

2010年3月期

# 決算説明会

2010年5月28日

養命酒製造株式会社

## 本日の予定

1. 2010年3月期決算ハイライト
2. 中期経営計画と進捗状況
3. 2011年3月期の見通し

## 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	123億円(2010年3月期)
経常利益	18億円(2010年3月期)
従業員数	253名(2010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
施設運営事業部 (くらすわ)	長野県諏訪市湖岸通り3-1-30

## 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

2010年3月期

# 1. 決算ハイライト

## 2010年3月期のポイント

「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

- ・「ハーブの恵み」を2010年3月に販売開始
- ・健康生活提案型複合施設「くらすわ」の2010年4月の開業に向けた準備
- ・ドリンク剤「リオン」(大正製薬株式会社との共同開発)を一部地域(福岡県、山口県、佐賀県)で2009年9月に先行販売開始

### (2)「養命酒」販売数量8,012KL(前期比11.1%減)、売上高11,922百万円(前期比11.1%減)

#### ①国内「養命酒」売上高11,501百万円(前期比10.6%減)

- ・予想以上に厳しい消費環境の影響
- ・2009年6月の改正薬事法施行前の混乱による影響
- ・「胃腸虚弱」や「冷え」、「疲れ」の改善に焦点を当てた訴求を継続的に実施
- ・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

#### ②海外「養命酒」売上高420百万円(前期比23.4%減)

- ・世界的な不況の影響により、特にマレーシア、台湾の売上高が減少
- ・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)

	2009年3月期		2010年3月期			2010年3月期(予想)		
		構成比 (%)		構成比 (%)	対前期 増減率(%)		構成比 (%)	対予想 増減率(%)
売上高	13,734	100.0	12,323	100.0	△10.3	13,100	100.0	△5.9
売上原価	4,266	31.1	3,807	30.9	△10.8	—	—	—
売上総利益	9,468	68.9	8,516	69.1	△10.1	—	—	—
販売費及び 一般管理費	7,116	51.8	6,909	56.1	△2.9	—	—	—
営業利益	2,351	17.1	1,607	13.0	△31.7	1,760	13.4	△8.7
経常利益	2,614	19.0	1,838	14.9	△29.7	2,000	15.3	△8.1
当期純利益	1,728	12.6	1,071	8.7	△38.0	1,170	8.9	△8.5

- 売上高は予想以上に厳しい市況による主力商品「養命酒」の減少により前期比10.3%減(対予想5.9%減)
- 新商品・新事業の開発費用等の初期投資を行った一方、経費の見直しと節減に努めたことにより、営業利益は前期比31.7%減(対予想8.7%減)、経常利益は前期比29.7%減(対予想8.1%減)
- 当期純利益は前期比38.0%減(対予想8.5%減)  
(前期は固定資産売却等による特別利益が発生)

# 商品別売上高

(単位：百万円)

	2009年3月期		2010年3月期			
		構成比 (%)		構成比 (%)	増減額	増減率 (%)
養命酒	13,408	97.6	11,922	96.7	△1,486	△11.1
海外	548	4.0	420	3.4	△128	△23.4
家醸本みりん	62	0.5	59	0.5	△3	△5.6
ミネラルウォーター	45	0.3	37	0.3	△8	△18.2
養命酒本舗	39	0.3	29	0.2	△10	△25.6
不動産収入	160	1.2	148	1.2	△11	△7.2
その他	18	0.1	126	1.0	108	582.1



# 貸借対照表

(単位：百万円)

	2009年3月末		2010年3月末			備考
		構成比 (%)		構成比 (%)	増減額	
流動資産	11,899	34.1	9,617	28.4	△2,282	自己株式の取得
固定資産	23,025	65.9	24,250	71.6	1,225	有形固定資産の取得 (くらすわ)
資産合計	34,925	100.0	33,867	100.0	△1,057	
流動負債	2,591	7.4	2,247	6.6	△344	
固定負債	1,233	3.5	1,273	3.8	40	
負債合計	3,824	11.0	3,521	10.4	△303	未払法人税等の減少
株主資本 (うち自己株式)	30,681 (△1,589)	87.9 (△4.6)	29,893 (△2,880)	88.3 (△8.5)	△788 (△1,290)	
評価・換算差額等	418	1.2	452	1.3	34	
純資産合計	31,100	89.0	30,346	89.6	△753	
負債・純資産合計	34,925	100.0	33,867	100.0	△1,057	

