



**Yomeishu**

次のすこやかさへ、一歩一歩

# 2026年3月期 中間期 決算説明資料

養命酒製造株式会社（2540）  
2025年11月27日

# ■ 目次

1. 2026年3月期中間期 決算概要
2. 各事業の取り組み
3. 2026年3月期 下期施策と見通し
4. サステナビリティの取り組み

# 1. 2026年3月期中間期 決算概要

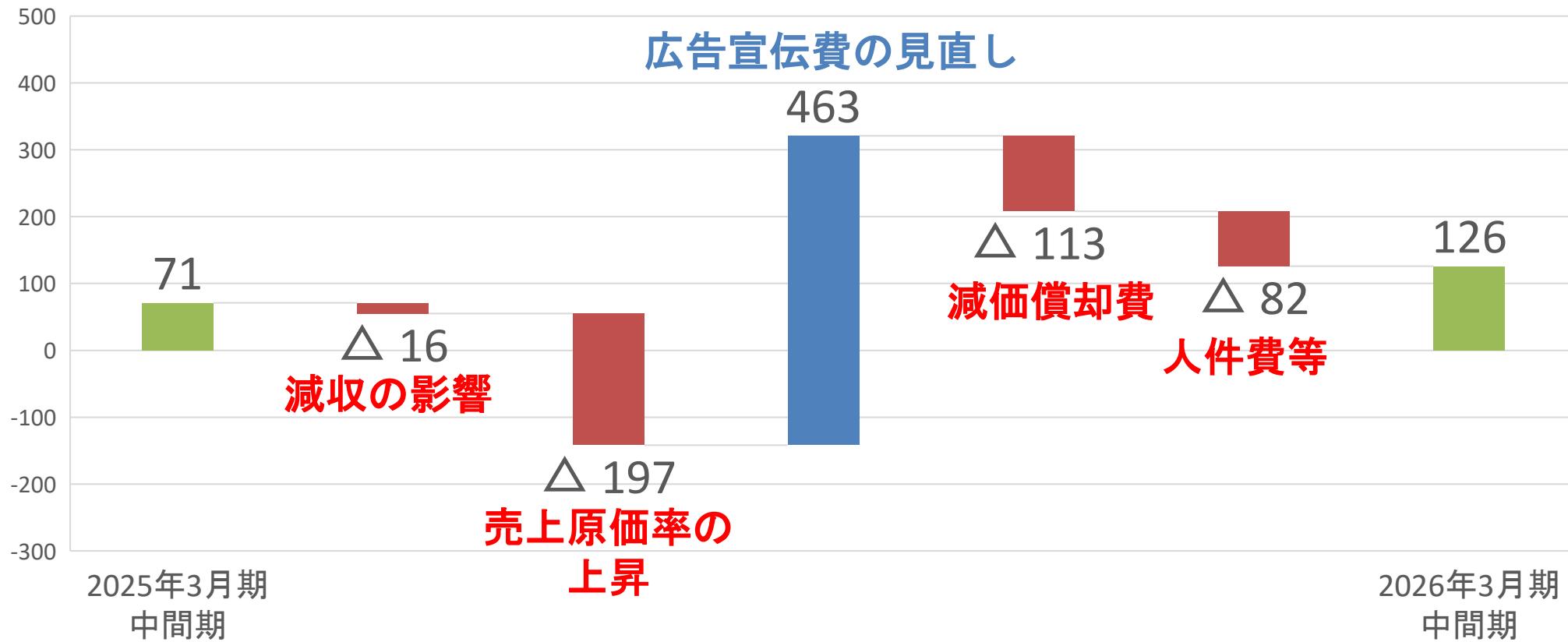
# 損益計算書

(単位：百万円)

	2025年3月期中間期		2026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	4,710	100.0	4,679	100.0	△30	△0.7
売上原価	1,941	41.2	2,124	45.4	182	9.4
売上総利益	2,768	58.8	2,555	54.6	△213	△7.7
販売費及び一般管理費	2,697	57.3	2,429	51.9	△268	△9.9
営業利益	71	1.5	126	2.7	55	77.8
経常利益	317	6.7	470	10.0	152	48.1
中間純利益	238	5.1	297	6.4	59	24.9

