



宝ホールディングス
(宝酒造・宝酒造インターナショナル)

会社紹介

本日の内容

1. 宝グループについて
2. 宝グループのアイデンティティ
3. 市場環境と戦略
 - ・宝酒造
 - ・宝酒造インターナショナル
4. 社会課題の解決に向けた取り組み



国内に食品メーカーはたくさんありますが、
「日本の食文化」を国内で継承し、
世界に広めていくことができる仕事が、
宝酒造・宝酒造インターナショナルの
仕事の特長です。

宝グループについて

宝ホールディングス

グループ経営の統括

宝酒造 (国内事業)

- ・ 酒類
 - ・ 調味料
 - ・ 酒精（アルコール）
- など

宝酒造インター ナショナルグループ (海外事業)

- ・ 海外酒類
 - ・ 海外日本食材卸
- など

タカラバイオ グループ (バイオ事業)

- ・ バイオ産業支援
 - ・ 遺伝子医療
- など

その他グループ会社

本店所在地：京都府

代表者：木村 睦

資本金

132

億円

(2020年3月期)

売上高

2,811

億円

(2020年3月期、グループ連結)

営業利益

158

億円

(2020年3月期、グループ連結)

創業から

178

年

会社創立から

95

年

従業員数

4,680

人

(2020年3月期、グループ連結)

海外売上高比率

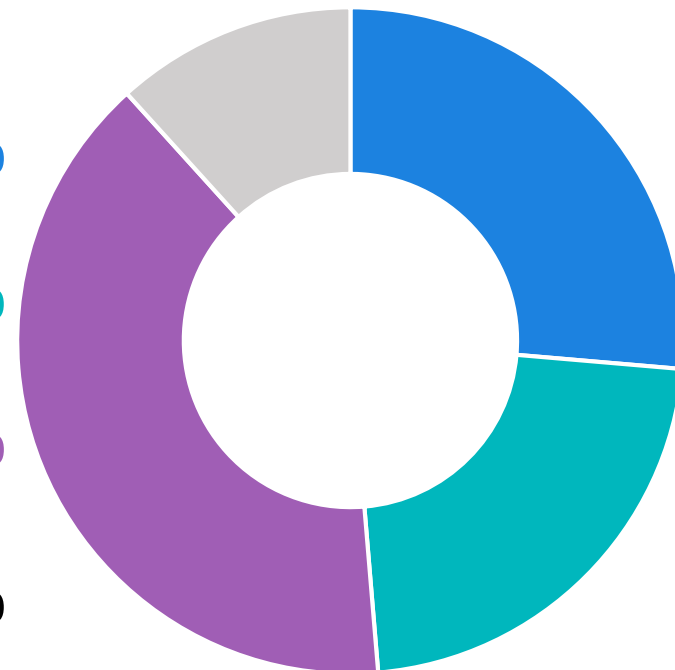
36.3

%

(2020年3月期、グループ連結)

2020年度3月期 セグメント別営業利益

宝酒造	26.4%
宝酒造国際グループ	22.3%
タカラバイオグループ	39.6%
その他	11.5%



環境変化に強い**バランスの良い事業構造**が強み。

宝グループのアイデンティティ
(宝らしさ)

概念図



自然との調和を大切に、
発酵やバイオの技術を通じて
人間の健康的な暮らしと
生き生きとした社会づくりに貢献します。



「TaKaRa Five Values」

信用が第一

法・社会倫理を守り、一人ひとりの行動の中で社内外の信頼を得る

技術・品質主義

工夫を重ね、知恵を絞り、技術にこだわり、安心安全な商品・サービスを届ける

チャレンジ精神

目標に向かって、環境変化に対応しながら、努力を進める

多様な力の結集

他人の考えを尊重し合い、協働することで個人とチームの力を高める

自分ごと化

主体的に行動を起こし、投げ出さずに最後までやりきる

笑顔で繋がる豊かな暮らしを ～Smiles in Life～

宝グループは、
おいしさを追求する技術と革新的なバイオ技術によって、
和酒・日本食とライフサイエンスにおける多様な価値を
安全・安心に提供し続ける企業となることで、
人と人の繋がり笑顔にあふれた健康的で豊かな
日々の暮らしの貢献を目指します。

赤色の文字 = 私たちの強み 青色の文字 = 私たちの事業領域

緑色の文字 = 私たちが社会に提供する価値

宝酒造（国内事業）の
市場環境とこれからの戦略

[illegible]

