

2011年度 第3四半期決算説明資料

2011年11月1日

サッポロホールディングス株式会社

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

1. 2011年度第3四半期決算概況
2. 各事業の状況
3. 成長戦略と今後の方針
4. (参考)2011年度通期見通し

※本資料に記載の予想は、本資料の発表日現在において入手可能な情報及び将来の業績に影響を与える不確実な要因に係る本資料
発表日現在における仮定を前提としています。実際の業績は、今後様々な要因によって大きく異なる結果となる可能性があります。

1. 2011年度第3四半期決算概況



SAPPORO

2011年度第3四半期決算概況－連結－

売上高は、国内酒類事業・外食事業において、東日本大震災による影響も受け減収する一方で、飲料事業の増収に加え、ポッカグループ損益項目の連結開始に伴い大幅な増収。

営業利益は、全セグメントでのコスト削減に加え、ポッカグループ・不動産事業が増益に寄与。

特別損失に、資産除去債務による損失10億円、災害による損失47億円の計上もあり、四半期純利益は27億円減少。

単位：億円

	※3/29に(株)ポッカコーポレーションの株式追加取得 第2四半期より損益項目を連結開始		前期比	
	2010年度	2011年度	増減額	増減率
連結売上高	2,840	3,244	403	14.2%
連結営業利益	94	122	27	29.2%
連結経常利益	85	105	19	23.2%
連結四半期純利益	33	5	-27	-82.9%



SAPPORO

2011年度第3四半期決算概況 営業利益 –セグメント別–

震災による影響を受けた国内酒類・外食事業、のれん償却費4億円があった飲料事業を除き、各事業とも対前期比にて増益達成。全セグメントにてコスト削減を実施したことに加え、ポッカグループ・不動産事業が、増益に大きく寄与。

営業利益

	2010年度	2011年度	前期比	
			増減額	増減率
国内酒類事業	50	50	-0	-0.3%
国際酒類事業 (北米他) (ベトナム)	5	5	0	1.4%
	7	12	5	64.2%
	-1	-6	-5	—
飲料事業	13	10	-2	-19.8%
ポッカグループ	—	17	17	—
外食事業	0	-0	-1	—
不動産事業	55	64	8	16.3%
その他事業	-6	-5	0	—
全社	-23	-19	3	—
連結営業利益	94	122	27	29.2%

