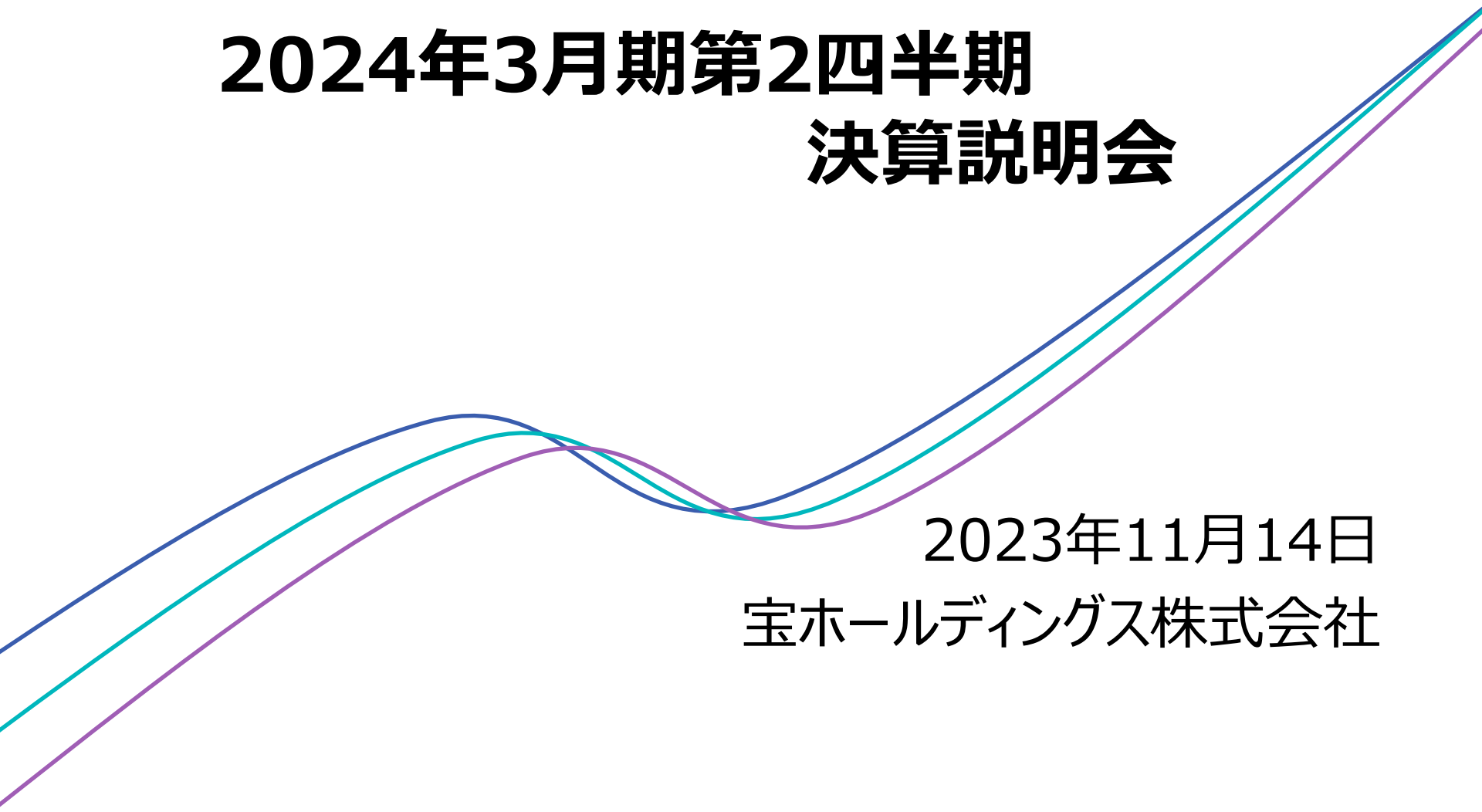


2024年3月期第2四半期 決算説明会

2023年11月14日
宝ホールディングス株式会社



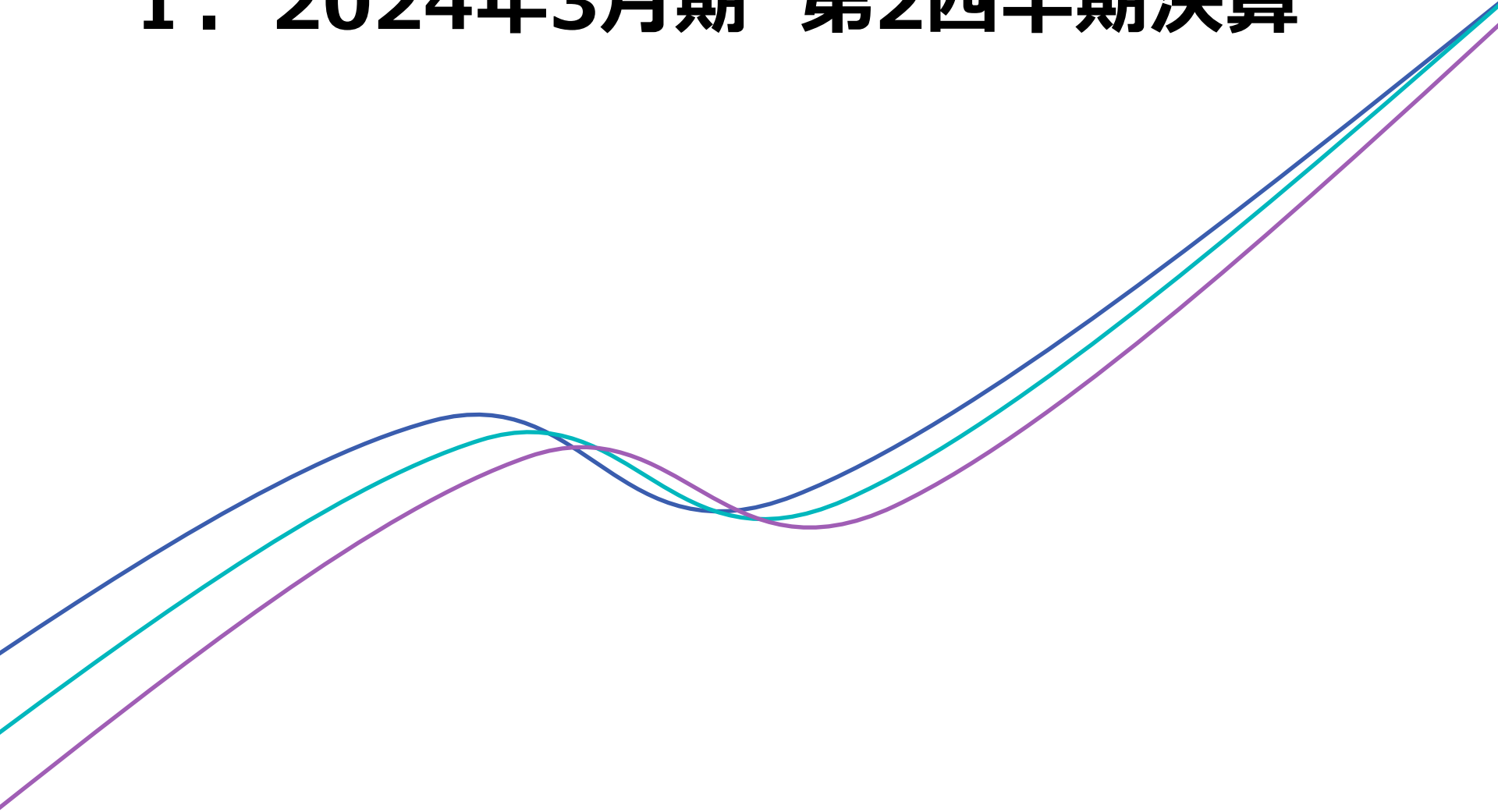
I. 2024年3月期 第2四半期決算

II. 2024年3月期 事業戦略

1. 宝酒造
2. 宝酒造インターナショナルグループ
3. 宝グループのサステナビリティ

III. 2024年3月期 通期業績予想

I. 2024年3月期 第2四半期決算



2024年3月期 第2四半期（累計）宝ホールディングス（連結）業績

連結損益計算書

(百万円)

	2024年3月期 第2四半期実績	前期比		5/11予想比		為替レート 影響額 前期比
		増減	率(%)	増減	率(%)	
宝酒造	61,190	▲ 629	▲ 1.0	▲ 430	▲ 0.7	—
宝酒造インターナショナルグループ	77,164	13,433	+ 21.1	▲ 2,852	▲ 3.6	5,851
タカラバイオグループ	19,116	▲ 13,470	▲ 41.3	▲ 283	▲ 1.5	859
その他	14,866	▲ 710	▲ 4.6	▲ 441	▲ 2.9	—
調整額	▲ 9,165	270	—	▲ 2,819	—	—
売上高	163,172	▲ 1,107	▲ 0.7	▲ 6,827	▲ 4.0	6,711
売上総利益	55,459	▲ 2,419	▲ 4.2	▲ 1,666	▲ 2.9	
販売費及び一般管理費	42,995	4,730	+ 12.4	▲ 2,940	▲ 6.4	
宝酒造	3,952	1,892	+ 91.9	1,293	+ 48.6	
宝酒造インターナショナルグループ	6,256	597	+ 10.6	528	+ 9.2	
タカラバイオグループ	1,410	▲ 9,460	▲ 87.0	310	+ 28.2	
その他	1,193	▲ 49	▲ 4.0	58	+ 5.1	
調整額	▲ 348	▲ 131	—	▲ 826	—	
営業利益	12,464	▲ 7,150	▲ 36.5	1,364	+ 12.3	
経常利益	13,032	▲ 6,940	▲ 34.7	1,632	+ 14.3	
特別利益	36	▲ 931	▲ 96.2	28	+ 356.7	
特別損失	84	▲ 41	▲ 32.8	▲ 30	▲ 26.8	
親会社株主に帰属する四半期純利益	8,043	▲ 2,829	▲ 26.0	1,343	+ 20.1	

(注) 2024年3月期第2四半期累計期間の業績予想において、タカラバイオグループのみ2023年8月8日に予想を変更

2024年3月期 第2四半期（累計）宝ホールディングス（連結）業績

連結貸借対照表

(百万円)

	2023年3月末	2023年9月末	増減
流動資産	241,513	240,349	▲ 1,164
現金及び預金	96,820	89,367	▲ 7,453
受取手形及び売掛金	69,717	71,363	1,646
棚卸資産	66,904	70,712	3,808
その他	8,070	8,907	837
固定資産	157,661	180,516	22,855
有形固定資産	88,890	100,747	11,856
無形固定資産	15,931	16,980	1,048
投資その他資産	52,838	62,789	9,950
資産合計	399,174	420,865	21,691

	2023年3月末	2023年9月末	増減
流動負債	67,454	76,847	9,392
支払手形及び買掛金	21,775	22,126	350
借入金・社債	4,919	15,079	10,160
その他	40,760	39,641	▲ 1,118
固定負債	76,401	71,946	▲ 4,454
借入金・社債	35,186	25,482	▲ 9,703
その他	41,214	46,464	5,249
負債合計	143,856	148,794	4,938
株主資本合計	177,363	177,893	530
資本金・資本剰余金	15,220	15,220	－
利益剰余金	163,825	164,356	530
自己株式	▲ 1,682	▲ 1,682	▲ 0
その他包括利益累計額	26,588	41,795	15,206
非支配株主持分	51,366	52,382	1,015
純資産合計	255,318	272,071	16,753
負債純資産合計	399,174	420,865	21,691

2024年3月期 第2四半期（累計）宝ホールディングス（連結）業績

連結キャッシュフロー計算書

(百万円)

	2023年3月期 第2四半期実績	2024年3月期 第2四半期実績	増減
営業キャッシュ・フロー	7,231	14,922	7,691
投資キャッシュ・フロー	▲ 9,553	▲ 15,796	▲ 6,243
フリーキャッシュフロー	▲ 2,321	▲ 874	1,447
財務キャッシュ・フロー	▲ 21,625	▲ 9,711	11,913
現金及び現金同等物に係る換算差額	4,208	3,246	▲ 961
現金及び現金同等物の四半期末残高	55,991	84,446	28,455

設備投資額、減価償却費、のれん償却費

(百万円)

	2023年3月期 第2四半期実績	2024年3月期 第2四半期実績	増減
設備投資額（有形・無形）	3,513	12,206	8,693
減価償却費（有形・無形）	4,336	4,796	459
のれん償却費	472	544	71

