

# 宝ホールディングス株式会社 会社説明会

1. 宝グループの概要
2. 宝グループの成長戦略
3. 宝酒造グループの概要
4. 宝酒造グループの成長戦略
5. 宝ヘルスケアについて
6. 財務方針・CSR活動

2016年12月

代表取締役副社長 木村 睦



## 1. 宝グループの概要



- 商号： 宝ホールディングス株式会社  
旧社名：寶酒造株式会社（2002年4月 持株会社体制に）
- 設立： 1925（大正14）年9月6日
- 上場市場： 東証一部（証券コード：2531）
- 本店所在地： 京都市下京区四条通烏丸東入
- 取締役社長： 柿本 敏男
- 資本金： 13,226百万円
- 従業員： 3,780名（グループ連結／2016年3月末現在）
- 連結子会社： 45社（国内：15社、海外：30社／2016年9月末現在）



自然との調和を大切に、  
発酵やバイオの技術を通じて  
人間の健康的な暮らしと  
生き生きとした  
社会づくりに貢献します。



## 宝グループの歩み

5

- 1842年 創業(清酒の製造・販売を開始)
- 1864年 焼酎・みりんの製造を開始
- 1925年 寶酒造株式会社(現:宝ホールディングス株式会社) 創立
- 1949年 株式を上場
- 1957年 「タカラビール」を発売し、ビール事業に参入
- 1967年 ビール事業から撤退、中央研究所を設立
- 1977年 宝焼酎「純」 発売
- 1979年 国産初の制限酵素を発売(バイオ事業を開始)
- 1982年 米国で清酒の現地製造を開始
- 1984年 タカラcanチューハイ 発売



タカラcanチューハイ  
(発売当時)



宝焼酎「純」  
(発売当時)



国産初「制限酵素」

## 宝グループの歩み

6

- 2002年 持株会社体制へ移行(宝酒造株式会社、タカラバイオ株式会社を分社化)
- 2004年 タカラバイオ株式会社 東証マザーズ上場
- 2006年 宝ヘルスケア株式会社 設立
- 2010年 フーデックス社(仏国)の株式を取得  
海外日本食材卸事業に参入
- 2011年 松竹梅白壁蔵「滯(みお)」スパークリング清酒 発売
- 2016年 タカラバイオ株式会社 東証一部へ市場変更



松竹梅白壁蔵「滯」  
スパークリング清酒



フーデックス社屋

# 宝グループの構成

(2016年9月末現在)

7

## 宝ホールディングス株式会社

### 宝酒造グループ

**酒類・調味料事業**  
国内8社、海外22社の  
連結子会社



### タカラバイオグループ

**バイオ事業**  
国内4社、海外8社の  
連結子会社



### 宝ヘルスケア(株)

**健康食品事業**



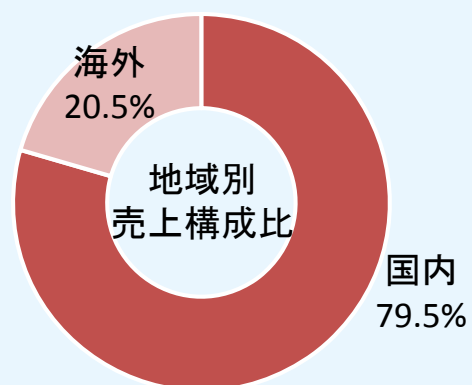
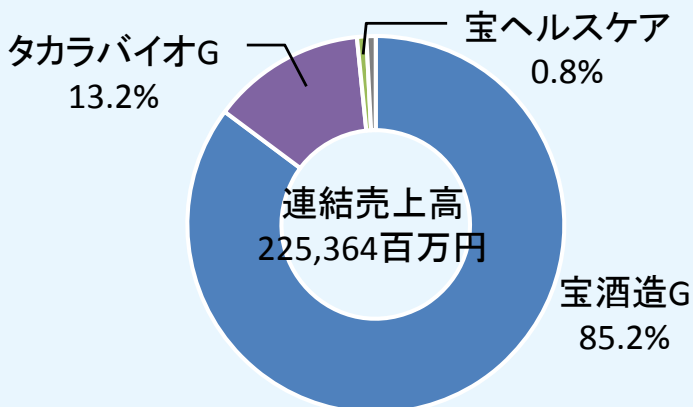
その他子会社(2社)

# 宝グループの売上・利益構成

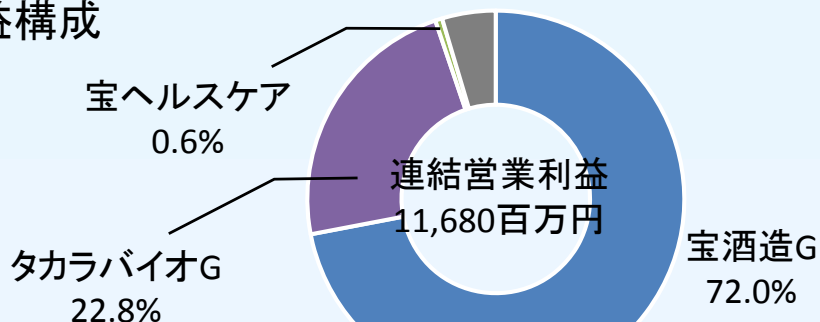
8

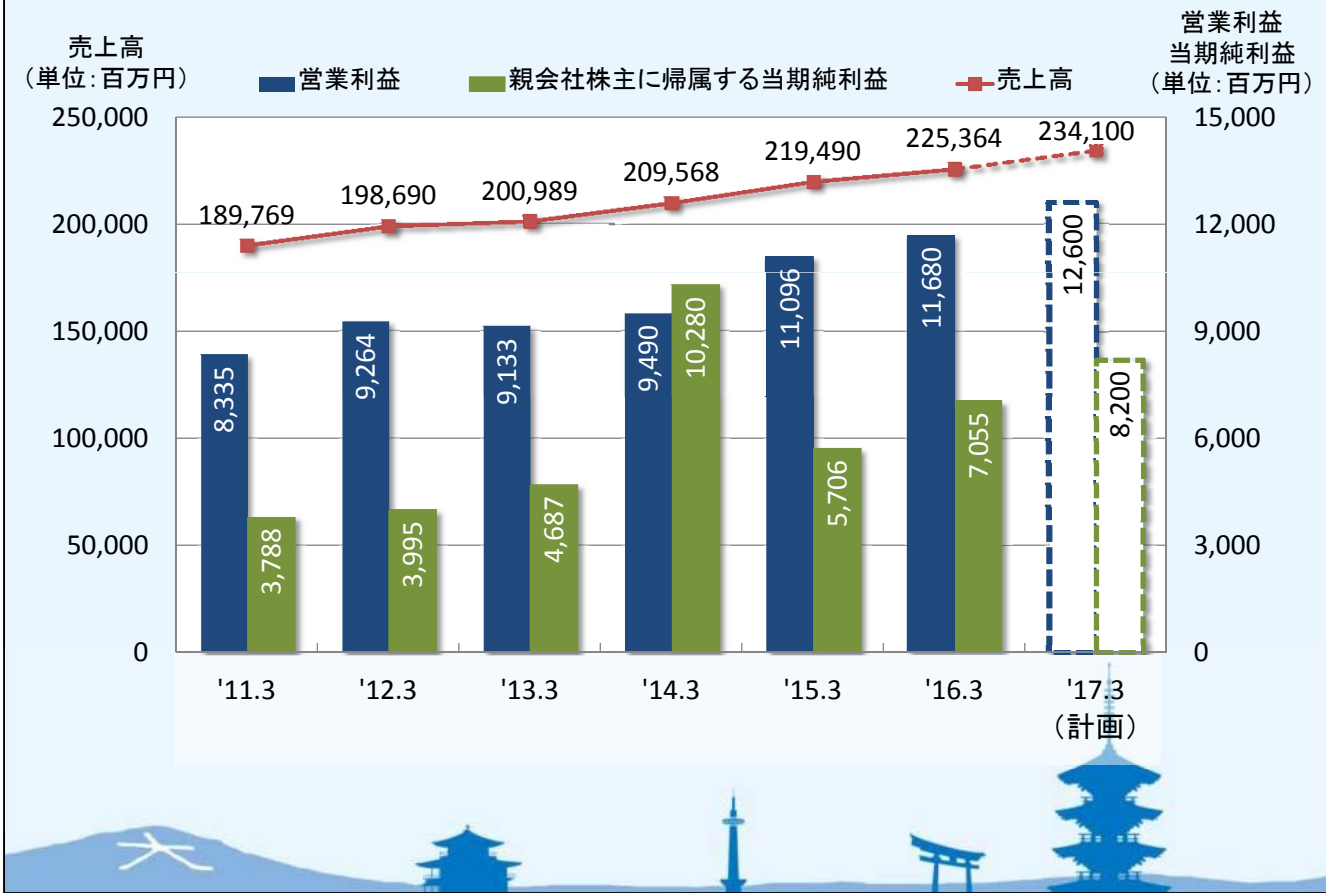
## ■ 売上構成

(2016年3月期)



