

# 養命酒製造株式会社



# Yomeishu

2007年9月中間期決算説明会 11月15日

- 1. 会社概要と主要取扱商品** P3～P10
- 2. 2007年9月中間期実績** P11～P17
- 3. 「養命酒」のお客様プロフィール** P18～P23
- 4. 2008年3月期見通し** P24～P25
- 5. 成長戦略** P26～P33

# 1. 会社概要と主要取扱商品

社名	養命酒製造株式会社 YOMEISHU SEIZO CO.,LTD.
設立	大正12(1923)年6月20日
資本金	16億5,000万円 東証市場第1部、名証市場第1部上場
売上高	128億円(平成18年度)
従業員数	239名(平成19年3月31日現在)
本店	東京都渋谷区南平台町16-25
工場(駒ヶ根)	長野県駒ヶ根市赤穂16410
中央研究所	長野県上伊那郡箕輪町中箕輪2132-37
大阪支店	大阪市福島区吉野4-24-11
福岡支店	福岡市博多区博多駅南3-4-5

- 大正12年 長野県上伊那郡に株式会社天龍館設立、塩沢家より「養命酒」の事業を継承
- 大正14年 東京・渋谷に天龍館東京支店を開設、「養命酒」の全国販売に踏み出す
- 昭和26年 長野県岡谷市に岡谷工場を新設。商号を養命酒製造株式会社に改称
- 昭和28年 京都府宇治市に関西支店(のち京都市をへて同46年に大阪市に移転、大阪支店と改称)を開設
- 昭和30年 東京証券取引所に上場
- 昭和32年 福岡市に福岡出張所(同55年に支店)を開設
- 昭和33年 仙台市に仙台出張所(同55年に営業所、平成15年に閉所)を開設
- 昭和36年 名古屋証券取引所に上場。埼玉県鶴ヶ島市に埼玉工場を新設(平成18年に閉鎖)
- 昭和37年 名古屋市に名古屋出張所(平成8年に支店、平成16年に閉店)を開設
- 昭和39年 長野県岡谷市に技術研究所を開設
- 昭和47年 長野県駒ヶ根市に駒ヶ根工場を新設(同年岡谷工場を閉鎖)
- 昭和50年 長野県箕輪町に中央研究所を新設(同年技術研究所を閉鎖)
- 昭和57年 「家醸本みりん」を発売
- 平成元年 本店新社屋竣工
- 平成6年 中央研究所新棟が竣工
- 平成14年 養命酒創始400年記念式典開催、養命酒創始400年記念館竣工
- 平成17年 大正製薬株式会社との業務・資本提携を発表。駒ヶ根工場に「養命酒健康の森」開設
- 平成18年 インターネット通信販売サイト「養命酒本舗」開設。「幸健生彩」、「養命水」を発売

## 〈養命酒〉

14種類の生薬の総合作用から滋養強壯剤としての効能が生まれます。創製以来休むことなく造り続けられ、国の内外を問わず愛用されています。



## 〈家醸本みりん〉

「家醸本みりん」は、養命酒の原酒(みりん)造りの伝承技術を活かして、もち米だけを使用して造られた高品質の本みりん。長時間熟成させた後に、さらに調熟の時を経て造られています。



## 〈養命水〉

3000m級の山がそびえる中央アルプス「空木岳(うつぎだけ)」山麓の地下150mの水脈から汲み上げる養命酒を造るためにかかすことができない水。アルプスの花崗岩に磨かれた、天然非加熱のナチュラルミネラルウォーター。



## 〈養命酒本舗取扱商品〉

平成18年4月にインターネット通販サイト「養命酒本舗」を立ち上げました。健康関連商品を主な取扱商品としております。大正製薬株式会社のLivitaシリーズの一部も取り扱い品目に加えております。



# 「薬用養命酒」について



- ・滋養強壯剤としての効能：  
胃腸虚弱、食欲不振、血色不良、  
冷え症、肉体疲労、虚弱体質、  
病中病後
- ・14種類の生薬を配合
- ・一日3回、20mLずつ服用



# 「養命水」



- ・2007年10月 全国販売開始
- ・硬度16度の軟水
- ・「NPO法人 日本茶インストラクター協会」推奨
- ・地下150mの深井戸からシームレスパイプで汲み上げ、ミクロフィルターで濾過後、非加熱充填
- ・「養命酒」の製造にも使用



## 硬度比較マップ 硬度WHOガイドライン参照



### 硬度の分類WHO(世界保健機関) 飲料水水質ガイドライン

軟水……………0~60mg/L未満  
中程度の軟水……………60以上~120mg/L未満  
硬水……………120以上~180mg/L未満  
非常な硬水……………180mg/L以上

