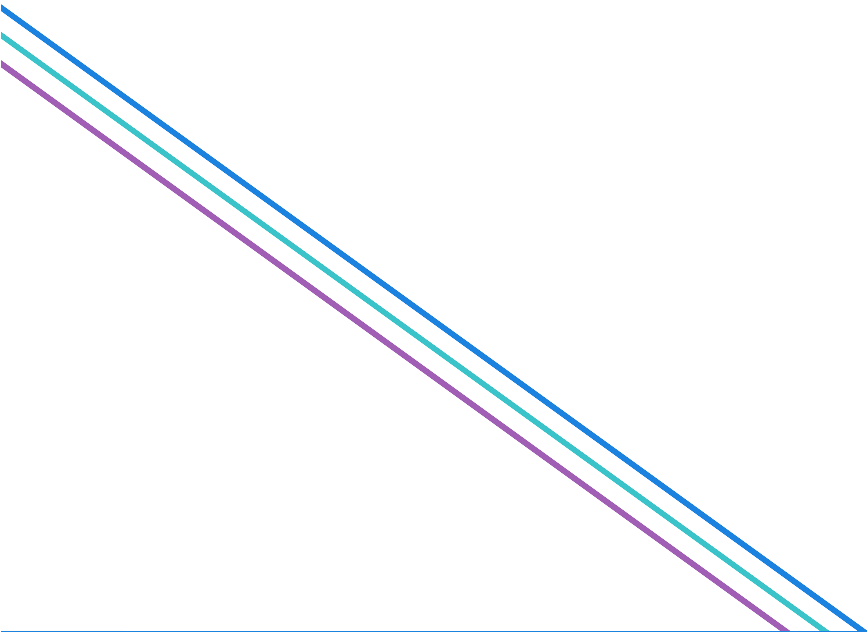





2023年3月期決算および 中期経営計画説明会



2023年5月16日
宝ホールディングス株式会社



本日の内容

I.2023年3月期決算

II.中期経営計画2022振り返り

III.中期経営計画2025

1. 中期経営計画2025概要
2. 宝独自の2つのビジネスモデルの確立・強化
3. 宝酒造
4. 宝酒造インターナショナルグループ
5. 人的資本経営
6. サステナビリティ
7. 株主還元方針
8. 中期経営計画2025の全体図

IV.2024年3月期業績予想



I .2023年3月期決算



2023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)

	2023年3月期 実績	前期比		為替レート 影響額 前期比
		増減	率(%)	
宝酒造	122,921	3,211	+ 2.7	—
宝酒造インターナショナルグループ	137,483	35,297	+ 34.5	16,336
タカラバイオグループ	78,142	10,442	+ 15.4	4,238
その他	30,950	230	+ 0.8	—
調整額	▲ 18,832	564	—	—
売上高	350,665	49,746	+ 16.5	20,575
売上総利益	119,941	6,399	+ 5.6	
販売費及び一般管理費	81,996	11,808	+ 16.8	
宝酒造	4,890	754	+ 18.3	
宝酒造インターナショナルグループ	10,821	2,348	+ 27.7	
タカラバイオグループ	20,541	▲ 8,360	▲ 28.9	
その他	2,293	71	+ 3.2	
調整額	▲ 601	▲ 222	—	
営業利益	37,945	▲ 5,408	▲ 12.5	
経常利益	38,706	▲ 4,524	▲ 10.5	
特別利益	1,681	▲ 2,977	▲ 63.9	
特別損失	694	▲ 6,233	▲ 90.0	
親会社株主に帰属する当期純利益	21,206	437	+ 2.1	

※前期の特別損失には、宝酒造の製品自主回収費用1,190百万円、タカラバイオグループの固定資産圧縮損4,470百万円を計上

2023年3月期 宝ホールディングス（連結）業績

連結貸借対照表

(百万円)

	2022年3月末	2023年3月末	増減		2022年3月末	2023年3月末	増減
流動資産	232,323	241,513	9,189	流動負債	79,151	67,454	▲ 11,696
現金及び預金	80,445	96,820	16,375	支払手形及び買掛金	20,973	21,775	802
受取手形及び売掛金	70,260	69,717	▲ 542	借入金・社債	15,497	4,919	▲ 10,578
棚卸資産	72,643	66,904	▲ 5,739	その他	42,681	40,760	▲ 1,921
その他	8,975	8,072	▲ 903	固定負債	58,730	76,401	17,670
固定資産	130,114	157,661	27,546	借入金・社債	35,248	35,186	▲ 61
有形固定資産	79,747	88,890	9,143	その他	23,482	41,215	17,733
無形固定資産	15,360	15,931	571	負債合計	137,882	143,856	5,973
投資その他資産	35,006	52,838	17,831	株主資本合計	163,976	177,363	13,386
資産合計	362,438	399,174	36,736	資本金・資本剰余金	15,725	15,220	▲ 505
				利益剰余金	149,933	163,825	13,891
				自己株式	▲ 1,682	▲ 1,682	▲ 0
				その他包括利益累計額	16,443	26,588	10,144
				非支配株主持分	44,135	51,366	7,231
				純資産合計	224,555	255,318	30,762
				負債純資産合計	362,438	399,174	36,736

2023年3月期 宝ホールディングス（連結）業績

連結キャッシュフロー計算書

(百万円)

	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	増減
営業キャッシュ・フロー	16,376	45,478	29,101
投資キャッシュ・フロー	▲ 10,399	▲ 10,474	▲ 74
フリーキャッシュフロー	5,977	35,003	29,026
財務キャッシュ・フロー	4,133	▲ 22,215	▲ 26,348
現金及び現金同等物に係る換算差額	2,758	3,267	508
現金及び現金同等物の期末残高	75,729	91,785	16,056

設備投資額、減価償却費、のれん償却費

(百万円)

	2023年3月期 実績	前期比	
		増減	率
設備投資額（有形・無形）	14,165	▲ 2,047	▲ 12.6
減価償却費（有形・無形）	9,118	+693	+8.2
のれん償却費	998	+123	+14.1

2023年3月期 宝酒造 業績

損益計算書

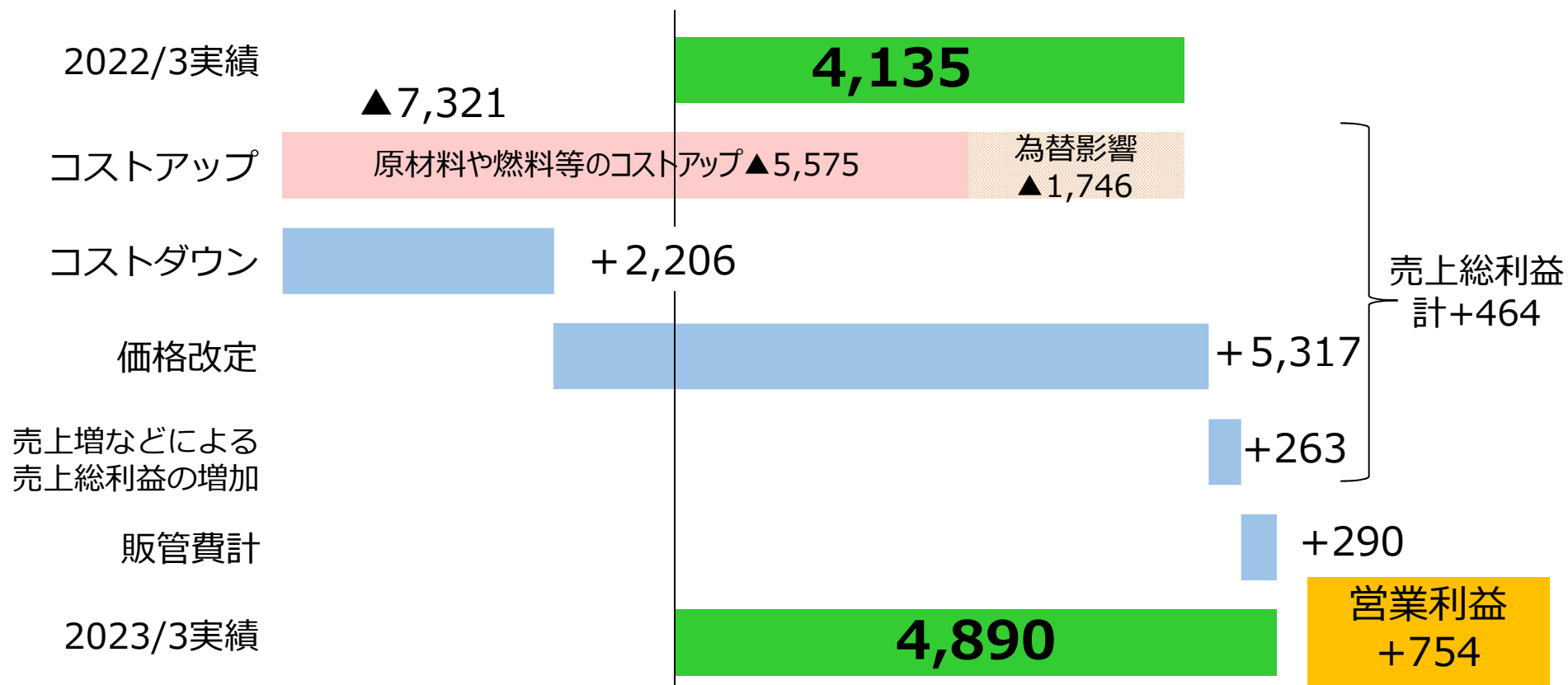
(百万円)

