

2025年3月期 中間期 決算説明会

2024年11月12日
宝ホールディングス株式会社

本日の内容

I. 2025年3月期 中間期決算

II. 2025年3月期 事業戦略

1. 宝酒造
2. 宝酒造インターナショナルグループ

III. 2025年3月期 通期業績予想

IV. サステナビリティに対する取り組み

I . 2025年3月期 中間期決算

2025年3月期 中間期 宝ホールディングス（連結） 業績

(百万円)

	2025年3月期 中間期 実績	前期比 (%)	5/10予想比 (%)
売上高	176,539	+8.2	+3.2
売上総利益	58,745	+5.9	+2.2
営業利益	10,532	▲15.5	+1.3
経常利益	11,166	▲14.3	+3.4
親会社株主に 帰属する 中間純利益	9,088	+13.0	+5.7

前期比

- ・売上高は増収、営業利益および経常利益は減益。親会社株主に帰属する中間純利益は、投資有価証券や固定資産の売却等による特別利益を計上し、増益。

予想比

- ・各項目で予想を上回る。

2025年3月期 中間期 宝酒造 業績

(百万円)

		2025年3月期 中間期 実績	前期比 (%)	5/10予想比 (%)
宝酒造	売上高	61,980	+1.3	+3.0
	売上総利益	15,471	▲3.1	▲1.8
	営業利益	2,623	▲33.6	▲6.2

前期比

・売上高は、ソフトアルコール飲料や、本みりん等の伸長に加え、当期10月の価格改定の前倒し需要により、増収。原材料、容器包装品のコストアップや為替の影響により、売上総利益が減少し、運送費、保管料や広告宣伝費等の販管費が増加したことで営業利益は減益。

予想比

・売上高は、期初予想に織り込まれていなかった価格改定の前倒し需要により、予想を上回る。営業利益は、コストアップや為替の影響により、予想を下回る。

2025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)

		2025年3月期 中間期 実績	前期比 (%)	5/10予想比 (%)
宝酒造 インターナシヨ ナルグループ	売上高	88,979	+15.3	+4.7
	売上総利益	28,874	+18.4	+4.6
	営業利益	6,488	+3.7	▲3.9

前期比

- ・売上高は海外酒類事業が苦戦したものの、海外日本食材卸事業が堅調に推移したことに加え、為替影響もあり増収。営業利益は、売上高の増加により売上総利益が増加し、人件費や、海外日本食材卸事業の拡大に伴う運送用トラックのリース料の増加等を吸収し、増益。

予想比

- ・売上高、売上総利益は予想を上回るものの、営業利益は人件費やシステム開発の前倒し等により管理費が増加し、予想を下回る。

2025年3月期 中間期 タカラバイオグループ 業績

(百万円)

		2025年3月期 中間期 実績	前期比 (%)	5/10予想比 (%)
タカラバイオ グループ	売上高	19,758	+3.4	▲2.2
	売上総利益	12,445	▲6.7	+1.2
	営業利益	417	▲70.4	+178.0

前期比

- ・売上高は、受託が減少したものの、試薬、機器、遺伝子医療が増加したことで増収。
営業利益は相対的に利益率の高い検査関連試薬の減収と、売上構成の変化の影響等により売上原価が上昇したことで、売上総利益が減少し減益。

予想比

- ・売上高は各カテゴリーで予想を下回る。 営業利益は、研究開発費の選択と集中、管理費の削減等により販管費が減少し、予想を上回る。

◇連結キャッシュフロー計算書

(百万円)

	2024年3月期 中間期 実績	2025年3月期 中間期 実績	増減
営業キャッシュ・フロー	14,922	6,207	▲8,714
投資キャッシュ・フロー	▲ 15,796	▲ 2,313	13,483
フリーキャッシュフロー	▲ 874	3,894	4,768
財務キャッシュ・フロー	▲ 9,711	▲ 9,136	575
現金及び現金同等物に係る換算差額	3,246	4,986	1,739
現金及び現金同等物の期末残高	84,446	89,929	5,482

◇減価償却費・のれん償却費

(百万円)

	2025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	+ 200	4.2
のれん償却費	696	+ 152	28.0

2025年3月期 中間期 宝ホールディングス（連結）投資項目

◇主な投資項目

- ・伏見工場 PETライン更新
- ・楠工場 キュービテナーライン更新
- ・スペインでの倉庫機能拡張
- ・遺伝子・細胞プロセッシングセンター3号棟の建設



伏見工場

設備投資総額	48億円
--------	------

◇政策保有株の売却

売却銘柄数	9
売却額	27億円

◇連結貸借対照表

(百万円)

	2024年3月末	2024年9月末	増減
流動資産	245,213	253,317	8,103
現金及び預金	95,085	95,078	▲ 7
受取手形及び売掛金	70,123	72,601	2,477
棚卸資産	71,052	77,717	6,665
その他	8,951	7,919	▲ 1,031
固定資産	192,254	194,494	2,239
有形固定資産	104,882	109,930	5,048
無形固定資産	18,336	19,737	1,401
投資その他の資産	69,036	64,826	▲ 4,210
資産合計	437,468	447,811	10,343

	2024年3月末	2024年9月末	増減
流動負債	80,657	78,081	▲ 2,575
支払手形及び買掛金	22,315	22,160	▲ 154
借入金・社債	15,008	17,878	2,869
その他	43,333	38,042	▲ 5,290
固定負債	76,345	73,278	▲ 3,067
借入金・社債	25,422	20,506	▲ 4,916
その他	50,922	52,771	1,848
負債合計	157,003	151,359	▲ 5,643
株主資本合計	183,749	187,262	3,513
資本金・資本剰余金	15,943	16,030	87
利益剰余金	169,909	173,335	3,425
自己株式	▲ 2,103	▲ 2,103	▲ 0
その他包括利益累計額	44,915	54,485	9,569
非支配株主持分	51,799	54,702	2,903
純資産合計	280,465	296,451	15,986
負債純資産合計	437,468	447,811	10,343

