



2026年度 第1四半期決算説明資料

2026年5月14日

サッポロホールディングス株式会社(2501)

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

サマリー	- P3	3. 事業戦略	- P15
1. トピックス	- P4	アクションプラン	- P16
飲料事業の構造改革(国内食品飲料)	- P5	サマリー	- P17
米国事業における資産譲渡および生産体制の見直し(海外酒類)	- P6-8	国内事業(国内酒類)	- P18-19
サッポロブランドのグローバル展開(海外酒類)	- P9	国内事業(国内食品飲料)	- P20
2. 決算ハイライト	- P10	海外事業(海外酒類・海外飲料)	- P21-22
連結	- P11	アクションプランKPI	- P23
事業セグメント別	- P12	Appendix	- P24-35
売上収益増減	- P13		
事業利益増減	- P14		

*本資料中で使用する略称・用語について
SB社：サッポロビール株式会社 PS社: ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社 SPB: SAPPORO PREMIUM BEER
Q1: 第1四半期(1-3月) 次期中計: 次期中期経営計画(2027~30) 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
ESCO工場: Escondido工場 RVA工場: Richmond工場

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グは予定通り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、外部の専門人財を登用することで、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

1. トピックス

飲料事業の構造改革(国内食品飲料)



- ≫ 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

- ◆ 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

- ◆ 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社商品の取扱いが継続されるため、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

- ◆ 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

米国事業における資産譲渡および生産体制の見直し(海外酒類)(1/3)

- ≫ 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

>> 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

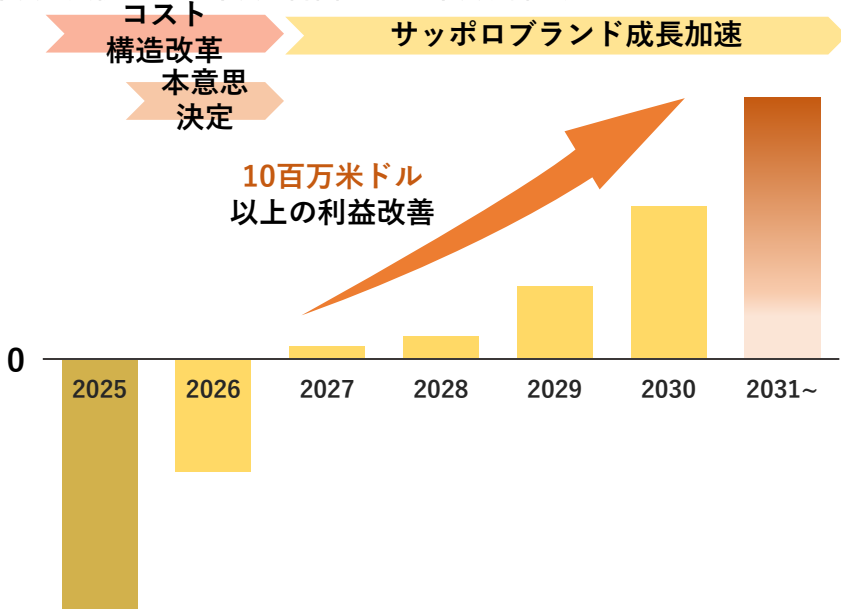
本意思決定の概要

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	<div>■ サッポロブランドへ経営資源を集中し、成長を加速</div> <div>■ 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</div> <div>■ 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</div>
当期(2026年度)業績予想への影響	<div>■ 売上・事業利益への影響は軽微</div> <div>■ 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</div> <div>■ 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</div>

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



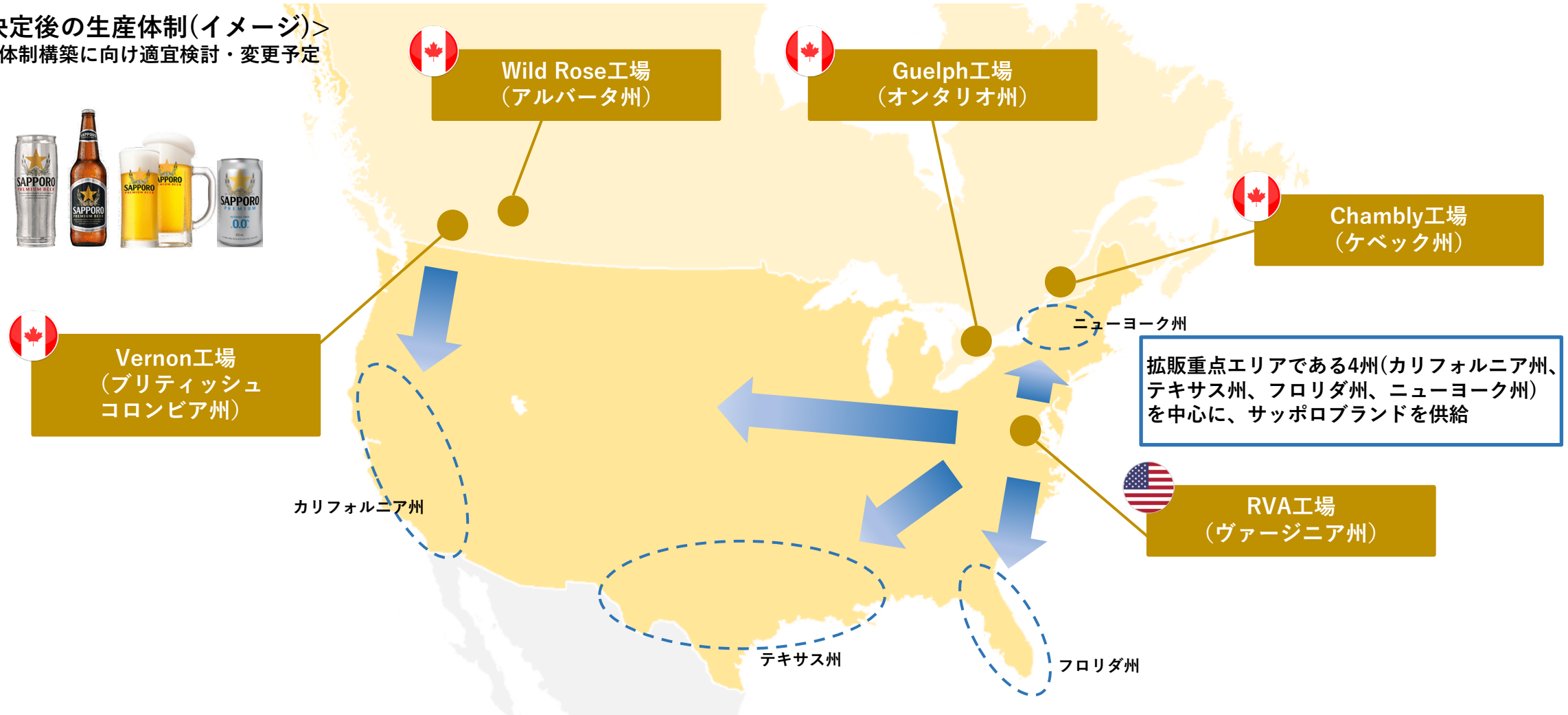
- ✓ サッポロブランドの成長加速および生産体制の最適化に伴う生産効率向上等により、米国事業の収益力改善を見込む
- ✓ 本意思決定により、2027年度において10百万米ドル以上の利益改善を見込む

米国事業における資産譲渡および生産体制の見直し(海外酒類)(3/3)

