

第
87
期

株
主
通
信

2010年1月1日から2010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



SAPPORO

CONTENTS

株主の皆様へ

★ 01-03 ★

サッポロビール(株)
社長インタビュー

★ 04-05 ★

事業の概況

06-09

連結財務諸表

10-11

会社情報/株主情報

12-13

株主様ご優待

14

CSR Information

15

サッポログループ経営理念

潤いを創造し豊かさに貢献する

経営の基本方針

サッポログループは、
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ます



成長への軌道を確立してまいります。

株主の皆様には、平素から格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

このたびの「東北地方太平洋沖地震」により亡くなられた方々に謹んで哀悼の意を表するとともに、ご冥福をお祈り申し上げます。また、被災された株主様並びに被災地の皆様に対し心から御見舞い申し上げるとともに、一日も早い復興を衷心よりお祈りいたします。

当社グループにおきましても、一部の工場や営業施設にて被害が出ておりますが、復旧に向けて鋭意取り組み、順次操業や営業を再開しております。株主の皆様には、ご心配をお掛けしておりますが、何卒ご理解賜りますようお願い申し上げます。

さて、当社では、第87回定時株主総会後の取締役会にて、上條努が代表取締役社長に選定され就任しました。上條新社長の下、震災による影響を早期に回復させるとともに、年初に掲げた成長軌道の確立を目指す経営計画の達成に努力してまいります。

これまで変わらぬご支援を賜りました株主の皆様に、この場をお借りして厚く御礼申し上げますとともに、今後ともより一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。



サッポロホールディングス株式会社

代表取締役会長

村上隆男

代表取締役社長 兼 グループCEO

上條 努

サッポログループは、新たに「サッポログループ経営計画2011年-2012年」を発表し、グループの成長に向けた戦略を展開いたします。次頁よりサッポロホールディングス(株)社長兼グループCEOに就任しました、上條努が昨年の総括並びに今後の成長戦略について語ります。

Q

当期の業績は、売上高、営業利益、経常利益、当期純利益ともに、前期(第86期)を上回りました。当期業績に対する評価をお聞かせください。

A

当期、当社グループは増収増益を達成し、特に、経常利益では、4期連続での増益を果たすことができました。これまで進めてきたコスト構造改革による安定した収益基盤の構築を踏まえ、昨年より「成長軌道への転換」をグループの重点テーマとし、成長戦略の取り組みを進めています。いわば、足元を踏み固め、ようやく、力を入れて跳躍できる体制が整った、と考えています。

売上高の増加は、国内の夏場の猛暑による飲料事業の伸長もありましたが、国内酒類事業での主力商品への集中、北米でのアジア系市場への拡大を狙った販売促進策の展開など、ターゲットを明確にしたマーケティングによる成果であると考えています。

構造改革による収益基盤の構築と売上高の伸長により、前期の実績に対し営業利益は19%、経常利益は34%の増加となりました。

Q

昨年2月に発表した「サッポログループ経営計画2010年-2011年」では「成長軌道への転換」を重点テーマとされましたが、本経営計画の当期における進捗状況についてお聞かせください。

A

2010年はグループ戦略に基づく成長戦略の展開を進めてまいりました。

国内酒類事業では、6年ぶりにビールジャンルでのシェアアップを果たし、国際酒類事業、飲料事業、不動産事業においても、それぞれ売上高を伸ばすことができました。不況による影響を最も受けている外食事業は、売上高は減少したものの、収益構造改革を進め、1年で営業黒字への転換を果たしました。業界全体が厳しい状況にある中、各事業において自らの強みに立脚した戦略を展開することにより、属する業界のトレンドとは異なる成長の実現へ、足がかりをつかむことができましたものと考えています。

また、当社グループの将来の成長に繋がる新たな取り組みについても着実に実績を重ねることができました。

まず、国際酒類事業では、ベトナムでのビール事業の展開に向け、昨年7月、工場建設に着工しました。本年秋に予定される工場完成後の本格参入を見据え、マーケティング面においても着々と準備を進めています。

次に、戦略的提携についても、昨年11月に、協同乳業社との提携、韓国でのメイル乳業社との提携の発表をいたしました。協同乳業社はチルド飲料市場での優位性を持っており、当社グループの生産技術・研究開発力との融合により、チルド飲料市場において新しい価値提案を行います。また、韓国のメイル乳業社については、同社の韓国市場での流通力や高い知名度などを活かし、韓国市場で伸長する輸入ビールカテゴリーでのサッポロビールの拡販を狙っていきます。



Q 本年2月に発表されたポッカコーポレーション社との経営統合について、その狙いや今後の方針についてご説明願います。

A ポッカコーポレーション社との経営統合は、本年の当社グループにおける最大のテーマの1つであり、必ず成功させたいと考えています。

ポッカコーポレーション社とは、2009年9月に資本・業務提携を結び、以来、飲料事業のみならず、国内酒類、国際酒類、外食事業など、グループ全体で様々なシナジー効果を発揮する取り組みを進めてきました。

こうした中、ポッカコーポレーション社と当社は、事業や展開地域などにおいて補完関係も強く、更なる連携強化により新しい企業価値創造が可能であるとの認識で一致しました。

この取り組みは、酒類・飲料事業の成長への基盤を充実させるとともに、食品事業の拡大や国際展開を加速させるものです。単に1+1の形ではなく、双方の良さを活かしつつ、「市場での存在感がある新しい企業グループを作る」という気持ちで臨んでいます。

現在、統合に向けた具体的な検討を両社にて進めています。今後内容が決まり次第、改めて発表いたします。

Q 株主の皆様への利益還元方針と株主価値向上への具体策に関しての方針をお聞かせください。

A 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。

当社グループでは、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おり、当期の配当は年間7円とさせていただきます。

今後、当社グループは、経営計画に基づく積極的な成長戦略の展開と、戦略の実行を支える安定的な財務基盤の構築を進めることで、持続的な成長を実現し、株主価値の向上を図ってまいります。