Ⅱ. 2025年3月期 事業戦略

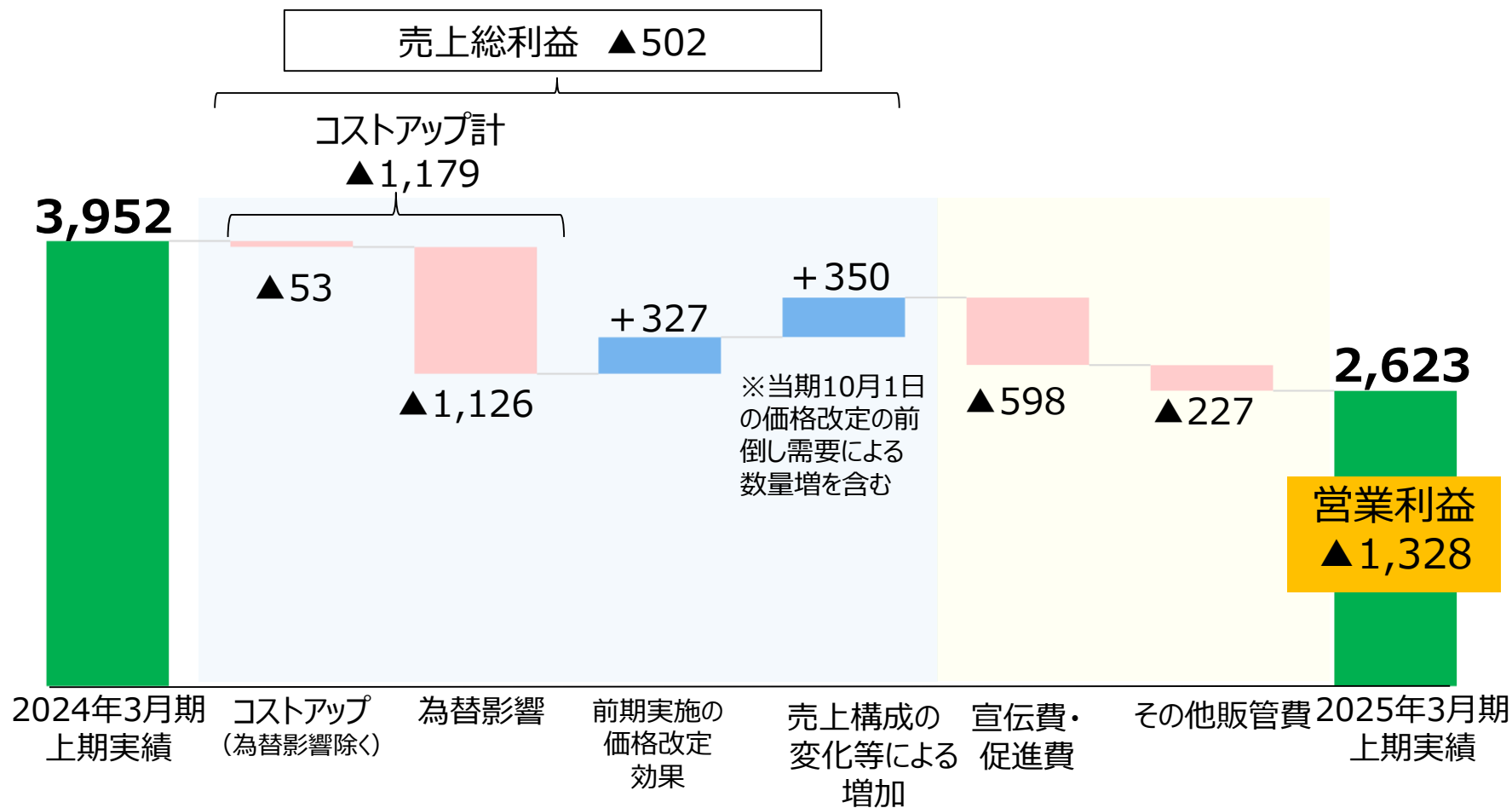
1. 宝酒造

2025年3月期 上期 宝酒造 営業利益増減分析 <対前期>

前期実施の価格改定効果等があるものの、為替影響を含むコストアップが大きく、売上総利益が減少。加えて上期に重点的に投下した宣伝費・促進費等の増加もあり、減益となる

◇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)

(百万円)

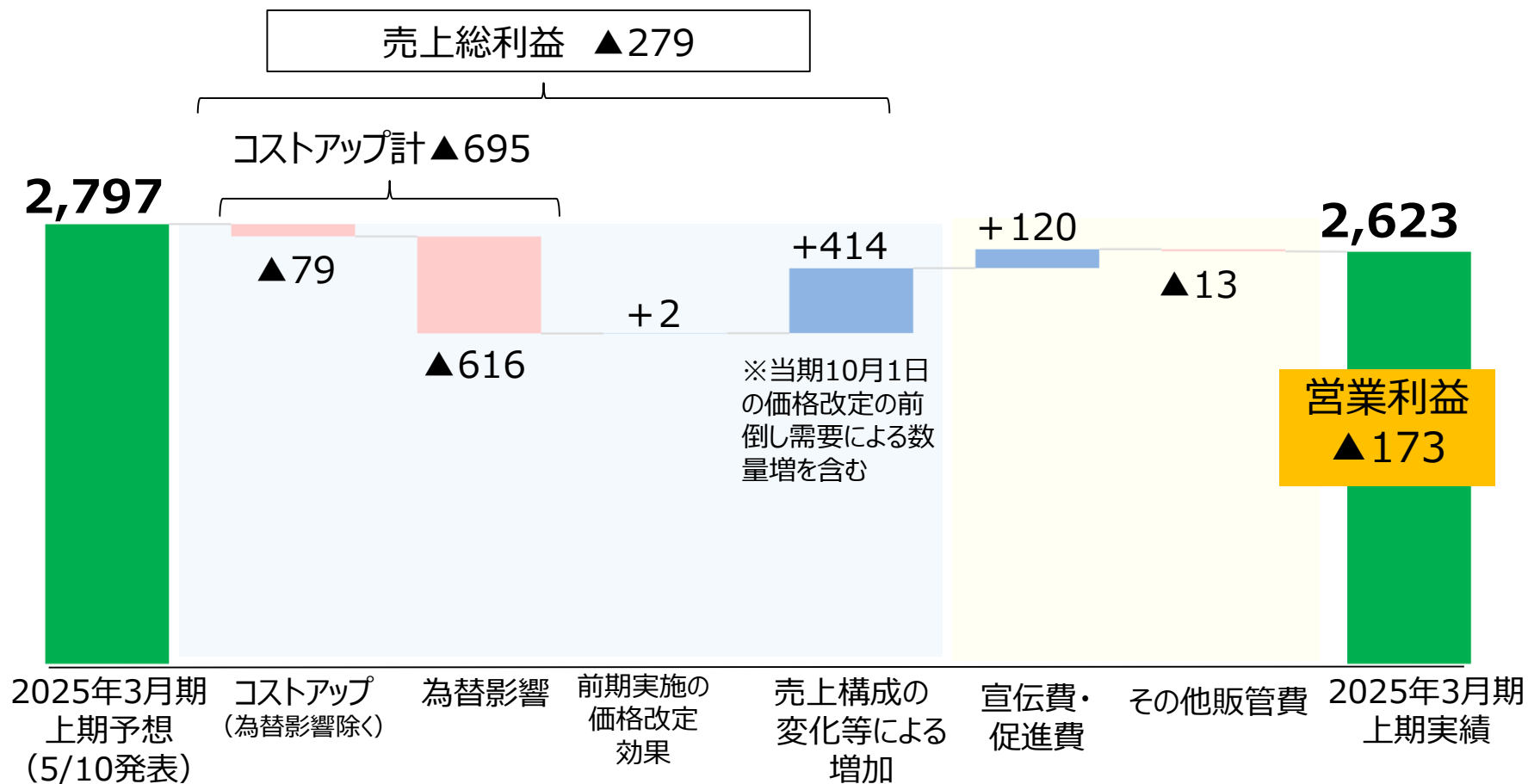


2025年3月期 上期 宝酒造 営業利益増減分析 <対予想>

当期10月1日の価格改定の前倒し需要を含む売上構成の変化等による増加があるが、期初予想を上回るコストアップの影響が大きく、売上総利益が減少。宣伝費・促進費の効率的な使用に努めるものの、予想を下回る

◇対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)

(百万円)



2025年3月期 宝酒造 全体方針・重点テーマ

全体方針

ブランド育成を徹底し、利益率を高めるとともに、世界の市場に向けて和酒を拡大する

- 商品開発力とブランド育成力を強化し、利益・利益率を大きく改善する。
- 「重点ブランド」と「輸出」を拡大する。
- 安全・安心を第一に考えた取り組みを強化し継続する。
- 全社一体となったコスト削減を継続・進化させる。

重点ブランド育成計画 上期 売上高・売上総利益

ブランド育成のための宣伝費を上期に重点的に投下し、重点ブランドの売上高は前期比プラス9.6%、売上総利益はプラス3.9%となり、いずれも上期計画を上回る

◆2025年3月期 上期 重点ブランド販売実績

(百万円)

	2025年3月期 上期実績	前期比 (%)
売上高	24,742	+9.6
売上総利益	7,087	+3.9

2025年3月期 上期計画	計画比 (%)
23,982	+3.2
7,060	+0.4

◆重点ブランド投下宣伝費実績

(百万円)

	2025年3月期 上期実績	通期進捗率 (%)
宣伝費	1,879	64.7

2025年3月期 通期計画
2,903

重点ブランド育成計画 上期 売上構成比・売上総利益率

重点ブランドの売上構成比は前年を上回るも、売上総利益率はコストアップの影響や、当期10月の価格改定の前倒し需要により、重点ブランドの中では利益率の低い焼酎ハイボールが増加したため前年を下回る

◆2025年3月期 上期 重点ブランド進捗状況

	2024年3月期 上期実績		2025年3月期 上期実績	
	売上 構成比 (%)	売上 総利益率 (%)	売上 構成比 (%)	売上 総利益率 (%)
宝酒造計	100.0	26.1	100.0	25.0
重点ブランド	36.9	30.2	39.9	28.7
その他	63.1	23.7	60.1	22.5

