



Yomeishu

次のすこやかさへ、一步一步

2023年3月期 決算説明資料

養命酒製造株式会社 (2540)

2023年5月26日

■ 目次

1. 2023年3月期 決算概要
2. 各事業の取り組み
3. 中期経営計画の進捗
4. 2024年3月期の見通し
5. 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
6. トピックス

1. 2023年3月期 決算概要

損益計算書 (P/L)

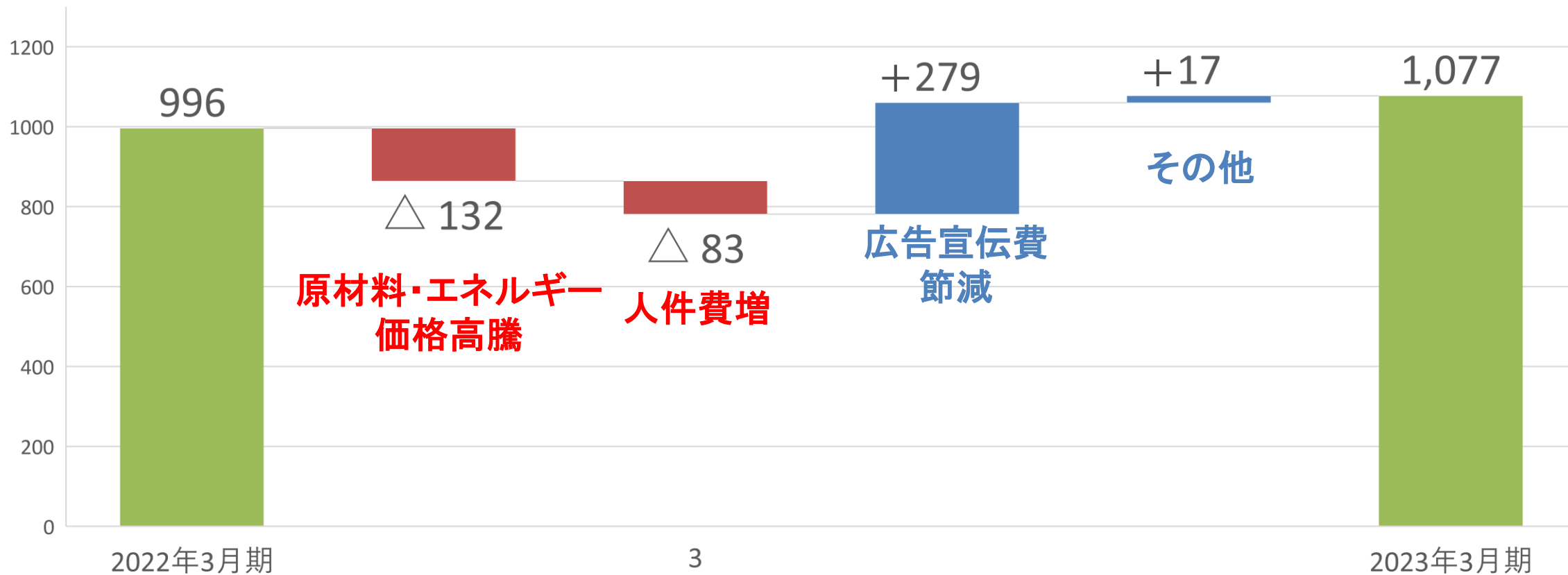
(単位：百万円)

	2022年3月期		2023年3月期		増減額	増減率 (%)
		構成比 (%)		構成比 (%)		
売上高	10,577	100.0	10,647	100.0	69	0.7
売上原価	3,892	36.8	4,051	38.1	158	4.1
売上総利益	6,684	63.2	6,595	61.9	△88	△1.3
販売費及び一般管理費	5,688	53.8	5,518	51.8	△169	△3.0
営業利益	996	9.4	1,077	10.1	80	8.1
経常利益	1,361	12.9	1,480	13.9	118	8.7
当期純利益	949	9.0	1,020	9.6	70	7.4



営業利益増減分析

営業利益 対前年増減分析 (百万円)



セグメント別の売上高

(単位：百万円)

	2022年3月期 売上高実績 ※ご参考	2023年3月期 売上高	増減額 ※ご参考	増減率 (%) ※ご参考
養命酒関連事業	9,748	9,692	△56	△0.6
国内養命酒	8,040	7,985	△55	△0.7
酒類・食品	907	893	△13	△1.5
海外	417	446	29	7.0
不動産賃貸・太陽光発電	383	367	△15	△4.1
くらすわ関連事業	828	954	126	15.2
合計	10,577	10,647	69	0.7

貸借対照表(B/S)

(単位：百万円)

	2022年3月末		2023年3月末		増減額	備考
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	9,883	20.3	12,968	26.2	3,085	長期預金の振替による増加
固定資産	38,730	79.7	36,594	73.8	△2,136	〃 減少
資産合計	48,614	100.0	49,562	100.0	948	保有株式時価評価額の増加
流動負債	1,874	3.9	2,126	4.3	251	未払金の増加
固定負債	4,560	9.4	4,646	9.4	86	
負債合計	6,434	13.2	6,772	13.7	338	
株主資本 (うち自己株式)	35,999 (△4,872)	74.1 (△10.0)	36,511 (△4,826)	73.7 (△9.7)	512 46	利益剰余金の増加
評価・換算差額等	6,180	12.7	6,278	12.7	98	
純資産合計	42,179	86.8	42,790	86.3	610	
負債・純資産合計	48,614	100.0	49,562	100.0	948	



■ キャッシュ・フロー計算書(C/F)

(単位：百万円)

	前期累計期間	当期期累計期間	備考
営業活動によるC/F	1,806	1,748	
投資活動によるC/F	△1,399	△1,451	定期預金の純増 投資有価証券（債券）の取得による支出 有形固定資産の取得による支出
財務活動によるC/F	△551	△554	配当金の支払
現金及び現金同等物の 増減額	△142	△258	
現金及び現金同等物の 期首残高	2,575	2,431	
現金及び現金同等物の 期末残高	2,432	2,173	



