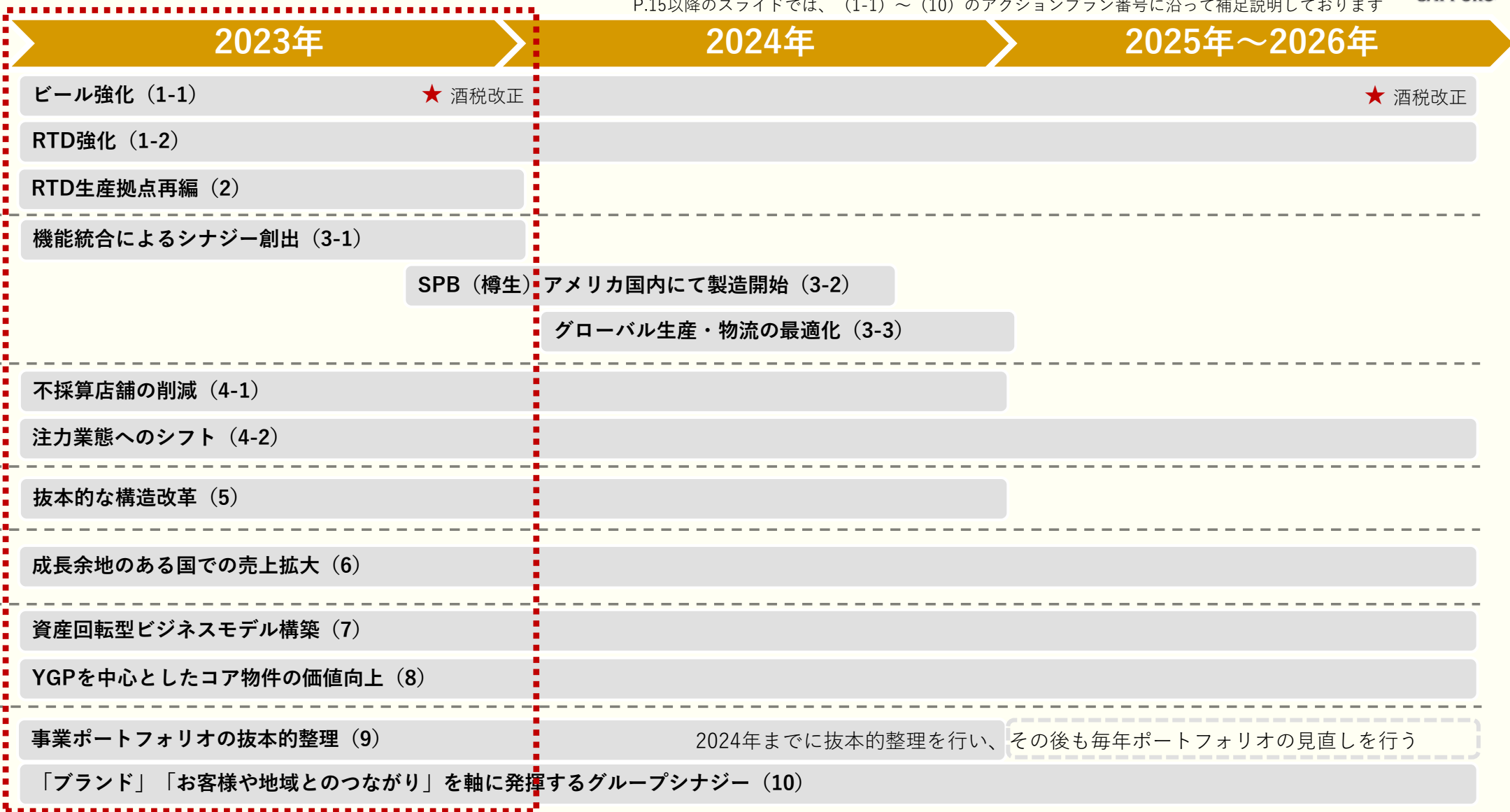


# アクションプラン



P.15以降のスライドでは、(1-1) ~ (10) のアクションプラン番号に沿って補足説明しております

アクションプラン詳細は  
順次開示予定



※中期経営計画の先にある中長期的な企業価値向上へ向けたグループ戦略シナリオの策定のために、**グループ戦略検討委員会**を設置した（本年9月）

# 酒類事業 ～国内酒類～



売上収益：1,925億円（前年比+141億円、+7.9%）

事業利益：102億円（前年比+55億円、+118.4%）

## ● 事業利益増減要因(億円)

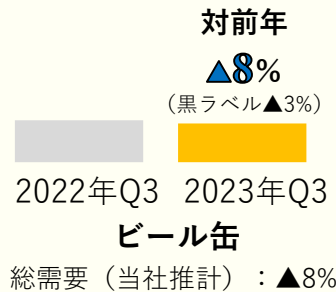
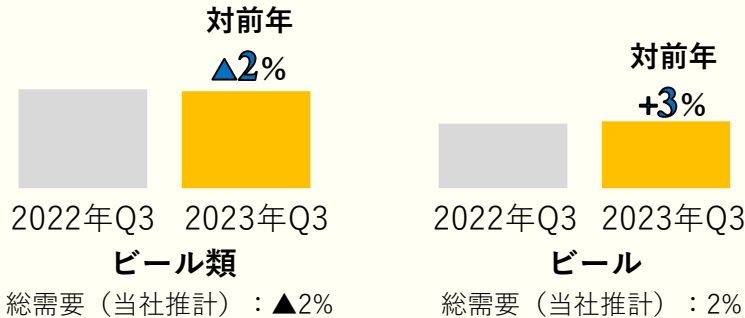


昨年の価格改定前駆け込み需要の反動減の影響を受け、  
ビール類数量は減少しているが、  
ビール強化（1-1）は順調に進捗し、収益改善に貢献

RTD強化（1-2）は順調に進捗  
既存ブランドに加えて、新商品も好調な売れ行き  
仙台工場RTD製造ラインが10月より稼働開始

### ✓ ビール類・ビール販売数量の状況

昨年の価格改定前駆け込み需要の反動減の影響を受け減少



### ✓ ビール構成比

収益性の高いビール構成比が増加し、ミックス改善が進む



### ✓ ビール類酒税抜き売上単価

ミックス改善および価格改定効果により単価改善が進む

対前年+11%

### ✓ RTD（缶）計 対前年+18%

(売上金額ベース)



濃いめのレモンサワー 対前年+10%  
(販売数量ベース)

男梅サワー 対前年+13%  
(販売数量ベース)

#### <新商品>

シン・レモンサワー (3/22発売)

クラフトスパイスソーダ (9/12発売)



