



**SAPPORO**

# 2025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

2025年11月12日

**サッポロホールディングス株式会社(2501)**

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

1. サマリー	・ ・ ・ <a href="#">P.3~P.4</a>
2. 2025年度業績予想修正、配当予想修正及び株式分割	・ ・ ・ <a href="#">P.5~P.9</a>
3. 2025年度第3四半期決算概要	・ ・ ・ <a href="#">P.10~P.19</a>
4. 参考資料	・ ・ ・ <a href="#">P.20~P.32</a>

# 1. サマリー

- 売上・事業利益は減収・増益。堅調な国内酒類を中心に今期の利益見通しを上方修正
- 利益見通しの上方修正に伴い、期末配当予想を増配修正

第3四半期決算総括

(億円)	連結(実績)			
	2024Q3	2025Q3	増減	前年比
売上収益	3,856	3,826	▲30	▲0.8%
事業利益 (売上収益-売上原価-販管費)	140	201	+61	+43.8%
営業利益	177	196	+19	+10.8%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	115	109	▲6	▲5.3%

- ◆ **売上収益:** 国内酒類が堅調に進捗も、海外酒類における北米市場の軟調継続、食品飲料事業の構造改革影響等により、**減収**
- ◆ **事業利益:** 国内酒類の増収効果やコストマネジメント効果等により、**増益**
- ◆ **営業利益:** 前年の資産売却等の裏返しはあるものの、事業利益の増益により、**増益**
- ◆ **当期利益:** 円高に伴う為替差損影響等により、**減益**

主要なトピックス

- ◆ **国内酒類:**
  - 4月の価格改定後、Q3期間(7-9月)においてもビール総需要が前年割れの中、当社ビールは前年・市場を上回り進捗。エビスのリニューアル(11月)をはじめ、引き続き主力ブランド強化を図る
- ◆ **海外酒類:**
  - 北米市場の軟調継続により、海外ブランドの苦戦が継続。一方、SPBは北米・その他地域ともに成長を継続
  - 米国事業については、コスト構造改革を一部前倒しで推進するほか、さらに踏み込んだ構造改革も引き続き検討中
- ◆ **今期の見通し(業績予想修正):**
  - 堅調な国内酒類を中心に、**今期の利益見通しを上方修正**
- ◆ **配当予想修正及び株式分割:**
  - 利益見通しの上方修正に伴い、**期末予想配当を1株当たり60円から90円に増配修正**<sup>\*1</sup>
  - 株式の流動性向上及び投資家層の拡大を図るため、**普通株式1株につき5株の割合で株式分割を実施**  
(基準日: 2025年12月31日、効力発生日: 2026年1月1日)
- ◆ **不動産事業への外部資本導入:**
  - 当初予定通り**年内に結論を出すべく、引き続きプロセスを進行中**

<sup>\*1</sup> 1株当たり配当金は、2026年1月1日を効力発生日とした株式分割前<sup>前</sup>の金額

## 2. 2025年度業績予想修正、配当予想修正及び株式分割

» 年間計画の進捗を踏まえ、売上見通しは下方修正も、利益見通しを上方修正

(億円)	2025 年初計画 [A]	2025 修正計画 [B]	増減 [B-A]	2024 実績 [C]	増減 [B-C]
売上収益	5,320	5,230	▲90 ▲1.7%	5,308	▲78 ▲1.5%
事業利益 (売上収益-売上原価-販管費)	245	295	+50 +20.4%	220	+75 +33.9%
営業利益	200	278	+78 +39.0%	104	+174 +166.9%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	110	165	+55 +50.0%	77	+88 +113.9%
ROE	5.5%	8.0%	-	4.1%	-

# 2025年度業績予想修正(売上収益)



» 売上見通しについて、国内酒類は上方修正も、海外酒類及び食品飲料事業の進捗を反映し、全体では下方修正

売上収益(億円)	2025 年初計画 [A]	2025 修正計画 [B]	増減 [B-A]	主な修正内容	2024 実績 [C]	増減 [B-C]
酒類事業	3,935	3,900	▲35	-	3,882	+18
国内酒類	2,770	2,820	+50	ビール類の数量増等	2,730	+90
海外酒類	950	865	▲85	市況影響による数量減、為替見直し修正等	943	▲78
外食	215	215	-	-	209	+6
食品飲料事業	1,130	1,055	▲75	-	1,179	▲124
国内食品飲料	850	800	▲50	構造改革・価格改定等による数量減	907	▲107
海外飲料	280	255	▲25	工場製造トラブル・市況影響等による数量減	272	▲17
不動産事業	255	275	+20	エクイティ、YGP増収等	246	+29
その他/その他・全社	-	-	-	-	1	▲1
連結	5,320	5,230	▲90	-	5,308	▲78

2025年度業績予想修正(事業利益)



» 事業利益見通しについて、海外酒類は外部環境の影響を受け下方修正も、堅調な国内酒類を中心に全体では上方修正

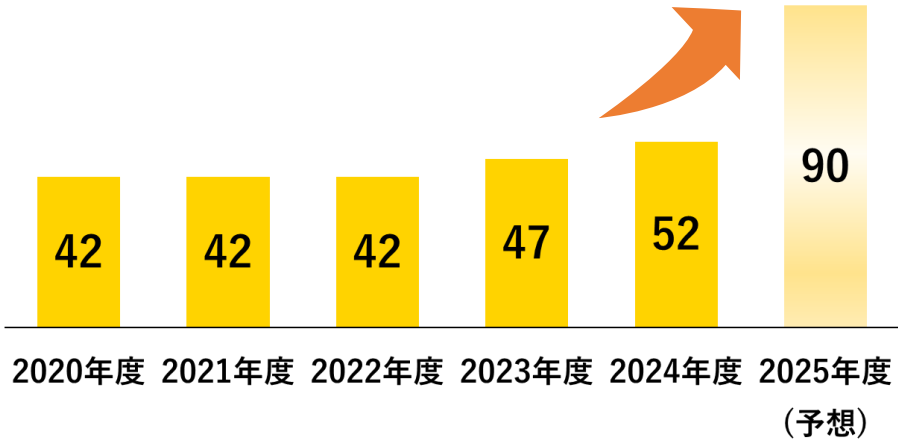
事業利益(億円)	2025 年初計画 [A]	2025 修正計画 [B]	増減 [B-A]	主な修正内容	2024 実績 [C]	増減 [B-C]
酒類事業	219	244	+26	-	188	+56
国内酒類	195	225	+29	増収効果、コストマネジメント等	164	+60
海外酒類	4	0	▲4	数量減影響、米国関税影響等	4	▲4
外食	20	20	-	-	19	+0
食品飲料事業	42	42	-	-	34	+8
国内食品飲料	29	29	-	-	22	+6
海外飲料	13	13	-	-	12	+1
不動産事業	70	95	+25	エクイティ、YGP増収、コストマネジメント等	78	+17
その他/その他・全社	▲85	▲85	-	-	▲80	▲5
連結	245	295	+50	-	220	+75



- 利益見通しの上方修正により、1株当たり60円から90円(株式分割前)に増配修正
- 株式分割(1株につき5株の割合)を1月に実施予定。分割後の株主優待制度については、改めて詳細を案内予定

株主還元(配当)

< 1株当たり配当金(円)>



1株当たり配当金(円)					
42	42	42	47	52	90
連結配当性向(%)					
-	26.5%	60.0%	42.0%	52.5%	43.0%

※上記配当金については、株式分割前の金額を記載しております

株式分割・株主優待制度について

<株式分割について>

- 株式の流動性向上及び投資家層の拡大を図るため、2026年1月1日を効力発生日とした株式分割を実施予定(普通株式1株につき5株の割合をもって分割)

<株主優待制度について>

- 2025年12月31日を基準日とする2025年12月期の株主優待制度は、株式分割前の普通株式数を基準に実施するため、変更無し
- 2026年12月期の株主優待制度については、改めて詳細を案内予定

### 3. 2025年度第3四半期決算概要

# 2025年Q3 決算ハイライト(連結)



» 前年の資産売却、円高に伴う為替差損等により最終減益も、本業の収益力を示す事業利益は着実に向上

(億円)	2024Q3	2025Q3	増減	前年比
売上収益	3,856	3,826	▲30	▲0.8%
売上収益(酒税抜き)	3,009	2,992	▲17	▲0.6%
海外売上収益	965	909	▲56	▲5.8%
EBITDA	304	363	+59	+19.5%
事業利益(売上収益-売上原価-販管費)	140	201	+61	+43.8%
(事業利益率)	3.6%	5.2%	-	-
その他の営業収益・費用	37	▲5	▲42	-
営業利益	177	196	+19	+10.8%
金融収益・費用/持分法投資損益	▲7	▲28	▲21	-
税引前利益	170	168	▲2	▲1.2%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	115	109	▲6	▲5.3%

