平成 18 年 9 月4日

各　　位

会　社　名　宝ホールディングス株式会社
代 表 者 名　取 締 役 社 長　大 宮　　久
（コード番 号 2531　東証、大証　第 1 部）
問　合　せ 先 取締役IR室長　松崎 修一郎
Ｔ　Ｅ　Ｌ　（０７５）２４１－５１２４

機能性食品事業の再編および「宝ヘルスケア株式会社」設立について

宝ホールディングス株式会社（社長：大宮久）は、子会社である宝酒造株式会社（同：大宮久、以下宝酒造）の機能性食品事業とタカラバイオ株式会社（同：加藤郁之進、コード番号４９７４東証マザーズ、以下タカラバイオ）の医食品バイオ分野の健康志向食品事業とのシナジーを最大化するためにグループ内の事業を再編し、宝ホールディングスの傘下に機能性食品を専門に扱う「宝ヘルスケア株式会社」を設立します。これにより、TaKaRa グループの機能性食品事業の拡大を加速させるとともに、宝酒造およびタカラバイオの各事業を一層強化しグループ全体の企業価値向上をめざします。

【事業再編の主な内容】

1.　「宝ヘルスケア株式会社」の設立

２００６年９月７日付で、機能性食品の製品開発および販売を主な事業内容とする「宝ヘルスケア株式会社」（社長：加門哲也、以下同社）を宝ホールディングスの１００％子会社として設立します。

同社は、タカラバイオの販売代理店として、タカラバイオが「医食同源」をコンセプトに開発を進めてきた、昆布「フコイダン」、寒天「オリゴ糖」、明日葉「カルコン」、キノコ「ポリテルペン」などの機能性成分を応用した健康志向食品を、タカラバイオから販売ルートや顧客を引き継いで販売いたします。また同社は今後、タカラバイオが新規開発する製品の販売に加えて、アライアンス等を通し独自に機能性食品を開発、販売していきます。

タカラバイオが手がけてきた健康志向食品事業に、宝酒造が手がけてきた機能性食品事業のマーケティング力、販売ノウハウを有効に活用することで TaKaRa グループの機能性食品事業の成長を加速します。３年後の２００９年度には、売上高３０億円規模の事業に成長させる計画です。

2.　タカラバイオの健康志向食品事業の販売を同社へ移管

タカラバイオの医食品バイオ分野は、現在の収益基盤である遺伝子工学研究分野に次ぐ第２の収益基盤を目指して事業を展開しています。

今回の事業再編で健康志向食品事業の販売を同社へ移管することにより、タカラバイオは、新規機能性食品素材の研究開発から製品化までのプロセスに特化した効率的な事業展開、および収益力の強化が可能となります。

3.　宝酒造における飲料事業の既存商品の販売中止

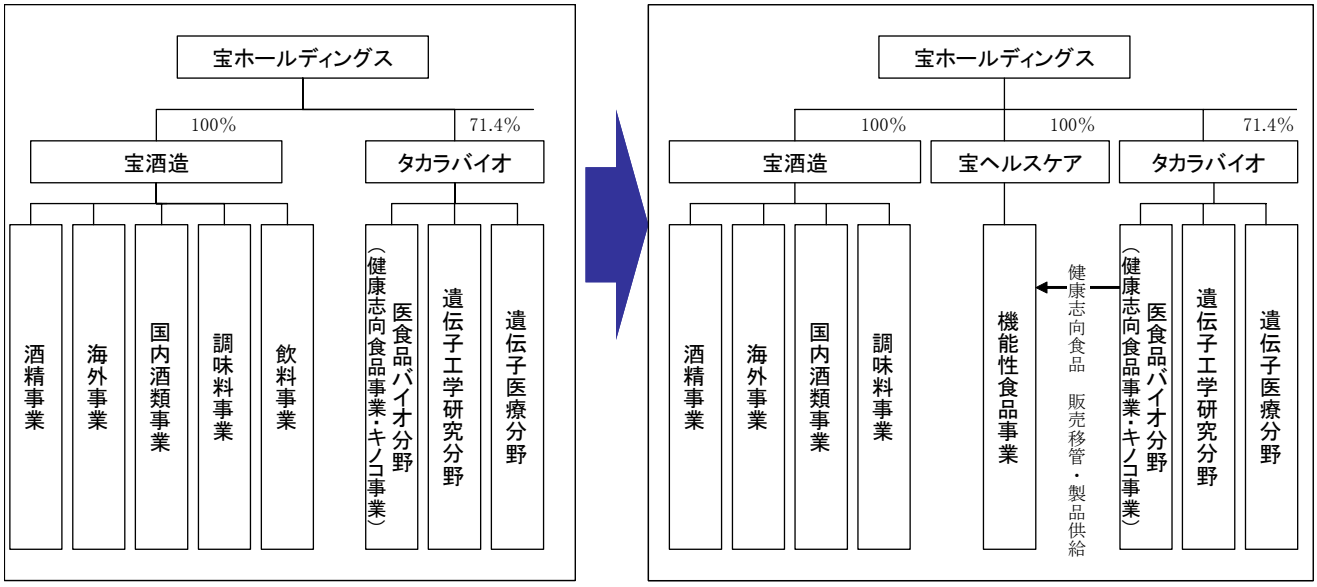
宝酒造は２００５年４月にスタートした第６次中期経営計画において、国内の高齢化などの影響を受け今後拡大が見込まれる機能性食品市場をターゲットとして、従来の飲料事業を機能性食品事業にシフトさせてきましたが、TaKaRa グループとして機能性食品事業をより拡大させていくには、タカラバイオの健康志向食品事業とのシナジーの追求が重要であると考え、宝ホールディングス傘下に機能性食品専門会社を設立し、成長する機能性食品市場への対応力を高めることが必要であると判断したものです。

