

2015年度 第3四半期 決算説明資料

2015年11月6日

サッポロホールディングス株式会社

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

目次

1. 2015年度 第3四半期 トピックス

2. 2015年度 第3四半期 決算概況

3. 2015年度 通期 業績予想修正について

参考資料： 決算補足及びデータ

1. 2015年度 第3四半期 トピックス



SAPPORO

2015年度 第3四半期 ～グループトピックス～

連結決算：営業利益▲22億円減益（前期比）

（億円）	前 期	当 期	差異
売上高	3,793	3,881	87
営業利益	82	59	▲22
経常利益	76	49	▲27
当期利益	▲66	19	85

- 国内酒類事業でビール類売上数量が前期比93%と減少、営業利益は前期比▲29億円
- 一方で、国内飲料は売上数量前期比102%と好調、YGP稼働率も年内99%の見込みとなり、収益力回復
- 国内酒類以外の事業は、第3Qのみでは増益を果たすが、穴を埋めるには至らなかった

「強み」の伸長

- 「黒ラベル」の＜生のうまさ＞を訴えブランド価値を再構築、缶製品が前期比107%で推移
- 強みのレモン飲料、コーヒー飲料は各施策が奏功し、前期比それぞれ129%、103%と好調

成長戦略

- 輸入ワイン「トレジャリー・ワイン・エステーツ・ジャパン社」製品、シャンパン「テタンジェ」、販売開始
- ベトナムビール事業は11月に味・パッケージをリニューアル、新たな戦略で市場に挑む
- 「恵比寿ガーデンプレイス」商業エリアリニューアル、銀座5丁目工事も順調に進捗、確実な収益源に

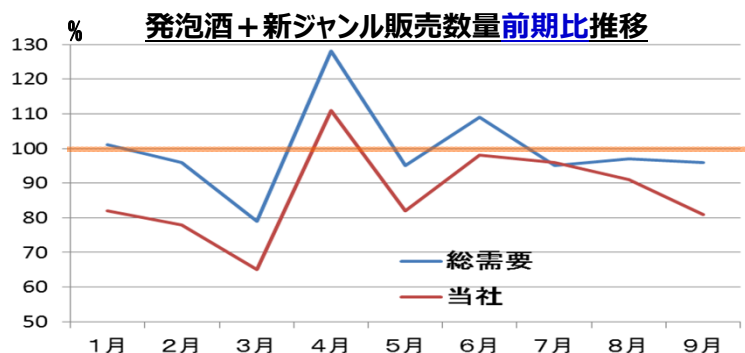
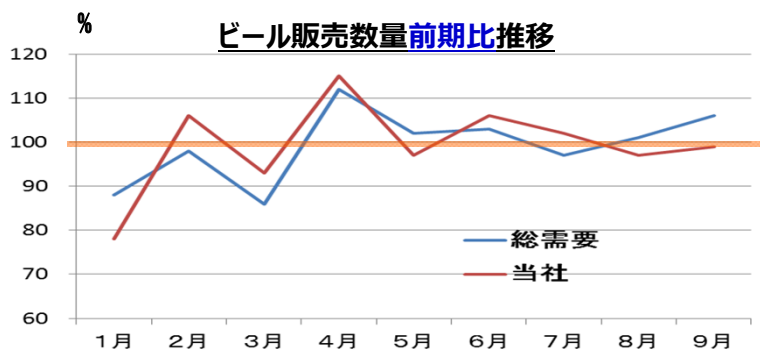


SAPPORO

2015年度 第3四半期 事業別トピックス (1)

国内酒類事業

▶ ビール類販売数量 前期比93% (総需要 99%) – 発泡酒・新ジャンルでの競争激化



国内ビール事業

＜ビール＞ 1～9月 前期比100% (総需要99%)

- ▶ 「黒ラベル」店頭カバー率アップ、缶製品が前期比107%、「黒ラベル」計99%
- ▶ 「パーフェクト黒ラベルアンテナショップ」東京・大阪店で展開、ブランドイメージUP
- ▶ 1～9月ビール構成比(数量) '14年・54%→'15年・57%



＜発泡酒+新ジャンル＞ 1～9月 前期比86% (総需要98%)

- ▶ 競合他社からの新製品増加、競争激化
- ▶ 「極ZERO」1～9月販売数量293万函(前期:発泡酒+新ジャンル445万函)
- ▶ 「麦とホップ The gold」年初リニューアル等の施策が不発、前期比90%



＜ビール類1～9月売上金額(酒税込み)＞

(億円)	2014年	2015年	増減
ビール	1,120	1,117	▲3
発泡酒	87	137	49
新ジャンル	513	388	▲124
合計	1,721	1,642	▲78

＜国内ビール類「販売数量年間見通し」の修正＞

(単位: 万函)

	平成27年度見通し		差異	平成26年度	前年比
	年初計画	修正後			
サッポロ生ビール黒ラベル	1,600	1,600	—	1,615	99%
エビス計	1,000	970	▲30	964	101%
①ビール計	2,918	2,930	12	2,896	101%
②発泡酒計	641	490	▲151	387	127%
③新ジャンル計	1,791	1,610	▲181	1,956	82%
ビール・発泡酒・新ジャンル合計(①+②+③)	5,350	5,030	▲320	5,238	96%

2015年度 第3四半期 事業別トピックス (2)

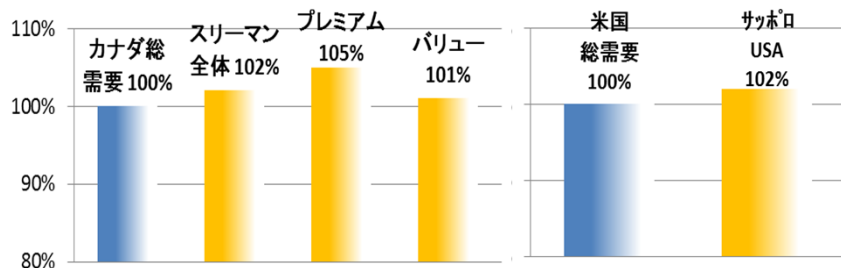
国際事業

北米ビール事業は堅調、ベトナムは競争激化、戦略見直しへ

北米ビール事業

- プレミアム市場に注力、スリーマン、サッポロUSAともに売上は順調に拡大

北米ビール 1~9月売上数量前期比



ベトナムビール事業

ベトナム国内 1~9月売上数量の推移



- プレミアム市場への競争参入もあり、ビール市場は競争激化
- 年初計画を下方修正
- 本格参入から3年半経過、経験を活かして11月からリニューアル、販路拡大を目指す

