



宝グループレポート

2024

統合報告書

宝ホールディングス株式会社

目次

◆ 宝グループとは

- 01 Vision
- 02 目次
- 03 宝グループのあゆみ
和酒・日本食とライフサイエンスにおける
多様な価値を提供し続ける宝グループの挑戦
- 05 宝グループのひろがり
世界にひろがる宝グループ
- 07 特集1 日本食文化(和酒・日本食)の世界浸透の推進
北米における日本食文化普及の歴史とさらなる浸透を目指して
- 09 特集2 遺伝子治療の重要プラットフォーム
ウイルスベクターの製造・開発への取り組み
- 11 宝グループの「いま」
財務ハイライト
非財務ハイライト

◆ 価値創造ストーリー

- 13 トップメッセージ
ROIC経営の浸透と、成長・強化領域への投資を加速させ、
企業価値を高めます
- 19 財務担当役員メッセージ
資本効率を高め、持続的な成長の実現と
グループの企業価値向上に取り組んでまいります
- 21 宝グループの価値創造プロセス
- 23 宝グループの資本
- 25 人事担当役員メッセージ
Visionの実現に向け多様な人材が自律的に成長を目指し、
チャレンジする組織風土の醸成に取り組んでまいります
- 27 宝グループのアイデンティティ
- 28 長期経営構想「TaKaRa Group Challenge for the 100th」
- 29 宝グループ中期経営計画2025
- 32 事業戦略 宝酒造
- 33 事業戦略 宝酒造インターナショナルグループ
- 34 事業戦略 タカラバイオグループ

◆ 宝グループのサステナビリティ

- 35 各マテリアリティにおける活動状況
- 37 宝グループ・サステナビリティ・ポリシー
- 38 環境
- 45 安全・安心
- 47 健康
- 49 人材
- 51 酒類メーカーとしての責任
- 52 コミュニティ
- 53 豊かな食生活
- 55 調達
- 56 人権
- 57 ガバナンス
- 63 社外取締役メッセージ

◆ 財務戦略・企業情報

- 65 役員一覧
- 67 11ヵ年連結財務サマリー
- 69 連結財務諸表
- 73 事業等のリスク
- 75 主要子会社データ
- 76 投資家情報

編集方針

宝グループレポートは、ステークホルダーの皆様へ当社グループの企業価値向上に向けた取り組みをお伝えすることを目的に発行しています。今回は特集において、宝酒造と宝酒造インターナショナルグループによる日本食文化の世界浸透の推進活動、タカラバイオグループによるウイルスベクターの開発・製造への取り組みを取り上げました。トップメッセージではROIC経営を通じた企業価値の向上と中期経営計画「宝グループ中期経営計画2025」の進捗について説明しています。宝グループレポートを通して、当社グループが目指す、商品・サービスを通じた社会課題の解決と、成長原資を生み出す「稼ぐ力」の向上を統合した経営、それらを通じたVision実現についてお伝えできればと考えています。

対象範囲:

宝グループ連結(一部単体の数字を含む)

対象期間:

2024年3月期(2023年4月～2024年3月)
※一部2023年以前、2024年4月以降の取り組みも報告しています。

見直しに関する注意事項

この報告書に記載されている、当社および当社グループの現在の計画、見直し、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直しであり、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す。実際の業績は、様々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、当社の知的財産権に対する侵害、急速な技術革新、重大な訴訟における不利な判決などがありますが、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。

参照ガイドライン

IFRS財団 国際統合報告フレームワーク
経済産業省 価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス2.0



宝酒造株式会社

(国内事業)

独創的で確かな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)

遺伝子治療などの革新的なバイオ技術の
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」と聞いたら、
皆さんはお酒をつくる会社だと思われるでしょうか。
間違いではありませんが、宝グループが本当につくりたいのは「笑顔」。
たくさんの笑顔で、あなたの人生を満た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材卸のネットワークやお酒の製造拠点も、
再生・細胞医療・遺伝子治療等の革新的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、今夜のお酒の席で、ニューヨークの食卓で、
研究や医療の現場でも、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挑戦を続けます。

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



宝グループのあゆみ

和酒・日本食とライフサイエンスにおける 多様な価値を提供し続ける宝グループの挑戦

宝グループの出来事



1842

創業(四方家4代目卯之助が伏見・竹中町で酒造業を開始)



1925

寶酒造(株) (現 宝ホールディングス(株))設立



1946

社是「三重三慎」を発表



2002

分社化、持株会社体制に移行。宝酒造(株)、タカラバイオ(株)設立、宝ホールディングス(株)へ商号変更



2017

創立90周年を機に宝ホールディングス歴史記念館を開設



2017

宝酒造(株)の海外事業を分社化し、宝酒造インターナショナル(株)を設立



2020

長期経営構想「TaKaRa Group Challenge for the 100th」、[宝グループ・サステナビリティ・ポリシー]を策定



2023

Visionを「Smiles in Life～笑顔は人生の宝～」にアップデート

事業のあゆみ

宝酒造(国内事業) 国内酒類/調味料/酒精事業



1897 「寶」印の商標をみりんにおいて登録



1977 焼酎復権に向け宝焼酎「純」を発売



1984 国内初の缶入りチューハイ、タカラcanチューハイを発売



1998 タカラ本みりん「醇良」を発売



2001 芋と芋麹でつくる全量芋焼酎「一刻者」を発売



2001 高品質酒の生産拠点として灘に「松竹梅白壁蔵」が完成



2006 辛口チューハイ タカラ「焼酎ハイボール」を発売



2007 極上(宝焼酎)を発売



2011 松竹梅白壁蔵「滞」を発売



2017 地域限定チューハイ「寶CRAFT」を発売

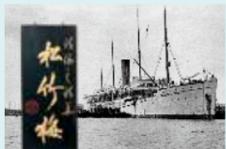


2022 松竹梅「昂」<生貯蔵酒>を発売



2022 辛口ノンアルコールチューハイ タカラ「辛口ゼロボール」を発売

宝酒造インターナショナルグループ(海外事業) 海外酒類事業/海外日本食材卸事業



1951 米国に清酒「松竹梅」の輸出を開始



1983 米国宝酒造を設立し、米国産「松竹梅」の製造・販売を開始



1986 トマーチン社(英国)の資産・営業権を取得



1992 エイジ・インターナショナル社(米国)の親会社AADC社の全株式を取得



1995 北京寶宝食品有限公司(現 宝酒造食品有限公司)を設立し、中国産「松竹梅」の製造開始



2010 フーデックス社(フランス)の株式を取得し、海外日本食材卸事業に参入



2013 タザキフーズ社(英国)の経営権を取得



2014 コミンポート・ディストリビューション社(スペイン)の経営権を取得



2016 ミューチャルトレーディング社(米国)を子会社化。米国に日本食材卸網を展開



2017 ニッポンフード社(オーストラリア)の増資を引き受け子会社化



2020 東京共同貿易(株)の株式を取得し子会社化



2023 オンタリオ社(カナダ)の株式を取得し子会社化

タカラバイオグループ(バイオ事業) 試薬/機器/受託/遺伝子医療



1979 国産初の遺伝子工学研究用試薬「制限酵素」を発売(バイオ事業を開始)



1988 PCR法による遺伝子増幅システムの国内独占販売権を獲得



1993 全世界にわたる広範なPCR関連特許ライセンスを取得。中国でバイオ研究用試薬の製造を開始



1995 血球系幹細胞に高効率に遺伝子を導入するレトロネクチン®法を開発



2004 東京証券取引所マザーズに株式を上場



2005 米国Clontech Laboratories, Inc.(現 Takara Bio USA, Inc.)の経営権を取得



2014 スウェーデン ヨーテボリ市のCollectis ABの全株式取得。Takara Bio Europe ABに商号変更



2014 遺伝子・細胞プロセスセンター竣工。CDMO事業を本格的に開始



2016 東京証券取引所マザーズから同市場第一部へ市場変更



2018 滑膜肉腫対象のNY-ESO-1-siTCR 遺伝子治療薬が「先駆け審査指定制度」の対象品目に指定



2020 遺伝子・細胞プロセスセンター2号棟稼働



2020 体外診断用医薬品「Takara SARS-CoV-2ダイレクトPCR検出キット」製造販売承認取得

宝グループのひろがり

世界にひろがる宝グループ

宝グループは、酒造業からスタートし、バイオ事業、海外日本食材卸事業まで事業領域を拡大してきました。2024年3月末現在、宝グループは国内12社、海外52社、合計64社(連結対象会社)にまで広がっています。また、地域的にも日本のみならず、欧米・アジア各国で事業活動を展開し、半数以上の従業員が海外で勤務しており、グループの人財も多様化しています。

企業概要



宝酒造(国内事業)



180年余りにわたって培った技術力と、新たな発想で唯一無二の「和酒」を追求

主な事業内容 焼酎・清酒・ソフトアルコール飲料といった「和酒」から、中国酒やウイスキーなどの輸入酒、本みりんをはじめとする調味料、原料用アルコールまで、幅広いカテゴリーの商品を製造・販売



宝酒造インターナショナルグループ(海外事業)



グローバルネットワークで、日本食文化の世界浸透を推進

主な事業内容 「海外酒類事業」、「海外日本食材卸事業」を展開し、日本食文化(和酒・日本食)の世界浸透を推進



タカラバイオグループ(バイオ事業)

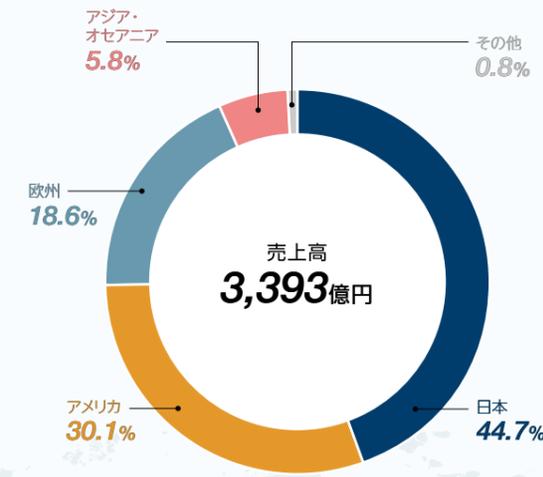


ライフサイエンス産業のインフラを担うグローバルプラットフォーマー

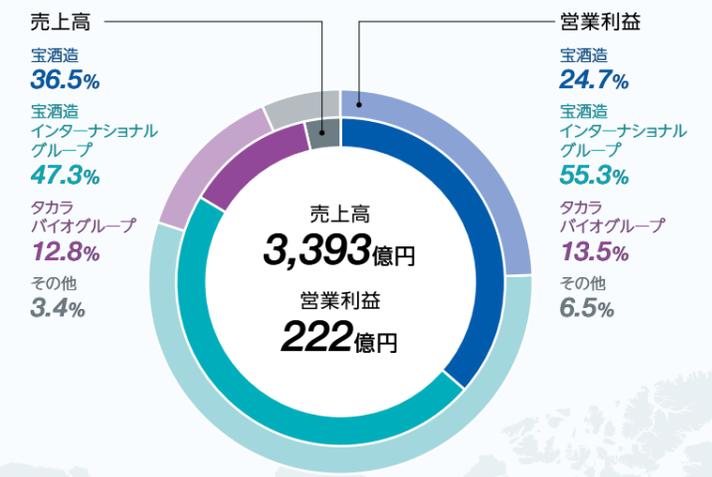
主な事業内容 国内外に試薬・機器を提供するとともに、再生医療等製品などの先進的な医薬品の開発製造受託などの事業を展開



地域別割合



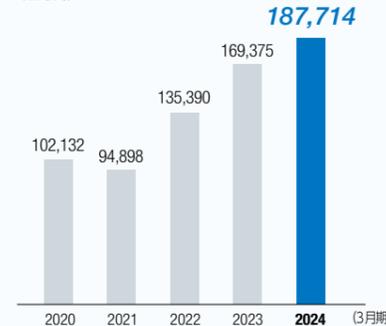
事業別割合



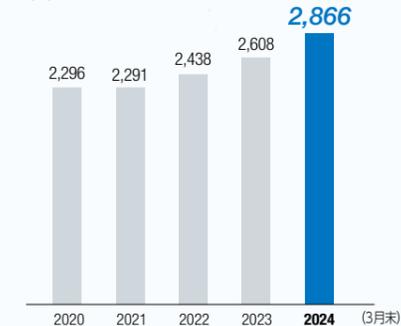
(2024年3月期)



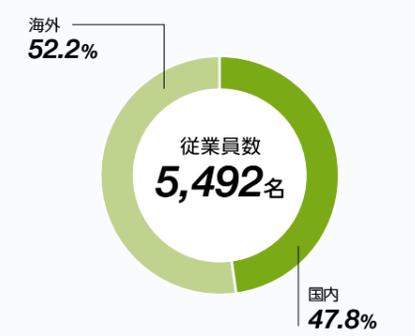
海外売上高推移(百万円)



海外従業員数推移(人)



国内外従業員比率 (2024年3月31日現在)





特集1 日本食文化(和酒・日本食)の世界浸透の推進

北米における日本食文化普及の歴史とさらなる浸透を目指して

宝酒造インターナショナルグループは、米国における日本食材卸のパイオニアである1926年創業のMutual Trading Co., Inc.(以下、MTC)と、1983年設立の和酒の製造・販売会社であるTakara Sake USA Inc.(以下、米国宝酒造)を中心に、北米における日本食文化(和酒・日本食)の普及に努めています。MTCは全米で日本食材卸のネットワークを拡大し、米国宝酒造はその販路を活用して和酒の育成に努めるなど、シナジーを発揮しています。さらに、日本食や和酒の文化を積極的に啓発するなど、日本食文化のさらなる浸透を目指しています。

米国日本食材卸のパイオニア—Mutual Trading Co., Inc.



ロサンゼルスMTC本社

MTCは、1965年より米国における寿司の普及を促進するとともに、1971年には宝酒造から純米酒(「デラックス松竹梅」)の輸入を開始。1989年から日本食レストランショー(現:Japanese Food & Restaurant Expo)を開催するなど、100年近く米国における日本食文化の普及に努めてきました。こういった背景から、MTCは飲食店への提案に強みを持っており、品揃えは10,000品目を超え、飲食店の開業に必要なアイテムをワンストップで揃えることができます。さらに、日本からの仕入れを担う東京共同貿易(株)との連携により、日本酒の品揃えも豊富で、日本で人気の銘柄を取り扱っていることが強みです。



Japanese Food & Restaurant Expo 2023

40年の歴史に裏打ちされた高い技術力—Takara Sake USA Inc.

米国宝酒造は、健康志向で寿司ブームが広がりを見せた1983年に設立、カリフォルニア産「松竹梅」の製造・販売を開始しました。現地の米と水を使用した清酒造りには数々の創意工夫が必要でしたが、「全米日本酒飲評会」で、「松竹梅 純米大吟醸」が金賞を受賞するなど、日本国内と同レベルの味わいと品質を実現しています。今では「松竹梅」は北米のトップブランドに成長し、40年の歴史に裏打ちされた確かな技術力と、現地に拠点がある強みを活かし、市場環境やニーズを捉えたイノベティブな商品開発に挑戦しています。

※2001年より毎年開催されている日本国外で最も歴史の長い清酒の品評会。優秀な評価を得た出品酒に金賞と銀賞が授与される。



カリフォルニア州パークレーの米国宝酒造

日本食文化普及のための啓発推進



MIYAKO SUSHI & WASHOKU SCHOOL

MTCでは、2008年から日本食料理人を養成する「MIYAKO SUSHI & WASHOKU SCHOOL」や、2010年から和酒のスペシャリストを育成する「Sake School of America」等、日本食・和酒の普及活動を行っています。また、米国宝酒造の清酒資料館「SAKE MUSEUM」(1997年～)では、清酒まつわる展示や、テイスティングルームで実体験の場を提供するなど、和酒文化の啓発に努めています。商品を販売するだけでなく、料理人の養成や清酒の文化を広めていくことで、北米での日本食文化の浸透に取り組んでいます。



SAKE MUSEUM

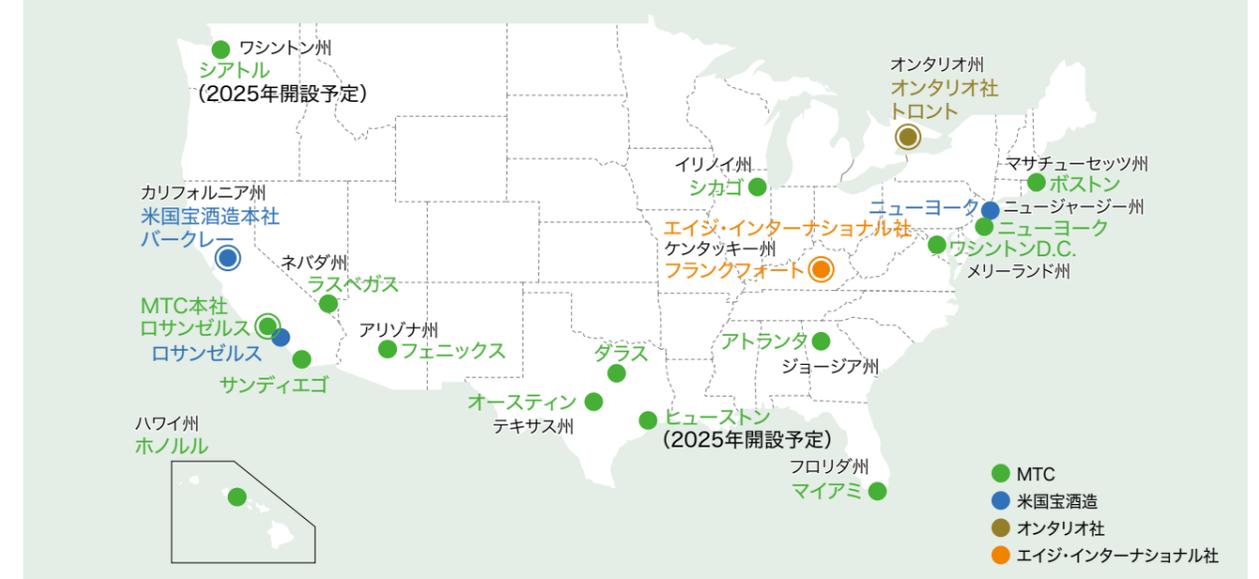
Smiles in Life

～笑顔は人生の宝～

北米における日本食材卸の拠点を拡充

北米における日本食材卸事業は、MTCが米国に拠点を展開。今後、経済成長著しいテキサス州ヒューストン市や、これまで進出していなかったワシントン州のシアトル市にも新たな拠点の開設を計画しています。これにより、北米における日本食材卸網は、12州15拠点となりますが、今後もさらに拡充を進め早期に20拠点を目指します。また、海外酒類事業における和酒は、カリフォルニア州の米国宝酒造と、カナダ・オンタリオ州の清酒やSakeカクテルを製造・販売するOntario Spring Water Sake Companyで展開。和酒の製造から日本食材の販売まで、両事業の幅広いネットワークを活用して、日本食文化の浸透を図っています。

北米の宝酒造インターナショナルグループ事業拠点



北米における宝グループと日本食普及の歴史

北米での宝グループの歴史		北米での日本食普及の歴史	
1926年	● Mutual Trading Co., Inc.(以下、MTC)創業		
1951年	● 北米向けに清酒「松竹梅」の輸出を開始	1963年	● ニューヨーク(NY)に日本食レストラン「レストランニッポン」が開業
1965年～	● 米国における寿司の普及を促進(MTC)	1965年	● ロサンゼルス(LA)で「川福」と「東京会館」が開業し、「スシパー」導入
1971年	● 純米酒の米国初輸入:「デラックス松竹梅」(MTC)	1960～70年代初頭	● LAで「カリフォルニアロール」が生まれる
1983年	● Takara Sake USA Inc.(以下、米国宝酒造)設立。「松竹梅 クラシック」の現地製造・販売を開始		
	● 日本食シェフ用の調理器具やレストラン用品に特化したショールームを開設(MTC)	1970～90年代	● 健康志向の高まりにより、富裕層の間でスシブームがおきる
1989年	● 第1回日本食レストランショー開催(MTC)		● スシレストランが全米に広がる(スシ・燗酒・エダマメ)
1992年	● Age International, Inc.をグループ化	1993年～	● NOBU NYが開店。フュージョン和食が生まれる
1997年	● 米国宝酒造内に「SAKE MUSEUM」完成	1995年頃～	● 回転スシが広がる
2008年	● 「MIYAKO SUSHI & WASHOKU SCHOOL」開校(MTC)	2000年	● 全米の日本食レストラン5,980店 ^{※3}
2010年	● 「Sake School of America」開校(MTC)	2000年代～	● スシ以外の日本食が広がる(ラーメン・焼鳥・餃子・カレー)
2011年	● 「松竹梅 クラシック」金賞受賞 ^{※1} (米国宝酒造)	2010年	● 全米の日本食レストラン14,129店 ^{※3}
2013年	● 「松竹梅 純米大吟醸」金賞受賞 ^{※2} (米国宝酒造)	2013年	● 「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録
2016年	● MTC創立90周年	2020年～	● コロナ禍でテイクアウト需要が高まる(スシ・Bento・Don)
	● MTCをグループ化	2022年	● 全米の日本食レストラン23,064店 ^{※3}
2023年	● Ontario Spring Water Sake Companyをグループ化	2023年	● 「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録され10周年
	● 米国宝酒造設立40周年		

※1、※2:全米日本酒飲評会 ※3:(出所)JETRO

特集2 遺伝子治療の重要プラットフォーム

ウイルスベクターの製造・開発への取り組み

ウイルスには病気の原因となる悪役のイメージがつきまといいますが、上手に利用すれば優れた治療薬になることが分かってきました。現在、多くの製薬企業やバイオベンチャーがウイルスを使った新薬開発に乗り出しており、承認薬も登場しています。タカラバイオでは、注目を集める新しい創薬プラットフォームについて、開発から商用生産までワンストップでクライアントを支援するCDMO事業を展開するほか、独自の創薬基盤技術開発を進めています。

ウイルスの生活環(ライフサイクル)

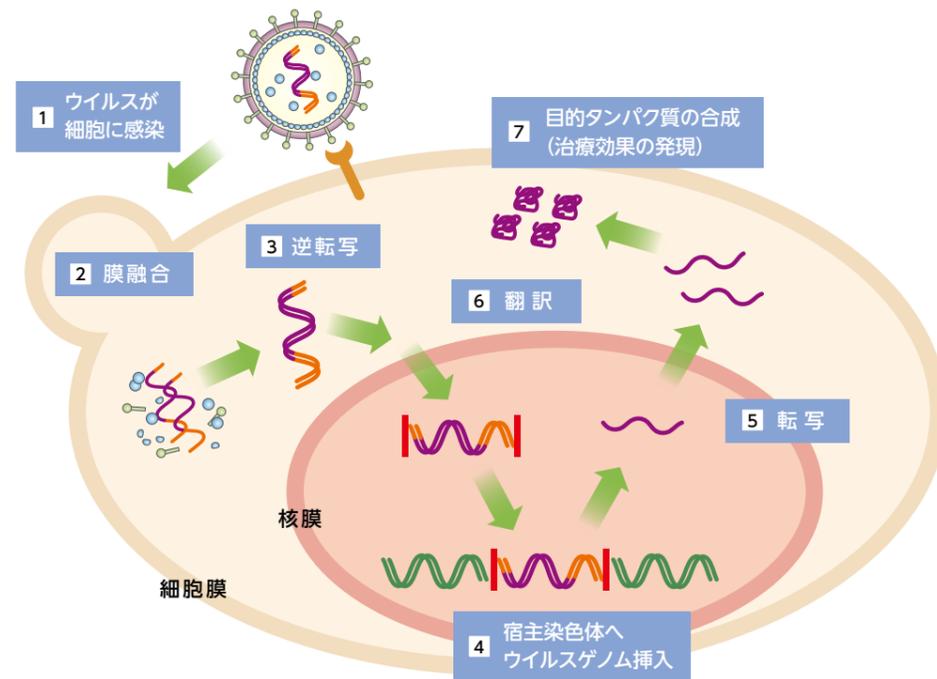
ウイルスは遺伝子とこれを包む殻から成る簡単な構造をしています。ウイルスは自ら増殖することができず、宿主となる細胞に感染し、増殖します。ウイルスがどの生物のどの細胞に感染するかは、ウイルスごとに決まっています。宿主となる細胞を見つけたウイルスは、細胞の中に入り込み、自らの遺伝子の情報をもとに宿主細胞のシステムを借りて子孫のウイルスを大量につくり出します*。

*一部のウイルスは宿主細胞内で休眠状態になることが知られています。

ウイルスがクスリになる仕組み

遺伝子治療では、ウイルスが特定の細胞を見つけて、遺伝子を細胞内に運び込む性質を利用します。治療に用いられるウイルスは人工的に改変され、病原性に関連する危険な遺伝子は事前に除かれ、治療用の遺伝子に置き換えられます。このように遺伝子の運搬を目的に改変されたウイルスは「ウイルスベクター(遺伝子の運び屋)」と呼ばれ、遺伝子治療では中心的な役割を果たします。

● ウイルスベクターが治療効果を発現する工程



代表的な遺伝子治療ベクター

① アデノ随伴ウイルス(AAV)ベクター

治療用遺伝子を載せたAAVベクターは、全身もしくは局所に直接投与する体内(in vivo)遺伝子治療に使用される。承認薬(適応:血友病A、B、筋ジストロフィーなど)や開発中の治験製品(加齢性黄斑変性症、網膜色素変性症)などで実績がある。

② レンチウイルスベクター

血液がんの治療薬として実績がある。T細胞(免疫細胞)にレンチウイルスベクターを用いて治療用遺伝子を導入し、この遺伝子導入細胞を投与する体外(ex vivo)遺伝子治療で使用される。

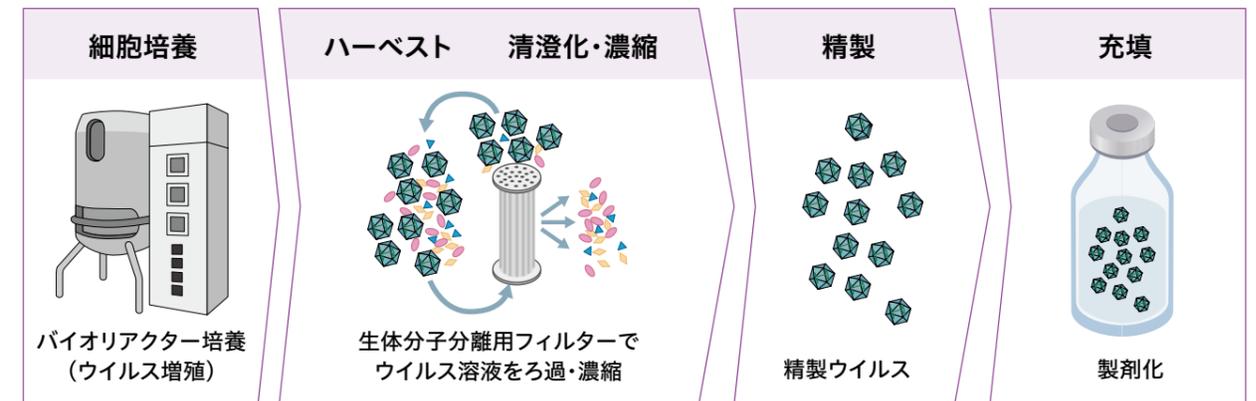
Smiles in Life

～笑顔は人生の宝～

■ タカラバイオの取り組み

1 ウイルスベクターの製造(CDMO事業)

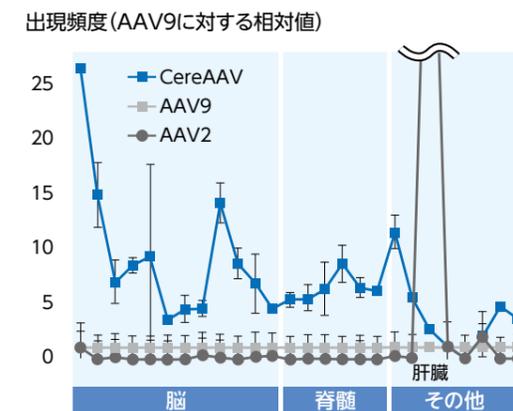
ウイルスベクターの製造は、特殊な加工を施したウイルス生産細胞を培養し、細胞や上清からウイルスを抽出・精製することによって行われます。製造には特殊な技術や設備を必要とし、GMP(医薬品製造の品質管理基準)に準拠した厳重な管理下で行われます。このため専門の事業者へのアウトソースが一般的です。タカラバイオでは最先端の設備を整備し研究開発から商用生産までワンストップでサービスを提供しています。



2 ウイルスベクターの開発(創薬基盤技術)

