

2015年3月期
決算説明会

2015年5月28日
養命酒製造株式会社



本日の予定

1. 2015年3月期決算概要
2. 中期経営計画
3. 2016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	131億円(2015年3月期)
経常利益	25億円(2015年3月期)
従業員数	266名(2015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
商業施設くらすわ	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

新中期経営計画の基本方針 (2015～2017年度)

- 持続的成長に向けた新規事業領域の確立



1. 2015年3月期 決算概要

2015年3月期のポイント

※セグメント区分の変更

当事業年度より、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、前年同期比較については、前年同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 13,149百万円(前年同期比1.4%増)

「養命酒関連事業」売上高 12,901百万円(前年同期比0.9%増)

- (1) 「養命酒」売上高 11,817百万円
 - ①国内「養命酒」 11,324百万円
 - ②海外「養命酒」 493百万円
- (2) 「その他商品・サービス」売上高 1,083百万円
(主な内訳)
 - ①「ハーブのお酒」 336百万円
 - ②「食べる前のうるる酢」 156百万円
 - ③「くらすわ」 430百万円

「その他」売上高 247百万円(前年同期比37.7%増)

- (1) 不動産賃貸
- (2) 鶴ヶ島太陽光発電所



(1)「養命酒」売上高 11,817百万円(前年同期比0.5%減)

①国内「養命酒」売上高11,324百万円(前年同期比1.3%減)

- ◆ 新規顧客の獲得、継続的な飲用に繋げる販売促進活動
- ◆ 「疲れと胃腸不調」「冷えて寝つけない」などの複合症状の解決を訴求
- ◆ テレビ、ウェブ、交通、ラジオ、雑誌、店頭販売促進活動のクロスメディアを展開
- ◆ 4月、5月には消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動の影響
- ◆ 6月以降回復基調となったものの、通期では微減



②海外「養命酒」売上高493百万円(前年同期比22.7%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
- ◆ 春節にテレビ、ラジオ、交通広告を実施



(2)「その他商品・サービス」売上高 1,083百万円（前年同期比18.9%増）

①「ハーブのお酒」336百万円（前年同期比7.6%増）

- ◆ 2014年3月に「フルーツとハーブのお酒スパークリング」3種類を新発売
店頭販売促進活動（季節毎の記念日企画、プレゼントキャンペーン）
- ◆ 2015年3月に商品パッケージリニューアル、ハーブワインなどの新商品発売



「フルーツとハーブのお酒」(左)
「フルーツとハーブのお酒スパークリング」(右)

「HER HERBS ロゼワイン&ザクロ」(左)
「HER HERBS 白ワイン&ローズヒップ」(右)
(ハーブワイン)



②「食べる前のうるる酢」156百万円(前年同期比113.5%増)

- ◆ 2014年3月発売の「食べる前のうるる酢ビューティー」の売上が寄与
- ◆ 認知度向上のためのテレビスポット広告、店頭における試飲会、ウェブ広告、サンプリング活動、通販の強化、販路拡大を実施
- ◆ 2015年3月に商品パッケージリニューアル、「食べる前のうるる酢ビューティー」全国販売開始



「食べる前のうるる酢ビューティー」(左)
「食べる前のうるる酢スパークリング」(右)



③「くらすわ」430百万円(前年同期比19.7%増)

- ◆ レストランは前年同期を下回る状況で推移
- ◆ ショップは商品入替や利益率の高いオリジナル商品の開発・投入
- ◆ 卸売、外部販売などの販路の拡大



「くらすわ」レストラン

「その他」売上高 247百万円(前年同期比37.7%増)

(1)不動産賃貸

(2)鶴ヶ島太陽光発電所(2013年7月に開設)



鶴ヶ島太陽光発電所

商品・サービス別売上高

(単位:百万円)

