

# 国外実態調査報告書

テーマ : 海外事業マーケティング、生産、流通、現状、課題について  
ゼミ名 : 木立 真直 ゼミ  
調査日 : 2024年9月2日(月)  
調査先 : 【オーストラリア】  
授業科目名 : 演習Ⅲ・Ⅳ・GFSⅡ  
参加学生数 : 18名(3年生)

## 調査の趣旨(目的)

Yakult Australia(以下、ヤクルトと表記する。)の工場を訪ね、工場見学や会社概要、事業説明のお話を伺い、オーストラリアでの経営方法を知る。また、日本とオーストラリアの消費者の違いや現地戦略、オーストラリアでの認知度などについて学ぶ。

## 調査結果

### 《工場見学》

工場見学では、ヤクルト容器の成形工程に始まり、パッキングする工程、貯蔵、品質の検査など、一連の製造工程について視察した。オーストラリアヤクルトの工場では1時間に約45,000本製造している。

印象に残っているのは、「安全安心への取り組み」である。ヤクルトを貯蔵しているタンクは、中の液が無くなる度に毎回洗浄し清潔に保っていることや、100以上の品質検査を実施していることから、安全に製品を製造するための工夫が施されていると学んだ。

オーストラリアでは「ヤクルトオリジナル」と「ヤクルトライト」の2種類が販売されており、週4日はオリジナル、1日はライトの製造を行っている。ヤクルトには10本パックと5本パックがあり、10本パックの販売比率が約70%である。

限られた施設で、オーストラリア全土とニュージーランドにヤクルトを届けられている秘訣は、無駄のない設備配置や製造から納品までの過程が工夫されていることである。また、工場見学のしやすい設計やPR社員の方が実際にヤクルト工場について説明することによって、お客様がヤクルトについてもっと深く知ることができる上に、健康に対する知識も身に付けられる。実際に、ヤクルトの工場見学に来た人の多くがヤクルトを買うようになっている。また、年々工場見学者数は増えている。

安全安心・徹底した品質管理、ヤクルトが健康に役立つという科学的根拠を説明するパネル設置など、お客様のヤクルトに対するイメージを良くし、生活の一部として受け入れやすくする工夫がたくさん詰まっている工場であった。

### 《会社・戦略説明》

ヤクルトが大切にしている理念として、「代田イズム」というものがある。乳酸菌シロタ株を生み出した代田博士の理念であり、「予防医学」「健腸長寿」「誰もが手に入れられる価格

で」の3つを指す。全社員が共通して意識しているこの理念を軸に商品を製造し、普及させる取り組みを行っている。

オーストラリアにヤクルトが参入した際、乳酸菌飲料の市場は無く、ヤクルトはブランド認知度を広めて市場を作るところからのスタートであった。その際、「科学的根拠を押し出すこと」や「試飲を通じてまずは飲んでもらうこと」を意識していた。地道な普及活動の末、進出してから30年経った今ではオーストラリアでのブランド認知度は92%となっており、スーパーやコンビニでもよく見かける商品となった。

現在は工場見学に力を入れていて、年間約2万人が工場見学に訪れている。目的はヤクルトの理念に共感してもらい、ファンになってもらうことで飲用リピーターを増やすことである。ここから、地道な広報活動の大切さを学ぶことができた。ヤクルトは、収益を現地に還元するための取り組みとして、現在スポーツチームのスポンサー活動などを行っている。オーストラリアに進出して今年で30周年を迎えるヤクルトの歩みや市場を拡大する取り組みなどを学ぶことができた。

最後に、学生からの質問に対して真摯にご回答いただき、貴重なお話を伺うことができました。お忙しい中ご対応してくださりありがとうございました。



(ヤクルト オーストラリアにて)

(文責：新保遥大、石倉陽葉、Lim jongheon、竹中裕海)