



Yomeishu

次のすこやかさへ、一步一步

2022年3月期 決算説明資料

養命酒製造株式会社 (2540)

2022年5月27日

 目次

1. 2022年3月期 決算概要
2. 商品別の状況
3. 新中期経営計画
4. 2023年3月期の見通し
5. 配当方針

1. 2022年3月期決算概要

損益計算書 (P/L)

(単位：百万円)

	2021年3月期		2022年3月期		増減額	増減率 (%)
		構成比 (%)		構成比 (%)		
売上高	10,383	100.0	10,577	100.0	193	1.9
売上原価	3,996	38.5	3,892	36.8	△104	△2.6
売上総利益	6,386	61.5	6,684	63.2	297	4.7
販売費及び一般管理費	5,738	55.3	5,688	53.8	△50	△0.9
営業利益	648	6.2	996	9.4	348	53.7
経常利益	1,009	9.7	1,361	12.9	351	34.9
当期純利益	807	7.8	949	9.0	142	17.6

商品・サービス別売上高

(単位：百万円)

	2021年3月期		2022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	10,008	96.4	10,193	96.4	185	1.9
養命酒	8,015	77.2	8,404	79.5	388	4.8
国内「養命酒」	7,743	74.6	8,052	76.1	309	4.0
海外「養命酒」	271	2.6	351	3.3	79	29.3
その他商品・サービス	1,992	19.2	1,789	16.9	△203	△10.2
酒類	634	6.1	534	5.1	△99	△15.8
食品	790	7.6	578	5.5	△211	△26.8
リテール	568	5.5	676	6.4	108	19.1
その他 (不動産賃貸、太陽光発電)	375	3.6	383	3.6	8	2.2
合計	10,383	100.0	10,577	100.0	193	1.9

貸借対照表(B/S)

(単位：百万円)

	2021年3月末		2022年3月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	13,215	27.6	9,883	20.3	△3,331	現金及び預金、有価証券の減少
固定資産	34,654	72.4	38,730	79.7	4,075	長期預金、債券の増加
資産合計	47,869	100.0	48,614	100.0	744	保有株式時価評価額の増加
流動負債	1,925	4.0	1,874	3.9	△50	未払法人税等の減少
固定負債	4,379	9.1	4,560	9.4	180	
負債合計	6,305	13.2	6,434	13.2	129	
株主資本	35,563	74.3	35,999	74.1	435	
（うち自己株式）	(△4,914)	(△ 10.3)	(△4,872)	(△10.0)	(42)	
評価・換算差額等	6,001	12.5	6,180	12.7	179	
純資産合計	41,564	86.8	42,179	86.8	615	
負債・純資産合計	47,869	100.0	48,614	100.0	744	

キャッシュ・フロー計算書(C/F)

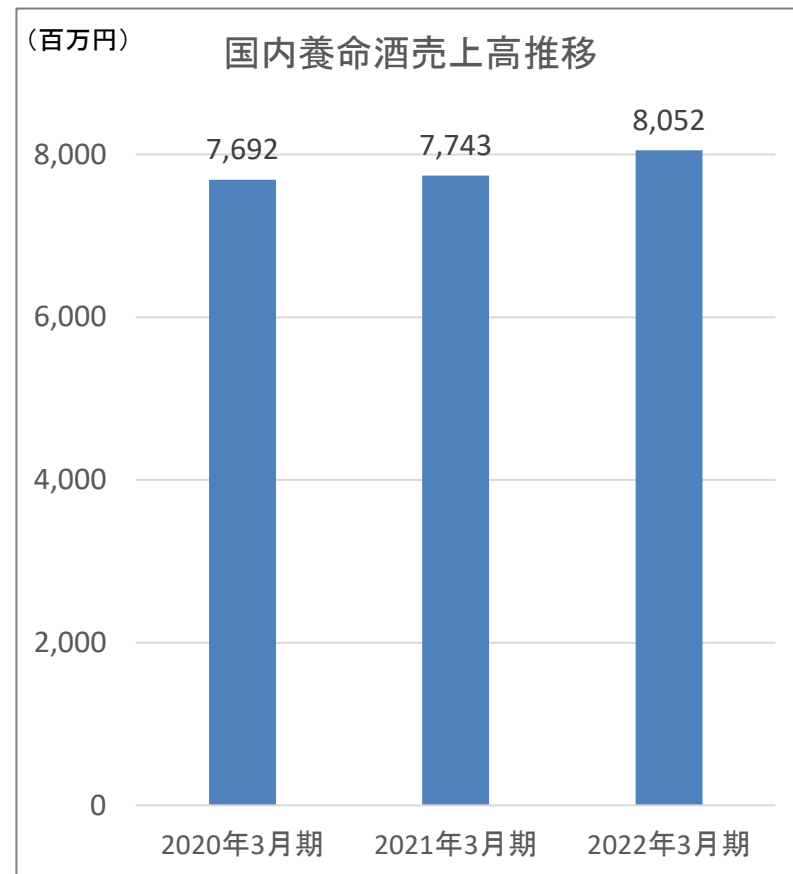
(単位：百万円)

	前期累計期間	当期累計期間	備考
営業活動によるCF	1,409	1,806	税引前当期純利益の増加 法人税等の支払額の減少
投資活動によるCF	△217	△1,399	債券購入による支出 固定資産の取得による支出
財務活動によるCF	△551	△551	配当金の支払
現金及び現金同等物の 増減額	641	△142	
現金及び現金同等物の 期首残高	1,934	2,575	
現金及び現金同等物の 期末残高	2,575	2,432	

