

2009年9月 第2四半期

決算説明会

2009年11月16日

養命酒製造株式会社

本日の予定

1. 2009年9月第2四半期決算ハイライト
2. 中期経営計画と進捗状況
3. 2010年3月期通期の見通し

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 |
| 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 |
| 駒ヶ根工場 | 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 |

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

2009年9月 第2四半期

1. 決算ハイライト

2009年9月第2四半期のポイント

「新たな成長事業の推進」の具現化に向けた各施策 「養命酒」事業の収益構造の維持に注力

(1)「新たな成長事業の推進」の各施策への取組み

- ・5月に長野県諏訪市における健康生活提案型複合施設の建設に着工
- ・9月にドリンク剤「リオン」の一部地域(福岡県、山口県、佐賀県)における先行販売を開始
- ・薬味酒「養命酒」をより親しみやすい「ハーブの恵み」として全面リニューアルすることを検討

(2)「養命酒」販売数量3,989KL(前年同期比8.4%減)、売上高5,939百万円(前年同期比8.7%減)

①国内「養命酒」売上高5,739百万円(前年同期比8.8%減)

- ・「疲れ」や「胃腸虚弱」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
- ・より効率的かつ効果的なマーケティング活動の展開に向け各施策の費用対効果等の再検証
- ・6月1日の改正薬事法施行前の対応準備のための店頭販売活動への影響

②海外「養命酒」売上高200百万円(前年同期比7.4%減)

- ・各国の市場環境に即したマーケティングを実施
- ・「養命酒」の理解と知名度の向上に向けた取扱店舗の拡大や店頭における販売促進活動の強化

経営成績(損益計算書)

(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 | | | |
|------------|------------|--------|------------|--------|------|--------|
| | | 構成比(%) | | 構成比(%) | 増減額 | 増減率(%) |
| 売上高 | 6,681 | 100.0 | 6,094 | 100.0 | △586 | △8.8 |
| 売上原価 | 2,081 | 31.2 | 1,927 | 31.6 | △153 | △7.4 |
| 売上総利益 | 4,599 | 68.8 | 4,166 | 68.4 | △433 | △9.4 |
| 販売費及び一般管理費 | 3,416 | 51.1 | 3,047 | 50.0 | △369 | △10.8 |
| 営業利益 | 1,183 | 17.7 | 1,119 | 18.4 | △63 | △5.4 |
| 経常利益 | 1,329 | 19.9 | 1,260 | 20.7 | △68 | △5.2 |
| 四半期純利益 | 821 | 12.3 | 752 | 12.3 | △69 | △8.4 |

- 売上高は主力商品「養命酒」の減少により前年同期比8.8%減
- 広告宣伝費等の経費削減に努め、営業利益は前年同期比5.4%減、
経常利益は前年同期比5.2%減
- 四半期純利益は前年同期比8.4%減

商品別売上高

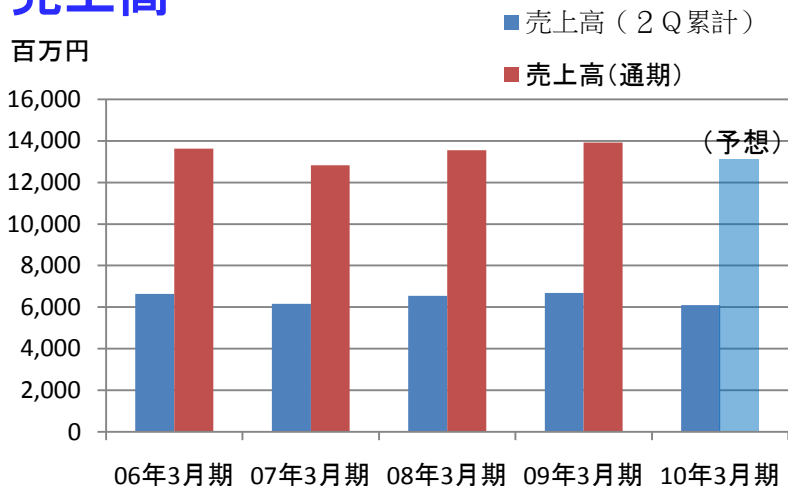
(単位：百万円)