### ✓ 製造・開発強化の取組み

#### ◎ RTD生産拠点再編

10月11日仙台工場RTD製造ラインが稼働開始  
2026年にRTD自社製造比率88%を目指す

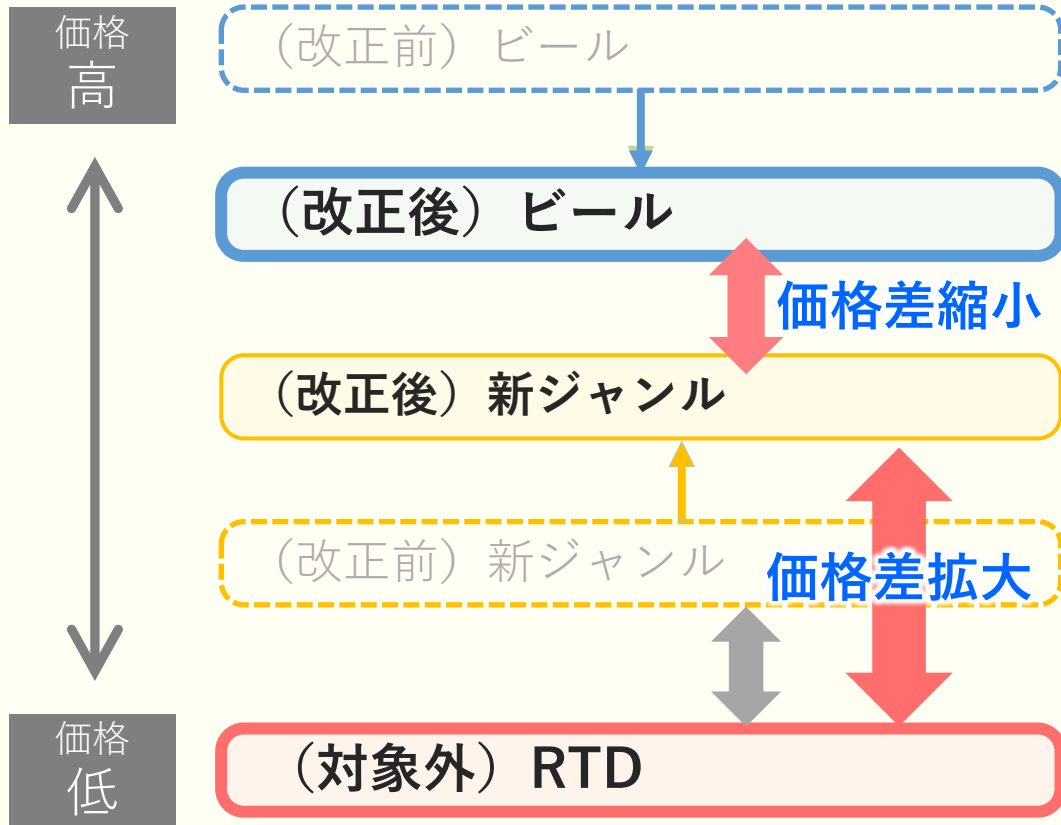


# 酒税改正：10月以降の取り組み

## 市場動向：ビール・RTDへのシフトが見込まれる

### 2023年10月酒税改正前後の価格イメージ

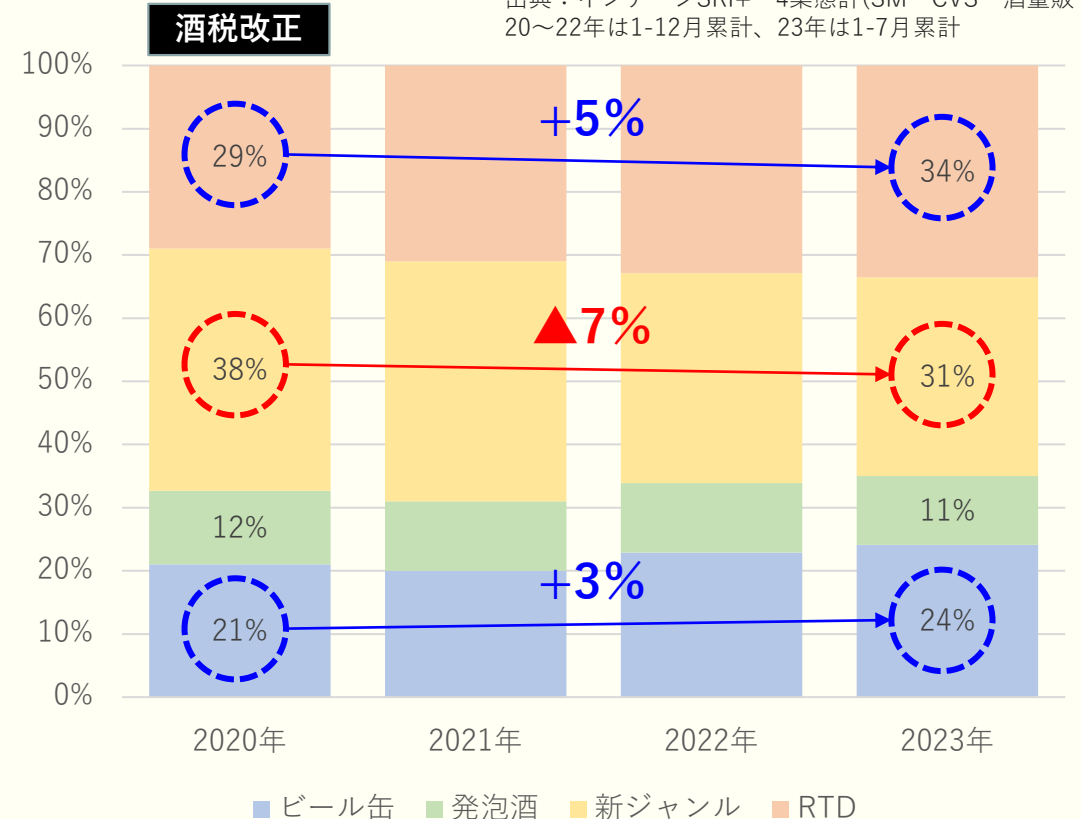
ビールと新ジャンルの価格差が縮まり、新ジャンルとRTDの価格差が広がる



### ビール類缶・RTDの容量構成比（%）推移

2020年の酒税改正後、新ジャンルからビール・RTDへ流入が進む

出典：インテージSRI+ 4業態計(SM・CVS・酒量販・DRUG)  
20～22年は1-12月累計、23年は1-7月累計





# 酒税改正：10月以降の取り組み

当社取り組み：ビール構成比の高い当社にとっては、チャンスとなり得る変化  
主要ブランド強化と新商品提案で**低収益からの脱却**と**事業成長**を実現する

## 主要ブランド強化

## 新商品提案



### ▶ 黒ラベル

新しいお客様の獲得  
&ブランドロイヤリティ向上



### ▶ エビス

既存ブランド+  
&CREATIVE BREWの展開



### ▶ ナナマル

プリン体・糖質70%オフ  
の生ビール



### ▶ クラフトスパイスソーダ

シンレモンサワーに続く  
食中酒第2弾のRTD商品

### 広告

独自の世界観強化



### 体験

ブランド体験



- 最需要期の年末年始に高価格ビール購買を喚起



- 新ラインCREATIVE BREWの展開

### 家庭用

限定品の発売



### 業務用

黒ラベルTheBar



パーフェクト黒ラベル



第1弾  
ニューオリジン  
(2/21発売)



第2弾  
オレンジ  
(10/11発売)

オフ・ゼロ系ビール類の約9割が  
発泡酒・新ジャンル  
⇒ビールに伸長の余地あり

健康意識の高まりを背景に  
オフ・ゼロ系市場は拡大している

カラダへの気づかい意識が高まる中で、  
おいしさとプリン体・糖質オフを両立した  
「ビール」での新提案

食事に合って、一杯目に飲める  
新たなお酒を求めるニーズが増加

スパイスを使うことで  
甘くない美味しさを実現  
食事を引き立たせる、食中酒の提案

売上収益：669億円（前年比+152億円、+29.3%）

事業利益：8億円（前年比▲2億円、▲19.2%）

● 事業利益増減要因(億円) Stone社損失・統合コスト含む (SPB製造準備中のため)



カナダはインフレ等の影響を受ける中、単価改善効果等により増収増益  
 アメリカはSPB好調継続、機能統合効果、物流費改善効果などがある一方で、  
 Stone社の主戦場である南CA州\*の天候不順とインフレ等による市況悪化やSPB製造準備中（3-2）のため減益

\*南カリフォルニア州

✓ 各国の売上の状況

▶ カナダ

対前年+0%

- ・規制緩和により、業務用市場は回復
- ・家庭用市場はインフレ等の影響もあり、前年を下回る
- ・当社実績は総需要を上回り、前年並みの水準

▶ アメリカ(SPB)

対前年+2%

- ・天候不順やインフレ等の影響で、総需要は前年を下回る
- ・SPBは好調を維持し+2%と前年を上回る

▶ ベトナム

- ・樽は好調に推移
- ・缶はベトナム経済停滞、インフレの影響もあり、市況、当社実績ともに低調

✓ Stone社とのシナジーの状況

機能統合によるシナジーは着実に創出

SPB年内製造開始に向け、引き続き準備を進める

● APACでの代理店との協働強化

香港、シンガポール、マレーシアでカールスバーグ社とSPBの販売代理店契約を締結  
 2026年にASEAN+香港市場\*で150万ケース\*\*の販売を目指す

- ・香港、シンガポール  
販売代理店契約に向けた合意書を締結（2024年1月1日からの販売を目指す）
- ・マレーシア  
販売代理店契約、生産委託契約に向けた合意書を締結



\*ASEAN内にはベトナム、シンガポール、マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、カンボジア含む  
 \*\*大びん633ml×20本換算