リニューアルのポイント：新規性を打ち出すとともにベトナム人の嗜好をより反映

- 味：当社特長の「味わい」を残し、「飲みやすさ」を追求
- パッケージ：ブランドカラーをシルバーにして、グローバルデザインに統一
ブランドタグラインに「Japan's Promise」を採用
- 価格：プレミアムカテゴリーでの競争力を考慮した価格帯へ

米国飲料事業

- 「カントリーピュアフーズ」を2月より新規連結
- 「シルバースプリングシトラス」社とのシナジー追求
- オレンジ果汁は高止まりだが、取引見直し・価格改定を実施し、歯止めをかける

【旧商品群】



【新商品群】



2015年度 第3四半期 事業別トピックス (3)

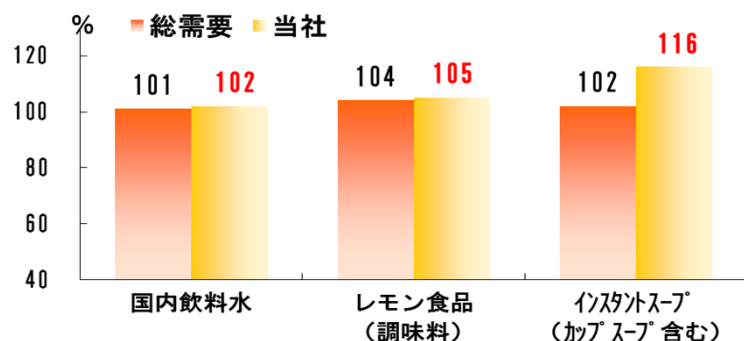
食品・飲料事業

➤ **国内飲料売上数量は前期比102%(総需要101%)、国内食品、海外飲料も前期比プラス**

国内食品・飲料事業

▶ **強みのレモン飲料、スープが牽引、売上高は前期比105%**

国内食品・飲料 1～9月累計 売上数量 (前期比)



※総需要データ 出典：インタージ SRI「SM」「CVS」業態計
レモン食品市場 (当社定義) インスタントスープ市場 2015年1月～9月累計販売金額前年比

＜国内飲料＞売上数量 3,377万函 (前期比102%)

➤ **レモン飲料**：大人の女性をターゲットに、「キレートレモンエナジエ」「キレートレモンインナーボーテ」投入 **前期比129%**

➤ **コーヒー飲料**：自販機向け商品価格見直し、好調に推移 **前期比103%**

＜国内食品＞

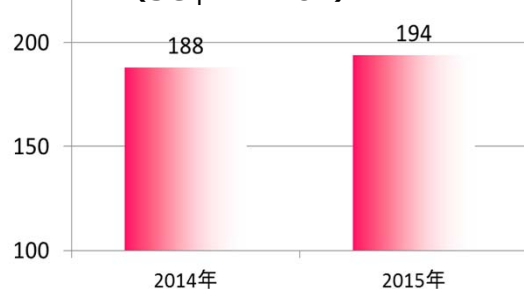
➤ **インスタントスープ**：「じっくりコトコト」シリーズを秋冬シーズンに向けリニューアルし差別化、**前期比116%**



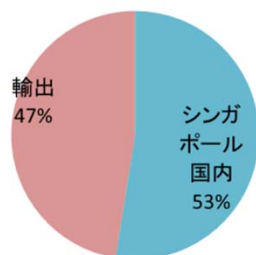
海外飲料事業

▶ **海外売上高前期比103% (シンガポールドル建て) と堅調**

海外飲料 1～9月累計 売上金額 (SG\$ million)



POKKAブランド 1～9月累計 売上高比率



売上拡大に向け製造体制を拡充

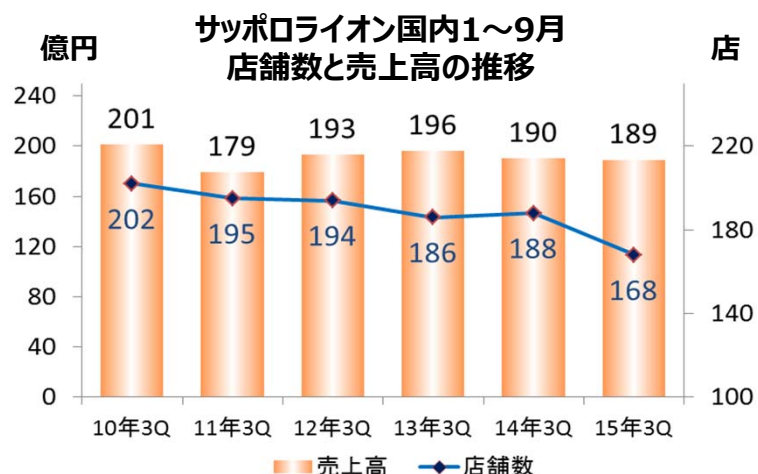
拠点	製造開始	概要	ハラル認証
シンガポール	1977年	自社工場	○
マレーシア①	1993年	現地企業と合併	○
マレーシア②	2014年	自社工場	○
インドネシア	2016年夏予定	現地企業と合併	
ミャンマー	2016年夏予定	ライセンス生産	

2015年度 第3四半期 事業別トピックス (4)

外食事業

➤ 国内外食売上高は、不採算店舗圧縮を進める中で前年並みの売上を維持

国内外食事業



■ 「サッポロライオン」既存店売上 前期比104%

- 1~9月新規1店、業態転換・改装5店
- 原材料費、人件費の高騰と厳しい環境、不採算店舗を閉店、高収益化を進める
- 好立地をおさえ、第4Qは新業態1店含む4店舗の出店を計画

