



# Orion

## 日経・東証IRフェア オリオンビールの 投資魅力と成長戦略

**オリオンビール株式会社**

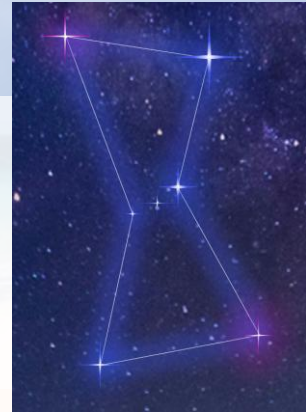
2026年8月28日・29日

本資料に記載されている当社グループの業績予想は、本資料の策定時点において入手可能な情報による判断及び仮定を前提にしており、実際の業績は様々な要因によって異なる可能性があります。なお、本資料に掲載している前期以前の一部の数値は非上場時の非公開数値であり参考値となります。

# オリオンは、沖縄に深く根付いたブランドです。

## オリオンの社名は、沖縄県民の一般公募から採用

創業時の社名は「沖縄ビール株式会社」であったが、県民からの公募で、星座のオリオン座から命名され、南の星であり沖縄のイメージにマッチしていること、また星は人々の夢やあこがれを象徴することが背景となった。



## 県民に歌い継がれる「オジー自慢のオリオンビール」

BEGINの「オジー自慢のオリオンビール」は、祝いの席や地域の集まりなど、さまざまな場面で歌い継がれています。オリオンが世代を超えて親しまれ、沖縄の日常や思い出の中に根付いていることを象徴する一曲です。



## オリオンと歩む沖縄の乾杯“カリー(嘉例)”

「めでたいこと」「縁起が良いこと」を意味する沖縄の言葉、「カリー(嘉例)」。この温かい言葉を乾杯の掛け声として沖縄に定着させるため、オリオンの元副社長も提唱者の一人として関わりました。今では、お祝いの席から公的な場面で「カリー！」という陽気な声が響き渡り、オリオンビールと共に沖縄の文化を象徴する乾杯の言葉として深く根付いています。





# 幸福度の高いビールブランド

オリオンは沖縄を代表するビールブランドとして、高い認知度を有している  
主力商品のオリオン・ザ・ドラフトは沖縄以外でも親しまれ、成長を実現



主力商品のオリオン・ザ・ドラフト

沖縄の大麦、水を使用したスッキリとした味わい

「沖縄の人に、もっと愛される味へ」をコンセプトとして、  
県民需要を喚起すべく15,301人を対象に試飲・アンケートを行い、  
2024年にブランドリニューアルを実施

オリオン・ザ・ドラフト売上高推移（百万円）



顧客幸福度ランキングで  
業界1位の評価を獲得

日経クロストレンド顧客幸福度調査<sup>1</sup>

| # | 企業・ブランド    | 顧客幸福度 |
|---|------------|-------|
| 1 | オリオンビール    | 78.2  |
| 2 | 麒麟ビール      | 76.2  |
| 3 | アサヒビール     | 75.4  |
| 4 | サッポロビール    | 74.4  |
| 5 | サントリー（ビール） | 74.1  |

出所：当社資料、日経クロストレンド「顧客幸福度」調査2024

注1：顧客幸福度とは、「自己の幸せ」「周囲の幸せ」「ブランドの存在への感謝」の3点に関して、(1. まったくそう思わない)(2. そう思わない)(3. あまりそう思わない)(4. まあまあそう思う)(5. そう思う)(6. とてもそう思う)(×わからない・判断できない)の7件法で得点付けを実施。各設問の合計得点を100に換算し、ランキング化。11業界の82ブランドについて調査  
調査時期：2023年12月、調査方法：インターネット調査（楽天インサイト）、回答者属性：全国・20～69歳・男女、有効回答数：延べ10,005,800件

# オリオン株を「持ちたい」5つの理由

成長する沖縄を舞台に、オリオンならではの強みを次の成長へ

## 1 マーケットの成長力 | 観光需要で成長する沖縄を事業基盤に

- 沖縄は、ハワイに匹敵する年間約1,100万人の旅行者を引き寄せ、
- 沖縄の県をあげて取り組む観光インフラ強化により、インバウンド旅行者の更なる増加が見込まれる

## 2 圧倒的なブランド力 | 沖縄に育まれ、高い認知度を誇るブランド

- 約70年近く、沖縄の暮らしや文化に根付き、沖縄と共に育ってきたブランド資産
- 観光客にも高い認知度を有する

## 3 豊富な成長ドライバー | 沖縄から県外・海外、IPビジネスで成長

- 沖縄での強さを出発点に、県外、海外、ライセンスビジネスが成長を牽引
- 安定性の強い食品セクターにおいて成長性を有するユニークな銘柄

## 4 酒類×ホテルで価値創造 | 沖縄ブランド力を活用し、新たな成長機会を開拓

- 沖縄での圧倒的なブランド力を強みに、成長する健康市場へ参入
- 沖縄北部における観光エコシステムの形成へ

## 5 沖縄・オリオン応援団に | 株主として、沖縄・オリオンを育てる仲間に

- オリオン株の保有により、沖縄・オリオンの成長プロセスに参加
- 積極的な成長投資と充実した株主還元、株主優待を実施



# 沖縄と共に循環成長するビジネスモデル

魅力ある商品・体験を県民や観光客にお届けし、  
沖縄と共に持続的な成長を実現する

県民による県内での消費

- 沖縄の魅力を实感できる“県民ど真ん中”の商品開発
- 強力な営業力、県内工場での効率的生産～物流体制
- 県内飲食店での圧倒的な採用実績  
(サーバー設置割合78.1%<sup>1</sup>)



