

---

# 2017年3月期第2四半期 決算説明会

---

2016年11月14日  
宝ホールディングス株式会社

## 本日の内容

### I. 2017年3月期 第2四半期業績概況と通期業績予想

(発表者:代表取締役副社長 木村 睦)

1. 2017年3月期 第2四半期業績概況 <宝ホールディングス連結、宝酒造グループ>
2. 2017年3月期 通期業績予想 <宝ホールディングス連結、宝酒造グループ>

### II. 事業戦略

(発表者:代表取締役社長 柿本 敏男)

1. 中期経営計画レビュー <宝ホールディングス連結>
2. 中期経営計画レビュー <宝酒造グループ>
3. 2017年3月期の事業戦略 <宝酒造グループ>
4. 企業価値向上に向けた取り組み

<参考資料>宝ヘルスケア業績概況、宝HLD連結\_包括利益計算書・BS/CF概要、為替前提 等



2

## 【2017年3月期第2四半期業績概況および2017年3月期通期業績予想】

発表者:代表取締役副社長 木村 睦

- 本日は、お忙しいところ、当社グループの2017年3月期第2四半期の決算説明会にお集まりいただき、誠にありがとうございます。
- 2017年3月期第2四半期の業績概況と2017年3月期通期の業績予想について説明します。



## 1. 2017年3月期 第2四半期業績概況

- 宝ホールディングス連結の2017年3月期 第2四半期業績について説明します。

2017年3月期 第2四半期 宝ホールディングス(連結)実績

(百万円)

損益計算書 (売上高～営業利益)	17/03期 2Q累計実績	前期比		期初計画比	
		増減	率(%)	増減	率(%)
宝酒造グループ	92,489	+616	+0.7	+689	+0.8
タカラバイオグループ	13,199	▲ 58	▲ 0.4	▲ 909	▲ 6.4
宝ヘルスケア	913	▲ 42	▲ 4.4	▲ 86	▲ 8.7
その他	907	+58	+6.9	▲ 83	▲ 8.5
売上高	107,509	+574	+0.5	▲ 390	▲ 0.4
売上原価	64,073	▲ 1,229	▲ 1.9	▲ 1,326	▲ 2.0
売上総利益	43,435	+1,803	+4.3	+935	+2.2
運送費	4,269	+187	+4.6	+69	+1.7
広告宣伝費	1,505	▲ 209	▲ 12.2	+5	+0.4
販売促進費	16,382	+283	+1.8	▲ 117	▲ 0.7
研究開発費	2,093	▲ 153	▲ 6.8	▲ 306	▲ 12.8
管理費、その他	13,977	+368	+2.7	▲ 122	▲ 0.9
販売費及び一般管理費	38,228	+476	+1.3	▲ 471	▲ 1.2
宝酒造グループ	3,554	+635	+21.8	+754	+26.9
タカラバイオグループ	1,377	+692	+101.2	+632	+84.9
宝ヘルスケア	3	▲ 32	▲ 91.0	▲ 76	▲ 96.0
その他	273	+31	+12.9	+97	+55.9
営業利益	5,207	+1,326	+34.2	+1,407	+37.0

- 連結損益計算書の売上高から営業利益までの実績について説明します。

<前期比>

- 連結売上高は前期比5億7,400万円増収の1,075億900万円と、第2四半期としては過去最高となりました。
- 売上総利益は、原価率が前期比で1.5ポイント低下したことにより、前期比18億300万円増益の434億3,500万円となりました。
- 販売費及び一般管理費では、運送費や販売促進費、管理費・その他が増加しましたが、営業利益は、前期比13億2,600万円増益の52億700万円となりました。

<期初計画比>

- 宝酒造グループの売上高が計画を上回りましたが、連結売上高は計画比3億9,000万円の計画未達となりました。
- しかしながら、原価率の低下や費用の減少により、営業利益は計画を14億700万円上回りました。
- 円高による売上高マイナスの影響額は、前期比21億8,900万円、期初計画比17億7,100万円となりました。

2017年3月期 第2四半期 宝ホールディングス(連結)実績

(百万円)

損益計算書 (営業利益～経常利益)	17/03期 2Q累計実績	前期比		期初計画比	
		増減	率(%)	増減	率(%)
営業利益	5,207	+1,326	+34.2	+1,407	+37.0
受取利息	97	▲40	▲29.2		
受取配当金	266	+18	+7.5		
受取利息・配当金	364	▲21	▲5.6	+64	+21.5
持分法投資利益	163	+40	+32.5		
その他	203	▲46	▲18.6		
その他営業外収益	366	▲6	▲1.7	+66	+22.2
営業外収益	731	▲28	▲3.7	+131	+21.9
支払利息	84	▲7	▲8.4		
社債利息	128	▲4	▲3.3		
支払利息	213	▲12	▲5.4	▲36	▲14.5
為替差損	50	+44	+660.9		
その他	60	▲20	▲25.4		
その他営業外費用	110	+23	+27.2	▲39	▲26.1
営業外費用	324	+11	+3.7	▲75	▲18.9
経常利益	5,614	+1,287	+29.8	+1,614	+40.4

- 営業外損益では、受取利息・配当金の減少などにより、連結経常利益は、前期比では12億8,700万円、計画比では16億1,400万円上回る56億1,400万円となりました。

2017年3月期 第2四半期 宝ホールディングス(連結)実績

(百万円)

損益計算書 (経常利益～四半期純利益)	17/03期 2Q累計実績	前期比		期初計画比	
		増減	率(%)	増減	率(%)
経常利益	5,614	+1,287	+29.8	+1,614	+40.4
投資有価証券売却益	0	▲ 259	▲ 100.0		
その他	20	+9	+76.8		
特別利益	21	▲ 250	▲ 92.3	+21	—
固定資産除売却損	42	▲ 7	▲ 14.2		
その他	17	▲ 6	▲ 27.0		
特別損失	60	▲ 13	▲ 18.3	▲ 39	▲ 39.9
税金等調整前四半期純利益	5,575	+1,049	+23.2	+1,675	+43.0
法人税等	2,082	+263	+14.5	+282	+15.7
四半期純利益	3,492	+786	+29.1	+1,392	+66.3
非支配株主に帰属する 四半期純利益	315	+134	+74.9	+215	+215.3
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,177	+651	+25.8	+1,177	+58.9

- 当第2四半期には、大きな特別利益、特別損失の発生はなく、親会社株主に帰属する四半期純利益は、前期比では6億5,100万円、計画比では11億7,700万円上回る31億7,700万円となりました。

2017年3月期 第2四半期 宝酒造グループ実績

(百万円)