4月オープン
「ガーデンテラスライオン」
立命館大学いばらきキャンパス
(大阪府茨木市)



海外外食事業

「GINZA LION BEER HALL」シンガポール2店舗にて
SAPPOROブランドのうまさを伝道

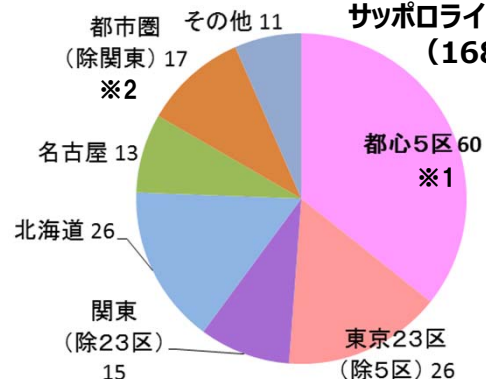
第1号「ロディック」店



第2号「サンテック」店



サッポロライオン店舗展開
(168店舗)



- 首都圏を中心に好立地への店舗展開
- 「銀座ライオン」「エビスバー」ブランド主体に拡大を図る

※1: 中央、千代田、港、新宿、渋谷区
※2: 仙台、京都、大阪、神戸、福岡

2015年度 第3四半期 事業別トピックス (5)

不動産事業

➤ 恵比寿ガーデンプレイスはオフィス稼働率回復、街の魅力アップのためリニューアル進める

<恵比寿ガーデンプレイス>

- 大型テナント退去後のリーシングは完了
- バリューアップ推進
 - B1F「**グラススクエア**」飲食エリアを6月にリニューアルオープン
 - 38・39F飲食フロアもリニューアルを計画

「恵比寿ガーデンプレイス」オフィス平均稼働率推移（入居ベース）

'14年 1~2Q	'14年 3~4Q	'15年 1Q	'15年 2Q	'15年 3Q	'15年4Q 見込み
93%	77%	87%	91%	93%	99%

<銀座5丁目再開発計画>

- 2016年夏の開業をめざし、建築工事は順調に進捗
 - 銀座4丁目交差点のランドマーク、情報発信拠点となる商業施設へ
 - 地下2階11階建 **延床面積4,232㎡⇒7,382㎡**

「恵比寿ガーデンプレイス」



「銀座5丁目再開発計画」外観デザイン



主要物件概要・稼働率 : <1~9月平均・入居ベース>にて記載

都内23区主な賃貸物件	敷地面積 (㎡)	延床面積 (㎡)	平均稼働率 (%)	階数
恵比寿ガーデンプレイス ⁽¹⁾	56,943	298,007	90%	地下5階付40階建
恵比寿ファーストスクエア	2,596	15,496	100%	地下1階付12階建
恵比寿スクエア	1,561	9,126	100%	地下1階付7階建
ストラータ銀座 ⁽²⁾	1,116	11,411	100%	地下1階付13階建

敷地面積は<公簿面積>、延床面積は<建築確認面積>で記載

(1) : 「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）

<賃貸等不動産2014年12月末時点>

連結貸借対照表計上額 : 約2,078億円（※）

期末時価 : 約3,482億円

※ 2015年2月売却「渋谷桜丘スクエア」を含む
（売却時簿価約96億円）

2. 2015年度 第3四半期 決算概況



SAPPORO

2015年度 第3四半期 決算概況(1)

＜決算特殊要因（第2Qから項目に変更はありません）＞

(一：軽微)

事業セグメント	内容	売上高影響	営業利益影響
国内酒類事業	「ニュー三幸社」セグメントを変更 国内酒類事業⇒外食事業（前年遡及）	—	—
国際事業	「シルバースプリングスシトラス社」連結取り込み期間変更 従来、第3Qは前年10月～当年6月の9カ月間 ⇒ 当期 2014年10月～15年9月の12カ月間取り込み	約29億円 (内、為替4億円)	約▲1億円
国際事業	「カントリー ピュア フーズ社」新規連結 株式を取得した 2015年2月24日より連結開始	約106億円	
食品・飲料事業	海外外食事業を売却 2014年12月に 香港の外食事業 を売却	約▲40億円	—
外食事業	「ニュー三幸社」セグメントを変更 国内酒類事業⇒外食事業（前年遡及）	—	—
不動産事業	2014年12月に スポーツ事業 を売却	約▲8億円	約▲4億円
不動産事業	2014年12月に 一部賃貸物件 を売却 2015年2月に 「渋谷桜丘スクエア」 信託受益権を売却	約▲7億円	

＜為替の影響＞

期中平均レート（1～9月）

	2014年	2015年
US \$	102.94	120.99
CAN \$	94.11	96.08

	売上高	営業利益
国内酒類事業	—	▲2億円
国際事業	34億円	—
食品・飲料事業	10億円	—



SAPPORO

2015年度 第3四半期 決算概況(2)

売上高：対前年 増収

- ・国内酒類事業：ビール類の売上数量は発泡酒・新ジャンルでの競争激化のため前年同期を下回る。
- ・国際事業：「SSC社」の連結取り込み期間変更により12カ月分を連結、また、「CPF社」の新規連結を2月24日より開始したため。これに加え、為替の影響もあり、前年同期を大きく上回る。
- ・食品飲料事業：昨年12月、海外外食事業の売却があったが、国内食品飲料・海外飲料の増収のため、前年同期を上回る。

営業利益：対前年 減益

- ・国内酒類事業：固定費を中心にコスト削減を行ったが、ビール類の減収が響き減益
- ・食品・飲料事業：国内飲料、海外飲料の販売数量増加を受け増益
- ・外食事業：既存店舗の増収により増益

当期純利益：対前年 増益

特別利益：本年「渋谷桜丘スクエア」の信託受益権売却により売却益73億円計上

特別損失：前年「サッポロ銀座ビル」再開発に伴う解体・撤去費用等23億円と「極ZERO」税率区分変更に伴う酒税追加納付116億円を計上
 本年、遊休不動産、福利厚生施設等の減損損失33億円を計上

