宝ホールディングス株式会社
会社説明会

2019年12月
取締役　森 圭助

本日の内容

１．宝グループの概要
２．国内事業･バイオ事業について
３．海外事業について
４．株主還元について

本日の内容

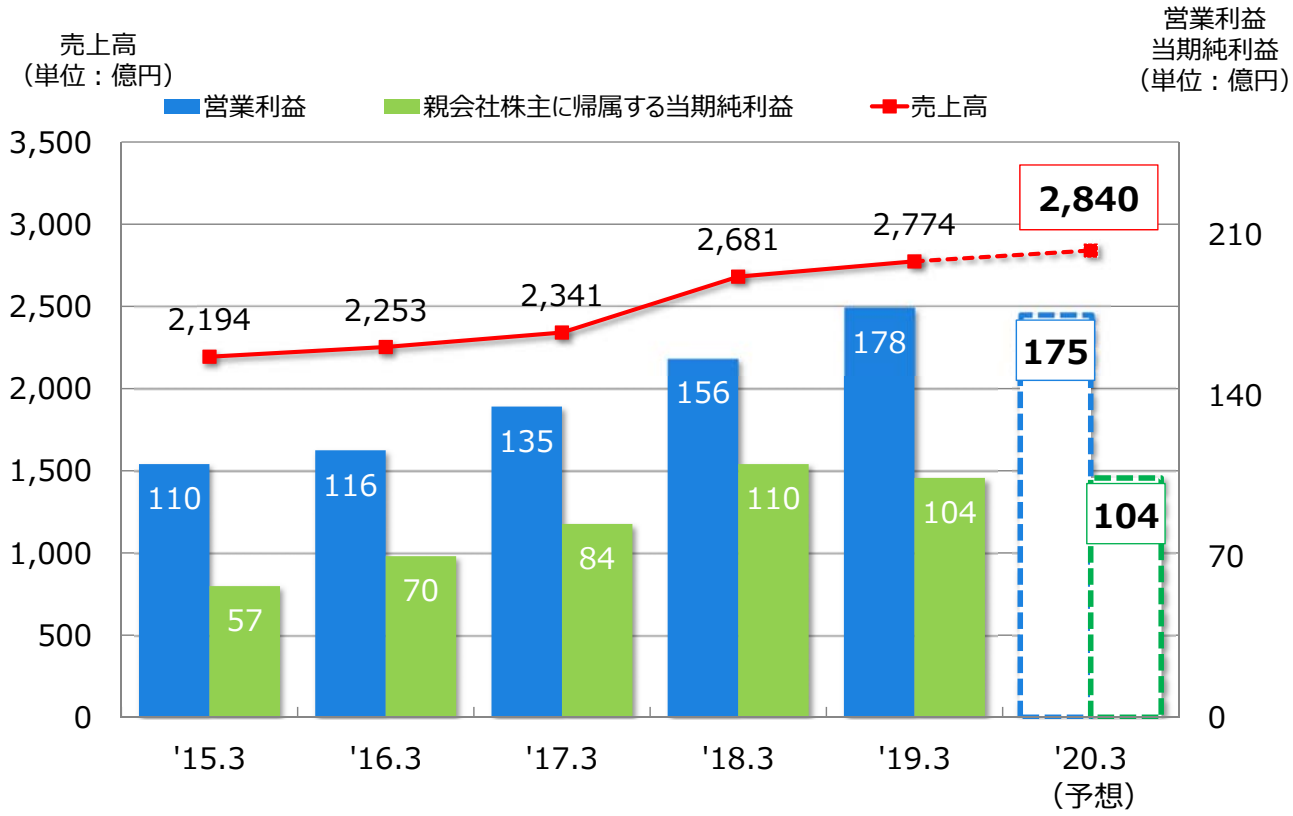
1．宝グループの概要
2．国内事業･バイオ事業について
3．海外事業について
4．株主還元について

宝グループの概要

- 社名：　宝ホールディングス株式会社
- 創業：　1842（天保13）年
- 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：木村 睦
- 資本金：　13,226百万円
- 従業員：　4,493名　（グループ連結／2019年3月末現在）
- 連結子会社：58社　（国内:11社、海外:47社／2019年3月末現在）

連結業績推移

◆ 売上高・営業利益・当期純利益の推移



宝グループの構成

宝ホールディングス株式会社

宝酒造

国内事業

宝酒造インターナショナルグループ

海外事業

タカラバイオグループ

バイオ事業

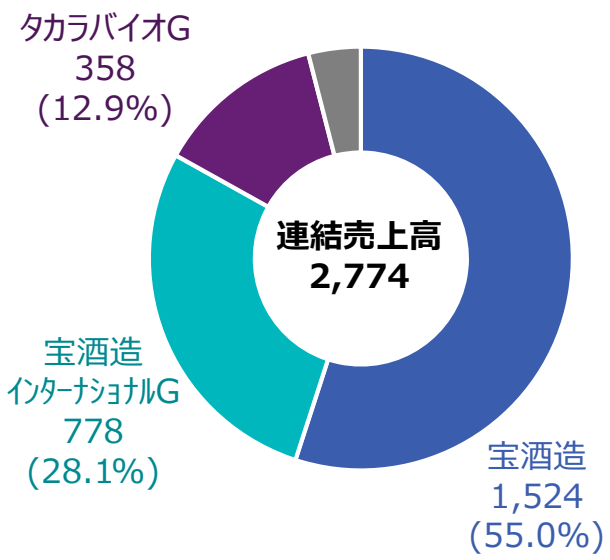
その他グループ会社

2002年　持株会社化　寶酒造→宝ホールディングスへ商号変更
　　宝酒造、タカラバイオを設立
2004年　タカラバイオ　東証マザーズへ上場　→　2016年　東証一部へ市場変更
2017年　宝酒造インターナショナルを設立