タカラバイオでは、ウイルスを人工的に改変して、臓器や細胞への指向性がより高いウイルスベクターを開発しています。指向性を強化することで、接種量を減らし、予期せぬ有害事象を防止するほか、コストの抑制が期待されます。タカラバイオでは、脳や内耳組織に遺伝子を効率的に送達できるウイルスベクターを創出し、その応用開発を進めています。

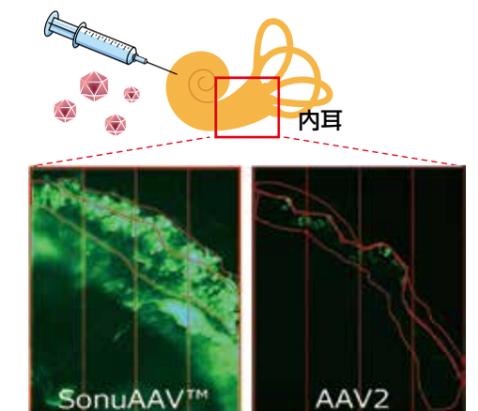
脳指向性ベクターCereAAV™



CereAAV™は、脳や神経に高い指向性を持つ。グラフはカニクイザルを用いた指向性試験の結果。既存の遺伝子治療ベクター(AAV2、9)と比較し、脳や脊髄への指向性が高い一方で有害事象の原因となる肝臓への指向性が低いことが分かる。

※ 東京都医学総合研究所 原田高幸プロジェクトリーダー・行方彦研究員らとの共同研究データより

内耳指向性ベクターSonuAAV™



SonuAAV™は既存の遺伝子治療用ベクター(AAV2)の95倍以上の効率で内耳支持細胞に遺伝子を導入する(図の緑色の部分が遺伝子の導入部位)。また、疾患モデルマウスを使用した試験から遺伝性難聴に対する治療効果が期待されている。

※ 順天堂大学 神谷和作准教授との共同研究データより

宝グループの「いま」

財務ハイライト

売上高・売上高原価率



販売費及び一般管理費・売上高販管費率



営業利益・売上高営業利益率



研究開発費・売上高研究開発費率



親会社株主に帰属する当期純利益・売上高当期純利益率



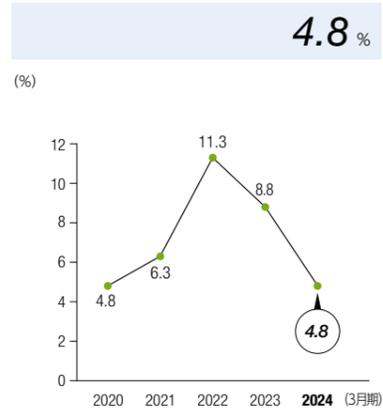
資本的支出・減価償却費及びその他の償却費



自己資本・自己資本当期純利益率(ROE)



投下資本利益率(ROIC)



1株当たり当期純利益(EPS)・1株当たり純資産(BPS)



2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴い、従来販売費及び一般管理費で処理していた費用の一部を売上高から控除しております。2021年3月期以前の売上高および販売費及び一般管理費は「収益認識に関する会計基準」等の適用前の数字となっております。

非財務ハイライト

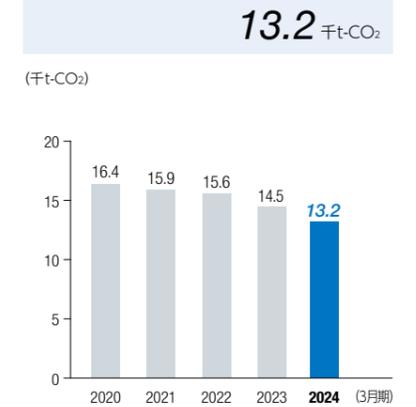
生産工程でのCO₂排出量



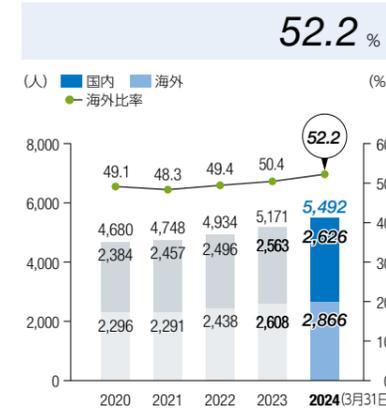
生産工程での水使用量



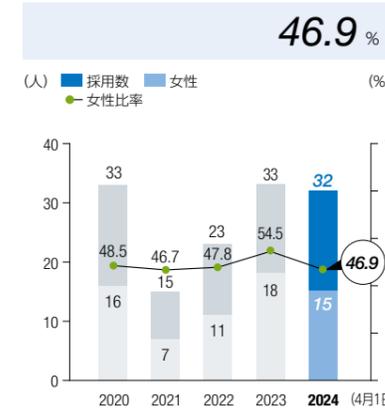
物流工程でのCO₂排出量 (宝酒造)



海外従業員比率



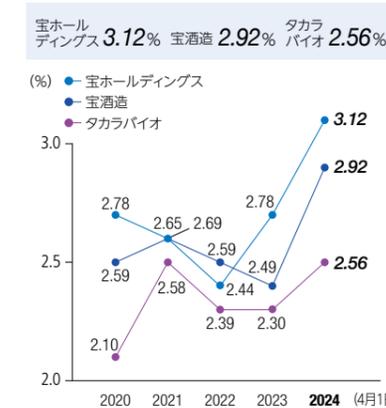
新卒採用者における女性比率 (宝ホールディングス、宝酒造、宝酒造インターナショナルの3社)



新卒採用者における女性比率 (タカラバイオ)



障がい者雇用率 (宝ホールディングス、宝酒造、タカラバイオ)

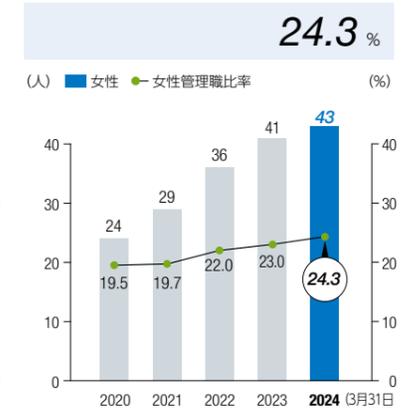


女性管理職比率 (宝ホールディングス、宝酒造、宝酒造インターナショナルの3社)



※管理職＝課長職以上

女性管理職比率 (タカラバイオ)



※管理職＝課長職以上

トップメッセージ

宝ホールディングス株式会社
代表取締役社長

木村 睦



ROIC経営の浸透と、 成長・強化領域への 投資を加速させ、 企業価値を高めます

ROIC浸透による攻めの経営へ

宝グループは、国内事業を担う宝酒造、海外事業を推進する宝酒造インターナショナルグループ、バイオ事業を担うタカラバイオグループを中心に、2025年度(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(以下、TGC100)」の下、様々なチャレンジに取り組んでいます。

TGC100の総仕上げである、2026年3月までの3か年の「宝グループ中期経営計画2025(以下、本中計)」においては、「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」を経営方針として掲げています。

これまで当社グループは、コストダウンや経費削減に注力してきました。それ自体は間違っていないが、いつの間にかコストダウンが目的化してしまい、そこで生まれた原資をさらなる成長のために使うという視点が弱かったように思います。高齢化・人口減少など国内市場の縮小が避けられない現在の事業環境において、成長余地が大きい海外における

酒類の輸出拡大や、米国を中心とした日本食材卸の拠点拡大など、これまで以上にアグレッシブなプランとその実行が欠かせず、また国内においても、利益率の高い商品の拡大を図る必要があると考えています。

これまで、ディフェンス面が前に出ていましたが、本中計においては、企業価値の持続的成長を実現するべく、成長・強化領域への投資を積極的に実行していくという攻めの姿勢を強く打ち出しました。

本中計の5つの重点戦略の中で、その筆頭に、「ROIC経営の浸透」を掲げていますが、攻めの投資を推進するための前提となるのは、投資に対する十分なリターンを生むことです。そのためにグループ全体にROICの考え方を浸透させていくことを考えました。

その観点から、従来の売上に対してどれだけ利益を生み出すかという考え方に加えて、投下資本の効率性も意識した損益管理が重要だと考えています。

「中期経営計画2025」の1年目の成果と課題

本中計の1年目となる2023年度(2024年3月期)が終了し、宝グループの連結業績は減収減益となりました。事業別にみると、宝酒造は増収増益となり、中計1年目の計画比も上回りました。宝酒造インターナショナルグループは、増収増益を達成しましたが、中計1年目の計画比はわずかに下回ったものの、この2社を合わせると計画を上回り推移しました。一方で、タカラバイオグループは、新型コロナウイルス感染症に関する需要が激減したことに加えて、世界的なライフサイエンス研究市場の低迷などにより大幅な減収減益となり、中計1年目の計画比も下回りました。

宝グループ全体の業績は、目標を下回りましたが、事業別の中計の進捗では、今後の成長に繋がる成果が見えてきています。

宝酒造では、全体方針としてブランド育成を徹底し、「重点ブランド」と「輸出」の拡大など、利益率向上に向けた取り組みを進めています。

本中計では、収益の拡大が見込めるブランドを「重点ブランド」として位置づけ、育成を進めています。スパークリングの日本酒として人気の松竹梅白壁蔵「澗」、辛口の味わいが多くのファンに支持されている「タカラ焼酎ハイボール」、飲みごたえとお酒感を実現したノンアルコールチューハイ「タカラ辛口ゼロボール」などは、宣伝費投下によるテレビCMやSNS動画コンテンツ、ファンサイトなどの積極的な情報発信の効果もあり、売上を伸ばし、重点ブランド全体で、売上が拡大しました。

昨年度は、原材料価格やエネルギー価格の高騰などのコストアップがありましたが、重点ブランドの構成比の高まりや全社一体となったコストダウンや効率化、価格改定の実施により利益率が改善しました。

一方で、課題は、新商品開発のスピードアップです。中計3年間で、カテゴリーごとに新商品を1アイテム程度開発し、発売することを計画していますが、昨年度

トップメッセージ

は、調味料カテゴリーで発売した「タカラ本みりん贅沢米麹(国産米100%)」の1アイテムに留まっています。

今後、短期的には収益性の低い商品の需要にも対応していく必要もあると思いますが、将来を見据えて、高利益商品の構成比拡大に注力していきます。また、次の柱となる新商品の開発も進めていきます。

宝酒造インターナショナルグループでは、北米を中心にM&Aや自社進出による新規拠点の展開を進め、宝酒造や海外グループ会社との協業による、現地ニーズを捉えた新商品の開発、大手チェーン量販店・飲食店の攻略を推進しています。

昨年度は、事業全体では為替の影響もあり、前期比10%を超える増収増益を達成したものの、欧州市場でやや苦戦を強いられた影響もあり、M&Aや為替影響を除いた現地通貨ベースでは、計画をわずかに下回る結果となりました。

そういう状況の中、取り組みが進捗したのが、海外日本食材卸事業における米国での拠点拡大です。当社が展開している米国、欧州、オーストラリアの中では特に米国の拠点数で競合企業に遅れを取っており、世界最大の同市場での拠点拡大を最優先課題に掲げています。

2022年12月フロリダ州のカロリーナ社、2023年1月イリノイ州のヤマショウ社に続き、2023年7月に、重点エリアのひとつとして位置づけている、経済成長著しいテキ

サス州において、オースティン市に拠点を構えるミナモトホールセール社をM&Aしました。さらにヒューストンにも支店の開設を計画しており、従来からあるグラスのテキサス支店と合わせて、同州に3拠点をもちこととなります。同州は人口がカリフォルニア州に次いで全米2位で、日本企業も数多く進出しています。日本食レストラン数が全米4位、店舗数の増加率も高く、拠点網の拡充により、同州南部の大都市圏一帯、周辺エリアの販売を強化していきます。そして、もうひとつの重点エリアが、日本食レストラン数全米5位のワシントン州に位置するシアトル市です。同エリアにこれまで拠点を構えていませんでしたが、2025年中にはシアトルでの支店の開設を計画しています。

これにより、北米では12州15拠点となりますが、今後も拠点拡充を進め、早期に20拠点の達成を目指しています。

海外酒類事業(和酒)においては、グローバル重点ブランドに位置づける「瀧」の海外専用商品が好調に推移しました。さらなるブランド活性化に向けて、グループ会社であるTakara Sake USA Inc.(米国宝酒造)が、メジャーリーグの「ニューヨーク・メッツ」と、2024年度オフィシャルスポンサー契約を締結しました。ドジャー・スタジアムのVIPルームのメニューにも「瀧」が採用され、日本選手の活躍とともにプレゼンスの高まりを見込んでいます。

事業方針のひとつに掲げる、従来の和酒の領域にとらわれない「イノベティブな和酒」の開発・育成につい

ては、2023年5月にM&Aしたカナダのオンタリオ社が製造するSAKEカクテルを、米国の海外日本食材卸会社であるMutual Trading Co., Inc.(ミューチャルトレーディング社)の販路を活用して拡売を図っています。さらに、2023年1月に投資した日本酒スタートアップ企業・WAKAZE社との協業により、米国宝酒造が、WAKAZE社が2024年4月より販売を開始した米国向け缶入りスパークリングSAKE「SummerFall」の受託製造を行うなど、取り組みを進めています。

タカラバイオグループについては、新型コロナウイルス感染症の検査関連製品の販売減少は予想していたもの

の、中国経済の低迷などの影響も重なりライフサイエンス産業における市場環境が世界的に悪化したことで、減収減益となりました。

今後は、世界各地域のニーズに対応したグローバル医薬製造体制の構築なども進めていきます。また、長期的なバイオ関連産業への社会的ニーズは高く、製薬企業などの遺伝子治療の開発・製造を支援するCDMO事業において、独自のプラットフォーム技術や臨床開発の経験を活かした開発初期(Research)から包括的な支援サービスを提供するC“R”DMOを展開することで、今期は増収増益を達成する計画です。

「稼ぐ力」の向上のため成長投資を強化

本中計の重点戦略に掲げているように、当社グループでは、将来的な「稼ぐ力」と社会の持続可能性の向上を目指し、「日本食文化(和酒・日本食)の世界浸透」と「ライフサイエンス産業におけるインフラを担うグローバルプラットフォーム」という、グローバルでサステナブルな宝独自の2つのビジネスモデルを確立し、中長期的な価値創造の実現を目指しています。

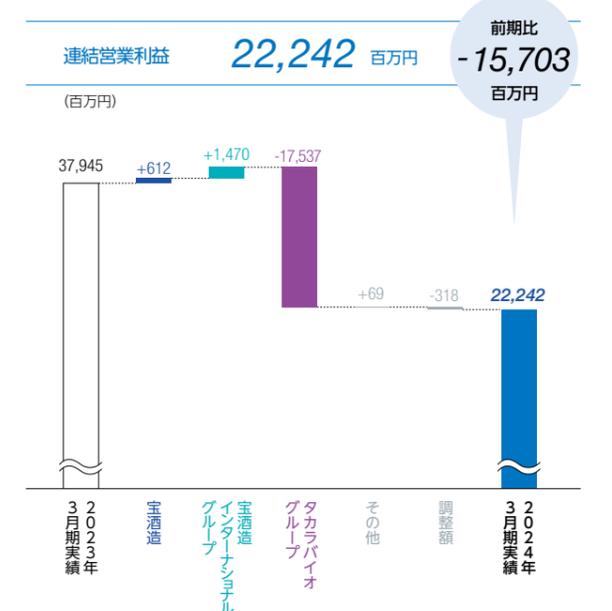
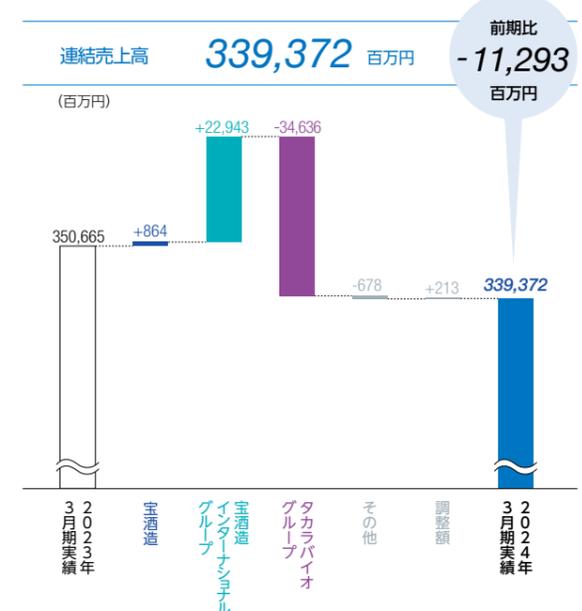
その実現のために、中計3か年の投資として約880億円を計画しています。この金額はグループ全体で稼ぎ出す3か年の営業キャッシュフローを上回り、前中計の2.7倍

の規模となります。

2023年度の投資実績としては、宝酒造では伏見工場での缶チューハイラインの設備更新、松戸工場における設備増強に向けた土地購入、宝酒造インターナショナルグループではM&Aや倉庫機能の拡張などを実施しました。タカラバイオグループでは遺伝子・細胞プロセッシングセンター2号棟の整備などを行い、グループ全体で270億円となりました。中計1年目計画の318億円を下回ったものの、タカラバイオグループを除いては、ほぼ計画どおりに進捗しています。



2024年3月期連結業績の事業セグメント別増減内訳



トップメッセージ

企業のゴーイングコンサーンという観点からも、将来への布石として成長力のある事業分野に投資していく戦略は本中計の“根本”ともいえるものです。

計画している880億円を投資していくうえで、利益が見込める成長事業だからという理由だけでなく、いかに資本コストを超えるリターンを得ていくかが大事であり、そのためにも社員のROICへの意識を高めることに注力しています。

2024年3月期のROICは4.8%、2025年3月期は5.2%を目標に掲げています。中計最後の年に掲げる目標値7.5%以上の達成を目指すため、いかに社内へROICを浸透させるかが重要だと考えています。そこで、社内で以前から業務革新の考え方として使っていたモデルをアップデートした「宝版ROIC翻訳式」という考え方を社員に浸透させるべく取り組んでいます。社員一人ひとりが、各自の仕事にROICの考え方を落とし込むことで、イノベーションの創出と生産性を高める意識の向上を図っています。

生産性向上のためには、投入する経営資源を分母、得られるリターンを分子に見立て、分母を減らすか、分子を増やすかの2択ではなくて、両方を実践するのだという概念を示すものです。

新たな芽の創出で次の100年を切り拓く

本中計の重点戦略に掲げる「サステナビリティの取り組みに対するグループとしての推進力向上」については、「宝グループ・サステナビリティ・ビジョン」を策定しています。10の重要課題(マテリアリティ)に対して、TCFDフレームワークなどの開示基準への対応や、食生活やライフサイエンス研究など事業を通じた社会課題の解決に取り組んでいます。

「宝版ROIC翻訳式」は、既存業務と成長領域の業務に分け、既存業務を洗い出したうえで、強化していくべき新たな業務を設定し、既存業務の中で、かける時間やコストを減らしても同じアウトプットを出せるような業務の仕方を考え、そこで創出した余力を、成長領域の業務に活用していく考え方です。このように、社員一人ひとりが既存業務のリターンである分子は維持しつつ、分母を減らし、創出したリソース(資源)を、成長領域の分母に投入し、成果を上げることで、結果的にグループ全体の生産性向上に繋げるべく取り組んでいます。

コストダウンを目的化するのではなく、コストダウンや業務の効率化で浮いたお金、時間で何をするか。つまり、どうすれば自分たちの普段の活動で生産性向上を達成し、やりたいことにチャレンジできるかを意識してもらっています。

こうして現場の社員がROIC向上について考えることで、結果的に業績や株価にも良い影響が出てくると考えています。

もちろん、一朝一夕に成果が出るものではなく、私自身も繰り返しROIC経営の意味と重要性について社員に伝え続け、ROIC向上を実現していきます。

直近では、海外事業拡大に向けた人財育成や、女性活躍推進法行動計画に基づいた取り組み、CO₂削減の継続、さらにTCFDの開示の高度化にも努めています。また、タカラバイオグループにおける環境に配慮した資材の積極採用や宝酒造における「寶CRAFT」での地域振興、サステナブルなアルコールの開発・製造を行うファームステーション社との協業、商品への純アルコール量



表示等を進め、事業と密着したサステナビリティ活動を推進しています。

こうした活動と成果が認められ、2024年7月には、ESG投資の代表的な指数である「FTSE Blossom Japan Index」の構成銘柄に初めて選定されました。同指数は、FTSE RussellがESG(環境、社会、ガバナンス)について優れた対応を行っている企業のパフォーマンスを測定するために設計したもので、日本の公的年金を運用するGPIF(年金積立金管理運用独立行政法人)が採用しているESG指数のひとつでもあります。今後も、持続可能な社会の実現に向けた取り組みと社会課題解決に向けた事業活動を加速させます。

ここまで掲げてきた施策を進め、目下取り組む生産性向上や目指すイノベーション創出を実現するためには、担い手となる多様な人財の活躍推進、エンゲージメント向上に向けた「やりがい」の醸成が前提となります。

そのために、まずは会社が目指す方向と社員のベクトルを合わせるための対話を深めたうえで、組織としてのパワーを最大限に発揮することが大事です。私自身も全国の事業所を回り、社員からの事業や仕事に関する質問に何でも応える場を設けたり、社内SNS上で私が日頃考えていること等を発信するなど、社員の心理的安全性が担保されたうえでのコミュニケーションの活性化に取り組んでいます。そうすることで、トライ&エラーの組織風土の醸成にも繋がると考えています。

また、2024年秋より、社員参加型の新規事業開発プログラム「starTreasure(スタートレジャー)」を始めます。

当社グループの歴史を振り返ると、2010年の海外日本食材卸事業参入以来、10年以上も新規事業が生まれておらず、新規事業を開発・育成する活動が不足しているという認識から新しいプログラムを稼働しました。

まずは社員自らが、新規事業の必要性を認識してもらったうえで、日々の業務で得た知見を活かし、新しいビジネスチャンスを生み出す活動に取り組んでもらう、意識の変革が狙いです。

スタートアップとの協業にも取り組んでいますが、具体的に新たな商品や成長事業を生み出すということだけではなく、社員が組織風土の異なる企業文化や人財に触れることで、化学反応が起きてほしいと思っており、失敗を恐れずチャレンジできるマインドの醸成に繋がればと考えています。

当社グループは、来年、節目となる100周年を迎えます。「starTreasure」は次の100年を見据えた新規事業という“芽”を生むための種まきでもあります。グループとしてありたい姿(Vision)に掲げる「Smiles in Life～笑顔は人生の宝～」の下、世界中の暮らしを、命を、人生を、笑顔で満たすために挑戦を続け、中計に掲げる目標を達成し、次の100年に向けて歩みを進めていきます。

ステークホルダーの皆様には、ぜひ当社グループの従来の延長線上にないチャレンジにご期待いただき、ご支援、ご指導をお願い申し上げます。

宝グループ中期経営計画2025 5つの重点戦略

- 1 ROIC経営の浸透を通じた、成長・強化領域への投資
- 2 中長期的な価値創造を通じた、社会の持続可能性の向上を両立する宝独自のビジネスモデルの確立・強化
- 3 無形資産(人的資本・ITなど)への投資の強化(「働きがい」を高めることで、生産性の向上やイノベーションの創出を実現)
- 4 サステナビリティの取り組みに対するグループとしての推進力向上
- 5 コーポレートコミュニケーションの強化

財務担当役員メッセージ

資本効率を高め、 持続的な成長の実現と グループの企業価値向上に 取り組んでまいります

取締役
森 圭助



2024年3月期の業績について

2024年3月期の業績については、売上高は、国内事業の宝酒造、海外事業の宝酒造インターナショナルグループは増収となるものの、タカラバイオグループが減収となり、グループ全体の売上高は3,393億7,200万円(前期比3.2%減)となりました。営業利益は、宝酒造、宝酒造インターナショナルグループは、増益となりましたが、タカラバイオグループが減益となり、グループ全体では、営業利益222億4,200万円(前期比41.4%減)、経常利益233億3,600万円(前期比39.7%減)、親会社株主に帰属する当期純利益161億7,600万円(前期比23.7%減)となりました。

宝グループ中期経営計画2025の 財務戦略について

2024年3月期からの「宝グループ中期経営計画2025(以下、本中計)」において、重点戦略として「ROIC経営の浸透を通じた、成長・強化領域への投資」を掲げ、成長・強化領域を中心に3か年で営業キャッシュフローを上回る約880億円を投資し、2026年3月期のROE目標は9.0%以上、ROIC目標は7.5%以上としています。

財務方針は、「健全な財務体質の維持をベースとして、成長・強化領域への投資を加速するために、グローバルなキャッシュマネジメントを強化するとともに、資産の効率

性の向上や、政策保有株式の売却などによりキャッシュフローを創出する」ことを掲げており、株主還元については、「利益水準に応じた適切な株主還元(配当性向35%を目標)を実施する」としております。

2024年3月期の財務状況について

本中計の1年目である2024年3月期は経営方針に則り、成長・強化領域などへ270億円の投資を実施しました。

Page.29

投資案件については、引き続き投資効率の判定にNPV法を用い、株主資本コストを本中計のROE目標である9.0%に設定したWACCの近似値7.5%をハードルレートに適用しています。

また、M&A案件についてはDCF法等による企業価値算定に用いた割引率をハードルレートとしますが、7.5%は下回らないものとしています。

ROE・ROICの実績ですが、右のグラフのとおり、2021年3月期から2023年3月期は新型コロナウイルス関連需要により、営業利益や親会社株主に帰属する当期純利益が増加したことで、高い水準となっています。

新型コロナウイルス関連需要が減少した本中計1年目のROEの計画は7.2%としておりましたが、政策保有株式

の売却などにより親会社株主に帰属する当期純利益が計画を超過したことで7.5%と目標を上回りました。

ROICは、本中計1年目の計画5.8%に対し、主にタカラバイオの営業利益未達により4.8%となりました。

コロナ前の2020年3月期のROIC4.8%との比較では、営業利益は上回るものの、投下資本が増加したため、横ばいとなっています。事業別では、主にタカラバイオグループの固定資産、宝酒造インターナショナルグループのM&Aなどによる運転資本が増加しました。

また、ROICは、6%強と認識している当社グループのWACCを下回っており、PBRも1倍前後で推移していることから、企業価値向上に向けた活動をより一層強化する必要があると認識しております。

配当は、29円(配当性向35.3%)といたしました。加えて、2023年11月から2024年2月にかけて30億円の自己株取得を実施し、政策保有株については、2024年3月期は8銘柄、約48億円の縮減を実施しました。

2025年3月期の業績、 財務の見通しについて

本中計の2年目となる2025年3月期については、宝酒造では、売上高は、焼酎、原料用アルコールなどが減少し、減収となりますが、営業利益は、原燃料や為替影響によるコストアップを、コストダウンや商品構成の改善、価格改定などで補い、増益となる見通しです。

宝酒造インターナショナルグループは、海外での日本食の広がりを背景に、海外酒類事業では海外専用商品の拡充や輸出の強化など、海外日本食材卸事業では既存ルートのさらなる深耕やチャネルの多角化、拠点の拡大等

を進めることで増収増益となる見通しです。タカラバイオグループは、地域別のグローバル戦略を進めることや、受託(CDMO)事業では遺伝子・細胞プロセッシングセンター2号棟の活用などを進めることで増収増益となる見通しです。

以上の結果、2025年3月期は売上高3,620億円(前期比6.7%増)、営業利益257億円(前期比15.5%増)、経常利益263億円(前期比12.7%増)、親会社株主に帰属する当期純利益172億円(前期比6.3%増)とする計画であり、増益へと転換させてまいります。