2. 各事業の取り組み

■ 養命酒関連事業（国内養命酒）



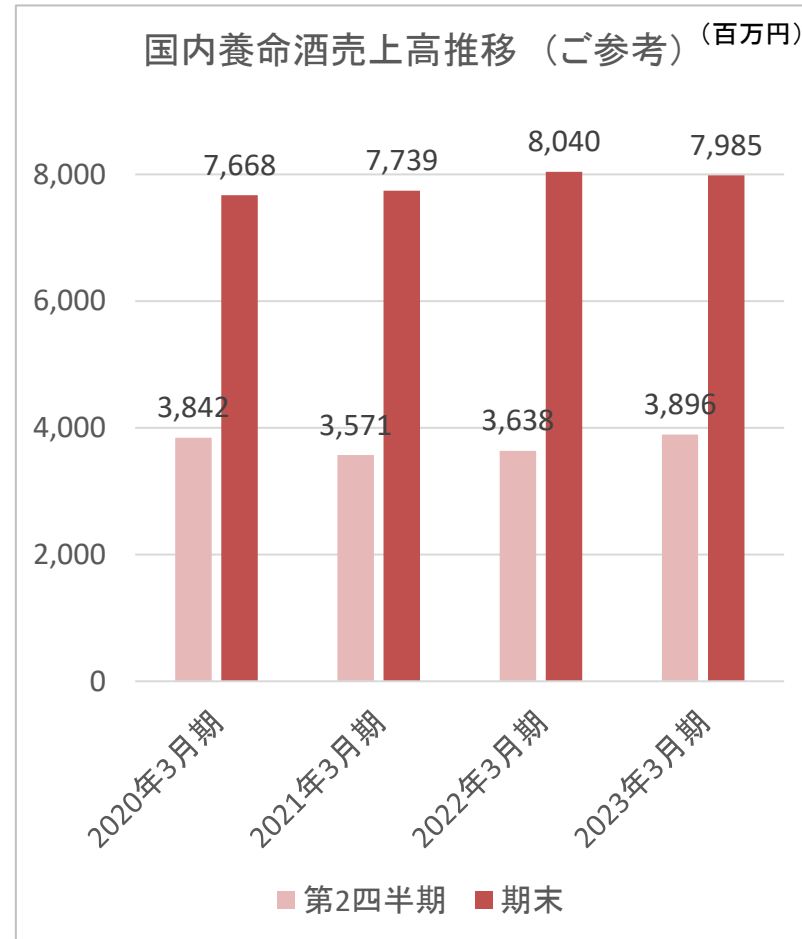
国内養命酒売上高
7,985百万円

<取組>

- ・テレビCM、新聞、Web広告の実施
- ・流通との協働による店頭陳列の拡大と販売促進

<売上増減要因>

物価高による節約志向の高まりの影響等により売上が微減



※2022年3月期以前の数値は、
現セグメントに合わせて再計算したご参考値です

■ 養命酒関連事業（酒類・食品）



酒類・食品売上 893百万円

< 取組 >

酒類：ドラッグストアの他、ギフト・外食の開拓
リニューアルした「香の雫」の提案

食品：生協及び調剤薬局の開拓

< 売上増減要因 >

酒類：「高麗人参酒」が堅調に推移した一方、
「フルーツとハーブのお酒」については
コンビニ中心に減少

食品：「養命酒製造クロモジのど飴」、
「グミ×サプリ」が寄与

■ 養命酒関連事業（海外）



海外売上高 446百万円

<取組>

養命酒：春節等の時期と地域に合わせた
テレビCMやWeb広告で需要を喚起

酒類・食品：「クラフトジン」を中心に商談、
販売促進を実施し、オーストラリア、
台湾、香港等へ輸出

<売上増減要因>

養命酒：各国でコロナ禍による規制が緩和
されたこと等により香港、マレー
シアを中心に売上は回復

■ くらすわ関連事業



CLASUWA

売上高 954百万円

<取組>

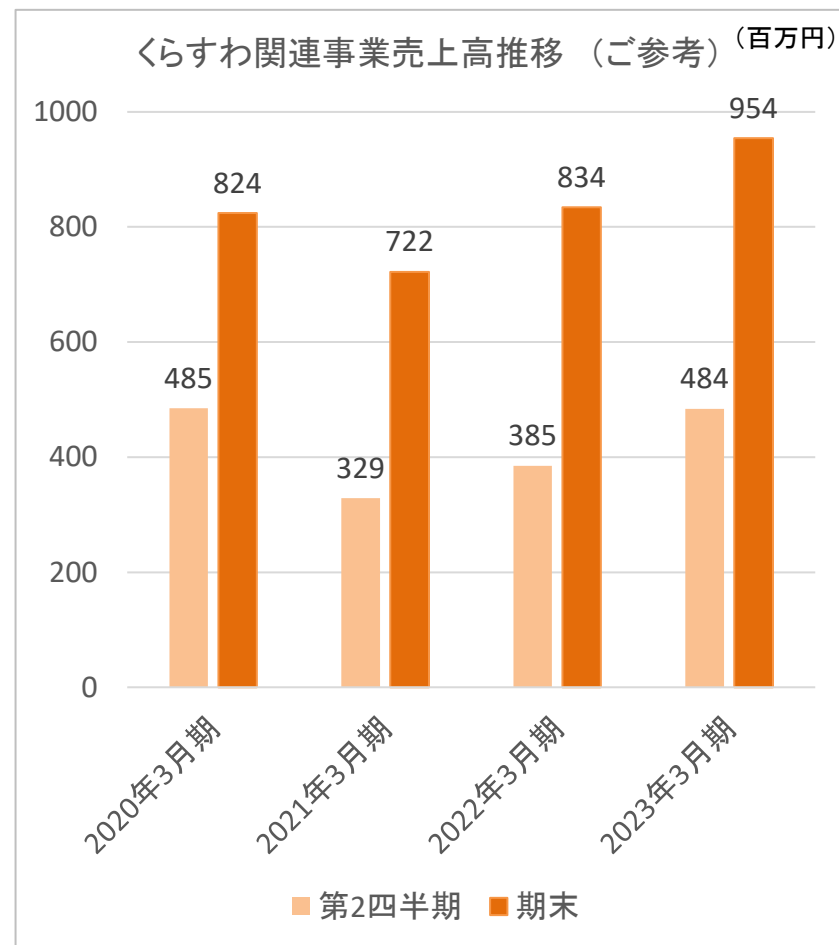
店舗：人流増加にあわせた店舗運営、イベントの実施

通販：くらすわ商品の販売強化、通販商品の開発

ギフト向け販売：既存取引の拡大、新規取引先の開拓

