

平成30年3月期決算
～今後の経営展望について～

平成30年5月10日

代表取締役社長

根岸 孝成

Yakult

オファリング結果

※比率は、発行済株式総数に対して

ダノン社の持株数、35, 212, 000株(※20.02%)⇒10, 612, 000株(※6.2%)

ダノン社との覚書の改定

これまで協同して行ってきた合併事業、プロバイオティクス振興活動および研究活動を継続することに合意

新しい協働事業の実現可能性を検討することに合意

- 1 当社が現在本格的に進出していないヨーロッパ市場(まず、スペインをテスト市場とする)におけるダノン社による当社商品の販売
- 2 医食同源プログラムを基礎として食と健康の関連に対する理解を深めるためのシンポジウムその他のイベントの開催

株主還元

自己株式の取得および取得株式の消却

株主還元を強化し資本効率を改善すると共に、オファリングに伴う株式需給の影響を緩和する観点から2月15日の終値(7,400円)にて、4,864,800株取得(360億円)。
3月16日、全数を消却

平成31年3月期 配当予想

1株について6円増配の40円

情報開示

ホームページ「IR情報」の充実

- 1 英語版の決算関係開示資料の増加
- 2 国内乳製品販売本数の月次情報の開示

損益実績について

Yakult

(単位:億円) (図 3)

	30年3月期実績 (うち、為替影響額)	前年比	予想対比 (11月10日発表)
売上高	4,015 (+43)	106.1 %	99.8 %
営業利益	434 (+8)	116.6 %	104.7 %
経常利益	530 (+9)	107.5 %	104.0 %
親会社株主に帰属する 当期純利益	340 (+6)	113.0 %	108.1 %

為替影響額は対前年実績

通期予想について

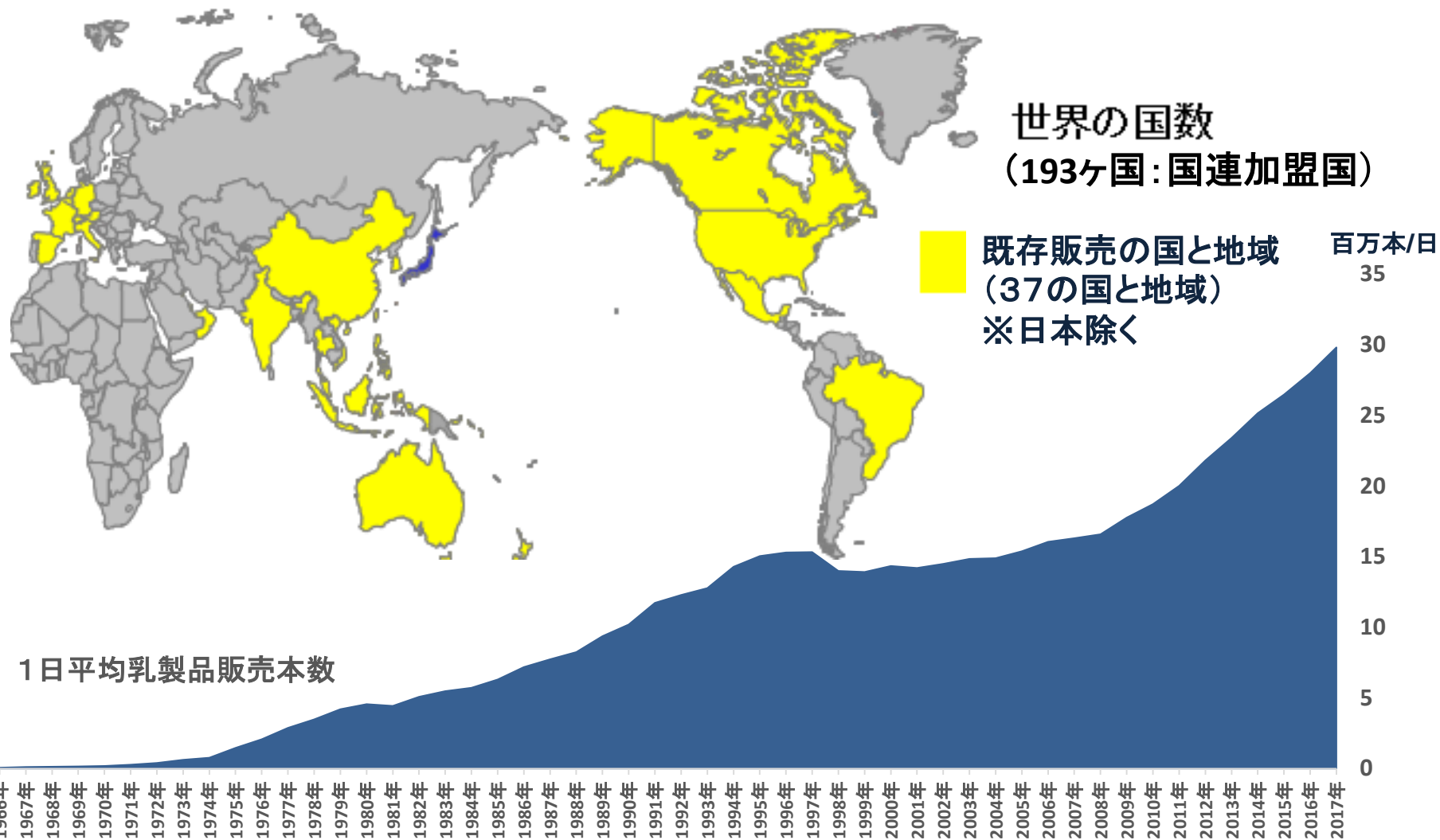
(単位:億円)

