

2027年3月期第2四半期
決算説明会

オリオンビール株式会社

2026年11月13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。

Executive Summary

2027年3月期 第2四半期決算ハイライト

Orion

2027年3月期 第2四半期実績

■売上高は、主に台風影響により前年同期比・計画比ともに減収。
■営業利益・EBITDAは、上期に戦略投資を集中する計画に従い、前年同期比では減益ながら、計画比では適切なコスト管理により増益。

・売上高：156.5億円 （計画比97.8%、前年同期比99.2%）
・営業利益：24.5億円 （計画比102.6%、前年同期比90.3%）
・EBITDA：32.4億円 （計画比101.6%、前年同期比92.4%）

2027年3月期 通期見通し

■現在の連結体制になって以来、過去最高の売上高、営業利益、経常利益を見込む。
■売上への台風影響はあるが、通期見通しは変更せず。好調なIPビジネスの寄与に加え、優先順位を付けたコスト執行で利益は計画線を確保する。

今後の取り組み

■沖縄発のブランドを市場につなぐプラットフォームへ進化し、酒類清涼飲料事業／観光・ホテル事業に留まらない非連続な成長を実現する。

（具体例）
・収益性の高いIPビジネスの成長を加速し、オリオングッズの流通額ベースで今期85億円⇒FY31:160億円規模を目指す。
・「元祖もろみ酢」の発酵技術と実績を活かし、複数の健康飲料へ展開し、今期4億円⇒FY31：40億円を目指す。

2027年3月期　第2四半期決算概要

第2四半期決算サマリー

- 売上高は、酒類が県外・IPビジネスの好調により前期比増収、観光・ホテルは譲渡したオリオンホテル那覇の売上剥落を除けば前期並の水準であるが、両セグメント共に台風影響を受けたことにより、計画比減収。
- 利益面では、両セグメントとも計画に従い、戦略投資を上半期に集中させたため、前期比減益。

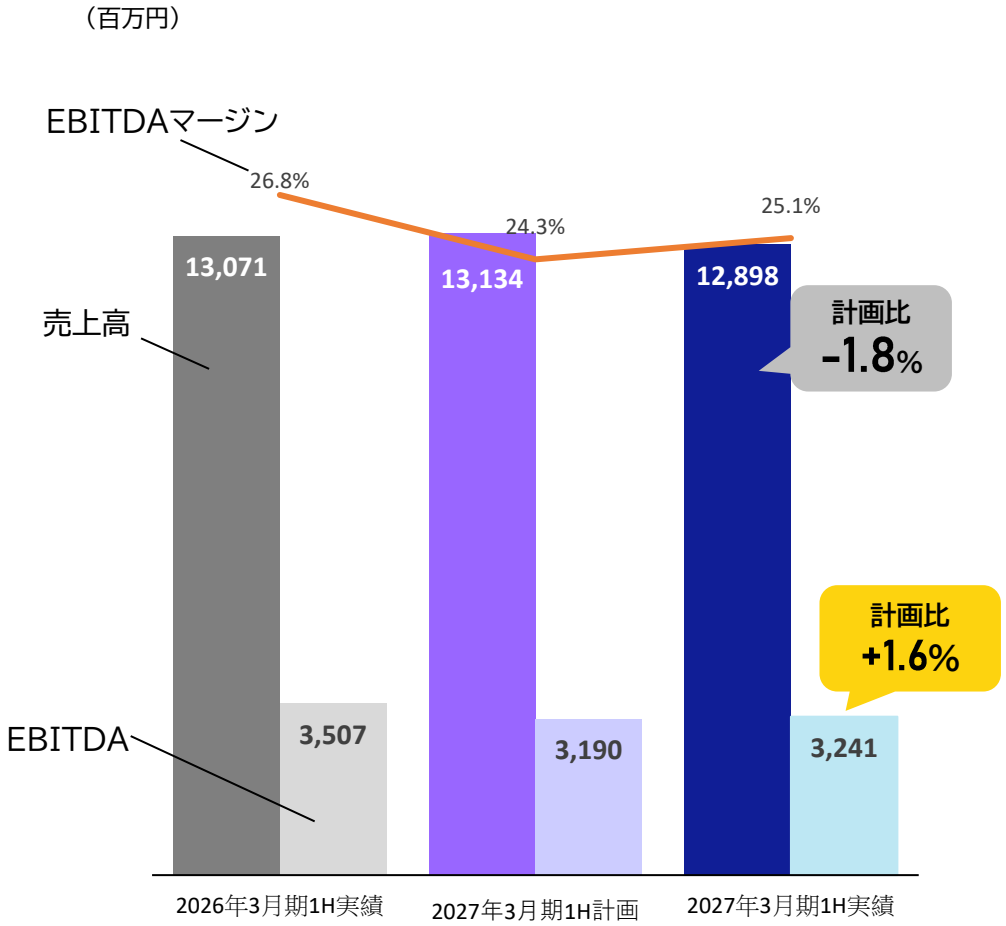
(百万円)	A 2027年3月期 1H	B 2026年3月期 1H	B/A 前年同期比 (%)	C 2027年3月期 1H計画	A/C 計画比 (%)	D 通期計画	A/D 進捗率 (%)
売上高	15,654	15,784	99.2%	16,001	97.8%	31,119	50.3%
内 酒類清涼飲料事業	12,808	12,406	103.2%	13,092	97.8%	25,700	49.8%
内 観光・ホテル事業	2,846	3,378	84.3%	2,908	97.9%	5,419	52.5%
【参考】売上高（酒税抜き）	12,898	13,071	98.7%	13,134	98.2%	25,253	51.1%
営業利益	2,454	2,718	90.3%	2,392	102.6%	4,352	56.4%
内 酒類清涼飲料事業	1,967	2,101	93.6%	1,890	104.0%	3,639	54.0%
内 観光・ホテル事業	492	622	79.1%	507	97.0%	722	68.1%
経常利益	2,465	2,615	94.3%	2,352	104.8%	4,185	58.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,688	2,544	66.4%	1,605	105.1%	2,932	57.6%
【参考】調整後親会社株主に帰属する当期純利益	1,688	1,879	89.8%	1,605	105.1%	2,932	57.6%
1株当たり当期純利益（円）	40	62	64.3%	37	106.4%	67	57.8%
【参考】調整後1株当たり当期純利益（円）	40	46	86.6%	37	106.3%	67	57.8%
EBITDA	3,241	3,507	92.4%	3,190	101.6%	5,948	54.5%
内 酒類清涼飲料事業	2,359	2,484	95.0%	2,285	103.2%	4,427	53.3%
内 観光・ホテル事業	882	1,023	86.2%	904	97.5%	1,521	58.0%

