

なめらかな食感と冷たさで、心身をリフレッシュさせる「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フローズンスムージーです。発売当初から、2つに分けられるブローボトル容器に入っています。

〈チョココーヒ〉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つに分けられるブローボトル容器。2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〉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。 →

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つに分けられるブローボトル容器に入れ、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〉を発売し、大ヒットとなりました。**コーヒ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。



発売当時のパピコ↑
〈チョココーヒ〉

◆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。



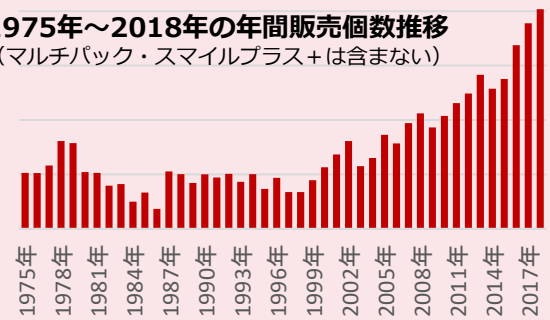
◆パピコの累計販売個数は38億個以上！※

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。「パピコはガリッとしていません」というメッセージは多くの方に驚きと共感を与え、売上也大きく伸長しました。

※2022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)



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空気を含ませる
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！パピコトリビア

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〈ホワイトサワー濃い味〉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



2021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

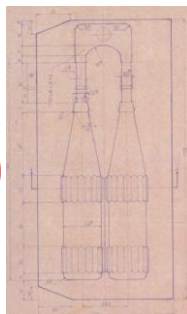
パピコのブローボトル容器を開けるときに引っ張るリング、実は発売当初はリングはありませんでした。2004年に容器を見直し、パッと見ただけで開け方が分かり、かつ簡単に気持ちよく開封できるように、何度も検証を重ねてリング付きのデザインが設計されました。この開封方法の正式名称は「リング式イーザーオープン」。

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」、「先っちょ」
- 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

④8月5日は「パピコの日」

◆パピコの日とは：

「パピコの日」は、2019年に江崎グリコが制定。「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、との願いを込めています。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、「パピコ」を食べてリフレッシュしていただきたい、という思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組のパピコの「はんぶんこ(5)」を楽しんで欲しい、と制定しました。

意外と知らない！パピコトリビア

④8月5日は「パピコの日」

◆過去の取り組み：

2021年は、パピコ公式Twitter (@PAPICO_JPN) にて#みんなでパピる大作戦キャンペーンを実施。#パピってます を付けてツイートすると、いろんなパピコの詰め合わせ「パピコのレインボーボックス」が当たるキャンペーンで、Twitter上に「パピコ」のツイートがあふれました。

4年目となる2022年は、「第1回パピコファンミーティング」を開催しました！ファンのみなさまにお集まりいただき、パピコを食べながらパピコの好きなところを語り合い、ファンならではの通な食べ方をお聞きしました。さらに「こんなパピコがあったらいいな」というアイデアプレストを実施し、とても盛り上がりました。参加いただいたみなさまからは、「開発者と直接お会いできたのがうれしかった」「パピコファンと新しい食べ方などの共有ができてとても楽しかった」などのうれしいお声をいただきました。

また、現在東京タワーとのコラボも実施。高さ150mまで続く約600段の外階段の道すがら「パピコ」のトリビアクイズを設置しました。さらに、8月5日当日は先着で「パピコ」がもらえるキャンペーンを実施しました。



⑤これまでにない“ねっとり食感”が特長の「パピコ デザートベジ<紫いも>・<かぼちゃ>」



◆「パピコ デザートベジ」の特長

- ・野菜でありながら、スイーツと親和性の高い素材を使った、おいしいデザートです。
- ・濃厚な素材の甘みを引き出した味わいと、“ねっとり食感”を堪能できます。
- ・ビタミン A、ビタミン C、ビタミン E と食物繊維がたっぷり取れます。
- ・こだわり素材を使用し、おいしいデザートで野菜の恵みを取り入れることができる、新しい「パピコ」です。

ビタミン A・C・E と食物繊維がたっぷり取れるこだわり素材の野菜デザートとして、これまでにない“ねっとり食感”が特長の「パピコ デザートベジ<紫いも>」「パピコ デザートベジ<かぼちゃ>」の2品を、2022年4月4日（月）より全国にて発売しています。

素材にこだわったおいしさを楽しみながら、食生活の乱れや栄養の偏りを整える「自分寄りアイス」を提供したいという思いから開発に至った本商品は、野菜でありながら、スイーツと親和性の高い素材を使った、おいしいデザートです。紫いもとかぼちゃと相性の良い乳製品を使用し、濃厚な素材の甘みを引き出しました。また、「パピコ」独自のなめらか食感をさらに進化させた“ねっとり食感”に仕上げており、これまでにない「パピコ」を体験できます。さらに、ビタミン A、ビタミン C、ビタミン E と食物繊維がまとめてたっぷり取れます。こだわり素材を使用し、おいしいデザートで野菜の恵みを取り入れることができる、「パピコ」です。

特長である“ねっとり食感”の秘密は配合技術にあります。複数の野菜原料を組み合わせたり、水溶性食物繊維をたっぷり配合したりすることで、紫いもやかぼちゃが持つ食べごたえのある“ねっとり食感”を再現しました。スッキリと食べられるのに、野菜の持つ濃厚な味わいにより、1本で満足できるような風味・食感を目指しました。

■「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