

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

- 宝ホールディングスの木村でございます。
- 本日は、お忙しい中、宝グループの2025年3月期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。

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



➤ 本日は、

- ・ 2025年3月期決算
- ・ 2026年3月期業績予想
- ・ 中期経営計画2025の進捗
- ・ 2026年3月期事業戦略
- ・ 最後にサステナビリティについてご説明いたします。

I . 2025年3月期決算

- はじめに、2025年3月期決算についてご説明いたします。

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。



- 宝ホールディングスのグループ連結業績は、
- 売上高は、3,626億9,300万円、前期比プラス6.9%、
- 売上総利益は、1,196億4,700万円、前期比プラス5%、
- 営業利益は、205億9,700万円、前期比マイナス7.4%、
- 経常利益は221億8,000万円、前期比マイナス5%、
- 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等を計上し、162億200万円、前期比プラス0.2%となりました。

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。



➤ 次に事業別の業績です。

➤ 宝酒造は、前期対比では、売上高は本みりんなどの調味料が増加しましたが、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、全体では減収となりました。

➤ 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となりました。

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。



- 宝酒造インターナショナルグループは、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、増収となりました。
- 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、減益となりました。

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。



- タカラバイオグループは、売上高は、ライフサイエンス研究市場の回復が遅れているものの、全てのカテゴリーが増加したことで増収となりました。
- 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となりました。

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



- 当期の連結キャッシュフロー計算書です。
- 営業キャッシュ・フローは、161億5,500万円となり、対前期で130億2,200万円減少しました。棚卸資産の増加や、前期末が休日であったことにより、酒税の支払が一部、当期にずれ込み増加したことなどが主な要因です。
- 投資キャッシュ・フローは、マイナス415億6,200万円で、前期からは215億6,900万円支出が増加しました。投資有価証券の売却による収入がありましたが、ドイツの食材卸会社であるカーゲラー社をM&Aしたことなど投資による支出等が増加しました。
- 財務キャッシュ・フローは、65億4,800万円で、前期からは199億9,600万円収入が増加しました。シンジケートローンによる資金調達等によるものです。
- 以上の結果、「現金及び現金同等物の期末残高」は752億8,000万円となり、前期から149億400万円減少しました。
- 減価償却費は下の表の通りで、のれん償却費はM&Aにより前期から増加しています。

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		



- こちらは、投資状況です。
- 宝酒造およびタカラバイオグループにおいては、ほぼ期初計画通りの投資を実施しましたが、宝酒造インターナショナルグループにおいては、カーゲラー社など計画外のM&A投資を行ったことで期初計画を大きく上回っています。
- この結果、宝グループ連結でも期初計画を上回る446億円の投資実績となりました。

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

- 配当については期初予想通り、前期から2円増配の31円とする予定です。
- 政策保有株は、引き続き縮減を進めており、10銘柄を約47億円で売却いたしました。

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		2024年3月末	2025年3月末	増減
流 動 資 産	245,213	245,433	+219	流 動 負 債	80,657	73,419	▲7,237
現 金 及 び 預 金	96,085	83,302	▲11,783	支 払 手 形 及 び 買 掛 金	22,315	24,067	+1,752
受 取 手 形 及 び 売 掛 金	70,123	73,319	+3,195	借 入 金 ・ 社 債	15,008	12,315	▲2,693
棚 卸 資 産	71,052	82,334	+11,281	そ の 他	43,333	37,035	▲6,298
そ の 他	8,951	6,478	▲2,474	固 定 負 債	76,345	103,264	+26,918
固 定 資 産	192,254	232,154	+39,899	借 入 金 ・ 社 債	25,422	45,689	+20,266
有 形 固 定 資 産	104,882	123,610	+18,728	そ の 他	50,921	57,573	+6,652
無 形 固 定 資 産	18,336	41,662	+23,326	負 債 合 計	157,003	176,683	+19,680
投 資 そ の 他 の 資 産	69,036	66,880	▲2,155	株 主 資 本 合 計	183,749	194,376	+10,627
資 産 合 計	437,468	477,587	+40,119	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%



11

- 当期末の連結貸借対照表について、前期末との対比でご説明いたします。
- 資産につきましては、投資により現金及び預金が減少しましたが、M&Aに伴う棚卸資産や、のれんの増加等により資産合計では増加しました。
- 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しました。
- これらの結果、自己資本比率は前期の52.3%から51.3%となっております。

2025年3月期 宝ホールディングス（連結） ROE・ROIC実績

	2024年3月期	2025年3月期	前期との差分要因
ROE	7.5%	6.8%	・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%	・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%	・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%	・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%	・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）



12

- ROEは6.8%で、当期純利益が前期並みとなり、自己資本が増加したことで、前期の7.5%を下回りました。
- ROICは4%で、税引き後営業利益が減少し、積極的な投資による有利子負債の増加および純資産の増加で、前期の4.8%を下回りました。
- 事業別のROICはご覧の通りで、各事業とも前期を下回っております。

Ⅱ．2026年3月期業績予想

➤ 続いて2026年3月期業績予想についてご説明いたします。

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

- はじめに、業績予想における外部環境の前提をご説明します。
- 宝酒造では、原材料などのコストアップはありますが、為替は前期並を見込んでおり、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おります。
- 宝酒造インターナショナルグループでは、前期第4四半期以降、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こと、また、日本食材の需要は引き続き拡大すると見込んでおります。
- タカラバイオグループでは、ライフサイエンス研究市場の急速な回復は見込んでおらず、米国相互関税により売上原価率の悪化を見込んでいます。

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%)