注1： EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費＋株式報酬費用

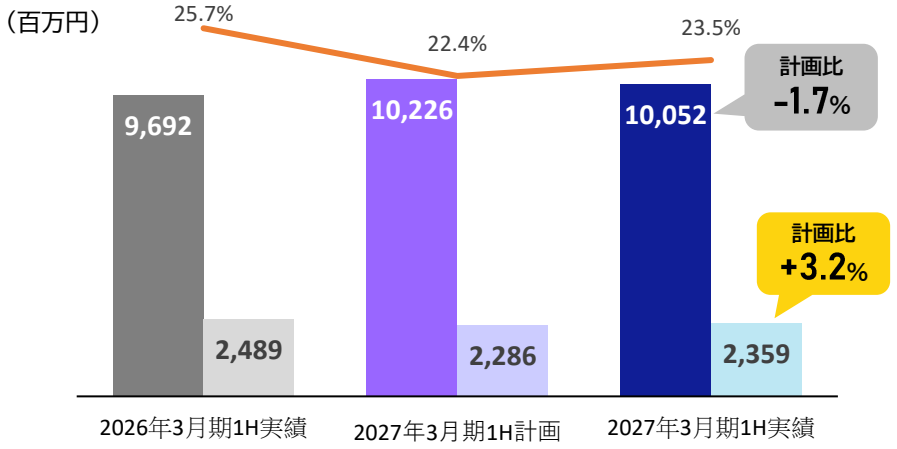
第2四半期　セグメント別売上高・EBITDA

- 連結EBITDAの前期比減少は戦略投資のタイミングに伴う想定内の変動。
- 酒類清涼飲料事業：好調なIPビジネスが台風影響を吸収し、順調に推移。基幹商品刷新に向けた集中投資を実施。
- 観光・ホテル事業：オリオンホテル那覇の剥落、台風影響により減収。バリューアップ関連費用等、戦略的な投資を実施。

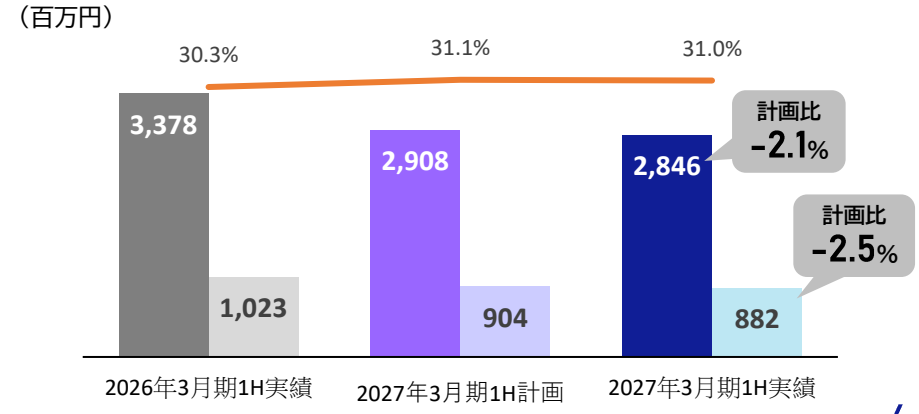
連結売上高（酒税抜き）及びEBITDA



酒類清涼飲料事業売上高（酒税抜き）及びEBITDA



観光・ホテル事業売上高及びEBITDA

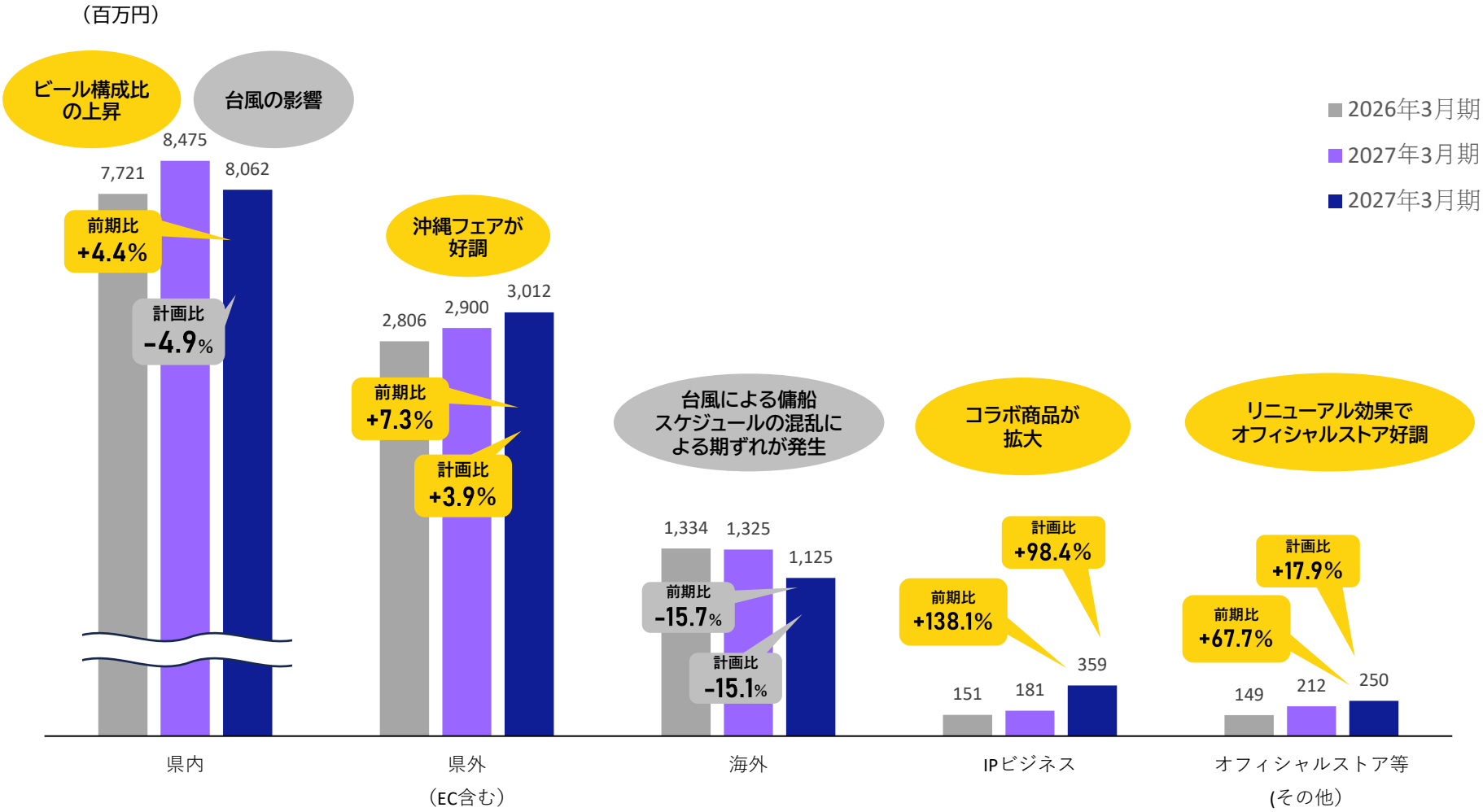


オリオンホテルモトブ RevPAR　26/3 1H実績: 36,201円　27/3 1H実績: 34,915円

第2四半期 販売エリア別売上高

- 県内は台風影響を受け、海外は収益認識基準に伴う期ずれ影響により減収ながら、成長モメンタムは維持。
- 県外は、沖縄フェア等の提案活動が好調に推移。IPビジネスはコラボ商品の拡大等により、前年同期・計画を大幅に超過。オフィシャルストアの好調により、その他でも増収を達成。

販売エリア別売上高（酒類清涼飲料事業）



2027年3月期通期見通し

FY2026
通期業績予想

2027年3月期通期計画

- 通期計画は5月14日公表値から変更せず、過去最高の売上高・営業利益・経常利益を計上予定。
- 上期での台風影響が通年の売上計画にも残るものの、収益性の高いIPビジネスによるカバー及び優先順位を付けたコスト執行で利益面では計画線を確保する。
- 酒類清涼飲料事業：特措法廃止による負担増を前提に、県内営業力の強化・県外/海外/ライセンス展開で売上拡大を図り、経費の削減・適正化により、前年並みの利益を確保。
- 観光・ホテル事業：前下期から今上期に実施したバリューアップ投資の効果により収益性を改善し、増益を確保。

