Clear Strategy, Steady Expansion

2012年2月27日

宝ホールディングス株式会社

代表取締役副社長

大宮　正

事業構造

宝ホールディングス株式会社

持株比率: 100%

宝酒造株式会社

子会社21社

酒類・調味料事業

◆国内酒類事業
◆調味料・酒精事業 (B-to-B)
◆海外酒類事業、
日本食材卸事業

宝酒造グループ

持株比率: 70.8%

タカラバイオ株式会社
[東証マザーズ: 4974]

子会社10社

バイオ事業

◆遺伝子工学研究事業
◆医食品バイオ事業
◆遺伝子医療事業

タカラバイオグループ

持株比率: 100%

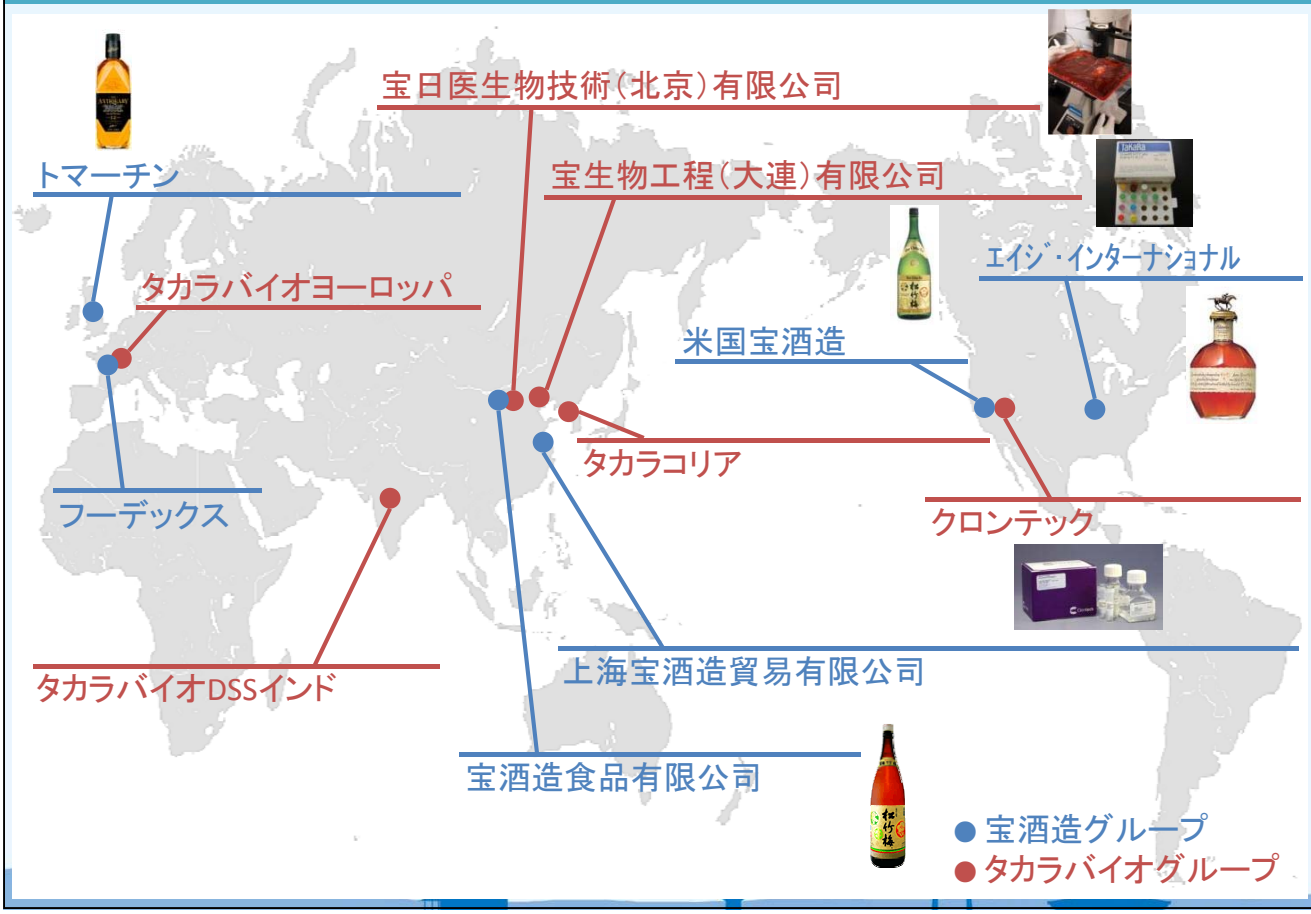
宝ヘルスケア株式会社

健康食品事業

宝ヘルスケア

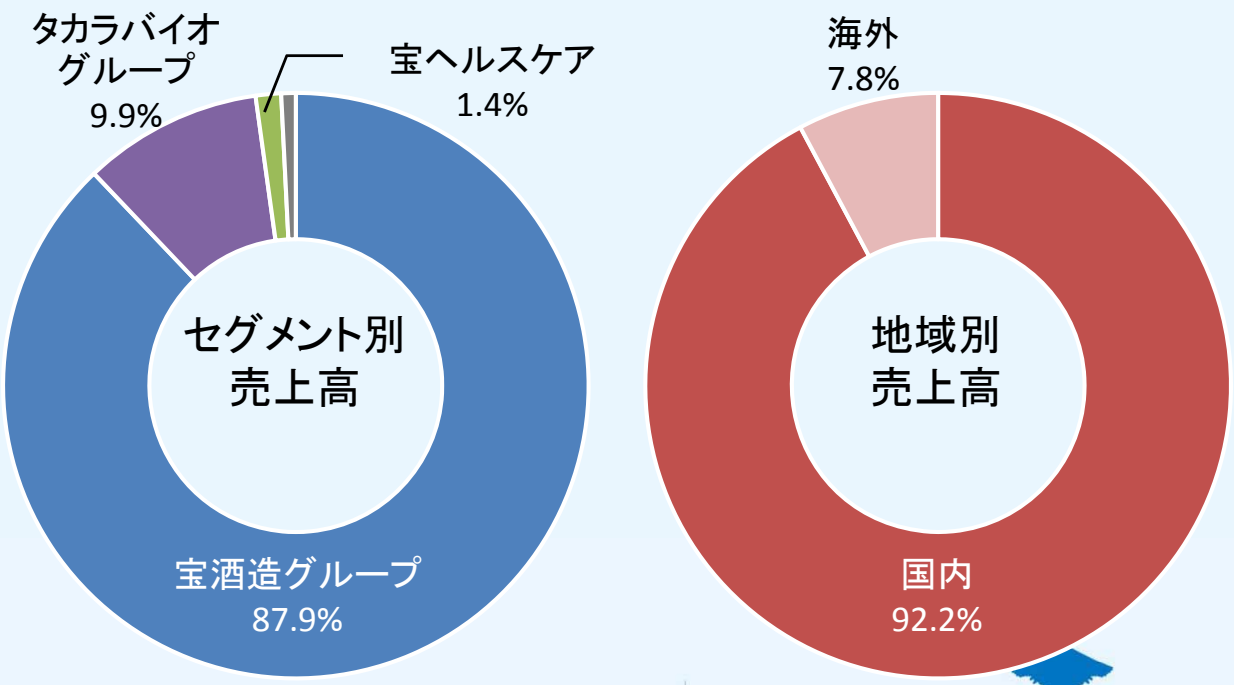
その他子会社3社

主な海外子会社



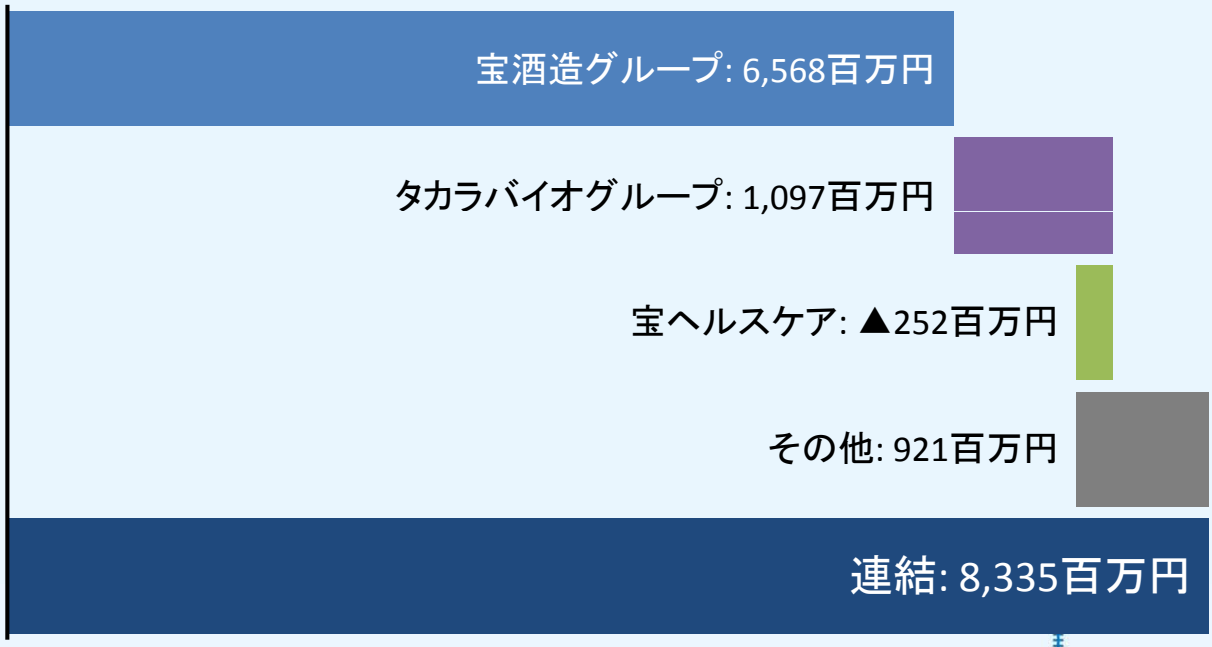
連結売上高

■ 連結売上高: 189,769百万円 (2011年3月期)

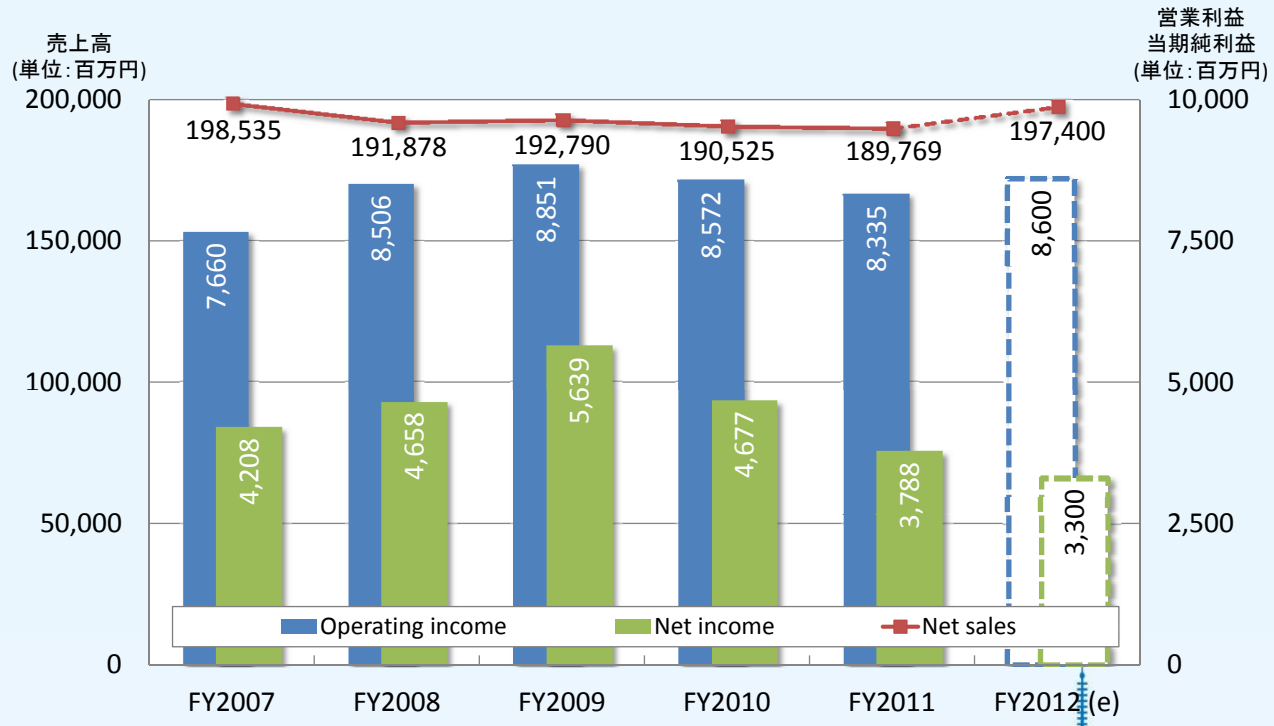


連結営業利益

■ 連結営業利益: 8,335百万円 (2011年3月期)



