



2027年3月期第1四半期 決算説明会

オリオンビール株式会社

2026年8月10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。

2027年3月期 第1四半期累計実績

■前年同期比 増収減益、戦略投資を上期に集中、計画を上回って着地

- ・売上高:71.8億円（前年同期比102%、計画比100%）
- ・営業利益:9.5億円（前年同期比89%、計画比126%）
- ・EBITDA:13.5億円（前年同期比91%、計画比117%）

2027年3月期 通期計画進捗率

■通期計画に対し順調に進捗、見通しは上期・下期ともに変更なし

- ・売上高進捗率:23.1%
- ・営業利益進捗率:21.9%
- ・EBITDA進捗率:22.8%

戦略投資等

■酒類清涼飲料事業:

- ・ザ・ドラフトのブランドコミュニケーション強化
- ・英国サンライズ社へ100万ポンドの出資
- ・ちいかわコラボ・新商品
- ・発泡酒ビール化

■観光・ホテル事業:

- ・オフィシャルストア名護開業
- ・ホテルメインダイニング改装
- ・書籍発行「オリオンビールはなぜ愛され続けるのか」

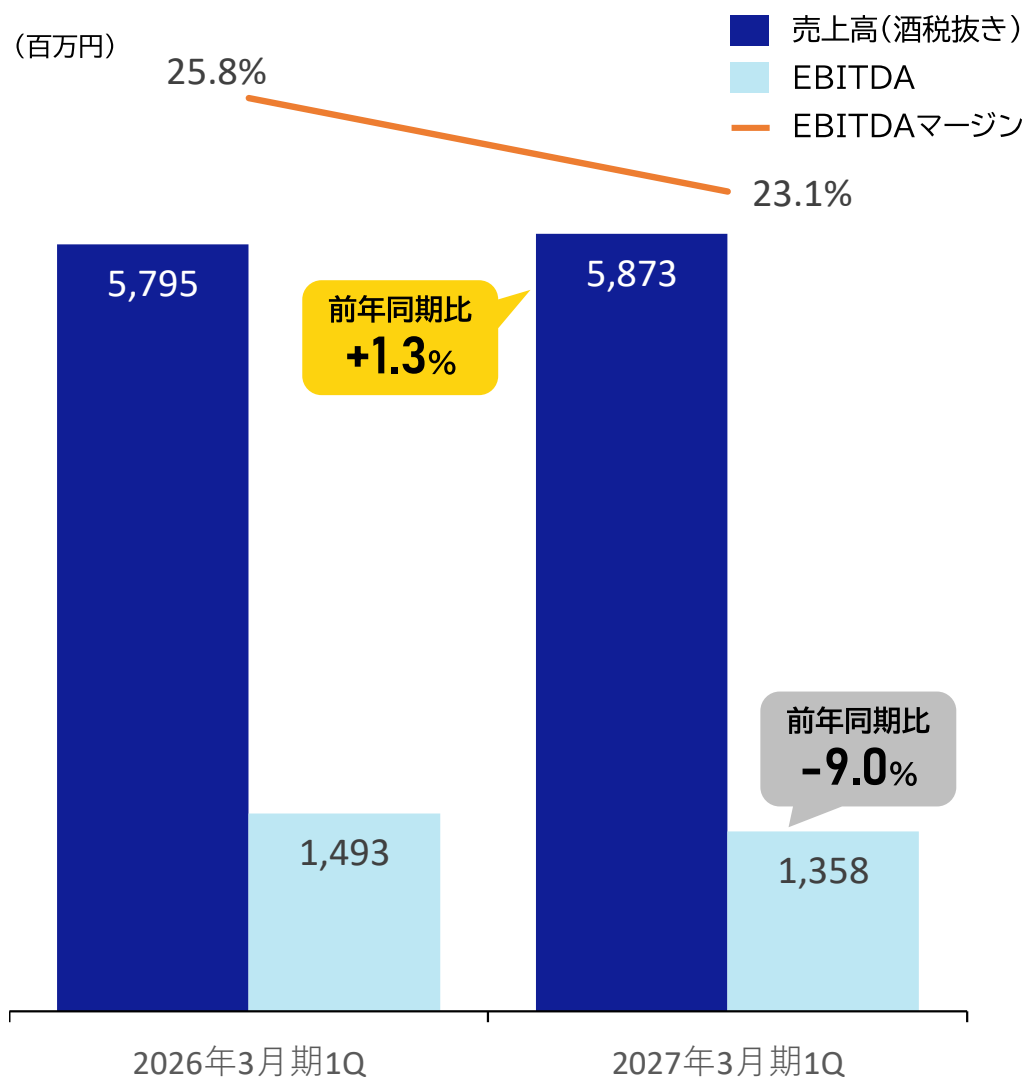
2027年3月期 第1四半期決算概要

- 両セグメントで前年同期比増収を継続(オリオンホテル那覇の剥落を除く)。台風の影響はありつつ、全体として計画を維持。
- 営業利益が前期より下振れしているのは、計画通り戦略投資を上半期に集中させているため。
- 上期・下期ともに年初の見通しを維持し、10月以降の酒税改正の影響に備える。

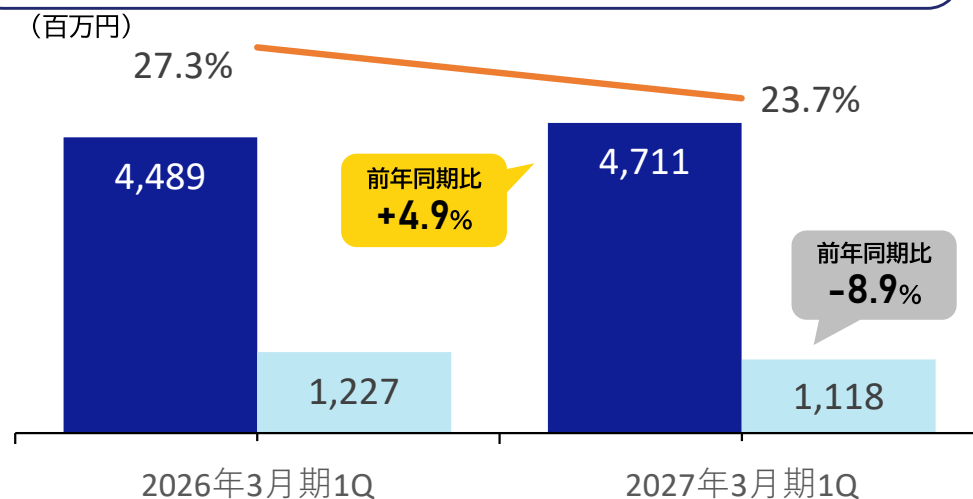
(百万円)	A 2027年3月期 1Q実績	B 2026年3月期 1Q	B/A 前年同期比 (%)	C 計画比 (%)	D 通期計画	A/D 2027年3月期 進捗率 (%)
売上高	7,189	7,045	102%	100%	31,119	23%
内 酒類清涼飲料事業	6,027	5,739	105%	99%	25,700	23%
内 観光・ホテル事業	1,162	1,306	89%	108%	5,419	21%
【参考】売上高（酒税抜き）	5,873	5,795	101%	100%	25,253	23%
営業利益	953	1,076	89%	126%	4,352	22%
内 酒類清涼飲料事業	921	1,033	89%	114%	3,639	25%
内 観光・ホテル事業	34	45	76%	-	722	5%
経常利益	967	1,084	89%	128%	4,185	23%
親会社株主に帰属する当期純利益	653	1,488	44%	130%	2,932	22%
1株当たり当期純利益（円）	15	36	42%	136%	72	22%
EBITDA	1,358	1,493	91%	117%	5,948	23%
内 酒類清涼飲料事業	1,118	1,227	91%	111%	4,427	25%
内 観光・ホテル事業	240	265	91%	156%	1,521	16%

- 連結ベースで増収を継続、EBITDAの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：台風影響を吸収し堅調に推移。ライセンス事業が好調。基幹商品刷新に向けた集中投資を実施。
- 観光・ホテル事業：RevPARの成長をドライバーに順調に伸長（那覇の影響を除く）。今期は改装工事関連費用を計上。

