

宝ホールディングス株式会社 会社説明会

2023年2月
取締役 森 圭助

本日の内容

2

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. 宝酒造と宝酒造インターナショナルグループの協業について
5. サステナビリティについて
6. 株主還元について

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. 宝酒造と宝酒造インターナショナルグループの協業について
5. サステナビリティについて
6. 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： 東証プライム市場（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： 4,934名（グループ連結／2022年3月末現在）
- 連結子会社：58社（2022年9月末現在）
- 2022年3月期実績

連結売上高	3,009億円
連結営業利益	433億円



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

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**

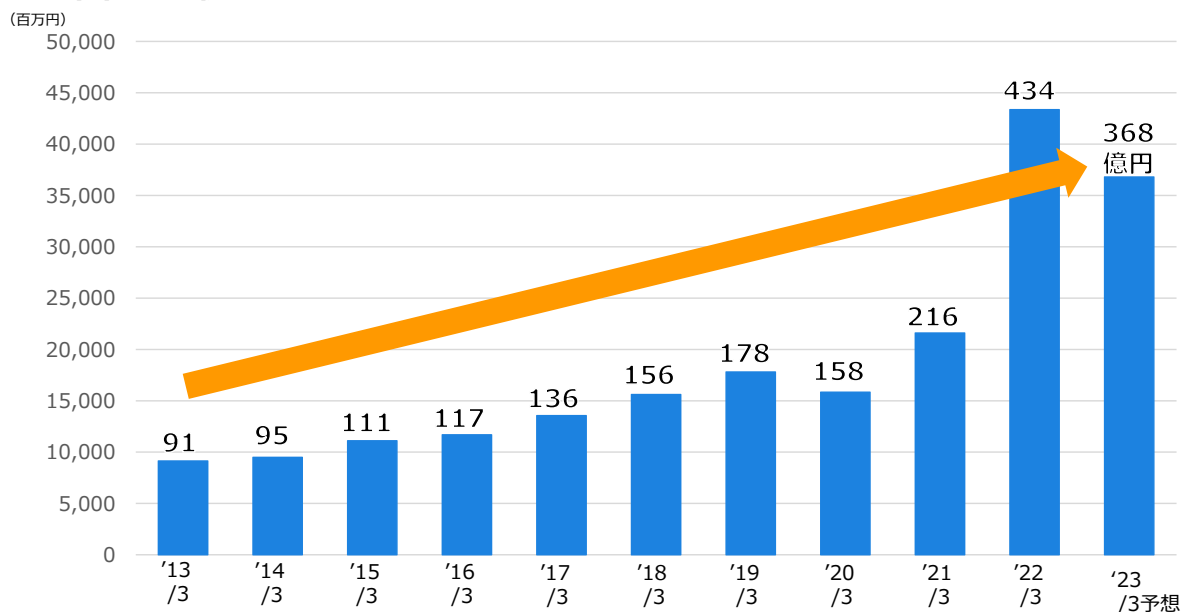
◆ Vision

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。

2023年3月期は新型コロナウイルス関連の需要変動もあり減益となるが、国内事業、海外事業は増益となる見通しで、長期的には着実に成長

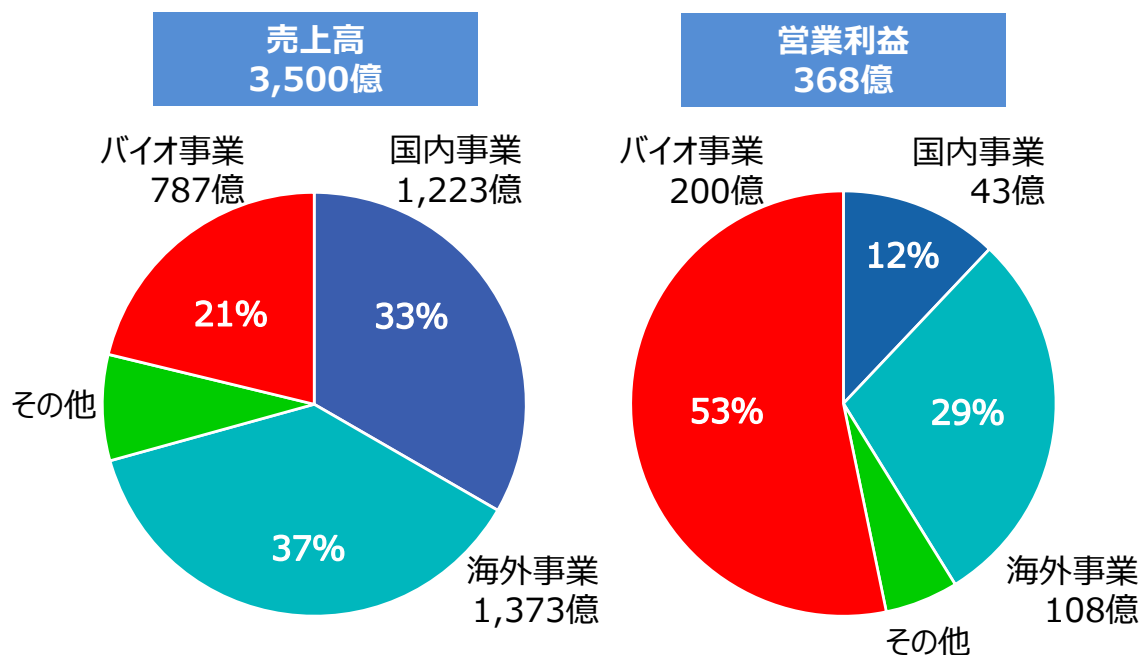
◆営業利益推移



※2023年3月期予想は2月9日予想値

バイオ事業、海外事業の成長により、3事業のバランスのとれた構造

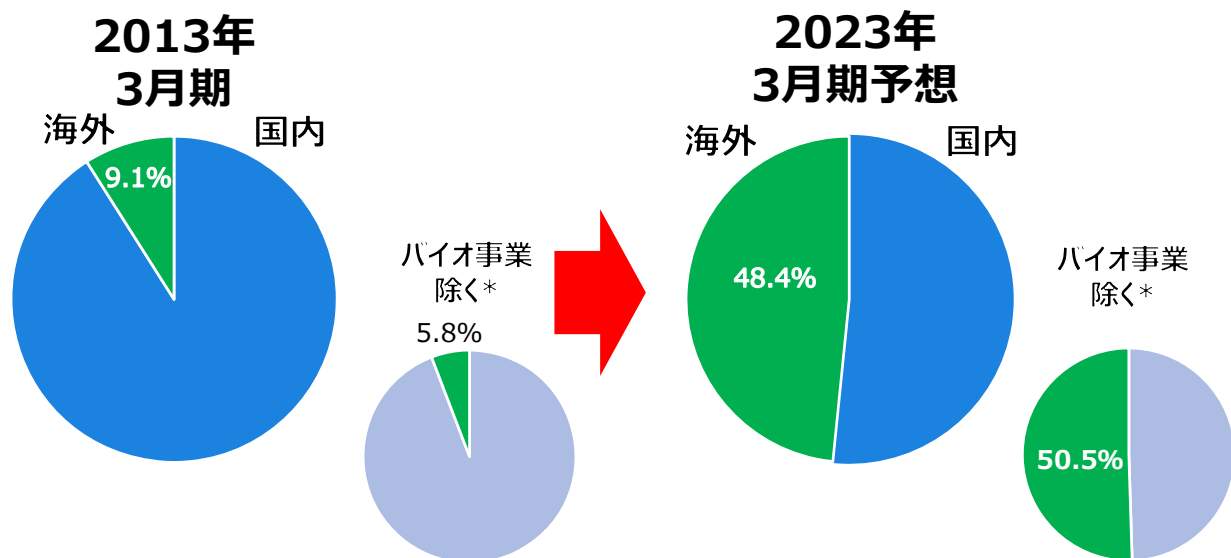
◆2023年3月期予想のセグメント別売上高・営業利益構成比



※2023年3月期予想は2月9日予想値

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48.4%となる予想。バイオ事業を除いた海外比率は50%を超える見通し

◆宝グループの海外売上高比率



* 宝グループからバイオ事業をひいたもの

※2023年3月期予想は2月9日予想値

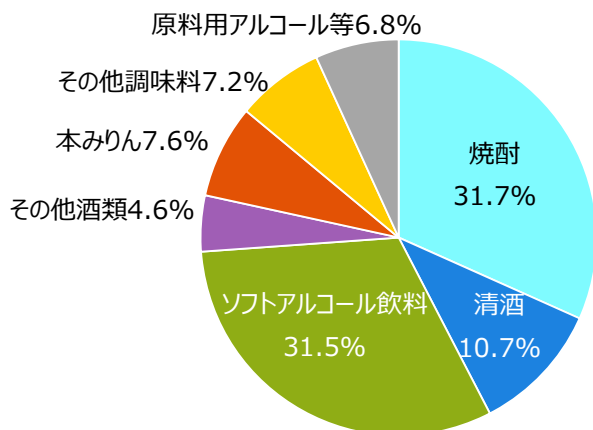
本日の内容

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. 宝酒造と宝酒造インターナショナルグループの協業について
5. サステナビリティについて
6. 株主還元について

