

宝ホールディングス株式会社 会社説明会

2021年12月
取締役 森 圭助

2

本日の内容

1. 宝グループの概要
2. 国内事業について
3. 海外事業について
4. サステナビリティについて
5. 株主還元について

本日の内容

1. 宝グループの概要
2. 国内事業について
3. 海外事業について
4. サステナビリティについて
5. 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）プライム市場選択申請書を提出済
- 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： 4,748名（グループ連結／2021年3月末現在）
- 連結子会社：61社（国内:11社、海外:50社／2021年9月末現在）
- 2021年3月期実績 連結売上高 2,784億円
連結営業利益 216億円

宝ホールディングス株式会社



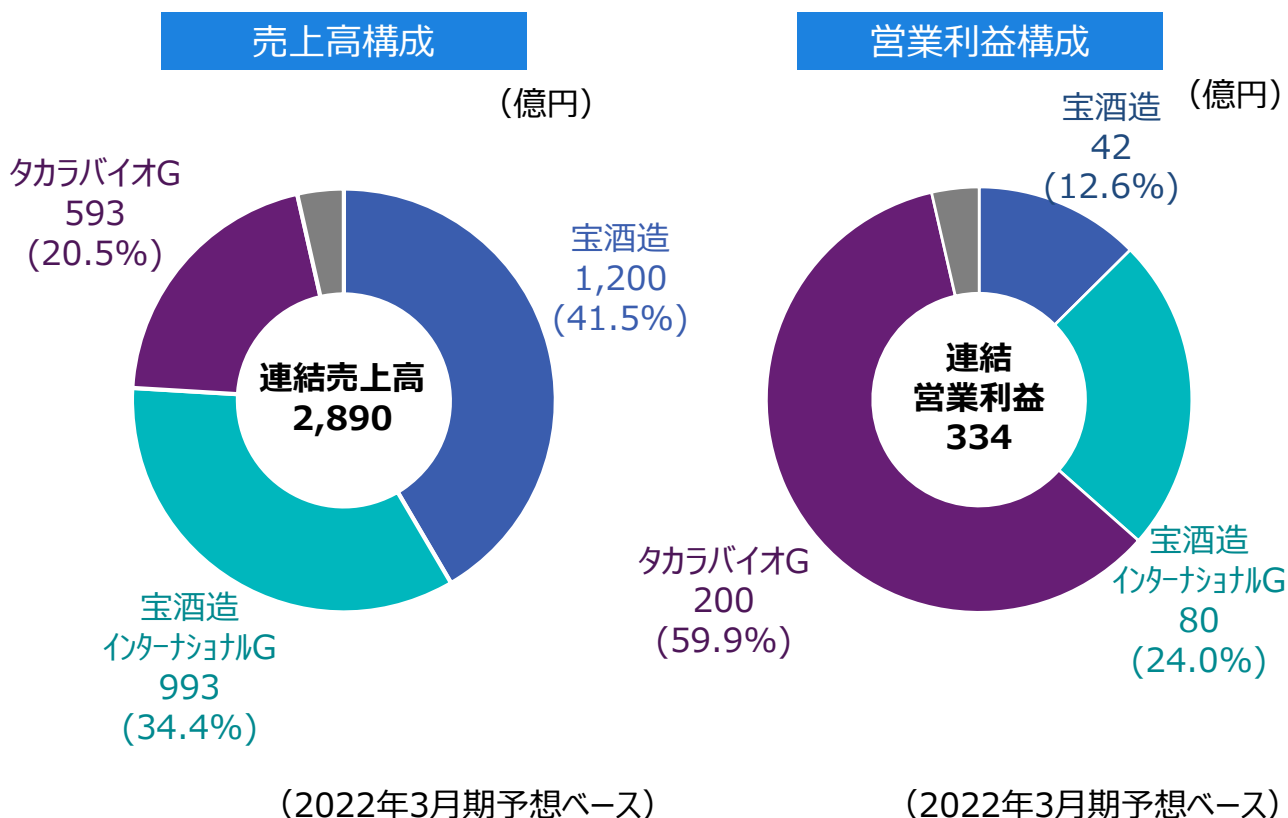
2002年 持株会社化 寶酒造→宝ホールディングスへ商号変更

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

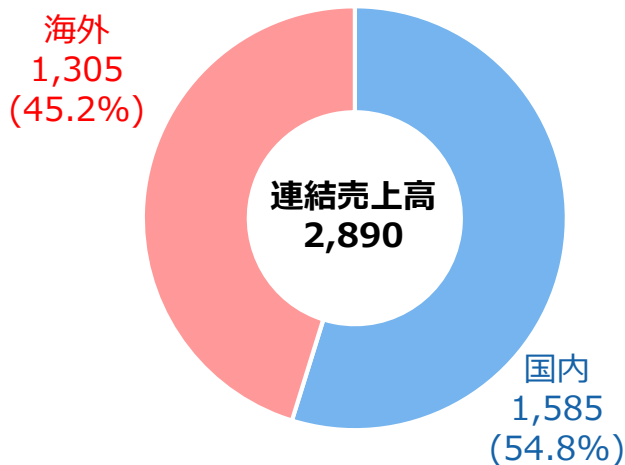
2017年 宝酒造インターナショナルを設立

売上・営業利益構成



海外売上高比率

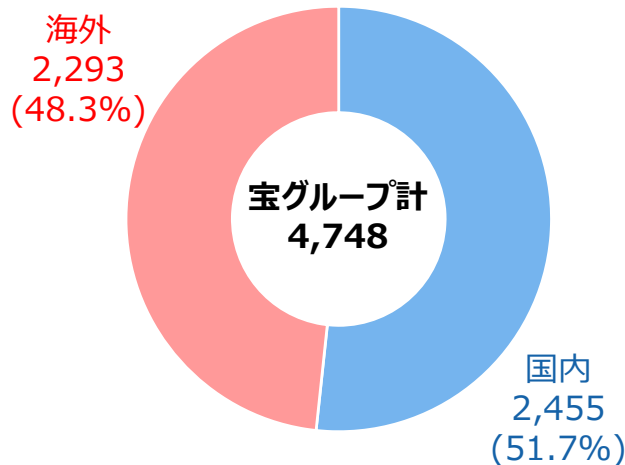
(億円)



(2022年3月期予想ベース)

海外従業員比率

(人)



(2021年3月末)

長期経営構想「TGC100」

長期経営構想

「TaKaRa Group Challenge for the 100th」(TGC100)

グループとして将来のありたい姿を定め
100周年を迎える2025年(2026年3月期)をマイルストーンとした、
6年間の経営計画

◆ Vision

笑顔で繋がる豊かな暮らしを ～Smiles in Life～

宝グループは、おいしさを追求する技術と革新的なバイオ技術によって
和酒・日本食とライフサイエンスにおける多様な価値を
安全・安心に提供し続ける企業グループとなることで
人と人の繋がりと笑顔にあふれた健康的で豊かな日々の暮らしへの貢献を目指します。

◆経営方針

技術力、商品力、ブランド力をさらに向上させ、「和酒・日本食市場」「ライフサイエンス産業」における多様な価値を提供することで、宝グループの国内外での存在感を高めながら、持続的な成長と飛躍を実現する。

