

2026年3月期 中間期 決算説明会

2025年11月13日
宝ホールディングス株式会社

本日の内容

I. 2026年3月期 中間期決算

II. 2026年3月期 通期業績予想

III. 2026年3月期 事業概況

1. 宝酒造
2. 宝酒造インターナショナルグループ

IV. サステナビリティに対する取り組み

I . 2026年3月期 中間期決算

2026年3月期 グループ連結中間期業績 エグゼクティブサマリー

前期比

・ 売上高

宝酒造インターナショナルグループが、海外酒類事業の好調、海外日本食材卸事業のM&A効果により増収となり、前期に価格改定の前倒し需要があった宝酒造、ライフサイエンス研究市場の低迷が続くタカラバイオグループが減収となったが、当社グループ全体で増収。

・ 営業利益

宝酒造インターナショナルグループでは、販売費及び一般管理費が増加した海外日本食材卸事業が減益となるが、海外酒類事業が好調に推移し増益。売上高の減少により宝酒造およびタカラバイオグループが減益となり、当社グループ全体で減益。

・ 親会社株主に帰属する中間純利益

政策保有株式の売却などによる特別利益があったが、営業利益の減益に加えて、タカラバイオグループで減損損失を計上し、繰延税金資産の一部取り崩しがあり、減益。

2025年5月13日予想比

売上高は主要 3 セグメントとも予想を下回り、営業利益は宝酒造、宝酒造インターナショナルグループが上回るも、タカラバイオグループが下回ることで、当社グループ全体でも下回る。親会社株主に帰属する中間純利益も予想を下回る。

2026年3月期 中間期 宝ホールディングス（連結）業績

（百万円）

	2026年3月期 中間期 実績	前期比 (%)	5/13予想比 (%)
売上高	186,556	+ 5.7	▲ 2.3
売上総利益	61,642	+ 4.9	▲ 2.5
営業利益	7,786	▲ 26.1	▲ 0.2
経常利益	7,386	▲ 33.9	▲ 8.8
親会社株主に 帰属する 中間純利益	5,695	▲ 37.3	▲ 19.8

（百万円）

	2026年3月期 中間期 実績	前期差	5/13予想差
特別利益	5,162	+2,354	+2,362
特別損失	3,970	+3,714	+3,870
法人税、住民税及び事業税	5,185	+497	+1,491
法人税等調整額	105	+777	
非支配株主に帰属する中間純利益	▲ 2,407	▲3,021	▲2,307

	2026年3月期 中間期 実績	2025年3月期 中間期 実績
海外売上高比率 (タカラバイオグループ除く)	62.6% (61.7%)	58.5% (56.5%)

2026年3月期 中間期 宝酒造 業績

(百万円)

		2026年3月期 中間期 実績	前期比 (%)	5/13予想比 (%)
宝酒造	焼酎	14,953	▲ 11.7	▲ 3.1
	清酒	3,730	▲ 11.1	▲ 8.5
	ソフトアルコール飲料	22,000	▲ 5.0	▲ 2.2
	その他酒類	2,105	▲ 26.0	▲ 21.9
	本みりん	4,668	▲ 1.4	+0.5
	その他調味料	4,529	+0.1	▲ 0.6
	原料用アルコール等	5,773	+3.4	+3.5
	売上高	57,760	▲ 6.8	▲ 2.9
	売上総利益	14,635	▲ 5.4	▲ 4.3
	営業利益	2,465	▲ 6.0	+3.1
	経常利益	2,426	▲ 14.6	+4.3
	中間純利益	1,681	▲ 26.1	+8.7

前期比

- ・売上高： 前期に、2024年10月1日価格改定の前倒し
需要があり減収
- ・売上総利益： 原料米や容器包装品のコストアップにより減益
- ・営業利益： 販売費及び一般管理費の効率的な使用に努めた
ものの、売上総利益の減少影響が大きく、減益

予想比

売上高は、酷暑の影響によりソフトアルコール飲料の売上が伸びず、本みりん、原料用アルコール等を除くカテゴリーで下回る
が、販売費及び一般管理費を抑制し、営業利益は上回る

2026年3月期 中間期 宝酒造インターナショナルグループ 業績

(百万円)

		2026年3月期 中間期 実績	前期比 (%)	5/13予想比 (%)
宝酒造 インターナショナル グループ	売上高	103,889	+ 16.8	▲ 0.2
	売上総利益	34,227	+ 18.5	+ 2.7
	営業利益	6,658	+ 2.6	+ 11.0
うち 海外酒類事業	売上高	13,164	+ 17.4	+ 9.7
	売上総利益	7,166	+ 50.6	+ 34.3
	営業利益	5,768	+ 92.6	+ 66.3
うち 海外日本食材卸事業	売上高	92,005	+ 16.3	▲ 1.5
	売上総利益	27,045	+ 12.0	▲ 3.4
	営業利益	1,665	▲ 60.6	▲ 49.7
宝酒造 インターナショナル グループ	経常利益	5,929	▲ 8.5	+ 2.3
	親会社株主に 帰属する 中間純利益	3,695	▲ 9.6	+ 3.7

前期比

・売上高： 海外酒類事業は好調なエイジ・インターナショナル社が牽引し、海外日本食材卸事業も前期に実施したM&A効果もあり増収

・営業利益： 海外日本食材卸事業では、拠点拡大などによる人件費や倉庫料をはじめ、販売費及び一般管理費が増加したことで減益となるが、海外酒類事業がエイジ・インターナショナル社の売上高増加や価格改定効果等により好調に推移し、増益

予想比

海外酒類事業は、エイジ・インターナショナル社が価格改定効果もあり伸長し、売上高、営業利益ともに予想を上回る。海外日本食材卸事業は、価格競争の激化、販売費及び一般管理費の増加により、売上高、営業利益ともに予想を下回る

2026年3月期 中間期 タカラバイオグループ 業績

(百万円)
(カッコ内は、前期差、予想差)

前期比

		2026年3月期 中間期 実績	前期比 (%)	5/13予想比 (%)
タカラバイオ グループ	売上高	18,794	▲ 4.9	▲ 11.8
	売上総利益	10,564	▲ 15.1	▲ 14.7
	営業利益	▲ 2,342	- (▲2,759)	- (▲892)
	経常利益	▲ 2,485	- (▲3,034)	- (▲1,055)
	親会社株主に 帰属する 中間純利益	▲ 6,911	- (▲7,424)	- (▲5,591)

- ・売上高： 受託が増加したものの、ライフサイエンス業界において、物価高等の影響による研究予算の縮減や、米国政府の方針による研究開発助成金の大幅削減などにより、産業界およびアカデミアにおける研究開発のアクティビティが世界的に低下したことを背景に、試薬、機器、遺伝子医療が減少し、全体でも減収
- ・売上総利益： 売上構成の変化の影響などで売上原価率が上昇し減益
- ・営業利益： 売上総利益が減益となったことに加え、Curio社の買収に関する費用およびのれん償却費を計上したことなどで、販売費及び一般管理費が増加し営業損失
- ・親会社株主に帰属する中間純利益： 営業損失に加え、CGCP※2号棟の減損損失を計上したことなどにより特別損失が増加し、繰延税金資産の一部取り崩しもあり、中間純損失

予想比

売上高が予想を下回った影響が大きく、営業利益は予想を下回る

◇主な投資項目

- ・松戸工場 省エネ蒸留設備設置（2026年11月稼働予定）
- ・楠工場 キュービテナーライン更新（2025年8月完工）
- ・ミューチャルトレーディング社 シアトル倉庫（2025年11月稼働予定）
- ・フーデックス社 新倉庫（オランダ：2025年7月稼働、ベルギー：2026年1月稼働予定）
- ・遺伝子・細胞プロセッシングセンター3号棟の建設（2027年竣工予定）



松戸工場

設備投資総額	178億円
--------	-------

◇政策保有株式の売却

売却銘柄数	16
売却額	約50億円

2026年3月期 中間期 宝ホールディングス（連結） キャッシュフロー計算書

◇連結キャッシュフロー計算書

(百万円)

	2025年3月期 中間期 実績	2026年3月期 中間期 実績	増減
営業キャッシュ・フロー	6,207	5,968	▲ 239
投資キャッシュ・フロー	▲ 2,313	▲ 18,352	▲ 16,038
フリーキャッシュフロー	3,894	▲ 12,384	▲ 16,278
財務キャッシュ・フロー	▲ 9,136	▲ 6,794	+2,341
現金及び現金同等物に係る換算差額	4,986	▲ 2,112	▲ 7,098
現金及び現金同等物の期末残高	89,929	54,039	▲ 35,889

◇減価償却費・のれん償却費

(百万円)

	2025年3月期 中間期 実績	2026年3月期 中間期 実績	前期比	
			増減	率 (%)
減価償却費（有形・無形）	4,997	5,950	+ 952	+ 19.1
のれん償却費	696	1,559	+ 862	+ 123.8

2026年3月期 中間期 宝ホールディングス（連結） 貸借対照表

- ・投資により流動資産が減少し、有形・無形固定資産等が増加したことで、資産合計は前期並。
- ・投資資金を借り入れたため、負債が増加し、円高に伴う為替換算調整勘定の減少により、純資産合計は減少。自己資本比率は49.8%

◇連結貸借対照表

(百万円)

	2025年3月末	2025年9月末	増減
流 動 資 産	245,433	224,183	▲ 21,250
現金及び預金	83,302	60,558	▲ 22,743
受取手形及び売掛金	73,319	71,939	▲ 1,379
棚卸資産	82,334	82,944	+ 610
その他	6,477	8,740	+ 2,262
固 定 資 産	232,154	252,428	+ 20,274
有形固定資産	123,610	128,929	+ 5,319
無形固定資産	41,662	57,775	+ 16,113
投資その他の資産	66,880	65,722	▲ 1,158
資 産 合 計	477,587	476,611	▲ 976

	2025年3月末	2025年9月末	増減
流 動 負 債	73,419	67,616	▲ 5,802
支払手形及び売掛金	24,067	23,841	▲ 225
借入金・社債	12,315	6,347	▲ 5,967
その他	37,037	37,427	+ 390
固 定 負 債	103,264	121,537	+ 18,273
借入金・社債	45,689	55,524	+ 9,834
その他	57,574	66,013	+ 8,438
負 債 合 計	176,683	189,154	+ 12,470
株 主 資 本 合 計	194,376	191,019	▲ 3,357
資本金・資本剰余金	16,030	16,030	+ 0
利益剰余金	180,449	180,092	▲ 357
自己株式	▲ 2,103	▲ 5,103	▲ 2,999
その他包括利益累計額	50,851	46,205	▲ 4,646
非支配株主持分	55,675	50,232	▲ 5,442
純 資 産 合 計	300,903	287,456	▲ 13,446
負 債 純 資 産 合 計	477,587	476,611	▲ 976
自己資本比率 (%)	51.3	49.8	▲ 1.6

Ⅱ. 2026年3月期 通期業績予想

2026年3月期 グループ連結下期業績の見通し

- **売上高**

宝酒造が、前期（2025年3月期）の10月に価格改定の反動減があり、宝酒造インターナショナルグループは海外酒類事業の好調、海外日本食材卸事業のM&A効果等でいずれも増収。

タカラバイオグループはライフサイエンス研究市場の状況が依然厳しく、減収となるが、当社グループ全体では増収となる見通し。

- **営業利益**

宝酒造は売上高の増加に伴い増益。宝酒造インターナショナルグループは海外酒類事業が好調を保ち、海外日本食材卸事業が売上高の拡大と販売費及び一般管理費の増加抑制により増益となるが、タカラバイオグループはライフサイエンス研究市場の冷え込みが継続することで営業損失となり、当社グループ全体では減益となる見通し。

2026年3月期 事業別 上期（中間期）実績・下期業績予想

（百万円）

		2026年3月期 上期 実績	前期比 (%)	5/13予想比 (%)	2026年3月期 下期 予想	前期比 (%)	5/13予想比 (%)
宝ホールディングス （連結）	売上高	186,556	+ 5.7	▲ 2.3	205,443	+ 10.4	▲ 2.2
	売上総利益	61,642	+ 4.9	▲ 2.5	66,057	+ 8.5	▲ 8.5
	営業利益	7,786	▲ 26.1	▲ 0.2	8,413	▲ 16.4	▲ 40.3
宝酒造	売上高	57,760	▲ 6.8	▲ 2.9	61,516	+ 6.6	+ 0.5
	売上総利益	14,635	▲ 5.4	▲ 4.3	15,831	+ 9.6	▲ 1.2
	営業利益	2,465	▲ 6.0	+ 3.1	3,079	+ 27.6	+ 4.6
宝酒造 インターナショナル グループ	売上高	103,889	+ 16.8	▲ 0.2	113,910	+ 17.6	+ 3.0
	売上総利益	34,227	+ 18.5	+ 2.7	36,802	+ 19.4	+ 1.0
	営業利益	6,658	+ 2.6	+ 11.0	7,341	+ 42.1	▲ 2.1
うち 海外酒類事業	売上高	13,164	+ 17.4	+ 9.7	14,211	+ 15.4	+ 7.6
	売上総利益	7,166	+ 50.6	+ 34.3	7,416	+ 27.2	+ 18.6
	営業利益	5,768	+ 92.6	+ 66.3	5,482	+ 37.1	+ 30.8
うち 海外日本食材卸事業	売上高	92,005	+ 16.3	▲ 1.5	100,992	+ 17.9	+ 2.3
	売上総利益	27,045	+ 12.0	▲ 3.4	29,385	+ 17.6	▲ 2.6
	営業利益	1,665	▲ 60.6	▲ 49.7	2,747	+ 46.8	▲ 34.2
タカラバイオ グループ	売上高	18,794	▲ 4.9	▲ 11.8	23,305	▲ 7.8	▲ 25.3
	売上総利益	10,564	▲ 15.1	▲ 14.7	11,326	▲ 16.9	▲ 35.8
	営業利益	▲ 2,342	-	-	▲ 1,657	-	-

2026年3月期 グループ連結通期業績 エグゼクティブサマリー

- **売上高**

宝酒造インターナショナルグループは海外酒類事業の伸長や、海外日本食材卸事業のM&A効果による業績の上乗せもあり、ともに前回予想を上回るが、宝酒造、タカラバイオグループが下回る見込み。
当社グループ全体では予想を下回る見通し。

- **営業利益**

宝酒造では売上総利益が下回るものの、販売費及び一般管理費の効率的な運用により予想を上回る。
宝酒造インターナショナルグループは、海外日本食材卸事業が競争激化と販売費及び一般管理費の増加により予想を下回るものの、海外酒類事業が好調に推移し上回る見込み。
タカラバイオグループについては、売上高の減少の影響が大きく、予想を下回り営業損失となる見込み。
当社グループ全体でも予想を下回る見通し。