## ■ 利益構成

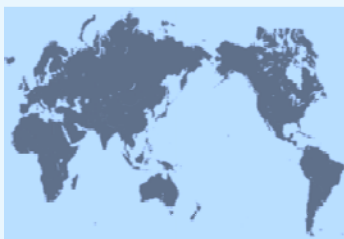




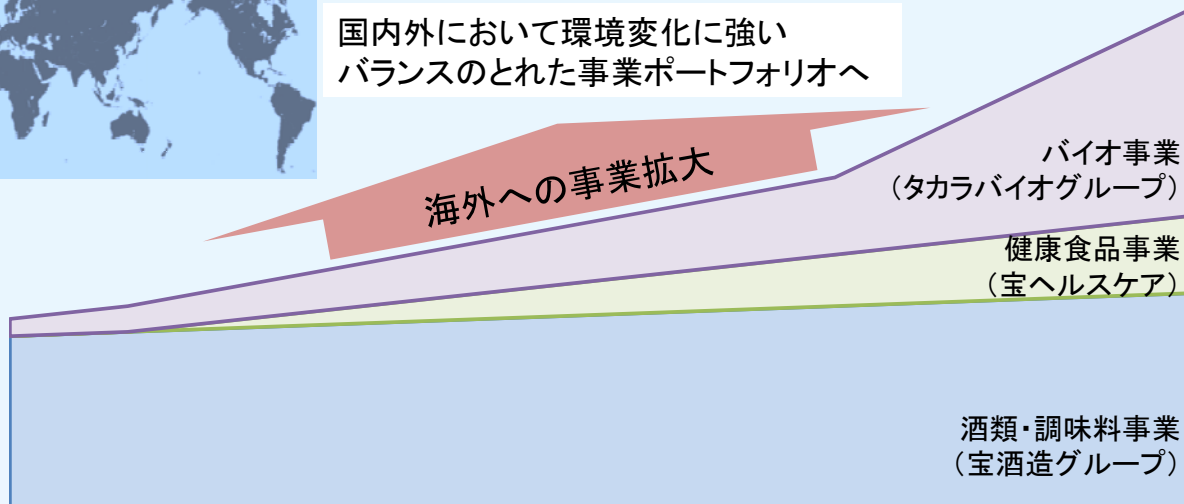
## 2. 宝グループの成長戦略

## ■ 経営目標

国内外の強みを活かせる市場で事業を伸ばし、  
環境変化に強いバランスのとれた事業構造を確立する。



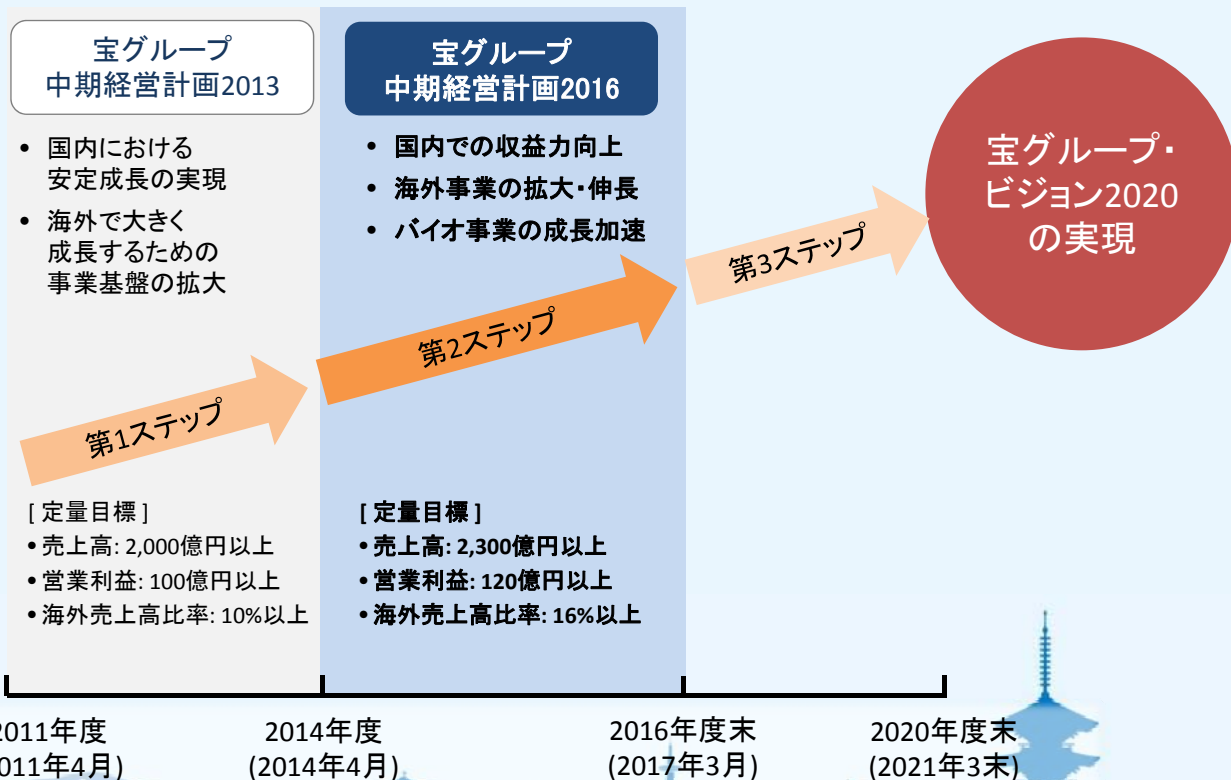
国内外において環境変化に強い  
バランスのとれた事業ポートフォリオへ



安定収益基盤と成長事業を有する独自の強固な事業ポートフォリオ

# 宝グループ・ビジョン2020の実現に向けて

## ■ 「宝グループ・ビジョン」2020達成へのロードマップ



## ■ 基本方針

「宝グループ・ビジョン2020」の実現に向けて、  
国内では収益力の向上、海外では事業の拡大・伸長に取り組むとともに、  
バイオ事業の成長加速により、環境変化に強いバランスのとれた事業構造に変革していく

## ■ 重点戦略

「滞」を中心とした清酒売上高の拡大	バイオ医薬品の開発・製造支援サービス (CDMO事業) 拡大
欧米をはじめとする 世界での日本食材卸網構築	遺伝子治療・細胞医療における 臨床開発の推進

