

第  
87

期

中間期株主通信

2010年1月1日から2010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



SAPPORO

CONTENTS

株主の皆様へ  
02-03

サッポログループ  
経営計画  
★ 04 ★

サッポログループの  
国際戦略  
★ 05-06 ★

事業の概況  
07-12

会社情報/株主情報  
13-14

株主様のメッセージ  
15

CSR Information  
16



地球環境に配慮した大豆油  
インキを使用しています



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



## 成長軌道への転換を目指して

株主の皆様におかれましては、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

当社は、成長軌道への転換を目指した「サッポログループ経営計画2010年-2011年」を策定しました。当中間期は、その計画に基づく取り組みを進め、営業利益・経常利益・中間純利益ともに年初の中間期予想を上回る結果を残すことができました。

2008年のリーマンショック以来、厳しい経営環境のもと、当社は構造改革を推し進め、安定的な収益基盤の構築を図ってまいりました。その結果、昨年まで3期連続での経常増益を達成することができました。今後も改革の手を緩めることなく、計画に基づく取り組みを進め、グループの成長を実現し、持続的な企業価値の向上を目指してまいります。



代表取締役社長  
兼 グループCEO

村上隆男

### Q 第87期中間期(2010年1月1日から2010年6月30日まで)の経営環境に対する認識をお聞かせください。

**A** 依然、厳しい経営環境が続いていると考えています。そのような中、お客様の価値に対する評価はより厳しくなっています。ことに消費財では、同じ価値であればより低価格商品が選ばれる傾向にあります。しかし、ビール類では、低価格帯の新ジャンルと、

高価格帯のエビスビールが伸長しているように、価値を認められた商品は、価格帯に関わらず支持を得ています。いかにお客様に感動していただける価値をつくり続けるかが、当社グループ全体の重要テーマであると考えています。

**Q** 「サッポログループ経営計画2010年－2011年」で成長軌道への転換を表明された理由と、成長への基本戦略を教えてください。

**A** これまで取り組んできた構造改革によりしっかりした収益基盤が構築され、新たなグループの成長戦略を推進する体制が整ったと判断しました。

成長への基本戦略は2つあります。1つ目は、既存事業の強化と拡大です。上半期に主力商品へ取り組みを集中した結果、ビール類でのシェアアップを果たすことができました。各事業においても、主力商品・サービスに経営資源を集中し、その価値を高めることで成長を実現していきます。

2つ目は新たな成長の創出です。この柱の1つが国際展開です。北米での更なる事業強化、そして、昨年参入を決定したベトナムでのビール事業を中心に、グローバル市場でグループの次の成長を実現します。

**Q** 当中間期はどのような施策や取り組みを推進されましたか。

**A** 不動産事業では、恵比寿ガーデンプレイス物件のバリューアップに努めた結果、賃貸オフィス市場が軟調化する中でも、高い稼働率を維持しています。また、渋谷区で新築オフィス物件を取得し、100%の稼働率でスタートさせています。

飲料事業では、ポッカコーポレーション社との戦略的提携を活かし、生産・調達・物流など幅広い部門でシナジー効果が表れてきました。

課題は、成長トレンドへの転換を確実にすることです。そのためには、ターゲットを明確にし、新しい価値提供に挑戦

することが必要です。

国内酒類事業では、「クリーミーな泡」という、新ジャンルでの新たな価値づくりにチャレンジした「サッポロ クリーミーホワイト」、成長するRTD市場での「ネクターサワースパークリングピーチ」の発売など、新たな切り口での商品提案を行いました。

国際酒類事業では、カナダ市場で初となるサッポロブランドのテレビCM放映、アメリカでの中国・韓国系市場の開拓など、更なる市場拡大を狙ったマーケティング戦略を開始しました。

外食事業で展開する新業態「エビスバー(YEBISU BAR)」も、「エビス」ブランドを新しい形でお客様に認知、体験していただく、挑戦的な取り組みです。

**Q** 第87期下半期(2010年7月1日から2010年12月31日まで)の見通しをお聞かせください。

**A** 下半期も、収益力を更に強化しつつ、成長へ向けたい取り組みに挑戦します。成長軌道への転換はすぐに成果が出るものではないことを覚悟しています。しかし、成長へ向けた新しい取り組みを、強い意思と行動により進めていきたいと考えています。

「サッポログループ新経営構想」に基づく経営計画を、スピードをもって、更に徹底して取り組むことで、下半期に、次の成長への手ごたえを感じていただける成果を積み重ねたいと思います。

なお、通期におきましては、年初目標とした連結営業利益135億円、連結経常利益110億円を達成したいと考えております。

株主の皆様におかれましては、変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

# ★「サッポログループ経営計画2010年-2011年」の位置づけ

構造改革による収益基盤構築のフェーズから、成長のフェーズへの転換期



## ★2010年-2011年事業計画のポイント

目標数値 (単位:億円)

		2009年	2010年(計画)	2011年(計画)
国内酒類事業	酒類マーケティングの強化	●主力商品への経営資源の集中によるブランド力強化 ●成長ブランドの創出・育成 ●酒類多角化の拡大		
	コスト構造改革の推進	●マーケティング費用の効率的な配分 ●ワイナリーの再編、ビール工場の製造列の集約化等		
		売上高 / 営業利益 2,829 / 74	2,850 / 75	2,900 / 85
国際酒類事業	北米での事業成長	●プレミアムブランドへのマーケティング投資強化による売上の伸長		
	アジア市場への進出	●ベトナムでの事業展開 ●シンガポールでの事業展開		
		売上高 / 営業利益 225 / 6	260 / 10	275 / 15
飲料事業	マーケティングの強化	●ブランドの強化・育成 ●アライアンスの強化		
	コスト構造改革の完遂	●コスト構造改革プログラムの推進 ●戦略的提携によるシナジー創出		
	食品事業の展開	●菓子事業の展開		
		売上高 / 営業利益 307 / 3	320 / 7	340 / 15
外食事業	事業構造改革	●コスト削減		
	成長への取り組み	●出店戦略		
		売上高 / 営業利益 280 / 1	270 / 2	280 / 5
不動産事業	既存物件の価値向上	●適正な賃料水準の実現 ●高稼働率維持		
	成長への取り組み	●不動産開発 ●新規物件取得		
		売上高 / 営業利益 232 / 75	245 / 80	265 / 100