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2011年-2012年 (単位:億円)

	2010年 実績	2011年 計画	2012年 計画
連結売上高 (酒税込)	3,892	4,820	5,195
国内酒類	2,788	2,867	2,906
国際酒類	253	292	322
飲料	344	374	398
ポッカグループ	—	789	1,039
外食	270	255	263
不動産	235	230	247
その他	—	13	20
連結営業利益	154	180	200
国内酒類	93	98	106
国際酒類	5	1	3
飲料	5	7	7
ポッカグループ	—	23	24
外食	1	4	6
不動産	80	83	90
その他	—	△ 4	△ 3
全社	△ 30	△ 32	△ 33

※業績見通しにつきましては、簡易な方法によりマネジメント・アプローチに基づいたセグメント区分に変更しています。



就任後1年を振り返って

本当に毎日がめまぐるしく、あっという間でしたが、反転攻勢への手ごたえを感じることができた1年でもありました。社長就任後、全国各地を訪問してお会いしたお得意先やお取引先の方々から、数多くの激励、ご期待の言葉をいただき、非常に心強く感じました。株主の皆様をはじめ、ステークホルダーの方々にご満足いただけるよう、なお一層の努力が必要であると改めて痛感しました。

昨年好調の要因は？

ビールテイスト総需要が、前年比約98%と前年を割り込む中、サッポロビールは全体で前期比100.8%と6年ぶりに前期実績をクリアしました。この要因は、やはり新商品に頼ることなく、「黒ラベル」「エビス」「麦とホップ」の3本柱の販売に注力したことです。中でも「エビス」はビールの総需要が前年比96%程度の中で、前期比103%と大きく上回りました。「麦とホップ」も拡大する新ジャンル市場の中でも前期比124%という総需要の伸びを上回る実績となりました。高価格帯、低価格帯の両極のカテゴリーでしっかり

実績を残せたことが、最大の要因だったと考えています。

本年も引き続き、3本柱への集中を継続して、2年連続の前期実績超えを計画しています。

ノンアルコールでは新商品を発売しましたね。

拡大するノンアルコールビールテイスト飲料市場において、本年3月16日に新商品「サッポロプレミアム アルコールフリー」を発売しました。私は、この市場に新商品を投入するなら、ビールの代替としての“がまん”商品ではなく、何本でも飲みたくなるようなしっかりした味わいの商品を出したいと考えていました。それが、やっと実現しました。

もう1つの成長市場であるRTD※では、昨年大好評をいただいた「ネクター」シリーズの季節限定商品「ネクターサワークリーミーピーチ」や、しょうがのお酒でつくった「ジンジャーハイボール缶」を本年相次いで発売しました。

私は差別化したまったく新しい商品を発売するよりも、従来からある市場の中から、際立つ特長を持った「異質な」商品を発売する方が効果的であると考えて



サッポロ プレミアム
アルコールフリー

サッポロビール(株)社長インタビュー

お客様感動No.1企業を目指して

います。今回発売した商品は、成長する市場の中で、「異質な」商品ばかりです。ぜひその特長をお楽しみいただきたいと思います。

ワイン、焼酎について

ワインは4期連続増益、焼酎は3期連続で黒字化を果たしており、ビール類に次ぐ貴重な収益の柱として順調に育っています。

ワインでは、国産ぶどうを100%使用したプレミアムワイン「グランポレール」を代表とした国産ワインと、「イエローテイル」「ベリンジャー」などの有力輸入ブランドを揃えています。昨年は「グランポレール 岡山マスカットベリーA・バレルセレクト2008」が国産ワインコンクールで金賞を受賞しました。これからも、サッポロならではのこだわりのマーケティングを展開していきます。

焼酎でも、本格焼酎の「和ら麦」「からり芋」や、ジンジャーハイボールで話題となった「トライアングルジンジャー」、プレミアム梅酒の「白加賀」など、各分野で着実に存在感を高めてきました。昨年、「和ら麦」は、名だたる銘柄がひしめく福岡国税局酒類鑑評会において本格焼酎で

唯一の「大賞」を受賞しました。品質・実績ともに確実に進化を遂げています。

今年の意気込みを聞かせてください。

私は、昨年3月に社長就任以来、社内外に一貫して「お客様感動こそサッポロビールの喜びであり、幸せである」と言ってきました。お客様満足ではダメ、お客様感動でなければ

当社の存在価値はない、当社は生き残れないという危機感を表現した言葉です。2011年もサッポロビールは、「おいしさで感動を!」をマーケティングテーマに掲げ、お客様に感動していただける商品政策を実現していきたいと考えています。

あらゆる企業活動を通じて「お客様感動No.1企業」を目指し、お客様のご支持を頂戴しながら成長への足取りを確かなものにしていきたいと考えています。これからのサッポロビールの活躍にご期待ください。



