



## Contents

經營理念 .....	2
代表致辭 .....	3
公司歷史和養命酒歷史 .....	5
中期經營計劃 .....	7
養命酒相關業務 .....	9
CLASUWA相關業務 .....	11
生產/開發環境 .....	13
永續發展 .....	15
公司治理 .....	17
關於我們 .....	20



我們將跨越時代傳承至今，  
不斷累積下來的知識及技術視為珍寶，  
從未停下過前進的腳步。  
一步一步 邁向健康新生活  
為了讓您度過健康的每一天，  
我們不斷追求新的可能，永不停歇。

## 經營理念/願景

### 經營理念

回應消費者的信賴，提供健康無憂的生活

### 企業願景

健全、強大、優秀的公司

### 事業願景

為希望擁有更健康、更美好時光的人們加油

養命酒據說是由創始人鹽澤宗閑先生在1600年左右，  
為了健康的願望而創造的，直到今日仍繼續生產。

即使歷經時代變化，  
我們仍繼承了為所有消費者的健康生活貢獻力量的精神，  
而養命酒製造株式會社的所有事業都以這項理念為基礎。

我們很榮幸能夠協助富足健康的生活，  
並將繼續盡最大努力來回報各位的信任。



代表董事社長COO

田中 英雄

我們基於經營理念，  
為所有渴望身心健康、  
追求富足和平生活的消費者，  
提供能夠讓大家滿意的產品和服務。

「養命酒」是在400多年前，由創始人鹽澤宗閑先生本著「為世人的健康長壽貢獻力量」的願望，在信州伊那谷創製。1923年（大正12年），為了能夠替更多的人服務，成立了公司組織。創始人追求健康的願望至今仍由本公司經營理念「回應消費者信賴，為富足健康的生活貢獻力量」持續繼承，作為事業活動的基石。

養命酒作為家庭常備藥銷售多年，持續關注每個家庭的健康。我們衷心感謝大家長期以來的惠顧。

除了日本之外，我們在海外也有50年以上的銷售歷史。我們為養命酒在日本和海外受到眾人喜愛而感到自豪。

本公司的中期經營計劃涵蓋2022年4月至2027年3月的五年。2023年，公司將迎接創立100週年。為了在這五年內為下一個100年奠定基礎，我們將基本策略定為「投資於下一個100年的成長，奠定持續成長的基礎」。

在實現基本策略時，客戶、行銷和永續發展的觀

點是不可或缺的。這是創造客戶並徹底追求客戶滿意的客戶導向觀點，開發、製造、流通、促銷都一貫基於消費者視角的行銷策略觀點，以及讓公司持續成長的永續發展觀點。基於這三個觀點，我們將透過「雙元經營」來實現我們的基本策略。雙元經營意味著兼顧「對知識的探索」與「知識的深化」。對知識的探索就是創造新事業。雖然這是一個未知的領域，有時需要冒險，但我們認為應該不斷嘗試錯誤、接受挑戰，並且不畏懼失敗。知識的深化意味著加強現有業務的獲利能力。我們將利用現有資產和組織能力，追求效率，並採取踏實的策略。本公司透過CLASUWA相關業務探索知識，並透過養命酒相關業務深化知識，以求在確保獲利能力的同時投資於成長，努力創造新的企業價值。

策略課題擬定了4項：「重視效率，加強現有事業的收益力」、「建立以『CLASUWA』品牌為中心的直營通路業務」、「推動永續經營」、「活用多樣化的人力資源，投資人力資本、智慧財產等無形資產，以擴大事業領域」。

關於永續發展，我們制定了基本方針和5項重要課題，並努力投入。在根據本公司業務和待解決的社會課題思考重要課題的結果，我們決定將健康定義為課題之一。除了透過販售養命酒和傳播健康資訊來關注身體健康，我們也透過正在建設的體驗型