#### 【硬度簡便計算式】

カルシウムmg/L×2.5+マグネシウムmg/L×4.1



# 家醸本みりんについて

- ・「養命酒」の原酒造りの技術を活かした昔ながらの本みりん
- ・そば職人・高橋邦弘氏、和菓子職人・平沢啓司氏などプロの方々にもご愛用いただいています



養命酒本舗とは、当社の製品ノウハウを活かした健康関連商品の通信販売部門



**幸健生彩**  
胃腸障害時の栄養補給、  
虚弱体質、滋養強壮に  
養命酒の研究結果の粋  
を結集



**カンカ**  
高麗人参・マカに続く注目素  
材100歳のお年寄りも元気に



**マルチビタミンミネラル**  
チームワークで力を発揮  
する絶妙な配合1日1包で  
30種の「栄養バランス」を



**めざせ1日、36品目**  
1日1食置き換えるだけ健康  
的なダイエットをめざす人の  
強い味方



**田七とウコン**  
ウコン+田七ニンジンの最  
強コンビお酒を飲む方 &  
生活習慣が気になる方に



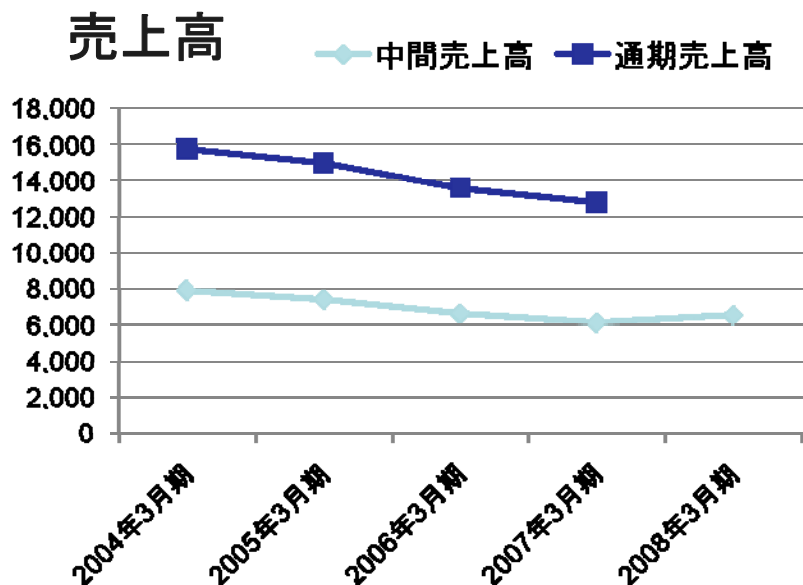
**コエンザイムQ10**  
20歳を過ぎると加齢とともに  
減少イワシ6匹分の「コエンザ  
イムQ10」をたった1粒で

## 2. 2007年9月中間期実績

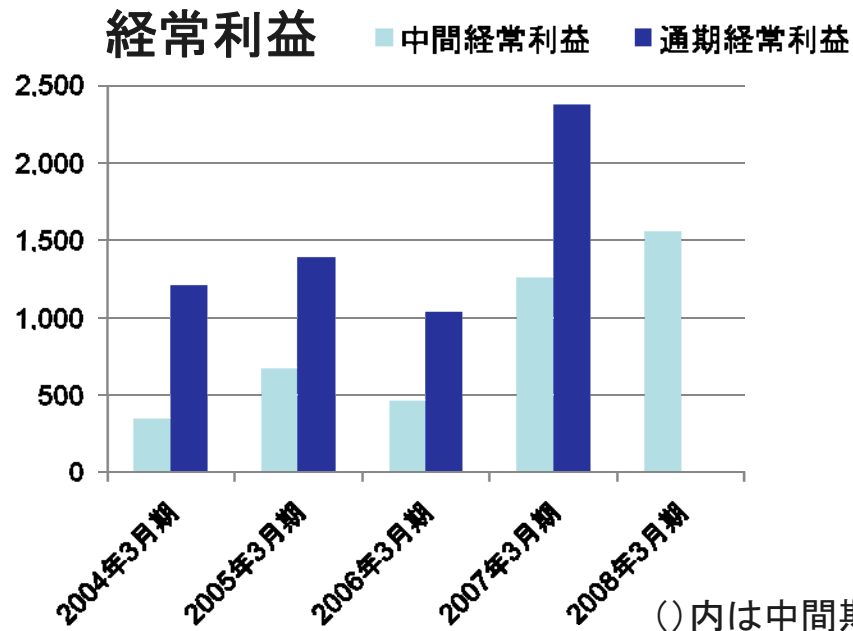
# 業績推移



## 売上高



## 経常利益



	2004年3月期	2005年3月期	2006年3月期	2007年3月期	2008年3月期
売上高(百万円)	15,793(7,934)	15,015(7,432)	13,636(6,644)	12,827(6,155)	(6,549)
営業利益(百万円)	1,119(298)	1,269(603)	912(383)	2,156(1,120)	(1,410)
経常利益(百万円)	1,207(349)	1,390(670)	1,033(461)	2,372(1,258)	(1,560)
最終利益(百万円)	861(322)	818(390)	711(287)	1,796(775)	(924)
養命酒販売数量(KL)	10,320(5,182)	9,813(4,856)	8,917(4,325)	8,379(4,009)	(4,259)