和酒

「日本の伝統的な酒類・調味料」

清酒（日本酒）



焼酎



ソフトアルコール



調味料（家庭用・加工業務用）



酎ハイ = 焼酎（和酒）のハイボール

松竹梅



松竹梅白壁蔵「霽」
スパークリング清酒



松竹梅白壁蔵霽
「一果」（いちか）
スパークリング清酒



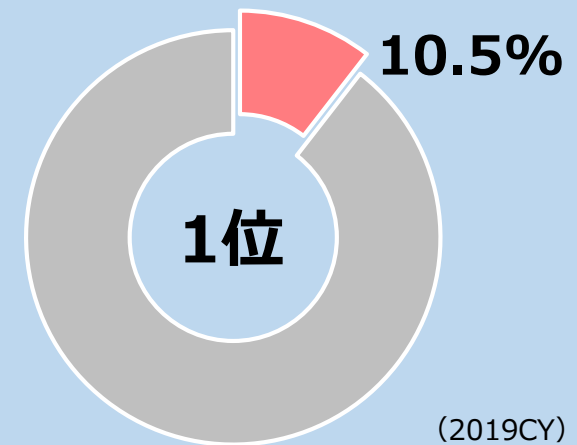
松竹梅「天」



松竹梅「純米大吟醸」
「山田錦大吟醸」
〈大吟醸〉磨き三割九分



マーケットシェア



宝焼酎 各種



こだわりのレモンサワー用
〈宝焼酎〉



宝焼酎「タカラリッチ」
宝焼酎「タカラモダン」



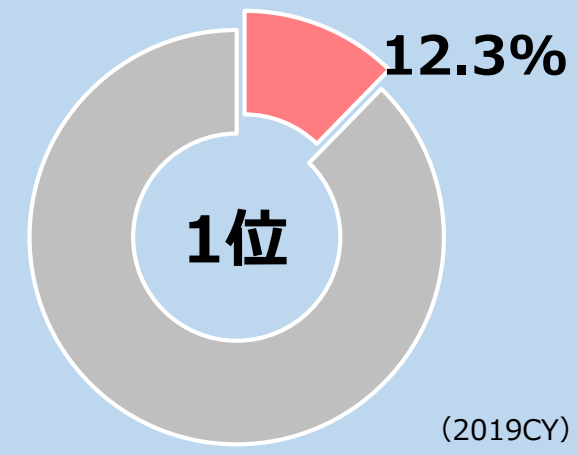
全量芋焼酎
「一刻者」



本格焼酎「よかいち」
(芋・麦)



マーケットシェア



タカラ can
チューハイ



タカラ
「焼酎ハイボール」



寶「極上レモンサワー」



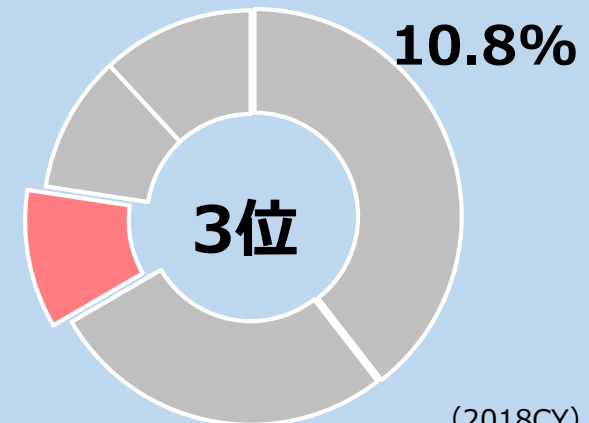
寶「極上抹茶ハイ」
「宝焼酎のやわらかお茶割り」



寶CRAFT (クラフト)



マーケットシェア※



※大樽ほか除くパッケージ製品のみ
出所：醸造産業新聞社

タカラ本みりん



タカラ「料理のための清酒」



「京寶」

タカラ本料理清酒「厨房専科」



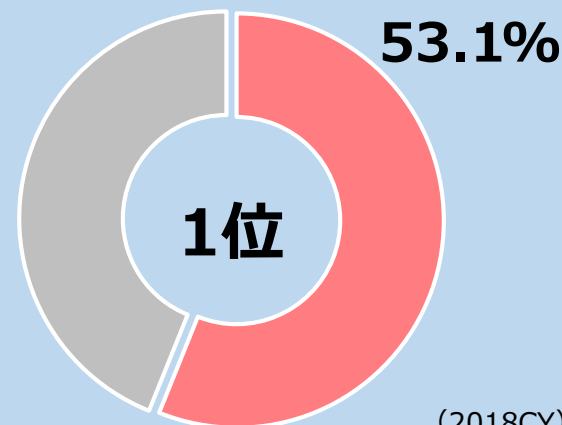
だし調味液



※加工・業務用ルート

※加工・業務用ルート

みりん（一種）マーケットシェア



（2018CY）

加工業務用調味料

惣菜メーカー、加工食品メーカー
などに調味料を販売するビジネス



↓ 調味料

中食
(デパ地下など)

外食
(飲食店)

