



2024年3月期

～今後の経営展望について～

株式会社ヤクルト本社
代表取締役社長
成田 裕

Yakult

2024年5月14日

2024年3月期 連結業績



	実績 (うち、為替影響額※)	前年比	予想対比 (2023/11/14発表)
--	-------------------	-----	------------------------

売上高

5,030億円
(+169億円)

104.1%

98.1%

営業利益

633億円
(+37億円)

96.0%

94.6%

経常利益

793億円
(+49億円)

101.7%

98.5%

親会社株主に帰属する
当期純利益

510億円
(+27億円)

100.7%

98.1%

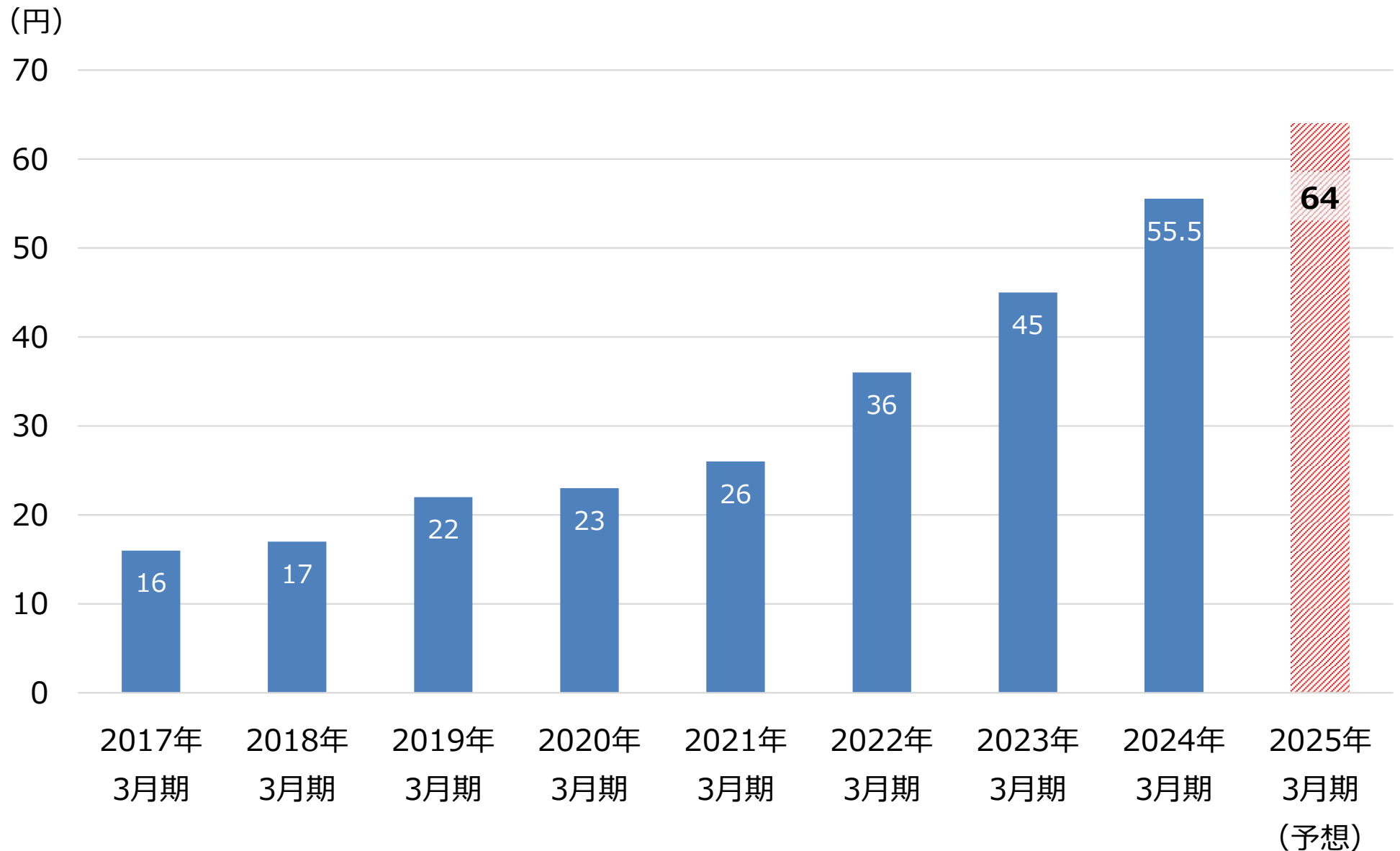
※為替影響額は対前年度実績

2025年3月期 連結業績予想



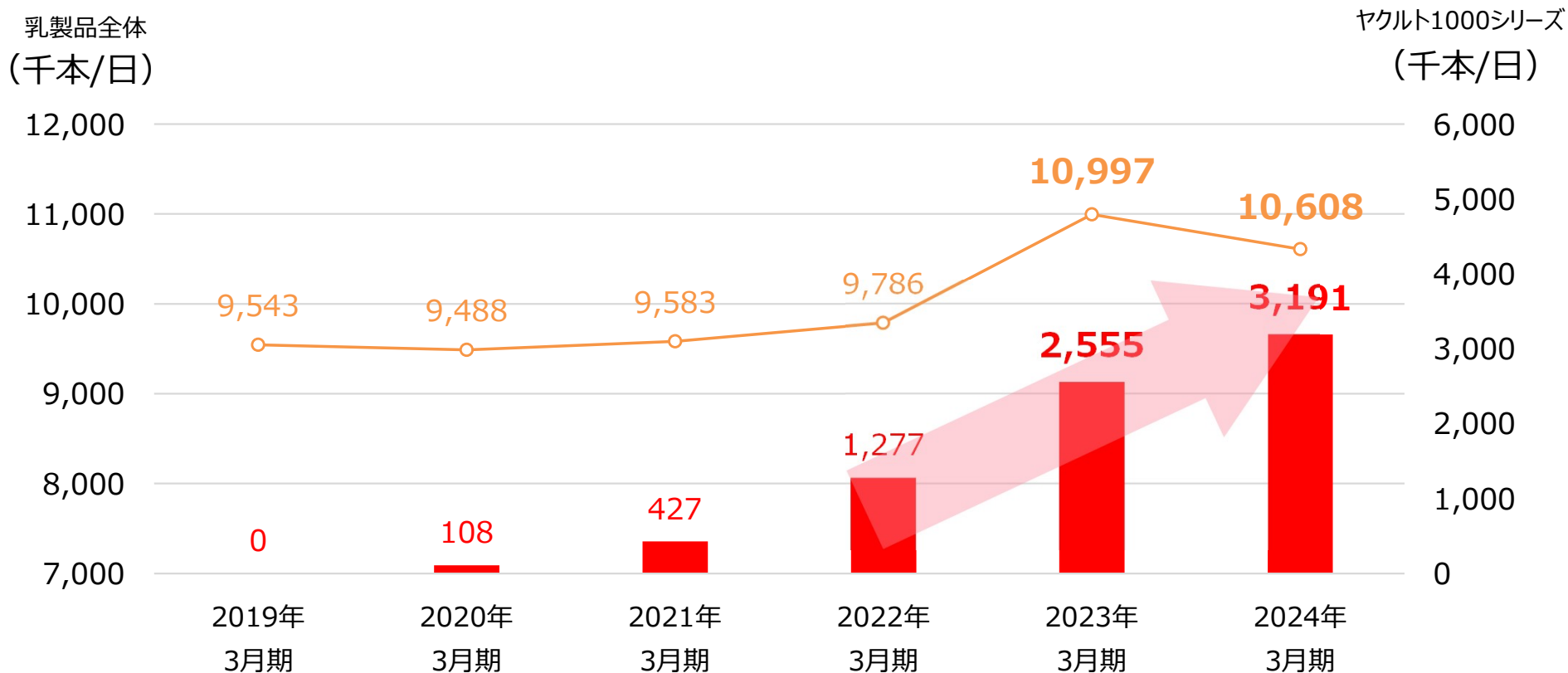
	業績予想	前年比	2025年3月期 中期経営計画 (2023/5/12発表)	2025年3月期 中期経営計画 計画比
売上高	5,335億円	106.0%	5,750億円	92.8%