2025年Q3 決算ハイライト(事業セグメント別)



» 海外酒類及び食品飲料事業が減収も、堅調な国内酒類の増収効果や、コストマネジメント効果等により増益

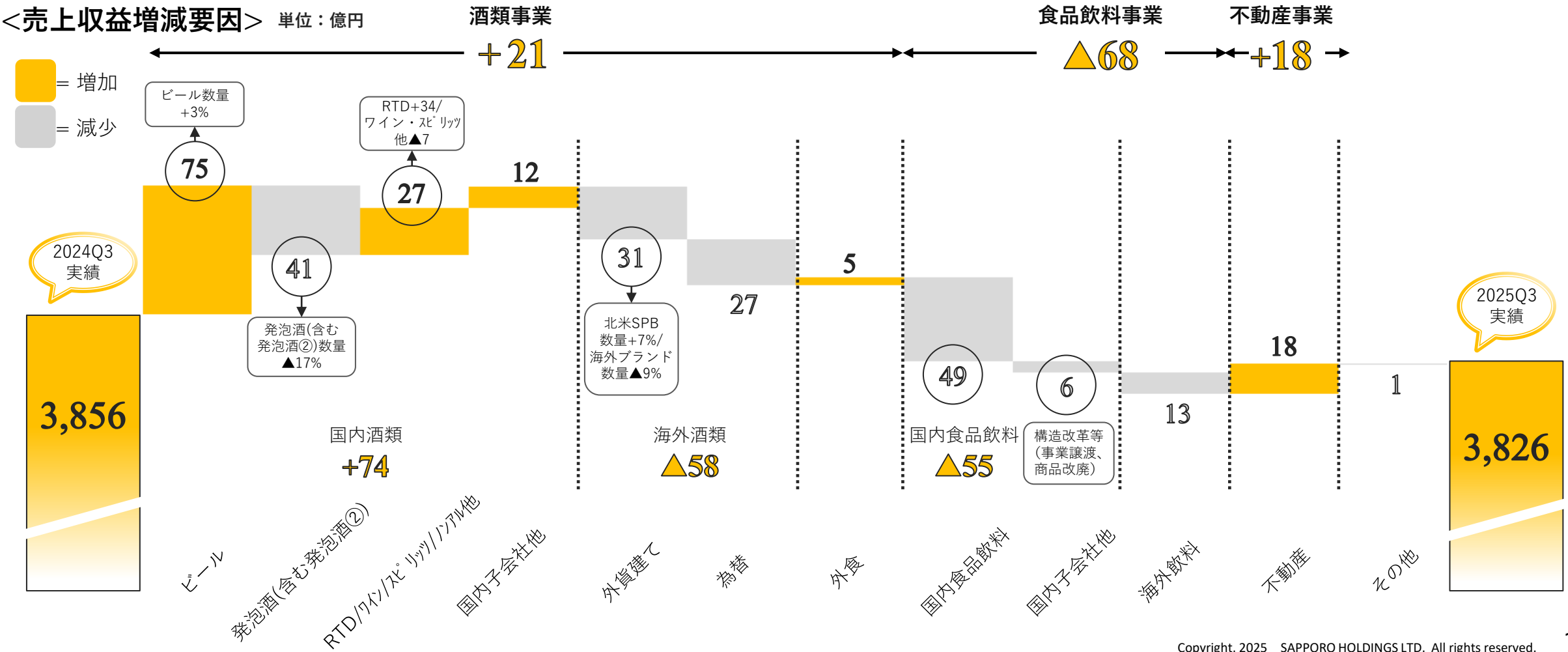
(億円)	売上収益				事業利益			
	2024Q3	2025Q3	増減	前年比	2024Q3	2025Q3	増減	前年比
酒類事業	2,817	2,838	+21	+0.8%	129	162	+33	+25.7%
国内酒類	1,949	2,024	+74	+3.8%	110	148	+38	+34.5%
海外酒類	711	653	▲58	▲8.1%	3	▲1	▲4	-
外食	157	161	+5	+2.9%	16	15	▲1	▲6.1%
食品飲料事業	862	794	▲68	▲7.9%	21	33	+11	+53.6%
国内食品飲料	659	604	▲55	▲8.4%	14	22	+8	+61.7%
海外飲料	202	190	▲13	▲6.3%	8	10	+3	+38.2%
不動産事業	176	194	+18	+10.0%	51	61	+11	+21.3%
その他/その他・全社	1	-	▲1	-	▲62	▲56	+6	-
連結	3,856	3,826	▲30	▲0.8%	140	201	+61	+43.8%

2025年Q3 決算ハイライト(売上収益)



>> 国内酒類は堅調も、海外酒類及び食品飲料事業の減収影響により、全体で▲30億円(▲0.8%)の減収
 

- 国内酒類は発泡酒が減収となったが、ビール・RTDの数量増や価格改定効果もあり増収
- 海外酒類は北米SPBが堅調も、海外ブランドの数量減及び為替影響により減収
- 食品飲料事業は構造改革や価格改定に伴う数量減影響により減収



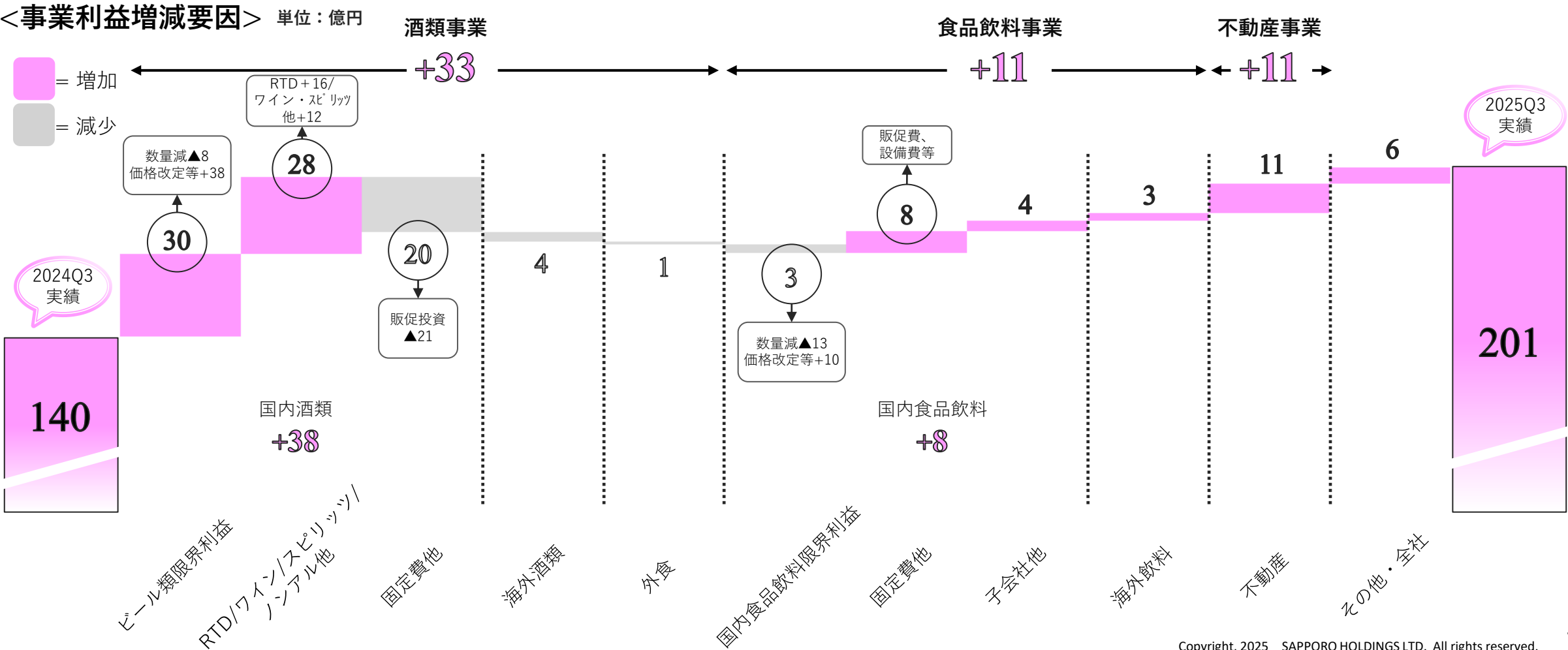
# 2025年Q3 決算ハイライト(事業利益)



» 全ての事業セグメント(酒類、食品飲料、不動産)で増益(+61億円、+43.8%)

