

# 養命酒製造株式会社



# Yomeishu

2008年9月第2四半期決算説明会 11月13日

**1. 会社概要 P3~P5**

**2. 08年9月第2四半期累計実績 P6~P12**

**3. 09年3月期の見通しと取り組み P13~P23**

**4. 中期経営計画 P24~P26**

**5. 製品紹介 P27~P31**

# 1. 会社概要

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	135億円( 2008年3月期 )
経常利益	28億円( 2008年3月期 )
従業員数	237名( 2008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	大阪府大阪市福島区吉野4-24-11
福岡支店	福岡県福岡市博多区博多駅南3-4-5



## 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

## 2. 08年9月第2四半期累計実績

## 1. 「養命酒」販売数量4,357KL、売上高6,507百万円(前年同期比2.1%増)

広告と連動した全国規模の店頭活動を実施

## 2. うち海外「養命酒」販売数量168KL、売上高216百万円(前年同期比50.2%増)

各国の市場環境に即したマーケティング活動

## 3. 商品開発体制の強化

マーケティング本部にマーケティング、販売、物流、研究開発を担う部門を集約  
より効率的な商品開発と部門間の連携

# 経営成績(損益計算書)

(単位：百万円、%)

	07年9月 中間期		08年9月 第2四半期累計		増減率
		構成比		構成比	
売上高	6,549	100.0	6,681	100.0	2.0
売上原価	1,905	29.1	2,081	31.2	9.2
売上総利益	4,643	70.9	4,599	68.8	△0.9
販売費及び一般管理費	3,232	49.4	3,416	51.1	5.7
営業利益	1,410	21.5	1,183	17.7	△16.1
経常利益	1,560	23.8	1,329	19.9	△14.8
四半期純利益	924	14.1	821	12.3	△11.2

- 売上高は主力商品「養命酒」の増加により前年同期比2.0%増加
- 売上原価(減価償却費:製品瓶詰包装設備更新)と広告宣伝費の増加により、営業利益は前年同期比16.1%減
- 経常利益は前年同期比14.8%減
- 四半期純利益は前年同期比11.2%減

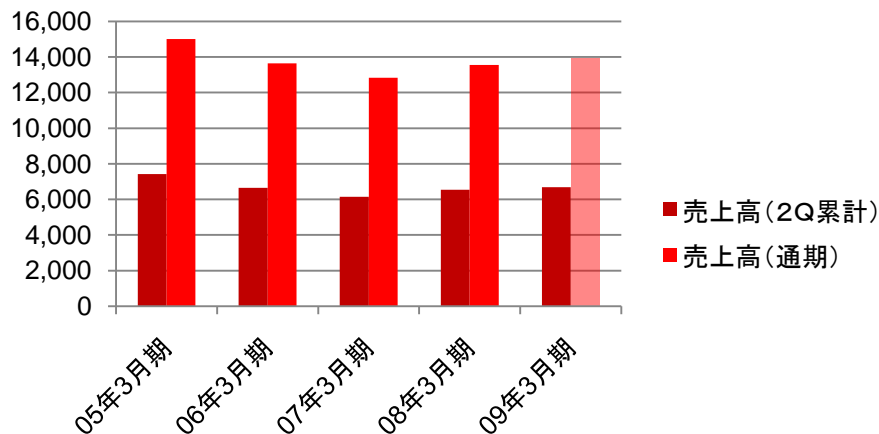


(単位：百万円、%)