業績推移

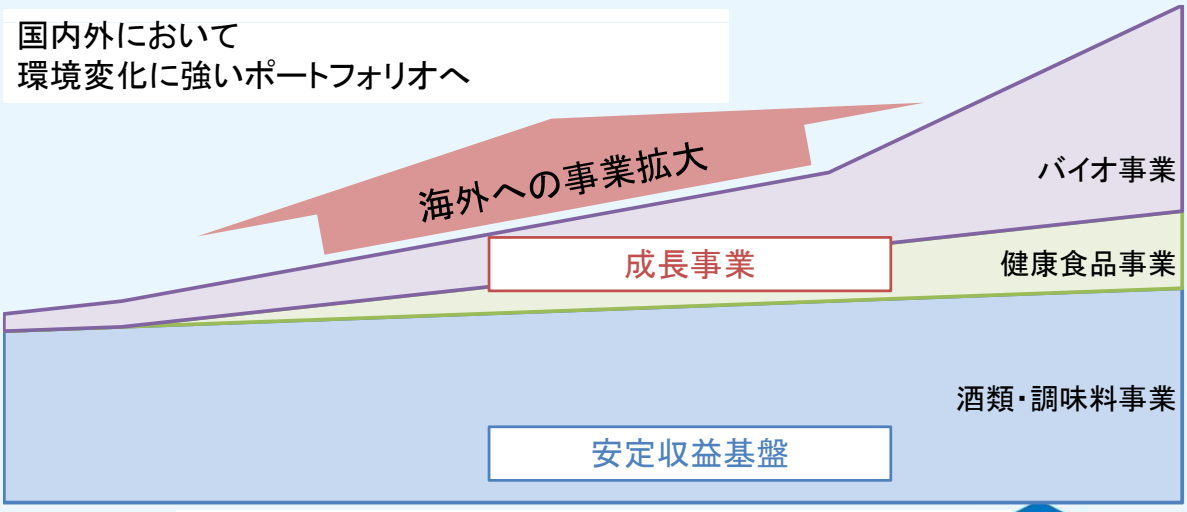


TaKaRaグループ・ビジョン2020 (長期経営ビジョン)

■ 経営目標

(2011年4月より10年間)

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。



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

中期経営計画2013

■ 基本方針

(2012年3月期~2014年3月期)

「TaKaRaグループ・ビジョン2020」の実現に向けて、国内での安定成長を実現するとともに、海外で大きく成長するための事業基盤を拡大する。

■ 事業の位置付けと事業方針

基盤事業	●国内酒類事業	中核事業として収益力の強化に取り組み、グループの成長を支える。
成長事業	●海外酒類事業、日本食材卸事業 ●調味料・酒精事業 ●遺伝子工学研究事業	成長が見込まれる市場で、積極的に事業拡大を図り、グループ全体の成長を牽引する。
育成事業	●健康食品事業 ●遺伝子医療事業	成長が見込まれる市場で、次期の成長事業化を目指し、事業基盤の確立に取り組む。

中期経営計画2013

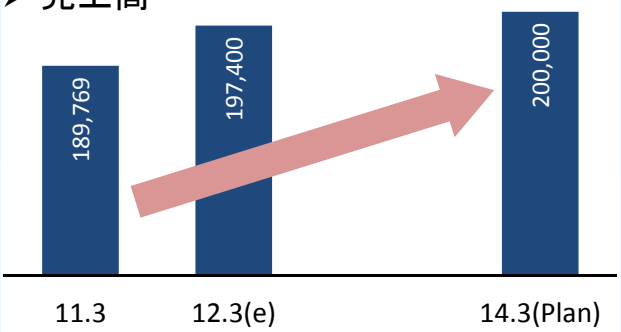
■ 定量目標

(2012年3月期~2014年3月期)

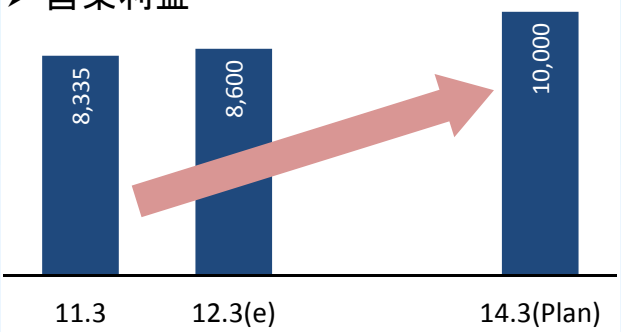
	売上高	営業利益	海外売上高比率	成長事業＋育成事業 売上高比率
2014年 3月期	2,000 億円以上	100 億円以上	10% 以上	25% 以上
2011年3月期比	5.4%増	20.0%増	+2.2%	+4.0%

(単位：百万円)

➢ 売上高



➢ 営業利益



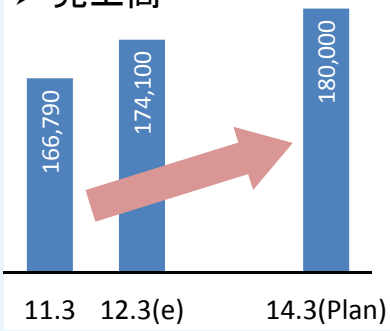
中期経営計画2013

■ セグメント別　定量目標

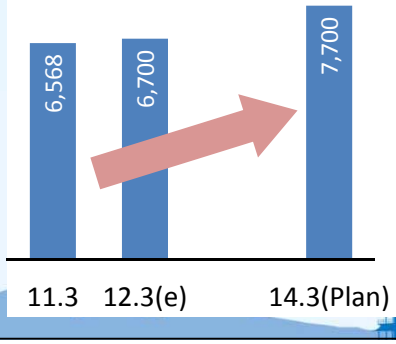
(単位：百万円)