- 国内酒類はビールを中心にブランド投資を強化するも、増収効果等により増益
- 食品飲料事業は減収となるも、価格改定効果やコストマネジメント効果等により増益

増減要因詳細はP.16以降の事業戦略ページに記載





アクションプラン詳細は  
適宜開示予定

国内酒類

2023～2024年	2025年	2026年
ビール強化（1-1）★ 酒税改正		★ 酒税改正
RTD強化（1-2）		
RTD生産拠点再編（2）完了		

海外酒類

機能統合によるシナジー創出（3-1）	2025年以降もアクションプランとして取り組みを継続	
SPB 米国内にて製造開始（3-2）完了		
グローバル生産・物流の最適化（3-3）	2025年以降もアクションプランとして取り組みを継続	
	抜本的な構造改革（米国）（3-4）	

外食

不採算店舗の削減（4-1）完了		
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）		

国内食品飲料

抜本的な構造改革（5）完了	抜本的な構造改革（5-1）	2024年に策定した方針に基づき構造改革を実行
	レモン強化（5-2）	

海外飲料

成長余地のある国での売上拡大（6）		
-------------------	--	--

不動産

YGPを中心としたコア物件の価値向上（8）		
-----------------------	--	--

全社

事業ポートフォリオの抜本的整理（9）	2025年以降も毎年ポートフォリオの見直しを行う	
「ブランド」「お客様や地域とのつながり」を軸に発揮するグループシナジー（10）		

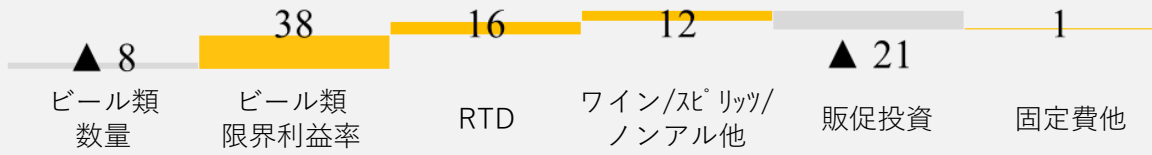
事業戦略: 酒類事業(国内酒類/外食)



国内酒類

- 売上収益: 2,024億円(前年比+74億円、+3.8%)
- 事業利益: 148億円(前年比+38億円、+34.5%)
- » 増収・増益。強化を進めるビールは前年・市場を上回り進捗
- » 堅調な業績の進捗をふまえ、今期の売上・利益見通しを上方修正

<事業利益増減要因(前年比)>



ビール強化(1-1)

KPI ◆ ビール構成比: 80% ◆ ビール類酒税抜き売上単価: +22%(22年比)

- 4月の価格改定後、Q2期間(4-6月)に続き、Q3期間(7-9月)でもビール総需要は前年割れの中、当社は主力ブランドである黒ラベル缶、エビス缶を中心に堅調に推移。Q3累計でもビール・ビール缶ともに前年・市場を上回り進捗
- ビールシフトの大きなトレンドは変わらないものの、物価高等の影響を受け、年初の見込以上に発泡酒(発泡酒②含む)の需要が残っており、ビール構成比は計画に対してややビハインドの状況

<売上数量(前年比)> \*市場(総需要)は当社推計

	ビール類		ビール		ビール缶	
	市場	当社	市場	当社	市場	当社
Q3期間	▲5%	< +0%	▲3%	< +4%	▲3%	< +7%
Q3累計	▲4%	< ▲1%	▲1%	< +3%	▲1%	< +5%

ビール強化の主な取り組み



- 7月にリニューアルオープンした「黒ラベル THE BAR」(銀座)では、8月に単月売上・客数ともに過去最高を更新。期間限定開催中の「黒ラベルBASE」(梅田)も、来場客数は計画比2割増と好調。今後もブランド体験強化の取り組みを継続していく
- 季節限定品として、「黒ラベル EXTRA THINK」を10月より発売



- 荒木飛呂彦氏デザイン缶第2弾を9月より限定発売。これに合せ、YEBISU BREWERY TOKYO (YBT、東京)・大阪でコラボイベントを開催。YBTでは荒木飛呂彦氏との限定ビールの他、毎月テーマに沿った限定ビールを提供しており、年内来場者数は10月時点で目標(25万人)を達成
- 11月にはエビスのリニューアルを実施。TVCMを中心にブランド投資を強化していく



- 「赤星」の愛称で長年親しまれるサッポロラガー(瓶)はQ3累計で前年比2割増と伸長
- 9月末にはブランド認知拡大の一環として缶を限定発売



- 「SORACHI 1984」のコンセプトバーを8月に新千歳空港内にオープン(JR札幌駅に次ぐ2号店)
- 北海道内外のお客様に体験いただける拠点を目指す

RTD強化(1-2)

KPI ◆ RTD(缶)計: +42%(22年比、売上金額ベース)

- 売上金額KPIは、数量増・価格改定効果等もあり、計画インラインで進捗
- 主力の濃いめブランドは26年1月にリニューアルを予定しており、さらなる強化を図る



外食

» 売上・事業利益ともに計画インラインで進捗

トピックス

- 客単価向上により、既存店売上高は前年超えを継続
- サステナビリティ最注力課題の一つ「責任ある飲酒の推進」に向けて、SB社・SLN社協働で「適正飲酒セミナー」をYEBISU BARにて初開催。「適正飲酒体験」を取り入れたことで、参加者の理解促進につながり、全体の95%が満足と回答。今後もグループ全体で適正飲酒の啓発と不適切な飲酒の防止に取り組んでいく

<SLN社既存店売上>

	前年比	Q3累計
売上高		103%
客数		100%
客単価		104%

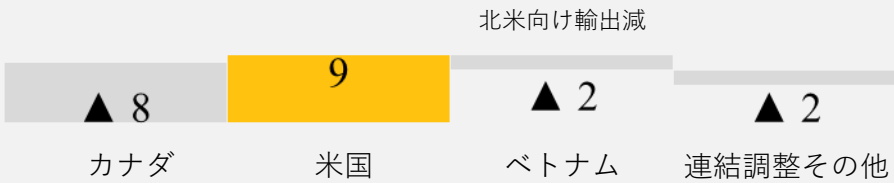


海外酒類

■ 売上収益: 653億円(前年比▲58億円、▲8.1%)  
■ 事業利益: ▲1億円(前年比▲4億円)

» SPBは着実に成長しているものの、海外ブランドの数量減等により、減益  
» 北米市場の軟調継続、米国関税影響等を受け、今期の売上・利益見通しを下方修正

<事業利益増減要因(前年比)>



市況及び当社の状況

KPI ◆サッポロブランド数量: +18%(売上数量ベース、前年比)

✓ Q2以降の好調なトレンドを維持し、前年比で2桁成長を継続。  
KPIに掲げる年間目標数量の達成が十分に見通せる状況



エリア別売上数量: 北米 +7%(前年比)、その他地域 +30%(前年比)

- ・ 米国・カナダともに総需要は前年割れの中、SPBは成長トレンドを継続
- ・ その他地域については、Carlsberg社をはじめとするディストリビューターとの取り組みのほか、輸出事業も好調に進捗

トピックス

「Sapporo Premium Beer Stand」(韓国)

- ・ グローバルブランドポリシーに基づくSPBのマーケティングを推進。その一環として、各国で体験型イベントにも注力
- ・ 韓国(聖水洞)に7月にオープンした常設体験店舗「Sapporo Premium Beer Stand」が好調のほか、中国・香港・シンガポールではPOPUPイベントも開催



国別概況

\*市場(総需要、累計期間、数量ベース)は当社推計。米国は流通小売ベース



カナダ

- ・ ビール総需要は前年比▲5%と、軟調のトレンドは変わらず。当社はSPBは成長も、規制緩和に伴う競争激化等により、主力のSleemanブランドは総需要を下回る
- ・ チャネル戦略・コストマネジメントの強化等により対応を図るが、今期の売上・利益見通しを下方修正
- ・ Beyond Beer(RTD・ノンアル)は計画を上回り進捗



米国

- ・ ビール総需要は前年比▲5%。経済の先行き不透明感から消費マインドが低下
- ・ 当社はSPBが成長を継続する一方、Stoneブランドが苦戦。クラフト総需要も軟調のトレンドは変わらず(クラフト総需要:前年比▲7%)
- ・ SPBの成長加速及びコスト構造改革の取り組みにより、年初利益計画達成を目指す



ベトナム

- ・ ビール総需要は+1%と、3年ぶりに累計で前年を上回った
- ・ 当社は価格改定を実施したものの、缶・樽の成長により、売上は計画・前年超え。年間でも計画達成を目指す

