



SAPPORO

# 2024年度 第2四半期決算説明資料

※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

2024年8月13日

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

1. サマリー	・・・ P.3
2. 中長期経営方針の具体化に向けた検討状況	・・・ P.4~P.6
3. 決算概要	・・・ P.7~P.18
4. 参考資料	・・・ P.19~P.30

## 決算：増収増益、順調に進捗

(億円)	2023 Q2 実績	2024 Q2 実績	増減	増減率
売上収益	2,385	2,477	91	3.8%
事業利益 (売上収益－売上原価－販管費)	35	35	0	1.1%
営業利益	▲28	76	104	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	▲51	61	112	-

- 国内酒類のビール好調が牽引し増収
- 将来成長に向けた投資を行うものの、事業利益は前年並みを確保
- 昨年の減損損失の裏返しや資産売却等により営業利益は大幅に増益し、黒字転換

## 上期の主な成果と課題

### 黒ラベルブランド中心にビールが伸長



**+10%**  
(ビール数量)

顧客接点の拡大、新規顧客の獲得等により、黒ラベル缶、エビス缶ともに前年越え

### 米国・APACでのSPB成長



**+20%**  
(SPB数量)

米国での米系チェーンでの取り扱い拡大  
APACでのCB社\*との協業開始により成長を実現

\*カールスバーグ社

### 米国の採算改善

SPBの成長加速  
米系チェーンの取り組み強化を継続する

Stoneブランドのリカバリー  
Coreブランドに集中投資しリカバリーを図る

製造物流シナジーの最大化  
生産効率やオペレーションの課題を解消する

## 中長期経営方針の具体化に向けた検討状況

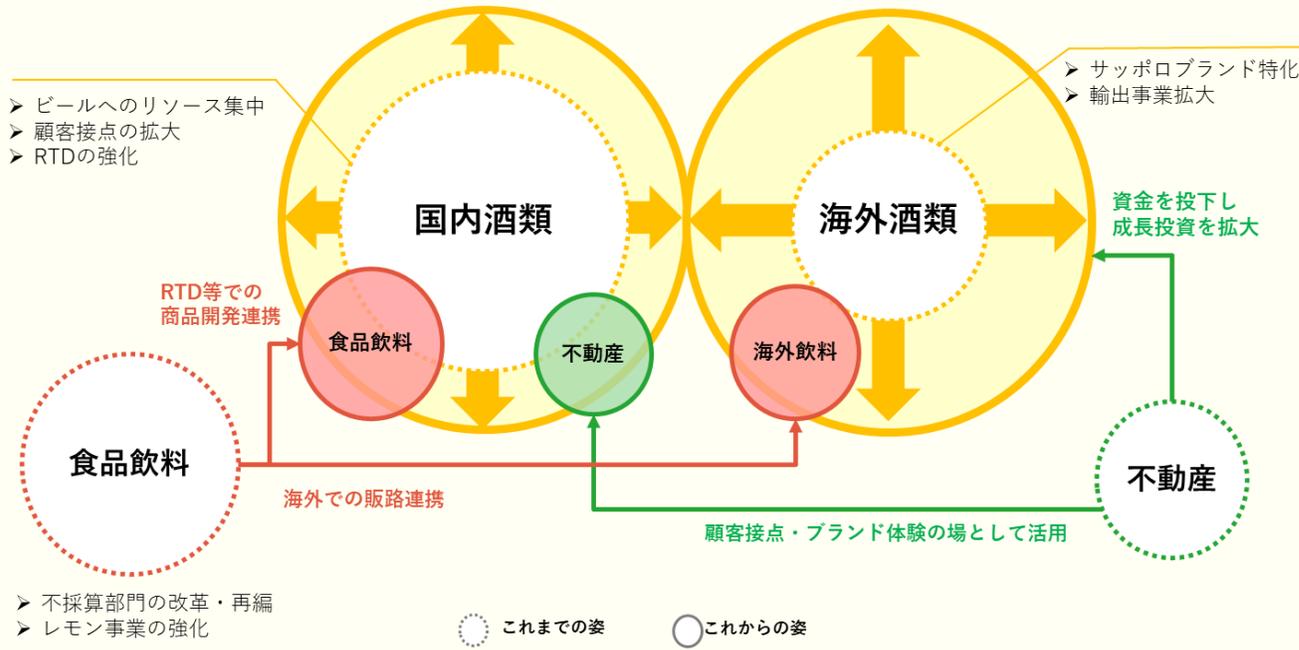
本年2月公表の「グループ価値向上のための中長期経営方針」の具体化に向けた検討を進めており、検討状況について、次ページ以降のスライドに記載

# 中長期経営方針の具体化に向けた検討状況

# 中長期経営方針の具体化に向けた検討状況

## < サッポログループの変革の方向性イメージ > ※2024年2月14日発表より

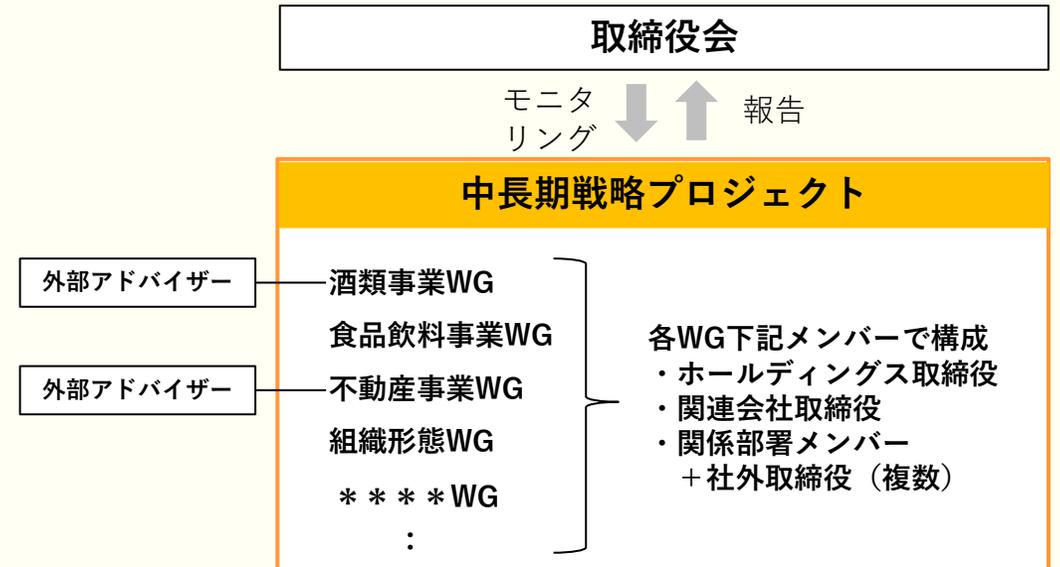
- 「競争優位な強みを有する事業」と、「酒類事業とのシナジーを明確に見出せる領域」に経営資源を集中し、グループの総力を酒類成長による価値向上に昇華させる事業体へと変革する。
- 創業来のDNAである酒類の市場創造力に磨きをかけ、ビール事業の拡大成長を推進する。



※中長期経営方針の策定に当たっては、社外有識者を含めた構成の「グループ戦略検討委員会」を設立し、第三者のアドバイザーも含めた多面的、客観的な視点を加え、議論を実施。

## < 検討体制 >

- ホールディングスと各事業会社が一体となり、酒類事業をはじめとする各事業の戦略及びそれらを有機的に結びつけるための組織形態や経営基盤についてワーキンググループ（WG）を組成し検討を推進。
- 各WGはホールディングスや関連事業会社の取締役と関係部署のメンバーで構成し、複数名の社外取締役も参加。
- 酒類事業の事業戦略検討や不動産事業の方針検討は特に重要性が高いと捉え、専門的な知見を有する外部アドバイザーを起用。
- 取締役会への月次進捗報告及び議論によりモニタリングを実施。



