



Yomeishu 次のすこやかさへ、一步一步

第99期

株主通信

(平成28年4月1日～平成29年3月31日)



「次のすこやかさフォトコンテスト」入賞作品



養命酒製造株式会社 証券コード: 2540



1955年東証上場

株主の皆様へ

平素は格別のご高配を賜り厚くお礼申し上げます。

ここに、養命酒製造株式会社の第99期(平成28年4月1日から平成29年3月31日まで)の営業の概況をご報告いたします。

平成29年6月

代表取締役社長 塩澤 太郎



に向けた新規事業領域の確立」を基本方針として「新規事業領域の成長基盤の構築」「薬用養命酒の収益体質の維持」「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」の各施策に取り組んでおります。

当事業年度の業績は、「養命酒」の売上が前年同期を下回り、「その他商品・サービス」の売上は前年同期を上回ったものの、売上高は12,276百万円(前年同期比3.4%減)となりました。利益面につきましては、営業利益は1,657百万円(前年同期比9.8%減)、経常利益は1,963百万円(前年同期比7.0%減)、当期純利益は前年同期に計上した固定資産売却益がなくなったことなどにより、1,368百万円(前年同期比22.6%減)となりました。

第99期の業績の概要

当事業年度におけるわが国経済は、雇用・所得環境に改善が見られ、景気は緩やかな回復基調で推移したものの、個人消費の回復は依然として鈍く、新興国等の海外景気の減速に対する懸念や、英国の欧州連合(EU)離脱問題、米国の政権交代による政策動向等、引き続き先行き不透明な状況で推移いたしました。

当社の関連業界におきましても、生活防衛意識や節約志向、業種業態を越えた企業間競争の激化が続き、厳しい状況で推移いたしました。

このような状況の中で当社は、「生活者の信頼に応え、豊かな健康生活に貢献する」という経営理念の下、中期経営計画(平成27年4月から平成30年3月まで)において「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」という事業ビジョンに基づき、「持続的成長

第100期の見通し

第100期(平成29年4月1日から平成30年3月31日まで)の見通しといたしましては、緩やかな景気の回復が期待されるものの、消費者の節約志向が継続し、海外の政治・経済情勢に対する懸念等、先行き不透明な状況が続くものと見込まれます。

このような経営環境の中、当社は中期経営計画(平成27年4月から平成30年3月まで)の最終年度として、「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」という事業ビジョンの下、「持続的成長に向けた新規事業領域の確立」の基本方針に基づき、以下の3つの経営戦略を推進してまいります。

① 新規事業領域の成長基盤の構築

新たな成長戦略として取り組んでいる「エイジングケア」、「酒類」、「くらすわ・養命酒健康の森」においては、ナチュラル健康

志向のお客様に向けた新商品の投入やリニューアル、新たな販売チャネルの拡大等に取り組めます。また、「海外」においては、重点市場として位置付けている台湾での取り組みとともに、新商品の輸出、新たな輸出先の開拓等に取り組んでまいります。

② 薬用養命酒の収益体質の維持

「養命酒」の販売を堅持するため、差別化できる顧客価値を明確にし、新規飲用者の獲得と既存飲用者の維持に向けた効率的かつ効果的なマーケティングを実施するとともに、商品価値向上のための容器・包装資材の改善に取り組んでまいります。また、「養命酒」の収益体質を維持するため、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改善、原材料の安定的・長期的調達を確保できる体制の構築等に取り組んでまいります。

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

生活者視点に立った品質や安全保証の信頼性の向上、コーポレート・ガバナンスの強化や働きがいのある積極的な企業風土の醸成、社会に必要とされる企業として健康生活に貢献する情報発信や環境・自然・循環型社会への貢献を意識した活動等によるステークホルダーの皆様の実業活動に関する一層の理解促進等に取り組んでまいります。

第100期の業績予想に関しましては、売上高12,440百万円(前年同期比1.3%増)、営業利益1,160百万円(前年同期比30.0%減)、経常利益1,440百万円(前年同期比26.7%減)、当期純利益1,000百万円(前年同期比26.9%減)を見込んでおります。

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(平成27年度～平成29年度)

基本方針 持続的成長に向けた新規事業領域の確立

目標とする経営指標	平成29年度業績予想
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	売上高124億4千万円 養命酒 97億6千万円 (国内92億3千万円、海外5億2千万円) その他 26億7千万円
営業利益率15%以上	営業利益率9.3%
ROE(自己資本利益率)5%	ROE(自己資本利益率)2.6%

