



Yomeishu

次のすこやかさへ、一步一步

2025年3月期 決算説明資料

養命酒製造株式会社（2540）

2025年5月28日



目次

1. 2025年3月期 決算概要
2. 各事業の取り組み
3. 中期経営計画の見直し
4. 2026年3月期の見通し
5. 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応



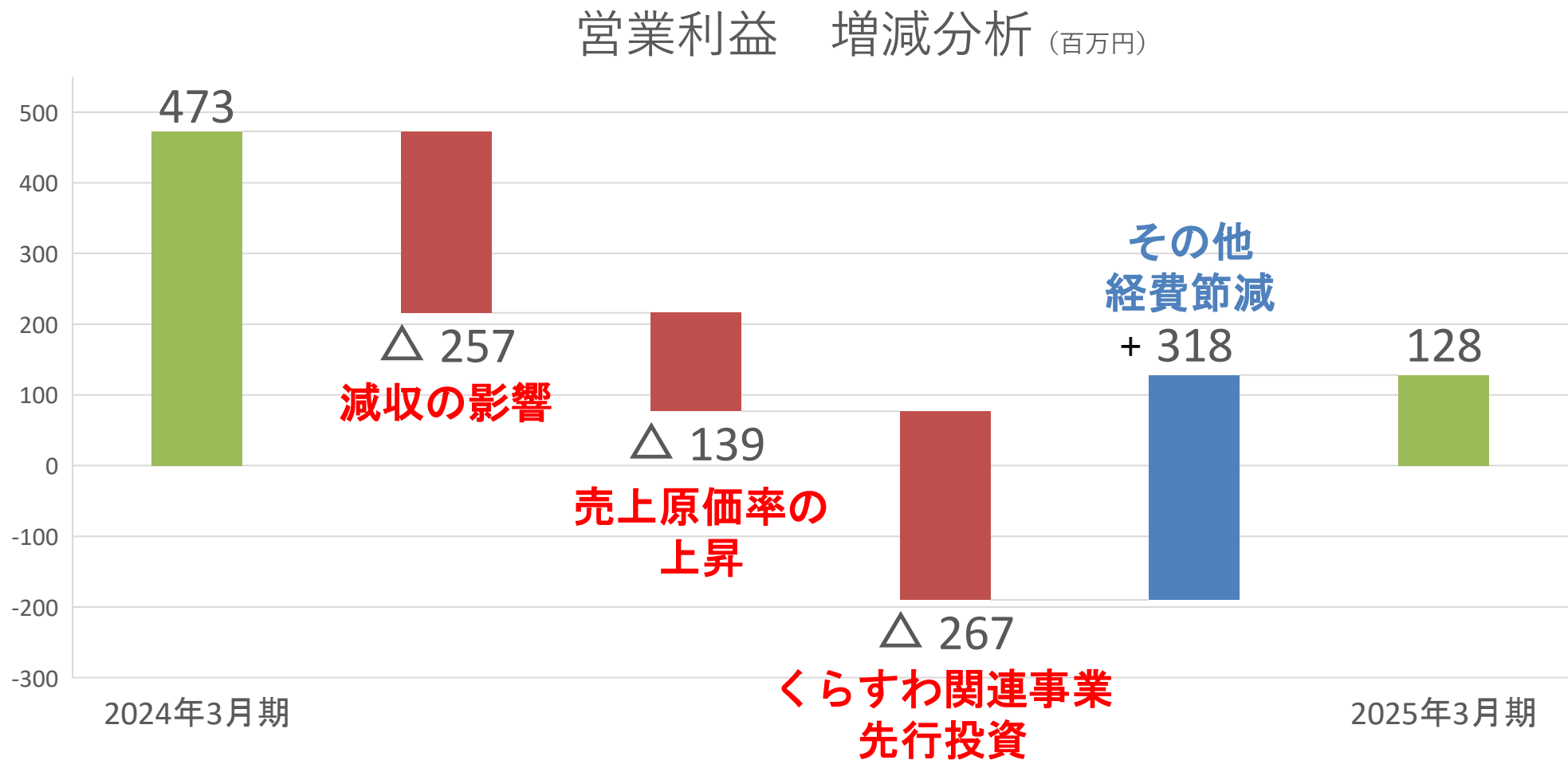
1. 2025年3月期 決算概要

損益計算書

(単位：百万円)

