
2017年3月期第2四半期決算 ～今後の経営展望について～

2016年11月11日

代表取締役社長

根岸 孝成

Yakult

2017年3月期 第2四半期連結業績(累計)



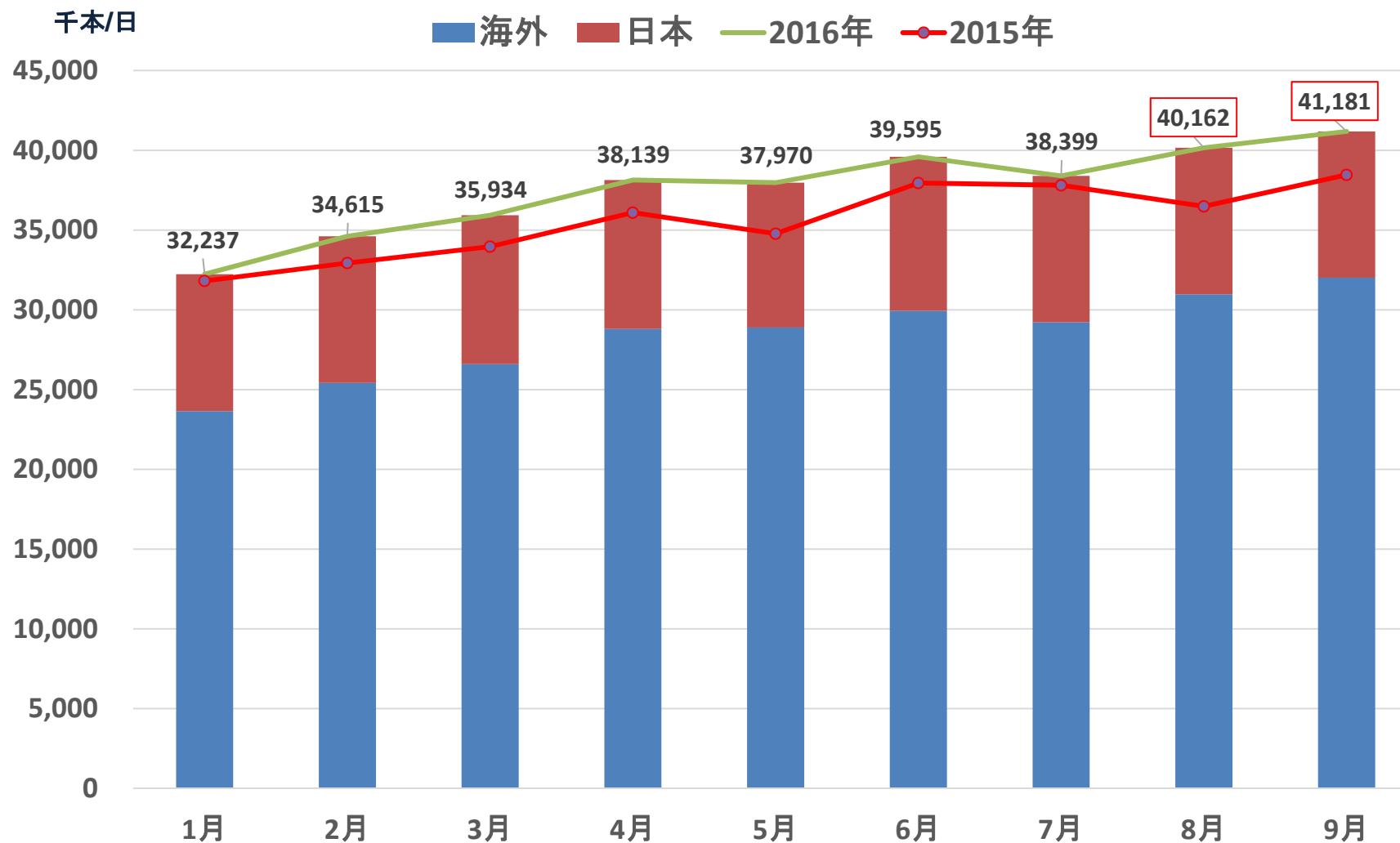
(単位:百万円)

