

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

～「宝グループ中期経営計画 2022」および「宝グループ・サステナビリティ・ポリシー」を策定～

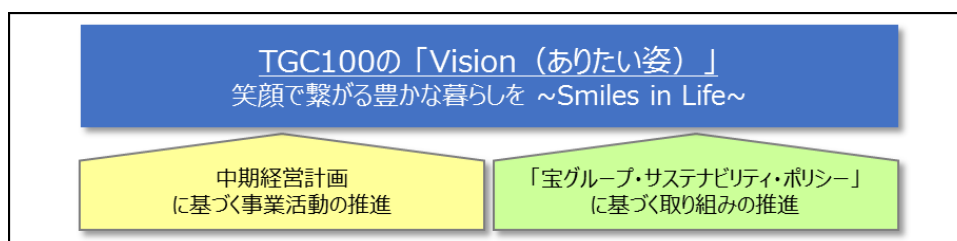
宝ホールディングス株式会社（社長：木村 睦）は、会社創立 100 周年となる 2025 年（2026 年 3 月期）に向けた 6 年間の長期経営構想「TaKaRa Group Challenge for the 100th（以下、TGC100）」を策定しました。また、TGC100 の具体的な実行計画として、2022 年度（2023 年 3 月期）を最終年度とする 3 ヶ年の中期経営計画「宝グループ中期経営計画 2022」をスタートさせるとともに、社会・環境課題に対する当社グループの考え方を示す「宝グループ・サステナビリティ・ポリシー」を策定しました。

当社グループを取り巻く環境は、国内では高齢化・人口減少や若年層の飲酒離れによる酒類市場の長期的な縮小や、人材確保難による人件費、物流費の高止まりが続くなど、今後も厳しさを増してくることが予想されます。また、海外においても、中東情勢の緊迫化や米中の通商問題等に起因する緊張の増大と、世界的な人口増加による食料、資源価格の高騰は今後も続くものと想定されます。一方で、国内の RTD 市場では厳しい競争下ながらも市場の拡大が見込まれ、世界的な和酒・日本食市場は引き続き成長が期待されるほか、再生・細胞医療周辺産業やバイオ産業の市場規模は長期的な拡大が予想されており、当社グループにとって成長を見込める機会も数多く存在しています。加えて、様々な社会・環境課題への対応が世界的規模で求められ、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きています。

TGC100 では、宝グループの Vision（ありたい姿）として「笑顔で繋がる豊かな暮らしを ～Smiles in Life～」を掲げ、その実現に向けて、技術力、商品力、ブランド力をさらに向上させ、「和酒・日本食市場」「ライフサイエンス産業」における多様な価値を提供することで、宝グループの国内外での存在感を高めながら、持続的な成長と飛躍を実現するという経営方針の下、2025 年度の定量目標として、連結売上高 3,400 億円以上、連結営業利益 230 億円以上、海外売上高比率 44%以上、ROE8%以上を目指します。

なお、足元では、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により国内外の経済活動に影響が出ておりますが、これにより、2020 年度については当社グループの業績への影響が見込まれるものの、長期経営構想や中期経営計画には影響を及ぼさないことを前提にしております。

<TGC100 の「Vision」と「中期経営計画」および「宝グループ・サステナビリティ・ポリシー」の関係性>



1. 長期経営構想「TaKaRa Group Challenge for the 100th」の概要

(1) Vision(ありたい姿)

「笑顔で繋がる豊かな暮らしを ～Smiles in Life～」

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

(2) 経営方針

技術力、商品力、ブランド力をさらに向上させ、「和酒・日本食市場」「ライフサイエンス産業」における多様な価値を提供することで、宝グループの国内外での存在感を高めながら、持続的な成長と飛躍を実現する。

(3) 定量目標

2026年3月期 宝グループ連結

- 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%以上

(4) 事業戦略

◆ 国内事業(宝酒造)

国内の和酒 No.1 メーカーのポジションを活用した付加価値経営への変革によって、着実に利益成長できる事業基盤を再構築し、企業イメージを向上させてグローバル和酒 No.1 企業(※1)としての根幹を支える。