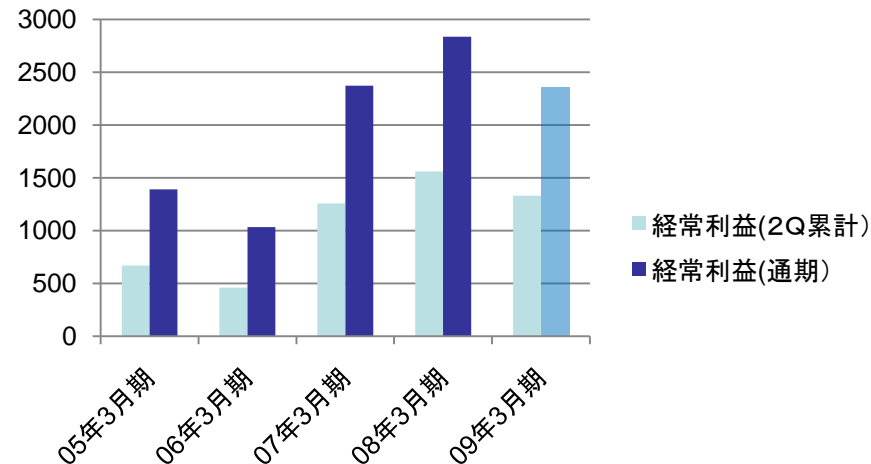
	07年9月 中間期		08年9月 第2四半期累計			
		構成比		構成比	増減額	増減率
養命酒	6,373	97.3	6,507	97.4	133	2.1
（うち海外販売）	144	2.2	216	3.2	72	50.2
ミネラルウォーター	27	0.4	25	0.4	△2	△8.7
家醸本みりん	30	0.5	30	0.5	0	0.7
養命酒本舗	18	0.3	25	0.4	7	39.4
不動産収入	92	1.4	81	1.2	△10	△11.4
その他	6	0.1	6	0.1	0	△0.4
合計	6,549	100	6,681	100	131	2.0

- 養命酒売上高前年同期比2.1%増
- 養命酒(海外)売上高前年同期比50.2%増
- 養命酒本舗売上高前年同期比39.4%増

## 売上高



## 経常利益



(単位：百万円、円/株)

	05年3月期	06年3月期	07年3月期	08年3月期	09年3月期
売上高	15,015 (7,432)	13,636 (6,644)	12,827 (6,155)	13,556 (6,549)	13,920 (6,681)
営業利益	1,269 (603)	912 (383)	2,156 (1,120)	2,601 (1,410)	2,099 (1,183)
経常利益	1,390 (670)	1,033 (461)	2,372 (1,258)	2,835 (1,560)	2,352 (1,329)
当期純利益	818 (390)	711 (287)	1,796 (775)	1,662 (924)	1,439 (821)
配当金	15	15	17	18	18(予定)

( )内は第2四半期累計、2009年3月期通期は予想

# 貸借対照表

(単位：百万円、%)

	08年3月末(構成比)		08年9月末(構成比)		増減額	備考
流動資産	12,797	34.7	12,342	33.7	△454	
固定資産	24,140	65.3	24,291	66.3	151	
資産合計	36,938	100.0	36,634	100.0	△303	保有有価証券の時価の減少
流動負債	2,819	7.6	2,481	6.8	△338	
固定負債	2,413	6.6	2,286	6.2	△126	
負債合計	5,232	14.2	4,767	13.0	△464	未払金、未払法人税等、繰延税金負債の減少
株主資本 (内自己株式)	29,616 (△1,497)	80.2 (△4.0)	29,865 (△1,499)	81.5 (△4.1)	248 2	
評価・換算差額等	2,088	5.6	2,001	5.5	△87	
純資産合計	31,705	85.8	31,866	87.0	161	
負債・純資産合計	36,938	100.0	36,634	100.0	△303	

# キャッシュフロー計算書

(単位：百万円)

	07年9月中間期	08年9月 第2四半期累計	備考
営業活動によるCF	983	767	
投資活動によるCF	△753	△631	有形固定資産の取得
財務活動によるCF	△538	△574	配当金17円から 18円に増配
現金及び現金同等物の 増減	△308	△438	
期首残高	7,445	5,155	
期末残高	7,136	4,717	

### 3. 09年3月期の見通しと取り組み

(単位：百万円、%)

	08年3月期		09年3月期(予想)		
		構成比		構成比	前期比増減率
売上高	13,556	100.0	13,920	100.0	2.7
売上原価	3,982	29.4	4,370	31.4	9.8
売上総利益	9,574	70.6	9,549	68.6	△0.3
販売費及び一般管理費	6,972	51.4	7,449	53.5	6.8
営業利益	2,601	19.2	2,099	15.1	△19.3
経常利益	2,835	20.9	2,352	16.9	△17.1
当期純利益	1,662	12.3	1,439	10.3	△13.4

設備投資額499百万円(対前期1,070百万円減)、研究開発費333百万円(対前期22百万円増)  
減価償却費776百万円(対前期193百万円増)

