

宝ホールディングス株式会社(2531) 会社説明会

2025年9月2日
宝ホールディングス株式会社

本日の内容

1. 宝グループの概要
2. 中期経営計画2025進捗
3. 国内事業
4. 海外事業
 - 3-1. 海外酒類事業
 - 3-2. 海外日本食材卸事業
5. バイオ事業
6. サステナビリティ
7. 株主還元および政策保有株縮減に向けた今後の方針

本日の内容

1. 宝グループの概要
2. 中期経営計画2025進捗
3. 国内事業
4. 海外事業
 - 3-1. 海外酒類事業
 - 3-2. 海外日本食材卸事業
5. バイオ事業
6. サステナビリティ
7. 株主還元および政策保有株縮減に向けた今後の方針

宝グループの概要

社名： 宝ホールディングス株式会社
創業： 1842（天保13）年
設立： 1925（大正14）年9月6日
上場市場： 東証プライム市場（証券コード： 2531）
本店所在地： 京都市下京区四条通烏丸東入
代表者： 取締役社長 木村 睦
資本金： 13,226百万円
従業員： 5,729名（グループ連結／2025年3月末現在）
連結子会社： 68社（2025年3月末現在）
2025年3月期実績 連結売上高 3,626億円
連結営業利益 205億円

宝ホールディングス株式会社

宝酒造

国内事業



宝酒造インターナショナルグループ

海外事業



タカラバイオグループ

バイオ事業

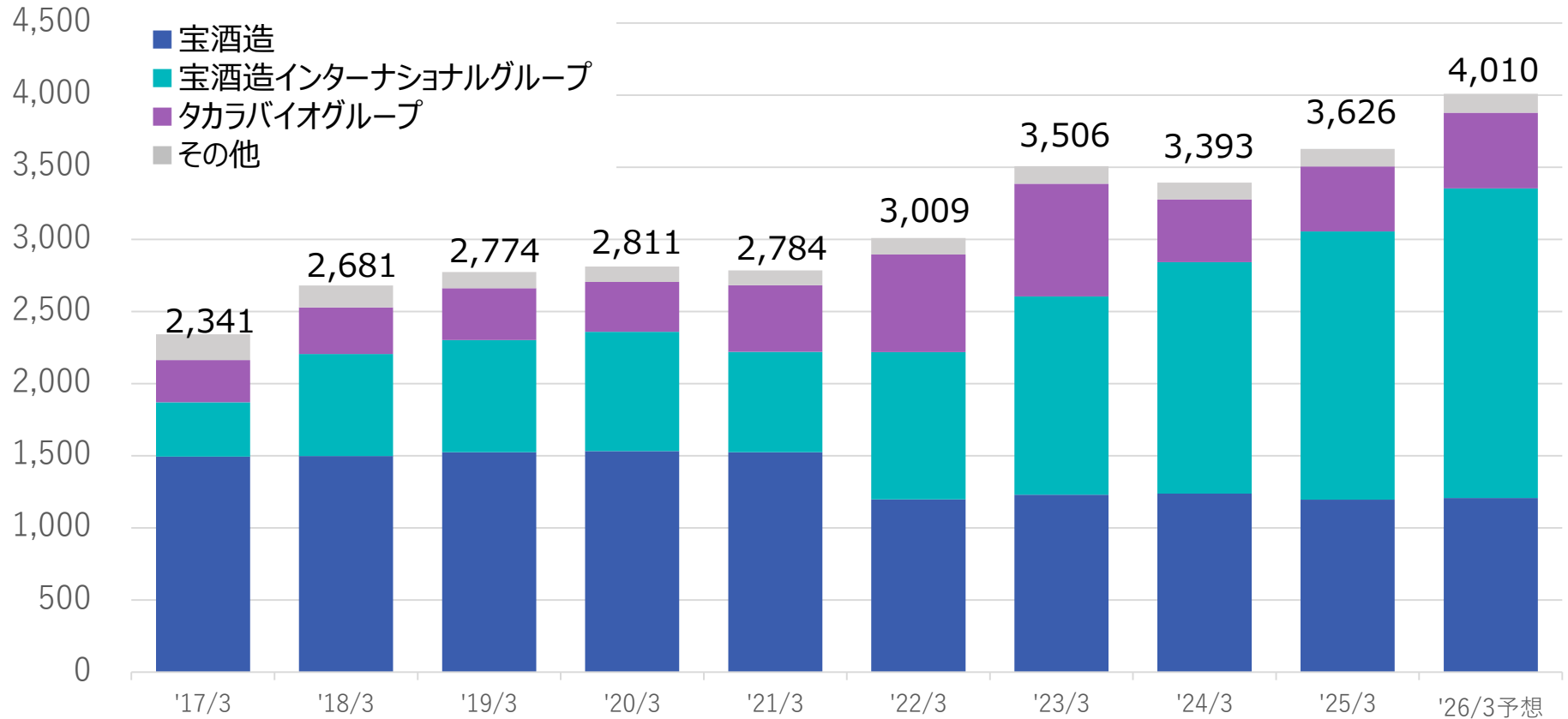


その他グループ会社

事業別売上高推移

グループ全体の売上高は、右肩上がりに推移している

(億円)



事業別営業利益の構成比の変化

海外事業の成長に伴い、宝酒造インターナショナルグループの構成比は60%を超える。
グループ全体の営業利益は、各事業の成長に伴い、過去10年で1.5倍以上に伸長

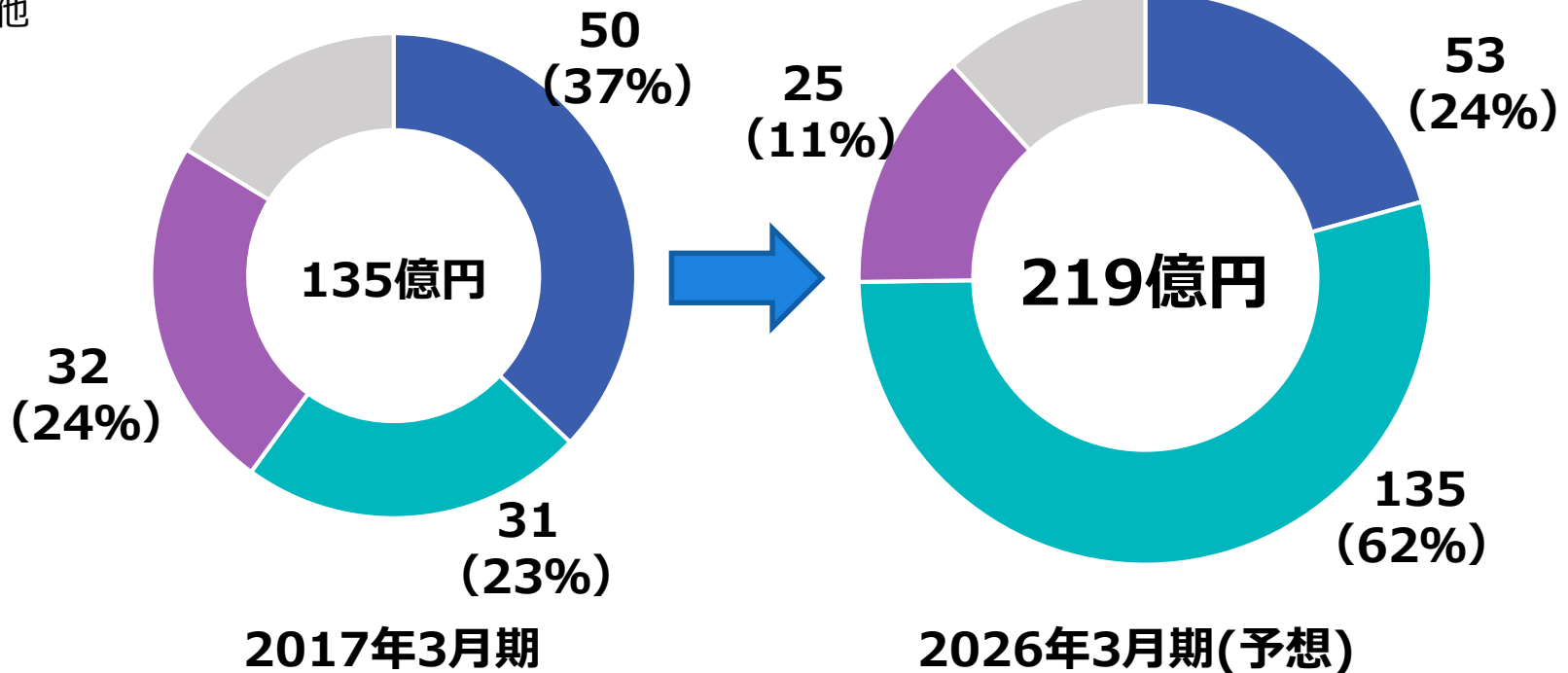
■ 宝酒造

■ 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

■ その他

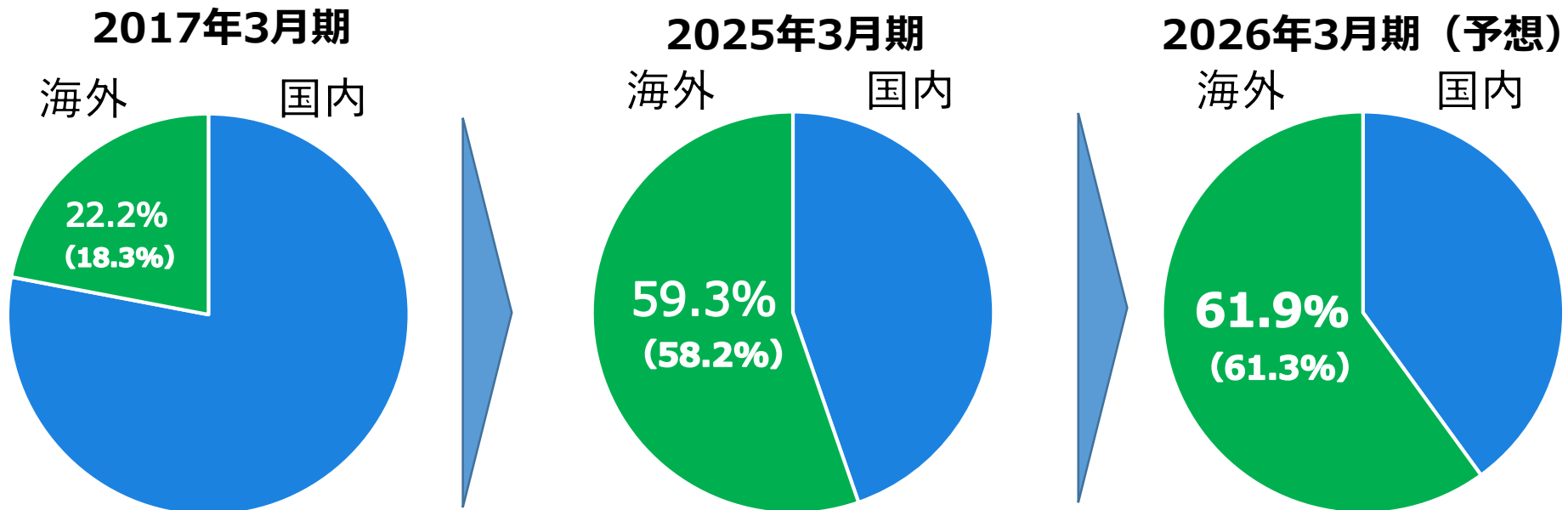
()は構成比



海外売上高比率の推移

宝グループの海外売上高比率は2017年3月期の22.2%から大きく拡大し、2025年3月期は59.3%。2026年3月期は60%以上を計画

◆宝グループの海外売上高比率



() はタカラバイオグループ除く

本日の内容

1. 宝グループの概要
- 2. 中期経営計画2025進捗**
3. 国内事業
4. 海外事業
 - 3-1. 海外酒類事業
 - 3-2. 海外日本食材卸事業
5. バイオ事業
6. サステナビリティ
7. 株主還元および政策保有株縮減に向けた今後の方針

