

2015年3月期 第2四半期

決算説明会

2014年11月19日
養命酒製造株式会社

本日の予定

1. 2015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. 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
駒ヶ根工場	長野県駒ヶ根市赤穂16410
商品開発センター	長野県上伊那郡箕輪町中箕輪2132-37
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. 2015年3月期 第2四半期決算ハイライト

2015年3月期第2四半期のポイント

※セグメント区分の変更

第1四半期会計期間より、セグメント情報の区分を「養命酒関連事業」及び「施設運営事業」から「養命酒関連事業」の単一の報告セグメントに変更しており、前年同四半期比較については、前年同四半期の数値を変更後の区分に組み替えた数値で比較しています。

売上高 6,109百万円(前年同四半期比0.2%減)

「養命酒関連事業」売上高 5,977百万円(前年同四半期比1.2%減)

- (1) 「養命酒」売上高 5,405百万円
 - ①国内「養命酒」 5,180百万円
 - ②海外「養命酒」 224百万円
- (2) 「その他商品・サービス」売上高 572百万円
(主な内訳)
 - ①「ハーブのお酒」 160百万円
 - ②「食べる前のうるる酢」 93百万円
 - ③「くらすわ」 231百万円

「その他」売上高 132百万円(前年同四半期比87.1%増)

- (1)不動産賃貸
- (2)鶴ヶ島太陽光発電所

(1)「養命酒」売上高 5,405百万円(前年同四半期比3.0%減)

①国内「養命酒」売上高5,180百万円(前年同四半期比3.8%減)

