

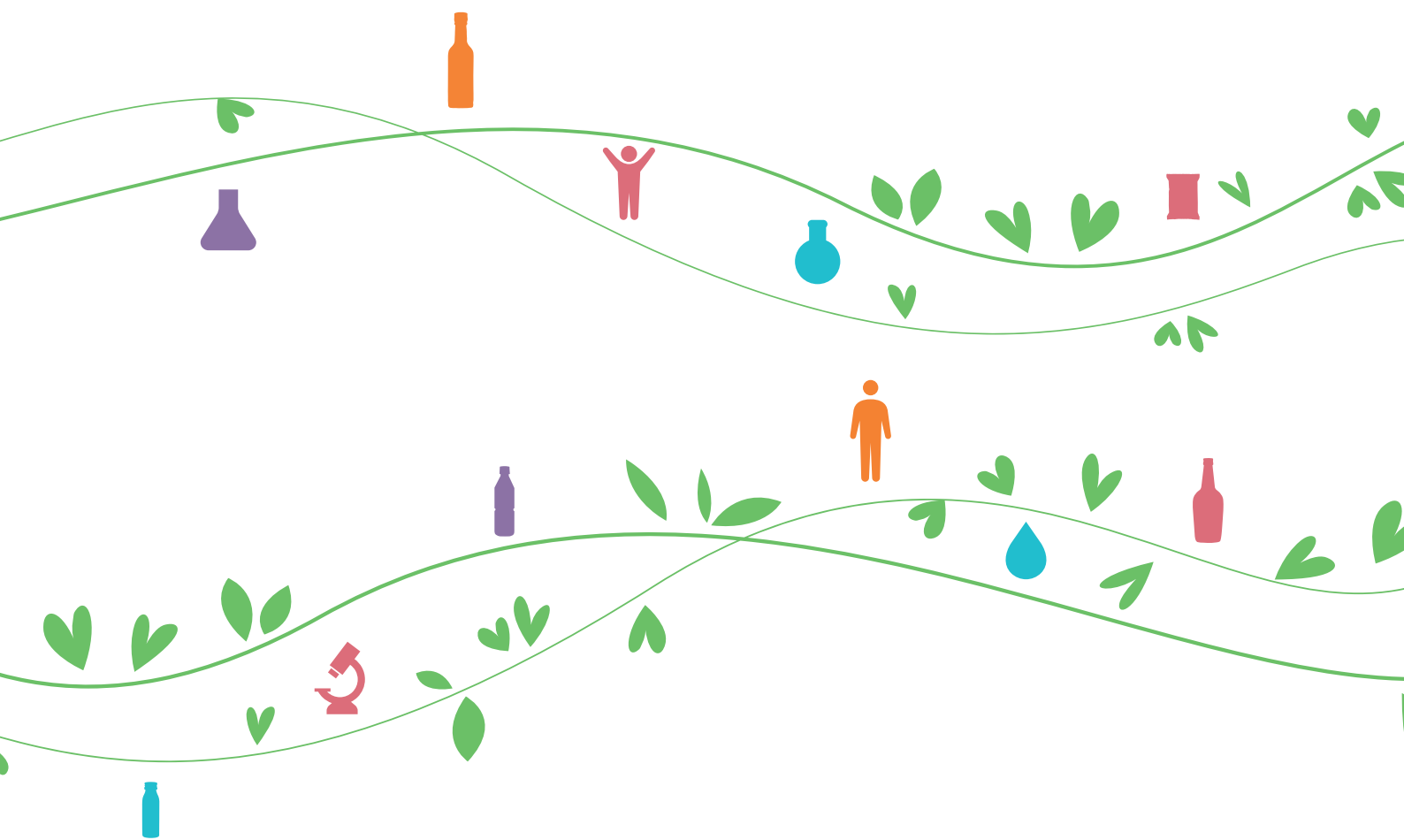


Yomeishu 一步一步 迈向健康新生活

养命酒制造株式会社

Corporate book

企业手册



Contents

经营理念	2
代表致辞	3
发展历程与养命酒的历史	5
中期经营计划	7
养命酒相关事业	9
CLASUWA相关事业	11
生产与开发环境	13
可持续性	15
公司治理	17
公司信息	20



我们将跨越时代传承至今，
不断累积下来的知识及技术视为珍宝，
从未停下过前进的脚步。
一步一步 迈向健康新生活
为了让您度过健康的每一天，
我们不断追求新的可能，永不停歇。

经营理念及愿景

经营理念

回应消费者的信赖， 提供健康无忧的生活

企业愿景

稳健、强大的优质公司

事业愿景

为希望拥有更健康、更美好时光的人们加油

养命酒由创始人盐泽宗闲于1600年左右为追求健康而创制，
酿制一直延续至今。

即使时代更迭，物换星移，
我们仍秉承为各位消费者的健康生活做出贡献的精神，
这种理念也是养命酒制造株式会社所有事业的根本。

能成为大家健康多彩生活的帮手是我们的骄傲，
今后我们也将尽心尽力，
以期用最为诚挚的心意回应各位的信赖。

代表董事总裁

盐泽 太朗



我们秉持经营理念，为期望身心健康、
追求平凡而充实生活的每位消费者，
提供令人满意的商品和服务。

“养命酒”在距今400多年前诞生于信州伊那谷，其创制基于创始人盐泽宗闲“愿为世人的健康长寿竭尽全力”的愿望。为了帮助更多的人，于1923年（大正12年）改为公司组织形式。创始人的愿为健康竭尽全力的愿望，如今也在本公司“不负消费者的信赖，为多姿多彩的健康生活做出贡献”这一经营理念中得到了继承与延续，并成为了我们事业活动的根基。

养命酒作为家庭药销售，一直以来我们都在持续

关注着人们的家庭健康。这也要感谢各位多年来的惠顾。此外，不仅是日本国内，养命酒在国外也有50年以上的销售历史。养命酒深受日本国内外人士的喜爱是我们的骄傲。

本公司的中期经营计划是从2022年4月到2027年3月的5年，在2023年迎来公司创立100周年之际，为了在这5年内奠定下一个100年的基础，我们把基本战略定为“确立面向下一个100年的增长投资和持续增长基础”。

