

2018年3月期

第2四半期決算説明会

2017年11月15日
養命酒製造株式会社



Yomeishu 次のすこやかさへ、一步一步

本日の予定

1. 2018年3月期 第2四半期決算概要
2. 中期経営計画(2015～2017年度)
3. 2018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	122億円(2017年3月期)
経常利益	19億円(2017年3月期)
従業員数	272名(2017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福島6-2-6
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

- 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

1. 2018年3月期 第2四半期決算概要

2018年3月期第2四半期のポイント

売上高 5,177百万円(前年同期比8.0%減)

「養命酒関連事業」売上高 5,035百万円(前年同期比8.3%減)

(1)「養命酒」売上高 3,943百万円(前年同期比14.9%減)

- ①国内「養命酒」 3,847百万円
- ②海外「養命酒」 95百万円

(2)「その他商品・サービス」売上高 1,092百万円(前年同期比27.8%増)

(主な内訳)

- ①「酒類」 424百万円
- ②「エイジングケア商品」 322百万円
- ③「くらすわ・養命酒健康の森」 315百万円

「その他」売上高 141百万円(前年同期比4.2%増)

- (1)鶴ヶ島太陽光発電所
- (2)不動産賃貸

(1)「養命酒」売上高 3,943百万円(前年同期比14.9%減)

①国内「養命酒」売上高3,847百万円(前年同期比14.3%減)

主な要因:6月の改正酒税法施行に伴う店頭における販売価格上昇の影響

- ◆ 商品パッケージのリニューアルによる商品価値の向上、利便性向上
- ◆ 広告キャラクターとして藤井隆さん・乙葉さん夫妻を起用
- ◆ テレビスポット広告等の各種広告の集中投下、店頭販売促進活動の強化



②海外「養命酒」売上高95百万円(前年同期比33.6%減)

主な要因:商品パッケージリニューアルに備え香港への輸出を控えたこと

- ◆ 商品理解の促進と購買意欲の向上
- ◆ 主要輸出先(台湾・香港・マレーシア・シンガポール)の市場環境に即した販売促進活動

(2)「その他商品・サービス」売上高 1,092百万円（前年同期比27.8%増）

①「酒類」424百万円（前年同期比55.4%増）

- ◆ 「フルーツとハーブのお酒」等のコンビニエンスストアへの販路拡大、新フレーバー追加
- ◆ 「はちみつのお酒」等の投入
- ◆ 「健康のお酒」シリーズ「ハーブの恵み」「琥珀生姜酒」「高麗人参酒」の営業活動強化
- ◆ 美容と健康を訴求した売場提案、店頭露出の拡大、ウェブキャンペーン実施



キャンペーン期間：2017年6月20日(火)～2017年7月31日(月)



②「エイジングケア商品」322百万円(前年同期比29.4%増)

- ◆ 「生姜黒酢」「高麗人参黒酢」発売
- ◆ 「グミ×サプリ」商品リニューアル
- ◆ 「食べる前のうるる酢ビューティー」新フレーバー追加
- ◆ 通販カタログ販売、保険薬局での「養命酒製造の黒酢」が寄与



③「くらすわ・養命酒健康の森」 315百万円(前年同期比6.3%増)

- ◆ 「くらすわ」ショップと通信販売が堅調に推移
- ◆ 駒ヶ根工場見学施設「養命酒健康の森」4月リニューアルオープン



「その他」売上高 141百万円(前年同期比4.2%増)

(1) 鶴ヶ島太陽光発電所

(2) 不動産賃貸

環境教育施設eコラボつるがしま
(鶴ヶ島太陽光発電所に併設)



商品・サービス別売上高

(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	5,489	97.6	5,035	97.3	△ 453	△ 8.3
養命酒	4,634	82.4	3,943	76.2	△ 690	△ 14.9
国内「養命酒」	4,490	79.8	3,847	74.3	△ 642	△ 14.3
海外「養命酒」	143	2.6	95	1.8	△48	△33.6
その他商品・サービス (主な内訳)	855	15.2	1,092	21.1	237	27.8
酒類	272	4.9	424	8.2	151	55.4
エイジングケア商品	248	4.4	322	6.2	73	29.4
くらすわ・養命酒健康の森	296	5.3	315	6.1	18	6.3
その他(太陽光発電、不動産賃貸)	136	2.4	141	2.7	5	4.2
合計	5,625	100.0	5,177	100.0	△ 447	△ 8.0

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	5,625	100.0	5,177	100.0	△ 447	△ 8.0
売上原価	1,943	34.5	1,943	37.5	0	0.0
売上総利益	3,682	65.5	3,234	62.5	△ 447	△ 12.2
販売費及び一般管理費	3,162	56.2	3,165	61.1	2	0.1
営業利益	519	9.2	69	1.3	△ 449	△ 86.6
経常利益	693	12.3	241	4.7	△ 451	△ 65.1
四半期純利益	492	8.7	166	3.2	△ 325	△ 66.1