## ■ 営業利益増減分析

営業利益 増減分析 (百万円)



# セグメント別の売上高

(単位：百万円)

	2025年3月期 中間期売上高	2026年3月期 中間期売上高	増減額	増減率 (%)
養命酒関連事業	4,185	3,911	△274	△6.6
国内養命酒	3,423	3,166	△257	△7.5
酒類・食品	436	465	29	6.7
海外	136	86	△49	△36.3
不動産賃貸・太陽光発電	189	193	3	1.7
くらすわ関連事業	525	768	243	46.4
合計	4,710	4,679	△30	△0.7

\*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

# 貸借対照表

(単位：百万円)

	2025年3月末		2025年9月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	10,172	19.0	12,203	21.9	2,030	現金及び預金の増加
固定資産	43,346	81.0	43,467	78.1	121	保有株式時価評価額の増加 有形及び無形固定資産の減少
資産合計	53,518	100.0	55,670	100.0	2,151	
流動負債	1,255	2.3	1,424	2.6	168	
固定負債	6,201	11.6	6,682	12.0	480	繰延税金負債の増加
負債合計	7,456	13.9	8,106	14.6	649	
株主資本 (うち自己株式)	36,834	68.8	36,532	65.6	△302	利益剰余金の減少
	(△4,785)	(△8.9)	(△4,758)	(△8.5)	26	
評価・換算差額等	9,227	17.2	11,032	19.8	1,805	その他有価証券評価差額金の増加
純資産合計	46,062	86.1	47,564	85.4	1,502	
負債・純資産合計	53,518	100.0	55,670	100.0	2,151	

# キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	前中間期期累計期間	当中間期期累計期間	備考
営業活動によるCF	△420	654	税引前中間純利益 減価償却費 売上債権の増加
投資活動によるCF	△1,005	△118	有形固定資産の取得のための支出
財務活動によるCF	△621	△625	配当金の支払
現金及び現金同等物の 増減額	△2,048	△89	
現金及び現金同等物の 期首残高	4,394	3,050	
現金及び現金同等物の 中間期末残高	2,346	2,961	

