

2014年3月期 第2四半期

決算説明会

2013年11月13日
養命酒製造株式会社

本日の予定

1. 2014年3月期 第2四半期決算ハイライト
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
鶴ヶ島 太陽光発電所	埼玉県鶴ヶ島市鶴ヶ丘331-1

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. 2014年3月期 第2四半期決算ハイライト

2014年3月期 第2四半期のセグメント別状況

「養命酒関連事業」売上高 5,813百万円(前年同期比6.6%増)

(1)「養命酒」売上高 5,570百万円(前年同期比5.9%増)

①国内「養命酒」売上高5,387百万円(前年同期比6.2%増)

- ◆ 安定的な販売を堅持するため、効率的効果的な販売促進活動を展開
- ◆ 「『男性は8の倍数、女性は7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
- ◆ 「胃腸の疲れ」「ストレス」「夏の暑さからくる疲れと胃腸虚弱」をテーマとしたテレビスポット広告をエリア毎に実施
- ◆ 広告と連動した店頭における販売促進活動の強化
- ◆ ターゲット層の幅を広げ、新規顧客の獲得に注力

②海外「養命酒」売上高183百万円(前年同期比0.2%減)

- ◆ 各国の市場環境に即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
- ◆ 商戦期である中秋節(9月)における販売促進活動



(2)「養命酒」以外の商品売上高 243百万円(前年同期比25.1%増)

①「ハーブのお酒」(「ハーブの恵み」「フルーツとハーブのお酒」)

- ◆ 「フルーツとハーブのお酒」(「檸檬とハーブのお酒」「林檎とハーブのお酒」)を発売
- ◆ 小売店の取扱い店舗数の拡大に注力
- ◆ 店頭における露出向上や、メインとなる女性ターゲット層に対する試飲会、イベントへの参加、ウェブキャンペーン等の販売促進活動を実施

②「食べる前のうるる酢」

- ◆ 関東1都6県のコンビニエンスストアで発売
- ◆ 認知度を高めるため、テレビスポット広告、雑誌、交通広告等による訴求に注力
- ◆ 店頭やウェブでキャンペーン、サンプリングによる販売促進活動の展開



「施設運営事業」売上高 238百万円(前年同期比9.0%増)

(1)「くらすわ」

- ◆ 開業3周年を始めとした各種イベント開催による集客に注力
- ◆ 長野県の地元産品の取扱拡充
- ◆ 期間限定での首都圏における催事出店
- ◆ レストランにおけるランチメニューの充実
- ◆ ディナーの団体客の取り込み



(2)「養命酒健康の森」

- ◆ 引続き来場者数が順調に推移

「その他」売上高 70百万円(前年同期比55.0%増)

(1)不動産賃貸

(2)鶴ヶ島太陽光発電所

- ◆ 2013年7月稼働



セグメント別売上高

(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		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	5,452	95.4	5,813	95.0	360	6.6
養命酒	5,258	92.0	5,570	91.0	312	5.9
(うち輸出分)	(183)	(3.2)	(183)	(3.0)	(△0)	(△ 0.2)
その他	194	3.4	243	4.0	48	25.1
施設運営事業	218	3.8	238	3.9	19	9.0
その他	45	0.8	70	1.2	25	55.0
合計	5,716	100.0	6,122	100.0	405	7.1

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		増減額	増減率(%)
		構成比(%)		構成比(%)		
売上高	5,716	100.0	6,122	100.0	405	7.1
売上原価	1,889	33.0	1,971	32.2	82	4.4
売上総利益	3,827	67.0	4,150	67.8	323	8.4
販売費及び一般管理費	2,966	51.9	3,208	52.4	241	8.1
営業利益	860	15.1	942	15.4	82	9.6
経常利益	994	17.4	1,085	17.7	91	9.2
四半期純利益	650	11.4	129	2.1	△ 521	△ 80.1

- ◆ 「養命酒」の売上が堅調に推移したこと及び新商品等が寄与
- ◆ 売上高は前年同期比7.1%増、営業利益は同9.6%増、経常利益は同9.2%増、
四半期純利益は同80.1%減
- ◆ 「くらすわ」について、「固定資産の減損に係る会計基準」に基づき、固定資産の減
損処理を実施し、628百万円を特別損失に計上

貸借対照表

(単位:百万円)