設施提出健康生活型態方案等來關注心理健康。此外，環境、地方社會、人權/多樣性和治理也是我們的重要課題。

目前中期經營計劃最後一年的量化目標是銷售額200億日圓以上、營業淨利率10%、ROE4%。展望下一個100年，我們將此作為里程碑之一，並為達成目標而努力。

本公司將繼續以各種方式向消費者傳達我們的想法，為了成為支援每個人健康時光的公司而努力，希望大家能夠支持我們。

# 公司歷史和養命酒歷史

## 養命酒的歷史



昔日製造「養命酒」的罐子

在長野縣上伊那郡南向村（今日的中川村）成立天龍館株式會社  
由鹽澤家繼承「養命酒」事業



舊第一工廠（「養命酒」的發源地）

1929年  
昭和4年



達摩型大瓶  
400mL

1950年  
昭和25年



達摩型小扁瓶  
小瓶 180mL

1954年  
昭和29年



達摩型經濟瓶  
900mL

1957年  
昭和32年



圓形大瓶  
800mL

1959年  
昭和34年



變形經濟瓶  
1,000mL

1968年  
昭和43年



達摩型大瓶  
1,000mL



騎牛進行推銷活動

在長野縣諏訪郡川岸村（今日的岡谷市）設立岡谷工廠，並將商號變更為養命酒製造株式會社



利用廣告車進行推銷活動

在東京證券交易所上市

在埼玉縣入間郡鶴島村（今日的鶴島市）新設立埼玉工廠（2006年關閉）



埼玉工廠

在長野縣駒根市新設立駒根工廠（同年關閉岡谷工廠）



駒根工廠建設中的風景

1600年左右

「養命酒」是由伊那郡大草村（今日的長野縣上伊那郡中川村）鹽澤家當家鹽澤宗閑創製



鹽澤宗閑將「養命酒」分享給大家

1923年  
大正12年

在東京府豐多摩郡澀谷町（今日的東京都澀谷區）開設天龍館東京分公司，開始在全國銷售「養命酒」。



天龍館株式會社名古屋分公司

1925年  
大正14年

1951年  
昭和26年

在京都府宇治市開設關西分公司（後來遷至京都市，1971年再遷至大阪市，更名為大阪分公司）

1953年  
昭和28年



舊總公司大樓

1955年  
昭和30年

在長野縣岡谷市開設技術研究所

1961年  
昭和36年

1964年  
昭和39年

1972年  
昭和47年

在東京都墨田區開設「CLASUWA 東京晴空塔・晴空街道店」，在長野縣松本市開設「Japan Dining CLASUWA」。

2020年  
令和2年

在「鶴島太陽能發電站」開設參觀設施「e-Collaboration鶴島」

2014年  
平成26年



e-Collaboration鶴島 (埼玉縣鶴島市)

在埼玉縣鶴島市開設「鶴島太陽能發電站」



鶴島太陽能發電站 (埼玉縣鶴島市)

2013年  
平成25年

在長野縣諏訪市開設商業設施「CLASUWA」

2010年  
平成22年



CLASUWA (長野縣諏訪市)

開設網絡郵購網站「養命酒本舖」(2012年更新為「Yomeishu Online Shop」)



Yomeishu Online Shop

2006年  
平成18年

宣布與大正製藥株式會社進行業務及資本合作。

在駒根工廠開設「養命酒健康之森」

2005年  
平成17年

總部新大樓竣工



總部新大樓

舉辦養命酒創始400週年紀念典禮



養命酒創始400週年紀念館

2002年  
平成14年

1994年  
平成6年

1989年  
平成元年

1975年  
昭和50年

中央研究所新棟竣工



中央研究所新棟

在長野縣上伊那郡箕輪町新設立中央研究所 (同年關閉技術研究所) (2014年更名為商品開發中心)

2021年  
令和3年



「藥用養命酒」  
1,000mL 700mL  
更換包裝

2017年  
平成29年



「藥用養命酒」  
1,000mL 700mL  
採用新容器和更換包裝

2002年  
平成14年



藥用達摩型  
700mL

1985年  
昭和60年



藥用達摩型  
700mL

# 中期經營計劃（2022年4月～2027年3月）

## ■ 中期經營計劃主要方針



## ■ 中期經營計劃最後一年的量化目標（截至2027年3月的財政年度）



- 現有業務（養命酒相關業務）100億日圓以上，新業務（CLASUWA相關業務）100億日圓，銷售額200億日圓以上
- 透過重視效率、加強現有事業的收益力，使營業淨利率達到 10%
- 透過成長投資並關注財務穩健性，擴大事業並提高資本效率，實現ROE（股東權益報酬率）4%

## 策略課題

### 重視效率，加強現有事業的收益力

在以「養命酒」和「酒類・食品」批發銷售為中心的現有業務中，設置集開發、製造、流通、促銷於一體的行銷策略策劃部門，從消費者的視角制定行銷策略，並加強發展。另外也利用數位技術發展事業，提高生產力。

### 建構以「CLASUWA」品牌為中心的直營通路業務

對於至今以商業設施為主發展的「CLASUWA」，將著重推動以「擴大健康生活圈（美味體驗、快樂體驗、健康體驗）」為概念的品牌化，透過在實體店鋪與客戶溝通，讓客戶能夠對產品功能、世界觀、歷史和生活型態產生共鳴，藉此推動結合郵購銷售和禮品銷售的事業。作為這項努力的一環，我們計劃在駒根工廠內建造新的體驗型設施，作為品牌象徵，並考慮企業收購和業務聯盟，以加強品牌並建立商業模式。