	2014年3月期		2015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	12,788	98.6	12,901	98.1	112	0.9
養命酒	11,876	91.6	11,817	89.9	△ 59	△ 0.5
国内「養命酒」	11,474	88.5	11,324	86.1	△ 150	△ 1.3
海外「養命酒」	402	3.1	493	3.8	91	22.7
その他商品・サービス	911	7.0	1,083	8.2	172	18.9
ハーブのお酒	312	2.4	336	2.6	23	7.6
食べる前のうるる酢	73	0.6	156	1.2	83	113.5
くらすわ	359	2.8	430	3.3	70	19.7
その他(不動産賃貸、太陽光発電)	179	1.4	247	1.9	67	37.7
合計	12,968	100.0	13,149	100.0	180	1.4



経営成績(損益計算書)

(単位:百万円)

	2014年3月期		2015年3月期		増減額	増減率 (%)
		構成比 (%)		構成比 (%)		
売上高	12,968	100.0	13,149	100.0	180	1.4
売上原価	4,120	31.8	4,257	32.4	136	3.3
売上総利益	8,847	68.2	8,891	67.6	44	0.5
販売費及び一般管理費	6,643	51.2	6,594	50.1	△ 49	△ 0.7
営業利益	2,203	17.0	2,297	17.5	94	4.3
経常利益	2,447	18.9	2,595	19.7	147	6.0
当期純利益	1,650	12.7	1,857	14.1	206	12.5

- ◆ 売上高は、「養命酒」の売上がやや下回ったものの、新商品等が寄与
13,149百万円(前年同期比1.4%増)
- ◆ 営業利益は2,297百万円(同4.3%増)、経常利益は2,595百万円(同6.0%増)
- ◆ 当期純利益は、固定資産売却益260百万円を計上し、1,857百万円(同12.5%増)
- ◆ 配当金は2円増配し、期末配当金として20円を予定



貸借対照表

(単位:百万円)

	2014年3月末		2015年3月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	9,541	25.7	10,659	25.0	1,117	
固定資産	27,516	74.3	31,998	75.0	4,481	
資産合計	37,058	100.0	42,658	100.0	5,599	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	2,647	6.2	159	
固定負債	2,139	5.8	3,332	7.8	1,193	繰延税金負債の増加
負債合計	4,627	12.5	5,979	14.0	1,352	
株主資本 (うち自己株式)	30,067 (△ 5,014)	81.1 (△ 13.5)	31,686 (△ 5,016)	74.3 (△ 11.8)	1,618 (△ 1)	利益剰余金の増加
評価・換算差額等	2,363	6.4	4,992	11.7	2,628	その他有価証券 評価差額金の増加
純資産合計	32,431	87.5	36,678	86.0	4,246	
負債純資産合計	37,058	100.0	42,658	100.0	5,599	



キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2014年3月期	2015年3月期	備考
営業活動によるC・F	1,974	2,135	
投資活動によるC・F	△ 453	△ 340	有形固定資産の取得
財務活動によるC・F	△ 2,668	△ 493	配当金の支払い
現金及び現金同等物の 増減額	△ 1,147	1,300	
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 期末残高	2,325	3,626	