2024年3月期 第2四半期（累計）宝酒造 業績

損益計算書（売上高～営業利益）

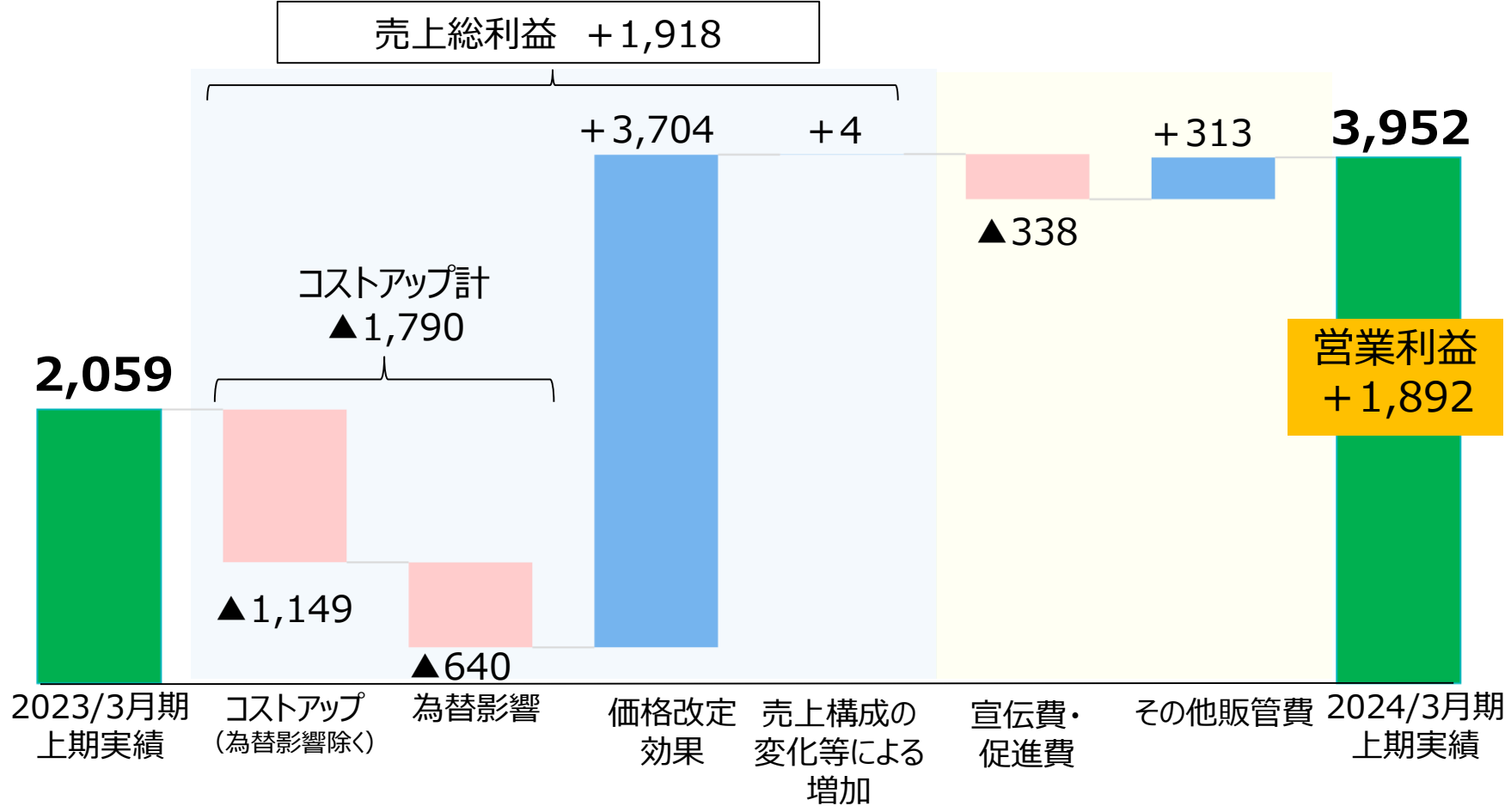
（百万円）

	2024年3月期 第2四半期実績	前期比		5/11予想比	
		増減	率(%)	増減	率(%)
焼酎	17,469	▲ 2,528	▲ 12.6	95	+0.6
清酒	4,252	▲ 445	▲ 9.5	▲ 203	▲ 4.6
ソフトアルコール飲料	21,782	1,257	+6.1	▲ 28	▲ 0.1
その他酒類	2,750	▲ 73	▲ 2.6	48	+1.8
本みりん	4,546	▲ 163	▲ 3.5	▲ 154	▲ 3.3
その他調味料	4,447	125	+2.9	104	+2.4
原料用アルコール等	5,941	1,197	+25.2	▲ 289	▲ 4.6
売上高	61,190	▲ 629	▲ 1.0	▲ 430	▲ 0.7
売上総利益	15,974	1,918	+13.6	657	+4.3
販売費及び一般管理費	12,021	25	+0.2	▲ 636	▲ 5.0
営業利益	3,952	1,892	+91.9	1,293	+48.6

2024年3月期 第2四半期（累計）宝酒造 営業利益 <前期対比>

価格改定効果により、売上総利益は増加し、営業利益が前年を上回る。

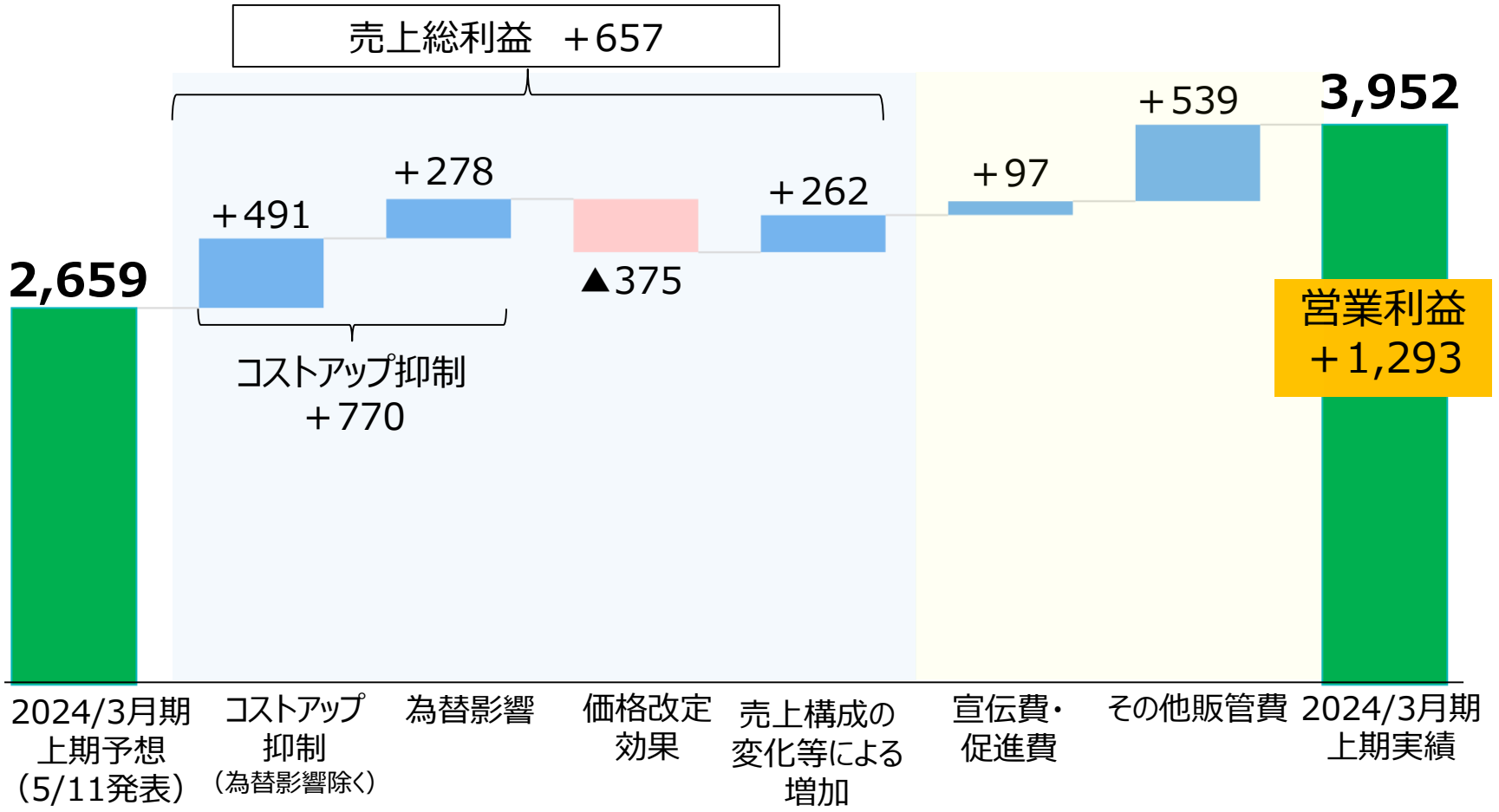
◇対前期営業利益増減分析（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示） （百万円）



2024年3月期 第2四半期（累計）宝酒造 営業利益 <予想対比>

コストアップの抑制と、運送費等販管費の減少により、営業利益は予想を上回る。

◇対5/11予想営業利益増減分析（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示） （百万円）



2024年3月期 第2四半期（累計）宝酒造インターナショナルグループ 業績

損益計算書（売上高～営業利益）

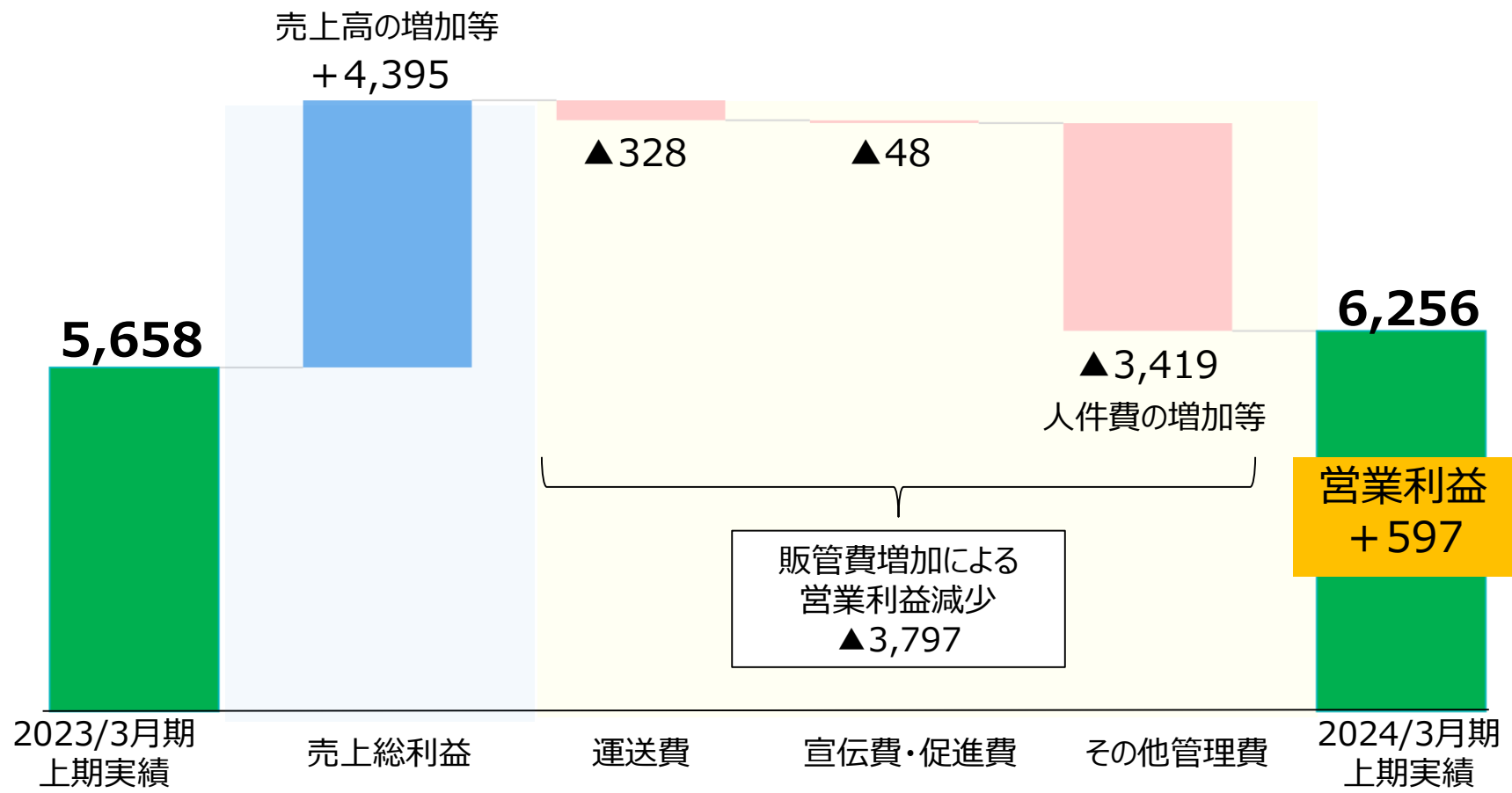
（百万円）

		2024年3月期 第2四半期実績	前期比		5/11予想比		為替レート影響額 前期比
			増減	率(%)	増減	率(%)	
海外酒類 海外日本食 材卸 その他 連結消 去	海外酒類	10,262	1,974	+23.8	166	+1.6	727
	海外日本食 材卸	68,084	11,662	+20.7	▲ 3,131	▲ 4.4	5,243
	その他	215	▲ 2,597	▲ 92.4	9	+4.4	▲118
	連結消 去	▲ 1,397	2,394	-	104	-	
売上高		77,164	13,433	+21.1	▲ 2,852	▲ 3.6	5,851
売上総利益		24,377	4,395	+22.0	▲ 512	▲ 2.1	
販売費及び一般管理費		18,120	3,797	+26.5	▲ 1,040	▲ 5.4	
海外酒類 海外日本食 材卸 その他 連結消 去	海外酒類	2,803	337	+13.7	191	+7.3	
	海外日本食 材卸	4,713	711	+17.8	516	+12.3	
	その他	▲500	▲ 2,733	-	14	-	
	連結消 去	▲760	2,282	-	▲ 195	-	
営業利益		6,256	597	+10.6	528	+9.2	

