



日本らしさを表現した味と見た目のこだわり
訪日外国人観光客向け 和のソフトクリーム3点セット
「紅白ツートンコーン」「ソフトサーブミックス 北海道あずき」
「ツートン和風スリーブ」新発売

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、訪日外国人観光客向けに和をイメージした商品として、「紅白ツートンコーン」「ソフトサーブミックス北海道あずき」「ツートン和風スリーブ」の3点セットを2020年3月10日に発売致します。



「紅白ツートンコーン」「ソフトサーブミックス 北海道あずき」「ツートン和風スリーブ」の和のソフトクリーム3点セット、これは日本らしさを表現したソフトクリームです。

訪日された外国人観光客にソフトクリームを選んでいただくために特に「味」と「見た目」にこだわりました。

* 各商品のこだわりなどの詳細は、次回のプレスリリースでお送りさせていただきます。次回、2月21日発行予定。

開発するにあたって、日本のイメージをわかりやすく伝えるための、典型的な訪日外国人像(ペルソナ)を設定することに、一番苦労しました。

■開発担当者の商品に対する想い

- ・海外旅行に行ったら、その国ならではのものや、自分の国では食べられないものを食べたい人が多いかと思えます。
日本では、ラーメンや寿司、たこ焼きやたい焼きがそのポジションにいますが、和のソフトクリームをきっかけにソフトクリームも「日本に行ったら食べたいもの」になれたらと考えました。
- ・和のソフトクリームを購入したら写真に撮って、日本の思い出としてSNSなどに投稿し、日本のソフトクリームの美味しさを世界に広げてもらうことをテーマにしました。
- ・カレーライスやラーメンが他の国からやってきて、日本ならではの食べ物になったように、ソフトクリームも海外から上陸して約70年、日本で独自に発展してきたことを世界中に知っていただきたいと思っています。

