2022年3月期決算説明会

2022年5月17日
宝ホールディングス株式会社

本日の内容

Ⅰ．2022年3月期決算

Ⅱ．2023年3月期業績予想

Ⅲ．宝ホールディングス20年のあゆみ

Ⅳ．2023年3月期事業戦略

1．宝酒造インターナショナルグループ

2．宝酒造

3．宝酒造と宝酒造インターナショナルグループの協業

Ⅴ．サステナビリティについて

Ⅰ．2022年3月期決算

2022年3月期　宝ホールディングス（連結）業績

連結損益計算書

（百万円）

		2022年3月期 実績	前期比 増減	前期比 率(%)	「収益認識に関する会計基準」等 適用前の前期比 適用前実績	「収益認識に関する会計基準」等 適用前の前期比 率(%)	為替レート影響額 前期比
	宝酒造	**119,710**	▲ 32,827	▲ 21.5	148,710	▲ 2.5	–
	宝酒造インターナショナルグループ	**102,186**	32,596	+ 46.8	102,214	46.9	5,008
	タカラバイオグループ	**67,699**	21,613	+ 46.9	67,699	46.9	2,005
	その他	**30,719**	1,481	+ 5.1	30,719	5.1	–
	調整額	**▲ 19,396**	▲ 389	–	▲ 19,396	–	–
売上高		**300,918**	22,474	+ 8.1	329,947	18.5	7,014
売上総利益		**113,541**	▲ 2,052	▲ 1.8	142,570	23.3	
販売費及び一般管理費		**70,187**	▲ 23,811	▲ 25.3	99,216	5.5	
	宝酒造	**4,135**	▲ 743	▲ 15.2	4,135	▲ 15.2	
	宝酒造インターナショナルグループ	**8,472**	7,429	+ 712.1	8,472	712.1	
	タカラバイオグループ	**28,902**	14,949	+ 107.1	28,902	107.1	
	その他	**2,222**	419	+ 23.2	2,222	23.2	
	調整額	**▲ 379**	▲ 295	–	▲ 379	–	
営業利益		**43,354**	21,759	+ 100.8	43,354	100.8	
経常利益		**43,230**	21,300	+ 97.1			
特別利益		**4,658**	4,129	+ 780.5			
特別損失		**6,928**	5,052	+ 269.4			
親会社株主に帰属する当期純利益		**20,769**	10,194	+ 96.4			

※特別利益：タカラバイオグループの国庫補助金の受け取り（4,470百万円）等
※特別損失：タカラバイオグループの固定資産圧縮損（4,470百万円）、宝酒造の製品自主回収費用（1,190百万円）等

2022年3月期　宝ホールディングス（連結）業績

連結貸借対照表

（百万円）

	2021年3月末	**2022年3月末**	増減
流動資産	183,108	**232,323**	49,215
現金及び預金	66,238	**80,445**	14,207
受取手形及び売掛金	61,954	**70,260**	8,305
有価証券	1,145	**1,179**	33
棚卸資産	49,124	**72,643**	23,518
その他	4,644	**7,794**	3,150
固定資産	123,810	**130,114**	6,304
有形固定資産	74,740	**79,747**	5,006
無形固定資産	15,889	**15,360**	▲ 528
投資その他資産	33,180	**35,006**	1,826
資産合計	306,918	**362,438**	55,519

	2021年3月末	**2022年3月末**	増減
流動負債	56,269	**79,151**	22,882
支払手形及び買掛金	16,481	**20,973**	4,491
借入金・社債	5,166	**15,497**	10,331
その他	34,621	**42,681**	8,059
固定負債	59,113	**58,730**	▲ 383
借入金・社債	35,465	**35,248**	▲ 217
その他	23,648	**23,482**	▲ 165
負債合計	115,383	**137,882**	22,499
株主資本合計	149,020	**163,976**	14,955
資本金・資本剰余金	15,518	**15,725**	206
利益剰余金	135,184	**149,933**	14,749
自己株式	▲ 1,682	**▲ 1,682**	▲ 0
その他包括利益累計額	7,863	**16,443**	8,580
非支配株主持分	34,650	**44,135**	9,484
純資産合計	191,535	**224,555**	33,020
負債純資産合計	306,918	**362,438**	55,519

2022年3月期　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）

	2021年3月期 実績	**2022年3月期 実績**	増減
営業キャッシュ・フロー	27,100	**16,376**	▲ 10,724
投資キャッシュ・フロー	▲ 6,738	**▲ 10,399**	▲ 3,661
フリーキャッシュフロー	20,362	**5,977**	▲ 14,385
財務キャッシュ・フロー	▲ 1,506	**4,133**	5,639
現金及び現金同等物に係る換算差額	▲ 536	**2,758**	3,294
現金及び現金同等物の期末残高	62,860	**75,729**	12,869

設備投資額、減価償却費、のれん償却費

（百万円）

	2022年3月期 実績	前期比	
		増減	率(%)
設備投資額（有形・無形）	**16,213**	+2,438	+17.7
減価償却費（有形・無形）	**8,425**	+356	+4.4
のれん償却費	**875**	+9	+1.2