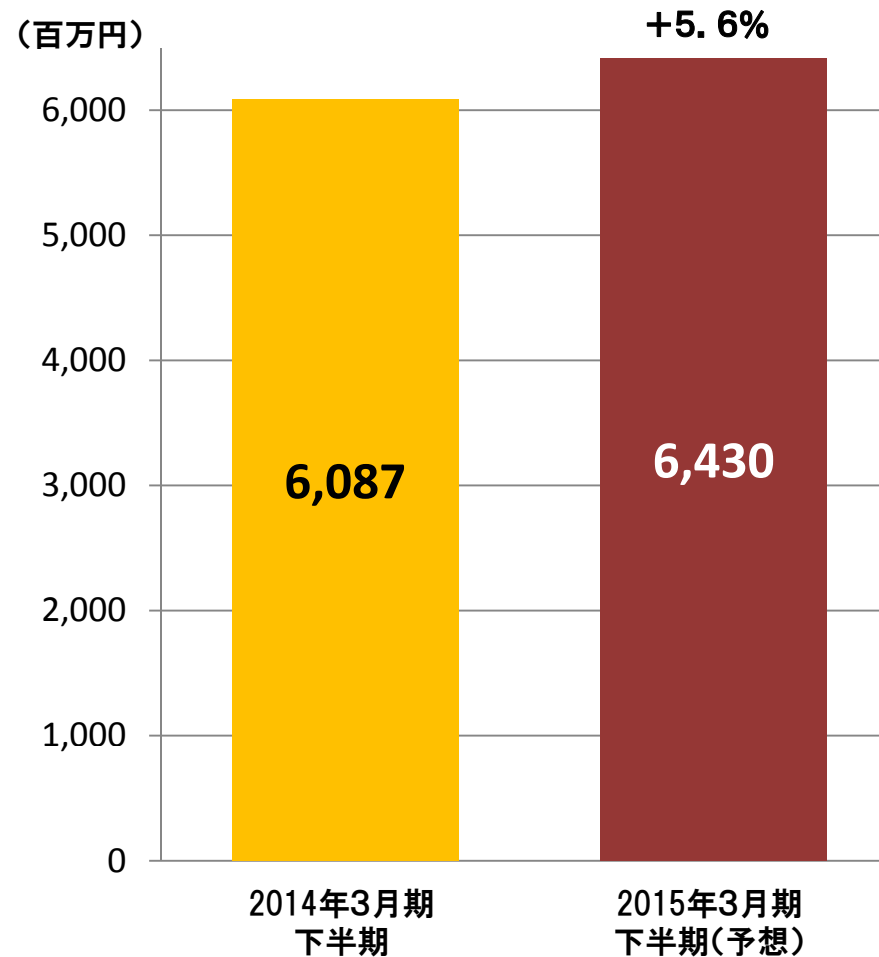
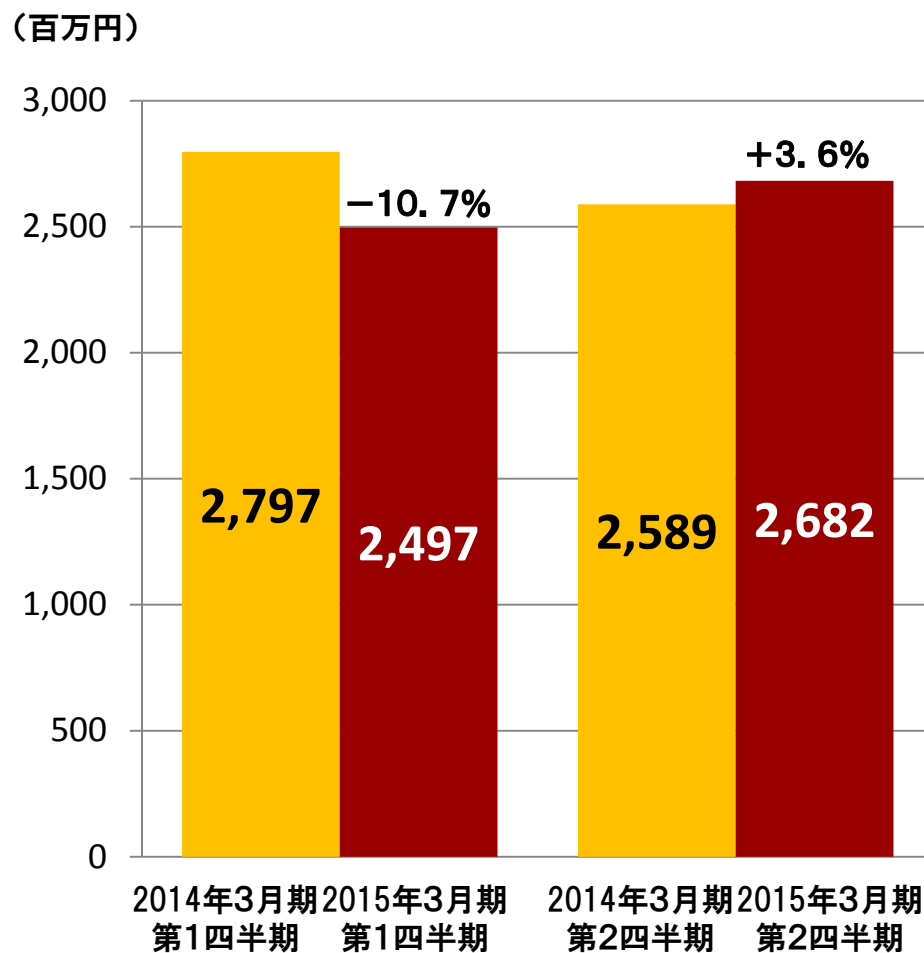
- ◆ 4月から5月にかけて消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動による影響
- ◆ 新規顧客の獲得と継続的な飲用に繋げるための効率的な販売促進活動を展開
- ◆ 「女は7の倍数、男は8の倍数」の節目年齢における養生、「胃腸不調」、「肉体疲労」などの症状を訴求
- ◆ テレビ、ウェブ、交通、ラジオ、雑誌広告を実施し併せて店頭販売促進活動を展開
- ◆ 6月以降は毎月前年を上回って推移

②海外「養命酒」売上高224百万円(前年同四半期比22.8%増)

- ◆ 各国の市場環境に即したマーケティング活動
- ◆ 大量陳列による露出向上と試飲会など店頭販売促進活動を実施
- ◆ 前年同四半期を上回る状況で推移



国内「養命酒」の売上高推移



(2)「その他商品・サービス」売上高 572百万円（前年同四半期比18.9%増）

①「ハーブのお酒」160百万円（前年同四半期比8.7%増）

- ◆ 「ハーブの恵み」の売上は前年同四半期を下回る
- ◆ 「フルーツとハーブのお酒」ラインナップ強化、店頭販売促進活動により、前年同四半期を上回る



②「食べる前のうるる酢」93百万円（前年同四半期比151.3%増）

- ◆ 「食べる前のうるる酢ビューティー」の売上が寄与
- ◆ 認知度の向上のためのテレビスポット広告とウェブ広告、通販キャンペーンを実施
- ◆ 3月に関東1都6県のスーパーマーケットで「食べる前のうるる酢ビューティー」を発売、特に店頭での試飲会に注力