広報内容問い合わせ先

日世株式会社経営企画部 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:03-5749-9071

press@nissei-com.co.jp

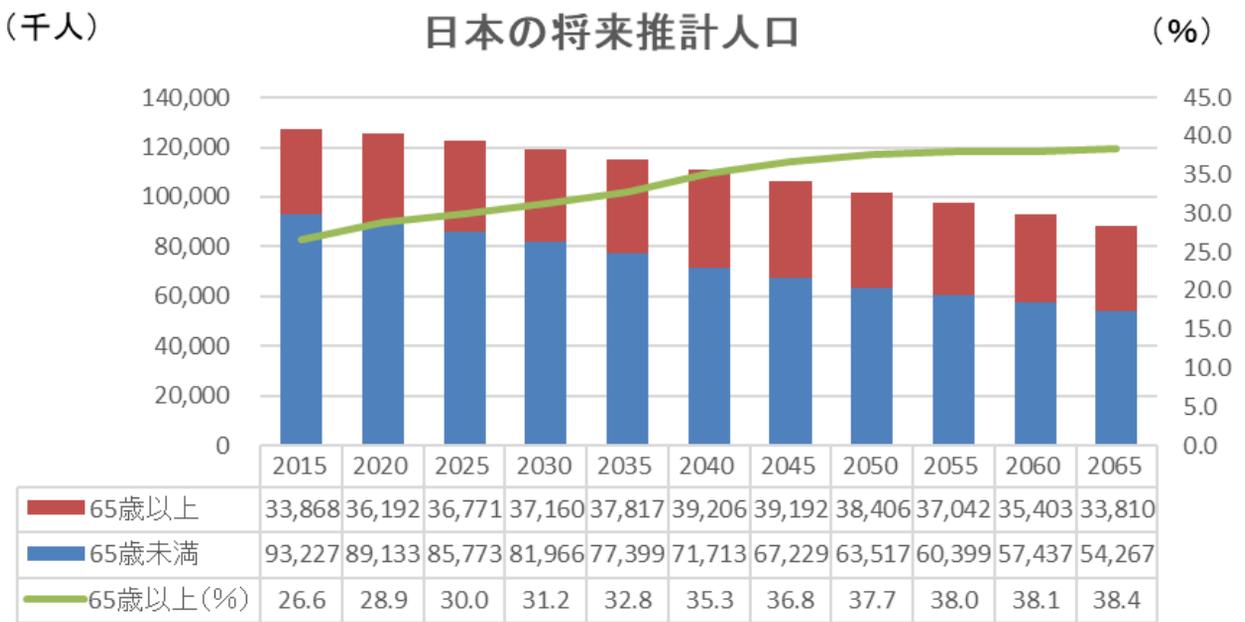
■開発の背景

当社による日本人をメインターゲットとした商品開発により、日本のソフトクリーム市場は拡大を続けてまいりました。

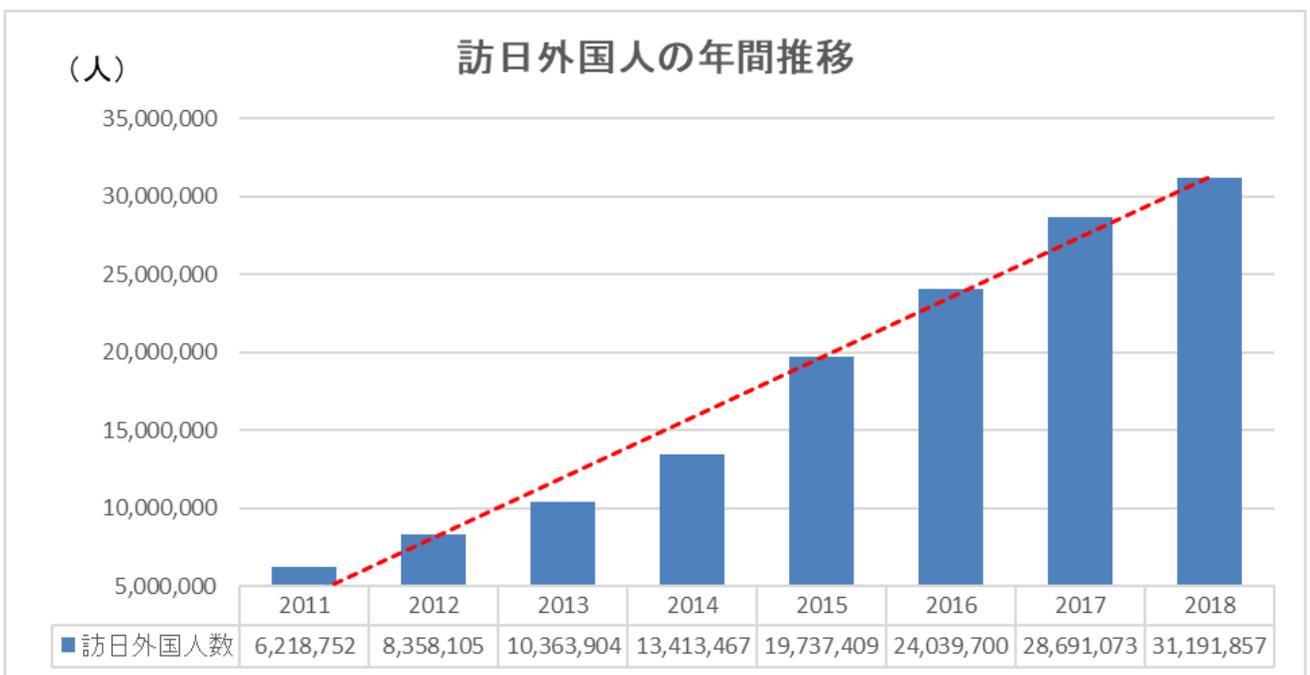
ところが日本では、少子高齢化と人口減少が進んでいるため、今後の内需拡大は厳しい問題になっております。

そこで、ソフトクリームのメインターゲットを増加傾向にある訪日外国人観光客に設定して、日本らしいソフトクリームの開発を検討致しました。

日本らしい配色の、赤と白の縁起の良い紅白のコーンと、すっきりした甘さの風味豊かな北海道あずきソフトを考案しました。



▲出典：国立社会保障・人口問題研究所 日本の将来推計人口（平成29年推計）
表1-1 総数,年齢3区分別総人口及び年齢構造係数:出生中位(死亡中位)推計



▲出典：日本政府観光局 > 日本の観光統計データ > 訪日外客数の推移

■新商品紹介

商品名	紅白ツートンコーン	
商品画像		
名称	菓子	
成分規格	水分	1.8(g)
	たんぱく質	4.7
	脂質	8.9
	灰分	0.5
	炭水化物	84.1
	100g当りのエネルギー	435(Kcal)
	ナトリウム	84(mg)
		(食塩相当量 0.2g)
	トランス脂肪酸	0.1(g)
製品規格	全長:165mm コーンアングル:22°	
内容量	120個(6個×20袋)	
商品特徴	<p>日本初(当社調べ)の2色のコーンは、「複数の色の生地が混ざらないように配置して焼かれたワッフルシートを成形する」という内容で、特許を取得している。紅白は日本で縁起がいいとされており、寺社仏閣や様々なイベントを彩っている伝統的な組み合わせで、写真に撮りたくなるような見た目にこだわった。白側には米粉を使用し、プレーンな風味は北海道あずきソフトと相性が良い。</p>	
日世株式会社 発売日	2020年3月10日	
メインターゲット(消費者)	訪日外国人観光客	
利用シーン	外国人が多く訪れる寺社仏閣近隣店舗、観光地、高速道路、空港、港湾施設	

■新商品紹介

商品名	ソフトサーブミックス 北海道あずき
商品画像	
名称	乳等を主要原料とする食品
製品規格	無脂乳固形分 6.1% 植物性脂肪分 4.1% 北海道十勝産エリモショウズ使用 こしあん 3.6% 北海道産小豆パウダー 0.5%
内容量	1L×12本
商品特徴	外国人にも認知度が高い北海道の原料として、北海道十勝産エリモショウズを使用したこしあんに、皮ごと使用した北海道産小豆のパウダーを配合したことで、あずきの本格的な風味を実現。コクのある赤糖と、すっきりした甘さの氷砂糖を使用し、味の深みと切れの良さを両立。まろやかな塩味が特徴の花藻塩で風味を引き締めている。
日世株式会社 発売日	2020年3月10日
メインターゲット (消費者)	訪日外国人観光客
利用シーン	外国人が多く訪れる寺社仏閣近隣店舗、観光地、高速道路、空港、港湾施設

■新商品紹介

商品名	ツートン 和風スリーブ [日本の美][和柄][着物]
商品画像	
内容量	600枚(各柄3種×200枚)
商品特徴	日本の美しい情景や柄を、色彩や形状で表現した紅白ツートンコーン専用のスリーブ。それぞれ3種類のデザインが入っている。購入したお客様がSNS用に写真を撮ったり、食べ終わった後に旅行の思い出として持ち帰りたくなるようなデザイン。
日世株式会社 発売日	2020年3月10日
メインターゲット	訪日外国人観光客
利用シーン	外国人が多く訪れる寺社仏閣近隣店舗、観光地、高速道路、空港、港湾施設

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。

