

今年のラ・フランス 9月19日発売 ジャンプレミアム JP山形ラ・フランスソフトミックス

2018年9月6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)の、
国産のみの果実原料を使用したフルーツソフトクリーム・ジャンプレミアム。
今年のJP山形ラ・フランスソフトミックスは9月19日発売です。

ジャンプレミアム
シリーズ当初から継続



2015年から展開しているジャンプレミアムの
当初からラインアップしている JP山形ラ・フランス
2018年も継続して販売いたします。
今年は9月19日から12月下旬の期間限定です。

商品名:
JP山形ラ・フランスソフトミックス

販売期間:
2018年9月19日(～12月下旬ころまで)



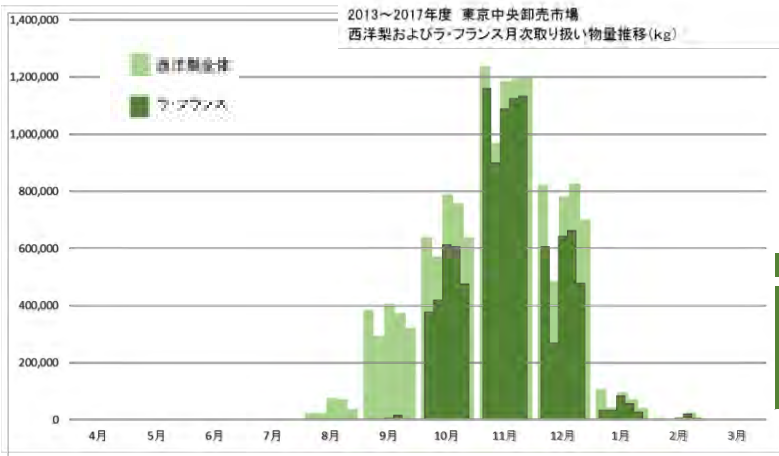
広報内容問い合わせ先

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

ラ・フランスの出回り時期と産地



西洋梨の出回り時期に比べてラ・フランスは1か月ほど遅れ10月から出回りはじめます。最盛期は11月で、11月の西洋梨のおよそ9割はラ・フランスです。

| 11月 | 西洋梨(全) | ラ・フランス | ラ・フランス構成比 |
|--------|-----------|-----------|-----------|
| 2013年度 | 1,239,320 | 1,160,403 | 93.6% |
| 2014年度 | 971,248 | 900,669 | 92.7% |
| 2015年度 | 1,188,182 | 1,088,414 | 91.6% |
| 2016年度 | 1,195,950 | 1,125,485 | 94.1% |
| 2017年度 | 1,197,943 | 1,135,273 | 94.8% |

▲単位:kg

東京中央卸売市場ラ・フランス取扱物量産地別構成比
2013～2017年計



2013年4月から2018年3月末までのラ・フランス取り扱い物量を見ると、山形県産が9割を占めています。

出典:東京中央卸売市場のデータを当社でグラフ化。
(元データ:
<http://www.shijou-tokei.metro.tokyo.jp/index.html>)

JP山形ラ・フランス ソフトミックス のこだわり

- ラ・フランスの独特な香りを表現したソフトクリームです。
- ラ・フランスの果肉の特徴であるなめらかな物性も兼ね備えています。

原材料加工のこだわり

“追熟”と“皮ごとピューレ”

ラ・フランスの独特の風味は、皮と果肉の間に凝縮されています。風味を高めるために、生果同様、収穫後食べごろになるまで約2週間の追熟。追熟後にピューレに加工。ソフトクリームでしっかりと風味が出せるように皮ごとピューレにします。

アイテムの歴史



| | 発売日 | アイテム |
|--------|----------|-----------|
| 2015年 | 3月13日 | 愛媛河内晩柑 |
| | 5月19日 | 山形佐藤錦 |
| | 7月10日 | 福島巨峰 |
| | 9月11日 | 山形ラ・フランス |
| | 12月1日 | 宮城とちおとめ苺 |
| 2016年 | 3月1日 | 愛媛河内晩柑 |
| | 5月20日 | 宮崎マンゴー |
| | 5月20日 | 山形佐藤錦 |
| | 7月15日 | 福島巨峰 |
| | 9月16日 | 山形ラ・フランス |
| | 12月5日 | 福岡あまおう®苺 |
| 2017年 | 3月1日 | 熊本不知火 |
| | 3月1日 | 愛媛河内晩柑 |
| | 5月15日 | 山形佐藤錦 |
| | 6月1日 | 岡山白桃 |
| | 6月1日 | 宮崎マンゴー |
| | 9月1日 | 山形ラ・フランス |
| 11月15日 | 福岡あまおう®苺 | |
| 2018年 | 2月15日 | 佐賀ゴールドキウイ |
| | 5月16日 | 山形佐藤錦 |
| | 7月10日 | 宮崎マンゴー |
| | 7月10日 | 岡山白桃 |
| | 9月19日 | 山形ラ・フランス |