観光客による県内での消費

- オリオンビールの観光客認知度96.9%<sup>1</sup>
- 観光客のオリオンビール飲酒経験率71.7%<sup>2</sup>
- 観光客人気エリアにオリオンホテル展開
- ブランドを活かしたライセンス事業



- 沖縄に行きたくなる、戻りたくなる気持ち醸成  
(沖縄フェア、イベント活用)
- 欧米ではジャパニーズクラフトの価値訴求
- 独自のブランド価値提供によるプレミアム化推進



県外・海外での消費拡大

ブランドの経験価値向上、共有、拡散



注1、2出所:当社資料、総務省統計局「令和3年経済センサス活動調査結果」、おきぎん経済研究所「沖縄観光における県産酒類の価格感度に関する調査」  
注3:20Lビール樽消費数×50人+350ml缶消費数×1人にて算出した当社推計値

- 観光需要と共に成長する沖縄における圧倒的なブランド力、豊富な成長ドライバーにより、国内ビール企業を凌駕する成長性・収益性・効率性を実現

## 国内ビール企業を凌駕する財務プロファイル

業界トップクラス

6.9%

売上高CAGR(酒税抜き)  
(FY22~25)

業界トップクラス

24.2%

EBITDAマージン(酒税抜き)  
(FY25)

業界トップクラス

15.1%

ROE<sup>1</sup>  
(FY25)

## 観光需要と共に成長する沖縄における圧倒的なブランド力

83.8%

沖縄県内ビール販売シェア  
(FY23)

96.9%

観光客の  
オリオンビールの認知度<sup>3</sup>

78.1%

沖縄県内ビールサーバー設置シェア<sup>3</sup>  
(FY21)

## 豊富な成長ドライバー

9.7%

県外・EC売上高CAGR  
(FY22~25)

27.1%

海外売上高CAGR  
(FY22~25)

15.0%

RTD売上高CAGR  
(FY22~25)

注1: ROEは、不動産売却益を除く税引前当期純利益×(1-想定税率30%) ÷ 期首期末平均純資産にて算出

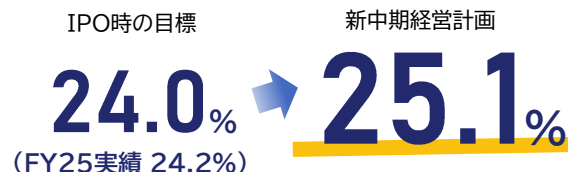
- FY25計画の順調な進捗をベースに、新たな中期経営計画を策定(FY26～FY29)。
- 10月の酒税改正・特措法廃止を乗り越え、新たな成長ドライバーへの投資を追加し、成長を加速する。

## 新中期経営計画(FY26～29)

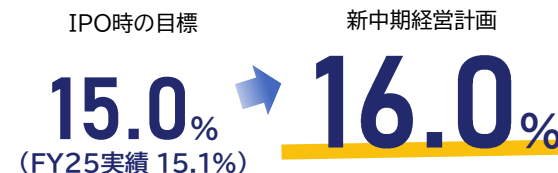
## 売上高CAGR



## EBITDAマージン



## ROE



注1: 売上高CAGR及びEBITDAマージンの売上高は酒税を控除した売上高。売上高CAGRはFY24からFY29を対象に算出。

注2: FY25のROEは、不動産売却益を除く税引前当期純利益×(1-想定税率30%) ÷ 期首期末平均自己資本にて算出。

## 「沖縄と共に循環成長するビジネスモデル」を強化し、成長を加速

## 1. 既存事業での成長加速

- 酒類清涼飲料事業
  - コアブランド強化と成長カテゴリー拡大
  - チャネル別戦略の推進
- 観光・ホテル事業
  - 積極的なバリューアップ投資
  - アネックス棟新設

## 2. 新成長ドライバーの確立

- 沖縄価値を収益成長へ転換

## 3. キャピタルアロケーション

- 成長投資と株主還元の最適バランスを追及







書名: オリオンビールはなぜ愛され続けるのか

著者: 村野 一

刊行日: 2026年7月31日

定価: 1,600円(税別)/1,700円(税込)

発行: 株式会社幻冬舎メディアコンサルティング

販売: 沖縄県内および全国書店・Amazonなど(予定)

沖縄の地元ブランド、オリオンビールが県内から県外、海外へとブランド価値を広げてきた軌跡を経営者自身の視点で紐解きます。

★Amazonにて販売中★

#地域ブランドの創り方  
#企業経営・IPO  
#地方創成



SCAN ME!