- 売上高は前期比2.7%増を見込む
- 売上原価(減価償却費:製品瓶詰包装設備更新)と販管費の増加により  
営業利益は前期比19.3%減を見込む

## 1. 製品瓶詰包装設備更新(前年度実施済)

安全性、生産性の一層の向上

本年度は生薬庫の低温倉庫化を予定

## 2. 「養命酒」の販売活動

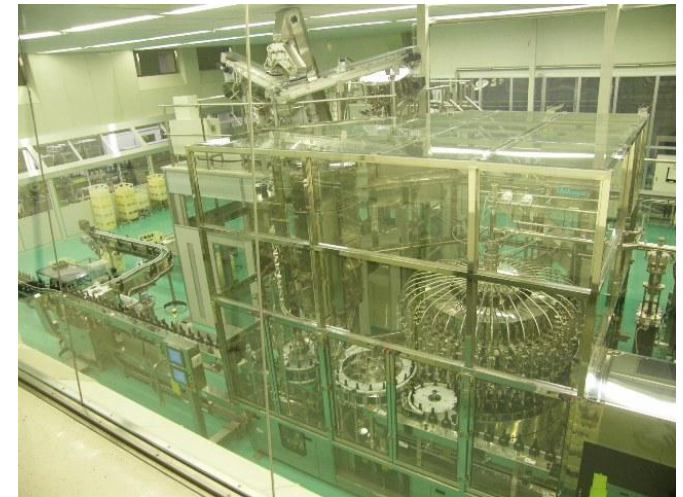
広告と連動した全国規模の店頭展開などの  
トータルマーケティング活動

海外市場では現地に合ったマーケティング強化

## 3. ミネラルウォーター、みりん、通販商品等

その他商品は前年度と同程度の実績を目標

新商品開発への取り組み(ドリンク剤等)



製品瓶詰包装設備(駒ヶ根工場)



ミネラルウォーターライン(駒ヶ根工場)





病気の  
轍(てつ)を  
踏まない。

【未病】という発  
東洋医学では、病気に  
「未病」と言います。健康  
病気になる前に身体  
を強く保つ、とい  
薬用養命酒は14  
が駆け込む薬酒で  
促進する→①生薬  
②新陳代謝を活性化  
症状を改善する。…と  
じっくりと効き目をあらわ