◆ カテゴリー別売上構成比（2022年3月期）



焼酎



清酒



ソフトアルコール飲料

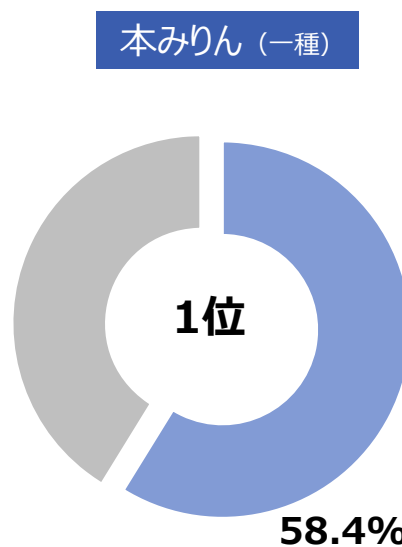
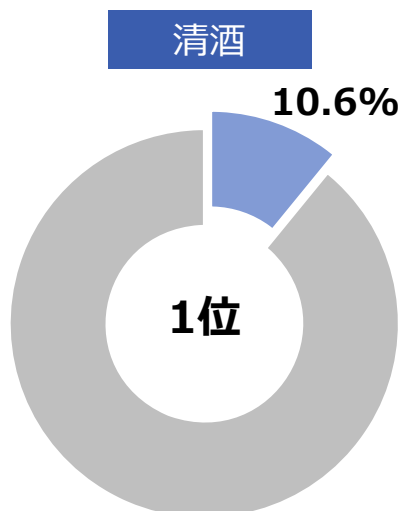
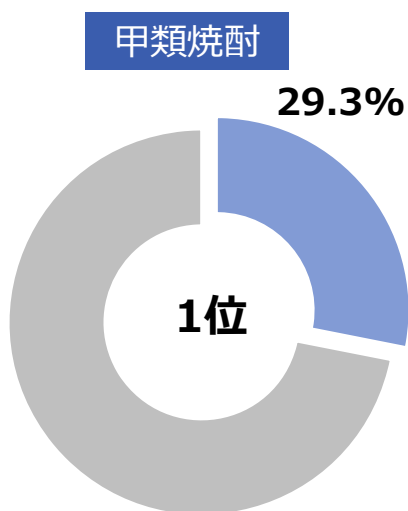


調味料

カテゴリー別シェア

甲類焼酎、清酒、本みりん等「和酒」においてトップシェア

(2021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

180年の歴史で培った技術力と開発力

◆約2万樽の樽貯蔵熟成酒
(宮崎県黒壁蔵)



黒壁蔵の樽貯蔵庫

◆伝統の技と現代の技術を融合した
日本酒造り (兵庫県白壁蔵)



◆華やかな香りと上品ですっきりとした
味わいを実現した「焙炒製法」



◆新たな市場を創造した商品



タカラcanチューハイ タカラ焼酎ハイボール

滞

◆消費者のニーズを的確にとらえた開発



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

タカラ焼酎ハイボール

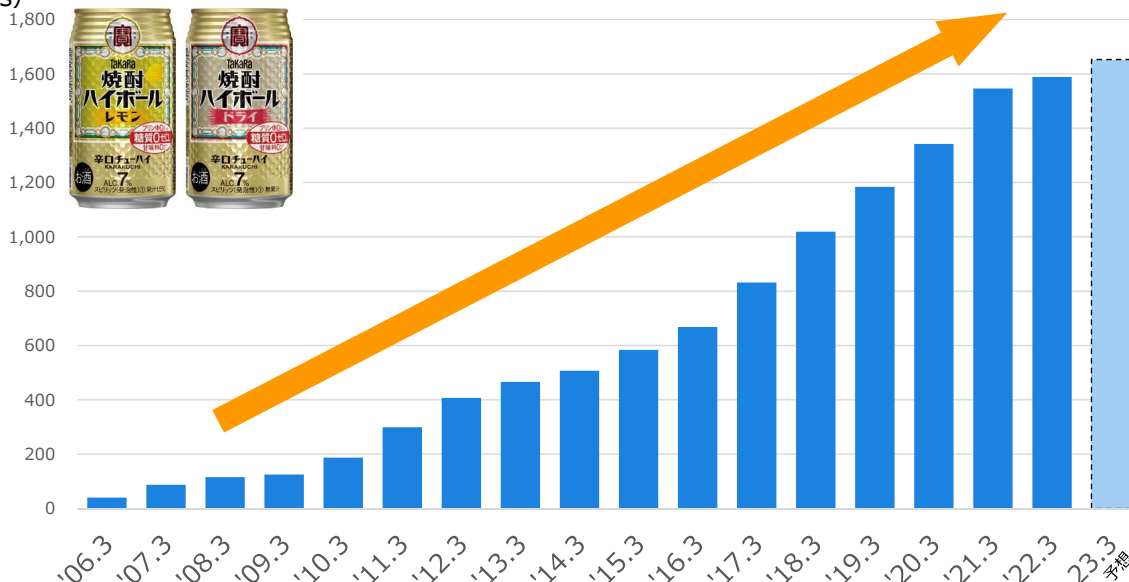
辛口の味わいや糖質ゼロが支持され、タカラ「焼酎ハイボール」は発売以来17年連続で伸長。
KSP-POS※では直近19か月連続 (21年6月~22年12月) でレモン500mlが売上No.1を達成

(スピリッツカテゴリー・全国)

※KSP-SP社が提供する国内最大級の食品POSデータベース

◆タカラ「焼酎ハイボール」販売数量の推移 (350ml×24入り換算)

(万c/s)



2011年に発売しスパークリング日本酒という新たな市場を創造。浅田真央さんをアンバサダーに起用し、情報発信。リニューアルとともに3/14には「霽」<CLEAR>を新発売



松竹梅白壁蔵「霽」 YouTubeチャンネル
「MIO x MAOチャンネル」



松竹梅白壁蔵「霽」 松竹梅白壁蔵「霽」
<CLEAR>

リニューアル

3/14
新発売

新製品

キレのある味わいと飲みごたえが楽しめる辛口ノンアルコールチューハイ「タカラ「辛口ゼロボール」」を新発売。昨年の春に発売した清酒・焼酎の新製品も育成が進む



◇タカラ「辛口ゼロボール」

アルコール分：0.00%
“タカラ「焼酎ハイボール」エキス”を新たに開発し使用。
キレのある辛口の味わいで、しっかりとした飲みごたえと
お酒感を実現したノンアルコール飲料。
2022年10月4日新発売。



◇松竹梅「昇」<生貯蔵酒>

味わいが好評で、新規導入・
配荷拡大が進む。CVSルート
にも進出。好評にこたえて、小
容量壺も発売。



◇全量芋焼酎「ISAINA」

量販ルートでの新規取り扱い
や配荷拡大、さらに大手居酒
屋チェーンへの新規導入が進
む。

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. 宝酒造と宝酒造インターナショナルグループの協業について
5. サステナビリティについて
6. 株主還元について