		2023年3月期 実績	前期比	
			増減	率(%)
焼酎 清酒 ソフトアルコール飲料 その他酒類 本みりん その他調味料 原料用アルコール等	焼酎	36,597	▲ 1,337	▲ 3.5
	清酒	12,145	▲ 658	▲ 5.1
	ソフトアルコール飲料	40,069	2,392	+6.3
	その他酒類	5,328	▲ 138	▲ 2.5
	本みりん	9,477	380	+4.2
	その他調味料	8,780	220	+2.6
	原料用アルコール等	10,522	2,353	+28.8
売上高	122,921	3,211	+2.7	
売上総利益	29,276	464	+1.6	
販売費及び一般管理費	24,385	▲ 290	▲ 1.2	
営業利益	4,890	754	+18.3	

2023年3月期 営業利益の増減分析 (宝酒造)

原材料や燃料等のコストアップや為替影響を、コストダウンや価格改定等で補い増益

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



2023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

(百万円)

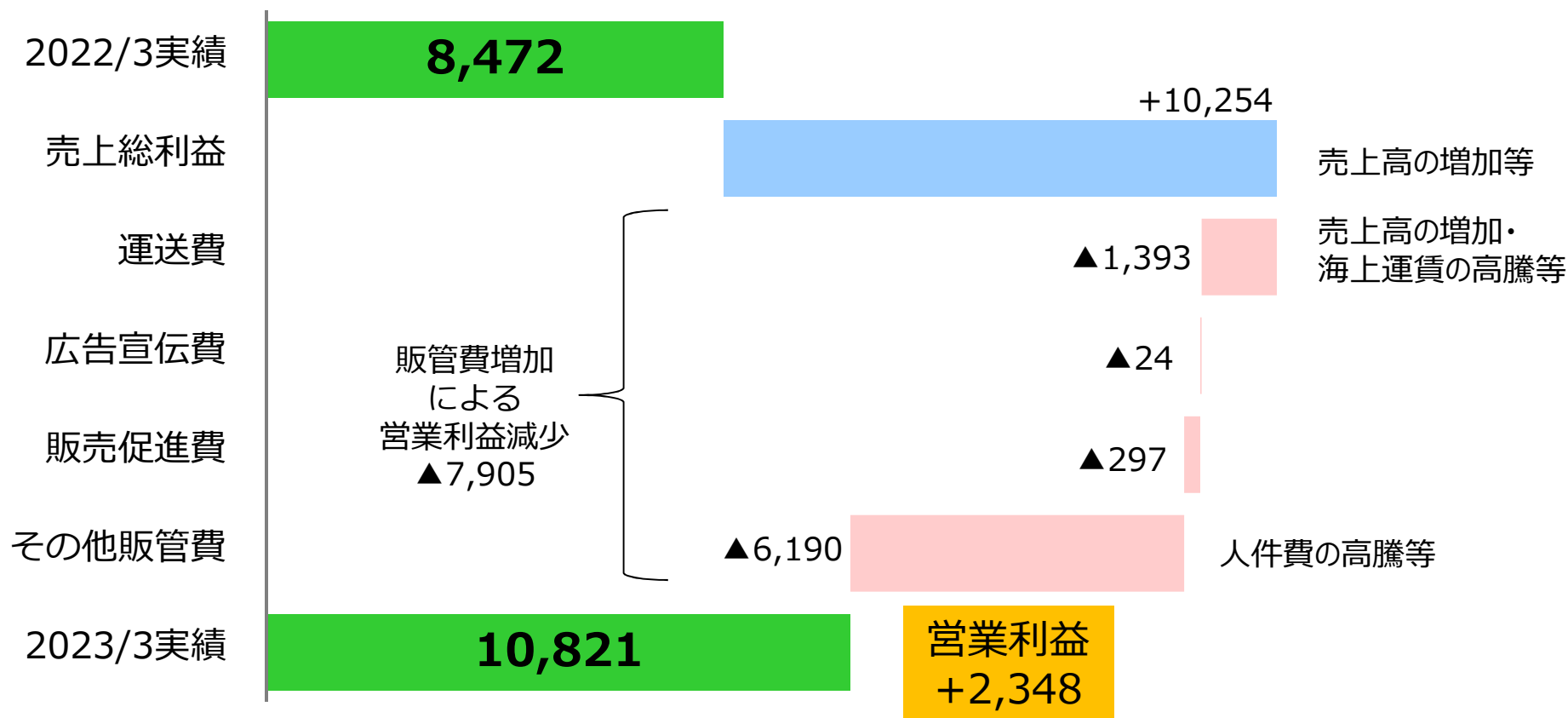
	2023年3月期 実績	前期比		為替レート影響額 前期比
		増減	率(%)	
海外酒類	18,253	4,189	+29.8	2,401
海外日本食材卸	121,354	31,626	+35.2	14,330
その他	2,847	2,785	+4,475.1	▲396
連結消去	▲4,972	▲3,303	-	
売上高	137,483	35,297	+34.5	16,336
売上総利益	42,394	10,254	+31.9	
販売費及び一般管理費	31,573	7,905	+33.4	
海外酒類	4,895	1,114	+29.5	
海外日本食材卸	7,559	1,446	+23.7	
その他	1,700	2,634	-	
連結消去	▲3,334	▲2,846	-	
営業利益	10,821	2,348	+27.7	

2023年3月期 営業利益の増減分析（宝酒造インターナショナルグループ）

売上が増加したことにより売上総利益が増加。販管費の増加を補って増益を達成

◆ 対前期営業利益増減（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示）

（百万円）





Ⅱ. 中期経営計画2022振り返り

中期経営計画2022の位置づけ

長期経営構想「TaKaRa Group Challenge for the 100th (TGC100)」
(2020年4月～2026年3月)