	17/03期 2Q累計実績	前期比		期初計画比	
		増減	率(%)	増減	率(%)
焼酎	28,374	▲ 1,332	▲ 4.5	+1,074	+3.9
清酒	9,671	▲ 146	▲ 1.5	▲ 428	▲ 4.2
ソフトアルコール飲料	15,651	+1,404	+9.9	+251	+1.6
その他の酒類	6,929	+217	+3.2	+29	+0.4
本みりん	7,093	+19	+0.3	▲ 206	▲ 2.8
その他調味料	4,639	+280	+6.4	+139	+3.1
原料用アルコール等	3,460	▲ 34	▲ 1.0	+260	+8.1
海外日本食材卸	10,768	+972	+9.9	▲ 131	▲ 1.2
その他	5,900	▲ 765	▲ 11.5	▲ 299	▲ 4.8
売上高	92,489	+616	+0.7	+689	+0.8
売上原価	58,188	▲ 353	▲ 0.6	▲ 11	▲ 0.0
売上総利益	34,301	+970	+2.9	+701	+2.1
運送費	3,900	+189	+5.1	+100	+2.7
広告宣伝費	1,234	▲ 223	▲ 15.3	+34	+2.9
販売促進費	15,905	+318	+2.0	+5	+0.0
研究開発費	170	+12	+7.6	▲ 29	▲ 14.8
管理費、その他	9,536	+38	+0.4	▲ 163	▲ 1.7
販売費及び一般管理費	30,746	+334	+1.1	▲ 53	▲ 0.2
営業利益	3,554	+635	+21.8	+754	+26.9



- 宝酒造グループの業績概況について説明します。

<前期比>

- 売上高は6億1,600万円増収の924億8,900万円となりました。
- カテゴリー別では、焼酎の減収をソフトアルコール飲料や海外日本食材卸などの増収で補う格好になりました。
- 売上原価では、原材料のコストダウンなどがあり、売上高原価率が0.3ポイント低下し、売上総利益は前期比9億7,000万円の増益となりました。
- 販売費及び一般管理費では、運送費や販売促進費などが増加しましたが、営業利益は前期比6億3,500万円増益の35億5,400万円となりました。

<期初計画比>

- 売上高は、清酒や、円高の影響を受けた海外日本食材卸などが計画を下回りましたが、焼酎やソフトアルコール飲料が計画を上回り、全体では6億8,900万円計画を上回りました。
- 売上高原価率は計画比でも0.5ポイント低下し、売上総利益は7億100万円計画を上回り、加えて販売費及び一般管理費はほぼ計画通りとなり、営業利益は計画を7億5,400万円上回りました。

2017年3月期 第2四半期 宝酒造グループ実績

(百万円)

	17/03期 2Q累計実績	前期比		期初計画比	
		増減	うち 為替影響額	増減	うち 為替影響額
焼酎	28,374	▲ 1,332	▲ 8	+1,074	▲ 6
清酒	9,671	▲ 146	▲ 106	▲ 428	▲ 87
ソフトアルコール飲料	15,651	+1,404	▲ 1	+251	▲ 0
その他酒類	6,929	+217	▲ 239	+29	▲ 215
本みりん	7,093	+19	▲ 23	▲ 206	▲ 18
その他調味料	4,639	+280	▲ 16	+139	▲ 13
原料用アルコール等	3,460	▲ 34	—	+260	—
海外日本食材卸	10,768	+972	▲ 1,004	▲ 131	▲ 844
その他	5,900	▲ 765	—	▲ 299	—
売上高	92,489	+616	▲ 1,400	+689	▲ 1,187

◆売上高の主な増減要因

	前期比	期初計画比
焼酎	甲類焼酎(▲650)、本格焼酎(▲274)	甲類焼酎(+1,052)
清酒	松竹梅白壁蔵「澁」(▲585)、松竹梅「天」(+211)	松竹梅白壁蔵「澁」(▲605)
ソフトアルコール飲料	焼酎ハイボール(+1,733)、レギュラー(+250)、果汁系チューハイ(▲832)	焼酎ハイボール(+710)、レギュラー(+309)、果汁系チューハイ(▲485)



- 宝酒造グループの上期の売上高の概況について説明します。
- 当期は、円高の進行により、海外日本食材卸事業や、「その他酒類」に含まれる海外でのウイスキー等の売上高が大きく影響を受け、前期比で14億円、期初計画比で11億8,700万円のマイナスの影響がありました。
- 甲類焼酎は、前期比では減収となったものの、会社計画を上回って推移しました。
- 戦略商品の松竹梅白壁蔵「澁」スパークリング清酒は、前期比、計画比ともにマイナスとなりましたが、焼酎ハイボールは引き続き好調で、前期比、計画比ともに大きく増収となりました。

2017年3月期 第2四半期 宝酒造グループ実績

(百万円)

宝酒造グループ 営業利益増減要因	対前期 増減	増減内容
宝酒造(単体)の 売上総利益の増減	+865	数量差+390、単価差+474 (うち、売上原価のコストダウン+437) <主な内訳> 焼酎▲308(数量差▲516、単価差+207) 清酒▲16(数量差+26、単価差▲42) ソフトアルコール飲料+759(数量差+666、単価差+93) 本みりん+78(数量差+9、単価差+68)
宝酒造(単体)の 販売費及び一般管理費の増減	▲285	<主な内訳> 運送費の増加▲132、広告宣伝費の減少+203、 販売促進費の増加▲324
宝酒造(単体)営業利益の増減	+579	
宝酒造グループ子会社の 営業利益の増減	+55	海外日本食材卸会社+83 ※のれん等償却後 (フーデックスグループ+89、タザキフーズ▲5) その他の海外子会社+5 国内子会社▲5 連結消去等▲27
宝酒造グループ 営業利益の増減	+635	

※利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示



9

- 宝酒造グループの営業利益の増減要因(前期比)について説明します。
- 宝酒造単体の営業利益が前期比で5億7,900万円増益となり、海外日本食材卸会社やその他の海外子会社の営業利益の増加により営業利益は前期比6億3,500万円増益になりました。

2017年3月期 第2四半期 宝酒造グループ実績

(百万円)

宝酒造グループ 営業利益増減要因	対期初計画 増減	増減内容
宝酒造(単体)の 売上総利益の増減	+723	数量差+714、単価差+9 (うち、売上原価のコストダウン+268) <主な内訳> 焼酎+560(数量差+437、単価差+123) 清酒▲157(数量差▲8、単価差▲148) ソフトアルコール飲料+174(数量差+78、単価差+96) 本みりん▲58(数量差▲103、単価差+44)
宝酒造(単体)の 販売費及び一般管理費の増減	▲151	<主な内訳> 販売促進費の増加▲180
宝酒造(単体)営業利益の増減	+572	
宝酒造グループ子会社の 営業利益の増減	+181	海外日本食材卸会社+129 ※のれん等償却後 (フーデックスグループ+120、タザキフーズ+9) その他の海外子会社▲81 国内子会社+88 連結消去等+43
宝酒造グループ 営業利益の増減	+754	

※利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示



10

- 宝酒造グループの営業利益の増減要因(期初計画比)について説明します。
- 宝酒造単体の営業利益が5億7,200万円計画を上回り、海外日本食材卸会社やその他の国内子会社の営業利益の増加により、営業利益は7億5,400万円計画を上回りました。



## 2. 2017年3月期 通期業績予想

- 宝ホールディングス連結の2017年3月期通期の業績予想について説明します。

## 2017年3月期 宝ホールディングス(連結)業績予想

(百万円)

