

2011年3月期

決算説明会

2011年5月27日

養命酒製造株式会社

本日の予定

1. 2011年3月期 決算ハイライト
2. 第2次中期経営計画の総括と課題
3. 新たな中期経営計画の方針
4. 2012年3月期の見通しと施策

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	116億円(2011年3月期)
経常利益	10億円(2011年3月期)
従業員数	262名(2011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（第2次中期経営計画）

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

1. 2011年3月期 決算ハイライト

2011年3月期のポイント①

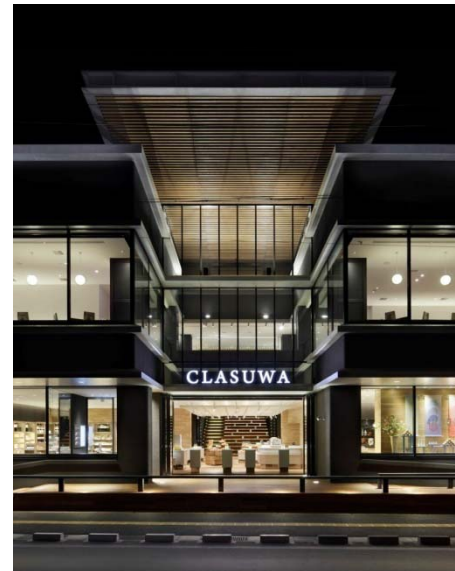
「新たな成長事業の推進」に基づく新商品・新事業の基盤の構築にかかる諸施策
「養命酒」の収益構造の維持に注力

(1)「新たな成長事業の推進」の各施策への取組み

- ・ 2010年3月発売の新商品「ハーブの恵み」の商品認知、取扱店の確保、ユーザーの獲得に注力
- ・ 2010年4月開業の「くらすわ」の積極的な周知活動による集客、取扱商品の見直し、販売チャネルの拡充に注力
- ・ 新商品、新事業への経営資源の積極的投入



新商品「ハーブの恵み」



「くらすわ」外観

2011年3月期のポイント②

「新たな成長事業の推進」に基づく新商品・新事業の基盤の構築にかかる諸施策
「養命酒」の収益構造の維持に注力

(2)薬味酒「養命酒」の販売を終了し、「薬用 養命酒」のブランド強化

「養命酒」売上高10,656百万円(前期比10.6%減)

①国内「養命酒」売上高10,191百万円(前期比11.3%減)

- ・「薬用 養命酒」の広告費は削減し、テレビスポット広告やウェブ、新聞等によるブランド力を活かした効率的な広告を実施
- ・主力購買層を中心に「生薬」をテーマとした訴求を実施
- ・「薬用 養命酒」は前期比1.6%の微減

②海外「養命酒」売上高465百万円(前期比10.7%増)

- ・各国の市場環境に即したマーケティングの展開や見直しの実施
- ・「養命酒」の理解と知名度の向上に向けた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)

	2010年3月期		2011年3月期		増減額	増減率(%)
		構成比(%)		構成比(%)		
売上高	12,323	100.0	11,640	100.0	△ 682	△ 5.5
売上原価	3,807	30.9	3,933	33.8	126	3.3
売上総利益	8,516	69.1	7,706	66.2	△ 809	△ 9.5
販売費及び一般管理費	6,909	56.1	6,885	59.2	△ 23	△ 0.3
営業利益	1,607	13.0	821	7.1	△ 786	△ 48.9
経常利益	1,838	14.9	1,049	9.0	△ 789	△ 42.9
当期純利益	1,071	8.7	705	6.1	△ 365	△ 34.1

- 薬味酒「養命酒」の販売終了による売上高減少の中、新商品・新事業の売上を加え、売上高は前期比5.5%減
- 新商品・新事業の基盤構築のための費用等を計画通り投入した一方、計画的な販売促進活動や経費節減に努め、営業利益は前期比48.9%減、経常利益は前期比42.9%減、当期純利益は前期比34.1%減

セグメント別売上高

(単位:百万円)

	2011年3月期	
	売上高	構成比(%)
養命酒関連事業	11,193	96.2
養命酒	10,656	91.5
(うち輸出分)	(465)	(4.0)
その他	536	4.6
施設運営事業	308	2.7
その他	138	1.2
合計	11,640	100.0