2022年3月期　宝酒造　業績

損益計算書

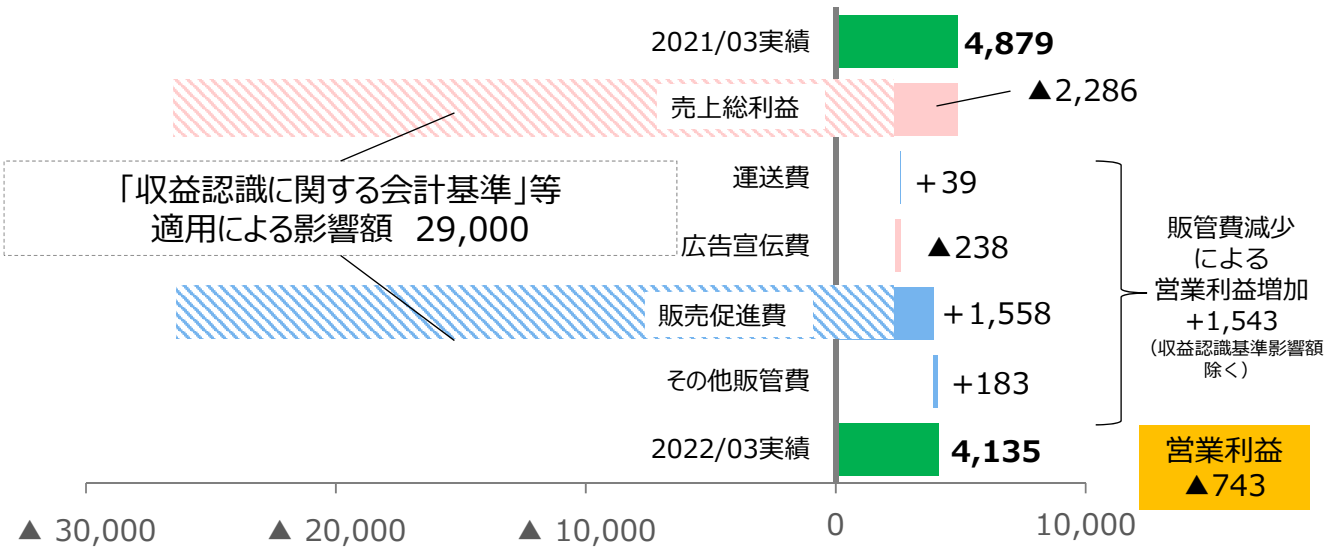
（百万円）

	2022年3月期 実績	前期比 増減	前期比 率(%)	「収益認識に関する会計基準」等適用前の前期比 適用前実績	「収益認識に関する会計基準」等適用前の前期比 率(%)
焼酎	**37,935**	▲ 10,695	▲ 22.0	47,521	▲ 2.3
清酒	**12,803**	▲ 4,902	▲ 27.7	16,160	▲ 8.7
ソフトアルコール飲料	**37,677**	▲ 9,477	▲ 20.1	46,439	▲ 1.5
その他酒類	**5,467**	▲ 106	▲ 1.9	6,123	9.9
本みりん	**9,097**	▲ 4,270	▲ 31.9	13,571	1.5
その他調味料	**8,560**	▲ 1,880	▲ 18.0	10,712	2.6
原料用アルコール等	**8,168**	▲ 1,494	▲ 15.5	8,181	▲ 15.3
売上高	**119,710**	▲ 32,827	▲ 21.5	148,710	▲ 2.5
売上総利益	**28,811**	▲ 31,286	▲ 52.1	57,811	▲ 3.8
販売費及び一般管理費	**24,676**	▲ 30,542	▲ 55.3	53,676	▲ 2.8
営業利益	**4,135**	▲ 743	▲ 15.2	4,135	▲ 15.2

2022年3月期　営業利益の増減分析（宝酒造）

業務用市場の低迷等による売上高の減少と、原料高によるコストアップ等により売上総利益が減少し、徹底した経費削減に努めたものの補いきれず、743百万円の減益となった。

2022年3月期　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）



2022年3月期　宝酒造インターナショナルグループ　業績

損益計算書

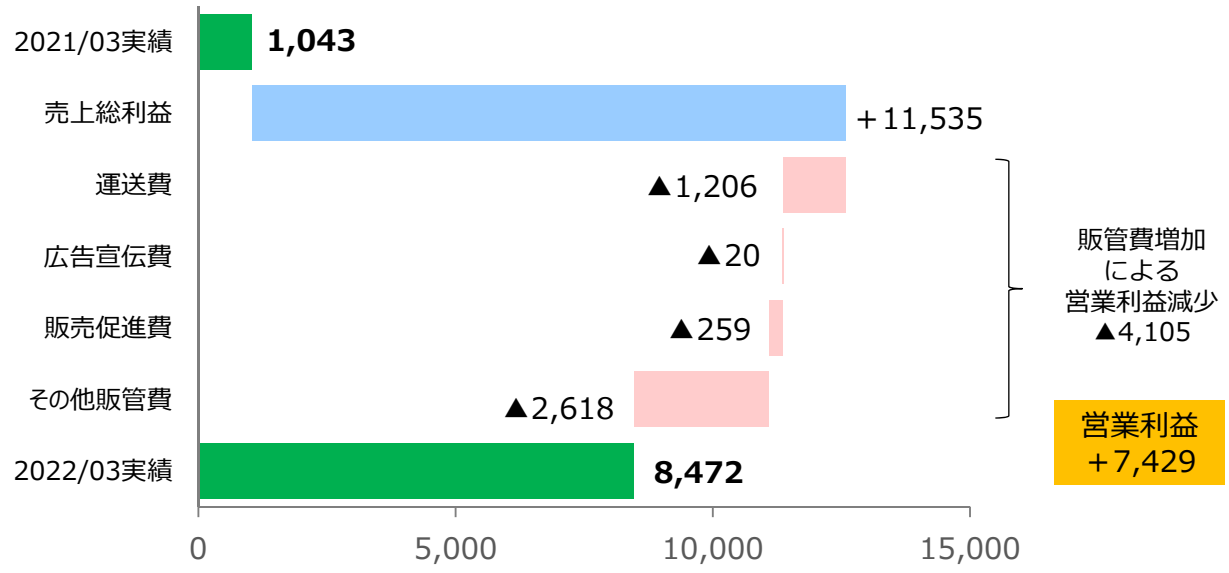
（百万円）

	2022年3月期	前期比		為替レート影響額
	実績	増減	率(%)	前期比
海外酒類	**14,063**	3,963	+39.2	709
海外日本食材卸	**89,728**	29,297	+48.5	4,359
その他	**62**	5	+8.9	▲60
連結消去	**▲ 1,668**	▲ 669	–	
売上高	**102,186**	32,596	+46.8	5,008
売上総利益	**32,140**	11,535	+56.0	
販売費及び一般管理費	**23,667**	4,105	+21.0	
海外酒類	**3,781**	1,525	+67.6	
海外日本食材卸	**6,112**	5,825	+2,032.1	
その他	**▲ 933**	108	–	
連結消去	**▲ 487**	▲ 30	–	
営業利益	**8,472**	7,429	+712.1	

