

2025年3月期決算説明会

2025年5月15日

宝ホールディングス株式会社

本日の内容

I.2025年3月期決算

II.2026年3月期業績予想

III.中期経営計画2025進捗

IV.2026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

V.サステナビリティ

I . 2025年3月期決算

2025年3月期 宝ホールディングス（連結） 業績

(百万円)

	2025年3月期 実績	前期比 (%)	2/13予想比 (%)
売上高	362,693	+6.9	+0.2
売上総利益	119,647	+5.0	▲0.8
営業利益	20,597	▲7.4	▲2.8
経常利益	22,180	▲5.0	▲0.5
親会社株主に 帰属する 当期純利益	16,202	+0.2	+1.9

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
当期純利益は、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。

2025年3月期 宝酒造 業績

(百万円)

		2025年3月期 実績	前期比 (%)	2/13予想比 (%)
宝酒造	売上高	119,663	▲3.3	+1.0
	売上総利益	29,919	▲5.7	+0.8
	営業利益	5,037	▲8.5	+7.6

前期比

- ・売上高は、本みりんなどの調味料が増加したが、ソフトアルコール飲料が2024年10月に行った価格改定に他社の追随がなかったことの影響により、前期並みの水準にとどまり、焼酎、清酒が市場全体の縮小に伴い減少したことで、全体では減収。
- ・営業利益は売上高の減少に加え、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、販売促進費などの販管費の効率的な使用に努めたものの減益。

2025年3月期 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 実績	前期比 (%)	2/13予想比 (%)
宝酒造 インターナショナル グループ	売上高	185,803	+15.8	+0.1
	売上総利益	59,694	+15.4	▲0.5
	営業利益	11,655	▲5.2	▲2.9

前期比

- ・売上高は海外酒類事業、海外日本食材卸事業ともにオーガニックに前年を上回って推移し、海外日本食材卸事業におけるM&Aによる業績の上乗せ、円安の寄与もあり、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たものの、海外日本食材卸事業の拡大に伴う人件費、のれん償却費の他、一時的に発生した倉庫料やM&A費用など販管費の増加が上回り、減益。

2025年3月期 タカラバイオグループ 業績

(百万円)

		2025年3月期 実績	前期比 (%)	2/13予想比 (%)
タカラバイオ グループ	売上高	45,039	+3.5	▲1.0
	売上総利益	26,067	▲3.1	▲3.7
	営業利益	2,263	▲24.6	▲24.6

前期比

- ・売上高は、ライフサイエンス研究市場の回復が世界的に遅れているものの、全てのカテゴリー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や、売上構成の変化の影響などにより売上原価率が上昇したことで、売上総利益が減少し、研究開発費などの販管費が前期並となったことで減益。

2025年3月期 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)

	2024年3月期 実績	2025年3月期 実績	増減
営業キャッシュ・フロー	29,178	16,155	▲13,022
投資キャッシュ・フロー	▲19,993	▲41,562	▲21,569
フリーキャッシュフロー	9,185	▲25,406	▲34,592
財務キャッシュ・フロー	▲13,448	6,548	19,996
現金及び現金同等物に係る換算差額	2,661	3,954	1,292
現金及び現金同等物の期末残高	90,184	75,280	▲14,904

◇減価償却費・のれん償却費

(百万円)

	2025年3月期 実績	前期比	
		増減	率 (%)
減価償却費（有形・無形）	10,347	+348	+3.5
のれん償却費	1,727	+547	+46.4

2025年3月期 投資実績

宝酒造インターナショナルグループにおいてM&A投資等が増加
宝グループ連結で期初計画を上回る446億円の投資を実施

◇投資実績

	2025年3月期 実績	期初計画	概要	増減要因
宝酒造	41億円	42億円	・松戸工場大型ライン、 PETライン統合 ・楠工場キュービテナーライン他	—
宝酒造 インターナショナル グループ	277億円	94億円	・M&A（築地太田グループ、 アグリカ社、カーゲラー社）他	・計画外でのM&A 投資等
タカラバイオ グループ	106億円	104億円	・遺伝子・細胞プロセッシング センター3号棟の建設他	—
宝グループ連結	446億円	255億円		

2025年3月期 配当（予定）、政策保有株の縮減

◇2025年3月期配当（予定）

配当	31円（配当性向37.4%） ※2024年3月期29円（配当性向35.3%）
----	---

◇政策保有株の縮減

	2024年3月期実績	2025年3月期実績
売却銘柄数	8銘柄	10銘柄
売却額	約48億円	約47億円

2025年3月期 宝ホールディングス（連結） 貸借対照表

- ・投資により現金及び預金が減少したが、M&Aに伴う棚卸資産や、のれんの増加等により資産合計は増加
- ・M&A資金を借り入れたため負債が増加し、利益剰余金の増加等で純資産合計も増加。自己資本比率は51.3%

◇連結貸借対照表

(百万円)

	2024年3月末	2025年3月末	増減
流動資産	245,213	245,433	+219
現金及び預金	96,085	83,302	▲11,783
受取手形及び売掛金	70,123	73,319	+3,195
棚卸資産	71,052	82,334	+11,281
その他	8,951	6,478	▲2,474
固定資産	192,254	232,154	+39,899
有形固定資産	104,882	123,610	+18,728
無形固定資産	18,336	41,662	+23,326
投資その他の資産	69,036	66,880	▲2,155
資産合計	437,468	477,587	+40,119

	2024年3月末	2025年3月末	増減
流動負債	80,657	73,419	▲7,237
支払手形及び買掛金	22,315	24,067	+1,752
借入金・社債	15,008	12,315	▲2,693
その他	43,333	37,035	▲6,298
固定負債	76,345	103,264	+26,918
借入金・社債	25,422	45,689	+20,266
その他	50,921	57,573	+6,652
負債合計	157,003	176,683	+19,680
株主資本合計	183,749	194,376	+10,627
資本金・資本剰余金	15,942	16,030	+87
利益剰余金	169,909	180,449	+10,540
自己株式	▲2,103	▲2,103	0
その他包括利益累計額	44,915	50,851	+5,935
非支配株主持分	51,799	55,675	+3,875
純資産合計	280,465	300,903	+20,438
負債純資産合計	437,468	477,587	+40,119
自己資本比率	52.3%	51.3%	▲1.0%

	2024年3月期	2025年3月期	前期との差分要因
ROE	7.5%	6.8%	<ul style="list-style-type: none"> ・当期純利益は前期並み（161億円→162億円） ・自己資本の増加（2,163億円→2,369億円）
ROIC	4.8%	4.0%	<ul style="list-style-type: none"> ・税引後営業利益の減少（153億円→142億円） ・有利子負債、純資産が増加 有利子負債（552億円→732億円） 純資産（2,804億円→3,009億円）

事業別ROIC（参考値）

宝酒造	5.1%	4.6%	<ul style="list-style-type: none"> ・税引後営業利益が減少（37億円→34億円） ・投下資本は前期並み（741億円→748億円）
宝酒造 インターナショナル グループ	9.0%	6.4%	<ul style="list-style-type: none"> ・税引後営業利益が減少（84億円→80億円） ・固定資産など投下資本が増加（939億円→1,262億円）
タカラバイオ グループ	1.9%	1.4%	<ul style="list-style-type: none"> ・税引後営業利益が減少（20億円→15億円） ・固定資産など投下資本が増加（1,118億円→1,143億円）

Ⅱ. 2026年3月期業績予想

前提

<宝酒造>

- ・原材料などのコストアップはあるが、為替は前期並を見込んでいる
- ・昨年10月に先行して価格改定を実施したRTDは、4月以降他社との価格差が解消され、売上が拡大していくと見込んでいる

<宝酒造インターナショナルグループ>

- ・前期4Q以降、外食産業の市況はゆるやかに回復しており、その基調が継続していくと見込んでいる
- ・日本食材の需要は引き続き拡大すると見込んでいる

<タカラバイオグループ>

- ・ライフサイエンス研究市場の急速な回復は見込んでいない
- ・米国相互関税による売上原価率の悪化を見込んでいる

2026年3月期 宝ホールディングス（連結）業績予想

(百万円)

	2026年3月期予想	前期比 (%)
売上高	401,000	+10.6
売上総利益	135,400	+13.2
営業利益	21,900	+6.3
経常利益	22,200	+0.1
親会社株主に 帰属する 当期純利益	16,300	+0.6
	2026年3月期予想	2025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)	61.9% (61.3%)	59.3% (58.2%)

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 (%)
宝酒造	売上高	120,681	+0.9
	売上総利益	31,316	+4.7
	営業利益	5,337	+5.9
宝酒造 インター ナショナル グループ	売上高	214,600	+15.5
	売上総利益	69,750	+16.8
	営業利益	13,500	+15.8
タカラバイオ グループ	売上高	52,500	+16.6
	売上総利益	30,025	+15.2
	営業利益	2,500	+10.5

2026年3月期 事業別 上期・下期業績予想

(百万円)

		2026年3月期 上期予想	前期比 (%)	2026年3月期 下期予想	前期比 (%)
宝ホールディングス (連結)	売上高	191,000	+8.2	210,000	+12.8
	売上総利益	63,200	+7.6	72,200	+18.6
	営業利益	7,800	▲25.9	14,100	+40.1
宝酒造	売上高	59,493	▲4.0	61,188	+6.1
	売上総利益	15,294	▲1.1	16,022	+10.9
	営業利益	2,392	▲8.8	2,945	+22.0
宝酒造 インター ナショナル グループ	売上高	104,060	+16.9	110,540	+14.2
	売上総利益	33,320	+15.4	36,430	+18.2
	営業利益	6,000	▲7.5	7,500	+45.1
タカラバイオ グループ	売上高	21,300	+7.8	31,200	+23.4
	売上総利益	12,384	▲0.5	17,641	+29.5
	営業利益	▲1,450	—	3,950	+114.0

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
米ドル/円	151.69	149.00	▲2.69
ポンド/円	193.83	190.00	▲3.83
ユーロ/円	164.04	158.00	▲6.04

◇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	110
宝酒造インターナショナルグループ	▲100
合計	10

2026年3月期 宝ホールディングス（連結）キャッシュフロー計画

◇連結キャッシュフロー

(百万円)

	2025年3月期 実績	2026年3月期 予想	増減
営業キャッシュ・フロー	16,155	25,532	9,377
投資キャッシュ・フロー	▲ 41,562	▲ 27,813	13,749
フリーキャッシュフロー	▲ 25,406	▲ 2,281	23,125
財務キャッシュ・フロー	6,548	▲ 6,872	▲ 13,420