	2024年3月期		2025年3月期		増減額	増減率（％）
		構成比（％）		構成比（％）		
売上高	10,242	100.0	10,017	100.0	△224	△2.2
売上原価	4,102	40.1	4,273	42.7	171	4.2
売上総利益	6,139	59.9	5,743	57.3	△396	△6.5
販売費及び一般管理費	5,666	55.3	5,615	56.1	△50	△0.9
営業利益	473	4.6	128	1.3	△345	△72.9
経常利益	949	9.3	626	6.3	△322	△34.0
当期純利益	952	9.3	679	6.8	△273	△28.7

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	2025年3月期	増減額	増減率（％）
養命酒関連事業	9,121	8,541	△580	△6.4
国内養命酒	7,458	7,004	△454	△6.1
酒類・食品	853	845	△7	△0.9
海外	431	321	△110	△25.6
不動産賃貸・太陽光発電	378	370	△8	△2.1
くらすわ関連事業	1,120	1,476	355	31.7
合計	10,242	10,017	△224	△2.2

貸借対照表

(単位：百万円)

	2024年3月末		2025年3月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	12,308	22.6	10,172	19.0	△2,135	現金及び預金の減少
固定資産	42,109	77.4	43,346	81.0	1,236	有形固定資産の取得
資産合計	54,417	100.0	53,518	100.0	△898	
流動負債	1,480	2.7	1,255	2.3	△225	未払費用の減少
固定負債	6,294	11.6	6,201	11.6	△92	繰延税金負債の減少
負債合計	7,774	14.3	7,456	13.9	△318	
株主資本 (うち自己株式)	36,742	67.5	36,834	68.8	92	利益剰余金の増加
	(△4,785)	(△8.8)	(△4,785)	(△8.9)	0	
評価・換算差額等	9,990	18.2	9,227	17.2	△673	その他有価証券評価差額金の減少
純資産合計	46,642	85.7	46,062	86.1	△580	
負債・純資産合計	54,417	100.0	53,518	100.0	△898	



キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	前期累計期間	当期累計期間	備考
営業活動によるCF	667	473	経常利益の減少 消費税等の支払額の増加
投資活動によるCF	2,313	△1,194	固定資産の取得による支出
財務活動によるCF	△760	△623	配当金の支払
現金及び現金同等物の増減額	2,220	△1,344	
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	4,394	3,050	



2. 各事業の取り組み

■ 養命酒関連事業（国内養命酒）



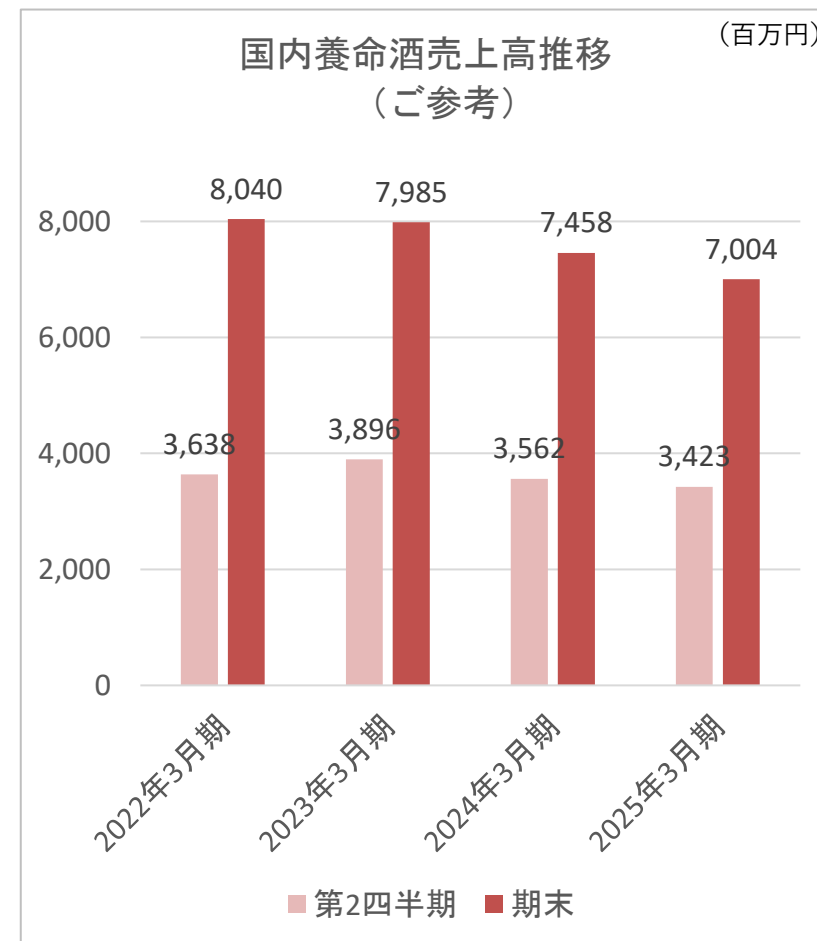
国内養命酒売上高
7,004百万円（前期比6.1%減）

<取組>

- ・ テレビCM、新聞広告、Web広告の実施
- ・ 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
- ・ お客様とのダイレクトコミュニケーション施策の実施