Vision ありたい姿～Smiles in Life～

中期経営計画2022
2020年4月～2023年3月

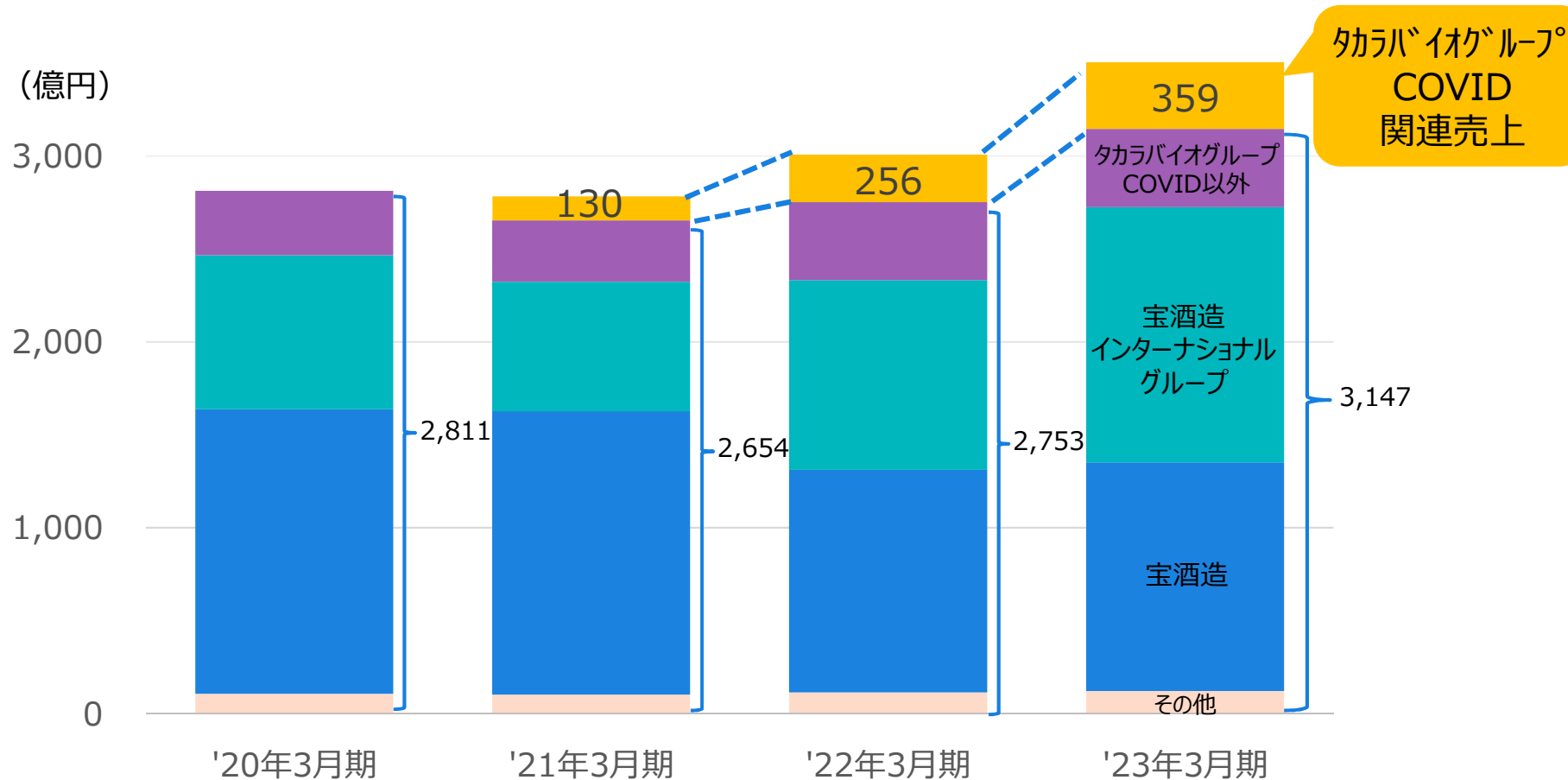
中期経営計画2025
2023年4月～2026年3月

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

中期経営計画2022 事業別売上高推移

宝酒造インターナショナルグループ、タカラバイオグループが牽引し、グループ全体の売上高は拡大。タカラバイオグループのCOVID関連売上を除いても増収



* 2022年3月期より、収益認識に関する会計基準等の適用に伴い、従来販売費及び一般管理費で処理していた費用の一部を売上高から控除

中期経営計画2022 事業別営業利益

すべての事業で増益。特に成長事業である宝酒造インターナショナルグループとタカラバイオグループについては、大幅増益を達成

	2020年3月期		2023年3月期
宝酒造	41億円		48億円
宝酒造 インターナショナル グループ	35億円		108億円
タカラバイオ グループ	62億円		205億円
国内グループ	20億円		22億円

中期経営計画2022 定量目標に対する結果

コロナ禍による業績への影響は大きいですが、定量目標はすべての項目を達成。
長期経営構想の目標も上回る。

中期経営計画2022定量目標		長期経営構想 (TGC100)	2023年3月期
売上高	3,000億円 以上	3,400億円 以上	3,506億円
営業利益	174億円 以上	230億円 以上	379億円
海外 売上高 比率	39.0% 以上	44.0% 以上	48.3%
ROE	7% 以上	8% 以上	11.0%

中期経営計画2022 事業別の成果と課題

	成果	課題
宝酒造	<ul style="list-style-type: none"> 価格改定を実施、全社一体となったコストダウンの取り組みによるコストアップの抑制も含め利益率を改善 	<ul style="list-style-type: none"> ヒット商品の開発、育成と既存ブランド育成によるプロダクトミックスの改善 安全・安心のための設備強化
宝酒造 インター ナショナル グループ	<ul style="list-style-type: none"> 量販店ルートやネット販売等、チャネルの多角化 海外日本食材卸事業での売上拡大と価格改定等コストアップに対する適切な対応による営業利益の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 宝酒造との協業の強化による和酒の輸出拡大 日本食材卸ネットワークのさらなる拡充 海外グループ会社における管理体制の強化
タカラバイオ グループ	<ul style="list-style-type: none"> COVID検査需要の急増に対し、大量製造・安定供給体制を構築 グローバルなSCM体制の再整備 中計計画以上に研究開発費を投下し、将来の成長基盤を整備 	<ul style="list-style-type: none"> 研究用試薬類の新製品開発強化等による年率7%成長の堅持 遺伝子・細胞プロセッシングセンター2号棟の完全実装化と製造関連技術開発への積極的な取り組みによるCDMO事業の拡大

サステナビリティへの取り組み

10の重要課題（マテリアリティ）とその取り組み方針を示した「サステナビリティ・ポリシー」、「サステナビリティ・ビジョン」を策定・公開。各マテリアリティへの取り組みを実施

2020.5 「宝グループ・サステナビリティ・ポリシー」公表

2021.6 「宝グループ・サステナビリティ・ビジョン」公表

中期経営計画2022期間での主な成果

- TCFDフレームワークに基づく開示（宝HLD・タカラバイオ）
- CO₂排出量削減目標の達成に向けた、排出量削減ロードマップの作成
- 人権デューデリジェンスの推進
- 事業を通じた社会課題解決の推進
 - ・ノンアルコール飲料発売、料理清酒の食塩ゼロ訴求（宝酒造）
 - ・展示会等を通じた「和酒」「日本食」文化の浸透（宝酒造インターナショナルグループ）
 - ・PCR、抗原検査キットの国内安定供給を通じた新型コロナ感染症対策支援（タカラバイオグループ）



Ⅲ.中期経営計画2025

1.中期経営計画2025概要



中期経営計画2025の位置づけ

長期経営構想「TaKaRa Group Challenge for the 100th (TGC100)」
(2020年4月～2026年3月)

Vision ありたい姿～Smiles in Life～

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

1.中期経営計画2025概要

◆経営方針

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

成長・強化領域への投資を加速させ、生産性の向上やイノベーションの創出を働きがいが高めることで実現し、グローバルかつサステナブルな宝独自の2つのビジネスモデルを確立・強化することで、バランスのとれた事業ポートフォリオでの持続的な成長とVisionの実現を達成する。加えて、コーポレートとしての情報発信とコミュニケーションを強化することで、企業価値を高める。

※成長・強化領域

宝酒造：安全・安心な生産体制の強化、ヒット商品の開発・育成、重点ブランド育成
宝酒造インターナショナルグループ：北米、欧州での食材卸拠点拡大、和酒の拡大
タカラバイオグループ：試薬・機器事業の拡大、CDMO事業の拡充、創薬基盤技術の
価値最大化

1. 中期経営計画2025概要

◆ 定量目標

売上高、営業利益の向上や海外売上高比率を高めるとともに、中長期的に投下資本効率の向上を目指す。

	2023年3月期実績	中期経営計画2025 (2026年3月期)
売上高	3,506億円	4,200億円以上
営業利益	379億円	380億円以上
海外売上高 比率	48.3%	60.0%以上 <small>タカラバイオグループ除く 海外売上高比率60.0%以上</small>
ROE	11.0%	9.0%以上
ROIC	8.8%	7.5%以上

1.中期経営計画2025概要

◆5つの重点戦略

- ①成長・強化領域への投資とROICの浸透
- ②宝独自の2つのビジネスモデルの確立・強化
- ③無形資産（人的資本・ITなど）への投資の強化
- ④サステナビリティの取り組みに対するグループとしての推進力の向上
- ⑤コーポレートコミュニケーションの強化

1.中期経営計画2025概要

◆キャッシュフロー計画（3年間累計）

グループ全体で営業キャッシュフローを超える規模の成長・強化領域への投資を行い、企業価値の向上を目指す。

(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	874	200	282	346
II 投資CF	▲877	▲210	▲200	▲454
III フリーCF	▲2	▲9	81	▲107
IV 財務CF	▲229	▲91	▲4	▲98
V 合計	▲231	▲100	77	▲205



