

2013年3月期  
決算説明会

2013年5月28日  
養命酒製造株式会社

## 本日の予定

1. 2013年3月期 決算ハイライト
2. 中期経営計画(2012～2014年度)の進捗
3. 2014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	120億円(2013年3月期)
経常利益	19億円(2013年3月期)
従業員数	268名(2013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. 2013年3月期 決算ハイライト

## 2013年3月期のポイント

### 「養命酒」の売上が堅調に推移し増収増益

#### (1)「養命酒」

「養命酒」売上高11,202百万円(前期比5.1%増)

##### ①国内「養命酒」売上高10,747百万円(前期比5.4%増)

- 安定的な販売を堅持するため、効率的な販売促進活動を展開
- テレビ、新聞、雑誌、インターネット等の各種広告媒体において「『女は7の倍数、男は8の倍数』の節目年齢における養生」を共通のメッセージとして訴求
- 冬季に「冷え」と「疲れ」をテーマとしたエリア毎の季節を意識したテレビスポット広告を実施
- 広告と連動した店頭における販売促進活動の強化

##### ②海外「養命酒」売上高454百万円(前期比2.7%減)

- 各国の文化や市場に適した効率的な販売促進活動
- 「養命酒」の理解と知名度の向上
- 各国別ウェブサイトの活用、各種キャンペーンの実施



## 2013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) 264百万円(前期比16.4%減)

- ・手軽に楽しめる缶タイプ「ハーブの恵み スパークリング」を加え、「香りがおいしいお酒」という酒類における新たな価値を訴求

(上期)

- ・テレビ、ラジオ、雑誌、インターネット、交通広告等によりプロモーションを展開

(下期)

- ・特定エリアに集中した折込広告とハンガー什器による販売促進活動
- ・小売店におけるタイアップキャンペーンの実施

海外「MEGUMI」(ハーブの恵み)のシンガポール輸出開始



## 2013年3月期のポイント

### (3) 施設運営事業

「くらすわ」、「養命酒健康の森」

施設運営事業(「養命酒健康の森」含む) 売上高379百万円(前期比10.0%増)

- ・生活者の皆様のニーズや季節に応じた商品開発
- ・信州の素材を活かした料理メニューの充実やサービスの向上
- ・開業2周年イベント、諏訪湖畔の立地を活かしたイベント等を開催
- ・季節ごとに異なる顧客層の集客に注力
- ・期間限定での首都圏における催事出店、オリジナル商品の通信販売、小売店への卸売等、販売チャネルの拡充
- ・養命酒健康の森 前期に引続き来場者10万人超



「養命酒健康の森」



「くらすわ」



「信州ブランドアワード授賞式」



## 経営成績(損益計算書)

(単位:百万円)

	2012年3月期		2013年3月期		増減額	増減率(%)
		構成比(%)		構成比(%)		
売上高	11,589	100.0	12,052	100.0	463	4.0
売上原価	3,894	33.6	3,940	32.7	45	1.2
売上総利益	7,694	66.4	8,112	67.3	417	5.4
販売費及び一般管理費	6,331	54.6	6,407	53.2	76	1.2
営業利益	1,363	11.8	1,704	14.1	341	25.0
経常利益	1,585	13.7	1,937	16.1	351	22.2
当期純利益	871	7.5	1,242	10.3	371	42.6

- 円高是正や株価回復傾向が見られたものの、海外景気の下振れ懸念、円高の長期化等引き続き厳しい経営環境
- 「養命酒」の売上が堅調に推移
- 売上高は前期比4.0%増、営業利益は同25.0%増、経常利益は同22.2%増、当期純利益は同42.6%増と増収増益

## セグメント別売上高

(単位:百万円)

	2012年3月期		2013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	11,129	96.0	11,585	96.1	455	4.1
養命酒	10,663	92.0	11,202	92.9	538	5.1
(うち輸出分)	(466)	(4.0)	(454)	(3.8)	(△ 12)	(△ 2.7)
その他	466	4.0	382	3.2	△ 83	△ 17.9
施設運営事業	345	3.0	379	3.2	34	10.0
その他	114	1.0	87	0.7	△ 26	△ 23.1
合計	11,589	100.0	12,052	100.0	463	4.0

