

平成24年3月期決算 ～今後の経営展望について～

平成24年5月11日
代表取締役社長
根岸 孝成

平成24年3月期 業績(連結)



(単位:百万円)

	実績 (うち為替影響額)	前年比	計画対比 (11月11日発表)
売上高	312,552 (▲4,180)	102.2 %	98.6 %
営業利益	20,817 (▲727)	102.0 %	96.8 %
経常利益	27,984 (▲1,027)	108.5 %	101.8 %
当期純利益	13,291 (▲571)	100.9 %	94.9 %

※百万円未満切り捨て

平成25年3月期 通期業績予想(連結)



(単位:百万円)

	通期予想	前年比	
売上高	330,000	105.6 %	—
営業利益	21,000	100.9 %	—
経常利益	28,000	100.1 %	—
当期純利益	15,000	112.9 %	—

※百万円未満切り捨て

震災後の購買動向の変化

自分に必要な「価値」あるものを選択して購入



菌と商品の「価値」を普及

ヤクルト400類&店頭セット



お客様とのコミュニケーション強化

ジョア



- ・今期重点アイテム
- ・ブランド活性化

ミルミル



ビフィズス菌商品の継続育成

主カブランドの育成強化



蕃爽麗茶



タフマン



ミルージュ

20~30代のこだわり女性をターゲット

新ブランド「三つ星Factory」

第一弾商品



CHOBI

- ・健康へのこだわり
- ・おいしさへのこだわり
- ・品質へのこだわり
- ・女性ならではのこだわり

※首都圏のセブンイレブン、
宅配チャンネルで販売

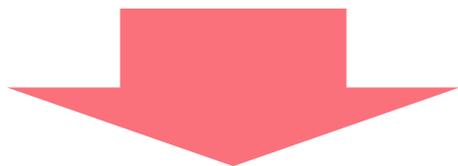
宅配チャネル

地域に密着した絆づくり



商品の価値普及

地域コミュニケーション



ヤクルトブランドの価値を高め
「地力」の向上を図る

直販チャネル

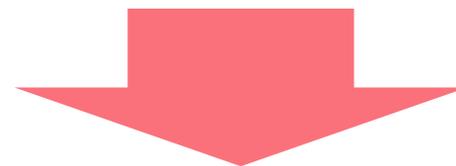
市場特性に応じた価値普及活動



店頭

給食

ホール



取引先・お客様との絆を深め
ブランド価値の向上を図る

モデル販売会社づくりのスキーム

事業再構築

機能最適化

宅配チャネル

- ・複数の販売会社が地域グループとして、共同で地域全体最適な基本戦略の策定や展開を推し進める

直販チャネル

- ・各販売会社が単独で行ってきた直販事業について、協業による事業展開を推し進める

事務部門

- ・各販売会社が抱える間接部門の業務について、協同化を推し進める

物流部門

- ・本社と販売会社の共同配送センターの導入
- ・物流子会社および物流拠点の再編

代田イズムに基づく化粧品事業の事業化

商品政策

乳酸菌はっ酵液から生まれた基礎化粧品に重点

販売政策

グループ資産を活用した専売組織による訪問を中心とした販売

各販売会社に合わせた化粧品事業の事業化

お客さまづくり・組織づくり

ネガティブインパクト

4月より市場拡大再算定により薬価15%引き下げ

BUT

エルプラットの潜在力はまだまだ高い

今期目標は、販売数量ベースで対前年比125%

ターゲット

結腸がんアジュバント、進行・再発の大腸がん

アジュバント

将来的に、欧米並み(60%)の市場占有を目指す

進行再発

医療関係者とのリレーションを一層密にし、
症例のフォローを行い、シェアアップを図る

医薬品事業(その他医薬品)

		薬価 引き下げ率	今期売上高 目 標 (Y on Y)	市場規模全体 と後発品市場	市場シェア
先発品	カンプト	△ 15%	81.5 %	全体 99億円 後発品21億円	全体市場 36%(No.2)
先発品	ノイアupp	△ 9%	134.4%	全体 297億円 後発品 -億円	G-CSF製剤での 一層の拡大を図る
後発品	レボホリナート	△ 17%	94.5 %	全体 87億円 後発品63億円	後発品市場 43%(No.1)
後発品	ゲムシタビン	△12%	254.0 %	全体 204億円 後発品15億円	後発品市場 62%(No.1)
後発品	シスプラチン	△9%	93.0 %	全体 47億円 後発品23億円	後発品市場 65%(No.1)

市場規模はIMSデータによる(薬価)