Ⅲ. 中期経営計画2025

2. 宝独自の2つのビジネスモデルの確立・強化



2.宝独自の2つのビジネスモデルの確立・強化

「宝酒造・宝酒造インターナショナルグループ」、「タカラバイオグループ」それぞれで、事業強化と社会の持続性を両立するビジネスモデルを確立・強化

**宝酒造・
宝酒造インターナショナルグループ
「和酒・日本食市場」**

日本食文化の世界浸透推進

**グローバルな
「和酒・日本食拡大」**

**タカラバイオグループ
「ライフサイエンス産業」**

ライフサイエンス産業におけるインフラを担うグローバルプラットフォーマー

**「試薬・機器事業の拡大」
「CDMO事業の大幅な拡充」
「創薬基盤技術の価値最大化」**

2.宝独自の2つのビジネスモデルの確立・強化

宝酒造・宝酒造インターナショナルグループによる和酒・日本食の拡大

**宝酒造・
宝酒造インターナショナルグループ
「和酒・日本食市場」**

日本食文化の世界浸透推進

**グローバルな
「和酒・日本食拡大」**

タカラバイオグループ

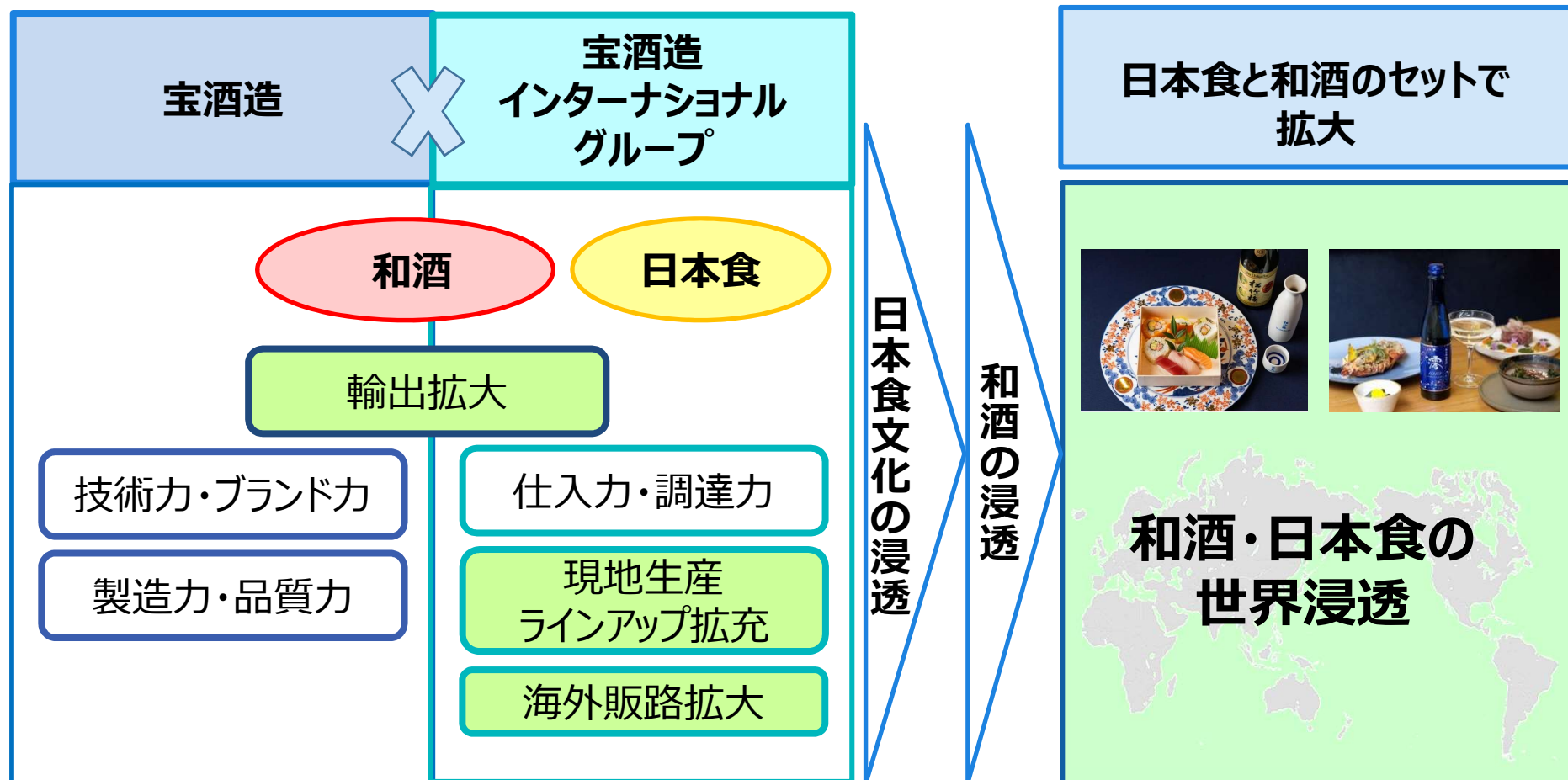
「ライフサイエンス産業」

ライフサイエンス産業におけるインフラを
担うグローバルプラットフォーマー

**「試薬・機器事業の拡大」
「CDMO事業の大幅な拡充」
「創薬基盤技術の価値最大化」**

2.宝独自の2つのビジネスモデルの確立・強化

宝酒造の技術力・ブランド力と、宝酒造インターナショナルグループが持つ海外日本食材卸ネットワークの力を最大限発揮することで、宝独自のビジネスモデルによる和酒と日本食の世界浸透を推進



2.宝独自の2つのビジネスモデルの確立・強化

タカラバイオグループによるライフサイエンス産業におけるプレゼンスのさらなる向上

**宝酒造・
宝酒造インターナショナルグループ
「和酒・日本食市場」**

日本食文化の世界浸透推進

**グローバルな
「和酒・日本食拡大」**

タカラバイオグループ

「ライフサイエンス産業」

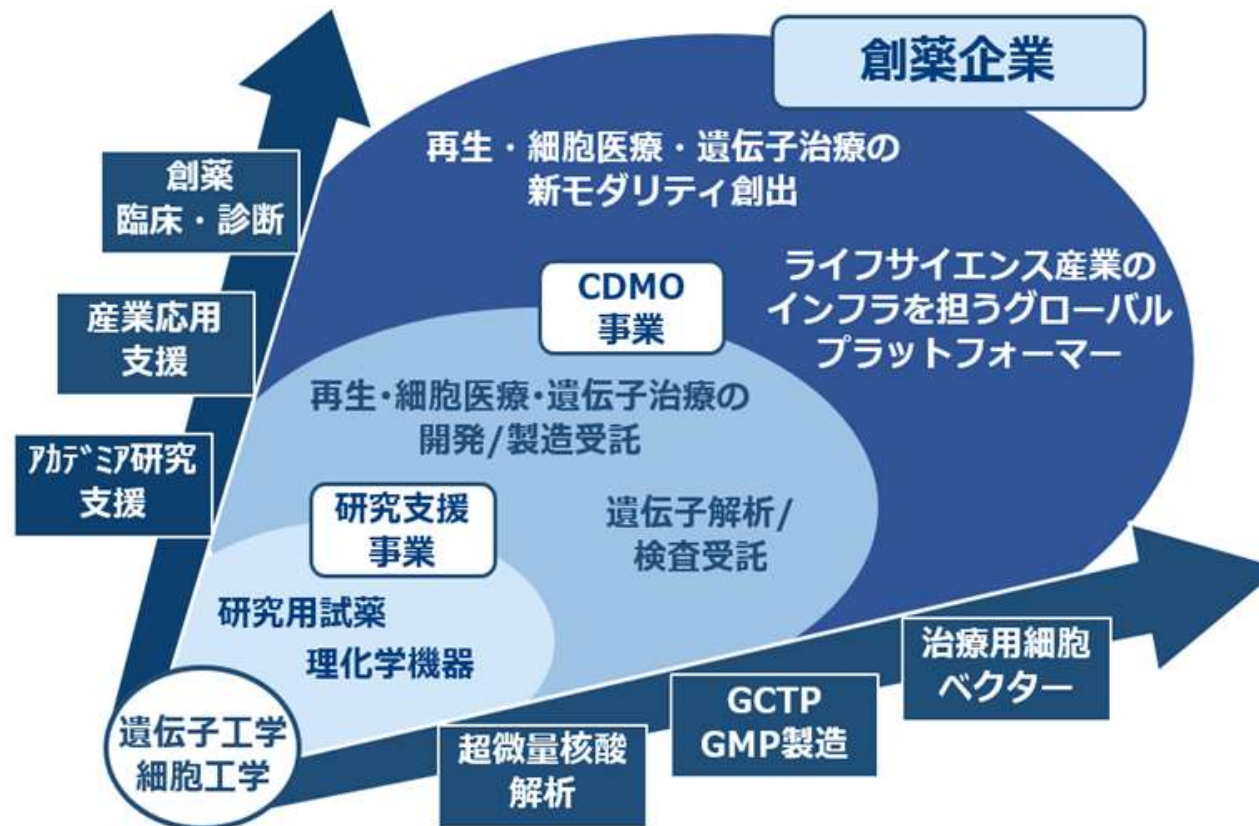
ライフサイエンス産業におけるインフラを
担うグローバルプラットフォーマー

**「試薬・機器事業の拡大」
「CDMO事業の大幅な拡充」
「創薬基盤技術の価値最大化」**

2.宝独自の2つのビジネスモデルの確立・強化

臨床・創薬分野への事業領域の拡大を加速させる「開発力・製造力」を強化し、タカラバイオ独自の技術に裏付けられた、ライフサイエンス産業におけるグローバルなプラットフォームとなる技術・製品・サービスを提供


