

# 喜びを2倍に！「パピコ」ブランド通信

## パピコとは

パピコは1974年の発売以来長く愛されてきた、チューブタイプのプローズンスムージーです。発売当初から、2つに分けられるチューブ容器に入っています。〈チョココーヒー〉をはじめとしたなめらか食感が楽しめる商品や、ひんやり爽やかで濃厚なフルーツ感を楽しめる商品など、フレーバーによって素材や食感にこだわっていることも大きな特長です。



## パピコの想い：なめらかな食感と冷たさで、心身をリフレッシュ！ 喜びも2倍に！

パピコは、なめらかな食感と冷たさで心身をリフレッシュさせることで、人々の前向きな気持ちをサポートしたい、という想いで活動しています。さらに、パピコの最大の特長とも言える、2つに分けられるチューブ容器。二人で分け合ったり、贅沢に独り占めしたり、色々な楽しみ方で「喜びが2倍」になることも、パピコならではの特長として大切にしています。



## パピコの歴史

### 1974年 パピコ誕生

- ・1974年 パピコ〈乳酸ミルク〉発売
- ・1977年 パピコ〈チョココーヒー〉発売

発売当時のパピコ〈乳酸ミルク〉。女の子と水玉模様を描いた、爽やかなパッケージでした。 →



発売当時のパピコ↑  
〈チョココーヒー〉

1974年、現在の〈ホワイトサワー〉の原型となるパピコ〈乳酸ミルク〉が発売されました。子どもの好きな乳酸飲料を氷菓にすることをコンセプトに試作を繰り返し、白いアイスを2個並列のロケット型ポリ容器に入れ、口は開封しやすく工夫しました。片手で持って手軽に吸えるという形状から、当時は幼児向けに発売されましたが、意外にも中学生が多く買っていることが分かり、1977年には姉妹品の〈チョココーヒー〉を発売し、大ヒットとなりました。コーヒーにチョコレートを加え、他にはない味を作り上げたことが成功の要因でした。

### ◆パピコはなぜ、2つに分けられるようになっているの？

1970年代、グリコ W (ダブル) ソーダアイスという2つに分けられるバーアイスが発売していました。これは子どもをターゲットにしており、仲の良い友達同士で分け合える遊び、コミュニケーションツールとして買われることを想定していました。これを参考に、2本で1つの形態にして、友達同士、親子で気軽にみんなで分け合って食べられるアイスとして「パピコ」が発売されました。企画当初は1本で検討をしていましたが、なかなか「パピコ」らしさを出すことができず、グリコWソーダアイスにならって「2本で1つ」にしたところ、楽しさが加わり、急にお客さんの支持を得ることができて発売に至りました。この特徴的な形は、現在も大切に受け継がれています。



1974年の  
「グリコWソーダアイス」

### ◆パピコの名前の由来は？

諸説ありますが、下記の理由から「パピコ」という名前がついたと言われています。

- ①当時、江崎グリコでは破裂音「ぱびぷべぽ」が入った名前の商品がヒットする、というジンクスがあったため。(他の商品例：ポッキー、プリッツ、プッチンプリン、カプリコ など)
- ②リズムよく覚えやすく、子どもにも発音しやすい語感のため。

## 1987年 コンビニが急成長、パッケージの向きが縦から横に

1970年代～1980年代にコンビニが台頭し、1987年、パピコもコンビニの店頭に並ぶことを想定して、それまで縦型だったパッケージを横型に変更しました。女の子の絵柄もなくし、「papico」のロゴとデザインを大きく表示することで、ブランドの認知拡大を図りました。1998年～2014年にホワイトサワーのみ縦型に戻った時期もありましたが、現在は再び横向きのパッケージに統一しています。



## 1991年 マルチパック発売

1991年、「つよいぞパピコ」という名前で箱型のマルチパックを初めて発売しました。マルチパックは親が子ども用に買うことが多いという背景から、「親が安心して子どもにあげられるアイス」というコンセプトのもと作られた、カルシウムとビタミンCが入った健康志向のパピコでした。