③「くらすわ」231百万円(前年同四半期比12.5%増)

- ◆ レストランは前年同四半期を下回る状況で推移
- ◆ 販売分析に基づいた商品の入替や利益率の高いオリジナル商品の開発・投入、販路の拡大が寄与



「その他」売上高 132百万円(前年同四半期比87.1%増)

(1)不動産賃貸

(2)鶴ヶ島太陽光発電所

※太陽光発電所は2013年7月に開設



商品・サービス別売上高

	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	6,051	98.8	5,977	97.8	△ 73	△ 1.2
養命酒	5,570	91.0	5,405	88.5	△ 164	△ 3.0
国内「養命酒」	5,387	88.0	5,180	84.8	△ 206	△ 3.8
海外「養命酒」	183	3.0	224	3.7	41	22.8
その他商品・サービス	481	7.9	572	9.4	91	18.9
ハーブのお酒	147	2.4	160	2.6	12	8.7
食べる前のうるる酢	37	0.6	93	1.5	56	151.3
くらすわ	205	3.4	231	3.8	25	12.5
その他	90	1.5	87	1.4	△ 3	△ 3.9
その他(不動産賃貸、太陽光発電)	70	1.2	132	2.2	61	87.1
合計	6,122	100.0	6,109	100.0	△ 12	△ 0.2

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	6,122	100.0	6,109	100.0	△ 12	△ 0.2
売上原価	1,971	32.2	1,994	32.6	23	1.2
売上総利益	4,150	67.8	4,115	67.4	△ 35	△ 0.9
販売費及び一般管理費	3,208	52.4	3,266	53.5	58	1.8
営業利益	942	15.4	848	13.9	△ 93	△ 10.0
経常利益	1,085	17.7	1,001	16.4	△ 84	△ 7.8
四半期純利益	129	2.1	843	13.8	713	550.1

- ◆ 売上高は、「養命酒」の売上が消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動の影響を受けたものの6月以降は前年を上回る基調で推移したことに加えて、新商品等の売上也寄与し、6,109百万円(前年同四半期比0.2%減)
- ◆ 新商品上市に伴う販売費及び一般管理費の増加や「養命酒」の売上の減少により、営業利益は848百万円(同10.0%減)、経常利益は1,001百万円(同7.8%減)
- ◆ 四半期純利益は、固定資産売却益260百万円の計上、前年同四半期には減損損失を計上していたことにより、843百万円(同550.1%増)

貸借対照表

(単位:百万円)

	2014年3月末		2014年9月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	9,541	25.7	10,627	27.8	1,086	
固定資産	27,516	74.3	27,594	72.2	77	
資産合計	37,058	100.0	38,222	100.0	1,163	保有株式の時価評価の増加 前払年金費用の増加
流動負債	2,487	6.7	2,270	5.9	△ 216	未払法人税等の減少
固定負債	2,139	5.8	2,522	6.6	383	繰延税金負債の増加
負債合計	4,627	12.5	4,793	12.5	166	
株主資本	30,067	81.1	30,672	80.2	605	利益剰余金の増加
(うち自己株式)	(△ 5,014)	(△ 13.5)	(△ 5,015)	(△ 13.1)	(0)	
評価・換算差額等	2,363	6.4	2,755	7.2	391	その他有価証券評価差額金の増加
純資産合計	32,431	87.5	33,428	87.5	997	
負債・純資産合計	37,058	100.0	38,222	100.0	1,163	

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	545	468	
投資活動によるCF	△ 885	560	定期預金の純減 有形固定資産の売却
財務活動によるCF	△ 539	△ 492	配当金の支払い
現金及び現金同等物の 増減額	△ 878	536	
現金及び現金同等物の 期首残高	3,331	2,325	
現金及び現金同等物の 四半期末残高	2,452	2,862	

2. 中期経営計画(2012～2014年度)の進捗

中期経営計画(2012～2014年度)

