

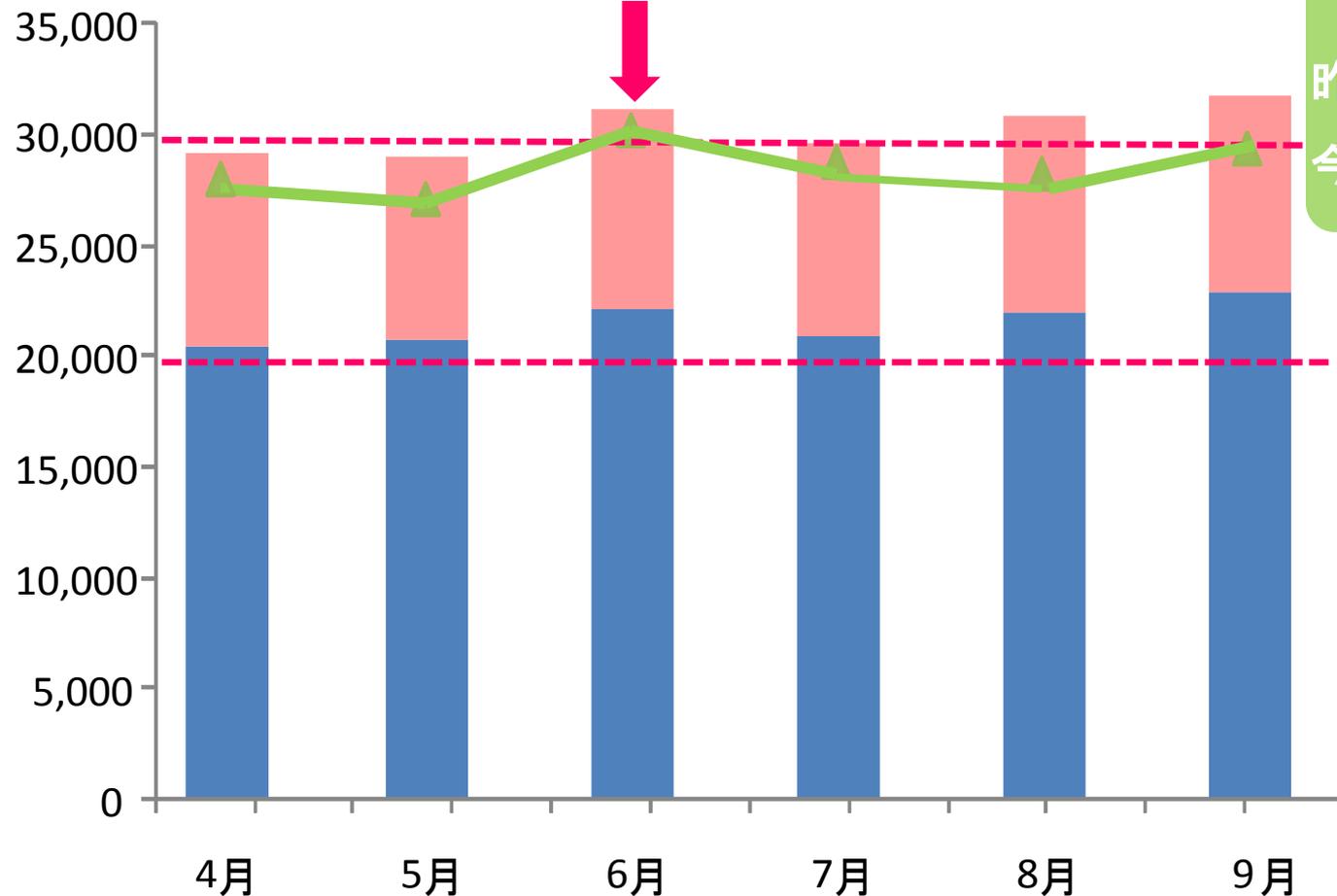
平成24年3月期 第2四半期決算

～業績概要と下期見通しについて～

乳製品販売数量

(図3)

(千本/日)



