

2014年3月期
決算説明会

2014年5月28日
養命酒製造株式会社

本日の予定

1. 2014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. 2015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	129億円(2014年3月期)
経常利益	24億円(2014年3月期)
従業員数	271名(2014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月期決算ハイライト

2014年3月期のセグメント別状況

「養命酒関連事業」売上高 12,375百万円(前期比6.8%増)

(1)「養命酒」売上高 11,876百万円(前期比6.0%増)

①国内「養命酒」売上高11,474百万円(前期比6.8%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
- ◆ 「『女性は7の倍数、男性は8の倍数』の節目年齢における養生」を訴求
- ◆ 「胃腸の疲れ」「ストレス」、「冷え」「寝付き」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402百万円(前期比11.5%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
- ◆ プレゼントキャンペーンや店頭陳列の強化等の販売促進活動



(2)「養命酒」以外の商品売上高 499百万円(前期比30.4%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」「白桃とハーブのお酒」)、スパークリングタイプのお酒3種類を販売開始
- ◆ 小売店の取扱い店舗数の拡大に注力
- ◆ ラインナップの拡充による企画提案や店頭における露出向上、メインとなる女性顧客層に対する試飲会、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
- ◆ 2014年3月に「食べる前のうるる酢ビューティー」をスーパーマーケットを中心にコンビニエンスストアでも発売し、テレビスポット広告を実施



「施設運営事業」売上高 412百万円(前期比8.6%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
- ◆ 年末の贈答商品の重点販売



(2)「養命酒健康の森」

- ◆ 引続き来場者数が堅調に推移

「その他」売上高 179百万円(前期比105.2%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)

	2013年3月期		2014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	11,585	96.1	12,375	95.4	790	6.8
養命酒	11,202	92.9	11,876	91.6	674	6.0
(うち輸出分)	(454)	(3.8)	(402)	(3.1)	(△ 52)	(△ 11.5)
その他	382	3.2	499	3.8	116	30.4
施設運営事業	379	3.2	412	3.2	32	8.6
その他	87	0.7	179	1.4	92	105.2
合計	12,052	100.0	12,968	100.0	915	7.6

経営成績(損益計算書)

(単位:百万円)

	2013年3月期		2014年3月期		増減額	増減率(%)
		構成比(%)		構成比(%)		
売上高	12,052	100.0	12,968	100.0	915	7.6
売上原価	3,940	32.7	4,120	31.8	180	4.6
売上総利益	8,112	67.3	8,847	68.2	734	9.1
販売費及び一般管理費	6,407	53.2	6,643	51.2	236	3.7
営業利益	1,704	14.1	2,203	17.0	498	29.3
経常利益	1,937	16.1	2,447	18.9	510	26.4
当期純利益	1,242	10.3	1,650	12.7	407	32.8

- ◆ 「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
- ◆ 売上高は前期比7.6%増、営業利益は同29.3%増、経常利益は同26.4%増、当期純利益は同32.8%増と増収増益
- ◆ 「くらすわ」の「固定資産の減損に係る会計基準」に基づく減損損失628百万円等の特別損失736百万円を計上
- ◆ ヤマツル株式会社吸収合併に伴う抱合せ株式消滅差益732百万円等の特別利益734百万円を計上

貸借対照表

(単位:百万円)

	2013年3月末		2014年3月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	9,802	26.7	9,541	25.7	△ 261	現金及び預金の減少
固定資産	26,871	73.3	27,516	74.3	645	有形固定資産の減少 保有株式の時価評価の増加
資産合計	36,674	100.0	37,058	100.0	383	
流動負債	2,377	6.5	2,487	6.7	110	未払費用、未払法人税等の増加
固定負債	1,663	4.5	2,139	5.8	475	繰延税金負債の増加
負債合計	4,040	11.0	4,627	12.5	586	
株主資本	31,086	84.8	30,067	81.1	△ 1,019	
(うち自己株式)	(△ 2,885)	(△ 7.9)	(△ 5,014)	(△ 13.5)	(△ 2,129)	反対株主からの株式買取請求による取得
評価・換算差額等	1,546	4.2	2,363	6.4	816	その他有価証券評価差額金の増加
純資産合計	32,633	89.0	32,431	87.5	△ 202	
負債純資産合計	36,674	100.0	37,058	100.0	383	

キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2013年3月期	2014年3月期	備考
営業活動によるC・F	1,914	1,974	
投資活動によるC・F	△ 1,609	△ 453	有形固定資産の取得
財務活動によるC・F	△ 540	△ 2,668	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	△ 234	△ 1,147	
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 期末残高	3,331	2,325	

2. 中期経営計画(2012～2014年度)の進捗

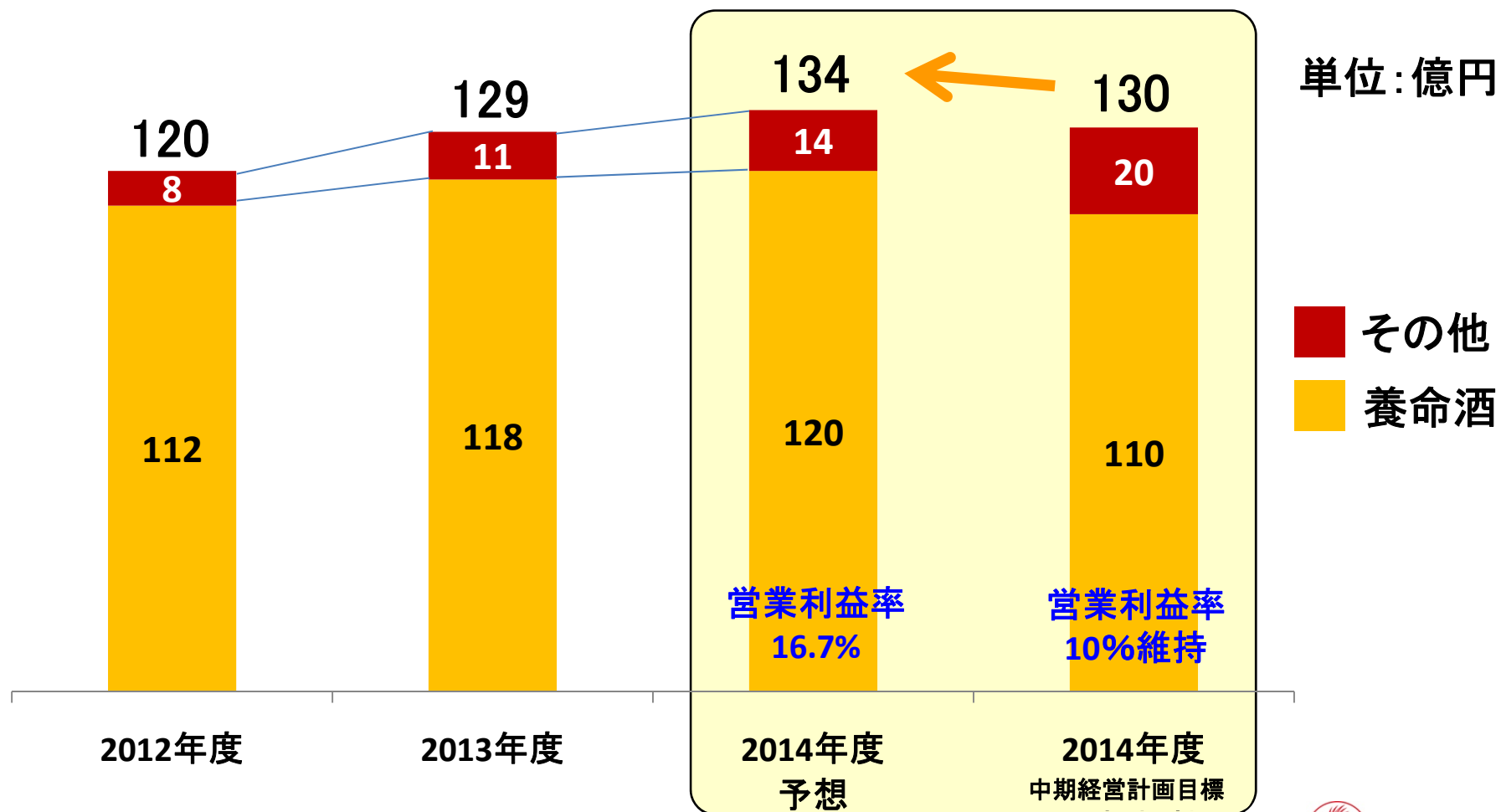
中期経営計画(2012～2014年度)