- **親会社株主に帰属する当期純利益**

投資有価証券や固定資産の売却等により、特別利益が増加するが、タカラバイオグループの減損損失等による特別損失の増加や、繰延税金資産の一部取り崩しにより、予想を下回る見通し。

2026年3月期 通期 宝ホールディングス（連結） 業績予想

（百万円）

	2026年3月期 通期予想	前期比 (%)	5/13予想比 (%)	中計比 (%)
売上高	392,000	8.1	▲ 2.2	▲ 6.7
売上総利益	127,700	6.7	▲ 5.7	—
営業利益	16,200	▲ 21.3	▲ 26.0	▲ 57.4
経常利益	15,700	▲ 29.2	▲ 29.3	—
親会社株主に 帰属する 当期純利益	11,100	▲ 31.5	▲ 31.9	—

	2026年3月期通期予想	2025年3月期通期実績	中計比
海外売上高比率 (タカラバイオグループ除く)	62.1% (62.0%)	59.3% (58.2%)	+2.1% (+0.7%)

2026年3月期 事業別 業績予想

(百万円)

		2026年3月期予想	前期比 (%)	5/13予想比 (%)	
宝酒造	売上高	119,277	▲ 0.3	▲ 1.2	
	売上総利益	30,467	1.8	▲ 2.7	
	営業利益	5,545	10.1	3.9	
宝酒造 インターナショナル グループ	売上高	217,800	17.2	1.5	
	売上総利益	71,030	19.0	1.8	
	営業利益	14,000	20.1	3.7	
	うち 海外酒類事業	売上高	27,376	16.3	8.6
		売上総利益	14,583	37.7	25.9
		営業利益	11,250	60.9	46.9
	うち 海外日本食材卸事業	売上高	192,997	17.1	0.5
		売上総利益	56,430	14.8	▲ 3.0
		営業利益	4,412	▲ 27.6	▲ 41.1
タカラバイオ グループ	売上高	42,100	▲ 6.5	▲ 19.8	
	売上総利益	21,891	▲ 16.0	▲ 27.1	
	営業利益	▲ 4,000	－	－	

2026年3月期 為替変動の影響

宝酒造・宝酒造インターナショナルグループ合計では為替変動の影響は軽微

◇主な為替の見通し（対前期）

	2025年3月期 実績	2026年3月期 予想	差異	期初予想
米ドル/円	151.69	147.40	▲4.29	149.00
ポンド/円	193.83	194.80	+0.97	190.00
ユーロ/円	164.04	166.60	+2.56	158.00

◇宝酒造・宝酒造インターナショナルグループの為替感応度

(百万円)

	対ドル1円円高時の 当期の営業利益への影響
宝酒造	111
宝酒造インターナショナルグループ	▲105
合計	+6

2026年3月期 通期 宝ホールディングス（連結） ROE、ROIC 予想

(百万円)

	2026年3月期 通期予想	前期実績	前期差	5/13予想	5/13予想差
ROE (%)	4.5	6.8	▲ 2.3	6.5	▲ 2.0
当期純利益	11,100	16,202	▲ 5,102	16,300	▲ 5,200
自己資本 (2点平均)	246,296	236,946	9,349	250,356	▲ 4,060
ROIC (%)	3.0	4.0	▲ 1.0	4.0	▲ 1.0
NOPAT	11,226	14,212	▲ 2,985	15,153	▲ 3,926
投下資本 (2点平均)	375,228	354,980	20,247	378,000	▲ 2,772

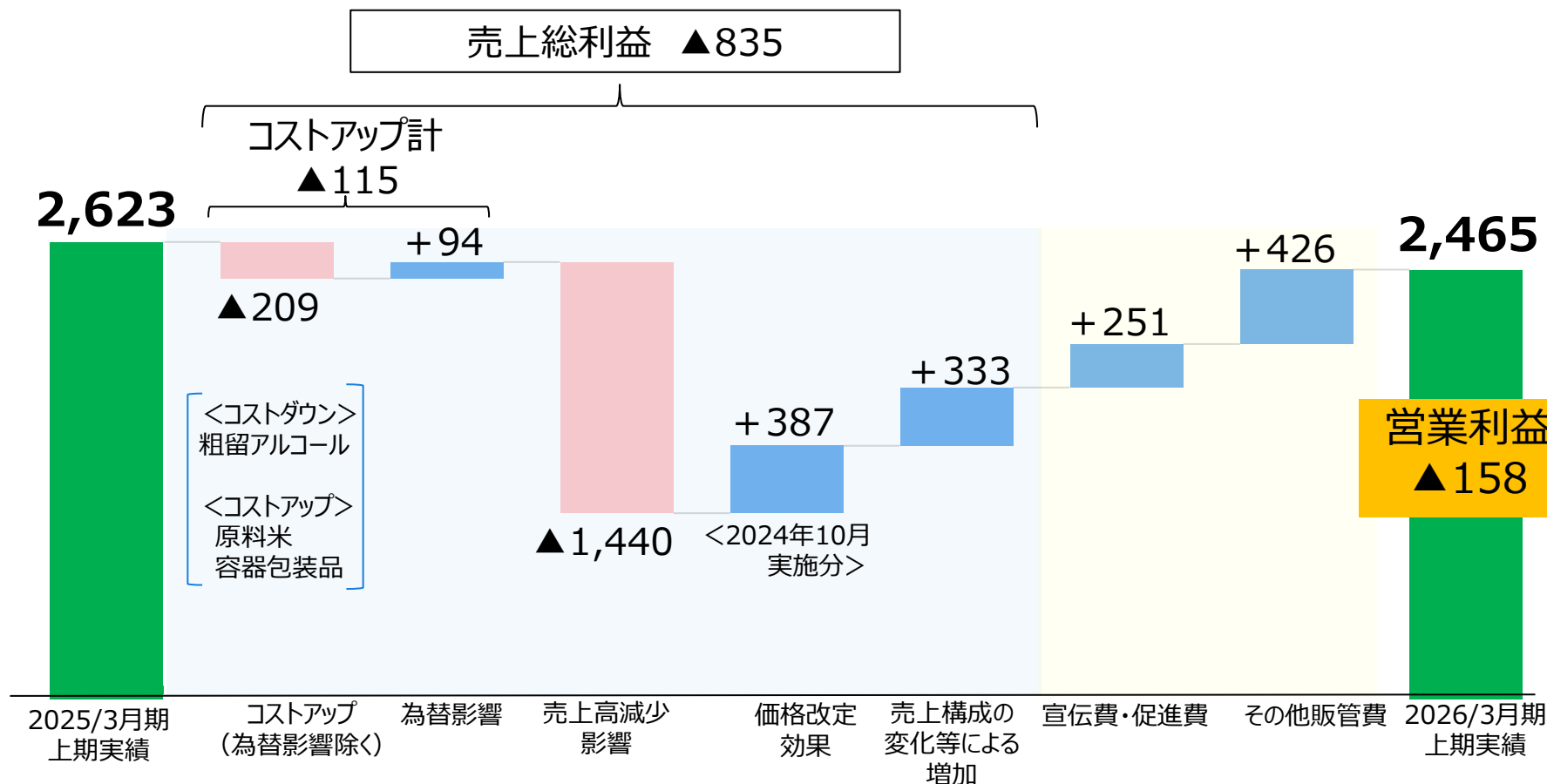
Ⅳ. 2026年3月期 事業概況

1. 宝酒造

2026年3月期 中間期 宝酒造 営業利益増減分析 <対前期>

コストアップや売上高の減少影響があり、価格改定効果などがあったものの、売上総利益が減少。宣伝費・促進費の削減や、運送費など、その他販管費の減少があったが、営業利益は減益

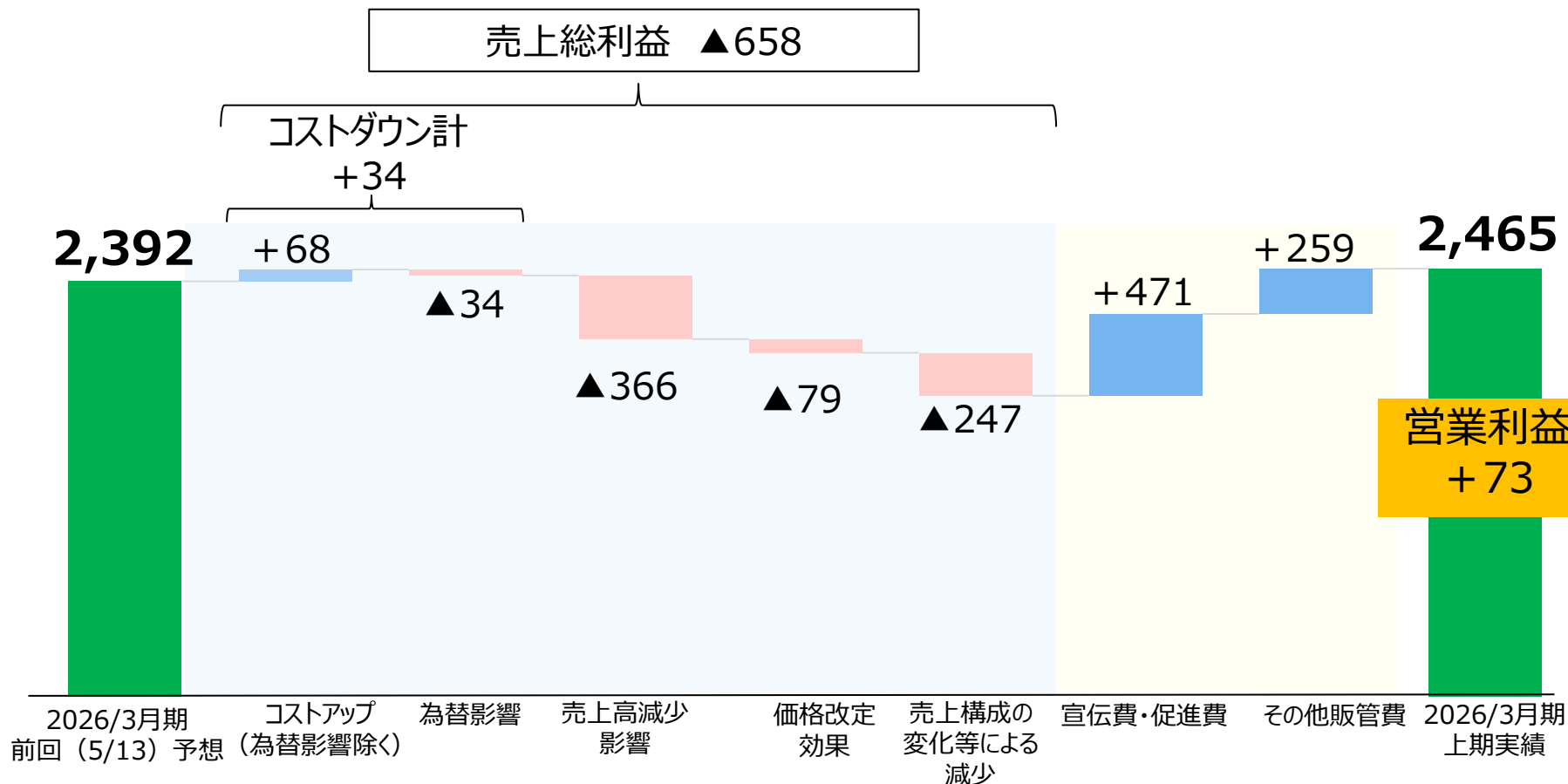
◇対前期営業利益増減分析（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円）



2026年3月期 中間期 宝酒造 営業利益増減分析 <対予想>

酷暑の影響もあり、ソフトアルコール飲料等の売上高が予想を下回り、売上総利益が下回ったが、宣伝費・促進費の削減やその他販管費の減少があり、営業利益は予想を上回る

◇対5/13予想営業利益増減分析 (利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円)



重点ブランド 中間期業績

前期上期に、価格改定による前倒し需要があったことで、売上高、売上総利益ともに前期を下回った。ただし、宝酒造全体の売上高が減少する中で、重点ブランドの売上構成比、売上総利益率は前期を上回った

◆2026年3月期 中間期 重点ブランド販売実績

(百万円、%)

	2026年3月期 中間期実績	前期比	計画比
売上高	23,899	▲3.4	▲4.0
売上総利益	6,892	▲2.7	▲3.7

(売上構成比)

	(%)	2026年3月期 中間期実績	前期比	計画比
重点ブランド		41.4	+1.5	▲0.5
その他		58.6	▲1.5	+0.5

(売上総利益率)

	(%)	2026年3月期 中間期実績	前期比	計画比
宝酒造計		25.3	+0.4	▲0.4
重点ブランド		28.8	+0.2	+0.1

重点ブランド育成計画 松竹梅白壁蔵「滯」、松竹梅「昂」

松竹梅白壁蔵「滯」は、前期に価格改定の前倒し需要があり、上期は減少したが、最需要期に向けて需要の拡大に取り組む。松竹梅「昂」は広告宣伝を強化し、認知を拡大

◇松竹梅白壁蔵「滯」：通期計画58万ケース 300ml×12入換算（前期比+7%）

●2025年上期実績（ケース）

	上期実績	前期比
「滯」	19万	▲11%

●下期施策

- ・デジタル広告、SNSを通じて、「ほぐりたい日は、滯がいい。」をテーマにベネフィットや味わいを訴求
- ・最需要期の年末年始*に「滯」PREMIUM〈GOLD〉純金箔入を数量限定で発売
通常品とセットで店頭での露出を最大化していく

*下期の販売ボリュームは上期の1.6倍相当（2025年3月期実績）



キービジュアル

◇松竹梅「昂」＜生貯蔵酒＞：通期計画12万ケース 1.8L×6入換算（前期比+16%）

●2025年上期実績（ケース）

	上期実績	前期比
「昂」	5万	+9%

●下期施策

- ・秋冬の需要期にTVCMを実施
期間：11月3週目～12月2週目予定
出稿量：1,000GRP
- ・YoutubeやTVerなどでデジタル広告を配信



キービジュアル

※モンドセレクションで3年連続
金賞受賞（2023～2025年）

重点ブランド育成計画 タカラ「焼酎ハイボール」、「辛口ゼロボール」

低アルコール志向に応えたラインアップ拡充、ノンアルコール志向や健康ニーズへの訴求により、新たなファンを獲得

◇タカラ「焼酎ハイボール」：通期計画1,820万ケース 350ml×24入換算（前期比+9%）

●2025年上期実績（ケース）

	上期実績	前期比
焼酎 ハイボール*	899万	▲4%
<内訳> キレの5%	39万	+13%

*競合の店頭価格が上昇した6月以降は前期を上回るが、前期は10月1日価格改定の前倒し需要があることで、当期は前期を下回る

●下期施策

- ・キレの5%を強化（低アルコール志向への対応）
 - ①フレーバーを追加（季節限定含）
 - ②提供BS番組のCMでキレの5%のぶら下がり告知を実施（9月中旬以降）



