



2026年4月24日

各位

会社名 梅乃宿酒造株式会社
代表者名 代表取締役社長 吉田 佳代
(コード番号：559A 東証スタンダード市場)
問合せ先 取締役管理部長 松浪 雄二
(TEL：0745-69-2121)

東京証券取引所スタンダード市場への上場に伴う当社決算情報等のお知らせ

当社は、本日、2026年4月24日に東京証券取引所スタンダード市場に上場いたしました。今後ともなお一層のご指導ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2026年6月期（2025年7月1日から2026年6月30日まで）における当社の業績予想は、次のとおりであります。

【個別】

(単位：百万円、%)

	2026年6月期 (予想)			2026年6月期 中間会計期間 (実績)		2025年6月期 (実績)	
		対売上高 比率	対前期 増減率		対売上高 比率		対売上高 比率
売上高	3,019	100.0	12.5	1,684	100.0	2,684	100.0
営業利益	482	16.0	52.2	376	22.4	317	11.8
経常利益	457	15.1	49.5	375	22.3	306	11.4
当期(中間)純利益	315	10.5	30.7	249	14.8	241	9.0
(参考)調整後 当期(中間)純利益	340	11.3	36.0	252	15.0	250	9.3
1株当たり 当期(中間)純利益	52円43銭			41円40銭		40円12銭	
(参考)調整後1株当たり 当期(中間)純利益	56円51銭			41円88銭		41円55銭	
1株当たり 配当金	20円95銭			—		—	

- (注) 1. 当社は、連結財務諸表及び中間連結財務諸表を作成しておりません。
2. 当社は、2025年4月17日開催の取締役会決議に基づき、2025年4月17日付で普通株式1株につき20株の株式分割を行っておりますが、2025年6月期の期初に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期(中間)純利益を算出しております。
3. 2025年6月期(実績)及び2026年6月期中間会計期間(実績)の1株当たり当期(中間)純利益は期中平均発行済株式数により算出しております。
4. 2026年6月期(予想)の1株当たり当期純利益は予定期中平均発行済株式数により算出しております。
5. 調整後当期(中間)純利益を、以下により算出しております。
調整後当期(中間)純利益
＝ 当期(中間)純利益＋上場関連費用－特別利益＋特別損失－法人税等調整費用
6. 上場関連費用とは、上場準備に伴う主幹事証券会社へのアドバイザー費用、上場審査に係る費用、目論見書等の印刷費用等、上場に伴う一時的な費用であります。

7. 法人税等調整費用は上場関連費用等の調整による課税所得の増減に伴う法人税等費用の増減であります。
8. 調整後当期（中間）純利益は、当社が、投資家にとって当社の業績を評価するために有用であると考えられる財務指標であり、金融商品取引法第193条の2第1項の規定に基づく監査の対象とはなっておりません。当該財務指標は、上場後には発生しないと見込まれる上場関連費用等の非経常的な費用項目（通常の営業活動の結果を示していると考えられない項目）の影響を除外しております。調整後当期（中間）純利益は、当期（中間）純利益に影響を及ぼす項目の一部を除外しており、分析手段としては重要な制限があることから、金融商品取引法第193条の2第1項の規定に基づき表示された他の指標の代替的指標として考慮されるべきではありません。当社における調整後当期（中間）利益は、同業他社の同指標又は類似の指標とは算定方法が異なるために、他社における指標とは比較可能でない場合があります、その結果、有用性が減少する可能性があります。

<調整後当期（中間）純利益及び調整後1株当たり当期（中間）純利益の調整表>

（単位：百万円）

	2026年6月期 （予想）	2026年6月期 中間会計期間 （実績）	2025年6月期 （実績）
当期（中間）純利益	315	249	241
（調整額）			
上場関連費用	37	5	14
特別利益	▲ 1	▲ 1	▲ 2
特別損失	1	0	1
法人税等調整費用	▲ 12	▲ 1	▲ 4
調整後当期（中間）純利益	340	252	250
調整後1株当たり 当期（中間）純利益	56円51銭	41円88銭	41円55銭

9. 当社は、株主への還元を重要な経営課題と認識しております。一方で、一定の内部留保を将来の事業展開及び経営体質の強化のために投資に充当し、より一層の事業拡大を目指すことが、株主に対する利益還元をより大きくすることにつながるとも考えております。

この点、当社は、成長投資のための内部留保を充実させ、財務健全性を維持しながらも、資本効率を一定以上に保つことを目安として留保と分配のバランスを取りながら、継続的かつ安定的な配当を行う事を基本的な考え方としております。

