



DANONE
ONE PLANET. ONE HEALTH

報道関係各位

2021年10月11日
ダノンジャパン株式会社

日本のオーツミルクの市場規模が昨年対比で12倍！*1
「オーツ麦で、いいことムギュっと！」
日本のオーツミルクシェア No.1 ブランド*2「ALPRO(アルプロ)」、
2021年10月18日(月)より全国で新 TVCM 放映開始

ダノンジャパン株式会社(本社:東京都目黒区、代表取締役社長:ローラン・ボワシエ)は、日本のオーツミルクシェア No.1 ブランドの「ALPRO(アルプロ)」より、「ALPRO たっぷり食物繊維 オーツミルク」の新しい TVCM を2021年10月18日(月)~2021年11月28日(日)まで全国にて放映いたします。



*30-49歳男女の一日の食物繊維不足分は最大2.7g(厚生労働省「日本人の食事摂取基準(2020年版)」及び「令和元年国民健康・栄養調査報告」を基に算出)。ALPRO1本(250ml)は食物繊維3.0g以上含有。

【企画意図】

日本のオーツミルクカテゴリーの市場規模が昨年対比12倍*2となり、「第三のミルク」と呼ばれる植物性ミルクの中でもますます注目を集めるオーツミルク。2020年4月に日本で販売を開始したダノンの植物性ミルクブランド「ALPRO」は、現在日本におけるオーツミルクシェア No.1 のブランドとなりました。「ALPRO たっぷり食物繊維 オーツミルク」はそのまま召し上がっていただくオーツ麦由来の自然な甘みをお楽しみいただける他、コーヒーとの相性も抜群なので牛乳の代わりにラテなどにも使用いただけます。「ALPRO たっぷり食物繊維 オーツミルク」の最大の特長でもある食物繊維の豊富さと、その味の美味しさを伝えるため、TVCMには「オーツ麦で、いいことムギュっと！」のコピーを用いて、そのメリットを最大限に伝えられるストーリーを採用しました。

【CMストーリー】

朝の光が自然と入ってくるダイニングキッチンで、たっぷり盛り付けられたサラダを夢中で食べる男性の後ろを女性が通り過ぎ、冷蔵庫を開ける。冷蔵庫から「ALPRO たっぷり食物繊維 オーツミルク」を取り出す女性。「ALPRO たっぷり食物繊維 オーツミルク」に含まれた豊富な食物繊維の量がグラフで示される。サラダを食べる男性の横に座った女性が、ALPRO を美味しく飲んでいる。女性がふと隣を見ると、さっきまでサラダを食べていた男性も、ALPRO を飲んでいる。そして男性は自分が食べていたサラダをスッと女性に差し出すという、ALPRO にたっぷり含まれた食物繊維のメリットを最大限に訴求するストーリーです。

【製品特長】

- オーツ麦は豊富な栄養素が特長で、食物繊維、タンパク質、ビタミン B1、ビタミン B2、ビタミン B6、ビオチン、マグネシウム、カリウム、カルシウム、鉄分、セレン、亜鉛、銅、リンなどがあり、それぞれが健康維持のために大切な栄養素です。特に食物繊維が豊富に含まれており、さらに不溶性食物繊維と水溶性食物繊維の両方がバランスよく含まれている点が注目されています。
- 2020年4月より運用を開始した「日本人の食事摂取基準(2020年版)」では、食物繊維は引き続き成人男性で1日21g以上、成人女性で18g以上の摂取が目標量として設定されています。しかし、「平成30年国民健康・栄養調査」によると、30-49歳男女の1日の食物繊維摂取量は16g~18gにとどまっており、30-49歳男女の1日の食物繊維不足分は最大2.7gです。毎日の食事で食物繊維を十分に摂るための工夫が必要です。オーツ麦を主原料とする「ALPRO たっぷり食物繊維 オーツミルク」1本分(250ml)には食物繊維は、3.0g以上含まれています。毎日飲み切りサイズ1本(250ml)で手軽に食物繊維の不足分が摂れる、日本でも新しい「飲む食物繊維」です。
- 「ALPRO たっぷり食物繊維 オーツミルク」1本(250ml)は、豆乳6本分(※1本250ml)、玄米1膳分以上、キウイ1個分と同等^{*5}の食物繊維量を含みます。手間をかけず、豊富な食物繊維を飲むだけで摂取することができます。
- おいしさにもこだわった「ALPRO たっぷり食物繊維 オーツミルク」は、「ほんのり甘い」と「砂糖不使用」の2つの味わいをご用意し、いずれもオーツ麦由来のやさしい甘みが楽しめる、新しいおいしさが特長です。
- 「ほんのり甘い」および「砂糖不使用」のどちらも、お料理やご家族向けの1000mlサイズと、朝食や休憩時間にもナチュラルなおいしさをお楽しみいただける、250mlサイズをご用意しています。