2. 中期経営計画



前中期経営計画(2012~2014年度)振り返り

基本方針: 持続的成長に向けた事業構造の变革

- 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
- 社会的使命への取り組み

【数値目標】

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%以上

【実績】2015年3月期

売上高131億円
(養命酒118億円、その他13億円)
営業利益率17.5%



前中期経営計画(2012～2014年度)振り返り

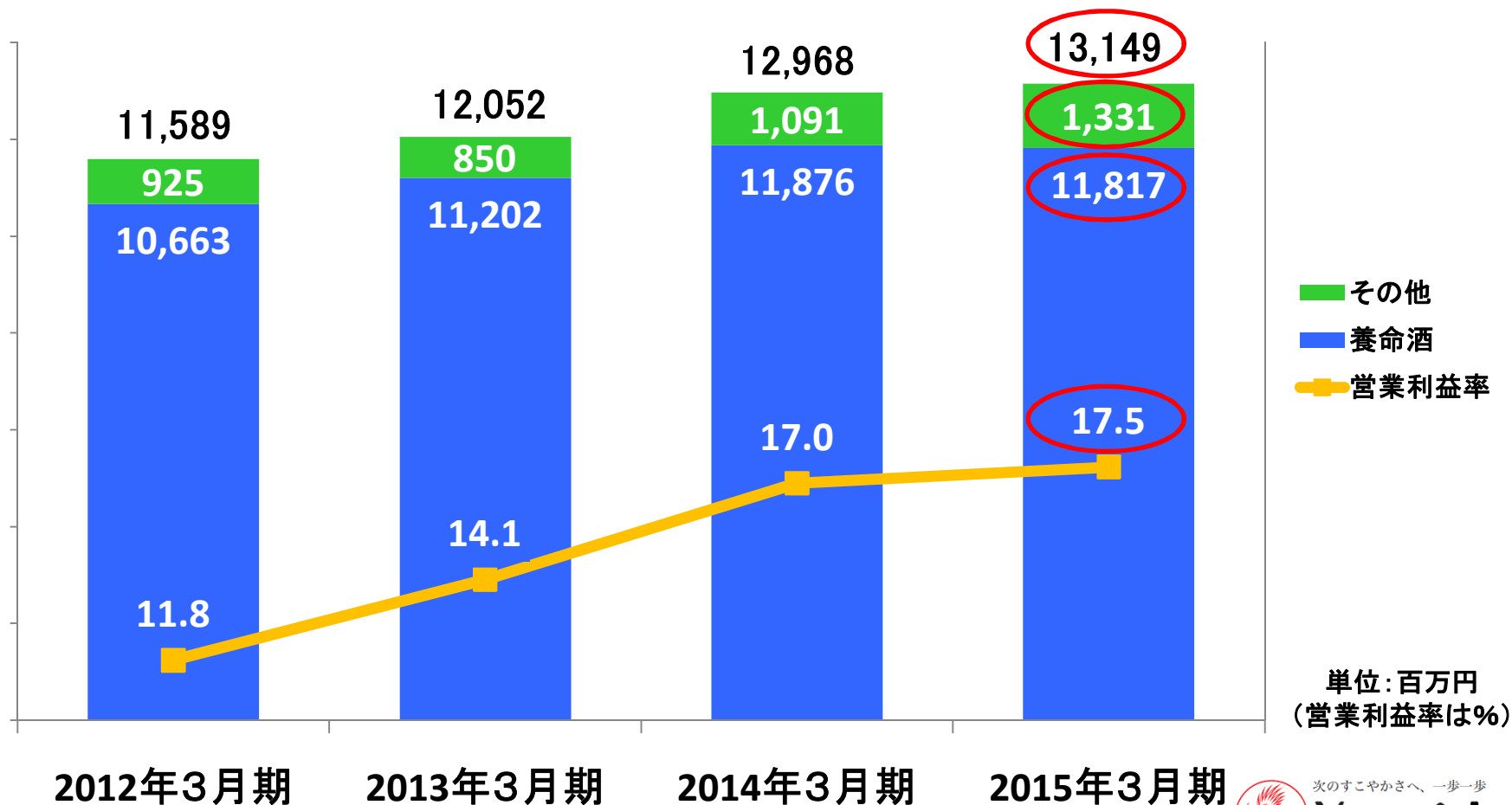
「新規事業領域の拡大と成長性の確保」

	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」 	<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」 ・「グレープフルーツとジンジャー」 ・「ハーブの恵み フルーティー」 ・「HER HERBS」
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」 	<ul style="list-style-type: none"> ・「食べる前のうるる酢 ビューティー」 全国販売、リニューアル
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 	



前中期経営計画(2012~2014年度)振り返り

売上高及び営業利益率の推移



新中期経営計画(2015~2017年度)

