

9月は今年も山形県産ラ・フランス  
ジャンプレミアム フルーツソフトクリーム  
9月16日発売



2016年9月2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、2016年度のジャンプレミアムブランドの5アイテム目として販売実績がある「JP山形ラ・フランスソフトミックス」を、9月16日より発売いたします。

ラ・フランスの美味しさをそのままに



「JP山形ラ・フランスソフトミックス」は、山形県産「ラ・フランス」を100%使用したピューレを配合したフルーツソフトクリームです。

原材料加工のこだわり  
“追熟”と“皮ごとピューレ”

- ・収穫後生のまま食べごろになるまで約2週間追熟しました。
- ・皮と果肉の間に風味が凝縮されています。皮ごとピューレにしてしっかりと風味をのこします。
- ・原材料を昨年倍量の倍以上確保しました。

日世株式会社・発売日  
2016年9月16日

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:03-5702-9352 FAX:03-5749-9095  
[press@nissei-com.co.jp](mailto:press@nissei-com.co.jp)

# 山形県産 ラ・フランス につきまして

東京都中央卸売市場の取扱物量では

①ラ・フランスを含む 西洋なし類 の出回り時期は 8月～3月です。

②2010～2016年度の出回り時期の平均取扱物量は

ラフランスを含む洋なし類 2,952トン

内 ラ・フランス 2,104トン 構成比 71.3%

③ラ・フランスの産地別構成では

山形県産 1,864トン 構成比 88.6%

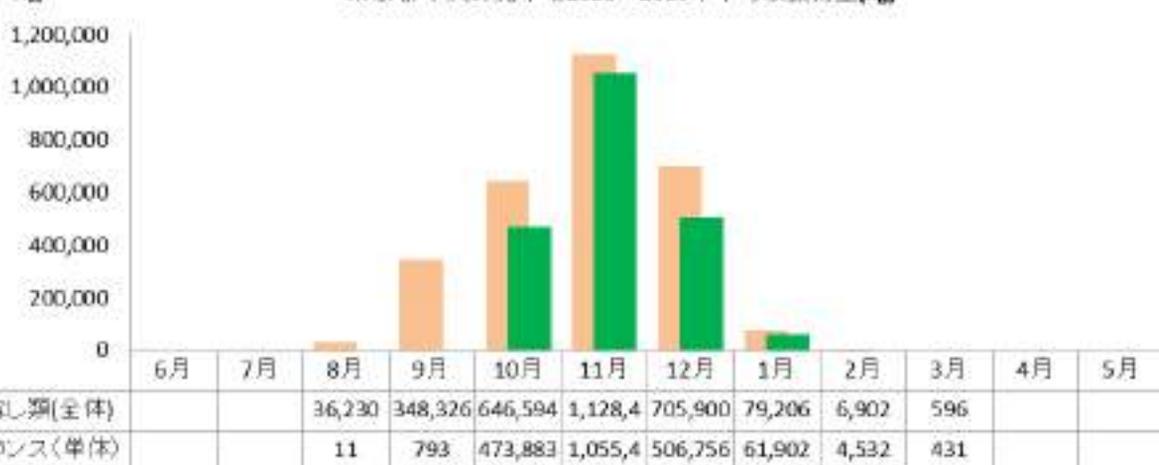
他県産 239トン

\*端数四捨五入による誤差有

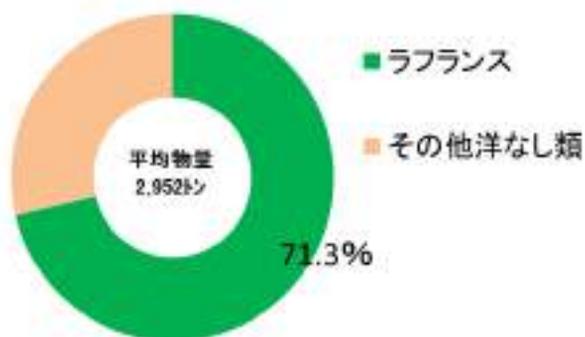
出典:東京都中央卸売市場市場 取引情報 (日世にてグラフ化)

<http://www.shijou-tokei.metro.tokyo.jp/asp/smenu2.aspx?gyoshucd=1&smode=10>

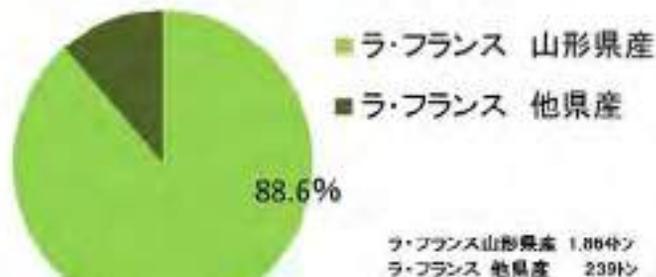
東京都中央卸売市場2010～2016年平均取扱物量(kg)



東京都中央卸売市場 2010年～2016年シーズンの平均取扱物量



東京都中央卸売市場2010～2016年シーズン平均ラ・フランスの取扱物量構成比



# JP山形ラ・フランスソフトミックス



商品名

JP山形ラ・フランスソフトミックス

種類別

一般食品(製菓材料)  
出来上がりのソフトクリームは  
氷菓に該当します。

製品規格

無脂乳固形分 0.1(%)

フルーツ含有率

30.0(%)

(山形県産ラ・フランスピューレ

30.0(%)

## ジャパンプレミアム 2016年度のスケジュール

| ラインナップ    | 販売期間 |    |    |    |    |    |    |     |     |     |    |    |
|-----------|------|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|
|           | 3月   | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 |
| 愛媛河内晩柑    | ■    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |    |    |
| 山形佐藤錦     |      |    |    | ■  |    |    |    |     |     |     |    |    |
| 宮崎マンゴー 新作 |      |    | ■  |    |    |    |    |     |     |     |    |    |
| 福島巨峰      |      |    |    |    |    | ■  |    |     |     |     |    |    |
| 山形ラ・フランス  |      |    |    |    |    |    |    | ■   |     |     |    |    |
| 福岡あまおう 新作 |      |    |    |    |    |    |    |     |     | ■   |    |    |

2016年度は春の愛媛河内晩柑にはじまり、宮崎マンゴーを加えながら、山形佐藤錦、福島巨峰と展開、今回山形ラ・フランスを販売いたします。こののち、昨年のとちおとめ苺に代って、福岡あまおうを投入する予定です。

・福岡県産あまおう®ピューレ使用/「あまおう」は全農の登録商標です。

## そもそも ジャパンプレミアム ブランドとは

- ・産地地域を特定した国産果実だけを使用した商品ブランドです。
- ・「フルーツそのまま」をコンセプトとした商品をラインアップします。

## ジャパンプレミアム開発の背景

- ・独自調査により、ソフトクリームの子主な購入者は40代の大人だと判明しました。
- ・大人向けのフルーツソフトクリームをめざしました。
- ・意識調査から、40代の大人は「日本を強く意識している」と判明しました。
- ・外食産業において安心安全の観点から、国産原料使用の潮流があります。
- ・原料を純国産、地域限定に絞り込みました。

## 国産原料使用のメリット

- ・国産原料を使用すると  
適熟、追熟した原料が使えます。  
原料の加工度を必要最低限まで低く抑え、色彩や香り、  
風味を守ることができます。



## 日世株式会社につきまして

1947年に日系二世が貿易商として「株式会社二世商会」を設立  
1951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。  
※1952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。