## 1998年 生産技術の向上により、「なめらか食感」に！

1998年にパピコは大きく進化し、「ソフトな口溶けが新しい パピコ<チョココーヒー>」をリニューアル発売しました。ミルク・チョコ・コーヒーのバランスを絶妙のブレンドに改良し、押し出しやすく食べやすい、現在のソフトな食感に改良したところ、大好評となり、売上もこの年を境に右肩上がりへと転じました。2017年には製造過程に「スパイラル急凍」が導入されるなど、現在は更に生産技術が向上し、よりなめらか食感が楽しめるようになっています。



## 2008年 <チョココーヒー>に生チョコが入り、売上増！

2008年には一番人気の<チョココーヒー>に生チョコを配合し、カフェラテと生チョコのとろけるなめらかなあじわいが楽しめるようになりました。これがお客様にヒットし、パピコはこの間も順調に売上を伸ばして行きました。



## 現代のパピコの素材へのこだわり

現在も、パピコは<チョココーヒー>と<ホワイトサワー>を基幹品に据えながら、マルチパックやパピベジも発売し、今まで多くのフレーバーを発売しています。

意外と知られていませんが、実はそのおいしさを引き出すために「良質な素材」にこだわっていることが特長です。例えば、<チョココーヒー>のコーヒー豆は一般的に良品種と言われるグアテマラ産を主に使用しており、華やかな香りが楽しめます。また、生チョコは菓子メーカーならではのこだわりの自社製造品を使用。<ホワイトサワー>は乳酸菌を3種類配合し、爽やかで甘酸っぱい発酵由来のおいしさを実現しています。



## ◆パピコの累計販売個数は35億個以上！※

1998年の「なめらか食感」実現を皮切りに、様々なリニューアルやコミュニケーション施策を経て、パピコは売上を右肩上がりに伸ばしてきました。

特に2016年からは「なめらか食感」を訴求するコミュニケーションを拡大。「パピコはガリツとしていません」というメッセージは多くの方に驚きと共感を与え、売上も大きく伸長しました。

※2021年7月時点

1975年～2018年の年間販売個数推移  
(マルチパック・スマイルプラス+は含まない)



## 新たな挑戦で生まれた“野菜が摂れるパピコ”「パピベジ」



### ◆「パピベジ」の特長

- ・1日不足分の野菜69g相当※が摂れる、野菜とフルーツのフローズンスムージー
- ・すっきり爽やかフルーティーな味わいで、デザート感覚で楽しめる
- ・20種類以上の野菜とフルーツを配合
- ・シャキッと目覚めたい朝や、野菜が足りないと感じた食後、夜中の小腹満たしなど、様々なシーンにぴったり

2020年3月、20種類以上の野菜とフルーツを配合し、デザート感覚でおいしく1日不足分の野菜※が摂れるフローズンスムージー、「パピベジ」を発売しました。更に2021年5月にはリニューアルを行い、野菜汁を増量・食物繊維を配合の上、ゼラートのようななめらかでねっとりとした食感に改良し、満足感がアップしています。

厚生労働省では、成人の1日当たりの野菜摂取量は350g以上が推奨されています(「健康日本21」より)。一方で、平成30年「国民健康・栄養調査」によると、日本人の成人1日の野菜平均摂取量は約281gと、約69g不足しているのが現状です。この不足分の野菜69g相当を、パピコ「パピベジ」を1袋(2本)食べることによっておいしくデザート感覚で補うことができます。

「野菜のアイス」にはこれまで何度も挑戦をしてきましたが、野菜の風味をアイスとしておいしく味わってもらえるよう、納得できる風味に仕上げるまでには大変な苦労がありました。沢山の試作を重ね、1年以上の開発期間を経て、20種類以上の野菜とフルーツが絶妙に調和したこだわりの味わいに仕上げることができました。

発売後、お客様からは「想像以上においしい!」「野菜嫌いの子どもがパピベジなら食べてくれた」「夜に食べても罪悪感が少ない」など、多くの喜びの声をいただいています。こうしたお声を糧に、パピコはこれからも「おいしさと健康」を追求していきます。