中期経営計画の最終年度である平成30年3月期において、売上高145億円以上(養命酒120億円、その他25億円)、営業利益率15%以上、ROE5%を目標としております。平成29年3月期までの進捗状況を勘案し、平成30年3月期の業績は、「養命酒」の売上は目標を下回るものの、新商品・新事業に積極的に投資を行い、「その他」の売上は目標を上回り、売上高124億4千万円(養命酒97億6千万円、その他26億7千万円)、営業利益率は9.3%、ROEは2.6%となる見込みです。

- 経営戦略
1. 新規事業領域の成長基盤の構築
 2. 薬用養命酒の収益体質の維持
 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



セグメント別の状況

養命酒



「養命酒」のテレビ広告

国内

販売促進の強化期を設け、主力購買層であるシニア層を含む幅広い年齢層に向けて「冷え症と寝付き」などの「複合症状」の解決や、体や胃腸を温めることで丈夫な体に導くことを訴求し、生活者のニーズや関心を掘り起すことにより新規顧客の獲得と継続飲用者の維持に努めました。提供番組へのテレビ広告、テレビスポット広告、新聞広告、交通広告、ラジオ広告、雑誌とのタイアップ広告等の各種広告に合わせて、店頭における什器導入を積極的に行うなど営業活動を強化し、更にドラッグストアチェーンとのタイアップ企画の実施や話題を喚起するためのウェブキャンペーン等を実施したものの、国内における「養命酒」の売上高は9,877百万円(前年同期比6.7%減)となりました。

海外

商品理解の促進と購買意欲の向上を目指し、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を実施しました。また、季節毎の商戦期において、店頭陳列の強化や、テレビ、ラジオ、雑誌、ウェブ広告、キャンペーン等を実施し、海外における「養命酒」の売上高は480百万円(前年同期比3.3%減)となりました。

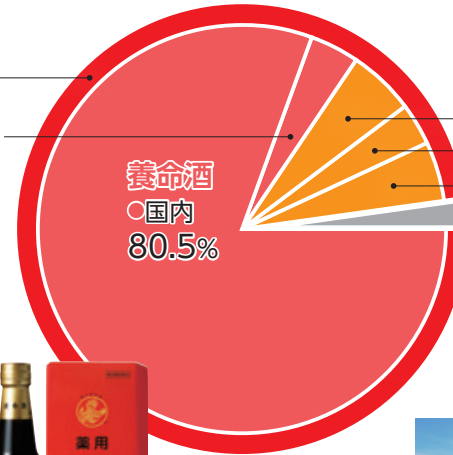
養命酒関連事業 **97.8%**

売上高 **12,012**百万円
(前年同期比 3.6%減▲)

養命酒
●海外 3.9%

養命酒 **10,358**百万円
(前年同期比 6.6%減▲)

その他商品・サービス
1,654百万円
(前年同期比 20.6%増▼)



その他商品・サービス

- 酒類 5.3%
- エイジングケア商品 3.3%
- くらすわ・養命酒健康の森 4.6%

その他 **2.2%**
(太陽光発電、不動産賃貸)
売上高 **264**百万円
(前年同期比 8.1%増▼)



台湾における「養命酒」雑誌広告

エイジングケア商品

「食べる前のうるる酢ビューティー」の商品リニューアルや新フレーバーの追加による取扱小売店の拡大と通信販売に取り組み、各種販売促進活動、サンプリング等を実施しました。また、「グミ×サプリ」「養命酒製造の黒酢」等の新商品を投入したことにより、売上高は406百万円(前年同期比43.7%増)となりました。



その他商品・サービス



酒類

「フルーツとハーブのお酒」がSNS等で話題となったことや、新フレーバーの追加や輸出にも取り組み、売上が好調に推移しました。また、「健康のお酒」シリーズとして既存商品の「ハーブの恵み」に加えて新商品「琥珀生姜酒」「高麗人参酒」を投入し営業活動を強化した他、各種新商品を投入しました。酒類全体では、美容と健康を訴求した売場提案や販促物による店頭露出の拡大、店頭での試飲会、季節毎の記念日企画等取扱小売店と連携した販売促進活動、ウェブ広告等を実施し、売上高は653百万円(前年同期比44.5%増)となりました。

くらすわ・養命酒健康の森

「くらすわ」は各種イベントの開催、新商品の投入、レストランメニューの改定等を実施しましたが、卸売の売上が減少したことにより、売上高は「養命酒健康の森」の売上を合算し、560百万円(前年同期比6.9%減)となりました。