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**

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

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)

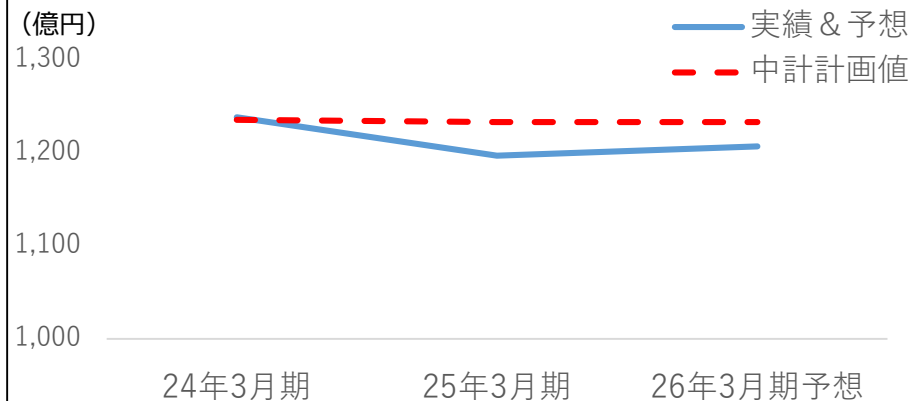
2026年3月期 事業別 業績予想 <中計対比>

(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

宝酒造 業績推移 <中計対比>

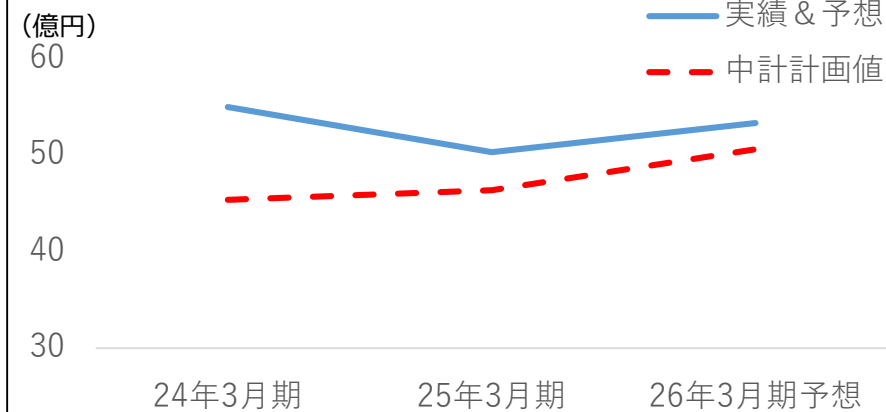
売上高



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

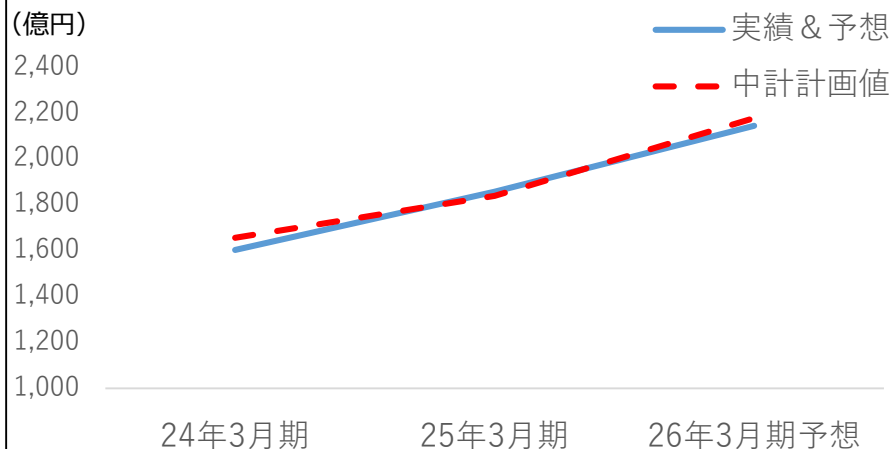


価格改定効果や、売上構成の変化などによる増加要因はあるものの、売上総利益では計画値をやや下回る見込み

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

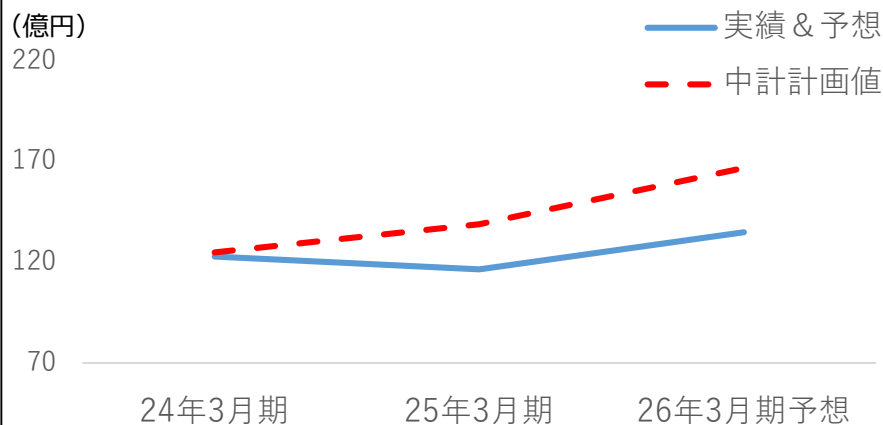
宝酒造インターナショナルグループ 業績推移 <中計対比>

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

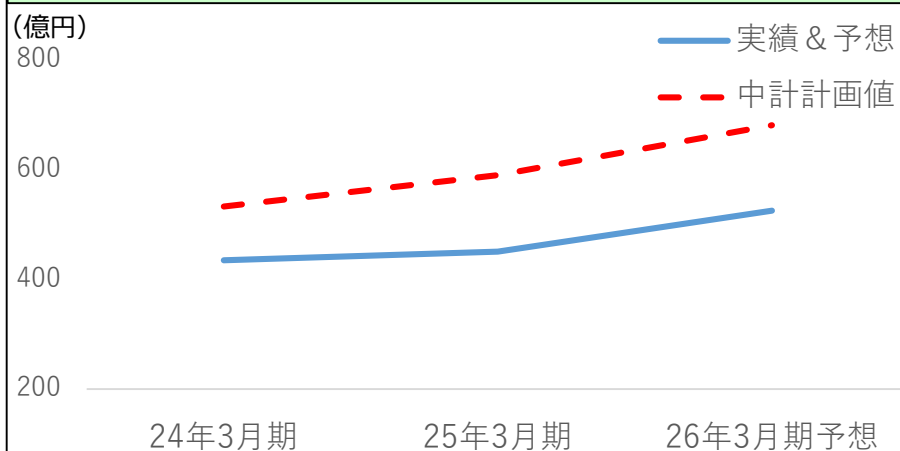
営業利益



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

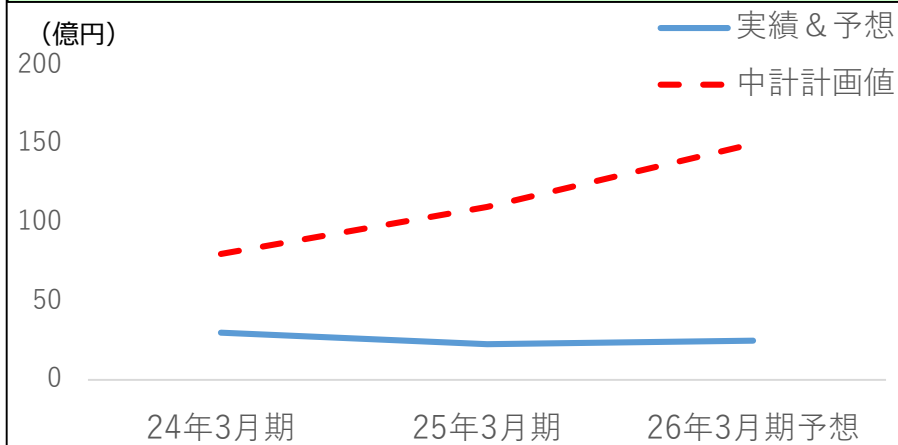
タカラバイオグループ 業績推移 <中計対比>

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ー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

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	

投資の主な内容

成長・強化領域での投資により、将来の成長に向けた基盤づくりを進める

	主な投資内容・計画	狙い
宝酒造	松戸工場、伏見工場、白壁蔵等における各種ライン更新など	・安全・安心な生産体制の構築 ・生産性向上
宝酒造 インターナショナル グループ	カーゲラー社等のM&A、 ミューチャルトレーディング社、 フーデックス社、コミンポート社の 倉庫の移転・拡張、新設他	・海外日本食材卸事業における、 新規グループ会社とのシナジー効果の創出、 拠点拡張による顧客基盤の拡大
タカラバイオ グループ	Curio社、ViSpot社のM&A、 遺伝子・細胞プロセッシング センター3号棟の建設	・Curio社、ViSpot社の製品サービスを 展開・拡充した、早期のシナジー創出 ・製造キャパシティの拡大

【宝酒造】 安全・安心を第一に考えた取り組みの継続

各工場における設備更新を計画



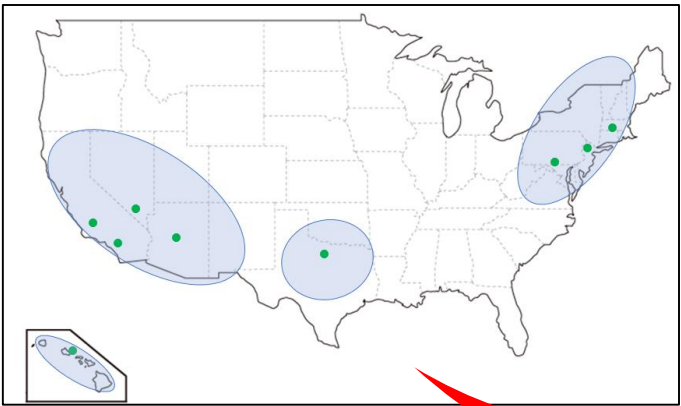
【宝酒造インターナショナルグループ】 海外日本食材卸事業 北米エリアにおける拠点拡大について

