

2020年6月15日

発売から35年目のロングセラー 国民的アイス「アイスの実」 イメージ調査

認知率9割、喫食経験7割！しかし、しばらく食べていない方も多くイメージは昔のまま・・・
10年以上食べていない方が、今の「アイスの実」を食べるとイメージが激変！

98%が昔と比べて「おいしくなっている！」と実感 本格的で大人向けに進化したと納得！

■アイスの実食べ比べセットが当たるTwitterキャンペーンを6/15～6/28実施

江崎グリコ株式会社は、今年で発売35年目のロングセラー商品「アイスの実」について、老若男女20,000人を対象としたイメージ調査を実施しました。その結果では認知率87.0%、喫食経験70.4%と、多くの方にご愛顧いただいております。

一方、今の「アイスの実」はお客さま視点で商品価値を向上すべく、改良を重ね進化しておりますが、しばらく食べていない方は昔のイメージのままでとどまっているということが分かりました。そこで、10年以上食べていない方に食べてもらったところ、その進化について驚きの声をいただきました。

そんなことから、スペシャルサイト「アイスの実って実は…とんでもなく進化してるんです！」を開設し、「アイスの実」の知られざる進化とおいしさの秘密を紹介します。また、「“食べて進化を実感！”アイスの実食べ比べセットが当たるTwitterキャンペーン」を6月15日（月）～6月28日（日）に実施します。春限定の「濃いぶどう」、夏限定の「巨峰」、秋限定ぶどうフレーバーをまとめて食べ比べでき、フレーバーの違いや、それぞれの季節に合わせた風味のこだわりを実感いただけます。



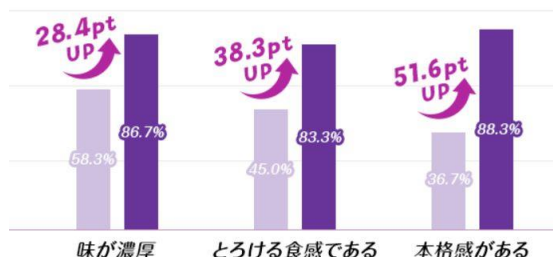
■「アイスの実」イメージ調査 主な結果 ※詳細はP3以降をご覧ください。

老若男女2万人大調査

- 認知率87.0%、喫食経験70.4%の国民的アイス
- しかし、いまだに「シャーベット」（87.4%）イメージがTOP
- 「アイスの実」シーンBEST3 「お風呂上がり」「ゆったりくつろぎ」「家族だんらん」
- アレンジレシピ 1位「炭酸」2位「フルーツポンチ」3位「パフェ」4位「お酒」と自在

10年以上ぶりの実食調査

- 昔と比べて「おいしい」「果汁たっぷり」と高評価
- 「味が濃厚」（58.3% → 86.7%）
- 「とろけるような食感」（45.0% → 83.3%）
- 「本格感がある」（36.7% → 88.3%）



<調査実施概要>

【老若男女2万人大調査】
実施時期 2020年5月8日（金）～5月12日（火）
調査手法 インターネット調査
調査対象 15歳～69歳の男女2万人
(性・年代別人口構成比に合わせて回収 男性10,021人、女性9,979人)

【10年以上ぶりの実食調査】
実施時期 2020年5月16日（土）～5月18日（月）
調査手法 試食つきインターネット調査
対象者 「アイスの実」を10年以上食べていなかった60人

■スペシャルサイト「アイスの実って実は・・・とんでもなく進化してるんです！」

現在のアイスの実の知られざる真実とおしさの秘密をご紹介します。

●えっ!? もうシャーベットじゃない!? 実はとろけるような濃厚ジェラートになっている!?

10年以上アイスの実を食べていない方に集まってもらい、イメージキャラクターの吉高由里子さんとアイスの実開発担当の社員が、進化したアイスの実の「実は・・・」を解説しました。

動画URL：<https://youtu.be/e---fZj2iZo>

●まさか!? こんなに進化していたの・・・! 実は・・・隠れたこだわりが詰まっている!?



<https://cp.glico.com/icenomi-cp/special/index.html>

・季節によって果汁量や品種がちがう!?

