

第
86
期

中間期株主通信

2009年1月1日から2009年6月30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

飲料事業

サッポロ
飲料
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

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

持続的な成長と 収益基盤の強化に 取り組んでいます。



当中間期(2009年1月1日から6月30日まで)、サッポログループは収益力の強化を図る事業構造改革と高付加価値の提供を訴求するサッポロ独自の事業展開を進め、経常利益段階での5年ぶりの黒字化を達成しました。創業以来「人」と「ブランド」を大切に育てながら豊かな価値を社会に提供してきた企業姿勢を、多くのお客様にご評価いただいたものと考えております。

サッポログループはいま、環境変化に対応した戦略遂行へのローリングプラン「サッポログループ経営計画2009年-2010年」を推進しています。事業基盤の強化、そして成長への戦略投資といった経営テーマに総力をあげて取り組み、企業価値の向上を目指してまいります。

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 当中間期の経営環境ならびに業績に対する分析・評価をお聞かせください。

A 営業利益と経常利益において黒字を確保しました。

米国の金融不安に端を発した世界的な景気後退によって、わが国でも生活者の消費マインドが低下する

傾向を示しています。国内酒類事業ではビールや発泡酒から新ジャンルへの移行が一層進み、外食事業でも景気低迷の影響を受けるなど、売上が減少しました。一方で不動産事業は賃貸を中心に展開していることもあり、景気低迷の影響は比較的軽微でした。

こうした状況のもと、サッポログループでは国内酒類事業において効率的なマーケティングを実行するとともに



に、飲料事業や不動産事業などの事業セグメントにおいても経営資源の最適な配分による効率的な事業運営に努めました。また全事業において量より質を重視する構造改革を前進させるとともに、コストコントロール体制の一層の強化に取り組みました。

この結果、当中間期の連結業績は、売上高1,824億円、営業利益13億円、経常利益5億円となりました。特別損失や法人税等を控除した後の最終損益は7億円の中間純損失となりましたが、厳しい事業環境の中で営業増益を継続し、経常利益の黒字化を達成できたことは、経営計画に基づくアクションプランの着実な実行による成果であると考えております。

Q 「サッポログループ経営計画2009年-2010年」を策定された背景と狙いについて教えてください。

A 次の成長軌道へ転換するための基盤づくりを目標としています。

2007年10月、サッポログループは創業140周年にあたる2016年を目標点とした「サッポログループ新経営構想」を発表し、そのアクションプランとして「サッポログループ経営計画2008年-2009年」を策定しました。2007年以前は3カ年計画を立案していましたが、変化の激しい現代では計画はすぐに陳腐化してしまいます。また現時点に立って将来を考えるのではなく、最終的な会社のあるべき姿を見据えて、その実現のためにいま何をすべきかを発想しなければ、真に有効な戦略は生まれてきません。



そこで「新経営構想」と「経営計画2008年-2009年」を策定し、新たな取り組みを開始したわけです。

本年2月に発表した「サッポログループ経営計画2009年-2010年」は、この「経営計画2008年-2009年」のローリングプランです。最優先課題は前計画と同様に「持続的な成長へ向けた取り組み」と「強みを活かした事業展開と収益基盤の強化」の2点としていますが、環境変化を踏まえて一部戦略の見直しを行いました。今後の2年間を「次の成長軌道へ転換するための基盤づくりの期間」と位置づけ、安定的な収益を実現できる基盤構築を進めると同時に、更なる成長に向けた戦略投資を実行していきます。

Q 株主様に対する利益還元の基本方針についてご説明ください。

A 持続的な業績向上により企業価値の増大を実現します。

サッポログループでは株主様への利益還元を経営における最重要のミッションととらえており、経営計画の確実な遂行によって業績の持続的な向上を実

現することが日頃のご支援にこたえる最良の方策であると考えています。業績向上を通じて企業価値の増大を図り、安定した利益還元を目指してまいります。

なお配当については、2008年12月期に1株当たり2円増配し年間7円としましたが、当期もその水準を維持する予定です。

Q 2009年12月期(通期)の見通しについてお聞かせください。

A 連結営業利益120億円の達成を視野に入れています。

上半期については、前述のとおり経常利益段階での増益を達成することができましたが、下半期の経営環境については、引き続き厳しい状況で推移するものと予測しており、通期での利益見通しにつきましては年初発表の内容を変えておりません。

サッポログループは、高付加価値商品・サービスの提供をはじめ、他社との戦略的アライアンスやグループシナジーの追求を通じて景気低迷に伴う業績の悪化を最小限に食い止め、通期では年初目標とした連結営業利益120億円、連結経常利益85億円を達成したいと考えております。また外部環境が好転した際に速やかに次の成長軌道に乗れるように、下半期から来期にかけて強固な収益基盤の構築に全力を傾注してまいります。

最後に下半期のトピックとして、将来に向けてサッポログループのブランド力を一層高めるための、新しい取り組みをご紹介します。

サッポログループは、そのルーツである、「札幌」「恵比寿」の地において、本年よりビール文化創造のための新たな情報発信の取り組みを行います。既に本年7月、創業の地「札幌」ならびに「サッポロビール北海道工場」など北海道各地にて、「サッポロビール★道産子感謝デー」と銘打ったイベントを開催し、ご来場いただいた多くのお客様に大変な好評をいただきました。そして、本年9月には、明年発売120周年を迎えるエビスビール発祥の地、恵比寿ガーデンプレイス内にて、ビアフェスティバル「恵比寿麦酒祭」(期間は9月18日から23日まで)を開催いたします。「札幌」「恵比寿」はともにサッポログループの重要な資産であり、ブランド価値の源泉ともいえるべき地です。こうしたサッポログループ固有の価値を、より有効に活用し、多くのお客様に喜んでいただけるイベントの開催を通じ、新たな情報発信、そしてお客様接点の拡大に努めてまいります。