2. 商品別の状況

■ 養命酒（国内）

国内養命酒売上高 8,052百万円（前期比4.0%増）



< 当期重点施策 >

- ・ プロモーションでの需要拡大訴求
- ・ 卸店及び取り組み企業と協働した店頭強化

< 当期取組等 >

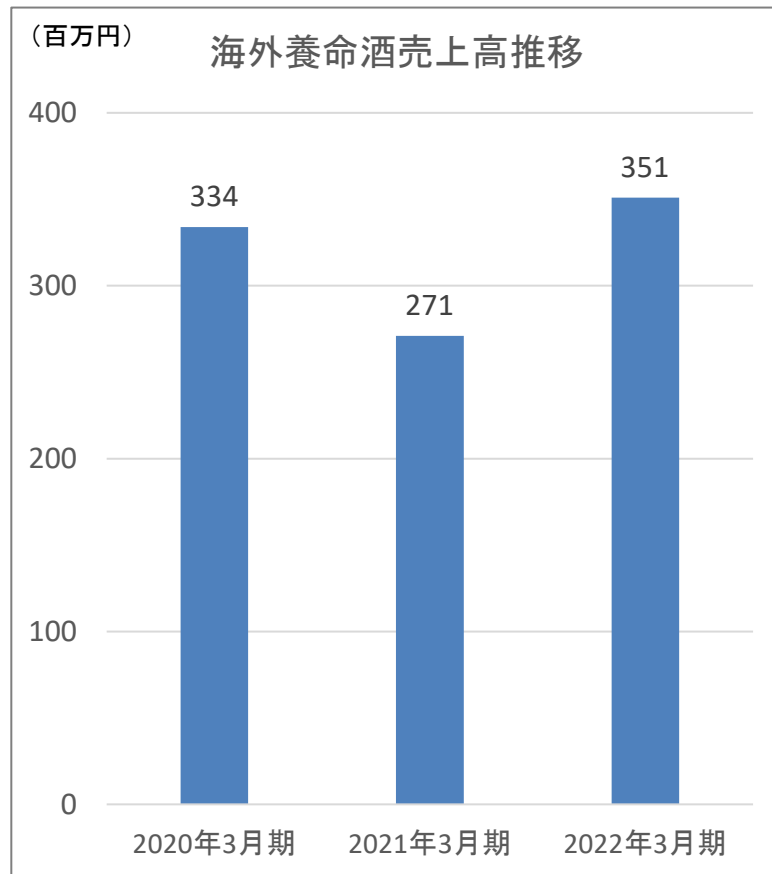
- ・ CMと連動した売り場づくりで店頭展開・露出を強化
- ・ 購入促進施策の実施（ポイント、クーポン等）
- ・ パッケージ変更（2021年10月以降順次出荷）