同じぶどうフレーバーでも、夏は旬の巨峰を使用し果汁55%でさわやかに。春や秋はぶどう果汁をたっぷり80%に。季節にふさわしい味わいに仕上がっています。

・食べる時に手が汚れない!?

アイスの実の実は、実は2層構造。内側のジェラートを果汁が入った薄い氷のコーティングで包み込んでいるので、食べたときに手がベタつきません。

・冷凍庫から出して7分が食べ時!?

冷凍庫から出してすぐ食べてもおいしいですが、7分※置いてから食べると、ほどよく溶けたひやとろ感を楽しめます。
※室温によって変わります。

・フルーツ以外のアイスの実もある!?

定番のフルーツフレーバーに加えて、冬限定の白いカフェオレや、ちょっとスペシャルな大人のショコラなど、クリーム系のフレーバーもお楽しみいただけます。

<アイスの実の歴史>

1986年～



1989年～



「アイスの実」がメイン商品名に。
Candy ballが無くなる。

2001年～



フルーツのみの
仕様に変更

2009年～



ひとくちの形状をより生かすために、
ほいほいつまみながらスタイリッシュに
食べられるパウチ容器へ。

2010年～



2wayオープンに進化。
「プチオープン」のあけくちを使えば、
手を汚さずにひとつずつ食べられる。

2013年～



“自分の好きな味だけを思いっきり楽しみたい”と
感じる人が増えてきたため、
季節に応じた素材の味わいが好きなだけ
楽しめるブランドへ。

2016年～



アレンジレシピを提案。
まんまる形状のかわいさやカラフルな色味が
女性中心に支持され、
SNSでの拡散につながっている。

■“食べて進化を実感!” アイスの実食べ比べセットが当たるTwitterキャンペーン

対象アカウントをフォローして対象のツイートからアイスの実を食べた感想を投稿いただくと、抽選で合計100名様に「3種のアイスの実ぶどうフレーバー食べ比べセット」をプレゼントします。実際のアイスの実の写真を一緒に投稿いただくと当選確率が10倍になります。

■キャンペーン概要

【当選者賞品】「3種のアイスの実ぶどうフレーバー食べ比べセット」をオリジナルギフトボックスでお届け

※春限定「濃いぶどう」、夏限定「巨峰」、秋限定フレーバー

【参加方法】 ①アイスの実公式Twitterアカウント (@icenomi_JPN) をフォロー

②対象ツイートから食べた感想リツイート

※写真を添付する場合は、あらかじめ添付されているキャンペーン画像を
削除してから写真を添付の上投稿してください。

※指定のハッシュタグ「#アイスの実って実は」は必須です。

【実施期間】2020年6月15日（月）～6月28日（日）23:59まで

【キャンペーン事務局】TEL：0120-527-061 受付時間：平日10:00～18:00 ※土・日・祝日を除く平日

★応募規約など、詳しくはキャンペーンサイトからご確認ください。 <https://cp.glico.com/icenomi-cp/special/#campaignBox2>



10年以上ぶりに食べた人が証言する、進化する「アイスの実」

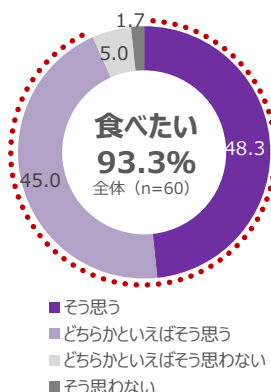
「アイスの実」を実際食べてみると、98.3%が昔と比べて“おいしくなっている！”と実感

10年以上前に「アイスの実」を食べた60人を対象に、現行の「アイスの実 濃いぶどう」を試食した上で、回答してもらいました。

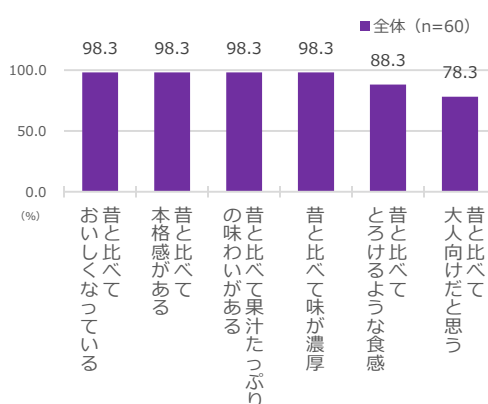
現行の「アイスの実」を試食後、また食べたいかと聞くと、**93.3%が「そう思う」と答えました**【図1】。