Stone社の状況(3-1~4)/今期の見通し(海外酒類)

Stone社の状況

- ・ コストシナジは計画通り進捗
- ・ コスト構造改革は売上が下振れの中、一部前倒しで取り組みを推進。年間\$5MのKPIについては、達成が十分に見通せる状況
- ・ 米国事業のさらに踏み込んだ構造改革についても引き続き検討中

今期の見通し(海外酒類)

- ・ 北米市場の軟調継続や為替影響等により、売上見通しを下方修正
- ・ 利益見通しについても、数量減影響のほか、米国関税影響によるコストアップ等をふまえ、下方修正。米国関税影響については、今期はQ3より利益影響が発生(今期影響額は▲8億円)

\*関税影響はカナダ・米国で発生。上記の影響額は対応策実施後の金額

事業戦略: 食品飲料事業(国内食品飲料/海外飲料)/不動産事業



国内食品飲料

■ 売上収益: 604億円(前年比▲55億円、▲8.4%)  
■ 事業利益: 22億円(前年比+8億円、+61.7%)

» 構造改革や価格改定に伴う数量減影響により減収も、前年の価格改定効果やコストマネジメント効果等により増益  
» 引き続きレモンに注力していく

<事業利益増減要因(前年比)>

▲ 13

10

12

数量

価格改定他  
限界利益率

固定費他

抜本的な構造改革(5-1)

KPI ◆ コスト構造改革: 2億円(24年比)

トピックス

• Q2までは限定的であったが、Q3にて固定費削減効果が顕在化  
• 各事業の構造改革を推進する中、スープ事業の最適な生産体制構築及び生産効率向上を図るため、仙台工場のカップ入りスープの製造設備等について、磐田ポッカ食品社(子会社)への移管を決定(2026年3月末移管予定)

レモン強化(5-2)

KPI ◆ レモン売上金額: +8%(24年比)

トピックス

• レモン食品・レモン飲料ともに前年超え。引き続きレモンの強化に取り組む  
• キレートレモン瓶については、7月の価格改定による数量減影響を受けるも、「クエン酸」・「MUKUMI」が堅調に推移  
• 農業法人「株式会社LEMONITY」を9月に共同設立。機械化等新たな栽培体系の導入により、国産レモンの持続可能な生産モデル構築を目指す

海外飲料

■ 売上収益: 190億円(前年比▲13億円、▲6.3%)  
■ 事業利益: 10億円(前年比+3億円、+38.2%)

» 製造トラブルによる出荷減やシンガポール国内の市況の影響を受け減収も、前年の価格改定やコストマネジメント効果等により増益

<事業利益増減要因(前年比)>

▲ 3

4

2

数量

限界利益率

固定費他

KPI ◆ 売上の状況(金額前年比、SGDベース)

トピックス

• シンガポール: ▲10%  
• マレーシア: ▲9%  
• 輸出: +14%  
• マレーシア工場の製造トラブルについて、8月以降はフル稼働で推移  
• 輸出については、中東向けが紛争影響等により、足元の売上が落ち込み

不動産

■ 売上収益: 194億円(前年比+18億円、+10.0%)  
■ 事業利益: 61億円(前年比+11億円、+21.3%)  
■ EBITDA: 109億円(前年比+13億円、+12.9%)

» 札幌、賃貸運営がけん引し、増収・増益  
» エクイティ、YGP等の上振れにより、今期見通しを上方修正

<事業利益増減要因(前年比)>

1

3

7

YGP

札幌

賃貸運営+4  
その他

YGP稼働率

空調工事区画を除く稼働率は、直近1年間ほぼフル稼働

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)

		Q3実績			通期			中計目標		
		2022年Q3	2024年Q3	2025年Q3	2022年	2024年	2025年計画	2026年目標		
国内酒類	ビール強化・ビール類利益率改善									
	ビール強化：ビール構成比	(1-1)	66%	77%	80%	68%	78%	83%	79%	
	利益率改善：酒税抜き売上単価	(1-1)	-	+16% (22年比)	+22% (22年比)	-	+12% (22年比)	+20% (22年比)	+11% (22年比)	
	RTD事業の成長・生産効率化 他									
	RTDの成長：RTD(缶)売上金額	(1-2)	-	+19% (22年比)	+42% (22年比)	-	+27% (22年比)	+37% (22年比)	+74% (22年比)	
	生産効率化：自社製造比率	(2)	-	-	-	73%	93%	98%	88%	
海外酒類	サッポロブランド成長									
	サッポロブランド数量	(3-1~3)	499万函	647万函	760函 (前年比+18%)	661万函	883万函	957万函	1,000万函	
	Stone社買収シナジー/コスト構造改革									
	コストシナジー	(3-1~3) ※1	-	-	-	-	\$10M (22年比)	\$13M (22年比)	\$15M (22年比)	
	コスト構造改革(2025年~)	(3-4)	-	-	-	-	-	\$5M (24年比)	\$15M (24年比)	
国内食品飲料	コスト構造改革(~2024年)	(5)	完了	-	16億円 (22年比)	-	21億円 (22年比)	-	20億円 (24年・22年比)	
	コスト構造改革(2025年~)	(5-1)	-	-	2億円 (24年比)	-	-	6億円 (24年比)	12億円 (24年比)	
	レモン強化	レモン売上金額(2025年~)	(5-2)	-	-	+8% (24年比)	-	-	+9% (24年比)	+17% (24年比)
	海外飲料	売上拡大	海外売上金額	(6) ※2	-	▲3% (22年比)	▲8.5% (22年比)	-	▲4.1% (22年比)	+6.7% (22年比)
不動産	YGPの価値向上	平均賃料単価増加率	(8)	-	-	-	-	+2.9% (22年比)	+2.9% (22年比)	+2.5% (22年比)
全社	事業ポートフォリオの抜本的整理	(9)	-	-	-	10億円 (21年比)	17億円 (22年比)	-	-	

## 4. 参考資料

※1 2026年目標は中計策定時より変更しておりません  
※2 財務目標を達成するための目安

財務指標							
	Q3実績			通期			中計目標
	2022年Q3	2024年Q3	2025年Q3	2022年	2024年	2025年修正計画	2026年目標 <sup>※1</sup>
ROE	-	-	-	3.3%	4.1%	8.0%	8.0%
(目安)事業利益 <sup>※2</sup>	58億円	140億円	201億円	93億円	220億円	295億円	250億円
EBITDA 年平均成長(CAGR)	-	20.6%	20.2%	-	21.4%	20.1%	10%程度
(目安)EBITDA <sup>※2</sup>	209億円	304億円	363億円	299億円	440億円	517億円	500億円
海外売上収益 年平均成長(CAGR)	-	15.3%	7.8%	-	12.1%	5.8%	10%程度
(目安)海外売上収益 <sup>※2</sup>	725億円	965億円	909億円	1,022億円	1,285億円	1,212億円	1,400億円

事業利益率の状況



\*1 2025年2月時点における見通し  
\*2 2026年中計目標は中計策定時より変更しておりません

事業利益率								
	Q3実績			通期				中計目標
	2022年Q3	2024年Q3	2025年Q3	2022年	2024年	2025年修正計画	2026年見通し <sup>*1</sup>	2026年目標 <sup>*2</sup>
国内酒類	2.6%	5.6%	7.3%	3.5%	6.0%	8.0%	7.5% (2025年と同等以上の水準を目指す)	5.7%
海外酒類	2.0%	0.4%	▲0.2%	▲0.4%	0.4%	0.0%	2.8%	6.2%
外食	▲7.2%	10.5%	9.6%	▲3.3%	9.3%	9.3%	9.0%	5.0%
国内食品飲料	▲0.5%	2.1%	3.7%	0.9%	2.5%	3.6%	4.4%	3.8%
海外飲料	5.9%	3.7%	5.5%	3.6%	4.3%	5.1%	5.6%	5.0%
不動産 (EBITDAベースのROA)	3.5%	3.8%	4.2%	4.9%	5.5%	6.1%	6.0% (2025年と同等以上の水準を目指す)	5.7%