具体的には、総還元性向（配当支払総額＋自己株式取得総額）÷当期純利益）50%を指標として、配当により40%、自己株式の取得により10%の還元を行っていく方針です。

当該方針に従い、2026年6月期におきましては、期末の配当金額として1株当たり20円95銭を予定しております。

なお、当該配当額は、前述のとおり当期純利益の予想金額をベースに算出したものであり、当期純利益金額の実績が、予想と乖離した場合、配当予定金額を修正する可能性があります。

【2026年6月期業績予想の前提条件】

1. 当社全体の見通し

(当社の概要)

当社は、1893年に現在の奈良県葛城市において初代吉田熊太郎が創業した「吉田熊太郎商店」をルーツとする地酒蔵です。当社は、創業以来の130年に渡り取り組んできた大和の地酒造りというアイデンティティを守りながらも、日本酒の可能性を広げるべく、「新しい酒文化を創造する」をパーパスとして、酒類の製造及び国内外での販売事業を営んでおります。

現在の当社の主力商品は、果実をふんだんに用いた日本酒仕込みの果実リキュール「あられしシリーズ」であります。「あられしシリーズ」は、梅、ゆず、みかん、もも等の様々な果実のラインナップを展開しており、国内取引社数1,000社超、国産リキュール市場シェア(*1)は16.7%となっております。また、海外展開も推進しており、売上高に占める海外向け比率は18.0%（2025年6月期実績）であります。

*1 株式会社富士経済「2026年食品マーケティング便覧No.3」における果実リキュールの市場規模（2024年、レモンサワーの素を除く。）を分母、当社のリキュール売上高（2024年年間）を分子として算出した値です。

(当社の基本スタンス)

伝統を守るべき地酒蔵といえども、時代に合わせて変化を続けることは必要です。当社は、飲酒カテゴリーの多様化といったマーケットの変化に柔軟に対応し、日本酒造りだけにとらわれることなく、日本酒を用いた梅酒（リキュール）の製造販売に進出するなどして、多くの地酒蔵が廃業していく厳しい環境を乗り越え、事業を拡大してまいりました。近年でも、2017年に伝統的な杜氏を中心とする酒造りから社員による酒造りへと舵を切り、働きやすい勤務体制とすることで多様な人材を引き付ける蔵の体制を整えながら、属人的な経験と勘ではなく社内に蓄積したデータに基づき再現性高く品質の安定した酒造りを可能とする、といった変革に挑戦し、さらには積極的な新商品開発、ECチャネルの開拓、日本酒果実リキュールを含む海外での日本産酒類の普及拡大に努めるなど、日本酒及び日本酒蔵の可能性を追求すべく、「伝統と革新」をテーマに事業を進めております。

(マーケットの動向)

酒類を巡る国内の状況としましては、少子高齢化や人口減少等の人口動態の変化、消費者の低価格志向、ライフスタイルの変化や嗜好の多様化等の背景により、マーケットは近年縮小傾向を続けています。酒類の中では、清酒全体が減少傾向にある中、純米酒や純米吟醸酒といったプレミアム感のあるカテゴリーは増加傾向にあり、高付加価値商品の需要の高まりがうかがえます。また、需要の3分の2を占める低アルコール飲料ではビールからリキュールへと消費が移行しているとされており、様々な嗜好に合わせた商品が人気となっているものと考えられます。当社は、こうした状況においては、時代に合わせて新たな飲酒の楽しさや体験性を提供していくことを意識した商品開発やマーケティング、消費者とのコミュニケーションが重要になるものと考えています。

一方、海外市場につきましては、日本産酒類の輸出金額は清酒や日本産ウイスキー等への国際的な評価の高まり等を背景に伸長しており、世界における認知度、日本産酒類の持つポテンシャルから潜在的市場規模はより大きいものと考えられています（出展：国税庁「酒のしおり令和7年7月」）。当社としても、海外展開には依然として大きな可能性が見込まれる状況にあるものと考えています。当社は、日本酒だけでなく、豊かな和食文化が育んできた日本産リキュールにも国際的な競争力があると考えており、認知度

向上等に取り組む必要があると考えております。

(当社の戦略)

こうした状況を受けて当社は、伝統の日本酒造りは軸として保ちつつも、日本酒果実リキュールの国内でのさらなる普及拡大、世界展開に取り組みながら、既存の日本酒像にとらわれない様々な商品を開発し、売上拡大にむけた施策に取り組んでおります。