キレの5%

◇タカラ「辛口ゼロボール」：通期計画37万ケース 350ml×24入（前期比+0.1%）

●2025年上期実績（ケース）

	上期実績	前期比
辛口ゼロ ボール	20万	▲8%

●下期施策

- ・YoutubeやTVerなどでデジタル広告を配信
- ・全国1,500ヶ所の医療機関*でサンプリング実施（10月中旬～11月中旬）

*健康診断後の栄養指導の際に、栄養士の方から商品説明パンフと商品を配布



キービジュアル

重点ブランド 通期予想

育成施策の効果に加え、前期の10月に価格改定の反動減もあったことから、売上高、売上総利益ともに前期下期を上回る見込みで、通期では売上構成比、売上総利益率も前期を上回る見込み

◆2026年3月期 通期 重点ブランド販売予想 (百万円、%)

	2026年3月期 通期予想	前期比
売上高	50,096	+ 7.9
売上総利益	14,545	+ 9.4

(売上構成比)

	(%)	2026年3月期 通期予想	前期比	計画比
重点ブランド		42.0	+ 3.2	▲ 0.1
その他		58.0	▲ 3.2	+ 0.1

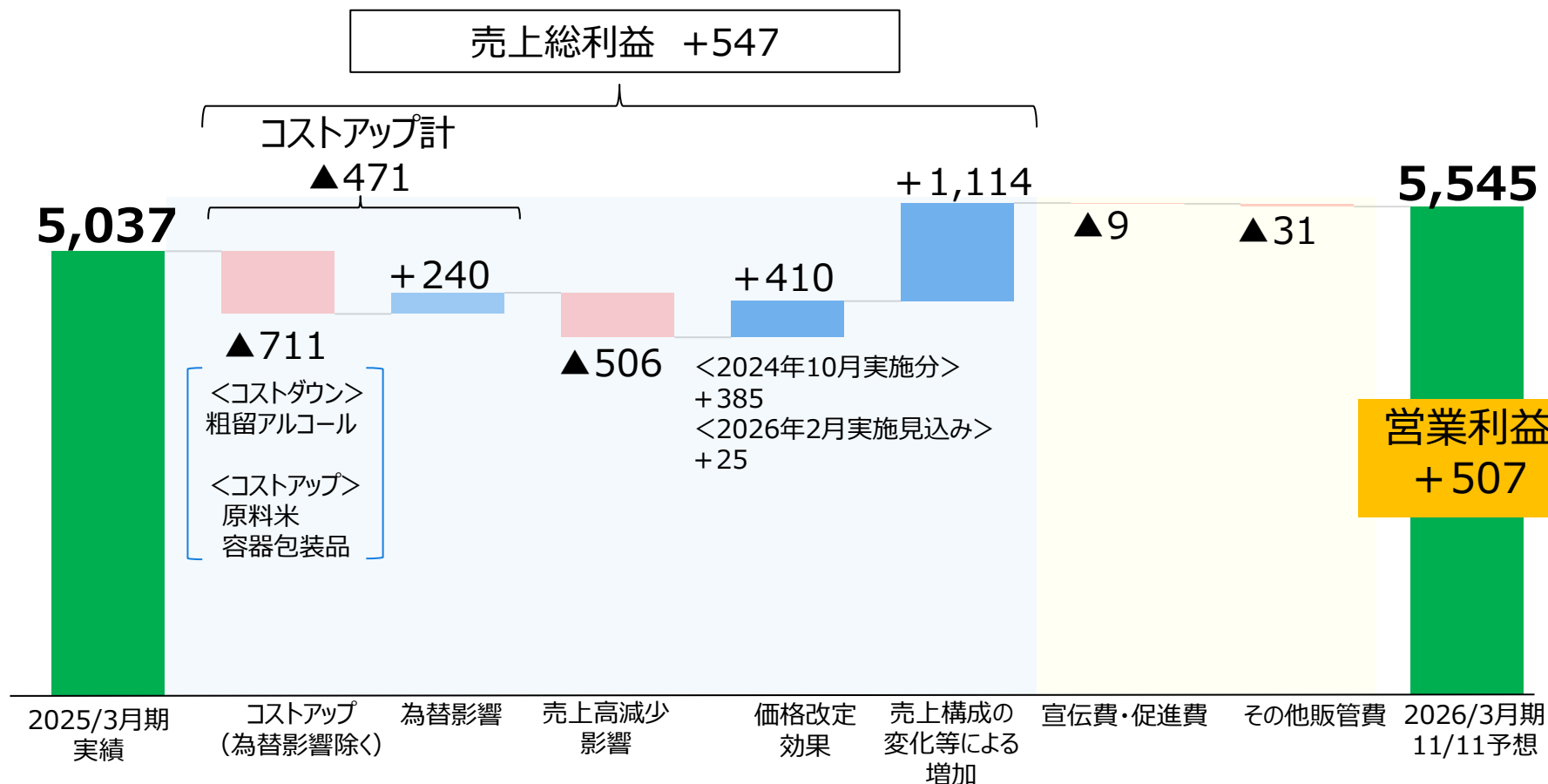
(売上総利益率)

	(%)	2026年3月期 通期予想	前期比	計画比
宝酒造計		25.5	+ 0.5	▲ 0.4
重点ブランド		29.0	+ 0.4	+ 0.0

2026年3月期 通期 宝酒造 営業利益増減分析 <対前期>

原料米や容器包装品のコストアップや、焼酎などの売上高の減少があるものの、価格改定効果や売上構成の変化などにより売上総利益が増加し、営業利益は増益となる見通し

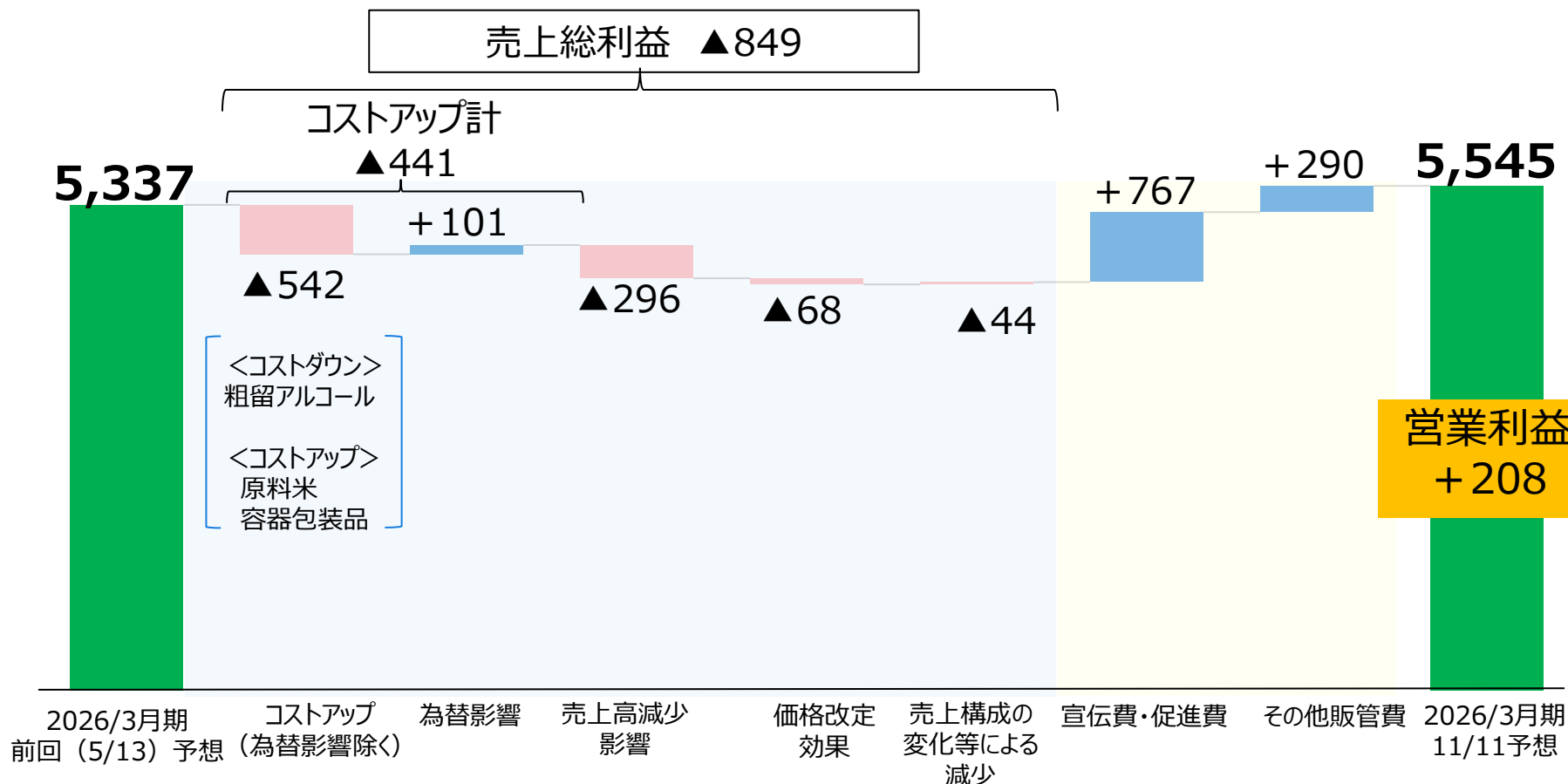
◇対前期営業利益増減分析（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円）



2026年3月期 通期 宝酒造 営業利益増減分析 <対予想>

コストアップに加え、清酒、その他調味料を除く全てのカテゴリで売上高が前回予想を下回り、売上総利益も予想を下回る。宣伝費・促進費の削減や、その他販管費の減少により、営業利益は予想を上回る

◇対5/13予想営業利益増減分析 (利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円)

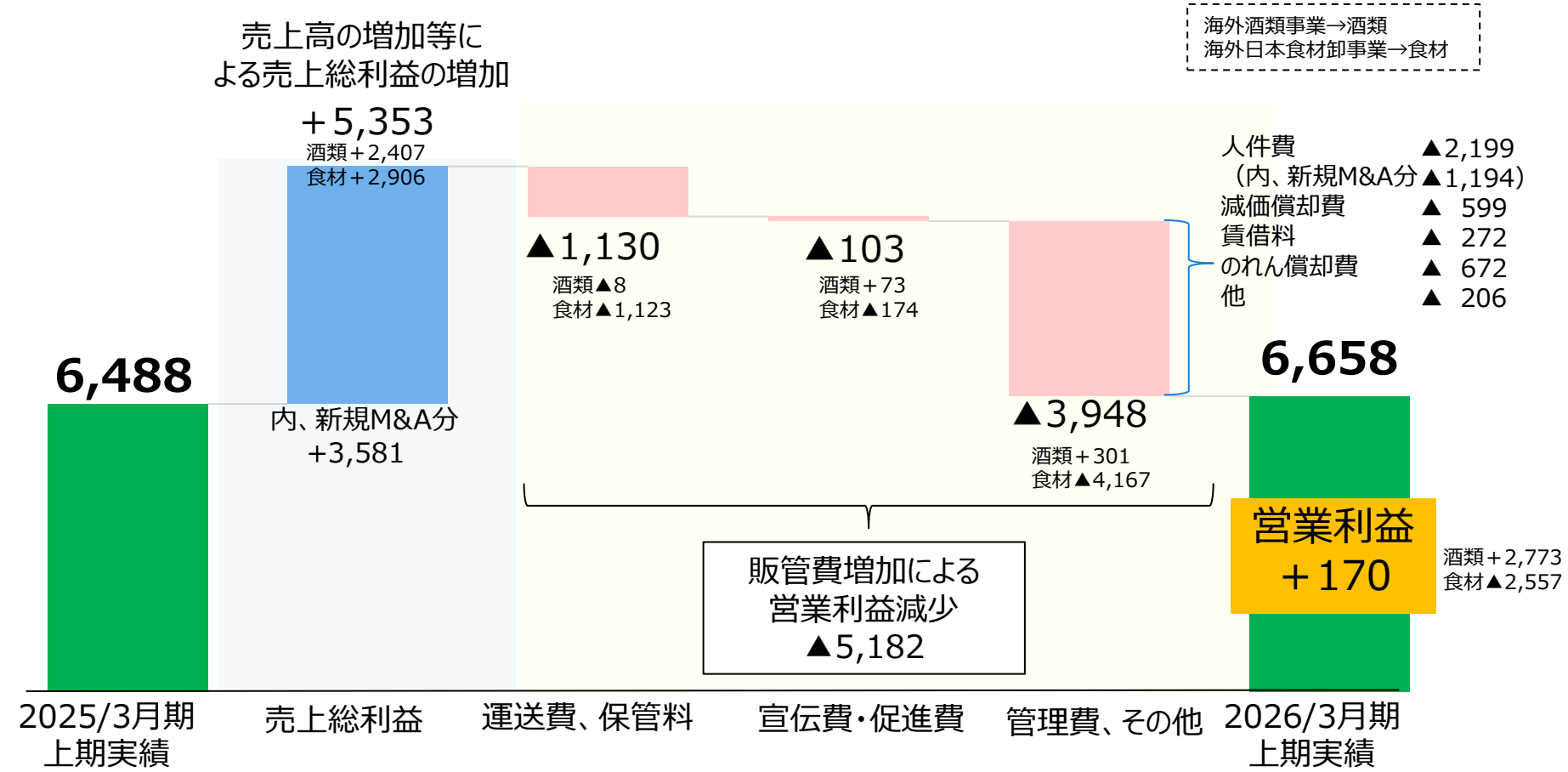


Ⅲ. 2026年3月期 事業概況

2. 宝酒造インターナショナルグループ

海外酒類事業、海外日本食材卸事業ともに売上総利益が増加し、海外日本食材卸事業では、人件費など販管費が増加することで減益となるが、海外酒類事業のエイジ・インターナショナル社の牽引などにより、増益

