

2012年3月期 第2四半期

決算説明会

2011年11月18日

養命酒製造株式会社

本日の予定

1. 2012年3月期 第2四半期決算ハイライト
2. 新たな中期経営計画の方針
3. 2012年3月期の見通しと施策

会社概要

| | |
|-------------------|--------------------------------------|
| 社名 | 養命酒製造株式会社 YOMEISHU SEIZO CO.,LTD. |
| 設立 | 大正12(1923)年6月20日 |
| 資本金 | 16億5,000万円（東証市場第1部、名証市場第1部上場） |
| 売上高 | 116億円(2011年3月期) |
| 経常利益 | 10億円(2011年3月期) |
| 従業員数 | 262名(2011年3月31日現在) |
| 本店 | 東京都渋谷区南平台町16-25 |
| 大阪支店 | 大阪府大阪市福島区吉野4-24-11 |
| 福岡支店 | 福岡県福岡市博多区博多駅南3-4-5 |
| 駒ヶ根工場 | 長野県駒ヶ根市赤穂16410 |
| 中央研究所 | 長野県上伊那郡箕輪町中箕輪2132-37 |
| 施設運営事業部 (くらすわ) | 長野県諏訪市湖岸通り3-1-30 |

経営理念・基本方針

経営理念

生活者の信頼に応え、豊かな健康生活に貢献する

2012年3月期の取組み

既存の商品及び事業に経営資源を集中し、
収益基盤の維持、確保に重点的に取り組む

1. 2012年3月期 第2四半期決算ハイライト

2012年3月期第2四半期のポイント

既存の商品及び事業による安定的な収益基盤の維持・確保

(1)「養命酒」

「養命酒」売上高5,061百万円(前年同期比3.3%減)

①国内「養命酒」売上高4,886百万円(前年同期比2.6%減)

当初計画に対し堅調に推移

- エリア別担当制による効率的営業活動
- 「養命酒」と他の商品との広告費バランスを意識した計画的な販売促進活動
- 各種媒体の役割・訴求対象を明確にした効率的な広告の実施
- 広告と連動した店頭における販売促進活動の展開

②海外「養命酒」売上高174百万円(前年同期比19.4%減)

- 各国の市場環境に即したマーケティングの展開や見直しの実施
- 「養命酒」の理解と知名度の向上に努める



2012年3月期第2四半期のポイント

(2)「ハーブの恵み」

売上高137百万円(前年同期比43.2%減)

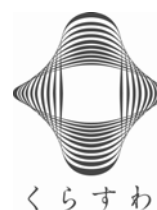
- ・ 前年は新発売にあたっての集中的な告知広告の実施と市場浸透に注力
- ・ 取扱店舗数の拡大に向けた店頭活動や試飲会、棚割提案による配荷促進
- ・ 各種イベントへの出展やキャンペーンの実施
- ・ 特定エリアに集中したプロモーションを実施



(3)「くらすわ」

施設運営事業(「養命酒健康の森」含む) 売上高197百万円(前年同期比10.0%増)

- ・ 開業1周年イベントをはじめ各種イベントを開催し集客
- ・ ロケーションを活かした観光客の取込みに注力
- ・ オリジナル商品の販売チャネルの拡充



経営成績(損益計算書)

(単位:百万円)

| | 前第2四半期累計期間 | | 当第2四半期累計期間 | | 増減額 | 増減率(%) |
|------------|------------|--------|------------|--------|-------|--------|
| | | 構成比(%) | | 構成比(%) | | |
| 売上高 | 5,781 | 100.0 | 5,537 | 100.0 | △ 244 | △ 4.2 |
| 売上原価 | 1,960 | 33.9 | 1,871 | 33.8 | △ 88 | △ 4.5 |
| 売上総利益 | 3,821 | 66.1 | 3,665 | 66.2 | △ 155 | △ 4.1 |
| 販売費及び一般管理費 | 3,706 | 64.1 | 2,943 | 53.2 | △ 762 | △ 20.6 |
| 営業利益 | 114 | 2.0 | 721 | 13.0 | 607 | 531.1 |
| 経常利益 | 250 | 4.3 | 855 | 15.4 | 604 | 241.3 |
| 四半期純利益 | 159 | 2.8 | 368 | 6.7 | 208 | 131.0 |

- 売上高は、東日本大震災・原子力発電所事故による影響、個人消費の低迷等の先行き不透明な状況の中、前年同期比4.2%減
- 広告費バランスを意識した計画的な販売促進活動の実施、諸経費の節減等を行い、営業利益は前年同期比531.1%増、経常利益は前年同期比241.3%増
(なお、前年同期は新商品・新事業の基盤構築のために必要な費用を積極投入)
- 四半期純利益は、減損処理による投資有価証券評価損を計上し、前年同期比131.0%増