## 2. 各事業の取り組み

## ■ 養命酒関連事業（国内養命酒）



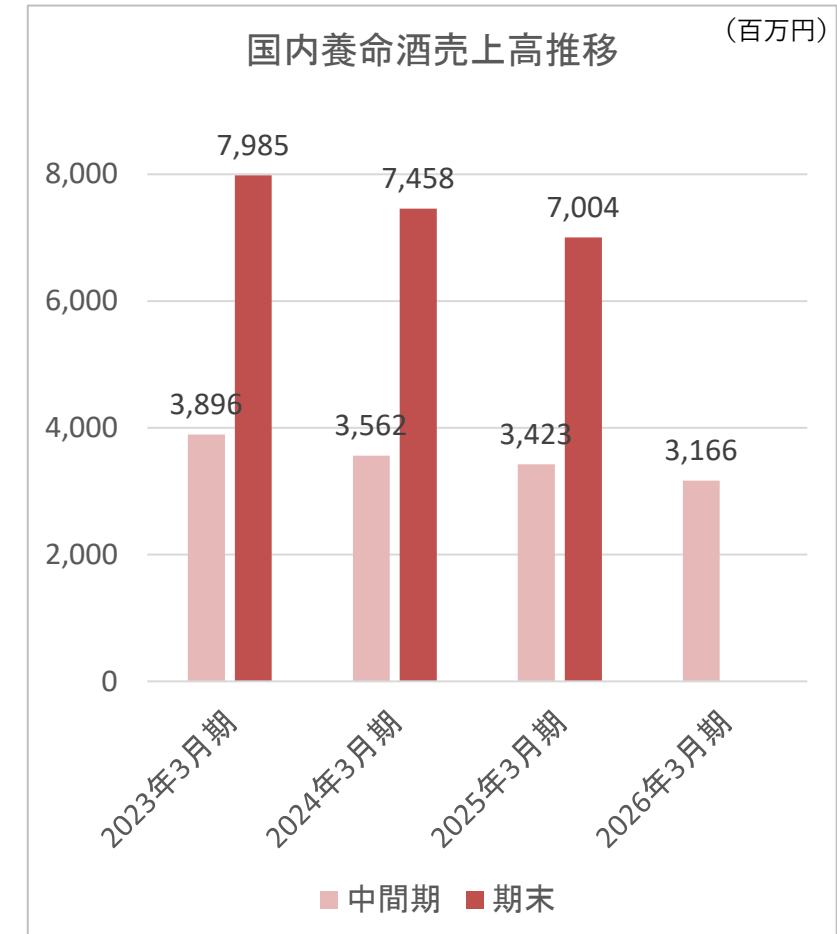
国内養命酒売上高  
3,166百万円（前期比7.5%減）

### <取組>

- ・新聞広告及びインターネット広告等の実施
- ・卸店、小売各社との協働による店頭販促、陳列の強化
- ・ダイレクトコミュニケーションを重視したイベント参加や、調剤薬局での勉強会等の実施

### <売上増減要因>

物価上昇による消費行動への影響等



## ■ 養命酒関連事業（酒類・食品）



酒類・食品売上高  
465百万円（前期比6.7%増）

### <取組>

酒類：「クラフトジン」「ハーブのお酒」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」、「五養粥」の拡売に注力  
→卸店と連携した配荷促進活動を推進

### <売上増減要因>

- 「クラフトジン」「ハーブのお酒」  
「養命酒製造クロモジのど飴」「五養粥」  
が増加
- 「フルーツとハーブのお酒」が減少

※従来「くらすわ関連事業」に含めていた外販（他社チャネル販売）を、「養命酒関連事業」の「酒類・食品」に表示方法を変更しております。これに伴い前年同期比については、前年同期の実績値を変更後のセグメント区分に組み替えた数値で比較しております。<sup>10</sup>

## ■ 養命酒関連事業（海外）



海外売上高  
86百万円（前期比36.3%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：引き続き新市場開拓活動を実施したほか、シンガポールにて酒類の試飲即売会を実施

