
平成27年3月期決算 ～今後の経営展望について～

平成27年5月12日

代表取締役社長

根岸 孝成

Yakult

平成27年3月期 業績(連結)

(単位:百万円)

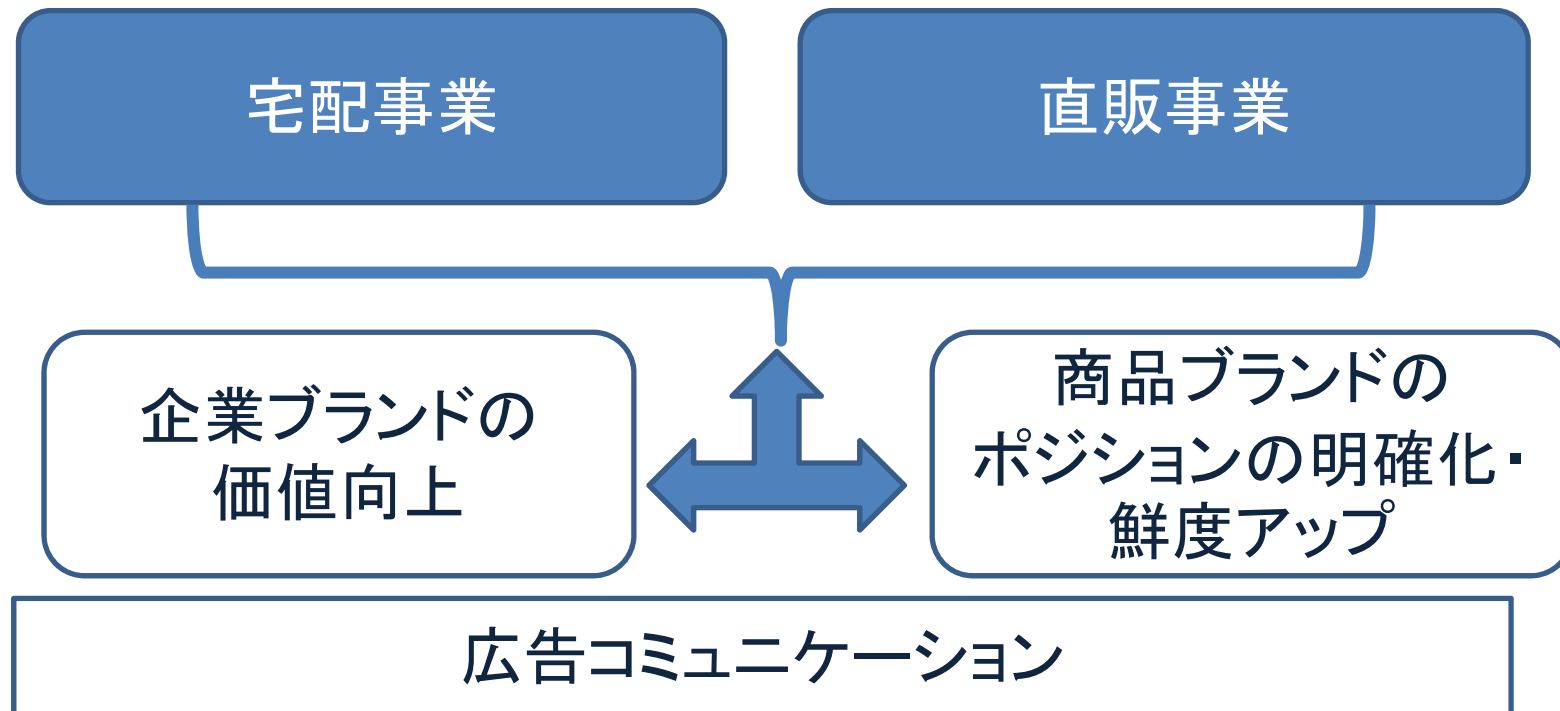
| | 実績 (うち、為替影響額) | 前年比 | 計画対比 (11月7日発表) |
|-------|--------------------|---------|-------------------|
| 売上高 | 367,980 (6,420) | 105.0 % | 99.5 % |
| 営業利益 | 34,898 (1,649) | 109.0 % | 101.2 % |
| 経常利益 | 45,608 (2,133) | 115.4 % | 108.6 % |
| 当期純利益 | 25,056 (1,513) | 111.1 % | 104.4 % |

平成28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 | 395,000 | 107.3 % |
| 営業利益 | 39,000 | 111.8 % |
| 経常利益 | 47,500 | 104.1 % |
| 当期純利益 | 27,500 | 109.8 % |

飲料食品事業の取り組み(1)



- ・ 成長戦略: 広告コミュニケーションにより宅配と店頭という2つの販売チャネルの活性化
- ・ 「企業ブランド」と「商品ブランド」という双方のブランドロイヤリティを高め、相乗効果を発揮