営業利益	685億円	108.0%	860億円	79.7%
経常利益	865億円	109.1%	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	555億円	108.8%	-	-
1株当たり 当期純利益	(円 銭) 183.08	111.3%	(円 銭) 205.00	89.3%

配当金の推移



※2023年10月1日付で、株主の所有する普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行ったため、過去に遡って株式分割の影響を考慮した金額を記載しています。

<乳製品全体・ヤクルト1000シリーズ 販売本数推移>



■ ヤクルト1000シリーズ販売本数 (「Yakult (ヤクルト) 1000」+「Y 1 0 0 0」)
—○ 乳製品販売本数

2024年3月期の振り返り

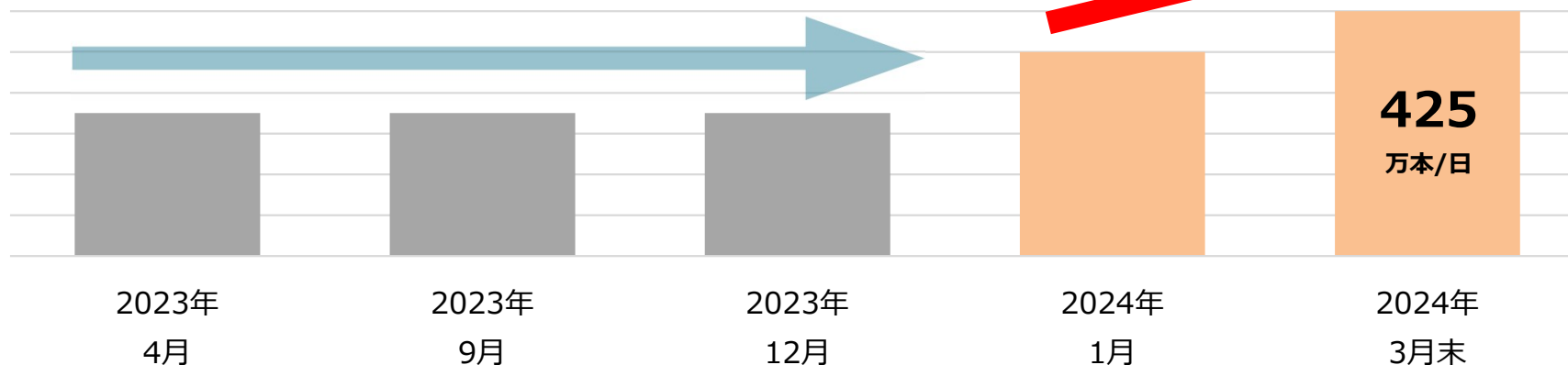
- ・ヤクルト1000シリーズが、引き続き**国内事業の増収増益**を牽引
- ・十分な生産供給体制をつくれず、**最大生産能力を意識しながらの活動**に 4