宝酒造インターナショナルグループの海外事業

海外酒類事業と海外日本食材卸事業の2つの事業を展開

◆海外酒類事業

2023年3月期売上高予想 182億円

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

2023年3月期売上高予想 1,214億円

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



輸出から始まり、海外酒類事業、さらには海外日本食材卸事業と拡大

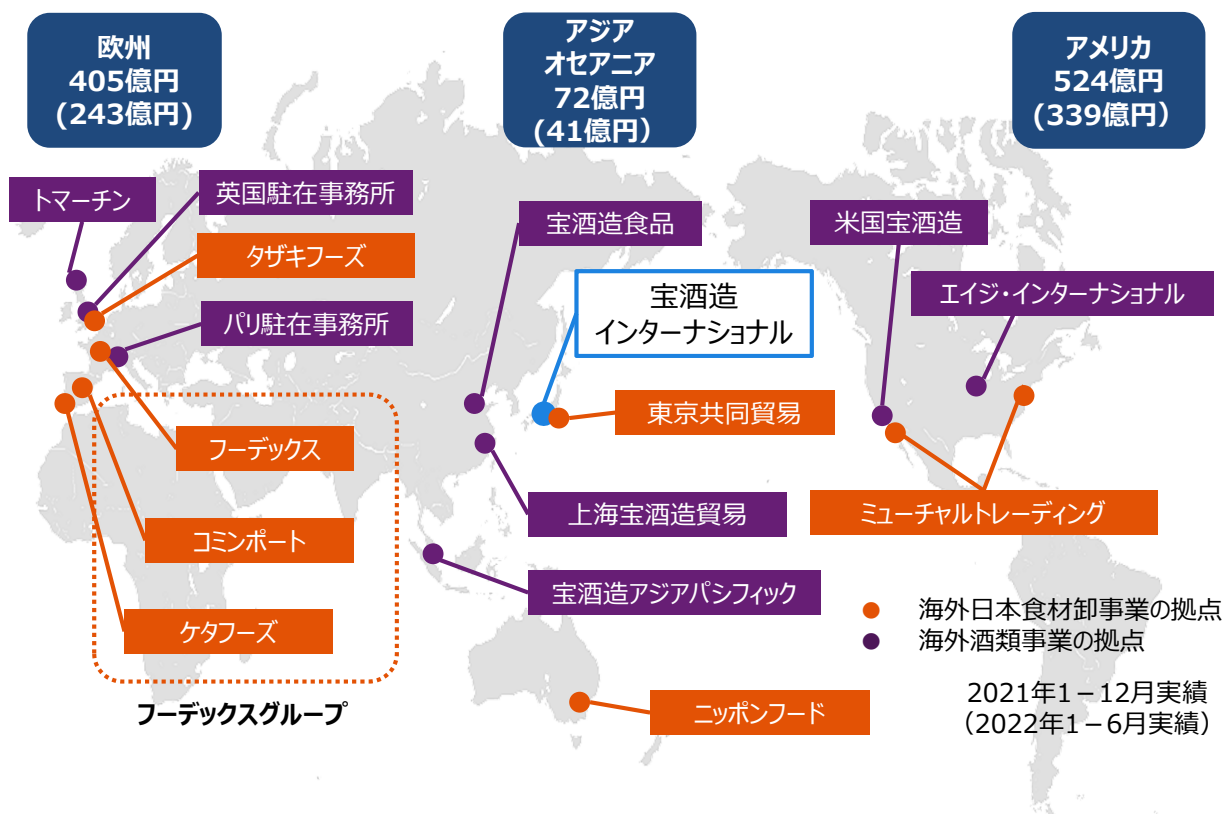
1951	北米向けに清酒「松竹梅」の輸出を開始
1983	米：米国宝酒造設立。清酒「松竹梅」の現地製造・販売を開始
1986	英：トマーチン社を設立。現地メーカーの資産を取得しスコッチウイスキーの製造を開始
1991	米：エイジ・インターナショナル社に資本参加。（その後、株式の追加取得し子会社化）
1995	中：宝酒造食品有限公司を設立
2010	仏：フーデックス社の株式を取得し、連結子会社化。海外日本食材卸事業に参入
2013	英：タザキフーズ社を連結子会社化
2014	西：コミンポート社を連結子会社化
2016	葡：ケタフーズ社を連結子会社化
	米：ミューチャルトレーディング社を連結子会社化
2017	豪：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化し、宝酒造インターナショナル株式会社を設立
2020	日：東京共同貿易株式会社を連結子会社化
2022	英：タザキ・キャッシュ&キャリア社を設立
	西：アマラン社を連結子会社化
	米：ケーシートレーディング社を連結子会社化
2023	米：ヤマショウ社を連結子会社化

海外酒類事業の育成

海外日本食材卸事業の拡大

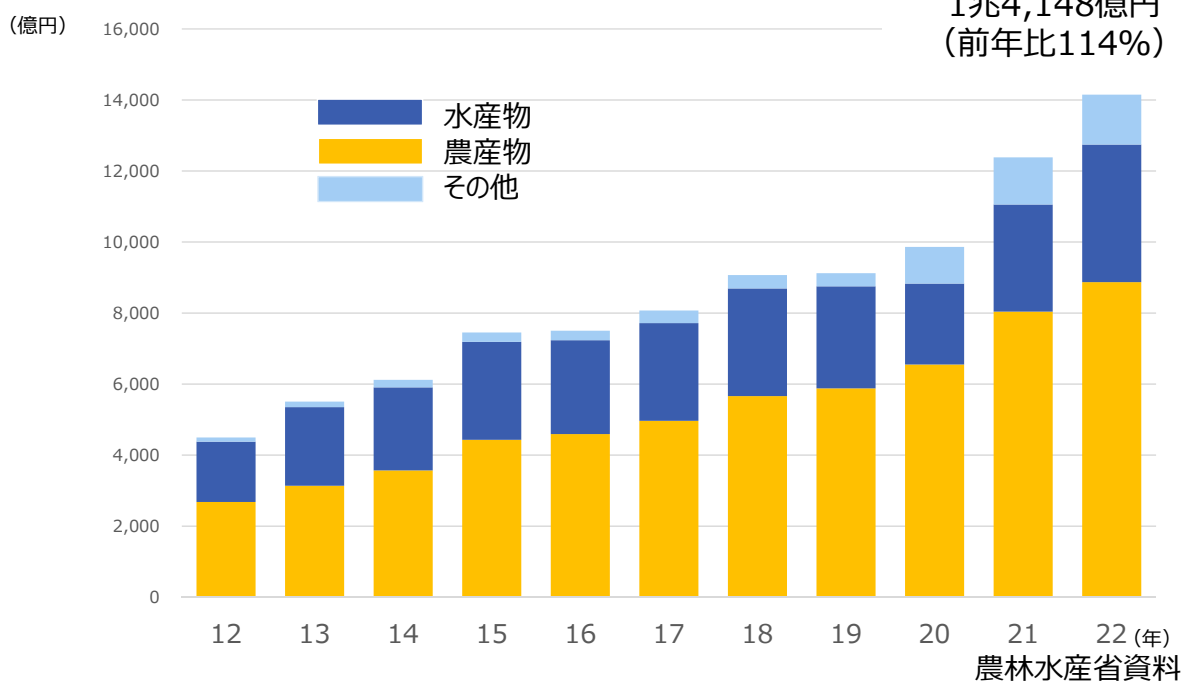
拠点一覧とエリア別売上高

海外酒類事業、海外日本食材卸事業ともグローバルに展開



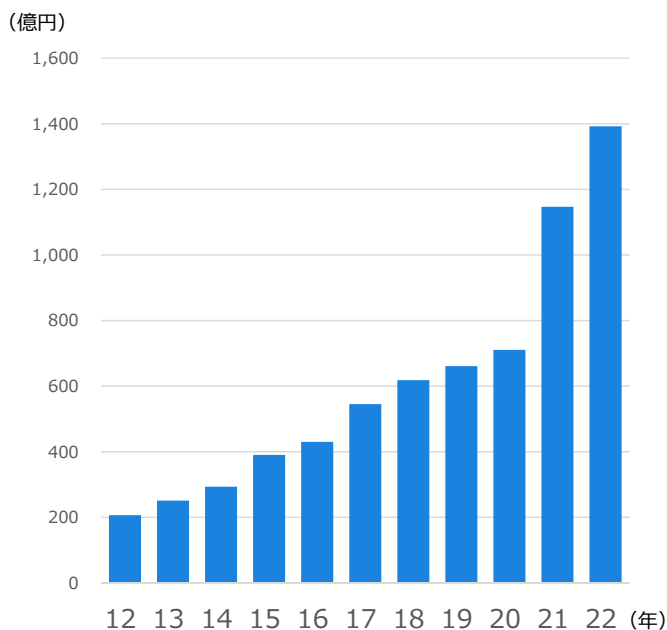
農林水産物・食品の輸出額は年々右肩上がりに増加。2022年も前年比114%と大きく伸長