## 貸借対照表

(単位:百万円)

	2012年3月末		2013年3月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	8,772	25.7	9,802	26.7	1,030	現金及び預金の増加
固定資産	25,309	74.3	26,871	73.3	1,562	保有株式の時価評価の増加
資産合計	34,081	100.0	36,674	100.0	2,593	
流動負債	2,241	6.6	2,377	6.5	135	未払金の増加
固定負債	975	2.9	1,663	4.5	688	繰延税金負債の増加
負債合計	3,217	9.4	4,040	11.0	823	
株主資本	30,386	89.2	31,086	84.8	700	
(うち自己株式)	(△ 2,883)	(△ 8.5)	(△ 2,885)	(△ 7.9)	(△ 1)	
評価・換算差額等	478	1.4	1,546	4.2	1,068	その他有価証券評価差額金の増加
純資産合計	30,864	90.6	32,633	89.0	1,769	
負債純資産合計	34,081	100.0	36,674	100.0	2,593	

# キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2012年3月期	2013年3月期	備考
営業活動によるC・F	1,950	1,914	
投資活動によるC・F	△ 671	△ 1,609	定期預金の預け入れ 有形固定資産の取得
財務活動によるC・F	△ 541	△ 540	配当金の支払い
現金及び現金同等物の 増減額	737	△ 234	
現金及び現金同等物の 期首残高	2,829	3,566	
現金及び現金同等物の 期末残高	3,566	3,331	

## 2. 中期経営計画(2012～2014年度)の進捗

## 中期経営計画(2012～2014年度)

### 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. 社会的使命への取り組み

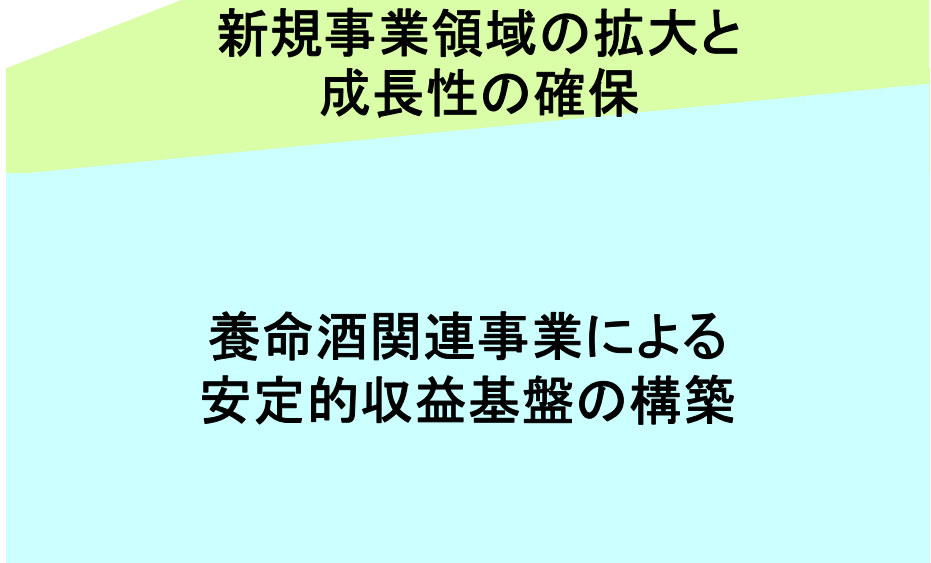
## 中期経営計画(2012~2014年度)

### 「持続的成長と収益性の向上」

- ハーブ関連、酒・食品商品開発
- 「くらすわ」取扱商品開発
- 海外向商品開発
- 販売チャネルの拡張
- 海外市場の領域拡大
- 「薬用養命酒」の効率的販売促進活動
- 収益構造の一層の改善

2012年3月期  
・売上高115億円  
・営業利益率12%  
・「養命酒」以外  
売上高比率 8%

2015年3月期目標  
・売上高130億円以上  
「養命酒」 110億円  
「その他」 20億円  
・営業利益率10%維持  
・「養命酒」以外  
売上高比率15%以上