サッポログループ経営計画 2009年-2010年 (億円)

	2008年実績	2009年計画 (ローリングプラン)	2010年計画	新経営構想目標	
連結売上高	4,145	4,083	4,131	6,000	
事業別	国内酒類	2,996	2,956	2,960	3,500
	国際酒類	250	221	230	420
	飲料	368	355	367	700
	外食	295	305	314	500
	不動産	234	246	260	500
連結営業利益	146	120	147	400	
事業別	国内酒類	77	56	61	150
	国際酒類	9	9	10	50
	飲料	2	3	8	20
	外食	5	7	10	25
	不動産	76	77	81	150
全社費用	△23	△32	△23	△25	

着実な成長に向けて収益基盤の強化に努めた結果、 営業増益の継続と経常利益段階での黒字化を達成しました。

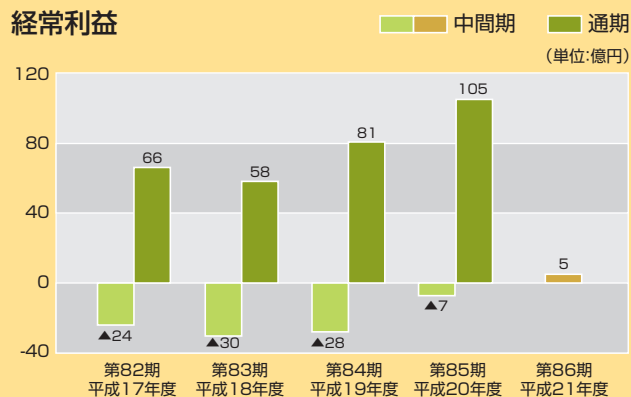
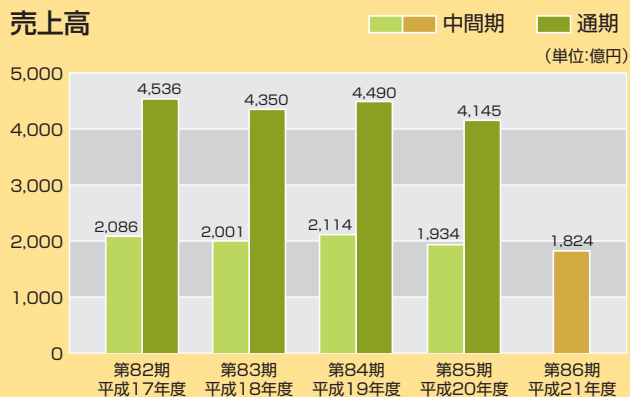
当中間期の経営環境は、世界不況の影響を受け厳しい状況で推移しましたが、コスト管理の徹底など各種施策の実行により、収益体質の一層の強化を実現しました。

当中間期の経営環境は、世界同時不況の進行に伴う消費者心理の冷え込みなどにより引き続き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、2009年2月に「サッポログループ新経営構想」のアクションプランとして「サッポログループ経営計画2009年-2010年」を策定。安定した収益基盤の構築をはじめ、厳格なリスク評価に基づく戦略投資の遂行、海外市場での事業拡大、一層のローコスト体制の確立に取り組みました。

この結果、当中間期の連結業績は、売上高1,824億円(前年同期比110億円、6%減)、営業利益13億円(前年同期比

1億円、16%増)、経常利益5億円(前年同期は7億円の損失)となりました。国内酒類事業における新ジャンル構成比の増加や外食需要の減退により売上高は減少しましたが、コストコントロールの徹底が奏功し、営業増益の継続と経常利益段階での黒字化を達成しました。

最終損益は、特別損失7億円を計上したことなどにより中間純損失7億円(前年同期は95億円の利益)となりました。前年同期の中間純利益は固定資産売却益の計上を主因とするもので、この特殊要因を除くと、近年の中間期における最終損益は改善傾向を維持しています。



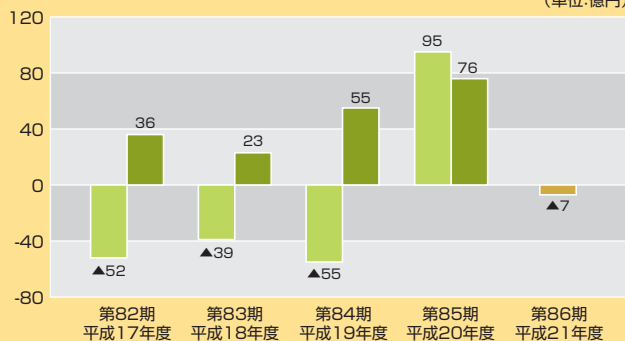
連結損益計算書(要旨) 1月1日~6月30日

(単位:億円)

