

2016年3月期 第2四半期

決算説明会

2015年11月18日

養命酒製造株式会社



Yomeishu 次のすこやかさへ、一步一步



本日の予定

1. 2016年3月期第2四半期決算概要
2. 中期経営計画(2015～2017年度)
3. 2016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	131億円(2015年3月期)
経常利益	25億円(2015年3月期)
従業員数	266名(2015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福島6-2-6
駒ヶ根工場	長野県駒ヶ根市赤穂16410
商品開発センター	長野県上伊那郡箕輪町中箕輪2132-37
商業施設くらすわ	長野県諏訪市湖岸通り3-1-30
鶴ヶ島太陽光発電所	埼玉県鶴ヶ島市鶴ヶ丘331-1



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

企業ビジョン

- 健全で、強い、良い会社

事業ビジョン

- ポジティブエイジングケアカンパニーとして、
健やかに、美しく、歳を重ねることに貢献する



1. 2016年3月期 第2四半期決算概要



2016年3月期第2四半期のポイント

売上高 5,837百万円(前年同四半期比4.5%減)

「養命酒関連事業」売上高 5,711百万円(前年同四半期比4.5%減)

- (1) 「養命酒」売上高 4,985百万円(前年同四半期比7.8%減)
 - ①国内「養命酒」 4,809百万円
 - ②海外「養命酒」 175百万円
- (2) 「その他商品・サービス」売上高 725百万円(前年同四半期比26.8%増)
(主な内訳)
 - ①「酒類」 184百万円
 - ②「エイジングケア商品」 178百万円
 - ③「くらすわ・養命酒健康の森」 311百万円

「その他」売上高 125百万円(前年同四半期比5.0%減)

- (1) 鶴ヶ島太陽光発電所
- (2) 不動産賃貸



(1)「養命酒」売上高 4,985百万円(前年同四半期比7.8%減)

①国内「養命酒」売上高4,809百万円(前年同四半期比7.2%減)

- ◆ 三大都市圏と50代以下の世代に比重を置いたプロモーション
- ◆ 「疲れと胃腸不調」などの「養命酒」独自の複合症状の解決を訴求
- ◆ テレビ、交通、ラジオ、雑誌、店頭露出を拡大する什器導入、クロスメディアを展開
- ◆ 話題を喚起するためのウェブキャンペーン



②海外「養命酒」売上高175百万円(前年同四半期比21.8%減)

- ◆ 各国の市場環境に即した販売促進活動
- ◆ 母の日、中秋節の記念日企画として、大量陳列による露出向上
- ◆ テレビ、ラジオ、ウェブ広告を実施





(2)「その他商品・サービス」売上高 725百万円（前年同四半期比26.8%増）

①「酒類」184百万円(前年同四半期比15.0%増)

- ◆ ハーブワイン「HER HERBS」シリーズの拡充
- ◆ 「フルーツとハーブのお酒」のパッケージリニューアル、新たなフレーバー追加
- ◆ 試飲会や季節毎の記念日企画等取扱小売店と連携した販売促進活動





②「エイジングケア商品」178百万円(前年同四半期比79.1%増)

- ◆ 「食べる前のうるる酢ビューティー」の販売を全国に拡大
- ◆ スーパーマーケット店頭での試飲会、ウェブ広告、雑誌広告、サンプリング、通信販売の強化を実施
- ◆ 新たなフレーバー商品を追加





③「くらすわ・養命酒健康の森」 311百万円(前年同四半期比19.2%増)

- ◆ 来店客数の増加によりレストラン・物販堅調
- ◆ JR長野駅「MIDORI長野」など販路の拡大により卸売が伸長



JR長野駅「MIDORI長野」でのくらすわ商品販売

「その他」売上高 125百万円(前年同四半期比5.0%減)