# 中長期経営方針の具体化に向けた検討状況



## < 検討状況 >

### 国内酒類

- 長期的視点で**国内ビールシェア25%**を目指し、より高い収益率を実現する。
- 食品飲料事業との連携強化により、well-beingをテーマとしたノンアルコール、微アルコール類も含めた広義の「新しいお酒」の開発を強化
- 既に決定している生産・物流体制の最適化等、バリューチェーンを見直し、今後の適切な経営リソース配分についても検討

### 海外酒類

- 「高い品質」「洗練された味わい」「日本を想起するユニークさ」を持つSapporo Premium Beerへの投資を一層強化
- **本年4月にホールディングスに国際戦略部を新設**し、投資機会の探索、他社とのアライアンス、ガバナンス強化と意思決定迅速化に向けた専門組織体制を整備

### 不動産

- ・ 酒類事業の成長を見据えたグループ価値向上の観点から、将来のグループ価値向上に資する不動産の活用方法と、抜本的な事業ポートフォリオ変革のあり方について、**考えられる選択肢を広く比較検討**  
(例) ✓ 恵比寿・札幌を中心に複数の物件を保有・管理するサッポロ不動産開発株式会社への外部資本導入や物件売却  
✓ 株主様からご提案いただいた税制適格スピンオフ
- ・ **今後検討の精度をより高めるために幅広い戦略パートナー候補から不動産事業の価値を高めるための具体的な提案等を受ける**  
→ 本年9月中旬を目途に外部からの提案募集を開始予定

### その他

- ・ 食品飲料事業での構造改革推進や酒類事業とのシナジー追求をはじめとする将来の姿に関する検討
- ・ 各事業戦略シナリオを着実かつ効果的に推進する上で最適な組織形態や機関設計のあり方に関する検討
- ・ 事業戦略の推進を担う人財がより生産性高く、変革を断行できる組織文化の醸成に向け、専門家を起用した経営基盤の強化

⇒ 今後四半期の決算発表時に検討状況等を適宜お伝えし、重要な事項は時期を問わず適時適切に開示

# 決算概要

# 2024年Q2 決算ハイライト



(億円)	2023 Q2 実績	2024 Q2 実績	増減	増減率
売上収益	2,385	2,477	91	3.8%
売上収益（酒税抜き）	1,846	1,934	89	4.8%
海外売上収益	574	614	40	7.0%
EBITDA	135	140	5	3.9%
事業利益 <small>（売上収益－売上原価－販管費）</small>	35	35	0	1.1%
事業利益率	1.5%	1.4%	-	-
その他の営業収益・費用	▲63	41	104	-
営業利益	▲28	76	104	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	▲51	61	112	-

# 2024年Q2 決算ハイライト



SAPPORO

(億円)	2023 Q2 実績	2024 Q2 実績	増減	増減率
<b>売上収益</b>	<b>2,385</b>	<b>2,477</b>	<b>91</b>	<b>3.8%</b>
酒類事業	1,725	1,810	85	4.9%
国内酒類	1,211	1,250	39	3.2%
海外酒類	422	461	39	9.3%
外食	92	98	7	7.1%
食品飲料事業	554	553	▲1	▲0.2%
国内食品飲料	424	420	▲4	▲0.9%
海外飲料	130	133	3	2.1%
不動産事業	106	113	8	7.2%
その他	1	1	▲0	▲4.3%

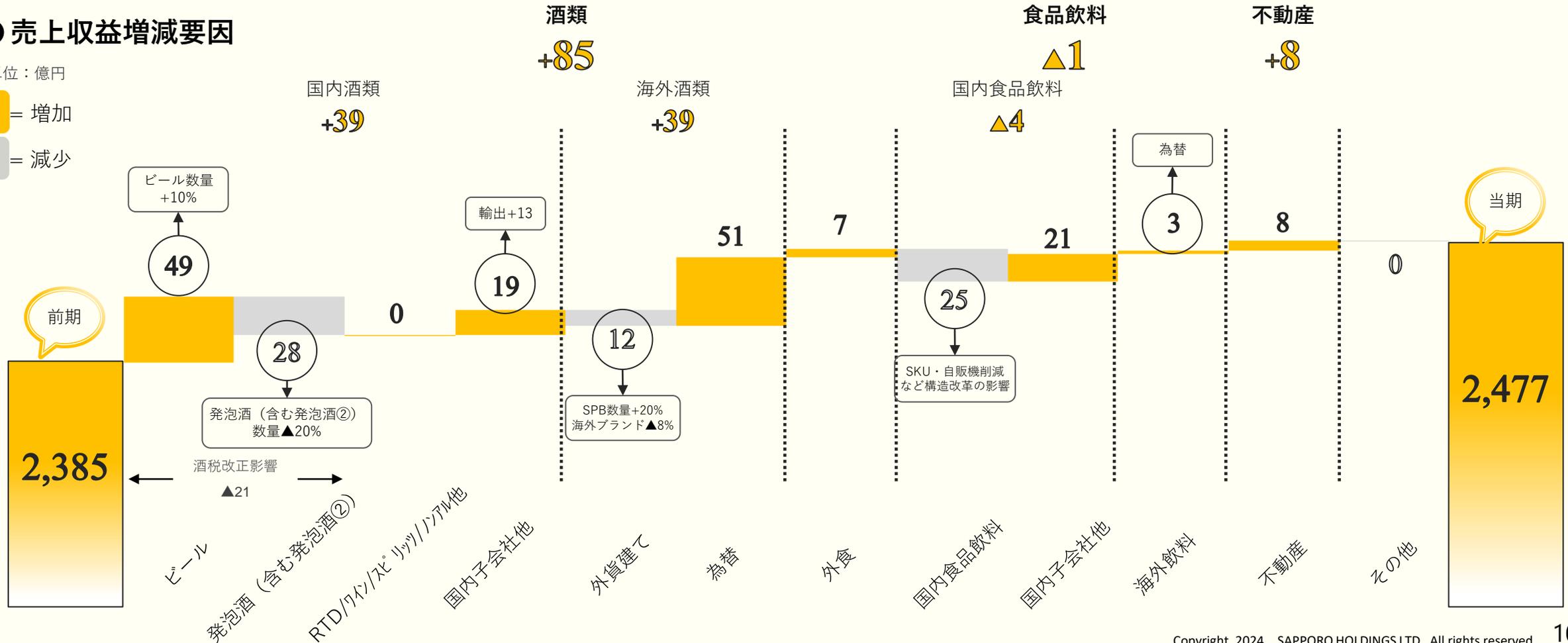
(億円)	2023 Q2 実績	2024 Q2 実績	増減	増減率
<b>事業利益</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>0</b>	<b>1.1%</b>
酒類事業	50	54	4	8.0%
国内酒類	45	52	7	16.5%
海外酒類	▲3	▲7	▲4	-
外食	8	8	0	0.5%
食品飲料事業	5	2	▲3	▲55.2%
国内食品飲料	▲2	▲1	1	-
海外飲料	7	3	▲3	▲49.5%
不動産事業	19	24	5	25.6%
その他・全社	▲39	▲45	▲6	-