◆事業戦略

国内事業 (宝酒造)	海外事業 (宝酒造インターナショナル)	バイオ事業 (タカラバイオ)
<p>国内の和酒No.1メーカーのポジションを活用した付加価値経営への変革によって、着実に利益成長できる事業基盤を再構築し、企業イメージを向上させてグローバル和酒No.1企業（※）としての根幹を支える。</p> <p>※国内+海外（輸出+現地生産）で和酒No.1</p>	<p>グローバルな和酒の拡大を加速させるとともに、海外日本食材卸のネットワークの拡充を進めながら、国内外でのグループシナジーをさらに発揮し、海外における和酒・日本食材No.1企業（※）を目指す。</p> <p>※海外（輸出+現地生産）和酒No.1+海外日本食材卸No.1</p>	<p>研究用試薬・機器事業とCDMO事業を通じ、バイオ創薬基盤技術開発を進め、新モダリティ（治療法）を創出し続ける創薬企業を目指す。</p>
<p>共通目標 国内事業と海外事業が協業することで、一体感を持って「グローバル和酒・日本食材No.1企業（※）」を目指す。 ※グローバル和酒No.1+海外日本食材卸No.1</p>		

2022年3月期の活動方針

全体

コロナ禍で顕在化した各事業の弱みに速やかに対処し、本来の強みを伸ばしていくことで、宝酒造インターナショナルグループを回復軌道に乗せ、宝酒造、タカラバイオグループも増益とすることで、営業利益は過去最高の更新を目指す。

国内事業（宝酒造）

- 新型コロナウイルスの影響が継続することを前提とし、業務用市場は引き続き冷え込みが続くと見込むが、収束した際の環境変化にも柔軟に対応できるように備える。
- 家庭用市場の需要増を着実に捉えることで売上高を拡大させ、和酒No.1企業の地位盤石化を図る。
- 利益率の改善に向けて、カテゴリーごとに商品ミックスの観点から目標となる利益額、利益率を設定し、効率的に各ブランドの開発・育成に取り組む。
- コスト削減と効率化活動を継続・進化させることで、商品育成への投下原資を確保する。

海外事業（宝酒造インターナショナル）

【全体】

コロナ禍の影響により、特に料飲店市場において厳しい事業環境は継続が予想されるも、小売店ルートやネット販売など、販売チャネルの多角化に取り組むことで、事業体質を強化する。

【海外酒類事業】

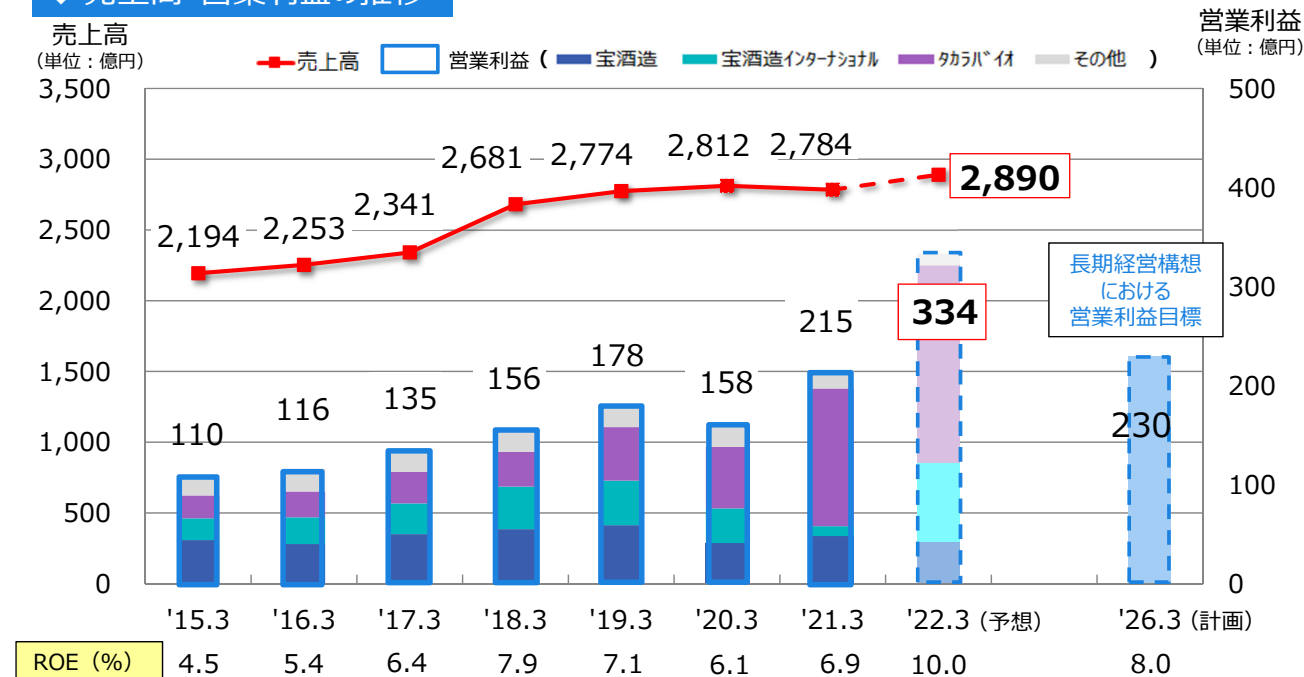
洋酒で安定的な利益を獲得しながら、重要な戦略である「グローバル和酒No.1」を推進するためにも、清酒を中心とした現地製造と輸出で商品ポートフォリオを充実させ、和酒の早期の売上回復をはかる。

【海外日本食材卸事業】

すでに取り組みを開始している小売店ルートやネット販売などのチャネルの多角化や、倉庫オペレーションの改善によるSCM機能の強化、共通購買など商品調達力の向上をさらに推し進める。