2025年3月期の投資は、宝グループ全体で255億円を計画しています。

Page.30

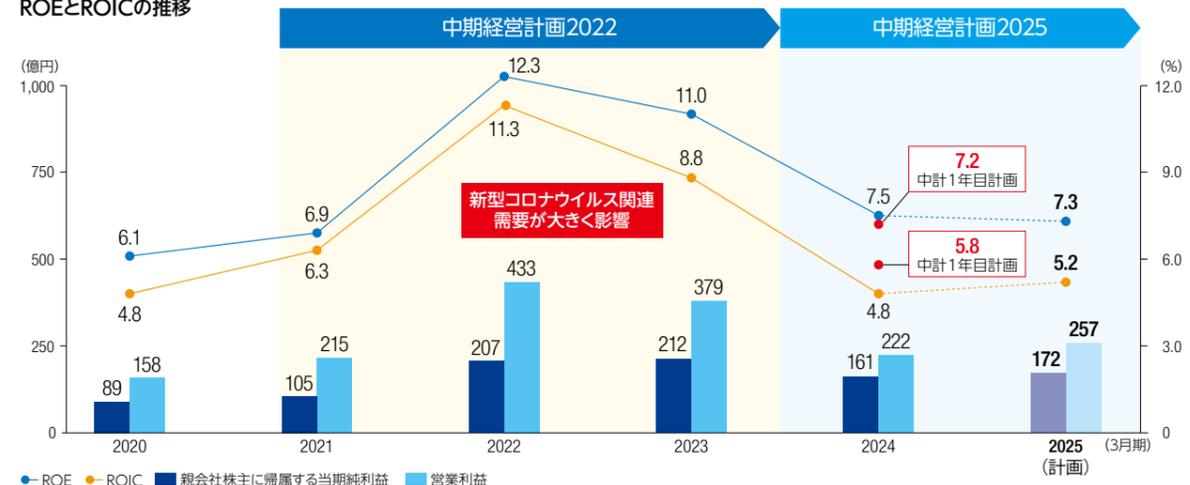
ROEについては、親会社株主に帰属する当期純利益は前期を上回るものの、自己資本が増加することで、2024年3月期を下回る7.3%を予想しています。

ROICは、各セグメントでの営業利益が増益となることにより、2024年3月期を上回る5.2%を予想しています。配当については、一株当たり31円(配当性向35.2%)を予定しています。

当社グループは、本中計のROE・ROIC目標の達成に向けて増益基調に転換させるとともに、政策保有株式の縮減など、資本効率をさらに高めていきます。また、在庫水準の適正化などに努め、投下資本の効率化にも取り組んでいきます。さらに、2025年3月期から事業場長以上の役職者の成績評価指標にROIC目標の達成度合を追加し、ROIC経営の浸透を加速させます。

当社はこれからも、ステークホルダーの皆様への“笑顔”を創出できるよう、事業を通じた持続的な成長の実現とグループの企業価値向上に取り組んでまいります。

ROEとROICの推移

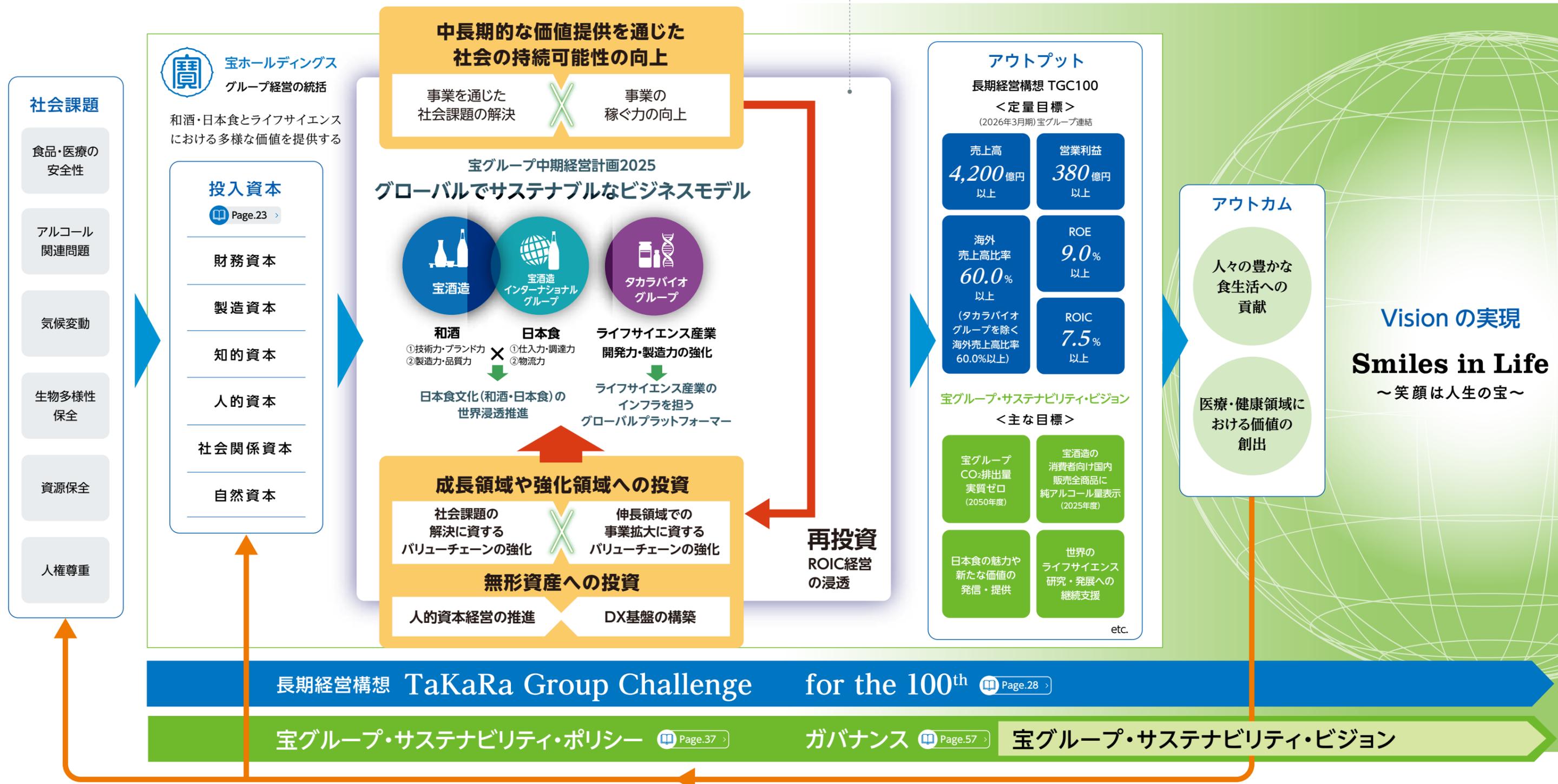


宝グループの価値創造プロセス

当社グループにとって、豊かな自然環境が保たれることは事業を継続するうえでの大前提です。また、食品や医療に関わる事業を営む企業として、その安全・安心は最も重要なテーマであり、同時にアルコール関連問題をはじめとする様々な社会課題にも対処していく必要があります。

当社グループは、長期経営構想「TaKaRa Group Challenge for the 100th」のもとで、事業活動を通じた社会課題の解決により、持続可能な社会づくりに向けた企業としての責任を果たしていくとともに、価値創造プロセスを通じ、世界中の暮らしを、命を、人生を、笑顔で満たすために挑戦し続けます。

- 経営環境**
- 国内事業**
 - 国内飲酒人口の減少および若年層の酒離れ
 - 酒税法改正
 - インバウンド需要の回復・拡大
 - 海外事業**
 - 世界的な日本食市場の拡大
 - 日本産清酒のさらなる需要の高まり
 - イノベティブな和酒の人気
 - バイオ事業**
 - バイオ産業の市場規模拡大
 - 共通**
 - コストの高騰、高止まり
 - サステナビリティに関する様々な社会・環境課題への対応要請の高まり



宝グループの資本

宝グループの歴史は、1842(天保13)年の酒造業から始まり、現在、国内の酒類・調味料事業を担う宝酒造、海外で酒類事業や日本食材卸事業を推進する宝酒造インターナショナルグループ、バイオ事業を担うタカラバイオグループを基盤とし、事業を推進しています。それぞれの事業が自立し、環境変化に強いバランスのとれたポートフォリオを構築していることが宝グループの強みです。

今後もこの体制を堅持するとともに、これまで積み上げてきた資本をさらに強化し、価値創造の源泉として持続可能な企業価値の向上を目指してまいります。

財務資本 [Page.19-20](#)

成長・強化領域への投資を加速するためのグローバルなキャッシュマネジメントの強化・資産効率性の向上

- 国内、海外、バイオ3事業による強固なポートフォリオの構築

◆ ROE	7.5%
◆ ROIC	4.8%
◆ 自己資本比率	52.3%
◆ 格付	A (R&I), A+ (JCR) (2024年3月期)

製造資本 [Page.32-34](#)

世界中のお客様に安全で安心していただける商品・サービスを提供する製造体制

<宝酒造>

- 東西基幹工場 松戸工場(千葉県松戸市)、伏見工場(京都府京都市)
- 純米酒、大吟醸酒などの高品質酒の製造 白壁蔵(兵庫県神戸市)
- 約85種、2万樽の樽貯蔵熟成酒の保有 黒壁蔵(宮崎県児湯郡)

<宝酒造インターナショナルグループ>

- 現地ニーズに対応した和酒製造 Takara Sake USA Inc. (アメリカ)、宝酒造食品有限公司(中国)
- スコットランドでのウイスキー製造 The Tomatin Distillery Co. Ltd(イギリス)
- カナダでの清酒をベースとしたSakeカクテル等の製造 Ontario Spring Water Sake Company(カナダ)

<タカラバイオグループ>

- 安定供給を実現するグローバルな製造体制
- 多様なモダリティの製造に対応する遺伝子・細胞プロセッシングセンター
本社(滋賀県草津市)、Takara Bio USA, Inc.(アメリカ)、宝生物工程(大連)有限公司(中国)、Takara Bio Europe S.A.S.(フランス)、DSS Takara Bio India Pvt. Ltd.(インド)

- ◆ 酒類製造拠点 国内6拠点、海外4拠点
- ◆ バイオ製造拠点 5拠点
(2024年3月現在)



白壁蔵



Takara Sake USA Inc. (アメリカ)



タカラバイオ本社

知的資本 [Page.32-34](#)

持続的成長に向けたブランド力、技術力、品質力の強化

- 商品開発や調理効果、機能を数値で見える化
東日本調味料カスタマーセンター(東京都中央区)、西日本調味料カスタマーセンター(京都府京都市)
- 「試薬・機器事業」、「CDMO事業」、「遺伝子医療分野」の持続的成長を支える、遺伝子工学・細胞工学関連技術

◆ 研究開発費 **8,725**(百万円)
(2024年3月期)



人的資本 [Page.25-26](#)

企業価値の向上とグループの成長を実現するための「人材」の育成と多様な「人材」の活躍推進

- 宝ホールディングス歴史記念館における、従業員向け研修の実施(グループ共通の価値観「TaKaRa Five Values」と「Vision」の浸透、宝グループの歴史の学びからチャレンジする人材の育成)
- 女性・シニアの活躍推進や障がい者の雇用促進
- 快適な職場環境とワークライフバランスの実現に向けた施策の取り組み

◆ グループ従業員数 **5,492**名
◆ 海外従業員比率 **52.2%**
(2024年3月31日現在)



社会関係資本 [Page.55-56](#)

グローバルな事業成長を実現するためのサプライヤー、パートナー企業との協力関係とネットワークの構築

- お得意先や調達先との深い絆により獲得してきた信頼のブランド
120年以上の歴史を持つ「寶」ブランド、「よろこびの清酒」「松竹梅」など
- 日本食材卸ネットワークによる日本食文化(和酒・日本食)の世界浸透
- 大学や企業におけるライフサイエンス分野の研究活動支援(試薬・機器事業、CDMO事業)

◆ ブランド育成を支える多数の得意先・調達先との連携
◆ 海外売上高比率 **55.3%**
(2024年3月期)



自然資本 [Page.38-44](#)

気候変動や生物多様性の保全など社会課題の解決に資するバリューチェーンの強化

- 自然を守る活動や、そこに生息する生物を保護するための研究助成
1985年公益信託「タカラ・ハーモニストファンド」設立
- 持続可能な社会の実現に向けた取り組み
温室効果ガス排出量削減、環境に配慮した容器の活用など

◆ タカラ・ハーモニストファンド
助成件数**422**件、
助成金累計額**1億9,941**万円
(2024年6月現在)

◆ CO₂排出量削減への取り組み



人事担当役員メッセージ

Visionの実現に向け

多様な人財が自律的に成長を目指し、
チャレンジする組織風土の醸成に
取り組んでまいります

常務取締役

高橋 秀夫



グローバル人財の育成に注力

当社グループでは、人材は経営上の重要な資本であり「財産」という視点から、人的資本という概念が広がる以前より「人財」と表現しています。長く根付いてきた、人財の総合力こそが企業の持続的な成長と発展の源泉であるという基本的な考え方をベースに、事業環境の変容や経営戦略、課題を踏まえた人的資本の強化に取り組んでいます。

現在、推進する長期経営構想(TGC100)で掲げるVision(ありたい姿)「Smiles in Life ~笑顔は人生の宝~」実現に向け、掲げている人財育成方針が「グループの次世代を担う人財やグローバルな事業成長を実現する人財の育成」「仕事のやりがいや働きがいのある職場、人を育む風土づくり」「多様な人財の活躍」の3つです。

特に「TGC100」の総仕上げである、「中期経営計画2025(以下、本中計)」の重点戦略に掲げる宝酒造・宝酒造インターナショナルによる「グローバルな『和・日本食の拡大』」というビジネスモデル確立に向けて、グローバル人財の確保・育成が喫緊の課題となっています。

当社グループの海外拠点拡大が進んでいく中、新卒採用やキャリア採用による人財確保に加え、海外で働

いてみたいと考える20~30代の若手社員を宝酒造インターナショナルや海外拠点に異動させる「ジョブローテーション」を通じた育成や、国内で勤務する社員と海外で勤務する社員との交流プログラム「グローバルカフェ」を通じた海外事業でのキャリアイメージ形成の支援、新規海外赴任者を対象に行っていた海外で生活するための心構えや赴任国の文化・生活習慣などについて学ぶ「異文化理解研修」の対象を、海外勤務を希望する国内勤務者へ拡充することなどにより、グローバルマインドの醸成を図っています。さらに今年度から、従来の語学学校への通学支援以外にも、英文メールの作成や、英語でのディスカッションなど、ビジネスに必要な語学スキルを習得するための学習機会の提供もスタートしています。

次世代を担う人財育成については、2018年度より管理職を対象としたリーダー育成のための選抜型の勉強会を開始しました。グループを担う自覚と覚悟を醸成することを第一の目的に、これまでに58名が受講しています。メーカーとして製造ノウハウ・スキルを継承していくための工場技能職の次世代リーダー育成研修も2022年度より実施しており、「安全・安心」を担う経験値が豊富な人財育成を進めています。

社員へのアンケート調査を通じ エンゲージメントの実態を把握

「多様な人財の活躍」においては、「女性」「シニア」「障がい者」を始め、多様性を尊重した組織づくりを進めています。近年、新卒採用者における女性比率は目標としている40%を超え、女性管理職比率は2024年4月時点の8.6%から、2025年度末までには10%以上の水準を目指しています。シニアについては、最長70歳までの継続雇用制度を設けているほか、意欲的に能力を発揮してもらうために、実力に応じた処遇となる制度を導入しています。

これら施策の土台となるのが、「仕事のやりがいや働きがいのある職場、人を育む風土づくり」と捉えています。当社グループでは、人的資本強化に向けては、現状の社員のエンゲージメントレベルを把握することが肝要と考え、外部専門家の協力の下、2023年に初めて社員アンケート調査を実施しました。その結果見えてきた課題の解決に向け、2つの新たな取り組みをスタートしています。

1つ目が、若手社員を対象とする「中長期的な成長に向けたキャリア開発支援の推進」です。特に30代を中心とする若手社員からのキャリア形成に向けた、さらなる支援を求める声もあり、それに対応するものです。中長期的なグループのビジョン実現に求められる人財を育成するスキームを整備し、継続的に社員の成長を促進するプログラムとして、あくまでも自律的に自身のキャリアを考え、行動に起こせるような研修内容を目指しています。

そのためのリスキリングのサポートとして、社員の保有スキルと、自分がやりたい仕事に必要な知識やスキ

ル、資格の見える化を進めるとともに、主体的な学びに対する学習支援施策を進めています。また、事業や職種に共通するITスキル向上に向けた勉強会も実施し、スキルアップを目指すマネージャー層なども含め、希望者が受講できる場を拡大しています。

風土革新を促す様々な取り組みで トライ&エラーができる組織へ

2つ目は「チャレンジングな組織風土や変革力」の醸成です。当社グループの社員の強みとして、非常にまじめで決められたことをしっかりやり遂げる力がある一方で、チャレンジ精神をさらに高めることが課題でした。

事業環境の変容を受け、新たな事業創出も求められる中、上司と部下の1on1ミーティングなどのコミュニケーション強化を促す「TaKaRa WAKU-WORKプロジェクト」や、今年スタートする社員参加型の新規事業開発プログラム「starTreasure」などを通じ、トライ&エラーの組織風土の醸成を目指しています。

また、人的資本に投下する費用も年々増額しており、次世代を担うリーダーを育成する研修、社員全員が自律的に成長を目指す学びの場・チャンスの拡充など、多様な施策によりグループ全体で人的資本強化に取り組んでいます。

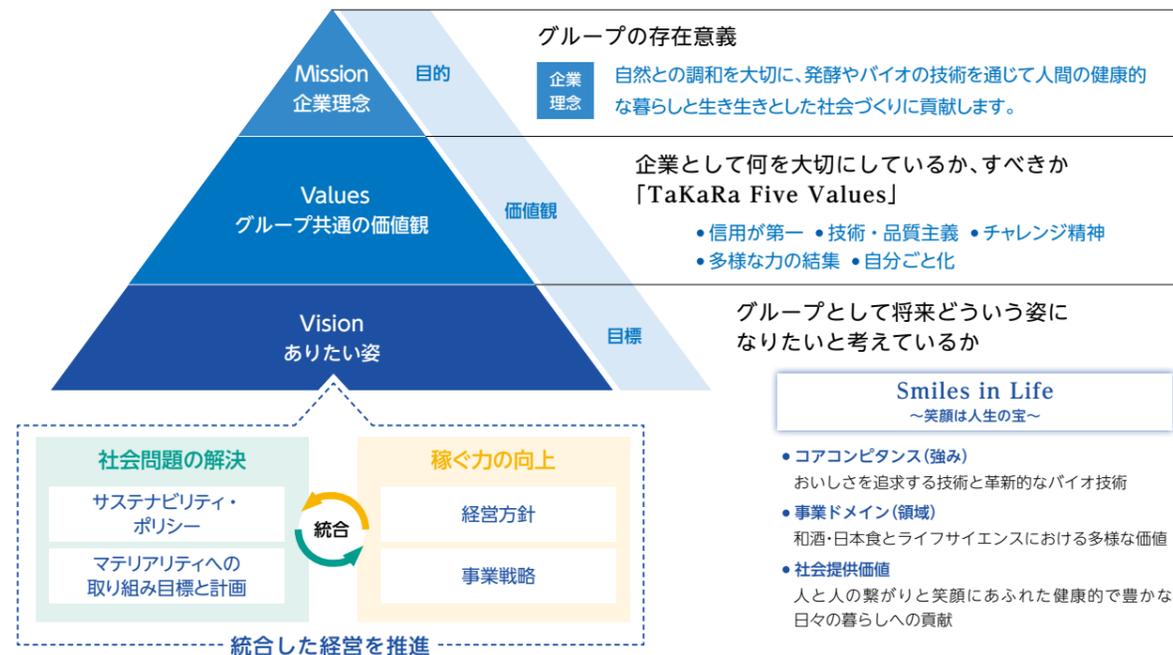
今後も、いきいきと活躍できる環境整備を第一に、社員全員が笑顔で社会課題解決に取り組み、世界に数多くの“笑顔”を創出できるよう、Vision達成に向けた向上心、一体感の醸成を通じ、エンゲージメントのさらなる向上を実現してまいります。



グローバルカフェ開催の様子

宝グループのアイデンティティ

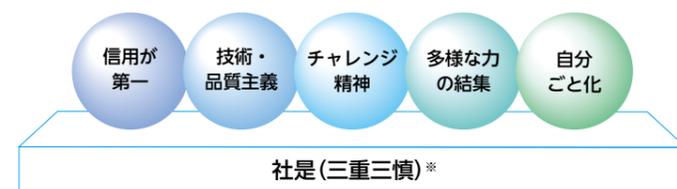
宝グループの「アイデンティティ（宝らしさ）」は、宝グループとしての存在意義である「企業理念」のもとで、その実現に向けてグループ内のすべての社員が大切にしていべき価値観を「Values（グループ共通の価値観）」として新たに定義し、長期経営構想（TGC100）で掲げる「Vision（ありたい姿）」とあわせて体系化したものです。この「アイデンティティ」を拠り所として、宝グループの社員一人ひとりの多様な力を結集することで、「宝らしさ」を失うことなく、グループとしての一体感を高めながら、「Vision」を実現していくための企業風土を醸成していきます。



グループ共通の価値観「TaKaRa Five Values」

「TaKaRa Five Values」は、「わたしたちが企業として何を大切にしているか、すべきか」という価値観を示したもので、社是「三重三慎」の考え方や精神を、時代の変化やグローバル化に対応して、社員にわかりやすく伝わるように表現した宝グループ共通の価値観です。

TaKaRa Five Values



※礼節を重んずべきこと、法規を重んずべきこと、責任を重んずべきこと、言行を慎むべきこと、火気を慎むべきこと、機械を慎むべきこと。

- 01 信用が第一**
法・社会倫理を守り、一人ひとりの行動の中で、一つ一つ信用を積み重ねて社内外での信頼を得る
- 02 技術・品質主義**
工夫を重ね、知恵を絞り、技術にこだわり、お客様に安全・安心な商品・サービスを届ける
- 03 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重ねる
- 04 多様な力の結集**
他人の考えを尊重しあい、協働することで個人とチームの力を高める
- 05 自分ごと化**
主体的に行動を起こし、投げ出さず最後までやりきる

長期経営構想

「TaKaRa Group Challenge for the 100th」

| Vision |

Smiles in Life

～笑顔は人生の宝～

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・安心に提供する企業グループとして、世界中の暮らしを、命を、人生を、笑顔で満たすために挑戦し続けます。

宝ホールディングスは、会社創立100周年となる2025年（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（以下、TGC100）」を2020年にスタートさせ、宝グループ中期経営計画2022（2021年3月期～2023年3月期）において3カ年の取り組みを進めてきました。2023年に、TGC100の総仕上げに向けて策定した「宝グループ中期経営計画2025」では、「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」を経営方針として掲げ、社会課題の解決に資するバリューチェーンを強化しながら商品・サービスを通じた社会課題の解決と、長期的かつ持続的に成長原資を生み出す「稼ぐ力」の向上を統合した経営を推進していきます。

*成長・強化領域 宝酒造:安全・安心な生産体制の強化、ヒット商品の開発・育成、重点ブランド育成
宝酒造インターナショナルグループ:北米、欧州での食材卸拠点拡大、和酒の拡大
タカラバイオグループ:試薬・機器事業の拡大、CDMO事業の拡充、創薬基盤技術の価値最大化

長期経営構想「TaKaRa Group Challenge for the 100th」

(2021年3月期～2026年3月期)

宝グループ中期経営計画2022

(2021年3月期～2023年3月期)

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

宝グループ中期経営計画2025

(2024年3月期～2026年3月期)

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

宝グループ中期経営計画2025

宝グループ中期経営計画2025では、「日本食文化(和酒・日本食)の世界浸透」と「ライフサイエンス産業におけるインフラを担うグローバルプラットフォーマー」という、宝独自の2つのビジネスモデルを確立していくことで、お客様や社会に求められる価値を持った商品やサービスを提供していくとともに、Vision「Smiles in Life～笑顔は人生の宝～」を実現し、宝グループの存在価値を高めていきます。

経営方針

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

成長・強化領域への投資を加速させ、生産性の向上やイノベーションの創出を働きがいを高めることで実現し、グローバルかつサステナブルな宝独自の2つのビジネスモデルを確立・強化することで、バランスのとれた事業ポートフォリオでの持続的な成長とVisionの実現を達成する。加えて、コーポレートとしての情報発信とコミュニケーションを強化することで、企業価値を高める。

定量目標 (2026年3月期 宝グループ連結)



<参考>TGC100の定量目標(変更前) 売上高:3,400億円以上、営業利益:230億円以上、海外売上高比率:44%以上、ROE:8.0%以上

当期実績 (2024年3月期 宝グループ連結)



5つの重点戦略

1 ROIC経営の浸透を通じた、成長・強化領域への投資

- 3ヵ年投資計画 880億円 2026年3月期 ROIC目標7.5%以上

宝グループの2024年3月期の投資実績と2025年3月期の投資計画は以下のとおりです。

投資実績(2024年3月期)

	2024年3月期実績	中計1年目計画	概要
宝酒造	41億円	49億円	● 伏見工場 缶チューハイラインの設備更新 ● 松戸工場 設備増強に向けた土地購入
宝酒造 インターナショナル グループ	119億円	105億円	● 北米でのM&A(酒類:オントリオ社、食材卸:ミナモトホールセール社のグループ化) ● 北米、スペインでの倉庫機能拡張・移転
タカラバイオ グループ	109億円	160億円	● 遺伝子・細胞プロセッシングセンター3号棟に関わる費用 ● 同2号棟におけるベクター製造エリア、無菌充填エリアの増強
宝グループ連結	270億円	318億円	

投資計画(2025年3月期)

	2025年3月期計画	概要
宝酒造	42億円	● 松戸工場 大型PETライン統合 ● 楠工場 キュービライン更新
宝酒造 インターナショナル グループ	94億円	● M&A投資 ● 北米、スペイン等での倉庫機能拡張・移転など
タカラバイオ グループ	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
宝グループ連結	255億円	

2 中長期的な価値創造を通じた、社会の持続可能性の向上を両立する宝独自のビジネスモデルの確立・強化

宝独自の2つのビジネスモデル



宝酒造・宝酒造インターナショナルグループの協業

宝酒造と宝酒造インターナショナルグループでは、協業により当社グループならではの強みを活かした取り組みを推進しています。宝酒造が培ってきた酒造りの技術力・ブランド力と、宝酒造インターナショナルグループが持つ海外日本食材卸ネットワークを最大限活用するとともに、今後は輸出の強化や海外専用商品の拡充により、日本食と和酒のセットでの拡大を進め、和酒・日本食の世界浸透に取り組んでまいります。

主な進捗

- 国内外で「滞」の販売強化によるグローバルブランドへの育成
- 「滞」<CRISP>や「滞」<NIGORI>、「TaKaRa CHU-HI」など海外専用商品の開発

タカラバイオグループ

タカラバイオグループでは、ライフサイエンス産業におけるプレゼンスのさらなる向上を目指しています。臨床・創薬分野への事業領域の拡大を加速させる開発力・製造力を強化し、タカラバイオ独自の技術に裏付けられた、ライフサイエンス産業におけるグローバルプラットフォームとなる技術・製品・サービスを提供していくことで、「ライフサイエンス産業におけるインフラを担うグローバルプラットフォーマー」の確立を推進しています。

主な進捗

- 世界各地域のニーズに柔軟かつ迅速に対応するため、グローバル試薬製造体制を構築
- C“R”DMOとして、独自のプラットフォーム技術や臨床開発の経験を活かし、開発初期(R)からクライアントに伴走する包括的支援サービスの提供
- 遺伝子・細胞プロセッシングセンター2号棟の整備完了と3号棟の建設開始

3 無形資産(人的資本・ITなど)への投資の強化 〔働きがい〕を高めることで、生産性の向上やイノベーションの創出を実現)

宝ホールディングス、宝酒造、宝酒造インターナショナルグループでは、業務革新と風土革新のために“TaKaRa WAKU-WORKプロジェクト”を行っています。業務革新によって、仕事のやり方をアップデートし続けることで「働きやすさ」を、風土革新によって、「トライ&エラー」の組織風土を醸成し、実行力を高めることで「やりがい」を実現します。これらの取り組みにより、個人が「働きがい」を持ちながら生産性を向上していくことを目指します。



コミュニケーションスペース(宝ホールディングス本社)

主な進捗

- 生産性向上のため、業務のアップデートサイクル(宝版ROIC翻訳式)の運用を実施
- コミュニケーション活性化のため、1on1ミーティングの運用や宝ホールディングス・宝酒造・宝酒造インターナショナルグループ本社オフィスのレイアウト変更を実施

4 サステナビリティの取り組みに対するグループとしての推進力向上

宝グループでは、気候変動、生物多様性保全、資源保全、人権尊重といった課題への対応が求められる中、2020年に宝グループのサステナビリティに関する方針として「宝グループ・サステナビリティ・ポリシー」を策定しました。また、2021年には、サステナビリティ・ポリシーに基づく具体的な中長期の目標として「宝グループ・サステナビリティ・ビジョン」を策定しました。さらに2023年には専門部署であるサステナビリティ推進室を立ちあげ、サステナビリティに関する活動を加速しています。目標の達成に向け、課題に真摯に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

主な進捗

- 海外日本食材卸事業におけるシナリオ分析実施や、海外酒類事業までのScope3算定範囲拡大など、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)開示を高度化
- 和酒輸出国数57か国(2023年度)となり、和酒の魅力・価値の海外での浸透に向けた活動を継続
- タカラバイオグループにおいて、グローバルで多極的な製造施設(日・米・欧・中)の整備を進め、安定的に製品を供給
- RTD商品への純アルコール量表示を完了