国内飲料食品事業



<ヤクルト1000シリーズ 生産能力推移 (イメージ) >

2023年度は、ほとんどの期間で生産能力は横ばい…

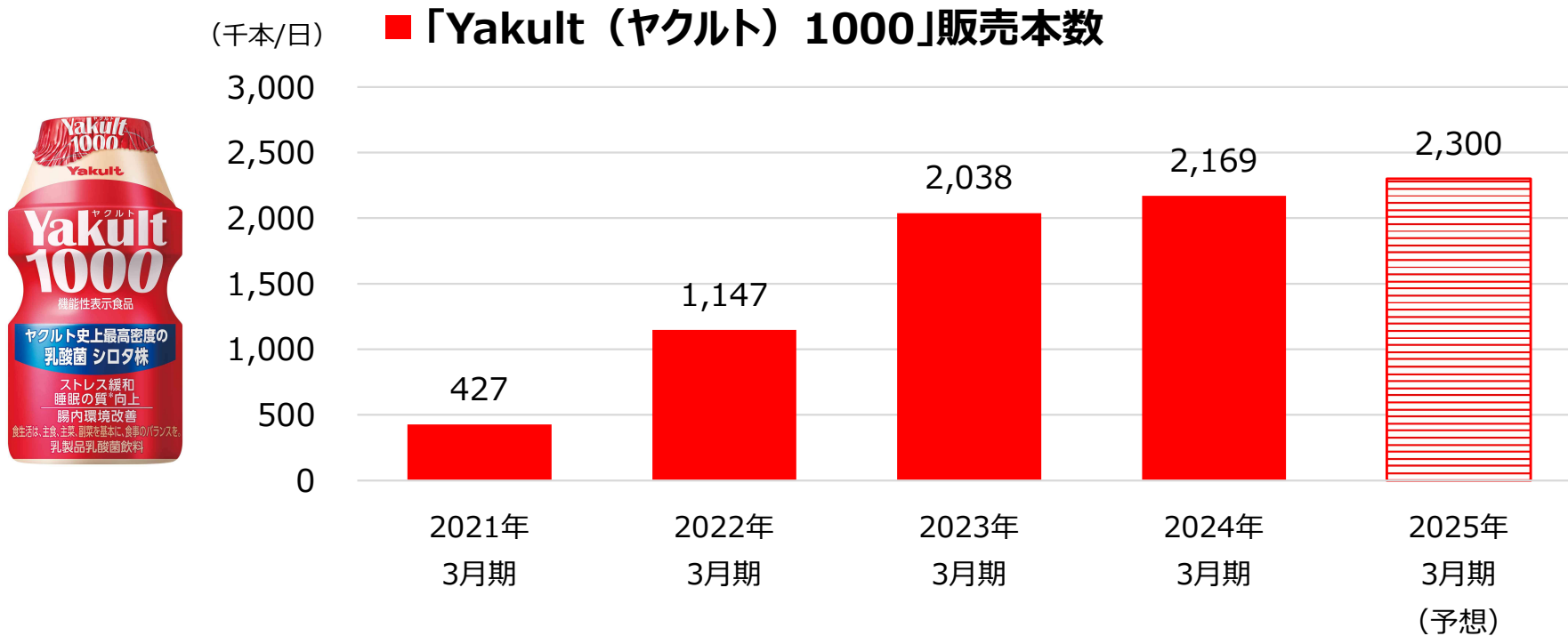


2025年3月期は精力的な販売促進活動が可能に！



販売促進活動 + 広告活動 = 売り上げのさらなる増大へ

<宅配チャネル>



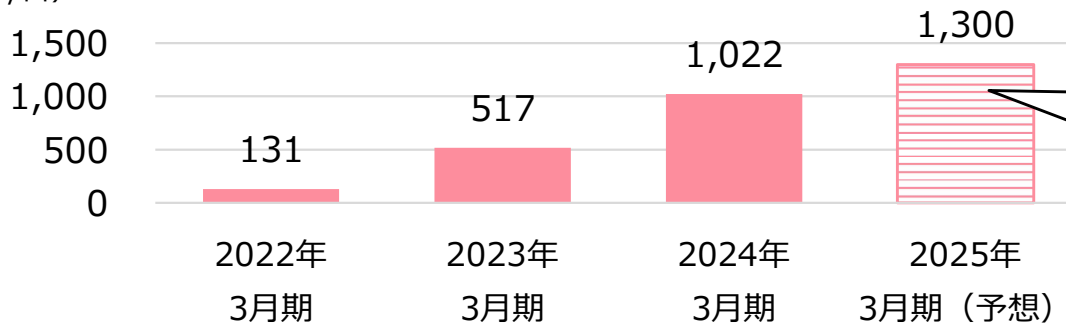
「Yakult (ヤクルト) 1000」に対する取り組み

- ・ヤクルトレディによる**新規増客活動**も徐々に活発化
- ・**「ヤクルト届けてネット」**においても、キャンペーンを実施し、お客さまの数と販売本数を増やしていく

<店頭チャネル>



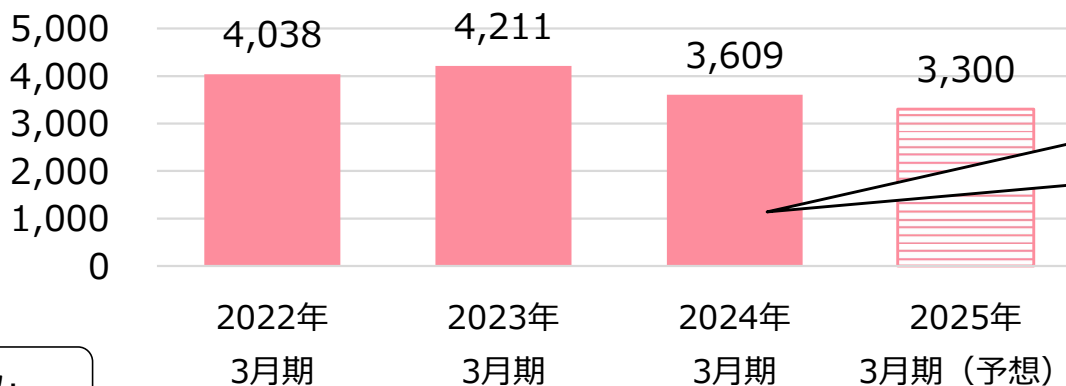
(千本/日) ■「Y1000」販売本数



今期は積極的な
販促活動が可能に



■Newヤクルト類販売本数



9月に価格改定を実施し、
販売本数が減少

店頭での取り組み

- ・「Y1000」は、潜在需要を掘り起こし、**チャネルの拡大**と**取引店舗あたりの販売本数**を伸ばしていく
- ・Newヤクルト類は**マーケットごとの販促強化**、店頭での**効果的な売り場づくりの提案**により、販売本数を回復させる