単位: 億円

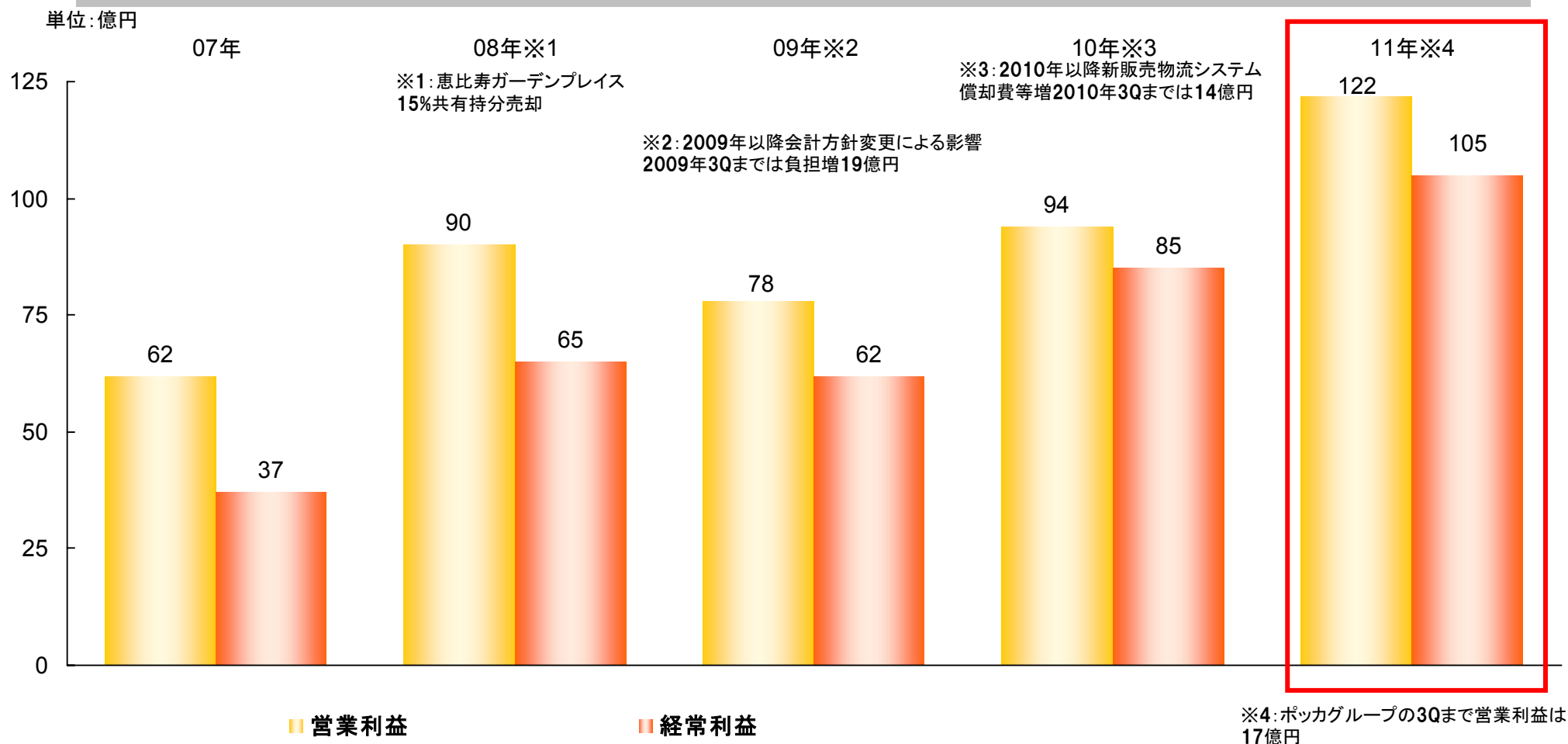


SAPPORO

2011年度第3四半期決算概況－推移－

営業利益・経常利益ともに大幅な増益。ポッカグループの新規連結による増益を除いても増益基調を継続。

営業利益、経常利益の推移





SAPPORO

2011年度第3四半期決算概況－震災に伴う影響－

1～9月実績 東日本大震災に伴う特別損失計上額
47億円 主な内訳

<項目別>

- 固定資産の除却・棚卸資産の減失
・9億円
- 災害資産の原状復旧費用
・21億円
- 操業・営業休止期間の固定費
・15億円
- その他震災に関する費用
・2億円

<セグメント別>

- 国内酒類事業
・43.1億円 (固定資産、棚卸資産減失・原状復旧費用・営業休止期間中の固定費等)
- 飲料事業
・1.1億円 (棚卸資産減失・資産撤去費用・営業休止期間中の固定費等)
- ポッカグループ
・0.4億円 (棚卸資産減失・その他震災に関連する費用等)
- 外食事業
・0.8億円 (棚卸資産減失・原状復旧費用・営業休止期間中の固定費等)
- 不動産事業
・1.1億円 (設備修繕・営業休止期間中の固定費等)

※参考 1～12月見込み 東日本大震災に伴う特別損失計上額
50億円 主な内訳

<項目別>

- 固定資産の除却・棚卸資産の減失
・12億円
- 災害資産の原状復旧費用
・20億円
- 操業・営業休止期間の固定費
・14億円
- その他震災に関する費用
・4億円

<セグメント別>

- 国内酒類事業
・46億円 (固定資産、棚卸資産減失・原状復旧費用・営業休止期間中の固定費等)
- 飲料事業
・0.9億円 (棚卸資産減失・資産撤去費用・営業休止期間中の固定費等)
- ポッカグループ
・0.5億円 (棚卸資産減失・その他震災に関連する費用等)
- 外食事業
・0.7億円 (棚卸資産減失・原状復旧費用・営業休止期間中の固定費等)
- 不動産事業
・1.0億円 (設備修繕・営業休止期間中の固定費等)

2. 各事業の状況

※各事業の採算状況につきましては、＜補足説明資料＞もご参照ください



SAPPORO

第3四半期 国内酒類事業(1)