宝酒造グループ

➢ 売上高

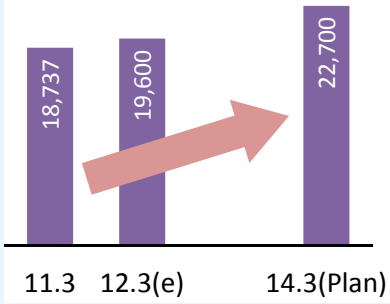


➢ 営業利益

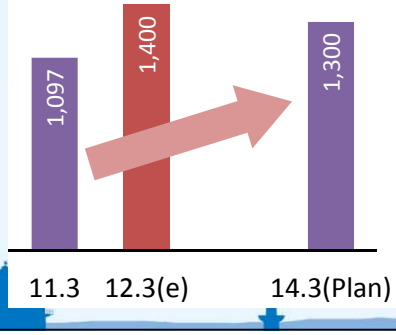


タカラバイオグループ

➢ 売上高

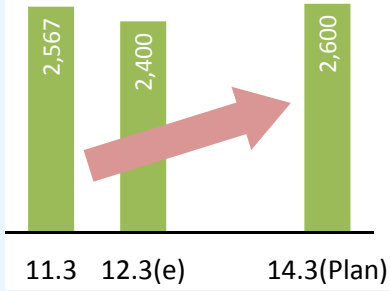


➢ 営業利益

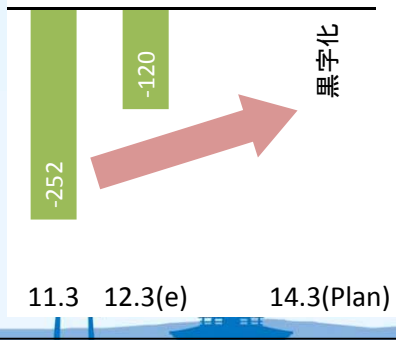


宝ヘルスケア

➢ 売上高



➢ 営業利益



中期経営計画2013

■ 財務方針

(2012年3月期~2014年3月期)

健全な財務体質を維持しながら、
成長・育成事業への投資と、積極的な株主還元を実施し、
ROE（自己資本利益率）の向上を目指す。

資源配分	成長事業と育成事業へ資源を優先配分し、 成長を加速させる。
株主還元	配当と自己株式取得を合わせ、 株主還元50%以上を実施する。
資本効率	利益成長および株主還元を通じ、 ROE（自己資本利益率）の向上を目指す。

株主還元

配当と自己株式取得を合わせ、株主還元 **50%** 以上
を実施する。

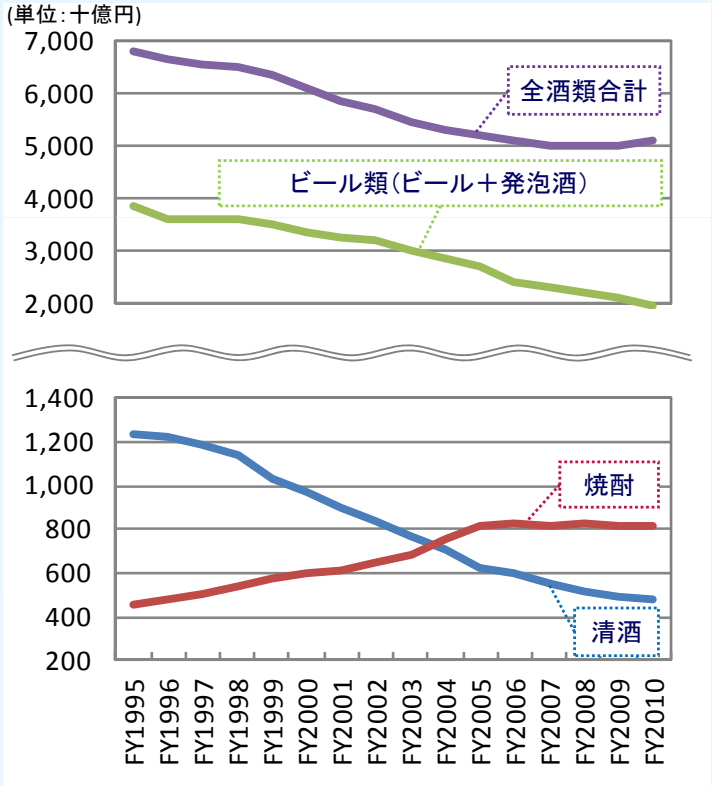
* 株主還元性向 = (配当総額 + 自己株式取得額) / みなし連結当期純利益**
**みなし連結当期純利益 = (連結経常利益 – 受取利息・配当金 + 支払利息) x (1 – 法定実効税率)

宝酒造グループ

- 国内酒類事業
- 調味料・酒精事業 (B-to-B)
- 海外酒類事業、
  日本食材卸事業

国内酒類市場環境

■ 酒類消費金額の推移



出所：酒販ニュース（醸造産業新聞社）

➢ 国内市場シェア

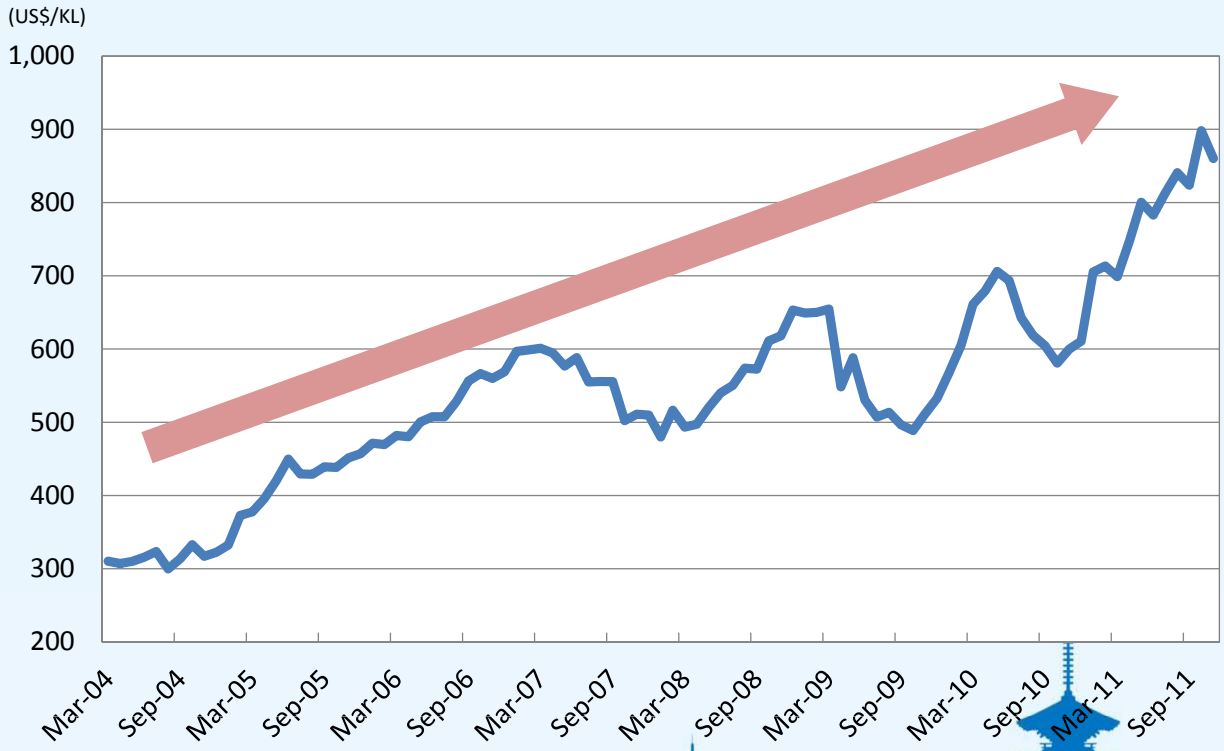
(CY2010)