< 売上増減要因 >

コロナ禍で養命酒の価値が再認識されたこと、CMが年間を通じて好評であったことや、店頭での購入促進施策の継続実施等により売上が堅調に推移

■ 養命酒（海外）

海外養命酒売上高 351百万円（前期比29.3%増）



< 当期重点施策 >

- ・ 地域に合わせた広告・販促活動

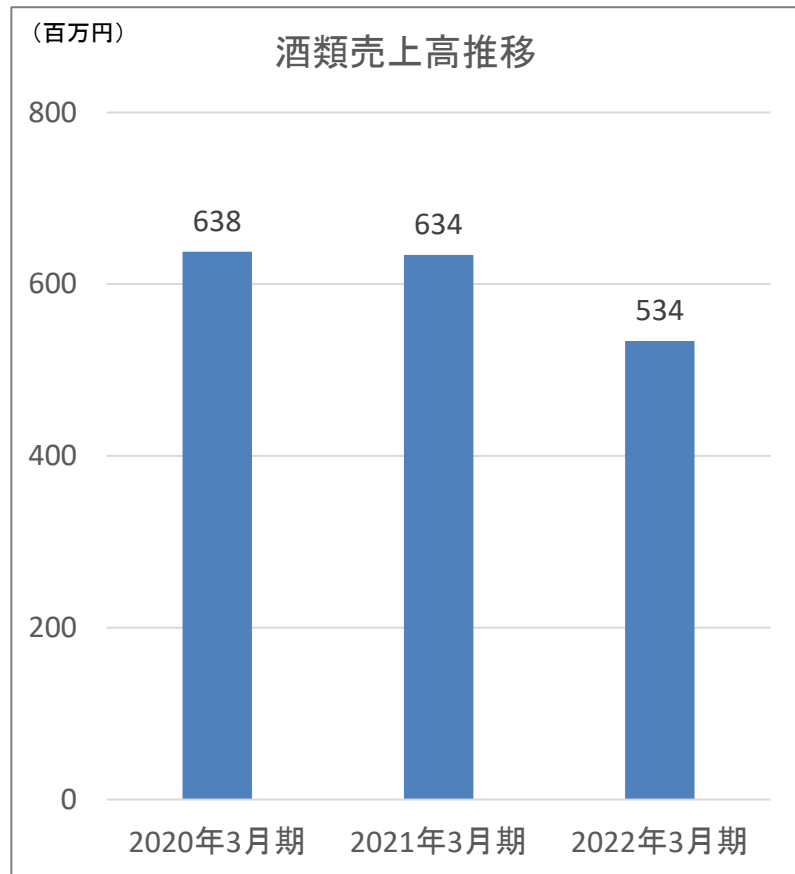
< 当期取組等 >

- ・ 春節等の季節と地域に合わせたCMやWeb広告で需要を喚起
- ・ 船便の遅れを見越し、輸出を前倒しで実施

< 売上増減要因 >

売上がコロナ前の水準へ回復傾向であるため

酒類売上高 534百万円（前期比15.8%減）



< 当期重点施策 >

- ・ 店舗取扱いアイテム数の拡大
- ・ クラフトジンの販売拡大
- ・ 台湾市場への注力

< 当期取組等 >

- ・ 採算性を意識した取組の実施
- ・ 店頭POP等による飲み方提案の実施
- ・ クラフトジン「香の雫」700ml海外及び通販にて発売開始

< 売上増減要因 >

「クラフトジン」の売上が増加した一方、「フルーツとハーブのお酒」の売上がコンビニ中心に減少

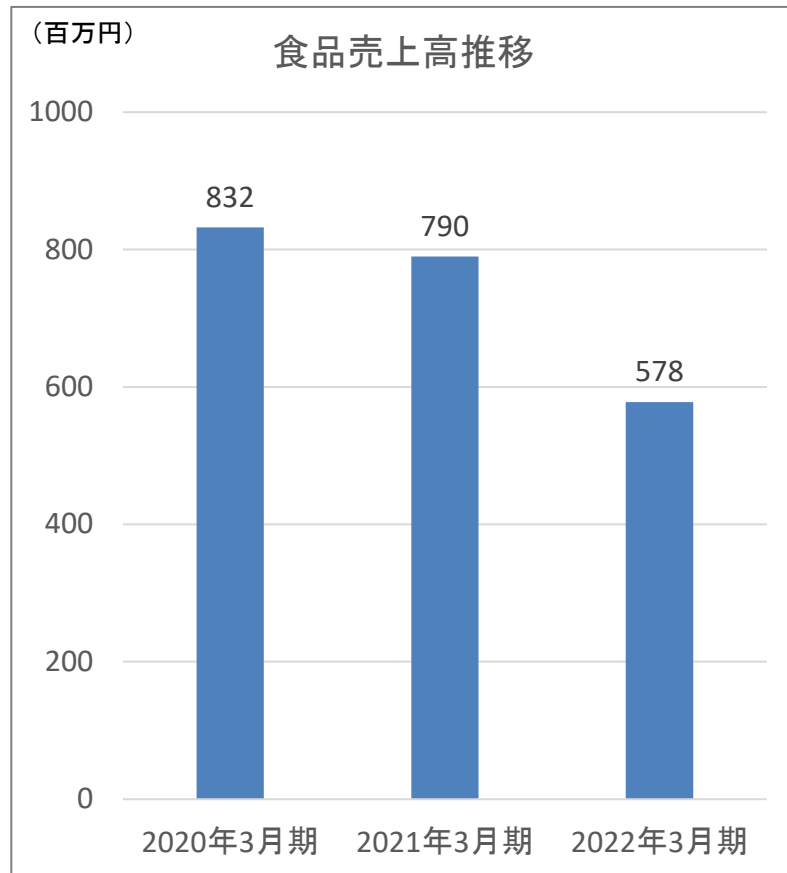
■ IWSC2022 銀賞受賞

クラフトジン「香の雫」(300ml、700ml)、
「はちみつのお酒」が国際的な酒類品評会
『International Wine & Spirit Competition
(IWSC) 2022』において銀賞を受賞

IWSCとは：1969年にイギリスで創設された、ワイン・
スピリッツ・リキュールなどの世界的な酒類品評会です。
世界で最も権威と歴史のある大会として認知されています。