当社の「あらしシリーズ」をはじめとする主力商品群は、従来専門店を中心に販売を行ってまいりましたが、国内の低アルコール飲料市場の需要を取り込むべく、量販店を通じた販路拡大を進めており、着実に成果が上がっております。

また、梅、ゆず、みかん、もも等の豊富なラインナップからなる日本酒果実リキュールは、様々な趣味趣向、食文化に合わせて飲用できるポテンシャルを有しております。さらに、当社の開発力を活かした各国の嗜好に合わせた専用商品の開発も奏功しており、グローバルでの当社商品への需要についてはまだまだ開拓余地が大きいものと考えております。当社は、輸出開始から20年以上が経過した現在、アメリカ合衆国、中華人民共和国、香港、台湾、欧州など24の国または地域に販路を展開しておりますが、「和食」の広がりや「伝統的造り」のユネスコ無形文化遺産登録等の話題もあり、今後も各地域での定着強化や更なる販路拡大が見込めるものと考え、海外代理店との連携強化、新規開拓等に注力しております。

さらに、当社は、日本酒造りで培った技術や様々なリキュールを開発してきた経験を活用し、既存の日本酒像にとらわれない新商品開発にも挑戦しております。こうした新商品はECを中心に展開し、SNSをはじめとするインターネットを通じた話題作りによるマーケティングや顧客とのコミュニケーションを積極的に行うことでEC市場の開拓を進めると同時に、ユニークな酒蔵としての当社ブランドの確立、認知度向上を目指して事業を推進しております。

また、EC及び直営店での販売において反響があった商品の中でBtoBでも展開可能であると見込まれるものについては、原材料確保等の体制を整えたうえで、BtoBの販路への展開を行っております。当社は、安定的なBtoB事業より獲得した収益を新商品の開発やマーケティングへ積極的に投資し、BtoCチャネルでのファン層の反応を見ながら共創的に商品を作り上げ、BtoB事業を通じて大きな収益源へと育てていく「生活者共創型マーケティング」を事業成長モデルとしており、BtoCチャネルを当社の新たなチャレンジのプラットフォームへと育てていく考えです。

(通期見通し)

このような取り組みを進めた結果、足元の業績は堅調に推移しており、当社の2026年6月期の通期見通しは、売上高3,019百万円（前期比12.5%増）、営業利益482百万円（前期比52.2%増）、経常利益457百万円（前期比49.5%増）、当期純利益は315百万円（前期比30.7%増）を見込んでおります。

詳細は「2. 業績予想の前提条件」をご参照ください。

2. 業績予想の前提条件

当社は2025年7月から2026年1月までの実績を踏まえ、2026年2月の取締役会において、2026年6月期に係る業績予想の修正を行っております。2026年6月期に係る業績予想においては、2026年1月までの実績値に2026年2月以降の予算数値を合算して算出した数値となっております。

(1) 売上高

(国内BtoB)

国内BtoBの売上は、料飲店の市場動向等に左右されます。近年において料飲店に大きなインパクトのあった出来事のひとつは、新型コロナウイルス感染症の流行でしたが、2023年5月の5類への移行から数年が経過し、消費マインドが回復するとともに、旺盛なインバウンド需要等を受けて国内料飲店市場は活気を取り戻しております。一方で、物価高騰の影響を受けて料飲店の仕入れ判断は慎重になりつつあります。

当社は、2026年6月期におきましては、既存取引先に対して積極的に提案を行い、関係強化と取引拡大を目指して活動をおこなっております。また、大型小売店においては、年間での催事実施を計画するなどボリューム確保に向けた取り組みを進めております。

価格面に関しましては、原材料・包材をはじめとするコスト高の厳しい環境を受けて、前事業年度中より価格転嫁を進めてきており、2026年6月期におきましても、2026年2月に主力商品「あられシリーズ」の価格改定を実施いたしました。

これは必要な利益率を確保するために行うものですが、売上高の増加にも寄与するものと考えております。

2026年6月期の計画策定におきましては、専門店等の従来からの取引先については急激な取引先数の変動はなく、料飲店等をはじめとするアルコール市場の動向に従って、引続き需要が見込まれるものとみており、さらに一定の新規取引先開拓、新商品による導入の増加等の効果が見込まれることから、前年度の取引実績を基礎として、新規開拓の効果、新商品の導入見込みなどに基づく売上高の増加見込みを加味し、さらに価格改定の影響によるプラスの効果を織り込んで販売計画を立案しております。注力している大型小売店については、個別にインパクトが大きいことから、試飲販売等の催事の効果を考慮し、取引先との交渉状況を踏まえながら、販売計画を立案しております。