カテゴリー	国内市場シェア	順位
焼酎	13.8%	1位
甲類	28.3%	1位
清酒	7.8%	3位
贈答用（一升壜）		1位
ソフトアルコール飲料	11.3%	4位
みりん（一種）	53.1%	1位

出所：　日刊醸造産業速報、酒類食品統計月報（日韓経済通信社）、宝酒造販売実績

原材料価格の高騰

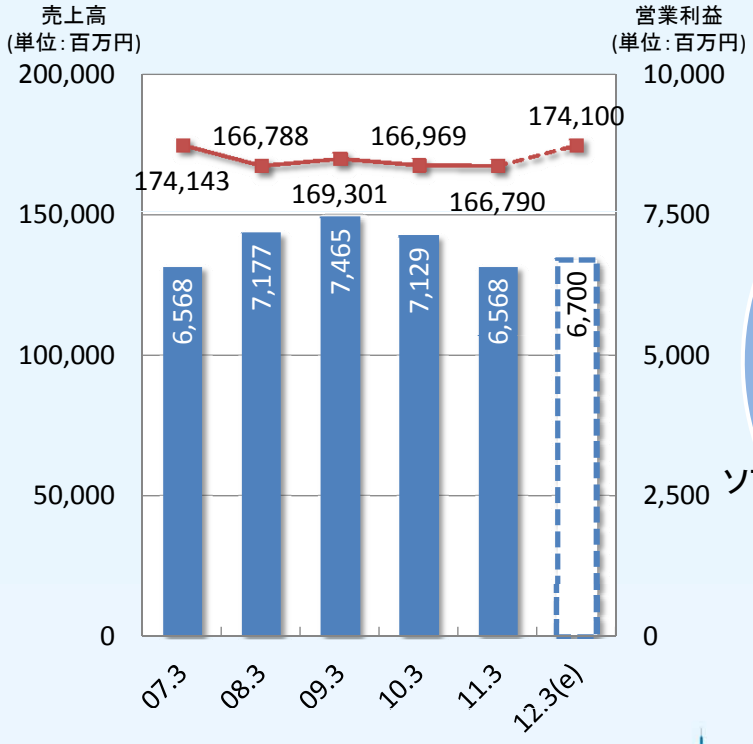
■ 粗留アルコールCIF価格

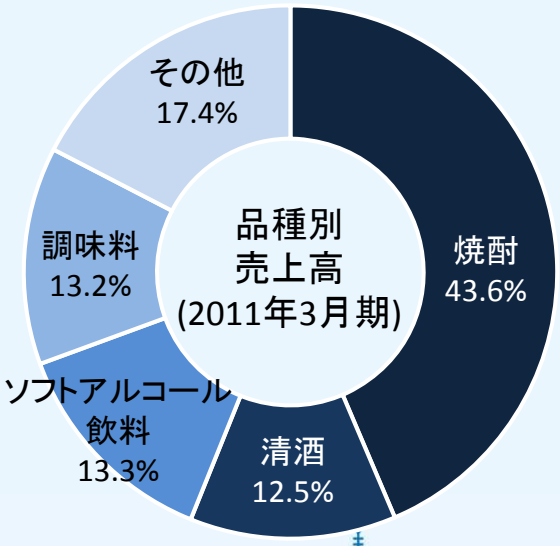


出所：財務省貿易統計

業績 (宝酒造グループ)

■ 安定的な業績を維持





国内酒類事業

■ 事業戦略の見取り図

新商品の開発

<u>差別化品質を持った</u>
<u>オリジナリティある新商品の開発</u>

- ✓ 新商品の開発スピードを上げ、売上を拡大
- ✓ 消費行動の変化に対応し、新たな需要層を獲得

ブランドの育成

<u>こだわりゾーンと</u>
<u>スタンダードゾーンの双方で</u>
<u>多数の強いブランドを育成</u>

- ✓ こだわりゾーン
  全量芋焼酎「一刻者」,
  本格麦焼酎「知心剣」,
  松竹梅「白壁蔵」<生酛純米>,
  など
- ✓ スタンダードゾーン
  極上<宝焼酎>,
  焼酎ハイボール,
  松竹梅「豪快」,
  など

収益力の強化

<u>利益マネジメントの強化と、業務効率化の推進</u>

調味料・酒精事業 (B-to-B)