売上収益：149億円（前年比+41億円、+37.7%）

事業利益：17億円（前年比+25億円）

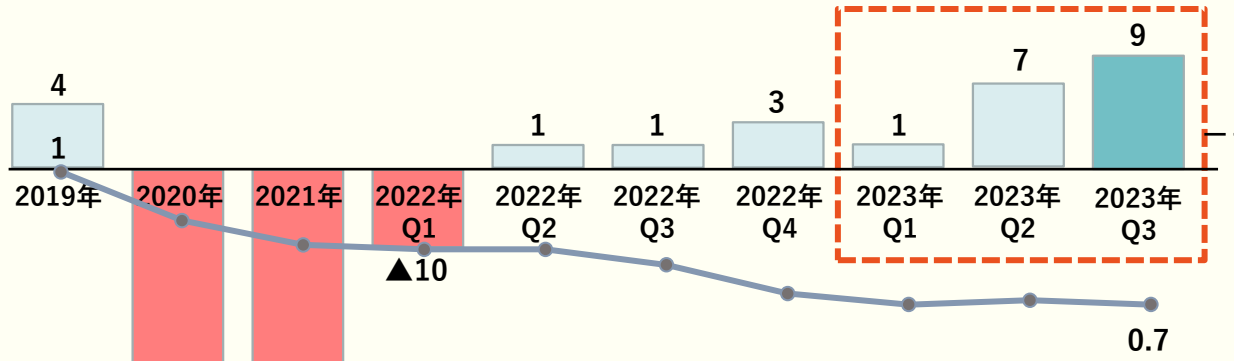
● 事業利益増減要因(億円)



コロナ禍で実施した構造改革効果（4-1）が着実に利益貢献、黒字を継続

✓ 事業利益・店舗数の推移

不採算店舗削減等による構造改革効果で2022年Q2以降は黒字化が継続



棒グラフ：外食事業事業利益推移（億円）  
折れ線グラフ：SLNグループ店舗数推移（2019年を1とした場合の増減）

SLN社1-9月累計時間帯別既存店売上実績（2019年比）

開店～14:59	15:00～16:59	17:00～19:59	20:00～閉店
112%	124%	109%	92%

インバウンド層、シニア層の獲得により、昼すぎ～夕方の時間帯の売上好調が継続

● 国内酒類のブランド発信

- YEBISU BAR業態にてエビス オランジュ <樽生> を限定販売



● ビヤホールが124周年を迎える

日本初のビヤホール「恵比壽ビヤホール」は、今から124年前の1899年（明治32年）8月4日、「エビスビール」のプロモーション店舗としてオープン。サッポロライオンが創業100周年を迎えたことを機に、創業日である8月4日を“日本に初めてビヤホールが誕生した記念日”として「ビヤホールの日」を制定。日本記念日協会にも認定。

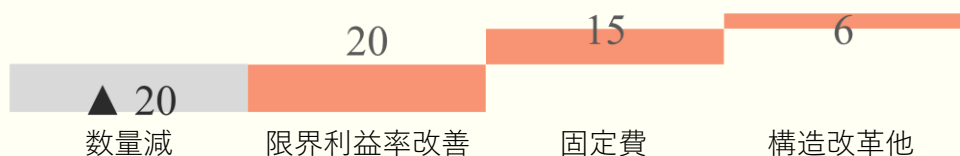


## ～国内食品飲料～

売上収益：676億円（前年比▲39億円、▲5.5%）

事業利益：19億円（前年比+22億円）

● 事業利益増減要因(億円)



## ～海外飲料～

売上収益：198億円（前年比+18億円、+9.9%）

事業利益：11億円（前年比+1億円、+5.0%）

● 事業利益増減要因(億円)



### 構造改革効果が着実に利益貢献

中計で掲げたアクションを実行し、抜本的な構造改革（5）へ

✓ 構造改革の状況 — KPIのコスト構造改革  
コスト構造は着実に進捗、事業利益改善に貢献

#### ・限界利益率の改善

SKU削減による廃棄金額の減少 **+2**億円

変動販売費単価改善 **+2**億円

不採算SKU削減による品種ミックス改善 **+5**億円

#### ・固定費削減

自販機不採算コラム削減 **+6**億円

#### ・構造改革他（事業ポートフォリオの見直し）

自販機オペレーター子会社PVS清算 **+5**億円

### シンガポール・マレーシアを中心に売上は順調に伸長（6） 販路拡大の取り組みを継続

✓ 売上拡大の状況

シンガポール 対前年**+5%** 家庭用チャンネルを中心に堅調  
(現地通貨売上金額ベース)

マレーシア 対前年**+9%** 需要は低調だが、販売体制の強化により伸長  
(現地通貨売上金額ベース)

輸出 対前年**+0%** 採算性を考慮し、輸出先の選定を実施  
(シンガポールドル売上金額ベース)

売上収益：160億円（前年比+7億円、+4.9%）

事業利益：42億円（前年比▲7億円、▲13.7%）

● 事業利益増減要因(億円)

オフィス空調工事による影響



YGPセンタープラザで増収も、YGPオフィス空調工事による減収、一時コストの影響により減益  
資産回転型ビジネスモデル構築（7）、YGPを中心としたコア物件の価値向上（8）の取り組みを進める

✓ YGPの状況

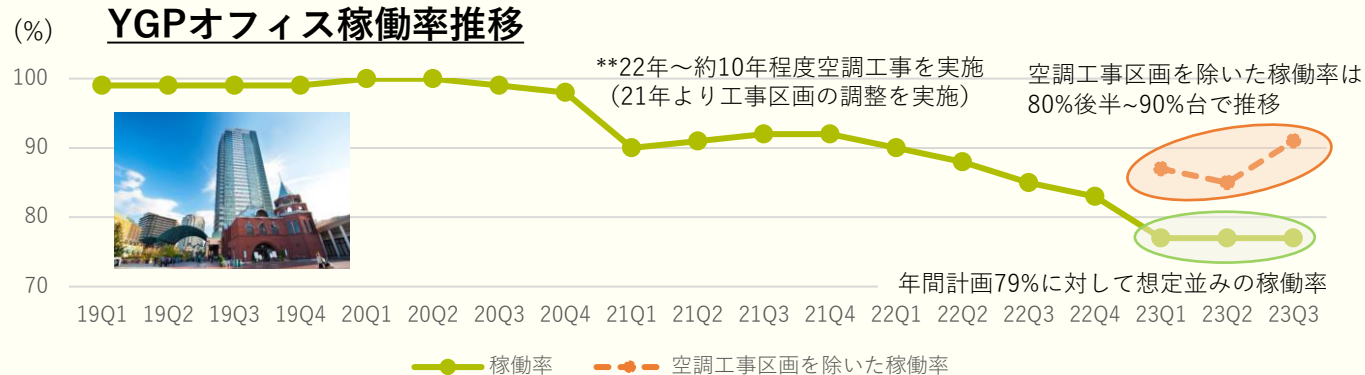
◎ YGPセンタープラザ

来街者数はリニューアル\*後1.5倍～2倍に  
(\*2022年11月リニューアルオープン)



◎ YGPオフィス

空調工事\*\*により稼働率は低下しているが、想定並みに推移  
物件価値向上を進め賃料単価の維持向上を図る



✓ 再エネ推進の取組み

● 不動産業界初(当社調べ)のバーチャルPPAを締結

2040年の自社使用電力の100%創エネ化に向けた第一歩  
想定CO2削減量は約2,000t、自社使用電力の約15%に相当する

バーチャルPPAについて

PPAは再生可能エネルギー電力を直接売却する契約形態。

バーチャルPPAは電力とその環境価値を切り離して別個に流通させる形態。

(発電事業者は物理的な制約を受けず、離れた場所からの環境価値供給が可能となり、需要家はこれまで通り小売電気事業者と電気需給契約を結びながら契約対象設備の発電量分の環境価値を証書として入手可能となる)

