2025 年 11 月 13 日

宝ホールディングス株式会社　2026 年 3 月期 中間期決算説明会 質疑応答内容

質問者①

Q：宝酒造インターナショナルグループの業績について、上期の海外日本食材卸事業では新規 M&A の寄与もあり、売上高は前年比 16%増だが、既存事業の伸び率はどれくらいか？

A：前期に新規 M&A を実施した 3 社（築地太田グループ、アグリカ社、カーゲラー社）の売上高は 111 億円であるが、それを除いた既存事業は、横ばいである。

Q：上期の海外日本食材卸事業の営業利益は減益幅が大きい。販管費で特に人件費が増加しているが、増加の要因は何か？

A：人手不足による人件費の単価アップや、新規拠点を順次整備することによる一時的な人員増などが要因である。

Q：海外日本食材卸事業でのコスト増の幅は、競合と比べても大きいのか？

A：他の会社のことは分からないが、海外日本食材卸事業の売上高の伸びが以前ほどではなくなったということもある。以前の売上高の伸びをある程度想定して、拠点の拡大計画を進めてきたため、現在の固定費は、今の売上高よりも高い水準を想定したものになっている側面が大きいと考える。

Q：海外日本食材卸事業において、前期は複数の M&A を実施されたが、今後はどのような成長ペースをお考えか？

A：中長期的に拠点の拡大を行っていく方針に変わりはない。一方で、これまで M&A を実施した企業については、しっかりと管理することで、当初想定した利益を出せるようにしなければならない。足元は現在のグループ会社の管理をしっかりやっていくことに軸足を置いている。M&A については、それぞれのマーケットにおいて成長機会があるのであれば行っていきたいと考えている。

Q：親子上場の考えについてお聞きしたい。今回の下方修正のほとんどはタカラバイオということだが、現時点で事業間の具体的なシナジーがない中、グリップできるのか？また、改めて企業グループのあり方について、どうお考えか？

A：長期ビジョン 2050 の中でも明確にうたっている通り、当社グループのコアコンピタンスは、バイオテクノロジーであると考えている。事業上のシナジーの有無については、いろいろご指摘があるのは認識しているが、親子上場によって少数株主の利益を棄損させるようなことは起きておらず、事業間での取引もないので一般的なご批判には当たらないと思っている。企業グループのあり方ついてはこれまでの考え方に特段の変化はない。

質問者②

Q：海外日本食材卸事業のコスト削減について、個社別にコントロールするだけで業績をカバーできるのか。粗利や商品ミックスを含めて、個社ではなくエリアの中の事業として統合的な施策が必要ではないか？あるいは個社ごとの管理で業績が改善できるとお考えか？

A：個社ごとのコスト削減は可能であると考えている。エリアの中の統合的な施策という観点では、例えば、欧州エリア全体を見ながら統合すべきところは統合し、ダウンサイズを含めて行っていくこともひとつのオプションだと思うが、足元ではそこまでの取り組みはできていない。

Q：海外日本食材卸事業において、上期は販管費率が悪化して増収減益となったことを受けて、下期はコスト削減を強化するということだが、具体的に販管費の削減はどのように強化していくのか？

A：上期の販管費では、例えばミューチャルトレーディング社では、シアトル支店の稼働が遅れたことにより、倉庫の建設費や、人件費が先行的に発生している。欧州も同様の傾向である。これが稼働していくことで費用に見合った売上になり、利益率の改善につながると考えている。

Q：次期中期経営計画（以下、次期中計）の考え方について、成長投資の対象は何か？また、還元について現時点でお示しいただける考えはあるか？

A：次期中計は今、策定中であるが、成長投資の方向性は、海外日本食材卸事業が中心になろうかと思う。タカラバイオについては、厳しい業績でもあるので、いかに再建していくかという観点で策定していくが、現時点で明確に回答できるものはない。還元についてはこれまで配当性向 35%と申し上げてきたが、世間の動向も考慮し、新たな指標を採用することなども含めて検討していく。

Q：タカラバイオについて、今の環境下では御社がベストオーナーであると判断されているが、それが仮に変わる可能性があるとすればどういう時なのか？

A：私どもがタカラバイオの株式を 60.9%保有しているがゆえに、タカラバイオの成長を阻害してきたという側面があるのであれば、それは新たなベストオーナーを探すという方向に動くべきだと考えるが、そのような状況にはなっていない。

質問者③

Q：海外日本食材卸事業において、競合他社は価格面での攻勢を強めているのか？

A：どの会社でも取り扱えるようなコメなどの汎用品については価格競争が激化しているというのはその通りである。一方、各社の独自商品については価格競争力が維持されていると思っている。

Q：汎用品における競争の激化は米国だけか？欧州はどのような状況か？

A：基本的にはどのエリアでも競争は激しいと考えている。

Q：海外酒類事業について、バーボンウィスキーのブラントンは好調が続いているが、その背景や今後の見通しについてどのようにお考えか？

A：ブラントンは非常に希少価値があり、入手しづらい状況が続いている。従ってブランドと品質が評価されていると考えている。今後もこの流れが大きく変わることはないと思っている。

質問者④

Q：海外日本食材卸事業では、取り扱う品目が多いため、品目管理を行う上で DX 投資が有効な領域の一つと認識しているが、そのような投資も行っているのか、既に行っているのであれば、進捗や効果などはいかがか？

A：今、次期中計を策定中であるが、海外子会社の膨大なデータを管理・統合できるように検討している。また、他の切り口では、今まで行ってきたビジネスモデルの横展開などという投資だけではなく、さらに生産性を上げるような投資も考えなければならないと思っている。

Q：海外日本食材卸事業における、欧州、米国それぞれの粗利率のトレンドは上昇か下落か、その背景は何だと捉えているか？

A：下落傾向にあると捉えている。汎用品の競争激化と客単価の下落が大きい。売上高に占める汎用品のウエイトが高くなると粗利率は下がる傾向にある。

以上