## 1. 「養命酒」販売数量4,259KL(前年同期比106%)

全国的なTVCM(スポット含む)やそれに連動したPOP、什器を大手ドラッグストアを中心に設置、昨年下半年から回復傾向が表れる

## 2. 団塊の世代のお客様へのアプローチ施策として、5月に「ブラザーズ・フォア」イベントを実施

## 3. ナチュラルミネラルウォーター「養命水」のテスト販売から下半期に全国販売開始

イオンウェルシアストアーズを含む食品系の小売店を中心に販売  
薬系では大正製薬株式会社による「リビタ天然水」

## 4. インターネット通信販売サイト「養命酒本舗」の商品ラインナップの見直し 「幸健生彩」、「カンカ」、「めざせ一日36品目」を重点商品に

	売上高		営業利益		経常利益		中間純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
19年9月中間期	6,549	6.4	1,410	25.9	1,560	24.0	924	19.3
18年9月中間期	6,155	△7.4	1,120	192.0	1,258	172.6	775	169.3

%は対前年同期増減率

- 売上高前年同期比6.4%増加
- 広告費の売上高シーリングを継続的に実施、販管費3.0%増加したものの、売上げの増加により、営業利益は前年同期比25.9%の増加
- 経常利益は前年同期比24.0%の増加
- 中間純利益は前年同期比19.3%の増加

# 要約損益計算書



(単位：百万円)

	前年中間期	当中間期	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上高	6,155	6,549	393	6.4%
売上総利益	4,257	4,643	386	9.1%
売上総利益率	69.2%	70.9%		
販売費及び一般管理費	3,137	3,232	95	3.0%
販管費率	51.0%	49.4%		
営業利益	1,120	1,410	290	25.9%
営業利益率	18.2%	21.5%		
経常利益	1,258	1,560	301	24.0%
