

FACT BOOK

2026年6月更新

サッポロホールディングス株式会社

資料編

1 サッポログループの概要

- [サッポログループ 会社概要](#)
- [サッポログループ 沿革](#)
- [サッポログループ 事業概要と事業別主要関係会社](#)

2 中期経営計画

- [中期経営計画\(2023~26\)レビューと2026年の位置づけ](#)

3 中長期成長戦略

- [中長期方針・戦略に基づく次期中期経営計画策定に向けて](#)
- [中長期的な企業価値向上にむけた財務シナリオ](#)
- [不動産外部資本導入で得たキャッシュのアロケーション方針](#)
- [成長投資の考え方](#)
- [株主還元方針](#)
- [経営ガバナンス体制の強化](#)

4 事業概況

- [国内事業](#)
- [海外事業](#)

データ編

5 財務データ

- [損益計算書/財政状態計算書](#)
- [セグメント情報](#)
- [キャッシュフロー情報/1株あたり情報/各種指標](#)

オンライングラフURL

<https://www.sapporoholdings.jp/ir/financial/graph/>

6 非財務データ

サッポログループの詳しい情報については、当社WEBサイトをご覧ください。

- IRサイト
<https://www.sapporoholdings.jp/ir/>
- IRライブラリー（決算短信・決算説明会資料・有価証券報告書・統合報告書）
<https://www.sapporoholdings.jp/ir/library/>
- サステナビリティサイト
<https://www.sapporoholdings.jp/sustainability/>
- サステナビリティブック
https://www.sapporoholdings.jp/sustainability/sustainability_book/

～資料編～

サッポログループ 会社概要

企業概要

<会社名>

サッポロホールディングス株式会社

<事業概要>

持株会社（グループの経営戦略の策定、管理）

<本社所在地>

〒150-8522 東京都渋谷区恵比寿四丁目20番1号

<設立>

1949（昭和24）年9月1日

<創業>

1876（明治9）年

<代表者>

代表取締役社長
時松 浩



<資本金>

53,887百万円

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

サッポログループは1876年の北海道開拓使麦酒醸造所設立によるビール製造開始以来、原料にこだわったモノづくりへの真摯な取り組みを続け、お客様にご満足いただける商品・サービスの提供に努めています。

ビール事業をはじめとして、総合酒類、食品・飲料、外食へとすそ野を広げ、ご提供する商品・サービスを通じたお客様との「対話」をもとに、イノベーションや品質の向上を追求してきました。これが、私たちの大事な「ブランド」資産だと考えています。

これからも変化への対応と新たな挑戦により、国内外でこの「ブランド」をさらに磨き、「個性かがやくブランドカンパニー」としての確かな成長を目指していきます。

また、世界全体で向き合う地球環境や社会における各課題に取り組むサステナビリティ経営の推進は、企業として当然果たすべき役割と認識しています。当社の経営理念「潤いを創造し 豊かさに貢献する」の実現に資する「人々と地域社会のWell-beingへの貢献」を行い、経済価値・社会価値の創出を図っていきます。

サッポログループ 会社概要

証券コード
2501

発行済株式数
78,794,298株（2025年12月31日現在）

格付情報（2025年12月31日現在）
株式会社日本格付研究所（JCR） A-

株主名簿管理人
みずほ信託銀行株式会社 証券代行部

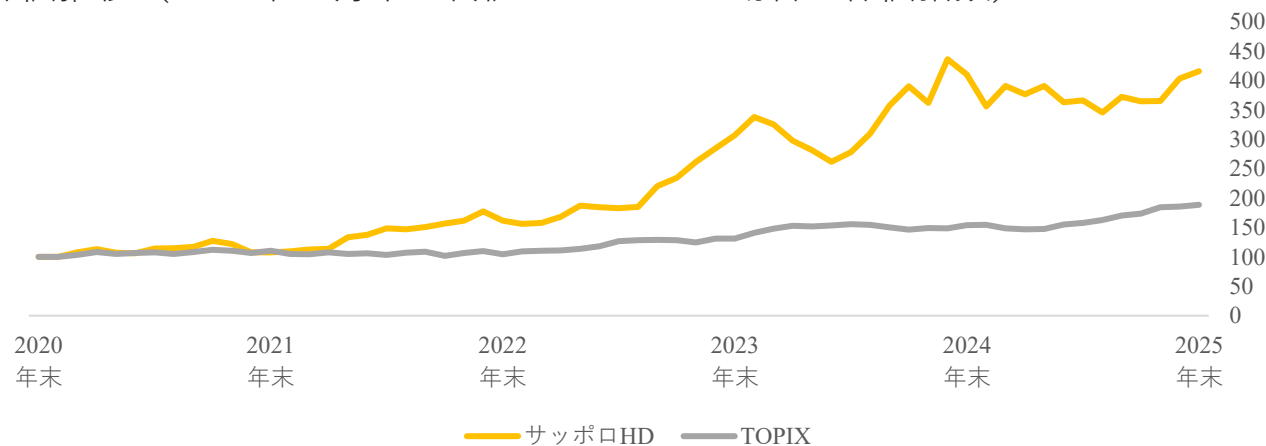
大株主（上位10名及びその状況）

持株比率は自己株式を控除して計算しています。

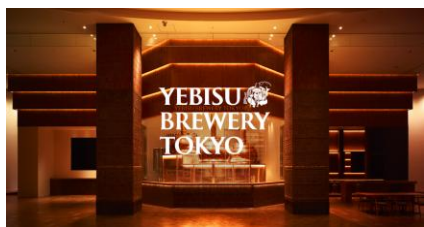
2025年12月31日現在

株主名	持株数（千株）	持株比率（%）
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	7,951	10.19
GOLDMAN, SACHS & CO. REG	3,394	4.35
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505018	3,355	4.30
NOMURA PB NOMINEES LIMITED OMNIBUS-MARGIN（CASHPB）	2,927	3.75
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	2,860	3.67
GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL	2,556	3.28
株式会社日本カストディ銀行 退職給付信託 みずほ信託銀行口	2,442	3.13
3D OPPORTUNITY MASTER FUND	2,400	3.08
日本生命保険相互会社	2,237	2.87
明治安田生命保険相互会社	2,236	2.87

株価推移（2020年12月末の終値を100とした場合の株価指数）



サッポログループ 沿革



年	事業	主な出来事
1876	酒類	【日本】北海道・札幌にて「開拓使麦酒醸造所」として創業（サッポロビールのルーツ）
1877	酒類	【日本】冷製「札幌ビール」発売
1887	酒類	【日本】東京・銀座にて「日本麦酒醸造会社」創業（エビスビールのルーツ）
1890	酒類	【日本】「恵比寿ビール」発売
1899	酒類	【日本】日本初のビヤホール「恵比寿ビール BEER HALL」東京・銀座に誕生
1957	食品飲料	【日本】「ポッカレモン」誕生
1964	酒類	【米国】米国向けにビールの輸出を開始
1977	酒類	【日本】「サッポロびん生」発売（後の「サッポロ生ビール黒ラベル」）
1977	食品飲料	【シンガポール】シンガポール進出
1984	酒類	【米国】サッポロUSA社設立
2001	食品飲料	【日本】「キレートレモン」発売
2003	その他	純粋持株会社体制へ（サッポロホールディングス株式会社）
2006	酒類	【カナダ】SLEEMAN社子会社化
2011	酒類	【ベトナム】ビール工場完成
2011	食品飲料	【日本】ポッカサッポロフード&ビバレッジ事業開始
2014	食品飲料	【マレーシア】ポッカマレーシア工場竣工
2019	その他	「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」提言への賛同表明
2019	その他	サッポログループ サステナビリティ方針策定
2020	その他	監査等委員会設置会社に移行
2021	その他	「責任ある飲酒の推進」としてグローバルスローガン「Promote Responsible Drinking」策定
2022	その他	東証市場区分見直しによりプライム市場に移行
2024	酒類	【日本】YEBISU BREWERY TOKYO開業
2025	その他	不動産事業への外部資本導入を決定



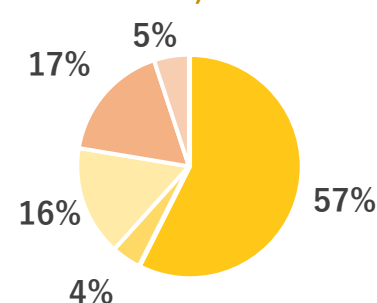
サッポログループ 事業概要と事業別主要関係会社

≫ ビール事業を基盤として、総合酒類、食品飲料、外食へと事業領域を拡大

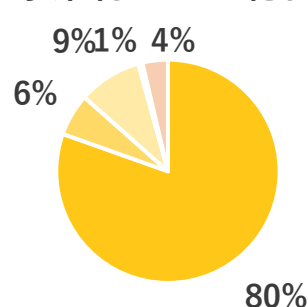
★2025年度実績(連結)

- 国内酒類
- 外食
- 国内食品飲料
- 海外酒類
- 海外飲料

売上収益**5,069**億円



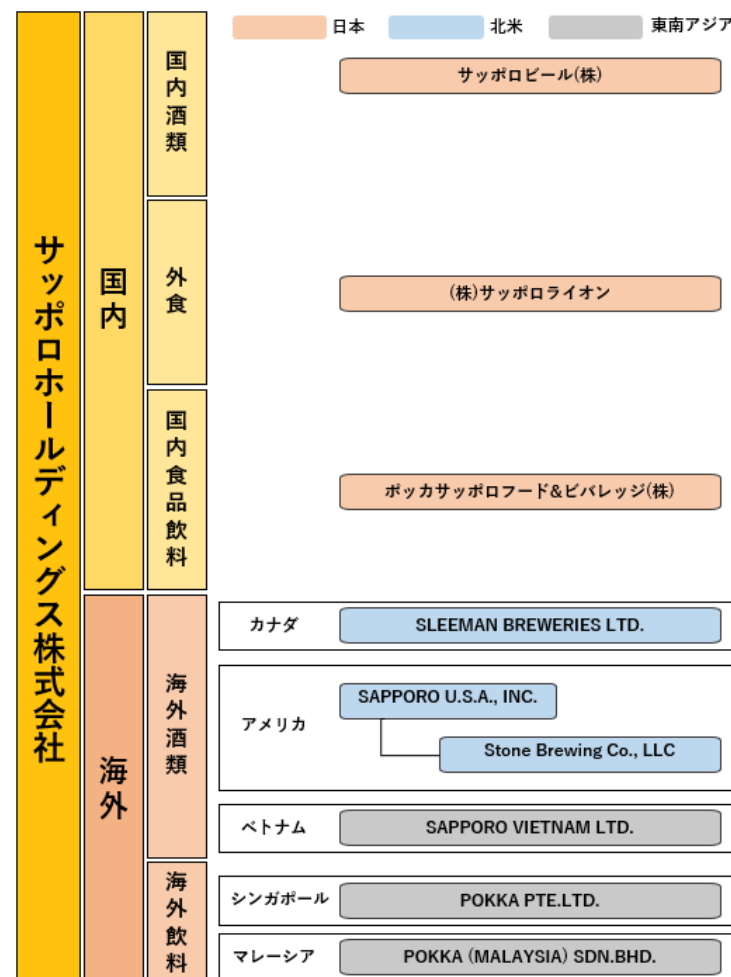
事業利益**250**億円



セグメント	主要ブランド	
国内事業	国内酒類・外食	国内食品飲料
		
海外事業	海外酒類	海外飲料
		

★事業別主要関係会社

2026年7月1日より事業持株会社体制へ移行します



※2025年12月24日において、当社の子会社であるサッポロ不動産開発株式会社への外部資本導入に係る一連の取引に関する契約を締結し、不動産事業を非継続事業に分類しております。

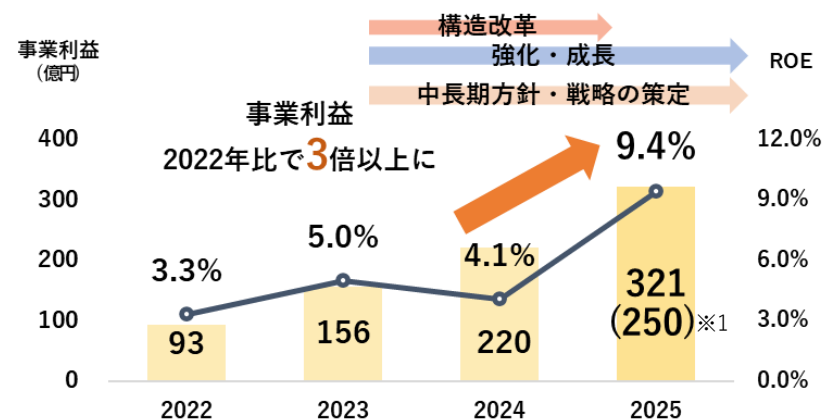
また、2026年12月期より報告セグメントを「酒類事業」及び「食品飲料事業」から「国内事業」及び「海外事業」へ変更いたします。変更後の報告セグメント「国内事業」は、「国内酒類」、「外食」及び「国内食品飲料」で構成し、「海外事業」は、「海外酒類」及び「海外飲料」で構成いたします。

中期経営計画(2023~26)レビューと2026年の位置づけ

「中期経営計画（2023~26）」レビュー

- ≫ 「資本効率の向上」と「低収益からの脱却」を課題と認識し、中計の取り組みを推進
- ≫ 2026年度の財務目標として掲げていたROE8%を、1年前倒しで達成(2025年度実績: ROE9.4%)
- ≫ 中長期的な企業価値向上に向け中長期経営方針・戦略を策定し、不動産事業への外部資本導入を決定

【中計期間の事業利益・ROE推移】



【財務目標進捗】

	2026年度 目標(中計策定時)	2025年度 実績
ROE	8%以上 <	9.4%
EBITDA CAGR ^{*1}	10%程度 <	21.7%
海外 売上収益 CAGR	10%程度 >	6.3%

【各事業の事業利益率】

事業利益率 ※2	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	2025年度実績	2026年度中計目標 (中計策定時の目標)
国内酒類	3.5%	5.3%	6.0%	9.0%	5.7%
海外酒類	▲0.4%	▲0.3%	0.4%	1.1%	6.2%
外食	▲3.3%	10.5%	9.3%	9.5%	5.0%
国内食品飲料	0.9%	2.3%	2.5%	3.8%	3.8%
海外飲料	3.6%	▲2.2%	4.3%	4.6%	5.0%

※1不動産事業の非継続事業への分類後の数値

※2 2025年度の事業利益・事業利益率は不動産事業の非継続事業への分類後(不動産事業から国内酒類への一部不動産移管後)、国内酒類から海外酒類へのSB社輸出事業(APAC・欧州向け)移管後で表示しております。

