

## 年代とともに高まる「免疫力向上」ニーズに着目 体を守る“盾”になる「シールド乳酸菌®M-1」配合のビネガードリンク 『乳酸菌黒酢』シリーズ 2月20日デザインリニューアル

総合食品メーカーのヤマモリ株式会社（本社：三重県桑名市、代表：三林 憲忠）は、2017年の発売以来、ファミリー層を中心に売上好調の『乳酸菌黒酢』シリーズを、よりターゲットが手に取りやすいデザインへ刷新し、2020年2月20日（木）リニューアル発売致します。

### ■商品概要

商品名	乳酸菌黒酢				
商品画像					
	ヨーグルト味	ヨーグルト味 糖質&カロリーーフ	ブルーベリー ヨーグルト味	愛媛いよかん	いちご ヨーグルト味
商品特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>●おいしさ感と健康感の両方が伝わる親しみやすいデザインにリニューアルしました。</li> <li>●黒酢×乳酸菌の相乗効果で、元気な体を維持することができます。</li> <li>●ファミリーユースにぴったりな、飲みやすく、老若男女問わず好まれるフレーバーを揃えました。</li> <li>●体を守る“盾”になる「シールド乳酸菌®M-1」配合。</li> <li>●3倍希釈タイプで、お好みの濃さ・アレンジで楽しめます。</li> </ul>				
内容量／容器	500ml / ビン				
希望小売価格	700円（税抜） / 756円（税込）				
発売日	2020年2月20日（木）				
販売エリア	全国				

<旧デザイン>



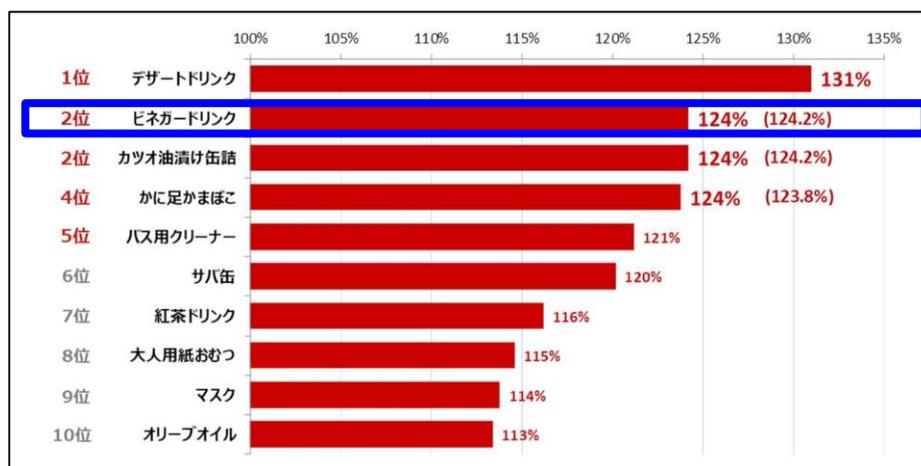
## ■ 伸長する「ビネガードリンク」市場

株式会社インテージの調査によると、2019年、消費者の「ビネガードリンク」の購入額が、「デザートドリンク」=タピオカに次いで、大きく伸長しました。（図表①）

2位以下には、健康効果があるとして、メディアで取り上げられた食品が多くランクインするなど、消費者の健康志向は根強く、“人生100年時代”と呼ばれるこれからの豊かに生きるためにも、そのようなモノ・コトへの需要は、ますます高まっていくことが予想されます。

また、「ビネガードリンク」に関しては、健康志向からだけでなく、SNS映えや美容イメージの上昇も相まって、これまで50代、60代、70代中心であった間口が、若年層（30代、40代）にまで広がり、健康や美容のためにお酢を飲む人が増えつつあります。（図表②）