(単位：億円)

	2014年度 実績	2015年度 実績	前期比 (額/率)	
国内酒類事業	2,034	1,952	▲81	▲4.0%
国際事業	370	532	162	43.8%
食品・飲料事業	976	993	17	1.7%
外食事業	205	205	▲0	▲0.0%
不動産事業	162	152	▲10	▲6.3%
その他事業	44	44	0	0.8%
連結売上高	3,793	3,881	87	2.3%
のれん償却前営業利益	111	90	▲20	▲18.8%
国内酒類事業	59	30	▲29	▲49.5%
国際事業	▲0	▲0	0	—
北米他	16	15	▲0	▲1.2%
ベトナム	▲16	▲16	1	—
食品・飲料事業	▲12	▲5	7	—
外食事業	1	3	2	188.0%
不動産事業	62	61	▲1	▲1.8%
その他事業	2	0	▲1	▲64.5%
全社	▲29	▲30	▲1	—
連結営業利益	82	59	▲22	▲27.7%
連結経常利益	76	49	▲27	▲35.6%
連結四半期純利益	▲66	19	85	—



SAPPORO

2015年度 第3四半期 決算概況(3)

<売上高増減の主な要因>

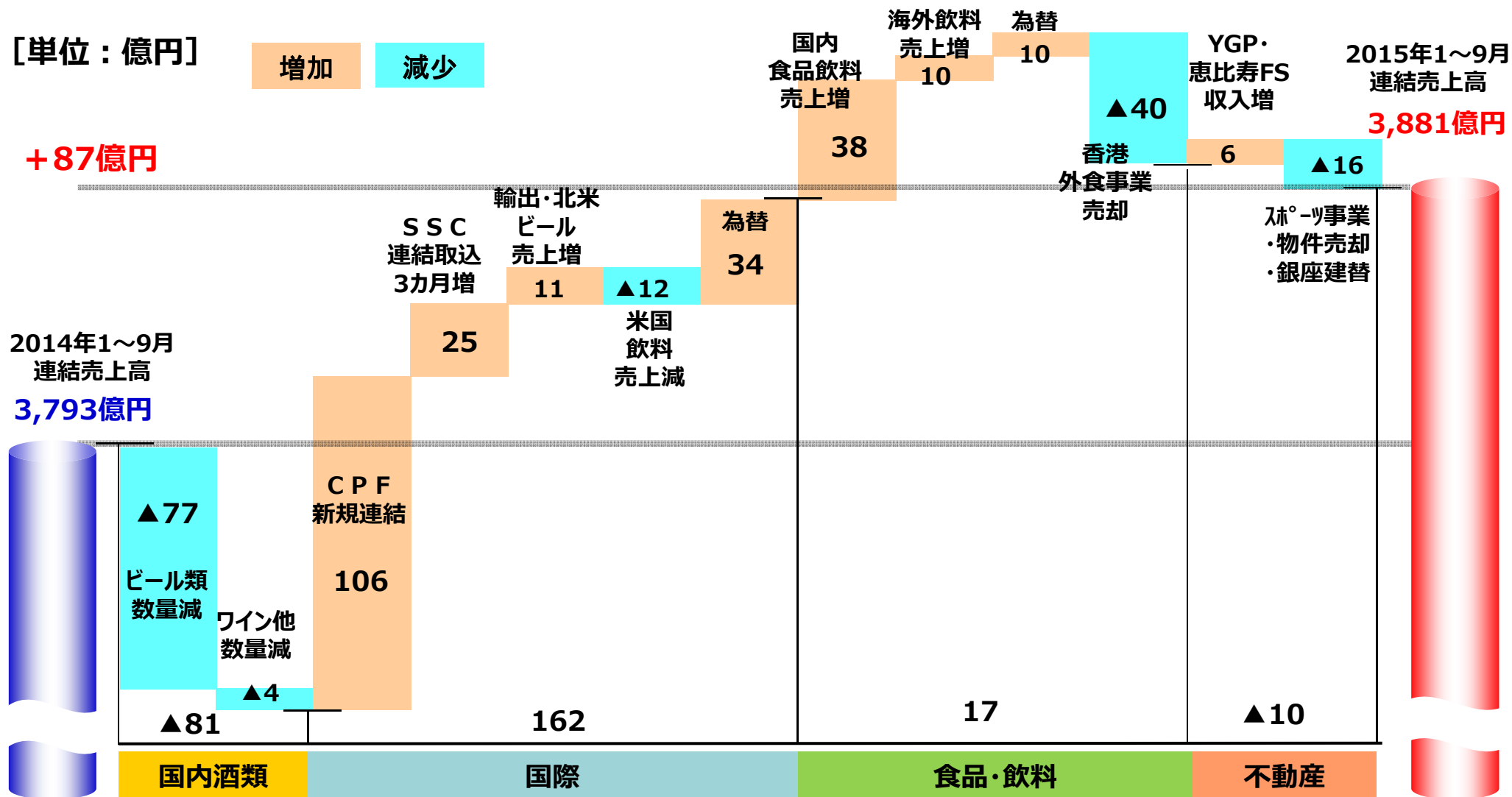
[単位：億円]

増加

減少

+87億円

2014年1～9月
連結売上高
3,793億円





SAPPORO

2015年度 第3四半期 決算概況(4)