損益計算書 (売上高～営業利益)	17/03期 通期予想	前期比		期初計画比	
		増減	率(%)	増減	率(%)
宝酒造グループ	201,600	+9,574	+5.0	+4,600	+2.3
タカラバイオグループ	28,600	▲1,129	▲3.8	▲2,400	▲7.7
宝ヘルスケア	1,900	+34	+1.8	▲100	▲5.0
その他の	2,000	+255	+14.7	—	—
売上高	234,100	+8,735	+3.9	+2,100	+0.9
売上原価	139,800	+3,931	+2.9	+1,300	+0.9
売上総利益	94,300	+4,804	+5.4	+800	+0.9
運送費	9,000	+317	+3.7	▲100	▲1.1
広告宣伝費	3,300	▲65	▲1.9	—	—
販売促進費	35,000	+1,528	+4.6	—	—
研究開発費	4,700	+91	+2.0	▲300	▲6.0
管理費、その他	29,700	+2,013	+7.3	+600	+2.1
販売費及び一般管理費	81,700	+3,884	+5.0	+200	+0.2
宝酒造グループ	9,200	+789	+9.4	+500	+5.7
タカラバイオグループ	2,850	+182	+6.8	+150	+5.6
宝ヘルスケア	70	+5	+8.5	▲40	▲36.4
その他の	480	▲58	▲10.9	▲9	▲2.0
営業利益	12,600	+919	+7.9	+600	+5.0



12

- 連結売上高は前期比87億3,500万円増収の2,341億円、営業利益は前期比9億1,900万円増益の126億円を計画しています。
- 通期の為替レートを円高に見直したことにより、タカラバイオグループは減収となりますが、営業利益については、宝酒造グループ、タカラバイオグループ、宝ヘルスケアのいずれもが増益となる計画で、中期経営計画最終年度の営業利益目標である120億円を上回る水準を目指します。
- 5月に発表した期初計画に対しては、売上高を21億円、営業利益を6億円、それぞれ上方修正しています。
- 為替の円高による売上高へのマイナス影響は、前期比で70億円、期初計画比で60億円程度となる見込みですが、それを含めても上記のように増収となる計画です。

## 2017年3月期 宝ホールディングス(連結)業績予想

(百万円)

損益計算書 (営業利益～当期純利益)	17/03期 通期予想	前期比		期初計画比	
		増減	率(%)	増減	率(%)
営業利益	12,600	+919	+7.9	+600	+5.0
受取利息・配当金	650	▲97	▲13.0	+50	+8.3
その他営業外収益	750	▲332	▲30.7	▲250	▲25.0
営業外収益	1,400	▲430	▲23.5	▲200	▲12.5
支払利息	550	+102	+22.9	+50	+10.0
その他営業外費用	150	▲73	▲32.9	▲100	▲40.0
営業外費用	700	+28	+4.3	▲50	▲6.7
経常利益	13,300	+459	+3.6	+450	+3.5
特別利益	950	+596	+168.9	+800	+533.3
特別損失	550	▲94	▲14.7	+150	+37.5
税金等調整前当期純利益	13,700	+1,151	+9.2	+1,100	+8.7
法人税等	4,800	+21	+0.4	▲50	▲1.0
当期純利益	8,900	+1,130	+14.5	+1,150	+14.8
非支配株主に帰属する当期純利益	700	▲13	▲1.9	+30	+4.5
親会社株主に帰属する当期純利益	8,200	+1,144	+16.2	+1,120	+15.8



13

- 営業外損益では、前期に比べ受取利息・配当金やグラント収入の減少により営業外収益が減少するため、経常利益は前期比4億5,900万円増益の133億円となる見込みです。
- 特別損益では、持分法適用会社であるミューチャルトレーディング社の連結子会社化に伴う「段階取得に係る差益」約8億円を特別利益に計上するため、親会社株主に帰属する当期純利益は前期比11億4,400万円増益の82億円となる見込みです。
- 期初計画との対比においても、経常利益を4億5,000万円、親会社株主に帰属する当期純利益を11億2,000万円、それぞれ上方修正します。

## 2017年3月期 宝ホールディングス(連結)業績予想

### <中期経営計画の財務方針>

健全な財務体質を維持しながら、資本効率を意識し、利益成長のための重点戦略への積極的な投資と、適切な株主還元を実施する

健全な財務体質の維持	格付け「シングルA」の維持
利益成長のための積極的投資	国内酒類設備(「澁」増産)、海外M&A(日本食材卸拡大)、バイオ設備(CDMO事業強化)、バイオ研究開発(臨床開発プロジェクト)への積極的投資
資本効率を意識した適切な株主還元	連結営業利益の水準に応じて増配を実施し、みなし配当性向*30%を目安に配当を行う。自己株式取得についても、状況に応じて機動的な実施を検討する。

	16/03 実績	17/03 期初予想	17/03 通期予想
連結営業利益(百万円)	11,680	12,000	12,600
1株あたり配当金(円)	12.0 (うち記念配1円)	12.0	12.0
配当総額(百万円)	2,414	2,414	2,414
みなし配当性向*	30.9%	30.0%	27.8%
自己株式取得	-	-	-
ROE	5.4%	5.4%	6.3%

\*みなし配当性向 = 配当総額 ÷ (連結営業利益 × (1 - 法定実効税率)) ≒ 30%



14

- 株主還元の状況について説明します。
- 当社は中期経営計画の中で上記のような財務方針を公表しています。
- 配当方針としては、税引き後の連結営業利益をベースとした「みなし配当性向≒30%」を目安に配当することにしています。
- 2017年3月期の期初の配当予想は12円としており、期初予想の営業利益を上方修正したため、みなし配当性向は30%をやや下回る水準となる見込みです。
- 上方修正後の当期計画に基づくROEの試算は6.3%程度となる見込みです。

## 2017年3月期 宝酒造グループ 業績予想

(百万円)

	17/03期 通期予想	前期比		期初計画比	
		増減	率(%)	増減	率(%)
焼酎	59,300	▲ 76	▲ 0.1	+3,000	+5.3
清酒	25,200	+463	+1.9	▲ 1,600	▲ 6.0
ソフトアルコール飲料	31,600	+3,784	+13.6	+800	+2.6
その他酒類	14,000	▲ 170	▲ 1.2	▲ 400	▲ 2.8
本みりん	15,200	+95	+0.6	▲ 1,200	▲ 7.3
その他調味料	9,700	+385	+4.1	▲ 100	▲ 1.0
原料用アルコール等	7,500	+302	+4.2	+700	+10.3
海外日本食材卸	26,800	+6,131	+29.7	+4,500	+20.2
その他	12,300	▲ 1,341	▲ 9.8	▲ 1,100	▲ 8.2
売上高	201,600	+9,574	+5.0	+4,600	+2.3
売上原価	125,900	+5,013	+4.1	+3,000	+2.4
売上総利益	75,700	+4,561	+6.4	+1,600	+2.2
運送費	8,300	+375	+4.7	-	-
広告宣伝費	2,700	▲ 124	▲ 4.4	-	-
販売促進費	34,000	+1,594	+4.9	+100	+0.3
研究開発費	400	+70	+21.6	-	-
管理費、その他	21,100	+1,855	+9.6	+1,000	+5.0
販売費及び一般管理費	66,500	+3,771	+6.0	+1,100	+1.7
営業利益	9,200	+789	+9.4	+500	+5.7