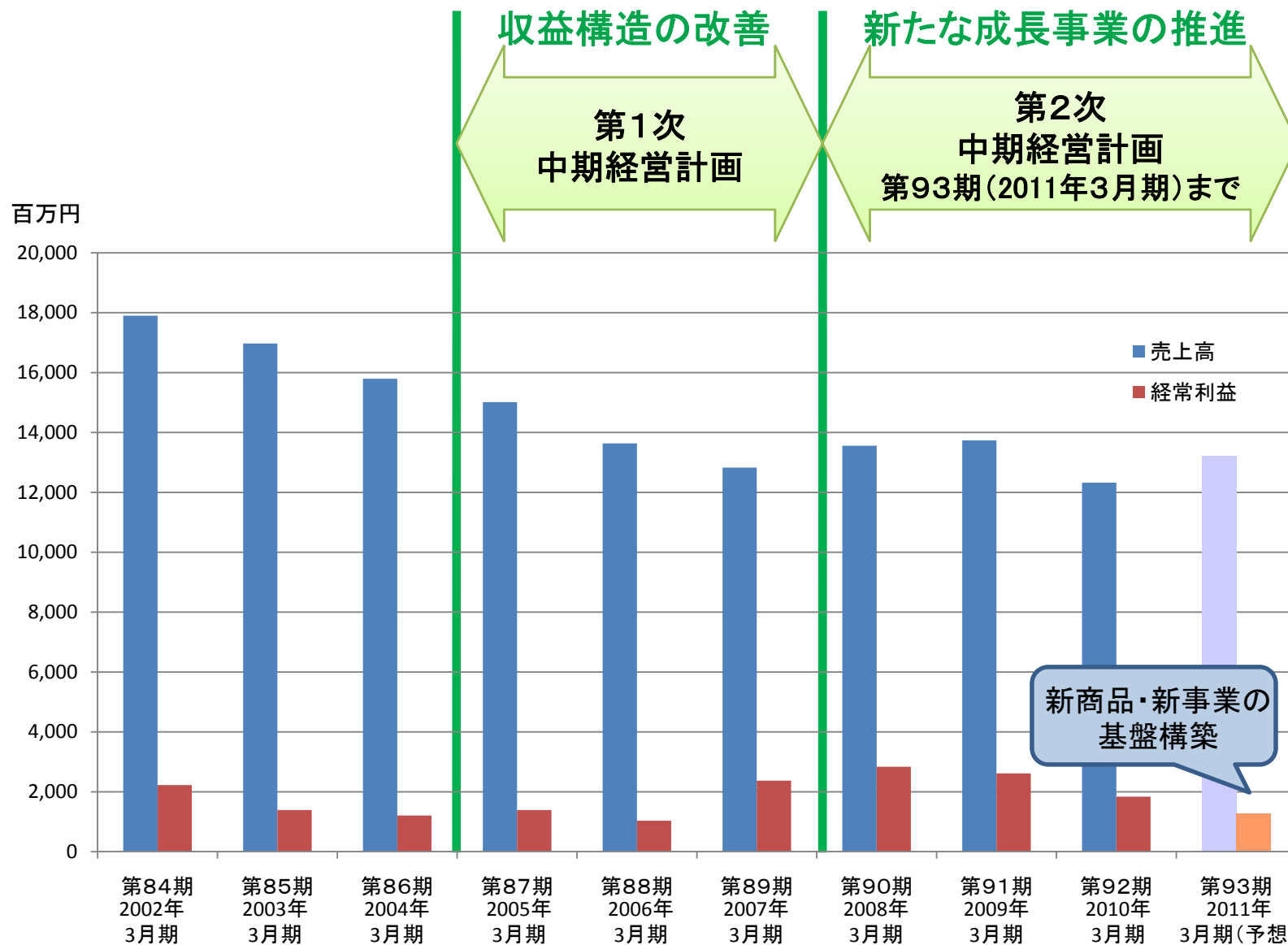
# キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2009年3月期	2010年3月期	備考
営業活動によるCF	2,367	1,822	
投資活動によるCF	△1,396	△2,251	有形固定資産の取得(くらすわ) 投資有価証券の取得
財務活動によるCF	△666	△1,856	自己株式の取得 配当金の支払い
現金及び現金同等物の増減額	304	△2,285	
現金及び現金同等物の期首残高	5,155	5,459	
現金及び現金同等物の期末残高	5,459	3,174	