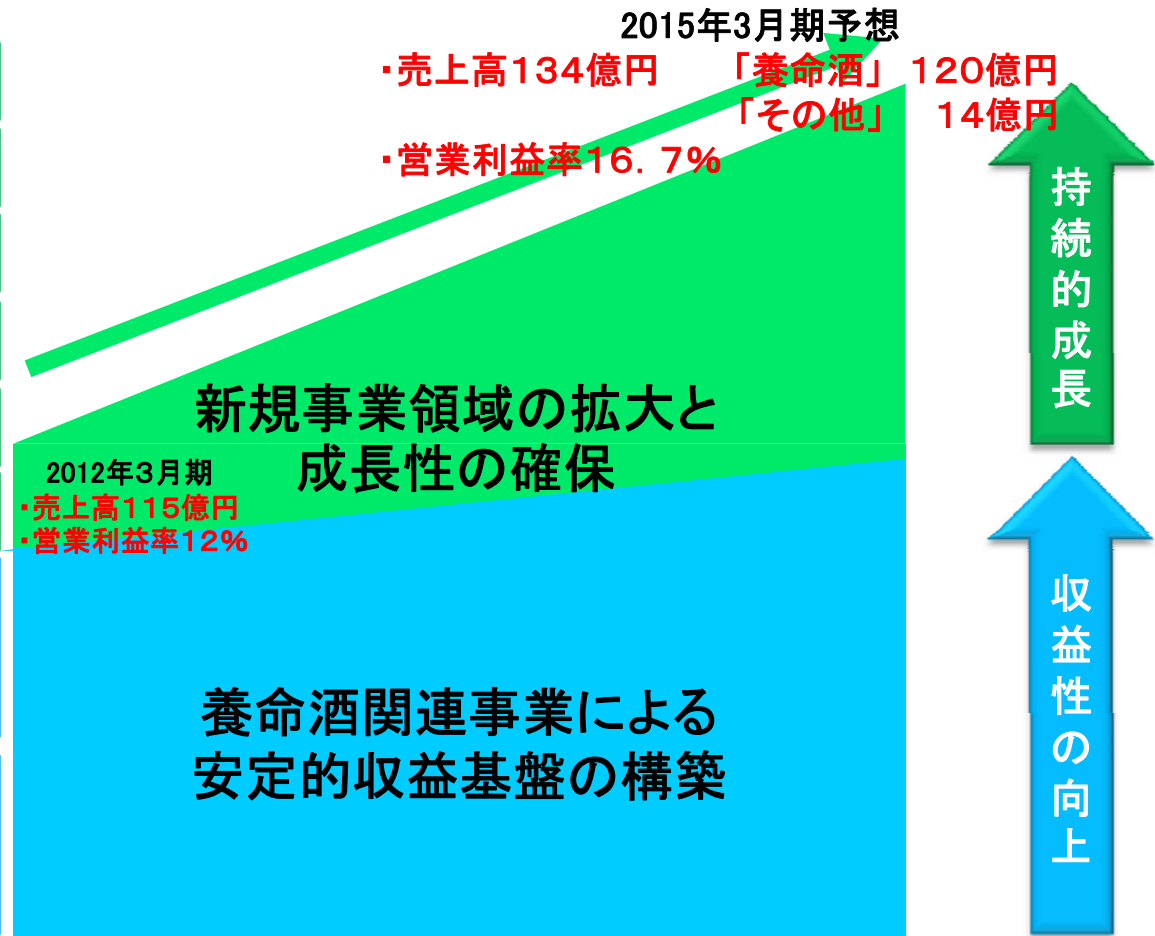
基本方針: 持続的成長に向けた事業構造の変革

- 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)