グランポレール 岡山
マスカットベリーA・
バレルセレクト2008

和ら麦

サッポロビール株式会社
代表取締役社長

てらさか ふみあき

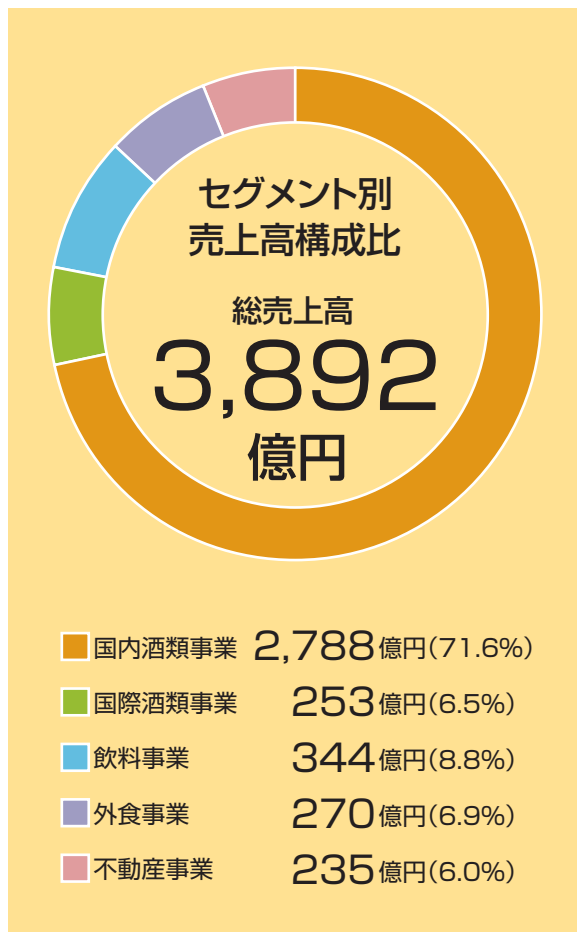
寺坂 史明





「成長戦略の展開」と「既存事業の強化」を進め 営業利益の増益を達成しました。

「サッポログループ経営計画2010年－2011年」のビジョン実現を目指し、
将来の成長に向けた諸施策の着実な遂行と主軸ブランドへの経営資源集中を図りました。



2010年12月期の経営環境は、酒類・外食業界が個人消費低迷の影響を強く受けたことや、不動産業界において首都圏オフィスの賃料水準が下落傾向にあったことなど、依然として厳しい状況で推移しました。

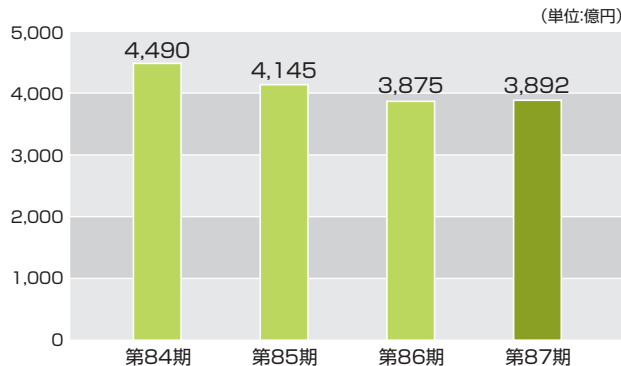
こうした中、サッポログループは、成長フェーズへの転換を掲げた「サッポログループ経営計画2010年－2011年」のビジョン実現を目指し、重点テーマである「成長戦略の展開」と「既存事業の強化」に注力しました。成長戦略では、ベトナムでのビール事業進出における工場建設を推進する一方、協同乳業社との資本・業務提携や韓国・メイル乳業社とのビール事業の業務提携など、将来に向けた布石を確実に打つことができました。既存事業については、各事業の主軸ブランドに経営資源を集中的に投入しました。

こうした取り組みの結果、当期の連結業績は、売上高3,892億円(前期比17億円、0%増)、営業利益154億円(前期比25億円、19%増)、経常利益143億円(前期比36億円、34%増)、当期純利益107億円(前期比62億円、138%増)となりました。ROE(株主資本利益率)は前期の3.9%から8.9%へと大幅に上昇しました。

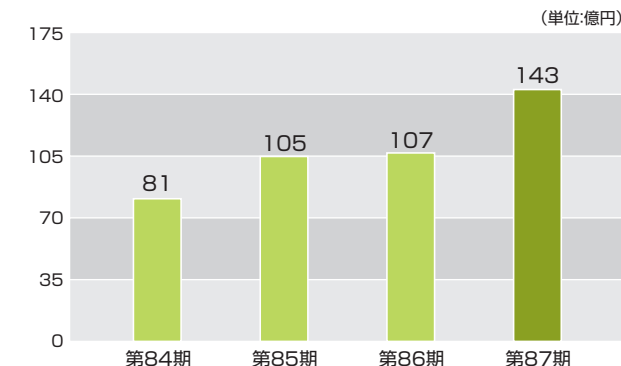
当期、各事業において売上高の拡大やコストの削減、収益力の強化に努めたことが奏功し、国際酒類事業でのベトナム進出先行投資費用を除くと、すべての事業で営業利益が増益となっています。また、経常利益は4期連続の増益を達成しました。



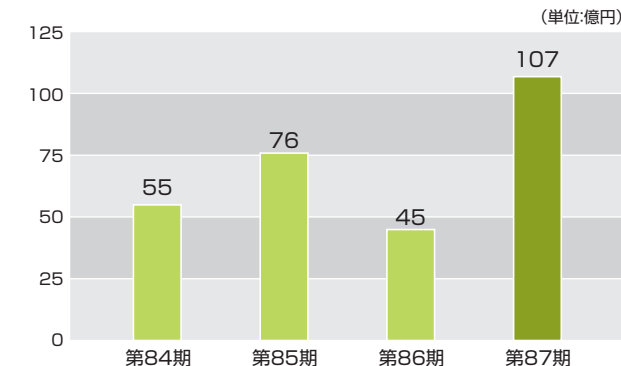
売上高



経常利益



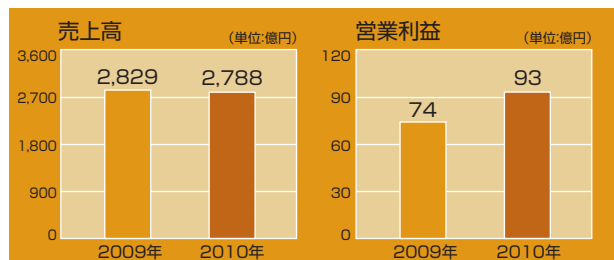
当期純利益



国内酒類事業

事業の概況 サッポロならではの価値提案で
大幅な営業増益を達成しました。

- ビール類合計の売上数量は6年ぶりに前期実績を上回る好成績を記録
- 主力商品「サッポロ生ビール黒ラベル」「エビス」「麦とホップ」を軸とした拡販活動を展開
- 新ジャンル「サッポロ クリーミーホワイト」を発売し、サッポロ独自の価値を提案
- ワインは4期連続の増益を達成
- 本格焼酎「和ら麦」が鑑評会で大賞を受賞