### 推動永續經營

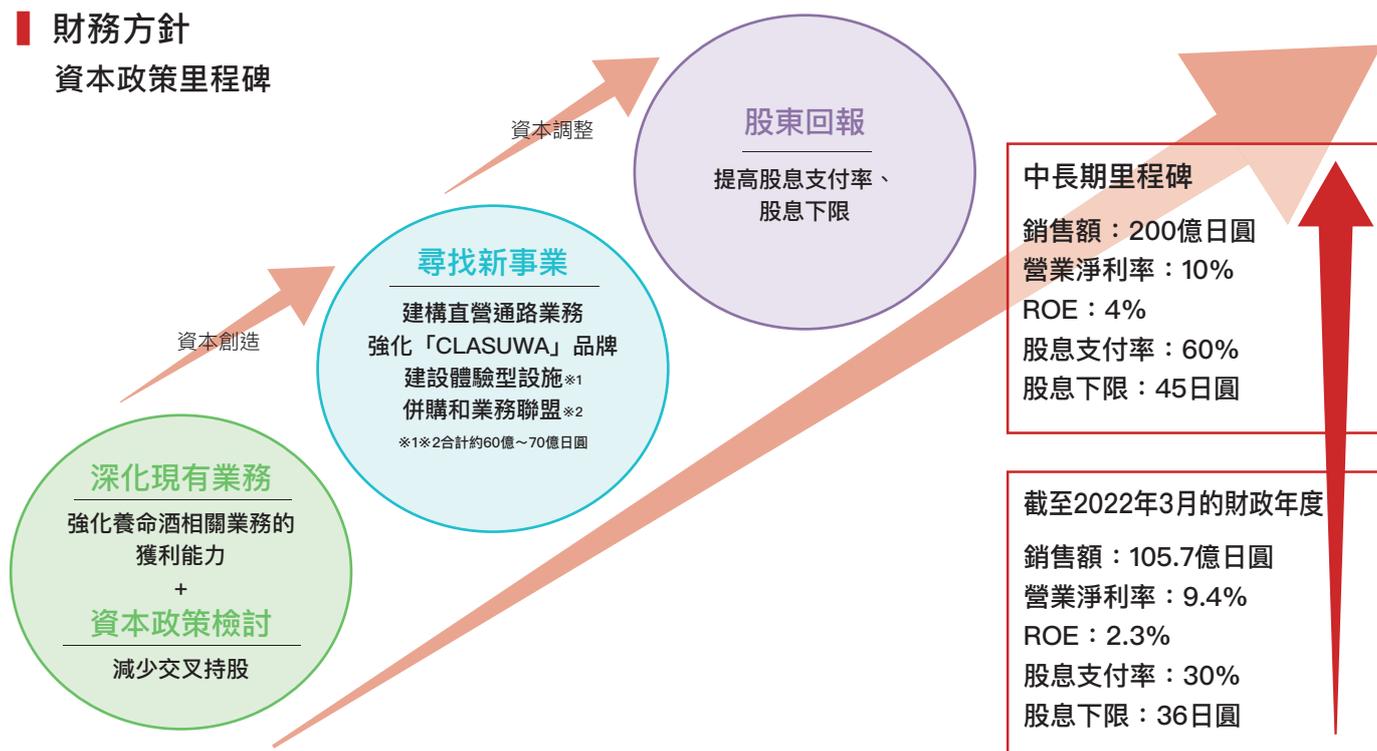
我們認識到，實現永續發展的社會是提升本公司長期的企業價值重要的經營課題。本公司制定了永續發展的基本政策，透過以「養命酒」為主的本公司產品和服務促進社會健康，以駒根工廠為中心減少對環境的影響，以淵源很深的長野縣為中心，實現與地方社會共存和保護自然環境，在駒根工廠內建造體驗型設施，對地方社會貢獻力量。

### 活用多樣化的人力資源，投資人力資本、智慧財產等無形資產，以擴大事業領域

我們認識到，為了深化現有業務、開拓新業務領域，人力資本是最重要的經營資本，因此推動基於事業策略的人才開發，積極啟用多樣化的人才，以培育具有活力的企業文化。此外我們也認識到，我們在悠久的歷史中累積的品牌地位、經驗知識、顧客基礎等智慧財產，是支撐本公司企業價值的重要元素，因此努力更進一步提升價值並強化利用。

## 財務方針

### 資本政策里程碑



為了深化現有事業，我們將減少交叉持股，並努力增強養命酒相關業務的獲利能力。我們將利用這些活動產生的資金進行成長投資，探索新事業，提高股息支付率和股息下限，並將利潤回報給股東。

# 為了讓您度過健康的每一天，

我們會貼近您的生活，為各位的健康提供支持。從事「藥用養命酒」、「酒類」、「食品」等產品開發、海外事業、不動產租賃、太陽能發電站營運等。



## 藥用養命酒 第2類醫藥品

貼近消費者的健康

### 什麼是藥用養命酒？

「藥用養命酒」是含有14種天然草藥藥效成分的藥酒。草藥和酒精的協同作用可以改善全身的血液循環，促進新陳代謝並改善身體狀況。其特點是增強身體既有的治癒能力，並從身體內部改善由於該功能下降而引起的各種症狀。在日常生活中一點一點地喝，就會使身體恢復原來的健康。



#### 藥用養命酒的7大功效

「藥用養命酒」請在飯前或睡前用附贈的杯子服用，每次20mL。對身體疲勞、腸胃虛弱、怕冷、體質虛弱、食欲不振、氣色不佳、病中病後滋補等有效。



#### 藥用養命酒複方草藥

「藥用養命酒」基於東方醫學的想法，處方中包含「補充體質不足之處」的人參等草藥、「溫暖身體」的肉桂等草藥、「改善血液循環」的紅花等草藥。組合幾種不同的草藥，具有取長補短、擴大和強化藥效範圍的特點。



## 海外事業

為了世界各地居民的健康生活

我們主要向四個市場（香港、馬來西亞、新加坡和台灣）出口「養命酒」。我們對香港、馬來西亞和新加坡有50多年的出口歷史，對台灣有20多年的出口歷史，根據各國家地區的文化和市場環境進行銷售。

在酒類出口方面，我們以精釀琴酒為主，拓展銷售通路。



### 台北分公司

2020年，將台灣駐在員事務所更名為台北分公司。除了推動紮根於當地的行銷和銷售措施外，也將進行擴大新發展可能性的活動。

## 酒類・食品

提出發揮藥草的魅力/易融入日常生活的產品方案



### 酒類

我們利用長年累積的知識，製造和銷售帶出草藥的香氣和味道、充滿獨創性的酒類產品。近年來也致力於精釀琴酒的研發，其中「香之森」和「香之雫」以清新的香氣和深厚的深度，在全球酒類品評會中獲獎。



