



2021年度 第3四半期決算説明資料

※資料中、会社名の記載については以下の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

2021年11月5日

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

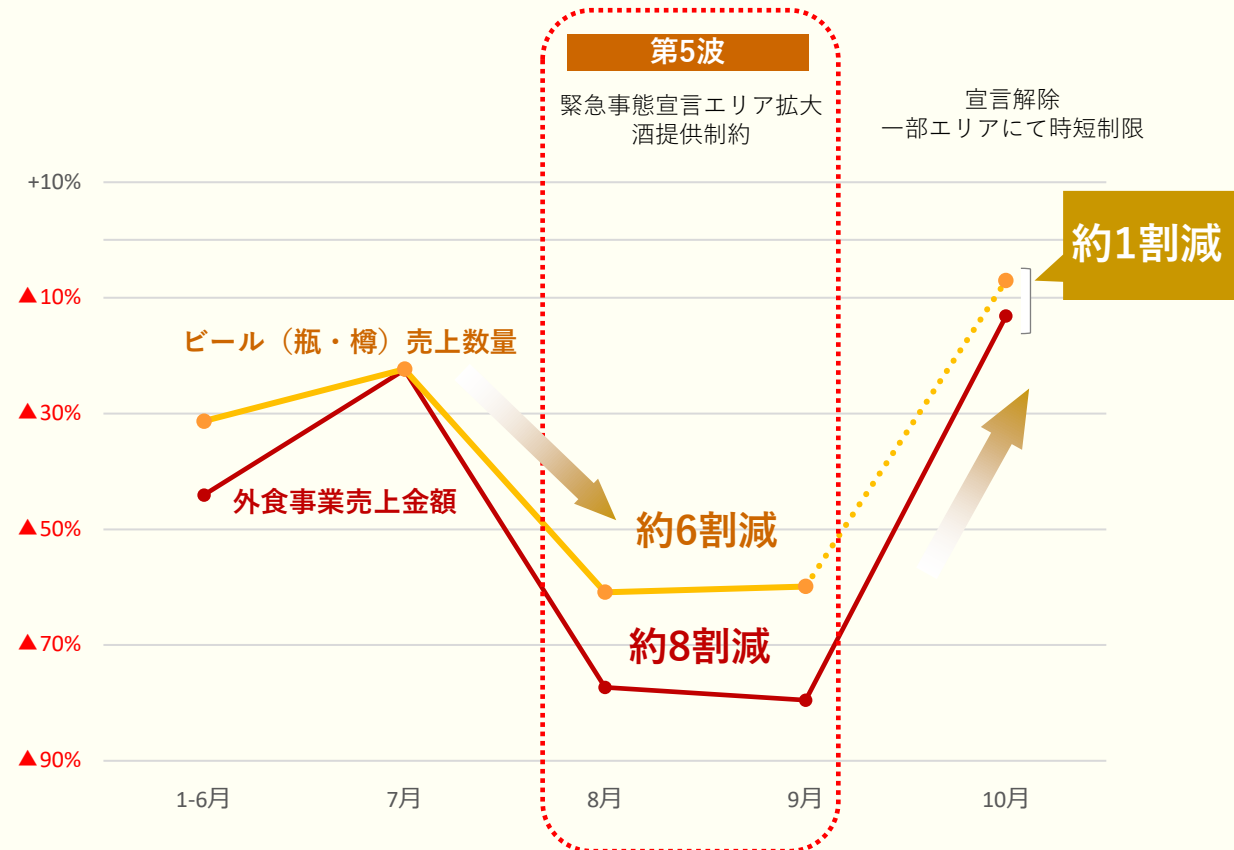
| | |
|-----------------------|------------|
| 1. 3 Q決算のポイントと通期業績見通し | ・・・P 3 |
| 2. 3 Q決算概要 | ・・・P4～P22 |
| 3. 参考資料 | ・・・P23～P35 |

3Q決算のポイント（SB社 業務用ビール、外食事業の状況）と通期業績見通し

<SB社 業務用ビール、外食事業の3Q実績と足元の状況>

- 緊急事態宣言に伴う酒類提供制限が酒類事業の最盛期売上へ想定以上の影響を及ぼした。一方、10月以降は宣言解除に伴い外食市場は急回復している。

<ビール（瓶・樽）売上数量、外食事業売上金額 前年同月比>



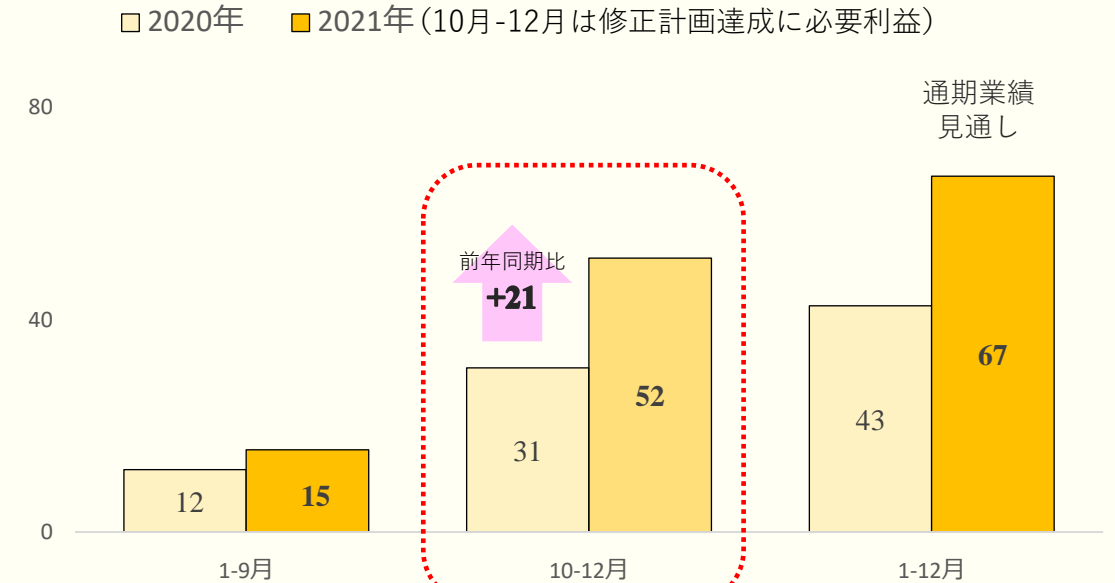
<通期業績見通し*> 変更なし

事業利益計画達成*に向けて

→10-12月で対前年 +21億円 の増益が必要。

<事業利益（前年対比）>

（億円）



*8月6日発表
通期業績見通し／修正利益計画

*サッポロライオン社売上単純合算速報値より算出

決算概要

2021年度 第3四半期の振り返り: 成果

- ビール缶、レモン商品、プランツミルクは堅調に推移
RTD、北米サッポロブランドは力強く伸長

黒ラベル (缶)
売上数量



前年同期比+14%

エビスブランド (缶)
売上数量



前年同期比+4%

RTD
売上数量



前年同期比+56%

北米サッポロブランド
売上数量



前年同期比+28%

レモン飲料・食品
売上金額



前年同期比+10%

プランツミルク
売上金額



前年同期比+6%

2021年度 第3四半期の振り返り: 成果

● 構造改革の進捗

◆外食事業 損益分岐点改革への取り組み進捗

閉店と低コスト業態の出店を同時に行い、損益分岐点引き下げに向けた「店舗ポートフォリオ入替」が進む

→19年比70%程度の売上で黒字化できる収益構造の確立

<外食事業店舗数推移>

単位：店舗



() 不採算店舗の閉店数

◆3Q保有物件売却状況



保有不動産売却（複数物件）により

約**354**億円 キャッシュ化

約**231**億円 含み益実現

◆早期退職優遇制度実施による効果 (対2020年比)

(億円)

| | SB社 | PS社 | SLN社 | 合計 |
|--------------|-----|-----|------|-----|
| 事業利益影響額 | | | | |
| 2021年3Q（実績） | +6 | +5 | +4 | +16 |
| 2021年通期（見込み） | +8 | +8 | +6 | +21 |
| 2022年以降（見込み） | +10 | +11 | +7 | +28 |

2021年度 第3四半期の振り返り: 課題

時短営業や酒類提供制限の影響で業務用ビールと外食事業は低迷 市況悪化によりオフィス稼働率低下

ビール（瓶・樽）
売上数量



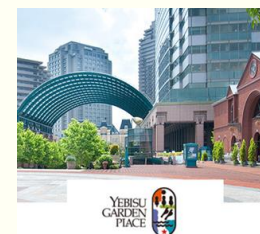
前年同期比 **▲37%**

外食事業
売上金額



前年同期比 **▲50%**

恵比寿ガーデンプレイス
オフィス稼働率



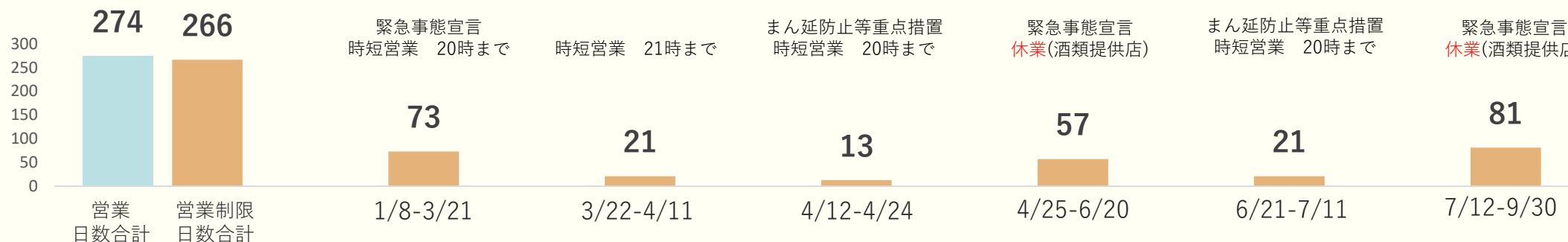
オフィス稼働率 **92%**

（当期平均稼働率）

参考:2021年1月-9月 飲食店における営業制限（東京都）

→外食事業では、営業日のうち、**約97%**（266日/274日）の日数で営業制限（時短営業、休業）を受けている

（単位：日数）



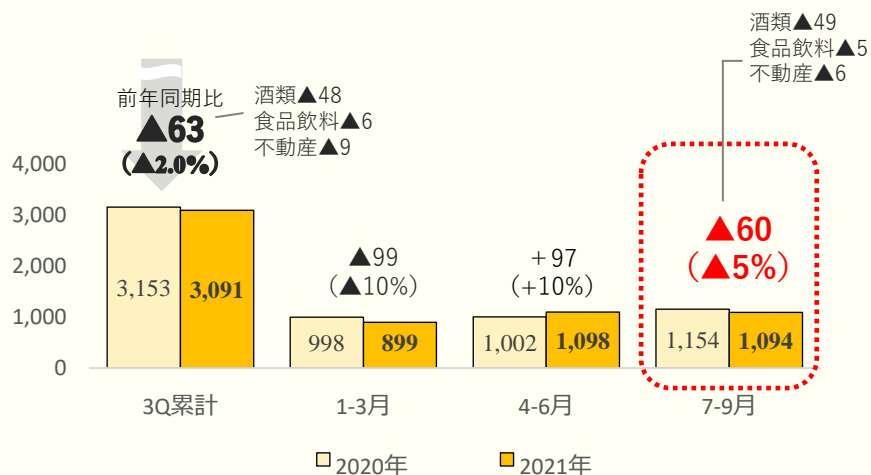
| | (億円) | 2020 3Q 実績 | 2021 3Q 実績 | 増減 | 増減率 |
|---------------------|------|---------------|---------------|-------|-------|
| 売上収益 | | 3,153 | 3,091 | ▲ 63 | ▲2.0% |
| 売上収益（酒税抜き） | | 2,384 | 2,345 | ▲ 39 | ▲1.7% |
| 海外売上収益 | | 489 | 547 | 58 | 11.8% |
| EBITDA | | 184 | 169 | ▲ 15 | ▲8.1% |
| 事業利益（売上収益－売上原価－販管費） | | 12 | 15 | 4 | 31.7% |
| 事業利益率 | | 0.4% | 0.5% | 0.1% | — |
| 営業利益 | | ▲ 20 | 239 | 260 | — |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 | | ▲ 9 | 157 | 167 | — |
| ネットD／Eレシオ（倍） | | 1.3 | 1.1 | ▲ 0.2 | — |

各指標の算出において、金融負債残高にはリース負債の残高は含んでおりません。

2Qまでは回復基調であったが、3Q（7-9月）はコロナ禍の影響を大きく受け減収減益

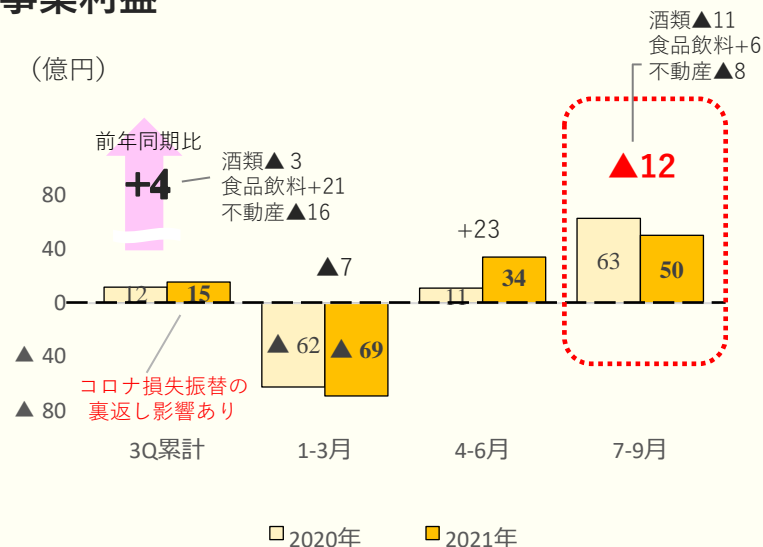
売上収益

(億円)