- ◆ 売上高は、「養命酒」の売上が減少、「その他商品・サービス」は増加し
5,177百万円(前年同期比8.0%減)
- ◆ 「養命酒」の売上減少により、営業利益69百万円(同86.6%減)、
経常利益241百万円(同65.1%減)、四半期純利益166百万円(同66.1%減)

貸借対照表

(単位:百万円)

	2017年3月末		2017年9月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	11,033	24.8	10,113	22.8	△920	
固定資産	33,517	75.2	34,313	77.2	795	
資産合計	44,551	100.0	44,426	100.0	△125	現金及び預金、保有株式時価の増加 有価証券の減少
流動負債	2,314	5.2	1,819	4.1	△494	買掛金、その他に含まれる未払金の 減少
固定負債	3,446	7.7	3,703	8.3	256	繰延税金負債の増加
負債合計	5,761	12.9	5,522	12.4	△238	
株主資本 (うち自己株式)	33,753 (△ 5,002)	75.8 (△ 11.2)	33,396 (△ 4,975)	75.2 (△ 11.2)	△356 (26)	利益剰余金の減少
評価・換算差額等	5,036	11.3	5,506	12.4	470	その他有価証券評価差額金の増加
純資産合計	38,790	87.1	38,903	87.6	113	
負債・純資産合計	44,551	100.0	44,426	100.0	△125	

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	604	337	税引前四半期純利益の減少
投資活動によるCF	△ 726	△ 1,010	駒ヶ根工場見学施設のリニューアル等 設備投資額の増加
財務活動によるCF	△ 552	△ 550	配当金の支払い
現金及び現金同等物の 増減額	△ 674	△ 1,224	
現金及び現金同等物の 期首残高	2,938	2,878	
現金及び現金同等物の 期末残高	2,264	1,653	

2. 中期経営計画(2015～2017年度)

中期経営計画(2015～2017年度)

基本方針

- 持続的成長に向けた新規事業領域の確立

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

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%

【2017年度業績予想】

売上高114億6千万円

養命酒 90億9千万円
(国内86億3千万円、海外4億5千万円)
その他 23億7千万円

営業利益率6.1%

ROE(自己資本利益率)1.8%

- ◆ 2017年度の業績予想は国内「養命酒」の売上が6月の酒税法改正に伴い店頭における販売価格が上昇したことの影響等により減少
- ◆ 10月11日に業績予想の修正を開示
- ◆ 「その他」の売上高はほぼ目標数値となる見込み

国内「養命酒」の販売環境の変化と対応する施策

- ◆ 酒税法改正の廉売規制に伴う店頭価格適正化により、流通において利益商品となり、小売店では販売本数は減少したものの売上金額は前年を上回り、利益は大幅改善
→ 販売意欲の向上により、店頭販売促進活動を実施しやすい環境に
- ◆ 店頭価格差縮小による販売チャネルの拡大
→ 一般店、調剤薬局等への商品情報の提供、販売方法の提案等、営業活動を強化
- ◆ 1,000mLから小容量の700mLへの移行
→ 1,000mLと700mLの2種類が店頭に並ぶことで購買機会が拡大
- ◆ 商品パッケージリニューアルを実施
→ お客様の利便性の向上



3. 2018年3月期の見通しと施策

2018年3月期のポイント

売上高 11,460百万円(前年同期比6.7%減)

「養命酒関連事業」目標売上高 11,200百万円(前年同期比6.8%減)

(1) 「養命酒」目標売上高9,090百万円(前年同期比12.2%減)

- ①国内「養命酒」 8,630百万円
- ②海外「養命酒」 450百万円

(2) 「その他商品・サービス」目標売上高2,110百万円(前年同期比27.5%増)

(主な内訳)

- ①「酒類」 890百万円
- ②「エイジングケア商品」 560百万円
- ③「くらすわ・養命酒健康の森」 580百万円

「その他」目標売上高 260百万円(前年同期比1.5%減)

- (1) 鶴ヶ島太陽光発電所
- (2) 不動産賃貸

(1)「養命酒」

①国内

継続飲用者の維持、新たな顧客を取り込むための
営業活動の強化とプロモーションを展開

■ **営業活動** 販売環境の変化を捉え、「養命酒」の営業活動を強化

- ◆ **販売主力業態であるドラッグストアでの店頭販促**
 - ・露出拡大、店内放送、POPの設置による訴求
 - ・プロモーションメッセージと連動した訴求活動
- ◆ **新規チャネル開拓(一般店、調剤薬局等)による新規顧客獲得**
 - ・調剤薬局での取扱い拡大
- ◆ **通販での販売拡大**