# サッポログループの 国際戦略

北米市場での収益拡大と  
アジア市場での収益基盤確立

サッポログループの成長戦略を牽引する大きな柱として、国際展開の推進を掲げております。戦略としては、日本発プレミアムブランドとしての地位拡大を目指し、北米・アジア市場で事業展開

## 拡大エリア

北米市場

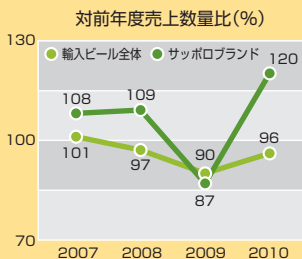
プレミアムビールのブランド力を強化・拡大

### アメリカ市場

市場と実績 サッポロUSA社（1984年設立）

1985年以来、  
25年連続  
アジアビールでNo.1

日系市場にて  
高い市場カバー率



※2010年は1~6月

### マーケティング戦略

- 日系市場からアメリカ現地系および中国・韓国系市場へとターゲットを拡大  
中国・韓国系市場は日系市場の約15倍(約670万人)  
中国系市場向けのTVCMを展開
- 業務用樽生の強化



目標

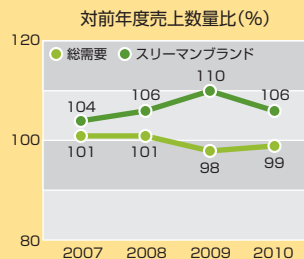
輸入ブランドのトップ10入り  
2015年頃に売上数量倍増

### カナダ市場

市場と実績 スリーマン社（2006年買収）

カナダ第3位の  
ビールメーカー

プレミアム市場での  
トップシェア



※2010年は1~6月

### マーケティング戦略

- ブランド力向上を目指したトータルマーケティング
- スリーマンブランド・サッポロブランドでのTVCMを展開  
新商品「サッポロプレミアム500ML缶」を本年5月に発売
- 製造体制の再編  
北米全体での製造体制の再編を検討

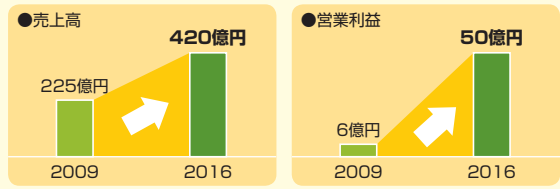


目標

プレミアムカテゴリー No.1  
の地位を強固にする

サッポログループ新経営構想における国際酒類事業の目標

いたします。そこで、拡大を目指す北米市場と参入を果たしたアジア市場について、各市場の解説と具体的な取り組み、目標をご紹介します。



**育成エリア** | **アジア市場** | **成長市場での本格的な事業展開を開始**

### ベトナム市場

**市場**

**成長性溢れる魅力的な市場**

人口 8,600万人  
平均年齢 28歳  
ビール市場 200万KL

アジアでは中国・日本に次ぐ第3位のビール大国。2025年には680万KLへと拡大が予想される。(現在の日本と同規模)

ビール消費量(万KL)

年	消費量(万KL)
2005	146
2006	165
2007	185
2025(予想)	680

※2025年予想はベトナム商工業省計画

### 市場参入への戦略

- 現地国営企業ビナタバ社と合併会社設立(2009年)

「ビナタバ社」.....

1975年設立。日本の旧専売会社のような存在。資本金1億USD、売上10億USD、税引前利益3,900万USD。たばこ販売のほか、飲料水、菓子も製造販売。

目

**2019年に15万KL**  
ホーチミン市場の11%のシェア

### シンガポール市場

**市場拡大の戦略**

- 2009年、戦略的提携をしたポッカ社が茶系飲料市場シェア約70%を握る。本年7月より、ポッカ社の強力な販売網でサッポロビール製品を販売開始
- 現在展開する業務用市場に加え、家庭用市場での飛躍的な成長を目指す

目

**2015年に15万ケース(現状の5倍増)**  
日本ビールブランドのトップシェアへ

現地ビール工場の完成予想図 (ホーチミン市郊外)