<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

845百万円（前期比0.9%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
新商品「豊潤ざくろ酒」3月25日発売

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>

- ・「五養粥」「クラフトジン」「養命酒製造クロモジのど飴」が増加
- ・「グミ×サプリ」「フルーツとハーブのお酒」「はちみつのお酒」が減少



■ 養命酒関連事業（海外）



海外売上高

321百万円（前期比25.6%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

<その他>

- ・ 台北支店の閉鎖（2025年3月末）

■ くらすわ関連事業



売上高

1,476百万円（前期比31.7%増）

<取組>

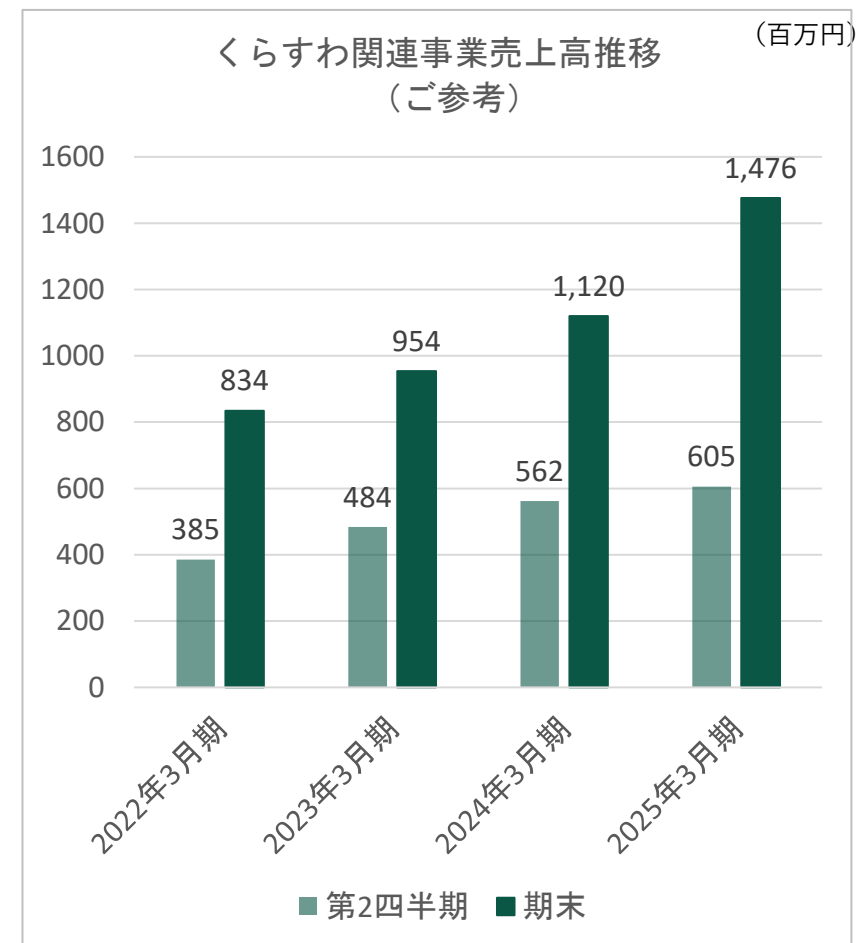
店舗：「くらすわの森」のグランドオープン及び都内新規出店（3店舗）、催事出展販売

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）：新規取引先の開拓、郵便局での店頭販売

<売上増減要因>

「くらすわの森」のグランドオープン及び都内新規出店、通販「五養粥」「幸健生彩DX」が寄与し増加



※2022年3月期の数値は、現セグメントに合わせて再計算したご参考値です

■ くらすわ関連事業の状況

<くらすわの森>

- ・ グランドオープン以降、12万人を超えるお客様がご来場（～2025年3月末）
- ・ 「くらすわ」ブランド発信拠点としての活用の推進
- ・ 養命酒関連事業との連携も進める