◇減価償却費・のれん償却費

(百万円)

	2026年3月期 予想	前期比	
		増減	率 (%)
減価償却費（有形・無形）	11,700	1,352	+13.1
のれん償却費	4,100	2,372	+137.4

2026年3月期 株主還元

◇2026年3月期配当（予定）

配当	31円（配当性向37.1%） 普通配当29円＋創立100周年記念配当2円
----	---

◇自己株式の取得

取得株式数	300万株（上限）
取得総額	30億円（上限）
取得期間	2025年5月15日～2025年6月30日

2026年3月期 政策保有株縮減に向けた今後の方針

より一層の資本効率の改善に向けて、
政策保有株式の総額を2025年3月期末から2030年3月期末までに50%削減

◇今後の政策保有株縮減方針

	2025年3月期末	2030年3月期末
期末時価総額	約320億円	約150億円

※連結純資産（2025年3月期末3,009億円）比率：2025年3月期末10.6% → 2030年3月期末5.0%

◇2026年3月期の縮減計画（現時点）

売却銘柄数	7 銘柄
売却見込額	約54億円

	2025年3月期 実績	2026年3月期 予想
ROE	6.8%	6.5%
ROIC	4.0%	4.0%

事業別ROIC（参考値）

宝酒造	5.0% (※)	5.1% (※)
宝酒造 インターナショナル グループ	6.4%	6.2%
タカラバイオ グループ	1.4%	1.4%

※2026年3月期より
宝酒造のROIC計算方法を
変更し、売上債権から、
リポート相当分を控除する
ことで投下資本が減少
2025年3月期実績も
この方式に合わせ、変更

Ⅲ. 中期經營計画2025進捗

中期経営計画2025概要

長期経営構想「TaKaRa Group Challenge for the 100th」
(2020年4月～2026年3月)

中期経営計画2022
2020年4月～2023年3月

中期経営計画2025
2023年4月～2026年3月

各事業のビジネスモデル
と経営基盤を再構築し、
足元を固める3年間

成長・強化領域への
投資を加速させ、企業
価値を高める3年間

2026年3月期 宝ホールディングス（連結）業績予想 <中計対比>

(百万円)

	2026年3月期 予想	中計計画値	中計比 (%)
売上高	401,000	420,000以上	▲4.5
営業利益	21,900	38,000以上	▲42.4
海外売上高比率 (タカラバイオグループ除く)	61.9% (61.3%)	60.0%以上 (60.0%以上)	+1.9 (+1.3)

2026年3月期 事業別 業績予想 <中計対比>

(百万円)

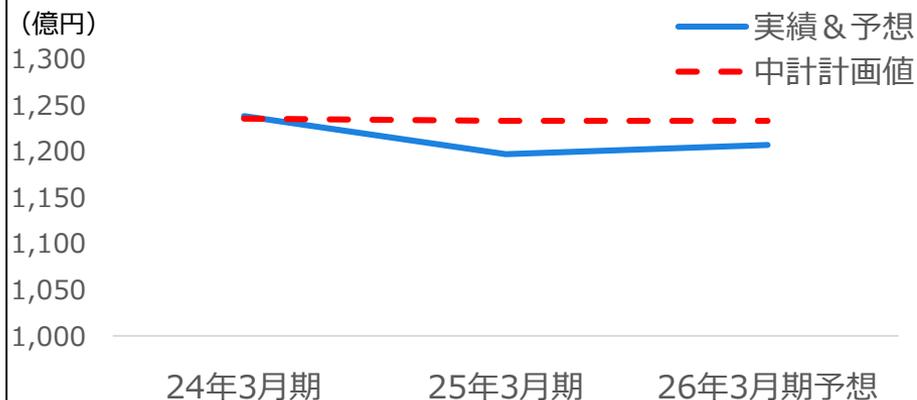
		2026年3月期 予想	中計計画値	中計比 (%)
宝酒造	売上高	120,681	123,200	▲2.0
	営業利益	5,337	5,000	+6.7
宝酒造 インター ナショナル グループ°	売上高	214,600	218,000	▲1.6
	営業利益	13,500	16,700	▲19.2
タカラバイオ グループ°	売上高	52,500	68,100	▲22.9
	営業利益	2,500	15,000	▲83.3

中期経営計画2025 計画策定時との外部環境のギャップ

外部環境のギャップ	業績への影響	
円安の進行	宝酒造	【－】マイナス
	宝酒造 インターナショナル グループ	【＋】プラス
世界的なインフレによる 外食市場の成長鈍化	宝酒造 インターナショナル グループ	【－】マイナス
欧米のインフレの長期化や 中国の経済不況等による ライフサイエンス研究市場の低迷	タカラバイオ グループ	【－】マイナス

