

2026 年 1 月 26 日

一般社団法人 J ミルク

ヨーグルトは夜に食べてもいいこといっぱい！ 健康づくりへ 新生活習慣「ヨルグルト」提案 2 月からウェブ CM 全国配信や店頭展開

J ミルクは、牛乳・乳製品の消費拡大に取り組む官民プロジェクト「牛乳でスマイルプロジェクト」の一環として、2026 年 2 月から、「夜のヨーグルト摂取」という新しいライフスタイルの提案を行っていきます。

「ヨルグルト」と銘打ち、オリジナルキャラクター「グルトくん」が登場する新 Web CM を配信するほか、全国のスーパーマーケット店頭や牛乳販売店などで、「夜のヨーグルト」を訴求・おすすめする POP 展開、デジタルサイネージ放映などを順次実施します。



(店頭販促物のイメージ)

ヨーグルトは朝食のイメージが強い食品ですが、実は夜に食べても(飲んでも)多くのメリットがあります。腸には「ゴールデンタイム」といわれる時間帯※があり、栄養吸収や細胞の修復などが活発に行われます。その「腸のゴールデンタイム」に合わせてヨーグルトを摂取することで、さまざまなメリットがあることを知っていただくため、「ヨルグルト」というロゴとキャッチコピーを掲げ、新たな健康習慣の提案を行っていきます。

「ヨルグルト」企画は、2025 年から一般社団法人日本乳業協会が実施してきた「私らしくヨーグルト新発見」キャンペーンの第 3 弾でもあり、同キャンペーンを J ミルクが引き継ぐ形で実施します。同キャンペーンは、ヨーグルトの需要が低迷し、ひいてはヨーグルトが最大の用途先である脱脂粉乳の過剰在庫が業界全体の大きな課題となっていることから、健康食品におけるヨーグルトの位置付けを高め消費拡大につなげようと始めました。今回の企画を通じて、現代人のライフスタイルに対応した「夜のヨーグルト」習慣の普及を図り、ヨーグルトの継続的な消費拡大につなげていきます。

【主な実施予定施策】**■ 新 Web CM 配信**

企画のシンボルキャラクターである「グルトくん」が、チルなヒップホップ調の楽曲に合わせてゆるやかにダンスを披露。「夜に食べるといいこといっぱい！」「夜は腸のゴールデンタイム」というメッセージとともに、夜のヨーグルト習慣を印象的に訴求します。

- ・ 配信開始日 2026 年 2 月下旬予定
- ・ 配信媒体 YouTube、TVer など

■ Web バナー配信

購買データを活用し、健康や栄養・体調管理に関心が高い層などに向けて、Web バナー広告を配信。「だって夜は、腸のゴールデンタイムだから！」などのメッセージで認知を促進し、特設サイトや店頭への誘導を図ります。

- ・ 配信開始日 2026 年 2 月上旬予定
- ・ 配信媒体 スーパー、コンビニ、ドラッグストアの会員向けアプリなど

■ 店頭 POP・デジタルサイネージの展開

全国のスーパーの売場や牛乳販売店などで、「夜は腸のゴールデンタイム！」などをキーメッセージとした店頭 POP およびデジタルサイネージなどを展開します。青を基調とした「夜」をイメージさせるデザインを採用し、売場での視認性を高めながら、購買を後押しします。

- ・ 掲出・配信開始日 2026 年 2 月上旬より順次(企業・店舗により時期が異なります)
- ・ 掲出・配信先 全国のスーパー、コンビニ、ドラッグストアの店頭や牛乳販売店など

■ 特設ページの開設

「ヨーグルト」企画の概要や、夜にヨーグルトを食べる(飲む)メリットが分かる「こんなときにヨーグルト」コーナー、Web CM 動画閲覧コーナーなどを集めた特設ページを開設し、「ヨーグルト」キャンペーンへの理解促進を図ります。

- ・ 公開日 2026 年 2 月 2 日予定
- ・ URL <https://www.j-milk.jp/yorugurt>

※ 腸の「ゴールデンタイム」について

夜間は腸の活動が高まり、栄養吸収や細胞の修復が行われやすく、午後 10 時ごろから午前 2 時ごろまでの時間帯は「腸のゴールデンタイム」と呼ばれることがあります。夕食時や就寝 2 ～3 時間前にヨーグルトを摂取することで、効率的な栄養補給や身体のコンディション維持のサポートが期待されます。

一方、近年、食事時間の不規則化や朝食欠食率の増加などを背景に、栄養バランスの乱れが課題と指摘されています。

そこで、本企画では、時間帯を問わず手軽に栄養を補給できるヨーグルトの特性を再評価し、ヨーグルトは「朝に食べるもの」という従来のイメージにとらわれない「夜(夕食時・夕食後)」の喫食シーンを提案します。

一般社団法人Jミルク

酪農・乳業・牛乳販売の各関係団体や企業、個人などが会員となってつくる、業界横断的な団体です。主な事業内容として、▽生乳や牛乳・乳製品の需給安定のための調査分析や情報発信、▽健康・栄養面をはじめ、酪農乳業界が持つ多様な価値の理解促進につながる情報や科学的エビデンスの収集・提供、▽国際機関との連携、などを行っています。

▶ 公式ウェブサイト: <https://www.j-milk.jp/>

「私らしくヨーグルト新発見」キャンペーン

ヨーグルトの消費拡大を目的に、2025 年 1 月に一般社団法人日本乳業協会が乳業メーカーを中心としたキャンペーンとして開始。2026 年 1 月からは生産者・乳業者・牛乳販売店などの酪農乳業関係者が一体となって推進するキャンペーンとしてJミルクが事業を引き継いで実施しています。

「牛乳でスマイルプロジェクト」

農林水産省とJミルクが 2022 年 6 月に立ち上げた、牛乳・乳製品の消費拡大に官民挙げて取り組むプロジェクトです。酪農乳業関係者のほか、さまざまな業界の企業、団体、自治体などの参加者が共通ロゴマークの使用を通じて一体となり、酪農経営の安定と、牛乳・乳製品の安定供給により国民の健康的な食生活に貢献するため、さらなる牛乳・乳製品の消費拡大に取り組みます。

▶ ポータルサイト: <https://smile.j-milk.jp/>

「商標使用に関して」

本「ヨーグルト」キャンペーンは、株式会社力ネカの登録商標「夜グルト」の使用許諾を受けて実施しています。

以 上

【本件に関するお問い合わせ先】

一般社団法人Jミルク コミュニケーショングループ

東京都千代田区神田駿河台 2-1-20 御茶ノ水安田ビル 5 階

電話:03-5577-7494