# 財政状態計算書(バランスシート)の状況



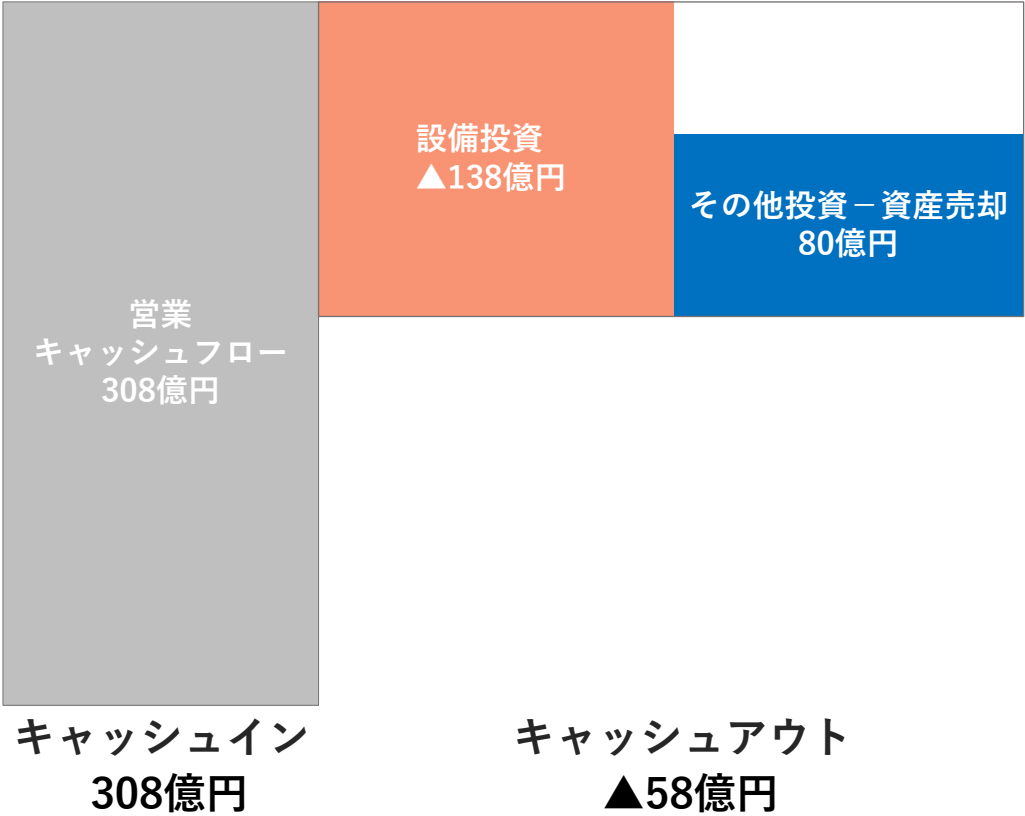
(億円)

資産	2024期末	2025Q3	増減	負債・純資産	2024期末	2025Q3	増減
現預金	241	226	▲16	営業債務	380	362	▲18
営業債権	995	746	▲248	短期金融負債	570	612	42
棚卸資産	581	610	28	流動負債その他	1,120	942	▲177
流動資産その他	122	138	17	長期金融負債	1,481	1,252	▲229
固定資産及び無形資産	1,641	1,574	▲67	退職給付に係る負債	33	29	▲4
投資不動産	2,092	2,080	▲12	非流動負債その他	1,094	1,084	▲10
のれん	224	221	▲3	負債合計	4,678	4,281	▲397
非流動資産その他	754	769	15	親会社所有持分	1,960	2,073	112
資産合計	6,650	6,364	▲285	非支配持分	11	11	▲0
				資本合計	1,972	2,084	112
				負債・資本合計	6,650	6,364	▲285
				ネットD/Eレシオ（倍）	0.9	0.8	-
				ネット金融負債残高	1,810	1,638	▲172

# キャッシュフローの状況



(億円)	2024Q3 実績	2025Q3 実績	増減	増減率
営業活動によるCF	295	308	13	4.6%
投資活動によるCF	▲87	▲58	29	—
フリーCF	207	250	43	20.7%
財務活動によるCF	▲148	▲254	▲106	—



<投資金額 (① + ②)> ▲58億円

① 設備投資 (支払ベース) : ▲138 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：▲77億円  
国内：▲46億円 海外：▲31億円
- ・食品飲料：▲17億円  
国内：▲13億円 海外：▲4億円
- ・不動産：▲36億円
- ・全社：▲9億円

② その他投資－資産売却 : 80 億円  
(株式売却他)

政策保有株式18銘柄売却 (売却額：45億円)



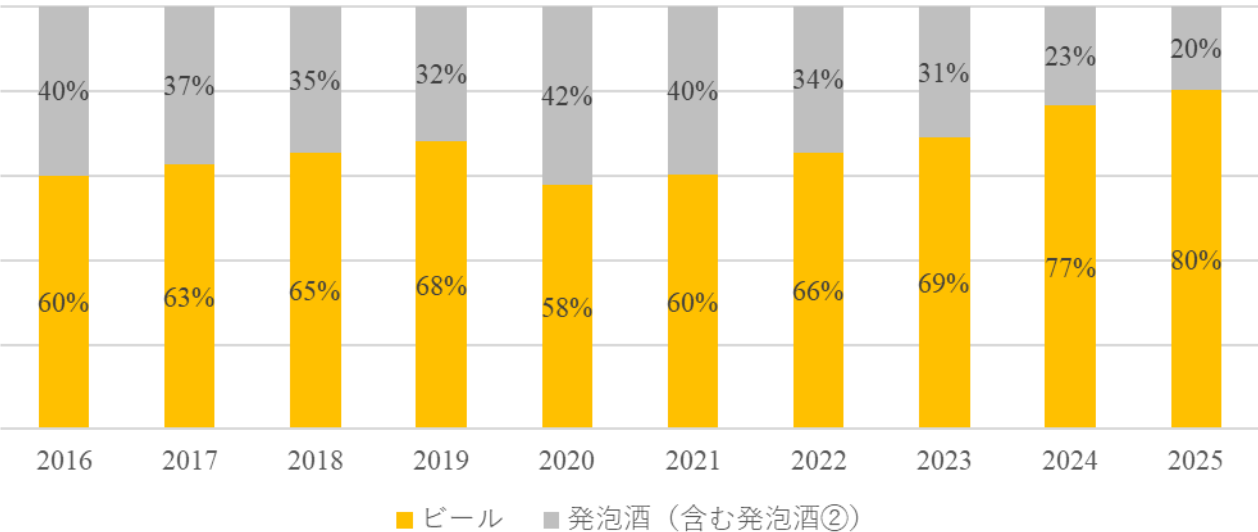
国内酒類

(万函 ※1)

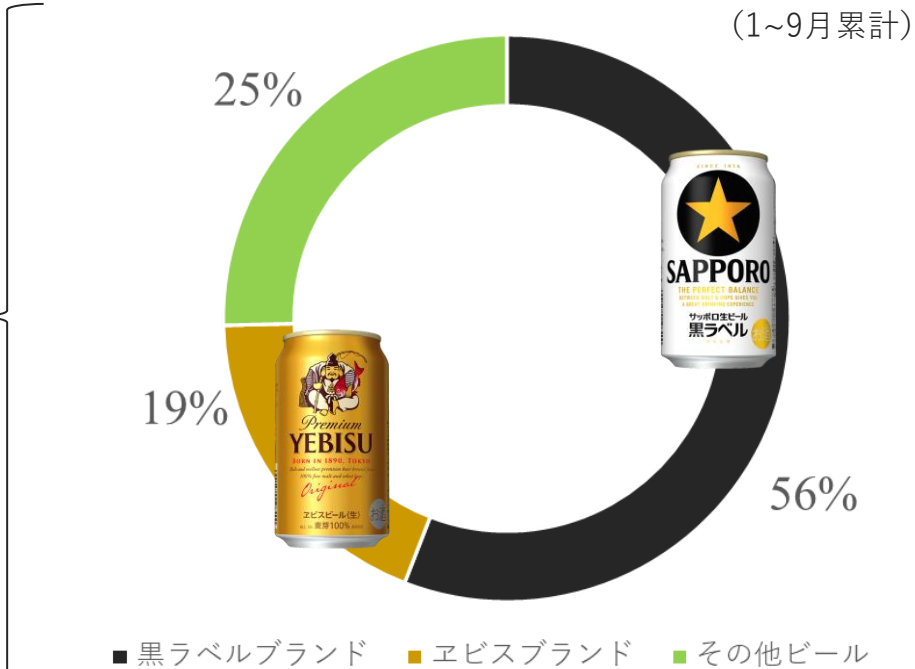
国内酒類 売上数量 (※2)	2024Q3	2025Q3	前期比
①ビール計	—	—	3.3%
黒ラベル計	—	—	1.3%
エビス計	—	—	1.1%
②発泡酒（含む発泡酒②）計	—	—	▲17.3%
ビールテイスト合計（①+②）	—	—	▲1.5%

※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> (1~9月累計)