経常利益率	20.4%	23.8%		
中間純利益	775	924	149	19.3%
純利益率	12.6%	14.1%		



# 要約貸借対照表

(単位：百万円)

	2007年3月末(構成比)		2007年9月末(構成比)		増減額	主な増減理由
	金額	比率	金額	比率		
流動資産	12,151	31.0%	14,081	36.3%	1,930	
固定資産	27,058	69.0%	24,737	63.7%	△2,321	
資産合計	39,209	100.0%	38,818	100.0%	△390	保有株式時価総額の減少
流動負債	2,708	6.9%	3,008	7.7%	299	
固定負債	3,812	9.7%	3,411	8.8%	△401	繰延税金負債の減少
負債合計	6,521	16.6%	6,420	16.5%	△101	
資本金	1,650	4.2%	1,650	4.3%	0	
資本剰余金	676	1.7%	676	1.7%	0	
利益剰余金	27,666	70.6%	28,049	72.3%	383	
自己株式	△1,349	△3.4%	△1,350	△3.5%	△0	
評価・換算差額等	4,045	10.3%	3,373	8.7%	△672	その他有価証券評価差額金の減少
純資産合計	32,688	83.4%	32,398	83.5%	△289	
負債・純資産合計	39,209	100.0%	38,818	100.0%	△390	

# 要約キャッシュフロー計算書



(単位：百万円)

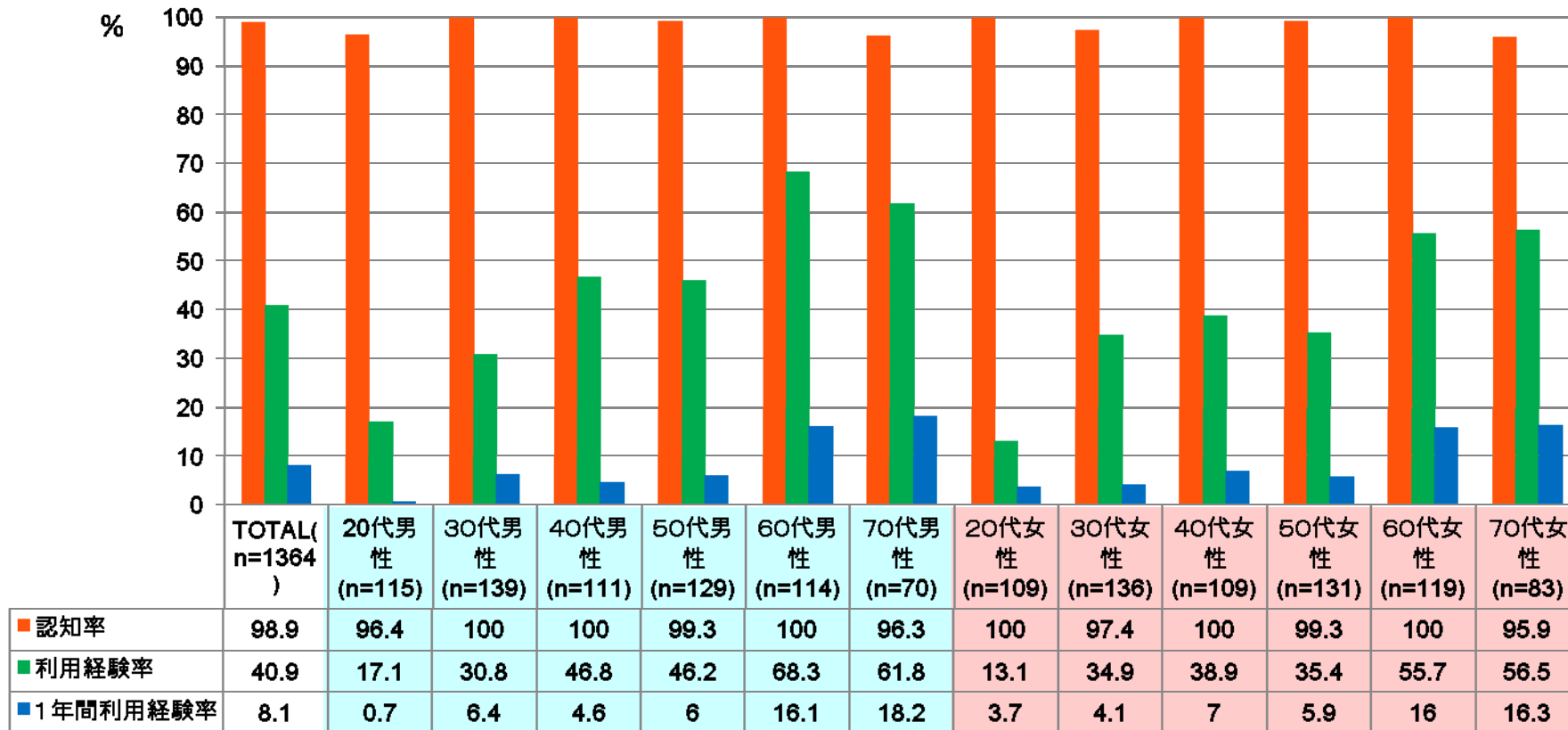
	2006年9月 (前中間期)	2007年9月 (当中間期)	2007年3月 (前期)
営業活動によるCF	△200	983	1,445
投資活動によるCF	△2,777	△753	△1,307
財務活動によるCF	△1,001	△538	△1,515
現金及び現金同等物の増減	△3,980	△308	△1,377
期首残高	8,822	7,445	8,822
期末残高	4,842	7,136	7,445