↑ 持続的成長

↑ 収益性の向上

## 中期経営計画(2012~2014年度)

# 「新規事業領域の拡大と成長性の確保」

## ハーブ関連、酒・食品商品開発

「美容系飲料」として「食べる前のうるる酢」を  
2013年6月3日 新発売

日頃からエイジングケアを気にかかけ、日常生活の中で  
美容や健康に良いものを求める女性に向けた商品

お酢をベースに、「AGハーブMIX™」※とい  
うハーブ由来の美容素材と「難消化性デキス  
トリン(食物繊維)」を使用

※「AGハーブMIX™」は、4種類のハーブ(ドクダミ、セイヨウサンザシ、ローマカ  
ミツレ、ブドウ葉)から抽出した新しいエイジングケア素材で、アークレイ株式会  
社の登録商標です。



希望小売価格 133円(税別)  
容量 140ml



## 中期経営計画(2012~2014年度)

# 「新規事業領域の拡大と成長性の確保」

## ハーブ関連、酒・食品商品開発

「美容と健康のお酒」として  
「檸檬とハーブのお酒」「林檎とハーブのお酒」を  
2013年6月3日 新発売

“飲んでキレイになる フルーツとハーブのお酒”

『檸檬とハーブのお酒』 ~うるおい美容~

- ・レモネード風味
- ・クコの実、ローズマリー、紅花、ハトムギ、クロモジ

『林檎とハーブのお酒』 ~すっきり美容~

- ・アップルパイ風味
- ・ハスの葉、小豆、シャゼンシ、冬葵、シナモン



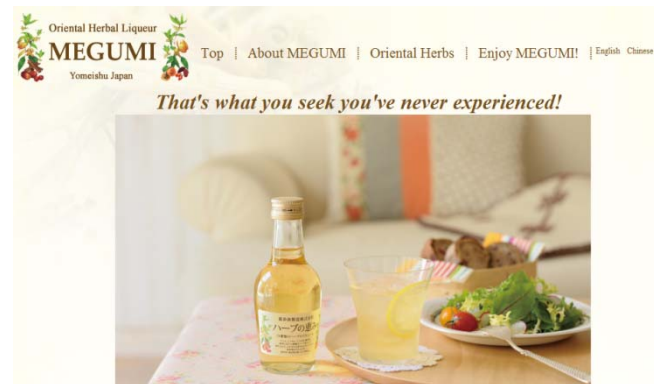
希望小売価格 380円(税別)  
容量 300ml

## 中期経営計画(2012~2014年度)

# 「新規事業領域の拡大と成長性の確保」

## 海外向商品開発

- ・「MEGUMI」テスト販売
- ・新商品の輸出検討



MEGUMI ウェブサイト

## 販売チャネルの拡張

### Yomeishu オンラインショップ

- ・2012年11月リニューアル
- ・通販商品から当社取扱商品の通信販売サイトとして運営を拡大
- ・新商品の取扱いも6月以降順次開始

## 中期経営計画(2012~2014年度)

# 「新規事業領域の拡大と成長性の確保」



## 「くらすわ」取扱商品開発

- ・「信州十四豚」メニューの充実
- ・ベーカリー商品開発、デリカテッセン開設
- ・安心安全な新商品開発



信州の匠 ハーブのど飴シリーズ

## 新たな顧客の獲得

既存商品の見直し  
新商品開発

アンテナショップ機能  
ニーズの把握

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、  
催事出店、通信販売)



## 中期経営計画(2012～2014年度)

# 「新規事業領域の拡大と成長性の確保」

## 鶴ヶ島太陽光発電所

2013年7月事業開始予定

出力:1,990kW

年間予想発電量:

