

2012年3月期  
決算説明会

2012年5月29日  
養命酒製造株式会社

## 本日の予定

1. 2012年3月期 決算ハイライト
2. 中期経営計画(2012～2014年度)
3. 2013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	115億円(2012年3月期)
経常利益	15億円(2012年3月期)
従業員数	267名(2012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

持続的成長に向けた事業構造の変革

# 1. 2012年3月期 決算ハイライト

## 2012年3月期のポイント

「養命酒」「ハーブの恵み」「施設運営事業」の商品、事業に集中し計画を達成

### (1)「養命酒」

「養命酒」売上高10,663百万円(前期比0.1%増)

#### ①国内「養命酒」売上高10,196百万円(前期比0.05%増)

計画に対し堅調に推移

- ・ エリア別担当制による効率的営業活動
- ・ 「養命酒」と他の商品との広告費バランスを意識した計画的な販売促進活動
- ・ 各種媒体の役割・訴求対象を明確にした効率的な広告の実施
- ・ 広告と連動した店頭における販売促進活動の展開

#### ②海外「養命酒」売上高466百万円(前期比0.3%増)

- ・ 各国の市場環境に即したマーケティングの展開や効率的販売促進活動
- ・ 「養命酒」の理解と知名度の向上に努める
- ・ 商戦期における各種キャンペーンの実施や店頭販売促進活動の強化



## 2012年3月期のポイント

### (2)「ハーブの恵み」

売上高(「ハーブの恵み スパークリング」含む) 316百万円(前期比25.3%減)

- ・ 2011年3月期は新発売にあたっての集中的な告知広告の実施と市場浸透に注力
- ・ 取扱店舗数の拡大に向けた店頭活動や試飲会、棚割提案による配荷促進
- ・ 各種イベントへの出展やキャンペーンの実施
- ・ 特定エリアに集中したプロモーションを実施



### 「ハーブの恵み スパークリング」

- ・ 「ハーブの恵み」を中心とした独自のハーブ酒市場の確立とブランド強化を目指し、2012年3月8日全国販売を開始
- ・ 小売店等のバイヤーを対象とした見本市に出展
- ・ プレゼントキャンペーンや一部地域におけるプロモーション活動を先行して実施



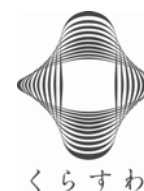
## 2012年3月期のポイント

### (3) 施設運営事業

#### ①「くらすわ」

施設運営事業(「養命酒健康の森」含む) 売上高345百万円(前期比11.8%増)

- ・ 各種イベントを開催し集客
- ・ お客様のニーズや季節に応じた商品・料理メニューの充実
- ・ ロケーションを活かした観光客の取込みに注力
- ・ 地域振興を目指し、地元のお客様の取込みに注力
- ・ オリジナル商品の販売チャネルの拡充



#### ② 駒ヶ根工場見学施設 「養命酒健康の森」

- ・ 年間工場見学者数10万人達成





## 経営成績(損益計算書)

(単位:百万円)

	2011年3月期		2012年3月期		増減額	増減率(%)
		構成比(%)		構成比(%)		
売上高	11,640	100.0	11,589	100.0	△ 51	△ 0.4
売上原価	3,933	33.8	3,894	33.6	△ 39	△ 1.0
売上総利益	7,706	66.2	7,694	66.4	△ 11	△ 0.2
販売費及び一般管理費	6,885	59.2	6,331	54.6	△ 554	△ 8.1
営業利益	821	7.1	1,363	11.8	542	66.1
経常利益	1,049	9.0	1,585	13.7	536	51.1
当期純利益	705	6.1	871	7.5	165	23.5

- 売上高は、東日本大震災・原子力発電所事故による影響、個人消費の低迷等の先行き不透明な状況の中、前期比0.4%減
- 広告宣伝費をはじめとする諸経費の節減を行い、営業利益は前期比66.1%増、経常利益は前期比51.1%増  
(前期は新商品・新事業の基盤構築に必要な費用を積極投入)
- 当期純利益は、減損処理による投資有価証券評価損を計上し、前期比23.5%増

## セグメント別売上高

(単位:百万円)

	2011年3月期		2012年3月期		増減額	増減率 (%)
	売上高	構成比 (%)	売上高	構成比 (%)		
養命酒関連事業	11,193	96.2	11,129	96.0	△ 63	△ 0.6
養命酒	10,656	91.5	10,663	92.0	6	0.1
(うち輸出分)	(465)	(4.0)	(466)	(4.0)	(1)	(0.3)
その他	536	4.6	466	4.0	△ 70	△ 13.1
施設運営事業	308	2.7	345	3.0	36	11.8
その他	138	1.2	114	1.0	△ 24	△ 17.7
合計	11,640	100.0	11,589	100.0	△ 51	△ 0.4