| | 前第2四半期累計期間 | | 当第2四半期累計期間 | | | |
|-----------|------------|---------|------------|---------|------|---------|
| | | 構成比 (%) | | 構成比 (%) | 増減額 | 増減率 (%) |
| 養命酒 | 6,507 | 97.4 | 5,939 | 97.4 | △567 | △8.7 |
| 海外 | 216 | 3.2 | 200 | 3.2 | △16 | △7.4 |
| ミネラルウォーター | 25 | 0.4 | 22 | 0.3 | △2 | △10.4 |
| 家醸本みりん | 30 | 0.5 | 27 | 0.4 | △3 | △10.1 |
| 養命酒本舗 | 25 | 0.4 | 13 | 0.2 | △12 | △46.8 |
| 不動産賃貸収入 | 81 | 1.2 | 75 | 1.2 | △6 | △8.1 |
| その他 | 10 | 0.1 | 16 | 0.2 | 5 | 48.9 |
| 合計 | 6,681 | 100.0 | 6,094 | 100.0 | △586 | △8.8 |

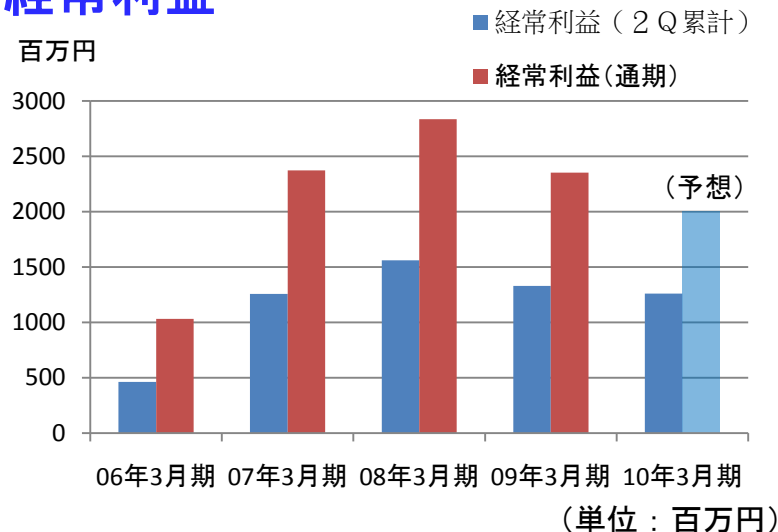
- 養命酒売上高前年同期比8.7%減
- 養命酒(海外)売上高前年同期比7.4%減

業績推移

売上高



経常利益



| | 2006年3月期 | 2007年3月期 | 2008年3月期 | 2009年3月期 | 2010年3月期 |
|-------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 売上高 | 13,636 (6,644) | 12,827 (6,155) | 13,556 (6,549) | 13,734 (6,681) | 13,100 (6,094) |
| 営業利益 | 912 (383) | 2,156 (1,120) | 2,601 (1,410) | 2,351 (1,183) | 1,760 (1,119) |
| 経常利益 | 1,033 (461) | 2,372 (1,258) | 2,835 (1,560) | 2,614 (1,329) | 2,000 (1,260) |
| 当期純利益 | 711 (287) | 1,796 (775) | 1,662 (924) | 1,728 (821) | 1,170 (752) |
| 配当金(円/株) | 15 | 17 | 18 | 18 | 18 (予定) |
| 養命酒販売数量(KL) | 8,917 | 8,379 | 8,848 | 9,012 | 8,535 |