关于如何实现基本战略，顾客、营销、可持续的观点是不可或缺的。具体而言，以客户为导向的观点，即创造客户，彻底追求客户的满意度；营销战略的观点，即集开发、生产、流通和促销为一体，立足于消费者视角；可持续的观点，即努力实现企业的持续增长。我们的目标是基于这三个观点，通过“两立经营”实现基本战略。两立经营是指兼顾“知识的探索”与“知识的深化”。知识的探索即开创新事业，有时这会是一个需要冒险的未知领域，但我们认为要反复试错，勇敢挑战而不惧失败。知识的深化即强化现有事业的盈利能力，我们将利用现有资产和组织能力追求效率，采取牢靠的战略。本公司在CLASUWA相关事业中探索知识，并在养命酒相关事业中深化知识，以此确保收益性，同时进行增长投资，致力于创造新的企业价值。

我们制定了四项战略课题：“重视效率，强化现有事业的盈利能力”、“建立以‘CLASUWA’品牌为中心的 direct 渠道事业”、“推进可持续经营”、“有效利用多元化人才，投资人力资本及知识产权等无形资产，扩大事业领域”。

关于可持续性，我们制定了五项基本方针和重要课题，并努力加以落实与解决。我们根据本公司的事業和应解决的社会课题，就重要课题进行了思考，最终决定将其中一个课题定为健康。除了通过

销售养命酒和传播健康信息促进身体健康以外，我们还希望通过正在建设的体验型设施来提供有关健康生活方式的建议等，从而兼顾心灵的健康。此外，将环境、社区、人权与多样性、治理定为重要课题。

本中期经营计划最终年度的量化目标为销售额达200亿日元或以上，营业利润率达10%，ROE达4%。面向下一个100年，我们将以此为一个里程碑，首先致力于实现这一目标。

本公司今后也将以各种形式把我们的理念传达给消费者，并以成为与大家的健康时光紧密相连的企业为目标而努力，敬请支持。

发展历程与养命酒的历史

养命酒的历史



酿造“养命酒”的壶

1929年
昭和4年



不倒翁型大瓶
400mL

1950年
昭和25年



不倒翁型平型小瓶
180mL

1954年
昭和29年



不倒翁型实惠瓶
900mL

1957年
昭和32年



圆形大瓶
800mL

1959年
昭和34年



异形实惠瓶
1,000mL

1968年
昭和43年



不倒翁型大瓶
1,000mL

在长野县上伊那郡南向村（现：中川村）成立株式会社天龙馆
接手盐泽家族的“养命酒”事业



旧第一工厂（“养命酒”的发祥地）



骑牛开展促销活动

在长野县诹访郡川岸村（现：冈谷市）新设冈谷工厂，并将商号更名为养命酒制造株式会社



利用宣传车开展的扩销活动

在东京证券交易所上市

在埼玉县入间郡鹤岛村（现：鹤岛市）新设埼玉工厂（2006年关闭）



埼玉工厂

1600年左右

“养命酒”，由伊那郡大草村（现：长野县上伊那郡中川村）的盐泽家
家主——盐泽宗闲创制



给大众分享“养命酒”的盐泽宗闲

1923年
大正12年

在东京府丰多摩郡涩谷町（现：东京都涩谷区）开设天龙馆东京分公司，开始向全国销售“养命酒”



株式会社天龙馆名古屋分公司

1925年
大正14年

1951年
昭和26年

在京都府宇治市开设关西分公司（后经京都市于1971年迁至大阪市，并更名为大阪分公司）

1953年
昭和28年



旧总部办公楼

1955年
昭和30年

1961年
昭和36年

在长野县冈谷市开设
技术研究所

1964年
昭和39年

1972年
昭和47年

在长野县驹根市新设驹根工厂（同年关闭冈谷工厂）



驹根工厂正在建设的情形

東京都墨田区的“CLASUWA
东京晴空塔城・晴空街道
店”、长野县松本市的“和风餐
厅CLASUWA”开业

2020年
令和2年

在“鹤岛太阳能发电厂”开设参观用设
施“eCOLLABO鹤岛”



eCOLLABO鹤岛（埼玉县鹤岛市）

2014年
平成26年

在埼玉县鹤岛市开设
“鹤岛太阳能发电厂”



鹤岛太阳能发电厂（埼玉县鹤岛市）

2013年
平成25年

长野县诹访市的商业设施“CLASUWA”开业



CLASUWA（长野县诹访市）

2010年
平成22年

开设互联网邮购网站“养命酒本铺”
（2012年更新为“Yomeishu网络商
店”）



Yomeishu网络商店

2006年
平成18年

宣布与大正制药株式会社进行商业与
资本联盟

在驹根工厂开设“养命酒健康之森”

2005年
平成17年

举办养命酒创立400周年纪念典礼



养命酒创立400周年纪念馆

2002年
平成14年

总部新办公楼竣工



总部新办公楼

1994年
平成6年

中央研究所新楼竣工



中央研究所新楼

1975年
昭和50年

在长野县上伊那郡箕轮町新设中央研
究所（同年关闭技术研究所）
（2014年更名为商品开发中心）

1989年
平成元年

2021年
令和3年



「药用养命酒」
1,000mL 700mL
包装变更

2017年
平成29年



「药用养命酒」
1,000mL 700mL
新容器的采用和包装变更

2002年
平成14年



药用不倒翁型
700mL

1985年
昭和60年



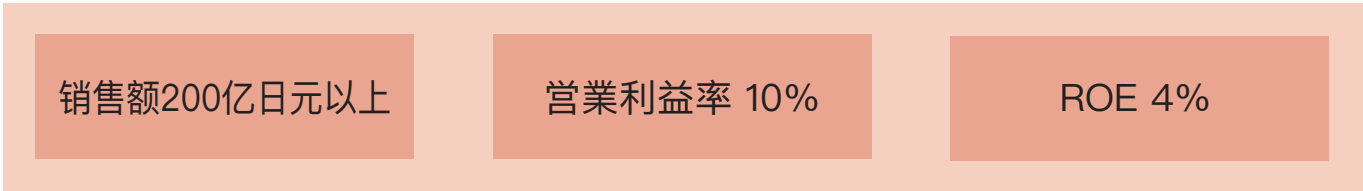
药用不倒翁型
700mL

中期经营计划（2022年4月～2027年3月）

中期经营计划的主要方针



中期计划最终年度（2026年4月至2027年3月）的量化目标



- 通过使现有事业（养命酒相关事业）达100亿日元或以上、新事业（CLASUWA相关事业）达100亿日元，实现销售额达200亿日元或以上
- 重视效率，强化现有事业的盈利能力，使营业利润率达10%
- 在留意财务稳健性的基础上进行增长投资，以此提高资本效率，同时扩大事业，使ROE（净资产收益率）达4%