宝酒造 業績推移 <中計対比>

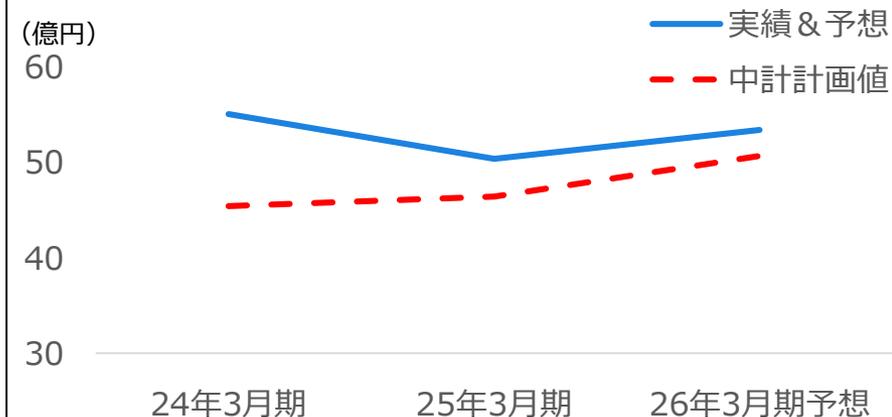
売上高



2023年10月以降、適宜価格改定を実施したが、売上高は減少

2024年10月に、主にRTDで他社に先行して価格改定を実施したこと等により、計画値を下回る見込み

営業利益

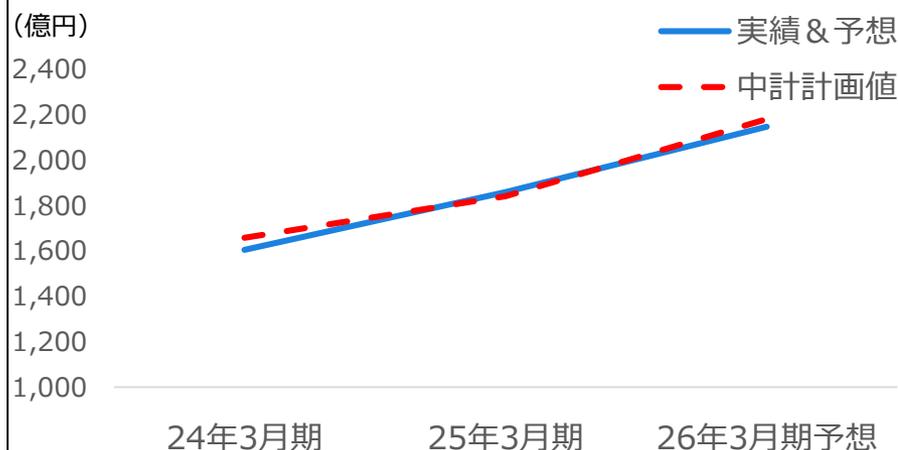


価格改定効果や、売上構成の変化などによる増加要因はあるものの、売上総利益では計画値をやや下回る見込み

一方、販管費の効率的な投下により、営業利益では計画値を上回る見込み

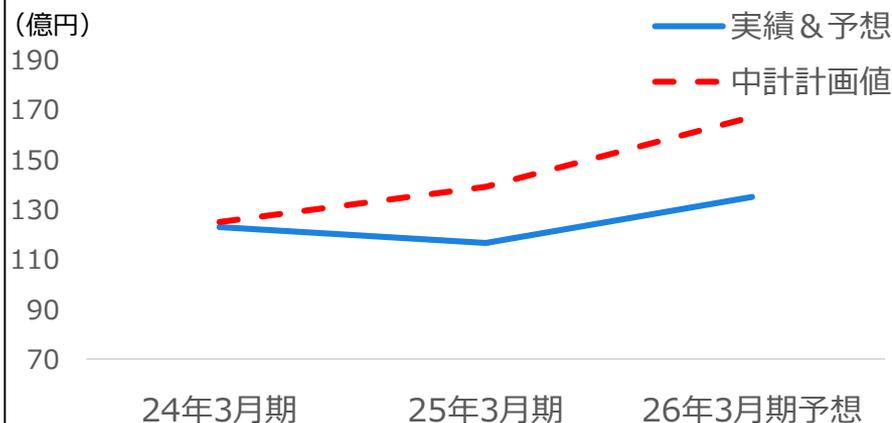
宝酒造インターナショナルグループ 業績推移 <中計対比>

売上高



オーガニックの伸びが鈍化するも、為替や計画外も含めたM&A（カーゲラー社など）の上乗せもあり、計画値並みとなる見込み

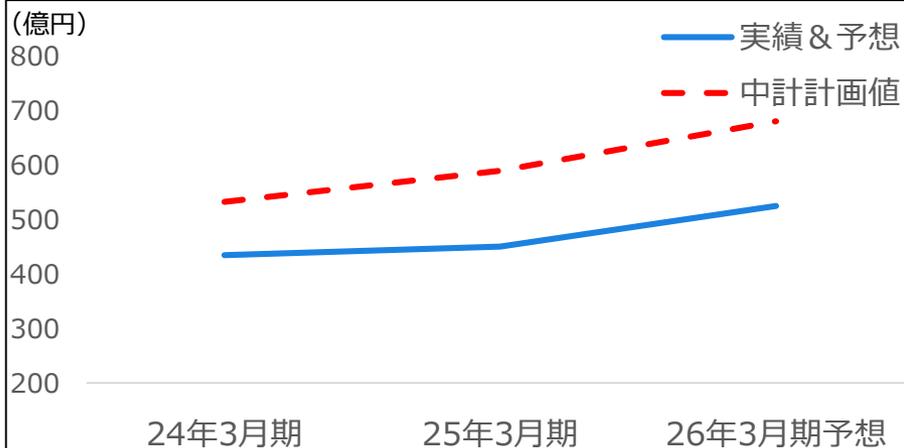
営業利益



汎用品での価格競争の激化による売上総利益率の低下や、人件費の継続的な高騰に加え、倉庫移設・拡張やM&Aなどの一時的な費用の増加により、計画値を下回る見込み

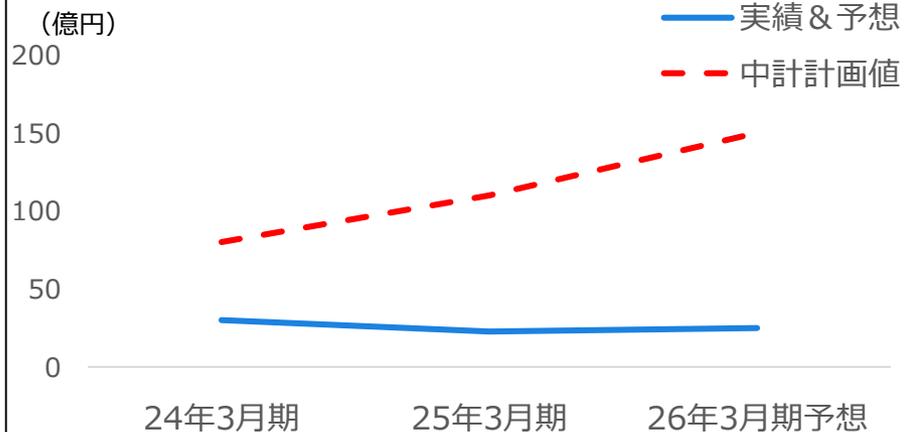
タカラバイオグループ 業績推移 <中計対比>

売上高



世界的なライフサイエンス研究市場の低迷等により、試薬、機器、受託および遺伝子医療の全てのカテゴリで計画値を下回る見込み

営業利益



売上計画の未達や、売上構成の変化による売上原価率の上昇などにより、売上総利益が減少

研究開発費などの販管費を抑制するも計画値を下回る見込み

中期経営計画2025 主なテーマの進捗状況と課題

事業会社	主なテーマ	進捗状況（26年3月期）	課題
宝酒造	重点ブランドの拡大	<p><重点ブランド></p> <ul style="list-style-type: none"> ・売上高 : 中計比 ▲6% ※23年3月期比+14% ・利益 : 中計比 ▲18% ※23年3月期比+24% 	<ul style="list-style-type: none"> ・「焼酎ハイボール」「澪」の活性化 ・利益率の高いブランドの育成（辛口ゼロボール、昴など）
宝酒造 インター ナショナル グループ	<p><海外酒類事業> 和酒の拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・和酒売上高 : 中計比 ▲15% ※23年3月期比▲2% (白河除く+33%) ・「澪」輸出数量 : 中計比 ▲60% ※23年3月期比+32% ・海外専用商品、イノベティブな和酒の 開発はやや遅れているものの進んでいる 	<ul style="list-style-type: none"> ・「澪」: さらなる認知拡大、 新規取扱店・顧客の開拓 ・和酒輸出の拡大 ・海外専用商品や、イノベティブ な和酒などのラインアップ強化
	<p><海外日本食材卸事業> 差異化商品の拡充 北米、欧州での拠点拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・和酒売上構成比は計画を下回る。 例) ミューチャルトレーディング社 : 中計比 ▲2.5% ※23年3月期比+1.2% ・築地太田グループ、カーゲラー社の M&Aによる水産品調達力の強化 ・拠点拡大の遂行（北米：13拠点→15 拠点、欧州：ドイツ、フィンランドに新拠点） 	<ul style="list-style-type: none"> ・競争優位性の高い和酒、 水産品の強化 ・グループ各会社のシナジーの 創出
タカラバイオ グループ	CDMO事業の拡大 試薬事業の年率7%成長	<ul style="list-style-type: none"> ・外部環境の変化もあり、計画に対し大幅 な遅れ ・研究開発プロジェクトの選択と集中 ・M&Aによる製品・サービスラインアップ強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・買収した企業とのシナジー効果 の早期創出 ・グローバル戦略の推進

2024年3月期～2026年3月期 投資計画 <中計対比>

宝酒造インターナショナルグループにおいてM&A投資等が増加
宝グループ連結で中計計画値を上回る997億円の投資を実施

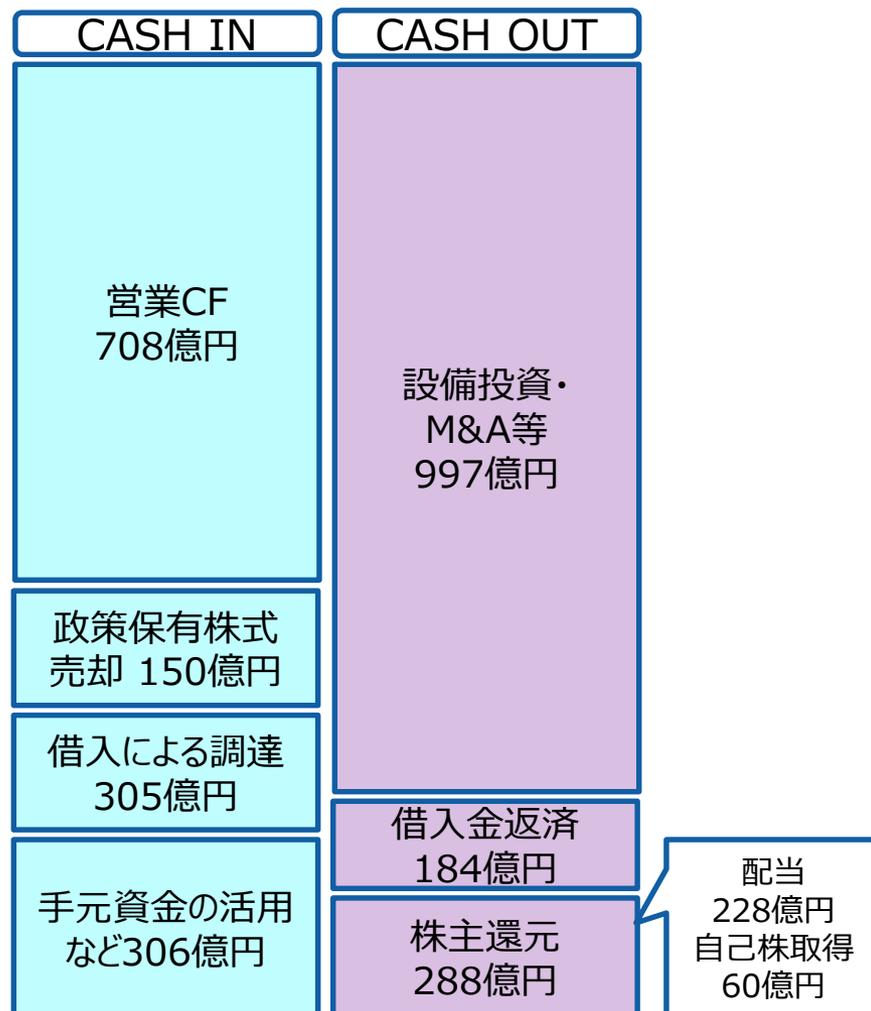
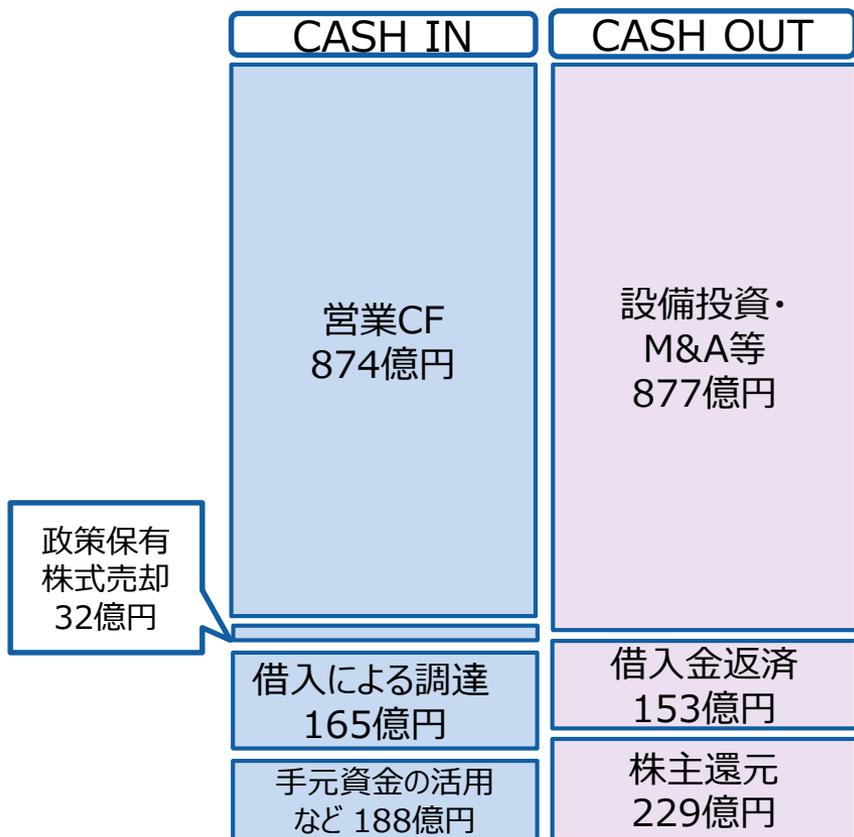
◇投資計画

	2024年3月期～ 2026年3月期 予想	中計計画値	増減要因
宝酒造	141億円	210億円	・建築に関わる人材の確保 難による工期の遅れ (後ろ倒しで実施予定)
宝酒造 インターナショナル グループ	431億円	200億円	・カーゲラー社の持分取得 (計画外) ・倉庫移転・拡張費用の増加
タカラバイオ グループ	428億円	454億円	・市況の悪化に応じた 設備投資計画の変更
宝グループ連結	997億円	877億円	

2024年3月期～2026年3月期 キャッシュアロケーション予想 <中計対比>

・2024年3月期～2026年3月期
中計計画値

・2024年3月期～2026年3月期
予想



2026年3月期 宝ホールディングス（連結） ROE・ROIC予想 <中計対比>

	2026年3月期	中計計画値	中計計画値との差分要因
ROE	6.5%	9.0%以上	成長・強化領域への投資を加速させたものの、当期純利益が計画を下回る
ROIC	4.0%	7.5%以上	海外における計画外のM&A等、成長・強化領域への投資を積極的に行うも、税引後営業利益が計画を下回る