2022年3月期　営業利益の増減分析（宝酒造インターナショナルグループ）

海外の飲食店市場においてコロナ禍からの回復が進んだことや、量販店等販売ルートの拡大が進み、売上が増加したことに加え、原価率の改善等があり、売上総利益が増加。販管費の増加を補って増益を達成。

2022年3月期　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）



2022年3月期の総括

- 2022年3月期は、売上高とすべての利益項目で過去最高を記録。
- 国内事業は、加工業務用調味料等が増収となるも、焼酎や業務市場の低迷等による清酒の減少、前期特需のあった原料用アルコールの反動減に加え、粗留アルコールのコストアップ等の影響により減益。
- 海外事業は、海外日本食材卸事業、海外酒類事業ともに好調で、コロナ禍前の水準を上回り推移。
- バイオ事業は、一般研究用試薬の増加に加え、新型コロナウイルスのPCR検査関連製品の増加により、業績が大きく拡大。

Ⅱ．2023年3月期業績予想

2023年3月期　宝ホールディングス（連結）業績予想

連結損益計算書

（百万円）

		2023年3月期 通期予想	前期比 増減	前期比 率(%)	為替レート影響額 前期比
	宝酒造	**120,377**	666	+0.6	–
	宝酒造インターナショナルグループ	**114,035**	11,848	+11.6	1,624
	タカラバイオグループ	**55,300**	▲ 12,399	▲ 18.3	452
	その他	**30,972**	252	+0.8	–
	調整額	**▲ 19,684**	▲ 287	–	–
売上高		**301,000**	81	+0.0	2,076
売上総利益		**107,300**	▲ 6,241	▲ 5.5	
販売費及び一般管理費		**77,300**	7,112	+10.1	
	宝酒造	**4,234**	98	+2.4	
	宝酒造インターナショナルグループ	**9,100**	627	+7.4	
	タカラバイオグループ	**15,000**	▲ 13,902	▲ 48.1	
	その他	**2,270**	47	+2.1	
	調整額	**▲ 603**	▲ 224	–	
営業利益		**30,000**	▲ 13,354	▲ 30.8	
経常利益		**30,400**	▲ 12,830	▲ 29.7	
特別利益		**250**	▲ 4,408	▲ 94.6	
特別損失		**150**	▲ 6,778	▲ 97.8	
親会社株主に帰属する当期純利益		**16,000**	▲ 4,769	▲ 23.0	

2023年3月期　宝酒造　業績予想

損益計算書

（百万円）

		2023年3月期 通期予想	前期比 増減	前期比 率(%)
	焼酎	**35,370**	▲ 2,565	▲ 6.8
	清酒	**12,782**	▲ 21	▲ 0.2
	ソフトアルコール飲料	**41,632**	3,954	+10.5
	その他酒類	**5,291**	▲ 176	▲ 3.2
	本みりん	**9,003**	▲ 94	▲ 1.0
	その他調味料	**8,769**	208	+2.4
	原料用アルコール等	**7,529**	▲ 639	▲ 7.8
売上高		**120,377**	666	+0.6
売上総利益		**29,596**	784	+2.7
販売費及び一般管理費		**25,362**	685	+2.8
営業利益		**4,234**	98	+2.4