売上高（酒税抜き）及びEBITDA

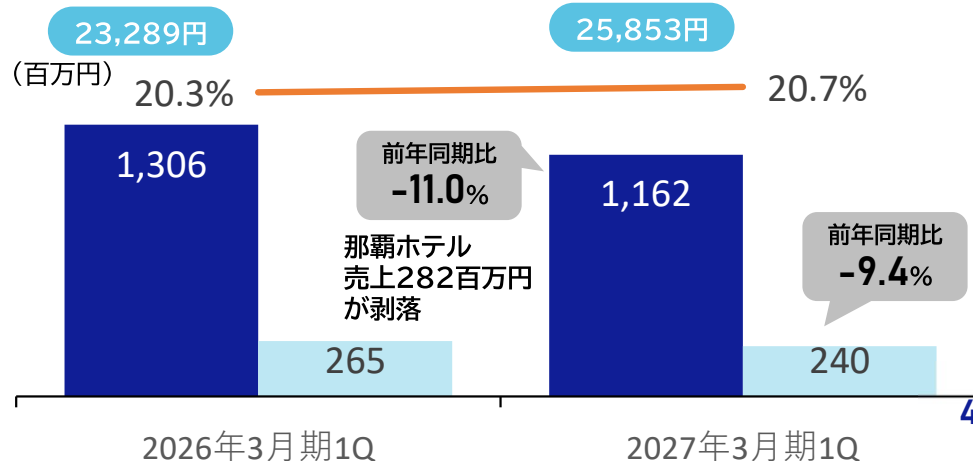


酒類清涼飲料事業売上高（酒税抜き）及びEBITDA



観光・ホテル事業売上高及びEBITDA

オリオンホテルモトブRevPAR

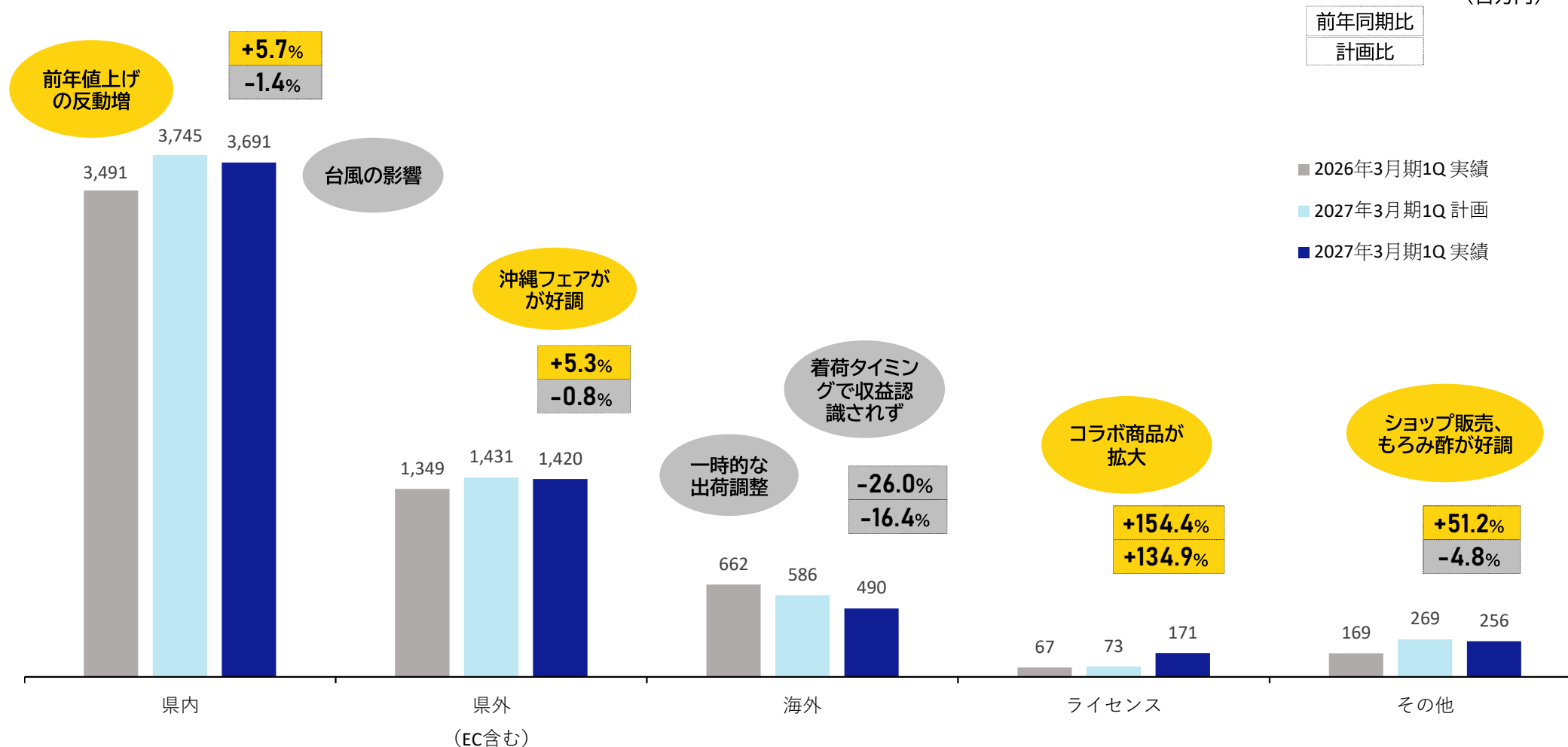


第1四半期累計販売エリア別売上高

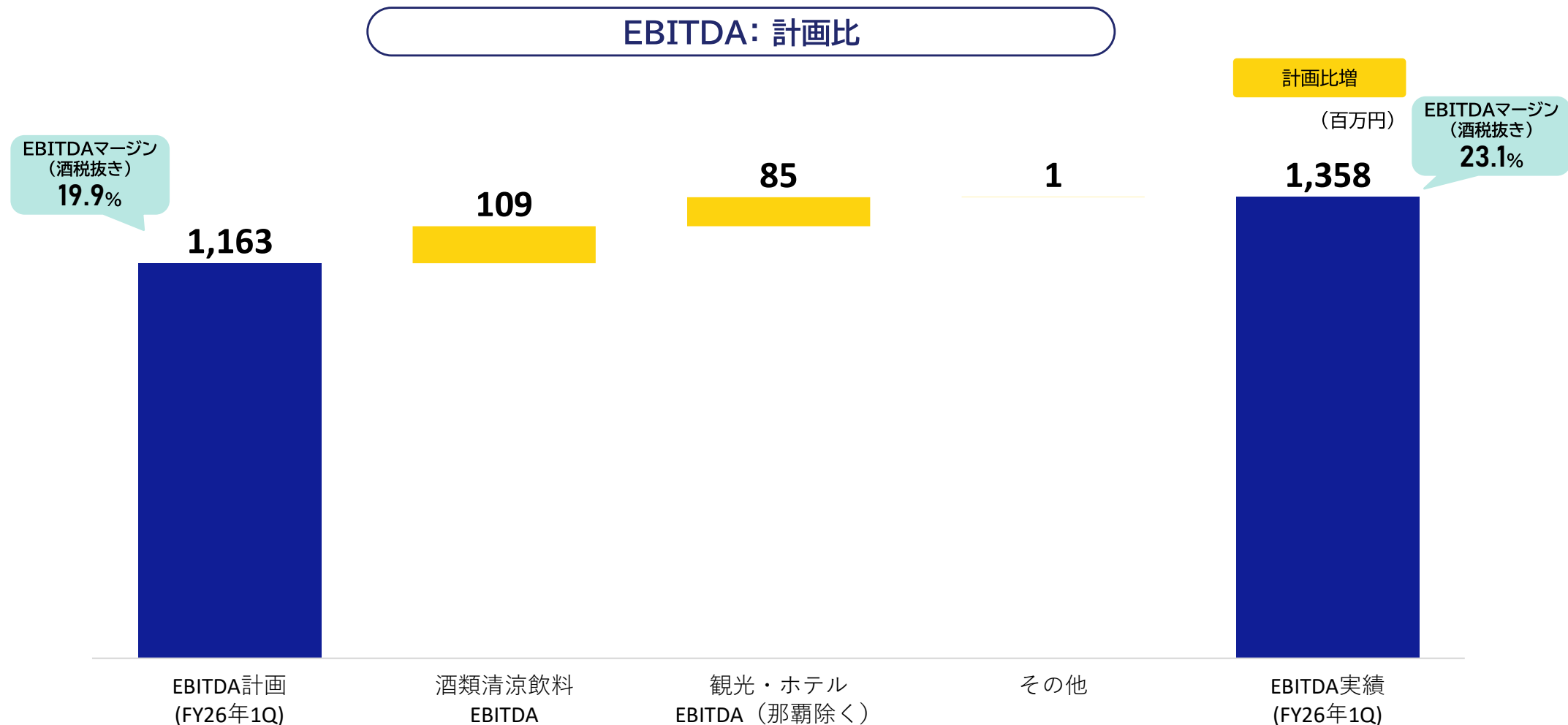
- ほぼ全チャネルで増収達成。沖縄フェア、ライセンス事業、ショップ販売、もろみ酢が大きく貢献。前年の価格改定後の反動増もあり、海外の一時影響も相殺。
- ライセンス事業の拡大が台風影響をカバーし、セグメント計画値を維持。

販売エリア別売上高(酒類清涼飲料事業)

(百万円)



- 酒類清涼飲料事業において、利益率のよいライセンス事業の好調、製造原価の低減、および経費発生タイミングを適正化したことなどが寄与し計画を上回って着地。
- 観光ホテル事業においても好調なモトブの売上とコストコントロールによって計画比を上回る。
- 第2四半期以降には台風影響も想定されるが、通期計画の達成に向け順調なスタートを切ることができた。



戰略投資 等

- 主力商品の刷新とブランド力向上による市場シェア拡大と売上増強



“OUR HAPPY HOUR”を新デザインで発信。
テレビCMと連動しブランド共感を醸成

ザ・ドラフトのブランドコミュニケーション強化

「フレンドタイム」コミュニケーションを軸に、店頭を含めた360度包括的なコミュニケーション展開でブランド価値のさらなる向上を追及。

マ
ス

フレンドタイムの
浸透・リーチ最大化



- CM展開強化

日
常

日常生活のあらゆる
ポイントで接触を強化



- 空港広告
- モノレール
- その他広告露出増

店
頭

売り場での訴求・販促に
よる購入のクロージング



- 売り場での
訴求強化



体
験

フレンドタイムの
共感・理解浸透



- 0 次会プロモーション
やその他体験イベント

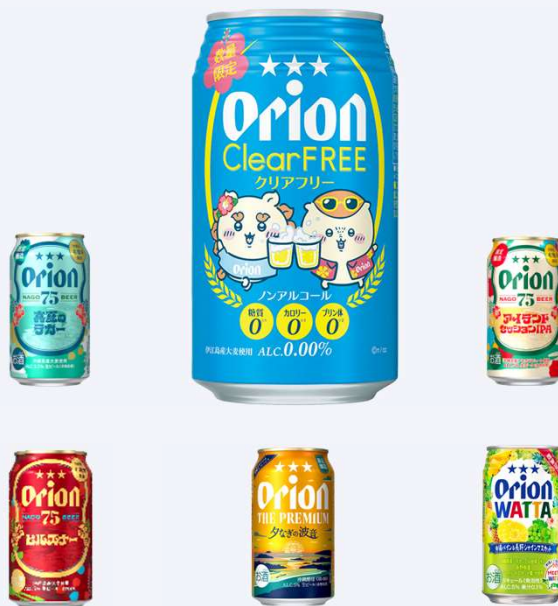


- 英国企業への戦略的出資を足がかりとした、グローバル展開の推進
- 人気IPとの協業を通じた新規顧客層獲得と、成長カテゴリーへの新商品集中投入による収益機会の創出
- 酒税改正を見据えて発泡酒をビール化



初の海外出資 英国Sunrise社

英国Sunrise社へ100万ポンドを出資。
現地醸造所を拠点に欧州市場へ展開



ちいかわとのコラボで新規ファン層へ
商品ラインアップの拡充

人気IPとの協業でブランド接点を拡大。
成長市場のビール・RTD新7品も上市



発泡酒をビール化

発泡酒「麦職人」「サザンスター」をビール化
(10月～)

- 名護における新オフィシャルストア開設とホテルメインダイニングのリニューアルによる顧客体験の拡充
- 「オリオンビールはなぜ愛され続けるのか」出版を通じた地域ブランド価値の全国・海外への発信



オフィシャルストア名護 開業

26年5月オープン、名護に新たな観光導線。
限定商品・グッズで直販とファン接点を拡大



The Orion Brasserie & Table 刷新

オリオンホテル モトブのメインダイニングを刷新。
地元食材と多彩な食文化が交わる料理を提供



ブランドストーリーを書籍化

26年7月、社長・村野一著として刊行。
IPOの舞台裏やオリオンブランドの本質を深掘りし、
未来へ繋ぐ覚悟と取り組みをまとめた一冊

Appendix

EBITDA: 前年同期比

(百万円)

EBITDAマージン
(酒税抜き)
25.8%

前年対比増

前年対比減

EBITDAマージン
(酒税抜き)
23.1%

1,493

+13

-20

-129

+1

1,358

EBITDA
(FY25年1Q)

酒類清涼飲料
EBITDA

観光・ホテル
EBITDA

戦略的投資

その他

EBITDA
(FY26年1Q)

2027年3月期通期見通し
(2026/5/14時点の資料を再掲)

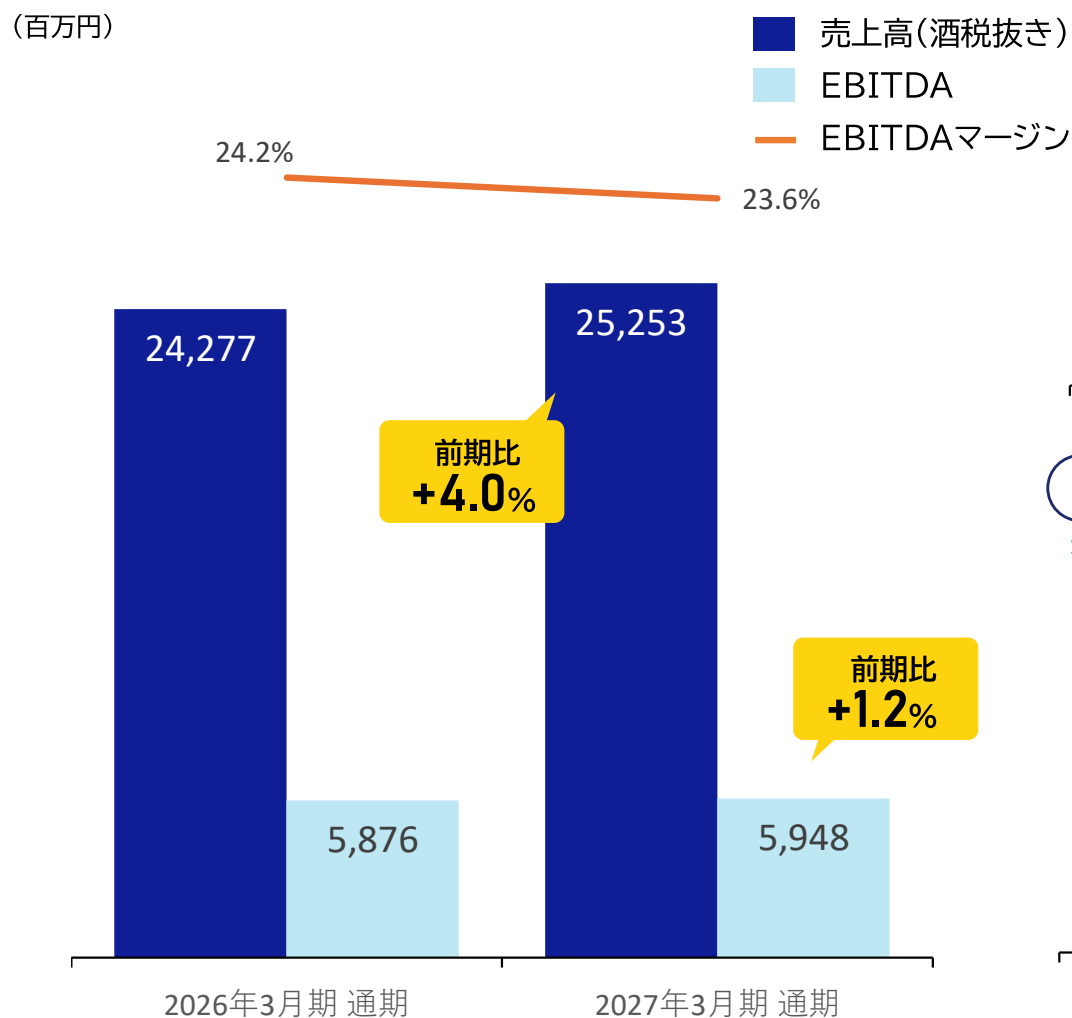
- 外部環境(税制・市場変化)への対応と、投資による提供価値向上・販路拡大を両立させ、収益性を維持・改善。
- 酒類清涼飲料事業:酒税改正・特措法廃止による負担増を前提に、経費の削減・適正化と、県内営業力強化・県外/海外/ライセンス展開で販路を拡大し、売上成長により前年並みの利益を確保。
- 観光ホテル事業:レベニューマネジメント強化と積極的なバリューアップ投資によりRevPARを向上、増収増益を計画。
- 自己株取得の実施により、前期を10%上回る総還元額を計画。