香之雫

香之森



### 食品

開發並販售可以融入各種生活場景的美味健康產品，譬如在素來受到喜愛的食品中加入吸引人的機能，作為機能性標示食品等，包括含有草本精華的潤喉糖、可輕易攝取營養的軟糖等。



軟糖×補充劑



養命酒製造  
Kuromoji潤喉糖

## 不動產租賃/太陽能發電

為了有效利用持有資產，進行不動產租賃。

關於埼玉縣鶴島市的太陽能發電，除了減輕環境負擔、解決電力供應問題以外，還透過附設的環境教育設施「e-Collaboration鶴島」進行當地環境教育，為社會貢獻活動付出心力。預計年發電量相當於400至500個一般家庭的用電量。



鶴島太陽能發電站

我們希望提供  
美味體驗、  
快樂體驗、  
健康體驗

因此投入「商店」、  
「郵購/外部銷售」等業務。



## 什麼是CLASUWA?

CLASUWA是2010年從長野縣諏訪湖畔的「CLASUWA總店」開始的品牌。

我們將繼續提供讓客戶更加健康的產品和服務。

### 品牌理念

## 拓展健康生活圈

一件件挑選、尋找滿意產品花費的時間和精力。

從大量資訊當中選擇真正好東西的困難度。

讓人猶豫是否要嘗試的價格。我們不希望您把這些煩惱當成理所當然而放棄。

也因此，我們才要將「優質正品」調整為可以讓許多人接觸的形式，傳遞給大家。

今後我們也會持續不設限地拓展健康生活的圈子。

### 表達3種體驗

#### 美味體驗

我們在選材上不遺餘力，誠心投入。我們精心挑選並提供來自各地的最佳產品。

#### 快樂體驗

在日常生活中，希望能夠增加更多快樂的瞬間。出於這樣的想法，我們也會注重提供給顧客的產品外觀和味道。

#### 健康體驗

安心、安全帶來健康。為了健康的生活，我們希望成為持續支持大家身心健康的品牌。

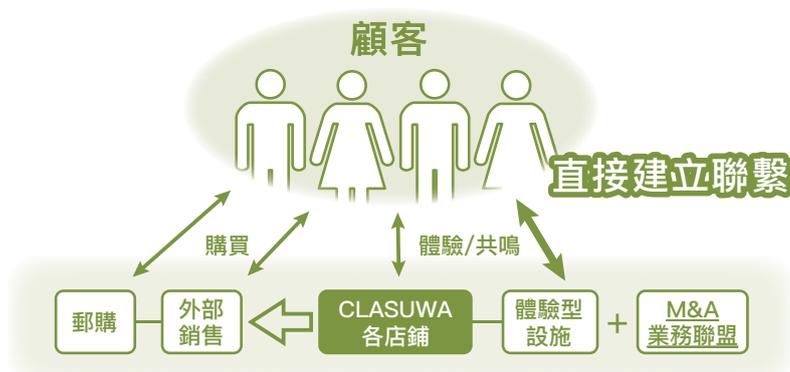
### 品牌LOGO



用三個圓弧來表達三種體驗。三個弧線鬆散地連接在一起，形成一個體貼的圓圈，讓您的生活更健康。刻意不選用劃一的圓形、而選擇能夠感受到彈性的形狀，以表達在改變形狀的同時能夠貼近不同人群生活的親和與安心感。

## 建構以CLASUWA品牌為中心的直營通路業務

我們將著重於「CLASUWA」的品牌化，透過在實體店鋪與顧客溝通，致力於結合郵購銷售和外部銷售來推動事業化。作為這項努力的一環，我們在駒根工廠內建造新的體驗型設施，作為品牌象徵，並認真思考企業收購和業務聯盟，以加強品牌並建立商業模式。



## 門市

體驗CLASUWA的款待。



### 店鋪

店內以能夠輕鬆融入生活中的產品為主，為希望過健康生活的人，提供食品、飲料、生活雜貨、禮品等。



### 麵包店 & 咖啡廳

使用嚴選麵團製作的各種剛出爐的自製麵包，可搭配現磨獨家綜合咖啡或花草茶等飲料享用。



### 餐廳

提供使用信州十四豚（Shinshu Juicy Pork）等自創品牌食材、以及在豐富的自然環境下生長的時令蔬菜及水果製作的料理。

## 郵購/外部銷售

把「健康」送到您家裡

我們正在準備設置郵購網站，以便讓日本各地的人都能實際感受CLASUWA的「健康」體驗。將CLASUWA的商品送到您家裡。送給特別的人的贈禮。不論是日本任何地方、任何人，我們都會送達CLASUWA的「健康」產品。

此外，我們也致力於外部銷售（透過其他公司通路銷售）。

Yomeishu  
Online Shop



## 體驗型設施「CLASUWA之森」

駒根工廠內正在建設體驗型設施「CLASUWA之森」，作為可以實際體驗CLASUWA世界觀的設施。目標訂在2024年秋季左右盛大開幕。

## 新事業

為了強化CLASUWA品牌並建立商業模式，我們也在考慮企業收購和業務聯盟。

# 綠意盎然的駒根工廠座落在這裡， 提供「安心、安全」的產品。

長野縣駒根市可眺望

中央阿爾卑斯山和南阿爾卑斯山。

新鮮的空氣和純淨的水，

是我們產品製造的起點。



駒根工廠（長野縣駒根市）

駒根工廠成立於1972年，在當時是難得設有參觀動線的工廠，可以讓顧客親眼目睹生產過程。此外，為了能夠看到豐富的綠色景觀，所有電線、管道均鋪設在地下共同管道內，場地利用自然坡度，力求成為與自然共存的工廠。