◆ 海外事業(宝酒造インターナショナルグループ)

グローバルな和酒の拡大を加速させるとともに、海外日本食材卸のネットワークの拡充を進めながら、国内外でのグループシナジーをさらに発揮し、海外における和酒・日本食材 No.1 企業(※2)を目指す。

➤ 国内事業・海外事業の共通目的

国内事業と海外事業が協業することで、一体感を持って「グローバル和酒・日本食材 No.1 企業(※3)」を目指す。

◆ バイオ事業(タカラバイオグループ)

研究用試薬・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、新モダリティ(※4)を創出し続ける創薬企業を目指す。

◆ その他(国内グループ会社)

宝グループ内における位置付けや担う役割から明確にされた各社のミッションを確実に遂行し、グループの業績と企業価値向上に貢献する。

◆ 経営基盤(コーポレート部門)

グローバルにグループ経営をリードし、グループの企業価値と一体感を高めるためのコーポレート機能を強化するとともに、コーポレート部門の効率性を向上する。

※1:国内+海外(輸出+現地生産)で和酒 No.1

※2:海外(輸出+現地生産)和酒 No.1+海外日本食材卸 No.1

※3:グローバル和酒 No.1+海外日本食材卸 No.1

※4:治療法

2. 「宝グループ中期経営計画 2022」の概要

(1) 基本方針

環境変化の兆しを掴みとり、強化すべき領域へ適切な経営資源の配分と投下を行い、収益力を高める多様な「価値」を生み出し続ける事業構造とグローバルなコーポレート機能の再構築を推し進めることで、国内外での持続的な成長の実現とグループの企業価値向上に向けて足元を固める。

(2) 定量目標

2023年3月期 宝グループ連結

- 売上高 3,000 億円以上
- 営業利益 174 億円以上
- 海外売上高比率 39%以上
- ROE 7%以上

(3) 各事業の重点戦略

◆ 国内事業(宝酒造)

- ① 和酒 No.1 企業としての強みを活かした、利益創出型の企業体質への進化
- ② お客様のニーズを捉え、利益の視点を高めた商品開発・育成の推進
- ③ お客様の需要を喚起する効率的な育成策の継続によるブランド価値の向上
- ④ 稼働率平準化を中心とした、全体最適視点でのコスト削減の推進
- ⑤ 製造委託先や海外グループ会社での品質管理体制の強化

◆ 海外事業(宝酒造インターナショナルグループ)

- ① 清酒を中心としたグローバルな和酒拡大の加速
- ② 海外日本食材卸網の拡充と商品調達力の強化
- ③ 海外日本食材卸事業と海外酒類事業のシナジーの発揮
- ④ 海外グループ会社の管理面の強化

➤ 国内事業・海外事業の共通目的

国内事業と海外事業の協業を推進し、輸出商品の開発と国内外への情報発信を強化することで、松竹梅を中心とした宝の和酒のグローバルブランド化を進める。

◆ バイオ事業(タカラバイオグループ)

- ① 「研究用試薬・理化学機器事業」と「CDMO 事業」の持続的成長
- ② 創薬アライアンスの加速と臨床プロジェクトの新規創出
- ③ 伸長するグローバル市場での事業展開の加速

◆ その他(国内グループ会社)

- ① グループ内の物流、調達等の機能のより一層の強化
- ② 外販事業における利益水準の向上やキャッシュ創出によるグループへの貢献

◆ 経営基盤(コーポレート部門)

- ① 海外事業の業績の早期把握とグローバルキャッシュマネジメント基盤の確立
- ② グローバルな事業成長を実現する人財の計画的な採用・育成・配置
- ③ 海外日本食材卸事業を含めた国内外の品質監査体制の強化
- ④ 海外グループ会社のリスクマネジメント・コンプライアンス強化
- ⑤ TGC100 における Vision、Values などグループ共通の価値観の社内浸透

- ⑥ 企業価値向上に向けたコーポレートコミュニケーションの強化
- ⑦ コーポレートガバナンス・コードや株式市場の変化を踏まえた、最適なコーポレートガバナンス体制の継続的検討