以上より、2026年6月期の国内BtoB売上高は1,863百万円（前期比4.0%増）を見込んでおります。

なお、一般に清酒の製造にはコメ作りのサイクルに応じた季節性が見られ、新酒のシーズン（12月から1月頃）に需要が高まる傾向があります。また、年末年始等の消費量が多くなるシーズンもございます。これは、当社の歴史においても経営課題と認識されておりましたが、こうした季節性の強い商品により業績が大幅に変動することがないように、通年で経営を支える商品の開発に取り組んだ結果、年間を通じて製造が可能であり、季節によらず楽しませているリキュールを主力商品とするに至っております。

従いまして、料飲店の繁忙期でもある12月頃（当社第2四半期）に一定程度売上が増加する傾向にはありますが、突出して第2四半期に売上が偏るといった強い季節的変動はありません。

(海外)

海外につきましては、全体として日本産酒類の輸出は増加傾向にあり、浸透・開拓余地は十分にあるところですが、輸出対象国個別の事情により需要動向が左右されるため、地域別に日本産酒類に対する消費者マインド等の影響を検討し、当該地域の代理店と情報交換を行い、代理店の販売目標に対して達成可能性を加味し、販売施策をすり合わせた上で当社計画を策定しております。

近年では、取引量、金額が大きくなるグローバル小売チェーンであるCostcoとの取引開始に向けた活動をしており、アジア太平洋地域で取引が開始されました。今後、取引拡大に向けた活動を行いながら、北米エリアでの取引についても商談を継続してまいります。

各地域別の売上変動見込及び計画策定において考慮した事象は以下のとおりです。

- ・中国

中国の売上高は、57百万円を見込んでおります。中国は、経済の停滞等が報じられるものの市場としては依然として大きく、日中関係の動向及び現地の経済情勢により販売量が大きく変動いたします。同国では、2023年8月より開始された、我が国のALPS処理水海洋放出を受けて、水産物の輸入を全面的に停止するなどの措置が採られました。これにより、当社の販売も影響を受け、近年大きく売上が減少しております。当社は、徐々に需要が回復するものと見ておりましたが、中国経済の停滞も影響し、需要の回復は当社の想定を下回って推移しております。

2026年6月期につきましては、直近の動向について代理店からの展望等を聞き取りながら検討した結果、引き続き大きな需要回復は見込めないものと判断し、また、足元の日中関係の緊張の高まり等が需要に影響するとみて、前事業年度比減少を計画しております。

- ・香港

香港の売上高は、33百万円を見込んでおります。香港の景気動向につきましては、中国同様の市況状況にあると現地代理店より報告を受けており、全体的には大幅な増額は難しく、前事業年度実績程度に留まるとの想定に基づき、現地小売店におけるスポット催事への参加等による増額を加味して計画を策定しております。

- ・台湾

台湾の売上高は、138百万円を見込んでおります。台湾につきましては、2025年6月期において、大型店舗でのスポット催事に当社商品が採用されず、売上が落ち込みましたが、2026年6月期においては、再び採用となりました。その他、現地インフルエンサーが当社商品を紹介するなどの追い風を受け、前事業年度比では増加を想定しております。

- ・北米

北米の売上高は、146百万円を見込んでおります。北米につきましては、日本食への関心の高まり等の環境もあり、有望な市場と位置付けておりますが、2025年6月期においては、過去に販売した在庫の現地代理店における消化が進まず、一時期出荷が停滞しておりました。2026年6月期につきましては、現地代理店が大型案件を獲得し、また在庫の消化も進んだことから、前事業年度比で増加を計画しております。

- ・欧州

欧州の売上高は、83百万円を見込んでおります。欧州につきましては、景気に関する大きな変動等は想定しておらず、堅調に推移している既存取引先との商談状況を踏まえ、前事業年度並みの売上高を計画しております。

- ・その他海外

その他海外の売上高は、247百万円を見込んでおります。その他の海外売上といたしましては、当期よりアジア太平洋地域でCostcoとの取引開始が寄与する他、インバウンド需要の高まりを受けた空港での販売が引き続き堅調に推移するものとして計画しております。

以上より、2026年6月期の海外売上高は707百万円（前期比46.4%増）を見込んでおります。

(BtoC)