2022年3月期は売上高、営業利益ともに過去最高を更新する予想。
営業利益、ROEは長期経営構想の定量目標を上回る

◆ 売上高・営業利益の推移



注) 2022年3月期以降収益認識に関する会計基準等を適用しており、適用しなかった場合の売上高は3,184億円 (影響額294億円) となる

本日の内容

1. 宝グループの概要
2. 国内事業について
3. 海外事業について
4. サステナビリティについて
5. 株主還元について

◆ 宝酒造の主な商品



焼酎



清酒

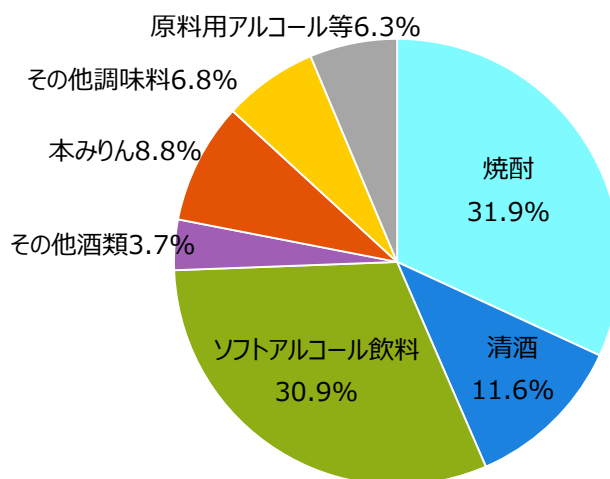


ソフトアルコール飲料



調味料

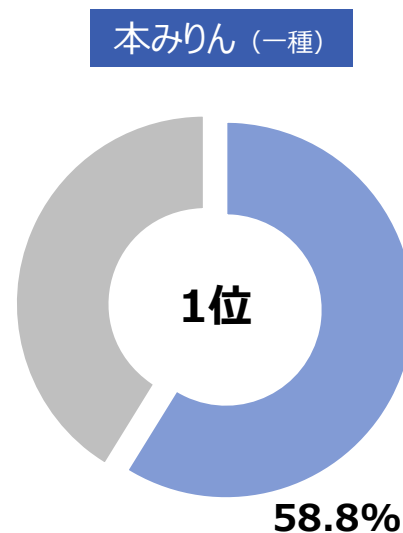
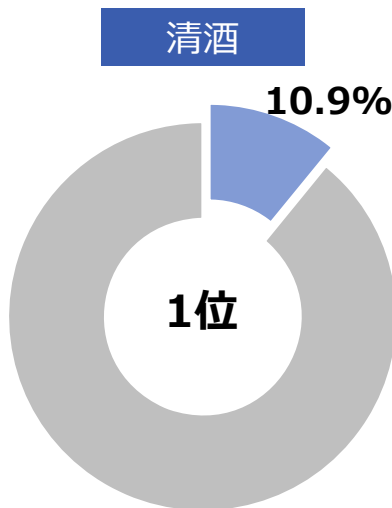
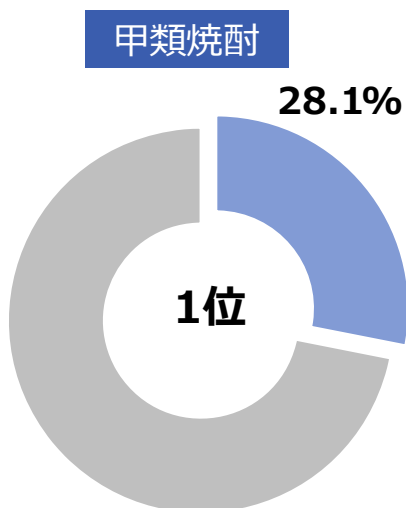
◆ カテゴリー別売上構成比（2021年3月期）



「和酒」の各カテゴリーで高いマーケットシェア

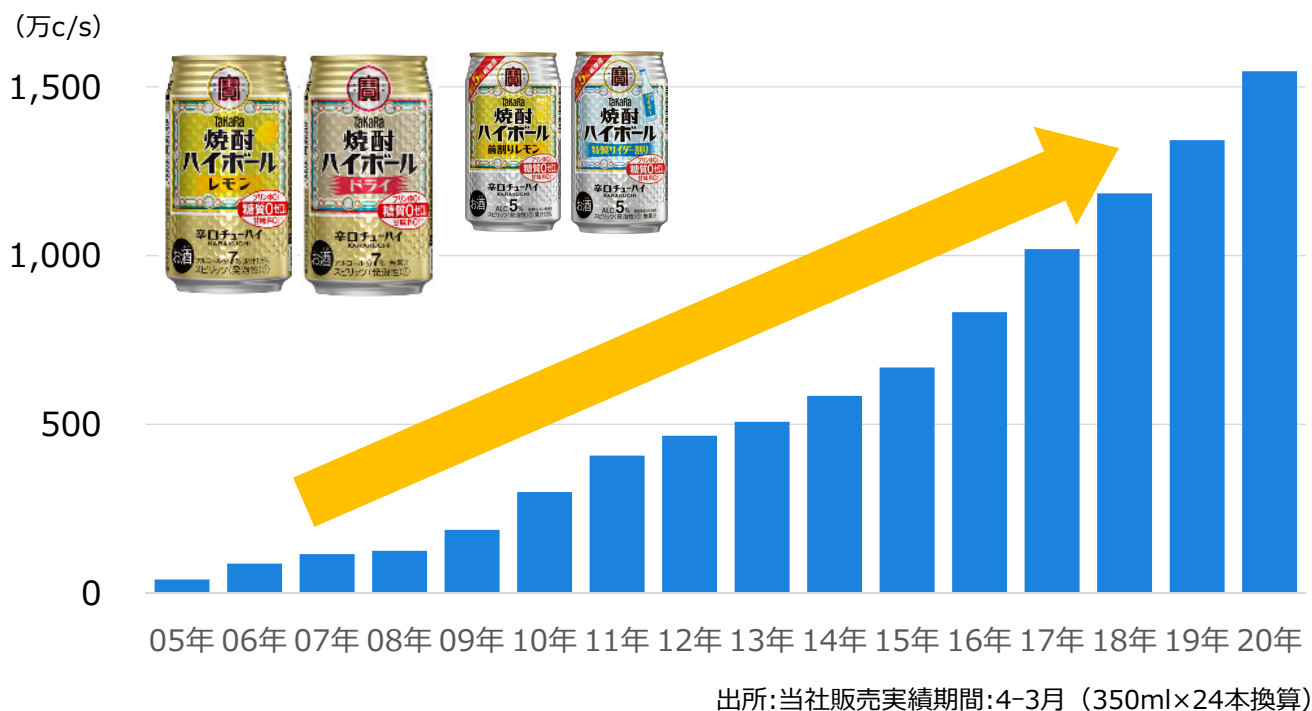
甲類焼酎、清酒、本みりん等「和酒」においてトップシェア

(2020年)