2023年3月期　宝酒造インターナショナルグループ　業績予想

損益計算書

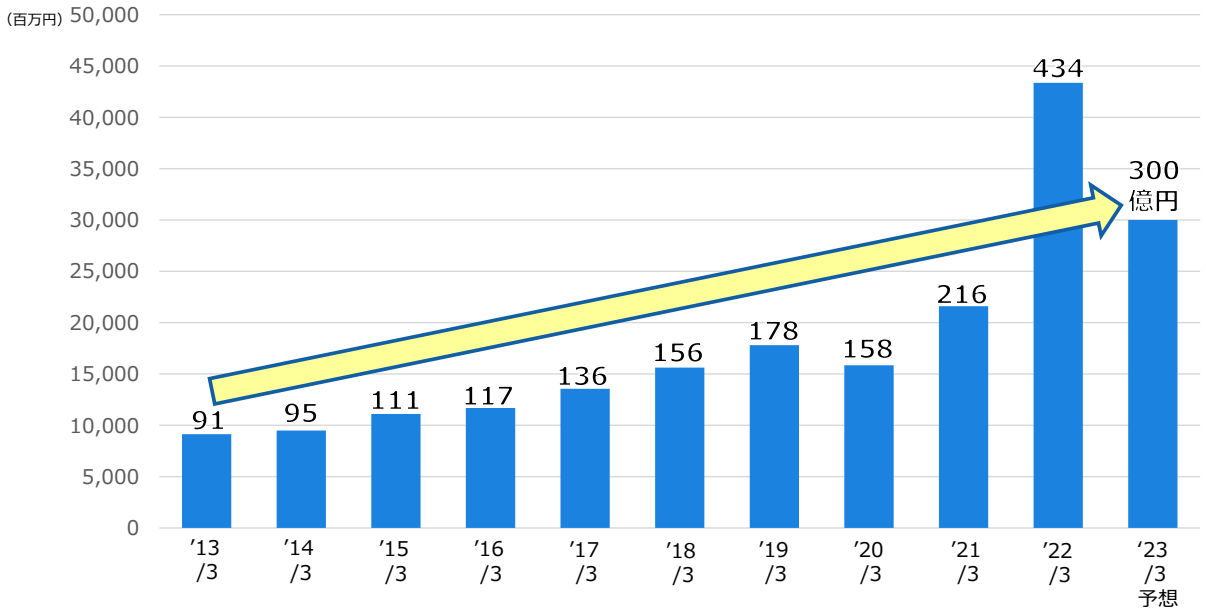
（百万円）

	2023年3月期 通期予想	前期比 増減	前期比 率(%)	為替レート影響額 前期比
海外酒類	**15,450**	1,386	+9.9	295
海外日本食材卸	**100,364**	10,635	+11.9	1,382
その他	**2,468**	2,405	+3,865.0	▲53
連結消去	**▲ 4,247**	▲ 2,578	–	
売上高	**114,035**	11,848	+11.6	1,624
売上総利益	**36,316**	4,175	+13.0	
販売費及び一般管理費	**27,216**	3,548	+15.0	
海外酒類	**4,331**	549	+14.5	
海外日本食材卸	**6,515**	402	+6.6	
その他	**1,161**	2,094	–	
連結消去	**▲ 2,907**	▲ 2,419	–	
営業利益	**9,100**	627	+7.4	

2023年3月期　宝ホールディングス（連結）業績予想

2023年3月期は新型コロナウイルス関連の需要が落ち着くため減益となるが、長期的には着実に成長している。

◆営業利益推移



2023年3月期　宝ホールディングス（連結）業績予想

2023年3月期は、長期経営構想の定量目標を営業利益、海外売上高比率、ROEで上回る

◆2023年3月期業績予想と長期経営構想（2026年3月期）の定量目標

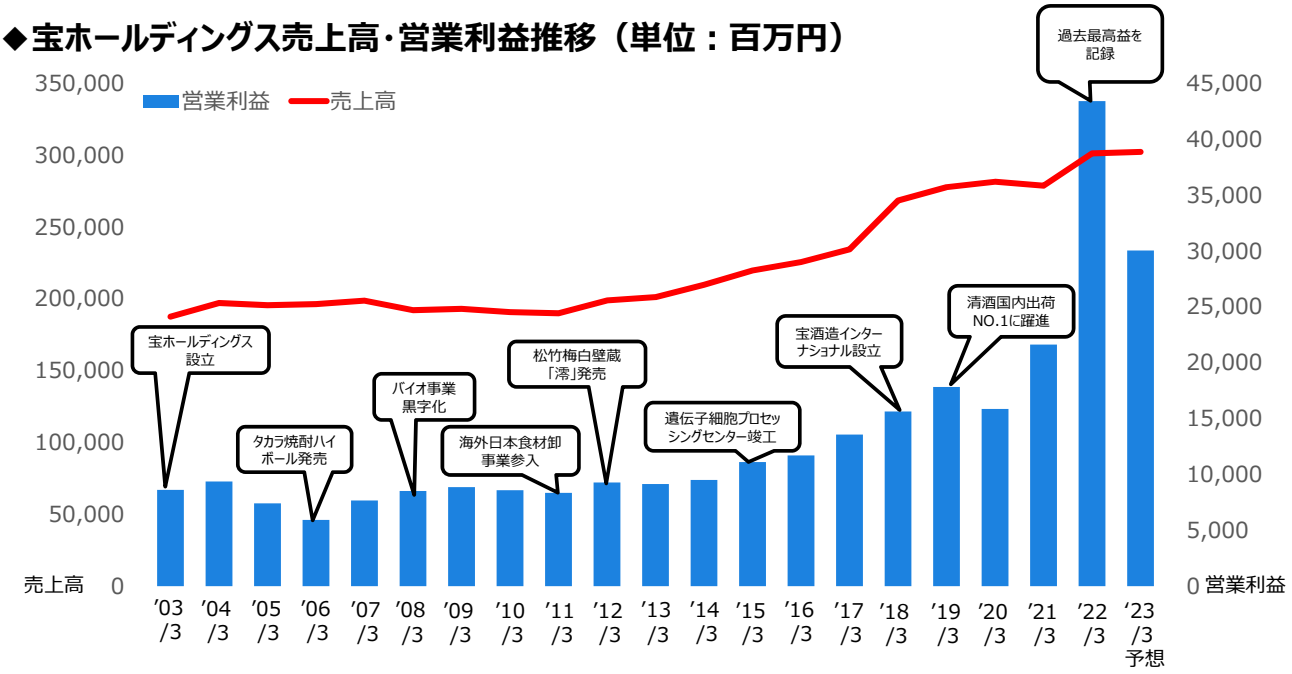
	2023年3月期 業績予想	長期経営構想
売上高	3,010億円	3,400億円以上
営業利益	300億円	230億円以上
海外売上高 比率	47.8%	44.0%以上
ROE	8.7%	8%以上