トピックス Topics



「フルーツとハーブのお酒」が SNSで話題に

「フルーツとハーブのお酒」は「女性のキレイをサポートするお酒」というコンセプトの下、5種類のハーブとフルーツを組み合わせた美容のお酒です。この「フルーツとハーブのお酒」がSNSで話題になり、若い女性を中心に大好評をいただいています。パッケージの可愛らしさやフルーツの瑞々しさも人気の要因です。



「薬用養命酒」新CM紹介

「あ。」と気づく、藤井隆さん・乙葉さん夫妻

普段から、穏やかで温かな人柄を感じさせる藤井隆さん・乙葉さん夫妻ですが、CMの中でも実際の生活シーンが垣間見られるような、ほがらかな演技で、お二人の空気感そのままに、とても和やかな撮影現場でした。体のちょっとした不調や、「薬用養命酒」をはじめてみた所感など、「あ。」と気づく内容になっていますので、ご覧の際は、是非お楽しみください。



「薬用養命酒」容器リニューアル・パッケージ変更

お客様の利便性向上のため、「薬用養命酒」の容器をリニューアルし、5月下旬より順次出荷しています。

新容器 瓶口に「中栓」を装着

お客様からのお問い合わせが多くあったキャップの固着を改善する目的で、「薬用養命酒」を注ぐ際の液だれを防止する「中栓」をつけました。液切れがよくなり、注ぎやすくと同時に、瓶口についた液が固着してキャップが開けにくくなることを防ぎます。キャップの形状も変更し、開けやすい形状にしました。



新パッケージ 読みやすいパッケージデザインを採用

パッケージの表記に使われている文字の視認性を高めました。文字の色を黒から白に変更し、見やすく読みまちがえにくい書体(ユニバーサルデザインフォント)を使用しました。

使用上の注意 同時にパッケージの赤色を変更し、デザイン細部のブラッシュアップも行いました。

お二人からのメッセージ

このたび、「薬用養命酒」のCMキャラクターとして夫婦で出演させていただくことになりました。幼い頃に身近な大人たちが日常の中で体をいたわるために飲んでいた、長い歴史のある「薬用養命酒」に自分たちが関われると思うととても感慨深いものがあります。夫婦でのCM撮影は久しぶりでしたが、監督から1テイク目で「OKです!」と言っていたいただいてリラックスして撮影に臨めました。今回のCMメッセージに「気づくって、いいね。」とあるように、私たち夫婦の間でも、日頃の体調はもちろんなこと、お互いのちょっとした気持ちにも気づけるようになりたいと思います。今後ともよろしくお願いたします。

藤井 隆
乙葉

CSRの取組み

健康セミナー開催

「柏の葉 本のたからばこ」で、第9回温育セミナーを開催しました。快眠セラピストの三橋美穂先生をお招きし、「『おやすみ、ロジャー』で学ぶ快眠のひけつ」をテーマに効果的な睡眠の方法について学びました。バスタオルを使った体にあった枕づくりや、子供がポカポカぐっすり眠る秘訣など、今すぐ実践できる内容のセミナーになりました。



「水戸 養命酒薬用ハーブ園」開園

平成29年4月、茨城県水戸市との薬草を活用した官民協働プロジェクトのシンボルである「水戸 養命酒薬用ハーブ園」を水戸市植物公園内にオープンしました。「見る・触れる・食べる」といった一連の体験を通して、薬草を身近に感じることができるハーブ園です。



水戸 養命酒薬用ハーブ園除幕式

マラソン大会に協賛

当社は、信州にゆかりのある企業として、平成29年4月16日に開催された「長野マラソン」と、同5月5日に開催された「信州ながかわハーフマラソン」に協賛しました。



第19回長野マラソン(長野マラソン大会組織委員会提供)

新商品情報

くらしと黒酢にひと工夫、黒酢に健康素材を配合

「生姜黒酢」 「高麗人参黒酢」新発売

健康に良いと人気の黒酢に、ハーブの知見を活かして「生姜」や「高麗人参」を加えた黒酢ドリンクをつくりました。



血圧が気になる方へ、GABA配合
「生姜黒酢」

食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

「生姜黒酢」は、人気の生姜に加えて、血圧が高めの方に適した機能が報告されている機能性関与成分GABAを12.3mg配合した“血圧が気になる方”向けの機能性表示食品*です。



