



報道関係各位

2020年9月15日
ダノンジャパン株式会社

**日本のオーツミルクブームのリーディングブランド*「ALPRO」から、
バリスタ特別仕様のオーツミルクが登場**
まろやかで滑らかな味わい、シルクのような舌触り、
ラテアートにも最適な「ALPRO バリスタシリーズ オーツミルク」

*マクロミル消費者購買履歴データ(2020年4月～2020年9月)より



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:ステイン・ヴァンデヴォースト)は、ヨーロッパで人気の植物性食品ブランド「ALPRO(アルプロ)」から、バリスタ特別仕様の製品「ALPRO バリスタシリーズ オーツミルク」を9月17日(木)より、全国のカフェ・レストラン向けに出荷を開始いたします。

「ALPRO バリスタシリーズ」は、パッケージデザインをはじめ製品開発にバリスタの声を反映した、まさにバリスタのための植物性ミルクです。泡立ち、きめ細かさ、持続性、ラテアート、コントラストといった基準で厳しい品質テストを通過、多数の項目で優れたパフォーマンスが認められています。

その中でも、今回いち早く日本上陸した「ALPRO バリスタシリーズ オーツミルク」はまろやかで滑らかな味わいとシルクのような舌触りが特長で、オーツ由来の自然な甘さをお楽しみいただけます。ホットとアイス、どちらの状態にもよく馴染み、幅広いコーヒーの種類に対応し、その他のドリンクの割材としてもお使いいただけます。

「ALPRO」は、1980年にベルギーで生まれた植物性食品ブランドです。以来、植物を中心とした食生活への注目に後押しされ、ベルギーから欧州、中近東、そして今春には日本にも上陸し、多くの国の消費者にオーツミルクや豆乳類をはじめ、様々な植物の可能性を活かした選択肢を提供しています。

現在日本市場で一般消費者向けに発売中の「ALPRO たっぷり食物繊維 オーツミルク」は、健康に対する意識が高く、美味しさに妥協せず、かつおしゃれ感も重視する消費者の皆様にご好評をいただいております。

近年、健康志向の向上で、アメリカやヨーロッパでは植物由来の食品・飲料が盛り上がりを見せています。その背景には、こういった製品がベジタリアン・ヴィーガンの枠を超え、より広い消費者層に求められるようになったことがあげられます。

カフェ・レストラン業界もこのトレンドに応えるよう、豆乳類・植物性ミルクを積極的に取り入れており、カフェビジネスの活性化にもつながっています。業務用の植物飲料カテゴリーは2015年から2019年の間、毎年平均で、ヨーロッパでは12%、アメリカでは6%成長しています¹。イギリスでは、約3人に2人が植物性飲料を使った商

¹ 出所: Euromonitor International Ltd (ユーロモニター・インターナショナル社)

品をコーヒーショップで注文した経験があり、最低 2 種類の植物性飲料オプションがメニューにあるのを期待しているという調査結果があります。²

そこで特に顕著なのがオーツミルクの台頭です。オーツミルクはヨーロッパで豆乳類とアーモンドミルクを超え、最も消費されている植物性飲料に浮上しました。³オーツ麦の香ばしさとほんのりした甘さはコーヒーとの相性が抜群で、バリスタ界で人気を博しています。オーツミルクをメニューに導入することで今までになかった味わいとより豊富な選択肢から選べる楽しさが提供でき、新しい顧客層を取り囲む鍵になっています。

そんな中、日本でも一般消費者向けの植物性飲料カテゴリーは近年成長し続けているにもかかわらず、カフェ・レストラン業界において豆乳類以外の植物性飲料の導入が遅れているのが目立ちます。実際、コーヒーチェーン企業トップ 10 社(売り上げベース)のうち、ソイラテを定番商品として扱っているのは 8 社あるものの、豆乳類以外の植物性飲料を提供しているのはわずか 1 社にとどまっています。⁴オーツミルクを使った商品はメニューの差別化や単価を上げるビジネスチャンスになります。

「ALPRO」は、長年にわたり世界中の多くのカフェインで選ばれてきました。日本でも、ALPRO の植物パワーでコーヒーの魅力の進化をサポートしてまいります。

また、「ALPRO バリスタシリーズ オーツミルク」に関して、日本バリスタ協会 技術研究委員長を務めるトップバリスタの篠崎好治氏より以下のコメントをいただいております。

【篠崎好治氏 プロフィールおよびコメント】

篠崎 好治 氏 (しのぎき こうじ)

日本バリスタ協会 技術研究委員長

レコールバンタン講師

BaristaSalto 運営

カフェ開業コンサルティング、メディアでの技術指導、レシピ提供など幅広く活躍。

書籍監修:

『お家でデザインカプチーノ』(ソニーマガジズ)

『ラテアート&デザインカプチーノ上達 BOOK』(メイツ出版)



(篠崎氏コメント)

海外に比べ、まだ日本のカフェにおいて、植物性ミルクは一般的ではありません。しかし植物性食品・飲料のトレンドや環境問題などを踏まえ、今後はお客様に新しい提案をし、お客様の選択肢を増やしていく事が、日々お客様と接するバリスタの一つの役割ではないかと思えます。

今回の「ALPRO バリスタシリーズ オーツミルク」は、フレーバーが自然で強すぎないのが特徴です。コーヒー豆本来のフレーバーを活かしますし、浅煎りから深煎りまで幅広いコーヒー豆に対応可能かと感じています。

『体に良い』だけではなく『美味しい』から飲んでいただける素晴らしい食材の一つになると考えています。まだ暑い日が続くなか、特にアイスのカフェラテとの相性は抜群です。そしてフォーミング(泡立てる)の際に牛乳と同じ感覚で造れる点も大きなメリットと言えるかと思えます。

² 出所: Allegra World Coffee Portal, 期間: 2019 年及び 2016 年

³ 出所: Nielsen EU, 期間: 2019 年 4 月~2020 年 3 月

⁴ 2020 年 9 月現在において

【製品特長】

- 「ALPRO(アルプロ)」は、ベルギー生まれ、ヨーロッパで人気の植物性食品ブランドです。人々の健康に必要な栄養素を含み、独自の技術でこれまでにないおいしさを追求しています。オーツミルクや豆乳類をはじめ、様々な植物の可能性を活かした選択肢を多くの国の消費者に提供しています。
- 「ALPRO バリスタシリーズ オーツミルク」は、バリスタ特別仕様のオーツミルクです。本製品は、カフェ・レストラン向けに出荷いたします。
- パッケージデザインをはじめ製品開発にバリスタの声を反映した、まさにバリスタのための本製品は、世界中で多くのバリスタに愛用されています。
- 泡立ち、きめ細かさ、持続性、ラテアート、コントラストといった基準で厳しい品質テストを通過、多数の項目で優れたパフォーマンスが認められた製品です。
- まろやかで滑らかな味わいとシルクのような舌触りで、オーツ麦由来の自然な甘さをお楽しみいただけます。
- ホットとアイス、どちらの状態にもよく馴染み、幅広いコーヒーの種類に対応しています。最高のラテアートを作るための美しく、きめの細かい泡を作ることが可能です。(適温 65°C)
- コーヒーやカフェオレに最適で、その他のドリンクの割材としてもお使いいただけます。
- 乳製品不使用で、ベジタリアン・ヴィーガンにも愛用されています。

【製品データ】

| | |
|----------------------|---|
| 製品名 | ALPRO(アルプロ) バリスタシリーズ オーツミルク |
| 輸入者 | ダノンジャパン株式会社 |
| 名称 | オーツ麦飲料 |
| 出荷日 | 2020年9月17日(木) |
| 発売地域 | 全国(物流可能エリア) |
| 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 | 1,000ml |
| 希望小売価格 | オープン価格 |
| 原材料 | オーツ(えん麦)、ひまわり油、食塩/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:61kcal、たんぱく質 0.3g、脂質 3.1g、炭水化物 7.9g、食塩相当量 0.1g、ビタミン B2 0.21mg、ビタミン B12 0.38 µg、ビタミン D 0.75 µg |

■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 Corporation」の認証を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」「ダノンビオ」「ダノンヨーグルト」「プチダノン」「ベビーダノン」、ウォーターでは「エビアン」のような飲食製品を提供しています。また、2020 年 4 月より、新たに植物性食品「アルプロ」の販売を開始しました。

また、ダノンジャパン株式会社では、2018 年 4 月 12 日、新たな原材料調達・開発方針として、(1)安全性、おいしさ、栄養価を保ちながら原材料の見直しに取り組んでいく「素材へのこだわり」、(2)徹底した「原材料に関する情報発信」、(3)「日本のおお客様の栄養ニーズに応える製品開発」の 3 つを「ダノンジャパンのお約束」として発表しました。詳しくは、以下のウェブサイトをご参照ください。

「ダノンジャパンのお約束」: <http://www.danone.co.jp/company/pledge/>

■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。2019 年の売上は 253 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。

【報道関係者からのお問い合わせ】

エデルマン・ジャパン ダノンジャパン製品広報担当 松下

TEL: 03-4360-9000 / FAX: 03-4360-9001 / E-mail: DanoneJapanPR@edelman.com

【お客様からのお問い合わせ】 ダノンジャパン お客様相談室

フリーダイヤル: 0120-409610(祝日を除く平日 9:00~17:30)