*1: インテージ SRI+2021年1月~8月対前年比

*2: インテージ SRI+2021年1月~8月(オーツミルクカテゴリーの中で87%)

*3: 厚生労働省

*4: 同上

*5: 各食品の食物繊維量は「日本食品標準成分表 2020年版(八訂)」より算出

【製品データ】

製品名	ALPRO(アルプロ) たっぷり食物繊維 オーツミルク ほんのり甘い			
名称	オーツ麦飲料			
賞味期間(保存方法)	273日間(直射日光を避け、涼しい場所で保存してください)			
内容量	250ml および 1000ml			
原材料	オーツ麦(えん麦)、食物繊維、ひまわり油、食塩/リン酸カルシウム、増粘剤(ジェランガム)、ビタミン B2、ビタミン D2、ビタミン B12			
栄養成分表示 (100mlあたり)	エネルギー	46kcal	炭水化物 8.7g	カルシウム 120mg
	たんぱく質	0.3g	糖質 7.2g	ビタミン B2 0.21mg
	脂質	1.5g	食物繊維 1.5g	ビタミン B12 0.38 μg
	コレステロール	0mg	食塩相当量 0.09g	ビタミン D 0.75 μg

製品名	ALPRO(アルプロ) たっぷり食物繊維 オーツミルク 砂糖不使用		
名称	オーツ麦飲料		
賞味期間(保存方法)	273日間(直射日光を避け、涼しい場所で保存してください)		
内容量	250ml および 1000ml		

原材料	オーツ麦(えん麦)、食物繊維、ひまわり油、食塩／炭酸カルシウム、増粘剤(ジェランガム)、ビタミン B2、ビタミン D2、ビタミン B12		
栄養成分表示 (100ml あたり)	エネルギー 40kcal	炭水化物 6.8g	カルシウム 120mg
	たんぱく質 0.2g	糖質 5.6g(糖類 0g)	ビタミン B2 0.21mg
	脂質 1.5g	食物繊維 1.2g	ビタミン B12 0.38 µg
	コレステロール 0mg	食塩相当量 0.09g	ビタミン D 0.75 µg

※全製品共通

輸入者	ダノンジャパン株式会社
発売地域	全国
希望小売価格	オープン価格

■ALPRO(アルプロ)について <http://www.alpro.com/jp/>

ALPRO(アルプロ)は1980年の創業当初より、大豆やオーツ麦といった植物素材の良さを活かすことにこだわった植物性食品ブランドです。昨今、おいしさはもちろんのこと、健康にも配慮しながら、手軽に楽しめる植物性食品に対する注目が世界中で高まる中、ALPRO は植物性食品ブランドとして市場をリードしています。日本では、ダノンジャパンが2020年4月より、オーツミルクおよび調製豆乳の展開を開始しました。