また、10年以上ぶりに食べた感想を聞くと、**ほぼ全員が、昔と比べて「おいしくなっている」「本格感がある」「果汁たっぷりの味わいがある」(同率98.3%)と答え、88.3%が「とろけるような食感だ」と答えました**【図2】。国民的アイス「アイスの実」は、実は驚くほどおいしくなっている！と認められました。

【図1】「アイスの実」をまた食べたいですか？



【図2】 10年以上ぶりに「アイスの実」を食べた感想は？



イメージも「本格的」で「とろける食感」に「アイスの実」のおいしい進化に納得！

「アイスの実」のイメージについて、試食前と試食後にそれぞれ聞きました。試食前は「シャーベットだと思う」(90.0%)、「味がさっぱり」(86.7%)というイメージが上位でしたが、試食後は「品質が良さそう」(96.7%)、「果汁たっぷり」(91.7%)などのイメージが高くなっています【図3-1】。

「アイスの実」を食べる前と後のイメージの差を見ると、「本格感」(試食前36.7%→試食後88.3%)と「大人向け」(試食前23.3%→試食後75.0%)は50ポイント以上もイメージが高くなります。また、「味が濃厚」(試食前58.3%→試食後86.7%)、「とろけるような食感」(試食前45.0%→試食後83.3%)といったイメージ変化も目立ちます【図3-2】。

【図3-1】「アイスの実」のイメージ (試食前と試食後)

食べる前のイメージTOP5		食べた後のイメージTOP5	
シャーベットだと思う	90.0	品質が良さそう	96.7
味がさっぱりしている	86.7	フルーツアイスだと思う	96.7
フルーツアイスだと思う	81.7	果汁がたっぷり使われている	91.7
みんなに人気がある	76.7	本格感がある	88.3
品質が良さそう	73.3	味が濃厚	86.7
(%)		(%)	

【図3-2】 試食前と試食後のイメージ差TOP5

	食べる前	食べた後	差分
本格感がある	36.7	88.3	51.7
大人向けだと思う	23.3	75.0	51.7
とろけるような食感である	45.0	83.3	38.3
固い食感だと思う	58.3	26.7	-31.7
味が濃厚	58.3	86.7	28.3
(%)		(ポイント)	

実際に食べてもらった60人に、友人に「アイスの実」の味わいをどう伝えるか聞くと、「外側がプチッとして中はとろーりで、本物のぶどうを食べてみたいで美味しかったよ」(女性26歳)など【図4】のようなコメントが寄せられました。また、「アイスの実」で食べてみたいフレーバーを聞くと、「青りんご」(66.7%)、「さくらんぼ」(55.0%)、「ブルーベリー」「パニラ」(48.3%)が人気でした【図5】。

【図4】「アイスの実」のおすすめコメント (FA)

- 濃厚な果物の香りや味だが、甘すぎないで後味が爽やか。お菓子というより果物 (男性26歳)
- 袋を開けた瞬間から美味しそうな匂いが広がり、すぐ後にぶどうの果肉が広がる (男性50歳)
- 果汁が多くじつたらとても濃厚で、ぶどうの香りがすごくよかった (女性28歳)
- これまではかき氷のイメージだったけど、中が思ったより柔らかくボリュームもあった (女性28歳)
- 本物の果物を食べてる感じがして美味しい (女性34歳)
- 以前と違い食感がシャーベットっぽくなくて、ジェラートっぽい感じで濃厚 (女性54歳)
- 少し食べない間にすごく進化したんだと思いました。本当に美味しかった (女性54歳)
- 1袋にたっぷり入っているので友達と食べるといい (女性63歳)

【図5】「アイスの実」で食べたいフレーバー (Q4)

1位	青りんご	66.7
2位	さくらんぼ	55.0
3位	ブルーベリー／パニラ	48.3
	レモン／ラズベリー	45.0
	ヨーグルト	41.7
	ラムレーズン	36.7
	ミルクティー	31.7
	ナッツ系 (アーモンド、マカダミアナッツなど)	26.7