()内は第2四半期累計期間、2010年3月期通期は予想

貸借対照表

(単位：百万円)

| | 2009年3月末 | | 2009年9月末 | | | 備考 |
|-----------------|--------------------|----------------|--------------------|----------------|------------|--------------------------|
| | | 構成比(%) | | 構成比(%) | 増減額 | |
| 流動資産 | 11,899 | 34.1 | 11,541 | 32.9 | △357 | |
| 固定資産 | 23,025 | 65.9 | 23,554 | 67.1 | 528 | |
| 資産合計 | 34,925 | 100.0 | 35,096 | 100.0 | 171 | 保有株式の時価の増加 |
| 流動負債 | 2,591 | 7.4 | 2,266 | 6.5 | △325 | |
| 固定負債 | 1,233 | 3.5 | 1,378 | 3.9 | 145 | |
| 負債合計 | 3,824 | 11.0 | 3,644 | 10.4 | △180 | 繰延税金負債の増加と未払法人税等・未払費用の減少 |
| 株主資本 (内自己株式) | 30,681 (△1,589) | 87.9 (△4.6) | 30,863 (△1,591) | 87.9 (△4.5) | 181 (1) | |
| 評価・換算差額等 | 418 | 1.2 | 587 | 1.7 | 169 | |
| 純資産合計 | 31,100 | 89.0 | 31,451 | 89.6 | 351 | 利益剰余金とその他の有価証券評価差額金の増加 |
| 負債・純資産合計 | 34,925 | 100.0 | 35,096 | 100.0 | 171 | |

