

第  
85  
期

株  
主  
通  
信

2008年1月1日から2008年12月31日まで

SAPPOROの「今日」をお伝えします。



**SAPPORO**

サッポロホールディングス株式会社

# 社会から信頼され、 期待され続ける企業へ。

「食」と「空間」の2つの分野で、  
価値ある商品・サービスを提供していきます。

「安全・安心・健康」をキーワードに、幅広く「食」の分野でお客様が望まれる価値を提供する「食品価値創造事業」。飲食店舗・商業施設・オフィス・住宅など街づくり全体で、豊かな時間を過ごすことができる快適な空間を提供する「快適空間創造事業」。サッポログループは、この2つの事業領域で既存事業の成長を図るとともに、新たなビジネスチャンスを見出し、次代の成長を支える新規事業の創出を図ります。

国内酒類事業

サッポロビール  
株式会社

国際酒類事業

サッポロ  
インター  
ナショナル  
株式会社

飲料事業

サッポロ  
飲料  
株式会社

サッポロ  
ホールディングス  
株式会社

不動産事業

恵比寿  
ガーデンプレイス  
株式会社

外食事業

株式会社  
サッポロライオン

## 2009年は一層の 事業基盤強化を 最重要課題とします。



サッポログループは、「潤いを創造し豊かさに貢献する」という経営理念の下、株主の皆様をはじめとするすべてのステークホルダーの信頼を高める誠実な企業活動を実践し、持続的な企業価値の向上を目指しております。

一昨年発表した「サッポログループ新経営構想」では、グループ創業140周年に当たる2016年を到達点とした経営目標を定めました。過去の延長線上での考え方が通用しない中で、この長期目標である新経営構想を起点とした未来志向での抜本的な取り組みを進めることを戦略の基本的な考えとしております。

昨年来の金融不安や景気低迷など、経営環境の先行きは不透明さを増しております。本年、サッポログループは事業基盤の更なる強化を最重要課題といたします。特に、グループ各事業での安全・安心の徹底、コスト競争力の強化、戦略投資の一層の選択と集中などを推進してまいります。厳しい環境の中での課題解決やイノベーションの実現こそが企業の実力を向上させると考えております。

株主の皆様におかれましては、今後ますますのご支援を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長  
兼 グループCEO

村上隆男

**Q** 昨年は米国の金融危機を端緒とする世界景気の減速は、サッポログループの経営にどのような影響をもたらされたとお考えでしょうか。

**A** 原材料・資材価格の高騰、消費マインドの低下などが大きな影響を及ぼしました。

ご承知のとおり、昨年は、世界景気の減速・後退が、過去に例がない程の規模と速さで進行し、株価の暴落、為替変動、原油価格の急騰・急落など、前提としていた経営環境が根底から覆されるほどの激動の年でした。

サッポログループでは、原材料・資材価格の高騰、

消費マインドの低下による影響を強く受けたものと認識しています。特に、消費マインドの後退は今後も進むものと考えられます。難しい局面が継続することを前提とし、経営に当たりたいと考えています。

**Q** 当期は「サッポログループ新経営構想」に向けた初年度に当たりますが、経済環境が逆風の中でのスタートとなったのでは。

**A** 構造改革による体質強化を図ることができました。

「サッポログループ新経営構想」を策定した目的は、発想の起点を現在から将来へ移すことで、環境変化への対応を行いつつ、中長期的な目標への取り組みを着実に進めることにあります。従来の発想を超えた抜本的な変革を進める上で、急激なりセッションは好機と捉えることもできます。

当期業績につきましては減収ながら増益とすることができました。経営環境が厳しいときであるからこそ、基本に忠実に取り組むことを目指しておりましたが、構造改革の成果を出すことができたと考えています。特筆したい点は、主要5事業会社すべてが黒字化したことであり、各社ともに、体質強化を進め、成長のベースとなる事業基盤を整備しつつあることは「サッポログループ新経営構想」の1年目として評価できる点であると考えています。



**Q** 「サッポログループ新経営構想」に掲げる目標達成に向けて、また、昨今の経済情勢を踏まえ、今期はどのような経営計画をお考えでしょうか。

**A** 環境変化の中、着実な戦略遂行により、成長へ向けた基盤づくりを進めます。

「サッポログループ新経営構想」に掲げた目標達成の実現に向けては、飛躍的な成長を果たすことが必要となります。将来への高いジャンプをするためには、強い踏み込みができるしっかりした踏み台を作ることが必要です。そうした観点から、今期のテーマは一層の事業基盤を固めることにより、将来への高いジャンプができる強固な踏み台を作ることであると考えています。

前述のとおり、当面の経営環境は厳しいものと想定しています。今期は、その環境下で、いかに着実に計画を遂行し、結果を残すことができるかが重要であると考えています。

本年発表した、「サッポログループ経営計画2009年-2010年」では、各事業の売上での前提条件を厳



しく見直しました。また、一層の事業基盤強化を進め、安定的な収益の実現への取り組みを引き続き実施することとしています。

将来の成長へ向けた戦略投資については、景気後退の中で、チャンスが拡大していると考えられることもできます。具体的案件に対しては、リスクをより厳しく判断しつつ、成長のための戦略投資を実施していきます。