加工食品
メーカー

惣菜

食品

加工食品



消費者

酒精

化粧品メーカー、他の食品メーカー
などに原料用アルコールを販売する
ビジネス



↓ アルコール

化粧品
メーカー

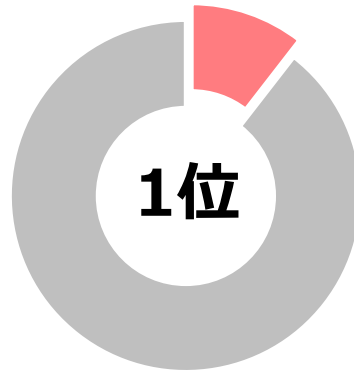
他の酒類
メーカー

化粧品

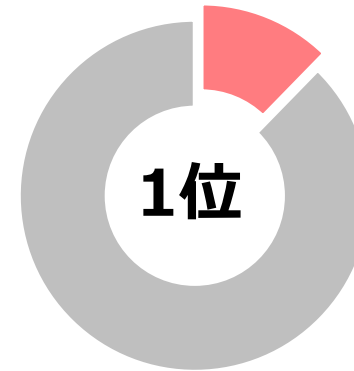
酒類



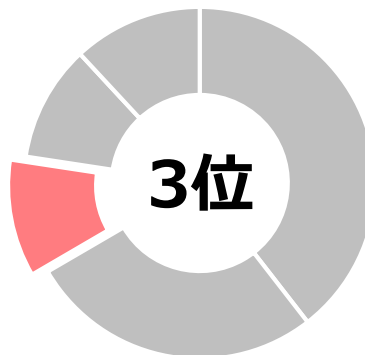
清酒（日本酒）



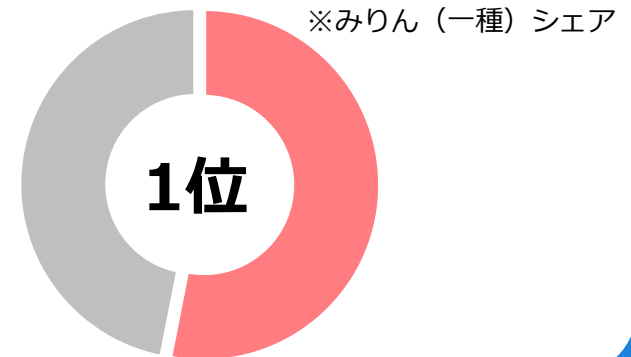
焼酎



ソフトアルコール飲料

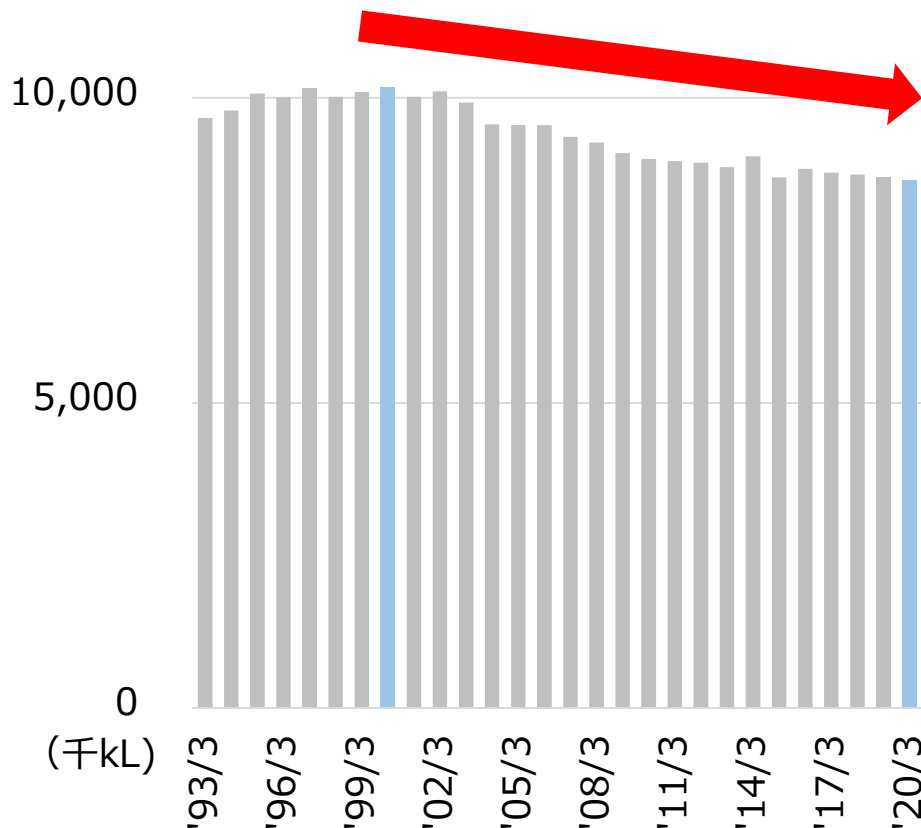


調味料（家庭用・加工業務用）



「和酒」に強みを持つ国内有数のメーカーとして