## 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



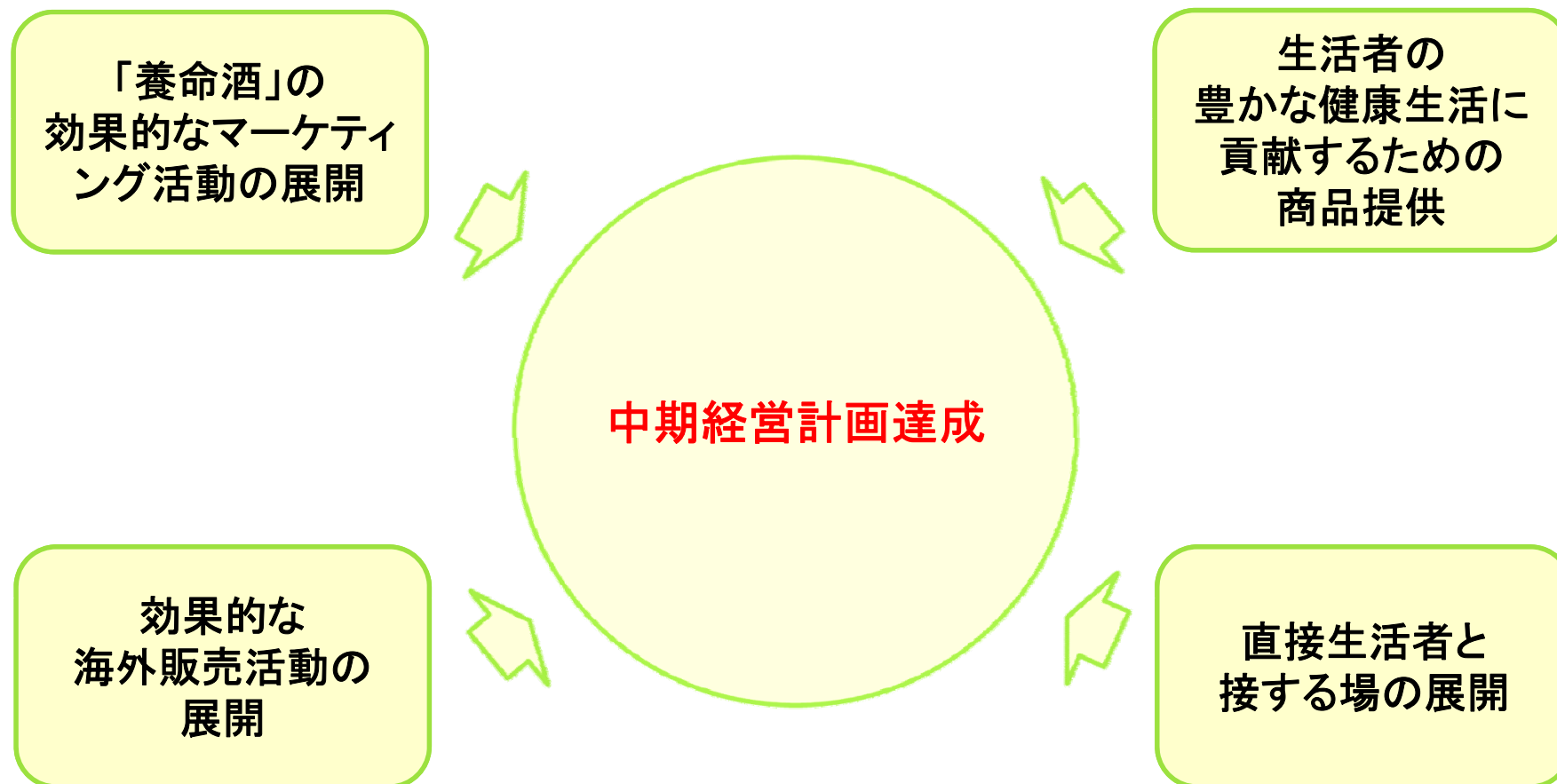
## 第2次中期経営計画

### 「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～

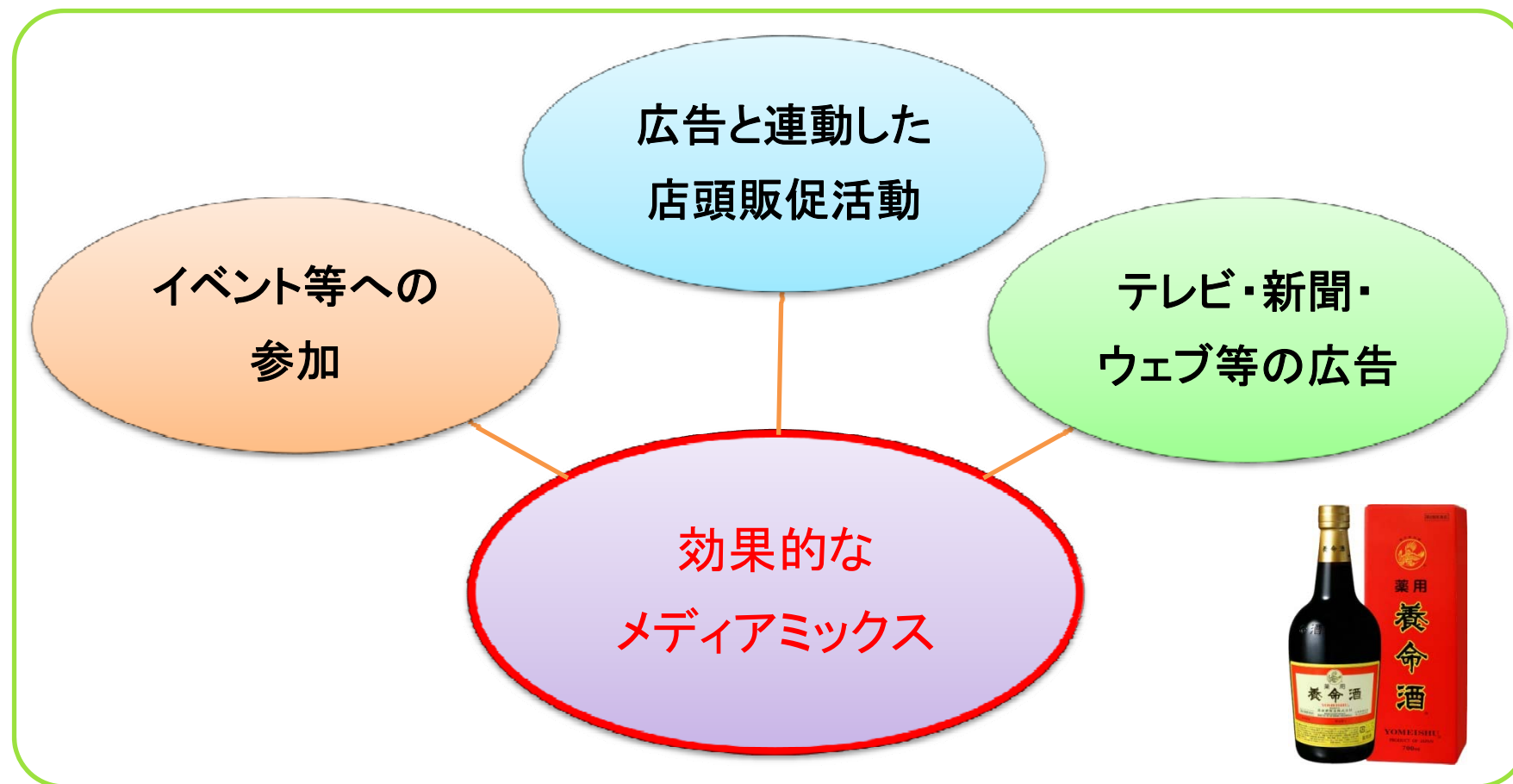
## 新たな成長事業の推進の具現化に向けた各施策

### 中期経営計画達成の為の具体的施策の進捗状況



## 「養命酒」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～



## 「養命酒」の効果的なマーケティング活動の展開

- ◆ テレビスポット広告の実施
- ◆ ウェブ広告の活用
- ◆ 交通広告の実施
- ◆ ラジオ「養命酒 健康談話室」

**養命酒**

つらい「冷え」で悩んでいませんか？

それは、年齢や性別のせいではありません。

足先を揉んだり厚く履くだけでは、年齢や性別のせいではありま  
 ずから冷えてなかなか温まらない……。  
 養命酒の新しいCM「靴下夫婦」篇の1コマです。  
 「冷え」は女性だけではなく男性も注意が必要。  
 特に冬になると、CMのように冷えに悩んでいる  
 ご夫婦も多いのではないのでしょうか。  
 しかし「冷え」の原因は  
 季節的な寒さだけではありません。