### 3. 「養命酒」のお客様プロフィール

# 養命酒の浸透状況～性年代別～

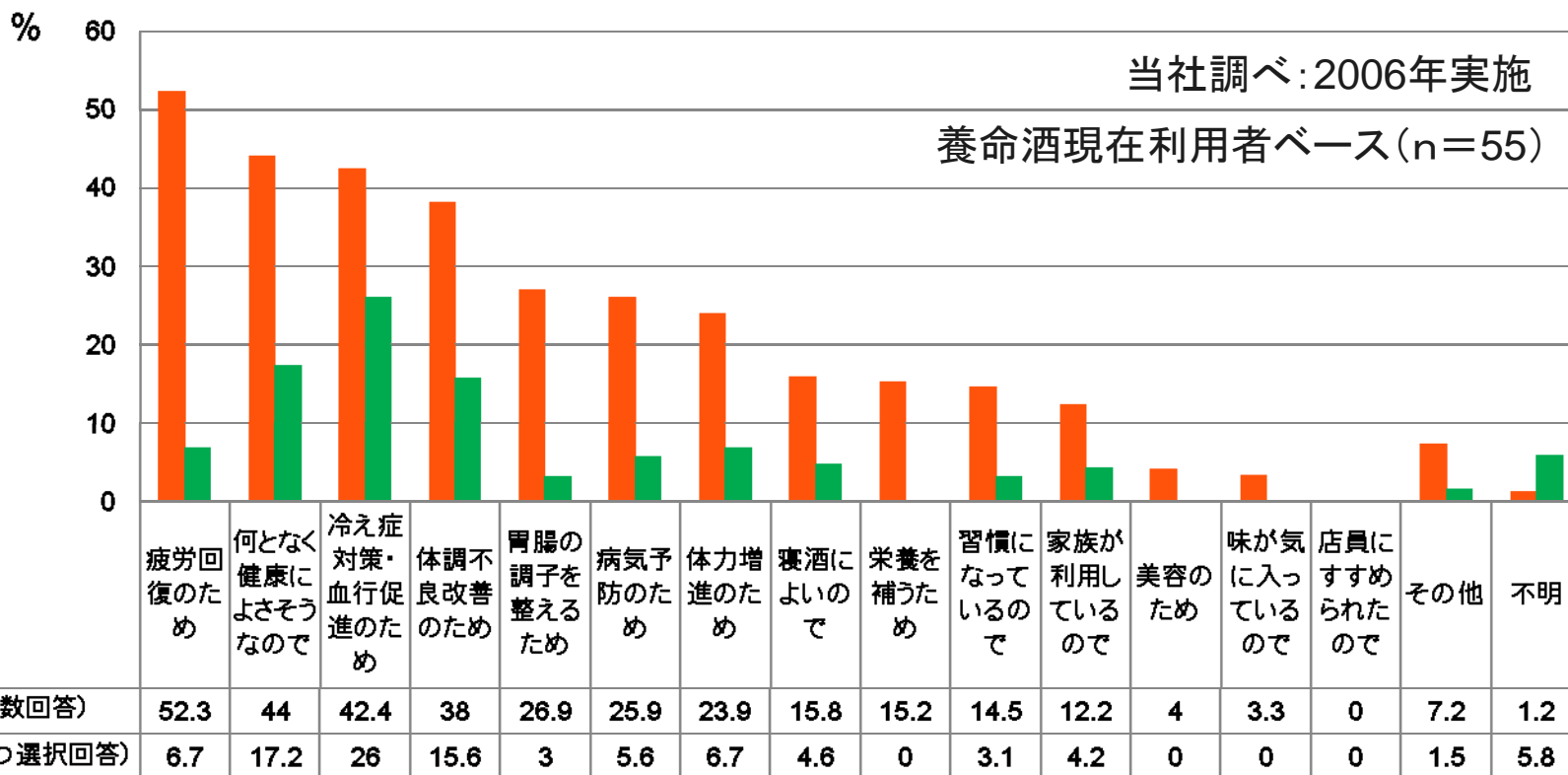


当社調べ：2006年実施



年代が上がるにつれて利用経験率が上がる傾向にあることを考えると男女ともに50代の方へのアプローチが大切

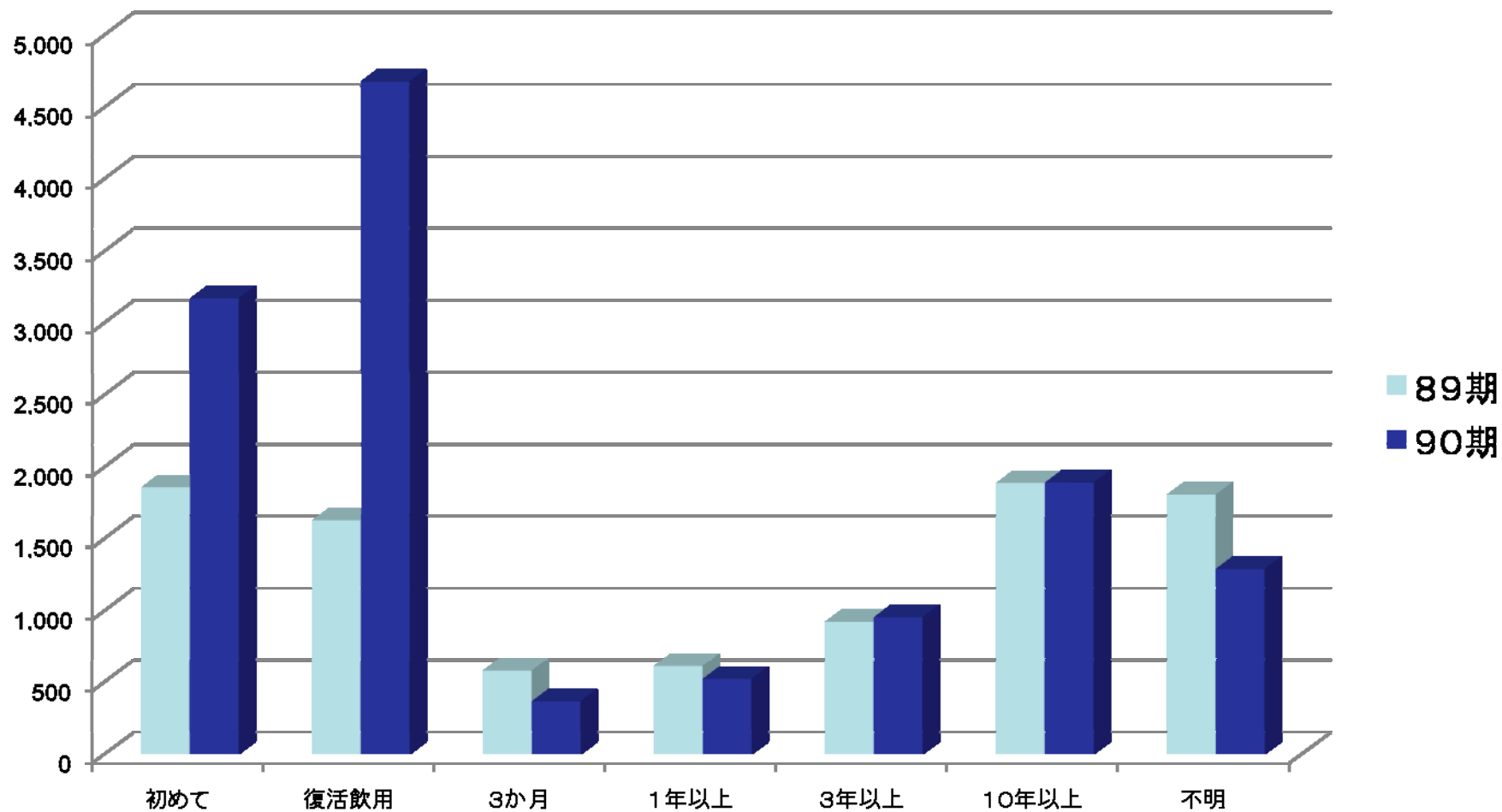