3,000万本/日突破

昨年 6月 1回

今年 6、8、9月 3回

日本

海外

平成22年度

これまでの近代化の歩み

- ・ 事務の集約(ヤクルトサポートビジネス株式会社)
- ・ 配送の集約(共同配送センターの設立:5か所)
- ・ 販売会社数 2009年3月 124社⇒2011年9月 109社

これからのビジネスモデルの考え方

「地域共同体」を活用した地域グループ経営の効率化・最適化



**各事業チャネルの活性化のために、
複数の販売会社が結集し、成長・発展を目指す**

(図5)

1. 震災による生産への影響

出荷停止になった商品

ヤクルトカロリーハーフ、ヤクルト300V、ヤクルトSHEs
ヤクルト元気ヨーグルト

供給制限のあった商品

ミルミル類、ソフール

2. 販売数量の推移（前年比）

※ヤクルト元気ヨーグルトは前年実績なし

| | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 |
|-------------|--------|--------|--------|--------|
| ヤクルトカロリーハーフ | 20.50% | 63.48% | 71.06% | 80.65% |
| ヤクルト300V | 20.88% | 56.38% | 64.28% | 67.30% |
| ヤクルトSHEs | 24.42% | 58.07% | 59.16% | 59.28% |
| ミルミル類 | 90.53% | 87.76% | 97.65% | 91.97% |
| ソフール | 81.29% | 87.60% | 97.80% | 92.06% |

(図6)



ヤクルトカロリーハーフ(2011年9月26日～)

- ・カロリー50%オフのまま、甘味を50%から40%ダウン
- ・脂肪分ゼロを表示



ジョア ラ・フランス(2011年9月26日～12月上旬)

- ・「期間限定」シリーズ 第5弾
- ・ラ・フランスの瑞々しく、上品な香りとおいしさがマッチ



プレティオ(2012年1月16日～)

- ・拡大する「高血圧市場」でのニーズを捉える
- ・更に飲みやすいように、風味を変更

Yakult Beautiens Brilliant
～The Cream～

時を操る魔法がある



乳酸菌のチカラを、素肌のチカラに。

Yakult Beautiens

PARABIO

本格的なエイジングケアを
目指す方に



REVECY

今の素肌をいつまでも



REVECY WHITE

美白だけでも、
保湿だけでもない



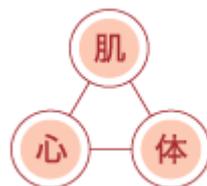
S.E. lotion

保湿効果でうるおう肌へ



化粧品事業の展開

《 目指すもの 》



「真の美しさ」とは、表面をよそおうものではなく、
肌・体・心が相互に作用しあい、調和のとれた状
態からもたらされる、とヤクルトは考えます。
それは、長年、乳酸菌の研究を続けてきた
ヤクルトの「内外美容」です。