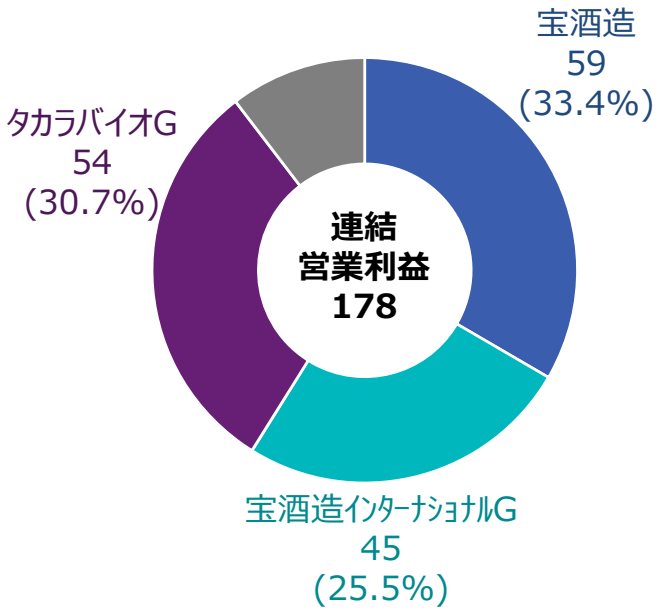
売上・利益構成

（2019年3月期／金額単位：億円）

売上構成



利益構成

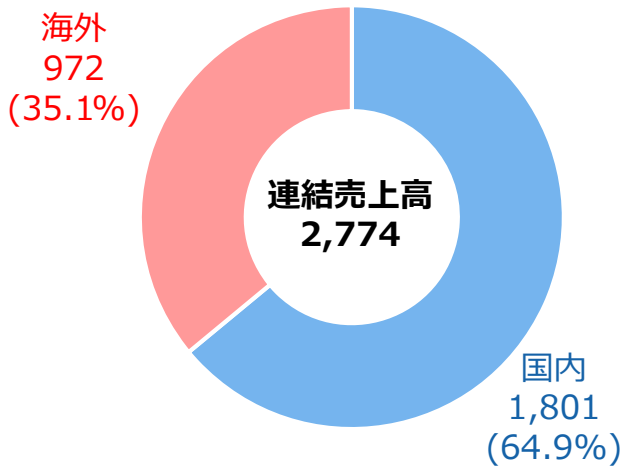


海外比率

（2019年3月期）

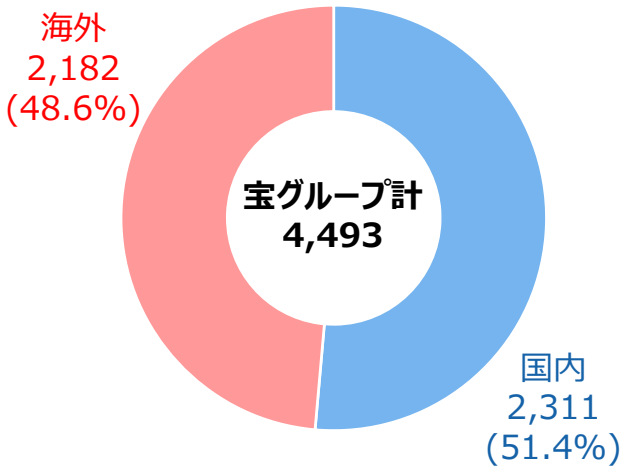
海外売上高比率

（億円）



海外従業員比率

（人）



本日の内容

1．宝グループの概要

2．国内事業・バイオ事業について

3．海外事業について

4．株主還元について

国内事業 ～ 宝酒造

◆ 宝酒造の商品ラインアップ

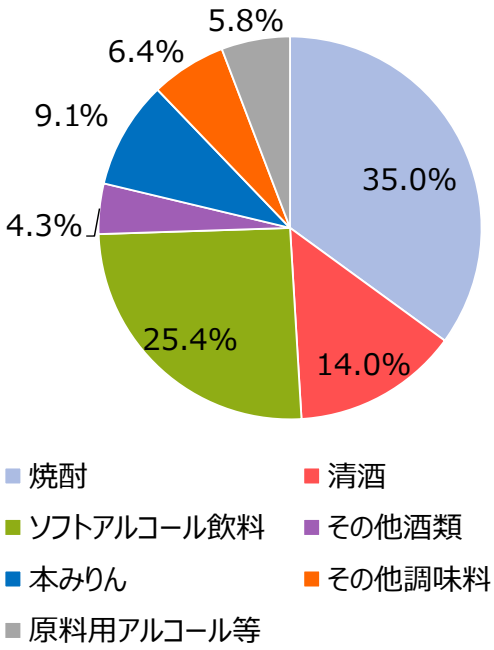
焼酎

清酒

ソフトアルコール飲料

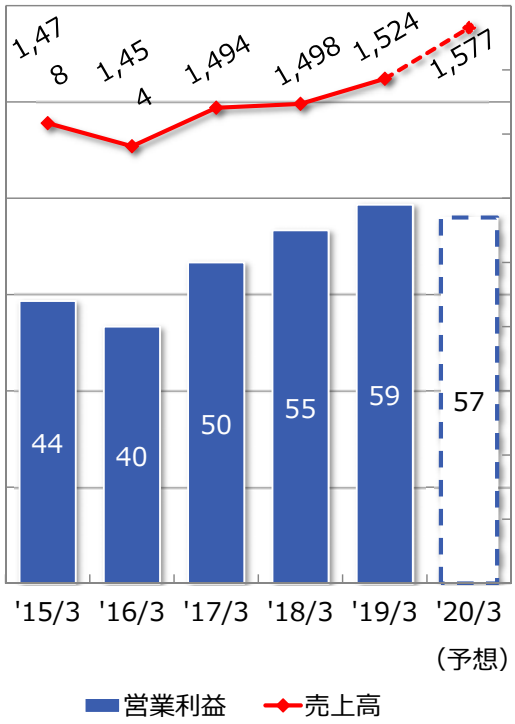
本みりん

◆ カテゴリー別売上構成比（2019年3月期）

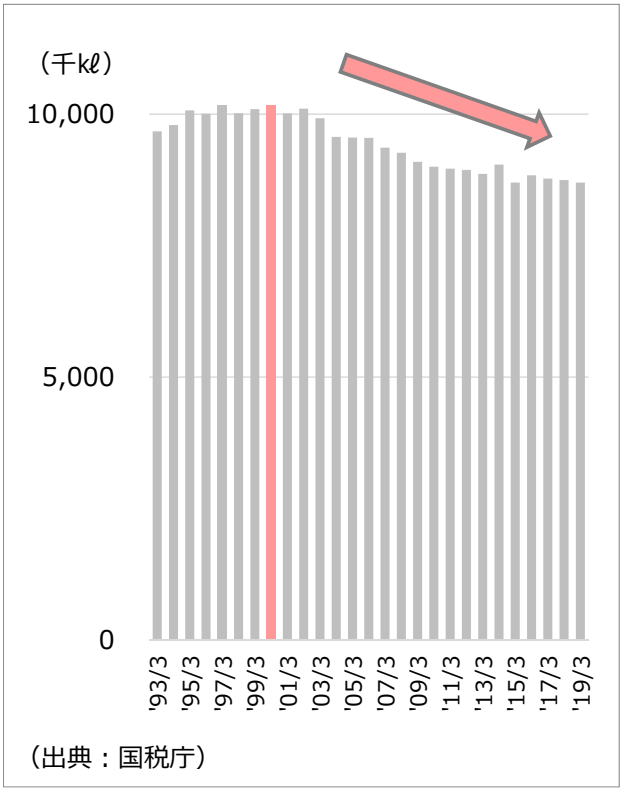


安定的に利益を創出

◆ 宝酒造の業績推移（億円）



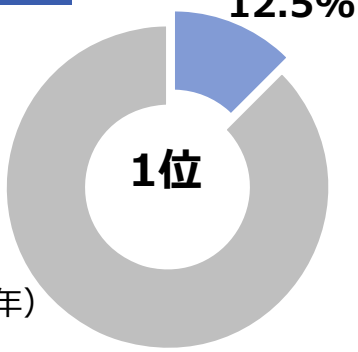
（参考）酒類課税移出数量の推移



※2018年3月期より事業セグメントを変更しており、2016年3月期以前の数値は参考値です。

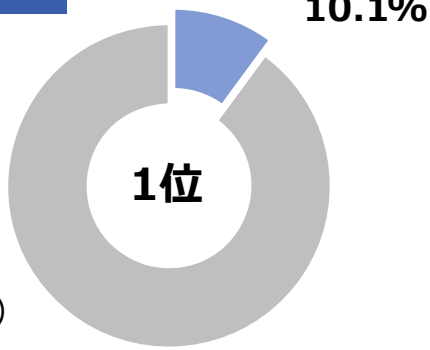
「和酒」の各カテゴリーで高いマーケットシェア

焼酎