事業別ROIC（参考値）

宝酒造	5.1% (※)	4.5%	<ul style="list-style-type: none"> ・税引後営業利益は計画を上回る ・固定資産が投資の時期ずれ等で減少
宝酒造 インターナショナル グループ	6.2%	10.7%	<ul style="list-style-type: none"> ・税引後営業利益は計画を下回る ・計画外のM&Aもあり、固定資産が大きく増加
タカラバイオ グループ	1.4%	8.4%	<ul style="list-style-type: none"> ・税引後営業利益は計画を下回る ・投下資本は計画を下回る

※2026年3月期より、宝酒造のROIC計算方法を変更し、売上債権からリベート相当分を控除することで投下資本が減少 旧基準4.8%（中計計画値は変更前）

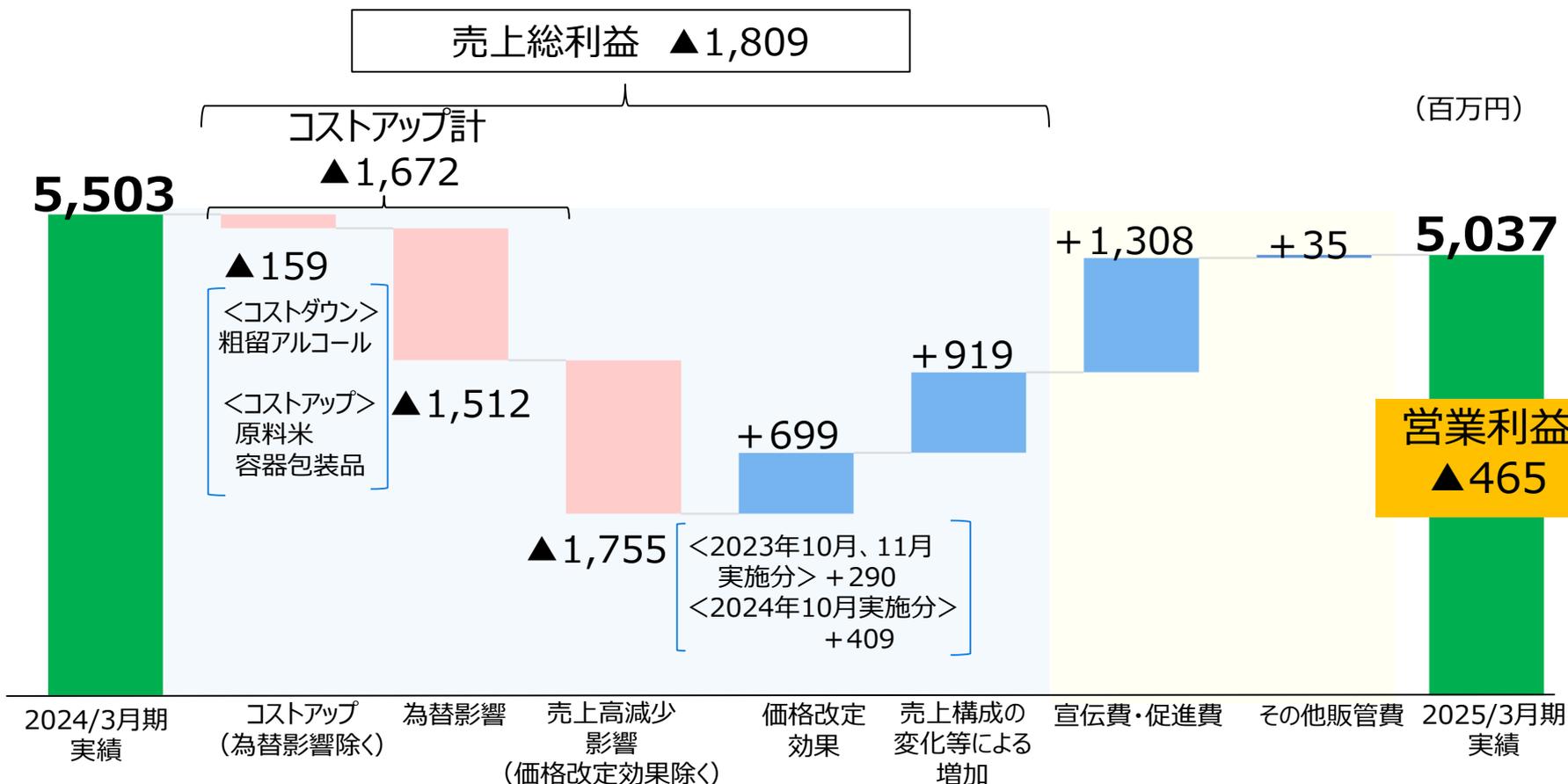
IV. 2026年3月期事業戦略

1. 宝酒造

2025年3月期決算 宝酒造 営業利益増減分析 <対前期>

為替影響を含むコストアップや、焼酎、清酒などの売上高の減少があり、価格改定効果や売上構成の変化などがあったものの売上総利益が減少し、宣伝費・促進費を削減するも、営業利益は減益

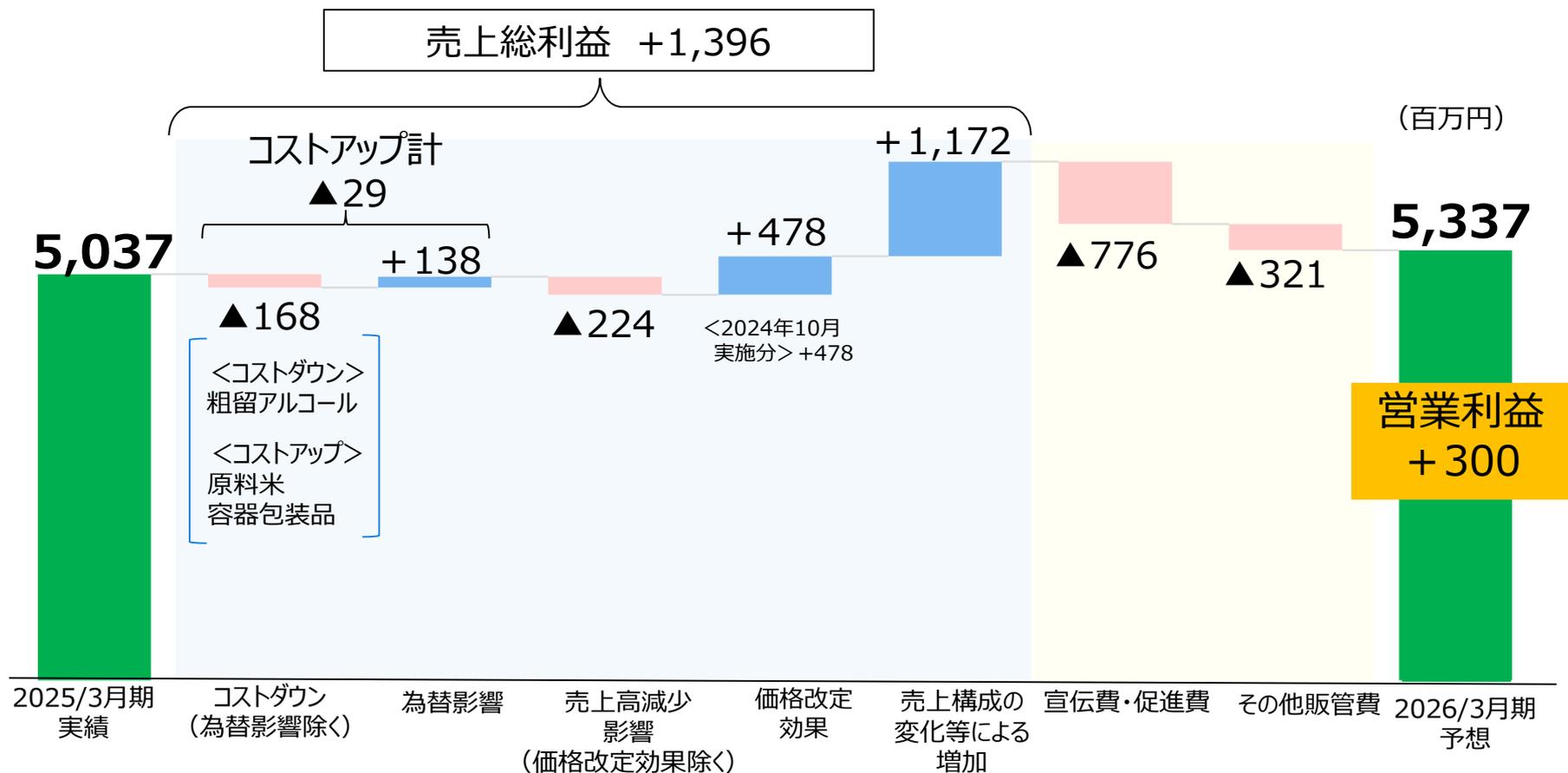
◇対前期営業利益増減分析 (利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示)



2026年3月期予想 宝酒造 営業利益増減分析 <対前期>

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することで、宣伝費・促進費が増加するものの、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)



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
～ROIC経営の意識を醸成し、予算の達成と資本効率を向上～

- 「重点ブランド」、「食品調味料（だし）」、「輸出用」を強化し、利益・利益率を改善
- 全社一体となったコスト削減と資本効率の向上
- 安全・安心を第一に考えた取り組みの継続
- サステナビリティ推進の取り組みの強化による企業価値の向上

重点ブランドの売上拡大

2025年3月期の重点ブランドの売上高は前期比+1.5%、
売上総利益は為替影響などのコストアップにより、▲1.2%で着地。
2026年3月期の売上高は+6.6%、売上総利益は+7.3%を計画

●重点ブランド販売計画

	(百万円)			
	2025年3月期 実績	前期比 (%)	2026年3月期 予想	前期比 (%)
売上高	46,429	+1.5	49,519	+6.6
売上総利益	13,187	▲1.2	14,158	+7.3

重点ブランドの売上構成比の拡大

売上総利益率の高い重点ブランドの売上構成比を41%まで引き上げることで利益率を向上

●重点ブランド売上構成比、売上総利益率

	2025年3月期 実績		→	2026年3月期 予想	
	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	25.0		100.0	26.0
重点ブランド	38.8	28.4		41.0	28.6
その他	61.2	22.8		59.0	24.1