前期（2023年度）の海外事業を取り巻く環境

景気回復、消費マインドの改善が期待されたが、世界経済の回復ペースは遅い

地域間格差の大きな1年に

安定成長

代表的な事業所
ベトナム、オーストラリア、
メキシコ、アメリカ

前年を下回る

代表的な事業所
中国、広州、上海、
インドネシア

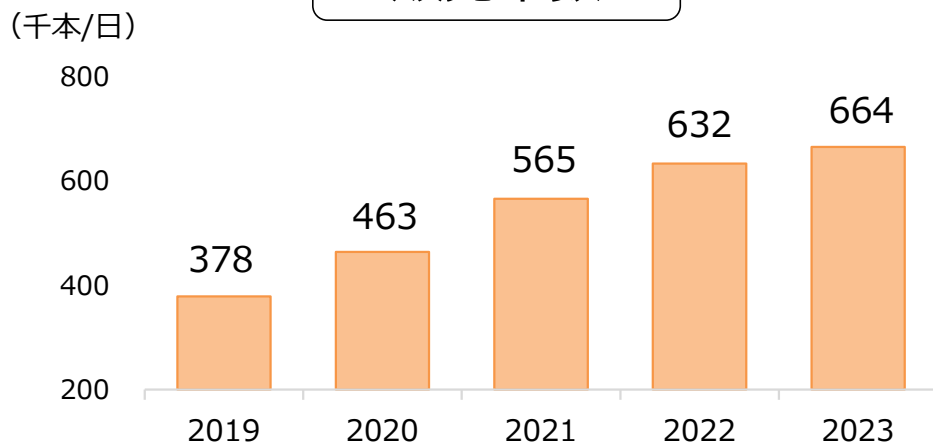
前年を下回る事業所を
安定成長の事業所でカバー

少し時間はかかるが、**海外事業のポテンシャルが高い**ことは変わらない
活動が実を結べば、海外全体が徐々に上向いていく

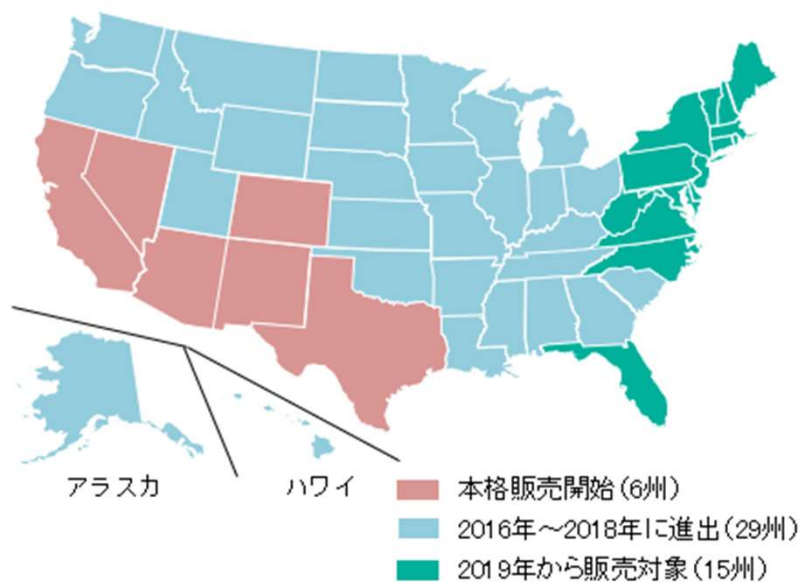
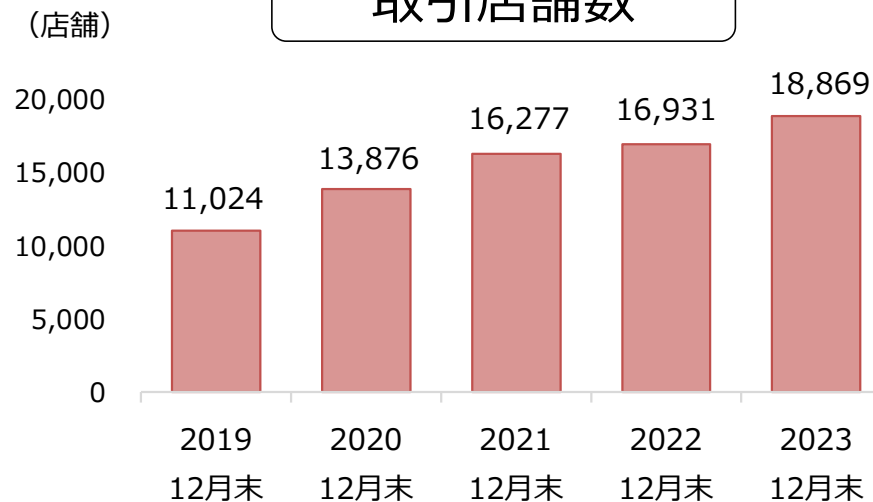
海外飲料食品事業 ～主要事業所の状況（アメリカ）～