	実績 (うち、為替影響額)	当初業績予想 (5月10日発表)	当初業績予想比	前年実績	前年実績比
売上高	188,946 (▲12,544)	196,000	96.4%	194,291	97.2%
営業利益	18,746 (▲3,289)	19,500	96.1%	22,424	83.6%
経常利益	23,760 (▲4,083)	24,000	99.0%	28,297	84.0%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	14,965 (▲2,384)	15,000	99.8%	16,989	88.1%

全世界(日本+海外)の1日当り乳製品販売本数の推移

Yakult

(図 2)



2017年3月期 通期業績予想(連結)

Yakult
(図 3)

(単位:百万円)

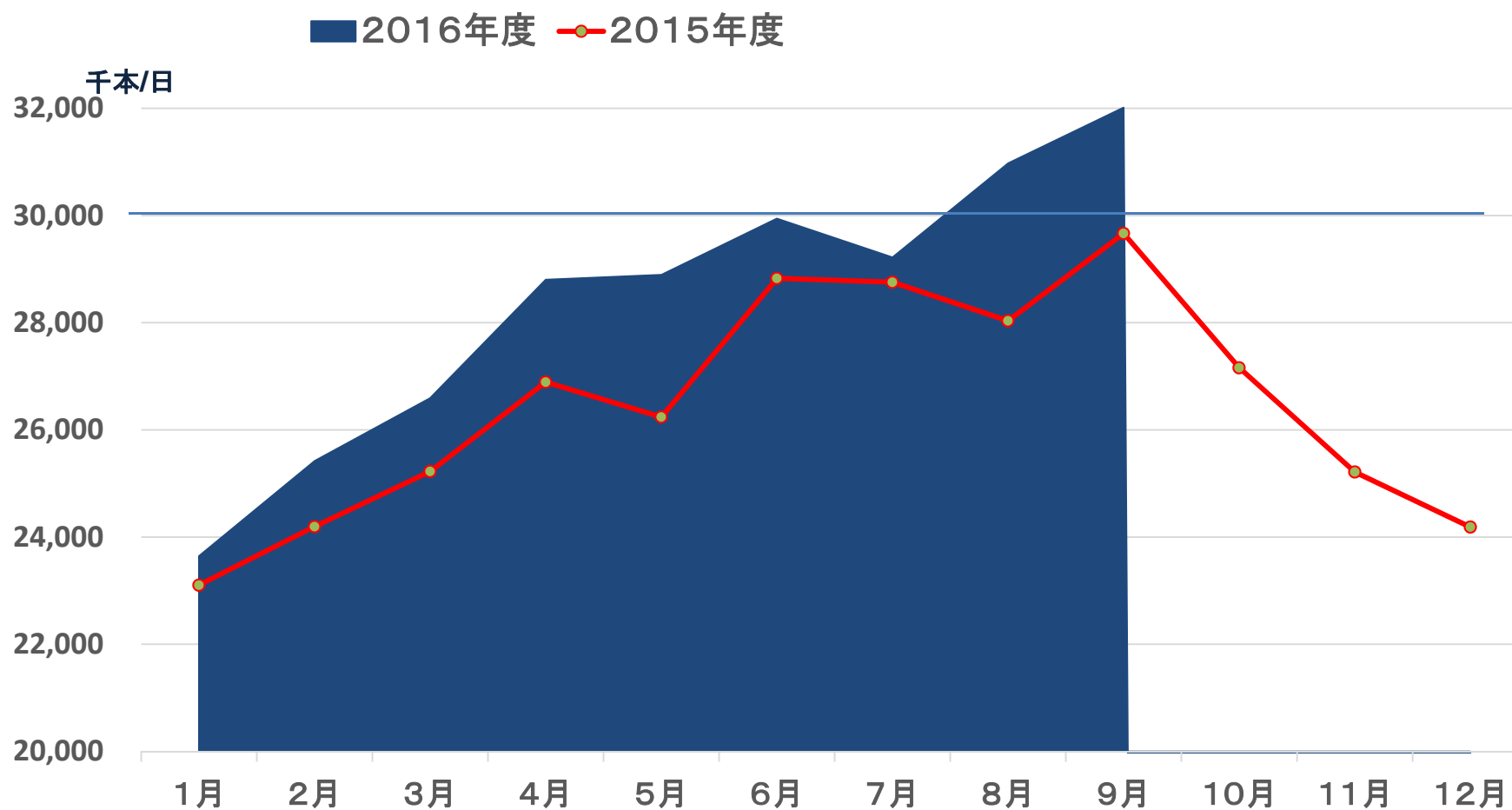
	修正業績予想 (うち、為替影響額)	当初業績予想 (5月10日発表)	当初業績予想比	前年実績	前年実績比
売上高	379,000 (▲8,500)	389,000	97.4%	390,412	97.1%
営業利益	34,000 (▲2,300)	36,500	93.2%	40,057	84.9%
経常利益	43,000 (▲2,500)	46,000	93.5%	50,629	84.9%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	26,000 (▲1,700)	28,000	92.9%	28,843	90.1%