『薬酒物語』  
を申し上げます

160-8852

薬用養命酒

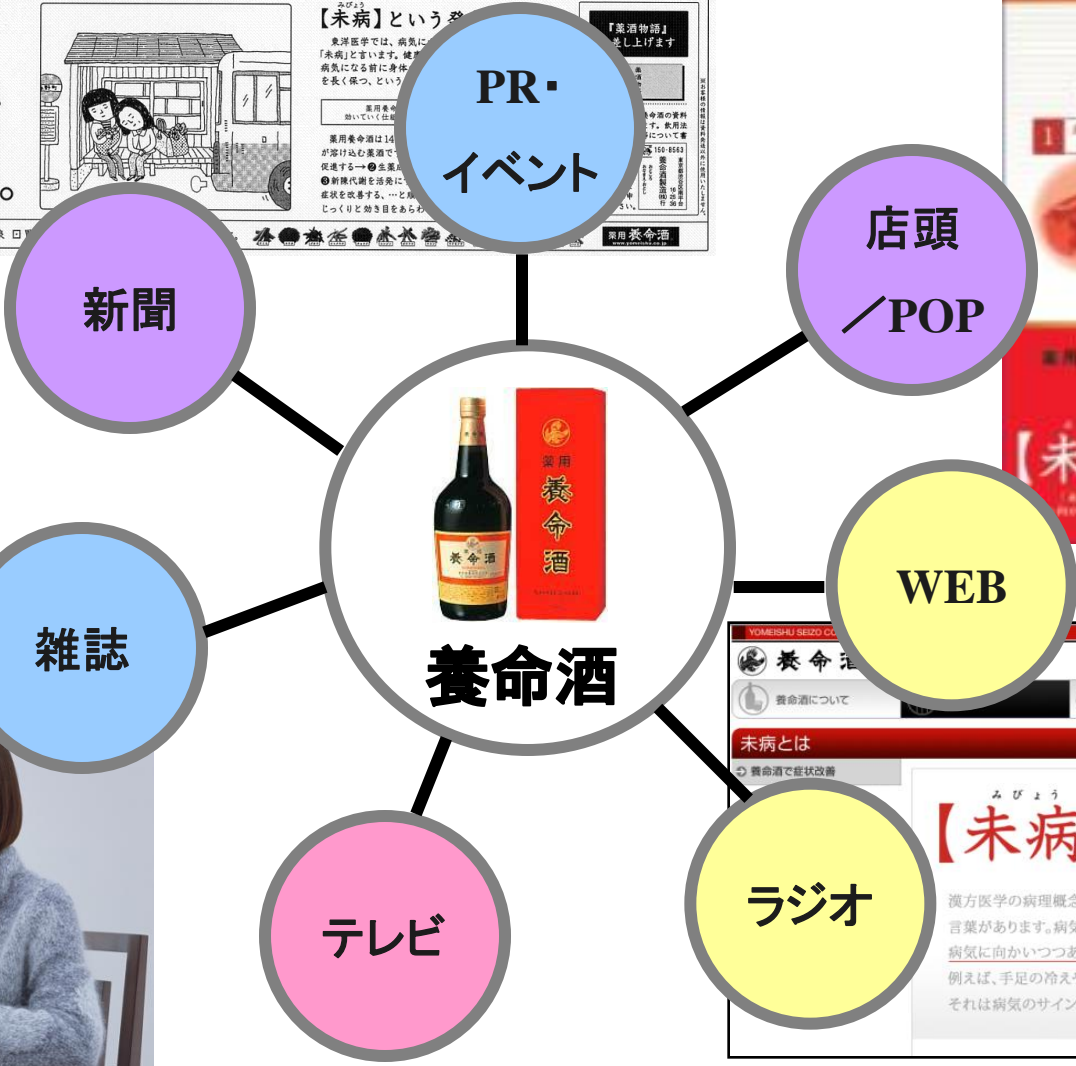


薬用養命酒には、  
効いていく仕組みがあります。

- 1 生薬・高濃度を  
確保
- 2 生薬成分が  
体を通る
- 3 新陳代謝を  
活性化
- 4 体の中を巡り  
ていく

薬用養命酒

【未病】 【未病】 【未病】




YOMESHU SEIZO CO., LTD. YOMEISHU PRODUCT OF JAPAN

養命酒

養命酒について

未病とは

養命酒で症状改善

みびょう  
【未病】

漢方医学の病理概念のなかに「未病」という言葉があります。病気と言うほどではないけれど、病気に向かいつつある状態のこと。例えば、手足の冷えや体の疲れ、胃腸の不調。それは病気のサインかも知れません。

おすすりコンテンツ

- 未病について詳しく知る
- 病気にならないために
- 気になる病気と症状



# ①テレビCM

- ・ トータルマーケティング活動の継続
- ・ 6月、11月にスポットCMの山場を設定
- ・ 薬酒文化を広める活動の展開(イベント、ウェブ)
- ・ 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



## ②店頭におけるPOP例

### テレビCMと連動した店頭展開一展示台POP什器

みびょう  
**【未病】**

「未病」とは、  
病気へ向かいつつある状態。

薬用養命酒には、効いていく仕組みがあります。

- 1 血行・血流を促進
- 2 生薬成分が体を通る
- 3 新陳代謝を活発化
- 4 様々な症状を改善




薬用養命酒

インヨウカク、ワコン、ウシホウ、クイヒ、コウカ、ジヤウ、ボリフウ、シヤタヤク、チャウジ、トチウ、ニンジン、ヤクモウ、ニクショウヨウ、ハンビ

冷え症、自律神経、腎臓虚弱、食欲不振、血行不良、肥満体質、胸中鬱積、貧血、肩こり、腰痛、手足の冷え、頭痛、めまい、耳鳴り、視力低下、老眼、白内障、糖尿病、高血圧、動脈硬化、心臓病、脳血管障害、認知症、パーキンソン病、アルツハイマー病、がん、がん予防、アレルギー、花粉症、アトピー性皮膚炎、喘息、気管支炎、慢性胃炎、胃潰瘍、十二指腸潰瘍、腸炎、憩室炎、痔、痔瘻、婦人科疾患、小児科疾患、高齢者の健康維持、長生きの秘訣