## 構造改革を進めている国内食品飲料事業を除き、すべての事業で増収 ビール好調の国内酒類が増収のドライバー

### 売上収益増減要因

単位：億円

■ = 増加  
■ = 減少

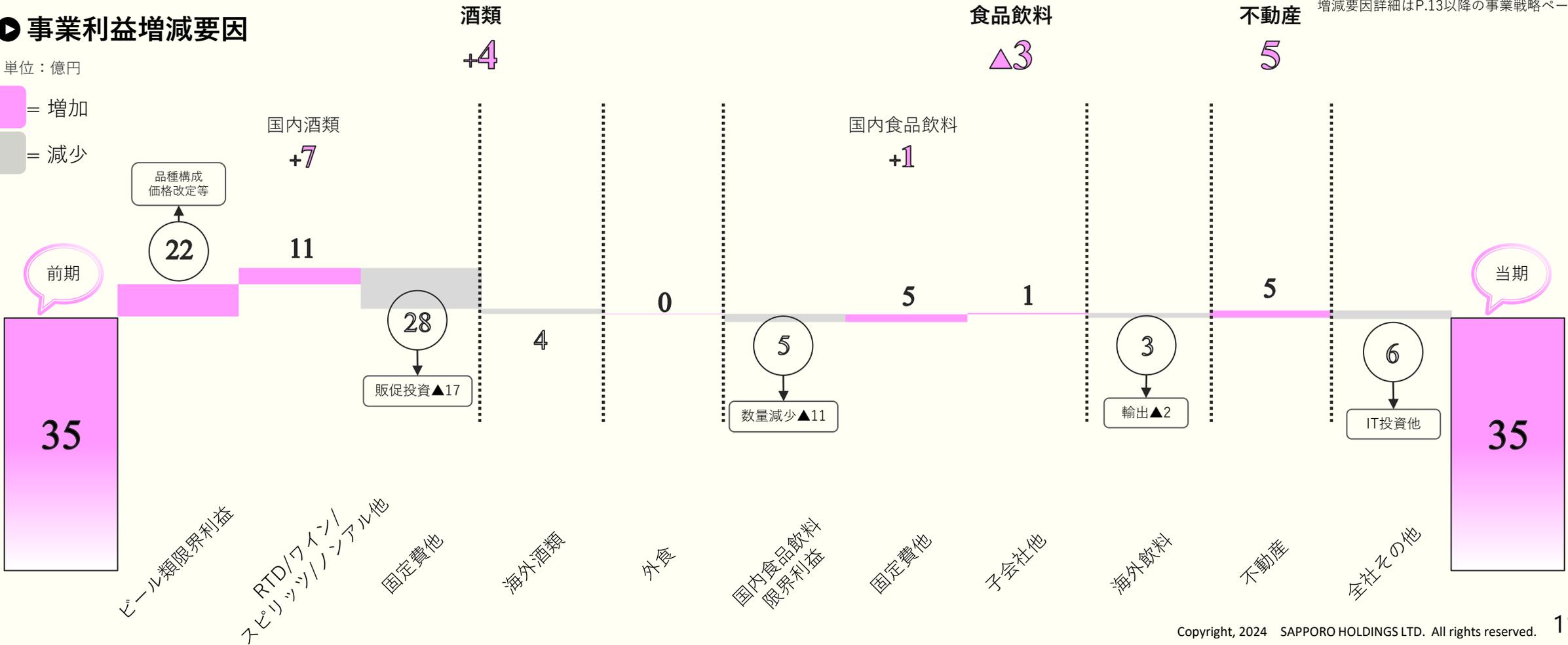


将来成長に向けた投資を行うものの、増収効果が寄与し前年並みを確保  
 ビール好調に伴うビール類の限界利益改善効果が利益貢献

## 事業利益増減要因

単位：億円

■ = 増加  
 ■ = 減少

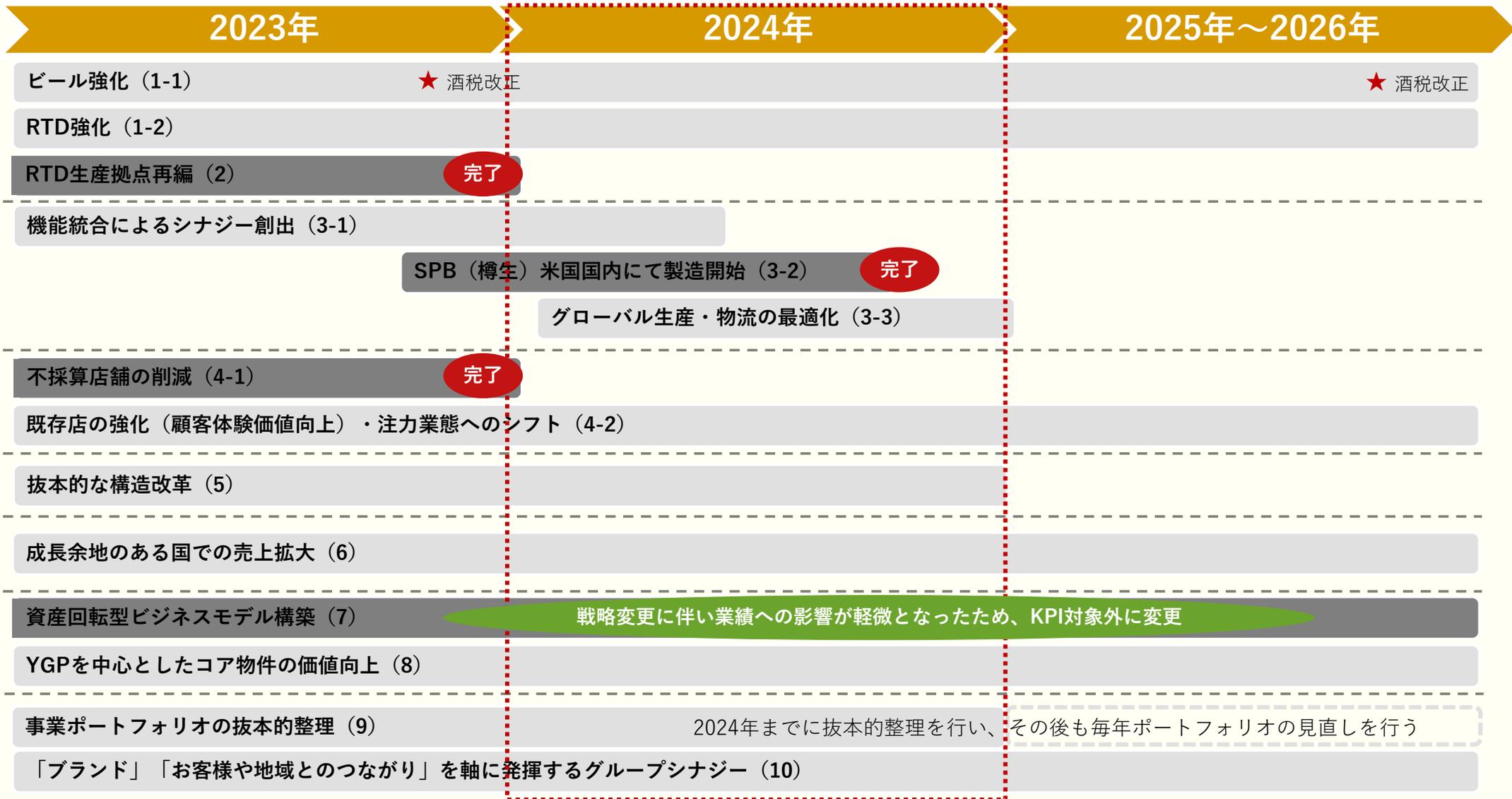


# 事業戦略：アクションプラン



P.13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



## 国内酒類

売上収益：1,250億円（前年比+39億円、+3.2%）

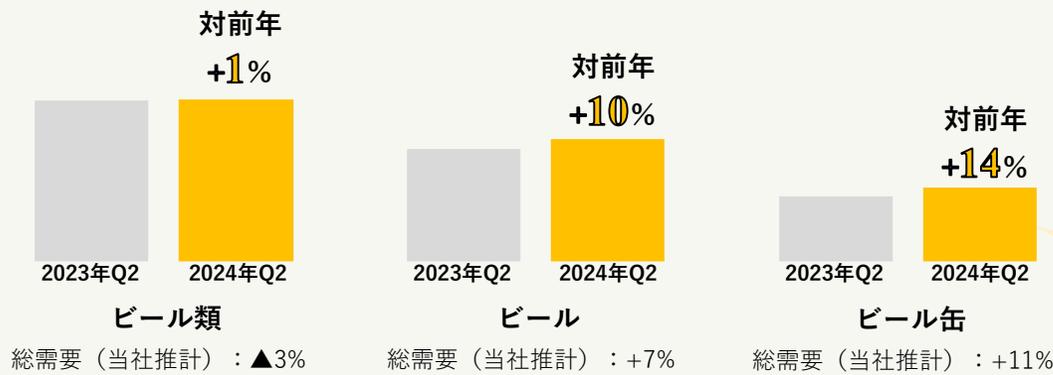
事業利益：52億円（前年比+7億円、+16.5%）

### ● 事業利益増減要因



黒ラベル缶を中心にビール好調が継続、ビールへの販促投資を一層拡大しているものの、限界利益率改善効果が寄与し増益

### ● ビール強化（1-1）：黒ラベルの好調継続、市場を上回り順調に伸長



- ✓ **ビール構成比 76%** (当社推計)  
 2024年：市場ビール構成比54%  
 2023年：市場ビール構成比49%  
 収益性の高いビール構成比の増加が継続
- ✓ **ビール類酒税抜き売上単価 対22年+16%**  
 ミックス改善・価格改定により改善

顧客接点の拡大、新規顧客の獲得等により、  
**黒ラベル缶、エビス缶ともに前年越え**



### ● RTD強化（1-2）：濃いめのレモンサワーは好調継続だが、全体では微増に留まり、計画に対してはビハインド

- ✓ **RTD（缶）計 対22年+11%**（売上金額ベース） 参考）対前年+2%

上期は前年越えだが、総需要を下回る水準となった  
 濃いめのレモンサワーを中心にリカバリーを図る



- ✓ **自社製造比率 96%**（通期計画88%を大きく上回る水準）

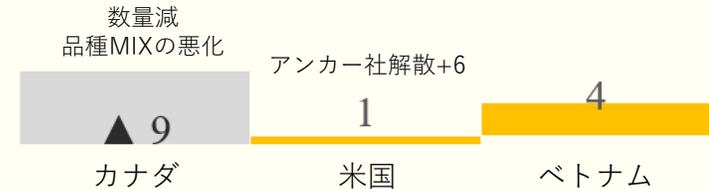
2023年10月仙台工場のRTD製造ラインが稼働開始後、着実に自社製造比率が向上

## 海外酒類

売上収益：461億円（前年比+39億円、+9.3%）