	A 2027年3月期 通期	B 2026年3月期 通期	A/B 前期比(%) 通期	2027年3月期 1H	2027年3月期 2H
売上高	31,119	29,713	104.7%	16,001	15,118
内 酒類清涼飲料事業	25,700	23,921	107.4%	13,092	12,607
内 観光・ホテル事業	5,419	5,791	93.6%	2,908	2,510
営業利益	4,352	4,314	100.9%	2,392	1,959
内 酒類清涼飲料事業	3,639	3,634	100.1%	1,890	1,749
内 観光・ホテル事業	722	690	104.7%	507	215
経常利益	4,185	4,118	101.6%	2,352	1,833
親会社株主に帰属する当期純利益	2,932	3,641	80.5%	1,605	1,326
EBITDA	5,948	5,876	101.2%	3,190	2,758
内 酒類清涼飲料事業	4,427	4,409	100.4%	2,285	2,141
内 観光・ホテル事業	1,521	1,466	103.7%	904	616
総還元額	2,021	1,830	110.4%		
1株当たり配当金(円)	34	44	77.3%		

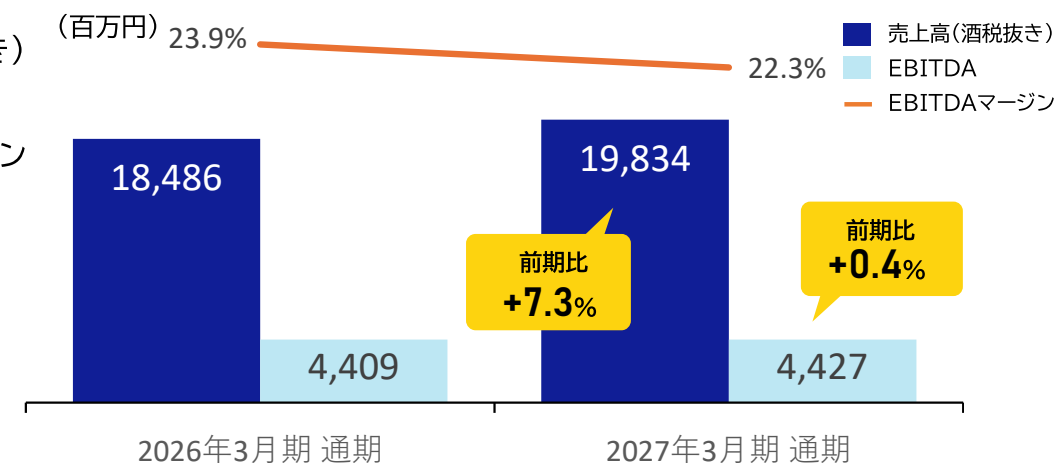
注1: EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

- 酒類清涼飲料事業：酒税改正・特措法廃止の負担増を織り込みつつ、経費適正化と販路拡大で売上を伸ばし、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。

売上高(酒税抜き)及びEBITDA

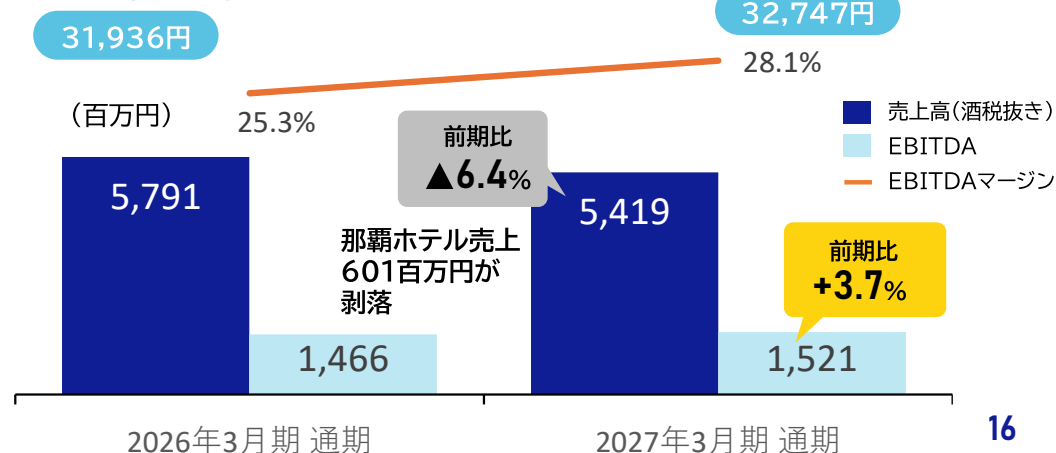


酒類清涼飲料事業売上高(酒税抜き)及びEBITDA



観光・ホテル事業売上高及びEBITDA

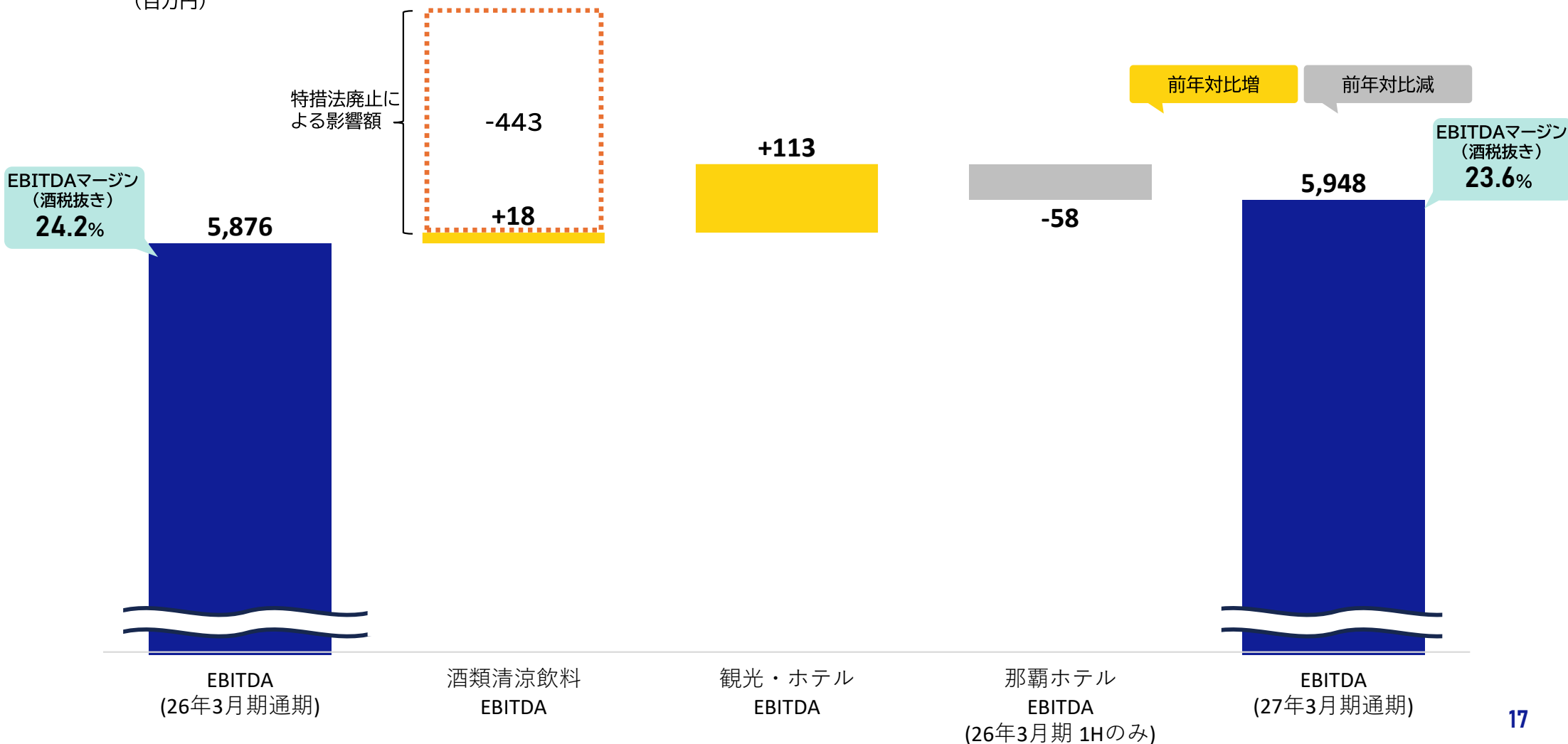
オリオンホテルモトブRevPAR



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、県内での市場競争力維持と県外海外で売上増加を図るとともに、収益率の高いビールシフトと原価低減及びコスト最適化で相殺・上積みを狙う。
- 観光ホテル事業:RevPAR上昇を主なドライバーとして増加。なお、昨年営業を終了したホテル那覇の剥落で一部減少要因あり。

(百万円)



- 2026年10月の酒税改正・特措法廃止に向けて、ビール類内でのビール売上構成比を高める等、商品ポートフォリオを最適化し、改正後のお客ニーズ変化の取り込みに向けて準備。
- FY2026 2Hは沖縄県内ビール売上高(液量ベース)で前期比138%、ザ・ドラフト118%と飛躍的な成長を見込む。
- 改定後は市場成長率の高いビール・RTD・ノンアルコールカテゴリーへの新商品の継続的な上市、収益性向上への設備投資を実施。

酒税改定・特措法廃止に向けたポートフォリオの見直し

成長カテゴリーの収益最大化

～FY2025

FY2026 1H

FY2026 2H以降

ビール類

- ザ・プレミアム及びザ・ダークの上市
- 広告宣伝費をビールに集中投下
→**ビール類の中のビール構成比を上げ、酒税改正に向けて最適化**

- ザ・ドラフトは6月にパッケージをリニューアル、TVCM出稿
- 75ビールは7月にパッケージリニューアル、断続的に限定品を上市

- 麦職人およびサザンスターは10月に中味をビール化を含めて、大幅なパッケージリニューアルを準備中

FY2020
ビール:発泡酒群
39%:61%



FY2026 1H
ビール:発泡酒群
61%:39%



FY2026 2H
ビール:発泡酒群
81%:19%

RTD・ノンアルコール

- WATTA及びnaturaのパッケージ・中味のリニューアル
- 島チューを4SKU上市
→**ビール類以外の商品を拡充**

- 7月にクリアフリーは有名IPとのコラボパッケージを発売。9月にパッケージリニューアル及びTVCMを出稿

- クリアフリーは製造設備投資を行い、委託製造から自社内製化に切り替え
- 島チューのエクステンション品上市
- 新ブランドのRTDノンアルコール品を上市



注1: ビール類売上構成比は沖縄県内の当社ビール類売上液量より算出

注2: FY2026 2Hのビール類売上構成比は、麦職人とサザンスターがビール化した場合の数値より算出

貸借対照表

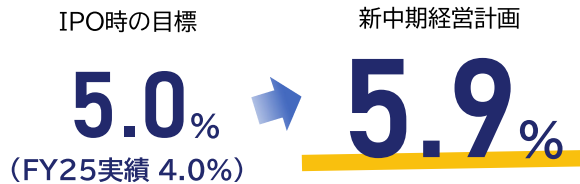
(百万円)	2027年3月期1Q	2026年3月期	増減
資産合計	43,172	44,089	▲917
純資産合計	17,726	18,484	▲758
負債合計	25,447	25,605	▲158
Net 金融債務残高	8,068	5,855	+2,213
Net D/Eレシオ(倍)	0.46	0.32	+0.14
Net Debt/EBITDA(倍)	5.94	1.12	+4.82
自己資本比率	41.0%	41.9%	-0.9%