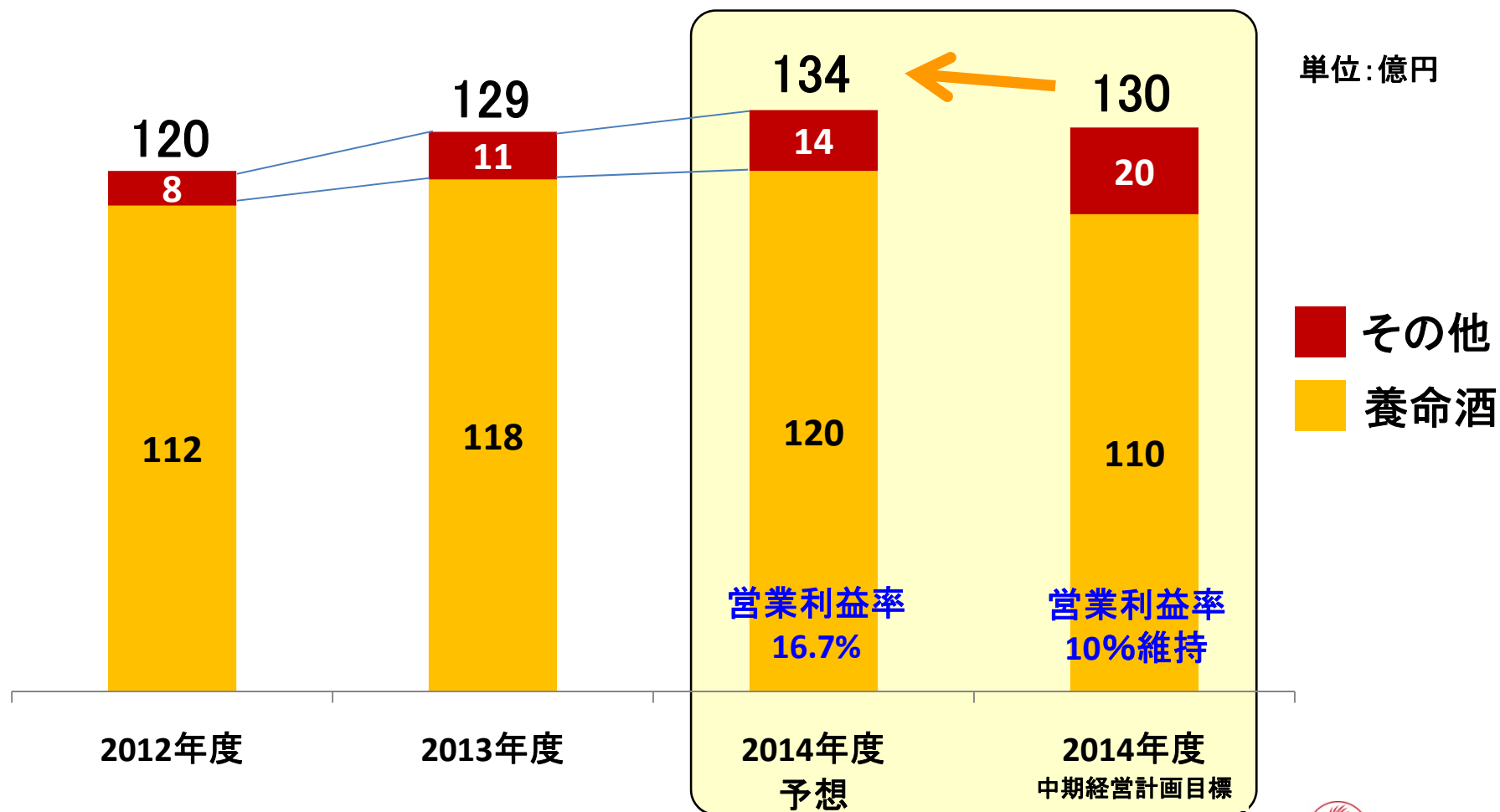
「持続的成長と収益性の向上」

- 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)

