

Yoghurppedia

YGP40  Yoghurppe 40th
Since 1985



dairy

dairy

南日本酪農協同株式会社 www.dairy-milk.co.jp/

ヨーグルッペディア ブランドストーリー

Brand Story



Yoghurppedia

ヨーグルツペディア

02

Yoghurppedia

01

Yoghurppedia

木之下さんは 根っからの技術者で、 新しもの好きでした。

そう語るのは、木之下利夫初代社長から
直接薫陶を受けた、加納昭三代目社長だ。
1960年（昭和35年）の会社設立から1970年代にかけて、
木之下社長は欧州に視察に行くたびに
新しい技術を導入し、最新鋭の設備まで買い付けてくる。
「まずは機械ありき。それで何を作るかは自分たちで考えろ、
というふうでした」と述懐する。

海外企業との技術提携も積極的で、
1980年代初頭には西ドイツ（当時）から導入した
ビフィズス菌を使った

「ジャーマンヨーグルト」シリーズを発売。
1971年に誕生し、
翌年発売された「スコール」は
すでに全国区の人気商品としての
地位を確立しており、
社内ではそれに続く第二の柱となりうる
商品の登場が期待されていた。
そうした気運が、

「ヨーグルッペ」の誕生につながっていく。



天然素材の ペクチンは、 安定剤に向かない。

当時、商品開発を担当していた
大阪研究所では、
西ドイツ・ビオガーデ社から導入した
3種混合菌を使った
新しい乳酸菌飲料の開発に
着手していた。

そこに1984年（昭和59年）4月、
原料商社を通じて、
同じく西ドイツ・ゲニュペクチン社の
ペクチンが紹介されるが、
安定剤に使うのは
技術的に難しいとされていた。
開発を担当したのは
入社4年目の女性研究員で、
日本で初めてペクチンを安定剤に使った
乳酸菌飲料のプロトタイプの開発に成功。
商品として上市するために、
開発は都城工場へと引き継がれた。



来る日も来る日も、

原料を

鍋で煮ていました。

大阪研究所から開発を引き継いだ

製造部技術課の前野係長（当時）は苦笑する。

「最初はホワイトタイプの飲料を

目指していたんですが、

なかなか上手くいかない。

ある時、ちょっと目を離れた隙に

焦がしてしまったんです。

すると風味もいいし、安定性も高い。

これだ！と思いました」

「褐変」という化学反応である。

さらにブラッシュアップして試作を繰り返すが、

いくらサンプルを持つていても

木之下社長は首をタテに振らない。

困り果てた試作担当者が、サンプルナンバーを

「4989（四苦八苦）」にしたというエピソードが残っている。

こうした苦難を乗り越えて完成した

乳酸菌飲料は、木之下社長の肝いりで

「ヨーグルッペ」と命名され、

1985年3月に新発売された。



こんな甘い飲み物、
売れるわけがない。

「ヨーグルツペ」発売と同時に、宮崎・鹿児島両県で、
拡販キャンペーンが展開された。

当時は家族経営の小規模な小売店がほとんどで、
担当営業マンが一軒一軒訪問して

アンケートをとりながら、

「ヨーグルツペ」の名前をアピールしていった。

地元の南九州では

順調な滑り出しを見せたが、

販売に苦労したのは、

東京・大阪などの大都市圏だ。

当時、東京営業所に勤務していた

有村義昭社長によると、

関東の小売店バイヤーから

「こんな甘い飲み物、売れるわけがない」と
いわれたという。

そこで急遽投入された商品が

甘さを抑えた「ヨーグルツペライト」である。

こうした紆余曲折を経ながら現在まで続く「ヨーグルツペ」は、
2025年に発売40年を迎えた。



乳酸菌飲料※「ヨーグルッペ」誕生までの物語。

※乳製品乳酸菌飲料(殺菌)



※写真は、取材に基いて撮影したイメージ画像です。

日本で初めて ペクチンを安定剤に使った 乳酸菌飲料を開発。

海外企業との技術提携で 新商品開発を加速する。

会社設立から20年を迎えた1980年代。食生活の変化により、市場のニーズは「飲む牛乳」から「食べる牛乳」へとシフトしつつあった。それに対応すべく酪農先進国である欧州各国を視察した木之下利夫初代社長は、海外企業との技術提携を積極的に推進した。

そのひとつとして西ドイツ（当時）ボルグマン社及びエボグ社との提携によって、クワーク（フレッシュチーズ）の製造を開始。都城工場にクワーク、ヨーグルトの設備を新設し、1982年にはビフィズス菌を使った「ジャーマンヨーグルト」シリーズを発売する。さらに木之下社長は牛乳消費拡大を促すため、当時の大阪研究所に発酵乳を使った新しい飲料の開発を命じた。

※写真は、取材に基いて撮影したイメージ画像です。

3種混合菌カルチャーを使った 乳酸菌飲料の プロトタイプ。

製品化するために 開発の拠点を 都城工場に移管する。

1971年に設立された大阪研究所は大ヒット商品「スコール」を開発した実績があり、当時は西ドイツ・ビオガーデ社から直輸入する3種混合菌を使った新しい乳酸菌飲料の開発に着手していた。そこに1984年4月、原料商社を通じて西ドイツ・ゲニョペクチン社のペクチンが紹介される。当時、酸乳の安定剤としてはCMCやアルギン酸プロピレングリコールエステルなど合成系が主流を占めていた時代で、天然系のペクチンを安定剤として使うのは技術的に困難とされていた。開発を担当したのは入社4