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

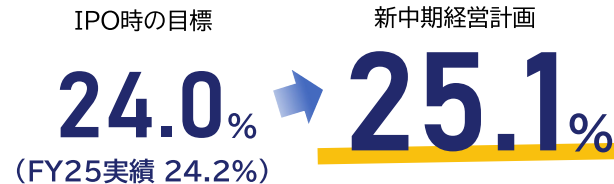
- FY25計画の順調な進捗をベースに、新たな中期経営計画を策定(FY26～FY29)。
- 10月の酒税改正・特措法廃止を乗り越え、新たな成長ドライバーへの投資を追加し、成長を加速する。

新中期経営計画(FY26～29)

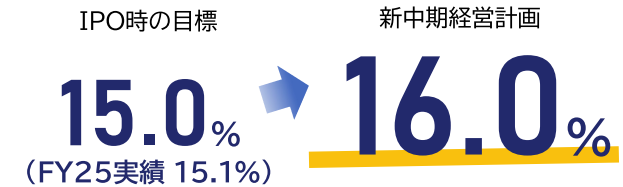
売上高CAGR



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
 - チャンネル別戦略の推進
- 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

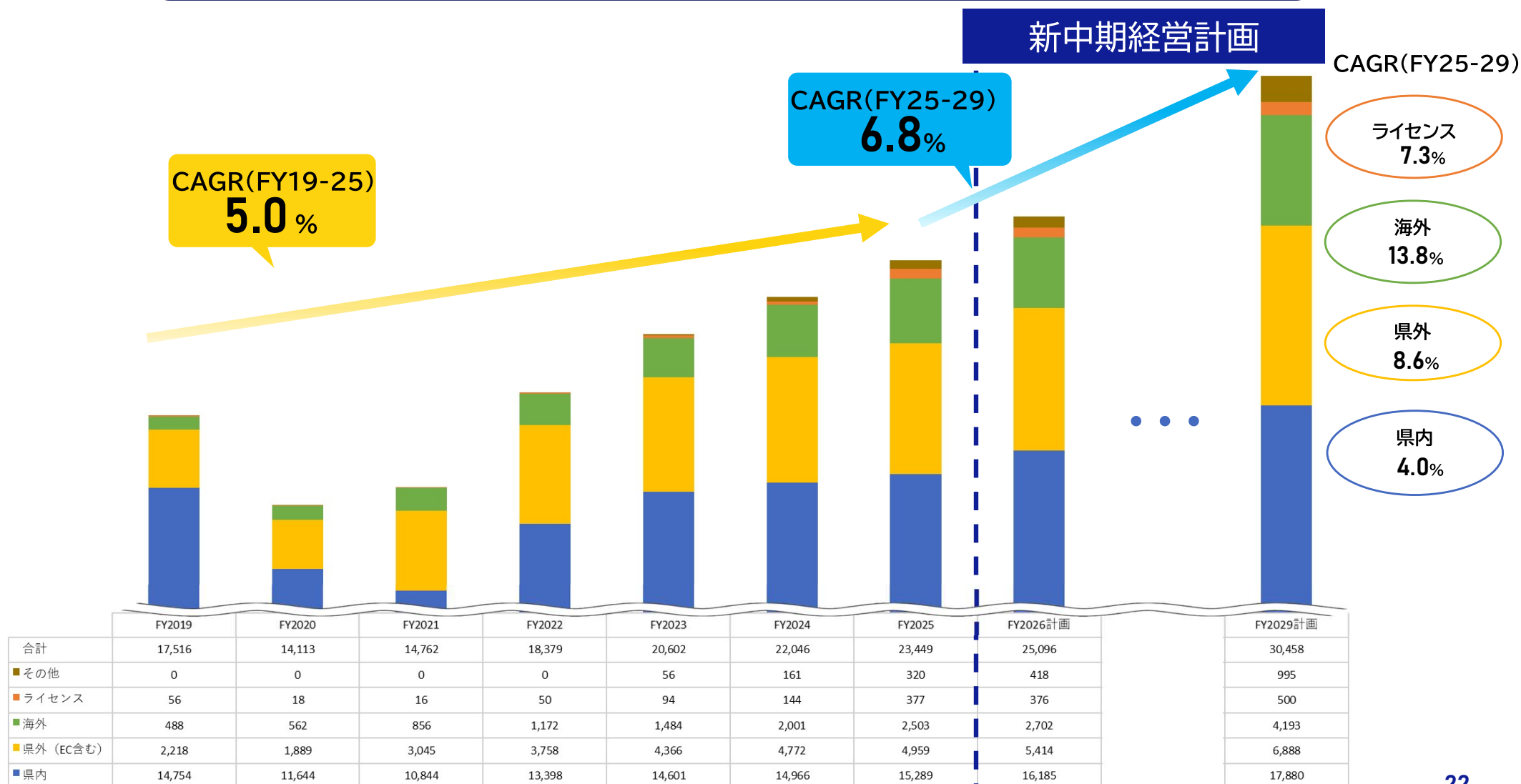
3. キャピタルアロケーション

- 成長投資と株主還元の最適バランスを追及



- 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乘せし、酒類清涼飲料事業全体での成長を加速。

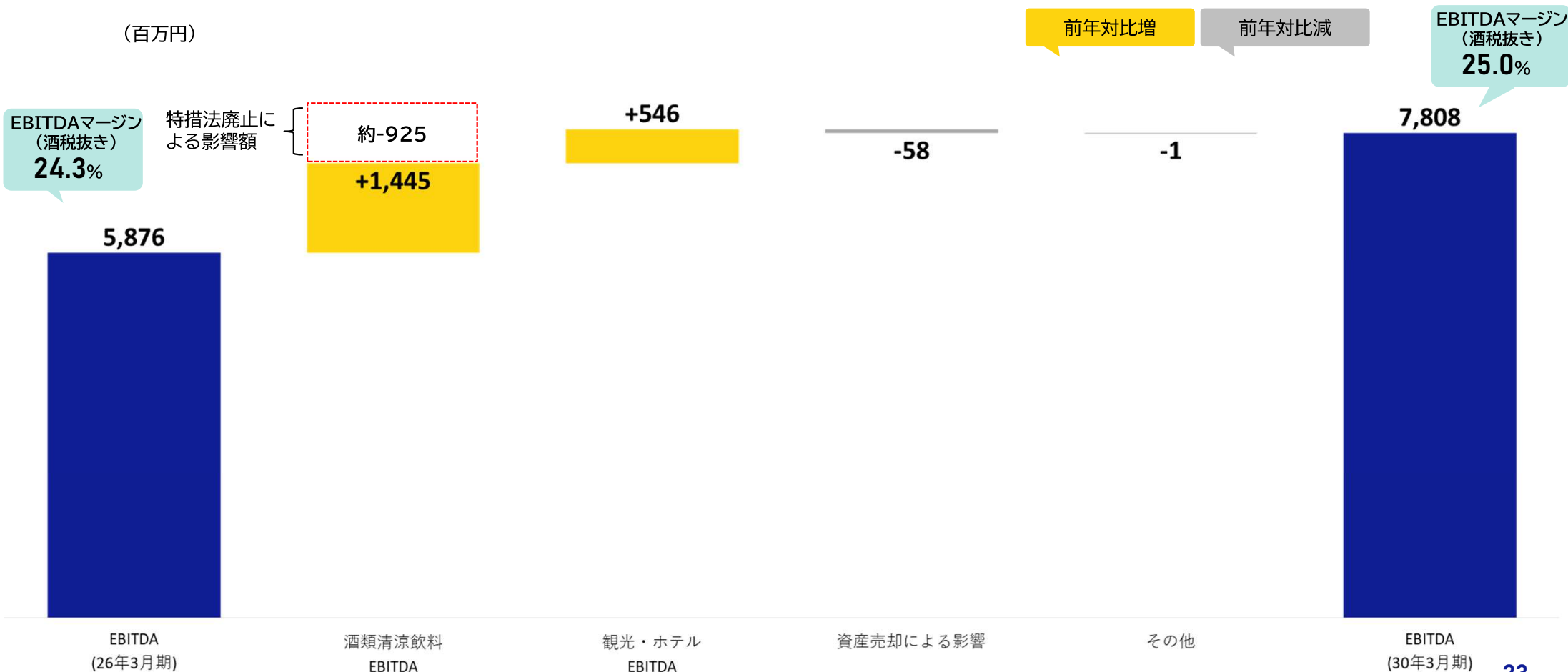
オリオンビール酒類清涼飲料事業:エリア別売上高推移



- 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

(百万円)



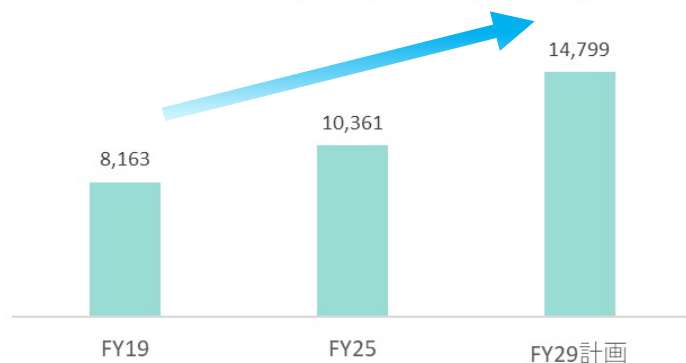
- コア集中×沖縄独自性×成長カテゴリー拡大による成長戦略で、酒類清涼飲料事業の成長を加速。

コアブランドの圧倒的強化

- オリオン・ザ ドラフトへ資源集中
 - ・沖縄県民から最も愛されるビールブランドのポジションを保持
 - ・新ブランドメッセージ「飲んで、笑って、またあした。」の浸透
 - ・「Friend Time(友だちと過ごすいい時間)」の提案を通じたブランド体験価値向上
- ブランドポジショニング最適化による配荷拡大
 - ・「沖縄らしさ」を体現するブランド価値を向上
 - ・沖縄ファン層の拡大による新規需要創出
 - ・配荷拡大とパーセプションチェンジを推進



ザ・ドラフト売上高推移 (百万円)



※収益認識
基準適用前

RTD・ノンアルカテゴリー拡大

- 沖縄独自価値を活かしたRTD戦略を推進
 - ・「島チュー」を沖縄県民と真ん中ブランドへ育成
 - ・フレーバーエクステンションによる需要掘り起こし
 - ・酒税改正後の発泡酒離反ユーザー流入受け皿を強化
 - ・WATTA・Naturaの観光客戦略を強化
 - ・観光チャネルにフォーカスした販売戦略を推進
 - ・大手チェーン向け製品展開を強化
- ノンアルコールカテゴリー強化
 - ・既存SKUリニューアルによる想起・トライアル向上
 - ・新商品投入によるカテゴリー売上拡大
 - ・ノンアルビール内製化による収益性向上