重点ブランド育成計画 タカラ「焼酎ハイボール」、松竹梅白壁蔵「澪」

重点ブランドの基幹商品であるタカラ「焼酎ハイボール」、松竹梅白壁蔵「澪」を中心に広告等を活用し、ユーザーを獲得

◇タカラ「焼酎ハイボール」：計画1,830万ケース（前期比+8%）

- ・“大衆酒場の世界観”の継続訴求によりロイヤルユーザーを育成
- ・5%シリーズで基幹フレーバーである<ドライ>を新発売し、新規ユーザーを獲得

●ロイヤルユーザーの育成

- ・BS番組提供により“大衆酒場の世界観”を訴求



●新規ユーザーの獲得

- ・5%シリーズのリニューアル
- ・基幹フレーバー<ドライ>5%を9月9日新発売



アルコール分5% <ドライ>

◇松竹梅白壁蔵「澪」：計画52万ケース（前期比+9%）

お米うまれのフルーティーでやさしい甘みの「澪」と甘さひかえめニーズに応える「澪」<CLEAR>で動画配信を行い、新規ユーザーを獲得

●新規ユーザーの獲得

- ・デジタル広告の実施によりユーザーベネフィットを訴求

- ・媒体：TVer、Youtube、AmazonFireTVなど
- ・期間：2025年6月～8月予定
2025年11月～1月予定



重点ブランド育成計画 タカラ「辛口ゼロボール」、タカラ「発酵蒸留サワー」

伸長するノンアルコール、低アルコール市場に向けて、戦略商品のパッケージデザインを一新することで消費者への商品コンセプトの浸透を促進

◇タカラ「辛口ゼロボール」：計画45万ケース（前期比+21%）



「爽快感」、「キレ」が感じられるドライな味わい、「お酒らしい風味」を強化

パッケージの表面にはキャッチコピー、裏面には味わいグラフを掲載

2025年3月以降順次切替

◇タカラ「発酵蒸留サワー」：計画30万ケース（前期比+43%）



サブネームを追加し、パッケージデザインを大幅刷新

新フレーバー〈うめ〉を投入

2025年4月8日発売

重点ブランド育成計画 松竹梅「昴」、松竹梅「瑞音」

和酒における“香り”や、“炭酸割り”といった、新市場を創造する商品を育成

◇松竹梅「昴」＜生貯蔵＞：計画12万ケース 1.8L×6入換算（前期比+15%）



＜香り高さと味わいがユーザーに高評価＞

- 商品認知を最大化すべく、春夏・秋冬の需要期にTVCMを出稿
 - ・期間：4月21日～5月18日
 - 11月3週目～12月2週目予定
 - ・出稿量：ともに1,000GRP
- デジタル広告を実施し、TVerやYoutubeなどで動画を配信

◇松竹梅「瑞音」：計画1万ケース 720ml×6入換算（前期比+134%）



＜爽やかな香りと甘み、炭酸感が料飲店から高評価＞

- 料飲店において、炭酸割りで飲む新しい日本酒の楽しみ方を提案
- 雑誌（dancyu）や同デジタル広告、インフルエンサーを活用したPR広告（BRUTUS.jpタイアップ等）を実施し、認知拡大

※業務用ルート先行発売

食品調味料（だし）

拡大する中食市場に向けて、利益率の高い食品調味料（だし）*の強化

*惣菜や加工食品に適したBtoB向けの食品調味料

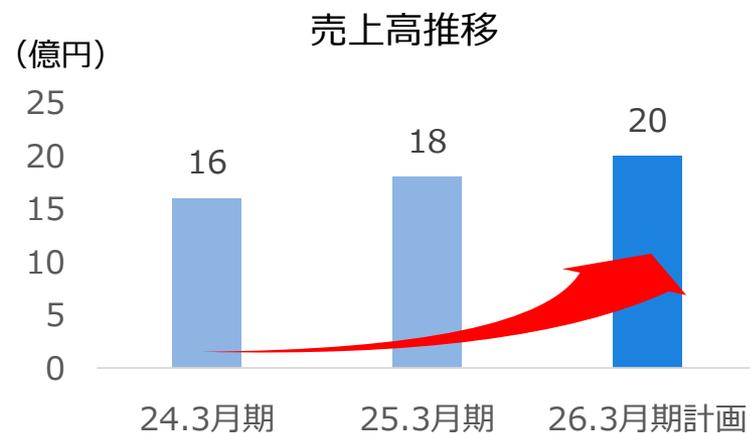
■用途

- ・中食市場における惣菜、おにぎり等
- ・外食における麺類のつゆ等



<食品調味料（だし）>

アルコールを利用した特殊製法で
香気やうまみを豊かに抽出した調味料



食品調味料（だし）

調理効果や機能を「数値化」する各種分析機器、調理設備を保有し、課題に対して「見える化」できることを強みとする調味料カスタマーセンターを活用し、新規顧客開拓を推進

＜宝酒造の強み＞

調味料カスタマー センター

- ・東西2拠点（東：東京都中央区 西：宝酒造伏見工場内）に常駐スタッフを置き、お客様の課題解決に対応
- ・調理効果や香りの強さと質、テクスチャーなど機能を、数値で「見える化」する、各種分析機器や調理設備を保有



- ・お客様のニーズや課題を的確に捉えるため、必要に応じて技術者が商談に同行。ニーズや課題を直接伺うことで、的確な解決提案を実施

コスト削減と資本効率の向上に向けた取り組み

コストアップへの対応と商品育成原資の創出に向けたコスト削減施策を実施
運転資本の圧縮など、資本効率の向上に向けた取り組みを推進

	主な取り組み内容	目標
コスト削減	<ul style="list-style-type: none">・CO₂削減施策によるコスト削減・廃棄ロス、欠減の削減・老朽化設備更新にあわせた効率化	1,995百万円
資本効率	<ul style="list-style-type: none">・生産計画と需要予測の精緻化による在庫管理の徹底・社内在庫の削減や営業活動の効率化などにより、資本効率を向上	<ul style="list-style-type: none">・棚卸資産回転日数72.5日 (前期差▲6日。約15億円に相当)・商品統廃合 2026年3月期 30アイテム 2024年3月期～中計3カ年 168アイテム

IV. 2026年3月期事業戦略

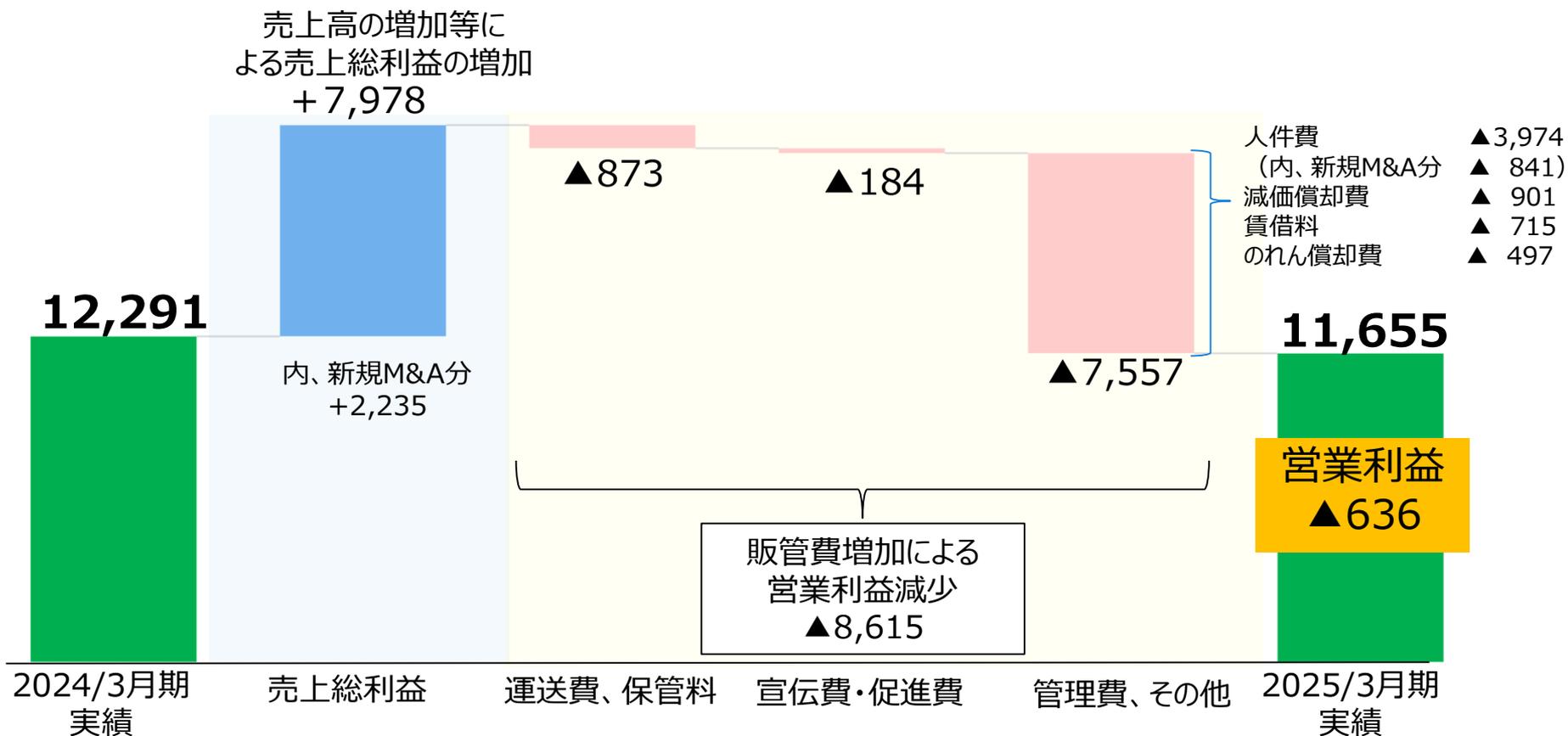
2. 宝酒造インターナショナルグループ

2025年3月期決算 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>

売上高の増加に加えてM&A効果もあり、売上総利益が増加するも、人件費など販管費の増加額が上回り、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)

(百万円)