2024年3月期 第2四半期（累計）宝酒造インターナショナルグループ 営業利益 <前期対比>

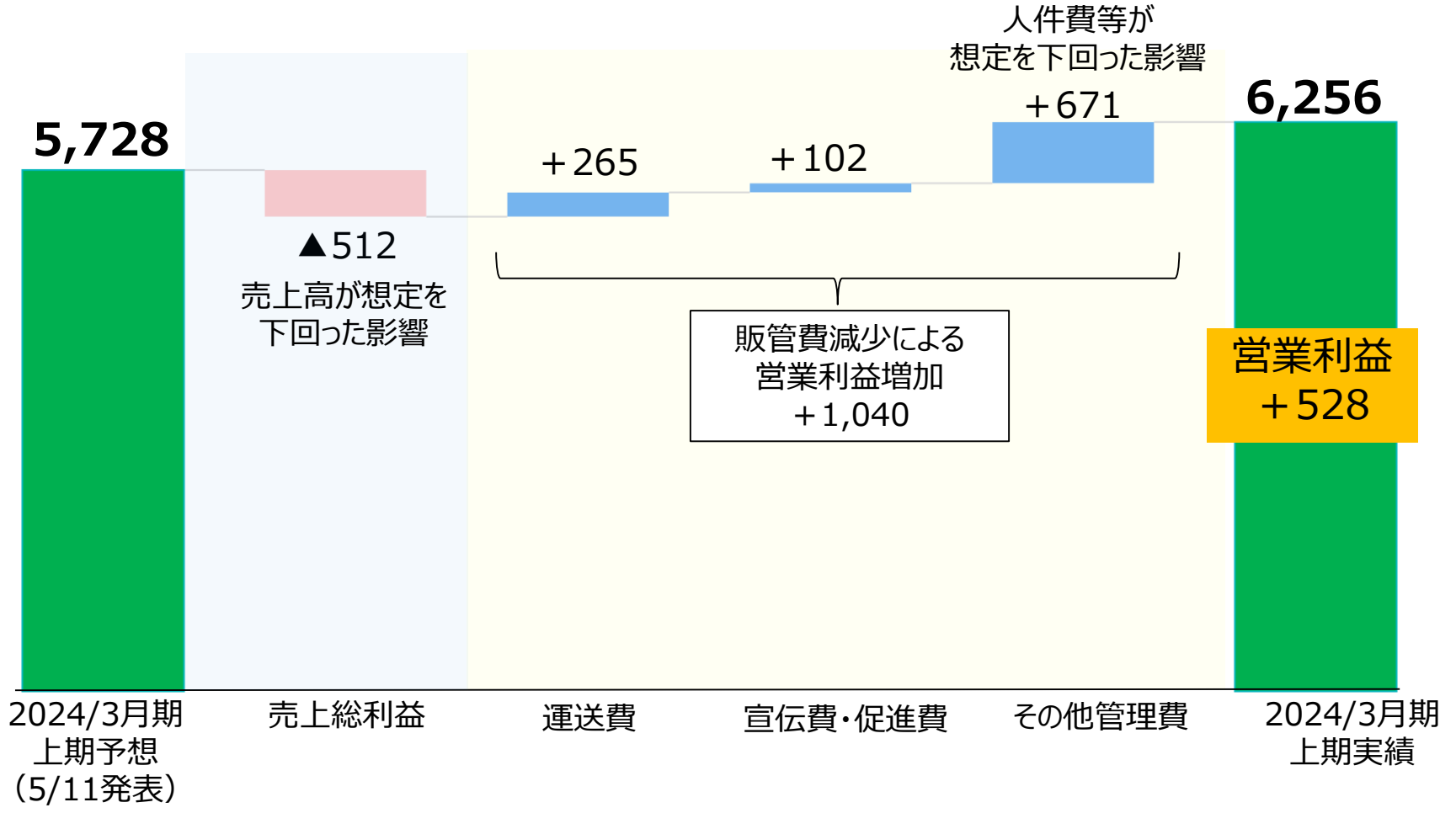
売上高の増加等により、売上総利益が増加し、人件費の増加等を補い、営業利益は前年を上回る。

◇対前期営業利益増減分析（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示） （百万円）

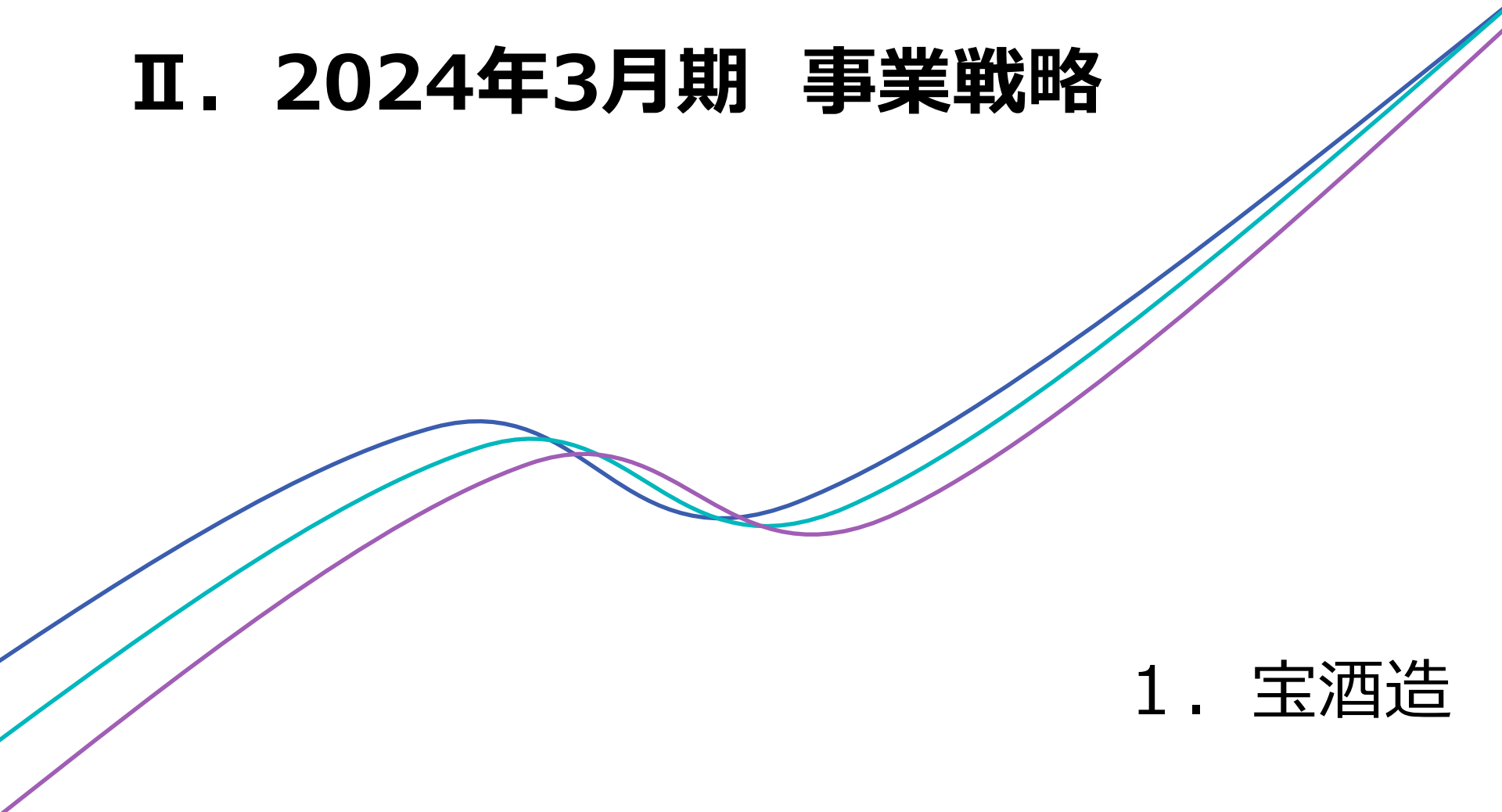


売上高が予想を下回ったことにより売上総利益は減少したが、販管費が下回り、営業利益は予想を上回る。

◇対5/11予想営業利益増減分析（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示） （百万円）



Ⅱ. 2024年3月期 事業戦略



1. 宝酒造

1. 宝酒造 中期経営計画2025 事業戦略

基本方針

ブランド育成を徹底し、利益率を高めるとともに世界の市場に向けて和酒を拡大する。

◆ 戦略重点テーマ

- 商品開発力とブランド育成力を強化し、利益・利益率を大きく改善する。
- 「重点ブランド」と「輸出」を拡大する。
- 安全・安心を第一に考えた取り組みを強化し継続する。
- 全社一体となったコスト削減を継続・進化させる。

1. 商品開発の取り組み状況

新ブランド

潜在的なニーズを掘り起こし、これまでにない新たな酒質や付加価値を提供する新ブランドを発売

※3年間で各カテゴリー1アイテム程度を厳選し発売

タカラ本みりん「贅沢米麴」〈国産米100%〉を
8月22日発売



- 国産米100%の安心感に加え
ユーザーが期待する「コク・うまみ」をアップ
- 容量・容器：
500mlらくらく調節ボトル
1Lペットボトル

1. 商品開発の取り組み状況

既存品	「伸ばす」「維持する」「やめる」などメリハリをつけたブランドメンテナンスやリニューアルを実施。品質向上による高付加価値化やスペック・仕様の見直し等により利益率を改善
-----	--

◆統廃合予定

	2023年3月末	2024年3月期 終売予定
アイテム数	1,174	70

2023年10月末時点

※参考

2023年3月期は、1,300アイテムから201アイテムを終売（新製品は75アイテムを発売）

1. 中期経営計画2025におけるブランド育成方針

ブランド
育成

8つの重点ブランドに宣伝費など育成費を増額することにより、より強いブランドへと育成

◆重点8ブランド



- ・極上〈宝焼酎〉
- ・タカラ「焼酎ハイボール」、タカラ「辛口ゼロボール」
- ・松竹梅白壁蔵「霽」、松竹梅「昇」
- ・全量芋焼酎「一刻者」、全量芋焼酎「ISAINA」
- ・タカラ本みりん

◆中計3ヶ年重点8ブランドの育成計画

	2023年 3月期	
	売上 構成比	売上 総利益率
宝酒造計	100%	24%
重点8ブランド	35%	28%
その他	65%	22%



	2026年 3月期	
	売上 構成比	売上 総利益率
宝酒造計	100%	28%
重点8ブランド	44%	31%
その他	56%	25%

1.ブランド育成の進捗状況

2024年3月期上期の8つの重点ブランド合計の売上高は前期比3%増で推移し、売上総利益は118%に拡大

◆2024年3月期上期 重点8ブランド販売実績

(百万円)

	2023年3月期 上期	2024年3月期 上期	前期比
売上高	21,800	22,477	103%
売上総利益	5,796	6,827	118%

◆重点8ブランド投下宣伝費実績

(百万円)