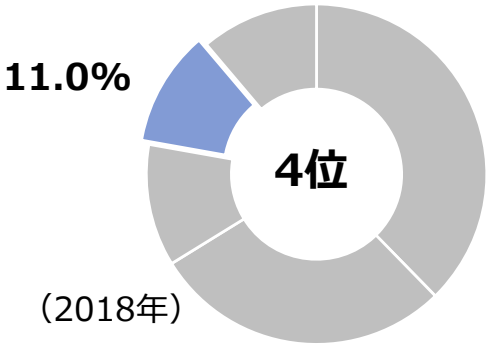
（2017年）

清酒



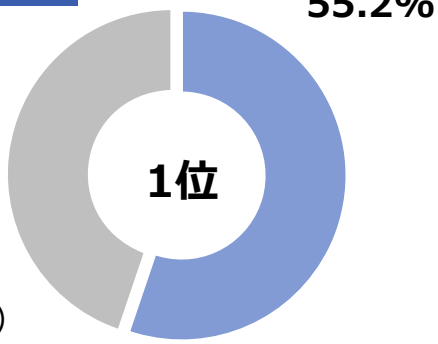
（2018年）

ソフトアルコール飲料



（2018年）

本みりん



（2018年）

<データ出所>　焼酎・清酒：日刊経済通信社公表値より当社推計、ソフトアルコール飲料：醸造産業新聞社、本みりん：当社推計

各カテゴリーに複数の強いブランド

焼酎

宝焼酎

宝焼酎「純」

こだわりの
レモンサワー用
〈宝焼酎〉

全量芋焼酎
「一刻者」
（いっこもん）

本格焼酎
「よかいち」

清酒

松竹梅

松竹梅「天」

松竹梅
「豪快」

（飲食店
ルート限定）

松竹梅白壁蔵「澪」
スパークリング清酒

「澪」

「澪」
〈DRY〉

各カテゴリーに複数の強いブランド

ソフトアルコール飲料

タカラcanチューハイ

タカラ
「焼酎ハイボール」

寶「極上レモンサワー」

寶CRAFT

寶「極上抹茶ハイ」

調味料

タカラ本みりん

料理のための清酒

料理のためのワイン

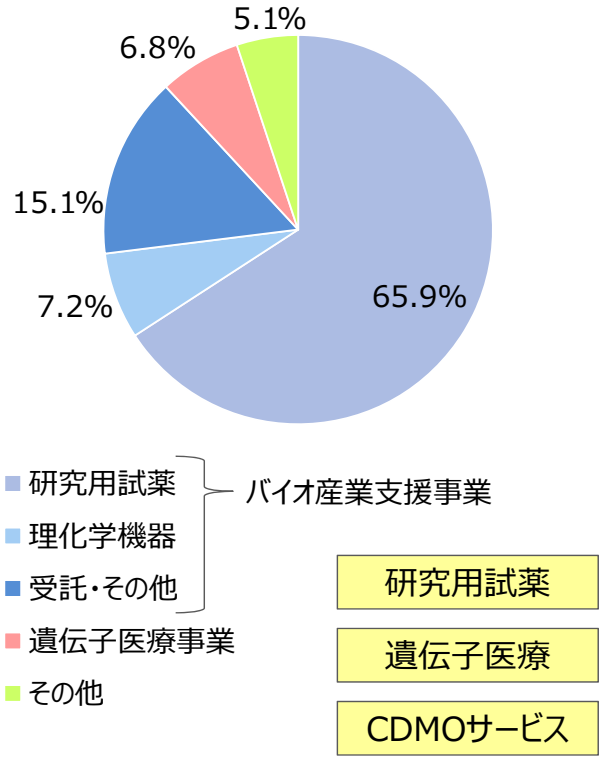
宝酒造の事業戦略

◆ 技術で差異化された商品開発と商品ラインアップの拡充により、清酒やソフトアルコール飲料を中心に各カテゴリーの売上高を拡大する。

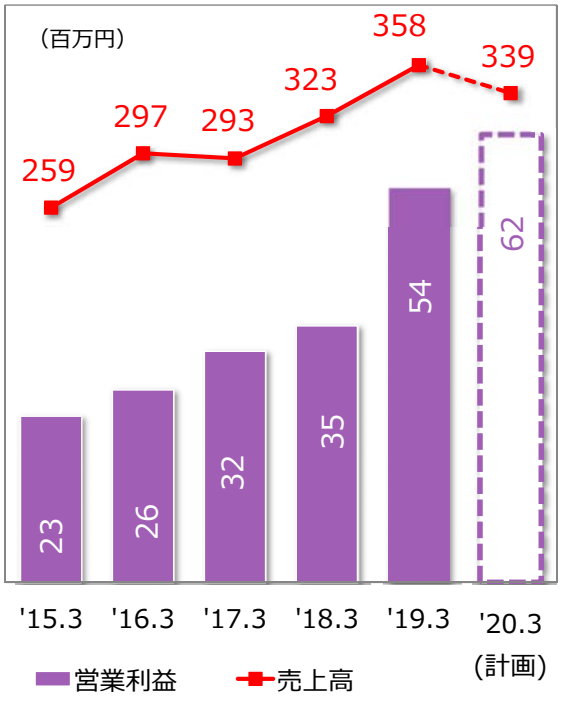
◆ 国内の酒類・調味料市場で**和酒No.1メーカー**としてのポジションをさらに盤石なものとする。