**冷え対策コーナー**

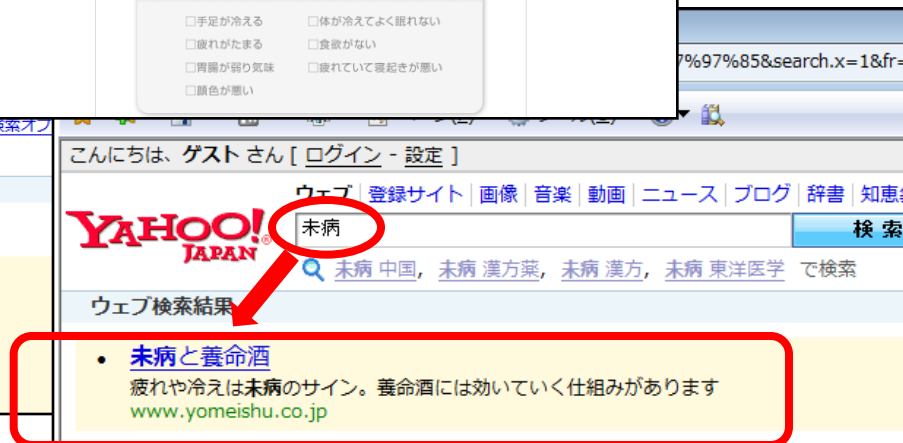
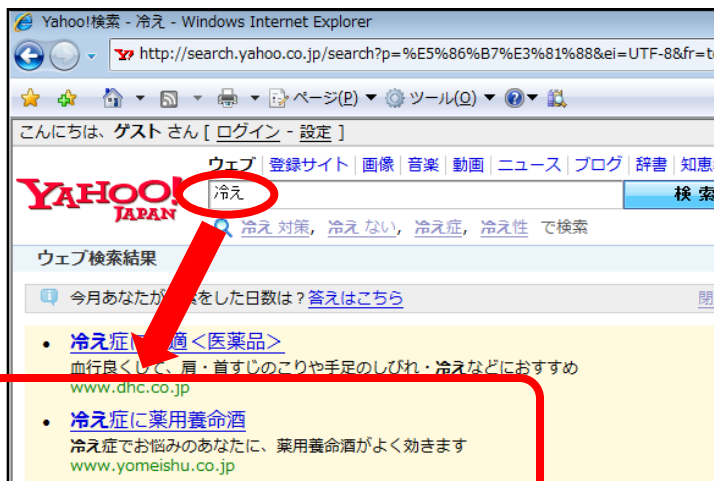
手足が冷える。それは【未病】のサインです。

