

2021年3月期 決算説明会

2021年5月26日

養命酒製造株式会社

証券コード：2540



Yomeishu

次のすこやかさへ、一歩一歩

- 1. 2021年3月期 決算概要**
- 2. 2021年3月期 通期の取組み**
- 3. 2022年3月期 見通しと施策**

- 養命酒売上 前期比0.1%減（うち国内養命酒 前期比0.7%増）
- 営業利益 前期比8.2%増
- 台北支店開設（2020年4月）
- 「くらすわ 東京スカイツリータウン・ソラマチ店」開業（2020年6月）
- 「養命酒製造クロモジのど飴」へブランド名称変更（2020年9月）
- 中期経営計画の1年延長、新事業ビジョン「すこやかでより良い時間を願う人々を応援する」の策定（2020年10月）

損益計算書 (P/L)

(単位：百万円)

	2020年3月期		2021年3月期		増減額	増減率 (%)
		構成比 (%)		構成比 (%)		
売上高	10,478	100.0	10,383	100.0	△95	△0.9
売上原価	3,704	35.3	3,996	38.5	292	7.9
売上総利益	6,774	64.7	6,386	61.5	△388	△5.7
販売費及び一般管理費	6,175	58.9	5,738	55.3	△437	△7.1
営業利益	598	5.7	648	6.2	49	8.2
経常利益	937	8.9	1,009	9.7	72	7.7
当期純利益	787	7.5	807	7.8	19	2.5

- 売上高 0.9%減
- 営業利益 8.2%増
- 当期純利益 2.5%増
 - ・ 投資有価証券売却益229百万円を計上

商品・サービス別売上高

(単位：百万円)

	2020年3月期		2021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	10,120	96.6	10,008	96.4	△111	△1.1
養命酒	8,027	76.6	8,015	77.2	△11	△0.1
国内「養命酒」	7,692	73.4	7,743	74.6	51	0.7
海外「養命酒」	334	3.2	271	2.6	△62	△18.7
その他商品・サービス	2,093	20.0	1,992	19.2	△100	△4.8
酒類	638	6.1	634	6.1	△4	△0.7
食品※	832	7.9	790	7.6	△42	△5.1
リテール (くらすわ・養命酒健康の森等)	621	5.9	568	5.5	△52	△8.5
その他 (不動産賃貸、太陽光発電)	358	3.4	375	3.6	16	4.6
合計	10,478	100.0	10,383	100.0	△95	△0.9

※ヘルスケアにつきましては、103期より食品へ組み込み

貸借対照表 (B/S)

(単位：百万円)

	2020年3月末		2021年3月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	11,968	26.7	13,215	27.6	1,246	
固定資産	32,910	73.3	34,654	72.4	1,743	
資産合計	44,879	100.0	47,869	100.0	2,990	保有株式時価評価額の増加
流動負債	2,095	4.7	1,925	4.0	△169	買掛金、未払費用の減少、未払法人税等の増加
固定負債	3,582	8.0	4,379	9.1	797	繰延税金負債の増加
負債合計	5,677	12.7	6,305	13.2	627	
株主資本 (うち自己株式)	35,263 (△4,959)	78.6 (△ 11.0)	35,563 (△4,914)	74.3 (△ 10.3)	299 (44)	利益剰余金の増加
評価・換算差額等	3,938	8.8	6,001	12.5	2,063	その他有価証券評価差額金の増加
純資産合計	39,201	87.3	41,564	86.8	2,362	
負債・純資産合計	44,879	100.0	47,869	100.0	2,990	

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C F	1,363	1,409	
投資活動によるC F	△1,034	△217	有形固定資産の取得による支出 投資有価証券の売却による収入
財務活動によるC F	△551	△551	配当金の支払い
現金及び現金同等物の 増減額	△225	641	
現金及び現金同等物の 期首残高	2,159	1,934	
現金及び現金同等物の 期末残高	1,934	2,575	