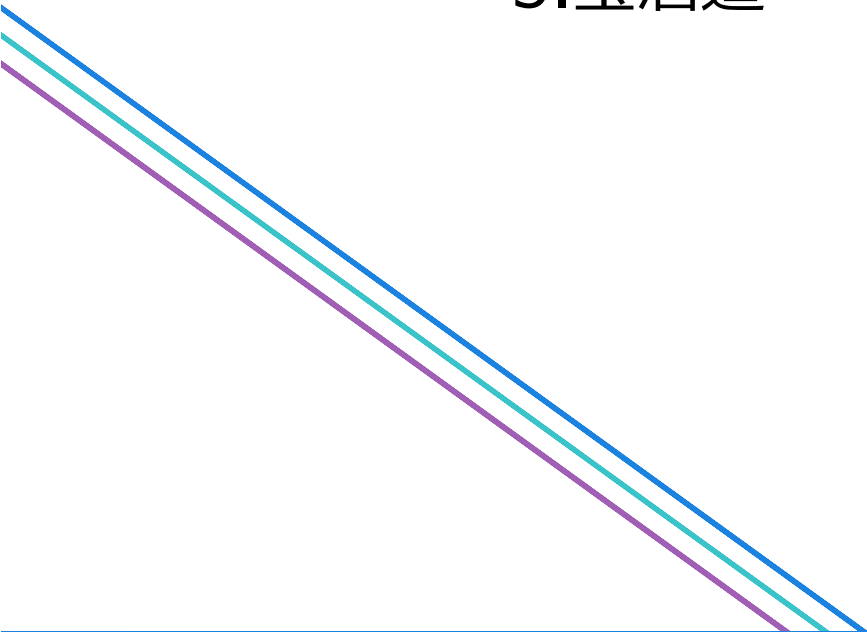
ライフサイエンス産業におけるインフラを担うグローバルプラットフォーマー





Ⅲ. 中期経営計画2025

3. 宝酒造



3.宝酒造の事業戦略

基本方針

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。

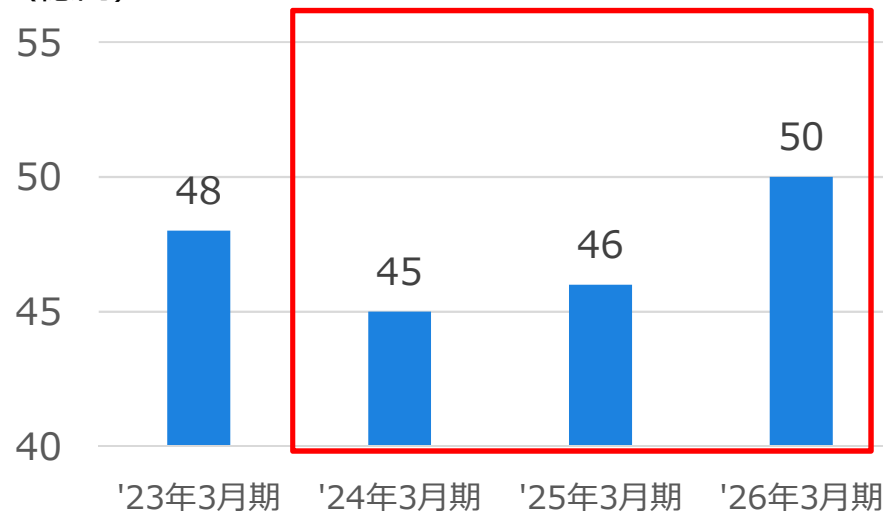
中計目標

売上高1,232億円 営業利益50億円

- 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。

・中計2025期間中の営業利益計画

(億円)



3.宝酒造の事業戦略

ブランド
育成

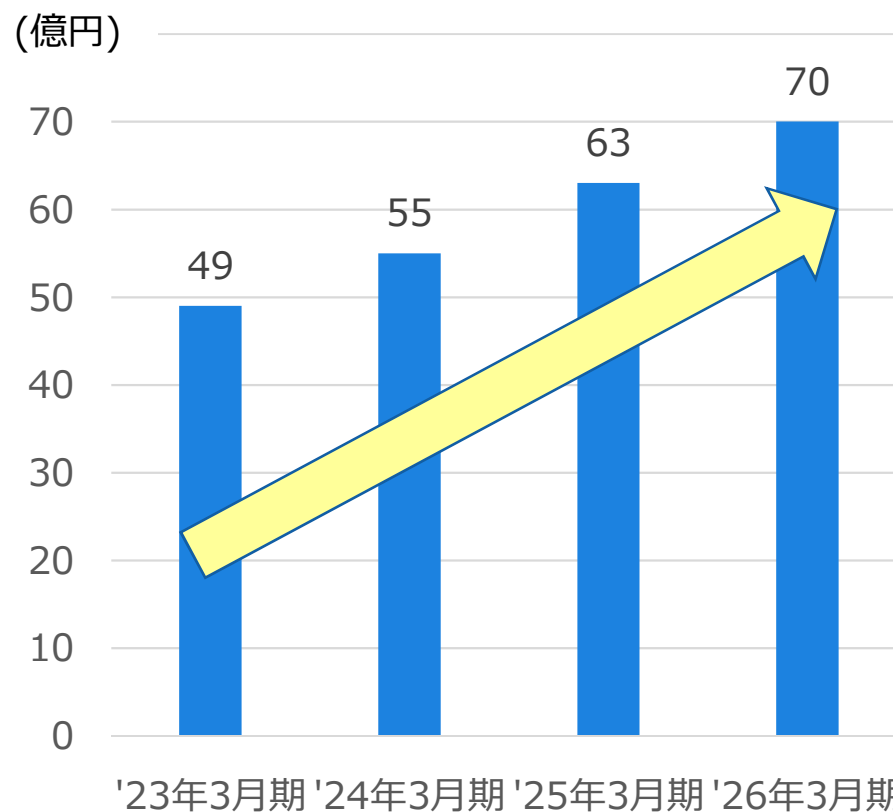
8つの重点ブランドに宣伝費など育成費を増額することにより、より強いブランドへと育成する。

◆ 8つの重点ブランド



- ・極上〈宝焼酎〉
- ・タカラ「焼酎ハイボール」、タカラ「辛口ゼロボール」
- ・松竹梅白壁蔵「澪」、松竹梅「昂」
- ・全量芋焼酎「一刻者」、全量芋焼酎「ISAINA」
- ・タカラ本みりん

◆ 重点ブランド育成費計画



3.宝酒造の事業戦略

商品開発	技術的に差異化された利益率の高い新商品を開発し、厳選して発売。既存品はメリハリをつけたブランド政策を実施
------	--

◆取り組み内容

考え方・取り組み内容	
新ブランド (市場創造型)	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 ※3年間で各カテゴリー1アイテム程度を厳選し発売
既存ブランド	<ul style="list-style-type: none"> ・「伸ばす」「維持する」「やめる」などメリハリをつけたブランドメンテナンスやリニューアルを実施 ・品質向上による付加価値化やスペック・仕様の見直し等、利益率の改善を目指す。

3.宝酒造の事業戦略

輸出拡大	宝酒造インターナショナルグループと協業し、松竹梅白壁蔵「滯」のグローバルブランド化を中心に、輸出を大きく拡大する。
------	---

◆取り組み内容

考え方・取り組み内容	
松竹梅白壁蔵「滯」 グローバルブランド化	宝酒造の技術と海外ニーズを組み合わせた商品を開発するとともに、海外の話題を国内に逆輸入しブランドを活性化



世界共通の広告ビジュアル



海外からの情報逆輸入のイメージ



3.宝酒造の事業戦略

投資計画	2021年の製品自主回収を踏まえ、将来にわたって安全・安心な商品を生産するための投資と、CO ₂ 排出量削減に向けた投資を計画
------	--

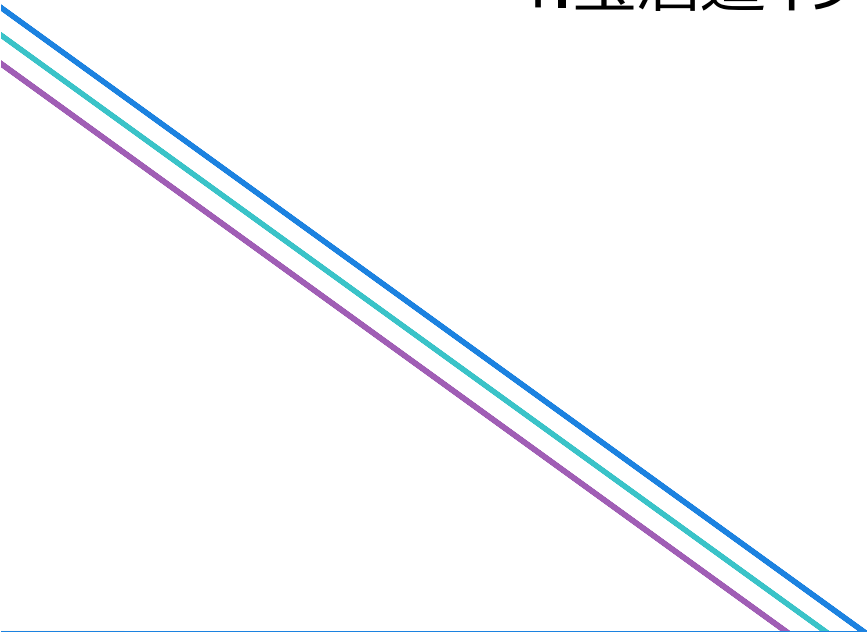
(億円)