 バランスの取れた商品ポートフォリオ（組み合わせ）を築いています。

アルコール市場（課税移出数量）



アルコール市場の縮小

<背景>

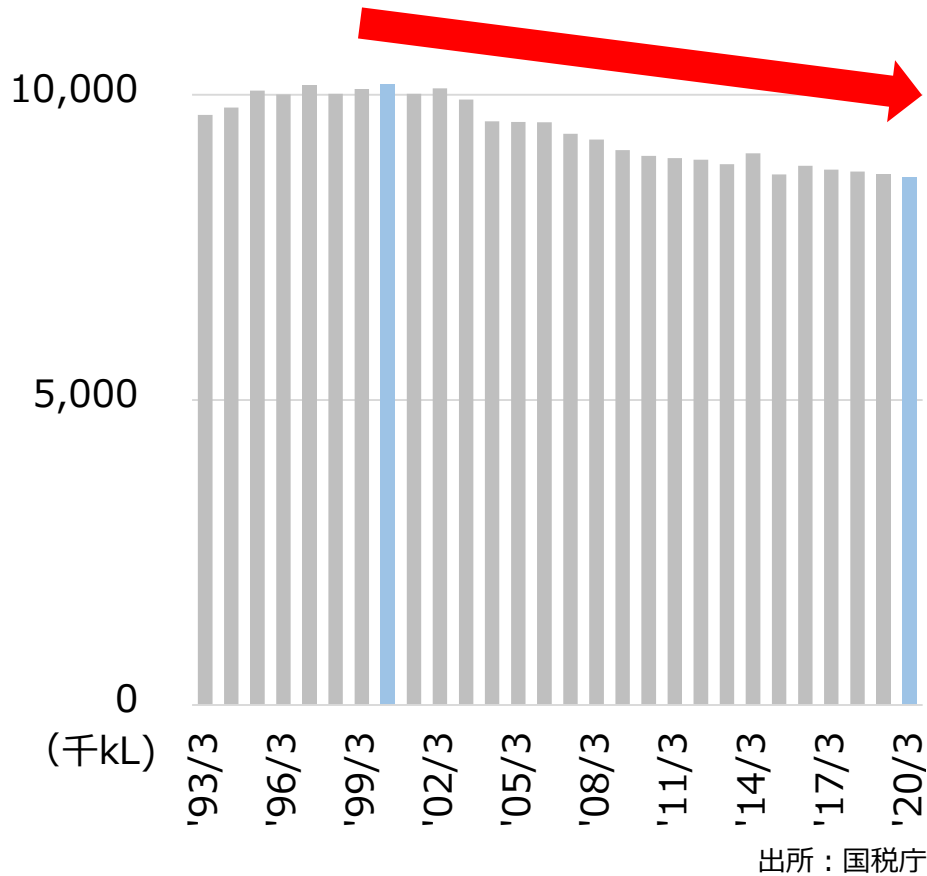
- ・ 高齢化
- ・ 人口減少
- ・ 若年層の飲酒離れ

など

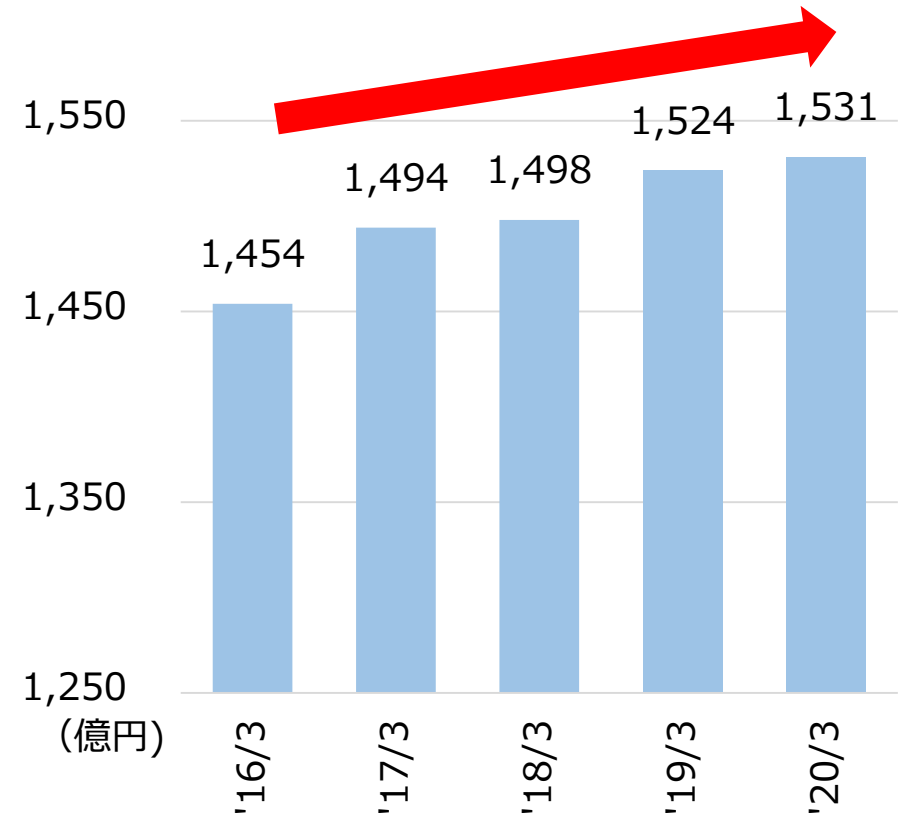
お酒の市場は2000年度をピークに縮小傾向

出所：国税庁

アルコール市場（課税移出数量）



宝酒造売上高



厳しい市場環境の中でも宝酒造は売上を維持、拡大

その他、様々な環境変化が起こっています。

酒税改定
(第3のビール増税)

原材料費などの高騰
(コストの上昇)

消費行動の変化
(EC市場の拡大)

人口減少と高齢化
(胃袋マーケットの減少)

温暖化の進行
(冷飲用商品の拡大)

消費行動の変化
(家飲み・中食拡大)