## 貸借対照表

(単位:百万円)

	2011年3月末		2012年3月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	7,685	23.7	8,772	25.7	1,086	売掛金、有価証券の増加
固定資産	24,760	76.3	25,309	74.3	548	保有株式の時価評価の増加
資産合計	32,445	100.0	34,081	100.0	1,635	
流動負債	1,446	4.5	2,241	6.6	794	未払法人税等、未払費用の増加
固定負債	1,022	3.2	975	2.9	△ 47	
負債合計	2,469	7.6	3,217	9.4	747	
株主資本	30,057	92.6	30,386	89.2	328	
(うち自己株式)	(△ 2,881)	(△ 8.9)	(△ 2,883)	(△ 8.5)	△ 2	
評価・換算差額等	△ 81	△ 0.3	478	1.4	559	その他有価証券評価差額金の増加
純資産合計	29,976	92.4	30,864	90.6	887	
負債純資産合計	32,445	100.0	34,081	100.0	1,635	

# キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2011年3月期	2012年3月期	備考
営業活動によるC・F	1,297	1,950	税引前当期純利益の増加
投資活動によるC・F	△ 1,102	△ 671	有形固定資産の取得 投資有価証券の取得
財務活動によるC・F	△ 540	△ 541	配当金の支払
現金及び現金同等物の 増減額	△ 345	737	
現金及び現金同等物の 期首残高	3,174	2,829	
現金及び現金同等物の 期末残高	2,829	3,566	

