

2014年5月13日

## 「Yakult Vision 2020」第2フェーズ計画（2014-2016）を策定

株式会社ヤクルト本社（社長 根岸 孝成）では、ヤクルトグループとしての成長を維持し、市場の変化に対応していくための道標として、企業経営の長期ビジョン「Yakult Vision 2020」を2011年1月に策定しました。この長期ビジョンは、2011年度から2020年度の10年間で3つのフェーズに区分して展開しています。

今回、2014年度から2016年度までの3年間で対象期間とする第2フェーズ計画を策定しましたので、お知らせします。

内容は以下のとおりです。

### < 「Yakult Vision 2020」第1フェーズ（2011～2013）の結果 >

2011年度から2013年度の第1フェーズは、「飛躍への助走期間」として展開し、目標を達成しました。

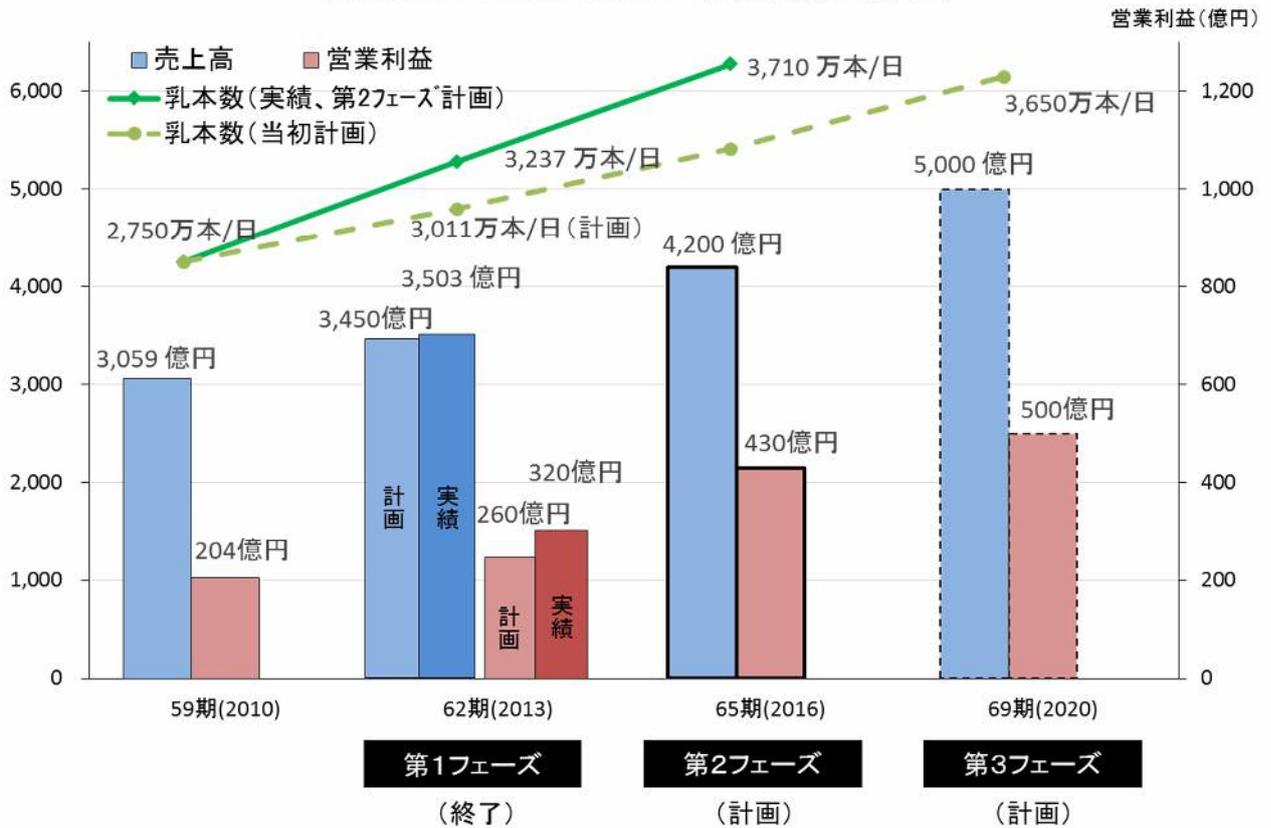
第1フェーズ計画と実績（2013年度）		
	計 画	実 績
○乳製品世界平均販売数量	3, 0 1 1 万本/日	3, 2 3 7 万本/日 (達成率 107.5%)
○連結売上高	3, 4 5 0 億円	3, 5 0 3 億円 (達成率 101.5%)
○連結営業利益	2 6 0 億円	3 2 0 億円 (達成率 123.1%)

