

2022年2月8日

## “植物性ミルク市場”が拡大する台湾で アーモンドミルクの販売を開始

### 2022年2月1日(火)より「アーモンド効果」をECで発売

江崎グリコ株式会社のグループ会社 Glico Taiwan Co., Ltd.(格力高台湾股份有限公司、台湾・台北市)は、日本のアーモンドミルク市場シェア No.1<sup>\*1</sup>の「アーモンド効果」を、2022年2月1日(火)にECサイトにて発売しました。また、3月以降に流通店舗でも発売予定です。

#### 【発売の背景】

江崎グリコは、今から約100年前に、子どもたちの健康増進を図るため、グリコーゲン入りの栄養菓子「グリコ」の創製を機に創業しました。1930年に創業者・江崎利一がアメリカ視察で、アーモンドのおいしさと栄養価の高さに着目し、まだ日本ではアーモンドの名前があまり知られていなかった1955年に、“1粒で2度おいしい”というキャッチフレーズで「アーモンドグリコ」を発売しました。以降、今日まで研究や商品開発を進め、アーモンドの栄養を日常的においしく摂取していただきたい、という思いから2014年に「アーモンド効果」を発売。日本におけるアーモンドのパイオニアとして、アーモンドミルク市場拡大をけん引してきました。

日本だけでなく世界のお客様へも、当社の「アーモンド効果」を通じて、新たな食習慣を提案することで、食から健康づくりに貢献していきたい、という思いから、2021年8月の中国本土での展開に続き、この度台湾でも販売を開始いたしました。台湾では健康需要の高まりに伴い、2020年度の植物性ミルク市場は約73億台湾ドル(約300億円)に達し、対前年約110%で成長しています。<sup>\*2</sup>しかしながら、現在台湾の植物性ミルク市場の主要商品は豆乳、ライスマルク、オーツミルクとなっており、アーモンドミルクの市場はまだ小さい状況です。台湾においても、アーモンドミルク市場を開拓していくとともに、台湾のお客様の“ココロとカラダの健康”に引き続き貢献してまいります。

※1: インテージ SRI アーモンドミルク国内市場 2014年4月～2021年12月 累計販売金額(「アーモンド効果」ドリンクシリーズ)

※2: NielsenIQ RMS data/植物性ミルク(豆乳・ライスマルク・穀物ミルク)市場 2019年1月～2020年12月 累計販売金額

#### 【商品概要】

商品名 (台湾語表記)	アーモンド効果<オリジナル> (杏仁果効果<原味杏仁果飲>)	アーモンド効果<砂糖不使用> (杏仁果効果<無糖杏仁果飲>)
パッケージ	 <ケース売り画像>      <単品画像>	 <ケース売り画像>      <単品画像>
種別	アーモンド飲料	
内容量	196ml×12本(ケース売り)	
希望小売価格	659台湾ドル(約2,690円)	
販売チャネル	ECサイト(MOMO、PCHOMEなど)にて発売 3月以降、流通店舗でも発売予定	
販売エリア	台湾全域	
商品特長	<ul style="list-style-type: none"> <li>・たっぷりのビタミンE、食物繊維、カルシウムを摂取できます。</li> <li>・「凍結粉碎アーモンド」を使用し、アーモンドオイル、アーモンドペーストを配合しています。</li> <li>・香ばしいおいしさとなめらかな口当たりを実現しました。</li> <li>・牛乳・豆乳ではない、アーモンドからつくった植物性ミルクで、コレステロールがゼロです。</li> <li>・常温保存が可能です(賞味期限 270日)。</li> </ul>	

「アーモンド効果」ブランドサイト(日本): <https://cp.glico.com/almond-k/index.html>

<Glico Taiwan について>

名称	Glico Taiwan Co., Ltd. (格力高台湾股份有限公司)
所在地	台北市中山区
代表者の役職・氏名	総経理・李 帷榛
事業内容	菓子・飲料などの輸入、マーケティング、流通、販売
設立	2020年2月