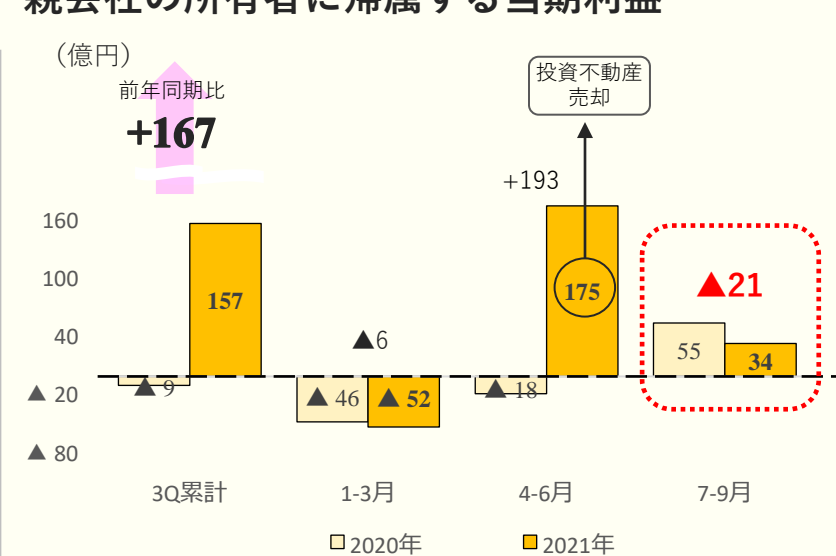
事業利益

(億円)



親会社の所有者に帰属する当期利益

(億円)



- 酒類事業：国内家庭用、海外事業は伸長。一方、業務用ビール売上、外食事業はコロナ禍の影響が拡大。
- 食品飲料事業：レモン商品、プランツミルクが好調に推移。国内飲料はコロナ禍、天候不良で苦戦。
- 不動産事業：市況の悪化、前期一部テナント退去により、オフィス稼働率低下。

- 売上の減少やコロナ損失振替の裏返し（▲18億円）を、昨年来のコスト構造改革効果、徹底したコスト抑制でカバー。3Q累計では増益で進捗。

- 投資不動産の売却等により大幅増益。

ハイライト 外食関連企業の影響

- 依然、外食関連企業の苦戦により全体の利益水準を押し下げている
一方、外食事業は、大幅減収も構造改革効果により前年から改善

事業利益を**外食関連企業**と**それ以外の事業**に分解

<グループ連結：①+②>

引き続き**外食関連企業が苦戦**

(億円)



□ 2020年 ■ 2021年

1-9月

<外食関連企業※除く：①>

<外食関連企業※のみ：②>

構造改革効果やカフェ市場の回復により改善に転じるも**外食関連企業の赤字**は続く

※外食関連企業

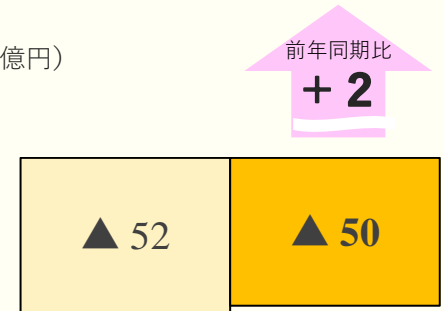
外食事業（サッポロライオングループ）
新星苑 ポッカクリエイト

(億円)



□ 2020年 ■ 2021年
1-9月

(億円)

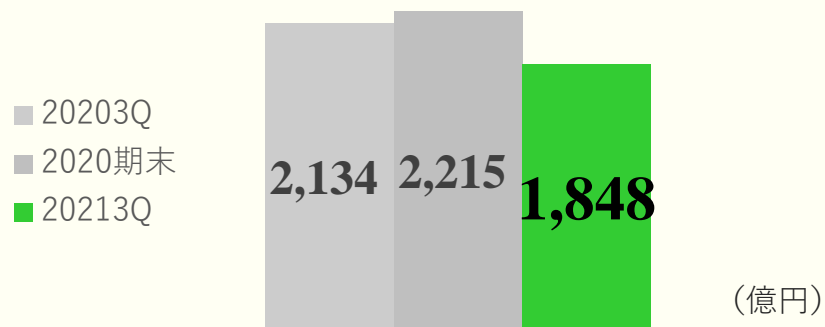


□ 2020年 ■ 2021年

1-9月

前年同期比
+ 2

ネット金融負債残高

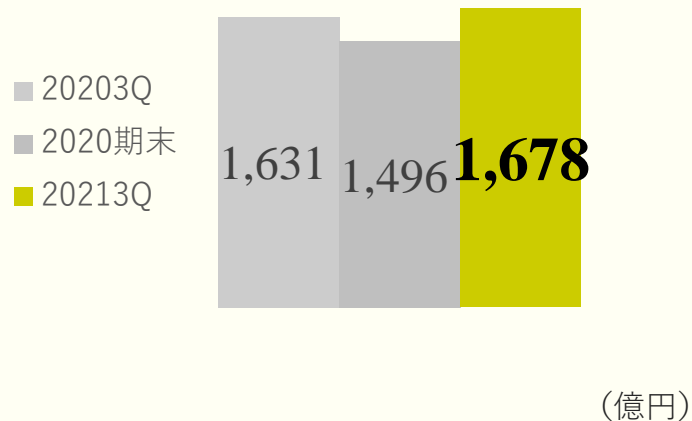


D/Eレシオ
D/E ratio (Net)

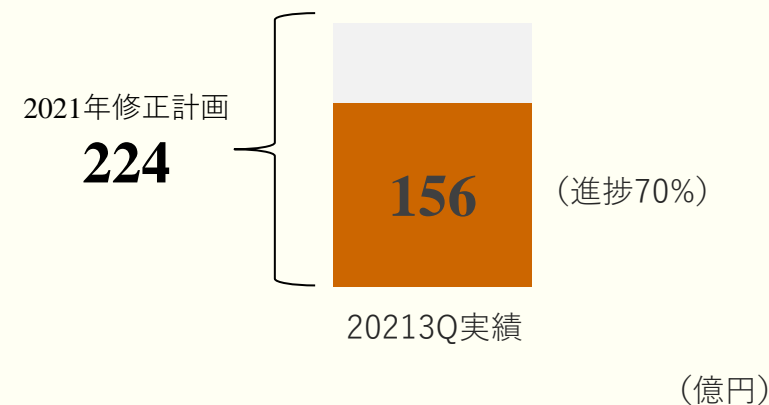
1.1 倍

前年同期比
▲0.2倍

資本



設備投資 (支払ベース)



投資不動産時価情報

■ 簿価 ■ 含み益



グループ経営基盤の変革、グループトピックス

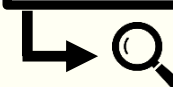
- 新市場区分「プライム市場」選択に関する取締役会決議のお知らせ
<https://www.sapporoholdings.jp/news/items/20210908SH.pdf>
- 「サッポログループ プラスチック方針」を策定 (2021年10月05日リリース)
<https://www.sapporoholdings.jp/news/dit/?id=8849>



セグメント別 売上収益



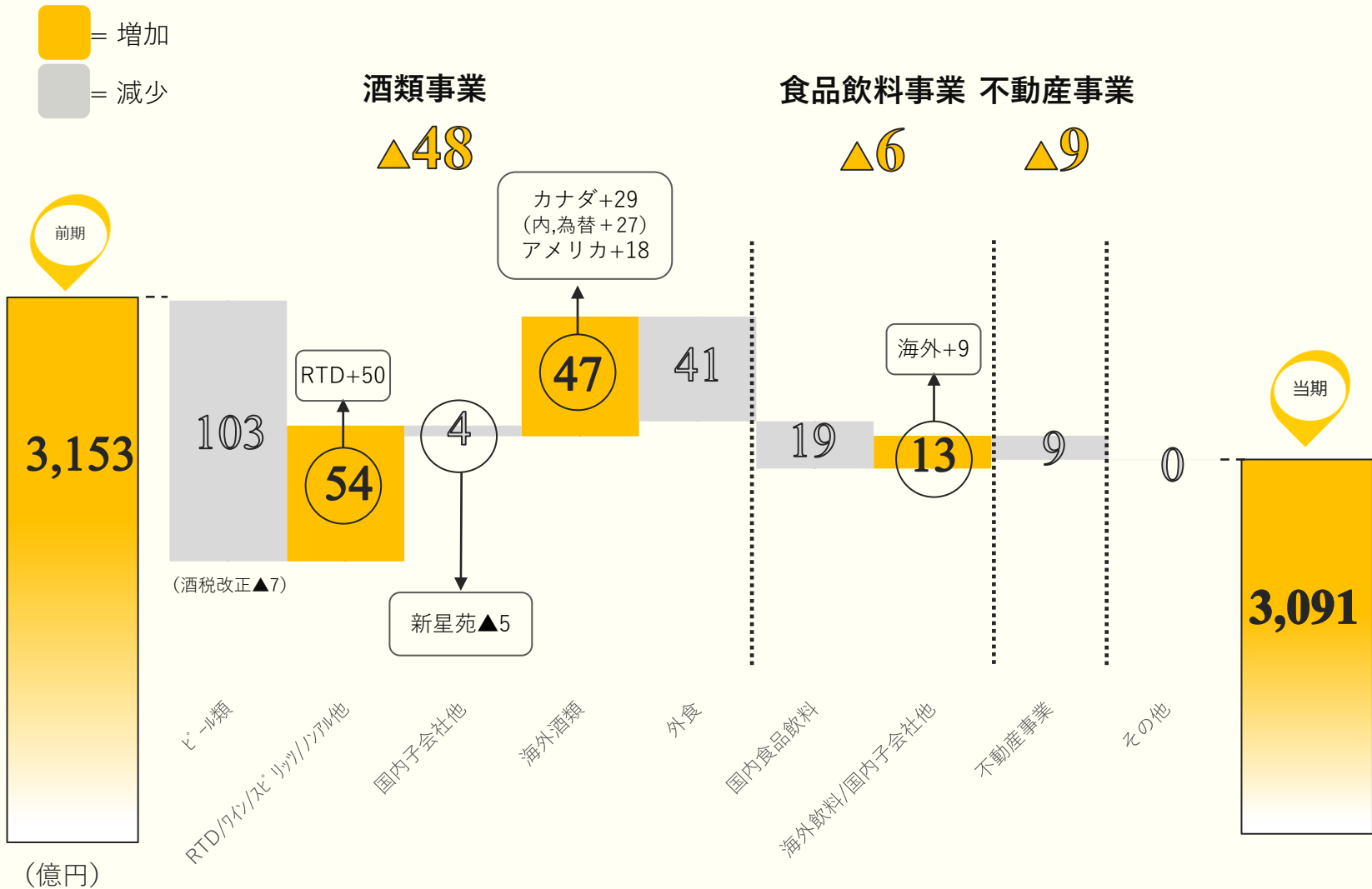
| (億円) | 2020 3Q 実績 | 2021 3Q 実績 | 増減 | 増減率 |
|--------|---------------|---------------|------|--------|
| 売上収益 | 3,153 | 3,091 | ▲ 63 | ▲2.0% |
| 酒類事業 | 2,068 | 2,020 | ▲ 48 | ▲2.3% |
| 国内酒類 | 1,637 | 1,583 | ▲ 54 | ▲3.3% |
| 海外酒類 | 348 | 395 | 47 | 13.6% |
| 外食 | 83 | 42 | ▲ 41 | ▲49.9% |
| 食品飲料事業 | 910 | 904 | ▲ 6 | ▲0.6% |
| 不動産事業 | 175 | 165 | ▲ 9 | ▲5.4% |
| その他 | 1 | 1 | ▲ 0 | ▲0.0% |



次ページで要因解説

売上収益 増減の主な要因

🔍 RTD、海外酒類・飲料は増収 全体では業務用ビール、外食事業の苦戦により減収 (▲63億円)



| 単位:億円 | 前年同期差 | | | |
|---------------------|-------|------|-----|------|
| | 合計 | 1Q | 2Q | 3Q |
| 合計 | ▲ 63 | ▲ 99 | 97 | ▲ 60 |
| 酒類事業 | ▲ 48 | ▲ 67 | 69 | ▲ 49 |
| 国内酒類 | ▲ 54 | ▲ 39 | 34 | ▲ 49 |
| ビール類 | ▲ 103 | ▲ 43 | 10 | ▲ 70 |
| ビール | ▲ 77 | ▲ 41 | 14 | ▲ 50 |
| 発泡酒 | ▲ 4 | ▲ 1 | ▲ 2 | ▲ 1 |
| 新ジャンル | ▲ 22 | ▲ 1 | ▲ 2 | ▲ 19 |
| RTD/ワイン/スピリッツ/ノンアル他 | 54 | 10 | 25 | 18 |
| RTD | 50 | 13 | 18 | 20 |
| ワイン/スピリッツ/ノンアル | 3 | ▲ 2 | 7 | ▲ 2 |
| 国内子会社他 | ▲ 4 | ▲ 7 | ▲ 1 | 4 |
| 海外酒類 | 47 | ▲ 1 | 32 | 16 |
| 外食 | ▲ 41 | ▲ 27 | 3 | ▲ 17 |
| 食品飲料事業 | ▲ 6 | ▲ 28 | 27 | ▲ 5 |
| 国内食品飲料 | ▲ 19 | ▲ 19 | 9 | ▲ 9 |
| 海外飲料/国内子会社他 | 13 | ▲ 9 | 17 | 5 |
| カフェ/クレープ/ブルーシール | 3 | ▲ 6 | 7 | 2 |
| 海外飲料/国内子会社他 | 10 | ▲ 3 | 10 | 2 |
| 不動産事業 | ▲ 9 | ▲ 4 | 1 | ▲ 6 |
| その他 | ▲ 0 | 0 | ▲ 0 | ▲ 0 |