- ◎日本のビール会社としては初めてビール工場を建設
- ◎本年7月に着工、2011年12月の稼働予定
- ◎ベトナム市場だけではなく、アジア地区への製造拠点へ

## 主力商品への経営資源の集中と、コストコントロールにより 前年同期に引き続いて経常利益で黒字を確保しました。

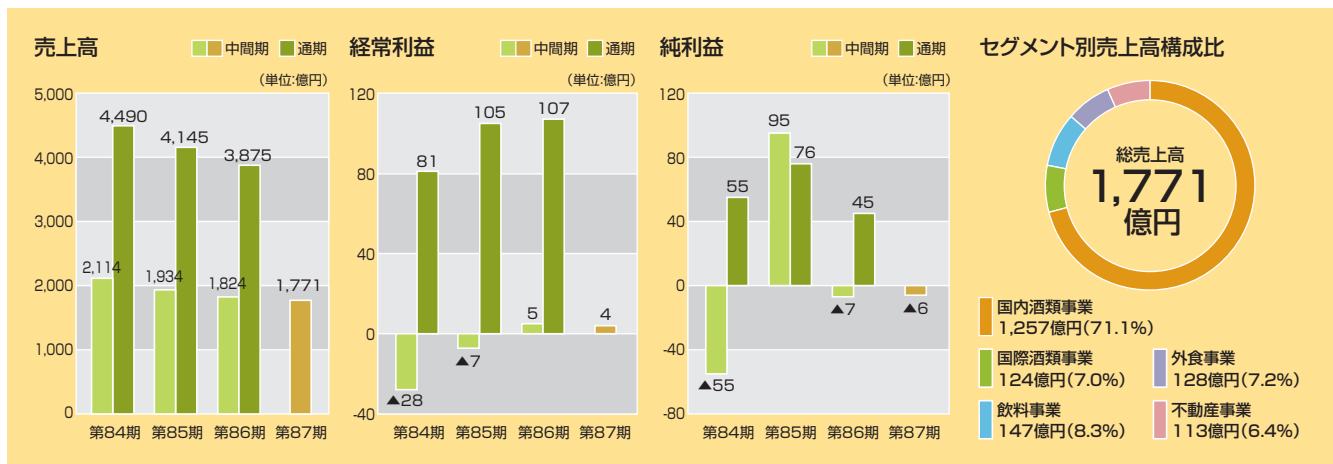
成長軌道への転換を目指す「サッポログループ経営計画2010年-2011年」のもと、既存事業の強化ならびにグローバル市場での業容拡大に取り組みました。

当中間期の経営環境は厳しい状況で推移しました。リーマンショック以降、急激に冷え込んだ消費者心理は現在に至っても完全な回復を見せておりません。

こうした中、サッポログループは、数年来の構造改革によって強固な収益基盤が形成されたことを受け、今後2年間に成長軌道への転換を図る期間と位置づける「サッポログループ経営計画2010年-2011年」を策定しました。本経営計画に基づき、当中間期は、各事業の主力商品・サービスに経営資源を集中して収益力の更なる向上に努めると同時に、ベトナム、カナダ、米国など海外市場での事業拡大に取り組みました。

この結果、当中間期の連結業績は、売上高1,771億円(前年同期比52億円、3%減)、営業利益12億円(前年同期比1億円、10%減)、経常利益4億円(前年同期比0億円減)、中間純損失6億円(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等により売上高は減少しましたが、販売促進費の効率的な使用や製造原価の低減が奏功し、前年同期に引き続いて経常利益で黒字を計上しました。



※当冊子の表記について: 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。



## 中間連結貸借対照表(要旨)

(単位:億円)

科目	第87期	第86期	
	当中間期 (平成22年6月30日)	前期末 (平成21年12月31日)	
資産の部	流動資産	1,014	1,022
	固定資産	4,081	4,045
	有形固定資産	3,175	3,178
	無形固定資産	262	218
	投資その他の資産	644	648
資産合計	5,095	5,068	
負債の部	流動負債	2,033	1,692
	固定負債	1,906	2,190
	負債合計	3,939	3,882
純資産の部	株主資本	1,159	1,193
	資本金	538	538
	資本剰余金	463	463
	利益剰余金	168	202
	自己株式	△11	△11
	評価・換算差額等	△17	△9
	少数株主持分	14	2
純資産合計	1,156	1,185	
負債純資産合計	5,095	5,068	

(注) 有形固定資産の減価償却累計額 平成22年度中間期 3,458億円  
平成21年度通期 3,384億円

## 中間連結損益計算書(要旨) 1月1日~6月30日

(単位:億円)

科目	第87期	第86期
	当中間期	前中間期
売上高	1,771	1,824
売上総利益	562	547
営業利益	12	13
経常利益	4	5
税金等調整前中間純利益又は中間純損失(△)	1	△2
中間純損失(△)	△6	△7

## 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	第87期	第86期
	当中間期	前中間期
営業活動によるキャッシュ・フロー	57	25
投資活動によるキャッシュ・フロー	△142	△121
財務活動によるキャッシュ・フロー	128	△38
現金及び現金同等物に係る換算差額	△0	1
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	42	△132
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中間期末残高	105	89

## ●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、57億円の収入となりました。これは主に、減価償却費114億円、売上債権の減少53億円、仕入債務の増加28億円等の増加要因と、未払酒税の減少121億円、預り金の減少43億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

投資活動によるキャッシュ・フローは、142億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127億円、投資有価証券の取得による支出17億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、128億円の収入となりました。これは主に、長期借入金の返済による支出96億円等があった一方、短期借入金の増加104億円、長期借入れによる収入120億円等があったことによるものです。

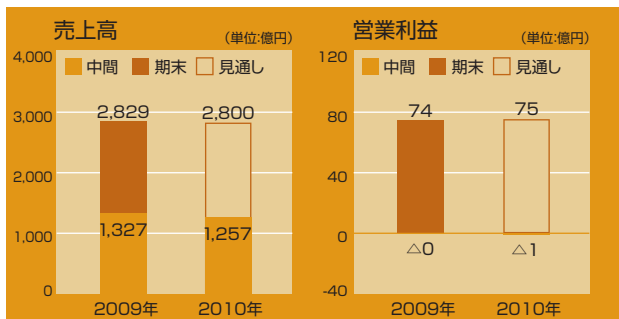
## 国内酒類事業

事業の概況

販促費の効率的投入などにより  
営業損益の改善を実現しました。

消費者の生活防衛意識の高まりや業務用市場の低迷により、主力の「サッポロ生ビール黒ラベル」は前年同期比92.1%にとどまりました。一方、今期生誕120年を迎えた「エビス」ブランドが好調を維持したほか、新ジャンルの「麦とホップ」が前年同期比124.3%と大幅に伸長しました。夏季限定で6月に新発売した「サッポロアイスラガー」も売上に寄与し、ビール類合計の売上数量は前年同期比97.5%と、ビール類総需要の前年同期比96%を上回りました。低アルコール飲料では、「不二家ネクター」とのコラボレーション商品が好評を博しました。