# 「養命酒」購入・飲用傾向～現在利用理由～



- ・現在利用者は、半数以上が「疲労回復のため」に利用している
- ・最もあてはまる理由では、4分の1以上が「冷え症対策・血行促進のため」に利用している。

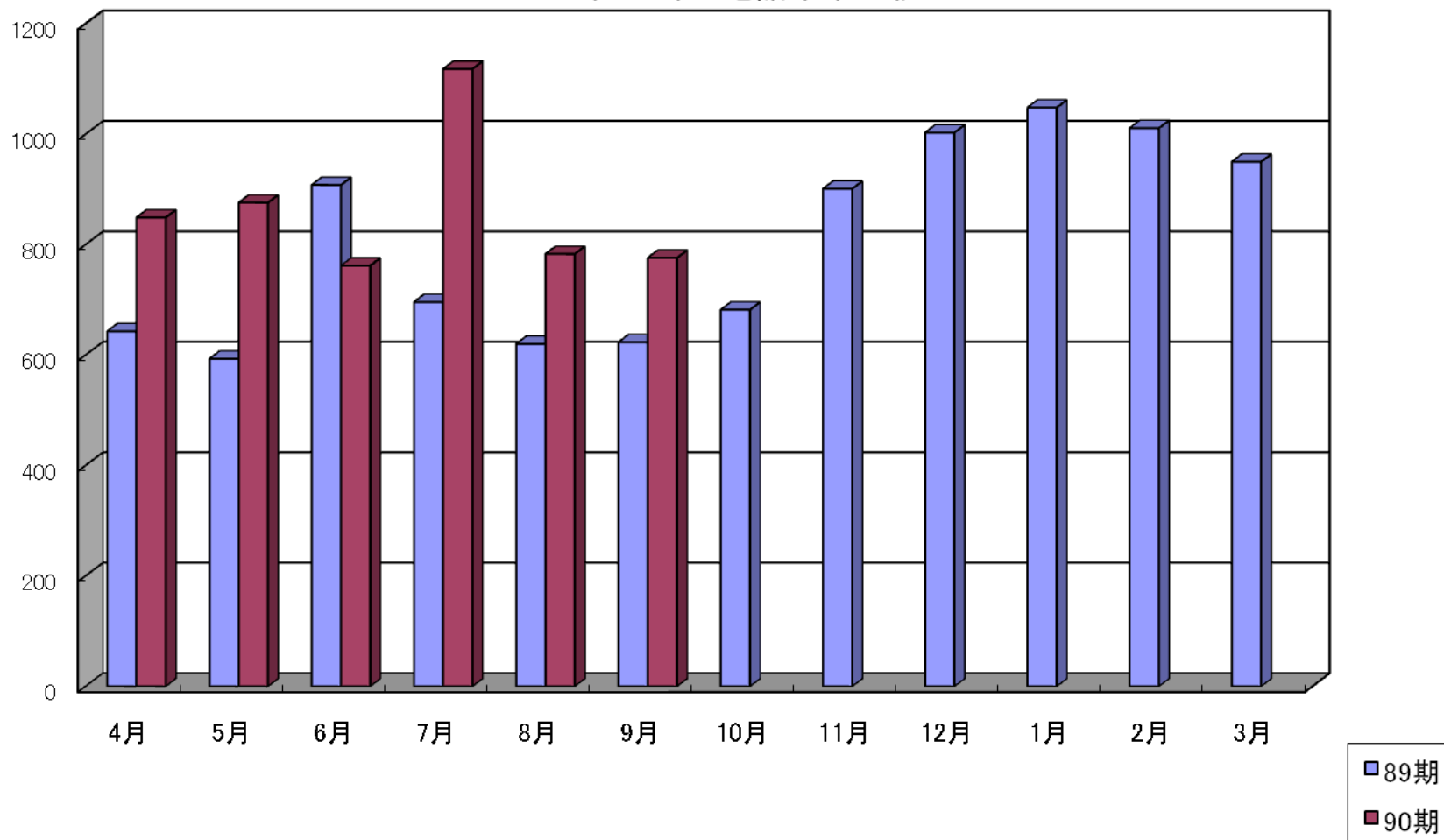
# 飲用期間(消費者はがきより)