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)

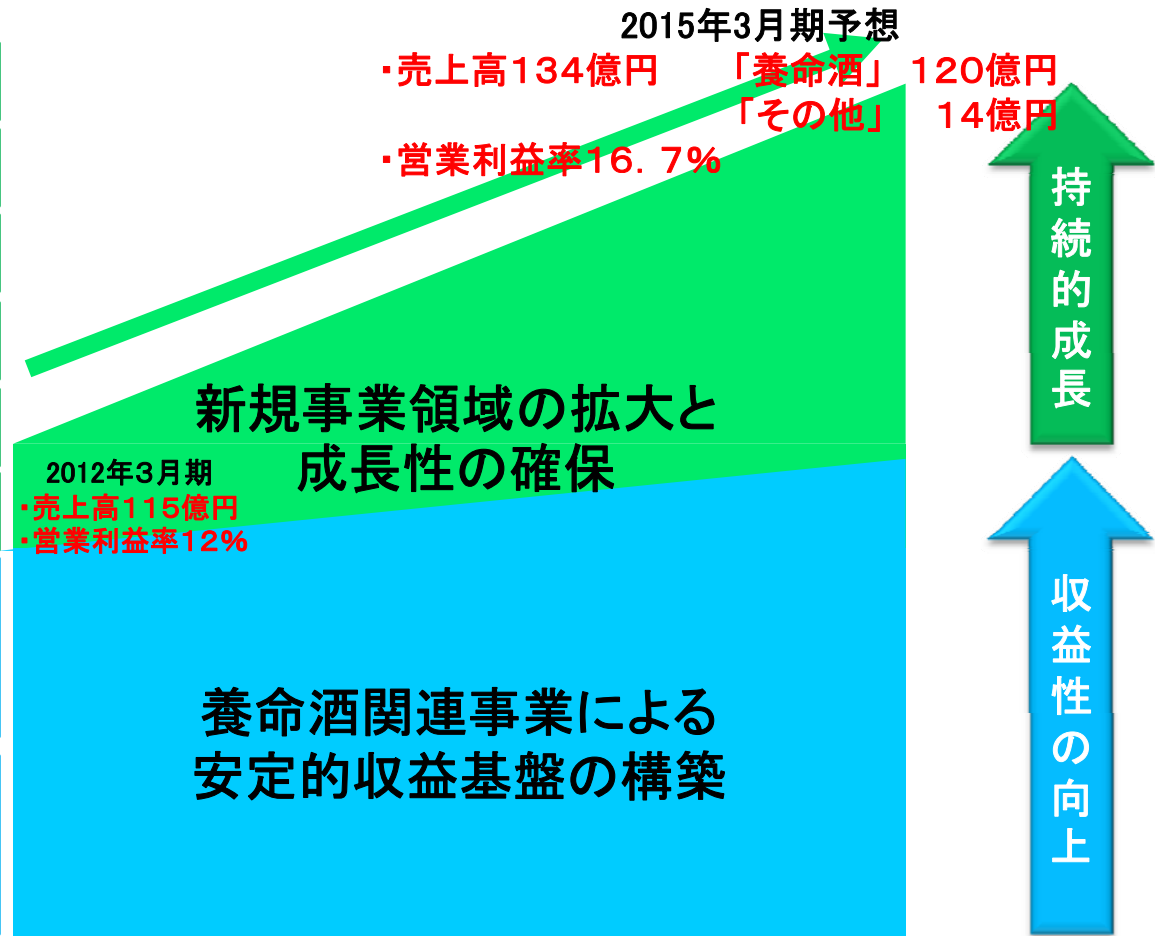
中期経営計画の進捗と2014年度数値目標



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)

「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”をテーマとした商品開発

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現代女性に向けて、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」
「白桃とハーブのお酒」と
各スパークリングタイプを全国発売



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スパークリング」
「食べる前のうるる酢ビューティー」を
関東1都6県のコンビニエンスストア等で発売

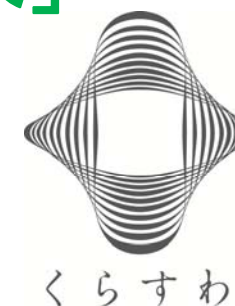


中期経営計画(2012~2014年度)

「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



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

■ 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

- ◆ 「くらすわ」や当社取扱商品を拡充
- ◆ 「養命酒」の顧客、「養命酒健康の森」、「くらすわ」来場者への紹介

飲んでキレイになる
フルーツとハーブのお酒

氷を入れた
グラスに
注ぐだけ!

