

2025年6月2日

プロテイン
「アーモンド効果 PROTEIN
＜ナッツミックス＞ ＜ナッツミックス 砂糖不使用＞」
6月9日（月）より全国にて発売

「ハードな運動はしたくないけど、健康的でしなやかな身体でいたい」全ての人へ
アーモンドミルク×植物性プロテインの新習慣を提案

江崎グリコ株式会社は、国内売上 No.1 のアーモンドミルクブランド※1「アーモンド効果」から、「アーモンド効果 PROTEIN ＜ナッツミックス＞」「アーモンド効果 PROTEIN ＜ナッツミックス 砂糖不使用＞」の2品を、2025年6月9日（月）から全国にて新発売します。アーモンドミルクに植物性たんぱく質を配合したプロテイン飲料で、健康的で若々しい毎日をサポートします。

「アーモンド効果」は、アーモンドの健康効果を手軽に取り入れられる飲料として、2014年に「飲むアーモンド」というコンセプトのもと販売を開始しました。現在では国内シェア No.1 ブランド※1として、そのまま飲むだけでなく、コーヒーや粉末プロテインの割材、料理への使用など、幅広いシーンで活用されています。

本商品は、日本にアーモンドを広げたパイオニアである Glico が、約 70 年にわたるアーモンドの研究から得た知見を生かして開発しました。素材本来のおいしさを最大限に生かしたアーモンドミルクだからこそ実現した、アーモンドの香ばしさとすっきりとした味わいが特長のプロテイン飲料です。「植物性たんぱく質」、「1 日分のビタミン E※2」、「食物繊維」、さらに、不足しがちな栄養素である「鉄分※3」を配合し、健康的でしなやかな身体づくりをサポートします。運動時はもちろん、日常の食事や間食シーンにもぴったりの商品です。

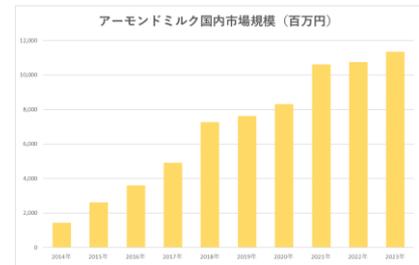
植物性たんぱく質は動物性たんぱく質と比較して吸収スピードが緩やかなため、満足感が持続しやすく、腹持ちが良いとされています。女性の 1 日不足分を補える量である 10g のたんぱく質を配合しています※3※4。「ハードな運動はしたくないけど、健康的でしなやかな身体でいたい」、そんな気持ちをサポートします。



■「アーモンドミルク×植物性プロテイン」という新習慣に注目した背景

<植物性ミルク市場の発展・多様化>

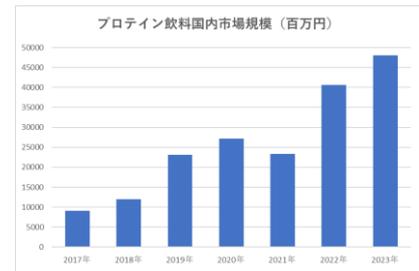
2024年度の国内植物性ミルク市場は、約720億円に達しており、そのうちアーモンドミルク市場は約100億円を占めています。アーモンドミルクは2014～2023年までの間、毎年成長を続け、飲用者数も着実に拡大してきました^{※5}。近年は、2020年以降のオーツミルクの登場などにより、植物性ミルクの選択肢が多様化しており、生活者にとって各商品の「飲む意味」や「生活の中での役割」が明確になることで、ますます植物性ミルク市場が盛り上がりと考えられます。



インテージ SRI アーモンドミルク市場 2014/1-2023/12 推計販売規模

<プロテイン市場の伸長>

日本におけるたんぱく質の摂取ニーズは高まっており、プロテイン飲料の国内市場規模は2017～2023年までの間で530%伸長し、2024年度の市場規模は約510億円に達しています^{※6}。プロテインはもはや一部のアスリートだけのものではなく、一般生活者のライフスタイルにも広がりを見せています。



プロテイン飲料市場（飲料タイプ：ヨーグルト含む）
2017年1月～2023年12月 推計販売規模

当社が行ったプロテインに関する調査によれば、プロテインユーザー（粉末、ドリンク、食品）の約47%が、「健康維持」や「美容効果」を目的に、日常の食事や間食を中心にプロテインを摂取している実態が明らかになっています^{※7}。一方で、依然として市場の主流は「筋肉増強」用途の商品が中心で、それ以外の需要に応える商品が少ない傾向にあります。