西海岸、東海岸が中心であったカバーエリアを、主要な都市圏まで拡大

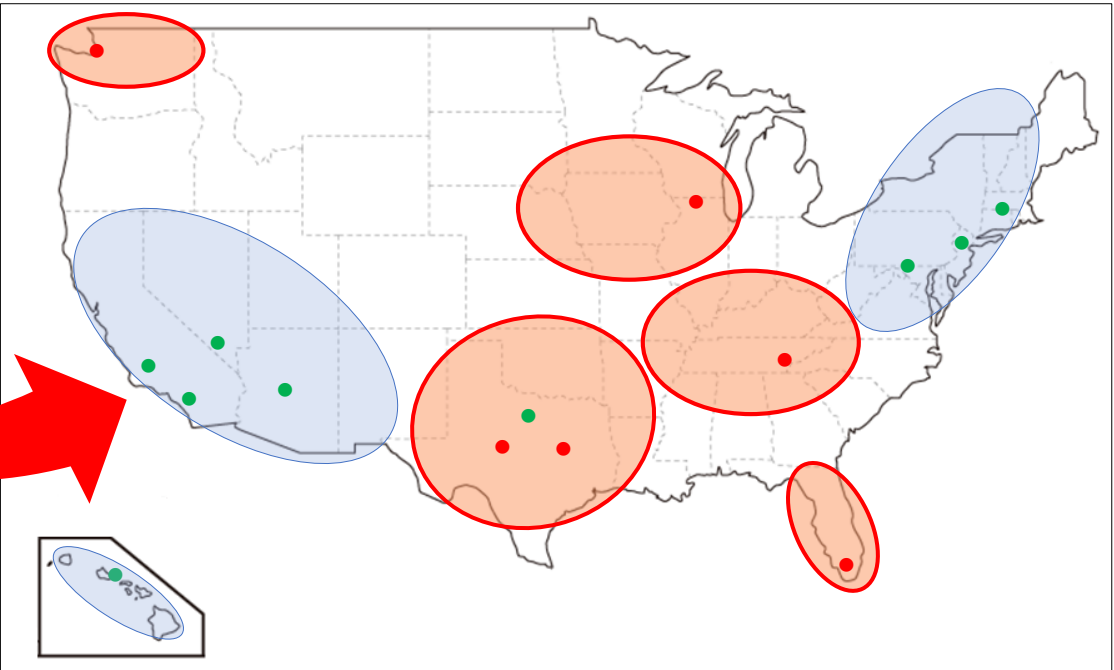
◇拠点数の推移

- …既存拠点 既存拠点のカバーエリア
- …新規拠点 新規拠点のカバーエリア

’20/03末時点



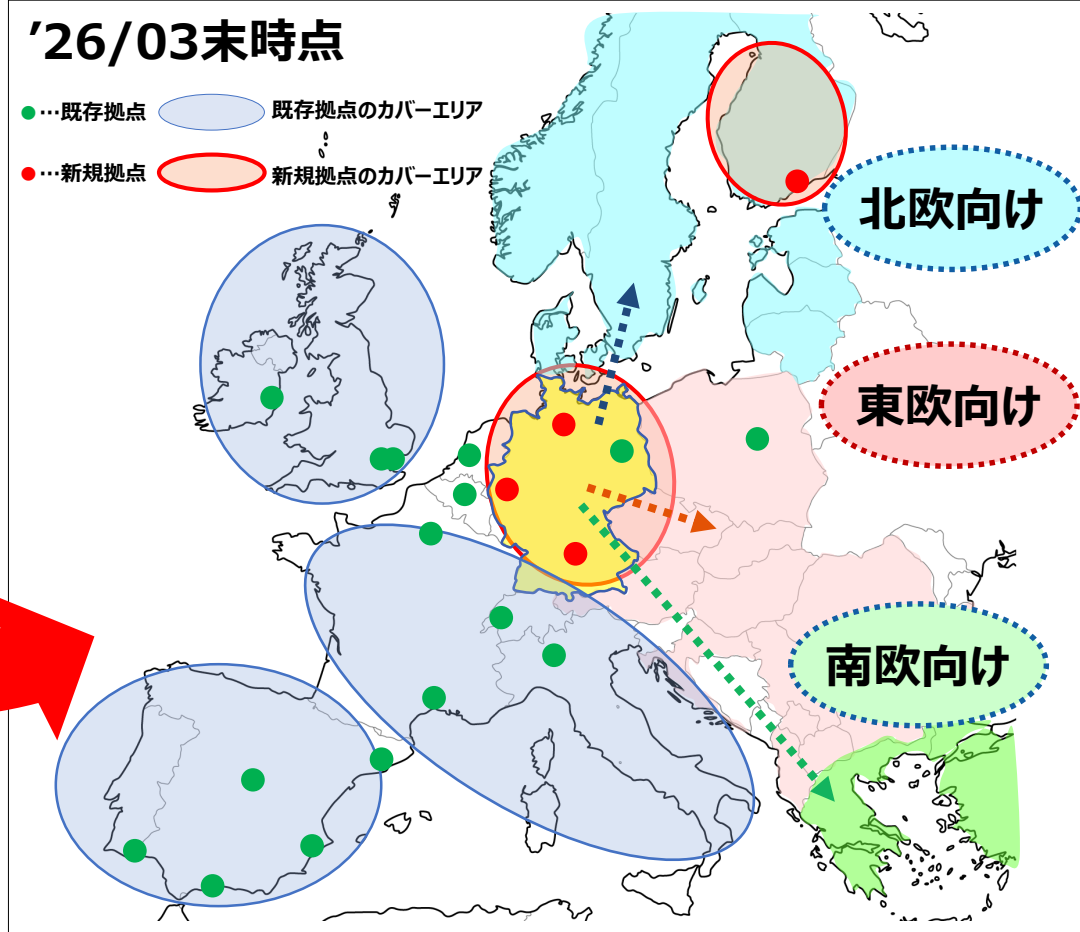
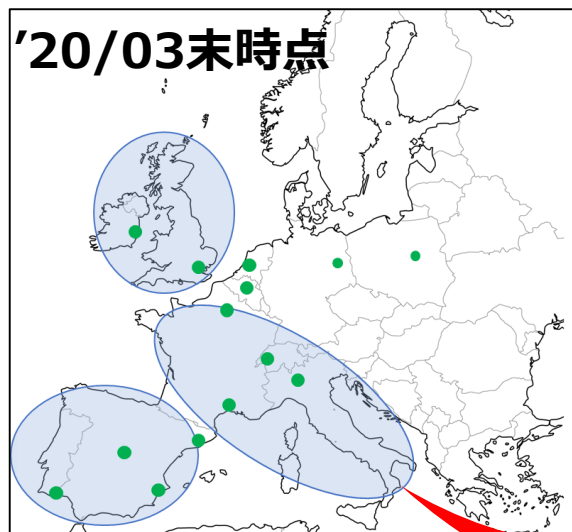
’26/03末時点（一部計画含む）



【宝酒造インターナショナルグループ】 海外日本食材卸事業 欧州エリアにおける拠点拡大について

2024年に新たにドイツ、北欧に拠点を拡充。また、ドイツのカーゲラー社が欧州各国へ展開している取引先ネットワークを活用することで、東欧・北欧・南欧の新規市場の開拓を加速

◇カバーエリアの推移



【タカラバイオグループ】 Curio社株式取得

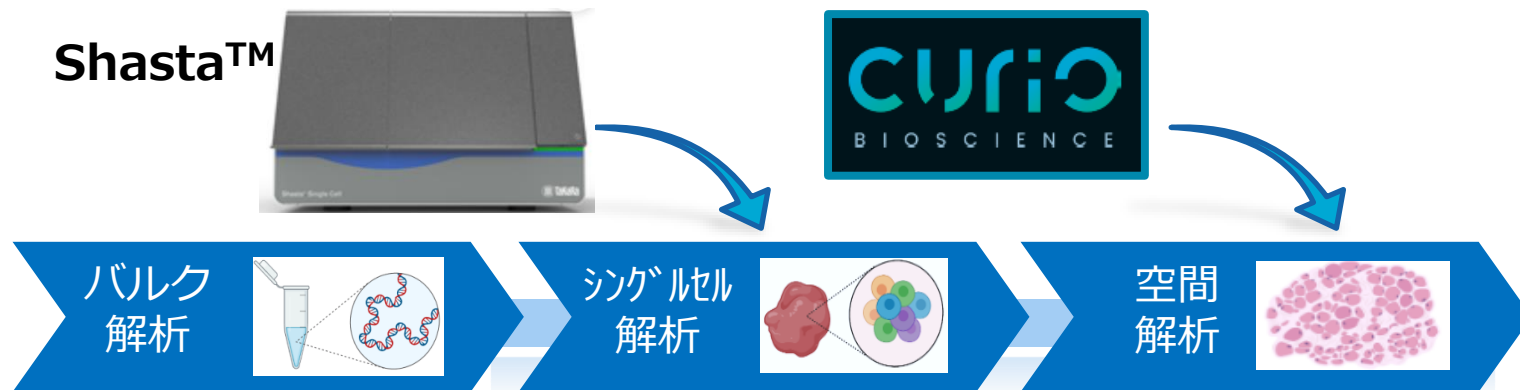
Curio社（米）製品の速やかな市場投入と、空間解析受託とのシナジー効果を最大限活用、特にNGS *関連製品を拡大

* **NGS**

次世代シーケンシング（Next Generation Sequencing）
迅速かつ低コストで大量のDNAまたはRNAの塩基配列を解析する技術

Curio社の空間解析技術

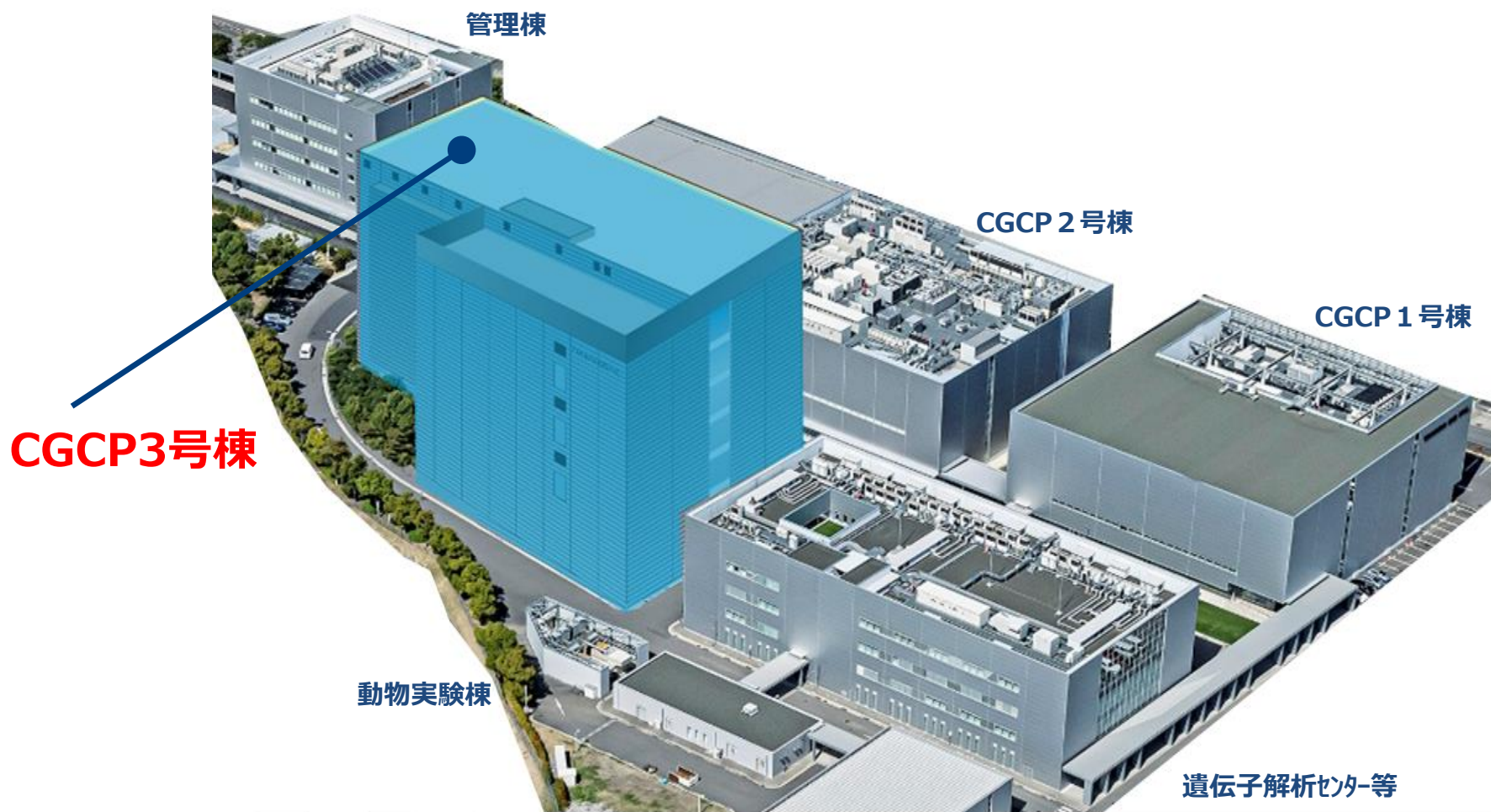
- シングルセル解析結果に位置情報を付加することができる**Trekker技術**
- 多様な生物種での高解像度な空間トランスクリプトーム解析を可能とする **Seeker技術**