✓ 資産回転型ビジネスモデル構築の状況

・エクイティ投資

市況・案件を精査し、投資を実行

・3月にREIT準備室を新設、8月に投資顧問会社設立

# アクションプランKPI



※1 為替前提130円

※2 現地通貨ベース（シンガポール通貨）

\* は期末決算にて開示予定

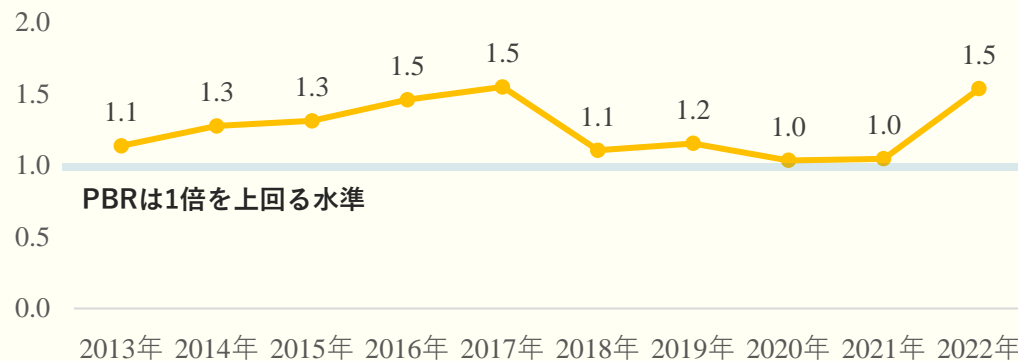
		Q3実績		通期		中計目標	
		2022年Q3	2023年Q3	2022年	2023年計画	2026年目標	
国内酒類	<b>ビール強化・ビール類利益率改善</b>						
		ビール強化：ビール構成比（1-1）	66%	<b>69%</b>	68%	71%	79%
		利益率改善：酒税抜き売上単価（1-1）	-	<b>+11%</b> (前年比)	-	+9% (前年比)	+11% (22年比)
		<b>RTD事業の成長・生産効率化 他</b>					
	RTDの成長：RTD（缶）売上金額（1-2）	-	<b>+18%</b> (前年比)	-	+23% (前年比)	+74% (22年比)	
	生産効率化：自社製造比率（2）	-	*	73%	64%	88%	
海外酒類	<b>Stone社買収シナジー/サッポロブランド成長</b>						
		サッポロブランド数量（3-1~3）	499万函	<b>531万函</b> (対前年+6%)	661万函	747万函	1,000万函
	コストシナジー（3-1~3）※1	-	*	-	\$4M	\$23M	
国内食品飲料	<b>コスト構造改革（5）</b>		-	<b>10億円</b>	-	10億円	20億円
海外飲料	<b>売上拡大 海外売上金額（6）※2</b>		-	<b>+0.7%</b> (前年比)	-	+3% (前年比)	+30% (22年比)
不動産	<b>収益構造多様化 流動化事業の資産構成比（7）</b>		-	*	3.7%	7.2%	19.2%
	<b>YGPの価値向上 平均賃料単価増加率（8）</b>		-	*	-	+0.4% (前年比)	+2.5% (22年比)
全社	<b>事業ポートフォリオの抜本的整理（9）</b>			<b>8億円</b>	10億円 (前年比)	5億円 (前年比)	-

PVS社清算効果+5億円  
アンカー社の解散効果+3億円

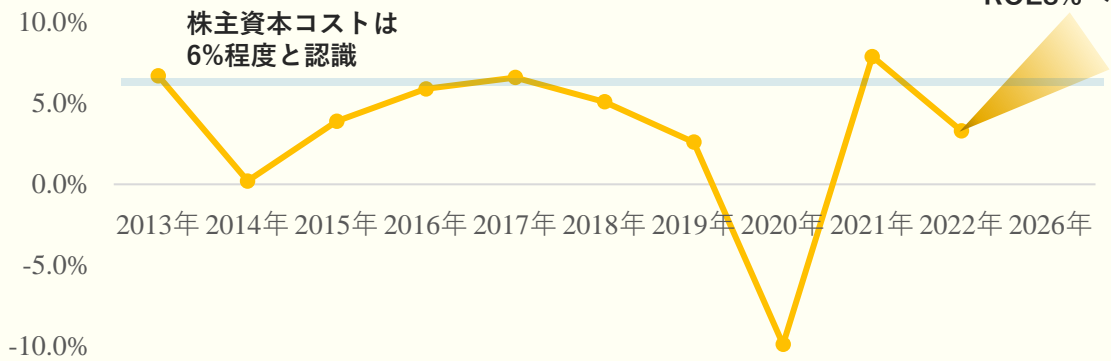
# 資本コストや株価を意識した経営の推進

PBRは1倍を上回る水準であるが、  
現状のROE水準は市場の求める株主資本コストを十分に上回ることが出来ていないと認識している

<PBR\_過去10年間推移>



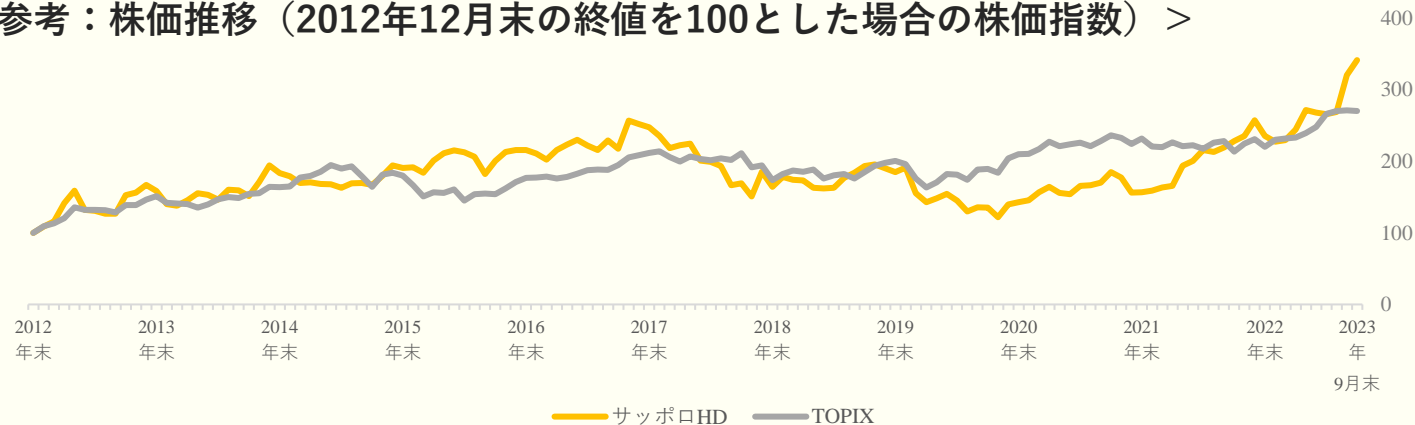
<ROE\_過去10年間推移>



## 現状認識

- 2022年11月公表の中期経営計画にてROE8%を目標に設定
- 23年は構造改革実施に伴い、ROE向上は限定的となり4.1%の見通し、業界平均比で低ROEは早期に解決すべき課題と認識

<参考：株価推移（2012年12月末の終値を100とした場合の株価指数）>





## 方針

従前より取り組んでいる「持続的成長」と「資本効率」を重視した財務戦略を推進し、企業価値向上を実現する

- 中期経営計画財務目標（2026年ROE8%以上、海外売上収益およびEBITDA10%/年の成長）の達成を目指す
- キャッシュアロケーション方針に基づき成長投資と株主還元の双方を推進する

### 持続的成長の実現に向けて

- 各事業の収益力向上
  - 事業成長の実現  
強みを持つ分野を積極的に伸ばす
  - コスト構造改革  
環境変化に対応できる事業体質に
- 成長投資
  - 成長が期待される海外事業への投資
  - 収益基盤強化に向けた国内事業への投資  
成長投資機会には現状格付を確保できる範囲で財務レバレッジを活用し、機動的に対応

### 資本効率向上に向けて

- 事業ポートフォリオの見直し
  - 再編/整理と位置付けた事業の抜本的な見直し  
改善が見込めない事業からは撤退し、成長領域に注力
- バランスシート改革
  - 保有資産の見直し  
未稼働資産、回転率の低い資産の改善・売却
  - 政策保有株式の縮減  
親会社の所有者に帰属する持分合計に対する保有株式簿価の比率を20%未満となるよう、中計期間の早期に縮減を図る
- 株主還元
  - 利益成長を伴った配当水準の向上  
安定配当を継続しつつ、配当水準の向上を目指す

## ROE向上への取り組み

# 参考資料

財務指標					
	Q3実績		通期		中計目標
	2022年Q3	2023年Q3	2022年	2023年修正計画 (年初計画)	2026年目標
ROE	-	-	3.3%	4.1% (3.3%)	8.0%
(目安) 事業利益 ※	58億円	144億円	93億円	165億円 (135億円)	250億円
EBITDA 年平均成長 (CAGR)		40.5%		24.8% (16.2%)	10%程度
(目安) EBITDA ※	209億円	293億円	299億円	373億円 (347億円)	500億円
海外売上収益 年平均成長 (CAGR)		24.0%		14.1% (9.4%)	10%程度
(目安) 海外売上収益 ※	725億円	900億円	1,022億円	1,167億円 (1,118億円)	1,400億円

※財務目標を達成するための目安

# 事業利益率の状況



	事業利益率				
	Q3実績		通期		中計目標
	2022年Q3	2023年Q3	2022年	2023年修正計画 (年初計画)	2026年目標
国内酒類	2.6%	5.3%	3.5%	5.5% (5.0%)	5.7%
海外酒類	2.0%	1.2%	▲0.4%	0.1% (0.6%)	6.2%
外食	▲7.2%	11.6%	▲3.3%	9.9% (2.1%)	5.0%
国内食品飲料	▲0.5%	2.8%	0.9%	2.5% (1.3%)	3.8%
海外飲料	5.9%	5.7%	3.6%	4.2% (4.2%)	5.0%
不動産 ※	3.5%	3.5%	4.9%	4.5% (4.6%)	5.7%