BtoCは、ECサイトでの販売及び直営店舗での販売で構成されております。

自社ECにつきましては、前事業年度実績をもとに既存顧客のリピートによるベース売上と、有料広告他キャンペーン等の各種施策の実施による効果を加味して計画を策定しております。

広告に関しましては、海外を含む大手EC事業者による広告への大型投資等の影響により広告単価は高止まりしているため、当社は広告効率を重視し、過度に広告に依存しない認知度向上施策を進めながら売上の拡大を目指して計画としております。

また、大手ECモールでの販売につきましては、当社商品がカテゴリー別で売上ランキング1位となるなど順調に推移しており、当該状況を踏まえて前事業年度比増加を計画しております。

直営店舗につきましては、前事業年度の実績をふまえて、イベント等の実施計画を加味し、前年並みの計画としております。

以上より、2026年6月期のBtoC売上高は449百万円（前期比9.4%増）を見込んでおります。

これらの各チャネルの計画を総合し、2026年6月期の当社全体の売上高は3,019百万円（前期比12.5%増）を計画しております。

(2) 売上原価

売上原価は、主に製造原価であり、チャネルごとの販売計画に基づき計画しております。なお、海外につきましては主要な地域ごとに策定しており、大型小売店につきましてはオリジナル商品を中心に販売しているため、個別に策定しています。

策定方法といたしましては、チャネル別、エリア別、販売先別に策定した商品別の販売数量を基礎に、想定される原価率を乗じてそれぞれの原価を算出しております。

原価の算出に用いる原価率は、前年度実績を基礎としながら、原材料や資材価格、エネルギー価格等、影響の大きいコストの変動を加味して設定しております。なお、2026年6月期においては、原材料や資材価格の値上がり等の状況を受け、これらについては増加するものと見込んで設定しております。

値上げ幅を加味するに際しては、原材料や資材価格につきましては、製造部門及び物流部門が原材料や資材の調達価格の状況を加味したうえで上昇幅を試算し、原価に反映しております。上昇幅の試算におきましては、果実等農産物の収穫量等を踏まえた原材料需給の状況や運送費の上昇可能性等を考慮しております。また、エネルギー価格に関しましても、価格上昇が見込まれるものについて増加幅を見積り、原価に反映しております。

以上を踏まえ、2026年6月期の売上原価は1,302百万円（前期比9.5%増）を見込み、売上総利益は1,716百万円（前期比14.8%増）を見込んでおります。なお、原価率は43.1%（前期比1.2ポイントの改善）を見込んでおります。これは主に価格改定及びセールスマックスの見直しによる改善によるものです。

(3) 販売費及び一般管理費、営業利益

販売費及び一般管理費は、部門別に費目を積み上げて計画を策定しております。主な費目の前提条件は以下のとおりです。

人件費につきましては、各部門の給与実績を基礎とし、人員の採用計画、退職予定及びベースアップ等の給与増加率を加味して策定しており、増加を見込んでおります。

広告宣伝費につきましては、EC部門の広告費について単価上昇を踏まえた効果的な広告運用及びそれに基づく販売計画を前提に設定しており、減少を見込んでおります。その他の部門の広告費については、売上高計画と連動させて計画を策定しており、概ね前年事業年度並みを見込んでおります。

支払運賃は、商品の出荷にかかるものであるため、販売計画と連動させながら、物流費の上昇を加味して計画しており、増加を見込んでおります。

以上を踏まえ、2026年6月期の販売費及び一般管理費は人件費等の増加の影響により1,234百万円（前期比4.7%増）を見込み、営業利益は482百万円（前期比52.2%増）を見込んでおります。なお、売上高に対する販売費及び一般管理費の比率は40.9%（前期比3.0ポイントの改善）と、改善を見込んでおり、物価上昇及び当社事業の拡大の中で、コストの抑制に努めております。

（4）営業外損益、経常利益

営業外収益の主なものは、受取利息及び配当金であります。これらは前年実績を参考に計画に織り込んでおります。

営業外費用の主なものは、支払利息及び上場関連費用であります。支払利息につきましては、借入金の返済スケジュールに基づく残高と借入利率に基づいて見込んでおります。上場関連費用につきましては、発生が見込まれる費用を個別に見積り、積み上げにより予算化をしております。

以上を踏まえ、営業外収益4百万円（前期比48.9%増）を見込み、営業外費用29百万円（前期比110.6%増）を見込んだ結果、経常利益は457百万円（前期比49.5%増）を見込んでおります。

