

2021年5月19日

報道関係者各位

J-オイルミルズ、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

国内の乳系プラントベースドフード^{※1}(PBF)市場において
新たなカテゴリーの構築をめざします

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、プラントベースドフード（以下 PBF）の一般消費者向け製品を展開する世界有数の企業である Upfield GEC Limited 社（以下、アップフィールド社）との間で、Violife(ビオライフ)の日本国内における独占輸入・販売に関する契約を締結いたしましたので、お知らせいたします。Violife(ビオライフ)は、世界 50 以上でプラントベースドチーズ（植物性チーズ代替品）を展開するリーディングブランドです。

1. 契約締結の背景

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。

近年、生活者の健康志向や、サステナブルな消費行動への関心は高まりを見せています。当社では食を通じた独自の価値創造に取り組み、価値ある製品をお届けすることで、おいしさ、人々の健康、社会や環境の負荷抑制に貢献しています。

その取り組みのひとつとして、植物性の原材料を使用した乳系 PBF^{※1}市場へ参入することとし、今回、アップフィールド社の子会社であるギリシャの Arivia S.A が開発した Violife(ビオライフ)ブランド製品の、国内における独占輸入・販売契約を締結いたしました。

世界の PBF 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 PBF 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、今後も成長するものと予測されています。^{※2}

このたびのアップフィールド社との提携で、当社はグローバルブランドである Violife(ビオライフ)により国内の乳系 PBF 市場に参入し、2021 年 4 月に新設したスペシャリティフード事業本部内の関連する事業とのシナジー効果を創出していきます。

※1 バターやチーズなどの乳製品を植物性の原材料で代替した製品をあらわします。

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

2. アップフィールド社、Violife(ビオライフ)について

アップフィールド社はマーガリンのブランドである Rama(ラーマ)や、Flora、Blue Band、Proactiv、Becel、Country Crock などの代表的なブランドを展開する、世界有数の一般消費者向け PBF 企業です。1871 年の誕生以来、アップフィールド社の製品はスプレッドカテゴリをリードしており、現在、世界 95 か国で展開されています。

<https://upfield.com/>

Violife (ビオライフ) はギリシャで誕生したプラントベースドチーズのリーディングブランドです。Violife を展開する Arivia S.A は 30 年以上にわたりヴィーガン向け製品の開発、製造の実績を有し、“100% Vegan for all”をコンセプトに世界 50 ケ国以上で発売されています。植物性スライス、シュレット、ブロック、クリーミータブなど 40 種類以上の豊富な植物性チーズアイテムを製品ラインナップとして揃えており、主にココナッツオイルをベースとして、乳やナッツを使用していないことが特徴です。

<https://violifefoods.com/>

Rama(ラーマ) ブランドのマーガリンは今年、日本において発売 55 周年を迎えます。当社ではこれまで、アップフィールド社と国内におけるマーガリン製品の製造・販売で協業しており、今回の取り組みを通じて連携を一層強化するとともに、Violife(ビオライフ)ブランドの製品をお届けすることで、国内の PBF 市場において新たなカテゴリの構築をめざします。

<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