- (1)鶴ヶ島太陽光発電所
- (2)不動産賃貸

環境教育施設eコラボつるがしま
(鶴ヶ島太陽光発電所に併設)
グッドデザイン賞を受賞



Photo Takumi Ota



商品・サービス別売上高

(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	5,977	97.8	5,711	97.8	△ 266	△ 4.5
養命酒	5,405	88.5	4,985	85.4	△ 419	△ 7.8
国内「養命酒」	5,180	84.8	4,809	82.4	△ 370	△ 7.2
海外「養命酒」	224	3.7	175	3.0	△ 48	△ 21.8
その他商品・サービス (主な内訳)	572	9.4	725	12.4	153	26.8
酒類	160	2.6	184	3.2	24	15.0
エイジングケア商品	99	1.6	178	3.1	78	79.1
くらすわ・養命酒健康の森	261	4.3	311	5.3	50	19.2
その他(太陽光発電、不動産賃貸)	132	2.2	125	2.2	△ 6	△ 5.0
合計	6,109	100.0	5,837	100.0	△ 272	△ 4.5



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(%)	当第2四半期累計期間 (予想)		対予想 増減額	対予想 増減率 (%)
		構成比(%)		構成比(%)				構成比(%)		
売上高	6,109	100.0	5,837	100.0	△ 272	△ 4.5	6,180	100.0	△ 342	△ 5.5
売上原価	1,994	32.6	1,962	33.6	△ 32	△ 1.6	2,050	33.2	△ 87	△ 4.3
売上総利益	4,115	67.4	3,875	66.4	△ 240	△ 5.8	4,120	66.7	△ 244	△ 5.9
販売費及び 一般管理費	3,266	53.5	3,269	56.0	2	0.1	3,450	55.8	△ 180	△ 5.2
営業利益	848	13.9	605	10.4	△ 243	△ 28.7	670	10.8	△ 64	△ 9.6
経常利益	1,001	16.4	769	13.2	△ 231	△ 23.2	810	13.1	△ 40	△ 5.0
四半期純利益	843	13.8	887	15.2	44	5.3	800	12.9	87	11.0

- ◆ 売上高は、「養命酒」の売上が減少、「その他商品・サービス」は増加し
5,837百万円(前年同四半期比4.5%減)
- ◆ 「養命酒」の売上減少により、営業利益605百万円(同28.7%減)、
経常利益769百万円(同23.2%減)
- ◆ 中期経営計画初年度として、新商品にかかる積極的な費用投入を見込んでおり、
計画比では営業利益9.6%減、経常利益5.0%減
- ◆ 四半期純利益は、固定資産売却益527百万円を計上し、887百万円(同5.3%増)



貸借対照表

(単位:百万円)

	2015年3月末		2015年9月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	10,659	25.0	10,459	25.2	△ 199	
固定資産	31,998	75.0	30,969	74.8	△ 1,029	
資産合計	42,658	100.0	41,429	100.0	△ 1,229	保有株式の時価評価の減少
流動負債	2,647	6.2	2,179	5.3	△ 467	未払法人税等の減少 未払消費税等の減少
固定負債	3,332	7.8	3,057	7.4	△ 274	繰延税金負債の減少
負債合計	5,979	14.0	5,237	12.6	△ 742	
株主資本	31,686	74.3	32,023	77.3	337	利益剰余金の増加
(うち自己株式)	(△ 5,016)	(△ 11.8)	(△ 5,032)	(△ 12.1)	(△ 16)	
評価・換算差額等	4,992	11.7	4,168	10.1	△ 823	その他有価証券評価差額金の減少
純資産合計	36,678	86.0	36,191	87.4	△ 486	
負債・純資産合計	42,658	100.0	41,429	100.0	△ 1,229	



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	468	134	
投資活動によるCF	560	64	
財務活動によるCF	△ 492	△ 550	配当金の支払い
現金及び現金同等物の増減額	536	△ 351	
現金及び現金同等物の期首残高	2,325	3,626	
現金及び現金同等物の四半期末残高	2,862	3,274	

2. 中期経営計画(2015～2017年度)



中期経営計画(2015～2017年度)