5 コーポレートコミュニケーションの強化

宝グループは3つの自立した事業ポートフォリオで構成されています。宝グループへのステークホルダーの理解、共感、評価を高めるため、コーポレートコミュニケーションを強化しています。

主な進捗

- Visionのイメージをベースとした、企業広告の作成と出稿
- webサイトや各種メディアを通じた情報発信
- 株主、機関投資家等との対話の充実(2024年3月期実績)
 - ・決算説明会(5月・11月) ・スモールミーティング(6月・3月) ・個別IR面談(127回)
 - ・ESG面談(2回) ・個人投資家向け説明会(3回)

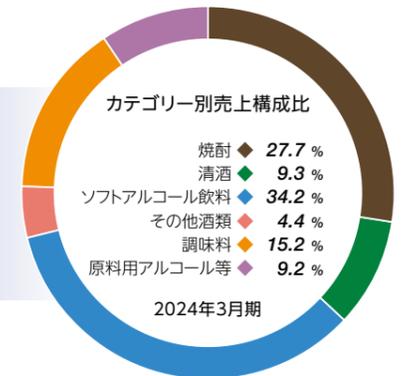


企業広告

宝グループ中期経営計画2025-事業戦略



宝酒造



■ 中期経営計画2025における事業方針

「グローバル和酒No.1^{*1}」の源泉として、伸長領域を中心に、高い技術力と「NIPPON品質^{*2}」に基づいた新たな市場を創造する商品の開発・育成やブランド価値の向上に注力するとともに、宝酒造インターナショナルグループとの協業も加速させ、社会課題の解決に貢献しながら、利益額・率を大きく向上させる。

^{*1}:国内+海外(輸出+現地生産)で和酒No.1

^{*2}:日本において「安全・安心で信頼できて高品質である」と評価され、世界中の人々にも同様の価値を提供できる「宝が約束する日本発・世界標準のグローバルな高品質レベル」のこと

宝酒造では、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を基本方針としています。

2024年3月期は、売上高が2022年10月の価格改定効果や売上構成の変化などにより、1,237億8,600万円と増収となりました。営業利益は、商品構成の変化や価格改定効果で、コストアップを吸収して売上総利益が増加し、広告宣伝費を増額したうえで、55億300万円と増益となりました。

2025年3月期は、「濡」やタカラ「辛口ゼロボール」を中心

としたテレビコマーシャルの放映、タカラ「焼酎ハイボール」のアルコール度数5%タイプや限定品のラインアップ強化と大衆酒場の世界観訴求など、重点ブランドの育成を継続します。そして、宝酒造インターナショナルグループとの協業により、「濡」のグローバル化を中心として、トラディショナルな和酒・イノベティブな和酒の両面で、商品開発スピードを加速していきます。さらに、生産拠点での重油ボイラーのガス化や太陽光パネルの設置によるCO₂削減など、サステナビリティへの取り組みも推進していきます。

松竹梅白壁蔵「然土(ねんど)」数量・ルート限定新発売

宝酒造は、「松竹梅白壁蔵「然土」」を数量限定・業務用ルート限定で新発売しました。「松竹梅」ブランドが目指し続けてきた“食中酒として飲みごたえがあり、飲み飽きしないおいしさ”を象徴する商品です。製造には日本伝統の「生酛造り」を採用し、高水準の微生物生育の工程管理により、米の旨みを感じられる味わいを実現しました。原料米には兵庫県西脇市の山田錦を使用し、専業農家と協力しながら、品質改良に取り組み、メタンガス発生抑制^{*1}や農薬の低減等の環境負荷軽減への取り組みも行っています。

商品名の「然土」は田の土づくりから始めるこだわりを表し、「N・end(Never・end)」には、美しい自然を守り新しい日本酒の未来を築く活動を絶え間なく続ける決意を込めています。さらに、マスターオブワイン^{*2}の大橋健一氏^{*3}を招聘し、商品開発と世界への情報発信を行う「松竹梅プロジェクト」を推進します。

宝酒造は同商品を通じて、「これからの“いい日本酒”=米の旨みを感じられる食中酒」という価値を創造し、「松竹梅」の品質イメージ向上を目指してまいります。

^{*1}:稲わら分解の最適化や稲の中干し期間の延長により、CO₂の25倍の温室効果を持つメタンガスを最大69%削減。

^{*2}:英国のマスターオブワイン協会が認定するワインにおける世界最難関・最高峰の資格。

^{*3}:全国新酒鑑評会審査委員会委員、酒類専門店・株式会社 山に代表取締役社長。(独)酒類総合研究所 清酒専門評価者、世界最大級の日本酒コンクールであるインターナショナル・ワイン・チャレンジ(IWC)の日本酒部門議長として、長年にわたり日本酒の世界的な啓蒙にも携わる。



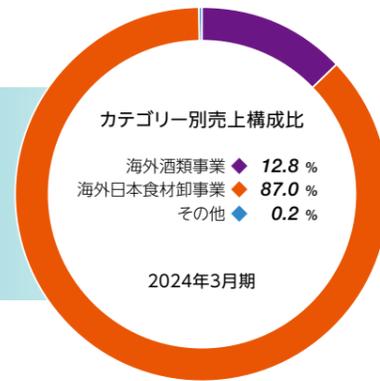
松竹梅白壁蔵「然土」

宝グループ中期経営計画2025-事業戦略



海外事業

宝酒造インターナショナルグループ



■ 中期経営計画2025における事業方針

宝酒造や国内外のグループ会社との協業を加速し、現地のニーズを捉えた輸出・現地生産の商品ポートフォリオの拡充と、和酒に強みを持った日本食材卸としてのプレゼンスの向上によって、和酒と日本食の相乗効果を最大限に発揮した「日本食文化の世界浸透」を推進し、社会課題の解決に貢献しながらグローバル和酒・日本食材No.1^{*5}企業を目指す。

*5:グローバル和酒No.1+海外日本食材卸No.1

宝酒造インターナショナルグループでは、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を基本方針としています。

2024年3月期は、売上高が海外酒類事業、海外日本食材卸事業ともに前期を上回って推移したことや、新たにグループに迎え入れた企業の業績の上乗せ、円安の寄与もあり1,604億2,700万円と増収となりました。営業利益は、増収による売上総利益の増加で、人件費の高騰やM&Aによる一時的な費用など販売費及び一般管理費の増加を吸収し、122億9,100万円と増益となりました。

2025年3月期は、海外酒類事業は、グローバル重点ブランド

「瀧」の拡売に最注力し、飛躍的な拡大を目指すとともに、トラディショナルな和酒では「白壁蔵」ブランドを活性化し、海外で通用する強固なブランドに育成します。イノベティブな和酒ではグローバル和酒協業プロジェクトを主体に、開発スピードを加速していきます。

海外日本食材卸事業は、米国のミューチャルトレーディング社において、テキサス州ヒューストン市に拠点の開設を計画するとともに、2025年中には空白地であったワシントン州シアトル市にも拠点を開設する計画で、エリア・拠点拡大を推進してまいります。さらに、植物由来商品、オーガニック、ヴィーガン食品、高級和牛などの差異化商品の拡充を進め、売上拡大を図ります。

米国における海外日本食材卸ネットワークの強化

ミューチャルトレーディング社は、米国テキサス州オースティン市で日本食材の卸売を行うミナモトホールセール社の全持分を取得しました。

テキサス州の人口は、カリフォルニア州に次いで全米2位で、積極的な企業誘致により、今後も高い経済成長が期待される地域です。日本食レストラン軒数も全米4位であることに加え、軒数上位5州の中では最も高い伸びを示しています。ミューチャルトレーディング社においても、テキサス州での売上高が日本食レストランの軒数の伸び率を上回って拡大しています。

同州では北部のグラス市近郊にある支店から南部までは距離があり、営業および配送効率に課題があり、ミナモトホールセール社の持分取得により、オースティン市とサンアントニオ市を含む南部での営業の強化および物流の効率化が可能となりました。

今回の持分取得とともに、今後テキサス州ヒューストン市に営業・物流拠点を開設することでテキサス州南部の大都市圏一帯など周辺エリアでの販売をさらに強化してまいります。

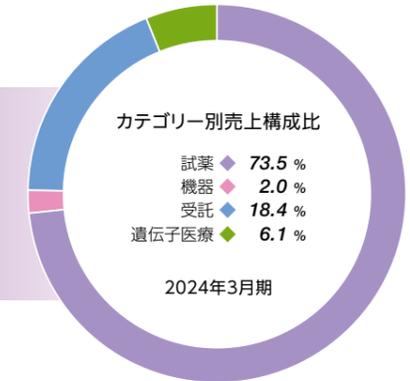


ミナモトホールセール社外観



バイオ事業

タカラバイオグループ



■ 中期経営計画2025における事業方針

試薬・機器の新製品やCDMOメニューの開発および新モダリティ^{*6}を創出する基盤技術の開発に向けてR&D費用を積極的に投下することで、健康・医療関連産業支援分野への事業領域拡大を加速させながら、「ライフサイエンス産業におけるインフラを提供するグローバルプラットフォーマー」としての存在感を高める。

*6:治療法

タカラバイオグループでは、試薬・機器事業とCDMO事業を通じ、バイオ創薬基盤技術開発を進め、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を目指すことを事業成長における基本戦略としています。

2024年3月期は、売上高がCOVID関連試薬の減少などにより435億500万円と減収となりました。営業利益は、研究開発プロジェクトの選択と集中などにより販売費及び一般管理費の抑制を図りましたが、30億300万円と減益となりました。

2025年3月期は、試薬事業では、効率性向上とリスク低減のバランスを踏まえたグローバルで多極的な“グローカ

ル”製造体制の構築を加速します。従来の基礎研究領域に加え、OEM/カスタム製品の開発に注力します。機器事業では製品ラインアップの拡充と、新たな遺伝子検査システムの開発によって、事業の拡大を目指します。CDMO事業では、参入企業の増加により競争が激化する中、これまで培った遺伝子治療薬の臨床開発の経験や独自のプラットフォーム技術を生かした包括的支援(CRDMO)サービスの提供により、優位性の確保と差異化を図ります。遺伝子医療分野では、遺伝子・細胞治療薬の製造に用いる製造補助剤やバイオプロダクツの開発、さらにタカラバイオ独自の創薬基盤技術の事業化を進めます。

mRNAワクチン開発に適した高品質なRNA合成酵素(研究用試薬)を発売

タカラバイオは、メッセンジャーRNA(mRNA)ワクチン開発に適したRNA合成酵素[PrimeCapTM T7 RNA Polymerase (low dsRNA)]を発売しました。

mRNAワクチンは、新型コロナウイルスに対するワクチンとして実用化されたことがきっかけとなり、感染症予防だけでなく、がん治療などの目的でも研究が広く行われています。一般的に、ワクチンとして用いるmRNAは、RNA合成酵素(RNAポリメラーゼ)による酵素合成によってつくられます。人工的に酵素合成したmRNAにはdsRNAという不純物が生じ、免疫反応を引き起こすため、安全で有効なmRNAワクチンの製造には、この不純物の生成を最小限に抑える必要があります。また、mRNAがワクチンとして生体内で機能するために必要となるキャップ構造の付加効率を高めること

も課題のひとつとなっています。

本試薬は、従来型の製品を遺伝子工学的に改変し、反応条件を最適化することでこれらの課題を解決しました。補助酵素試薬と組み合わせることにより、不純物の生成を低減し、キャップ構造の付加されたmRNAを効率よく合成できるようになりました。

タカラバイオでは、mRNAワクチン製造用酵素の充実を図るとともに、CDMOとしてmRNAワクチンの開発・製造・品質試験の受託サービスを提供し、新規モダリティであるmRNAワクチンの普及をワンストップで支援していきます。



PrimeCapTM T7 RNA Polymerase (low dsRNA)

宝グループのサステナビリティ

各マテリアリティにおける活動状況

マテリアリティ	目標指標	目標数値	2023年度活動状況
環境	CO ₂ 排出量(生産拠点)	2030年度排出量46%削減(2018年度比)【TS、TSIG】	宝酒造+宝酒造インターナショナルグループCO ₂ 排出量18%削減(2018年度比)、タカラバイオグループCO ₂ 排出原単位11%削減(2018年度比)、宝酒造CO ₂ 排出原単位(物流部門)18%削減(2018年度比)
	CO ₂ 排出量	2030年度排出原単位50%削減(2018年度比)【TBG】	
	CO ₂ 排出量(物流部門)	2030年度排出原単位10%削減(2018年度比)【TS】	
	CO ₂ 排出量	2050年度排出量実質ゼロ【TG】	
	用水使用量	2025年度用水原単位15%削減(2017年度比)【TS】	用水原単位12.9%削減(2017年度比)
	製造工程における廃棄物の再利用率	98%以上の継続維持【TS】	再利用率98.1%
	紙パック製品の森林認証紙化率	2030年度100%【TS】	実施率44.4%
	紙、樹脂ラベルのバイオマスインク使用率	2025年度100%【TS】	使用率57.1%
	紙パッケージの森林認証紙化率	2025年度100%【TBG】	実施率89%
	片面アルミパウチのアルミレスパッケージ採用率	2025年度100%【TBG】	新ロットより順次採用。約97%の製品の製造指示書の内容更新済
紙パッケージへのベジタブルオイルインク使用率	2025年度100%【TBG】	使用率89%	
安全・安心	自社工場全6拠点FSSC22000認証	認証維持【TS】	全6拠点にてFSSC22000認証維持
	新規委託先および新規原料サプライヤーへの監査と品質管理評価の実施率	100%維持【TS】	実施率100%
	品質保証書による原材料の安全性確認	100%維持【TS】	安全性確認100%
	お客様相談室スタッフの知識向上に向けた品質管理部門による講習の実施	年1回以上【TS】	1回実施
	お客様対応品質向上に向けたマニュアルの理解度テストの実施率	100%【TS】	実施率100%
健康	すでにISO認証を取得した事業所におけるISO認証、事業に必要な業許可・登録等	認証、業許可・登録等の維持【TBG】	認証、業許可・登録等の維持
	宝酒造製品の輸出対象国食品法規適合率	100%維持【TSIG】	適合率100%維持
	料理清酒の食塩ゼロ認知率	2030年度35%【TS】	22.9%(2023年12月現在)
人財	オーガニックおよびヴィーガン対応商品の取り扱い	2025年度1,369アイテム【TSIG】	1,433アイテム(2024年3月現在)
	食物アレルギーに配慮した商品(グルテンフリー等)の取り扱い	2025年度1,540アイテム【TSIG】	1,638アイテム(2024年3月現在)
社会	新任女性管理職、新任女性課長補佐の登用	2030年度末までにのべ50人以上【TH、TS、TSI】	のべ35名(2024年4月1日現在)
	障がい者雇用率	法定雇用率(2.5%)以上維持【国内G】	【TH】3.12%【TS】2.92%【TB】2.56%(2024年4月1日現在)
	総労働時間数	2025年度:2020年度比で削減【国内G】	【TH・TS・TSI】1,854.22時間・9.05時間増(2020年度比)【TB】1,851.88時間・63.07時間減(2020年度比)
	有休取得率(取得日数)	2025年度:2020年度比で向上【国内G】	【TH・TS・TSI】73.5%・7.1%向上(2020年度比)【TB】70.5%・20.3%向上(2020年度比)
	育児休業からの復職率	100%維持【国内G】	復職率100%維持

マテリアリティ	目標指標	目標数値	2023年度活動状況
酒類メーカーとしての責任	宝酒造ウェブサイトの適正飲酒啓発ページビュー数	2025年度50%増(2020年度比)【TS】	21%減(2020年度比)
	広告・宣伝の自主基準に関する違反件数	ゼロ継続【TS】	ゼロ継続
	商品への純アルコール量表示	2025年度までに消費者向け全商品(酒類調味料除く)【TS】	RTDは2023年度中に完了
	「妊産婦への注意表示」「適量飲酒の啓発表示」の実施	2025年度までに消費者向け全商品(酒類調味料除く)【TS】	「妊産婦への注意表示」はすべての商品に表示、「適量飲酒の啓発表示」は2L超の商品にすべて表示
Page.51	適正飲酒に関するeラーニング等の受講率	国内従業員の受講率100%【国内G】	100%実施
コミュニティ	地域の果樹農園応援活動	2030年度活動件数20件【TS】	6件実施
	Page.52		
豊かな食生活	[清酒]濁を中心としたSNSフォロワー数	2025年度30万人以上【TS】	18.1万人(2024年3月現在)
	海外専用商品、海外事業会社商品の開発	2025年度20アイテム【TSIG】	26アイテム(2024年3月現在) ※2022年度12アイテム、2023年度14アイテム
	和酒輸出国数	2030年度100ヶ国【TSIG】	57ヶ国(2023年12月現在)
Page.53	宝酒造公式「facebook」フォロワー数	2025年度20万人以上【TS】	14.1万人(2024年3月現在)
調達	サステナビリティ調達ガイドライン周知	全調達先企業【TS】	100%実施
	Page.55		
ガバナンス	リスク・コンプライアンス委員会の定期開催	年2回【TG】	2回実施
	コンプライアンス研修の実施	年1回【TG】	各階層別研修 年1回実施
	コンプライアンス職場教育の実施	年4回【TG】	4回実施
	リスク管理状況に対するモニタリングの実施	年1回【TG】	1回実施
Page.57	各種防災訓練を定期的実施	年1回【TG】	各種防災訓練年1回以上実施

<対象組織>【TG】宝グループ全体【TH】宝ホールディングス【TS】宝酒造【TSI】宝酒造インターナショナル【TSIG】宝酒造インターナショナルグループ【TB】タカラバイオ【TBG】タカラバイオグループ
【国内G】宝ホールディングス、宝酒造、宝酒造インターナショナル、タカラバイオ、川東商事、トータルマネジメントビジネス、タカラ物流システム、ティービー、タカラ物産、ラック・コーポレーション、東京共同貿易、タカラサプライコミュニケーションズ(旧大平印刷、旧タカラ容器)

ESGインデックスへの組入状況

宝ホールディングスは、GPIF(年金積立金管理運用独立行政法人)に採用されているESG指数をはじめ、主要なESG指数の構成銘柄となっています。

※2024年7月時点



FTSE4Good
Index Series



FTSE Blossom
Japan Index

2024 CONSTITUENT MSCI日本株 ESGセレクト・リーダーズ指数

※ The inclusion of [Takara holdings inc.] in any MSCI index, and the use of MSCI logos, trademarks, service marks or index names herein, do not constitute a sponsorship, endorsement or promotion of [Takara holdings inc.] by MSCI or any of its affiliates. The MSCI indexes are the exclusive property of MSCI. MSCI and the msci index names and logos are trademarks or service marks of MSCI or its affiliates.

MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数



S&P/JPX
カーボン
エフィシエント
指数

宝グループのサステナビリティ

宝グループ・サステナビリティ・ポリシー

基本的な考え方

宝グループは「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」という企業理念のもと、日本伝統の酒造りの発酵技術と最先端のバイオ技術の革新を通じて、食生活や生活スタイル、ライフサイエンスにおける可能性を探求し、新たな価値を創造し続けることによって社会への貢献を果たしてきました。

穀物や水、微生物といった様々な自然の恩恵のもとで事業活動を行う当社グループにとって、豊かな自然環境が保たれることは、事業を継続するうえでの大前提です。また、食品や医療に関わる事業を営む企業として、安全・安心な製品・商品・サービスを提供することは最も重要なテーマであり、同時にアルコール関連問題をはじめとする様々な社会課題にも対処していく必要があります。

当社グループを取り巻く社会環境は急速に変化し、気候変動、生物多様性保全、資源保全、人権尊重といった多様な課題への対応が世界的規模で求められており、持続可能な社会づくりに向けた企業の責任はますます大きくなっています。

当社グループは「Smiles in Life～笑顔は人生の宝～」をありたい姿 (Vision) として掲げ、世界中の暮らしを、命を、人生を、笑顔で満たすために挑戦し続けることを宣

言しています。そして、事業活動を通じた社会的価値の創造を将来にわたって実現し続けていくためには、様々な社会課題の解決にこれまで以上に取り組む必要があるという認識のもと、「宝グループ・サステナビリティ・ポリシー」を公表しています。

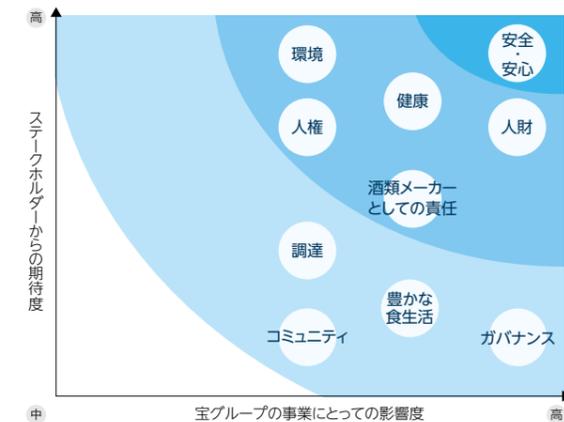
「宝グループ・サステナビリティ・ポリシー」では、当社グループを取り巻く社会課題について、「安全・安心」をはじめとする10の重要課題(マテリアリティ)を取り上げ、各々についての取り組み方針を示しており、さらに、その方針に基づく具体的な中長期目標を設定した「宝グループ・サステナビリティ・ビジョン」を策定しました。

当社グループは、これからも事業活動を通じた社会的価値の創造により、ステークホルダーの皆様から信頼される企業グループを目指すとともに、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

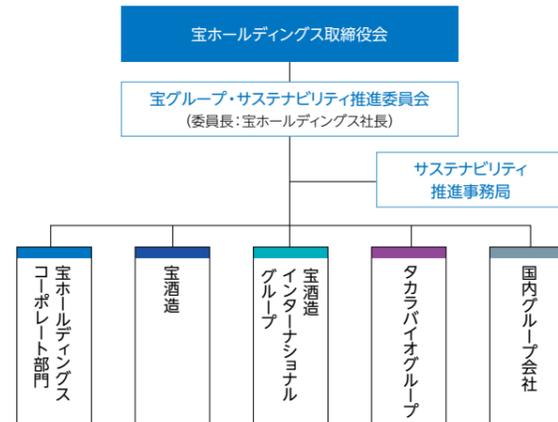
サステナビリティ推進委員会

宝グループは、取締役会の監督のもと、宝ホールディングスの代表取締役社長を委員長とした「宝グループ・サステナビリティ推進委員会」を設置しています。この委員会の決定に基づいて、サステナビリティ推進事務局は、グループ各社の具体的な活動の設定・実行を推進します。

マテリアリティ・マトリクス



委員会の構成



詳細は、宝ホールディングスウェブサイト「宝グループのサステナビリティ」をご覧ください。
<https://www.takara.co.jp/sustainability/index.html>



環境



穀物や水、微生物といった様々な自然の恩恵のもとで事業活動を行う当社グループにとって、豊かな自然環境が保たれることは、事業を継続するうえでの大前提です。宝グループでは、気候変動問題をはじめとする環境課題に対処すべく、「宝グループ環境方針」を定め、取り組みを進めています。

宝グループ環境Topics

温室効果ガス(GHG)排出量
検証機関より算定に対する
第三者認証を取得

宝ホールディングスおよび宝酒造では、2022年度を対象としたGHG算定に対して、GHG排出量検証機関である「一般社団法人日本能率協会地球温暖化対策センター」より第三者認証を取得しました。



第三者認証報告書

再生可能エネルギーの利用拡大

宝グループでは、グループ会社各事業場での、再生可能エネルギー由来の電力購入や太陽光発電パネルの導入などを積極的に進めています。

太陽光発電パネルの導入

- トマーチン社工場
- タカラバイオ本社
- 宝ホールディングス歴史記念館



トマーチン社



タカラバイオ本社



宝ホールディングス歴史記念館

環境に配慮した製品パッケージ、梱包の活用

宝酒造では、リデュース(減量化)、リユース(再使用)、リサイクル(再資源化)の3Rに配慮した資材調達や商品開発を進めています。また、3Rにリフューズ(発生回避)を加えた独自の取り組み(4R)として、焼酎のはかり売りも展開しています。

グループ全体としても、

- 森林認証紙の採用やバイオマスインクの使用
- バイオマスプラスチックの使用
- 再生プラスチック素材の容器



バイオマスプラスチックを一部使用したパウチ

等の施策を進め、循環型経済(サーキュラーエコノミー)の実現に貢献していきます。



再生プラスチックを使用した食品トレー

未利用部位の活用による
フードロス削減への取り組み

宝酒造では、果皮などの未利用部位を活用した商品を開発し、フードロス削減への取り組みを積極的に進めています。

- 2023年11月に発売した「真CRAFT」<京檸檬>では、本来未利用部位として廃棄している果皮や種から香り成分を抽出した京檸檬スピリッツと、果皮や種をすりつぶした京檸檬ペーストを商品に使用



- 2024年9月に発売したタカラ「発酵蒸留サワー」では、柑橘の果皮を発酵させた後蒸留した「果皮発酵スピリッツ」を商品に使用



宝グループのサステナビリティ

持続可能な社会の実現に向けて

CO₂排出量削減への取り組み

宝グループはサステナビリティ・ビジョンにおいてCO₂排出量削減目標を掲げ、Scope1,2,3の算定とCO₂排出量削減に取り組んでいます。

2030年度	宝酒造 +宝酒造インターナショナル グループ	生産拠点における CO ₂ 排出量を46%削減 (2018年度比)
	タカラバイオ グループ	CO ₂ 排出原単位(売上高当たりの CO ₂ 排出量)を50%削減 (2018年度比)
2050年度	グループ全体	CO ₂ 排出量実質ゼロ

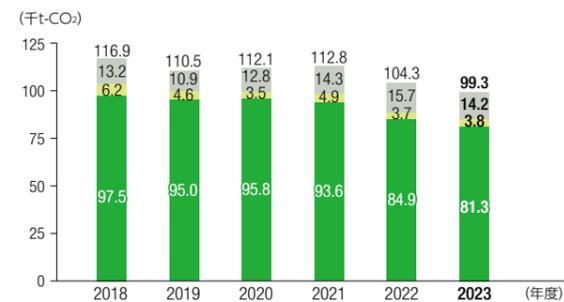
温室効果ガス排出量算定範囲の拡大

宝グループでは、Scope1,2,3の算定範囲を段階的に拡大しており、2022年度は宝HLDおよび宝酒造、2023年度は宝酒造インターナショナルグループの海外酒類事業を新たに算定しました。宝グループ全体のGHG排出量を把握するため、今後は、海外日本食材卸などに、算定範囲を拡大していきます。

生産工程でのCO₂排出量削減

宝グループの2023年度の生産工程におけるCO₂総排出量は99.3千t-CO₂となり、前期比では4.8%の減少、2018年度比では15.0%の減少となりました。これは、グループ全体のCO₂排出量の8割以上を占める宝酒造の生産工程で、高効率ボイラーへの更新、重油ボイラーの燃料転換、蒸留排温水の熱回収効率化など省エネ設備の導入や設備運用の適正化に取り組んだ効果によりCO₂排出量が81.3千t-CO₂となり、前期比4.2%の減少となったためです。このほか、宝酒造インターナショナルグループは排出量が横ばい、タカラバイオグループでは宝生物工程(大連)で再生可能エネルギー電力を一部使用したため減少しました。

宝グループの生産工程でのCO₂排出量の推移



<集計範囲>

宝酒造、Takara Sake USA Inc.、宝酒造食品有限公司、The Tomatin Distillery Co.Ltd.、タカラバイオ、宝生物工程(大連)有限公司、DSS Takara Bio India Pvt. Ltd.、Takara Bio USA, Inc.

※2019年2月まで瑞穂農林、きのこセンター金武を含む

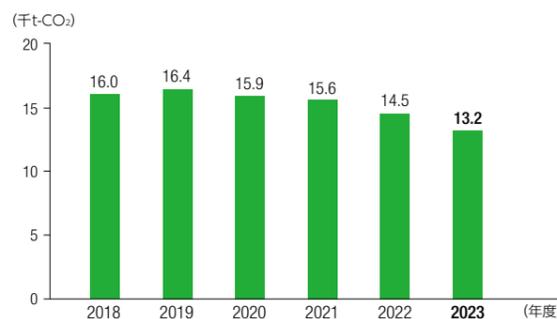


LNGタンク

物流工程でのCO₂排出量削減

宝酒造では、物流の効率化や省エネ運転、モーダルシフトの推進、トラック輸送やタンカー輸送における製品積載率の向上など、輸送時のCO₂排出量の削減に取り組んでいます。2023年度の物流工程におけるCO₂排出量は13.2千t-CO₂、基準年度である2018年度比は17.5%の削減となり、目標を達成しています。

宝酒造の物流工程でのCO₂排出量の推移



専用タンカーでのアルコール輸送

生産工程での用水量削減

宝グループでは、宝グループ環境方針に「省エネ・省資源を推進し、持続可能な資源の利用に努めます。」と掲げるとおり、水資源使用量を削減することの重要性を認識し、使用量の削減および適正化を推進していきます。

宝グループの2023年度生産工程における用水の総使用量は613万m³となり、新たに導入した節水設備等の効果により、前期比で5.5%の減少となりました。

また、宝酒造の用水原単位(生産数量当たりの用水量)は基準年度である2017年度に対して、12.9%の削減となりました。

宝グループの生産工程での用水量の推移



<集計範囲>

宝酒造、Takara Sake USA Inc.、宝酒造食品有限公司、The Tomatin Distillery Co.Ltd.、タカラバイオ、宝生物工程(大連)有限公司、DSS Takara Bio India Pvt. Ltd.、Takara Bio USA, Inc.