元気・健康をサポートする高麗人参エキス入り
「高麗人参黒酢」

「高麗人参黒酢」は、古くから健康素材として知られる高麗人参に改めて着目し、黒酢に高麗人参エキスを加えました。お酢飲料ユーザーが求める健康ニーズに対応し、いきいきとした毎日を応援します。

両ラインアップともに、「リンゴ果汁」を加え飲みやすく仕上げるとともに、毎日飲んでも飽きのこない飲み口でありながら、カロリーは1本125mlあたり20kcal以下に抑えています。

* 当社の全国発売商品初の機能性表示食品です。

全量の30%もはちみつを配合



人工甘味料、着色料、香料無添加

山田養蜂場の有機蜂蜜100%使用

8種のハーブを配合

山田養蜂場の有機蜂蜜を使用 「はちみつのお酒」新発売

「はちみつのお酒」は、山田養蜂場の有機蜂蜜とハーブを組み合わせ、上質な味わいを実現しました。蜂蜜と果汁だけの自然な甘さに、爽やかな香りのレモンマートルなど8種のハーブを合わせることで、濃厚な甘さとすっきりした後味を両立しました。長年の薬酒づくりで培った、複数のハーブをそのままお酒に漬け込む合醸法の技術によって完成した製品です。

ストレート、ロックはもとより、お湯割り、紅茶割りなど様々な飲み方でお楽しみいただけます。

<http://www.yomeishu-online.jp/>



「Yomeishuオンラインショップ」では上記商品の他、当社商品を取りそろえております。是非ご利用ください。

Yomeishuオンラインショップリニューアルのお知らせ

この度、サイトの利便性改善のために4月3日よりサイトリニューアルしました。新しいショップではサービス内容やお得なキャンペーン情報など、よりわかりやすくお客様にお知らせいたします。これからもどうぞ宜しくお願いいたします。

News

1 ウェルカムゾーン

工場敷地の大自然を紹介するジオラマを展示しています。記念フォトスポットやキッズコーナーもあります。



2



ディスカバリー 養命酒ゾーン

「薬用養命酒」の製造工程を体験・体感展示を通して、ご紹介します。

なるほど養命酒ゾーン

「薬用養命酒」について、原料から効能・効果まで詳しくご紹介します。「養命酒」の歴史も学べます。

3



養命酒 駒ヶ根工場見学施設が リニューアルOPEN!



工場見学コース
所要時間 約80分
定員 各回25名
料金 無料

※ 製造の都合によりライン停止状態でご案内の場合もございます。

インターネットでも
予約が出来ます

お申込み・お問い合わせ
電話 0265-82-3310 Fax 0265-82-6414
受付時間 9:00~17:00(年末年始は除く)

製造ライン紹介ゾーン

ビン詰めから包装・梱包の製造ラインの現場をご案内いたします。

4



テイastingゾーン

見学が終わりましたら、当社製品をご試飲いただけます。

※ お車でお越しの方には、アルコールを含まない製品をお試しいたできます。

5



会社概要 (平成29年6月29日現在)

社名 養命酒製造株式会社
YOMEISHU SEIZO CO., LTD.

本店所在地 〒150-8563
東京都渋谷区南平台町16番25号
電話 03-3462-8111
FAX 03-3462-8340
URL <http://www.yomeishu.co.jp/>

事業所 大阪支店、駒ヶ根工場、
商品開発センター、商業施設くらすわ、
鶴ヶ島太陽光発電所

設立 大正12年(1923年)6月20日

資本金 16億5,000万円

上場 東証市場第1部、名証市場第1部

事業内容 養命酒、酒類及び医薬品等の製造・販売
飲食店及び売店の経営
不動産の賃貸
自然エネルギー等による発電事業及び
電気の供給、販売等に関する業務

事業年度 毎年4月1日から翌年3月31日まで

従業員数 272名 (平成29年3月31日現在)

役員

代表取締役会長	川村 昌平	取締役 ^{*1}	白井 汪芳
代表取締役社長	塩澤 太朗	常勤監査役 ^{*2}	井川 明
専務取締役執行役員	田中 英雄	常勤監査役	宮下 久宜
常務取締役執行役員	吉松 敬雄	監査役 ^{*2}	笠原 孟
常務取締役執行役員	神林 敬	監査役 ^{*2}	鈴木 茂夫
取締役執行役員	大森 勉		
取締役執行役員	清水 政明		
取締役執行役員	丸山 明彦		
取締役執行役員	宮下 克彦		
取締役執行役員	斉藤 隆		