	31年3月期通期予想	前年比
売上高	4,180	104.1 %
営業利益	465	107.0 %
経常利益	565	106.5 %
親会社株主に帰属する 当期純利益	355	104.2 %
1株当り当期純利益	221.19円	106.8 %

国際事業について

世界37の国と地域に進出、16か国に26の工場
2万2千人の社員、4万6千人のヤクルトレディ

いずれも2017年12月末現在



国際事業について

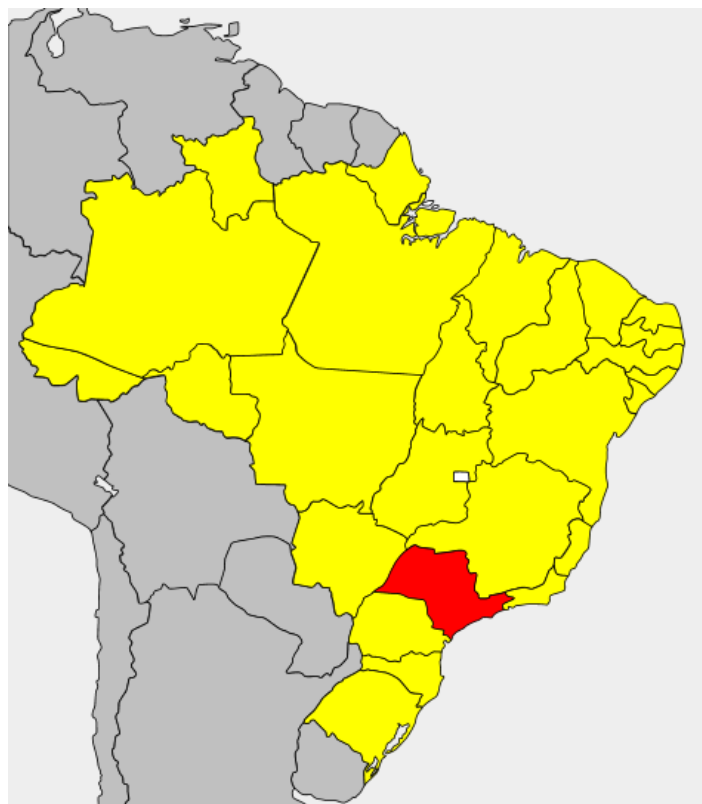


(図 6)