1. 2021年3月期 決算概要
2. **2021年3月期 通期の取組み**
3. 2022年3月期 見通しと施策

基本方針

持続的成長に向けた事業基盤の構築

基本戦略

(1) 選択と集中

- ・収益基盤である「養命酒」の売上回復を最優先の経営課題とする
- ・「養命酒」以外の商品・サービスは、伸長カテゴリーに注力

(2) スピードと効率

- ・組織体制の見直し、事業の再編、IT基盤の整備・活用
- ・意思決定及び業務遂行の迅速化、効率化、生産性の向上を図る

(3) コスト管理の徹底

- ・原価低減、製品別の原価管理の徹底
- ・販売費及び一般管理費の見直し等によるコスト管理の徹底

(4) 経営基盤の強化

- ・経営監督機能の強化及び迅速・果敢な意思決定を行う仕組みを構築
- ・マネジメントの強化、人材育成、事業別収益管理の徹底、品質管理の徹底

重要な 経営指標

事業の拡大と収益性の向上を図ることとし、
売上高と**営業利益率**を重要な経営指標とする

(1) 選択と集中

- ①国内「養命酒」の営業強化
 - ・販促施策件数の増加
- ②酒類食品の伸長カテゴリーへの注力
 - ・「養命酒製造クロモジのど飴」
- ③クロモジ認知度向上のための活動

(2) スピードと効率

- ①組織体制の見直し
 - ・営業企画部の強化、情報システム部の新設によるデジタル化の更なる推進（2021年4月）
- ②IT基盤の整備
 - ・PC及びスマートフォン含む関連ITシステムの刷新による業務の迅速化
 - ・IT基盤のクラウドシステム及びデータセンターの活用促進による事業継続性の強化
- ③リモート環境の活用
 - ・リモート商談、リモートワーク等により効率的に業務を実施

(3) コスト管理の徹底

① 原価構造の見直し

- ・生産技術向上のため、製造技術グループの設立

② 物流システムの見直し

- ・在庫拠点と配送ルート・業者の最適化による物流費上昇の抑制

③ 広告宣伝費の見直し

- ・広告宣伝費比率 前期比2.2ポイント減

④ 賞味期限表示の変更

- ・一部商品の賞味期限表示を「年月日」から「年月」へ変更

(4) 経営基盤の強化

① 監査等委員会設置会社への移行と執行役員制度の強化による権限委譲

② 経営会議体運営見直しによる監督機能強化

③ 事業別収益管理の徹底

④ 経営基盤強化のため経営企画部を新設

⑤ 健康経営の推進 ・健康経営優良法人2021（大規模法人部門）認定

2021年3月期における新型コロナウイルス感染症の影響

海外 養命酒	<ul style="list-style-type: none">・ 外出制限等の影響により、実店舗での販売減少
酒類 食品	<ul style="list-style-type: none">・ 「グミ×サプリ」「フルーツとハーブのお酒」のコンビニエンスストア売上減少・ 「クラフトジン」の飲食店売上減少・ 巣ごもり需要による酒類の売上増加
リテール	<ul style="list-style-type: none">・ 「養命酒健康の森」通期休業、「くらすわ」各店の一時休業・ 「くらすわ 東京スカイツリータウン・ソラマチ店」開店延期による見込売上減少・ 緊急事態宣言及び解除後の外出自粛傾向の継続・ 店舗休業時の固定費負担・ 通販チャネルの売上増加

7,743百万円 (0.7%↑)

- 新テレビCMキャラクターによるプロモーション
 - ・ 幅広い年代に好感度の高い草刈正雄さんを起用
 - ・ TVCM（地上波・BS）、新聞広告
- プロモーションと連動した売り場づくり
 - ・ 卸店、ドラッグストアとの協働による店頭露出強化
 - ・ ポイント、ノベルティ販促
- 新聞広告での需要喚起
 - ・ 養命酒の効能・効果を中心とした広告を実施

国内「養命酒」プロモーション

■ テレビCM 地上波テレビ全国、BS放送



■ Webコンテンツ (HP)



