



GETTING TO KNOW DANONE



ダノンの歴史

ダノンの歴史は、1919年、アイザック・カラソーがスペイン・バルセロナで、腸の不調を訴える子供向けに初めてヨーグルトを薬局で販売し始めたところから始まる…



ダノンの企業理念

「 幼時から高齢期まで、食品ならびに栄養は、健康で健やかな生活を送るために欠かせないものだと、ダノンは信じています。

ダノンの歴史や商品は、この信念に基づいており、我が社の4つの事業であるチルド乳製品、ウォーター、乳幼児向け食品ならびに医療用栄養食は、常にこれを念頭に事業を展開しています。



フランク・リブー
会長兼CEO, ダノン



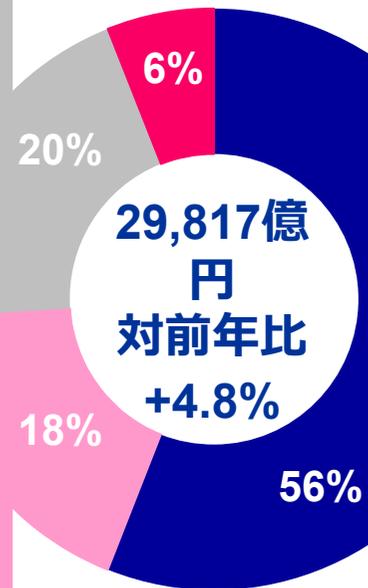
2013年部門別売上



5,968億円
前年比+3.6%
乳幼児向け食品
世界 No. 2



1,879億円
前年比+5.8%
医療用栄養食
欧州 No. 1



5,464億円
前年比+11.2%
ウォーター
世界 No. 2



16,506億円
前年比+3.2%
チルド乳製品
世界 No. 1



4つのカテゴリーのミッション



(訳：二人（母子）にとって最も良い栄養)



(訳：個人にとってはQOL， 医療システムにとっては経費削減)



体の6割は水

健康的な水分補給の推進・普及



あらゆる年齢層のための製品ポートフォリオ

成長と健康基盤の構築

健康維持と予防

老化プロセスと健康問題解決



世界での事業展開

ヨーロッパ（CIS*を除く）

売上：€81.2億
従業員数：24,576名
製造施設：56カ所
N°1 チルド乳製品
N°2 ウォーター
N°1 乳幼児向け食品
N°1 医療用栄養食

CIS*・北米

売上：€47.1億
従業員数：20,480名
製造施設：38カ所
N°1チルド乳製品

アジア太平洋・ラテンアメリカ・ 中東・アフリカ

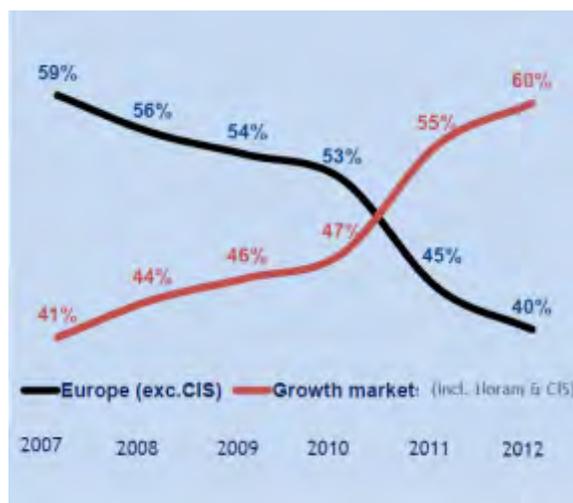
売上：€83.9億
従業員数：57,345名
製造施設：100カ所
N°1 チルド乳製品
N°1 ウォーター(数量ベース)
N°2 乳幼児向け食品

* 独立国家共同体



ダノン全体の60%以上を占める成長市場

地域別売上推移



2011年には、成長市場がダノンの売上の55%を占めていた（2010年には47%）。2012年には、この割合が60%を超えた。

2012年の上位10市場

	1. Russia	10%
	2. France	10%
	3. USA	8%
	4. China	6%
	5. Spain	6%
	6. Indonesia	6%
	7. Mexico	5%
	8. Argentina	5%
	9. UK	5%
	10. Brazil	4%

ロシア、フランスならびに米国がダノン全体の売上の25%を占める

新規市場開拓

2007 - 2012



DANONE DAIRY

10の新市場



DANONE WATERS

3の新市場



DANONE BABY NUTRITION

17の新市場



DANONE MEDICAL NUTRITION

5の新市場

ダノンジャパン





ダノンジャパン



世界中のより多くの人々に、 食を通じて健康をお届けする

私たちダノンジャパンは、「世界中のより多くの人々に、食を通じて健康をお届けする」というダノングループの理念のもと、日本の消費者の皆様へのニーズにあった健康的でおいしい製品の開発に焦点をおいて取り組んでおります。



1

2

3

4

ダノンジャパンの商品群

食を通じてより多くの方々へ健康をお届けする

Daily
Dessert



Bone
health



Essential Nutrition

Digestive
health

Kids Nutrition



Daily Pleasure

Essential Nutrition

Active health