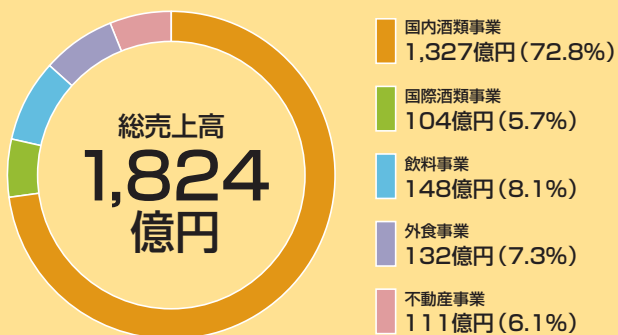
科 目	第83期(平成18年度)		第84期(平成19年度)		第85期(平成20年度)		第86期(平成21年度)
	中間期	通期	中間期	通期	中間期	通期	中間期
売上高	2,001	4,350	2,114	4,490	1,934	4,145	1,824
売上原価	1,389	3,001	1,440	3,050	1,358	2,881	1,276
売上総利益	612	1,349	674	1,439	576	1,264	547
販売費及び一般管理費	630	1,263	686	1,315	564	1,117	534
営業利益(△損失)	△17	86	△12	123	11	146	13
営業外収益	13	23	11	23	9	17	11
営業外費用	25	51	27	65	29	58	19
経常利益(△損失)	△30	58	△28	81	△7	105	5
特別利益	3	26	2	75	259	260	0
特別損失	11	45	84	154	77	185	7
税金等調整前中間純利益(△損失)	△38	39	△110	2	174	179	△2
法人税等	0	16	△54	△52	79	103	5
少数株主利益(△損失)	—	△0	△0	△0	△0	△0	0
中間純利益(△損失)	△39	23	△55	55	95	76	△7

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 新商品の投入とリニューアル効果で営業損益は大幅に改善しました。

消費者の生活防衛意識の高まりを受けて主力の「サッポロ黒ラベル」は低迷しましたが、限定醸造商品を投入した「エビス」ブランドが好調を維持したこと、ならびにリニューアルを実施した新ジャンル「麦とホップ」が順調に売上を伸ばしたことにより、ビール類全体の売上数量はほぼ前年並の結果となりました。一方、ワイン事業に関しては、2008年に実施した低価格帯商品の値上げが影響し、国産・輸入合計の売上高が前年同期比で9%減少しました。

コスト面においては、会計制度変更に伴う費用増加等をコスト圧縮の取り組みによって吸収しました。その結果、国内酒類事業の売上高は前年同期比で3%減少しましたが、営業損失は10億円の改善を達成しました。

(単位: 億円)

	売上高	営業利益
2008年(中間)実績	1,371	△10
2008年実績	2,996	77
2009年(中間)実績	1,327	△0
2009年(見直し)	2,956	56

今後の展望 企業ブランド力の強化とともに、売上高の計画達成を目指します。

「おいしさも、安心も、サッポロビールはすべて責任品質」をスローガンに、安全・安心な商品の提供とともに、「おいしさの追求」を目指して企業ブランド力を強化していきます。ビール類では「エビス」ブランドの優位性と、「麦とホップ」を中心とした伸長著しい新ジャンルに注力し、売上高の計画達成を目指します。また、収益目標を達成するため、最大限の費用対効果が達成できるよう販売促進費をコントロールしていきます。ワイン事業については輸入ワインの新製品投入、焼酎事業については本格焼酎の一層の進捗により売上の拡大を見込んでいます。



国際酒類事業

事業の概況 現地通貨建ての売上高は伸びたものの、為替変動の影響を受けました。

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ました。業務用比率の高いサッポロUSA社は、米国経済の著しい減速を受けて低調に推移しましたが、スリーマン社(カナダ)の売上数量は大幅に伸長しました。国際酒類事業全体の売上高は、現地通貨建ては前年同期を上回ったものの、急速な円高の進行により、円建てでは前年同期比16%の減少となりました。

	(単位: 億円)	
	売上高	営業利益
2008年(中間)実績	124	0
2008年実績	250	9
2009年(中間)実績	104	△1
2009年(見通し)	213	9

今後の展望 カナダ市場で総需要を上回る売上数量の伸びを目指します。

カナダ市場においては、スリーマン社が主力となるプレミアムブランドのブランド価値の維持・向上のためにマーケティング投資を継続し、伸長するバリューブランドを含めた

合計で総需要を上回る売上数量の伸びを目指します。米国市場においては、サッポロUSA社を核に、日系市場以外への展開を強化するマーケティング施策を展開していきます。

輸出事業および現地生産においては、成長市場への積極展開および新たな市場の開拓による売上増を図るとともに、収益改善の見込めない地域からの撤退等も同時に視野に入れながら国際酒類事業の基盤強化と更なる事業発展を図っていきます。



飲料事業

事業の概況 安定した収益基盤の確保に向けてコスト適正化に注力しました。

TVCMや消費者キャンペーンによって天然炭酸水「ゲロルシュタイナー」の市場定着を図るとともに、本年100周年を迎えた「リボンシトロン」の拡販を進めるなど、既存ブランドの育成・強化に取り組みました。また生産拠点の最適化や原材料コストの適正化、製品・原材料の廃棄ロス削減を通じて安定した収益基盤の確保に努めた結果、営業損失は0億円(前年同期比2億円の改善)となりました。

(単位: 億円)

	売上高	営業利益
2008年(中間)実績	181	△3
2008年実績	368	2
2009年(中間)実績	148	△0
2009年(見通し)	308	3

今後の展望 サッポロならではの商品開発を推進していきます。

安定した収益基盤の確保のために、「選択と集中」による事業再構築を完遂していくとともに、営業戦略面では、存在価値を高めるブランドの育成と定着を目指し、既存ブランドである「リボンシトロン」「ゲロルシュタイナー」「オーシャンズブレイクランベリー」、梅飲料などの強化に加え、基礎研究および素材開発等を通じ、将来の持続的な成長に向けたサッポロならではの商品開発を推進していきます。