<ビールカテゴリー 売上数量構成比>



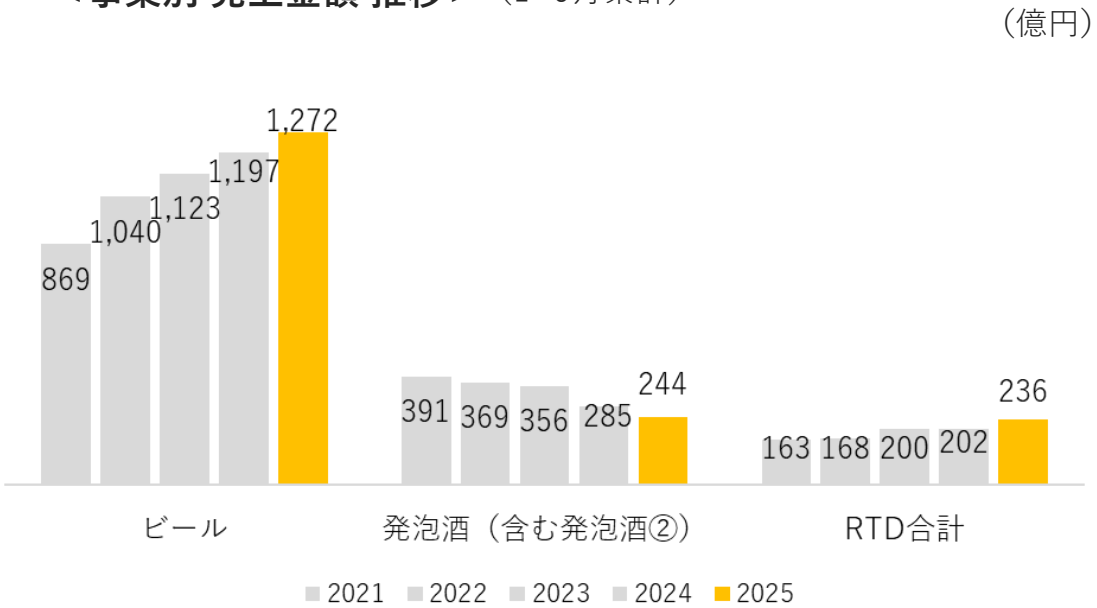
酒類事業データ



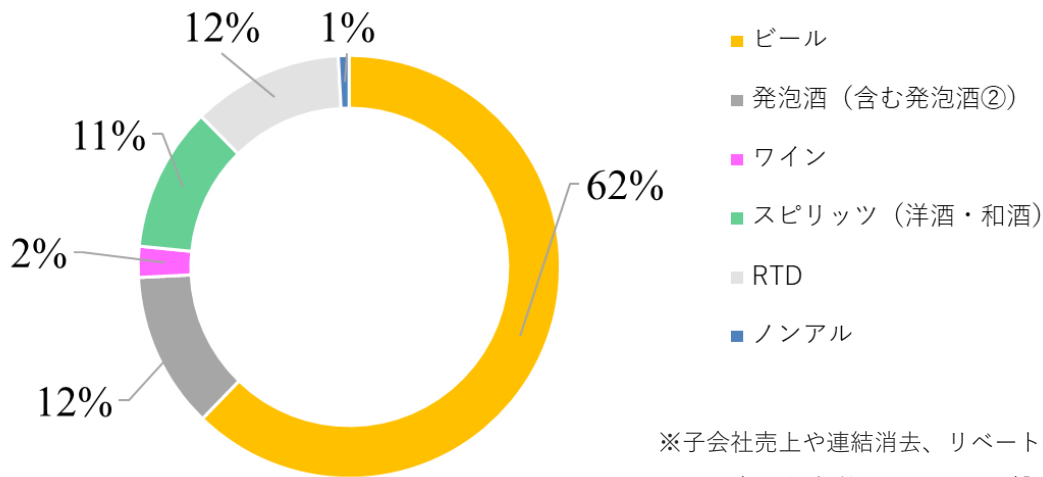
国内酒類

国内酒類 売上金額	2024Q3	2025Q3	前期比
ビール	1,197	1,272	6.3%
発泡酒（含む発泡酒②）	285	244	▲14.3%
ビールテイスト合計	1,482	1,517	2.3%
RTD	202	236	17.0%
国産ワイン	14	8	▲47.7%
輸入ワイン	41	41	▲0.3%
ワイン計	55	49	▲12.4%
スピリッツ（洋酒・和酒）	228	226	▲0.7%
合計	1,967	2,027	3.1%