### < 「Yakult Vision 2020」第2フェーズ（2014～2016）の計画 >

2014年度から2016年度までの3年間は、企業理念に基づいて事業推進を図ることを基本に、第1フェーズから展開している基盤整備をもとに、「飛躍的な成長」を目指していきます。

第2フェーズ計画（2016年度）		
	計 画	2013年度対比
○乳製品世界平均販売数量	3, 7 1 0 万本/日	+ 4 7 3 万本/日
○連結売上高	4, 2 0 0 億円	+ 6 9 7 億円
○連結営業利益	4 3 0 億円	+ 1 1 0 億円

### Yakult Vision 2020 の実績と計画



	第1フェーズ (2011-2013)			第2フェーズ (2014-2016)	
	目標	実績	達成率	目標	2013 年度差
乳製品世界平均販売数量	3,011 万本/日	3,237 万本/日	107.5%	3,710 万本/日	+473 万本/日
連結売上高	3,450 億円	3,503 億円	101.5%	4,200 億円	+697 億円
連結営業利益	260 億円	320 億円	123.1%	430 億円	+110 億円

第2フェーズの目標達成に向け、以下の考え方で推進していきます。

- ヤクルト事業の根幹であるプロバイオティクスの価値普及を世界へ展開していくことにより、グローバル化をさらに推進していきます。
- 研究開発力を強化するとともに、エビデンスに裏付けされたヤクルトならではの商品・サービスを提供することにより、持続的な成長を目指していきます。
- 当社グループが一丸となって、企業理念の実践を通じ、世界の人々（地域社会）に貢献していきます。

第2フェーズの各セグメント別目標は、以下のとおりです。

第2フェーズ定量目標（2016年度）

	2016年度（計画）		
		増 減 （対2013）	伸長率 （対2013）
乳製品世界平均販売数量	3,710 万本/日	+473 万本/日	114.6%
国内	960 万本/日	+64 万本/日	107.1%
海外	2,750 万本/日	+409 万本/日	117.5%
連結売上高	4,200 億円	+697 億円	119.9%
国内飲料食品	2,160 億円	+156 億円	107.8%
海外飲料食品	1,500 億円	+312 億円	126.3%
医薬品	500 億円	+147 億円	141.6%
その他	200 億円	+20 億円	111.1%
連結営業利益	430 億円	+110 億円	134.4%
国内飲料食品	120 億円	+23 億円	123.7%
海外飲料食品	340 億円	+62 億円	122.3%
医薬品	130 億円	+45 億円	152.9%
その他	10 億円	▲3 億円	76.9%

第2フェーズの分野別テーマは、以下のとおりです。

### ○飲料食品事業

#### <国内>

成熟した国内市場における継続成長の実現

- ・【乳製品】既存ブランドの強化と新たなエビデンスを有する商品の開発
- ・【ジュース、清涼飲料類】健康機能性飲料、健康食品の品揃えの強化
- ・広告、広報、販売チャネル（宅配、直販）が連動した、価値普及活動の推進
- ・グループ経営品質の向上と組織の拡充
- ・ビジネスモデルの刷新による顧客接点の強化、拡大

#### <海外>

世界に伝えよう Yakult の心、広げよう健康の喜び

グローバル市場での拡大と深耕

- ・既存事業所の持続的成長
- ・新規進出事業所の経営安定化と成長
- ・新規国への進出

### ○医薬品事業

がん領域に特化したイノベーションにより世界の人々の健康に貢献する

- ・エルプラットの売上最大化
- ・既存品、長期収載品の売上維持
- ・ジェネリック品の品揃えによる更なるシェア拡大
- ・パイプラインの拡充による継続的な新薬創出の基盤づくり

### ○化粧品事業

本社、販売会社が一体となったグループ化粧品事業の事業化

- ・乳酸菌由来の基礎化粧品に特化したメーカーマーケティングの推進
- ・販売会社における化粧品事業の事業化の推進
- ・愛飲者の愛用者化およびエステサロン活用によるお客さまづくりの推進
- ・通信販売および新規チャネルの研究と法人取引の拡大

以 上