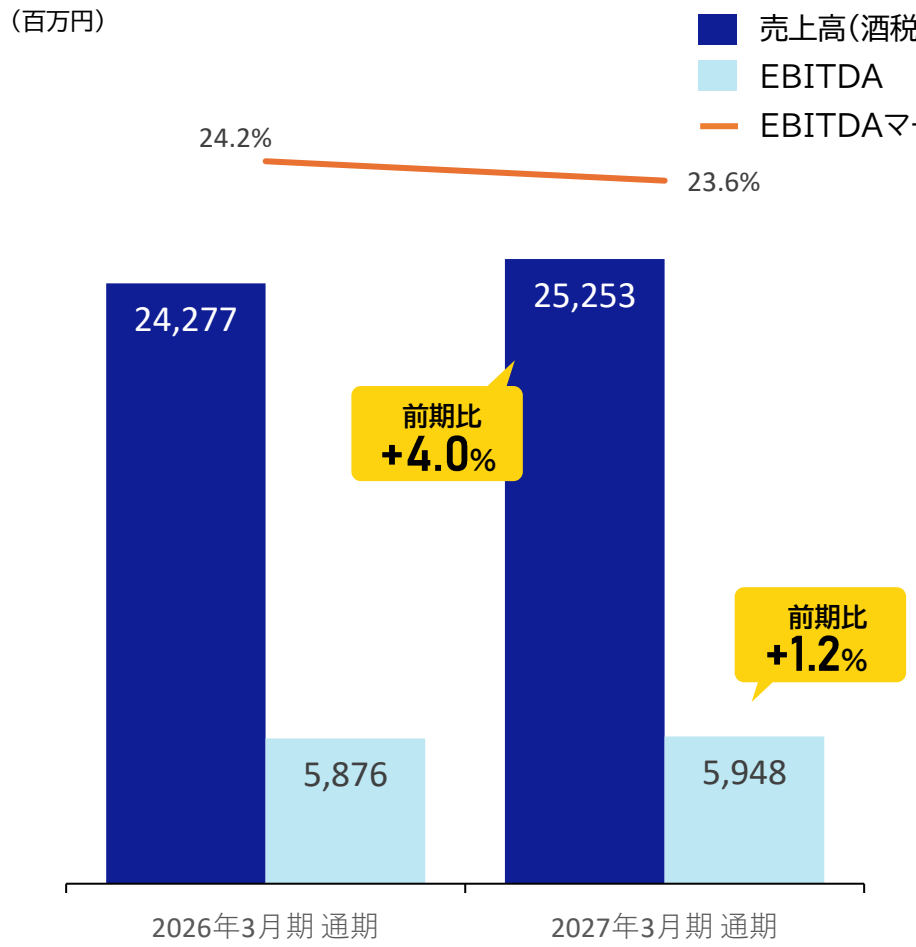
(百万円)	A 2027年3月期 通期計画	B 2026年3月期 通期実績	A/B 前年同期比 (%)	C 2027年3月期 1H実績	D(A-C) 2027年3月期 2H見込み	E 2026年3月期 2H実績	D/E 前年同期比 (%)
売上高	31,119	29,713	104.7%	15,654	15,465	13,928	111.0%
内 酒類清涼飲料事業	25,700	23,921	107.4%	12,808	12,892	11,515	112.0%
内 観光・ホテル事業	5,419	5,791	93.6%	2,846	2,573	2,412	106.7%
【参考】売上高（酒税抜き）	25,253	24,277	104.0%	12,898	12,355	11,222	110.1%
営業利益	4,352	4,314	100.9%	2,454	1,898	1,596	118.9%
内 酒類清涼飲料事業	3,639	3,634	100.1%	1,967	1,673	1,533	109.1%
内 観光・ホテル事業	722	690	104.7%	492	231	68	339.5%
経常利益	4,185	4,118	101.6%	2,465	1,721	1,503	114.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,932	3,641	80.5%	1,688	1,244	1,096	113.5%
【参考】調整後親会社株主に帰属する当期純利益	2,932	3,030	96.8%	1,688	1,244	1,150	108.2%
1株当たり当期純利益（円）	69	88	78.4%	40	30	26	113.8%
【参考】調整後1株当たり当期純利益（円）	69	73	94.2%	40	30	27	109.6%
EBITDA	5,948	5,876	101.2%	3,241	2,708	2,368	114.3%
内 酒類清涼飲料事業	4,427	4,409	100.4%	2,359	2,068	1,924	107.5%
内 観光・ホテル事業	1,521	1,466	103.7%	882	639	443	144.3%

注1： EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費＋株式報酬費用

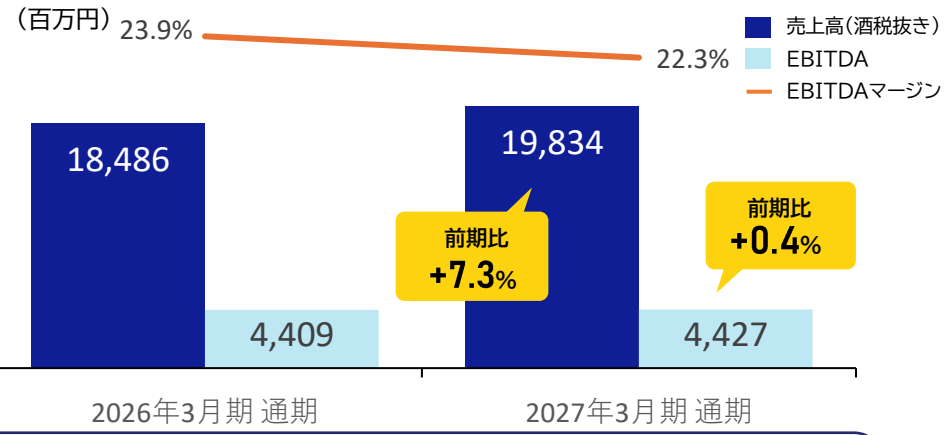
通期セグメント別売上高・EBITDA計画

- 酒類清涼飲料事業：特措法廃止の負担増を織り込みつつ、戦略的な商品ポートフォリオの構築を通じて、県内での競争力維持、県外・海外での拡販により増収を見込む。増収効果に加え、優先順位を付けたコスト執行により、前年並みの利益を確保。
- 観光・ホテル事業：リニューアル・改装・アクティビティ強化でRevPARを引き上げ、増収増益を実現。