セグメント別売上高

(単位:百万円)

| | 前第2四半期累計期間 | | 当第2四半期累計期間 | | 増減額 | 増減率(%) |
|---------|------------|--------|------------|--------|-------|--------|
| | 売上高 | 構成比(%) | 売上高 | 構成比(%) | | |
| 養命酒関連事業 | 5,531 | 95.7 | 5,272 | 95.2 | △ 258 | △ 4.7 |
| 養命酒 | 5,234 | 90.5 | 5,061 | 91.4 | △ 172 | △ 3.3 |
| (うち輸出分) | (216) | (3.8) | (174) | (3.2) | △ 42 | △ 19.4 |
| その他 | 297 | 5.1 | 211 | 3.8 | △ 85 | △ 28.9 |
| 施設運営事業 | 179 | 3.1 | 197 | 3.6 | 17 | 10.0 |
| その他 | 70 | 1.2 | 67 | 1.2 | △ 3 | △ 4.8 |
| 合計 | 5,781 | 100.0 | 5,537 | 100.0 | △ 244 | △ 4.2 |

貸借対照表

(単位:百万円)

| | 2011年3月末 | | 2011年9月末 | | 増減額 | 備考 |
|----------|-----------|---------|-----------|---------|-------|-----------------|
| | | 構成比(%) | | 構成比(%) | | |
| 流動資産 | 7,685 | 23.7 | 8,320 | 25.4 | 635 | 売掛金、有価証券の増加 |
| 固定資産 | 24,760 | 76.3 | 24,461 | 74.6 | △ 298 | |
| 資産合計 | 32,445 | 100.0 | 32,782 | 100.0 | 336 | |
| 流動負債 | 1,446 | 4.5 | 1,764 | 5.4 | 317 | 未払法人税等、未払費用の増加 |
| 固定負債 | 1,022 | 3.2 | 1,005 | 3.1 | △ 17 | |
| 負債合計 | 2,469 | 7.6 | 2,769 | 8.4 | 300 | |
| 株主資本 | 30,057 | 92.6 | 29,884 | 91.2 | △ 173 | |
| (うち自己株式) | (△ 2,881) | (△ 8.9) | (△ 2,882) | (△ 8.8) | 0 | |
| 評価・換算差額等 | △ 81 | △ 0.3 | 128 | 0.4 | 209 | その他有価証券評価差額金の増加 |
| 純資産合計 | 29,976 | 92.4 | 30,012 | 91.6 | 35 | |
| 負債・純資産合計 | 32,445 | 100.0 | 32,782 | 100.0 | 336 | |

キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

| | 前第2四半期累計期間 | 当第2四半期累計期間 | 備考 |
|----------------------|------------|------------|----------------------|
| 営業活動によるCF | 218 | 826 | |
| 投資活動によるCF | △ 108 | △ 115 | 定期預金の預入 有形固定資産の取得 |
| 財務活動によるCF | △ 538 | △ 538 | 配当金の支払 |
| 現金及び現金同等物の 増減額 | △ 428 | 171 | |
| 現金及び現金同等物の 期首残高 | 3,174 | 2,829 | |
| 現金及び現金同等物の 四半期末残高 | 2,745 | 3,001 | |

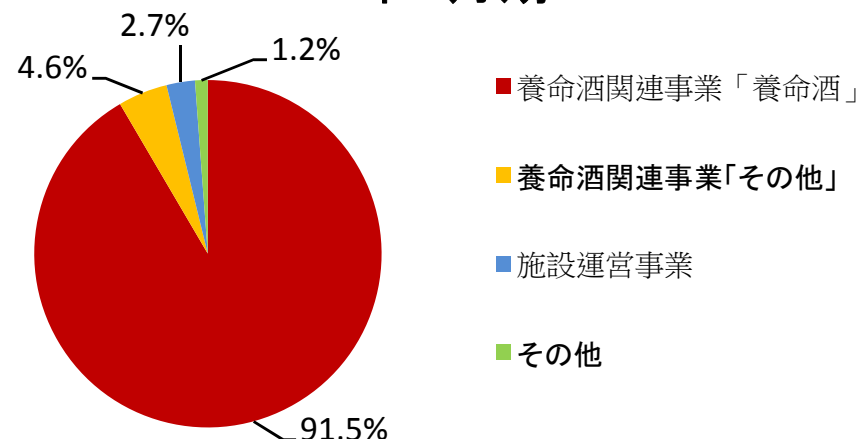
2. 新たな中期経営計画の方針

第2次中期経営計画の総括と課題

成果

- * 新商品「ハーブの恵み」
新事業「くらすわ」による
将来の成長に向けた基盤を構築
- * 「養命酒」以外の売上高の
構成比が8.5% (約10億円)