貸借対照表

(単位:百万円)

	2010年3月末		2011年3月末		増減額	備考
		構成比(%)		構成比(%)		
流動資産	9,617	28.4	7,685	23.7	△ 1,931	
固定資産	24,250	71.6	24,760	76.3	509	保有株式の時価の低下
資産合計	33,867	100.0	32,445	100.0	△ 1,422	
流動負債	2,247	6.6	1,446	4.5	△ 800	未払費用の減少
固定負債	1,273	3.8	1,022	3.2	△ 251	繰延税金負債の減少
負債合計	3,521	10.4	2,469	7.6	△ 1,051	
株主資本	29,893	88.3	30,057	92.6	163	
(うち自己株式)	(△ 2,880)	(△ 8.5)	(△ 2,881)	(△ 8.9)	△ 1	
評価・換算差額等	452	1.3	△ 81	△ 0.3	△ 533	その他有価証券評価差額金の減少
純資産合計	30,346	89.6	29,976	92.4	△ 370	
負債純資産合計	33,867	100.0	32,445	100.0	△ 1,422	

キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2010年3月期	2011年3月期	備考
営業活動によるC・F	1,822	1,297	
投資活動によるC・F	△ 2,251	△ 1,102	定期預金の預入 製造設備等有形固定資 産の取得
財務活動によるC・F	△ 1,856	△ 540	配当金の支払い
現金及び現金同等物の 増減額	△ 2,285	△ 345	
現金及び現金同等物の 期首残高	5,459	3,174	
現金及び現金同等物の 期末残高	3,174	2,829	