**Q** 今期の事業戦略での課題について教えてください。

**A** 一層の事業基盤強化を図りつつ、成長を目指した取り組みを進めます。

主力の5事業においては、引き続き構造改革を進めて一層の事業基盤強化を進めコスト競争力を高めていきます。

特に、サッポログループの主力である、酒類事業では、将来の発展に向けた取り組みに注力していきたいと考えています。事業ドメインの一つである「食品価値創造事業」の拡大には、酒類事業の競争力向上が不可欠です。主力ブランドへ経営資源を集中しつつ、事業の拡大を目指します。酒類事業の発展が、グループ全体の活性化や価値向上につながるものと考えています。

新規事業である「食品事業」については、今期より菓子事業とヨーグルト・デザート・チルド飲料事業で、本格的な事業展開を開始いたします。早期にブランドの浸透を図ることを目指し、将来のグループの柱として育成していきます。

また、こうした事業戦略を遂行するために、それを担うべき人材育成などの人財戦略、企業の社会的責任として事業存続の条件となるCSR経営の定着、内部統制の徹底についても、グループ共通の重要課題として捉えています。これらのグループ共通の課題については、サッポロホールディングス社がリーダーシップを発揮し、取り組んでいきます。

**Q** 有難うございます。最後に利益還元の基本方針と、株主価値の向上に対するご見解をお聞かせください。

**A** 当期は増配としました。

株主様への利益還元は経営上の重要なミッションであると認識しています。

当期は2円増配の7円配当とさせていただきます。サッポロホールディングス社では、安定した配当の維持を基本とし、業績や財務状況を勘案して配当を行うことを基本方針としています。今後も、「サッポログループ新経営構想」に基づく経営計画を着実に遂行することで、持続的な成長を実現し、株主価値の向上を図っていきます。

株主の皆様におかれましては、変わらぬご支援を賜りたく、心よりお願い申し上げます。

## 「サッポログループ経営計画2008年－2009年」の達成に向け、収益基盤の強化と持続的成長への取り組みを加速しました。

酒類・飲料市場の停滞と原料・資材価格の上昇が続く中、徹底したコストコントロールと将来を見据えた各種施策の着実な遂行によって2年連続の増益を達成しました。

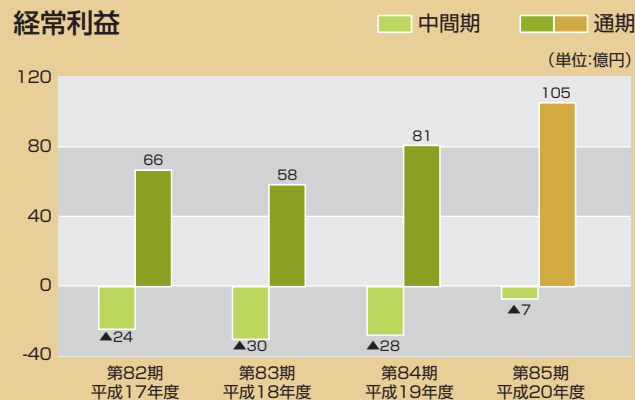
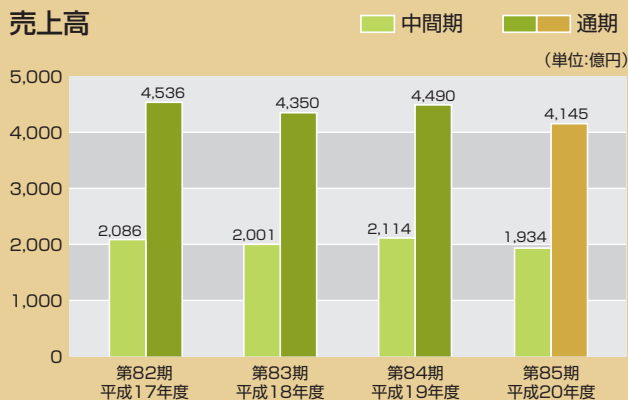
2008年12月期の経営環境は、個人消費の低迷に伴う酒類・飲料市場の停滞や原料・資材価格の高騰などにより厳しい状況で推移しました。こうした中、サッポログループは2016年を目標地点とする「サッポログループ新経営構想」と、同構想のロードマップである「サッポログループ経営計画2008年－2009年」の達成に向け、収益基盤の強化と持続的成長への取り組みを加速しました。

収益基盤の強化については、コストコントロールを徹底することによって損益分岐点の引き下げに成功しました。持続的成長に向けた取り組みとしては、酒類事業における高付加価値商品の発売、飲料事業における事業再構築の実行、更に

は不動産事業における資産ポートフォリオの拡大などの各種施策を積極展開し、将来への布石としました。

こうした取り組みの結果、当期の連結業績は、売上高4,145億円(前期比344億円、8%減)、営業利益146億円(前期比23億円、19%増)、経常利益105億円(前期比24億円、30%増)、当期純利益76億円(前期比21億円、39%増)となりました。

売上高は恵比寿ガーデンプレイスの15%を共有持分として売却したことなどにより減少しましたが、生産の効率化や販売促進費の効率的支出、飲料事業の事業再構築といった諸施策が奏功し、収益面では2年連続で増益を達成しました。



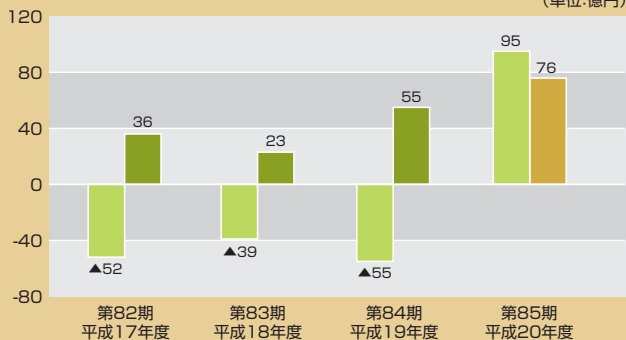
連結損益計算書(要旨) 1月1日~12月31日

(単位:億円)