国名	販売人口 (千人)	2017年 1~12月 販売本数 (本/日)	前年比 (%)	人口比 (%)	国名	販売人口 (千人)	2017年 1~12月 販売本数 (本/日)	前年比 (%)	人口比 (%)	
香 港	7,980	527,886	96.1	6.62	ブ ラ ジ ル	101,290	1,817,192	93.9	1.79	
シンガポール	3,900	229,349	94.7	5.88	メ キ シ コ	94,532	3,677,962	103.3	3.89	
インドネシア	200,000	5,294,434	104.8	2.65	ア メ リ カ	173,200	293,831	115.3	0.17	
オーストラリア	23,500	244,880	103.2	1.04	米 州 計	369,022	5,788,985	100.7	1.57	
マレーシア	23,000	330,162	100.4	1.44	オ ラ ン ダ	17,017	173,331	101.4	1.02	
ベトナム	64,200	275,346	127.9	0.43	ベ ル ギ ー	32,897	76,054	109.9	0.23	
インド	126,000	185,754	118.5	0.15	イ ギ リ ス	69,784	198,430	104.5	0.28	
中 東	16,180	11,105	—	0.07	ド イ ツ	81,298	80,692	97.0	0.10	
中国	広 州	88,290	2,660,455	115.3	3.01	オ ー ス ト リ ア	8,300	11,796	108.0	0.14
	上 海	24,000	650,508	111.8	2.71	イ タ リ ア	61,219	94,971	109.5	0.16
	北 京	30,280	413,337	120.9	1.37	ヨ ー ロ ッ パ 計	270,515	635,274	104.0	0.23
	中 国	560,400	3,278,771	126.4	0.59	(連 結 合 計)	1,807,267	20,526,246	108.2	1.14
中 国 計	702,970	7,003,071	120.2	1.00	台 湾	22,810	751,473	93.9	3.29	
アジア・オセアニア連結計	1,167,730	14,101,987	111.9	1.21	タ イ	65,930	2,210,633	101.3	3.35	
					韓 国	51,500	3,572,785	99.1	6.94	
					フ ィ リ ピ ン	91,400	2,761,604	112.7	3.02	
					(持 分 法 合 計)	231,640	9,296,495	102.9	4.01	
					合 計	2,038,907	29,822,741	106.5	1.46	

国際事業について(主要国)

ブラジル

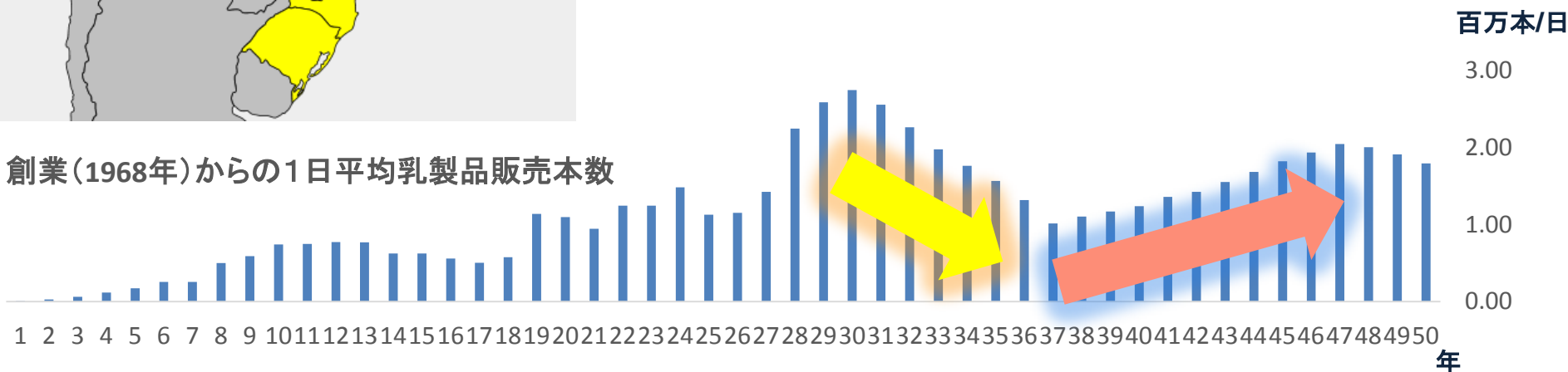


ハイパーインフレによる市場経済の混乱により、販売本数はピーク時から半減

建て直しの為に、日本から社員を送り、宅配システムや納品店舗との取引の見直しを実施し、販売本数は回復

近年はインフレによる個人消費の減退の影響で苦戦しているが、足元の経済指標は改善している

創業(1968年)からの1日平均乳製品販売本数



国際事業について(主要国)

Yakult

(図 8)

