

## 3年目のジャパンプレミアム 第二弾は山形佐藤錦 2017年5月15日発売



2017年5月1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・ジャパンプレミアムの2017年版第二弾 JP山形佐藤錦 を5月15日より発売いたします。

### 今年も5月に山形佐藤錦



2015年、2016年と、5月中旬から 山形佐藤錦を発売しております。

2017年も第二弾の商品として発売いたします。

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:03-5702-9352 FAX:03-5749-9095

[press@nissei-com.co.jp](mailto:press@nissei-com.co.jp)

## そもそも ジャンプレミアム 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。

今回の果実は、  
全国のさくらんぼの生産量の7割を占める山形県産、  
特に「佐藤錦」の発祥地である東根地区の原料のみを使用しています。

原材料加工のこだわりとして  
適熟の佐藤錦を熱処理せずにピューレに加工し冷凍保存しました。

## ターゲットは「大人」、さらに訪日外国人観光客

- ・ジャンプレミアムは大人向けのフルーツソフトクリームをめざしました。
- ・訪日外国人旅行客もターゲットにします。

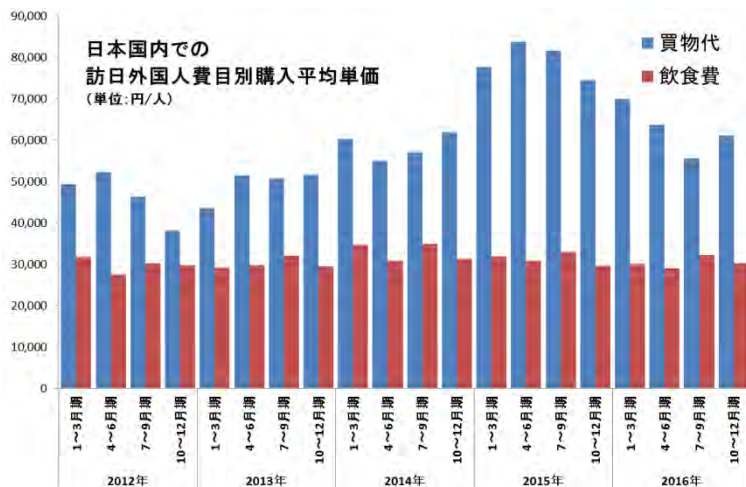
ジャンプレミアム開発の背景として、

- ・当社の自主調査により、ソフトクリームの主な購入者は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。

- ・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。



▲ 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/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>

# JP山形佐藤錦ソフトミックス



全国のさくらんぼの生産量の7割を占める山形県産、特に「佐藤錦」の発祥地である東根地区の原料のみを使用しています。

原材料加工のこだわりとして、適熟の佐藤錦を熱処理せずにピューレに加工し冷凍保存しました。

日世株式会社・発売日 2017年5月15日  
数量限定生産

商品名 JP山形佐藤錦ソフトミックス

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。

無脂乳固形分	0.1%
フルーツ含有率	30.0%
(山形県産佐藤錦ピューレ)	30.0%

## 2017年のジャンププレミアム・年間予定



### 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。