投資内容	中計3ヶ年計
合計	210
安全・安心及び CO ₂ 排出量削減に向けた投資	143
その他	67



Ⅲ.中期経営計画2025

4.宝酒造インターナショナルグループ



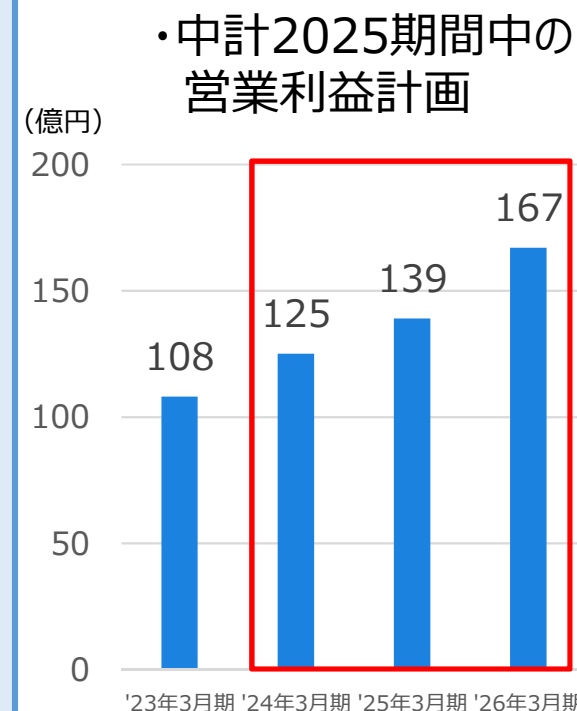
4.宝酒造インターナショナルグループの事業戦略

基本方針	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。
------	--

◆事業戦略

中計目標	売上高2,180億円 営業利益167億円
------	----------------------

事業	役割	売上拡大戦略	SCM機能強化
和酒	飛躍的成長	差異化商品の開発・育成	製造・供給・物流体制の強化
日本食材卸		チャネルの多角化	日本食材のグローバルサプライヤーへの進化
洋酒	安定的成長	未開拓エリアへの進出	



4.宝酒造インターナショナルグループの事業戦略

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。

- 宝酒造、宝酒造インターナショナル、海外グループ会社で三位一体となり、イノベティブな商品や現地ニーズを捉えた新商品を開発する。
- 既存市場の深耕と新規市場の開拓をすすめる。
 - ・「澪」を中心とした米国向け輸出拡大、新規輸出国の拡大
- 世界的な原材料やエネルギー価格等の上昇に対応する。
- 米系大手チェーン量販店・料飲店の攻略や新商品導入、提案強化による日系・アジア系ルートの深耕をすすめる。
- WAKAZE社との協業によるノウハウを蓄積する。

4.宝酒造インターナショナルグループの事業戦略

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。

エリア戦略：北米

- M&Aや自社進出による新規拠点を展開する。
- 既存料飲店・小売店へのサービスを拡充する。
- 酒類アイテムの拡充・小売向け商品を開発する。
- 松竹梅白壁蔵「霽」を含む酒類、和牛、ノンフード他重点商材を育成する。
- 米系小売りルート開拓により販売チャネルを多角化する。



ミューチャルトレーディング社（アメリカ）

4.宝酒造インターナショナルグループの事業戦略

海外日本食材卸事業

エリア戦略：欧州

- 欧州シェアNo.1の堅持とさらなる成長を目指す。
 - ・独立料飲店の間口拡大と囲い込み
 - ・小売および加工業務用市場開拓
- 和酒事業の拡大を含めた事業成長を実現させる。
 - ・日本食材レシピを軸とした提案型営業の強化・徹底
 - ・アマラン社を活用したスペイン南部の攻略
- スペイン国内倉庫立地・機能の最適化を進める。



フードデックス社（フランス）



L'Atelier du Sake

4.宝酒造インターナショナルグループの事業戦略

海外日本食材卸事業

調達：東京共同貿易

- 注力商品（日本酒、ハマチ、和牛他）の安定供給と仕入れ原価の低減を図る。
- 新たな高付加価値日本産食材の発掘、育成を進める。
- 取引の拡大とサポートを強化する。
 - ・ミュチャルトレーディング社への対応力を強化
 - ・海外グループ会社との和酒・食品・ノンフードの取引拡大
- IT基盤の強化と業務効率化を推進する。



東京共同貿易（展示ブース）



ミュチャルトレーディング社向け
和牛、ハマチ

4.宝酒造インターナショナルグループの事業戦略

海外酒類事業（洋酒）

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。

- 「トマーチン」ボトルを中心とした高付加価値ボトル製品の販売強化と、ビジターセンター改築によりブランド訴求力を強化する。
- 「ブラントン」のブランド価値向上とグローバルでの売上を拡大する。



蒸留所ツアー限定品



ブラントン

4.宝酒造インターナショナルグループの事業戦略

海外日本食材卸ネットワーク網の拡充や、倉庫機能の拡張など積極的な投資を計画

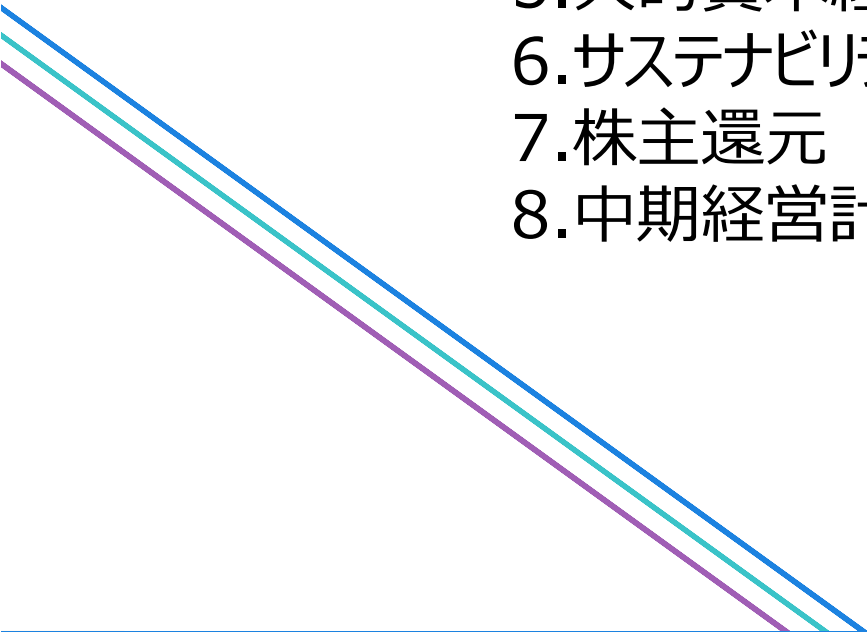

◆投資計画

(億円)

投資内容	中計3ヶ年計
合計	200
・M&A等拠点進出投資 ・倉庫機能拡張 ・製造・詰口能力増強	169
その他	31



Ⅲ.中期経営計画2025

- 5.人的資本経営
 - 6.サステナビリティ
 - 7.株主還元
 - 8.中期経営計画2025の全体図
- 
- 

5.人的資本経営

＜宝グループ人財方針＞

宝グループでは、人材は経営上の重要な資本であり「財産」であるとの視点に立ち、「人財」と表現します。

企業は社員一人ひとりが集まって成り立つ組織であり、人財の総合力が企業の持続的な成長と発展の源泉であるとの考えから、さらなる企業価値の向上とグループの成長を実現するためには、人財への投資により個人や組織の能力を最大限に引き出すことが欠かせないと考えています。

仕事のやりがいや働きがいのある職場、人を育む風土づくりを進めるとともに、グループの次世代を担う人財やグローバルな事業成長を実現する人財の育成、並びに多様な人財の活躍を実現してまいります。