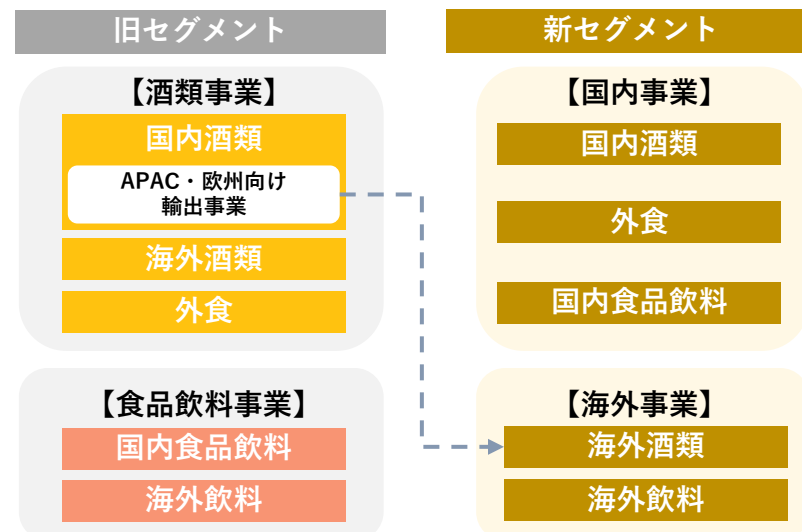
2026年の位置づけ

- ≫ 中長期的な成長に向けた移行期間と位置づけ、成長に向けて必要な成長投資・構造改革費用を織り込み計画を策定
- ≫ 新体制移行に向けて報告セグメントを変更

～2026年度は3つの大きな変化点を迎える～

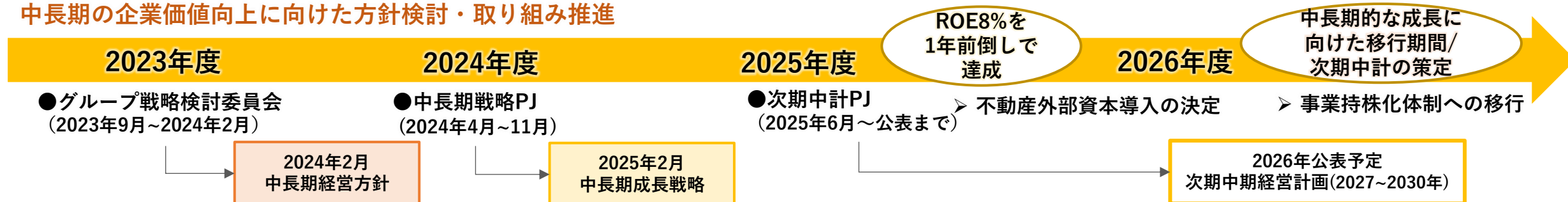
- 1 6月: 不動産外部資本導入第1回クロージング
⇒ 財務構造の変化
- 2 7月: 事業持株会社体制へ移行
⇒ 会社の体制の変化
- 3 10月: 酒税改正(国内酒類)
⇒ ビール市場の変化

■ 報告セグメント変更について



中長期方針・戦略に基づく次期中期経営計画(2027~30)策定に向けて

中長期の企業価値向上に向けた方針検討・取り組み推進



中長期経営方針 (2024年2月公表)

国内外の酒類事業を中核とし、成長分野に経営資源を集中

変革の実行力を高めるため、組織形態や組織運営の在り方等の再構築に取り組む

資本効率の改善を重要課題と捉え、長期的にはROE10%以上の達成を目指す

酒類事業の成長をコアに位置づけ、食品飲料事業とのシナジー創出や、不動産への外部資本導入によるキャッシュを活用した酒類事業への大胆な戦略投資を行っていく

中長期成長戦略 (2025年2月公表)

<ビジョン>

世界をフィールドに豊かなビール体験、顧客体験を創造する企業を目指す

<戦略骨子>

5つの戦略骨子に基づき酒類事業に経営リソースを集中し、資本収益性の向上を目指す

- | | |
|------------------------|----------------------------------|
| ① Bonds with Community | 顧客接点の拡大と豊かなライフスタイルの提供 |
| ② Healthier Choice | 幅広いカテゴリーでの健康的な選択肢の提供 |
| ③ Efficient Foundation | 事業持株会社体制へー経営効率向上・ガバナンス・経営スピードの強化 |
| ④ Strategic Alliance | 戦略的提携による継続的成長と事業拡大の加速 |
| ⑤ Inorganic Growth | 酒類事業への大型投資ーM&Aを含めた様々な戦略を検討* |

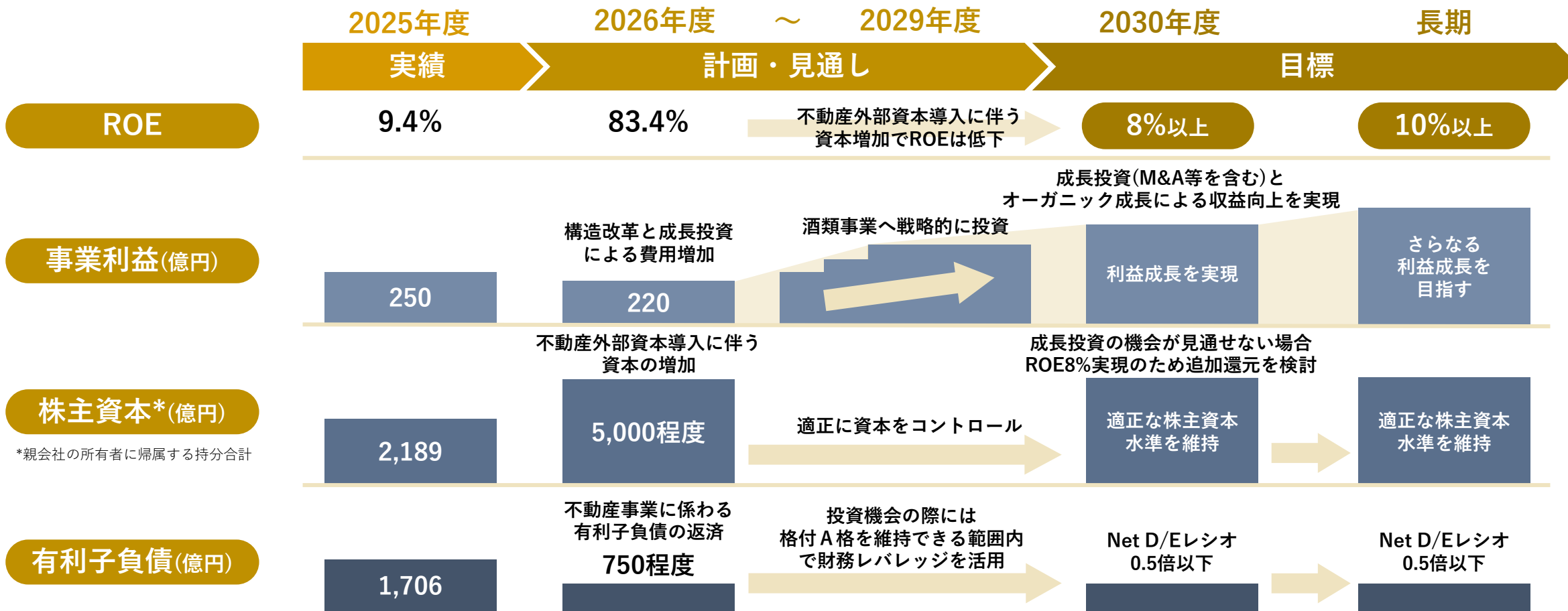
*不動産事業への外部資本導入(オフバランス化)により捻出が期待される資金を活用

酒類事業を中核とした事業ポートフォリオへの変革



中長期的な企業価値向上にむけた財務シナリオ

- ≫ 長期目標のROE 10%以上達成に向け、不動産外部資本導入で得た資金を酒類事業の成長投資に戦略的に投入し、利益成長を加速させ、中長期的なキャッシュ創出力を強化してグループ全体の企業価値向上を図る
- ≫ 併せて、配当水準の引上げと機動的な自己株式取得により、適正な資本コントロールを推進



◆ 不動産外部資本導入で得たキャッシュ(4,700億円)については、成長投資3,000～4,000億円、株主還元1,000億円に充当する予定

不動産外部資本導入で得たキャッシュのアロケーション方針

- ≫ 不動産事業の外部資本導入によるキャッシュは主に成長投資に充当する。また、将来のあるべきバランスシート想定して、戦略的な株主資本のマネジメントや、適切な財務レバレッジの活用を行い、資本効率を高め、企業価値の向上を進める
- ≫ 安定的かつ持続的な利益還元を実施するため、配当方針については、DOE3%以上を目安に、2030年までにDOE4%以上を目指す。加えて、資本効率向上の観点から自己株式取得も検討する

成長投資

(M&A等を含む)

3,000億円～4,000億円程度

【重点投資領域】

- ✓ 次世代ビールユーザーの獲得
 - ✓ 海外ビール事業強化
 - ✓ RTD領域の強化
 - ✓ イノベーション創出目的でのケイパビリティ獲得
 - ✓ ノンアルコール、ソフトドリンク能力強化
- ・ M&A等の大型投資にあたっては事業別・エリア別でハードルレート（国内：7%、海外：10%*）を設定したうえで、総合的に判断、実施していく
 - ・ 2030年度までに魅力的な投資の機会が見通せない場合、追加の株主還元を検討する

* 北米 10%、他

負債返済

(一時的な負債の返済)

1,000億円程度

- ・ 不動産事業に関連する負債を返済、成長投資までの期間は追加的な負債返済も検討し、資金効率を高める
- ・ 成長投資の段階に応じて、格付A格を維持できる範囲内で財務レバレッジを活用する
(財務安全性の目安：Net D/Eレシオ 0.5倍以下、Net D/EBITDA 3.0倍以下でコントロール)

株主還元

(2030年度までの総還元額)

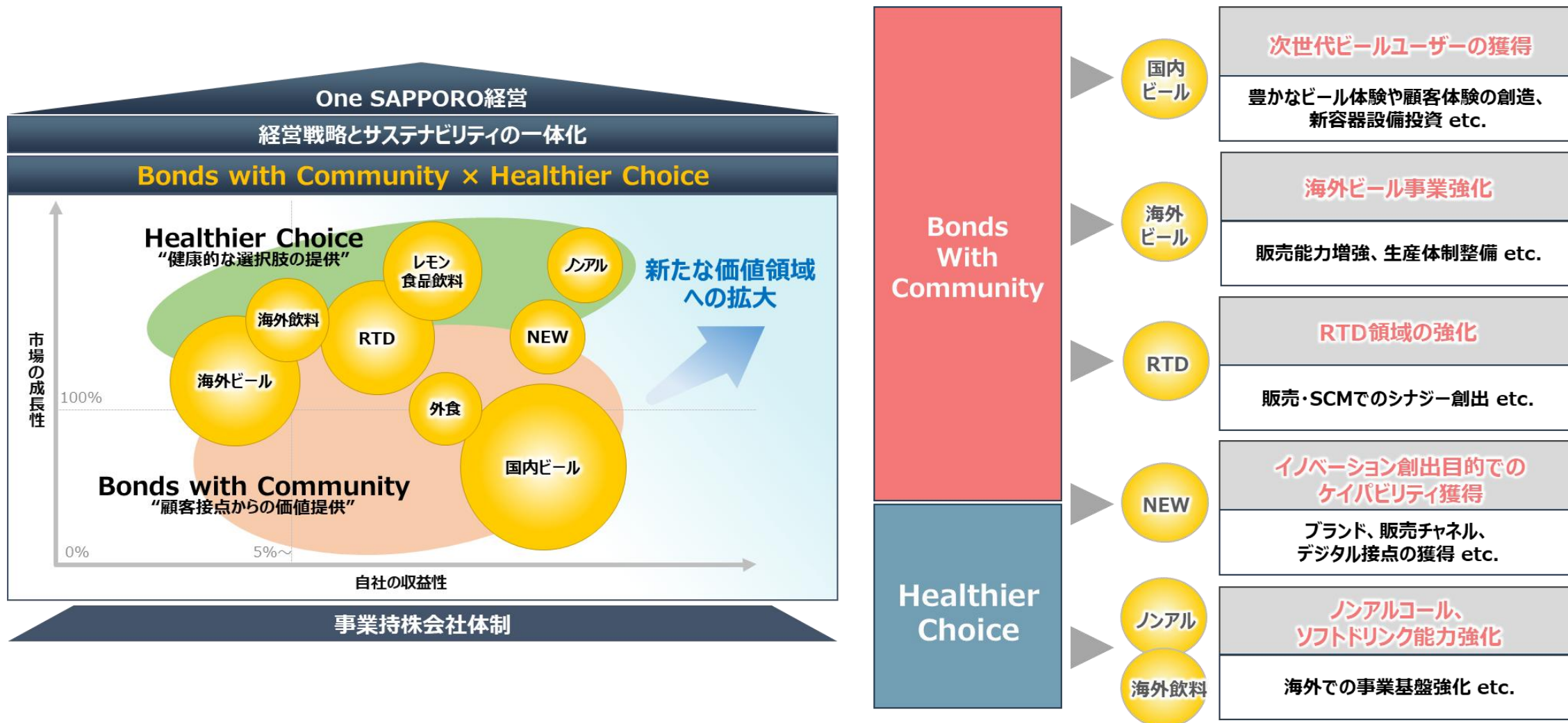
1,000億円程度

- ・ DOE 3%以上を目安に、2030年までにDOE 4%以上を目指す
- ・ ROEおよびEPSの向上を目的とした機動的な自己株式取得を検討する

次期中期経営計画（2027～2030年）にて、事業から得るキャッシュを含めたより具体的な方針を開示予定

成長投資の考え方

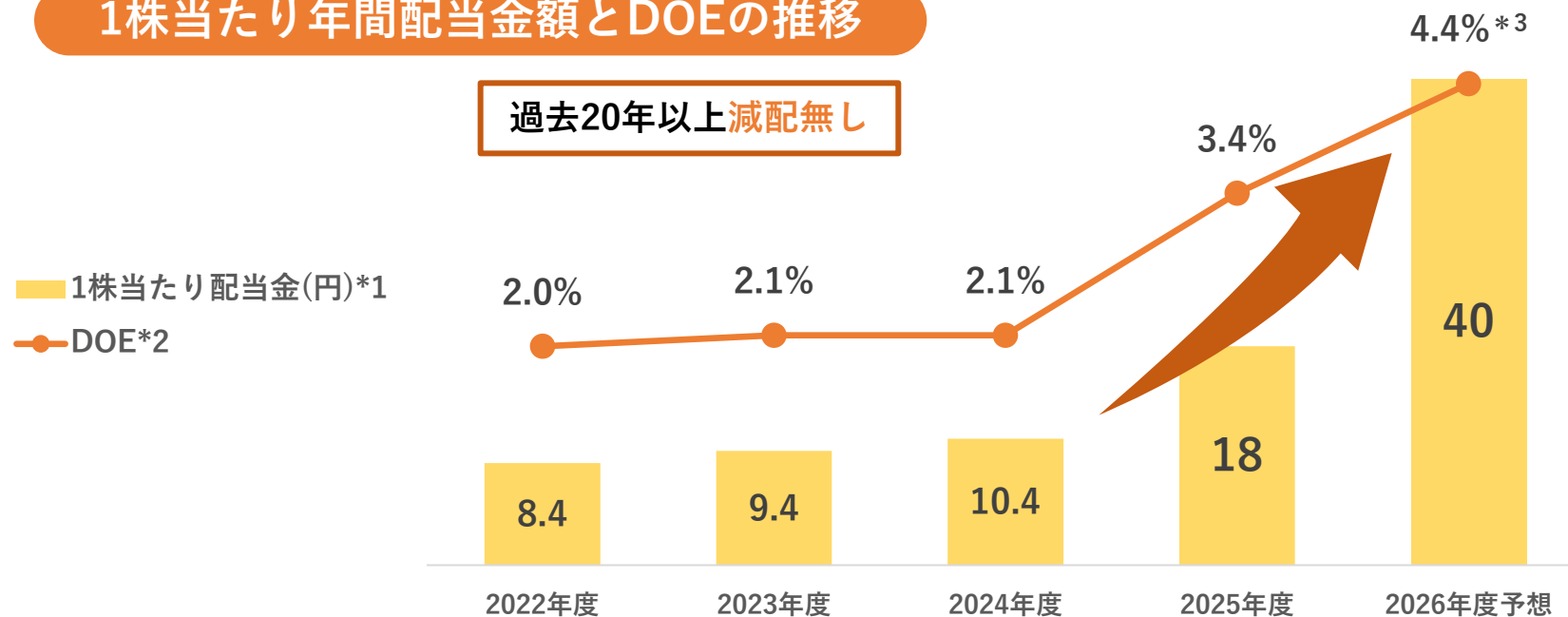
- ≫ 不動産事業の外部資本導入で得た資金を戦略的に活用し、「Bonds with Community」「Healthier Choice」を軸とした、重点領域への投資を実行し、売上規模と収益性を向上させる