国内事業

海外事業

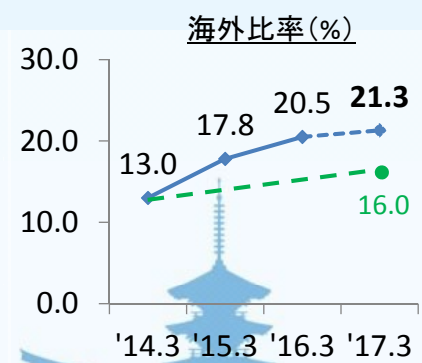
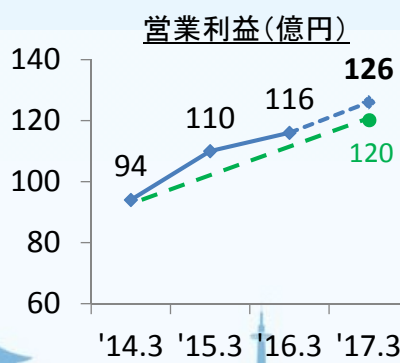
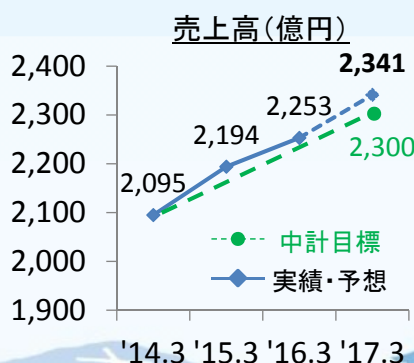
バイオ産業支援事業

遺伝子医療事業



## ■ 定量目標 (2017年3月期 宝グループ連結)

	前中計実績 (2014年3月期)	本中計目標 (2017年3月期)	前中計 対比	(参考) 2017年3月期 通期予想
売上高	2,095億円	2,300億円以上	+13.6%	2,341億円
営業利益	94億円	120億円以上	+28.6%	126億円
海外売上高 比率	13%	16%以上	+3.0%pts	21.3%



### 3. 宝酒造グループの概要



#### 宝酒造グループの事業領域

16

##### 国内事業（国内酒類事業／調味料・酒精事業）

焼酎



清酒



ソフトアルコール  
飲料



調味料



加工業務用調味料  
・原料用アルコール

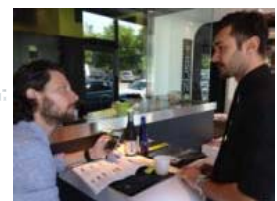


##### 海外事業（海外酒類事業／海外日本食材卸事業）

海外酒類事業



海外日本食材卸事業

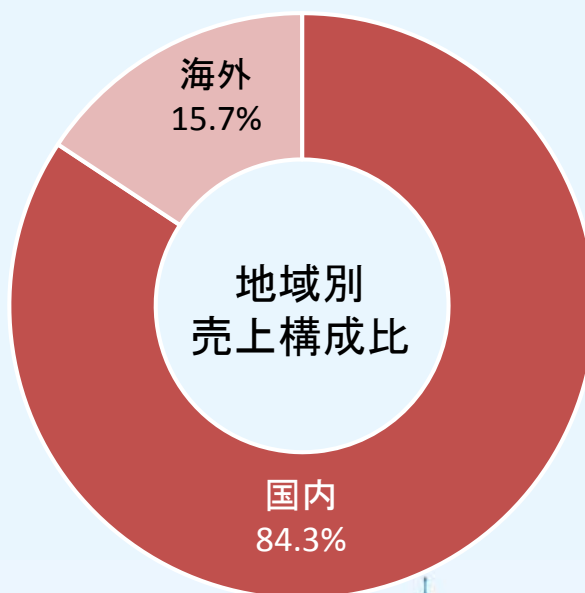
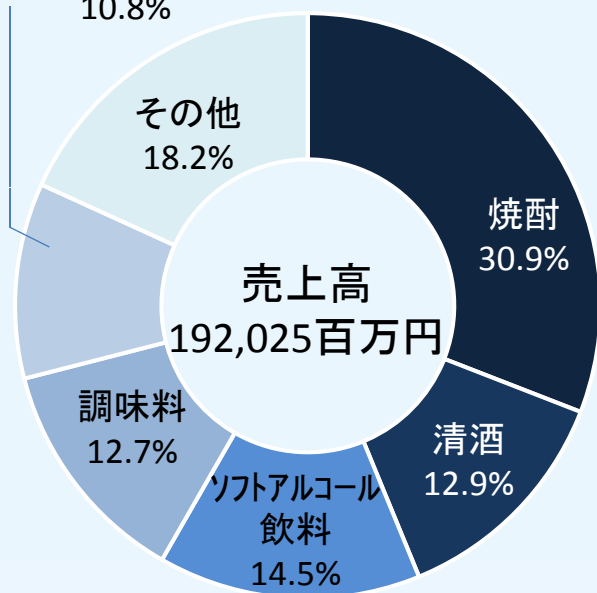




# 宝酒造グループの売上構成

(2016年3月期)

海外日本食材卸  
10.8%

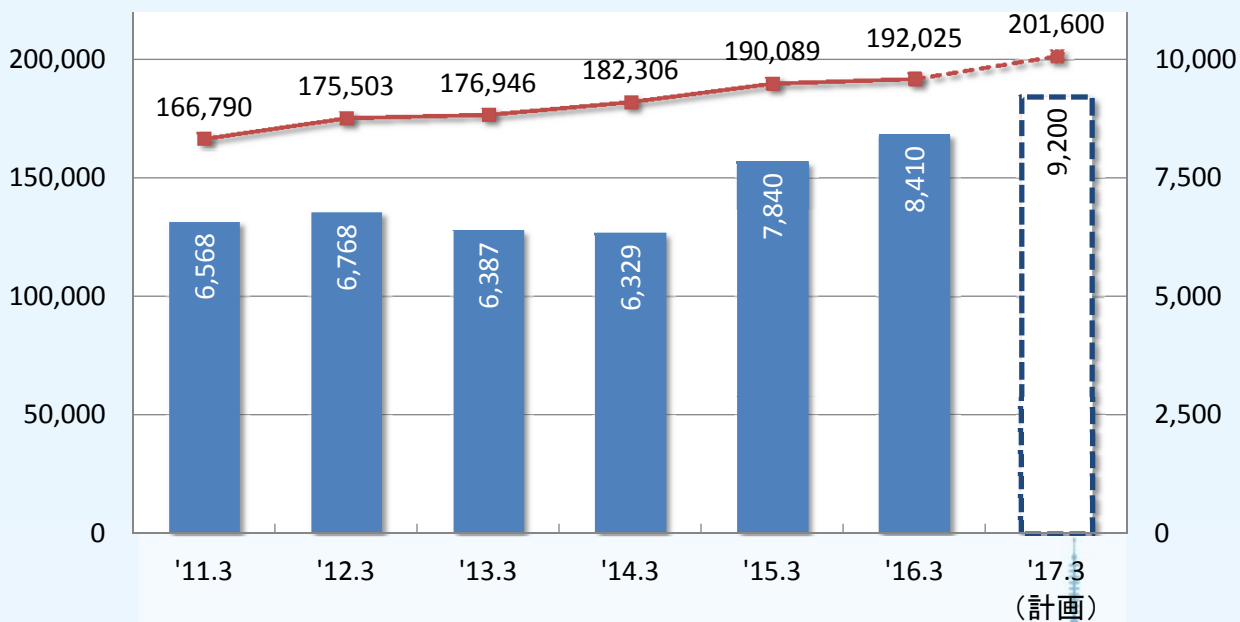


# 宝酒造グループの業績推移

売上高  
(単位:百万円)

■ 営業利益 ■ 売上高

営業利益  
(単位:百万円)



