

2009年3月期決算説明会



Yomeishu

養命酒製造株式会社

2009年5月27日

COPYRIGHT ©2009 YOMEISHU SEIZO CO.,LTD.

1

目次

1. 会社概要 P3～P5

2. 09年3月期決算実績 P6～P12

3. 10年3月期見通し P13～P20

4. 中期経営計画 P21～P22

1. 会社概要

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	137億円(2009年3月期)
経常利益	26億円(2009年3月期)
従業員数	242名(2009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・基本方針

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. 09年3月期決算実績

09年3月期のポイント

- ①「養命酒」事業の収益体質の維持・改善に注力し増収、当期純利益で増益を確保
- ②「養命酒」販売数量9,012KL(前期比1.9%増)、売上高13,408百万円(前期比1.5%増)
 - ・「冷え」や「疲れ」の改善に対する提案を継続的に実施
 - ・広告と連動した店頭における販売促進活動を実施
 - ・「未病」という概念への理解の深まりによるキャンペーンの累積効果
- ③うち海外数量(「養命酒」)448KL(前期比11.4%増)、売上高548百万円(前期比5.0%増)
 - 各国の市場環境に即したマーケティングを実施
 - マレーシアにおいてアジアブランド賞ヘリティジ賞を受賞
- ④商品開発体制の強化
 - マーケティング本部、生産事業本部、管理本部の3本部を設置
 - マーケティング本部に販売、物流、研究開発部門を集約し
 - より効率的な商品開発と部門間の連携を強化

経営成績(損益計算書)

(単位：百万円、%)

	08年3月期		09年3月期		対前期 増減率(%)	09年3月期(予想)		対予想 増減率(%)
		構成比		構成比			構成比	
売上高	13,556	100.0	13,734	100.0	1.3	13,920	100.0	△1.3
売上原価	3,982	29.4	4,266	31.1	7.1	—	—	—
売上総利益	9,574	70.6	9,468	68.9	△1.1	—	—	—
営業利益	2,601	19.2	2,351	17.1	△9.6	2,099	15.1	12.0
経常利益	2,835	20.9	2,614	19.0	△7.8	2,352	16.9	11.1
当期純利益	1,662	12.3	1,728	12.6	4.0	1,439	10.3	20.1

- 売上高は主力商品「養命酒」の増加により前期比1.3%増
- 売上原価(減価償却費:製品瓶詰包装設備更新)の増加により、営業利益は前期比9.6%減、経常利益は前期比7.8%減
- 当期純利益は収用補償金等の特別利益により、前期比4.0%増
- 対予想では販管費の節減により営業利益以下、利益面で改善

商品別売上高

(単位：百万円、%)

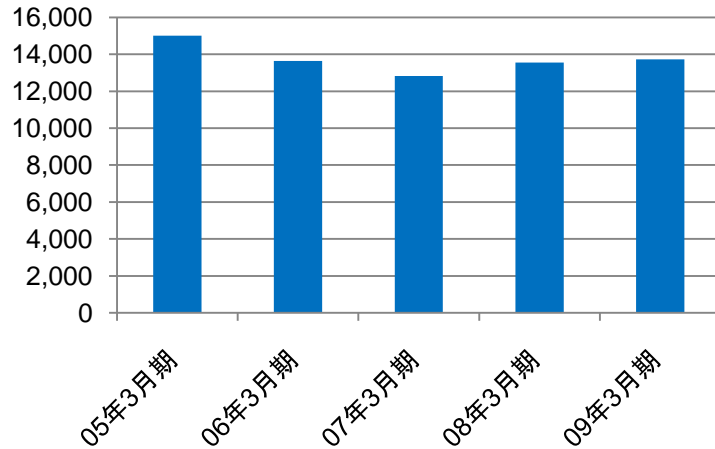
	08年3月期		09年3月期			
		構成比		構成比	増減額	増減率
養命酒	13,209	97.4	13,408	97.6	199	1.5
海外	522	3.9	548	4.0	26	5.0
ミネラルウォーター	49	0.4	45	0.3	△4	△8.2
家醸本みりん	63	0.5	62	0.5	0	△0.7
養命酒本舗	47	0.3	39	0.3	△7	△16.4
不動産収入	173	1.3	160	1.2	△13	△8.0
その他	13	0.1	18	0.1	5	40.2
合計	13,556	100.0	13,734	100.0	178	1.3