※ EBITDAベースのROA

# 財政状態計算書の状況

(億円)



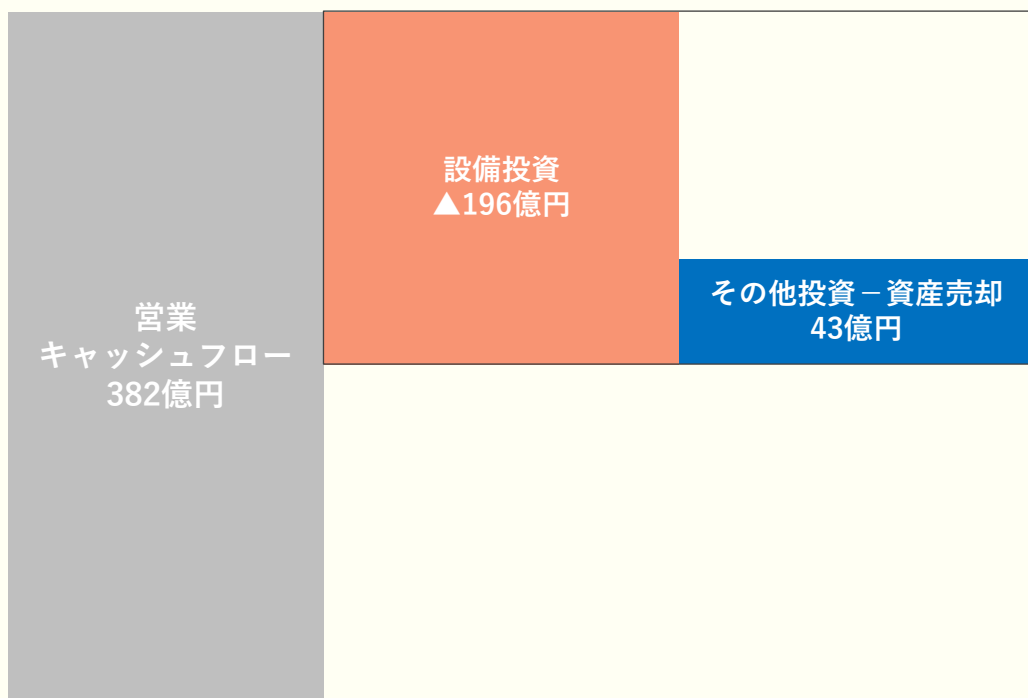
資産	2022期末	2023Q3	増減
現預金	154	186	32
営業債権	966	910	▲56
棚卸資産	475	510	35
流動資産その他	199	112	▲87
固定資産及び無形資産	1,384	1,493	109
投資不動産	2,096	2,101	5
のれん	338	361	23
非流動資産その他	778	899	120
資産合計	6,391	6,572	181

負債・純資産	2022期末	2023Q3	増減
営業債務	357	371	14
短期金融負債	865	534	▲332
流動負債その他	973	1,010	37
長期金融負債	1,554	1,759	206
退職給付に係る負債	35	34	▲1
非流動負債その他	936	1,054	119
負債合計	4,719	4,762	43
親会社所有持分	1,663	1,801	138
非支配持分	9	9	0
資本合計	1,672	1,810	138
負債・資本合計	6,391	6,572	181
ネットD/Eレシオ (倍)	1.4	1.2	—
金融負債残高	2,419	2,293	▲126

# 財務の状況



(億円)	2022Q3 実績	2023Q3 実績	増減	増減率
営業活動によるCF	136	382	246	180.8%
投資活動によるCF	▲420	▲152	268	—
フリーCF	▲284	230	514	—
財務活動によるCF	307	▲199	▲507	—



キャッシュイン  
382億円

キャッシュアウト  
▲152億円

<投資金額 (①+②)> ▲152 億円

① 設備投資 (支払ベース) : ▲196 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 : ▲73億円

国内 : ▲27億円 海外 : ▲45億円

・食品飲料 : ▲23億円

国内 : ▲19億円

・不動産 : ▲89億円

恵比寿ガーデンプレイス関連他

・全社 : ▲12億円

② その他投資-資産売却 : 43 億円

(株式売却他)

# 酒類事業データ



## 国内酒類

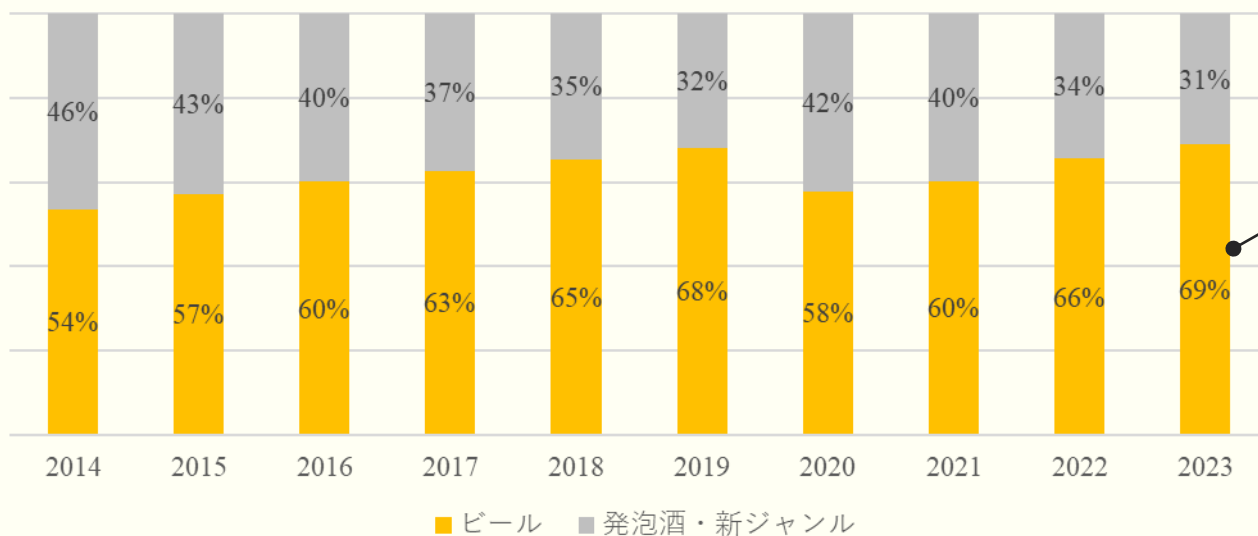
(万函 ※1)

国内酒類 売上数量 (※2)	2022Q3	2023Q3	前期比
①ビール計	—	—	3.5%
黒ラベル計	—	—	5.9%
エビス計	—	—	▲7.8%
②発泡酒計	—	—	▲6.9%
③新ジャンル計	—	—	▲12.2%
ビールテイスト合計 (①+②+③)	—	—	▲1.7%

※1：大瓶換算

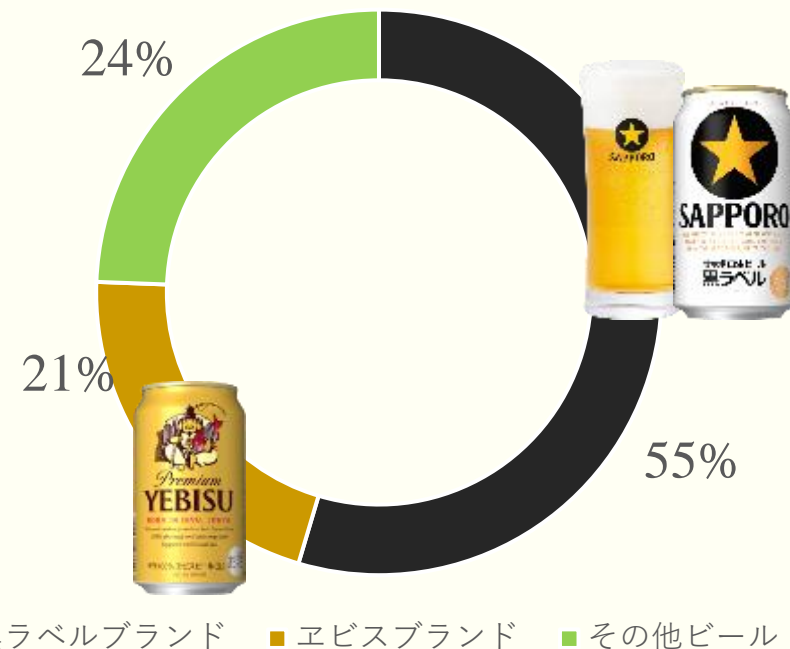
※2：ビール酒税組合での合意により、国内ビール類の売上数量実績は、第2四半期及び第4四半期のみ開示しております。