	2023年3月期 上期	2024年3月期 上期	前期比
宣伝費	821	1,194	145%

1.ブランド育成の取り組み状況 <タカラ「焼酎ハイボール」>

BS番組提供等により、“大衆酒場の世界観”を発信していくとともに、糖質ゼロ訴求や5%シリーズの販売強化により、さらなるファン化と新規ユーザーの獲得を推進

◇“大衆酒場の世界観”を訴求

・TVCMと連動した広告を展開



大衆酒場で愛される、あのうまさ!
タカラ「焼酎ハイボール」

※糖質0gは、糖質表示基準に基づき、100mlあたり糖質0.5g未満を糖質ゼロと表示。糖質ゼロの表示は、糖質表示基準に基づき、100mlあたり糖質0.5g未満を糖質ゼロと表示。糖質ゼロの表示は、糖質表示基準に基づき、100mlあたり糖質0.5g未満を糖質ゼロと表示。

◇さらなるファン化と新規ユーザーの獲得

・“糖質ゼロ”キャンペーン

・5%シリーズ



お酒は30歳までから、スリム体型維持、花嫁中身と肌の美しさ、新生活の応援に貢献するようお祝いがあります。お酒は楽しく飲むを、のんびりと味わってください。© 2023 Takara Beverage Co., Ltd. 宝酒造株式会社

※食品表示基準に基づき、
 100mlあたり糖質0.5g未満を
 糖質ゼロと表示。



1.ブランド育成の取り組み状況 <松竹梅白壁蔵「澁」>

「澁」、「澁」<CLEAR>を2本柱に、さまざまなニーズを捉えた限定品を投入し、ブランドの活性化を図るとともに、インバウンド需要獲得に向けた取り組みを実施

◇「澁」「澁」<CLEAR>の2本柱に、限定品を投入



「澁」、「澁」<CLEAR>



「澁」<PREMIUM RICH>

11月7日
発売

◇インバウンド需要獲得に向けた施策



SNS配信、国際空港での広告看板、訪日客向けアプリ等を活用し、訴求

世界共通の広告ビジュアル

1.ブランド育成の取り組み状況 <タカラ「辛口ゼロボール」>

広告タレントに、「松岡修造」さんを継続起用し、8月に続き、11月より地上波TVCM、デジタル広告などの投下により、認知を拡大

◇広告の継続実施による認知の拡大



①地上波TVCM

実施時期	出稿量
2023年8月1日～8月15日	約1,300GRP
2023年11月24日～12月31日	約2,000GRP

②デジタル広告

- ・配信媒体：Youtube、TVer、Yahoo！、Google等
- ・配信期間：11月24日（金）～1月8日（月）
- 広告キャッチコピー

「がっつりメシには、キレッキレのこの辛口！」



広告ポスター

1.ブランド育成の取り組み状況 <松竹梅「昴」> <「ISAINA」>

「香る和酒」市場の活性化に向け、「昴」では新聞、「ISAINA」では料飲店でのソーダ割りの訴求やデジタル広告を展開し、ユーザーを獲得

◇40～50代を中心に購入意欲を喚起



松竹梅「昴」<生貯蔵酒>

・新聞広告実施予定（12月）

◇料飲店でソーダ割りを訴求したメニューを展開、デジタル広告による認知の拡大



全量芋焼酎「ISAINA」

・キービジュアル

・デジタル広告実施



1.その他取り組み状況 <高付加価値日本酒> <インバウンド向け和酒>

日本酒を飲む“よろこび”“おいしさ”を国内外に広げていく日本を代表する日本酒「松竹梅」ブランドから高付加価値商品を発売。また、拡大するインバウンド需要向け商品も発売