業績ハイライト

東日本大震災の影響により売上高は減少。
設備費をはじめとするコスト削減もあり、
営業利益は前期並み。

事業計画のポイント:取組状況

1. 主力商品への経営資源集中によるブランド力強化

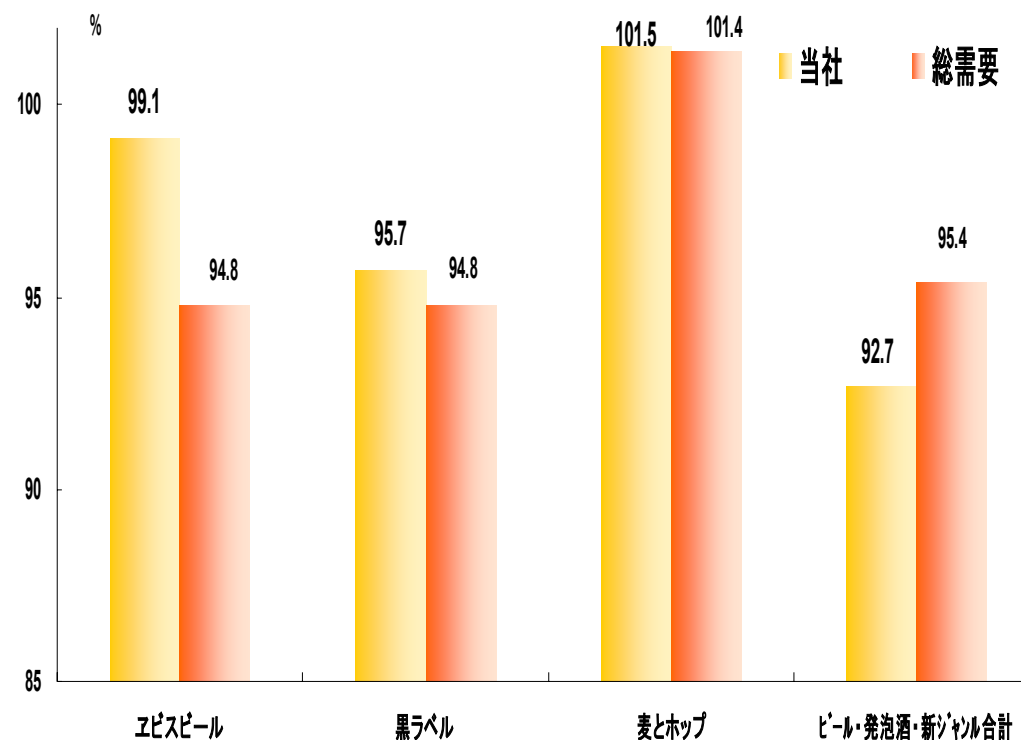
- 「エビスビール」「サッポロ生ビール黒ラベル」「麦とホップ」の主力3ブランドへ経営資源を集中しブランド力を強化
- 昨年同様、新商品発売をせず、主力3ブランドへ集中した結果、1-9月累計の主力3ブランド売上数量は総需要前年比を上回ったが、震災の影響によるブランドの絞込みもあり、当社ビール・発泡酒・新ジャンル合計販売数量は前年同期比92.7%と総需要95.4%に対して下回った。



単位:億円

	2010年度	2011年度	前期比	
			増減額	増減率
売上高	2,012	1,915	-97	-4.9%
営業利益	50	50	-0	-0.3%

1-9月累計売上数量 前期比
(エビスビール & 黒ラベルはビール総需要: 麦とホップは新ジャンル総需要)





SAPPORO

第3四半期 国内酒類事業(2)

事業計画のポイント:取組状況

2. 拡大分野での成長の布石

ノンアルコールビールテイスト飲料への取り組み

- 3/16 <プレミアムアルコールフリー>新発売
 - ・震災直後で、殆どの販売促進策を自粛したにもかかわらず、当初より計画を上回り、
年初計画2倍の120万函へ上方修正(大瓶換算)
 - ・9月末の累計実績で約85万函
 - ・修正年間計画120万函は、達成可能



低アルコール飲料への取り組み

- 2月<サッポロ ネクターカクテルクリーミーピーチ>数量限定発売
- 4月<サッポロ ネクターサワースパークリングピーチ>リニューアル
- 5月<トライアングル ジンジャーハイボール>缶発売
- 7月<サッポロ ネクターサワースパークリングマンゴー>数量限定発売
- 9月<サッポロ ネクターサワースパークリング ラ・フランス >数量限定発売



3. 経営基盤強化の取組

コスト構造改革の取組

- 経営主導のプロジェクト推進によるコスト構造改革で、2011年から2013年にて、30億円のコスト削減を目標に取り組み中
- 震災の影響による減収もあるため、コスト削減を目標に対して前倒しで取組み、設備費をはじめとした固定費で前期より大幅な削減を達成



SAPPORO

第3四半期 国内酒類事業(3)

第3四半期 取組状況：拡大分野での成長の布石

- 韓国最大の食品メーカーCJ(チエルジェダン)社と販売委託契約締結
＜CJホンガ(本家)・マッコリ＞を7/13より業務用市場にて販売開始
- 世界NO. 1ラムブランド等をバカルディジャパン社と業務提携契約締結
下記の主要ブランド等を10/1より発売開始

●今期の業績には見込まず



- 29ブランド90アイテムを販売
- 洋酒ブランドを拡大し、ワイン・焼酎などと並ぶ収益の柱へ
- 2016年洋酒売上高目標 100億円
- 今期の業績には見込まず

バカルディ



販売量・販売金額
世界No. 1
ラムブランド

ボンベイ・サファイア



販売金額
世界No. 1
ジンブランド

グレイグース



販売量・販売金額
世界No. 1
スーパープレミアム
ウォッカブランド

マルティーニ



販売量・販売金額
世界No. 1
イタリアンスパークリング
ワインブランド

デュワーズ



販売量・販売金額
アメリカNo. 1
スコッチウイスキー
ブランド



SAPPORO

第3四半期 国際酒類事業(1)