海外（持分法を含む）の1日当り乳製品販売本数の推移

Yakult

(図 4)

1日平均販売数量の推移



2017年3月期 国際事業 業績予想



(図 5)

セグメント損益(連結)

(単位:百万円)

	修正業績予想 (うち、為替影響額)	5月10日発表 当初業績予想 (うち、為替影響額)	当初業績予想比	前年実績	前年実績比
売上高	147,800 (▲25,200)	156,400 (▲16,700)	94.5%	158,480	93.3%
営業利益	35,500 (▲6,400)	37,600 (▲4,100)	94.4%	40,377	87.9%

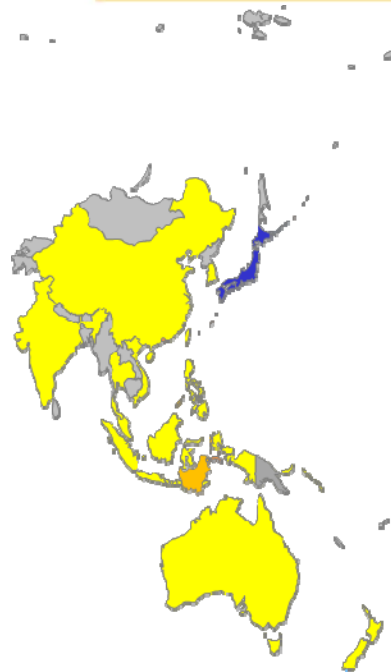
為替影響を除くセグメント損益

(単位:百万円)

	修正業績予想	5月10日発表 当初業績予想	当初業績予想比	前年実績	前年実績比
売上高	173,000	173,100	99.9%	158,480	109.2%
営業利益	41,900	41,700	100.5%	40,377	103.8%

国際事業の取り組み(アジア地域)

販売人口、YL数、納品店舗数は、2016年6月末現在。販売実績は2016年1月～6月の1日平均 (図 6)



国名	総人口 (千人)	販売人口 (千人)	販売実績 (千本/日)	前年比 (%)	人口比 (%)	YL数 (人)	納品店舗数 (店)
香港	7,940	7,940	533	92.0	6.72	0	9,989
シンガポール	3,900	3,900	246	100.5	6.31	344	3,948
インドネシア	249,000	160,000	4,857	120.7	3.04	7,041	138,289
オーストラリア	28,100	23,000	234	104.2	1.02	0	5,220
マレーシア	30,000	22,000	332	109.5	1.51	488	12,347
ベトナム	92,500	54,200	214	114.3	0.39	284	11,136
インド	1,211,000	97,050	152	110.5	0.16	257	6,432
中国	1,300,000	659,040	5,178	104.5	0.79	2,849	112,624
アジア計	2,922,440	1,027,130	11,746	110.2	1.14	11,263	299,985

為替影響を除くセグメント損益

(単位:百万円)

	修正業績予想	5月10日発表 当初業績予想	当初業績予想比	前年実績	前年実績比
売上高	107,700	108,200	99.5%	97,121	110.9%
営業利益	27,900	28,400	98.2%	26,980	103.4%

