

2012年9月5日

「ジョア」シリーズ初！“食べるタイプ”が新登場 ～“飲む”に“食べる”を加え、「おいしさ」や「選べる楽しさ」を拡大～

株式会社ヤクルト本社（社長 根岸 孝成）では、当社のロングセラー商品「ジョア」にシリーズ初の“食べるタイプ”を新発売します。これにより、“飲むタイプ”から“食べるタイプ”まで商品ラインアップを広げ、「ジョア」ブランドの活性化を図ります。

“食べるタイプ”として、「ジョア アロエ」と「ジョア ブルーベリー」の2品をラインアップし、10月1日からヤクルトレディによる宅配チャネルで、10月8日からスーパーやコンビニエンスストア等の店頭で発売します。

「ジョア」は、“世界初”のドリンクタイプのヨーグルトとして1970年に発売しました。生きて腸までとどく「乳酸菌 シロタ株」が摂れ、“確かな健康感”“おいしさ”を提供することで、幅広い方にご支持いただいています。

この度当社では、「ジョア」ブランドのもつ「おいしさ」や「選べる楽しさ」をさらに広げるため、従来の「ジョア」に加え、ソフトタイプヨーグルトの「ジョア」（食べるタイプ）を新発売します。また、アイテムはソフトタイプヨーグルトの中でも人気の高い「アロエ」と「ブルーベリー」の2品をラインアップします。

「ジョア」（食べるタイプ）の2012年10月～2013年3月の販売目標は、2品合計で1日当たり20万2千個です。

■ 葉肉や果粒の食感が楽しめ、“おいしさ”と“機能性”を兼ね備えたソフトタイプヨーグルト

- ・アロエの葉肉やブルーベリーの果粒と、ヨーグルトのなめらかな舌ざわりがマッチしたソフトタイプヨーグルトです。
- ・生きて乳酸菌 シロタ株が1個あたり9億個以上含まれています。

■ 「ジョア」ブランドとして統一感のあるデザイン

- ・「ジョア」ブランドとしての統一感があり、“確かな健康感”と、葉肉や果粒・果汁の“おいしさ”が感じられるデザインです。
- ・飲むタイプと同様、「ジョア」の飲用がもたらす“確かな健康感”を表現するため「カラダにしあわせ」をキャッチコピーとして表示しています。

■ 飲むタイプと同様、カップとキャップの材質を統一し、環境に配慮

- ・カップとキャップの材質をポリプロピレンに統一し、軽量化します。これらにより、廃棄時に分別が不要となり、環境負荷（CO₂排出量）の低減が図れることから、環境改善にも大きなメリットがあります。



◆商品情報

- ・商品名：「ジョア アロエ」（食べるタイプ）
「ジョア ブルーベリー」（食べるタイプ）
- ・商品分類：はっ酵乳
- ・内容量：90g
- ・希望小売価格：100円（税別）
- ・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スーパーやコンビニエンスストア等での店頭販売

以上