

ひとつぶ食べると笑顔になれる、ひとくちアイス
「ピノ」が 45 周年を迎えました
45 周年記念パッケージを、10 月上旬より順次全国で発売



森永乳業のロングセラーブランド「ピノ」シリーズは、2021年10月で発売45周年を迎えることを記念して、「ピノ 45周年記念パッケージ」を10月上旬より順次、全国にて発売します。

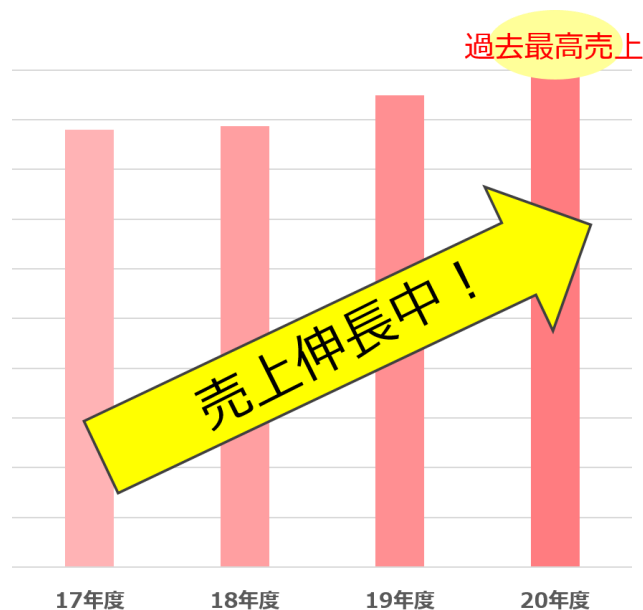


「ピノ」は1976年10月に発売された、なめらかなアイスとロどけの良いチョコが口の中で絶妙なバランスで溶け合う、ひとくちタイプのアイスです。発売から45年を迎えたロングセラー商品として多くのお客さまよりご愛顧をいただいております。

2020年度、巣ごもり需要やロングセラーブランドのさらなる伸長などにより、アイスクリーム市場規模は約5,200億円となり、過去最高を更新したといわれています(※1)。そんな中「ピノ」も、2020年度過去最高売上を更新しました(※2)。45周年を迎えた2021年も、昨年度を上回る勢いにて売上が伸長しています。

※1 日本アイスクリーム協会 アイスクリーム BIZ「販売実績」より
※2 インテージ SRI+ アイスクリーム市場(全国) 2017年4月～2021年3月 累計販売金額

これからも「ピノ」は、ブランドコンセプトである“プチハッピー”と、変わらないおいしさをお届けしてまいります。





◎「ピノ」の売上が右肩上がりに伸長し続ける秘密

発売から45周年を迎えたロングセラーブランドである「ピノ」が、現在まで変わらぬご支持をいただいている秘密は、2015年から開始したさまざまなチャレンジ、“ピノベーション”によるものと考えています。

「ピノ」は実は、2010年代前半に売上が伸び悩んだ時期がありました。そこで、高付加価値商品（「ピノルージュベリー」等）へのチャレンジや、お客さまと近い距離でコミュニケーションが可能となるリアルイベント（ピノフォンデュカフェ等）など、お客さまに常に新しい話題をお届けできる取り組みを行ってきました。

現在、年間で召し上がっていただいている「ピノ」の数は、なんと約11億粒（※3）。日本人全員が年間で9粒食べている計算で、この数を横に並べると地球をほぼ1周するほどです。2020年度の売上過去最高更新に引き続き、2021年も昨年度を上回る勢いにて売上が伸長しており、年間売上粒数12億粒も達成できるのでは！？と期待を寄せています。

※3 当社調べ 2020年4月～2021年3月 累計出荷個数

◎「ピノ」パッケージの歴史

「ピノ チョコアソート」
発売！

赤と白が引き立つ
デザインに

初代パッケージはオレンジ色
がベースで、ロゴも
大文字で「PINO」でした



1976年



1986年



1992年



2002年



2006年(30周年)



2021年(45周年)

現在のパッケージは11代目。
1986年の全面リニューアル後、
赤と白のピノカラーをベースに
少しずつデザインをブラッシュアップ
し続け、常に鮮度感を維持しています。

◎歴代のフレーバー

初めての期間限定
フレーバー商品

2004年 いちご

アソートパックで初めての
フレーバー商品

2007年 期間限定アソート

アイス部分に乳成分を
使用しない、初めての
ジェラートタイプ商品

2015年 ルージュベリー

コーティングチョコに
食感のある具材を混ぜ込んだ
初めての商品

2020年 “プチカリッ”チョコミント



2004年から毎年期間限定商品を発売し続け、これまでに80種類ものフレーバーを発売してきました！

◎お問い合わせ先

森永乳業株式会社 広報 IR 部 佐藤 TEL 03-3798-0126 pr@morinagamilk.co.jp

<森永乳業ウェブサイト>

<https://www.morinagamilk.co.jp>

<「ピノ」ブランドサイト>

<https://www.pinoice.com/>

<「ピノ」公式 Twitter>

https://twitter.com/morinaga_pino