

平成28年3月期決算  
～今後の経営展望について～

平成28年5月10日

代表取締役社長

根岸 孝成

**Yakult**

## 平成28年3月期 業績(連結)

(単位:百万円)

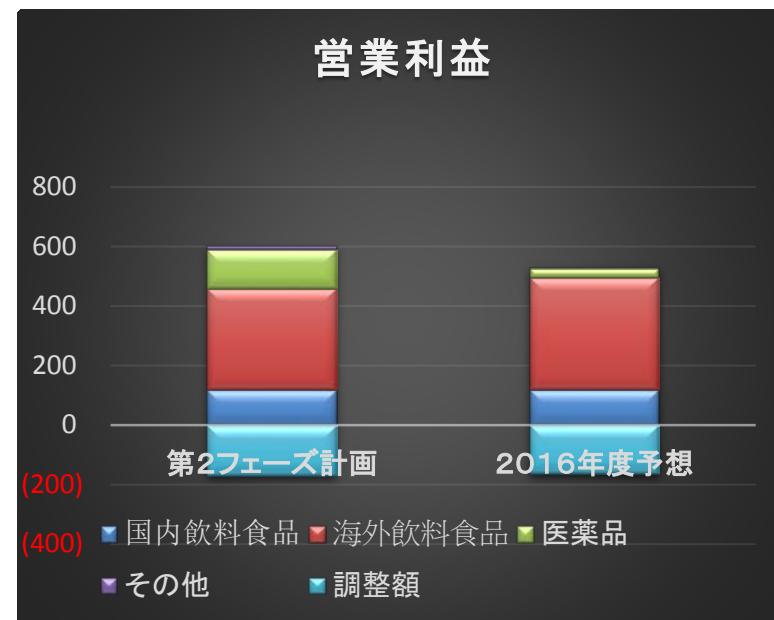
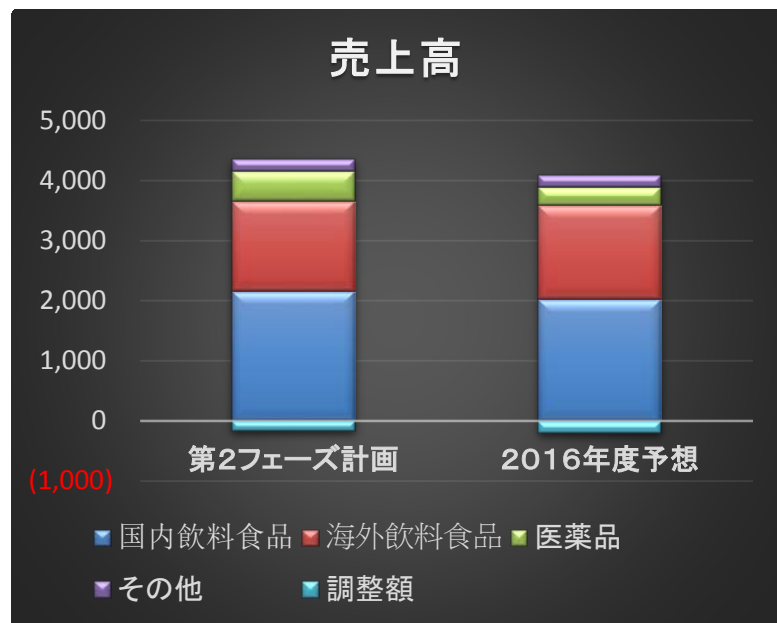
	実績 (うち、為替影響額)	前年比	計画対比 (11月13日発表)
売上高	390,412 (+1,569)	106.1 %	98.8 %
営業利益	40,057 (+1,054)	114.8 %	97.7 %
経常利益	50,629 (+941)	111.0 %	101.3 %
当期純利益	28,843 (+1,188)	115.1 %	96.1 %

## 平成29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	389,000	99.6 %
営業利益	36,500	91.1 %
経常利益	46,000	90.9 %
当期純利益	28,000	97.1 %
1株当り当期純利益	169.43円	97.1 %

## Yakult Vision2020対2016年度予想対比



	第2フェーズ計画	2016年度予想
国内飲料食品	2,160億円	2,026億円
海外飲料食品	1,500億円	1,564億円
医薬品	500億円	300億円
その他	200億円	196億円
調整額	-160億円	-196億円
合計	4,200億円	3,890億円