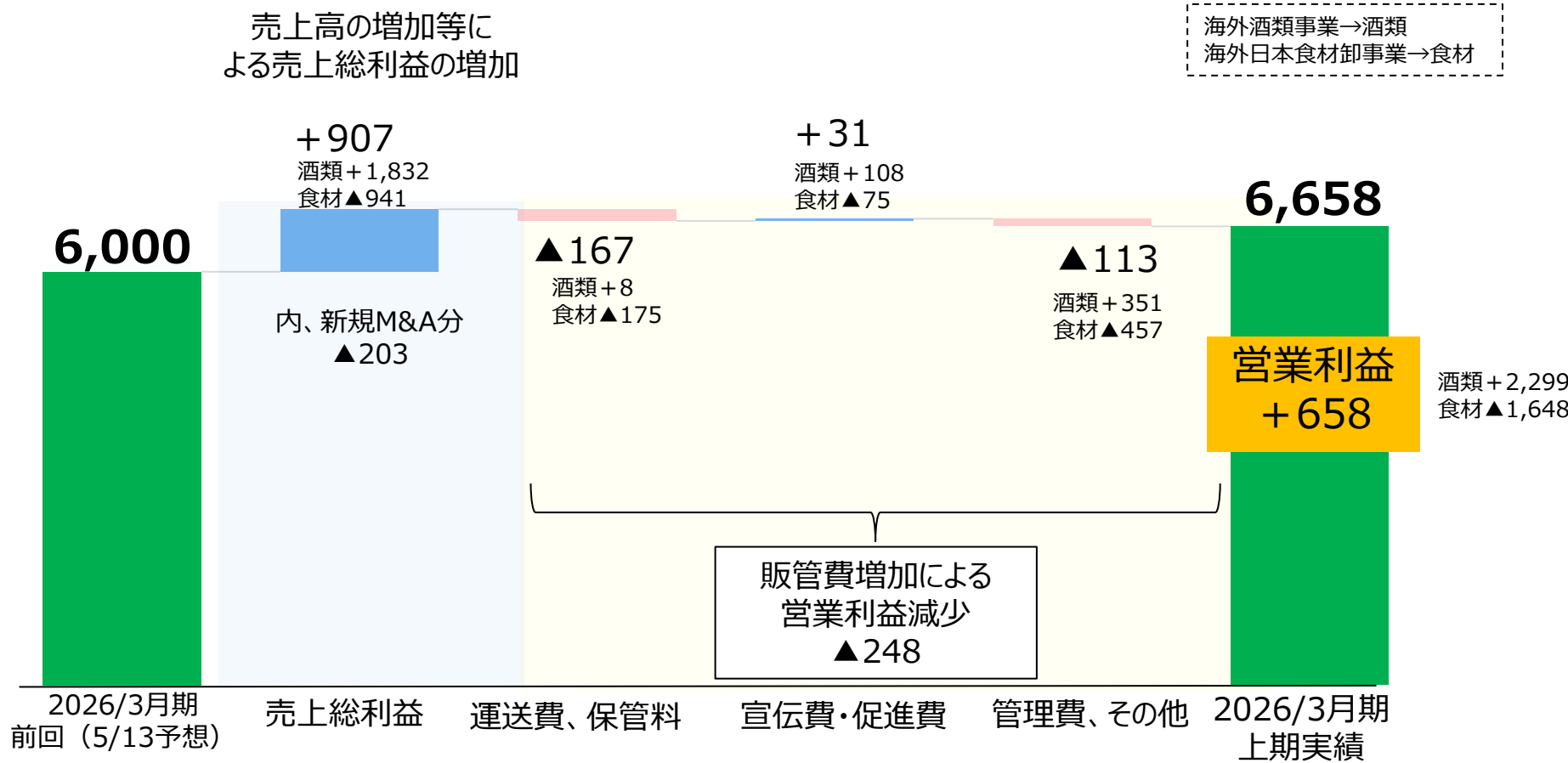
◇対前期営業利益増減分析（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円）



2026年3月期 中間期 宝酒造インターナショナルグループ 営業利益増減分析 <対予想>

売上総利益では、海外日本食材卸事業は予想を下回るものの、海外酒類事業が好調で、予想を上回る。販管費は、海外日本食材卸事業が増加することで予想を上回るが、営業利益は予想を上回る

◇対5/13予想営業利益増減分析（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円）



欧米におけるレストラン市況

エリア	概況
共通	・ インフレや消費者の節約志向により市況は低迷 ・ 汎用品に関する競合との価格競争の激化は継続
北米	・ インフレの影響により、メニュー単価は上昇しているが、客単価は下落 ・ 低単価の中華系、アジア系のレストランが好調
欧州	・ 都市部が悪いが、郊外および観光地では堅調に推移

海外酒類事業（和酒）輸出状況①

4-9月の和酒輸出売上高は7.5億円で、前期から33%増加。
「雫」の輸出数量は、MLBスポンサー契約効果もあり、前期から19%増加。
更なる拡大に向けて、にごり酒人気の高い米国で「雫」＜NIGORI＞を輸出開始

●和酒輸出状況（4－9月累計）

和酒輸出売上高	前期比
7.5億円	+ 33%

●4-9月「雫」販売動向

「雫」輸出数量 合計 300ml×12本入換算		前期比
4.7万ケース		+ 19%
主な取り組み		
米国	・MLBスポンサー契約をきっかけに、 合計 5 企業の米系チェーンへ新規導入	+ 7%
香港	・「雫」の認知率アップに向け、「雫」使った カクテルを提供するイベントを実施	+ 15%

●今後の取り組み

- ・アジアに加えて、にごり人気の高い米国へ「雫」＜NIGORI＞の輸出開始



2025年
11月発売
予定

「雫」＜NIGORI＞300ml

海外酒類事業（和酒）輸出状況②

松竹梅「昂」の取扱いが、韓国や欧州を中心に拡大。
さらに「寶 レモンサワーの素」や、白壁蔵ブランド商品などを発売し、輸出を拡大

- 松竹梅「昂」を韓国、欧州の量販店などへ導入



韓国を
中心とした、
アジア、欧州



松竹梅「昂」＜生貯蔵酒＞
900ml、300ml

- 「寶 レモンサワーの素」や高付加価値な白壁蔵ブランド商品を発売



2025年11月
輸出開始

韓国を中心とした
アジア、オセアニア
地域

「寶 レモンサワーの素」
インバウンド客が日本でレモン
サワー飲酒を体験したことを
自国で再現することを提案



2026年2月
輸出開始予定

英国を中心
に欧州各国

松竹梅「白壁蔵」＜生酏純米＞
無濾過氷室貯蔵2018

2026年3月期 海外酒類事業（洋酒） 取り組み状況

海外酒類事業を牽引するエイジ・インターナショナル社では、引き続き高単価の「ブラントン・ゴールド」の販売を強化。トマーチン社では、カジュアル価格対応商品によりボリュームゾーン顧客を獲得

●エイジ・インターナショナル社

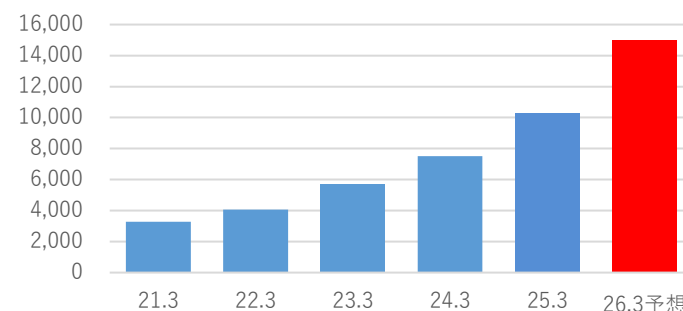
- ・「ブラントン・ゴールド」の販売強化等による、高付加価値ブランドとしての「ブラントン」の育成の継続・徹底



ブラントン・ゴールド

○エイジ・インターナショナル社 売上高推移

(百万円)



●トマーチン社

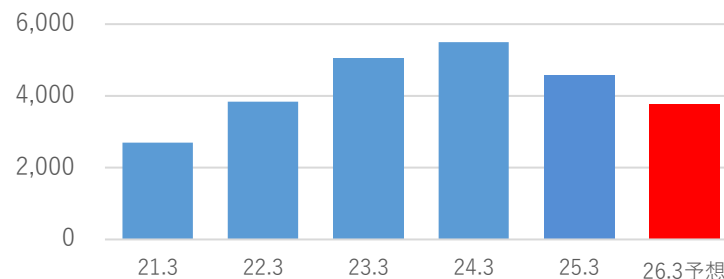
- ・市場環境を踏まえ、量販店向け中低価格帯の「トマーチン」製品発売によるボリュームゾーン顧客の獲得およびブランド認知度向上



トマーチン10年 ダブルカスク

○トマーチン社 売上高推移

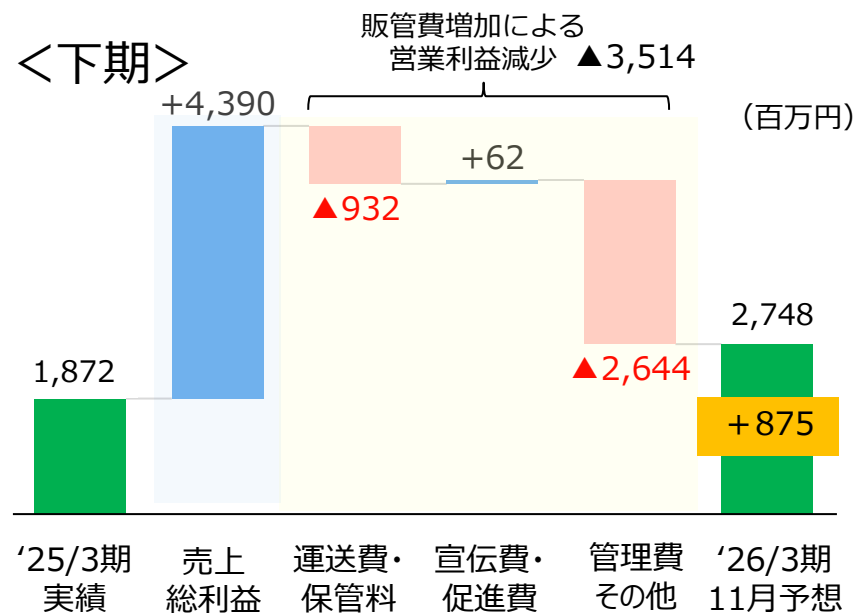
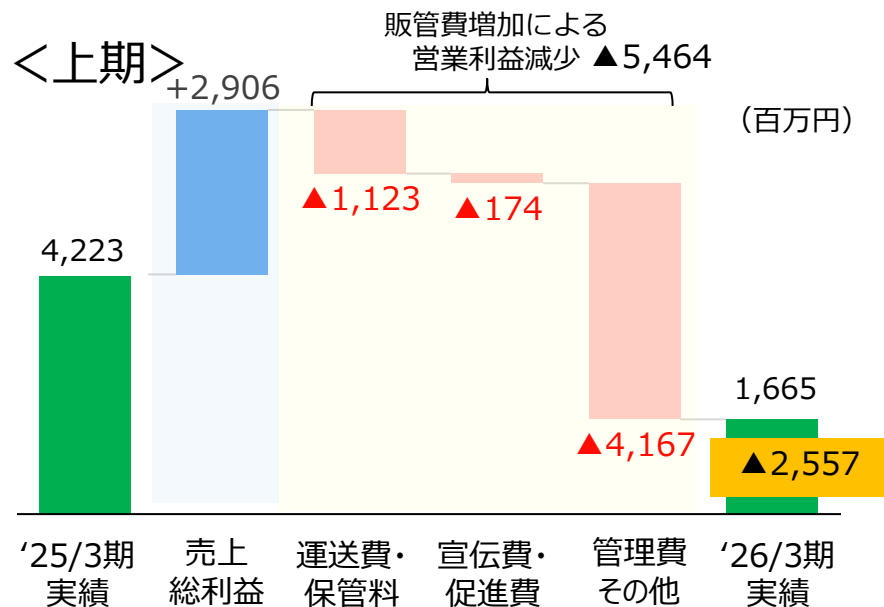
(百万円)



海外日本食材卸事業 上期状況、下期取り組み計画

前期の第3四半期より、市況は悪化しているが、今期下期は下記の改善策を実施することで上期以上に売上総利益を増やし、「管理費その他」を抑制することで、営業利益を増加

＜海外日本食材卸事業における、上期下期の営業利益増減分析（対前期）＞



●下期の改善に向けた施策

＜売上総利益を増やす主な施策＞

- ・ 北欧、東欧における新規顧客開拓
- ・ 新規拠点拡大による売上の拡大
- ・ 伸長する中華系、アジア系レストランの開拓
- ・ 差異化商品である和酒、水産品の拡大
- ・ 関税が据え置きになった和牛およびノンフード商品等の拡大

＜管理費を抑制する主な施策＞

- ・ 人件費の抑制（補充人員の見極めの徹底、適正な人員配置の遂行）
- ・ 外部倉庫料の削減（効率的な倉庫運用による、外部委託費用の削減など）

海外日本食材卸事業 北米エリアにおける売上拡大戦略 取り組み状況

戦略	取り組み状況
差異化商品 (鮮魚・和牛・和酒・ノンフード) を活用した新規アカウント獲得	・鮮魚の専門知識を持ったセールスの充実による営業力強化 ・トライアルしやすい和牛小分け商品の拡充 ・カクテル提案等、アジア系レストランへの「零」の販売強化
小売向け商品の拡充と販売ルートの開拓	・冷凍ラーメン、冷凍おにぎりなどニーズの高い冷凍商品を開発 ・高級スーパー、生鮮小売店向けに高級醤油など差異化された商品の品揃えを強化
自社進出計画 (ヒューストン、シアトル) の円滑な遂行	・ヒューストン：5月稼働済、シアトル：11月からの稼働を予定

海外日本食材卸事業 欧州エリアにおける売上拡大戦略 取り組み状況

戦略	取り組み状況
和酒、水産品の強化による売上拡大	・アグリカ社、タザキフーズ社アイルランド支店でカーゲラー社商品の新規取扱開始（今後もグループ会社への供給を増やしていく）  カーゲラー社（ドイツ）
北欧、東欧、南欧の二次店を活用した市場開拓の推進	・カーゲラー社：デンマーク、オーストリアでの営業強化
日本産付加価値商品（和包丁など）、ノンフード商材の拡充による売上拡大	・フーデックス社、タザキフーズ社：和包丁などの刃物、砥石などの取り扱いを強化 
現地資本の独立レストランの開拓	・カツオのたたきなどを活用した、現地独立レストランへの営業強化

海外日本食材卸事業 <和酒・水産品> 取り組み状況

- ・和酒の1-6月売上高は前期から3.6%減少したが、「澪」は4.6%増加
下期は試飲販売イベントや展示会を活用して認知率を高め、ブランドを育成
- ・水産品の1-6月売上高は9.1%増加。下期は差異化された商材の拡大を強化