- ≫ 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

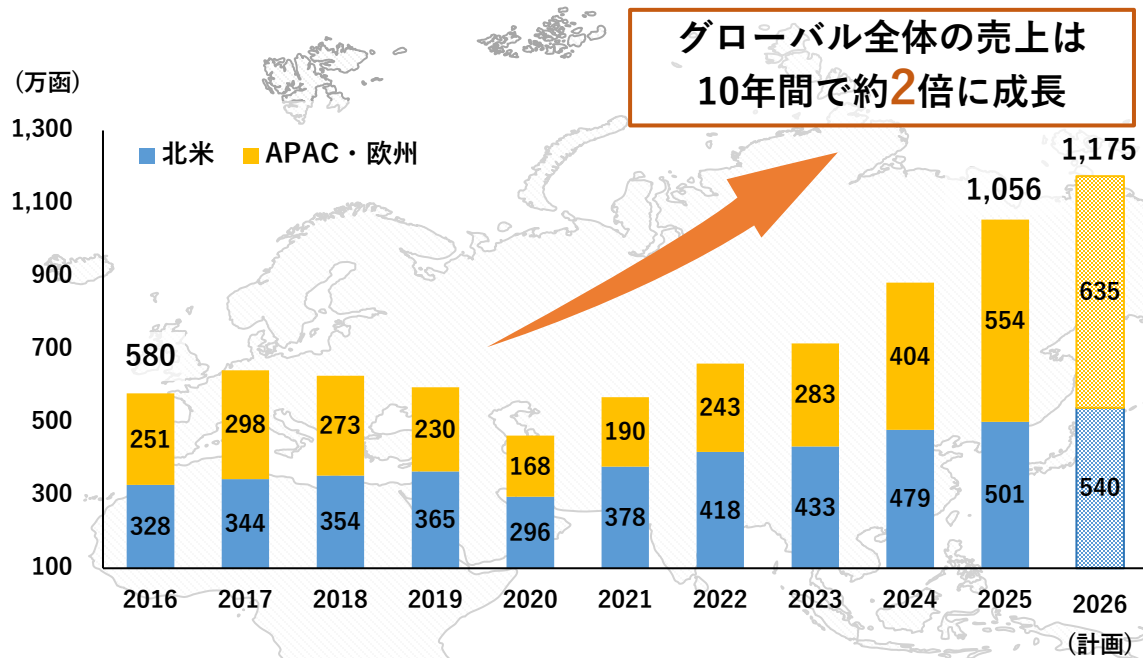


サッポロブランドのグローバル展開(海外酒類)



≫ 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



<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

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

*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)

2. 決算ハイライト

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

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	-

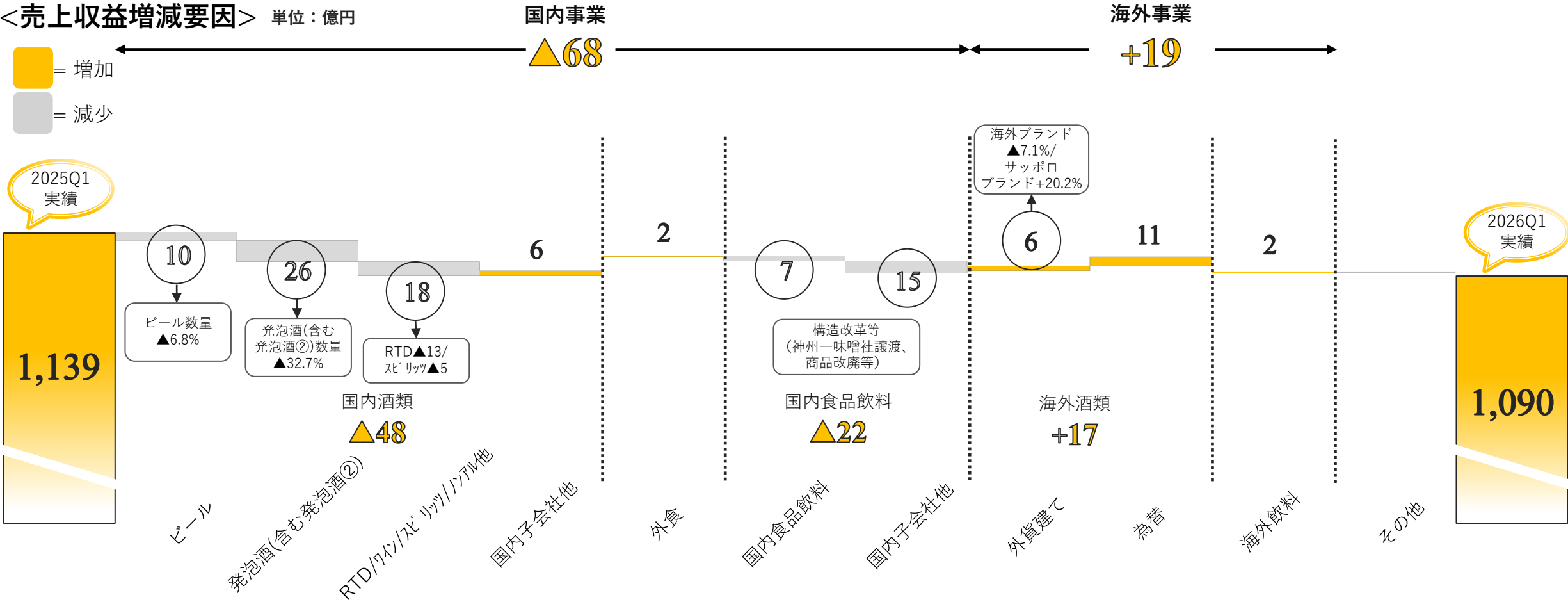
*比較年度である2025年度実績も不動産事業の非継続事業分類後、セグメント変更後で表示しております

2026Q1決算ハイライト(売上収益増減)



» 前年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(▲49億円)

- 国内酒類: 前年の価格改定前駆け込み需要の反動減等により、ビール類・RTDを中心に減収
- 国内食品飲料: 構造改革影響等により減収
- 海外酒類: 市況軟調は継続も、サッポロブランドの成長・為替影響により増収

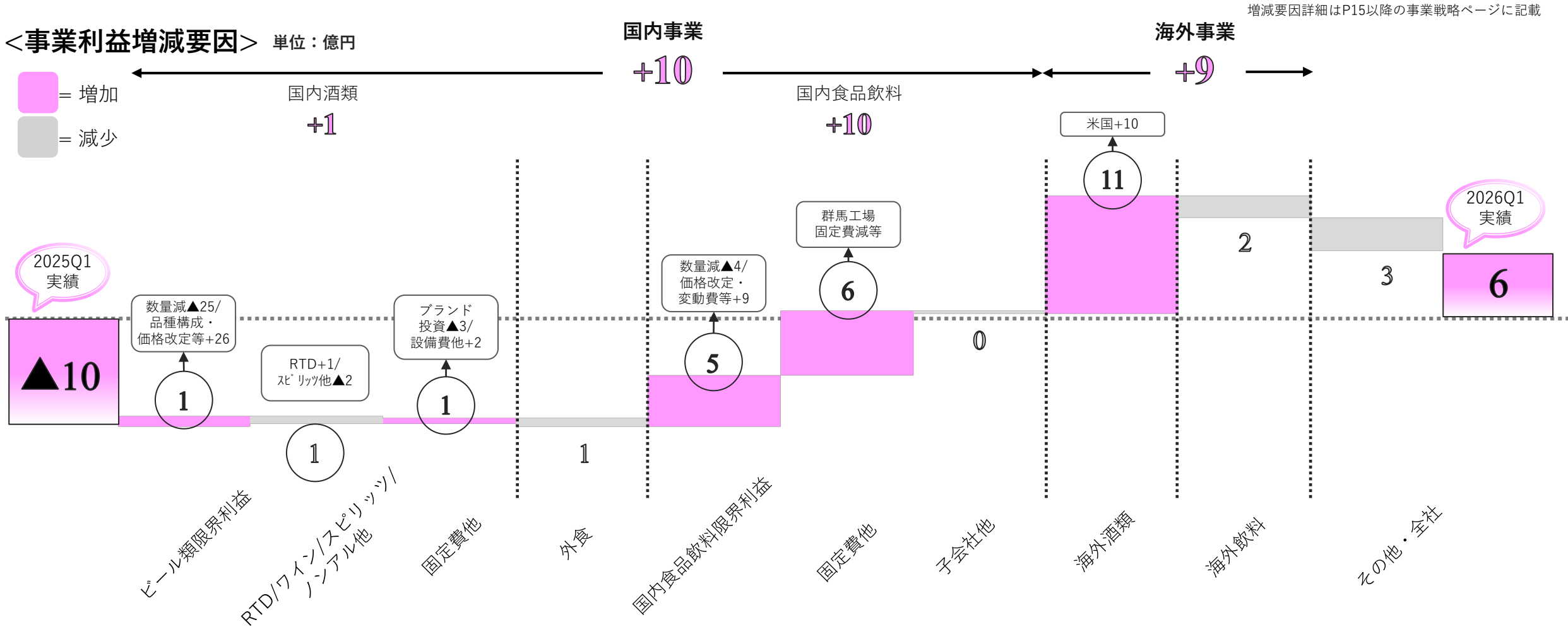


2026Q1決算ハイライト(事業利益増減)