経営理念とあるべき姿

【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

【企業ビジョン】

健全で、強い、良い会社

【事業ビジョン】

ポジティブエイジングケアカンパニーとして、
健やかに、美しく、歳を重ねることに貢献する

【中期経営計画 基本方針】

持続的成長に向けた新規事業領域の確立



新中期経営計画(2015~2017年度)

目標とする経営指標

売上高145億円以上

養命酒 120億円
(国内 115億円、海外5億円)
その他 25億円

営業利益率15%以上

ROE(自己資本利益率)5%



新中期経営計画(2015~2017年度)

経営戦略

1. 新規事業領域の成長基盤の構築

- 商品開発力と販売力の強化

2. 薬用養命酒の収益体質の維持

- 新規飲用者の獲得と既存飲用者の維持
- 仕入、製造、販売、マーケティング、管理が一体となった収益構造の一層の改善

3. 生活者視点に立った事業活動を基盤としたCSR経営の推進

- コーポレートガバナンスの強化
- 人材の育成
- ステークホルダーへの適切な対応

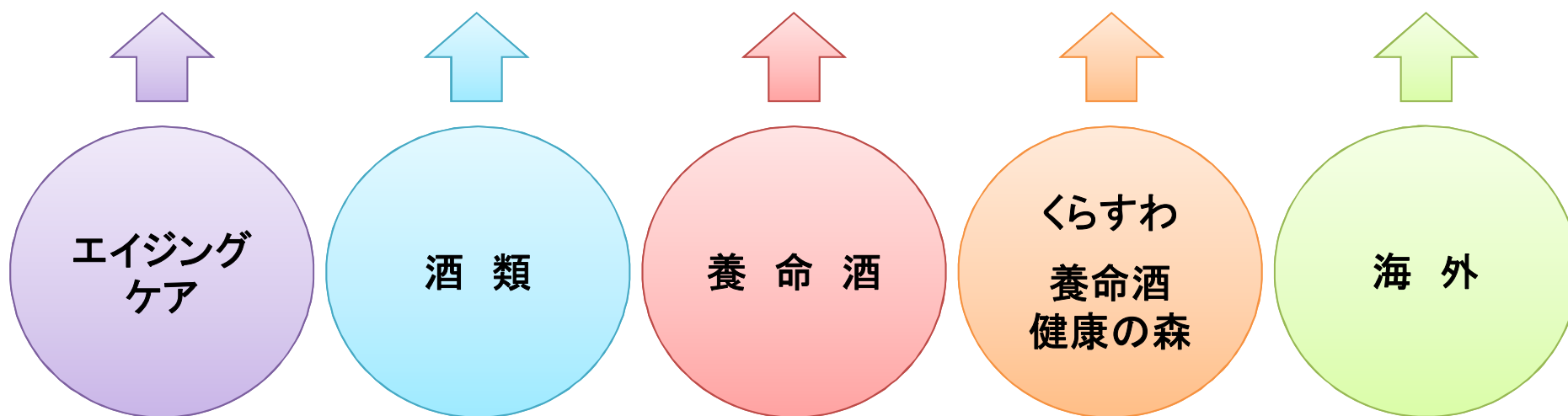


新中期経営計画(2015~2017年度)