## 4. 宝酒造グループの成長戦略



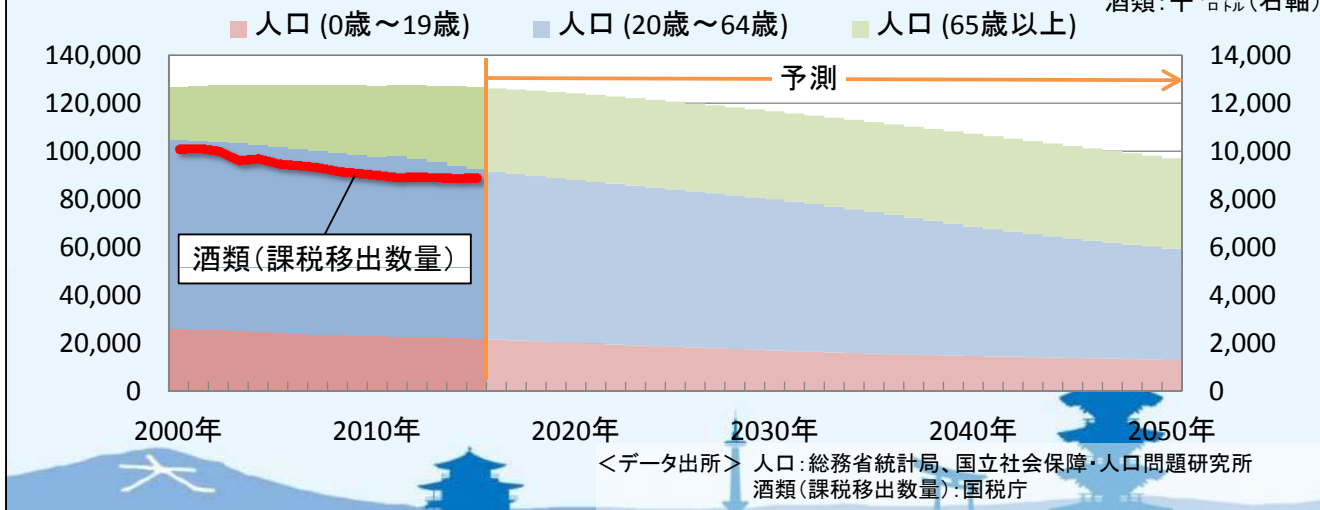
宝酒造グループ  
＜国内事業＞



<b>市場環境</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 少子高齢化、人口減少により市場は縮小傾向が続く。</li> <li>・ 酒類の各カテゴリーにおいて、シェア獲得に向けたメーカー間の激しい競争が生じている。</li> </ul>
<b>当社戦略</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各カテゴリーに複数の強いブランドを育成・確立し、シェアの維持・拡大を図る。</li> <li>・ 独自の技術力により差異化された付加価値商品の開発に取り組む。</li> <li>・ 商品ラインナップを強化し、市場の変化にスピーディかつタイムリーに対応する。</li> </ul>

## ■日本の人口と酒類市場規模の推移

【単位】 人口：千人(左軸)  
酒類：千キロリットル(右軸)



# 焼酎の取り組み

### ◆代表ブランド

宝焼酎



宝焼酎「純」



全量芋焼酎  
「一刻者」  
(いっこもん)



本格麦焼酎  
「知心剣」  
(しらしんけん)



本格焼酎  
「よかいち」



### ◆当期発売の新品

宝焼酎  
「NIPPON」



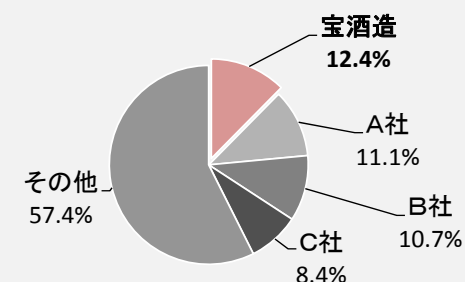
宝焼酎  
「タカラモダン」



全量芋焼酎  
「一刻者」〈紫〉



<参考：焼酎市場2015シェア(甲類・乙類計)>



<データ出所> 日刊経済通信社公表値より当社推計

## ◆代表ブランド

松竹梅



松竹梅「天」



松竹梅「豪快」



松竹梅「白壁蔵」  
＜生酛(きもと)＞



松竹梅白壁蔵  
「霽(みお)」  
スパークリング清酒



## ◆当期発売の新商品

松竹梅「天」  
＜辛口純米＞



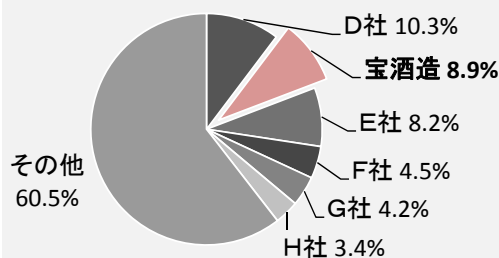
特撰松竹梅「豪快」  
＜純米＞辛口



特撰松竹梅  
＜純米大吟醸＞



＜参考：清酒市場2015シェア＞



＜データ出所＞ 日経経済通信社

## ■ 松竹梅白壁蔵「霽」スパークリング清酒の展開について

### ● 商品展開

- 2011年 6月 飲食店、百貨店、通販ルート限定発売
- 2013年 9月 販売ルートを全チャンネルに拡大
- 2015年 8月 「霽」＜DRY＞を発売
- 2016年11月 「霽」＜GOLD＞を数量限定で新発売