外食事業

事業の概況 価格引き下げと経費圧縮により売上・収益の回復に努めました。

長引く景気低迷の影響を受け、比較的客単価の高い店舗の売上減少が続いています。こうした状況を打開するため、当中間期は季節のおすすめメニューの価格引き下げや低価格な小皿メニューの販売を開始したほか、店舗改装の凍結などによるコスト圧縮に努めましたが、売上および収益の改善には至りませんでした。当中間期末の店舗数は、新規出店6店舗、閉鎖1店舗であったことから総計で209店舗となりました。

(単位: 億円)

	売上高	営業利益
2008年(中間)実績	140	△0
2008年実績	295	5
2009年(中間)実績	132	△4
2009年(見通し)	285	2

今後の展望 営業活動の強化による売上高の回復とコスト削減を進めます。

今後の外食市場は引き続き厳しい状況が続き、宴会需要の大幅な回復などは期待できない見通しです。一方、既存店舗部門の前年割れは昨年8月より始まっていることから、お

値打ち感のある宴会コースの設定や、企業訪問などの営業推進活動の強化により売上高の回復を図るとともに、引き続き人件費や諸経費の圧縮を進め利益の確保に努めていきます。

新規出店としては、7月初めに「かこいや名駅三丁目店」など3店舗を開店したほか、「点」など3店舗を年内に出店する予定です。



cafe&bar Cura エチカフィット上野店
(東京都台東区)



宮崎地鶏 おすず山 大崎ニューシティ店
(東京都品川区)

不動産事業

事業の概況

稼働率および賃料水準の維持向上に取り組みました。

オフィス賃貸市場で空室率の上昇や賃料の下落基調が続く中、恵比寿ガーデンプレイスなど既存物件の稼働率と賃料水準の維持向上に注力しました。また不動産開発に関しては、恵比寿地区の商業施設、新宿地区のオフィスビル、名古屋地区の分譲マンションについて取り組みを進めました。当中間期の不動産事業は減収減益となりましたが、これは2008年4月に恵比寿ガーデンプレイスの15%共有持分を売却した反動であり、同事業がサッポログループの収益に大きく寄与していることに変化はありません。

(単位：億円)

	売上高	営業利益
2008年(中間)実績	117	37
2008年実績	234	76
2009年(中間)実績	111	35
2009年(見通し)	238	75

今後の展望

保有物件の更なる充実と収益力強化を進めます。

厳しい事業環境が今後も予想される中、引き続き保有物件の稼働率と賃料水準の維持向上とコスト削減に向けた取り組みを進めます。

不動産開発については、恵比寿地区の商業施設「MLB café TOKYO」が9月開業、名古屋地区の分譲マンション「千種ガーデンテラス」が11月竣工の予定です。また、新規の収益物件取得については、8月に恵比寿地区のオフィスビル「恵比寿スクエア」を取得し、保有物件の更なる充実と収益力強化を進めます。



恵比寿ガーデンプレイスエントランスパビリオン



恵比寿スクエア

中間連結貸借対照表(要旨)

(単位:億円)

科 目	平成21年度	平成20年度
	当中間期 (平成21年6月30日)	前期末 (平成20年12月31日)
〔資産の部〕		
流動資産	1,013	1,294
現金及び預金	95	224
受取手形及び売掛金	528	622
有価証券	0	0
商品及び製品	156	125
原材料及び貯蔵品	93	88
その他	139	232
固定資産	3,963	3,978
有形固定資産	3,171	3,192
建物及び構築物	1,786	1,808
機械装置及び運搬具	460	462
土地	791	788
その他	133	131
無形固定資産	195	209
投資その他の資産	596	576
1 資産合計	4,977	5,272

(注)有形固定資産の減価償却累計額 平成21年度中間期 3,347億円
平成20年度期末 3,282億円

(単位:億円)

科 目	平成21年度	平成20年度
	当中間期 (平成21年6月30日)	前期末 (平成20年12月31日)
〔負債の部〕		
流動負債	1,797	2,132
買掛金	221	238
短期借入金等	535	635
未払酒税	232	355
その他	808	902
固定負債	2,043	1,972
社債	538	538
長期借入金	814	718
受入保証金	325	320
その他	366	394
2 負債合計	3,841	4,104
〔純資産の部〕		
株主資本	1,141	1,191
資本金	538	538
資本剰余金	463	463
利益剰余金	150	199
自己株式	△10	△10
評価・換算差額等	△7	△24
その他有価証券評価差額金	3	30
為替換算調整勘定	△42	△55
少数株主持分	2	2
3 純資産合計	1,135	1,168
負債純資産合計	4,977	5,272

1 資産について

現金及び預金の減少、受取手形及び売掛金の減少、在外子会社ののれん償却の開始に伴うのれんの減少等によって、前連結会計年度末と比較して295億円減少し、4,977億円となりました。

2 負債について

未払酒税の減少、および本年2月のビールギフト券の販売終了に伴う預り金の減少等によって、前連結会計年度末と比較して262億円減少し、3,841億円となりました。

3 純資産について

主に、在外子会社の過年度分ののれん償却、期末配当の実施、および当中間期の中間純損失の計上等による利益剰余金の減少等によって、前連結会計年度末と比較して32億円減少し、1,135億円となりました。

中間連結キャッシュ・フロー計算書(要旨) 1月1日~6月30日 (単位:億円)

科目	平成21年度	平成20年度
	当中間期	前中間期
営業活動によるキャッシュ・フロー	25	8
投資活動によるキャッシュ・フロー	△121	315
財務活動によるキャッシュ・フロー	△38	△294
現金及び現金同等物に係る換算差額	1	△1
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△132	28
現金及び現金同等物の期首残高	222	58
現金及び現金同等物の中間期末残高	89	87