>> 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



3. 事業戦略



» 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

国内事業

国内酒類

Bonds with Community
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

- 前年の価格改定前駆け込み需要の反動減により、前年実績は下回るも、経年では大きく成長
- KPIであるビール構成比も5年間で20pt以上上昇

酒税改正に向け、黒ラベル・エビスに投資を集中
体験によりファン化を図り、缶の購買につなげる

国内食品飲料

Healthier Choice
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

- 注力しているレモンの売上金額は右肩上がりに上昇（前年比+4%の成長）

レモンが持つ健康機能価値にフォーカスしたマーケティング・商品開発を推進

海外事業

海外酒類

Bonds with Community
日本との結びつきを持つ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

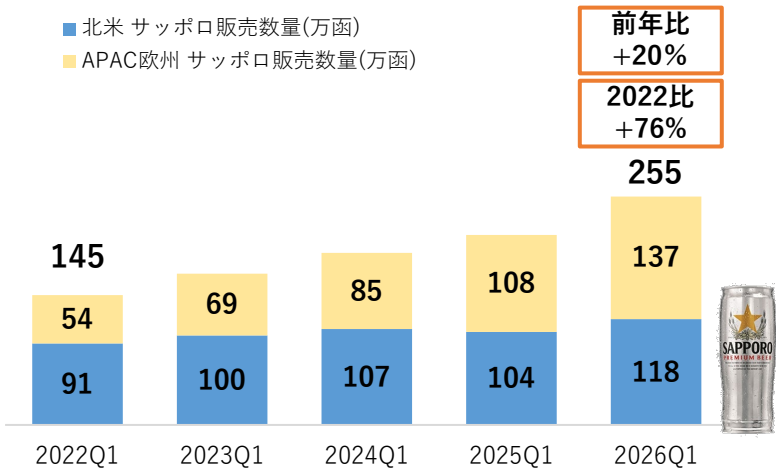
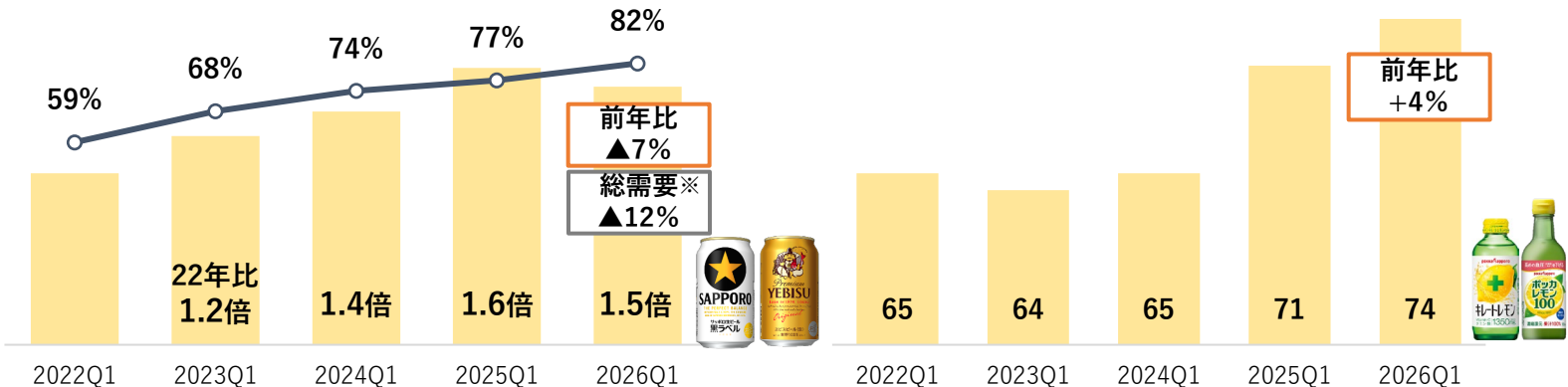
- 米国・カナダともに総需要が縮小する中、サッポロブランドは前年比+13%と好調なトレンドを継続
- APAC・欧州も前年比+27%と成長を牽引

重点エリアにおけるブランド浸透を推進
APAC・欧州はエリア別パートナーとの協働を継続

ビール売上函数* ビール構成比

レモン売上(億円)

北米 サッポロ販売数量(万函)
APAC欧州 サッポロ販売数量(万函)



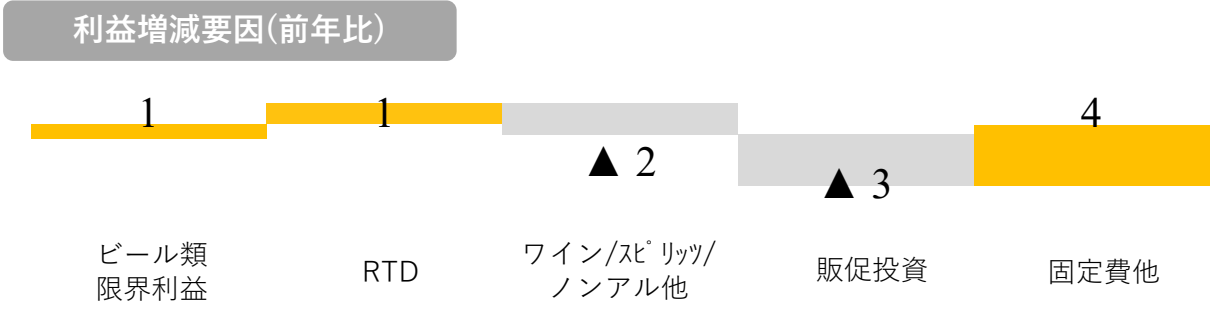
* 2022年実績を1とした場合の売上函数推移
(国内ビール類の売上数量実績は、第2四半期及び第4四半期のみ開示しております)
※総需要は当社推計値

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%	-	-



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

ビール強化の取り組み

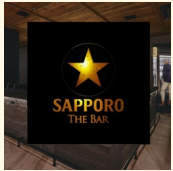
≫ 黒ラベル・エビスを軸に、過去最大規模の投資を実施。体験を起点に顧客数増加と顧客接点最大化を図る

ブランド認知率拡大・ 熱狂的ファンの育成に向けた投資を継続



- 新規顧客獲得ができており、店頭での販売状況も好調
 - ・ 松任谷由実氏のTVCM放映(1月)
 - ・ ブランドリニューアル(2月)
 - ・ メジャーリーガー・山本由伸選手を起用した新プロモーションを開始(3月)
- 広告・体験への投資に加え、酒税改正に向けて店頭施策も強化

「感性を刺激するブランド体験」をテーマに 過去最大級25か所での体験イベントを開催



- 黒ラベルのフラッグシップビアバー THE BAR(銀座)は、来場者数前年比+20%*と好調。本年7月には2号店 THE BAR OSAKA(梅田)を開業予定
*1-3月累計
- 全国13都市を回る黒ラベルWAGONがスタート(4月~)

飲食の場を通じた”情質価値”*の提供で、 新たなファン層を拡大

* “情質価値”とは、感情の質を高め人生を豊かにすることを意味

- ◆ 外食市場(飲食店様)におけるブランド体験の強化
- 樽生品質の更なる向上に向けたアクションを実行

サッポロ生ビール黒ラベル



厳格な審査をクリアした飲食店様を
「ザ・パーフェクト黒ラベル店」
「絶品エビスの店」として認定

エビス



- 認証店の品質底上げに向け、優良店をTOP50として表彰(認証店目標: 2026年末で前年比+20%)
- 絶品エビスの店の中で、ブランドの伝道師となる”人”を認定する新制度、MASTER OF YEBISUを始動