以上の結果、国内酒類事業の売上高は前年同期比で5%の減少となりました。販売促進費の主力商品への集中投入や製造原価の低減などにより、営業損失は1億円となりました。



今後の展望

主力ブランドの一層の強化と  
新商品の効果的投入を図ります。

ビールテイストについては、上半期の好調な流れを更に加速させていきます。新ジャンル「麦とホップ」の一層の強化を図る一方、新商品「サッポロ クリーミーホワイト」を9月に発売します。ビールでは、ロングセラーである「エビス」ブランドを中心に売上の拡大を目指します。また、低アルコール飲料の限定商品も投入する計画です。

ワイン・洋酒事業については、「イエローテイル」など輸入パワーブランドを強化するとともに、今秋には新商品も発売して売上拡大に努めていきます。焼酎事業では本格焼酎「わら麦」「からり芋」など高付加価値商品の拡販に取り組みます。



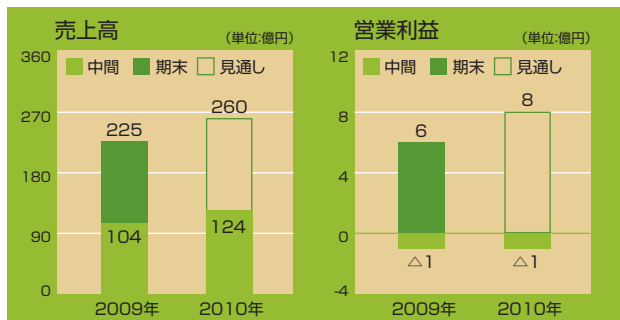
## 国際酒類事業

事業の概況

北米、アジアでの拡販に注力し、  
大幅な売上増を達成しました。

当中間期も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。スリーマン社(カナダ)が好調を維持したことに加え、サッポロUSA社の売上数量が前年同期比120%と急回復を果たしました。アジアなど北米以外での販売も堅調で、国際酒類事業全体の売上高は前年同期比120%と大幅に増加しました。



ベトナムのビール工場建設の起工式(鉄入れ式)

**今後の展望** 成長が続くアジア地域を中心に新市場の開拓に取り組みます。

スリーマン社ではブランド価値の更なる向上に向けてマーケティング投資を継続します。また、サッポロUSA社は日系市場以外への販売を強化します。

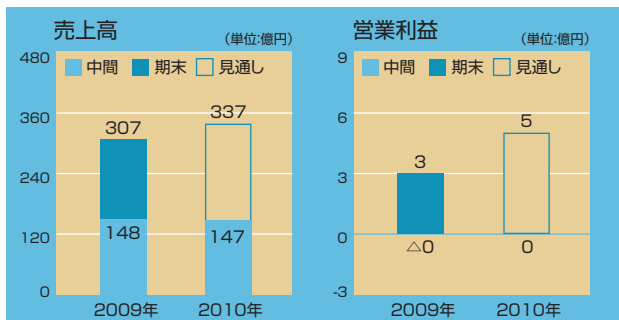
輸出事業および現地生産については、高い経済成長力を有するアジア地域を中心に新市場の開拓に注力します。特に2009年12月に進出を決定したベトナムでは、国営企業ビナタバ社との合併によるビールの現地製造・販売に向け、本年7月に工場建設を開始するとともに、マーケティング戦略の立案や流通網の構築を進めていきます。シンガポール市場に関しては、ポッカコーポレーション社とのシナジーを追求しつつ、家庭用市場への販路拡大を目指します。

## 飲料事業

**事業の概況** 安定した収益基盤の構築に向け、コスト構造改革を推進しました。

「がぶ飲み」「リボン」「ゲロルシュタイナー」などの基軸ブランド商品に対して、集中的なマーケティング投資を実施しました。また、安定した収益基盤の構築に向けて、生産・物流体制の最適化や調達コストの削減など、選択と集中によるコスト構造改革を推進しました。

食品事業については、油で揚げないポテトチップス「サッポロ ポテかるっ」の製造能力を増強するとともに、販売エリアを甲信越、東海、北陸エリアに拡大しました。以上の結果、飲料事業全体では増益を達成しました。



今後の展望

### サッポロ独自の価値を訴求し 成長軌道への転換を実現します。

「安全、安心、健康」という市場のニーズに、「本物、プレミアム」「楽しさ、身近さ」というブランド資産を掛け合わせ、サッポロならではの価値を訴求することで成長軌道への転換を図ります。具体的には、基軸ブランドである「リボン」「がぶ飲み」「ゲロルシュタイナー」に経営資源を集中すると同時に、「ZeroSparkling」などサッポロの新たな顔となるブランドの育成に努めます。