第2次中期経営計画最終年度
2011年3月期



成長に向けた課題

- * 新商品「ハーブの恵み」を基盤とした更なる成長への取組み
- * 新事業「くらすわ」の事業領域の拡大
- * 海外事業の推進
- * 「養命酒」の安定的な収益の確保

新たな中期経営計画の策定と震災の影響

東日本大震災の影響

当社の状況

- ・人的被害はなし
- ・事業所・生産設備等に営業・生産に支障をきたすような被害はなし

経営環境の悪化

- ・国内経済への直接的な影響
- ・電力不足の長期化など福島原子力発電所の事故による影響



新たな中期経営計画の実施時期、施策の再検討

新たな中期経営計画の方針

基本方針: 持続的成長に向けた事業構造の変革

新規事業領域の拡大と
成長性の確保

「養命酒」関連事業による
安定的収益基盤の確保

大正製薬株式会社との
業務提携強化

保有資産の見直しと積極的活用

経営基盤の強化、高度化

社会的使命への取組み

3. 2012年3月期の見通しと施策

2012年3月期業績予想

(単位:百万円)

| | 2011年3月期 | | 2012年3月期(予想) | | 対前期 増減率(%) | 当初予想 | 対当初予想 増減率(%) |
|------------|----------|------------|--------------|------------|---------------|--------|-----------------|
| | | 構成比 (%) | | 構成比 (%) | | | |
| 売上高 | 11,640 | 100.0 | 11,440 | 100.0 | △ 1.7 | 11,190 | 2.2 |
| 売上原価 | 3,933 | 33.8 | 3,810 | 33.3 | △ 3.1 | 3,800 | 0.3 |
| 売上総利益 | 7,706 | 66.2 | 7,620 | 66.6 | △ 1.1 | 7,380 | 3.3 |
| 販売費及び一般管理費 | 6,885 | 59.2 | 6,540 | 57.2 | △ 5.0 | 6,580 | △ 0.6 |
| 営業利益 | 821 | 7.1 | 1,080 | 9.4 | 31.5 | 800 | 35.0 |
| 経常利益 | 1,049 | 9.0 | 1,300 | 11.4 | 23.9 | 1,020 | 27.5 |
| 当期純利益 | 705 | 6.1 | 630 | 5.5 | △ 10.8 | 630 | — |

設備投資額250百万円(対前期121百万円増)、研究開発費442百万円(対前期38百万円増)

減価償却費670百万円(対前期135百万円減)

■ 売上高は11,440百万円(前期比1.7%減)と当初予想に対し増加を見込む

・東日本大震災の影響長期化、個人消費の低迷等

■ 計画的な販売促進活動、経費節減により、営業利益は1,080百万円(前期比31.5%増)、経常利益は1,300百万円(前期比23.9%増)と増益の見込み

■ 期末配当金は1株につき18円

2012年3月期のポイント

(1)既存の商品及び事業による安定的な収益基盤の維持・確保

・「養命酒」 目標売上高

国内10,120百万円、海外450百万円、合計10,570百万円

(国内) ・「ハーブの恵み」等の販売促進費とのコストバランス

・各種媒体の役割や訴求対象を明確にした効率的な広告の実施

・エリア別担当制による効率的営業活動

・9月新発売のミニドリンク剤「ハーブプラスHerb+」と合わせた効果的な販売促進活動

(海外) ・各国・地域の市場環境に即したマーケティング活動の展開

・「ハーブの恵み」 販売促進活動の強化

・「くらすわ」 積極的な集客と季節、顧客層を意識した活動を展開

(2)新規事業領域の拡大と成長性の確保の準備

・「ハーブの恵み」を中心とした独自のハーブ酒市場の確立

・「くらすわ」の発展的利用(地域貢献・販売チャネルの拡充)

媒体の役割を活かした「養命酒」の広告の実施

テレビ広告：商品認知



こうていだいけい
東洋医学の考え方(黄帝内経)
「7の倍数8の倍数」をテーマに節目となる年齢における養生を訴求

媒体の役割を活かした「養命酒」の広告の実施

雑誌広告：商品理解

**女は7の倍数、
男は8の倍数。**

病気ではないのに、
なんとなく体がだるい…
手足が冷えて眠れない…疲れがとれにくい…食欲がない…胃腸の調子が崩しがち…病後の体調が優れない…そうした、病気ではないのに漠然とした不調に悩まされる状態を「不定愁訴」といいます。

