



ソフトコミュニケーションで世界を結ぶ

— 世代や国境を越えて人々に潤いある笑顔と癒しの食文化を提供

日世株式会社 (本社 大阪府茨木市)

進化する日世 ……デザート・フードの世界をより豊かに、より広く……

ソフトクリームを中心に、豊かなデザート・フードの世界を創造する日世。美味しさが、日本と世界をひとつにするという理念から、技術や情報を広く海外に求め、時代にふさわしい味を提案し続けてきました。

その取り組みは、新たな商品を生むとともに、今日も広大なフィールドを開拓しています。



LIVING & ULVAC

突然ですが、甘いものは好きですか？たとえばソフトクリームのあるシーンとは、どんな場面でしょうか？今年70周年を迎えたソフトクリーム総合メーカーの日世株式会社（以下、日世）は、アンケート調査を行い「そこには必ず笑顔がうまれる」ということをあらためて認識したとのこと。創業時からの「戦後の日本を元気にしたい、日本人に新しい文化を、安らぎを送りたい、作りたてのソフトクリームを手渡すことによってお客様とのコミュニケーションがとれる」という想いを持ち続けています。今回の「暮らしとアルバック」は、東京支店（東京都品川区）にお邪魔し、執行役員の茨田貢司氏にお話を伺いました。



日世株式会社 執行役員 茨田貢司氏

「作りたて」が重要 ソフトクリームの意外なルーツ コーンはワッフルが始まり

そもそも「ソフトクリーム」は日世創業者の田中穰治氏が命名した和製英語です。英語で正確には「Soft serve ice cream」というそうです。

中国にあったミルクシャーベットの製法が、シルクロードを通してヨーロッパに伝わり、アメリカへと渡りました。現在のような姿になったのには、このような逸話があります。1904年アメリカ・セントルイス万国博会場でアイスクリーム屋とワッフル屋が隣り合わせで出展したときのこと。当時は紙皿に乗せて売られていましたが、猛暑で人気となり紙皿の在庫がなくなってしまいました。そこで隣の店のワッフルを円錐（コーン）状に巻いて使い、これが定着しました。コーンはワッフルが始まりなのです。

そんな「アイスクリームの作りたてを提供したい」という想いと、冷凍技術の発展により、アメリカで「オートマティック・ソフト・サブマシン」がうまれました。ソフトクリームは、フリーザーとも呼ばれる製造機の中で材料が攪拌され空気を含むので、口当たりが滑らかになります。ソフトクリームの製品温度がマイナス5℃程度なのに対し、アイスクリームは柔らかいクリーム状のものをマイナス30℃以下で急速に固めており、お店ではマイナス18℃以下で売られています。ソフトクリームは「出来たてかどうか」が、冷やし固めたアイスクリームと違う点なのです。

1951年日本に初めてソフトクリームを紹介 7月3日は「ソフトクリームの日」

1947年に日系二世の田中穰治氏が「株式会社二世商会」を設立し、後に現在の日世となりました。当時、米兵からソフトクリームの存在を知り、日本に広めたいとアメリカからフリーザーを10台購入しました。1951年7月3日に神宮外苑で開催されたアメリカ独立記念イベントでソフトクリームが初めて紹介され、爆発的人気となりました。デパートや喫茶店で販売を開始し、当時はかけそば1杯15円に対しソフトクリームはなんと50円！かなりの高級スイーツですね。1954年日本で公開された映画「ローマの休日」でヒロインのオードリー・



FRUITS PREPARATION

フルーツプレパレーション

その他

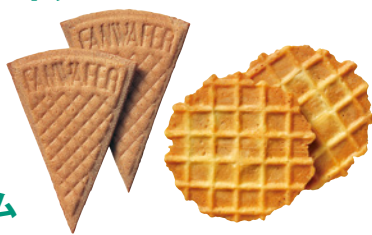
SHAKE MIX

シェークミックス



DECORATION ITEM

デコレーションアイテム



WHIP CREAM

ホイップクリーム



市販商品

コーンカップ、フルーツソースなど



ヘップバーンがスペイン広場でジェラートを食べるシーンの影響もあり第一次ソフトクリームブームが到来しました。

はじめはコーンを輸入していましたが、大阪工場を開設し自社生産を始めます。1963年にはフリーザーも国産化し、材料となるソフトクリームミックスの生産を開始しました。さらに第二次ソフトクリームブームの到来となったのが、1970年大阪万国博覧会での大ヒットです。

