News Release

すこやかな毎日、
ゆたかな人生

江崎グリコ株式会社
https://www.glico.com/jp/

2022 年 12 月 2 日

栄養菓子「グリコ」が日本ネーミング大賞で「レジェンド賞」を受賞

～ 発売から 100 年を迎えた今もなお、愛され続け慣れ親しまれているネーミングとして評価 ～

江崎グリコ株式会社の栄養菓子「グリコ」は、この度、一般社団法人日本ネーミング協会主催の「日本ネーミング大賞 2022」において、「日本ネーミング大賞 レジェンド賞」を受賞しました。1922 年 2月の発売から 100 周年を迎えた今も愛され続け慣れ親しまれているネーミングを確立したことが評価されました。

■ 栄養菓子「グリコ」

栄養菓子「グリコ」は、創業者・江崎利一が牡蠣に含まれる栄養素グリコーゲンをキャラメルに入れて発売した商品です。創業者は故郷である佐賀県で薬種業を営んでおり、グリコーゲンに着目した当初は、それを薬にして販売することを考えました。しかし、「これからは治療より予防が大切」との想いから、それを健康増進のために活用することを決めます。そしてグリコーゲンをお菓子に仲介させ、子どもをはじめ多くの人に届けることで、国民の健康に役立てることができると考えました。また、創業者は健康には“身体”と“心”の両方が必要であり、子どもにとってそれは”食べること”と”遊ぶこと”であると考えました。そこで生まれたのが「おもちゃ付きグリコ」でした。おもちゃは時代とともに形を変え、現在は、やさしいぬくもりが感じられる木のおもちゃシリーズで、専用アプリをダウンロードすればスマートフォンでも楽しむことができます。

＜現在の栄養菓子「グリコ」＞

■ ネーミングの由来

栄養菓子「グリコ」は、栄養素グリコーゲンの最初の 3 文字をとって名づけられました。「グリコ」は「語呂が良く覚えやすい。画数が 8 画で縁起も良い。広告でスペースを取らず広告効果が高い」というのがネーミング理由でした。当初、「グリコキャラメルの方が良いのではないか」との意見もありましたが、キャラメルではなく、新たなジャンルの商品であることを強調するため、栄養菓子「グリコ」という名称にこだわりました。またネーミング以外にも、当時珍しかった赤色をパッケージに採用し、中央には「健康のシンボル」としてゴールインマークを据え、中身のお菓子は四角ではなくハート形に、「1 粒で 300 メートル」というキャッチコピーを用いるなど、独自性を徹底的に追求しました。

■ 「日本ネーミング大賞」

日本ネーミング大賞は、ネーミングの重要性を広く社会に発信することで、ネーミングの質と価値の向上を図り、生活文化をゆたかにし、産業の発展に寄与することを目的に賞賛すべき優れたネーミングを選出・表彰するアワードです。

レジェンド賞とは全ての受賞対象の中で、長きにわたり愛され、偉大な功績をあげたネーミングと認めるもの、となります。2021 年度の商標登録出願件数は 184,631 件を数え、さらに経済のグローバル化によって、世界に通用する国際競争力のあるネーミングや商標権の重要性はますます高まっています。ネーミングは、モノとコトが世の中に生まれ出るための羅針盤であり、商品に命を与える存在です。日本ネーミング大賞は、審査とプロモーションを通じて、ネーミングの重要性を広く人々へ伝え、ネーミングを取り巻く環境を充実させることで、生活文化と経済の発展をめざします。（日本ネーミング大賞公式サイト：https://j-naming-award.jp/）

JAPAN NAMING
AWARD 2022