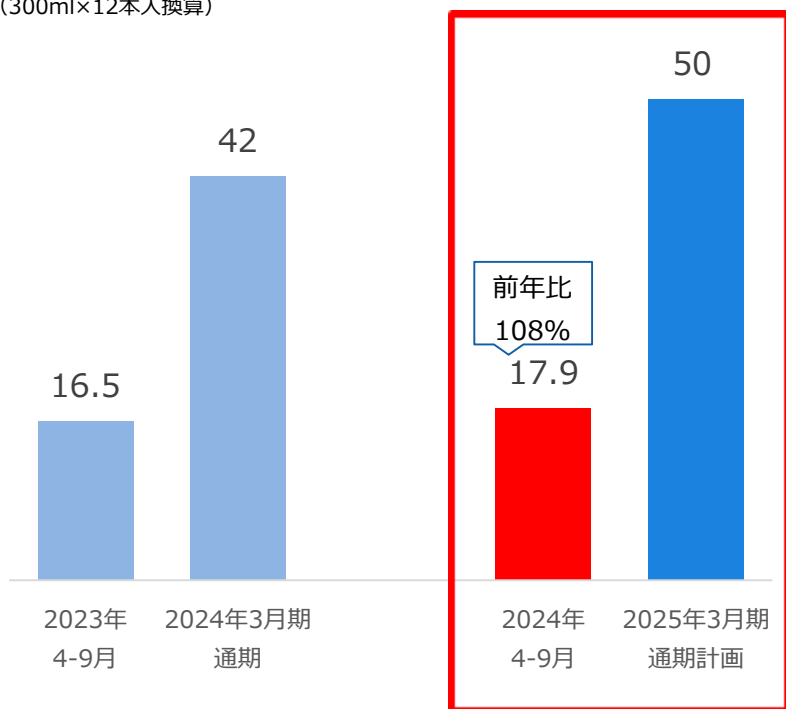
2025年3月期 上期計画	
売上 構成比 (%)	売上 総利益率 (%)
100.0	26.2
39.9	29.4
60.1	24.0

重点ブランド育成計画 松竹梅白壁蔵「漣」

上期はTVCMの投下等により前年比108%で推移。下期も「漣」・「漣」<CLEAR>を柱に、さまざまなニーズを捉えた限定品を発売。TVCM等の販促を継続し、ブランドの活性化を図る

・「漣」販売実績

※単位：万c/s
(300ml×12本入換算)



● 既存品を柱に、さまざまなニーズを捉えた限定品を発売



期間限定
11月5日
発売

「漣」・「漣」<CLEAR> 「漣」<PREMIUM RICH>

● TVCMの投入

・訴求ワード「ほぐれたい日は、漣がいい。」



TVCMイメージ

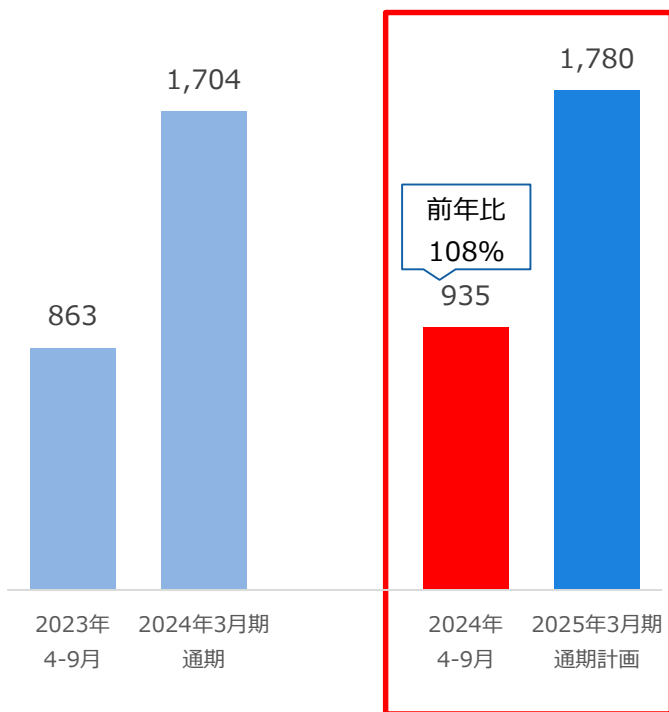
- ・実施期間：11月22日～1月3日
- ・出稿量：1,500GRP

重点ブランド育成計画 タカラ「焼酎ハイボール」

上期は堅調に推移したことに加え、価格改定の前倒し需要等により前年比108%で推移。下期もBS番組提供の継続やファンサイトの活用等により、ロイヤルユーザーを囲い込むことに加え、限定品の発売や、5%シリーズの拡充により新規ユーザーを獲得していく

・「焼酎ハイボール」販売実績

※単位：万c/s
(350ml×24本入換算)



●ロイヤルユーザーの深耕

- ・BS番組提供により“大衆酒場の世界観”を訴求



- ・タカラ「焼酎ハイボール」ファンサイトの活用



●新規ユーザーの獲得

- ・多岐にわたる限定品の発売

	商品名	発売日
①	<強烈りんごサイダー割り>	10/22
②	<特製和梨サイダー割り>	10/8
③	<特製青りんごサイダー割り>	11/5

7%シリーズ

①



5%シリーズ

②



③

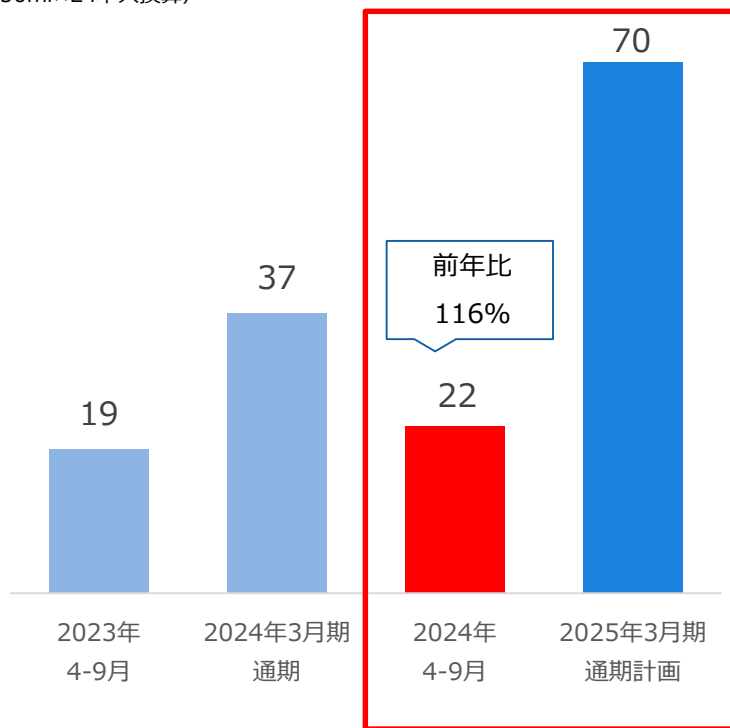


重点ブランド育成計画 タカラ「辛口ゼロボール」

上期はTVCMの投下等により前年比116%で推移。BSでのTVCMや、デジタル販促を実施し、新規ユーザーを獲得していく

・「辛口ゼロボール」販売実績

※単位：万c/s
(350ml×24本入換算)