販売本数

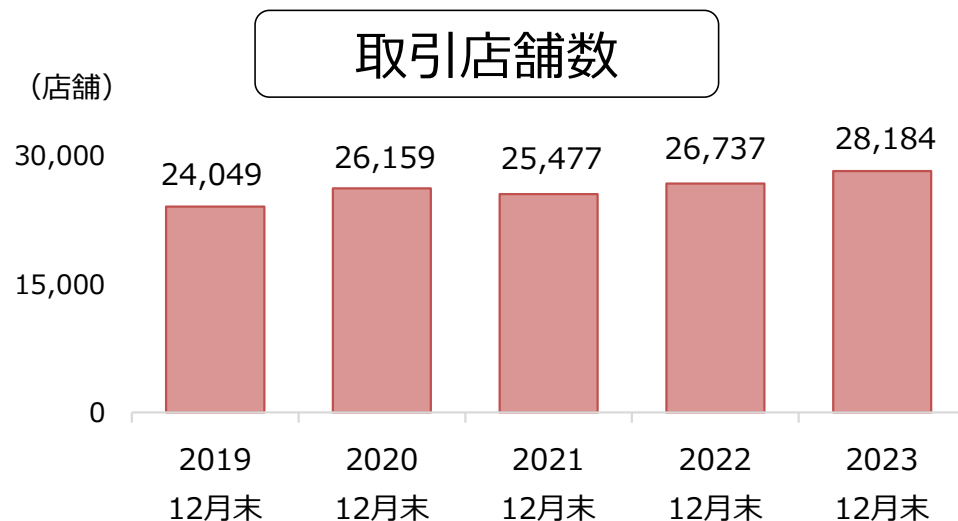
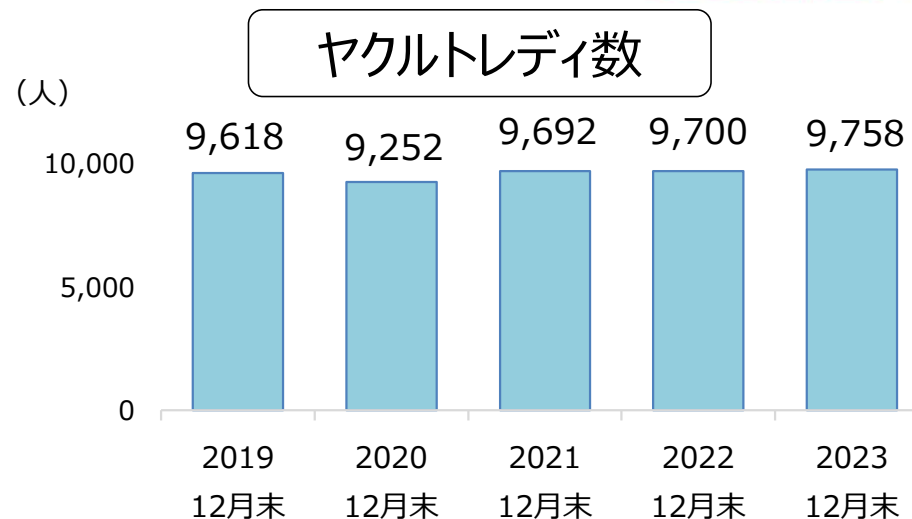
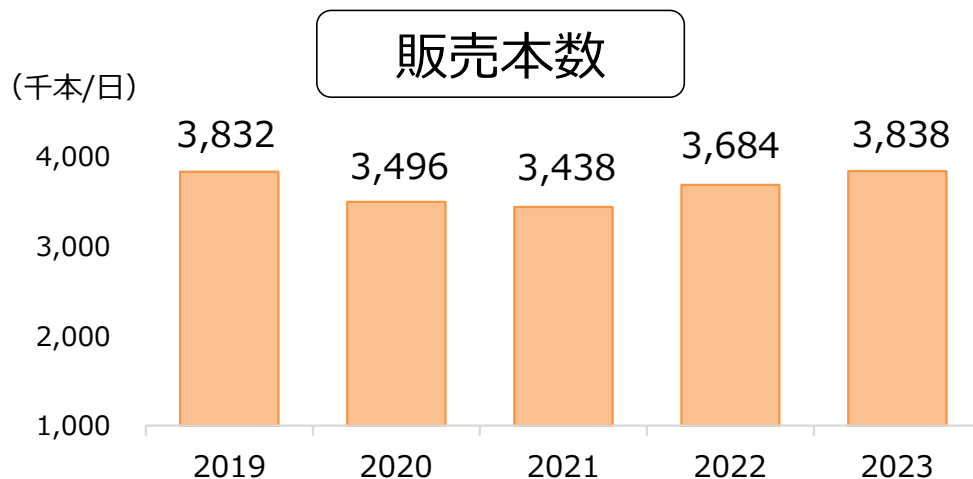


取引店舗数



- ・南西部 6 州での深掘りと中部、東部への販売地域の拡大が両輪で成長を後押し
- ・将来的な需要増への対応や物流面の効率化のため、南東部での工場建設を計画

海外飲料食品事業 ～主要事業所の状況（メキシコ）～

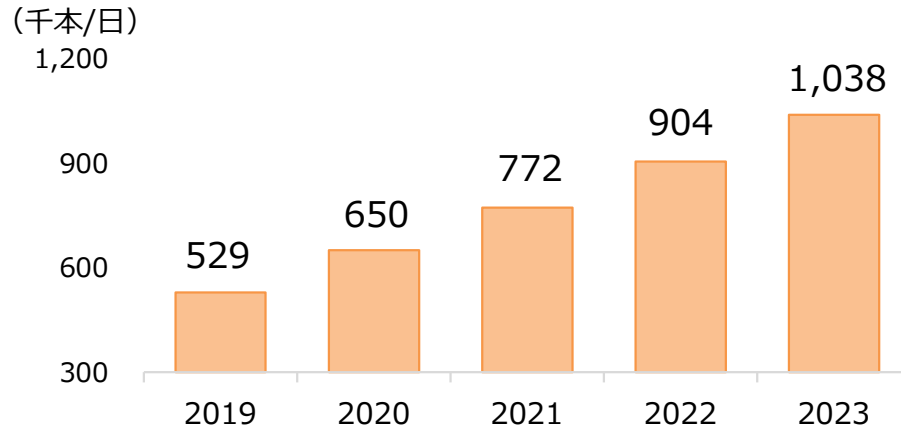


- 販売本数はコロナ禍前（2019年度）の水準に回復し、ヤクルトレディ数、取引店舗数も順調に増加
- 毎年、価格改定をしながら、前年の販売本数を上回る、かつての成長ペースに戻り、米州地域の増収増益に大きく貢献

