



Yomeishu

次のすこやかさへ、一步一步

2025年3月期 中間期 決算説明資料

養命酒製造株式会社 (2540)

2024年11月21日

■ 目次

1. 2025年3月期中間期 決算概要
2. 各事業の取り組み
3. 2025年3月期 下期施策と見通し
4. 「くらすわの森」オープン状況
5. サステナビリティの取り組み

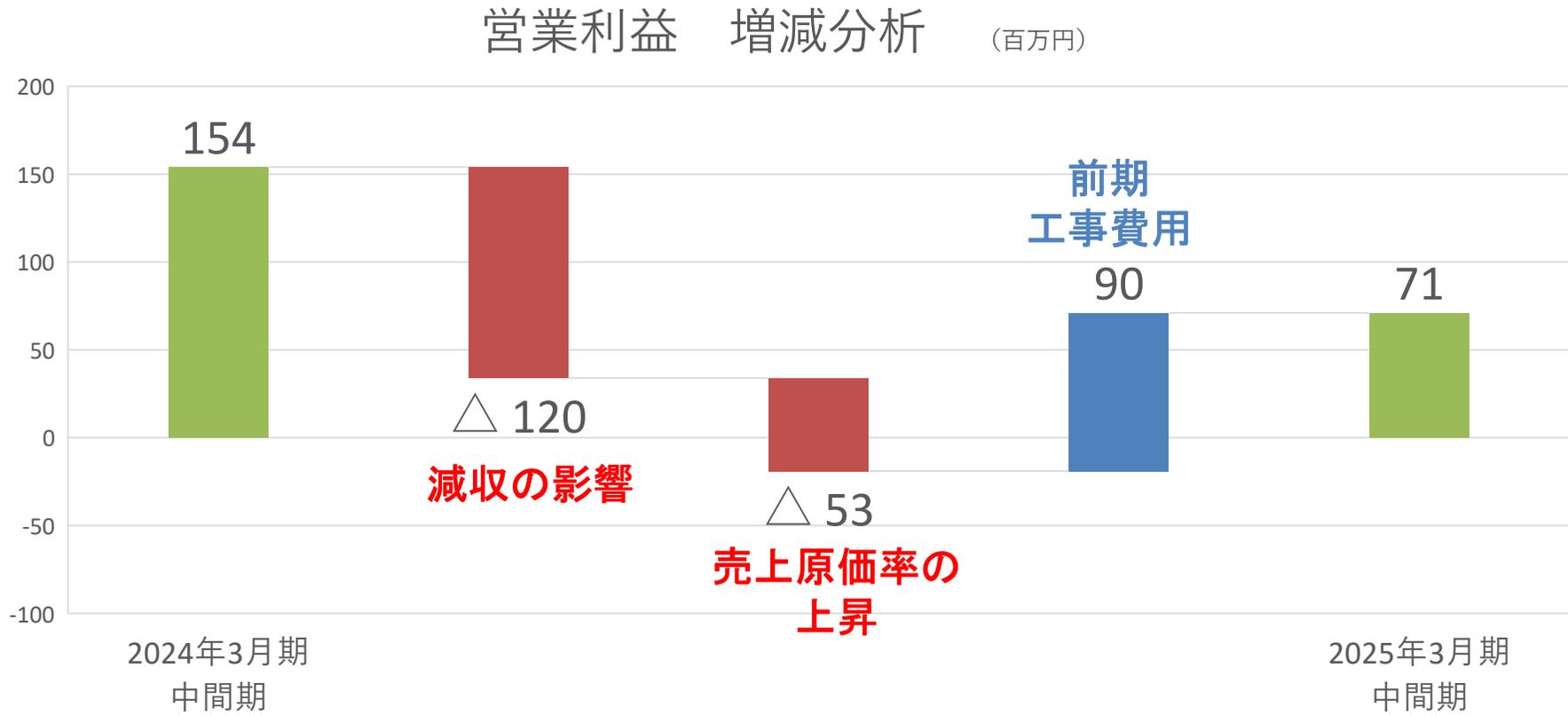
1. 2025年3月期中間期 決算概要

損益計算書

(単位：百万円)