- TVCM (BS) を実施
BS-TBS「夕焼け酒場」内で放映



TVCMイメージ

- デジタル販促企画
サインージ企画に対応するコンテンツ、
店内放送企画実施



重点ブランド育成計画 新商品開発状況①

新ブランド

潜在的なニーズを掘り起こし、これまでにない新たな酒質や付加価値を提供する新ブランドを発売

●新ブランド第二弾

・タカラ「発酵蒸留サワー」9月10日発売

飲みたいけど、酔いたくないというニーズに対応し、アルコール分3%なのに
お酒を飲んだ満足感が楽しめる、食事に合う新市場創造型チューハイ



<クリア>



<レモン>



<ぶどう>

・広告ビジュアル



●新ブランド 第一弾
タカラ本みりん「贅沢米麴」
<国産米100%>
2023年8月発売



重点ブランド育成計画 新商品開発状況②

新ブランド

日本酒を飲んだ満足感に浸れる、フルーティーな香りが爽やかな炭酸割り専用の日本酒

●新ブランド第三弾

・松竹梅「瑞音（みずおと）」720ml 10月1日発売

「香り高さ・日本酒らしい甘み・ボリューム感」がバランスよく共存する味わいを実現



アルコール分14%

参考小売価格（税抜き）：1,000円

業務用ルート先行発売

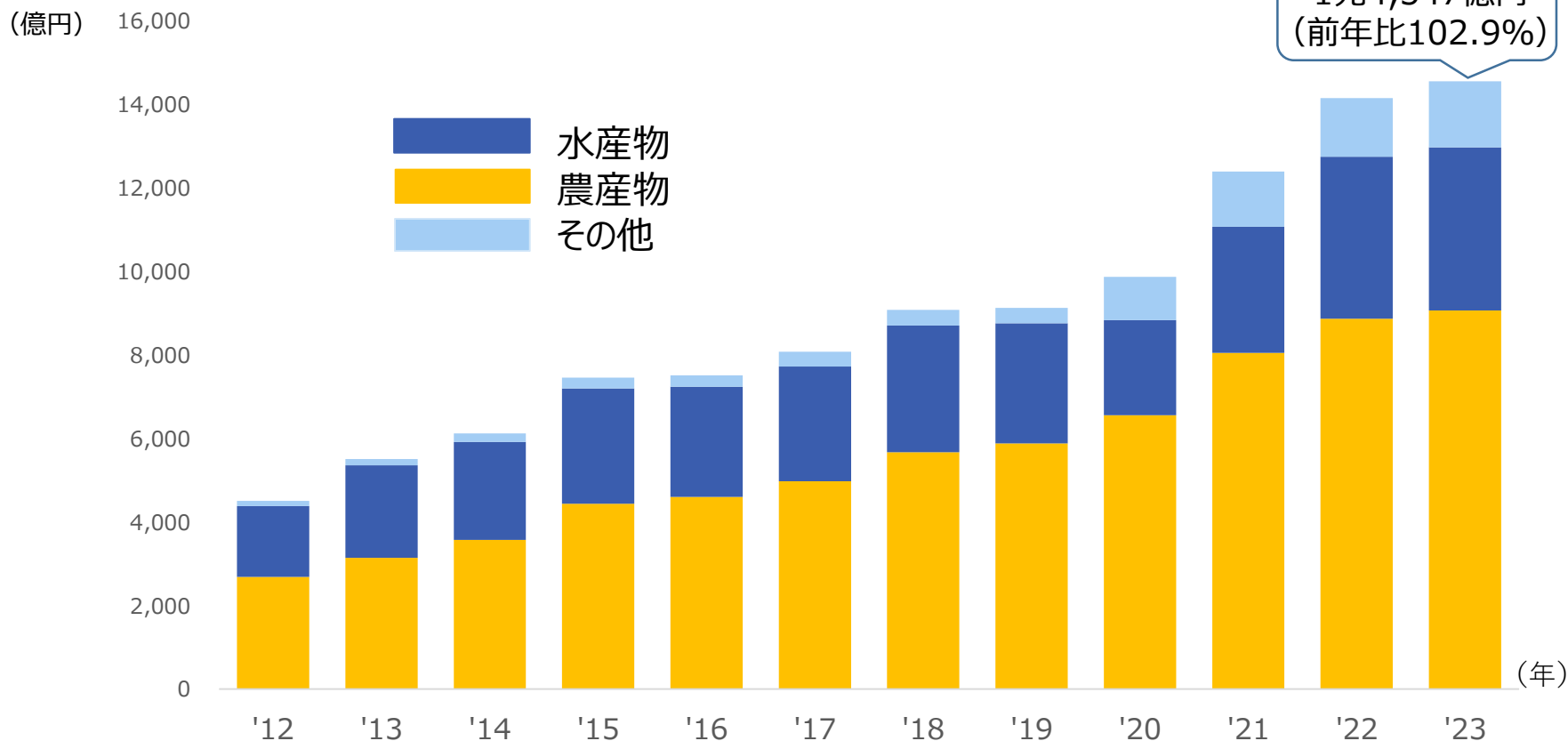
Ⅱ. 2025年3月期 事業戦略

2. 宝酒造インターナショナルグループ

市場環境：輸出市場の伸長

農林水産物・食品の輸出額は年々右肩上がりに増加 2023年も前年比102.9%と伸長している

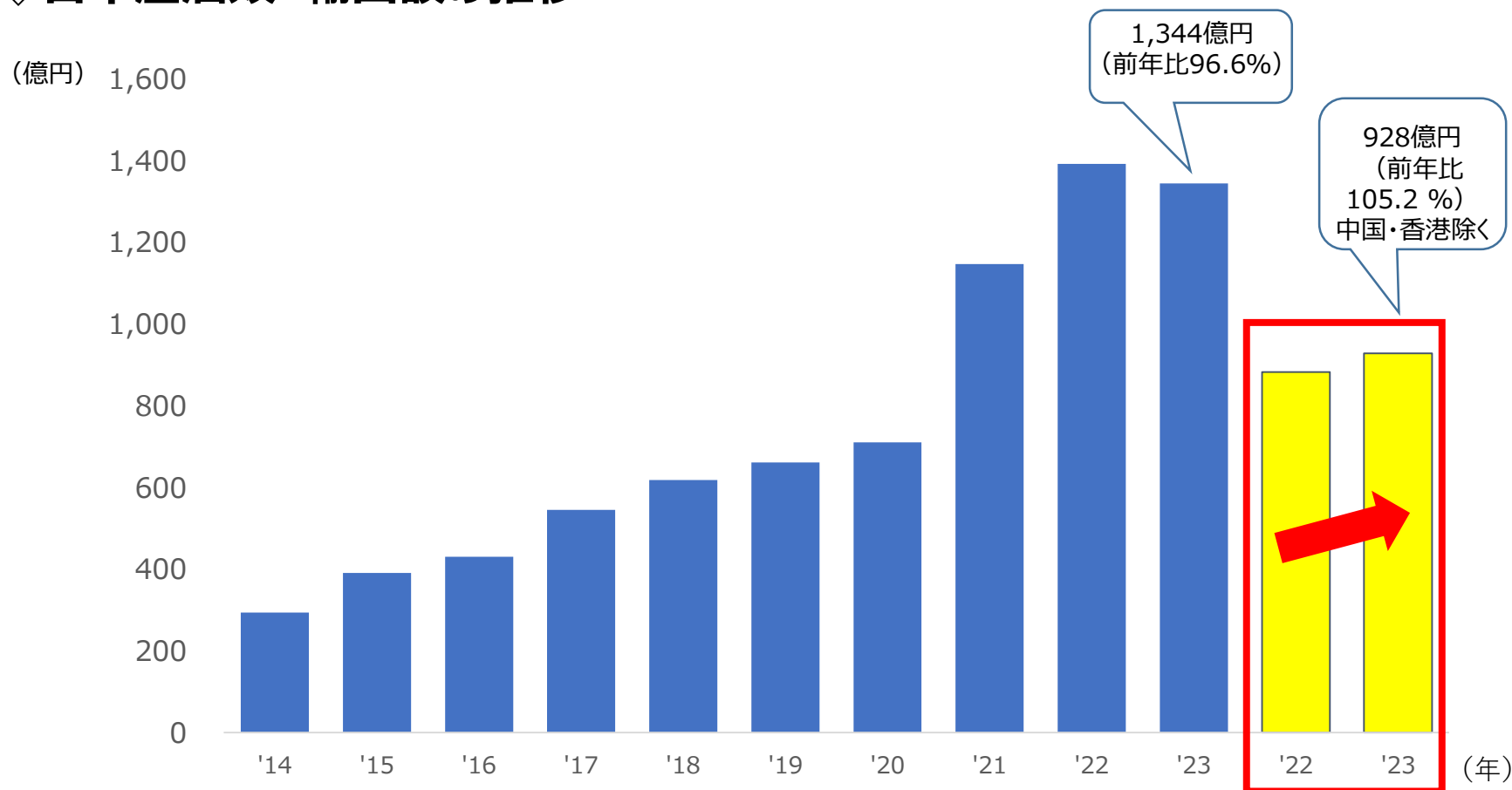
◇農林水産物・食品 輸出額の推移



市場環境：輸出市場の伸長