（5）特別損益、当期純利益

特別利益に関しましては、補助金収入1百万円を見込んでおります。また、特別損失に関しましては、固定資産の除却損1百万円の発生を見込んでおります。

以上の結果、税引前当期純利益は457百万円（前期比48.9%増）を見込み、法人税等を差し引き、当期純利益は315百万円（前期比30.74%増）を見込んでおります。

【業績予想に関するご留意事項】

本資料に記載されている当社の業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により予想数値と異なる可能性があります。

以上



2026年6月期 第2四半期（中間期）決算短信〔日本基準〕（非連結）

2026年4月24日

上場会社名 梅乃宿酒造株式会社 上場取引所 東
コード番号 559A URL <https://www.umenoyado.com/>
代表者 (役職名)代表取締役社長 (氏名)吉田佳代
問合せ先責任者 (役職名)取締役 管理部長 (氏名)松浪雄二 (TEL)0745(69)2121
半期報告書提出予定日 — 配当支払開始予定日 —
決算補足説明資料作成の有無 : 無
決算説明会開催の有無 : 無

(百万円未満切捨て)

1. 2026年6月期第2四半期（中間期）の業績（2025年7月1日～2025年12月31日）

(1) 経営成績(累計)

(%表示は、対前中間期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		中間純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2026年6月期中間期	1,684	—	376	—	375	—	249	—
2025年6月期中間期	—	—	—	—	—	—	—	—

	1株当たり 中間純利益	潜在株式調整後 1株当たり 中間純利益
	円 銭	円 銭
2026年6月期中間期	41.40	—
2025年6月期中間期	—	—

(注) 1. 2025年6月期中間期については、中間財務諸表を作成していないため、2025年6月期中間期の数値及び対前中間期増減率、並びに2026年6月期中間期の対前中間期増減率は記載しておりません。

2. 潜在株式調整後1株当たり中間純利益は、潜在株式が存在しないため記載しておりません。

(2) 財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
	百万円	百万円	%
2026年6月期中間期	6,325	3,450	54.5
2025年6月期	6,061	3,192	52.7

(参考) 自己資本 2026年6月期中間期 3,450百万円 2026年6月期 3,192百万円

2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2025年6月期	—	0.00	—	0.00	0.00
2026年6月期	—	0.00	—	—	—
2026年6月期(予想)	—	—	—	20.95	20.95

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無 : 無

3. 2026年6月期の業績予想（2025年7月1日～2026年6月30日）

(%表示は、対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	3,019	12.5	482	52.2	457	49.5	315	30.7	52.43

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 無

※ 注記事項

(1) 中間財務諸表の作成に特有の会計処理の適用 : 無

(2) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更 : 無

② ①以外の会計方針の変更 : 無

③ 会計上の見積りの変更 : 無

④ 修正再表示 : 無

(3) 発行済株式数（普通株式）

① 期末発行済株式数（自己株式を含む）

2026年6月期中間期	6,023,920株	2025年6月期	6,023,920株
2026年6月期中間期	一株	2025年6月期	一株
2026年6月期中間期	6,023,920株	2025年6月期中間期	一株

② 期末自己株式数

③ 期中平均株式数（中間期）

(注) 2025年6月期中間期については、中間財務諸表を作成していないため、2025年6月期中間期の期中平均株式数は記載しておりません。

※ 第2四半期（中間期）決算短信は公認会計士又は監査法人のレビューの対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

(将来に関する記述等についてのご注意)

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現時点で入手している情報及び合理的であると判断する前提に基づいたものであり、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。業績予想の前提となる条件及び業績予想のご利用にあたっての注意事項等については、添付資料3ページ「1. 経営成績等の概況 (3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明」をご覧ください。

○添付資料の目次

1. 経営成績等の概況	2
（1）当中間期の経営成績の概況	2
（2）当中間期の財政状態の概況	2
（3）業績予想などの将来予測情報に関する説明	3
2. 中間財務諸表及び主な注記	4
（1）中間貸借対照表	4
（2）中間損益計算書	6
（3）中間キャッシュ・フロー計算書	7
（4）中間財務諸表に関する注記事項	8
（継続企業の前提に関する注記）	8
（株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記）	8
（セグメント情報等）	8