◇高付加価値日本酒

◇拡大するインバウンド需要向け商品の発売

数量限定・
業務用ルート
限定



10月17日
初回発送

松竹梅白壁蔵「然土(ねんど)」

*10,000円



超特撰松竹梅<大吟醸>
「磨き三割九分」
純金箔入

*3,500円

9月16日
発売



全量芋焼酎「一刻者」
〈極円熟〉

*10,250円

*参考小売価格（税抜き）

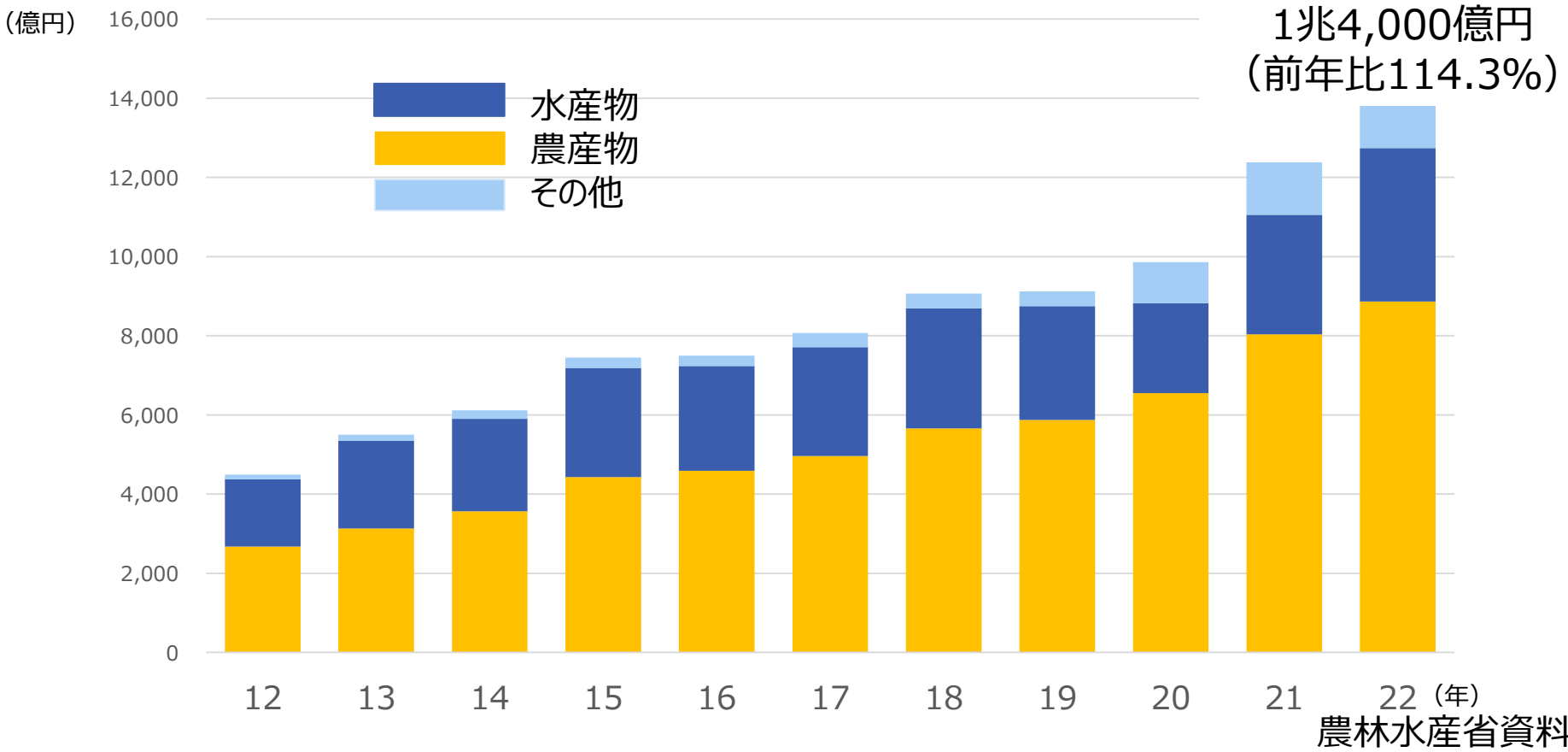
Ⅱ. 2024年3月期 事業戦略

2. 宝酒造インターナショナルグループ

2.市場環境：輸出市場の伸長

農林水産物・食品の輸出額は年々右肩上がりに増加。2022年も前年比114.3%と伸長している。

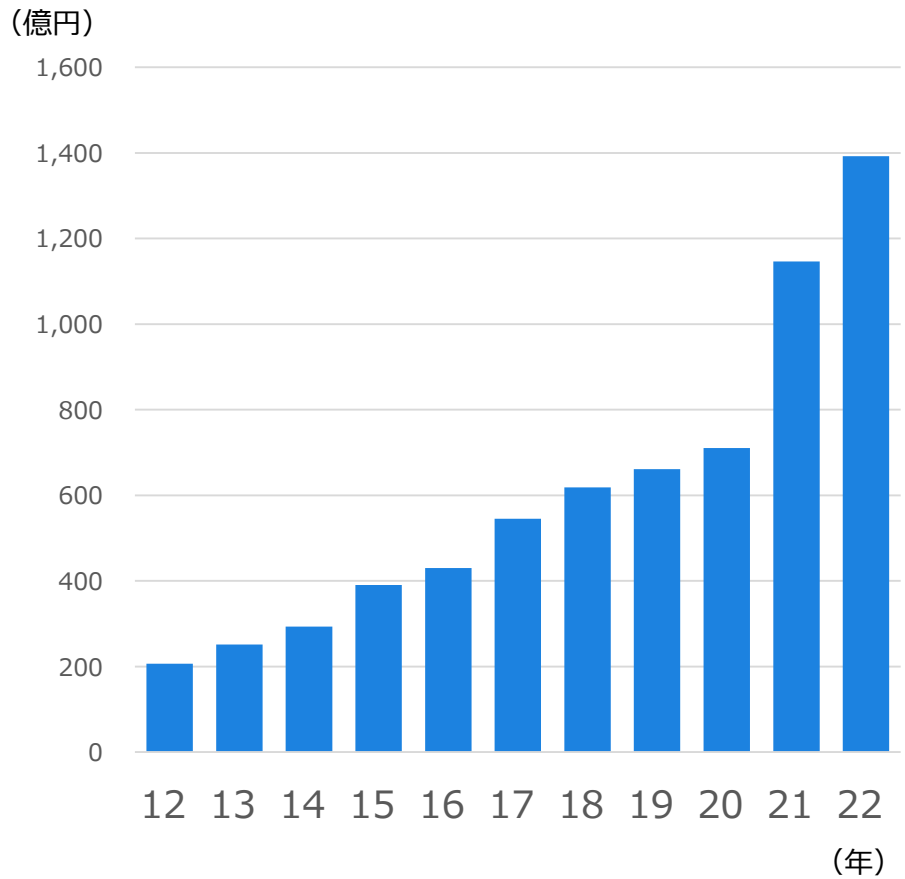
◇農林水産物・食品 輸出額の推移



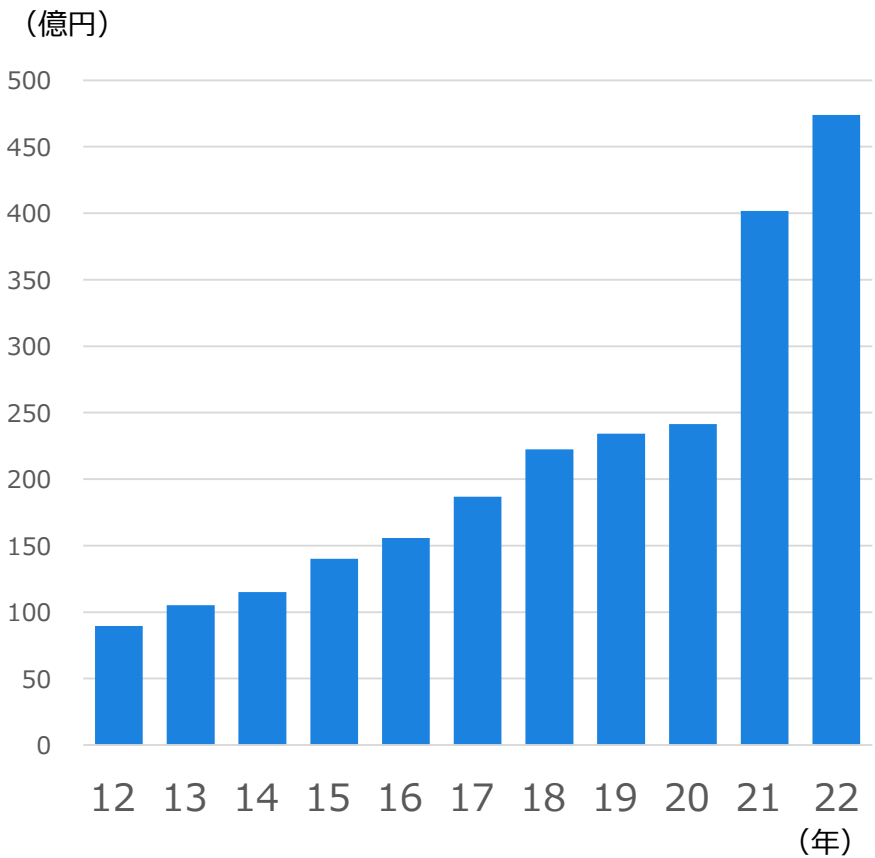
2.市場環境：アルコール飲料・日本酒の伸長

アルコール飲料も、同様の動きをみせており、さらに市場の拡大が見込まれる。また、日本酒カテゴリーにおいても伸長している。

◇アルコール飲料 輸出額



◇日本酒 輸出額

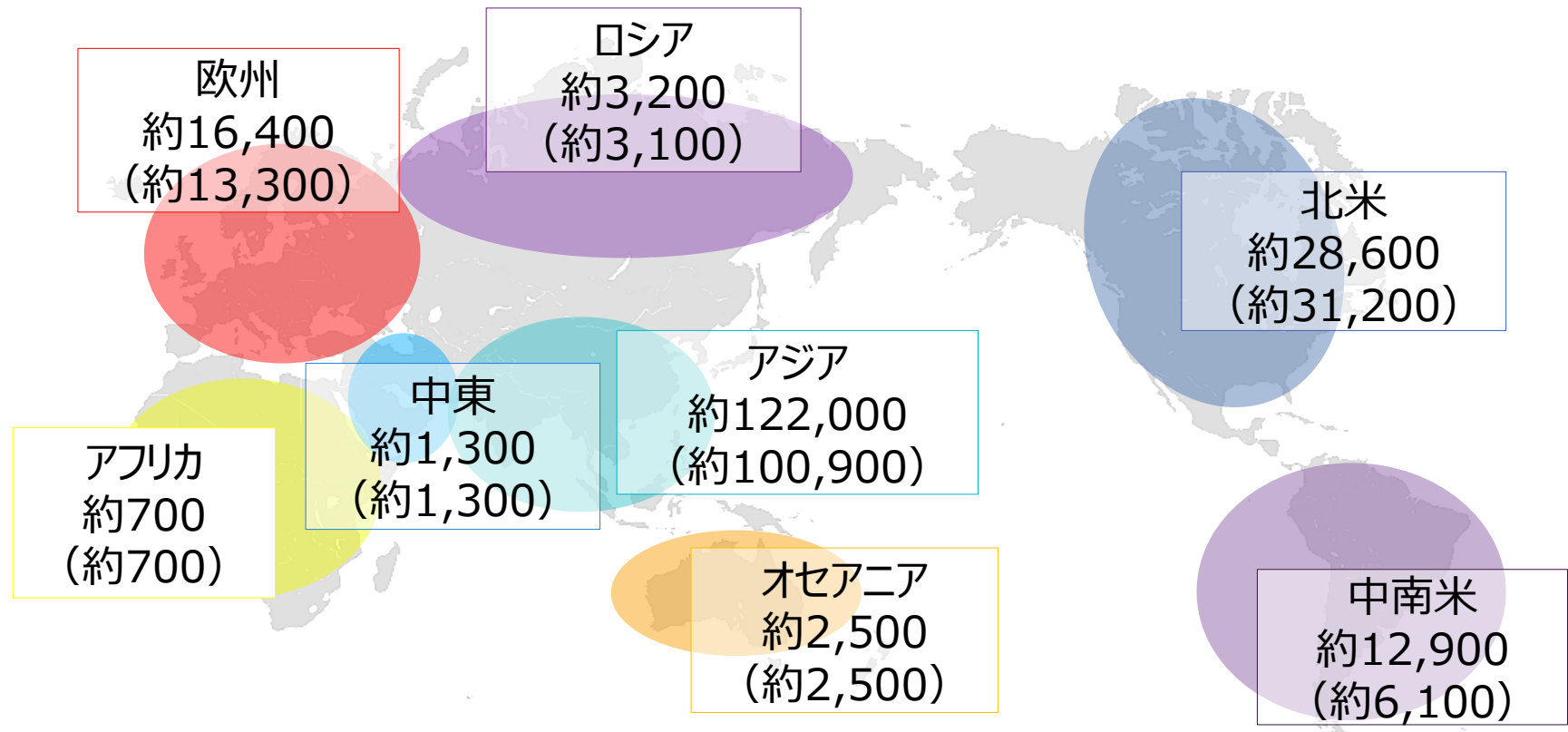


農林水産省資料

2.市場環境：海外日本食レストランの伸長

世界における日本食レストラン数は大きく伸長をしており、10年前に比べ3.4倍に拡大している。

<2013年> <2019年> <2021年> **<2023年>**
約55,000店 → 約156,000店 → 約159,000店 → **約187,000店**



出典：農林水産省

* 図中上図は2023年の店舗数、下図カッコ内は2021年の店舗数

2.市場環境：定番の日本食人気メニュー

寿司では、サーモン、マグロ、はまちが人気のネタになっている。
麺類ではラーメンが定番となり、うどんも進出している。

人気メニュー① 寿司

サーモン



マグロ



はまち



人気メニュー② 麺類

ラーメン



うどん



2.市場環境：進化した日本食メニュー

海外では味の濃いメニューや食感が良い食べ物が人気となっている。
日本食レストランで生まれたカリフォルニアロールが、現在、クランチロール、ドラゴンロールなどに進化している。



クランチロール

- ・天かすが上にかかったサクサクとした食感
- ・カニカマやアボカドにウナギソースやマヨネーズがかかっている



ドラゴンロール

- ・天ぷらが入った裏巻きの上に、アボカドとウナギのスライスの盛り付け
- ・蒲焼き用のたれがかかっている



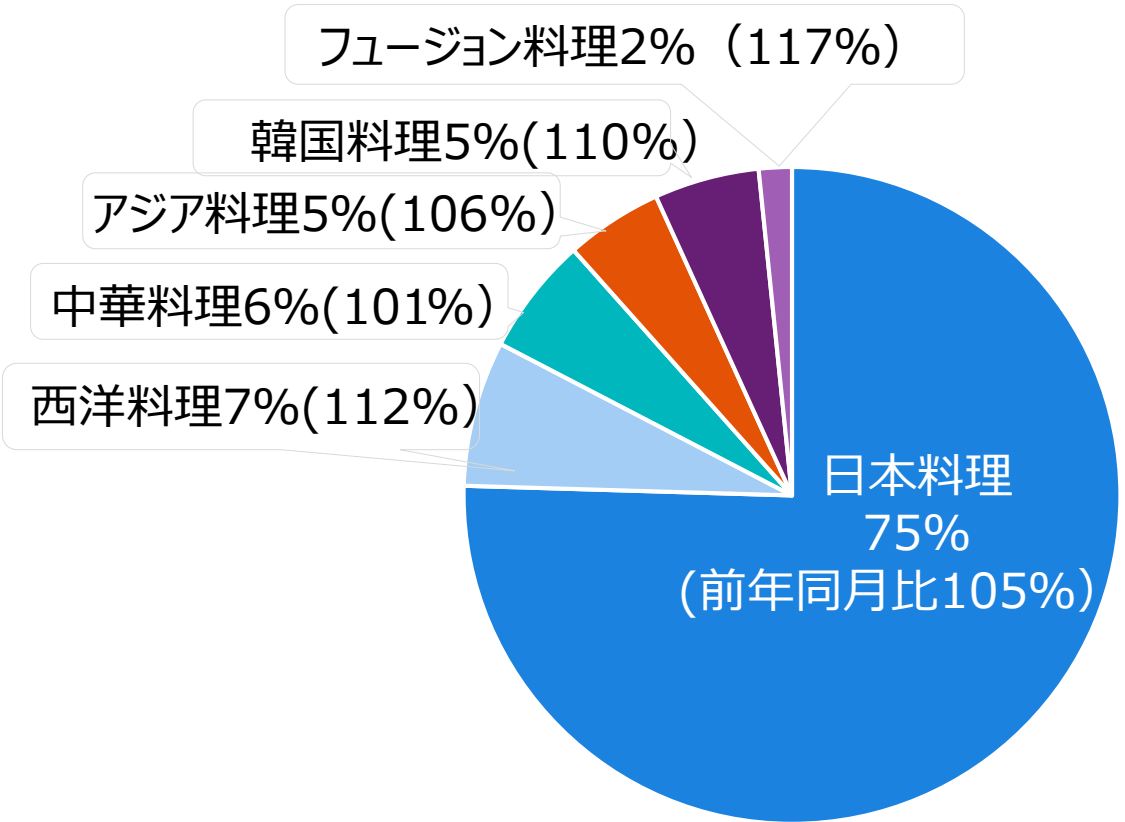
ソイシートを使用した
巻き寿司

- 海苔が苦手な人向けにカラフルな大豆原料のシートを使用

2.宝酒造インターナショナル グループ会社における取引事例

日本食材が使用されているのは日本食レストランが主体ではあるが、西洋料理やアジア料理、フュージョン料理等のさまざまなスタイルの料理へと広がりが進んでいる。

◆取引料飲店構成比



和を取り入れた
パリのフュージョン料理店

ミュチャルトレーディング社（ロサンゼルス、ニューヨーク支店実績） 2023年9月末時点

2. 宝酒造インターナショナルグループ 中期経営計画2025 事業戦略

基本方針

和酒・日本食材卸事業の飛躍的成長と洋酒事業の安定的成長により、グループ全体の収益成長を実現する。

◆事業戦略

事業	役割	売上拡大戦略	SCM機能強化
和酒	飛躍的成長	差異化商品の開発・育成	製造・供給・物流体制の強化
日本食材卸			
洋酒	安定的成長	未開拓エリアへの進出	日本食材のグローバルサプライヤーへの進化

2.海外酒類事業（和酒） 中期経営計画2025 事業戦略

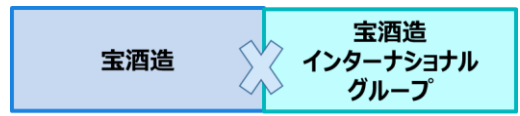
事業方針

宝酒造および海外グループ会社とのシナジーの最大化を図り、和酒事業の飛躍的拡大を目指す。

- 宝酒造、宝酒造インターナショナル、海外グループ会社で三位一体となり、イノベーティブな商品や現地ニーズを捉えた新商品を開発する。
- 既存市場の深耕と新規市場の開拓をすすめる。
 - ・「澪」を中心とした米国向け輸出拡大、新規輸出国の拡大
- 世界的な原材料やエネルギー価格等の上昇に対応する。
- 米系大手チェーン量販店・料飲店の攻略や新商品導入、提案強化による日系・アジア系ルート of 深耕をすすめる。
- WAKAZE社との協業によるノウハウを蓄積する。

2.海外酒類事業（和酒） <新商品開発の取り組み状況>

グローバルでの高品質なイメージの醸成を図るため、「松竹梅」ブランドの高付加価値商品を海外市場で発売



◇日本酒輸出専用商品



米国限定
11月
輸出開始予定

* 12,000円程度

松竹梅「白壁蔵」〈山廃特別純米〉
氷室蔵十年貯蔵640ml



香港、台湾、韓国、
シンガポール向け
11月
輸出開始予定

* 10,000円～
12,000円程度

松竹梅「金賞受賞酒」大吟醸640ml

*想定小売価例

2.海外酒類事業（和酒） <新商品開発の取り組み状況>

RTDの最大市場である米国で、現地ニーズをとらえた缶入りチューハイ「TaKaRa CHU-HI」を発売

宝酒造 × 宝酒造
インターナショナル
グループ

しっかりとした果汁感が楽しめる、宝焼酎をベースとした本格的な味わいの「日本チューハイ」



<Lemon>
アルコール分5.5%



<Fuji Apple>
アルコール分4.5%



<White Peach>
アルコール分4.5%

12月
輸出開始予定

米国限定・日系およびアジア系
チェーン向け

想定小売価格(日本円換算:400円程度)

2.海外酒類事業（和酒） <「漣」の取り組み状況>

海外市場における漣のラインアップを強化し、米国、アジアや欧州向けに「漣」の海外専用商品を発売



◇松竹梅白壁蔵「漣」 輸出数量



2023年 3月期 実績	2024年 3月期 見込
7.6万C/S	8.3万C/S

(1 C/S: 300ml・12本入換算)

◇「漣」海外専用商品



11月
輸出開始予定

*(300ml)
1,600円程度

*(750ml)
3,900円程度

12月
輸出開始予定

* 1,000円程度
(香港)
1,250円程度
(英国)

「漣」<CRISP> 300ml・750ml

「漣」<NIGORI> 300ml

米国限定・日系および
アジア系チェーン向け

アジア（香港・台湾
シンガポールなど）や欧州向け

*想定小売価例

2.海外酒類事業（和酒） <「雫」の取り組み状況>

英国、香港などのイベントで「雫」のブースを出店することで、「雫」のグローバルな情報発信を強化

英国最大規模の日本カルチャー・イベント「HYPER JAPAN」や、香港の食品展示会「美食博覧 Food Expo Hong Kong 2023」などに「雫」の特設ブースを出店