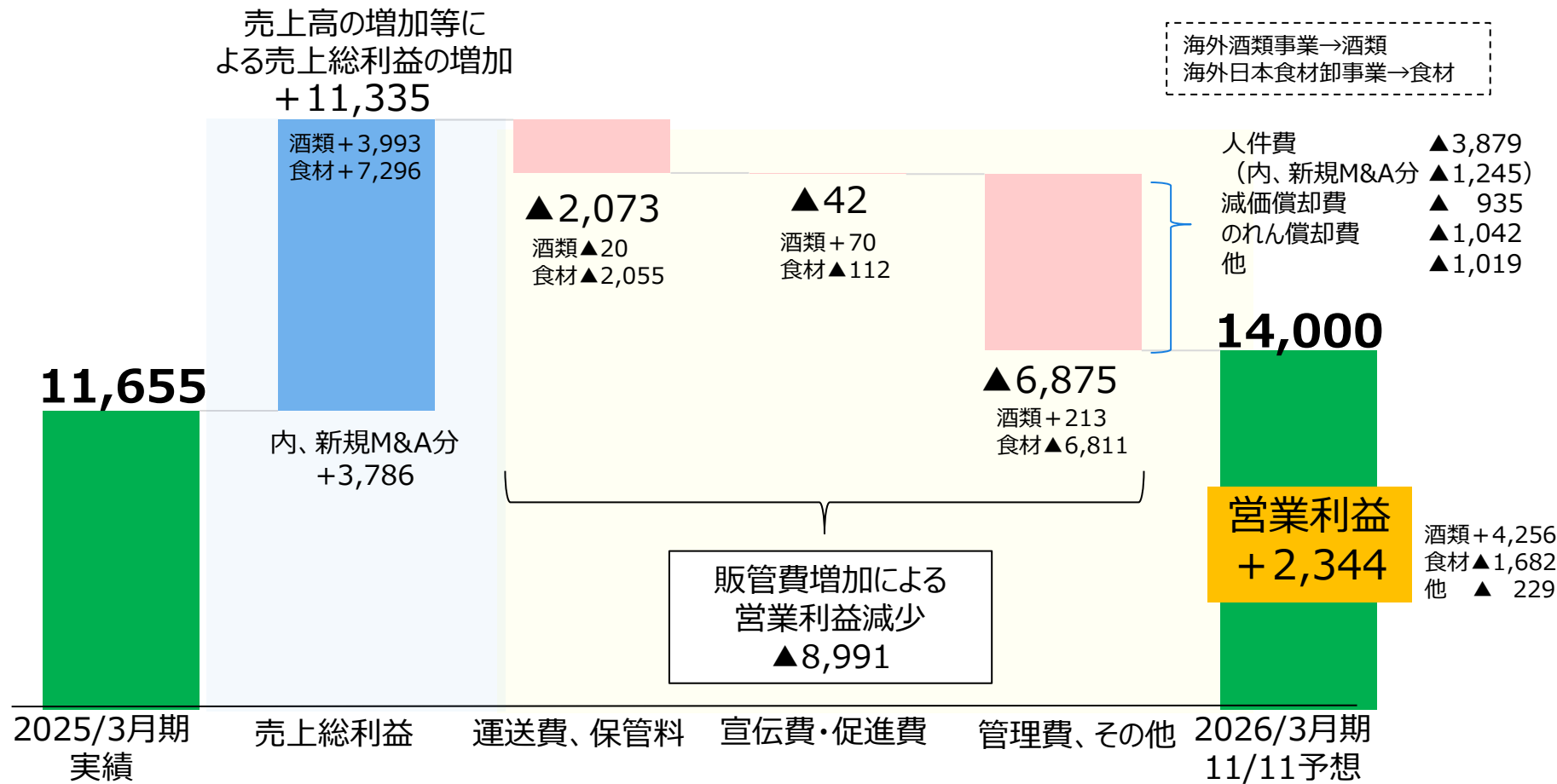
● 海外日本食材卸グループ5社※の2025年1-6月販売状況

	2025年 1－6月実績	下期の主な取り組み
和酒：売上高前期比	▲3.6%	・「澪」および地酒の試飲販売イベントや展示会を活用し、認知率を高めブランドを育成 ・12月よりカーゲラー社で和酒取り扱いを開始
「澪」：販売数量	1.1 万ケース (前期+4.6%)	・米国宝との連携を通じて、「澪150ml」を活用し、アジア系レストランをターゲットに新規アカウントを獲得 ・「澪」のカクテルレシピ提案による新規ユーザーの獲得
水産品：売上高前期比	+9.1%	「超低温マグロ」「日本産うなぎ」など差異化された商材および鮮魚の拡大を強化

※ミューチャルトレーディング、フーデックス、コミンポート、タザキグループ、ニッポンフード

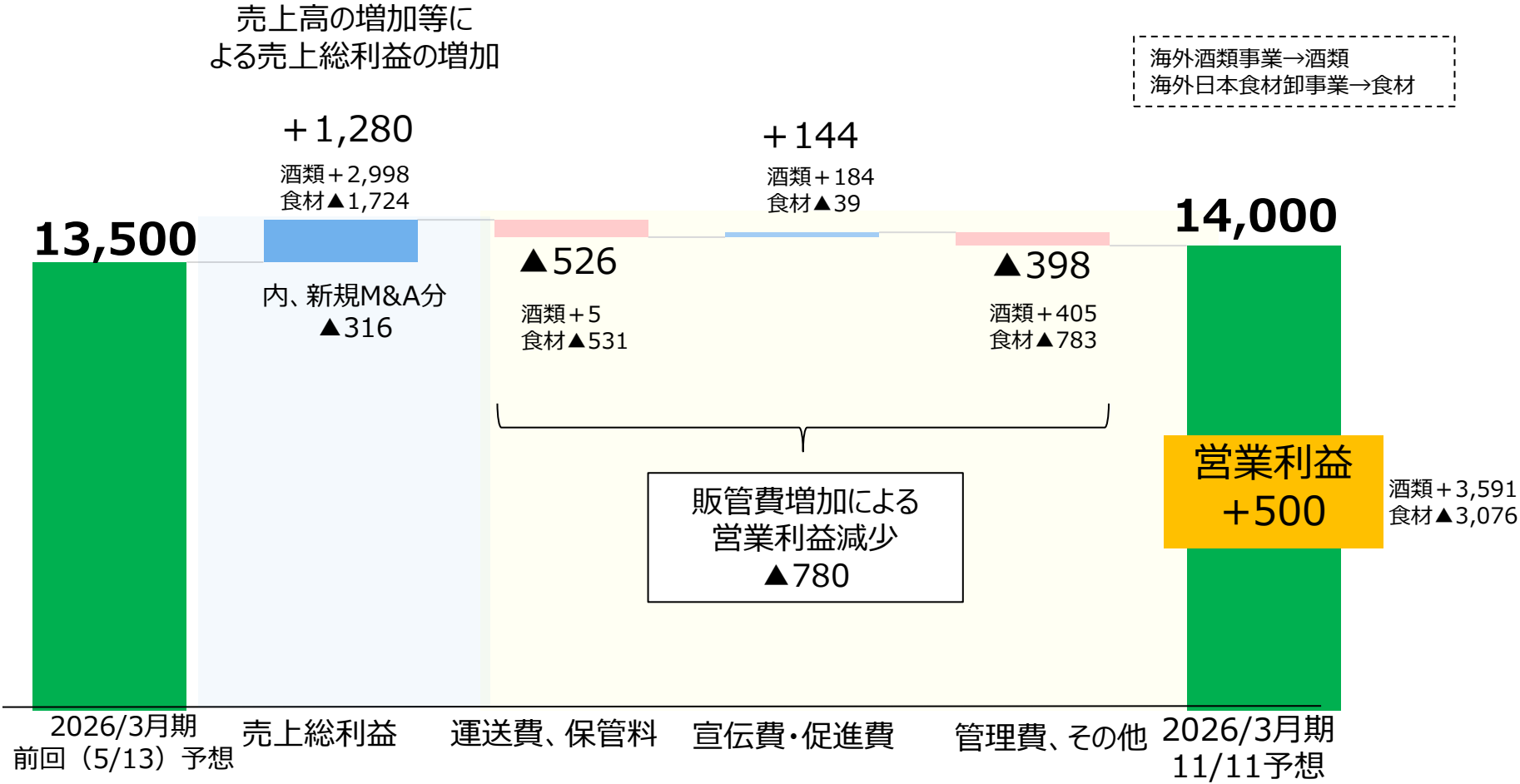
海外酒類事業、海外日本食材卸事業ともに売上総利益が増加し、海外日本食材卸事業では人件費など販管費が増加するものの、海外酒類事業のエイジ・インターナショナル社が牽引し、増益となる見通し

◇対前期営業利益増減分析（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円）



海外日本食材卸事業は売上総利益が前回予想を下回り、販管費が上回ることで営業利益は予想を下回るが、海外酒類事業が好調に推移することで予想を上回る

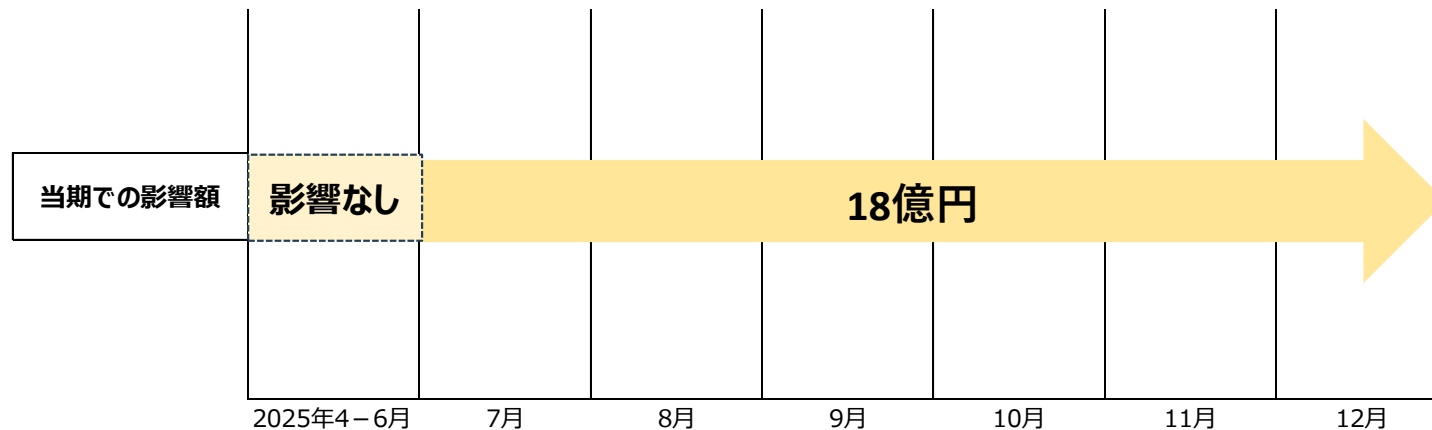
◇対5/13予想営業利益増減分析（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円）



トランプ政権の相互関税による影響と対応について

- ・ミューチャルトレーディング社（米国）における相互関税によるコストアップは、4－6月は、事前の在庫積み増しにより影響なし。
- ・7月から影響を受け、当期は18億円のコストアップを見込むが、順次価格改定を実施することで損益に与える影響は無い見込み。
- ・米国以外の海外日本食材卸各社、海外酒類事業への影響は軽微

○ミューチャルトレーディング社 相互関税によるコストアップ



(参考) ミューチャルトレーディング社 国別仕入高構成比

	仕入先国、地域			対応策
	米国	米国以外	主な仕入先国、地域	
構成比	70%	30%	日本、中国、その他	価格改定 の実施

IV. サステナビリティに対する取り組み

CDPから「サプライヤーエンゲージメント・リーダー」に初選定

国際的な環境非営利団体であるCDPにより、2024年度「サプライヤーエンゲージメント評価」において、当社が最高評価「サプライヤーエンゲージメント・リーダー」に初選定

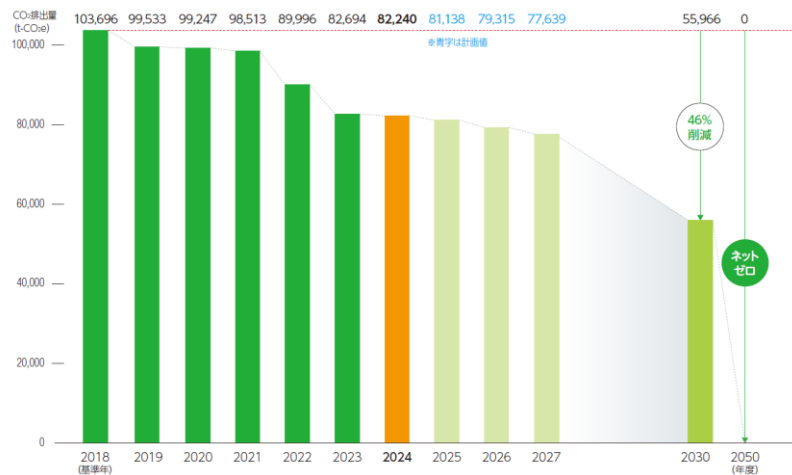


社会課題の解決に資するバリューチェーンの強化 <気候変動への対応>

ガスボイラーの活用や、太陽光パネルの採用、CO₂フリー電力の使用等の取り組みを推進

<目標と2024年度の進捗状況>

◇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CO₂排出量目標

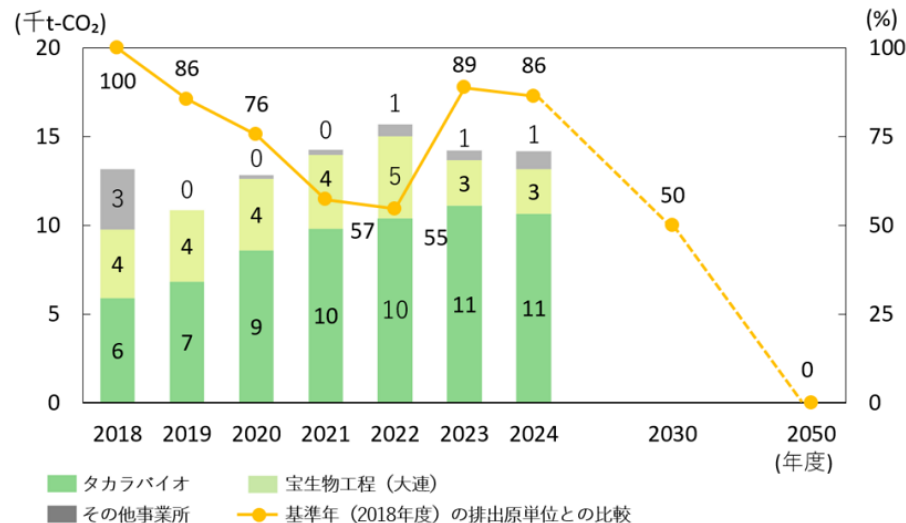


◇2024年度進捗

CO₂排出量：82,240 (t-CO₂)