年目の女性研究員で、ビオガーデ社のカルチャーを使い、酸味の少ないマイルドな味わいの発酵乳ベース飲料の開発に成功。日本で初めてペクチンを安定剤に使った、乳酸菌飲料のプロトタイプが誕生したのであった。

した。当時の乳業界で市販されていた同種の商品は、カルピス及びその他の類似の瓶詰・濃縮タイプ商品だけであった。すなわち、当社が上市を目指すストレート飲料タイプの商品は市場に存在せず、まったく新しい商品ジャンルを世に送り出すチャレンジであった。この大役を任されたのが、都城工場に新設されたばかりの製造部技術課の前野係長（当時）である。



クワークをはじめ、多くの商品に「デーリィ・ジャーマン」と名付けられた。

年目の女性研究員で、ビオガーデ社のカルチャーを使い、酸味の少ないマイルドな味わいの発酵乳ベース飲料の開発に成功。日本で初めてペクチンを安定剤に使った、乳酸菌飲料のプロトタイプが誕生したのであった。



大阪研究所



1984年に新設移転された大阪研究所では、新商品開発の様々な基礎研究が行われた。



多くのバリエーションやフレーバーが作られたジャーマンヨーグルトシリーズ。

「褐変」による化学反応が、
商品の方向性を決定づけた。

甘くて美味しい、
新しい乳酸菌飲料の誕生。

当初、大阪研究所から送られてきたサンプルは、ホワイトタイプの飲料だった。この時点で木之下社長をはじめとする首脳陣の見解は、「商品として売り出すには、甘味とまろやかさが足りない」というもの。前野は工場の片隅に用意された小部屋で鍋に原材料を入れて

仕込み、毎日試作を繰り返したが、なかなか思うような結果は得られなかった。ある日、試作中に鍋から目を離れた隙に焦げついてしまい、また失敗かと落胆する。ところが、念のために試飲すると、これが絶妙な風味に仕上がっていたのだ。「これだ！」と思いついたのが、「褐変」という化学反応である。

この後、天然安定剤ペクチンの使用と醗酵処理する前の加熱殺菌の



化学反応のひとつである「褐変」が、「ヨーグルッペ」誕生のキーポイントに。

条件として、一定温度以上で長時間加熱する過加熱処理を採用。この加熱条件によって乳タンパクと糖質との間に生じる褐変現象（メイラード反応）が促進され、その結果乳タンパクの安定性が高まり、まろやかな甘味となるのだ。カラメル化による褐色への変化で見た目の悪さを危惧する声もあったが、何よりも飲んだ時の美味しさが優先された。

紆余曲折を経ながら、
1985年3月に発売。

製品化の最終段階では、「褐変」による甘味と香料によるフレーバーとのバランスが徹底的にチェックされた。大阪のメーカーから送られてくる数種類の香料を配合したサンプルを木之下社長に持つて行くが、すんなりとOKが出ることはなかった。何十回となく突き返されて困り果てた試作担当者は、ある日コードネーム「4989」という試作品を提出した。なかなか首をタテに振らない社長に、「四

苦八苦しています」という無言の訴えだった。

こうした紆余曲折を経て完成した乳酸菌飲料は、木之下社長の肝いりで「ヨーグルッペ」と命名され、1985年3月に上市された。このネーミングの由来にも諸説があり、木之下社長が縁のあった東北地方の方言「よっぺ」を取り入れたという説が有力だ。一度聞いたら忘れられない愛らしい響きが爽やかで飲みやすい商品の特性とよくマッチし、発売当初から消費者の心を掴んでいくことになる。



※写真は、取材に基いて撮影したイメージ画像です。



原料に乳酸菌を加えて一定温度以上で長時間加熱することにより、褐変が起こる。

「ヨーグルッペ」の製品開発は、当時国内最大規模のLL工場だった都城工場に新設された開発部技術課で行われた。



現在の都城工場



◀TVコマーシャル「オズの魔法使い篇」の
キャスティングには、後に日本を代表するようになる
若手ダンサーが起用された。

▼2本目のTVコマーシャル・ポスター・パンフレット等は、
東京の映画スタジオに大がかりな
セットを組んで撮影された。



▼初代のTVコマーシャルの女の子



木之下利夫初代社長
社長室には、ヨーグルッペが
飾られていた。

アルプスをイメージした
パッケージデザイン。

発売当初は、缶コーヒーと同じ
195gのショート缶飲料としてス
タート。宮崎県内の宮崎県農協果
汁に製造委託することになった。
当時、都城工場は日本最大規模の
L1生産設備を擁していたが、まっ
たく新しい商品ジャンルでもあり、
リスクが高いと判断されたのであ
る。発酵乳をボックス型コンテナに
て宮崎県農協果汁の工場へ移送
し、その他原料と調合したミックス