※2019年2月まで瑞穂農林、きのこセンター金武を含む

宝酒造の原単位あたりの用水量推移



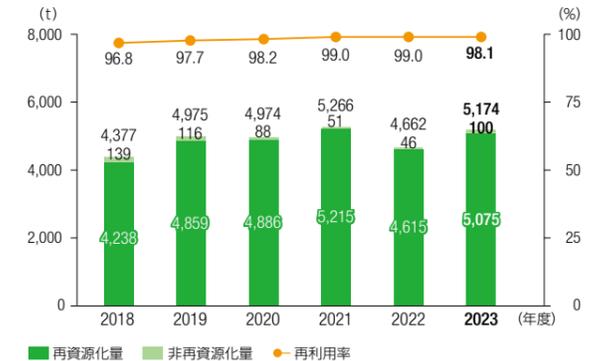
工場廃棄物の削減および再資源化による

サーキュラーエコノミーの推進

宝酒造の工場では、焼酎粕などの副産物や排水処理汚泥、原料や容器の運搬資材などの廃棄物が発生します。その対策として、焼酎粕などの食品系副産物の飼料化・肥料化、酒パック損紙のリサイクルなど、工場廃棄物排出量の削減に取り組んでいます。2023年度の宝酒

造の廃棄物排出量は5,174t(再利用率98.1%)で、目標としている再利用率98%を達成しています。

宝酒造の廃棄物排出量の推移と再利用率



活性炭の堆肥化

伏見工場では、2021年10月から清酒や本みりんの製造工程で排出される活性炭をほぼ全量再利用しています。活性炭は他の原料と混合し堆肥化させることで、有機肥料として再資源化されます。これまで廃棄されていた活性炭は有機肥料となって国内のホームセンターで販売されています。



生物多様性保全への取り組み

タカラ・ハーモニストファンドによる助成

宝ホールディングスは、1985年に公益信託「タカラ・ハーモニストファンド」を設立し、以来毎年、日本の森林・草原や水辺の自然環境を守る活動や、そこに生息する生物を保護するための研究などに対して助成を行っています。

2024年度は、11件の自然環境保全に関する活動・研究が選ばれました。39年間の助成件数は422件、助成累計金額は1億9,941万円となりました。今後も日本の自然環境を守り育てる活動や研究への助成を通じて、生物多様性および豊かな自然環境の保全を推進していきます。



助成金贈呈式の様子

宝グループのサステナビリティ

TCFDフレームワークに基づく開示

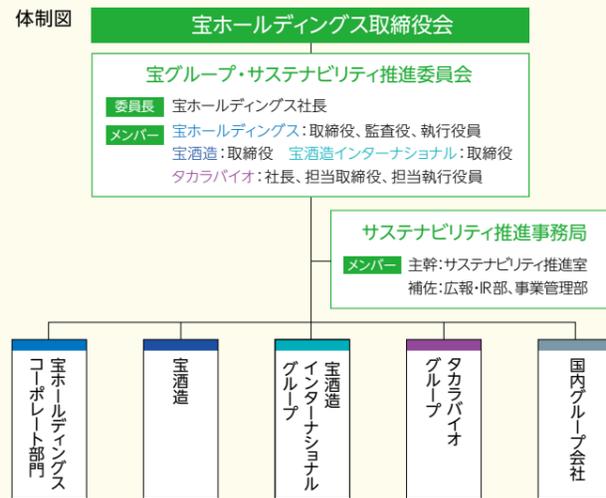


宝グループは、地球環境の保全と事業活動の調和を経営の重要課題のひとつと位置づけ、積極的に取り組みを進めています。気候変動が事業の持続性に影響を与える重要な問題であると認識し、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)の提言に賛同するとともに、TCFDコンソーシアムに入会しています。TCFDフレームワークに沿って気候変動に関するリスクと機会の評価と対応を進め、関連する情報の開示を行いステークホルダーの皆様と対話を続けていきます。

ガバナンス

宝グループでは、取締役会の監督のもと、宝ホールディングス代表取締役社長を委員長とした「宝グループ・サステナビリティ推進委員会」を設置し、気候変動が事業に与えるリスク・機会の評価や戦略の策定、目標などについて審議を進めています。また、宝グループ・サステナビリティ推進委員会の下部組織として気候変動問題に対応する「サステナビリティ推進事務局」を設置しています。サステナビリティ推進事務局は、宝グループ・サステナビリティ推進委員会の決定に基づいて、グループ各社の具体的な活動の設定、実行を推進します。

これらの気候変動問題を含むサステナビリティの取り組みは、宝グループ・サステナビリティ推進委員会が取締役会に報告します。



リスク管理

宝グループでは、宝酒造株式会社、宝酒造インターナショナル株式会社(海外酒類事業、海外日本食材卸事業)を対象に、リスクと機会を特定しました。特定のプロセスとしては、移行リスクや物理的リスクについて、専門家の意見や公表されているレポートなどを参考に、想定されるリスク・機会を抽出し、影響を受ける可能性や大きさを考慮し、短期・中期・長期の時間軸で影響が大きいと想定されるリスク・機会を選定しました。特定されたリスク・機会の内容とその対応策は、宝グループ・サステナビリティ推進委員会が取締役会へ報告します。

戦略・シナリオ分析

宝グループでは、2021年度の宝酒造株式会社、2022年度の宝酒造インターナショナル株式会社海外酒類事業に加え、2023年度は宝酒造インターナショナル株式会社海外日本食材卸事業を対象に広げ、気候変動リスク・機会による事業への影響の把握、対応策の検討のためのシナリオ分析を実施しました。

なお、この分析にあたり、物理的リスクではIPCC(気候変動に関する政府間パネル)のAR5によるRCP2.6(2℃未満シナリオ)およびRCP8.5(4℃シナリオ)、移行リスクではIEA(国際エネルギー機関)のWEOによるAPSシナリオ(2℃未満シナリオ)、SDSシナリオ(2℃未満シナリオ)、NZE2050シナリオ(1.5℃シナリオ)を参照し、気候変動による影響を分析・検討しました。

移行リスク 気温上昇が2℃未満に抑えられ、カーボンニュートラル達成に向け厳しい環境規制が導入される中で、炭素税の導入による、製造コストや運営コスト、保管コスト、容器・包装材価格の増加により事業が影響を受けます。

物理的リスク 気温上昇が4℃程度となり、海面上昇による高潮や洪水の被害は操業に大きな影響を与えます。さらに、気温上昇により、原材料である農作物の収量が大きな影響を受けることがわかりました。

機会 省エネ設備の導入等省エネ推進によって操業コストが低減することや、エシカル消費需要やエコ商品需要の高まりは、当社にとって機会になると考えています。

今後は、継続的にリスク・機会の見直しや対策の具体化を進め、中長期の経営戦略に反映させることで戦略のレジリエンス向上に努めます。

対象企業:宝酒造株式会社
宝酒造インターナショナル株式会社 海外酒類事業(Takara Sake USA Inc.、宝酒造食品有限公司、The Tomatin Distillery Co. Ltd)
海外日本食材卸事業(Mutual Trading Co., Inc.、Tazaki Foods Limited、FOODEX S.A.S.、Cominport Distribución S.L.、Nippon Food Supplies Company Pty Ltd)

※タカラバイオ株式会社のTCFDフレームワークに基づく開示はタカラバイオウェブサイトをご覧ください。

国内事業・海外酒類事業における気候変動による事業リスクと機会

リスク	内容	時間軸 ^{*1}	影響度 ^{*2}	対策
移行リスク	炭素税導入による製造コストの増加	中期	1.5°Cシナリオ: 中 2.0°Cシナリオ: 中	・CO ₂ 排出量削減の取り組み推進、再エネ比率の拡大 ・モーダルシフトの推進(日本国内が対象) ・再生可能エネルギー利用の推進(太陽光パネル設置等) ・社用車のEV化
	容器・包装材コストの増加	中期	中	・リサイクル容器や低炭素の代替容器への切り替え ・紙や段ボールの認証取得(FSC、PEFC等) ・軟包材・印刷へのバイオマス原料使用 ・包装材軽量化(梱包の軽量化・ラベルシール廃止)
物理的リスク	河川氾濫(水害)	長期	4.0°Cシナリオ: 大	・日本国内の生産拠点の分散化 ・大規模浸水が想定される拠点の重点調査・対策検討 ・BCPの検討・策定
	沿岸氾濫(水害)	長期	大	
	農作物収穫への影響(詳細は下記を参照)			(詳細は下記を参照)

*1 中期 2030年頃まで 長期 2050年頃まで *2 財務指標に与える影響度 大 5%以上 中 1~5% 小 1%未満 移行リスクは連結営業利益、物理的リスクは連結売上高、連結有形固定資産、連結棚卸資産への影響

機会	内容	対策
機会	省エネ設備への入替によるコストへの影響	・低炭素型設備の導入(ボイラーを重油から天然ガスへ転換) ・Tomatinにおけるバイオマスボイラーの活用
	省エネ推進によるコスト削減への影響	・操業コストの低減に繋がる省エネ設備の導入促進 ・排熱の再利用促進の検討(ヒートポンプの活用等)
	エコ商品需要(エシカル消費需要)の増加	・エシカル消費に対応した商品開発(寶CRAFT、松竹梅「然土」、等) ・環境配慮型商品や認証商品への取り組み

農作物収穫への影響

宝酒造株式会社、宝酒造インターナショナル株式会社海外酒類事業を対象に広げて、原材料使用で高ウエイトを占める4品目について気温上昇による収量への影響を分析しました。

産業革命以前からの世界平均の気温上昇量(℃)と影響変化

品目	主要原産国	2.0℃	4.0℃	対策
サトウキビ(収量)	ブラジル	↑	↑↑	・生産者との協業による安定調達継続 ・調達リスクを低減するためのサプライヤーの調査・分散化 ・気候変動に対応した原材料の調査・検討
トウモロコシ(収量)	米国	↑	↑↑	
水稲(収量)	日本	↑	↑↑	
水稲(収量)	中国	↑	↑↑	
水稲(収量)	米国	↑	↑↑	
大麦(収量)	英国	↑	—	

【影響変化】- / +
30%以上: 3本の矢印
15%以上30%未満: 2本の矢印
15%未満: 1本の矢印
変化なし: 横線
データなし: 短横線

宝グループのサステナビリティ

海外日本食材卸事業における気候変動による事業リスクと機会

リスク	内容	時間軸 ^{※1}	影響度 ^{※2}	対策
移行リスク	炭素税導入による商品調達コストの増加	中期	1.5°Cシナリオ 小 2.0°Cシナリオ 小	・炭素税等カーボンプライシングの動向把握 ・持続可能な容器・包装材を扱った商品の調査・切替
	炭素税導入による配送・保管コストの増加	中期	小 小	・EV車、EVトラックの導入 ・各国の再生可能電力動向の把握 ・再生可能エネルギー利用の推進(太陽光パネル設置等) ・省エネ施策の検討・推進(照明のLED化、照明の自動センサー化、空調のヒートポンプ活用等)
	電力価格の上昇による保管コストの増加	中期	— 小	
	原材料の収穫減少による調達価格の上昇	中期	中 (定性評価)	・代替調達先の検討・選定 ・代替商品の調査・調達
物理的リスク	河川氾濫(水害)	長期	4.0°Cシナリオ 小	・BCPの検討・策定 (拠点設備の対策、在庫対応、物流ルート対応、供給先への納品量対応、訓練の実施等) ・水害リスクを考慮した立地検討や施設床高の確保
	沿岸氾濫(水害)	長期		

※1 中期 2030年頃まで 長期 2050年頃まで

※2 財務指標に与える影響度 大 5%以上 中 1~5% 小 1%未満 移行リスクは連結営業利益、物理的リスクは連結売上高、連結有形固定資産、連結棚卸資産への影響 — シナリオデータなし

機会	内容	対策
機会	環境配慮型製品・パッケージへの切り替えによる取引増加	・環境配慮型製品・パッケージの選定と品揃え ・調達に向けたサプライヤーとの協力関係の構築
	エシカル消費の需要増加	・牛肉の代替品として気温上昇抑制に繋がる、植物ベースの「ヴィーガン食材」等の品揃え強化 ・商品特徴や認証取得に関する顧客への情報提供

指標と目標

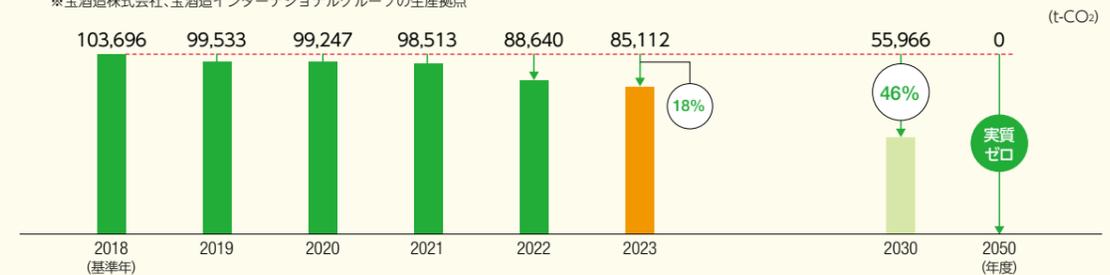
宝グループは、「宝グループ・サステナビリティ・ビジョン」においてCO₂排出量の削減目標を設定しており、宝酒造株式会社、宝酒造インターナショナルグループにおいては生産拠点におけるScope1、Scope2の合計CO₂排出量の目標を設定しています。

目標と2023年度の進捗状況

達成年度	範囲	指標・目標	2023年度実績
2030年	宝酒造/宝酒造インターナショナルグループ	生産拠点におけるCO ₂ 排出量を2018年度比で46%削減	2018年度比:18%削減 CO ₂ 排出量:85,112(t-CO ₂)
	タカラバイオグループ	CO ₂ 排出原単位(売上高当たりのCO ₂ 排出量)を2018年度比で50%削減	2018年度比:11%削減
	宝酒造(物流部門)	輸送におけるCO ₂ 排出原単位(販売数量当たりのCO ₂ 排出量)を2018年度比で10%削減	2018年度比:18%削減
2050年	グループ全体	CO ₂ 排出量実質ゼロ	—

宝酒造株式会社、宝酒造インターナショナルグループのScope1、Scope2の合計CO₂排出量

※宝酒造株式会社、宝酒造インターナショナルグループの生産拠点



宝ホールディングス株式会社・宝酒造株式会社のGHG(温室効果ガス)排出量(2023年度)

宝ホールディングス株式会社・宝酒造株式会社ではScope1、Scope2、Scope3のGHG(温室効果ガス)排出量の算定を行っております。今後グループでの把握を進めていきます。

		単位:t-CO ₂ e			
		2022年度	2023年度		
Scope1+Scope2		90,802	86,954		
	Scope1	69,280	66,486		
	Scope2	21,522	20,468		
Scope3		2022年度	2023年度	算定方法	
上流	カテゴリ1 購入した製品・サービス	605,552	564,630	調達した原材料・容器包材を対象に算出	
	カテゴリ2 資本財	8,864	13,111	購入した設備・機器を対象に算出	
	カテゴリ3 Scope1,2に含まれない燃料およびエネルギー活動	18,450	17,603	燃料・電力の使用量を元に算出	
	カテゴリ4 輸送、配送(上流)	106,276	100,036	調達した原材料・容器包材の物流を対象に算出	
	カテゴリ5 事業から出る廃棄物	864	940	廃棄物の重量や処理費用を対象に算出	
	カテゴリ6 出張	230	233	従業員の出張を対象に算出	
	カテゴリ7 雇用者の通勤	575	587	従業員の通勤を対象に算出	
	カテゴリ8 リース資産(上流)	—	—	算定対象外	
	カテゴリ9 輸送、配送(下流)	4,408	3,814	出荷物流を対象に算出	
	カテゴリ10 販売した製品の加工	—	—	算定対象外	
	カテゴリ11 販売した製品の使用	—	—	算定対象外	
	下流	カテゴリ12 販売した製品の廃棄	50,813	48,220	販売商品の廃棄物を対象に算出
		カテゴリ13 リース資産(下流)	6,291	5,236	外部への賃貸機器を対象に算出
		カテゴリ14 フランチャイズ	—	—	算定対象外
		カテゴリ15 投資	—	—	算定対象外
Scope1+Scope2+Scope3		893,125	841,363		

Scope1:事業者自らによる温室効果ガスの直接排出(燃料の燃焼、工業プロセス)

Scope2:他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出

Scope3:Scope1、Scope2以外の間接排出(事業者の活動に関連する他社の排出)

宝グループのサステナビリティ



安全・安心

宝グループは、食品や医療に関わる企業として、お客様に安心を感じていただくことが重要であると考えています。将来にわたってお客様に信頼される企業グループであり続けるために、「宝グループ品質方針」を定め、取り組みを進めています。

宝酒造における安全・安心な品質の確保

設計段階における関連法令・自主基準への適合性審査

商品の設計段階では、原料から容器・包装品、製造工程に至るすべての設計内容に対してデザインレビュー（設計審査）の手法を用いて、適法性やラベル表示内容などの妥当性を確認しています。こうして品質不良や不適切な情報提供となりうる可能性を設計段階で排除し、万全な品質設計であることを確認したうえで、商品化しています。

安全性を確認した原料の安定調達

原料の調達においては、調達ルートがすべて間違いなく確認できたもので、品質保証書において品質・安全性・適法性が確認できた原料のみを採用しています。これらの取り組みに加え、原料を供給するサプライヤーへの定期的な品質監査や、原料や調達先の状況に応じて、残留農薬、重金属、海外から輸入するアルコールの安定同位体比などの分析を行い、有害物質や異種原料の混入がないことを確認し、原料品質の信頼性を高めています。



安定同位体比質量分析装置

宝グループ品質方針

私たちは、「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。」という宝グループの企業理念のもと、安全で安心していただける商品・サービスを世界中のお客様にお届けします。

- 1 私たちは、お客様の声に真摯に耳を傾け、ご満足いただける品質を追求します。
- 2 私たちは、お客様に商品をお届けするまでの全てのプロセスにおいて、グループ一体となって品質保証活動に取り組みます。
- 3 私たちは、関連する法令・自主基準を遵守します。
- 4 私たちは、適切でわかりやすい情報提供に努め、お客様の信頼にお応えします。

安全かつ安定した品質を作り込む製造ラインの維持・向上

工場の製造ラインでは、新規技術を取り入れ、徹底した設備安全管理と製造工程管理を行い、高い品質を確保しています。また、検査機による外観や異物、印字などの全



検査機の内部

数検査を実施し、さらに検査部門では、専門パネリストによる官能検査や最新の分析装置による成分分析・検査を行っています。

宝酒造インターナショナルグループにおける安全・安心な品質の確保

グローバルな品質保証体制構築に向けた取り組み

宝酒造インターナショナルでは、新たに海外品質保証・品質管理担当を設置し、さらなる品質保証体制の強化を図っています。定期的開催している海外グループ会社の経営層との会議においては、品質方針の共有化や食品安全に関する情報の交換・収集に取り組んでいます。また、宝ホールディングス品質保証部と連携して、海外グループ会社の品質監査を実施することで、品質リスクの洗い出しと工程改善を行い、より安全・安心な品質の確保に努めています。

タカラバイオグループにおける安全・安心な品質の確保

品質管理への取り組み

タカラバイオグループでは、安全な品質の確保に向けて、品質マネジメントシステム（ISO9001ほか）への適合と認証を維持し、製品品質の向上および顧客満足度の向上に努めています。CDMOサービスを提供する遺伝子・細胞プロセッシングセンターは、GMP/GCTP[®]に準拠した品質管理体制を構築するとともに、特定細胞加工物・再生医療等製品、医薬品（生物学的製剤等）製造業、体外診断用医薬品の製造販売業許可や製造業登録を取得しています。このほか、遺伝子解析サービスや遺伝子検査ラボは、CAP-LAP認証を取得し、衛生検査所として登録されています。

これらの認証制度や業許可の維持に努めるとともに、必要に応じ取得範囲の拡大を目指します。

また、品質重視の企業風土の醸成として「クオリティカルチャー醸成体制」を組織し、活動しています。タカラバイオグループの全社員を対象に継続的な改善活動、教育訓練、経営層による現場視察などを実施しています。

※ 医薬品や再生医療等製品の製造管理・品質の基準

製品情報の適切な公開

製品の安全性に関する資料を積極的に公開しています。製品説明書、CoA（分析証明書）、SDS（化学物質等安全データシート）、毒物及び劇物取締法に基づく毒劇物の表示、カルタヘナ法に基づくLMO（遺伝子組換え生物）該当品など、法令や規制に基づいた適切な情報の公開・提供を多様な言語で行っています。

お客様相談室の取り組み

お客様満足の追求

お客様相談室には、年間11,546件のお客様の声をいただいております。商品に関するお問い合わせやご意見、苦情など、多岐にわたりますが、これらの一つひとつに真摯に耳を傾け、ご満足いただける商品づくりやサービスの向上に取り組んでいます。

り組んでいます。また、よくいただくお問い合わせについて、お客様相談室ホームページに動画を掲載して、さらにお客様が分かりやすいよう取り組みを進めています。

お客様対応／苦情対応マネジメントシステム（ISO10002）の自己適合宣言により、お客様対応の向上に向けた具体的な取り組みや責務を明確にすることで、お客様対応プロセスの継続的な改善に取り組んでいます。

●お客様相談件数と内訳 2023年度 11,546件

その他 1,803件

ご指摘 2,658件

お問い合わせ 7,085件

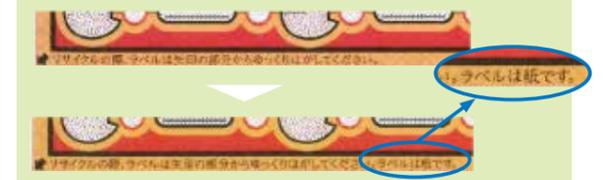


●お客様の声を反映した改善事例

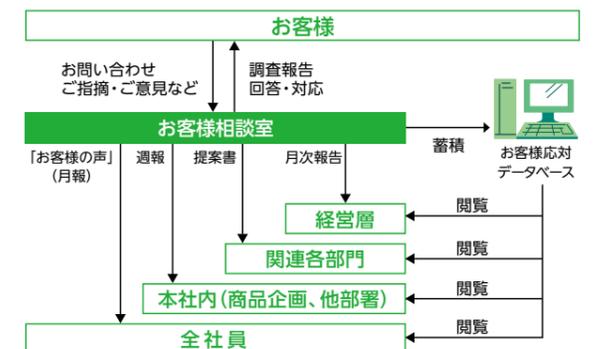
宝焼酎 ラベルの素材をわかりやすく明記

お客様の声 分別する際に、ラベルの素材がわからない

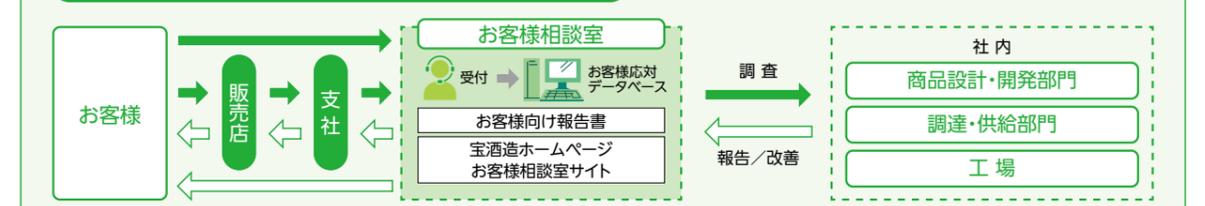
ラベルに、「ラベルは紙です。」と記載し、素材をわかりやすくしました。



●お客様の声の社内フィードバック



お客様からご指摘を受けた商品の調査・報告の流れ



宝グループのサステナビリティ

健康

宝グループは、食品や医療に関わる企業として、人間の健康的な暮らしに貢献することを目指しています。遺伝子治療などの革新的なバイオ技術の開発や関連するサービスの提供、健康に配慮した商品の開発など、人々が健康的な生活を継続して楽しむことのできる社会づくりに取り組んでいきます。

健康配慮型商品の提供

低アルコール商品の開発

2024年9月発売の“タカラ「発酵蒸留サワー」”は、専用の宝焼酎と新開発“果皮発酵スピリッツ”により、アルコール分3%でもお酒の満足感が楽しめる味わいを実現しました。厚生労働省が「健康に配慮した飲酒に関するガイドライン」を公表し、今後純アルコール量に対する注目が高まる中、低アルコールでも飲みごたえが楽しめる商品としてお客様に様々な選択肢を提供していきます。



ノンアルコール商品の開発

宝酒造では、健康に配慮した商品の開発に積極的に取り組んでいます。“タカラ「辛口ゼロボール」”は、キレのある辛口の味わいで、食事にぴったりのノンアルコール飲料です。アルコールだけでなく、カロリー、糖質、甘味料、プリン体もゼロとなっています。



糖質ゼロ、糖質オフ商品の開発

“タカラ「焼酎ハイボール」”は、プリン体ゼロや甘味料ゼロ、糖質ゼロ*1・オフといった特長が従来のチューハイユーザーだけでなく、健康意識の高いお客様からもご支持をいただいています。

*1 食品表示基準に基づき100ml当たり糖質0.5g未満を糖質ゼロと表示



糖質ゼロの辛口チューハイ
“タカラ「焼酎ハイボール」(ドライ) 350ml”

料理清酒の食塩ゼロ訴求

“タカラ「料理のための清酒」”は、料理をおいしくすることにこだわった「食塩ゼロ」、「国産米100%使用」の清酒です。宝酒造は「料理清酒」が「食塩ゼロ」であることのほか、「減塩」を切り口とした情報発信を行い、「料理清酒」と「加塩料理酒」との違いを訴求しています。



オーガニック、ヴィーガン、食物アレルギー対応食品の提供

2013年に、日本の伝統的な食文化である和食がユネスコ無形文化遺産に登録されたことが追い風となり、世界的に和食の人気と評価は年々高まっています。宝グループでは、海外の日本食材卸会社を拠点に、世界の食卓に和食を届けています。

オーガニックやヴィーガン商品に加え、グルテンフリーなどの食物アレルギー対応商品の取り扱いも拡大し、2024年3月時点で3,071アイテムを取り扱っています。

様々なニーズや食品に対する障壁を抱えた人が、みんなと同じ食卓を囲めるような世界を実現していきます。



Yutaka Vegan Edamame Gyoza



Yutaka Gluten Free & Organic Konjac Noodles



Yutaka Reduced Salt Gluten Free Soy Sauce

世界のライフサイエンス研究と発展への支援

タカラバイオでは、ライフサイエンス分野の基礎研究から産業応用まで、1万点に及ぶ多様な製品とサービスを提供しています。日・米・欧・中のグローバルで多極的な製造施設の整備を進め、安定的な製品供給により、世界のライフサイエンス研究の発展を支援しています。



タカラバイオの研究用試薬

ライフサイエンスコミュニティへの貢献

バイオ研究者に向けた技術セミナーをはじめ、ライフサイエンス・バイオ関連の各種学会やイベントの協賛を通じ、ライフサイエンスコミュニティを支援しています。大学や団体のセミナーに参加したり、大学生向けの広報ワークショップを開催して、バイオテクノロジーの社会的理解の促進に努めています。

また、オープンイノベーションを通じ、アカデミア発の技術シーズの事業化を進めています。



セミナーの様子

アカデミア技術シーズの開発例(2023年度)

遺伝子治療分野でカナダ University Health NetworkとJAK/STATシグナル伝達技術に関する独占特許実施許諾契約を締結し、共同開発先のプリンセス・マーガレット・がんセンター(カナダオンタリオ州トロント市)でCD19・JAK/STAT・CAR遺伝子治療(開発コード:TBI-2001)の臨床試験を開始しました。

