

## 国外実態調査報告書

---

ゼミ名 : 木立 真直ゼミ  
訪問先 : Yakult Australia Pty. Ltd.  
訪問日時 : 2019年9月6日(金)10:00~11:30  
ご対応者 : Production Manager 橋本 昌大 様  
National Sales Manager 寺木 康浩 様  
Public Relations Department Melanie Penna 様  
訪問人数 : 学生 17名 教員 1名 計 18名

### 【調査目的】

日本を除く世界 39ヶ国に製造・販売拠点があり、その国や地域の人々の健康に寄与しているヤクルトの経営戦略や海外展開する際のノウハウを調査する。

### 【調査結果】

はじめに Melanie Penna 様から、ヤクルトの工場を見学させていただきながら、説明をしていただいた。ヤクルトの工場では、容器成形と充填・包装、原料液(=ヤクルトやヤクルトライトの素となる液)造の三つの工程がある。

容器成形工程では、日本と同じサイズである 65ml の容器を作っている。原料はポリスチレン樹脂を使用しており、リサイクルが可能である。充填・包装工程では、まず、ヤクルトとヤクルトライトをそれぞれ 5本×10パックもしくは 10本×5パックずつ詰める。そうすることで店舗への配達がしやすくなる。パック詰めされたヤクルトは冷蔵倉庫で保存される。その際、倉庫では空間を利用し冷気を循環しやすくする工夫も徹底されていた。さらに、トラックに積むときはトラックと倉庫のシャッターの間に隙間ができないようにシャッターの口を狭くし、シャッターに黒いゴム状のものを取り付ける工夫や、冷蔵方法以外にも省エネのため倉庫の棚毎に照明をオン・オフできる工夫もされている。

ヤクルトは、脱脂粉乳と、ろ過水、砂糖、デキストロースからできており、ヤクルトライトは砂糖を減らす代わりにステビアを使用し、糖分やカロリーを抑えている。ヤクルトに含まれる乳酸菌の一種であるシロタ株は生きたまま腸内に到達することができ、腸内の環境を整え、排泄されるということを学んだ。また、品質管理も徹底されており、原料を溶解した後、高温で殺菌し、ロット毎にサンプルを検査している。万一品質に不備が見つかった場合は徹底的に原因を究明し、再発防止策を講ずると仰っていた。

次に橋本様と寺木様よりお話を伺った。オーストラリアの人口密度が低い点と自治体によっては訪問範囲が法律で規制されている点などからヤクルトレディーによる訪問販売は行われていない。しかし、日本と同様に「健腸長寿」、「予防医学」、「誰もが手に入れられる

価格で」という創始者の「代田イズム」と呼ばれている3つの思想は大切にされている。特にオーストラリアは最低賃金や原材料価格が上がっているが、販売本数を増やすことで販売価格を上げないよう努めている。このことから「誰もが手に入れられる価格で」という思想を大切にしていることが伺えた。また、乳製品乳酸菌飲料のマーケット育成についてのお話では、オーストラリアの人々に「菌を飲んで健康になる」という考えを定着させるために行った戦略も教えていただいた。店頭サンプリングや雑誌広告、オリジナルキャラクターを用いたテレビCMなどで消費者に「ヤクルトとは何か」を知ってもらい、理解してもらうことが安定した顧客づくりに繋がる。こうした一般消費者への訴求だけではなく、医者や栄養士といったキーオピニオンリーダーとの連携等の学術広報活動やCSR活動も実施されている。

事前学習では知ることのできない内容までお聞きでき、貴社の事業への理解を深めることができました。お忙しい中、私共のために貴重なお時間を割いていただき誠にありがとうございました。



(Yakult Australia Pty. Ltd.にて)



(質疑応答にて)

(文責 箕輪 治展、江口 智恵、三木 敬絵、長坂 郁也)