※1 社外取締役であります。
※2 社外監査役であります。



当社のIRサイトでは、株主・投資家の皆様に向けて「企業情報」「経営方針」「IR資料」などの情報を掲載しています。より多くの皆様にご利用いただけるよう、今後も内容の充実に努めてまいります。



<http://www.yomeishu.co.jp/company/>

株主優待制度の導入について

対象となる株主様

毎年9月30日現在の株主名簿に記載または記録された、100株(1単位)以上保有の株主様

株主優待の内容

株式の保有期間に応じて優待品を年1回贈呈

贈呈の時期

毎年2月上旬の発送を予定

保有株式数	継続保有期間	
	3年未満	3年以上
100株以上	1,500円相当の 自社商品詰め合わせ	3,000円相当の 自社商品詰め合わせ

※「継続保有期間3年以上」とは、毎年9月30日現在の当社株主名簿に記載または記録され、かつ9月30日、12月31日、3月31日、6月30日現在の当社株主名簿に、同一株主番号で、13回以上連続で100株(1単位)以上の記載または記録された株主様といたします。

株式関係 (平成29年3月31日現在)

○ 上位10名の株主

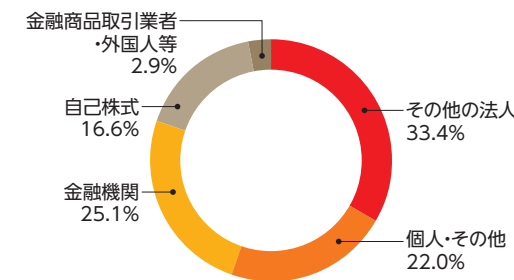
株主名	持株数(千株)
大正製薬ホールディングス株式会社	3,300
三菱UFJ信託銀行株式会社	675
株式会社八十二銀行	650
トア再保険株式会社	548
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口)	503
大同生命保険株式会社	301
株式会社三井住友銀行	264
藤澤玄雄	225
キッコーマン株式会社	221
日本マスタートラスト 信託銀行株式会社(信託口)	212

(注) 当社は、自己株式を2,740千株保有しておりますが、上記上位10名の株主からは除外しております。

○ 株式の状況

発行可能株式総数	66,000,000株
発行済株式の総数	16,500,000株
株主数	3,217名

○ 所有者別株式分布状況



株主メモ

証券コード 2540

一単元の株式数 100株

事業年度 毎年4月1日から翌年3月31日まで

定時株主総会 毎年6月中

同総会基準日 毎年3月31日

配当金受領株主確定日 毎年3月31日

株主名簿管理人 三菱UFJ信託銀行株式会社
特別口座の口座管理機関

同連絡先 〒137-8081
東京都江東区東砂七丁目10番11号
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
電話 0120-232-711 (通話料無料)

公告掲載方法 電子公告により行います。
公告掲載URL <http://www.yomeishu.co.jp/>
ただし、やむを得ない事由により、電子公告による
ことができない場合は、日本経済新聞に掲載します。

株式に関するお手続きについて

住所・氏名など届出事項の変更、配当金振込先の指定、
買取請求その他各種お手続き

証券会社の口座に当社株式が記録されている株主様
口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ります。

特別口座に当社株式が記録されている株主様
上記三菱UFJ信託銀行にお問い合わせ願います。

未受領配当金のお支払い

三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いします。

◆ 表紙の写真について ◆

昨年実施した「次のすこやかさフォトコンテスト」～合わせて何歳?～のグランプリ作品です。当社は「次のすこやかさへ、一歩一歩」というブランドメッセージを掲げ、世の中の元気で健康的な生活のお役に立てるよう企業活動をすすめています。今回のフォトコンテストでは、その想いを目に見えるかたちに表すことを目的としました。
タイトル「幸せの引力」 合計年齢 108歳 作者 若葉マークさん

あ。

ごはんがおいしい。調子もいい。



あ。

最近、朝から元気かも。

※2017年度「薬用養命酒」広告キャラクター：藤井隆さん・乙葉さん夫妻

気づくって、いいね。薬用養命酒

体のちょっとした不調に気づいたら、養命酒。元気な体に **あ。**と気づきます。

薬用 **養命酒**。第2類医薬品 【効能】 肉体疲労・胃腸虚弱・虚弱体質・食欲不振・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
www.yomeishu.co.jp