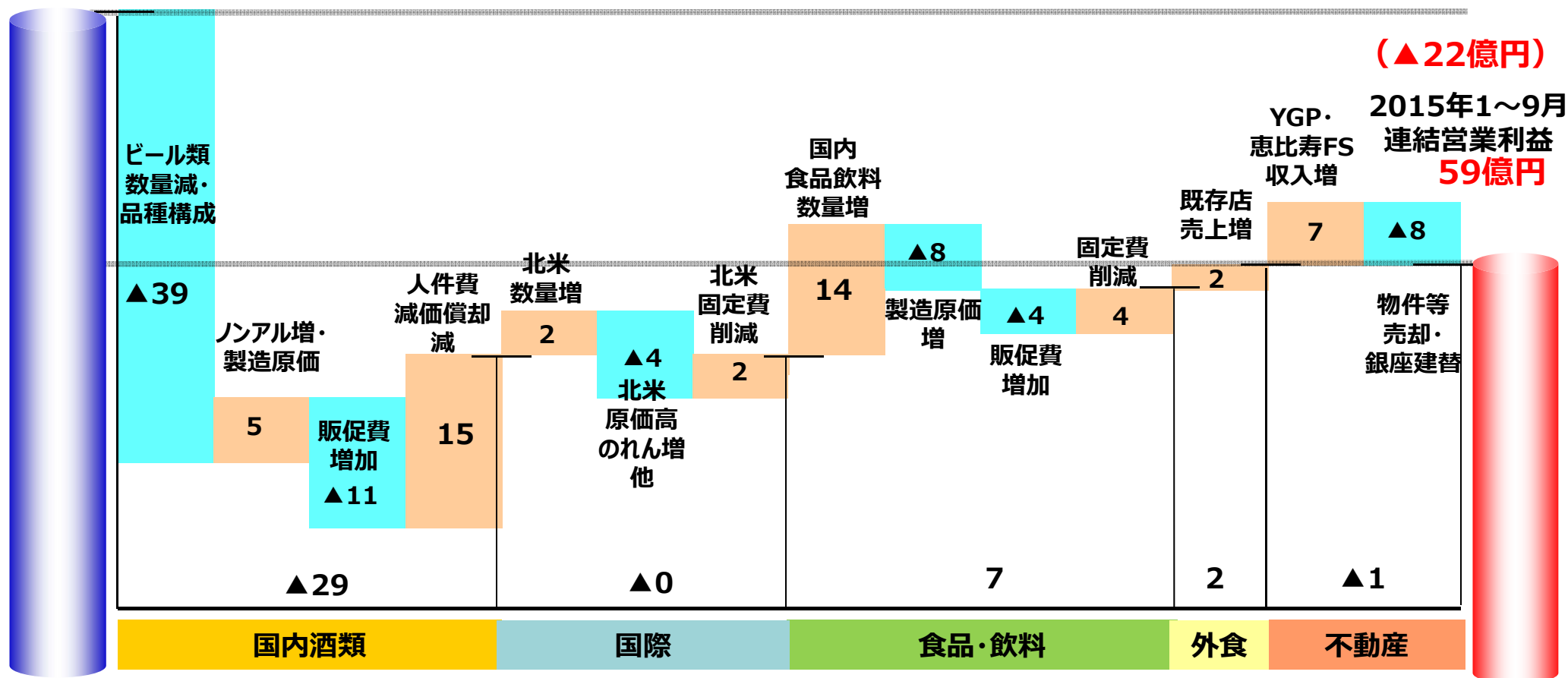
<営業利益増減の主な要因>

2014年1～9月
連結営業利益
82億円

[単位：億円]

増加

減少





SAPPORO

2015年度 第3四半期 決算概況(5)

戦略投資の進捗状況（支払ベース・経常設備投資含む）

① <設備投資・リース料> 連結合計で約 201 億円

- 有形固定資産・無形固定資産・リース料 等

<主な内訳>

- 千葉工場 瓶列更新・物流C建替（国内酒類） 約14億円
- 尾島工場 紙バックライン更新（国内酒類） 約3億円
- 名古屋工場 隣地購入・ライン更新（食品・飲料） 約6億円
- 銀座5丁目再開発計画 建築工事（不動産） 約40億円
- 恵比寿ファーストスクエア 工事残金（不動産） 約18億円
- 恵比寿ガーデンプレイスバリューアップ（不動産） 約22億円
- リース料（食品・飲料／他） 約23億円

② <その他投資> 連結合計で約 143 億円

- 長期前払費用・子会社株式・投資有価証券 等

<主な内訳>

- 長期前払費用（国内酒類/食品・飲料） 約45億円
- 子会社株式 約84億円（CPF取得 48億円 他）
- 投資有価証券等 約14億円

①+② <2015年1～9月 戦略投資実績 合計> (支払ベース・経常設備投資含む)

- 約 344 億円

長期戦略投資の方向性

- 引き続き、成長を目指し、積極的に成長戦略投資を実施
- **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（基本的に営業キャッシュフローの積み上げ）を想定**
- **1～9月戦略投資実績推移**
 - 経常設備投資（戦略投資規模の約半分）を含む
 - 2012年戦略投資実績：約564億円（通期約657億円）
 - 2013年戦略投資実績：約176億円（通期約235億円）
 - 2014年戦略投資実績：約217億円（通期約295億円）
 - **2015年戦略投資実績：約344億円（通期計画351億円）**
(通期計画内訳：設備投資198億円、その他の投資153億円)

ファイナンスの状況

- 9月に5年普通社債 100億円 年利0.33%で調達
- 格付 JCR：A－、R&I：BBB＋

3. 2015年度 通期業績予想修正



SAPPORO

2015年度 通期業績予想の修正

➤ 売上高：年初発表より▲110億円減少

- 国内酒類事業：ビール類の年間販売数量見通しを下方修正しました。
これに伴い、年間売上高見通しが▲132億円減少する見込みです。
- 国際事業：米国飲料事業にて、「SSC社」の連結取り込み期間変更により、本年は2014年10月～2015年12月までの15カ月分を連結します。
また、「CPF社」の新規連結が、見込みより1カ月早まりました。
一方で、ベトナム事業のビール年間販売数量見通しを下方修正しました。
これに伴い年間売上高見通しが22億円増加する見込みです。

➤ 営業利益：年初発表より▲20億円減少

- 国内酒類事業：ビール類の販売数量修正に伴う限界利益の減少があり、コスト削減等に取り組みますが、▲15億円減少する見込みです。
- 国際事業：ベトナム事業のビール販売数量見通しを下方修正したことで、▲5億円減少する見込みです。

