



Ngày 1 tháng 11 năm 2022

Thông báo về việc bắt đầu sản xuất tại chỗ và mở bán các sản phẩm mang thương hiệu Morinaga Milk tại Việt Nam

Morinaga Milk xin trân trọng thông báo, công ty sẽ bắt đầu sản xuất tại chỗ và mở bán các sản phẩm mang thương hiệu Morinaga Milk tại Việt Nam.

1. Bối cảnh và mục đích bắt đầu việc kinh doanh

Tháng 1 năm 2021, chúng tôi đã mua lại cổ phần của Công ty Cổ phần Elovi Việt Nam (sau đây gọi là Công ty Elovi) như là một phần trong kế hoạch mở rộng kinh doanh tại thị trường Việt Nam của Morinaga Milk, và đến tháng 6 năm 2021, Công ty Elovi đã trở thành công ty con thuộc sở hữu hoàn toàn của công ty chúng tôi.

Theo Ngân hàng Thế giới, Việt Nam là một trong những quốc gia được kỳ vọng sẽ có mức tăng trưởng cao nhất đến năm 2050, với dân số khoảng 98,5 triệu người (năm 2021) và tốc độ tăng trưởng kinh tế từ năm 2023 trở đi được dự kiến là khoảng 6%, v.v... Đặc biệt, do ý thức về sức khỏe của người dân Việt Nam ngày càng tăng, nên thị trường sữa chua đang tăng trưởng với tốc độ trung bình năm là 8%^{*1}, thị trường thức uống bổ sung dinh dưỡng đang tăng trưởng với tốc độ trung bình năm là 14%^{*2}, trong tương lai, thị trường các loại sản phẩm tốt cho sức khỏe và có giá trị dinh dưỡng cao dự kiến cũng sẽ tiếp tục mở rộng.

Bằng cách tận dụng năng lực công nghệ phát triển và bí quyết mà công ty chúng tôi đã tích lũy được tại thị trường Nhật Bản từ trước đến nay, từ thương hiệu Morinaga Milk, chúng tôi sẽ mở rộng dòng sản phẩm góp phần nâng cao sức khỏe và dinh dưỡng hơn nữa, đồng thời khai thác các kênh bán hàng mới, nhằm mục đích tăng cường hoạt động kinh doanh tại thị trường Việt Nam với triển vọng tăng trưởng trong tương lai. Lần này, các sản phẩm mang thương hiệu Morinaga Milk được bán tại Việt Nam sẽ do Công ty Elovi sản xuất và bán ra.

Trong tầm nhìn 10 năm của Tập đoàn Morinaga Milk, công ty chúng tôi đặt mục tiêu là đạt “tỷ lệ doanh thu bán hàng ở nước ngoài từ 15% trở lên” tính đến kỳ tháng 3 năm 2029, đồng thời đẩy mạnh hoạt động bán hàng tại Việt Nam.

Ngoài ra, trong phần “Thực phẩm và sức khỏe” của “Kế hoạch phát triển bền vững trung và dài hạn 2030”, công ty chúng tôi đã đề ra mục tiêu “Góp phần nâng cao sức khỏe cho 300 triệu người^{*3} bằng cách mang lại những giá trị chất lượng cao mà chỉ Tập đoàn Morinaga Milk mới có thể cung cấp”, đồng thời thúc đẩy phát triển các sản phẩm quan tâm đến vấn đề sức khỏe.

*1, 2 Nguồn: Theo điều tra của Mizuho Bank, Ltd., tháng 12 năm 2021

*3 Được tính bằng số lượng theo kế hoạch, chẳng hạn như số lượng bán ra theo kế hoạch từ năm tài chính 2021 ~ năm 2030 đối với các sản phẩm quan tâm đến vấn đề sức khỏe và số lượng người được tiếp cận (số người) dự kiến sẽ tham gia vào hoạt động nâng cao sức khỏe và giáo dục dinh dưỡng do công ty chúng tôi cung cấp.