南九州発のご当地ドリンクとして、
地元消費者に愛飲される商品に。

液を缶コーヒーと同ラインで充填
した後に段ボール包装し、製品化
された（一部製造工程は省略）。

缶のパッケージデザインには、深
い紺色にアルプスを思わせる山並
みと民族衣装を着た少女のイラス
トが採用された。当時の関係者に
よると、デザインは製缶メーカーか
ら提案されたもので、イラストの作
者は不詳である。その後、L1紙パ
ック、ペットボトルなど様々なバリエ
ーションが増えるなかでも基本のデ
ザインは変わることなく踏襲され
ている。

地元・南九州を中心に
拡販キャンペーンを展開。

新発売に合わせて、宮崎・鹿児島
両県を中心にした拡販キャンペーン
を展開した。主に担当したのは、当
時飲料課課長だった加納昭（後に

「ヨーグルッペ」のロゴが入ったエプロ
ンを贈呈するという手法で、小売店
を二軒二軒しらみつぶしに回って行っ
た。こうした地道な営業活動によっ
て南九州エリアのご当地ドリンクと
して消費者に受け入れられ、徐々に
販売数量を伸ばしていく。

その一方で苦戦を強いられたのが、
東京や大阪などの大都市圏だ。
当時、東京営業所に勤務していた
有村義昭社長は、関東の小売店パ
イヤーから「こんな甘い飲み物、売
れるわけがないと門前払いだった」と
振り返る。そこで急遽投入された商
品が、甘さを抑えてデザインも変
更した「ヨーグルッペライト」である。
さらに、老舗コーヒー会社「アー
トコーヒー」のPB商品として、中
身は同じながらパッケージを変え
た「ヨーグルアート」を首都圏で発
売。後に人気商品となる足がかり
を築いた。

TVCMで人気を博し、
爆発的な売上を記録。
「ヨーグルッペ」の商品名を広く

第三代社長に就任」と、入社して3
年目の若手社員・瀬戸口祐二（現北
海道日高乳業社長）である。当時、
南九州の小売店は家族経営の個人
商店が多く、直接商品を持参しな
がらアンケートを実施。回答者には

知らしめたのが、1986年頃か
ら南九州エリアを中心にオンエア
されたTVCMだ。全部で3タイ
プ制作され、「スコール」以来とな
る巨額の広告宣伝費が投じられ
た。特に2本目のCMでは企画・演
出・美術・音楽などに当時の一流ク
リエイターを起用し、東京の映画
スタジオに雄大なアルプスをイメ
ージした大がかりなセットを組ん
で撮影。独自の世界感を、消費者
に強く印象づけた。

また、3本目の「オズの魔法使い
篇」では、開業したばかりの高千
穂牧場周辺でロケーション撮影を
敢行。主人公の少女をとりまく
3名のキャラクターのコミカルな動
きと、「ヨーグルッペ」のサウンド
ロゴが人気を呼び、その認知度は
爆発的にアップした。

こうしたプロモーションが功を
奏し、発売2年目から3年目にか
けて一時は主力商品の「スコール」
を凌ぐほどの売り上げを記録。
「デリーブランド」の主力商品と
して成長することになる。



500ml
1986年



1000ml
1986年



180ml
1988年



200ml
1994年



300g
2006年



りんご 200ml
2010年



※イラストはイメージです。



ヨーグルッペ195g缶のイメージカット



ヨーグルッペ195g缶
1985年発売



ヨーグルッペライト195g缶
1985年発売



アートコーヒー
ヨーグルアート195g缶



甘くて爽やかな飲み口の
「ヨーグルツペ」ができるまで。

高い技術力と徹底した品質管理。

発売当時から変わらない「ヨーグルッペ」の原材料。

「ヨーグルッペ」(200 ml)の種類別名称、及び原材料は、パッケージに表示されているように以下の通りである。

- 種類別 乳製品乳酸菌飲料(殺菌)
- 無脂肪固形分 3・0 %
- 乳脂肪分 0・1 %
- 原材料名 砂糖(国内製造)、果糖ぶどう糖液糖、乳・乳製品、ぶどう糖／安定剤(ペクチン)、香料、酸味料
- 内容量 200 ml

厚生労働省が定める「乳及び乳製品の成分規格等に関する命令」(略称…乳等命令)において、「ヨーグルッペ」は「乳製品乳酸菌飲料(殺菌)」に分類される(図1)。

原材料と配合割合は、1985年の発売当時から基本的に変っていない。(注1…原材料に占める重量の割合の高いものから順に表

示する。注2…水も原材料に含まれるが、食品表示法に定められた食品表示基準に規定がないため表示されていない)

製造工程における、乳業メーカーのこだわり。

製造工程としては、タンクに入れた指定原料に乳酸菌を加えて蒸気で加熱して褐変させ、冷却して発酵させる。これが「ヨーグルッペ」のベースとなる「発酵乳YGP」(社内呼称)である。一方、別のタンクでは一定温度のお湯に安定剤であるペクチンを溶かして糖類を加え、そこにYGPを投入後、最終的に風味を調整したものが「ヨーグルッペ」となる。原材料の配合割合など詳細は社外秘だが、ポイントはいくつかある。原材料にわずかであるが乳を使用すること、当社独自の乳酸菌を使用することによってクリーミーでマイルドな仕上がりになる。