### <売上増減要因>

- ・養命酒輸出が前期比で減少

# ■ くらすわ関連事業



## 売上高

768百万円（前期比46.4%増）

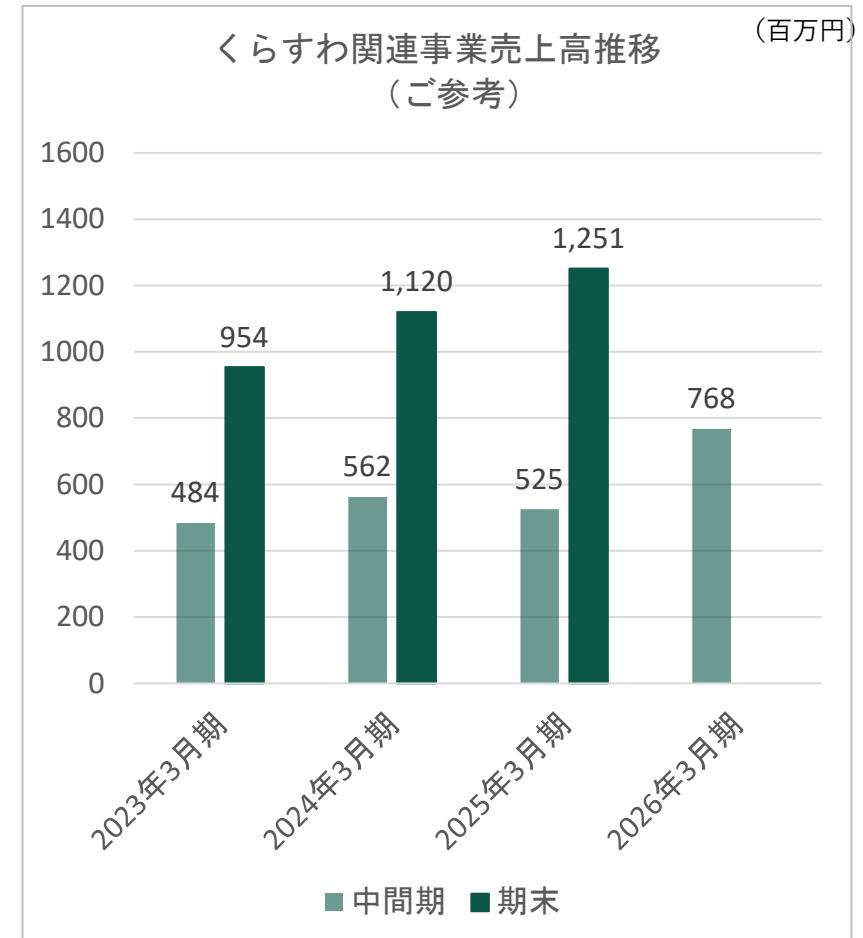
### <取組>

店舗：「くらすわの森」及び都内店舗（3店舗）の集客並びに  
収益改善、催事出展販売に注力

通販：新商品の投入、注力商品を中心とした販促活動

### <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」「めぐりのお酢」が増加



※従来「くらすわ関連事業」に含めていた外販(他社チャネル販売)を、「養命酒関連事業」の「酒類・食品」に表示方法を変更しております。これに伴い2025年3月期のグラフ数値及び前年同期比については、前年同期の実績値を変更後のセグメント区分に組み替えた数値で比較しております。



