



PRESS RELEASE

養命酒製造株式会社

2025年11月7日

報道関係各位

冷え症さんに届け。薬用養命酒、じわ〜っと温まる新CMをOA。 95年前の養命酒も登場。11月9日（日）より。

養命酒製造株式会社（本店：東京都渋谷区 代表取締役社長 田中英雄）は、薬用養命酒の新TVCM「じわ〜っと冬の養命酒」篇（15秒・30秒）を11月9日（日）より順次放映開始いたします。



CM掲載ページ：<https://www.yomeishu.co.jp/yomeishu/tvcm/>

■TVCM概要

CMの冒頭、養命酒の瓶が問いかけます。「——冷え症、つらくありませんか?」、「——冬の体調、気になりませんか?」。トクトクトクトクと注がれる養命酒。母娘が服用すると、じわ〜っと温まります。生薬の力で体が温まる様子を表現しました。

流れる音楽は「ペチカ」。温かい暖炉をイメージした音楽がさらにじわ〜っと感を高めます。

■冷え症さんに、届いてほしい

冷える人に、冬の体調管理が気になる人に、養命酒という薬があることに気づいてほしい。その一心でつくりました。冷え症はただ冷えるだけでなく、胃腸の働きを弱めたり、疲れやすくなったりする一因ともなり得ます。一方で、冷え症は、我慢されがちな不調です。厚着をして、部屋を温め、お風呂に入り、温まるものを食べる。そうした工夫を重ねて春を待つ方は少なくありません。これらの工夫は健康を維持するために大切なことです。その上で、私たちは冷え症そのものを改善し、冷えにくい体となって冬を楽に、元気に過ごしていただきたいと思います。体がじわ〜っと温まることを想像して、冷え症は改善できる、冬を元気に過ごすことができる、と思っただくことを目指しています。

- ・冷え症さんは、悩んでいます。

冷え症の方にお話を伺うと、手足が冷える方…お腹や腰が冷える方…冷えるとお腹を壊しがちな方…冷えて眠れなくなる方…冷え方はひとつではありません。一方、お悩みは共通で、体を温かくしてその場は凌ぐことができて、冷え症が改善されたという実感はなかなか持てないようです。

- ・なぜ、冷える？

熱は筋肉でつくられます。筋肉量が少ないと冷えがちです。女性に冷えが多いのも筋肉量が関わっていると考えられます。また、不規則な生活、過剰なストレス、睡眠不足、運動不足などが一因で、体温を調節するはたらきそのものが弱まることもあります。

- ・東洋医学では、治療の対象とします。

東洋医学では冷えを「冷え症」、つまり症状と考え治療の対象とします。養命酒は第2類医薬品。14種類の生薬の力で血行を整え、新陳代謝を活発にしながら体をあたため、「冷え症」や「血色不良」といった症状に効いていきます。体の弱った機能を改善する滋養強壮剤として、「肉体疲労」や「胃腸虚弱」といった症状にも効果を表しますので、冬の体調管理にもお役立ていただけます。

- ・東洋医学の知恵を、より身近に。

東洋医学には、薬の他にも日常生活の中で体調を整えるための知見があります。身近なツボ押しや、食事に薬膳を取り入れるのもそのひとつ。健康を保つための「養生（ようじょう）」を勧めたり、病気の一手手前の状態を「未病（みびょう）」として早めの対処を促したり。西洋医学とは異なる不調へのアプローチで、健康を守ろうとします。

■CMの見どころ

- ・撮影は、都内某所を冬にして



「冷え症、つらくありませんか？」と問いかけられる女性。冬の寒さに震えるシーンは、都内某

所で撮影しました。まだ暖かさが残る東京で寒さを演出するために、エキストラの方々にも冬の装いをしてもらいました。その一角だけが冬の様相となる中、出演の皆さんに絶妙な演技で寒さを表現していただきました。

・ぐるぐると回るバス



「冬の体調、気になりませんか？」と問いかけられる女性は混み合ったバスの中。本物のバスを借り切って走りながら撮影しました。狭いバスの中に、出演の皆さん、演出家、カメラマン、照明スタッフ、カメラ、モニター、当社社員…ある意味満員の状態で決められたルートをぐるぐると回って撮影しました。騒々しいバスの中で演者の目力が不調に悩む人の気持ちを代弁しています。

・瓶が語りかけるような演出



不調に気づいていただくために、養命酒が語りかけるような演出にしています。絶妙なボケ感が、商品を人らしく感じさせています。シフトレンズという特殊なレンズを使用しました。

- ・生薬の香りに包まれて



養命酒は14種類の生薬でつくられる滋養強壯の薬酒。CMに生薬のビジュアルは欠かせません。何気ない一コマですが、これが簡単ではありません。生薬は、例えばニンジンひとつとっても同じものはありません。多種多様な一片を複数個組み合わせる魅力的な画をつくり出します。お花を活けるよりも、料理の盛り付けよりも、かなり地味です。それでも、盛り方で大きく印象が変わることを私たちは知っています。生薬の香りが広がるスタジオで懸命に並べました。

- ・30秒ver. は冒頭に注目を！



30秒ver. には、CMの冒頭にジングル（短い注音符）をつけました。古いボトルから新しいボトルへの変遷で、伝統感を表現しました。95年前に販売されていた貴重なボトルです。割ったらどうしようとスタッフの皆さんをドキドキさせてしまいました。創製以来持ち続けてきた「人々の健康に奉仕する」という想いととも、生活者の皆さんと未来をつくっていくという気持ちを込めて、「健康といつまでも。」という言葉を追加しました。

冷え症や冬の体調でお悩みの皆さんに、じわ〜っと届くことを願っています。

■商品概要

薬用養命酒 第2類医薬品

効能：冷え症 肉体疲労 血色不良 虚弱体質 胃腸虚弱 食欲不振 病中病後の滋養強壮に

用法・用量：1回 20mL、1日3回、食前又は就寝前に服用

希望小売価格（税込）：1000mL 2,420 円 / 700mL 1,705 円

お求めは、薬局・ドラッグストア・ネット通販で

本リリースに関する問い合わせ先

養命酒製造株式会社

担当：事業戦略部 養命酒広告コミュニケーショングループ 加藤

TEL：03-3462-8338

養命酒製造株式会社

代表者名：代表取締役社長 田中英雄 東京都渋谷区南平台町 16-25

コード番号 2540 東証プライム

www.yomeishu.co.jp