



訪日外国人旅行者の関心は「桜」へ
春の旬の定番アイテム
「旬のソフトクリームミックス さくら」

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、春の旬の定番アイテムとして「旬のソフトクリームミックス さくら」を発売致します。

販売期間:2020年2月10日~2020年5月下旬頃までを予定しています



「旬のソフトクリームミックス さくら」は、細かくすりつぶした桜の葉とソフトクリームをあわせた、上質な桜風味のソフトクリームです。

特に桜の名所エリアの販売店から、リピート要望も多く、毎年の春の定番アイテムとして発売しています。

2007年から現在にかけて約12年間、春の期間限定で継続販売されている商品です。

当商品が開発されるまでは、ミルク系のフレーバーの他にフルーツ系フレーバーミックスの販売が多い傾向にありました。

店頭での話題性・インパクトの面から「春の訪れを身近に感じられる季節のものとして」訴求強化するために、お花系フレーバーの「さくら」が採用されました。

さくらの風味を表現することが難しく、市場に出ている和菓子に使われている「桜の葉塩漬け」の味を参考にして食べやすく開発されました。

また、訪日外国人旅行者の意向調査によると、アジアや欧米豪では「桜」「富士山」「雪景色」「紅葉」など、日本の自然や四季・文化に対する関心が高い結果が出ています。

「旬のソフトクリームミックス さくら」は、そのような訪日外国人旅行者の方々にも関心を持ってもらえるような、インバウンド向けに適しているアイテムになっています。

■行ってみたい日本の観光地のイメージ

訪日外国人旅行者の意向調査によると、アジア・欧米豪ともに「桜」に対する関心度が高いことがわかりました。

SNSなどで桜の魅力が広まっており、興味をもつ外国人が増加しております。

舞い散る桜の下でお酒を酌み交わし、食べて飲んでにぎやかに楽しむお花見の習慣は外国にはなく、日本独自のものです。

この花見に魅させられる訪日旅行客が非常に多い傾向にあります。

(回答はあてはまるもの全て、%)

順位	回答者	全体	アジア全体										欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	インドネシア	オーストラリア	ニュージーランド	アメリカ	ヨーロッパ	イギリス	フランス			
	サンプル数	6,276	4,134	523	527	608	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537	
1	桜	58	63	34	62	65	59	68	66	73	68	47	40	53	45	50	
2	富士山	56	59	32	62	59	62	65	63	66	60	51	43	52	51	56	
3	温泉	53	60	67	60	61	65	53	61	58	49	40	36	43	37	44	
4	日本的な街並み	53	56	52	49	62	56	49	59	61	51	46	41	49	42	53	
5	日本庭園	47	43	38	38	42	36	41	45	54	50	55	49	54	53	63	
6	日本旅館	47	49	44	40	48	55	45	57	55	51	42	38	42	41	45	
7	新鮮野菜	45	46	29	29	40	48	45	57	58	64	42	38	54	47	29	
8	雪景色	41	50	38	40	55	50	43	53	61	51	23	18	32	19	25	
9	城	41	39	31	24	41	48	40	52	46	35	43	45	45	42	40	
10	山のリゾート	40	42	25	35	38	42	42	56	53	50	36	32	40	37	33	
11	神社仏閣	39	35	15	26	45	46	40	37	38	34	47	40	43	44	61	
12	紅葉	38	43	11	31	48	55	43	53	62	43	29	22	34	27	34	
13	ショッピングモール	37	41	29	44	43	56	35	48	40	33	29	27	36	28	23	
14	祭り	34	34	30	20	37	44	31	39	37	37	34	34	36	32	36	
15	鳥々の風景	34	32	17	35	36	32	32	36	36	28	38	32	31	37	52	
16	テーマパーク	33	39	31	44	43	46	35	36	39	34	23	25	26	21	19	
17	農村/田園風景	32	31	11	26	28	32	33	48	46	24	34	27	34	29	46	
18	居酒屋	30	32	40	41	34	48	25	27	21	20	26	23	25	23	34	
19	ビーチリゾート	28	27	29	31	27	24	20	29	29	27	31	30	27	30	38	
20	巨大なつばき塔、海軍記念館、横浜の	22	21	12	16	19	18	19	23	27	34	24	23	25	26	24	
21	現代建築(高層ビル街など)	21	18	10	18	14	20	16	21	23	27	25	24	24	27	25	
22	工場/コンビニナート	7	7	4	8	2	4	7	10	8	9	9	9	11	8	7	
-	この中に行ってみたいところはない	3	1	3	1	1	0	0	2	0	1	6	6	6	9	2	

(注) 上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。

▲出典: DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2019年度版)

■旬のソフトクリームとは

旬の季節にあわせたフレーバーを選定し、各季節の一定期間限定で販売するソフトクリームです。

フルーツ系のみでなく、洋菓子系・飲料系など、珍しいアイテムも開発されており、話題性やインパクトのあるラインアップになっています。

■旬のソフトクリームシリーズ2020年ラインアップ

商品名	発売期間(予定)
りんごとカマンベール	2019年12月9日～2020年3月下旬頃
さくら	2020年2月10日～2020年5月下旬頃
ラムネ	2020年5月12日～2020年9月下旬頃
マロン	2020年9月4日～2020年12月下旬頃
りんごとカマンベール	2020年12月10日～2021年3月下旬頃

■新商品紹介

商品名	旬のソフトクリームミックス さくら
商品画像	
名称	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 0.3(%) フルーツ含有率 2.7(%) (チェリーピューレ 2.7%) さくら葉塩漬け 0.5(%)
包装形態	平パウチ袋
内容量	1L×12袋
商品特徴	さくらの花の色調と桜餅の風味を有し、 桜葉の塩漬けが入ったソフトミックス。
日世株式会社 発売日	2020年2月10日
メインターゲット	訪日外国人旅行者、日本人女性
利用シーン	観光地(特に桜の名所)、 サービスエリア、パーキングエリア

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総合メーカーです。
※1952年に日世株式会社にて社名変更。
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。