2018年度比：20%削減

◇タカラバイオグループの排出量目標 (原単位)



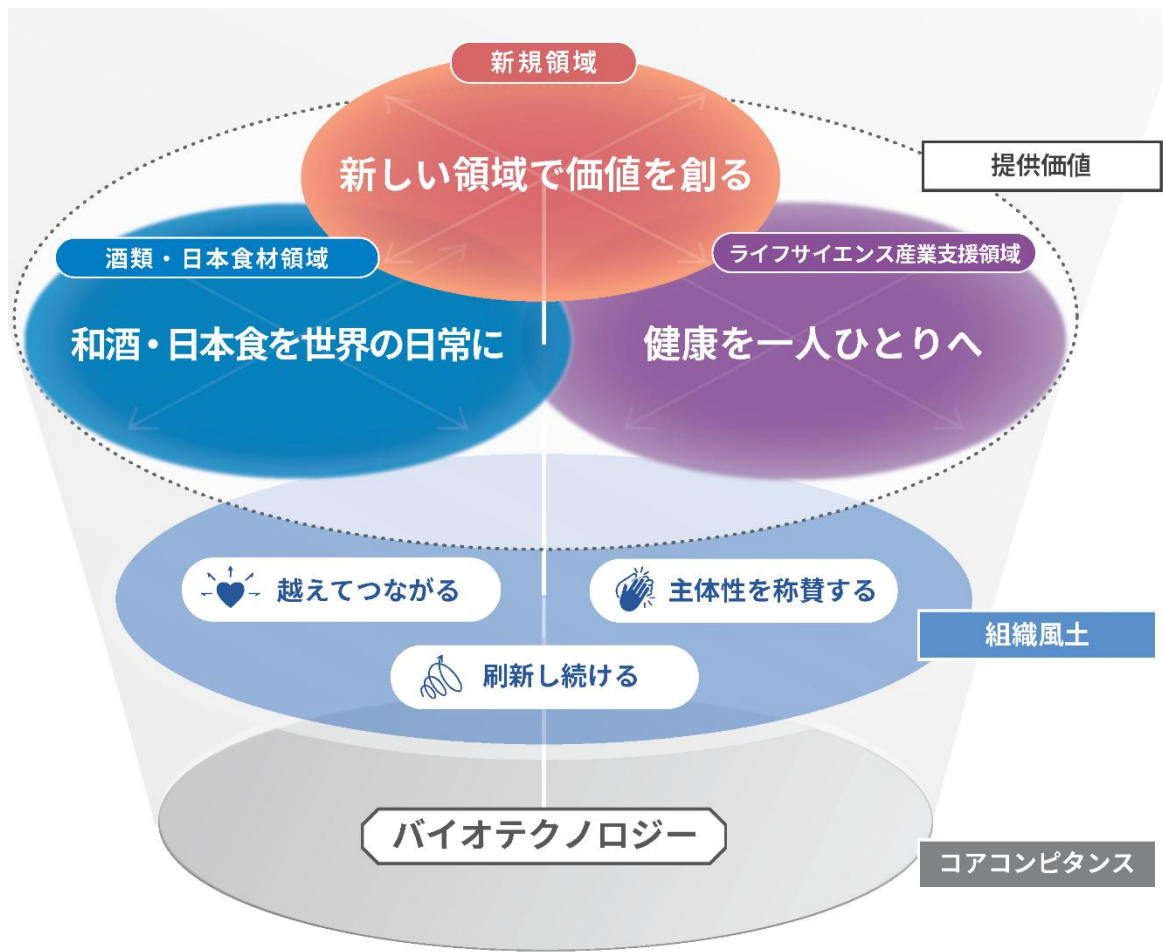
2018年度比：14%削減

<気候変動への対応> 主な取り組み

主なマテリアリティ	取り組み内容
環境	・松戸工場（千葉県）の蒸留塔に省エネ設備の設置 （2026年11月稼働予定） ・蒸留時に発生する排熱を回収し、蒸留塔へ再投入することにより、省エネルギー化を推進  松戸工場

宝グループ 長期Vision2050

バイオテクノロジーをコアコンピタンスに据え、「酒類・日本食材」と「ライフサイエンス産業支援」という既存事業領域の拡大を図る。加えて、バイオテクノロジーを駆使して新たな領域で価値を創出し、食料不足や環境問題などの社会課題の解決にも貢献



笑顔は人生の宝
Smiles in Life

参考資料

2026年3月期 中間期業績	宝酒造	
	宝酒造インターナショナルグループ	
2026年3月期 通期業績予想	宝酒造	
	宝酒造インターナショナルグループ	
2026年3月期 中間期業績	宝酒造インターナショナルグループ 海外酒類事業	営業利益増減分析 ＜対前期＞ ＜対予想＞
	宝酒造インターナショナルグループ 海外日本食材卸事業	
2026年3月期 通期業績予想	宝酒造インターナショナルグループ 海外酒類事業	営業利益増減分析 ＜対前期＞ ＜対予想＞
	宝酒造インターナショナルグループ 海外日本食材卸事業	
2026年3月期 中間期業績、 通期業績予想	宝酒造インターナショナルグループ 主要子会社	売上高、営業利益

2026年3月期 中間期 宝酒造 業績

◇損益計算書（売上高～営業利益）

（百万円）

		2026年3月期 中間期 実績	前期比		5/13予想比	
			増減	率(%)	増減	率(%)
	焼酎	14,953	▲1,972	▲ 11.7	▲481	▲ 3.1
	清酒	3,730	▲467	▲ 11.1	▲347	▲ 8.5
	ソフトアルコール飲料	22,000	▲1,169	▲ 5.0	▲502	▲ 2.2
	その他の酒類	2,105	▲738	▲ 26.0	▲588	▲ 21.9
	本みりん	4,668	▲66	▲ 1.4	+24	+0.5
	その他の調味料	4,529	+5	+0.1	▲27	▲ 0.6
	原料用アルコール等	5,773	+190	+3.4	+193	+3.5
売上高		57,760	▲4,219	▲ 6.8	▲1,732	▲ 2.9
売上総利益		14,635	▲835	▲ 5.4	▲658	▲ 4.3
販売費及び一般管理費		12,170	▲677	▲ 5.3	▲730	▲ 5.7
営業利益		2,465	▲158	▲ 6.0	+73	+3.1

2026年3月期 中間期 宝酒造インターナショナルグループ 業績

◇損益計算書（売上高～営業利益）

（百万円）

		2026年3月期 中間期 実績	前期比		5/13予想比	
			増減	率(%)	増減	率(%)
売	海 外 酒 類	13,164	+1,951	+17.4	+1,159	+9.7
	海 外 日 本 食 材 卸	92,005	+12,925	+16.3	▲1,417	▲ 1.5
	そ の 他	553	+7	+1.4	+9	+1.7
	連 結 消 去	▲ 1,834	+23	－	+77	－
売 上 高		103,889	+14,909	+16.8	▲170	▲ 0.2
売 上 総 利 益		34,227	+5,353	+18.5	+907	+2.7
販 売 費 及 び 一 般 管 理 費		27,568	+5,182	+23.2	+248	+0.9
営	海 外 酒 類	5,768	+2,773	+92.6	+2,299	+66.3
	海 外 日 本 食 材 卸	1,665	▲2,557	▲ 60.6	▲1,648	▲ 49.7
	そ の 他	▲ 276	▲ 75	－	+3	－
	連 結 消 去	▲ 498	+30	－	+4	－
営 業 利 益		6,658	+170	+2.6	+658	+11.0

為替レート影響額
前期比
▲ 299
▲ 1,846
+35
▲ 2,110

2026年3月期 通期 宝酒造 業績予想

◇損益計算書（売上高～営業利益）

（百万円）

		2026年3月期 通期予想	前期比		5/13予想比	
			増減	率(%)	増減	率(%)
	焼酎	29,376	▲2,425	▲ 7.6	▲807	▲ 2.7
	清酒	10,853	+347	+ 3.3	+198	+ 1.9
	ソフトアルコール飲料	44,584	+2,554	+ 6.1	▲195	▲ 0.4
	その他の酒類	4,363	▲705	▲ 13.9	▲564	▲ 11.4
	本みりん	9,705	▲91	▲ 0.9	▲40	▲ 0.4
	その他の調味料	9,609	+378	+ 4.1	+233	+ 2.5
	原料用アルコール等	10,785	▲446	▲ 4.0	▲228	▲ 2.1
売上高		119,277	▲386	▲ 0.3	▲1,404	▲ 1.2
売上総利益		30,467	+547	+ 1.8	▲849	▲ 2.7
販売費及び一般管理費		24,922	+40	+ 0.2	▲1,057	▲ 4.1
営業利益		5,545	+507	+ 10.1	+208	+ 3.9