<ビール構成比10年推移> (1~9月累計)



<ビールカテゴリー 売上数量構成比>

(1~9月累計)



# 酒類事業データ



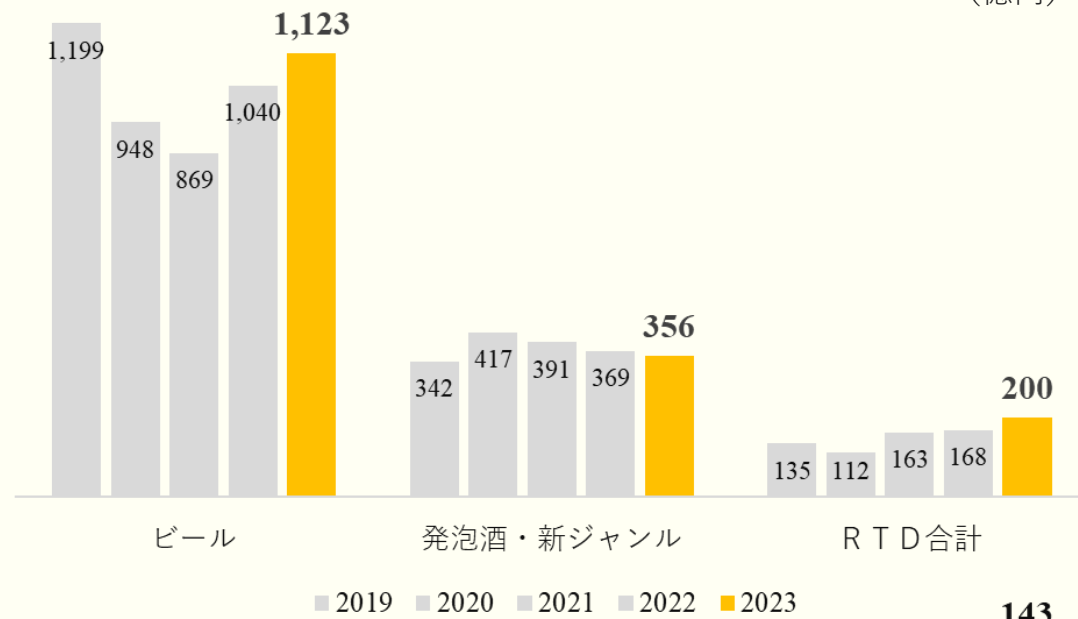
## 国内酒類

(億円)

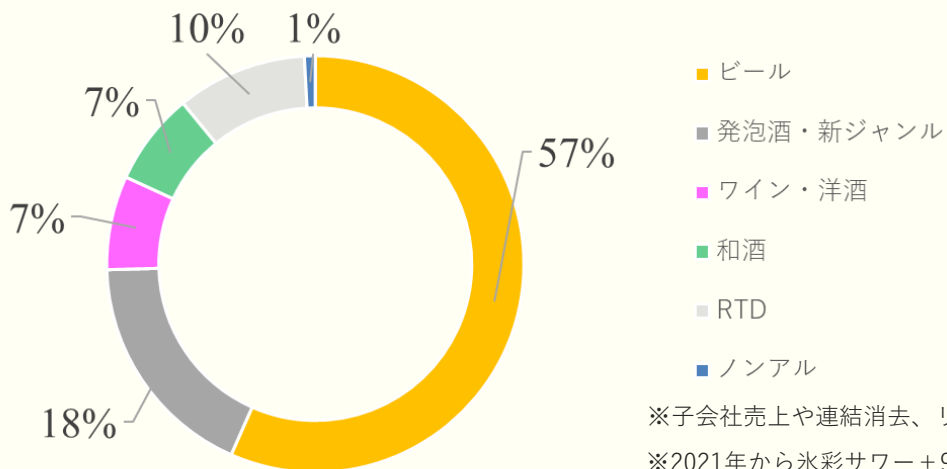
国内酒類 売上金額	2022Q3	2023Q3	前期比
ビール	1,040	1,123	8.0%
発泡酒	45	45	▲0.4%
新ジャンル	324	311	▲3.8%
<b>ビールテイスト合計</b>	<b>1,409</b>	<b>1,480</b>	5.0%
RTD	168	200	19.2%
国産ワイン	24	22	▲5.2%
輸入ワイン	46	44	▲4.9%
ワイン計	70	66	▲5.0%
スピリッツ (洋酒・焼酎)	193	221	14.4%
<b>合計</b>	<b>1,840</b>	<b>1,967</b>	6.9%

## <事業別 売上金額 推移> (1~9月累計)

(億円)