バイオ事業 ～ タカラバイオグループ

◆ カテゴリー別売上構成比（2019年3月期）



◆ 業績推移（億円）



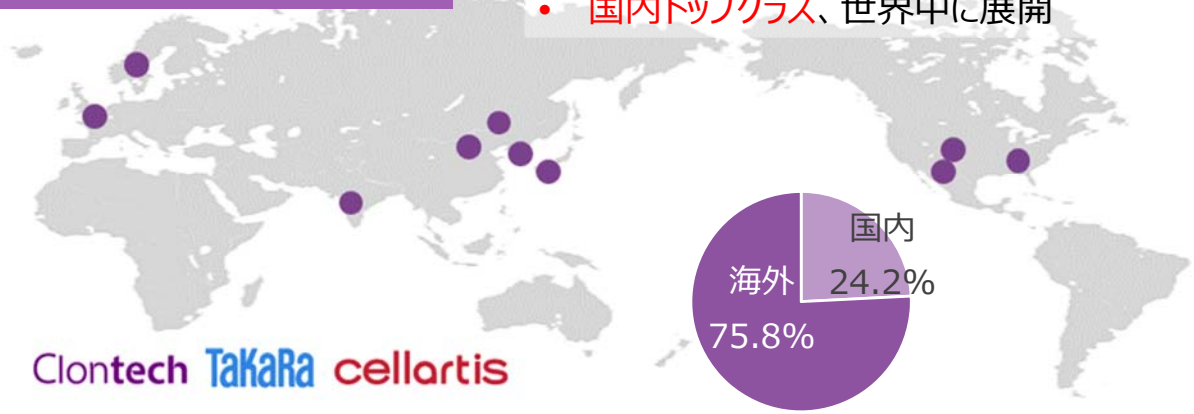
研究用試薬～バイオ事業の収益基盤

タカラバイオ

研究用試薬

タカラバイオグループの海外拠点

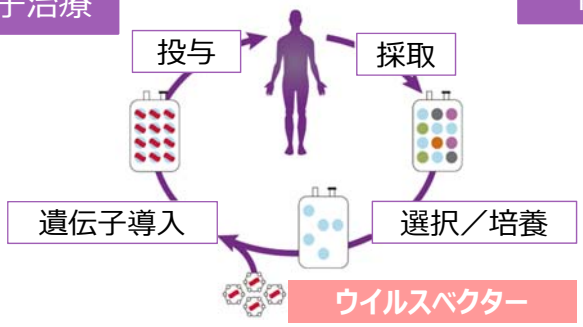
- 約10,000アイテムの研究用試薬を販売
- 国内トップクラス、世界中に展開



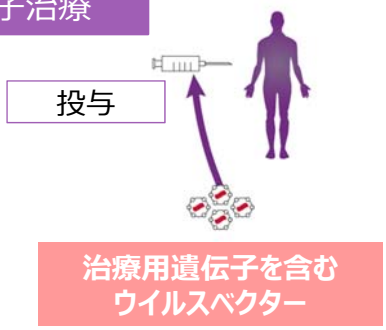
＜研究用試薬売上比率（2019年3月期）＞

遺伝子医療～遺伝子治療プロジェクトを推進

体外遺伝子治療



体内遺伝子治療



プロジェクト			対象疾患	地域	状況	提携先
腫瘍溶解性ウイルス	Canerpaturev (C-REV)		膵がん	日本	Phase Ⅰ進行中	大塚製薬（株）
			全疾患	韓国	検討中	東亜ST（株）
			メラノーマ	米国	医師主導治験Phase Ⅱ進行中	検討中
遺伝子改変T細胞療法	CAR	CD19	成人急性リンパ芽球性白血病	日本	Phase Ⅰ/Ⅱ進行中	大塚製薬（株）
			適応拡大	日本	協議中	大塚製薬（株）
	siTCR®	NY-ESO-1	滑膜肉腫	日本	Phase Ⅰ/Ⅱ進行中	大塚製薬（株）
			適応拡大	日本	協議中	大塚製薬（株）
			固形がん	カナダ	医師主導治験Phase Ⅰb進行中	検討中

CDMOサービス～再生医療市場の発展を支援

再生医療等製品関連
CDMOサービス
国内シェアNo.1

CDMOサービス

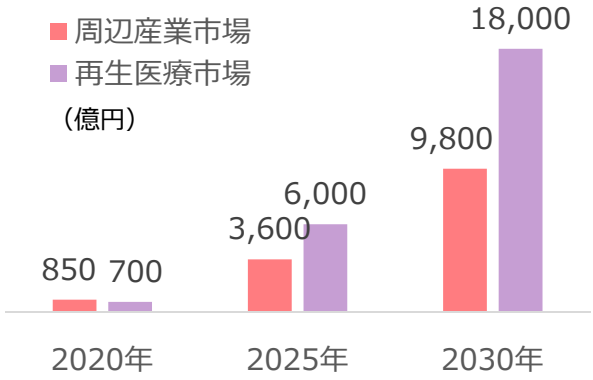
再生医療等製品などの開発・製造を支援するビジネス

➢遺伝子導入用ウイルスベクターや細胞の受託製造・開発、品質・安全性試験など

（ CDMO：Contract Development and Manufacturing Organization ）

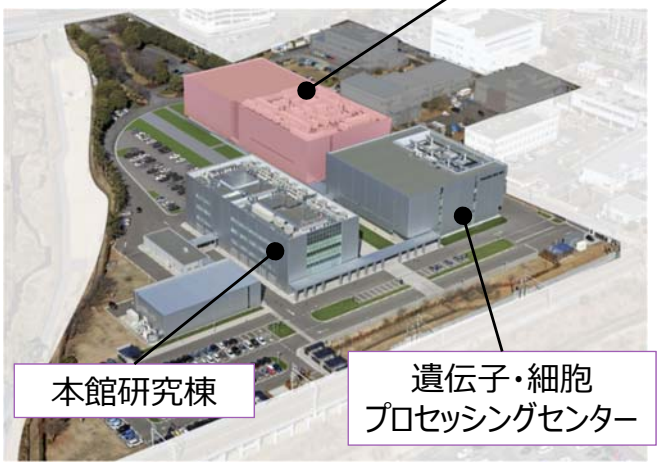
再生医療等製品とは？
- ●人などの細胞を培養・加工し、身体機能の修復や治療等に用いるもの
- ●遺伝子治療を目的として、人の細胞に導入して使用するもの