事業利益：▲7億円（前年比▲4億円）

### ● 事業利益増減要因



サッポロブランドは米国・APACを中心に成長継続、カナダおよび米国クラフト市場が想定より軟調で減益

### ● 市場概況

 ビール市場は昨夏よりインフレ影響により軟調が継続  
低価格帯へのシフトも見られる

 クラフト市場はインフレ影響により軟調が継続

 景気低迷や飲酒運転罰則強化により縮小傾向

### ● サッポロブランドの成長：サッポロブランド数量は米国およびAPACにて着実に成長を継続

✓ サッポロブランド数量 対前年+20%（売上数量ベース）

北米 +7%  
その他地域 +40%



#### 米国での取り組み

新営業体制による間口拡大（営業シナジー）  
SPB取扱店舗が12%拡大  
今後も拡大の余地がある

#### その他地域での取り組み

ベトナム：SPBリニューアルによりOff市場の間口・奥行増  
APAC：カールスバーグ社とのアライアンス国を中心に拡大  
（対象3か国\*は前年比で約2.9倍に）\*香港、シンガポール、マレーシア

### ● Stone社とのシナジーの状況（3-1~3）

#### Stoneブランドの状況

クラフト市場の想定以上のダウントレンドにより苦戦が続く

#### 製造物流シナジーの状況

製造移管スケジュールに若干の遅れがあり、  
生産効率やオペレーション面においても課題がある状況



#### 米国の採算改善が最重要課題：以下の取り組みを実行し、改善を図る

SPBの成長加速：米系チェーンの取り組み強化

Stoneブランドのリカバリー：Coreブランドに集中投資しリカバリーを図る

製造物流シナジーの最大化：生産効率やオペレーションの課題を解消する

## 外食

売上収益：98億円（前年比+7億円、+7.1%）

事業利益：8億円（前年比+0億円、+0.5%）

既存店舗の客数・客単価が向上し増収増益、想定通り順調に進捗

● 既存店の強化（顧客体験価値向上）・注力業態へのシフト（4-2）：店舗数は横ばいだが、既存店舗の客数・客単価が向上

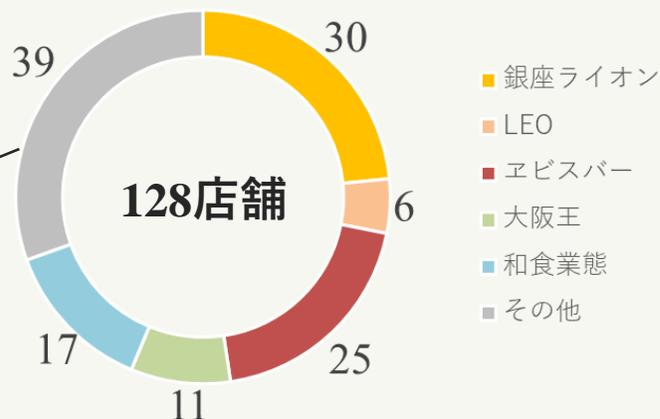
### SLN社既存店売上実績（前年比）

(前年比)	1月	2月	3月	4月	5月	6月
売上高	119%	118%	110%	106%	103%	108%
客数	113%	112%	105%	103%	99%	103%
客単価	105%	105%	105%	103%	104%	105%