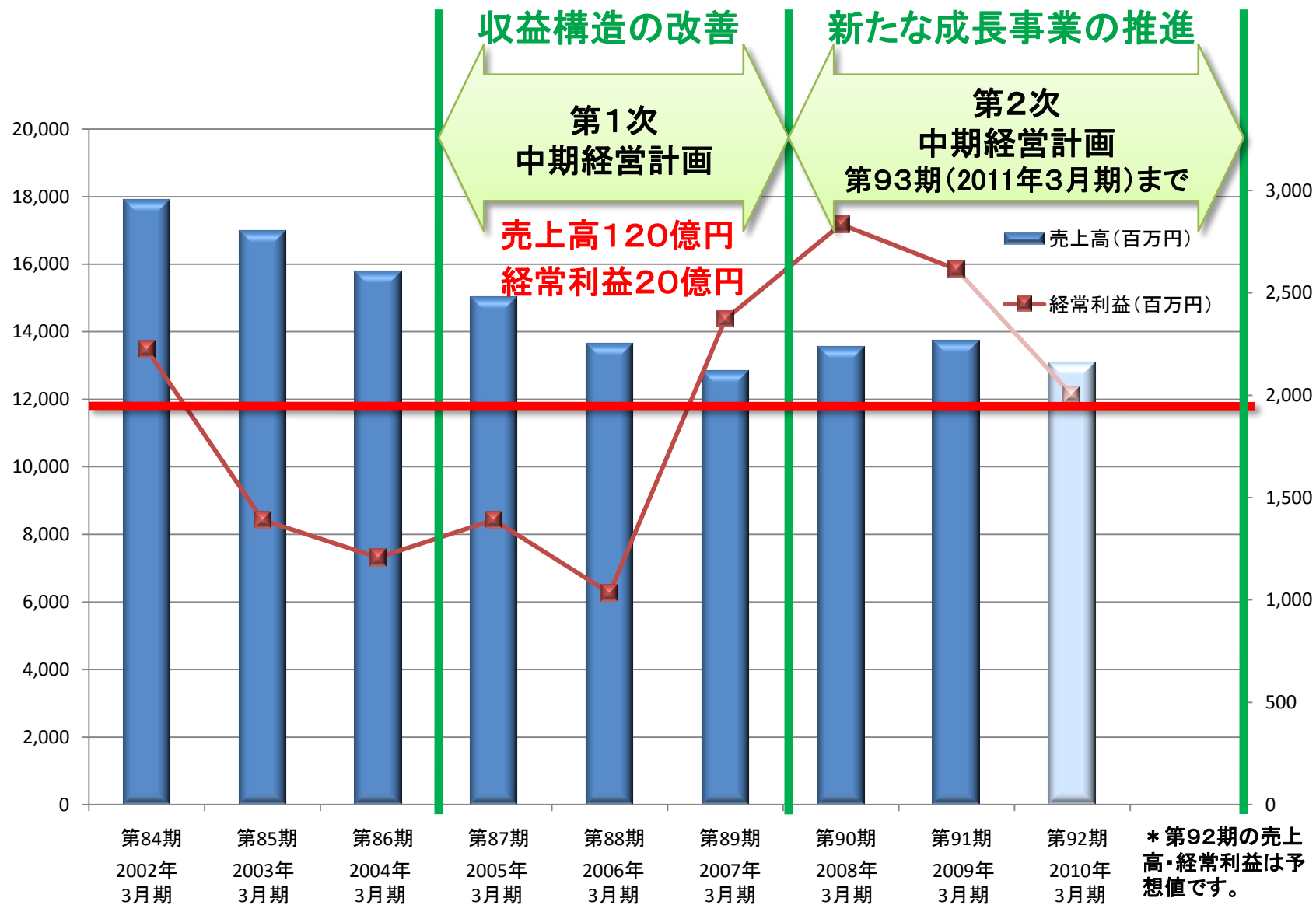
キャッシュ・フロー計算書

(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 | 767 | 709 | |
| 投資活動によるCF | △631 | △1,271 | 定期預金の預入と有形固定資産の取得による支出 |
| 財務活動によるCF | △574 | △557 | 配当金の支払いによる支出 |
| 現金及び現金同等物の増減 | △438 | △1,119 | |
| 期首残高 | 5,155 | 5,459 | |
| 期末残高 | 4,717 | 4,340 | |