<ベーカリー店舗>

- ・ 前期は都内に3店舗をオープン

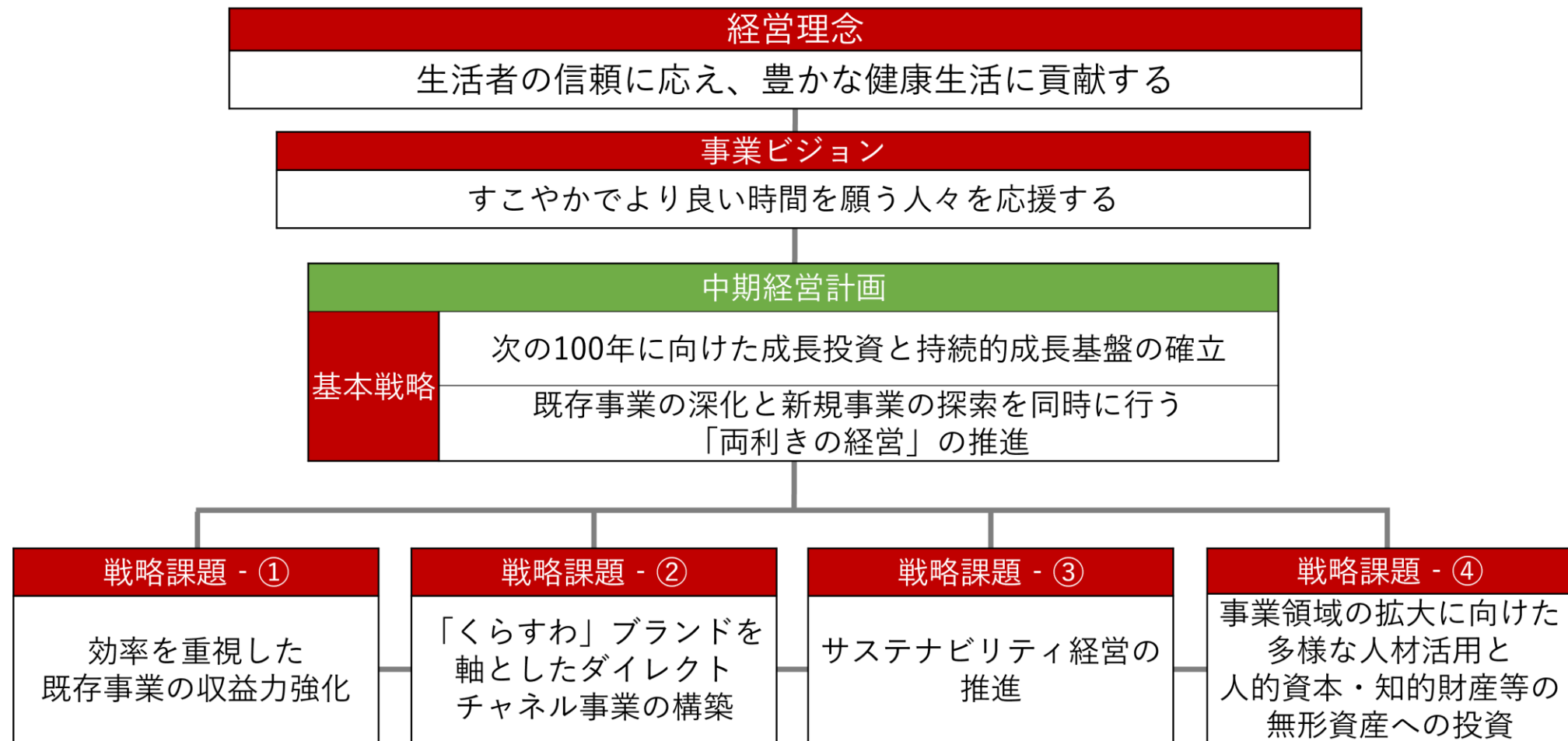


くらすわベーカリー 新宿タカシマヤ店



3. 中期経営計画の見直し

■ 中期経営計画(2022年4月～2027年3月) 主要方針



■ 中計最終年度(2027年3月期)定量目標（見直し）

中計最終年度(2027年 3 月期)定量目標	
営業利益率 10% (2022年3月期 9.4%)	ROE 4% (2022年3月期 2.3%)