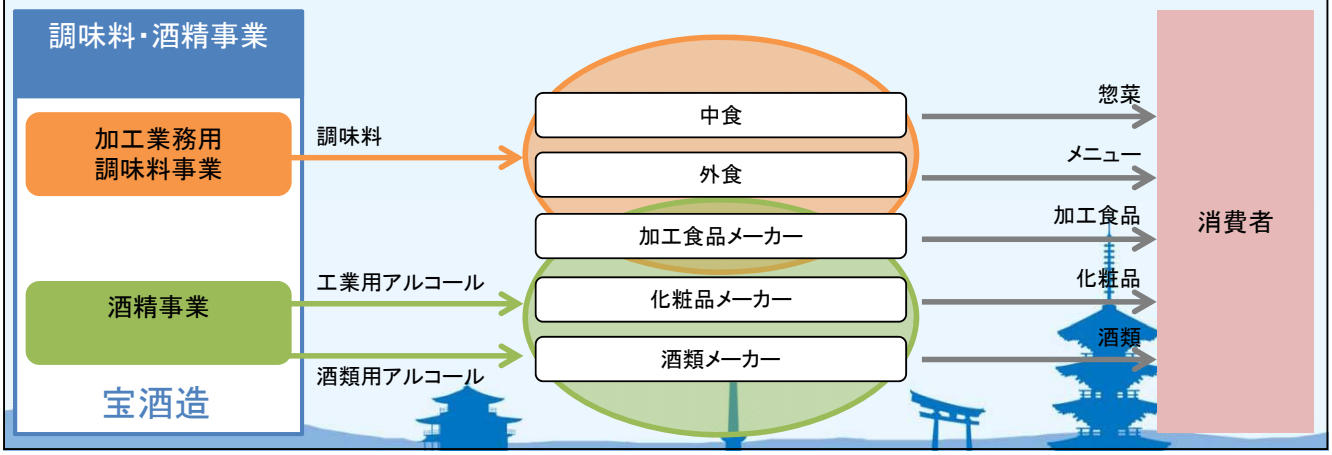
加工業務用調味料事業の拡大

酒精事業の拡大

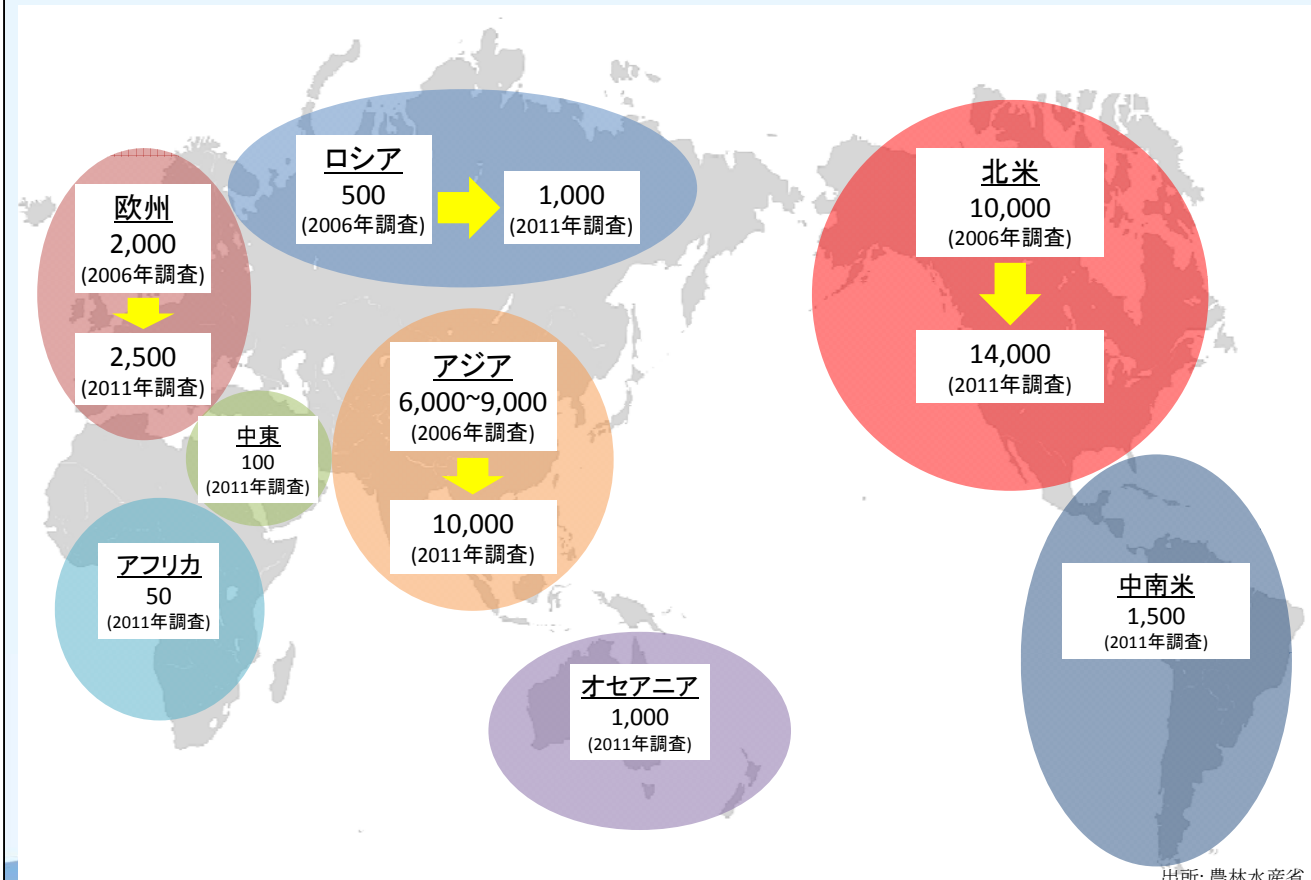
両事業の相乗効果を活用

- ✓ 両事業に共通する顧客への提案力強化
- ✓ B to B ビジネスとして将来の事業の柱となるよう拡大を図る

■ 調味料・酒精事業のビジネスモデル



日本食レストランの軒数



出所: 農林水産省

海外事業の拡大

海外における清酒・みりん等の売上拡大

日本食材卸販売網の構築

日本食文化を広め、海外での事業拡大を図る

■ 海外展開

USA

- ✓1983年に米国宝酒造を設立
- ✓清酒・みりん等の製造・販売
- ✓米国清酒シェア1位

欧州

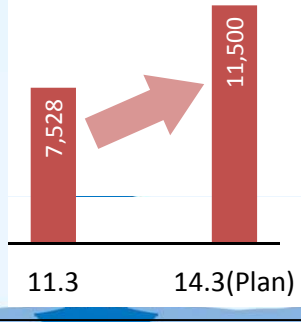
- ✓2010年4月にフランスのフーデックス社へ資本参加
- ✓日本食材の輸入卸事業へ参入

China

- ✓1995年に宝酒造食品有限公司を設立
- ✓清酒・みりん等の製造・販売

➢ 海外売上高

(単位：百万円)