<データ出所> 焼酎甲類・清酒: 日刊経済通信社公表値より当社推計、本みりん: 当社推計

辛口の味わいや「糖質オフ・ゼロ」が支持され、タカラ「焼酎ハイボール」は16年連続で伸長。2020年のソフトアルコール市場で第4位のブランド

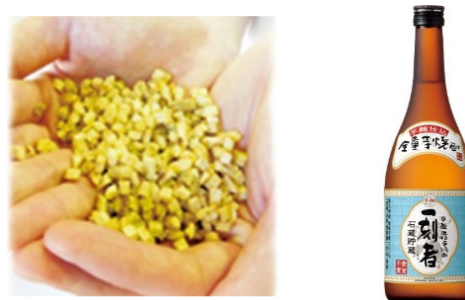


宝酒造のブランドを支える強み

黒壁蔵 (宮崎県高鍋町) に85種類、約20,000樽の樽貯蔵熟成酒を保有



独自の「焙炒 (ばいしょう) 処理」による芋麹を全量使用し、芋本来の華やかな香りと上品ですっきりとした味わいを実現



2003年以降、全国新酒鑑評会で松竹梅は金賞を連続受賞

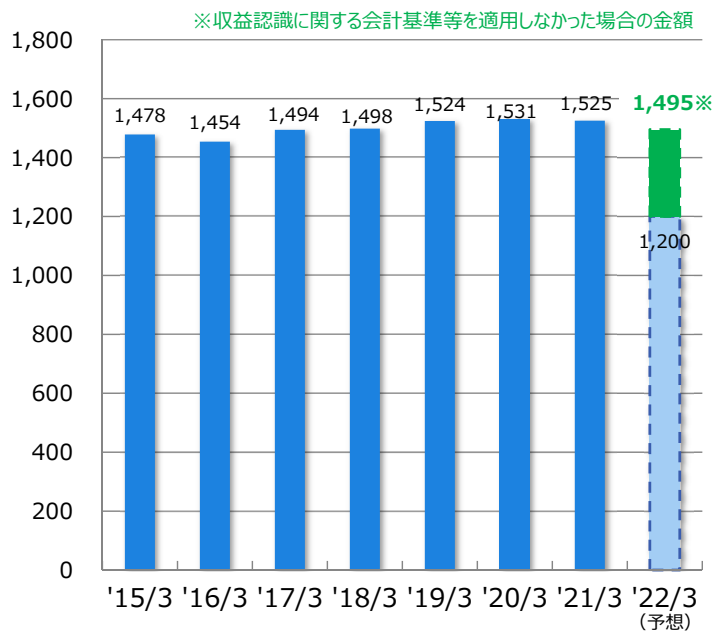


広口と細口が簡単に切り替えられる2段式キャップ等が評価され、「2021年度グッドデザイン賞」を受賞

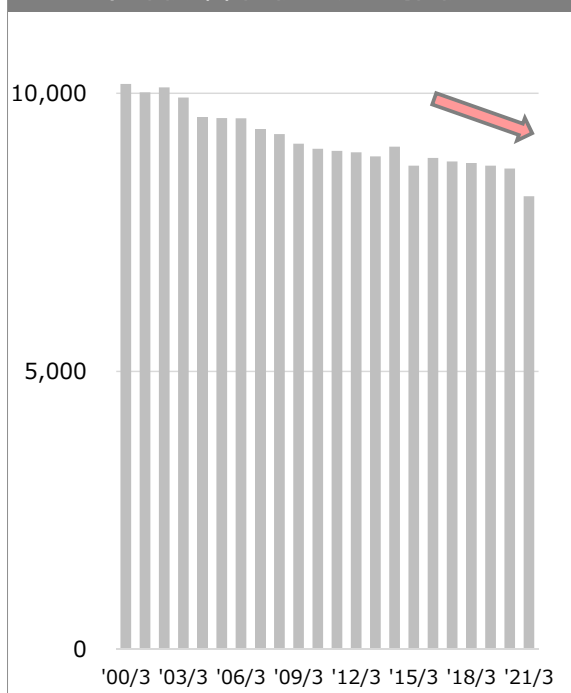


酒類課税移出数量が減少傾向にある中、宝酒造は安定した売上高を維持

◆ 宝酒造の売上高推移（億円）



(参考) 酒類課税移出数量推移（千kl）



本日の内容

1. 宝グループの概要
2. 国内事業について
3. 海外事業について
4. サステナビリティについて
5. 株主還元について

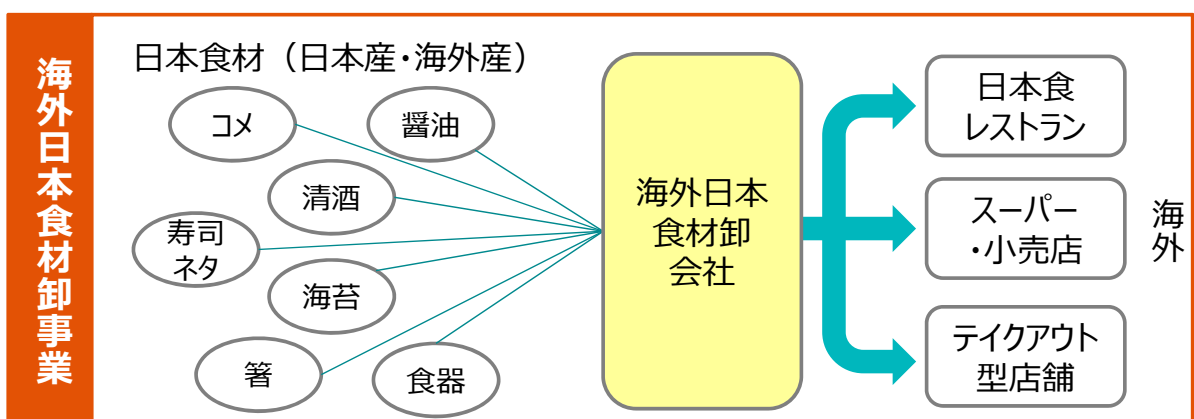
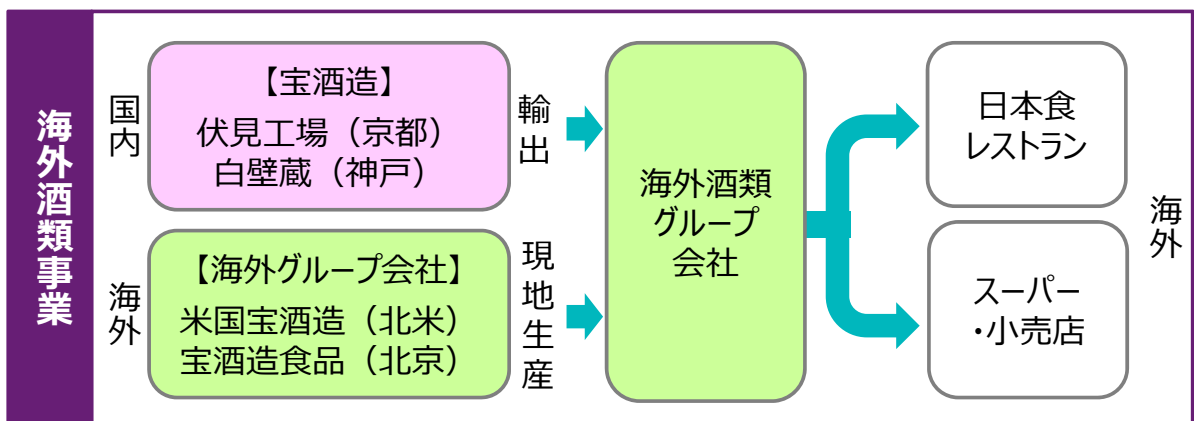
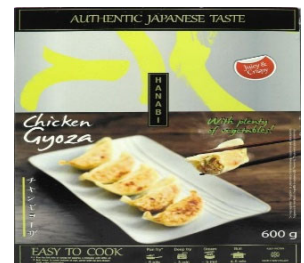
海外酒類事業