2. 中期経営計画と進捗状況

中期経営計画の戦略上の位置付け



第2次中期経営計画

「生活者の信頼に応え、豊かな健康生活に貢献する」

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～

新たな成長事業の推進の具現化に向けた各施策

中期経営計画達成の為の具体的施策の進捗状況

①生活者と直接
接する場の展開

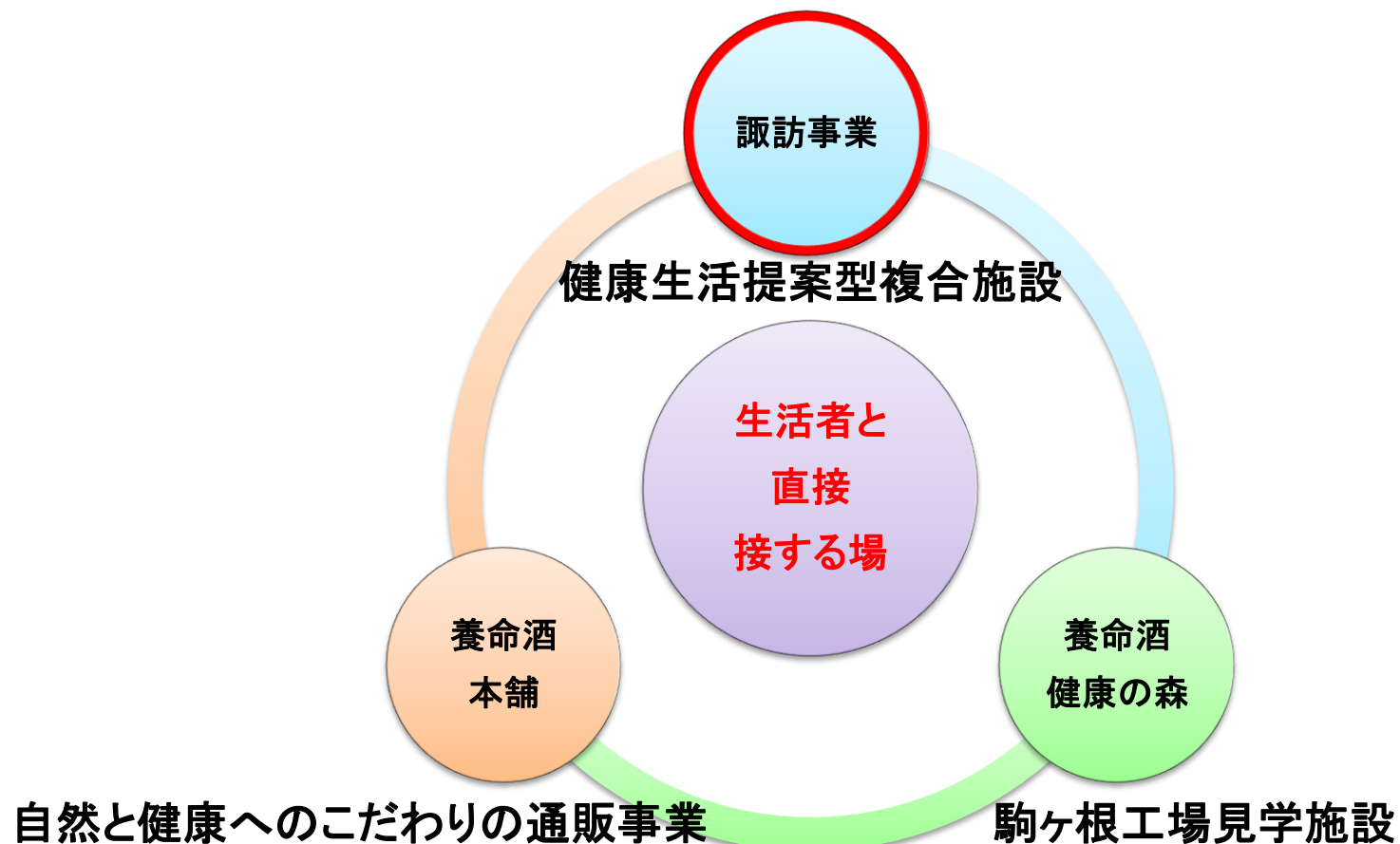
③「養命酒」事業の
効果的なマーケティ
ング活動の展開

②生活者の
豊かな健康生活に
貢献するための
商品提供

④効果的な
海外販売活動の
展開

中期経営計画達成

①生活者と直接接する場の展開



①生活者と直接接する場の展開

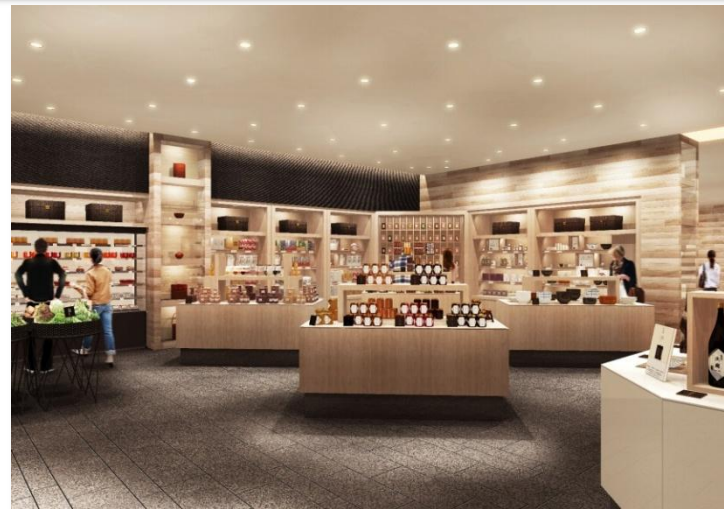
健康生活提案型複合施設



外観イメージ

2009年5月建設着工
2010年4月開業予定

内装イメージ



②生活者の豊かな健康生活に貢献するための商品提供

酒系市場

独自ハーブリキュールカテゴリーの開拓

ハーブの
恵み

親しみやすい
ハーブのお酒

薬系市場

薬用
養命酒

リオン

医薬部外品
ドリンク剤

医薬品

幸健生彩

医薬部外品
錠剤

セルフメディケーション市場の裾野拡大への対応

②生活者の豊かな健康生活に貢献するための商品提供

ドリンク剤「リオン」

大正製薬株式会社との提携効果の具現化 → 新商品の共同開発

リオンは養命酒ユーザーの声から生まれました。



旅行中に

50mL飲みきりサイズなので、旅程で疲れた時などにおすすめです。



おやすみ前に

おだやかでやさしい効きめなので、休息時の服用にも適しています。



仕事中に

朝から疲れて調子が出ない時、日中、体力が続かない時などに効果的です。



かぜをひいた時に

熱が出て体力が消耗している時など、休養時の栄養補給に好適です。

2009年9月1日より一部地域(福岡県、山口県、佐賀県)において先行販売

②生活者の豊かな健康生活に貢献するための商品提供

「ハーブの恵み」(薬味酒「養命酒」全面リニューアル)