約262万5千キロワット時



「保有資産の見直しと積極的な活用」

「社会的使命への取り組み」

## 中期経営計画(2012~2014年度)

# 「新規事業領域の拡大と成長性の確保」

### 海外事業

養命酒

MEGUMI



### 酒・食品商品

ハーブの恵み

フルーツと  
ハーブのお酒

食べる前の  
うるる酢



### 薬系商品

ハーブプラス

Herb+

幸健生彩



### 施設運営事業

くらすわ

養命酒健康の森



### 鶴ヶ島 太陽光 発電所



Yomeishu オンラインショップ



### 3. 2014年3月期の見通しと施策

## 2014年3月期のポイント

### (1) 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10,840百万円、海外490百万円、合計11,340百万円

(国内) ・安定的な販売を堅持

・効率的効果的な販売活動

(海外) ・各国の文化や市場に適したマーケティング活動

・輸入原料の安定的確保

### (2) 新規事業領域の拡大と成長性の確保

・美容、健康への関心の高い生活者の皆様に向けた酒、食品の新商品投入

・「くらすわ」は、既存商品の見直し、新商品開発、販路の拡大

・輸出領域の拡大に向けた海外事業の取組みの推進

・鶴ヶ島太陽光発電所の稼働



## 養命酒(国内)

### ■テレビCM

- ・東洋医学の考え方(黄帝内経)「7の倍数8の倍数」に加えて、「胃腸虚弱」を新CMで訴求
  - ・<sup>こうていだいけい</sup>疲れが胃腸にでる
  - ・お腹をこわしやすい



(テレビ広告イメージ)

- ・テレビスポット広告をエリア毎の季節に合わせて放映

### ■店頭活動

- ・テレビスポット広告と連動した店頭活動を広範囲・集中的に展開

### ■交通広告

- ・首都圏の鉄道主要路線で5月に実施



(交通広告ステッカー)



## ハーブ関連、酒・食品商品

### ■「ハーブの恵み」

- ・インターネット広告、レシピブックプレゼントキャンペーン
- ・店頭販売促進活動に注力
  - ・POP、ハンガー什器、母の日ラッピングなどによる売り場作りを強化
  - ・小売店とのタイアップキャンペーン

### ■「檸檬とハーブのお酒」「林檎とハーブのお酒」

- ・6月3日全国発売
- ・WEBサイト、店頭、料飲店などで販売促進活動を展開
  - ・POPやハンガー什器による売り場作りを強化
  - ・サンプリングの実施



## ハーブ関連、酒・食品商品

### ■「食べる前のうるる酢」

- ・6月3日発売
- ・関東1都6県  
コンビニエンスストアで販売
- ・販売促進活動の展開
  - ・商品認知のための  
テレビCMを中心に交通広告、  
インターネット広告など  
積極的なプロモーション
  - ・雑誌タイアップ広告、イベント
  - ・飲用シーンを意識した  
商品陳列による売り場作り
  - ・サンプリングの実施

(<http://www.yomeishu.co.jp/ururusu/index.html>)

# くらすわ



- ・各種イベントの開催
  - ・3周年イベントの開催
- ・新商品開発、イートインの充実
- ・レストランの稼働率、客単価の向上
- ・販路の拡大
  - ・信州十四豚の精肉等の外販強化
  - ・期間限定での催事出店
  - ・Yomeishu オンラインショップ との販売連携強化

養命酒プロデュース くらすわ

## Happy 3rd Anniversary

おかげさまで3周年  
この日、皆様のご期待にお応えして「くらすわ」がさらに成長します。

**第1弾 4月24日(水) デリカテッセンオープン**  
1Fペーカリー売場にフレッシュサンド&デリカが登場  
● その場でつくるフレッシュサンドは、くらすわならではの高級仕立とボリュームに感動。  
● シュワが弾もふんふん詰わり野菜、忙しい日の晩飯もこれで解決。

**第2弾 4月24日(水) 大社せんべい本舗が登場**  
● 松本製菓堂 伊那高麗製菓職人 小布施製菓堂 上野原製菓堂、そして地元 諏訪の大社せんべい平間が登場! 信州の老舗製菓コーナーがさらに充実。  
● 信州をテーマにした「高山煎餅、信州餅、餅科ハーバルノート」数種類の餅類も登場になりました。