業績ハイライト

北米事業を中心に現地通貨建では伸張したものの、円高による減殺で売上高は前期並み。

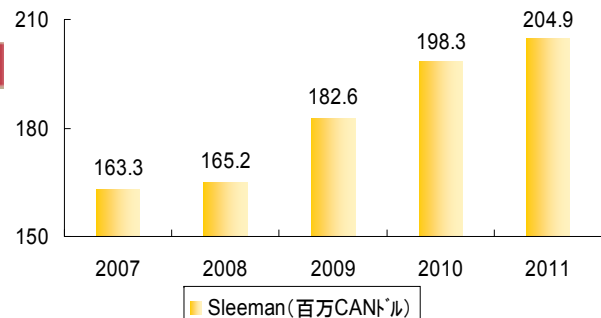
営業利益は、北米他で増益したが、ベトナムでの先行投資費用6億円もあり前期並みにとどまった。

事業計画のポイント:取組状況

単位:億円

	2010年度	2011年度	前期比	
			増減額	増減率
売上高	195	194	-0	-0.5%
営業利益	5	5	0	1.4%
(北米他)	7	12	5	64.2%
(ベトナム)	-1	-6	-5	—

1. 北米での事業成長 現地通貨売上高の推移(1-9月)

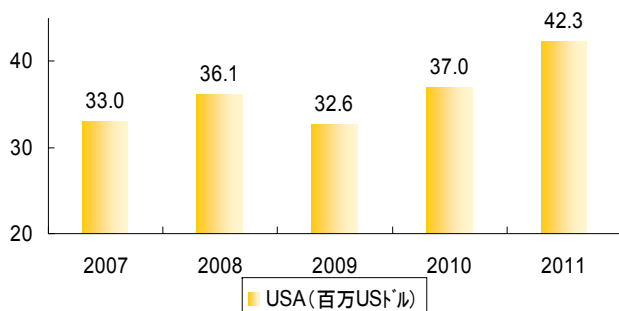


<スリーマン(カナダ)>

- 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
 - ・ カナダ総需要前期比を上回るパフォーマンス

(1-9月) 5期連続で前期を上回る売上数量!

売上数量前年比	10年	11年
Sleemanブランド	106%	107%
カナダ総需要	100%	98%



<サッポロUSA(米国)>

- 日系市場ベースに米国一般市場、米国アジア系市場への拡大
 - ・ 米国アジア系市場では、前年比10%以上増

(1-9月) 2010年に続き2011年も、米国輸入総需要を上回るパフォーマンス!

売上数量前年比	10年	11年
USA社	115%	105%
米国輸入ビール総需要	98%	102%



SAPPORO

第3四半期 国際酒類事業(2)

事業計画のポイント:取組状況

2. アジア市場(含むオセアニア)での展開

<ベトナムでの事業展開>

- 11月24日竣工式に向けて順調に進捗
- 8月に仕込を開始、順次発酵、熟成工程へと進捗
- 年内に現地産ビール販売開始

<シンガポールでの事業展開>



- ポッカとの連携にて家庭用市場で輸出ビールの販路拡大
(シンガポールにて緑茶系飲料 約70% シェアトップ)
- 販売目標2014年10万箱 (大瓶換算)

<韓国での事業展開>

- 提携したメイル乳業社(メイル乳業社 チーズ・低脂肪乳・チルド珈琲等 韓国シェアトップ)との連携にて家庭用及び業務用市場へ輸出ビール販売開始
- 販売目標2015年150万箱(350ml×24本換算)輸入ブランドNO.1を目指す

<オセアニアでの事業展開>

- ライセンス契約したクーパーズ社(オーストラリア市場シェア3位・プレミアム市場シェア17.3%で2位)を通じ10月よりオーストラリア・ニュージーランドのプレミアム市場に本格参入 日本ビールブランドNO.1を目指す 今期の業績には見込まず
- 販売目標2012年16万箱 2016年50万箱(355ml×24本換算)

<ベトナム 工場:現況>



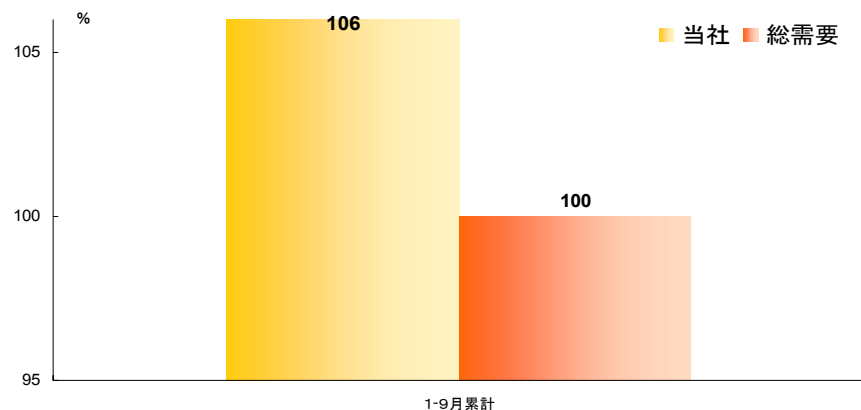


SAPPORO

第3四半期 飲料事業

業績ハイライト

震災の影響により需要が拡大した一方、昨年の猛暑の反動もあって国内市場が伸び悩む中、当社は、対前期比で大幅な売上数量増加。当期より発生したのれん償却費は累計で4億円。