■ プロモーション活動

- ◆ 10月下旬からテレビ、ラジオ、新聞、雑誌、屋外広告を集中的に実施
- ◆ ウェブ特設サイトとキャンペーンによる情報拡散



「養命酒」のウェブ特設サイト



「養命酒こたつ」プレゼントキャンペーン

新規顧客獲得のため、養命酒ブランドの若返りと顧客像の変化を目指す

- ◆ メインの訴求対象は30・40代の層を意識するとともにアクティブシニア層も重視
- ◆ ネガティブな症状訴求から、ポジティブなイメージ訴求

【訴求メッセージ】

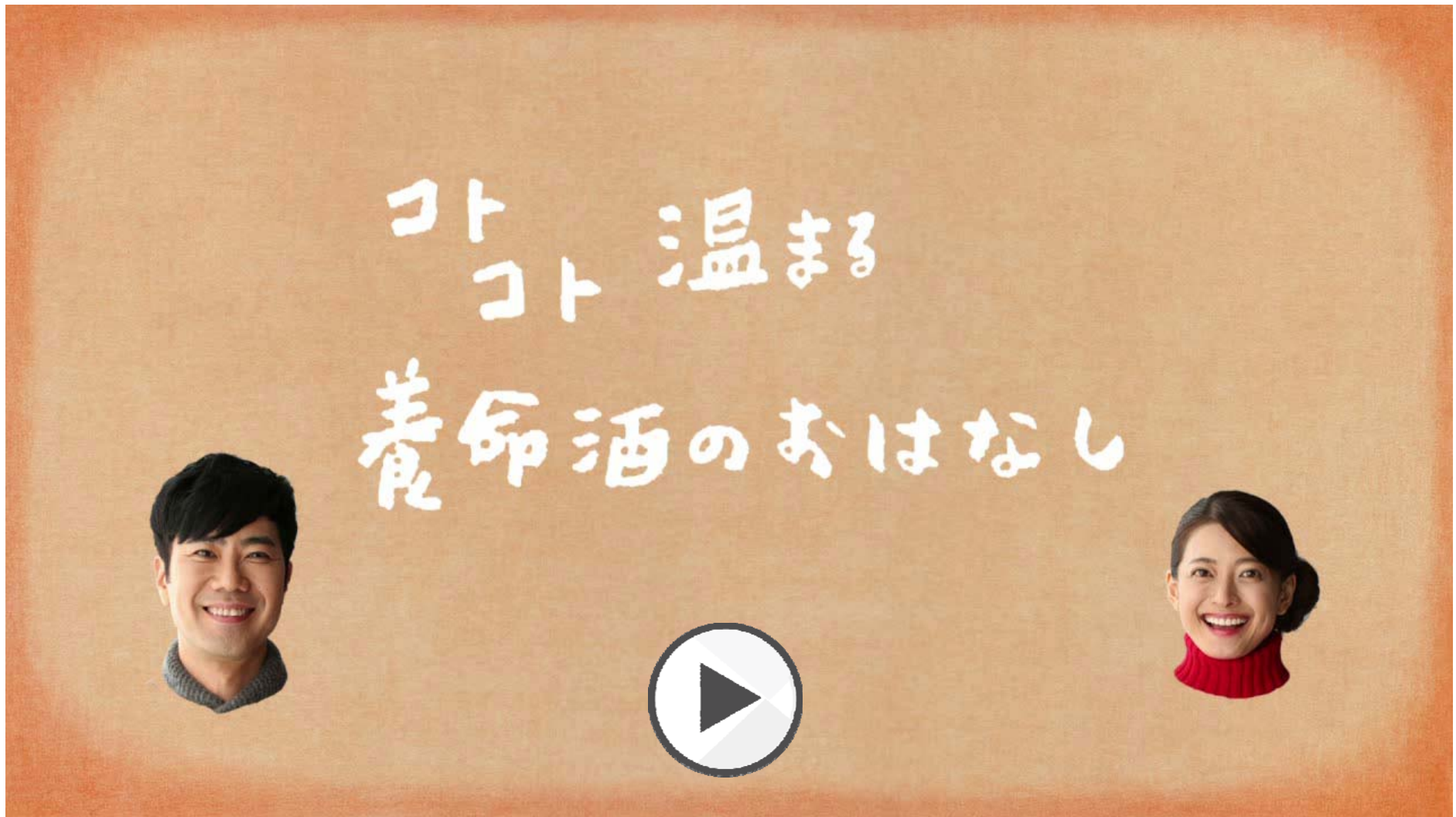
「からだ コトコト 温めよう」



藤井隆さん、乙葉さん夫妻を広告キャラクターに起用



三陸鉄道とのコラボレーションによる 養命酒きたつ列車運行



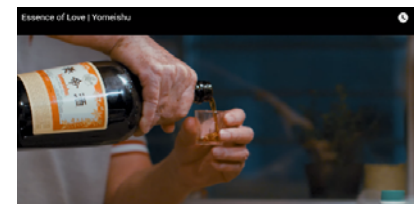
②海外

■養命酒(台湾・香港・マレーシア・シンガポール等)