事業ビジョン

■ 商品・サービスの方向性の明確化

「ポジティブエイジングケアカンパニーとして、
健やかに、美しく、歳を重ねることに貢献する」

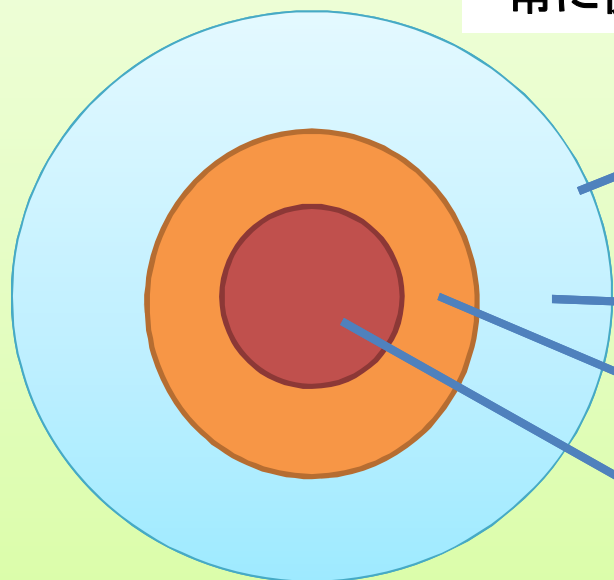


新中期経営計画(2015~2017年度)

養命酒製造のお客様

ナチュラル健康志向

- ・ナチュラル感、自然由来、作用が穏やか
- ・身体に優しく安心
- ・常に健康や体調に不安を抱える



企業ブランドファン

(養命酒製造株式会社という企業ブランドに親和性、信頼を持つ)

養命酒に興味関心

ライトユーザー

(年1本以下の現在飲用者)

ミドル・ヘビーユーザー

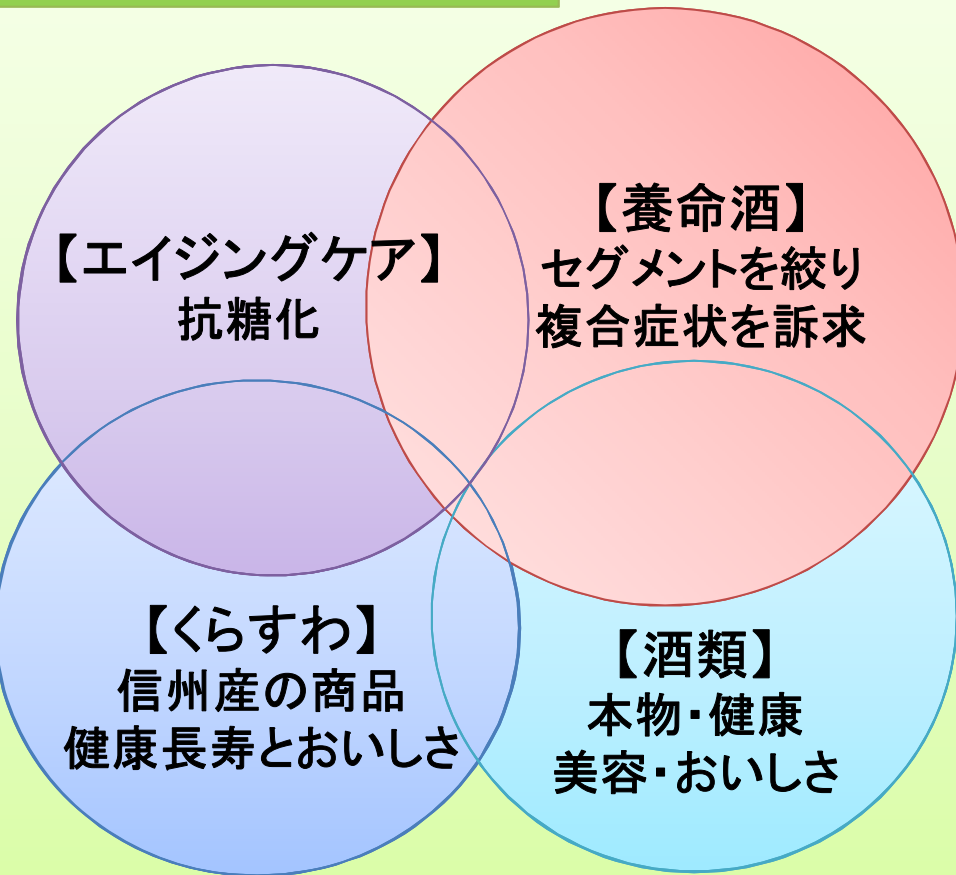
(年2-7本以上の現在飲用者)