お米うまれのほのかな甘みとほどよい酸味が楽しめる  
アルコール分5%のスパークリング清酒

マスカットを  
思わせる風味、  
口に広がる  
やさしい  
甘みと酸味



「霽」「霽」＜DRY＞

りんごを  
思わせる風味、  
すっきりとした  
爽やかで  
キレのある飲み口

「霽」＜GOLD＞  
(750ml壺)  
※金箔入り、数量限定



## ◆代表ブランド

タカラcanチューハイ

タカラ焼酎ハイボール

直搾り

果汁入り糖質ゼロチューハイ  
「ゼロ仕立て」

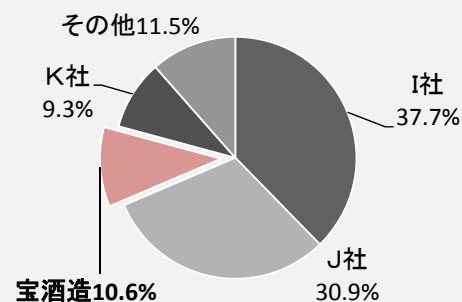


## ◆当期発売の新商品

タカラcanチューハイ<ドライ>



<参考:ソフトアルコール飲料市場2015シェア>



<データ出所> 醸造産業新聞社

## ◆代表ブランド

タカラ本みりん

料理のための清酒

料理のためのワイン

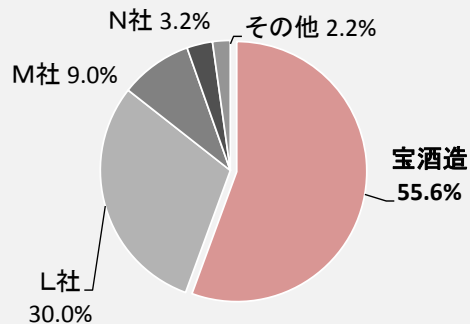


## ◆当期発売の新商品

タカラ「料理のための清酒」500mlらくらく調節ボトル



<参考:本みりん市場2015シェア>



<データ出所> 全国味醂協会

## ■ 調味料・酒精事業

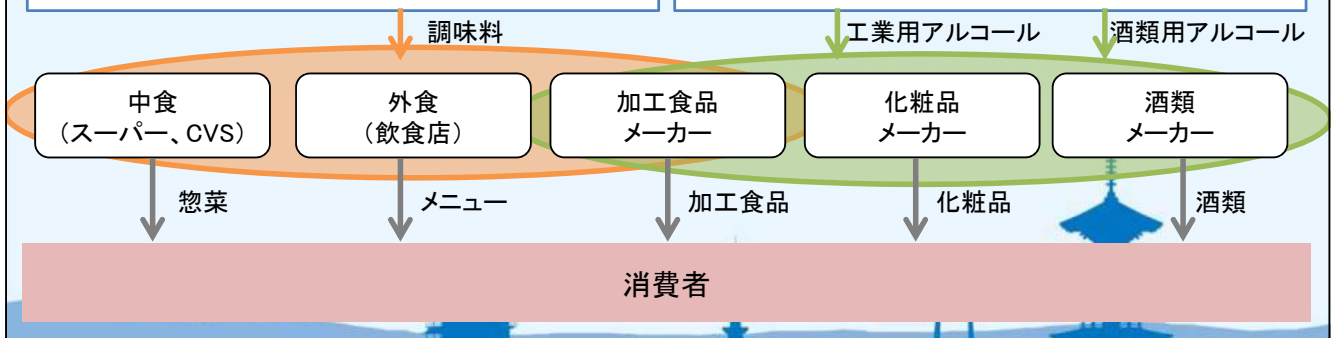
### 加工業務用調味料事業

- 惣菜メーカー、加工食品メーカーなどに調味料を販売するビジネス



### 酒精事業

- 清酒メーカー、加工食品メーカーなどに原料用アルコールを販売するビジネス

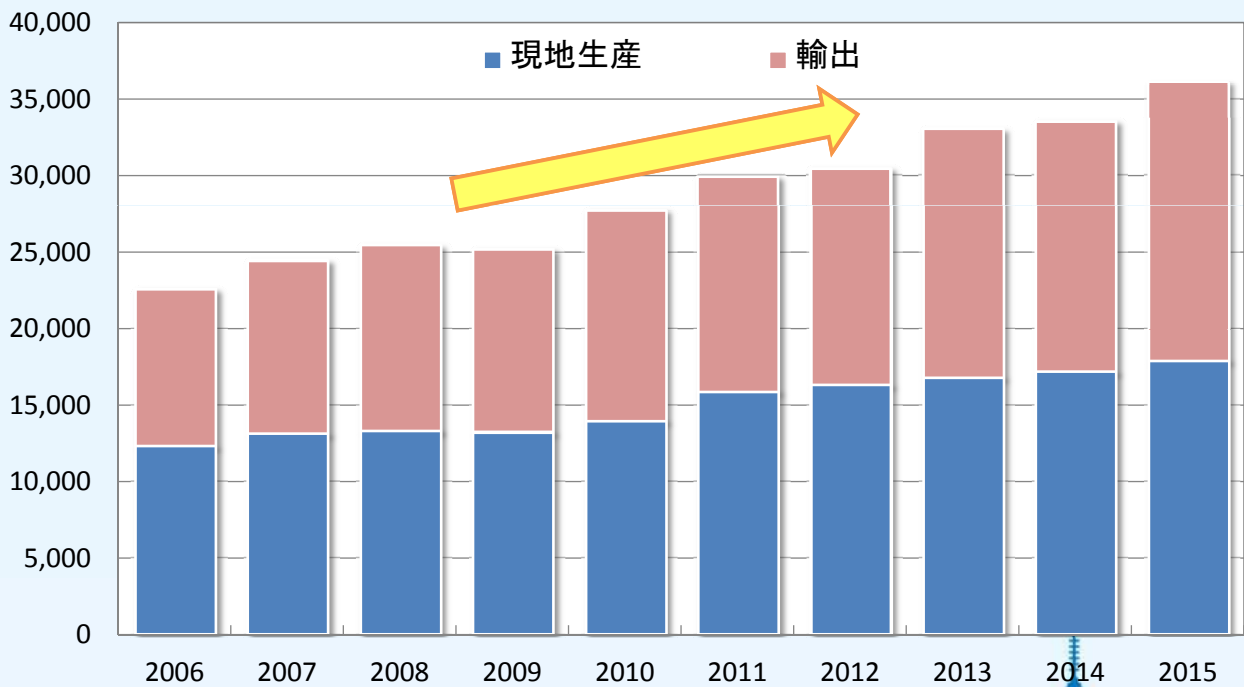


## 宝酒造グループ ＜海外事業＞



## ■ 世界の清酒市場規模の推移

(単位:キョリ)



<データ出所> 輸出:財務省貿易統計

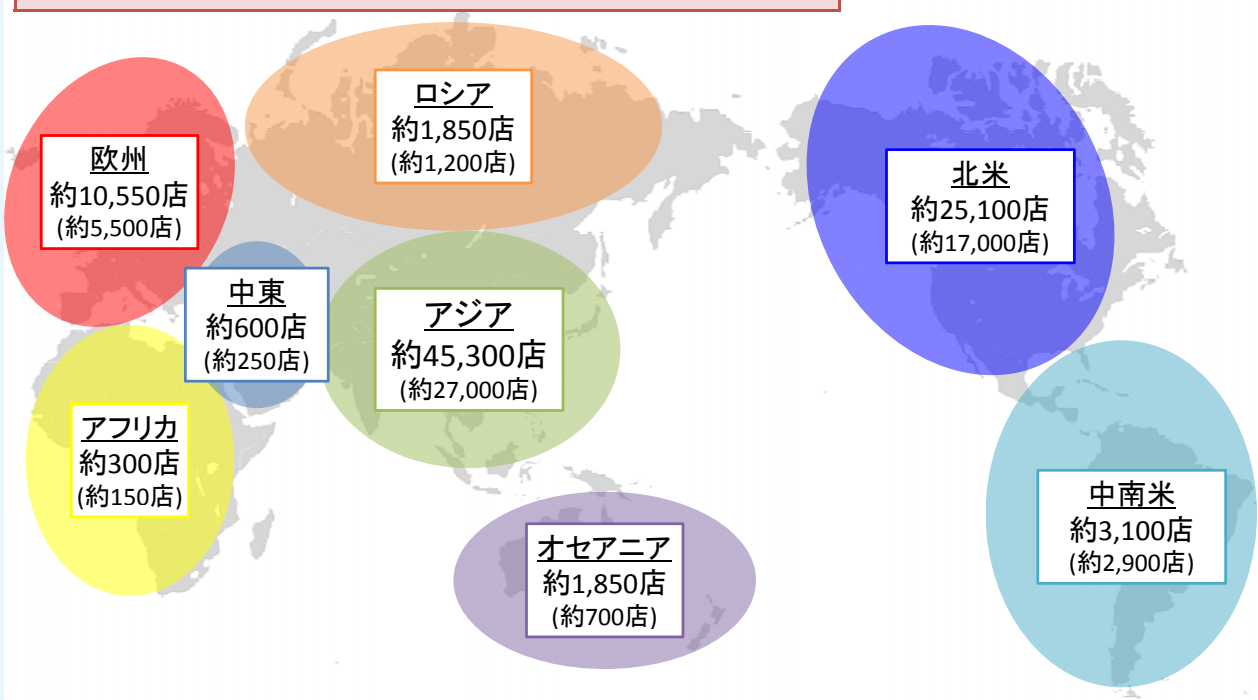
現地生産:醸造産業新聞社(清酒大手4社の現地生産量合計)