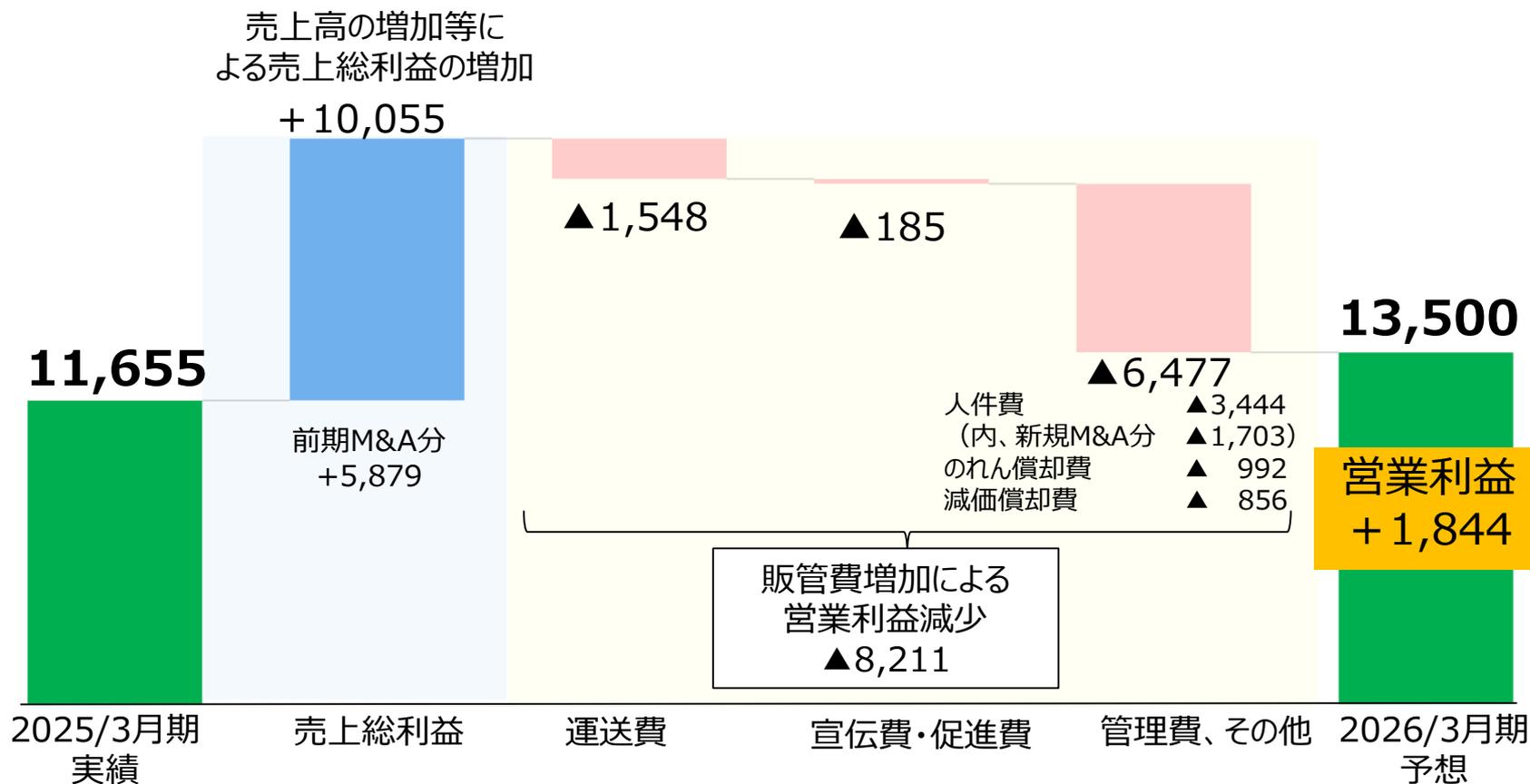


2026年3月期予想 宝酒造インターナショナルグループ 営業利益増減分析 <対前期>

売上高の増加などによる売上総利益の増加により、人件費など販管費が増加するものの、営業利益は増益

◇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)

(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

<重点テーマ>

- 日本の「伝統的な酒造り」のユネスコ無形文化遺産登録を追い風に、他社にないグループの強みを発揮し、和酒・日本食材卸事業の成長を加速させるとともに、洋酒事業における高付加価値ブランドを育成
- 既存および新規グループ会社で事業拡大を図るとともに、経営基盤を強化することで、グループ利益を創出
- ROIC向上を最優先に、利益重視の取り組みを強化し、運転資本の圧縮や経費を抑制

2026年3月期 海外酒類事業（和酒） 事業方針・重点テーマ

海外酒類事業（和酒）

計画	売上高	9,360
	営業利益	553

(百万円)

事業方針

宝酒造および海外日本食材卸事業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

<重点テーマ>

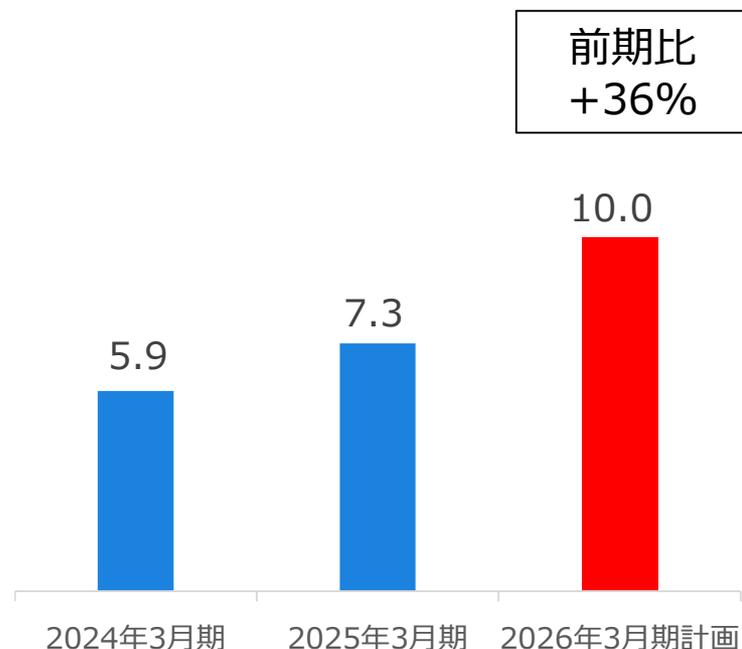
- 「澁」は、重点4エリア（米国、香港、英国、台湾）に最注力し、更に、海外日本食材卸各社との連携により、拡大
- トラディショナルな和酒における白壁蔵商品の再活性化および中小容量での市場開拓
- 現地ニーズを捉え、斬新かつ魅力的なイノベティブな和酒の商品開発を強化
- リニューアルを行う「バークレー蔵」（米国宝酒造）の訴求による、米国におけるSAKEファンの拡大
- グループ各社と和酒文化の啓発活動を強化

海外酒類事業（和酒） 取り組み計画 「霽」の育成

メインルートのレストランに加え、量販店の開拓を新たに行うなどチャネルの多角化を進め、「霽」のグローバルブランド化を推進

◇戦略指標

・「霽」輸出数量（万C/S） 300ml×12本入換算



●重点4エリア戦略

重点エリア	輸出販売構成比	量販店 重点戦略
米国	48%	<ul style="list-style-type: none"> ・値頃な価格の小容量商品のラインアップ強化によるトライアルユーザー獲得 ・米系量販チェーンへの新規導入
香港	15%	「霽」〈CLEAR〉、「霽」〈NIGORI〉の新規導入
英国	8%	現地系量販チェーンへの新規導入
台湾	5%	有力二次卸を活用した量販への新規導入

海外酒類事業（和酒） 取り組み計画 「漣」の育成

販売構成比の高い米国において、「漣」150mlを通じたトライアルユーザーの獲得、新たなMLB球団とのスポンサー契約を活用した、米系量販チェーンへの新規導入を推進

● トライアルユーザーの獲得

・「漣」「漣」〈CRISP〉150ml 2025年3月発売

● 米系量販店チェーンへの新規導入に向けた取り組み

・2024年度から契約しているニューヨーク・メッツに続き
MLB「サンフランシスコ・ジャイアンツ」と2025年度
オフィシャルスポンサー契約を締結



想定小売価格
1,240円程度

「漣」 「漣」〈CRISP〉150ml

【西海岸・新規】



【東海岸・継続】



海外酒類事業（和酒） トラディショナルな和酒の商品開発

高付加価値タイプは白壁蔵ブランドを、普及タイプは中小容量アイテムを強化

宝酒造



宝酒造
インターナショナル
グループ

<高付加価値タイプ>

白壁蔵ブランド強化

2025年3月
輸出開始

米国、欧州
中心



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

<普及タイプ>

中小容量強化

2025年3月
輸出開始

アジア、オセアニア
中心



想定小売価格
1,800~2,500円程度

松竹梅「瑞音」300ml

◇戦略指標

和酒輸出売上高

13.5億円（前期比+20%）

海外酒類事業（和酒）イノベーティブな和酒の拡大に向けた取り組み

米国に拠点があるからこそできる、市場環境やニーズを捉えたイノベーティブな発想のSAKEなど、現地産商品の開発、販売を強化

宝酒造



宝酒造
インターナショナル
グループ



米国宝酒造

<イノベーティブな発想のSAKE>



<米国で長らく親しまれている
現地産の主な商品>



1983年の設立以来、
40年にわたり、
米国产の米、水を使った
清酒造りを追求

海外酒類事業（和酒） 米国宝酒造 ブランド強化

パークレーの酒蔵としての存在感強化のため、外観リニューアルを行い、テイastingグループの集客力を向上

- 和のテイストを取り入れた本社社屋のリニューアル（6月完成予定）

<現在の社屋外観>



<改造後の外観イメージ>



- テイastingグループの集客力アップ（4月改装オープン）
 - ・年間来場者数目標:10,000人
 - ・会員制の導入、体験の仕組み強化、ギフトショップの設置

2026年3月期 海外日本食材卸事業 事業方針・重点テーマ

海外日本食材卸事業

計画	売上高	192,098	(百万円)
	営業利益	7,489	

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

<重点テーマ>

- 和酒・水産品（冷凍・鮮魚）を差異化商品のコア商材と位置付け、新規グループ会社におけるノウハウ等のグループ内共有により、品揃えを拡充
- 高付加価値商品の拡売により、既存の主力市場の活性化および販売チャネルの多角化を推進
- 北米および欧州におけるエリア開拓を推進するとともに、新規グループ会社とのシナジー効果の創出により、売上拡大を実現

海外日本食材卸事業 和酒

「澪」を中心とした和酒の魅力を各地域で発信し、売上高前期比 + 10.6%を計画

計画	海外日本食材卸会社 (5社計※) 和酒売上前期比	2025年3月期	2026年3月期
		+ 11.8%	+ 10.6%

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

◇戦略指標

日本食材卸会社 (5社計) 「澪」販売数量	2.6万C/S (前期比 + 19%)
--------------------------	---------------------

