

2019年3月期 第2四半期決算説明会

2018年11月19日

養命酒製造株式会社

証券コード：2540



Yomeishu 次のすこやかさへ、一步一步

- 1. 上半期の決算概要**
- 2. 上半期の取組み**
- 3. 重点施策と通期の見通し**

- 1. 上半期の決算概要**
2. 上半期の取組み
3. 重点施策と通期の見通し

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	5,177	100.0	5,170	100.0	△ 6	△ 0.1
売上原価	1,943	37.5	1,892	36.6	△ 51	△ 2.6
売上総利益	3,234	62.5	3,278	63.4	44	1.4
販売費及び一般管理費	3,165	61.1	3,110	60.2	△ 54	△ 1.7
営業利益	69	1.3	168	3.3	98	141.9
経常利益	241	4.7	341	6.6	99	41.1
四半期純利益	166	3.2	242	4.7	75	45.5

貸借対照表

(単位：百万円)

	2018年3月末		2018年9月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	13,186	27.9	12,993	26.0	△192	
固定資産	34,132	72.1	37,056	74.0	2,924	
資産合計	47,318	100.0	50,050	100.0	2,731	有形固定資産が賃貸用不動産の取得等により増加 保有株式時価の増加
流動負債	1,418	3.0	1,804	3.6	386	未払費用の増加
固定負債	4,446	9.4	5,291	10.6	845	繰延税金負債の増加
負債合計	5,864	12.4	7,096	14.2	1,231	
株主資本 (うち自己株式)	34,844 (△ 4,975)	73.6 (△ 10.5)	34,553 (4,990)	69.0 (△ 10.0)	△291 (△14)	利益剰余金の減少
評価・換算差額等	6,609	14.0	8,400	16.8	1,791	その他有価証券評価差額金の増加
純資産合計	41,454	87.6	42,953	85.8	1,499	
負債・純資産合計	47,318	100.0	50,050	100.0	2,731	

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	337	531	税引前四半期純利益の増加 法人税等の支払額の減少
投資活動によるCF	△ 1,010	△ 2,026	賃貸用不動産の取得等 設備投資額の増加
財務活動によるCF	△ 550	△ 548	配当金の支払い
現金及び現金同等物の 増減額	△ 1,224	△ 2,043	
現金及び現金同等物の 期首残高	2,878	3,874	
現金及び現金同等物の 期末残高	1,653	1,830	

1. 上半期の決算概要
- 2. 上半期の取組み**
3. 重点施策と通期の見通し

基本方針

持続的成長に向けた事業基盤の構築

基本戦略

(1) 選択と集中

- ・収益基盤である「養命酒」の売上回復を最優先の経営課題とする
- ・「養命酒」以外の商品・サービスは、伸長カテゴリーに注力

(2) スピードと効率

- ・組織体制の見直し、事業の再編、IT基盤の整備・活用
- ・意思決定及び業務遂行の迅速化、効率化、生産性の向上を図る

(3) コスト管理の徹底

- ・原価低減、製品別の原価管理の徹底
- ・販売費及び一般管理費の見直し等によるコスト管理の徹底

(4) 経営基盤の強化

- ・経営監督機能の強化及び迅速・果敢な意思決定を行う仕組みを構築
- ・マネジメントの強化、人材育成、事業別収益管理の徹底、品質管理の徹底

重要な 経営指標

事業の拡大と収益性の向上を図ることとし、
売上高と営業利益率を重要な経営指標とする

(1) 選択と集中

- ①国内「養命酒」の営業人員増強、販促強化
- ②酒類食品の伸長カテゴリーへの注力
 - ・酒類：「フルーツとハーブのお酒」「健康のお酒シリーズ」に注力
 - ・食品：「グミ×サプリ」「養命酒製造のど飴」に注力
 - ・販売終了：酒類6品目、ヘルスケア商品1品目

(2) スピードと効率

- ①営業組織体制の見直し
- ②IT基幹システムの刷新にともなう実績管理の徹底

(3) コスト管理の徹底

- ① 原価構造の見直し
- ② 物流システムの見直し
- ③ 販促費の見直し

(4) 経営基盤の強化

- ① 監査等委員会設置会社への移行と執行役員制度の強化による権限委譲
- ② 経営会議体運営見直しによる監督機能強化
- ③ 事業別収益管理の徹底

3,787百万円 (1.6%↓)