1. 経営成績等の概況

（1）当中間期の経営成績の概況

当中間会計期間（自 2025年7月1日 至 2025年12月31日）における我が国の経済は、堅調な企業の設備投資や拡大基調にある賃金上昇等を背景に、緩やかな回復傾向にあります。物価高の長期化を受けて財消費など一部に弱い動きがみられるものの、所得環境の改善に支えられる形でサービス消費等の回復基調が続いており、好調な企業収益を起点に物価高を上回る賃上げや設備投資の拡大などの前向きな動きが広がることで今後も内需主導により緩やかな回復が続く見通しです。

一方で、アメリカにおける関税政策によりインフレ圧力の上昇が懸念されるなど、海外経済の先行きは不透明感を増しており、引き続き不安定な状況が続いております。

このような経営環境の下、当社は、人口動態やライフスタイルの変化により多様化する酒類市場において、消費者への新たな価値軸を提案する高付加価値商品の提供を推進するために、経営資源の最適化を図り商品の安定供給に取り組んでまいりました。

国内BtoB市場においては、昨年来の大型量販店との取引において商品ラインナップの強化等を推進するなど、販売拡大に向けた取り組みを継続的に推進してまいりました。また、海外市場においては、中国経済の停滞など不透明な状況が続く中、新たな販路の拡大等に取り組んでおります。

BtoC市場では、EC事業においてCPA（Cost per Acquisition：広告における顧客獲得単価）抑制による事業収益確保に向けた各種施策を進めるなど、収益力の強化を図っております。

これらに加えて、2024年10月に「梅乃宿あらごし」シリーズを超える果肉たっぷりの贅沢リキュール「超あらごし」シリーズを販売開始するなど、新商品開発に関しても積極的に推進しております。

以上の結果、売上高は1,684百万円となりました。営業利益は376百万円、経常利益は375百万円、中間純利益は249百万円となりました。

なお、当社は酒類製造販売事業の単一セグメントであるため、セグメント別の記載は省略しておりますが、チャネル別の売上高といたしましては、国内BtoBは972百万円（売上構成比58%）、海外は484百万円（売上構成比29%）、BtoCは227百万円（売上構成比13%）となっております。また、BtoCの売上高は、EC売上が172百万円（売上構成比10%）、直営店が55百万円（売上構成比3%）となっております。

（2）当中間期の財政状態の概況

当中間会計期間末における総資産は、前事業年度末に比べ264百万円増加の6,325百万円となりました。これは主に事業用地の取得及び生産設備の取得による有形固定資産の増加326百万円及び売掛金の増加332百万円等があった一方で、棚卸資産の減少88百万円、現金及び預金の減少238百万円等があったことによるものです。

負債につきましては、前事業年度末に比べ7百万円増加の2,875百万円となりました。これは主に、法人税等の計上による未払法人税等の増加76百万円及び未払消費税等の計上による流動負債その他の増加56百万円等があった一方で、長期借入金の返済による減少116百万円等があったことによるものです。

また、純資産につきましては、前事業年度末に比べ257百万円増加の3,450百万円となりました。これは主に、中間純利益249百万円の計上による利益剰余金の増加によるものです。

（3）業績予想などの将来予測情報に関する説明

2026年6月期の業績予想につきましては、本日公表の「東京証券取引所スタンダード市場への上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」をご参照ください。

なお、当該業績予想は、当社が本日現在において入手可能な情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいて作成したものであり、実際の業績は様々な要因により異なる結果となる可能性があります。

2. 中間財務諸表及び主な注記

(1) 中間貸借対照表

(単位：千円)

	前事業年度 (2025年6月30日)	当中間会計期間 (2025年12月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	1,618,184	1,379,906
売掛金	304,159	636,548
棚卸資産	910,623	822,022
前払費用	22,740	31,562
その他	5,780	5,697
貸倒引当金	△91	△190
流動資産合計	2,861,397	2,875,546
固定資産		
有形固定資産		
建物	2,332,985	2,360,289
構築物	509,402	509,402
機械及び装置	735,912	757,673
車両運搬具	23,796	23,796
工具、器具及び備品	42,736	43,085
土地	197,531	592,144
リース資産	12,449	12,449
建設仮勘定	59,093	45,980
減価償却累計額	△984,774	△1,089,369
有形固定資産合計	2,929,132	3,255,451
無形固定資産		
ソフトウェア	11,900	8,632
その他	3,276	3,138
無形固定資産合計	15,176	11,771
投資その他の資産		
投資有価証券	49,617	61,909
出資金	41,026	41,026
長期前払費用	7,951	6,124
繰延税金資産	98,203	63,327
その他	58,840	10,566
投資その他の資産合計	255,638	182,954
固定資産合計	3,199,948	3,450,178
資産合計	6,061,345	6,325,725