Ⅲ．宝ホールディングス20年のあゆみ

宝ホールディングス株式会社20年のあゆみ

バイオ事業、海外事業が拡大し、この20年で営業利益は86億円から300億円へ

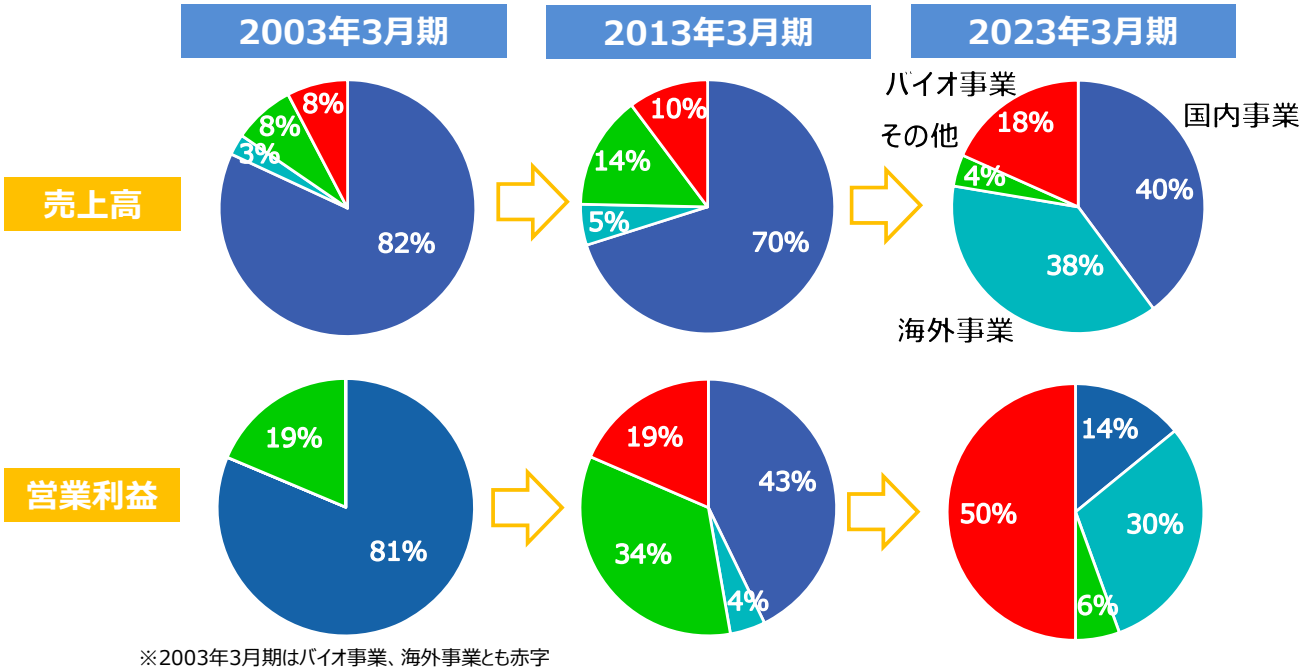
◆宝ホールディングス売上高・営業利益推移（単位：百万円）



セグメント別売上高・営業利益構成比の変化

バイオ事業、海外事業の成長により、バランスのとれた事業構造へ。

◆2003年3月期、2013年3月期、2023年3月期のセグメント別売上高・営業利益構成比

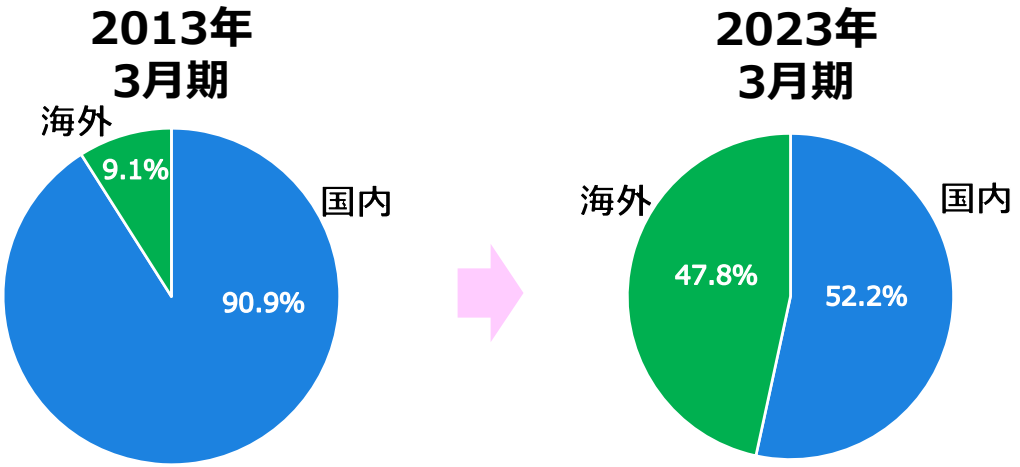


※2003年3月期はバイオ事業、海外事業とも赤字

海外売上高比率の変化

宝グループの海外売上高比率は、2013年3月期の9.1%から大きく拡大し、2023年3月期は47.8%へ。

◆宝グループの海外売上高比率



宝ホールディングス20年のあゆみの総括

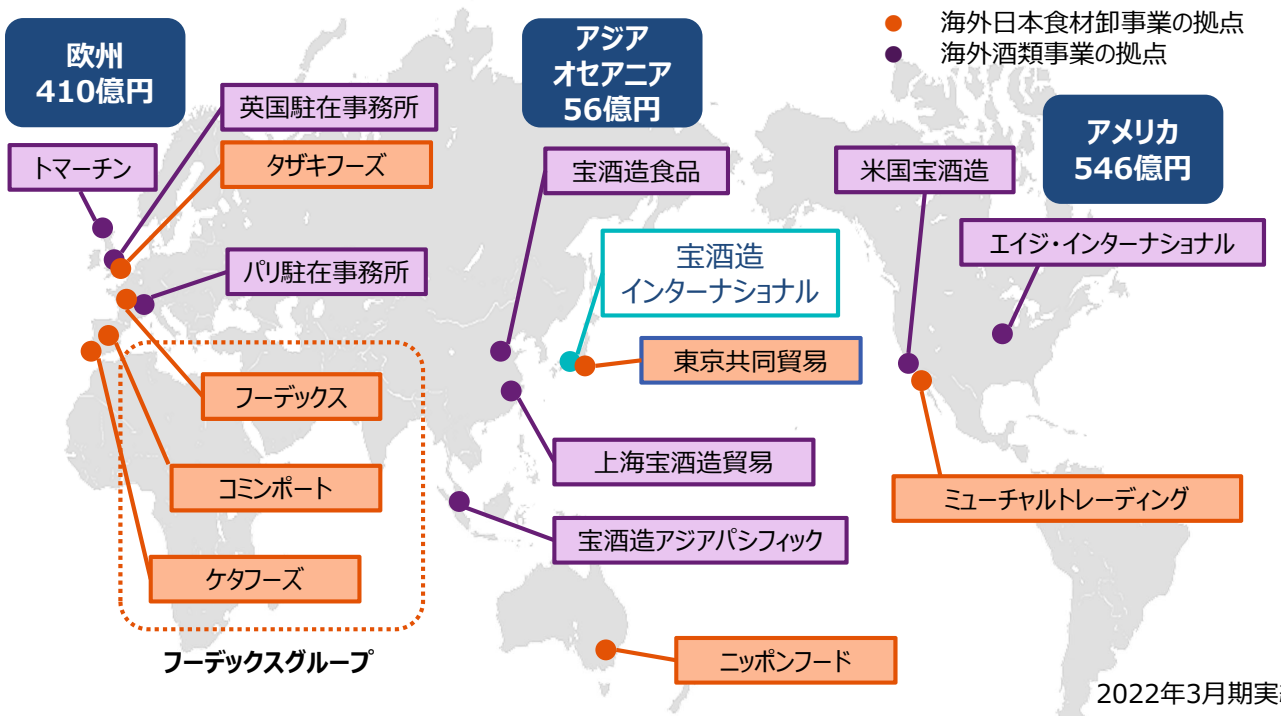
- 2002年に宝酒造から宝ホールディングスに商号変更し、持株会社体制に。事業子会社として新たに宝酒造とタカラバイオを設立。
- 2008年にタカラバイオが営業黒字化。
  以降、バイオ事業が継続的に成長。
- 2010年に海外日本食材卸事業に参入。海外事業の伸長。
  2017年には分社化により宝酒造インターナショナル設立。