◆日本の農林水産物・食品の輸出

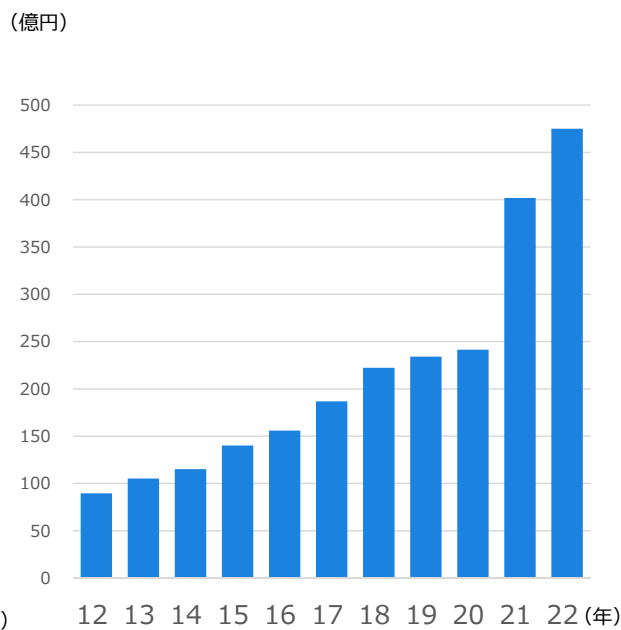


アルコール飲料全般、日本酒も同様に拡大傾向

◆アルコール飲料輸出



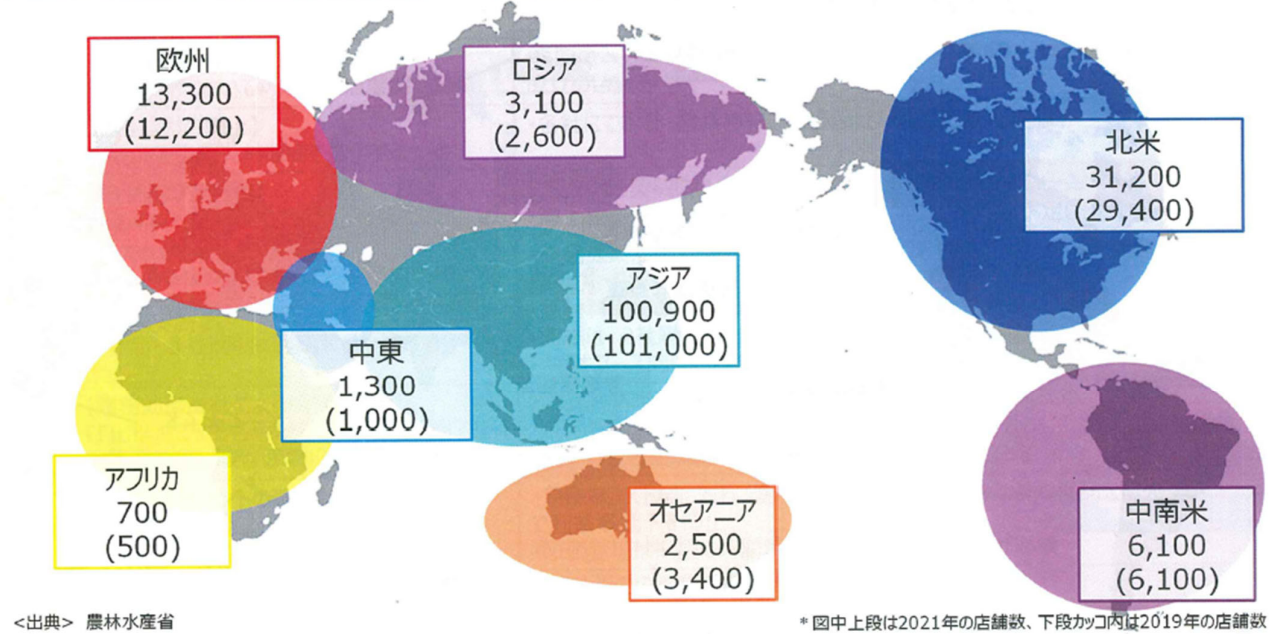
◆日本酒輸出



農林水産省資料

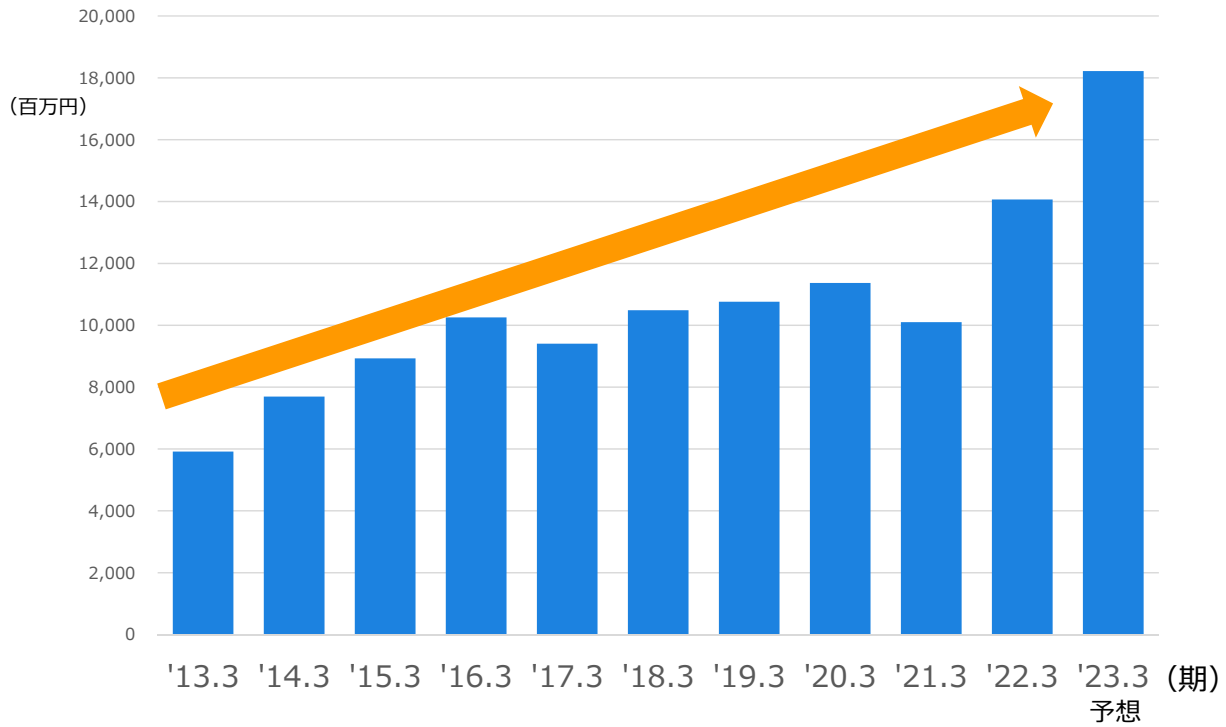
海外における日本食レストラン店舗数は2013年から8年間で約3倍と大きく伸長

<2013年> 約55,000店 → <2015年> 約89,000店 → <2017年> 約118,000店 → <2019年> 約156,000店 → <2021年> 約159,000店



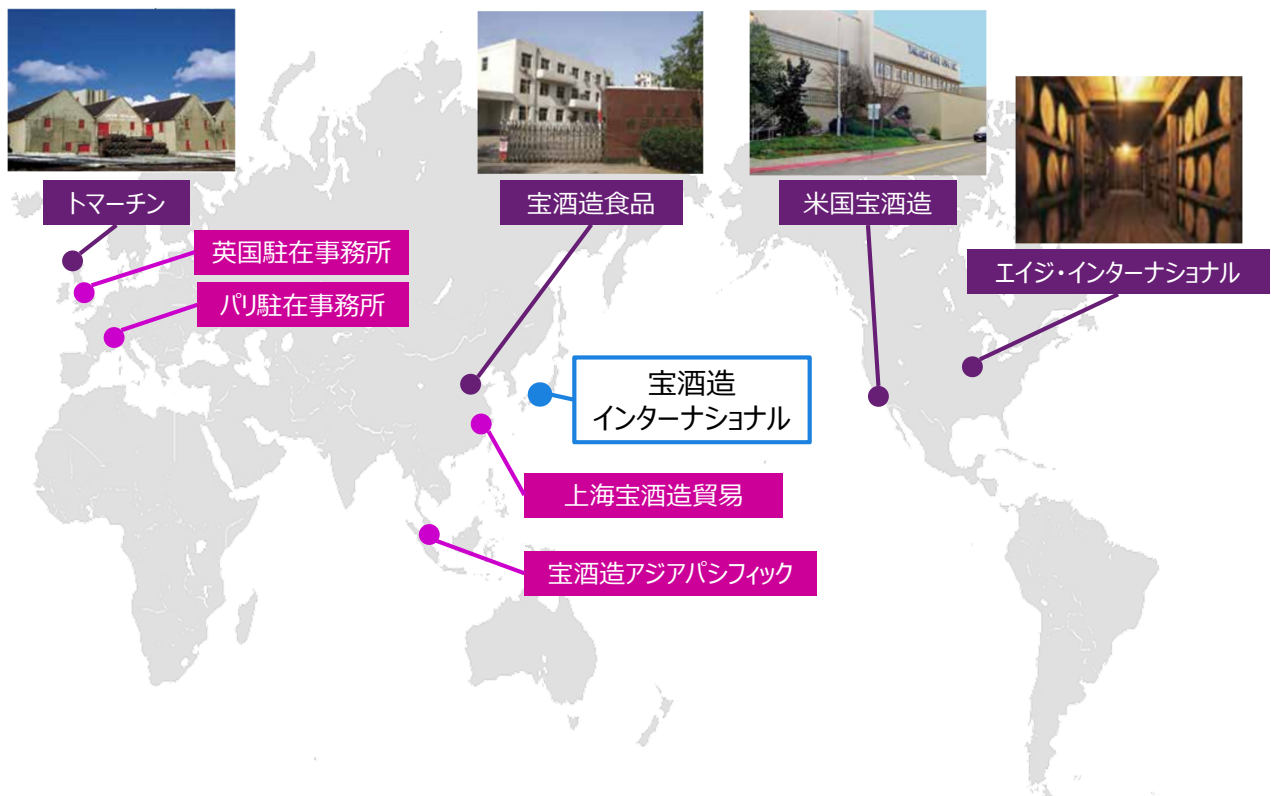
海外酒類事業

海外酒類事業は着実に成長をつづける



※2023年3月期予想は2月9日予想値

米国、中国、英国に拠点をもつ

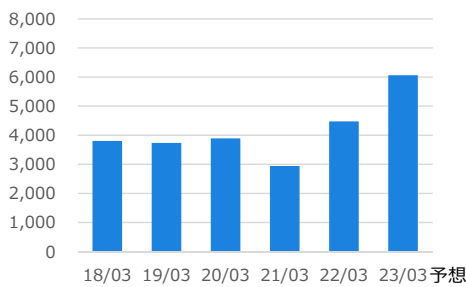


◇米国宝酒造（アメリカ）

1983年の設立以来、米国産の米・水を使った酒造りに取り組む。米国最大の生産量を誇る



◆売上高 (百万円)