2023年の日本産酒類の輸出額は前年を下回るものの、減少影響の大きい中国、香港を除くと前年比105.2%で推移

◇日本産酒類 輸出額の推移

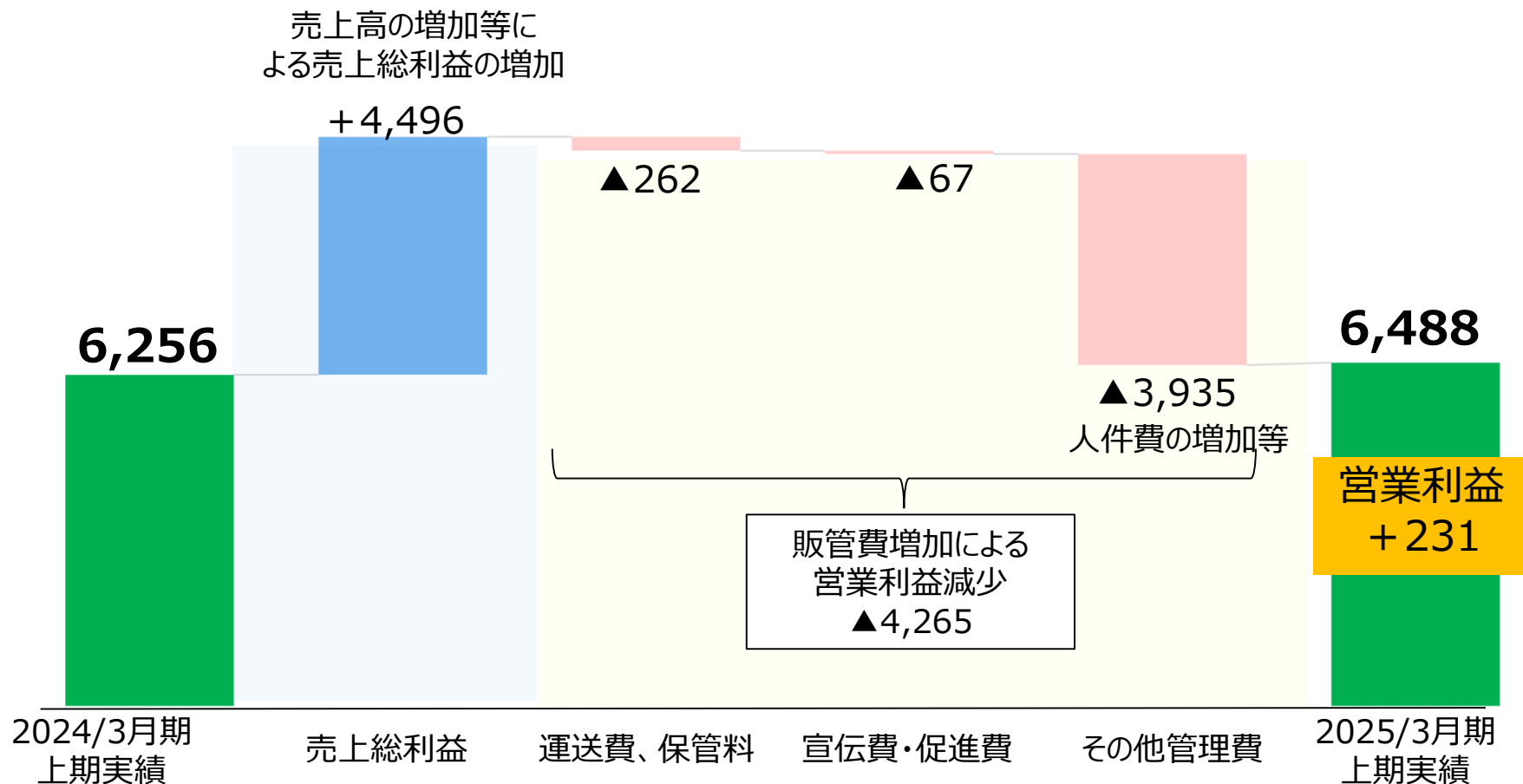


2025年3月期 上期 宝酒造インターナショナルグループ 営業利益増減分析 <対前期>

売上高の増加により売上総利益が増加したことで、人件費や、海外日本食材卸事業の拡大に伴う運送用トラックのリース料の増加等を補い、増益となる

◇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)

(百万円)

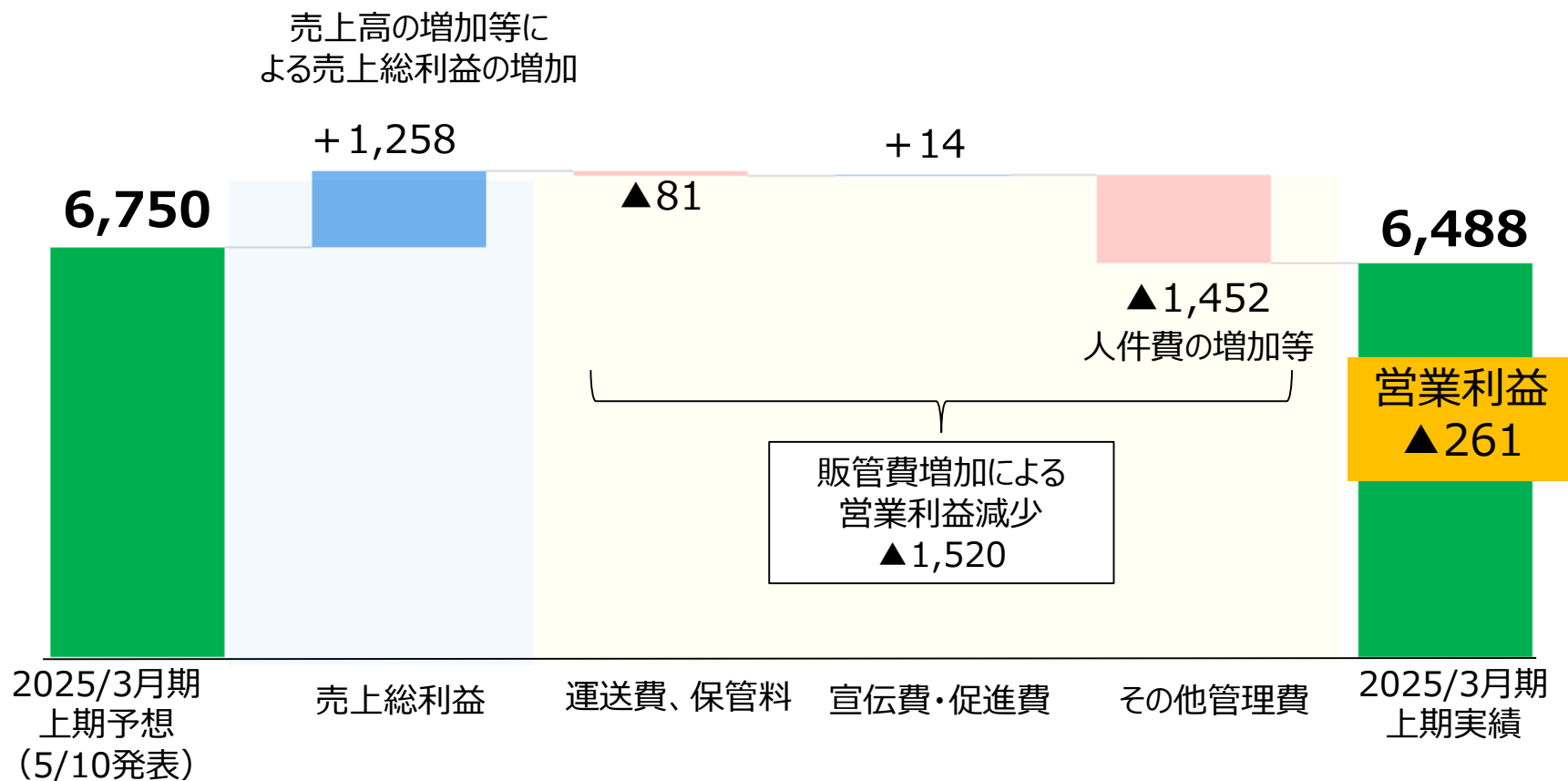


2025年3月期 上期 宝酒造インターナショナルグループ 営業利益増減分析 <対予想>

為替影響等により売上高が増加し、売上総利益も増加したが、人件費の増加やシステム開発の前倒し等により販管費が増加し、営業利益は予想を下回る

◇対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)

(百万円)



全体方針

和酒・日本食材卸事業の飛躍的成長と洋酒事業の安定的成長により、グループ全体の収益成長を実現する

- グループネットワークを最大限に活用することで、消費者や他社の情報を収集・分析し、商品開発やブランド育成、提案営業、SCM機能強化に活かし、個々の施策の実行速度と精度を高める。
- 事業環境の変化に対応し、事業拡大に取り組むとともに、利益重視の方針を継続・強化する。
- 将来の持続的成長に向け、メリハリをつけた投資を行う一方、経営基盤のさらなる強化に努める。

