

2016年10月28日

【ニュートラシューティカルズ関連事業】受賞のお知らせ



## オロナミン C ドリンク 「グッドデザイン・ロングライフデザイン賞 2016」受賞

**LONG LIFE  
DESIGN 2016**

発売から10年以上の長きに  
わたり生活者の支持を得て  
いると思われる商品などの  
デザインに贈られる賞

**【パッケージデザインの特徴】**

手になじみやすい大きさとフォルム、美しさ  
に加え濡れても滑らないようにとビン表面に  
ほどこされたダイヤモンドカット、ビタミンを守  
るための茶色のビンや、ひと目でわかる特  
徴的な商品名ロゴ、赤いラベル、「元気ハツ  
ラツ！」のキャッチコピーも発売当初から現  
在まで、そのほとんどが変わりません。

大塚製薬株式会社(本社:東京都、代表取締役社長:樋口達夫)は、この度、「オロナミンCドリンク」のデザインにおいて「グッドデザイン・ロングライフデザイン賞 2016」を公益財団法人日本デザイン振興会より受賞しました。

「オロナミン C ドリンク」は美味しくのめる栄養ドリンクを目指し、炭酸を加えるという、当時画期的であった発想から開発されました。医薬品に該当しない炭酸飲料(清涼飲料規格)にしたことで、販路も広がり「炭酸栄養ドリンク」というまったく新しい市場を切り開きました。基本成分やデザイン、「元気ハツラツ！」のキャッチコピーに至るまで1965年の発売以来50年もの長きにわたり踏襲し続けています。時代に合わせたコミュニケーションを展開し、ファンを増やし続け、大人から子どもまで愛される国民的飲料に成長しました。今では世界9カ国・地域\*の方々に「元気ハツラツ！」を届けており、これからも愛される製品を目指していきます。

公益財団法人日本デザイン振興会の評価コメントは以下の通りです。

「今でこそあまり見かけなくなりましたが、眼鏡がズリ落ちた大村崑さんのホーローの看板は、日本の原風景ともいえるものだ。『元気ハツラツ!』のコピーも1965年の発売当初より変えていないというのも驚きだ。瓶を手にとると日本の高度経済成長や暮らしを彩ってきた歴史をその背後に感じてしまう。商品だけでなくオロナミンCのブランドそのものが優れたロングライフデザインである」

グッドデザイン・ロングライフデザイン賞は、発売から 10 年以上の長年にわたり人々から支持され続け、これからも変わらずに存在し続けて欲しいデザインに贈られる賞であり、良いものを長く使う意義を社会に問うことを趣旨とするデザイン賞です。

この度「オロナミン C ドリンク」、「ポカリスエット」が受賞したことで、「カロリーメイト」(2014 年受賞)と併せ、当社 3 大ブランドが同賞を獲得したことになります。

### **オロナミン C ドリンクについて**

「オロナミン C ドリンク」は、レモン 11 個分のビタミン C をはじめとする各種ビタミン類と、炭酸を組み合わせた炭酸栄養ドリンクです。120ml の適量サイズで、スッキリしたノドごしで飲むたびに爽快感が広がります。発売以降、内容液にも着色料や保存料を使用しないというこだわりで、品質を保ち続けています。手軽に美味しく飲める「炭酸栄養ドリンク」として、1965 年 2 月に日本で発売され、昨年 50 周年を迎えました。大人から子どもまで幅広い世代に「元気」を届け続け、2011 年には小容量のビタミン含有飲料として国内で初めて累計販売本数 300 億本を突破。現在では世界 9 カ国・地域<sup>\*</sup>にて展開しています。

<sup>\*</sup>オロナミン C ドリンク販売国・地域(2016 年 10 月現在)日本、UAE、クウェート、バーレーン、オマーン、サウジアラビア、カタール、韓国、香港