

ロングセラー商品に学ぶ、ビジネスの勘所(第26回)

プッチンプリンをロングセラーにした「原点回帰」

2021.01.18



容器の底のツマミを折ると、カラメルが乗ったプリンが皿の上に飛び出すプッチンプリンは、デザートや子どものおやつとして定番です。自宅でのテレワークの合間に口にしているビジネスパーソンもいるかもしれません。プッチンプリンは1972年に販売が開始され、2013年には「世界一売れているプリン」としてギネス世界記録(ギネスワールドレコーズ)に認定された、世界クラスのロングセラーです。

プッチンプリンを開発したのは、グリコ乳業(2015年に江崎グリコに吸収合併)です。同社は江崎グリコに製菓用原料となる乳製品を供給するため1947年に設立されました。また、自社で牛乳、コーヒー牛乳、フルーツ牛乳などの乳飲料やヨーグルトなどの乳製品を開発、販売していました。

乳飲料、乳製品だけでなく、牛乳を使ってデザート商品が作れないか――。そこで目を付けたのが、プリンでした。

プリンは、1970年頃、パーラーや洋菓子店などで人気のデザートになっていました。また、自宅で簡単に作れるプリンの素も売れ行きが好調でした。プリンに対するニーズはあることが想定されましたが、グリコ乳業はプリン後発組となることもあり、何かしら特徴を出す必要がありました。

他社が販売していたプリンは、容器からプリンを皿の上に出すのが容易ではなく、ほとんどの場合、容器に入ったまま食べるしかなかったのです。また、プリンとカラメルを絡めて食べるには、容器の底にたまっているカラメルの所までスプーンを入れなければなりません。そうするとプリンが崩れ、子どもがワクワクする見た目と豊かな食感が失われてしまいます。

パーラーなどでプリンが出されるときは、カラメルとプリンを一緒に食べても、プリンが崩れることはありません。簡単に皿の上に乗せる方法はないものか――。スタッフの模索が続きます。

洋菓子店の日常的な光景から穴を開けるヒントを得る… 続きを読む