	第2フェーズ計画	2016年度予想
国内飲料食品	120億円	120億円
海外飲料食品	340億円	376億円
医薬品	130億円	31億円
その他	10億円	2億円
調整額	-170億円	-164億円
合計	430億円	365億円

## 為替影響を除く売上高・営業利益比較

(単位:百万円)

	売上高			営業利益		
	2015年度 実績	2016年度予想		2015年度 実績	2016年度予想	
	金額	金額	前年比	金額	金額	前年比
アジア・オセアニア	97,121	108,200	111.4%	26,980	28,400	105.3%
米州	52,736	56,300	106.8%	12,778	13,200	103.3%
欧州	8,621	8,600	99.8%	618	100	16.2%
合計	158,480	173,100	109.2%	40,377	41,700	103.3%

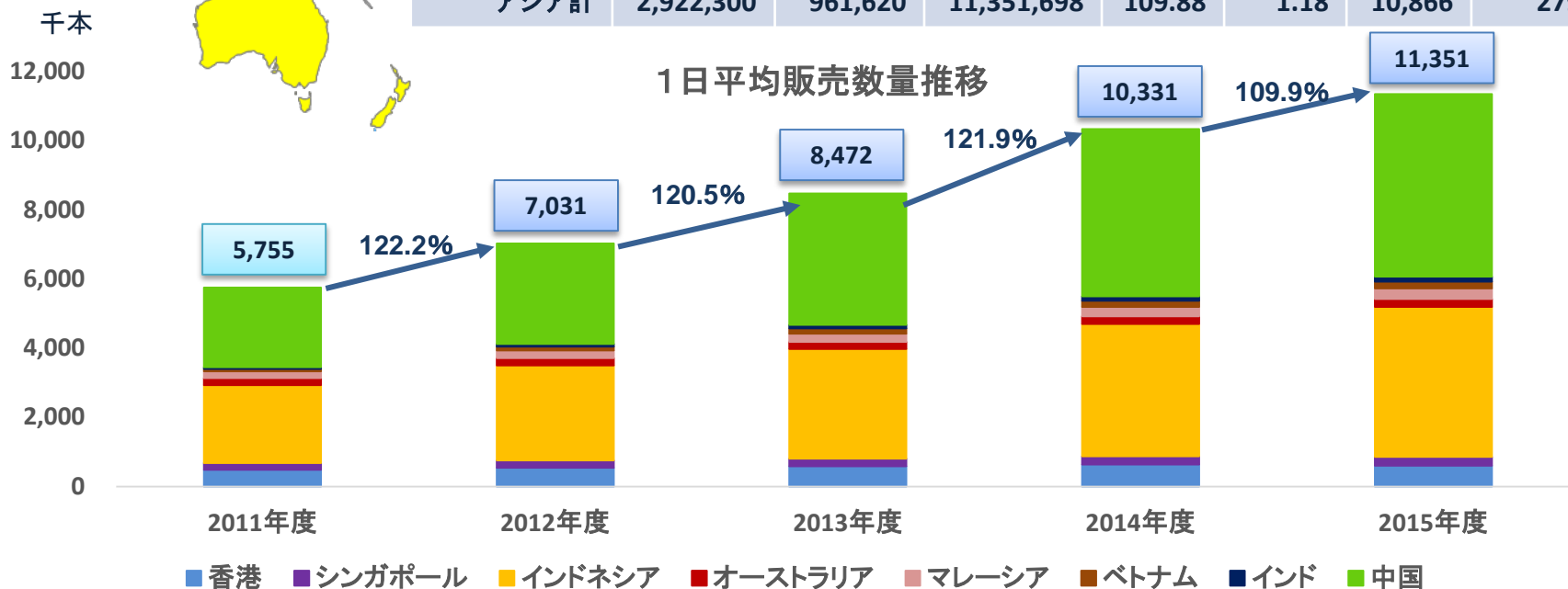
# 国際事業について

**Yakult**

## アジア・オセアニア市場

販売人口、YL数、納品店舗数は、2015年12月末現在。販売実績は2015年1月～12月の1日平均 (図5)