<粉末プロテインにおけるアーモンドミルクの活用>

当社が実施した調査では、粉末プロテインユーザーの約1割が、プロテインをよりおいしく飲むためにアーモンドミルクで割って飲用している実態が明らかになりました。一方で、タンパク補給食品市場のうち約1割のおよそ270億円がドリンクタイプのプロテイン飲料であり^{※6}、より手軽な手段で日常的にたんぱく質を取り入れる志向が高まっていると言えます。「アーモンド効果 PROTEIN」はおいしさを手軽さ、どちらも叶えることができる商品です。

■ 独自調査「健康モチベ調査」から分かったこと

- ・「健康や美容のために何かしら取り組みたいのに、行動に移せない」ことに罪悪感を感じる人が7割以上！
- ・モチベーションが続く鍵は「無理なく」続けられること。

プロテインの飲用経験があり、運動習慣の見直しに関心のある女性500名を対象に当社が実施した「健康モチベ調査」^{※8}によると、「健康・美容のために何かしら取り組みたい」という意欲は89%と高いものの、81.4%が実際には行動に移せず、7割以上がそのことに罪悪感を感じていることが明らかになりました。

実際、週に健康ケアに使う時間が「1時間未満」と回答した人が約半数にのぼり、特に30代は54%が1時間未満という結果となりました。

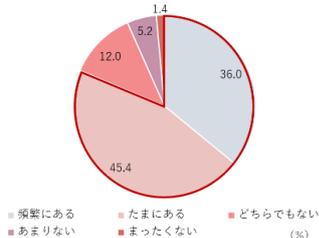
また、理想の身体像について聞いたところ、「しなやかで健康的な身体」が最多で、ヨガ・ストレッチや筋トレをやってみたい人が多い一方、実際に継続できているのはプロテイン摂取が最も多い結果でした。

また、モチベーションが続く方法としては「続けやすい」「短時間・ゆるめ」から始める」「習慣の中に「ながら」で組み込む」などが挙げられ、無理なく続けられることが継続の鍵であることが示唆されています。

本商品は、そのような「無理なく、ストレスなく」健康的でしなやかな身体でいたい全ての人へ寄り添える商品を目指しています。

Q.健康や美容のために何かしら取り組みたいと思って行動に移せない経験はありますか？

(n=500 SA)



Q.運動や健康習慣のモチベーションが続く方法はどんなものが考えられますか？ (n=500, MA)



（調査の詳細については「健康モチベ調査」 <https://www.glico.com/jp/newscenter/pressrelease/47065/> をご確認ください）

当社は今後もアーモンドの栄養を日常的においしく摂取できる「アーモンド効果」シリーズを通じ、アーモンドとともに、健康な毎日に向けた取り組みを提案してまいります。

■ 商品概要

商品名	アーモンド効果 PROTEIN ＜ナッツミックス＞	アーモンド効果 PROTEIN ＜ナッツミックス 砂糖不使用＞
パッケージ		
内容量	250g	250g
希望小売価格	214 円前後（税込）	214 円前後（税込）
商品特長	<ul style="list-style-type: none"> ・コンセプトは、「アーモンドの素材本来のおいしさで、健康的な身体づくりをサポートする植物性プロテインアーモンドミルク」。 ・「植物性たんぱく質 10g」とアーモンドミルクの栄養「1 日分のビタミン E^{※2}」と「食物繊維」が同時に取れる。 ・不足しがちな「鉄分」も配合^{※3}。 ・アーモンドの素材本来のおいしさですっきり飲みやすい味わい。 ＜ナッツミックス＞：素材のおいしさですっきりとした甘さ。 ＜ナッツミックス 砂糖不使用＞：素材のやさしい味わい。糖質 1.0g で、糖質が気になる人にもぴったり。 	
発売日	2025 年 6 月 9 日（月）	
ブランドサイト	https://cp.glico.com/almond-k/	
公式 X	https://x.com/almondkoka_jpn (@almondkoka_JPN)	
公式 Instagram	https://www.instagram.com/almondkoka_jpn/ (@almondkoka_jpn)	

※1 インテージ SRI アーモンドミルク国内市場 2014 年 4 月～2024 年 12 月 ブランド別累計販売金額（アーモンド効果ドリンクシリーズ）

※2 「栄養素等表示基準値」より

※3 日本人の食事摂取基準(2025 年版)

※4 国民健康・栄養調査(令和 5 年)

※5 インテージ SRI アーモンドミルク市場 2014 年 1 月～2023 年 12 月 推計販売規模

※6 インテージ SRI プロテイン飲料市場（飲料タイプ・ヨーグルト含む）2017 年 1 月～2023 年 12 月 推計販売規模

※7 当社調べ プロテインユーザー定量調査（2024.4）

※8 当社調べ ・調査期間：2025 年 5 月 13 日～15 日 ・調査方法：インターネット調査

・対象者属性：全国 10～50 代女性（プロテイン経験者／運動習慣の見直しへの関心者）500 名