## 豐富的自然風景和水源

中央阿爾卑斯山和南阿爾卑斯山是海拔3000公尺級的山脈。天龍川從其間流過。駒根工廠座落在這樣的環境中，位於海拔800公尺的高原上。場地面積約36萬平方公尺，其中約70%被天然森林覆蓋。

本工廠生產「藥用養命酒」和「精釀琴酒」等產品。工廠選址的決定因素是水的品質極佳。當地的地下水是經過中央阿爾卑斯空木岳的花崗岩層琢磨過的軟水，被認為最適合製造。

此外，對於廠區內的森林，我們持續性地進行除雜草灌木叢和間伐，努力保持豐富多樣的森林。照顧完善的森林有助於涵養及保護地下水，因此我們將從永續發展的觀點繼續努力。



## 安全保障措施

### 獨創品質管理標準「Y-GMP」



「藥用養命酒」以藥品等生產管理和品質管理標準GMP（良好生產規範）為基礎，從原材料到成品的每個過程都受到嚴格的品質管理來進行製造。工廠的品質部門和製造部門共同合作，為了讓工廠生產出不論在品質管理還是製造管理方面都更好的產品而日日努力。

## 工廠參觀

在駒根工廠，我們致力於提升從原料和原酒生產到調整、裝瓶和包裝的所有流程品質。

工廠參觀方面，「入口區」設置讓人感受到四季的立體模型地圖和拍照點，在「Discovery Yomeishu Zone」可以透過實際尺寸的水箱和光雕投影來了解更多關於養命酒的資訊，在「工廠區」可以近距離參觀部分生產線，在「工廠參觀商店區」則附設可購買獨家商品的店鋪，有巨大的瓶子迎接。



## 產品開發中心

2014年，我們將1975年成立的「中央研究所」更名為「產品開發中心」，以更明確地將其定位為專注於新產品開發研究的部門。



產品開發中心（長野縣上伊那郡箕輪町）

## 產品開發

除了利用「養命酒」生產過程中累積的草藥知識和製造技術，開發美味健康的產品，近年來我們也為郵購銷售和海外市場等開發各種類別的產品。

酒類方面，我們正在開發將各種草藥浸泡在酒中、發揮素材本身力量和天然風味的產品。近年來，除了利口酒之外，我們還開發了琴酒（蒸餾酒）等，擴大產品範圍。

食品方面，我們注重草藥和食材的健康性和機能性，開發易於融入生活場景、輕鬆補充容易缺乏的營養素和成分的產品。

今後我們也會繼續開發本公司特有的安全放心的產品，實現「回應消費者信賴，為富足健康的生活貢獻力量」的經營理念。

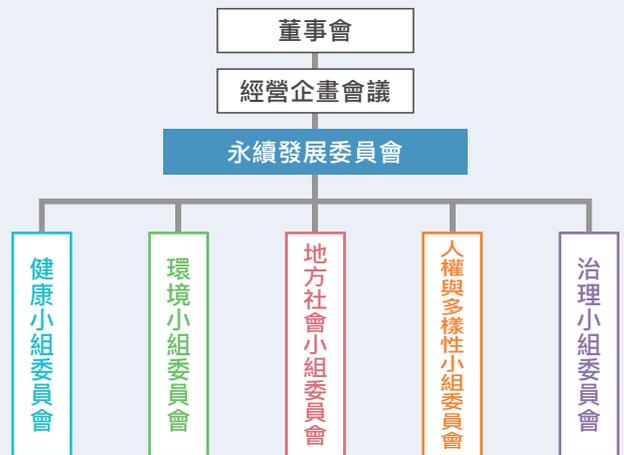
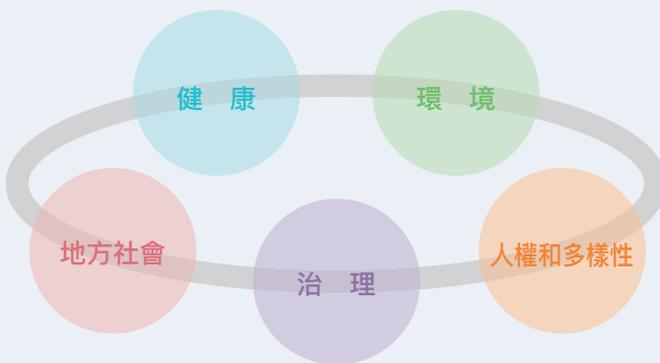
## 基本方針

### 永續發展基本方針

在「回應消費者信賴，為富足健康的生活貢獻力量」的經營理念之下，我們致力於為所有渴望健康美好生活的人們，積極主動地解決社會和環境問題等永續發展議題，透過企業活動，希望能夠為和平、永續生活、與自然共存、孩子的未來及對地方社會貢獻力量，以支持多元豐富的世界的視角，努力提高企業價值。

