

2017年5月1日

## 「ジョア」(のむタイプ)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、ロングセラー商品である「ジョア」(のむタイプ)のパッケージデザインを2017年5月29日からリニューアルします。

なお、「ジョア」(のむタイプ)の2017年6月から2018年3月までの販売目標は、1日当たり752千本です。

### 【デザインリニューアルのポイント】

- 「ジョア」の商品特長である「乳酸菌 シロタ株」「カルシウム」「ビタミンD」が、より目立ちやすいデザインに変更します。
- 天面キャップについては、“ストローぐち”や“品種”を、わかりやすくするとともに、商品の視認性を高めたデザインに変更します。

### 【商品画像】



**【商品特長】**

「ジョア」は、「乳酸菌 シロタ株」と牛乳コップ1杯（200ml）分のカルシウムが摂取できる「のむヨーグルト」として世界に先駆けて開発し、1970年の発売以来“確かな健康感”“おいしさ”“楽しさ”を提案し、お客さまからご好評をいただいています。

**【「ジョア」（のむタイプ） 商品情報】**

アイテム名	商品分類	保健機能食品表示	内容量	希望小売価格	販売チャネル
プレーン	はっ酵乳	特定保健用食品	125ml	100円/本 (税別)	①ヤクルトレディによる訪問販売 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
ストロベリー		—			
ブルーベリー		—			
マスカット		栄養機能食品			

以 上