セグメント別 事業利益



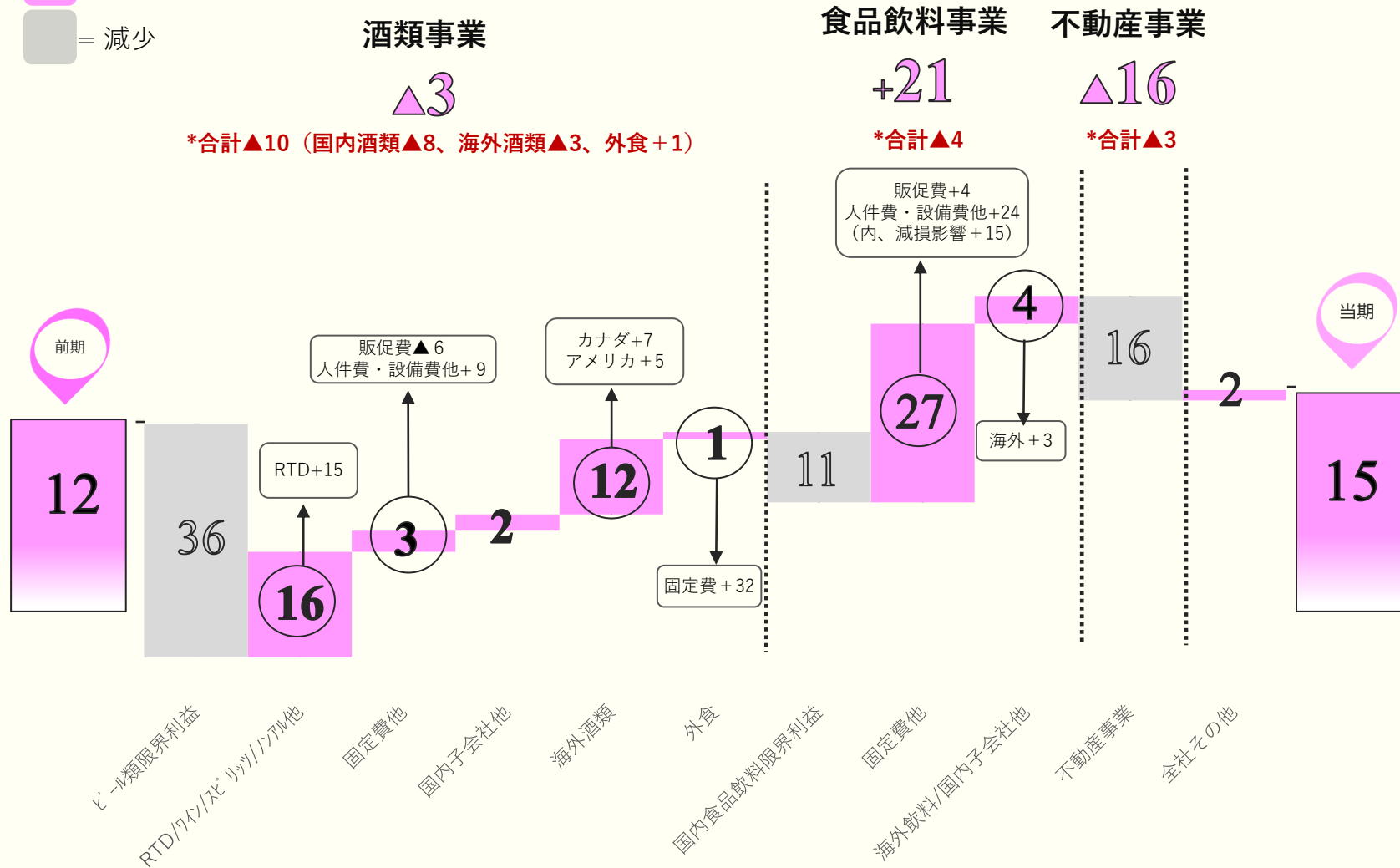
| (億円) | 2020 3Q 実績 | 2021 3Q 実績 | 増減 | 増減率 |
|--------|---------------|---------------|------|---------|
| 事業利益 | 12 | 15 | 4 | 31.7% |
| 酒類事業 | 3 | 0 | ▲ 3 | ▲ 85.9% |
| 国内酒類 | 38 | 24 | ▲ 14 | ▲ 37.0% |
| 海外酒類 | 4 | 16 | 12 | 269.1% |
| 外食 | ▲ 41 | ▲ 39 | 1 | — |
| 食品飲料事業 | ▲ 23 | ▲ 3 | 21 | — |
| 不動産事業 | 80 | 64 | ▲ 16 | ▲ 20.0% |
| その他・全社 | ▲ 48 | ▲ 46 | 2 | — |

次ページで要因解説

事業利益 増減の主な要因

🔍 業務用ビール、新ジャンル、不動産事業は減益も、RTD、海外、コスト抑制により+4億円の増益
 ➡ コロナ損失振替の裏返し*▲18億円の要因もカバー

■ = 増加
 ■ = 減少



| | 前年同期差 | | | |
|------------------------|-------|-----|----|-----|
| | 合計 | 1Q | 2Q | 3Q |
| 合計 | 4 | ▲7 | 23 | ▲12 |
| 酒類事業 | ▲3 | ▲4 | 13 | ▲11 |
| 国内酒類 | ▲14 | ▲1 | 7 | ▲20 |
| ビール類限界利益 | ▲36 | ▲18 | 4 | ▲22 |
| ビール売上数量 | ▲18 | ▲12 | 9 | ▲14 |
| 発泡酒売上数量 | ▲2 | ▲0 | ▲1 | ▲1 |
| 新ジャンル売上数量 | ▲27 | ▲6 | ▲6 | ▲15 |
| 品種構成/製造原価他 | 11 | 1 | 2 | 7 |
| RTD/ワイン/スピリッツ/ノンアルコール他 | 16 | 1 | 7 | 9 |
| 固定費他 | 3 | 13 | ▲6 | ▲4 |
| 国内子会社他 | 2 | 2 | 3 | ▲2 |
| 海外酒類 | 12 | 3 | 4 | 4 |
| 外食 | 1 | ▲5 | 2 | 5 |
| 食品飲料事業 | 21 | 3 | 12 | 6 |
| 国内食品飲料限界利益 | ▲11 | ▲8 | 3 | ▲6 |
| 国内食品飲料売上数量 | 1 | ▲6 | 6 | 0 |
| 原価・品種構成他 | ▲11 | ▲2 | ▲4 | ▲6 |
| 固定費他 | 27 | 12 | 5 | 10 |
| 海外飲料/国内子会社他 | 4 | ▲1 | 4 | 2 |
| 不動産事業 | ▲16 | ▲5 | ▲3 | ▲8 |
| その他 | 2 | ▲1 | 2 | 1 |

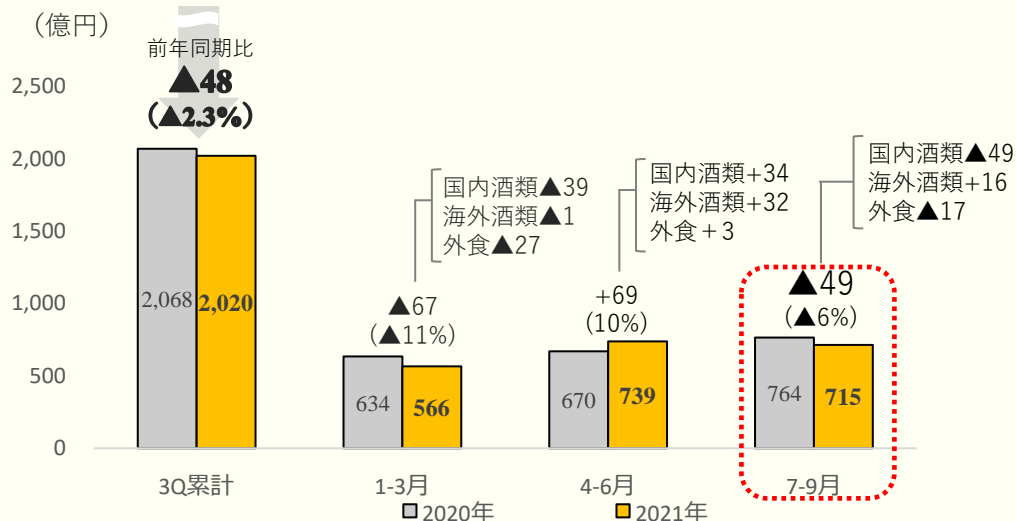
親会社の所有者に帰属する当期利益



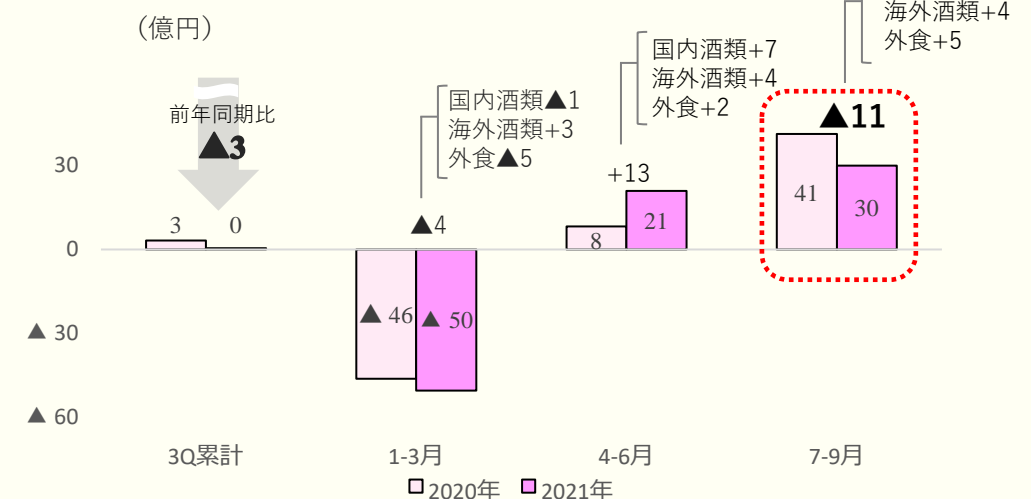
| (億円) | 2020 3Q 実績 | 主な内訳 | 2021 3Q 実績 | 主な内訳 |
|----------------------|---------------|-------------------------------|---------------|---------------------------------|
| 事業利益 | 12 | | 15 | |
| その他の営業収益 | 27 | 固定資産売却益+10億円 | 255 | 固定資産売却益+232億円 コロナ関連助成金等+19億円 |
| その他の営業費用 | 59 | コロナによる損失▲36億円 早期退職一時金▲12億円 | 31 | コロナによる損失▲16億円 |
| 営業利益 | ▲ 20 | | 239 | |
| 税引前利益 | ▲ 29 | | 239 | |
| 法人税等 | ▲ 17 | | 82 | |
| 当期利益 | ▲ 12 | | 157 | |
| 非支配株主損益 | ▲ 2 | | ▲ 1 | |
| 親会社の所有者に帰属する 当期利益 | ▲ 9 | | 157 | |

● 家庭用ビール、RTD、海外酒類は好調に推移 コスト構造改革が進み若干の減益にとどまる

<売上収益>



<事業利益>



一方、コロナの影響で業務用ビール、外食事業が不振

- ビール缶、RTD、RTS等家庭用が好調
- アメリカは家庭用の好調に加え、業務用が回復（SPB*が19年並みに回復）
- カナダのスリーマンは「Sleeman Clear」が好調（前年同期比+26%）
商品MIX改善により利益率が向上、RTDも伸長（数量前年比約3.5倍）
- 外食事業はコスト構造改革効果により事業利益が前年から改善

* SPB : SAPPORO PREMIUM BEER

Positive

Negative

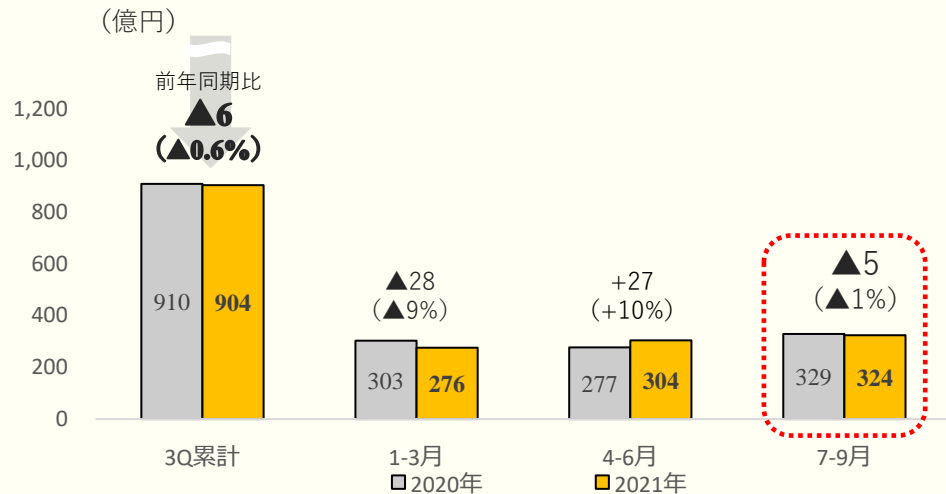
- 酒類提供制限の影響を受け、業務用ビール、外食店舗が苦戦
- 「GOLD STAR」好調（前年同期比+5%）も新ジャンル市場全体が不調
- アメリカは海上運賃増加により収益を圧迫
- アンカー製品は缶製品は好調も、瓶樽製品は苦戦