- ・ 効率を重視した既存事業の収益力強化により、営業利益率10%
- ・ 財務健全性に留意しながら成長投資を行うことで資本効率を高めつつ事業を拡大し、ROE（自己資本利益率）4%

※中期経営計画策定時に想定した前提条件が大きく変化したことにより、業績目標数値のうち、売上高を取り下げます。

中計戦略と課題

中期経営計画3年目の成果及び課題・強化点は以下の通り。
2026年3月期は課題・強化点に取り組む。

中計（2027年3月期）

中計3年目の成果

課題・強化点

戦略課題①

効率を重視した既存事業の
収益力強化

- ・ 広告施策の改善・効率化と投下量確保
- ・ 適切な商品価格の見直し
- ・ 顧客創造のための店頭施策の実施

- ・ 養命酒の売上安定と効率化による収益確保
- ・ 酒類・食品の重点カテゴリーの充実と販売強化促進

戦略課題②

「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

- ・ 「くらすわの森」ブランドオープン
- ・ 常設店舗3店新規出店及び催事出店加速
- ・ 都内セントラルキッチン開設による、
ベーカリー供給体制の構築

- ・ 当社のシンボリック拠点「くらすわの森」を活用するなど両ブランドによる事業拡大
- ・ 商品数と質にこだわった商品開発
- ・ 両事業の効率化による収益性向上
- ・ 既存事業の収益性改善
- ・ くらすわ事業の店舗展開推進



Yomeishu

次のすこやかさへ、一步一步

■ 中計戦略と課題

中期経営計画3年目の成果及び課題・強化点は以下の通り。
2026年3月期は課題・強化点に取り組む。

中計（2027年3月期）

中計3年目の成果

課題・強化点

戦略課題③

サステナビリティ経営の推進

- ・ CDP質問書への回答（気候変動「C」、水セキュリティ「B」スコア）
- ・ 「くらすわの森」における地域雇用の創出

- ・ 人権方針の策定
- ・ 太陽光発電(PPA)の安定稼働および将来構想の策定
- ・ サステナビリティ委員会による指標と目標のモニタリング
- ・ 非財務情報の開示のアップデート

戦略課題④

事業領域の拡大に向けた多様な人材活用と人的資本・知的財産等の無形資産への投資

- ・ 各種研修の実施（ダイバーシティ等）
- ・ 従業員エンゲージメント向上施策の実施
- ・ くらすわ事業推進のためのキャリア採用強化

- ・ 従業員エンゲージメント向上施策の継続的な実施
- ・ 1on1ミーティングの全面開始
- ・ 新商品・サービス開発のためのナレッジマネジメントの強化
- ・ IT（DX）人材育成プログラムの検討