- 養命酒売上高前期比1.5%増
- 養命酒(海外)売上高前期比5.0%増

業績推移

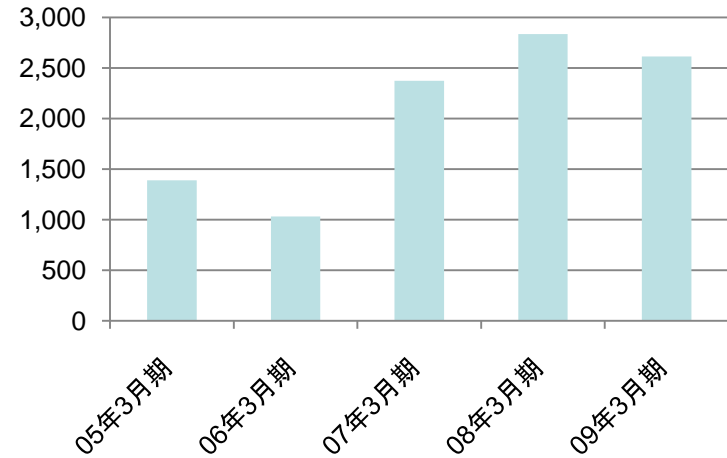
売上高

百万円



経常利益

百万円



(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	13,636	12,827	13,556	13,734
営業利益	1,269	912	2,156	2,601	2,351
経常利益	1,390	1,033	2,372	2,835	2,614
当期純利益	818	711	1,796	1,662	1,728
配当金	15	15	17	18	18(予定)
養命酒販売数量(KL)	9,813	8,917	8,379	8,848	9,012

貸借対照表

(単位：百万円、%)

	08年3月末 (構成比)		09年3月末 (構成比)		増減額	備考
流動資産	12,797	34.6	11,899	34.1	△897	
固定資産	24,140	65.4	23,025	65.9	△1,115	
資産合計	36,938	100.0	34,925	100.0	△2,012	保有株式の時価の減少
流動負債	2,819	7.6	2,591	7.4	△227	
固定負債	2,413	6.5	1,233	3.5	△1,180	
負債合計	5,232	14.2	3,824	11.0	△1,407	繰延税金負債の減少
株主資本 (内自己株式)	29,616 (△1,497)	80.2 (△4.1)	30,681 (△1,589)	87.9 (△4.6)	1,065 (92)	
評価・換算差額等	2,088	5.7	418	1.2	△1,670	
純資産合計	31,705	85.8	31,100	89.0	△605	
負債・純資産合計	36,938	100.0	34,925	100.0	△2,012	

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	08年3月期	09年3月期	備考
営業活動によるCF	1,886	2,367	
投資活動によるCF	△3,489	△1,396	有形固定資産の取得
財務活動によるCF	△687	△666	配当金の支払い 自己株式の取得による支出
現金及び現金同等物の増減	△2,289	304	
期首残高	7,445	5,155	
期末残高	5,155	5,459	

3. 10年3月期見通し

10年3月期施策のポイント

①第2次中期経営計画を1年延長(07年4月～11年3月)

- ・経済情勢が不透明であることから計画を再検証
- ・「新たな成長事業の推進」の各施策を11年3月期に具現化を目指し
経営資源を効果的に活用

②「養命酒」事業の収益体質の維持・改善

- ・目標販売数量 国内8,625KL、海外530KL、合計9,155KL(前期比1.6%増)
- ・国内 「未病」をテーマとした広告と連動した店頭における販売促進活動を展開
- ・海外 台湾を重点市場として位置付け、販売数量の増加を目指す