メキシコ

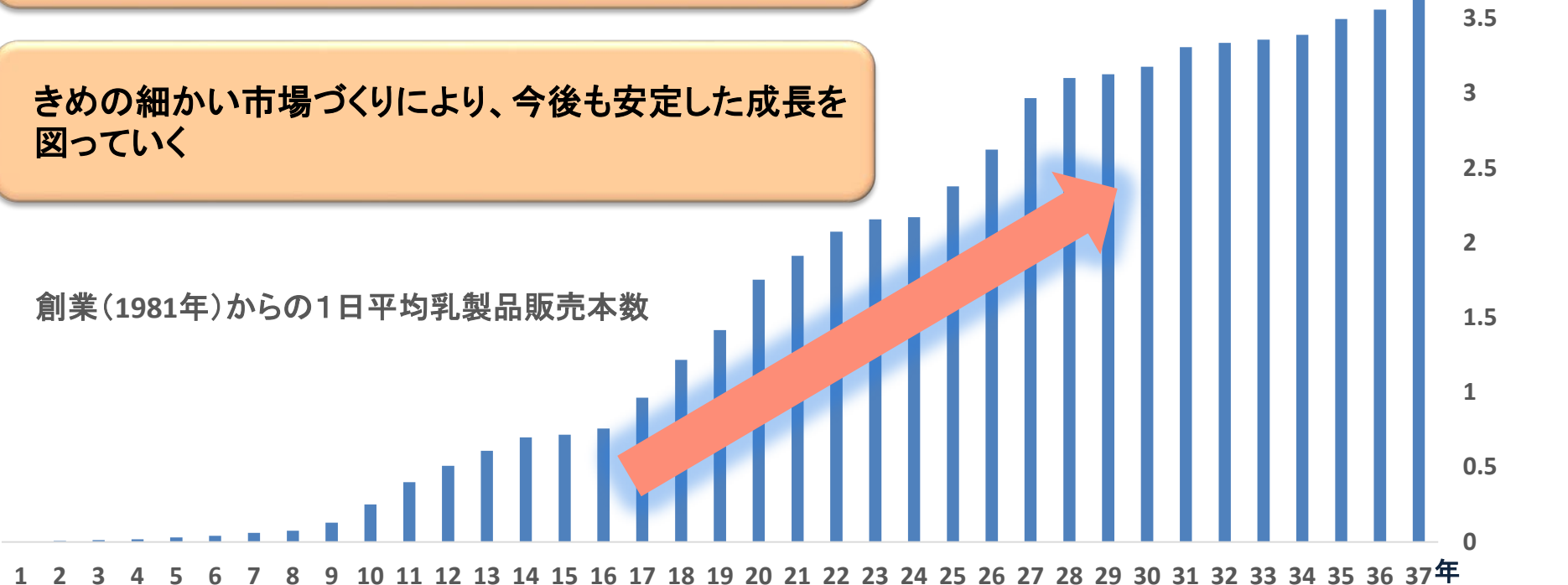
創業から現在まで、一度も前年実績を下回ったことのない安定した事業所

創業から15年(1996年)以降、地方エリアへの事業展開を本格的に開始

きめの細かい市場づくりにより、今後も安定した成長を図っていく



創業(1981年)からの1日平均乳製品販売本数



国際事業について(主要国)