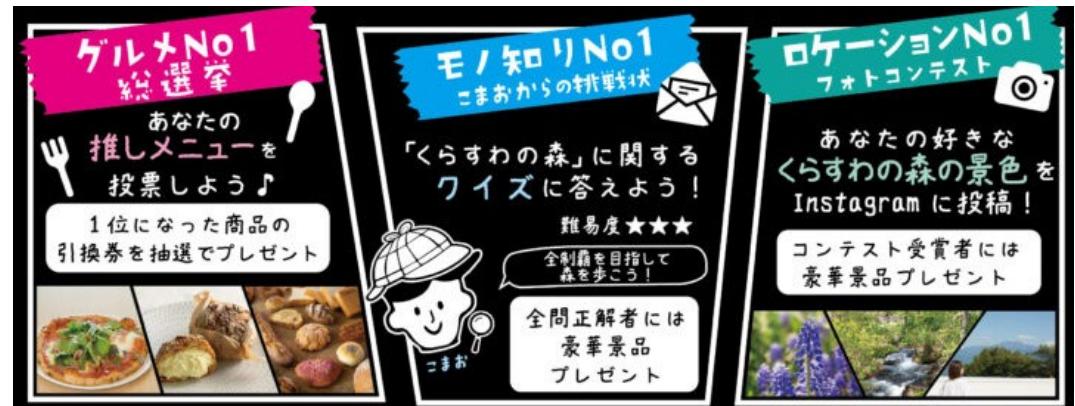
**Yomeishu**

次のすこやかさへ、一歩一歩

©2025 Yomeishu Seizo Co., Ltd

# くらすわの森の状況

- ・グランドオープン1周年を記念したキャンペーン及び誘客イベントの実施



### 3. 2026年3月期 下期施策と見通し

# ■ 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

## ■ 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、販売促進の強化を行うほか、新規飲用者獲得を目的としたダイレクトコミュニケーションの強化



### ● 酒類・食品

「クラフトジン」「ハーブのお酒」「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



### ● 外販（他社チャネル販売）

郵便局等の既存取引先との取引継続・拡大を進めるとともに収支改善に取り組む

## ■ プロモーション（養命酒関連事業）

テレビCM

「じわ～っと冬の養命酒」篇 11月9日より放映中



## ■ ダイレクトコミュニケーションの強化 (養命酒関連事業)

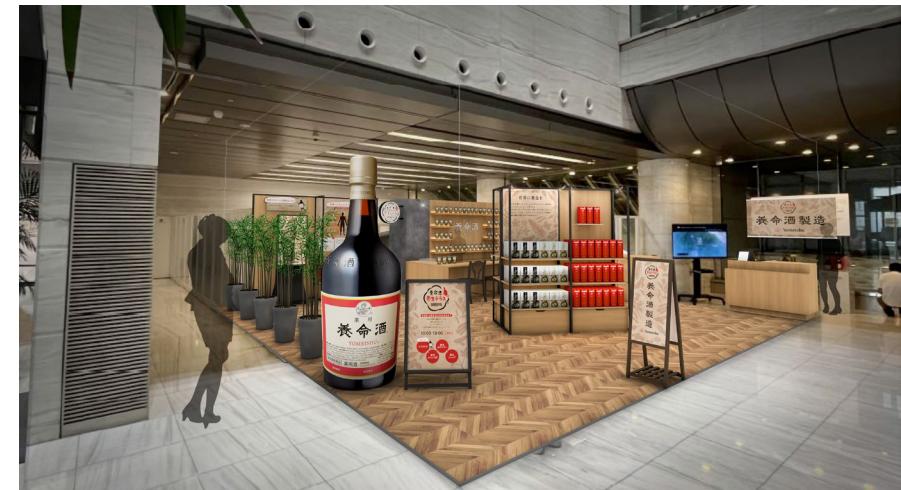
### 養命酒ミュージアム駒ヶ根

- ・工場見学施設の魅力向上を目指し、10月31日にリニューアル
- ・くらすわの森との連携を強化し、相乗効果を狙う
- ・お客様とのコミュニケーションによってファン化を図る



### 養命酒 養生テラスSHIBUYA

- ・疲れを放置しがちなビジネスパーソンに、日々の生活の養生として養命酒等を取り入れるきっかけを持つていただくことを目的とした体験型ポップアップストア
- ・開催期間：11月4日～2026年3月31日まで（予定）



## ■ 薬用養命酒 300mLの試験販売

- ・10月11日より、養命酒全体の売上増を目的として、自社店舗の一部にて試験販売を開始
- ・トライアルサイズの300mLの投入による販売状況等の検証を通じてお客様ニーズを把握する。

販売店舗：くらすわ本店、養命酒ミュージアム駒ヶ根、くらすわの森、養命酒養生テラスSHIBUYA



養命酒300mL

## ■ 下期重点施策（くらすわ関連事業）

### ● 店舗

「くらすわの森」及び各店舗の効率的な運営に注力するとともに、都内での催事出展を実施



### ● 通販

注力商品への効率的な広告投資を行い、売上向上を目指す



## ■ 新商品情報（くらすわ関連事業）

### 「やわらぎ浴養生」

- ・植物の力で温浴効果を高めることを追求した薬用入浴剤
- ・2025年5月16日発売

#### <特徴>

- ・2つの有効成分（生薬抽出成分グリチルリチン酸ジカリウム、コメ胚芽油）が温浴効果を高める
- ・保湿成分として、2種の植物オイルと14種の植物エキスを配合



## ■ 通期業績（予想）

10月10日に通期業績予想の修正を行っております。

(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	9,630	100.0 △3.9
売上原価	4,273	42.7	4,330	45.0 1.3
売上総利益	5,743	57.3	5,290	54.9 △7.9
販売費及び一般管理費	5,615	56.1	5,150	53.5 △8.3
営業利益	128	1.3	140	1.5 9.1
経常利益	626	6.3	760	7.9 21.3
当期純利益	679	6.8	840	8.7 23.6

## 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	8,170	△594	△6.8
国内「養命酒」	7,004	6,410	△585	△8.4
酒類・食品	1,069	1,050	△11	△1.0
海外	321	300	△13	△4.2
不動産賃貸・太陽光発電	370	380	16	4.3
くらすわ関連事業	1,251	1,450	207	16.6
合計	10,017	9,630	△386	△3.9

## 4. 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

## 健康

- ・くらすわの森 イベント開催  
→ 「心身ともに“すこやか”になってもらいたい」という想いのもと、森のウォーキング講座等を開催。



## 環境

- ・製造残渣の再資源化100%達成（2024年度）

## 地域社会

- ・「くらすわの森」での雇用創出、観光客誘致・地域企業との連携による地域活性



## 人権・ダイバーシティ

- ・ハラスメント防止、対策セミナーの実施

## ガバナンス

- ・パートナーシップ構築宣言の公表



## 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にお願い致します。