透過妥善因應「Environment(環境)」、「Social(社會)」、「Governance(治理)」等相關課題，降低事業風險、擴大事業機會，不斷提高企業價值，為實現SDGs目標之永續發展的社會貢獻力量。

## 重要課題/組織結構圖



## 策略

### 健康

#### 促進身心健康

<b>Why</b> 為什麼要努力	養命酒製造自創立以來，本著為消費者的健康生活貢獻力量的願望，多年來一直致力於提供「養命酒」等產品和服務。 我們相信，健康不僅意味著良好的身體狀態，還包括透過日常生活中感受到的快樂和療癒，擁有健康的心靈。為了實現人們身心健康的世界，我們投入「延伸健康壽命」、「提高生活品質」、「提高產品和服務品質和安全」等社會課題。
<b>What</b> 要努力什麼	基本方針：透過養命酒和本公司研究、開發和製造的產品和服務，促進人們的健康。 ● 身體健康 · 為延長健康壽命的貢獻 ● 心理健康 · 努力提高生活品質 (QOL) ● 提升品質、安全 · 提升產品 和 服務品質與安全
<b>SDGs目標</b>	

### 環境

#### 減少環境負荷

<b>Why</b> 為什麼要努力	養命酒製造以與自然環境和諧共生為基礎。「養命酒」至今仍是在大自然和水的恩賜下、採用消耗更少能源的環保方法來製造。我們認為，將這豐富的自然環境傳遞給下一代是我們的責任。 基於永續發展基本方針，我們將致力於「因應氣候變化」和「建構資源循環型社會」。
<b>What</b> 要努力什麼	基本方針：投入於事業活動基礎的「因應氣候變化、永續容器和包裝、水資源、建設資源循環型社會」，努力與環境和諧共生。 ● 因應氣候變化，實現資源循環型社會 · 減少二氧化碳排放   · 實現可再生生物資源和永續包裝   · 減少用水量、保護水源 · 回收食物垃圾並減少食物損失   · 減少材料和廢棄物，提高回收率，節省資源
<b>SDGs目標</b>	

## 地方社會

### 對地方社會的貢獻

<p><b>Why</b> 為什麼要努力</p>	<p>我們認為與地方社會（包括本公司創立之地、現在也有生產工廠和商業設施的長野縣）建立連結、保護當地的大自然，今後也會是本公司持續事業活動不可或缺的一環。 今後會特別透過 CLASUWA 事業，為地區振興和社區永續發展貢獻力量，讓居民能夠來到當地安心生活。</p>
<p><b>What</b> 要努力什麼</p>	<p>基本方針：透過CLASUWA事業擴大對地方社會的貢獻</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 振興地方社會             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 透過就業、觀光等，促進地方社會的發展</li> <li>· 透過採購帶動地方經濟振興</li> </ul> </li> </ul> <p>基本方針：為創建居民可以來到此地安心生活的永續社區貢獻力量。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 永續社區發展             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 保護當地自然環境</li> <li>· 與當地社群和諧共處</li> </ul> </li> </ul>
<p>SDGs目標</p>	

## 人權和多樣性

### 活用多樣化人力資源

<p><b>Why</b> 為什麼要努力</p>	<p>養命酒製造株式會社的經營理念是「回應消費者信賴，為富足健康的生活貢獻力量」致力於和平、永續的生活、與自然共存，為孩子的未來和地方社會貢獻力量，並努力提高企業價值。為了實現這一目標，我們認為有必要積極聘用多樣化人材，營造尊重人權和多樣性的組織風氣，建立員工能夠一展長才的組織體制，並與利益相關者建立公平的關係。</p>
<p><b>What</b> 要努力什麼</p>	<p>基本方針：保護人權與和平，透過考慮多樣性的事業活動，為實現人人都能自在地工作、活躍的社會貢獻力量。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 創建尊重多樣性的文化             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 追求工作與生活的平衡</li> <li>· 深化內部溝通</li> <li>· 培育人才</li> </ul> </li> <li>● 強化組織架構，推動CLASUWA事業             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 根據經營策略執行人力資源策略</li> <li>· 改善工作環境</li> </ul> </li> <li>● 因應公司內外的人權盡職調查             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 利益相關者（員工、供應商）的人權保護</li> <li>· 與利益相關者建立公平的關係</li> </ul> </li> </ul>
<p>SDGs目標</p>	

## 治理

### 加強治理

<p><b>Why</b> 為什麼要努力</p>	<p>為了持續提升本公司企業價值、並對實現永續發展的社會貢獻力量，我們透過加強管理決策體制、提升速度、強化管理監督功能，建構堅強的公司治理體制，並努力透過徹底遵守法律、尊重社會規範、建立企業倫理、推進風險管理來進行自律。</p>
<p><b>What</b> 要努力什麼</p>	<p>基本方針：作為從事公正事業的組織，加強治理，並履行對社會的說明責任</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 治理             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 推動永續經營</li> <li>· 強化法遵</li> <li>· 風險管理</li> <li>· 資訊管理</li> </ul> </li> </ul>
<p>SDGs目標</p>	