15

- こうした前提を踏まえ、2026年3月期の宝ホールディングス連結の通期業績予想は
- 売上高が、4,010億円、前期比プラス10.6%、
- 売上総利益は、1,354億円、前期比プラス13.2%
- 営業利益は、219億円、前期比プラス6.3%、
- 経常利益は、222億円、前期比プラス0.1%、
- 親会社株主に帰属する当期純利益は、163億円、前期比プラス0.6%を計画しております。
- 海外売上高比率は、61.9%となる見通しです。

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



16

- 事業別の予想です。
- 宝酒造では、売上高は、1,206億8,100万円、前期比プラス0.9%、売上総利益は、313億1,600万円プラス4.7%、営業利益は、53億3,700万円プラス5.9%とする計画です。
- 宝酒造インターナショナルグループは、売上高は、2,146億円、前期比プラス15.5%、売上総利益は、697億5,000万円プラス16.8%、営業利益は、135億円でプラス15.8%とする計画です。
- タカラバイオグループは、売上高は、525億円、前期比プラス16.6%、売上総利益は、300億2,500万円プラス15.2%、営業利益は25億円でプラス10.5%とする計画であり、全てのセグメントで増収増益の計画です。

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



17

- こちらは上期・下期の業績予想です。宝ホールディングス連結では、上期の営業利益は前期比マイナス25.9%ですが、下期はプラス40.1%とする計画です。
- 宝酒造の上期につきましては、2024年10月1日の価格改定時の前倒し需要により、前期の売上高が大きくなっているため当期は減収となり、販売促進費が増加することで営業利益は減益となります。下期は前期の前倒し需要の反動減や、価格改定が単独となった影響の裏返しにより売上高が増加し、営業利益は増益とする計画です。
- 宝酒造インターナショナルグループは、上期・下期共に増収となるものの、上期は減益、下期は増益となります。海外日本食材卸事業において、前期下期から汎用品の競争激化があり、当期上期は、売上総利益率の低下に加え、一時的な販管費の増加等がありますが、下期は利益率の高い商品を拡大していくこと等で売上総利益を拡大する計画です。
- タカラバイオグループは、上期は増収となるものの、売上構成変化に伴う原価率の悪化により売上総利益が減益となり、のれん償却費や管理費の増加により、営業利益は減益となります。下期は試薬等の売上拡大と原価率の改善により、販管費の増加はあるものの、営業利益は増益とする計画です。

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



- 次に、為替変動の影響についてご説明します。
- 2026年3月期の為替見通しはご覧の通りですが、ドルに対し1円円高となった場合の、当期の営業利益への影響は、宝酒造で1億1,000万円のプラス、宝酒造インターナショナルグループで1億円のマイナスとなり、合計では1,000万円のプラスと、影響額は軽微であります。

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



- 次に連結キャッシュフローは、営業キャッシュフローが255億3,200万円、投資キャッシュフローがマイナス278億1,300万円、フリーキャッシュフローがマイナス22億8,100万円、財務キャッシュフローはマイナス68億7,200万円を計画しております。
- 減価償却費はご覧の通りで、のれん償却費は、前期に実施したM & Aにより、増加する計画です。

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

- 当期の配当は普通配当29円に、創立100周年記念配当2円を加えた31円を計画しております。
- また、株主還元および経営環境に応じた機動的な資本政策の遂行を目的に、30億円を上限とする自己株式の取得を行います。

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

- また、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%削減いたします。
- 2026年3月期については、現時点では7銘柄、約54億円の売却を計画しております。

2026年3月期 宝ホールディングス（連結） ROE・ROIC予想

	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、
リバ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



- ROE・ROICの予想です。
- ROEは前期の6.8%に対し、6.5%となる見通しで、ROICは前期と同じ4%となる見通しです。
- 参考値としている事業別のROICでは、宝酒造のみ前期を上回ります。

Ⅲ. 中期経営計画2025進捗

- 続いて中期経営計画2025の進捗についてご説明いたします。

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



24

- 当社グループは、会社創立100周年となる2026年3月期を節目とした6年間の長期経営構想「TaKaRa Group Challenge for the 100th」を進めており、
- その第2ステップである中期経営計画2025を「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」と位置づけて事業を推進しており、当期がその最終年度となります。

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)



25

- 2026年3月期の業績予想は、中計計画値に対しては、
- 売上高ではマイナス4.5%、営業利益ではマイナス42.4%となり、海外売上高比率は、1.9%計画を上回る見通しです。

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



26

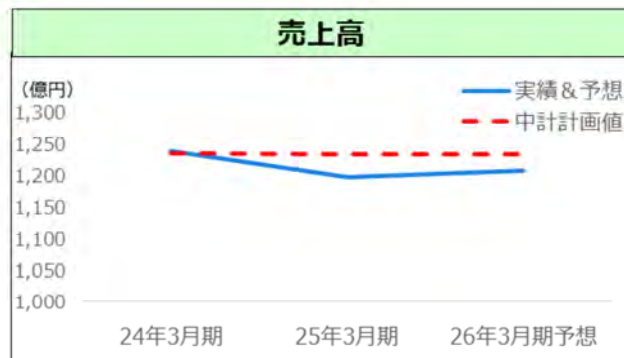
- 事業別では、宝酒造の営業利益を除き、いずれも中計計画値を下回る見通しです。

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	
	宝酒造	【－】マイナス
円安の進行	宝酒造	【＋】プラス
	宝酒造 インターナショナル グループ	
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