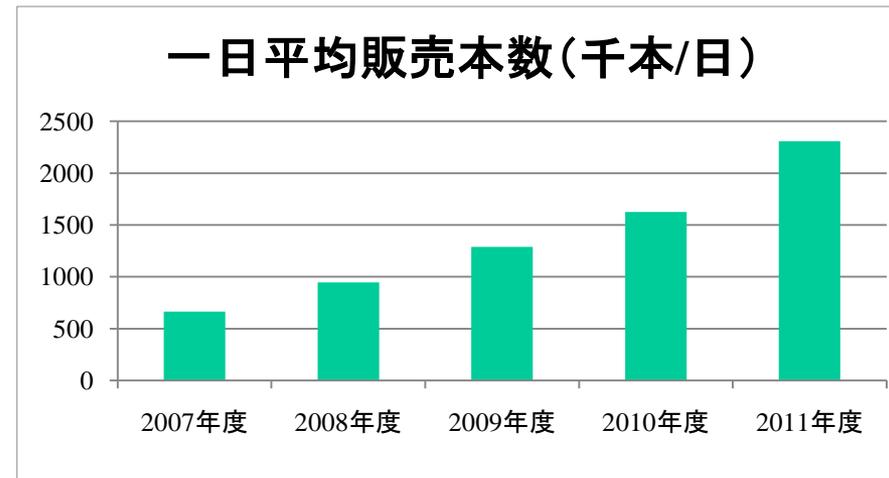
医薬品事業（適用拡大とパイプライン）



薬品名	適応症と臨床レベル	参考
エルプラット	胃がん P-III 胃がん(アジュバント) P-II 膵がん P-II (FOLFIRINOX)	2012年12月申請予定 申請時期未定 2012年申請予定
カンプト	膵がん P-II	2012年申請予定
サトラプラチン (YHI-601)	腎機能不良な頭頸部がん P-I/II	アジェニクス社
サーモドックス (YHI-801)	肝臓がん P-III (アジア、米国、欧州)	セルシオン社
ペリフォシン (YHI-1003)	大腸がん P-III (米国) 多発性骨髄腫 P-III (米国、欧州)	エテルナセンタリス社
レスミノスタット (YHI-1001)	肝細胞がん、大腸がん P-II (欧州)	4SC社

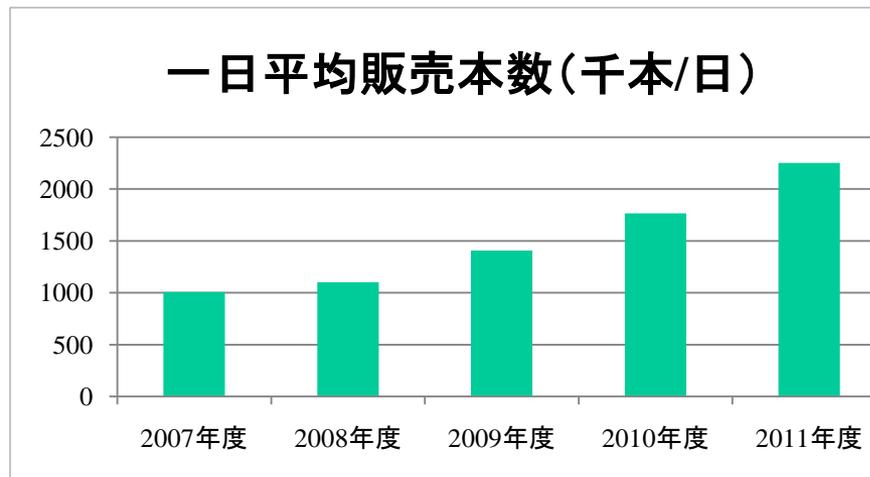
国際事業

国名	販売人口 (千人)	販売実績 (1~12月)	人口比 (%)	国名	販売人口 (千人)	販売実績 (1~12月)	人口比 (%)
台湾	22,347	889,097	3.98	ブラジル	101,061	1,706,196	1.69
香港	7,610	481,047	6.32	メキシコ	84,032	3,308,851	3.94
タイ	63,880	2,233,534	3.50	アルゼンチン	40,090	20,386	0.05
韓国	48,870	4,000,767	8.19	アメリカ	76,500	124,758	0.16
フィリピン	70,730	1,295,402	1.83	米州計	301,683	5,160,191	1.71
シンガポール	3,580	194,400	5.43	オランダ	16,660	220,278	1.32
インドネシア	160,000	2,253,345	1.41	ベルギー	22,992	76,029	0.33
オーストラリア	21,000	207,316	0.99	イギリス	66,150	203,190	0.31
マレーシア	16,000	194,298	1.21	ドイツ	83,000	105,227	0.13
ベトナム	13,000	67,992	0.52	オーストリア	8,300	17,136	0.21
インド	55,700	48,076	0.09	イタリア	60,600	64,396	0.11
中国	290,080	2,308,918	0.80	欧州計	257,702	686,256	0.27
アジア計	772,797	14,174,192	1.83	合計	1,332,182	20,020,639	1.50