(4) 財務方針

- 健全な財務体質の維持をベースに、投資効率の向上を意識した成長投資を行うとともに、収益性や効率性を改善し、ROE の向上をはかる。
- 持続的な利益成長を踏まえた適切な株主還元を実施する。

<株主還元方針>

持続的な利益成長に合わせて、配当性向で 30% 台後半となる安定的な配当を継続する。
加えて、機動的な自己株式取得を実施する。

<ROE 向上施策>

- 運転資本回転率の向上に取り組むことで、営業 CF を増加させる。
- 政策保有株式の機動的な売却を行い、資金を創出する。
- 積極的な成長投資を行うことで、利益を向上させる。

3. 「宝グループ・サステナビリティ・ポリシー」の概要

(1) 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。

近年、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、長期経営構想「TaKaRa Group Challenge for the 100th」のなかで、人と人の繋がり、笑顔にあふれた健康的で豊かな日々の暮らしの実現に貢献することを宣言しています。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、今般、長期経営構想に合わせ「宝グループ・サステナビリティ・ポリシー」を策定しました。

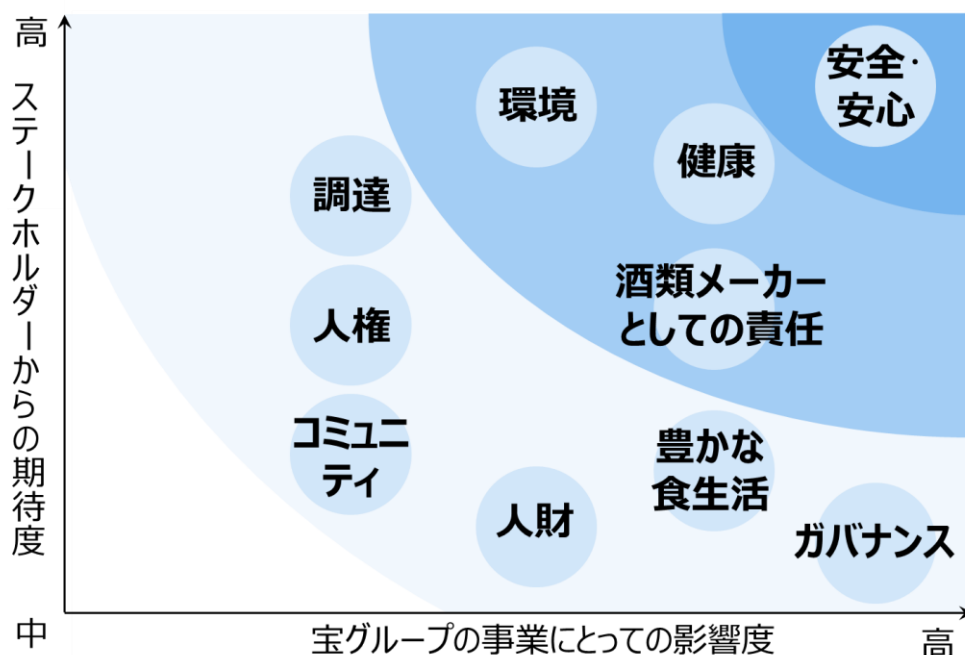
「宝グループ・サステナビリティ・ポリシー」では、当社グループを取り巻く社会課題について、ステークホルダーからの期待度と当社グループの事業への影響度を考慮し、「安全・安心」をはじめとする10の重要課題(マテリアリティ)を取り上げ、各々についての取り組み方針を示しています。

今後、これらの方針に基づいて取り組みをさらに進めるとともに、長期の目標策定にも取り組んでまいります。

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。

(2) 重要課題(マテリアリティ)

<宝グループとしてのマテリアリティ・マトリクス>



(3) 今後の取り組みについて

- 10 のマテリアリティごとに取り組みテーマと具体的施策を設定し、取り組みを進めます。
(詳細は、当社ウェブサイトに掲載の「宝グループ・サステナビリティ・ポリシー」をご覧ください)
- 宝ホールディングスの社長を委員長とする「宝グループ・サステナビリティ推進委員会」を設置し、活動計画・目標の設定や、活動状況のモニタリングを継続的に行います。
- 主要なテーマについて、2022 年度を目途に中長期的な定量目標の策定に取り組みます。
- 当社ウェブサイトにはサステナビリティサイトを新設し、関連する情報の一元的な発信に努めます。