**第3弾 4月26日(金) フラワーアート「ジョウ・ド・ヴィーヴル」オープン**  
フラワーアートデザイナー「はまあきお」プロデュースの花店がくらすわに出現。  
● 信州産の花をはじめ季節の花々を材料に、おまが手紙になる一品のフラワーアートもお届けします。  
● フラワー教室も随時開催(詳しくは店にて)

**3周年・GWイベント情報**

- 4月20日(土) 19:00~  
エバリーコンサート 入場料1000円  
クラシックとポップス、ふたつのテイストを自由に引き出す遊び心が魅力のバンド。
- 4月27日(土)~5月12日(日) 9:00~19:00  
● ボーセラーズ&フワアーズ  
● コツ家展示即売(5月10日~12日は休館期間あり)  
ボーセラーズとは、自ら開発した専用で育ったオリジナルの養命、プリザーブドフラワーに合わせて華やかなお花をお届けします。
- 4月20日(土)・21日(日)  
5月3日(金)~6日(月) 9:00~16:00 **その場も期間限定**  
生活菜園新鮮産物野菜即売  
★3坪! 高松州とれたて、シャキシャキ野菜が豊富に揃います。売るだけでも楽しい!
- 5月4日(土)~5月5日(日) 9:00~15:00(少雨決行)  
くらすわアート&クラフト  
クラフト作家本人による手づくり作品を展示販売いたします。お祭りがその場で手づくり出来る体験コーナーも同時開催。



# 通信販売

- ・販売チャネルとしての機能向上
  - ・新商品の通信販売
  - ・送料負担額及び決済方法の見直し
  - ・自社商品の販売単位の見直し  
(酒類、ドリンク剤等1本から販売)
  - ・「くらすわ」や「養命酒健康の森」の広告チラシと連動

## Yomeishu オンラインショップ

The screenshot shows the Yomeishu Online Shop interface. At the top, there's a header with the company name and contact details. Below that is a navigation menu with options like 'Home', 'Campaigns', 'Product Selection', and 'Shopping Cart'. A large promotional banner for 'Free Delivery' is prominent. The main area is divided into a sidebar with category filters and a central product display section. The product display includes 'Recommended Products' with detailed descriptions and 'Popular Products Ranking' with star ratings.



## 海外事業

### ■養命酒

- ・各国の市場環境に即したマーケティング活動
- ・「養命酒」の理解と知名度の向上に努める

### ■輸出領域の拡大

- ・市場環境に合わせた商品のテスト販売
  - ・シンガポールへの「MEGUMI」輸出

### ・新商品輸出に向けた取組み

- ・「ハーブの恵み」
- ・「檸檬とハーブのお酒」
- ・「林檎とハーブのお酒」
- ・「食べる前のうるる酢」



## 2014年3月期業績予想

(単位:百万円)

	2013年3月期		2014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	12,052	100.0	5,930	100.0	3.7	12,710	100.0	5.5
売上原価	3,940	32.7	1,980	33.4	4.8	4,170	32.8	5.8
売上総利益	8,112	67.3	3,950	66.6	3.2	8,540	67.2	5.3
販売費及び一般管理費	6,407	53.2	3,400	57.3	14.6	6,650	52.3	3.8
営業利益	1,704	14.1	550	9.3	△ 36.1	1,890	14.9	10.9
経常利益	1,937	16.1	680	11.5	△ 31.6	2,110	16.6	8.9
当期純利益	1,242	10.3	450	7.6	△ 30.9	1,340	10.5	7.8

設備投資額650百万円(対前期428百万円減)、研究開発費510百万円(対前期77百万円増)  
減価償却費516百万円(対前期47百万円減)

- 売上高は12,710百万円(前期比5.5%増)と増収を見込む
- 新商品広告、新商品開発等をはじめとした必要な投資を行う一方、増収により、営業利益は1,890百万円(前期比10.9%増)、経常利益は2,110百万円(前期比8.9%増)、当期純利益は1,340百万円(前期比7.8%増)と増益を見込む
- 期末配当金は1株につき18円を予定

# 本日はありがとうございました。

## 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。