海外飲料食品事業 ～主要事業所の状況（ベトナム）～

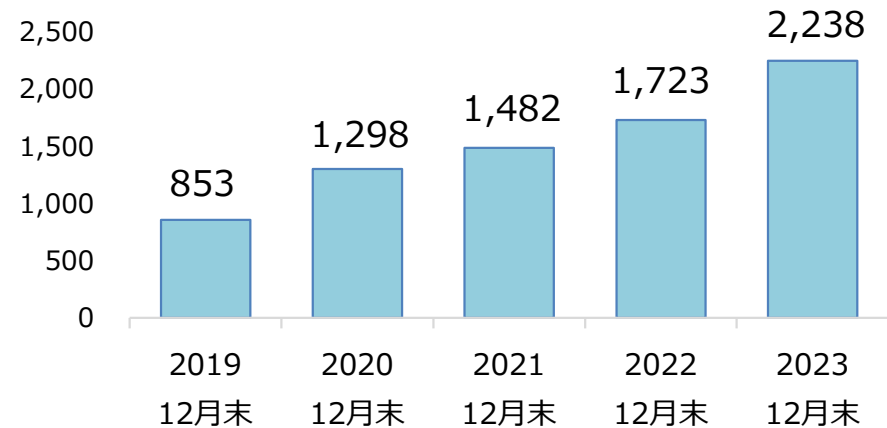


販売本数

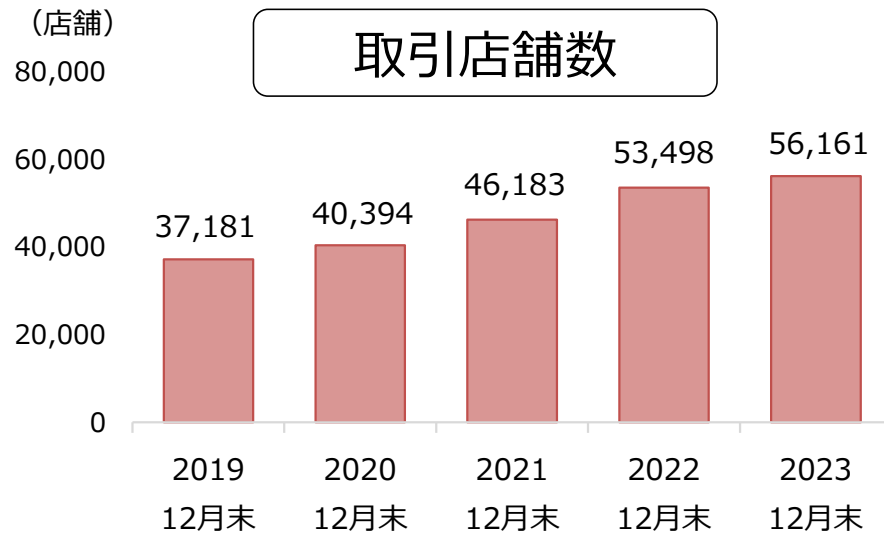


(人)

ヤクルトレディ数



取引店舗数



「ヤクルトライト」
(2024年4月1日発売)

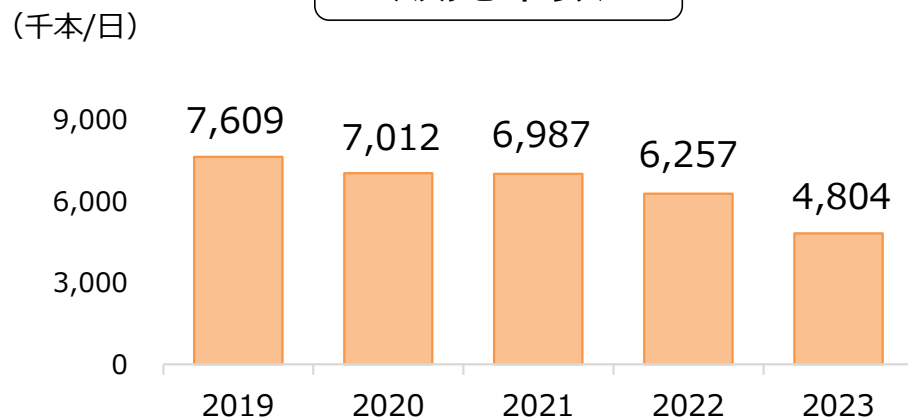
- ・1日あたりの販売本数が初めて100万本を超える
- ・宅配、店頭ともに拡大フェーズにあり、今後も成長が期待できる事業所