- 環境変化に強いバランスのとれた事業ポートフォリオへ。
  売上高　1,874億円⇒3,010億円
  営業利益　86億円⇒　300億円

Ⅳ．2023年3月期事業戦略

１．宝酒造インターナショナルグループ

宝酒造インターナショナルグループの拠点一覧とエリア別売上高

海外酒類事業・海外日本食材卸事業ともにグローバルに展開



2022年3月期実績

海外事業のあゆみ

1951(昭和26）年	北米向けに清酒「松竹梅」の輸出を開始。
1983(昭和58）年	米国宝酒造を設立、清酒「松竹梅」の現地製造・販売を開始。
1986(昭和61）年	トマーチン社を設立。現地メーカーの資産を取得し、スコッチウイスキーの製造を開始。
1991(平成　3）年	エイジ・インターナショナル社に資本参加。（→その後、株式の追加取得により子会社化）
1995(平成　7）年	宝酒造食品有限公司を設立。
2010(平成22）年	フーデックス社の株式を取得し、連結子会社化。海外日本食材卸事業に参入。
2013(平成25）年	タザキフーズ社を連結子会社化。
2014(平成26）年	コミンポート社を連結子会社化。
2016(平成28）年	ケタフーズ社を連結子会社化。
	ミューチャルトレーディング社を連結子会社化。
2017(平成29）年	ニッポンフード社を連結子会社化。
	宝酒造の海外事業を分社し、宝酒造インターナショナル株式会社を設立。
2020（令和2）年	東京共同貿易株式会社を連結子会社化