●営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動によるキャッシュ・フローは、25億円の収入となりました。これは主に、減価償却費113億円、売上債権の減少97億円、その他の流動資産の減少75億円等の増加要因と、未払酒税の減少124億円、預り金の減少122億円等の減少要因によるものです。なお、その他の流動資産の減少および預り金の減少は主に、ビールギフト券の販売終了の影響によるものです。

●投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動によるキャッシュ・フローは、121億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76億円、投資有価証券の取得による支出20億円があったこと等によるものです。

●財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動によるキャッシュ・フローは、38億円の支出となりました。これは主に、長期借入による収入190億円があった一方、短期借入金の減少74億円、長期借入金の返済による支出125億円があったこと等によるものです。

当冊子の表記について

当期から金融商品取引法に基づく四半期報告制度が導入されたことにより、表記内容が変更されていますが、当冊子では株主様の利便性を考慮し、右記のとおり表記しています。

- 収益関連数値については、期初からの「累計値」を用いています。
- 当中間期の財務情報と前年同期の財務情報とは会計基準や用語表現などが異なります。しかし前年と比較しやすいよう、主要数値については「ご参考値」として併記しています。

会社概要 (平成21年6月30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	41社(連結子会社35社、持分法適用会社6社)
従業員数	59名(グループ従業員数:3,931名)
証券コード	2501

役員 (平成21年6月30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 兼 グループ執行役員	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 兼 グループ執行役員	持田 佳行 サッポロインターナショナル株式会社 代表取締役社長
常務取締役	上條 努
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	勝俣 宣夫 丸紅株式会社 取締役会長
取締役 兼 グループ執行役員	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	田中 秀典
取締役	加藤 容一 経営戦略部長
常勤監査役	宍戸 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21年6月30日現在)

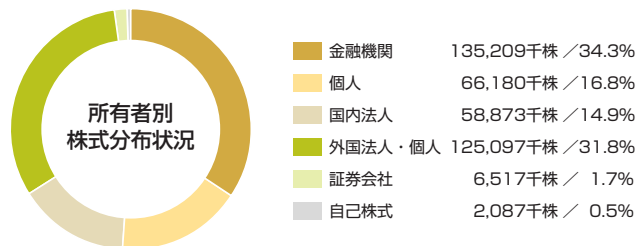
発行済株式総数……393,971,493株

株主数……47,551名

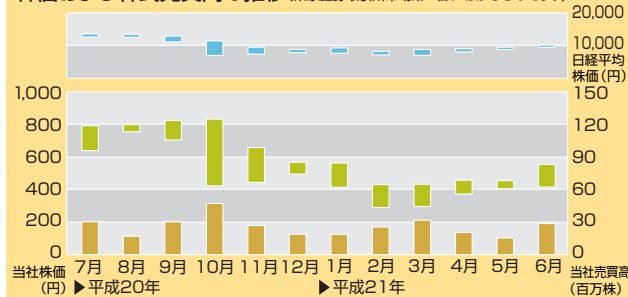
大株主(上位10名およびその状況)

株主名	持株数 (千株)	出資比率 (%)
スティーラパートナーズ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
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口4G)	13,788	3.5
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)	12,241	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
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	9,919	2.5
ザチエースマンハッタンバンクエヌエイロンドンスペシャルアカウント ナンバーワン	9,698	2.5
農林中央金庫	9,375	2.4
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(2,087,923株)を控除して計算しています。



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。 http://www.mizuho-tb.co.jp/daikou/
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 http://www.sapporoholdings.jp/ 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

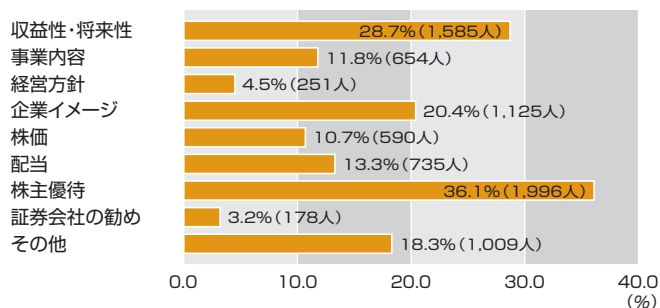
お手続きお問い合わせ先	<特別口座管理機関> 左記の株主名簿管理人(みずほ信託銀行株式会社証券代行部)
	<取次所> みずほ信託銀行株式会社 全国各支店 みずほインベスターズ証券株式会社 本店および全国各支店
お手続き内容	住所変更、名義変更、単元未満株式の買取・買増請求、配当金受取り方法のご指定、相続に伴うお手続き等

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。

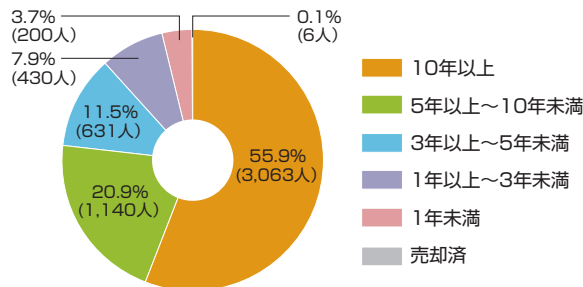
※未払配当金のお支払いにつきましては、両株主様ともに左記の株主名簿管理人(みずほ信託銀行証券代行部)が承ります。