遺伝子解析技術の検査や診断への応用

研究用試薬事業で培った遺伝子工学技術をベースに、感染症の原因となるウイルスの検査製品に加え、世界各地の特性や需要に合わせた“グローバル”な製品開発に注力しています。



病原体関連遺伝子検出シリーズ

遺伝子治療発展への取り組み

遺伝子や細胞を扱う技術を活かした創薬基盤技術の開発や実用化を通じ、アンメットメディカルニーズを満たす遺伝子治療関連技術開発を進めています。また、再生細胞医療・遺伝子治療製品の開発・製造を支援するCDMO事業を推進するほか、新モダリティに対応した製造補助剤の開発・販売にも取り組んでいます。



CDMO事業の様子

宝グループのサステナビリティ



人財

企業は社員一人ひとりが集まって成り立つ組織であり、人財の総合力が企業の持続的な成長と発展の源泉であるとの考えから、さらなる企業価値の向上とグループの成長を実現するためには、人財への投資により個人や組織の能力を最大限に引き出すことが欠かせません。仕事のやりがいや働きがいのある職場、人を育む風土づくりを進めるとともに、グループの次世代を担う人財の育成と多様な人財の活躍を実現します。

人財育成

次世代を担う人財育成策の実施

宝ホールディングス、宝酒造、宝酒造インターナショナルでは、40代を中心とする管理職を対象にした経営幹部候補育成研修や工場の職場リーダー育成研修など、グループの次世代を担う人財を育成するための取り組みを進めています。2023年度からは、事業場長クラスおよびプレマネジメント層を対象としたマネジメント力強化研修を開始するなど、今後も、事業成長において強化が必要な階層の人財育成施策を拡充しながら、将来にわたってグループを支える人財の育成に取り組んでいきます。

グローバルな事業成長を実現する人財の育成

宝ホールディングス、宝酒造、宝酒造インターナショナルでは、継続的なキャリア採用と新卒採用によりグローバルな事業成長を実現する人財の獲得を目指しています。人財育成の取り組みとしては、若手社員の宝酒造インターナショナルへの配属や海外赴任などのジョブローテーションを通じた育成を柱に、語学学校への通学支援やオンライン英語レッスンの受講支援をはじめ、グローバルなビジネスに必要な語学スキルを習得するための学習機会を提供しています。また、社員の海外赴任時には、語学スキル習得支援に加え、海外で生活するための心構えや赴任国の生活習慣などを学ぶプログラムを実施し、海外赴任者をサポートしています。

社員の主体的な学びに対する学習支援施策としては、語学系講座に関する通信教育の複数受講を認めているほか、全社員に対してTOEIC®の団体受験機会を提供するとともに、国内で勤務する社員と海外グループ社員との交流プログラム“グローバルカフェ”を定期的開催するなど、グローバルな事業展開を積極的に推進していくための社内風土を醸成しています。

多様な人財の活躍推進

女性の活躍推進

宝グループでは、女性のさらなる活躍推進に向けて「女性活躍推進法」に基づく行動計画に沿って各社で取り組みを進めています。宝ホールディングス、宝酒造、宝酒造インターナショナルの3社では、女性管理職・課長補佐を対象に、仕事とライフイベントを両立しながらキャリアアップを図ることを目的とした研修を実施しているほか、女性社員を部下に持つ上司を対象に、女性がより意欲的に働くことができる環境づくりを目指すための研修を実施しています。中長期的な目標としては2030年度までに新たにのべ50名以上の新任女性管理職・課長補佐を登用する計画で、2024年4月までにのべ35名を登用しました。なお、女性管理職比率は2024年4月時点で8.6%となっており、2025年度末までに10%以上とする計画です。

快適な職場環境とワークライフバランスの実現

男性の育児休業取得促進

宝グループでは、「次世代育成支援対策推進法」に基づく行動計画に沿って各社で取り組みを進めています。宝ホールディングス、宝酒造、宝酒造インターナショナルの3社では、育児休業の取得水準維持・向上を目指し、「育児休業からの復職率100%」と「男性社員の育児休業取得率30%以上」を目標に掲げて取り組みを進めています。

2023年度は、男性社員への個別周知・意向確認の面談の早期実施や面談後フォローに加え、人事部内に全社相談窓口を設置するなど、育児休業を取得しやすい環境の整備を進めたことなどにより、男性の育児休業取得率は84.2%となりました。

職場の安全衛生と従業員の健康保持増進

宝グループでは、安全で衛生的な職場環境の整備に努めるとともに、従業員の健康保持・増進の取り組みとして、法令に基づいた健康診断の実施に加え、毎年実施する「ストレスチェック」において高ストレスと判定された社員が希望した際は、産業医との面談を実施し、就業上の措置が必要と判断された場合にはその内容に従って対応するなど、メンタルヘルス不調を未然に防ぐ取り組みを行っています。また、ストレスチェック結果に基づく集団分析により、各組織におけるストレス状況の把握に努め、必要に応じて職場環境の改善を図っています。

長時間労働による健康障害防止の観点では、月60時間を超える所定外労働および日曜出勤の原則禁止、上司による所定外労働時間管理の徹底のほか、各事業場の管理担当者や人事部でも月の半ばで進捗を確認する体制をとっています。今後も産業医や宝グループ健康保険組合と連携を図りながら、従業員の健康リスク低減に取り組んでいきます。

従業員エンゲージメントの向上

エンゲージメント調査による現状把握と向上への取り組み

宝グループのVision実現に向けて、従業員一人ひとりが組織の目標やビジョンを理解、共感し、多様な力を結集しながら、自発的に力を発揮することにより、組織としての実行力を最大化することが必要です。従業員エンゲージメント向上などのやりがいの醸成が、生産性の向上やイノベーションの創出には欠かせないことから、2023年より従業員エンゲージメント調査を実施しています。

調査の実施にあたっては、当社の状況をより正確に把握するため、外部専門家の協力の下、「会社」「職場」「上司」「仕事」「制度」の5つの指標を用いた独自の調査を設計しました。調査の分析結果から見えた課題については、役員を含めた全従業員で共有を図ったうえで、全社で進めている風土革新のプロジェクトによる取り組みやキャリア開発支援の強化を通じて従業員エンゲージメントのさらなる向上を目指します。

社員関連データ (宝ホールディングス、宝酒造、宝酒造インターナショナル 3社計)

テーマ	分類	項目	単位	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
多様な人財の活躍推進	社員	正社員数(4月1日時点)	人	1,340	1,336	1,314	1,269	1,264
		男性	人	1,160	1,141	1,117	1,074	1,048
		女性	人	180	195	197	195	216
		女性比率	%	13.4	14.6	15.0	15.4	17.1
		平均勤続年数(正社員:4月1日時点)	年	22.6	22.4	22.7	22.6	22.0
		男性	年	23.2	23.1	23.4	23.4	23.0
		女性	年	18.8	18.2	18.7	18.5	17.4
		新卒採用者数(大卒・院卒)	人	33	33	15	23	33
		男性	人	18	17	8	12	15
		女性	人	15	16	7	11	18
	女性比率	%	45.5	48.5	46.7	47.8	54.5	
	3年以内離職率(新卒採用者)	%	23.1	13.3	6.3	10.9	6.0	
	女性活躍推進	女性管理職数(4月1日時点)	人	16	17	19	22	28
		女性管理職比率(4月1日時点)	%	3.8	4.0	4.5	5.3	6.7
		新任女性管理職登用数	人	1	2	2	4	7
女性役職者数(4月1日時点)		人	34	34	39	41	48	
女性役職者比率(4月1日時点)		%	5.4	5.5	6.2	6.7	7.9	
シニアの活躍推進	定年後再雇用者数	人	5	4	8	9	14	
	定年後再雇用率	%	34	35	39	39	48	
障がい者雇用促進	障がい者雇用率(宝ホールディングス・4月1日時点)	%	2.70	2.78	2.65	2.44	2.78	
	障がい者雇用率(宝酒造・4月1日時点)	%	2.56	2.59	2.69	2.59	2.49	
多様な人財の獲得	中途採用比率(正社員登用者含む)	%	21.3	23.3	41.4	31.9	38.4	
	総労働時間数	時間	1,856.21	1,845.17	1,862.05	1,862.49	1,854.22	
快適な職場環境とワークライフバランスの実現	労働時間	所定外労働時間数	時間	135.12	103.55	137.20	136.45	134.10
		有休取得	有休取得率	%	69.1	66.4	69.1	76.5
	育児休業取得	育児休業取得者数	人	8	6	8	10	20
		男性	人	2	0	3	6	16
		女性	人	6	6	5	4	4
		育児休業からの復職率	%	87.5	100.0	100.0	100.0	100.0
	労働災害	労働災害発生率(全社)	-	0.74	0.36	1.09	0.74	2.57
		労働災害強度率(全社)	-	0.007	0	0.034	0.003	0.004
	在宅勤務利用	在宅勤務制度利用者数	人	-	794	769	684	526

※労働災害発生率:(休業・死亡+不休業の総件数)÷延実労働時間数×1,000,000



タカラバイオの社員関連データはタカラバイオウェブサイトをご覧ください。
<https://www.takara-bio.co.jp/ja/sustainability/materiality/human.html>



宝グループのサステナビリティ



① 酒類メーカーとしての責任

お酒は、古来より人間関係を円滑にするコミュニケーションツールとして大事な役割を果たしてきました。しかし、一方で、20歳未満の者の飲酒や飲酒運転など、いわゆるアルコール関連問題を引き起こすこともあります。宝グループでは、アルコール関連問題に対して正面から取り組むことが、酒類を製造・販売する企業として重要な責任であると考え、「責任ある飲酒に関する基本方針」を定め、取り組みを進めています。

適正飲酒の啓発

ウェブサイトや冊子による啓発

宝酒造は、1985年から社会と飲酒の調和を図るため、「いい日、いい酒、いいマナー」を提案した「Say No」運動を開始しました。そして翌年1986年に適正飲酒についてまとめたパンフレット「Say No 読本」を発行しました。1995年に「Say No! Press」、さらに2009年にはこれをリニューアルした「お酒おつきあい読本」を発行し、それを宝酒造ウェブサイトにも掲載することで、適正飲酒の啓発と問題飲酒の抑止に努めています。



「お酒おつきあい読本」

責任あるマーケティングの実施

責任ある広告の実施

宝酒造は、「広告・宣伝に関する業界自主基準」を遵守し、酒類のテレビCM、新聞・雑誌広告等に20歳未満の者の飲酒を誘発する表現はしないなどの他、各種規定に基づいた広告を実施しています。2022年には当社が独自に業界自主基準よりも広範囲な分野を網羅したうえでさらに厳しい内容を付加した「広告・宣伝に関する宝酒造自主基準」を策定しました。同基準は適宜見直しを図って更新しており、それを運用することで、「業界自主基準に対する違反件数ゼロ」の状況をより確実に継続できるよう努めています。

商品表示における配慮

宝酒造は、1995年から商品パッケージに未成年者飲酒禁止などの表示を行い、また、2004年からは妊娠中や授乳期の飲酒防止のため、妊産婦飲酒に関する注意表示を記載しています。

純アルコール量の開示については、宝酒造ウェブサイトで全カテゴリー商品の開示を行っています。商品パッケージにおいては、2025年度までに国内で販売するすべての消費者向け商品(酒類調味料は除く)に表示する方針です。RTD商品については、2023年度中に完了しました。

また、適量飲酒に関する注意表示は、2006年から業界自主基準の規定に基づき容量2Lを超える商品に表示していますが、当社独自の取り組みとして2025年度までに2Lを超える商品に限らず国内で販売するすべての消費者向け商品(酒類調味料は除く)に広げて実施していきます。



純アルコール量と適正飲酒の啓発表示

ホームページアクセス時の年齢認証システム

宝酒造は2019年、20歳未満の者の飲酒防止を目的に、宝酒造ウェブサイトの酒類に関するページへのアクセスに対し、年齢認証システムを導入しています。



年齢認証システム



② コミュニティ

宝グループは、地域社会とコミュニケーションをはかり、地域社会のニーズや課題を認識し、それらの解決に取り組むことで、地域社会の発展に貢献します。社会が求めるニーズや課題は、「気候変動問題」などの地球規模の課題から地域の「ごみ問題」、「次世代を担う子どもたちへの教育」、「経済や文化の振興」、「大規模災害被災支援」など多岐にわたり、それらは時代とともに変化します。私たちは、よき企業市民として、ステークホルダーとのコミュニケーションを通じて、今、地域社会がどのような課題を抱え、何を求めているのかを知ることに努めます。その結果、知り得たニーズや課題に対して、私たちが寄与できることを考え、実践に移すことで、地域社会の発展に貢献します。

次世代を担う子どもたちへの環境等の教育実施

宝酒造「田んぼの学校」

宝酒造では、2004年より、次世代を担う子どもたちに自然環境や生物多様性を守る大切さや、自然の恵みのありがたさを伝えることを目的として、環境教育プログラム・宝酒造「田んぼの学校」を開催しています。

2024年も、小学生とそのご家族を対象に、京都府南丹市の田んぼで、春の田植えから秋の収穫までの稲作体験や、里山の自然観察の授業を年3回にわたって行っています。



田植え体験の様子

宝酒造「エコの学校」

2012年より、小学3~6年生とそのご家族を対象に、ごみ問題の現状やごみを減らす方法を学ぶことを目的とし、空びんをくだいでできるカレットで絵を描くなど、リサイクル体験を通して楽しく学べるイベントとして、環境教育プログラム・宝酒造「エコの学校」を実施しています。2024年は京都市と大阪府八尾市で開催しました。

タカラバイオ「小学校での出前授業」

文部科学省が学習指導要領で定めるカリキュラム「総合的な学習の時間」のお手伝いとして、滋賀県草津市の小学校で出前授業を行っています。2023年は、キャリア教育における「仕事紹介」として、タカラバイオの事業と職

種について紹介しました。動画を用いた紹介に加え、実際に研究室や製造施設内で着用している無塵衣などの更衣体験も実施しました。仕事に対する新たな気付きを通して子どもたちが主体的に学び、自身の将来について考えるきっかけのひとつになるよう取り組んでいます。



後日届いたお礼の手紙

地域経済の振興

地域密着型商品の継続的育成

宝酒造では、ご当地の希少な果実を使用した「寶CRAFT」など、地域に根差した、地元の方々に愛される地域限定商品を開発・育成し、地域経済の活性化に取り組んでいます。また、耕作放棄地を活用した生産や、新規就農者への栽培支援を行う「京檸檬プロジェクト協議会」へ参画し、京都に新たなレモンの産地をつくる活動に取り組んでいます。また、高齢化等により収穫時期の人手不足が課題となっている産地に、当社グループの社員が訪問して収穫のお手伝いを行っています。



京檸檬：耕作放棄地への植樹と社員による収穫応援の様子

宝グループのサステナビリティ



豊かな食生活

宝グループは、グローバル和酒No.1企業としてのプレゼンスと、海外での日本食材卸ネットワークを活かして、和酒・日本食の価値や魅力を高め、人と人の繋がりにあふれた豊かな食生活を世界中にお届けします。

和酒と日本食の豊かさの提供

日本酒の素晴らしさを世界中へ

「松竹梅」は“よろこびの清酒”として、日本酒を飲む“よろこび”“おいしさ”を国内外の多くの人に届けることで、日本酒ユーザーの拡大と日本酒文化の新しい未来の創造に向けた挑戦を続けます。



「松竹梅」ブランドキービジュアル

松竹梅白壁蔵「霽」は、お米うまれのフルーティーでやさしい甘み、爽やかな泡と低アルコールで飲みやすい“日本を代表するスパークリング日本酒”として、世界中においしさと感動を届けていきます。

日本では、ロイヤルユーザーが感じている「霽」のベネフィット「霽があるだけで、日常が非日常の上質な時間にランクアップし、贅沢な癒しの時間が得られる」ことを「ほぐりたい日は、霽がいい。」をテーマとしたTVCMやWEB動画で発信していきます。従来の日本酒にあまりなじみのない人に、私にも楽しめる“新しい日本酒”として認識してもらうことで、日本酒ユーザーを拡大していきます。



「ほぐりたい日は、霽がいい。」動画

海外では国税庁の日本産酒類海外支援事業の補助金も活用し、各国で「霽」の情報発信を展開しています。米国では公式SNSを開設することに加え、人気料飲店やインフルエンサーとタイアップした企画で「霽」の魅力を発信しています。

また、2024年4月からはメジャーリーグベースボール (MLB) ナショナルリーグ東地区所属のニューヨーク・メッツとオフィシャルスポンサー契約を締結しました。

このパートナーシップにより、「霽」が日本酒で初めて、ニューヨーク・メッツの本拠地シティ・フィールドで採用される他、一部の試合では、来場者に「霽」を実体験いただける試飲会も実施します。その他にも英国では「HYPER JAPAN」、香港では「美食博覧 Food Expo Hong Kong」へブース出展し、実体験した方からSNSで情報発信をしていただいています。今後も世界各国で「霽」を中心に日本酒の魅力を上げていきます。



(米国)シティ・フィールド内の電光掲示板



(香港)美食博覧 Food Expo Hong Kong

日本酒が国内外で、より多くの人に楽しめるようになるために、高精白で米を磨くほど良いといった今の判断基準に縛られない、日本酒本来の魅力に根差した“これからのいい日本酒”を創造していくことが、グローバル和酒No.1企業の使命だと考え、松竹梅白壁蔵「然土〜ねんど〜」を数量・販売ルート限定で発売*しました。松竹梅白壁蔵「生酏純米」とあわせた松竹梅白壁蔵ならではの“KIMOTO”で、



「松竹梅」シリーズ広告(6回シリーズの6回目)

「松竹梅」が考える「これからのいい日本酒=米の旨みを感じられる食中酒」を新たな価値として創造していきます。

※初回2023年10月・第2回2024年3月発売、今後毎年2回の発売を予定

酒類調味料の魅力を発信

信頼の品質で選ばれ続ける、トップブランド「タカラ本みりん」や食塩ゼロの「タカラ料理のための清酒」を中心に、酒類調味料の情報発信を行っています。公式SNS「タカラお料理手帳」では、お酒のチカラを活かした料理のおいしさや、酒類メーカーならではのおつまみレシピを継続発信しています。



公式SNS「タカラお料理手帳」

宝酒造とNPO法人「日本料理アカデミー」の共催で2009年に開始した「京・名料理人に学ぶ日本料理教室」は、15年間で52回開催しています。コク・うまみが豊富でだしとうまみを引き立てる「タカラ本みりん」や、生臭みを消し素材をやわらかく仕上げる「タカラ料理のための清酒」の調理効果を実感した参加者からは、本格

的な日本料理と酒類調味料の使い方を名料理人に直接学ぶことができるとご好評をいただいています。



京・名料理人に学ぶ日本料理教室

日本食の魅力や新たな価値の発信・提供

宝酒造インターナショナルでは、日本食に欠かせない米、海苔、醤油、お酢などの様々な和の食材や周辺商材を現地の日本食レストランやスーパー・小売店に提供するとともに、海外での日本食のさらなる浸透を図るべく、各



(スペイン)グルメイベント「GASTRONOMA Valencia」

地で開催される展示会への出展やショールームでの情報発信を行っています。

1926年にロサンゼルスに設立され米国でも有数の歴史を持つ日本食材卸であるミューチャルトレーディング社では、レストラン関係者を対象とした展示・即売会「Japanese Food & Restaurant Expo」を自社で開催し、和酒・日本食の米国でのさらなる浸透を図っています。



(米国)Japanese Food&Restaurant Expo

宝グループのサステナビリティ

調達

お客様に安全で安心な商品・サービスを継続して提供していくためには、ビジネスパートナーである調達先と持続的な取引を継続することが不可欠です。宝グループは、「宝グループ調達方針」に基づき、原材料等の安全性や品質の確保に加え、環境や人権、法・社会倫理の遵守といったサプライチェーン全体の社会的責任にも配慮することで、持続可能な調達の実現を目指しています。

調達先との協業

持続可能な調達を行うため、調達先への遵守要請

宝酒造では、環境・社会課題を考慮した「サステナビリティ調達ガイドライン」の遵守をサプライヤーに要請しています。

サプライヤー241社にガイドラインを提示し、2024年7月にはすべての企業から同意書を受領しました。

サプライヤーの現地調査

サプライヤーの人権デューデリジェンスの一環として、2023年5月にブラジルの粗留アルコール製造サプライヤー4社を訪問し、現地調査を実施しました。

その結果、サステナビリティ調達ガイドラインの26項目すべての基準を満たし、児童労働や強制労働が起きていないことを確認しました。

宝酒造サステナビリティ調達ガイドライン

- 1 安全・安心の確保
- 2 地球環境への配慮
- 3 人権・労働・安全衛生
- 4 法令・社会規範の遵守
- 5 情報セキュリティ
- 6 社会貢献



サプライヤー監査の様子



ブラジルのサトウキビ畑



ブラジルのサプライヤー訪問の様子

その他にも、新規・既存サプライヤーの工場監査を定期的に行っています。

遵守状況が不十分な場合は改善を依頼したり、改善案を提示する等の対応を行っています。

人権

宝グループでは、すべてのステークホルダーの人権を尊重するため、「宝グループ人権方針」を掲げ、従業員のみならず、取引先、お客様、地域社会など、さまざまなステークホルダーの人権に影響を及ぼすことを認識し、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に則った人権デューデリジェンスのプロセスを構築し、取り組みを進めています。

人権の尊重

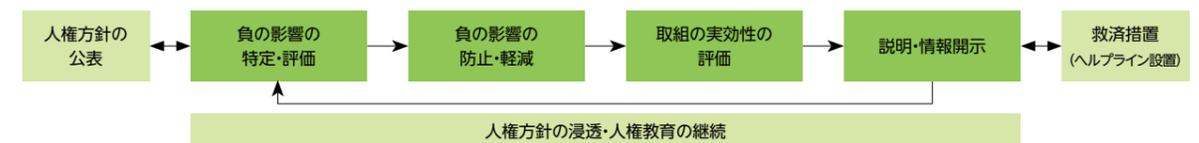
人権デューデリジェンスの取り組み

2023年度も、宝グループ内においてすでに人権デューデリジェンス・プロセスに該当する取り組みとして実行されているものについては、その取り組みを継続するとともに、組織横断のワーキングチームの下、人権デューデリジェンスの各プロセスにおける課題への対応を行いました。

負の影響の特定・評価の取り組みでは、リスク対応マップ

の更新(潜在的な人権リスクの抽出)を実施するとともに、粗留アルコールの調達先であるブラジルの製造サプライヤーを訪問し、現地にてヒアリング調査を実施したうえで人権リスクの評価を実施しました。また、負の影響の防止・軽減の取り組みにおいては、人権意識調査の結果を活用した勉強会をはじめ、人権への理解を深めるための研修プログラムやeラーニングによるコンプライアンス教育を実施するなど、人権に対する社内啓発を継続しています。

国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づく人権デューデリジェンスのプロセス



人権デューデリジェンス・プロセスの主な項目ごとの2023年度の取り組み

項目	主な項目詳細	2023年度の主な取り組み
人権方針	方針の浸透	● リスク・コンプライアンスリーダー研修および人権に関する勉強会等で周知
負の影響の特定・評価	リスク対応マップの更新	● 現行のリスク項目の見直しと想定リスクの追加を検討し、リスク対応マップに反映
	サプライヤーのモニタリング	● アンケート調査形式から同意書方式に変更し、各社より同意書を受領
	海外グループ会社のモニタリング	● 各国の人権デューデリジェンス関連法への対応状況を確認
負の影響の防止・軽減	特定されたリスクの評価	● ブラジルの製造サプライヤーを4社訪問し、現地調査を実施
	対応フローの整備と周知	● コンプライアンス職場教育等を通じて宝グループヘルプラインやハラスメント相談窓口を周知
	人権教育・研修の実施	● コンプライアンス教育(職場教育・eラーニング)、人権およびハラスメントに関する学習テストの実施
取組の実効性の評価	社員・グループ各社へのフィードバック	● 人権意識調査結果の従業員へのフィードバックの実施、調査結果を活用した勉強会の実施
	追加検証の実施	● 2022年度の取り組みからの課題抽出と2023年度取組状況の定期的な確認(年3回)
説明・情報開示	社外への発信	● 統合報告書およびサステナビリティサイトにて情報を開示

宝グループのサステナビリティ

社外役員の選任理由と取締役会および監査役会への出席状況(2024年3月期)

役名	氏名	選任理由	取締役会への出席	監査役会への出席
社外取締役	友常 理子	弁護士として、その幅広い見識ならびに企業法務などに関する豊富な経験と実績が、当社の経営体制の一層の充実に反映されると判断したためです。	13回中13回	—
社外取締役	川上 智子	早稲田大学などにおいて長年にわたり経営学およびマーケティング等に関する研究活動に携わっており、その幅広い見識ならびに豊富な経験と実績が、当社の経営体制の一層の充実に反映されると判断したためです。	13回中13回	—
社外取締役	本宮 孝夫	国税庁などにおいて要職を歴任しており、その幅広い見識ならびに税務に関する豊富な経験と実績が、当社の経営体制の一層の充実に反映されると判断したためです。	10回中10回	—
社外監査役	山中 俊人	株式会社みずほ銀行および株式会社みずほコーポレート銀行において要職を歴任しており、その幅広い見識ならびに金融機関における長年の業務経験と実績が、当社の監査体制の一層の充実に反映されると判断したためです。	13回中13回	14回中14回
社外監査役	松永 諭	農林中央金庫において要職を歴任しており、その幅広い見識ならびに金融機関における長年の業務経験と実績が、当社の監査体制の一層の充実に反映されると判断したためです。	13回中13回	14回中14回
社外監査役	吉本 明子	厚生労働省などにおいて要職を歴任しており、その幅広い見識ならびに労働法制等に関する豊富な経験と実績が、当社の監査体制の一層の充実に反映されると判断したためです。	10回中10回	10回中10回

取締役および監査役報酬(2024年3月期)

役員区分	固定報酬額		業績連動報酬額		合計(百万円)
	対象人数	総額(百万円)	対象人数	総額(百万円)	
取締役	7名	86	4名	81	168
(うち社外取締役)	(3名)	(22)	(—)	(—)	(22)
監査役	6名	92	—	—	92
(うち社外監査役)	(4名)	(50)	(—)	(—)	(50)
合計	13名	179	4名	81	261
(うち社外役員)	(7名)	(72)	(—)	(—)	(72)

- (注) 1. 取締役の報酬の額には、使用人兼務取締役の使用人分の給与は含まれておりません。
 2. 当事業年度末現在の取締役は7名(うち社外取締役3名)、監査役は5名(うち社外監査役3名)であります。上記の監査役の人数と相違しておりますのは、上記には当事業年度中に退任した監査役1名(社外監査役)が含まれているためであります。
 3. 業績連動報酬は、前事業年度の業績連動報酬の支給額と各々の前事業年度の業績評価点数をもとに、代表取締役社長が指名・報酬委員会の審議を経て決定しております。前事業年度の業績評価点数は、連結営業利益を主たる評価指標として算定しております。これは、連結営業利益を最も重視すべき経営指標として位置づけているためであります。
 4. 取締役の報酬限度額は、固定報酬額については、2019年6月27日開催の第108回定時株主総会において年額136百万円以内(うち社外取締役分30百万円以内)、業績連動報酬額(社外取締役以外の取締役を対象)については、2015年6月26日開催の第104回定時株主総会において年間につき前事業年度の連結営業利益の1%相当額以内(ただし、これらの額には使用人兼務取締役の使用人分の給与は含まない。)と決議いただいております。また、監査役の報酬限度額は、2017年6月29日開催の第106回定時株主総会において年額120百万円以内と決議いただいております。

取締役会の実効性評価

当社では、毎年、会議体としての取締役会の運営および中長期的な企業価値向上のための組織体としての取締役会のあり方という観点から取締役会の実効性の評価を行うこととしております。2024年3月期の評価結果の概要については以下のとおりです。

1 評価の方法

全取締役および監査役を対象として、次の事項に関する5段階評価と自由記述によるアンケートを実施しました。

【評価対象事項】

- ① 会議体としての取締役会の運営
付議事項、招集手続、資料、説明・審議・意思決定等、議事録、年間日程
- ② 中長期的な企業価値向上のための組織体としての取締役会のあり方
経営戦略等に関する議論、取締役会の構成

2 評価結果の概要

① 会議体としての取締役会の運営に関して

取締役会の運営全般についてはおおむね適切であり、その実効性は確保されていると判断しております。一方で、取締役会におけるより一層の議論の深化に向けては継続的な課題があることを認識しており、今後も引き続き、認識された課題の改善策を実施し、その結果を評価してさらなる改善に繋げていくことで、継続的な取締役会の実効性の向上に努めてまいります。