日本の再生医療の市場規模予測



※一般社団法人再生医療イノベーションフォーラム
「再生医療市場性調査報告FIRM年報2017」より作成

新施設
（2020.1稼働予定）



タカラバイオ(株)本社（滋賀県草津市）

タカラバイオグループの事業戦略

◆「バイオ産業支援事業」、「遺伝子医療事業」に経営資源を集中するとともに、これらを支える経営基盤を強化する。

◆ グローバル企業かつ再生医療等製品企業としてのプレゼンスをさらに向上させ、飛躍的な成長を目指す。

本日の内容

1．宝グループの概要

2．国内事業・バイオ事業について

3．海外事業について

4．株主還元について

海外事業 ～ 宝酒造インターナショナルグループ

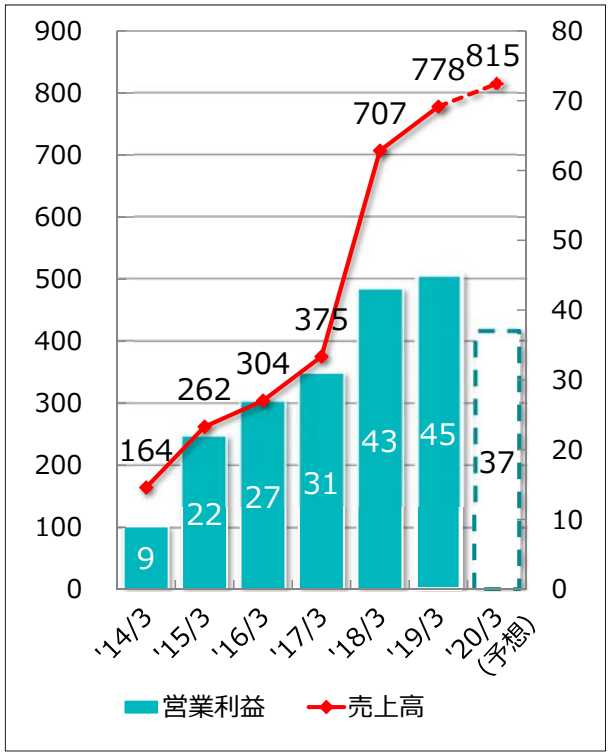
海外酒類事業

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」を世界各地域で提供

海外日本食材卸事業

コメや寿司ネタなどの日本食材や清酒、調味料を日本食レストラン、小売店などに供給

◆ 業績推移（億円）



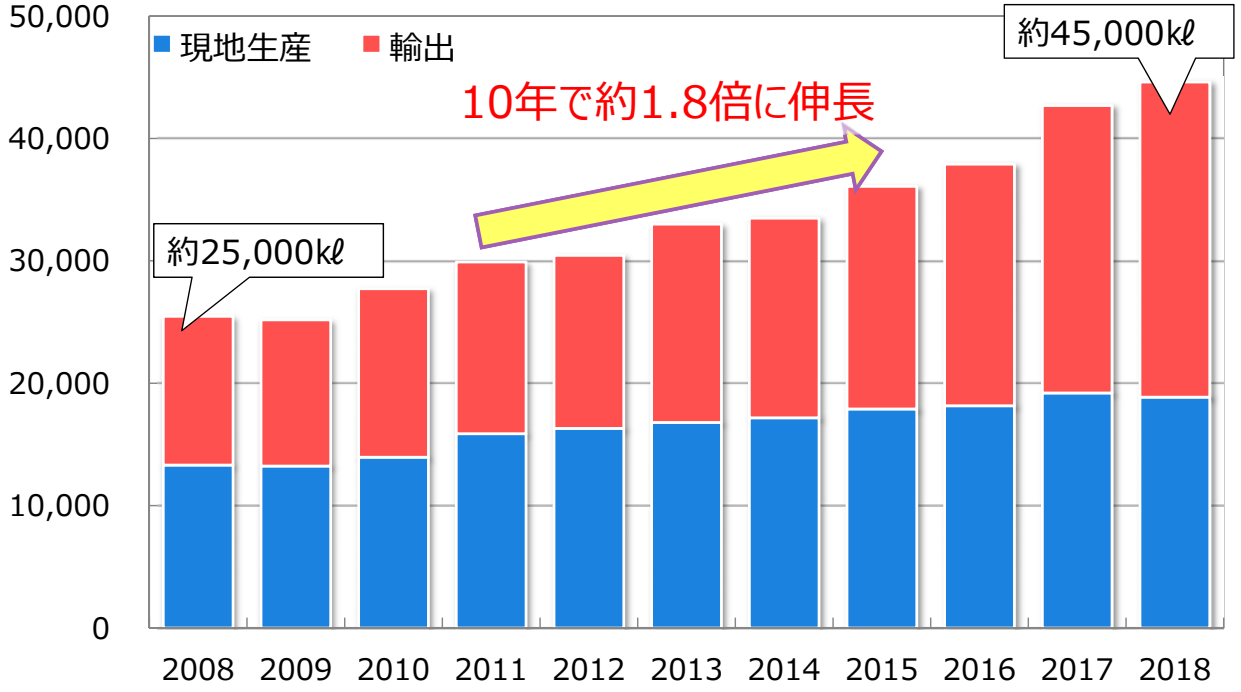
※2018年3月期より事業セグメントを変更しており、2016年3月期以前の数値は参考値です。