<売上増減要因>

新型コロナウイルス感染症の影響を受け減少していた来客数が回復しつつあることに加えて、ギフト向け販売取引先が増加したことから、売上が増加



※2022年3月期以前の数値は
現セグメントに合わせて再計算したご参考値です

■ くらすわ関連事業

ブランドコンセプト・ブランドロゴを一新

ブランドコンセプト

広げる、すこやかなくらしの輪

くらすわの3つの体験

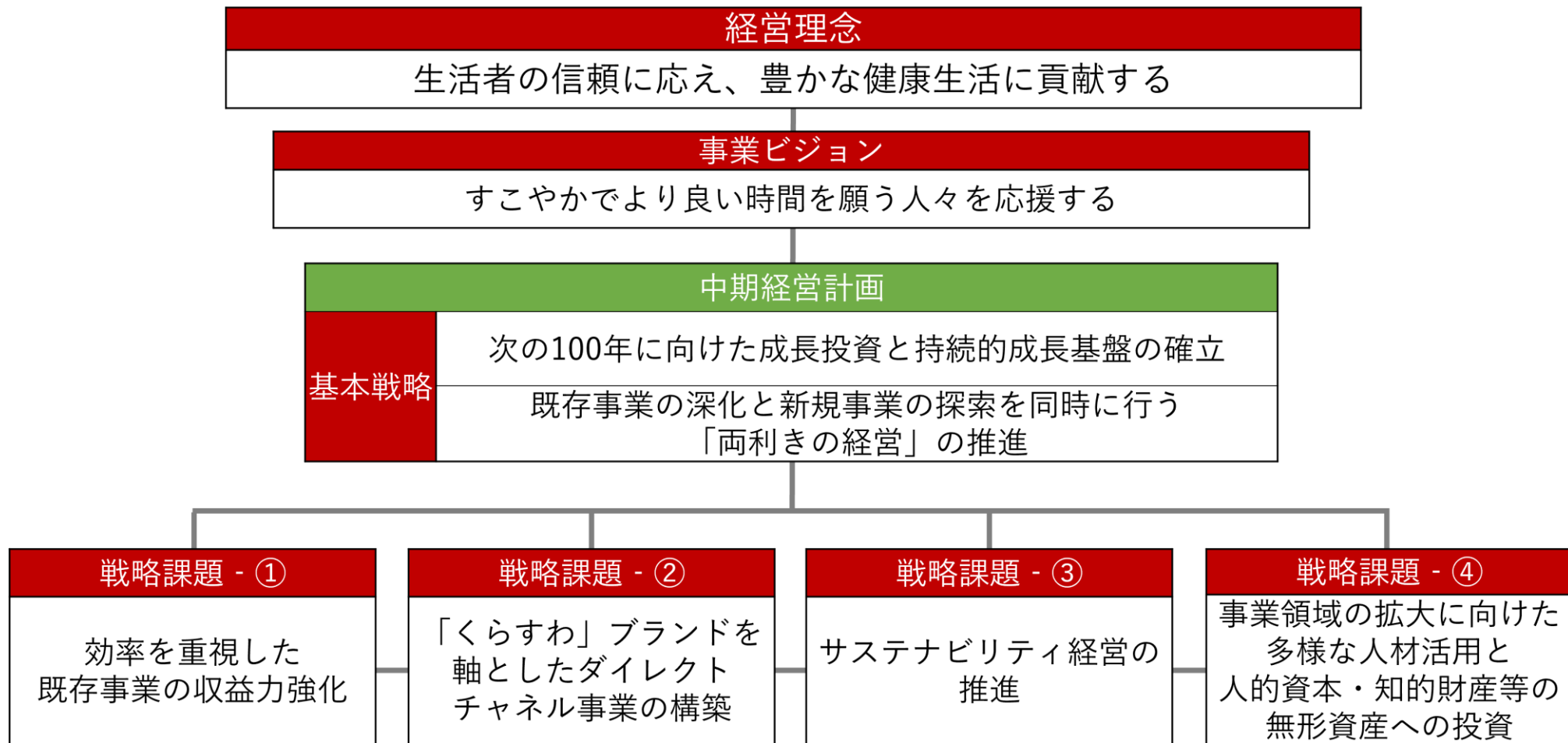
おいしい体験 たのしい体験 すこやかな体験



ブランドロゴ

3. 中期経営計画の進捗

中期経営計画(2022年4月～2027年3月) 主要方針

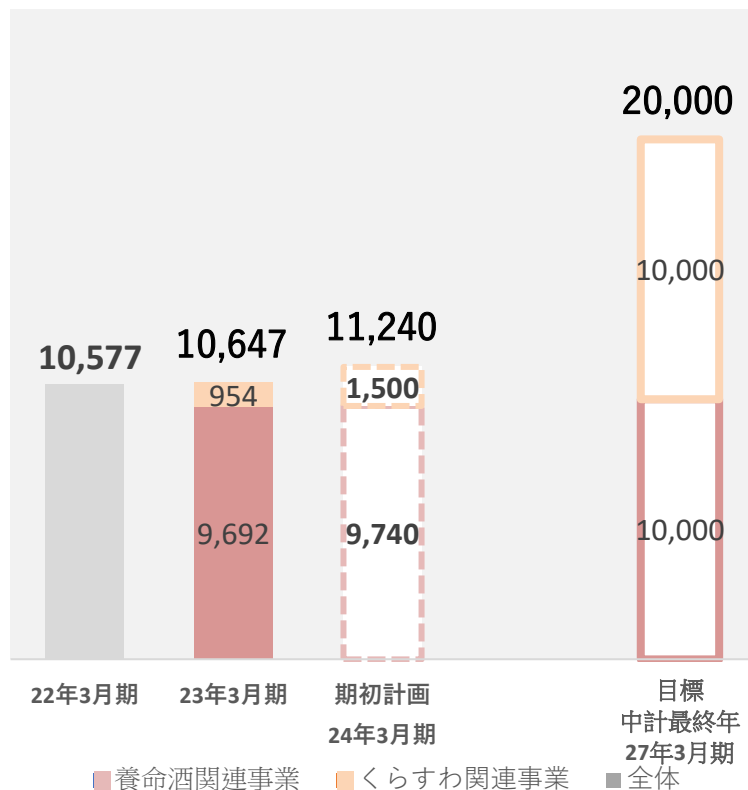


進捗状況

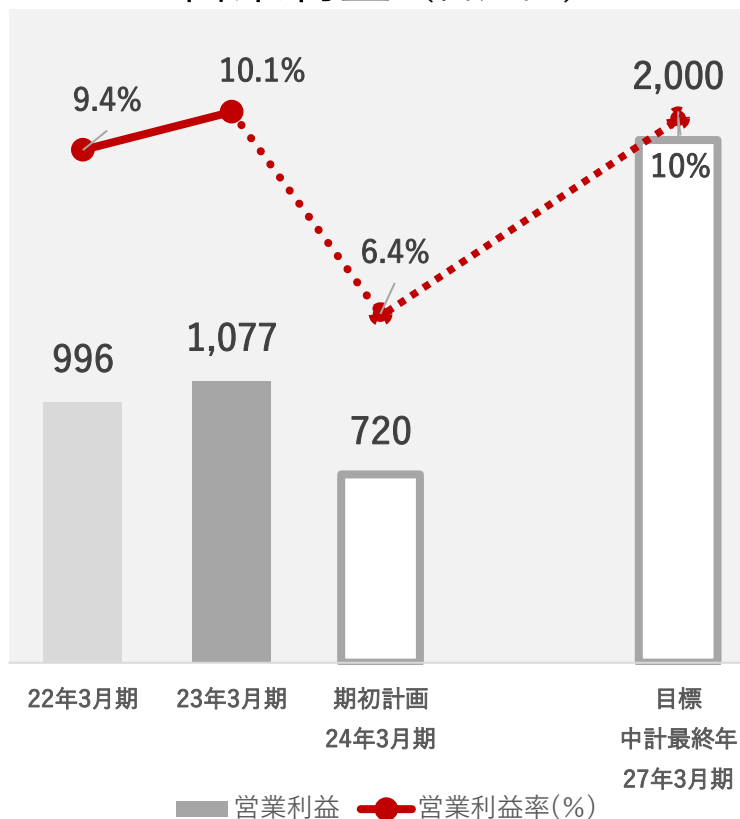
業績

- ・ 中期経営計画初年度の2023年3月期は、売上、利益ともに前年を上回る
- ・ 24年3月期はくらすわ関連事業に係る先行投資等により増収減益の見込み

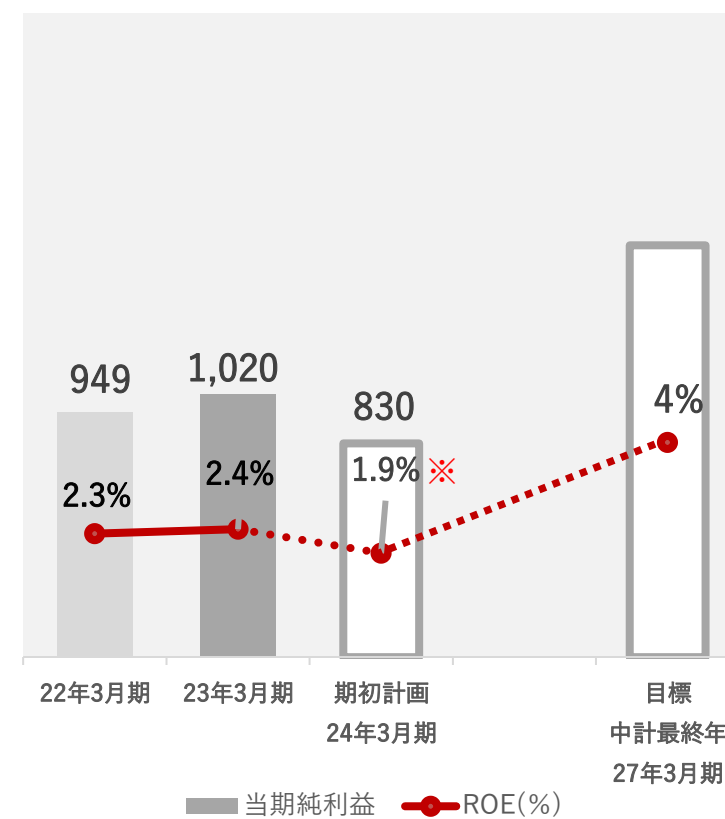
売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)



当期純利益 (百万円) ・ ROE



※24年3月期のROE算定には、23年3月期末の純資産額を使用

中計戦略と課題

中期経営計画初年度の成果及び課題・強化点は以下の通り。
2024年3月期は課題・強化点に取り組む。

中計（2027年3月期）

中計初年度の成果

課題・強化点

戦略課題①

効率を重視した既存事業の
収益力強化