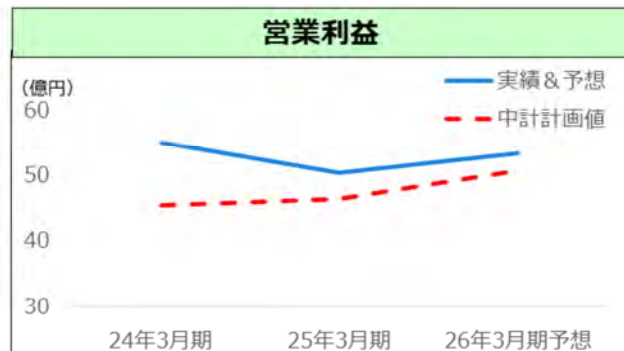
- 計画値との乖離要因の1つである、中計策定時との外部環境のギャップをご説明します。
- 現状の円安の進行は中計には織り込んでいなかったため、宝酒造にはマイナスに、宝酒造インターナショナルグループにはプラスに働いています。
- 世界的なインフレによる外食市場の成長鈍化は宝酒造インターナショナルグループにマイナスに、欧米のインフレの長期化や中国の経済不況等によるライフサイエンス研究市場の低迷は、タカラバイオグループにマイナスに働いています。

宝酒造 業績推移 <中計対比>



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

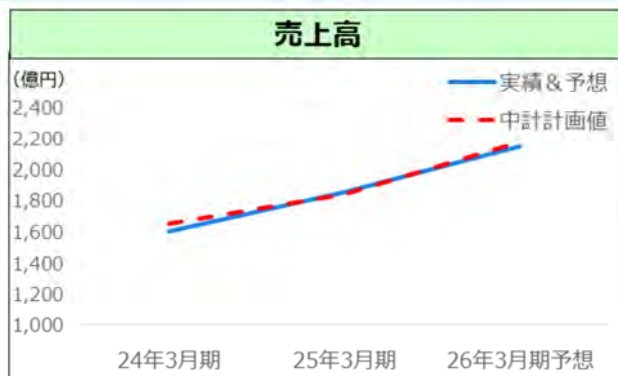


価格改定効果や、売上構成の変化などによる増加要因はあるものの、売上総利益では計画値をやや下回る見込み

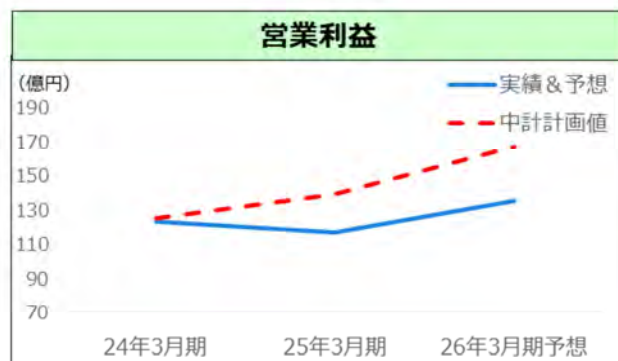
一方、販管費の効率的な投下により、営業利益では計画値を上回る見込み

- このグラフは、セグメントの業績推移を中計計画値と比較したものです。
- 宝酒造の売上高は、2023年10月以降、適宜価格改定を実施したものの減少し、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であります。
- 営業利益は、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であります。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です。

宝酒造インターナショナルグループ 業績推移 <中計対比>



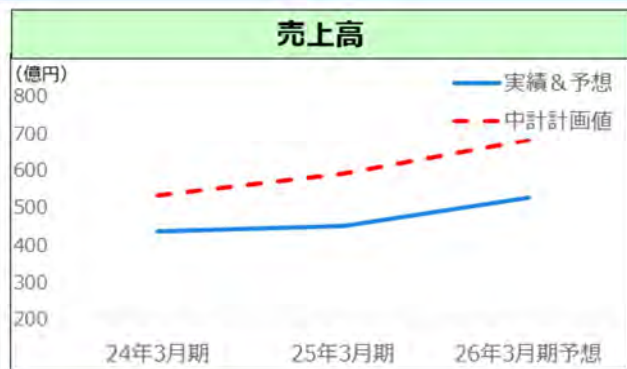
オーガニックの伸びが鈍化するも、為替や計画外も含めたM&A（カーゲラー社など）の上乗せもあり、計画値並みとなる見込み



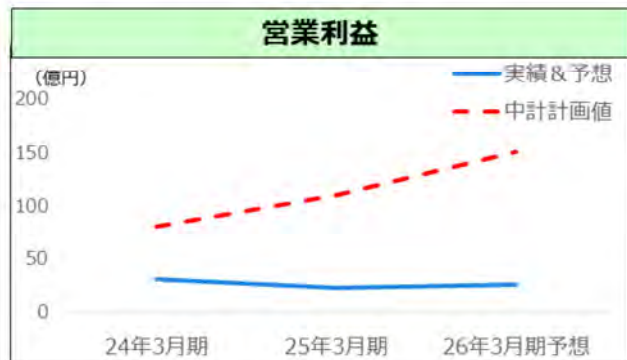
汎用品での価格競争の激化による売上総利益率の低下や、人件費の継続的な高騰に加え、倉庫移設・拡張やM&Aなどの一時的な費用の増加により、計画値を下回る見込み

- 宝酒造インターナショナルグループの売上高は、オーガニックの伸びが鈍化するものの、為替や計画外も含めたM&Aの上乗せもあり、計画値並みとなる見込みです。
- 営業利益は、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です。

タカラバイオグループ 業績推移 <中計対比>



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ーで計画値を下回る見込み



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

- タカラバイオグループでは、売上高は、世界的なライフサイエンス研究市場の低迷により、試薬、機器、受託および遺伝子医療の全てのカテゴリーで計画値には未達の見込みです。
- 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を抑制するも計画値を下回る見込みです。

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	<重点ブランド> ・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%	・「焼酎ハイボール」「滯」の活性化 ・利益率の高いブランドの育成 （辛口ゼロボール、昂など）
宝酒造 インター ナショナル グループ	<海外酒類事業> 和酒の拡大	・和酒売上高：中計比 ▲15% ※23年3月期比▲2% （白河除く+33%） ・「滯」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	・「滯」：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
	<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	・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）	・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	・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	・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