インドネシア

創業から10数年、店頭と宅配チャネルづくりを行った後、宅配チャネルに焦点をあてた政策に着手

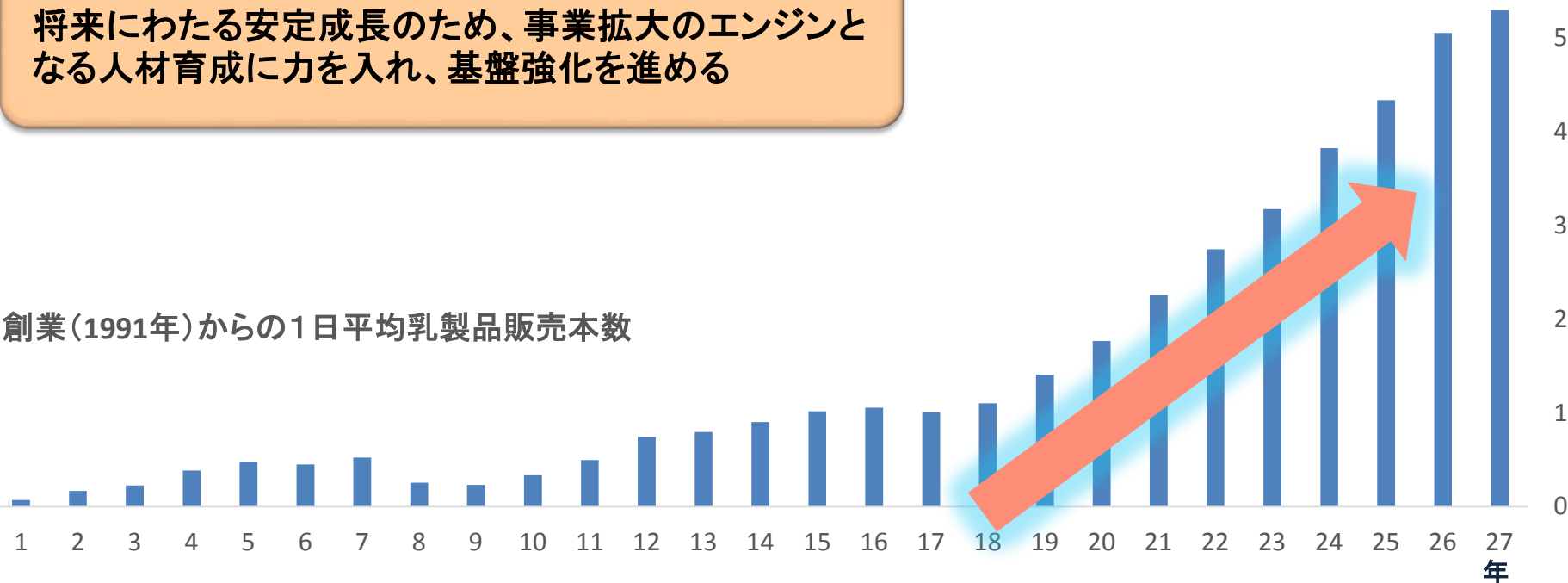
研修を通じたスキルアップ、YL数の増員により、販売本数は増加(店頭チャネルにも相乗効果が生まれた)