事業計画のポイント:取組状況

<ブランドの強化・育成>

➤ 基軸ブランドへのマーケティング投資と営業力の集中

- ・「Ribbon」 前年同期比 **99%**
- ・「がぶ飲み」 前年同期比 **107%**
- ・「ゲロルシュタイナー」 前年同期比 **105%**

➤ 新価値商品の創出

- ・「おいしい炭酸水」「素のままづくり」



単位:億円

	前期比		増減額	増減率
	2010年度	2011年度		
売上高	254	284	30	11.9%
営業利益 (のれん償却前 営業利益)	13 13	10 14	-2 1	-19.8% 5.9%

※本年より<食品事業>のセグメント区分は、<飲料事業>より<その他>に変更

協同乳業社とのシナジー創出

- 初のコラボレート商品「朝食フルーツ」発売(4月)
- ・量販店にて共同販促を実施



ポッカ社とのシナジー効果

- 1~9月累計で261百万円のシナジー効果
- ・共同調達及び受託製造によるシナジー



SAPPORO

業績ハイライト

新規連結のため前期比較は出来ないが、下記参考数値で比較すると、
売上高は、シンガポールの旧正月前の需要期ずれによる、
飲料水・食品(海外)の減収を除き各事業にて増収。
営業利益は、飲料水・食品(国内)が増益に大きく寄与。

参考: 4-9月セグメント別売上高・合計営業利益 前期対比

※2011年4-9月の売上高
グループ間取引消去額は
10億円。

グループ間取引消去前

単位: 億円

	2010年度	2011年度	前期比	
			増減額	増減率
飲料水食品(国内)	383	383	0	0.2%
飲料水食品(海外)	52	50	-1	-3.6%
外食(国内)	27	30	2	9.2%
外食(海外)	21	23	1	7.6%
その他事業	49	51	1	3.3%
ポッカ全社	-29	-29	-0	—
売上高合計	505	※509	4	0.9%
営業利益合計	21	24	2	12.6%

第3四半期 ポッカグループ(1) 第2四半期より新規連結

単位: 億円

前期比

	2010年度	2011年度 4-9月※	増減額	増減率
売上高	—	499	499	—
営業利益 (のれん償却前 営業利益)	— —	17 24	17 24	— —

※第2四半期以降、増益の項目を連結開始。



SAPPORO

第3四半期 ポッカグループ(2) 新規連結

事業計画のポイント:取組状況

飲料水及び食品事業(国内):(株)ポッカコーポレーション、自販機オペレータ 計6社

1. 飲料事業

- 中核ブランドへの集中投資
「キレートレモン」
 - ・発売10周年販促施策の実施
 - ・新製品「キレートレモン爽快スパークリング」投入
- コーヒー「プロモーション缶」の投入、厳選微糖好調



2. 食品事業

- 育成ブランドへの集中投資
 - ・韓国スープ「韓湯美味」のTVCM投下
- 「ポッカレモン100」
 - ・朝の利用シーンを訴求
 - ・レモンの魅力を伝える新キャラクター「レモンじゃ」起用



3. コスト削減への取り組み

- 競争購買等による原価削減、固定費の削減

4. 製造ラインの新設

- 群馬工場にカップスープラインを新設
 - ・スープ需要期でも安定供給



サッポロ飲料社とのシナジー効果

- 4～9月累計で240百万円のシナジー効果
 - ・共同調達及び受託製造によるシナジー



SAPPORO

第3四半期 ポッカグループ(3) 新規連結

事業計画のポイント:取組状況

■飲料水及び食品事業(海外):ポッカコーポレーション・シンガポール

旧正月の期ずれの影響で2月の市場が冷え込んだ。

3月以降は持ち直したものの当期(2011.2~7月を連結)では減収

1. 生産能力の向上

- 自社生産比率を高め、生産効率アップ

2. SCM機能強化

- 配送費、倉庫費の減少
- 在庫圧縮

炭酸ラインの増設

10月よりテスト稼働開始



■その他の事業

・アイスクリーム事業

「フォーモストブルーシール」(沖縄)