上半期、確かな進捗を見た構造改革については、引き続きグループシナジーの創出と戦略的提携の推進に取り組めます。



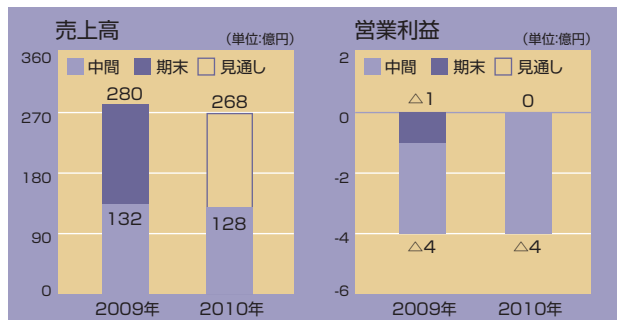
## 外食事業

事業の概況

### 来客数の回復を図るため 販促活動を積極展開しました。

パブ・居酒屋業態では来客数の減少が続き、業態間格差が顕著になっています。こうした中、サッポログループでは、再来店の動機づけを目的とする継続的なキャンペーンを実施する一方、宴会の需要喚起策として、友好企業・近隣企業を中心に積極的な営業訪問活動を展開しました。9店の不採算店舗を閉鎖するなど収益構造改革も実行しましたが、売上高および収益の改善には至りませんでした。

当中間期の新規出店は「YEBISU BAR」2号店など3店舗。当中間期末の総店舗数は205店舗となっています。



今後の展望

### 品質向上による差別化と 収益構造の改革に取り組めます。

営業推進活動を強化して来客数の回復を目指すとともに、品質向上による差別化を通じて既存店部門の売上拡大を図ります。また、業績不振店舗の閉鎖や人件費・諸経費の

圧縮など、引き続き収益構造の改革を行い、利益確保に努めていきます。新規出店については、中小規模店舗を中心とした戦略的な展開を計画しています。



YEBISU BAR 霞が関コモンゲート店



YEBISU BAR The GARDEN

店舗住所:東京都千代田区霞が関3-2-3 霞が関コモンゲート アネックス2階(TEL.03-5501-1121)

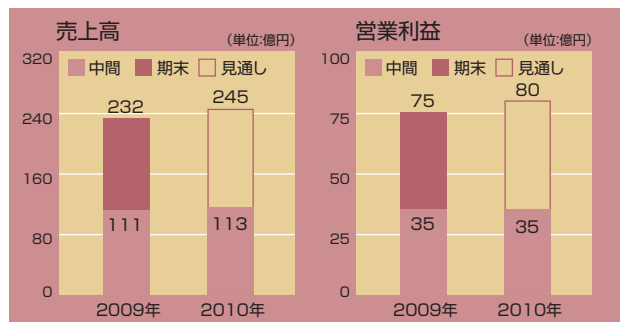
## 不動産事業

事業の概況

**既存物件の稼働率・賃料維持と積極的な新規開発を進めました。**

既存の首都圏オフィス物件において、稼働率および賃料水準の維持と一層のコスト削減に努めました。不動産開発に関しては、新宿地区のオフィスビル「新宿スクエア」が2010年6月に竣工したほか、千葉県浦安市のフィットネス施設「PAL浦安」の新館建設が進行中です。新規物件の取得については、戦略的エリアと位置づける恵比寿エリアを中心に取り組みを進め、4月には渋谷地区の新築オフィスビル「渋谷桜丘スクエア」を取得しました。

また、札幌地区の賃貸住宅「ローズシティ東札幌」、恵比寿地区のオフィスビル「恵比寿スクエア」、商業施設「MLB café TOKYO」など、2009年に取得・開業した物件が収益に貢献しました。



今後の展望

**既存物件の価値向上を通じて収益力の強化を図ります。**

今後も厳しい事業環境が続くものと予想されますが、引き続き既存賃貸物件の稼働率および賃料水準の維持・向上とコストの削減に注力します。中でも恵比寿ガーデンプレイスについては、諸施設のバリューアップにより収益力の一層の強化を図ります。また、100%稼働で好調なスタートを切った「渋谷桜丘スクエア」に加え、「新宿スクエア」も下半期の収益への寄与が期待されます。



恵比寿ガーデンプレイス(東京都渋谷区)



渋谷桜丘スクエア(東京都渋谷区)



## 会社概要

(平成22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)
資本金	53,886,649,941円
事業内容	持株会社
連結対象会社数	43社(連結子会社37社、持分法適用会社6社)
従業員数	73名(グループ従業員数:3,931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22年6月30日現在)

代表取締役社長兼グループCEO	村上 隆男	
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	
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	株式会社パソナグループ 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	経理部長
取締役	加藤 容一	経営戦略部長
常勤監査役	穴戸 賢一	
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	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

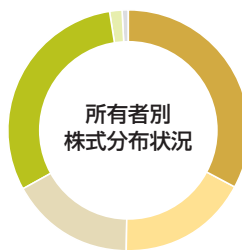
(平成22年6月30日現在)

発行済株式総数……393,971,493株  
株主数……47,807名

### 大株主(上位10名およびその状況)

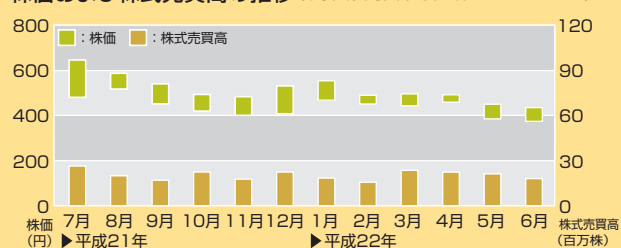
株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
スティー爾 パートナース ジャパン ストラテジック ファンド(オフショア), エル. ビー.	69,150	17.65
日本生命保険相互会社	12,332	3.15
資産管理サービス信託銀行株式会社 退職給付信託 みずほ信託銀行口	12,212	3.12
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	12,129	3.10
明治安田生命保険相互会社	10,434	2.66
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	9,383	2.40
農林中央金庫	9,375	2.39
株式会社みずほコーポレート銀行	8,698	2.22
ジェーピー モルガン チェース バンク 380055	8,632	2.20
丸紅株式会社	8,246	2.11