お風呂上がりなのにすぐ足先が冷たくなる、  
 寝付けないほど手足が冷えるといった感覚も、  
 また「何となく調子が悪い」と感じるのも、  
 体の不調のあらわれ。  
 それは年齢や性別のせいではなく、  
 病気のサインかもしれません。

手足が冷える  
 寝れやすい  
 何となく調子が悪い

まずは、あなたの「冷え」の症状をチェックしてみましょう。

当社ホームページ「冷え」特集



電車内ポスター



ラジオ企画「養命酒 健康の森へ行こう」ツアー



## 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

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

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」 すべての女性にハーブのエールを



希望小売価格 (税込)  
200mL 378円



希望小売価格 (税込)  
700mL 1,281円



希望小売価格 (税込)  
1,000mL 1,775円

## 生活者の豊かな健康生活に貢献するための商品提供

- ◎全国でテレビスポット広告を実施
- ◎CMには「なごり雪」を使用  
(元ちとせさん、秦基博さんのコーラス)
- ◎交通広告を実施(東京、大阪、名古屋)
- ◎サンプルプレゼントキャンペーン
- ◎極上の癒しプレゼントキャンペーン

当社ホームページ上で実施

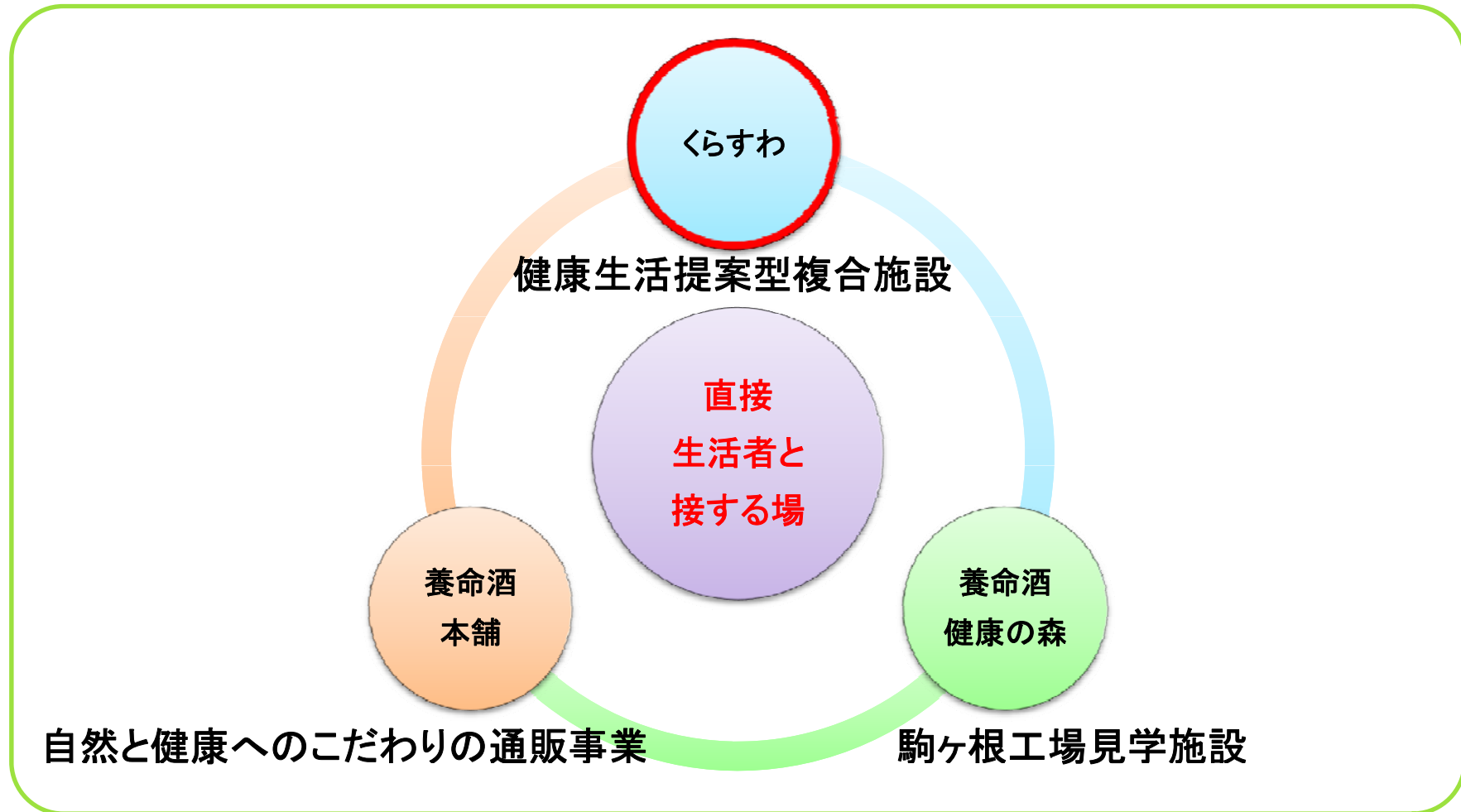


テレビCM 高橋尚子さん



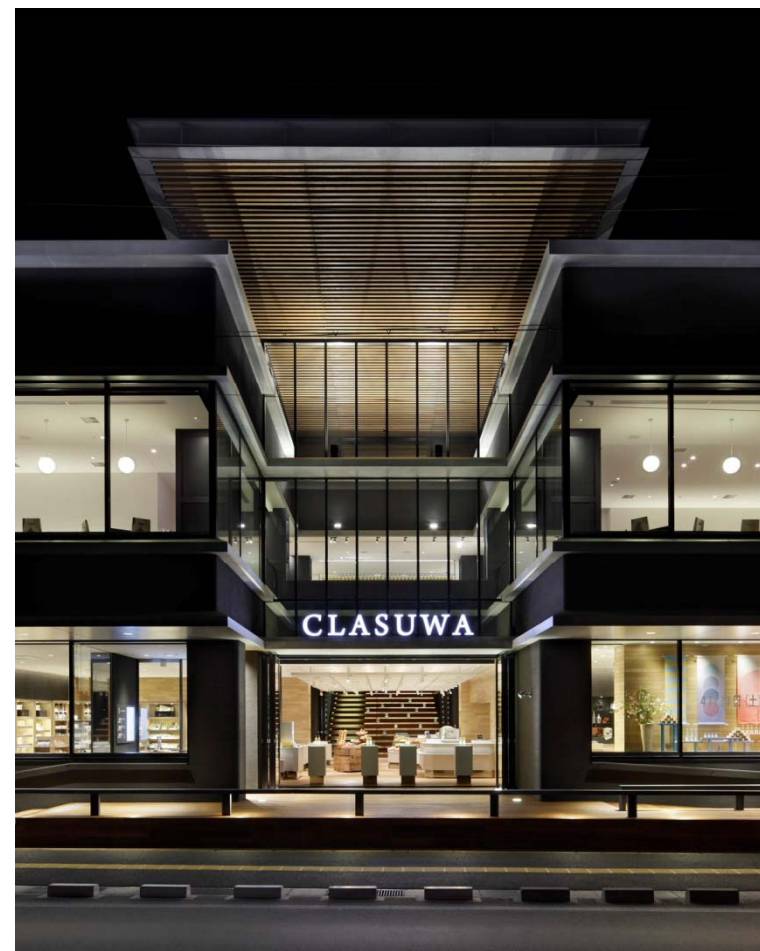
駅貼りポスター

## 直接生活者と接する場の展開



## 直接生活者と接する場の展開

### 「くらすわ」 4月開業



## 直接生活者と接する場の展開

(1) 施設名	くらすわ (CLASUWA)		
(2) 所在地	長野県諏訪市湖岸通り3丁目1番30 (JR上諏訪駅より徒歩約10分)		
(3) 建物	地上3階 (地上2階、屋上展望ガーデン) 鉄筋コンクリート造		
(4) 駐車場	96台		
(5) 施設構成	1階	ショップ イベントホール	面積: 約100坪 面積: 約20坪
	2階	レストラン	席数: 約140席
	3階	展望ガーデン	