海外事業のあゆみ

1951年 (昭和26年)	北米向けに清酒「松竹梅」の輸出を開始。	海外酒類事業の育成
1983年 (昭和58年)	北米に米国宝酒造を設立、清酒「松竹梅」の現地製造・販売を開始。	
1986年 (昭和61年)	英国スコットランドに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年 (平成3年)	北米のバーボンウイスキーメーカー　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年 (平成7年)	中国北京市に宝酒造食品有限公司を設立。	
2010年 (平成22年)	フランスの日本食材卸会社 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。	海外日本食材卸事業の拡大
2013年 (平成25年)	英国の日本食材卸会社 タザキフーズ社を連結子会社化。	
2014年 (平成26年)	スペインの日本食材卸会社　コミンポート社を連結子会社化。	
2016年 (平成28年)	ポルトガルの日本食材卸会社　ケタフーズ社を連結子会社化。	
	北米の日本食材卸会社 ミューチャルトレーディング社を連結子会社化。	
2017年 (平成29年)	オーストラリアの日本食材卸会社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。	

事業環境①伸長する海外清酒市場

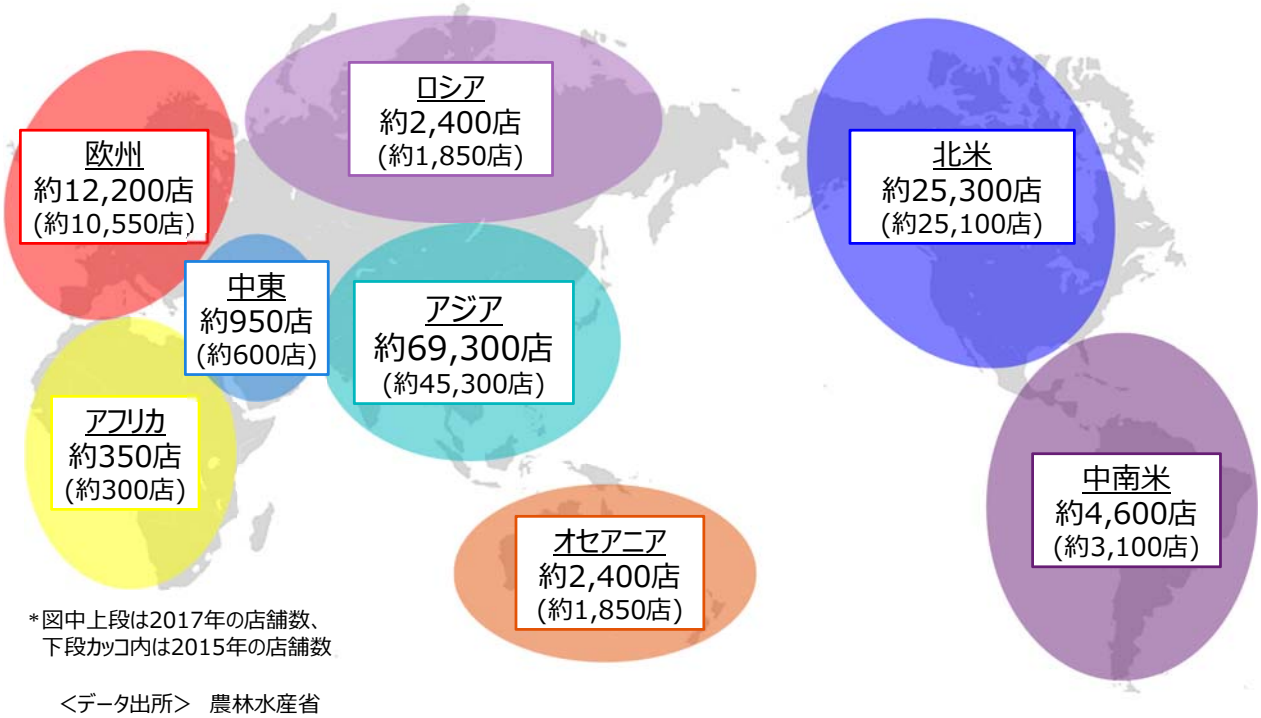
（単位：kℓ）



<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）

事業環境②急拡大する日本食レストラン店舗数

2006年	→	2013年	→	2015年	→	**2017年**
約24,000店		約55,000店		約89,000店		**約118,000店**



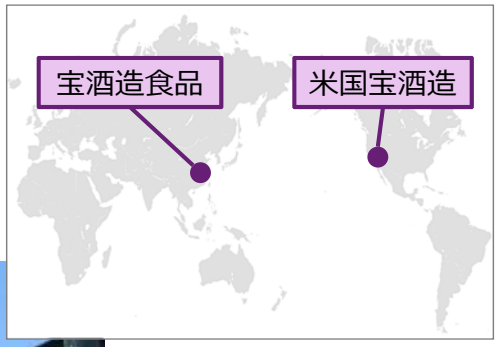
*図中上段は2017年の店舗数、
下段カッコ内は2015年の店舗数

<データ出所> 農林水産省

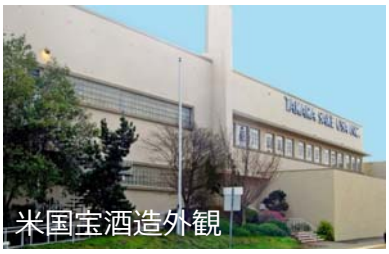
成長戦略①清酒の海外展開

現地生産の“地の利”