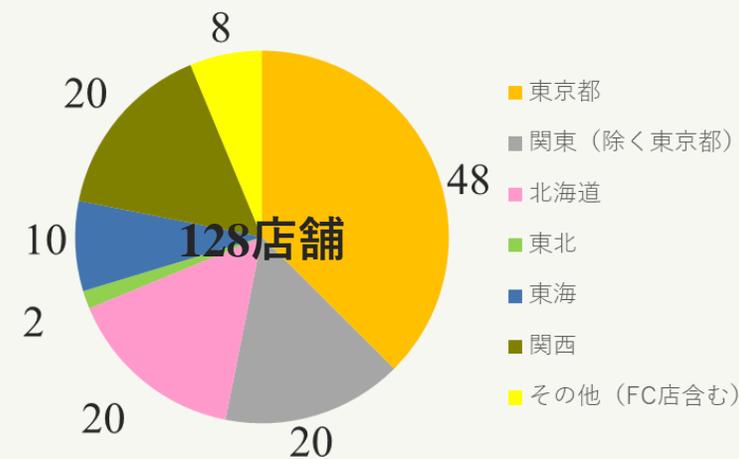
### 外食事業の売上収益と店舗数の推移（1~6月累計）



店舗数\_業態構成比



店舗数\_地域別構成比



# 事業戦略：食品飲料事業

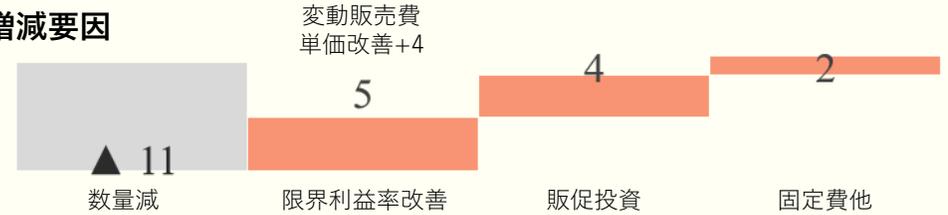


## 国内食品飲料

売上収益：420億円（前年比▲4億円、▲0.9%）

事業利益：▲1億円（前年比+1億円）

### ● 事業利益増減要因

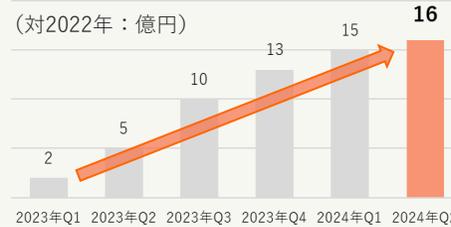


商品改廃や不採算自販機の見直し等により数量は減少しているが、変動販売費単価改善等の構造改革が着実に進捗し増益

### ● 抜本的な構造改革 (5)

#### ✓ 構造改革の状況

変動販売費単価改善 対前年+4億円



#### 2023年より実施してきたコスト構造改革の取り組み

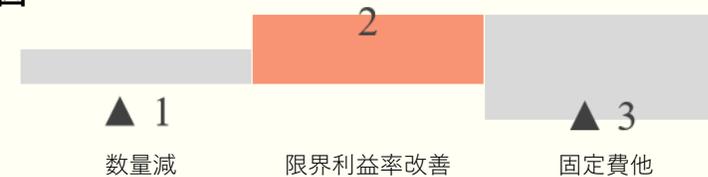
- ・SKU削減による廃棄金額の減少 +3億円
- ・自販機不採算コラム削減 +7億円
- ・変動販売費単価改善 +6億円

## 海外飲料

売上収益：133億円（前年比+3億円、+2.1%）

事業利益：3億円（前年比▲3億円、▲49.5%）

### ● 事業利益増減要因



注力するマレーシアは好調だが、輸出の減少により減益

### ● シンガポール

CVS, ECは好調であるものの、インフレ影響等により微減

✓ シンガポール売上金額 対前年▲1%

（現地通貨売上金額ベース）

### ● マレーシア

販売体制強化により、売上拡大

✓ マレーシア売上金額 対前年+27%

（現地通貨売上金額ベース）

### ● 輸出

昨年発生した一部取引先の販売停止の影響で減収

✓ 輸出売上金額 対前年▲42%

（現地通貨売上金額ベース）

## 不動産

売上収益：113億円（前年比+8億円、+7.2%）

事業利益：24億円（前年比+5億円、+25.6%）

EBITDA：54億円（前年比+8億円）

### ● 事業利益増減要因

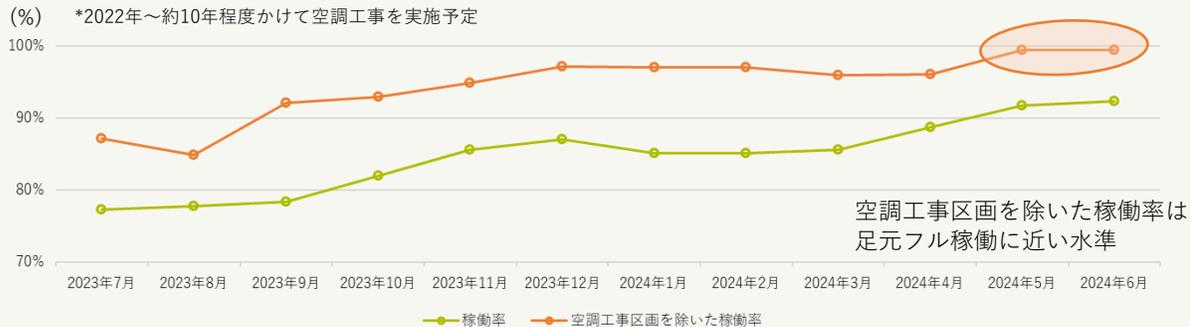


札幌ホテル開業に伴う一時コスト等の影響はあるものの、YGPの稼働率改善等により増益

### ● 物件価値向上の取り組み（恵比寿エリア）

#### YGPオフィス稼働率推移

空調工事\*により稼働率は低下しているが、前年より向上、計画並みの稼働率で推移



#### 恵比寿ガーデンプレイス センタープラザ（オフィス） 「CASBEE-ウェルネスオフィス評価認証」最高位 S ランクを取得

恵比寿ガーデンプレイス内でのSランクの取得は、2023年8月のオフィスタワーでの取得に次ぐ2例目



### ● 物件価値向上の取り組み（札幌エリア）

#### 創成クロス 8/1開業

札幌市中央区に新たなオフィス・商業ビル「創成クロス」を開業  
オフィスフロアはすべての区画がリーシング完了



# 事業戦略：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)

		Q2実績			通期			中計目標
		2022年Q2	2023年Q2	2024年Q2	2022年	2023年	2024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)	64%	70%	76%	68%	73%	79%	79%
	利益率改善：酒税抜き売上単価 (1-1)	-	+12% (22年比)	+16% (22年比)	-	+9% (22年比)	+11% (22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)	-	+9% (22年比)	+11% (22年比)	-	+19% (22年比)	+31% (22年比)	+74% (22年比)
	生産効率化：自社製造比率 (2)	69%	62%	96%	73%	63%	88%	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)	323万函	349万函	419万函 (対前年+20%)	661万函	716万函	809万函 (対前年+13%)	1,000万函
	コストシナジー (3-1~3) ※1	-	\$1.5M	\$5M	-	\$4M	\$11M	\$23M (22年比)
国内食品飲料	<b>コスト構造改革 (5)</b>	-	5億円	16億円 (対前年3億円)	-	13億円	20億円 (対前年7億円)	20億円 (22年比)
海外飲料	<b>売上拡大</b> 海外売上金額 (6) ※2 OEM除く	-	+7% (22年比)	▲3% (22年比)	-	+2.8% (22年比)	+7.6% (22年比)	+30% (22年比)
不動産	<b>YGPの価値向上</b> 平均賃料単価増加率 (8)	-	-	-	-	+0.5% (22年比)	+2.8% (22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>	-	4億円 (22年比)	17億円 (22年比)	-	11億円 (22年比)	-	-

# 参考資料

	財務指標						
	Q2実績			通期			中計目標
	2022年Q2	2023年Q2	2024年Q2	2022年	2023年	2024年計画	2026年目標
ROE	-	-	-	3.3%	5.0%	5.5%	8.0%
(目安) 事業利益 ※	▲22億円	35億円	35億円	93億円	156億円	190億円	250億円
EBITDA 年平均成長 (CAGR)			33.3%			16.7%	10%程度
(目安) EBITDA ※	79億円	135億円	140億円	299億円	360億円	407億円	500億円
海外売上収益 年平均成長 (CAGR)			19.3%			10.3%	10%程度
(目安) 海外売上収益 ※	431億円	574億円	614億円	1,022億円	1,196億円	1,244億円	1,400億円

2026年目標は中計策定時より変更しておりません

# 事業利益率の状況



	事業利益率						
	Q2実績			通期			中計目標
	2022年Q2	2023年Q2	2024年Q2	2022年	2023年	2024年計画	2026年目標
国内酒類	0.1%	3.7%	4.2%	3.5%	5.3%	5.7%	5.7%
海外酒類	0.7%	▲0.8%	▲1.5%	▲0.4%	▲0.3%	1.1%	6.2%
外食	▲13.3%	8.8%	8.3%	▲3.3%	10.5%	8.8%	5.0% <small>(2024年の利益水準維持を目指す)</small>
国内食品飲料	▲3.2%	▲0.5%	▲0.3%	0.9%	2.3%	2.4%	3.8%
海外飲料	5.9%	5.1%	2.5%	3.6%	▲2.2%	4.6%	5.0%
不動産 ※	2.2%	1.9%	2.1%	4.9%	4.7%	4.7%	5.7%