新中期経営計画(2015~2017年度)

事業の相関と伝える商品価値

ナチュラル健康志向



商品価値

当社の企業イメージ

伝統・健康
信頼・安心・安全

+

強化する価値

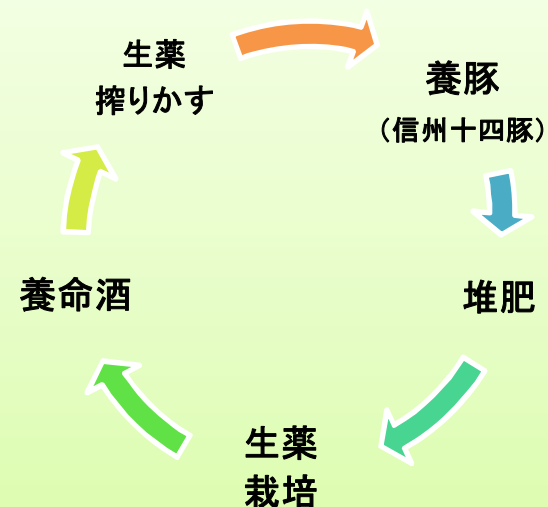
効果感
素材へのこだわり
天然由来
おいしさ



新中期経営計画(2015~2017年度)

CSR経営の推進

- ・健康セミナーの開催や健康情報の発信
- ・環境、自然、循環型社会に対応する活動
(養命酒などの生薬搾りかすの活用)
- ・鶴ヶ島太陽光発電所の環境教育施設
eコラボつるがしま (防災拠点としても活用)
- ・養命酒健康の森(駒ヶ根工場)
(多様性のある森林の保護)



生活者視点に立った事業活動を基盤としたCSR経営の推進





次のすこやかさへ、一步一步

Yomeishu

時代をこえて受け継がれ、
積み重ねてきた知恵と技術を大切にしながらも、
私たちが立ち止まることはありません。

次のすこやかさへ、一步一步

お客様のすこやかな日々に寄り添うために
私たちは、たゆまぬ歩みで
新しい可能性を追求し続けます。



3. 2016年3月期の見通しと施策



2016年3月期のポイント

「養命酒関連事業」目標売上高 13,220百万円

(1) 「養命酒」目標売上高11,890百万円

- ①国内「養命酒」 11,390百万円
- ②海外「養命酒」 490百万円

(2) 「その他の商品・サービス」目標売上高1,330百万円

(主な内訳)

- ①「酒類」 420百万円
- ②「エイジングケア商品」 280百万円
- ③「くらすわ・養命酒健康の森」 510百万円

「その他」目標売上高 240百万円

- (1) 不動産賃貸
- (2) 鶴ヶ島太陽光発電所



(1)「養命酒」

①国内

■ テレビCM

◆ 「胃腸不調」「肉体疲労」「冷え症」を軸に、「養命酒」の複合症状の解決という価値を浸透、深化



■ 広告と連動した効率的・効果的な店頭活動

■ クロスメディアによる販売促進

◆ テレビ、新聞、雑誌、ラジオ、屋外広告、ウェブ、店頭を連動して展開

■ イベント、キャンペーン

◆ 「養命酒だより」「元気通信」登録者の伸長
◆ 健康セミナー開催



②海外

■養命酒

- ◆ 台湾を重点市場と位置付け
- ◆ 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
 - ・お客様とのコミュニケーションの強化
- ◆ 流通における推進環境の整備(流通施策、量販店)
- ◆ 適切なプロモーションの実施
(ニーズの把握、訴求ポイントの明確化)

■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 「エイジングケア商品」(食べる前のうるる酢)