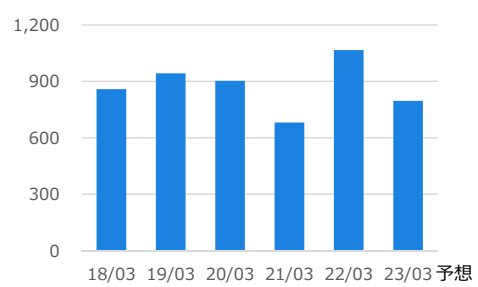


◇宝酒造食品（中国）

1995年設立の中国最大の和酒メーカー。清酒や調味料の製造・販売、日本産酒類の輸入・販売を行っている



◆売上高 (百万円)



※2023年3月期予想は2月9日予想値

海外拠点の和酒製品

米国・中国にて松竹梅をはじめ、清酒、みりん、梅酒などの伝統的な和酒を製造。さらに、現地産ならではの、市場環境やニーズを捉えた新機軸の海外専用商品を開発

◇米国宝酒造（アメリカ）

◇宝酒造食品（中国）

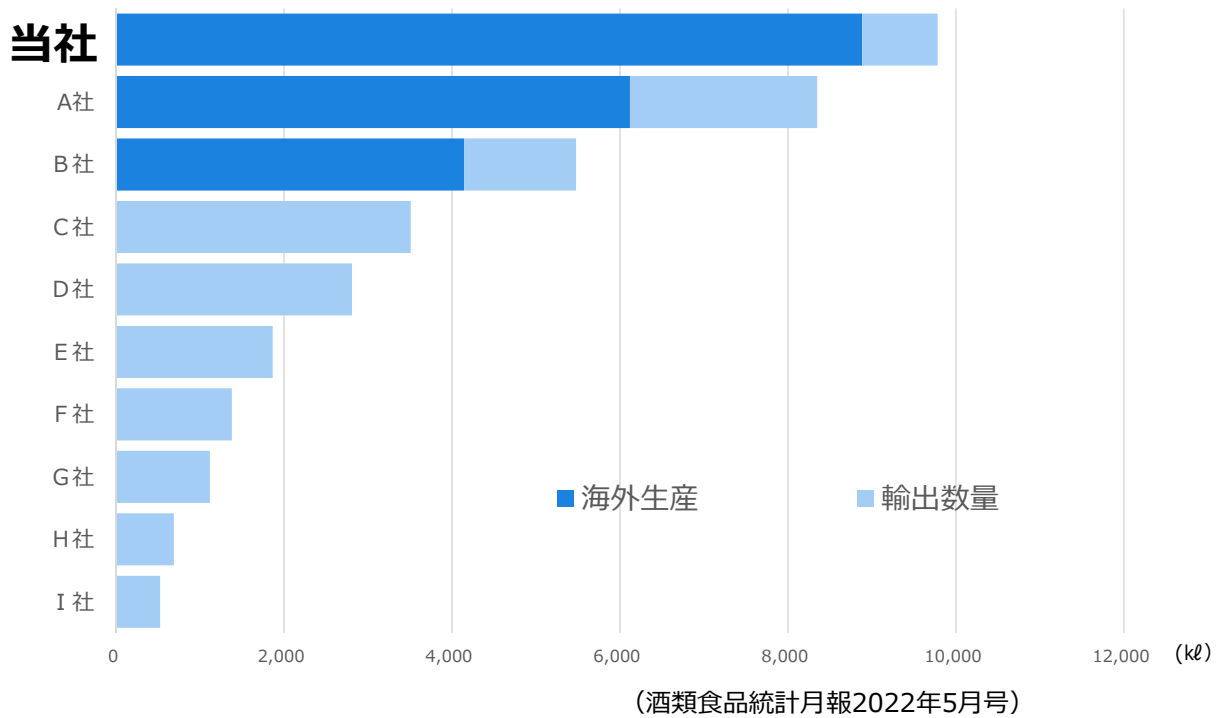


HANA YUKI



海外生産と輸出の合計である海外清酒市場においてナンバーワンの地位

◇主要清酒メーカーの海外生産及び輸出数量（2021年）



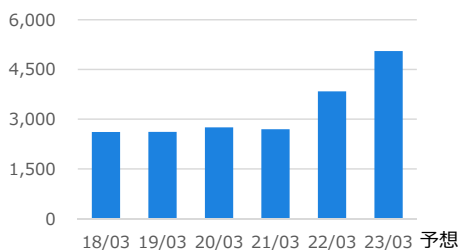
ウイスキーの拠点

◇トマーチン社
(スコットランド)

製造起源は15世紀と古く、蒸留所は1897年に設立。トマーチン村に所在



◆売上高 (百万円)

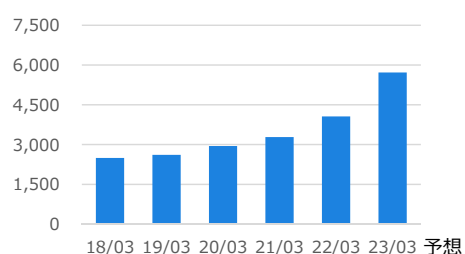


◇エイジ・インターナショナル社
(ケンタッキー)

バーボンの故郷ケンタッキー州の州都フランクフォートに本拠を置き、プレミアムバーボン「ブラントン」を世界に販売



◆売上高 (百万円)



※2023年3月期予想は2月9日予想値

世界的に権威のあるコンペティションにおいて数々の賞を受賞

◇トマーチン社
(スコットランド)

米国最大の国際的コンペティション「サンフランシスコ・ワールド・スピリッツ・コンペティション」(SFWSC)において特別金賞を受賞。
さらに、「ハイルンズ・アンド・アイランズ・フード・ドリンク・アワード」にてベストウイスキー賞を受賞



トマーチン ク・ボカン

◇エイジ・インターナショナル社
(ケンタッキー)

英国の権威ある品評会「インターナショナル・ワイン・アンド・スピリッツ・コンペティション」(IWSC)において特別金賞を受賞



ブラントン・ストレート・フロム・ザ・バレル

2022年12月にシングルモルトジャパニーズウイスキー「白河1958」を宝酒造オンラインショップで受注開始し、即日完売

◇シングルモルトジャパニーズウイスキー
「白河1958」

宝酒造オンラインショップにて70本限定発売

化粧箱入り1本420万円(税抜き)

「白河1958」は、2003年に閉鎖された宝酒造白河工場にて、1958年に蒸留された希少なジャパニーズウイスキー。なめらかな口当たりとオーク樽由来の複雑な芳香が特長。
宝グループでウイスキーの製造・販売を行う英国トマーチン社が、2022年9月、全世界向けに1,500本限定で販売を開始

