

2025 年 7 月 9 日

「PARM(パルム)」 年間売上 200 億円※¹ 突破！ ～発売 20 周年のアニバーサリーイヤー～

『大人のための上質なバーアイス「PARM(パルム)」』(以降 PARM)は 2005 年より販売を開始し、2025 年 4 月に 20 周年を迎えました。このたび「PARM」シリーズが、2024 年度に「PARM」史上初の年間売上金額 200 億円※¹を突破したことをお知らせいたします。

※¹ 2024 年 4 月～2025 年 3 月、出荷金額ベース(収益認識基準適用前)

1. 市場背景

アイス市場は夏の猛暑に加え、2015 年以降、暖かい部屋で食べる冬アイスの定着や、アイスが子供のおやつから大人も食べる「デザート」に進化したことで、大人にも好まれるようになり、大きく伸長してきました。2024 年度のアイスクリーム販売金額(メーカー出荷ベース)は 6,451 億円(過去最高)となり、前年比 106.1%増の大幅な伸びを記録しました。※² そのなかで「PARM」は前年比 107.7%※¹と市場を上回って伸長しました。

※² 出典：一般社団法人日本アイスクリーム協会 販売実績概要(2024 年度)

2. 好調の理由

「PARM」は、なめらかでコクのあるアイスクリームを口どけのよいチョコでコーティングしたバーアイスです。2005 年の発売以来、お客さまに“日常のちょっとした贅沢”を提供してまいりました。シリーズ計の出荷金額は、発売初年度と比べ、約 10 倍以上に伸長しました。

好調の理由として次のことが挙げられます。

① ブランドを代表する「PARM チョコレート」の進化

お客様の嗜好に合わせて改良を続け、2024 年春にはバニラのコクをアップさせ、濃厚なチョコの味わいと一体感を高め、より上質感が感じられる味わいにリニューアルしました。

リニューアル後の販売は非常に好調で、「PARM チョコレート」計で、前年比 117%※¹と大幅に伸長しました。

② 大人向けにバーアイスの様々な楽しみ方を提案

多様化するお客様のニーズに合わせ、新しいシリーズとして、夏限定でジェラート専門店のような本格的な味わいが楽しめるジェラート(2021 年～)、コーティングチョコを 2 層がけにし、スイーツ感をより高めたダブルチョコ(2021 年～)、PARM 定番のおいしさをそのままに、「糖質 50%オフ」※³を実現した「PARM STYLE∞(パルムスタイル)チョコレート 糖質 50%オフ」(2024 年～)を発売(北海道限定)。技術面でも挑戦を重ね、幅広い楽しみ方を提案しています。

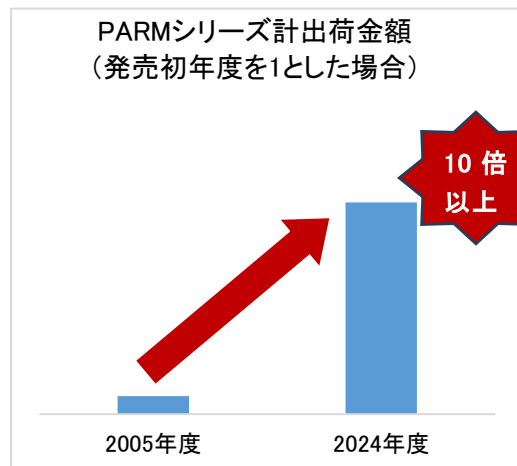
※³ PARM チョコレート(1 本入り)(2024 年品)1 本当たり比

③ “PARM 史上初”の新商品で話題喚起

2022 年以降、トレンドや季節にあわせた、数多くの“PARM 史上初”フレーバーを上市。ブランドの鮮度感が高まり、若年層を中心とした、新しいお客様の流入に繋がりました。

「安納芋(2022 年)」「ショコラミント(2023 年)」「モンブラン(2023 年)」「杏仁ミルクストロベリー(2024 年)」など、多くのお客様のご支持を頂きました。特に 2022 年「安納芋」への反響は非常に大きく、急遽 23 年の再発売を決定するほどでした。

PARMシリーズ計出荷金額
(発売初年度を1とした場合)