2026年目標は中計策定時より変更しておりません

※EBITDAベースのROA

# 財政状態計算書の状況



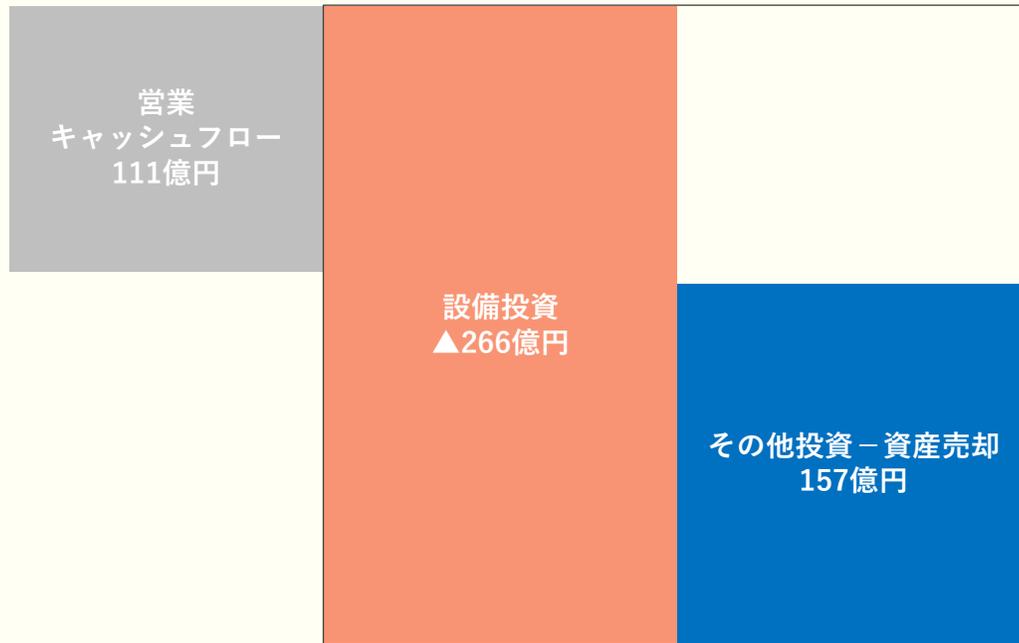
(億円)

資産	2023期末	2024Q2	増減
現預金	172	202	30
営業債権	980	883	▲97
棚卸資産	476	512	36
流動資産その他	136	112	▲23
固定資産及び無形資産	1,527	1,636	109
投資不動産	2,112	2,224	113
のれん	351	375	24
非流動資産その他	883	946	64
資産合計	6,636	6,890	255

負債・純資産	2023期末	2024Q2	増減
営業債務	387	383	▲4
短期金融負債	397	582	185
流動負債その他	1,128	1,021	▲107
長期金融負債	1,829	1,706	▲124
退職給付に係る負債	34	33	▲1
非流動負債その他	1,028	1,122	95
負債合計	4,803	4,846	43
親会社所有持分	1,823	2,034	211
非支配持分	9	10	1
資本合計	1,832	2,044	212
負債・資本合計	6,636	6,890	255
ネットD/Eレシオ (倍)	1.1	1.0	—
金融負債残高	2,226	2,287	61

# キャッシュフローの状況

(億円)	2023Q2 実績	2024Q2 実績	増減	増減率
営業活動によるCF	246	111	▲ 135	▲ 55.0%
投資活動によるCF	▲ 89	▲ 109	▲ 20	—
フリーCF	156	2	▲ 155	—
財務活動によるCF	▲ 157	3	160	—



キャッシュイン  
111億円

キャッシュアウト  
▲109億円

<投資金額 (①+②)> ▲109 億円

① 設備投資 (支払ベース) : ▲266 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 : ▲91億円  
国内 : ▲57億円 海外 : ▲34億円
- ・食品飲料 : ▲16億円  
国内 : ▲8億円 海外 : ▲7億円
- ・不動産 : ▲150億円  
恵比寿スクエア他
- ・全社 : ▲8億円

② その他投資-資産売却 : 157 億円  
(固定資産売却、株式売却他)

政策保有株式4銘柄縮減 (売却額 : 87億円)

# 酒類事業データ



## 国内酒類

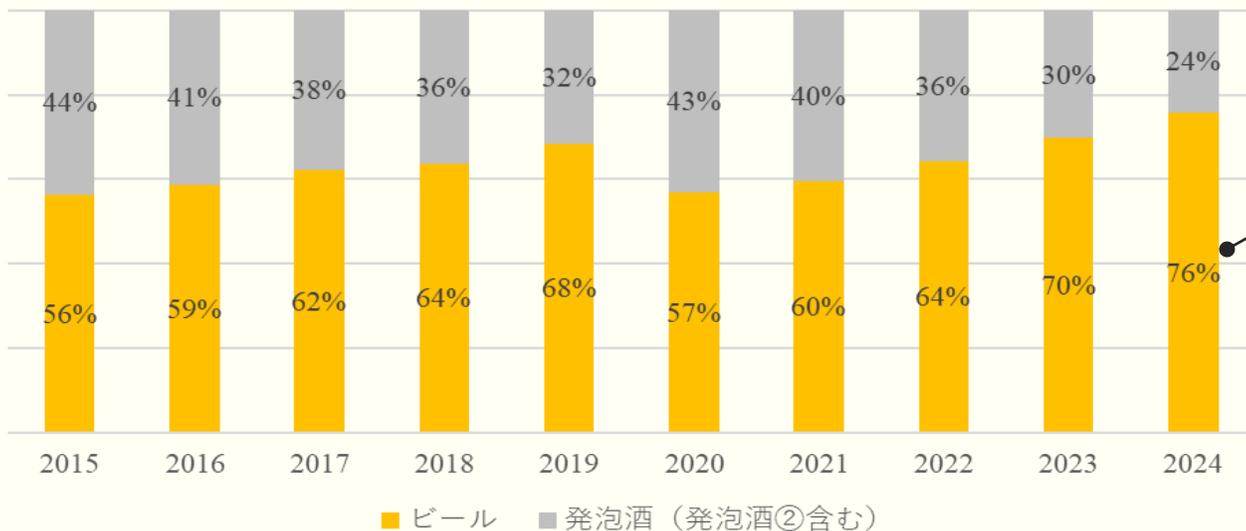
(万箱 ※1)

国内酒類 売上数量 (※2)	2023Q2	2024Q2	前期比
①ビール計	1,262	<b>1,384</b>	9.6%
黒ラベル計	689	<b>782</b>	13.6%
エビス計	265	<b>259</b>	▲2.2%
②発泡酒計 (含む発泡酒②)	549	<b>441</b>	▲19.7%
ビールテイスト合計 (①+②)	1,811	<b>1,825</b>	0.8%