200ml



700ml



1000ml



消費者ニーズの
多様化に対応した
新規市場の開拓

ターゲットの拡大

新たな
ブランドの育成

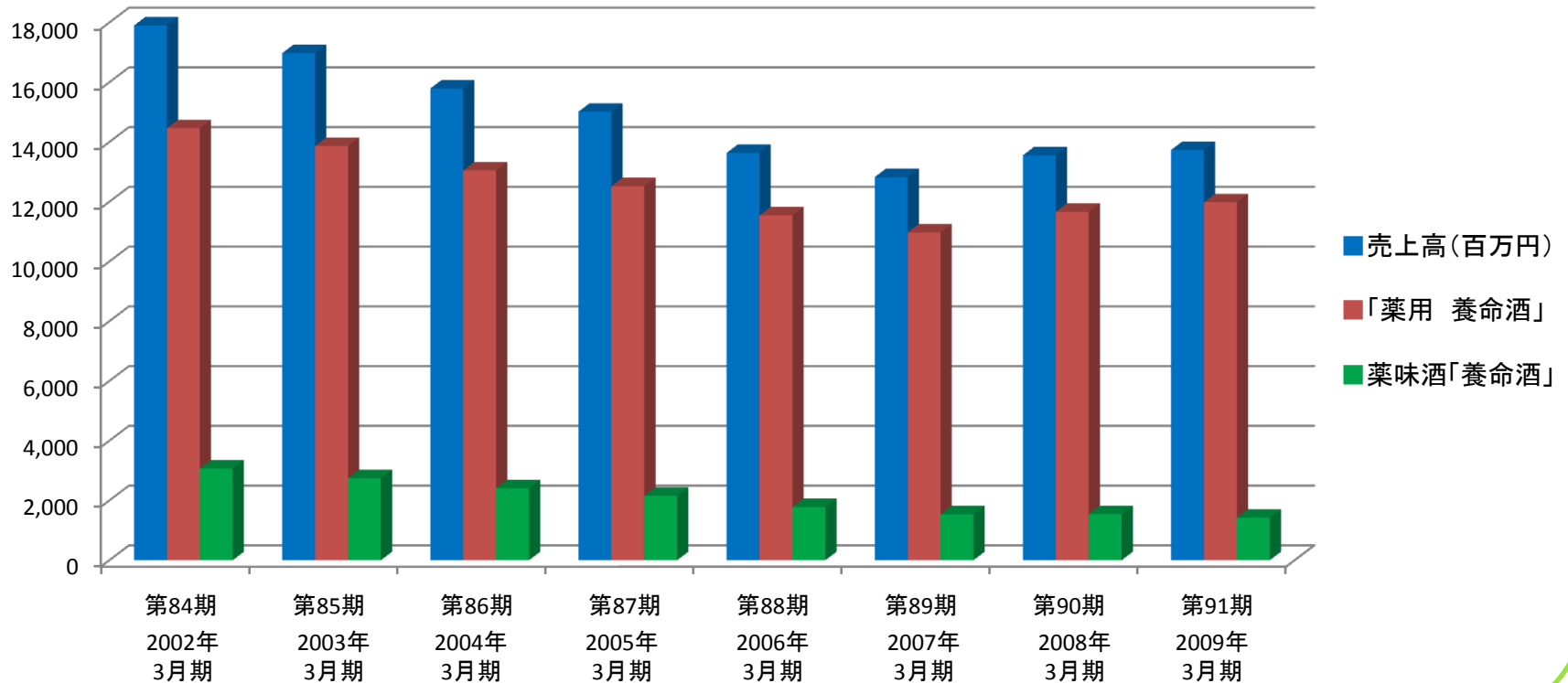
おいしさ
親しみやすさ

2010年3月8日より新発売予定

②生活者の豊かな健康生活に貢献するための商品提供

薬味酒「養命酒」全面リニューアルの背景

薬味酒「養命酒」の売上高減少の推移



②生活者の豊かな健康生活に貢献するための商品提供

薬味酒「養命酒」全面リニューアルの背景

酒系市場

新たな成長
事業の推進

薬味酒「養命酒」
ご愛飲家

30～50代
女性