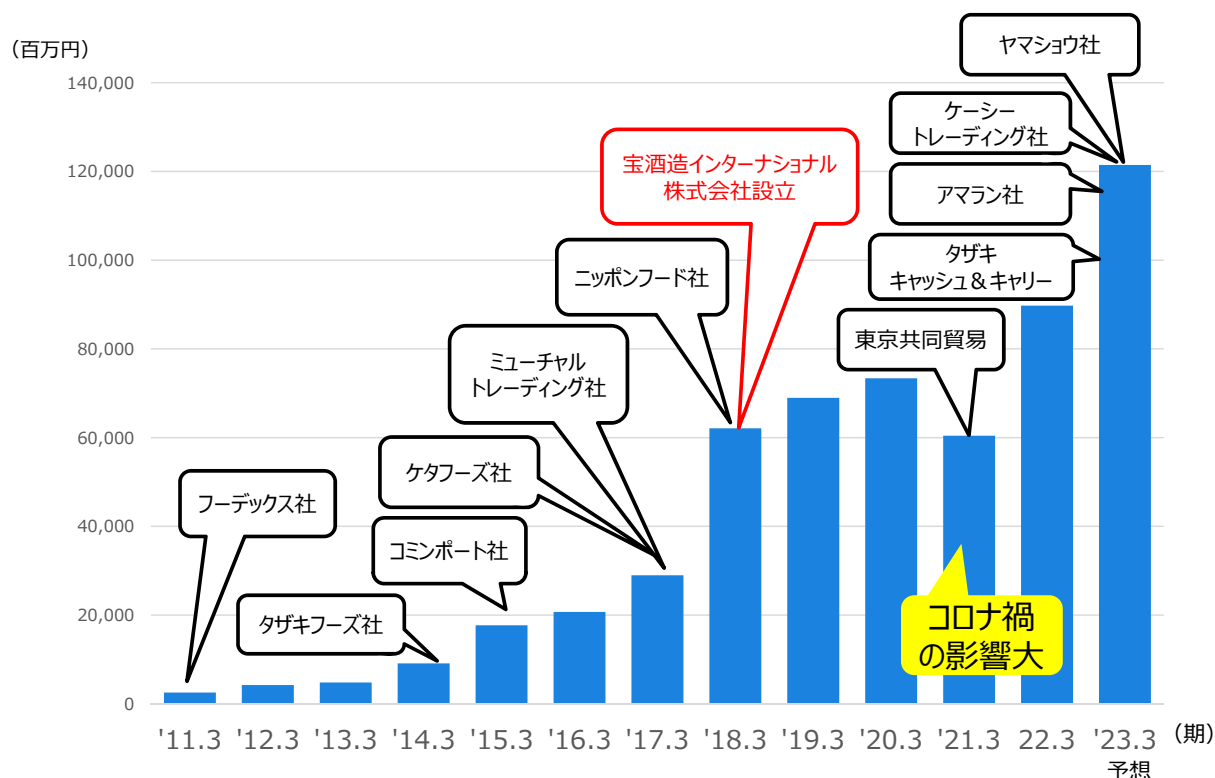


「白河1958」

海外日本食材卸事業

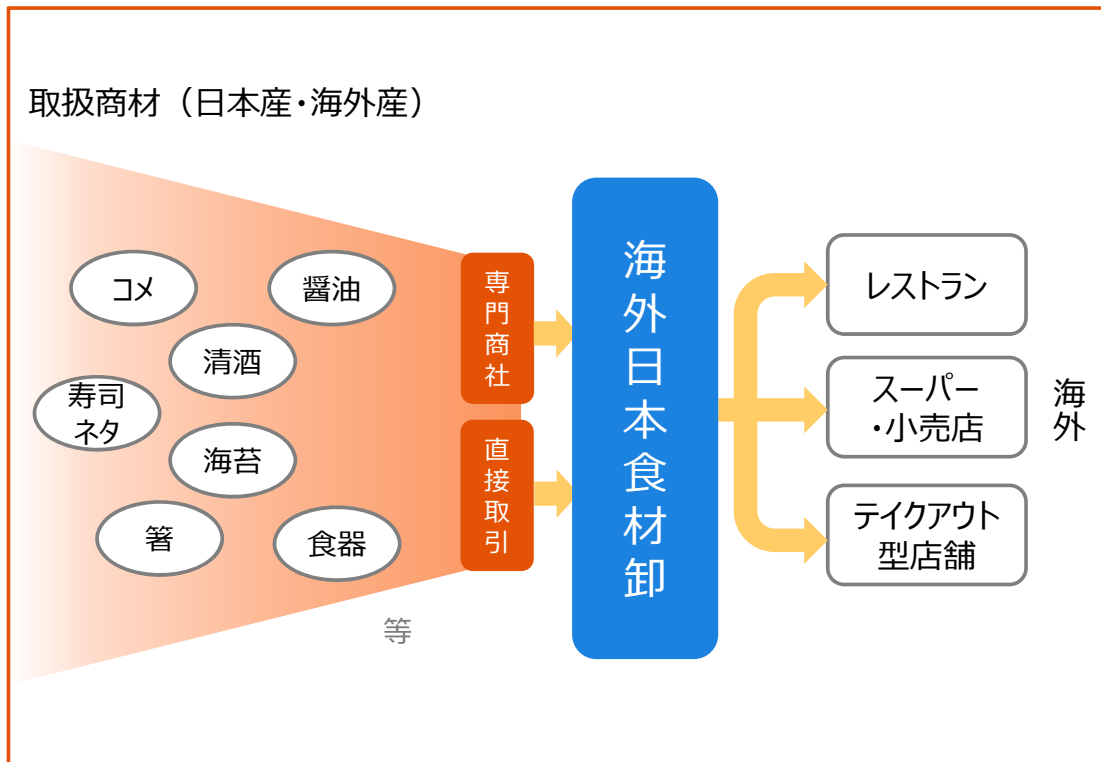
海外日本食材卸事業の売上高推移

2011年3月期の参入以来、世界的ネットワークを構築し、急成長

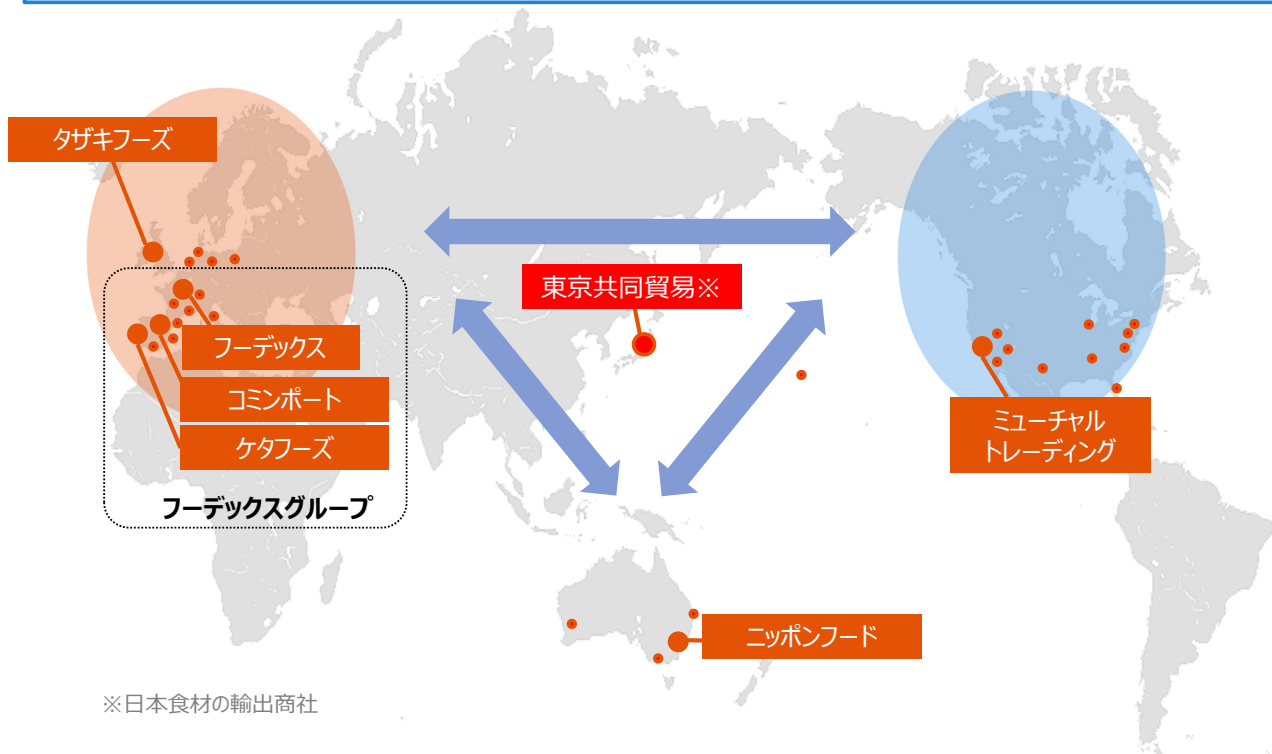


※2023年3月期予想は2月9日予想値

専門商社ルートや直接取引により海外日本食材卸が輸入。現地のレストランやスーパーへ販売



米国、欧州、豪州と世界に広がるネットワークを活用して、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、シナジーを創出できることが強み。東京共同貿易をグループ化したことで、よりシナジーを発揮しやすい体制に



◇ミューチャルトレーディング社（米国）

1926年設立。全米11州12拠点で展開する米国における日本食材卸会社のパイオニア



◇フーデックス社（フランス）

1992年設立の欧州最大の日本食材卸会社で欧州9カ国で展開



◇タザキフーズ社（英国）

英国における日本食材卸会社のパイオニア。自社ブランド商品「Yutaka」は29カ国以上に輸出



◇ニッポンフード社（オーストラリア）

全豪で事業を展開する有数の日本食材卸会社。シドニーをはじめ4支店で展開



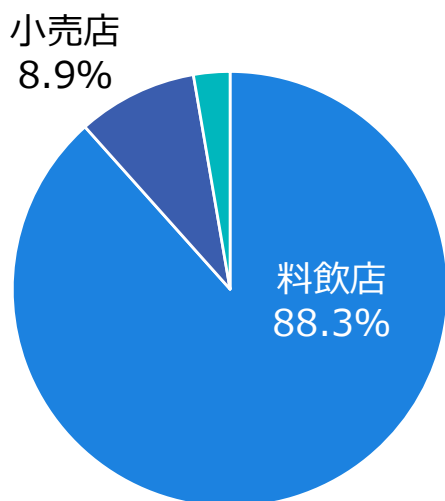
料飲店への酒類提案力

差異化された供給力

幅広い品揃え

宝グループは酒類の製造・販売からスタートしており、酒類販売におけるノウハウや幅広い品揃えがあり、得意先の料飲店比率が高い

◆宝酒造インターナショナルグループ業態別構成比



2022年1-12月実績（金額ベース）



料飲店から発信され海外で急成長する「滞」

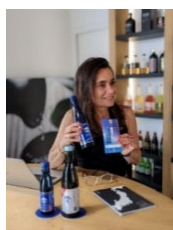
和酒専門ソムリエによる提案やテイスティングセミナーの開催等、和酒に関する高い提案力をもつ。ミュチャルトレーディング社は米国清酒市場No.1の売上