図1

法律で定められた規格

食品衛生法にもとづく「乳及び乳製品の成分規格等に関する命令」(乳等命令)では、乳製品である「はっ酵乳」(ヨーグルト)、「乳製品乳酸菌飲料(生菌／殺菌)」と、「乳酸菌飲料」に類別されている。その違いは、以下のように定義されている。

種類	項目	無脂乳固形分	乳酸菌数又は酵母数(1ml当り)	大腸菌群
はっ酵乳		8.0%以上	1,000万以上	陰性
乳製品乳酸菌飲料	生菌	3.0%以上	1,000万以上	陰性
	殺菌	3.0%以上	—	陰性
乳酸菌飲料		3.0%未満	100万以上	陰性

褐変の度合いは加熱時に色差計でチェックし、ホモゲナイザーを通して均質化処理することで、風味や口あたりといった官能特性を安定させる品質管理を行っている。

子どもから大人まで愛される「ヨーグルッペ」の甘くて爽やかな飲み口は、乳業メーカーとして長年にわたって培ってきた商品へのこだわりとノウハウが詰まっている。



ペクチン
りんごの搾滓やレモン・ライムなどの皮を原料とする天然由来の多糖類。乳タンパクの凝集を防ぐ働きがあり、品質安定の目的で酸性乳飲料や酸性乳製品デザートに使用される。

ペクチンを使用した物性安定の様子
写真左が安定剤であるペクチンを加えた画像。右のようにペクチンを加えないと物性が不安定となり分離が見られる。ペクチンを加えることで物性が安定する。



発酵乳
乳・乳製品などを原料とした「ヨーグルッペの素」といえる原料(社内呼称"YGP")。ヨーグルッペ誕生以来40年のノウハウが凝縮されており、他社にはない特有な風味の源である。



果糖ぶどう糖液糖
植物のデンプンを酵素等によって糖化した甘味料。JAS規格によって、果糖含有率が50%以上、90%未満である事が定められている。



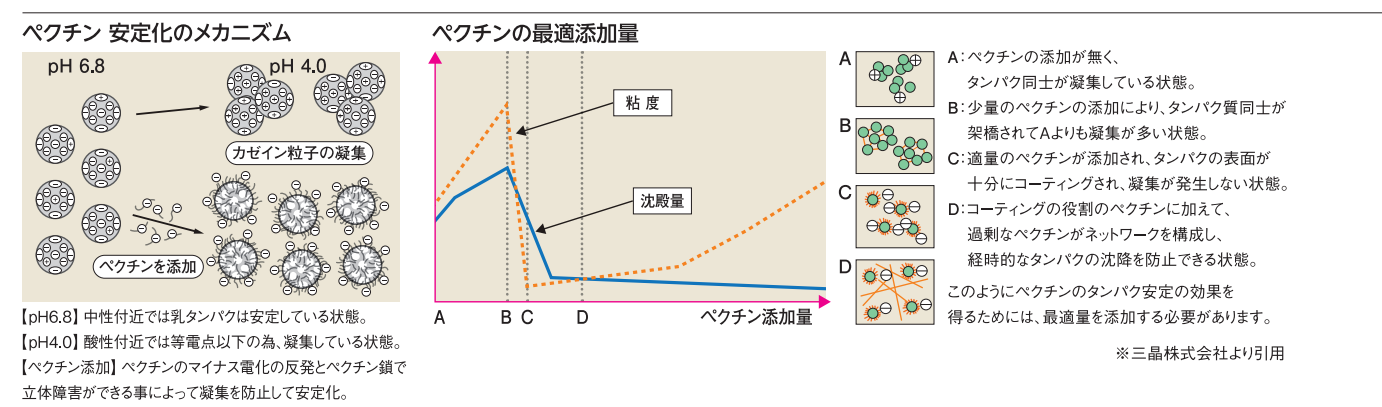
上白糖
蔗糖を主成分とし、水分と転化糖(ぶどう糖と果糖の混合物)をそれぞれ1%程度含んでいる上白糖を使用している。転化糖が含まれているためグラニュー糖と比べると甘みが強くコクがある。



香料
ヨーグルッペのために特別に開発されたオリジナルの香料。ヨーグルッペ特有のヨーグルト風味とあと口のキレを付与している。



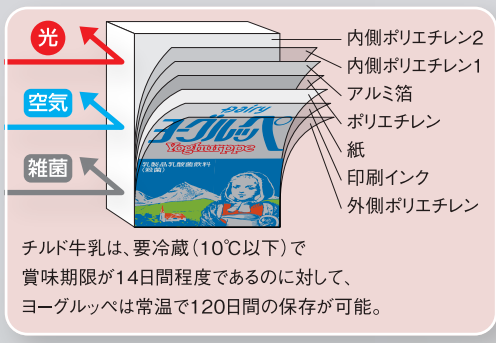
酸味料
ヨーグルトをはじめとする発酵食品に多く含まれる発酵乳酸を使用。コクとキレのある酸味が特徴で酸性乳飲料との相性も良い。



都城工場の専用ラインで生産される紙パックの「ヨーグルッペ」。
200mlは毎時18000本(9000本×2基)、
1000mlは毎時6000本の最大製造能力がある。



LL (ロングライフ) 紙パックの材質と構造



缶入り飲料からスタートし、
LL紙パックとして定番化。
発売当初は缶入り飲料からスタートするも、
販売チャネルや売場環境の変化に応じて、自社工場生産が主流となる。