■外食事業(国内): (株)ポッカクリエイト

1. 既存店の好調、新規出店計画の進捗で増収

- 店舗数: 159店 (関東104/東海31/関西21/九州3) (2011/10月現在)
- 新規出店計画=年間15店舗 (直営4/FC11)
- 効果的な改装計画でブランドを強化中



2. 収益率向上への施策が奏功し増益

- 原価率の改善
- 不採算店の整理による収益改善

■外食事業(海外):ポッカ香港/ポッカフードシンガポール

- ・原発事故の影響により売り上げダウンはあったものの、影響は軽微。特に香港は既存店、新店ともに業績好調

- 店舗数: 合計40店 (2011/9月末現在)
香港 29店、シンガポール 10店、マカオ 1店
- 当期(2011.2~7月期)新規出店
香港「味吉」1店





SAPPORO

第3四半期 外食事業

業績ハイライト

東日本大震災後、個人消費が急激に減速。その後、回復傾向にあるものの、競争環境の激化など依然厳しい経営環境。

1～3月既存店売上前年同期比83.9%、4～6月92.4%から、7～9月では、95.9%まで回復したものの、第3四半期累計で91.2%にとどまった。不採算店舗の閉鎖やコスト削減に加え、新規店の利益寄与により、営業利益は前期並み。

単位: 億円

	2010年度	2011年度	前期比	
			増減額	増減率
売上高	201	178	-22	-11.1%
営業利益	0	-0	-1	—

事業計画のポイント: 取組状況

1. 成長への取組

<出店戦略>

- 国内酒類事業とのシナジー: <エビスバー>展開
 - ・ 大阪梅田3号店、東京ドームシティ4号店、神楽坂5号店を出店
- <銀座ライオン>の店舗展開
 - ・ 札幌に小型「ブラッスリー銀座ライオン」出店
- 他3店出店 第3四半期累計 出店合計 7店舗出店
 - ・ いずれの店舗も売上は、計画通り好調に推移

2. 収益構造改革

- 第3四半期累計 閉鎖店: 6店舗閉鎖
- 第3四半期末店舗数: 195店舗





SAPPORO

第3四半期 不動産事業(1)

単位: 億円

業績ハイライト

首都圏オフィス賃貸市場の賃料水準が、下落傾向が続く中、引き続き安定した収益体質を維持。

事業計画重点ポイント: 取組状況

	2010年度	2011年度	前期比	
			増減額	増減率
売上高	172	166	-6	-3.9%
営業利益	55	64	8	16.3%

1. 保有物件の価値向上

- 適正な賃料水準の実現
- 保有物件の再開発
 - 星和恵比寿ビルの建替えに向けたテナントとの交渉継続(2010年平均稼働率99%より77%へ 退去開始)
- 高稼働率維持
 - 都心5区オフィス賃貸物件の9月末稼働率91%程度に対して当社都内の主要物件は右記の通り

(9月30日現在)

都内23区主な賃貸物件	敷地面積 (㎡)	延床面積 (㎡)	稼働率 (%)	階数
恵比寿ガーデンプレイス ⁽¹⁾	56,943	298,007	93%	地下5階付40階建
星和恵比寿ビル	2,617	10,400	77%	地下1階付6階建
恵比寿スクエア	1,561	9,126	90%	地下1階付7階建
渋谷桜丘スクエア	1,200	9,268	100%	地下1階付10階建
サッポロ銀座ビル	530	4,232	96%	地下4階付10階建
ストラータ銀座 ⁽²⁾	1,117	11,411	100%	地下1階付13階建

敷地面積は<公募面積>、延床面積は<建築確認面積>で記載

稼働率は、1～9月<期中平均>にて記載

2. 成長への取組

- 新規物件取得
 - 2月賃貸住宅<ストーリーア白金台>取得

(1): 100%持分にて記載。当社持分は85%(共有持分)。「階数」はオフィス棟部分のみ、「稼働率」は、オフィス区画にて記載

(2): 100%持分にて記載。当社持分は、土地922㎡(区分所有)、建物89.72%(共有持分)

不動産事業における所在地等の詳細については下記リンクをご参照下さい
(<http://www.yebisu-gp.jp/business/index.html>)



SAPPORO

第3四半期 不動産事業(2)

当社不動産事業の概要

- 当社の不動産事業においては、営業利益の大半が不動産賃貸事業からの収益
 - 不動産賃貸事業の対象資産は、概ね都心5区の物件により構成(前頁参照)
- 成長への取り組みとして、新規物件の取得を実施
- 再開発による既存物件のバリューアップを本年、星和恵比寿ビルより着手

営業利益

単位: 億円

	10年 1-9月	11年 1-9月	増減	10年 通期	11年通期 修正予想	増減
不動産賃貸事業						
都内23区	47	55	7	67	71	4
其他地区	6	6	0	8	8	-0
不動産賃貸事業 合計	54	62	8	75	79	3
不動産販売	1	4	2	5	4	-1
その他事業※	-0	-2	-1	-1	-3	-2
合計	55	64	8	80	80	0