株主様で優待品の贈呈時に株主様アンケートを実施させていただいたところ、5,000通を超えるご回答をいただきました。厚く御礼申し上げます。ここでアンケートの一部をご紹介します。

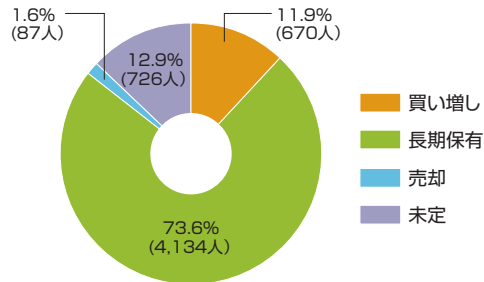
当社株式を購入された理由をお聞かせください。(複数回答あり)



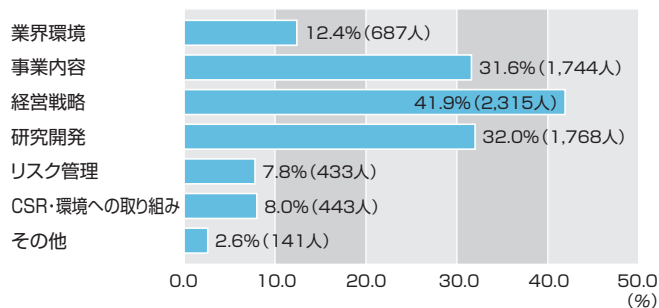
当社株式の保有年数はどの位ですか。



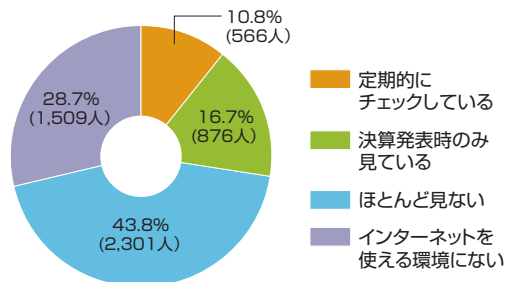
当社の株式についてどのような方針をお持ちですか。



今後、当社グループについてどんな情報を希望されますか。(複数回答あり)



当社のホームページはご覧になっていますか。



株主様ご優待における「オホーツク流氷トラスト運動」への寄付金は、多くの株主様からご賛同をいただき、総額1,114,000円の寄付が集まりました。誠にありがとうございました。

去る7月9日に北海道庁において、皆様からの寄付の贈呈を行いましたので、ご報告いたします。「オホーツク流氷トラスト運動」への寄付は、当社のご優待品の代わりに2,000円(1,000株以上5,000株未満保有の株主様)または3,000円(5,000株以上保有の株主様)を寄付金としてお預りし、「オホーツク流氷トラスト運動」へ寄付するというものです。

サッポログループは、地球温暖化防止に向けた環境保全に取り組み、流氷とこの地域を訪れる皆様の感動を守るために、一層この運動に取り組んでまいります。

次世代エネルギーの 創造に向けて

ブラジル企業2社と共同で バイオ水素生産の実証試験をスタート

サッポロビール株式会社は、ブラジルの石油会社ペトロブラス社、同じくブラジルに本拠を置きバイオ燃料の研究を手掛けるエルゴステック社と共同で、農作物残渣のセルロース系バイオマスを用いたバイオ水素生産の実証試験を本年10月より開始します。セルロース系資源を使用した実証試験は**世界でも初めて**の試みであり、クリーンな次世代エネルギーの創出に向けた画期的な取り組みとして注目を集めています。

バイオマス(生物由来資源)は、1990年代より、温室効果ガスの排出抑制や循環型社会構築の観点から次世代エネルギーの主角といわれてきましたが、一方で森林破壊や食糧との競合といった問題点も指摘されてきました。しかし今回の開発に利用される原料は農作物の非食用部分であるた



右からエルゴステック渡代表、ペトロブラス川上支社長、ペトロブラス大前氏、サッポロビール高島取締役、サッポロビール三谷研究主幹

め、環境や食糧問題への影響を考慮する必要がありません。またセルロース系バイオマスは、世界の1次エネルギーの約3割を賄う資源量を有するといわれており、化石燃料に替わる新資源のひとつとして大きな期待が寄せられています。

サッポログループは、これまで地球温暖化や食糧問題などの資源環境課題に関して積極的な研究と提言を行ってきました。今回の開発においては、サッポロビールの研究プランを基に、サッポロエンジニアリング社がパイロットプラントの設計・製作・輸出を行い、エルゴステック社内に設置して実証試験を開始します。バイオ燃料の早期商業化に向け、グループに蓄積されたバイオ水素生産技術や非食糧資源の利活用ノウハウをフルに使い、次世代エネルギーの創造に貢献してまいります。

今後のスケジュール

●2009年

9月初旬

プラント設備を東京港よりリオデジャネイロ港に向けて搬出

10月末

エルゴステック社の試験施設(サンパウロ州カンピーナス市)にパイロットプラントを設置

●稼働開始

1年目

プラント設置とバイオマスの前処理方法の最適化試験

2年目

多様な農業残渣を原料にした、水素の連続発酵試験

3年目

採算性試験

4年目以降

商用前プラントの建設と運転試験



～まるで梅酒を飲んでいるかのような驚きの味わいを実現!～

**紀州産梅限定使用「カラダに
おいしい梅 紀州のかほり梅
350mlPET」9/14新発売!**

「紀州のかほり梅」は、和歌山県と共同で開発を行い、紀州産梅のみを使用しました。生梅を砂糖に漬け込み、砂糖の浸透圧だけを利用して2週間以上かけて抽出した後、冷蔵保存にて熟成させた貴重な果汁を一部に使用しました。これにより、まるで梅酒のような、まろやかでコクのある味わいと華やかな香りがお楽しみいただけます。また、日本人に古くから馴染みのある梅の味が、思わずほっとさせてくれます。