## ■ 世界の日本食レストランの店舗数推移

\* 図中上段は2015年の店舗数、  
下段カッコ内は2013年の店舗数

2006年 約24,000店 → 2013年 約55,000店 → 2015年 約89,000店

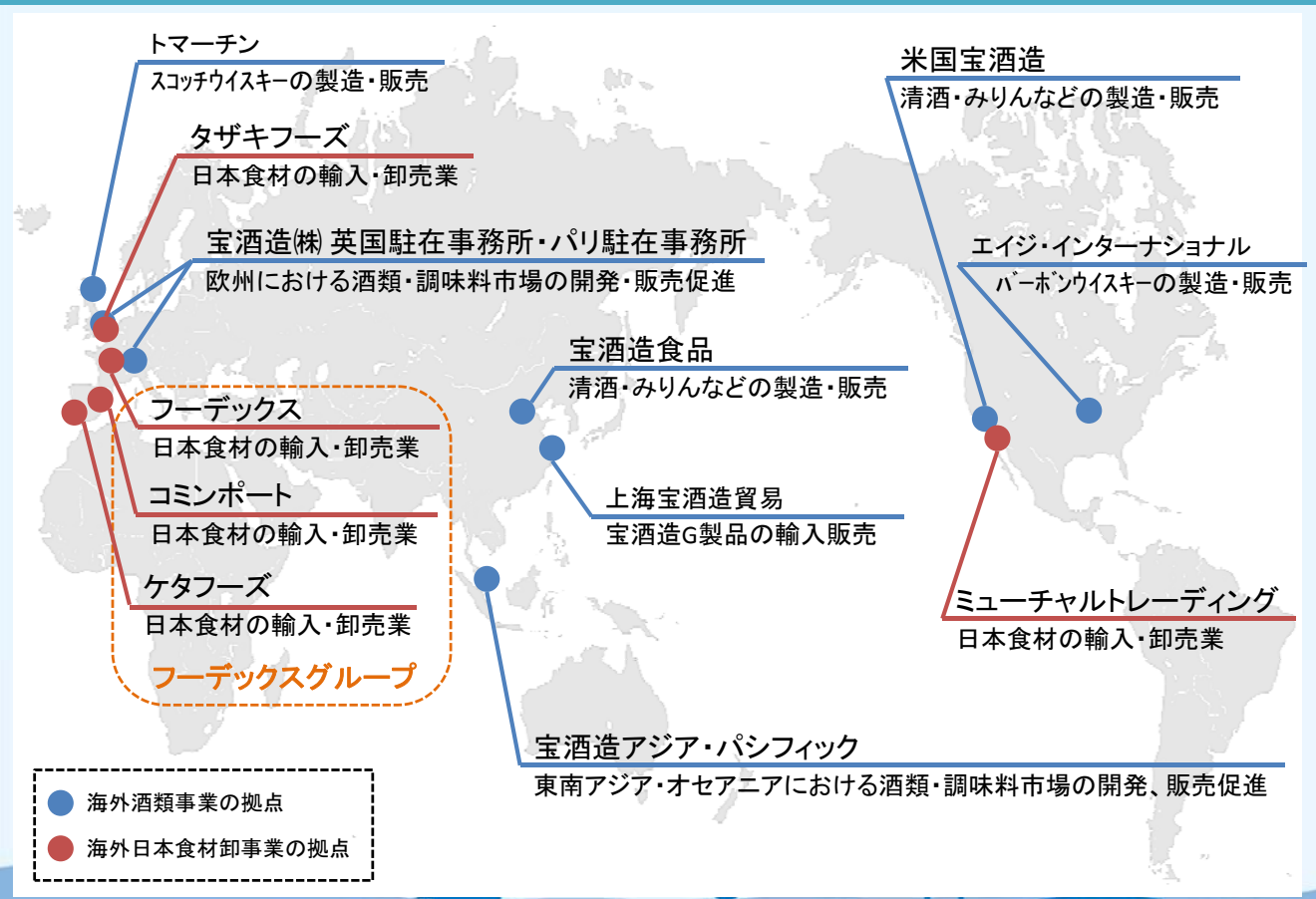
<データ出所> 農林水産省



	海外酒類事業	海外日本食材卸事業
事業概要	日本からの輸出および海外での現地生産により、清酒「松竹梅」等の自社ブランドを、世界各地域で提供する。	欧州や米国の現地卸会社をパートナーに、コメや寿司ネタをはじめとする日本食材や調味料を、日本食レストランなどに供給する。
市場環境	世界的な“和食”の広がりとともに、さらなる市場の拡大が見込まれる。	
当社戦略	清酒を中心に、海外和酒カテゴリでのシェアをさらに拡大する。	欧米における日本食材卸ネットワークの拡大とともに、アジア・オセアニアにも展開を広げ、事業拡大を目指す。

日本食市場の広がりを背景に、  
海外事業の成長スピードを加速させる

## 宝酒造グループの海外拠点





● 海外日本食材卸事業のパートナーシップ拡大

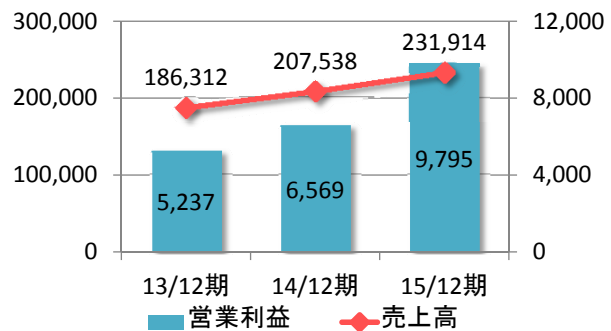
年月	社名	現在の展開エリア	備考
2010年 4月	フーデックス	フランス、イタリア、スイス、ベルギー、オランダ	フーデックスグループ
2013年 9月	タザキフーズ	イギリス	
2014年 3月	コミンポート・ディストリビューション	スペイン、ポーランド	フーデックスグループ
2016年 7月	ケタフーズ	ポルトガル	フーデックスグループ
2016年11月	ミューチャルトレーディング	米国、南米(ペルー)	

ミューチャルトレーディング社の概要

名称 Mutual Trading Co., Inc.  
 本社所在地 カリフォルニア州 ロサンゼルス市  
 事業内容 日本食材(酒類・食品・調味料等)の輸入・卸売業  
 設立 1926年4月19日

【連結業績推移】

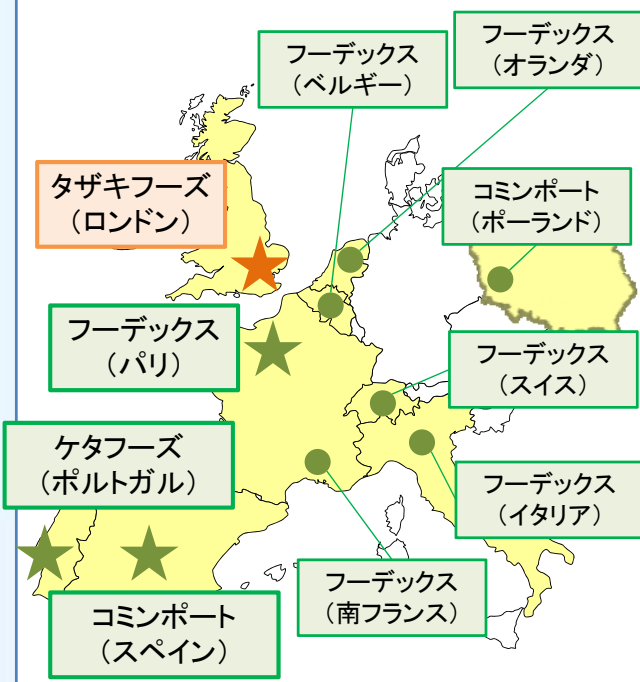
(単位:千US\$)