将来にわたる安定成長のため、事業拡大のエンジンとなる人材育成に力を入れ、基盤強化を進める



百万本/日
6

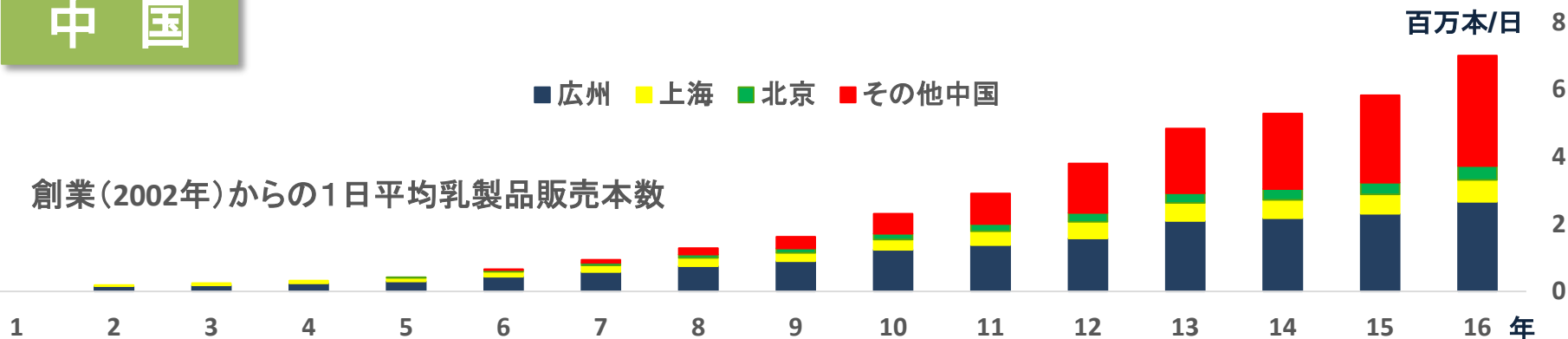
創業(1991年)からの1日平均乳製品販売本数



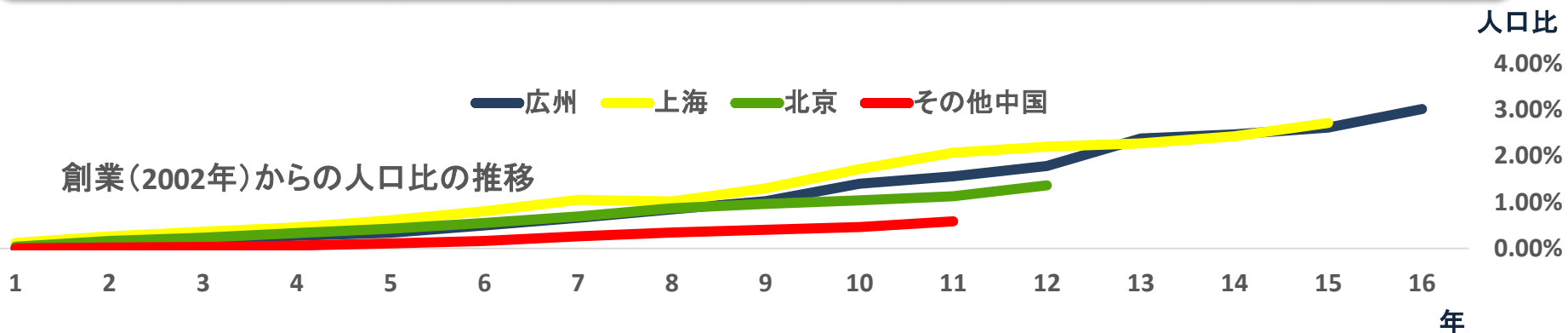
国際事業について(主要国)

Yakult
(図10)

中国



中国事業は2002年に「広州」で開始し16年が経過。チャネル展開は店頭が中心。先行市場の「広州」が実績を積み上げてきたが、近年は「その他中国」の成長が加速



先行市場の「広州」は、事業開始からの年数の経過と共に、順調に人口比を高めてきている

国際事業について(広州)

Yakult

(図11)



番号	拠点名	設立年月
1	広州本店	2002年6月
2	深セン支店	2004年6月
3	佛山支店	2007年5月
4	湛江支店	2008年8月
5	東莞支店	2011年6月
● 6	清遠支店	2017年8月
● 7	惠州支店	2017年9月
● 8	中山支店	2018年1月

広東省
面積 約18万平方キロ
(日本の約半分)

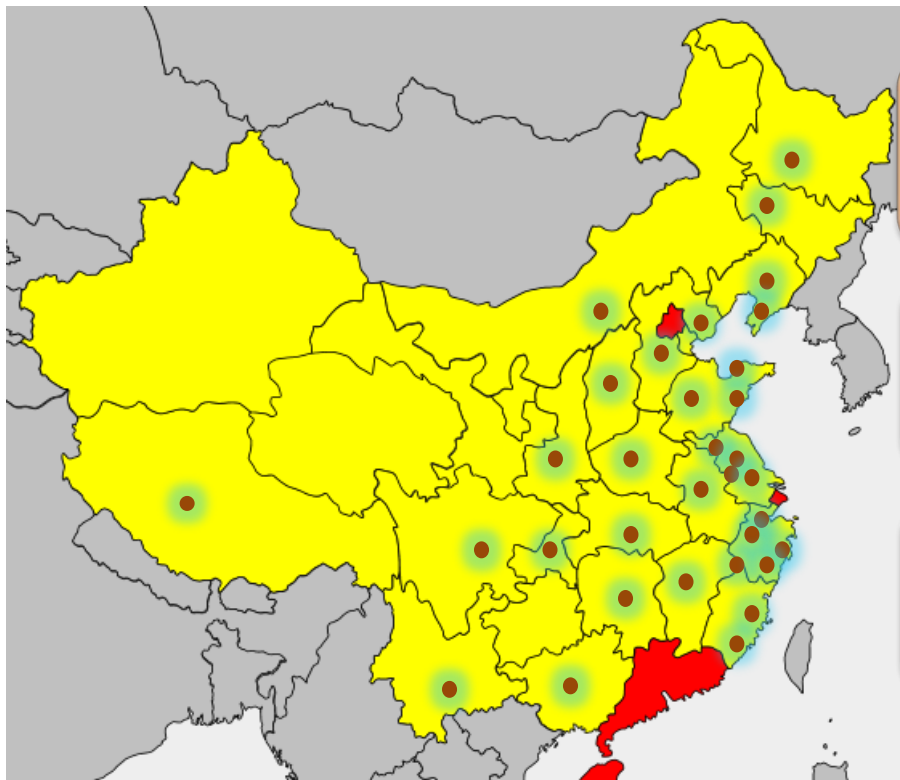
人口 約1億1千万人
(うち、広州市1,404万人)
深セン市1,191万人)

出典: 在広州日本国総領事館
2016年末

広州での事業は、巨大市場の「広州市」、「深セン市」を中心に展開してきた。今後も市場深耕を継続実施

2017年に2か所、2018年に1か所の拠点を新設。
2大都市以外の郊外都市や衛星都市での事業展開強化

国際事業について(その他中国)