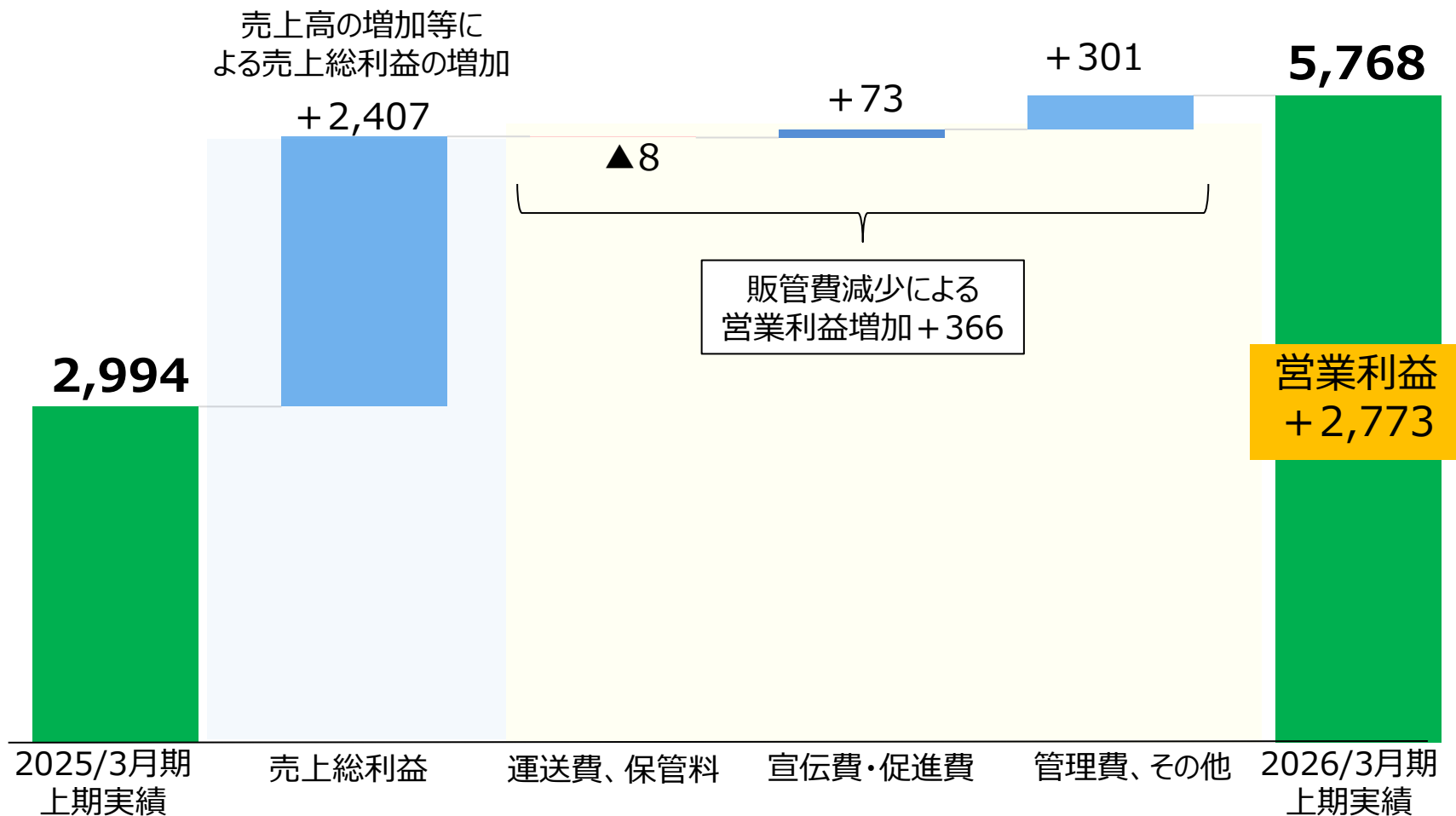
2026年3月期 通期 宝酒造インターナショナルグループ 業績予想

◇損益計算書（売上高～営業利益）

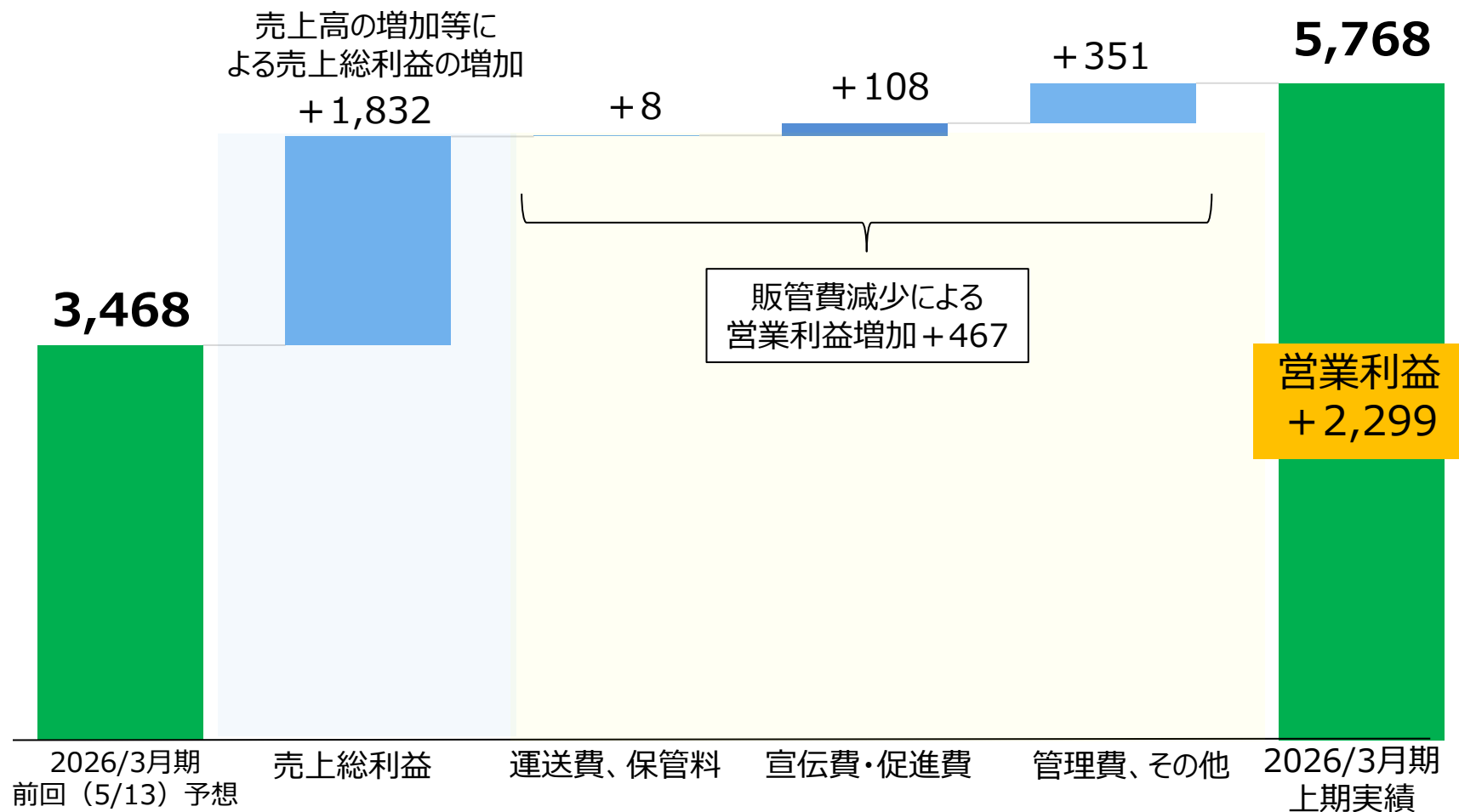
（百万円）

		2026年3月期 通期予想	前期比		5/13予想比		為替レート 影響額
			増減	率(%)	増減	率(%)	
	海外酒類	27,376	+3,843	+16.3	+2,159	+8.6	▲ 647
	海外日本食材卸	192,997	+28,229	+17.1	+899	+0.5	▲ 2,050
	その他	590	▲7,762	▲ 92.9	+4	+0.7	+78
	連結消去	▲ 3,164	+7,686	—	+137	—	▲ 2,620
売上高		217,800	+31,996	+17.2	+3,200	+1.5	
売上総利益		71,030	+11,335	+19.0	+1,280	+1.8	
販売費及び一般管理費		57,030	+8,991	+18.7	+780	+1.4	
	海外酒類	11,250	+4,256	+60.9	+3,591	+46.9	
	海外日本食材卸	4,412	▲1,682	▲ 27.6	▲3,076	▲ 41.1	
	その他	▲ 1,091	▲7,953	—	▲37	—	
	連結消去	▲ 570	+7,724	—	+23	—	
営業利益		14,000	+2,344	+20.1	+500	+3.7	

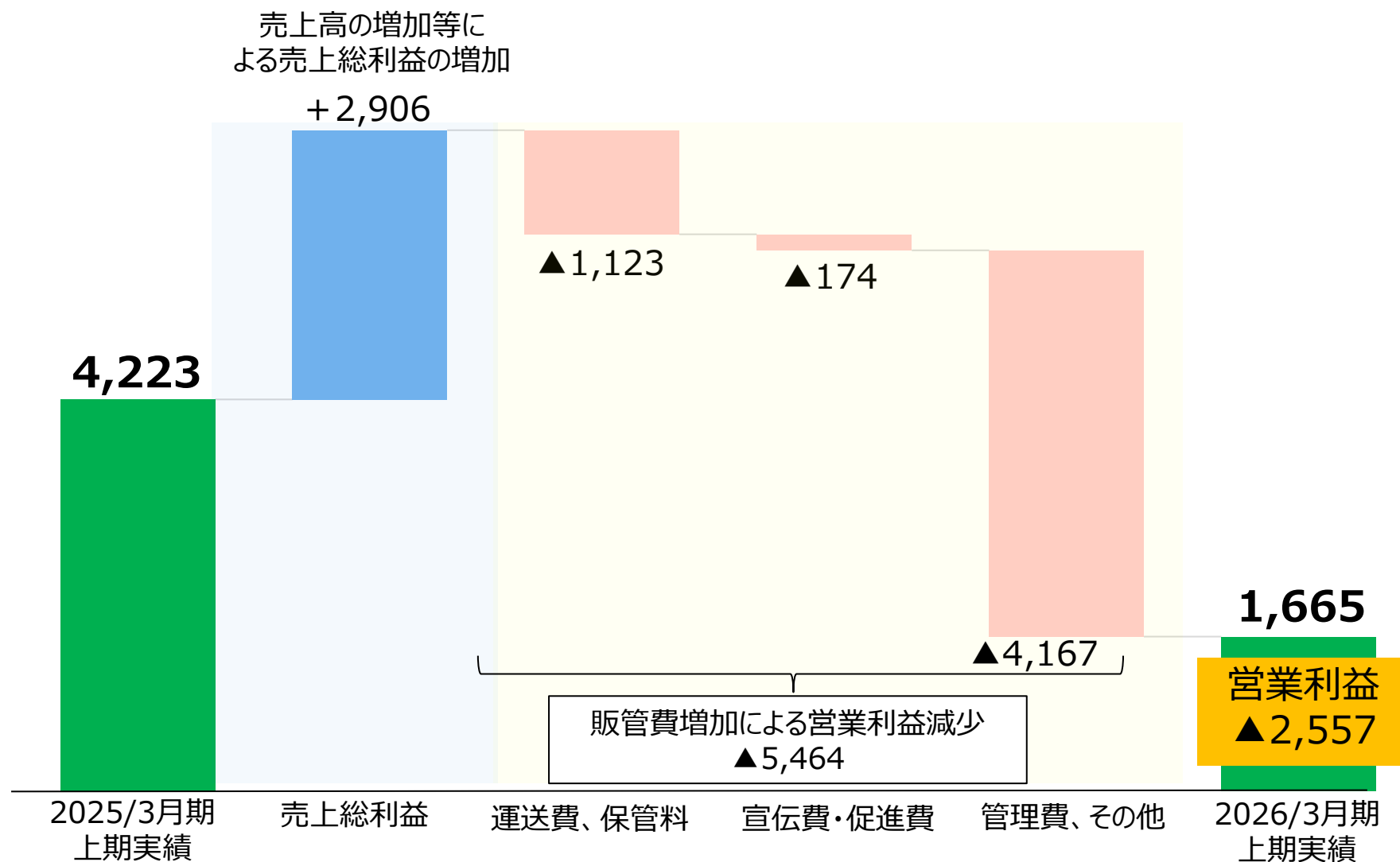
◇対前期営業利益増減分析 (利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円)



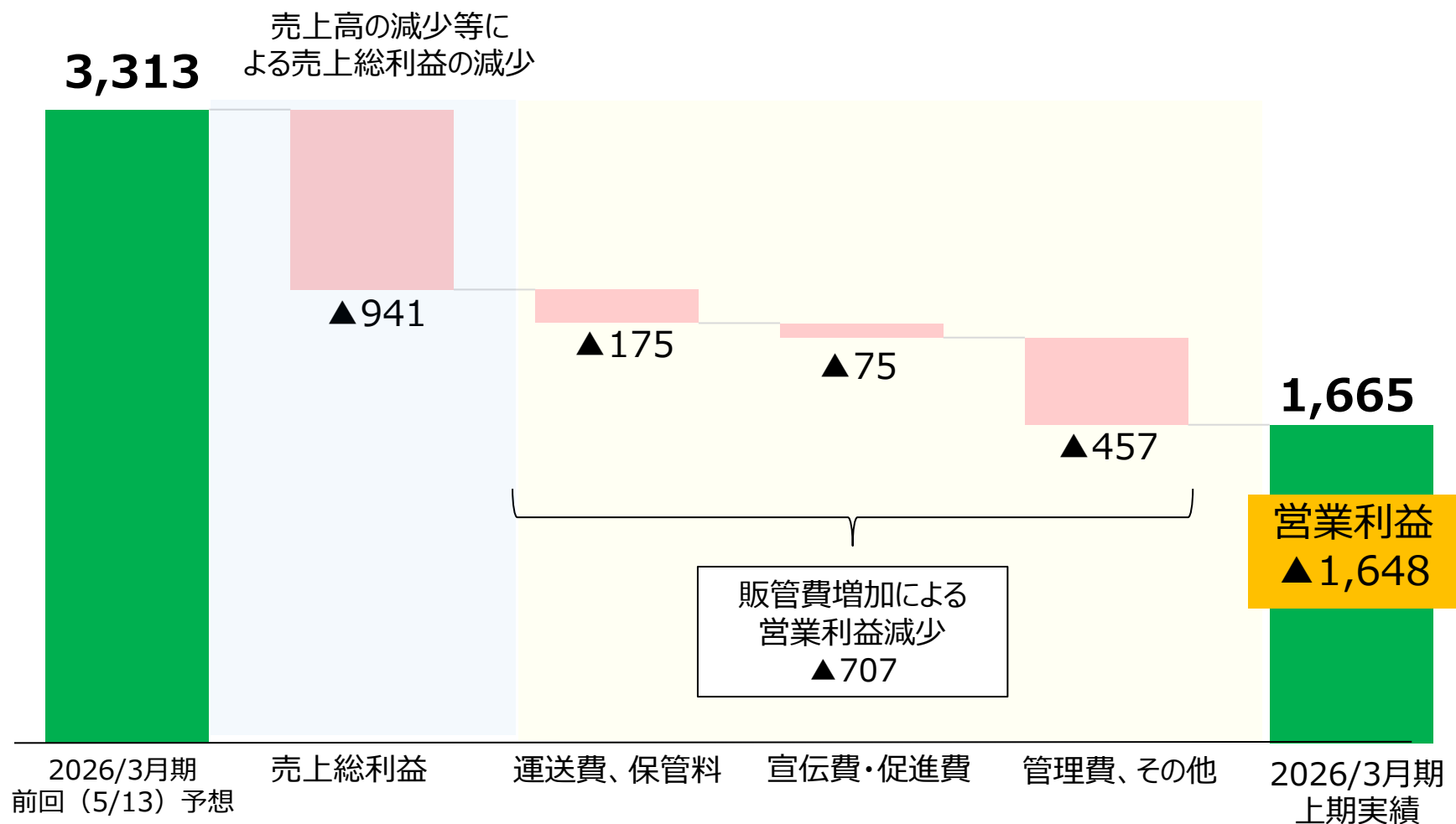
◇対5/13予想営業利益増減分析（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円）



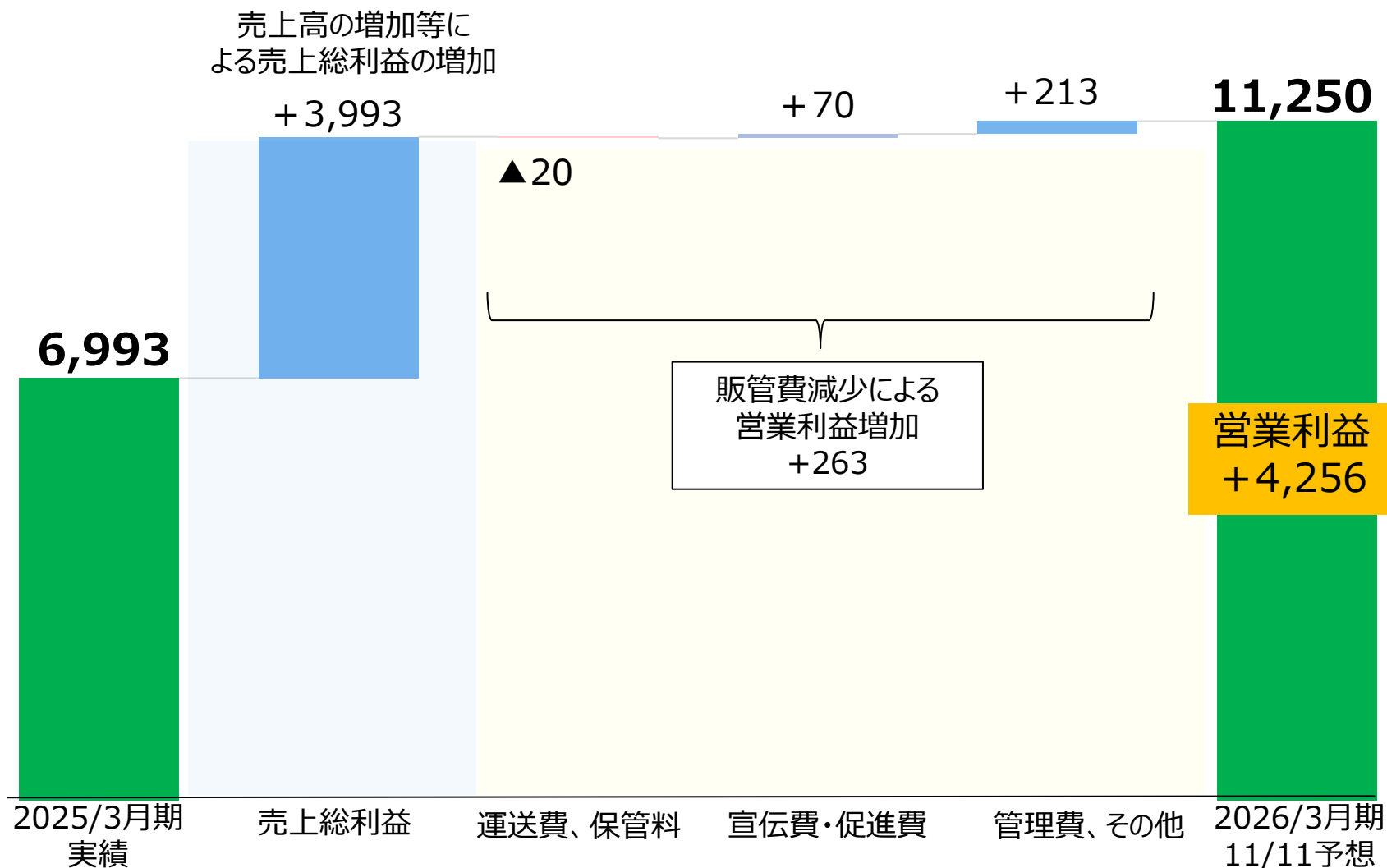
◇対前期営業利益増減分析 (利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円)



