

2016年3月期

決算説明会

2016年5月25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 決算概要
2. 2017年3月期の見通しと施策
3. 中期経営計画(2015～2017年度)



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	127億円(2016年3月期)
経常利益	21億円(2016年3月期)
従業員数	268名(2016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 決算概要



2016年3月期のポイント

売上高 12,703百万円(前年同期比3.4%減)

「養命酒関連事業」売上高 12,459百万円(前年同期比3.4%減)

(1)「養命酒」売上高 11,087百万円(前年同期比6.2%減)

- ①国内「養命酒」 10,591百万円
- ②海外「養命酒」 496百万円

(2)「その他商品・サービス」売上高 1,371百万円(前年同期比26.5%増)

(主な内訳)

- ①「酒類」 383百万円
- ②「エイジングケア商品」 282百万円
- ③「くらすわ・養命酒健康の森」 601百万円

「その他」売上高 244百万円(前年同期比1.4%減)

- (1)鶴ヶ島太陽光発電所
- (2)不動産賃貸



(1)「養命酒」売上高 11,087百万円(前年同期比6.2%減)

①国内「養命酒」売上高10,591百万円(前年同期比6.5%減)

- ◆ 「疲れと胃腸不調」「冷えて眠れない」などの複合症状の解決を訴求
- ◆ 暖冬の影響
- ◆ 第4四半期に販売促進の強化期を設け、新たなテーマとして「冷えと代謝」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



©さいとう・たかを/リイド社



©タナカカツキ/KITAN CLUB

②海外「養命酒」売上高496百万円(前年同期比0.7%増)

- ◆ 各国の市場環境に即した販売促進活動
- ◆ 春節等の季節毎の商戦期において、店頭販売促進活動
- ◆ テレビ、ラジオ、雑誌、ウェブ広告、キャンペーン等を実施





(2)「その他商品・サービス」売上高 1,371百万円（前年同期比26.5%増）

①「酒類」 383百万円（前年同期比14.0%増）

- ◆ ハーブワイン「HER HERBS」シリーズの発売
- ◆ 「フルーツとハーブのお酒」のパッケージリニューアル、新たなフレーバー投入
- ◆ 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

リニューアル(春)	春夏新商品	秋冬新商品
		



②「エイジングケア商品」282百万円(前年同期比64.8%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、新聞折込み広告、サンプリング、通信販売の強化を実施
- ◆ 新たなフレーバーを追加





③「くらすわ・養命酒健康の森」 601百万円(前年同期比25.4%増)

- ◆ 来店客数の増加により物販・レストラン堅調
- ◆ 販売チャネル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 244百万円(前年同期比1.4%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)

	2015年3月期		2016年3月期		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	12,901	98.1	12,459	98.1	△ 441	△ 3.4
養命酒	11,817	89.9	11,087	87.3	△ 729	△ 6.2
国内「養命酒」	11,324	86.1	10,591	83.4	△ 733	△ 6.5
海外「養命酒」	493	3.8	496	3.9	3	0.7
その他商品・サービス (主な内訳)	1,083	8.2	1,371	10.8	287	26.5
酒類	336	2.6	383	3.0	47	14.0
エイジングケア商品	171	1.3	282	2.2	111	64.8
くらすわ・養命酒健康の森	479	3.6	601	4.7	122	25.4
その他(太陽光発電、不動産賃貸)	247	1.9	244	1.9	△ 3	△ 1.4
合計	13,149	100.0	12,703	100.0	△ 445	△ 3.4



経営成績(損益計算書)

(単位:百万円)

	2015年3月期		2016年3月期		増減額	増減率(%)
		構成比(%)		構成比(%)		
売上高	13,149	100.0	12,703	100.0	△ 445	△ 3.4
売上原価	4,257	32.4	4,152	32.7	△ 104	△ 2.5
売上総利益	8,891	67.6	8,551	67.3	△ 340	△ 3.8
販売費及び一般管理費	6,594	50.1	6,714	52.9	120	1.8
営業利益	2,297	17.5	1,836	14.5	△ 460	△ 20.1
経常利益	2,595	19.7	2,112	16.6	△ 483	△ 18.6
当期純利益	1,857	14.1	1,769	13.9	△ 88	△ 4.7

- ◆ 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
12,703百万円(前年同期比3.4%減)
- ◆ 「養命酒」の売上減少により、営業利益1,836百万円(同20.1%減)、
経常利益2,112百万円(同18.6%減)
- ◆ 当期純利益は、固定資産売却益527百万円を計上し、1,769百万円(同4.7%減)

貸借対照表

(単位:百万円)

	2015年3月末		2016年3月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	10,659	25.0	11,278	26.3	618	
固定資産	31,998	75.0	31,571	73.7	△ 426	
資産合計	42,658	100.0	42,849	100.0	191	保有株式の時価評価の減少 現金及び預金、たな卸資産、 有形固定資産、長期預金の増加
流動負債	2,647	6.2	2,303	5.4	△ 344	未払消費税等の減少
固定負債	3,332	7.8	3,168	7.4	△ 163	繰延税金負債の減少
負債合計	5,979	14.0	5,471	12.8	△ 508	
株主資本 (うち自己株式)	31,686 (△ 5,016)	74.3 (△ 11.8)	32,904 (△ 5,033)	76.8 (△ 11.7)	1,218 (△ 16)	利益剰余金の増加
評価・換算差額等	4,992	11.7	4,473	10.4	△ 518	その他有価証券評価差額金の減少
純資産合計	36,678	86.0	37,378	87.2	699	
負債・純資産合計	42,658	100.0	42,849	100.0	191	



キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2015年3月期	2016年3月期	備考
営業活動によるCF	2,135	1,140	売上高の減少、法人税及び消費税等の納税が増加
投資活動によるCF	△ 340	△ 1,276	運用商品の預入れ、固定資産取得、固定資産売却による収入の増加
財務活動によるCF	△ 493	△ 551	配当金の支払い(増配)
現金及び現金同等物の増減額	1,300	△ 688	
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期末残高	3,626	2,938	



2. 2017年3月期の見通しと施策



2017年3月期のポイント

「養命酒関連事業」目標売上高 13,280百万円(前年同期比6.6%増)

(1) 「養命酒」目標売上高11,590百万円(前年同期比4.5%増)

- ①国内「養命酒」 11,110百万円
- ②海外「養命酒」 470百万円

(2) 「その他商品・サービス」目標売上高1,690百万円(前年同期比23.2%増)

(主な内訳)

- ①「酒類」 590百万円
- ②「エイジングケア商品」 470百万円
- ③「くらすわ・養命酒健康の森」 580百万円

「その他」目標売上高 250百万円(前年同期比2.3%増)

- (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 広告と連動した店頭販促活動



■プロモーション戦略

- ◆ 「複合症状の改善」と「体質的・器質的な衰えの改善」の2つの訴求メッセージを軸として幅広い年齢層へ訴求
- ◆ ウェブ施策を重点的に実施

■コミュニケーション施策

- ◆ 自社メディアでの生活者との接点の拡大
- ◆ 健康セミナーなどの情報発信によるファン拡大





今後のクロスメディア戦略

広く一気に伝えるメディア



テレビ 新聞 雑誌 ラジオ 交通
屋外 シネアド インターネット 折込

広く伝える

長期的に顧客と結びつくための
自社のメディア

信頼と評判を得るためのメディア

ブランディング

ホームページ 健康セミナー
元気通信 養命酒だより
養命酒健康の森/くらすわ

ブランドの
見える化



ファン育成

SNS ブログ 動画
ソーシャルブックマーク
PR【テレビ番組、新聞記事】



②海外

■養命酒 安定的継続的な販売拡大

- ◆ 台湾に駐在員事務所を開設
- ◆ 各国の市場環境に即したマーケティング活動
 - ・ターゲットの絞り込みと効果的な媒体選択
 - ・お客様コミュニケーション施策による飲用者の拡大
- ◆ 流通における推進環境の整備



台湾駐在員事務所の
入居するオフィスビル

■輸出領域の拡大

- ◆ 「ハーブの恵み」、「フルーツとハーブのお酒」等の輸出



(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 ビューティー」を事業の柱として売上拡大

- ◆商品リニューアル、新フレーバー追加、参考小売価格の見直し
- ◆強化店への販売促進(試飲会)集中による売上の安定化
- ◆シリーズ商品の投入

■ 抗糖化等の機能を持つ新商品の投入

- ◆機能性表示食品、栄養機能食品の開発
- ◆販売チャネルの拡大(ドラッグストア)



■ 通信販売の強化

- ◆新商品、既存商品(幸健生彩、カンカ)の拡売





②「酒類」

- ◆ 「健康」「美味しさ」「素材・本物感」を訴求したお酒の開発、投入
- ◆ 「琥珀生姜酒」「フルーツとハーブのお酒」「家醸本みりん」を重点拡売商品として、配荷拡大、店頭活性化
- ◆ 商品特長を活かした季節毎の店頭販売促進企画
- ◆ ウェブ等の活用による認知拡大と情報拡散



琥珀生姜酒



フルーツとハーブのお酒



HER HERBS



家醸本みりん



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

- ◆ オリジナル商品比率の増加
- ◆ レストランウェディング、宴会需要の掘り起こし
- ◆ イベント開催による集客

■ 外部販売

- ◆ 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

2. 「養命酒健康の森」・・・未来の里山構想の推進

- ◆ 魅力ある施設(カフェ・飲食機能の充実)
- ◆ 10周年イベント
(オープン後10年で来場者100万人)





2017年3月期業績予想

(単位:百万円)

	2016年3月期		2017年3月期(通期)(予想)					
		構成比 (%)	第2四半期累計期間(予想)				構成比 (%)	増減率 (%)
				構成比 (%)	増減率 (%)			
売上高	12,703	100.0	5,920	100.0	1.4	13,530	100.0	6.5
売上原価	4,152	32.7	2,010	34.0	2.4	4,500	33.3	8.4
売上総利益	8,551	67.3	3,900	65.9	0.6	9,030	66.7	5.6
販売費及び一般管理費	6,714	52.9	3,340	56.4	2.2	6,990	51.7	4.1
営業利益	1,836	14.5	560	9.5	△ 7.5	2,040	15.1	11.1
経常利益	2,112	16.6	710	12.0	△ 7.7	2,300	17.0	8.9
当期純利益	1,769	13.9	490	8.3	△ 44.8	1,570	11.6	△ 11.3

設備投資額838百万円(対前期49百万円減)、研究開発費496百万円(対前期75百万円増)
減価償却費607百万円(対前期86百万円増)

- ◆ 売上高は13,530百万円(前年同期比6.5%増)を見込む
- ◆ 営業利益は「養命酒」売上高の増加に伴い、2,040百万円(同11.1%増)、
経常利益は2,300百万円(同8.9%増)、当期純利益は、前期の固定資産売却益がなくなり、
1,570百万円(同11.3%減)を見込む
- ◆ 予想期末配当金は1株につき40円



3. 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%



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。