\*持株比率は自己株式(2,261,824株)を控除して計算しています。



金融機関	129,652千株 / 32.91%
個人	69,201千株 / 17.57%
国内法人	65,781千株 / 16.70%
外国法人・個人	120,381千株 / 30.56%
証券会社	6,686千株 / 1.69%
自己株式	2,261千株 / 0.57%

### 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日まで
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
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

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。

## ホームページのご案内

ホームページを  
リニューアルしました

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おりますので、ぜひご利用ください。

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



## 株式事務に関するご案内

## 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  
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

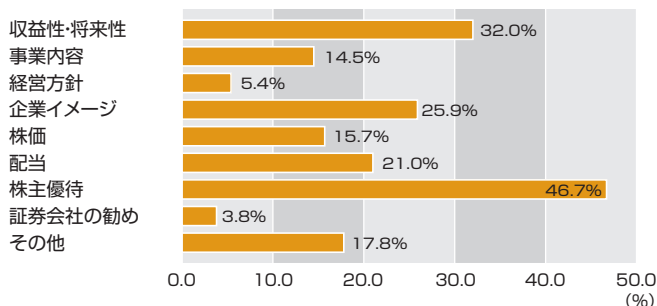
特別口座では、株式の売却はできません。売却するには、証券会社にお取引の口座を開設し株式の振替手続きが必要となります。

※単元未満株式の買取・買増請求は特別口座のままでも可能です。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。

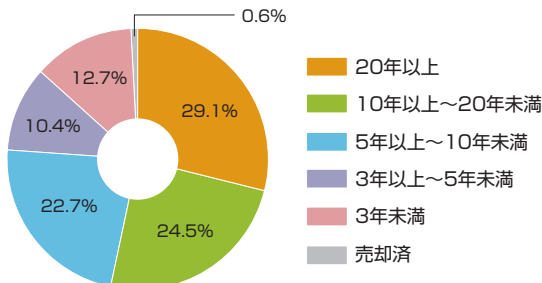
※未払配当金のお支払いにつきましては、両株主様ともに左記の株主名簿管理人(みずほ信託銀行株式会社証券代行部)が承ります。

株主様ご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、5,466名の方からご回答をいただきました。この場をお借りして、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。

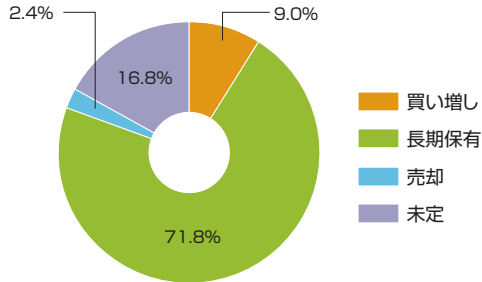
当社株式を購入された理由をお聞かせください。(複数回答あり)



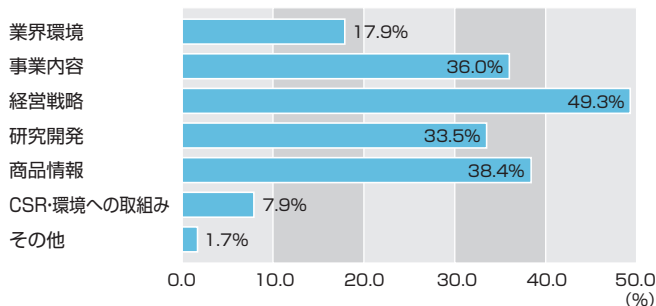
当社株式の保有年数はどの位ですか。



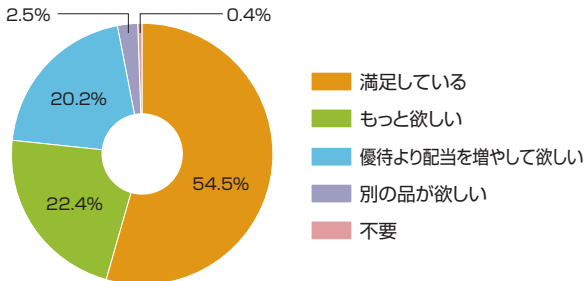
当社の株式についてどのような方針をお持ちですか。



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)



株主優待品についてのご要望



寄付金についてのご報告

株主様ご優待における天然記念物「北限のブナ林」の保護活動への寄付金は、多くの株主様からご賛同をいただき、総額1,414,000円の寄付が集まりました。誠にありがとうございました。

弊社からも同額の寄付をすることにより、合わせて2,828,000円を北海道環境財団に去る7月に贈呈いたしました。寄付金は、北海道環境財団を通じて「北限のブナ林再生・保全プロジェクト」への支援活動に役立たせていただきます。

今後も、サッポログループはサッポロビールの創業の地である北海道で、地域活性化に向けた様々な取り組みを展開していきます。





# SAPPORO HD. CSR Information

## お互いの「違い」を認め合って活かす

### ～ダイバーシティ推進の取り組み～

サッポロビール株式会社では2009年より女性活躍推進の取り組みを実施してきましたが、2010年からは更に一歩進めてダイバーシティ(多様性)を尊重した活動への本格的な取り組みを開始しました。ダイバーシティ推進により、「多様性を認める風土、活かす組織」を目指してまいります。

#### 取り組み 1 | ダイバーシティ推進体制



2010年1月より、本社役員を中心とした「ダイバーシティ推進ボード」が推進母体となり、4つの部会からなる「ダイバーシティ推進プロジェクト」がテーマ別に活動を展開しています。各部会のテーマは「制度」「コミュニケーション」「キャリア開発」「新入社員育成」で、立場の違う多様なメンバーで構成され、精力的に活動を行っています。