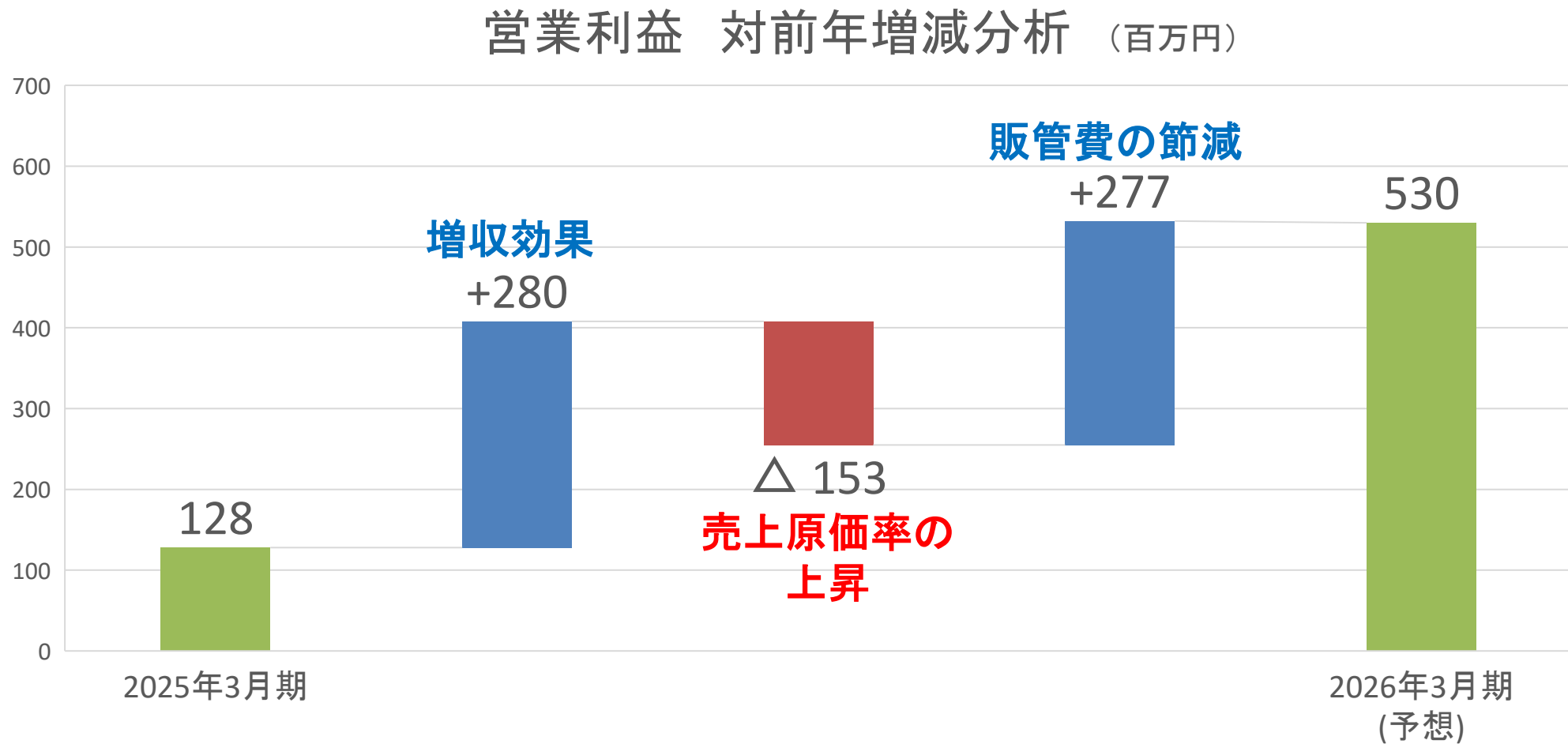
4. 2026年3月期の見通し

通期業績（予想）

（単位：百万円）

	2025年 3 月期（実績）		2026年 3 月期（予想）		増減率（％）
		構成比（％）		構成比（％）	
売上高	10,017	100.0	10,510	100.0	4.9
売上原価	4,273	42.7	4,640	44.1	8.6
売上総利益	5,743	57.3	5,870	55.9	2.2
販売費及び一般管理費	5,615	56.1	5,340	50.8	△4.9
営業利益	128	1.3	530	5.0	313.1
経常利益	626	6.3	1,040	9.9	65.9
当期純利益	679	6.8	1,070	10.2	57.4

営業利益増減分析



■ セグメント別売上高（予想）

（単位：百万円）

	2025年3月期 売上高	2026年3月期 売上高（予想）	増減額	増減率（％）
養命酒関連事業	8,765	8,790	24	0.3
国内「養命酒」	7,004	7,006	2	0.0
酒類・食品	1,069	1,088	19	1.8
海外	321	307	△13	△4.3
不動産賃貸・太陽光発電	370	387	16	4.5
くらすわ関連事業	1,251	1,720	468	37.4
合計	10,017	10,510	492	4.9

※組織の見直しに伴い「くらすわ関連事業」に含めていた外販（他社チャネル販売）は、「養命酒関連事業」の「酒類・食品」へ組み込み
前事業年度については、変更後の区分に組替え



2026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、売上回復に向け、お客様とのダイレクトコミュニケーションを重視。広告活動、店頭でのお客様との接点強化及び流通との協働による店頭販促に取り組むほか、「くらすわの森」とも連携を図り、新規顧客の拡大に取り組む
② 酒類・食品は、採算性を重視し、「クラフトジン」、「養命酒製造クロモジのど飴」、「五養粥」等の伸長商品の販売拡大に注力
③ 海外は、酒類・食品の輸出強化に取り組む

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 チャンネル事業の構築
① 商品管理、オペレーションの見直し等による既存店舗の収益改善を進める
② 体験型施設「くらすわの森」の売上拡大に取り組みながらブランド発信拠点としても活用することで他の販売チャンネルへの波及を図る
③ 成長性と収益性を重視した事業基盤の構築を目指す