対象ターゲットの拡大

「ハーブの恵み」

薬系市場

「養命酒」事業
の再構築

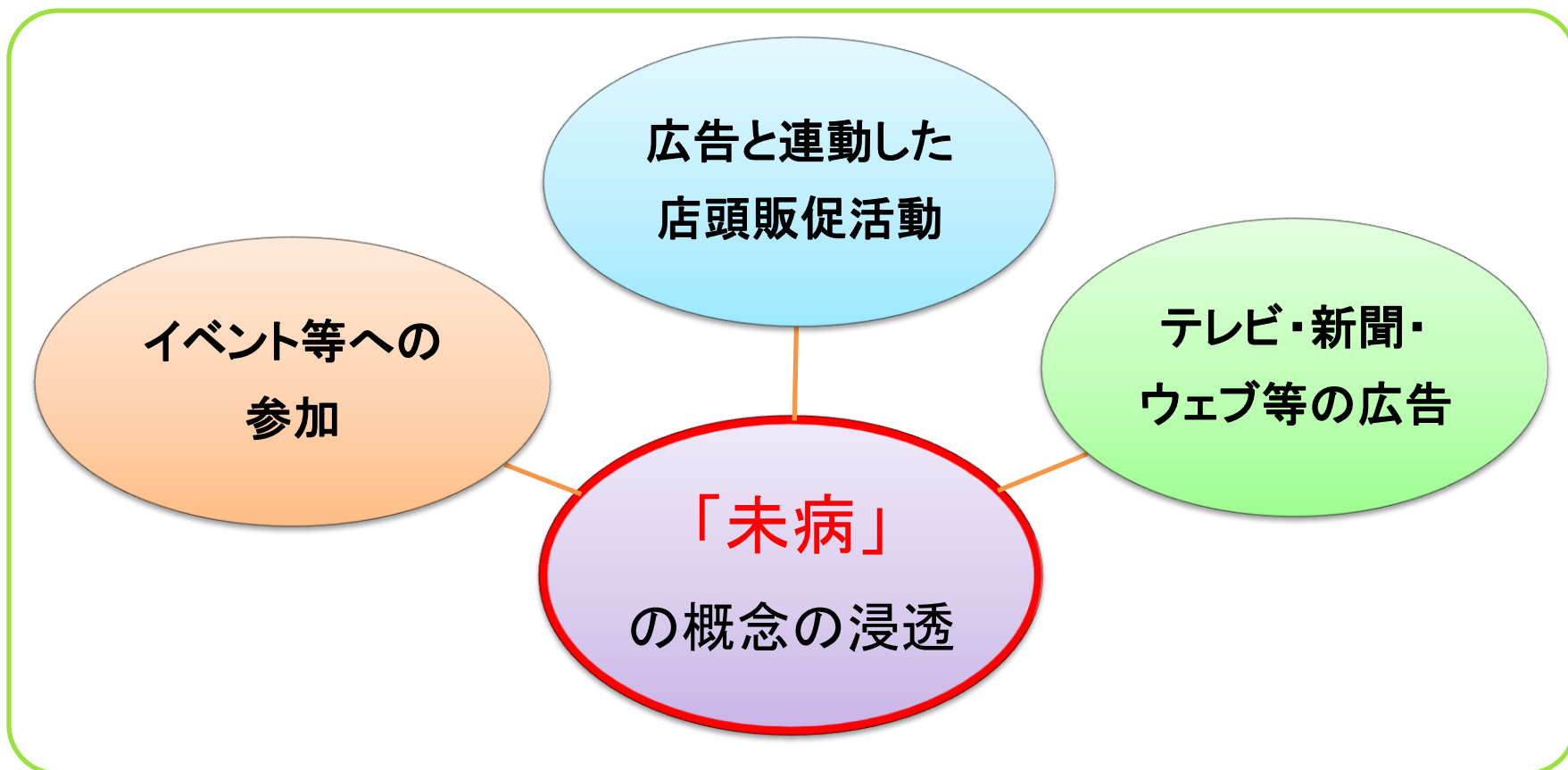
「薬用 養命酒」
ご愛飲家

ブランド価値の向上

「薬用 養命酒」

③「養命酒」事業の効果的なマーケティング活動の展開

～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「養命酒」事業の効果的なマーケティング活動の展開

下半期の訴求メッセージ



「未病は年齢や性別のせいではありません」

③「養命酒」事業の効果的なマーケティング活動の展開

ドア横 新B額面 (10月19日～10月25日)