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」を中心とした和酒やウイスキーなどを世界各地域で提供

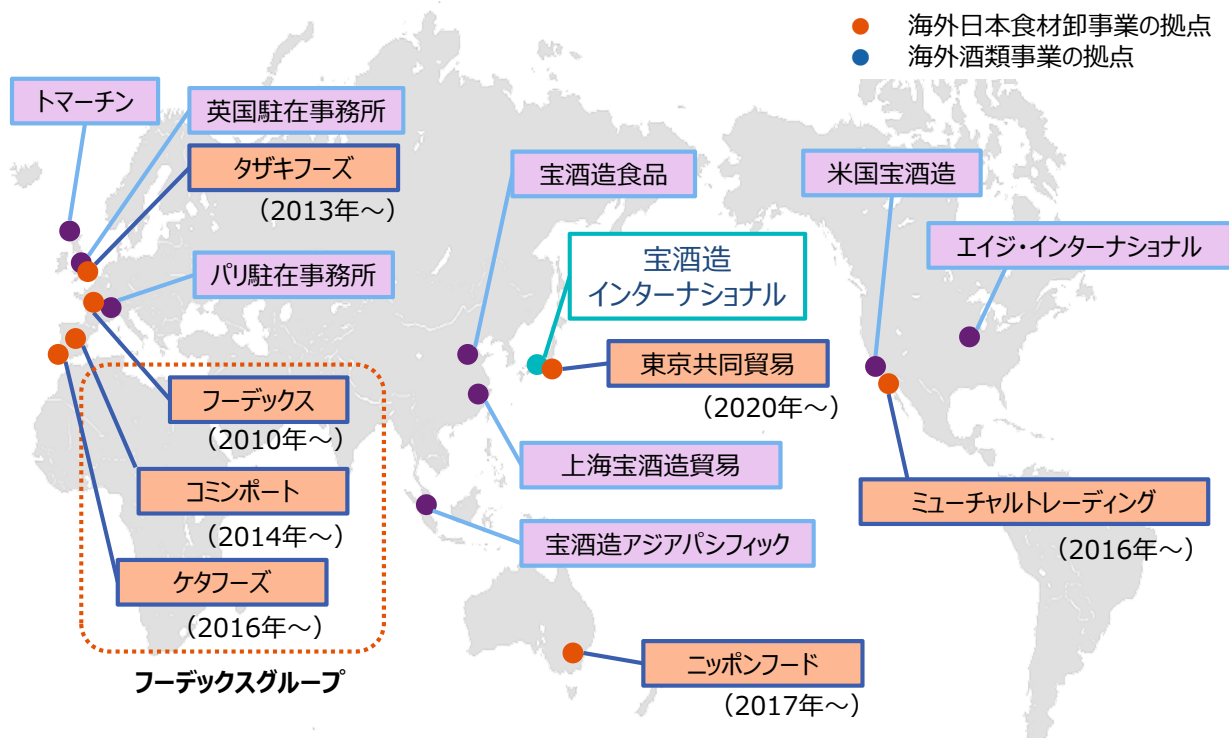


海外日本食材卸事業

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

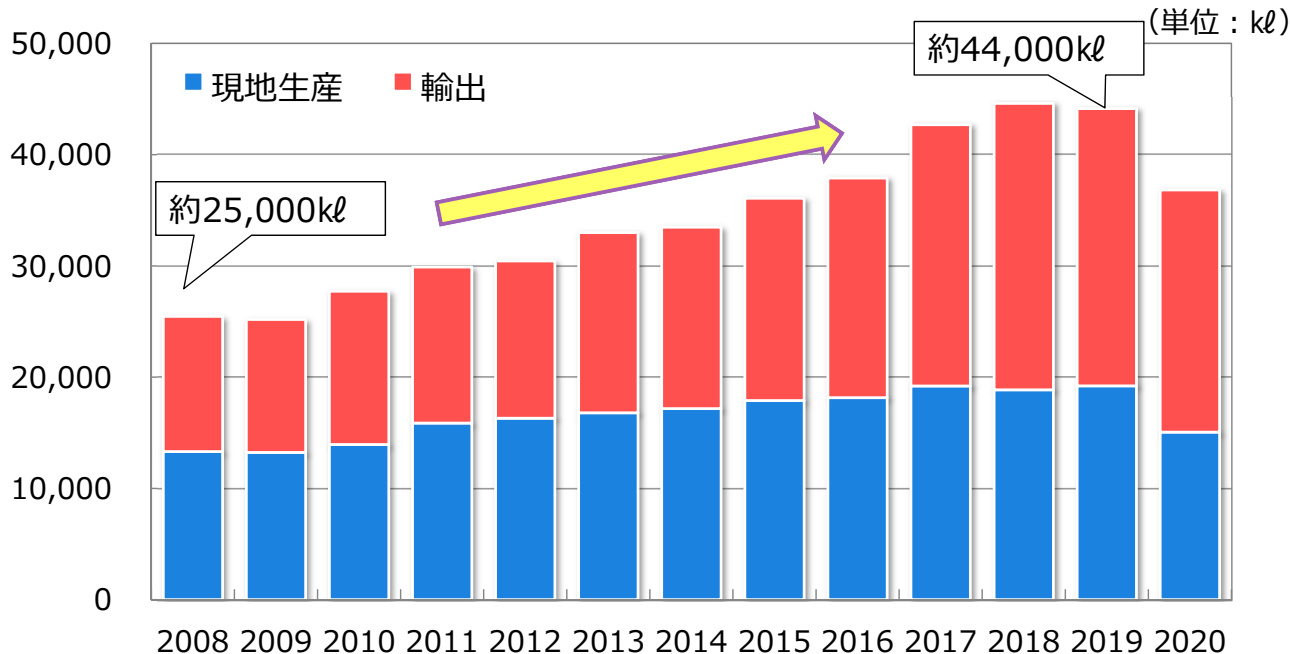


海外酒類事業・海外日本食材卸事業ともにグローバルに展開



事業環境：伸長する海外清酒市場

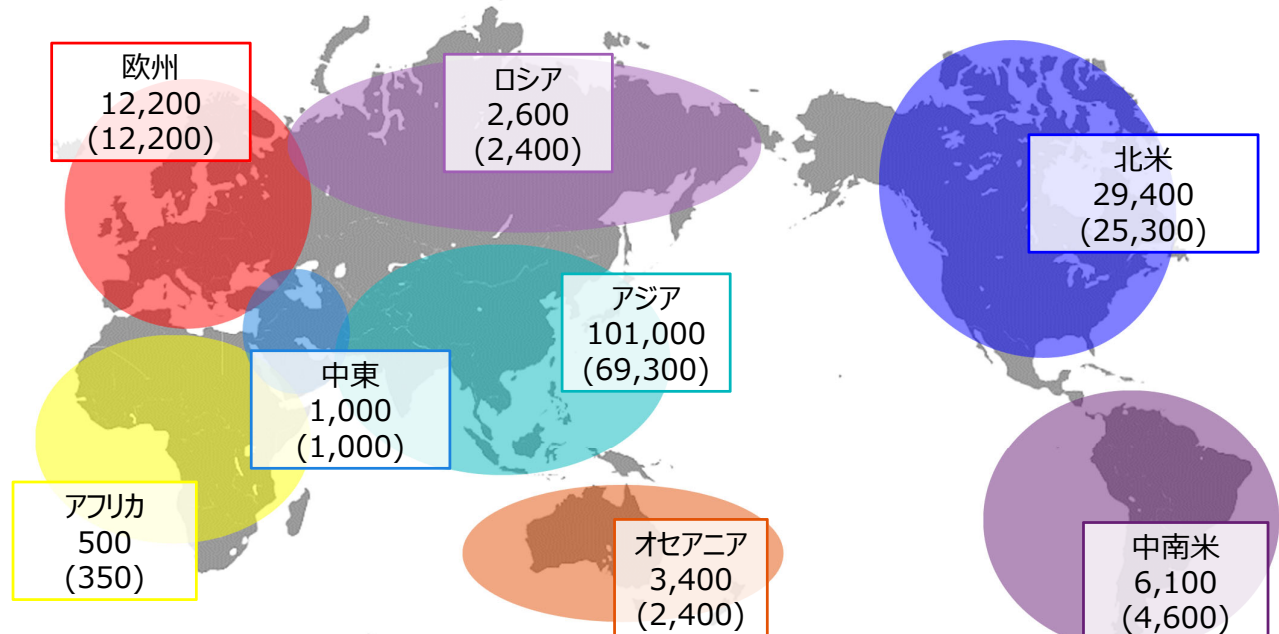
直近はコロナ禍の影響で減少も、海外清酒市場は11年で約1.8倍に拡大



<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）

海外日本食レストランの店舗数は6年間で約3倍に拡大

<2006年> 約24,000店 → <2013年> 約55,000店 → <2015年> 約89,000店 → <2017年> 約118,000店 → <2019年> 約156,000店



<出典> 農林水産省

* 図中上段は2019年の店舗数、下段カッコ内は2017年の店舗数

海外酒類事業のグローバル展開

海外の現地生産と日本からの輸出で世界中に高品質な商品を提供



概要

- 1983年設立。清酒「松竹梅」を中心とした酒類と、みりん等の調味料を製造・販売。
- 商品は米国内のみならず、欧州、アジアなど世界各地に販売。



主な取り組み

- 清酒「松竹梅」をはじめ、現地のニーズに対応したFlavored Sakeや梅酒など、豊富な商品ラインアップを展開。
- Flavored Sakeのブランド「HANA」、「YUKI」のフレーバー展開に注力。
- 新規販売先の拡大に向け、米系の量販店やレストランチェーンへの取り組みを強化。
- オンラインで参加できる「バーチャルテイスティング」を開催し、和酒文化の普及に注力