- ◆ 外食事業とのシナジー創出
本年10月には銀座ライオンビルに黒ラベル・エビスのブランド体験拠点を開業予定



「共鳴&共創」をテーマに 新たな顧客層へのアプローチを強化

- 新たな顧客層へのアプローチに取り組み、苦戦するプレミアム市場において、エビスは堅調に推移
 - ・ 見上愛氏起用の新TVCM放映(1月)
 - ・ 漫画家・矢沢あい氏コラボデザイン缶(3月)が好調な受注獲得
- 新たな顧客層との接点強化につながる販促施策を継続投下



YEBISU BREWERY TOKYO 開業2周年 “より深く体験いただける場所”へ進化

- エビスの世界観をより多くの方に知っていただくべく、3言語(日本語・英語・韓国語)に対応したツアー音声ガイドを導入
- YEBISU BREWERY TOKYOでの体験イベント開催や限定ビール醸造を年間を通じて実施



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

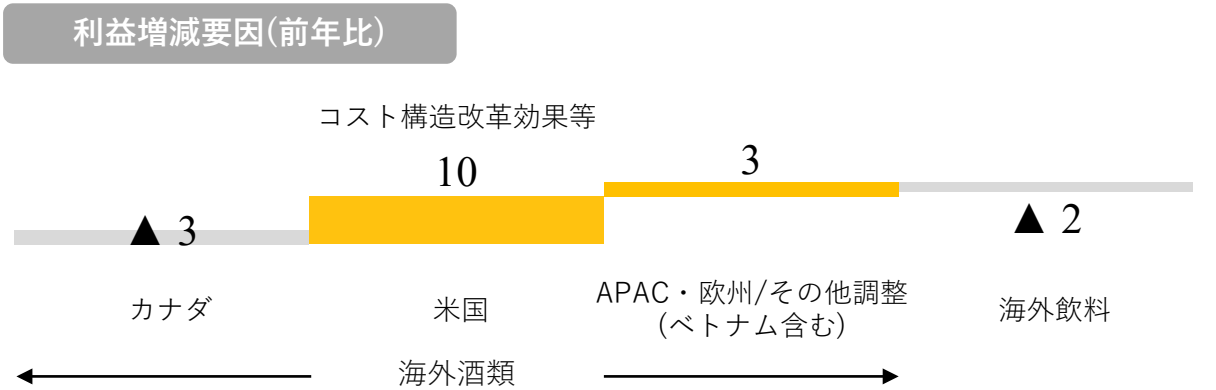


事業戦略: 海外事業(海外酒類・海外飲料)



≫ 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
 (カナダ)	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
 (米国)	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

» 2026年度もSPBを中心としたサッポロブランドの持続的な成長に向けたマーケティングを推進

プロダクト

市場に応じた新たなSKUの展開・拡充

米国：19.2oz缶

ベトナム：Sleek缶



Sapporoブランド初のRTD新商品発売

カナダ：SAPPORO PREMIUM COCKTAIL LEMON SOUR



プロダクト × プロモーション

創業150周年記念
グローバル横断施策の展開
※イメージ図



エリア別の販促施策

米国：期間限定品の展開

カナダ：スポーツブランド
とのキャンペーン実施

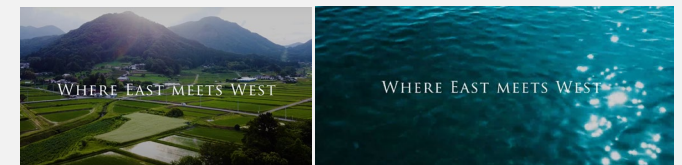


プロモーション (体験/メディア・広告)

北米・アジアでの体験/POPUPイベントの開催



ブランド価値を訴求したブランドフィルム制作



組織体制

- 2026年3月より、本社機能を持つSB社国際事業本部内に「グローバルマーケティング部」を新設
- グローバルマーケティング方針に基づく戦略の立案・実行および各エリアと連携したマーケティングを推進・加速



		2025Q1	2026Q1	2026年度計画
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）	77%	82%	86%
	RTD事業の成長・生産効率化 他 RTDの成長：RTD(缶)売上金額（1-2）	前年比+48%	前年比▲15%	前年比+9%
国内食品飲料	コスト構造改革(2025年～)（5-1）	前年比▲1億円	前年比+3億円	前年比+6億円
	レモン強化 レモン売上金額(2025年～)（5-2）	前年比+10%	前年比+4%	前年比+9%
海外酒類	サッポロブランド成長 サッポロブランド数量	213万函	255万函	1,175万函
	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）	-	-	前年比+\$2M
	コスト構造改革(2025年～)（3-4）	-	-	前年比+\$10M
海外飲料	売上拡大 海外売上金額（6）※	前年比▲6%	前年比▲6%	前年比+5%
全社	事業ポートフォリオの抜本的整理（9）	神州一味噌社譲渡決定	飲料自販機事業承継決定 米国Stone資産譲渡決定	-

※ 現地通貨ベース(シンガポール通貨)

Appendix

財務指標					事業利益率				
	Q1実績		通期			Q1実績		通期	
	2025Q1	2026Q1	2025年	2026年計画		2025Q1	2026Q1	2025年	2026年計画
ROE	-	-	9.4%	83.4%	国内酒類	4.5%	5.0%	9.0%	8.8%
事業利益	▲10億円	6億円	250億円	220億円	外食	3.7%	2.1%	9.5%	9.1%
EBITDA	33億円	49億円	420億円	386億円	国内食品飲料	▲3.6%	2.2%	3.8%	4.1%
海外売上収益	266億円	285億円	1,229億円	1,235億円	海外酒類	▲7.3%	▲1.9%	1.1%	2.1%
					海外飲料	3.8%	0.5%	4.6%	5.3%

財政状態計算書(バランスシート)の状況



(億円)

資産	2025期末	2026Q1	増減
現預金	224	213	▲11
営業債権	945	687	▲258
棚卸資産	457	485	29
売却目的で保有する資産	1,686	1,829	143
流動資産その他	93	99	6
有形固定資産及び無形資産	1,508	1,491	▲17
投資不動産	826	732	▲94
のれん	225	225	▲0
非流動資産その他	573	619	46
資産合計	6,537	6,380	▲157