国際事業の取り組み(アジア地域)

Yakult

(図7)

為替影響を除く
修正売上予想前年比

四半期毎販売本数前年比

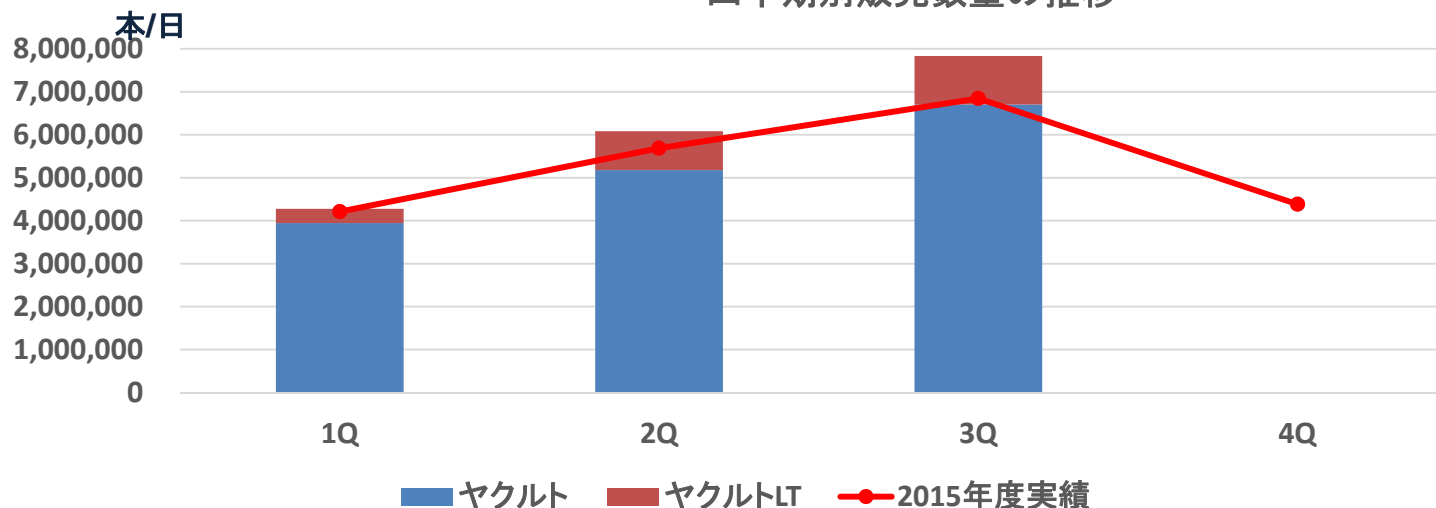
国名	1~3月 前年比	4~6月 前年比	7~9月 前年比	1~9月 前年比	1~12月 前年比
香港	83.8%	98.9%	92.7%	92.2%	—
シンガポール	104.6%	96.7%	93.6%	98.1%	—
インドネシア	123.0%	118.6%	116.0%	118.9%	—
オーストラリア	102.2%	106.1%	99.9%	102.7%	—
マレーシア	110.0%	109.1%	105.8%	108.3%	—
ベトナム	117.1%	112.3%	107.1%	111.7%	—
インド	112.7%	108.6%	106.0%	108.8%	—
中国	101.5%	106.8%	113.2%	108.1%	—
アジア(連結)計	109.7%	110.7%	112.1%	110.9%	110.9%

国際事業の取り組み(アジア地域)

Yakult
(図 8)

中国

四半期別販売数量の推移



インドネシア

宅配 (YL1人あたり販売数量)

	1~6月累計	前年比
2016年	363本/日	105.8%
2015年	343本/日	102.4%

店頭 (1店舗あたり販売数量)

	1~6月累計	前年比
2016年	17.0本/日	104.9%
2015年	16.2本/日	96.4%

- ・本年6月末のYL数は、7,041名(929名増)
- ・ロイヤルカスタマーづくりを意識したお客さま対応を図り、高いレベルでの安定収入を図る

- ・6月末の納品店舗数、13.8万店(1.3万店増)
- ・きめの細かいサービスができるルートマンづくりにより、店舗当りの売上金額を増やす

国際事業の取り組み(米州地域)