食品売上高 578百万円（前期比26.8%減）



< 当期重点施策 >

- ・ プロモーションでの需要拡大訴求
- ・ 養命酒ブランドを活かした店頭展開

< 当期取組等 >

- ・ 採算性を意識した取組の実施
- ・ CMの放映（BS放送）、新聞広告の実施
- ・ 販売チャネル及び取扱い店舗数の拡大に向けた活動

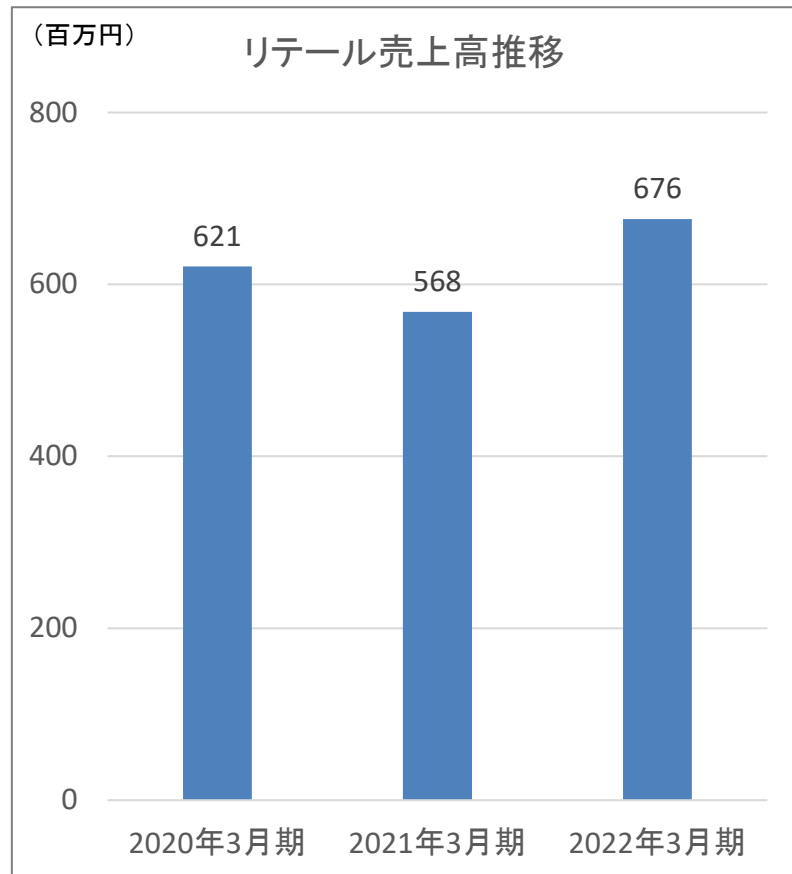
< 売上増減要因 >

養命酒製造クロモジのど飴のコンビニ等での販売及び食べる前のうるる酢等の郵便局でのカタログ販売が減少

※2020年3月期の売上高には「ヘルスケア」を組み込んでおります。

リテール

リテール売上高 676百万円（前期比19.1%増）



< 当期重点施策 >

- ・ 「養命酒健康の森」 営業再開
- ・ 新型コロナウイルス感染症対策による安心・安全の提供
- ・ withコロナを想定した営業形態の確立
- ・ 通販チャネルの強化

< 当期取組等 >

- ・ ギフトへの注力（ショップ）
- ・ コロナ禍における柔軟な営業体制の構築
- ・ クーポン等の購入促進施策の実施（通販）
- ・ 2022年2月1日「和養生にゅうめん」新発売



< 売上増減要因 >

「養命酒健康の森」を「くらすわ駒ヶ根店」としてリニューアルオープンしたことに加え、通販チャネルが堅調に推移

3. 新中期経営計画

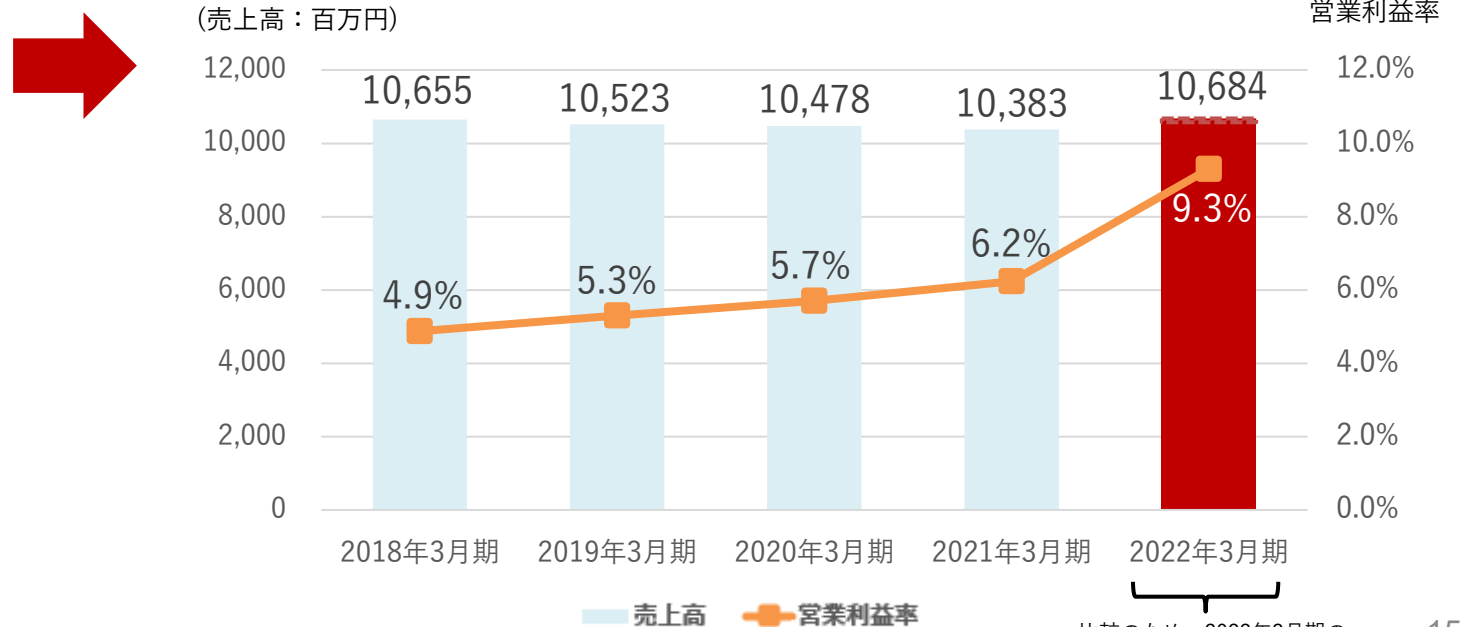
前中期経営計画の振り返り

前中期経営計画基本方針等 (2018年4月～2022年3月)

基本方針	持続的成長に向けた 事業基盤の構築
基本戦略	<ul style="list-style-type: none"> (1) 選択と集中 (2) スピードと効率 (3) コスト管理の徹底 (4) 経営基盤の強化
重要な 経営指標	売上高 営業利益率

項目	前々回中計 最終年度	前中計 最終年度	増減率
	2018年 3月期	2022年 3月期	
売上高	10,655	10,577 (10,684)	-0.7% (+0.3%)
営業利益率	4.9%	9.4% (9.3%)	+4.5pt (+4.4pt)
売上高販管費率	58.8%	53.8% (54.2%)	-5.0pt (-4.6pt)

※「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日。以下「収益認識会計基準」という。)等の適用により、2022年3月期の数値は「収益認識会計基準」適用後の数値となります。カッコ内の数値は「収益認識会計基準」適用前の数値に直して比較計算しております。