■ SNS ・ Twitter



養命酒エコバッグが当たる！キャンペーン

271百万円（18.7%↓）

- 世界的な新型コロナウイルス感染症拡大
- 香港における政情不安

酒類

634百万円（0.7%↓）

- 巣ごもり需要によりスーパーマーケット等での「生姜のお酒」や「はちみつのお酒」の売上増加
- 外出自粛等によりコンビニエンスストアや飲食店での「フルーツとハーブのお酒」や「クラフトジン」の売上減少

790百万円 (5.1% ↓)

- 「養命酒製造クロモジのど飴」の売上増加
- コンビニエンスストアやドラッグストアでの「グミ×サプリ」の売上減少

リテール (くらすわ、養命酒健康の森)

568百万円 (8.5% ↓)

- 通販チャネルの売上増加
- 緊急事態宣言等による「くらすわ」の一時休業や時短営業、
「養命酒健康の森」の通期休業及び外出自粛傾向の継続により売上減少

1. 2021年3月期 決算概要
2. 2021年3月期 通期の取組み
3. **2022年3月期 見通しと施策**

通期業績（予想）

(単位：百万円)

	2021年3月期（実績）		2022年3月期（予想）		増減率（%）
		構成比（%）		構成比（%）	
売上高	10,383	100.0	10,880	100.0	4.8
売上原価	3,996	38.5	4,030	37.0	0.8
売上総利益	6,386	61.5	6,850	63.0	7.3
販売費及び一般管理費	5,738	55.3	6,130	56.4	6.8
営業利益	648	6.2	720	6.6	11.0
経常利益	1,009	9.7	1,050	9.7	4.0
当期純利益	807	7.8	840	7.7	4.0

■ 予想期末配当金は1株につき40円

商品・サービス別売上高（予想）

（単位：百万円）

	2021年3月期(実績)		2022年3月期(予想)		増減額	増減率 (%)
	売上高	構成比 (%)	売上高	構成比 (%)		
養命酒関連事業	10,008	96.4	10,510	96.6	502	5.0
養命酒	8,015	77.2	8,310	76.4	295	3.7
国内「養命酒」	7,743	74.6	7,990	73.5	247	3.2
海外「養命酒」	271	2.6	320	2.9	49	18.1
その他商品・サービス	1,992	19.2	2,220	20.3	208	10.4
酒類	634	6.1	680	6.3	46	7.3
食品	790	7.6	800	7.4	10	1.3
リテール （くらすわ・養命酒健康の森等）	568	5.5	710	6.6	142	25.0
その他（不動産賃貸、太陽光発電）	375	3.6	370	3.4	△5	△1.3
合計	10,383	100.0	10,880	100.0	497	4.8

国内 養命酒

- プロモーションでの需要拡大訴求
 - ・ テレビCM（地上波、BS）
 - ・ 新聞広告
 - ・ WEB広告
- 卸店及び取り組み企業と協働した店頭展開の強化
 - ・ 広告と店頭販促物の連動
- SNSの活用
 - ・ Twitterキャンペーン

海外 養命酒

- 地域に合わせた広告・販促活動

2022年3月期 養命酒テレビCM



「養命先生のいる街、疲れ篇」
6月1日より放送予定



丈夫なからだへ。

薬用 養命酒

肉体疲労
胃腸虚弱
食欲不振
虚弱体質
冷え症
血色不良
病中病後の滋養強壮に

第2類医薬品



■新聞広告



養命先生に、相談しませんか。

血行をよくし、丈夫なからだへ。養命酒

街のみんなの悩みを相談される養命先生。「疲れと別れない」と先生は言います。養命酒には14種の自然の生薬が溶け込んでいます。その有効成分はおだやかに体内に浸透。全身の血行・代謝をよくし、「体を守る力」を高めた丈夫な体へ導きます。○疲れてだるい… ○体力の消耗… ○胃腸の不調… ○顔色がすげない… ○食欲が出ない… ○病後体弱… などの体の不調にじっくりと効き目をあらわします。

【効果・効能】 肉体疲労・胃腸虚弱・食欲不振・虚弱体質・冷え症・血色不良・病中病後の滋養強壮に
養命酒製造株式会社 〒150-8563 東京都渋谷区東甲台16-25 養命酒製造の専任相談室 ☎0120-075-611 (10:00-18:00 土・日・祝日を除く) www.yomeishu.co.jp