「未病」とは、病気へ向かいつつある状態。



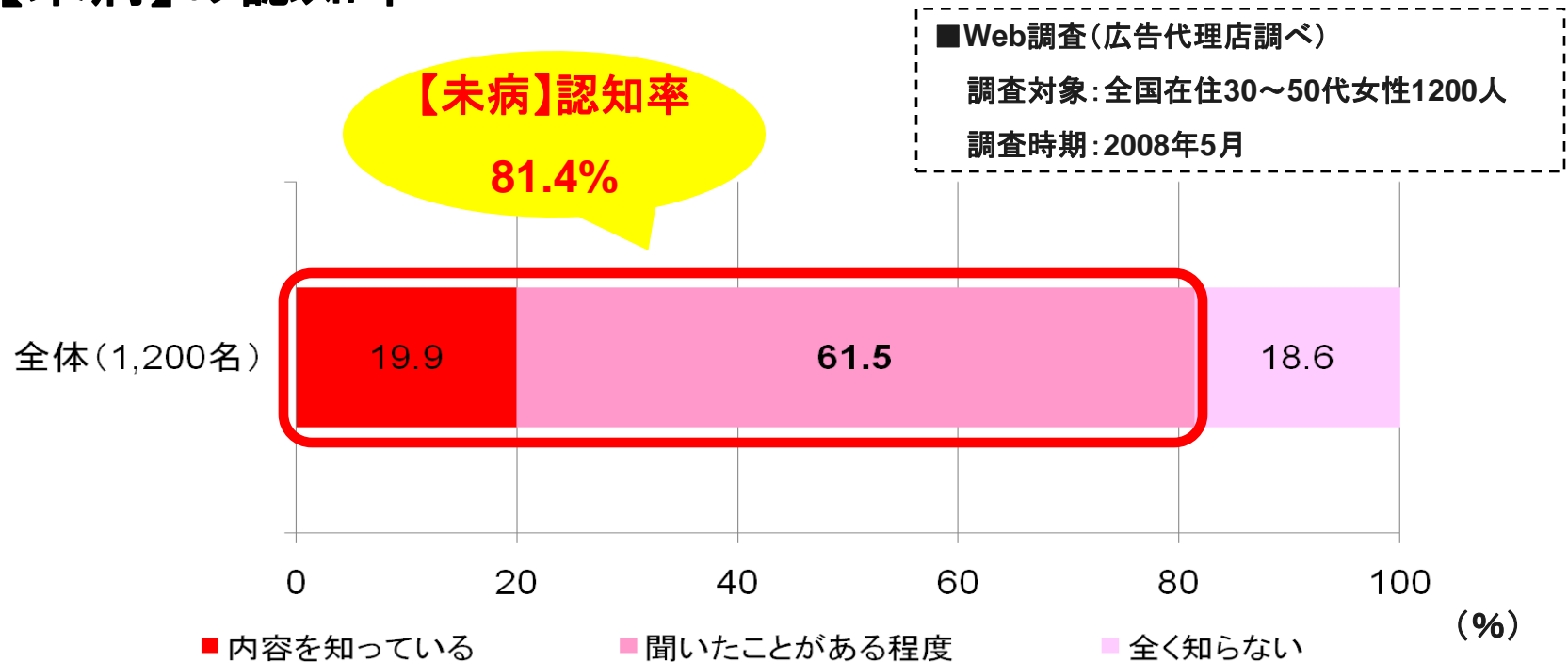
# ③ウェブ広告

## ＜ヤフー リスティング広告例＞



リスティング広告を実施し、【未病】の理解の促進

## 【未病】の認知率



【未病】という言葉に対する認知率は8割以上



# ④ イベント・セミナー

## ブース出展



「大人の文化祭 in nagano」で団塊の世代を対象に「養命酒」を紹介



大阪・梅田で「養命酒」ブースを出展。「養命水」の試飲会も実施

## ブラザース・フォアコンサート

～健康と心豊かな生活を応援する～  
養命酒製造 Presents

# ブラザース・フォア

## The Brothers Four



### 結成50周年

### ジャパンツアー2008

50th Anniversary Japan Tour 2008

今年2008年、結成50周年というひとつの大きな節目。長年、ブラザース・フォアをささげてくれた日本のファンに再度、御礼と感謝の意を表し、彼らのベスト選曲で贈る、50周年ツアーが実現!

TICKET ALL ¥6,300(税込) 全席指定 ※名古屋のみ全席自由

<p><b>11.27 (Thu) 福岡国際会議場メインホール</b> Open18:30 / Start19:00</p> <p>チケット: (0570-02-9999) IPコード: 299-8003 オンラインチケット: (0570-084-008) ILコード: 858685</p> <p>主催: 株式会社 毎日放送 お問い合わせ: B.J.C. 092-713-6085</p>	<p><b>11.29 (Sat) 大阪厚生年金会館芸術ホール</b> Open14:30 / Start15:00</p> <p>チケット: (0570-02-9999) IPコード: 299-9341 オンラインチケット: (0570-084-008) ILコード: 858686</p> <p>主催: リパティコンサート 協力: 毎日放送 お問い合わせ: リパティコンサート 06-7332-8771</p>
<p><b>11.30 (Sun) 東京国際フォーラム・ホールC</b> Open14:30 / Start15:00</p> <p>チケット: (0570-02-9999) IPコード: 299-8231 オンラインチケット: (0570-084-008) ILコード: 858688</p> <p>主催: TBSラジオ お問い合わせ: トゥモローハウス 03-5456-9155</p>	<p><b>12.2 (Tue) 名古屋ボトムライン</b> Open18:00 / Start19:00</p> <p>チケット: (0570-02-9999) IPコード: 299-4300 オンラインチケット: (0570-084-008) ILコード: 858689</p> <p>主催: CBC / ボトムライン お問い合わせ: ボトムライン 052-741-1620</p>

総合お問い合わせ: トゥモローハウス 03-5456-9155 <http://tomorrowhouse.show-buy.jp/>  
特別協賛: 養命酒製造株式会社 企画制作: 映印刷 Cross A / トゥモローハウス