<今後の取り組み>

- ビール、RTD等家庭用強化、業務用収益改善への取り組み推進
- カナダは「SoCIAL LITE」含めRTD事業強化、ビールの中高価格帯比率拡大
- アメリカは家庭用強化 アンカー売上拡大
- 外食事業は市場回復への対応 低コスト業態の拡大・展開

● 国内はレモン商品が好調も、天候不良、コロナ禍の影響により飲料、一部自販機ロケが苦戦
海外の回復、前期減損による減価償却費の減少やコスト抑制により利益改善

< 売上収益 >



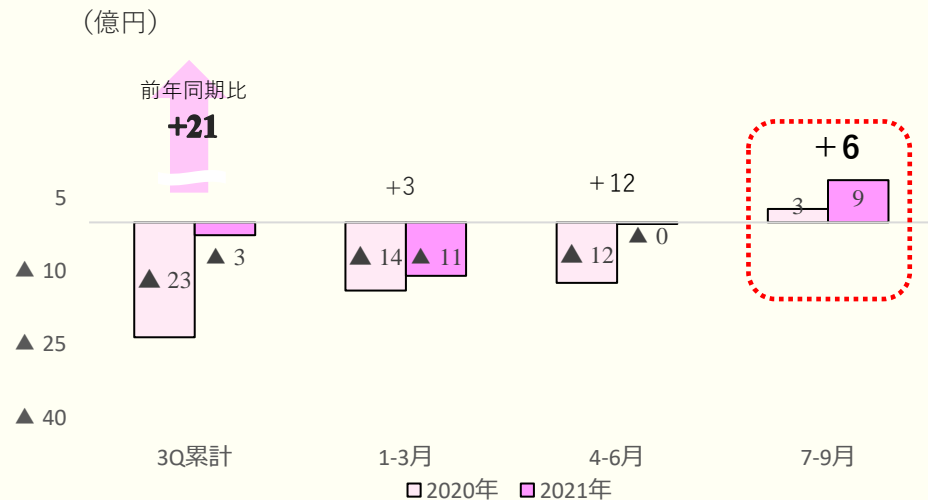
Positive

- 「レモン商品」「プランツミルク」が好調に推移
- ヤクルト社との業務提携に向けて具体的協議が進む
- 海外は業務用市場回復とECチャネル伸長、コスト削減で増収増益

- 天候不良と緊急事態宣言延長の影響により、夏場の飲料売上苦戦
- 外食店舗（ポッカクリエイト、ブルーシール）は前年越えも、コロナ禍前までの水準には回復せず

Negative

< 事業利益 >



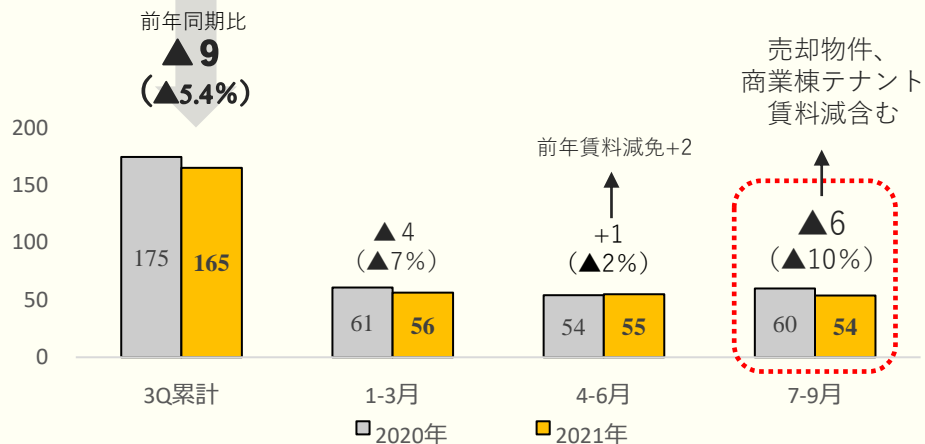
< 今後の取り組み >

- レモン市場の更なる拡大と市場シェアの維持・向上
- プランツミルク市場の拡大と収益性改善
- 最盛期を迎えるスープ類、ホット飲料への注力、コスト抑制
- 不採算事業の構造改革推進
- ヤクルト社との業務提携へ

🎯 オフィス市況悪化、一部テナント退去の影響を受け、減収減益

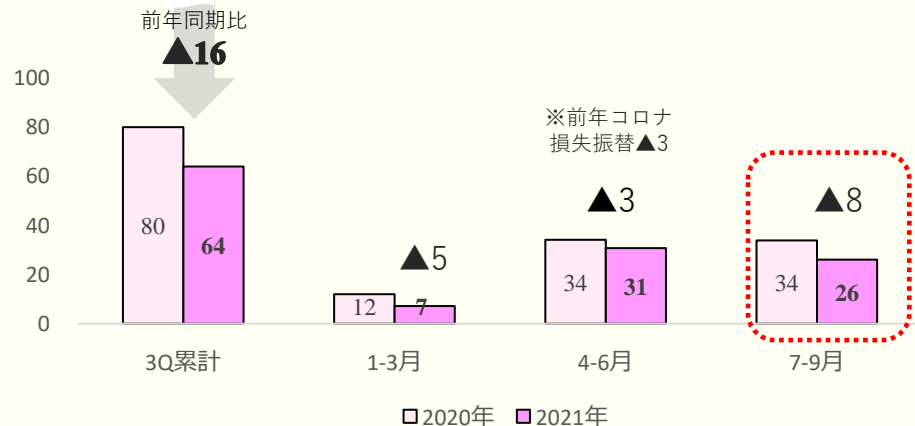
< 売上収益 >

(億円)



< 事業利益 >

(億円)



Positive

Negative

➤ 恵比寿ガーデンプレイス（商業棟*）リニューアルに向け、全区画の内、6割のリーシング進捗（商業区画のテナントは9割強決定）

➤ 保有不動産売却により含み益実現

➤ 保有物件価値向上の取り組み推進

* リニューアル後の商業棟はオフィス区画あり

➤ 恵比寿ガーデンプレイスのオフィス稼働率低下（当期平均稼働率92%）

➤ 前商業棟テナント退去により3Qから一時的に賃料収入減

< 今後の取り組み >

➤ 恵比寿ガーデンプレイス商業棟のオフィス区画リーシング強化

➤ オフィス棟のリーシング強化と機能価値向上に向けた取り組み推進

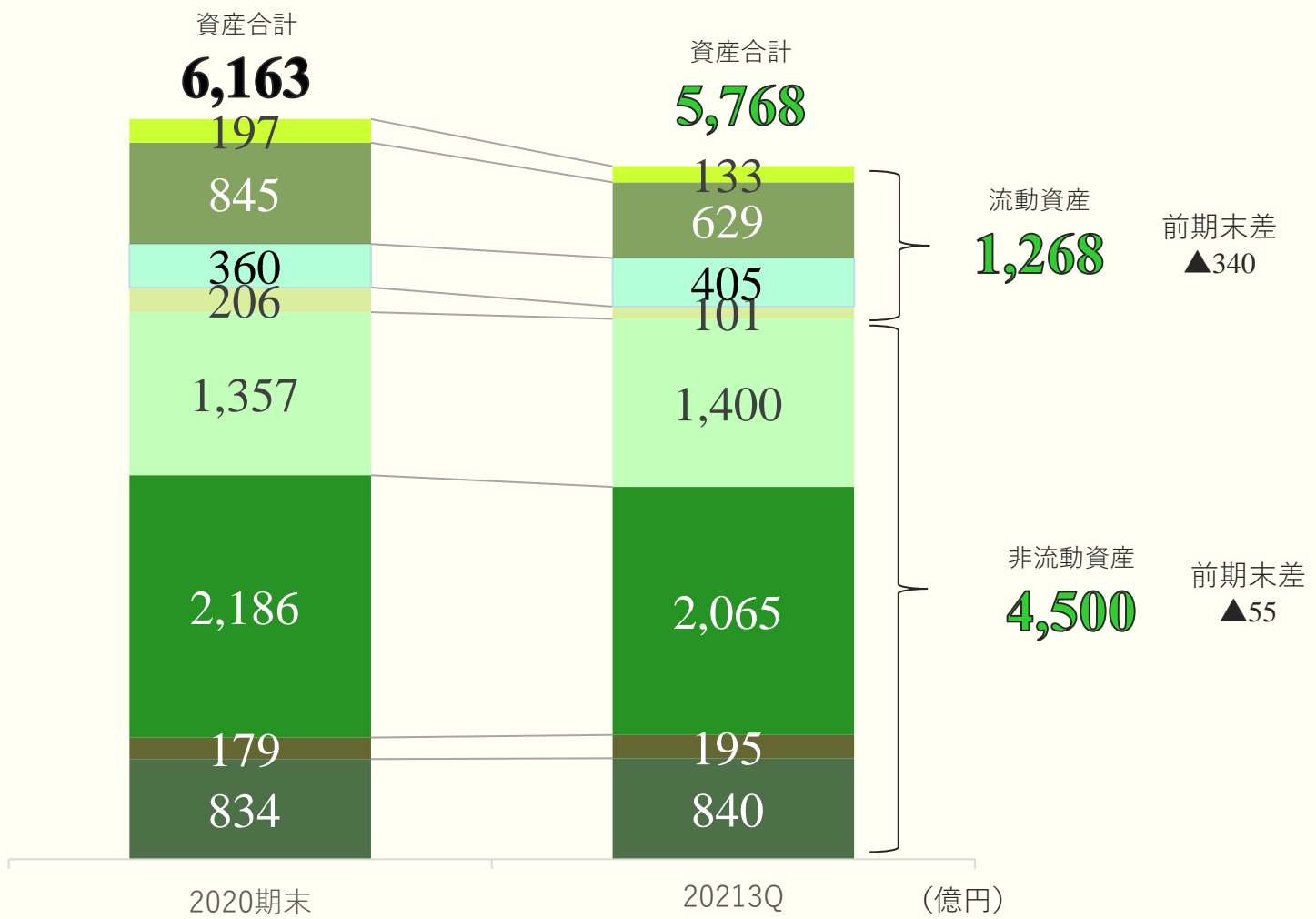
➡ 厳しい市況は当面継続する見込み 22年は現状と同水準の稼働率が続くと想定

➤ 物件ポートフォリオの入れ替えによる収益力向上

➤ 新規事業領域での収益拡大

▶ 資産合計は前期末差▲395億円

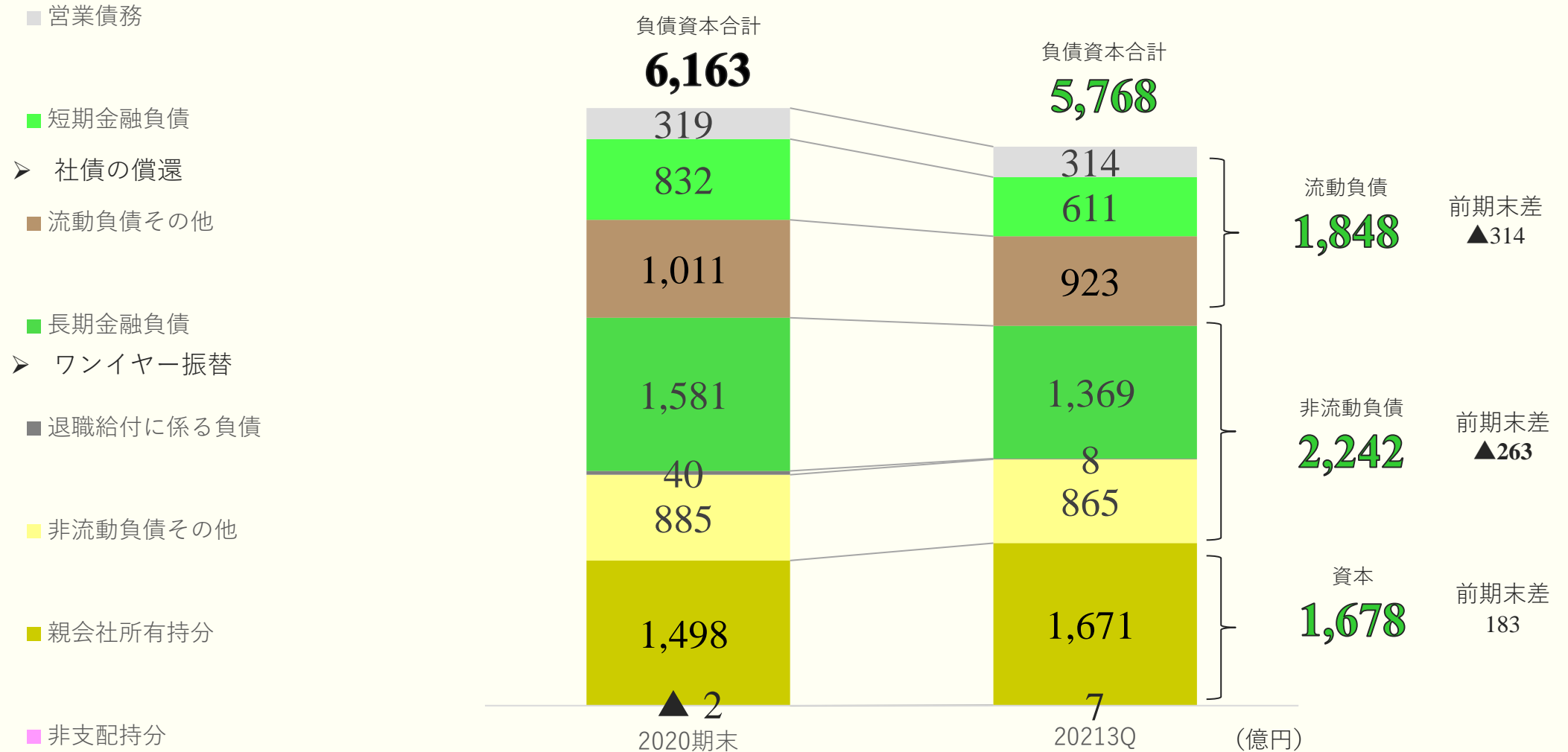
- 現預金
- 営業債権
 - 季節要因、銀行休業日の影響
- 棚卸資産
- 流動資産その他
- 固定資産
- 投資不動産
 - 投資不動産の売却
- のれん
- 非流動資産その他