株主還元方針

- ≫ DOE3%以上の配当方針により、2026年度は22円増配の40円を予想
- ≫ 2026年度より、株主還元の機会を充実させるため中間配当を実施
- ≫ 2026年12月期からの株主優待制度について変更を予定しており、詳細は8月に発表

1株当たり年間配当金額とDOEの推移



	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度予想
親会社所有持分(億円)	1,672	1,823	1,960	2,189	4,910

株主還元

配当

DOE3%以上を目安に、
2030年までに
DOE4%以上を目指す
(2025年12月に配当方針を変更)

2026年度より**中間配当**を実施
(中間:20円、期末:20円)

ROE、EPSの向上を目的に
機動的な**自己株式取得**を検討

株主優待制度の変更については、
2026年8月に詳細をご案内予定

* 1: 2025年12期、2026年12期の1株当たり配当金は予想。2026年1月1日の株式分割(5分割)を反映済み。過去の配当は分割後の1株当たり相当額を記載

* 2: DOE=配当額/親会社の所有者に帰属する持分合計(期首期末平均)

* 3: 期首期末平均の親会社所有持分を基準としたDOEは4.4%を見込むが、2026年度の期末の親会社所有持分を基準としたDOEは3.2%を見込む

経営・ガバナンス体制の強化

- ≫ 中計期間を通じて執行体制及びそれを監督する取締役会体制を継続的に強化してきたが、今後の成長投資の実行にあたりより一層の強化を進め、実効性をさらに高めていく

背景・目的

- 過去の海外M&A等から課題を認識し、今後成長投資を確実に実行し、成果を得ていくために体制を強化。これまで強化してきた取締役のスキルマトリックスをさらに充実させ、体制面だけでなく、運用面での強化も図ることで、実行性をさらに高めていく

取締役会

取締役会の体制、運用のさらなる強化

体制

専門性の強化

- グローバルマネジメント、M&A・事業再生、BtoC事業マーケティングのスキルを強化
- 独立社外取締役を過半数(11名中7名)とする体制は継続

ガバナンスの強化

- 従来社内取締役が務めていた監査等委員長に、財務会計スキルを有する社外取締役が就任。これにより、指名・報酬と併せ、三委員長は全て独立社外取締役となる

運用

投資に関する審議プロセス

- 取締役会による投資プロセスについて、①事前の分析評価・②実行・承認に関する検討・③事後のモニタリングそれぞれのフェーズにおいて、質・量両面から十分な審議時間を確保し、投資判断の実効性と監督機能を強化する

監督

報告

執行体制

体制 + 運用

成長投資の 選定・実行機能 の強化

事業持株会社体制への移行

- 事業持株会社体制への移行により、『Bonds with Community』、『Healthier Choice』戦略に基づく、成長投資の意思決定プロセスを強化し、酒類を中心とした事業成長を実現に向け取り組む

M&A機能の強化

- M&A・アライアンスに特化した専門組織を、担当役員直轄の部署として新設
- 専門性の高い外部人財を中心に体制を構成し、国内外の案件を一元管理することで、意思決定の迅速化と高度化を実現する

+

M&A等の実施にあたっては事業別・エリア別でハードルレートを設定したうえで、総合的に判断、実施を継続

経営・ガバナンス体制の強化: 取締役体制

◆スキルマトリックス（新体制）

氏名	役位	独立性	基盤スキル					戦略上必要なスキル				
			企業経営	財務会計	法務・コンプライアンス・リスクマネジメント	サステナビリティ	人事人財	グローバルマネジメント	資本市場との対話	M&A・事業再生	マーケティング	アセットプランニング
時松 浩	取締役（社内）		◎		◎						◎	◎
松出 義忠	取締役（社内）			◎			◎		◎			◎
松風 里栄子	取締役（社内）					◎	◎	◎		◎		
種橋 牧夫	取締役（社外）	○	◎		◎							◎
藤井 良太郎	取締役（社外）	○		◎					◎	◎		
田内 直子	取締役（社外）	○			◎					◎	◎	
渡辺 章博	取締役（社外）	○	◎	◎				◎	◎	◎		
水留 浩一	取締役（社外）	○	◎					◎		◎	◎	
北山 久恵	取締役（監査等委員・社外）	○		◎	◎		◎					
野田 聖子	取締役（監査等委員・社外）	○			◎	◎				◎		
北村 洋一	取締役（監査等委員・社内）			◎	◎				◎			

◆新任独立社外取締役の主な経歴

専門性強化(グローバルマネジメント、M&A・事業再生・マーケティング(B to C))

田内直子
 ▶ 大手食品メーカーでのM&A、経営企画、内部監査などの経験
 ▶ 味の素経営企画部・監査部専任部長、正栄食品工業社外取締役等



渡辺章博
 ▶ 財務会計、M&A、グローバルマネジメントなどの経験
 ▶ 東芝社外取締役(取締役会議長)、フーリハン・ローキー会長等



水留浩一
 ▶ マーケティング、M&A、グローバルマネジメントなどの経験
 ▶ 日本航空取締役副社長、FOOD & LIFE COMPANIES社長等



北山久恵
 監査等委員長就任予定
 ▶ 公認会計士、監査委員会委員長などの経験
 ▶ 荏原製作所社外取締役、ダイセル社外監査役等



野田聖子
 ▶ 弁護士、社外取締役、社外監査役などの経験
 ▶ ツムラ社外監査役、阿波銀行社外取締役(監査等委員)等



◆取締役体制 ※()は2025年の状況

- ✓ 独立社外取締役比率 64% (64%)※
- ✓ 女性取締役比率 36% (18%)※
- ✓ 各委員長属性
 指名委員長: 社外取締役(社外取締役)※
 報酬委員長: 社外取締役(社外取締役)※
 監査等委員長: 社外取締役(社内取締役)※

◆取締役報酬制度の見直し

企業価値や株主価値をより一層意識した報酬体系とするため、変動報酬比率を引き上げ

➢ 現状：目標達成時の比率

基本報酬 業績連動報酬 自社株報酬

100

30

15

➢ 2026年変更：目標達成時の比率

代表取締役社長

100

45

45

代表取締役社長以外の取締役
 (監査等委員及び社外取締役は除く)

100

35

35

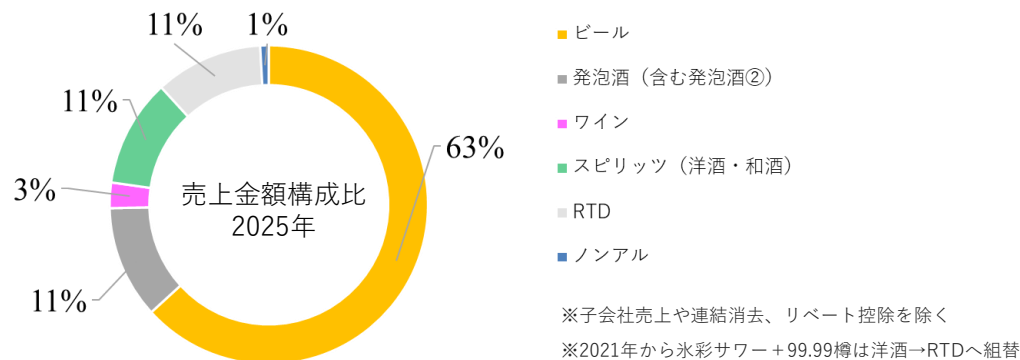
サッポロビール株式会社

基本情報

1876年の創業以来モノ造りにこだわり、その中で「サッポロ生ビール黒ラベル」「エビスビール」という2つのブランドをお客様と共に育てまいりました。一方、日本で最も歴史のあるビール博物館である「サッポロビール博物館」、恵比寿の地名の由来である、エビスブランドのリアル体験施設「YEBISU BREWERY TOKYO」、ならびに日本のビール文化を健全に発展させる目的で2012年から開始した「日本ビール検定」などを通じ、世界に誇る日本のビール文化の醸成にも貢献しています。全ての商品やサービスにより磨きをかけ、お酒と人との未来を創る酒類ブランドカンパニーを目指していきます。

事業内容

ビール・発泡酒・RTD・ワイン・焼酎などの製造販売、洋酒の販売他



主要ブランド



沿革

- 1876年9月 開拓使麦酒醸造所設立
- 1949年9月 日本麦酒株式会社発足
(1964年にサッポロビール株式会社と社名変更)
- 2003年7月 サッポログループの純粋持株会社移行により、
酒類事業を担う新・サッポロビール(株) を設立

生産拠点・見学施設

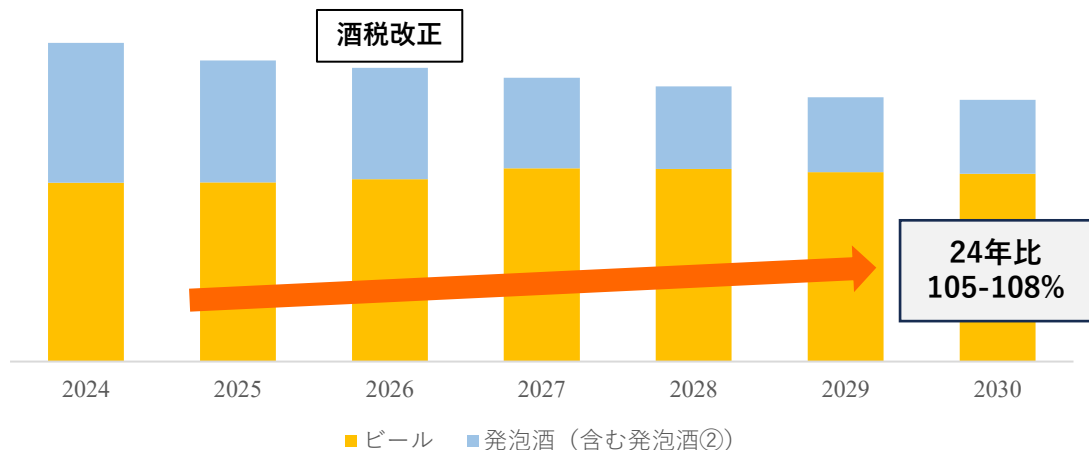
ビール工場		見学施設	
北海道工場	北海道恵庭市	サッポロビール博物館	北海道札幌市
千葉工場	千葉県船橋市	YEBISU BREWERY TOKYO	東京都渋谷区
静岡工場 ※1	静岡県焼津市	ワイナリー	
九州日田工場	大分県日田市	岡山ワイナリー	岡山県赤磐市
RTD工場			
仙台工場 ※2	宮城県名取市		

※1 RTD製造含む
※2 2023年10月より仙台ビール工場をRTD工場として再編

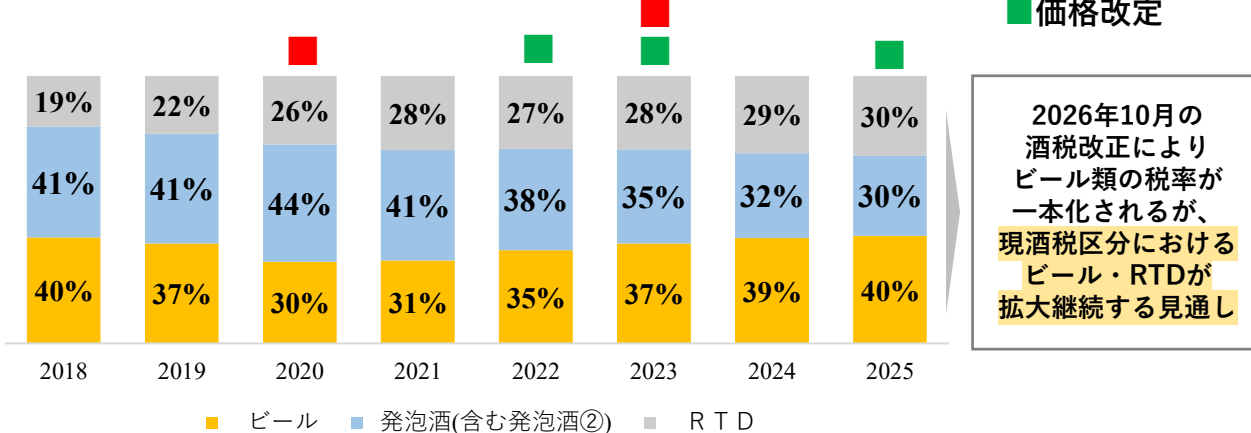
国内酒類_市場動向

ビール類の市場は減少傾向が続く見通しだが、酒税改正により発泡酒から狭義のビールへのシフト、RTD市場の増加が見込まれる
特にビール類カテゴリの内、**2030年には狭義のビール構成比が70%程度まで拡大**する可能性を見込む