② 組織体としての取締役会のあり方に関して

中期経営計画の策定過程における独立社外役員の関与などについて一定の肯定的な意見がある一方、経営戦略等の策定にあたってより多様な意見を反映することや、取締役会の監督機能をより高めていくことについては継続的な課題があることを認識しております。今後はこれらの観点から取締役会のあり方について検討のうえ施策を実施し、取締役会の実効性の向上に努めてまいります。

最適なグループガバナンスの検討

当社は持株会社として、グループ会社の管理に関する必要な事項を定めた「グループ会社管理規程」を制定し、グループ各社の独自性・自立性を維持しつつ、各社の事業活動等の定期的な報告に加え、重要案件については事前協議を行い、または事後すみやかな報告を受けることにより、業務執行を監督しながら適切なリスクテイクを支える体制をとることとしております。

当社では、業務執行上の意思決定および情報提供が適切かつ迅速に行われることを目的として、次のとおり会議体を設置し、運営しております。

▶ 当社グループのグループ経営全体に関わる重要事項の協議、グループ各社の業績レビュー、ならびに活動状況の報告を行う「グループ戦略会議」を原則として年6回以上開催する。

▶ 宝酒造株式会社および宝酒造インターナショナル株式会社の取締役会決議事項等の重要事項についての事前協議および報告ならびに活動状況の報告を行う「宝酒造戦略会議」および「宝酒造インターナショナル戦略会議」をそれぞれ原則として毎月1回開催する。

▶ 上場子会社であるタカラバイオ株式会社の取締役会決議事項等の重要事項についての事後報告および活動状況の報告を行う「タカラバイオ連絡会議」を原則として毎月1回開催する。

▶ その他の子会社の取締役会決議事項等の重要事項についての事前協議および報告ならびに活動状況の報告を行う「戦略会議」や「協議連絡会議」を各社ごとにそれぞれ原則として年4回開催する。

当社の上場子会社タカラバイオ株式会社について

2024年6月27日現在、当社は、タカラバイオ株式会社(東証プライム、コード番号4974。以下、「タカラバイオ」)の議決権の60.93%を所有する親会社です。

タカラバイオは、2002年4月1日に、物的分割の方法により当社のバイオ事業部門を継承する100%子会社として設立いたしました。その後、当社の議決権所有比率は、タカラバイオによる第三者割当増資、公募増資、新株予約権付社債の発行などにより、現在の議決権所有比率となっています。

2024年3月末現在、当社グループは、持株会社である当社、子会社66社および関連会社2社で構成され、その中でタカラバイオはライフサイエンス専門の事業子会社として位置づけ、当社グループとしてバイオ事業を推進しています。なお、タカラバイオは当社グループの他のセグメントとは競合関係がなく、当社との取引は僅少です。

タカラバイオは当社グループの有望な成長企業であり、タカラバイオを事業ポートフォリオに加えていることが、今後の当社グループの企業価値の最大化のために非常に重要な意味があるものと考えています。

また、バイオ事業の成長をさらに加速させるためには、タカラバイオ自身による資金調達の手段を確保しておく必要があります。さらに、有用な人材の獲得、育成や、タカラバイオの経営のさらなる高度化を実現させるためにも、タカラバイオを上場子会社として維持

していくことが重要であると考えています。

タカラバイオは、その取締役の3分の1以上(9名のうち3名)について、タカラバイオおよび当社と利害関係のない独立社外取締役を選任する旨を「タカラバイオ コーポレートガバナンス・ポリシー」に定めており、タカラバイオの少数株主の権利の保護と、独立した意思決定を行う体制が確保できているものと考えています。また、タカラバイオの監査役5名のうち3名は独立社外監査役です。タカラバイオでは、タカラバイオの少数株主の利益を保護することを目的として、社外役員を含む独立性を有する3名以上で構成する特別委員会において、当社またはその子会社とタカラバイオの少数株主との利益が相反する重要な取引・行為に関する事項について審議および検討し、その結果をタカラバイオの取締役会へ助言・提言することとしています。

当社は、連結経営管理の観点から「グループ会社管理規程」を定め運用していますが、その目的はグループ各社の独自性・自立性を維持しつつ、グループ全体の企業価値の最大化を図ることにあります。同規程ではグループ会社を資本関係等、属性ごとに分類しており、タカラバイオについても同規程を適用しておりますが、当社は規程の分類上、取締役会決議事項等、重要事項に関しては事前協議や事前承認を必要とせず、報告のみと定めており、タカラバイオが独自に事業運営を行っています。

宝グループのサステナビリティ

宝グループコンプライアンス行動指針 <基本的な考え方>

宝グループは、「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」という企業理念の実現をめざし、グループ共通の価値観である「TaKaRa Five Values」のもと、常に誠実で公正な企業活動を行います。

私たちは、

- ① 国内外の法令を遵守するとともに、社会倫理を十分に認識し、社会人としての良識と責任を持って行動します。
- ② 自然環境への負荷の軽減に取り組み、生命の尊厳を大切にした生命科学の発展に貢献します。

③ この行動指針に反してまで利益を追求することをせず、公正な競争を通じた利益追求をすることで、広く社会にとって有用な存在として持続的な事業活動を行います。

④ 就業規則を遵守し、就業規則に違反するような不正または不誠実な行為は行いません。

⑤ 常に公私のけじめをつけ、会社の資産・情報や業務上の権限・立場を利用した個人的な利益は追求しません。

コンプライアンスの推進

コンプライアンス推進体制の強化

宝グループでは、誠実で公正な企業活動を確保するため、宝ホールディングス社長を委員長とし、宝ホールディングス取締役会の構成員をすべて含んだ「リスク・コンプライアンス委員会」を設置し、グループ全体のリスク管理やコンプライアンス推進体制の強化を図っています。そして、「宝グループコンプライアンス行動指針」を全従業員に周知し、グループ各社がこの行動指針に基づいて、適正にコンプライアンスを遵守し、リスク管理に対応することで、腐敗行為を含めた重大なコンプライアンス違反を発生させないことはもとより、宝グループ全体が企業の社会的責任を果たし、企業価値を向上させることを目指しています。

コンプライアンス教育の実施

宝グループでは、コンプライアンス意識の向上を目的として、コンプライアンスに関する身近なテーマを取り上げた「コンプライアンス通信」の配信や「eラーニング」の受講を毎月実施しています。また、階層別教育として、専門家を招いた経営トップ層への「リスク・コンプライアンス・トップセミナー」をはじめ、「新任管理職研修」「新入社員研修」などを毎年実施しているほか、各職場のコンプライアンス教育の推進役であるリスク・コンプライアンス

リーダーを対象に、毎年「宝グループコンプライアンス行動指針」に基づく集合研修を実施しています。集合研修では、リスク・コンプライアンスリーダーとしての役割、人権の尊重や不正行為の防止のほか、時節に応じたコンプライアンスに関する重要テーマについて理解促進を図っています。また、集合研修のテーマをもとに、各事業場でリスク・コンプライアンスリーダーによる職場教育を実施するなど、組織全体でコンプライアンス教育に取り組んでいます。

内部通報制度の適切な運用

法令違反や不正行為、いじめやハラスメント等の社会倫理に反する行為を発見した場合の通報窓口として「ヘルプライン」を設置しており、社内窓口に加え、相談者の匿名性を確保するため社外（第三者機関）窓口を設け、相談者が不利益な取り扱いを受けないよう、「公益通報者保護法」と「ヘルプライン規程」に基づいて運用されています。寄せられた通報に対しては、秘密保持に十分に配慮したうえで調査し、確認された事実関係に基づき適切に対応しています。

また、海外グループ会社においても、現地に内部通報窓口を設置するとともに、第三者機関を通じて、海外現地従業員が直接日本のヘルプライン通報窓口に通報・相談できる体制を整え、運用しています。

リスク管理体制の強化

リスクマネジメント（平時のリスク管理）の推進

宝グループでは、各職場を総点検することで潜在するリスクを洗い出し、対策を事前に講じることにより、リスクの顕在化防止と軽減に努めています。さらに、それらのリスクへの対策の実効性を毎年確認し、必要に応じて対策の見直しを行っています。こうした活動を毎年繰り返し実施し、リスク管理体制の強化を図っています。

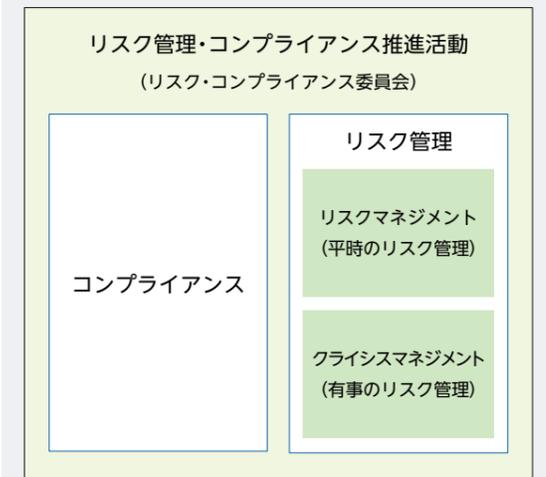
クライシスマネジメント（有事のリスク管理）の推進

大規模地震発生等の有事を想定し、事業継続計画（BCP: Business Continuity Plan）を策定しています。具体的な対策としては、自家発電装置導入による生産拠点での電力確保や情報伝達の確実性向上、被災時のバックアップオフィスの準備などに対応しているほか、計画に基づく訓練の実施により実効性を確認しています。

また、人命・身体に危険が及ぶおそれのある事態、企業の信用や資産に重大な影響が及ぶおそれのある事態などが発生した場合は、緊急対策本部を設置するとともに、各部署が連携し、迅速かつ的確に対応します。

今後も、継続的に事業継続計画の改善に取り組んでいきます。

リスク管理・コンプライアンス推進活動の領域



宝グループでは、宝のリスク管理・コンプライアンス推進活動の領域を「コンプライアンス」と「リスク管理」と定め、さらに「リスク管理」には、企業を取り巻くリスクを事前に防止する「リスクマネジメント」と、緊急事態発生時の対応を定めた「クライシスマネジメント」と定義しています。

宝グループのサステナビリティ

社外取締役メッセージ

「Smiles in Life～笑顔は人生の宝～」世界中を笑顔にするための挑戦を支えています



社外取締役 友常 理子 (2018年6月28日就任)

当社は、「Smiles in Life～笑顔は人生の宝～」をビジョンとして、世界中の笑顔のために、酒類や日本食材、バイオテクノロジーの分野でグローバルに事業展開をしています。海外企業の株式等取得やグローバル人材育成、新商品開発などを行い、海外売上高比率は55.3%と前期比7.0ポイント上昇、中期経営計画で掲げた目標(60.0%以上)に大きく近づきました。他の中期経営計画の定量目標についても、重点戦略「ROIC経営の浸透を通じた、成長・強化領域への投資」をさらに推進するなどを計画しておりますが、資本収益性に加

えて市場評価を高めるための情報発信・コミュニケーション強化なども進めていく必要があると考えています。

近時、日本の大企業では不祥事が相次いでいます。当社は創業から100年近く真面目にものづくりをしてまいりましたが、社外取締役としてコンプライアンスについてはゼロベースでチェックしています。内部監査も企業風土にまで踏み込み、定期的に外部評価を受けており、取締役会でその結果も踏まえた議論を行いました。

女性社外取締役として女性活躍推進にはかねてより意を用いておりますが、女性採用比率が行動計画を超えて約47%になり、管理職への登用も進みつつあります。性別にかかわらず働きやすく働きがいのある職場が

必要であり、当社でも従業員エンゲージメント向上に向けた諸施策を講じ、男性育休取得率は前年の3倍以上の84.2%となっています。FTSE 4 Good Index SeriesやFTSE Blossom Japan Indexの構成銘柄にも選定され、アップサイクル製品の開発、メタンガス排出量の大幅削減などで生態系・環境負荷に配慮した製品販売、39年間続く「タカラ・ハーモニストファン」での生物多様性の保全などに関連した助成も行っています。

ますますスピードを増す外部環境の変化を踏まえ、当社の企業価値を向上させるべく、投資家の皆様をはじめとしたステークホルダーの皆様のために引き続き尽力してまいります。

グローバルかつサステナブルなビジネスで企業価値向上を目指します



社外取締役 川上 智子 (2019年6月27日就任)

当社が中期経営計画2025で掲げた目標は、成長・強化領域への投資の加速による企業価値の向上です。グローバルかつサステナブルなビジネスモデルを確立し、全社的な情報発信をいっそう強化することで、株価やブランド価値を向上させることが最も重要な課題と認識しております。

私は2022年にデンマーク、2023年から現在までハワイに在住し、コロナ禍後の物価高騰や円安を生活者として経験しました。現地の研究者や実務家の皆様とも、グローバルかつサステナブルなビジネスのあり

方を議論し、当社の目指す方向性の具体像を探求しています。

早稲田大学では、マーケティング&サステナビリティ国際研究所の所長を務め、最新情報を当社にも共有しています。2024年7月、サステナビリティ推進室他の皆様のご尽力でESG投資の世界的指数FTSE4Good Index Seriesの構成銘柄に初めて選定されたことは大変嬉しいニュースでした。

財務的な売上・利益は変わらず重要な目標です。しかし今は、ESG投資に象徴されるように、グローバルかつサステナブルな価値を有する製品やサービスを戦略的に企画・開発し、それを支える技術や組織を実現

し、実現したことを即座にわかりやすく、明確に発信することが必要です。それがお客様の態度や行動を変え、宝のファンを増やし、売上や利益率を向上させ、投資家の注目を集め、株価、ブランド、そして企業価値の向上に繋がるためです。

環境保全や社会課題解決をグローバルな規模で実現し、財務成果をさらに向上させるとともに、「Smiles in Life～笑顔は人生の宝～」というビジョンを社員の皆様にも自分ごとと捉えていただけるような経営を目指し、引き続き、経営助言を行ってまいります。

社外取締役の役割等を果たし、当社グループの中長期的な企業価値の向上に取り組めます



社外取締役 本宮 孝夫 (2023年6月29日就任)

新型コロナウイルス感染症が5類に移行して1年が経過し、経済活動の制約の解消、訪日外国人客の増加などにより、多くの業態で売上がコロナ禍前の水準に回復してきていますが、外食市場の中で酒類と関わりの深い業態(パブ、居酒屋)では、回復基調にはあるものの、コロナ禍前の水準を大きく下回っている状況です。

また、人手不足や物価高、為替相場の円安傾向など、先行きが不透明な状況が続くと思われます。

このような状況ではありますが、当社グループは、国

内事業・海外事業・バイオ事業など、バランスの取れた事業ポートフォリオの下で、環境変化などにグループ全体で適切に対応し、事業の成長に努めています。

昨年度から取り組んでいる「宝グループ中期経営計画2025」(最終年度2026年3月期)については、「長期経営構想(TaKaRa Group Challenge for the 100th)」の総仕上げに向けて、「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」を経営方針として掲げ、定量目標も設定するなど、その実現に向けて当社グループ役員が一丸となって各種施策に意欲的に取り組んでいます。施策の中には、効率的に作業が進められ進捗の早いものも見られますが、本年度は、3年計画の中間年度ですの

で、適時に進捗状況の確認と評価を行い、計画の実現に向けて具体的な道筋をつける大事な年であると意識して取り組んでいくことが重要と考えます。

社外取締役に就任以来、取締役会以外の各種会議にもできる限り参加して、当社グループの状況などの把握、意見や助言などに努めてきました。今後も、法令などの遵守や組織・業務の監督など、私のこれまでの経験も活かして「経営方針や経営改善についての助言、経営の監督、利益相反の監督、ステークホルダーの意見の反映」という社外取締役の役割・責務を果たし、当社グループの中長期的な企業価値の向上に取り組んでまいります。

役員一覧

(2024年6月27日現在)

取締役



木村 睦 (61歳)
代表取締役社長

1985年 4月 当社入社
2002年 4月 タカラバイオ(株)取締役
2004年 6月 タカラバイオ(株)常務取締役
2007年 6月 タカラバイオ(株)専務取締役
2009年 6月 タカラバイオ(株)代表取締役副社長
2014年 6月 取締役
宝酒造(株)専務取締役
2016年 6月 代表取締役副社長
2017年 6月 宝酒造(株)取締役(現職)
2017年 7月 宝酒造インターナショナル(株)代表取締役社長
2018年 6月 代表取締役社長(現職)
2020年 4月 宝酒造インターナショナル(株)取締役(現職)
2022年 6月 タカラバイオ(株)取締役(現職)



高橋 秀夫 (62歳)
常務取締役
人事、総務、広報・IR、品質保証担当

1985年 4月 当社入社
2012年 4月 人事部長
2016年 6月 宝酒造(株)執行役員人事部長
2017年 6月 執行役員人事部長
2018年 6月 取締役
宝酒造(株)監査役
2020年 6月 宝酒造インターナショナル(株)監査役
2022年 6月 常務取締役(現職)



森 圭助 (61歳)
取締役
事業管理、サステナビリティ推進、経理・財務、事業支援・IT推進担当

1985年 4月 当社入社
2008年 4月 業務革新推進部長
2011年 4月 経営企画部長兼務
2012年 4月 事業管理部長
2017年 6月 執行役員事業管理部長
2017年 7月 宝酒造インターナショナル(株)監査役
2018年 6月 取締役(現職)
2020年 6月 宝酒造(株)監査役



友常 理子 (52歳)
取締役(社外取締役)

2002年10月 田辺総合法律事務所入所
2010年 4月 自衛隊員倫理審査会委員
2013年 4月 田辺総合法律事務所パートナー(現職)
2018年 6月 取締役(現職)
2020年 6月 (株)弘電社社外取締役(監査等委員)(現職)
2024年 4月 独立行政法人農畜産業振興機構
評価委員会委員(現職)
同コンプライアンス委員会委員(現職)



川上 智子 (59歳)
取締役(社外取締役)

2009年 4月 関西大学商学部教授
2015年 4月 早稲田大学大学院商学学術院
経営管理研究科教授(現職)
2019年 6月 取締役(現職)
2019年12月 公認会計士試験 試験委員
2022年 9月 (株)夢真ビーネックスグループ
(現:株)オープンアップグループ)社外取締役(現職)
2023年 3月 ハワイ大学マノア校シャイドラ経営大学院客員研究員
(現職)



本宮 孝夫 (67歳)
取締役(社外取締役)

2016年 7月 国税庁高松国税局長
2017年 7月 同庁退官
2017年12月 本宮孝夫税理士事務所税理士(現職)
2023年 6月 取締役(現職)
公益財団法人日本醸造協会監事(現職)

監査役

三井 照明 (62歳)
常勤監査役

1985年 4月 当社入社
2015年 4月 経理・シェアードサービス部長
2017年 6月 執行役員経理・シェアードサービス部長
宝酒造(株)監査役
2020年 4月 執行役員経理部長
2020年 6月 常勤監査役(現職)
2021年 6月 宝酒造(株)監査役(現職)
宝酒造インターナショナル(株)監査役(現職)

山中 俊人 (63歳)
常勤監査役(社外監査役)

2012年 4月 (株)みずほ銀行営業店業務第三部長
2013年 4月 同行グループ人事部審議役
2013年 6月 同行退職
常勤監査役(現職)
宝酒造(株)監査役

鈴木 洋一 (64歳)
常勤監査役

1983年 4月 当社入社
2012年 4月 宝酒造(株)北海道支社長
2014年 4月 宝酒造(株)首都圏支社長
2017年 6月 宝酒造(株)執行役員首都圏支社長
2018年 4月 宝酒造(株)執行役員調味料・酒精事業本部副本部長
2018年 6月 宝酒造(株)常務執行役員調味料・酒精事業本部長
2020年 4月 宝酒造(株)常務執行役員営業部門副担当
(主として調味料・酒精)
2021年 6月 常勤監査役(現職)
宝酒造(株)監査役(現職)
宝酒造インターナショナル(株)監査役(現職)

松永 諭 (58歳)
常勤監査役(社外監査役)

2019年 4月 農林中央金庫常務執行役員
2021年 4月 同金庫常任参与
2021年 6月 同金庫退職
常勤監査役(現職)

吉本 明子 (61歳)
監査役(社外監査役)

2019年 7月 厚生労働省中央労働委員会事務局長
2021年10月 同省退官
2022年 2月 ポストンコンサルティンググループ
シニアアドバイザー(現職)
2022年 6月 (株)トーエネック社外取締役(現職)
2023年 6月 監査役(現職)
2024年 6月 住友精化(株)社外取締役(現職)



11カ年連結財務サマリー

単位:百万円*3

単位:百万円*3

	2024年3月期	2023年3月期	2022年3月期	2021年3月期	2020年3月期	2019年3月期	2018年3月期	2017年3月期	2016年3月期	2015年3月期	2014年3月期
期間項目											
売上高*1	¥339,372	¥350,665	¥300,918	¥278,443	¥281,191	¥277,443	¥268,142	¥234,193	¥225,364	¥219,490	¥209,568
宝酒造	123,786	122,921	119,710	152,537	153,141	152,457	149,839	149,452	145,492	147,884	149,633
宝酒造インターナショナルグループ	160,427	137,483	102,186	69,589	82,765	77,834	70,717	37,540	30,490	26,233	16,481
タカラバイオグループ	43,505	78,142	67,699	46,086	34,565	35,841	32,312	29,375	29,729	25,969	23,905
その他(国内グループ会社)	30,271	30,950	30,719	29,238	31,801	32,742	36,412	39,017	41,050	42,980	43,123
調整額	(18,619)	(18,832)	(19,396)	(19,007)	(21,082)	(21,431)	(21,140)	(21,193)	(21,398)	(23,577)	(23,575)
売上原価	225,438	230,723	187,376	162,849	172,574	168,694	163,529	140,182	135,868	134,390	129,447
売上総利益	113,933	119,941	113,541	115,594	108,617	108,749	104,612	94,010	89,495	85,099	80,121
販売費及び一般管理費	91,691	81,996	70,187	93,999	92,781	90,945	88,999	80,458	77,815	74,003	70,631
営業利益(損失)*1	22,242	37,945	43,354	21,595	15,836	17,804	15,612	13,551	11,680	11,096	9,490
宝酒造	5,503	4,890	4,135	4,879	4,175	5,948	5,569	5,071	4,082	4,428	4,513
宝酒造インターナショナルグループ	12,291	10,821	8,472	1,043	3,532	4,532	4,393	3,182	2,752	2,270	907
タカラバイオグループ	3,003	20,541	28,902	13,952	6,274	5,463	3,555	3,202	2,667	2,302	1,954
その他(国内グループ会社)	2,363	2,293	2,222	1,803	2,018	1,954	2,318	2,167	2,058	1,654	1,581
調整額	(919)	(601)	(379)	(84)	(164)	(95)	(224)	(72)	120	440	533
税金等調整前当期純利益	26,238	39,692	40,961	20,583	15,643	17,658	18,903	14,520	12,548	11,453	18,642
親会社株主に帰属する当期純利益	16,176	21,206	20,769	10,574	8,980	10,411	11,029	8,480	7,055	5,706	10,280
有形固定資産の減価償却費 及びその他の償却費	11,371	10,295	9,589	9,298	8,874	7,827	7,702	6,213	6,180	5,537	4,997
資本的支出	21,915	14,165	16,213	13,775	14,195	10,671	6,414	6,658	6,003	9,533	8,967
研究開発費	8,725	8,949	6,484	5,914	4,259	4,708	5,063	4,550	4,608	3,754	3,376
営業活動によるキャッシュ・フロー	29,178	45,478	16,376	27,100	11,744	13,508	16,265	12,826	10,373	9,545	7,233
投資活動によるキャッシュ・フロー	(19,993)	(10,474)	(10,399)	(6,738)	(3,690)	(9,213)	(19,916)	16,200	(10,864)	(10,253)	(12,254)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(13,448)	(22,215)	4,133	(1,506)	(11,653)	(4,243)	(5,570)	(2,828)	(9,482)	6,819	2,562
フリー・キャッシュ・フロー	9,185	35,003	5,977	20,362	8,054	4,295	(3,650)	29,026	(490)	(708)	(5,021)
期末項目											
総資産	¥437,468	¥399,174	¥362,438	¥306,918	¥283,882	¥287,106	¥284,281	¥274,368	¥253,253	¥264,438	¥238,577
有利子負債	55,299	51,793	60,655	50,256	46,070	47,427	47,982	47,852	42,837	48,324	38,909
純資産	280,465	255,318	224,555	191,535	181,329	179,795	176,217	165,920	156,148	158,404	146,422
自己資本	228,665	203,951	180,420	156,884	147,762	148,197	145,111	135,043	130,386	131,923	121,431
1株当たり(単位:円)											
1株当たり当期純利益	¥ 82.09	¥ 107.26	¥ 105.05	¥ 53.48	¥ 45.11	¥ 52.15	¥ 54.97	¥ 42.15	¥ 35.06	¥ 28.36	¥ 50.83
1株当たり純資産	1,171.10	1,031.60	912.58	793.53	747.39	742.36	726.90	671.11	647.97	655.60	603.44
年間配当金	29.00	38.00	37.00	21.00	20.00	18.00	16.00	13.00	12.00	10.00	11.00
指標											
総資産当期純利益率	3.9%	5.6%	6.2%	3.6%	3.1%	3.6%	3.9%	3.2%	2.7%	2.3%	4.6%
自己資本当期純利益率	7.5	11.0	12.3	6.9	6.1	7.1	7.9	6.4	5.4	4.5	9.3
自己資本比率	52.3	51.1	49.8	51.1	52.1	51.6	51.0	49.2	51.5	49.9	50.9
D/Eレシオ	24.2	25.4	33.6	32.0	31.1	32.0	33.1	35.4	32.9	36.6	32.0
配当性向	35.3	35.4	35.2	39.3	44.3	34.5	29.1	30.8	34.2	35.3	21.6

*1 2018年3月期より事業セグメントの変更を行っています。2014年3月期から2017年3月期の売上高および営業利益(損失)については、変更後の事業セグメントの区分に基づき算出しています。

*4 2019年3月期より税効果会計基準の一部改正を適用しており、2018年3月期の数値については一部組み替えて表示しています。

*2 2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴い、従来販売費及び一般管理費で処理していた費用の一部を売上高から控除しております。2021年3月期以前の売上高および販売費及び一般管理費は「収益認識に関する会計基準」等の適用前の数字となっております。

*3 百万円未満は切り捨てにより算出しています。

連結財務諸表

連結貸借対照表

宝ホールディングス株式会社及び連結子会社
2024年3月31日

単位:百万円

	2024年3月期	2023年3月期
資産の部		
流動資産:		
現金及び預金	¥ 95,085	¥ 96,820
受取手形及び売掛金	60,854	61,624
電子記録債権	9,268	8,093
商品及び製品	61,834	57,812
仕掛品	1,659	1,718
原材料及び貯蔵品	7,558	7,372
その他	9,768	8,765
貸倒引当金	(817)	(694)
流動資産合計	245,213	241,513
固定資産:		
有形固定資産		
建物及び構築物	80,477	76,265
減価償却累計額	(42,178)	(39,487)
建物及び構築物(純額)	38,298	36,778
機械装置及び運搬具	92,456	90,919
減価償却累計額	(76,436)	(75,654)
機械装置及び運搬具(純額)	16,019	15,265
土地	21,665	20,861
リース資産	1,438	1,520
減価償却累計額	(757)	(731)
リース資産(純額)	681	789
建設仮勘定	12,796	3,662
その他	35,749	28,496
減価償却累計額	(20,328)	(16,962)
その他(純額)	15,420	11,533
有形固定資産合計	104,882	88,890
無形固定資産:		
のれん	12,154	10,668
その他	6,181	5,262
無形固定資産合計	18,336	15,931
投資その他の資産:		
投資有価証券	43,597	30,573
退職給付に係る資産	1,510	1,054
繰延税金資産	1,913	2,170
その他	22,078	19,103
貸倒引当金	(62)	(64)
投資その他の資産合計	69,036	52,838
固定資産合計	192,254	157,661
資産合計	¥ 437,468	¥ 399,174

単位:百万円

	2024年3月期	2023年3月期
負債の部		
流動負債:		
支払手形及び買掛金	¥ 22,315	¥ 21,775
短期借入金	10,008	4,919
1年内償還予定の社債	5,000	—
未払酒税	8,174	5,815
未払費用	8,826	6,368
未払法人税等	2,600	2,220
賞与引当金	3,470	3,380
その他	20,262	22,975
流動負債合計	80,657	67,454
固定負債:		
社債	15,000	20,000
長期借入金	10,422	15,186
リース債務	7,369	4,452
繰延税金負債	8,806	4,855
退職給付に係る負債	8,735	8,925
その他	26,010	22,980
固定負債合計	76,345	76,401
負債合計	157,003	143,856
純資産の部		
株主資本:		
資本金	13,226	13,226
資本剰余金	2,716	1,994
利益剰余金	169,909	163,825
自己株式	(2,103)	(1,682)
株主資本合計	183,749	177,363
その他の包括利益累計額:		
その他有価証券評価差額金	22,511	12,974
繰延ヘッジ損益	3	286
為替換算調整勘定	22,389	13,686
退職給付に係る調整累計額	12	(359)
その他の包括利益累計額合計	44,915	26,588
非支配株主持分	51,799	51,366
純資産合計	280,465	255,318
負債純資産合計	¥ 437,468	¥ 399,174