## 2. 中期経営計画(2012～2014年度)

## 2-1. 前中期経営計画(2007~2010年度)の総括と課題

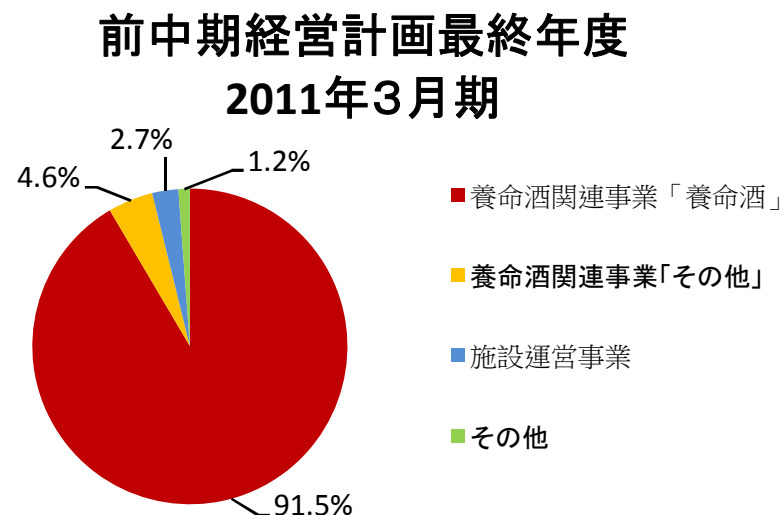
### 前中期経営計画

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～

## 2-1. 前中期経営計画(2007~2010年度)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

## 2-2. 新中期経営計画(2012~2014年度)の戦略と計画

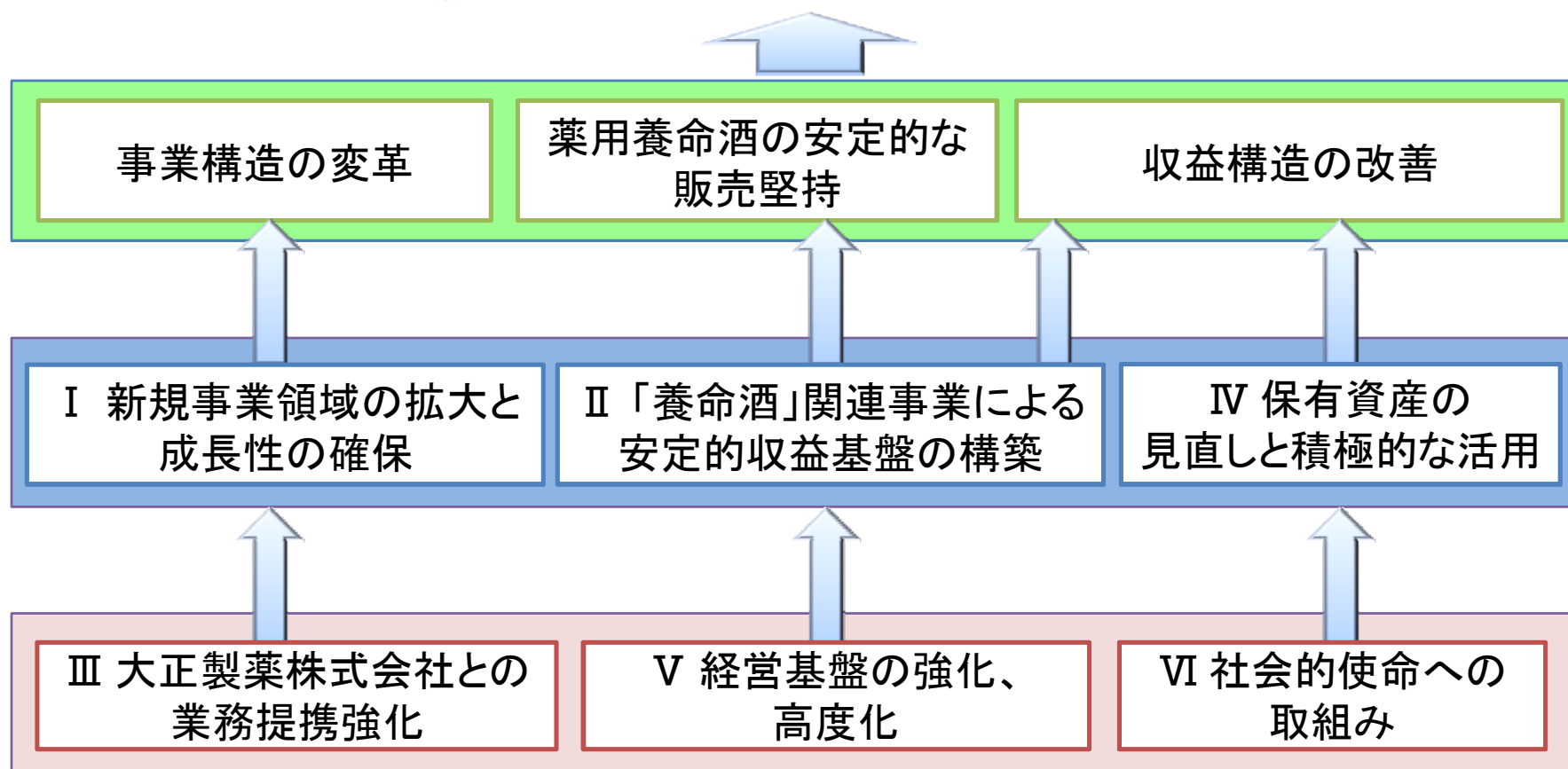
### 基本方針: 持続的成長に向けた事業構造の変革

1. 新規事業領域の拡大と成長性の確保
2. 「養命酒」関連事業による安定的収益基盤の構築
3. 大正製薬株式会社との業務提携強化
4. 保有資産の見直しと積極的な活用
5. 経営基盤の強化、高度化
6. 社会的使命への取組み