飲料食品事業の取り組み(2)

企業ブランドの価値向上

シンボルマークの露出

Newヤクルト類、
ヤクルト400類
ミルミル類



研究開発力訴求 重点ワード: 科学するヤクルト



ヤクルトレディの魅力発信 第三者の目線から魅力・やりがいを訴求



飲料食品事業の取り組み(2)

商品ブランドのポジションの明確化・鮮度アップ

ヤクルト400類 「トクホ」をコミュニケーションの核とした、基幹ブランドの維持向上



Newヤクルト グローバルブランド訴求



ジョア 女性ユーザー層からの支持拡大
‘カラダにしあわせ’の具現化



飲料食品事業の取り組み(3)

4月20日～5月下旬
「シンデレラ」デザインパッケージ
※希望小売価格90円(税別)

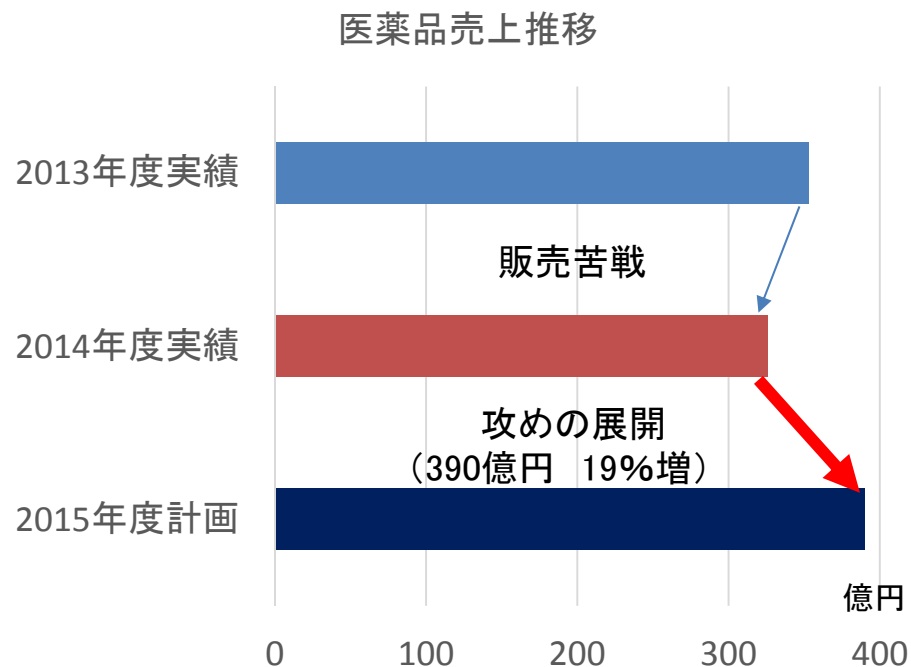
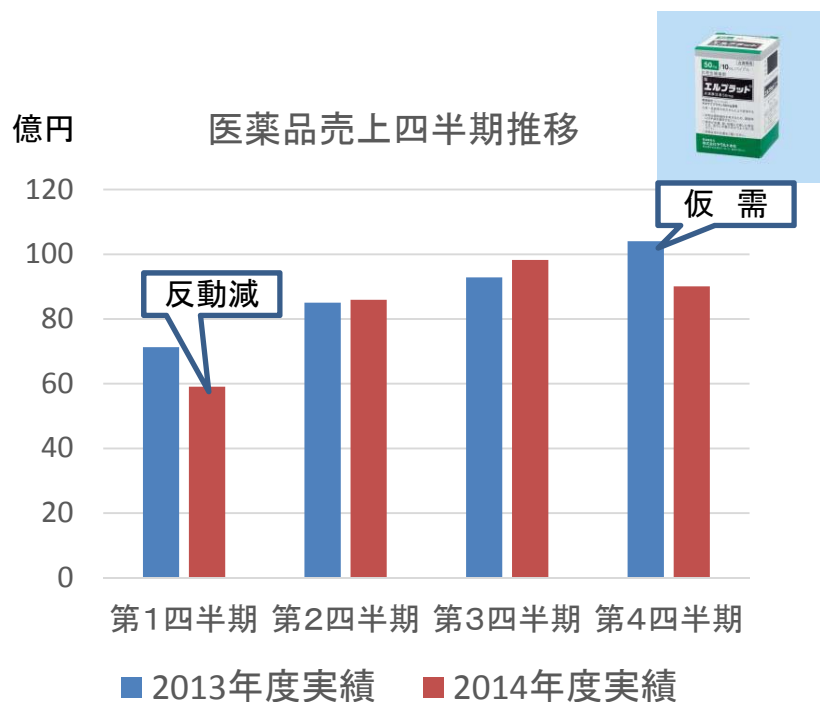
6月1日～7月下旬
「ディズニープリンセス」デザインパッケージ
※希望小売価格100円(税別)