今後の展望 ブランド価値の向上を図り
「お客様感動」を実現します。

- 主力3ブランドにマーケティング投資を集中
- 拡大するノンアルコールビールテイスト飲料市場に味覚と品質感を訴求する新商品を投入
- ワイン、焼酎をフラッグシップ事業に育成
- 原料・資材コストの徹底管理や柔軟な生産即応体制の構築により収益基盤を強化
- 「お客様満足」を超える「お客様感動」へ



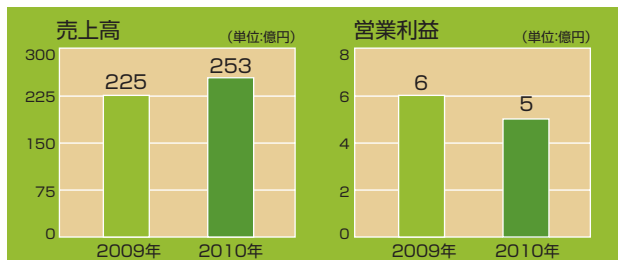
国際酒類事業



事業の概況

北米及びアジアで積極的な販売活動を展開しました。

- プレミアム市場で存在感を発揮し、国際酒類事業の売上高は前期比112%を達成
- スリーマン社(カナダ)は4期連続で前期を上回る売上数量を達成
- ベトナムでビール工場の建設に着手
- ポッカコーポレーション社との協働でシンガポールの家庭用市場への販路拡大を開始
- 韓国市場へのビール事業の再参入を発表



今後の展望

事業基盤の更なる強化と新市場の開拓に注力します。

- カナダ市場:主力プレミアムブランドの価値向上に向けたマーケティング投資を継続
- 米国市場:日系市場以外への展開を加速
- ベトナム市場:ビール工場の竣工を控え、本格参入に向けた体制整備を推進
- 韓国市場:メイル乳業社の販売網を通じて、家庭用・業務用市場へビールの拡販に注力

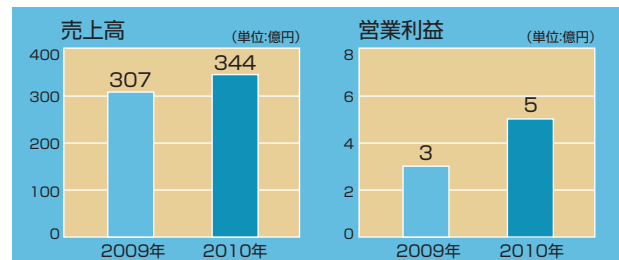
飲料事業



事業の概況

コスト構造改革を推進し、利益の最大化を図りました。

- 飲料事業の売上数量は前期比102%を達成
- 「リボン」「がぶ飲み」「ゲロルシュタイナー」など基軸ブランド商品へのマーケティング投資を継続
- 果実「素のまま」のおいしさを楽しめる新商品「素のままづくり」が売上増に貢献
- ポッカコーポレーション社との提携強化
- 利益の最大化に向けコスト構造改革を推進
- 「サッポロ ポテかるっ」の販売エリアを拡大



今後の展望

ブランドの更なる強化と利益の質の向上を目指します。

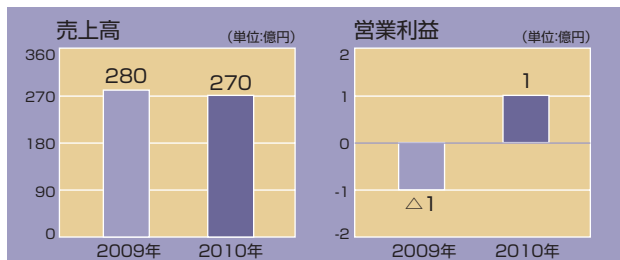
- 2011年は「成長プロセスへの転換期」
- 基軸ブランドへマーケティング投資と営業力を積極投入
- サッポロならではの価値を提案し、商品を通したお客様とのコミュニケーションを拡充
- 収益力強化を目指して「選択と集中」を徹底
- ローコストオペレーションを追求

外食事業



事業の概況 既存店の来客数回復と収益力の強化に努めました。

- 来客数回復に向け、各種キャンペーンを実施
- 予約宴会の需要喚起策として、法人向け営業活動を積極展開
- 不採算店舗の閉鎖など収益構造改革を推進
- 新業態「YEBISU BAR(エビスバー)」2号店をはじめ計5店舗を新規出店
- 当期末の店舗数は202店舗
- 営業利益で黒字化を達成



今後の展望 厳しい事業環境を打開すべく収益構造改革を継続します。

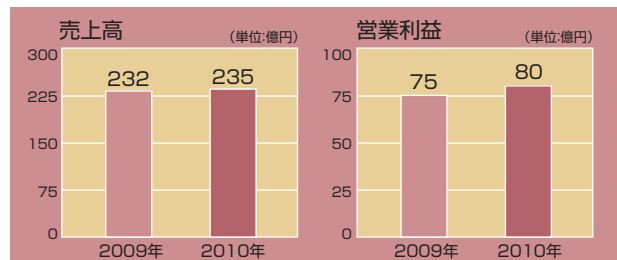
- 既存店の集客力を強化するため、引き続き各種キャンペーンを計画
- 不採算店舗の閉鎖、固定費の削減、人件費のコントロール等による収益構造改革を継続
- 新規出店は「YEBISU BAR」業態や「ブラスリー銀座ライオン」業態の中小型店舗を中心に展開

不動産事業



事業の概況 稼働率・賃料水準の維持と新規物件開発に取り組みました。

- 保有物件の稼働率・賃料水準の維持に注力
- 不動産開発では「新宿スクエア」が竣工。フィットネス施設「PAL浦安」の新館を建設中
- 新築オフィスビル「渋谷桜丘スクエア」を取得
- 賃貸住宅「ローズシティ東札幌」など前期に取得・開業した物件が収益に通年寄与