北米・中国で生産し、
世界各国に流通



米国宝酒造タンクヤード


米国宝酒造外観

米国宝酒造の商品ラインアップ

成長戦略①清酒の海外展開

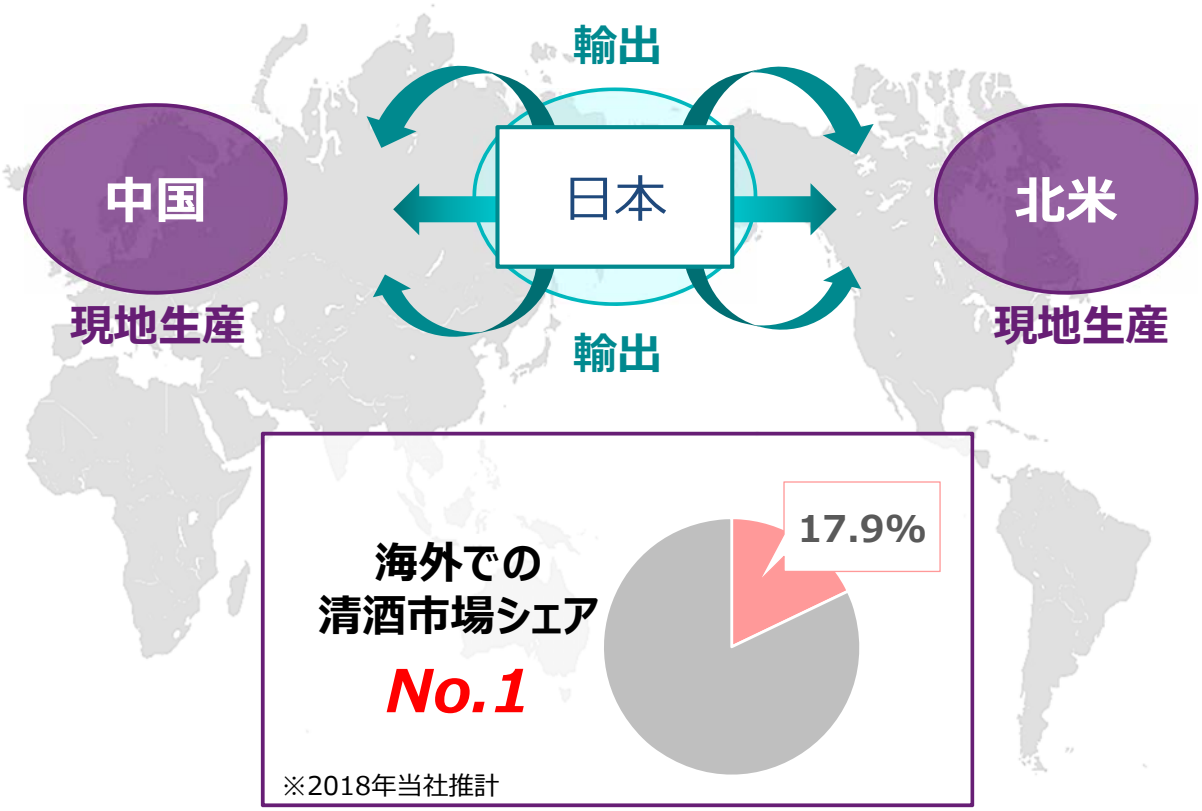
宝酒造の“技術と品揃え“

国内の人気商品、
海外専用商品の開発・輸出

スパークリング清酒「澪」

松竹梅「京都伏水仕立て」（海外専用）

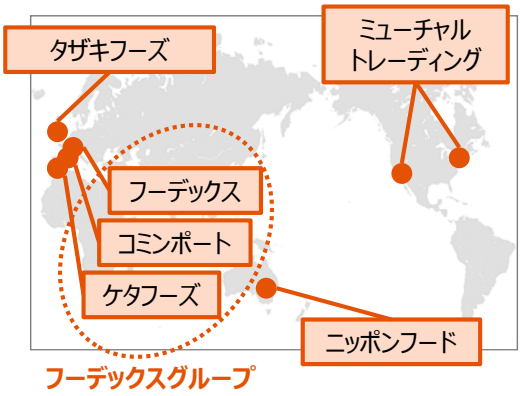
成長戦略①清酒の海外展開



成長戦略②日本食材卸ネットワークの拡大

欧・米・豪に拡がるネットワーク

日本食の食材や周辺商材を
世界中に提供



調達

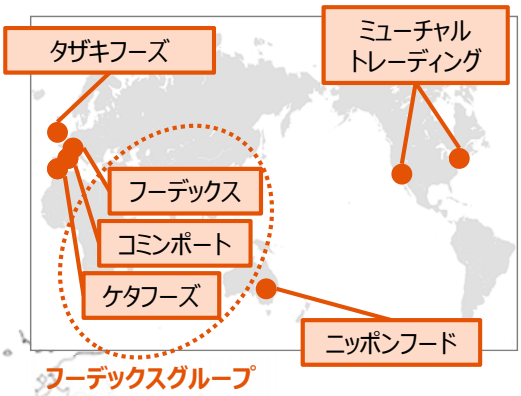
現地の日本食材卸会社

販売

成長戦略②日本食材卸ネットワークの拡大

卸会社間のシナジー創出

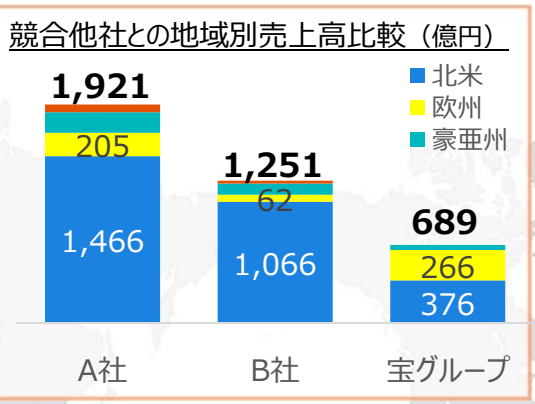
人気商材に関する情報共有や
共同購買を推進



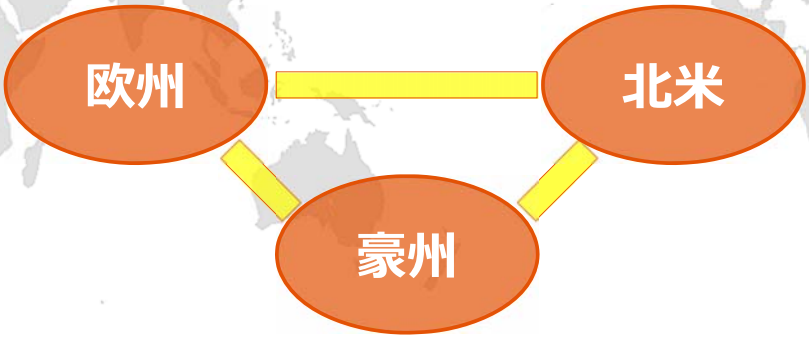
タザキフーズPB
「Yutaka」

成長戦略②日本食材卸ネットワークの拡大

世界市場
3位
（欧州では
トップ）



欧・米・豪のネットワーク　＋　シナジー創出



※A社・宝グループは2019年3月期、B社は2018年12月期公表値より一部推計

和酒・和食文化の普及を推進

＜米国宝酒造＞ 清酒工場内に資料館「SAKE MUSEUM」を併設し、清酒文化の展示や試飲の場を提供。

＜タザキフーズ＞ 自社ブランド「Yutaka」を中心に、英国各地での展示会等で積極的な情報発信を展開。

＜ミューチャルトレーディング＞日本食展示会を30年以上にわたり開催するほか、スシスクール等で人材を育成。

宝酒造インターナショナルグループの事業戦略

◆ 海外清酒市場における圧倒的シェアNo.1の実現と日本食材卸網の拡充による事業規模の飛躍的な拡大を図る。

◆ 世界の和酒・和食市場におけるリーディングカンパニーに向けて地歩を固める。

国内事業と海外事業のシナジー

国内事業	和酒No.1メーカーのブランド価値

×

海外事業	海外清酒市場No.1のポジション ＋ 世界に拡がる日本食材卸ネットワーク

||

**世界の和酒・和食市場における
リーディングカンパニーへ**