※1：大瓶換算

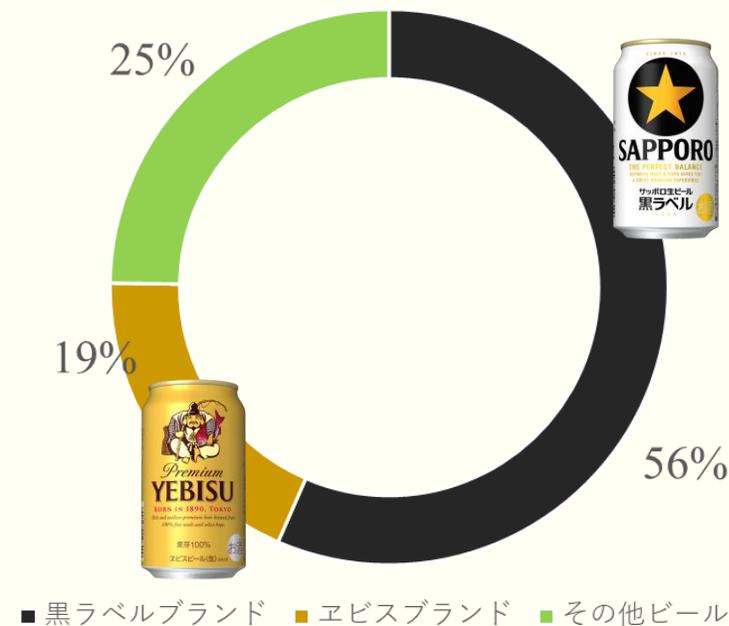
※2：ビール酒造組合での合意により、国内ビール類の売上数量実績は、第2四半期及び第4四半期のみ開示しております。

<ビール構成比10年推移> (1~6月累計)



<ビールカテゴリー 売上数量構成比>

(1~6月累計)



# 酒類事業データ



## 国内酒類

(億円)

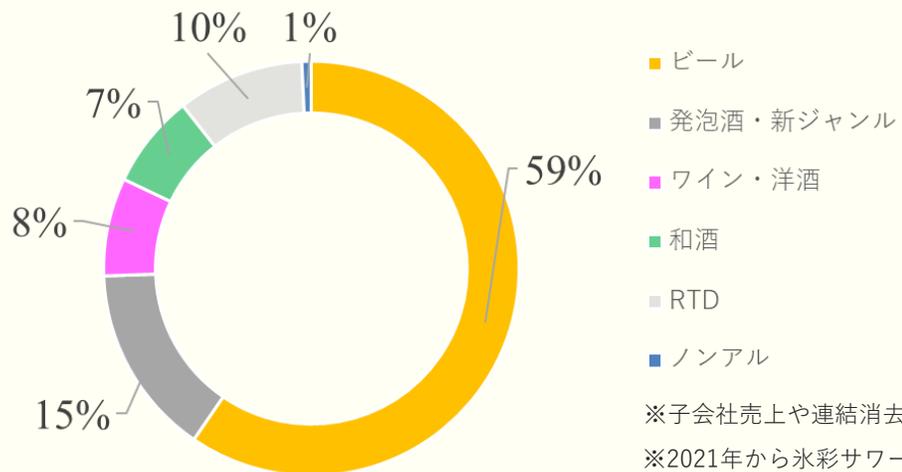
国内酒類 売上金額	2023Q2	2024Q2	前期比
ビール	708	<b>757</b>	6.9%
発泡酒 (含む発泡酒②)	217	<b>189</b>	▲13.1%
<b>ビールテイスト合計</b>	<b>925</b>	<b>945</b>	2.2%
RTD	124	<b>125</b>	1.5%
国産ワイン	16	<b>11</b>	▲34.7%
輸入ワイン	30	<b>28</b>	▲8.3%
ワイン計	46	<b>38</b>	▲17.6%
スピリッツ (洋酒・焼酎)	144	<b>151</b>	5.2%
<b>合計</b>	<b>1,239</b>	<b>1,260</b>	1.8%

## <事業別 売上金額 推移> (1~6月累計)

(億円)