基本方針

- 持続的成長に向けた新規事業領域の確立

経営戦略

1. 新規事業領域の成長基盤の構築

- 商品開発力と販売力の強化

2. 薬用養命酒の収益体質の維持

- 新規飲用者の獲得と既存飲用者の維持
- 仕入、製造、販売、マーケティング、管理が一体となった収益構造の一層の改善

3. 生活者視点に立った事業活動を基盤としたCSR経営の推進

- コーポレートガバナンスの強化
- 人材の育成
- ステークホルダーへの適切な対応



中期経営計画(2015~2017年度)

目標とする経営指標

売上高145億円以上

養命酒 120億円
(国内 115億円、海外5億円)
その他 25億円

営業利益率15%以上

ROE(自己資本利益率)5%

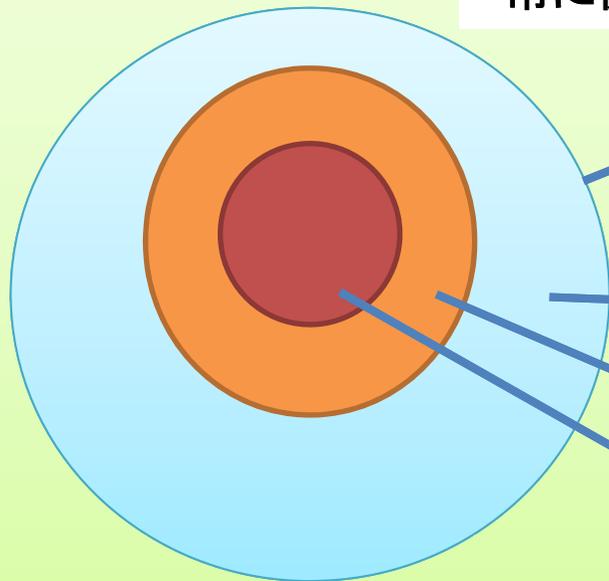


中期経営計画(2015~2017年度)

養命酒製造のお客様

ナチュラル健康志向

- ・ナチュラル感、自然由来、作用が穏やか
- ・身体に優しく安心
- ・常に健康や体調に不安を抱える



企業ブランドファン

(養命酒製造株式会社という企業ブランドに親和性、信頼を持つ)

養命酒に興味関心

ライトユーザー

(年1本以下の現在飲用者)

ミドル・ヘビーユーザー

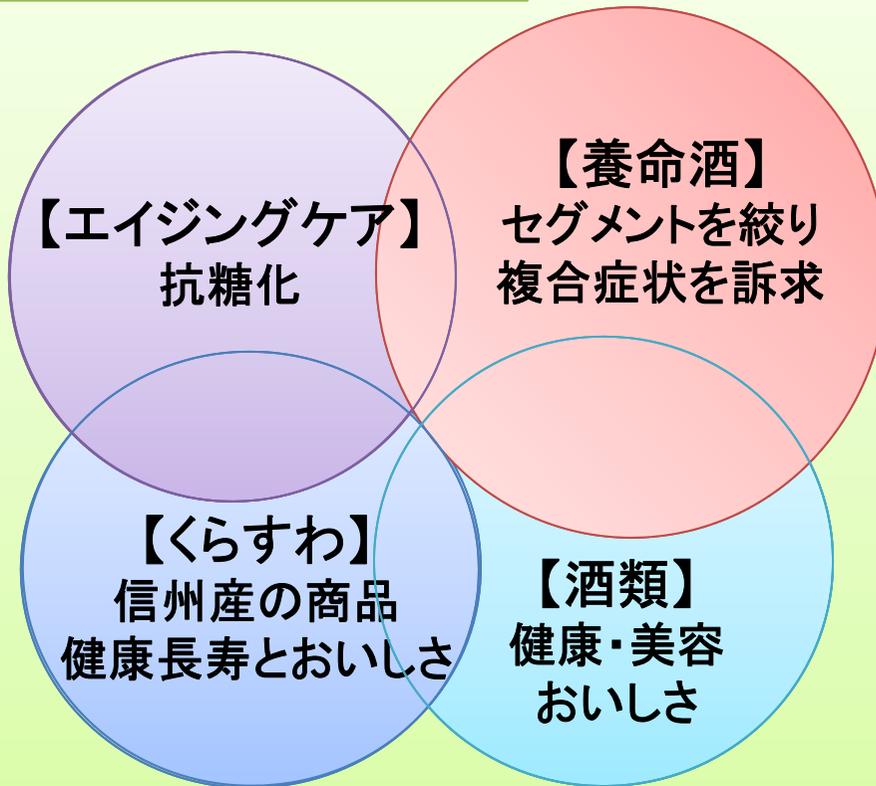
(年2-7本以上の現在飲用者)