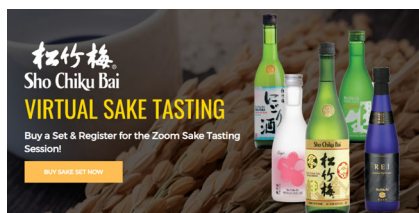
米国产松竹梅



HANA



YUKI



バーチャルテイスティング

米国宝酒造が製造する、味わいが異なる5アイテムを\$50でセット販売し、購入者はオンラインでテイスティング会へ参加できる。参加者の9割は初めて松竹梅の説明を受ける新規ユーザー。

概要

- 宝酒造が製造した商品を宝酒造インターナショナルが輸出。
- スパークリング清酒「澁」など国内で人気のブランドに加え、近年は海外専用商品の開発にも注力。



主な取り組み

- 「澁」の輸出拡大に向けた、米国・中国などの量販企業での取り扱い強化。
- 欧州向け専用商品「L'ATELIER DU SAKE」の育成。
- 海外専用商品の「寶 和りきゅーる」シリーズの販売促進。

松竹梅白壁蔵「澁」
スパークリング清酒



「L'ATELIER DU SAKE」

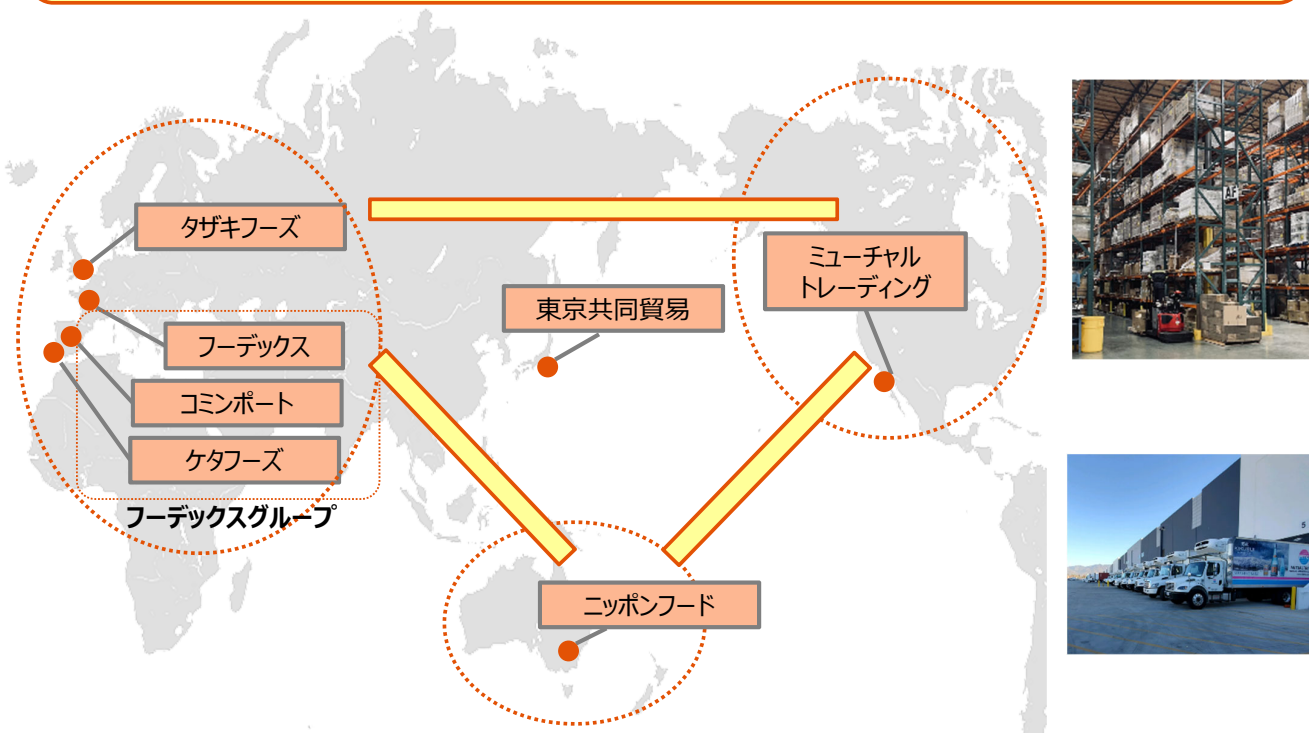


商品名	「L'ATELIER DU SAKE」 <大吟醸> (直訳「お酒の研究所」)
ターゲット	日本酒エントリー層や日本酒未体験の欧米人
販売地域	欧州
発売時期	2020年10月より輸出開始

「寶 和りきゅーる」シリーズ



世界に広がるネットワークを強みに、人気商材などの販売情報の共有や、商品調達力の向上など、シナジーを創出



海外日本食材卸事業 <ミューチャルトレーディング> 28

概要

- 1926年設立。米国における日本食材卸事業のパイオニア。
- 全米8州に9拠点を展開するほか、寿司職人を養成する調理師学校を経営するなど、日本食文化の浸透にも注力。
- 取り扱いアイテムは8,000種以上。日本食材や酒類のほか、調理器具や食器類も多数。

主な取り組み

- 料飲店向けメニュー提案の強化（テイクアウト商材など）。
- ヴィーガン刺身やプラントベース商材など、新たなニーズに対応した商品の提供。
- 小売りルートや消費者向け直販サイトの拡充など、販売チャネルの拡大。



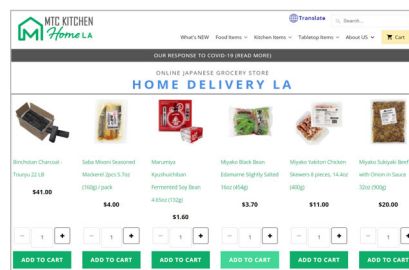
テイクアウト商材メニュー例



ヴィーガン刺身

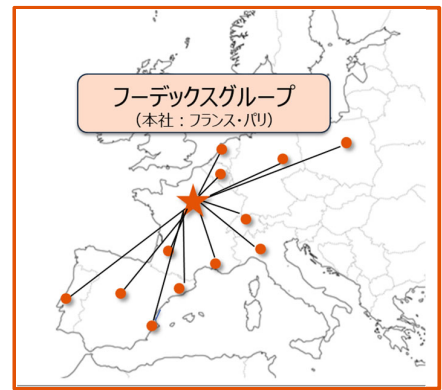


消費者向け直販サイト「MTCキッチン」



概要

- 1992年設立の欧州最大の日本食材卸ネットワーク。
- フランスを中心とするフーデックス、スペインに本拠地を置くコンポート、ポルトガルのケタフーズが、欧州9ヶ国で事業展開。



主な取り組み

- サケ、マグロといった冷凍食材の取り扱い拡大。
- 各国の消費トレンドを踏まえた商品開発推進。
- 量販チャンネルへの新規アイテム取り扱い拡大。
- 「澁」、「L'ATELIER DU SAKE」をはじめとする日本産清酒の育成。

サケ、マグロといった冷凍食材の拡大
(サンドイッチとスナックショー2021)



各国の消費トレンドを踏まえた商品開発
(プラントベースチキン)



「L'ATELIER DU SAKE」体験の促進
(フーデックスショールーム)



概要

- 2020年3月、宝グループのグループ会社に。
- ミューチャルトレーディングをはじめ、世界各地に日本の食材や酒類などを幅広く輸出。



主な取り組み

- 日本酒、和牛、ハマチ等の人気商材の安定した調達。
- テイクアウトや小売りルートへの需要拡大に対応した商材の品揃え強化。
- プラントベース商材の拡充。
- 宝グループの日本食材卸各社とのさらなる連携強化。