- ・商品政策の見直し(重点、終売商品の選定等)
- ・酒類食品の一部商品の価格改定
- ・広告販促を中心とした施策の見直し
- ・生産活動の効率化による生産性向上
- ・物流拠点の集約

- ・収益性を重視した商品開発
- ・価格改定の検討継続
- ・広告販促施策等の継続的な見直し
- ・生産性向上に向けた更なる生産効率化
- ・効率的な物流体制への取組

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

- ・体験型施設の第1期工事の実施
- ・「くらすわ」ブランドの再構築
- ・アフターコロナにおける店舗対応
- ・ギフト向け販売先との取引の強化
- ・くらすわコンセプトに基づく商品開発

- ・体験型施設の全面開業、新店舗展開
- ・既存店舗の安定的運営とCFの改善
- ・くらすわ商品、通販専用商品の上市
- ・ギフト向け販売先との取引の精緻化
- ・通販の受注、物流体制の検討
- ・事業戦略を踏まえたM&A案件の探索



中計戦略と課題

中期経営計画初年度の成果及び課題・強化点は以下の通り。
2024年3月期は課題・強化点に取り組む。

中計（2027年3月期）

中計初年度の成果

課題・強化点

戦略課題③

サステナビリティ経営の推進

- ・サステナビリティ基本方針、重要課題の設定
- ・太陽光発電の設置計画作成
- ・持続可能な容器包装及び水資源、循環型社会構築に向けた取り組み内容とKPI設定
- ・TCFDに沿った分析の実施（シナリオ分析含む）

- ・サステナビリティ全般における実効的な取組内容、短期及び中期KPIの設定
- ・2030年カーボンハーフの実現
- ・2030年森林涵養率100%の実現
- ・体験型施設における地域雇用の創出