1990年には、初めて日本にソフトクリームが紹介されたことを記念して、7月3日が「ソフトクリームの日」に制定されました。

ソフトクリームが出来るまで フリーザーやコーンに アルバックの技術が活躍

ソフトクリームは、注文を受けてから、フリーザーからコーンカップなどへ直接盛りつけ、出来たてを食べることができます。ソフトクリームが作られるフリーザーの原理は次の通りです(図1)。タンクに原料となるミックスを入れ、それを冷やすためコンプレッサーで冷媒ガスに圧力をかけてウォーターコンデンサーに通し、冷媒ガスを気体から液体に変えます。液体になった冷媒ガスを一気に噴射して再度、気体に変える時に冷たくなる性質を使い原料攪拌室を冷やします。ミックスは攪拌することで空気を含んで、口当り滑らかな状態でコーンに盛り付けられて完成です。最後は冷媒ガスがコンプレッサーに戻ります。モードを切り替えお店で毎日フリーザーを加熱殺菌するためにもこの冷媒ガスが使われています。冷媒ガスを全密閉型で使用しているのは日世の特長です。またこれら一連のフリーザーの動作はコンピュー

ター制御されています。このようにソフトクリームフリーザーは、「販売機」ではなく「製造機」であり、ソフト



「NISSEI OVEN FACTORY」ブランドのコーン「チュイル」



クリームを目の前にして笑顔になったお客様の身近な存在でもあるのです。

日世ではこのフリーザーも自社で製造しています。フリーザーが日世高槻工場(大阪府)で製造され、洗浄などメンテナンスをする際、この冷媒ガスを充填するというまさにマシンに命を吹き込む工程で、アルバックの真空ポンプが活躍しています。

2016年10月に操作性と管理機能を向上させた新世代ソフトクリームフリーザー CI シリーズを開発し販売を開始しました。運転記録(データロギング)が可能なシステムを導入し、衛生管理を強化する HACCP (ハサップ: 食品衛生管理システム: 危害分析重要管理点) に対応しています。

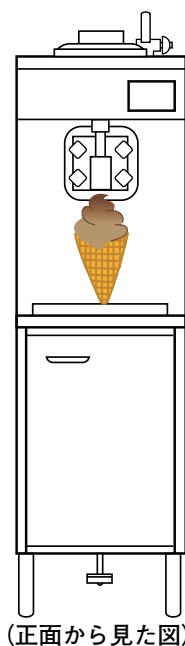
さらに、東松山工場(埼玉県)では、「NISSEI OVEN FACTORY」ブランドのコーン「チュイル」生産設備(成形金型)にも、アルバックの表面処理技術が活かされています。

「特色ある No.1 をめざす」が原点 絆を感じる幸福感 「Smile Soft Project」

日世は、コーン、ソフトサーブミックス、フリーザー、さ



2016年10月発売の操作性と管理機能を向上させた新製品
新世代ソフトクリームフリーザー
CI シリーズ



(正面から見た図)