東京共同貿易の
ショールーム



和牛



テイクアウト向け商材
(小袋ドレッシング)

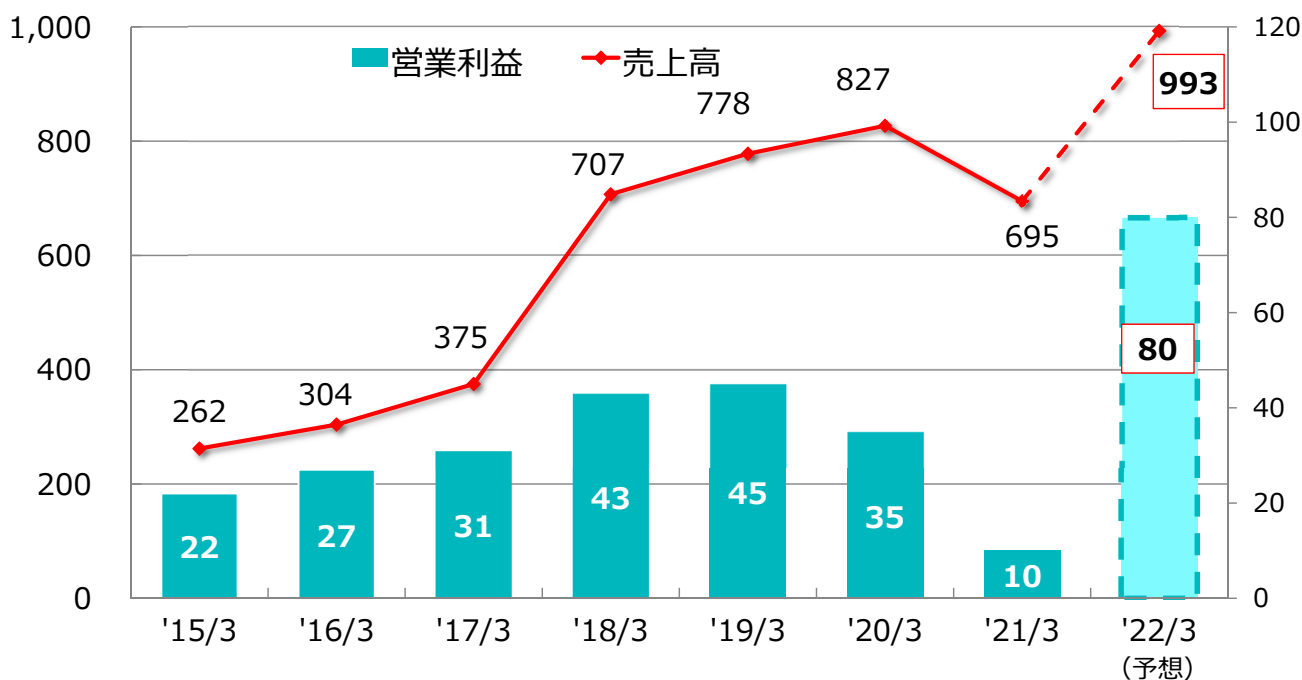


プラントベース商材
(Next Meats <カルビ、ハラミ、牛丼>)



2022年3月期の売上高・営業利益は過去最高となる予想

◆ 業績推移（億円）



本日の内容

1. 宝グループの概要
2. 国内事業について
3. 海外事業について
4. サステナビリティについて
5. 株主還元について

長期経営構想「TaKaRa Group Challenge for the 100th」

Vision (ありたい姿)

笑顔で繋がる豊かな暮らしを ~Smiles in Life~

「人と人の繋がり笑顔にあふれた健康的で豊かな日々の暮らしへの貢献」



事業活動を通じた社会的価値の創造を将来にわたって実現し続けていくためには、様々な社会課題の解決にこれまで以上に取り組む必要性がある。

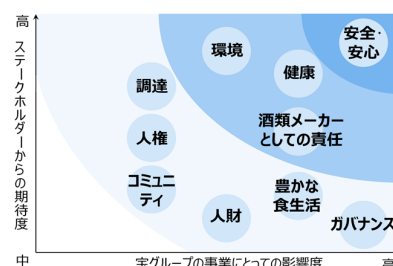
2020.5 「宝グループ・サステナビリティ・ポリシー」公表

10の重要課題（マテリアリティ）を選定



サステナビリティ・ポリシーの方針に基づく、具体的な中長期目標を設定。達成時期と目標レベルを定め、より実効性の高い取り組みへ。

2021.6 「宝グループ・サステナビリティ・ビジョン」公表



「宝グループ・サステナビリティ・ビジョン」に掲げる主な目標

マテリアリティ	取り組み内容	主な目標など
環境	CO2排出量の削減	<p>【2030年（削減率は2018年対比）】</p> <p><宝酒造、宝酒造インターナショナルグループ> 生産拠点のCO2排出量を46%削減</p> <p><タカラバイオグループ> CO2排出原単位(売上高当り)を50%削減</p> <p>【2050年】</p> <p><グループ連結> CO2排出量 実質ゼロ</p>
酒類メーカーとしての責任	商品の純アルコール量表示	<ul style="list-style-type: none"> ・主な商品の純アルコール量をホームページ上で開示（2021年4月より順次） ・2025年までに国内で販売するすべての消費者向け商品に純アルコール量を表示（酒類調味料除く）
豊かな食生活	和酒・日本食を通じた世界中の人々への食の豊かさの提供	日本食の海外でのさらなる浸透に向け、各地で開催される展示会等への出店や情報発信、日本食料理人の育成などを推進
健康	世界のライフサイエンス研究の発展支援	日・中・米・欧の製造拠点による試薬等の安定供給体制を確立し、ライフサイエンス研究の発展を通じて人々の健康を支援

一部商品から、商品パッケージへの純アルコール量表示を開始。
2025年度までには、国内で販売するすべての消費者向け商品に表示

(糖質0g、食物繊維0g)/食塩相当量0g
プリン体 0mg
純アルコール量:20g
 (350mℓ当たり)
※1:食品添加物としての甘味料は使用していません

アルミ
あきかんはリサイクル
 原材料名:焼酎(国内製造)、レモン果汁、糖類/炭酸、香料、酸味料、カラメル色素
 内容量:350mℓ
 アルコール分:7%
 製造者
 宝酒造株式会社
 京都市伏見区竹中町609
 ロット記号・製造所固有記号・賞味期限(年月)は缶底に表示
 お客様相談室
 075(241)5111
 (9時~17時 土日祝日を除く)
 www.takarashuzo.co.jp
 栄養成分表示(100mℓ当たり)
 エネルギー 42kcal/
 たんぱく質 0g/脂質 0g/炭水化物 0g
 (糖質 0g、食物繊維 0g)/食塩相当量 0g
プリン体 0mg
純アルコール量:20g
 (350mℓ当たり)
※1:食品添加物としての甘味料は使用していません
※2:食品表示基準に基づき、100mℓ当たり糖質0.5g未満を糖質ゼロと表示
※3:100mℓ当たりプリン体0.5mg未満をプリン体ゼロと表示