	2024年3月期中間期		2025年3月期中間期		前期比 増減額	前期比 増減率 (%)
		構成比 (%)		構成比 (%)		
売上高	4,916	100.0	4,710	100.0	△205	△4.2
売上原価	1,973	40.1	1,941	41.2	△31	△1.6
売上総利益	2,943	59.9	2,768	58.8	△174	△5.9
販売費及び一般管理費	2,788	56.7	2,697	57.3	△90	△3.3
営業利益	154	3.1	71	1.5	△83	△53.9
経常利益	419	8.5	317	6.7	△101	△24.3
中間純利益	281	5.7	238	5.1	△43	△15.5

営業利益増減分析



■ セグメント別の売上高

(単位：百万円)

	2024年3月期 中間期売上高	2025年3月期 中間期売上高	増減額	増減率 (%)
養命酒関連事業	4,354	4,105	△249	△5.7
国内養命酒	3,562	3,423	△139	△3.9
酒類・食品	378	355	△22	△6.0
海外	222	136	△86	△38.8
不動産賃貸・太陽光発電	190	189	△1	△0.6
くらすわ関連事業	562	605	43	7.7
合計	4,916	4,710	△205	△4.2

貸借対照表

(単位：百万円)

	2024年3月末		2024年9月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	12,308	22.6	9,882	18.3	△2,426	現金及び預金の減少
固定資産	42,109	77.4	44,167	81.7	2,058	有形固定資産の取得 保有株式時価評価額の減少
資産合計	54,417	100.0	54,049	100.0	△367	
流動負債	1,480	2.7	2,154	4.0	665	未払金の増加
固定負債	6,294	11.6	6,078	11.2	△216	繰延税金負債の減少
負債合計	7,774	14.3	8,223	15.2	449	
株主資本 (うち自己株式)	36,742 (△4,785)	67.5 (△8.8)	36,393 (△4,784)	67.3 (△8.9)	△817 0	利益剰余金の減少
評価・換算差額等	9,990	18.2	9,432	17.5	△468	その他有価証券評価差額金の減少
純資産合計	46,642	85.7	45,825	84.8	△817	
負債・純資産合計	54,417	100.0	54,049	100.0	△367	

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	前中間期累計期間	当中間期累計期間	備考
営業活動によるCF	△110	△420	経常利益の減少 消費税の支払額の増加
投資活動によるCF	525	△1,005	有価証券償還による収入 固定資産の取得による支出
財務活動によるCF	△758	△621	配当金の支払
現金及び現金同等物の増減額	△343	△2,048	
現金及び現金同等物の期首残高	2,173	4,394	
現金及び現金同等物の期末残高	1,830	2,346	