比較のため、2022年3月期の売上高も旧基準としています

前中期経営計画の振り返り

養命酒

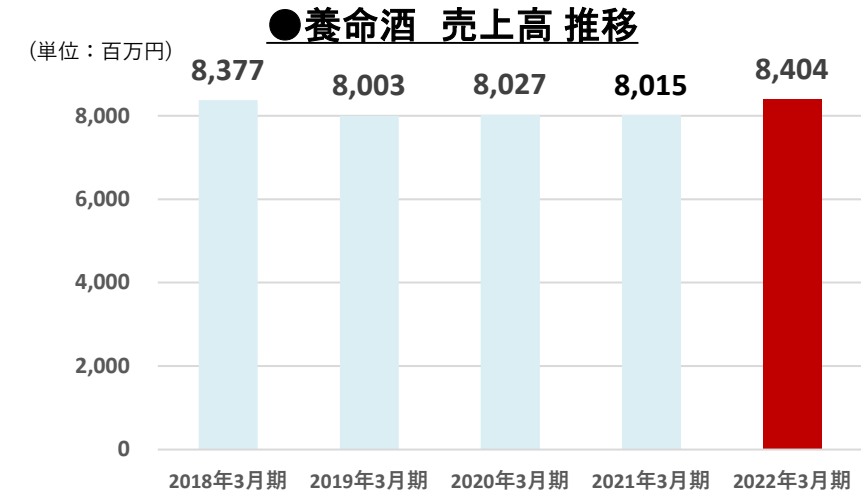
- ・ 2017年の改正酒税法の施行に伴う店頭販売価格上昇による「養命酒」の販売数量下落傾向を下げ止め

酒類・食品

- ・ 「養命酒製造クロモジのど飴」の全国展開
- ・ クラフトジン「香の森」等における外部評価の取得
- ・ 成長性・収益性には課題を残す

リテール

- ・ 「くらすわ 東京スカイツリータウン・ソラマチ店」を開業
- ・ 店舗数を5店舗へ増やし、既存店舗の売上についても回復傾向
- ※コロナウイルスの影響により、一部店舗で休業及び時短営業



外部環境認識

日本国内の少子高齢化の進行と人口減少



新型コロナウイルス感染症の拡大による
ニューノーマルな世界



世界的な不確実性の高まり



これまでと異なる様々な社会的課題の解決が企業に求められている

■ 新中期経営計画(2022年4月～2027年3月) 主要方針

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

事業ビジョン
すこやかでより良い時間を願う人々を応援する

新中期経営計画
基本戦略 次の100年に向けた成長投資と持続的成長基盤の確立
既存事業の深化と新規事業の探索を同時に行う
「両利きの経営」の推進

戦略課題 - ①
効率を重視した
既存事業の収益力強化

戦略課題 - ②
「くらすわ」ブランドを
軸としたダイレクト
チャネル事業の構築

戦略課題 - ③
サステナビリティ経営の
推進

戦略課題 - ④
事業領域の拡大に向けた
多様な人材活用と
人的資本・知的財産等の
無形資産への投資

戦略課題-①

◆効率を重視した既存事業の収益力強化

- ・生活者視点に基づくマーケティング思考の徹底
- ・開発、製造、流通、プロモーションの一貫したマーケティング戦略立案部署の設置
- ・デジタル技術を活用した事業展開と生産性の向上



養命酒



酒類

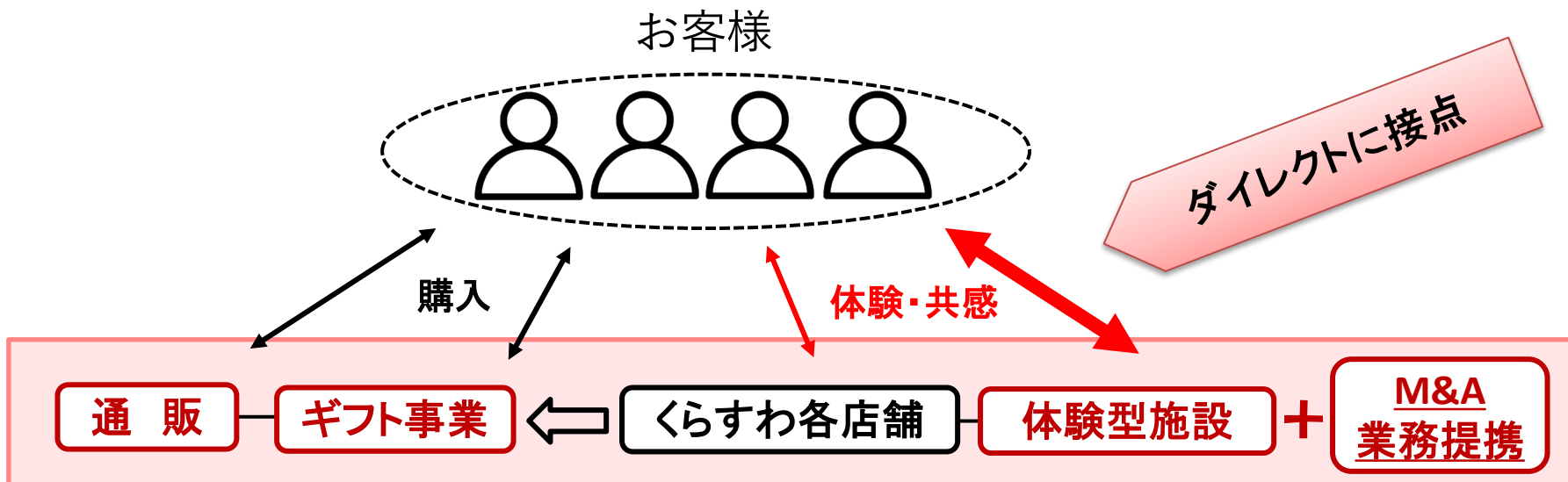


食品

戦略課題-②

◆「くらすわ」ブランドを軸としたダイレクトチャネル事業の構築

- これまで、店舗ブランドとして商業施設を中心に展開してきた「くらすわ」について、『おいしく、たのしく、すこやかに』をテーマとした事業ブランド化を図る
- 実店舗でのお客様とのコミュニケーションを通じて商品の機能や世界観、歴史、ライフスタイルに共感いただくことで通信販売やギフト向け販売と一体となった事業化を目指す
- ブランドシンボルとして、駒ヶ根工場敷地内に体験型施設の建設を計画
- 企業買収、業務提携も視野に入れたブランド強化とビジネスモデルの構築