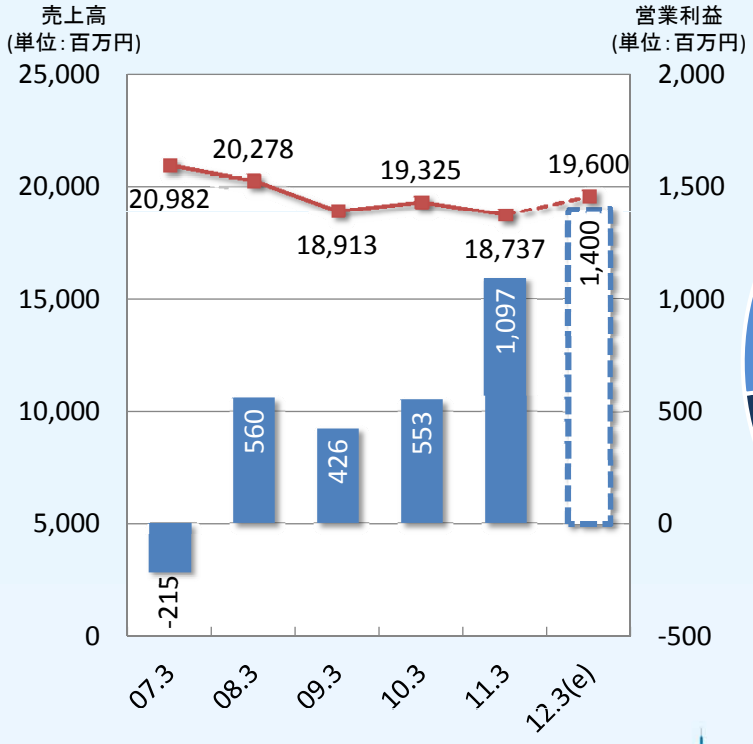


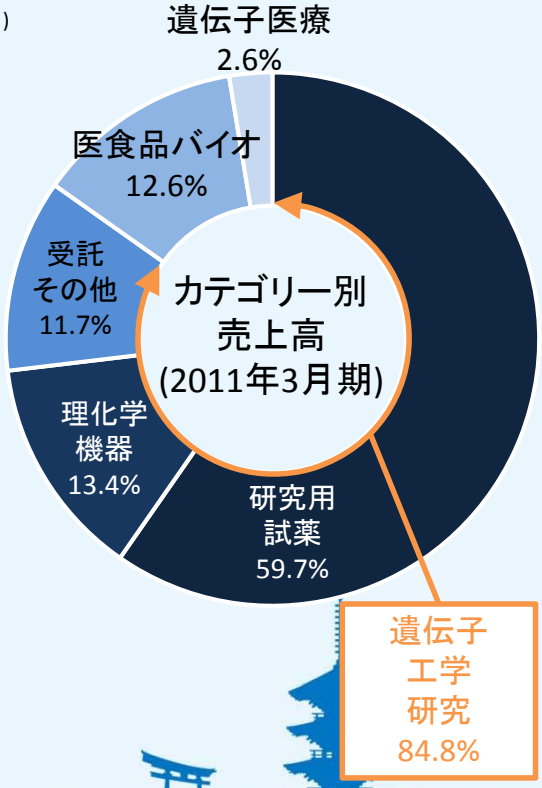
タカラバイオグループ

- ➢ 遺伝子工学研究事業
- ➢ 医食品バイオ事業
- ➢ 遺伝子医療事業

業績 (タカラバイオグループ)

■ 安定的な黒字計上





基本戦略

各事業の業績: 2011年3月期 (単位:百万円)

遺伝子工学研究事業

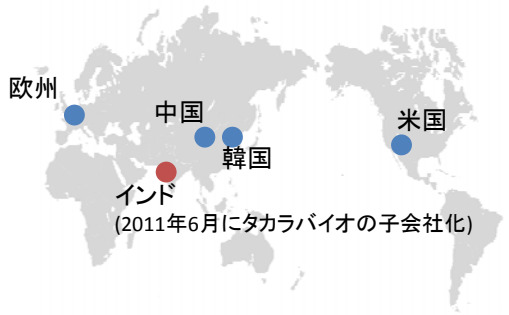
研究用試薬の豊富なラインナップ

✓ 2005年に米国BD社からクロンテック事業を買収

価格競争力の高い製品

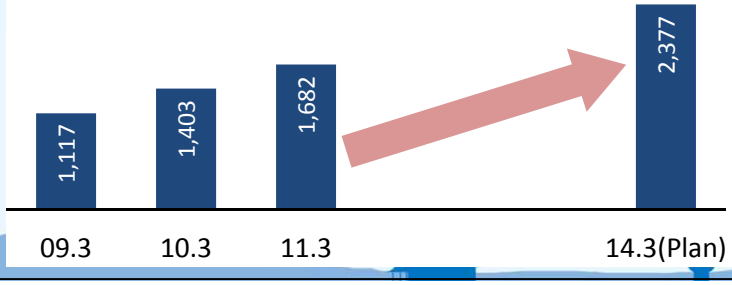
✓ 大半の研究用試薬を中国の大連で製造

全世界での販売網

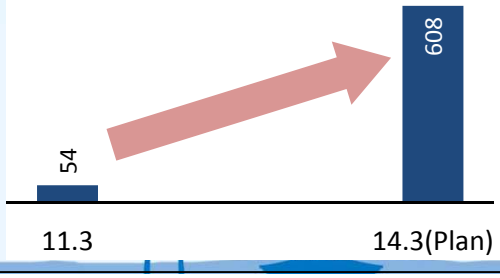


新興国を含めた国内外の市場開拓を進め、売上拡大と収益力強化を図る

➢ 中国での売上高 (単位:百万円)



➢ インドでの売上高 (単位:百万円)



医食品バイオ事業

健康食品

◆日本古来の食品素材の機能性を解明
◆解明した素材を活かした健康食品の開発・製造
◆宝ヘルスケアを通じて健康食品を販売
　✓ ヒト試験でのエビデンス強化による売上拡大

ガゴメ昆布「フコイダン」

明日葉「カルコン」

キノコ

◆ブナシメジ菌株および大量生産技術のライセンスアウト
◆ハタケシメジおよびホンシメジの製造・販売
　✓ ハタケシメジ、ホンシメジの生産技術向上によるコストダウンと売上拡大

ハタケシメジ

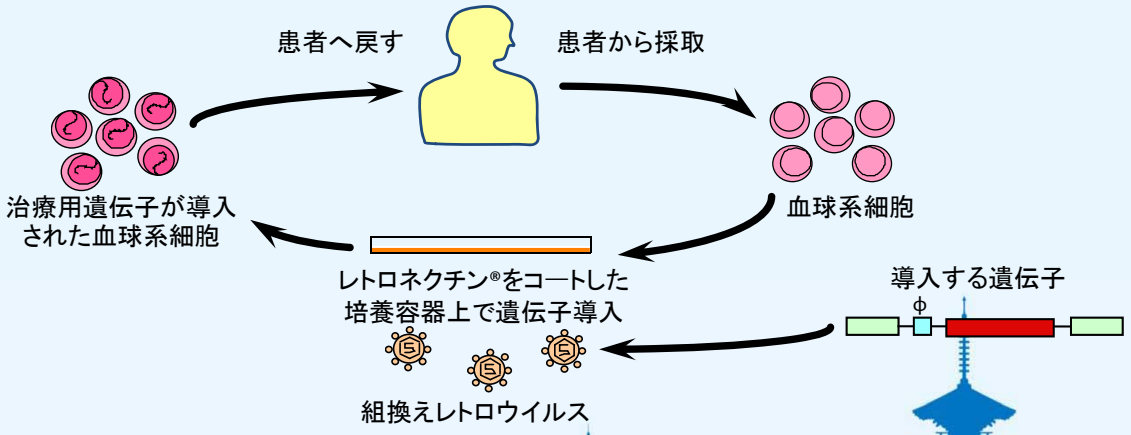
ホンシメジ

遺伝子医療事業

■ レトロネクチン法のライセンスアウト

- ✓ レトロネクチン法の全世界における独占的実施権を保有
- ✓ レトロネクチン法は、医療機関において60を超える遺伝子治療の臨床研究で採用され、さらに4つの民間企業に対してライセンスアウトされています