15

- 宝酒造グループの2017年3月期通期の業績予想について説明します。
- 売上高は前期比で95億7,400万円、期初計画比で46億円の増収となる2,016億円の計画です。
- 利益面でも、売上高の増加に伴う売上総利益の増加が、販売費及び一般管理費の増加を上回ることにより、営業利益は前期比で7億8,900万円、期初計画比で5億円の増益となる92億円の計画です。

2017年3月期 宝酒造グループ 業績予想

(百万円)

	17/03期 通期予想	前期比		期初計画比	
		増減	うち 為替影響額	増減	うち 為替影響額
焼酎	59,300	▲ 76	▲ 27	+3,000	▲ 23
清酒	25,200	+463	▲ 360	▲ 1,600	▲ 307
ソフトアルコール飲料	31,600	+3,784	▲ 4	+800	▲ 4
その他酒類	14,000	▲ 170	▲ 873	▲ 400	▲ 779
本みりん	15,200	+95	▲ 75	▲ 1,200	▲ 63
その他調味料	9,700	+385	▲ 49	▲ 100	▲ 42
原料用アルコール等	7,500	+302	—	+700	—
海外日本食材卸	26,800	+6,131	▲ 3,377	+4,500	▲ 2,966
その他	12,300	▲ 1,341	—	▲ 1,100	—
売上高	201,600	+9,574	▲ 4,768	+4,600	▲ 4,186

◆売上高の主な増減要因

	前期比	期初計画比
焼酎	甲類焼酎(+611)	甲類焼酎(+2,733)
清酒	松竹梅白壁蔵「澗」(▲414)、 松竹梅「天」(+744)	松竹梅白壁蔵「澗」(▲1,029)、 松竹梅「天」(▲454)
ソフトアルコール飲料	焼酎ハイボール(+3,660)、レギュラー(+672)、 果汁系チューハイ(▲1,061)	焼酎ハイボール(+1,575)、レギュラー(+511)、 果汁系チューハイ(▲819)



- 宝酒造グループの 카테고리別の売上増減について説明します。
- 前期比では、売上高については、焼酎の減少が前期並みに止まり、清酒やソフトアルコール飲料が増収となる見込みです。
- 期初計画比では、清酒、本みりんが計画を下回りますが、焼酎が計画を大きく上回る見込みです。
- 甲類焼酎は、市場の減少トレンドは続いています。当期については、前期比、計画比ともに増収を見込みます。
- 澗は通期でも前期比、計画比ともにマイナスとなる見込みですが、ソフトアルコール飲料では、焼酎ハイボールが引き続き好調であることに加え、当期に発売した新商品の効果もあり、増収となる計画です。
- 海外日本食材卸の売上高は、為替レートを円高に見直したことにより前期比、期初計画比で30億円程度のマイナスの影響を受けますが、第4四半期から連結対象となるミューチャルトレーディング社の3か月間の売上高(約60億円)が加わることもあり、増収となる見込みです。

## 2017年3月期 宝酒造グループ 業績予想

(百万円)

宝酒造グループ 営業利益増減要因	対前期 増減	増減内容
宝酒造(単体)の 売上総利益の増減	+3,771	(うち、売上原価のコストダウン+620)
宝酒造(単体)の 販売費及び一般管理費の増減	▲ 2,634	<主な内訳> 運送費の増加▲381、販売促進費の増加▲1,542、
宝酒造(単体)営業利益の増減	+1,136	
宝酒造グループ子会社の 営業利益の増減	▲ 346	海外日本食材卸会社+169 ※のれん等償却後 (フーデックスグループ+179、タザキフーズ▲196、 ミューチャルトレーディング+185) その他の海外子会社▲258 国内子会社▲3 連結消去等▲254
宝酒造グループ 営業利益の増減	+789	

※利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示



17

- 宝酒造グループの営業利益の増減要因(前期比)について説明します。
- 宝酒造単体の営業利益が11億3,600万円と大幅な増益となるため、海外子会社が円高の影響を受けるなど、子会社全体で3億4,600万円減益となるものの、これを補い、宝酒造グループの営業利益は前期比で7億8,900万円増益となる見込みです。
- 海外日本食材卸会社では、タザキフーズは社屋移転に伴う一時費用などで減益となりますが、フーデックスグループは増益となる見込みです。
- また、新規連結のミューチャルトレーディング社の3か月分の利益が加わる見込みです。

## 2017年3月期 宝酒造グループ 業績予想

(百万円)

宝酒造グループ 営業利益増減要因	対期初計画 増減	増減内容
宝酒造(単体)の 売上総利益の増減	+1,187	(うち、売上原価のコストダウン+470)
宝酒造(単体)の 販売費及び一般管理費の増減	▲435	<主な内訳> 運送費の増加▲383
宝酒造(単体)営業利益の増減	+751	
宝酒造グループ子会社の 営業利益の増減	▲251	海外日本食材卸会社+153 ※のれん等償却後 (フーデックスグループ+85、タザキフーズ▲116、 ミューチャルトレーディング+185) その他の海外子会社▲323 国内子会社+4 連結消去等▲85
宝酒造グループ 営業利益の増減	+500	

※利益の増加要因を「+」、減少要因を「▲」で表示



18

- 宝酒造グループの営業利益の増減要因(期初計画比)について説明します。
- 宝酒造単体の営業利益が7億5,100万円期初計画を上回ること、円高の影響を含めた子会社の2億5,100万円の減益を補い、宝酒造グループの営業利益は期初計画を5億円上回る見込みです。
- 海外日本食材卸会社では、タザキフーズはドル高・ポンド安による仕入原価上昇などにより計画を下回りますが、フーデックスグループは増益となる見込みです。

---

## 1. 中期経営計画レビュー

---

宝ホールディングス連結

19

**【事業戦略】**

発表者:代表取締役社長 柿本 敏男

- 今期は、2014年度からスタートした「宝グループ中期経営計画2016の最終年度となりますので、上半期が終了した時点での、目標達成に向けた見通しからお話いたします。

## 宝グループ中期経営計画2016\_概要

### 基本方針

「宝グループ・ビジョン2020」の実現に向けて、国内では収益力の向上、海外では事業の拡大・伸長に取り組むとともに、バイオ事業の成長加速により、環境変化に強いバランスのとれた事業構造に変革していく

### 定量目標

2017年3月期 宝グループ連結

売上高 2,300億円以上 営業利益 120億円以上  
海外売上高比率 16%以上

### 事業戦略

宝酒造グループ	技術で差別化された商品の開発・育成により、国内事業の収益力を向上させるとともに、海外日本食材卸網を積極的に拡大し、海外事業を大きく伸長させる
タカラバイオグループ	再生・細胞医療分野へ戦略的な投資を行い、バイオ事業の成長を加速させる
宝ヘルスケア	ダイレクトマーケティングを通じて、健康食品事業の成長を加速させる

