

ヤクルト
本社

人々の健康に貢献し続ける “ヘルスケアカンパニー”へ

人も地球も健康に

Yakult

＜コーポレートスローガンに込めた想い＞

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、そして人々が織り成す社会、
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。

▲ヘルスケアカンパニーを目指す

“人も地球も健康に”をコーポレートスローガンに掲げるヤクルト本社は21年度を初年度する長期ビジョン「Yakult Group Global Vision 2030」（2021～2030年度）を策定した。「世界を見渡してみると、健康に関する社会課題は様々なものがある。そのソリューションも多様だ。情報技術や生命科学、宇宙科学などではこれまでにない進化を遂げている。ダイナミックに変化する社会の中で、私たちは何ができるのか。人々の健康や社会課題に対して、地球環境の保全に対して、どのように貢献していくべきなのか、それに対する私たちの答」（成田裕社長）と位置付ける同ビジョンは「世界の人々の健康に貢献し続けるヘルスケアカンパニーへの進化」を目指すべき姿とし、「グローバル展開の拡大」「事業領域の拡大」「環境課題への対応」を進める。

2030年度の定量目標は連結売上高5千500億円、同営業利益800億円（営業利益率14.5%）、グローバル乳本数5千250万本/日（国内1千50万本/日、海外4千200万本/日）。

長期ビジョンの第1ステージと位置付ける中期経営計画（21～24年度）では、「変革への挑戦」を基本方針に掲げ、環境の変化に応じた新たな価値創出へ積極的に挑戦。連結売上高4千580億円（うち国内飲料食品2千230億円、海外同2千億円）、同営業利益610億円（うち国内飲料食品310億円、海外同460億円）、営業利益率13.3%、グローバル乳本数4千540万本/日（国内1千40万本/日、海外3千500万本/日）を目指す。

中計の重点テーマは「お客さまの価値観の多様化に対応した事業の拡大」「グローバル展開の強化による持続的な成長の実現」「ヘルスケアカンパニーの実現を目指した事業領域の拡大」「グループが保有する経営資源の最適活用」「持続的成長に向けた環境課題への取り組み強化」「イノベーションを実現するための投資の促進」。

グローバル展開の拡大では、現在、進出している39の国と地域（日本除く）でのシェアをアップさせる。特に人口の多い中国、米国、インド市場で浸透、拡大を図る。

事業領域については、プロバイオティクスを核とし、ヘルスケアカンパニーへの領域拡大に向け、事業領域を「ウェルネス & ライフサポート」（地域社会における健康課題を解決する新たな商品・サービスの展開）、「ヘルス & ビューティー」（美容と健康を融合したソリューション提案の拡大）、「メディカルケア & ニュートリション」（医療現場での栄養補助や治療への活用および動物・植物用商品の展開）に再編。シナジーのための協業、領域拡大における連携など外部資源の獲得も検討する。

主力の飲料食品事業では、乳製品、飲料に続く第3の柱として「植物素材利用商品」の創出を目指すほか、ヤクルト中央研究所でのマイクロバイオーム研究を人々の健康維持や医療現場での治療に役立てる事業を創造していく。環境課題への取り組み強化については、「環境ビジョン2050」に掲げた削減目標の達成を目指す。