遺伝子・細胞プロセッシングセンター（CGCP）3号棟の建設

ワクチン製造拠点と部素材等製造拠点の役割を持つデュアルユース施設

2024年5月着工/2027年竣工予定



滋賀県草津市の本社事業所内

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

CASH IN	CASH OUT
営業CF 874億円	設備投資・ M&A等 877億円
借入による調達 165億円	借入金返済 153億円
手元資金の活用 など 188億円	株主還元 229億円

政策保有
株式売却
32億円



CASH IN	CASH OUT
営業CF 708億円	設備投資・ M&A等 997億円
政策保有株式 売却 150億円	
借入による調達 305億円	
手元資金の活用 など306億円	借入金返済 184億円
	株主還元 288億円

配当
228億円
自己株取得
60億円

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

ROIC改善に向けた取り組み

収益力をさらに高めることに加え、効率性の改善にも積極的に取り組んでいく

	取り組み内容
宝酒造	・重点ブランドの育成（商品ミックスの改善） ・設備投資による生産の効率化 ・社内在庫の削減による運転資本効率の向上等
宝酒造 インターナショナル グループ	・和酒・日本食材卸事業の成長加速 ・新規連結会社を含めたシナジーの創出 ・運転資本の圧縮等
タカラバイオ グループ	・新規連結会社を含めたシナジーの創出 ・研究開発プロジェクトの選択と集中

本日の内容

1. 宝グループの概要
2. 中期経営計画2025進捗
- 3. 国内事業**
4. 海外事業
 - 3-1. 海外酒類事業
 - 3-2. 海外日本食材卸事業
5. バイオ事業
6. サステナビリティ
7. 株主還元および政策保有株縮減に向けた今後の方針

国内事業（宝酒造）

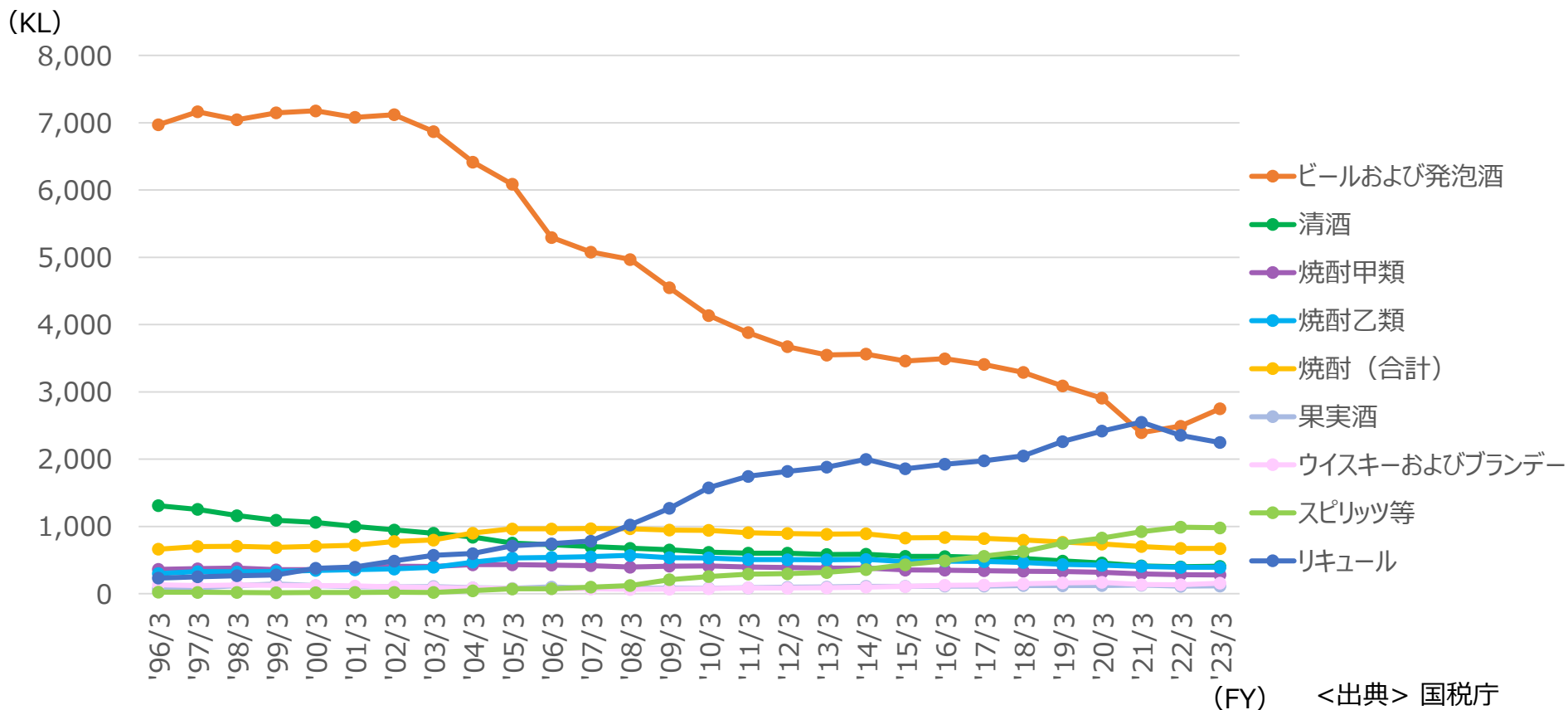
1842年京都・伏見で宝グループの祖業である酒造業を開始。
180年余りにわたって培った技術力と、新たな発想で多くのブランドを上市



事業環境

ビール類、清酒、焼酎等の減少が続く一方、リキュール、スピリッツ等に分類されるソフトアルコール飲料（RTD）は拡大が続く

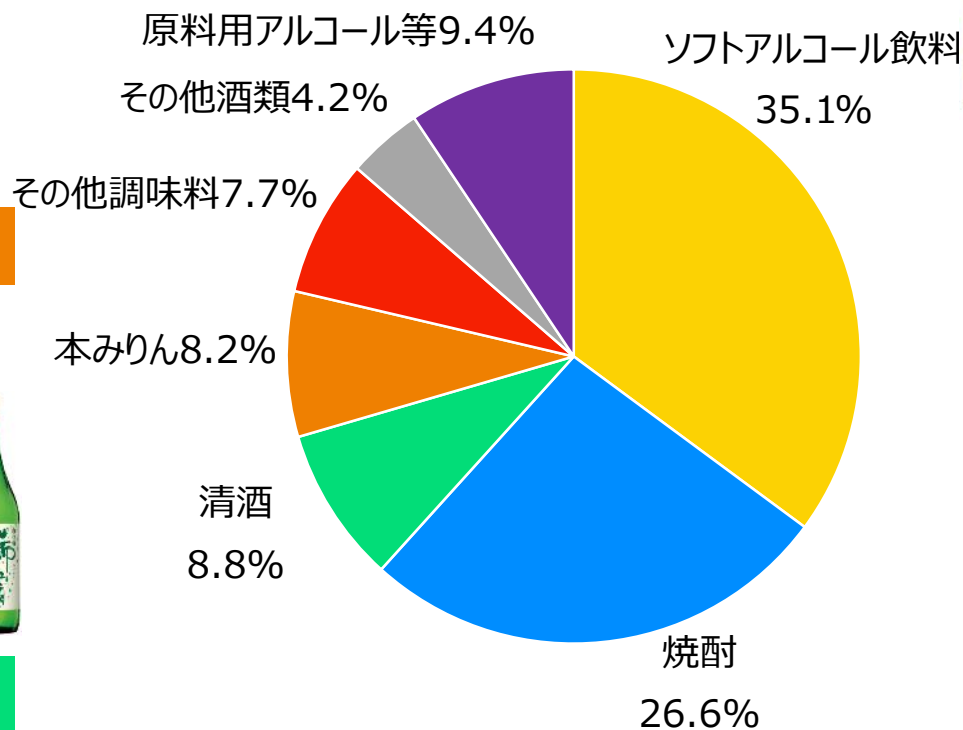
◆ カテゴリー別課税数量推移



商品紹介

タカラcanチューハイなどのソフトアルコール飲料や、焼酎、清酒、本みりんといった、日本の伝統的なお酒を中心に幅広いカテゴリーのアルコール飲料を製造・販売

◆ カテゴリー別売上構成比（2025年3月期）



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～

＜重点テーマ＞

- 「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	
	売上 構成比 (%)	売上 総利益率 (%)
宝酒造計	100.0	25.0
重点ブランド	38.8	28.4
その他	61.2	22.8



	2026年3月期 予想	
	売上 構成比 (%)	売上 総利益率 (%)
宝酒造計	100.0	26.0
重点ブランド	41.0	28.6
その他	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「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
“大衆酒場の世界感”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
2025年11月～1月予定



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%）



キービジュアル



＜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%）



メニューイメージ



＜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

本日の内容

1. 宝グループの概要
2. 中期経営計画2025進捗
3. 国内事業
- 4. 海外事業**
 - 4-1. 海外酒類事業
 - 4-2. 海外日本食材卸事業
5. バイオ事業
6. サステナビリティ
7. 株主還元および政策保有株縮減に向けた今後の方針