2006年に進出以降、市場の深耕・拡大を進め、販売本数は右肩上がりに増加し続けている

未販売地域がまだあることから、これからも毎年市場拡大(販売拠点づくり)を実施していく

既存市場では、販売網の整備を進めていく

	広州	その他中国	
販売対象人口	8,829万人	5億6千万人	広州の6倍以上の人口
1日平均販売本数 (人口比)	2,660千本 (3.01%)	3,279千本 (0.59%)	浸透率(人口比)は 広州の5分の1
販売拠点数 (1拠点当りの販売人口)	8か所 (1,104万人)	32か所 (1,750万人)	1販売拠点当りの販売人口は 広州の1.6倍
納品店舗数 (1拠点当りの納品店舗数)	51,833店 (6,479店)	81,091店 (2,534店)	1販売拠点当りの納品店舗数は 広州の5分の2

※数値は2017年。ただし広州の販売拠点数は中山支店を含む。

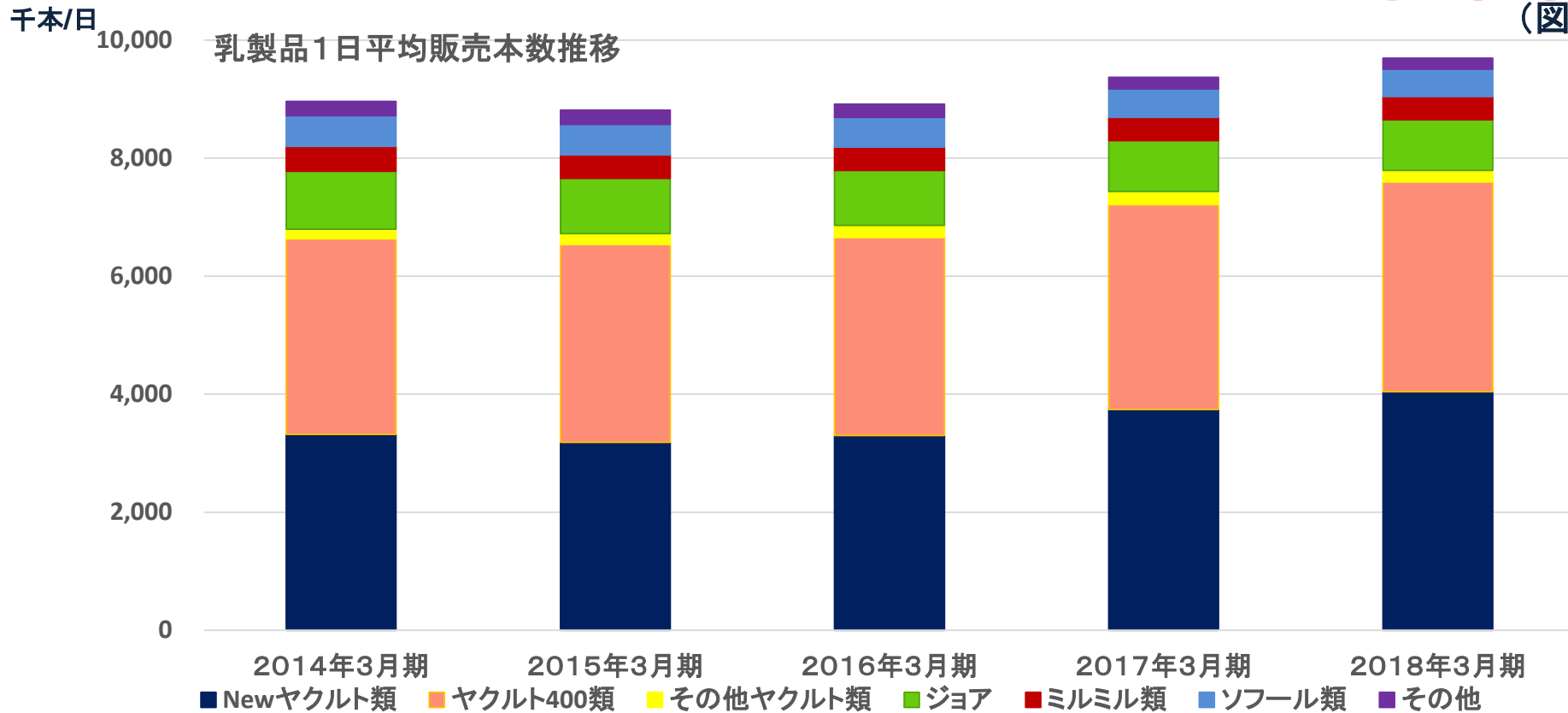
国内飲料食品事業について

生きた乳酸菌を使ったプロバイオティクス市場は、食べるタイプのヨーグルト商品に加え、ドリンクタイプの商品参入により、市場拡大が続いている

プロバイオティクス商品に対する消費者の関心は、ますます高まっている



国内飲料食品事業について



2018年3月期 1日平均乳製品販売本数 9,694千本



人口比
7.57%



愛飲者に対する継続飲用の促進と新たなお客さまづくりに向けて

広告展開

「ヤクルトブランド」への集中と主要乳製品の鮮度アップ

「ヤクルト」とお客さまとの接点の最大化、継続的なファンづくり

「ヤクルト広告3本の矢」の継続実施

ヤクルトブランド
(強い菌で強く生きる)

研究開発・技術力訴求
(科学するヤクルト)

ヤクルトレディ
(いい毎日には、ヤクルトさんがいる)

広報活動

「ヤクルトブランド」に対するより高い好感度・愛着心が得られる広報活動

「研究開発領域」の広報活動として、国内外に情報発信を行い、企業価値向上を図る

生活者向け