自律神経系の働きが乱れ、血行が滞っていたり、ホルモンのバランスが崩れていたりすることが考えられます。体の基礎的な働きを整えることで、症状の改善が期待されます。

東洋医学の文獻「黄帝内経」に「女性に『7』、男性に『8』の倍数の年齢のときに、体に変化が訪れるという一節があります。そして体の変化に合わせて「養生」を薦めています。

**血行を整える、
薬用養命酒。**

養命酒には14種類の自然の生薬が溶け込んでいます。生薬とお酒の力で血行を促し、体を温めながら自律神経系の働きを整え、健康体へと導きます。冷えや疲れといった症状に効果的です。



薬用養命酒
www.yomeishu.co.jp

『7、8の倍数ブック』を差し上げます。

『7、8の倍数』についての冊子と養命酒の資料をお送りします。お住まいの都道府県、年齢(今年、弊社からのご案内を「希望する」希望しない)を明記の上、お年寄でお申し込み下さい。

〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1
養命酒株式会社
〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1
養命酒株式会社

78

7の倍数 検索

○効果：経絡社製として、内痔瘻、冷や汗、耳鳴目眩、虚汗、血色不良、食欲不振、精神不振に
 ○用法・用量：食後又は就寝前に1日3回、20mlずつ。
 【薬工製薬食品】

主力購買層、健康への意識の高い読者層に訴求
丁寧な説明により納得→購買へ

ミニドリンク剤「ハーブプラスHerb+」

「養命酒」と合わせた効果的な店頭販売促進活動



大正製薬株式会社と共同開発の
ミニドリンク剤「リオン」のパッケージをリニューアルし、
「ハーブプラスHerb+」として新発売(平成23年9月)



「ハーブプラスHerb+」
(指定医薬部外品)
希望小売価格(税込)
50mL: 399円

「養命酒」及び「ハーブプラスHerb+」の
販売促進ツール

「ハーブの恵み」の販売促進活動

- サンプルプレゼントキャンペーンを実施
(200mlボトル、100ml缶)
- 世界フィギュアスケートに協賛
(インタビューボード等にロゴマークも掲出)
- 女性向け雑誌(Mart、LEE、ESSE等)への広告掲載
- テレビ広告(高橋尚子さん)、雑誌、交通広告、
店頭活動と連動したプロモーションを実施



テレビCM
「癒され高橋さん篇」
(高橋尚子さん)



「ハーブの恵み」販売促進ツール

「ハーブの恵み」の販売促進活動

「ハーブの恵み」2011年7月-12月 プロモーション

テレビ

- 世界フィギュアに協賛
- ゴールデンタイムの番組に提供

雑誌

- Mart、LEE、ESSE等の女性向雑誌に広告掲載
- 読者イベント

web

- レシピブックプレゼントキャンペーン
- 楽しみ方訴求キャンペーン
- レシピ検索連動広告

その他

- レシピブック&サンプリングキャンペーン
- 交通広告(東京・大阪・名古屋ではwebと連動)

「くらすわ」における取組み

物販

- ・季節、顧客層に応じた品揃え



- ・外部販売等チャネルの拡充

養命酒
健康の森



外部業者

通信販売

レストラン

- ・ディナー時間帯の集客の強化



「くらすわ」における取組み

イベント等による積極的な集客

定期的な地域貢献・情報発信型イベント
季節や対象とする顧客層に応じたイベント

【地元客の取込み】

- 「くらすわ」一周年記念イベント
- 美と健康のためのウォーキング

【観光客の取込み】

- くらすわ特別観覧席
(諏訪湖祭湖上花火大会、全国新作花火競技大会)
- サマーナイトカフェ・ラウンジバー

春 ●



夏 ●



秋 ●

【観光客の取込み】

- 旅行会社への積極的な働きかけ
- 各種イベントの開催
(「上田工芸会 in くらすわ」など)

冬 ●

【地元客の取込み】

- 北海道フェア(予定)

本日はありがとうございました。

上記の予想は、本資料作成時点において入手可能な情報あるいは想定できる市場動向などを前提としており、不確実性が含まれております。実際の業績は、今後様々な要因により、予想と異なる結果となる可能性があります。

なお、いかなる目的であれ、当資料を無断で複製または転送等を行わないようお願い致します。