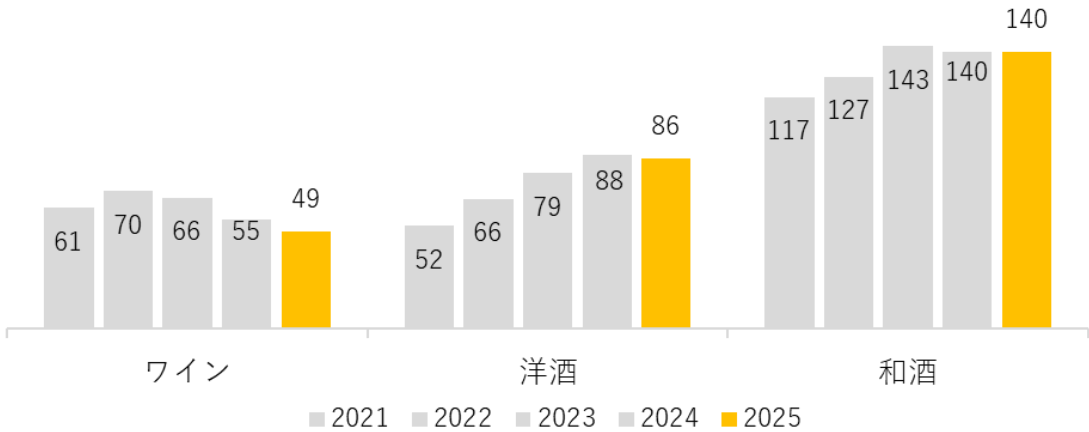
< 事業別 売上金額 推移 >（1~9月累計）



< 売上金額 事業別構成比 >（1~9月累計）

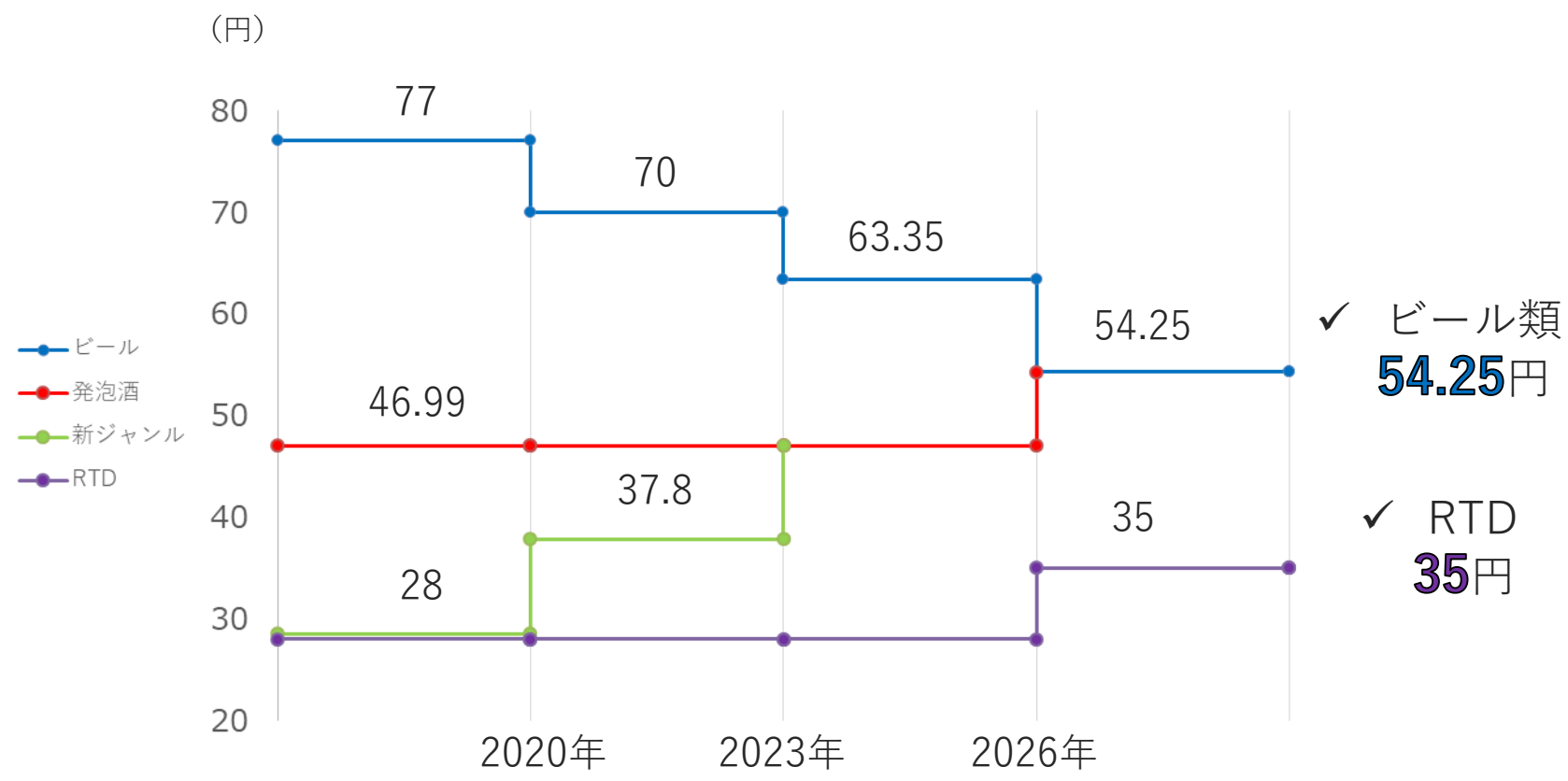


※子会社売上や連結消去、リベート控除を除く  
※2021年から氷彩サワー+99.99樽は洋酒→RTDへ組替



国内酒類

<ビール類酒税一本化：350ml当たりの酒税額の推移>



海外酒類

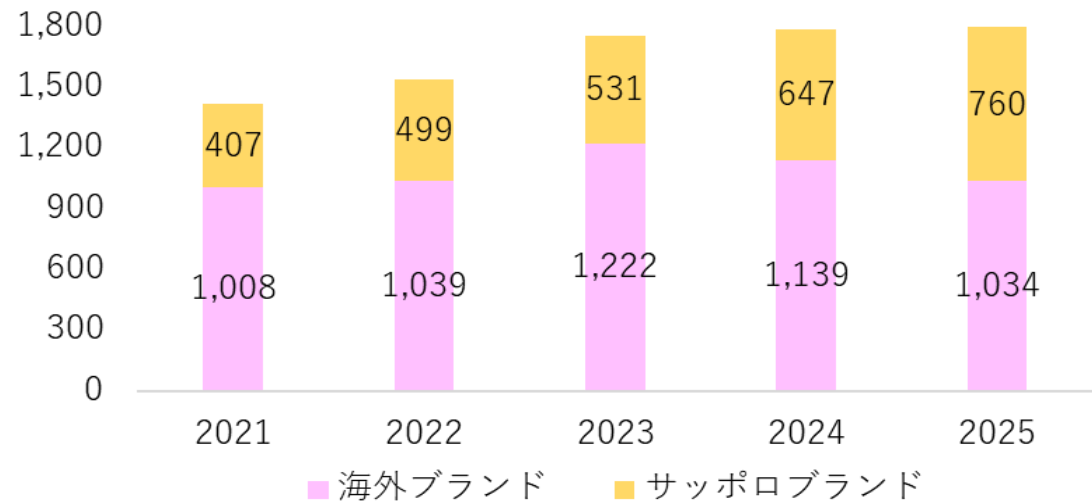
(万函)

海外ビール類 売上数量		2024Q3	2025Q3	前期比
①北米	海外ブランド (※1)	1,139	1,034	▲9.2%
	サッポロブランド	347	370	6.7%
	①北米	1,486	1,404	▲5.5%
	サッポロブランド	300	390	30.2%
	②その他地域	300	390	30.2%
	サッポロブランド合計	647	760	17.6%
	合計 (①+②)	1,785	1,795	0.5%

※1：Sleeman社、Stone社を含む。

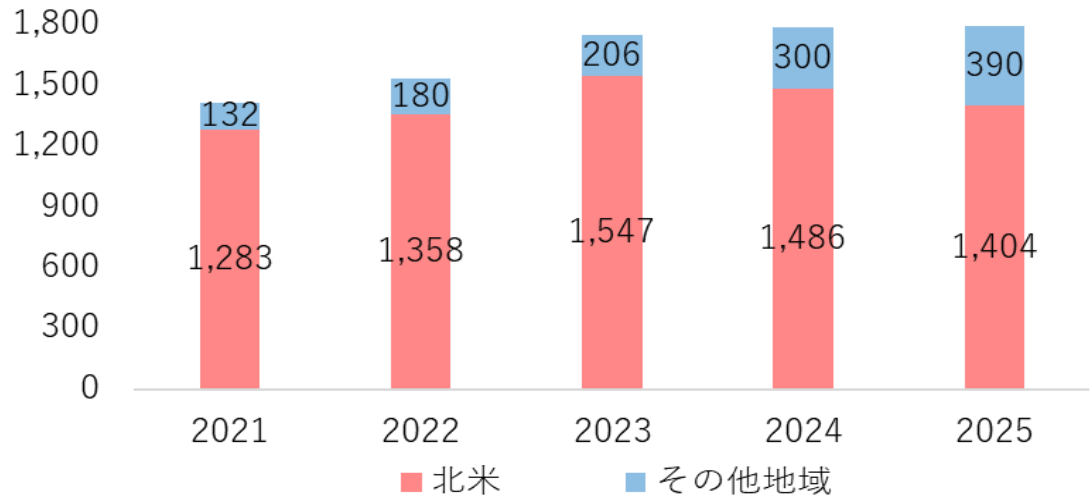
＜海外ビール類 ブランド別 売上数量推移＞ (1~9月累計)

(万函/大瓶換算)



＜海外ビール類 エリア別 売上数量推移＞ (1~9月累計)

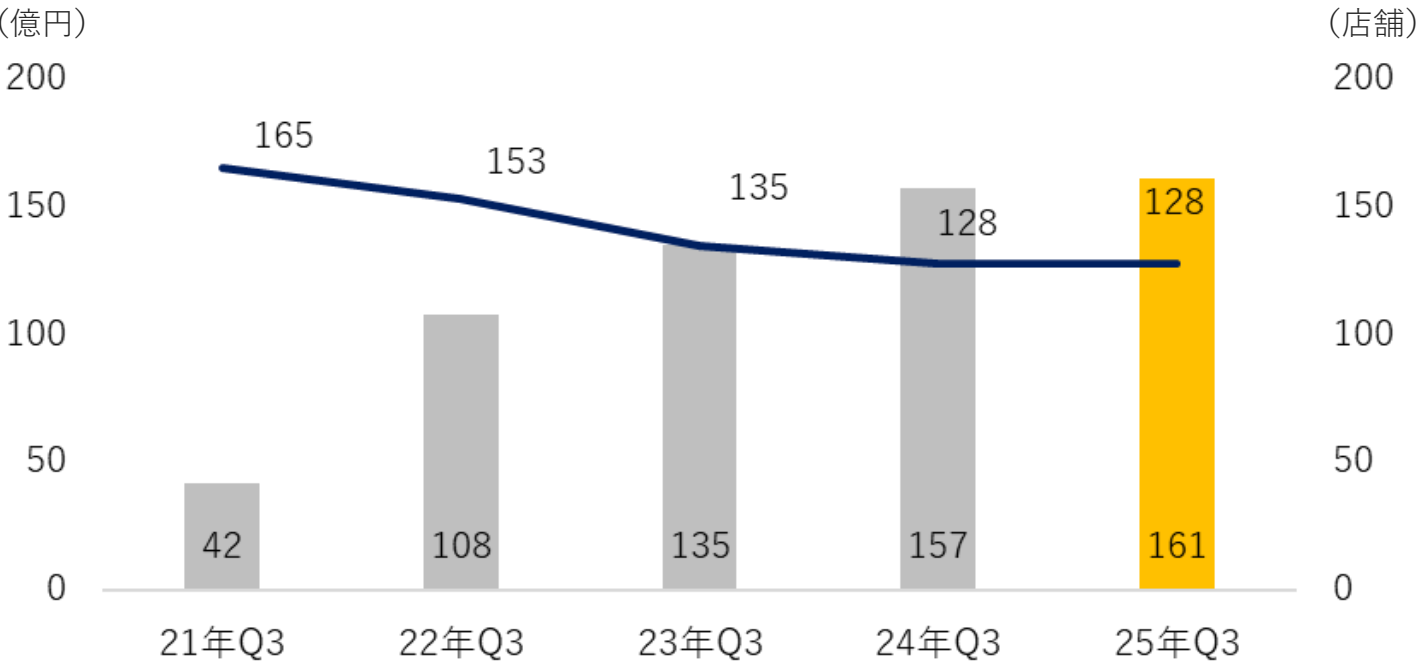
(万函/大瓶換算)