このような状況下において、

国内での強み（和酒NO.1メーカーのポジション）を活かした
付加価値経営へ変革を進めています。

重点戦略の中から 2 つご紹介

①お客様のニーズをとらえ、利益の視点を高めた
商品開発・育成を推進

②需要を喚起する効率的な育成策の継続

①お客様のニーズをとらえ、利益の視点を高めた
商品開発・育成を推進

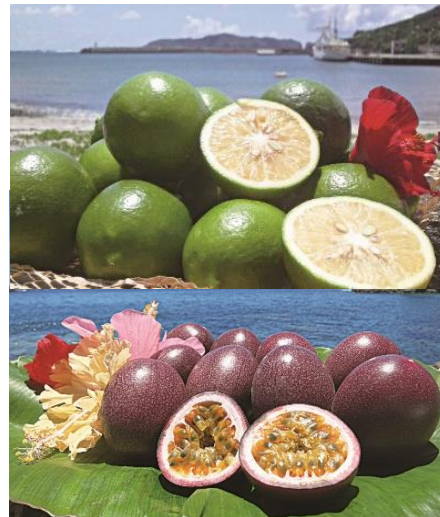
松竹梅白壁蔵「霽」スパークリング清酒

松竹梅白壁蔵霽「一果（いちか）」スパークリング清酒



①お客様のニーズをとらえ、利益の視点を高めた 商品開発・育成を推進

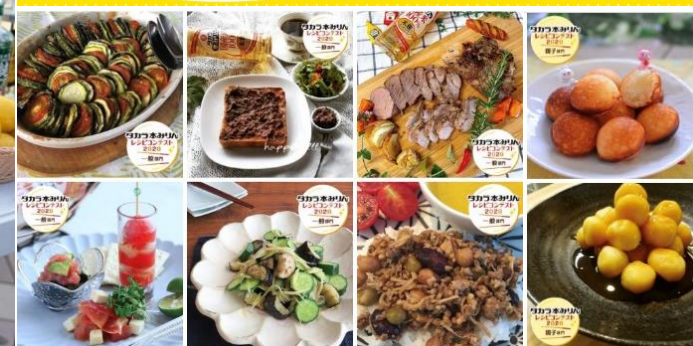
寶CRAFT（クラフト）シリーズ



全国各地の希少な自然の恵み使用し、「ひとてま造り」製法で仕上げた
地域限定チューハイを全39アイテム（2020年9月現在）展開しています。
農業生産者と消費者をつなぐ商品として、地場製品の拡大や地産地消の
発展に貢献しています。