5. 資本コストや株価を意識した 経営の実現に向けた対応

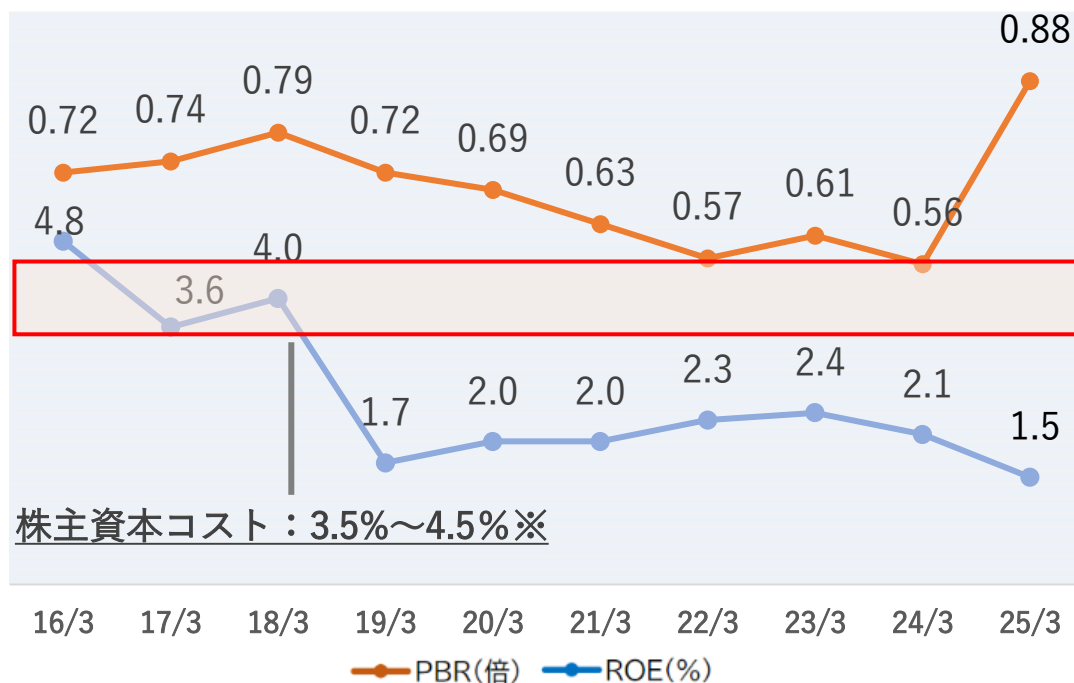
資本収益性と市場評価に関する現状分析・課題認識

当社の市場評価は、PBR が 1 倍を下回る水準が継続

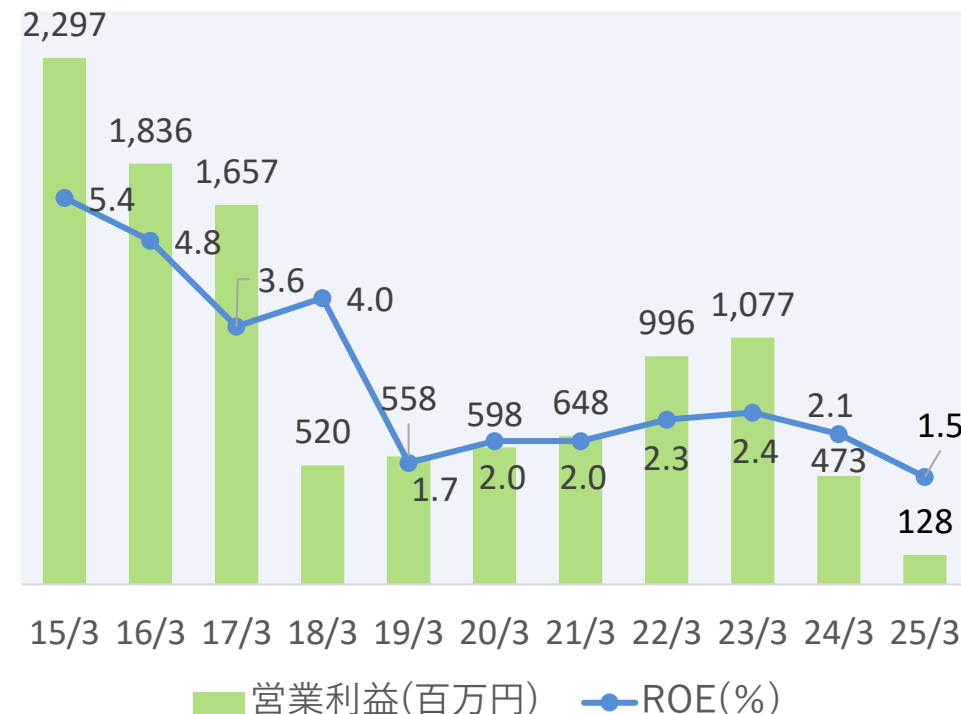
→ 営業利益と純資産との不均衡による ROE の低迷が、PBR 1 倍割れの要因