販売人口、YL数、納品店舗数は、2016年6月末現在。販売実績は2016年1月～6月の1日平均 (図 9)



国名	総人口 (千人)	販売人口 (千人)	販売実績 (千本/日)	前年比 (%)	人口比 (%)	YL数 (人)	納品店舗数 (店)
ブラジル	203,800	101,290	2,012	98.4	1.99	5,306	62,265
メキシコ	127,300	94,324	3,627	103.3	3.85	8,919	22,906
アメリカ	322,000	78,550	249	112.4	0.32	0	7,050
米州計	653,100	274,164	5,888	101.9	2.15	14,225	92,221

為替影響を除くセグメント損益

(単位:百万円)

	修正業績予想	5月10日発表 当初業績予想	当初業績予想比	前年実績	前年実績比
売上高	56,200	56,300	99.8%	52,736	106.6%
営業利益	13,400	13,200	101.5%	12,778	104.9%

国際事業の取り組み(米州地域)



(図10)

為替影響を除く
修正売上予想前年比

四半期毎販売数量前年比

国名	1~3月 前年比	4~6月 前年比	7~9月 前年比	1~9月 前年比	1~12月 前年比
ブラジル	98.7%	98.1%	97.3%	98.0%	—
メキシコ	99.6%	107.0%	101.3%	102.6%	—
アメリカ	116.5%	108.8%	112.7%	112.5%	—
米州計	99.8%	104.0%	100.4%	101.4%	106.6%

国際事業の取り組み(米州地域)

Yakult
(図11)

ブラジル

- ・国内経済のマイナス成長の影響を受け、足元の業績は若干苦戦している
- ・ヤクルト40ライトの導入(7月から)を契機に、業績向上を図る



メキシコ

- ・創業以来、前年の販売実績を下回ったことがない、安定した事業所である
- ・販売基盤の強化(営業社員が担当するYL数を減らし、よりきめの細かい管理に変更)
- ・ブランドカアップ(ユニセフ、厚生労働省との提携活動を通じた社会貢献活動)

アメリカ

- ・2007年から、アメリカでの本格販売を開始
- ・プロバイオティクスに対する消費者の理解が広がってきている
- ・中西部を中心に、大手流通チェーンを通じた販売エリアの拡大に取り組んでいる

国際事業の取り組み(欧州地域)

販売人口、YL数、納品店舗数は、2016年6月末現在。販売実績は2016年1月～6月の1日平均 (図12)



国名	総人口 (千人)	販売人口 (千人)	販売実績 (千本/日)	前年比 (%)	人口比 (%)	YL数 (人)	納品店舗数 (店)
オランダ	16,977	16,977	177	106.8	1.05	0	3,856
ベルギー	32,890	32,890	69	104.1	0.21	0	3,099
イギリス	69,235	69,235	192	100.8	0.28	0	5,074
ドイツ	81,100	81,100	87	117.4	0.11	0	9,470
オーストリア	8,300	8,300	11	94.9	0.13	0	3,633
イタリア	61,219	61,219	87	106.9	0.14	0	7,253
欧州計	269,721	269,721	624	105.7	0.23	0	32,385

為替影響を除くセグメント損益

(単位:百万円)

	修正業績予想	5月10日発表 当初業績予想	当初業績予想比	前年実績	前年実績比
売上高	9,100	8,600	105.8%	8,621	105.6%
営業利益	600	100	600.0%	618	97.0%

国際事業の取り組み(欧州地域)



(図13)

為替影響を除く
修正売上予想前年比

四半期毎販売数量前年比

国名	1～3月 前年比	4～6月 前年比	7～9月 前年比	1～9月 前年比	1～12月 前年比
オランダ	108.4%	105.3%	100.7%	104.8%	—
ベルギー	102.7%	105.6%	108.0%	105.3%	—
イギリス	101.5%	100.1%	103.7%	101.7%	—
ドイツ	122.2%	111.5%	106.7%	114.1%	—
オーストリア	92.9%	97.9%	85.8%	92.2%	—
イタリア	100.8%	113.2%	108.5%	107.4%	—
欧州計	106.0%	105.3%	104.0%	105.2%	105.6%