➤ 経常利益：年初発表より▲20億円減少

営業利益の減少により▲20億円減少する見込みです。

➤ 当期純利益：年初発表より▲20億円減少

営業利益の減少と株式評価損の発生により、▲20億円減少する見込みです。

(単位：億円)	2015年度 年初発表	2015年度 修正見通し	修正額	2014年度 実績	差異
国内酒類事業	2,902	2,770	▲132	2,818	▲48
国際事業	678	700	22	496	203
食品・飲料事業	1,337	1,337	—	1,334	2
外食事業	272	272	—	263	8
不動産事業	208	208	—	215	▲7
その他事業	60	60	—	59	0
連結売上高	5,457	5,347	▲110	5,187	159
のれん償却前営業利益	207	187	▲20	184	2
国内酒類事業	95	80	▲15	102	▲22
国際事業	10	5	▲5	1	3
北米他 ベトナム	27 ▲17	27 ▲22	— ▲5	23 ▲21	4 ▲1
食品・飲料事業	7	7	—	1	5
外食事業	9	9	—	2	6
不動産事業	79	79	—	76	2
その他事業	2	2	—	1	0
全社	▲39	▲39	—	▲39	0
連結営業利益	163	143	▲20	147	▲4
連結経常利益	152	132	▲20	145	▲13
連結当期純利益	80	60	▲20	3	56

参考. 決算補足及びデータ

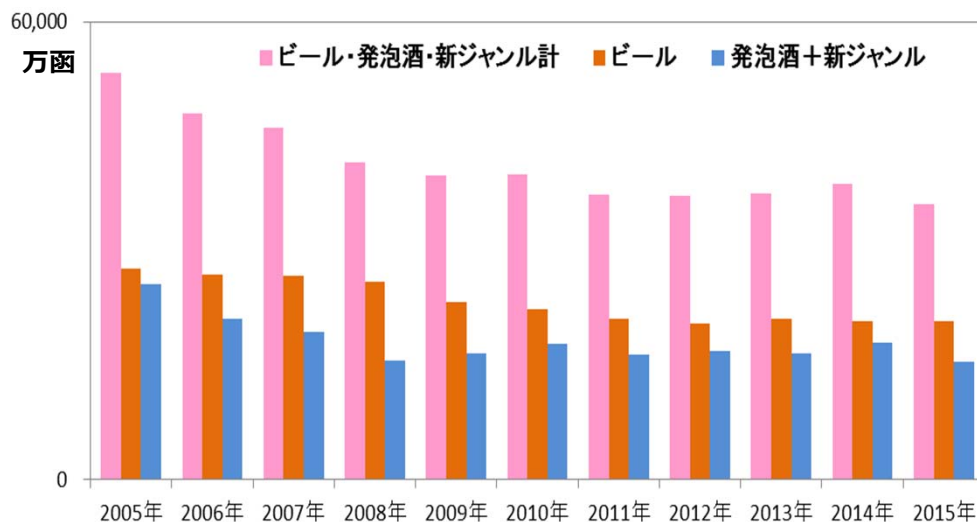
※各事業の採算状況につきましては、〈決算短信補足説明資料〉もご参照ください



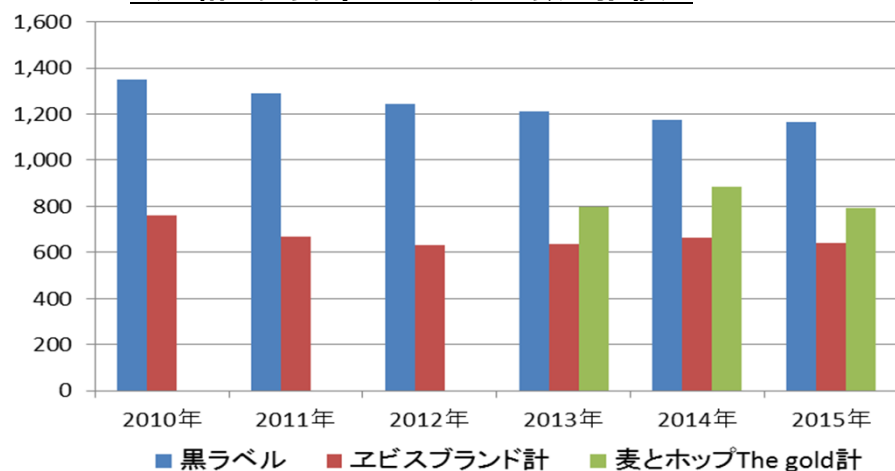
SAPPORO

補足資料(1) 国内酒類事業～ビール類データ～

<ビール類及びビールジャンル1～9月売上数量推移>



<基軸3ブランド1～9月売上数量推移>



<基軸3ブランド1～9月売上数量前期比>



<4Q注目点>

<エビスブランド エクステンション>



「エビス 冬のkok」
お歳暮限定商品
冬大麦麦芽を一部使用
深い黄金色と、豊かな味わい



「深み味わうエビス」
麦芽使用量増
約2倍の熟成期間
深くkok、凝縮した旨味

<麦芽100%ビール、今年30周年>



「サッポロクラシック」

麦芽100%、北海道限定販売
14年連続売上増 (2014年度) 1～9月前期比108%

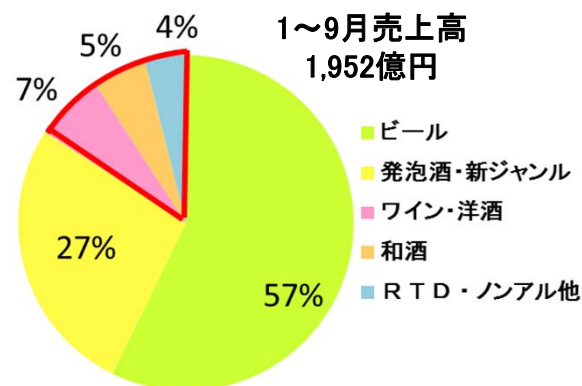


SAPPORO

補足資料(2) 国内酒類事業～多層化データ～

多層化の推進

<国内酒類事業1～9月カテゴリー別売上金額構成比>



高級国産ワイン
「グランポレール」シリーズ



「トレジャリー・ワイン・エステート・ジャパン社」(TWE)、
「テタンジェ社」との戦略的パートナーシップ契約

- 伸長するファインワイン(※)市場への世界的ブランドの提案
 - 「TWE」と、新たに7ブランドの販売契約
 - 世界的なシャンパンメーカー「テタンジェ社」との販売契約
- ※1,500円以上の中高級価格帯ワイン