<参考>宝グループの「アイデンティティ(宝らしさ)」

当社グループは、長期経営構想「TaKaRa Group Challenge for the 100th」の策定に合わせ、宝グループの「アイデンティティ(宝らしさ)」を制定しました。

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けるべき価値観を「Values(グループ共通の価値観)」として新たに定義し、TGC100で掲げる「Vision(ありたい姿)」とあわせて、宝グループの「アイデンティティ(宝らしさ)」とし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まいります。

● 企業理念

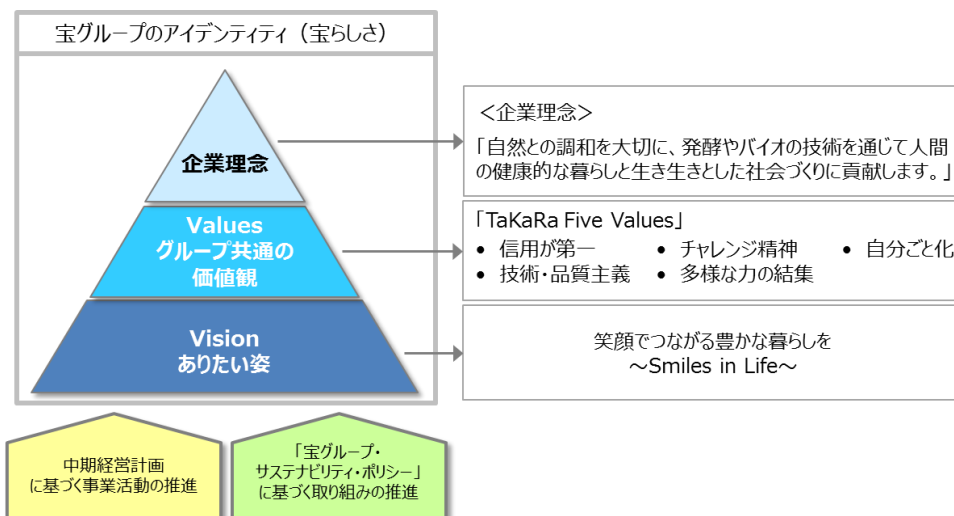
「自然との調和を大切に、発酵やバイオの技術を通じて人間の健康的な暮らしと生き生きとした社会づくりに貢献します。」

● Values(グループ共通の価値観)

古くから社内に継承されてきた価値観や考え方、精神を、時代の変化やグローバル化をふまえ、国内外の社員にわかりやすく伝わるように「TaKaRa Five Values」として表現したものの。

● Vision(ありたい姿)

コアコンピタンス(強み)、事業ドメイン(領域)、社会提供価値等の要素を踏まえ、長期的に目指したいグループの姿を表現したものの。



※本日、タカラバイオ株式会社（コード番号 4974 東証一部）より、「タカラバイオグループ『長期経営構想 2025』および『中期経営計画 2022』を策定」が発表されています。詳細につきましてはそちらをご参照願います。

■本件に関するお問い合わせ先

宝ホールディングス株式会社 広報課：075-241-5122（京都）／03-3278-8460（東京）
財務・IR 課：075-241-5124（京都）

当資料取り扱い上の注意点

当資料中の当社の現在の計画、見通し、戦略、確信などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、これらは現時点において入手可能な情報から得られた当社経営陣の判断に基づくものですが、重大なリスクや不確実性を含んでいる情報から得られた多くの仮定および考えに基づきなされたものであります。実際の業績は、さまざまな要素によりこれら予測とは大きく異なる結果となり得ることをご承知おきください。実際の業績に影響を与える要素には、経済情勢、特に消費動向、為替レートの変動、法律・行政制度の変化、競合会社の価格・製品戦略による圧力、当社の既存製品および新製品の販売力の低下、生産中断、当社の知的所有権に対する侵害、急速な技術革新、重大な訴訟における不利な判決等がありますが、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。