※「その他事業」には、間接部門が含まれます

EBITDA

単位: 億円

	10年 1-9月	11年 1-9月	増減	10年 通期	11年通期 修正予想	増減
不動産賃貸事業						
都内23区	85	80	-5	114	105	-9
其他地区	11	12	0	15	15	0
不動産賃貸事業合 計	97	92	-4	129	121	-8
不動産販売	1	4	2	5	4	-1
その他事業※	1	-0	-1	1	-0	-2
合計	100	97	-3	136	125	-11

EBITDAは、「営業利益+減価償却費」にて算出

※「その他事業」には、間接部門が含まれます

3. 成長戦略と今後の方針



SAPPORO

成長戦略: 国際展開の考え方

オーガニック成長や現地企業との提携を中心に独自の国際戦略を着実に展開

独自の展開エリア戦略

- 北米とアジア・オセアニアの2極にドメインを置くエリア戦略
 - ・ オーガニック成長や現地企業との提携により、両地域でバランスのとれた成長を実現



ポッカ社とのシナジーの追求を軸とした東南アジア事業基盤の強化

- シンガポールでの高いブランド知名度・販売チャネルを活用したサッポロ商品(現時点では『黒ラベル』)の拡販
 - ・ 販売数量ベースで既に一定の実績
- 2011年秋を予定しているベトナム工場の稼働後は、シンガポール以外の東南アジア諸国においても、ポッカ社の有する販売ネットワークを通じてサッポロ商品を販売する予定

「サッポロ」ブランドの浸透を目的とした買収・提携戦略

- あくまでもプレミアム商品への特化を軸とした国際展開を志向
- 直近の事例: オセアニアにおけるCoopers Breweryとの業務提携(サッポロブランド商品のライセンス生産・販売10月に開始)
 - ・ 豪州に製造拠点を持つことにより、アジア全体でのブランド確立を促進



SAPPORO

成長戦略: 国内事業における取り組み

プレミアムアセットの活用に経営資源を集中し、安定収益源の収益力強化を目指す

ブランドの絞込み及び『プレミアム』ブランドへの投資の集中

- ビール類で売上函数の3/4を占める『エビス』『サッポロ生ビール黒ラベル』『麦とホップ』に戦略的に経営資源を集中
- P9の通り、主要3ブランドの本年1-9月売上数量は、総需要を上回りシェアアップを達成

主要3ブランド



黒ラベル

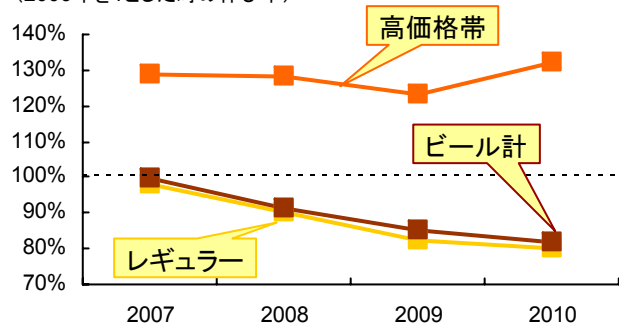


エビス



麦とホップ

「高価格帯ビール」と「レギュラービール」の推移 (2006年を1とした時の伸び率)



ポッカ社とのシナジーの追求を通じた飲料／食品／外食事業の強化

- ポッカ社が強みを有する商品分野／業態から得られたノウハウのグループ内への展開
 - ・ スープブランドの取得による食品事業強化
- ポッカ社が保有する自販機を通じたサッポロ飲料商品の拡販
- サッポロ飲料での取り組みをポッカ社飲料事業に適用拡大することによる収益性向上
 - ・ 品目数の絞込み及び投資の集中 等

ポッカ社が有するブランド(一部)



スープ
(じゅくりコトコト)

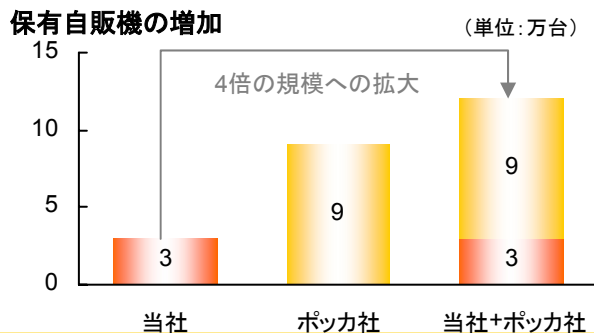


キレートレモン



ポッカコーヒー

保有自販機の増加



『プレミアム』保有不動産の活用

- 国内不動産でも有数の価値を持つ『銀座』、『恵比寿』を中心とした優良物件の保有
- 保有不動産のバリューアップ(内部成長)及び新規物件の取得(外部成長)を通して、安定的な収益体制の維持・強化を実現