枚数



# 電話によるお問い合わせ

06年/07年 電話本数比較

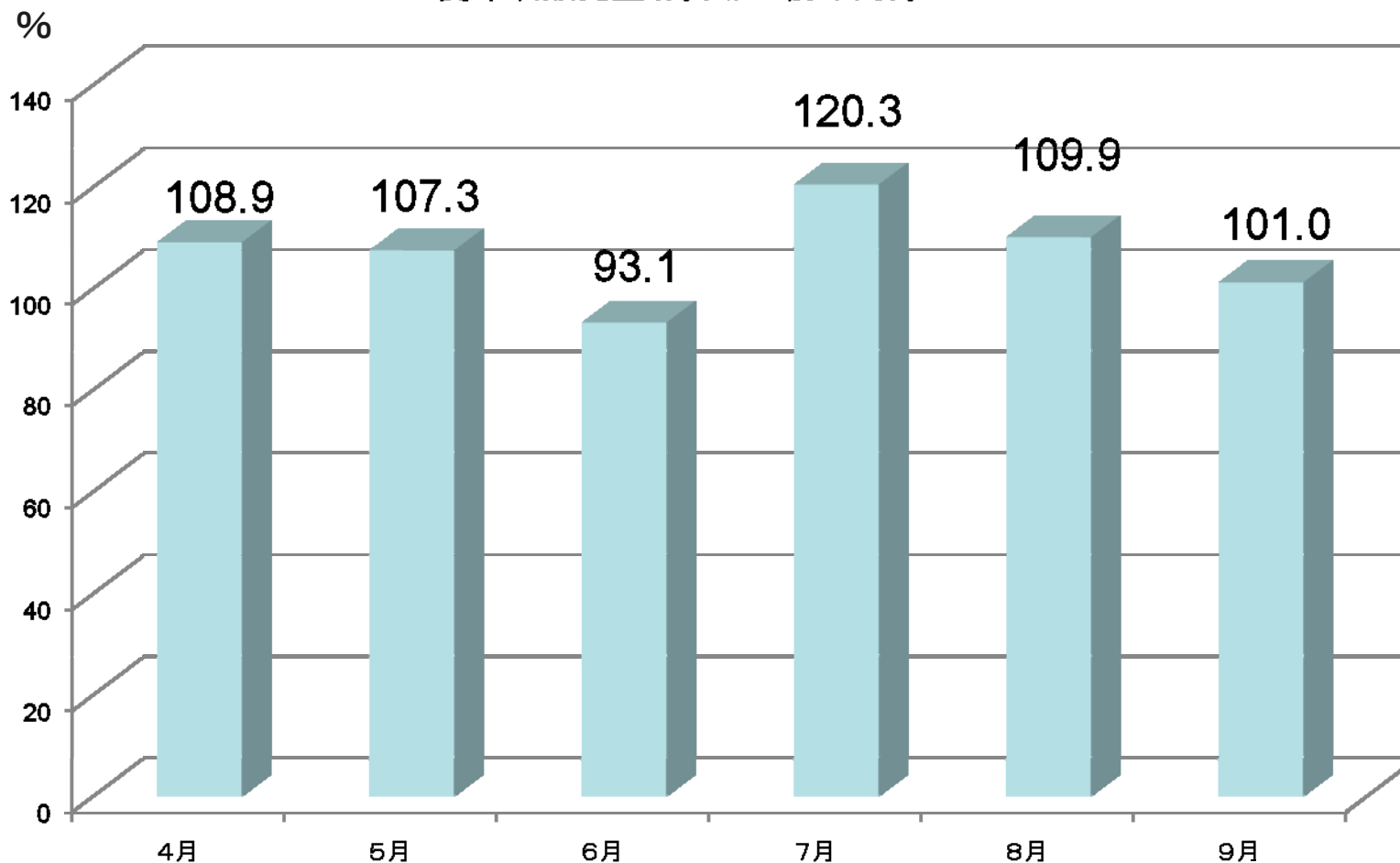




# 「養命酒」販売状況(月次)



養命酒販売量(月次)の前年同月比%



## 4. 2008年3月期見通し

# 2008年3月期見通し



(単位：百万円)

	2007年3月期	2008年3月期			
		上期（実績）	下期（予想）	通期（予想）	増減率
売上高	12,827	6,549	6,762	13,311	3.8%
売上総利益	8,881	4,643	4,677	9,321	5.0%
売上総利益率	69.2%	70.9 %	69.2%	70.0%	—
販売費及び一般管理費	6,724	3,232	3,916	7,149	6.3%
販管比率	52.4%	49.4 %	57.9%	53.7%	—
営業利益	2,156	1,410	760	2,171	0.7%
営業利益率	16.8%	21.5%	11.2%	16.3%	—
経常利益	2,372	1,560	843	2,403	1.3%
経常利益率	18.5%	23.8%	12.5%	18.1%	—
当期純利益	1,796	924	493	1,417	△21.1%
純利益率	14.0%	14.1%	7.3%	10.7%	—

設備投資額1,212百万円(対前期1,065百万円増)、研究開発費433百万円(対前期137百万円増)  
減価償却費584百万円(対前期31百万円増)

※通期業績につきましては、平成19年10月31日に業績予想の修正を開示しております。

## 5. 成長戦略

## 経営理念

生活者の信頼に応え、豊かな健康生活に貢献する

## 基本方針

少子高齢化社会に即した成長戦略の実現により  
企業価値を高める

- 変革の時代に対応した生活者視点重視のマーケティング展開
- 新たな生活者価値の創造を基軸としたイノベーションの促進

## 当社の強みをさらに強化し、持続的な成長・競争優位の実現

- ① **新たな成長事業の推進**  
～新たな生活者創造のための事業基盤の構築～
- ② **「養命酒」事業の再構築**  
～新たな成長事業の推進に向けた強固な収益基盤の確立～
- ③ **大正製薬株式会社との連携強化**  
～業務提携効果の拡大～
- ④ **財務体質の改善と向上**  
～経営資源の選択と集中～
- ⑤ **意識構造の変革と活力ある人材の育成**  
～挑戦と変革を恐れない企業風土の醸成～
- ⑥ **CSR(企業の社会的責任)の実践**  
～社会の一員としての企業論理の実践～

- ・ トータルマーケティング活動(CMと店頭販促の連動)の継続
- ・ 11月中旬～12月中旬にかけてスポットの山場を設定(3,100GRP)
- ・ 統一的なアプローチ表現(薬用養命酒には、効いていく仕組みがあります)
- ・ 「疲れ」や『未病』(病気になる前の状態)に対するアプローチ
- ・ 「冷えも未病」を切り口に訴求
- ・ 更なる広告効率の向上