ヨーグルッペ195g缶

時代のニーズに合わせて
容器、容量も変遷。

1976年に竣工した都城工場は、国内最大規模のLL生産施設として操業を開始。1985年に「ヨーグルッペ」が上市される際は、自社生産できるLL紙パックでの商品化が検討された。しかし、時期尚早との判断によって、宮崎県農協果汁に製造委託した195g缶で発売されることになる。

発売初年度から順調に売上を伸ばした結果、翌年の1986年からは都城工場のLL製造ラインを使った紙パックでの商品化が決定。先行してファミリーユースに対応するために500mlと1000mlの大容量パックが発売され、1988年から180mlパックが追加された(1994年から200mlに変更)。

その後、スーパーマーケットのチェン化やコンビニエンスストアの台頭により、流通・販売環境が激変。消費者と売場のニーズに応じて、瓶やペットボトル、ボトル缶など、多彩な容器の商品バリエーションが生まれた(P.27・28アーカイブ編参照)。現在では都城工場の専用ラインで生産される200ml/1000mlの紙パックをメインに、一部の派生商品にペットボトル、ボトル缶で委託製造している。



ヨーグルッペ 1000ml
ヨーグルッペ 200ml
ヨーグルッペ ライト いちご 280ml
ヨーグルッペ ライト 500ml
ヨーグルッペ ライト ソーダ 490ml
ヨーグルッペ ライト カルシウム 900ml



時代に合わせて進化してきた「ヨーグルッペ」ファミリー。

ヨーグルッペ家・家系図

ヨーグルッペ姉妹



195g缶
1985年



ライト195g缶
1985年

資源削減のため、缶の形状が見直されたり、紺色を明るくするなど細かく改良されていった。



195g缶
1986年頃



195g缶
2006年

ヨーグルッペ本家



500ml
1986年



1000ml
1986年



180ml
1988年



200ml
1994年

北海道日高乳業分家



200ml
1992年



1000ml
1992年

※北海道日高乳業分家の詳細は、P31～32へ。

2025年に発売40周年を迎えた「ヨーグルッペ」の歴史は、年号でいうと昭和・平成・令和の三時代にまたがる。その間に展開されてきた商品ラインナップは、消費者のニーズに加えて、飲料のトレンドやマーケットの変化、製造技術の革新などの世相を反映している。その流れを時系列に並べ、家系図としてまとめた。

ライトテイスト家



ライトテイスト
250g瓶
1993年



ライトテイスト
250g瓶
1996年



ホワイト
ヨーグルッペ
250ml
1996年



ヨーグルッペ
ホワイト
350ml
1998年



ホワイト
ヨーグルッペ
250ml
2013年

カルシウム家



ライトカルシウム
900ml
1993年



カルシウム
900ml
1996年



カルシウム
900ml
2006年

平成・令和 フレーバー家



りんご 200ml
2010年



マンゴー 200ml
2015年



りんご 200ml
2016年

ボトル缶一家



300g ボトル缶
2006年



290g ボトル缶
2012年



290g ボトル缶
2017年



275g ボトル缶
2019年



プラス
200ml
2000年

プレミアム一家



ホワイト
プレミアム
生きたる乳酸菌
350ml
2001年



プレミアム
生きたる乳酸菌
180ml
2010年



もも 200ml
2018年



りんご 200ml
2019年



ぶどう 200ml
2019年



日向夏 200ml
2020年



白ぶどう 200ml
2022年



いちご 200ml
2022年



200ml
2000年



200ml
2020年



1000ml
2017年



1000ml
2023年

平成・令和 ヨーグルッペ本家

イラストは、霧島連山に修正され、紺色は明るく修正された。「Dairy」ブランドロゴの記載、配置位置の見直しなど時代の要件にも対処した。

平成・令和 ライトソーダー家



ライトソーダ
490ml ボトル缶
2016年



ライトソーダ
490ml ボトル缶
2017年



ライトソーダ
490ml ボトル缶
2021年



ライト
500ml PET
2015年



ライト
500ml PET
2017年



ライトいちご
280ml PET
2022年



ライト
500ml PET
2022年

平成・令和 ライト一家

平成・令和 ライトカルシウム一家



ライトカルシウム
1000ml
2017年



ライトカルシウム
1000ml
2021年



ライトカルシウム
900ml
2023年

未来の子孫 新たなフレーバーなどに加えて、突然変異的な新種が誕生する可能性も。



30周年パッケージ



ボトル缶シリーズ



定番のヨーグルップとりんご 200ml



2024年のフレーバーシリーズ 200ml



フレーバーシリーズ



35周年・37周年トレジャーパッケージ



初期のヨーグルップラインナップ



現行1000ml 200ml



2024年のライト系商品のラインナップ



香港専用パッケージ(左が現行品)



ハローキティコラボパッケージ



キャラット
ヨーグルップ



ライトソーダのフレーバーシリーズ



ライトのフレーバーシリーズ

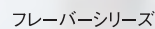
様々な派生商品による
ラインナップの拡充。

乳酸菌飲料として誕生した「ヨーグルップ」だが、その後様々な派生商品が展開されることになる。1993年には中身が見える瓶入りの「ライトテイスト」が登場し、消費者の健康ニーズに合わせたカルシウムタイプも追加された。また、パッケージでは周年記念プロモーションや他社とのコラボ商品、海外向け専用商品などのデザインバリエーションがある。