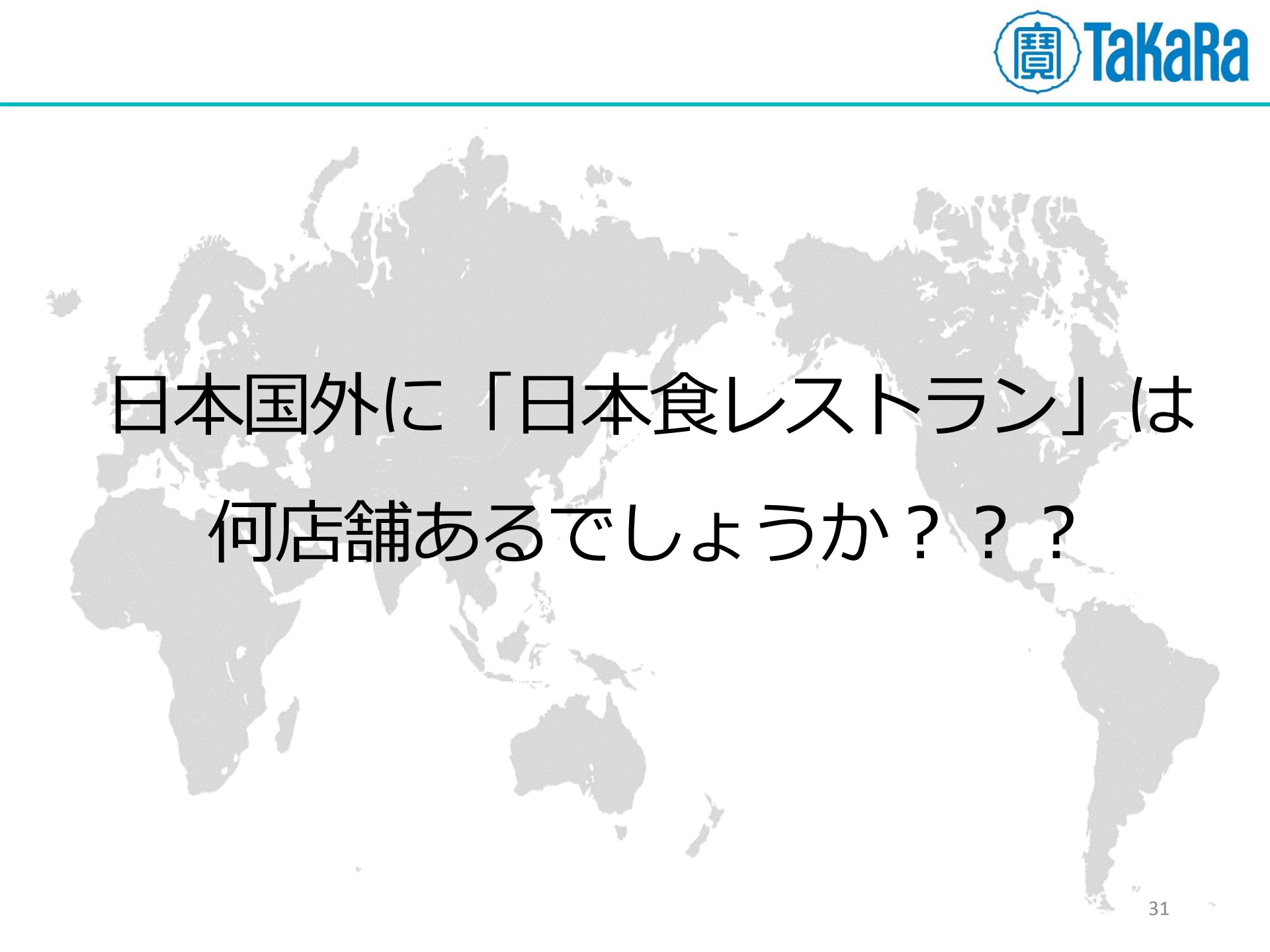
②需要を喚起する効率的な育成策の継続

レモンサワーフェスティバルへの協賛 本みりんレシピコンテストの開催



2020年度はオンラインで開催。写真は2019年度の様子

宝酒造インターナショナルグループ (海外事業) の市場環境とこれからの戦略



日本国外に「日本食レストラン」は
何店舗あるでしょうか？？？

正解は

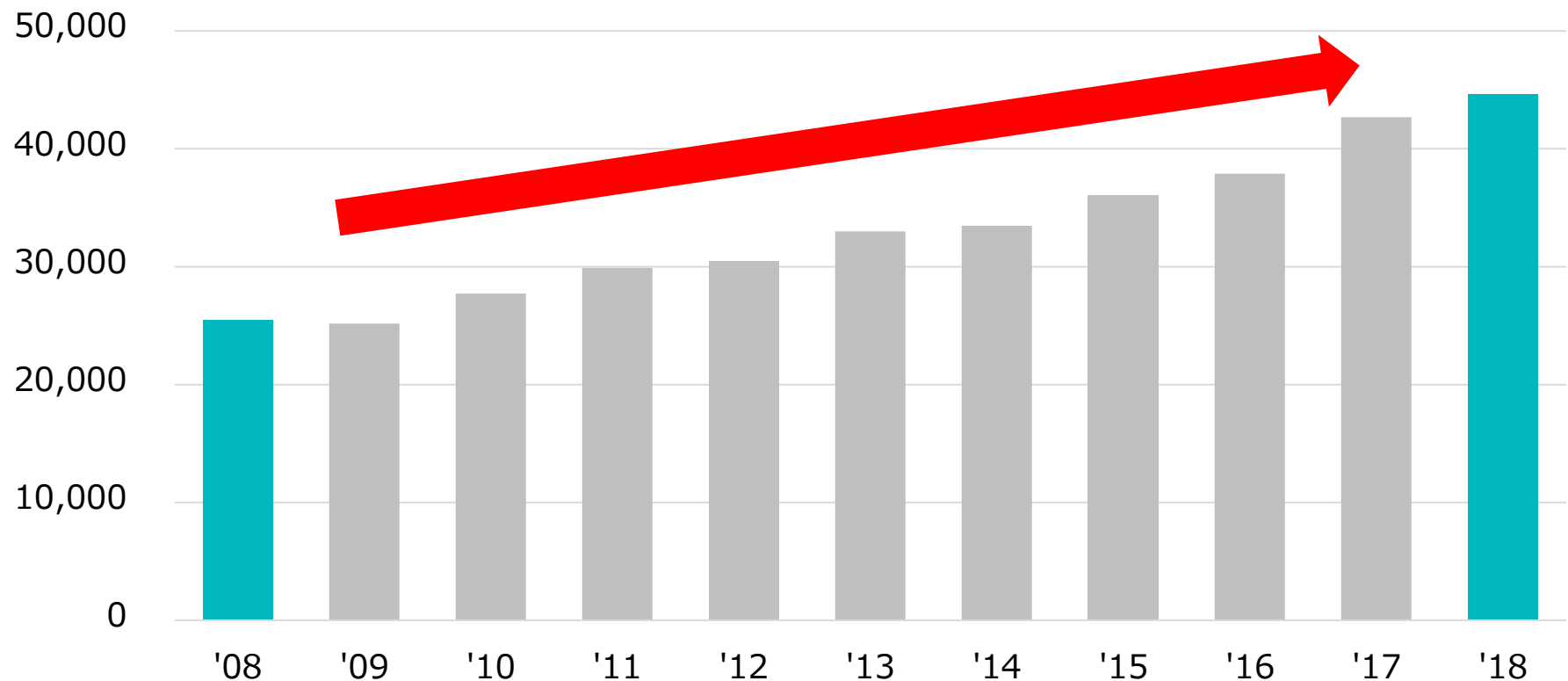
約156,000店

(2019年)

