

2012年

株主のみなさまへ 特別号



特集

成長市場としてのベトナム

2011年11月24日

ロンアン工場竣工式

いよいよ本格稼働開始

- 世界に広がるサッポロビール
- ポッカコーポレーションとの経営統合について



SAPPORO

サッポロホールディングス株式会社

新しい年がスタートいたします。
2012年もサッポログループを
よろしくお願い申し上げます。

株主の皆様へ

株主の皆様におかれましては、ますますご清栄のことと拝察いたします。株主の皆様には、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げますとともに、東日本大震災で被災された方々には、心よりお見舞い申し上げます。

サッポログループでは、震災からの復興のお役に立てるよう、事業活動を通じて、被災地域・各種支援団体の方々とともに、さまざまな活動を行ってまいりました。今後もグループを挙げて、復興支援に関する取り組みを継続してまいります。

2011年は、震災による特別損失の発生を余儀なくされましたが、その一方で、グループ経営計画のテーマである「成長軌道の確立」に向けた取り組みとして、ベトナムをはじめとした国際展開の推進、ポッカコーポレーションとの経営統合に向けた組織の再編まで、手綱を緩めることなく着実に歩を進めることができました。これからも、一層の成長に向けてスピードを上げて取り組んでまいります。

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
代表取締役社長 兼 グループCEO

上條 努

東日本大震災の復興支援活動について

2011年3月11日に発生した東日本大震災に際しては、飲料水の提供や、グループ飲食施設での炊き出し実施などの支援活動を行ってきました。その後も継続的に、グループ各社の独自の事業活動を通じて、復興に向けたさまざまな取り組みを実施しています。サッポログループは、これからも復興に向けた支援活動を続けていきます。

震災復興に向けた主な取り組み

被災地の子どもたちのための夜間学校「コラボ・スクール」運営を支援

2011年9月に恵比寿で開催した「恵比寿麦酒祭」や、8月4日に実施した「ビアホールの日」等での生ビールの売上約2,600万円(15万杯相当)を、11月17日に日本財団「ハタチ基金」に贈呈しました。この支援金は、教育支援基金の「ハタチ基金」を通じて、被災地の子どもたちのための夜間学校「コラボ・スクール」運営にご使用いただきます。

「コラボ・スクール」は、避難所や仮設住宅などで学習環境が悪化している被災地の子どもたちが、安心して学ぶ場を提供するために設立されたもので、一例目として、宮城県女川町に「女川向学館」が開校し、212名の生徒が通学しています。



東北産ホップ使用のビールテイスト商品を2品全国発売

サッポロビールは、2011年に協働契約栽培の東北産ホップを100%使用した「サッポロ生ビール黒ラベル 東北ホップ100%」(発売日10月26日)と「サッポロ 麦と東北ホップ」(発売日9月7日)の2品を全国で数量限定発売しました。2010年までは東北6県で限定発売としていましたが、東北地方と全国の皆様との商品を通じた絆づくりのお手伝いをしたいと考え、販売エリアを全国に広げました。

使用するホップは、岩手県北ホップ農業協同組合(岩手県、青森県)で栽培されたもので、農林水産大臣賞を7回受賞するなど高い品質を誇っています。

さらに、両商品の売上の一部はJA全農を通じて、被災地の農場や農業関連施設の修復、農業復旧支援活動に役立てていただく予定です。



2011年11月24日 ロンアン工場竣工式 いよいよ本格稼働開始

★ SAPPORO

SAPPORO VIETNAM LTD.

いよいよ本格稼働開始

ND SINCE 1876
いよいよ本格稼働開始



Lễ Khánh Thành nhà máy bia Sapporo
The Brewery Opening Ceremony of Sapporo Vietnam
24/11/2011



2010年7月から建設を進めていたサッポロベトナム ロンアン工場が
11月24日、ついに竣工しました。

日本のビールメーカーとして、ビール工場の建設は、ベトナムでは初めてとなり、
サッポログループにとっても、初めての海外での試みです。

サッポロの国際戦略商品である「サッポロ プレミアム」の製造が開始され、
今後、ベトナムでの販売が本格的に始まります。



ロンアン工場概要

名称：サッポロベトナム ロンアン工場

(Sapporo Vietnam Limited Long An Brewery)

