

2020年3月期 第2四半期決算説明会

2019年11月18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. 上半期決算の概要**
- 2. 上半期の取組み**
- 3. 重点施策と通期の見通し**

- 1. 上半期決算の概要**
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 (P/L)

(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	5,170	100.0	5,222	100.0	51	1.0
売上原価	1,892	36.6	1,858	35.6	△ 33	△ 1.8
売上総利益	3,278	63.4	3,363	64.4	84	2.6
販売費及び一般管理費	3,110	60.2	2,875	55.1	△ 234	△ 7.6
営業利益	168	3.3	487	9.3	319	190.1
経常利益	341	6.6	669	12.8	327	96.1
四半期純利益	242	4.7	612	11.7	369	152.4

■ 売上高 1.0%増

- ・ 国内養命酒1.8%増

■ 営業利益 190.1%増

- ・ 広告宣伝費の一部を第3四半期以降へ先送りしたこと等による

■ 四半期純利益 152.4%増

- ・ 社有地売却に伴う固定資産売却益207百万円を特別利益に計上

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	4,983	96.4	5,034	96.4	50	1.0
養命酒	3,903	75.5	3,972	76.1	68	1.7
国内「養命酒」	3,787	73.3	3,856	73.8	68	1.8
海外「養命酒」	115	2.2	115	2.2	0	0.0
その他商品・サービス	1,079	20.9	1,062	20.3	△ 17	△ 1.6
ヘルスケア	57	1.1	68	1.3	11	19.6
酒類	380	7.4	325	6.2	△ 54	△ 14.3
食品	289	5.6	322	6.2	33	11.7
リテール (くらすわ・養命酒健康の森)	352	6.8	345	6.6	△ 7	△ 2.2
その他 (不動産賃貸、太陽光発電)	187	3.6	188	3.6	0	0.3
合計	5,170	100.0	5,222	100.0	51	1.0

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

貸借対照表(B/S)

(単位：百万円)

	2019年3月末		2019年9月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	12,834	27.7	12,150	26.5	△684	
固定資産	33,512	72.3	33,728	73.5	216	
資産合計	46,347	100.0	45,878	100.0	△468	売掛金の増加 保有株式時価の減少
流動負債	1,554	3.4	1,845	4.0	291	未払法人税等、未払費用、未払消費税等の増加
固定負債	4,170	9.0	3,952	8.6	△218	繰延税金負債の減少
負債合計	5,724	12.4	5,797	12.6	72	
株主資本 (うち自己株式)	34,996 (△ 4,990)	75.5 (△ 10.8)	35,088 (△4,959)	76.5 (△ 10.8)	91 (31)	利益剰余金の増加
評価・換算差額等	5,625	12.1	4,992	10.9	△632	その他有価証券評価差額金の減少
純資産合計	40,622	87.6	40,081	87.4	△541	
負債・純資産合計	46,347	100.0	45,878	100.0	△468	

キャッシュ・フロー計算書(C/F)

(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	531	605	
投資活動によるCF	△ 2,026	△ 760	有形固定資産の売却による収入 投資有価証券の取得による支出
財務活動によるCF	△ 548	△ 550	配当金の支払い
現金及び現金同等物の増減額	△ 2,043	△ 705	
現金及び現金同等物の期首残高	3,874	2,159	
現金及び現金同等物の期末残高	1,830	1,453	

1. 上半期決算の概要
- 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

3,856百万円 (1.8%↑)

- 既存チャネル
 - ・ 卸店、ドラッグストアとの協働による店頭露出強化
 - ➡卸店から重点チェーン向け出荷数量は前年同期を上回る
- 新規チャネル
 - ・ 保険薬局、通信販売などの営業強化
 - ➡保険薬局取扱店舗数が着実に伸びる
- 購買行動の変化に応じたプロモーションの実施
 - ・ コンテンツマーケティングでの需要拡大訴求
 - ・ TVCM・各種広告、キャンペーン、LINE・Twitter
- 駆け込み需要は想定を下回る

国内「養命酒」プロモーション

■ CM テレビスポット広告(全国)



■ SNS LINE (2019年6月～)



Twitter



国内「養命酒」プロモーション

■ コンテンツマーケティング

- ・ 6人のペルソナをターゲットに合計25コンテンツを作成し集客
➡ サイト滞在時間、ページ読了率に効果



62歳

43歳

27歳

31歳

55歳

18歳


あなたの胃腸はいくつ？
胃腸年齢診断
by 養命酒製造

スタート!



デキる50代は、
はじめている。

**「養命酒」が
選ばれ続ける
その訳とは？**



胃腸の **しつこい疲れに Sooo Good!!**
働き方改革!!