出所：農林水産省



海外における清酒の市場規模（現地生産＋輸出）



出所：醸造産業新聞社、財務省貿易統計

10年で約1.8倍に拡大

海外酒類事業



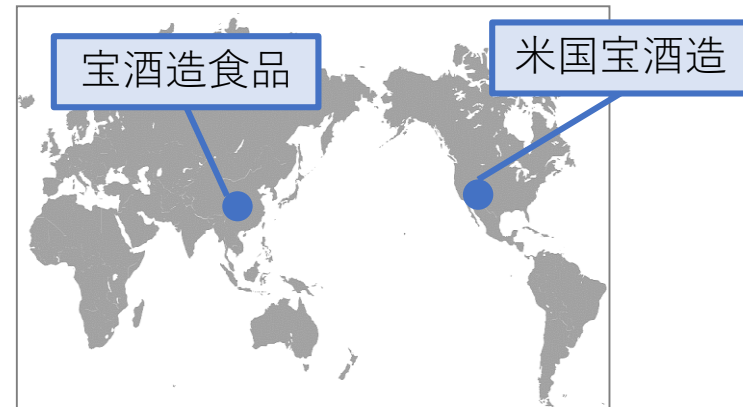
日本からの輸出や
海外各地での製造・販売を行う

海外日本食材卸事業



日本食レストランや小売店に
日本食材を販売

清酒の現地生産（中国・北米）



現地生産の“地の利”を活かして
中国・北米で生産し世界各国に流通

新商品の開発・育成

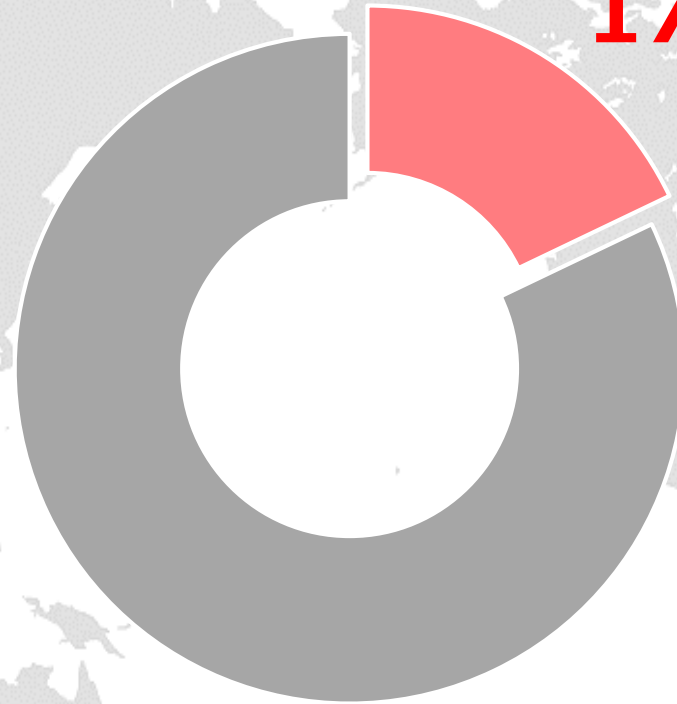


松竹梅「京都伏水仕立て」（海外専用）

現地ニーズに沿った新商品の開発・育成により
清酒の更なる輸出拡大

海外での
清酒市場シェア

No.1



17.9%

※2018年当社推計

海外酒類事業

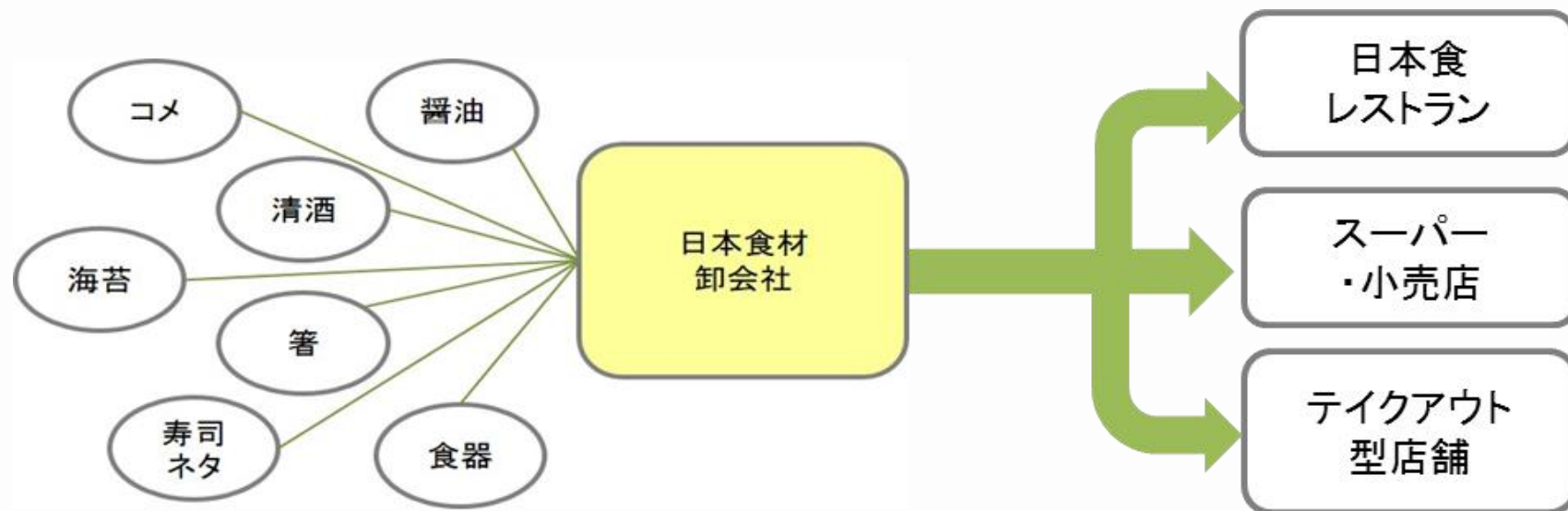


日本からの輸出や
海外各地での製造・販売を行う

海外日本食材卸事業

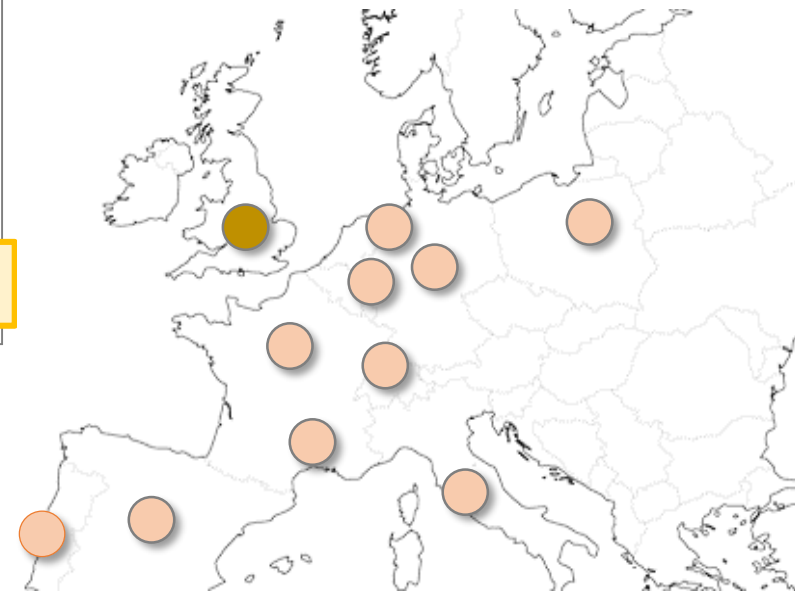


日本食レストランや小売店に
日本食材を販売





タザキフーズ
(ロンドン)



新規エリアへの卸ネットワーク拡充による
事業規模の拡大を目指す

宝酒造（国内事業）

グローバル和酒NO.1 ※1としての根幹を国内から支える。