今後の展望 保有物件の稼働率向上に努め収益力向上を目指します。

- 「渋谷桜丘スクエア」が通年寄与の見込み
- 恵比寿ガーデンプレイスを中心とした保有物件の稼働率・賃料水準の向上に注力
- 「新宿スクエア」の収益力向上を推進



連結貸借対照表(要旨) 12月31日現在 (単位:億円)

科 目	平成22年度	平成21年度
	当期	前期
資産の部	流動資産	1,097
	固定資産	3,850
	有形固定資産	2,966
	無形固定資産	244
	投資その他の資産	639
資産合計		4,947
負債の部	流動負債	1,670
	固定負債	2,011
	負債合計	3,681
純資産の部	株主資本	1,273
	資本金	538
	資本剰余金	463
	利益剰余金	283
	自己株式	△11
	評価・換算差額等	△22
	少数株主持分	15
	純資産合計	1,266
負債純資産合計		4,947

(注) 有形固定資産の減価償却累計額 平成21年度通期 3,384億円
平成22年度通期 3,432億円

●資産について

現金及び預金の増加等により流動資産が増加したものの、保有不動産の売却による固定資産の減少等によって、前連結会計年度末と比較して120億円減少し、4,947億円となりました。

●負債について

借入金の減少、預り金の減少等によって、前連結会計年度末と比較して201億円減少し、3,681億円となりました。

●純資産について

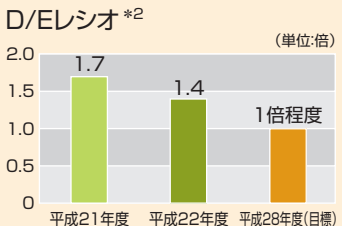
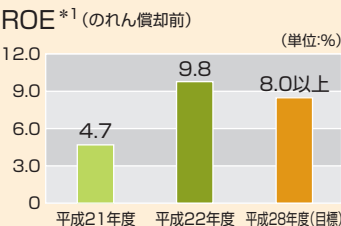
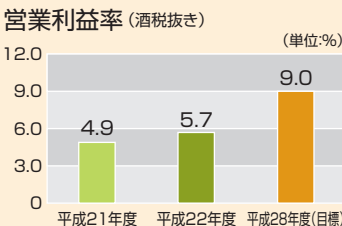
円高による為替換算調整勘定の減少や少数株主持分の増加などがあるものの、主に利益剰余金の増加によって、前連結会計年度末と比較して80億円増加し、1,266億円となりました。

連結損益計算書(要旨) 1月1日～12月31日 (単位:億円)

科 目	平成22年度	平成21年度
	当期	前期
売上高	3,892	3,875
売上原価	2,612	2,676
売上総利益	1,280	1,198
販売費及び一般管理費	1,126	1,069
営業利益	154	128
営業外収益	29	22
営業外費用	40	43
経常利益	143	107
特別利益	178	9
特別損失	144	28
税金等調整前当期純利益	177	88
法人税等	69	43
少数株主損失	△0	△0
当期純利益	107	45

サッポログループ
新経営構想に
おける経営指標

*1 ROE:自己資本利益率
*2 D/Eレシオ:負債資本倍率



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22年度	平成21年度
	当期	前期
営業活動によるキャッシュ・フロー	274	124
投資活動によるキャッシュ・フロー	△25	△322
財務活動によるキャッシュ・フロー	△181	37
現金及び現金同等物に係る換算差額	2	0
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	70	△159
現金及び現金同等物の期首残高	62	222
現金及び現金同等物の期末残高	132	62

●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、274億円（前期比149億円、120%増）となりました。これは主に、税金等調整前当期純利益177億円、減価償却費225億円等による増加要因と、預り金の減少78億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

投資活動の結果使用した資金は、25億円（前期比296億円、92％減）となりました。これは主に、有形固定資産の売却による収入237億円等があった一方、投資有価証券の取得による支出28億円、有形固定資産の取得による支出175億円等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、181億円(前期は37億円の収入)となりました。これは主に、長期借入れによる収入156億円、社債の発行による収入119億円等があった一方、短期借入れの純増減額163億円、長期借入れの返済による支出162億円、社債の償還による支出100億円等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	繰延ヘッジ 損益	為替換算 調整勘定	評価・換算 差額等合計		
平成21年12月31日残高	538	463	202	△11	1,193	26	0	△36	△9	2	1,185
当連結会計年度中の変動額											
剰余金の配当			△27		△27						△27
当期純利益			107		107						107
自己株式の取得				△0	△0						△0
自己株式の処分		△0		0	0						0
株主資本以外の項目の当連結会計年度中 の変動額(純額)						3	△0	△16	△12	13	0
当連結会計年度中の変動額合計	－	△0	80	△0	79	3	△0	△16	△12	13	80
平成22年12月31日残高	538	463	283	△11	1,273	29	△0	△52	△22	15	1,266



会社情報 Corporate Information

12

会社概要 (平成22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)
資本金	53,886,649,941円
事業内容	持株会社
連結対象会社数	39社(連結子会社33社、持分法適用会社6社)
従業員数	66名(グループ従業員数: 3,983名)
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)

役員 (平成23年3月30日現在)

代表取締役会長	村上 隆男	
代表取締役社長兼グループCEO	上條 努	サッポロ飲料株式会社 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
常務取締役兼グループ執行役員	寺坂 史明	サッポロビール株式会社 代表取締役社長
取締役(社外)	衛藤 博啓	株式会社バンナグループ 社外取締役
取締役(社外)	田中 宏	株式会社クレハ 相談役
取締役(社外)	勝俣 宣夫	丸紅株式会社 取締役会長 横河電機株式会社 社外取締役
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	
常勤監査役	山田 良一	
監査役(社外)	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(社外)	辺見 紀男	弁護士
監査役	阿江 敬三	
グループ執行役員	堀 雅寿	株式会社ボッカコーポレーション 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	平町 聡	サッポログループマネジメント株式会社 代表取締役社長