- ・広告宣伝を増やしサンプリング等の地道な活動により、各国での販売数量は上向ってきている。
- ・依然として外部環境は厳しいものの、着実なお客様づくりを進めていく。

2017年3月期 医薬品事業 業績予想



(図14)

セグメント損益(連結)

(単位:百万円)

	修正業績予想	5月10日発表 当初業績予想	当初業績予想比	前年実績	前年実績比
売上高	27,500	30,000	91.7%	34,813	79.0%
営業利益	2,200	3,100	71.0%	5,361	41.0%

医薬品売上高内訳

	修正販売予想	当初販売予想	当初販売予想比	前年実績	前年実績比
カンプト(国内)	1,150	1,200	95.8%	1,450	79.3%
カンプト(海外)	350	400	87.5%	106	329.9%
エルプラット	17,500	18,500	94.6%	24,896	70.3%
ゲムシタビン	3,000	2,900	103.4%	3,271	91.7%
その他医薬品	5,500	7,000	78.6%	5,089	108.1%
合計	27,500	30,000	91.7%	34,813	79.0%

2017年3月期 国内飲料食品事業 業績予想



(図16)

セグメント損益(連結)

(単位:百万円)

	修正業績予想	5月10日発表 当初業績予想	当初業績予想比	前年実績	前年実績比
売上高	202,600	202,600	100.0%	198,959	101.8%
営業利益	11,300	12,000	94.2%	9,534	118.5%

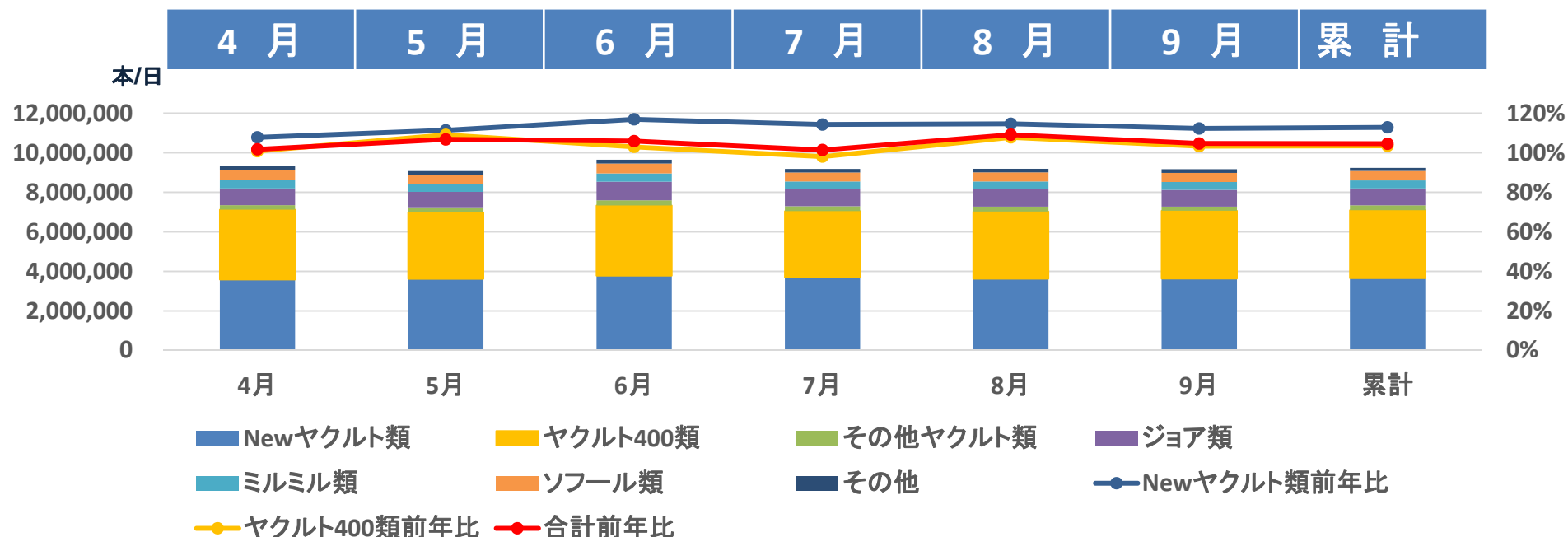
乳製品売上数量内訳(単体)