HYPER JAPAN（英国）



美食博覧 Food Expo
Hong Kong 2023

2.海外酒類事業（和酒） <イノベティブなSAKEづくりの取り組み状況>

WAKAZE社への出資、カナダ・オンタリオ社の発行済株式80%を取得し、「トラディショナルな和酒」づくりの領域に、「イノベティブなSAKE」づくりの領域を組み合わせた和酒の新たな魅力や価値を創造

宝酒造



宝酒造
インターナショナル
グループ



WAKAZE社

来春を目途に米国でのWAKAZE社商品の製造に向けて宝酒造インターナショナルグループとの取り組みを推進



カナダ・オンタリオ社

清酒をベースとしたゆずなどの果汁を加えたSakeカクテルの販売を推進

2.海外日本食材卸事業 中期経営計画2025 事業戦略

事業方針

チャネルの多角化推進、新規エリア開拓および差異化商品の開発・育成により、市場成長を大きく上回る飛躍的成長を実現する。

エリア戦略：北米

- M&Aや自社進出による新規拠点を展開する。
- 既存料飲店・小売店へのサービスを拡充する。
- 酒類アイテムの拡充・小売向け商品を開発する。
- 松竹梅白壁蔵「滯」を含む酒類、和牛、ノンフード他重点商材を育成する。
- 米系小売りルート開拓により販売チャネルを多角化する。

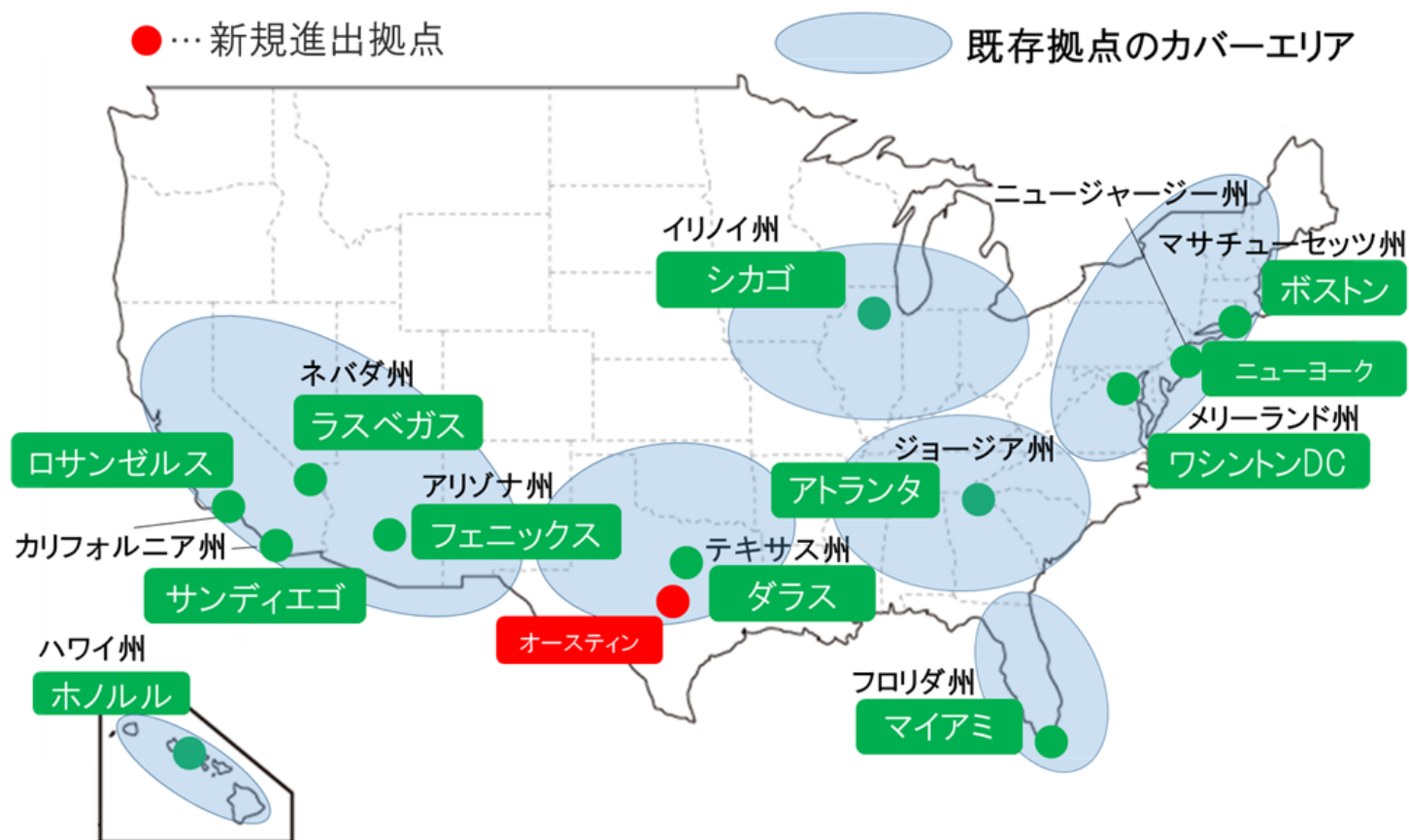


ミューチャルトレーディング社（アメリカ）

2. 海外日本食材卸事業 取り組み状況（北米）

米国のミューチャルトレーディング社がテキサス州を拠点とする日本食材卸会社「ミナモトホールセール社」の全持分を取得し（2023年10月）、南部での営業の強化および物流の効率化を推進

○ミューチャルトレーディング社の拠点



2. 海外日本食材卸事業 取り組み状況（北米）

2024年秋頃にはテキサス州ヒューストン市に新たな拠点の開設を計画。
これにより、南東部エリアの開拓も進め、テキサス州南部の大都市圏一帯など、
周辺エリアでの販売をさらに強化