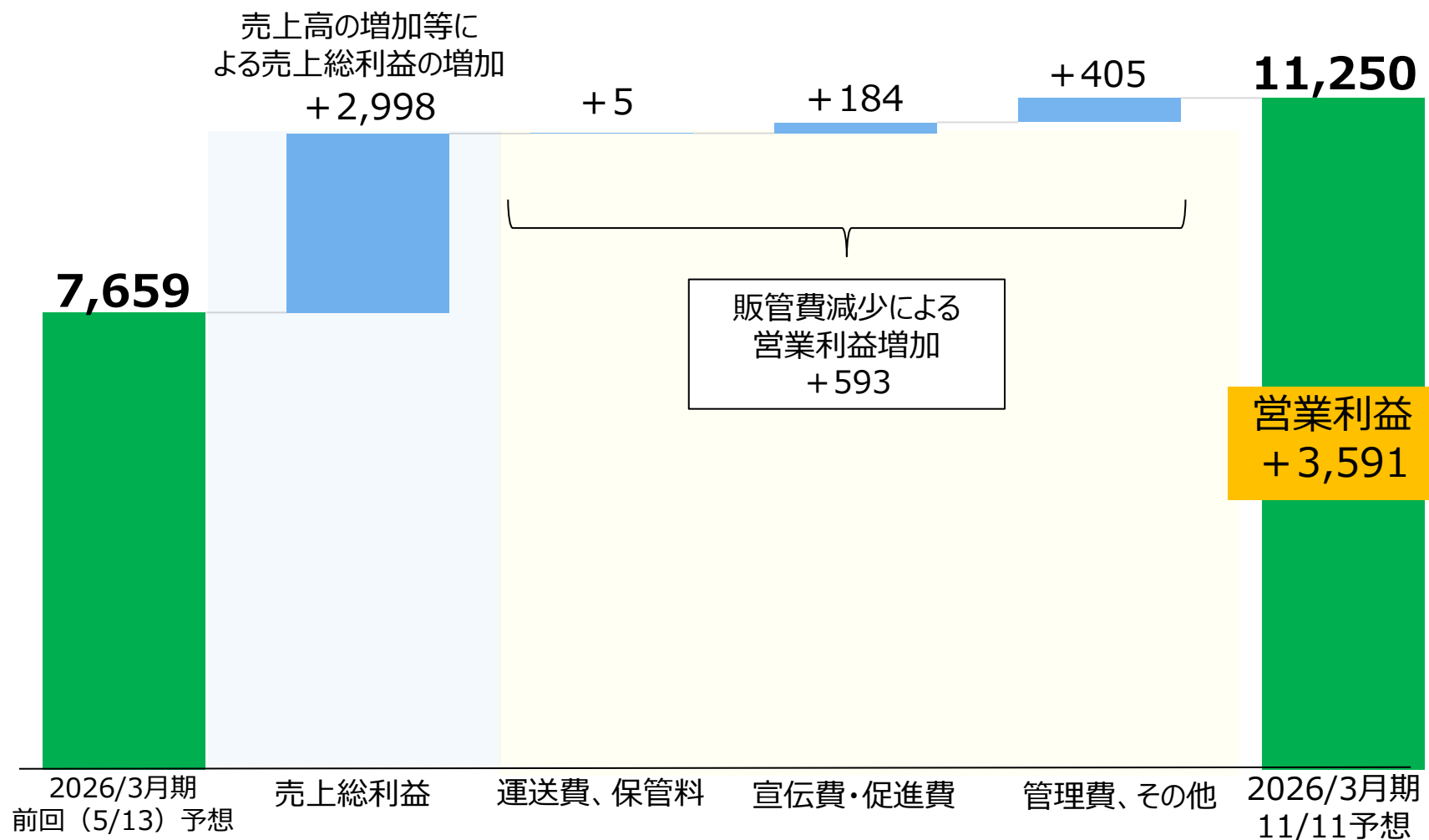
◇対5/13予想営業利益増減分析（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円）



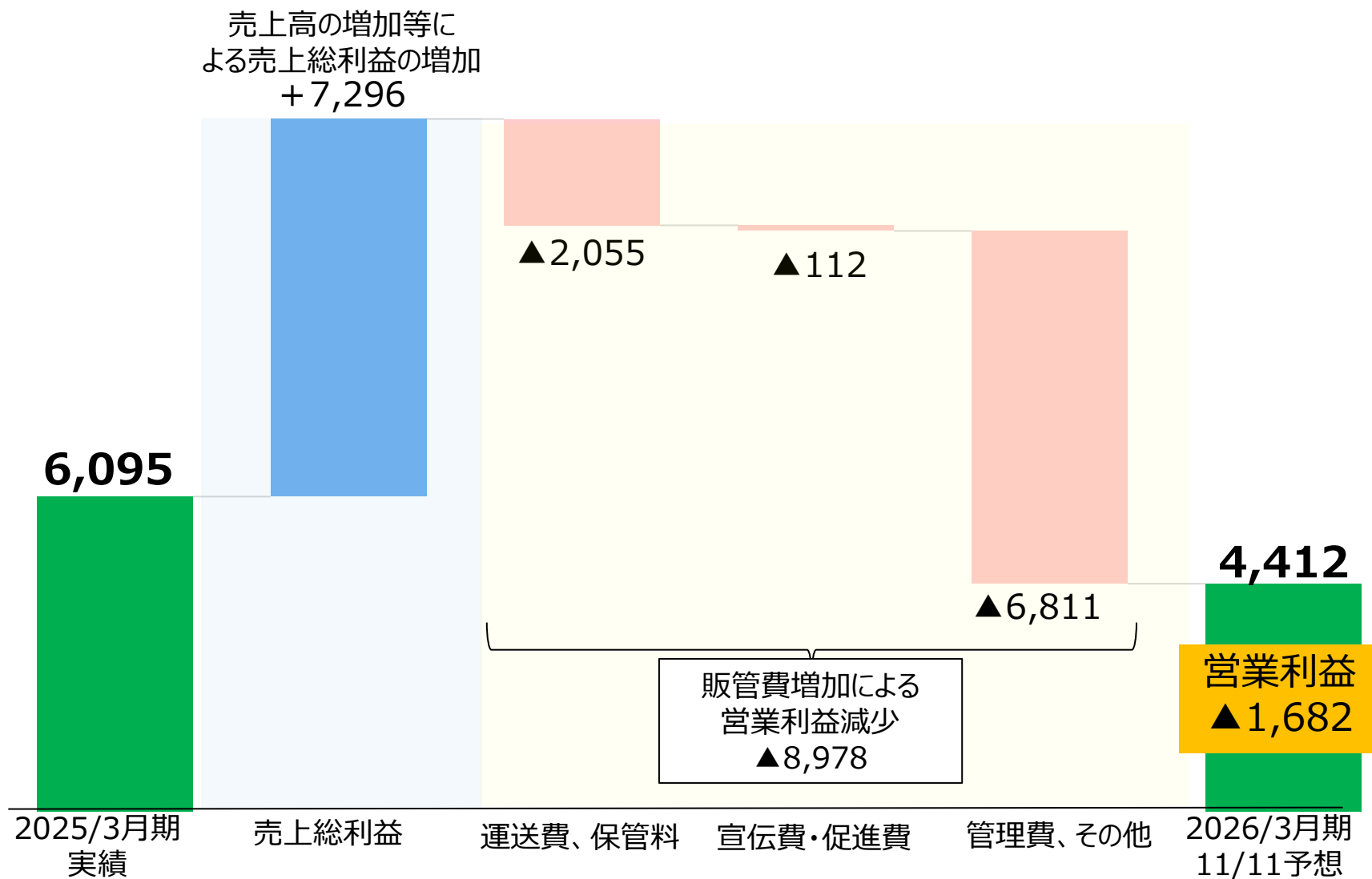
◇対前期営業利益増減分析 (利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円)



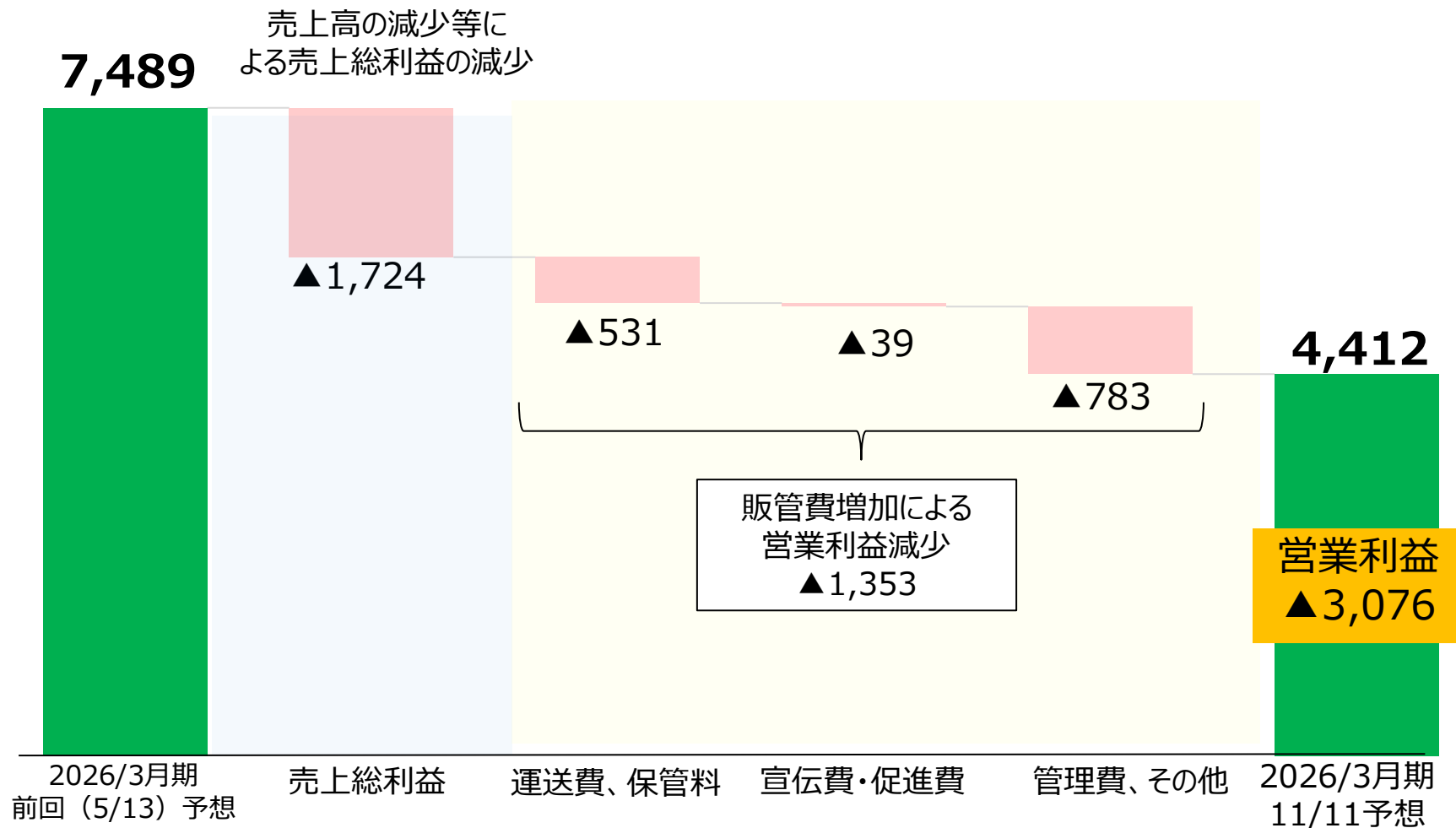
◇対5/13予想営業利益増減分析 (利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円)



◇対前期営業利益増減分析 (利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円)



◇対5/13予想営業利益増減分析（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示、単位：百万円）



2026年3月期 宝酒造インターナショナルグループ 主要子会社 中間期 業績

(百万円)

		2025年3月期 中間期 実績		2026年3月期 中間期 実績	
		売上高	営業利益	売上高	営業利益
米国宝酒造	千USドル	23,503	2,966	22,395	3,071
	百万円	3,580	451	3,323	455
宝酒造食品 (中国)	千元	19,352	▲ 1,599	19,234	▲ 1,424
	百万円	407	▲ 33	393	▲ 29
トマーチン (英国)	千ポンド	11,921	3,285	8,591	3,785
	百万円	2,298	633	1,654	729
Iイジ・インターナショナル (米国)	千USドル	29,429	13,714	48,568	31,788
	百万円	4,483	2,089	7,208	4,717
フーデックス (欧州)	千ユーロ	85,244	3,727	83,338	1,378
	百万円	14,038	613	13,521	223
コミンポート (欧州)	千ユーロ	47,184	4,971	49,502	3,702
	百万円	7,770	818	8,031	600
カーゲラー社 (欧州)	千ユーロ	-	-	51,857	3,779
	百万円	-	-	8,413	613
タザキフーズ (英国)	千ポンド	39,134	2,929	52,540	516
	百万円	7,544	564	10,119	99
ミューチャルトレーディング (米国)	千USドル	298,133	14,883	319,170	7,156
	百万円	45,423	2,267	47,368	1,062
ニッポンフード (豪州)	千AUSドル	33,627	1,698	38,560	962
	百万円	3,371	170	3,627	90
東京共同貿易	百万円	8,323	403	9,524	396

2026年3月期 宝酒造インターナショナルグループ 主要子会社 通期 業績予想

(百万円)

		2025年3月期 実績		2026年3月期 通期予想	
		売上高	営業利益	売上高	営業利益
米国宝酒造	千USドル	45,357	5,538	45,000	5,595
	百万円	6,880	840	6,633	824
宝酒造食品（中国）	千元	41,237	▲ 3,434	43,591	▲3,384
	百万円	867	▲ 72	889	▲ 69
トマーチン（英国）	千ポンド	23,655	5,241	19,361	6,383
	百万円	4,585	1,015	3,771	1,243
Iヰヰ・インターナヰナル（米国）	千USドル	67,876	36,028	101,616	64,233
	百万円	10,296	5,465	14,978	9,468
フーデックス（欧州）	千ユーロ	168,569	6,467	170,435	4,235
	百万円	27,652	1,061	28,394	705
コミンポート（欧州）	千ユーロ	97,668	9,228	103,330	8,719
	百万円	16,021	1,513	17,214	1,452
カーゲラー社（欧州）	千ユーロ	25,968	2,052	105,000	7,700
	百万円	4,222	333	17,493	1,282
タザキフーズ（英国）	千ポンド	84,279	2,803	111,700	3,000
	百万円	16,335	543	21,759	584
ミューチャルトレーヰング（米国）	千USドル	603,899	21,910	668,900	20,000
	百万円	91,605	3,323	98,595	2,948
ニッポンフーヰ（豪州）	千AUSドル	71,768	3,814	84,238	3,824
	百万円	7,179	381	8,019	364
東京共同貿易	百万円	16,548	777	17,992	683

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

広報・IR部

E-Mail ir@takara.co.jp

TEL 075-241-5124