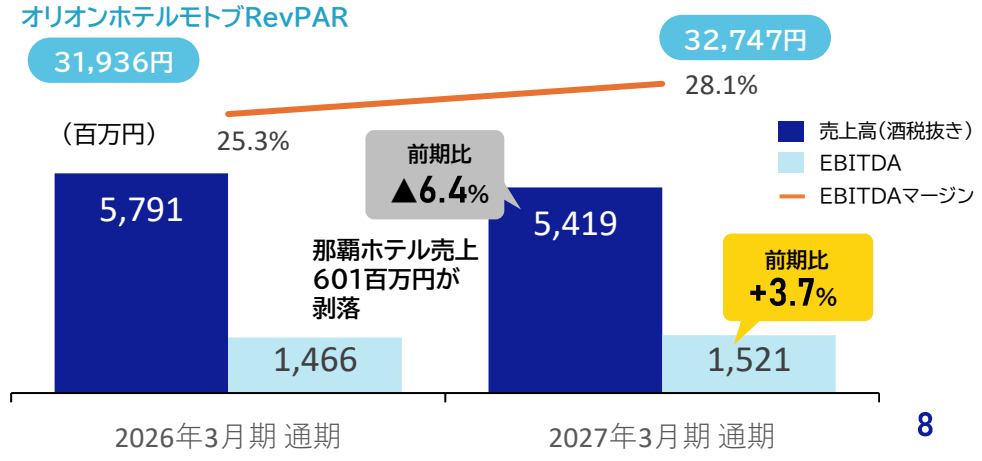
連結売上高（酒税抜き）及びEBITDA



酒類清涼飲料事業売上高（酒税抜き）及びEBITDA

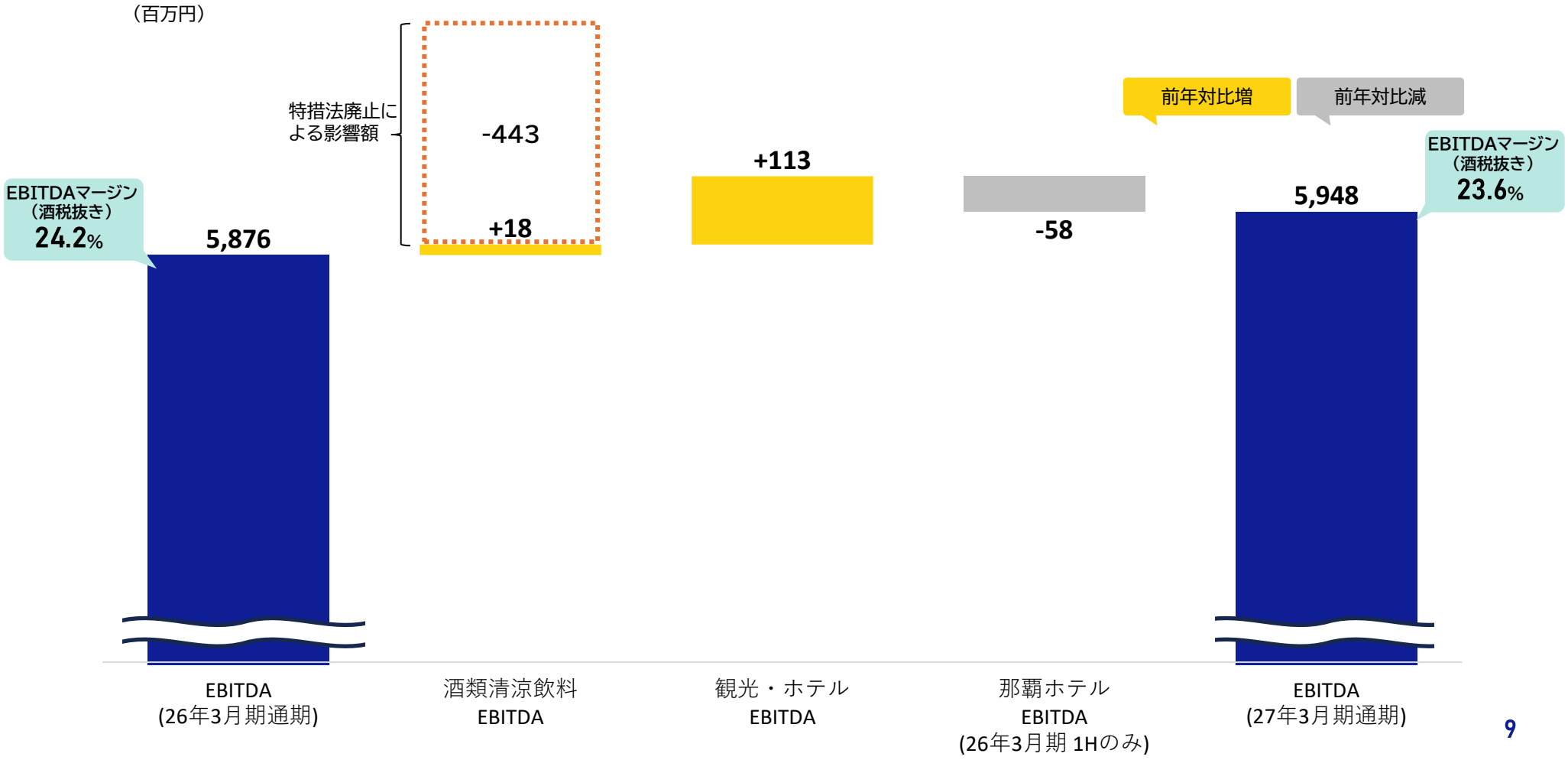


観光・ホテル事業売上高及びEBITDA



通期 EBITDA増減要因分析

- 酒類清涼飲料事業：特措法廃止の影響が減少要因となるが、拡販による増収効果に加え、原価低減及び優先順位を付けたコスト執行でマイナス影響の相殺・上積みを狙う。
- 観光・ホテル事業：オリオンホテル那覇譲渡による減少要因はあるが、バリューアップ投資の効果でRevPAR上昇を主なドライバーとして増益。



既存事業での成長加速

既存事業での成長加速

酒類清涼飲料事業におけるチャネル展開

- コアブランドの「オリオン　ザ・ドラフト」の拡大を基盤に、各チャネルで強みを活かした展開を行う。
- ビール類以外の酒類のSKUも増やすことで、総合酒類メーカーとしてのブランド浸透を図る。

県内

- ザ・ドラフトの新ブランドコミュニケーション展開、販売好調
- 麦職人、サザンスターをビール化し、ビール構成比高める
- RTDでは、natura, WATTAに加え、島チュー好調
- マルチサーバー投入で総合酒類導入強化＝店内酒類シェア拡大
- ノンアル（クリアフリー）を内製化し、収益性の更なる向上目指す





県外

- 沖縄料理店以外開拓：沖縄のイメージに合うビーチエリア（湘南等）やリゾートホテルへのアプローチ強化
- 量販店でのザ・ドラフトの間口拡大策が好調に推移
- RTDの限定品の投入頻度増加
- 代理店や県外特定チェーンなどの取引先などとの連携で、RTD・ノンアル製品の拡販





食べログ

海外

- 沖縄への理解度に基づいて市場特性に合わせたブランド戦略を展開、「Chill Side of Japan」を中心に差別化
- オーストラリアと米国でのマーケティングとRTM強化による成長加速
  - 台湾：料飲チャネル限定商品の拡販が好調
  - 韓国：流通在庫が解消し、好調
  - 米国：アジア系以外の食品流通業者への拡販開始
  - 豪州：RTDは停止、ビールに集中し、好調
  - UK ：ロンドン近郊の採用パブが約70店舗に拡大。
    スカンジナビア半島への出荷開始。







欧州に加え、北米などでもライセンス製造モデルを展開へ



既存事業での成長加速

沖縄体験価値の深化をはかる観光・ホテル事業

- 3世代ファミリーがくつろげるホテルを目指し、レストランや客室の改装を実施。
- 周辺施設と連携したオリジナルアクティビティを充実させることで、北部全体の活性化に寄与する観光デスティネーションの創出を図る。

圧巻の景色と充実したサービスを提供する唯一無二の”ハイエンド”ホテル

- 伊江島の絶景に臨む、全室オーシャンビュー、バルコニー付、50㎡以上の客室数238室のリゾートホテル
- 美ら海水族館から徒歩圏内





バリューアップ投資を積極的に実施

- 料飲アウトレットの充実
  - メインダイニングをリニューアルオープン(5/1)
  - レストラン、ガーデンエリア改装(FY26)
- ファミリー向けに客室改装(FY26)





体験価値の拡充とファミリー向けアクティビティの充実

- アクティビティ充実による滞在価値の向上
  - 沖縄美ら島財団との連携イベントを実施
  - 屋外プールの拡張
  - ホスピタリティを磨く人的資本投資を推進
  - おかみ・品質保証担当を配置