海外事業（宝酒造インターナショナルグループ）

海外酒類事業と海外日本食材卸事業の2つの事業を展開

◆海外酒類事業（和酒・洋酒）

2025年3月期売上高 235億円

日本からの輸出および海外での現地生産により、清酒「松竹梅」を中心とした和酒やウイスキーなどを世界各地域で提供



◆海外日本食材卸事業

2025年3月期売上高 1,647億円

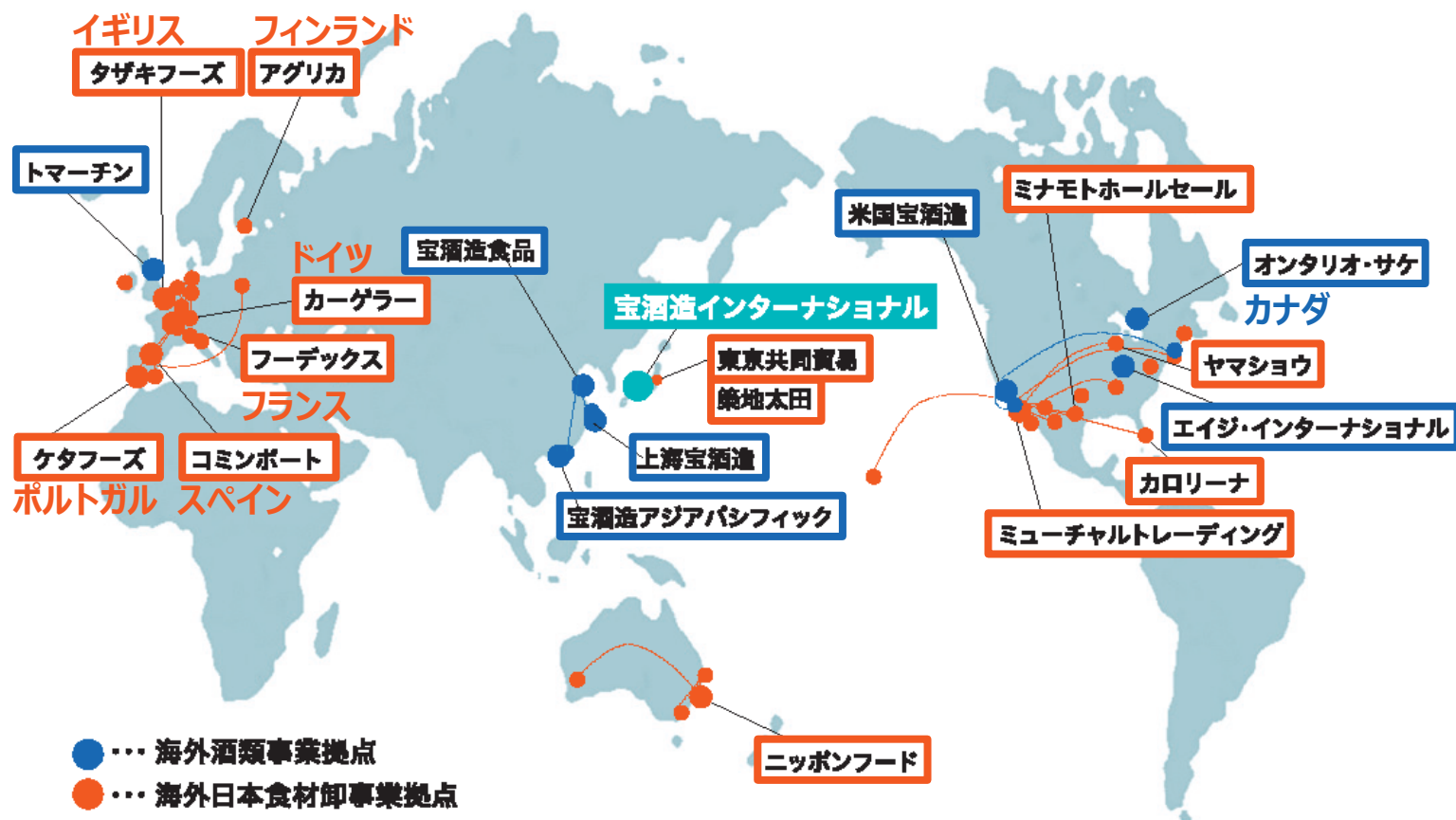
コメや寿司ネタなどの日本食材や清酒、調味料を日本食レストラン、小売店などに供給



海外事業の拠点

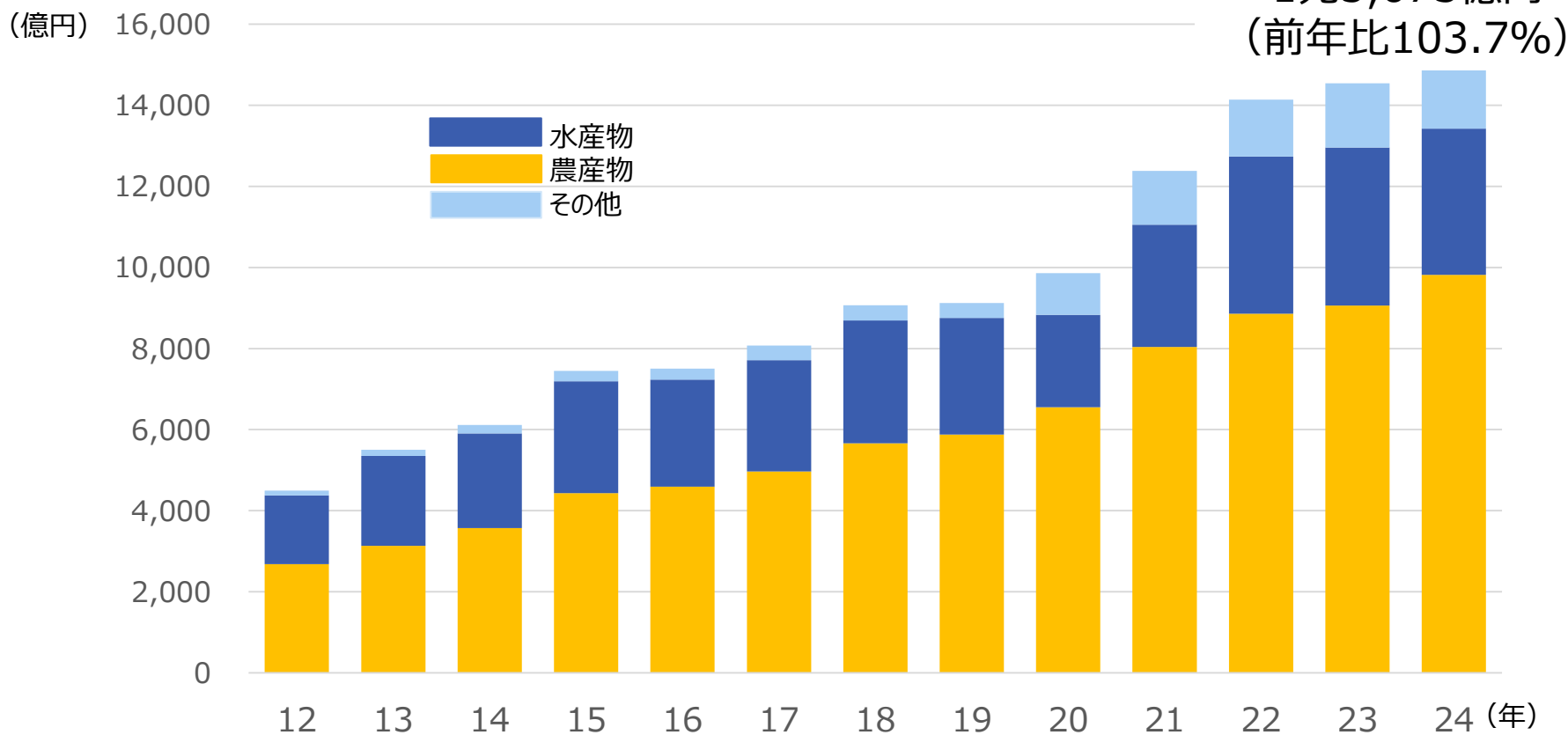
海外酒類事業ではアメリカ、中国、イギリス、カナダに製造拠点を保有。

海外日本食材卸事業ではアメリカ、ヨーロッパ、オーストラリアと世界に広がるネットワークを持つ



農林水産物・食品の輸出額は年々右肩上がりに増加。
2024年も前年比103.7%と伸長している

◇農林水産物・食品 輸出額の推移

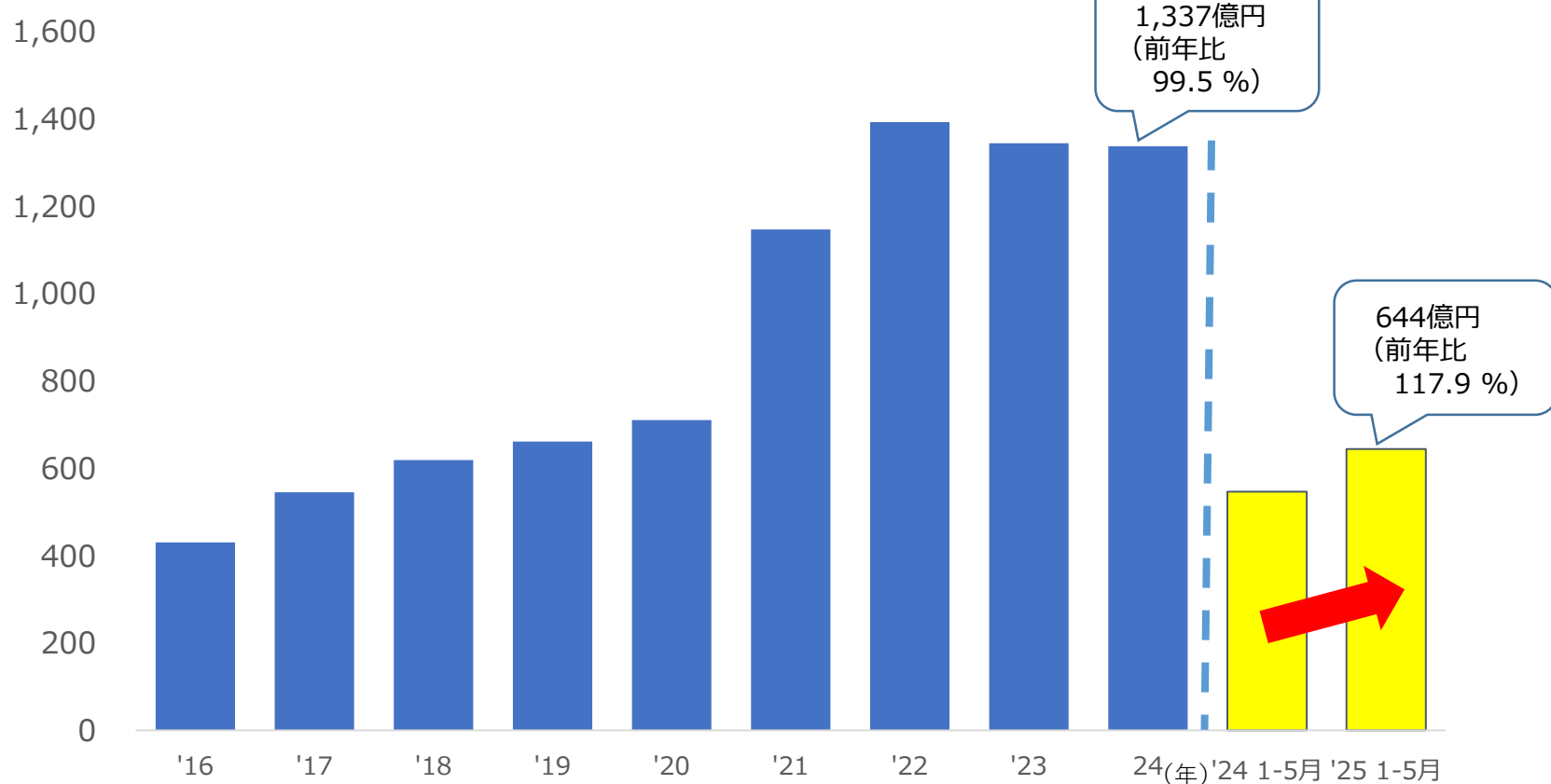


市場環境：輸出市場の伸長

2024年の日本産酒類の輸出額は前年を下回るものの、2023年と概ね同水準で推移。2025年1－5月の輸出額は644億円と前年比117.9%で推移

◇日本産酒類 輸出額の推移

(億円)