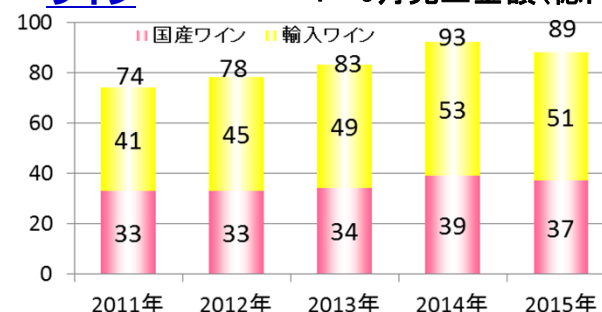
【「TWE」主なブランド】

- ・Penfolds (ペンフォールズ) : オーストラリアワイン
- ・Matua (マトウア) : ニュージーランドワイン
- ・Chateau St. Jean (シャトー セント ジーン) : アメリカワイン

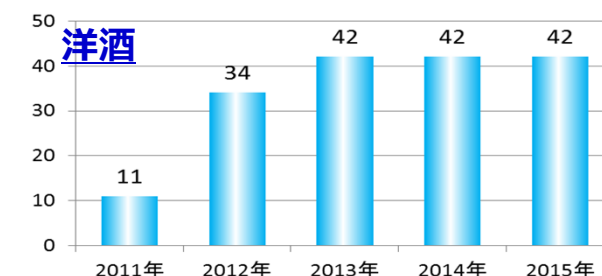


ワイン

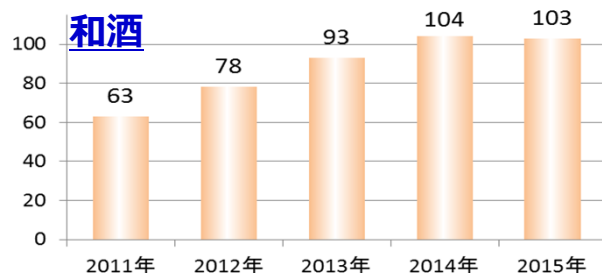
1～9月売上金額(億円)



