

# ヤクルトの 新興国市場戦略

Bチーム: 鈴木純矢、田中将大、小林愛可、田仲礼佳、津曲彩奈

# 本社概要

---

商号: 株式会社ヤクルト本社

創始者: 代田稔

創業: 昭和10年(1935年)

設立: 昭和30年(1955年)4月9日

所在地: 東京都港区東新橋1丁目1番19号

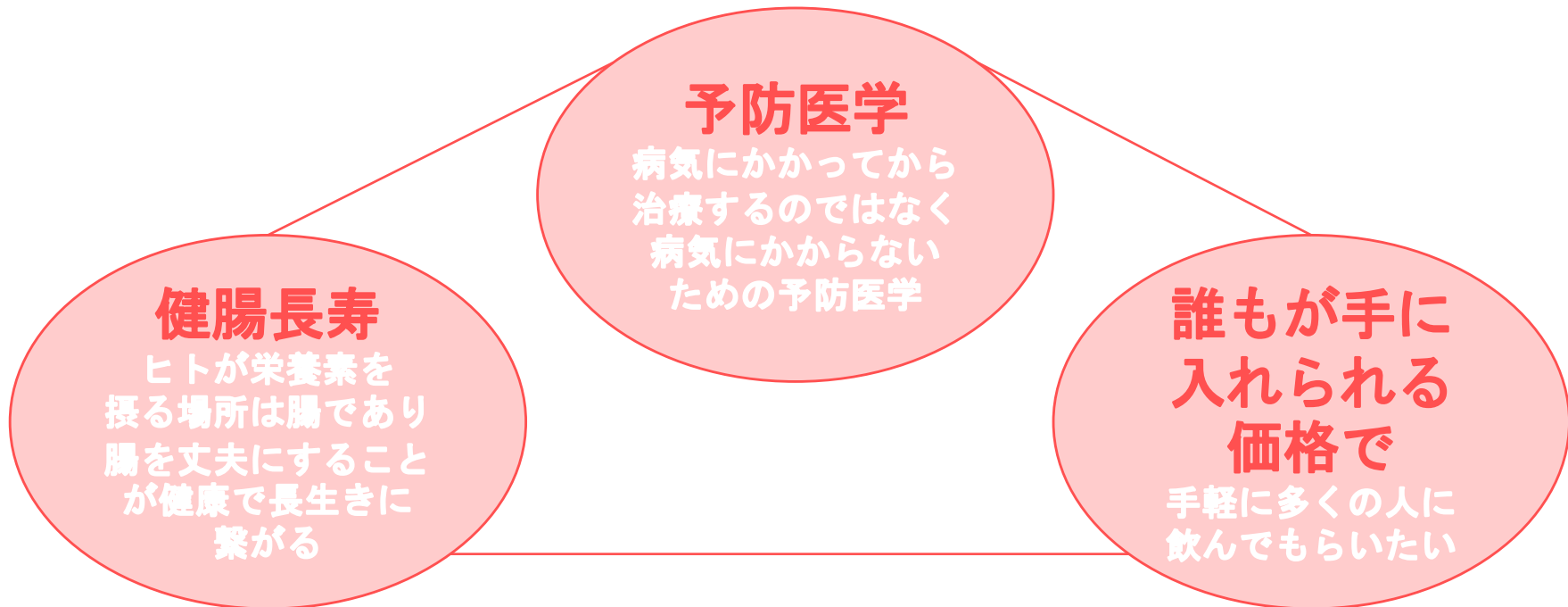
資本金: 311億1,765万円

従業員: 2,876名 ※出向者302人、嘱託132人を含む(2019年3月末日現在)



# ヤクルトの原点「代田イズム」


---



# 企業理念

---

「私たちは、生命科学の追求を基盤として、  
世界の人々の健康で楽しい生活づくりに  
貢献します。」





# コーポレートスローガン

---

人も地球も健康に

**Yakult**

人が健康であるためには、人だけではなく周りのもの  
すべてが健康でなければなりません。

ヤクルトは、水、土壌、空気、動物、植物、そして人々が織りなす社会、  
これら全てが健康であって初めて、人は健康的に生活できるのであり、  
健全な社会が築かれるのだと考えています。

# 事業概要

- 食品事業
- 化粧品事業
- 医薬品事業
- 国際事業



# 背景

---

- 海外では乳酸菌が認知されない

⇒清涼飲料水市場と区別して乳酸菌商品を認知してもらう方法をとった

- ヨーロッパ(ベルギー)の例:

現地の研究機関と協力して乳酸菌が健康に良い事を立証

＝科学的根拠の裏付け

- そして、乳酸菌飲料の学会を立ち上げ、政府への認知を広めることで乳酸菌飲料の市場を形成
- 

# BOP市場 (Bottom of the Pyramid)

---

: 新興国の貧困層、低所得者層マーケット

- 主に中南米のメキシコ、ブラジル、そしてアジア諸国

- 途上国では食の汚染が日常的

  - ＝感染症と隣り合わせ

  - ⇒健康食品の中でも医薬品レベルで求められる

# CSR (Corporate Social Responsibility)

---

: 企業が倫理的観点から事業活動を通じて、自主的に社会に貢献する責任

- 企業活動を通じESG (Environment Social Governance) の諸課題に応じていく
- 健康的な生活習慣の定着 ⇒ 「安全・安心」な地域づくり
- 地球環境の保全
- 労働慣行
- 事業を通じSDGsに貢献

# SDGs (Sustainable Development Goals)

---

:世界の持続可能な社会の実現のための共通課題、社会的責任として取り組む

「My行動宣言」

ヤクルトCSRキャンペーンの実施(1994年より実施)

- プラスチック・スマート(2019年6月) → 12の取り組みから1つ選択

応募数:(個人)22,980名、(組織)128件

- オイスカ「子供の森」計画へ寄付
- グループで「グリーンウェイブ2019」に参加 → 植樹の協働活動





# ヤクルトレディ

---

海外に**4万人**以上！

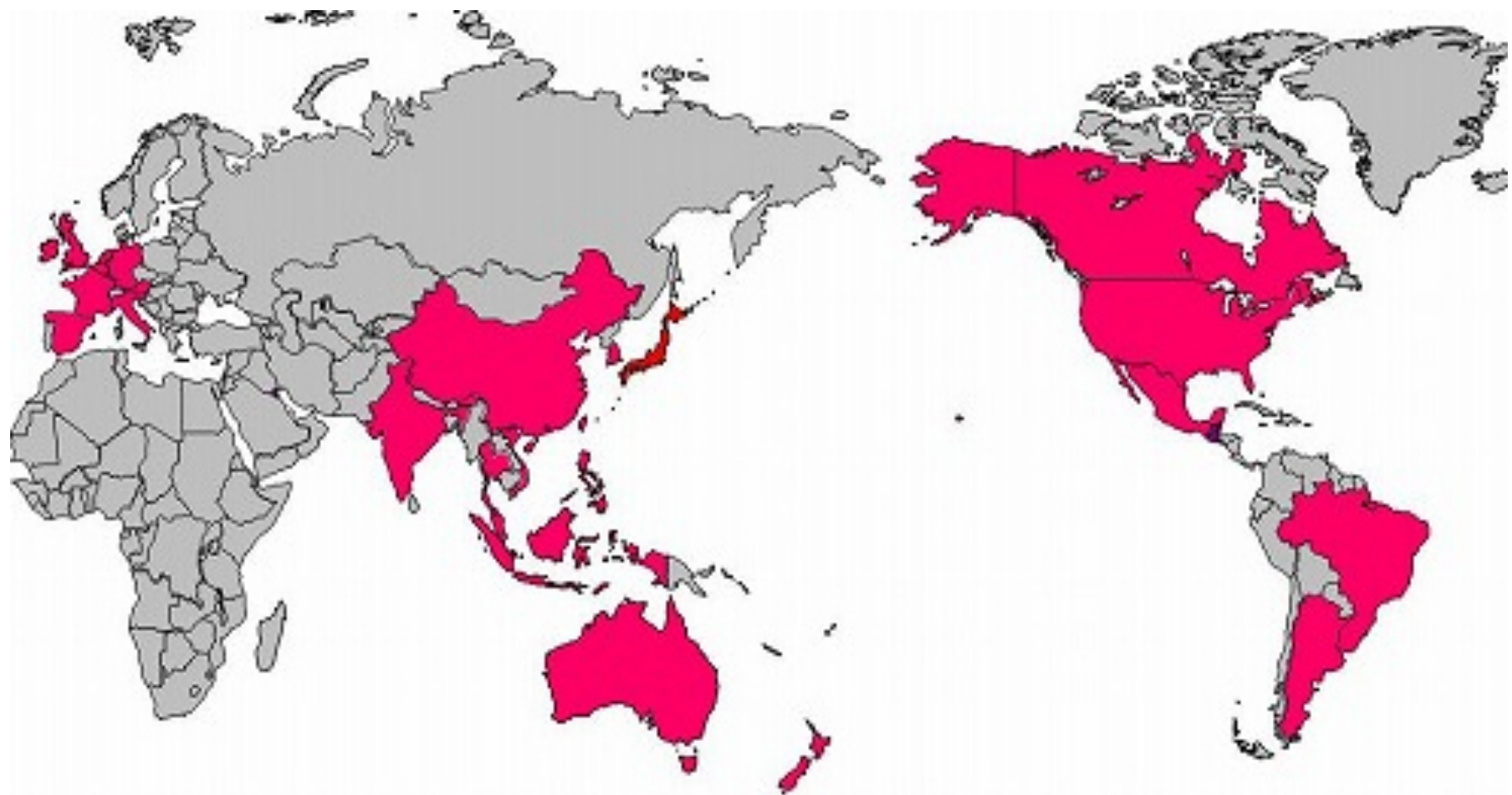
- 販売手法：日本流の訪問販売

↓

コンセプト“ *生きた菌を飲んで健康に役立てる* ”を広げる

- 現地スタッフの構成により土地勘や人脈、フットワークの軽さにより販路拡大  
(ボトムアップ式)





# インドネシア

---



# 背景

---

1991年インドネシア進出

- 売り方を販売員にまかせきり → 商品の知名度＋売上不振
- 辞める販売員が続出 → 売上がさらに低迷する悪循環

過去の苦い経験から販売員への徹底した教育と地道な人材育成

現在、年間約20億本の売上



# ヤクルトレディによる販売(1)

---

- インドネシア・ヤクルトの上野早苗社長

「ここでどういうヤクルトレディ・システムがうまくいくかいろいろやってみよう、

もう一回やり直しをしようと...」

- 1日500本以上を売るベテランの販売員は、顧客の懐に入り込み次々に販売

教育方針を改め、手間と時間をかける方針に転換

例：販売員になったばかりのマエムナさん(25才)

⇒教育係が1か月付きっきりで指導



# ヤクルトレディによる販売(2)

---

実際の販売に同行し、教育用のチェックシートも用意

顧客との会話が上手く弾まず、なかなか商品が売れない販売員には...

→顧客の接し方の改善・指導

## 【結果】

- 売上・販売員の収入とも **増加**
- 離職する販売員の数も **大幅に減少**