アネックス棟の新設・観光エコシステムの形成へ

- 滞在価値向上による収益拡大
  - メゾネットやコテージタイプの客室を増設 “3世代で滞在を楽しむ”体験型リゾートを強化
- ホテル、名護工場を起点とした観光デスティネーションの創出



非連続成長への取り組み

非連続成長のコンセプト

- 非連続な成長を求め、沖縄と共に循環成長するビジネスモデルに合致するOKINAWA発信型の成長戦略を積極化する。
- 既存事業とのシナジーを見込める領域で、沖縄由来のブランド（商品・サービス）を市場へ接続するPlatformになることを目指す。



1
IPマルチブランド展開

知財の力で、
沖縄の魅力を広げる



2
健康飲料市場への参入

沖縄発の健康価値を
新たな柱へ



3
観光体験の向上

沖縄滞在と体験を
後押しする



4
沖縄ブランドとの協業

沖縄発の魅力ある
ブランドと手を組む

OKINAWA価値の発信強化

Orion

既存事業への還流

既存事業への還流

酒類清涼飲料事業

市場接点・配荷力・商品開発力

観光・ホテル事業

宿泊・飲食・体験サービス・
物販の提供

シナジー

接点増加
ブランド価値向上
県内外・海外への波及
体験価値深化

非連続成長への取り組み

IPマルチブランド戦略展開

- オリオンIPをプラットフォーム化し、多様なパートナーとともに、新たな価値と市場を創出する。
- 順調な進捗を受け、今期は流通金額ベースで前年比140%、県内60億、県外25億の規模まで拡大を見込む。
- FY31では、流通額ベースで160億円への拡大を見込む。

IPマルチブランド戦略

既存ライセンシー（80社）

アパレル・生活雑貨・食品 etc



オリオンIP流通額

FY26
85億円 ➡ FY31目標 160億円

オリオンIP プラットフォーム

Orion

人を、場を、つなぐ。
オリオンの世界観を起点に、
IPビジネスを拡張する

専門ライセンス体制

EC/オフィシャルストア

大型IPとのコラボ

国内外の人気IPとのコラボレーションで、
新たなファン層と市場を開拓。



CHUMS Orion THE DRAFT
ORION WITH YOUR CHUMS!

沖縄ブランド

沖縄の自然・文化・食・観光と掛け合わせ、
独自性あるローカルIPとして発信。

自然　文化　食　観光

IPビジネスの拡張

商品・サービスの拡充	ファンベースの拡大	新たな市場の開拓	企業価値の向上
多様なカテゴリーで展開	国内外の新規ファン獲得	沖縄から世界へ	オリオンブランドのさらなる強化

非連続成長への取り組み

もろみ酢の技術をオリオンブランドで拡大

- 石川酒造場「元祖もろみ酢」の技術と実績を活かし、複数の健康飲料へ展開。
- 準備が先行するのは、飲酒対策・リフレッシュ飲料と熱中症対策飲料。
- 沖縄・オリオンの認知度と信頼、県内の高い配荷力で拡大を狙う。

もろみ酢事業の技術と実績 × オリオンブランドで拡大

- 石川酒造場「元祖もろみ酢」の販売実績
- アミノ酸・クエン酸を含む泡盛由来素材
- 発酵・蒸留の製造・品質管理ノウハウ

- 「沖縄」「オリオン」の高い認知度と信頼
- 県内の高い配荷力＋県外特定チェーンとの関係構築
- マーケットイン×チャネル戦略で打率を上げる

①飲酒対策＋リフレッシュ飲料



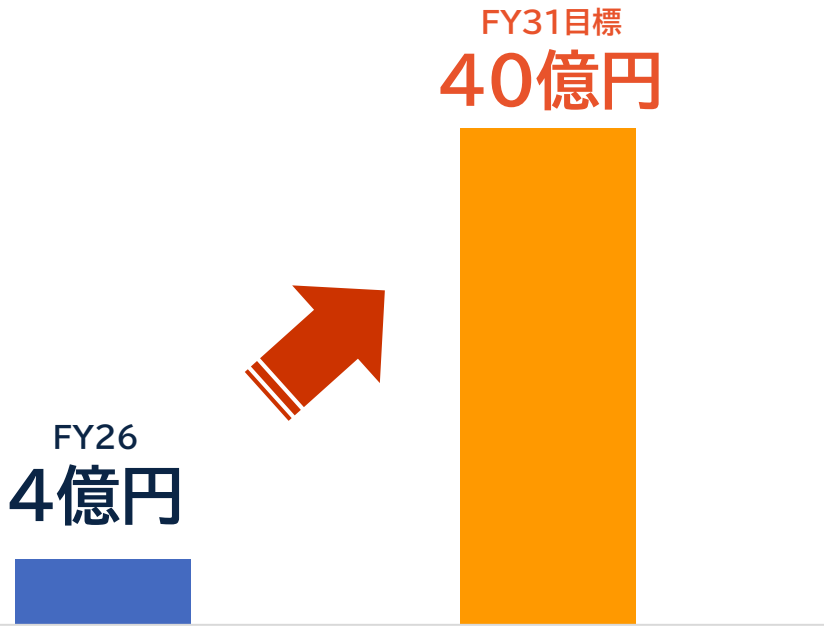
- **「楽しい時間を我慢しない」酒類メーカーがお酒好きのために開発**
- 泡盛もろみを乳酸発酵 クエン酸・アミノ酸を凝縮
- トロピカルなパインフレーバーで 乾杯の気分に