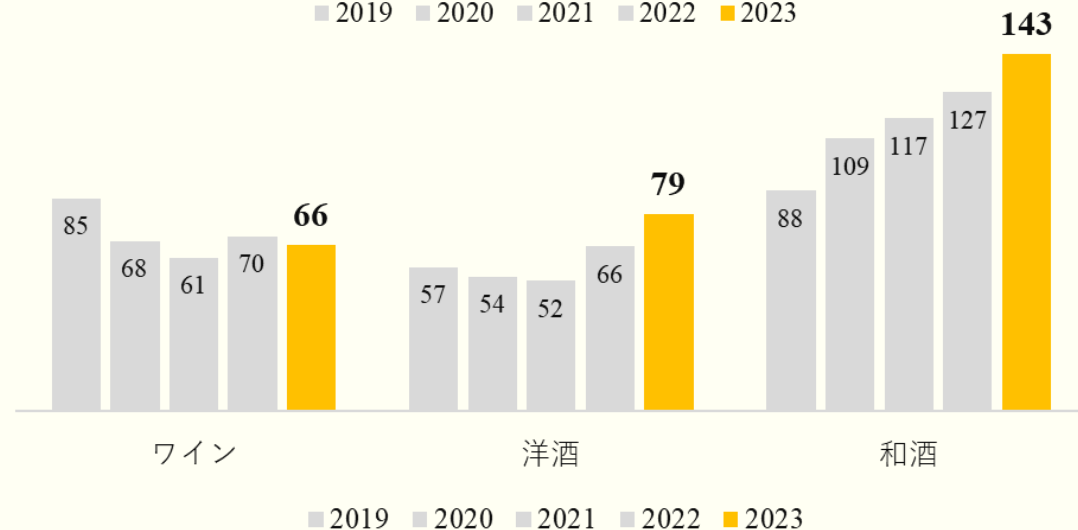


## <売上金額 事業別構成比> (1~9月累計)



※子会社売上や連結消去、リベート控除を除く

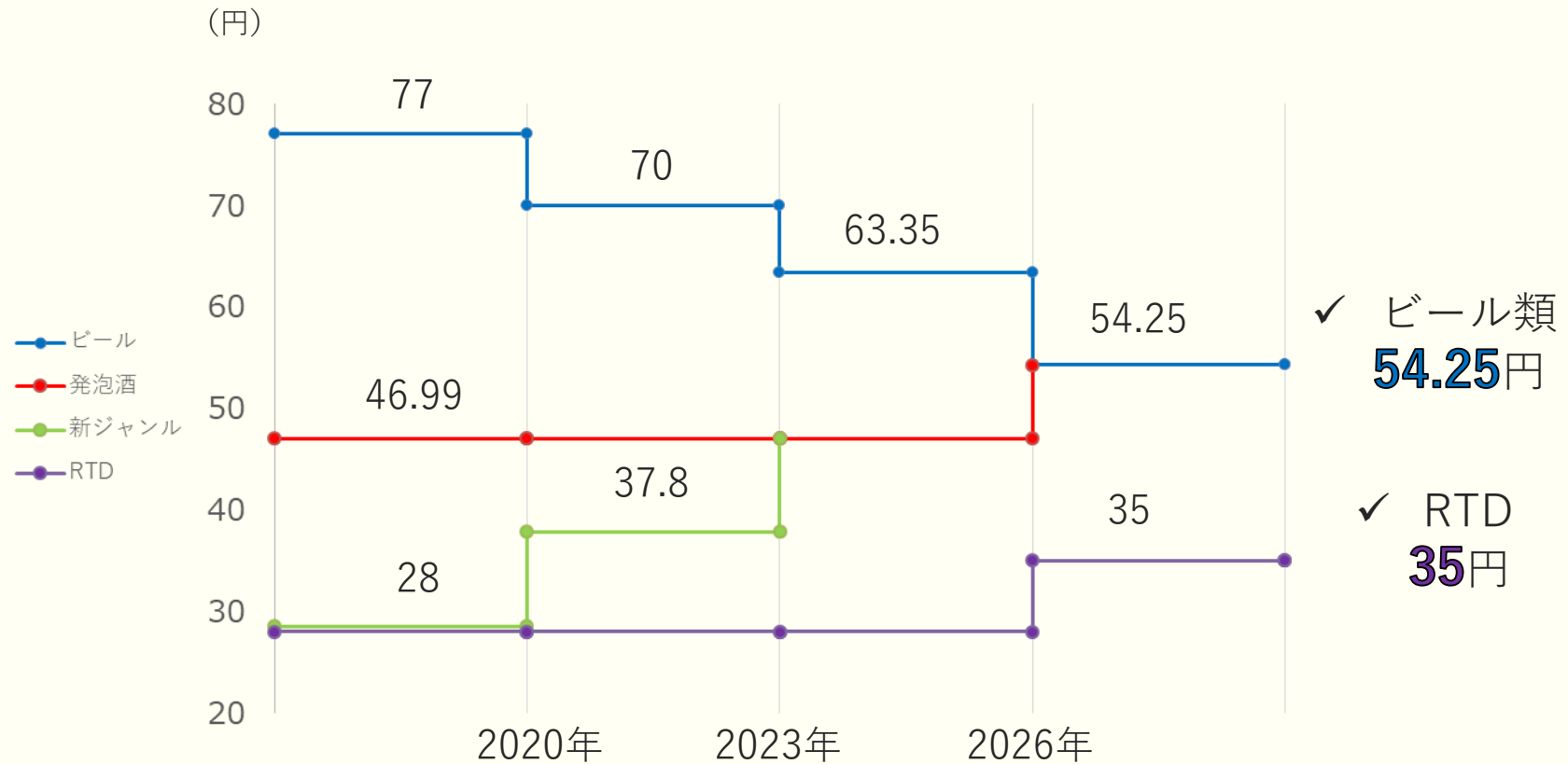
※2021年から氷彩サワー+99.99樽は洋酒→RTDへ組替





## 国内酒類

### <ビール類酒税一本化：350ml当たりの酒税額の推移>



# 酒類事業データ



## 海外酒類

(万函)

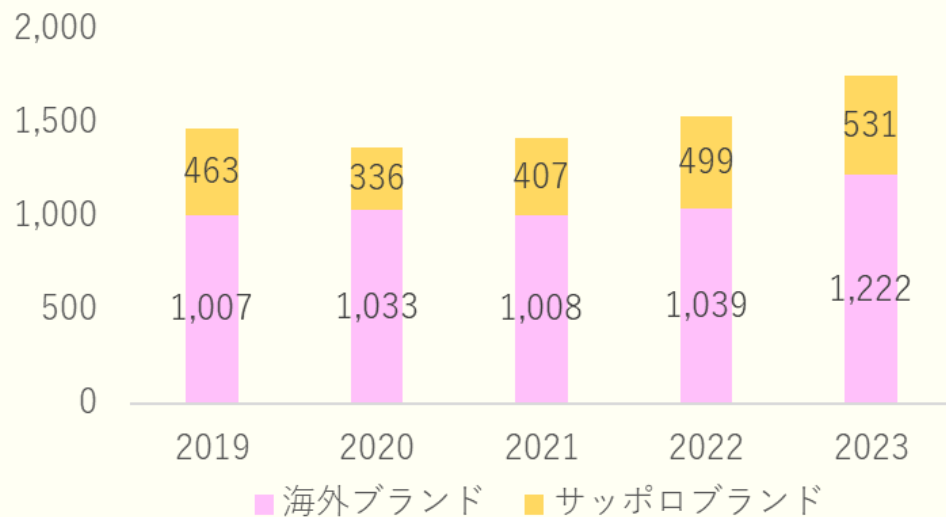
海外ビール類 売上数量	2022Q3	2023Q3	前期比
海外ブランド (※1)	1,039	1,222	17.6%
サッポロブランド	319	325	2.0%
①北米	1,358	1,547	14.0%
サッポロブランド	180	206	14.6%
②その他地域	180	206	14.6%
合計 (①+②)	1,538	1,753	14.0%
サッポロブランド合計	499	531	6.5%

※1：スリーマン社、アンカー社、ストーン社を含む。

### <海外ビール ブランド別 売上数量 推移>

(万函/大瓶換算)

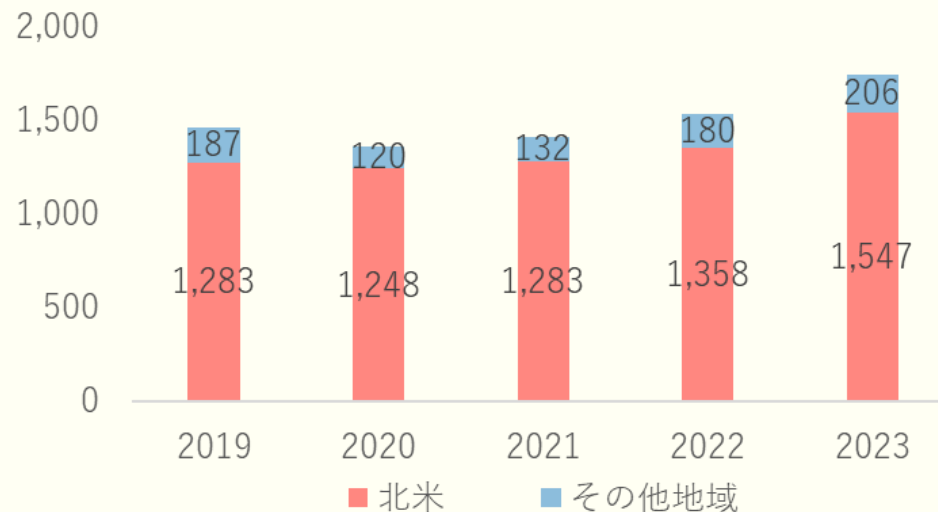
(1~9月累計)



### <海外ビール エリア別 売上数量 推移>

(万函/大瓶換算)

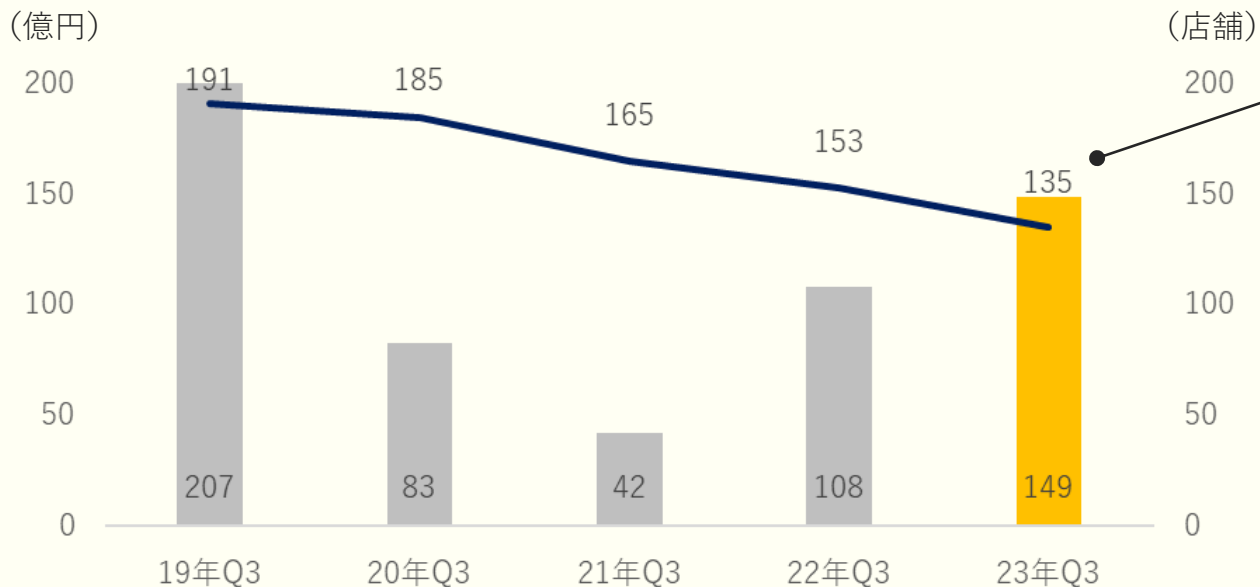
(1~9月累計)