活動内容は、毎月2回のディスカッションのほか社内ヒアリングや、社内ブログによる啓蒙活動などを行っています。既に新入社員育成部会が提言した若手社員が新入社員の相談相手になる「新入社員サポーターズ制度」を今年4月から導入しています。

#### 取り組み 2 | 家族参観日



育児中など、様々な境遇の社員が持てる力を存分に発揮できる環境づくりを目指したワークライフバランス向上の一環として「家族参観日」を実施しています。社員の家族を職場に案内し、上司・同僚とコミュニケーションをとることで、育児と仕事を両立する社員を支援しようとする風土の醸成に努めています。

#### 取り組み 3 | 育児支援施策の充実

2010年春より、半休の拡大、短時間勤務の拡大、育児休暇の一部有給化などの施策を実施しています。また、イントラネット「育児応援夢」サイトでは、育児に関する情報提供を継続的に行い、男性の育児休暇取得者の体験談を掲載するなど、仕事と育児の両立を支援する環境づくりにも努めています。





Topics

03

油で揚げない製法により繊細な味を表現

# ポテトチップス「ポテかるっ」は 新鮮な感動をお届けします



サッポロファインフーズ(株)は、

サッポログループが長年培ってきたモノづくりや原料へのこだわりを受け継いだサッポロブランドの snacks 菓子・食品を製造・販売しています。「新しく、楽しく、そして自然な食生活を。」という企業理念を掲げ、お客様に自然のままの味を活かして「新しさ」「楽しさ」を感じていただける新しい価値提案をしています。

ポテトチップス業界において、私たちは新規参入の挑戦者ですから、



油で揚げずに遠赤外線ด้วยความ焼き上げ

今までとはまったく違うコンセプト

の商品づくりを目指しました。第二号商品の「ポテかるっ」は、油で揚げないポテトチップスです。油で揚げずに焼き上げることで油分を大幅にカットし、一袋全部食べても

138kcalを実現しました。

じゃがいもの自然なおいしさをサックとしたかきい食感とともにお楽しみいただける新感覚のポテトチップスは、「今まで食べたことがない」「いつもと違う」という感動をお届けできるかと自負しています。

私たちは、食の安心・安全を大切に、原材料からこだわったモノづくりを心掛けています。「ポテかるっ」に使うじゃがいもはアメリカ(アイダホ州、オレゴン州、ワシントン州)産で、農家と直接契約し、管理が徹底できるサプライヤーを通して仕入れています。こうしてでき

た「ポテかるっ」は、じゃがいもの自然なおいしさが楽しめる自信作です。また、油で揚げない製法は、繊細な味まで表現できる利点があり、この製法ならではの新フレーバーも開発中です。

お客様の健康に対する意識が年々高まる中で、「ポテかるっ」がお客様の食生活をより豊かにする一助になればと願うとともに、「ポテかるっ」を通じて、健康的で明るく、幸福感に溢れた食のシーンをお届けしたいと考えています。「これを食べるとホッと」「穏やかでやさしい時間を過ごせる」そう思っていただけのように、今後よりよい商品づくりに励んでまいります。将来的には、次世代に受け継がれる商品に育てていくことが私たちの大きな夢です。その夢を実現できるように、更なる発展を目指します。

商品  
アイテム

「うすしお味」「あらびき黒胡椒味」「コンソメ味」「サワークリーム味」

本州全域・四国エリアにて発売中

※「サワークリーム味」は首都圏・中部エリアのみ



Topics

02

基軸ブランドを強化

# 長く愛されるブランドを 育てていきます

サッポロ飲料(株)は、成長軌道への転換に向けて、基軸ブランドの強化を優先課題と捉え、お客様の嗜好はもちろん、時代の流れも見据え、長く愛されるブランドを大切に育てていきます。

ロングセラーの「リボン」ブランドは、2009年のリボンシトロンに続き、2011年にリボンナポリンが発売100周年を迎えます。「家族の絆」をテーマに、親からそのお子様、またそのお子様へと、長く語り継がれ、愛される商品を展開し、リボンちゃんキャラクターを軸に「楽しい売場づくり」を提案することで、ブランドの活性化を狙います。ドイツの天然炭酸水「ゲロルシュタイナー」は、硬度1310mg/Lの硬水で、ドイツでは100年以上の歴史があります。「ゲロル

シュタイナー」は、天然の炭酸水で、ある驚きと強い刺激を感じられる、時代のニーズにマッチした健康感、自然感が両立できていることが強みのミネラルウォーターです。本年より自動販売機専用商品も投入し、マーケティング面でも露出を高くすることで、お客様との接点を着実に上げ、際立ったユニークネスを持ったブランドとして更なる成長を目指します。

昨年3月のグレープフルーツ発売からご好評をいただいております「Zero Sparkling」ブランドは「果汁が入ってカロリーゼロ」のコンセプトはそのままに、今後商品のラインナップを充実させ、当社の新しい顔となるよう着実な育成を目指します。9月には、秋冬の定番果実アップルにて季節限定の

「Zero Sparkling アップル」を発売します。搾りたてのりんごジュースをイメージして、秋冬にピッタリのしつかりした味わいをカロリーゼロにて表現しました。



※リボンナポリンは北海道地区限定



# 「エビスビール記念館」オープン

エビスファン、ビールファンはもとより、幅広いお客様に楽しんでいただけるアミューズメント施設です。



## ★ テイスティング サロン

様々なエビスが、エビスコイン(有料)でお楽しみいただけるサロンです。本物の味わいにこだわりぬいたエビスの世界をたっぷり味わってください。オリジナルのおつまみもご用意しています。