ダノン(本社フランス、パリ)の傘下であるALPROは、ヘント(ベルギー)に本社を置き、ヨーロッパに1200人以上の従業員を擁し、ベルギー、フランス、英国に3つの製造拠点を有しています。主に欧州内でビジネスを展開し、植物性食品カテゴリーの発展に貢献しています。また、ALPROは、社会と環境に対する目標を戦略的な事業課題に結び付けていることが評価され、社会や環境に配慮した事業活動において一定の基準を満たした企業のみにも与えられるB Corp 認証を2018年に取得しました。

■ダノンジャパンについて <http://www.danone.co.jp>

ダノンは1980年に「味の素ダノン株式会社」として日本市場に初めて参入し、1992年に「カルピス味の素ダノン株式会社」を設立しました。2007年に100%子会社としてダノン傘下に入り、社名を「ダノンジャパン株式会社」に改めました。ダノンの日本法人であるダノンジャパン株式会社は、チルド乳製品では「ダノンオイコス」「ダノンデンシア」「ダノンピオ」「ダノンヨーグルト」「プチダノン」「ベビーダノン」、植物性食品「アルプロ」、ウォーターでは「エビアン」などの飲食製品を提供しています。

また、ダノンジャパンは、日本の大手消費財メーカーおよび食品業界で初となるB Corp 認証を2020年5月に取得しました。B Corpは、米国のペンシルベニア州に拠点を置く、非営利団体B Labが運営する国際的な認証制度で、社会や環境に配慮した事業活動において一定の基準を満たした企業のみにも与えられるものです。

ダノンジャパンのB Corp 認証取得に関する詳しい内容は[こちら](#)

■ダノンについて <http://www.danone.com>

ダノンは、チルド乳製品と植物由来の製品、ウォーター、専門栄養食品をあわせた、健康に焦点を当てた3事業で急成長を遂げている、飲食業界における地域密着型のリーディングカンパニーです。「私たちの健康と健全な地球は繋がっている」という強い信念のもと、ダノンは「One Planet. One Health」というビジョンを掲げ、より健康で持続可能な飲食習慣を促すことを目指しています。食の革命(フードレボリューション)を加速させ、すべてのステークホルダーに優れた持続可能で収益性の高い価値を創造するために、ダノンは9つの2030年目標を定め、そして、フランス版の「Public Benefit Corporation」(※アメリカの法人格)である、「Entreprise à Mission(使命を果たす会社)」モデルを採用した初の上場企業として道を切り開いてきました。ダノンは、「より

多くの人々に食を通じて健康をお届けする」という目的を掲げ、定款に定められた社会、社会的、環境的な目標に取り組み、国連の持続可能な開発目標(SDGs)に沿って、効率的で責任のある包摂的な方法で事業を展開することを約束します。また、ダノンは、2025年までに B Corp™ 認証を取得した最初の多国籍企業の一つとなることを目指しています。

ダノンは、世界 120 以上の市場で事業展開し、全従業員は 10 万人を越えます。2020 年の売上は 236 億ユーロでした。ダノンには、国際的に認知度の高いブランド(「アクティビア(日本では「ダノンビオ」として販売)」「アクティメル」「アルプロ」「アプタミル」「ダネッテ」「ダノニーノ」「ダニオ」「エビアン」「ニュートリシア」「ニュートリオン」「ボルヴィック」など)や、ローカルブランド(「アクア」「ブレディナ」「ボナフォン」「カウ・アンド・ゲート」「ホリゾンオーガニック」「マイゾーン」「オイコス」「プロストヴァシキーノ」「シルク」「ヴィーガ」など)があります。ダノンは、ユーロネクスト・パリ証券取引所と、米国預託証券プログラムを通じて、OTCQX に上場しています。Vigeo Eiris や Sustainalytics が運用するサステナビリティインデックスをはじめ、「エティベル・サステナビリティ・インデックス」、「MSCI ESG インデックス」、「FTSE4Good インデックスシリーズ」、「ブルームバーグ・ジェンダー・イクオリティ・インデックス」、「アクセス・トゥー・ニュートリション・インデックス」などの主要な社会的責任投資インデックスに選出されています。