② 熱中症対策＋疲労回復清涼飲料



- **「酷暑の現場を支える飲料」**
- 沖縄県産素材を使用、 ナトリウム含有
- 頻繁に飲んでも飽きない柑橘系の 清涼感

もろみ酢関連事業の見通し



注1：上記画像及び商品名はイメージであり、確定したものではありません。

Appendix

中期経営計画　FY2026～2029
（2026/5/14時点の資料を再掲）

新中期経営計画の概要

- 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

IPO時の目標	新中期経営計画
5.0% （FY25実績 4.0%）	5.9%

EBITDAマージン

IPO時の目標	新中期経営計画
24.0% （FY25実績 24.2%）	25.1%

ROE

IPO時の目標	新中期経営計画
15.0% （FY25実績 15.1%）	16.0%

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

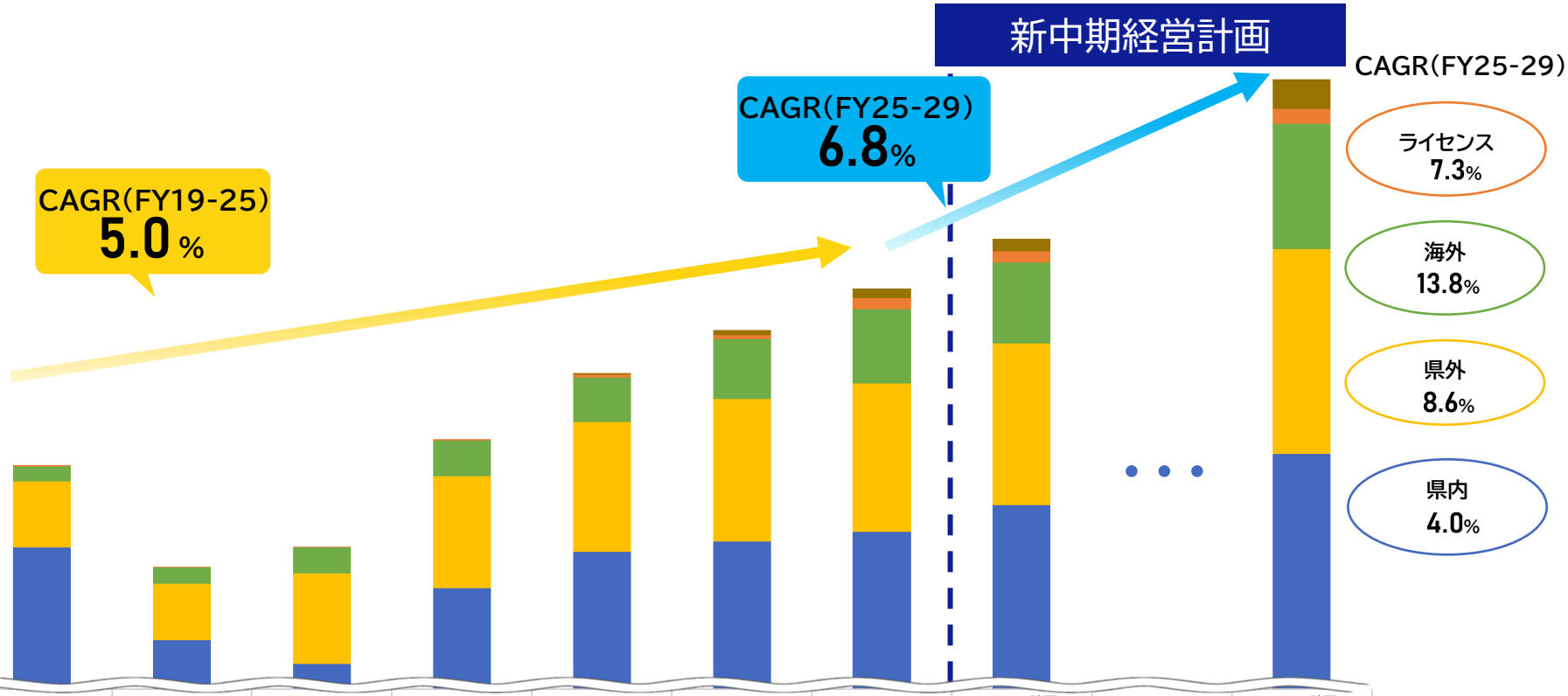
- 成長投資と株主還元の最適バランスを追及



酒類清涼飲料事業の成長加速

- 県内では、酒税改正・特措廃止後も安定成長を確保。
- 県外・海外・ライセンス事業に新規事業による成長を上乗せし、酒類清涼飲料事業全体での成長を加速。

オリオンビール酒類清涼飲料事業：エリア別売上高推移

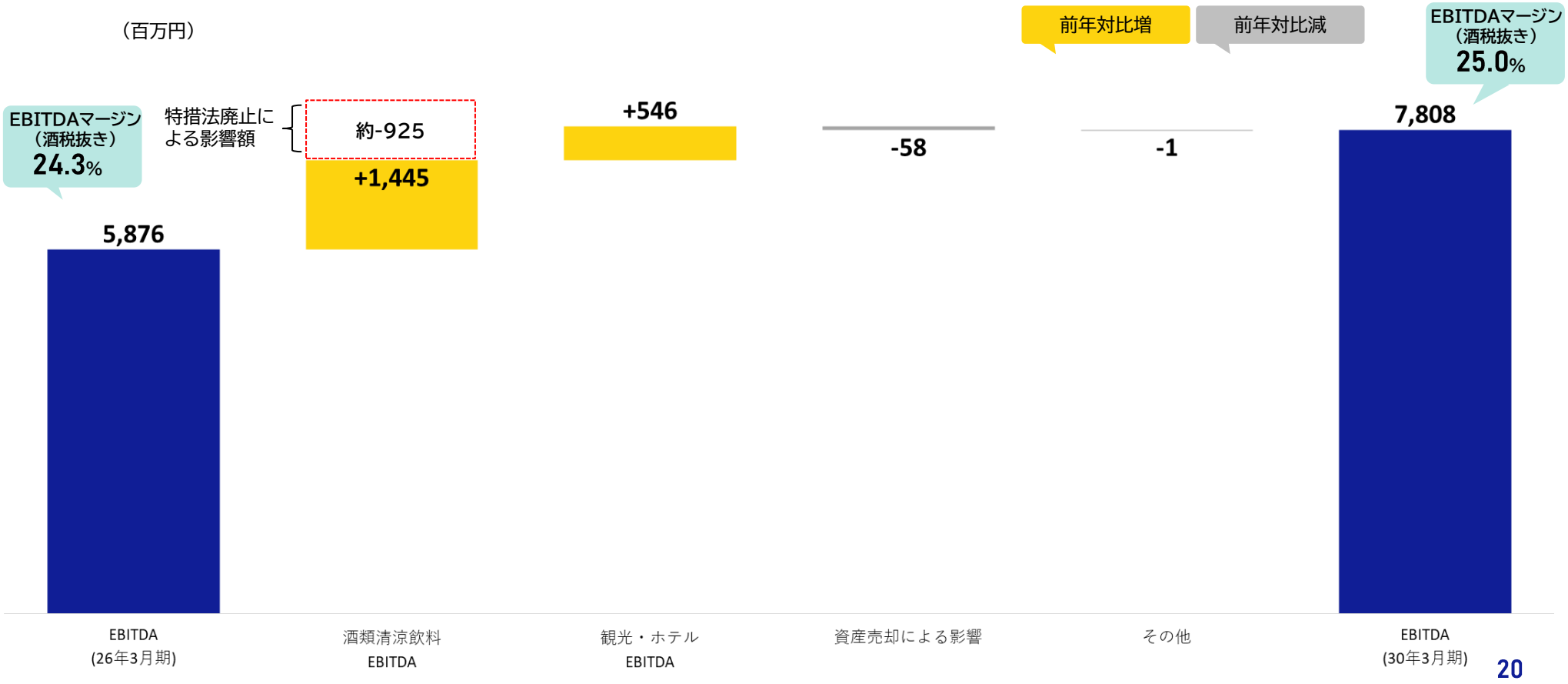


	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026計画	FY2029計画
合計	17,516	14,113	14,762	18,379	20,602	22,046	23,449	25,096	30,458
その他	0	0	0	0	56	161	320	418	995
ライセンス	56	18	16	50	94	144	377	376	500
海外	488	562	856	1,172	1,484	2,001	2,503	2,702	4,193
県外（EC含む）	2,218	1,889	3,045	3,758	4,366	4,772	4,959	5,414	6,888
県内	14,754	11,644	10,844	13,398	14,601	14,966	15,289	16,185	17,880

連結EBITDA増減要因分析

- 酒類清涼飲料事業では、県外・海外の伸びで特措法廃止による県内への影響を緩和し、新規事業の効果による上乗せを見込む。
- 観光・ホテル事業でもレベニューマネジメントの高度化によるRevPAR上昇および変動費抑制に加え、業務効率化でコストを低減し、増益を見込む。