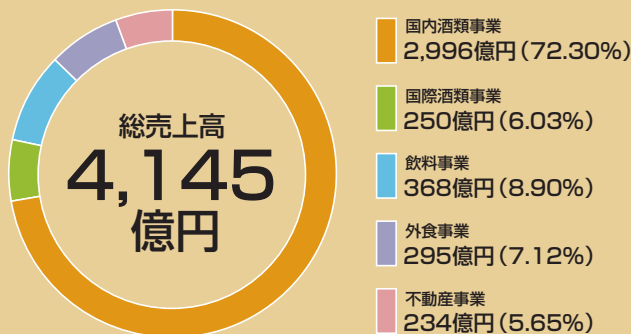
科 目	第82期(平成17年度)		第83期(平成18年度)		第84期(平成19年度)		第85期(平成20年度)	
	中間期	通期	中間期	通期	中間期	通期	中間期	通期
売上高	2,086	4,536	2,001	4,350	2,114	4,490	1,934	4,145
売上原価	1,436	3,111	1,389	3,001	1,440	3,050	1,358	2,881
売上総利益	650	1,424	612	1,349	674	1,439	576	1,264
販売費及び一般管理費	657	1,321	630	1,263	686	1,315	564	1,117
営業利益(△損失)	△7	103	△17	86	△12	123	11	146
営業外収益	11	20	13	23	11	23	9	17
営業外費用	29	57	25	51	27	65	29	58
経常利益(△損失)	△24	66	△30	58	△28	81	△7	105
特別利益	13	50	3	26	2	75	259	260
特別損失	27	50	11	45	84	154	77	185
税金等調整前当期純利益(△損失)	△38	65	△38	39	△110	2	174	179
法人税、住民税及び事業税	4	0	3	17	5	33	21	5
法人税等調整額(△損失)	9	29	△3	△0	△60	△86	57	98
少数株主損失	—	—	—	0	△0	0	0	0
当期純利益(△損失)	△52	36	△39	23	△55	55	95	76

純利益

■ 中間期 ■ 通期  
(単位:億円)



セグメント別売上高構成比



## 国内酒類事業

**事業の概況** 事業体質の継続的な改善に努め、収益力の向上を実現しました。

国内のビール類総需要は前年比97.5%(推定)とやや低調でした。サッポログループでは、主力の「サッポロ黒ラベル」や業務用の樽生が堅調に推移したほか、6月に発売した新商品「麦とホップ」が当初計画を大幅に超える売上を達成しましたが、発泡酒市場の需要減退と新ジャンル既存商品群の売上減少を埋めることはできず、ビール類全体の売上数量は前期比8.5%減となりました。一方、ワインについては、国産ワイン「酸化防止剤無添加」シリーズが好調であったことなどにより、売上高は前期を上回りました。

収益面では、原料・資材価格が高騰したものの、販売促進費の圧縮や一般経費の削減など事業体質の改善に努めた結果、営業利益の大幅な増加を実現することができました。

(単位: 億円)

	売上高	営業利益
2007年実績	3,158	61
2008年(中間)実績	1,371	△10
2008年実績	2,996	77
2009年計画	2,956	56

**今後の展望** 多様化する顧客ニーズを見据え、サッポロ独自の価値を訴求します。

ビール類市場では新ジャンルへのシフトが続く一方、価格に左右されることなく自分の価値に合う商品を選択するお客様も確実に増加しています。サッポログループは、こうした市場環境の変化や顧客ニーズの多様化に対応したマーケティングを展開し、サッポロ独自の価値を訴求していきます。具体的には「エビス」ブランドでの更なる価値提案と、新ジャンルの基軸商品である「ドラフトワン」および「麦とホップ」のブランド力強化を通じて総需要の伸びを上回る売上数量達成を目指します。また「素材を選べば、サッポロビール」をコミュニケーションコピーとして「食の安全と安心」に引き続き注力します。

今年も、持続的成長を実現するために、引き続き「高付加価値」の創出に取り組んでいきます。





## 国際酒類事業

### 事業の概況 北米プレミアム市場の深耕に向けマーケティングを強化しました。

北米のプレミアム市場において積極的な販売活動を展開し、米国ではハイエンド市場の受容性を探るために「エビスビール」のテストマーケティングを開始しました。これらにより、カナダのスリーマン社、サッポロUSA社ともに売上数量を伸ばしました。また輸出事業の売上数量も伸ばしましたが、原料・資材価格の上昇や急速な円高の進行により、営業利益は減少しました。

(単位: 億円)		
	売上高	営業利益
2007年実績	277	16
2008年(中間)実績	124	0
2008年実績	250	9
2009年計画	221	9

### 今後の展望 ブランド価値の維持・向上と事業基盤の強化に注力します。

世界的な景気減速の影響により北米ビール市場の総需要は横ばいまたは微減程度に留まるものと見込まれますが、スリーマン社では主カプレミアムブランドの価値の維

持・向上のためにマーケティング投資を継続します。サッポロUSA社ではハイエンド市場における「エビスビール」の定着を図るとともに、日系市場以外への展開を強化します。輸出および現地生産については、新たな市場の開拓と、収益改善の見込めない地域からの撤退の双方を視野に入れながら、国際酒類事業の基盤強化を進めていきます。