	2013年3月末		2013年9月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	9,802	26.7	8,738	23.9	△ 1,064	現金及び預金の減少
固定資産	26,871	73.3	27,755	76.1	884	保有株式の時価評価の増加 長期預金の増加 固定資産の減損処理による 減少
資産合計	36,674	100.0	36,494	100.0	△ 180	
流動負債	2,377	6.5	2,031	5.6	△ 346	未払法人税等の減少 未払金の減少
固定負債	1,663	4.5	1,864	5.1	200	繰延税金負債の増加
負債合計	4,040	11.0	3,895	10.7	△ 145	
株主資本	31,086	84.8	30,674	84.1	△ 412	配当金の支払いによる利益 剰余金の減少
(うち自己株式)	(△ 2,885)	(△ 7.9)	(△ 2,886)	(△ 7.9)	(△0)	
評価・換算差額等	1,546	4.2	1,924	5.3	377	その他有価証券評価差額金 の増加
純資産合計	32,633	89.0	32,599	89.3	△ 34	
負債・純資産合計	36,674	100.0	36,494	100.0	△ 180	

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	278	545	
投資活動によるCF	△ 984	△ 885	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CF	△ 538	△ 539	配当金の支払い
現金及び現金同等物の 増減額	△ 1,244	△ 878	
現金及び現金同等物の 期首残高	3,566	3,331	
現金及び現金同等物の 四半期末残高	2,321	2,452	

2. 中期経営計画(2012~2014年度)の進捗

中期経営計画(2012～2014年度)

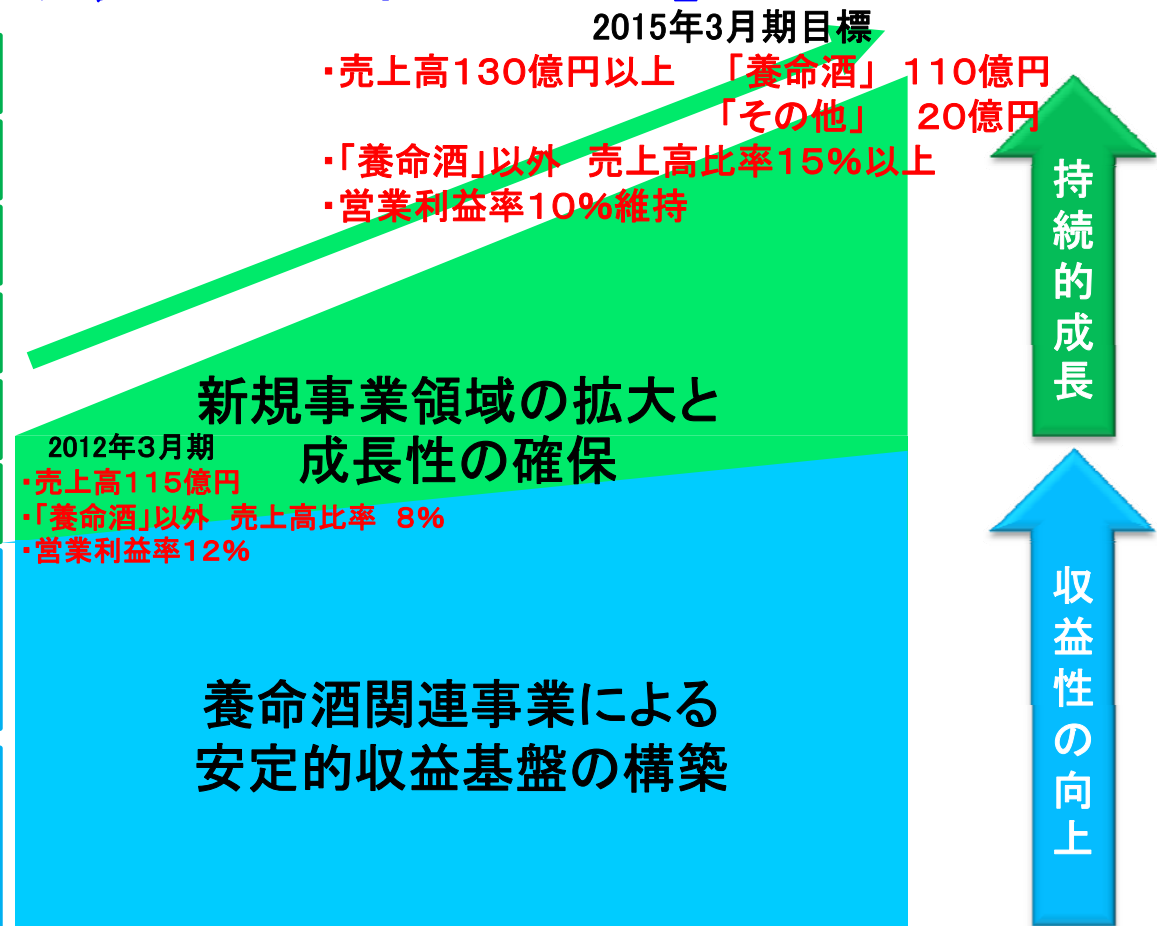
基本方針: 持続的成長に向けた事業構造の変革

- 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構築
- 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な活用
- 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(2012~2014年度)