## スポット投下前に主要ドラッグストアを中心に店頭展開

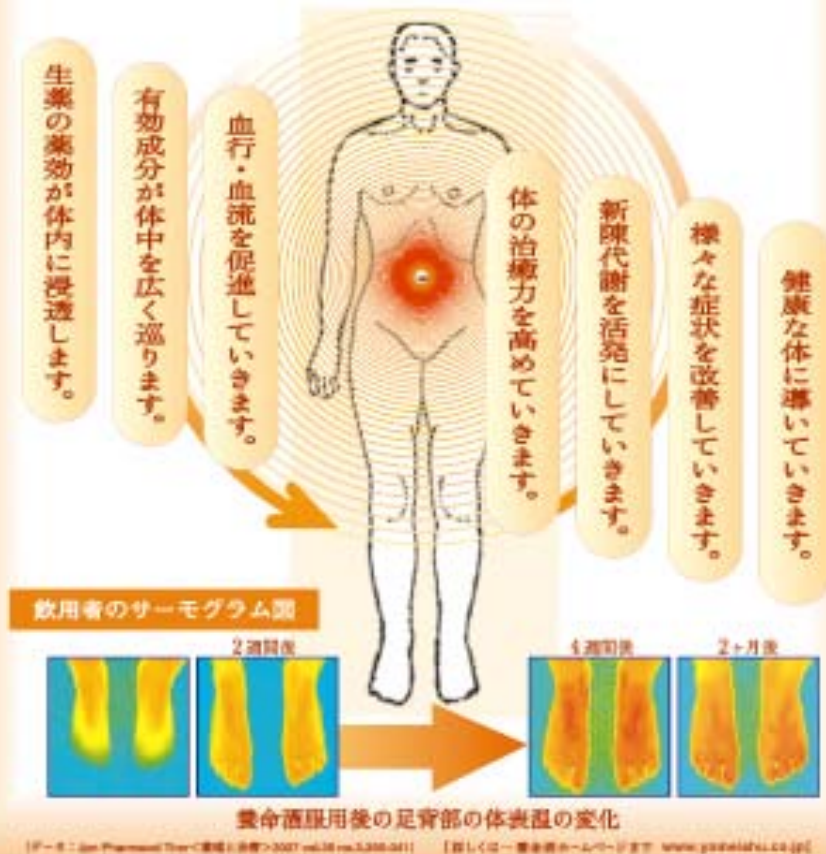
### ■ 養命酒は

薬用養命酒は普段の生活の中で  
ジワッ、ジワッと  
滋養と強壮を養う医薬品です。  
一般の治療薬と違い、  
病症部分だけでなく  
体質全体にじっくりと働き  
体の内側から健康に導きます。  
「未病」の対処法にお試し下さい。

### ■ 養命酒の生薬



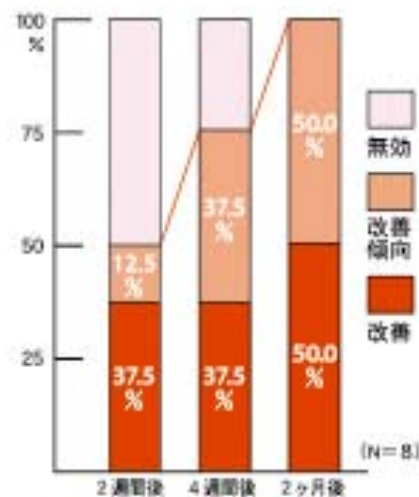
## 効いていく仕組み



### ■ 養命酒の 冷え改善効果の報告

薬用養命酒の冷え改善効果を調査するため、冷えの自覚がある女性を対象に、問診調査を行いました。

#### ■ 問診票による冷え自覚スコア



調査の結果、4週間の継続服用により、75%の方に冷えの症状に対する改善的な変化が示されました。

スポット投下前に主要ドラッグストアを中心に店頭展開



(みびょう)

# 未病

薬用養命酒には  
効いていく仕組みがあります。

未病

未病

薬用  
養命酒

薬用  
養命酒

YOMEISHU  
PRODUCT OF JAPAN  
1000ml

YOMEISHU  
PRODUCT OF JAPAN  
1000ml

養命酒には効いていく仕組みがあります。

## スポット投下前に主要ドラッグストアを中心に店頭展開





# 養命酒健康の森について

- 2005年11月に開設
- お客様への「おもてなしの心」を実践する場
- 地域貢献活動の実施(コンサート、体験学習)

養命酒健康の森  
カフェヒーリングテラス



駒ヶ根工場



養命酒創始400年記念館

2006年度グッドデザイン賞  
(建築・環境デザイン部門) 受賞

本日はありがとうございました。  
以上をもちまして養命酒製造株式会社の  
2007年9月中間期決算説明会を終了させていただきます。

上記の予想は、本資料作成時点において入手可能な情報あるいは想定できる市場動向などを前提としており、不確実性が含まれております。実際の業績は、今後様々な要因により、予想と異なる結果と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。