国名	総人口 (千人)	販売人口 (千人)	販売実績 (本/日)	前年比 (%)	人口比 (%)	YL数 (人)	納品店舗数 (店)
香港	7,860	7,860	604,744	94.96	7.69	0	9,780
シンガポール	3,840	3,840	250,318	105.76	6.52	350	4,035
インドネシア	249,000	160,000	4,335,027	113.35	2.71	6,647	130,720
オーストラリア	28,100	22,000	232,288	106.18	1.06	0	5,149
マレーシア	30,000	21,000	304,179	111.86	1.45	500	11,916
ベトナム	92,500	67,000	194,570	108.97	0.29	294	10,485
インド	1,211,000	77,050	144,316	112.39	0.19	262	5,744
中国	1,300,000	602,870	5,286,256	109.32	0.88	2,813	101,729
アジア計	2,922,300	961,620	11,351,698	109.88	1.18	10,866	279,558



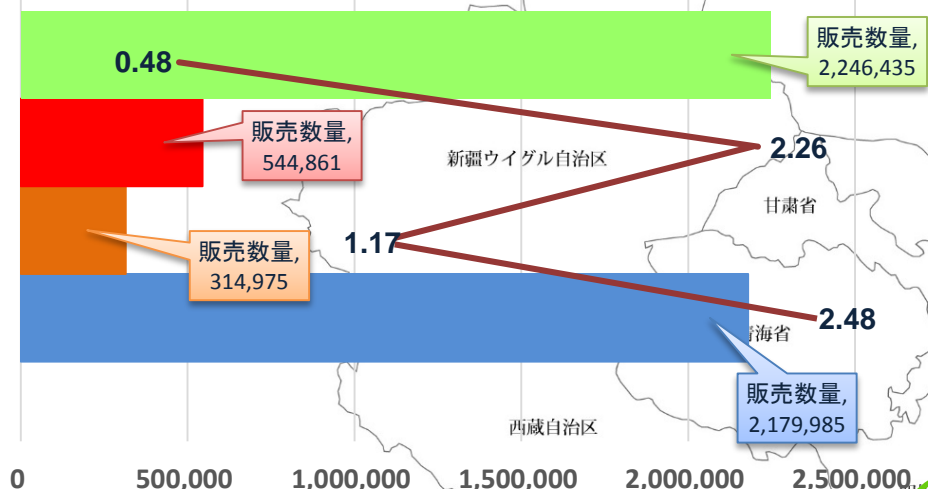
# 国際事業について

**Yakult**

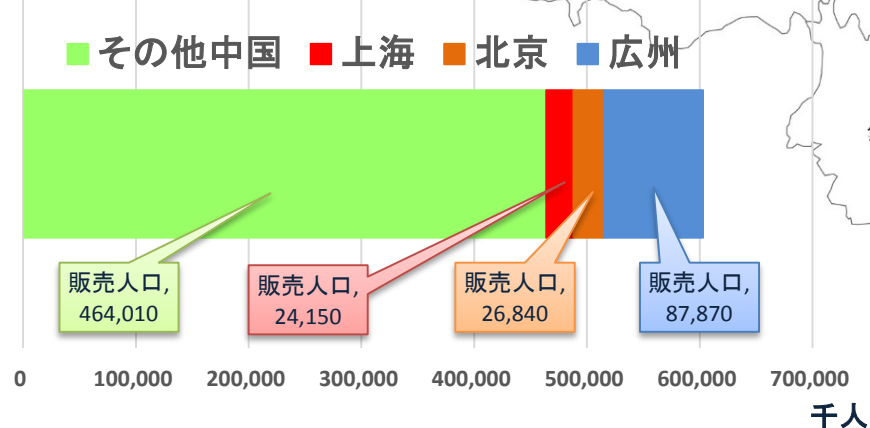
(図 6)