主要な保有不動産



恵比寿ガーデンプレイス



サッポロ銀座ビル

- 都心一等地に位置する当社保有不動産

- ・ 保有賃貸用不動産の含み益は2010年12月末時点において約1,400億円

2010年末の連結貸借対照表計上額 約1,730億円
2010年末の時価 約3,130億円



SAPPORO

成長戦略と今後の方針

戦略投資実績 第3四半期

<(株)ポッカコーポレーションとの経営統合に伴う追加株式取得>

- 3月29日に株式を追加取得 連結子会社化(取得後86.8%保有)
- 追加取得に伴う投資は、取得原価224億円+NET金融負債82億円で投資額合計は306億円
- 4月以降も株式を追加取得 取得原価52億円
(取得後98.6%保有 9/30現在)
- 投資合計は358億円(第3四半期投資合計額※21.4%取得投資額除く)

<サッポロ飲料(株)のCB買取に伴う株式取得>

- 4月28日にクレセントパートナーズ所有の発行済みCBを株式転換後を買取
- 取得に伴う投資は、買取価額108億円-株式発行価額38億円で投資額合計は71億円

<設備投資(支払ベース)> 連結合計で104億円

- 内訳: 国内酒類21億円・国際酒類25億円・ポッカグループ12億円
不動産40億円 等

<その他投資> 連結合計で14億円

- 内訳: 国内酒類 等

<第3四半期 戦略投資実績 合計(経常設備投資含む)>

- 547億円

長期戦略投資の方向性

- 2016年目標の経営指標D/Eレシオ1倍程度を念頭においた上の投資計画とする
- 引き続き、成長を目指し、積極的に成長戦略投資を実施
- 2011年戦略投資額は、当初計画の635億円から644億円へ修正
- 2012年から2016年の戦略投資規模としては、1,500億円~2,000億円を想定
 - 経常設備投資(戦略投資規模の約半分)を含む
- 上記の目標の経営指標を超えるような投資が成長戦略上必要となった場合、保有不動産の一部の流動化も検討

ポッカ社との経営統合に伴う投資 総合計

- 9月末98.6%までの株式取得原価:351億円(既取得済21.4%含む)
- NET金融負債:82億円
- リース債務:104億円
- 投資合計は537億円
- 年間のポッカ社EBITDA:約100億円
- EBITDA マルチプル:約5.4倍

4.(参考) 2011年度通期見通し

※2011年度通期見通しは、6/30発表の通期の見通しより変更なし。

6/30発表の＜連結通期業績予想 説明資料＞もご参照ください。



SAPPORO

2011年度通期業績予想(対前期)-連結-

売上高は、国内酒類事業・外食事業の東日本大震災によるマイナス影響を国際酒類事業・飲料事業の好調と、ポッカグループ連結化により、連結合計で増収と見込んだ。

営業利益は、ポッカグループ新規連結に加え、国内酒類事業の増益も見込み、対前年比25億円の増益、経常利益も5期連続の増益の見通し。

本年は、前年の資産売却による81億円の特別損益の減少に加え、特別損失に資産除去債務による損失10億円、災害による損失50億円等を見込んだこともあり、当期利益は80億円減益の見通し。

単位: 億円

※3/29に(株)ポッカコーポレーションの株式追加取得
第2四半期以降、損益の項目を連結

	2010年度 実績	2011年度 修正予想	前期比	
			増減額	増減率
連結売上高	3,892	4,620	727	18.7%
連結営業利益	154	180	25	16.9%
連結経常利益	143	155	11	8.2%
連結当期純利益	107	27	-80	-74.9%



SAPPORO

2011年度通期業績予想(対前期) 営業利益 -セグメント別-

ポッカグループ新規連結に加え、国際酒類事業の＜ベトナム先行投資費用＞と飲料事業の＜のれん償却6億円＞を除けば、外食事業以外のセグメントは増益の見込。震災に伴う操業・営業休止期間中の固定費の特別損失振替は国内酒類事業の12億円等で連結合計で14億円の見込み。

営業利益

	2010年度 実績	2011年度 修正予想	前期比	
			増減額	増減率
国内酒類事業	92	98	5	6.1%
国際酒類事業 (北米他) (ベトナム)	5	1	-4	-80.1%
	8	14	6	66.1%
	-3	-13	-10	—
飲料事業	12	10	-2	-22.3%
ポッカグループ	—	25	25	—
外食事業	1	0	-1	-100.0%
不動産事業	80	80	0	0.0%
その他事業	-7	-4	3	—
全社	-30	-30	0	—
連結営業利益	154	180	25	16.9%

単位: 億円