タザキフーズ



和酒専門ソムリエ

フーデックス



和酒テイスティングルーム



ミュチャルトレーディング



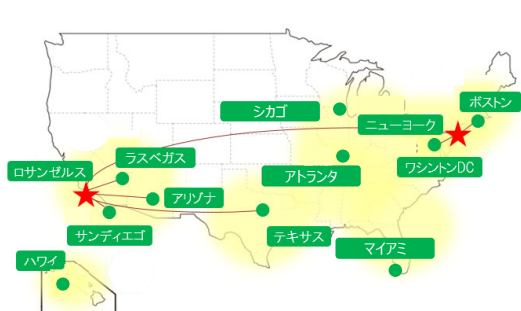
ショールームの地酒コーナー



テイスティング・セミナー



北米・欧州に広がるネットワーク。配送頻度が高くきめ細やかなサービスが特徴



ミュージャルトレーディング社のLA本社ではトラック69台を保有し、高いデリバリー力をもつ



タザキフーズ社では、26台のトラックで配送頻度が高く、きめの細かいサービスが特徴。

ミュージャルトレーディング社では、「生より新鮮」(Fresher Than Fresh) を目指して超低温冷凍魚の商品開発を行う。より鮮度の高い魚を米国市場に提供



超低温冷凍で鮮度が保たれているまぐろ

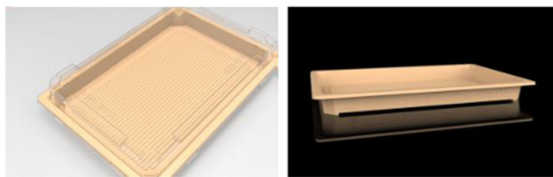


ロサンゼルス本社の超低温冷凍倉庫

お米、調味料、ラーメンなどの加工品、魚介類や肉類に加え、皿やテイクアウト容器など幅広い品揃え



サステナビリティに配慮した容器やヴィーガン、アレルギー対応商品の販売



再生プラスチック素材の容器



大豆を使用した
ランチョンミート



ヴィーガン、アレルギー対応商品の品揃え



こんにゃくを使用した
おさしみ

積極的なネットワークの拡充

販売チャネルの多角化

① 英国・タザキ・キャッシュ&キャリー

46

イギリスのタザキフーズ社が子会社としてタザキ・キャッシュ&キャリーを設立。小規模レストラン需要を取り込むとともに、小売業態への新たな事業を展開（2022年8月）



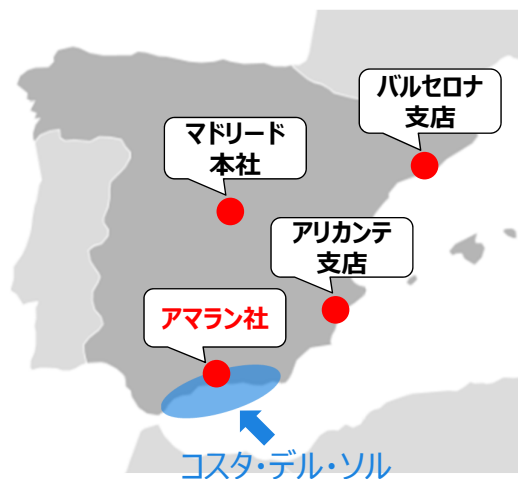
タザキ・キャッシュ&キャリー社



スペインのコミンポート社がアマラン社の発行済株式100%を取得。世界的なリゾート地のコスタ・デル・ソル地区をはじめとするアンダルシア地方をカバーし、スペイン全土の日本食市場を網羅（2022年10月）

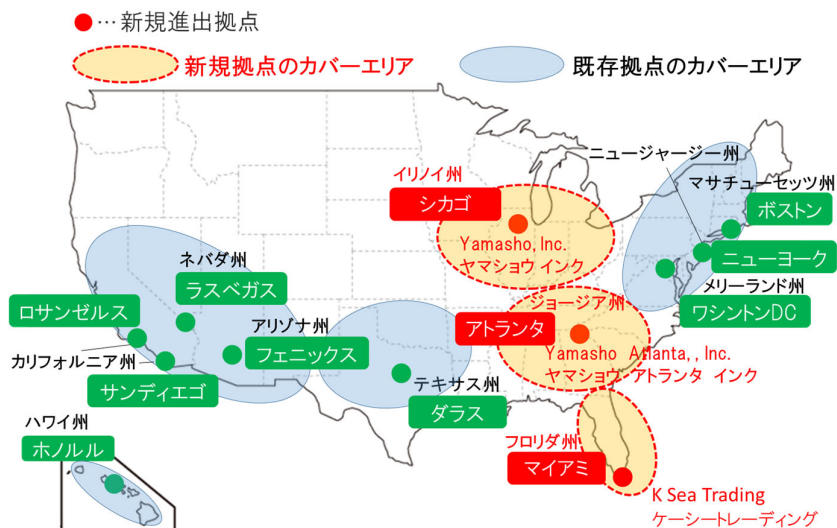


アマラン社



スペイン・コミンポート社の拠点

米国のミュチャルトレーディング社により「ヤマショウ社」および「ケーシートレーディング社」の発行済株式100%を取得。シカゴ、アトランタ、マイアミといった米国の中西部及び南部の市場をカバー（2022年12月：ケーシートレーディング社、2023年1月：ヤマショウ社）



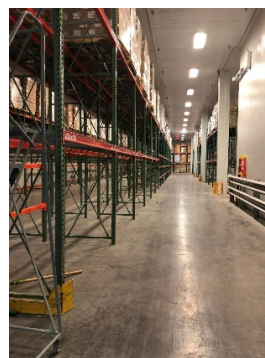
ミュチャルトレーディング社の拠点

ニッポンフードの発行済株式の49%を追加取得し100%子会社化。同社の成長の加速と経営の安定化をはかる
(2022年9月)

ミューチャルトレーディング社、フーデックス社をはじめ各社の倉庫や冷凍・冷蔵設備を増強し、物流力を強化



オーストラリア・ニッポンフード社



ミューチャルトレーディング社
米国・ニューヨーク倉庫



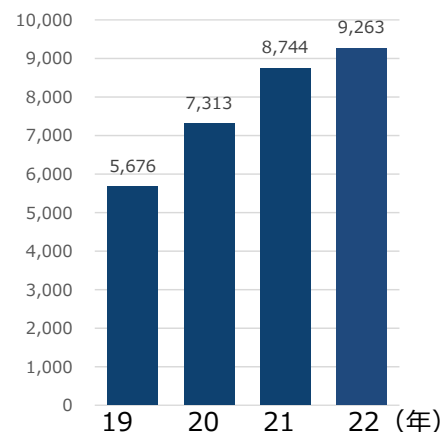
フーデックス社フランス・ブルージュ冷凍冷蔵庫

販売チャネルの多角化

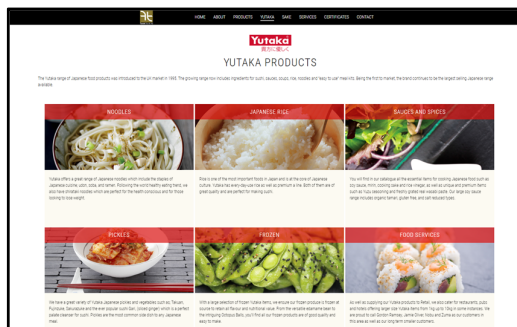
従来の料飲店だけでなく、一般のスーパーやネット販売等の販売チャネルの多角化が進む

■ 海外日本食材卸事業の小売店向け売上高推移

(百万円)