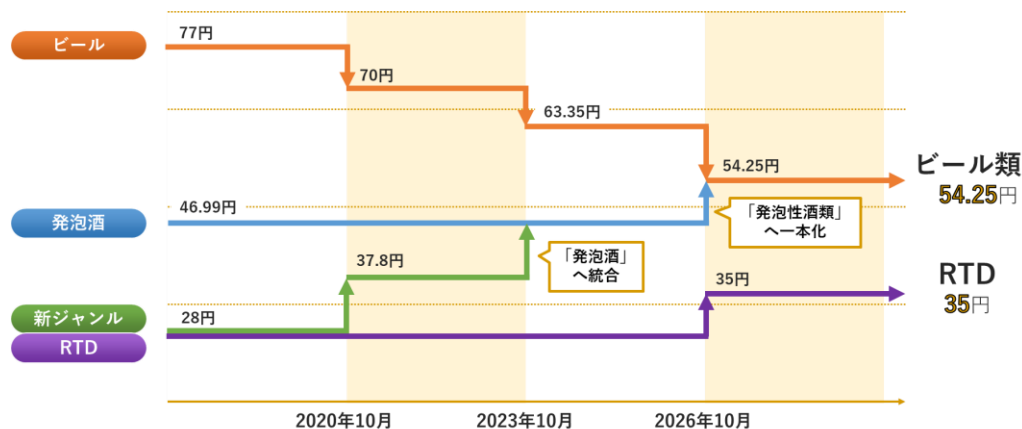
★ビール類総需要予測



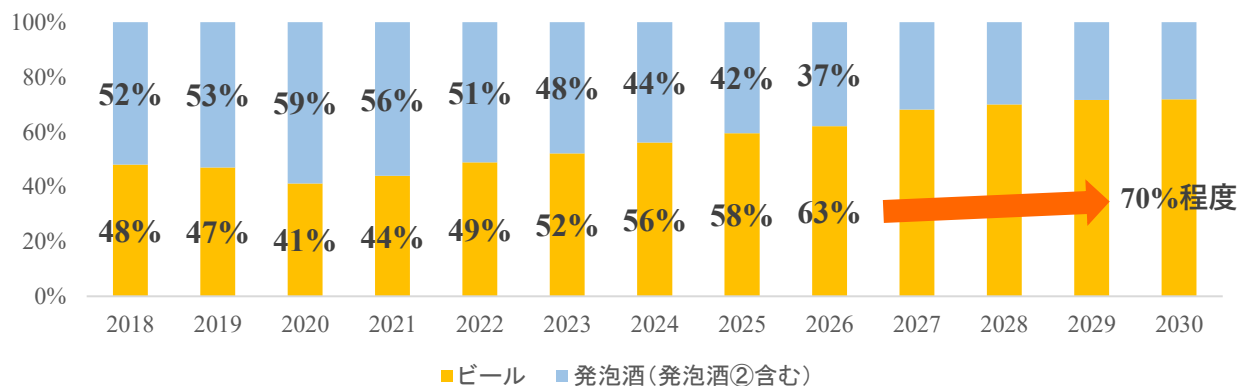
★ビール類・RTDカテゴリ別構成比推移



★酒税改正による酒税額の推移 (350ml当たり)



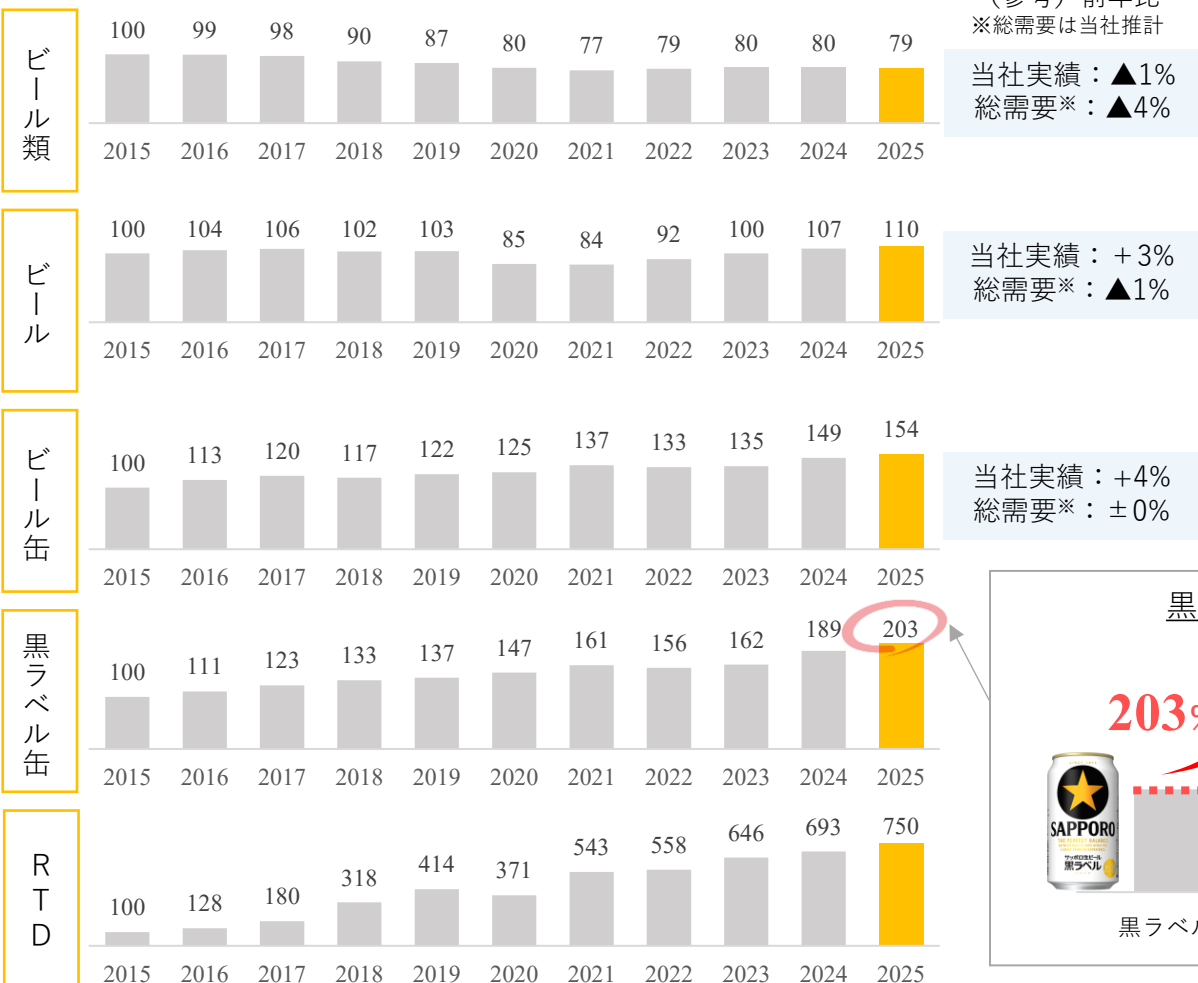
★ビール類カテゴリ別構成比推移予測※



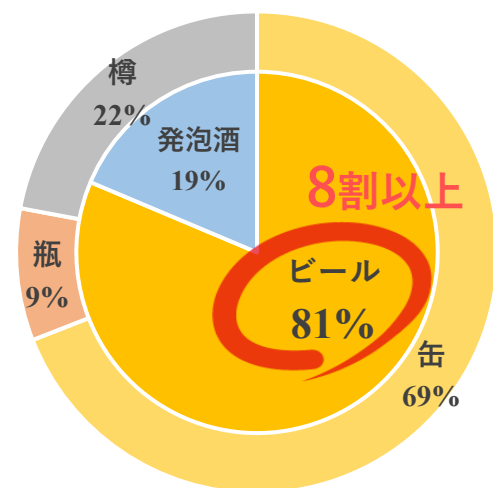
国内酒類_当社実績

ビール類全体におけるビール構成比は、市場58%に対し**当社81%**と高く、ビールに強みがある(市場は当社推計値)
販売数量ベースで、**当社のビール缶は10年間で約1.5倍**、特に**黒ラベル缶は約2倍に成長**してきている

★販売数量推移(2015年を100とした場合)



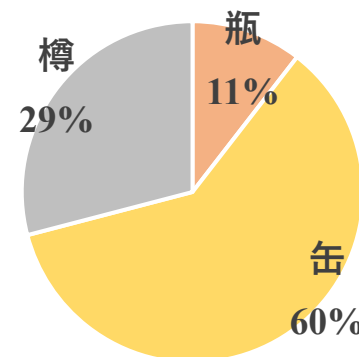
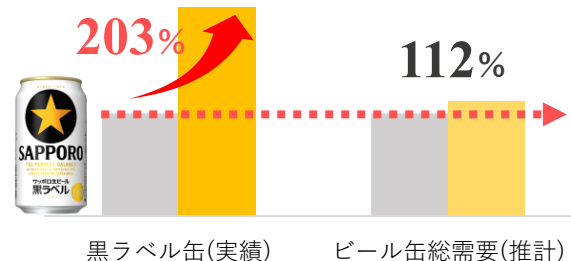
★ビール類 販売数量ジャンル別・容器別構成比(2025年実績)



ビール 販売数量ブランド別構成比(2025年実績)



ビール 販売数量容器別構成比(2025年実績)

黒ラベル缶販売数量実績
2015vs 2025

株式会社サッポロライオン

国内酒類

外食

国内食品飲料

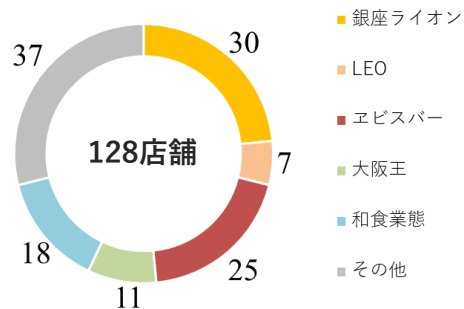
基本情報

1899（明治32）年、東京銀座にわが国初のビヤホールを開店して以来、外食産業のパイオニアとして各種飲食店を経営。「JOY OF LIVING WITH BEER - すべての人々にビールの美味しさを通じて、『生きている喜び』を提供する -」を理念に掲げ、グループのなかでお客様との接点を担い、ブランド発信拠点として国内酒類事業との連携を強化しています。

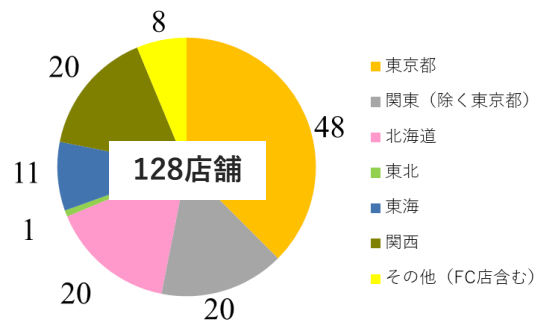
事業内容

ビヤホール、レストランの運営
ビヤホール「銀座ライオン」、ビヤバー「YEBISU BAR」を中心に、小型ビヤホール「銀座ライオンLEO」、和食業態など複数の業態・ブランドにて店舗展開

店舗数業態構成比



店舗数地域別構成比



※2025年12月末現在

沿革

1899年8月4日

日本初のビヤホール「恵比寿ビール BEER HALL」東京・銀座に誕生
（サッポロライオン社の創業）

1949年9月

日本共栄株式会社設立（サッポロライオン社の創立）

主要ブランド

★ビヤホールライオン 銀座七丁目店



1934年開店、現存する日本最古のビヤホール。
この1階のビヤホールは開業以来、変わらぬ佇まいのまま、現在に至ります。
当ビヤホールがある「銀座ライオンビル」は、2022年2月17日付で、国の登録有形文化財（建造物）として登録されました。

★エビスバー



“ALL FOR YEBISU - エビスの全てが、ここにある。”がコンセプトのエビスの魅力を味わっていただくためのビヤバーです。

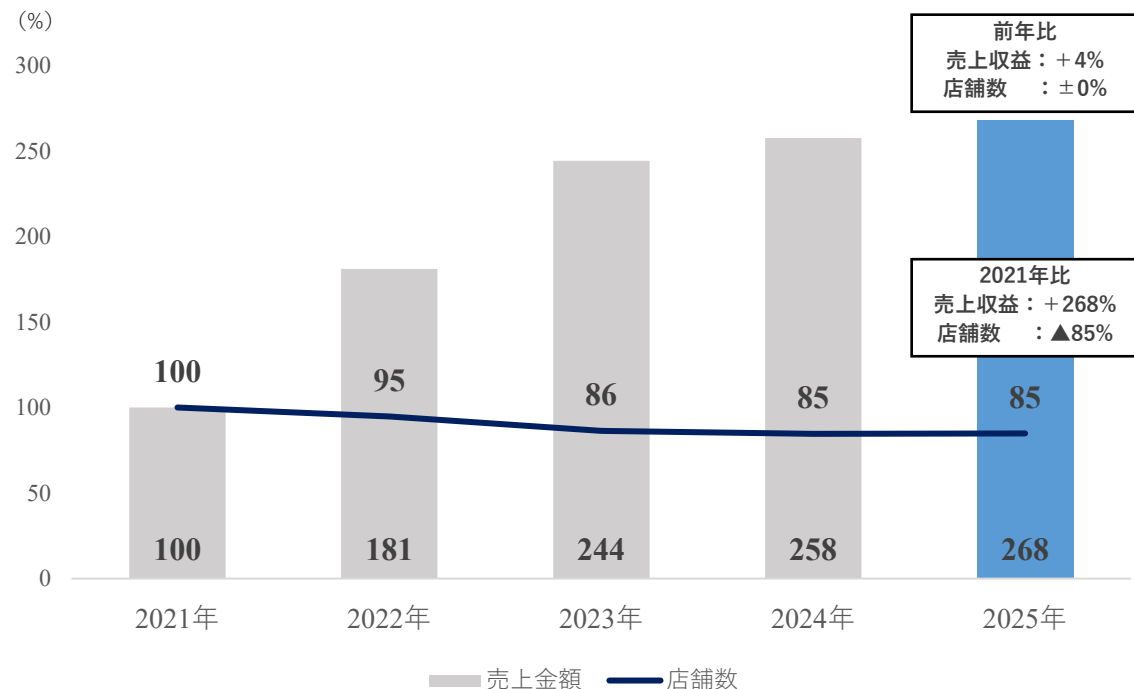
外食_市場動向

★外食産業動向

(2021年を100とした場合の増減)

棒グラフ：パブレストラン・居酒屋業態_売上金額推移

折れ線グラフ：パブレストラン・居酒屋業態_店舗数推移



2025年 パブレストラン・居酒屋業態全店ベース売上実績（前年比）

(前年同月比)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
売上高	105%	103%	101%	104%	105%	102%	104%	109%	101%	104%	103%	106%
客数	102%	100%	99%	101%	102%	100%	101%	106%	99%	102%	100%	104%
客単価	103%	103%	102%	103%	103%	103%	103%	103%	102%	102%	103%	102%