次世代を担う人財やグローバル人財の育成

女性役職者数の増加、70歳までの就業機会の提供

従業員エンゲージメントの向上



6.サステナビリティ

「グローバルな開示基準への対応」と「取り組み内容の充実」を進め、事業を通じた社会課題解決と社会課題の解決に資するバリューチェーンの強化に取り組む。

◆サステナビリティへの取り組み強化

観点	推進する取り組み
事業（商品・サービス）を通じた社会課題の解決	<p>【豊かな食生活】：和酒や日本食の魅力や新たな価値の発信など</p> <p>【健康】：世界のライフサイエンス研究と発展への支援、健康配慮型商品の提供など</p>
社会課題の解決に資するバリューチェーンの強化	<p>【環境】：CO₂排出量削減計画（設備投資等）の実行など</p> <p>【酒類メーカーとしての責任】：適正飲酒の啓発（20歳未満の者の飲酒禁止、飲酒運転防止等）や、責任あるマーケティングの実施</p> <p>【人権】：人権デューデリジェンス・プロセスの実施</p>

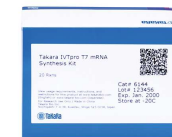
6.サステナビリティ

◆事業（商品・サービス）を通じた社会課題の解決

ショールームの活用やSAKEソムリエなどによる、日本食・和酒の啓発活動



タカラバイオグループによるライフサイエンス研究・産業での幅広い支援や、宝酒造によるノンアルコール商品の開発



6.サステナビリティ

◆社会課題の解決に資するバリューチェーンの強化

宮崎・黒壁蔵（宮崎県高鍋町）への太陽光パネルの設置



「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づく人権デューデリジェンス・プロセスの実施



タカラ「焼酎ハイボール」や、寶「丸おろし」シリーズへの純アルコール量の表示



プリン体 0mg
純アルコール量:20g
(350ml当たり)

- ・タカラ「焼酎ハイボール」（2021年11月～）
- ・寶「丸おろし」シリーズ（2022年3月～）

7.財務および株主還元方針

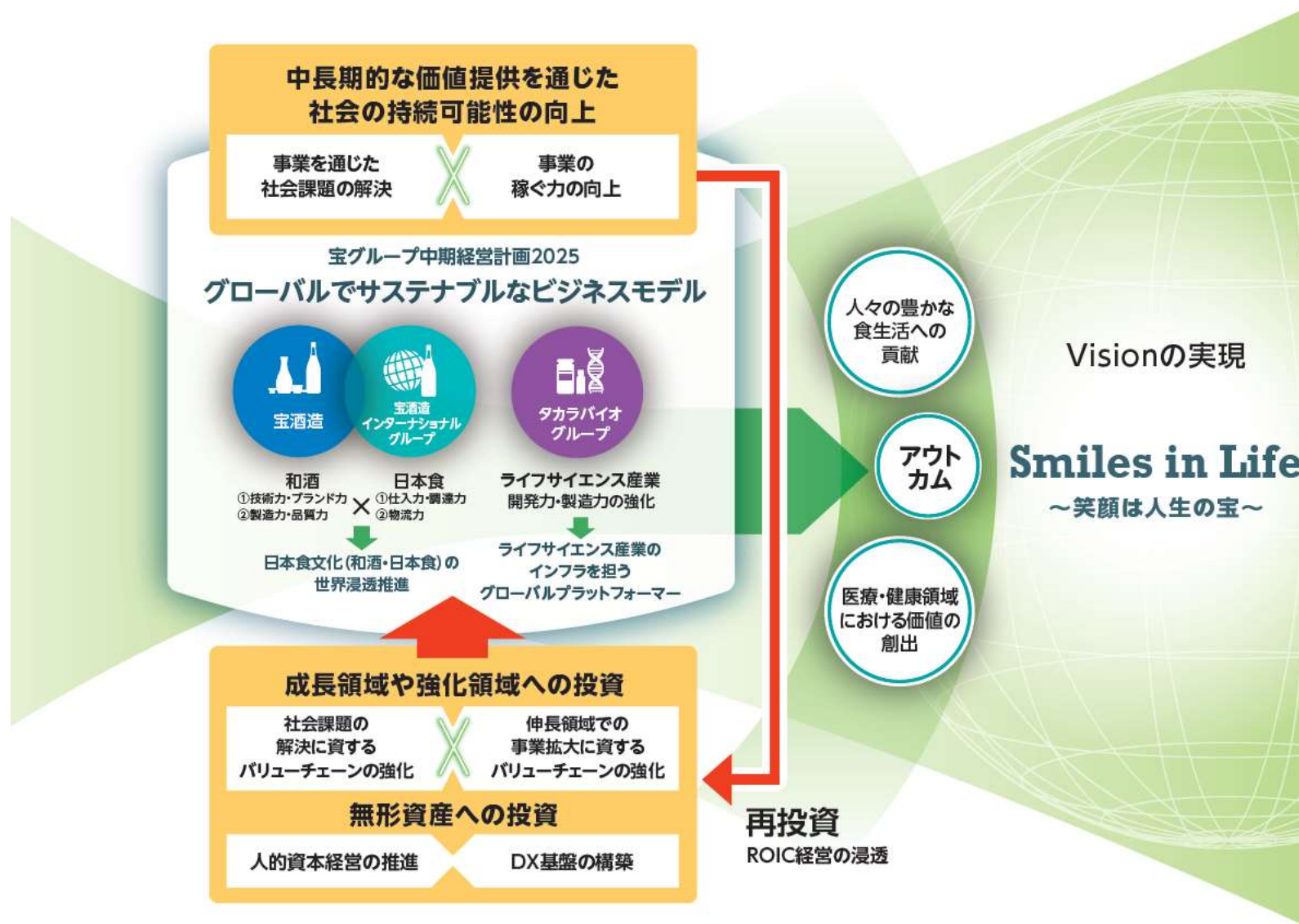
財務方針

健全な財務体質の維持をベースとして、成長・強化領域への投資を加速するために、グローバルなキャッシュマネジメントを強化するとともに、資産の効率性の向上や、政策保有株式の売却等によりキャッシュフローを創出する。

株主還元方針

利益水準に応じた適切な株主還元（配当性向35%を目途）を実施する。

8. 中期経営計画2025の全体図 Vision実現プロセス





IV.2024年3月期業績予想



2024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)

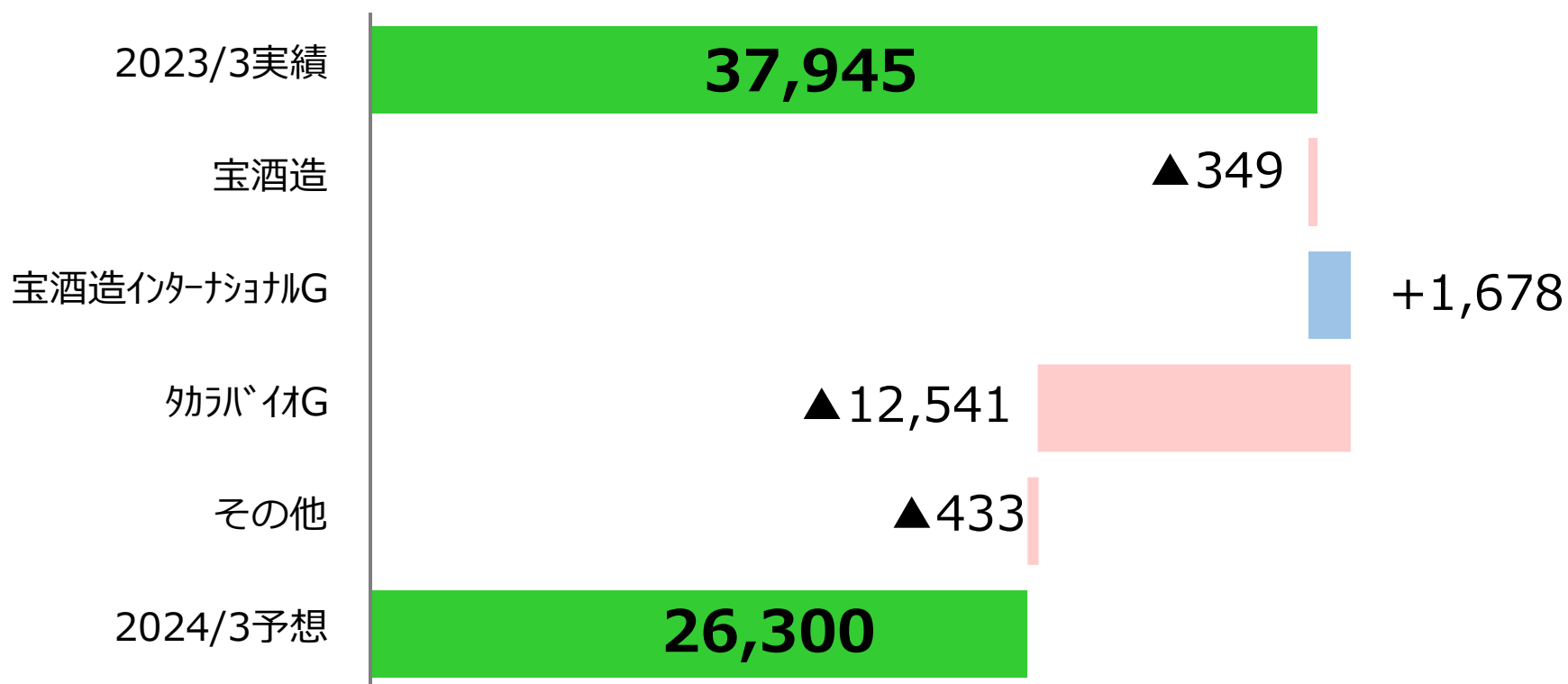
		2024年3月期 通期予想	前期比		為替レート 影響額 前期比
			増減	率(%)	
	宝酒造	123,526	604	+0.5	-
	宝酒造インターナショナルグループ	165,700	28,216	+20.5	6,531
	タカラバイオグループ	53,300	▲ 24,842	▲ 31.8	1,081
	その他	31,215	264	+0.9	-
	調整額	▲ 18,741	91	-	-
売上高		355,000	4,334	+1.2	7,612
売上総利益		120,900	958	+0.8	
販売費及び一般管理費		94,600	12,603	+15.4	
	宝酒造	4,541	▲ 349	▲ 7.1	
	宝酒造インターナショナルグループ	12,500	1,678	+15.5	
	タカラバイオグループ	8,000	▲ 12,541	▲ 61.1	
	その他	2,327	33	+1.4	
	調整額	▲ 1,068	▲ 466	-	
営業利益		26,300	▲ 11,645	▲ 30.7	
経常利益		26,800	▲ 11,906	▲ 30.8	
特別利益		8	▲ 1,673	▲ 99.5	
特別損失		508	▲ 186	▲ 26.9	
親会社株主に帰属する当期純利益		15,000	▲ 6,206	▲ 29.3	