- 第2四半期（7月—9月）は、前年同四半期を上回る
- 卸店、ドラッグストアとの協働による店頭露出強化
- 保険薬局、通信販売等への営業強化
- キャンペーン（A I 養命酒）、ビンくんTwitter開始
- 養命酒だより工場見学ツアー

国内「養命酒」プロモーション

・テレビスポット広告

⇒5/21~6/24、7/14~9/17



・キャンペーン（A I 養命酒）

⇒キャンペーン8万7千人の応募

⇒フォローア—数1万4千人の獲得



115百万円（21.4%↑）

- 前年同四半期は、パッケージリニューアルに伴い香港への輸出がなかったこともあり、前年同四半期比増

酒類

380百万円（10.4%↓）

- 酒類全体の売上減少の主要因は「フルーツとハーブのお酒」
 - ・ 前年同四半期は、コンビニエンスストアへの初回出荷があったことが影響
 - ・ 夏場の「フルーツとハーブのお酒スパークリング」の販売減少

289百万円 (5.8%↓)

- 「グミ×サプリ」、新商品「養命酒製造のど飴」の活動に注力
菓子卸と連携して営業強化
- チルド系飲料は試飲販売活動を実施しなかったことで販売減少

リテール（くらすわ、養命酒健康の森）

352百万円 (6.7%↑)

- 「くらすわ」レストラン好調
- 「養命酒健康の森」個人客購買率上昇

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	5,035	97.3	4,983	96.4	△ 52	△ 1.0
養命酒	3,943	76.2	3,903	75.5	△ 39	△ 1.0
国内「養命酒」	3,847	74.3	3,787	73.3	△ 59	△ 1.6
海外「養命酒」	95	1.8	115	2.2	20	21.4
その他商品・サービス	1,092	21.1	1,079	20.9	△ 12	△ 1.2
ヘルスケア	30	0.6	57	1.1	26	88.4
酒類	424	8.2	380	7.4	△ 43	△ 10.4
食品	306	5.9	289	5.6	△ 17	△ 5.8
リテール (くらすわ・養命酒健康の森)	330	6.4	352	6.8	22	6.7
その他 (不動産賃貸、太陽光発電)	141	2.7	187	3.6	45	32.0
合計	5,177	100.0	5,170	100.0	△ 6	△ 0.1

※ヘルスケア：保険薬局向け商品「養命酒製造の黒酢」を中心に販売

※その他：賃貸用不動産の取得

1. 上半期の決算概要
2. 上半期の取組み
3. **重点施策と通期の見通し**

商品・サービス別売上高（予想）

（単位：百万円）

	2018年3月期		2019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	10,381	97.4	10,940	96.8	558	5.4
養命酒	8,377	78.6	8,770	77.6	392	4.7
国内「養命酒」	8,018	75.3	8,340	73.8	321	4.0
海外「養命酒」	358	3.4	430	3.8	71	20.0
その他商品・サービス	2,004	18.8	2,160	19.1	155	7.7
ヘルスケア	57	0.5	100	0.9	42	74.6
酒類	861	8.1	870	7.7	8	1.0
食品	472	4.4	510	4.5	37	7.9
リテール （くらすわ・養命酒健康の森）	613	5.8	670	5.9	56	9.2
その他 （不動産賃貸、太陽光発電）	273	2.6	360	3.2	86	31.7
合計	10,655	100.0	11,300	100.0	645	6.0

国内 「養命酒」	<ul style="list-style-type: none">・ 「冷えと睡眠」「冷えと体調不良」「季節の変わり目」をテーマにスポット広告、店頭活動・ 今期は2月にプロモーション活動を計画・ 冬のテーマに合わせた店頭露出を拡大
酒類	<ul style="list-style-type: none">・ コンビニチェーン、重点小売チェーンへ施策提案・販売強化・ 「温活カクテル」のウェブプレゼントキャンペーンを実施・ 新商品の来春発売に向けた活動
食品	<ul style="list-style-type: none">・ 「グミ×サプリ」「養命酒製造のど飴」の、菓子卸との協働による販路拡大・ 「クロモジ」のPR活動

国内「養命酒」下半期 テレビCM

・テレビスポット広告

⇒10月27日－12月9日 12月15日－1月13日 2月も計画



国内「養命酒」下半期 テレビCM

・テレビスポット広告

⇒10月27日－12月9日 12月15日－1月13日 2月も計画



通期業績予想

(単位：百万円)