2. Khái quát về hoạt động kinh doanh mới được triển khai

- (1) Khái quát: Công ty Elovi sẽ sản xuất và bán các sản phẩm mang thương hiệu Morinaga Milk
- (2) Khu vực bán hàng: Mở bán tập trung ở Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, dự kiến mở rộng dần ra toàn quốc
- (3) Thời gian mở bán: Tháng 11 năm 2022
- (4) Sản phẩm bán ra: Sữa chua, thức uống bổ sung dinh dưỡng, v.v...
- (5) Mục tiêu doanh thu: Năm 2024 đạt khoảng 2 tỷ yên (khoảng 333 tỷ VNĐ) *Quy đổi 1 VNĐ = 0,0060 yên

3. Khái quát về Công ty Elovi

(1) Tên gọi	Công ty Cổ phần Elovi Việt Nam
(2) Địa chỉ	Tỉnh Thái Nguyên, Việt Nam
(3) Người đại diện	Chihaya Takashi
(4) Lĩnh vực kinh doanh	Sản xuất và bán các sản phẩm đồ uống, sữa chua
(5) Vốn điều lệ	200 tỷ VNĐ (khoảng 1,2 tỷ yên) *Quy đổi 1 VNĐ = 0,0060 yên Công ty con thuộc 100% sở hữu của Morinaga Milk
(6) Ngày tháng năm sáng lập doanh nghiệp	Ngày 10 tháng 5 năm 2002
(7) Ngày tháng năm thành lập	Ngày 11 tháng 6 năm 2007
(8) Số lượng nhân viên	480 người (tính đến thời điểm ngày 31 tháng 12 năm 2021)

4. Khái quát về các sản phẩm mới được sản xuất và bán tại Việt Nam

<Morinaga Climeal>

(1) Tên sản phẩm: Morinaga Climeal Vani/Morinaga Climeal Chuối/Morinaga Climeal Ngô

(2) Khái quát về sản phẩm: Thức uống bổ sung dinh dưỡng

(3) Thể tích thực: 190 ml

(4) Giá bán: Giá bán lẻ do mỗi đơn vị bán hàng quyết định (open price)

(5) Đặc trưng của sản phẩm:

- 1) Là thức uống lý tưởng giúp bổ sung năng lượng và chất dinh dưỡng dễ bị thiếu hụt. Trong sản phẩm có chứa khoảng 10 tỷ “LAC-Shield”, một lợi khuẩn acid lactic được chọn lọc từ hàng nghìn chủng vi khuẩn do Morinaga Milk sở hữu.



Morinaga Climeal Vani



Morinaga Climeal Chuối



Morinaga Climeal Ngô

- 2) Chúng tôi sử dụng sản phẩm phối trộn chứa 42% nhựa sinh học*⁴ để làm nắp hộp, đây là một phần trong chương trình thúc đẩy sử dụng bao bì và hộp đựng thân thiện với môi trường.

*⁴ Nhựa thu được bằng cách tổng hợp hóa học hoặc sinh học các nguyên vật liệu có nguồn gốc hữu cơ có khả năng tái tạo. Loại nhựa này có đặc trưng là không làm tăng nồng độ CO₂ trong không khí do tính trung hòa carbon của sinh khối, đồng thời còn được kỳ vọng là sẽ góp phần phòng chống hiện tượng nóng lên toàn cầu và giảm thiểu sự phụ thuộc vào và tài nguyên hóa thạch.

<Sữa chua Morinaga Không béo>

(1) Tên sản phẩm: Sữa chua Morinaga Không béo ít đường/Sữa chua Morinaga Không béo Nha đam ít đường

(2) Khái quát về sản phẩm: Sữa chua

(3) Khối lượng tịnh: 100g × 4 hộp

(4) Giá bán: Giá bán lẻ do mỗi đơn vị bán hàng quyết định (open price)

- (5) Đặc trưng của sản phẩm: Đây là loại sữa chua có vị dịu nhẹ, ít đường và không có chất béo. Mỗi 1 hộp sữa chua chứa khoảng 10 tỷ “LAC-Shield”, một lợi khuẩn acid lactic được chọn lọc từ hàng nghìn chủng vi khuẩn do Morinaga Milk sở hữu.



Sữa chua Morinaga Không béo ít đường



Sữa chua Morinaga Không béo Nha đam ít đường

<Trang web của công ty Morinaga Milk (Tiếng Anh/Tiếng Việt) Phiên bản tiếng Việt>

<https://www.morinagamilk.com.vn/english/>

<Trang web Công ty Cổ phần Elovi Việt Nam> <https://morinaga-elovi.com.vn/en>