■ 战略课题

重视效率，强化现有事业的盈利能力

在以“养命酒”及“酒类与食品”的批发销售为中心的现有事业方面，将设立集开发、生产、流通和促销为一体的营销战略规划部门，以期强化基于消费者视角的营销战略的展开。此外，我们还将利用数字技术推动事业发展、提高生产力。

建立以“CLASUWA”品牌为中心的 direct 渠道事业

关于一直以来以商业设施为中心推出的“CLASUWA”，将把重点放在以“不断扩大的、健康的生活之环（美味的体验、愉悦的体验、健康的体验）”为理念的品牌化上，通过在实体店与客户的沟通，让客户对商品的功能或世界观、历史、生活方式产生共鸣，从而谋求与邮购和礼品销售合为一体的商业化。为此，目前计划在驹根工厂用地内建设作为品牌象征的新体验型设施，此外还将考虑企业收购和商业联盟，以强化品牌和构建商业模式。

推进可持续经营

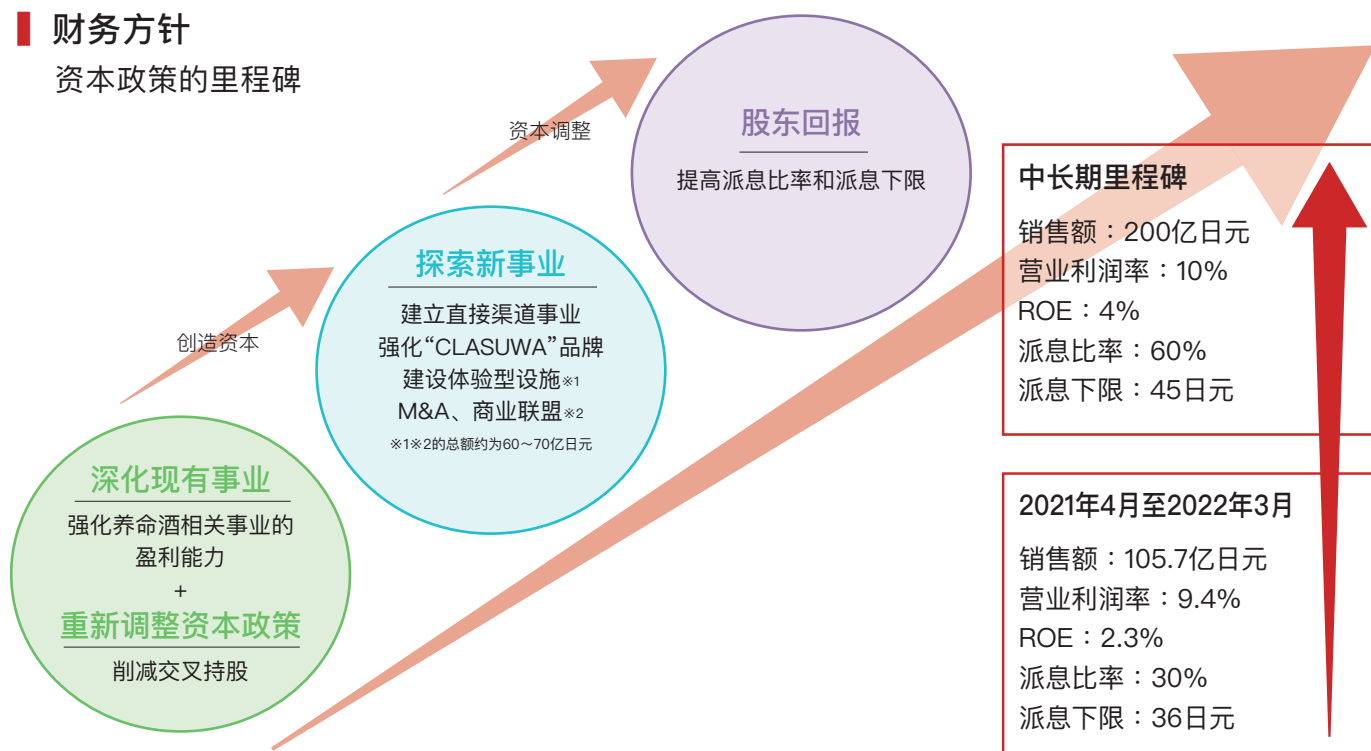
在提升本公司的长期企业价值方面，我们认为实现可持续发展的社会是一个重要的经营课题。本公司制定了关于可持续性的基本方针，将通过以“养命酒”为中心的本公司商品和服务来增进社会健康，并以驹根工厂为中心降低环境负荷，以有渊源的长野县为中心，开展与地区共生和保护自然环境的活动，包括通过计划建于驹根工厂用地内的体验型设施推进为社区做贡献等。

有效利用多元化人才，投资人力资本及知识产权等无形资产，扩大事业领域

我们认识到在深化现有事业并探索新事业领域方面，人力资本是最重要的经营资本，我们将通过基于事业战略的人才开发和多元化人才的积极任用，推进培养具有活力的企业文化。我们还认识到，在漫长的历史中积累起来的包括品牌、专有技术、顾客基础在内的知识产权是支撑本公司企业价值的重要因素，我们将进一步努力提升知识产权的价值并强化对其的运用。

■ 财务方针

资本政策的里程碑



为深化现有事业，我们将努力强化养命酒相关事业的盈利能力，同时削减交叉持股。我们将利用由这些创造出来的资本进行增长投资，以探索新事业，并提高派息比率和派息下限，回报各位股东。

为您带来健康的 每一天，

时时贴近您的生活，
是您常保健康的好帮手。

我们的事业包括“药用养命酒”、
“酒类”以及“食品”等的商品推广、
海外事业、房地产租赁、太阳能发电厂的运营等。



药用养命酒 第2类医药品

与消费者的健康相伴



什么是药用养命酒

“药用养命酒”是一种药酒，融入了14种天然药材的药效成分。通过药材与酒精的协同作用，改善全身血液循环，促进新陈代谢，调节身体状况。其特点是提高我们身体原有的治愈力，并由内而外改善因该功能下降而引起的各种症状。坚持在日常生活中少量多次地饮用，可使身体恢复本来的健康状态。