年間生産能力：4万KL

製造アイテム：「サッポロ プレミアム (Sapporo Premium)」

サッポロ プレミアムは国際展開時のブランド名です。

原材料：麦芽、ホップ、米

・ サッポロ プレミアム シルバーカップ650ml 缶

・ サッポロ プレミアム 330ml 小瓶

・ サッポロ プレミアム 330ml 缶

・ サッポロ プレミアム 20L 樽生

工場竣工日：2011年11月24日



★サッポロベトナムのこれまでの歩み

サッポロベトナムは、ベトナムでのビール事業展開のため、サッポロとベトナムたばこ総公社(ピナタバ社)との合併で設立された事業会社です。



2009年	12月10日	ベトナム進出、工場建設を発表
2010年	3月29日	サッポロベトナム発足
	7月 1日	ロンアン工場起工
2011年	8月29日	初仕込
	11月24日	ロンアン工場竣工

★ベトナム市場の魅力について

ベトナムのビール消費量は、アジアにおいて中国・日本に次ぎ3位と伸張しています。

ベトナム人の平均年齢は27.8歳と若い上に、ビール好きの人が多く、今後一層ビール需要が高まると推測しており、将来が大変楽しみな市場です。また、氷を入れてビールを飲むことが多いというのも、ベトナムの特徴です。ベトナムで販売する「サッポロ プレミアム」もベトナム人の嗜好を考慮して、開発したものです。



★ベトナムメモ

人口：9,054万人 (2011年推計)
平均年齢：27.8歳
実質GDP成長率：6.8% (2010年)

今後の戦略

ロンアン工場竣工により、サッポログループは日本・カナダ・ベトナムの3拠点に、自社ビール工場を持つことになり、環太平洋エリアにおいて、「サッポロ プレミアム」の販売拡大のための基盤が整います。ロンアン工場を、成長著しいアジアにおけるサッポログループの重要拠点として、現在4万KLの年間生産能力を、2019年には15万KLまでに引き上げるとともに、ベトナム国内から周辺諸国へと販売も拡大していきます。ベトナムでの成長とともに、「サッポロ プレミアム」がプレミアムビールとしてアジアにおける存在感を増していけるように、今後本格的なマーケティング活動を展開していきます。ベトナム、そしてアジアで飲むことができる「サッポロ」にぜひご期待ください。

2 世界に広がるサッポロビール

サッポログループの成長軌道の確立に向けて、
北米および今後の成長が見込まれるアジア・オセアニアを最重点エリアと定め、
国際戦略商品「サッポロ プレミアム」を軸に、
プレミアムビール市場におけるSAPPOROブランドの強化を図ります。
同時にサッポログループに加わったポッカコーポレーションとの海外におけるシナジーも、
さらに追求していきます。



北米での取り組み

サッポログループにおける事業拡大・収益向上の柱であり、四半世紀の歴史を持つアメリカ、スリーマン社の生産拠点があるカナダそれぞれで着実に成長を遂げています。自社工場を持つ利点を最大限に活かして、サッポログループならではのブランド構築を進めています。

アメリカ

Sapporo U.S.A. 社

「サッポロ プレミアム」が26年連続でアジアのビールとしてトップブランドの地位を築いており、プレミアムビール市場での更なる拡大を目指し、マーケティングの増強を進めます。日系市場のみならず、アメリカ一般市場でSAPPOROブランドを浸透させることにより、更なる成長を目指していきます。



カナダ

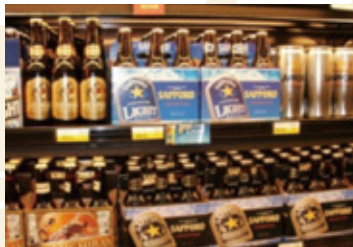
Sleeman 社

カナダ第3位のビールメーカー、プレミアムビール市場ではリーダー企業であるスリーマン社の自社ブランドと、SAPPOROブランドの積極的な展開により成長を続けています。自社ブランドの販売実績は2011年も前年を上回り、5年連続増加の見込みです。



アジア・オセアニアでの取り組み

自社工場が竣工したベトナム（P3～4参照）をはじめとする環太平洋エリアを中心に、サッポログループの次の成長ステップを担う地域として、需要を創造、開拓していきます。



韓国

2010年11月に韓国の大手乳業メーカー、メイル乳業社と提携し、本格的にビール販売を開始しました。2011年は、ソウル・プサンの飲食店、スーパー・コンビニエンスストアなどを中心に順調に販売を広げています。今後も、メイル乳業社との提携を強化し、更なる販売拡大を目指していきます。