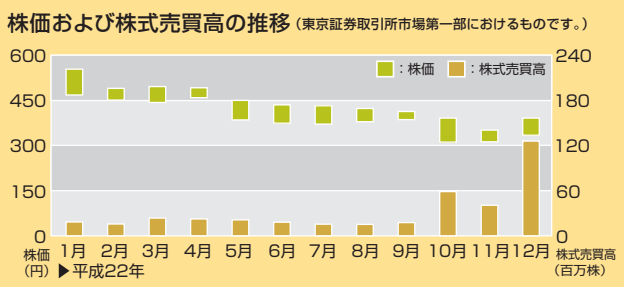
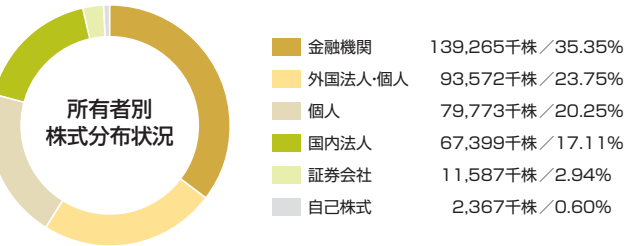
株式の状況 (平成22年12月31日現在)

発行済株式総数……393,971,493株
株主数……………52,658名

大株主(上位10名及びその状況)

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
チェース マンハッタン バンク ジーティーエス クライアンス アカUNT エスクロウ	18,928	4.83
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	16,012	4.09
日本生命保険相互会社	12,332	3.15
資産管理サービス信託銀行株式会社 退職給付信託 みずほ信託銀行口	12,212	3.12
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	10,676	2.73
明治安田生命保険相互会社	10,434	2.66
農林中央金庫	9,375	2.39
株式会社みずほコーポレート銀行	8,698	2.22
丸紅株式会社	8,246	2.11
大成建設株式会社	7,000	1.79

*上記大株主の状況は株主名簿によっています。また、持株比率は自己株式(2,367,424株)を控除して計算しています。



株主メモ	
事業年度	1月1日から12月31日まで
配当金受領の株主確定日	12月31日及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
単元株式数	1,000株
上場証券取引所	東京(第1部)、札幌
証券コード	2501
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
同連絡先	〒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 (フリーダイヤル)0120-288-324 (ご利用時間:土・日・祝日を除く9:00~17:00) 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、やむを得ない事由により、電子公告をす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。
特別口座	特別口座とは、株券電子化前に証券会社等に口座を開設し、証券保管振替機構に株券を預託されなかった株主様の権利を保全するために、当社が上記のみずほ信託銀行株式会社に開設した口座のことをいいます。
配当金受領方法変更をご希望の株主様へ	
受取りには下記の4つの方法がございます。安全で確実にお受取りいただくために、口座振替のご利用をおすすめいたします。詳細は、右記のお問い合わせ先にご確認ください。	
登録配当金受領口座方式	全保有銘柄の配当金を、指定された同一の金融機関口座に振込
株式数比例配分方式	お取引きの証券口座への振込 *当方式を採用している証券口座のみをご利用の株主様に限ります。
個別銘柄指定方式	株式の銘柄ごとに、指定された各金融機関口座に振込
配当金領収証方式	ゆうちょ銀行・郵便局の窓口で現金を受領

株式事務に関するご案内	
証券会社でお取引きをされている株主様	
お手続きお問い合わせ先	お取引きのある証券会社
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式をお持ちの株主様	
お手続きお問い合わせ先	<特別口座の口座管理機関> 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 及び全国各支店
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、証券会社にお取引きの口座を開設し株式の振替手続きが必要となります。 ※単元未満株式の買取・買増請求は特別口座のままで可能です。詳しくは、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)にお問い合わせください。
※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(みずほ信託銀行株式会社証券代行部)が承ります。	

2010年度の概要

対象

2010年12月末時点で1,000株以上ご所有の株主様

内容

各種優待品の中から1つ選択していただきます。

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)

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。

2010年度の株主様ご優待の詳細につきましては、対象となる株主様にご案内状と優待申込書を株主総会招集ご通知に同封して、本年3月4日に発送させていただいております。お申込みの締め切りは本年3月31日必着となっておりますので、ご注意ください。ご優待品のご送付は本年4月中旬以降を予定しております。

※左記とは別にサッポロライオンで優待割引券を1,000株以上ご所有の株主様に、5枚進呈いたします。

※商品の内容は変更となる場合がございます。

ホームページのご案内

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

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。



SAPPORO HD. CSR Information

環境中期目標2010を達成

～2015年新環境中期目標に向けて始動～

サッポロビール社では、1991年に環境に関する基本方針を制定し、1994年に環境目標を設定しました。環境目標には2010年までに1990年比でビール生産におけるエネルギー（燃料及び電力）原単位を12%削減、CO₂原単位を12%削減という長期目標も含んでいました。その後、2010年までに1990年比で用水原単位を10%削減という目標も追加し、これらの長期目標を大きな柱として環境保全活動に取り組んできました。

これらの目標は、2003年にCO₂原単位、2004年にエネルギー原単位と用水原単位をそれぞれ達成し、更に高い目標を掲げ、それらもクリアしてきました。2010年の実績は次のとおりです。

●2010年実績と削減率

	CO ₂ 原単位 (kg/kℓ)	CO ₂ 総量 (千t)	エネルギー原 単位 (MJ/kℓ)	用水原単位 (m ³ /kℓ)
実績	111.6	79.5	2,379	6.4
削減率(%)	38.5	63.2	30.6	40.4
2010年目標 削減率(%)	—	50	—	30



2010年には2015
年新環境中期目標を設

定しました。環境活動を更に総合的に進めていきます。具体的には、商品の全ライフサイクルにわたり環境負荷低減に取り組むと同時に、オフィス、営業活動でも環境負荷低減に取り組めます。今までの環境美化活動等に生物多様性保全の観点を加えていきます。また環境保全を通して人財を育成し、お客様との対話も更に進めていきたいと考えています。これからのサッポロビール社の環境活動にご期待ください。