※エビス各種、軽食:各400円～



皆様のお越しをお待ちしています。

エビスビール記念館  
館長  
竹林 明



## ★ エビス ギャラリー

エビスビールの誕生から今に至るまで、貴重な資料や映像をご紹介します。ギャラリーでエビスの歴史に触れたあとは「ミュージアムショップ」に。ここでしか手に入らないオリジナルグッズが満載です。



## ★ エビスツアー

エビスのエキスパートである「ブランドコミュニケーター」が、エビスのすべてをご案内します。ツアーの最後には、ツアー参加者のみが入れるコミュニケーションステージで、2種類のエビスを試飲しながらおいしい飲み方をご紹介します。

### ツアー料金

大人 (20歳以上)	500円(試飲つき)
中学生以上 20歳未満	300円 (ソフトドリンクつき)
小学生以下	無料 (ソフトドリンクつき)

誕生日となる本年2月25日には、恵比寿ガーデンプレイス内に、エビスのすべてを五感で楽しんでいただけの「エビスビール記念館」を開設しました。さらに、期間限定でエビス様とえびす顔で記念撮影ができるフォトサービスを行うなど、記念イベントを展開しました。商品面では、限定販売で大好評を博した「シルクエビス」を全国で通年販売、6月には「エビス超長期熟成」を、9月からは飛鳥Ⅱ限定の「エビス ASUKA CRUISE まろやか熟成」を限定発売するなど、エビスブランドを充実させています。

4月から放送している新テレビCMのテーマ「日本にはエビスがある。」のとおり、「エビスビール」には、日本・四季・粋・歴史・伝統・逸話製法・原料など、伝えるべき価値が数多くあります。本年は「エビスビールらしさの再発見」をコミュニケーション戦略の基本テーマとして、知るほどに味わい深いエビスビールの魅力を様々な形で幅広く発信していきます。

※お問い合わせ先:エビスビール記念館 TEL.03-5423-7255 東京都渋谷区恵比寿4-20-1 恵比寿ガーデンプレイス内

日本のビール文化をこれからも牽引  
**「エビスビール」生誕百二十年を機に  
 新たなコミュニケーションを展開**

**明治から愛され続ける  
 百二十年の歴史**

本年2月25日、「エビスビール」は生誕120年を迎えました。

1890年に「恵比寿ビール」の名で発売され、その10年後に開催されたパリ万博で金賞、1904年のセントルイス万博ではグランプリ受賞と、「エビス」の本物の味わいは100年以上前から世界に認められていたのです。その後、戦争でビールは配給品となりエビスの名は消えましたが、1971年、「エビスビール」が麦芽100%ドイツタイプの高級ビールとして28年ぶりに復活。1年間で200万箱を売上、現在のエビス人気の礎を築きました。1994年から「エビスビールあります。」キャン

ペーンがスタート。味わいはもちろん、ブランドイメージにもこだわり続けたことで、現在の売上はキャンペーン開始当時の約3倍になっています。

**エビスブランドを  
 より多くのお客様に**

発売以来、ビールファンから高い評価をいただき、わが国のビール文化の発展に寄与してきたエビスブランドの魅力を、より多くのお客様に訴求する新たなコミュニケーションが生誕120年を機に始動しました。

2009年12月にサッポロライオン社が樽生エビスの全ラインナップをそろえた「YEBISU BAR」をオープン。店舗数を順次拡大させていきます。120年目の



**「エビス ASUKA CRUISE  
 まろやか熟成」缶を発売**

日本最大のクルーズ客船「飛鳥II」でしか味わえないエビス。時間をかけてゆっくりと造りこむことで、まろやかな味わいと上質な香りを醸し出しています。生誕120年記念第3弾として2010年9月8日より数量限定発売。

# CM of SAPPORO

エビスビール  
「石畳」編



祇園の街を舞台に、風情ある空間の中でエビスビールを楽しむ豊かさを役所さんに表現してもらいました。



日本には  
エビスが  
ある。

## 四季の風情を感じる

## 日本の心にふさわしいビール。

生誕120年を迎えた「エビスビール」。新CMでは「日本にはエビスがある。」をテーマに、四季折々の風情を繊細に感じる日本の心にふさわしい、ちよつと贅沢な日本のビールであることを表現していきます。

雨の名前、風の名前、色の名前……。日本人の細やかな感性を宿した風情を表すたくさんの言葉。雨の京都で風情を味わう役所広司さんが、エビスを飲むことで日本人としての繊細な心に改めて気づかされる。心に響くエビスの上質さ、文化性を、役所さんが円熟の演技で表現します。おなじみの「第三の男」を歌うのは、サザンオールスターズの原由子さん。しっとりとした大人の女性の声がCMの世界観・雰囲気盛り上げていきます。生誕120年。エビスビールの今後にご期待ください。

### CMエピソード

実際に京都を訪れるときに街並みを散歩して楽しむという役所さん。雨の中、街並みを歩くシーンではその豊かな表情にスタッフ一同感激しました。季節外れの雪が舞い散る中、貴重な晴れ間に撮影するという非常に天候に左右された撮影でしたが、役所さんの俳優魂に支えられ、風情溢れる素晴らしい映像となりました。



エビスは  
うまさで百二十年

120<sup>th</sup>



Premium  
YEBISU

★ 乾杯をもっとおいしく。  
**SAPPORO**



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。www.yebisubar.jp サッポロビール株式会社

おいしいも、安心も、サッポロビールは  
すべて責任品質

# Vol.5

---

---

エビスはつまさびで百二十年。

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