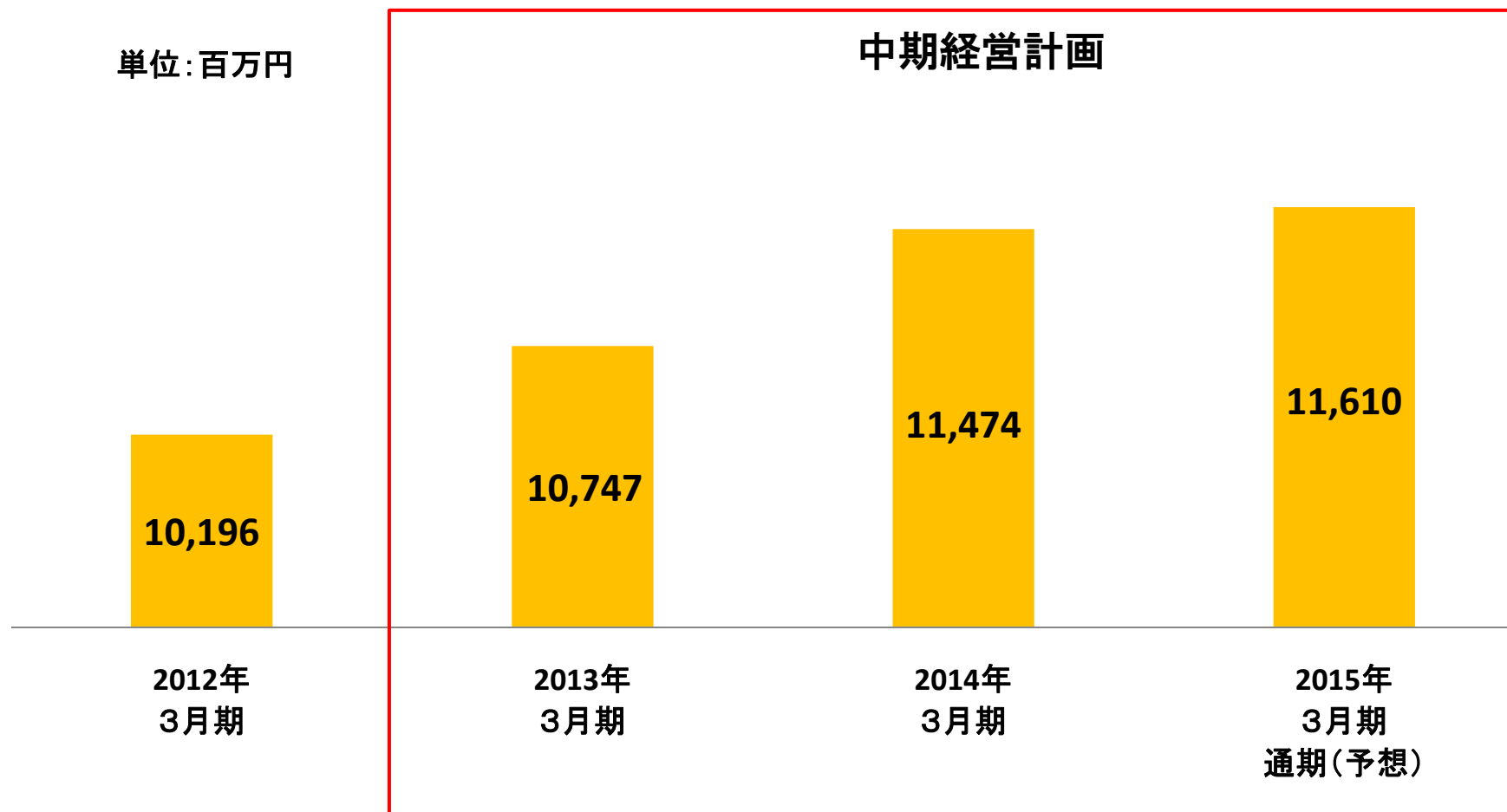
中期経営計画の進捗と2014年度数値目標



「養命酒関連事業による安定的収益基盤の構築」

国内「養命酒」売上高推移

単位:百万円



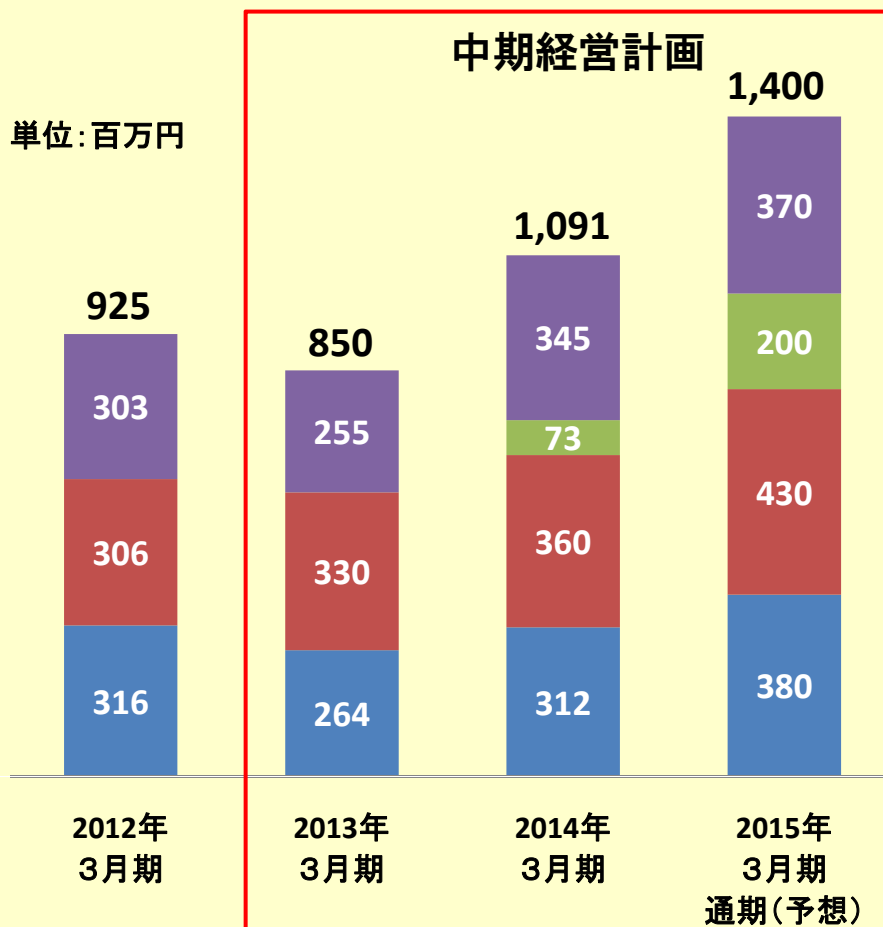
中期経営計画(2012～2014年度)