■WEBコンテンツ

気になるあなたの
未病レベルは？

未病診断

MIBYO-SHINDAN

■HPリニューアル



次のすこやかさへ、一步一步

Yomeishu

企業情報 | 採用情報 | IR・投資家情報 | オンラインショップ | English | 中文简体 | 中文繁体

商品情報 | 健康・知識・情報 | 工場のご案内 | CM | お客様相談室

すこやかでより良い時間を
願う人々を応援する

BRAND MESSAGE
養命酒製造の想い

新着情報 2021.04.30 元氣通信5月号特集「毎月血や疲れ対策の新常識」?!

新型コロナウイルスに負けない
体を温めて、
免疫力向上↑

免疫カ向上

五臓や自律神経の新常識!
「身体のセンサー」をゆるめて元気に!

元氣通信

毎月旬な健康情報をお届けします

家用養命酒

酒類食品 (国内)

- 酒類商品の店舗取扱アイテム数の拡大
- クロモジ関連商品の販売拡大
 - ・「養命酒製造クロモジのど飴」、「クラフトジン」
- プロモーションでの需要拡大訴求
 - ・「養命酒製造クロモジのど飴」CM放映（BS）、新聞広告
 - ・クロモジのPR活動
- 養命酒ブランドを活かした店頭展開
→ドラッグストア等の販売に注力

海外 酒類

- 台湾市場への注力

■ 新聞広告

冷える... 乾く...
のどに優しい日本冬の
1分間に20回、人は呼吸するを言わ
れます。その度に乾燥があらわれ
るのが、「寒い季節は小まめに
潤すことが大切です。」
私たちが注目するのは、「国産ハーブ
「クロモジ」の効力は驚くほどに
クロモジの恵みとポリフェノールが
のどにじんわりと広がります。
優しい口当たりで、どなた様にも
美味しくお召し上がりいただけます。
今年の冬は、このひと粒。

ほんのり甘い
ハードキャンディ
とろろり
ペースト
クロモジ由来ポリフェノール
※この糖にはクロモジのエキスを配合しています。

養命酒製造
クロモジのど飴
生姜はちみつ
養命酒製造
クロモジのど飴
黒蜜×ハーブ風味

お近くのドラッグストア、スーパー、コンビニ等で

【クロモジ】
養命酒製造が長年研究してきた
クロモジのエキスを配合しました。
黒蜜×ハーブ

養命酒製造が選びぬいた
クロモジは、日本の山に自生する多年草で、
葉裏に白い毛が生え、さわやかな香りが
特徴です。また、クロモジの葉には、
クロモジのエキスを配合しています。
クロモジの葉は、乾燥させた状態で、
お茶やジュースなどに利用されています。
クロモジの葉は、乾燥させた状態で、
お茶やジュースなどに利用されています。

葉は緑から濃い赤、
黒と熟していく

幹は太いものでは
7cmくらいに

根は、根節がツブツブ
と、丸い形をしています

花は、花穂がツブツブ
と、丸い形をしています

養命酒製造株式会社 〒150-8563 東京都渋谷区南平町16-25 養命酒製造株式会社 電話 0120-075-611(10:00-16:00) 土・日・祝日を除く ※www.yomeishu.com

■ CM (BS)

Yomeishu

養命酒製造
クロモジのど飴
生姜はちみつ
養命酒製造が長年研究してきた
クロモジのエキスを配合しました。
黒蜜×ハーブ

養命酒製造
クロモジのど飴
黒蜜×ハーブ風味

お近くのドラッグストア、スーパー、コンビニ等で

■ Web広告 (Yahooブランドパネル)

YAHOO! JAPAN

養命酒製造
クロモジのど飴
生姜はちみつ
養命酒製造が長年研究してきた
クロモジのエキスを配合しました。
黒蜜×ハーブ

養命酒製造
クロモジのど飴
黒蜜×ハーブ風味

お近くのドラッグストア、スーパー、コンビニ等で

リテール

- 養命酒健康の森 営業再開（工場見学、ショップ）
- 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

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。