2. 各事業の取り組み

■ 養命酒関連事業（国内養命酒）



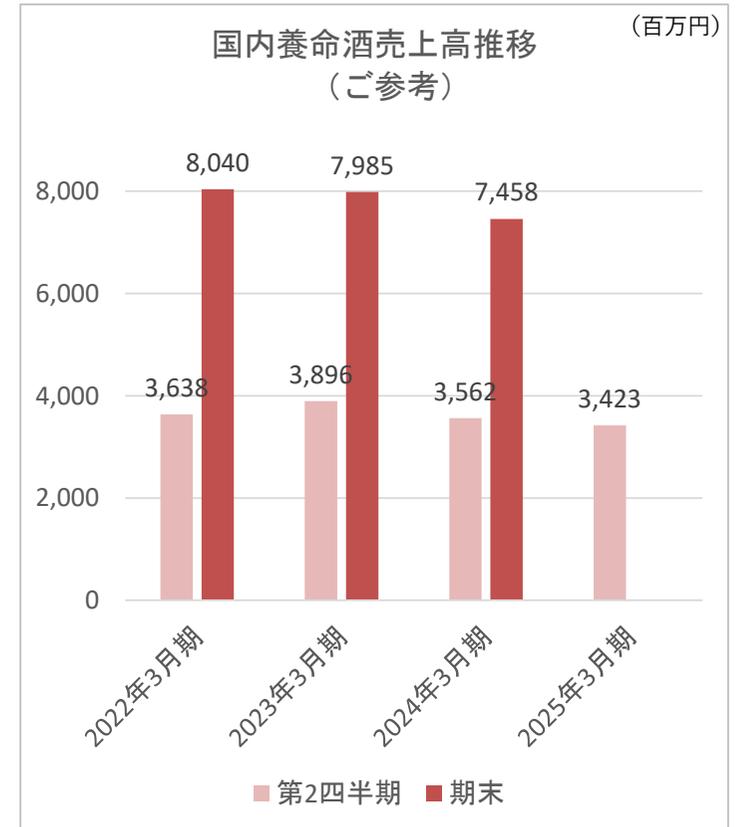
国内養命酒売上高
3,423百万円（前期比3.9%減）

<取組>

- ・ テレビCM、新聞広告、Web広告の改善及び投下量の確保
- ・ 店頭施策の実施及び流通各社との協働による店頭陳列の強化
- ・ 調剤薬局を中心とした容量700mLの配荷促進による新規飲用者の拡大