貸借対照表の状況



● 負債合計は前期末差▲578億円、資本合計は+183億円



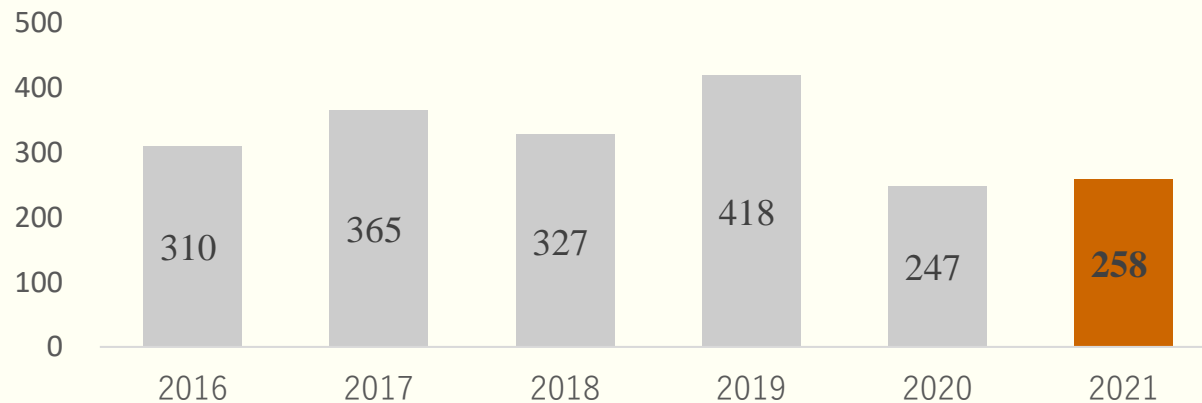
● 投資金額（支払ベース）は**258**億円

<連結キャッシュフロー計算書>

| (億円) | 2020 3Q実績 | 2021 3Q実績 | 増減 | 増減率 |
|-----------|--------------|--------------|-------|--------|
| 営業活動によるCF | 213 | 269 | 56 | 26.3% |
| 投資活動によるCF | ▲ 143 | 177 | 320 | — |
| フリーCF | 70 | 446 | 376 | 535.3% |
| 財務活動によるCF | 303 | ▲ 515 | ▲ 818 | — |

(億円)

<投資金額（支払ベース）推移>



<投資金額（①+②+③）> **258** 億円

① 設備投資（支払ベース）：**156** 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：**55**億円
 SB社：33億円 スリーマン社：12億円
- ・食品飲料：**47**億円
 PS社：22億円 POKKA PTE. LTD.：13億円 神州一味噌：6億円
- ・不動産：**48**億円
 投資不動産取得他
- ・全社：**6**億円

② リース料：**25**億円
 （飲食店舗の家賃にかかるリース料除く）

③ その他投資：**77**億円
 （アウェア・ビバレッジズ株式取得、不動産エクイティ投資ほか）

参考資料

Appendix：サステナビリティ経営への取り組み



2021年の主なトピックス

| リリース日 | 内容 | 関連する重点課題 |
|-------|---|--|
| 10/5 | 「サッポログループプラスチック方針」を策定 https://www.sapporoholdings.jp/csr/news/dit/?id=8849 | 約束3 環境保全 <ul style="list-style-type: none"> 地球温暖化防止 3Rの推進 自然との共生 |
| 7/28 | 株主優待制度を通じた東北復興支援について https://www.sapporoholdings.jp/csr/news/dit/?id=8815 | 約束2 社会との共栄 <ul style="list-style-type: none"> 地域貢献 持続可能な調達 |
| 6/30 | 「SOMP Oサステナビリティ・インデックス」2021年も構成銘柄に10年連続で選定 https://www.sapporoholdings.jp/csr/news/dit/?id=8807 | 約束2 社会との共栄 <ul style="list-style-type: none"> 地域貢献 持続可能な調達 約束3 環境保全 <ul style="list-style-type: none"> 地球温暖化防止 3Rの推進 自然との共生 約束4 個性かがやく人財の輩出 <ul style="list-style-type: none"> 健康経営 ダイバーシティ・人権 人財開発・育成 |
| 3/23 | サッポロホールディングス（株）が「準なでしこ」に認定 https://www.sapporoholdings.jp/csr/news/dit/?id=8758 | 約束4 個性かがやく人財の輩出 <ul style="list-style-type: none"> 健康経営 ダイバーシティ・人権 人財開発・育成 |
| 3/4 | サッポログループ5社が「健康経営優良法人2021」に認定 https://www.sapporoholdings.jp/csr/news/dit/?id=8750 | 約束4 個性かがやく人財の輩出 <ul style="list-style-type: none"> 健康経営 ダイバーシティ・人権 人財開発・育成 |
| 1/27 | ポジティブ・インパクト・ファイナンスを契約締結 https://www.sapporoholdings.jp/csr/news/dit/?id=8736 | 約束1 「酒・食・飲」による酒の提供 <ul style="list-style-type: none"> 安全・安心の品質 新価値創造 適正飲酒啓発とビール文化継承 約束2 社会との共栄 <ul style="list-style-type: none"> 地域貢献 持続可能な調達 約束3 環境保全 <ul style="list-style-type: none"> 地球温暖化防止 3Rの推進 自然との共生 |



大地と、ともに、原点から、笑顔づくりを。



Appendix：売上数量・金額データ

< 売上数量 >

(万函/ビールテイスト・ノンアルコールは大瓶換算、
RTDは250ml×24本換算)

< 売上金額 > (億円)

| 国内ビール類 売上数量 (※1) | 2020Q3 | 2021Q3 | 前年同期比 |
|-------------------|--------|--------|--------|
| サッポロ生ビール黒ラベル計 | — | — | ▲11.1% |
| エビス計 | — | — | ▲4.0% |
| ①ビール計 | — | — | ▲4.7% |
| ②発泡酒計 | — | — | ▲6.5% |
| ③新ジャンル計 | — | — | ▲15.3% |
| 国内ビール類 合計 (①+②+③) | — | — | ▲8.8% |
| RTD | 597 | 930 | 55.7% |
| ビールテイスト飲料 | 44 | 44 | ▲0.5% |
| 海外ビール類 売上数量 | 2020Q3 | 2021Q3 | 前年同期比 |
| 海外ブランド (※2) | 1,033 | 1,008 | ▲2.4% |
| サッポロブランド | 215 | 275 | 27.7% |
| ④北米計 | 1,248 | 1,283 | 2.8% |
| サッポロブランド | 120 | 132 | 10.2% |
| ⑤その他地域計 | 120 | 132 | 10.2% |
| 海外ビール類 合計 (④+⑤) | 1,369 | 1,416 | 3.4% |

| 国内ビール類 売上金額 | 2020Q3 | 2021Q3 | 前年同期比 |
|----------------------|--------|--------|--------|
| ビール | 948 | 869 | ▲8.3% |
| 発泡酒 | 51 | 47 | ▲7.4% |
| 新ジャンル | 366 | 344 | ▲6.0% |
| 小計 | 1,365 | 1,260 | ▲7.7% |
| リベート等控除 | ▲80 | ▲77 | - |
| 合計 | 1,285 | 1,183 | ▲7.9% |
| 国内その他酒類 売上金額 | 2020Q3 | 2021Q3 | 前年同期比 |
| 国産ワイン | 26 | 22 | ▲12.5% |
| 輸入ワイン | 42 | 39 | ▲8.4% |
| ワイン計 | 68 | 61 | ▲9.9% |
| スピリッツ計 (洋酒・焼酎) | 163 | 169 | 4.3% |
| 小計 | 230 | 231 | 0.1% |
| リベート等控除 | ▲44 | ▲43 | - |
| 合計 | 187 | 187 | 0.3% |
| 食品飲料 売上金額 (※3) | 2020Q3 | 2021Q3 | 前年同期比 |
| 飲料水 | 472 | 472 | 0.1% |
| 食品 (レモン・スープ・プランツミルク) | 215 | 219 | 2.0% |

※1：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。
 ※2：スリーマン社、アンカー社を含む。 ※3：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)

Appendix：酒類事業（国内）データ



<国内ビール類 ジャンル別 売上数量 前年同期比>

(1~9月累計)

【ビール類 合計】前年同期比▲9%

- ✓ ビール：前年同期比▲5%
- ✓ 発泡酒：前年同期比▲6%
- ✓ 新ジャンル：前年同期比▲15%

<国内主要ブランド 売上数量 前年同期比>

(1~9月累計)

✓ 黒ラベルブランド

前年同期比▲11%

(缶：前年同期比+14%)



SAPPORO

✓ エビスブランド

前年同期比▲4%

(缶：前年同期比+4%)



✓ 麦とホップブランド

前年同期比▲30%



✓ GOLD STAR

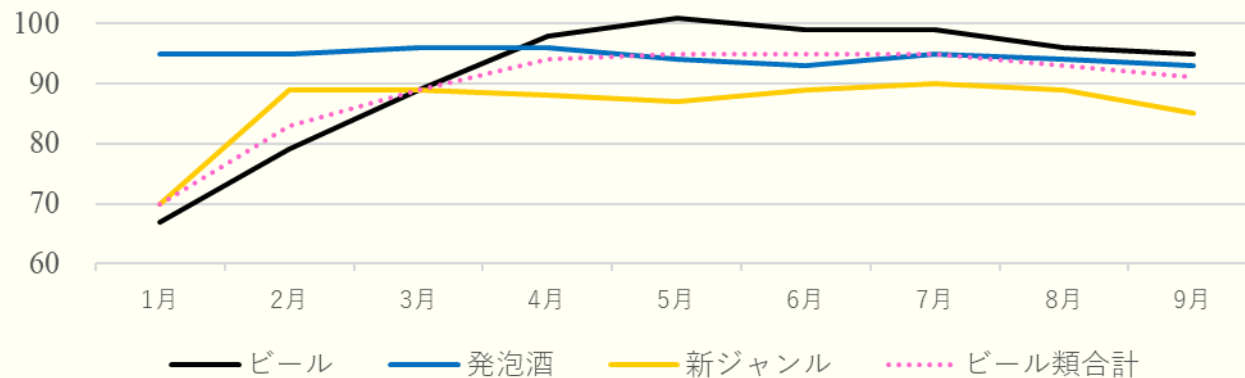
前年同期比+5%



<国内ビール類 ジャンル別 売上数量 前年同期比 推移>

(%)

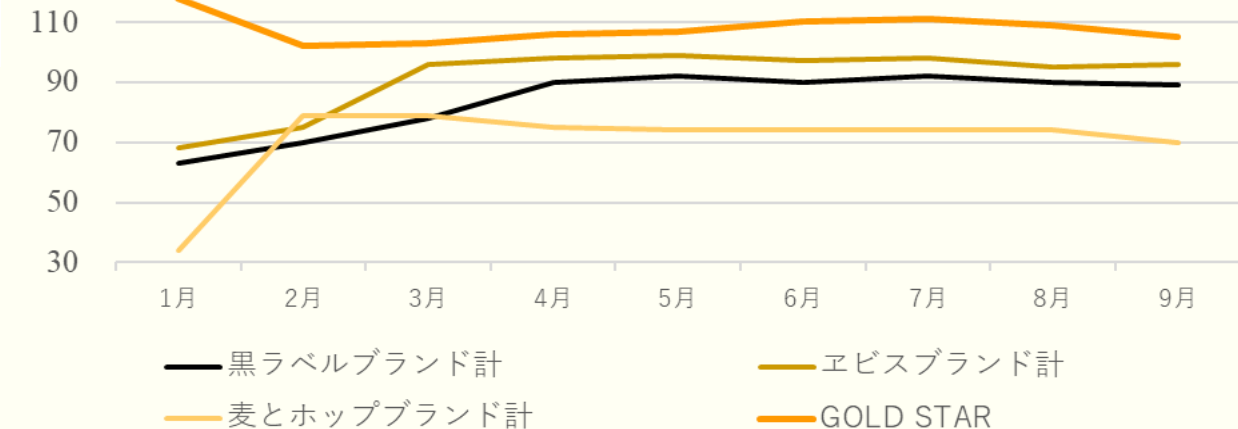
(各月の累計ベース)



<国内主要ブランド 売上数量 前年同期比 推移>

(%)