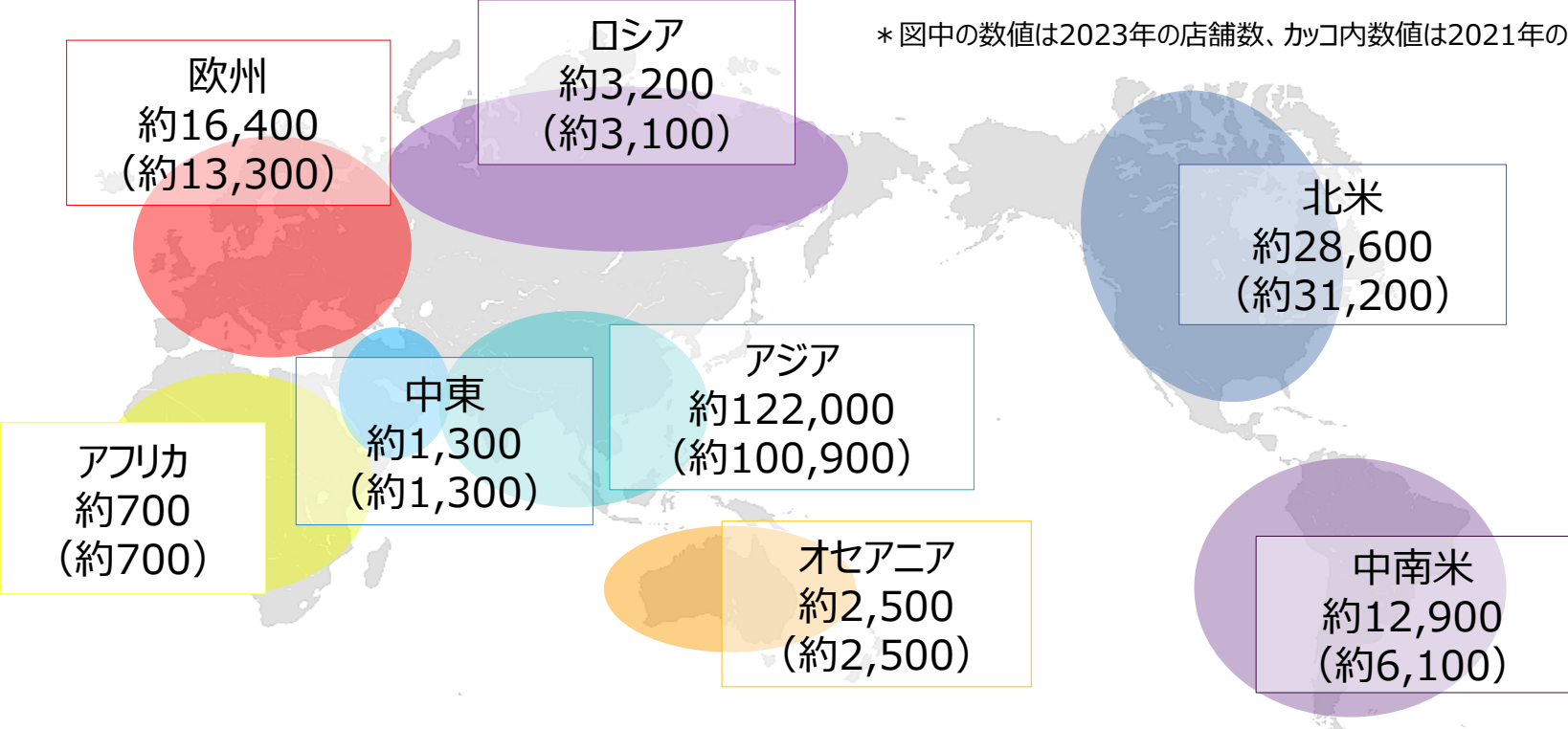


市場環境：海外日本食レストランの伸長

世界における日本食レストラン数は大きく伸長をしており、
10年前に比べ3.4倍に拡大している

<2013年> <2019年> <2021年> **<2023年>**
約55,000店 → 約156,000店 → 約159,000店 → **約187,000店**

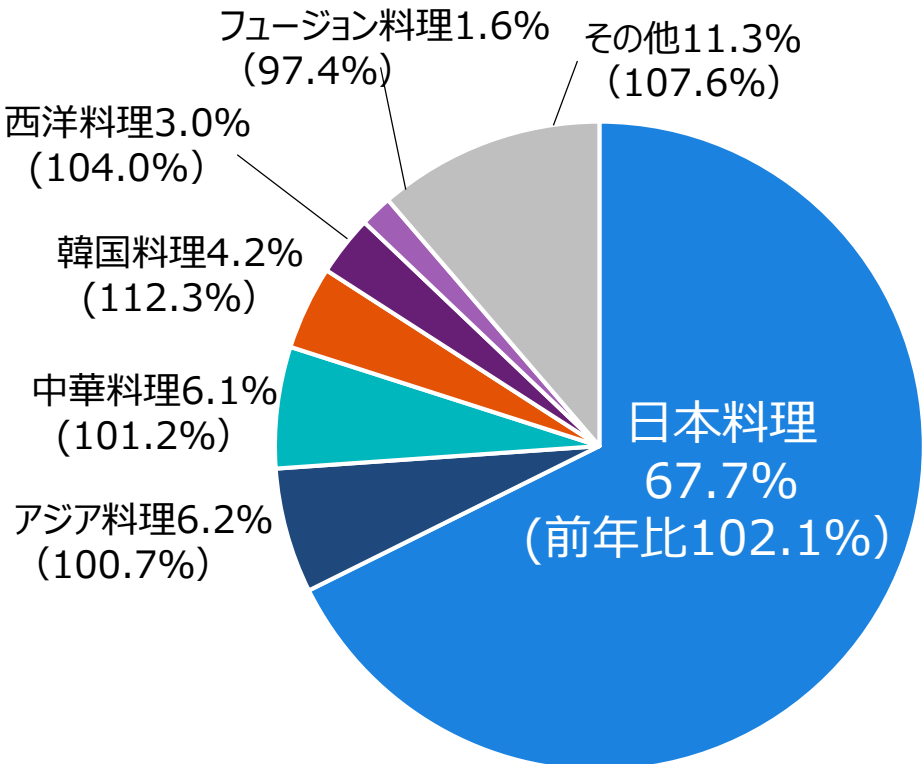
* 図中の数値は2023年の店舗数、カッコ内数値は2021年の店舗数



宝酒造インターナショナル グループ会社における取引事例

日本食材が使用されているのは日本食レストランが主体ではあるが、アジア料理や中華料理、韓国料理、西洋料理等のさまざまなスタイルの料理へと広がりが進んでいる

◆取引料飲店構成比



和を取り入れたパリのフュージョン料理店

ミューチャルトレーディング社 LA、AZ、LV、SD、DA、HT支店
2025年6月末時点

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

本日の内容

1. 宝グループの概要
2. 中期経営計画2025進捗
3. 国内事業
- 4. 海外事業**
 - 4-1. 海外酒類事業**
 - 4-2. 海外日本食材卸事業
5. バイオ事業
6. サステナビリティ
7. 株主還元および政策保有株縮減に向けた今後の方針

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

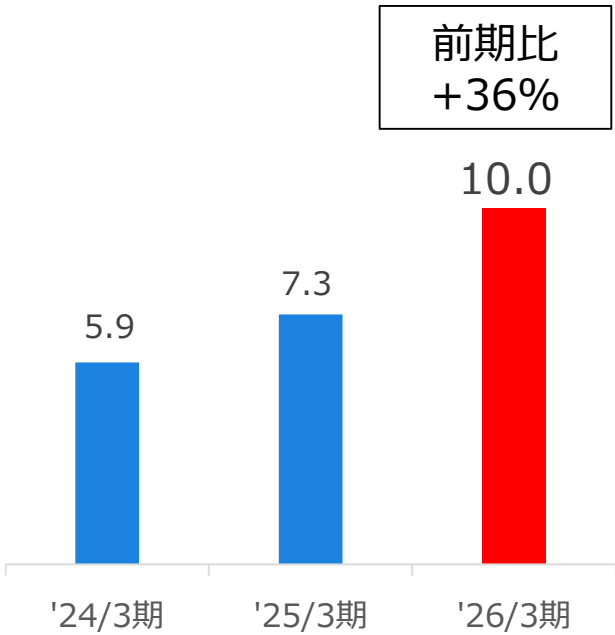
<重点テーマ>

- 「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ータ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

販売構成比の高い米国においては、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、「霽」150mlを通じたトライアルユーザーの獲得に取り組む

◇戦略指標

・「霽」輸出数量（万C/S）
※300ml×12本入換算



- 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】

- トライアルユーザーの獲得
 - ・「霽」「霽」〈CRISP〉150ml
2025年3月発売



「霽」150ml 「霽」〈CRISP〉150ml

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（一部予定）

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

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9月以降
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

海外酒類事業（和酒） 米国宝酒造について

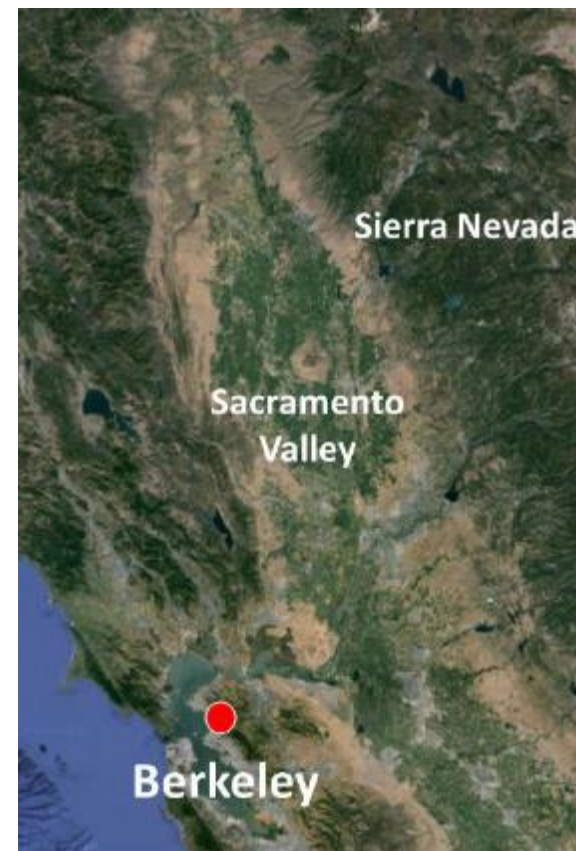
米国宝酒造では、1983年の設立以来、40年にわたり、米国産の水や米を使った清酒造りを追求し、現地ニーズを捉えた商品開発を行ってきた

◇酒造りに適したカリフォルニア州バークレーの立地

- ・シエラネバダ山脈を源流とする酒造りに最適な水
- ・米国屈指の米の生産地であるサクラメントバレーの良質な米
- ・サンフランシスコ湾からの風による、清酒の熟成に最適な安定した気候



リニューアル後（2025年8月）の米国宝酒造外観



米国宝酒造の立地

海外酒類事業（和酒） 米国宝酒造について

米国宝酒造では、確かな技術力をベースに日本国内と同レベルの品質を実現。
2011年には、「松竹梅クラシック」が米国産清酒として初めて全米日本酒鑑評会で
金賞を受賞するなど、高品質な清酒を現地で提供