くらすわ屋上から望む諏訪湖の風景



## 直接生活者と接する場の展開

### ショップ 信州「地産地集」マーケット

独自の信州ネットワークにより集めた旬、手間・技のある「地産地集」の銘品



信州を代表する食文化である  
お酒や味噌、醤油や漬物など  
の醸造・醗酵食品



オリジナル豚「信州十四豚」で  
つくったハムやソーセージ、地  
元食材を使用した焼きたてパ  
ンやパウンドケーキ



旬の食材を使った季節限定の  
ジャムや和漢素材を使い開発  
したお菓子

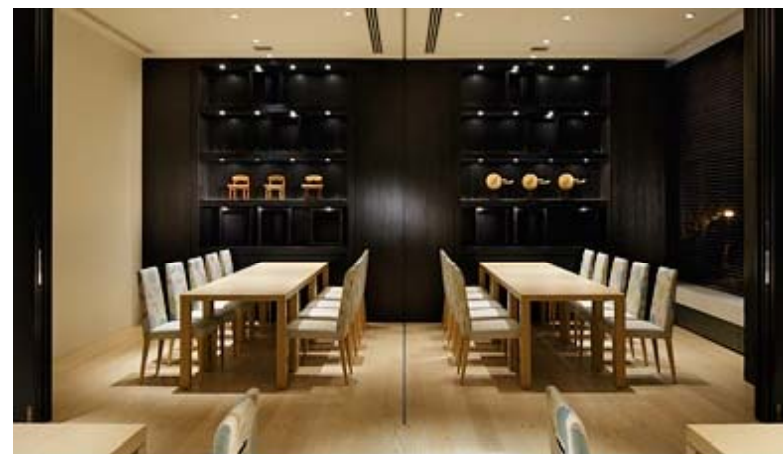
※当社では、信州で育まれた逸品を当社のネットワークを駆使して集め、生活者の皆様の元へお届けすることを「地産地集」と呼んでいます。



## 直接生活者と接する場の展開

### レストラン ジューシーポーク 「こだわりの信州十四豚と旬野菜の店」

信州の新鮮な野菜、柔らかさと瑞々しさが特長のオリジナル豚を中心とした料理



2011年3月期

## 3. 2011年3月期の見通し

## 2011年3月期のポイント

### (1)新たな成長事業の推進

- ・「ハーブの恵み」の販売促進
- ・長野県諏訪市における「くらすわ」の事業基盤の構築

### (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7,120KL、海外434KL、合計7,554KL
- ・国内 各施策の費用対効果等の再検証、販売促進活動の再構築
- ・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、販売数量の回復を目指す



◆新商品・新事業の事業基盤の構築

◆経営資源の集中…「養命酒」「ハーブの恵み」「くらすわ」

## 2011年3月期業績予想

(単位:百万円)

	2010年3月期		2011年3月期(予想)					
		構成比 (%)	第2四半期累計期間(予想)			構成比 (%)	前期比 増減率(%)	
				構成比 (%)	前期比 増減率(%)			
売上高	12,323	100.0	6,770	100.0	11.1	13,210	100.0	7.2
売上総利益	8,516	69.1	4,320	63.8	3.7	8,620	65.3	1.2
販売費及び 一般管理費	6,909	56.1	4,010	59.2	31.6	7,560	57.3	9.4
営業利益	1,607	13.0	310	4.6	△72.3	1,060	8.0	△34.0
経常利益	1,838	14.9	430	6.4	△65.9	1,270	9.6	△30.9
当期純利益	1,071	8.7	280	4.1	△62.8	790	6.0	△26.2

設備投資額247百万円(対前期1,268百万円減)、研究開発費415百万円(対前期27百万円増)  
減価償却費900百万円(対前期132百万円増)

- 売上高は新商品・新事業の寄与により前期比7.2%増を見込む
- 上半期に集中的に「ハーブの恵み」販売促進活動を計画
- 新商品・新事業への初期費用により営業利益は前期比34.0%減を見込む

**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。