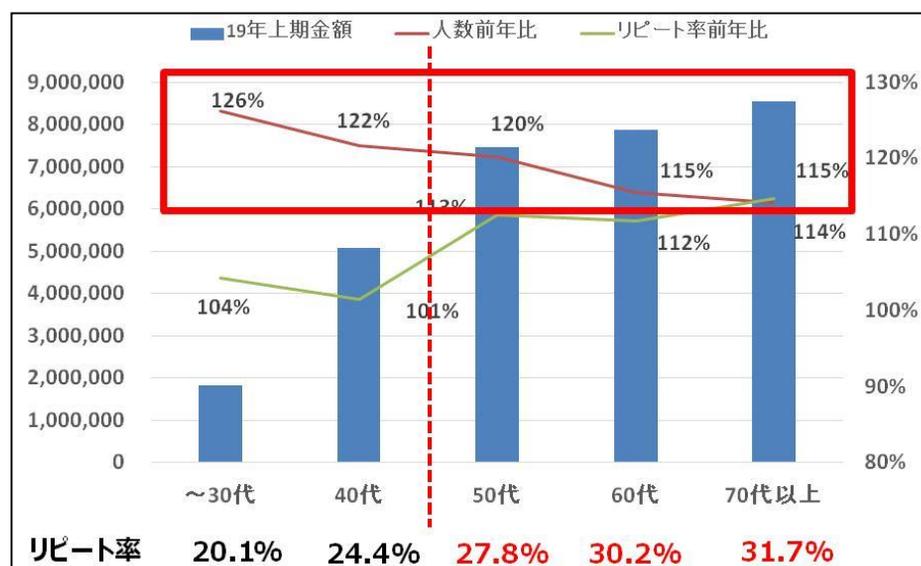
図表① 2018年から購入額が伸びたカテゴリーランキング



出典：インテージ社SCI

（2019年1-10月バーコードが付与された商品の年間平均購入額の対前年比）

図表② ビネガードリンク（希釈）女性年代別金額・購入率



出典：ショッパーインサイト社 real shopper SM  
 （2019年4-9月全国）

## ■間口拡大とともに多様化するニーズに着目

ビネガードリンクの間口拡大を受け、当社はそれぞれのライフステージによる、ニーズの変化に着目。(図表③)

年代が上がるほど、健康目的で喫食・飲用する食品や飲料に対し期待する効果・効能として、「生活習慣病の予防」や「免疫力向上」ニーズが高くなる傾向があることから、本シリーズは、「まだ薬に頼るほどでもないが、自分や家族の健康が気になりだした50代前後～の女性」をターゲットに開発しました。

図表③ 健康目的で喫食・飲用する食品や飲料に対し期待する効果・効能

	N	疲労回復	体に良い成分・栄養の摂取	胃の健康・腸内環境を整える	生活習慣病の予防	免疫力向上	ダイエット効果・脂肪燃焼	美肌・美容	便通改善
	3,831	34.7	34.2	24.1	24.1	23.4	22.2	18.4	20.5
女性-20代	312	33.7	36.2	25.6	15.7	14.7	30.8	34.9	26.3
女性-30代	937	34.9	38.7	24.8	18.5	23.3	35.2	38.2	28.4
女性-40代	557	37.2	42.4	24.8	22.8	24.8	29.8	35.7	27.5
女性-50代	697	36.7	39.0	25.1	28.7	29.3	26.1	29.4	25.3
女性-60代	646	35.0	40.1	29.9	29.7	34.8	20.6	24.0	27.7
女性-70代	682	37.8	43.3	33.6	38.3	37.4	16.0	22.1	30.8

出典：2019年当社調べ（MA）

1位	2位	3位	4位	5位
----	----	----	----	----

どの年代でも高い  
基本ニーズ

年代が上がるほど  
高くなるニーズ

## ■体を守る“盾”になる「シールド乳酸菌®M-1」配合

ビネガードリンクの常飲性（リピート率）も年代とともに高くなる傾向にあり（図表②）、毎日の飲用習慣の中で、黒酢×乳酸菌の相乗効果で免疫力もケアできるよう、数多くの乳酸菌の中から「シールド乳酸菌®M-1」を選定し、配合しました。

「シールド乳酸菌®M-1」は、森永乳業が保有する乳酸菌で、“盾（シールド）”のように外部からの敵を防御することをイメージしてその名が付けられています。

当社は、間口が拡大するビネガードリンクにおいて、それぞれのライフステージによって変化するニーズに合わせた商品展開をすることで、幅広い世代の健康増進を応援したいと考えます。

## ■会社概要

社名： ヤマモリ株式会社  
 ホームページ： <https://www.yamamori.co.jp/>  
 本社： 三重県桑名市陽だまりの丘6-103  
 代表者： 代表取締役社長 三林 憲忠  
 創業： 1889年  
 設立： 1951年  
 資本金： 4億3500万円  
 従業員： 450名  
 事業内容： 醤油・つゆ・たれ・レトルトパウチ食品・調理缶詰・飲料等の製造販売

【本件に関するお問い合わせ先】

**ヤマモリ株式会社 マーケティング部**

<広報担当> 安本 (やすもと/h\_yasumoto@yamamori.co.jp)

Phone : 03-6324-1205 / Fax : 03-6324-1206

<商品担当> 澤村 (さわむら/e\_sawamura@yamamori.co.jp)

伊達 (だて/k\_date@yamamori.co.jp)

Phone : 03-6324-1205 / Fax : 03-6324-1206

**※農政クラブ、名古屋経済記者クラブ同時リリースです**