《 販売チャネル 》

- ・ YB(ヤクルトビューティ)による訪問販売
- ・ YL(ヤクルトレディ)による取り扱い
- ・ インターネット、電話、FAXでの受け付け

新うるおうシリーズ

「落とす」+「洗う」+
「うるおす」+「とじこめる」



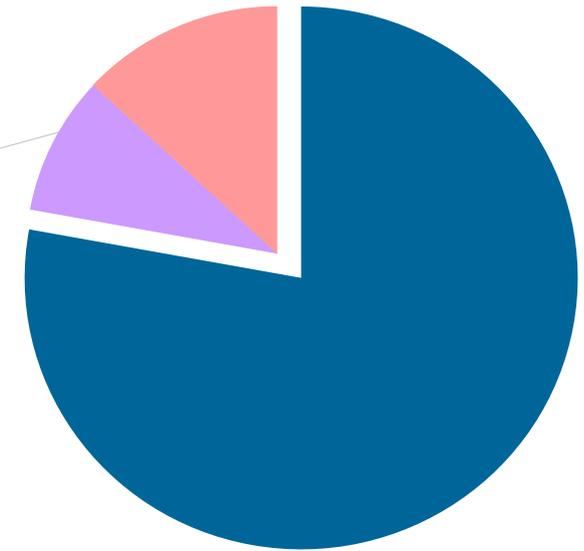
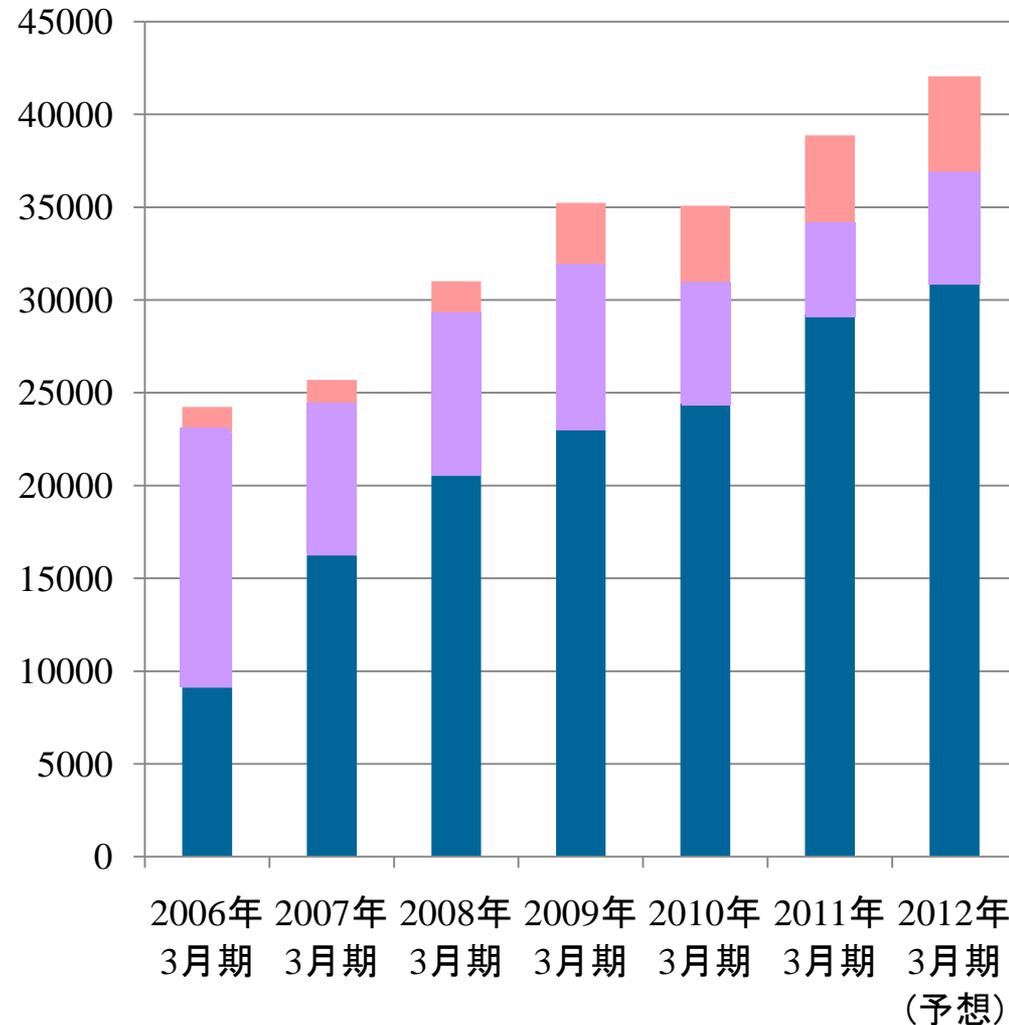
P-ZONE

敏感なお肌の方に



(図8)

(百万円)



エルプラットの売上が約7割

- その他
- カンプト
- エルプラット

エルプラットの歩み

(図9)

2005年4月

- ・ エルプラットの使用承認(進行・再発の大腸がん治療薬)
- ・ FOLFOX療法(エルプラット+5FU+レボホリナート)
- ・ 現在は、FOLFOX療法に加え、分子標的薬を上乗せした投薬がファーストラインでは最も多い。