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

- ・人的資本経営に関する基本方針等の作成並びにKPIの設定
- ・DMPを活用した各種の顧客接点強化施策の安定運用

- ・多様性を尊重した風土づくり
- ・くらすわ事業推進に向けた組織体制の強化
- ・社内外における人権デューデリジェンスへの対応



体験型施設「くらすわの森」について

●施設概要

施設名：くらすわの森

グランドオープン：2024年秋頃（予定）

住所：長野県駒ヶ根市赤穂16410

敷地面積：138,000m²

投資予定額：約43億5000万円

●予定コンテンツ

森林散策路

森のプレイパーク

森のライブラリー（図書館）

バーベキュー場

シャルキュトリー（食肉加工品店）

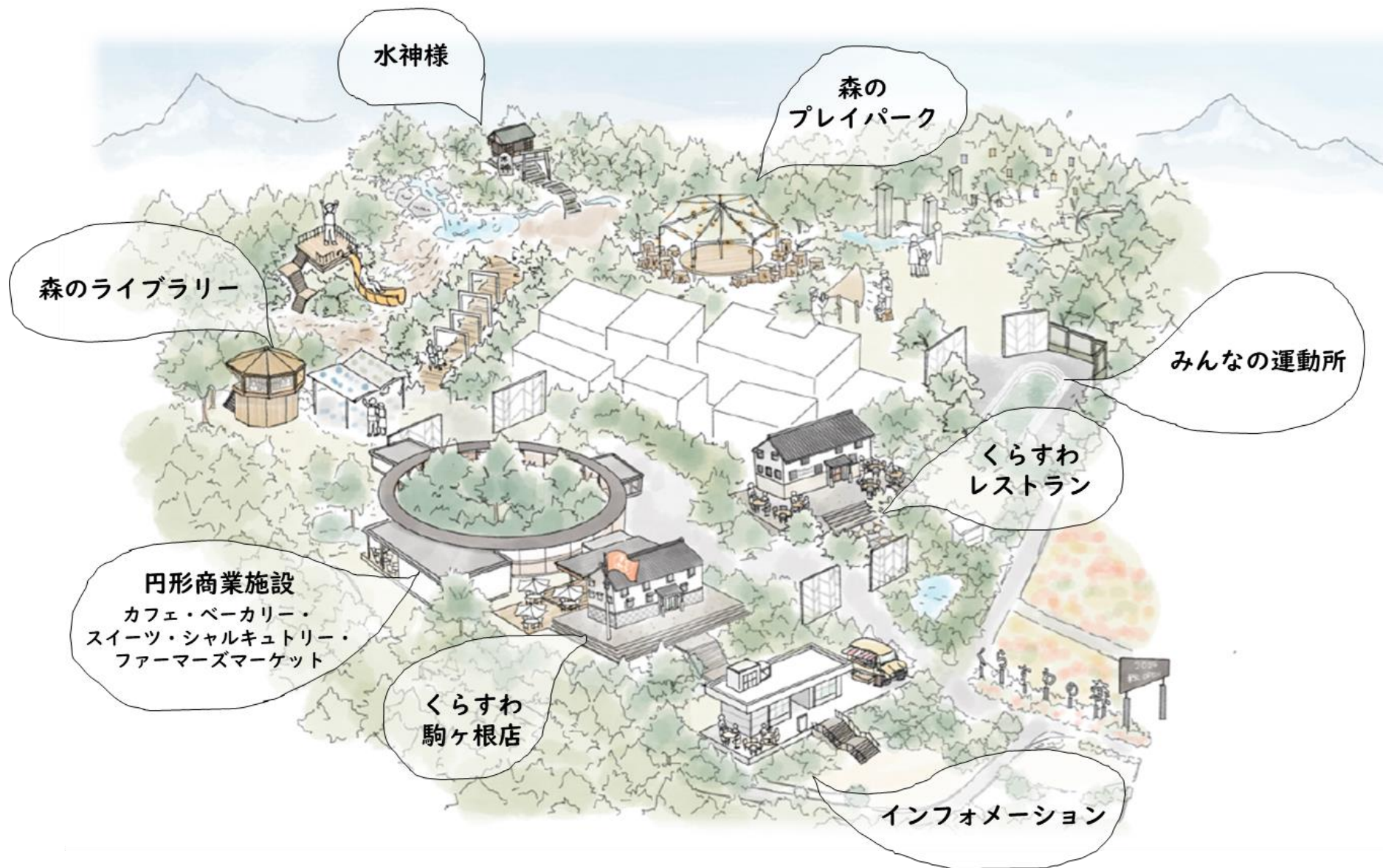
菓子工房

レストラン、ベーカリーなど



駒ヶ根工場

体験型施設「くらすわの森」 (イメージ)