海外酒類事業（和酒）

事業方針

宝酒造および海外グループ会社とのシナジーの最大化を図り、和酒事業の飛躍的拡大を目指す

●「商品開発」

- ・トラディショナルな和酒は「白壁蔵」ブランドを活性化し、海外で通用する強固なブランドに育成する。
- ・イノベティブな和酒はグローバル和酒協業プロジェクトを主体に、開発スピードを加速する。
- ・各国の環境や法規制の変化に対応し、輸出商品の規格適合を強化する。

●「漉」育成

グローバル重点ブランド「漉」の拡売に最注力し、飛躍的な拡大に再挑戦する。
～改めて戦略ターゲット像を明確にし、効果的な育成策を実行する～

海外酒類事業（和酒）商品開発の取り組み

日本産・現地産それぞれにおいて、高付加価値・高利益商材の投入による商品ポートフォリオの充実を更に進める

- 米国では、白壁蔵高付加価値商品の開発強化と、新ブランドの展開を推進
- 中国では、中国産純米酒等の商品開発を推進

・海外専用商品の開発状況（清酒、RTD含む）

2025年3月期 計画	延べ9アイテム	2024年4-9月	5アイテム
----------------	---------	-----------	-------

◆戦略指標の状況＜輸出売上高＞

2025年3月期 計画	15億円	2024年4-9月	5.4億円
----------------	------	-----------	-------

海外酒類事業（和酒） 輸出拡大の取り組み 日本酒

貯蔵・熟成酒に関心の高い海外のニーズに対応した、付加価値のある日本酒として
松竹梅「白壁蔵」〈生酏純米〉無濾過氷室貯蔵2017を発売

宝酒造



宝酒造
インターナショナル
グループ

**生酏純米 無濾過タイプ。2017年からマイナス5℃の
氷室蔵でじっくり貯蔵した、複雑でまろやかな味わい**



12月
輸出開始予定

米国、欧州中心
販売数量:約1,000本限定
想定小売価格:13,000円(米国)程度

松竹梅「白壁蔵」〈生酏純米〉無濾過氷室貯蔵2017

海外酒類事業（和酒） 輸出拡大の取り組み RTD

海外専用で発売している寶NIPPON CHU-HI「日本の農園から」の新フレーバーを投入

宝酒造



宝酒造
インターナショナル
グループ

**日本各地の果実を厳選した、果実の美味しさを
楽しむチューハイ**



11月
輸出開始予定

アジア・オセアニア、欧州等
想定小売価格：260円（香港・台湾）～420円（欧州）程度

寶NIPPON CHU-HI「日本の農園から」<沖縄産パイナップル>



「日本の農園から」シリーズ

海外酒類事業（和酒）イノベティブな和酒の拡大に向けた取り組み

米国に拠点がある強みを活かした、米国宝酒造が開発したイノベティブな発想のSAKEを発売

宝酒造



宝酒造
インターナショナル
グループ

【ムワ：MU|WA
（バーボン樽で熟成させたSAKE）】



商品名	MU WA Bourbon Barrel Aged Junmai sake - 2024 Limited Release
アルコール分	18%
使用米	カリフォルニア産カルローズ米
想定価格	小売: \$65/本、レストラン: \$110-120/本
発売時期	2024年9月

【オーシャンビュー（白麹）】
【スカイライン（多酸性酵母使用）】



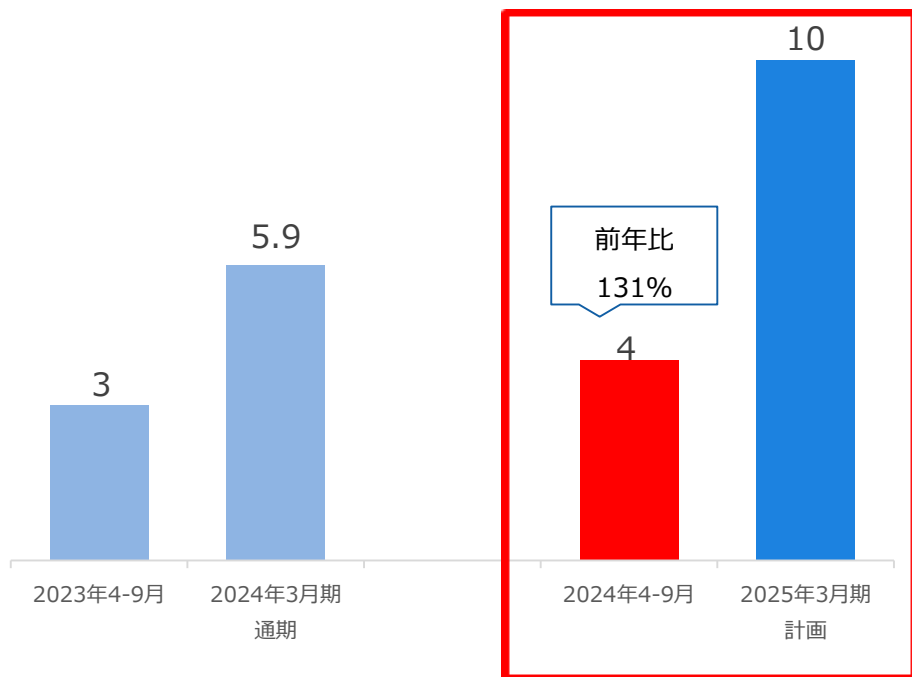
商品名	Sho Chiku Bai Ocean View	Sho Chiku Bai Skyline
アルコール分	14%	16%
使用米	カリフォルニア産カルローズ米	
想定価格	小売: \$17/本、レストラン: \$30/本	
発売時期	2024年11月末頃	

海外酒類事業（和酒）「澪」の育成

海外専用商品の導入等により、輸出数量は前年比131%で推移。ターゲット顧客に向け、重点4ヶ国でSNSを中心とした情報発信を強化

・「澪」輸出数量（万C/S）

300ml×12本入換算



・「澪」海外専用商品



「澪」<CRISP> 「澪」<NIGORI>

- ・SNSを中心とした情報発信
- ・重点4ヶ国（米国、香港、英国、台湾）でSNSを中心とした情報発信を強化



米国



香港



英国



台湾

海外日本食材卸事業

事業方針

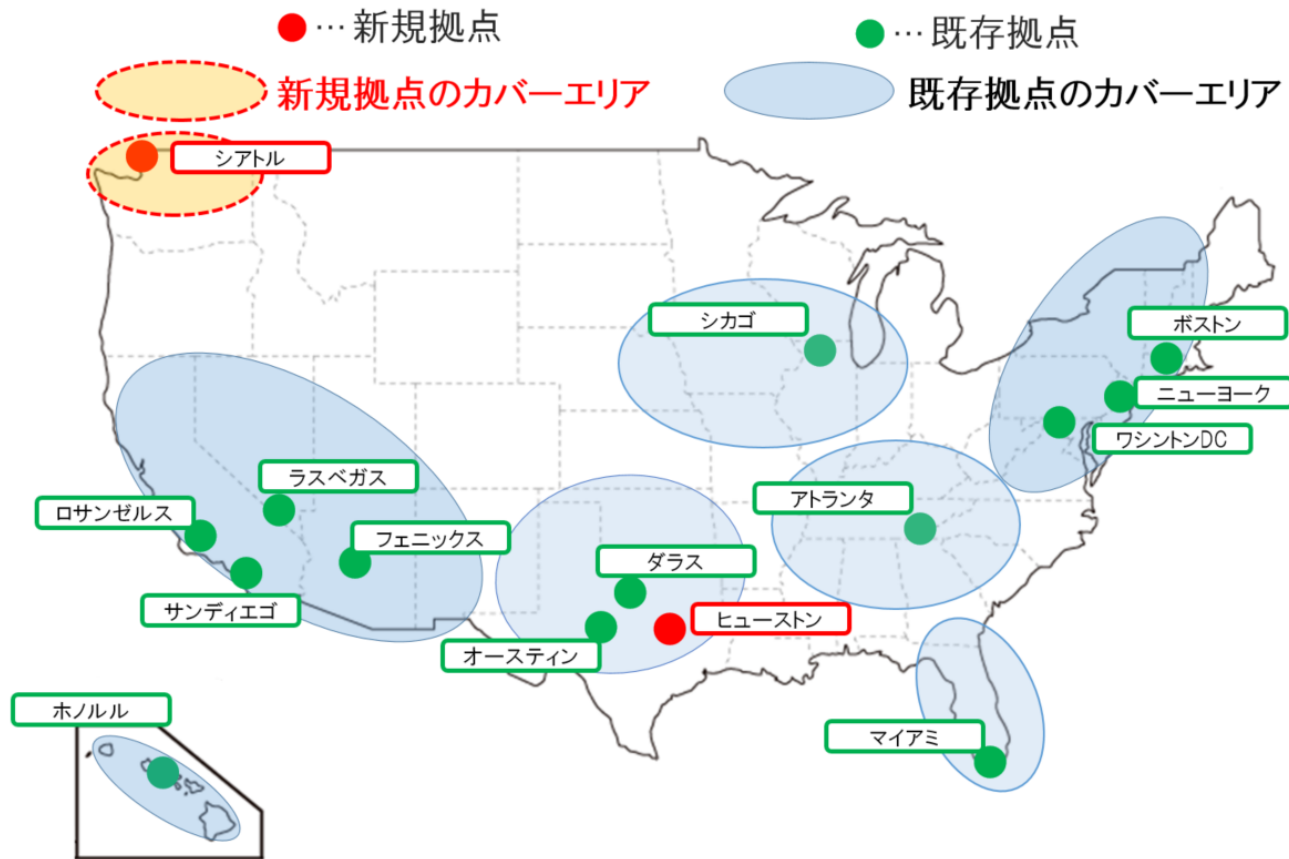
チャネルの多角化推進、新規エリア開拓および差異化商品の開発・育成により、市場成長を大きく上回る飛躍的成長を実現する