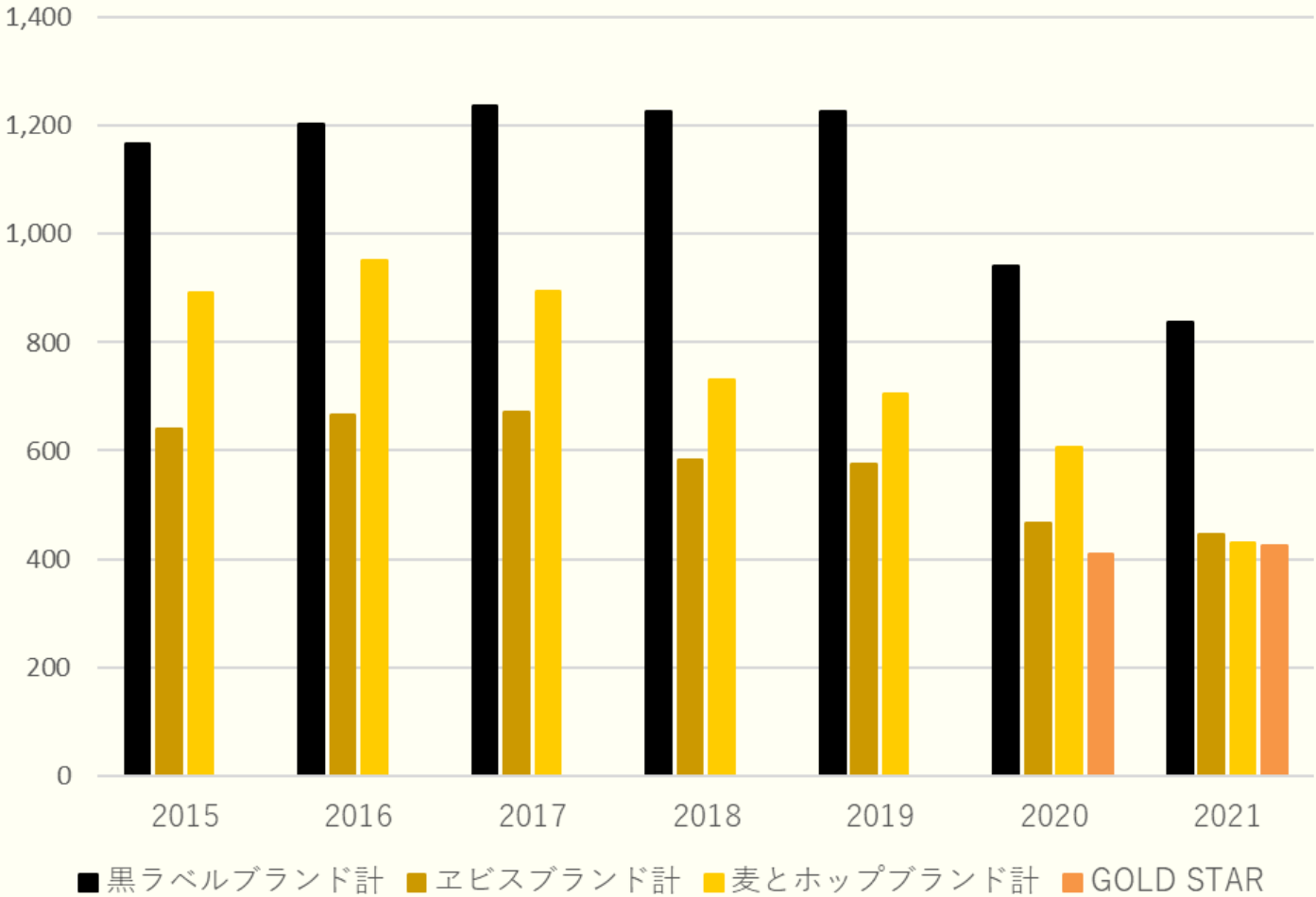
(各月の累計ベース)



＜国内主要ブランド 売上数量 推移＞

(万函/大瓶換算)

(1～9月累計)



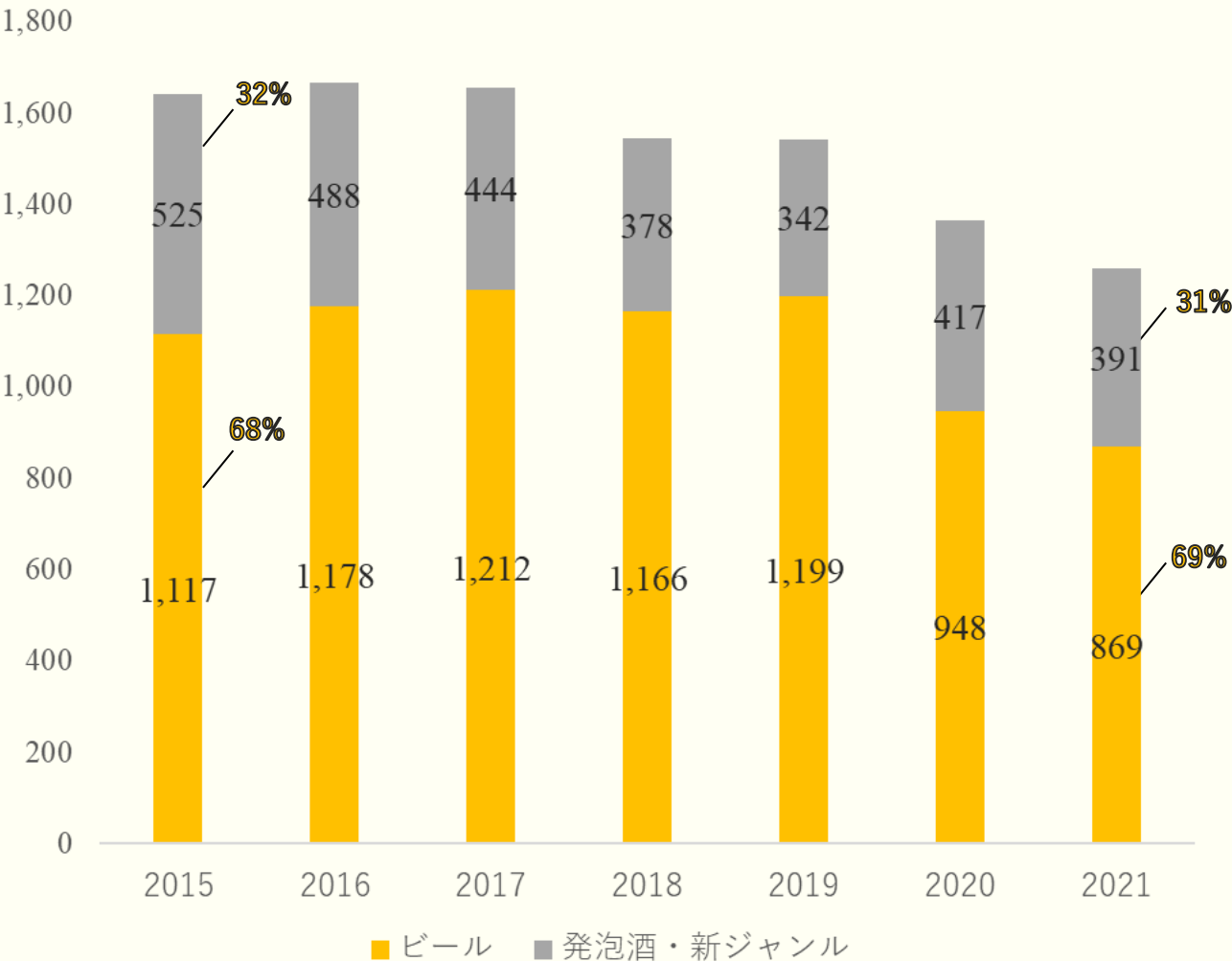
＜国内ビールカテゴリーラインナップ 売上数量構成比＞

(1～9月累計)



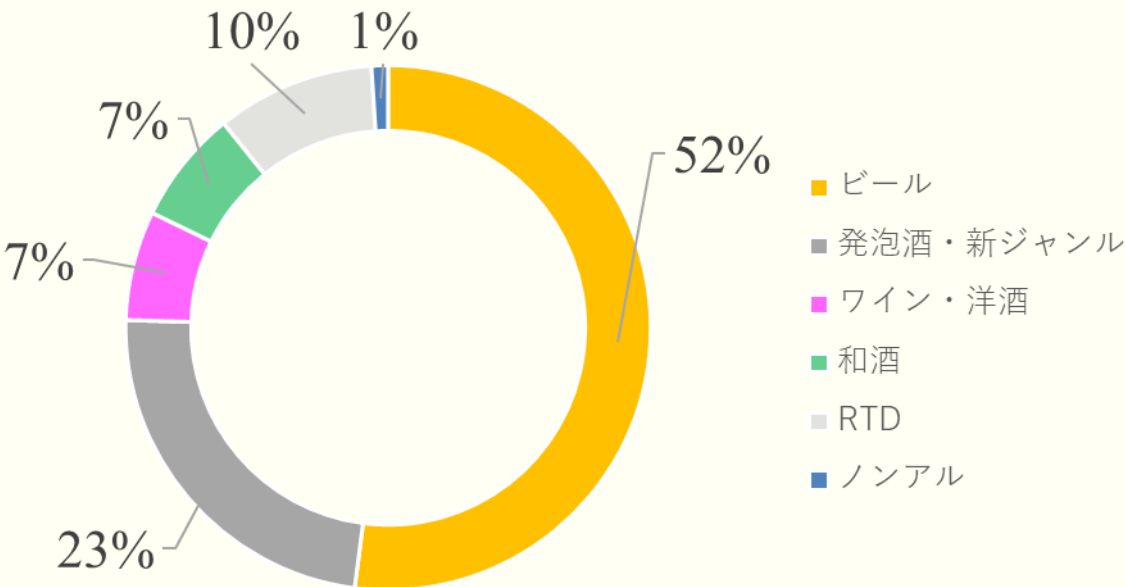
＜国内ビール類 ジャンル別 売上金額 推移＞

(億円) ※酒税込 (1～9月累計)



＜国内酒類 カテゴリー別 売上金額 構成比＞

(1～9月累計)

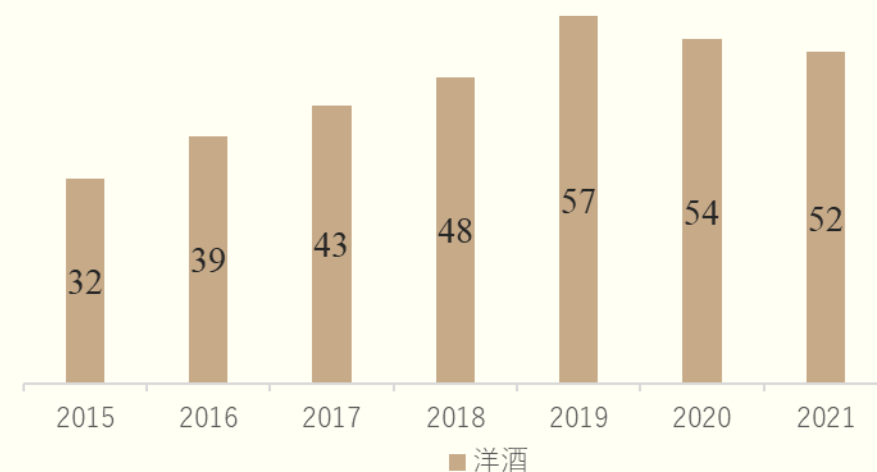
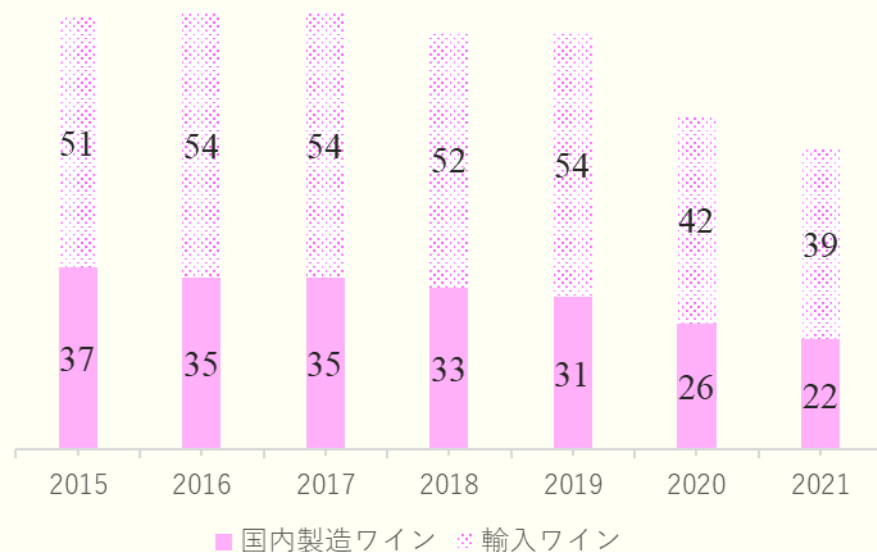