<売上増減要因>

物価上昇による消費行動への影響等



※2022年3月期以前の数値は、
現セグメントに合わせて再計算したご参考値です

■ 養命酒関連事業（酒類・食品）



酒類・食品売上高

355百万円（前期比6.0%減）

<取組>

酒類：「クラフトジン」に注力

→量販店、業務店を中心とした導入提案のほか、
インバウンド需要の取り込み、ECでの拡売

食品：「養命酒製造クロモジのど飴」に注力

→新商品「和みミント」及び既存品の導入提案

<売上増減要因>

- ・「クラフトジン」が増加
- ・「グミ×サプリ」「フルーツとハーブのお酒」が減少

■ 養命酒関連事業（海外）



海外売上高

136百万円（前期比38.8%減）

<取組>

養命酒輸出：各市場に合わせたテレビCMとWeb
広告で需要を喚起

酒類・食品輸出：「クラフトジン」を中心に
オーストラリア等へ輸出したほか、市場開拓や
商品拡充を推進

台北支店：新商品（健康飲料）の販路拡大に注力

<売上増減要因>

- ・養命酒輸出が前期比で減少
- ・台北支店の「フルーツとハーブのお酒
スパークリング」が減少

■ くらすわ関連事業



売上高
605百万円（前期比7.7%増）

<取組>

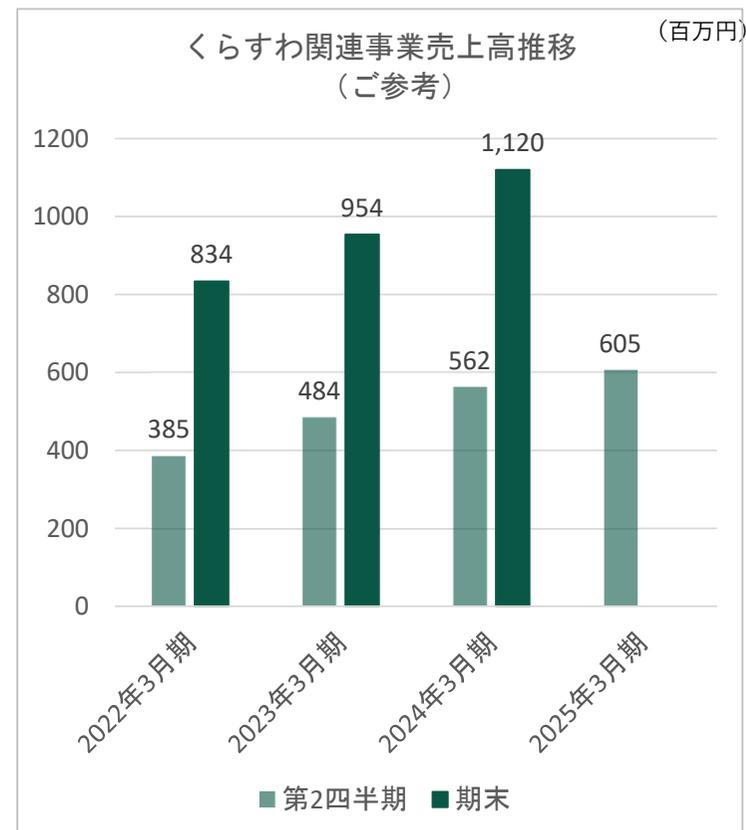
店舗：くらすわの森グランドオープンに向けた準備
催事出展販売

通販：新商品の訴求を中心とした販促活動

外販（他社チャネル販売）：季節にあわせたギフト等の提案による既存取引の拡大、新規取引先の開拓、郵便局での店頭販売

<売上増減要因>

催事出展及び通販「五養粥」「幸健生彩DX」が寄与し増加



※2022年3月期以前の数値は
現セグメントに合わせて再計算したご参考値です

3. 2025年3月期 下期施策と見通し

2025年3月期の重点施策

養命酒関連事業

【深化】養命酒関連事業の収益力強化

- ① 国内養命酒は、広告の改善・投下量の確保と配荷促進による売上回復
- ② 酒類食品は、新商品発売と価格見直しによる収益改善と商品開発の強化
- ③ 海外事業は、台湾新商品の販売促進と事業の再構築を模索
- ④ 営業組織の再編による効率の向上、重点商品・チャネルへの注力、店頭状況の把握を基に販売・配荷促進
- ⑤ 製造原価率の低減、ロット集約などの物流見直しによる収益改善
- ⑥ デジタル技術の活用による生産性の向上

くらすわ関連事業

【探索】「くらすわ」ブランドを軸としたダイレクトチャネル事業の構築

- ① 体験型施設「くらすわの森」グランドオープンによる、くらすわ関連事業の推進
- ② 顧客接点増加のため新店舗の出店に注力。ベーカリー店舗、ショップ+ベーカリー店舗の出店を推進
- ③ 通販（産直ギフトを含む）、外販についてはあらたな販路への挑戦を行い、また戦略的な顧客獲得を推進
- ④ 既存店舗において、徹底的に効率化を図り、採算性の最大限の改善
- ⑤ 「くらすわ」ブランド強化とビジネスモデルの構築を目的とした企業買収、業務提携

■ 下期重点施策

養命酒関連事業

● 養命酒

国内養命酒の最需要期に合わせてテレビCMを中心とした広告宣伝活動を実施し、販売促進活動の強化を行うほか、イベント出展を通じた啓発活動を行い、新規飲用者の獲得を目指す

● 酒類・食品

「クラフトジン」「養命酒製造クロモジのど飴」
取扱店の拡大と通年商品としての定番化を目指す



■ プロモーション（養命酒）

草刈正雄さん主演テレビCM
「ウォーキング」篇 11月1日より放映中



丈夫な体へ、
一步一步。

薬用 養命酒

冷え症
肉体疲労
胃腸虚弱
血色不良
虚弱体質
食欲不振
病中病後の滋養強壮に

（第2類医薬品）

食前・就寝前に20mLずつ

■ 新商品情報（養命酒関連事業）

なごみ 養命酒製造クロモジのど飴和みミント



- ・ 2024年9月24日発売
- ・ 心なごむハーブの香りとミントの清涼感がのどの奥までスーッと広がる、すっきりとした味わい
- ・ やさしい甘さで、のどをすっきりさせたい時、乾燥を感じた時におすすめ
- ・ 64g/281円（税込）、76g/322円（税込）