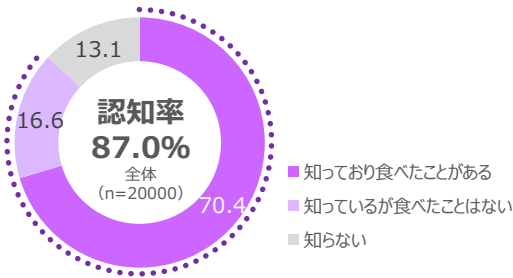
対象=全体 (n=60) (%)

老若男女2万人に聞く、「アイスの実」イメージ国民調査

認知率87% 喫食経験70% 発売35年目のロングセラー「アイスの実」は国民的アイス

次に、10代～60代の男女2万人を対象に、「アイスの実」を知っているかと聞いたところ、**70.4%が「食べたことがある」と答え、「知っている」と答えた人は87.0%にも上りました**【図6】。

「アイスの実」は、1986（昭和61）年発売のロングセラー商品であり、日本人のほぼ9割が認知し、7割が食べた経験のある商品です。これはもう日本の国民的アイス！といっても過言でないようです。

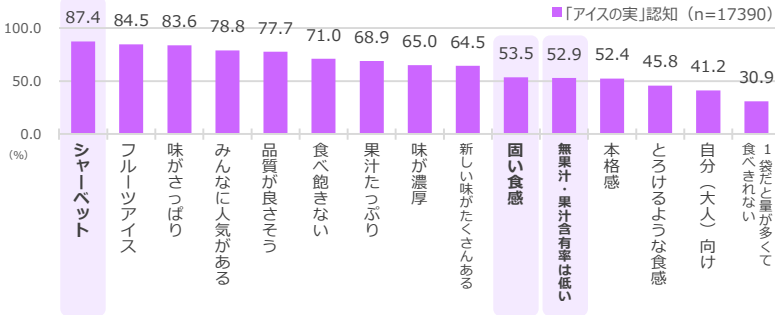
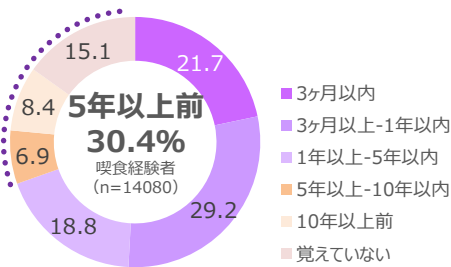


しかし・・・3割は「5年以上」も食べていない、「シャーベット」「無果汁」と昔のイメージのままフリーズ？

「アイスの実」を食べたことがあると答えた14,080人に、最後に食べたのはいつ頃かと聞くと、「1年以内」（50.9%）に食べた人が半数いるものの、「5年以上」食べていない人が「覚えていない」と答えた人も含めて3割（30.4%）もいることが分かりました【図7】。そこで、「アイスの実」を知っていると答えた17,390人に「アイスの実」のイメージを聞くと、「シャーベット」（87.4%）という意見が最も高く、「固い食感」（53.5%）「無果汁・果汁含有率は低い」（52.9%）と答えた人も半数以上もいます【図8】。「アイスの実」のイメージは昔のまま固定され、アップデートされていない人も少なくないようです。

【図7】「アイスの実」を最後に食べたのは？（Q5）

【図8】「アイスの実」のイメージは？（Q6）

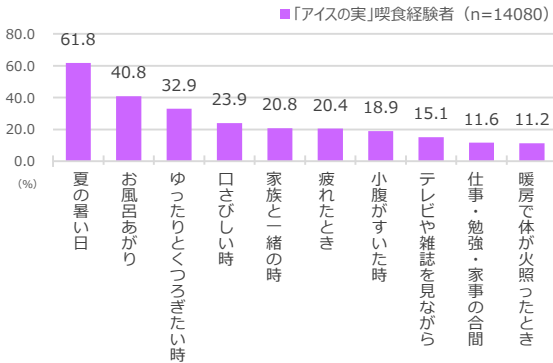


#おうち時間に最適！「アイスの実」食べたいシーンはくつろぎタイム＆疲れた時の気分転換

喫食経験がある14,080人にどんなときに「アイスの実」を食べたいかと聞くと、「夏の暑い日」（61.8%）、「お風呂あがり」（40.8%）、「ゆったりとくつろぎたい時」（32.9%）が上位に挙げられました【図9-1】。この結果を1年以内に食べた人と10年以上前に食べた人とで比較すると、「お風呂あがり」（10年以上前28.8%→1年以内47.2%）、「ゆったりとくつろぎたい時」（10年以上前22.6%→1年以内38.5%）、「疲れたとき」（10年以上前11.9%→1年以内26.0%）、「家族と一緒にの時」（10年以上前12.0%→1年以内25.7%）が食べたいシーンとして大きく上昇していることが分かります【図9-2】。「アイスの実」は、お風呂上がりなどのくつろぎタイムや疲れたときの気分転換に合うアイスとしての評価が高まっているようです。

