

今年もパンプキンソフトクリーム ハロウィン向け限定で発売

平成27年8月18日
日世株式会社



ソフトクリームの総合メーカー、日世株式会社(本社:大阪府茨木市 社長:岡山 宏)は、秋のイベントとして年々規模が大きくなっているハロウィン向けのアイテムとして、パンプキンを発売いたします。

ハロウィンは バレンタイン並みに定着

インターネット検索サイトgoogleで検索を行い、検索総件数を調べました。

検索ワード	検索総件数
クリスマス	54,900,000件
バレンタイン	26,600,000件
ハロウィン	27,200,000件

検索ワード	検索総件数
2014年 クリスマス	11,500,000件
2014年 バレンタイン	792,000件
2014年 ハロウィン	749,000件

検索総件数(=ヒット数)は、クリスマスには及びませんが、バレンタイン並みの数値で、季節行事としてほぼ定着したと考えられます。



広報内容問い合わせ先

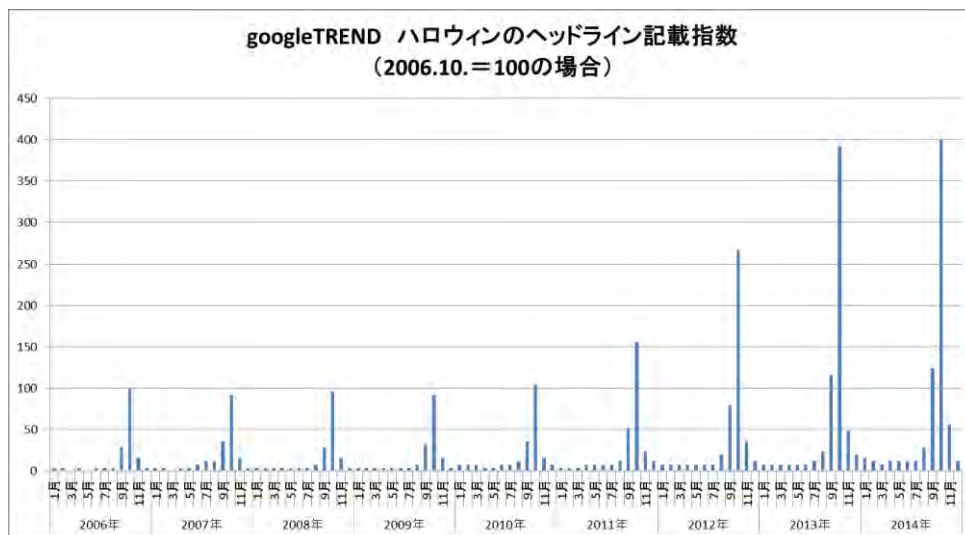
日世株式会社マーケティング部企画グループ東京 担当:松島

郵便番号 142-0063 東京都品川区荏原 1-21-4 電話:03-5749-9121 FAX:03-5749-9095

press@nissei-com.co.jp

定着はいつ頃から？

インターネット検索サイトgoogleのグーグルトレンドのデータに基づき、2006年10月のワード数を100とした指数でグラフ化しました。



▲グーグルトレンド:ハロウインのヘッドライン (2006年10月を100に直して日世でグラフ化)
<https://www.google.co.jp/trends/explore#q=%E3%83%8F%E3%83%AD%E3%82%A6%E3%82%A3%E3%83%B3>

このグラフから、情報が拡散し始めたのは2011年頃からと考えられます。

2011年に何があったのか？

情報の拡散に欠かせない道具と言えば、スマートフォンです。

	各年に発売されたスマートフォンの新機種数		
	ソフトバンク	NTTdocomo	au/KDDI
2008年	1機種	-	-
2009年	1機種	1機種	-
2010年	1機種	5機種	4機種
2011年	1機種	25機種	19機種
2012年	1機種	48機種	12機種

▲出典: 右の3つの情報を日世で集計

<http://note.chiebukuro.yahoo.co.jp/detail/n251641>

<http://www.au.kddi.com/mobile/product/archive/>

<http://www.doplaza.jp/museum/docomo/photo08.html>

2010年までごく一部の間で楽しまれていたハロウィンや仮装パーティなどが、2011年のスマートフォンの普及により、情報として爆発的に拡散したと推測されます。

2015年・秋 ソフトサーブミックス. パンプキン



昨年度好評を博しましたソフトサーブミックス「パンプキン」を、本年度も下記内容にて期間限定発売する事となりましたのでご案内申し上げます。

日世株式会社・販売期間：
平成27年9月1日～10月31日まで
(予定)

商品名

ソフトサーブミックス. パンプキン

種類別

乳等を主要原料とする食品
出来上がりのソフトクリームは
乳等省令のアイスマルクに該当します。

製品規格

無脂乳固形分	7.0(%)
乳脂肪分	3.0
植物性脂肪分	2.0

北海道産パンプキンパウダー使用
生かぼちゃ換算5.3%



日世株式会社につきまして

昭和22年に日系二世が貿易商として「株式会社二世商会」を設立
昭和26年にソフトクリームを初めて日本に紹介した日本の
ソフトクリームのパイオニアにして専門メーカーです。
※昭和27年に日世株式会社に社名変更。
ソフトクリーム液体原料(ミックス)、可食容器のコーン、
ソフトクリーム製造機であるフリーザーを製造販売しています。