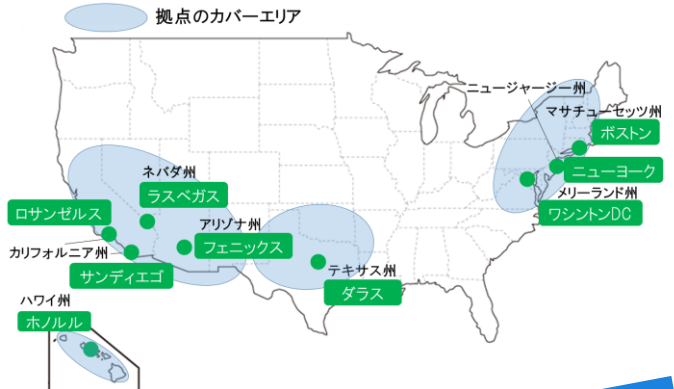
○テキサス州における各都市部の位置関係



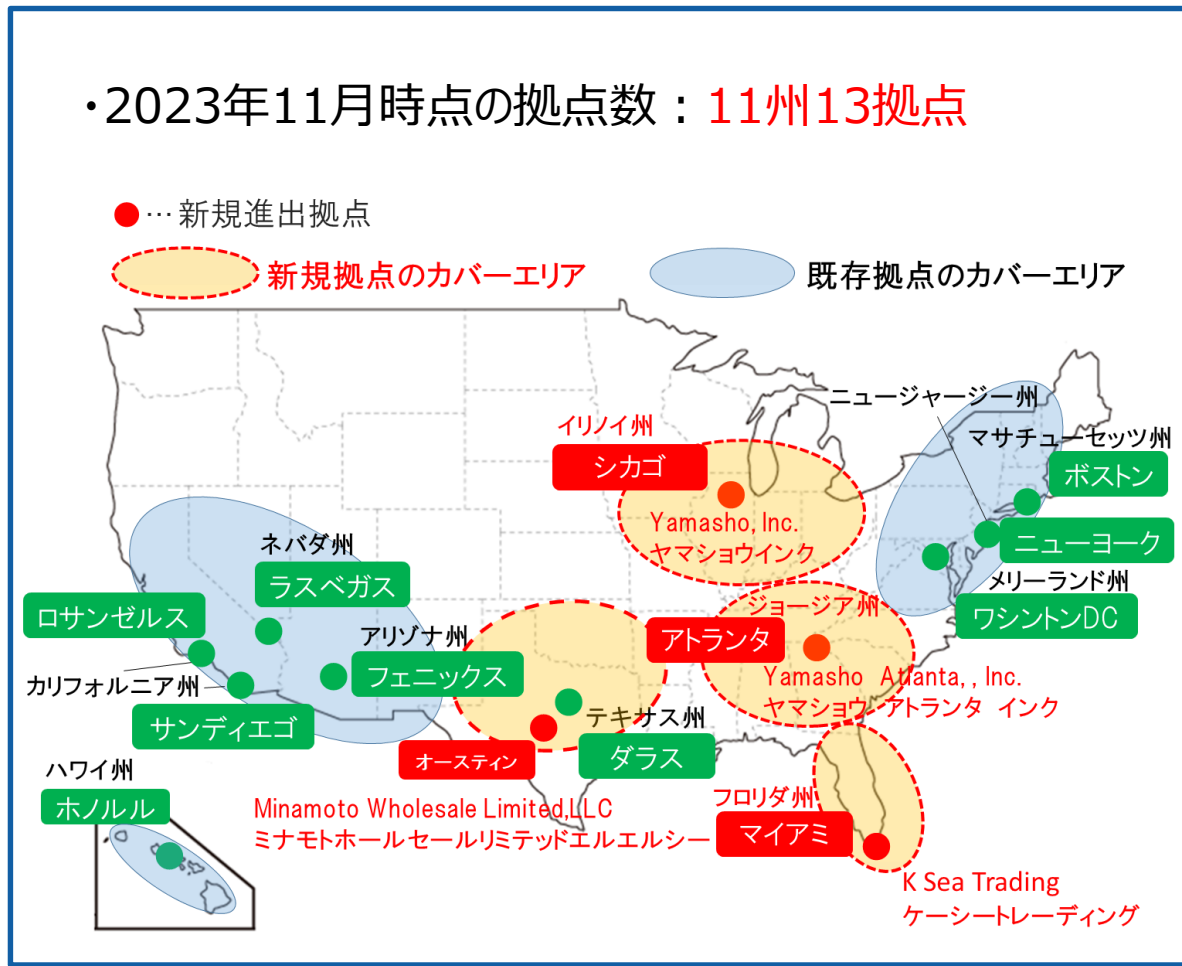
2.海外日本食材卸事業 取り組み状況（北米）

ヤマショウ社、ケーシートレーディング社、ミナモトホールセール社をグループに迎え入れたことにより、8州9拠点から11州13拠点に拡大

・2022年12月時点の拠点数：
8州9拠点



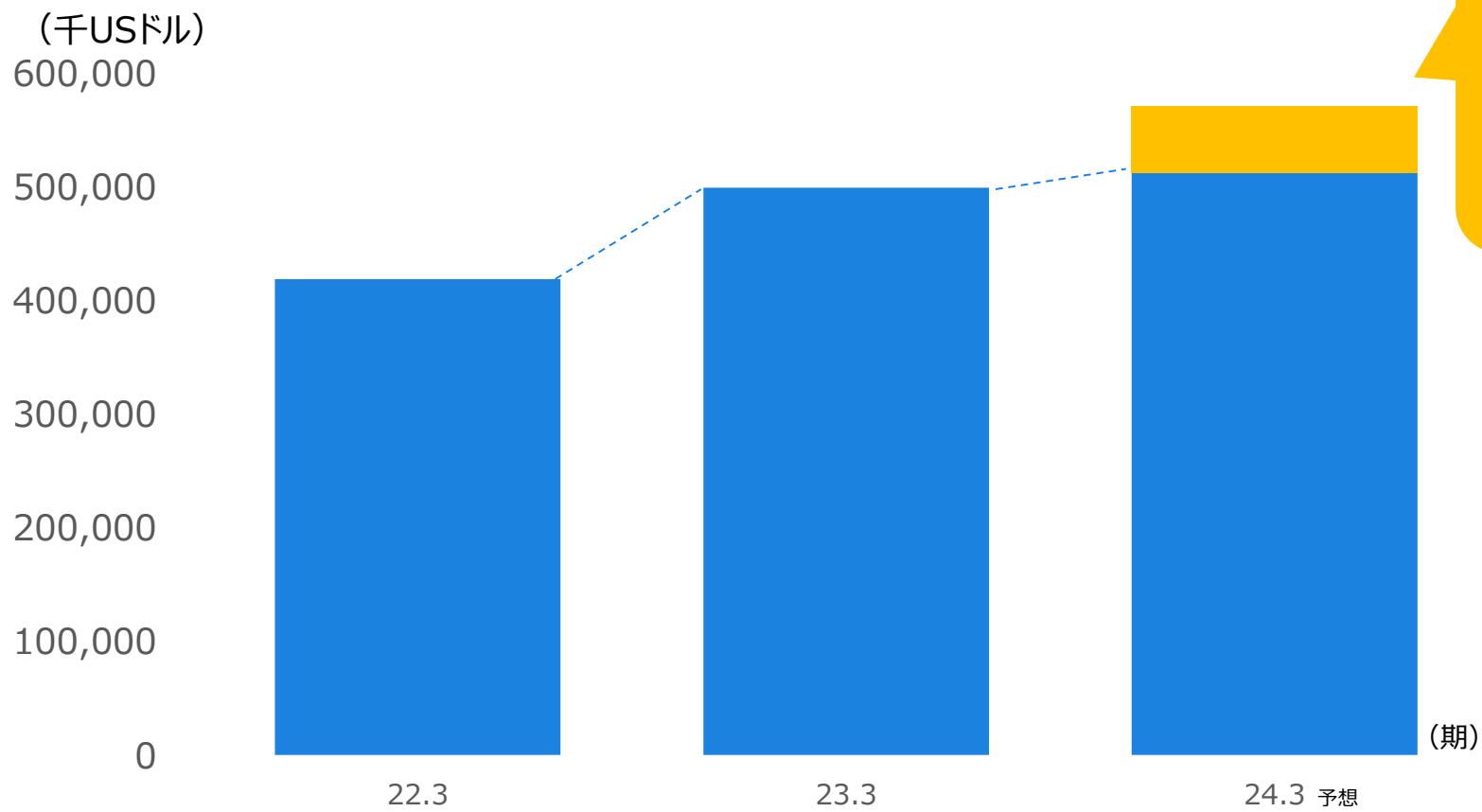
・2023年11月時点の拠点数：**11州13拠点**



2.海外日本食材卸事業 取り組み状況（北米）

ミューチャルトレーディング社の売上は既存ベースが拡大するとともに、グループに迎え入れた企業の上乗せにより、さらに伸長

○ミューチャルトレーディング社売上推移



M&A分
ヤマショウ社、
ケーシー社、
ミナモトホール
セールス社

2. 海外日本食材卸事業 取り組み状況（北米）

ミューチャルトレーディング社では差異化商品を拡充するとともに、重点商品の育成、販売チャネルの多角化を推進

● 業務用食材を小分けに仕様変更し、小売店への導入を進行中

● 差異化商品の拡充

- ・ プラントベース（大豆、エンドウ豆ベースのポーク、こんにゃくベースのさしみ）、
和酒（地酒、本格焼酎、ジャパニーズウイスキーなど）、
和牛（宮崎牛、神戸牛などのブランド牛）の品揃え強化

- ・ 和包丁、和食器など10,000アイテム以上の品揃え・供給力によるワンストップでの対応を実現

● 米系（Whole Foods、Costco）、アジア系（H Mart、99Ranch）などといった小売店、ネット販売（Weee!、YAMIBUY）などの販売チャネルの多角化を推進



日本酒ショースペース



展示会

2.海外日本食材卸事業 中期経営計画2025 事業戦略

エリア戦略：欧州

- 欧州シェアNo.1の堅持とさらなる成長を目指す。
 - ・独立料飲店の間口拡大と囲い込み
 - ・小売および加工業務用市場開拓
- 和酒事業の拡大を含めた事業成長を実現させる。
 - ・日本食材レシピを軸とした提案型営業の強化・徹底
 - ・アマラン社を活用したスペイン南部の攻略
- スペイン国内倉庫立地・機能の最適化を進める。



フードデックス社（フランス）



L'Atelier du Sake

2.海外日本食材卸事業 取り組み状況（欧州）

フーデックス社（フランス）において、新商材の導入や新規独立店のアカウント獲得を推進、コミンポート社（スペイン）では、新倉庫の開設工事を開始

- 新商材（カップ清酒、新潟産コシヒカリ、ビーガン向け商品、冷凍サーモンなど）の導入や、来夏パリ五輪需要を取り込み、フランスを中心に新規独立店アカウントの獲得



フーデックス社（フランス）

- 倉庫機能等の効率化やSCM機能強化による生産性向上を目的に、コミンポート社が、国内既存倉庫4拠点に対するハブ機能を有した新倉庫をマドリードに開設予定。（2023年9月より工事開始、2024年5月運営予定）



コミンポート社（スペイン）

2.海外酒類事業（洋酒） 中期経営計画2025 事業戦略

事業方針 「トマーチン」「ブラントン」等のブランド価値のさらなる向上を図り、安定的な利益を実現する。

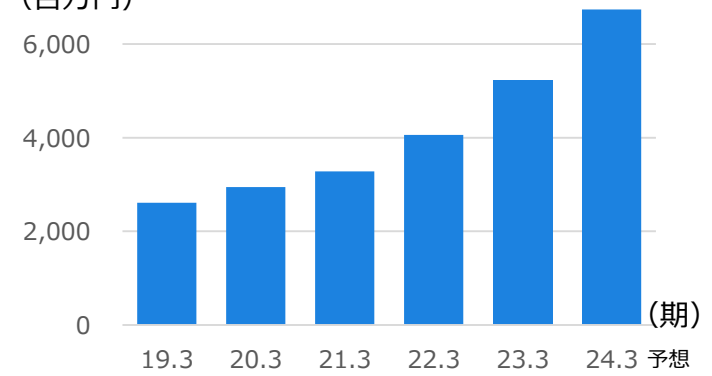
◇エイジ・インターナショナル社（米国・ケンタッキー）



IWSC
2023
銀賞

ブラントンゴールド、ブラントン・ストレート・フロム・ザ・バレル

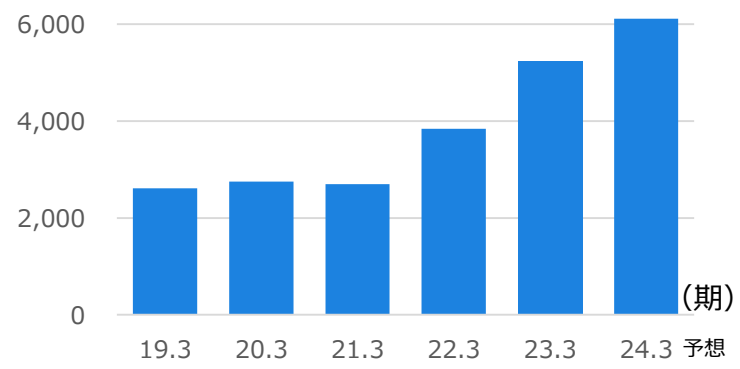
○エイジ・インターナショナル社 売上推移 (百万円)



◇トマーチン社（英国・スコットランド）



○トマーチン社 売上推移 (百万円)



Ⅱ. 2024年3月期 事業戦略

3. 宝グループのサステナビリティ

3.サステナビリティ 事業（商品・サービス）を通じた社会課題の解決

和酒や日本食の魅力、新たな価値の発信など日本食文化の浸透に向けた取り組みを推進、コロナ禍で中断していたミュージャルトレーディング社が運営する学校は随時再開していく予定

●Sake School of America

- ・2010年より和酒の専門家を育成する学校を運営、2022年末より再開



●MIYAKO SUSHI & WASHOKU SCHOOL

- ・2008年より寿司と和食の職人を育成する学校を運営、2024年1月再開予定



3.サステナビリティ 事業（商品・サービス）を通じた社会課題の解決

タカラバイオグループでは、主要製品である試薬の包装に、紙製の箱もしくはアルミを含まないPETフィルム製パウチを使用



FSC認証材および植物由来
オイルインクを使用した素材
への切り替え

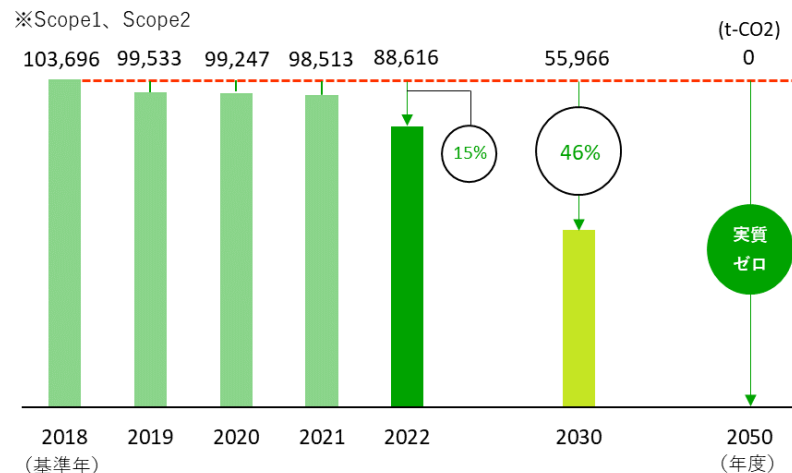
片面アルミパウチからアルミレスパウチへの
切り替え

3.サステナビリティ 社会課題の解決に資するバリューチェーンの強化

ガスボイラーの活用や、太陽光パネルの採用、CO₂フリー電力の使用などに向けた取り組みを推進

<目標と2022年度の進捗状況>

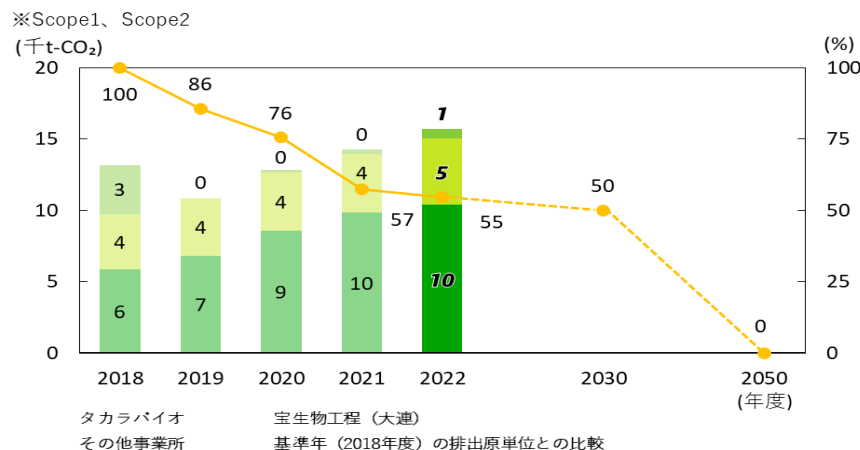
◇宝酒造、宝酒造インターナショナルグループの生産拠点のCO₂排出量目標



◇2022年度進捗

2018年度比：15%削減
CO₂排出量：88,616 (t-CO₂)

◇タカラバイオグループの排出量目標 (原単位)