大きな転機となったのが、2010年に登場した「ヨーグルップ りんご」だ。果汁を加えたフレーバータイプは市場に受け入れられて定番商品となり、現在では季節限定商品として4種類のフレーバーをラインナップしている。



A collection of various food products, including bags of Monja Sare, Monja Sare, and Monja Sare, a bottle of Monja Sare, and a box of Monja Sare. The products are arranged on a white surface. The bags are labeled with 'Monja Sare' and 'Monja Sare'. The bottle is labeled 'Monja Sare'. The box is labeled 'Monja Sare'. The products are in various sizes and colors, including white, red, and blue. The bags are standing upright, while the bottle and box are lying down. The products are arranged in a cluster, with some overlapping. The background is a plain white surface. The lighting is bright and even, highlighting the details of the products. The overall composition is clean and professional, typical of a product catalog or advertisement.



1 000ml

1992年

1992年

初代 北海道日高乳業ヨーグルツペ



1000ml

1994年

1994年

2代目 北海道日高乳業ヨーグルッペ



195g

1993年



200ml

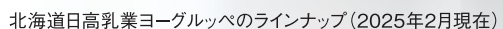
1993年



ヨーグル

1995年

北海道でも



生乳の安定的な確保のため
南九州から北海道に進出。

「ヨーグルッペ」発売の翌年にあたる1986年(昭和61年)の年度末、当時ネスレル社(現ネスレ日本株式会社)が所有していた北海道日高工場の買収契約が成立。これが現在南酪グループ企業の中核をなす「北海道日高乳業株式会社」である。買収当時、南九州では需要の多い夏場に生乳の生産が低下するという地域的な課題があり、酪農の本場である北海道に生産拠点を持つことで年間を通じた安定的な確保を図るという狙いがあった。買収当時の北海道日高乳業では、粉乳や練乳、バターといったベーシックな乳製品しか生産しておらず、付加価値の高い乳酸菌飲料やチーズ等の製造ノウハウを持っていなかった。そこで商品化されることになったのが「ヨーグルッペ」で、その生みの親である製造部技術課の前野が技術指導員として北海道に派遣された。