※1日不足分=①摂取目標量-②平均摂取量

①厚生労働省「健康日本21」より ②平成30年国民健康・栄養調査より(20歳以上の場合)1袋(2本)当たり

## 8月5日は「パピコの日」

### ◆パピコの日とは：

2019年に江崎グリコが制定。この日を「大切な人とパピコを分け合う日」として、2人でパピコを分け合い、前向きで明るい気持ちも分け合って欲しいとの願いが込められています。現在では、1人でも2人でもパピコを楽しんでいただきたい、という想いを込めて様々なコミュニケーションを展開しています。日付は8と5で「パピ(8)コ(5)」と読む語呂合わせと、パピコ1本の形が数字の「8」に、パピコ2本をパキッと分けたときは漢数字の「八」に似ており、そんな2本1組のパピコを分けて「はんぶんこ(5)」を楽しんで欲しいことから決めました。

### ◆過去の取り組み：

1年目となった2019年には「パピる」コンテンツとして、「パピる漫画」と「パピる動画」を配信しました。当時リアリティドラマで人気となった現役高校生カップルを起用した、スマホ向けの縦型動画が話題を呼びました。

2020年にはパピコが2本並んでいるように、スマホを2台並べて楽しめる「エモパピコムービー」を配信しました。「青春って、ニコイチだ」をテーマに制作された動画は、意外な登場人物の登場でも話題になりました。



パピコはどう作られているの？千葉工場に潜入！

工場見学ができるグリコピアCHIBA

千葉県野田市にある「グリコピアCHIBA」ではパピコとセブンティーンアイスの製造工程が見学できます。

所在地：〒278-0041 千葉県野田市蕃昌新田字溜台 10番地

オープン日：2017年7月13日

入場料：無料（完全予約制）

営業時間・休館日：下記サイトよりご確認ください。

<https://www.glico.com/jp/enjoy/experience/glicopia/chiba/>



パピコの製造工程

①混合・殺菌・熟成



タンクでアイスクリームミックスの材料を混ぜ合わせ、均質化・殺菌した後、「エージングタンク」と呼ばれる巨大なタンクで温度を4℃まで下げて熟成させます。

②フリーザーで冷やしながらかき混ぜる  
エージングタンクで4℃まで下げたアイスクリームミックスを更にゆっくりと温度を下げながら、空気を混ぜ合わせて冷えたタンク内で攪拌させることで、ふんわりとなめらかになります。

③容器に充填して・・・



パピコの容器をロボットがピックアップして、空気を入れてセットします。

トントンと2回はずませることで空気を抜き、その後封をします。



④パピコ名物！「スパイラル急凍」



-35℃の冷凍庫の中を上から下にらせん状に回転するレーンにのせて、パピコを急速に冷やします。  
**回転させながらムラなく冷やすことで、よりなめらかな食感に仕上がります。**35分かけて、-3℃から-10℃までしっかり冷やします。

⑤包装



⑥箱詰め



⑦出荷！



## 意外と知らない！パピコトリア

### ①不動の人気フレーバー〈チョココーヒ〉が実はすごい！

パピコの定番フレーバーである〈チョココーヒ〉と〈ホワイトサワー〉。発売はホワイトサワーの方が早く、その後も多くのフレーバーを発売してきましたが、どの時代も不動の1番人気は〈チョココーヒ〉でした。現在もパピコの売上のおよそ半分をチョココーヒが占めています。

チョココーヒは「スムージー」でありながらも氷を一切使用しておらず、生チョコとミルクコーヒが混ざり合った、とろける食感が特長です。



チョコの甘さの後にコーヒが香る、他にない独特のフレーバーも人気の秘密

### ②〈ホワイトサワー〉は毎年、夏と冬で味が変わっていた

年間を通して販売している〈ホワイトサワー〉ですが、実は2015年以降、夏と冬でそれぞれ一層おいしく食べられるよう、毎年姿を変えていました。夏はさっぱり食べられるよう、ひんやり爽やかですっきりとした味わいに。冬は〈ホワイトサワー濃味〉として発売し、よりなめらか食感、かつクリーミーな味わいが楽しめます。