海外飲料食品事業 ～主要事業所の状況（中国※）～

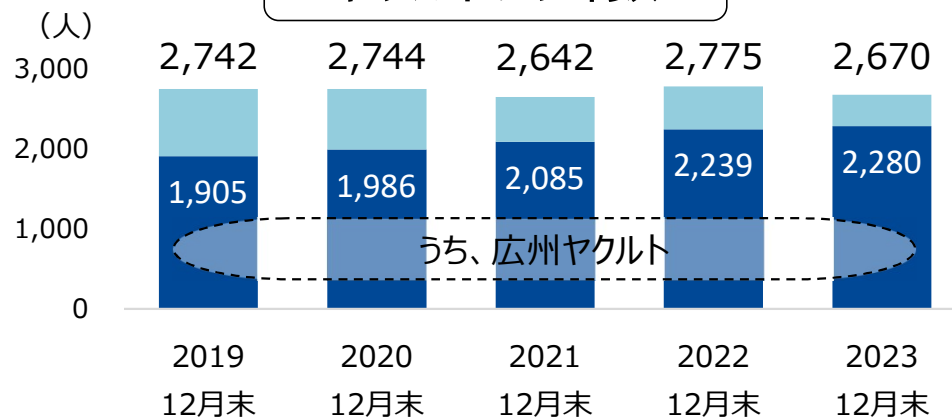
※中国には3つの事業所があります
（広州ヤクルト、上海ヤクルト、
中国ヤクルト）



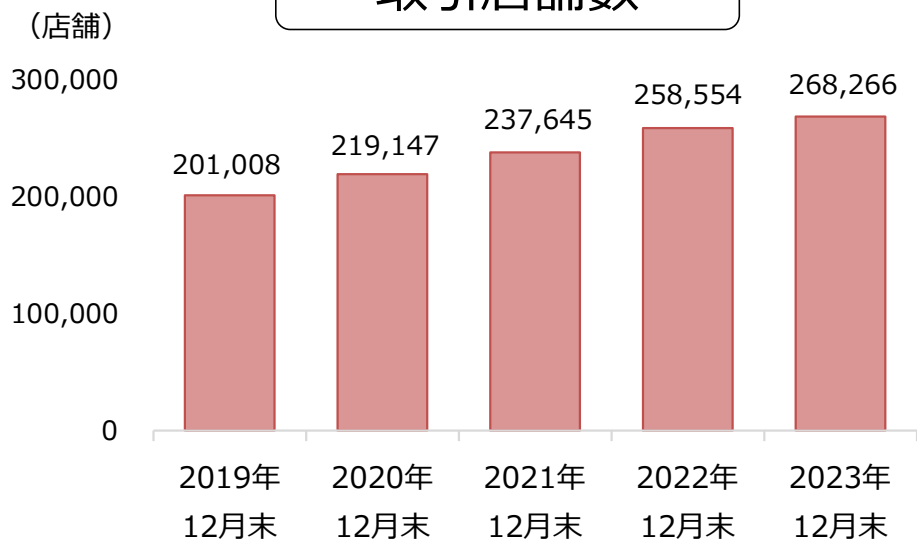
販売本数




ヤクルトレディ数



取引店舗数



営業施策の見直し

- ◆ルート体制の見直し
⇒中小型店舗向け納品ルートの増加、ミニルートの導入
- ◆ECへの対応強化
⇒大手ECプラットフォーム（天猫、京東など）での旗艦店出店
- ◆市場調査・新商品開発
⇒「ヤクルトピーチ風味（鉄プラス）」を発売（2024年5月）

- ◆宅配事業の再構築（ヤクルトレディの組織拡大）
⇒組織拡大に向けて、モデルとなる営業所を水平展開

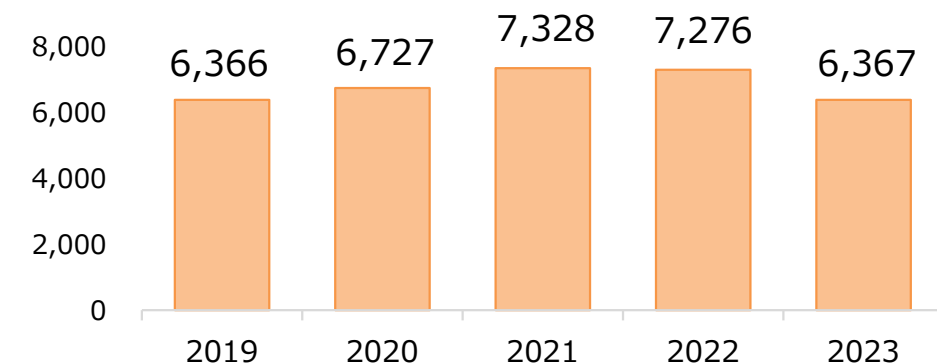
・さまざまな営業施策の展開により、成果が少しずつ表れ、下期以降の回復を想定

海外飲料食品事業 ～主要事業所の状況（インドネシア）～



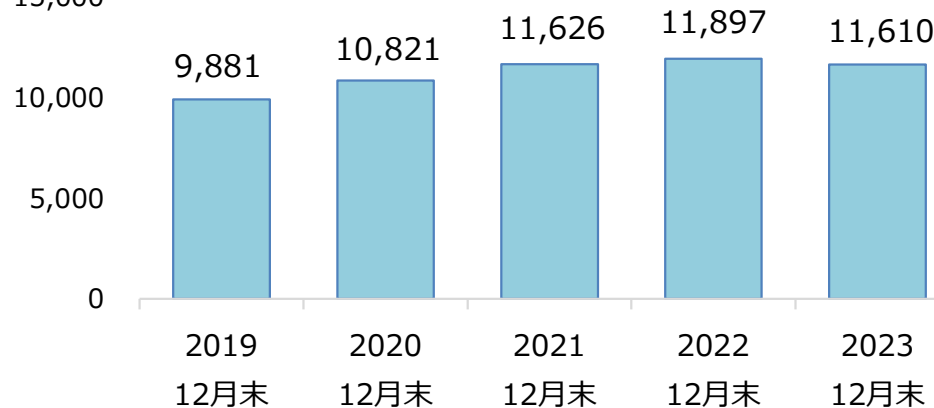
販売本数

(千本/日)