- エリア・拠点拡大による売上成長を推進する。
- 価値の高い差異化商品の拡充と市場のニーズに合わせた新商品開発を進め、売上拡大を図る。
- 販売チャネルの多角化を推進し、環境変化に強い事業構造を構築する。
- 「漚」を始めとする和酒の販売を強化し、競合他社に対する「強み」、「差異化ポイント」とする。
- 利益重視の徹底および経営基盤を強化する。

海外日本食材卸事業 エリア・拠点拡大（北米）

2025年にはアメリカ南部テキサス州ヒューストン、西部ワシントン州の最大都市であるシアトルに新たな営業・物流拠点の開設を計画

北米は15拠点へ拡大



海外日本食材卸事業 エリア・拠点拡大（欧州）

英国のT.タザキ社が、フィンランドのポルヴォー市で食品卸売業を展開するアグリカ社の全株式を取得（2024年9月）



アグリカ社



アグリカ社：2024年5月期
売上高約52億円

- ・海外日本食材卸事業の欧州拠点数は17拠点に拡大
- ・北欧に初めて拠点進出し、今後北欧全域を視野に入れた市場の開拓を本格化していく

海外日本食材卸事業 価値の高い差異化商品の拡充

東京豊洲の鮮魚卸業者である築地太田と、築地太田の輸出業務を担うオータフーズマーケット社2社の全株式取得（2024年9月）により、高品質な鮮魚を全米に展開



築地太田

築地太田：2023年12月期
売上高約23億円

ジャパブランドの高品質な鮮魚
ウニ、タイ、ハマチ、シマアジ、マグロ等



ミューチャル
トレーディング社
の販売ネットワー
クを活用し、
全米に展開

将来的にはグループの販売網を活かし、
欧州、豪州への輸出を進める

海外日本食材卸事業 市場のニーズに合わせた新商品開発

ヴィーガン食品、植物由来商品、オーガニック、高級和牛等の差異化商品の拡充を進める

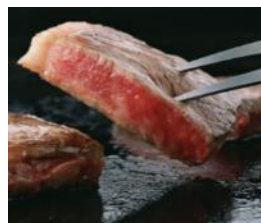
● 差異化商品の拡充

画像は全てイメージ



ヴィーガンカレー

動物性の食品を使用しないカレー



宮崎 有田牛

厳選した飼料、水にこだわり成育した、安全・安心な黒毛和牛



フルーツ魚

飼料にフルーツを配合し、臭みを抑えた、食べやすい養殖魚

◆ 戦略指標の状況 <新商品開発>

	2025年3月期計画	2024年9月末時点
オーガニックおよびヴィーガン食品取扱数	1,469 (前期比+36)	1,477 (前期比+44)
食物アレルギー対応商品取扱数	1,657 (前期比+19)	1,653 (前期比+15)

宝酒造インターナショナル グループ^o会社における取引状況

日本食材の取り扱い、日本料理以外にも西洋料理やアジア料理、フュージョン料理等、さまざまなスタイルの料理へと広がりが進んでおり、全体でも拡大

◆アカウント数前年比（ミューチャルトレーディング社（ロサンゼルス、ニューヨーク支店実績））

	前年比
日本料理	108%
西洋料理	104%
中華料理	121%
アジア料理	109%
韓国料理	114%
フュージョン料理	108%
合計	109%

2024年9月末時点

海外日本食材卸事業 販売チャネルの多角化

量販店、輸出等の販路を拡大し、販売チャネルの多角化を推進

- 北米：米系、アジア系量販店の開拓
- 欧州：各国の地場レストラン業態へ日本食材を提案することで、非日系レストランの深耕・開拓を推進
 - ・フランス：需要が高まるケータリング業態へのアプローチ
(機内食ケータリングサービス業態、クルーズ船内サービス)
 - ・スペイン：アフリカ・中南米市場への輸出を強化
 - ・イギリス：EC事業拡大と、新たにグループ会社化したフィンランド・アグリカ社のルートを活用した北欧市場における日本食市場（業務用・小売）の拡大
- オーストラリア：地場酒販専門店（リカーショップ）及び二次卸との取引拡大

ケータリングフード イメージ



海外酒類事業（洋酒）

事業方針

「ブラントン」「トマーチン」のブランド価値のさらなる向上を図り、安定的な利益成長を実現する。

- エイジ・インターナショナル社
 - ・プレミアムゾーン商品である「ブラントン・ゴールド」の販売強化
- トマーチン社
 - ・スコッチウイスキー市況が低迷するなか、イギリス、ヨーロッパでの深耕を強化

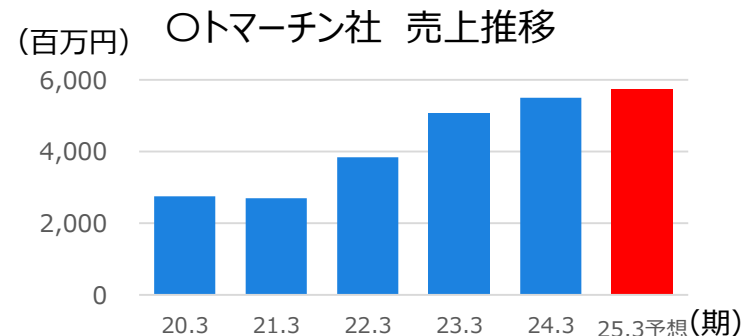
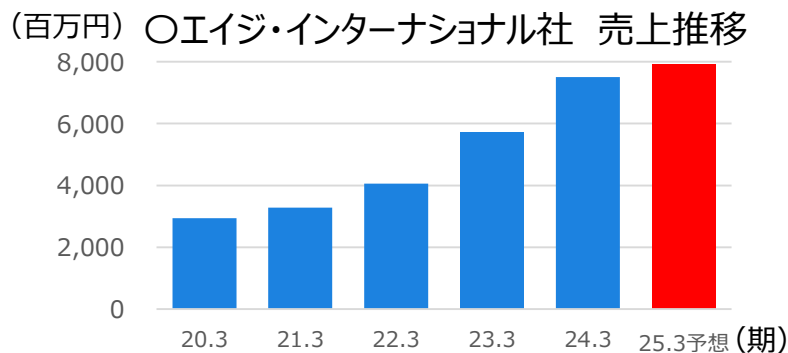


ブラントン・ゴールド



IWSC
Gold Standing
最高金賞

トマーチン・レガシー



Ⅲ. 2025年3月期 業績予想

2025年3月期 宝ホールディングス 通期 連結業績予想 (5月10日発表)

連結損益計算書 (売上高～親会社株主に帰属する当期純利益)

(百万円)