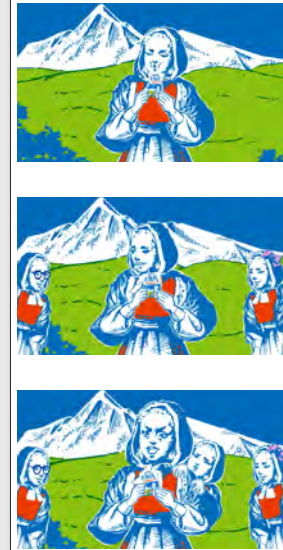
「ヨーグルッペ」の世界感を広げた
コミュニケーション戦略。

「ヨーグルッペ」を広く知らしめた名作CM。

TV-CM
ヨーグルッペのセールスプロモーション

YGP4
Chapter 4 Promotion

母&三姉妹「欲しがる子篇」
2020年



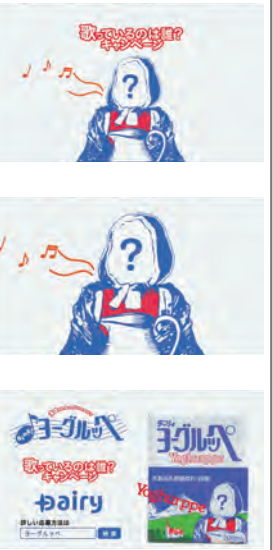
母&三姉妹「ケンカ篇」
2020年



母&三姉妹「お風呂上り篇」
2020年



歌っているのは誰?篇
2015年



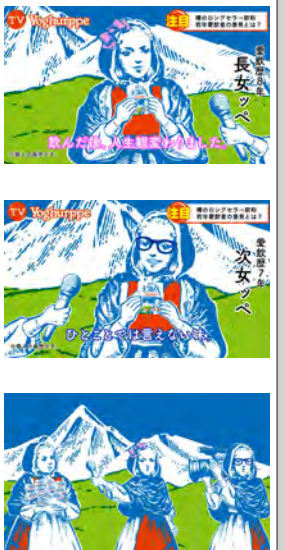
母&三姉妹「都城篇」
2020年



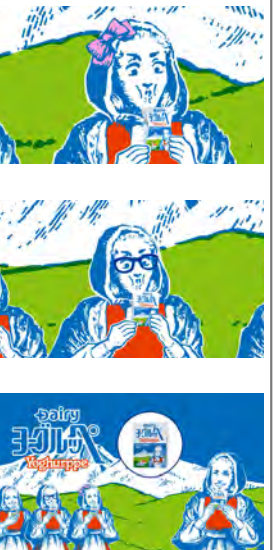
母&三姉妹「キャンペーン篇」
2020年



母&三姉妹「インタビュー篇」
2020年



母&三姉妹「もう一本篇」
2020年



オズの魔法使い篇
1989年

「オズの魔法使い」をモチーフに、主人公の少女を取りまく3人のキャラクターのコミカルな動きが人気を呼んだ。



アルプス篇
1987～88年

映画スタジオに雄大なアルプスをイメージしたセットを組み、「ヨーグルッペ」の世界感をビジュアル化した。



新発売篇
1986年頃

ヨーロッパの民族衣装を着た少女をキャラクターに起用。「ヨ〜グルッペ」のサウンドロゴで商品名を印象づけた。



オズの魔法使い篇
1989年

「オズの魔法使い」をモチーフに、主人公の少女を取りまく3人のキャラクターのコミカルな動きが人気を呼んだ。



アルプス篇
1987～88年

映画スタジオに雄大なアルプスをイメージしたセットを組み、「ヨーグルッペ」の世界感をビジュアル化した。



新発売篇
1986年頃

ヨーロッパの民族衣装を着た少女をキャラクターに起用。「ヨ〜グルッペ」のサウンドロゴで商品名を印象づけた。



オズの魔法使い篇
1989年

「オズの魔法使い」をモチーフに、主人公の少女を取りまく3人のキャラクターのコミカルな動きが人気を呼んだ。



アルプス篇
1987～88年

映画スタジオに雄大なアルプスをイメージしたセットを組み、「ヨーグルッペ」の世界感をビジュアル化した。



新発売篇
1986年頃

ヨーロッパの民族衣装を着た少女をキャラクターに起用。「ヨ〜グルッペ」のサウンドロゴで商品名を印象づけた。



多彩なオリジナルグッズとSPツールを展開。



長尺店頭POP



3代目は、多くの雑誌広告に展開された。



2代目 ヨーグルッペポスター



初代 ヨーグルッペポスター



ヨーグルッペホワイトチラン



ヨーグルッペカルシウムチラン



ヨーグルッペカルシウムチラン



ヨーグルッペライトカルシウムチラン



ヨーグルッペライトテイスト店頭POP



デーリィLLミニシリーズチラン裏面



デーリィLLミニシリーズチラン表面



ヨーグルッペクリアファイル



北海道日高乳業LLシリーズチラン



初代 北海道日高乳業ヨーグルッペチラン



お皿やマグカップ、ペンケースなど。
キャンペーングッズやコラボ企画として発売された。

ポーチ、立体ミニチュアチャームは、カプセルトイとして発売された。

キャンペーングッズとして作られたトートバッグ。Tシャツはコラボ企画として発売された。

2022

ヨーグルッペ発売37周年
ヨーグルッペトレジャーⅡ

2020年に好評を博したゲーム「ヨーグルッペトレジャー」の第二弾。賞金総額も102万円になってパワーアップ。今回も宮崎県を舞台に、長引くコロナ禍で旅行ができなかった方や宮崎に帰省できなかった方も楽しめるゲームとなった。また、QBBチーズとのコラボ施策も話題になった。



等身大イメージキャラクターパネル

キャンペーンイメージビジュアル (ゲーム画面)

ゲーム画面

ヨーグルッペ×ベビチーズコラボ店頭POP

2020

ヨーグルッペ発売35周年
ヨーグルッペトレジャー

宮崎県をモチーフにした超巨大なフィールドで宝箱を探すゲームキャンペーンを実施。ゲーム参加者は、多種多様なアイテムの抽選券が入った宝箱を見つけて応募すると、豪華景品が当たるキャンペーン内容であった。景品は総額100万円の現金やヨーグルッペ、ノベルティグッズセットなどが用意された。



キャンペーンイメージビジュアル (ポスター)



ゲーム画面

2015

ヨーグルッペ発売30周年
SING! ヨーグルッペ

キャンペーン特設サイトの動画を見て、歌っている有名人を当てる企画を実施。さかなクンを起用したキャンペーンに1万通以上の応募があった。また消費者から動画を募集する企画や、自分だけのヨーグルッペパッケージが作れるWEBコンテンツ「ヨーグルッペ顔メーカー」を実施した。



キャンペーンイメージビジュアル (ボード)



