

2012年3月13日

ハードタイプヨーグルト「ソフル」のパッケージデザインをリニューアル

株式会社ヤクルト本社（社長 根岸 孝成）では、ハードタイプヨーグルト「ソフル」のパッケージデザインを3月26日からリニューアルします。

「ソフル」は、1975年の発売以来、多くのお客さまから好評を得ている、ロングセラー商品で、現在「プレーン」、「LT(エルティ)」、「ストロベリー」の3品目のアイテムを揃えています。「乳酸菌 シロタ株」を関与成分とした特定保健用食品としての機能性に加え、ヨーグルトの酸味を抑えたまろやかな風味や、なめらかな食感などによる“おいしさ”が好評のハードタイプヨーグルトです。

この度は、「乳酸菌 シロタ株」による機能性と、“おいしさ”をより強調したデザインにリニューアルし、売り上げ拡大を図ります。

なお、「ソフル」の2012年4月～2013年3月の販売目標は、3品目合計で1日当たり47万個です。

「ソフル」のパッケージデザインの変更点等は下記のとおりです。



記

1. パッケージデザインの変更点（3品目共通）

商品名「ソフル」と、本品のなめらかな食感を表現するキャッチコピー“なめらか食感ヨーグルト”の視認性を高めるとともに、容器の側面（カップ）には清潔感のある白を基調にフレッシュさをイメージできるイラストを配し、「ソフル」が持つおいしさをお客さまに訴求します。

2. メーカー希望小売価格

90円／個（税別）

3. 販売チャネル

- (1) ヤクルトレディによる一般家庭および職域等への訪問販売
- (2) スーパーマーケットやコンビニエンスストア等での店頭販売

以上