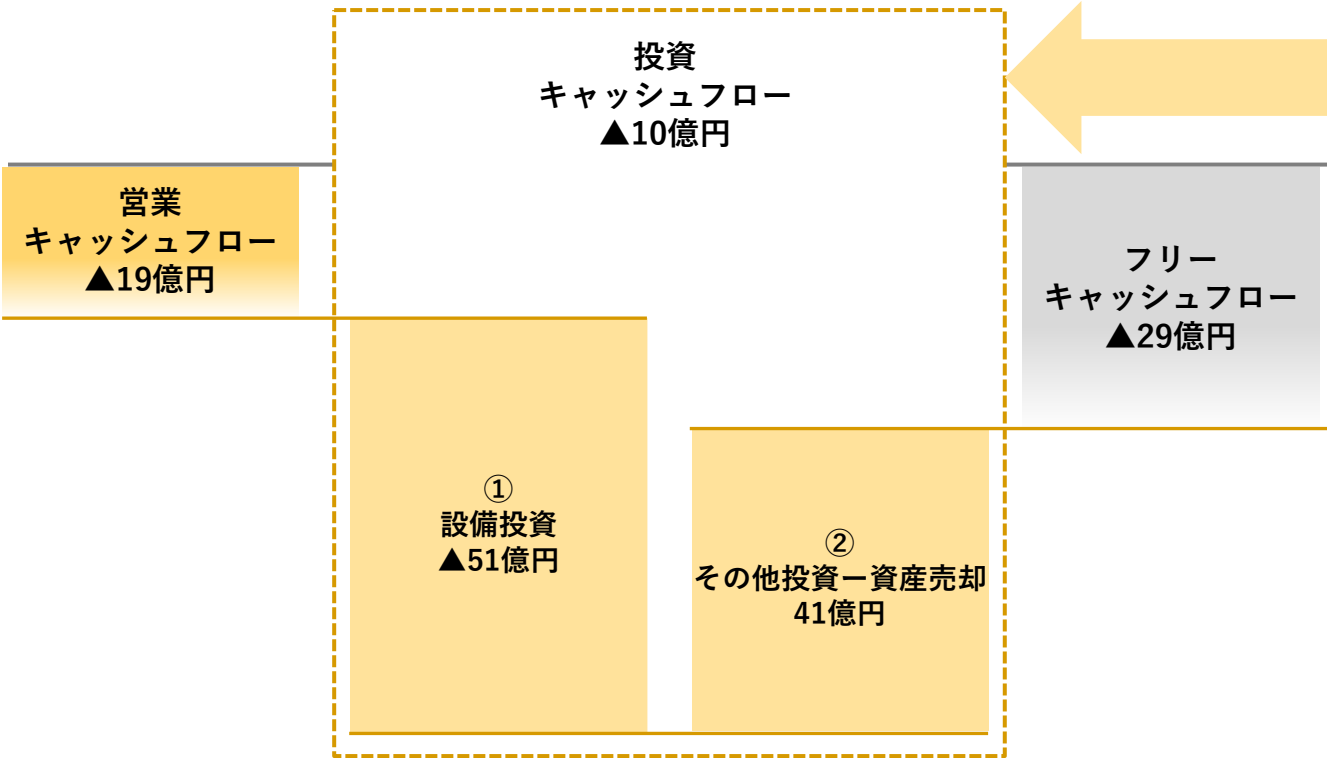
負債・純資産	2025期末	2026Q1	増減
営業債務	364	332	▲33
短期金融負債	514	616	102
売却目的で保有する資産に直接関係する負債	291	335	44
流動負債その他	1,008	776	▲232
長期金融負債	1,192	1,192	0
退職給付に係る負債	26	24	▲3
非流動負債その他	940	943	3
負債合計	4,336	4,217	▲118
親会社所有持分	2,189	2,149	▲39
非支配持分	13	13	1
資本合計	2,201	2,162	▲39
負債・資本合計	6,537	6,380	▲157

ネットD/Eレシオ (倍)	0.7	0.7	-
ネット金融負債残高	1,482	1,595	113

キャッシュフローの状況



(億円)	2025Q1	2026Q1	増減	増減率
営業活動によるCF	53	▲19	▲71	—
投資活動によるCF	▲33	▲10	24	—
フリーCF	19	▲29	▲48	—
財務活動によるCF	▲24	48	72	—



< 投資金額 (①+②) > ▲10億円

① 設備投資 (支払ベース) : ▲51億円
(有形固定資産・無形固定資産・投資不動産)

- < 主な内訳 >
- ・ 国内 : ▲25億円
酒類 : ▲18億円 外食 : ▲4億円 食品飲料 : ▲2億円
 - ・ 海外 : ▲10億円
酒類 : ▲9億円 飲料 : ▲1億円
 - ・ 不動産 : ▲14億円
 - ・ 全社 : ▲1億円

② その他投資－資産売却 : 41億円
(株式売却他)
政策保有株式2銘柄売却 (売却額 : 1億円)

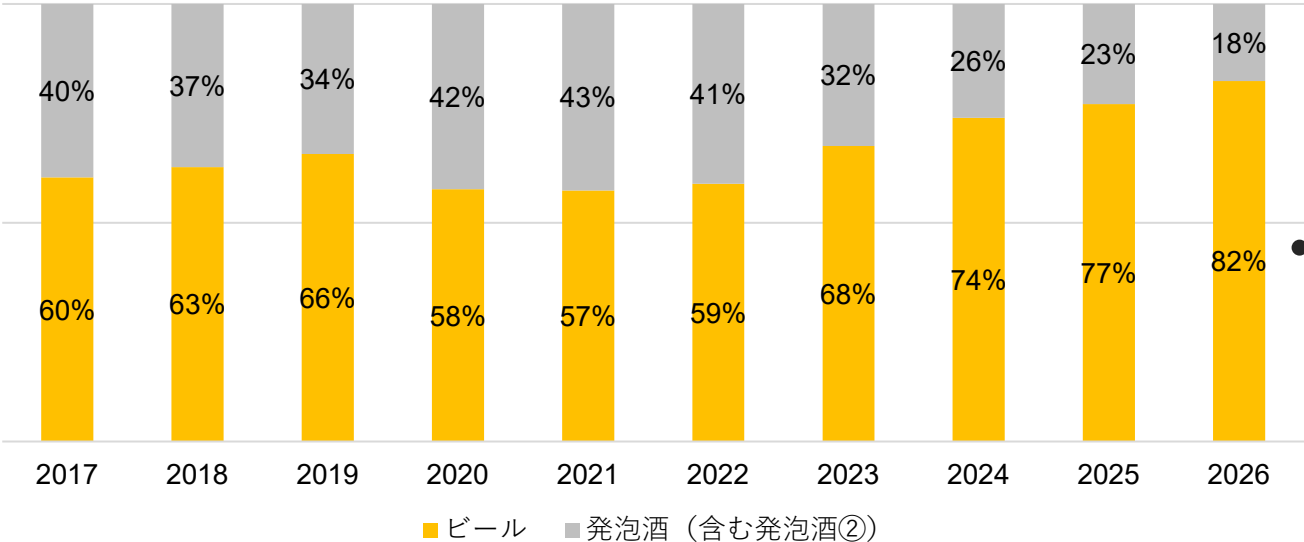
国内酒類

(万箱 ※1)

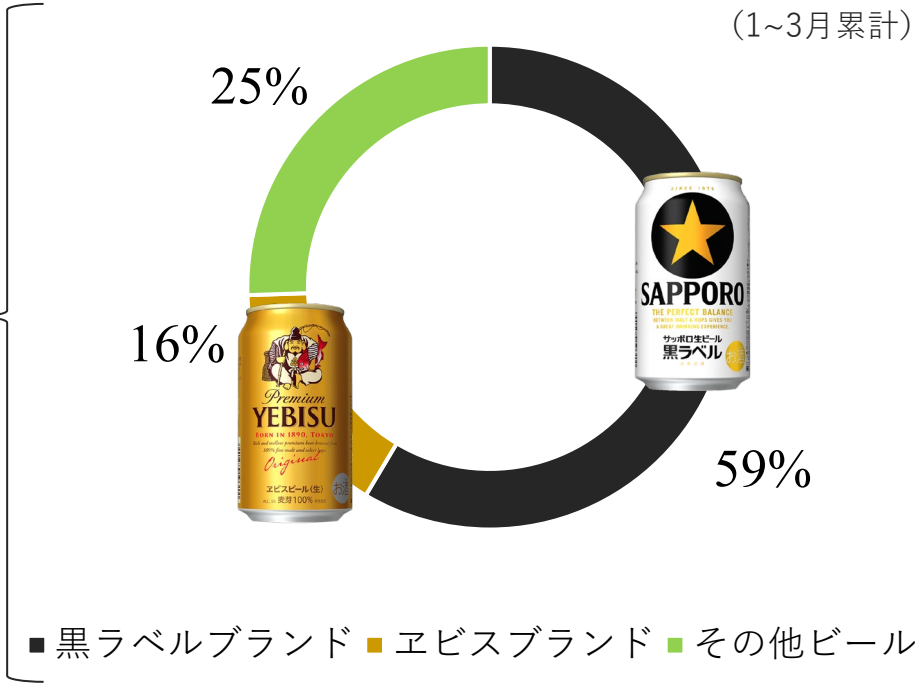
国内酒類 売上数量 (※2)	2025Q1	2026Q1	前期比
①ビール計	—	—	▲6.8%
黒ラベル計	—	—	▲10.9%
エビス計	—	—	▲11.7%
②発泡酒（含む発泡酒②）計	—	—	▲32.7%
ビールテイスト合計（①+②）	—	—	▲12.7%

※1：大瓶換算
※2：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> (1~3月累計)