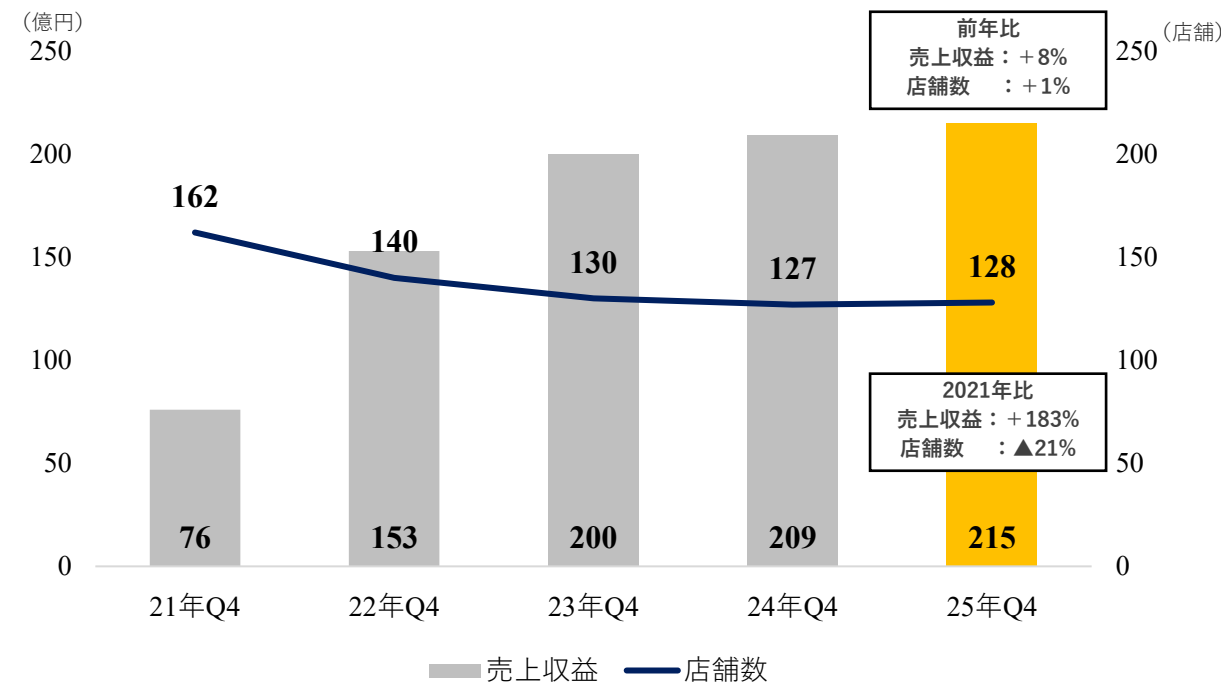
出典:日本フードサービス協会

外食_当社実績

★売上収益と店舗数の推移

棒グラフ：外食事業売上収益推移

折れ線グラフ：サッポロライオングループ店舗数推移



2025年 サッポロライオン社既存店売上実績（前年比）

(前年同月比)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
売上高	105%	102%	100%	105%	104%	101%	104%	110%	99%	103%	103%	103%
客数	100%	99%	97%	100%	100%	99%	100%	105%	96%	98%	99%	99%
客単価	106%	104%	104%	105%	103%	102%	104%	104%	103%	105%	104%	104%

色塗り箇所はパブレストラン・居酒屋業態全店ベース実績を上回る

ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社

国内酒類

外食

国内食品飲料

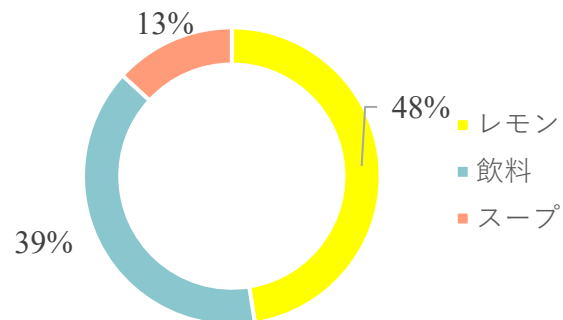
基本情報

ポッカサッポロフード&ビバレッジは、サッポログループの食品・飲料事業を担い、レモンを中心に、素材を活かしたユニークな商品を開発し、事業を展開しております。

事業内容

飲料水及び食品の製造販売他

★ポッカサッポロフード&ビバレッジ
主要3カテゴリ売上金額構成比（国内）



沿革

- 1957年1月 日本麦酒株式会社が国際飲料株式会社を設立
＜旧サッポロ飲料の創業＞
- 1957年2月 レモン飲料の製造販売を目的としてニッカレモン株式会社を設立
＜旧ポッカコーポレーションの創業＞
- 2013年1月 ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社として事業開始

主要ブランド



生産拠点

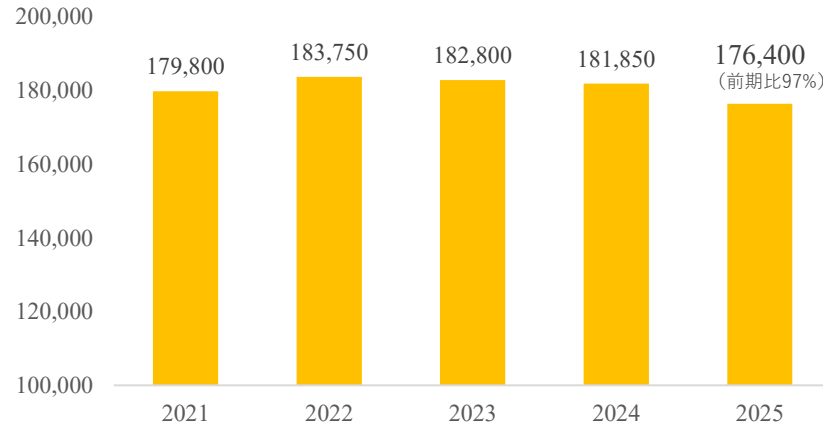
食品・飲料工場（名古屋）
食品製造関係会社（磐田）



飲料_市場動向

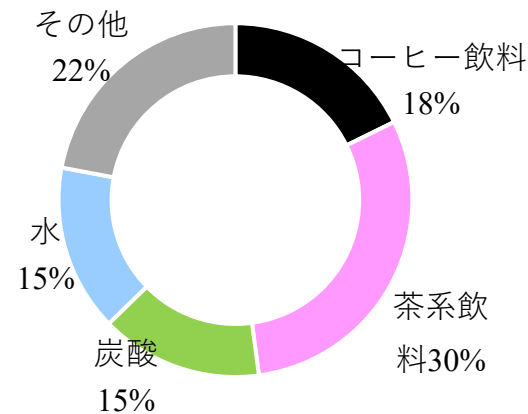
★日本国内 飲料市場の規模 単位:万ケース 2025年

出典:飲料総研『飲料ビジネス3月号』数量ベースで抽出



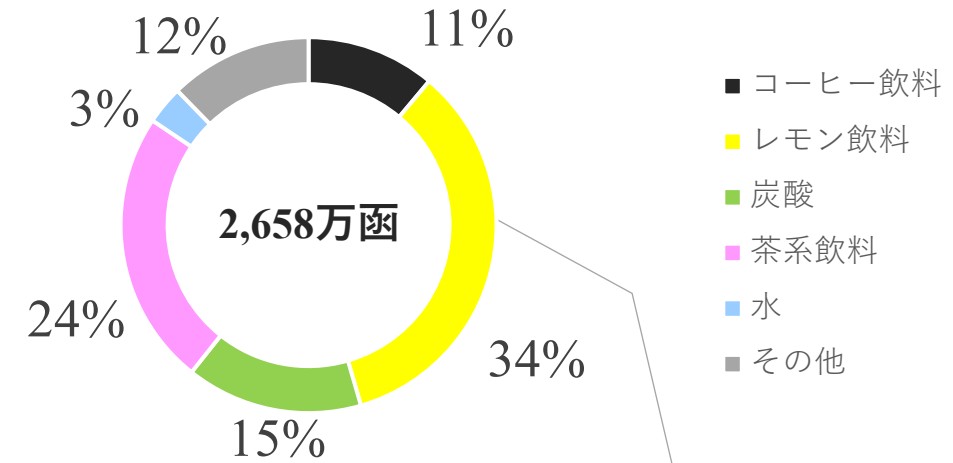
★日本国内 飲料市場カテゴリ別構成比 2025年

出典:飲料総研『飲料ビジネス3月号』数量ベースで抽出

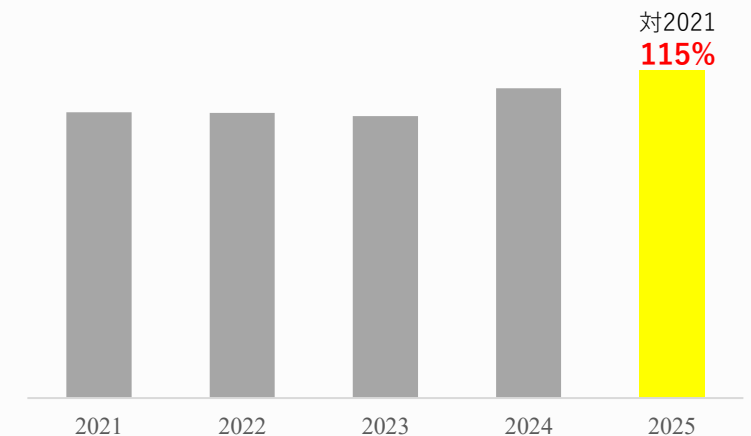


飲料_当社実績

★国内：ポッカサッポロフード&ビバレッジ 国内飲料ジャンル別販売数量 構成比



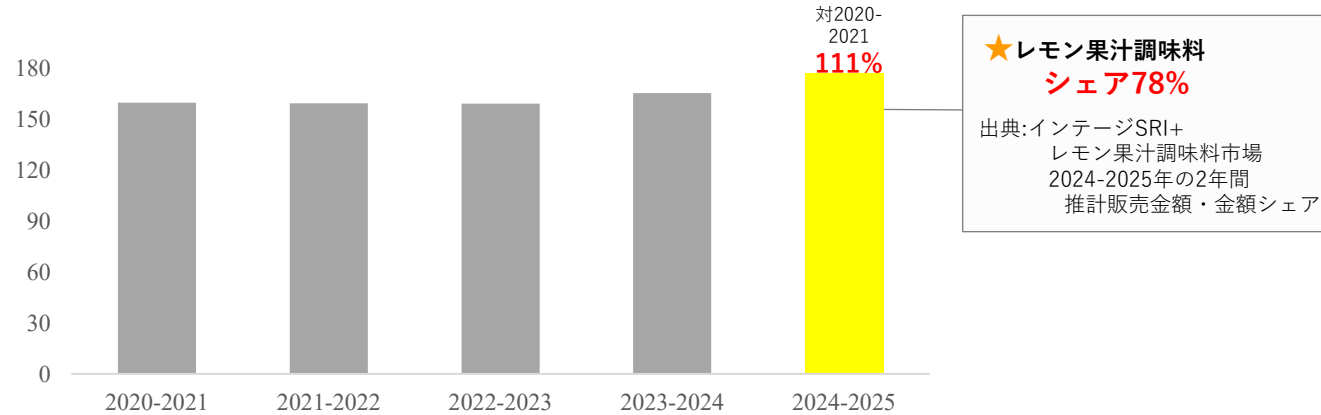
★レモン飲料売上金額推移 ※2021年を100とした場合の伸長率



レモン食品_市場動向

★レモン果汁調味料 市場規模推移 (単位：億円)

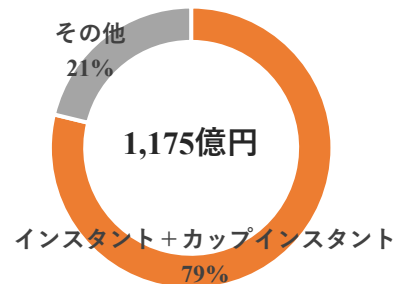
おいしさに加えて、機能性が評価されていることでレモン市場は拡大が続く見込み



スープ_市場動向

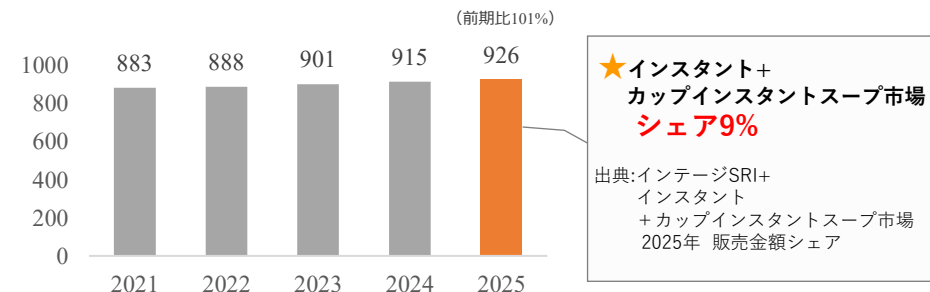
★日本国内 スープ市場カテゴリー別構成比

出典: インテージSRI+ スープ市場 2025年 販売金額



★日本国内 インスタント+カップインスタントスープ市場 (単位：億円)

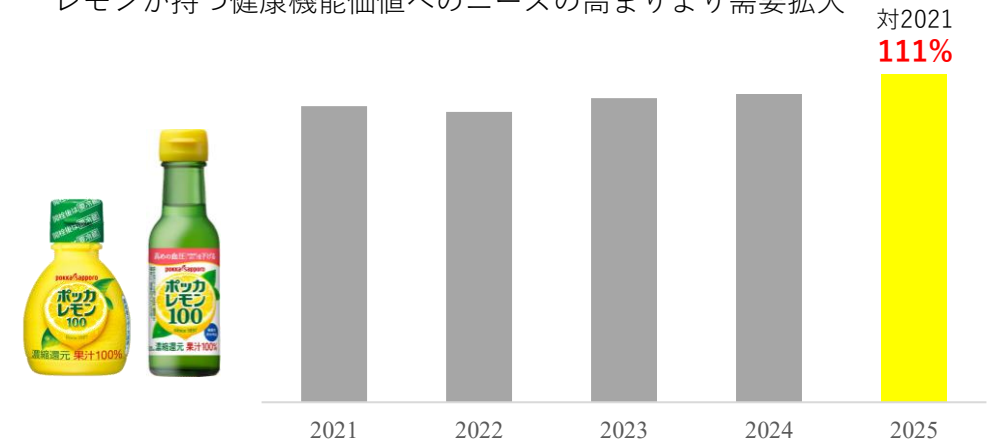
出典: インテージSRI+ インスタント、カップインスタントスープ市場 2021-2025年 販売金額