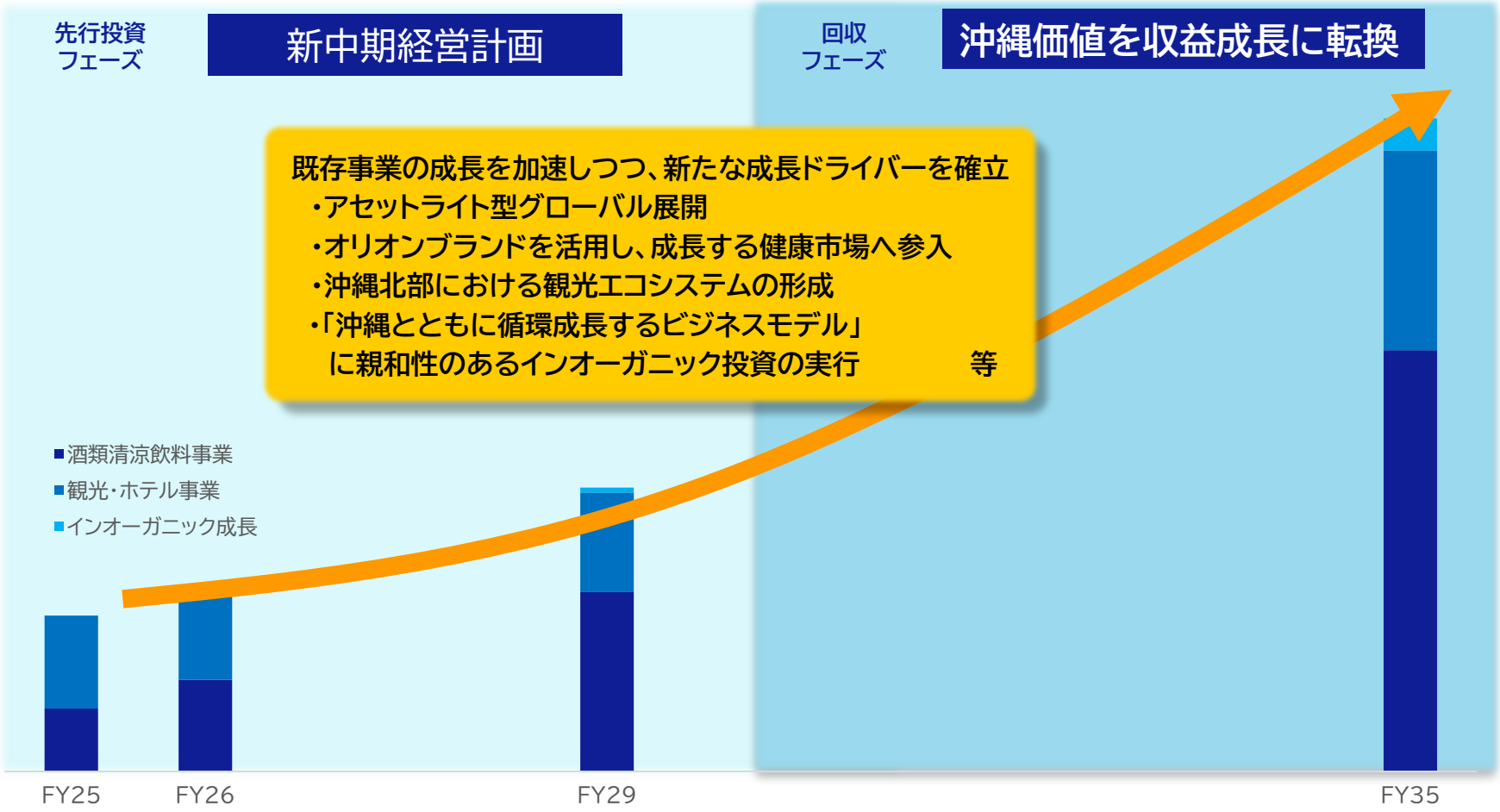
新 中計期間中のEBITDA増減要因



将来成長に向けた事業基盤構築

- 「沖縄とともに循環成長するビジネスモデル」を強化することにより、既存事業による成長加速を図りつつ、次世代の成長へに向けた投資を実行し、長期売上成長を実現していく。

長期売上成長イメージ



成長投資と株主還元の最適バランスを追求

- **ROICを重視した規律ある投資を徹底し、約2/3を成長に向けたイニシアチブに、約1/3を株主還元へ戦略的に配分する。**

キャッシュの創出

営業CF
214億円

cash-in

キャッシュアロケーション

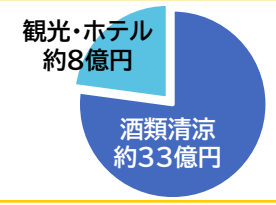
設備投資
41億円

成長投資
100億円

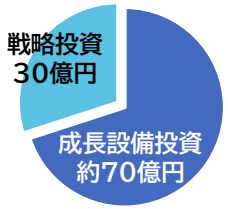
株主還元
70億円

cash-out

FY26-FY29の4ヵ年累計



- 酒類清涼飲料事業
  - 自動化、省エネ促進
- 観光・ホテル事業
  - モトブホテルのバリューアップ



- 酒類清涼飲料事業
  - ノンアルコール内製化、貯酒タンク増設
- 観光・ホテル事業
  - アネックス棟新設、部屋数拡張
- 戦略投資
  - ライセンス製造パートナー出資、新規事業投資

目標水準　配当性向 **50%**　DOE **8.0%**

- DOE水準を引き上げ：7.5%→8.0%
- 自己株取得実施：5.5億円
  - 総還元額　FY25：18.2億円→FY26：20.2億円
- 長期株価形成へのインセンティブ強化

目標水準　Net Debt/EBITDA **0.9倍**　Net D/E **0.2倍**

- 借り入れ金返済
- 健全なBS維持

主要財務データ

主要財務データ

連結損益計算書(売上高)

(百万円)	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026
売上高	18,517	23,544	26,009	28,866	29,713	31,119
酒類清涼飲料事業	19,937	23,873	26,206	27,956	28,483	25,700
観光・ホテル事業	2,893	4,505	4,861	6,138	5,791	5,419
【参考】売上高(酒税抜き)	14,666	18,572	20,633	23,336	24,277	25,253
営業利益	302	2,697	2,850	3,479	4,314	4,352
酒類清涼飲料事業	1,341	2,690	3,136	3,201	3,634	3,639
観光・ホテル事業	-965	46	-275	288	690	722
経常利益	583	2,424	2,818	3,447	4,118	4,185
親会社株主に帰属する当期純利益	1,175	3,152	4,649	7,301	3,641	2,932
EBITDA	2,103	4,430	4,585	5,222	5,876	5,948
酒類清涼飲料事業	2,174	3,441	3,856	3,886	4,409	4,427
観光・ホテル事業	3	1,018	729	1,336	1,466	1,521

注1:当社は、2022年12月に親会社であるオーシャン・ホールディングスを吸収合併。FY2019・FY2020はオーシャン・ホールディングスの連結財務数値、FY2021以降は当社連結財務数値。なお、FY2021はオーシャン・ホールディングスを連結に含まない数値
注2:FY2021以降の売上高は、「収益認識に関する会計基準(企業会計基準第29号)」を適用した数値
注3:酒税抜き売上高は、オリオンビール単体における酒税額を控除して算出

連結貸借対照表

連結貸借対照表

（百万円）	2027年3月期2Q	2026年3月期	増減
資産合計	43,803	44,089	▲286
純資産合計	18,949	18,483	+465
負債合計	24,854	25,605	▲751
Net 金融債務残高	7,010	5,855	+1,155
Net D/Eレシオ(倍)	0.37	0.32	+0.05
Net Debt/EBITDA(倍)	2.16	1.12	+1.04
自己資本比率	43.3%	41.9%	+1.3%