～果汁が入ってカロリーゼロ!～

**「Zero Sparkling
レッドグレープ410ml
PET」9/7新発売!**

「Zero Sparkling レッドグレープ」は、赤ぶどう果汁を使用した果汁入り炭酸飲料です。第1弾でご好評いただきました「Zero Sparkling グレープフルーツ」と同様に、今回も果汁と炭酸の美味しさを、カロリーゼロで実現しました。「ヘルシー」&「美味しさ」を両立した果汁入り炭酸飲料なので、甘いものは飲みたいけど健康やカロリーを気にしてガマンされている方、カロリーオフやカロリーゼロを飲んでも味に物足りなさを感じている方にも、きょうこ満足いただけるものと期待しております。

Topics
06

Topics
07

事業拡大に向けて不動産を開発・取得



千種ガーデンテラス

恵比寿ガーデンプレイス(株)では、名古屋市千種区に分譲マンション「千種ガーデンテラス」(全34戸、専有面積65㎡～90㎡)の建設を進めてきましたが、本年9月に現地モデルルームをオープンし販売を開始します。

また、2月には子会社のサッポロ都市開発(株)が、札幌市内の賃貸マンション「ローズシティ東札幌」(全151戸)を取得、8月には「恵比寿エリア」における優良な物件取得戦略の一環として、渋谷区恵比寿にオフィスビル「恵比寿スクエア」(延床面積8644㎡)を取得しました。取得後のバリエーションと「恵比寿エリア」の既存物件とのシナジー創出に積極的に取り組んでいきます。

今後も、事業拡大に向けて、不動産開発と新規物件の取得を進めていきます。

日本記念日協会認定、ビヤホールの誕生記念日 「8月4日はビヤホールの日」

「ビヤホールの日」とは、(株)サッポロライオンが申請し、公認された記念日です。

1899年(明治32年)8月4日。この日、東京・銀座の新橋際(現・銀座8丁目)に、日本で初のビヤホール「恵比壽ビヤホール」が誕生し、当時珍しい生ビールを一杯売りするお店として大変な評判を呼びました。この「恵比壽ビヤホール」が(株)サッポロライオンの発祥であり、1号店となります。

創業100周年である1999年に、創業日8月4日を「ビヤホールの日」として日本記念日協会に申請し、正式な記念日として認定されました。日頃ご愛顧いただいているお客様に感謝の気持ちを込めて、毎年創業祭としてさまざまなイベントを催し、ご好評をいただいています。

2009年は(株)サッポロライオン創業110周年、また「ビヤホールの日」10周年にあたります。これまでも、そしてこれからも愛され続ける「ビヤホール」会社として精進してまいります。



サッポロライオン創業110周年ロゴ



開業当時の恵比壽ビヤホールの様子

日本初! 店内照明がすべてLED光源の居酒屋 「くつ炉ぎ・うま酒 かこいや 霞が関ビル店」

～環境省主催「省エネ照明デザインモデル事業」採択店舗～

(株)サッポロライオンが4月10日に開店した「くつ炉ぎ・うま酒 かこいや 霞が関ビル店」は、「日本初! 店内照明がすべてLED光源の居酒屋」として、チーム・マイナス6%(環境省)が主催している「省エネ照明デザインモデル事業」に採択された店舗です。これまで光の色合いが居酒屋には向かないといわれていたLED光源ですが、かこいや霞が関ビル店では「古民家再生」を店舗イメージの核として、客席照明のすべてに積極的にLED光源を取り入れ省エネを図りつつ、くつろぎの照明環境を実現した点が評価されました。

またLED光源はわずかな電力で明るい光が得られる次世代照明です。このLED光源の導入により同規模の他のかこいや店舗に比べ消費電力の約80%がカットされ、その分CO₂の排出量も削減可能という地球環境に優しい店舗です。

これからも地球に優しく、お客様に美味しい料理と温かいサービスを提供する店舗づくりを目指します。



くつ炉ぎ・うま酒 かこいや 霞が関ビル店
東京都千代田区霞が関3-2-5 霞が関ビルディング内 霞ダイニング1F
TEL. 03-3595-3088



Topics

02

“ジャパニーズ スタウト”という新たなジャンルの確立を目指して 「エビス スタウト クリーミートップ」を新発売



まろやかなコク、
ソフトな後味。

2009年7月3日、エビスブランドの新商品「エビス スタウト クリーミートップ」を業務用に限定発売しました。

本製品は、日本人の嗜好に合うスタウトタイプのビールを創造したいというサッポロビール開発者の思いを具現化したものです。エビスビールの魅力の源であるエビス酵母の力が、従来の黒ビールとは一線を画したスムーズな口当たりとまろやかなコク、そしてソフトな後味を実現しました。今回の発売によって、日本のビール市場に“ジャパニーズ スタウト”という新ジャンルが確立されるものと自負しています。