2009年8月

- ・ 術後補助化学療法において、FOLFOX療法の使用承認(結腸がん)

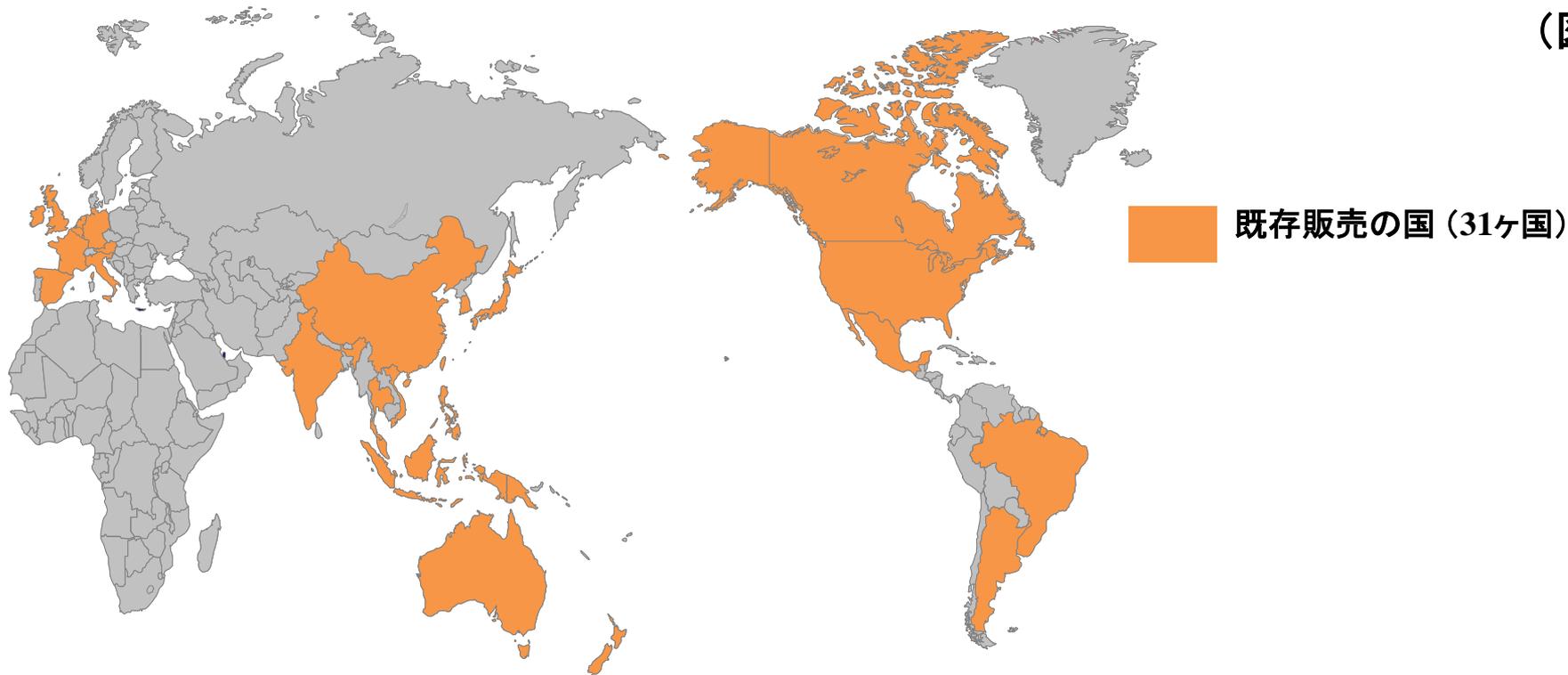
2009年9月

- ・ 経口剤との併用による使用承認(進行・再発の大腸がん治療薬)
- ・ XELOX療法(エルプラット+カペシタビン)

2011年

- ・ 術後補助化学療法において、XELOX療法の使用承認予定

(図10)