【図9-1】「アイスの実」を食べたいシーンは？（Q8）

【図9-2】「アイスの実」を食べたいシーンは？（Q8）



1年以内に食べた人と10年以上前に食べた人との比較

	1年以内に食べた (n=7160)	10年以上前に食べた (n=1179)	差分
夏の暑い日	63.0	59.3	3.7
お風呂あがり	47.2	28.8	18.4
ゆったりとくつろぎたい時	38.5	22.6	15.9
口さびしい時	28.7	17.1	11.6
疲れたとき	26.0	11.9	14.1
家族と一緒にの時	25.7	12.0	13.7
小腹がすいた時	23.1	12.3	10.8
テレビや雑誌を見ながら	19.4	8.4	11.0
仕事・勉強・家事の合間	15.1	6.7	8.4
暖房等で体が火照ったとき	13.8	7.4	6.4

(%)

(ポイント)

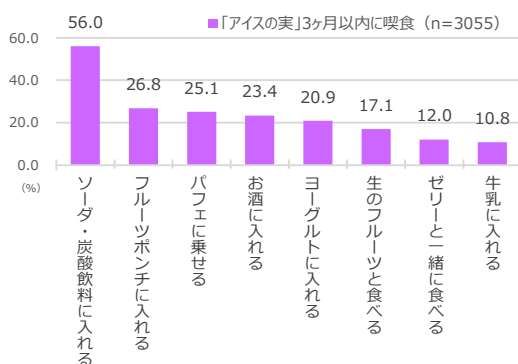
老若男女2万人に聞く、「アイスの実」イメージ国民調査

アレンジ自由自在！ 人気No.1は「アイスの実」 with炭酸水

ひと口サイズの「アイスの実」は、そのまま食べるだけでなく、さまざまなアレンジレシピが楽しめます。

そこで最近3ヶ月以内に「アイスの実」を食べたと答えた3,055人に、試してみたいアレンジ方法を聞くと、「ソーダ・炭酸飲料に入れる」(56.0%)、「フルーツポンチに入れる」(26.8%)、「パフェに乗せる」(25.1%)、「お酒に入れる」(23.4%)などが上位に挙げられました【図10】。ほかにも、「お酒に入れて食べる」(女性20歳)、「クレープの具に使う」(男性30歳)、「ソフトクリームに乗せる」(女性50歳)などの意見が寄せられました。

【図10】 試してみたい「アイスの実」アレンジは？ (Q7)