31

- 中計で掲げた主なテーマの進捗状況と課題です。
- 宝酒造の重点ブランドの拡大は、中計前の2023年3月期との対比では拡大しているものの、計画に対しては、売上・利益共に下回っており、基幹商品である「焼酎ハイボール」「滯」の活性化や利益率の高いブランドの育成が課題です。
- 宝酒造インターナショナルグループの海外酒類事業における和酒の拡大は、こちらも中計前からは拡大していますが、和酒の売上高、滯の輸出数量共に計画未達で、海外専用商品やイノベティブな和酒の開発はやや遅れて進んでいるという状況です。「滯」のさらなる認知拡大や新規取扱の開拓、和酒の輸出拡大が課題です。
- 海外日本食材卸事業における差異化商品の拡充は、和酒の売上構成比等が計画を下回る一方で、築地太田グループ、カーゲラー社のM&Aにより水産品調達力を強化し、拠点の進出では、北米では現状の13拠点から15拠点への拡大を計画しています。また、欧州ではドイツ、フィンランドに進出しました。競争優位性の高い和酒、水産品の強化やグループ各社のシナジーの創出が課題です。
- タカラバイオグループのCDMO事業の拡大や試薬事業の成長は、外部環境の変化もあり、計画に対し、大幅に遅れています。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を強化しておりますが、買収した企業とのシナジー効果の早期創出や、グローバル戦略の更なる推進が課題です。

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	・カーグレー社の持分取得 (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	



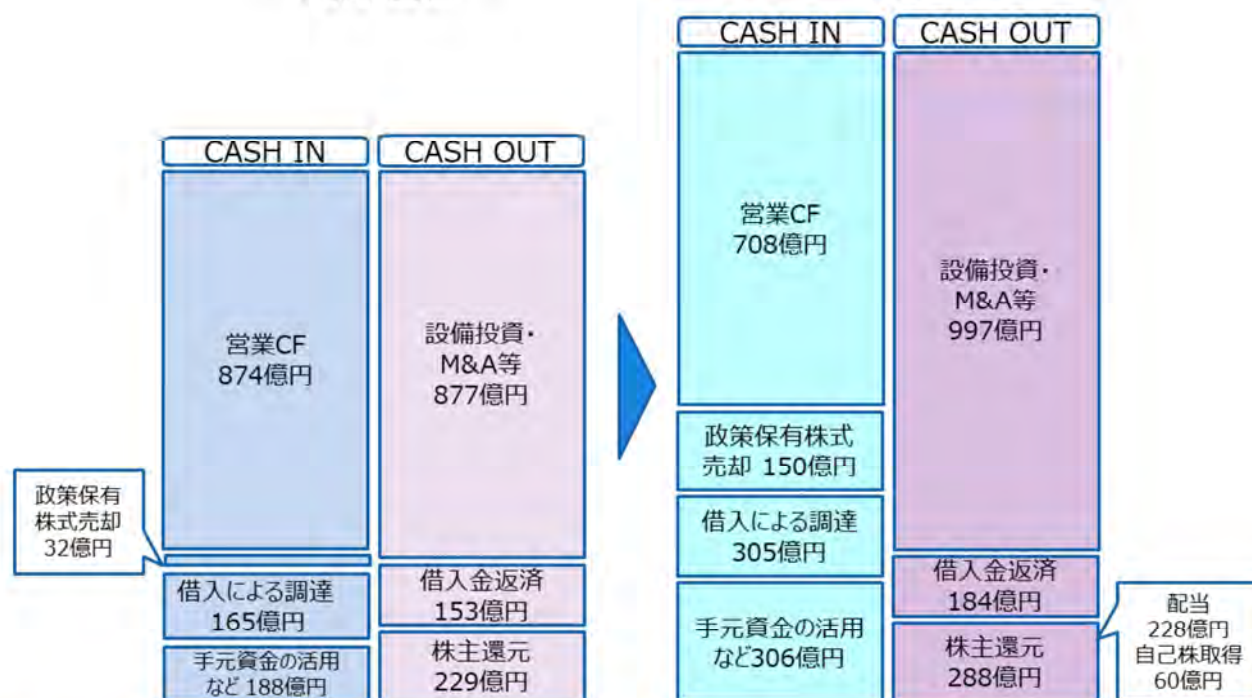
32

- 中計期間の投資計画と、当初計画との対比です。
- 宝酒造では建築に関わる人材の確保難による工期の遅れがありますが、投資自体は後ろ倒しで実施する計画であり、宝酒造インターナショナルグループの増加は先にご説明した通りです。
- 宝グループ連結で中計計画値の877億円を上回る、997億円の投資を実施する計画です。

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



33

- 中計期間のキャッシュアロケーション予想と、中計計画値との対比です。
- 左が中計計画値、右が現在の予想となります。
- 営業キャッシュフローは計画値を下回る見通しですが、政策保有株式の売却や借入による調達、手元資金の活用などを増加させることで、M&A等の投資や自己株式の取得による株主還元は、計画を上回って実施します。

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%	・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%	・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%	・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）

34

- ROE・ROIC予想と、中計計画値との対比です。
- 2026年3月期のROE予想は6.5%で、中計計画値を下回る見通しです。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ことによるものです。
- ROICの予想も4%で中計計画値を下回る見通しで、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のの、税引後営業利益が計画を下回ることによるものです。
- 事業別ROICでは、宝酒造が計画を上回るものの、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では計画を下回る見通しです。