### 重点戦略

「澁」を中心とした清酒売上高の拡大

バイオ医薬品の製造開発支援サービス  
(CDMO事業)拡大

欧米をはじめとする  
世界での日本食材卸網構築

遺伝子治療・細胞医療における  
臨床開発の推進



20

## 「宝グループ中期経営計画2016」

### <基本方針>

「宝グループ・ビジョン2020」の実現に向けて、国内では収益力の向上、海外では事業の拡大、伸長に取り組むとともに、バイオ事業の成長加速により、環境変化に強いバランスのとれた事業構造に変革していく」

### <定量目標(2017年3月期宝グループ連結)>

売上高2,300億円以上

営業利益120億円以上

海外売上高比率16%以上

宝グループ中期経営計画2016\_2017年3月期の見通し(11/10発表値)

◆定量目標の見通し

	17/03期 通期予想	中計2016 目標	中計目標 対比	17/03期 期初計画	期初計画 対比
売上高(億円)	2,341	2,300	+41	2,320	+21
営業利益(億円)	126	120	+6	120	+6
海外売上高比率	21.3%	16.0%	+5.3pt	21.4%	▲0.1pt

◆参考指標

	17/03期 通期予想	中計2016 目標	中計目標 対比	17/03期 期初計画	期初計画 対比
営業利益率	5.4%	—	—	5.2%	+0.2pt
ROE	6.3%	—	—	5.4%	+0.9pt



- 定量目標に対する見通しについて見てまいります。
- 11月10日に発表した当期の通期予想では、連結売上高2,341億円、営業利益126億円、海外売上高比率21.3%と、中計で掲げたすべての項目で目標値を達成する見通しです。
- 参考指標として記載している宝グループ全体の営業利益率は5.4%となる見通しで、前中計最終年度が4.5%でしたので、上昇傾向にはあると見ています。
- ROEは、親会社株主に帰属する当期純利益が増加することにより6.3%となる見込みです。
- 日本やEUの景気回復の遅れ、中国経済の減速、為替レートの変動など、様々な環境変化がある中での目標達成は、本中計の基本方針に掲げた「環境変化に強いバランスのとれた事業構造への変革」を推進してきた成果が表れてきていると考えています。

---

## 2. 中期経営計画レビュー

---

宝酒造グループ

- 続きまして、宝酒造グループの中計の見通しについて説明いたします。

## 宝酒造グループ中期経営計画2016\_概要

### 基本方針

技術で差異化された商品の開発・育成により、国内事業の収益力を向上させるとともに、海外日本食材卸網を積極的に拡大し、海外事業を大きく伸長させる

### 定量目標

2017年3月期 宝酒造グループ  
売上高 2,000億円以上 営業利益 85億円以上 海外売上高比率 12%以上

### 事業戦略

#### 国内酒類 事業

“松竹梅白壁蔵「滯」スパークリング清酒”を中心に清酒の売上高を拡大する

当社独自の技術力・開発力および商品育成力を高め、差異化された商品の開発、ブランド育成によって収益力の向上を図る

#### 調味料 ・酒精事業

拡大が予想される中食市場に対し、機能性調味料の拡充によって調味料事業の成長を進める

酒精事業では原材料価格の変動に対して機動的に対応していく

#### 海外事業

日本食市場の広がりを背景に、海外和酒カテゴリーでのシェア拡大を加速させる

欧米をはじめとする世界での日本食材卸網構築に向け、積極的な投資を行う



## 「宝酒造グループ中期経営計画2016」

### <基本方針>

「技術で差異化された、商品の開発・育成により、国内事業の収益力を向上させるとともに、海外日本食材卸網を積極的に拡大し、海外事業を大きく伸長させる」

### <定量目標(2017年3月期 宝酒造グループ連結)>

売上高2,000億円以上

営業利益85億円以上

海外売上高比率12%以上

宝酒造グループ中期経営計画2016\_2017年3月期の見通し(11/10発表値)

◆定量目標の見通し

	17/03期 通期予想	中計2016 目標	中計目標 対比	17/03期 期初計画	期初計画 対比
売上高(億円)	2,016	2,000	+16	1,970	+46
営業利益(億円)	92	85	+7	87	+5
海外売上高比率	17.4%	12.0%	+5.4pt	16.2%	+1.2pt

◆参考指標

	17/03期 通期予想	中計2016 目標	中計目標 対比	17/03期 期初計画	期初計画 対比
営業利益率	4.6%	—	—	4.4%	+0.2pt



- 定量目標に対する見通しについて確認します。
- 宝酒造グループにおいても、連結売上高2,016億円、営業利益92億円、海外売上高比率17.4%と、すべての項目で中計の目標値を上回る見通しとなりました。
- 参考指標として記載している営業利益率は4.6%となる見通しで、前中計最終年度が3.5%でしたので、上昇傾向にはあるもののまだ満足できる水準ではありません。
- 本中計で目標に掲げた海外日本食材卸事業の拡大については、フードックスグループ、タザキフーズ社が好調に推移していることに加え、本年7月にはポルトガルのケタフーズ社、そして11月10日に発表したように、北米の日本食材卸会社ミューチャルトレーディング社を新たにグループに迎え入れるなど、順調に事業を拡大しています。
- 国内事業についても、収益力向上にはまだ課題があるものの、商品開発体制の強化などにより、当期は計画を上回って推移しています。
- 本中計で掲げた定量目標を、宝グループ、宝酒造グループともに達成するべく、これから年末にかけて最需要期を迎える国内酒類事業の動向や、為替の変動に引き続き注視し、取り組みを進めてまいります。

---

### 3. 2017年3月期の事業戦略

---

宝酒造グループ

- 宝酒造グループの今期の事業戦略について、期初に掲げた戦略とその進捗状況などを中心に説明いたします。



## 当期の事業戦略① ～国内事業～

### 焼酎

- ◆ 宝焼酎ブランドでの「糖質ゼロ」表示の継続
- ◆ 甲類焼酎市場への新商品投入による新価値提案
- ◆ 「一刻者」シリーズでの「香り咲く炭酸割り」訴求



宝焼酎  
「NIPPON」



宝焼酎  
「タカラモダン」



宝焼酎  
「レモンサワー用」



「一刻者」<紫>  
(数量限定)



27

### <カテゴリー別戦略:焼酎>

- 甲類焼酎については、依然として市場全体の縮小傾向が続いており、当社の主力である宝焼酎についても販売数量の減少が続いていますが、昨年9月に商品への「糖質ゼロ」表示を開始して以降、減少幅が緩やかになってきており、この取り組みを続けてまいります。
- そして、当社ならではの新品を投入し、甲類焼酎の新しい価値を提案することで、市場の活性化を図ってまいります。
- 宝焼酎「NIPPON」は、桜樽で貯蔵した熟成酒をブレンドし、原材料の一部に桜葉を用いることで、桜餅のようなほのかな甘い香りを実現しました。
- 「タカラモダン」は、若年層を中心に様々なこだわりの“サワー”が人気となっていることを受け、“サワーベース”として割っておいしい酒質を追求して開発した商品です。
- 最近話題となっている“レモンサワーブーム”に対しては、当社独自の技術により、レモンが持つさわやかな風味が楽しめるレモンサワーのベースとして最適な“宝焼酎「レモンサワー用」”を発売しました。
- 本格焼酎では、昨年発売しご好評をいただいた“全量芋焼酎「一刻者」<紫>”を本年も数量限定で発売しました。フルーティーで香り高く、すっきりと飲みやすい味わいを活かした「炭酸割り」で「芋 100%」のおいしさを、訴求してまいります。