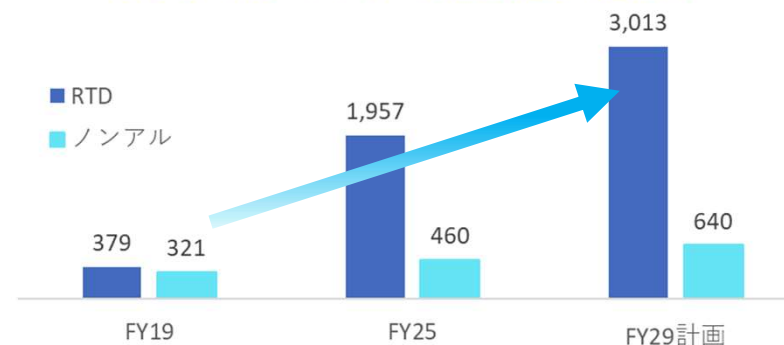


リニューアル予定



新製品投入予定

オリオンRTD・ノンアル売上高推移 (百万円)



- 強力な営業力、県内工場起点の効率的生産～物流体制を活かし、特措法廃止影響を最小限に抑え、シェア拡大による着実な成長を実現。
- 酒税改正に伴う商品ポートフォリオの最適化を実施。

県内量販アクションプラン

- ザ・ドラフト、島チューの販促拡大
- ディスカウントストア、ドラッグストアの営業体制強化
- ノンアル製品のSKU拡大による、間口獲得

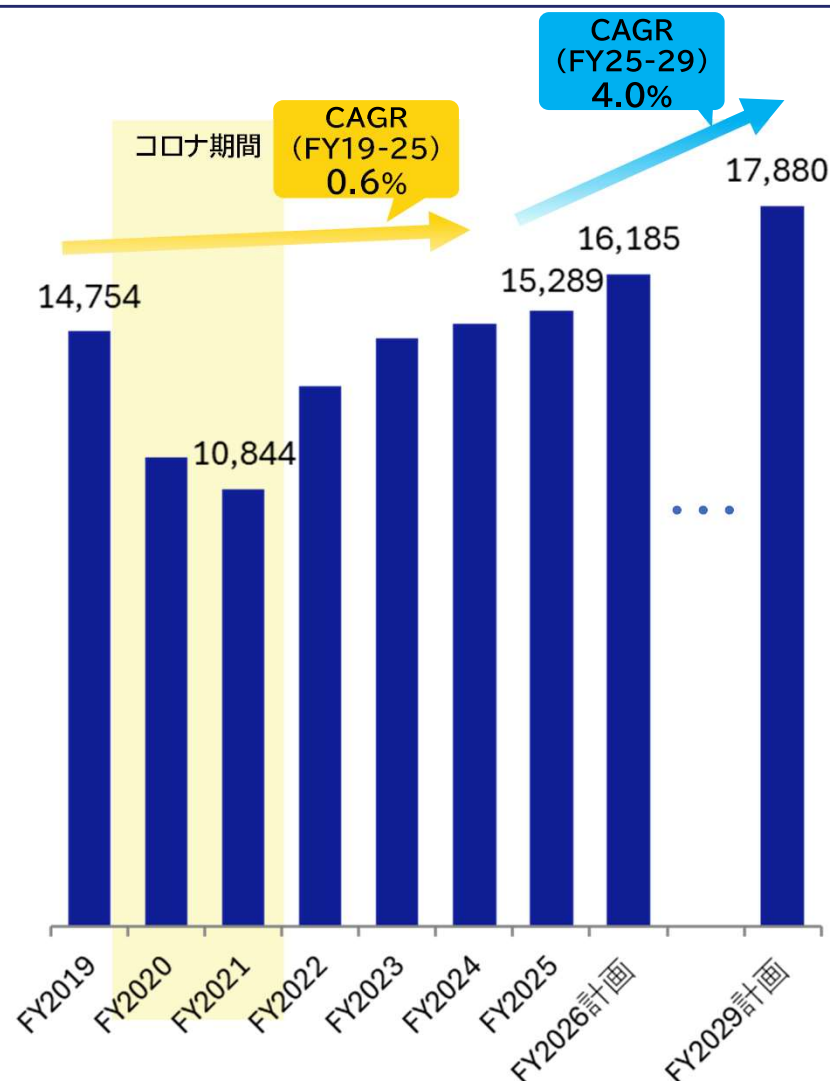


県内業務アクションプラン

- パートナー企業との連携による料飲店へのサポート体制増強
- 総合酒類の取扱い拡充による嗜好多様化への対応
- 各種関係団体(社交業組合、飲食業組合など)との連携強化
- 機材管理やジョッキ洗浄指導による飲用品質向上



県内売上高(百万円)推移



- 沖縄・オリオンへの想起をはかる仕掛けを積極展開し、沖縄ファンのパートナー・消費者を拡大していく。
- ECでは、コラボ商品のラインアップ拡充により、定期便利用者の拡大を促進。

沖縄・オリオンの想起 全国の配荷拡大

■ 量販店チャンネル

- コンビニエンスストアでのザ・ドラフトの間口拡大。RTDの定番維持・採用活動強化
- 限定品の投入頻度増加
- ターゲットのスーパーマーケットチェーンへの重点取組み



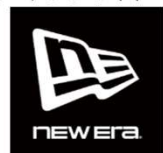
■ 料飲店チャンネル

- 新規領域(沖縄料理店以外)の開拓
- 食べログと協業し特定エリアでの配荷UPキャンペーンと販促プロモーション実施
- ビーチ、リゾートエリアやホテルへのアプローチ強化

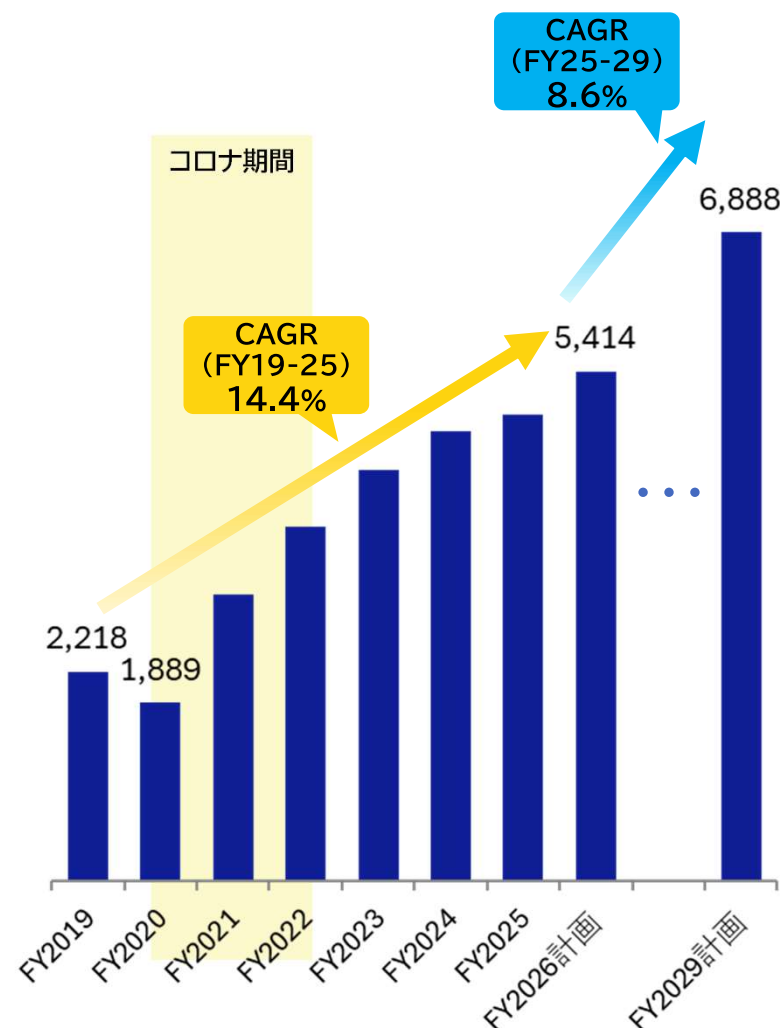


好調なコラボグッズの継続

- 自社ECでは、オリオングッズや沖縄グルメ・食品の他、公式ECサイト限定の大型コラボ商品を拡充し世代・性別を超えた集客と話題性を提供
- 酒類の定期便契約者数の拡大を促進(26年3月末時点約6,000名)。FY29には約7,800名を目指す