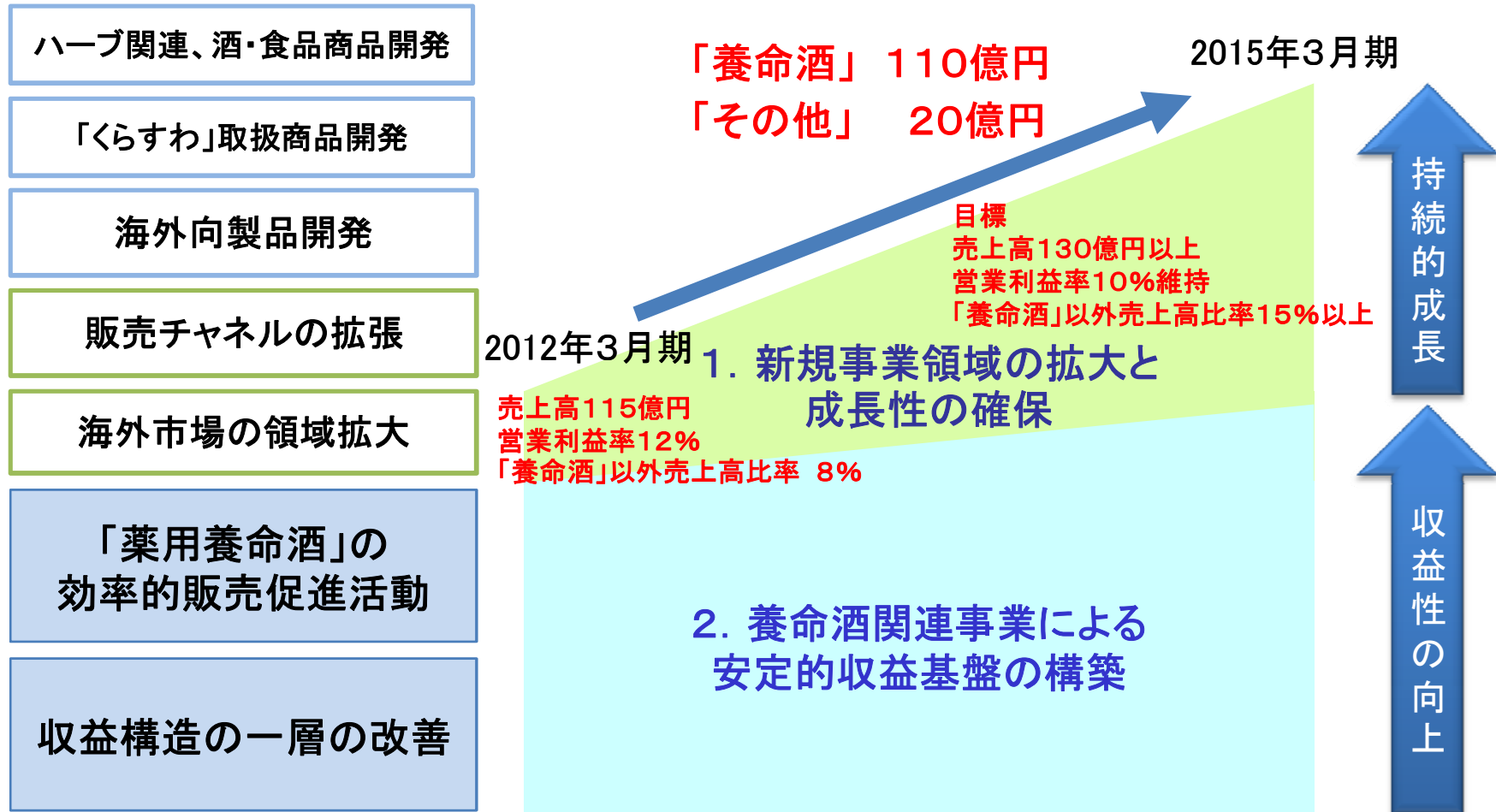
## 2-2. 新中期経営計画(2012~2014年度)の戦略と計画

持続的成長と収益性の向上  
(目標:売上高130億円以上、営業利益率10%維持、  
「養命酒」以外の売上高比率15%以上)