© Disney

- ・ ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社とのライセンス契約に基づく商品として期間限定で販売。(シンデレラ:2アイテム 各5パターン、ディズニープリンセス:4アイテム 各6パターンのデザイン)
- ・ 多くの人々に夢を届ける**ディズニーキャラクター**と、「カラダにしあわせ」を届ける「**ジョア**」を通じて幅広くお客さまに「健康」や「喜び」、「楽しさ」をお届け

医薬品事業の取り組み(1)



- 前期は、エルプラットの消費増税前の仮需の反動から第1と第4四半期が厳しいことに加え、その他の医薬品も薬価引き下げにより苦戦した。
- 今期は、売上の75%を占める、**エルプラットに重点を置いた、攻めの展開を図る。**

医薬品事業の取り組み(2)

大腸がん (進行・再発)

1st.Lineにおいて、エルプラットを用いた療法からカンプトを用いた療法へスイッチが生じたことが使用量の減少につながっている。
有効性には差が無いことから、取り扱いやすいFOLFOXへの回復を図る。

大腸がん (アジュバント)

欧米に比べ、アジュバントの浸透が低いことが課題。
エルプラットを用いた療法のシェアを現在の29%から40%まで高めていく。
そのために必要な獲得症例数は8,500例

すい臓がん

2013年12月の承認以降、シェアは拡大。現在の7%から10%を目指す。
FOLFIRINOX療法は現時点でもっとも長い全生存期間を示す治療であることから各医療機関への周知・定着を図る。

胃がん (進行・再発)

2015年3月に正式に承認となった。
従来の治療と異なり、入院が不要なため、外来化学療法が可能で有害事象が軽度という強みを持つことから、早期の浸透を図る。

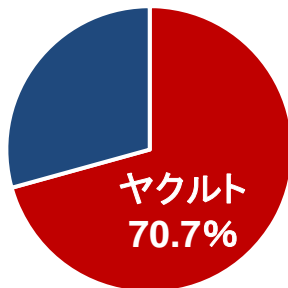
胃がん (アジュバント)

2014年12月に承認申請を行った。
当局との協議を適切に行い、早期の承認を目指す。

医薬品事業の取り組み(3)



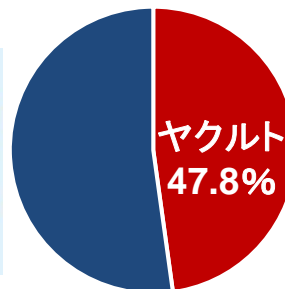
シスプラチン



後発品市場内シェア



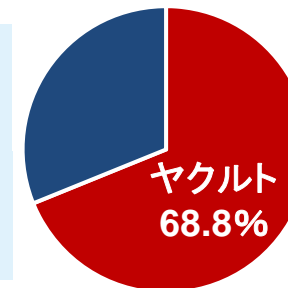
レボホリナート



後発品市場内シェア



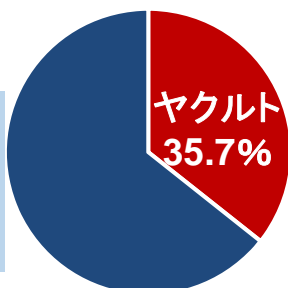
ゲムシタビン



後発品市場内シェア



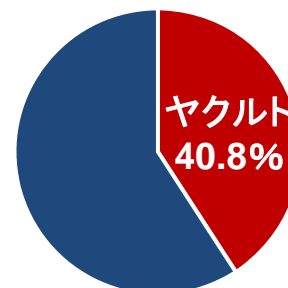
イマチニブ



後発品市場内シェア



ゾレドロン酸



後発品市場内シェア

2014年4月から
2015年2月までの累計

- ・がん領域に特化した医薬品事業において、後発品分野でも存在感を示す。
- ・既存商品のシェア拡大と共に、更なる商品アイテムを増やし、医薬品事業における売上高・営業利益の安定化をめざす。

国際事業の取り組み(1)

中国事業



既存市場

- ・市場規模
マーケティング人口6億人(2015年3月末)
- ・販売実績(2014年の1日平均)
483万本(うち、約85%が店頭販売)
- ・浸透率(人口比)
0.96%(100人のうちに1人)

ポイント: 既存市場での浸透率を更に高める

市場拡大

- ・新たな販売拠点の設置
- ポイント: 未販売エリアの人口7億人の市場**

インドネシア事業



既存市場

- ・市場規模
マーケティング人口1.6億人
- ・販売実績(2014年の一日平均)
382万本(構成比: 宅配約50%、店頭約50%)
- ・販売体制
YL数 5,929人(前年対比+821人)
納品店舗数 114千店(前年対比+11千店)