	2018年3月期		2019年3月期（予想）		増減率（%）
		構成比（%）		構成比（%）	
売上高	10,655	100.0	11,300	100.0	6.0
売上原価	3,871	36.3	3,910	34.6	1.0
売上総利益	6,783	63.7	7,380	65.3	8.8
販売費及び一般管理費	6,262	58.8	6,790	60.1	8.4
営業利益	520	4.9	590	5.2	13.3
経常利益	829	7.8	890	7.9	7.3
当期純利益	1,615	15.2	620	5.5	△ 61.6

設備投資額1,938百万円（対前期1,103百万円増）、研究開発費428百万円（対前期12百万円増）、減価償却費584百万円（対前期48百万円減）

- 当期純利益は、前期に固定資産売却益を特別利益に計上しており、620百万円（前年同期比61.6%減）を見込む
- 予想期末配当金は1株につき40円

1. 生薬の研究

2. CSR



クロモジ：
日本の山地に自生するクスノキ科の落葉低木で、高級楊枝としての利用や精油が有名。
幹や枝は烏樟（うしょう）という生薬の原料で「養命酒」に使用。

- ・ 国立研究開発法人国立国際医療研究センター研究所 感染症制御研究部、愛媛大学医学部附属病院抗加齢・予防医療センターなどとの各研究機関と共同研究を実施
- ・ 近年、クロモジの抽出エキス等の機能性に関するエビデンスデータを発表

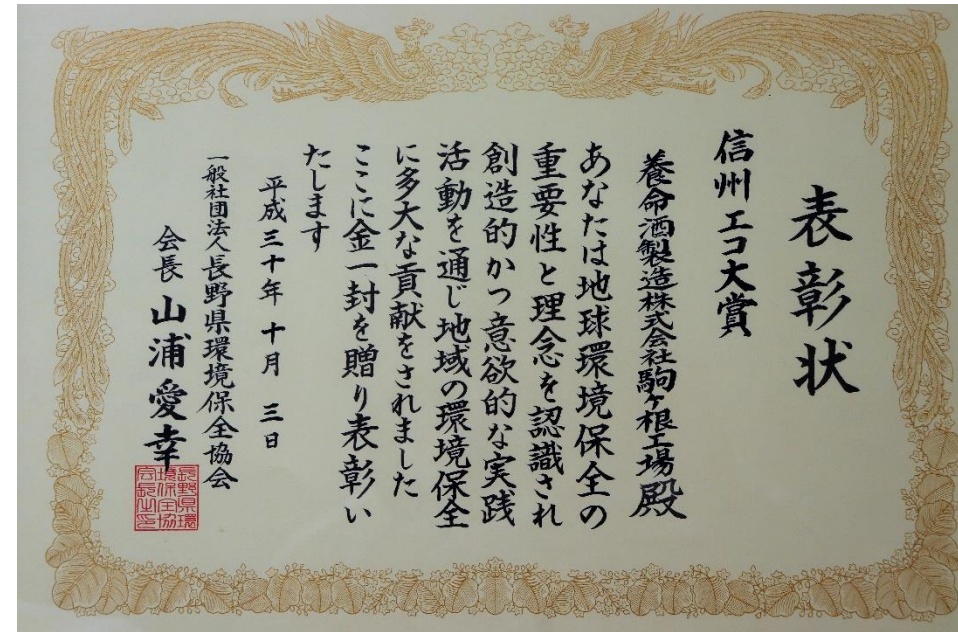
機能性	試験品	連携研究機関	論文・発表
抗ウイルス	エキス	愛媛大学医学部	薬理と治療 46(8) : 1369-1373 (2018)
抗ウイルス	エキス成分	愛媛大学、 順天堂大学医学部、 国立国際医療研究センター研究所	第92回日本感染症学会学術講演会 (2018)
免疫機能改善	エキス		第24回日本未病システム学会 (2017)
睡眠改善	精油		日本睡眠学会第37回 (2012)
抗酸化	エキス成分	同志社大学大学院生命医科学研究科	第18回日本抗加齢医学会総会要旨(2018)
抗糖化	エキス	同志社大学大学院生命医科学研究科	Glycative Stress Research 4(4) : 317-328 (2017)

森林(もり)の里親促進事業に参加



クロモジ定植の様子

信州エコ大賞、グランプリ受賞



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。