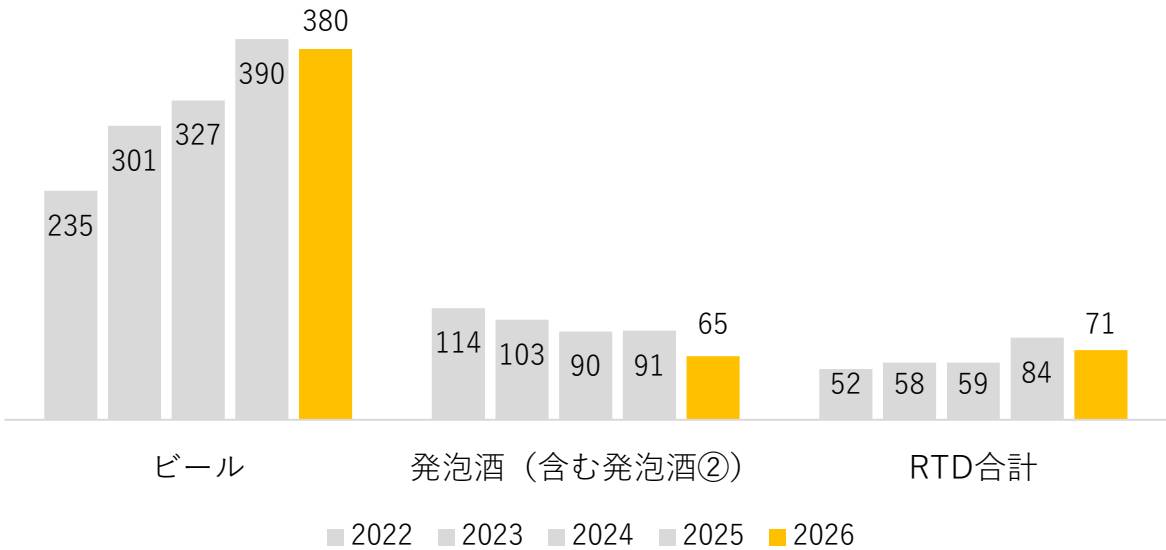
<ビールカテゴリー 売上数量構成比>



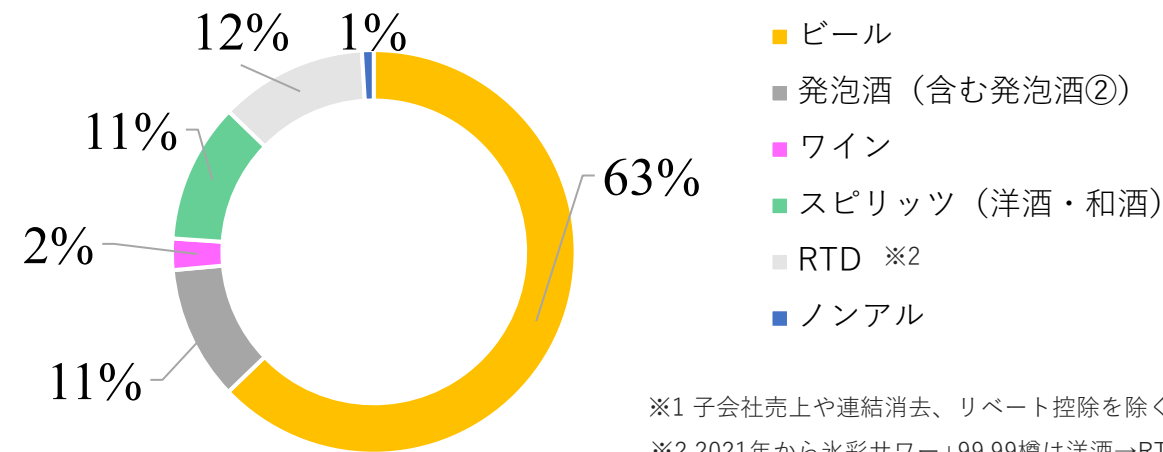
国内酒類

国内酒類 売上金額	2025Q1	2026Q1	前期比
ビール	390	380	▲2.6%
発泡酒（含む発泡酒②）	91	65	▲28.7%
ビールテイスト合計	481	445	▲7.6%
RTD	84	71	▲15.2%
国産ワイン	2	2	▲4.2%
輸入ワイン	13	13	▲2.2%
ワイン計	16	15	▲2.5%
スピリッツ（洋酒・和酒）	73	68	▲7.1%
合計	654	599	▲8.4%