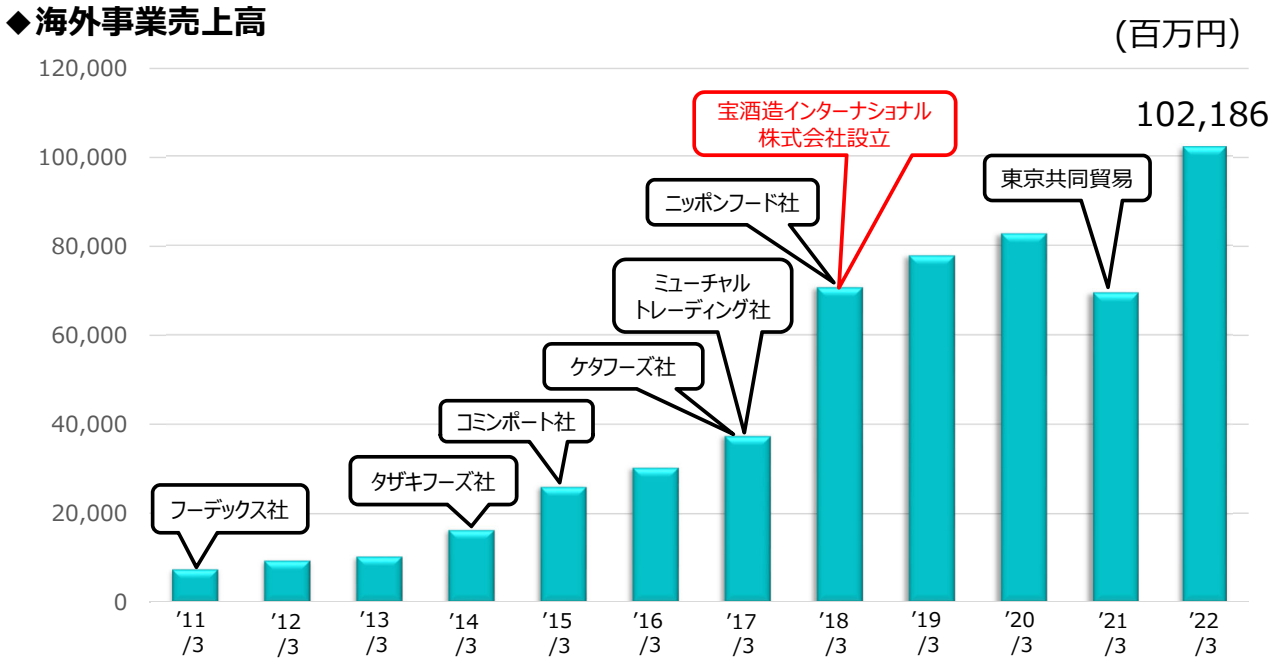
海外酒類事業の育成

海外日本食材卸事業の拡大

海外事業の売上高推移

海外日本食材卸事業に参入した2011年3月期から海外事業は大きく成長

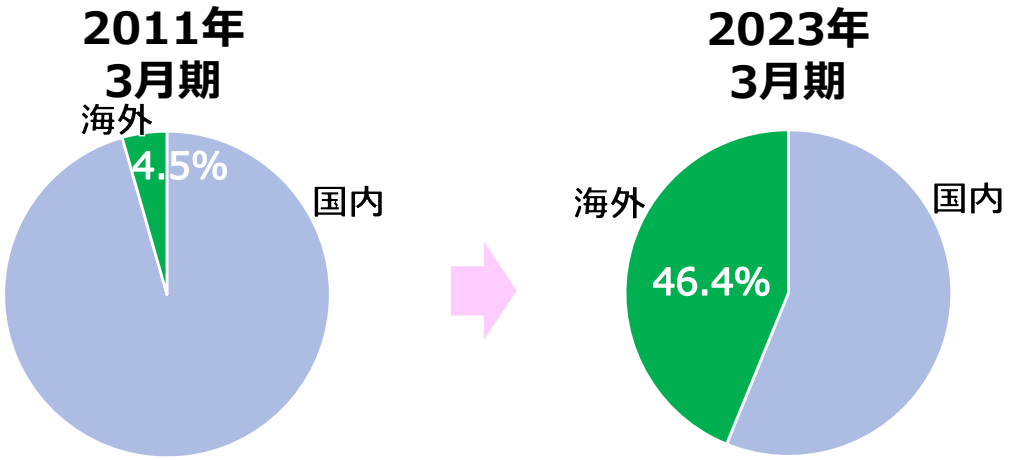
◆海外事業売上高



バイオ事業を除く*海外売上高比率

海外日本食材卸事業に参入した2011年3月期以降大きく拡大し46.4%へ

◆バイオ事業を除く海外売上高比率



＊宝グループからバイオ事業を引いたもの

2023年3月期事業戦略（宝酒造インターナショナルグループ）

世界の和酒・日本食におけるリーディングカンパニーを目指し
事業の拡大を加速

2023年3月期予想　売上高1,140億円　営業利益91億円

- 海外日本食材卸ネットワークの拡充や新商品開発で成長を加速
- 飲食店市場での“強み”を活かすとともに、小売・ネット等、販売チャネルの多角化を強化・継続
- コンテナ不足による物流不安や、人件費や物流費の高騰といった喫緊の課題を克服し、利益を創出する体質へ進化
- 安全安心な品質管理の徹底
- 日本の食文化の情報発信と啓発活動

2023年3月期事業戦略（宝酒造インターナショナルグループ）

海外日本食材卸事業　2023年3月期予想　売上高1,004億円　営業利益65億円

1 海外日本食材卸ネットワークの拡充
・倉庫能力の拡充、資本提携等の推進

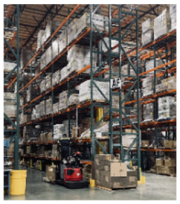
2 供給能力の向上
・顧客ニーズに即した商品調達と供給体制の整備

3 販売チャネルの多角化
・量販ルートおよびネット販売の強化・継続

4 高付加価値商材の品揃え強化
・日本の高付加価値商材の新規取り扱いを拡大

5 業務効率改善による販管費抑制
・IT化推進によるロジスティクスや業務の効率化

6 利益マネジメントの強化
・原価管理徹底によるタイムリーかつ適切な価格政策


ミューチャルトレーディング社本社・倉庫

フーデックスのネット販売　テイクアウト商材提案

ヴィーガン対応商品

2023年3月期事業戦略（宝酒造インターナショナルグループ）

海外日本食材卸事業　2023年3月期予想　売上高1,004億円　営業利益65億円

◆2023年3月期会社別業績予想

（百万円）

	売上高		営業利益	
	予想	前期比	予想	前期比
ミューチャルトレーディング	53,196	115.6%	1,954	109.4%
フーデックスグループ	31,250	106.0%	3,225	105.4%
タザキフーズ	9,120	113.8%	364	108.3%
ニッポンフード	4,919	110.1%	360	108.1%
東京共同貿易	12,019	102.9%	650	100.8%

2023年3月期事業戦略（宝酒造インターナショナルグループ）

海外酒類事業　2023年3月期予想　売上高155億円　営業利益43億円

1 和酒
- “日本産”と“現地産”の戦略的な品揃えで、グローバル和酒No. 1 企業としての地位をゆるぎないものにする
- 輸出事業を拡大
- 量販ルートおよびネット販売の強化・継続

2 洋酒
- 旺盛なウイスキー需要に応え、着実に売上、利益を拡大
- 高付加価値ボトル商品の販売強化とブランド価値の向上

3 商品開発
- 市場環境やニーズを捉えた海外専用商品の開発
- “現地産”ならではの新機軸商品等の開発
- 宝酒造、宝酒造インターナショナル、現地法人の協業

松竹梅白壁蔵「澪」

和りきゅーる

トマーチン1977

ブラントン

「HANA」

「YUKI」

2023年3月期事業戦略（宝酒造インターナショナルグループ）

海外酒類事業　2023年3月期予想　売上高155億円　営業利益43億円

◆2023年3月期会社別業績予想

（百万円）

	売上高		営業利益	
	予想	前期比	予想	前期比
米国宝酒造	4,846	108.3%	681	105.3%
宝酒造食品	1,164	109.2%	76	101.3%
トマーチン	4,508	117.5%	1,676	122.2%
エイジ・インターナショナル	4,294	105.7%	1,916	103.0%