県外(EC含む)売上高(百万円) 推移



- 市場特性に応じたブランド戦略を展開し、「Orion=Okinawa」のブランド価値浸透を図る。
- 米国でのマーケティング強化により、海外事業の成長を加速。

フォーカス地域における戦略

「沖縄」の認知があるエリアにおいては、国内・県内と同様な戦略により「Orion=Okinawa」のイメージ訴求

■ 台湾

- ブランド接点拡大による認知向上
 - ビアフェスト等を通じたタッチポイント拡大
 - オン・プレミスチャネル強化による飲用機会創出



■ 韓国

- プレミアム沖縄ブランドとしてポジション確立
 - 「ザ・ドラフト」のブランド浸透を推進
 - RTD含む商品ラインアップ拡充



約1,000万人の在沖米軍駐留経験者へ「懐かしいOrion」を想起

■ 米国

- 沖縄体験価値を活かした市場拡大
 - ハワイ・南カリフォルニアを重点エリアとして展開
 - Non-asia系小売チャネルでの販路拡大

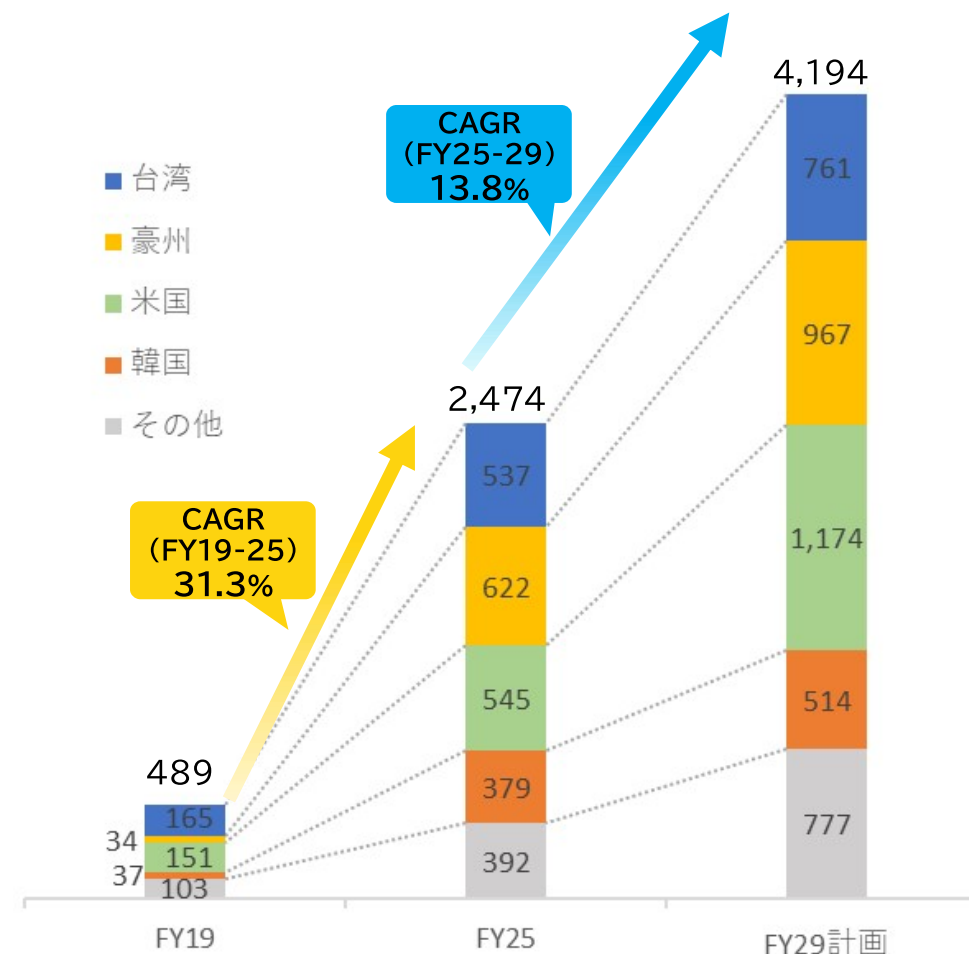
ジャパン・プレミアム・リゾートビールとして展開

■ 豪州

- 現地2大リテーラーとの協業による日本ブランドとしての認知拡大
 - 小売・ホテル・レストランチャネル拡大
 - Non-asia系小売チャネルでの販路拡大



海外売上高(百万円)推移

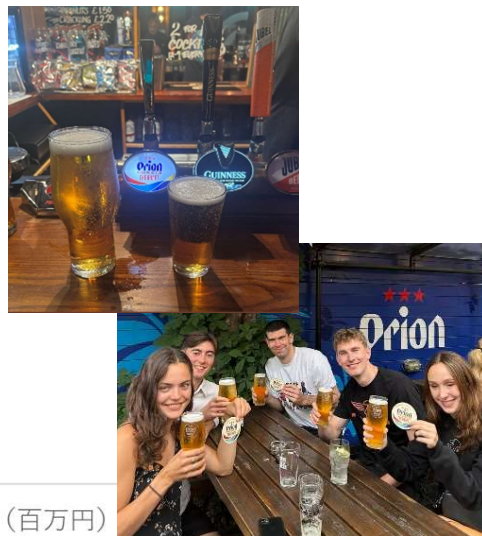


注1: 売上高は収益認識基準適用前の数値

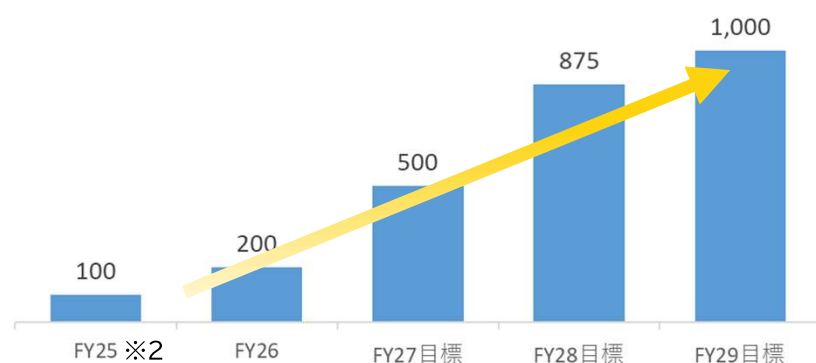
- “Chill Side of Japan”という独自ブランド価値を武器に、ライセンス製造モデルによる英国・欧州展開を推進。
- 英国での成功を起点に、ライセンス製造モデルによるアセットライト型グローバル展開を加速。

戦略的パートナーシップ強化

- 英国でのブレイクスルー
 - ・FY25より英国ライセンス事業を開始
 - ・現地パートナー：英国Sunrise社
 - ・ロンドン近郊のパブ約50店舗で展開、販売は好調に推移
- 欧州市場拡大に向けた基盤構築
 - ・英国Sunrise社※1に100万ポンドの出資を実行
 - ・設備投資支援による供給体制強化
 - ・欧州市場全域への展開を推進



サンライズ社によるザ・ドラフト売上目標（百万円）



※1 Sunrise Alliance Beverage Ltd.

※2 FY25の実績は（2025年1月～2026年3月）を表記。

ライセンス製造モデルの優位性

- アセットライト型グローバル展開を実現
 - ・現地生産による物流コスト最適化
 - ・輸送制約を押さえたエリア展開
 - ・資本効率の高い海外成長モデル
 - ・各地域への横展開を推進



- ライセンス契約者数・アイテム数が着実に増加しており、オリオングッズ流通額の市場規模が拡大。
- コラボ商品の積極展開、県外でのポップアップストア展開でライフスタイルブランドとしての認知も拡大。

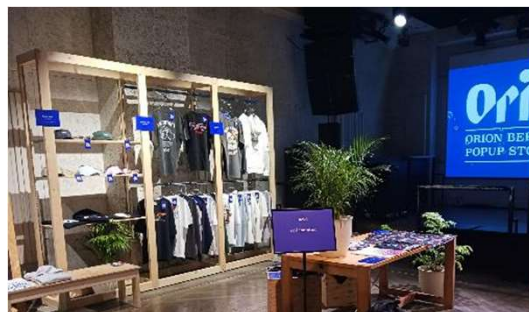
ブランドライセンスビジネスの概要

- オリオンロゴやオリオン商品パッケージを使用する権利をライセンシーに提供(約60社とライセンス契約。約1,500-2,000の商品を展開¹)

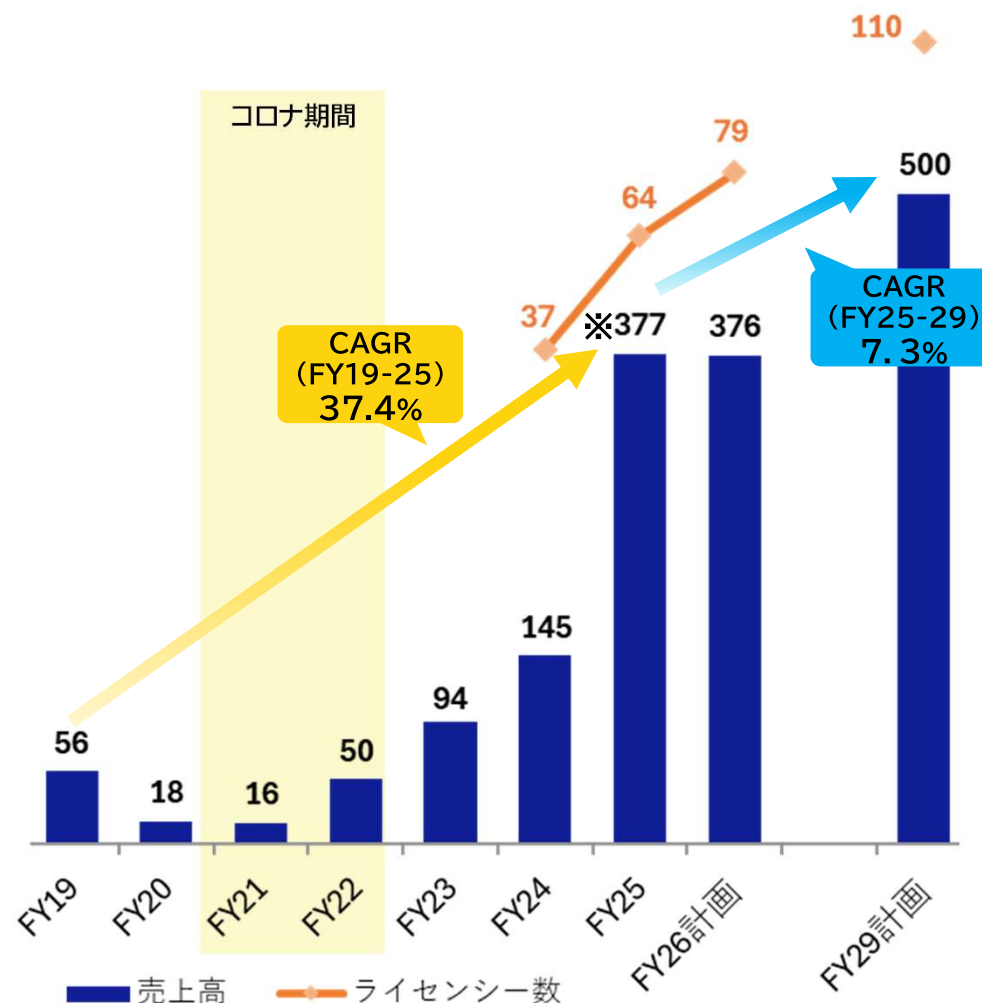


ライフスタイルブランドとしての拡大

- 県内お土産品店/量販店等にとどまらず、最新のトレンドを取り入れたファッション性のあるアイテムをショッピングセンターや専門店での販売を強化
- 大手アパレルブランドとのコラボ商品の発売により、ライフスタイルブランドとして県外での認知拡大。ブランドとのプロモーション連動によるシャワー効果でマス向けの商品展開を拡大を図る



ライセンス売上高(百万円)・ライセンシー数



● 積極的なバリューアップ投資に加え、アネックス棟の新設を計画。

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、JUNGLIAへの良好なアクセス
- JUNGLIAオフィシャルパートナーホテル、近鉄グループの都ホテルチェーンに加盟

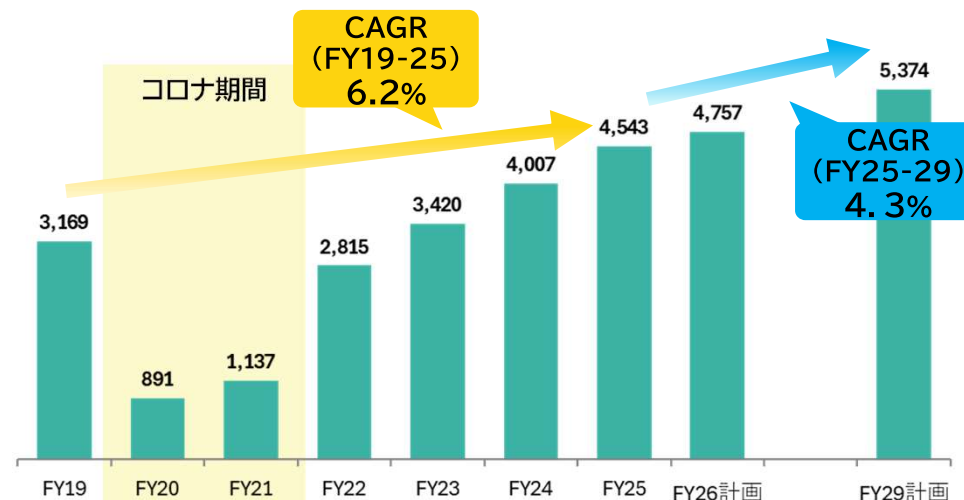


バリューアップ投資を積極的に実施

- 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)
- アクティビティ充実による滞在価値の向上
 - ・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
 - ・海外視察研修
 - ・従業員寮の新設



オリオンホテルモトブ売上高(百万円)推移



アネックス棟を新設

- 滞在価値向上による収益拡大
 - ・長期滞在・高単価需要の取り込み
 - ・メゾネットやコテージタイプの客室を増設“3世代で滞在を楽しめる”体験型リゾートを強化



- オリオングループが培ってきた強みを活かし、新たな事業領域への展開を加速。
- 沖縄発の健康価値を新たな収益柱へ。
- 「訪れる理由」を創り、沖縄北部の体験価値を高める。

オリオンブランドを活用し、成長する健康市場へ参入

- もろみ酢事業を次世代収益ドライバーへ育成
 - 泡盛由来素材(もろみ酢)を活かした健康飲料事業を展開
- 実証済みの事業基盤
 - アミノ酸、クエン酸等を含む機能性素材
 - 石川酒造場での「元祖もろみ酢」販売実績
 - 確立された製造・品質管理ノウハウ
- 既存事業との強力なシナジー
 - ユニークな資源: 泡盛もろみ粕を活用したアップサイクル
 - 強固なブランド力: 「沖縄」「オリオン」の高い認知度と信頼
 - 販売基盤: 沖縄県内における高い配荷力
 - 技術力: 長年培った発酵・醸造技術を応用した製品開発

沖縄北部における観光エコシステムの形成

- モトブホテル・名護工場を起点とした観光デスティネーションの創出
 - オリオンハッピーパークの機能拡張による体験価値向上
 - オフィシャルショップの直営化・レストラン事業の強化
 - モトブホテルから名護飲食店への送客サービス開始
- 外部連携とアセット戦略の高度化により、成長基盤を拡充
 - 外部連携
 - 「やんばる高度人材育成プログラム」への参画(2024年)
 - 「名護スマートシティ」への参画(2025年)
 - 「沖縄やんばるDMO」への参画(2026年)
 - アセット活用戦略
 - 自社保有地を活用した、新たな宿泊施設の開発