## 飲料事業

### 事業の概況 事業再構築を推進した結果、営業利益の黒字化に成功しました。

サッポロ独自のブランド確立を目指して、高付加価値商品の開発と育成に取り組みました。また、組織体制と人員体制の適正化、不採算取引の見直し、販売促進費の効率的な使用、自動販売機コストの適正化など、「選択と集中」による事業再構築を強力に推進しました。その結果、売上数量は総需要の縮小もあって前期比81%に留まりましたが、営業利益は黒字に転換することができました。

## 外食事業

事業の概況 **安全・安心・本物志向を柱に  
差別化戦略を展開しました。**

安全・安心・本物志向を柱として、メニューやサービスの品質向上による差別化を推進しました。既存店部門では景況感が悪化した第4四半期に業績の落ち込みが顕著になりましたが、通年では首都圏ビヤホール部門が堅調であったことから前年を上回る売上を確保しました。店舗展開については、「那須 森のビール園」など8店舗を新規出店する一方5店舗を閉鎖したため、当期末の総店舗数は204店舗となりました。

	売上高	営業利益
2007年実績	289	6
2008年(中間)実績	140	△0
2008年実績	295	5
2009年計画	305	7

今後の展望 **新業態の新規出店を通じて  
売上高の拡大を図ります。**

企業の経費圧縮や消費者の節約意識の高まりを背景に、外食事業の市場環境は厳しい状況で推移すると予測され

(単位:億円)

	売上高	営業利益
2007年実績	522	△8
2008年(中間)実績	181	△3
2008年実績	368	2
2009年計画	355	3

今後の展望 **高付加価値ブランドの創出により  
持続的な成長を目指します。**

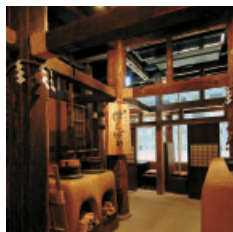
強固な利益体質を確立するとともに、ブランドの創出による成長戦略を展開します。商品面では、本年に発売100周年を迎える「リボンシトロン」のリニューアル発売をはじめ、ドイツ売上No.1の天然炭酸水「ゲロルシュタイナー」、機能性果汁飲料「オーシャンズブレイクランベリー」「カラダに美味しい梅」など当社独自の商品群による市場獲得を目指します。収益面では、各バリューチェーンにおけるコストの適正化を推進し、利益構造の更なる進化を実現します。



ます。こうした中、既存店部門では品質向上による差別化を引き続き推進すると同時に、メニューのお値打ち感を訴求しながら、人件費を中心とするコストの抑制に努め、収益の確保を目指します。また中小規模の新業態店舗を中心とする新規出店によって売上高の拡大を図っていきます。



プライベートダイニング 点 名駅太閤口店  
(愛知県名古屋市)



四季野菜酒房ばんげや 秋葉原駅前店  
(東京都千代田区)

## 不動産事業

事業の概況

**物件の安定稼働と新規開発により  
3年連続の増益を達成しました。**

不動産業界は景気減速の影響により大きな調整局面を迎えましたが、サッポログループでは恵比寿ガーデンプレイスをはじめとする都内物件を中心に高稼働率を維持すると同時に、恵比寿地区や名古屋地区などで不動産開発を積極的に進めました。また東京都内で収益物件の新規取得に取り組みました。恵比寿ガーデンプレイスの15%を共有持分として売却したことから減収となりましたが、営業利益については、物件の安定稼働や賃料改定、減価償却費の減少などにより3年連続の増益を達成しました。

(単位: 億円)		
	売上高	営業利益
2007年実績	241	70
2008年(中間)実績	117	37
2008年実績	234	76
2009年計画	246	77

今後の展望

**物件立地の優位性を活かし、  
事業の収益力を強化します。**

今後の不動産業界は、企業収益悪化の影響を受け、下降局面に移行すると考えられます。こうした状況の下、サッポログループでは、恵比寿ガーデンプレイスを中心とした保有物件の立地における優位性を活かし、稼働率の維持向上と適正水準での賃料改定を通じて事業の収益力強化を図ります。また、新規の物件取得や既存物件のバリューアップにも引き続き注力していきます。



サッポロファクトリーレンガ館



恵比寿ガーデンプレイス

連結貸借対照表(要旨) 12月31日現在 (単位:億円)

科目	平成20年度	平成19年度
	当期	前期
<b>〔資産の部〕</b>		
流動資産	1,294	1,177
現金・預金	224	65
受取手形・売掛金	622	696
たな卸資産	214	240
その他	232	174
固定資産	3,978	4,441
有形固定資産	3,192	3,385
建物・構築物	1,808	2,062
機械装置・運搬具	462	519
土地	788	711
その他	131	91
無形固定資産	209	333
投資その他の資産	576	722
<b>1 資産合計</b>	<b>5,272</b>	<b>5,618</b>

(注) 有形固定資産の減価償却累計額 平成19年度通期 3,672億円  
平成20年度通期 3,282億円

(単位:億円)