レモン食品_当社実績

★レモン食品売上金額推移 ※2021年を100とした場合の伸長率

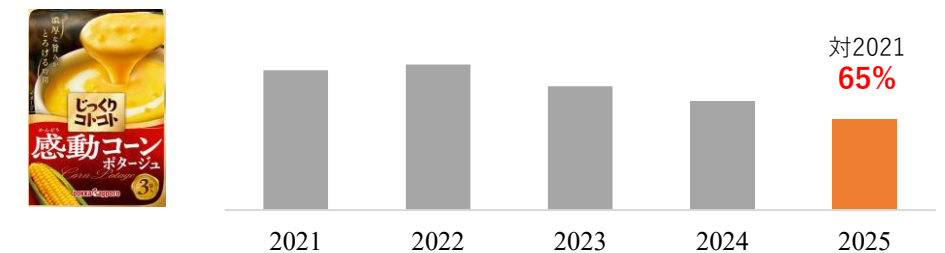
レモンが持つ健康機能価値へのニーズの高まりより需要拡大



スープ_当社実績

★スープ売上金額推移 ※2021年を100とした場合の伸長率

収益性改善を目的としたSKU削減により売上は減少

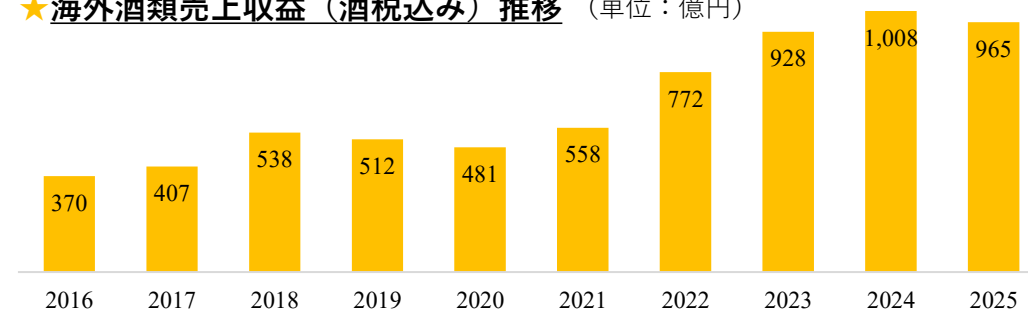


酒類事業における海外展開（カナダ・米国・APAC・欧州・ベトナム）

基本情報

1964年の米国向けのビールの輸出からスタートし、今では米国、カナダ、APAC・欧州を中心に約60か国で展開しております。
売上収益は10年間で約2.6倍に拡大、当社グループの成長ドライバーと位置付けています。

★海外酒類売上収益（酒税込み）推移（単位：億円）



事業内容

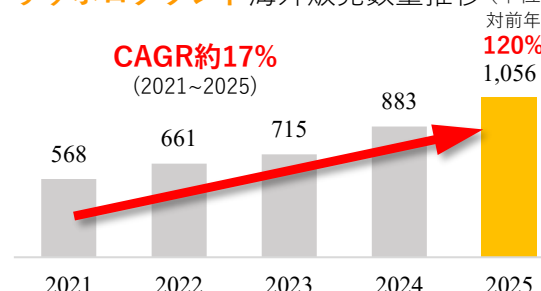
ビールの製造、輸入、販売

(2025年実績数量ベース/すべて大瓶換算)

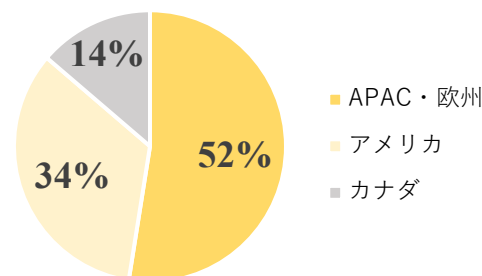


※APAC・欧州(輸出事業)は、2025年まで国内酒類セグメントに分類

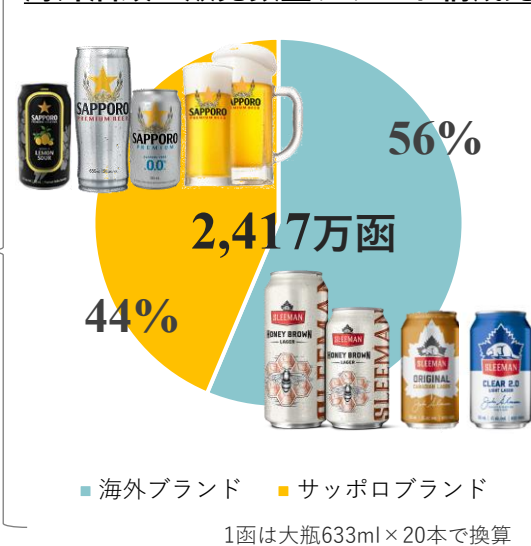
サッポロブランド海外販売数量推移（単位：万函）



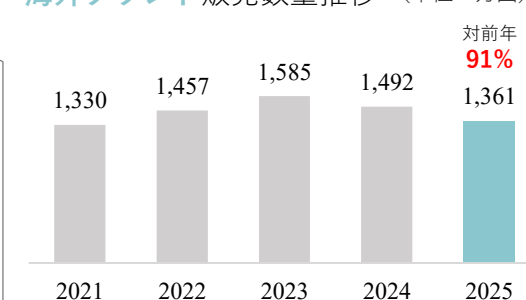
サッポロブランド海外販売エリア構成比



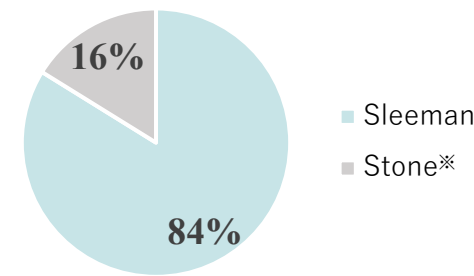
海外酒類 販売数量ブランド構成比



海外ブランド販売数量推移（単位：万函）



海外ブランドブランド構成比



※Stoneブランドは2026年4月に譲渡を決定([20260421_sh_ja.pdf](#))

カナダ：SLEEMAN BREWERIES LTD.

概要

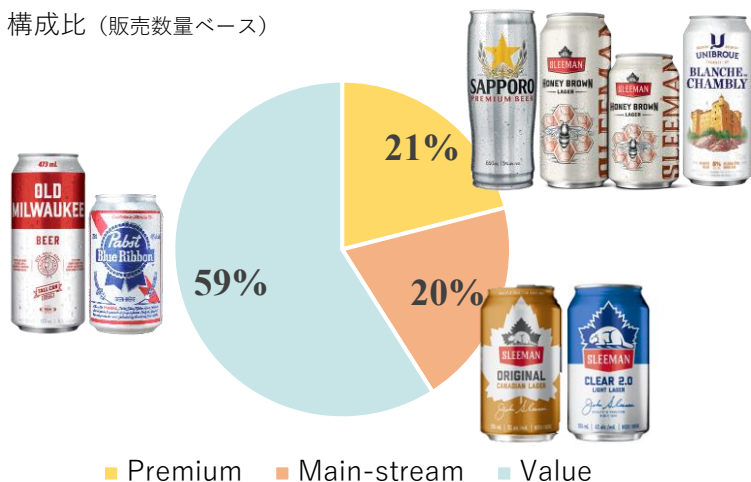
- ・カナダ第3位ビールメーカー
- ・子会社になって以来、売上金額は約2.5倍に

沿革

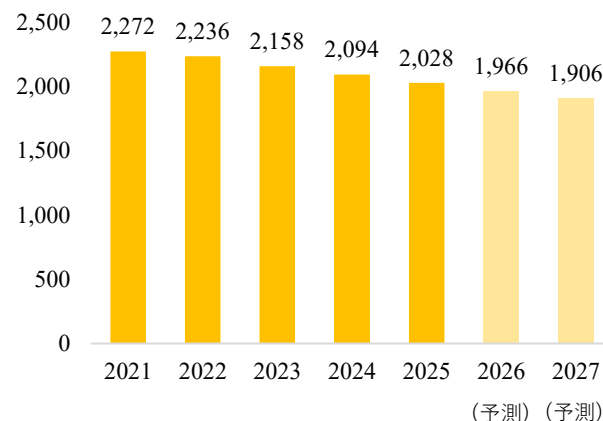
1834年 創業
1988年 SLEEMAN BREWERIES LTD. 設立
2006年 SLEEMANの全持分を取得

主要ブランド

構成比（販売数量ベース）

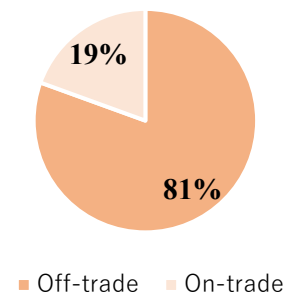


★カナダ国内 ビール市場規模 単位：千KL

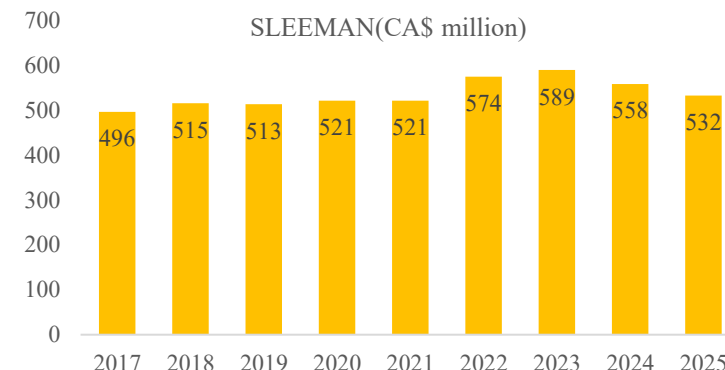


出典:ユーロモニター
数量ベース抽出
(2026年5月時点)

構成比(2025年実績)

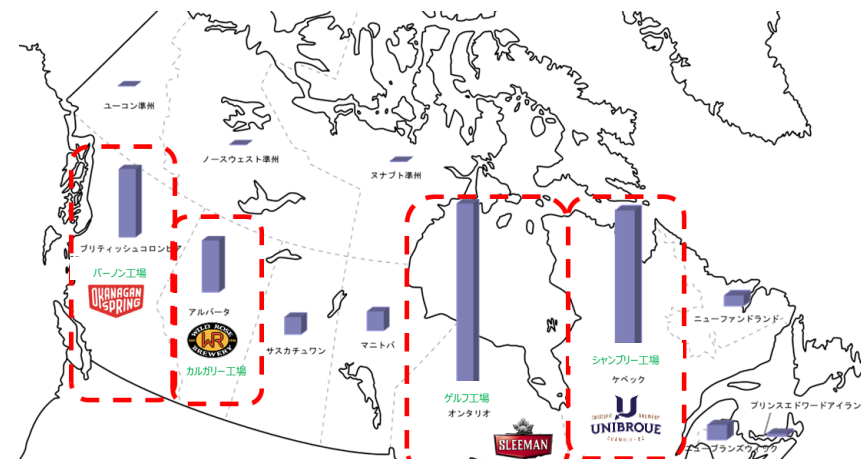


★スリーマン 現地通貨建て売上金額推移（連結消去前）



生産拠点

生産拠点 4工場
(ゲルフ、バーノン、シャンブリー、カルガリー)
生産能力 23万KL
(ゲルフ12万KL・バーノン7.5万KL
・シャンブリー3.5万KL・カルガリー0.3万KL)



：州別人口分布イメージ

米国：SAPPORO U.S.A.,INC./Sapporo Stone Brewing Co.

概要

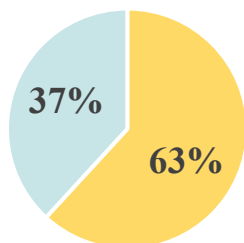
- ・1964年から、米国向けにビールの輸出を開始
- ・以降、販路を拡大させ、成長が継続
- ・2022年に買収したStoneが保有する工場で、サッポロブランドを製造し、成長を加速させる

沿革

- 1964年 米国向けの輸出開始
- 1984年 SAPPORO U.S.A.,INC.設立
- 2016年 Stone Brewing Co.,LLC設立（創業は1996年）
- 2022年 サッポログループがStoneの全持分を取得

主要ブランド

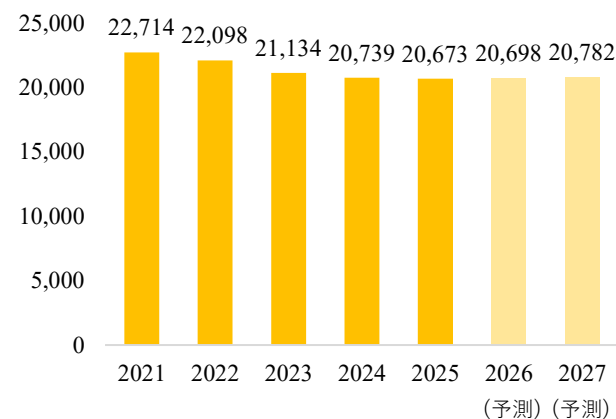
構成比（販売数量ベース）



■ サッポロブランド ■ 海外ブランド



★米国内 ビール市場規模 単位：千KL



出典:ユーロモニター
数量ベース抽出
(2026年5月時点)

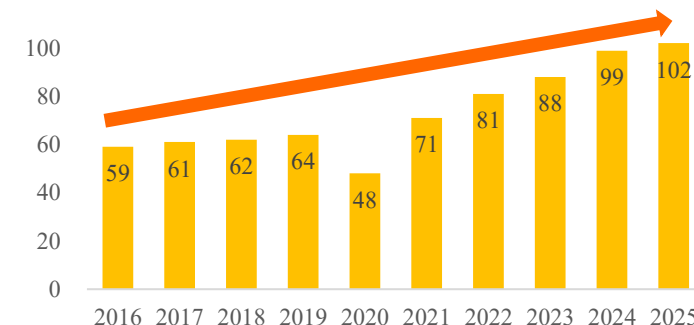
構成比(2025年実績)

★サッポロU.S.A. 現地通貨建て売上金額推移（連結消去前）

※サッポロブランドのみ

2020年は新型コロナウイルスの影響で減少

USA (US\$ million)



生産拠点

Richmond VA

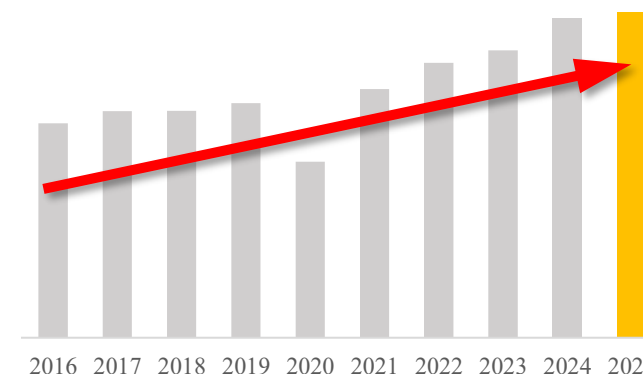
- ・RVA工場での現地生産体制により、米国市場向けにサッポロブランド(SPB)を供給



★米国でのサッポロブランドの拡大状況（販売数量ベース）

2016年比

1.5倍の成長



※Escondido CAは2026年内を目途に製造停止を予定(20260421_sh_ja.pdf)

Copyright, 2026 SAPPORO HOLDINGS LTD. All rights reserved.