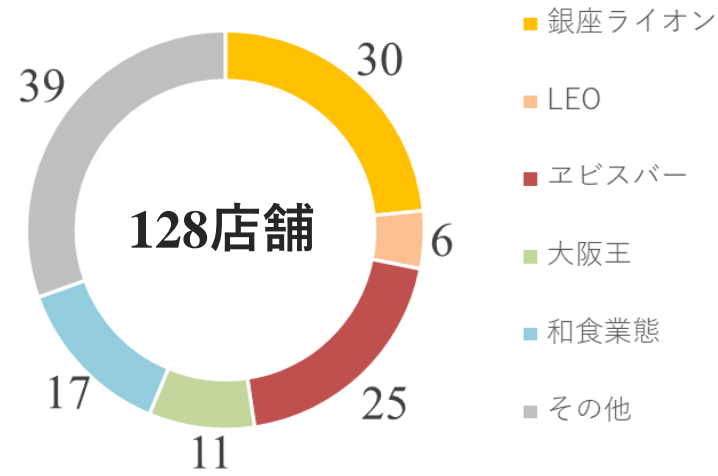
外食

外食	2024Q3	2025Q3	前期比
売上収益（億円）	157	161	2.9%
店舗数	128	128	0.0%

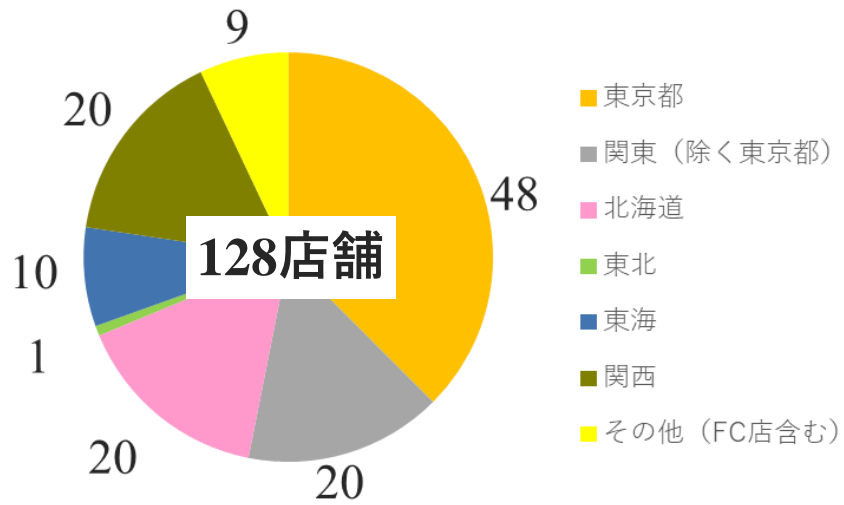
<外食事業の売上収益と店舗数の推移>（1~9月累計）



<店舗数業態構成比>



<店舗数地域別構成比>



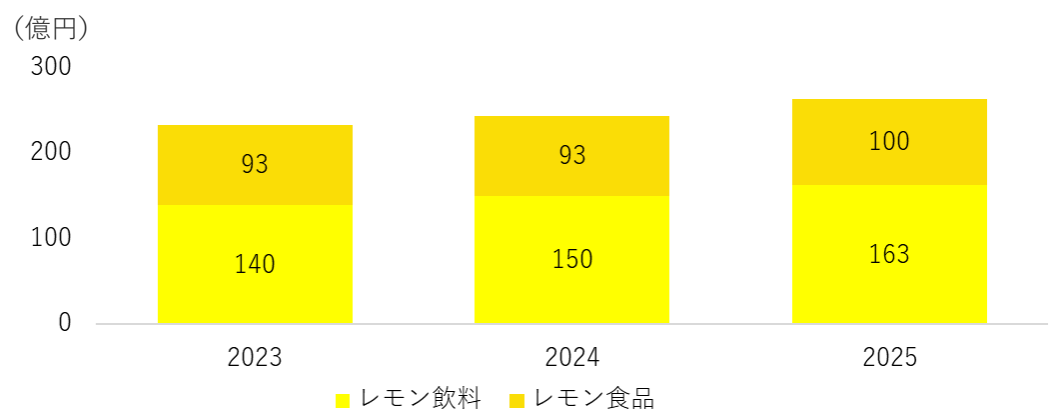
国内食品飲料

(億円)

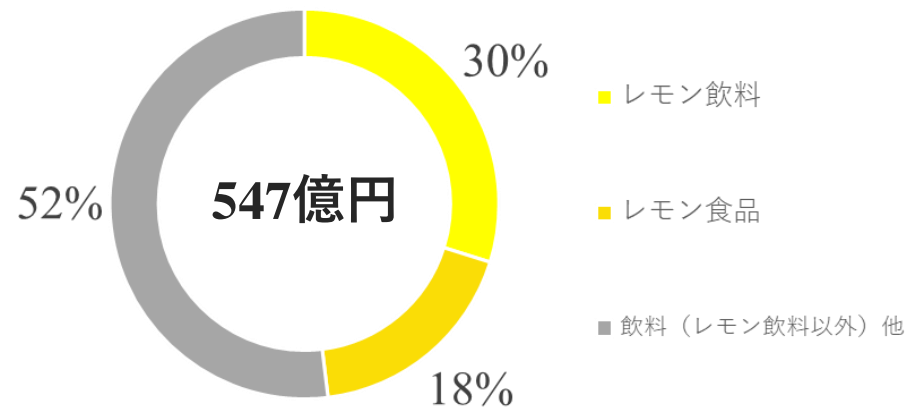
国内食品飲料 売上金額 (※1)	2024Q3	2025Q3	前期比
レモン (レモン飲料・レモン食品)	243	263	8.1%
飲料 (レモン飲料以外) 他	355	284	▲19.8%

※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）

<レモンの売上金額推移> (1~9月累計)



<売上金額構成比> (1~9月累計)



海外飲料

(百万SGD)

海外飲料 売上金額 (※2)	2024Q3	2025Q3	前期比
シンガポール	112	101	▲9.8%
マレーシア	22	20	▲8.6%
輸出	28	32	14.3%

※2：OEM除く、リベート控除前

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	90	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)

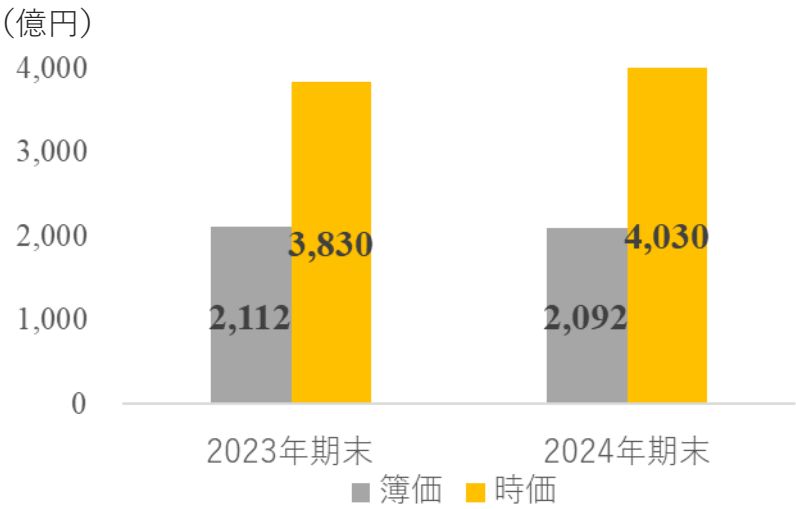
< 事業利益の内訳 >

(億円)	2024Q3	2025Q3	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	41	42	1
賃貸運営	15	19	4
札幌	2	5	3
エクイティ	6	9	3
マネジメント他	▲13	▲14	▲1
合計	51	61	11

< EBITDAの内訳 >

(億円)	2024Q3	2025Q3	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	71	73	2
賃貸運営	20	24	5
札幌	7	10	3
エクイティ	6	9	3
マネジメント他	▲7	▲8	▲1
合計	97	109	13

< 賃貸等不動産期末時価情報 >



YEBISU GARDEN PLACE



GINZA PLACE



## ■IR・財務情報

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

## ■統合報告書

<https://www.sapporoholdings.jp/ir/library/factbook/>

## ■FACTBOOK \*FACTBOOKは当社グループ概要、中期経営計画、事業概況・データ等をまとめた資料です

<https://www.sapporoholdings.jp/ir/library/factbook/>

## ■サステナビリティブック

[https://www.sapporoholdings.jp/sustainability/sustainability\\_book/](https://www.sapporoholdings.jp/sustainability/sustainability_book/)

## ■個人投資家のみなさまへ

<https://www.sapporoholdings.jp/ir/investor/>





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。