## 2-2. 新中期経営計画(2012~2014年度)の戦略と計画

### 持続的成長と収益性の向上



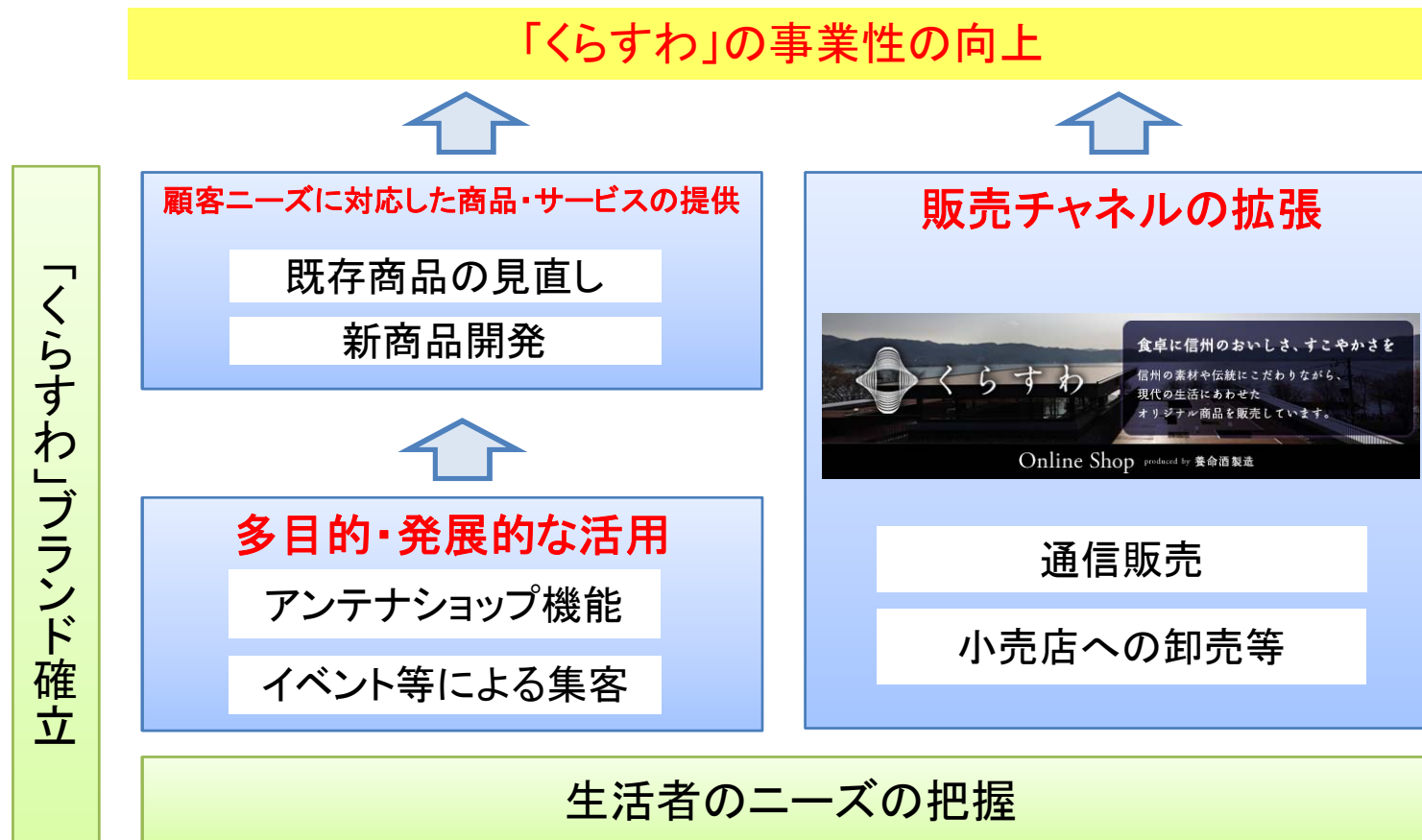
## 2-2. 新中期経営計画(2012~2014年度)の戦略と計画

### 1. 新規事業領域の拡大と成長性の確保(養命酒関連事業)



## 2-2. 新中期経営計画(2012~2014年度)の戦略と計画

### 1. 新規事業領域の拡大と成長性の確保(施設運営事業)



## 2-2. 新中期経営計画(2012~2014年度)の戦略と計画

### 2. 養命酒関連事業による安定的収益基盤の構築

事業効率・生産性の向上



#### 収益構造の一層の改善

販売促進費の  
効果的活用

ブランドを活かした  
販売戦略

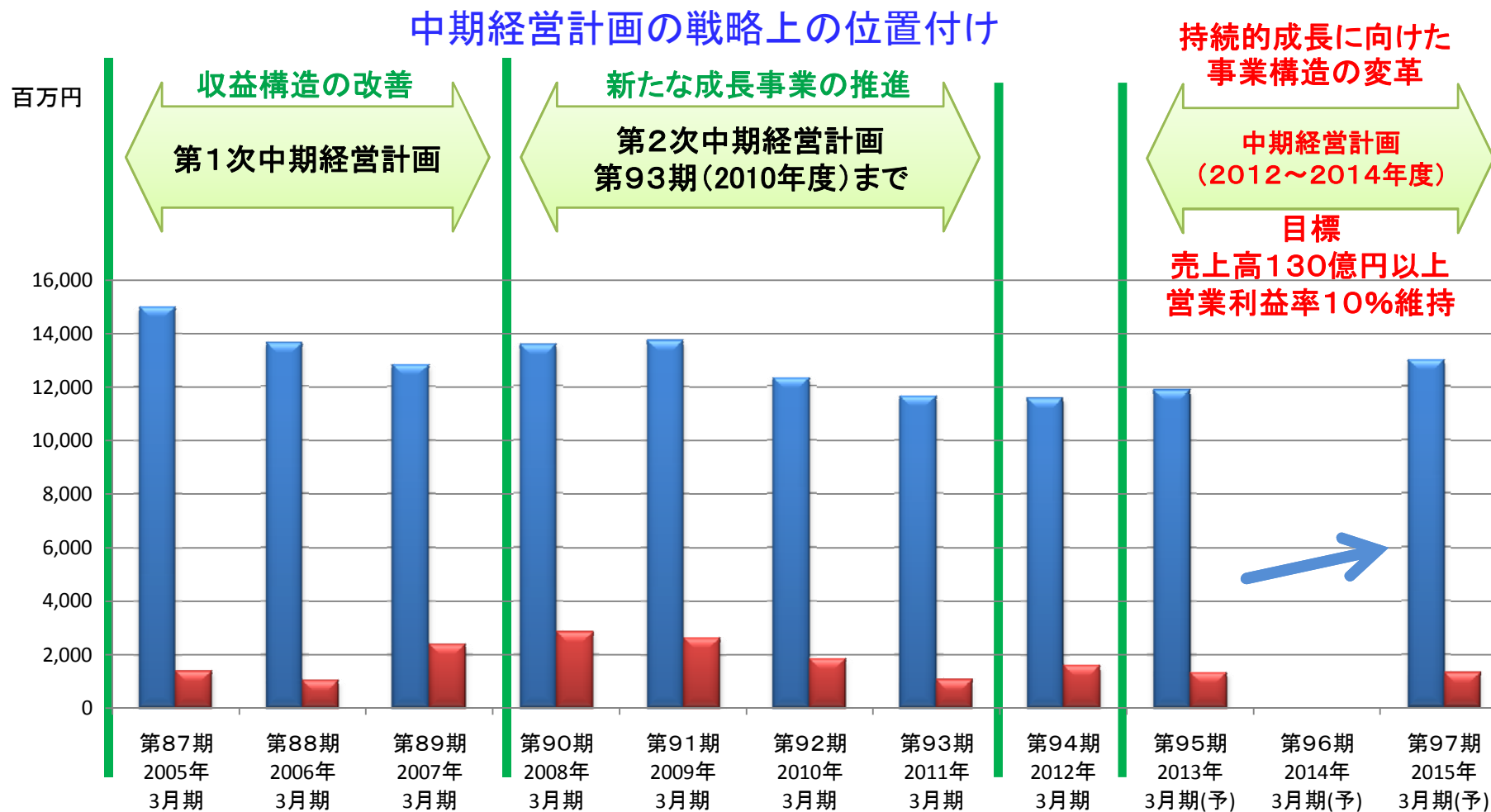
既存商品の  
リニューアルと撤退

効率的販売体制の  
推進

競争力のある  
生産体制の構築

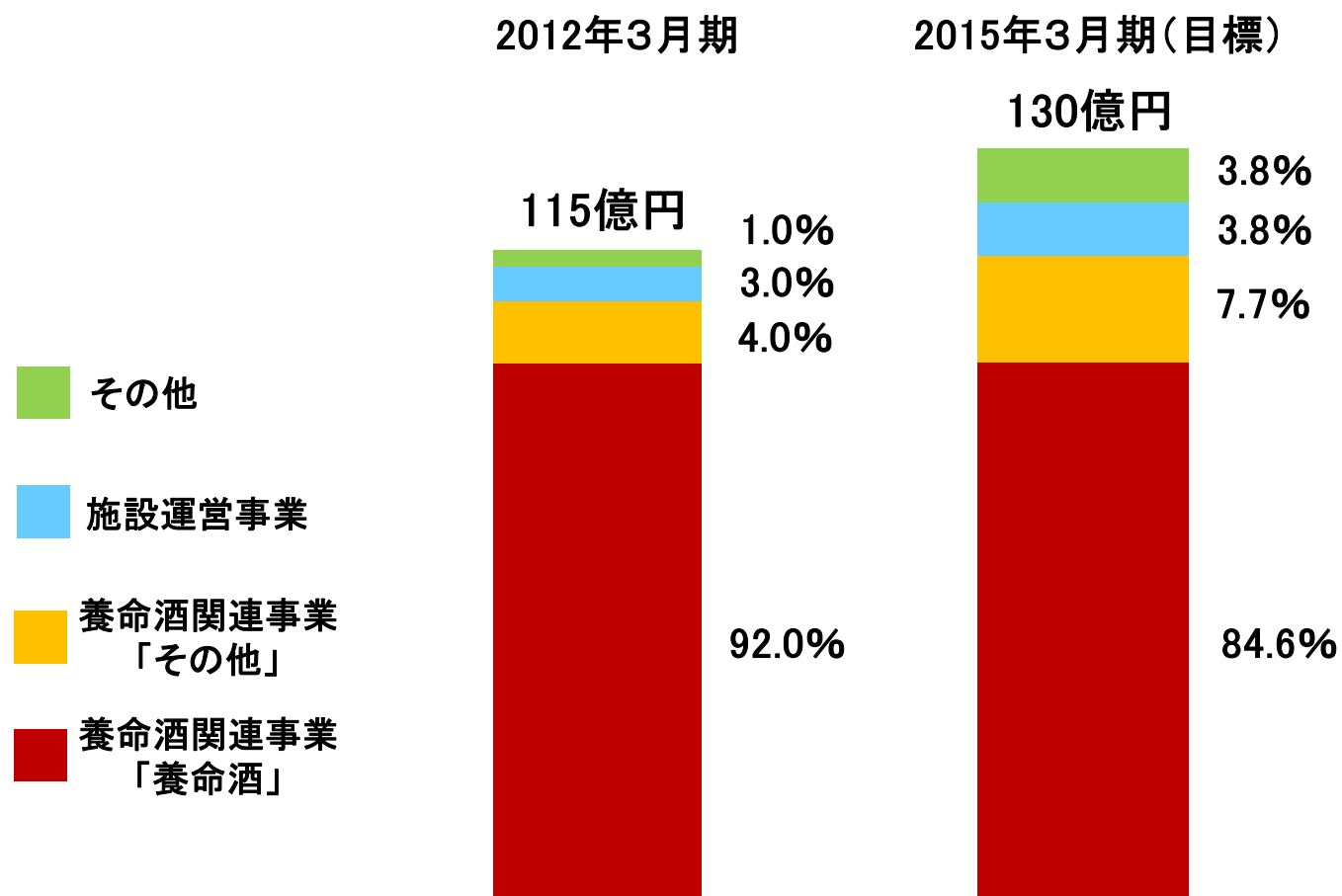
人的資源の  
適正配分