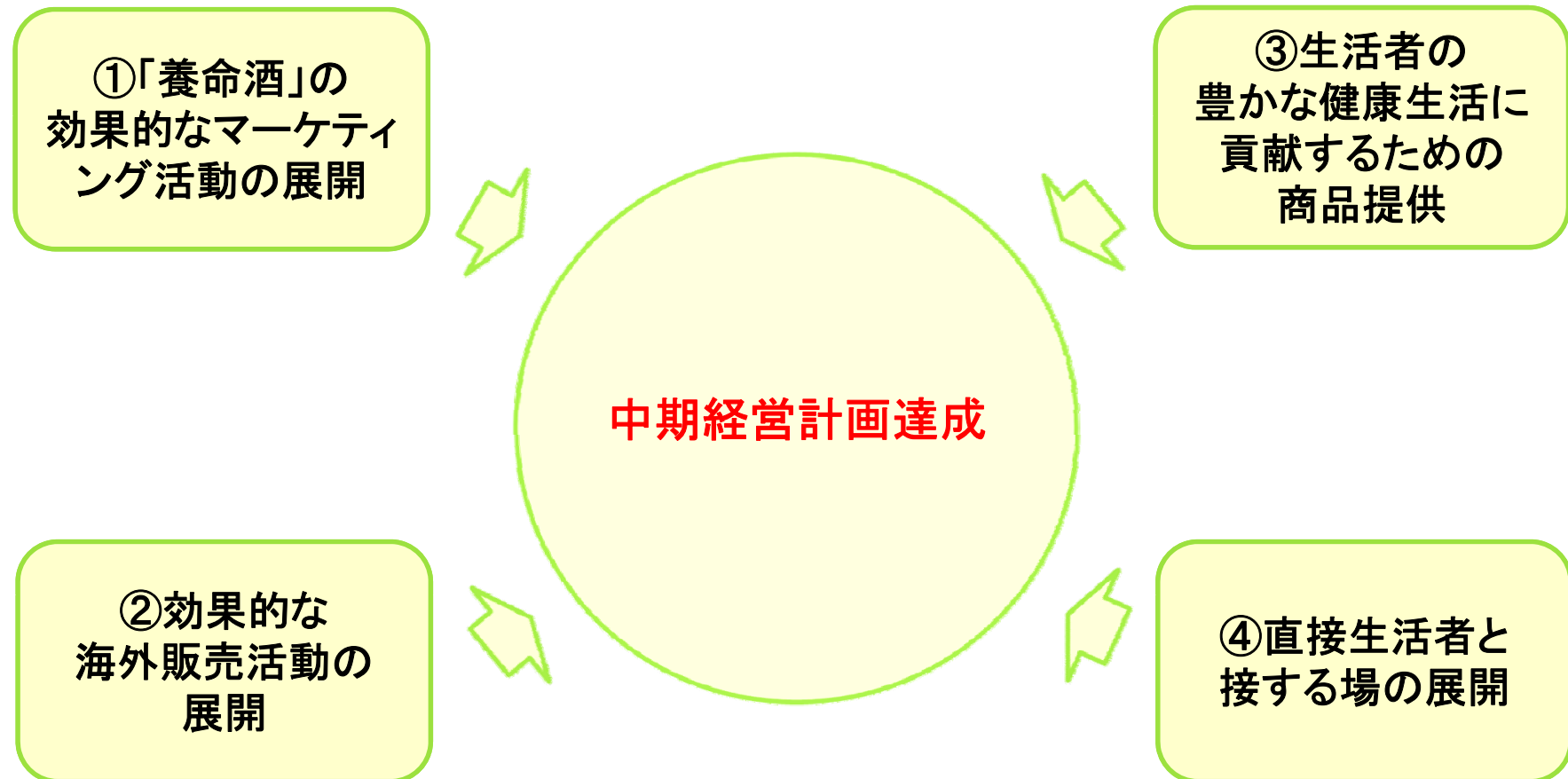
2. 第2次中期経営計画の総括と課題

第2次中期経営計画

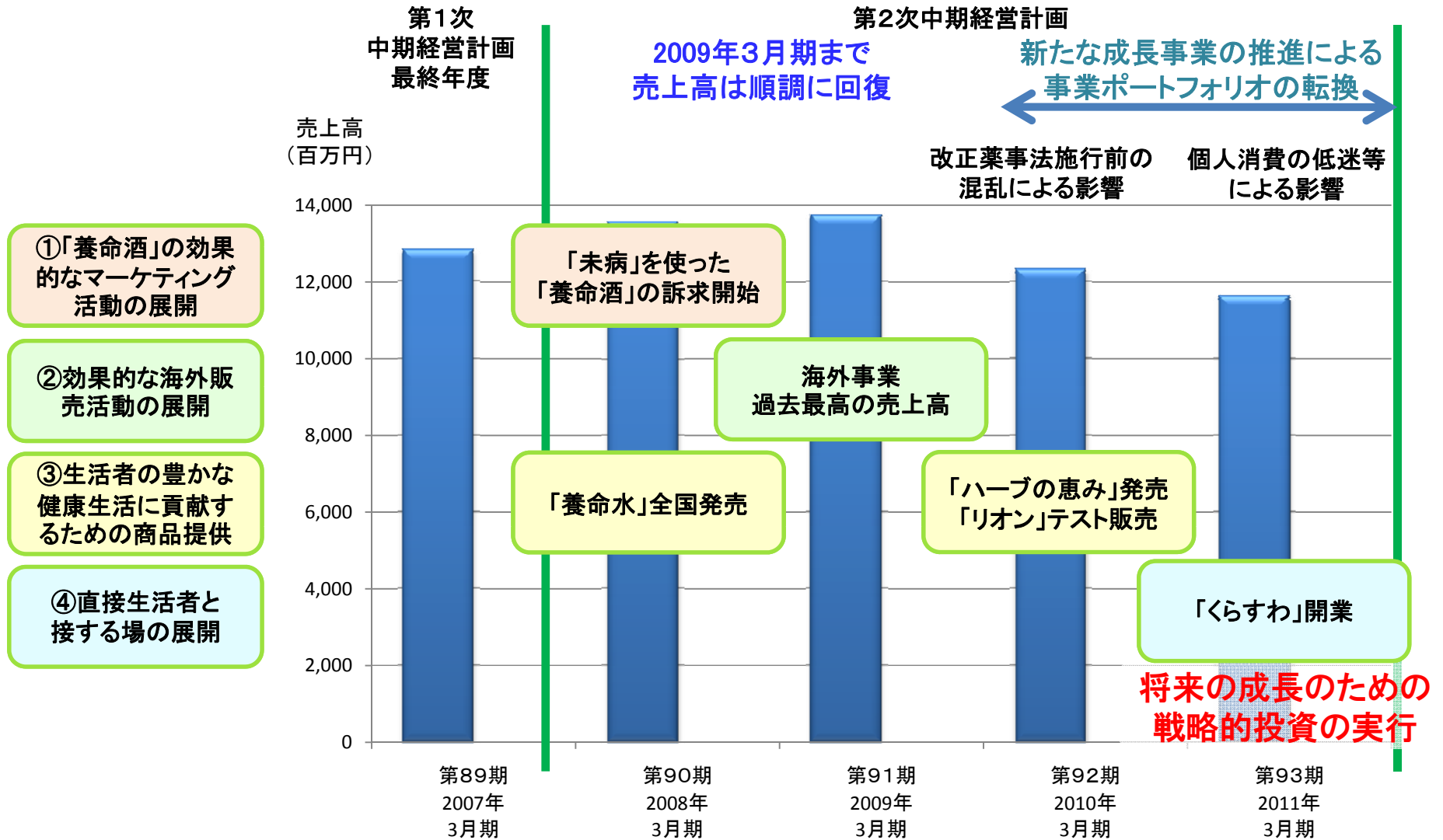
「生活者の信頼に応え、豊かな健康生活に貢献する」

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」及び「養命酒」事業の再構築



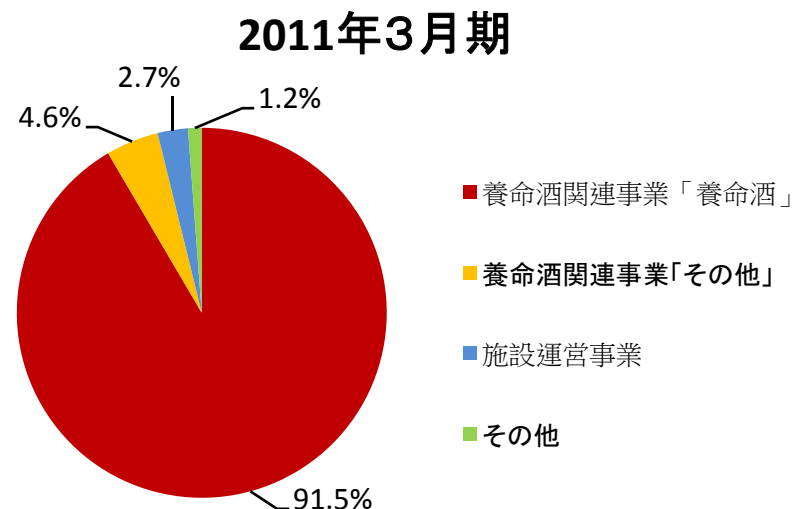
第2次中期経営計画の総括と課題



第2次中期経営計画の総括と課題

成果

- * 新商品「ハーブの恵み」
新事業「くらすわ」による
将来の成長に向けた基盤を構築
- * 「養命酒」以外の売上高の
構成比が8.5% (約10億円)



成長に向けた課題

- * 新商品「ハーブの恵み」を基盤とした更なる成長への取組み
- * 新事業「くらすわ」の事業領域の拡大
- * 海外事業の推進
- * 「養命酒」の安定的な収益の確保