●新環境中期目標(2011年～2015年)

私たちは、自然の恵みに感謝し、持続可能な地球を次世代に引き継ぐために、商品・サービスの全ライフサイクルにわたって以下の目標に取り組み、お客様に感動いただけるよう努めます。

- ◆低炭素社会・循環型社会への取り組み
 - ・商品の全ライフサイクルにおける環境負荷低減
 - ・オフィス、営業活動における環境負荷低減
 - ・新技術の開発・導入
- ◆自然共生社会への取り組み
 - ・地域の環境美化推進と生態系の保全
- ◆環境コミュニケーション
 - ・環境保全に貢献できる人財の育成とお客様との対話

※項目のみ抜粋

詳しい内容は、ホームページをご覧ください

- CSRレポート2011
- サッポロビール新環境目標

<http://www.sapporoholdings.jp/csr/index.html>
<http://www.sapporobeer.jp/csr/index.html>



Topics

04

人気の「YEBISU BAR」3号店が 大阪・梅田にオープン！

エビスビールの誕生日2月25日に開店

サッポロライオン社が2009年12月、東京・銀座に1号店をオープンした「YEBISU BAR」は、サッポロビール社と共同開発したエビスビールの魅力と世界観を味わう空間をコンセプトとして

います。2010年1月には霞が関に2号店もオープンし、たくさんのお客様からご愛顧いただいています。

この人気の「YEBISU BAR」3号店が、ついに大阪・梅田の地下街「ホワイティうめだ」に誕生しました。エビスビールの誕生日と同じ2月25日に、産声を上げた「YEBISU BAR ホワイティうめだ店」は早くも大阪のお客様から大変ご好評いただいています。

梅田駅の地下街という立地から「ホワイティうめだ店」は、電車移動やショッピングの合間、また帰宅途中のお客様に、気軽にお立ち寄りいただき、樽生エビスの全ラインアップをカジュアルに楽しむことができる、「ちょっと贅沢な」お店です。またエビスバー風にアレンジしたエビスと相性抜群のお料理をご用意し、口の中に広がる「エビスと

料理のマリアージュ」をお楽しみいただけます。店内はカウンター席とテーブル席で構成されており、おひとりさまでもご利用いただける雰囲気となっています。

なお、4月には東京・水道橋に4号店、6月には東京・神楽坂に5号店の開店を予定しています。それぞれの街を行きかうお客様から愛される「YEBISU BAR」を目指します。



3号店



YEBISU BAR ホワイティうめだ店
〒530-0017
大阪市北区角田町梅田地下街2-9 ノースモール2
TEL.06-6131-0220



エビスを通じて日本の味と心を表現する
上質でおいしい空間を提供します。



1号店(銀座)



2号店(霞が関)

4号店 2011年4月 東京・水道橋にOPEN予定

5号店 2011年6月 東京・神楽坂にOPEN予定



Topics

03

「食」の新たな領域で業容拡大

合併会社の安曇野食品工房社が好調

サッポロホールディングス社と丸大食品社との合併会社である安曇野食品工房社のチルドデザート事業が大変好調です。

同事業は、サッポログループの「食品価値創造事業」において、幅広くお客様が望まれる「食」の価値をお届けしていくために、丸大食品社のグループ会社であった安曇野食品社に当社が資本参加し、2009年4月から、合併事業として開始したものです。(サッポロ49%、丸大51%の出資比率)

現在は昨年9月に立ち上げた新ブランド「EMIAL(エミア

ル)」を冠した商品を販売しています。果肉の食感を感じていただけるヨーグルトや、太いストローの付いたタピオカ入りドリンク、カットゼリーとクリーミーソースが絡

まつた新しい形の珈琲ゼリーなど、楽しくサプライズのあるチルドデザート商品が主力です。中でも昨年は、「SWEET CAFE 珈琲ゼリー」が全国のスーパー、コンビニエンスストアで爆発的な人気となり、一時は品薄になるほどの売れ行きでした。また、昨年3月に発売した「カスタードバナナヨーグルト」も、400gという大型サ

イズのデザートヨーグルトとして、ファミリー層を中心に大変ご好評いただいています。

新ブランドである「EMIAL」は「お客様の食事が笑顔の絶えない時間となりますように」という強い思いが込められています。

2012年3月期の売上100億円を目指して、サッポログループ、丸大食品社のシナジーを発揮しながら、これからも魅力溢れる幅広い商品ラインアップで、お客様の笑顔を生み出していきます。



カスタード
バナナヨーグルト



SWEET CAFE
珈琲ゼリー



ブラック タピオカ
ミルクティー

笑みある時間を

EMIAL



Topics

02

韓国大手乳業メーカーとの提携

輸入ビールでのトップブランドを狙って

サッポロインターナショナル社が展開する国際酒類事業では、昨年11月、韓国の大手乳業メーカーであるメイル乳業社との同国内におけるビール販売事業に関する業務提携を発表しました。

韓国は輸入ビール市場の伸びが著しく、2009年までの5年間で、従来の倍のボリュームになっています。また、韓国では日本ブーム中でも北海道に対する人気や憧れが強く、北海道にあるサッポロビール博物館の昨年の外国人来館者のうち、韓国からの来館者数は国別トップの実績で、前年比150%以上の伸びを見せており、確実にサッポロブランドに対する

認知度が高まっています。そうした優位性を発揮し、2015年には輸入トップブランドになることを目指しています。

そして、提携先のメイル乳業社は韓国では知らない人はいないほどの有名企業。現在は乳製品だけでなく、レストラン事業など幅広く事業を展開しています。また品質に対するこだわりが強いのもサッポロとの共通点で、提携合意のための重要な要素となりました。同社の韓国の販売網を活用して、初年度となる2011年には、家庭用と系列レストランを含めた外食向けを合わせて30万函(350缶×24本換算)の販売を計画して