初年度のラインアップで現存するアイテムは、山形佐藤錦と山形ラ・フランスのみです。

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。
- ・ 風味を損なわない加工方法により「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。

ポイント1.

ソフトミックスに使用するフルーツ
原料は一産地一品種に限定
(ブレンドしていません)

ポイント2.

フルーツは
適熟・追熟のものを使用

ポイント3.

フルーツの加工段階から
「フルーツそのまま」をどう実現する
かにこだわり、フルーツのおいしさを
最大限に生かす製法を採用

ターゲットは「大人」、さらに訪日外国人観光客

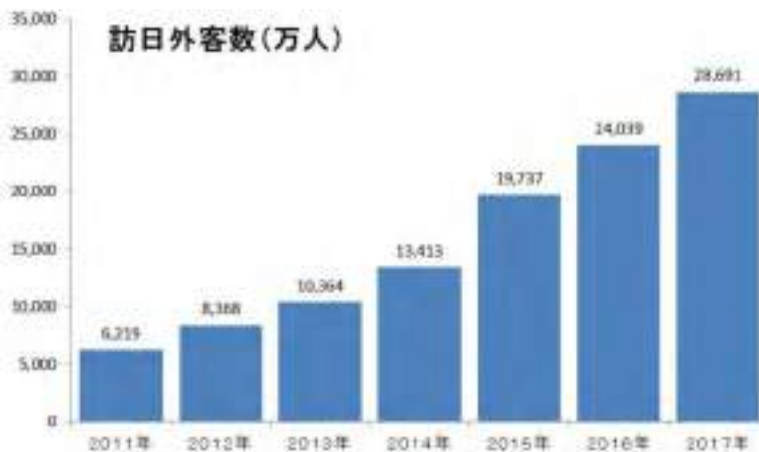
ジャパンプレミアム開発の背景として、当社の自主調査により、ソフトクリームのような購入者は40代の大人だと判明しました。

- ・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。

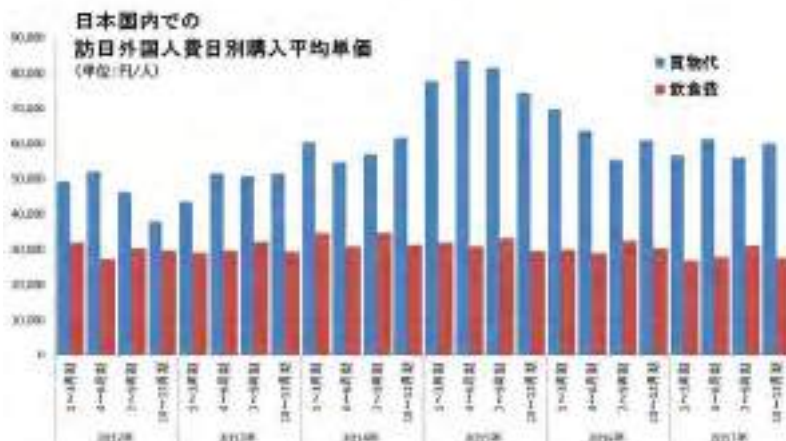
・大人向けのフルーツソフトクリームをめざしました。

- ・近年は訪日外国人観光客が急増しています。
- ・日本国内での買物代は大きく上下変動していますが、日本国内での飲食費は安定しています。

・ジャパンプレミアムは訪日外国人旅行客もターゲットにします。



▲出典: 日本政府観光局(JNTO) (日世にてグラフ化)



▲出典: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」 (日世にてグラフ化)
<http://www.mlit.go.jp/kankochu/siryou/toukei/syouthityousa.html>

JP山形ラ・フランスソフトミックス(販売期間・製品規格)



販売期間:

2018年9月19日(～12月下旬ころまで)

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(%) |



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。