3. 新たな中期経営計画の方針

新たな中期経営計画の策定と震災の影響

東日本大震災の影響

当社の状況

- ・人的被害はなし
- ・事業所・生産設備等に営業・生産に支障をきたすような被害はなし

経営環境の悪化

- ・国内経済への直接的な影響
- ・電力不足の長期化など福島原子力発電所の事故による影響



新たな中期経営計画の実施時期、施策の再検討

新たな中期経営計画の方針

基本方針: 持続的成長に向けた事業構造の変革

新規事業領域の拡大と
成長性の確保

「養命酒」関連事業による
安定的収益基盤の確保

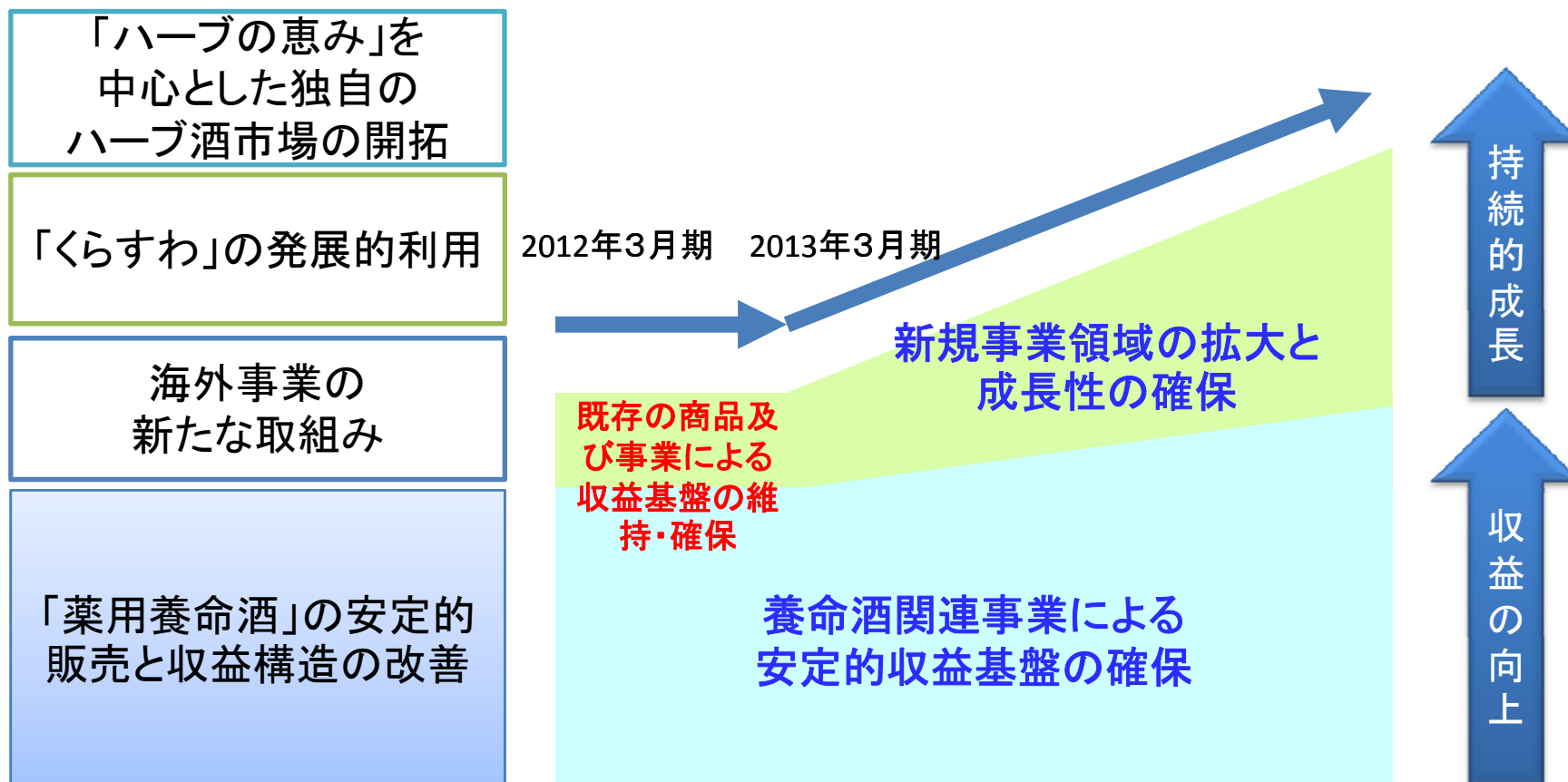
大正製薬株式会社との
業務提携強化

保有資産の見直しと積極的活用

経営基盤の強化、高度化

社会的使命への取組み

中期経営計画の各施策の方向性



4. 2012年3月期の見通しと施策

2012年3月期業績予想

(単位:百万円)