APAC・欧州※

※APAC・欧州(輸出事業)は、2025年まで国内酒類セグメントに分類

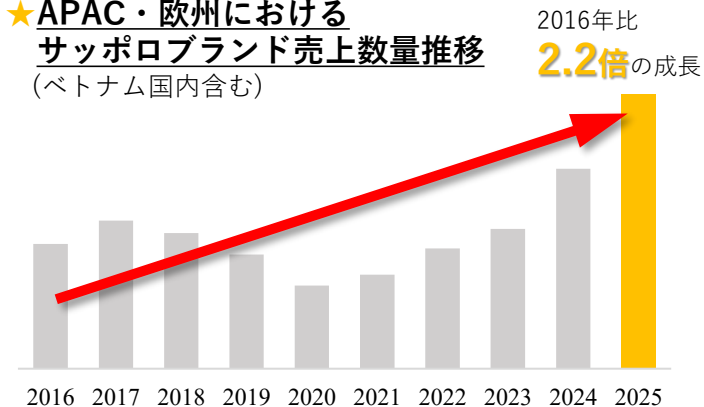
概要

- ・サッポロブランドは近年、APAC・欧州を中心に大きく成長
- ・重点エリア（中国・韓国・香港・マレーシア・シンガポール・豪州・欧州）を中心に代理店と協業し、ディストリビューター網の構築を推進する

沿革

- 1965年 <香港>
サッポロビール香港（株）設立
- 1981年 <中国>
中国へのビール輸出契約締結
- 2010年 <韓国>
M'sビバレッジ社販売委託
- 2011年 <豪州>
クーパーズ社に製造・販売委託
- 2018年 <中国>
ABI社と代理店契約
- 2019年 <欧州>
Sapporo Europe B.V.設立
- 2023年 <香港、シンガポール、マレーシア>
カールスバーグ社とサッポロプレミアムビールの販売代理店契約を締結

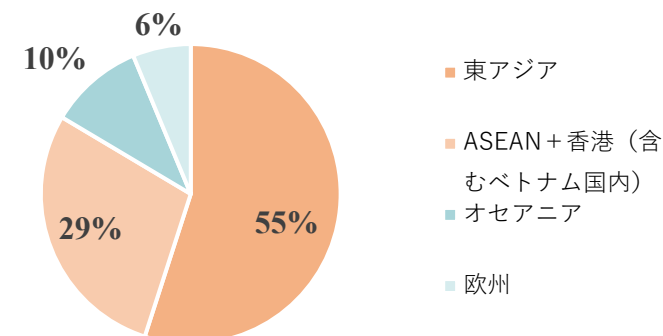
★APAC・欧州におけるサッポロブランド売上数量推移（ベトナム国内含む）



APACの**カールスバーグ社提携エリア***1では提携前と比較し売上は**約3倍***2に成長

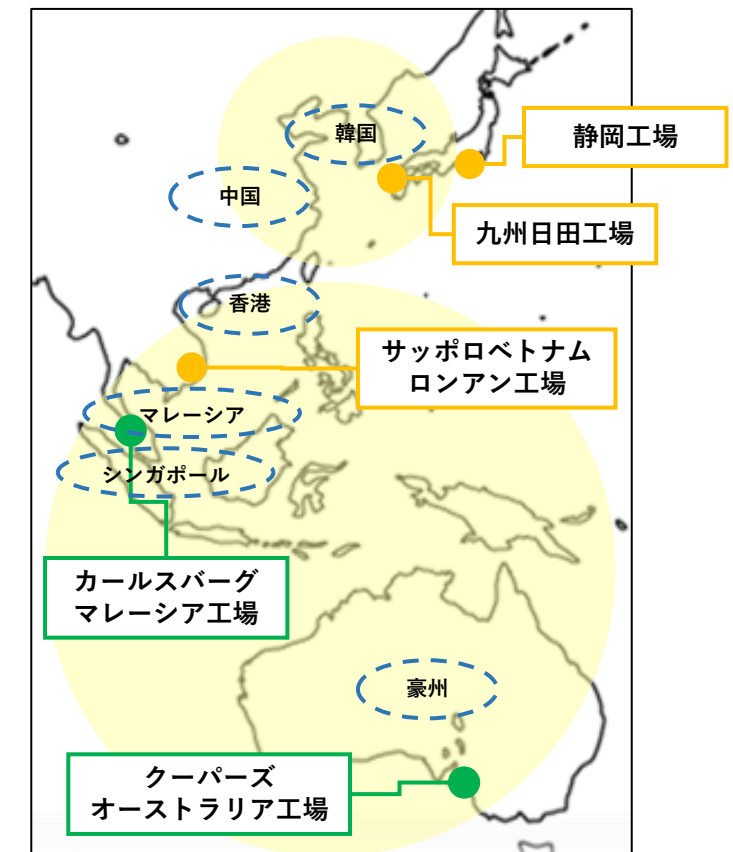
*1: 香港・シンガポール・マレーシア
*2: 2025年度売上数量(2023年比)

★APAC・欧州におけるサッポロブランド 販売数量エリア構成比



★APACにおける製造拠点と主要販売エリア

- 自社製造拠点
- OEM製造拠点



★ ベトナム：SAPPORO VIETNAM LTD.

概要

- ・日本のビールメーカーとしては初めて、ベトナムにビール工場を建設し市場参入
- ・東南アジアにおけるサッポロブランドの販売拡大のための橋頭堡

沿革

2010年 SAPPORO VIETNAM LTD.設立
2011年 ロンアン工場竣工

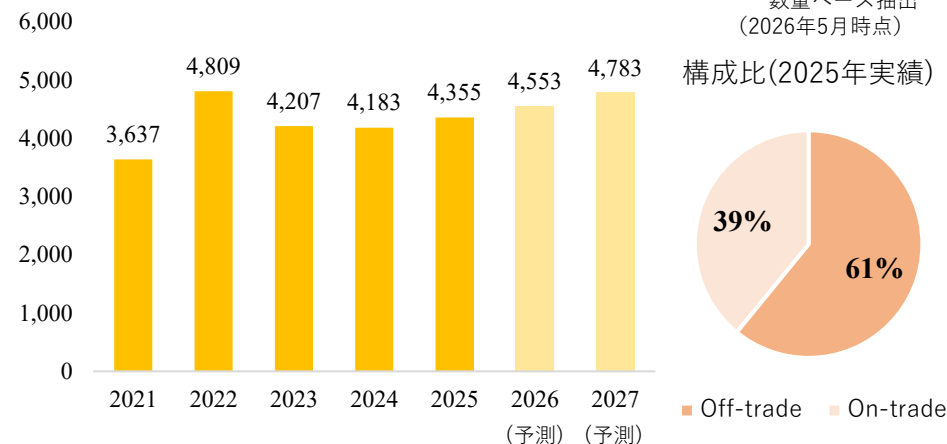
主要ブランド



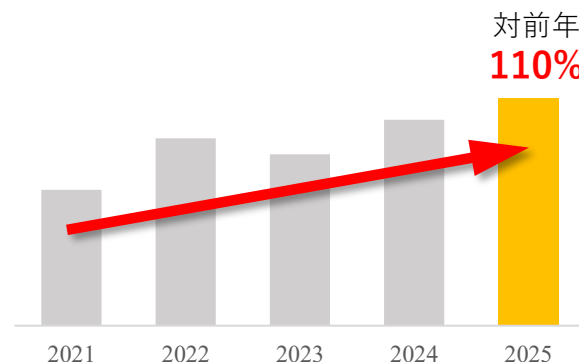
生産拠点

ロンアン工場
生産能力 6万KL

★ベトナム国内 ビールの市場規模 単位：千KL 出典:ユーロモニター
数量ベース抽出
(2026年5月時点)



★サッポロベトナム ベトナム国内 売上数量推移



シンガポール：POKKA PTE. LTD.

マレーシア：POKKA (MALAYSIA) Sdn. Bhd.

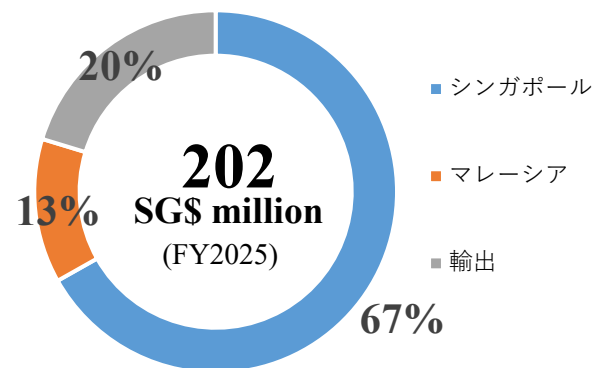
基本情報

1977年、日本の飲料メーカーに先駆けて、海外生産拠点ポッカコーポレーション・シンガポールを設立。シンガポール国内ではジャスミングリーンティーを中心に、茶系飲料で圧倒的なシェアを誇り、果汁飲料、コーヒー飲料でもPOKKAブランドの存在感は増しています。また、シンガポールから東南アジア、中東など世界60ヶ国以上にPOKKAブランドの飲料を輸出しており、更なる成長を目指しています。

事業内容

清涼飲料水の製造、販売

★売上構成比

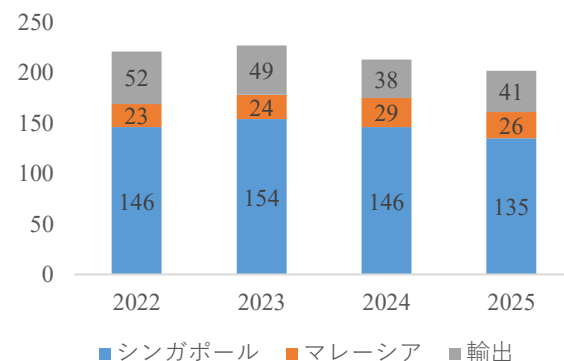


シンガポールにおける茶系飲料シェアNo.1 (66%)

※ 出典：2025年Nielsen

★売上金額推移

単位：百万SGD



沿革

1977年1月 POKKA CORPORATION(SINGAPORE)PTE. LTD.設立
(現：POKKA PTE. LTD.)

2014年8月 POKKA (MALAYSIA) Sdn. Bhd.設立



主要ブランド



～データ編_財務データ～

損益計算書

(単位：百万円)

	2018/12	2019/12	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12	2024/12	2025/12
売上収益	493,908	491,896	434,723	437,159	478,422	518,632	530,783	506,861
売上収益（酒税抜き）	370,796	371,100	328,583	331,191	364,240	400,770	412,984	391,066
売上原価	335,631	336,682	302,593	303,380	339,180	361,793	365,865	339,815
販管費及び一般管理費	143,118	143,490	127,869	125,637	129,931	141,206	142,881	142,038
事業利益	15,159	11,723	4,261	8,142	9,312	15,633	22,038	25,009
営業利益	11,588	12,208	▲15,938	22,029	10,106	11,820	10,416	24,437
E B I T D A	39,751	35,971	27,351	28,639	29,879	36,029	44,047	41,955
親会社の所有者に帰属する当期純利益	8,521	4,356	▲16,071	12,331	5,450	8,724	7,714	19,498
海外売上収益比率（酒税込み）（%）	15.0	14.5	15.1	17.0	21.4	23.1	24.2	24.2
売上収益総利益率（%）	32.0	31.6	30.4	30.6	29.1	30.2	31.1	33.0
売上収益販管費率（%）	29.0	29.2	29.4	28.7	27.2	27.2	26.9	28.0
売上収益事業利益率（%）	3.1	2.4	1.0	1.9	1.9	3.0	4.2	4.9

財政状態計算書

(単位：百万円)

	2018/12	2019/12	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12	2024/12	2025/12
資産合計	639,692	638,722	616,349	594,551	639,118	663,573	664,963	653,690
資本合計	164,735	174,524	149,551	163,327	167,201	183,248	197,157	220,117
流動資産	153,544	155,765	160,829	167,806	179,431	176,353	193,918	340,461
非流動資産	486,148	482,957	455,520	426,745	459,687	487,220	471,045	313,229
流動負債	214,591	210,472	216,243	210,535	219,515	191,204	207,007	217,757
非流動負債	260,367	253,725	250,555	220,688	252,402	289,121	260,799	215,815
ネット金融負債残高	218,358	212,126	221,534	180,730	226,513	205,399	180,972	148,228
親会社所有者帰属持分比率（%）	25.2	27.3	24.3	27.3	26.0	27.5	29.5	33.5
E B I T D A 有利子負債倍率(倍)	5.5	5.9	8.1	6.3	7.6	5.7	4.1	3.5
D/Eレシオ(倍)	1.4	1.2	1.5	1.1	1.4	1.1	0.9	0.7

※2025年度より、不動産事業を非継続事業に分類しています。
2025年度においては、関連する項目から非継続事業による金額を除いた継続事業の金額を表示し、当期利益、親会社の所有者に帰属する当期利益は継続事業及び非継続事業の合算を表示しております。

セグメント情報

(単位：百万円)

	2018/12	2019/12	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12	2024/13	2025/12
連結合計 売上収益	493,908	491,896	434,723	437,159	478,422	518,632	530,783	506,853
酒類事業	330,009	330,178	285,427	289,678	334,644	376,862	388,162	400,244
国内酒類	252,108	254,656	227,943	228,621	245,387	268,302	272,980	291,007
海外酒類	50,332	48,257	46,203	53,439	73,950	88,593	94,308	87,738
外食	27,569	27,265	11,281	7,617	15,307	19,967	20,874	21,499
食品飲料事業	133,384	136,876	125,861	125,453	122,914	119,922	117,950	106,609
国内食品飲料	-	-	-	-	98,330	93,484	90,737	80,888
海外飲料	-	-	-	-	24,584	26,437	27,213	25,720
不動産事業	24,483	24,690	23,262	21,863	20,724	21,702	24,602	-
その他事業	6,033	152	172	166	140	146	69	0
連結合計 事業利益	15,159	11,724	4,261	8,142	9,312	15,633	22,038	25,009
酒類事業	8,952	8,520	2,368	5,441	7,730	16,016	18,797	28,546
国内酒類	7,166	8,003	6,660	7,916	8,471	14,185	16,401	26,333
海外酒類	1,473	199	467	1,727	▲261	▲301	385	163
外食	381	388	▲5,022	▲4,238	▲513	2,105	1,940	2,049
食品飲料事業	1,409	▲470	▲2,621	712	1,767	1,634	3,429	4,227
国内食品飲料	-	-	-	-	789	2,164	2,248	3,047
海外飲料	-	-	-	-	882	▲573	1,183	1,172
不動産事業	11,136	10,737	10,853	8,226	6,459	5,784	7,849	-
その他事業	▲6,338	▲7,064	▲6,339	▲6,237	▲6,644	▲7,801	▲8,037	▲7,765
連結合計 事業利益率(%)	3.1	2.4	1.0	1.9	1.9	3.0	4.2	4.9
酒類事業	2.7	2.7	0.8	1.9	2.3	4.2	4.8	7.1
国内酒類	2.8	3.3	3.1	3.5	3.5	5.3	6.0	9.0
海外酒類	2.9	0.4	0.7	3.2	▲0.4	▲0.3	0.4	0.2
外食	1.4	1.4	▲44.5	▲55.6	▲3.3	10.5	9.3	9.5
食品飲料事業	1.1	▲0.3	▲2.1	0.6	1.4	1.4	2.9	4.0
国内食品飲料	-	-	-	-	0.8	2.3	2.5	3.8
海外飲料	-	-	-	-	3.6	▲2.2	4.3	4.6
不動産事業	45.5	43.5	46.7	37.6	31.2	26.7	31.9	-
その他事業	-	-	-	-	-	-	-	-