## 当期の事業戦略① ～国内事業～

### ソフトアルコール飲料

- ◆“タカラ「焼酎ハイボール」”定番フレーバーのさらなる育成と、オリジナリティある限定商品の強化
- ◆“タカラcanチューハイ<ドライ>”の育成と、プレミアム感を醸成する広告展開
- ◆“タカラ果汁入り糖質ゼロチューハイ「ゼロ仕立て」”の育成継続



タカラ「焼酎ハイボール」  
＜強烈サイダー割り＞  
(2016年夏限定)

タカラ「焼酎ハイボール」  
＜強烈ゆずサイダー割り＞  
(2016年11月29日発売)

タカラcanチューハイ  
＜ドライ＞



28

### ＜カテゴリー別戦略:ソフトアルコール飲料＞

- このカテゴリーは市場全体が急速に拡大しており、当社においても前年実績および計画を上回って推移しています。
- “タカラ焼酎ハイボール”は、この4～9月も前期比120%以上で伸長しました。
- レモンやドライといった定番フレーバーが伸びているのはもちろんですが、本年6月に数量限定で発売した、“タカラ焼酎ハイボール＜強烈サイダー割り＞”が好評だったのも要因の一つです。
- 既存のフレーバーに比べ、20代から40代の比較的若いユーザーの支持を得られたと見えています。今月末には第2弾として、“タカラ焼酎ハイボール＜強烈ゆずサイダー割り＞”の発売を予定しており、今後もこうしたオリジナリティある限定商品を継続的に投入していきたいと考えています。
- また、発売から30年以上の長きにわたってご愛顧をいただいております”タカラcanチューハイ”シリーズからは“タカラcanチューハイ＜ドライ＞”を新発売しました。アルコール度数9%、糖質ゼロ、プリン体ゼロ、甘味料ゼロで、キレのある辛口の味わいとなっており、各コンビニエンスストアにも採用されています。定番フレーバーのレモン等のデザインリニューアルも合わせて行い、ワンランク上のプレミアム感を醸成を図ってまいります。
- 一方、昨年投入した“果汁入り糖質ゼロチューハイ「ゼロ仕立て」”については、糖質をはじめとする5つのゼロを中心とした機能が評価されてはいるものの販売計画を下回っており、引き続きねばり強く育成していきます。

## 当期の事業戦略① ～国内事業～

### 清酒

- ◆ スパークリング清酒「澁」のブランド育成継続
- ◆ 松竹梅「天」<辛口純米>をはじめとする特定名称酒の新商品投入による商品ポートフォリオの拡充
- ◆ CVSとの取り組み強化



松竹梅「天」  
<辛口純米>



特撰松竹梅「豪快」  
<純米>辛口



特撰松竹梅  
<純米大吟醸>



セブンプレミアム  
松竹梅<純米酒>



29

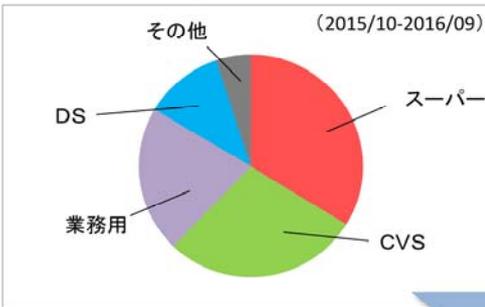
### <カテゴリー別戦略:清酒>

- “松竹梅白壁蔵「澁」スパークリング清酒”については、ブランド育成に継続して取り組みます。これについては次頁で詳しく説明いたします。
- 「澁」だけでなく、それを補う新商品を投入し、当社の清酒カテゴリーの商品ポートフォリオの拡充を図ることが当期の戦略です。
- 家庭用向けには”松竹梅「天」”のラインナップとして”松竹梅「天」<辛口純米>”を、料飲店向けには業務用専用ブランドである「豪快」に、“特選松竹梅「豪快」<純米>辛口”を、それぞれ発売しました。
- また、CVSとの取り組み強化の一環として、純米酒の専用商品も発売しています。
- 各業態に抜けや漏れのない商品構成を展開し、清酒カテゴリーの売上高の拡大を図ります。

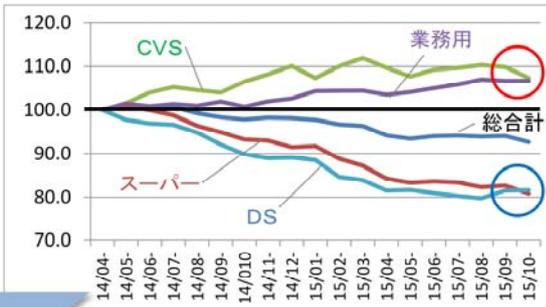
## 当期の事業戦略① ～国内事業～

### 「澁」の育成に向けて

＜チャンネル別販売数量構成比＞



＜チャンネル別販売動向 (14/04-15/03を100とした指数)＞



※ 12ヶ月移動累計／一部データ補正後

- ◆さらなるファン層の拡大に向け、ソーシャルメディアやスマートフォンアプリとも連動した積極的な情報発信を継続
- ◆クリスマス・年末の最需要期における、店頭プロモーション強化



ARで位置情報機能を活用した  
「ご当地フォトフレーム」  
(画像は京都府版のイメージ)



NEW

「澁」GOLD  
750ml罇  
(11月22日発売)  
※数量限定



30

- “松竹梅白壁蔵「澁」スパークリング清酒”の販売状況と今後の取り組みについて説明します。
- チャンネル別販売構成は、スーパーがもっとも多く、CVS、業務用ルート、DSと、バランスのよいチャンネル構成になっています。
- チャンネル別販売動向を見ると、CVSや業務用ルートが伸びているのに対し、スーパーやDSが伸び悩んでおり、「澁」の販売構成比が高いスーパー等での販売数量拡大に努めます。
- こうした状況において、大きく2つの方向で「澁」の育成に取り組めます。
- 一つは、さらなるファン層の拡大に向け、ソーシャルメディアやスマートフォンアプリとも連動した積極的な情報発信の継続です。
- 話題性の喚起により、認知率や飲用経験率のさらなる向上を図ります。
- もう一つは、これからの最需要期における店頭プロモーションの強化です。今月下旬より数量限定で発売する”松竹梅白壁蔵「澁」GOLD”などを活用し、積極的な店頭プロモーションを展開します。