(億人)

| | 米州 | アジア | ヨーロッパ | 全世界 |
|---------|-----|------|-------|------|
| 居住人口 | 9.4 | 40.8 | 7.3 | 67.8 |
| 進出国人口 | 7.0 | 31.7 | 3.5 | 42.2 |
| 販売対象人口 | 3.0 | 7.7 | 2.6 | 13.3 |
| カバー率(%) | 42% | 24% | 74% | 31% |

居住人口出典:世界人口白書2010。但し、居住人口、進出国人口、販売対象人口は、日本を除く。

国際事業

(図11)

| 国名 | 販売人口 (千人) | 販売実績 (1~9月) | 人口比 (%) | 国名 | 販売人口 (千人) | 販売実績 (1~9月) | 人口比 (%) |
|---------|--------------|----------------|------------|--------|--------------|----------------|------------|
| 台湾 | 22,347 | 907,339 | 4.06 | ブラジル | 101,061 | 1,687,144 | 1.67 |
| 香港 | 7,610 | 476,879 | 6.27 | メキシコ | 84,032 | 3,380,830 | 4.02 |
| タイ | 63,880 | 2,685,474 | 4.20 | アルゼンチン | 40,090 | 20,432 | 0.05 |
| 韓国 | 48,870 | 4,104,435 | 8.40 | アメリカ | 76,500 | 121,680 | 0.16 |
| フィリピン | 70,730 | 1,246,214 | 1.76 | 米州計 | 301,683 | 5,210,086 | 1.73 |
| シンガポール | 3,580 | 196,998 | 5.50 | オランダ | 16,660 | 220,233 | 1.32 |
| インドネシア | 160,000 | 2,245,565 | 1.40 | ベルギー | 22,992 | 76,393 | 0.33 |
| オーストラリア | 21,000 | 208,343 | 0.99 | イギリス | 66,150 | 206,324 | 0.31 |
| マレーシア | 16,000 | 189,552 | 1.18 | ドイツ | 83,000 | 107,706 | 0.13 |
| ベトナム | 13,000 | 61,501 | 0.47 | オーストリア | 8,300 | 17,502 | 0.21 |
| インド | 55,700 | 45,542 | 0.08 | イタリア | 60,600 | 58,348 | 0.10 |
| 中国 | 290,080 | 2,288,189 | 0.79 | 欧州計 | 257,702 | 686,506 | 0.27 |
| アジア計 | 772,797 | 14,656,031 | 1.90 | 合計 | 1,332,182 | 20,552,623 | 1.54 |

(図12)

居住人口

| | | |
|--------|-----------|----------|
| サンパウロ州 | 41,252千人 | (21.6%) |
| その他 | 149,481千人 | (78.4%) |
| 合計 | 190,733千人 | (100.0%) |

販売市場の状況(2011年6月単月)

販売数量

| | | |
|--------|--------------|----------|
| サンパウロ州 | 1,143,269本/日 | (72.2%) |
| その他 | 439,438本/日 | (27.8%) |
| 合計 | 1,582,707本/日 | (100.0%) |

YL数

| | | |
|--------|--------|----------|
| サンパウロ州 | 4,493人 | (81.5%) |
| その他 | 1,022人 | (18.5%) |
| 合計 | 5,515人 | (100.0%) |



YLの質の向上を目指した取り組み

- ・育成ステップの確実な実行
(同行育成4週間)
- ・YLへの教育研修
(セールストークのマスターと練習)
- ・センターでのYLの実体験情報交換
- ・社員のYL育成能力向上
(YL育成に関するプレゼンの実施)



YL教育の場(昼礼)

- 《毎日、センターで13時から開催》
- 《継続教育によりYLの能力向上を図る》
- 《内容》
 - ・服装チェック
 - ・実績の共有
 - ・ロールプレイング
 - ・セールストークの練習
 - ・社員からのアドバイス
 - ・会社からの情報提供

アユタヤ工場(10月18日)

(図14)



工場の立地は、前面道路より1.5メートル上げてあり、更に工場の床面は0.7メートル高くなっているために、建屋への影響はない。

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。