2021年夏パッケージ



2020年冬パッケージ

### ③パピコを開けるときに引っ張るリングは気持ちよく開けられるよう、緻密に設計されている

パピコのポリ容器を開けるときに引っ張るリング、実は発売当初はリングはありませんでした。2004年に容器を見直し、パツと見ただけで開け方が分かり、かつ簡単に気持ちよく開封できるように、何度も検証を重ねてリング付きのデザインが設計されました。この開封方法の正式名称は「リング式イージーオープン」。

ちなみに、リングが付いたパピコの先端部分は社内では「パピコのアレ」と呼ばれています。2019年にグリコクラブ会員（当社の会員制コミュニティ）118名へ「パピコのアレをどんな名前と呼んでいますか？」とのアンケートを取った結果、TOP3は、以下の通りでした。

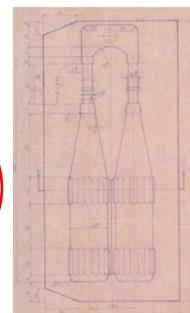
1位：「先っぽ」、「先ちょよ」

2位：「フタ」

3位：「パピコの上」

こんな珍しい名前も挙がりました。

番外編：「ママの分」「ポッチ」「おまけ」「パピコの悲劇」



発売当初の設計図

### ④ネットでバズりがち?!なのは、リッチな気分が味わえる「大人シリーズ」

毎年多くのフレーバーを発売してる中でも、お客様の間で「食べてみたい!」「おいしい!」などと大きな話題を生み出しやすいのは、ちょっとリッチな気分を楽しめる「大人シリーズ」です。過去の商品をいくつか紹介します。

#### バズりフレーバーNo1!



パピコ大人の濃厚ゼラート  
〈ピスタチオ〉  
(2019年・2020年・2021年)



パピコ〈大人のショコラ〉  
(2021年)



パピコ〈大人の華やか莓〉  
(2020年・2021年)



パピコ大人の梅ゼラート  
(2020年)

- 「パピコ」ブランドサイト：<https://jp.glico.com/ice/papico/>
- 「パピコ」公式twitter：[https://twitter.com/PAPICO\\_JPN](https://twitter.com/PAPICO_JPN)

## 2021年7月時点「パピコ」最新情報

瀬戸内レモンを使用した夏の味「パピコ<レモン>」が7月5日（月）に発売！

2021年7月5日（月）に「パピコ<レモン>」を発売しました。※1  
 国産の瀬戸内レモン果汁を使用※2し、爽やかな甘さとやさしい酸味が特長の  
 新しくレモン>。レモンピールを使用することで心地よい後口のキレを実現、  
 素材の味わいを楽しめる爽快な夏の1品に仕上げています。

また、レモンの風味を活かすために、少し酸味を抑える工夫をしています。  
 暑い時期に嬉しいナトリウムを配合しているため、お出かけ帰りや、  
 家事や仕事の合間に、おいしく手軽な熱中症対策にぴったりです。

※1 一部エリアではく地中海レモン>を発売しています。※2 製品中1%使用



真夏のリフレッシュ！「パピコレインボーボックス」が当たるtwitterキャンペーンスタート

2021年7月26日（月）より、「8月5日はパピコの日！真夏の暑さをパピコ  
 で乗り切ろう！パピコTwitterキャンペーン」をスタートします。期間中、パ  
 ピコ公式Twitterアカウント「@PAPICO\_JPN」をフォローし、指定のハッ  
 シュタグをつけてご応募いただいた方の中から抽選で100名様にパピコのレイ  
 ンボーボックス（10個詰合せ）をプレゼント致します。公式twitterでは、みん  
 なでパピる大作戦！と称し、投稿件数をリアルタイムでアナウンスしていま  
 す。



※景品画像はイメージです

### 発売中の商品一覧



パピコ  
 <チョココーヒ>



パピコ  
 <ホワイトサワー>



パピコ  
 <レモン>



パピコ  
 <白桃>



パピコ  
 <大人のショコラ>



パピコ  
 <大人の華やか苺>



パピコ  
 マルチパック



パピコ  
 <毎日おいしくプラス>



パピベジ  
 <キウイ&グリーン>



パピベジ  
 <マンゴー&にんじん>



パピベジ  
 <トマト&オレンジ>