# ヤクルト売り上げ本数 と ヤクルトレディの数



# メキシコ

---



# なぜ成功したのか？

---

食文化

運動量の  
減少

健康問題

こうした様々な問題を解決する為に、1980年にメキシコヤクルト株式会社を設立。

そこでメキシコヤクルトでは、健康に役立つ商品の販売だけでなく、さまざまなアプローチで

楽しく健康を学んでもらう、すなわちCSR活動を行うことで成功した。



# CSR活動

---

- ヤクルトレディによる訪問販売
- レシピカードの配布
- 健康セミナーの開催
- 健腸プロジェクトの発足



# (1) レシピカードの配布



レシピカードの説明を聞くお客様



ヤクルトレディ向け研修会

- ユニセフが考案した健康増進に役立つレシピカードをヤクルトレディがお客様にお届けする活動を始めた。
- レシピカードには栄養情報に加え、家庭でできる子どもの生活改善のアドバイスも掲載。

## (2)健腸プロジェクト・健康セミナー



「健腸プロジェクト」で配布したチラシ

2017年度「健腸プロジェクト」

約**7,800**人の

ヤクルトレディがチラシを配布



熱心にセミナーを聴講する参加者

2017年度 健康セミナー

**6,742**回実施、

**242,152**人参加

地域の皆さまの健康意識向上に貢献！

# ヤクルトが新興国で成功した理由(1)

---

## 「ヤクルトレディ」

- 地元の女性が独立自営業主として自力で販路を獲得(自社流通網構築)

1 BOP ビジネスの理念の合致

2 流通網が未発達な地域でも条件を問わず最終消費者までアクセスを可能とした

- マーケティング・スキルがなくとも顧客との信頼関係でスキル不足を補った

↳ 多くの顧客が毎週一定数の商品を購入 = 需要が高い水準で維持

### 小売店経由で流通した場合と比べ

1本あたりの利益は劣るものの安定需要はそれを補って余りある利益をもたらす

# ヤクルトが新興国で成功した理由(2)

---

## 「CSR活動」

- 健康や乳酸菌の効果に関する知識が乏しかったため、啓蒙活動が功を奏した
- ヤクルトレディを用いた商品説明により顧客のロイヤリティを高めた
  - ↳ 継続的に高い頻度で購買する意欲に繋がった

**ご清聴ありがとうございました**



# 参考資料

---

<https://www.yakult.co.jp/index.html>(ヤクルトHP)

<http://imgcc.naver.jp/kaze/mission/USER/20120827/73/747413/1/569x497xf6beedbb9a5988deec98b5fd.jpg>(地図)

[https://livejapan.com/ja/in-tokyo/in-pref-tokyo/in-tokyo\\_train\\_station/article-a0001523/](https://livejapan.com/ja/in-tokyo/in-pref-tokyo/in-tokyo_train_station/article-a0001523/)