Ⅳ．2023年3月期事業戦略

２．宝酒造

2023年3月期事業戦略（宝酒造）

高利益商品の開発と利益マネジメントにより、和酒No.1企業としての地位を盤石化する

2023年3月期予想　売上高1,204億円　営業利益42億円

- 焼酎ハイボールの拡大
- 消費者に支持される差異化ポイントを付与した新商品の開発
- 高利益商品の育成によるプロダクトミックスの改善、価格改定等の取り組みによる利益率の向上
- 安全・安心に向けた取り組みの強化
- 将来の事業の柱として「輸出」の拡大

2023年3月期事業戦略（宝酒造）

「焼酎ハイボール」のコンセプト訴求を徹底し、さらなる新規ユーザーを獲得するとともに、「澪」、「一刻者」といった利益率の高い商品を強化し、宝酒造全体の商品ミックスを改善

◆タカラ「焼酎ハイボール」

・「糖質ゼロ」を継続訴求
・BS「夕焼け酒場」コンテンツを活用し広告展開・店頭訴求を実施、男性コアユーザーを開拓する

◆スパークリング清酒「澪」

・ターゲットである20－30代ユーザーのロイヤル化を狙い、YouTube番組やファンイベントを実施。

◆全量芋焼酎「一刻者」

・上質な芋焼酎イメージの向上とユーザーのロイヤル化
・新聞広告や雑誌広告による品質訴求を強化

2023年3月期事業戦略（宝酒造）

消費者に支持される差異化ポイントを付与した新商品を開発・育成。ターゲットを明確にし、認知率、飲用経験率を向上させる効果的な施策を投入

◆タカラCANチューハイ「すみか」

・20－40代女性をターゲットにTV、デジタル等のメディアミックス策の展開。
・サンプリングキャンペーンによる飲用経験率の向上

◆松竹梅「昴」

・40－50代紙パックユーザーをターゲットに「贅沢な食卓」訴求や「香りゾーニング」等の売り場提案を強化

◆全量芋焼酎「ISAINA」

・30-40代の芋焼酎好き男女をターゲットに、「ロックとソーダで別の顔」という商品特徴をデジタル広告や雑誌広告で情報発信

Ⅳ．2023年3月期事業戦略

３．宝酒造と宝酒造インターナショナルグループの協業

宝酒造×宝酒造インターナショナルグループの協業

和酒・日本食文化の広がりのなかで、宝酒造の商品開発力と宝酒造インターナショナルグループの展開力で世界的なブランドを育成

宝酒造株式会社

商品開発力
技術力　育成力

×

宝酒造インターナショナル株式会社

展開力
提案力　物流力

2023年3月期事業戦略（輸出）

宝酒造と宝酒造インターナショナルグループのシナジー効果で輸出に注力。世界市場に和酒を提案

- 宝酒造と宝酒造インターナショナルグループの協業
- “日本産”輸出商品の開発
- 国内外への情報発信強化

フーデックス社との共同開発商品

アトリエ・ドゥ・サケ

前年比193%と好調な輸出実績（2021年FY）

松竹梅白壁蔵「澪」

ダブルゴールド

ゴールド

世界的なコンペティションSFWSCでの受賞した本格焼酎

2023年3月期事業戦略（輸出）

４つのワーキングチームを立ち上げ、新商品案や育成策を生み出す。
世界の消費者の嗜好を調査のうえ、現地ニーズに基づいた柔軟な商品開発で、新たなユーザーの獲得を目指す

中国チーム
宝酒造インターナショナル・宝酒造
宝酒造食品・上海宝

欧州チーム
宝酒造インターナショナル・宝酒造
トマーチン・
タザキフーズ・フーデックス

北米チーム
宝酒造インターナショナル・宝酒造
米国宝酒造・
ミューチャルトレーディング

ｱｼﾞｱ・ｵｾｱﾆｱﾁｰﾑ
宝酒造インターナショナル・宝酒造
宝酒造アジアパシフィック

Ⅴ.サステナビリティについて

主な取り組み事例（宝酒造）

ソフトアルコール飲料を中心に純アルコール量表示を推進

焼酎ハイボール（33アイテム）
に純アルコール量の表示
（2021年11月～順次切り替え）

寶「丸おろし」シリーズ（4アイテム）
に純アルコール量の表示
（2022年3月～）

主な取り組み事例（宝酒造）

チューハイ「寶クラフト」の原料産地での社員による収穫ボランティア

チューハイ「寶クラフト」小田原レモンのレモン産地での
社員による収穫ボランティア

主な取り組み事例（宝酒造インターナショナルグループ）

ヴィーガン、オーガニックや食物アレルギー対応商品の開発（英国Yutakaブランド）

ヴィーガン対応枝豆餃子

オーガニックこんにゃく麺

グルテンフリー醤油

主な取り組み事例（宝酒造インターナショナルグループ）

海外日本食材卸でさまざまな和酒・日本食の文化発信

展示会での日本食文化発信

フーデックス（フランス）

タザキフーズ（イギリス）

日本酒テイスティングセミナー・和食の職人養成講座

ミューチャルトレーディング（アメリカ）

ミューチャルトレーディング（アメリカ）

主な取り組み事例（タカラバイオグループ）

PCRをはじめとしたバイオ技術で、健康的な暮らしに貢献

「笑顔で繋がる豊かな暮らしを」

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「笑顔で繋がる豊かな暮らしを」実現していく

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
財務・ＩＲ部
E-Mail ir@takara.co.jp
TEL 075-241-5124