「持続的成長と収益性の向上」

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



中期経営計画(2012~2014年度)

「持続的成長と収益性の向上」

2012年4月~2013年3月
1年目

・新商品新事業の準備

・新商品の開発
・新商品の広告、新商品
開発新事業への投資

2013年4月~2014年3月
2年目

・「檸檬とハーブのお酒」
発売
・「林檎とハーブのお酒」
発売
・「食べる前のうる酢」
発売
・「太陽光発電」売電開始
・ヤマツル株式会社吸収
合併
・新商品の開発
・新商品の広告、開発へ
の投資

2014年4月~2015年3月
3年目

・中経営計画目標達成

中期経営計画 目標

■売上高	130億円以上
「養命酒」	110億円
「その他」	20億円
■「養命酒」以外 売上高比率	15%以上
■営業利益率	10%維持

・新商品の開発

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」

1. ハーブ関連、酒・食品商品開発

ハーブの機能と“美容”と“健康”の観点に着目

いくつになっても美しくありたい。お酒も美味しく飲みたいそんな現代女性にキレイをサポートするハーブと、女性に人気のフルーツからできたお酒

◆「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 全国新発売



日頃からエイジングケアを気にかけて、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

◆「美容系飲料」として
「食べる前のうるる酢」を
2013年6月3日 関東1都6県
のコンビニエンスストアで新発売

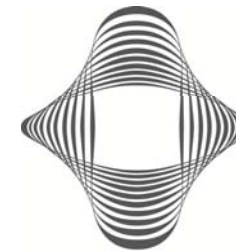


中期経営計画(2012~2014年度)

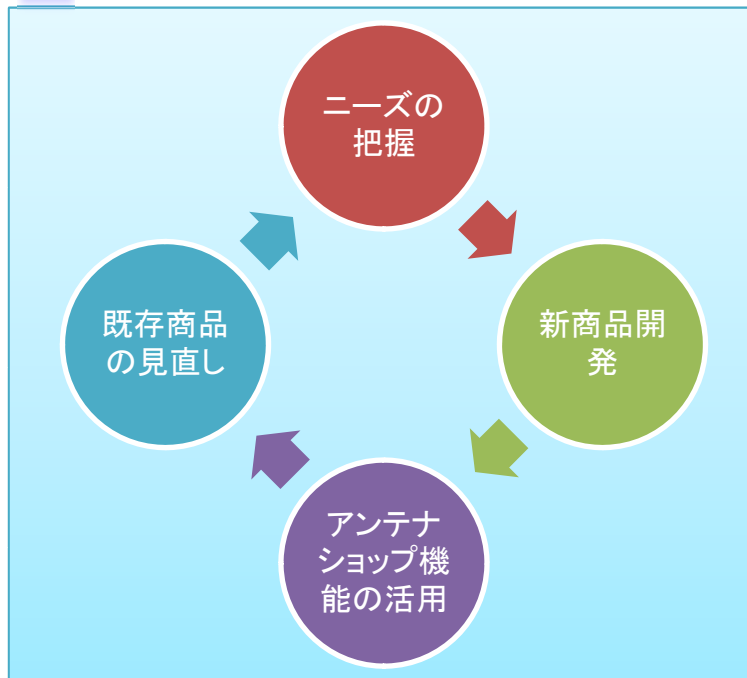
「新規事業領域の拡大と成長性の確保」

2. 「くらすわ」取扱商品開発

- 「信州十四豚」メニューの充実
- ベーカリーやイトインの商品開発
- 安心安全な新商品開発



くらすわ



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」

3. 海外向商品開発

現地のニーズに合わせた商品開発

4. 海外市場の領域拡大

新商品の輸出や新たな輸出国への展開

■ 「ハーブの恵み」

◆ 「MEGUMI」シンガポールへテスト販売

◆ 「美久恵」台湾へテスト販売予定

■ 酒・食品新商品のテスト販売と輸出検討

◆ 「フルーツとハーブのお酒」シンガポールへテスト販売



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」

5. 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
- ◆ 「くらすわ」や当社取扱商品を拡充

人気商品ランキング 2013年11月1日現在

Yomeishuオンラインショップでの人気商品をランキング!