2024年3月期 事業別営業利益増減

事業別の営業利益は、宝酒造インターナショナルグループが増益となるものの、宝酒造やタカラバイオグループが減益となることで、宝グループ計では減益

◆対前期営業利益増減（利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示）

（百万円）



2024年3月期 宝ホールディングスキャッシュフロー計画と定量目標

◆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	230	59	83	72
II 投資CF	▲318	▲49	▲105	▲160
III フリーCF	▲87	10	▲21	▲87
IV 財務CF	▲95	▲32	▲1	▲50
V 合計	▲182	▲22	▲22	▲137

◆定量目標

海外売上高 比率	56.3% (タカラバイオグループ除く54.7%)
ROE	7.2%
ROIC	5.8%

2024年3月期 宝酒造 業績予想

損益計算書

(百万円)

		2024年3月期 通期予想	前期比	
			増減	率(%)
焼酎		33,401	▲ 3,196	▲ 8.7
清酒		11,518	▲ 627	▲ 5.2
ソフトアルコール飲料		42,391	2,321	+5.8
その他酒類		5,039	▲ 289	▲ 5.4
本みりん		9,697	219	+2.3
その他調味料		8,860	79	+0.9
原料用アルコール等		12,618	2,095	+19.9
売上高		123,526	604	+0.5
売上総利益		31,137	1,860	+6.4
販売費及び一般管理費		26,596	2,210	+9.1
営業利益		4,541	▲ 349	▲ 7.1

2024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

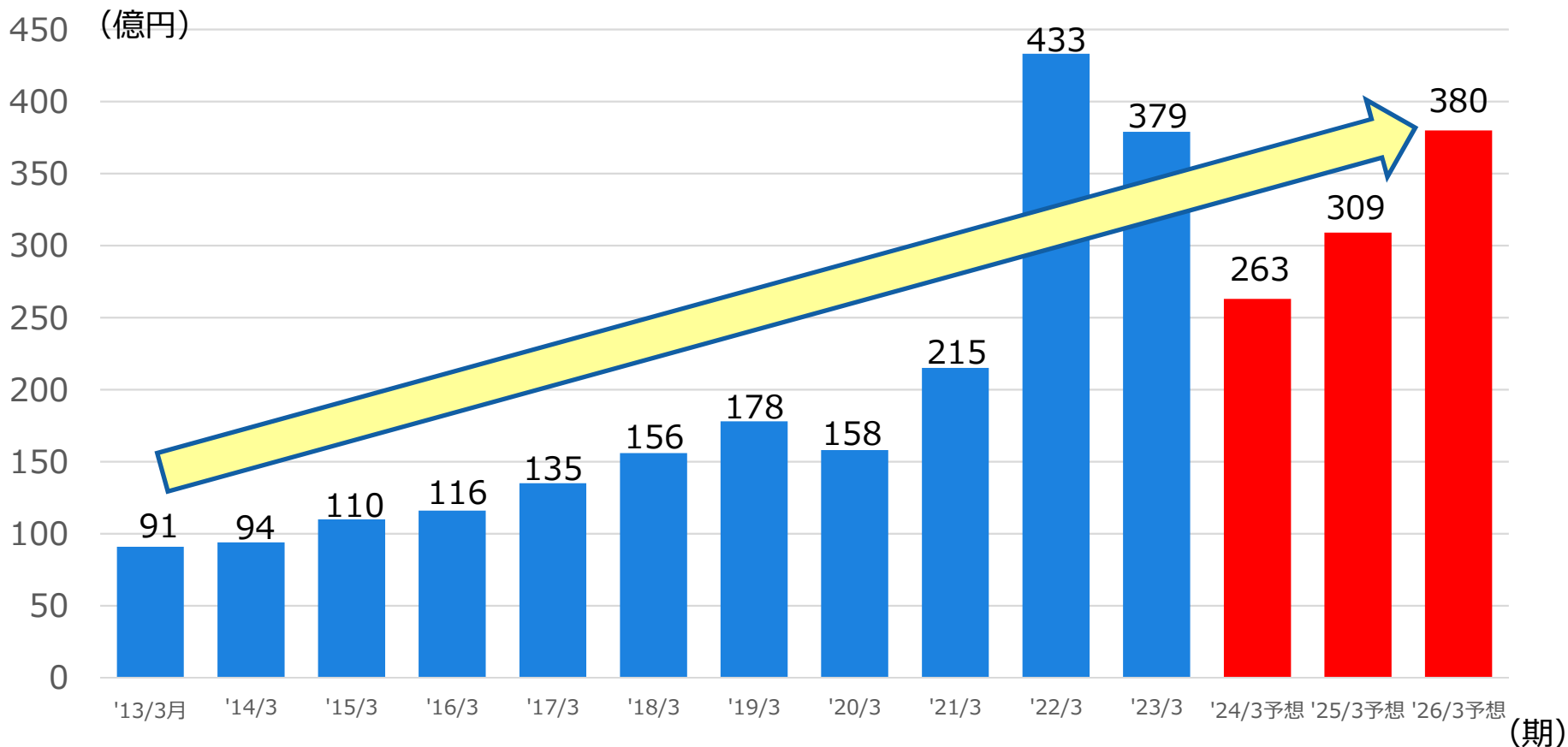
(百万円)

	2024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(%)	
海外酒類	21,106	2,852	+15.6	788
海外日本食材卸	147,207	25,852	+21.3	5,903
その他	247	▲2,600	▲91.3	▲160
連結消去	▲2,861	2,111	—	
売上高	165,700	28,216	+20.5	6,531
売上総利益	52,195	9,800	+23.1	
販売費及び一般管理費	39,695	8,121	+25.7	
海外酒類	5,860	964	+19.7	
海外日本食材卸	8,837	1,277	+16.9	
その他	▲1,320	▲3,020	—	
連結消去	▲877	2,457	—	
営業利益	12,500	1,678	+15.5	

宝ホールディングス（連結）営業利益推移予想

成長・強化領域への投資を加速させ、「日本食文化の世界浸透」と「ライフサイエンス産業におけるグローバルプラットフォーマー」という、他社には真似できない、宝独自の2つのビジネスモデルをしっかりと確立し、増益基調とする。

◆営業利益推移予想



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」が掲げる、
皆んなが笑顔をつくる会社だと掲げられるように、
誰かいては居る皆んなが、宝グループが事業をつくりたいのが「笑顔」、
たれもんの笑顔で、多様な人々を笑顔にしたいと考えています。

150年以上にわたり磨き続けている酒づくりの技術も、
世界に広がる日本食文化のネットワークやお客様の笑顔も、
再生・環境調和・最先端技術等の最先端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、手帳やお酒の中で、ユニークな食事で、
健康や美容の分野でも、多様な笑顔にするため。

笑顔は人々の宝、
笑顔は、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が
それぞれのユニークな企業で、
世界を笑顔にするための活動を続けています。

Smiles in Life

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

お酒は冷蔵を要するから、コップが凍って、仕度中や販売時の飲酒は、衛生・美観の発音に悪影響を及ぼすおそれがあります。お酒は凍らぬようご注意ください。

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