中期経営計画(2015~2017年度)

事業の相関と伝える商品価値

ナチュラル健康志向



商品価値

当社の企業イメージ

伝統・健康
信頼・安心・安全

+

強化する価値

効果感
素材へのこだわり
天然由来
おいしさ



中期経営計画(2015~2017年度)

CSR経営の推進

- ・健康セミナーの開催や健康情報の発信
- ・環境、自然、循環型社会に対応する活動
(養命酒などの生薬搾りかすの活用)
- ・鶴ヶ島太陽光発電所の環境教育施設
eコラボつるがしま (防災拠点としても活用)
- ・養命酒健康の森(駒ヶ根工場)
(多様性のある森林の保護)



生活者視点に立った事業活動を基盤としたCSR経営の推進



3. 2016年3月期の見通しと施策



2016年3月期のポイント

「養命酒関連事業」目標売上高 13,220百万円

(1) 「養命酒」目標売上高11,890百万円

- ①国内「養命酒」 11,390百万円
- ②海外「養命酒」 490百万円

(2) 「その他の商品・サービス」目標売上高1,330百万円

(主な内訳)

- ①「酒類」 420百万円
- ②「エイジングケア商品」 280百万円
- ③「くらすわ・養命酒健康の森」 510百万円

「その他」目標売上高 240百万円

- (1) 鶴ヶ島太陽光発電所
- (2) 不動産賃貸



(1)「養命酒」

①国内 クロスメディアによる販売促進

(テレビ、新聞、雑誌、交通、インターネット、店頭販促活動)

■テレビCM



「冷え症」を軸に「養命酒」の複合症状の解決という価値を浸透
東洋医学の見地から体質的な改善を訴求

■高年齢層と地方エリアでの新規獲得と継続飲用者の維持・離脱防止

高年齢層の閲読率が高い新聞広告で地方エリアの販売を活性化

■若年齢層の新規獲得

プレゼントキャンペーンをインターネットで展開

■第4四半期のプロモーション強化

「冷えと代謝」を訴求テーマ





②海外

■養命酒 春節(商戦期)のプロモーション強化

- ◆ 台湾を重点市場と位置付け
300mLによる新規顧客の獲得
- ◆ 各国の市場環境に即したマーケティング活動
 - ・輸入販売店、お客様とのコミュニケーション強化
- ◆ 流通における推進環境の整備(流通施策、量販店)
- ◆ 適切なプロモーションの実施
(消費者はがきによるニーズ把握、訴求ポイントの明確化)