現状分析	取り組むべき課題
酒税法改正(2017年6月)以後、養命酒の売上低迷により、収益性が低下した。	①収益力の強化
自己資本の増加と、利益及び成長投資の不均衡が、資本収益性に影響している。	②資本効率の向上

ROEとPBRの推移



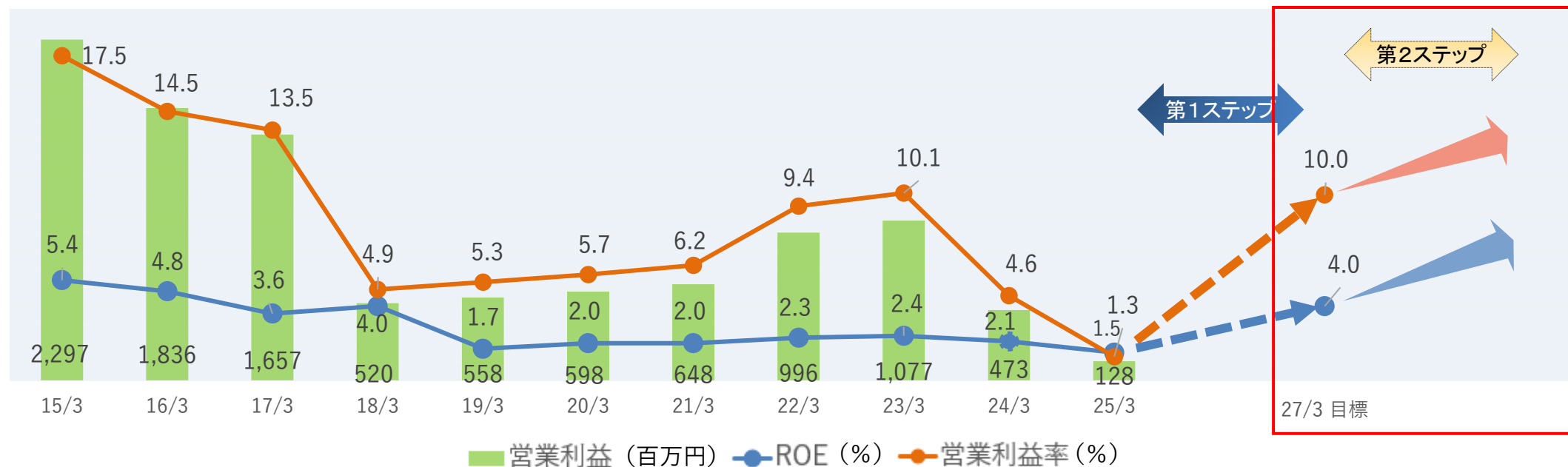
営業利益とROEの推移



ROEの目標設定

- ROEについては、早期に株主資本コストを上回る水準への回復を目指すこととし、当面の目標（第1ステップ）として、中計最終年度（2027年3月期）には、ROE = 4.0%を達成することを目標とする。
- 第1ステップを収益力強化と資本効率向上の基盤作りの期間と位置づけ、第2ステップで更なる改善を目指す。
- ROE = 4.0%の目標達成のために目指すべき業績水準は、営業利益率=10%と想定しており、早期達成を目指す。

営業利益(率)・ROEの推移と目標



資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応（まとめ）

課題		実行計画	2027年度までに達成する目標	
① 収益力の強化	成長戦略	【既存事業】 深化と探索を同時に行う「両利きの経営」の推進 養命酒関連事業の収益力強化	営業利益率 10%	ROE=4.0%
	非財務戦略	【新規事業】 「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 5つの重要課題(健康、環境、地域社会、人権・ダイバーシティ、ガバナンス)への取組		
		多様な人材活用と無形資産への投資 人的資本への積極的な投資		
		株主・投資家との対話 株主・投資家との積極的な対話		
② 資本効率の向上	財務戦略	政策保有株式の縮減による資本効率の改善 政策保有株式を成長投資へ活用	政策保有株式の縮減	
		株主還元の拡充 配当性向、配当下限の引き上げによる株主還元の充実	配当性向60%（実施済み）	

企業価値の向上



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。