## 2-3. 新中期経営計画(2012~2014年度)の目標



## 2-3. 新中期経営計画(2012~2014年度)の目標

### 目標売上高と売上高構成の变革



### 3. 2013年3月期の見通しと施策



2013年3月期のポイント

## 中期経営計画の初年度

### 中期経営計画主要戦略

- (1)新規事業領域の拡大と成長性の確保
- (2)養命酒関連事業による安定的収益基盤の構築

**新商品開発、販売促進活動等  
諸施策に必要な投資を積極的に行う**

## 2013年3月期のポイント

### (1) 新規事業領域の拡大と成長性の確保

- ① 「ハーブの恵み」を中心とした新酒類商品シリーズの提供による独自のハーブ酒市場の確立に向けた取り組み
- ② 「くらすわ」の発展的利用による事業性の向上
- ③ 輸出領域の拡大に向けた海外事業の取組みの推進

### (2) 養命酒関連事業による安定的収益基盤の構築

「養命酒」 目標売上高

国内10,270百万円、海外510百万円、合計10,780百万円

(国内)・安定的な販売を堅持

・効率的な販売活動

(海外)・各国・地域の市場環境に即したマーケティング活動

・輸入原料の安定的確保

(1) 新規事業領域の拡大と成長性の確保

① ハーブの恵み

**独自のハーブ酒市場の確立**

・2012年3月 「ハーブの恵み スパークリング」発売

2012年4月～            テレビスポット広告  
                                 小売店での試飲、サンプリングを順次展開

・新酒類商品シリーズの開発、発売

2012年4月～5月    「ハーブの恵み」シリーズ商品を  
                                 「くらすわ(アンテナショップ)」で  
                                 テスト販売実施

## (1) 新規事業領域の拡大と成長性の確保

### ① ハーブの恵み

# 「香りがおいしいお酒」

テレビ、ラジオ、雑誌、インターネット、  
交通広告等によるプロモーション



## (1) 新規事業領域の拡大と成長性の確保

### ② くらすわ



### 新たな顧客の獲得

既存商品の見直し  
新商品開発

イベント等の開催  
夏は観光客  
冬は地元客

販路の拡大  
(小売店への卸売、  
通信販売)