イギリスのスーパー



イギリス・タザキフーズのネット販売サイト

コロナ禍の影響を受けて、テイクアウトやネット販売など新しい販売チャネルが急増するなかで、日本食に注目が集まる。ポケ丼等の和の素材を使った料理が人気に



ポケ丼

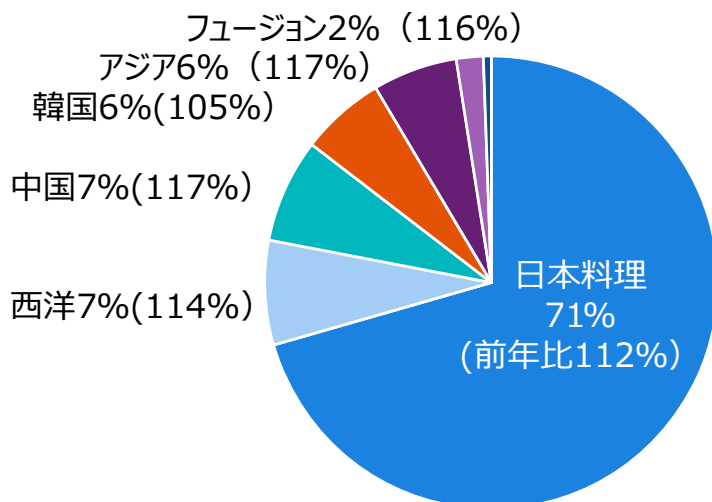


寿司プリト

取引料飲店構成比

日本食材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の広がりが進む

◆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

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. 宝酒造と宝酒造インターナショナルグループの協業について**
5. サステナビリティについて
6. 株主還元について

宝酒造×宝酒造インターナショナルグループの協業

54

和酒・日本食文化の広がりなかで、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

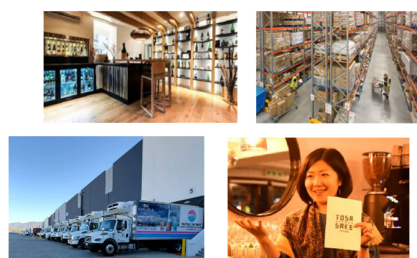
宝酒造株式会社

宝酒造インターナショナル株式会社

商品開発力
技術力 育成力



展開力
提案力 物流力



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。松竹梅白壁蔵「霽」は世界42カ国で販売され好調な輸出実績を示す。「至宝」「Kaori」等の輸出専用商品を発売

◇スパークリング日本酒「霽」を42カ国で販売 (日本除く)



※海外専用商品



<米国向け>

2022年8月発売

<欧州向け>

2022年9月発売



松竹梅白壁蔵「至宝」
<純米大吟醸>
精米20%袋吊り



松竹梅「Kaori」

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考案していく。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

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

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

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

アジア・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



WAKAZE社への出資および協業を通じて、従来の強みである「伝統的な和酒」づくりの領域に、WAKAZE社の得意とする「イノベティブなSAKE」づくりの領域を組み合わせ、和酒の新たな魅力や価値の創造を目指す。宝グループの海外日本食材卸ネットワークを活かして販路を拡大することで、世界でのさらなる和酒の浸透を図る。



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. 宝酒造と宝酒造インターナショナルグループの協業について
5. サステナビリティについて
6. 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」



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

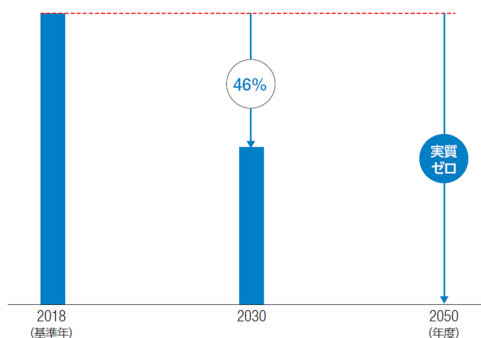


主な取り組み事例 (CO2 排出量削減)

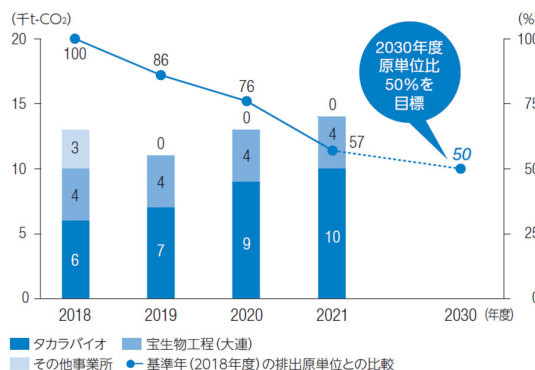
CO2排出量削減目標を設定、達成に向けたロードマップを策定

2030年度	<ul style="list-style-type: none"> 宝酒造・宝酒造インターナショナルグループの生産拠点におけるCO2排出量を2018年度対比で46%削減 タカラバイオグループのCO2排出原単位 (売上高当たりのCO2排出量) を2018年度比で50%削減
2050年度	<ul style="list-style-type: none"> グループ全体でCO2 排出量を実質ゼロ

○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排出量目標 ※Scope1,Scope2



○タカラバイオグループの排出原単位目標 ※Scope1,Scope2



主な削減施策計画・・・ガスボイラー活用、太陽光パネル採用、CO2フリー電力購入 等

気候変動がグループに与える影響やリスク・機会について、TCFDフレームワークに基づき開示

◆宝ホールディングス

TCFDフレームワークに基づく開示

気候変動が本グループに与える影響やリスク・機会について、TCFDフレームワークに基づき開示しています。

TCFDフレームワークに基づく開示

本グループは、気候変動が本グループに与える影響やリスク・機会について、TCFDフレームワークに基づき開示しています。

TCFDフレームワークに基づく開示

本グループは、気候変動が本グループに与える影響やリスク・機会について、TCFDフレームワークに基づき開示しています。

TCFDフレームワークに基づく開示

本グループは、気候変動が本グループに与える影響やリスク・機会について、TCFDフレームワークに基づき開示しています。

◆タカラバイオ

TCFDフレームワークに基づく開示

気候変動が本グループに与える影響やリスク・機会について、TCFDフレームワークに基づき開示しています。

TCFDフレームワークに基づく開示

本グループは、気候変動が本グループに与える影響やリスク・機会について、TCFDフレームワークに基づき開示しています。

TCFDフレームワークに基づく開示

本グループは、気候変動が本グループに与える影響やリスク・機会について、TCFDフレームワークに基づき開示しています。

TCFDフレームワークに基づく開示

本グループは、気候変動が本グループに与える影響やリスク・機会について、TCFDフレームワークに基づき開示しています。

主な取り組み事例（純アルコール量表示）

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



0g/長塩担ヨ黒ロ
プリン体 0mg
純アルコール量:20g
(350ml当たり)

焼酎ハイボールに
純アルコール量の表示
(2021年11月～)



プリン体 0mg
アルコール分 7%
純アルコール量: 20g
(350ml当たり)
※1 100mlあたり4.7g/15ml

寶「丸おろし」シリーズに
純アルコール量の表示
(2022年3月～)

農業問題を解決しようとする産地を応援し、果実の未利用部位を出さない「まるごと製法」でつくった「京檸檬サワー」を販売



※完売のため販売終了



耕作放棄地を使ったレモン栽培



売上の一部から苗木購入費用を寄付

ヴィーガン、オーガニックやグルテンフリー等の商品の開発（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

英国のトマーチン社がIcons of Whisky Awards 2023において、地球温暖化に対する取り組みが評価され「サステナブル・ディスティラリー・オブ・ザ・イヤー」に選定される



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



フードエクス（フランス）



タザキフーズ（イギリス）

◆ 日本酒テイasting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）

本日の内容

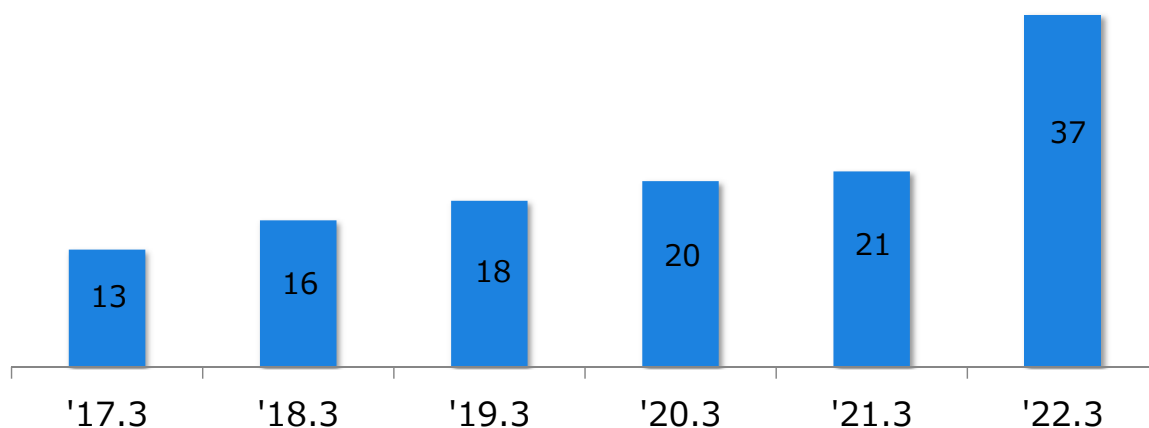
1. 宝グループの概要
2. 国内事業について
3. 海外事業について
4. 宝酒造と宝酒造インターナショナルグループの協業について
5. サステナビリティについて
6. **株主還元について**

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

1株当たり配当金の推移（円）



（2023年3月期配当予想：34円）

◆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2022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

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

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

笑顔で繋がる豊かな暮らしを

～Smiles in Life～

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