

2021年7月14日

報道関係者各位

**植物生まれの100%Vegan（ビーガン）※1）ブランド  
「Violife（ビオライフ）」が日本初上陸  
プラントベースドチーズ&プラントベースドバター各種を新発売  
乳やナッツを使用せず、ココナッツオイルを使用**

株式会社 J-オイルミルズ（東京都中央区、代表取締役社長：八馬 史尚、以下当社）は、アップフィールド社（オランダ、Managing Director – South East and Far East Asia: Nishant Grover）とともに、プラントベースドチーズ（植物性チーズ代替品）の世界的ブランド、「Violife（ビオライフ）」のプラントベースドチーズ（植物性チーズ代替品）とプラントベースドバター（植物性バター代替品）を、家庭用商品は2021年9月1日より関東地方1都6県※2）にて、業務用商品は10月上旬より発売いたします。

「Violife（ビオライフ）」は、世界有数の一般消費者向けプラントベースドフード企業であるアップフィールド社が展開するプラントベースドチーズ（植物性チーズ代替品）のリーディングブランドであり、当社は本年5月、Violife（ビオライフ）ブランド製品の独占輸入・販売契約をアップフィールド社と締結いたしました※3）。アップフィールド社は世界約100か国でプラントベースの一般消費者向け商品を販売しています。

「Violife（ビオライフ）」のブランド名は、ギリシャ語で「生命」を意味する「Vios」（ビオス）に由来します。アップフィールド社の子会社であるアリビア社(Arivia S.A)は、ギリシャを拠点に1990年代よりおいしさにこだわった、乳原料不使用の100%ビーガンの商品をお届けしており、2013年にViolife（ビオライフ）を開発しました。

「Violife（ビオライフ）」のプラントベースドチーズ（植物性チーズ代替品）は、乳やナッツを使用せずココナッツオイルを使用しており、植物由来の成分を抽出した豊かな風味とコクをお楽しみいただけます。また、プラントベースドバター（植物性バター代替品）は、まろやかでコクがあり優しい味わいとなっており、料理やお菓子、パンに塗ってお召し上がり頂くなど、さまざまな用途にお使い頂ける点が特長です。今回発売する商品ラインナップは、家庭用プラントベースドチーズ（植物性チーズ代替品）4品目とプラントベースドバター（植物性バター代替品）1品目、業務用プラントベースドチーズ（植物性チーズ代替品）4品目の合計9品目です。

Violife（ビオライフ）ブランドページ：<https://violifefoods.com/jp> ※4）

※1）動物由来の原料未使用。

※2）発売エリア：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、群馬県、栃木県、茨城県

※3）▼2021年5月19日 契約締結に関するプレスリリース（当社ウェブサイト）

[https://www.i-oil.com/press/article/210519\\_002590.html](https://www.i-oil.com/press/article/210519_002590.html)