プリン体0g ※3
糖質0g ※2
甘味料0g ※1

辛口チューハイ
 KARAKUCHI
お酒 ALC. **7%**
 スピリッツ(発泡性)① 果汁1.5%

主な取り組み事例 <タカラcanチューハイ「すみか」> 36

「エシカル」な“タカラcanチューハイ「すみか」”を発売

タカラcanチューハイ「すみか」



今までにない、すみきた果実感の
甘くないアルコール5%のチューハイ

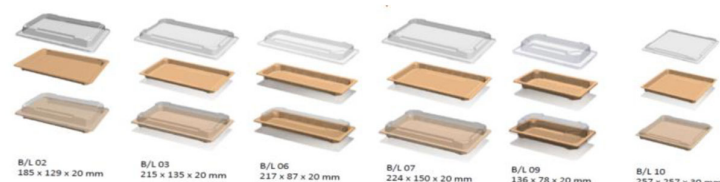
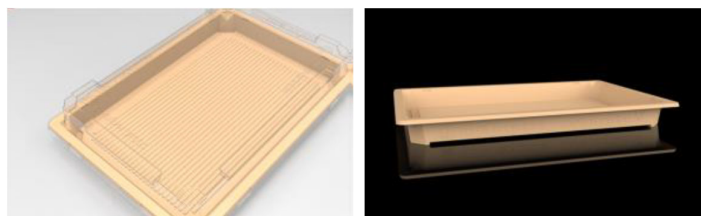
従来は廃棄されることの多かった果皮などの未利用部位からおいしさを取り出す技術を開発し、国産フルーツエッセンスに利用
⇒フードロスを削減



エシカル：地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した考え方

テイクアウト需要の拡大に合わせ、環境に配慮した商品を発売

RPET（再生プラスチック）素材の容器



折り畳み式木製弁当箱
(成長の早い木材「ファルカタ」が原料)



PCRをはじめとしたバイオ技術により、健康な社会づくりに向けた取り組みを推進



ダイレクト型高速PCR検査キット
「SARS-CoV-2 Direct Detection RT-qPCR Kit」

迅速かつ簡便なPCR検査

- 新型コロナウイルス検査をはじめ、ノロウイルスなどの食中毒検査、ウシ白血病ウイルスや豚熱ウイルスなどの動植物感染検査といった各種食品・環境検査・診断キットを提供。
- 新型コロナウイルスの検査分野では、迅速かつ簡便なPCR検査システムの構築を進め、約1時間で検査結果を取得できる高速PCR検査キットを開発、販売。

変異株への迅速な対応

- 新たな変異株が出現した場合に備え、変異を特異的に検出する試薬を約3週間で開発・製品化し、量産する体制を整備。
(2021年10月現在8アイテムを販売)

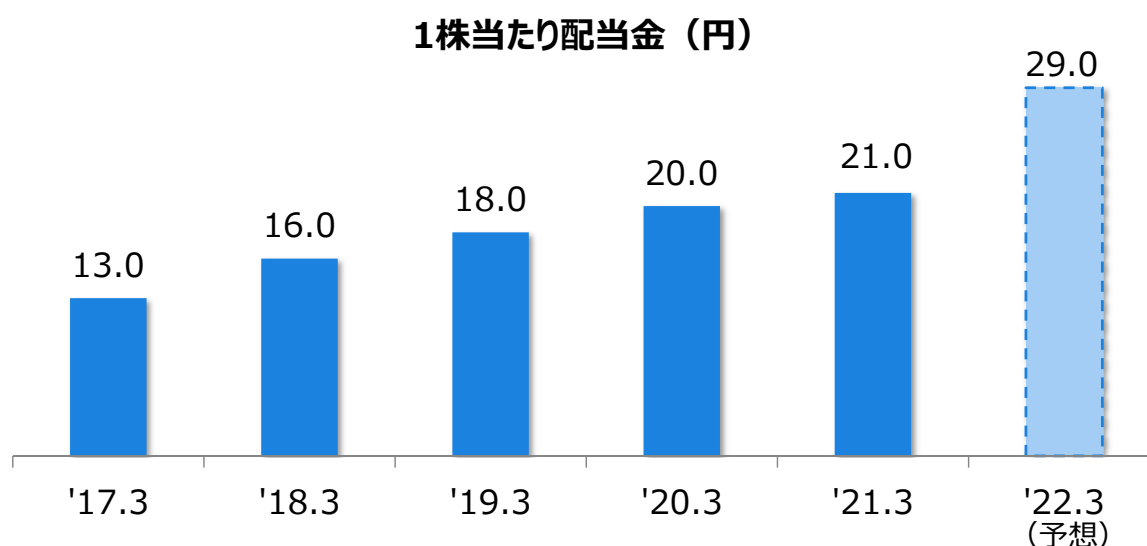
本日の内容

1. 宝グループの概要
2. 国内事業について
3. 海外事業について
4. サステナビリティについて
5. **株主還元について**

株主還元について

◆株主還元方針（宝グループ中期経営計画2022）

- ・持続的な利益成長に合わせて、配当性向で30%台後半となる安定的な配当を継続
- ・機動的な自己株式取得を実施



◆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



1,000株以上
酒類詰め合わせ



1,000株以上
調味料詰め合わせ

※商品は2021年3月期の実施例

■社会貢献活動への寄付

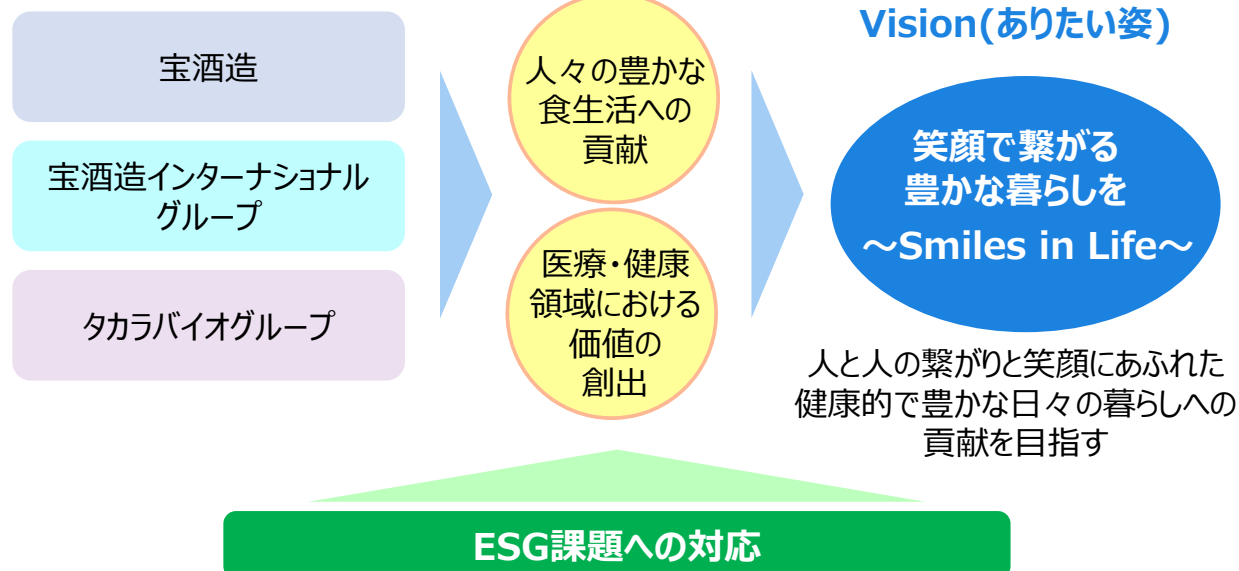
公的信託「タカラハーモニストファンド」
または日本赤十字社への寄付

- ・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

企業価値向上に向けて

気候変動や人権問題といったESG課題への対応をはかるとともに、
当社グループ独自のバランスのとれた事業ポートフォリオを活かした
社会的価値の創造により、持続可能な社会の実現への貢献と、
企業価値の向上を目指す。

社会的価値の創造



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

財務・IR部

E-Mail ir@takara.co.jp

TEL 075-241-5124