うるおい
美容

すっきり
美容

うるおい
美容

檸檬と
ハーブの
お酒

林檎と
ハーブの
お酒

白桃と
ハーブの
お酒

気分に合わせて3種類

キャンペーン情報

「食べる前のうるる酢ビューティ」新発売

送料
無料

お試し10本セット1500円(税込)

ケースは
10%OFF!
(18本入り)

詳しくはこちら

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. 2015年3月期の見通しと施策

2015年3月期のポイント

(1)「養命酒」による安定的収益基盤の構築

■「養命酒」 目標売上高

国内11,610百万円、海外480百万円、合計12,090百万円

(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」は取扱店舗数確保のための販売促進活動に注力

◆ 「くらすわ」の取扱商品の見直し

◆ 海外事業における新商品のテスト販売

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)

「女性は7の倍数、男性は8の倍数」に加えて、
体質的な「胃腸不調」「肉体疲労」を新CMで訴求

◆ 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



(テレビ広告イメージ)

■ 店頭活動

◆ 広告と連動した店頭活動を展開

■ 交通広告

◆ 首都圏・大阪・名古屋の鉄道主要路線にて実施

■ イベント、キャンペーン

酒・食品商品

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

- ◆ エリアや小売チェーンに応じたプロモーション
- ◆ 夏期の商戦期に向けた企画提案
- ◆ セット品の記念日企画と絡めた配荷促進
- ◆ 店頭での試飲推奨販売



■ キャンペーン

- ◆ キレイをサポートする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(スパークリング)、
スーパーマーケット(ビューティー)で販売

■ 取扱店舗数の確保、維持

■ 店頭での拡売施策

◆ 販促物設置、試飲会の実施

■ プロモーション

◆ 商品及び商品価値の認知向上のためのテレビスポット広告、
WEB・SNS、イベント、サンプリング、フリーペーパー

◆ 話題を醸成するためのプレゼントキャンペーン



海外事業

■ 養命酒

- ◆ 「養命酒」の理解と知名度の向上に努める
- ◆ 各国の市場環境に即したマーケティング活動
 - ・輸入販売店とのコミュニケーション強化
 - ・アンケートの実施による購入者の飲用動機の情報収集

■ 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」
 - ・「フルーツとハーブのお酒」



くらすわ



くらすわ

■ 売上の増加

(レストラン)

- ◆ ディナータイムの客数の向上

(ショップ)

- ◆ 販売分析に基づいた商品の積極的な入替

(販路拡大)

- ◆ オリジナル商品の外販取引先の開拓
- ◆ 期間限定での催事出店

■ 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



CSR

■「eコラボ(エコラボ)つるがしま」

◆ 鶴ヶ島市と共同して、環境教育と災害時対応の機能を有した施設を鶴ヶ島太陽光発電所に併設

VB
オン
蓄電
池
リチ
ウム



2015年3月期業績予想

(単位:百万円)

	2014年3月期		2015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	12,968	100.0	6,440	100.0	5.2	13,490	100.0	4.0
売上原価	4,120	31.8	2,140	33.2	8.6	4,350	32.2	5.6
売上総利益	8,847	68.2	4,300	66.8	3.6	9,140	67.8	3.3
販売費及び一般管理費	6,643	51.2	3,450	53.6	7.5	6,890	51.1	3.7
営業利益	2,203	17.0	850	13.2	△ 9.8	2,250	16.7	2.1
経常利益	2,447	18.9	980	15.2	△ 9.8	2,480	18.4	1.3
当期純利益	1,650	12.7	660	10.2	408.9	1,690	12.5	2.4

設備投資額281百万円(対前期263百万円減)、研究開発費568百万円(対前期90百万円増)
減価償却費494百万円(対前期1百万円減)

- ◆ 売上高は13,490百万円(前期比4.0%増)と増収を見込む
- ◆ 販売促進活動や新商品開発等に積極的に投資を行う一方、増収により、
営業利益は2,250百万円(前期比2.1%増)、経常利益は2,480百万円(前期比1.3%増)、
当期純利益は、1,690百万円(前期比2.4%)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。