工場見学、出前授業、情報発信

オピニオンリーダー向け
(医師、看護師、管理栄養士、薬剤師等)

当社プロバイオティクスの医療領域における有用性の研修会など

研究者向け

腸内フローラ研究の進展をサポート

全国津々浦々において事業を展開している販売会社が主体となって推進

宅配

エリア価値普及

地域の取引先や消費者の方々が、経営理念や商品・サービスの価値を理解し、ヤクルトファンになっていただくために実施する、健康教室などの地域密着での普及啓発活動



ヤクルト届けてネット

昨年導入開始した、宅配専用Web受注システムの全国展開を進め、多様化する顧客ニーズに応える

店頭

スーパーマーケット

フィールドスタッフ、プロモーションスタッフによる店舗での活動促進



CVS

CVS攻略商品の展開により、定番商品化による売り場の確保、拡大を図る

その他市場

「病院」、「学校」、「事業所」などを対象とした、乳製品の価値普及活動を行い、お客さまづくりを行う

減収計画の背景

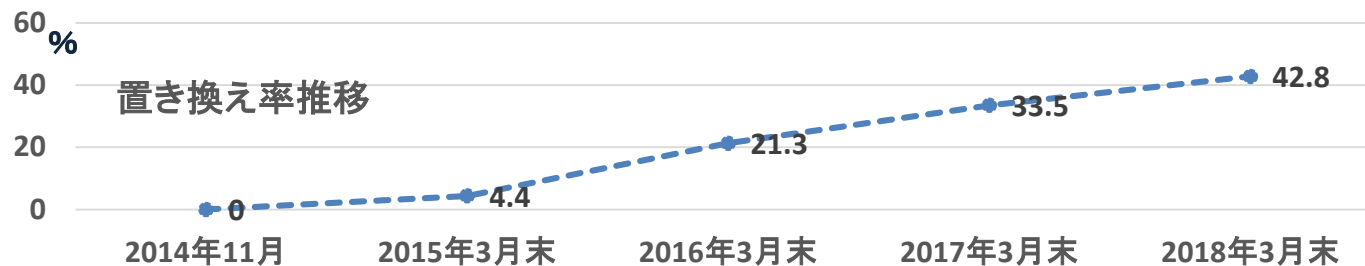
薬価改定の影響



エルプラットは、市場競争の激化の影響もあり、12.3%の引下げ
当社の医療用医薬品全体では、10%台半ばの引下げ

エルプラットの後発品への置き換え

政府のさらなる後発医薬品使用促進策の強化(目標:2020年9月迄に80%)
により、エルプラットの後発品への置き換わりが進むことが見込まれる



減益計画の背景

減収による粗利の減

研究開発費の増加

今後の方針

がん領域に特化した医薬品事業を継続するために、
中長期的な収益の回復・拡大を図る

今後の対策

今期計画では、中長期的な売上高増加のために、
研究開発費の上積みを実施

中長期的な目線

がん領域における新薬の開発、新たな後発医薬品の導入
を図る

サノフィ社との共同販促を好事例として、他社とのアライアンス
拡大を図る

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。