科目	平成20年度	平成19年度
	当期	前期
<b>〔負債の部〕</b>		
流動負債	2,132	2,235
買掛金	238	261
短期借入金等	635	644
未払酒税	355	381
その他	902	948
固定負債	1,972	2,131
社債	538	697
長期借入金	718	743
受入保証金	320	319
その他	394	372
<b>2 負債合計</b>	<b>4,104</b>	<b>4,366</b>
<b>〔純資産の部〕</b>		
株主資本	1,191	1,136
資本金	538	538
資本剰余金	463	463
利益剰余金	199	142
自己株式	△10	△8
評価・換算差額等	△24	114
その他有価証券評価差額金	30	96
為替換算調整勘定	△55	18
少数株主持分	2	0
<b>3 純資産合計</b>	<b>1,168</b>	<b>1,251</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>5,272</b>	<b>5,618</b>

**1 資産について**

現金・預金などの増加はあるものの、恵比寿ガーデンプレイスの15%共有持分の売却、カナダのスリーマン社に対するのれん等の減損損失の計上、および投資有価証券の含み益の減少に伴う固定資産の減少などによって、前年度末と比較して345億円減少し、5,272億円となりました。

**2 負債について**

社債の減少や退職給付制度改定に伴う退職給付引当金の減少などによって、前年度末と比較して262億円減少し、4,104億円となりました。

**3 純資産について**

投資有価証券の含み益の減少によるその他有価証券評価差額金の減少や、当年度末日の為替レートが在外子会社の通貨に対し円高となったことによる為替換算調整勘定の減少によって、前年度末と比較して83億円減少し、1,168億円となりました。



## 連結キャッシュ・フロー計算書(要旨) 1月1日～12月31日 (単位:億円)

科目	平成20年度	平成19年度
	当期	前期
営業活動によるキャッシュ・フロー	222	306
投資活動によるキャッシュ・フロー	168	△134
財務活動によるキャッシュ・フロー	△222	△195
現金及び現金同等物に係る換算差額	△6	△0
現金及び現金同等物の増減額(減少:△)	163	△24
現金及び現金同等物の期首残高	58	82
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	—	0
現金及び現金同等物の期末残高	222	58

### ●営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動の結果得られた資金は222億円(前期比83億円、27%減)となりました。これは主に、税金等調整前当期純利益179億円、減価償却費216億円、減損損失82億円等による増加要因と、有形固定資産売却益258億円等の減少要因によるものです。

### ●投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動の結果得られた資金は168億円(前期は134億円の支出)となりました。これは主に、有形固定資産の取得による支出227億円があった一方で、有形固定資産の売却による収入490億円があったことによるものです。

### ●財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動の結果使用した資金は222億円(前期比26億円、13%増)となりました。これは主に、長期借入れによる収入203億円があった一方で、短期借入金金の減少48億円、長期借入金の返済による支出356億円があったことによるものです。

## 連結株主資本等変動計算書(要旨) 1月1日～12月31日

(単位:億円)

	株主資本					評価・換算差額等			少数株主 持分	純資産 合計
	資本金	資本 剰余金	利益 剰余金	自己株式	株主資本 合計	その他有価証券 評価差額金	為替換算 調整勘定	評価・換算 差額等合計		
平成19年12月31日 残高	538	463	142	△8	1,136	96	18	114	0	1,251
連結会計年度中の変動額										
剰余金の配当			△19		△19					△19
当期純利益			76		76					76
自己株式の取得				△2	△2					△2
自己株式の処分		0		0	0					0
株主資本以外の項目の連結会計年度中の変動額(純額)						△65	△73	△139	1	△138
連結会計年度中の変動額合計	—	0	56	△2	54	△65	△73	△139	1	△83
平成20年12月31日 残高	538	463	199	△10	1,191	30	△55	△24	2	1,168



会社概要

(平成20年12月31日現在)

商号	サッポロホールディングス株式会社 SAPPORO HOLDINGS LIMITED
設立	1949年9月1日(創業明治9年)
本社	〒150-8522 東京都渋谷区恵比寿四丁目20番1号 (恵比寿ガーデンプレイス内)
電話	03-6694-0002(経営戦略部)
資本金	53,886,649,941円
事業内容	持株会社
連結対象会社数	40社(連結子会社35社、持分法適用会社5社)
従業員数	53名(グループ従業員数:3,858名)
証券コード	2501

役員

(平成20年12月31日現在)

代表取締役社長 兼 グループCEO	村上 隆男	
代表取締役専務	福永 勝	サッポロビール株式会社 代表取締役社長
常務取締役	持田 佳行	
取締役	衛藤 博啓	みずほ信託銀行株式会社 顧問
取締役	田中 宏	株式会社クレハ 取締役会長
取締役	牛尾 和夫	恵比寿ガーデンプレイス株式会社 代表取締役社長
取締役	上條 努	
取締役	河合 伸宏	サッポロインターナショナル株式会社 代表取締役 兼 CEO
取締役	田中 秀典	
常勤監査役	穴戸 賢一	
監査役	竹原 功	株式会社ニッセイ基礎研究所 代表取締役社長
監査役	辺見 紀男	弁護士
監査役	阿江 敬三	
グループ執行役員	鈴木 英世	サッポロ飲料株式会社 代表取締役社長
グループ執行役員	山崎 範夫	株式会社サッポロライオン 代表取締役社長
グループ執行役員	赤坂 敏明	

株式の状況

(平成20年12月31日現在)

発行済株式総数……393,971,493株

株主数……47,284名

大株主(上位10名およびその状況)