## 中国市場

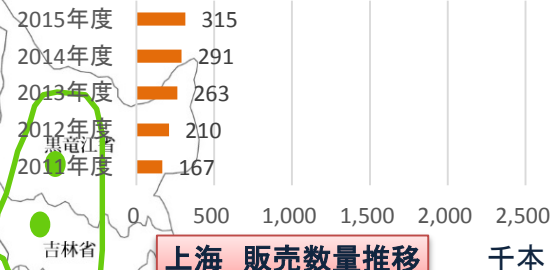
販売数量と人口比



販売人口



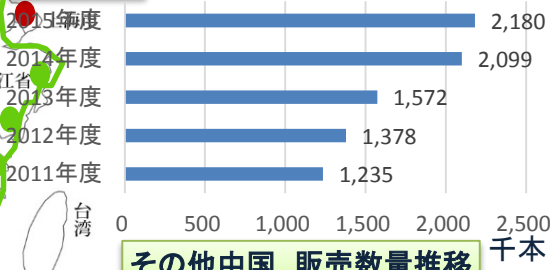
北京 販売数量推移



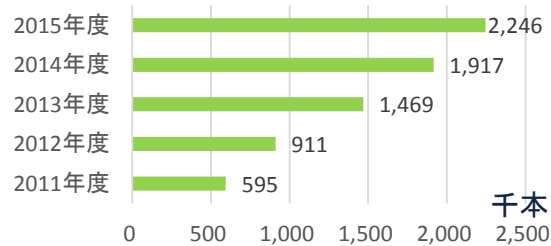
上海 販売数量推移



広州 販売数量推移

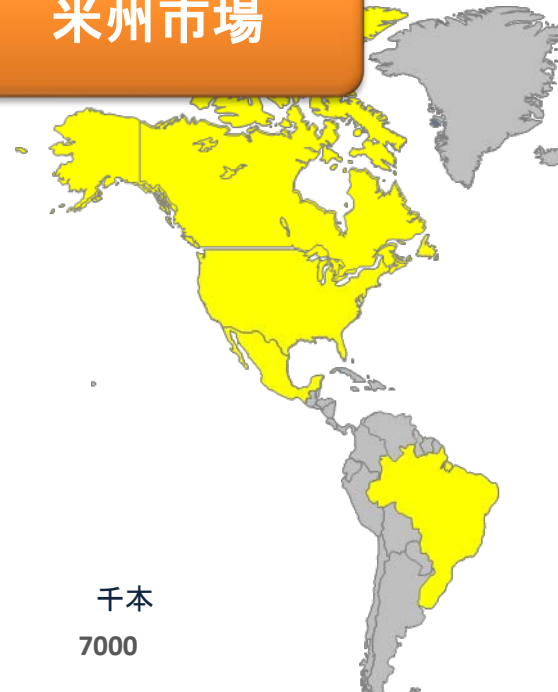


その他中国 販売数量推移



# 国際事業について

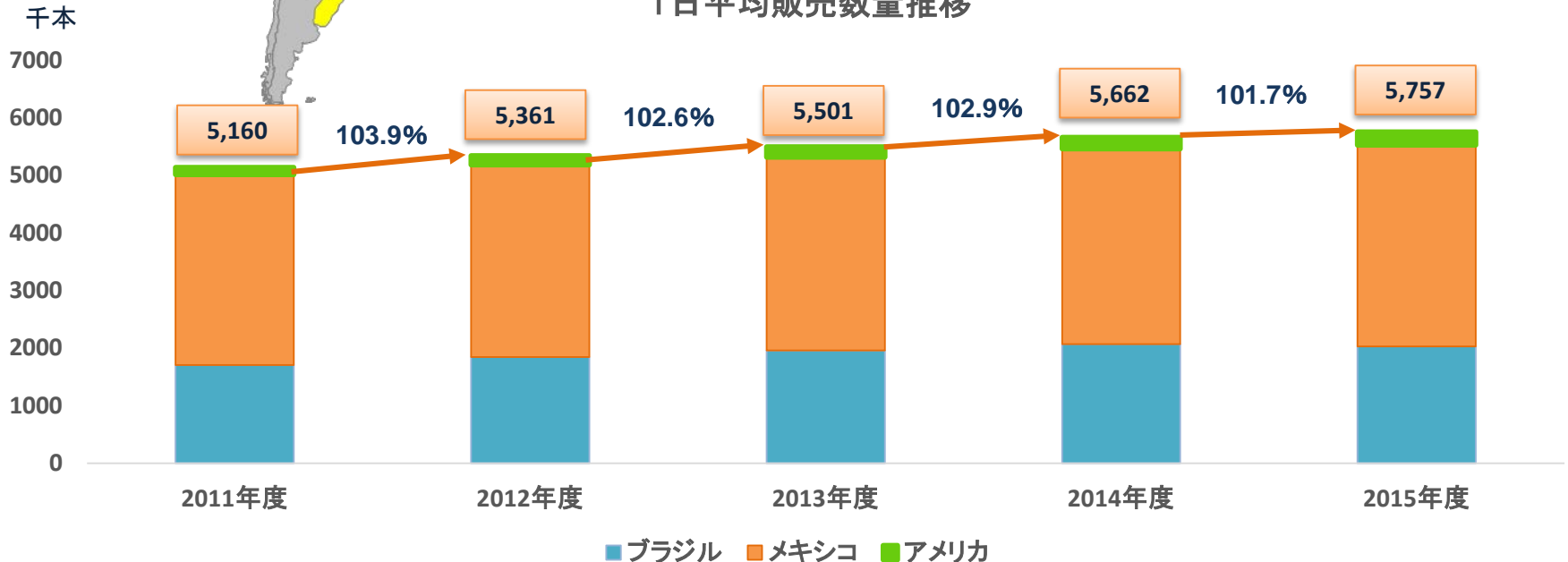
## 米州市場



販売人口、YL数、納品店舗数は、2015年12月末現在。販売実績は2015年1月～12月の1日平均

国名	総人口 (千人)	販売人口 (千人)	販売実績 (本/日)	前年比 (%)	人口比 (%)	YL数 (人)	納品店舗数 (店)
ブラジル	203,800	101,060	2,031,155	97.99	2.01	5,277	62,282
メキシコ	127,300	85,135	3,497,419	103.12	4.11	8,796	24,397
アメリカ	322,000	78,550	228,771	116.14	0.29	0	7,005