シンガポール・台湾

シンガポールでは、これまで日系業務用市場での販売を行い、日本食レストランの6割で取り扱われています。これに加え、同国を拠点に、飲料事業で確固とした海外事業基盤を構築しているポッカ社の家庭用チャネルを中心とした、強力な販売網を活かしてビール事業展開を推進し、早期に全市場での販売拡大を目指します。

台湾では、TTL(台湾ビール)社と契約し、日本のビールメーカーで唯一現地生産を実施しています。現地の代理店により家庭用を中心に販売されており、今後も拡大を図ります。



South Korea

Japan

Taiwan

Vietnam

Singapore

オセアニア

2011年7月、オーストラリア国内第3位のビールメーカー、クーパーズ社とライセンス契約を締結。「サッポロ プレミアム」の現地生産化と販売の強化により、特に成長しているプレミアムビール市場において積極的なプロモーション展開を行い、オセアニアにおける日本ビールブランドNo.1を目指します。



Oceania

ポッカコーポレーションとの 経営統合について

2013年1月予定で

サッポロ飲料株式会社と株式会社ポッカコーポレーションを統合し、

「ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社」が誕生します。

サッポログループの食品・飲料事業を担い、

あらゆる世代に商品を提供できる新食品価値創造グループの構築を目指します。

2013年1月 事業スタート

サッポログループは2011年3月にポッカコーポレーションの株式を追加取得し、連結子会社化して以来、国内外における競争力に富んだ食品価値創造グループの実現を目指してきました。

厳しい市場競争の中で、さらに競争力を増し、企業価値を高めるには食品・飲料事業を一つの事業に合わせることが最善であると判断し、2013年1月にサッポロ飲料とポッカコーポレーションを統合し、新会社の名称は「ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社」と決定しました。



2011年11月29日 記者説明会開催

グループ内の大きな柱へ

「ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社」設立により、今後は食品・飲料事業は酒類事業、不動産事業と並ぶグループ内の大きな柱へと成長させます。サッポロ飲料とポッカコーポレーションのそれぞれの強みを活かし、シナジーの最大化による事業強化を図り、2016年には売上高1,700億円、営業利益85億円を目標とし、グループ内の売上構成比で約30%を占める事業を目指し、あらゆる世代に商品を提供できる新食品価値創造グループを構築していきます。

なお、新会社の統合方式、詳細については今後検討を進め、決定次第お知らせします。

今回の経営統合についてお答えします

Q1 新会社の名称はどうやって決まったのですか？

A1 新会社は、「新食品価値創造グループ」の中核となる「食品・飲料事業」を担うためにサッポロ飲料、ポッカコーポレーション両社を統合するものです。グループにとって新たな成長の原動力となる食品(フード)の期待度を高めるため「フード&ビバレッジ」として、食品事業で浸透度の高いポッカブランドを前にすることにしました。

Q2 これからどうやって新会社ができるのですか？

A2 2012年4月をめどに統合推進組織として新会社(ポッカサッポロフード&ビバレッジ)を設立予定です。その後は、事業戦略を担う経営戦略部門などを設置し、必要な組織を順次立ち上げ、2013年1月からの事業開始を目指していきます。

Q3 両社の商品はどうなるのですか？

A3 すでに強みを持っている両社の商品ブランドを活かし、お客様に喜んでいただける最適な商品ラインナップを検討しながら、新会社としても、お客様に喜んでいただける商品開発、ブランド育成を検討していきます。