くらすわ本店

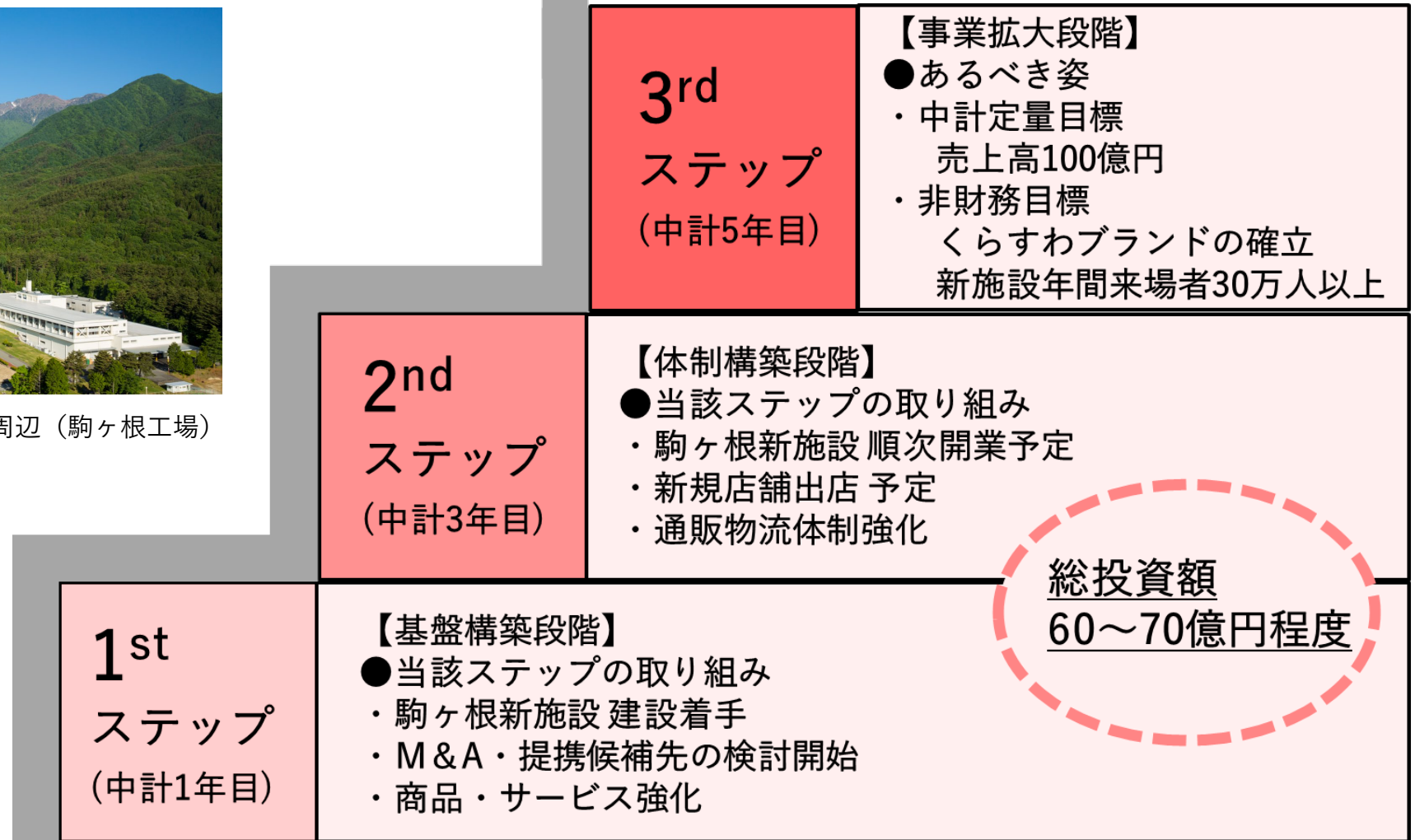
戦略課題-②

事業の成長



体験型施設建設予定地周辺（駒ヶ根工場）

● 「くらすわ」 事業化方法とステップ

































時間

戦略課題-③

◆サステナビリティ経営の推進

SDGsの理念に基づく持続可能な社会の実現と事業活動の両立を目指してまいります

重要課題（マテリアリティ）

重要課題	基本方針	取組内容	SDGs目標
「健康」 心身の健康の増進	養命酒及び当社の研究によって 開発・製造する商品やサービスで 人々の健康を増進する	養命酒の販売	   
		体験型施設を通じた健康ライフスタイルの提案	
		健康情報の発信	
「環境」 環境負荷の低減	事業活動の基盤となる「気候変動への対応、 持続可能な容器包装・水資源、資源循環型 社会の構築」に取組み、環境との調和と 共生を図る	CO2排出量削減による気候変動への対応	        
		持続可能な容器包装の実現：プラスチック製容器包装の環境配慮素材の使用	
		持続可能な水資源：森林整備による水源地域保全	
		資源循環型社会の実現：食品廃棄物（副産物・廃棄物）の再資源化	
「地域社会」 地域社会との共生	くらすわ事業（多店舗、販路拡大）を通して、 地域社会への貢献責任を拡大する	体験型施設を含む各施設の誘客による地域の活性化	       
		地域雇用の創出：くらすわ事業部全体	
		地域産業の振興および協力	
		地域の環境活動	
「人権・ダイバーシティ」 多様な人材の活用	人権と平和を擁護し、多様性に配慮した 事業活動を通じて、皆が働きやすく、 活躍できる社会の実現に貢献する	多様な人材の活躍推進	     