米州計	653,100	264,745	5,757,345	101.69	2.17	14,073	93,684

1日平均販売数量推移





# 国際事業について

**Yakult**

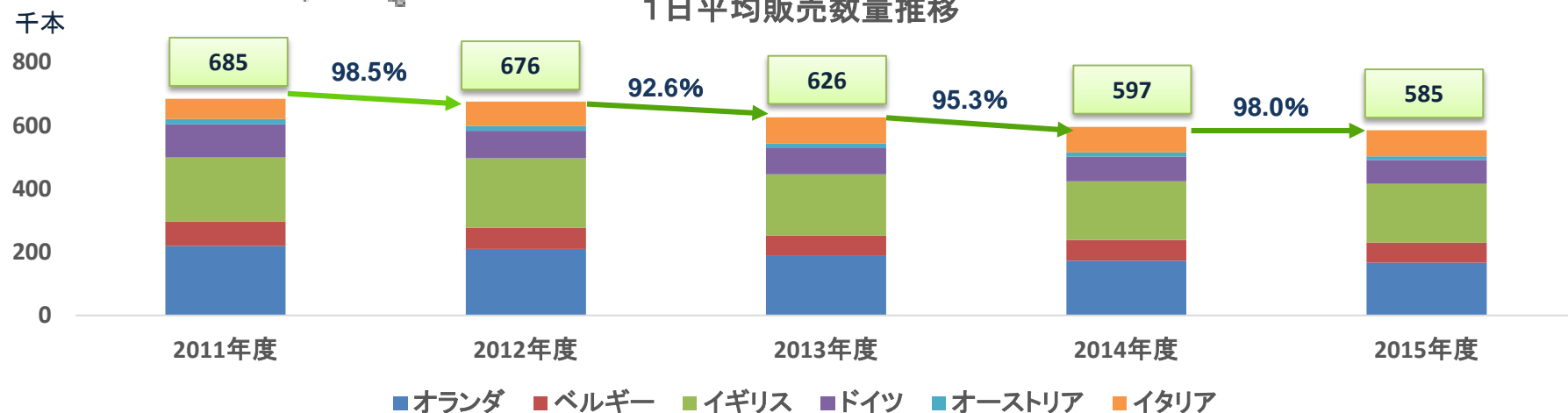
(図 8)

## 欧州市場



販売人口、YL数、納品店舗数は、2015年12月末現在。販売実績は2015年1月～12月の1日平均

国名	総人口 (千人)	販売人口 (千人)	販売実績 (本/日)	前年比 (%)	人口比 (%)	YL数 (人)	納品店舗数 (店)
オランダ	17,000	16,910	166,874	96.27	0.99	0	3,849
ベルギー	30,961	30,961	64,334	97.91	0.21	0	2,994
イギリス	69,000	68,710	184,758	99.87	0.27	0	4,767
ドイツ	81,000	80,800	74,747	95.46	0.09	0	9,470
オーストリア	8,500	8,300	11,684	87.81	0.14	0	3,633
イタリア	61,206	61,206	82,324	101.32	0.13	0	6,524
欧州計	267,667	266,887	584,721	97.96	0.22	0	31,327