参考資料

Our History

戦後の1957年に創業し、沖縄と共に歩んできた

2019年の株主交代は「第二の創業」

創業の想い

終戦後「郷土の若者に勇気と希望を与えたい」との想いから創業





1945
第二次大戦終了

1957
「沖縄ビール株式会社」として設立

1959
一般公募からビール名を「オリオン」に決定
翌年「オリオンビール株式会社」に社名変更

1966
台湾へビール初輸出（初の海外展開）

1972
沖縄が日本に復帰

1975
ホテルロイヤルオリオン開業

2002
アサヒビールと業務提携

当社による沖縄県内でのアサヒビール商品の製造・販売

アサヒビールによる沖縄県外での当社製品の販売

2014
ホテルオリオンモトブ開業

2018
75ビール限定販売開始

2019
初のチューハイブランド「WATTA」販売開始

さらなる企業価値向上へ

スポンサーに野村キャピタル・パートナーズ、カーライルを迎え「第二の創業」へ

NOMURA　CARLYLE

2022
「オリオン・ザ・プレミアム」・「natura」販売開始

2024
近鉄グループとの資本業務提携

近鉄グループの観光ノウハウの活用



オリオンホテルモトブがリニューアルオープン

ジャングリアとの協業開始

2025
東証プライム市場に上場

社名の一般公募

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

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

- オリオンを愛する県民ファンの存在
- 沖縄の魅力を実感できる“県民ど真ん中”の商品開発
- 強力な営業力、県内工場起点の効率的生産～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%[1]）







- 沖縄好き流通パートナー、消費者育成
- 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



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%[1]
- 観光客のオリオンビール飲酒経験率71.7%[2]
- 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
- JUNGLIAの最大活用





- ホテル内のブランド体験機会拡大
- オリオンハッピーパーク進化
- オリオンビアフェスト開催（毎年県内3か所、60,000人超集客[3]）
- SNSでの消費者による体感の共有、拡散







県外・海外での消費拡大

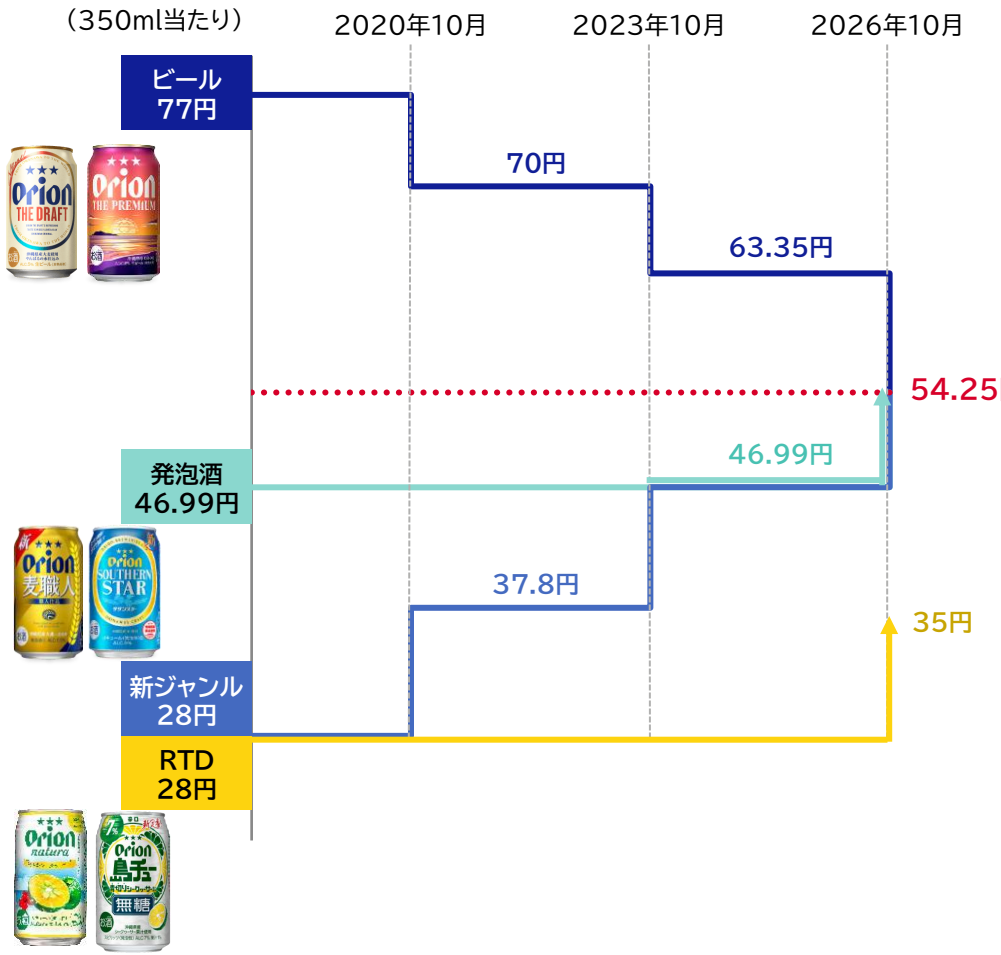
ブランドの経験価値向上、共有、拡散

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

酒税法改正と特措法（酒税軽減措置）の廃止の概要

- 2026年10月に全国酒税改正および沖縄県における特措法による酒税軽減措置の廃止が実施された

全国の酒税改正の概要

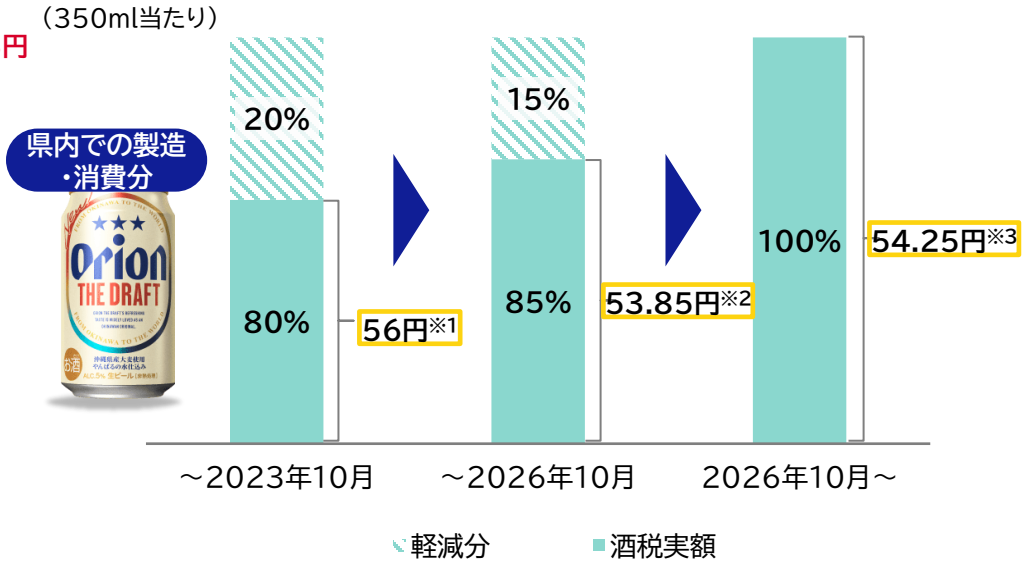


出所：　財務省「酒税に関する資料」、財務省「租税特別措置法等（間接税等関係）の改正」
注1：　沖縄県内において製造・出荷されたビールの酒税推移

沖縄での特措法による酒税軽減の段階的廃止

- 沖縄は本土復帰に際した振興を目的とし、沖縄振興特別措置法が制定。1972年から**県内で製造され消費される酒類**について酒税の軽減措置が適用されてきた
- 沖縄の経済成長とともに徐々に軽減幅が縮小され、ビール等については2026年10月より15%の軽減分が廃止、全国酒税と同じ水準となった

ビールの酒税推移[1]



※1　:本則課税70円×80%
※2　:本則課税63.35円×85%
※3　:本則課税54.25円×100%