药用养命酒的七大功效

“药用养命酒”的用法用量为使用附带的杯子，于餐前或睡前以1次20ml的量饮用。对体虚劳倦、胃肠虚弱、手脚冰冷、虚弱体质、食欲不振、脸色不佳、病中病后的滋补强身有效。

药用养命酒的组成药材

根据东方医学的理念，“药用养命酒”中配有人参等“养生益气”的药材、桂皮等“温热驱寒”的药材、红花等“改善血液循环”的药材。当多种药材组合使用时，它们可以相互引出彼此的优点，具有扩大药效范围或增强药效的特点。



海外事业

为了全世界人们的健康生活

我们主要向4个海外市场（香港、马来西亚、新加坡、台湾）出口“养命酒”。出口的历史悠久，在香港、马来西亚和新加坡已深耕50多年，在台湾也有20年以上，且考虑到每个国家和地区的文化及市场环境进行销售。

关于酒类出口，我们主要将精力集中在精酿杜松子酒上，且正在拓宽销售渠道。



香之雫

台北分公司

2020年，台湾驻外人员事务所改为台北分公司。除了展开扎根于当地的营销和销售策略以外，我们还将开展活动，以开拓新发展的可能性。

酒类与食品

引出香草的魅力/易于融入生活的商品提案



酒类

我们运用多年的知识和见解，生产并销售充满独创性的美酒，其特点是可引出由香草交织而成的香气与风味。近年来，我们还致力于酿造精酿杜松子酒，酝酿出清爽香气与深邃层次的“香之森”、“香之雫”在世界性的酒类品评会上喜获殊荣。



香之雫

香之森



食品

我们开发并销售可融入各种生活场景的、美味又健康的商品，例如添加了香草提取物的润喉糖、可在美味中轻松摄取营养素的软糖、给传统美食附加了令人欣喜的功能的功能性标示食品等。



软糖×保健品



养命酒制造
Kuromoji润喉糖

房地产租赁、太阳能发电

我们开展不动产租赁相关事业，以有效利用所持有的资产。

关于在埼玉县鹤岛市开展的太阳能发电事业，除了降低环境负荷、应对电力供给不足以外，我们还将通过附设的环境教育设施“eCOLLABO鹤岛”，为地区的环境教育等社会贡献活动助以一臂之力。预计年发电量相当于400~500户一般家庭的耗电量。



鹤岛太阳能发电厂

愿带给您 美味的体验、 愉悦的体验、 健康的体验

我们致力于“门店”、“邮购与外销”等。



什么是CLASUWA

CLASUWA是始于2010年长野县诹访湖畔的“CLASUWA总店”的品牌。

CLASUWA将提供能让客户变得健康的商品和服务。

品牌理念

不断扩大的、健康的生活之环

花费功夫：精挑细选，寻找满意的商品。

困难程度：从令人眼花缭乱的信息中，挑选出真正的好物。

价格：让人犹豫不决，怯于尝试。我们不愿意看到您因如此普通的烦恼而放弃。

因此，我们将“优质正品”变换为能惠及万千大众的形式，倾献给各位。

无论今后身处何地，健康的生活之环都将不断扩大。

象征的三大体验

美味的体验

不遗余力、全心全意精选原材料。提供严选自当地的优质好物。

愉悦的体验

希望给日常生活增添更多的快乐时刻。出于这种想法，对所提供商品的外观和风味也很讲究。

健康的体验

关系到健康的安心与安全。我们想成为一个不断为大家的身心健康加油助力的品牌，让世人拥有健康的生活。

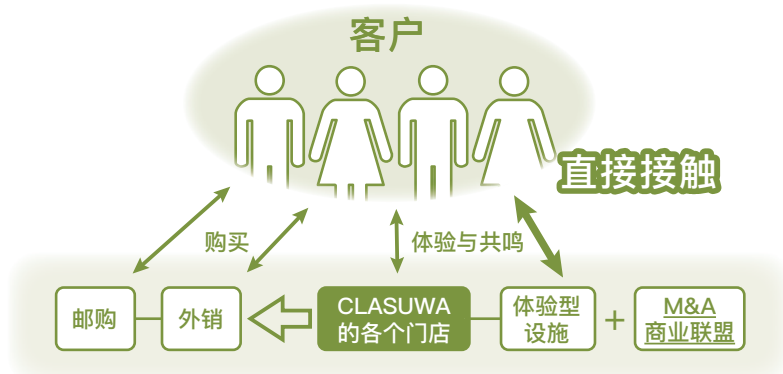
品牌标志



该标志采用了三条弧线来表现其象征的三大体验。它们柔缓地连接在一起，形成一个让生活变得更加健康的柔和圆环。设计上，特意采用了让人感受到柔软度的形状而非均匀的圆形，在改变形状的同时表现出能够贴近世间百态的亲切感和安心感。

建立以CLASUWA品牌为中心的直接渠道事业

我们将把重点放在“CLASUWA”的品牌化上，通过在实体店与客户的沟通，谋求与邮购和外销合为一体的商业化。为此，我们在推进驹根工厂用地内作为品牌象征的新体验型设施的建设，此外还将推进关于企业收购和商业联盟的探讨，以强化品牌和构建商业模式。



门店

敬请亲身体验来自CLASUWA的款待。



商店

我们为期望过上健康生活的人们着想，围绕日常生活用品，准备了食品饮料、日用杂货、礼品等各类商品。



面包店&咖啡店

用料考究、品种丰富的新出炉自制面包，可以与现磨的独创拼配咖啡或草本茶等饮品一同享受。



餐厅

在店内可品尝用信州十四豚（多汁猪肉）等原创品牌食材，以及富饶自然环境孕育的时鲜蔬果原材料制作的料理。

邮购与外销

将“健康”送到家

为了让全日本的人们切实感受到CLASUWA的“健康”体验，我们准备了邮购网站。将CLASUWA精选的商品买回家。作为礼物送给重要的人。CLASUWA的“健康”商品可送达日本任何地方的任何人手中。

此外，我们还将致力于外销（其他公司的渠道销售）。

Yomeishu
Online Shop



体验型设施“CLASUWA之森”