ポイント: 宅配事業が成長のドライバー
将来の目標は、人口1万人に1人のヤクルトレディ(1万6千人)

ポイント: 宅配事業の成長は、店頭での販売実績にも寄与(相乗効果を生んでいる)

国際事業の取り組み(2)

メキシコ事業



既存市場
・市場規模

マーケティング人口8.5千万人

ポイント: 首都圏に比べ浸透率の低い地方市場での更なる成長

| | 人口 (万人) | 販売本数 (万本) | 人口比 (%) |
|-----|------------|--------------|------------|
| 首都圏 | 2,287 | 157 | 6.89 |
| 地方 | 6,227 | 182 | 2.92 |
| 合計 | 8,514 | 339 | 3.98 |

商品の複合化

ポイント: シリーズ品(ソフル)の拡大



Copyright(C) T-worldtias All Rights Reserved.

ブラジル事業



既存市場
・市場規模

マーケティング人口10.1千万人

**ポイント: 販売数量はサンパウロ州が70%以上を占める。
サンパウロ州以外でも市場再構築を進め、持続的な成長を目指す**

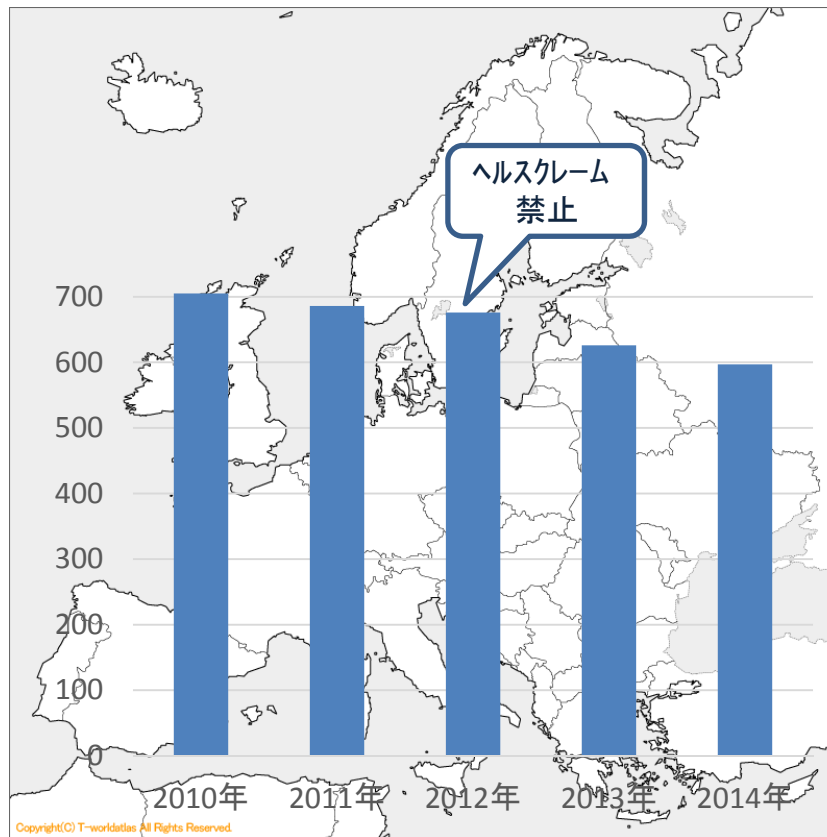
| | 人口 (万人) | 販売本数 (万本) | 人口比 (%) |
|--------|------------|--------------|------------|
| サンパウロ州 | 4,126 | 145 | 3.52 |
| それ以外 | 5,980 | 62 | 1.04 |
| 合計 | 10,106 | 207 | 2.05 |

Copyright(C) T-worldtias All Rights Reserved.

国際事業の取り組み(3)

欧州事業

事業環境:ヘルスクレームが表示出来なくなった2012年以降も「ヤクルト」のロイヤルユーザーにより、販売数量減少は大きくない。新規顧客の獲得が課題。



(メモ)

株主還元に関して

配当の基本方針

安定的な配当を継続して実施していくことを最優先とするため、配当金額のベースを年額20円とし、そのうえで、将来の事業拡大や収益向上を図るための資金需要および財政状況ならびに当期の業績などを総合的に勘案して、配当金額を決定。

当期(平成27年3月期)の1株当たり配当金額は、年額25円

平成28年3月期の配当金

利益還元を強化するため、1株につき5円増配の年額30円に加え、次期(平成28年3月期)が当社グループが創業80周年を迎える年であることから、1株あたり20円の記念配当を実施し、普通配当と合わせた1株当たりの配当金額を年額50円とする。

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。