- ◆ 台湾駐在員事務所での市場調査
- ◆ 各国の市場環境に即したマーケティング活動
 - ・飲用者の絞り込みと効果的な媒体選択、コミュニケーション施策

■輸出領域の拡大

- ◆ 各国免税店やアジア新規市場への「養命酒」の輸出
- ◆ 「フルーツとハーブのお酒」等の輸出



シンガポールのショートフィルム

(2) 「その他商品・サービス」

① 「酒類」

- ◆ 「フルーツとハーブのお酒」の「タップゲーム」「プレゼントキャンペーン」実施
- ◆ ウェブ等の活用による認知拡大と情報拡散
- ◆ 「健康のお酒」シリーズは「ホット飲み」「温活」をテーマに健康棚のニーズ拡大
- ◆ ドラッグストアへの販売チャネルの拡大



キャンペーン期間:2017年9月14日~2017年11月13日



ドラッグストア店頭での電子POP素材

②「エイジングケア商品」

■ お酢飲料の売場定着

- ◆ 「食べる前のうるる酢 ラズベリー×プルーン味」の鉄分訴求
- ◆ 「生姜黒酢」「高麗人参黒酢」の試飲会



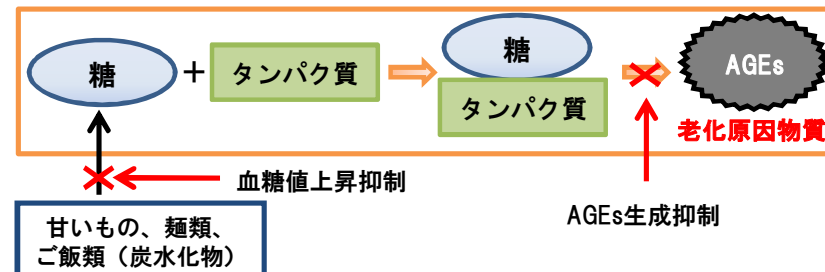
■ 販路拡大

- ◆ 「グミ×サプリ」の販路拡大
- ◆ 通販カタログ販売の強化(野菜楽膳スープ発売)



■ 新たなカテゴリー商品の投入

- ◆ 機能性表示食品、栄養機能食品の開発
- ◆ 抗糖化素材の開発



※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

③「くらすわ・養命酒健康の森」

1. 「くらすわ」

■ 店舗施策

- ◆ 商品開発チームによるオリジナル商品投入
- ◆ レストランウェディング、宴会需要の強化
- ◆ イベント(秋の大収穫祭)開催による集客

■ 外部販売

- ◆ 信州十四豚等の外部販売取引先の開拓

2. 「養命酒健康の森」

- ◆ 健康市民講座や体験型イベントの拡充



2018年3月期業績予想

(単位:百万円)

	2017年3月期		2018年3月期(予想)		対前期増減率(%)
		構成比 (%)		構成比 (%)	
売上高	12,276	100.0	11,460	100.0	△ 6.7
売上原価	4,062	33.1	4,090	35.7	0.7
売上総利益	8,213	66.9	7,370	64.3	△ 10.3
販売費及び一般管理費	6,556	53.4	6,660	58.1	1.6
営業利益	1,657	13.5	700	6.1	△ 57.8
経常利益	1,963	16.0	1,010	8.8	△ 48.6
当期純利益	1,368	11.1	700	6.1	△ 48.9

設備投資額689百万円(対前期44百万円増)、研究開発費481百万円(対前期29百万円減)
減価償却費645百万円(対前期94百万円増)

- ◆ 売上高は11,460百万円(前年同期比6.7%減)を見込む
- ◆ 営業利益は「養命酒」売上高の減少により700百万円(同57.8%減)、
経常利益1,010百万円(同48.6%減)、当期純利益700百万円(同48.9%減)を見込む
- ◆ 予想期末配当金は1株につき40円

株主優待品の内容決定 自社商品詰め合わせ

継続保有期間
3年未満の株主様

1,500円相当の
自社商品詰め合わせ

A
コース



B
コース



継続保有期間
3年以上の株主様

3,000円相当の
自社商品詰め合わせ

A
コース



B
コース



※一部商品が変更となる場合があります。写真はイメージです。

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。