驹根工厂用地内正在推进体验型设施“CLASUWA之森”的建设，以作为可实际感受CLASUWA世界观的设施。我们的目标是于2024年秋季前后盛大开放。

新事业

为了强化CLASUWA品牌和构建商业模式，我们正在推进关于企业收购和商业联盟的探讨。

为从绿意盎然的 驹根工厂提供 “安心与安全”的产品

长野县驹根市可以遥望中央阿尔卑斯山脉
和南阿尔卑斯山脉这两座阿尔卑斯山脉。
澄澈的空气与清透的水源，
是我们制造产品的原点。

驹根工厂（长野县驹根市）

驹根工厂开设于1972年，设有可供客户观看生产工序的参观用生产线，这在当时是十分少见的。此外，为了让客户观赏到绿意盎然的自然景观，不仅电线和管线全部铺设在地下共同沟中，厂区内也利用了自然倾斜的地势等等，成为与自然共存的工厂是驹根工厂的目标。

富饶的自然环境和水资源

3000多公尺高峰连绵着中央阿尔卑斯山脉与南阿尔卑斯山脉。在两座山脉之间，天龙川蜿蜒而过。驹根工厂就被这样的环境所包围，位于海拔800公尺的高原上。占地面积约36万平方公尺，其中约70%为自然森林所覆盖。

该工厂生产的商品包括“药用养命酒”、“精酿杜松子酒”等。工厂选址的决定性因素是水质的好坏。在这片土地上所能汲取到的地下水是源自中央阿尔卑斯空木岳的花岗岩层所造就的软水，据说最适合用于生产。

另外，我们对工厂用地的森林持续进行除草和间伐，以努力维护具有多样性的富饶森林。由于良好的森林养护关系到地下水的涵养和保护，因此我们将站在可持续性的视角继续努力。



确保安心与安全的措施

独家质量管理标准“Y-GMP”



“药用养命酒”从原料至成品，每道工序都在严格的质量管理下，根据药品等生产管理和质量管理相关标准“GMP” (Good Manufacturing Practice) 进行生产。在工厂，质量部门和生产部门合作，从质量管理和生产管理两方面不断努力，力求能从工厂送出更加优良的产品。

工厂参观

从原料和原酒的生产，到调配、装瓶、包装，驹根工厂致力于提高所有过程的质量。

工厂参观的内容包括：设有可感受四季的立体模型地图和拍照点的“入口区”；可通过实物大小的坛罐和投影映射进一步了解养命酒的“养命酒探索区”；可近距离看到部分生产线的“工厂区”；有巨型瓶子迎客，并附设了可购买原创商品的商店的“工厂参观商店区”，无需预约即可自由参观。



商品开发中心

为了更加明确地将1975年设立的“中央研究所”定位为专注于新商品研究开发的部门，于2014年将其更名为“商品开发中心”。



商品开发中心（长野县上伊那郡箕轮町）

商品开发

我们利用在“养命酒”的生产中孕育的香草相关知识见解和生产技术，除了开发出美味又健康的商品以外，近年来我们还开发了邮购或海外市场专供等的各类商品。

酒类方面，我们正在开发将各种香草浸泡于酒中，以引出原材料所具功效与自然风味的商品。近年来，除了利口酒之外，我们还开发了杜松子酒（蒸馏酒）等，持续扩展商品种类。

食品方面，则着眼于香草和原材料所具有的健康感和功能性，开发易融入各种生活场景，且能够轻松补充容易欠缺的营养素及成分的商品。

今后我们也会为了实现“不负消费者的信赖，为多姿多彩的健康生活做出贡献”的经营理念，投身于开发符合本公司特色的安心与安全的商品。

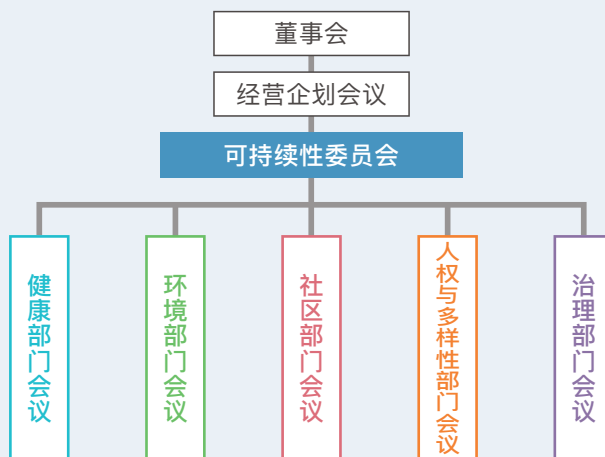
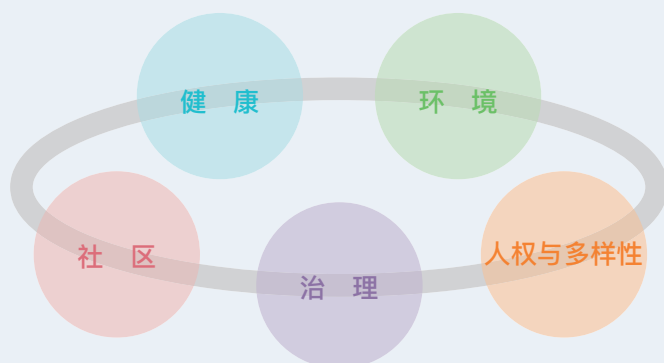
基本方针

可持续发展的基本方针

为了所有期望拥有健康和更加美好时光的人，本公司将在“不负消费者的信赖，为多姿多彩的健康生活做出贡献”的经营理念下，积极主动地应对以社会、环境问题为首的可持续发展课题，并以通过事业活动为和平、可持续的生活、与自然的共存、孩子们的未来和社区做出贡献为目标，基于支持多元而丰富的世界的视角，努力提升企业价值。

我们将通过妥善应对“Environment（环境）”、“Social（社会）”、“Governance（治理）”相关课题降低事业风险和扩大事业机会，从而谋求持续提升企业价值，为实现SDGs所追求的可持续发展社会做出贡献。

重要课题/组织结构图



战略

健康

增进身心健康

Why 为什么要做？	自创业以来，养命酒制造本着为消费者的健康生活做出贡献的理念，长年致力于提供“养命酒”等商品和服务。我们认为，健康不仅包括良好的身体状况，还包括日常生活中感受到的喜悦和治愈所带来的心灵健康。我们以建立一个让消费者身心健康的世界为目标，为实现这一目标，我们将致力于“延长健康寿命”、“提高生活质量”、“提升商品与服务的质量和确保安全”等社会课题。
What 要做什么？	基本方针：通过养命酒及依据本公司研究而开发生产的商品和服务增进人们的健康 ● 身体健康 · 为延长健康寿命做出贡献 ● 心理健康 · 致力于提高生活质量（QOL） ● 提升质量和确保安全 · 提升商品与服务的质量和确保安全
SDGs目标	