ヨーグルッペ顔メーカーTOP画面



キャンペーン案内チラシ

裏面



「ヨーグルッペ」に
まつわる
エトセトラ。



「ヨーグルッペ」のネーミングは、木之下初代社長が酪農を学んだ青森県戸来（へらい）村（当時）の方言をヒントにしたという。

発売前に「ヨーグルッペ」の商品名はすでに存在したが、旧商品は「サワースイート」に改名された。

2007年公開のアニメ映画

「秒速5センチメートル」（新海誠監督）では、劇中で「ヨーグルッペ」を購入するシーンが登場する。

その他、多くのアニメに登場している。

南九州の量販店ではケース販売も盛んで常備している家庭も多い。

「ヨーグルッペ」とスコルやチーズなどがセットになった商品が販売されたこともある。



「ヨーグルッペ」のアイスキャンデーが発売されていた。

「ヨーグルッペ」の液色そのままの固形ヨーグルトが発売された。（1998年）

門別競馬場では年1回「北海道日高乳業ヨーグルッペ特別レース」が開催されている。

2024年にはAIRDOでDairy、ソラシドエアで北海道日高乳業の「ヨーグルッペ」が機内提供飲料として採用された。

ヨーグルッペ年表

- 1985年 ● ヨーグルッペ（缶195g）発売

1986年 ● ヨーグルッペ（1000ml・500ml）発売

1988年 ● ヨーグルッペ（180ml）発売

1992年 ● ヨーグルッペ（北海道日高乳業／1000ml・200ml）発売

1993年 ● ヨーグルッペライトテスト（瓶250g）発売

● ヨーグルッペライトカルシウム（PET900ml）発売

● ヨーグルッペフィットビタミン（PET900ml）発売

● ヨーグルッコ（北海道日高乳業／缶195g・200ml）発売

1994年 ● ヨーグルッペ（200ml）発売

※その他180mlも同タイミングで200mlに容量変更

● ヨーグルッペ（北海道日高乳業／200ml・1000ml）
デザイン変更（初代女の子→2代目大人の女性）

1995年 ● キャロットヨーグルッペ発売

● Dairy 瓶190g ● 北海道日高乳業／200ml

1996年 ● ヨーグルッペカルシウム（PET900ml）発売

● ホワイトヨーグルッペ（250ml）発売

1998年 ● ヨーグルッペホワイト（PET350ml）発売

2000年 ● ヨーグルッペプラス（200ml）発売

2001年 ● ヨーグルッペホワイトプレミアム（PET350ml）発売

2006年 ● ヨーグルッペ（ボトル缶300g）発売

2010年 ● ヨーグルッペりんご（200ml）発売

● ヨーグルッペプレミアム 生きたる乳酸菌
（フラカップ180ml）発売

2012年 ● ヨーグルッペ（ボトル缶290g）発売

2014年 ● ヨーグルッペ（北海道日高乳業／200ml）
スリムタイプに変更

2015年 ● ヨーグルッペマンゴー（200ml）発売

● ヨーグルッペライト（PET500ml）発売

● 発売30周年「Sing! ヨーグルッペキャンペーン」実施

2016年 ● ヨーグルッペライトソーダ（ボトル缶490ml）発売

2017年 ● ヨーグルッペライトカルシウム（紙1000ml）発売



- 2018年 ● ヨーグルッペもも（200ml）発売

※後に海外展開も見据え2024年に
ヨーグルッペビーチに名称変更

2019年 ● ヨーグルッペぶどう（200ml）発売

● ヨーグルッペ（ボトル缶275g）発売

● ぶちよコラボ①（UHA味覚糖）
※まろやかなヨーグルト風味

2020年 ● ヨーグルッペ日向夏（200ml）発売

● ヨーグルッペりんご（北海道日高乳業／200ml）発売

● ヨーグルッペ温州みかん（北海道日高乳業／200ml）発売

● 発売35周年「ヨーグルッペトレジャーキャンペーン」実施

2021年 ● ヨーグルッペナポリン（北海道日高乳業／200ml）発売

● ぶちよコラボ②（UHA味覚糖）
※2種MIX

2022年 ● ヨーグルッペ白ぶどう

● 北海道日高乳業／200ml）発売

● ヨーグルッペ白ぶどう（200ml）発売

● 北海道日高乳業「発売30周年キャンペーン」実施

● ヨーグルッペ温州みかん（北海道日高乳業／200ml）発売

● 発売37周年「ヨーグルッペトレジャーIIキャンペーン」実施

● ヨーグルッペいちご（200ml）発売

● ヨーグルッペライトいちご（PET280ml）発売

2023年 ● ヨーグルッペ沖縄バイン（200ml）発売

● ヨーグルッペ和梨（北海道日高乳業／200ml）発売

2024年 ● ヨーグルッペ白桃（北海道日高乳業／200ml）発売

● コンサドーレ札幌とのコラボパッケージ（北海道日高乳業）
日高山脈襟裳十勝国立公園指定記念パッケージ
（北海道日高乳業）

● ヨーグルッペムース発売（セリア・ロイル）

2025年 ● ヨーグルッペ40周年



● Dairyヨーグルッペ ● 北海道日高乳業ヨーグルッペ ● キャンペーン実施
※容器記載の無い商品は、LL紙バック容器（他社発売品を除く）



100年を見すえた、 真のロングセラー飲料に。

1985年の発売以来、
愛らしいネーミングと爽やかな飲み口の
南九州発のご当地ドリンクとして、
長く愛されてきた「ヨーグルッペ」。
その40年にわたる歴史の中で
日本全国に徐々にファンを増やし、
現在では、
香港、台湾、シンガポールなどの
アジア各国でも販売される
グローバルな乳酸菌飲料に成長中。
これからも原点を忘れず、進化を止めず、
50年、100年と飲み継がれる
真のロングセラー飲料を目ざして。
「ヨーグルッペ」のブランドストーリーは、
これからも続いていく。





Yoghurppedia

ヨーグルッペディア

プロデューサー／花里伸二
チーフエディター／石川年樹
エディター／津田光伸
クリエイティブ・ディレクター／栄信一
アートディレクター／今村俊裕
コピーライター／江月義憲
フォトグラファー／柴原忍、岩永直大、柴原真央
イラストレーター／川添未稀
アカウントマネージャー／神宮司明人
パブリッシャー／有村義昭
協力／加納昭、前野至、菊池幸治、岩村信夫、瀬戸口祐二
石井ひさとし、池田美裕（敬称略）

2025年2月



ヨーグルッペ 200ml 40YEARS アニバーサリーパッケージ