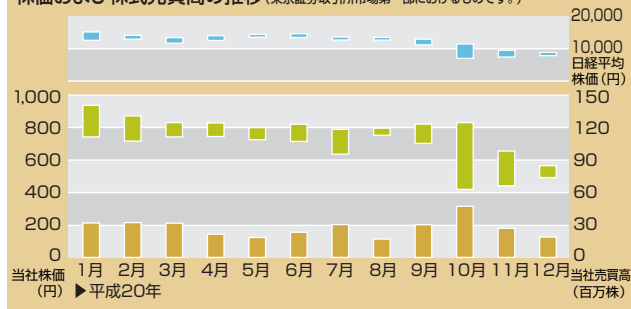
株主名	持株数 (千株)	出資比率 (%)
スティーバートナースジャパンストラテジックファンド(オフショア)エルビー	69,150	17.6
日本生命保険相互会社	12,332	3.1
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口4G)	12,093	3.1
明治安田生命保険相互会社	10,434	2.7
みずほ信託銀行株式会社	10,162	2.6
シティバンクニューヨークサードアヴェニュー スモール キャブ バリュウ ファンド	10,148	2.6
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	10,112	2.6
農林中央金庫	9,375	2.4
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	9,188	2.3
株式会社みずほコーポレート銀行	8,698	2.2

※上記大株主の状況は株主名簿によっています。また、出資比率は自己株式(2,045,360株)を控除して計算しています。



所有者別	持株数	出資比率
金融機関	127,899千株	32.5%
個人	64,551千株	16.4%
国内法人	58,315千株	14.8%
外国法人・個人	137,486千株	34.9%
証券会社	3,673千株	0.9%
自己株式	2,045千株	0.5%

株価および株式売買高の推移 (東京証券取引所市場第一部におけるものです。)



株主メモ	
事業年度	1月1日から12月31日
配当金受領の株主確定日	12月31日および中間配当を実施するときは6月30日
定時株主総会	3月下旬
基準日	12月31日そのほか臨時に必要なときは、あらかじめ公告
単元株式数	1,000株
株主名簿管理人および特別口座の口座管理機関	みずほ信託銀行株式会社 証券代行部
事務取扱場所	東京都中央区八重洲一丁目2番1号 みずほ信託銀行株式会社 本店証券代行部
郵便物送付／電話お問い合わせ先	〒168-8507 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 みずほ信託銀行株式会社 証券代行部 TEL.0120-288-324(フリーダイヤル)
	専用ホームページ“お手続き内容”で一部届出用紙の出力ができます。 <a href="http://www.mizuho-tb.co.jp/daikou/">http://www.mizuho-tb.co.jp/daikou/</a>
公告方法	電子公告により行い、公告掲載場所は当社のホームページ <a href="http://www.sapporoholdings.jp/">http://www.sapporoholdings.jp/</a> といたします。 ただし、電子公告によることができない場合は、日本経済新聞に掲載いたします。

ホームページのご案内

当社のホームページでは株主の皆様に対して、IR情報や決算情報をはじめとした情報開示を行っていますので、ぜひご利用ください。  
また、当ホームページから各事業会社のホームページサイトへ入ることができます。



<http://www.sapporoholdings.jp/>

株式事務に関するご案内

平成21年1月5日より、株券電子化に伴い株式事務に関するお手続きが以下のとおり変更されております。

**証券会社でお取引をされている株主様**

**お手続きお問い合わせ先** お取引のある証券会社

**お手続き内容** 住所変更、名義変更、単元未満株式の買取・買増請求、配当金受取り方法のご指定、相続に伴うお手続き等

**特別口座に記録されている株主様**

**お手続きお問い合わせ先** <特別口座管理機関>  
左記の株主名簿管理人(みずほ信託銀行株式会社証券代行部)

<取次所>  
みずほ信託銀行株式会社 全国各支店  
みずほインベスターズ証券株式会社 本店および全国各支店

**お手続き内容** 住所変更、名義変更、単元未満株式の買取・買増請求、配当金受取り方法のご指定、相続に伴うお手続き等

**特別口座での留意事項** 特別口座では、株式の売却はできません。売却するには、証券会社にお取引の口座を開設し株式の振替手続きが必要となります。

※未払配当金のお支払いにつきましては、両株主様ともに左記の株主名簿管理人(みずほ信託銀行証券代行部)が承ります。

当社では、株主様の日頃のご支援にお応えするために株主様ご優待制度を実施しておりますが、サッポログループ商品に対するご理解をより深めていただきたいという思いから、昨年、ご優待内容の変更を決定いたしました。2008年度の株主様ご優待の詳細につきましては、対象の株主様に優待申込書を株主総会招集ご通知に同封して、3月4日に発送させていただきます。お申込みの締め切りは3月31日までとなっておりますので、ご注意ください。

また、優待申込書をご返送いただけなかった株主様には、清涼飲料水詰め合わせセットをご送付いたします。なお、お届け先は、株主総会招集ご通知が送付されたご住所となりますので、予めご了承くださいませよう願いたします。

## 2008年度の概要

<b>対象</b>	2008年12月末時点で 1,000株以上ご所有の株主様	<b>内容</b>	各種優待品の中から一つ 選択していただけます。
-----------	---------------------------------	-----------	----------------------------

### 1,000株以上5,000株未満



ビール詰め合わせセット



清涼飲料水詰め合わせセット

社会貢献活動  
への寄付  
(2,000円)

### 5,000株以上



ビール詰め合わせセット



清涼飲料水詰め合わせセット

社会貢献活動  
への寄付  
(3,000円)