「新規事業領域の拡大と成長性の確保」

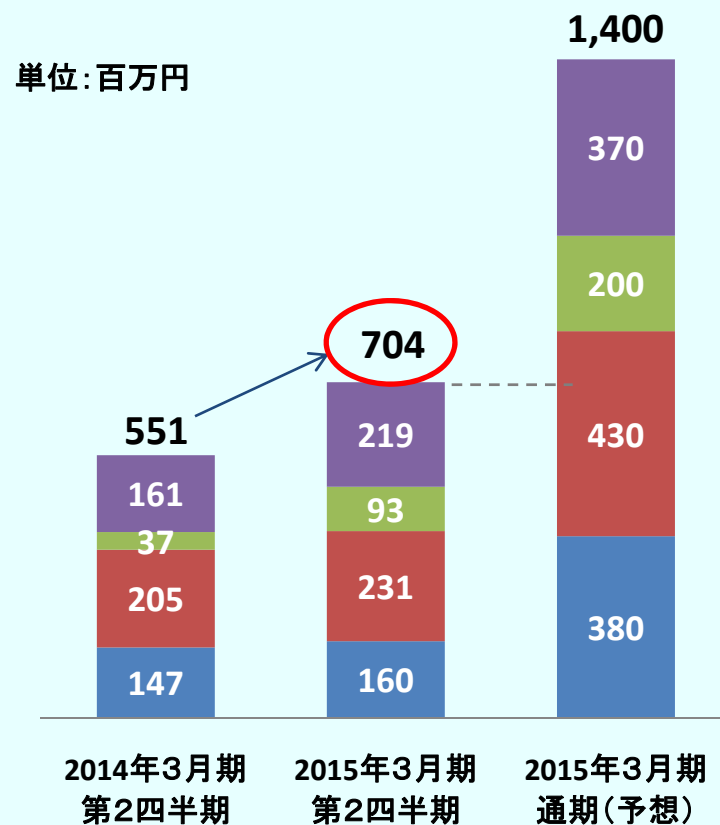
	2012年4月～2013年3月 1年目	2013年4月～2014年3月 2年目	2014年4月～2015年3月 3年目
酒	<ul style="list-style-type: none"> ・「ハーブの恵みスパークリング」(2012年3月) 	<ul style="list-style-type: none"> ・「檸檬とハーブのお酒」 ・「林檎とハーブのお酒」 	<ul style="list-style-type: none"> ・「フルーツとハーブのお酒 スパークリング」 (檸檬、林檎、白桃) ・「白桃とハーブのお酒」
食品		<ul style="list-style-type: none"> ・「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」 	
その他		<ul style="list-style-type: none"> ・「鶴ヶ島太陽光発電所」 ・ヤマツル株式会社 吸収合併 	

「新規事業領域の拡大と成長性の確保」

「養命酒以外売上高推移」



「養命酒以外売上高」第2四半期比較
及び通期予想に対する進捗



■ ハーブのお酒

■ くらすわ

■ 食べる前のうるる酢

■ その他

3. 2015年3月期の見通しと施策

2015年3月期のポイント

「養命酒関連事業」目標売上高 13,280百万円

(1) 「養命酒」目標売上高12,090百万円

- ①国内「養命酒」 11,610百万円
- ②海外「養命酒」 480百万円

(2) 「その他商品・サービス」目標売上高1,180百万円

(主な内訳)