# 医薬品事業について

**Yakult**  
(図 9)

		2015年度実績		2016年度予想		備考 (影響要素)
		金額 (百万円)	金額 (百万円)	前年比 (%)	前年比 (%)	
エルプラット		24,896	18,500	74.3	A、B	
	カンプト(国内)	1,450	1,200	82.7	A	
	カンプト(海外)	106	400	377.0		
カンプト(計)		1,556	1,600	102.8		
ゲムシタビン		3,271	2,900	88.6	A	
その他医薬品		5,089	7,000	137.5	A	
合 計		34,813	30,000	86.2		



## A. 薬価改定の影響

エルプラットの薬価改定の内容: 16.4%の引下げ

全品目の薬価改定加重値: 10%台半ばの引下げ

【参考】 来年消費増税が実施されると、3年連続の薬価改定となる

## B. エルプラットの後発医薬品との競合

後発医薬品による切り替え率  
(2016年3月末 21.3%)

# 医薬品事業について

## 今期の戦略:エルプラット

大腸がん(進行・再発) : 目標シェア 1st-line 70%、2nd-line 15%

大腸がん(術後補助化学療法): 目標シェア Stage III 35%、Stage II 5%

すい臓がん : 目標シェア 1st-line 10%

胃がん(進行・再発) : 目標シェア 1st-line 30%

胃がん(術後補助化学療法) : 目標シェア Stage III 10%、Stage II 1%

## 今期の戦略:後発医薬品

ゲムシタビンをはじめとする後発医薬品事業展開は、市場シェアNo.1を獲得し、次回以降の薬価改定を意識した活動を展開する。

# 国内飲料食品事業について

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

3つの広告を集中させて相乗効果を図り、効果の最大化を狙う

商品力

**ヤクルト400**  
最重要ブランド「ヤクルト400類」の継続飲用につながる顧客ロイヤリティの向上を図る



組織力・販売力

**ヤクルトレディ**  
グループの基幹であり、お客様と直接接点を持つ「ヤクルトレディ」のイメージアップを図る



研究開発・技術力

**研究開発技術力訴求**  
研究開発や技術力の高さを訴求し、ヤクルトレディや当社商品の健康価値に対する信頼感を獲得する



# 国内飲料食品事業について

## 「ディズニー」を活用した商品の鮮度アップ

昨年度に引き続き、グローバルブランドである「ディズニー」を活用。



ジョア



・基幹商品「ジョア」、  
「Newヤクルト」の  
鮮度アップを継続  
する。

## Newヤクルト/ Newヤクルトカロリーハーフ

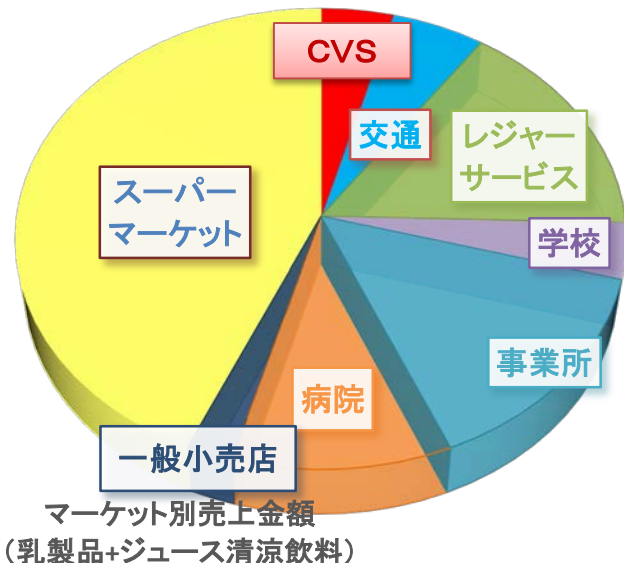


・集中的な広告投下  
を行い、販売環境  
づくりを推し進める。

# 国内飲料食品事業について

## 店頭市場攻略計画

### 1 CVSチャネルは、ヤクルト本社が主体となって取り組むマーケット



### メーカー商品施策による取引拡大を推し進める



### 2 従来からヤクルト本社と販売会社が一体となって取り組んでいるマーケット

#### グループ重点マーケット

スーパーマーケット

病院(老健含む)

ドラッグストア

#### エリア重点マーケット

学校

交通

事業所

レジャーサービス



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。