※上記とは別にサッポロライオンチェーン優待券を1,000株以上ご所有の株主様に、5枚贈呈いたします。  
※商品の内容は変更となる場合がございます。

## 株主様アンケートのご案内

株主様とのコミュニケーションを図り、今後の経営・企業活動に活かしていくため、アンケートを実施させていただきます。上記の株主様ご優待品に同封されているアンケートハガキまたは、ご覧のページの「e-株主リサーチ」をご利用くださいますよう、ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。

## 株主の皆様の声をお聞かせください

当社では、株主の皆様の声をお聞かせいただくため、アンケートを実施いたします。お手数ではございますが、アンケートへのご協力をお願いいたします。

右記URLにアクセスいただき、アクセスコード入力後に表示されるアンケートサイトにてご回答ください。所要時間は5分程度です。

アンケート実施期間は、本書がお手元に到着してから約2ヶ月間です。

<http://www.e-kabunushi.com>  
アクセスコード 2501

Yahoo!, MSN, exciteのサイト内にある検索窓に、いいかぶと4文字入れて検索してください。

kabu@wjm.jpへ空メールを送信してください。(タイトル、本文は無記入) アンケート回答用のURLが直ちに自動返信されます。



※本アンケートは、株式会社エーツメディアの提供する「e-株主リサーチ」サービスにより実施いたします。(株式会社エーツメディアについての詳細 <http://www.a2media.co.jp>) ※ご回答内容は統計資料としてのみ使用させていただきます。事前の承諾なしにこれ以外の目的に使用することはありません。

●アンケートのお問い合わせ「e-株主リサーチ事務局」  
TEL: 03-5777-3900 (平日 10:00~17:30) MAIL: info@e-kabunushi.com

## 低炭素社会づくりへの貢献

### 「協働契約栽培」だから実現できた **ビールで世界初!** カーボンフットプリント

地球温暖化防止に向けて、CO<sub>2</sub>など温室効果ガスの「見える化」が注目されています。昨年6月には福田ビジョン「『低炭素社会・日本』をめざして」の中で「CO<sub>2</sub>排出の「見える化」が示され、7月には「見える化」を含む「低炭素社会づくり行動計画」が閣議決定されました。

こうした中、サッポロビール株式会社は食品業界のリーダー的役割を担うべく、CO<sub>2</sub>削減へ積極的に取り組んでまいりました。

昨年6月に経済産業省のカーボンフットプリント制度の実用化・普及推進研究会に参加し、ルールづくりなどに参画。12月には、「エコプロダクツ2008」にカーボンフットプリントを表示したサッポロ生ビール<黒ラベル>350ml見本缶を展示し、注目を集めました。



2009年2月には、北海道限定でサッポロ生ビール<黒ラベル>350ml缶にカーボンフットプリントを試験的に表示して市場に投入。ビールでは世界初の試みでした。

このようにカーボンフットプリントでサッポロビールが先導的な役割を果たしてこられたのは、独自の取り組みである「協働契約栽培」により原料栽培段階でのデータ把握が可能であったことによります。

サッポログループでは、従来から各事業会社がそれぞれの事業で温室効果ガス削減に取り組んでいます。私たちはカーボンフットプリント先進企業としてライフサイクル全体を考え、さらに低炭素社会の実現に向けた貢献をしていきたいと考えています。

2008

6月

経済産業省の「カーボンフットプリント制度の実用化・普及推進研究会」に参加

12月

日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2008」にカーボンフットプリントを表示したサッポロ生ビール<黒ラベル>350ml見本缶を展示

2009

2月

サッポロ生ビール<黒ラベル>350ml缶にカーボンフットプリントを試験的に表示し、北海道限定で市場流通

**ビールで  
世界初!**

## 110年間、全国でライオンブランドをお届け 「ビールの殿堂」として愛され続ける ビヤホール文化を守ります



株式会社サッポロライオンは  
創業110周年を迎えます



1899年に誕生した日本初のビヤホール「恵比壽ビヤホール」

1899年(明治32年)8月4日、東京・銀座の新橋際に日本初のビヤホール「恵比壽ビヤホール」が誕生しました。店内はきわめてモダンで、生ビールを1杯売りで飲ませる初の飲食店として話題を集め、繁盛しました。この「恵比壽ビヤホール」が株式会社サッポロライオンの発祥となります。現在、「恵比壽ビヤホール」は残っておりませんが、今年開業75年を迎える「ビヤホールライオン銀座七丁目店」をはじめ、全国約200店舗ではお客様に安全・安心のライオンブランドをお届けするよう努めています。愛され続けて110年。そしてこれからも「ビールの殿堂」としてビヤホール文化を守ってまいります。

## 事業拡大に向けて不動産を取得・開発



2010年竣工予定の新宿6丁目のオフィスビル

恵比寿ガーデンプレイス(株)では、恵比寿4丁目の複合施設(延床21000㎡・2009年竣工)と、新宿6丁目のオフィスビルを建設中です(延床5500㎡・2010年竣工予定)。さらに、名古屋では、分譲マンションの開発を進めています。また、銀座と恵比寿で賃貸ビルを取得しました。「恵比寿ガーデンプレイス」では、施設内の賃貸レジデンス「ガーデンテラス式番館」で、更なる快適空間の提供を目指して、室内のリノベーションを順次進めています。札幌でも、東区に保有する住宅棟をリニューアルし一括賃貸を開始した他、中央区の「サッポロファクトリー」にある当社直営ホテル「ホテルクラビィサッポロ」では、新たなレストランを開店し、宴会場についてもリニューアルを進めていきます。