- ・東アジア、東南アジア諸国のマーケティング活動を強化  
マレーシア、香港、シンガポール、台湾
- ・現地に合ったマーケティング活動を構築  
広告調査の実施、現地広告代理店の変更





- マレーシアにおけるディスプレイコンテストの実施による店頭強化
- マレーシア全土での開催による卸、小売店との連携強化
- 店頭活動に連動した広告宣伝により消費を活性化



マレーシアアジアブランド賞授賞式

## 4. 中期経営計画



2007年4月～2010年3月

## 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

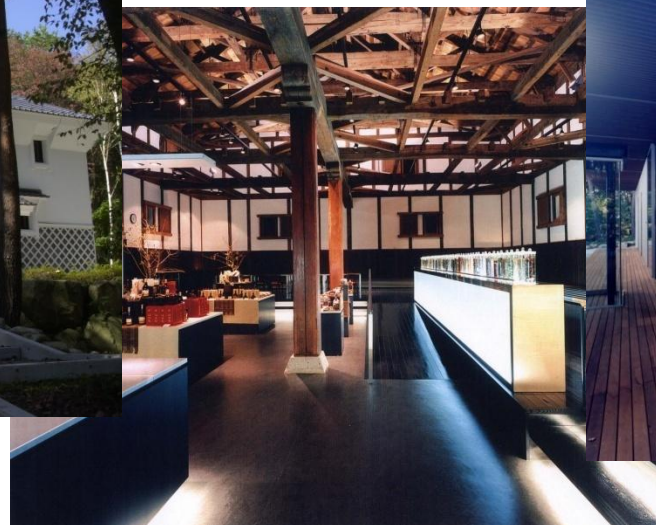
- ① **新たな成長事業の推進**  
～新たな生活者創造のための事業基盤の構築～
- ② **「養命酒」事業の再構築**  
～新たな成長事業の推進に向けた強固な収益基盤の確立～
- ③ **大正製薬株式会社との連携強化**  
～業務提携効果の拡大～
- ④ **財務体質の改善と向上**  
～経営資源の選択と集中～
- ⑤ **意識構造の変革と活力ある人材の育成**  
～挑戦と変革を恐れない企業風土の醸成～
- ⑥ **CSR(企業の社会的責任)の実践**  
～社会の一員としての企業倫理の実践～

- 年間の工場見学者は約10万人
- 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)

2006年度グッドデザイン賞(建築・環境デザイン部門)を受賞に続き  
2008年度ベルカ賞受賞



養命酒400年記念館



養命酒健康の森  
記念館展示室



カフェテラス

## 5. 製品紹介

# 「薬用養命酒」について

- ・滋養強壮剤としての効能：  
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



インヨウカク



ウコン



ケイヒ



コウカ



ジオウ



シャクヤク



チョウジ



トチュウ



ニンジン



ボウフウ



ヤクモソウ



ウショウ



ニクショウヨウ

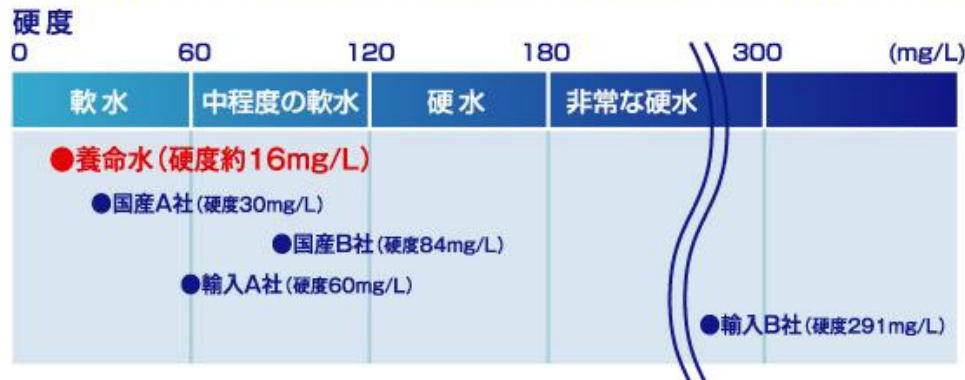


ハンピ

- ・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、マイ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



- ・「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も愛用



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



**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

# 本日はありがとうございました

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。