森永乳業調べ

④ 「大人のための上質なバーアイス」というブランドイメージの強化

2021 年より俳優の竹野内豊さんを起用し、TVCM を中心にコミュニケーション活動を展開しています。

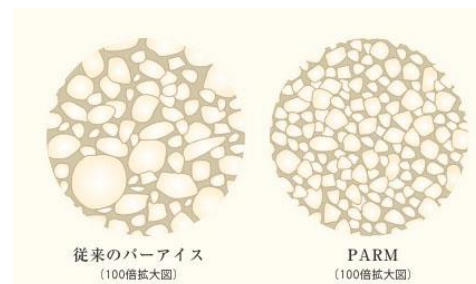
竹野内さん演じる部長の、落ち着いた品格のある雰囲気と茶目っ気のある一面は、「PARM」のターゲットである「大人」のイメージを体現しており、好意的なお声を多数頂いています。

3. 20 年変わらない「PARM」の強いこだわり

「PARM」には 20 年変わらない強いこだわりがあります。

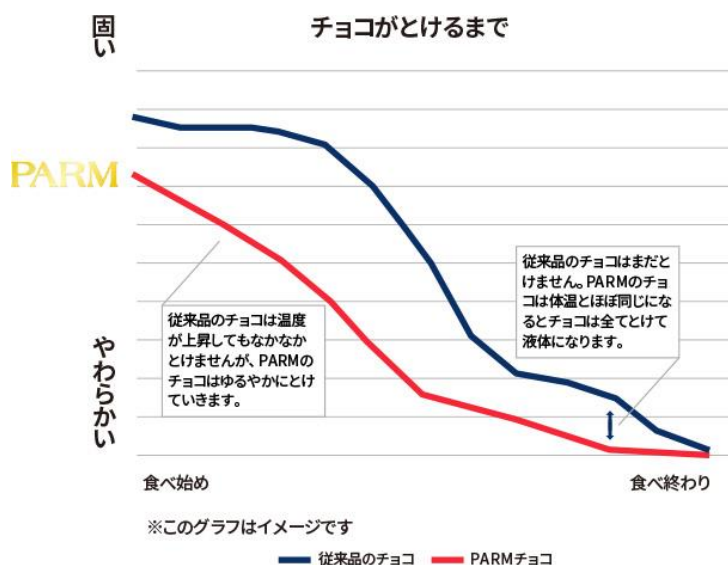
■その① なめらかさ

アイスは凍結に時間をかけるほど組織の粒子は大きくなり、なめらかさが失われてしまいます。「PARM」はアイスを急速凍結させ、粒子が細かい状態で存在するため、口当たりの良いなめらかなアイスに仕上がります。



■その② ロどけ

一般的なチョコレートアイスバーは、チョコがパリパリしており、食べる時にはがれ落ちたり、口の中でアイスが先に溶けチョコが残ることがあります。「PARM」のチョコは、体温と同じ温度で液状になるように融点をコントロールしており、口に含むとアイスと溶け合い、またチョコがはがれにくいので、最後までチョコとアイスを同時に楽しめます。



■その③ コクのある味わい

アイスには、乳業会社ならではのこだわりを持って選んだ脱脂濃縮乳やクリームなどを使用しています。さらに、こだわりの乳原料の脂肪分などを全体が均等になるよう微細分化し、空気を取り込みながらかき混ぜ凍らせることで、よりなめらかでコクのある味わいのアイスを実現しています。

これらのこだわりを大切にしながら、時代のニーズに合わせ、新たな技術やトレンドを追及し続けているからこそ、「PARM」が 20 年にわたり愛され続けている理由なのです。



2005 年発売当時のパッケージ

4. 「PARM」現在のラインアップ(2025 年 7 月現在)



PARM(パルム)チョコレート
(6本入り)



PARM(パルム)
アーモンド&チョコレート



PARM(パルム) チョコレート&チョコレート
~厳選カカオ仕立て~



PARM(パルム)チョコレート(1本入り)



PARM STYLE∞(パルムスタイル) チョコレート
糖質50%オフ(北海道限定)



5. PARM こぼれ話

現在の年間売上数量は約 3 億 7 千万本、1 日あたりでは約 100 万本となります。すべての日本人が 1 年間に 3 本食べている計算になります。

6. お問い合わせ

お客さまからのお問い合わせ先	お客さま相談室	フリーダイヤル 0120-082-749
<森永乳業ウェブサイト>	https://www.morinagamilk.co.jp	
<「PARM」ブランドサイト>	https://parm-ice.jp/	
<「PARM」公式 SNS>	https://x.com/parm_icecream	

以上