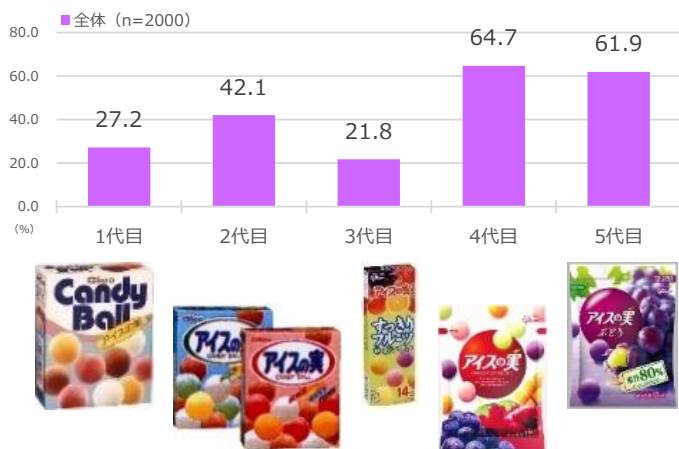


「アイスの実」パッケージ 10代・20代は5代目、40代より上は2代目が印象的

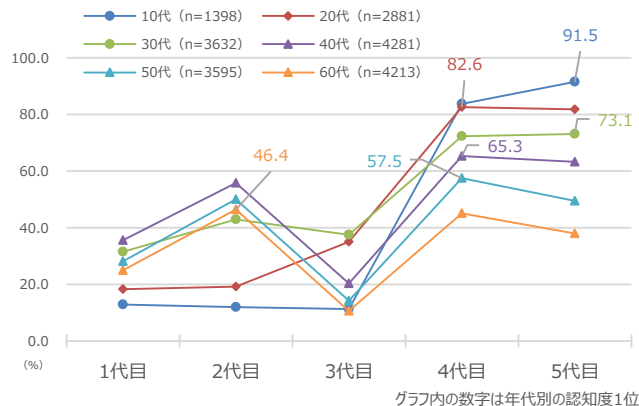
「アイスの実」はこれまでの歴史で何度も大幅リニューアルを行ってきました。その中から5種類のパッケージを選定し提示したところ、「知っている」または「見たことがある」と答えた人が最も多かったのは、2009年～2013年春まで発売の「4代目」(64.7%)、僅差で現行の「5代目(2013年～)」(61.9%)となりました【図10-1】。

対象者の年代別で見ると、10代・20代は現行の「5代目」「4代目」の認知が高いのに対し、40代以降は「2代目」(1989年～2000年発売)の認知が高く、60代は「2代目」の認知が最も高くなっています【図10-2】。

【図10-1】 知っている「アイスの実」パッケージは？ (Q4)

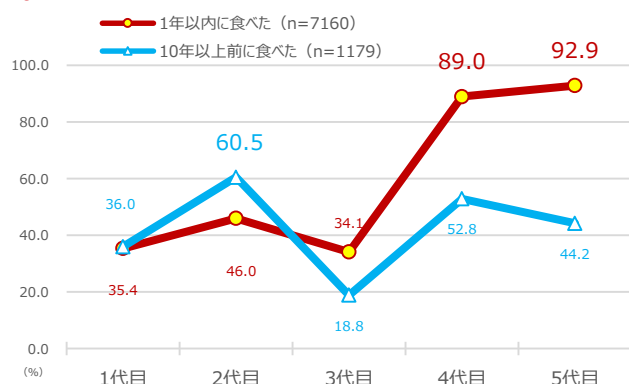


【図10-2】 知っている「アイスの実」パッケージ (年代別) (Q4)



この結果を1年以内に食べた人と10年以上前に食べた人とで比較すると、1年以内に食べた人は「5代目」(92.9%)「4代目」(89.0%)の認知が圧倒的に高いのに対し、10年以上前に食べた人は1989年～2000年発売の「2代目」(60.5%)の認知が一番高くなっています【図10-3】。

【図10-3】 知っている「アイスの実」パッケージ (喫食経験別) (Q4)



商品について

<アイスの実> いつでもどこでも食べられるひとくちジェラート

- 果物やクリームのごちゅと凝縮した濃い味わいを、ほどよい甘さで後口すっきり楽しめるひとくちジェラート。
- ポイポイ気軽に自分のペースでつまめ、お口と一緒に気分までさっぱりできるので、小さな不快やちょっとした疲れを感じた時や、食後のお口直しにぴったり。

<巨峰> 巨峰果汁55%を使用した、濃厚な甘さとさわやかな酸味がある味わい。

<ピンクグレープフルーツ> 期間限定の新フレーバー。

ピンクグレープフルーツ果汁30%使用した、夏にぴったりの甘酸っぱさと後口のほどよい苦味がある味わい。

<和梨> 和梨果汁を65%使用した、さわやかな甘味があるみずみずしい味わい。

希望小売価格：140円（税別）

<http://www.glico.co.jp/ice/icenomi/index.html>



巨峰



ピンクグレープフルーツ



和梨

<本リリースに関するお問い合わせ先>

株式会社 電通パブリックリレーションズ

担当：貴田 TEL. 080-9559-8225 / MAIL. megumi.kida@dentsu-pr.co.jp

江崎グリコ株式会社

広告担当：大路 TEL. 050-1746-6721

<商品に関するお問い合わせ先>

江崎グリコ株式会社

報道受付番号 TEL. 050-1744-8109