👑 1



食べる前のうる酢

👑 2



幸健生彩【指定医薬部外品】

👑 3



ハーブの恵み(1,000ml)

👑 4



養命水2L×6本

👑 5



カンカ

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」

6. 太陽光発電

■ 鶴ヶ島太陽光発電所

◆ 2013年7月事業開始
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」

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11,170百万円、海外500百万円、合計11,670百万円

(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

(2) 新規事業領域の拡大と成長性の確保

◆ 新商品「フルーツとハーブのお酒」「食べる前のうるる酢」の
販売促進活動に注力

◆ 「くらすわ」の取扱商品の拡充

◆ 海外事業における新商品のテスト販売

養命酒関連事業

(1)養命酒(国内)

■テレビCM

- ◆ 東洋医学の考え方こうていだいけい(黄帝内経)「男性は8の倍数、女性は7の倍数」に加えて、「冷え」「寝付き」を新CMで訴求
- ◆ 「家族編」CMで症状の「自分ごと化」と「家族ごと化」を訴求
- ◆ テレビスポット広告をエリア毎の季節に合わせて放映



(テレビ広告イメージ)

■店頭活動

- ◆ テレビスポット広告と連動した店頭活動を展開

■交通広告

- ◆ 首都圏の鉄道主要路線にて実施

(2)「養命酒」以外の商品

①「ハーブのお酒」(「ハーブの恵み」「フルーツとハーブのお酒」)

■ 小売店と連携した店頭販売促進活動

- ◆ 小売店とのタイアップキャンペーン
- ◆ エリアや小売チェーンに応じたプロモーション
- ◆ POPや什器、ノベルティによる売り場作り、企画提案
- ◆ 店頭での試飲推奨販売

■ ウェブプロモーション

- ◆ 「美酔う女子部」サイト開設、プレゼントキャンペーン



②「食べる前のうるる酢」

■ 関東1都6県コンビニエンスストアで販売

■ 商品認知及び店頭販売促進活動の展開



- ◆ 商品認知のためのプロモーション
- ◆ ターゲット層へのサンプリングの実施
- ◆ コンビニエンスストアにおけるキャンペーン
- ◆ 商品特長の訴求強化

③通信販売 Yomeishu オンラインショップ

■ 販売チャネルとしての機能向上

- ◆ 新商品の通信販売
- ◆ ぐらすわ商品の販売注力
- ◆ 「養命酒」の顧客への案内
- ◆ 「ぐらすわ」、「養命酒健康の森」の購買者への紹介
- ◆ お歳暮シーズンに向けたダイレクトメールによるによる集客



(3)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
 - ・最大の商戦期である春節に向けた販売促進活動
- ◆ 「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
 - ・「ハーブの恵み」
 - ・「檸檬とハーブのお酒」
 - ・「林檎とハーブのお酒」



施設運営事業(「くらすわ」)



■ 売上の増加

(レストラン)

- ◆ 団体客の積極的な受入れによる稼働率、客単価の向上

(ショップ)

- ◆ オリジナル商品、ギフトセットの拡充による客単価の向上

(販路拡大)

- ◆ 信州十四豚の精肉等の外販取引先の開拓
- ◆ 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

■ 収益構造の改善

- ◆ 利益率の高いオリジナル商品の投入
- ◆ 全般的な経費節減



その他

■ 鶴ヶ島太陽光発電所

- ◆ 見学施設の設置工事に着手
- ◆ 鶴ヶ島市と共同し、電気自動車を活用した防災・減災対策



見学施設(模型)



上棟式

2014年3月期業績予想

(単位:百万円)

	2013年3月期		2014年3月期(予想)		対前期 増減率(%)
		構成比(%)		構成比(%)	
売上高	12,052	100.0	12,800	100.0	6.2
売上原価	3,940	32.7	4,130	32.3	4.8
売上総利益	8,112	67.3	8,670	67.7	6.9
販売費及び一般管理費	6,407	53.2	6,740	52.7	5.2
営業利益	1,704	14.1	1,920	15.0	12.6
経常利益	1,937	16.1	2,150	16.8	11.0
当期純利益	1,242	10.3	1,520	11.9	22.3

設備投資額600百万円(対前期478百万円減)、研究開発費508百万円(対前期75百万円増)
減価償却費498百万円(対前期65百万円減)

- ◆ 売上高は12,800百万円(前期比6.2%増)と増収を見込む
- ◆ 販売促進活動を積極的に行う一方、増収により、営業利益は1,920百万円(前期比12.6%増)、経常利益は2,150百万円(前期比11.0%増)
- ◆ 抱合せ株式消滅差益730百万円を特別利益に計上する見込みであり、当期純利益は1,520百万円(前期比22.3%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。