※子会社売上や連結消去、リベート控除を除く
※2021年から氷彩サワー+99.99樽は洋酒→RTDへ組替

Appendix：酒類事業（国内）データ

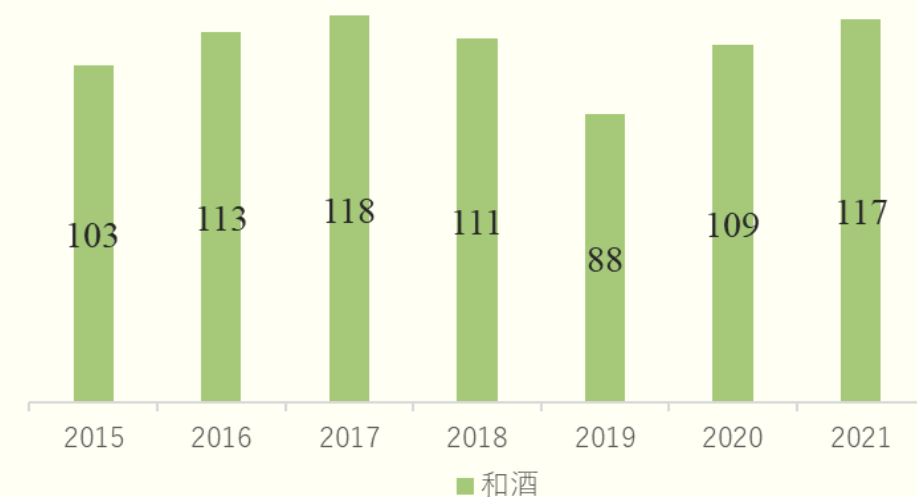
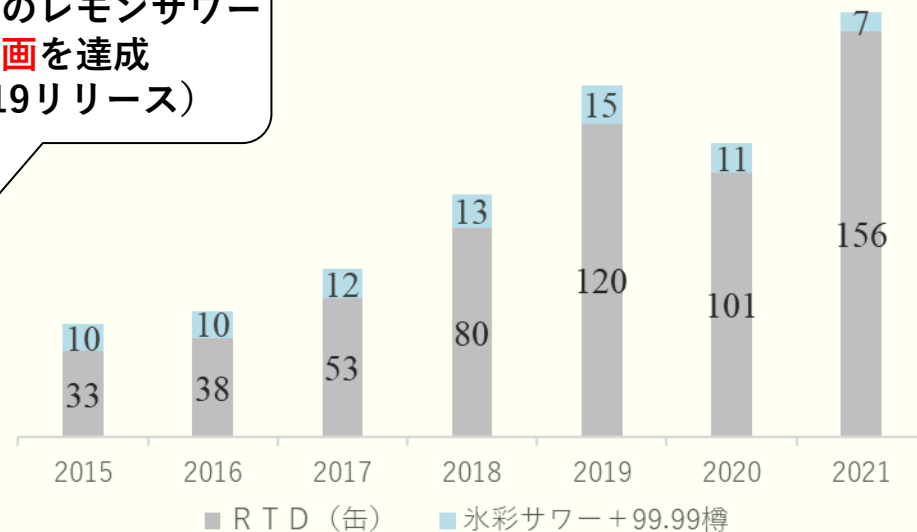


＜ワイン・スピリッツ類 売上金額 推移＞（億円）
（1～9月累計）



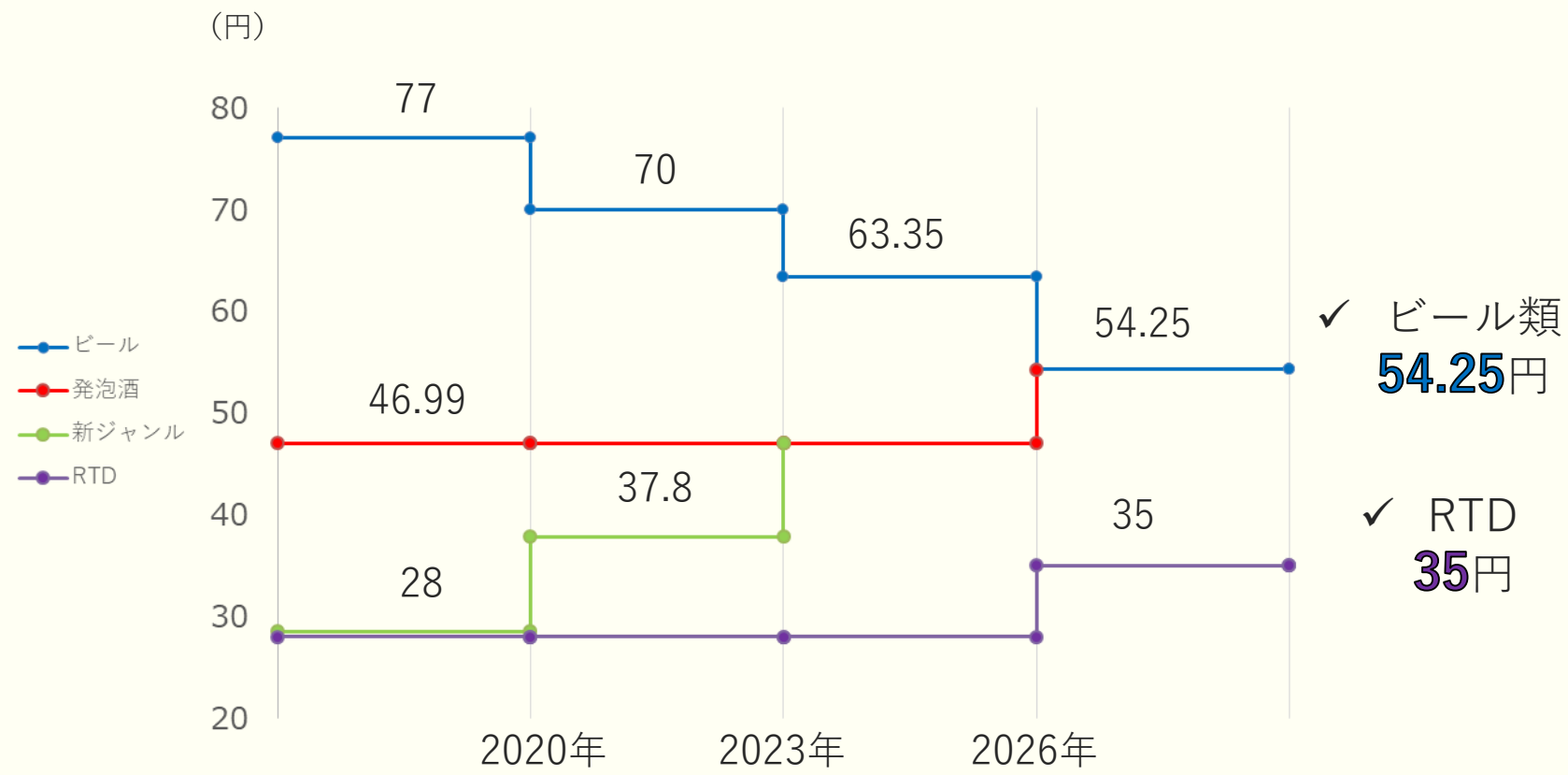
濃いめのレモンサワー
年間計画を達成
(10/19リリース)

※2021年から氷彩サワー+99.99樽は洋酒→RTDへ組替





<ビール類酒税一本化：350ml当たりの酒税額の推移>



Appendix：酒類事業（海外）データ

<海外ビール類 エリア別 売上数量 前年同期比>

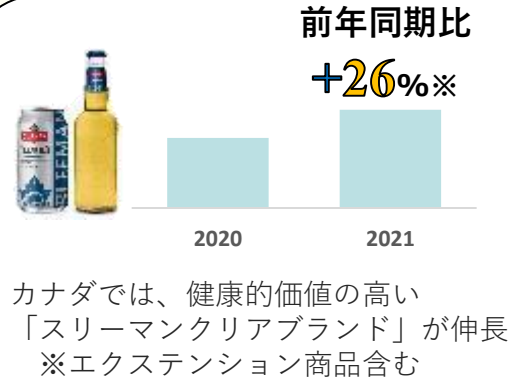
(1~9月累計)

【北米 合計】 前年同期比+3%

✓ 海外ブランド
前年同期比▲2%



✓ サッポロブランド
前年同期比+28%

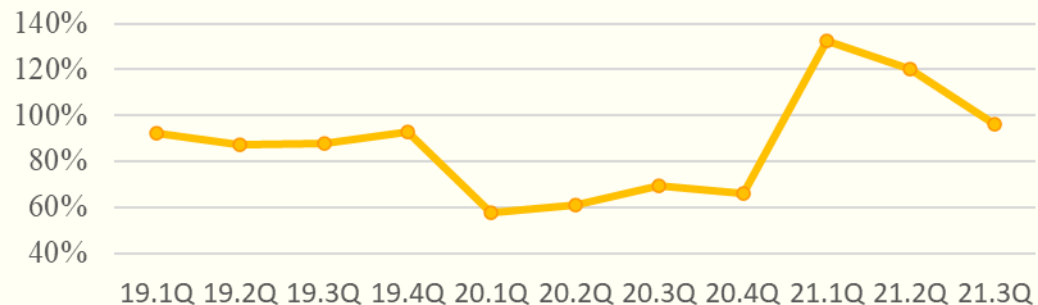


【その他地域 合計】 前年同期比+10%

(主要エリア：アジアパシフィック、欧州、オセアニア)

✓ サッポロブランド：前年同期比+10%

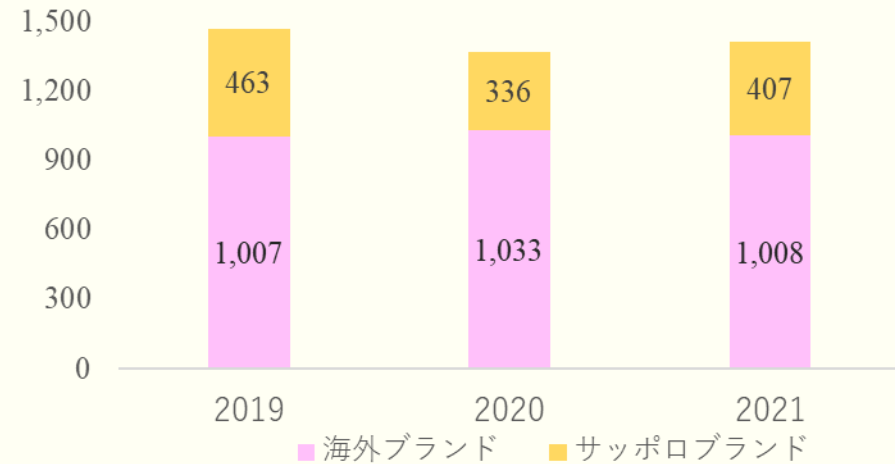
<ベトナム国内 売上数量 前年同期比の推移>



<海外ビール ブランド別 売上数量 推移>

(万函/大瓶換算)

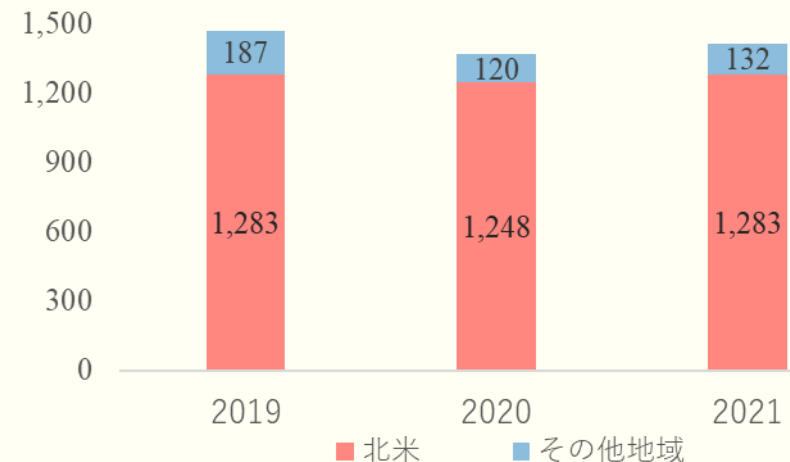
(1~9月累計)



<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)



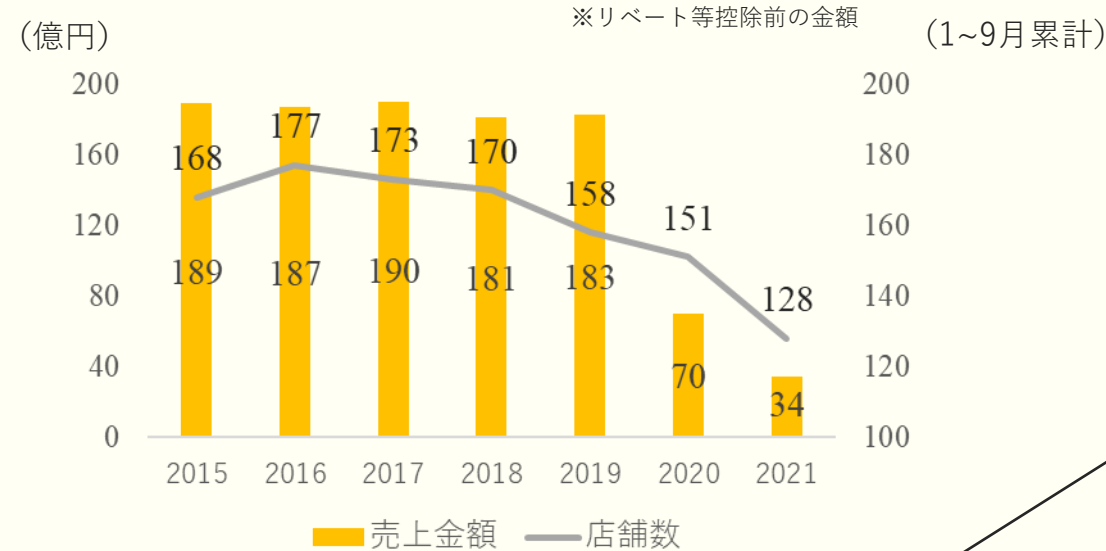
19年並みに回復
【北米】
サッポロ
プレミアム
2Q以降
業務用市場の回復
家庭用での取組成果