Topics

02

「うまさ」と「冷たさ」を両立

新ジャンル待望の

「冷製SAPPORO」

新発売

本年の家庭用ビール市場では、生活防衛意識の高まりやバリエーションの広がりを受け、新ジャンルが「ビール」発泡酒を超える最大のカテゴリーに成長すると予想されます。そこで、新ジャンル最大のボリュームゾーンである飲みごたえを重視したスッキリ系の商品エリアに対し、「冷製SAPPORO」を2009年3月25日に発売いたしました。

同商品は、当社独自の「クールド製法」により、すっきりとした雑味のない味わいと、今までのビールテイスト飲料にはない、ノド全体にしみわたる冷涼感を実現。この新感覚のノドごしを可能にした製法は、特許を出願しております。

新ジャンルカテゴリーのパイオニアとして、他に類をみない独自のスッキリ系の味わいの特徴

とする「ドラフトワン」、伸長トレンドのcock系に位置し、「ビールと間違えるほどのうまさ」が魅力の「麦とホップ」と合わせた主力3商品で、新ジャンル市場を強力に牽引します。

「クールド製法」とは

ベースとなる発泡酒を醸造する際に採用している当社独自の製法。130年以上当社に受け継がれている「低温熟成」を行い、本商品のために新しく開発した「クールドフレーバー」を使用します。「クールドフレーバー」とは食品・飲料などに使用される、冷涼な香味をもつ香料の一種です。



冷製SAPPOROの特徴

サッポロ独自の  
クールド製法

「低温熟成」による  
スッキリとした  
雑味のない味わい



本商品のために  
新しく開発した  
クールドフレーバー  
による冷涼感

“うまさ”と  
“冷たさ”の両立



Topics

01

エビスに新しい仲間が加わります

# 女性をイメージターゲットに「シルクエビス」新発売

エビスブランドの新商品「シルクエビス」は、本年のエビスブランドのコミュニケーションテーマである「エビスは時間をおいしくします。」を共有しながら新たな世界観を提供する、期間限定の特別なエビスです。既存のエビスビールの原料・製法をベースとしながら、小麦麦芽を一部配合することで、きめ細かい泡、絹のように、なめらかな口当たりを実現しました。

デザインはエビスブランドのイメージを踏襲しつつ、上品でやさしい感じを表現するため「ホワイト」地を採用。シルクエビスというネーミングとともに「なめらかさ」「や」「細やかさ」を付与し、おいしさ感・品質感を表現しました。

従来のエビスユーザーに加え、女性をイメージターゲットとして、女性の需要機会拡大を目指します。

当社ではエビスブランドに「シルクエビス」という新しい魅力が増えることで、お客様の日常に更なる「おいしい時間」がもたらされることを期待しています。

## シルクエビスの特徴

- 麦芽(協働契約栽培)100%使用
- バイエルン産アロマホップ(協働契約栽培)使用
- 長期熟成、エビス酵母使用



厳選した小麦麦芽(協働契約栽培)を一部配合

絹のように、  
なめらかな口当たりを実現しました。



2009年3月4日より  
全国で期間限定発売中

【浅野 忠信編】



毎日家に帰るだけじゃなく、毎日自分にかえっていますか？

【小泉 今日子編】



今日が楽しめない人は、明日も、明後日も、きっと楽しめないですよね？

【高橋 幸宏編】



最近、笑い皺が増えたねって言われちゃいました。エビスを飲んでいるからでしょうか？

CM  
of SAPPORO

2009年  
「エビスは時間を  
おいしくします。」編

それは、時間をおいしくする飲み物です。  
たとえば、大切な人と、エビスと過ごす時間。  
たとえば、エビスをおいしく飲むために、旅に出る。  
そんな時間は、おなじ1秒が、濃くて、長くて、深い。  
人の暮らしのさまざまな時間をおいしくしてくれる。  
忘れられないような一日や一瞬をくれる。  
それがエビスなのです。

エビスは、たんなる  
ビールではありません。

これ、  
CMだよな？



【撮影エピソード】

浅野さん、小泉さん、高橋さんの、素の表情を切り取るため、撮影の直前まで皆さんの顔をあわせずに、いざ撮影！皆さん久々の再会に本当に喜んでいました。

「これ、CMだよな？」というアドリブまで出るほど和やかな撮影で、普段家でビールを飲んでいるときのような自然体な3人の表情を通して、時間をおいしくする「エビス」の良さが最大限に引き出されたCMとなりました。

再会の喜びがそのままフィルムに焼きついているのではないのでしょうか。

# エビスは時間を おいしくします。

エビスビールは1890年に発売して以来、ドイツ正統の醸造法を頑なに守ってきた「こだわりのビール」として、幅広いビールファンの皆様に高い評価を頂いています。

「エビスブランド」は、2010年2月に発売から120年目を迎える、歴史と伝統のあるブランドです。

また、時代が移り変わる中で、それぞれの時代のお客様の期待に応じて成長してきたブランドでもあります。

2009年「エビスブランド」は、お客様の更なる期待にお応えするため、新たな価値を積極的に提案し、より多くの「おいしい時間」を提供いたします。

新発売



エビスビール



琥珀エビス  
(期間限定)



エビス(ザ・ブラック)



エビス(ザ・ホップ)



シルクエビス  
2009年3月発売  
(期間限定)

# SAPPORO



# Vol.2

進化するブランド「エビス」

SAPPOROの「明日」をお伝えします。



# SAPPORO