IV. 2026年3月期事業戦略

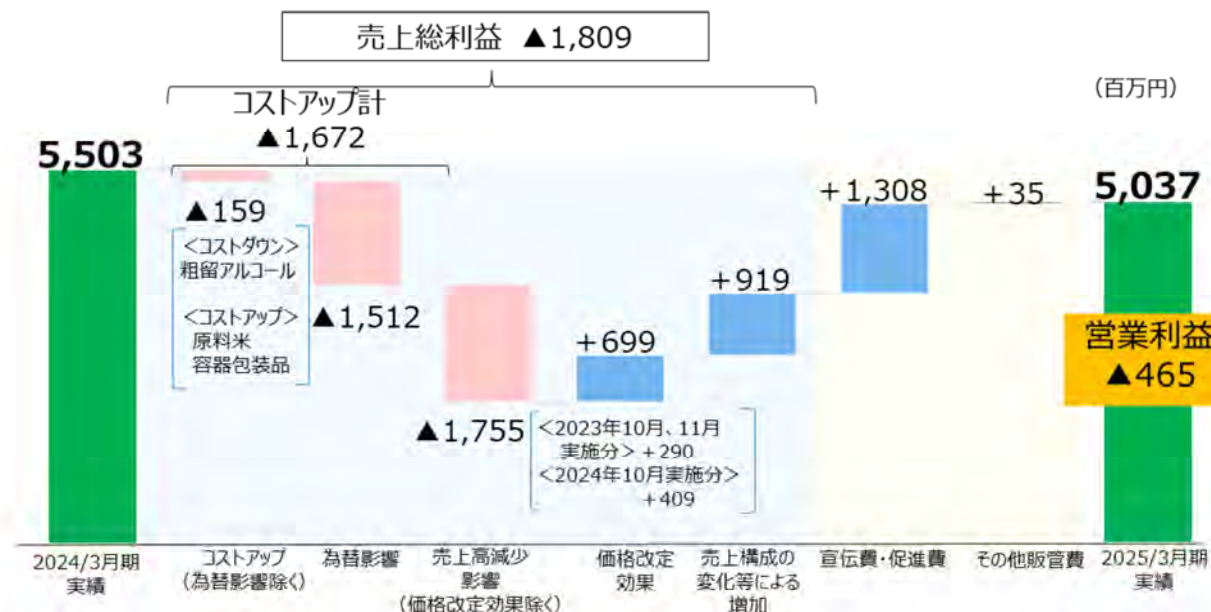
1. 宝酒造

- 次に2026年3月期の事業戦略について事業別にご説明します。
- はじめに宝酒造です。

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）



- 最初に2025年3月期の営業利益実績の前期対比での増減分析です。
- 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・促進費を削減したものの営業利益は減益となりました。

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）



- 続きまして2026年3月期、当期予想の対前期での増減分析です。
- 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です。

2026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 ～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

- ここから宝酒造の全体方針、重点テーマについてご説明します。
- 2026年3月期の全体方針は、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ことです。
- 重点テーマは、「重点ブランド」、「食品調味料」、「輸出用」を強化し、利益・利益率を改善すること等、ご覧の4つであります。

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

	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

(百万円)

- まず重点ブランドの売上拡大についてご説明いたします。
- 2025年3月期の重点ブランドの売上高は前期比プラス1.5%で、売上総利益は為替影響などのコストアップにより、マイナス1.2%で着地しました。
- 2026年3月期の売上高はプラス6.6%、売上総利益はプラス7.3%を計画しております。

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

- 2025年3月期の重点ブランドの売上構成比は38.8%であり、2026年3月期は、売上総利益率の高い重点ブランドの構成比を41%まで引き上げることで、全体での利益率向上に取り組んでまいります。

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「霽」

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「霽」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「霽」：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「霽」と甘さひかえめニーズに応える「霽」<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



- ここから、各重点ブランドの育成計画についてご説明します。
- 重点ブランドの基幹商品であるタカラ「焼酎ハイボール」では、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し、5%シリーズのラインアップとして、基幹フレーバーである<ドライ>を新発売することで、新規ユーザーを獲得してまいります。
- 松竹梅白壁蔵「霽」では、お米うまれのフルーティーでやさしい甘みの「霽」と、甘さひかえめニーズに応える「霽CLEAR」で動画配信を行い、新規ユーザーを獲得してまいります。

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%）

(旧)



(新)



「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%）

(旧)



(新)



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



42

- 伸長するノンアルコール、低アルコール市場に向けては、タカラ「辛口ゼロボール」や「発酵蒸留サワー」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してまいります。

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%）



※業務用ルート先行発売

＜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



43

- また、松竹梅「昴」や松竹梅「瑞音」等、和酒における“香り”や、“炭酸割り”といった、新市場の創造に向けた商品も育成してまいります。

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

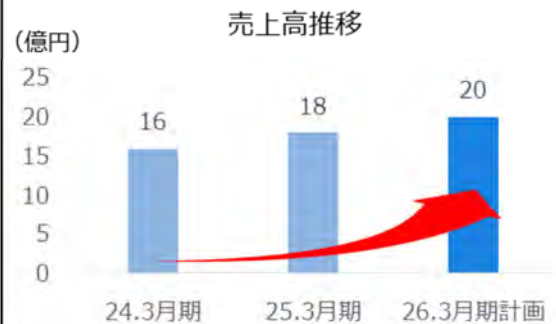
■用途

- ・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



- こうした重点ブランドの育成に加え、拡大する中食市場に向けて、利益率の高い「だし」の強化を進めてまいります。
- だしは惣菜や加工食品に適したBtoB向けの食品規格の調味料であり、中食市場における惣菜、おにぎり等や、外食における麺類のつゆ等に用いられています。
- 当社の製品は、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ている点が特長であり、年々売上を拡大しております。

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

- 宝酒造の強みは、東西2箇所に調味料カスタマーセンターを設置し、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」できることです。この機能を活用し、新規顧客の開拓を推進してまいります。