Sho Chiku Bai Classic



2011年、「松竹梅クラシック」金賞受賞

Sho Chiku Bai Junmai DaiGinjo



2013年、15年、20年
「松竹梅純米大吟醸」金賞受賞

海外酒類事業（和酒） 米国宝酒造について

米国に拠点がある強みを活かし、米国宝酒造が開発したイノベーティブな発想のSAKEを発売

【ムワ：MU|WA
（バーボン樽で熟成させたSAKE）】



商品名	MU WA Bourbon Barrel Aged Junmai sake - 2024 Limited Release
アルコール分	18%
使用米	カリフォルニア産カルローズ米
想定価格	小売: \$65/本、レストラン: \$110-120/本

【オーシャンビュー（白麴）】
【スカイライン（多酸性酵母使用）】



商品名	Sho Chiku Bai Ocean View	Sho Chiku Bai Skyline
アルコール分	14%	16%
使用米	カリフォルニア産カルローズ米	
想定価格	小売: \$17/本、レストラン: \$30/本	

確かな技術力があり、日本国内と同レベルの味わいと品質を実現できる生産拠点が米国にあることは、トランプ政権による関税政策等先行きが不透明な現在、当社の海外酒類事業において大きな強み。

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

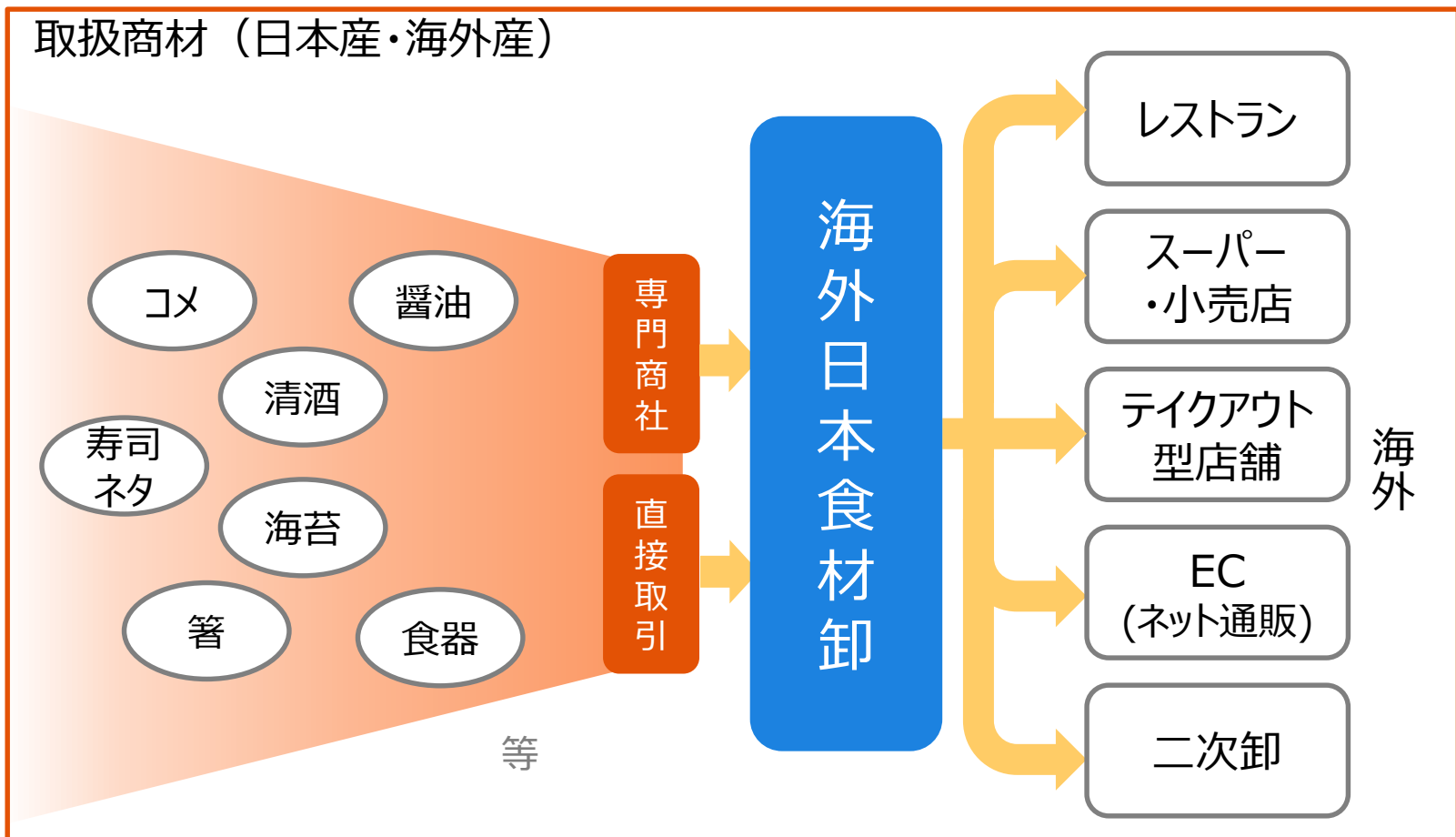


ブラントン・ゴールド

1. 宝グループの概要
2. 中期経営計画2025進捗
3. 国内事業
- 4. 海外事業**
 - 4-1. 海外酒類事業
 - 4-2. 海外日本食材卸事業**
5. バイオ事業
6. サステナビリティ
7. 株主還元および政策保有株縮減に向けた今後の方針

海外日本食材卸事業のビジネスモデル

専門商社ルートや直接取引により海外日本食材卸が仕入。
現地のレストランやスーパー、テイクアウト店に加え、ECや二次卸にも販売



海外日本食材卸事業の歩み

2010	(仏)フーデックス社の株式を取得し連結子会社化。海外日本食材卸事業に参入
2013	(英)タザキフーズ社を連結子会社化
2014	(西)コミンポート社を連結子会社化
2016	(葡)ケタフーズ社を連結子会社化
	(米)ミューチャルトレーディング社を連結子会社化
2017	(豪)ニッポンフード社を連結子会社化
	宝酒造の海外事業を分社化し、宝酒造インターナショナル株式会社を設立
2020	(日)東京共同貿易株式会社を連結子会社化
2022	(英)タザキ・キャッシュ&キャリア社を設立
	(西)アマラン社を連結子会社化
2023	(米)ヤマショウ社を連結子会社化
	(米)カロリーナ社を連結子会社化
	(米)ミナモトホールセール社を連結子会社化
2024	(芬)アグリカ社を連結子会社化
	(日)築地太田社、オータフーズマーケット社を連結子会社化
	(独)カーゲラー社を連結子会社化

海外日本食材卸事業の強み

幅広い品揃え、食と酒のセットでの提案、食材の鮮度を追求した物流体制。
日本酒の魅力を伝える啓発活動を通じて日本文化を普及していく

- ・人気の日本食材から和包丁・和食器まで幅広い品揃え
- ・営業を通じた“食”と“酒”のセットでの提案
- ・4タイプの保管倉庫で、食材の鮮度を追求
- ・日本酒の魅力を伝える啓発活動



取り扱う和包丁



MTCが取り扱う酒類の一部



配送に使用する
温度帯管理ができるトラック



日本酒を啓発する
Sake School of America
の講座の様子

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

「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%）
-------------------------	--------------------



海外卸各社で和酒の拡売に努める

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



コミンポート社で行っているマグロ解体ショー

海外日本食材卸事業 北米エリアにおける売上拡大戦略

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を推進

エリア	主な戦略
北米	・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



ミューチャルトレーディング社のショールーム

海外日本食材卸事業 欧州エリアにおける売上拡大戦略

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等を推進

* フーデックス社、コミンポート社、タザキフーズ社、カーゲラー社

エリア	主な戦略
欧州	・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



人気のPB商品



各国現地系レストランで人気のわさび

「伝統的酒造り」のユネスコ無形文化遺産登録

2024年に「伝統的酒造り」が新たにユネスコ無形文化遺産に登録。

日本のユネスコ無形文化遺産登録の中で、食にまつわるものは、和食に続いて2例目

◇日本のユネスコ無形文化遺産一覧

能楽	結城紬
人形浄瑠璃文楽	壬生の花田植
歌舞伎	佐陀神能
雅楽	那智の田楽
小千谷縮・越後上布	★和食；日本人の伝統的な食文化
奥能登のあえのこと	和紙：日本の手漉和紙技術
早池峰神楽	山・鉾・屋台行事
秋保の田植踊	来訪神：仮面・仮装の神々
大日堂舞楽	伝統建築工匠の技：木造建造物を受け継ぐための伝統技術
題目立	
アイヌ古式舞踊	風流踊
組踊	★伝統的酒造り



伝統的酒造りのユネスコ無形文化遺産登録～和食と伝統的酒造りの対比～

和食の登録後、ミラノ万博が開催され、日本食レストランは大きく拡大。
伝統的酒造りの登録と大阪・関西万博により、和酒拡大の契機になる可能性あり

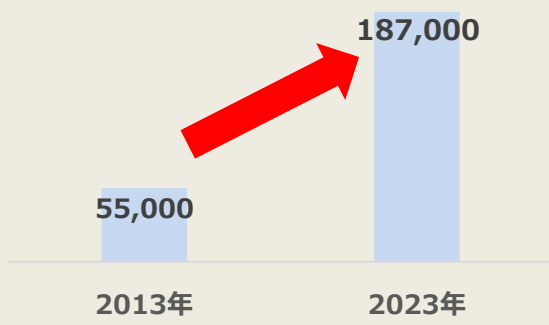
和食がユネスコ無形文化遺産登録
(2013年)



ミラノ万博開催
(2015年)



日本食レストラン数が大きく拡大
(2013→2023 3.4倍)



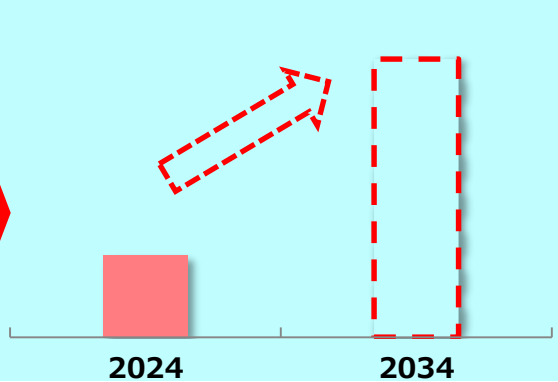
伝統的酒造りが
ユネスコ無形文化遺産登録
(2024年)



大阪・関西万博開催
(2025年)



日本酒（和酒）拡大のチャンス



本日の内容

1. 宝グループの概要
2. 中期経営計画2025進捗
3. 国内事業
4. 海外事業
 - 4-1. 海外酒類事業
 - 4-2. 海外日本食材卸事業
- 5. バイオ事業**
6. サステナビリティ
7. 株主還元および政策保有株縮減に向けた今後の方針