➢ レトロネクチン法を用いる遺伝子治療プロトコル



遺伝子医療事業

■ 遺伝子医療の臨床開発スケジュール

治療法 (対象疾患)	2012年 3月期	2013年 3月期	2014年 3月期	2015年 3月期	2016年 3月期	2017年 3月期	2018年 3月期	2019年 3月期
HSV-TK 遺伝子治療 DLI*: (再発白血病) ハプロadd-back: (造血器悪性腫瘍)	国内第Ⅰ相臨床試験(DLI)実施中 (2013年3月期終了予定)			(第Ⅱ相臨床試験)			商業化 (2018年3月期)	
	臨床研究(ハプロadd-back)実施中 (2013年3月期終了予定)							
がん治療薬HF10 (頭頸部がん等)	米国第Ⅰ相臨床試験実施中 (2013年3月期終了予定)				(第Ⅱ相臨床試験、第Ⅲ相臨床試験)			商業化 (2019年3月期)
MazF 遺伝子治療 (HIV)		2012年3月期 米国で第Ⅰ相臨床試験を開始						
TCR 遺伝子治療 (食道がん等)	臨床研究実施中 (2013年3月期終了予定)			2014年3月期 第Ⅰ相臨床試験を開始				
		2013年3月期 臨床研究（次世代ベクター）を開始						

→ 臨床試験(実施中)　⇢ 臨床試験(予定)　→ 臨床研究(実施中)　⇢ 臨床研究(予定)

*DLI: ドナーリンパ球輸注療法

宝ヘルスケア

➢ 健康食品事業

宝ヘルスケア

タカラバイオの
独自の先端技術

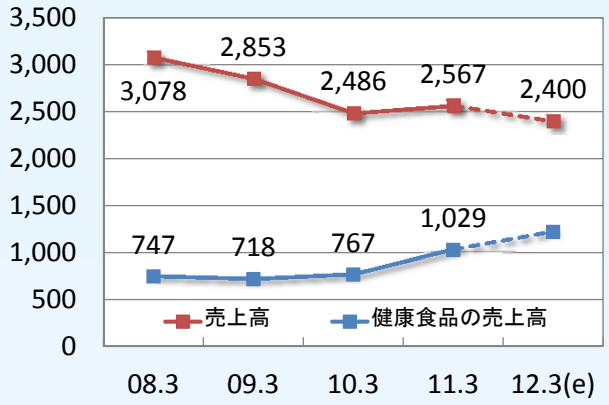
宝酒造の
マーケティングノウハウ

ダイレクトマーケティングを通じて健康食品を販売

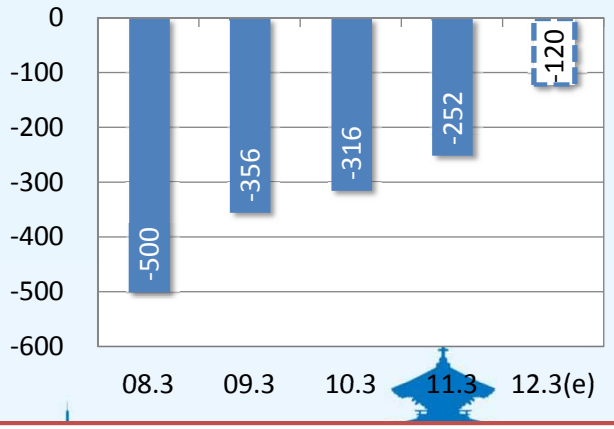
■ 業績

(単位：百万円)

➢ 売上高



➢ 営業利益



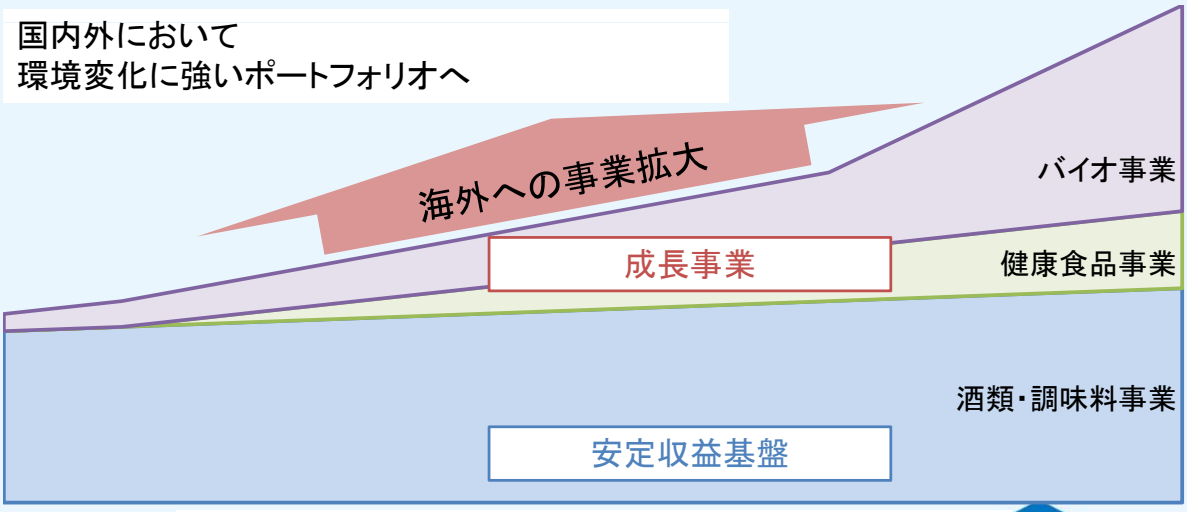
2013年3月期の黒字化を目指す

TaKaRaグループ・ビジョン2020 (長期経営ビジョン)

■ 経営目標

(2011年4月より10年間)

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。



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

将来見通しに関する注意事項

この資料に掲載中の当社および当社グループの現在の計画、見通し、戦略、確信等のうち、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、様々な要素によりこれら予測とは大きく異なる結果となりえ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。