海外日本食材卸事業 水産品

強みである水産品によって新たな市場を開拓し、売上高前期比は+9.1%を計画
新たにグループに迎え入れた企業の水産品調達における強みを活かし、シナジーを創出

計画	海外日本食材卸会社 (5社計※) 水産品売上前期比	2025年3月期	2026年3月期
		+18.7%	+9.1%

※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
為替影響含む



築地太田

日本産鮮魚



カーゲラー社 (ドイツ)

冷凍魚介類

高品質な水産品や日本産鮮魚
といった差異化された商材と、
ノウハウを活用し、シナジーを創出

海外日本食材卸事業 北米、欧州エリアにおける売上拡大戦略

北米および欧州エリアにおける市場開拓を推進し、新規グループ会社とのシナジー効果の創出により、売上を拡大する

エリア	主な戦略
北米	<ul style="list-style-type: none">・鮮魚および和牛販売網の拡充・小売向け商品の拡充と販売ルートの開拓・差異化商品（和酒・鮮魚・和牛・ノンフード）を活用した新規アカウント獲得・新規グループ会社の管理体制の強化・自社進出計画（ヒューストン、シアトル）の円滑な遂行 
欧州	<ul style="list-style-type: none">・和酒、水産品の強化による売上拡大・欧州4社協業による差異化商品の開発・北欧、東欧、南欧の二次店を活用した市場開拓の推進・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・各国現地系レストランの開拓 

2026年3月期 海外酒類事業（洋酒） 事業方針・重点テーマ

海外酒類事業（洋酒）

計画	売上高	15,858	(百万円)
	営業利益	7,107	

事業方針

「トマーチン」「ブラントン」等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。

- 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

- 「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

トランプ政権の相互関税による影響と対応の方向性

- ・ミュージアムレーディング社（米国）における相互関税によるコストアップは約38億円を見込むが、適時適切に価格改定を実施していく方針
- ・その他の海外日本食材卸各社、海外酒類事業への影響は軽微

・ミュージアムレーディング社 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

※相互関税によるコストアップ見込み：約38億円

※懸念事項

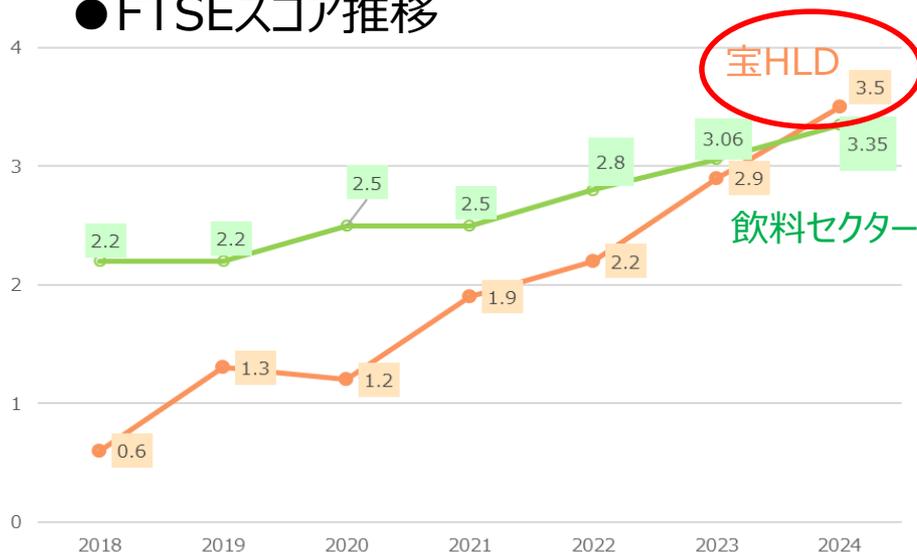
インフレによる米国内での消費鈍化

V. サステナビリティ

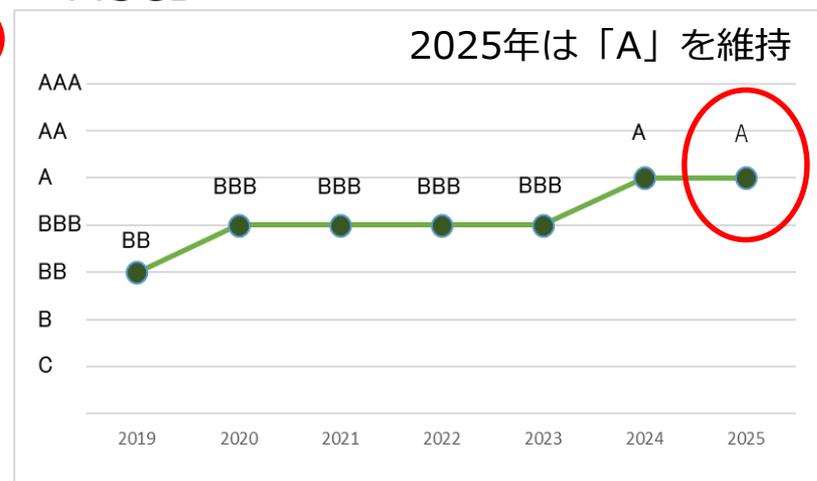
ESGスコアへの対応

FTSEを基準に取り組みを推進し、2024年のスコアは飲料セクター平均3.35を上回る3.5点を獲得。MSCIは2025年（3月時点）において、「A」を維持

● FTSEスコア推移



● MSCI



FTSE Blossom
Japan Index



THE USE BY [Takara holdings inc.] OF ANY MSCI ESG RESEARCH LLC OR ITS AFFILIATES ("MSCI") DATA, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT, RECOMMENDATION, OR PROMOTION OF [ENTITY] BY MSCI. MSCI SERVICES AND DATA ARE THE PROPERTY OF MSCI OR ITS INFORMATION PROVIDERS, AND ARE PROVIDED 'AS-IS' AND WITHOUT WARRANTY. MSCI NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI.

事業（商品・サービス）を通じた社会課題の解決

各マテリアリティ毎に策定したサステナビリティビジョンの達成を目指し、さまざまな「事業を通じた社会課題の解決」に取り組むことで、宝グループの企業価値をさらに向上

主なマテリアリティ	取り組み内容
環境	<ul style="list-style-type: none">•2025年2月から黒壁蔵（宮崎県）に太陽光発電設備の導入と再エネ由来の電力への切替を実施し、使用電力の実質再エネ由来100%化を達成•さらに黒壁蔵のボイラー燃料を重油からLNGへ転換し、CO2排出量を削減  <p data-bbox="1363 989 1796 1032">黒壁蔵の太陽光パネル</p>

生物多様性保全への取り組み

主なマテリアリティ	取り組み内容
環境	<p data-bbox="1476 329 1885 436">設立40周年</p> <ul data-bbox="484 436 1591 539" style="list-style-type: none">・1985年公益信託「タカラ・ハーモニストファンド」を設立し、森林・草原や水辺の自然環境を守る活動や研究を助成 <p data-bbox="504 605 1392 654"><助成件数・助成累計額（39年間累計）></p> <p data-bbox="523 662 1688 711">助成件数：のべ422件 助成累計金額：1億9,941万円</p> <div data-bbox="639 779 1049 1001"></div> <p data-bbox="697 1015 993 1051">助成金贈呈式の様子</p> <div data-bbox="1435 812 1740 1036"></div>

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？
酒造業、バイオ事業、食生活、健康分野の各分野で、
たくましく、そして、豊かな人生を送りたいと考えています。

180年以上にわたる歴史を誇る酒造業の発展も、
世界に広がる日本食文化のネットワークや食生活の発展も、
食生活・健康分野の発展も、バイオテクノロジーも、
すべて笑顔をつくるため。

例えば、今夜のお酒の席で、ニューオータキの先斗で、
家族や親戚の集まりでも、喜ばれ笑顔にするため。

酒造業、食生活、健康分野の各分野で、
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強みで、
世界を笑顔にするための貢献を続けています。

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



参考資料

2025年3月期業績	宝ホールディングス（連結）	損益計算書
	宝酒造	
	宝酒造インターナショナルグループ	
	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 業績予想	宝ホールディングス（連結）	通期損益計算書
		キャッシュフロー計画
	宝酒造	通期損益計算書
	宝酒造インターナショナルグループ	
	宝ホールディングス（連結）	上期損益計算書
	宝酒造	
	宝酒造インターナショナルグループ	
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	

2025年3月期 宝ホールディングス（連結）業績

◇連結損益計算書

(百万円)

	2025年3月期 実績	前期比		2/13予想比		為替レート 影響額 前期比
		増減	率(%)	増減	率(%)	
宝酒造	119,663	▲ 4,122	▲ 3.3	1,174	+ 1.0	—
宝酒造インターナショナルグループ	185,803	25,375	+ 15.8	103	+ 0.1	13,525
タカラバイオグループ	45,039	1,533	+ 3.5	▲ 460	▲ 1.0	1,980
その他	30,867	596	+ 2.0	▲ 31	▲ 0.1	—
調整額	▲ 18,680	▲ 61	—	▲ 92	—	—
売上高	362,693	23,321	+ 6.9	693	+ 0.2	15,505
売上総利益	119,647	5,714	+ 5.0	▲ 952	▲ 0.8	
販売費及び一般管理費	99,050	7,359	+ 8.0	▲ 349	▲ 0.4	
宝酒造	5,037	▲ 465	▲ 8.5	354	+ 7.6	
宝酒造インターナショナルグループ	11,655	▲ 636	▲ 5.2	▲ 344	▲ 2.9	
タカラバイオグループ	2,263	▲ 740	▲ 24.6	▲ 736	▲ 24.6	
その他	2,708	345	+ 14.6	24	+ 0.9	
調整額	▲ 1,067	▲ 148	—	99	—	
営業利益	20,597	▲ 1,644	▲ 7.4	▲ 602	▲ 2.8	
経常利益	22,180	▲ 1,156	▲ 5.0	▲ 119	▲ 0.5	
特別利益	4,734	700	+ 17.4	▲ 15	▲ 0.3	
特別損失	1,099	▲ 32	▲ 2.9	▲ 150	▲ 12.1	
親会社株主に帰属する当期純利益	16,202	26	+ 0.2	302	+ 1.9	

2025年3月期 宝酒造 業績

◇損益計算書（売上高～営業利益）

(百万円)