この事業再編に伴い、宝酒造では飲料事業の既存商品の販売を本年１２月末を目処に中止いたします。そして飲料事業に投下してきた経営資源を再配分し、第６次中期経営計画に掲げる国内酒類事業の収益力の向上や、成長する中食市場における調味料事業の拡大に投下することで、両事業を更に強化していきます。

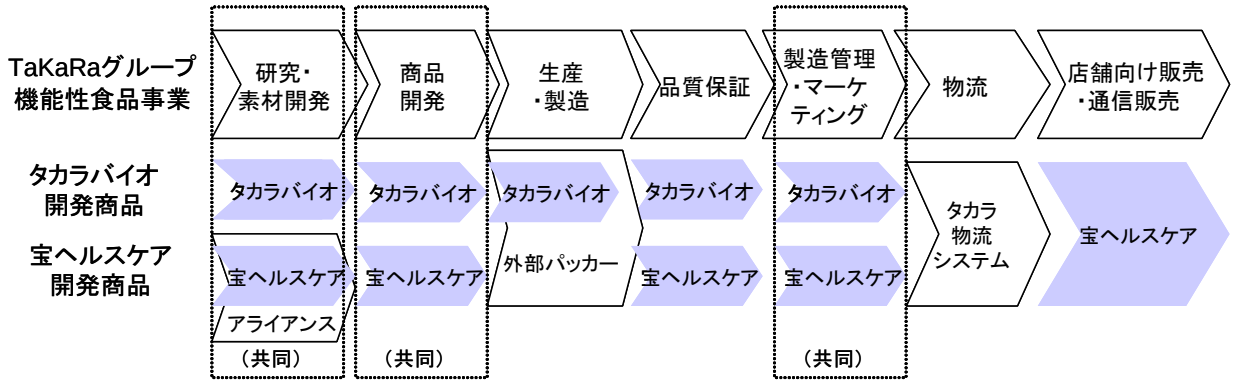
＜TaKaRa グループの組織体及び機能性食品事業のビジネスプロセス＞

・組織体

（現状）　　（事業再編後）



・TaKaRa グループの機能性食品事業のビジネスプロセス



【業績への影響】

今回の事業再編に伴う連結業績への影響は、宝酒造グループにおける飲料事業の既存商品の販売中止に伴う特別損失の発生が見込まれますが、現時点では未定です。

【宝ヘルスケア株式会社の概要】

・商号　　宝ヘルスケア株式会社
・代表者　　代表取締役社長　加門　哲也
・所在地　　京都府京都市伏見区竹中町６０９番地
・設立年月日　　２００６年9月７日
・営業開始日　　２００６年１０月１日
・主な事業の内容　　機能性食品の製品開発及び販売
・決算期　　３月末日
・従業員数　　１３名
・資本金　　９，０００万円
・大株主構成および所有割合　　宝ホールディングス株式会社１００％

以　上

当資料取り扱い上の注意点

当資料中の当社の現在の計画、見通し、戦略、確信などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、これらは現時点において入手可能な情報から得られた当社経営陣の判断に基づくものですが、重大なリスクや不確実性を含んでいる情報から得られた多くの仮定および考えに基づきなされたものであります。実際の業績は、さまざまな要素によりこれら予測とは大きく異なる結果となり得ることをご承知おきください。実際の業績に影響を与える要素には、経済情勢、特に消費動向、為替レートの変動、法律・行政制度の変化、競合会社の価格・製品戦略による圧力、当社の既存製品および新製品の販売力の低下、生産中断、当社の知的所有権に対する侵害、急速な技術革新、重大な訴訟における不利な判決等がありますが、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。