③新たな成長事業の推進

- ・長野県諏訪市における健康生活提案型複合施設の開設の準備
- ・大正製薬株式会社との共同開発によるドリンク剤の商品化に向けての準備
- ・東南アジアを中心とした海外事業展開

10年3月期業績予想

(単位：百万円、%)

	09年3月期		10年3月期(予想)		
		構成比		構成比	前期比増減率
売上高	13,734	100.0	13,910	100.0	1.3
売上原価	4,266	31.1	4,250	30.6	△0.3
売上総利益	9,468	68.9	9,660	69.4	2.0
販売費及び一般管理費	7,116	51.8	7,440	53.5	4.6
営業利益	2,351	17.1	2,220	16.0	△5.6
経常利益	2,614	19.0	2,450	17.7	△6.3
当期純利益	1,728	12.6	1,470	10.6	△15.0

設備投資額1,610百万円(対前期1,151百万円増)、研究開発費420百万円(対前期62百万円増)
減価償却費790百万円(対前期24百万円減)

- 売上高は前期比1.3%増を見込む
- 新商品・新事業開発への取り組みにより営業利益は前期比5.6%減を見込む

マーケティング活動 ①テレビCM



現在放映中のCM

マーケティング活動 ②店頭販促

店頭「疲れ・胃腸虚弱も未病」をテーマに売り場をバックアップ

みびょう
【未病】 東洋医学で言う「未病」とは、
 病気の手前の状態。

体本来の力を整えて、
 症状を改善していきます。

薬用 養命酒



みびょう
【未病】

東洋医学で言う「未病」とは、
 病気の手前の状態。



未病を改善するには「体本来の力」を整えることが大切です。



マーケティング活動 ③ウェブ

YOMEISHU SEIZO CO.,LTD. YOMEISHU PRODUCT OF JAPAN

 **養命酒**
→ ENGLISH
→ 中文简体
→ 中文繁体
→ 資料請求
→ お問い合わせ
→ サイトマップ

 養命酒について
  未病とは
  駒ヶ根工場・養命酒健康の森
  よくある質問
  株主投資家の皆さま

体の内側から健康づくり

- 未病と健康
- 未病の実態
30歳からの女性のホンネ
- 体の内側から健康づくり
- 気になる病気と症状



未病と健康(当社ホームページ)

おすすめコンテンツ

みびょう
【未病】

→ 未病とは

病気にならないために



→ 気になる病気と症状

クイズに答えて

選べる3コース 合計100名様にプレゼントが当たる!

「養命集」プレゼントキャンペーン

4/6 mon ~ 5/31 sun

応募する

養命酒 健康の森グッズ
養命酒オリジナルトート付き



10名様

養命水3本セット
養命酒オリジナルキャップ付き



30名様

オリジナル生薬トランプ



60名様

※デザインおよび仕組は
実家となる場合がございます。

クイズに答えなくてももらえる!
オリジナル養命酒蔵紙ダウンロード

800 x 600	Download
1024 x 768	Download
1280 x 1024	Download
800 x 600	Download
1024 x 768	Download
1280 x 1024	Download

蔵紙の設定方法はこちら

[トップ](#) | [歴史と伝統](#) | [効果効能](#) | [冷え症](#) | [駒ヶ根工場](#) | [製法](#) | [味わい](#) | [価格](#) | [生薬](#) | [キャンペーン](#) SOUND

プレゼントキャンペーンサイト

マーケティング活動 ④ イベント・セミナー



遊学舎セミナー

(TBSラジオ「養命酒 健康談話室」)

台湾の販売促進活動

- ・成長性のある市場として台湾を重点的に活動
- ・店頭活動に連動した広告宣伝により消費を活性化



台湾全土で養命酒の扱いがある薬局を中心に陳列台を設置



TVCMに登場したタレントとキャッチフレーズを使用した陳列台



天井から吊るすPOP

4. 中期経営計画

経営戦略(第2次中期経営計画)

2007年4月～2011年3月

- 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～

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。