环境

降低环境负荷

Why 为什么要做？	养命酒制造建立在与自然环境和谐共生的基础之上。“养命酒”承大自然与水之恩惠，以节能、环保的制法制造至今。我们认为将这些富饶的自然环境传承至下一代乃是我们的责任所在。我们将基于可持续发展的基本方针，致力于“应对气候变化”、“构建资源循环型社会”。
What 要做什么？	基本方针：致力于事业活动的基础“应对气候变化，可持续的容器包装和水资源，构建资源循环型社会”，谋求与环境和谐共生 ● 应对气候变化，实现资源循环型社会 · 减少二氧化碳排放量 · 实现可再生生物资源和可持续的容器包装 · 减少用水量与保护水源 · 循环再利用食品废弃物、减少食物浪费 · 减少材料和废弃物 · 提高回收利用率、节约资源
SDGs目标	

社区

为社区做出贡献

Why 为什么要做？	长野县等地区，既是我们的创业之地，至今亦是生产工厂和商业设施等的所在地，与我们渊源匪浅。我们认识到，维系与这些地区的联系，保护这里的自然恩惠，对于未来本公司继续开展事业活动是不可或缺的。今后，我们将为可持续发展的城镇建设做出贡献，特别是通过 CLASUWA 事业，赋予地区以活力，聚拢消费者并让人们安心生活。
What 要做什么？	基本方针：扩大通过CLASUWA事业为社区做出的贡献 ●赋予地区以活力 ・通过就业、旅游等来发展社区 ・进行物资采购激发地区经济活力 基本方针：为可持续发展的城镇建设做出贡献，聚拢消费者并让人们安心生活 ●可持续发展的城镇建设 ・保护地区自然环境 ・与当地社区共生
SDGs目标	       

人权与多样性

有效利用多元化人才

Why 为什么要做？	在经营理念“不负消费者的信赖，为多姿多彩的健康生活做出贡献”的指导下，养命酒制造以为和平、可持续的生活、与自然的共存、孩子们的未来和社区做出贡献为目标，努力提升企业价值。为了达到这一目的，我们认为有必要通过积极任用多元化人才来培养具有活力的企业文化，营造尊重人权与多样性的组织风气，并将追求建立员工生机勃勃并能大显身手的组织体系，与利益相关方构筑公平的关系。
What 要做什么？	基本方针：拥有人权与和平，通过顾及多样性的事业活动，为实现人人皆可称心如意工作并能大显身手的社会做出贡献 ●营造尊重多样性的风气 ・追求工作与生活的平衡 ・深化公司内部沟通 ・培养人才 ●强化组织体系以推进CLASUWA事业 ・执行基于事业战略的人才战略 ・完善就业环境 ●对公司内外人权尽职调查给予支持 ・保障利益相关方（员工、供应商）的人权 ・与利益相关方构筑公平的关系
SDGs目标	     

治理

加强治理

Why 为什么要做？	为了持续提升本公司的企业价值，为实现可持续发展社会做出贡献，我们将强化经营决策体系并提高敏捷性、强化经营监督功能等，以构建强有力的公司治理体系，与此同时，贯彻法令的遵守、尊重社会规范、确立企业伦理、推进风险管理等，以谋求具有自律性的行动。
What 要做什么？	基本方针：作为公平运营的组织加强治理，履行对社会的说明责任 ●治理 ・推进可持续经营 ・加强合规性 ・风险管理 ・信息管理
SDGs目标	  

■ 公司治理体系

为了进一步提升应对社会和市场的能力，实践符合各利益相关方期望的经营，我们正在展开特别强调三个视角的措施。

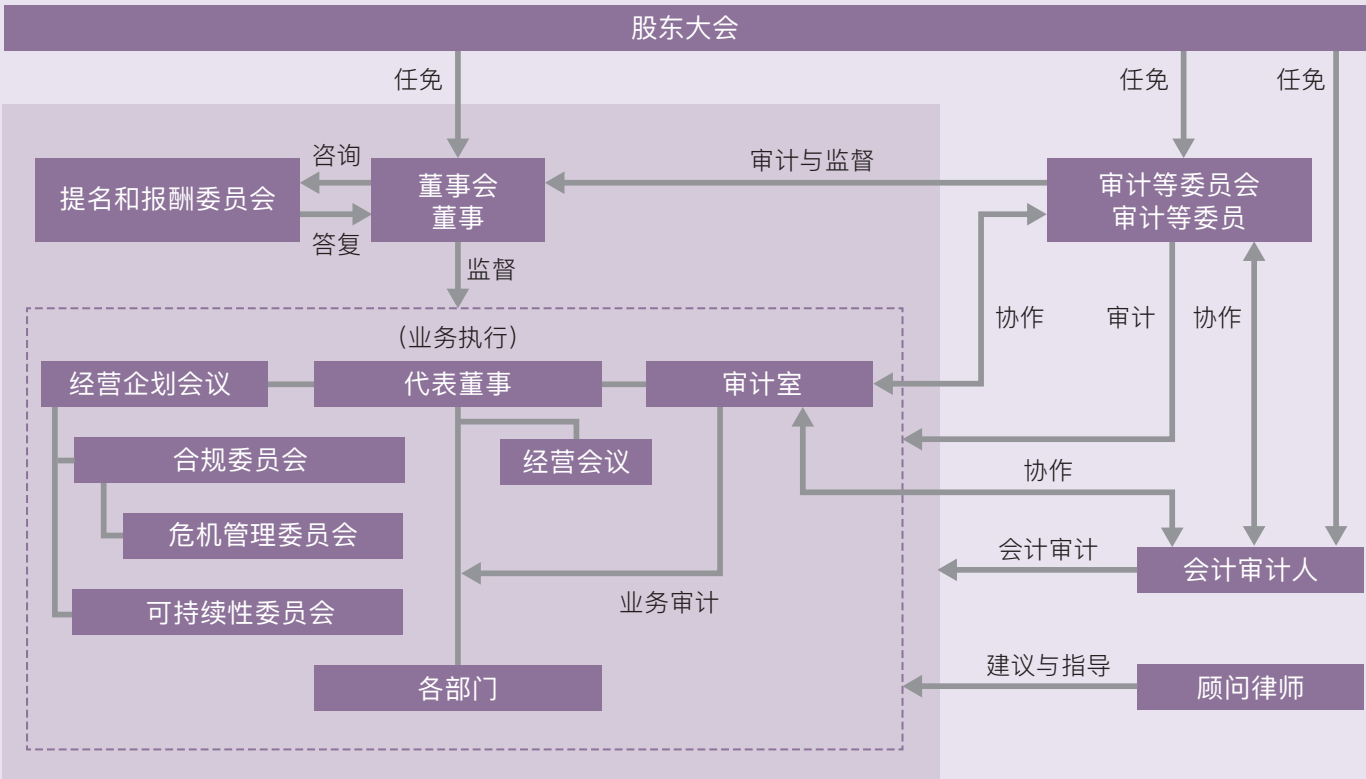
- 实践更加重视资本市场和各位股东的经营
- 强化经营决策体系，提高敏捷性
- 强化经营监督功能