主婦たちの胃腸の悩みを
石原新菜先生がズバッと解決！
実践！美胃腸ダイエット



**養命酒
検定**

海外「養命酒」

115百万円 (0.0%↑)

- 計画通りに推移

酒類

325百万円 (14.3%↓)

- クラフトジンに注力
 - ・ IWSC2019銀賞受賞
 - ・ 認知度向上のため、イベントへ出展



International Wine & Spirit Competition



- 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」

322百万円 (11.7%↑)

- 「養命酒製造のど飴」 「黒豆黒酢」 「養命酒製造 甘酒」が売上に寄与
(2018年10月発売) (2019年3月発売) (2019年3月機能性表示食品としてリニューアル)
- 養命酒ブランドを活かした店頭展開を実施

リテール (くらすわ、養命酒健康の森)

345百万円 (2.2%↓)

- 天候不順や観光客数の減少等の影響を受け、「くらすわ」、
「養命酒健康の森」ショップの売上が減少

1. 上半期決算の概要
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）

	2019年3月期		2020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	10,161	96.6	10,770	96.9	609	6.0
養命酒	8,003	76.0	8,310	74.7	307	3.8
国内「養命酒」	7,614	72.4	7,910	71.1	296	3.9
海外「養命酒」	388	3.7	400	3.6	12	3.1
その他商品・サービス	2,158	20.5	2,460	22.1	302	14.0
ヘルスケア	112	1.1	220	1.9	108	96.4
酒類	766	7.3	850	7.6	84	11.0
食品	625	5.9	730	6.5	105	16.8
リテール （くらすわ・養命酒健康の森）	653	6.2	660	5.9	7	1.1
その他（不動産賃貸、太陽光発電）	362	3.4	350	3.1	△12	△3.3
合計	10,523	100.0	11,120	100.0	597	5.7

国内 養命酒

- 既存チャネル、新規チャネルへの取組みを継続
- 最需要期としてプロモーション強化
 - ・ 先送りした広告宣伝費も合わせ積極的な広告投資
- コンテンツマーケティング
 - ・ 「血行促進」でターゲットを絞って展開





あなたに合った血行促進を！  **Yomeishu**

タイプ別 血行改善術



血行不良の
イライラタイプ

感情の変化が大きい

こんな症状ありませんか？

- 気分が落ち込みやすい
- イライラすることが多い
- なかなか寝つけない
- お腹が張りやすい



血行いまいの
ふらふらタイプ

めまいや立ちくらみしやすい

こんな症状ありませんか？

- 顔色が悪く、くすんでいる
- めまいや立ちくらみが多い
- 肌や髪にツヤがない
- 手足が冷えやすい




血行低下の
ぐったりタイプ

身も心も

こんな症状ありませんか？

- いくら寝ても疲れが取れない
- 何をするにもやる気が出ない
- 風邪を引きやすい
- 胃腸が弱く、食が細い



酒類 ・ 食品

- クロモジ関連商品の販路拡大
 - ・ 「養命酒製造のど飴」
→フレーバー追加、流通別パッケージの発売
 - ・ 「クラフトジン」に注力
 - ・ クロモジのPR活動
- 養命酒ブランドと親和性のある商品群の販売強化
 - ・ 「養命酒製造のど飴」、「養命酒製造の黒酢」、「養命酒製造 甘酒」
 - ・ 養命酒ブランドを活かした店頭展開
- プロモーション
 - ・ コンテンツマーケティング「のど活」
 - ・ 酒類のInstagramキャンペーン



IWSC銀賞受賞をPR
イベント、業界展示会等へ積極的に参加



ハーブのお酒
Instagramキャンペーン実施



Webコンテンツ「のど活」

通期業績予想

(単位：百万円)

	2019年3月期		2020年3月期（予想）		増減率（%）
		構成比（%）		構成比（%）	
売上高	10,523	100.0	11,120	100.0	5.7
売上原価	3,773	35.9	3,980	35.8	5.5
売上総利益	6,750	64.1	7,140	64.2	5.8
販売費及び一般管理費	6,192	58.8	6,530	58.7	5.4
営業利益	558	5.3	600	5.4	7.5
経常利益	876	8.3	920	8.3	4.9
当期純利益	686	6.5	720	6.5	4.8

設備投資額962百万円（対前期923百万円減）、研究開発費393百万円（対前期30百万円増）、減価償却費582百万円（対前期19百万円減）

- 設備投資額の対前期923百万円減については、主に前期の賃貸用不動産取得のため
- 予想期末配当金は1株につき40円

- ・ クロモジについて
- ・ 「養命酒健康の森」 受賞・認定報告

クロモジとは



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」にも使用されています。

クロモジセミナー開催



当社が事務局を務めるクロモジ研究会主催で
11月11日にメディアセミナーを開催

駒ヶ根工場「養命酒健康の森」

- ・ 緑の社会貢献賞 受賞
- ・ SEGES「都市のオアシス」 認定





Yomeishu

次のすこやかさへ、一步一步

質疑応答

ご質問のある方は、挙手のうえ、社名とお名前をお願いします

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。

本日はありがとうございました