※4）アップフィールド社のサイトとなります。プライバシーポリシー、および cookie の取り扱いについてはアップフィールド社の規定が適用されます。



**【家庭用】プラントベースドチーズ（植物性チーズ代替品）4品  
プラントベースドバター（植物性バター代替品）1品**

株式会社 J-オイルミルズ

〒104-0044 東京都中央区明石町 8-1 聖路加タワー Tel.03-5148-7103 Fax.03-5148-7107



【業務用】プラントベースドチーズ（植物性チーズ代替品）4品

## ■背景

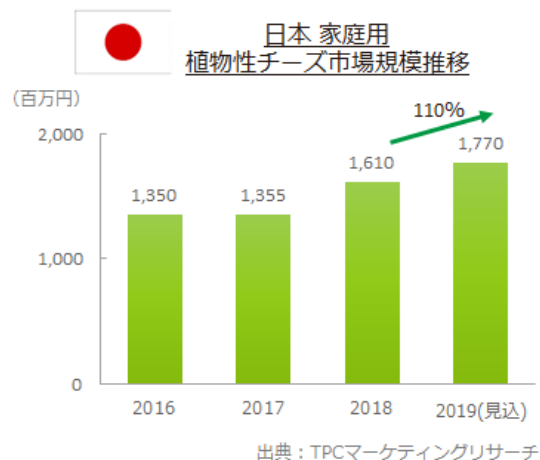
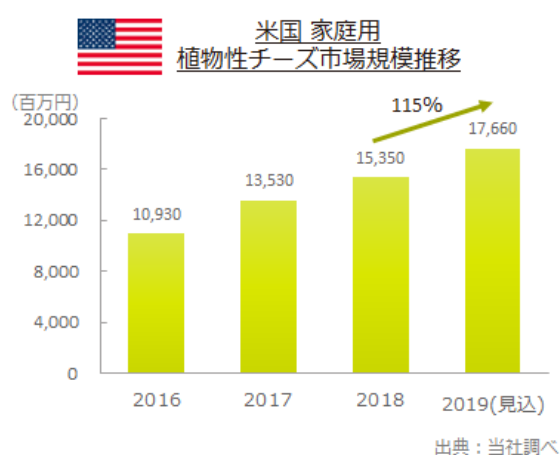
近年、世界のプラントベースドフード（植物由来食品）市場は、健康志向や環境への配慮といった社会背景から急速に拡大しており、2019年度で約1兆円の規模に達しています。日本においても、2020年度のプラントベースドフード市場は2010年度比で約5.1倍の246億円まで拡大する見込みです。（※5）

家庭用の植物性チーズ市場は米国で177.6億円（2019年見込）となり、過去3年の平均成長率は15%です。日本においても同市場は17.7億円（2019年見込）、年平均成長率9%で伸長しています。（※6）

当社では、「Violife（ビオライフ）」ブランドの製品をお届けすることで、生活者の皆さまに新たな食様式の豊かな食卓づくりをご提案いたします。また、外食・中食業界がサステナビリティを実現しつつ生活者のニーズに応えられるよう支援し、世の中に食のJoyを広げていきます。

（※5）出典：TPCマーケティングリサーチ株式会社「植物性乳代替食品市場の最新動向と将来展望」

（※6）出典：TPCマーケティングリサーチ株式会社、米国については当社調べ。日本、米国の市場データとも、乳原料を含む植物性主体の製品が含まれています。



## ■商品のご紹介【家庭用】

	商品名	内容量	価格	製品画像
家庭用	Violife 植物生まれのとろけるスライス チェダータイプ	140g (20g×7枚)	オープン価格	
	Violife 植物生まれのとろけるスライス モッツアレラタイプ	140g (20g×7枚)	オープン価格	

	Violife 植物生まれのシュレッド チェダータイプ	200g	オープン価格	
	Violife 植物生まれのクリーミー	150g	オープン価格	
	Violife 植物生まれのビオバター	125g	オープン価格	

### ■商品のご紹介【業務用】

	商品名	内容量	製品画像
業務用	Violife 植物生まれのとろけるスライス チェダータイプ	500g	
	Violife 植物生まれのとろけるスライス モッツアレラタイプ	500g	
	Violife 植物生まれのシュレッド チェダータイプ	250g	
	Violife 植物生まれのシュレッド モッツアレラタイプ	250g	

当社は2021年4月1日、新たな企業理念体系を制定し、目指すべき未来（ビジョン）として、Joy for Life® -食で未来によるこびを- を掲げるとともに、コミュニケーションブランド **JOYL** を導入しました。グリーンテーマカラーには、あぶら・でんぷん・たんぱくを生み出す植物を信じてサステナブルな未来に貢献するという意志をあらわしています。

当社ではこれからも植物素材と技術力を活かした価値ある製品、アプリケーションをお届けすることで、おいしさ、健康、社会や環境の負荷抑制に貢献いたします。

＜本件に関する報道機関の皆さまからのお問い合わせ先＞  
 株式会社 J-オイルミルズ コーポレートコミュニケーション部  
 広報・IRグループ TEL：03-5148-7103 E-mail：pr@j-oil.com

＜本件に関するお客さまのお問い合わせ先＞  
 株式会社 J-オイルミルズ 油脂加工品事業部 マーケティンググループ  
 E-mail: Violife-info@j-oil.com