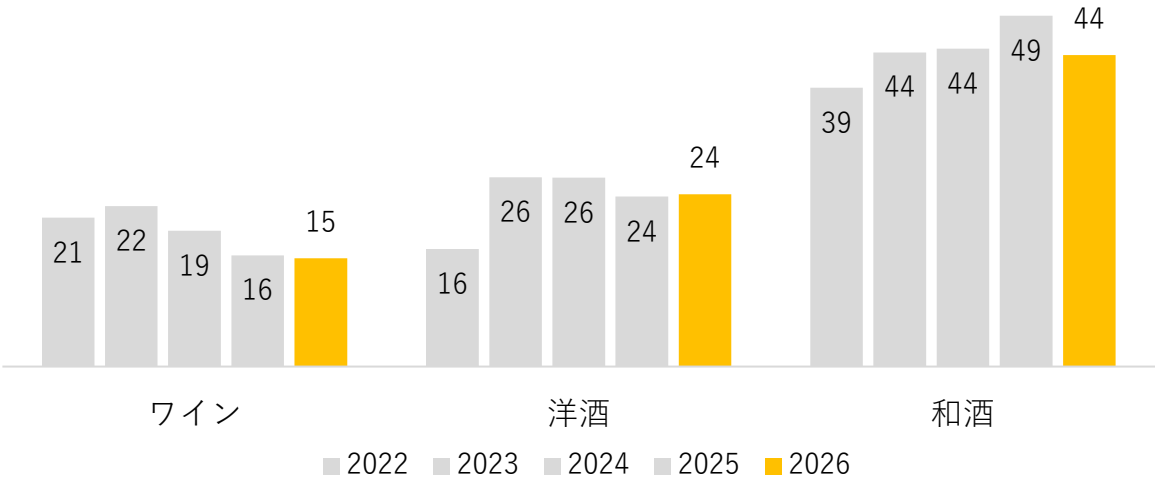
＜事業別 売上金額 推移＞（1～3月累計）



＜売上金額 事業別構成比＞（1～3月累計）※1

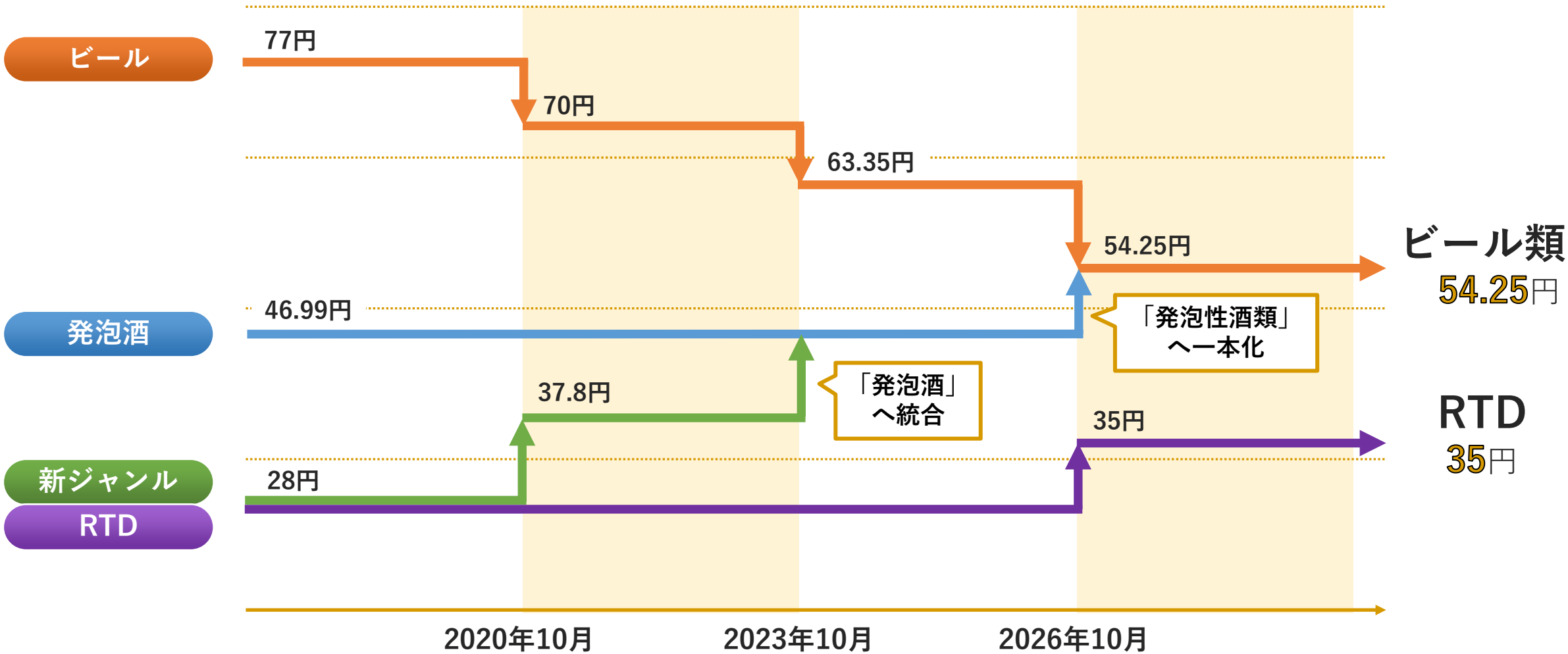


※1 子会社売上や連結消去、リベート控除を除く
※2 2021年から氷彩サワー+99.99樽は洋酒→RTDへ組替



国内酒類

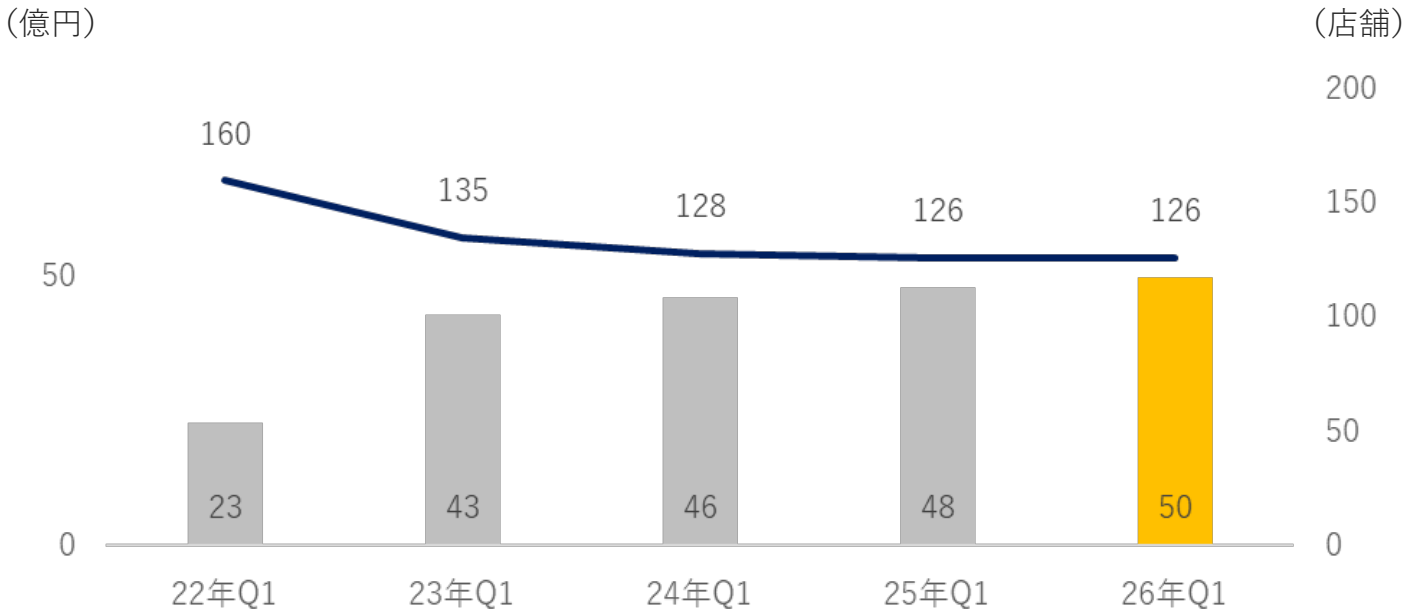
< ビール類酒税一本化: 350ml当たりの酒税額の推移 >



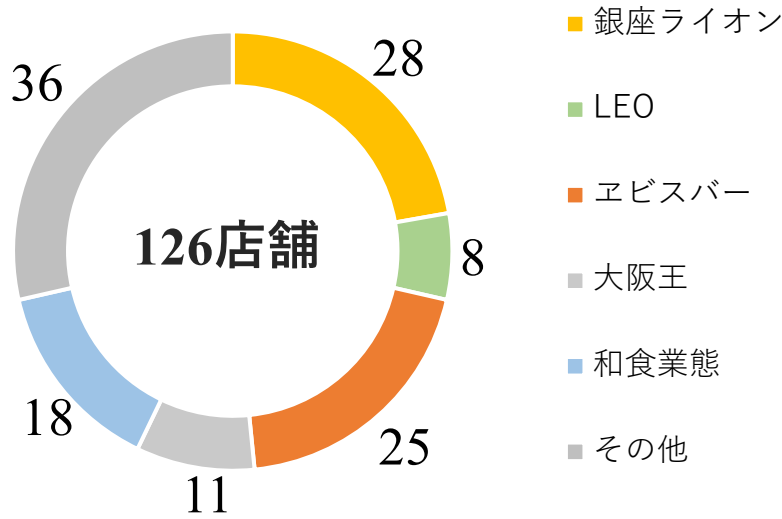
外食

外食	2025Q1	2026Q1	前期比
売上収益（億円）	48	50	3.4%
店舗数	126	126	0.0%

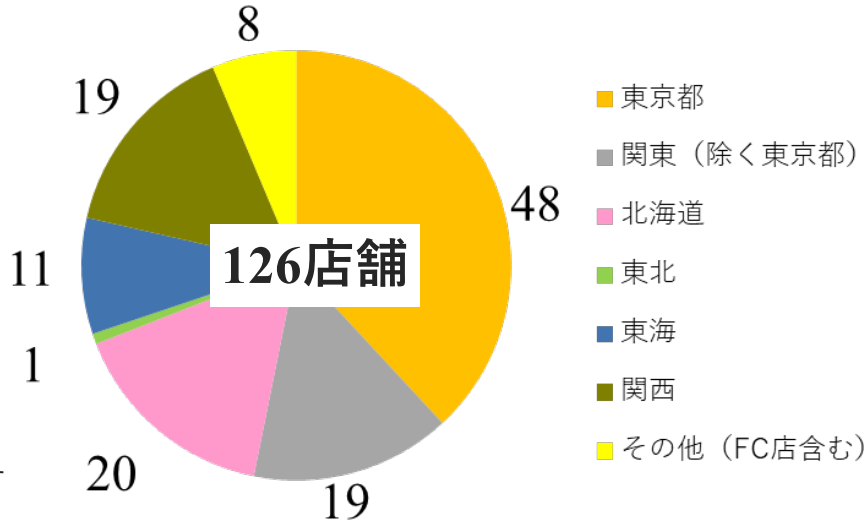
<外食事業の売上収益と店舗数の推移>（1~3月累計）



<店舗数業態構成比>



<店舗数地域別構成比>



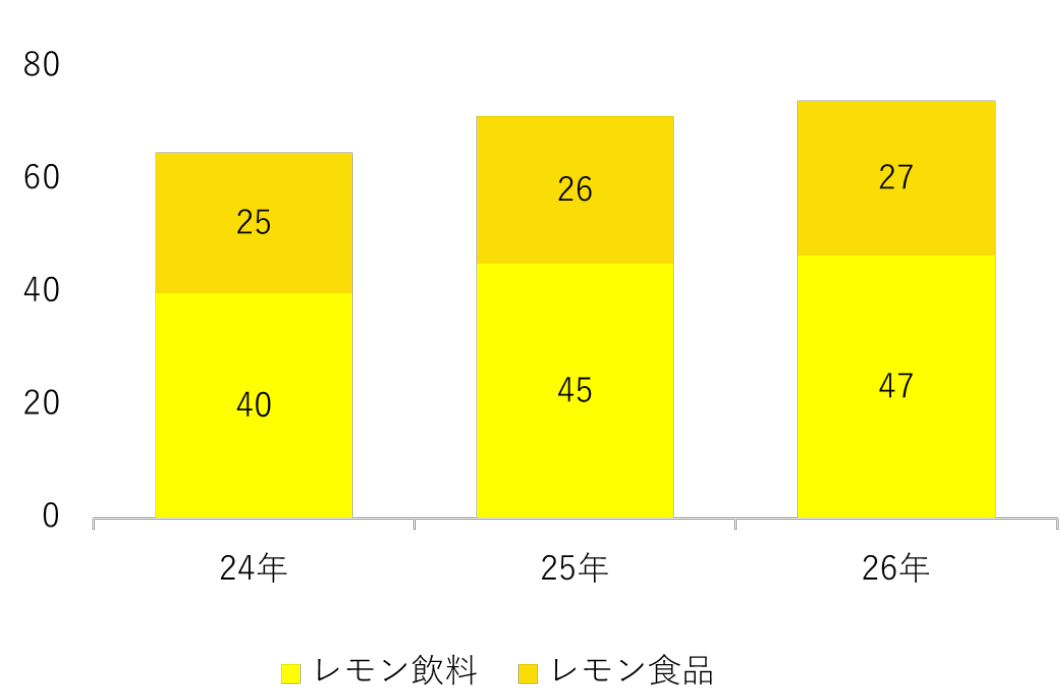
国内食品飲料

(億円)

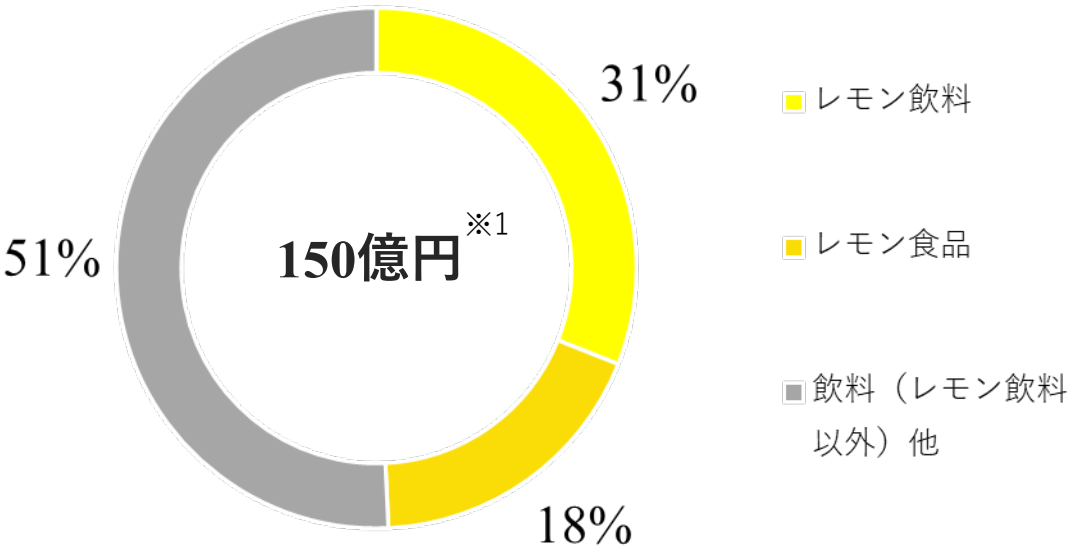
国内食品飲料 売上金額 (※1)	2025Q1	2026Q1	前期比
レモン (レモン飲料・レモン食品)	71	74	3.8%
飲料 (レモン飲料以外) 他	92	76	▲17.0%

※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> (1~3月累計)
(億円)



<売上金額構成比> (1~3月累計)