	2025年3月期 通期予想	前期比		為替レート 影響額 前期比
		増減	率(%)	
宝酒造	122,373	▲ 1,413	▲ 1.1	-
宝酒造インターナショナルグループ	179,000	18,572	+11.6	57
タカラバイオグループ	48,900	5,394	+12.4	▲ 180
その他	31,357	1,085	+3.6	-
調整額	▲ 19,630	▲ 1,010	-	-
売上高	362,000	22,627	+6.7	▲ 122
売上総利益	123,500	9,566	+8.4	
販売費及び一般管理費	97,800	6,108	+6.7	
宝酒造	5,731	227	+4.1	
宝酒造インターナショナルグループ	13,750	1,458	+11.9	
タカラバイオグループ	5,000	1,996	+66.5	
その他	2,543	179	+7.6	
調整額	▲ 1,324	▲ 404	-	
営業利益	25,700	3,457	+15.5	
経常利益	26,300	2,963	+12.7	
親会社株主に帰属する当期純利益	17,200	1,023	+6.3	

2025年3月期 宝ホールディングス（連結） 下期 （通期予想－中間期実績）

連結損益計算書（売上高～親会社株主に帰属する当期純利益）

（百万円）

	2024年3月期 下期実績	2025年3月期 通期予想-中間期実績	前期比	
			増減	率(%)
宝酒造	62,595	60,392	▲ 2,202	▲ 3.5
宝酒造インターナショナルグループ	83,263	90,020	6,756	+8.1
タカラバイオグループ	24,389	29,141	4,752	+19.5
その他	15,404	15,974	570	+3.7
調整額	▲ 9,453	▲ 10,069	▲ 615	-
売上高	176,199	185,460	9,260	+5.3
売上総利益	58,474	64,754	6,280	+10.7
販売費及び一般管理費	48,695	49,587	891	+1.8
宝酒造	1,550	3,107	1,556	+100.4
宝酒造インターナショナルグループ	6,035	7,261	1,226	+20.3
タカラバイオグループ	1,592	4,582	2,990	+187.7
その他	1,169	1,143	▲ 26	▲ 2.2
調整額	▲ 570	▲ 928	▲ 357	-
営業利益	9,778	15,167	5,389	+55.1
経常利益	10,303	15,133	4,829	+46.9
親会社株主に帰属する当期純利益	8,132	8,111	▲ 21	▲ 0.3

2025年3月期 宝ホールディングス（連結） 定量目標（5月10日発表）

	2025年3月期予想	2024年3月期実績
海外売上高比率 （タカラバイオグループ° 除く）	57.9% （56.9%）	55.3% （54.0%）
ROE	7.3%	7.5%
ROIC ※事業別は参考値	宝HLD	4.8%
	※宝酒造	5.3%
	※宝酒造インターナショナル グループ°	8.8%
	※タカラバイオグループ°	3.1%
		9.0%
		1.9%

2025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

	前期実績	通期予想	差異	期初予想
米ドル/円	140.66	149.50	+8.84	140.00
ポンド/円	175.03	192.60	+17.57	177.00
ユーロ/円	152.10	163.00	+10.90	153.00

◇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)

	対米ドル1円円安時の 当期の営業利益への影響
宝酒造	▲101
宝酒造インターナショナルグループ°	+93
合計	▲8

IV. サステナビリティに対する取り組み

GPIFが採用するESGインデックスへの選定状況

「FTSE Blossom Japan Index」の構成銘柄への選定により、GPIF(年金積立金管理運用独立行政法人)が採用する6種のインデックスの内、4種に選定

機関	インデックス	当社選定
FTSE	FTSE Blossom Japan Index	○
FTSE	FTSE Blossom Japan Sector Relative Index	
MSCI	MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数	○
MSCI	MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)	
S&P /JPX	S&P/JPX カーボン・エフィシエント指数 S&P	○
Morningstar	Morningstar Japan ex-REIT Gender Diversity Tilt Index	○



FTSE Blossom
Japan Index

2024 CONSTITUENT MSCI NIKONKABU
ESG SELECT LEADERS INDEX



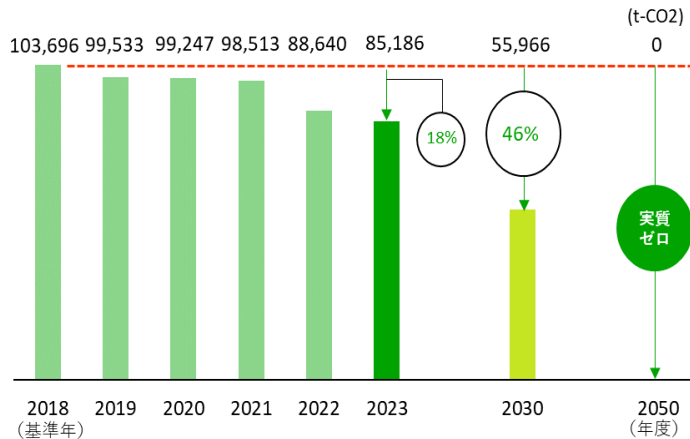
社会課題の解決に資するバリューチェーンの強化 <気候変動への対応>

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2023年度の進捗状況>

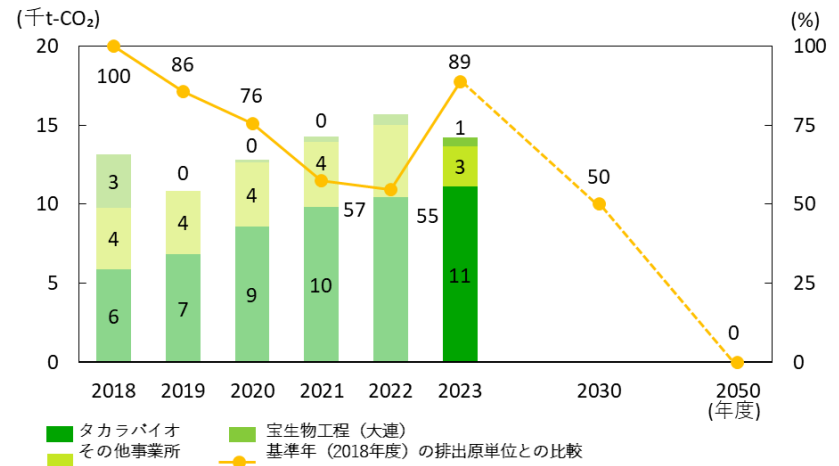
◇宝酒造、宝酒造インターナショナルグループの生産拠点のCO₂排出量目標

※Scope1、Scope2



◇タカラバイオグループの排出量目標 (原単位)

※Scope1、Scope2



◇2023年度進捗

CO₂排出量 : 85,112 (t-CO₂)
2018年度比 : 18%削減

2018年度比 : 11%削減

事業（商品・サービス）を通じた社会課題の解決

果実の未利用部位の活用によるフードロス削減等の取り組みを推進

●「寶CRAFT」〈京檸檬〉



- ・ 未利用部位として廃棄している果皮や種を加工し商品に使用

●タカラ「発酵蒸留サワー」



〈クリア〉



〈レモン〉



〈ぶどう〉

- ・ ※ファームステーション社と共同開発した柑橘の果皮を発酵させた後蒸留した“果皮発酵スピリッツ”を使用

※サステナブルなアルコールや化粧品原料等を開発し、自社で製造を行うバイオものづくりスタートアップ企業
当社は2023年10月に同社に出資

Smiles in Life ～笑顔は人生の宝～

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「Smiles in Life ～笑顔は人生の宝～」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

Smiles in Life
～笑顔は人生の宝～



笑顔は人生の宝

「タカラ」と聞いて、皆さんは何を思い浮かべますか？
「和酒」や「日本食」ですが、宝グループが本気で取り組んでいるのは「笑顔」。
たくさん笑顔で、あなたの人生を豊かにしたいと考えています。

180年以上にわたり酒を醸造している酒づくりの技術も、
世界に広がる日本食材料のネットワークやお酒の製造技術も、
再生・環境対策・遺伝子治療等の革新的なバイオテクノロジーも、
すべてが笑顔をつくるため。
例えば、今更の年齢の若で、ニューホークの食卓で、
研究や開発の現場でも、あなたを笑顔にするため。

笑顔は人生の宝。
宝酒造、宝酒造インターナショナル、タカラバイオからなる宝グループは
それぞれのユニークな方法で、
世界中を笑顔にするための挑戦を続けます。

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

Smiles in Life



宝グループについて



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