2018年度比：45%削減

3.サステナビリティ 社会課題の解決に資するバリューチェーンの強化

消費者向け商品への純アルコール量表示を推進。サプライヤーへのヒアリングを実施するなど人権デューデリジェンス・プロセスの取り組みを遂行

<純アルコール量の表示>



10月10日
数量限定発売

裏ラベルに
純アルコール量
を表示

全量芋焼酎「一刻者」<紫>

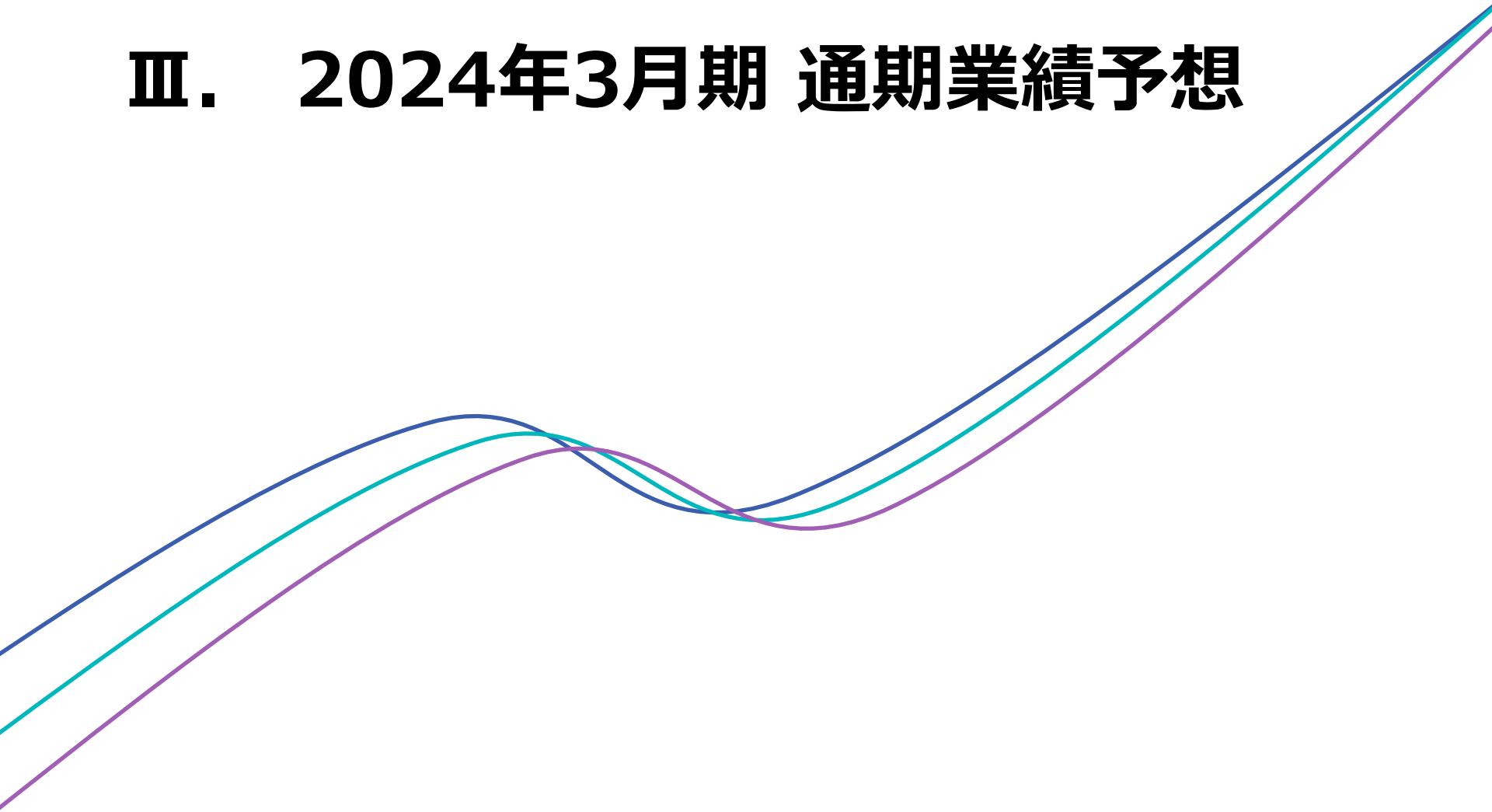
<人権デューデリジェンス・プロセスの実施>



2025年度までに国内で販売するすべての商品（酒類調味料は除く）に表示する方針。先行するソフトアルコール飲料に続き、一部焼酎にも表示をはじめている。

粗留アルコールの調達先であるサプライヤーへのヒアリング・実地調査により、強制労働、児童労働、安全衛生、環境の観点でのリスクは低いと判断

Ⅲ. 2024年3月期 通期業績予想



2024年3月期 宝酒造 下期業績予想

損益計算書（売上高～営業利益）

(百万円)

		2024年3月期 下期予想	前期比		5/11予想比	
			増減	率(%)	増減	率(%)
酒類	焼酎	16,185	▲ 414	▲ 2.5	158	+1.0
	清酒	7,105	▲ 343	▲ 4.6	43	+0.6
	ソフトアルコール飲料	20,618	1,075	+5.5	38	+0.2
	その他酒類	2,659	154	+6.1	322	+13.8
	本みりん	4,563	▲ 204	▲ 4.3	▲ 433	▲ 8.7
	その他調味料	4,738	279	+6.3	221	+4.9
	原料用アルコール等	5,402	▲ 376	▲ 6.5	▲ 985	▲ 15.4
売上高		61,276	175	+0.3	▲ 629	▲ 1.0
売上総利益		15,291	71	+0.5	▲ 529	▲ 3.3
販売費及び一般管理費		13,917	1,528	+12.3	▲ 21	▲ 0.2
営業利益		1,374	▲ 1,456	▲ 51.4	▲ 508	▲ 27.0

2024年3月期 宝酒造インターナショナルグループ 下期業績予想

損益計算書（売上高～営業利益）

（百万円）

	2024年3月期 下期予想	前期比		5/11予想比		為替レート 影響額 前期比
		増減	率(%)	増減	率(%)	
海外酒類	10,898	933	+9.4	▲ 112	▲ 1.0	455
海外日本食材卸	74,645	9,712	+15.0	▲ 1,346	▲ 1.8	3,817
その他	31	▲ 4	▲ 9.3	▲ 10	▲ 22.1	▲ 36
連結消去	▲ 1,342	▲ 162	-	17	-	
売上高	84,235	10,482	+14.2	▲ 1,448	▲ 1.7	4,236
売上総利益	27,082	4,669	+20.8	▲ 223	▲ 0.8	
販売費及び一般管理費	21,139	3,889	+22.5	605	+2.9	
海外酒類	3,057	628	+25.9	▲ 191	▲ 5.9	
海外日本食材卸	4,050	493	+13.9	▲ 590	▲ 12.7	
その他	▲ 685	▲ 153	-	120	-	
連結消去	▲ 478	▲ 187	-	▲ 166	-	
営業利益	5,943	781	+15.1	▲ 829	▲ 12.2	

2024年3月期 宝酒造 通期業績予想

損益計算書（売上高～営業利益）

(百万円)

	2024年3月期 通期予想	前期比		5/11予想比	
		増減	率(%)	増減	率(%)
焼酎	33,655	▲ 2,942	▲ 8.0	254	+0.8
清酒	11,358	▲ 787	▲ 6.5	▲ 160	▲ 1.4
ソフトアルコール飲料	42,401	2,331	+5.8	10	+0.0
その他酒類	5,410	81	+1.5	371	+7.4
本みりん	9,110	▲ 367	▲ 3.9	▲ 587	▲ 6.1
その他調味料	9,186	405	+4.6	326	+3.7
原料用アルコール等	11,344	821	+7.8	▲ 1,274	▲ 10.1
売上高	122,467	▲ 454	▲ 0.4	▲ 1,059	▲ 0.9
売上総利益	31,266	1,989	+6.8	129	+0.4
販売費及び一般管理費	25,939	1,553	+6.4	▲ 657	▲ 2.5
営業利益	5,327	436	+8.9	786	+17.3

2024年3月期 宝酒造インターナショナルグループ 通期業績予想

損益計算書（売上高～営業利益）

(百万円)

	2024年3月期 通期予想	前期比		5/11予想比		為替レート 影響額 前期比
		増減	率(%)	増減	率(%)	
海外酒類	21,161	2,907	+15.9	55	+0.3	1,182
海外日本食材卸	142,730	21,375	+17.6	▲ 4,477	▲ 3.0	9,060
その他	247	▲ 2,600	▲ 91.3	-	-	▲ 154
連結消去	▲ 2,740	2,232	-	121	-	
売上高	161,400	23,916	+17.4	▲ 4,300	▲ 2.6	10,087
売上総利益	51,460	9,065	+21.4	▲ 735	▲ 1.4	
販売費及び一般管理費	39,260	7,686	+24.3	▲ 435	▲ 1.1	
海外酒類	5,861	965	+19.7	1	+0.0	
海外日本食材卸	8,764	1,204	+15.9	▲ 73	▲ 0.8	
その他	▲ 1,186	▲ 2,886	-	134	-	
連結消去	▲ 1,239	2,095	-	▲ 362	-	
営業利益	12,200	1,378	+12.7	▲ 300	▲ 2.4	

2024年3月期 宝ホールディングス 通期 連結業績予想

連結損益計算書（売上高～親会社株主に帰属する当期純利益）

（百万円）

	2024年3月期 通期予想	前期比		5/11予想比		為替レート 影響額 前期比
		増減	率(%)	増減	率(%)	
宝酒造	122,467	▲ 454	▲ 0.4	▲ 1,059	▲ 0.9	-
宝酒造インターナショナルグループ	161,400	23,916	+17.4	▲ 4,300	▲ 2.6	10,087
タカラバイオグループ	45,500	▲ 32,642	▲ 41.8	▲ 7,800	▲ 14.6	1,356
その他	30,430	▲ 520	▲ 1.7	▲ 785	▲ 2.5	-
調整額	▲ 18,797	35	-	▲ 56	-	-
売上高	341,000	▲ 9,665	▲ 2.8	▲ 14,000	▲ 3.9	11,444
売上総利益	114,400	▲ 5,541	▲ 4.6	▲ 6,500	▲ 5.4	
販売費及び一般管理費	92,700	10,703	+13.1	▲ 1,900	▲ 2.0	
宝酒造	5,327	436	+8.9	786	+17.3	
宝酒造インターナショナルグループ	12,200	1,378	+12.7	▲ 300	▲ 2.4	
タカラバイオグループ	3,000	▲ 17,541	▲ 85.4	▲ 5,000	▲ 62.5	
その他	2,371	77	+3.4	44	1.9	
調整額	▲ 1,198	▲ 596	-	▲ 130	-	
営業利益	21,700	▲ 16,245	▲ 42.8	▲ 4,600	▲ 17.5	
経常利益	22,500	▲ 16,206	▲ 41.9	▲ 4,300	▲ 16.0	
特別利益	2,770	1,088	+64.8	2,762	-	
特別損失	670	▲ 24	▲ 3.6	162	+31.9	
親会社株主に帰属する当期純利益	15,000	▲ 6,206	▲ 29.3	-	-	

2024年3月期 宝ホールディングス 定量目標通期予想

	2024年3月期予想	2026年3月期計画
海外売上高比率	55.3%	60.0%
タカラ・イグループ°除く 海外売上高比率	54.3%	60.0%
ROE	7.0%	9.0%以上

2024年3月期 為替変動の影響

各通貨とも前期に対して円安を見込むが、宝酒造・宝酒造インターナショナルグループ合計では為替変動の影響は軽微

◇主な為替の状況（対前期）

	前期実績	今期予想	差異	※参考 期初予想
米ドル/円	131.64	139.60	7.96	140.0
ポンド/円	162.02	173.90	11.88	162.0
ユーロ/円	138.15	151.00	12.85	141.0

◇宝酒造・宝酒造インターナショナルグループの為替感応度

(百万円)

	対米ドル1円円安時の 当期の営業利益への影響
宝酒造	▲76
宝酒造インターナショナルグループ	+98
合計	+22

財務方針および株主還元

財務方針＜中期経営計画2025＞

健全な財務体質の維持をベースとして、成長・強化領域への投資を加速するために、グローバルなキャッシュマネジメントを強化するとともに、資産の効率性の向上や、政策保有株式の売却等によりキャッシュフローを創出する。

株主還元方針＜中期経営計画2025＞

利益水準に応じた適切な株主還元（配当性向35%を目途）を実施する。
※当期配当予想は27円

自己株式の取得・消却

<取得>

- 取得株式数 : 300万株（上限）
- 取得総額 : 30億円（上限）
- 取得期間 : 2023/11/13～
2024/2/20

<消却>

- 消却株式数 : 取得する全株式
- 消却日 : 2024/2/29

Smiles in Life ～笑顔は人生の宝～

世界の人々に和酒・日本食を通じて豊かな食生活を、さらにバイオ事業により健康的な暮らしに貢献することで「Smiles in Life ～笑顔は人生の宝～」を実現していく。

宝ホールディングス株式会社

宝酒造株式会社
宝酒造インターナショナル株式会社

タカラバイオ株式会社

人々の豊かな食生活への貢献

医療・健康領域における価値の創出

Smiles in Life
～笑顔は人生の宝～



笑顔は人生の宝

「タカラ」上掲いた、
皆さんは本業をつくる会社だと思われてしまうが、
副業として仕事をする人が、宝グループが事業をつくるための「宝」。
たぐららの笑顔で、あなたも笑顔になりたいと思えています。

100年以上にわたる歴史を継いでいる酒づくりの技術も、
世界に広がる日本食文化のネットワークや和食の調理技術も、
研究・開発現場、遺伝子治療等の最先端バイオテクノロジーも、
すべてが笑顔につながる。


例えば、今までの和食の味で、ニュー・オラの味まで、
研究や開発の現場でも、あなたも笑顔にするため。

笑顔は人生の宝。
宝酒造、宝酒造インターナショナル、タカラバイオからなる宝グループは、
それぞれユニークな方法で、
笑顔をつくるために取り組んでいます。

宝ホールディングス株式会社
宝酒造株式会社 / 宝酒造インターナショナル株式会社 / タカラバイオ株式会社

Smiles in Life

宝



将来見通しに関する注意事項

この資料中の当社および当社グループの現在の計画、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。

＜お問合せ先＞

宝ホールディングス株式会社

広報・IR部

E-Mail ir@takara.co.jp

TEL 075-241-5124