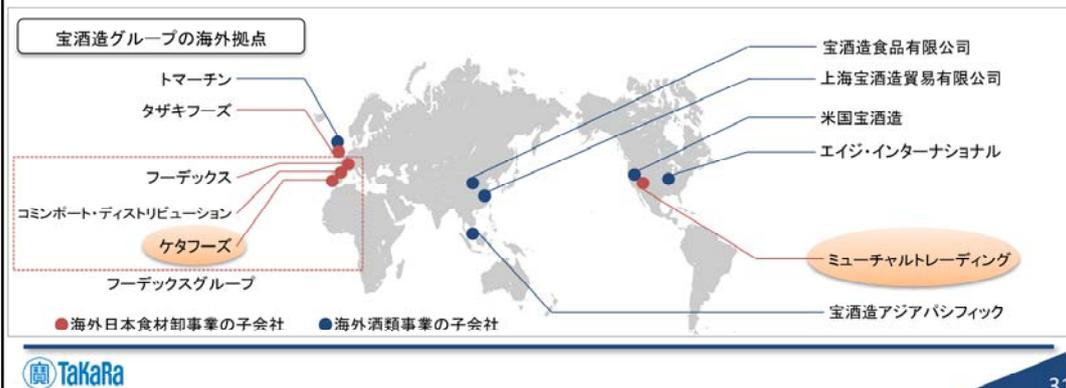
## 当期の事業戦略② ～海外事業～

### 当期の事業戦略

- ◆ 海外日本食材卸事業：既存市場における新規顧客の獲得と、新規エリアへの進出による売上拡大
- ◆ 海外酒類事業：清酒を中心とした北米、中国等でのシェア拡大と、輸出戦略の強化

### 進捗状況

- ◆ 海外日本食材卸事業の新たなパートナーとして、ポルトガルのケタフーズ社と、北米のミューチャルトレーディング社をグループに迎え入れ、新規エリアへの進出を実現。
- ◆ 既存エリアでの業績は、現地通貨ベースで順調に拡大。
- ◆ 海外酒類事業は、北米は清酒を中心に好調も、中国は景気減速により成長鈍化の懸念。国内からの輸出は順調。



### <海外事業>

- 海外日本食材卸事業では、7月にポルトガルのケタフーズ社、そして11月10日に公表したように、北米のミューチャルトレーディング社を新たなパートナーとしてグループに迎え入れ、新規エリアへの進出を果たしました。
- 既存エリアでも、日本食レストラン数の拡大を背景に、現地通貨ベースでの売上高は10～15%前後と順調に拡大しています。
- 海外酒類事業については、北米は清酒を中心に順調に伸びていますが、中国は、景気減速による成長の鈍化が懸念されます。
- 国内からの輸出は順調に推移しています。

## 当期の事業戦略② ～海外事業～

### ミューチャルトレーディング社の概要

名称	Mutual Trading Co., Inc.
本社所在地	カリフォルニア州ロサンゼルス市
代表者	代表取締役会長 金井 紀年
事業内容	酒類、食品、調味料等の 輸入・卸売業
設立	1926年4月19日

### 【連結業績推移】

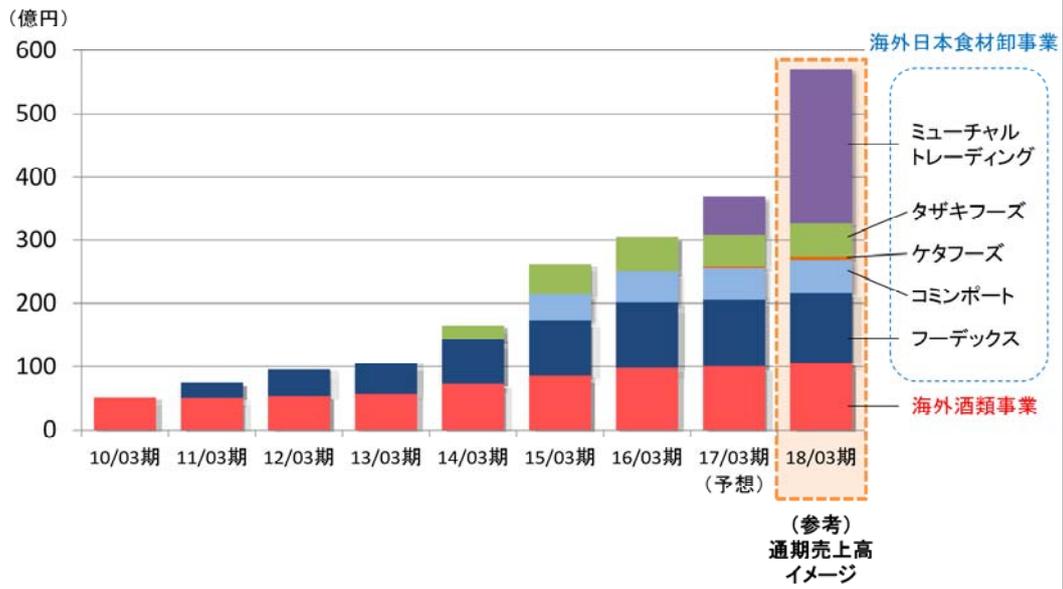


32

### <ミューチャルトレーディング社の概要>

- ミューチャルトレーディング社は、1926年にカリフォルニア州ロサンゼルスに設立され、今年創立90周年を迎える、米国でも有数の歴史を持つ日本食材卸会社です。
- 現在では全米8州に9カ所の拠点をもち、米国全土に広い販売網を築いているほか、南米(ペルー)にも事業を展開しています。
- 日本食市場の広がり背景に業績を拡大し、直近の連結売上高は2億3千万ドル、営業利益は970万ドルとなっています。
- ミューチャルトレーディング社は、宝酒造が45.4%の株式を保有する当社の持分法適用会社でしたが、今回の第三者割当増資引受によって保有割合は51.0%となり、当社の連結子会社となりました。
- ミューチャルトレーディング社と当社グループの関係は古く、米国における宝酒造の酒類・調味料の最大の販売先(ディストリビューター)として、長年にわたる協力関係を築いてきました。

(参考)海外事業の売上高推移イメージ



(参考:宝酒造グループ海外事業売上高推移イメージ)