## ■ 公司治理體制

為進一步提高因應社會和市場需求的能力，實踐滿足利益相關者期待的管理，我們制定了強調三個方面的措施。

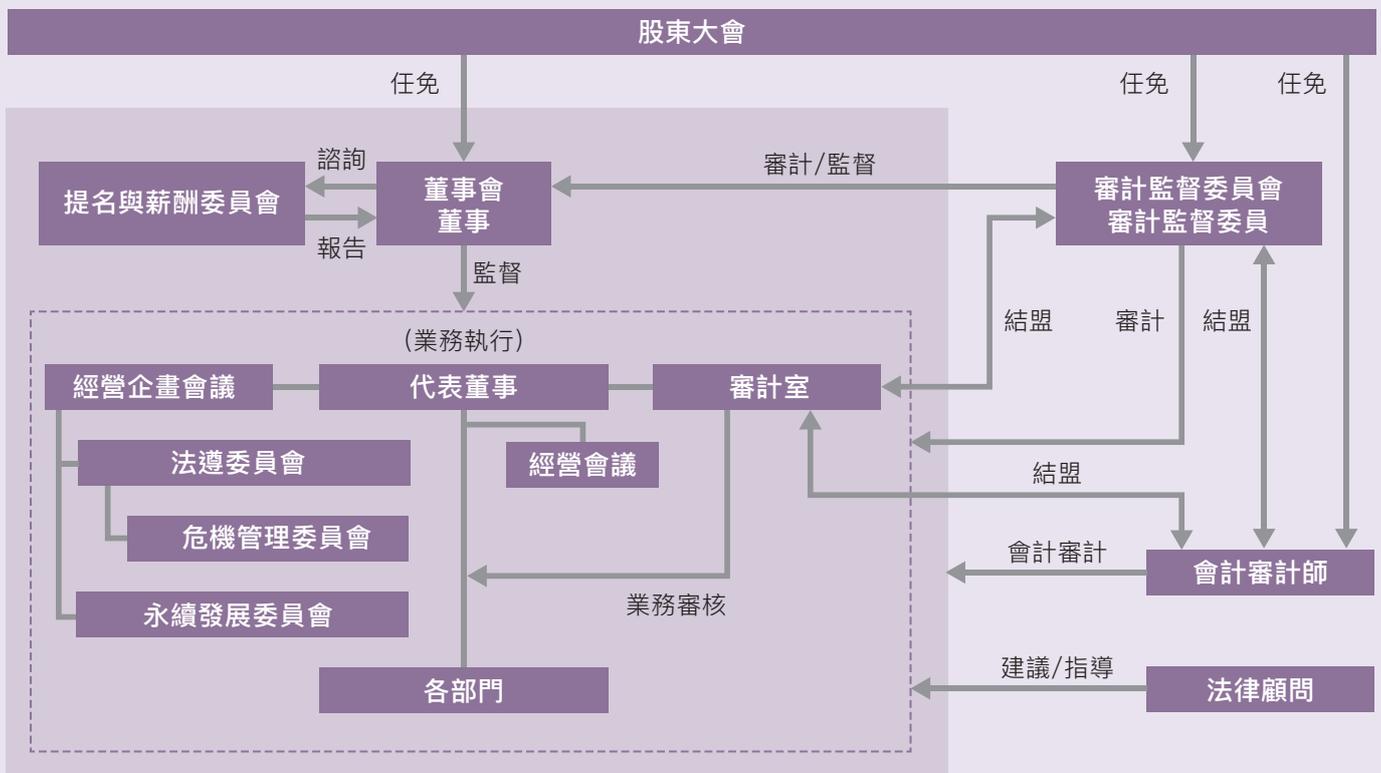
- 實踐更注重資本市場和所有股東的經營
- 強化管理決策體制，提高速度
- 強化經營監督功能

為了最大限度地發揮公司治理體制的有效性，我們引入了執行董事制度，使董事人數合理化，充實管理層會議結構，而我們也判斷這些措施在有效地運作。

養命酒製造是設有監查委員會的公司，監查委員會的成員為三名外部董事。外部董事利用自己的經驗和知識，從獨立的角度對經營進行監督並進行有效的審計，並對整體經營提出建議並交換意見。

此外，在法遵體制方面，基於認識到法遵體制是公司治理的基礎，我們不僅遵守法律法規，也尊重社會規範，建立重視企業社會責任的企業倫理。

## ■ 體制圖



## ■ 內部控制體系

根據公司法，董事會制定了《建立內部控制體系的基本方針》，並努力維持。本公司內部控制體系的基本概念及體制完善狀況公布於《公司治理報告》。

內部控制體系的基本概念及其維持狀況（部分摘錄）

### 1. 確保董事和員工履行職責時符合法令和公司章程的制度

- (1) 為確保董事和員工履行職責時符合法令和公司章程，我們制定了行為準則，並為了讓個別管理人員和員工遵守規定，設置「法遵委員會」，針對法遵意識進行普及與啟蒙活動。
- (2) 對於員工履行職責的情況，除了由各相關部門確認是否遵守法律法規和公司章程的規定外，也會視需要接受負責法律檢查的部門或法律顧問的指導。
- (3) 由直接隸屬於代表董事社長COO的內部審計部門進行內部監督，確認是否遵守履行職務相關法令、經營方針、內部規定以及其他相關規範。
- (4) 制定「內部報告制度運用規定」，當董事和員工發生欺瞞、違法或不道德行為，或判斷存在此類行為風險時，應進行內部報告。除未確認到違法行為的情況外，法遵委員會應進行調查和處理，且要將結果報告給代表董事社長COO。
- (5) 行為準則中規定，不會與反社會勢力有任何關係，並將與警方、法律顧問等合作，以堅定立場處理威脅公民社會秩序和安全的反社會勢力和團體。