为了更好地发挥公司治理体系的有效性，我们正在努力引入执行董事制度、董事人员合理化、充实经营会议体等，并判断这些措施有效地发挥了作用。

养命酒制造是审计等委员会设置公司，由3名外部董事出任审计等委员。外部董事从独立的立场出发，灵活运用经验、见解等对经营进行监督或进行高效的审计，同时对整体经营给出建议并交换意见。

另外，在合规体系方面，基于其为公司治理的根基这一认识，我们不仅会遵守法令，还会尊重社会规范，确立具有企业社会责任意识的企业伦理。

■ 机构图



■ 内部控制系统

根据公司法由董事会决议“构建内部控制系统的基本方针”，目前正在努力完善。本公司的内部控制系统相关基本思路和体系的完善情况在“公司治理报告”中予以披露。

关于内部控制系统的基本思路及其完善情况（部分摘录）

1. 确保董事和雇员的职务履行符合法令和公司章程的体系

- (1) 制定行为准则，以确保董事和雇员的职务履行符合法令和公司章程，努力敦促每位董事和员工遵守，并设置“合规委员会”，普及并启发合规意识。
- (2) 对于雇员的职务履行，除了由各相关部门确认是否符合法令和公司章程以外，必要时还应敦促雇员接受负责法律检查的部门或顾问律师的指导。
- (3) 代表董事总裁直辖的内部审计部门进行内部审计，以确认职务履行相关法令、经营方针、内部规程等规范是否得到遵守。
- (4) 完善“内部举报制度运用规程”，当判断董事和雇员出现或可能出现不正当、违法、违反伦理的行为时，应进行内部举报，若该事实被证实，则应向代表董事总裁报告。
- (5) 在行为准则中规定与反社会势力划清界限这一内容，并与警察、顾问律师等协作，以坚决的态度应对威胁公民社会秩序和安全的反社会势力和团体。

2. 董事职务履行相关信息的保存和管理的相关体系

与董事和执行董事职务履行有关的董事会、经营会议、经营企划会议等的会议记录、请示书及其他重要信息，应按照内部规程妥善保存和管理。此外，应在董事提出要求时及时提交上述文件。

3. 损失风险管理相关规程等体系

- (1) 关于整体业务活动的风险管理，由各相关部门制定规程和指导方针并进行培训，经营企划会议的咨询机构“合规委员会”及其下属机构“危机管理委员会”根据内部规程把握风险并验证风险控制措施。
- (2) 代表董事总裁直辖的内部审计部门根据审计计划对风险控制措施的有效性进行评价。
- (3) 发生风险且预计会造成严重损失时，“合规委员会”应采取措施，并向代表董事、审计等委员会、董事会及经营企划会议报告。

■ 风险管理

本公司正在推进体系建设，以把握合规方面的风险并应对从社会、环境和经济层面设想的各种风险（例如事业存续方面的危机管理、客户信息等机密信息的泄露风险）。为了强化风险管理体系，本公司设置了“危机管理委员会”作为“合规委员会”的下属机构，并正在努力建立包括各种设想风险的管理、责任体系及信息披露在内的快速反应机制。

实际发生风险且预计会造成严重损失时，“合规委员会”应采取措施，并向代表董事、审计等委员会、董事会及经营企划会议报告。此外，对于整体事业活动的风险管理，由各相关部门制定规程和指导方针，并进行培训以通知到公司内部，同时“危机管理委员会”根据内部规程把握风险并验证风险控制措施。

■ 合规

我们不仅要遵守法令，还要尊重社会规范，确立具有企业社会责任意识的企业伦理，为此制定行为准则，并敦促每位董事和员工遵守。此外，我们力求加强合规经营，通过设置“合规委员会”和制定“内部举报制度运用规程”等来推进综合合规体系的确立，以建立基于企业社会责任的企业伦理。

■ 公平交易

除了遵守采购相关的法律法规和规则以外，为了确保与客户之间进行公平透明的交易，我们还在“养命酒制造 行为准则”中规定：“我们将公平、透明、自由地进行企业竞争和正当交易，不以非法或不正当手段谋取利益”。

■ 信息安全

为了确保和提高所有信息资产的保密性、完整性、可用性，本公司以信息安全相关规程和标准为基础，致力于构建信息安全管理体系，根据信息资产采取适当的安全措施，并对全体董事和员工进行教育培训等。

■ 适当的信息披露

作为对于各位股东、投资者等所有利益相关方的责任和义务，力求公平、积极、及时、适当地披露经营信息、事业活动等相关信息。此外，本公司对于信息披露的基本态度在“养命酒制造 行为准则”中已有规定，即“广泛与股东等利益相关方和社会进行沟通，同时积极披露公正、透明的企业信息”，并力图由代表董事总裁落实向董事和员工的通知工作。