本日の内容

1．宝グループの概要

2．国内事業・バイオ事業について

3．海外事業について

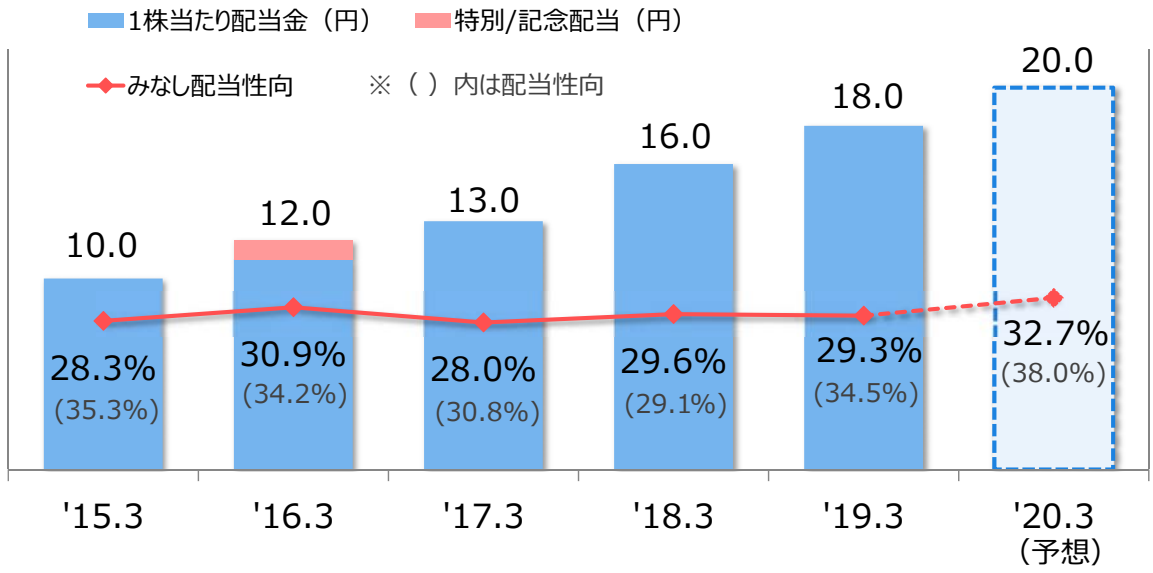
4．株主還元について

株主還元方針について

◆ 株主還元方針（宝グループ中期経営計画2019）

- 連結営業利益の水準に応じて増配する
- みなし配当性向*30%を目安とした配当

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



株主優待制度について

◆ 株主優待制度

- 対象：毎年3月31日現在の株主名簿に記録された、当社株式1単元（100株）以上を保有されている株主様
- 発送時期：８月下旬～９月下旬

■酒類または調味料詰め合わせ

1,000株以上 → 3,000円相当の当社グループ商品等

100株以上 → 1,000円相当の当社グループ商品等

※商品は2019年3月期の実施例

■社会貢献活動への寄付

公的信託「タカラハーモニストファンド」

または

日本赤十字社　への寄付

1,000株以上
→優待品に代えて3,000円を寄付
100株以上
→優待品に代えて1,000円を寄付

【MEMO】

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。

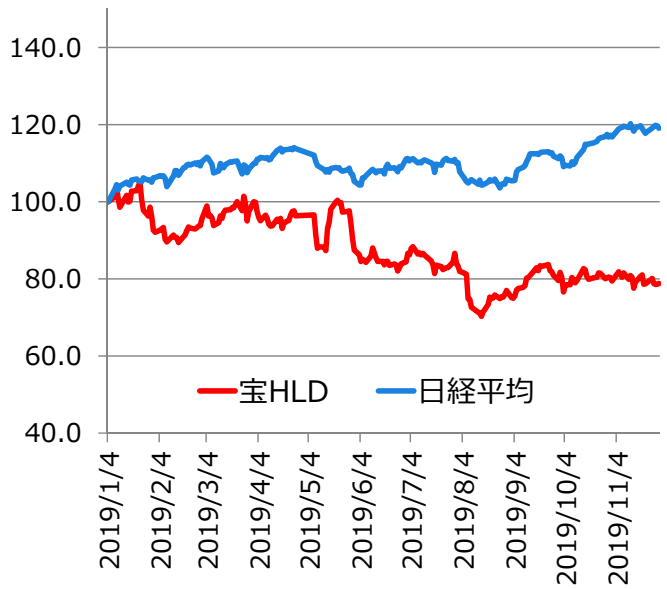
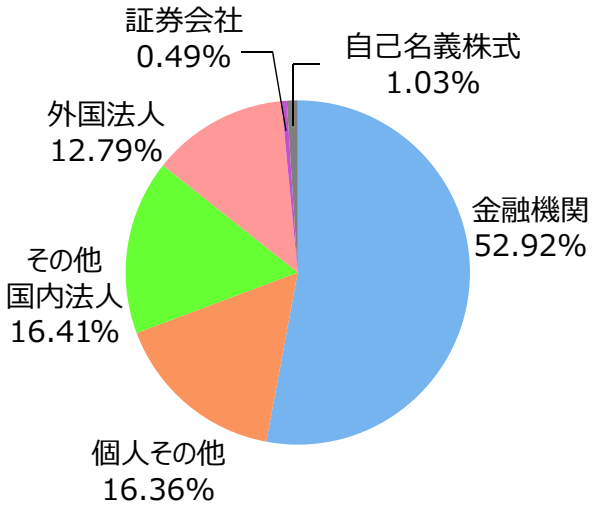
実際の業績に影響を与える要素には、経済情勢、特に消費動向、為替レートの変動、法律・行政制度の変化、競合会社の価格・製品戦略による圧力、当社の既存製品および新製品の販売力の低下、生産中断、当社の知的所有権に対する侵害、急速な技術革新、重大な訴訟における不利な判決等がありますが、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。

＜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
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

➢ 2019年1月4日の株価を100とした場合の指数



➢ 2019年9月末 株主構成（株数ベース）