(単位:千本/日)

	修正販売予想	当初販売予想	当初販売予想比	前年実績	前年実績比
Newヤクルト類	3,660	3,355	109.1%	3,302	110.8%
ヤクルト400類	3,428	3,389	101.2%	3,355	102.2%
その他ヤクルト類	229	236	97.0%	203	113.1%
ジョア類	849	953	89.1%	934	90.9%
ミルミル類	404	393	102.8%	393	102.8%
ソフール類	493	507	97.2%	506	97.4%
その他	192	202	95.0%	222	86.7%
合計	9,256	9,035	102.4%	8,914	103.8%

国内飲料食品事業の取り組み

乳製品の販売推移



堅調な販売実績：4月～9月 1日平均乳製品販売数量は前年比 104.9%



ヤクルト400類価格改定(5月30日～、70円⇒80円)
4月～9月対前年比 103.5%



Newヤクルトの伸長 4月～9月対前年比 112.8%
購買客数の増、6本パック、10本パックの導入効果 (2015年9月～)

国内飲料食品事業の取り組み

上期の展開

4 月

5 月

6 月

7 月

8 月

9 月

上期末

当社の取り組み: ヤクルトのブランド価値を高める

市場トレンド: プロバイオティクス商品に対する消費者の関心の高まり

企業メッセージの発信を強化し、企業価値の向上ならびに販売活動のバックアップを強化

ヤクルト広告 3本の矢TVCM



ヤクルト400

ヤクルトレディ

研究開発技術力

新聞広告



続ける理由がありすぎる

確かな理由がありすぎる

店頭およびヤクルトレディによる価値普及活動

国内飲料食品事業の取り組み

下期の展開(公表しているもの)

10月	11月	12月	1月	2月	3月	上期末
-----	-----	-----	----	----	----	-----

当社の取り組み: ヤクルトのブランド価値を高める

市場トレンド: プロバイオティクス商品に対する消費者の関心の高まり

ヤクルト広告
3本の矢
TVCM

ヤクルト400

ヤクルトレディ

研究開発技術力

Newヤクルトカロリーハーフ
全国サンプリングキャラバン

⇒11月27日まで全国20会場にて

ジョアTVCM
新たにディズニーデザイン
「ツムツム」

ディズニー・オン・クラシック協賛
ジョアサンプリング

⇒12月25日まで全国28会場にて

店頭およびヤクルトレディによる価値普及活動



© Disney

ブランド価値を高めていくために

Yakult
(図20)

人も地球も健康に

Yakult



お客さまにわかりやすく伝える
(広告)



安全安心な製品づくり
(工場)



新たな知見の研究
(研究所)



価値普及活動
(ヤクルトレディ)



価値普及活動
(店頭)

プロバイオティクスを世界に！ 科学するヤクルト

Yakult
(図21)

ヤクルト中央研究所
「オープニングカンファレンス」

～ natureとの共同企画による、
科学するヤクルトを世界に発信するイベント～

「科学(雑誌)の世界的シンボル」といえる**nature**(ネイチャー)との共同企画により中央研究所「オープニングカンファレンス」を開催。「科学するヤクルト」を、国内外のステークホルダーにアピールする。



Nature Café

Theme: The role of microbiota in health and disease

Presentations:

Dr Eran Elinav (*Weizmann Institute of Science, Israel*)

Dr Mary Ellen Sanders (*Dairy & Food Culture Technologies, USA*)

Professor Colin Hill (*University College Cork, Ireland*)

Professor Vanessa Sperandio (*University of Texas Southwestern Medical Center, USA*)

Memorial Lecture

Theme: T cell stimulatory bacteria colonizing in the human oral cavity

Lecturer:

Dr Kenya Honda (*Keio University School of Medicine, Japan*)

後日、採録記事掲載



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。