■ 「食べる前のうるる酢スパークリング」

関東1都6県のコンビニエンスストアを中心

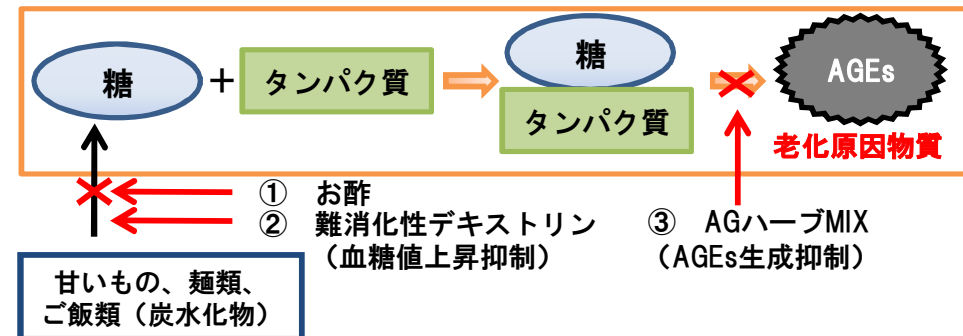
■ 「食べる前のうるる酢ビューティー」

全国のスーパーマーケットを中心(一部ドラッグストア)

■ 「抗糖化の機能を背景に持つ商品」の開発、販売

■ 販売促進・・・商品価値(抗糖化)の説明、訴求

- ◆ 店頭での販促物の設置、試飲会、サンプリング実施
- ◆ 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



※糖化とは・・・体内のタンパク質と糖が結びついてAGEs(最終糖化産物)ができること



② 「酒類」(「ハーブの恵み」「フルーツとハーブのお酒」「HER HERBS」)

- ◆ 「ナチュラル健康志向」のお客様に向けた商品の拡充
- ◆ 「ナチュラル健康」テーマでの販売促進活動
- ◆ 店頭、ウェブでの「安心・安全・自然・本物志向」の訴求、認知拡大
- ◆ 試飲会、イベント出展、サンプリングの実施



③「くらすわ・養命酒健康の森」

1. 「くらすわ」・・・信州発、健康長寿と美味しさを訴求

■ 店舗施策

- ◆ ランチ、ディナーメニューの魅力向上
- ◆ 売れ筋商品の強化
- ◆ イベント開催による集客(5周年感謝祭等)

■ 販路の拡大

- ◆ 販売チャネルの開拓、信州十四豚(精肉)
- ◆ デパートやスーパーでの催事出店、MIDORI長野



2. 「養命酒健康の森」・・・未来の里山の推進

- ◆ 森の環境整備(里山づくり)
- ◆ 里山体験イベント開催



養命酒健康の森
カフェテラス



2016年3月期業績予想

(単位:百万円)

	2015年3月期		2016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	13,149	100.0	6,180	100.0	1.1	13,460	100.0	2.4
売上原価	4,257	32.4	2,050	33.2	2.8	4,310	32.0	1.2
売上総利益	8,891	67.6	4,120	66.7	0.1	9,140	67.9	2.8
販売費及び一般管理費	6,594	50.1	3,450	55.8	5.6	7,110	52.8	7.8
営業利益	2,297	17.5	670	10.8	△ 21.1	2,030	15.1	△ 11.6
経常利益	2,595	19.7	810	13.1	△ 19.1	2,280	16.9	△ 12.2
当期純利益	1,857	14.1	800	12.9	△ 5.1	1,780	13.2	△ 4.2

設備投資額779百万円(対前期460百万円増)、研究開発費509百万円(対前期124百万円増)
減価償却費522百万円(対前期34百万円増)

- ◆ 売上高は13,460百万円(前期比2.4%増)と増収を見込む
- ◆ 新商品にかかる販売促進活動や研究開発等に積極的に投資
- ◆ 営業利益は2,030百万円(前期比11.6%減)、経常利益は2,280百万円(前期比12.2%減)、当期純利益は、1,780百万円(前期比4.2%減)を見込む
- ◆ 予想期末配当金は1株につき40円(配当性向30%、36円配当を下限)
(2015年10月1日に2株を1株に株式併合予定)



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。