■新商品

- ◆ 市場環境に合わせた商品の輸出
 - ・「ハーブの恵み」
 - ・「フルーツとハーブのお酒」





(2) 「その他商品・サービス」

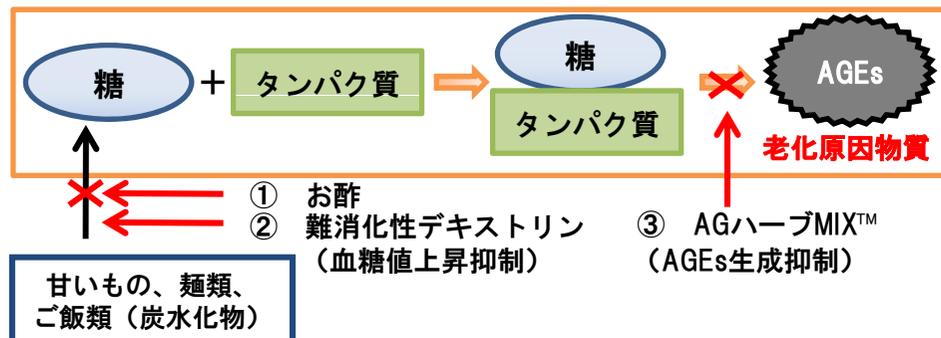
① 「エイジングケア商品」

■ 「食べる前のうるる酢」

- ◆ 販売促進キャンペーン実施による取扱店舗数の確保・維持
- ◆ 商品価値を広く伝えるための販売促進活動
- ◆ 商品価値を効果的に訴求できる販売チャネルの拡大
- ◆ 通信販売の強化



■ 抗糖化の機能を背景に持つ新商品の開発、販売



ドクダミ



ローマカミツレ



セイヨウサンザシ



ブドウ葉

※糖化とは・・・体内のタンパク質と糖が結びついてAGEs(最終糖化産物)ができること



② 「酒類」(「ハーブの恵み」「フルーツとハーブのお酒」「HER HERBS」)

- ◆ 「健康感と美容感」のある商品の拡充
- ◆ 「温まる、安らぎ」など商品特性を活かした売場提案、試飲販売会の実施
- ◆ 店頭やウェブでの「安心・安全・健康・楽しさ」の訴求、認知拡大



ハーブの恵み



フルーツとハーブのお酒



ハーブワイン
HER HERBS



③「くらすわ・養命酒健康の森」

1. 「くらすわ」・・・信州発、健康長寿と美味しさを訴求

■ 店舗施策

- ◆ ランチ、ディナーメニューの魅力向上
- ◆ 売れ筋商品の強化(信州十四豚、薬膳鍋)
- ◆ イベント開催による集客



■ 販路の拡大

- ◆ 信州十四豚等の外部販売取引先の開拓
- ◆ デパートやスーパーマーケットでの催事出店、JR長野駅「MIDORI長野」

2. 「養命酒健康の森」・・・未来の里山の推進

- ◆ 森の環境整備(里山づくり)
- ◆ 里山体験イベント開催





2016年3月期業績予想

(単位:百万円)

	2015年3月期		2016年3月期(予想)		対前期 増減率(%)
		構成比(%)		構成比(%)	
売上高	13,149	100.0	13,460	100.0	2.4
売上原価	4,257	32.4	4,310	32.0	1.2
売上総利益	8,891	67.6	9,140	67.9	2.8
販売費及び一般管理費	6,594	50.1	7,110	52.8	7.8
営業利益	2,297	17.5	2,030	15.1	△ 11.6
経常利益	2,595	19.7	2,280	16.9	△ 12.2
当期純利益	1,857	14.1	1,780	13.2	△ 4.2

設備投資額779百万円(対前期460百万円増)、研究開発費509百万円(対前期124百万円増)
減価償却費522百万円(対前期34百万円増)

- ◆ 売上高は13,460百万円(前期比2.4%増)と増収を見込む
- ◆ 新商品にかかる販売促進活動や研究開発等に積極的に投資
- ◆ 営業利益は2,030百万円(前期比11.6%減)、経常利益は2,280百万円(前期比12.2%減)、当期純利益は、1,780百万円(前期比4.2%減)を見込む
- ◆ 予想期末配当金は1株につき40円(配当性向30%、36円配当を下限)※
※配当金は2015年10月1日に実施した2株を1株にする株式併合を考慮



Yomeishu 次のすこやかさへ、一步一步

次のすこやかさへ、一步一步



Yomeishu

時代をこえて受け継がれ、
積み重ねてきた知恵と技術を大切にしながらも、
私たちが立ち止まることはありません。

次のすこやかさへ、一步一步

お客様のすこやかな日々を寄り添うために

私たちは、たゆまぬ歩みで
新しい可能性を追求し続けます。



本日はありがとうございました。

将来見通しに関する注意事項

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、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。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。

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。