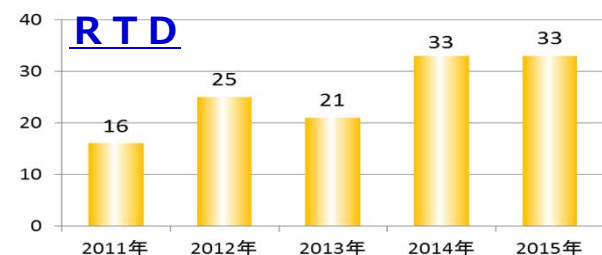
洋酒



和酒



RTD

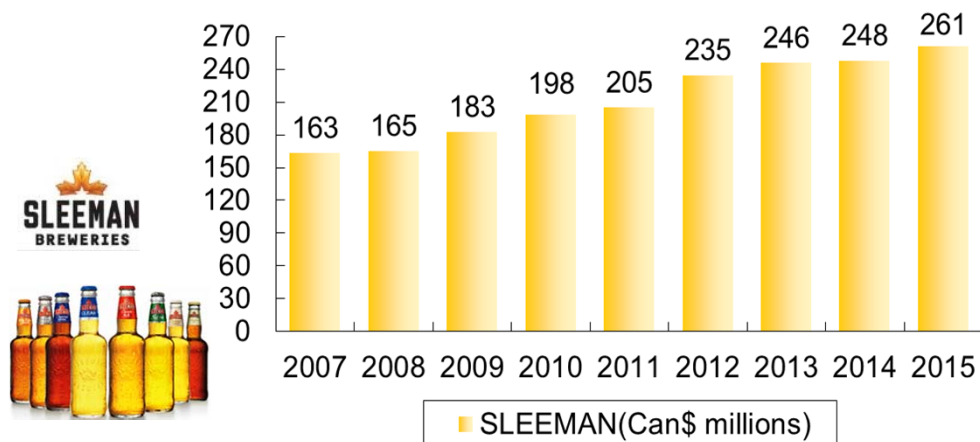




SAPPORO

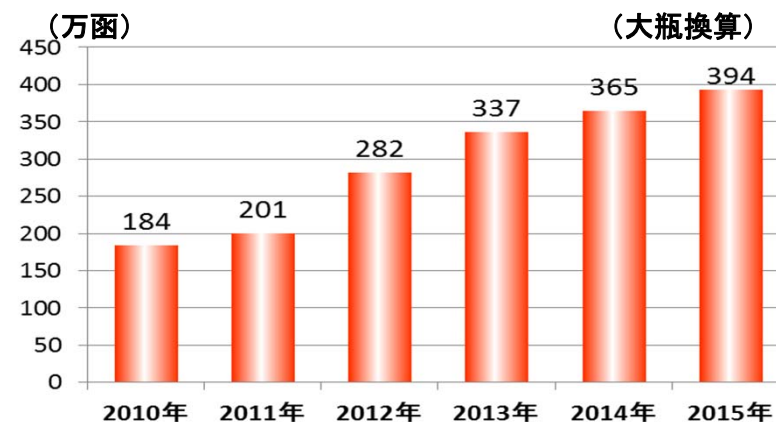
補足資料(3) 国際事業～データ～

スリーマン社：現地通貨売上高（連結消去前）の推移（1～9月）

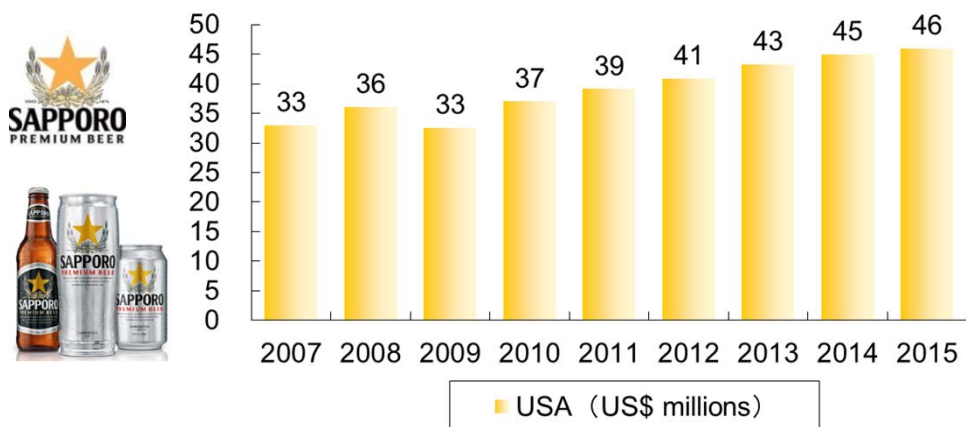


「SAPPORO」ブランドの海外展開

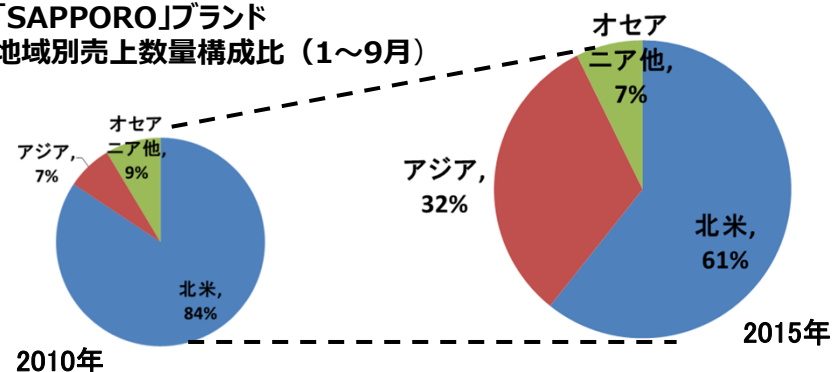
「SAPPORO」ブランド海外売上数量の推移（1～9月）



サッポロUSA社：現地通貨売上高（連結消去前）の推移（1～9月）



「SAPPORO」ブランド 地域別売上数量構成比（1～9月）



北米：カナダ、アメリカ

アジア：ベトナム、シンガポール、韓国他

オセアニア他：オーストラリア、欧州他



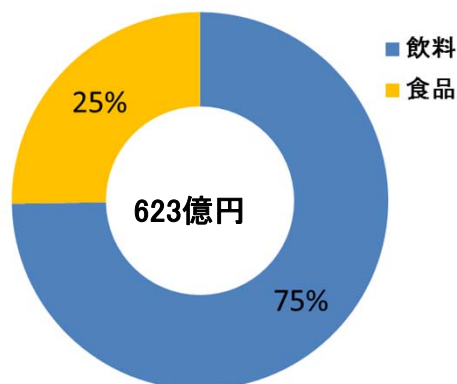
SAPPORO

補足資料(4) 食品・飲料事業～データ～

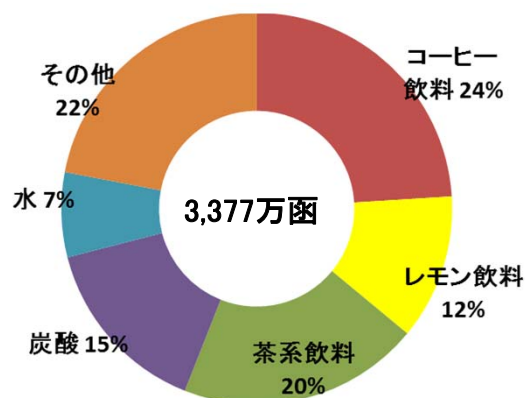
食品・飲料事業

<国内飲料事業：ポッカサッポロフード&ビバレッジ>

ポッカサッポロフード&ビバレッジ
売上高構成比（1～9月）



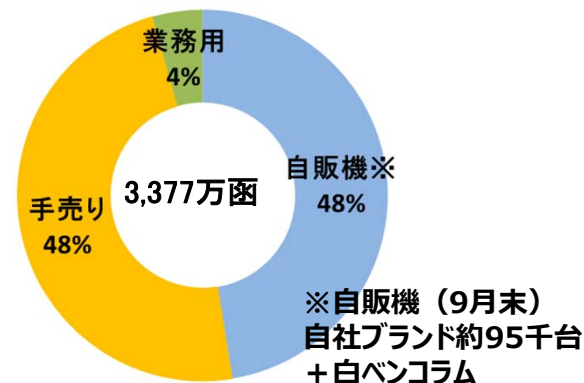
国内飲料ジャンル別販売数量
構成比（1～9月）



<レモン飲料商品群>



国内飲料チャネル別
売上構成比（1～9月）



<海外飲料事業：ポッカコーポレーション・シンガポール>

<トピック>

<シンガポールNon-Chilled Juice市場>



2014年度（2014年4月～2015年3月）
マーケットシェアトップ※達成

茶系飲料に続く柱に成長

※ Nielsen MarketTrack データに基づく
(Copyright © 2015, The Nielsen Company)

<国内外食事業：（株）ポッカクリエイト>

- 「カフェ・ド・クリエ」新規エリアへの出店、新メニューの提案を積極的に展開、売上高は前期比106%と好調
- 病院内、郊外型など新しいマーケットでの展開を図る

店舗数：184店（2015/9月末現在）
（直営：95店舗 FC：89店舗）
北海道3店 関東101店 東海37店
関西32店 九州8店 四国3店



潤いを創造し 豊かさに貢献する



本資料で記載している業績予測ならびに将来予測は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予測であり、潜在的なリスク・不確実性が含まれています。

そのため、さまざまな要因の変化により、実際の業績は記載されている将来見通しとは、大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おきください。