4. 2024年3月期の見通し

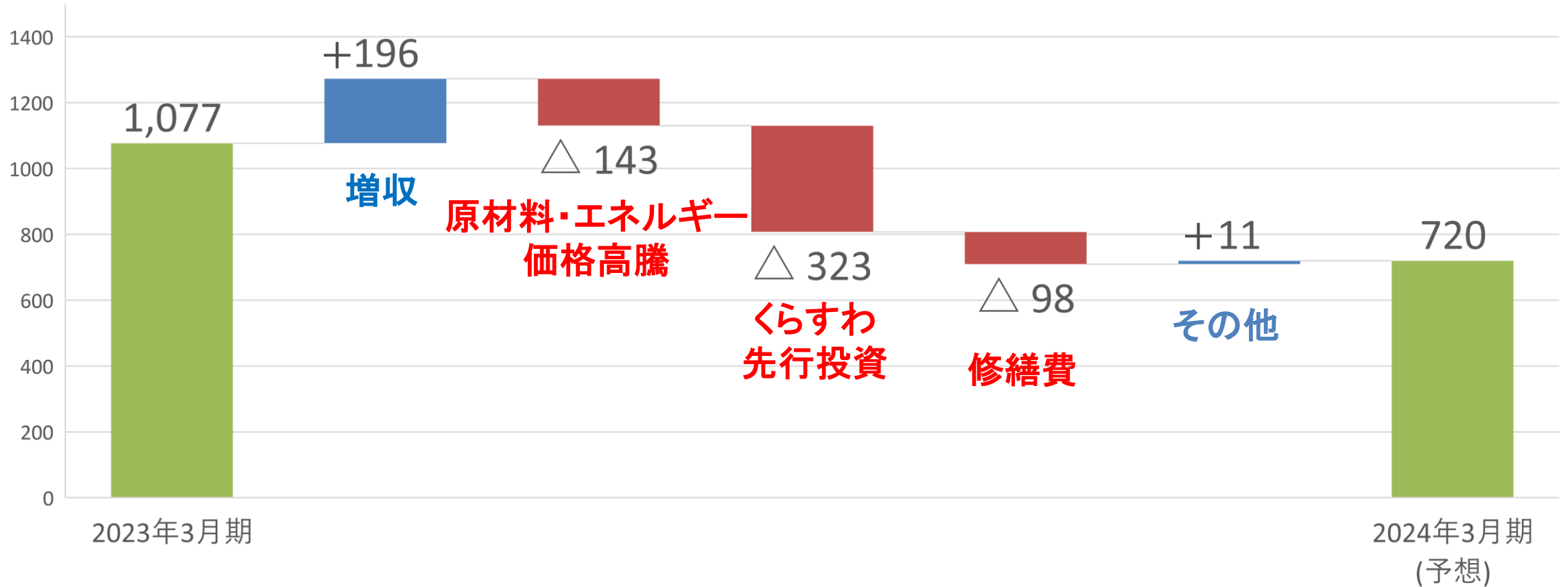
■ 通期業績（予想）

（単位：百万円）

	2023年3月期（実績）		2024年3月期（予想）		増減率（%）
		構成比（%）		構成比（%）	
売上高	10,647	100.0	11,240	100.0	5.6
売上原価	4,051	38.1	4,600	40.9	13.5
売上総利益	6,595	61.9	6,640	59.1	0.7
販売費及び一般管理費	5,518	51.8	5,920	52.7	7.3
営業利益	1,077	10.1	720	6.4	△33.2
経常利益	1,480	13.9	1,110	9.9	△25.0
当期純利益	1,020	9.6	830	7.4	△18.7

営業利益増減分析

営業利益 対前年増減分析(百万円)



■ セグメント別売上高（予想）

（単位：百万円）

	2023年3月期 売上高	2024年3月期 売上高（予想）	増減額	増減率（％）
養命酒関連事業	9,692	9,740	47	0.5
国内「養命酒」	7,985	7,990	4	0.1
酒類・食品	893	910	25	2.9
海外	446	470	27	6.2
不動産賃貸・太陽光発電	367	360	△4	△1.2
くらすわ関連事業	954	1,500	545	57.1
合計	10,647	11,240	592	5.6

2024年3月期の重点施策

養命酒関連事業

- ・「すこやかなくらしの支え」をテーマとしたプロモーションの実施
- ・収益性を重視した商品戦略の推進
- ・市場の開拓と新規顧客の獲得
- ・効率化による収益改善

- ・養命酒の新テレビCM放映と新聞・Web広告による補完
- ・酒類食品の新たな商品への取組
- ・調剤薬局での取組強化、インバウンド等への対応
- ・広告販促施策の効率化、物流体制の効率化

くらすわ関連事業

- ・体験型施設の建設
- ・リブランディング等によるブランド強化
- ・くらすわ商品の通信販売、外販(他社チャネル販売)の強化

- ・店舗については、客足の回復を見込む
- ・新商品の開発(発売品目の前期比増)
- ・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
「家族と野球」篇 6月1日より放映予定