※カンントリービュアフーズ社・シルバースプリングスシトラス社（北米飲料事業）
：2018年～2019年12月→食品飲料事業に分類（2019/12売却済み）
※2020年度より、「その他事業」に区分していた物流事業を、「酒類事業」に区分へ変更。
※2021年度より、「日本・アジア酒類事業」に区分していたベトナム事業、
欧州事業等の海外事業、及び「北米酒類事業」について、「海外酒類事業」に区分を変更。
また、同区分変更に伴い、「日本・アジア酒類事業」を「国内酒類事業」に名称変更。
前期比較については、前年数値を変更後セグメント区分に組み替えた数値で比較。
（＝～2019年まで「日本・アジア酒類事業」、「北米酒類事業」
2020年～「国内酒類事業」、「海外酒類事業」）
※2025年度より、不動産事業を非継続事業に分類。
※2026年12月期より報告セグメントを「酒類事業」及び「食品飲料事業」から
「国内事業」及び「海外事業」へ変更。
変更後の報告セグメント「国内事業」は、「国内酒類」、「外食」及び「国内食品飲料」で
構成し、「海外事業」は、「海外酒類」及び「海外飲料」で構成。

キャッシュフロー情報

(単位：百万円)

	2018/12	2019/12	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12	2024/12	2025/12
営業活動 C F	30,830	36,069	16,466	30,308	7,814	45,446	36,109	44,592
投資活動 C F	▲18,727	▲24,930	▲16,000	20,729	▲46,137	▲16,439	▲5,836	▲2,972
財務活動 C F	▲14,521	▲5,984	4,138	▲53,080	36,465	▲27,140	▲25,372	▲42,274
フリー C F	12,103	11,140	466	51,037	▲38,323	29,007	30,273	41,620
現金・同等物期末残高	9,989	15,215	19,734	17,368	15,380	17,204	24,140	22,360
設備投資額	23,036	29,912	16,109	21,241	22,326	28,923	36,957	13,176
減価償却費	24,591	24,248	23,089	20,496	20,567	20,395	22,009	16,947

1株あたり情報

	2018/12	2019/12	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12	2024/12	2025/12
1株当たり当期純利益(円)	21.88	11.18	▲41.26	31.66	13.99	22.40	19.80	50.02
1株当たり配当金(円)	8	8	8	8	8	9	10	18
1株当たり親会社所有者帰属持分(円)	414.71	446.93	384.56	417.39	427.00	468.08	503.14	561.41
配当性向(%)	38.4	75.1	-	26.5	60.0	42.0	52.5	36.0
株価（各年12月末）(円)	459	516	398	437	656	1,244	1,664	1,686

各種指標

	2018/12	2019/12	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12	2024/12	2025/12
ROA：資産合計事業利益率(%)	2.3	1.8	0.7	1.4	1.5	2.4	3.3	3.8
ROE：親会社所有者帰属持分当期利益率(%)	5.1	2.6	▲9.9	7.9	3.3	5.0	4.1	9.4
総資産回転率：資産合計回転率(回)	0.7	0.8	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8

※当社は、2026年1月1日付で普通株式1株につき5株の株式分割を行っております。2018年の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり情報を記載しています。

～データ編_非財務情報～

サステナビリティ重点課題

サッポログループは、「事業による社会・環境への影響度」と「社会・環境による自社財務への影響度」をリスク・機会の側面から評価し、事業活動を行うにあたり特に重要と捉えて重点的に取り組む「サステナビリティ重点課題（マテリアリティ）」として、9項目を設定しています。

サッポログループを取り巻く社会情勢、事業環境の変化に伴い適宜見直しをしており、2025年、重点課題を一部更新しました。中でも、「脱炭素社会の実現」「自然共生社会の実現」「地域との共栄」「責任ある飲酒の推進」「多様な人財の活躍」を経営上特に重視する課題として位置付けています。

★最注力課題

環境との調和

- ① 脱炭素社会の実現 ★
- ② 循環型社会の実現
- ③ 自然共生社会の実現 ★

社会との共栄

- ④ 地域との共栄 ★
- ⑤ 健康価値の提供
- ⑥ 責任ある飲酒の推進 ★

人財の活躍

- ⑦ 多様な人財の活躍 ★

⑧ 持続可能なサプライチェーン構築

⑨ 安全な製品、施設の提供

ガバナンス

<サステナビリティ重点課題 目標・指標>

※ 会社略称表記
SH:サッポロホールディングス、SB:サッポロビール、
PS:ポッカサッポロ、
SRE:サッポロ不動産開発、SLN:サッポロライオン、
SBL:スリーマン、SVL:サッポロベトナム、PK:ポッカ

区分	重点課題	具体的取り組み	指標	目標設定会社	目標年	目標	実績
環境 との 調 和	脱炭素社会の 実現	自社拠点・サプライ チェーンにおける 温室効果ガス排出削減	温室効果ガス排出削減量 ※SBT認定済	サッポログループ (全事業会社共通)	2030年	・ スコープ1,2 温室効果ガス排出量を2022年比で42%削減	【2024年実績】 ・ 167.0千t (2022年比88.2% 11.8%削減) ※昨年5月に開示した2024年の数値に誤りがあったた め、訂正しております。
				サッポログループ (SB,PS,SBL)		・ スコープ3 温室効果ガス排出量を2022年比で25%削減	【2024年実績】 ・ 979.3千t (2022年比86.0% 14.0%削減)
				・ FLAGスコープ1,3 温室効果ガス排出量を2022年比で31%削減		【2024年実績】 ・ 53.1千t (2022年比74.1% 25.9%削減)	
	自然共生 社会の実現	気候変動の緩和策・ 自然への影響の低減策	大麦/麦芽の単位量あたりの 窒素肥料の投入量、 施肥最適化コミュニケーション	SB		・ 大麦/麦芽の単位量あたりの窒素肥料の投入量把握 および施肥最適化コミュニケーション ※2030年までに実施割合を100%にする。 ※ 当社のFLAG Scope1,3目標の共有、窒素系化学肥料や有機 肥料の活用について、現地訪問などによる状況ヒアリング	*2025年より設定
		気候変動に対応した 原料育種、自然と共生 する拠点・まちづくり	気候変動対応原料育種の進捗			・ 気候変動対応可能な特性を持つ大麦・ホップの国内品種登 録出願	【2024年実績】 (大麦) 赤かび病に強い可能性のある大麦品種候補を、現在公的 試験中。 (ホップ) うどんこ病抵抗性品種候補の登録用調査中

＜サステナビリティ重点課題 目標・指標＞

区分	重点課題	具体的取り組み	指標	目標設定会社	目標年	目標	実績
社会との共栄	地域との共栄	・地域の価値向上 ・自社リソースを活用した地域課題解決	エリアブランド価値向上に資する持続可能なまちづくりの進捗	SRE		・保有物件価値向上と賑わいの創出 ・物件エリアのステークホルダーとのコミュニティ形成・強化・拡大 ・誰にでも優しい施設づくり	【2025年上期実績】 コミュニティ形成に資するイベント実施件数11件（恵比寿：7件、札幌：4件）
			「地域創生事業」の進捗	SB		・自治体と連携した持続可能な地域創りとして、食材商談会における地域の食材サプライヤーと企業のマッチング等を実施 ・商談会における自治体、サプライヤー、バイヤー満足度75.0%以上	【2025年上期実績】 ・19自治体24案件受託 ・取組み継続中
			日本のレモン生産の環境構築の進捗	PS		◆長期 ・日本のレモン栽培の豊かな土地と恵みを、未来の人々と地域に受け継ぐ ◆短期 ・毎年最低でも農地の最小単位である2,000㎡を増やす ・自社だけでなくパートナーとともに、栽培耕地の拡大 ・後継不在の農地引継ぎ、耕作放棄地の再生等の実施	【2024年実績】 ・耕作放棄地の整備（2,000㎡）と新規就農者への引き渡し ・新たな農家との契約化
			食品飲料事業に関する地域における学習プログラムの実施件数	PS	2030年	・2021年比で10倍（400件規模）	【2024年度実績】 302件(2021年比で8.2倍)

<サステナビリティ重点課題 目標・指標>

区分	重点課題	具体的取り組み	指標	目標設定会社	目標年	目標	実績
社会との共栄	責任ある飲酒の推進	適正飲酒の啓発	純アルコール量のラベル表示進捗	SB	2025年	・国産・国内販売の缶入りアルコール飲料、微アルコール飲料容器へ1本当たりの純アルコール量（g）を表示実施率100%	【2025年上期実績】 当該容器への1本当たりの純アルコール量（g）表示実施率100%
			適正飲酒に関する啓発の社員受講率	SB,SLN		・国内全従業員へのe-learning等による啓発（1回／年以上）100%参加	【2025年上期実績】 下期実施予定
			ノンアルコール、微アルコール、低アルコール製品に対する取組み強化	SB	2026年	・お客様の多様なニーズに応えるため、ノンアルコール、微アルコールや低アルコール製品において、選択肢を拡大していくことを目指す	【2025年上期実績】 2025年既存アイテム拡大に向けた取り組みを実施中
				SLN			【2025年上期実績】 「飲み放題」メニュー選択者のアルコール摂取量調査を実施
			適正飲酒セミナーの満足度	SB	2027年	・お客様に適正な飲酒の情報を提供し、啓発活動を進めることで、アルコールの有害な摂取を防ぎ、社会に貢献する ※セミナー後の満足度アンケート（5段階評価）にて2027年までに4以上	【2025年上期実績】 2025年上期累計セミナー満足度（5段階評価）スコア4.38
			飲食店におけるアルコールの誤飲発生件数	SLN		・0件	【2025年上期実績】 ・毎月15日を「誤飲防止の日」として社内注意喚起を継続。 ・2025年2月、誤飲事故1件発生
			飲食店メニュー・POP類へ20歳未満飲酒防止メッセージの表示率	SLN		・100%	【2025年上期実績】 ・飲食店メニュー・POP類へ20歳未満飲酒防止メッセージの表示率100%

＜サステナビリティ重点課題 目標・指標＞

区分	重点課題	具体的取り組み	指標	目標設定会社	目標年	目標	実績
人財の活躍	多様な人財の活躍	ダイバーシティ、エクイティ＆インクルージョン (DE&I)の推進	多様な価値観、新しい働き方に合わせた制度・環境の整備状況	SH,SB,PS,SRE,SLN	2026年	・ワークエンゲージメント(※) 54以上 ※ストレスチェック・従業員意識調査による指標<偏差値>	【2025年調査結果】 ワークエンゲージメント54.3
				SBL		・DE&I研修を受けた従業員の割合 100%	【2025年上期時点】 受講従業員の割合：82%
						・コンシャス・インクルージョン研修を受講した雇用リーダーの割合：100%	【2025年上期時点】 受講リーダー割合：84%
						・DE&I理解度 6.0点(※)	【2024年実績】 6.13点
				SVL		・経営陣の中のローカル社員人数 2名	【2025年実績】 経営人材研修を 7 月・ 8 月に実施。 7 月実績：マネジャー職参加の割合： 1 0 0 %
						・組織文化調査 6.00点(※) ※SVL社実施の「組織文化調査」による指標（7点満点中）。 ・エンゲージメント(※) 80% ※PK社実施の「従業員調査」による指標（ベンチマーク76%）。	【2024年実績】 ・ 6.2点
				PK		【2025年上期実績】 77.0%	
			女性活躍推進の進捗状況	SH,SB,PS,SRE,SLN	2026年	・女性取締役比率12%以上、女性管理職比率12%以上	【2025年実績】 5社合計 2025年6月末現在 女性取締役比率17.2%（SH単体18.2%）
				SH	2030年	・女性取締役比率30%以上	
				SH,SB,PS,SRE,SLN		・女性管理職比率20%以上	
		成長と生産性向上に向けた人的資本投資	未来価値創造に向けた挑戦的な風土醸成の進捗度合い	SH,SB,PS,SRE,SLN	2026年	・統合調査「未来価値創造に向けた挑戦」(※)3.0以上 ※ストレスチェック・従業員意識調査によるサッポログループ独自の調査指標 <1.0～4.0で数値化>。	【2025年調査結果】 2.7
			積極投資による人財育成（経営人財／グローバル中核人財／DX・IT基幹人財）の進捗状況	SH,SB,PS,SRE,SLN	2026年	・経営人財後継者の充足	【2025年実績】 事業会社にて経営者育成会議、全社での経営人財連絡会議を実施し、計画的に経営人財の育成を推進。
						・グローバル中核人財100名	【2025年実績】 ・グローバル中核人財:常時100名以上プールしている。
						・DX・IT基幹人財200名	【2025年実績】 ・DX・IT基幹人財:200名の育成完了。
		心身の健康の良化による生産性向上の度合い	SH,SB,PS,SRE,SLN	2026年	・プレゼンティーイズム損失率(※) 33.4%以下 ※ストレスチェック・従業員意識調査による指標	【2025年調査結果】 プレゼンティーイズム損失率 33.5% ※SH+ 4 事業会社	

潤いを創造し 豊かさに貢献する



本資料は、投資判断の参考となる情報提供のために作成されたものであり、投資勧誘又はそれに類する行為を目的としたものではありません。
また、本資料に記載された業績予測ならびに将来予測は、資料作成時点での弊社の判断であり、潜在的なリスクや不確実な要素が含まれています。
従って、将来実際に公表される業績等は、本資料に記載されている内容とは大きく異なる結果となる可能性があります。
弊社は、本資料の情報を使用されたことにより生じるいかなる損害についても責任を負うものではありませんので、ご了承ください。