	2025年3月期 実績	前期比		2/13予想比	
		増減	率(%)	増減	率(%)
焼酎	31,801	▲ 2,522	▲ 7.3	452	+1.4
清酒	10,505	▲ 1,027	▲ 8.9	▲ 119	▲ 1.1
ソフトアルコール飲料	42,029	▲ 261	▲ 0.6	798	+1.9
その他酒類	5,068	▲ 382	▲ 7.0	▲ 62	▲ 1.2
本みりん	9,796	70	+0.7	72	+0.7
その他調味料	9,230	171	+1.9	66	+0.7
原料用アルコール等	11,231	▲ 171	▲ 1.5	▲ 33	▲ 0.3
売上高	119,663	▲ 4,122	▲ 3.3	1,174	+1.0
売上総利益	29,919	▲ 1,809	▲ 5.7	245	+0.8
販売費及び一般管理費	24,881	▲ 1,344	▲ 5.1	▲ 109	▲ 0.4
営業利益	5,037	▲ 465	▲ 8.5	354	+7.6

2025年3月期 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)

		2025年3月期 実績	前期比		2/13予想比		為替レート影響額 前期比
			増減	率(%)	増減	率(%)	
売	海外酒類	23,533	2,607	+12.5	46	+0.2	1,751
	海外日本食材卸	164,768	22,951	+16.2	▲ 16	▲ 0.0	11,970
	その他	8,352	8,103	-	7,777	-	▲ 196
	連結消去	▲ 10,851	▲ 8,287	-	▲ 7,703	-	
売上高		185,803	25,375	+15.8	103	+0.1	13,525
売上総利益		59,694	7,978	+15.4	▲ 305	▲ 0.5	
販売費及び一般管理費		48,038	8,615	+21.9	38	+0.1	
営	海外酒類	6,993	1,262	+22.0	▲ 39	▲ 0.6	
	海外日本食材卸	6,095	▲ 1,802	▲ 22.8	▲ 315	▲ 4.9	
	その他	6,862	8,011	-	7,780	-	
	連結消去	▲ 8,295	▲ 8,108	-	▲ 7,769	-	
営業利益		11,655	▲ 636	▲ 5.2	▲ 344	▲ 2.9	

2025年3月期 宝酒造インターナショナルグループ 主要子会社業績

		2024年3月期 実績		2025年3月期 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	44,771	5,048	45,357	5,538
	百万円	6,297	710	6,880	840
宝酒造食品（中国）	千元	44,002	▲ 2,983	41,237	▲ 3,434
	百万円	872	▲ 59	867	▲ 72
トマーチン（英国）	千ポンド	31,429	9,753	23,655	5,241
	百万円	5,501	1,707	4,585	1,015
IIG・インターナショナル（米国）	千USドル	53,371	24,624	67,876	36,028
	百万円	7,507	3,463	10,296	5,465
フーデックス（欧州）	千ユーロ	177,735	7,978	168,596	6,467
	百万円	27,033	1,213	27,652	1,061
コミンポート（欧州）	千ユーロ	96,163	10,995	97,668	9,228
	百万円	14,626	1,672	16,021	1,513
カーゲラー社（欧州）	千ユーロ	—	—	25,968	2,052
	百万円	—	—	4,222	333
タザキフーズ（英国）	千ポンド	74,815	4,579	84,279	2,803
	百万円	13,094	801	16,335	543
ミューチャルトレーディング（米国）	千USドル	562,804	29,070	603,899	21,910
	百万円	79,164	4,089	91,605	3,323
ニッポンフード（豪州）	千AUSDドル	67,298	3,974	71,768	3,814
	百万円	6,282	371	7,179	381
東京共同貿易	百万円	14,285	793	16,548	777

2026年3月期 宝ホールディングス（連結）業績予想

◇連結損益計算書

(百万円)

	2026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	120,681	1,017	+0.9	-
宝酒造インターナショナルグループ	214,600	28,796	+15.5	▲ 5,091
タカラバイオグループ	52,500	7,460	+16.6	▲ 927
その他	31,862	994	+3.2	-
調整額	▲ 18,643	37	-	-
売上高	401,000	38,306	+10.6	▲ 6,018
売上総利益	135,400	15,752	+13.2	
販売費及び一般管理費	113,500	14,449	+14.6	
宝酒造	5,337	300	+5.9	
宝酒造インターナショナルグループ	13,500	1,844	+15.8	
タカラバイオグループ	2,500	236	+10.5	
その他	2,960	251	+9.3	
調整額	▲ 2,397	▲ 1,329	-	
営業利益	21,900	1,302	+6.3	
経常利益	22,200	19	+0.1	
特別利益	5,150	415	+8.8	
特別損失	950	▲ 149	▲ 13.6	
親会社株主に帰属する当期純利益	16,300	97	+0.6	

2026年3月期 宝ホールディングス（連結）キャッシュフロー計画

◇キャッシュフロー計画

(億円)

	宝グループ連結	宝酒造	宝酒造 インターナショナル グループ連結	タカラバイオ グループ連結
I 営業CF	255	60	125	84
II 投資CF	▲278	▲59	▲33	▲211
III フリーCF	▲22	0	92	▲126
IV 財務CF	▲68	▲37	▲0	▲20
V 合計	▲91	▲36	92	▲147

2026年3月期 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	
			増減	率(%)
焼酎		30,183	▲ 1,618	▲ 5.1
清酒		10,655	149	+1.4
ソフトアルコール飲料		44,779	2,749	+6.5
その他酒類		4,927	▲ 141	▲ 2.8
本みりん		9,745	▲ 51	▲ 0.5
その他調味料		9,376	145	+1.6
原料用アルコール等		11,013	▲ 218	▲ 1.9
売上高		120,681	1,017	+0.9
売上総利益		31,316	1,396	+4.7
販売費及び一般管理費		25,979	1,097	+4.4
営業利益		5,337	300	+5.9

2026年3月期 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		為替レート 影響額
			増減	率(%)	
	海外酒類	25,217	1,683	+7.2	▲ 479
	海外日本食材卸	192,098	27,330	+16.6	▲ 4,662
	その他	586	▲ 7,766	▲ 93.0	
	連結消去	▲ 3,301	7,549	-	50
売上高		214,600	28,796	+15.5	▲ 5,091
売上総利益		69,750	10,055	+16.8	
販売費及び一般管理費		56,250	8,211	+17.1	
	海外酒類	7,659	665	+9.5	
	海外日本食材卸	7,489	1,394	+22.9	
	その他	▲ 1,053	▲ 7,916	-	
	連結消去	▲ 594	7,701	-	
営業利益		13,500	1,844	+15.8	

2026年3月期 宝ホールディングス（連結） 上期業績予想

◇連結損益計算書

(百万円)

		2026年3月期 上期予想	前期比	
			増減	率(%)
	宝酒造	59,493	▲ 2,487	▲ 4.0
	宝酒造インターナショナルグループ	104,060	15,080	+16.9
	タカラバイオグループ	21,300	1,541	+7.8
	その他	15,487	104	+0.7
	調整額	▲ 9,340	220	-
売上高		191,000	14,460	+8.2
売上総利益		63,200	4,454	+7.6
販売費及び一般管理費		55,400	7,187	+14.9
	宝酒造	2,392	▲ 231	▲ 8.8
	宝酒造インターナショナルグループ	6,000	▲ 488	▲ 7.5
	タカラバイオグループ	▲ 1,450	▲ 1,867	-
	その他	1,551	151	+10.8
	調整額	▲ 693	▲ 297	-
営業利益		7,800	▲ 2,732	▲ 25.9
経常利益		8,100	▲ 3,066	▲ 27.5
特別利益		2,800	▲ 8	▲ 0.3
特別損失		100	▲ 156	▲ 61.0
親会社株主に帰属する当期純利益		7,100	▲ 1,988	▲ 21.9

2026年3月期 宝酒造 上期業績予想

◇損益計算書（売上高～営業利益）

(百万円)

	2026年3月期 上期予想	前期比	
		増減	率(%)
焼酎	15,435	▲ 1,491	▲ 8.8
清酒	4,078	▲ 136	▲ 3.2
ソフトアルコール飲料	22,503	▲ 666	▲ 2.9
その他酒類	2,694	▲ 133	▲ 4.7
本みりん	4,644	▲ 90	▲ 1.9
その他調味料	4,557	32	+0.7
原料用アルコール等	5,580	▲ 2	▲ 0.1
売上高	59,493	▲ 2,487	▲ 4.0
売上総利益	15,294	▲ 177	▲ 1.1
販売費及び一般管理費	12,901	53	+0.4
営業利益	2,392	▲ 231	▲ 8.8

2026年3月期 宝酒造インターナショナルグループ 上期業績予想

◇損益計算書（売上高～営業利益）

(百万円)

		2026年3月期 上期予想	前期比	
			増減	率(%)
	海外酒類	12,005	792	+7.1
	海外日本食材卸	93,422	14,343	+18.1
	その他	543	▲ 1	▲ 0.3
	連結消去	▲ 1,912	▲ 53	-
売上高		104,060	15,080	+16.9
売上総利益		33,320	4,445	+15.4
販売費及び一般管理費		27,320	4,933	+22.0
	海外酒類	3,468	474	+15.8
	海外日本食材卸	3,313	▲ 909	▲ 21.5
	その他	▲ 279	▲ 78	-
	連結消去	▲ 502	25	-
営業利益		6,000	▲ 488	▲ 7.5

2026年3月期 宝酒造インターナショナルグループ° 主要子会社業績予想

		2025年3月期 実績		2026年3月期 予想	
		売上高	営業利益	売上高	営業利益
米国宝酒造	千USDドル	45,357	5,538	48,225	5,742
	百万円	6,880	840	7,185	855
宝酒造食品（中国）	千元	41,237	▲ 3,434	55,658	78
	百万円	867	▲ 72	1,124	1
トマーチン（英国）	千ポンド	23,655	5,241	23,759	5,500
	百万円	4,585	1,015	4,514	1,045
イヴ・インターナショナル（米国）	千USDドル	67,876	36,028	75,715	40,612
	百万円	10,296	5,465	11,281	6,051
フーデックス（欧州）	千ユーロ	168,569	6,467	181,984	6,875
	百万円	27,652	1,061	28,753	1,086
コミンポート（欧州）	千ユーロ	97,668	9,228	103,461	9,817
	百万円	16,021	1,513	16,346	1,551
カーゲラー社（欧州）	千ユーロ	25,968	2,052	113,000	11,300
	百万円	4,222	333	17,854	1,785
タザキフーズ（英国）	千ポンド	84,279	2,803	113,000	5,641
	百万円	16,335	543	21,470	1,071
ミューチャルトレーディング（米国）	千USDドル	603,899	21,910	660,000	28,000
	百万円	91,605	3,323	98,340	4,172
ニッポンフード（豪州）	千AUSDドル	71,768	3,814	79,227	4,200
	百万円	7,179	381	7,700	408
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