⇒国内から和酒・日本食文化を支える

宝酒造インターナショナルグループ（海外事業）

海外における和酒・日本食材NO.1 ※2企業を目指す。

⇒和酒・日本食文化を海外に広める

共通目的：

国内・海外が協業することで、一体感を持って「グローバル和酒・日本食材NO.1企業※3」を目指す。

※1：国内＋海外（輸出＋現地生産）

※2：海外（和酒NO.1）＋海外日本食材卸NO.1

※3：グローバル和酒NO.1＋海外日本食材卸NO.1

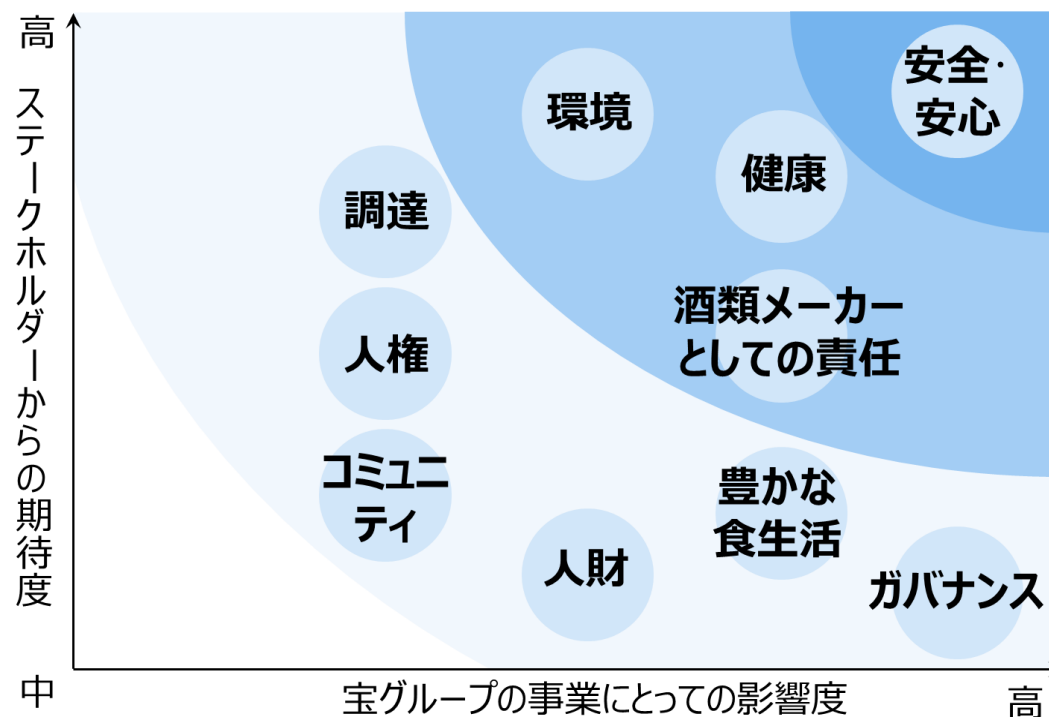


笑顔で繋がる豊かな暮らしを ～Smiles in Life～

人と人の繋がり笑顔にあふれた健康的で豊かな日々の暮らしの貢献を目指します。

社会課題の解決に向けた取り組み
(宝グループ・サステナビリティ・ポリシー)

当社グループを取り巻く社会課題について、「安全・安心」をはじめとする10の重要課題（マテリアリティ）を取り上げ、各々についての取り組み方針を示しています。



それぞれの詳細については、
宝グループのサステナビリティサイトをご覧ください。



宝ホールディングス株式会社
新卒採用情報サイト



マイナビページ



宝ホールディングス・宝酒造・宝酒造インターナショナルは
宝ホールディングスにて一括採用を行っています。

なお、採用に関する情報の公開とエントリーシートの受け付けは
2021年3月1日以降に行います。