### 2. 保存和管理董事執行職務相關資訊的體制

與董事、執行董事履行職務有關的董事會會議、經營管理會議、經營企畫會議等會議記錄、批准請求以及其他重要資訊，應按照內部規定妥善保存管理。此外，這些文件在董事要求時，應立即提交。

### 3. 損失風險管理相關規定等其他體制

- (1) 對於所有業務活動中的風險管理，由各相關部門制定法規和指南，進行培訓，並由直屬於經營企畫會議的「法遵委員會」及其諮詢機構「危機管理委員會」根據內部規定掌握風險並驗證風險對策。
- (2) 在永續經營中的風險管理方面，直屬於經營企畫會議的「永續發展委員會」應根據內部規定，識別永續經營中的重大危機，同時驗證各部門針對重大危機所制定的預防和應對措施。除制定改善措施外，還須把重大危機相關事項，依內部規定向法遵委員會報告。
- (3) 由直屬於代表董事社長COO的內部審計部門根據內部審計計劃等，評估風險對策的有效性。
- (4) 如果出現風險並預計會造成嚴重損害，「法遵委員會」應進行處理，並向代表董事、審計監督委員會、董事會和經營企畫會議報告。

## 風險管理

我們正在建構因應各種社會、環境和經濟風險的體制，譬如掌握法遵風險、針對維持事業進行風險管理、防止顧客資訊等機密資訊洩露風險等。為強化風險管理體制，我們成立了「危機管理委員會」作為「法遵委員會」的諮詢機構，管理各種可預期的風險、建立責任體制，並確立包含揭露的迅速應對模式。

如果實際發生風險並預計會造成嚴重損害，「法遵委員會」會進行處理，並向代表董事、審計和監督委員會、董事會和經營企畫會議報告。此外，對於所有事業活動中的風險管理，由各相關部門製定規則和指南，在公司內部進行宣導培訓，並由「危機管理委員會」根據內部規定掌握風險，進行風險對策的驗證。

## 法遵

除遵守法律法規之外，也尊重社會規範，為了建立重視企業社會責任的企業倫理而制訂行為準則，讓全體管理人員和員工遵守，同時，我們也努力加強法遵管理，成立「法遵委員會」並制定「內部報告制度運用規定」，建立完善的法遵體制，確立遵守法律法規及尊重社會規範和具企業社會責任（CSR）意識的企業倫理。

## 公平交易

除了遵守與採購相關的法律、法規和規則外，為了確保與商業夥伴進行公平、透明的交易，在「養命酒製造 行為準則」中，明訂「我們進行公平、透明和自由的企業競爭及正當交易，不透過不正當、非法的手段謀取利益」。

## 資訊安全

為了確保和提高所有資訊資產的機密性、完整性和可用性，我們根據資訊安全法規和標準，建立資訊安全管理體制，針對資訊資產實施適當的安全措施，並對所有幹部與員工進行教育訓練等。

## 適當的資訊公開

作為對股東、投資者等所有利益相關者的責任，我們努力以公平、積極、適時、適當的方式，公開經營資訊和與事業活動等相關資訊。另外，本公司對於資訊公開的基本立場，在「養命酒製造 行為準則」中規定為「與包含股東在內的利益相關者以及社會廣泛進行溝通，積極、公正、透明地進行企業資訊的公開」，由代表董事社長COO將這些事項向管理人員和員工進行宣傳周知。

關於資訊公開，在資訊收集階段注重迅速、完整，在分析判斷資訊時注重適時、合法、準確和正式，在發表階段注重公平、積極地公開。

### 公司簡介

公司名稱 養命酒製造株式會社 YOMEISHU SEIZO CO., LTD.  
地點 東京都澀谷區南平台町16-25  
成立日期 1923年(大正12年)6月20日  
資本額 16.5億日圓  
事業內容 養命酒、酒類、醫藥品等的製造和販售  
餐飲店和商店的經營、不動產租賃  
利用自然能源等的發電事業及  
供電、販售等相關業務  
財政年度 每年4月1日至次年3月31日  
官方網站 <https://www.yomeishu.co.jp/>

### 辦公室

總公司	郵遞區號150-8563	東京都澀谷區南平台町16-25	電話 +81-3-3462-8111
大阪分公司	郵遞區號553-0003	大阪府大阪市福島區福島 6-2-6 大阪安藤HAZAMA大廈4樓	電話 +81-6-6455-5700
駒根工廠	郵遞區號399-4117	長野縣駒根市赤穗16410	電話 +81-265-82-3311
產品開發中心	郵遞區號399-4601	長野縣上伊那郡箕輪町中箕輪2132-37	電話 +81-265-79-5678
CLASUWA總店	郵遞區號392-0027	長野縣諏訪市湖岸通3-1-30	電話 +81-266-52-9630
鶴島太陽能發電站	郵遞區號350-2204	埼玉縣鶴島市鶴丘331-1	電話 +81-3-3462-8192
台北分公司(Yomeishu Seizo Co., Ltd.Taipei Branch)		14F, No.51, Sec.2, Keelung Rd., Xinyi Dist.Taipei 11052, Taiwan	電話 +886-2-2736-9588

一步一步 邁向健康新生活



本文件是從日語原文翻譯而來的。如果本翻譯文件與日文原件之間存在任何差異，則以日文原件為準。