- ①「ハーブのお酒」 380百万円
- ②「食べる前のうるる酢」 200百万円
- ③「くらすわ」 430百万円

「その他」目標売上高 210百万円

- (1) 不動産賃貸
- (2) 鶴ヶ島太陽光発電所

(1)「養命酒」

①国内「養命酒」

■ テレビCM

- ◆ 「冷えて疲れが残る」「足先が冷えて眠れない」「冷えて体がこわばる」等の日常的な症状への効果を訴求
- ◆ 症状の「自分ごと化」と「家族ごと化」を訴求
- ◆ 第3四半期の最盛期に向けたテレビスポット広告



テレビCM

■ 広告と連動した店頭活動

■ クロスメディアによる販売促進

- ◆ 新聞、雑誌、ラジオ、屋外広告、ウェブを連動して展開

■ イベント、キャンペーン

- ◆ 健康セミナー開催
- ◆ プレゼントキャンペーン実施

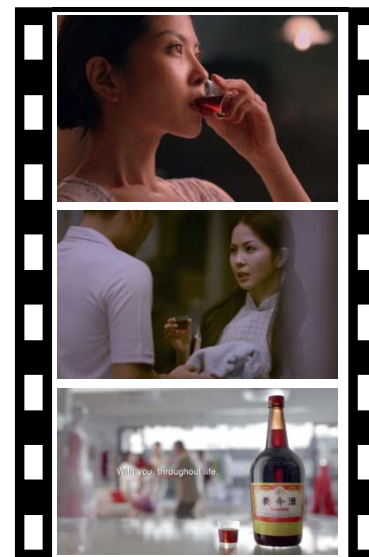
②海外「養命酒」

■ 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

■ 新商品

- ◆ 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」



(2) 「その他商品・サービス」

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を実施
- ◆ 秋冬の最商戦期の売上最大化に向けた企画提案
- ◆ ノベルティー、ギフトセット品を季節毎の記念日企画と絡めて提案
- ◆ 店頭での試飲会や推奨販売の実施



②「食べる前のうるる酢」

■ 関東1都6県で販売

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、ドラッグストア(ビューティー)

■ 取扱店舗数の確保、維持

■ 販売促進



- ◆ 店頭での販促物の設置、試飲会の実施
- ◆ ウェブ上での情報発信により女性顧客層を拡大
- ◆ Yomeishu オンラインショップ

③「くらすわ」

■ 売上の増加

- ◆ ディナータイムの客数の向上
- ◆ 販売分析に基づく商品の入替
- ◆ イベント開催による集客
(精肉販売、信州十四豚を使った料理教室等)

■ 販路の拡大

- ◆ オリジナル商品の外販チャネルの開拓
- ◆ 首都圏のデパートやスーパーでの催事出店

10月のイベント案内 シンシュウジューシーポーク 信州十四豚フェア produced by 養命酒製造

1F ショップ

期間限定4割肉販売

10/11日▶13日・25日▶26日

- ◆ 肩ロース肉 (焼肉用)
- ◆ ロース肉 (しゃぶしゃぶ用・生姜焼用)
- ◆ パラ肉 (しゃぶしゃぶ用)
- ◆ 切落しなど

※売切れの場合にはご容赦下さい。



2F レストラン

シェフによる料理教室～豚肉編～

10/9 木 濃厚具だくさんクリームシチュー
ルーから手作り。ひと手間加えて、いつもとは一味違う!!

10/16 木 ジューシーソーセージ作り
家庭でも意外と簡単にできるんです

10/23 木 くらすわ風 肉じゃがなど
プロの秘策で家庭料理もワンランクアップ!!

10/30 木 特製ポークステーキ
やわらかく焼き上げるコツを教えます

時間 15:00 ~
参加費：各 2,000 円
お申し込み・お問い合わせ
0266-52-9630

信州十四豚を使う料理教室(イベント例)



2015年3月期業績予想

(単位:百万円)

	2014年3月期		2015年3月期(予想)		対前期 増減率(%)
		構成比(%)		構成比(%)	
売上高	12,968	100.0	13,490	100.0	4.0
売上原価	4,120	31.8	4,350	32.2	5.6
売上総利益	8,847	68.2	9,140	67.8	3.3
販売費及び一般管理費	6,643	51.2	6,890	51.1	3.7
営業利益	2,203	17.0	2,250	16.7	2.1
経常利益	2,447	18.9	2,480	18.4	1.3
当期純利益	1,650	12.7	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。