# 海外日本食材卸事業の拠点

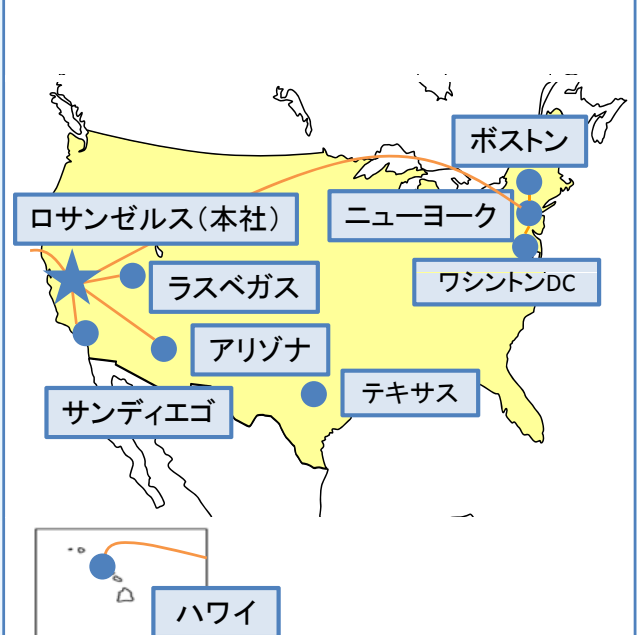
■ 欧州

➤ フーデックスグループ、タザキフーズ

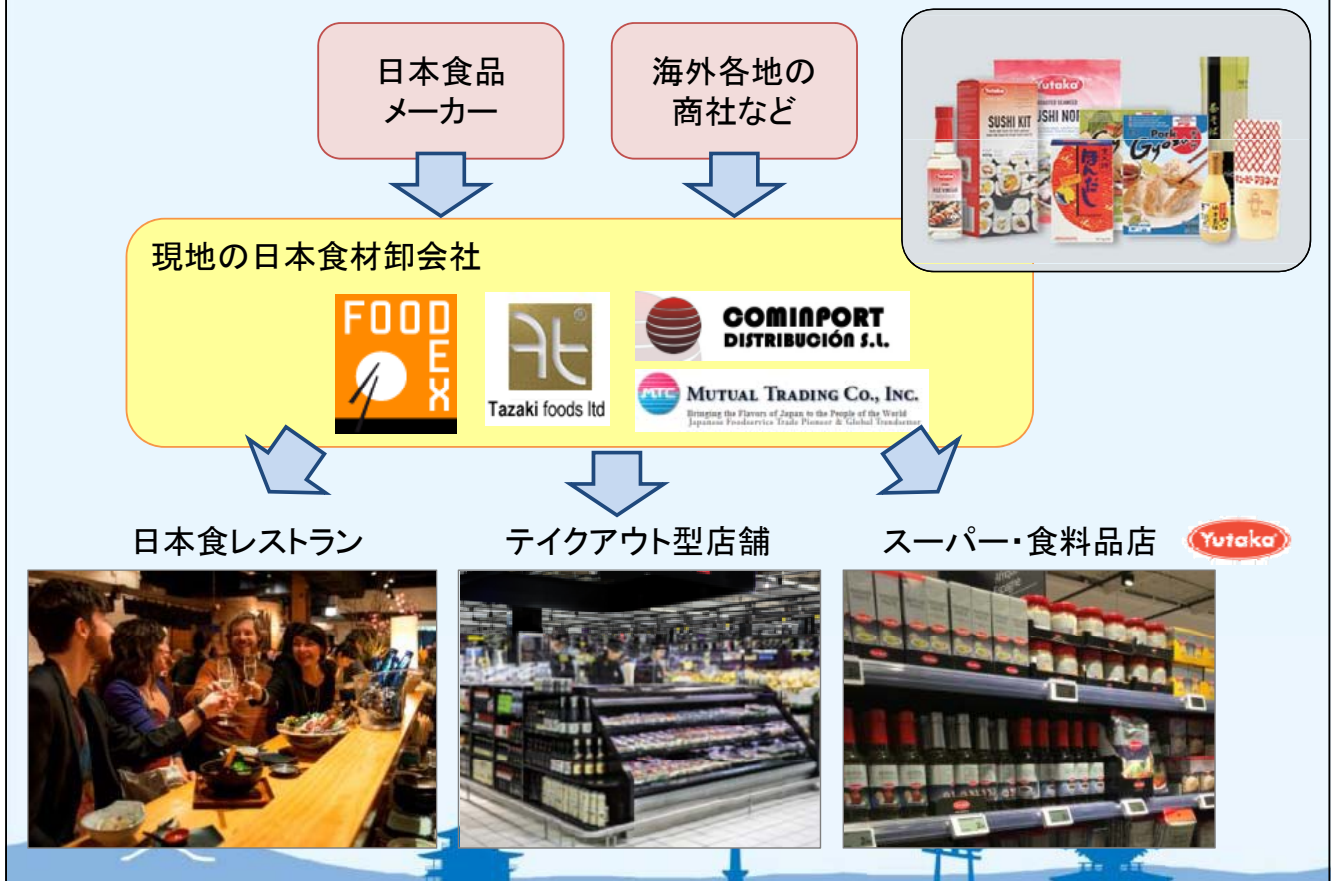


■ 米国

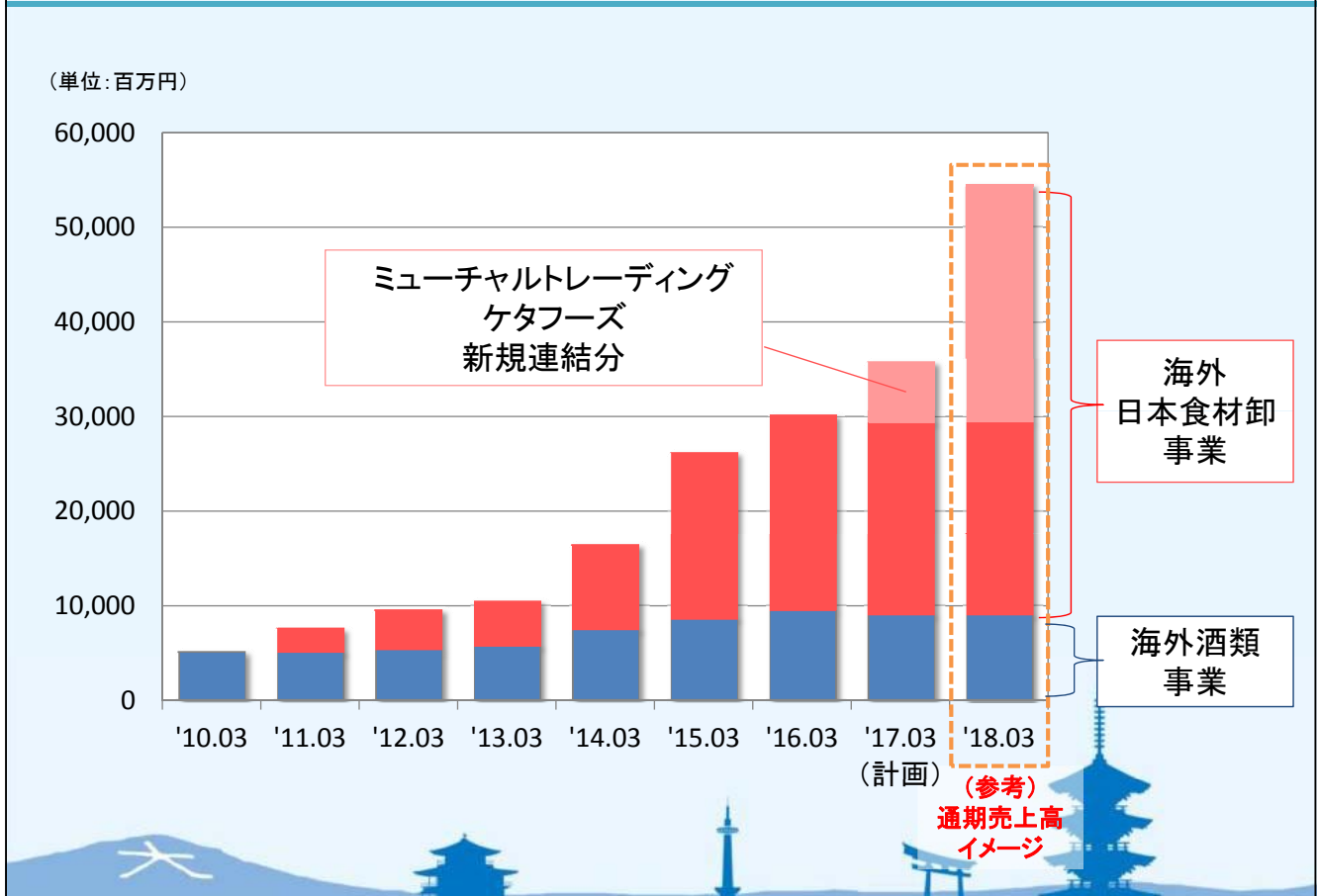
➤ ミューチャルトレーディング



上記のほか、南米(ペルー)でも事業を展開



## (参考) 海外事業の売上高推移イメージ



## 5. 宝ヘルスケアについて



### 宝ヘルスケアの商品展開

38

#### ガゴメ昆布「フコイダン」

- タカラバイオが30年に渡って研究するガゴメ昆布「フコイダン」



#### ボタンボウフウ「インサミジン」

- 沖縄では「長命草」とも呼ばれるセリ科の植物 ボタンボウフウ



#### 明日葉「カルコン」

- 「今日、葉を摘み取っても明日には芽を出す」といわれる生命力の強い明日葉



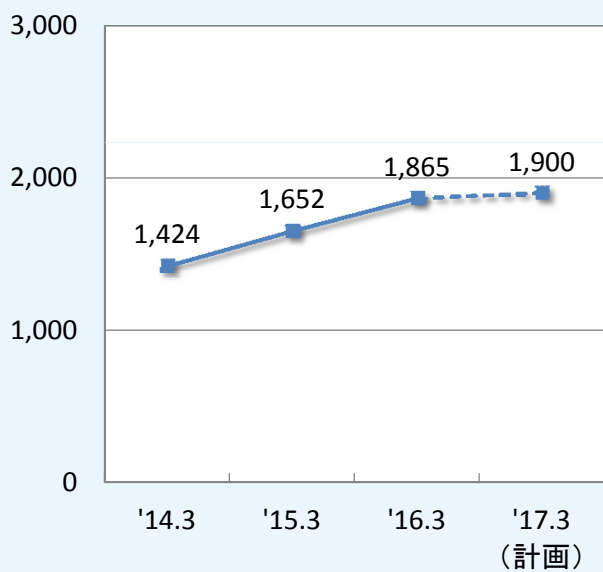
#### 「滋味探訪」こだわり食材シリーズ

- 「屋久とろろ」「大黒本しめじ」など、自然の恵みが育んだ、滋味豊かな食材

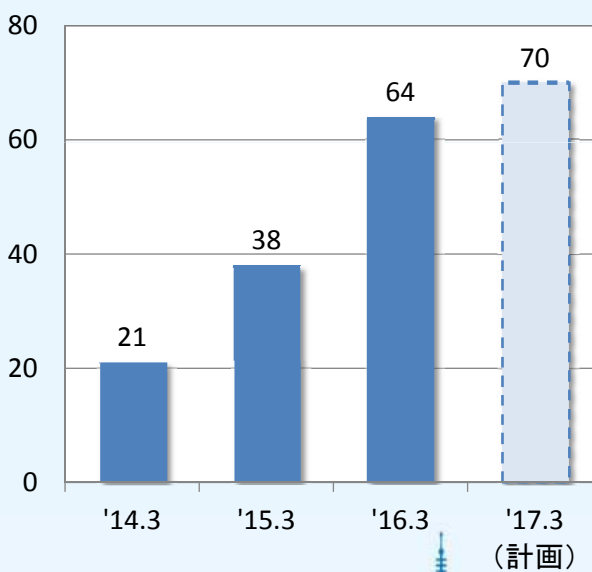


## ■ ダイレクトマーケティングを通じて健康食品事業の成長を加速させる

➤売上高 (単位:百万円)



➤営業利益 (単位:百万円)



## 6. 財務方針・CSR活動

健全な財務体質を維持しながら、資本効率を意識し、利益成長のための重点戦略への積極的な投資と、適切な株主還元を実施する

## 利益成長のための積極的投資

- 健全な財務体質を維持しながら、利益成長のための投資を積極的に行う

国内酒類設備(「滞」増産)

海外展開の拡大(日本食材卸事業)

バイオ設備(CDMO事業強化)

バイオ研究開発(臨床開発プロジェクト)

## 資本効率を意識した適切な株主還元

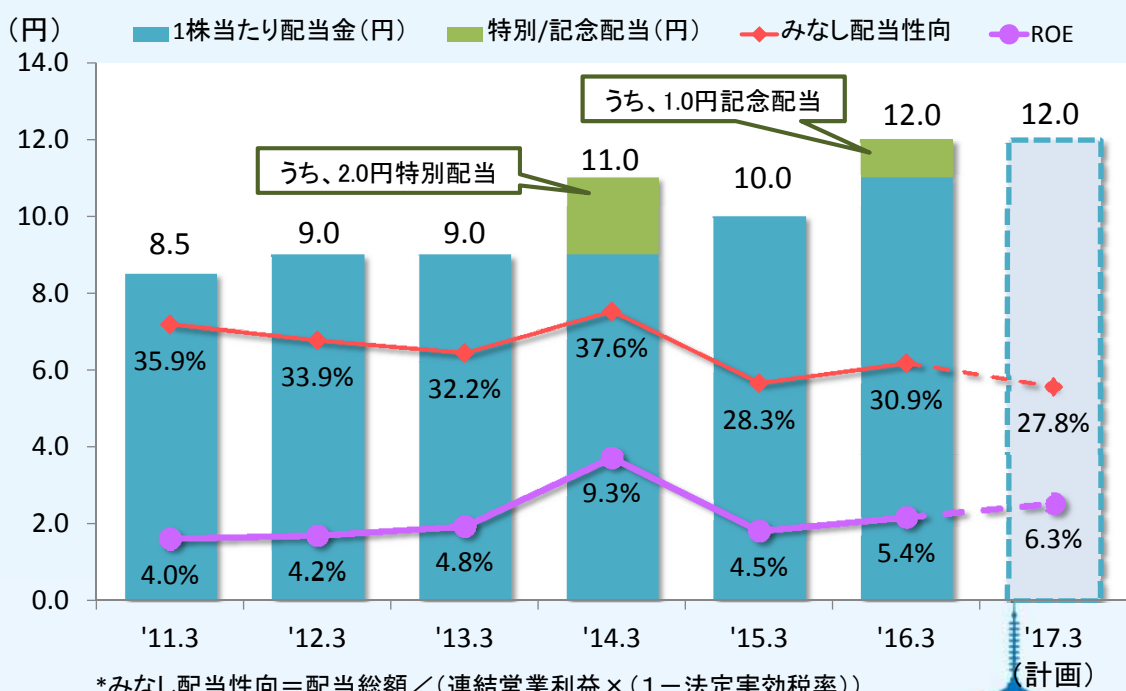