バイオ事業

寶酒造（現、宝HLD）のバイオ事業としてスタートし、2002年タカラバイオ株式会社を設立。バイオ産業支援事業は、世界中のバイオ研究者が製品・サービスの顧客

試薬



一般研究用試薬



体外診断用医薬品

遺伝子を増幅する酵素や
試薬セット（キット）など
（数千～数十万円～）
約10,000品目

機器



PCR装置 自動核酸精製装置



シングルセル解析システム

遺伝子を増幅する装置、
細胞を解析する装置など
（数十万～数百万円～）

CDMO



再生医療等製品関連受託



遺伝子解析/検査受託

研究者（顧客）から
サンプルを預かり、得られたデー
タや産物を納品
（数十万～数千万円～）

全体方針

生産性の向上や、買収した企業のシナジー効果の創出、
研究開発プロジェクトの選択と集中などにより、収益を成長軌道に戻す

＜重点テーマ＞

- ライフサイエンス産業のインフラを担うグローバル・プラットフォーマーとしての地位確立
- グローカルな製造・マーケティング体制の整備
- 品質管理工程の堅牢化と製造技術力の強化
- 創薬基盤技術の価値最大化
- 買収したCurio社製品およびViSpot事業の収益の拡大
- 研究開発プロジェクトの選択と集中による新製品/サービスの開発スピードの加速

事業方針:試薬事業

試薬事業

事業方針

一般研究用試薬のグローバルで多極化（グローバル）展開による
試薬事業の成長

欧州(ヨーテボリ)

- 米国向け製品を**新たに製造**
- 欧州内向けOEM/カスタム製品の**製造を拡大**

米国(サンバ)

- 中国向け製品製造を**縮小**
- 米国内向けOEM/カスタム製品の**製造を拡大**

中国(大連)

- 米国向け製品製造を**縮小**
- 中国内向け**製品開発・製造を拡大**

日本(草津)

- 米国および日本向け原料/製品の**製造を拡大**
- 米国製造していた中国向け製品を**新たに製造**

コロナ禍に政府補助金*を利用して整備した試薬製造
設備などを有効活用し日本での製造を大幅に拡大



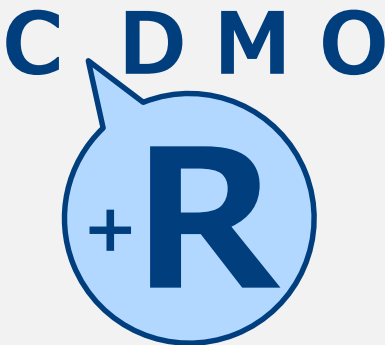
事業方針:CDMO事業（受託事業）

CDMO事業

※CDMO (Contract Development and Manufacturing Organization) 事業:
製薬企業などから医薬品の製法開発から製造までの工程を受託する事業

事業方針

飛躍的成長を図るための積極的な技術開発・人材育成・設備投資



Spo-T™、CereAAV™、SonuAAV™等の
独自のプラットフォーム技術やTBI-1301等の臨床開発の経験を活かし、将来の開発（D）・製造（M）を見据え、
開発初期（Research）からクライアントに伴走する包括的
支援サービスを提供

遺伝子・細胞プロセッシングセンター 3号棟主要設備（建設中）

- 2024年5月着工/2027年竣工予定
- ワクチン製造拠点と部素材等製造拠点の役割を持つ**デュアルユース施設**
- ウィルスベクター・mRNA製造用バイオリアクター(25Lx2～500Lx2～1,000Lx2)
- プラスミドDNA・タンパク質製造用培養槽(300Lx6)
- 品質試験専用フロア約1,500㎡ ・GMP製造用部素材専用自動倉庫を完備

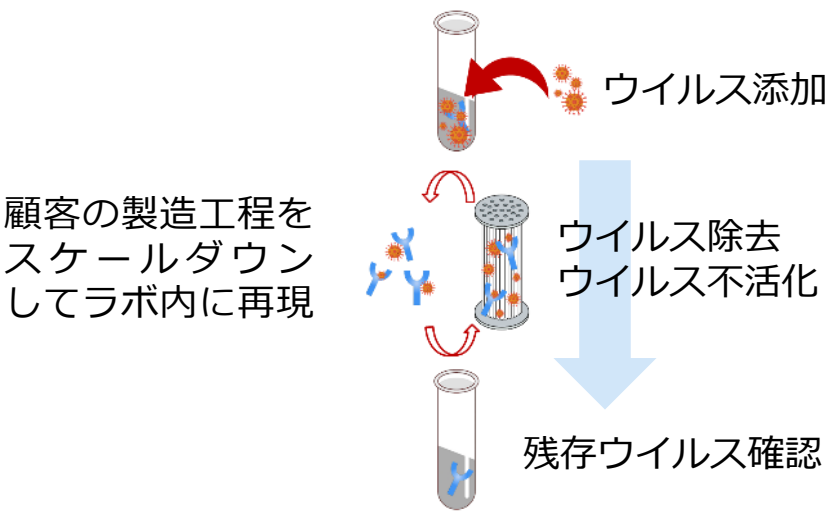
事業方針:CDMO事業（受託事業）

バイオ医薬品開発に不可欠な「ウイルス安全性評価試験」の受託サービスを国内で行うViSpot社を子会社化、CDMO事業に組み込み、事業を拡大

ウイルス安全性評価試験

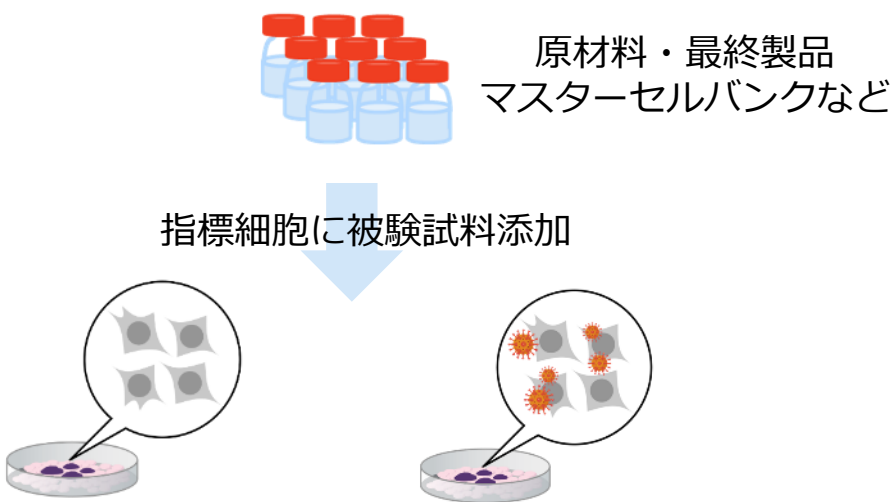
(A) ウイルスクリアランス試験

製造工程における
ウイルスを除去する能力を評価



(B) ウイルス否定試験

原材料や製品にウイルスが
混入していないことを確認



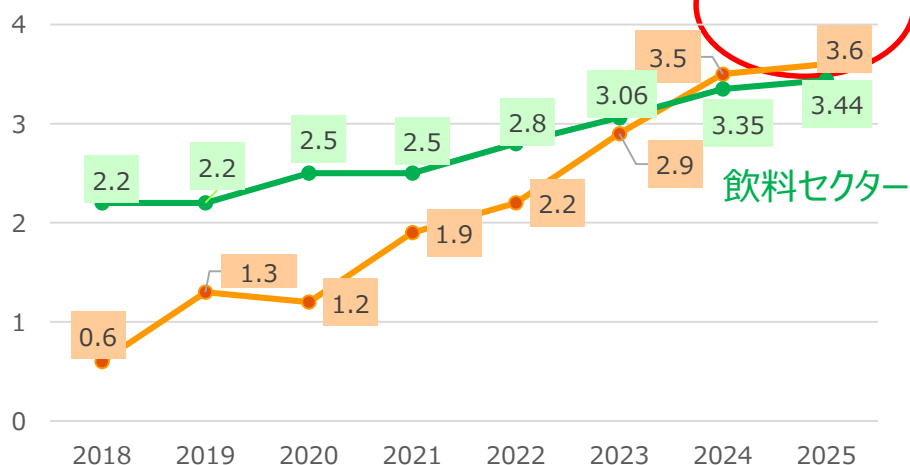
本日の内容

1. 宝グループの概要
2. 中期経営計画2025進捗
3. 国内事業
4. 海外事業
 - 4-1. 海外酒類事業
 - 4-2. 海外日本食材卸事業
5. バイオ事業
- 6. サステナビリティ**
7. 株主還元および政策保有株縮減に向けた今後の方針

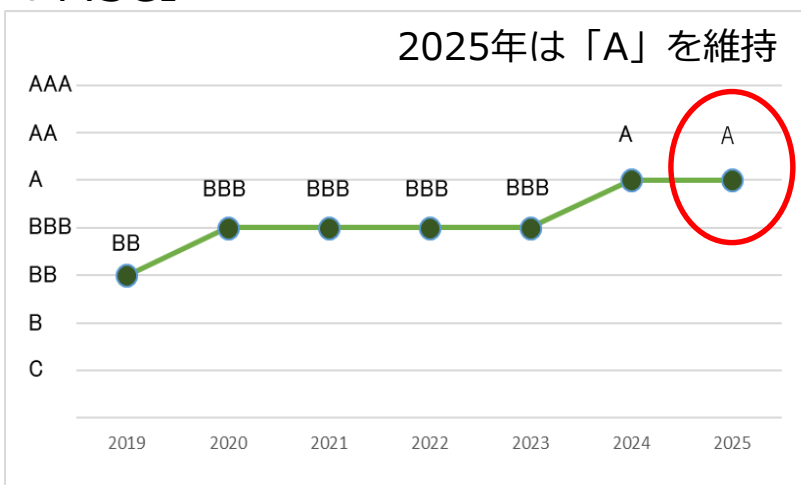
サステナビリティ ESGスコアへの対応

FTSEを基準に取り組みを推進し、2025年のスコアは飲料セクター平均3.44を上回る3.6点を獲得。MSCIは2025年（6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.

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

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	・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



黒壁蔵の太陽光パネル

サステナビリティ 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	設立40周年 ・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 ＜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  助成金贈呈式の様子 

本日の内容

1. 宝グループの概要
2. 中期経営計画2025進捗
3. 国内事業
4. 海外事業
 - 4-1. 海外酒類事業
 - 4-2. 海外日本食材卸事業
5. バイオ事業
6. サステナビリティ
- 7. 株主還元方針および政策保有株縮減に向けた今後の方針**

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%） 配当29円＋創立100周年記念配当2円
----	---------------------------------------

◇自己株式の取得実績

取得株式数	2,382,200株
取得総額	2,999,956,850円
取得期間	2025年5月15日～2025年6月13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

売却銘柄数	7 銘柄
売却見込額	約54億円

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～



宝酒造株式会社 (和酒事業)
京都府で産まれた技術に裏付けられた和酒を提供する。

宝酒造インターナショナル株式会社 (海外事業)
和酒・日本食を通じて日本の食文化を世界に広める。

タカラバイオ株式会社 (バイオ事業)
遺伝子治療などの最先端バイオ技術の開発を通じて人々の健康に貢献する。

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？
皆さんは宝酒造株式会社だと思われるでしょうか、
間違いではありませんが、宝グループが本気でつくりたいのは「笑顔」、
たくさん笑顔で、あなたの人生を豊かにしたいと考えています。

180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酒造の製造施設も、
和食・和酒振興・遺伝子治療等の多岐多岐なバイオテクノロジーも、
すべては笑顔をつくるため。

例えば、今夏の和酒の会で、ニューヨーロッパの食卓で、
世界や健康の話題でも、あなたを笑顔にするため。

笑顔は人生の宝。
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方法で、
世界中を笑顔にするための価値を創ります。

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

宝グループについて



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・I R 部

E-Mail ir@takara.co.jp

TEL 075-241-5124