		労働生産性の向上（働き方改革、健康経営の推進など）	
「ガバナンス」 ガバナンスの強化	公正に事業を行う組織として ガバナンスを強化し、 社会への説明責任を果たす	サステナビリティ経営の推進	  
		コンプライアンスの強化	
		リスクマネジメント（情報セキュリティ、気候変動リスクへの対策）	

戦略課題-④

◆事業領域の拡大に向けた多様な人材活用と人的資本・知的財産等の無形資産への投資

- ・ 多様な人材の積極的起用による活力ある企業文化の醸成
- ・ 事業戦略に基づく組織対応と人材開発
- ・ ブランド、ノウハウ、顧客基盤を含めた知的財産の価値向上と活用の強化

●健康経営の推進

健康経営優良法人2022（大規模法人部門） 取得
健康優良企業（銀の認定） 更新

●「養命酒」ブランドの活用

「養命酒」によって長年培われてきたお客様との信頼関係を活かし、安定的な収益性の基盤を構築する

●「くらすわ」ブランドの確立

セカンドブランドとしての「くらすわ」の認知による事業の創造と拡大



中計最終年度(2027年3月期)定量目標

中計最終年度(2027年3月期)定量目標

売上高 200億円以上
(2022年3月期 105億円)

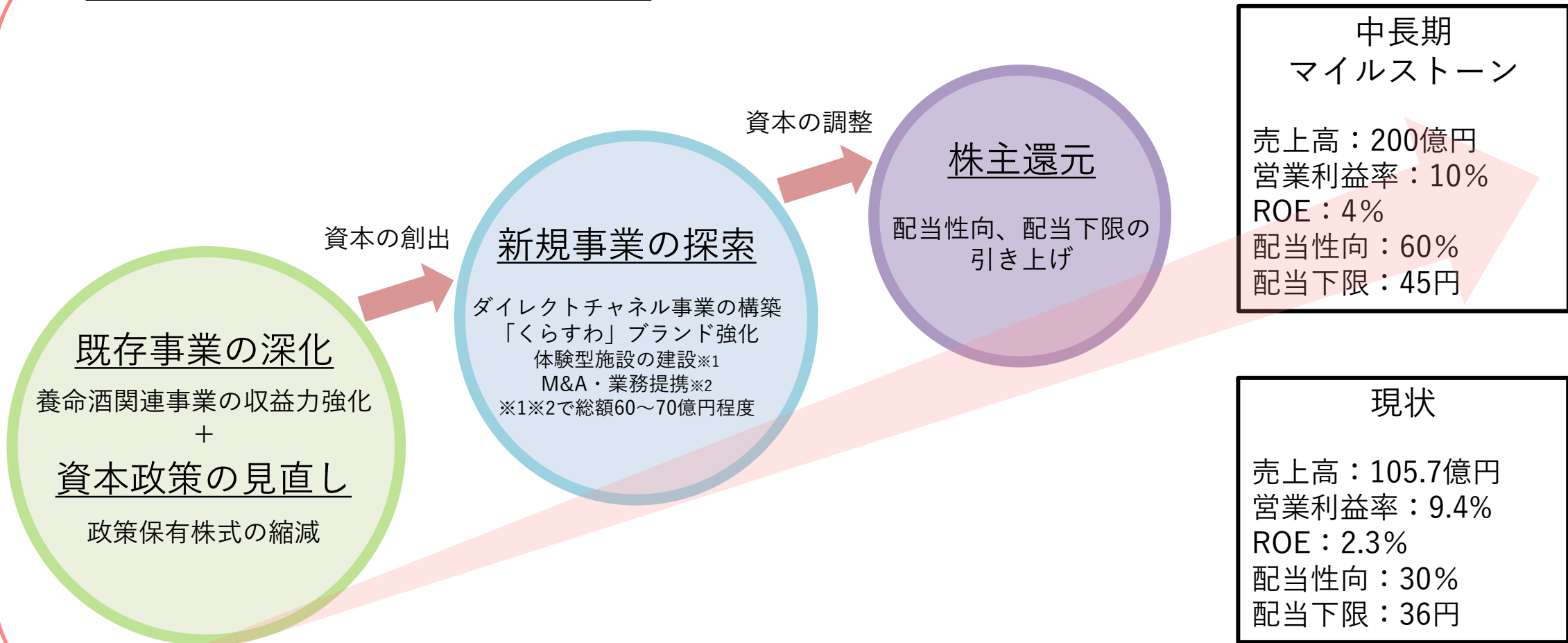
営業利益率 10%
(2022年3月期 9.4%)

ROE 4%
(2022年3月期 2.3%)

- ・ 既存事業(養命酒関連事業)100億円以上、新規事業(「くらすわ」関連事業)100億円により、売上高200億円以上
- ・ 効率を重視した既存事業の収益力強化により、営業利益率10%
- ・ 財務健全性に留意しながら成長投資を行うことで資本効率を高めつつ事業を拡大し、ROE (自己資本利益率) 4%