- 連結営業利益の水準に応じて増配を実施し、みなし配当性向\*30%を目安に配当を行う
- 自己株式取得についても、状況に応じて機動的な実施を検討する

$$*みなし配当性向 = \frac{\text{配当総額}}{\text{連結営業利益} \times (1 - \text{法定実効税率})} \approx 30\%$$

積極的な投資による利益成長と自己資本のコントロールにより、ROEの向上を目指す

# 株主還元

## ■ 1株当たり配当金とみなし配当性向\*の推移



## タカラ・ハーモニストファンド

自然環境保全や生物多様性保全のための活動や研究に取り組む団体や個人を支援



## 宝酒造 田んぼの学校

次世代を担う子供たちに、自然環境や生物多様性を守ることの大切さを伝える



## 環境に配慮した容器・包装

一般的に行われている「3R」(リデュース・リユース・リサイクル)に、リフューズ(焼酎のはかり売り等、新しい容器の使用を回避する活動)を独自に加えた「4R」の取り組みを推進

**3R + R**

**Reduce**  
(減量化)  
**Reuse**  
(再使用)  
**Recycle**  
(再資源化)

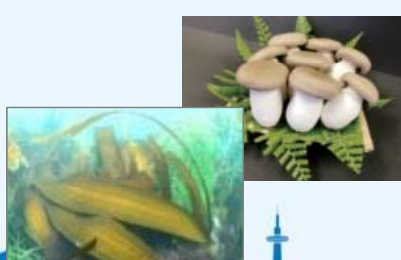
**Refuse**  
(発生回避)

## 宝酒造 エコの学校

自分たちが住む街のごみ問題の現状やごみを減らす方法について、リサイクル体験などを交えながら学習する



# 最後に...



# ご清聴ありがとうございました。

## 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

IR部

E-Mail [ir@takara.co.jp](mailto:ir@takara.co.jp)

TEL 075-241-5124

## (参考) 株価の推移と株主構成

### ■ 宝ホールディングスおよび日経平均の株価推移

➢ 2016年1月4日の株価を100とした場合の指数

➢ 2016年9月末 株主構成(株数ベース)