「エビス スタウト クリーミートップ」は、お客様の日常に、ゆったりとした「大人の時間」を提供します。

麦芽の使用比率を従来品比で2倍に増量し、
ますますビールと間違えるほどのうまさへ

「サッポロ 麦とホップ」をリニューアル

Topics

03



サッポロビール(株)は「サッポロ 麦とホップ」の中味およびパッケージを2009年8月中旬製造商品よりリニューアルしました。

「サッポロ 麦とホップ」は2008年6月の発売以来、“ビールと間違えるほどのうまさ”を訴求する印象的なTVCMの効果と、従来の新ジャンル製品では実現できなかった深い味わいによって、お客様からの圧倒的な支持を獲得しました。今回のリニューアルでは、「サッポロ 麦とホップ」のこだわりである100%協働契約栽培の原料使用と素材のうまみを引き出す長期熟成製法はそのままに、麦芽の使用比率を2倍に高め、「麦芽2倍で、ますますビールと間違えるほどのうまさへ」を実現しています。パッケージも現在のデザインを継承しつつ、「協働契約栽培100%」の文字を大きくすることで、原料へのこだわりをより強く打ち出しています。



Topics

01

現存する日本最古のビールブランドが販路を拡げて再登場

「サッポロラガービール」缶を 全国全業態の酒販店で限定発売

業務用市場を中心に展開している「サッポロラガービール」。その缶製品を今年は販路を拡げて再発売することになり、既に8月12日からコンビニエンスストアで、9月9日からは全国全業態の酒販店で販売しています。

しましたが、幅広い世代から好評を博し、再発売を望む声が多数寄せられていました。今回の限定発売はそうしたファンの声におこたえするとともに、家庭用市場での受容性を確認するために販路を拡大して展開しているものです。本製品の浸透によりビール市場の活性化を図るとともに、豊かなビール文化の創造に貢献していきます。

サッポロ ラガービールの特徴

「熱処理」製法ならではのしっかりとした厚みのある味わい。

既存の「サッポロラガービール」びん製品のラベルを缶体にデザイン。今年は「現存する日本最古のビールブランド」の文言に赤い帯を敷き際立たせることで、伝統感・本物感を表現。

「サッポロラガービール」は、1877年(明治10年)にサッポロビールの前身である開拓使麦酒醸造所で初めて製品化した商品です。「熱処理」製法が生み出す厚みのある味わいが不動の評価を獲得し、130年以上にわたって愛されてきました。ラベルの赤い星は開拓使のシンボルである「五稜星」をあしらったもの。発売以来変わらぬデザインにちなんで、本製品はファンの皆様から「赤星」の名で親しまれています。

「サッポロラガービール」缶は昨年コンビニエンスストア限定で発売



8月12日より
限定発売中!



「田村さんと京都の夏篇」
(2009年6月)



「ビールのおいしい夏! だから! ビールと間違える、サッポロ 麦とホップ! 」と、田村さんが白バックこと大好きな京都の街に出張中。

「田村さんと缶の山篇」
(2009年1月)



手作業で積み上げられた23,000本の缶の山は大迫力。さすがの田村さんも「これ、積み上げたの?」「一個一個?」と、びっくりのご様子でした。

「買い物に行く田村さん篇」
(2008年6月)



「ビールと間違えるほどのうまさ」の「サッポロ 麦とホップ」誕生! 斬新なコピーと田村さんのコミカルな演技が大評判になりました。

CM
of SAPPORO

大ヒット!!
「サッポロ 麦とホップ」
CMライブラリー

CM
エピソード



「サッポロ 麦とホップ」のヒットに忘れてはならないのが、商品同様大好評の田村正和さんご出演によるCM。大物俳優の新ジャンルCMへの起用はそれまで例がなく、いままでの常識を打ち破るほどの商品の本格感を、田村さんがしっかり表現してくださっています。ご自身も大のビール党を公言し、しかも長年の黒ラベルファンという田村さんが、「麦とホップ」を試飲して本当に「これビールだよな?」と間違えたとか。これからも続々と新シリーズが登場する「麦とホップ」のCMをどうぞお楽しみに。

販売数量4億本を突破!!

2008年6月4日発売以来、販売数量4億本※を突破した、コク系新ジャンルの大ヒット商品「サッポロ 麦とホップ」。その名のとおり、協働契約栽培の麦とホップ100%の原料と、エビスビールで培われた長期熟成製法から生まれた「ビールと間違えるほどのうまさ」で、多くのお客様にご愛飲いただいております。

このたび、お客様のご愛顧におこたえするために、2009年8月中旬製造分より原料の麦芽を従来の2倍に増量し中味をリニューアル。ますます「ビールと間違えるほどのうまさ」に磨きをかけました。さらに美味しくなった「サッポロ 麦とホップ」にどうぞご期待ください。

※2009年7月22日現在

時代を超えた 愉しみを伝える。

1899年(明治32年)8月4日、東京・銀座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。これが今年110周年を迎えた(株)サッポロライオンの1号店にあたります。「恵比壽ビヤホール」は残念ながら現在は残っておりませんが、1934年(昭和9年)に開店した「ビヤホールライオン銀座七丁目店」は、創建75周年を迎えた今でも、開店当時から変わらない姿のまま「現存する最古のビヤホール」として、たくさんのお客様からご愛顧いただいております。

その後サッポロライオンは、ビヤホール文化を守りつつ、「ブラッスリー」「安具楽」「安曇野庵」「点」「かこいや」「入母屋」「クーパーズ」など、さまざまなお店を全国に展開してきました。時代を超えて多くの人々に愛されてきた「ビヤホール」という愉しみを通じて、サッポロライオンは生きている喜びを提供し続けてまいります。



ビヤホールライオン
銀座七丁目店

SAPPORO LION

Vol.3

歴史が醸す、サッポロの味。

SAPPOROの「明日」をお伝えします。



SAPPORO