在披露信息之际，我们会注意信息收集阶段中的敏捷性和全面性，在分析、判断信息时，以及时性、合法性、准确性、正式性为宗旨，并在公开阶段力求公平、积极地进行披露。

公司概况

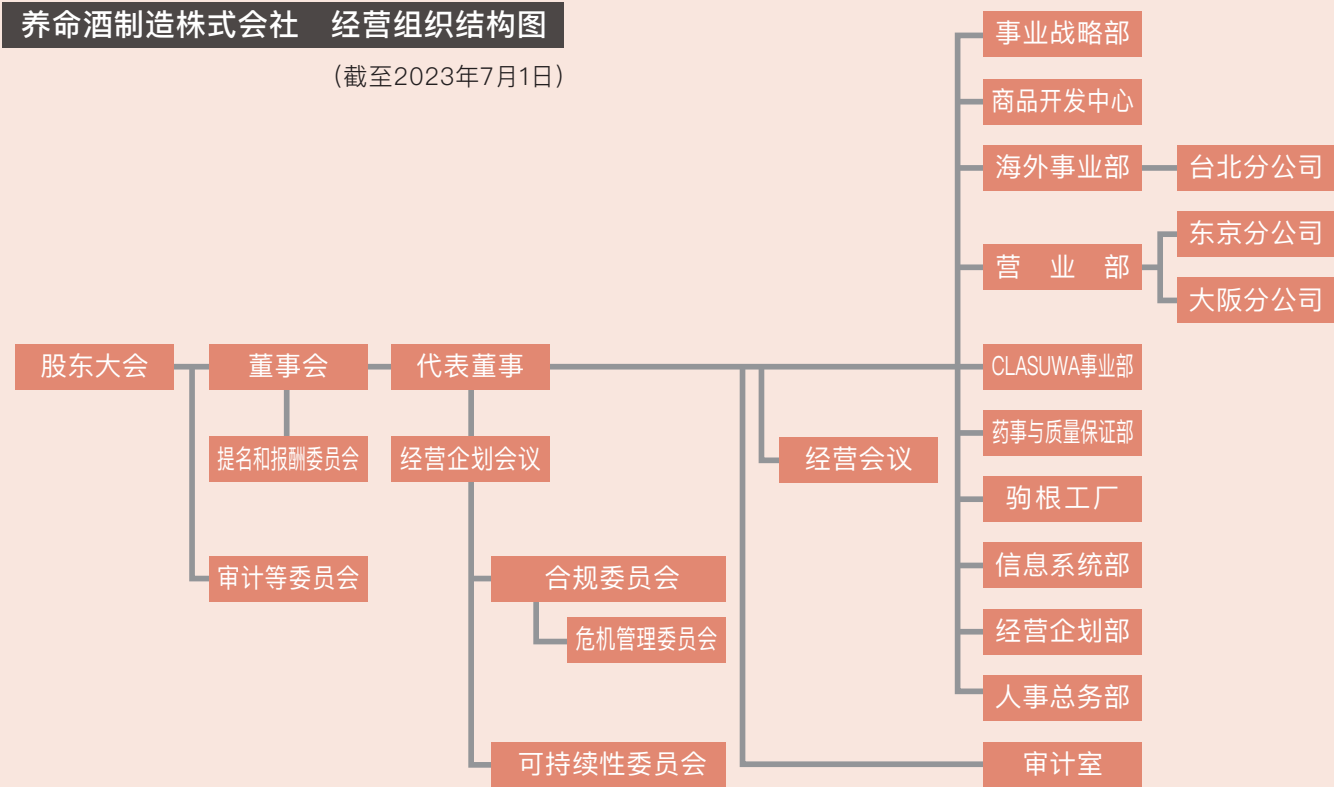
公司名称 养命酒制造株式会社 YOMEISHU SEIZO CO., LTD.
地址 东京都涩谷区南平台町16-25
成立 1923年（大正12年）6月20日
资本 金 16亿5,000万日元
事业 内容 养命酒、酒类及药品等的生产与销售
餐馆和零售店的经营、房地产租赁
自然能源等的发电事业及
电力供给、销售等相关业务
财政 年度 每年4月1日至次年3月31日
主 页 网 址 <https://www.yomeishu.co.jp/>

事业所

总部	邮编150-8563	东京都涩谷区南平台町16-25	电话 +81-3-3462-8111
大阪分公司	邮编553-0003	大阪府大阪市福岛区福岛6-2-6 大阪安藤HAZAMA大厦4层	电话 +81-6-6455-5700
驹根工厂	邮编399-4117	长野县驹根市赤穗16410	电话 +81-265-82-3311
商品开发中心	邮编399-4601	长野县上伊那郡箕轮町中箕轮2132-37	电话 +81-265-79-5678
CLASUWA总店	邮编392-0027	长野县诹访市湖岸大街3-1-30	电话 +81-266-52-9630
鹤岛太阳能发电厂	邮编350-2204	埼玉县鹤岛市鹤丘331-1	电话 +81-3-3462-8118
台北分公司(Yomeishu Seizo Co., Ltd.Taipei Branch)		14F, No.51, Sec.2, Keelung Rd., Xinyi Dist.Taipei 11052, Taiwan	电话 +886-2-2736-9588

养命酒制造株式会社 经营组织结构图

(截至2023年7月1日)



一步一步 迈向健康新生活



本文件根据日文原文翻译。如本文件译文与日文原文有任何歧义，应以日文原文为准。

主要经营指标等的变化

期次	第101期	第102期	第103期	第104期	第105期
决算年月	2019年3月	2020年3月	2021年3月	2022年3月	2023年3月
销售额 (千日元)	10,523,794	10,478,935	10,383,596	10,577,246	10,647,235
经常性利润 (千日元)	876,918	937,272	1,009,759	1,361,726	1,480,619
本期净利润 (千日元)	686,793	787,894	807,559	949,899	1,020,603
资本金 (千日元)	1,650,000	1,650,000	1,650,000	1,650,000	1,650,000
已发行股票总数 (股)	16,500,000	16,500,000	16,500,000	16,500,000	16,500,000
净资产 (千日元)	40,622,290	39,201,906	41,564,510	42,179,613	42,790,175
总资产 (千日元)	46,347,190	44,879,595	47,869,986	48,614,142	49,562,737
每股净资产 (日元)	2,957.48	2,851.21	3,018.77	3,058.44	3,097.62
每股派息金额 (日元)	40.00	40.00	40.00	40.00	55.00
每股本期净利润 (日元)	50.01	57.32	58.67	68.91	73.92
资本充足率 (%)	87.6	87.3	86.8	86.8	86.3
净资产收益率 (%)	1.7	2.0	2.0	2.3	2.4
市盈率 (倍)	42.6	34.2	32.5	25.5	25.3
派息比率 (%)	80.0	69.8	68.2	58.0	74.4
经营活动产生的现金流量 (千日元)	1,328,030	1,363,185	1,409,177	1,806,702	1,748,376
投资活动产生的现金流量 (千日元)	△2,493,695	△1,034,458	△217,201	△1,399,038	△1,451,940
筹资活动产生的现金流量 (千日元)	△549,627	△551,293	△551,495	△551,808	△554,767
现金及现金等价物的期末余额 (千日元)	2,159,075	1,934,061	2,575,338	2,432,696	2,173,985