すこやかさ、つづけ。

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

食前・就寝前に20mLずつ

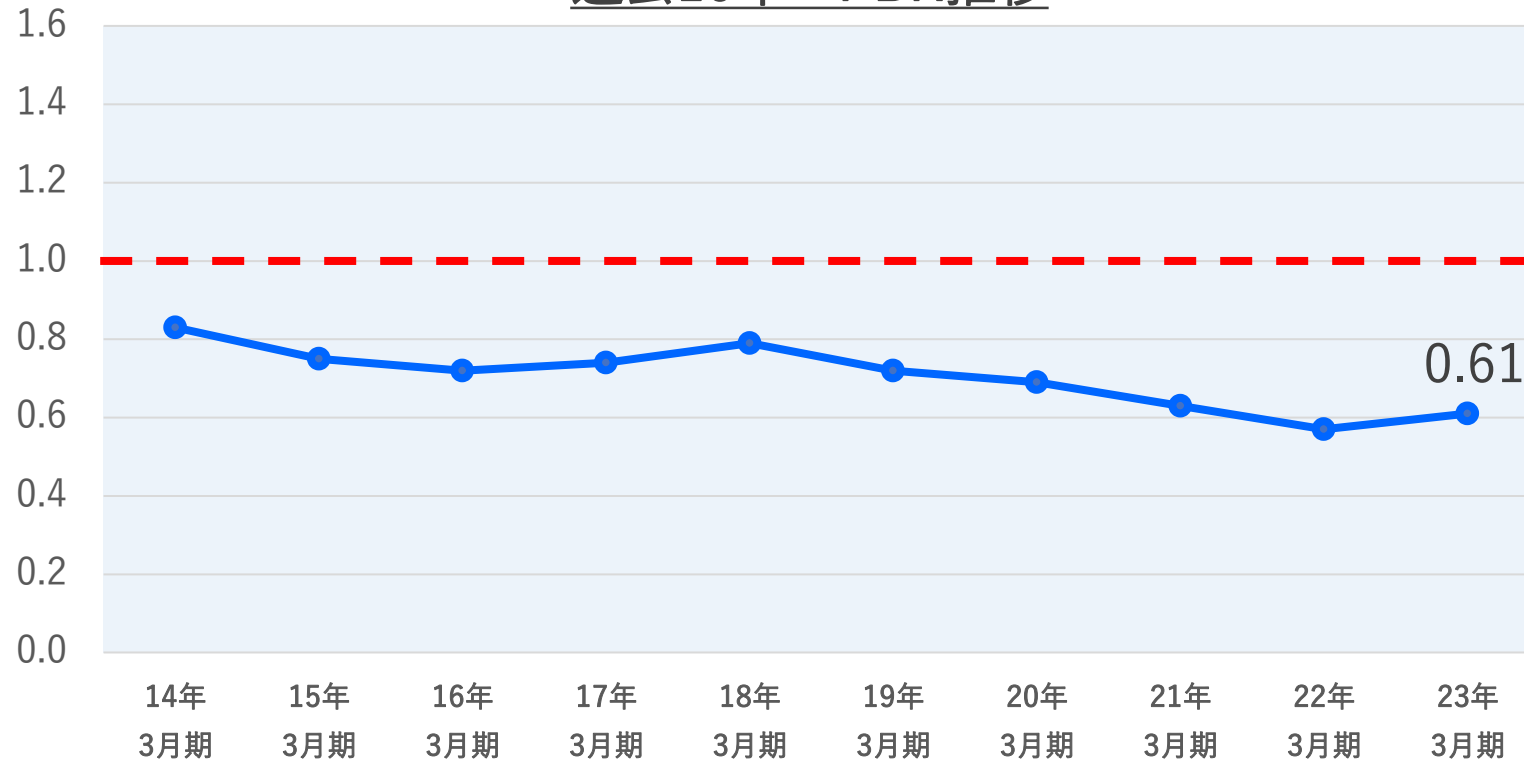


5. 資本コストや株価を意識した 経営の実現に向けた対応

現状分析：市場評価及び資本コストについての認識

当社はPBR 1倍を下回る水準が続いており、
企業価値を向上させるために、株主資本コストを意識した経営に取り組む。

過去10年 PBR推移



当社の株主資本コスト認識

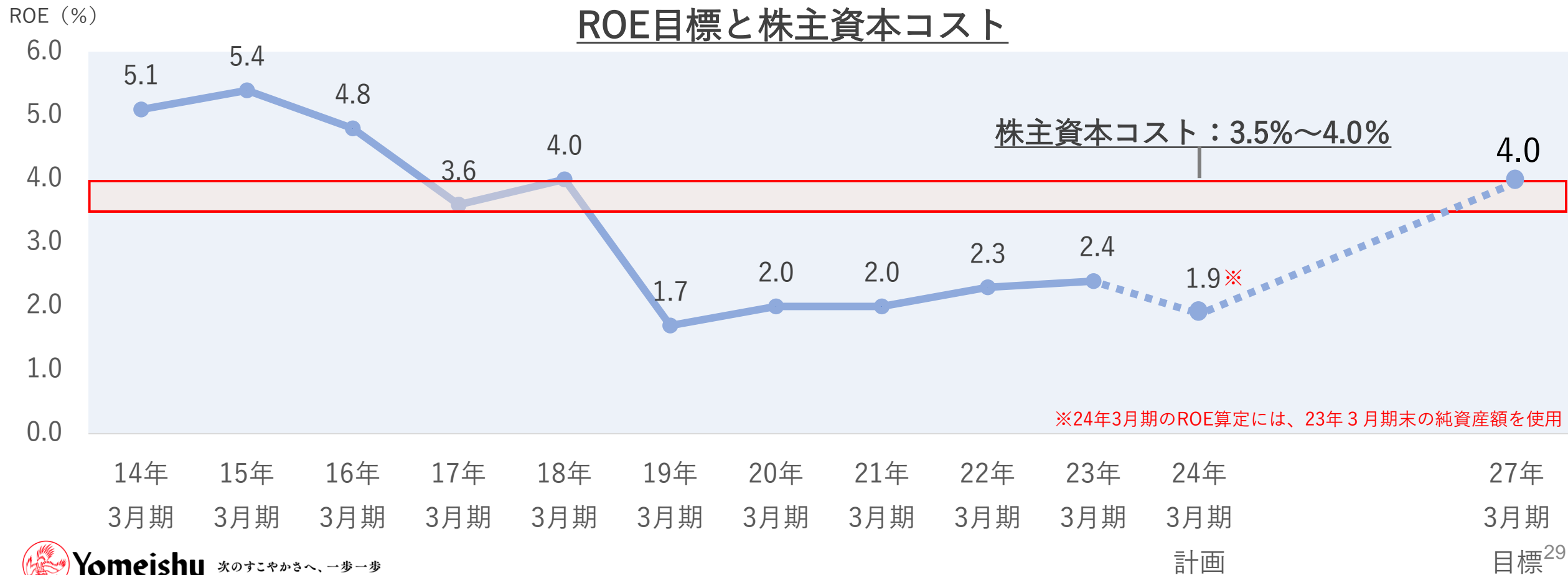
3.5%～4.0%程度

CAPM法を使用し、国内長期金利、
 β 値（3年平均）等から試算

現状分析：企業価値向上のためのROE目標

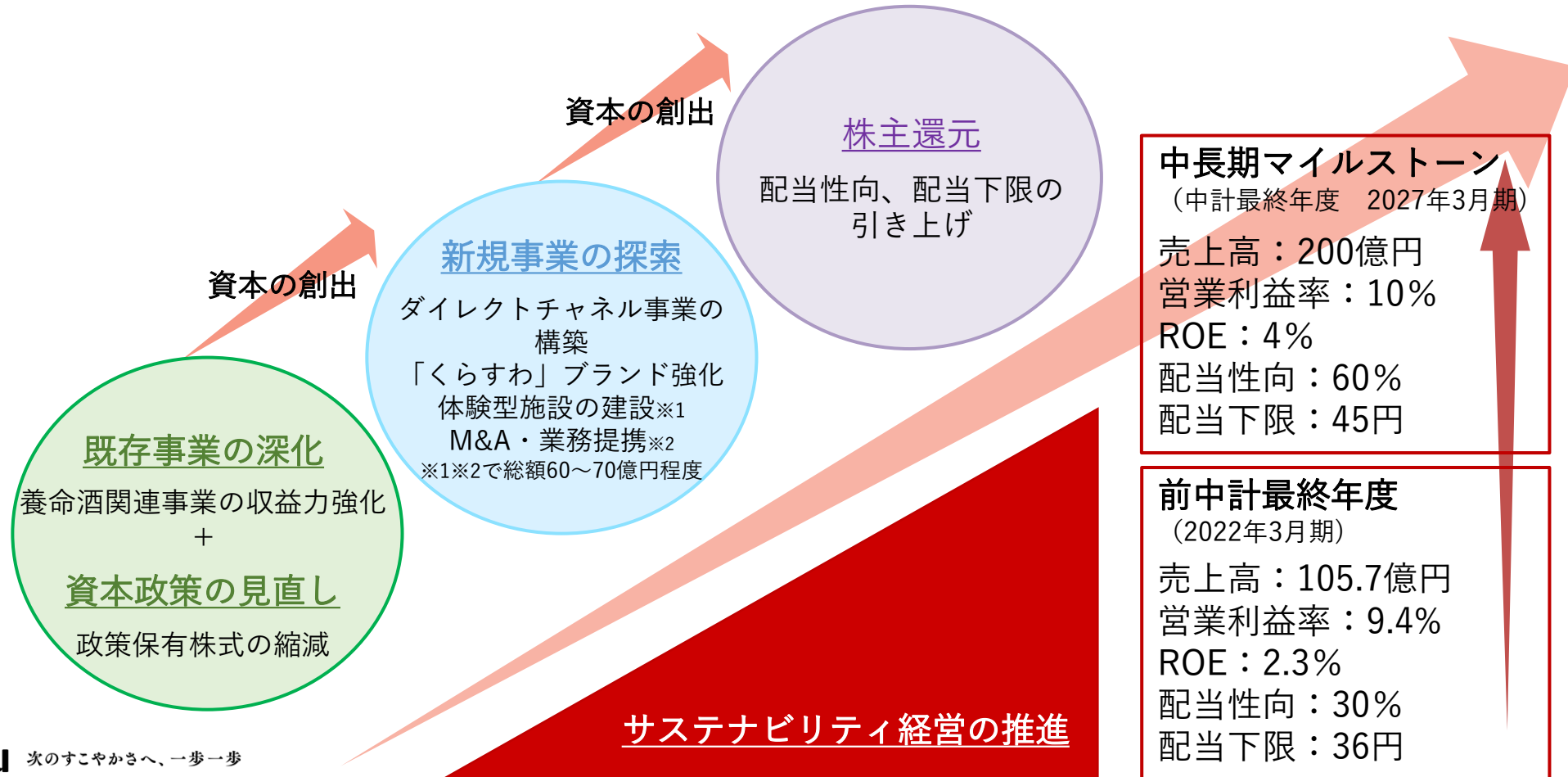
中期経営計画を着実に推進することにより、収益性の向上とバランスシートの効率化を通し、株主資本コストを上回るROEの実現を目指す。