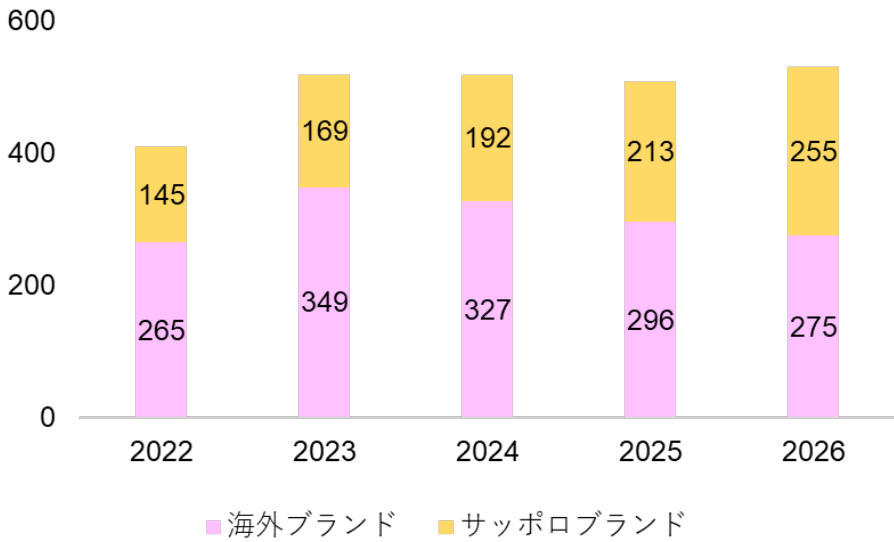
海外酒類

		(万函)	
海外ビール類 売上数量	2025Q1	2026Q1	前期比
海外ブランド (※1)	296	275	▲ 7.1%
サッポロブランド	104	118	13.4%
①北米	401	393	▲ 1.8%
サッポロブランド	108	137	26.7%
②その他地域	108	137	26.7%
サッポロブランド合計	213	255	20.2%
合計 (①+②)	509	531	4.3%

※1：Sleeman社、Stone社を含む。

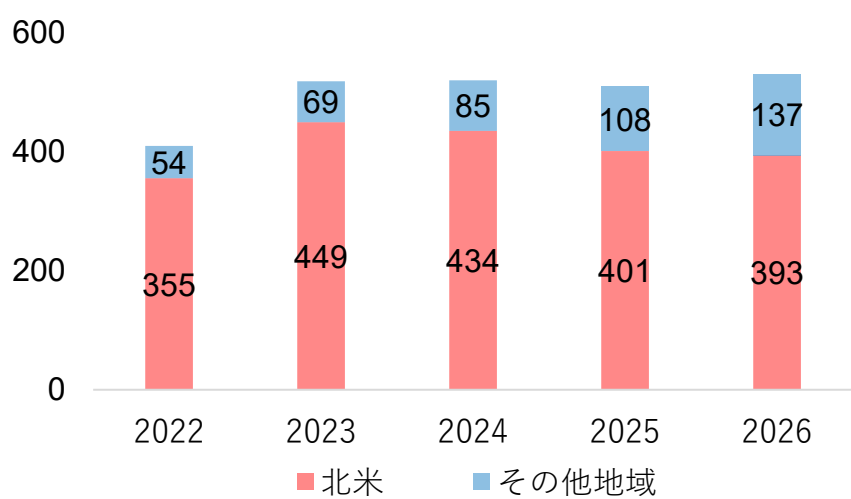
<海外ビール類 ブランド別 売上数量推移> (1～3 月累計)

(万函/大瓶換算)



<海外ビール類 エリア別 売上数量推移> (1～3 月累計)

(万函/大瓶換算)



■IR・財務情報

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

■統合報告書

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

■FACTBOOK *

<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/

■個人投資家のみなさまへ

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



* 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

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。