電車広告



女性専用車両 ドアステッカー (11月1日～11月30日)

電車広告



③「養命酒」事業の効果的なマーケティング活動の展開

テレビCM

読書をしているうちに、疲れからうたた寝してしまった夫婦の姿を柔かな空気感で描きつつ、年齢や性別に関係なく感じる疲れの諸症状と、それに対する薬用養命酒の効いていく仕組みを訴求。



東洋医学でいう「未病」とは病気の手前の状態。年齢や性別のせいではありません。



④効果的な海外販売活動の展開

マレーシア・シンガポール・香港・台湾の
東南アジア諸国におけるマーケティング活動の見直し

商品 ・各国・地域の市場環境に即した商品の輸出

価格 ・各国・地域の市場環境や為替相場の変動等に 対応した
弾力的な輸出価格の設定

広告 ・マス広告と連動した店頭活動やキャンペーン展開による需要喚起
・知名度の向上と商品理解の向上に向けた各施策の展開

流通 ・取扱店舗数の拡大など

2010年3月期

3. 通期の見通し

2010年3月期施策のポイント

(1)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2010年4月開業の準備
- ・ドリンク剤「リオン」の先行販売活動の推進
- ・「ハーブの恵み」(薬味酒「養命酒」全面リニューアル)の2010年3月発売

(2)「養命酒」事業の収益構造の維持・改善

- ・目標販売数量(通期)
国内8,055KL、海外480KL、合計8,535KL(前期比5.3%減)
- ・国内 「未病」をテーマとした様々なメディアを通じた訴求
- ・海外 各国・地域の市場環境に即したマーケティング活動により、販売数量の増加を目指す

2010年3月期業績予想

(単位：百万円)

| | 2009年3月期 | | 2010年3月期 (予想) | | |
|------------|----------|---------|---------------|---------|---------|
| | | 構成比 (%) | | 構成比 (%) | 増減率 (%) |
| 売上高 | 13,734 | 100.0 | 13,100 | 100.0 | △4.6 |
| 売上原価 | 4,266 | 31.1 | 4,110 | 31.4 | △3.7 |
| 売上総利益 | 9,468 | 68.9 | 8,990 | 68.6 | △5.1 |
| 販売費及び一般管理費 | 7,116 | 51.8 | 7,230 | 55.2 | 1.6 |
| 営業利益 | 2,351 | 17.1 | 1,760 | 13.4 | △25.2 |
| 経常利益 | 2,614 | 19.0 | 2,000 | 15.3 | △23.5 |
| 当期純利益 | 1,728 | 12.6 | 1,170 | 8.9 | △32.3 |

設備投資額1,632百万円(対前期1,173百万円増)、研究開発費390百万円(対前期32百万円増)
減価償却費790百万円(対前期24百万円増)

- 売上高は前期比4.6%減を見込む
- 新商品・新事業開発への取組みにより営業利益は前期比25.2%減を見込む

地域貢献活動

駒ヶ根工場見学者数

| | |
|------|---------|
| 第90期 | 90,369名 |
| 第91期 | 92,089名 |
| 第92期 | 55,437名 |

(2009年9月30日現在)

養命酒健康の森スタッフによる ファミリー体験プログラム

- ・ファミリークラフト
(リース、キーホルダー等)
1,110名受講
 - ・四季の養生講座
(薬膳・健康茶・アロマテラピー)
54名受講
- (2009年9月30日現在)

プロの講師を招いての講習会



「酢ムリエ」の
気軽にできる
クッキング講座
(9月)

ティータイムを
もつと楽しくする
紅茶セミナー
(7月)



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。