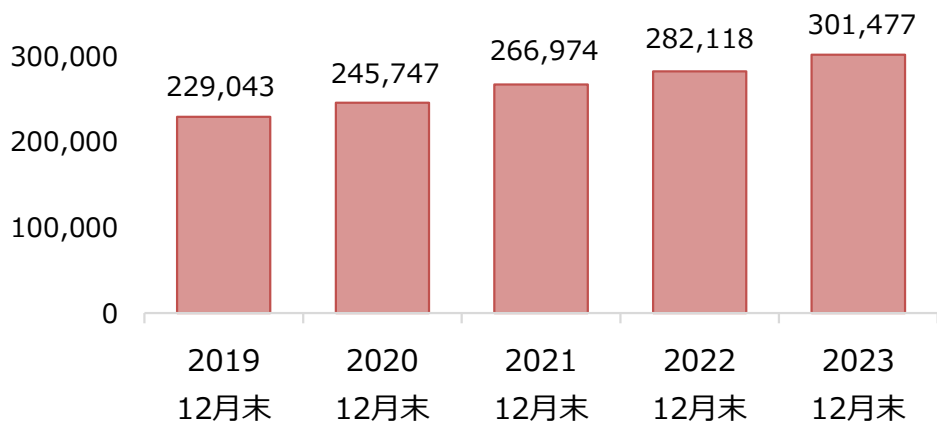
ヤクルトレディ数

(人)



取引店舗数

(店舗)



ヤクルトレディの「売る力」の回復

ヤクルトレディの「売る力」は
対面教育の再徹底により、
コロナ禍前の水準に戻って
いる

現在は、ヤクルトレディ1人
あたりの販売本数の回復
に注力している



- ・消費の低迷は、今もなお続いている
- ・今後は、ヤクルトレディ数を増やす活動を本格化させ、強固な組織を再構築する

ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社から
植物性ヨーグルト事業を取得（2023年9月発表）

+

ポッカサッポロ群馬第二工場の資産を取得（2024年3月発表）

取得理由

製販一体の事業を当社にて展開することが、両者の事業効率および市場拡大のために最適と判断したため（取得予定日：2024年10月1日）

**10月に当社商品の製造を開始することで
植物素材利用食品の展開が一步前へ進む**

健康産業のパイオニアとして、ヤクルトグループは、創業
当時から大切にしてきた「人」のチカラと「和」の精神を一番
の原動力と考え、健康でいきいきと働きつづけることができ
る職場環境づくりを目指している



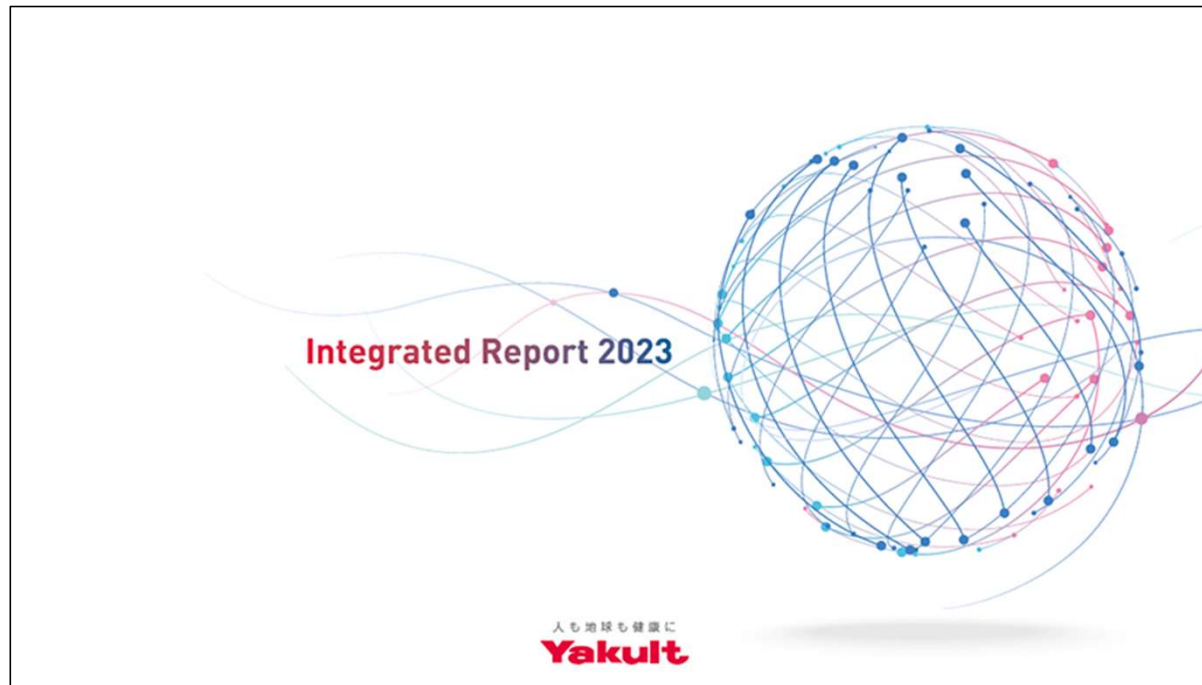
企業理念の実現を目的に**専任部署**が、「健康経営」を推進

・従業員の健康への経営的な取り組みが評価され、
「健康経営銘柄」に初選定

・「健康経営優良法人（大規模法人部門）～ホワイト500～」
に**7年連続**で**認定**



◆ 2024年3月に「統合報告書」を発行



<https://www.yakult.co.jp/company/ir/library/integrated.html>

- 当社独自の強み、経営ビジョン、重点テーマの進捗状況を伝えられるレポート
- 事業内容をより深く、正しく知っていただくため、毎年ブラッシュアップしていく

当資料に掲載されている過去の事実を除く、計画、予想などは、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。