ROE目標と株主資本コスト



方針・目標：中期経営計画の着実な推進

収益性を確保しつつ成長投資を行うほか、
配当性向・配当下限を引き上げることによって株主還元の強化も図る。



■ 具体的な取組み：配当政策（2022年5月に公表済）

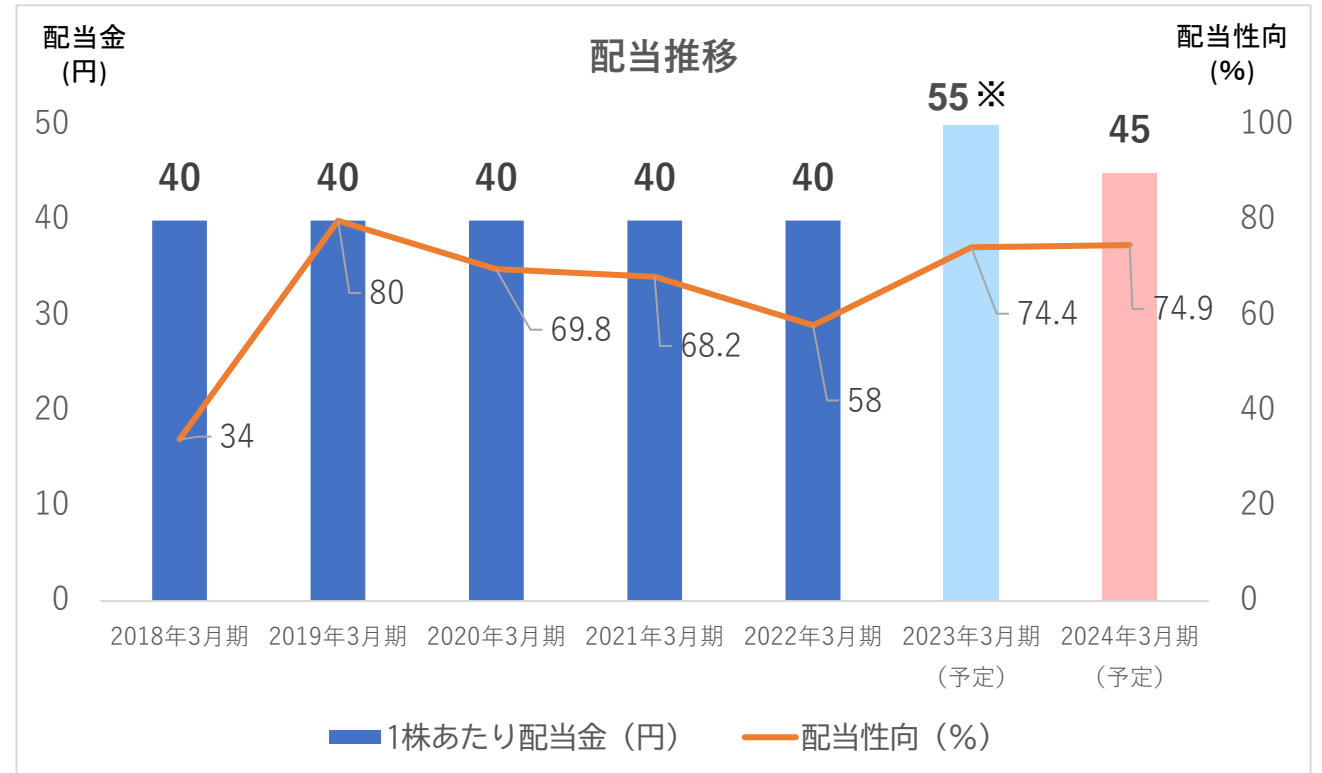
新中計に合わせた配当政策の基本方針変更

（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



※2023年3月期については会社創立100周年を迎えることから45円の普通配当に加えて10円の記念配当を実施予定

6. トピックス

■ 駒ヶ根工場見学・

「くらすわ駒ヶ根店」 (ショップ) リニューアル

リニューアルオープン日：2023年4月12日



駒ヶ根工場見学



くらすわ駒ヶ根店

会社創立100周年を記念した取り組み

- ・ 会社創立100周年記念サイト開設、記念ロゴマークの作成
- ・ 体験型施設「くらすわの森」の見学会等（検討中）
- ・ 長野県、駒ヶ根市、中川村への寄付
- ・ 創立100周年記念配当



記念サイト



ロゴマーク

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。