

NEWS RELEASE

2001.3.9
ミニストップ株式会社
(証券コード 9946)

コールドデザートの主力メニュー

「ソフトクリーム バニラ」がグレードアップして新発売！

イオングループのミニストップ株式会社(本部 千葉県千葉市 社長 横尾 博)は、コールドデザートの主力メニュー「ソフトクリーム バニラ」(180 円税別)を、厳選素材を使用した新しい味にリニューアルし、よりグレードアップして4月9日よりエリアを含む全店舗(1469 店 2001 年 2 月末現在)にて新発売いたします。

ミニストップのソフトクリームは、1980 年の創業と同時に販売を開始し、コールドデザートの柱として常に高い人気を誇ってまいりました。特に 1992 年に現在のバニラの味に改良してからは、その独特のミルク感のあるコクでファンを増やし、「ミニストップといえばソフトクリーム」と言われるまでとなり、今やミニストップ ファーストフードの代名詞ともいえる看板商品です。

近年のソフトクリームを取り巻く環境は、通称「ブランドソフト」と呼ばれる、クオリティの高いソフトクリームのショップに、人々が長い行列をつくる現象にも見られるように、お客さまの意識は「安くて、どこでも手に入る手軽なデザート」から、「素材にこだわった本格的な味」「甘さ控えめなヘルシーな味」を求め、「目的意識を持ってショップに足を運ぶ」といった方向に変化していると考えられます。

こうした環境の変化をとらえ、発売以来 高い評価をいただき続けたミニストップのソフトクリームも、お客さまの新たな嗜好にお答えできる、よりグレードの高い商品へと生まれ変わります。

「新ソフトクリーム バニラ」は、北海道産の生乳のみを使用した、「厳選素材ソフトクリーム」です。

現行品とは原料を改め、厳選された生乳のみを使用することで、素材の味を最大限に引き出した本格的な味わいを生み出しました。実に商品の 60%が生乳で、これに、同じく北海道産の生クリームを加えてなめらかさを増し、練乳の旨みをプラス。乳脂肪分も現行の 3.5%から 5%にアップし、甘さやや控えめで、「コクがあり、後味がサッパリ」というコンセプトをこれまで以上に実感できます。

その味わいは、お客さまのニーズの変化にも答え得る、他に引けを取らない完成度となっております。

ミニストップは今年 創業 21 周年を迎えます。同じ歴史を歩んできた主力商品「ソフトクリーム バニラ」の今回のリニューアルは、お客さまに愛され続ける商品づくりへの挑戦であり、コールドデザート全体の売上アップと、新たなお客さま獲得への最大の商機となるものと期待いたしております。

この件についてのご質問は
ミニストップ株式会社 社長室 広報担当
森出 芳孝・有田 成美
043-212-6477
までお願いいたします。