財務方針

◆資本政策のマイルストーン



4. 2023年3月期の見通し

通期業績（予想）

（単位：百万円）

	2022年3月期（実績）		2023年3月期（予想）		増減率（%）
		構成比（%）		構成比（%）	
売上高	10,577	100.0	10,910	100.0	3.1
売上原価	3,892	36.8	4,060	37.2	4.3
売上総利益	6,684	63.2	6,850	62.8	2.5
販売費及び一般管理費	5,688	53.8	5,840	53.4	2.7
営業利益	996	9.4	1,010	9.3	1.4
経常利益	1,361	12.9	1,370	12.6	0.6
当期純利益	949	9.0	1,000	9.2	5.3

商品・サービス別売上高（予想）

（単位：百万円）

	2022年3月期(実績)		2023年3月期（予想）		増減額	増減率（%）
	売上高	構成比（%）	売上高	構成比（%）		
養命酒	8,404	79.5	8,570	78.6	165	2.0
国内「養命酒」	8,052	76.1	8,220	75.3	167	2.1
海外「養命酒」	351	3.3	350	3.2	△2	△0.4
酒類	534	5.1	560	5.1	26	4.8
食品	578	5.5	590	5.4	12	2.0
リテール	676	6.4	800	7.3	123	18.2
不動産賃貸・太陽光発電	383	3.6	390	3.6	7	1.7
合計	10,577	100.0	10,910	100.0	333	3.1

2023年3月期の重点施策

既存事業 (養命酒関連事業)

- ・効果的な広告実施
- ・店頭露出の強化
- ・新規顧客の獲得と既存顧客の維持

- ・組織再編により事業戦略部を設置し、一貫したマーケティング及び営業戦略を立案・推進することで、商品展開の強化を図る

新規事業 (「くらすわ」関連事業)

- ・ブランド強化
- ・柔軟な営業体制の確立
- ・新商品の開発

- ・通販について、引き続き堅調な推移を見込む
- ・体験型施設の建設着手及びM&A・提携候補先の検討

■ プロモーション（養命酒）

草刈正雄さん主演CM

「養命先生のいる街、夏を乗りきる篇」 6月1日より放送予定



※「養命」は、養命酒製造株式会社の登録商標です。

5. 配当方針

■ 配当方針

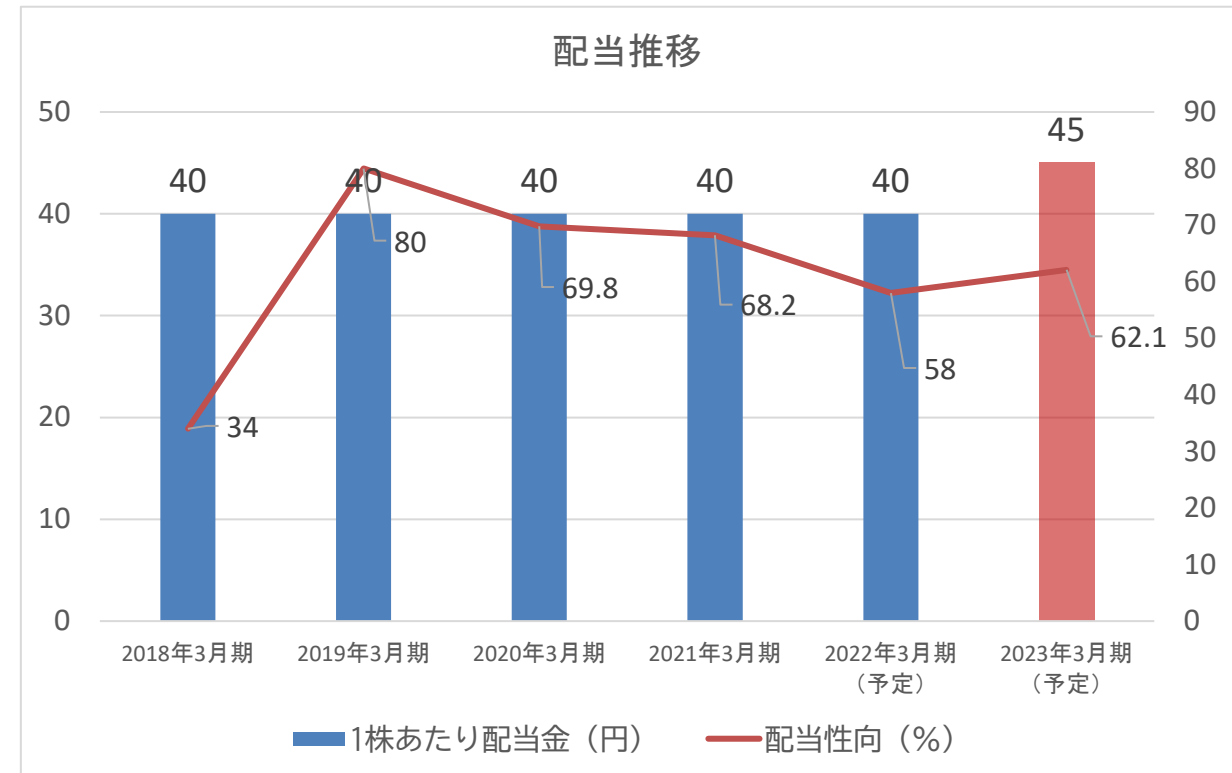
配当政策の基本方針の変更

(変更前)

- ・ 当期純利益に対する配当性向30%程度を目安に実施
- ・ 原則として1株当たり年間配当金の下限を36円とする

(変更後)

- ・ 新中期経営計画期間中、当期純利益に対する配当性向**60%**程度を目安に実施
- ・ 原則として1株当たり年間配当金の下限を**45円**とする



次のすこやかさへ、一步一步



Yomeishu

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。