■ 下期重点施策

くらすわ関連事業

● 店舗

催事出店、「くらすわの森」の運営に注力
ベーカリーを主軸とした新店舗を都内（渋谷、新宿）にオープン
するとともに、セントラルキッチンの開設

● 通販

新商品のPRに加え、新たな販路として他社のTV通販で通販商品の
販売を行い、売上向上を目指す

● 外販（他社チャネル販売）

郵便局での店頭販売等、既存顧客との取引継続・拡大を進めると
ともに、新規取引先（カタログ販売）の開拓を中心に活動

■ 新商品情報（くらすわ関連事業）

「めぐりのお酢」（機能性表示食品）

- ・ 2024年6月6日発売 380mL/2,400円
- ・ 食事と一緒においしく飲める機能性表示食品のお酢飲料



「ぐっすりタイム」（機能性表示食品）

- ・ 2024年9月24日発売 30本/5,500円
- ・ 良質な眠りをサポートする機能性関与成分（GABA、クロセチン）を配合したハーブティー



「養命酒製造 桃核承気湯エキス錠」（第2類医薬品）

- ・ 2024年9月30日発売 135錠/3,300円
- ・ 便秘や痔の方に適した漢方処方



通期業績（予想）

10月11日に中間業績予想の修正を行いました
が、通期業績予想の修正はございません。

（単位：百万円）

	2024年3月期（実績）		2025年3月期（予想）		増減率（%）
		構成比（%）		構成比（%）	
売上高	10,242	100.0	11,320	100.0	10.5
売上原価	4,102	40.1	4,750	42.0	15.8
売上総利益	6,139	59.9	6,570	58.0	7.0
販売費及び一般管理費	5,666	55.3	6,220	54.9	9.8
営業利益	473	4.6	350	3.1	△26.1
経常利益	949	9.3	770	6.8	△18.9
当期純利益	952	9.3	660	5.8	△30.7

■ セグメント別売上高（予想）

（単位：百万円）

	2024年3月期 売上高	2025年3月期 売上高（予想）	増減額	増減率（％）
養命酒関連事業	9,121	9,770	648	7.1
国内「養命酒」	7,458	7,840	385	5.1
酒類・食品	853	1,060	206	24.3
海外	431	480	48	11.2
不動産賃貸・太陽光発電	378	380	1	0.4
くらすわ関連事業	1,120	1,540	419	37.4
合計	10,242	11,320	1,077	10.5

4. 「くらすわの森」オープン状況

くらすわの森 グランドオープン

コンテンツ

フォレストリング



カフェ



マルシェ



ベーカリー



ミートデリ



お菓子



ジェラート



ショップ



レストラン



森のライブラリー



場所：長野県駒ヶ根市（当社工場敷地内）
グランドオープン日：10月3日
10月3日～31日の来場者数：約3.6万人

2027年3月期年間来場者数目標：30万人



くらすわの森 マップ

5. サステナビリティの取り組み

サステナビリティの取り組み

重要課題	重要課題基本方針
健康：心身の健康の増進	養命酒及び当社の研究によって開発・製造する商品やサービスで人々の健康を増進する
環境：環境負荷の低減	事業活動の基盤となる「気候変動への対応、持続可能な容器包装・水資源、資源循環型社会の構築」に取組み、環境との調和と共生を図る
地域社会：地域社会への貢献	くらすわ事業を通じた地域社会への貢献を拡大する 生活者が集い、安心して暮らせる持続可能なまちづくりに貢献する
人権・ダイバーシティ：多様な人材の活用	人権と平和を擁護し、多様性に配慮した事業活動を通じて、皆が働きやすく、活躍できる社会の実現に貢献する
ガバナンス：ガバナンスの強化	公正に事業を行う組織としてガバナンスを強化し、社会への説明責任を果たす

■ サステナビリティの取り組み状況（くらすわの森）

地域社会

- ・ 施設建設を地元企業へ発注
- ・ 地域製品の販売
- ・ 従業員は地域の方を積極的に採用し、雇用を創出

環境

- ・ 自然と共生する施設
- ・ 伐採木をベンチや散策路用のチップに加工して再利用



伐採木で作ったベンチと散策路用チップ

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。