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か年 168アイテム

- 最後にコスト削減と資本効率の向上に向けた取り組みです。
- コストアップへの対応と商品育成原資の創出に向け、CO₂削減と連動したコスト削減や、廃棄ロス等の削減、老朽化設備更新にあわせた効率化などに取り組みます。
- 資本効率の向上に向けては、棚卸資産回転日数の短縮や、商品統廃合に取り組んでまいります。

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

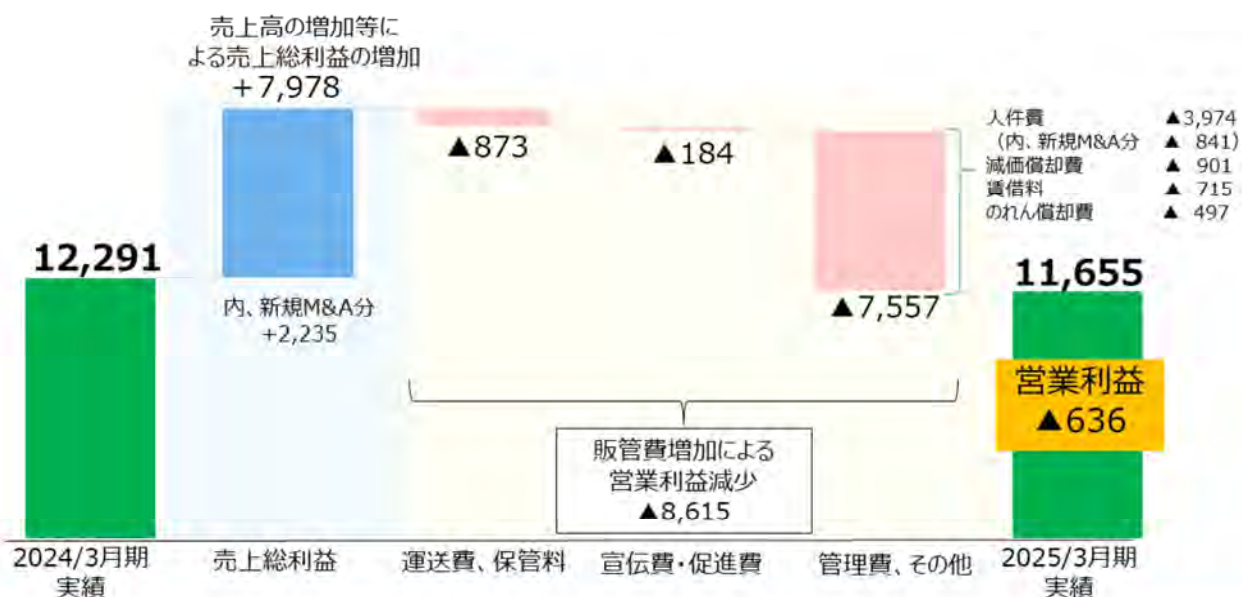
➤ 続いて宝酒造インターナショナルグループの事業戦略をご説明します。

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)



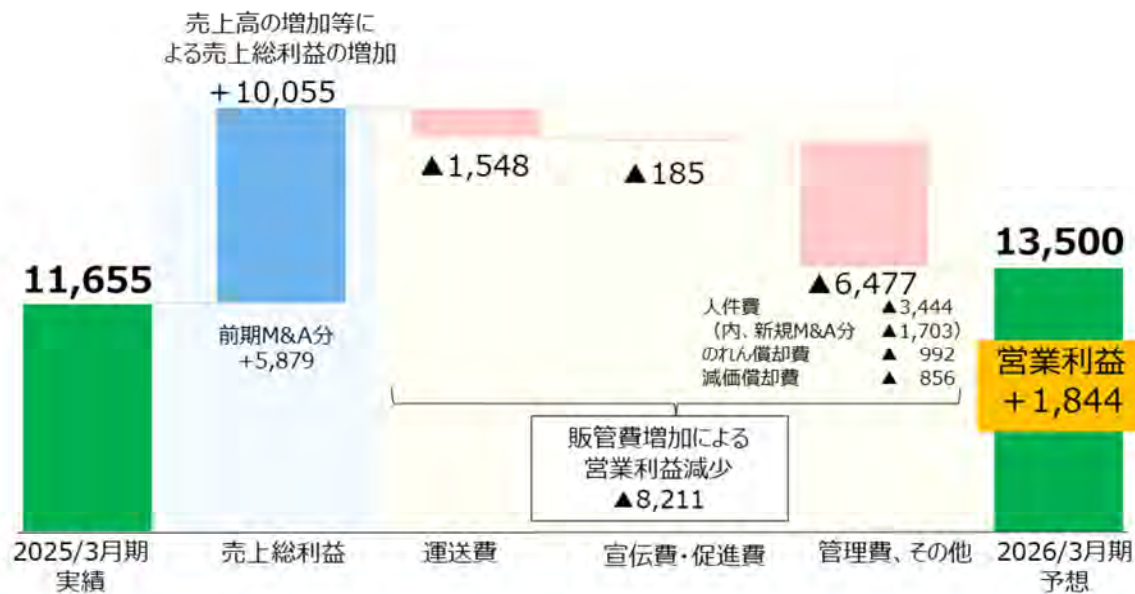
- こちらもはじめに、2025年3月期営業利益実績の前期対比での増減分析です。
- オーガニックの売上高の増加に加えてM&A効果もあり、売上総利益が増加するものの、人件費など販管費の増加額が上回り、営業利益は減益となりました。

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)



- 次に2026年3月期予想の対前期での増減分析です。
- 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、営業利益は増益となる見通しです。

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

- 宝酒造インターナショナルグループの全体方針は、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ことです。
- 重点テーマは、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こと等の3つであります。

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

(百万円)

営業利益

553

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>

- 「澪」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「パークレー蔵」（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