## <売上金額 事業別構成比> (1~6月累計)

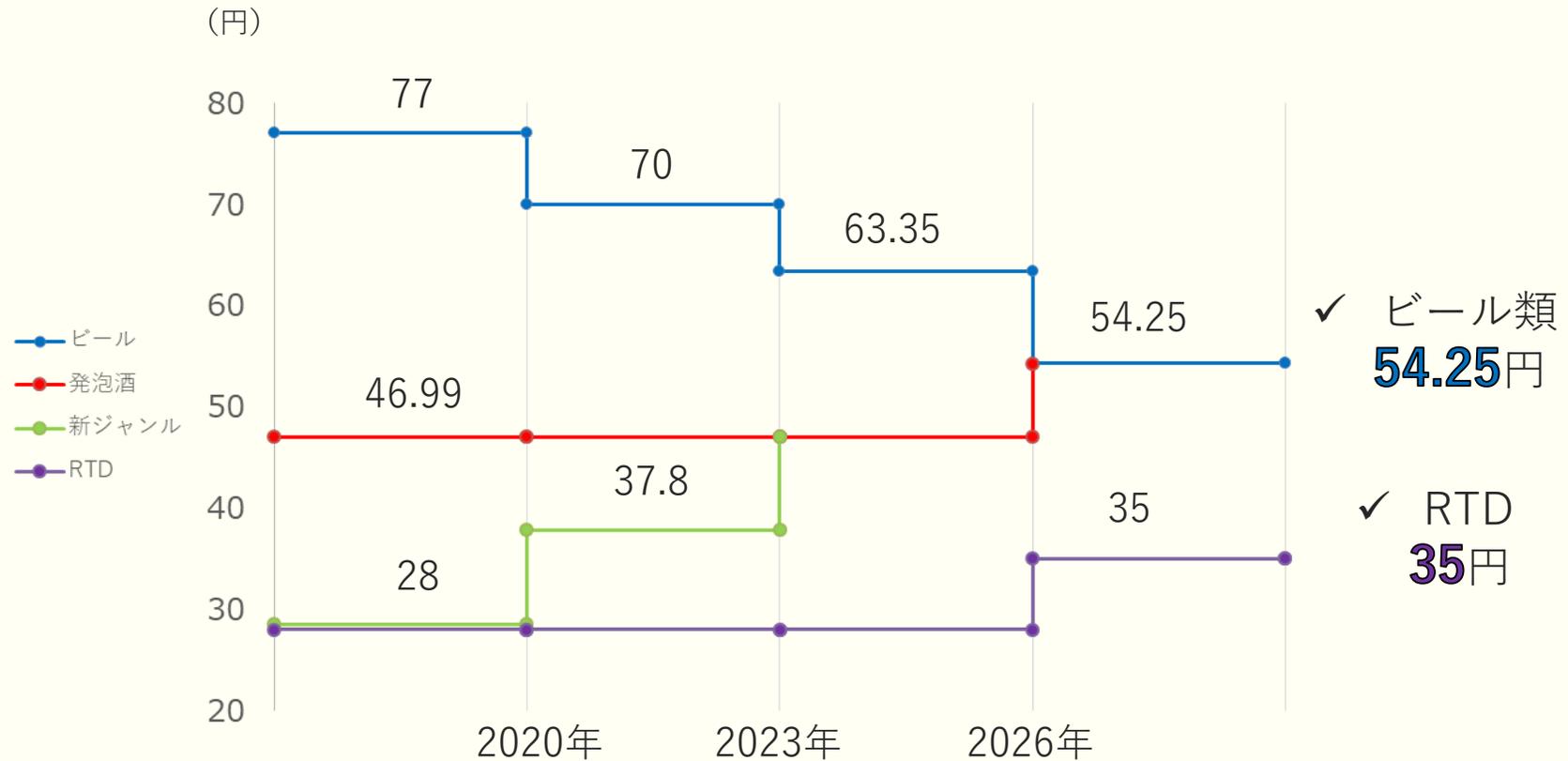


※子会社売上や連結消去、リベート控除を除く  
 ※2021年から氷彩サワー+99.99樽は洋酒→RTDへ組替



## 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)

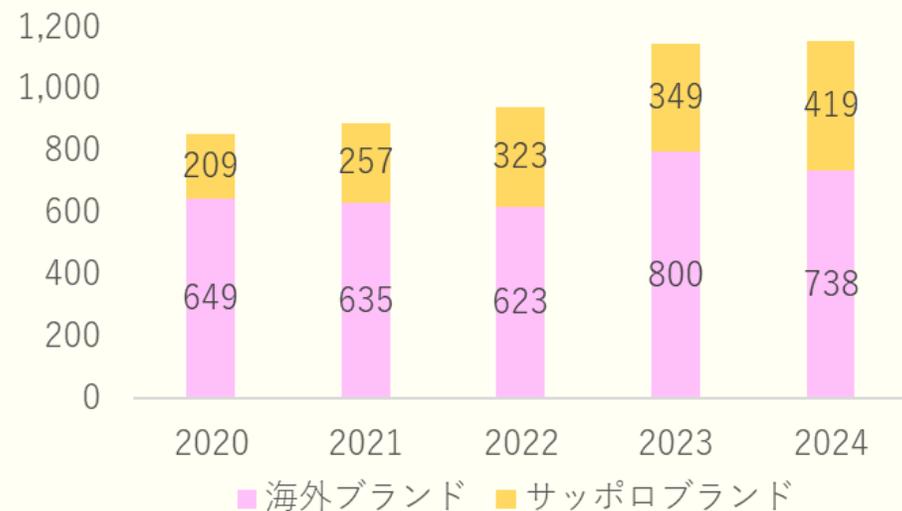
海外ビール類 売上数量	2023Q2	2024Q2	前期比
海外ブランド (※1)	800	<b>738</b>	▲7.7%
サッポロブランド	211	<b>226</b>	7.2%
①北米	1,011	<b>964</b>	▲4.6%
サッポロブランド	138	<b>193</b>	40.0%
②その他地域	138	<b>193</b>	40.0%
合計 (①+②)	1,148	<b>1,157</b>	0.8%
サッポロブランド合計	349	<b>419</b>	20.2%

※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)

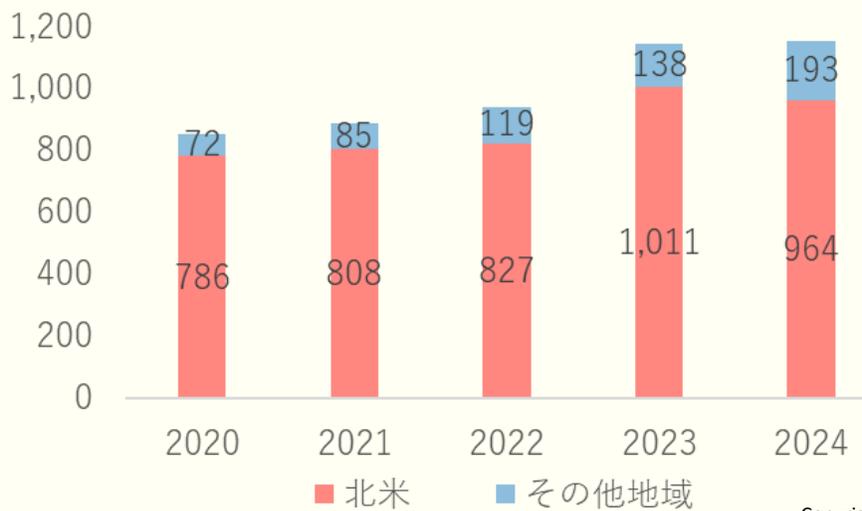
(1~6月累計)



### <海外ビール エリア別 売上数量 推移>

(万函/大瓶換算)

(1~6月累計)



# 食品飲料事業データ



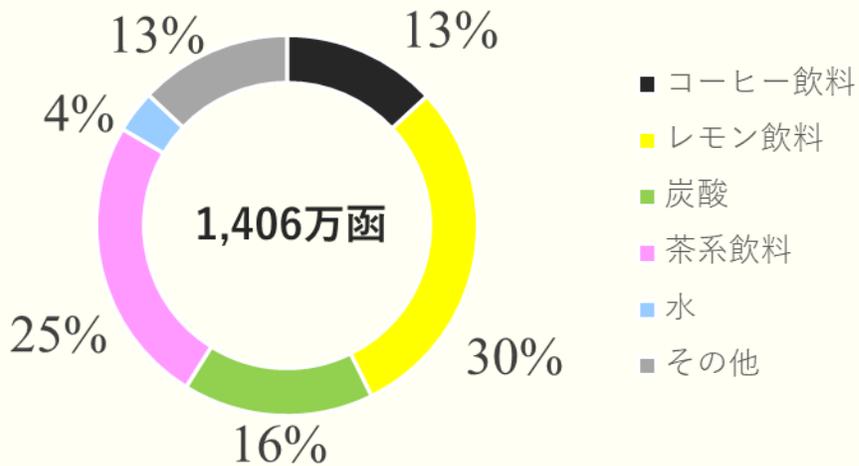
## 国内食品飲料

(億円)

国内食品飲料 売上金額 (※1)	2023Q2	2024Q2	前期比
飲料水	265	254	▲4.5%
食品 (レモン・スープ・プランツミルク)	137	124	▲9.4%

※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>  
国内飲料ジャンル別売上数量 構成比 (1~6月累計)



## 海外飲料

(百万SGD)

海外飲料 売上金額 (※2)	2023Q2	2024Q2	前期比
シンガポール	76	76	▲1.2%
マレーシア	12	15	27.4%
輸出	30	17	▲42.3%

※2: OEM除く、リベート控除前

### 【コーヒー飲料】

✓ 前年同期比▲16%  
(売上数量)



### 【茶系飲料】

✓ 前年同期比▲5%  
(売上数量)



### 【レモン飲料】

✓ 前年同期比+6%  
(売上数量)



### 【水】

✓ 前年同期比▲7%  
(売上数量)



### 【炭酸飲料】

✓ 前年同期比▲18%  
(売上数量)



### 【その他】

✓ 前年同期比▲22%  
(売上数量)

# 不動産事業データ



## 不動産

### < 主要物件概要・稼働率 : (1~6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	88	地下5階 地上40階建
銀座プレイス	645	7,350	100	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)

	2023 Q2	2024 Q2	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	15	22	7
賃貸運営	8	7	▲1
札幌	2	0	▲2
エクイティ他	▲5	▲5	0
合計	19	24	5

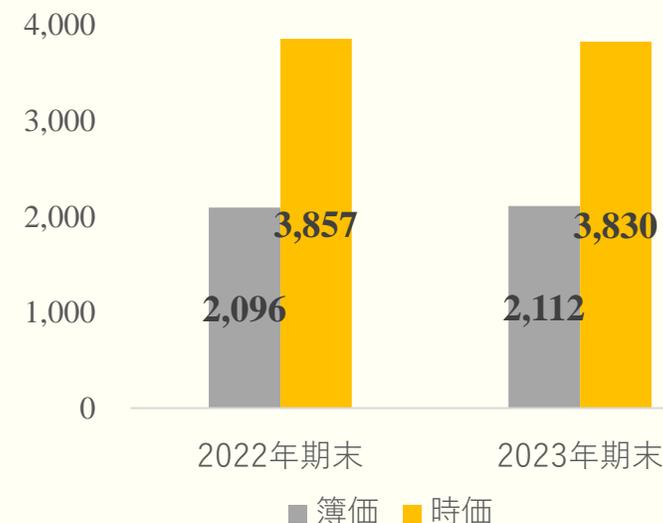
### < EBITDAの内訳 >

(億円)

	2023 Q2	2024 Q2	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	33	42	9
賃貸運営	10	11	0
札幌	5	3	▲2
エクイティ他	▲2	▲1	1
合計	46	54	8

### < 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。