連結財務諸表

連結損益計算書

宝ホールディングス株式会社及び連結子会社
2024年3月期

単位:百万円

	2024年3月期	2023年3月期
売上高	¥ 339,372	¥ 350,665
売上原価	225,438	230,723
売上総利益	113,933	119,941
販売費及び一般管理費	91,691	81,996
営業利益	22,242	37,945
営業外収益:		
受取利息	457	265
受取配当金	948	800
その他	755	612
営業外収益合計	2,161	1,678
営業外費用:		
支払利息	450	324
為替差損	—	222
訴訟損失引当金繰入額	114	—
その他	501	370
営業外費用合計	1,066	917
経常利益	23,336	38,706
特別利益:		
投資有価証券売却益	3,971	674
受取保険金	—	678
その他	63	327
特別利益合計	4,034	1,681
特別損失:		
固定資産除売却損	842	499
減損損失	207	—
その他	82	195
特別損失合計	1,132	694
税金等調整前当期純利益	26,238	39,692
法人税、住民税及び事業税	8,899	10,144
法人税等調整額	(426)	857
法人税等合計	8,472	11,001
当期純利益	17,766	28,690
非支配株主に帰属する当期純利益	1,589	7,483
親会社株主に帰属する当期純利益	¥ 16,176	¥ 21,206

連結キャッシュ・フロー計算書

宝ホールディングス株式会社及び連結子会社
2024年3月期

単位:百万円

	2024年3月期	2023年3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー:		
税金等調整前当期純利益	¥ 26,238	¥ 39,692
減価償却費	9,999	9,118
減損損失	207	—
のれん償却額	1,179	998
受取利息及び受取配当金	(1,405)	(1,066)
支払利息	450	324
受取保険金	—	(678)
固定資産除売却損益(カッコは益)	794	235
投資有価証券売却損益(カッコは益)	(3,971)	(674)
売上債権の増減額(カッコは増加)	1,994	2,634
棚卸資産の増減額(カッコは増加)	982	8,969
仕入債務の増減額(カッコは減少)	(914)	(252)
未払消費税の増減額(カッコは減少)	2,358	(1,358)
未払消費税等の増減額(カッコは減少)	(3,031)	2,104
その他の流動負債の増減額(カッコは減少)	2,264	(1,261)
その他	0	835
小計	37,147	59,621
利息及び配当金の受取額	1,380	1,053
利息の支払額	(457)	(340)
法人税等の支払額	(8,459)	(15,535)
保険金の受取額	—	678
補助金の返還額	(433)	—
営業活動によるキャッシュ・フロー	29,178	45,478
投資活動によるキャッシュ・フロー:		
定期預金の預入による支出	(4,592)	(23,167)
定期預金の払戻による収入	5,530	24,008
有形及び無形固定資産の取得による支出	(19,210)	(10,618)
投資有価証券の売却による収入	4,874	793
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	(5,441)	(1,068)
補助金の受取額	463	32
補助金の返還額	(1,335)	—
その他	(282)	(454)
投資活動によるキャッシュ・フロー	(19,993)	(10,474)
財務活動によるキャッシュ・フロー:		
短期借入金の純増減額(カッコは減少)	(262)	(435)
長期借入れによる収入	466	6
長期借入金の返済による支出	(105)	(363)
社債の償還による支出	—	(10,000)
自己株式の取得による支出	(2,999)	(0)
配当金の支払額	(7,503)	(7,305)
非支配株主への配当金の支払額	(2,004)	(1,579)
リース債務の返済による支出	(1,036)	(919)
連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得による支出	—	(1,551)
その他	(3)	(67)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(13,448)	(22,215)
現金及び現金同等物に係る換算差額	2,661	3,267
現金及び現金同等物の増減額(カッコは減少)	(1,601)	16,056
現金及び現金同等物の期首残高	91,785	75,729
現金及び現金同等物の期末残高	¥ 90,184	¥ 91,785

事業等のリスク

事業等のリスク

有価証券報告書に記載した事業の状況、経理の状況等に関する事項のうち、経営者が連結会社の財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況に重要な影響を与える可能性があると認識している主要なリスクは、以下のとおりであります。当社グループは、これらのリスク発生の可能性を認識したうえで、発生の回避および発生した場合の対応に努める所存であります。

なお、記載中の将来に関する事項は、当連結会計年度末現在において当社グループが判断したものであります。また、以下の記載事項は投資判断に関連するリスクすべてを網羅するものではありませんのでご留意ください。

(1) 消費者の嗜好及び需要動向の変化について

宝酒造の売上高の大部分は、日本国内のものであり、その市場は、消費者の嗜好の変化の影響を受けやすく、コロナ禍によって変化した消費スタイルの影響も受けております。同社は、消費者の嗜好の変化を捉えた商品の開発や、他社商品と差異化を図った独創的な商品の開発に注力しておりますが、消費者の嗜好の多様化が進み、消費動向の変化が加速しております。そのため、今後同社が消費者の嗜好や市場の変化を捉えた魅力的な商品を提供できない場合は、将来の成長性や収益性を低下させる可能性があります。また日本国内の高齢化・人口減少や若年層の飲酒離れは酒類の需要の減少を招き、経営成績および財務状況に影響を及ぼす可能性があります。同社では、SDGsを意識した商品など消費者ニーズを捉えた高付加価値商品の開発・育成に取り組んでおります。

(2) 競合について

①宝酒造

日本国内の酒類・調味料市場では、市場全体の伸びが鈍る中、商品開発やマーケティング戦略など、競合各社との競争が激化しております。競争の激化は売上の減少や、高騰する原材料価格の製品価格への転嫁の阻害要因となり利益率の低下を招き、経営成績および財務状況に影響を及ぼす可能性があります。宝酒造では、独自の技術で差異化された商品の開発・育成や、ブランド力強化、流通業態の変化に対応した販売活動、市場の理解を得られる価格政策、そしてこれらを支える原資を得るため徹底的なコストダウンや効率化に取り組んでおります。

②宝酒造インターナショナルグループ

海外酒類事業では、ウイスキー市場においては世界中に多くの強豪メーカーが存在するほか、清酒をはじめとする和酒市場においても、海外現地生産および日本生産の輸出メーカーなど多くの競合各社との競争が激化しております。また、海外日本食食材卸事業においても、海外での和酒・日本食市場の拡大が見込まれる一方で、競合の状況は激化しております。競合各社に勝る競争力を維持できない場合には、経営成績および財務状況に影響を及ぼす可能性があります。宝酒造インターナショナルグループでは、M&Aを含めた拠点拡大や、宝酒造との協業により同社の技術力を生かした魅力的な商品の開発・育成やブランド力の強化に取り組んでおります。また、グループシナジーを生かした共通購買などの商品調達力強化や、強みであるレストラン向けに加えて小売店などの販売チャネルの多角化へも取り組んでおります。

③タカラバイオグループ

タカラバイオグループは、財務的な一定の基盤、アジア市場における確固としたプレゼンスおよび保有技術の幅広いラインアップを有する独自の産業的地位を占めていると考えております。

しかしながら、研究用の試薬・機器・受託サービスの製造・販売・提供には医薬品や医療機器のような許可や承認を必要としないことから、特許等による障壁がない場合は、これらの事業への参入は比較的容易であり、国内のみならず海外においても多数の競合企業が存在しております。

また、遺伝子治療分野においては、技術的進展により、安全性が高く治療成績に優れる治療薬が開発され、海外で製造販売承認が得られはじめております。当分野の市場規模の拡大を背景として、欧米のバイオベンチャーや製薬企業等、多数の企業が遺伝子治療の研究開発に取り組んでおりま

す。

このような環境の中、同グループは、独自もしくは大学等の外部団体や企業と協力して、技術や製品を開発しておりますが、他社が類似の製品や技術分野で先行した場合、当社グループの製品開発や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。このようなリスクを踏まえ、同グループは開発した技術や製品を可能な限り知的財産権による保護にて、独占化あるいは差異化を図るとともに、コストダウンの推進および製造体制の強化により、価格競争力の維持を図ってまいります。

(3) 製造に関する依存について

①宝酒造

宝酒造の酒類製品の大部分は、伏見工場(京都市伏見区)および松戸工場(千葉県松戸市)で製造しております。これらの地域において大規模な地震やその他の操業を中断する事象が発生した場合、同社の製品の生産、供給能力が著しく低下し、経営成績および財務状況に影響を及ぼす可能性があります。同社では全社及び拠点毎の事業継続計画(BCP)を整備し、安定した生産・供給に努めております。また桶工場(三重県四日市市)も含めた相互応援体制による、フレキシブルな生産体制を構築しております。

②タカラバイオグループ

タカラバイオグループの主力製品である試薬は、その大半を中国の子会社である宝生物工程(大連)有限公司で製造しており、当該子会社の収益動向の変化や、何らかの理由による事業活動の停止等により、同グループの事業戦略や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。このようなリスクを踏まえ、効率性向上とリスク低減のバランスを考慮しつつ、グローバルで多極的な製造・研究開発体制の整備を進めております。

(4) 原材料価格の変動について

宝酒造の原材料の調達については、調達先の国または地域の天候や経済状況の影響を間接的に受ける可能性があります。焼酎等の原料である粗留アルコールは主に南米・北米やアジア地域の、また清酒等の原料米は主に日本をのろき、原料相場の影響を受けます。さらに地政学的要因を背景としたグローバルなサプライチェーンへの影響は原材料・燃料の調達価格の高騰ひいては製造コストの上昇に繋がり、経営成績および財務状況に影響を及ぼす可能性があります。宝酒造では原材料の調達先の多様化により安定的かつ有利な条件での調達を図り、一方で技術革新による原価の低減に取り組んでおります。

(5) 特有の法的規制について

①宝酒造

宝酒造は、日本国内において酒税の賦課徴収、酒類の製造免許および販売業免許等について定める酒税法の規制を受けております。同社は酒税法に基づき、販売業免許のほか、種類別、製造場ごとに所轄税務署長の製造免許を取得しております。今後の事業展開においても酒税法の規制を受けるほか、酒税の税率の変更によって酒類の販売価格、販売動向等に影響を受ける可能性があります。同社は酒税法などの法令遵守はもとより、酒税法の改正等に機動的に対応し、必要に応じて商品戦略の見直しを図るなどの対策を実行いたします。

②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では、事業を展開する各国において、事業・投資の許可、国家安全保障またはその他の理由による輸出制限、関税をはじめとするその他の輸出入規制等、様々な政府規制の適用を受けております。また、通商、独占禁止、特許、消費者、租税、為替管制、運輸、人権、環境・リサイクル関連の法規制の適用も受けております。これらの規制を遵守できなかった場合、同グループの活動が制限される可能性があり、また遵守することによるコストの増加に繋がる可能性があります。同グループでは法令遵守のもと、これらの影響を軽減する対策を実施いたします。

③タカラバイオグループ

タカラバイオグループの研究開発を進めるにあたっては、放射性同位元素等による放射線障害の防止に関する法律や遺伝子組換え生物等の使用等の規制による生物の多様性の確保に関する法律(カルタヘナ法)

等の関連法規の規制を受けており、同グループは当該法規制を遵守していく方針であります。

また、同グループが開発・販売中の体外診断用医薬品や開発中の遺伝子治療薬は、医薬品医療機器等法をはじめとする関連法規の規制を受けており、商業活動のためには所轄官公庁の承認または許可が必要になります。同グループが研究開発を進めている個々のプロジェクトについて、かかる許認可が得られなかった場合には、同グループの事業戦略に影響を及ぼす可能性があります。

(6) 飲酒に対する社会的規制について

酒類は人々の生活に豊かさや潤いを与えるものである一方で、不適切な飲酒はアルコール健康障害の原因となり、アルコール健康障害は、本人の健康の問題であるのみならず、その家族への深刻な影響や重大な社会問題を生じさせる危険性が高いことが指摘されております。これらのアルコールに関連する諸問題が社会的に一層深刻となった場合には、酒類の製造、販売に何らかの影響、規制が及ぶ可能性があり、経営成績および財務状況に影響を及ぼす可能性があります。宝酒造および宝酒造インターナショナルグループでは、これらの指摘を認識したうえで、酒類の製造、販売を行う企業として、人々の健康を維持増進し、社会的責任を果たす観点から、当社グループが定めた「責任ある飲酒に関する基本方針」に基づき、適正飲酒の啓発をはじめ、ホームページでの主要商品の純アルコール量の開示などの取り組みを行うとともに、WHO(世界保健機関)が採択した「アルコールの有害な使用を低減するための世界戦略」を支持し、その達成に向けた取り組みを実施しております。

(7) 研究開発活動について

バイオテクノロジーに関連する産業は、再生・細胞医療・遺伝子治療等分野、基礎研究や創薬等を目的とした大学、公的研究機関や企業、検査会社を直接のターゲットカスタマーとする研究支援分野、そのほか、環境・エネルギー・食品・情報分野でも多岐にわたります。

このような状況の中、タカラバイオグループにおいて競争優位性を維持していくためにも、広範囲にわたる研究開発活動は非常に重要であると考えております。しかしながら、研究開発活動は計画どおりに進む保証はなく、特に遺伝子治療分野における臨床開発は長期間を要するため、研究開発活動の遅延により、同グループの事業戦略や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

また、バイオテクノロジー業界を取り巻く経営環境の変化は激しく、同グループの事業環境は新たな技術革新や新規参入者等により大きな影響を受ける可能性があることから、現在推進している研究開発活動から必ずしも期待した効果を得られる保証はなく、計画する収益を獲得できない可能性があります。

(8) 知的財産権について

タカラバイオグループは、研究開発の成否がそのまま事業開発の成否に繋がるバイオテクノロジー関連産業において、競合他社を排除するため、自社の技術の特許で保護しております。また、同グループは、研究開発を進めていくにあたって、特許出願・権利化を第一に考え対応していく方針であります。しかしながら、出願した特許がすべて登録されるとは限らず、また、登録特許が無効となる、消滅する等した場合には、同グループの事業戦略や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

また、同グループは、今後の事業展開の中で、必要な他者特許については取得またはライセンスを受ける方針ではありますが、このために多大な費用が発生する可能性があります。また、必要な他者特許が生じ、そのライセンスが受けられなかった場合には、同グループの事業戦略や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

(9) 固定資産の減損処理について

当社グループでは、のれんを含む多額の有形・無形固定資産を保有しておりますが、経営環境の急変等により固定資産の減損に係る会計基準に基づき減損損失を計上した場合には、経営成績および財務状況に影響を及ぼす可能性があります。当社グループでは一定の投資に際しては取締役会等の承認を得ることとしており、投資効果の判定にはNPV法に基づくハードルレートを設定し、進捗を毎期検証しております。また、減損の

兆候を早期に把握する体制を構築しております。

(10) 為替レートの変動について

当社グループが事業を展開する日本国外の各地域における売上高、費用、資産を含む現地通貨建ての項目は、連結財務諸表の作成のために円換算されております。これらの項目は、換算時の為替レートにより財務諸表計上額に影響を受ける可能性があります。また、輸入による商品仕入れ、原材料の調達あるいは製品輸出を外貨建てで行う場合は為替レートの変動により経営成績および財務状況に影響を及ぼす可能性があります。

当社グループは、為替変動リスクに備えるため、通貨オプション、為替予約などのヘッジ取引を行い、為替レートの変動による影響を軽減するよう努めております。

(11) 製造物責任について

当社グループが開発、製造するすべての商品について製造物責任賠償のリスクが内在しています。特に、酒類、食品、医薬品、医療機器、体外診断用医薬品、再生医療等製品、研究用製品、臨床試験に使用される治験薬などについては、製造、販売、臨床試験において製造物の欠陥が発見され、健康障害等を引き起こした場合には製造物責任を負う可能性があります。また、大規模な製品回収や製造物責任賠償は、多額のコストが発生するうえに、当社グループの評価に重大な影響を与え、当社グループの経営成績および財務状況に影響を及ぼす可能性があります。これらのリスクに備えるため、製造物責任賠償保険に加入しておりますが、この保険が最終的に負担する賠償額を十分にカバーできるという保証はありません。当社グループでは、法令遵守に加え徹底した品質管理とリスク管理体制の構築に取り組んでおります。

(12) 情報セキュリティについて

当社グループは、事業に関連して多数のITシステムを活用し、個人情報を含む膨大な情報を管理しております。これら社内情報の紛失、漏洩、改ざんあるいはランサムウェア被害などが起こった場合は業務への支障、対応コストに加えレピュテーションリスクが生じる可能性があります。また、システム不具合あるいはサイバー攻撃により、一定期間業務の遂行が不可能になった場合は事業活動の継続に影響を及ぼす可能性があります。デジタルトランスフォーメーションの進展や、在宅勤務の拡大によりこれらのリスクは拡大しております。当社グループでは「情報管理規程」「ITセキュリティポリシー」を定め、ITセキュリティに関する第三者評価を受けるなどリスクへの対応を強化しております。

(13) 訴訟について

当社グループでは、事業の遂行にあたり各種法令および規制等に違反しないようコンプライアンス活動を強化するなど最善の努力をしております。しかしながら、国内外において事業活動を遂行していくうえで、当社グループおよびその従業員が法令等に対する違反の有無にかかわらず、製造物責任法や知的財産権、発明対価請求などの問題において訴訟提起される可能性を抱えています。万が一当社グループが訴訟を提起された場合、また不利な判決結果が生じた場合は、当社グループの経営成績および財務状況に影響を及ぼす可能性があります。当社グループでは法令遵守を徹底するとともに、重要な契約の締結に際しては法務部門、外部専門家の助言、チェックを受ける体制を構築しております。

(14) 自然災害や事故災害について

暴風、地震、落雷、洪水、渇水等の自然災害、火災等の事故災害や感染症の世界的流行(パンデミック)が発生した場合には、災害による物的・人的被害により、当社グループの営業活動に支障が生じる可能性があります。このようなリスクを踏まえ、当社グループでは、発生時の損害の拡大を最小限におさえるべく、点検・訓練の実施、連絡体制・事業継続計画(BCP)の整備に努めております。

当社では、当社社長を委員長とする「リスク・コンプライアンス委員会」が当社グループのリスク管理全体を総括し、同委員会の監督のもと、各担当部門において「法・社会倫理」「商品の安全と品質」「安全衛生」その他当社グループを取り巻くリスクを防止・軽減する活動に取り組んでおります。

主要子会社データ

(2024年3月31日現在)

(注) 議決権の所有割合の括弧書きは間接所有割合

会社名	所在地	資本金	議決権の所有割合	主な事業内容
宝酒造(国内事業)				
宝酒造株式会社	〒600-8688 京都府京都市下京区四条通烏丸東入長刀鉾町20	1,000百万円	100.0%	酒類、調味料、原料用アルコールの製造・販売
宝酒造インターナショナルグループ(海外事業)				
宝酒造インターナショナル株式会社	〒600-8688 京都府京都市下京区四条通烏丸東入長刀鉾町20	10百万円	100.0%	グループ会社管理、酒類・調味料の輸出販売等
東京共同貿易株式会社(日本)	〒110-0016 東京都台東区台東4丁目26番4号	60百万円	(51.0%)	食料品、酒類、雑貨品等の輸出販売業
Takara Sake USA Inc.(アメリカ)	708 Addison St., Berkeley, CA 94710-1925, U.S.A.	7,000千米ドル	(100.0%)	酒類の製造・販売、輸出および輸入販売
Age International, Inc.(アメリカ)	229 W.Main St., Frankfort, KY 40601, U.S.A.	250千米ドル	(100.0%)	バーボンウイスキーの販売
Mutual Trading Co., Inc.(アメリカ)	4200 Shirley Avenue, El Monte, CA 91731, U.S.A.	5,394千米ドル	(85.8%)	酒類・食品・調味料等の輸入・卸売業
The Tomatin Distillery Co. Ltd(イギリス)	Tomatin, Inverness-shire, IV13 7YT Scotland, U.K.	3,297千ポンド	(94.2%)	スコッチウイスキーの製造・販売
Tazaki Foods Ltd.(イギリス)	12 Innova Way, Enfield, EN3 7FL, U.K.	2,357千ポンド	(100.0%)	酒類・食品・調味料等の輸入・卸売業
FOODEX S.A.S.(フランス)	64 Rue du Ranelagh, 75016 Paris, France	10,250千ユーロ	(100.0%)	酒類・食品・調味料等の輸入・卸売業
Cominport Distribución S.L.(スペイン)	Avenida Marconi nave 1 - P.A.E. Neisa Sur - 28021, Madrid, Spain	166千ユーロ	(100.0%)	酒類・食品・調味料等の輸入・卸売業
Keta Foods, Lda(ポルトガル)	Quinta do Olival das Minas, Quinta do Duque No.26, 2625-573 Vialonga, Portugal	15千ユーロ	(100.0%)	酒類・食品・調味料等の輸入・卸売業
Nippon Food Supplies Company Pty Ltd(オーストラリア)	Warehouse 9 & 10, Building 3, 161 Manchester Road, Auburn NSW 2144, Australia	17百万豪ドル	(100.0%)	酒類・食品・調味料等の輸入・卸売業
宝酒造食品有限公司(中国) (英文名:Takara Shuzo Foods Co., Ltd.)	No.31 Nanyuan West St. Fengtai District Beijing, China 100076	130,000千元	(92.0%)	酒類の製造・販売および輸入販売
上海宝酒造貿易有限公司(中国) (英文名:Shanghai Takara Shuzo International Trading Co., Ltd.)	Shenergy International Building 18th Floor, Room 1808A, No.1, Fuxing Middle Rd, Huangpu District, Shanghai, China 200021	600千米ドル	(100.0%)	酒類・食品の輸入販売
Ontario Spring Water Sake Company (カナダ)	51 Gristmill Lane, Toronto Ontario, Canada, M5A 3C4	100加ドル	(80.0%)	酒類の製造および販売

タカラバイオグループ(バイオ事業)

タカラバイオ株式会社	〒525-0058 滋賀県草津市野路東7-4-38	14,965百万円	60.9%	試薬・機器などの開発製造・販売、受託、遺伝子医療
Takara Bio USA, Inc.(アメリカ)	2560 Orchard Parkway, San Jose, CA 95131, U.S.A.	83千米ドル	(100.0%)	試薬・機器の開発・製造・販売
Takara Bio Europe S.A.S.(フランス)	34 rue de la Croix de Fer 78100 Saint-Germain-en-Laye, France	891千ユーロ	(100.0%)	試薬・機器の販売、受託
Takara Bio UK Ltd.(イギリス)	Wilberforce House, Station Road, LONDON NW4 4QE	100千ポンド	(100.0%)	試薬・機器の販売
DSS Takara Bio India Pvt. Ltd.(インド)	A-5 Mohan Co-op Industrial Estate, Mathura Road, New Delhi, 110044, India	110百万ルピー	(51.0%)	試薬の製造・販売
宝生物工程(大連)有限公司(中国)	No.19 Dongbei 2nd Street, Development Zone, Dalian 116600 China	2,350百万円	(100.0%)	試薬の開発・製造・グループ内販売、受託
宝日医生物技术(北京)有限公司(中国)	Life Science Park, 22 KeXueYuan Road Changping District, Beijing 102206 China	1,330百万円	(100.0%)	試薬・機器の販売
Takara Korea Biomedical Inc.(韓国)	601, New T Castle, 108, Gasan Digital 2-ro, Geumcheon-gu, Seoul 08506, Korea.	3,860百万ウォン	(100.0%)	試薬・機器の販売

その他(国内グループ会社)

タカラサプライコミュニケーションズ株式会社	〒612-8338 京都府京都市伏見区舞台町1	90百万円	100.0%	容器・包装資材卸売、印刷業、WEB制作事業、デジタルサービス事業
川東商事株式会社	〒600-8008 京都府京都市下京区四条通烏丸東入長刀鉾町20	30百万円	100.0%	不動産賃貸
株式会社トータルマネジメントビジネス	〒600-8008 京都府京都市下京区四条通烏丸東入長刀鉾町20	20百万円	100.0%	マーケティングに関する調査、販促企画、人材派遣事業
タカラ物流システム株式会社	〒610-0343 京都府京田辺市大住浜55-13	50百万円	100.0%	運送業、倉庫業、自動車整備業、損害保険代理業、旅行業等
タカラ物産株式会社	〒612-8081 京都府京都市伏見区新町5丁目487	10百万円	100.0%	食料品および飼料販売
株式会社ラックコーポレーション	〒107-0052 東京都港区赤坂3-2-12	80百万円	100.0%	ワイン輸入販売

※タカラサプライコミュニケーションズ株式会社は2024年4月1日設立

投資家情報

(2024年3月31日現在)

商号	宝ホールディングス株式会社	設立	1925年9月6日
事業内容	持株会社	資本金	13,226百万円
本店所在地	京都市下京区四条通烏丸東入長刀鉾町20番地	代表者	代表取締役社長 木村 睦
電話	075-241-5130	ホームページアドレス	www.takara.co.jp

株主メモ

発行株式

発行可能株式総数	870,000,000株
発行済株式総数	197,252,043株

株主数

90,346名

上場取引所

東証プライム市場

証券コード

2531

株主名簿管理人

東京都千代田区丸の内一丁目3番3号

みずほ信託銀行株式会社

株主名簿管理人

〒168-8507

東京都杉並区和泉二丁目8番4号

みずほ信託銀行株式会社 証券代行部

電話:0120-288-324(フリーダイヤル)

株主総会

定時株主総会は、毎年6月に京都で開催されています。その他、必要のある場合には、あらかじめ公告して基準日を定め、臨時株主総会が開かれる場合があります。

独立監査人

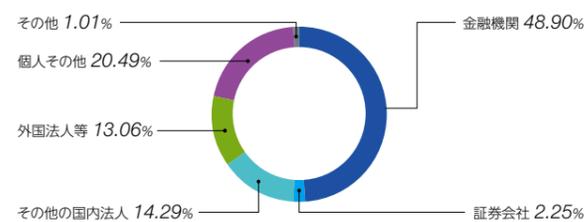
有限責任監査法人トーマツ

大株主(上位10名)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	35,294	18.08
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	14,571	7.46
株式会社みずほ銀行	9,738	4.99
農林中央金庫	9,500	4.87
明治安田生命保険相互会社	5,370	2.75
株式会社京都銀行	5,000	2.56
東京海上日動火災保険株式会社	3,878	1.99
国分グループ本社株式会社	3,489	1.79
宝グループ社員持株会	3,167	1.62
日本アルコール販売株式会社	3,000	1.54

(注) 1. 持株数の千株未満は切り捨てております。
2. 持株比率は、自己株式(1,995千株)を控除して計算しております。

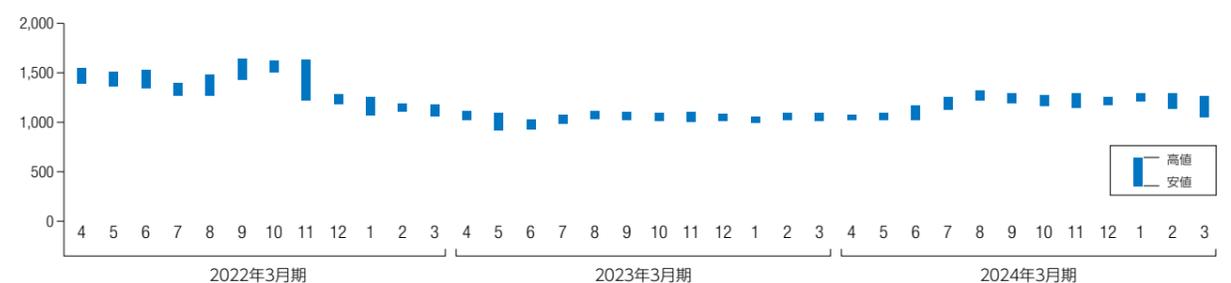
所有者別株式分布状況



格付

格付機関	長期格付	短期格付
格付投資情報センター(R&I)	A / 安定的	a-1
日本格付研究所(JCR)	A+ / 安定的	J-1

株価の推移(円)





宝ホールディングス株式会社

京都市下京区四条通烏丸東入長刀鉾町20番地
Phone: 075-241-5130

www.takara.co.jp



RED CROSS PAPER

この印刷物は環境に配慮し、植物油インキ・水なしオフセット印刷と、適切に管理されたFSC®認証林およびその他の管理された供給源から作られた紙を使用して制作しています。

この用紙費用の一部は『日本赤十字社』に寄付されています。