51

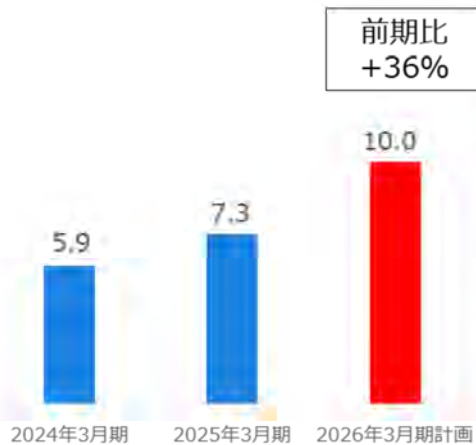
- 海外酒類事業の和酒の事業方針は、宝酒造および海外グループ会社とのシナジーの最大化を図り、和酒事業の飛躍的拡大を目指すことです。
- 重点テーマは、「澪」では、重点4エリアに最注力し、更に、海外食材卸各社との連携により拡大を図ること等、ご覧の5つであります。

海外酒類事業（和酒） 取り組み計画 「霽」の育成

メインルートの料飲店に加え、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%	・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



52

- 最初に「霽」の育成です。
- メインルートの料飲店に加え、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してまいります。
- 2026年3月期の「霽」の輸出は、36%増の10万C/Sとする計画で、そのために重点4エリアにおいて量販店への取り組みを進めます。

海外酒類事業（和酒） 取り組み計画 「霽」の育成

販売構成比の高い米国において、「霽」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

- ・「霽」「霽」〈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



【西海岸・新規】



【東海岸・継続】



- 特に販売構成比の高い米国においては、「霽」150mlによるトライアルユーザーの獲得や、新たなメジャーリーグ球団とのスポンサー契約を実施することで「霽」の認知を高め、米系量販チェーンへの新規導入を推進してまいります。

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」<生酛純米>
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%）

- トラディショナルな和酒の商品開発においては、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してまいります。
- 和酒全体の輸出売上高は、前期比20%増の13億5,000万円を計画しております。

海外酒類事業（和酒）イノベーティブな和酒の商品開発

海外日本食材卸会社と共同開発し、現地ニーズを捉えた、海外でトレンドの缶入りSAKE、人気の和素材「ゆず」を使用したカクテル用高アルコールリキュールを発売

宝酒造

宝酒造
インターナショナル
グループ



松竹梅 SAKE CAN「そら」
Junmai SAKE 180ml

タザキフーズ社
との共同開発

2025年6月
輸出開始予定

英国向け

- ・トライアルしやすい容量
- ・まろやかでリッチな味わいの「純米酒」
- ・缶入りで発売することによるリサイクル訴求



JAPANESE YUZU LIQUEUR
「ゆずは」700ml（アルコール分43度）

ミューチャル
トレーディング社
との共同開発

2025年8月
輸出開始予定

米国、欧州向け

- ・独自の京都産柚子浸漬酒と、柚子果皮エキスを開発し、濃厚な柚子の香りを実現



55

- イノベーティブな和酒の商品開発においては、海外日本食材卸会社と共同開発し、現地ニーズを捉えた、海外でトレンドの缶入りSAKE「そら」や、人気の和素材「ゆず」を使用したカクテル用高アルコールリキュール「ゆずは」を発売する計画です。

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

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

<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>



56

- イノベーティブな和酒の拡大を進める上で欠かせないのが、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している米国宝酒造です。
- 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と、米国で長らく親しまれている現地産の商品の販売を強化してまいります。

海外酒類事業（和酒） 米国宝酒造 ブランド強化

バ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、テイスティングルームの集客力を向上

●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>



●テイスティングルームの集客力アップ（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

- この米国宝酒造では、バークレーの酒蔵としての存在感強化のため、和のテイストを取り入れた外観リニューアルを行い、テイスティングルームの集客力を向上させていきます。

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



58

- 続いて、海外日本食材卸事業です。
- 事業方針は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ことです。
- 重点テーマは、和酒・水産品を差異化商品のコア商材と位置付け、新規グループ会社を活用した品揃えの拡充と管理体制の強化等、ご覧の3つを掲げています。

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

◇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%）
-------------------------	------------------

- 和酒においては、澪を中心に和酒の魅力を各地域で発信し、売上高前期比プラス10.6%を計画しています。
- また、海外日本食材卸会社5社での澪の販売数量は2.6万ケースを計画しております。

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

- 水産品においては、新たな顧客と市場を開拓し、売上高前期比プラス9.1%を計画しています。
- 今後も、新たにグループに迎え入れた築地太田グループ、ドイツのカーゲラー社による水産品調達における強みを活かし、グループ各社の販売力を活用したシナジーを創出していきます。

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 

- 北米、欧州エリアにおける売上拡大戦略をまとめますと、
- 和酒、水産品の強化に加えまして、北米では鮮魚および和牛販売網の拡充や小売向け商品の拡充と販売ルートの開拓、差異化商品を活用した新規アカウント獲得等に取り組めます。
- 欧州では、4社の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等に取り組んでまいります。

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



- 洋酒の事業方針は、「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ことです。
- トマーチンでは、量販店向け中低価格帯製品の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に、ブラントンでは「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育成の継続・徹底を進めてまいります。