滋養強壮



沖縄エナジー
ドリンク



チル
ドリンク



マイルド版
もろみ酢

肝機能改善

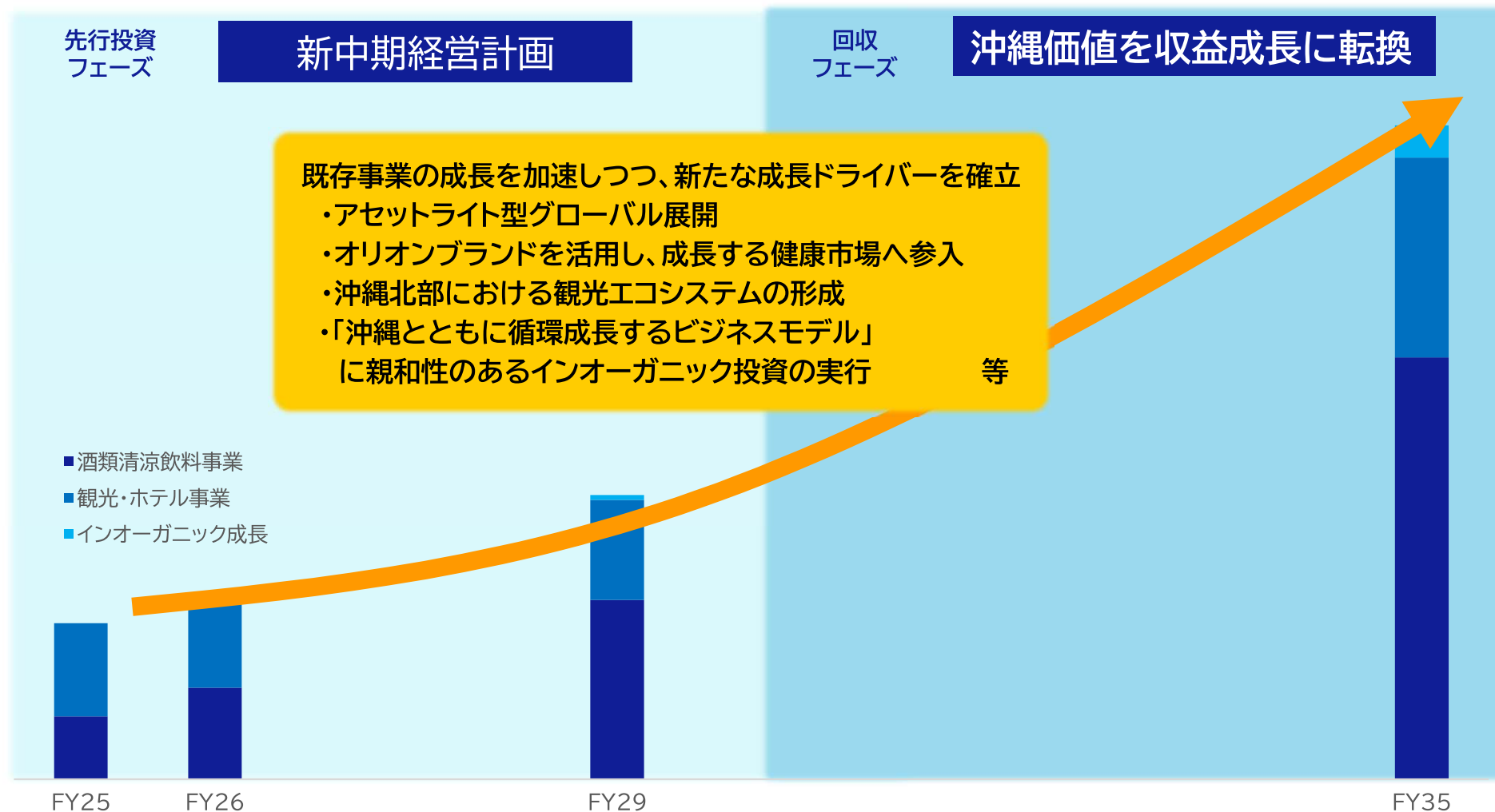


オリオン発の二日酔い対策



- 「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。

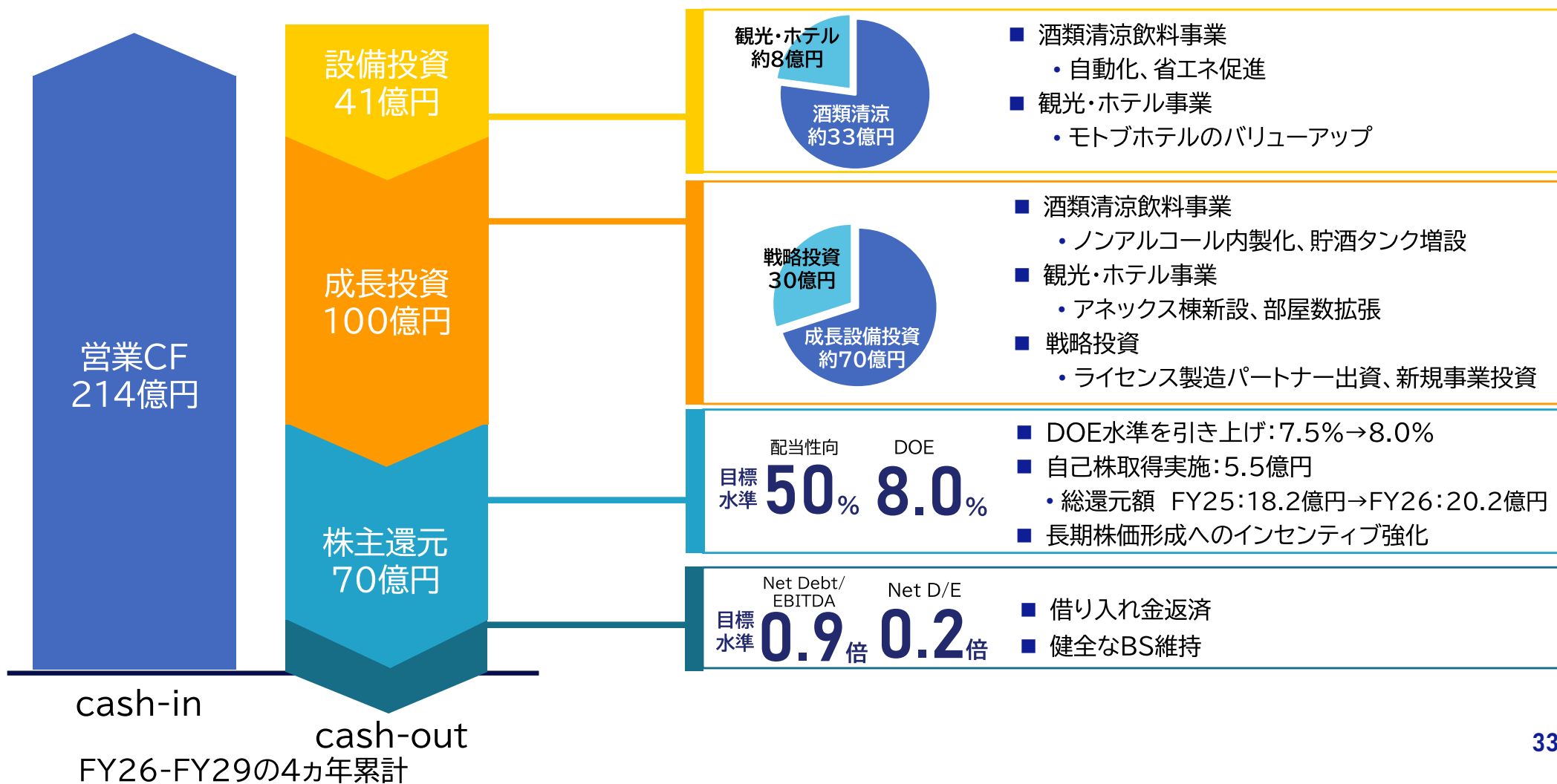
長期売上成長イメージ



- 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

キャッシュアロケーション





Key Financials

連結損益計算書(売上高)

(百万円)	収益認識基準適用前期間		収益認識基準適用後期間				
	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025
売上高	27,530	21,439	18,517	23,544	26,009	28,866	29,713
売上高(収益認識基準適用前)	27,530	21,439	22,820	28,343	31,036	34,094	34,274
売上高(収益認識基準適用後)	23,157	17,468	18,517	23,544	26,009	28,866	29,713
酒類清涼飲料事業 (収益認識基準適用前)	22,625	18,676	19,937	23,873	26,206	27,956	28,483
酒類清涼飲料事業 (収益認識基準適用後)	18,252	14,705	15,633	19,072	21,178	22,728	23,921
観光・ホテル事業	4,628	2,780	2,893	4,505	4,861	6,138	5,791
観光・ホテル事業 (売却済み不動産除く)	3,165	1,697	1,973	3,358	3,981	4,611	5,163
ゴルフ場事業	418	-	-	-	-	-	-
酒税抜き売上高(収益認識基準適用後)	17,447	13,419	14,666	18,572	20,633	23,336	24,277
酒類清涼飲料事業	12,542	10,656	11,782	14,100	15,802	17,197	18,486

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: FY2019は、賃貸不動産事業等に係る収益費用を営業外損益に計上、営業外収益1,328百万円・営業外費用874百万円。FY2020以降の賃貸不動産事業等に係る収益費用は、売上高及び売上原価に計上

注4: 観光・ホテル事業(売却済み不動産除く)は、FY2019-FY2025の期間において売却済みの不動産による売上高を控除した数値

注5: ゴルフ場事業は、FY2020以降、観光・ホテル事業に含む。2022年3月、営業終了

注6: 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

連結損益計算書(利益項目)

(百万円)	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025
調整後EBITDA	4,193	2,337	2,103	4,498	4,642	5,274	5,982
EBITDA	2,158	2,312	2,103	4,430	4,585	5,222	5,876
酒類清涼飲料事業	2,743	1,985	2,174	3,441	3,856	3,886	4,409
観光・ホテル事業	1,054	383	3	1,018	729	1,336	1,466
観光・ホテル事業 (売却済み不動産除く)	831	27	-134	798	890	955	1,408
ゴルフ場事業	16	-	-	-	-	-	-
調整後営業利益	2,694	547	302	2,765	2,907	3,531	4,420
営業利益	659	522	302	2,697	2,850	3,479	4,314
酒類清涼飲料事業	2,017	1,275	1,341	2,690	3,136	3,201	3,634
観光・ホテル事業	369	-686	-965	46	-275	288	690
観光・ホテル事業 (売却済み不動産除く)	232	-666	-864	21	130	318	674
ゴルフ場事業	-22	-	-	-	-	-	-
税引前当期純利益	-164	-92	1,783	3,002	5,895	10,289	5,098
税引後当期純利益	-893	-207	1,175	3,152	4,649	7,301	3,641

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: 調整後EBITDA=EBITDA+賃貸不動産事業等に係る収益費用+販管費計上のMBO及び組織再編その他の資本政策に係る一時費用

注3: 調整後営業利益=営業利益+賃貸不動産事業等に係る収益費用+販管費計上のMBO及び組織再編その他の資本政策に係る一時費用

注4: FY2019は、賃貸不動産事業等に係る収益費用を営業外損益に計上、営業外収益1,328百万円・営業外費用874百万円。FY2020以降の賃貸不動産事業等に係る収益費用は、売上高及び売上原価に計上

注5: 調整後EBITDA及び調整後営業利益の算出にあたり加算調整対象としている「販管費計上のMBO及び組織再編その他の資本政策に係る一時費用」は、FY2019:1,581百万円、FY2020:25百万円、FY2022:68百万円、FY2023:57百万円、FY2024:52百万円