います。さらに、ビール販売に留まらず、幅広い提携も視野に入れて検討を進めていく予定です。

国際酒類事業では、昨年まで15年以上にわたり日本のビールのトップセールスを誇る北米を「拡大エリア」、アジアを「育成エリア」と位置付けています。ベトナムでは、同事業のアジアでの中心拠点として、本年度秋に工場が完成されるのをはじめ、今回の韓国や、シンガポール・台湾などでも活動拠点をもち、サッポロビールを楽しめる国を確実に増やし続けていきます。



韓国での販売計画
初年度(2011年)

30万函

(350缶×24本換算)

※家庭用、系列レストラン
を含めた外食向け合計



サッポロインターナショナル社持田社長(左)とメイル乳業社金専務理事



Topics

01

新たな価値の創出

グループを挙げた乳酸菌研究開発の取り組み

サッポログループでは、2007年に掲げた「サッポログループ新経営構想」の中で、現在展開している事業に加え、新たな価値を持つ「新規事業」の創出を目指しています。現在グループを挙げて注目しているのが「乳酸菌」です。

一般的なビール醸造においては、乳酸菌は製品中にはいけませんが、サッポロでは、いかに混入を防ぐかという取り組みの中で乳酸菌研究を行ってきましたが、新規事業（食品事業）創造に向けて、別の視点から見つめ直すと、昨今乳酸菌の健康への寄与が明らかになってきたこと、大麦や麦芽の表皮から見つかる乳酸菌は植物性乳酸菌であり、一般のヨーグルト製造（牛乳発酵）での乳酸菌（動物性乳酸菌）とは異なる性質や機能が期待されることなどから、サッポロの乳酸菌を用いた新たな

価値創造に取り組んでいます。

サッポロビール社が収集してきた400種類以上の乳酸菌株の中から、2005年信州大学との共同研究で、花粉症やアレルギー予防効果を持つ乳酸菌（SBL88）を発見しました。そして、更に新たな価値創造を求め2008年、旭川医科大学と共同研究をスタートさせ、SBL88には、整腸・腸管保護作用、肝機能の保護などの効果が期待されており、更に研究を進めるとともに、商品化の可能性も検討しています。

乳酸菌の取り組みは産官協同でも行っています。昨年末には、新たな乳酸菌探索を目指し、独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE）と共同で、発酵食品の多いベトナムに研究員を派遣し、様々な微生物を持ち帰り、今後研究を進めていきます。産官協同によるベ

トナムでの食品からの微生物探索は、日本でも初めての取り組みです。

また、2009年に丸大食品社との合弁でスタートさせた安曇野食品工房社（Topics03参照）や昨年11月に発表した協同乳業社との業務提携においても、乳酸菌の共同研究は大きなテーマの一つとなっています。これまで安曇野食品工房社や協同乳業社が研究してきたヨーグルト製造に関わる動物性乳酸菌研究に、サッポロの持つ植物性乳酸菌（麦芽乳酸菌）研究を融合させることによって生まれる新たな価値創造に大きな期待がかかります。

今後は、様々な研究から生み出された乳酸菌を活用して、飲料・食品に活用することを検討していきます。どんな商品となつて、皆様の元に届けられるのか、楽しみにしていただきたいと思います。



ベトナム国家大学ハノイ校微生物バイオテクノロジー研究所での技術交流会の風景

CMの評判

“伝統的な日本”の表現はカナダ人消費者の調査結果をもとに制作しており、「幻想的、空想的で映画のようだ」「クリエイティブで印象に残る」と高評価。You tubeの再生

回数も、日本のCM再生回数が通常1万~2万のところ、本CMは2011年2月までに約230万を超えました。



海外で展開するサッポロブランドの中で、アメリカに次ぐ2番目の市場に成長したカナダ。更なる飛躍を目指し、カナダ初のTVCMを2010年5月~8月に放映いたしました。カナダ人の“伝統的な日本”への憧れをかきたてる幻想的な映像でビールづくりが展開され、最後は現代日本の都会の夜景をバックに完成した商品が登場する構成です。CGIと実写を組み合わせたインパクトのある手法はビールCMでは非常に珍しいため、20~30代の若い世代からも注目を集めました。カナダ人がイメージしている“伝統的な日本”と、本来の日本とのギャップを楽しんでもらいながら、サッポロブランドの認知度向上とプレミアム感の伝達を目指しています。CMと同時に新発売したカナダ限定「サッポロプレミアム」は大変好評で、カナダのサッポロブランド全体の売上は2010年1月~12月累計で前期比約6割増と伸長しました。今後も、海外におけるサッポロブランドの浸透に努めてまいります。

カナダ市場で ブランド認知度を高める TVCMを展開。

CM of SAPPORO

カナダで大ヒット!
「LEGENDARY BIRU」編



乾杯をもっとおいしく。

★ 乾杯をもっとおいしく。
SAPPORO



ビールのまわりには、夢が集まる。
ひとりの夢、ふたりの夢、みんなの夢。
現実をすこし忘れて、夢の話に花が咲く。
そのとき、サッポロビールは強く思う。
ひとりでも多くの人が夢を語りたくなる、
おいしいビールをつくりたい。
すべては、乾杯のひとつきを、
かけがえのない時間にするために。
夢はつづく、サッポロビール。



発泡酒

その他の醸造酒
(発泡性)①

リキュール(発泡性)①

ノンアルコール
ビールテイスト
炭酸飲料



飲酒は20歳になってから。飲酒運転は法律で禁止されています。
妊娠中や授乳期の飲酒は胎児・乳児の発育に悪影響を与える
おそれがあります。お酒は楽しく適量で。のんだあとはリサイクル。

おいしさも、安心も。サッポロビールは
すべて責任品質

サッポロビール株式会社
www.sapporobeer.jp

Vol.6

新たな価値の創出

SAPPOROの「明日」をお伝えします。



SAPPORO

サッポロホールディングス株式会社