トランプ政権の相互関税による影響と対応の方向性

- ・ミューチャルトレーディング社（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

・ミューチャルトレーディング社 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

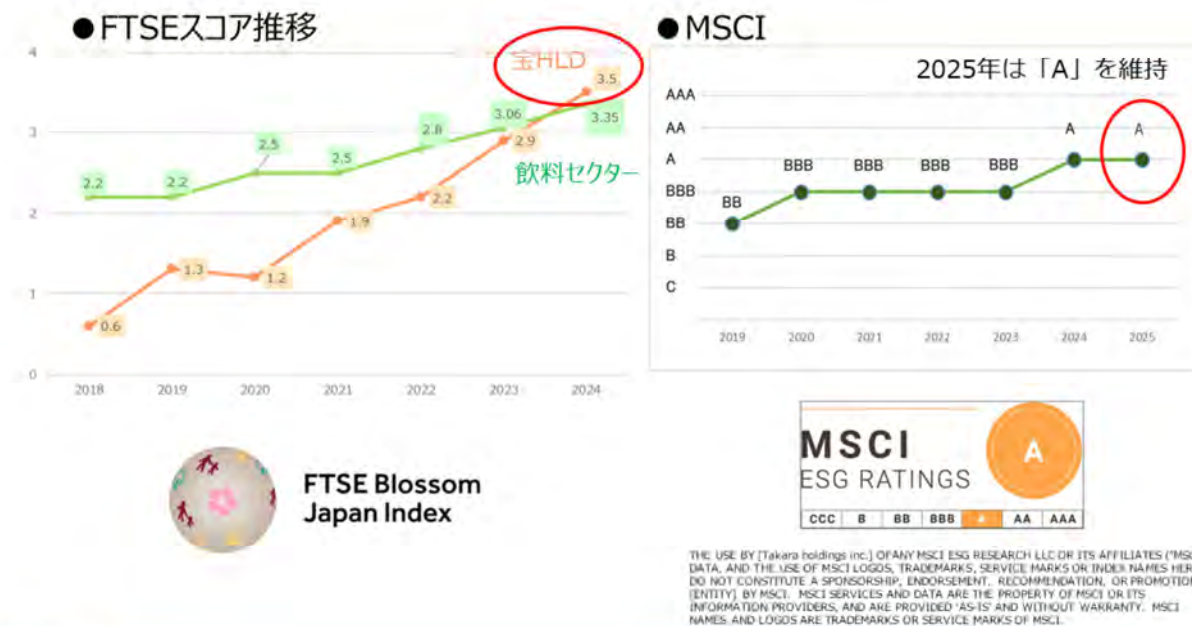
- 最後にトランプ政権の相互関税による影響と対応の方向性についてご説明いたします。
- 米国で日本食材卸事業を行うミューチャルトレーディング社は、米国内での仕入が70%を占めており、米国以外からの仕入れは30%です。これらにより、関税によるコストアップは約38億円を見込んでおります。対応策としては適時適切に価格改定を実施していく方針であります。また、その他の海外日本食材卸各社、海外酒類事業への影響は軽微であると考えております。
- 但し、相互関税により米国でのインフレが予想されるため、米国内での消費鈍化が懸念事項であると認識しております。

V. サステナビリティ

- 最後にサステナビリティ関連のトピックスをご紹介します。

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



- 当社グループはFTSEを基準にESGへの取り組みを推進し、2024年には、初めて飲料セクターの平均3.35を上回る3.5点を獲得いたしました。
- MSCIでは2025年3月時点で格付け「A」を維持しております。



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>黒壁蔵の太陽光パネル</p>

- また、各マテリアリティの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のさらなる向上を目指しております。
- ご覧の事例は、宮崎県の黒壁蔵のものです。
- 2025年2月から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%化を達成しました。
- さらにボイラー燃料を重油からLNGへ転換し、CO2排出量を削減しております。

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 style="text-align: right;">設立40周年</p> <p>・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> <p>＜助成件数・助成累計額（39年間累計）＞ 助成件数：のべ422件 助成累計金額：1億9,941万円</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <p style="text-align: center;">助成金贈呈式の様子</p>

- また、当社グループは、1985年に公益信託「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しており、このたび当ファンドは設立40周年を迎えました。これまでの累計助成件数は、のべ422件にのぼります。

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

「笑顔」は人生の宝。
宝ホールディングス株式会社は、宝酒造株式会社（和酒・日本食）とタカラバイオ株式会社（バイオ事業）を通じて、人々の豊かな食生活と、医療・健康領域における価値の創出に貢献しています。
宝ホールディングス株式会社は、宝酒造株式会社とタカラバイオ株式会社を100%子会社として保有しています。
宝ホールディングス株式会社は、宝酒造株式会社とタカラバイオ株式会社を通じて、人々の豊かな食生活と、医療・健康領域における価値の創出に貢献しています。
宝ホールディングス株式会社は、宝酒造株式会社とタカラバイオ株式会社を通じて、人々の豊かな食生活と、医療・健康領域における価値の創出に貢献しています。

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



➤ 宝グループは世界の人々に和酒・日本食を通じて豊かな食生活をお届けし、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～」を実現していきます。

➤ これで、私からの説明を終わります。ご清聴ありがとうございました。

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	耐	31,801	▲ 2,522	▲ 7.3	452	+1.4
清酒	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
その他の酒類		5,068	▲ 382	▲ 7.0	▲ 62	▲ 1.2
本みりん		9,796	70	+0.7	72	+0.7
その他の調味料		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
		増減	率(%)	増減	率(%)	前期比
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
その他の	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	
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	
その他の	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USD	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
IIZ*・インターナショナル（米国）	千USD	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
タギキフーズ（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USD	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AUD	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
その他の酒類		4,927	▲ 141	▲ 2.8
本みりん		9,745	▲ 51	▲ 0.5
その他の調味料		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	50
	連結消去	▲ 3,301	7,549	-	▲ 5,091
売上高		214,600	28,796	+15.5	
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
	その他の酒類	2,694	▲ 133	▲ 4.7
	本みりん	4,644	▲ 90	▲ 1.9
	その他の調味料	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US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
I・I・インターナショナル（米国）	千US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US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（蒙州）	千AUS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