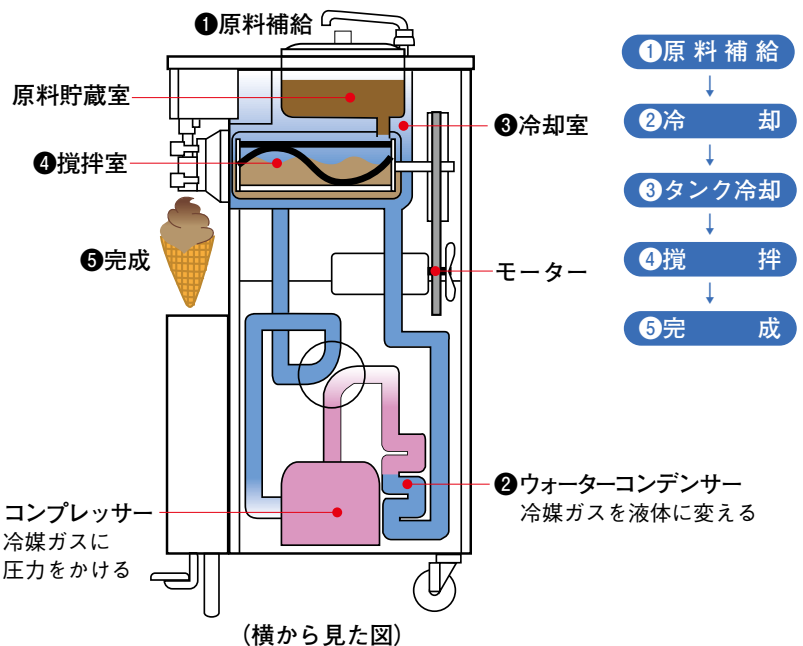


図1 ソフトクリームフリーザーのしくみ



日世ソフトドリームカー

SOFTCREAM LAND
スウェーデン 阪急三番街店
(大阪・梅田)



Smile Soft Project
笑顔がうまれる。日世のソフトクリーム

昔から親しまれているイメージキャラクター。2010年公募により「ニックン・セイちゃん」と名付けられた

■ NISSEI パイロットショップ



ドルチカフェ
シルククリーム 渋谷店
(東京・渋谷)



キッズニアより「Best Smile 賞」

らにはトッピング商品など関連アイテムを自社生産し、お店づくりのバックアップまで、トータルに展開しています。ソフトクリーム総合メーカーのトップでありながら、常に挑戦し続けています。ソフトクリームのルーツは海外ですが、バラエティに富んだ味や、コーンの豊富な種類など、特色あるフレーバーにより今や日本オリジナルのものとなっています。

「ご当地ソフト」では、観光地など日本全国の名産品を使った味のソフトクリームが豊富にあります。生産地域が特定された国産果実だけを使用した「JAPAN PREMIUM」は、「フルーツそのまま」をコンセプトにしたもので、期間限定で福岡県産イチゴの「あまおう」や宮崎県産マンゴー、岡山県産の白桃、山形県産のラ・フランスなどがあります。日世は国産農産物の消費拡大により食料自給率の向上を実現するための「FOOD ACTION NIPPON」推進パートナーです。

また、お客様のソフトクリームに対する価値観を知るため1,000人に意識調査を行ったところ、「みんなが好きな味」「家では食べられない少し特別なもの」「親しい誰かと食べるもの」というイメージがあることが分かりました。そこで日世は「絆を感じる幸福感」をソフトクリームの価値と考え、日本全国に「笑顔の絆」を広げようと「Smile Soft Project ココロもとけあうソフトクリーム」という活動をしています。

「キッズニア東京」「キッズニア甲子園」に「ソフトクリームショップ」パビリオンを出展しています。楽しく美味しい体験を通して、子ども達に夢のある製品をお届けする喜びを伝えています。直営のパイロットショップを大阪梅田と東京渋谷に展開して、お客様との絆を感じるお店づくりをしています。さらに東日本大震災の復興支援では、「日世ソフトドリームカー」が被災地を訪問し皆さんに心を込めたソフトクリームを食べていただいたり、観光地での無料提供による募金活動を行いました。フルーツ事業でも、加工用として仙台のイチゴを適正価格で仕入れ、利益を生産地に戻す取り組みをしました。またWebサイトではクイズに答えてプレゼントが当たるキャンペーンや、日世商品を使って家庭でも簡単にデザートが作れるレシピを紹介しています。是非ご覧ください。

確かにソフトクリームはなくても生きていけるものではありませんが、これからも日世は、創業者の「日本を元気にしたい」「日本に新しい文化を伝えたい」「暮らしを豊かに、安らぎを届けたい」という熱い想いを後世にも伝えていきます。自社生産のコーンを「繁忙期でも作りだめしない」という姿勢にもその想いが表れています。独自の技術開発によって安心・安全でより良い商品の提供に努めてソフトクリーム総合メーカーとして世界中に「笑顔の絆」を広げていくことでしょう。