（単位：千円）

	前事業年度 (2025年6月30日)	当中間会計期間 (2025年12月31日)
負債の部		
流動負債		
買掛金	91,014	100,983
1年内返済予定の長期借入金	236,811	237,144
リース債務	3,063	3,063
未払金	65,892	78,197
未払費用	52,841	27,842
未払法人税等	20,351	96,756
前受金	94	72
預り金	4,790	11,406
賞与引当金	67,526	54,222
その他	15,314	71,837
流動負債合計	557,700	681,527
固定負債		
長期借入金	2,235,556	2,118,892
リース債務	3,424	1,892
退職給付引当金	71,796	73,331
固定負債合計	2,310,777	2,194,116
負債合計	2,868,477	2,875,643
純資産の部		
株主資本		
資本金	30,000	30,000
資本剰余金		
資本準備金	152,010	152,010
その他資本剰余金	746,919	746,919
資本剰余金合計	898,930	898,930
利益剰余金		
利益準備金	4,500	4,500
その他利益剰余金		
繰越利益剰余金	2,250,753	2,500,149
利益剰余金合計	2,255,253	2,504,649
株主資本合計	3,184,183	3,433,579
評価・換算差額等		
その他有価証券評価差額金	8,684	16,502
評価・換算差額等合計	8,684	16,502
純資産合計	3,192,868	3,450,081
負債純資産合計	6,061,345	6,325,725

(2) 中間損益計算書

(単位:千円)

	当中間会計期間 (自 2025年7月1日 至 2025年12月31日)
売上高	1,684,430
売上原価	723,531
売上総利益	960,898
販売費及び一般管理費	584,268
営業利益	376,629
営業外収益	
受取利息	1,404
受取配当金	841
為替差益	719
その他	332
営業外収益合計	3,297
営業外費用	
支払利息	4,273
その他	33
営業外費用合計	4,307
経常利益	375,620
特別利益	
補助金収入	1,600
特別利益合計	1,600
特別損失	
固定資産除却損	0
特別損失合計	0
税引前中間純利益	377,220
法人税、住民税及び事業税	97,178
法人税等調整額	30,645
法人税等合計	127,824
中間純利益	249,395

(3) 中間キャッシュ・フロー計算書

(単位:千円)

	当中間会計期間 (自 2025年7月1日 至 2025年12月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	
税引前中間純利益	377,220
減価償却費	108,599
貸倒引当金の増減額(△は減少)	99
賞与引当金の増減額(△は減少)	△24,367
退職給付引当金の増減額(△は減少)	1,535
受取利息及び受取配当金	△2,246
支払利息	4,273
補助金収入	△1,600
固定資産除却損	0
売上債権の増減額(△は増加)	△332,389
棚卸資産の増減額(△は増加)	88,601
仕入債務の増減額(△は減少)	9,969
未払又は未収消費税等の増減額	41,835
その他	7,957
小計	279,488
利息及び配当金の受取額	2,225
利息の支払額	△4,167
法人税等の支払額又は還付額(△は支払)	△20,774
補助金の受取額	1,600
営業活動によるキャッシュ・フロー	258,372
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	△6,000
有形固定資産の取得による支出	△427,486
投資有価証券の取得による支出	△245
その他	204
投資活動によるキャッシュ・フロー	△433,527
財務活動によるキャッシュ・フロー	
長期借入金の返済による支出	△116,331
リース債務の返済による支出	△1,531
財務活動によるキャッシュ・フロー	△117,862
現金及び現金同等物に係る換算差額	719
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△292,299
現金及び現金同等物の期首残高	1,516,017
現金及び現金同等物の中間期末残高	1,223,717

(4) 中間財務諸表に関する注記事項

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

当社は、酒類製造販売事業の単一セグメントであるため、セグメント別の記載は省略しております。

【関連情報】

当中間会計期間(自 2025年7月1日 至 2025年12月31日)

1 製品及びサービスごとの情報

単一の製品・サービスの区分の外部顧客への売上高が損益計算書の売上高の90%を超えるため、記載を省略しております。

2 地域ごとの情報

(1) 売上高

(単位：千円)

国内	海外	合計
1,200,242	484,187	1,684,430

(注) 売上高は顧客の所在地を基礎として国内、海外に分類しております。

(2) 有形固定資産

本邦以外に所在している有形固定資産がないため、該当事項はありません。

3 主要な顧客ごとの情報

売上高に対する割合が10%を超える顧客がないため記載を省略しております。