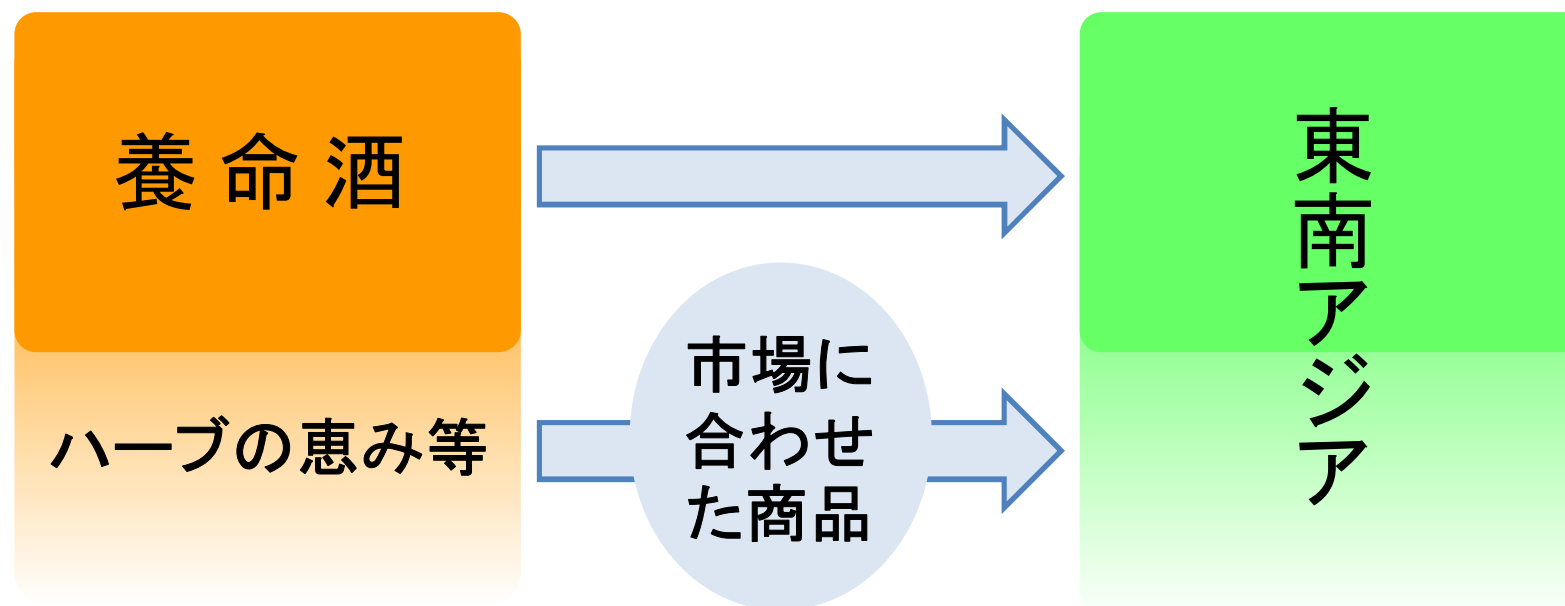
アンテナショップ機能  
ニーズの把握



(1) 新規事業領域の拡大と成長性の確保

③ 海外事業

輸出領域の拡大に向けた取組みの推進



## (2) 養命酒関連事業による安定的収益基盤の構築

### 養命酒(国内)

## 安定的な販売を堅持

### 効率的な販売促進活動

**商品認知:** テレビ広告

- ・養命酒を印象付ける

**商品理解:** 雑誌、新聞、インターネット広告

- ・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

**店頭活動:** テレビ広告との連動性を高めた店頭作り強化  
業務委託も利用し、広範囲・短期間で実施



## (2) 養命酒関連事業による安定的収益基盤の構築

### 養命酒(国内)

#### テレビCM



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

#### 店頭活動(例)

「養命酒」  
(母の日セット)



「ハーブプラスHerb+」  
(母の日セット)



什器



## 2013年3月期業績予想

(単位:百万円)

	2012年3月期		2013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	11,589	100.0	5,730	100.0	3.5	11,870	100.0	2.4
売上原価	3,894	33.6	1,920	33.5	2.6	3,920	33.0	0.7
売上総利益	7,694	66.4	3,810	66.5	3.9	7,950	67.0	3.3
販売費及び一般管理費	6,331	54.6	3,240	56.5	10.1	6,840	57.6	8.0
営業利益	1,363	11.8	560	9.8	△ 22.4	1,110	9.4	△ 18.6
経常利益	1,585	13.7	690	12.0	△ 19.3	1,320	11.1	△ 16.7
当期純利益	871	7.5	450	7.9	22.2	830	7.0	△ 4.8

設備投資額 1,536百万円(対前期 1,400百万円増)、研究開発費 517百万円(対前期 114百万円増)

減価償却費 590百万円(対前期 62百万円減)

- 売上高は11,870百万円(前期比2.4%増)と増収の見込み
- 新商品開発、販売促進活動等諸施策への必要な投資により、  
営業利益は1,110百万円(前期比18.6%減)、  
経常利益は1,320百万円(前期比16.7%減)と減益の見込み
- 期末配当金は1株につき18円(予定)

## 将来見通しに関する注意事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。実際の業績等は様々な要因により大きく異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。

本日はありがとうございました。