- ・2015年27拠点体制に向け、本年3月までに21拠点体制が構築
- ・宅配事業の拡大(広州、上海、北京に続き、本年3月からは天津でもスタート)
- ・今春(1月2月)値上げを実施
- ・拡大する需要に対して、天津工場の設備増強を進める

国際事業(インドネシア)



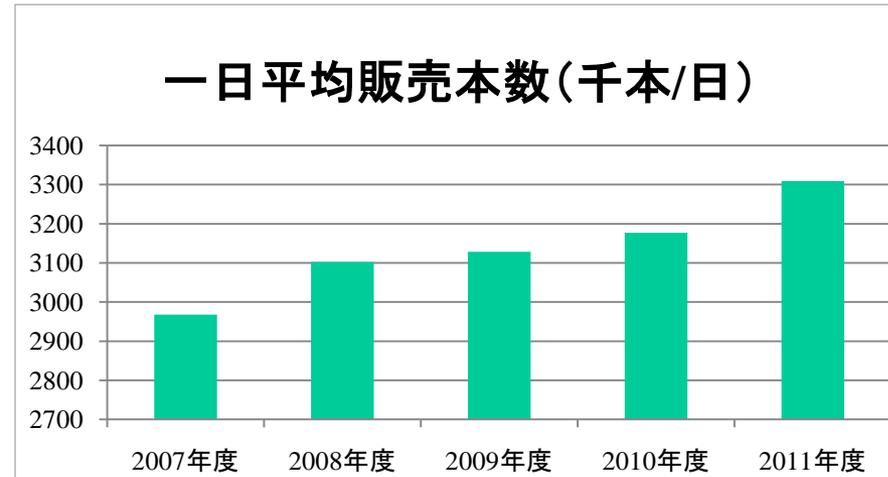
・販売体制の強化は続く

【YL数3,914名(前年比715名増)、納品店舗数85,138(前年比3,185店増) 2012年3月末】

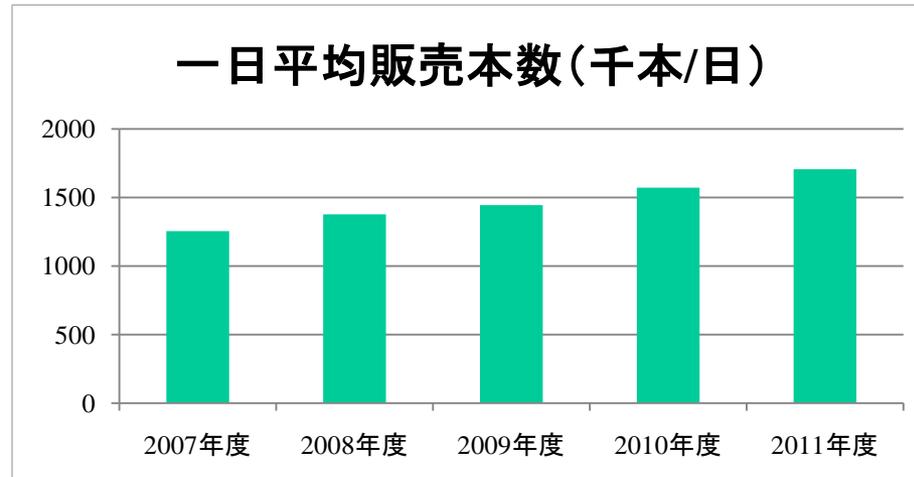
・2011年8月に値上げを実施(宅配8.3%、直販7.7%)

・値上げ後も、2桁の成長が続く

・拡大する需要に対して、第2工場の建設も視野に



- ・リーマンショック以降、2011年度はメキシコ経済が回復
【2011年の実質GDP成長率は3.9%-製造業と商業が堅調】
- ・2011年度の販売実績は好調に推移(前年比104.1%)
- ・2012年のメキシコ経済見通しは、世界的な景気減速の影響で外需が縮小し、好調だった自動車を中心とする輸出製造業も減速するとみられている
- ・市場環境は、当社事業に逆風。販売力強化で対応する



- ・2011年のブラジル経済は、欧米の景気停滞により伸び悩んだ。2012年度も引き続き欧州債務危機の影響を逃れる事が難しいと見られている
- ・2011年度の当社事業は、店頭チャネルでの販促策の実施により好調に推移(前年比108%)
- ・2012年度の当社事業の立ち上がりは好調

ありがとうございました！！



当資料に掲載されている計画、見通しなどのうち、過去の事実以外は将来に関する見通しであり、不確定な要因を含んでいます。実際の業績は、さまざまな要因によりこれら見通しとは異なる結果となる場合があることをご承知おきください。

当資料のいかなる情報も投資勧誘を目的としたものではありません。また、弊社は当資料の内容に関し、いかなる保証をするものでもありません。万一、この資料に基づいて被ったいかなる損害についても、弊社および情報提供者は一切責任を負いません。