## 外食

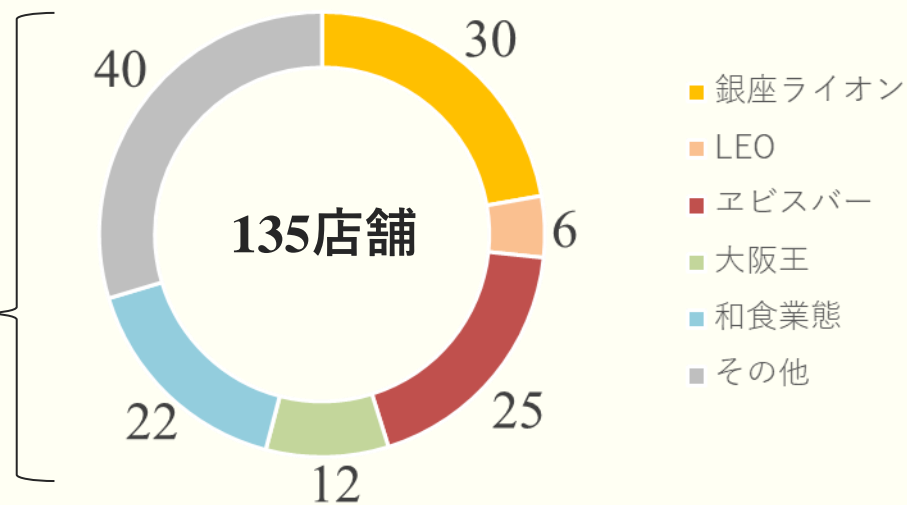
外食	2022Q3	2023Q3	前期比
売上収益 (億円)	108	149	37.7%
店舗数	153	135	▲11.8%

< 外食事業の売上収益と店舗数の推移 > (1~9月累計)

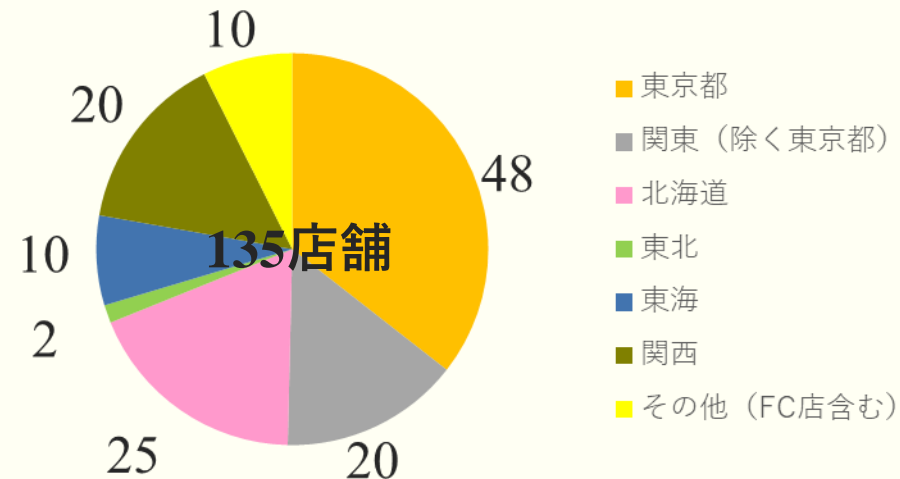


棒グラフ：外食事業売上収益推移  
折れ線グラフ：SLNグループ店舗数推移

< 店舗数業態構成比 >



< 店舗数地域別構成比 >



# 食品飲料事業データ



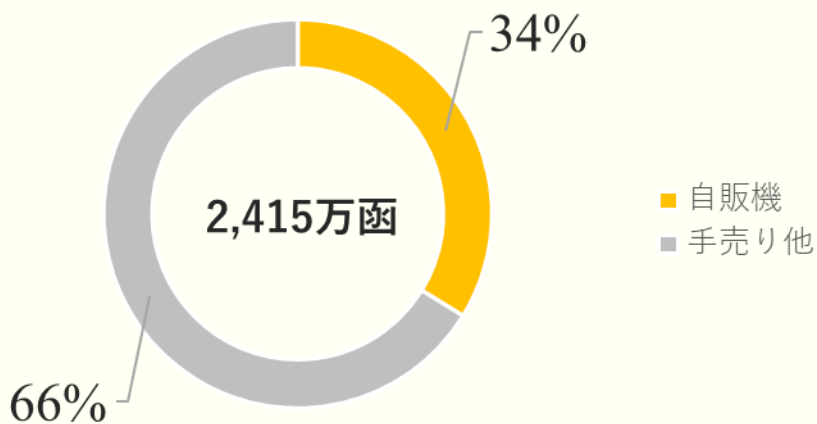
## 国内食品飲料

(億円)

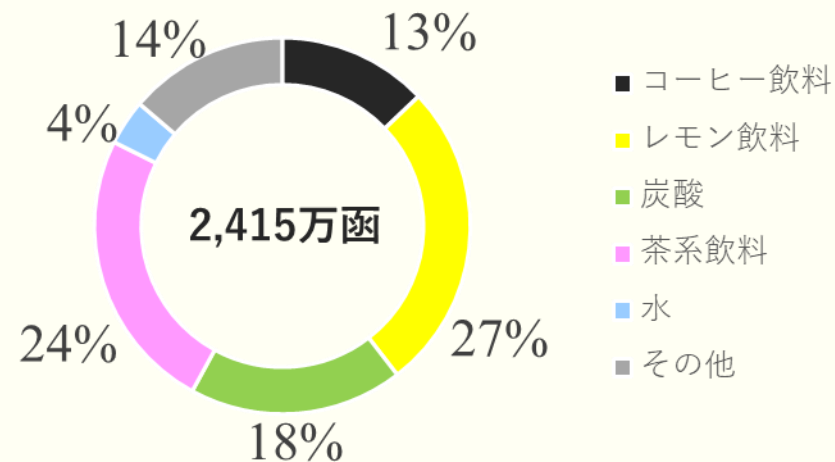
国内食品飲料 売上金額 (※1)	2022Q3	2023Q3	前期比
飲料水	457	431	▲5.8%
食品 (レモン・スープ・プランツミルク)	218	205	▲5.8%

※1: ポッカサッポロフード&ビバレッジ単体 国内売上のみ。(リベート控除前)

<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 (1~9月累計)



<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 (1~9月累計)



## 海外飲料

(百万/シンガポール・輸出はSGD、マレーシアはMYR)

海外飲料 売上金額 (※2)	2022Q3	2023Q3	前期比
シンガポール	111	117	5.3%
マレーシア	56	61	8.5%
輸出	40	40	0.5%

※2: OEM除く、リベート控除前

# 不動産事業データ



## 不動産

### < 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	77	地下5階 地上40階建
銀座プレイス	645	7,350	91	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)

### < 事業利益の内訳 >

(億円)

	2022 Q3	2023 Q3	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	37	31	▲ 6
賃貸運営	15	14	▲ 1
札幌	5	6	0
エクイティ他	▲ 9	▲ 9	▲ 1
合計	48	42	▲ 7

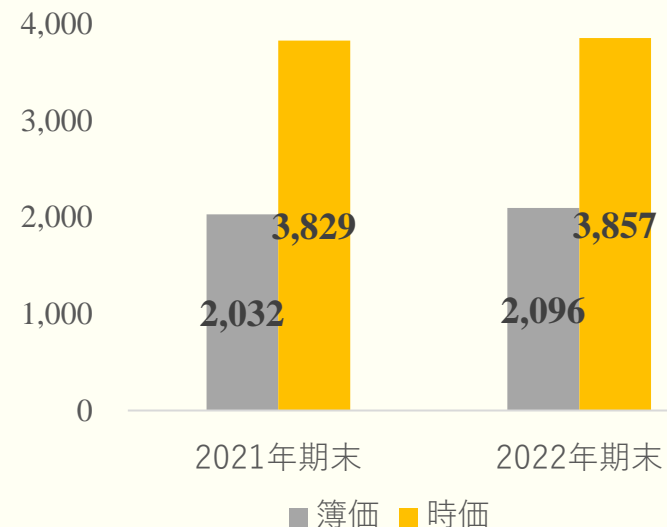
### < EBITDAの内訳 >

(億円)

	2022 Q3	2023 Q3	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	60	59	▲ 1
賃貸運営	20	19	▲ 1
札幌	9	10	0
エクイティ他	▲ 5	▲ 5	▲ 1
合計	85	83	▲ 3

### < 賃貸等不動産期末時価情報 >

(億円)



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。