	2011年3月期		2012年3月期(通期)(予想)					
		構成比 (%)	第2四半期累計期間(予想)				構成比 (%)	増減率 (%)
				構成比 (%)	増減率 (%)			
売上高	11,640	100.0	5,450	100.0	△ 5.7	11,190	100.0	△ 3.9
売上原価	3,933	33.8	1,890	34.7	△ 3.6	3,800	34.0	△ 3.4
売上総利益	7,706	66.2	3,560	65.3	△ 6.8	7,390	66.0	△ 4.1
販売費及び一般管理費	6,885	59.2	3,100	56.9	△ 16.4	6,590	58.9	△ 4.3
営業利益	821	7.1	460	8.4	302.3	800	7.1	△ 2.6
経常利益	1,049	9.0	590	10.8	135.4	1,020	9.1	△ 2.8
当期純利益	705	6.1	370	6.8	132.1	630	5.6	△ 10.8

設備投資額195百万円(対前期66百万円増)、研究開発費450百万円(対前期46百万円増)

減価償却費662百万円(対前期143百万円減)

- 売上高は11,190百万円(前期比3.9%減)を見込む
 - ・東日本大震災の影響、個人消費の低迷等
- 効果的な販売活動、経費節減により、営業利益は800百万円と微減の見込み
- 期末配当金は1株につき18円

2012年3月期のポイント

(1) 既存の商品及び事業による安定的な収益基盤の確保

- ・「養命酒」目標売上高
国内9,750百万円、海外460百万円、合計10,210百万円
- （国内） 「ハーブの恵み」等新商品の販売促進費とのコストバランス、
効果的な販売促進活動の展開
- （海外） 各国・地域の市場環境に即したマーケティング活動
- ・「くらすわ」における積極的な集客と季節、顧客層を意識した品揃え
- ・ドリンク剤「リオン」をリニューアルし全国販売開始予定(9月)

(2) 新規事業領域の拡大と成長性の確保に向けた準備

- ・「ハーブの恵み」を中心とした独自のハーブ酒市場の確立
- ・「くらすわ」の発展的利用

2012年3月期の施策

既存の商品及び事業による安定的な収益基盤の確保

効率的・効果的な販売体制の構築

(1) 営業体制の強化

- ・ エリア担当制へのシフト
- ・ 「ハーブの恵み」の営業力強化

(2) 効率的・効果的な広告活動

- ・ 広告宣伝費の効率的・効果的な運用
 - * 「養命酒」のブランド力を活かす
 - * 他の商品との広告費バランスの最適化
- ・ 各種媒体の訴求力を活かした「養命酒」の広告の実施
 - * テレビ広告と雑誌等印刷媒体の役割分担
- ・ 「養命酒」主力購買層への訴求強化

既存の商品及び事業による安定的な収益基盤の確保

媒体の訴求力を活かした「養命酒」の広告の実施



テレビ広告

こうていだいけい

東洋医学の考え方(黄帝内経)
「7の倍数8の倍数」をテーマに
節目となる年齢における養生を訴求
→「養命酒」を印象づける

雑誌広告

主力購買層、健康への意識の高い
読者層に訴求
丁寧な説明により納得→購買へ

既存の商品及び事業による安定的な収益基盤の確保

「ハーブの恵み」の販売促進活動

- ・ 配荷促進(チャネル:スーパー、コンビニ、酒専門店、百貨店等)
- ・ 試飲即売会、棚割成功事例の提案
- ・ テレビ広告(高橋尚子さん、BGMなごり雪は継続)、雑誌、交通広告、店頭活動と連動したプロモーションを実施
- ・ 大都市圏、戦略エリアにおける集中プロモーションを実施



既存の商品及び事業による安定的な収益基盤の確保



イベント等による積極的な集客

有料イベント来場者・参加者：1,033人
(平成22年4月～平成23年3月)



ピアノトリオの集いコンサート

物販

・季節、顧客層に応じた品揃え



・外部販売等チャネルの拡充

養命酒
健康の森



通信販売

レストラン

・ディナー時間帯の集客の強化



地域貢献(CSR)活動

・「くらすわ」1周年チャリティーイベント開催



* 地域への貢献

* 東日本大震災への募金箱設置



【当社の東日本大震災被災地域への支援活動】

義援金1,000万円、ミネラル水16,000本、ドリンク剤20,000本

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。