---

## 5. 企業価値向上に向けた取り組み

---

- 企業価値向上に向けた、取り組みについて説明いたします。

## 宝グループ・ビジョン2020（2011年度～2020年度）

### 経営目標

国内外の強みを活かせる市場で事業を伸ばし、環境変化に強いバランスのとれた事業構造を確立する。



国内外において  
環境変化に強いバランスのとれた事業ポートフォリオへ



安定収益基盤と成長事業を有する独自の強固な事業ポートフォリオ



35

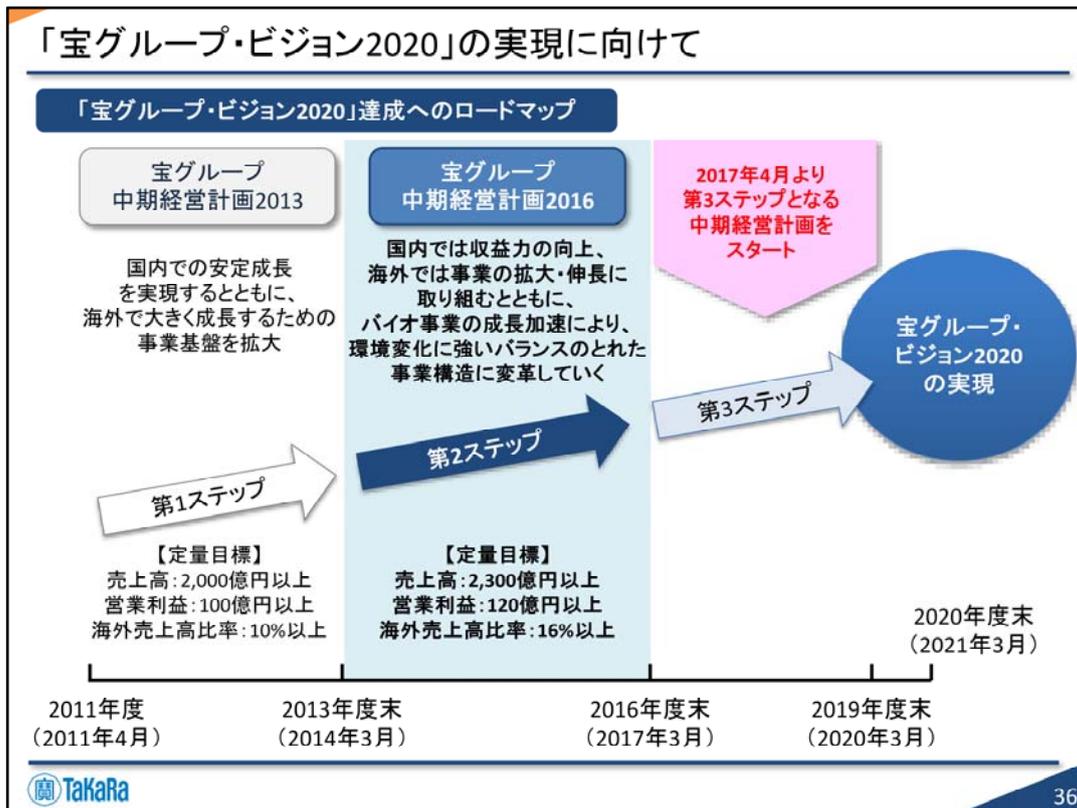
- 当社は、10年間の長期経営ビジョンである「宝グループ・ビジョン2020」の達成を目指しています。

### 「宝グループ・ビジョン2020」

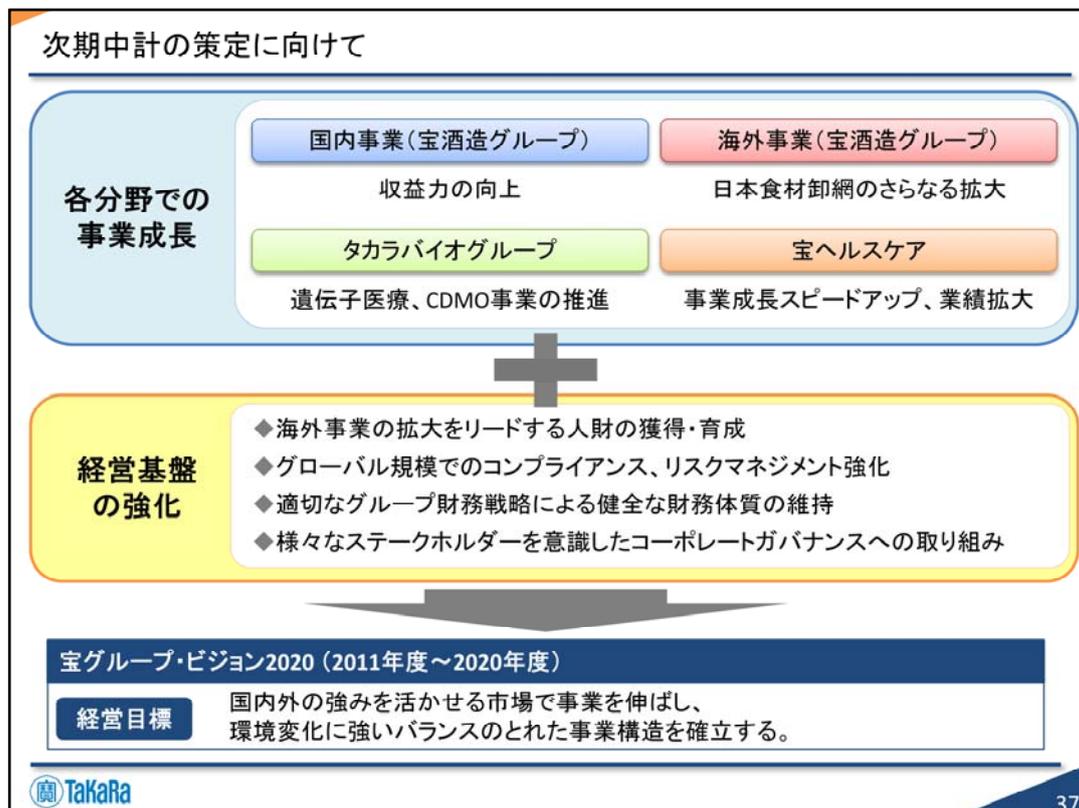
国内外の強みを活かせる市場で事業を伸ばし、  
環境変化に強いバランスのとれた事業構造を確立する

- この長期経営ビジョン達成に向けたポイントは、以下の3点だと考えています。
  - 国内酒類事業で勝ち残っていくこと
  - 海外での日本食材卸ネットワークを拡大し、海外事業を大きく伸ばしていくこと、
  - バイオ事業における遺伝子治療・細胞医療の商業化
- これらを達成し、大きく飛躍することで、長期経営ビジョンの実現、ひいては企業価値の向上に繋がるものと考えています。

## 「宝グループ・ビジョン2020」の実現に向けて



- この長期経営ビジョンの実現に向けた第2ステップとして取り組んでいるのが、当期を最終年度とする「宝グループ中期経営計画2016」です。
- 定量目標の達成とともに、「環境変化に強いバランスのとれた事業構造」への「変革」をしっかりと成し遂げ、来年4月からスタートする次期中計で、長期経営ビジョンの実現に向かって飛躍していきたいと考えています。



- 次期中計については現在社内で検討を進めているところですが、やはり4つの事業がポイントとなってきます。
- 宝酒造グループの国内事業では、戦略商品のブランド育成や商品戦略の課題に対応を進めていますが、収益力の向上が引き続き課題となります。
- 海外事業では、前述の2社を新たにグループに迎え入れ、日本食材卸事業のネットワークを、欧州・北米まで広げましたが、アジアやオセアニアなど、新たな地域でのさらなるパートナーシップの拡大を目指していきます。
- タカラバイオグループでは、HF10をはじめとする遺伝子医療の臨床開発やCDMO事業など、将来の利益成長に向けた戦略を引き続き推進します。
- 宝ヘルスケアでは、事業成長のスピードアップと業績の拡大が課題です。
- こうした各分野での事業成長と同時に、強固な経営基盤も必要となってきます。
- 海外事業の拡大を念頭に置いた人財育成や、様々なステークホルダーを意識したコーポレートガバナンスには、継続的に取り組んでいく必要があります。
- 次期中計における各分野での事業成長と経営基盤の強化、これを両輪に「宝グループ・ビジョン2020」の実現に向かって飛躍できるよう、しっかりと取り組んでまいります。

【以上】

---

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＞  
宝ホールディングス株式会社 IR部  
Tel. 075-241-5124  
E-Mail [ir@takara.co.jp](mailto:ir@takara.co.jp)