ここから始まった! 最初の商品と現在の主力商品

サッポロ飲料

ポッカコーポレーション

最初の商品



「リボンシトロン」
(発売時はシトロン)
1909年(明治42年)
6月10日発売



「ポッカレモン」
1957年(昭和32年)
2月発売

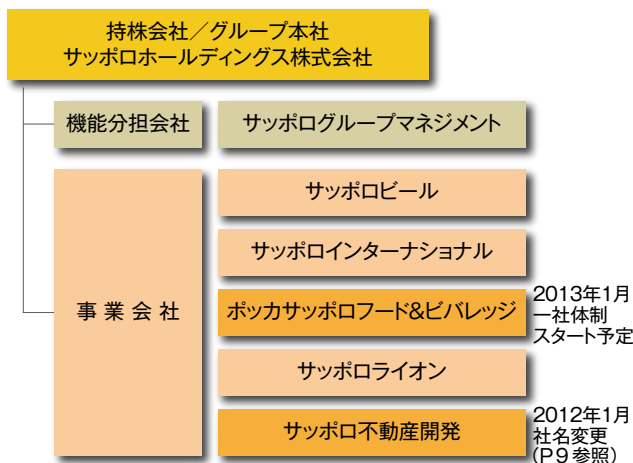
現在の主力商品



Q4 グループの組織体制はどうなるのですか？

A4 下記の組織体制となる予定です。

★サッポログループ新体制



2012年1月より 恵比寿ガーデンプレイス株式会社は、 「サッポロ不動産開発株式会社」 に社名変更します

サッポログループの不動産事業を担っている
「恵比寿ガーデンプレイス株式会社」は、
2012年1月1日より

「サッポロ不動産開発株式会社」へと社名変更します。
今後はサッポログループの不動産会社であることを前面に出し、
企業価値向上をより強固なものにしていきます。



新経営構想の実現に向けて

「2016年グループ新経営構想」で掲げた、売上高500億円・営業利益150億円の達成のため、星和恵比寿ビル、サッポロ銀座ビルの再開発や恵比寿ガーデンプレイスのリニューアル等、保有優良物件のバリューアップを目指し、将来の収益向上に向けた取り組みへの検討を開始します。

また、入居者の満足度を高め、経営理念である『わたしたちは街づくりを通して「豊かな時間」と「豊かな空間」を育み続けます』の実現に向け、今後ともたゆまぬ努力を続けていきます。

東京エネルギーサービスによる、 恵比寿ガーデンプレイス地下見学ツアー

恵比寿ガーデンプレイス内施設に冷暖房用の熱供給を行っている株式会社東京エネルギーサービスでは、環境意識の高まりなどにより、エネルギーを効率活用している会社として注目を集めていることから、地下にある地域冷暖房設備の一般見学を実施しています。2011年8月には、日本のエネルギー・不動産業界で初となるエネルギーマネジメントの世界規格「ISO50001」の認証を取得し、さらなるエネルギー効率の向上と環境対策に取り組んでいます。



詳しくはこちら
<http://www.tokyo-energy-service.jp/company/inspection.html>

「CJ おいしいマッコリ<ピンクグレープフルーツ>」 を新発売します。

韓国最大手の食品会社と共同開発した、
新しいマッコリを日本市場へ。

韓国最大手の食品会社であるCJ第一製糖(株)(以下、CJ社)と共同開発した新感覚のフルーツマッコリ「CJおいしいマッコリ<ピンクグレープフルーツ>」を1月18日から発売します。乳酸菌由来のさわやかな酸味と自然のやさしい甘さが特長のマッコリをベースに、ピンクグレープフルーツ果汁を15%使用することで、柑橘系のすがすがしい香りと爽やかな味わいも楽しめます。



CJおいしいマッコリ<ピンクグレープフルーツ> 350ml缶
参考小売価格217円(消費税別)
原材料 グレープフルーツ、米、米麹、小麦麹、糖類

開発秘話



サッポロホールディングス
コーポレートコミュニケーション部
マッコリPR担当
井梅 幹子

本場韓国では、マッコリを“缶”で飲む習慣はほとんどありませんので、韓国にはマッコリの缶を製造する工場が数社しか存在しません。商品をどちらの国で製造するのかというところから始まり、設備導入・品質管理向上にも一から取り組みました。サッポロビールとして、初めて国境を越えた共同開発です。

これまでの日本のマッコリ商品は、アルコール度数6%のプレーンタイプで人工甘味料を使用したものが多く、ほとんど類似していました。当社は「甘味料・香料・酸味料」の3つの無添加を実現し、アルコール度数3%、ピンクグレープフルーツ果汁を15%使用することで、既存のマッコリユーザーだけでなく、低アルコール関心層や、美容・健康意識の高い女性など、さらに広いターゲットを獲得していく狙いです。

また、業務用では先行してフルーツマッコリカクテルの提案を開始。お客様にまずは飲食店で体験していただき、1月からは缶でも楽しめるというストーリーを描いています。今後、家庭用と業務用市場の両輪でサッポロらしい新しいビジネスを広げていきます。CMや大規模サンプリングも予定しており、女性ターゲットに最大の効果を発揮できるマーケティングも展開します。