注6: ゴルフ場事業は、FY2020以降、観光・ホテル事業に含む。2022年3月、営業終了

注7: EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

損益に関する調整項目

(百万円)	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025
酒税額	5,710	4,049	3,851	4,972	5,376	5,531	5,435
償却費	1,499	1,790	1,801	1,733	1,735	1,743	1,561
酒類清涼飲料事業	726	710	833	751	720	684	774
観光・ホテル事業	685	1,069	968	972	1,004	1,047	776
観光・ホテル事業 (売却済み不動産除く)	316	726	703	752	734	756	745
ゴルフ場事業	38	-	-	-	-	-	-
減価償却費	1,473	1,769	1,775	1,707	1,709	1,716	1,535
酒類清涼飲料事業	726	710	833	751	720	685	774
観光・ホテル事業	659	1,048	942	946	978	1,021	750
観光・ホテル事業 (売却済み不動産除く)	316	726	703	752	734	730	719
ゴルフ場事業	38	-	-	-	-	-	-
のれん償却費	26	21	26	26	26	26	26
酒類清涼飲料事業	0	0	0	0	0	0	0
観光・ホテル事業	26	21	26	26	26	26	26
観光・ホテル事業 (売却済み不動産除く)	0	0	0	0	0	0	0
ゴルフ場事業	0	-	-	-	-	-	-

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: ゴルフ場事業は、FY2020以降、観光・ホテル事業に含む。2022年3月、営業終了
 注3: 酒税額はオリオンビール単体における数値
 注4: 償却費＝減価償却費＋のれん償却費

税引後当期純利益における一過性要因の調整

(百万円)	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025
想定税率	30.0%	30.0%	30.0%	30.0%	30.0%	30.0%	30.0%
税引後当期純利益	-893	-207	1,175	3,152	4,649	7,301	3,641
固定資産売却損益(-)	0	0	872	833	3,328	6,889	1,027
投資有価証券売却損益(-)	9	-102	794	46	22	0	0
販管費計上のMBO及び組織再編 その他の資本政策に係る一時費用(+)	1,581	25	0	68	57	52	105
営業外費用計上のMBO及び組織 再編その他の資本政策に係る一時 費用(+)	1,029	103	230	132	53	56	48
調整損益合計	2,601	231	-1,436	-680	-3,240	-6,780	-873
調整損益合計×(1-想定税率)	1,821	162	-1,005	-476	-2,268	-4,746	-611
調整後税引後当期純利益	928	-45	170	2,676	2,381	2,555	3,030

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: 調整後税引後当期純利益は、想定税率を30%と仮定した場合において、一過性要因を調整した場合の数値

貸借対照表(2026/3末)

(百万円)

総資産	44,089
流動資産合計	15,506
固定資産合計	28,582
総負債	25,605
流動負債合計	6,875
固定負債合計	18,730
純資産合計	18,483

キャッシュフロー計算書

(百万円)

	FY2024	FY2025
営業活動によるキャッシュフロー	6,121	-654
投資活動によるキャッシュフロー	9,875	1,881
フリーキャッシュフロー	15,996	1,227
財務活動によるキャッシュフロー	-15,168	-4,924

その他の財務データ

(百万円)

	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025
調整後EBITDAマージン (酒税抜き・収益認識基準適用後)	24.0%	17.4%	14.3%	24.2%	22.5%	22.6%	24.6%
EBITDAマージン (酒税抜き・収益認識基準適用後)	12.4%	17.2%	14.3%	23.9%	22.2%	22.4%	24.2%
Net Debt/調整後EBITDA	4.30x	7.24x	6.46x	2.00x	1.38x	0.73x	0.98x
Net Debt/EBITDA	8.35x	7.32x	6.46x	2.04x	1.40x	0.74x	1.00x
Net D/エレシオ	0.60x	0.56x	0.46x	0.41x	0.26x	0.20x	0.32x
有利子負債(期末時点)	23,812	23,337	22,542	19,926	18,802	17,067	16,361
現預金(期末時点)	5,801	6,418	8,951	10,909	12,374	13,204	10,506
Net Debt(期末時点)	18,011	16,919	13,591	9,017	6,428	3,863	5,855
純資産(期末時点)	29,964	29,964	29,666	21,928	25,013	18,968	18,483

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。FY2022以降は当社連結財務数値。FY2021の有利子負債・現預金・Net Debt・純資産・Net D/エレシオはオーシャン・ホールディングスの連結財務数値、FY2021の調整後EBITDAマージン・EBITDAマージン(いずれも酒税抜き・収益認識基準適用後)は当社連結財務数値。FY2021のNet Debt/調整後EBITDA・Net Debt/EBITDAは分子はオーシャン・ホールディングスの連結財務数値を、分母は当社連結財務数値を用いて算出。なお、FY2021のオーシャン・ホールディングスを含まない当社連結財務数値における現預金は7,484百万円、有利子負債は1,502百万円、純資産は58,538百万円

注2: 調整後EBITDAマージン(酒税抜き・収益認識基準適用後)は調整後EBITDA÷酒税抜き売上高(収益認識基準適用後)にて算出、EBITDAマージン(酒税抜き・収益認識基準適用後)はEBITDA÷酒税抜き売上高(収益認識基準適用後)にて算出

注3: Net Debtは有利子負債・現預金にて算出

注4: Net D/エレシオはNet Debt÷純資産にて算出

參考資料

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」
との思いから創業



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

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

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

2025

東証プライム
市場に上場

ジャングリアとの
協業開始

オリオンホテルモトブが
リニューアルオープン

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

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

観光客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



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



- 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



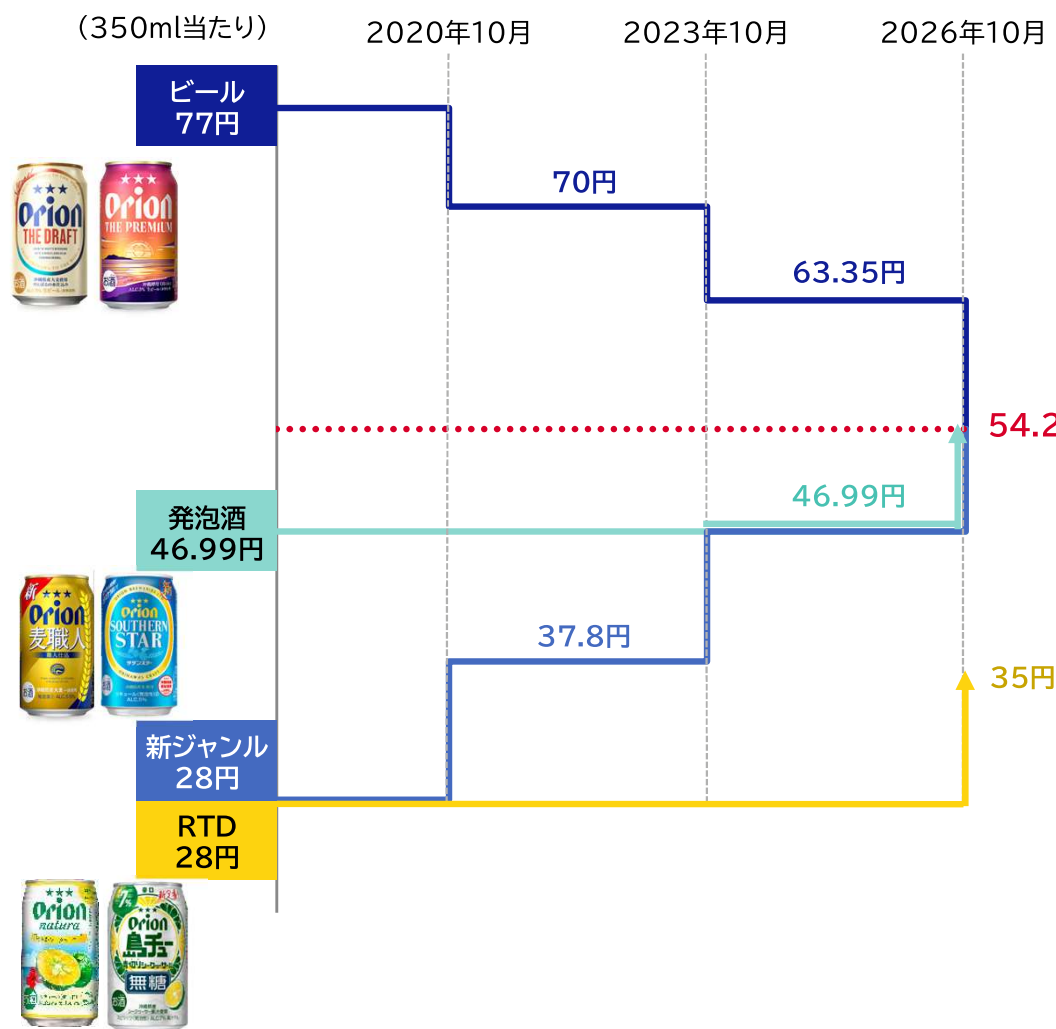
- ホテル内のブランド体験機会拡大
- オリオンハッピーパーク進化
- オリオンビアフェスト開催(毎年県内3か所、60,000人超集客³)
- SNSでの消費者による体感の共有、拡散



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

- 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る予定

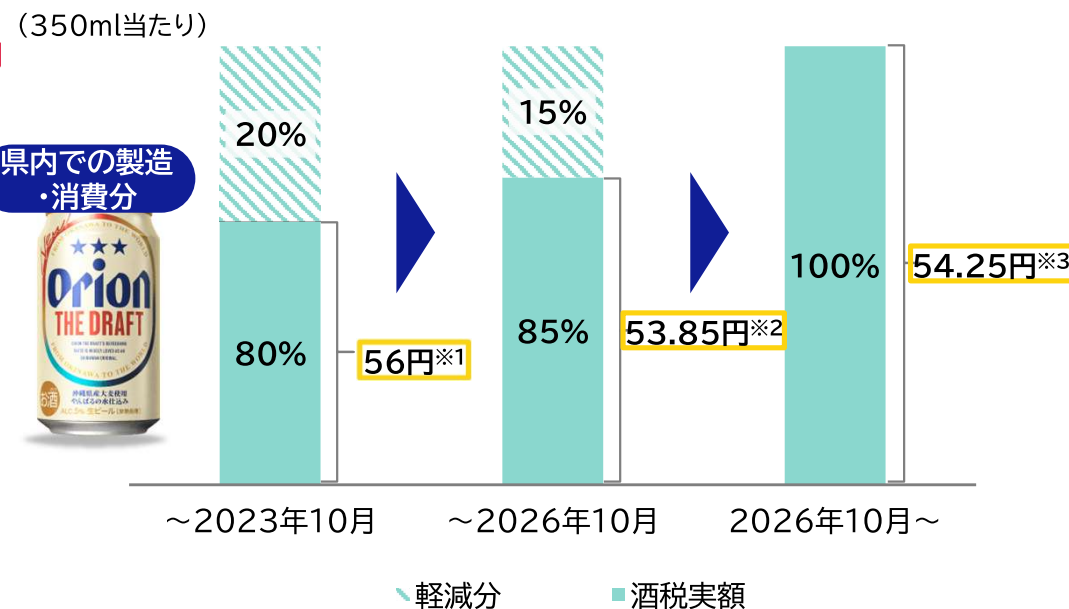
全国の酒税改正の概要



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いる
- 沖縄の経済成長とともに徐々に軽減幅が縮小されてきており、ビール等については2026年10月より15%の軽減分が廃止され、全国酒税と同じ水準となる

ビールの酒税推移¹



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

※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%

対象株主

- 2026年3月31日を基準日とする株主名簿で1,000株以上保有の株主

優待内容

所有株式数

優待内容

①当社酒類製品12缶詰め合わせ

②オリオンTシャツ(スタンダード)

STANDARD

1,000株以上
2,000株未満

①もしくは②から選択



・オリオン ザ・ドラフト
350ml×12缶



デザイナーコメント：
オリオンビールのもつ、沖縄らしい楽しさやワクワク感をジョッキの形をしたシーサーで表現しました。

③当社酒類製品12缶詰め合わせ

④オリオンTシャツ(プレミアム)

PREMIUM

2,000株以上

③もしくは④から選択



・オリオン ザ・ドラフト
350ml×4缶
・75BEER ピルスナー
350ml×4缶
・オリオン ザ・プレミアム
350ml×4缶



デザイナーコメント：
一見、真っ白なTシャツのようですが、まるでビールの泡のように、真っ白いオリオンビールロゴが浮かび上がるデザインです。

※写真はイメージです。内容につきましては、一部変更になる可能性がございます。