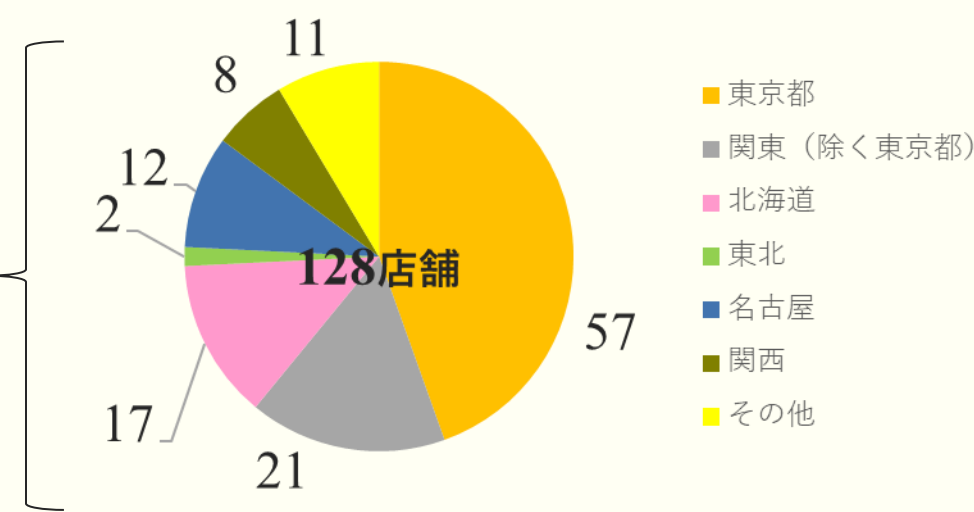
Appendix：酒類事業（外食）データ



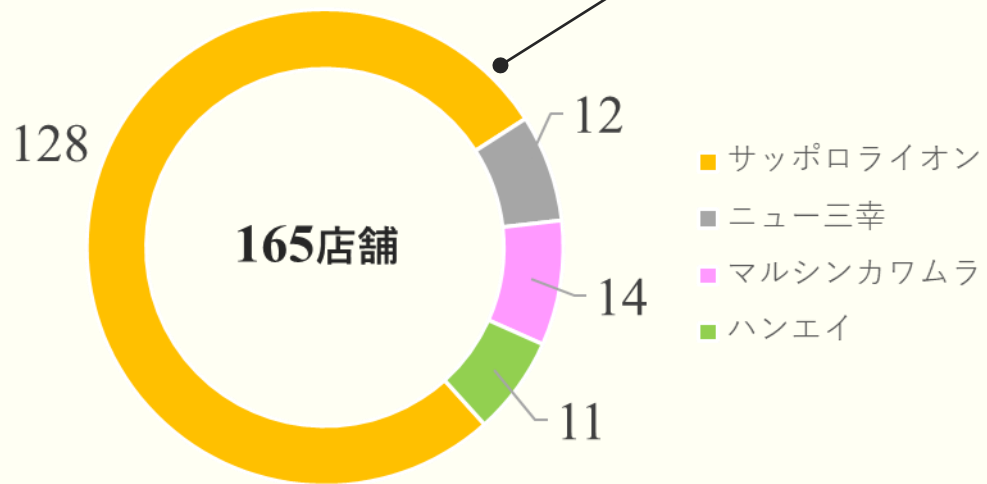
＜サッポロライオン単体の店舗数と売上金額の推移＞



＜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＞



Appendix：食品飲料事業データ

<ポッカサッポロフード&ビバレッジ> 国内食品飲料ジャンル別売上前年同期比

(1~9月累計)

【レモン飲料】

✓ 前年同期比**+15%**
(売上金額)



【レモン食品】

✓ 前年同期比**+2%**
(売上金額)



【茶系飲料】

✓ 前年同期比**▲5%**
(売上数量)



【スープ類】

✓ 前年同期比**+1%**
(売上金額)



【コーヒー飲料】

✓ 前年同期比**▲10%**
(売上数量)

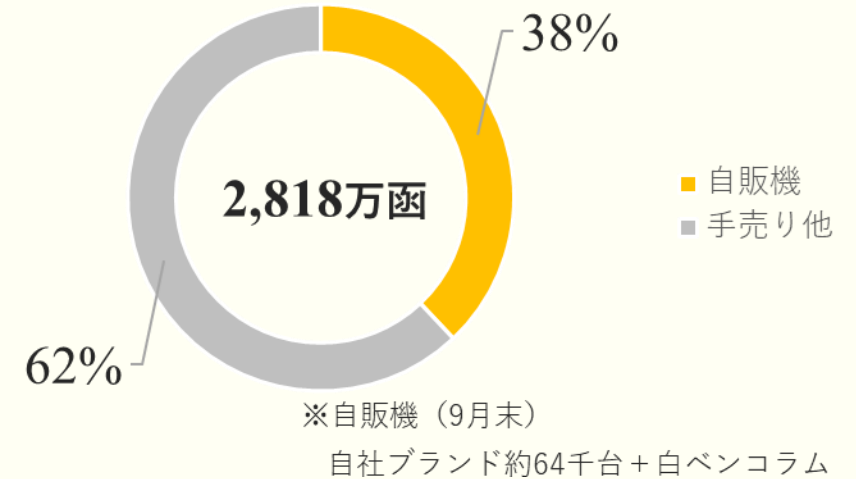


【プランツミルク】

✓ 前年同期比**+6%**
(売上金額)

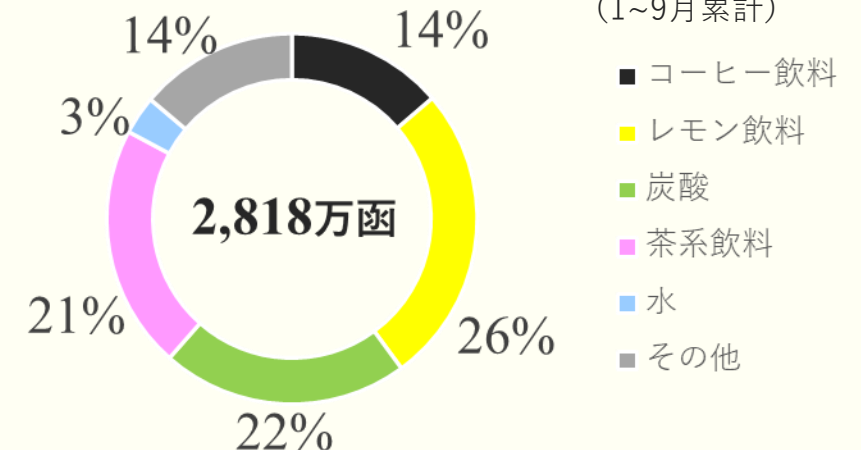


<ポッカサッポロフード&ビバレッジ> 国内飲料チャンネル別販売数量構成比 (1~9月累計)



<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

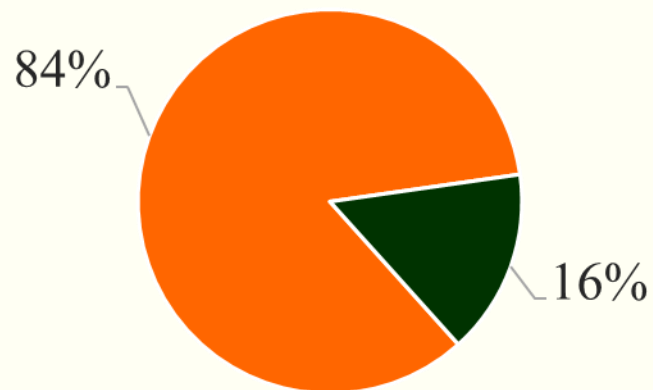
(1~9月累計)



Appendix：食品飲料事業データ

< 食品飲料事業売上収益の構成比 >

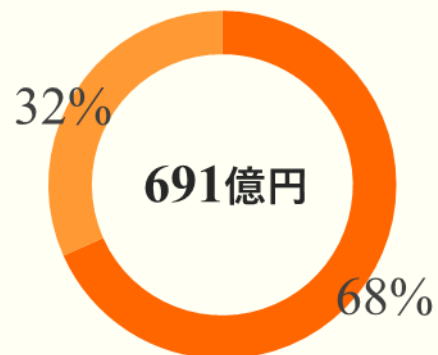
※連結調整額除く



■ 国内 ■ 海外

< 国内：ポッカサッポロフード&ビバレッジ >

売上金額構成比

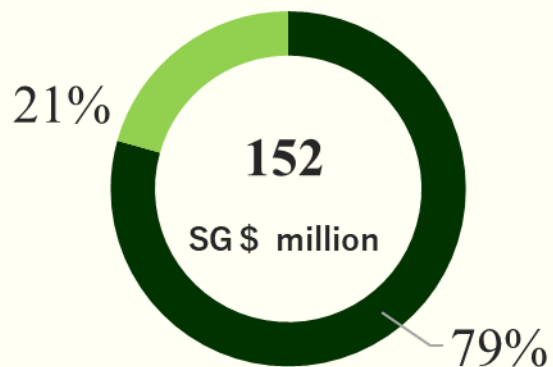


■ 飲料 ■ 食品



< 海外：ポッカ >

売上金額構成比（POKKAブランド）

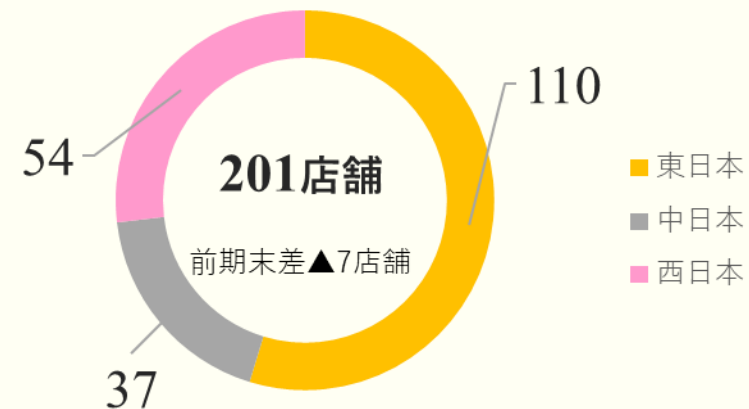


■ シンガポール&マレーシア ■ 輸出

【（株）ポッカクリエイト】

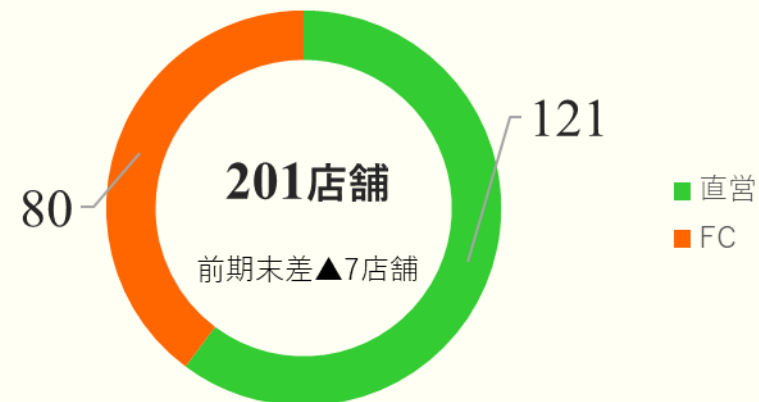
✓ 売上収益**48**億円 前年同期比**+1**%

< 9月末 地域別店舗数 >



■ 東日本
■ 中日本
■ 西日本

< 9月末 直営/FC店舗数 >



■ 直営
■ FC

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 ⁽¹⁾ | 56,943 | 298,007 | 92 | 地下5階 地上40階建 |
| 銀座プレイス | 645 | 7,350 | 96 | 地下2階 地上11階建 |
| ストラータ銀座 ⁽²⁾ | 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)

| | 2020 3Q | 2021 3Q | 増減 |
|-------------------|------------|------------|------|
| 恵比寿ガーデン プレイス関連 | 60 | 50 | ▲ 9 |
| 賃貸運営 | 20 | 19 | ▲ 1 |
| 札幌 | 7 | 5 | ▲ 2 |
| 全社費用ほか | ▲ 8 | ▲ 10 | ▲ 2 |
| 合計 | 80 | 64 | ▲ 16 |

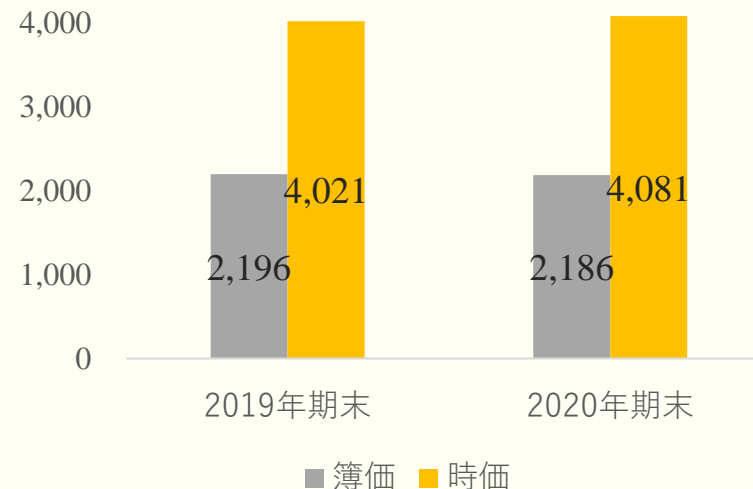
< EBITDAの内訳 >

(億円)

| | 2020 3Q | 2021 3Q | 増減 |
|-------------------|------------|------------|------|
| 恵比寿ガーデン プレイス関連 | 82 | 73 | ▲ 8 |
| 賃貸運営 | 32 | 28 | ▲ 3 |
| 札幌 | 11 | 10 | ▲ 1 |
| 全社費用ほか | ▲ 6 | ▲ 6 | ▲ 0 |
| 合計 | 118 | 105 | ▲ 13 |

< 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。