

JELLY BEANS Group

株式会社Gold Star

3Dフルーツアイス販売開始のお知らせ

株式会社ジェリービーンズグループ

NEW RELEASE

3Dフルーツアイス販売開始



株式会社ジェリービーンズグループの連結子会社である
株式会社Gold Starの新商品「3Dフルーツアイス」が「2025年12月1日」より
全国の「大手コンビニ」と「大手スーパー」「大手量販店」で販売開始。



PRODUCT CONCEPT

商品コンセプトと特徴

立体フルーツアイスは、従来の平坦なアイスの概念を覆す革新的なアイスクリームです。果実そのものの形状と風味をそのまま閉じ込めた新感覚のスイーツ。

立体造形美

果物をそのまま切り取ったかのような精巧な造形美
SNS映える立体的なビジュアルが最大の特徴

味わいと果肉感

果物そのものの鮮やかな色合いを忠実に再現
濃厚な風味とくちどけ感の両立を実現

健康志向の設計

添加物を抑えた自然な仕上がり。子供から大人まで、
家族みんなで楽しめる幅広いターゲット設計

LINE UP

商品ラインナップ

本物のフルーツを再現した立体デザイン見た目も楽しめる新感覚のアイス

ブドウ



希望小売価格
498 円 (税別)

鮮やかな色合いと粒々感の再現。みと酸味のバランスが絶妙。

レモン



希望小売価格
498 円 (税別)

鮮やかな色彩と爽やかな香り。甘酸っぱくてさっぱりとした味わい。

マンゴー



希望小売価格
498 円 (税別)

マンゴーピューレを贅沢に使用。トロピカルな甘みとさわやかな味わい。

モモ



希望小売価格
498 円 (税別)

モモの濃縮果汁を贅沢に使用。甘みと香りが豊かな味わい。

イチゴ



希望小売価格
498 円 (税別)

イチゴピューレを贅沢に使用。フルーティーな香りとジューシーな味わい。



注記： 実際の販売価格は、各お取引先様の小売店によって異なる場合がございます。

MARKET AND TRENDS

市場規模とトレンド

市場規模（2024年度）

6,451 億円

メーカー出荷ベース／前年比 106.1%

販売物量: 935,916kL（前年比103.1%）

5年連続で過去最高を更新

成長予測

71.7 億米ドル 2033年までに

CAGR: 2.96%（2025-2033年）

消費トレンド

プレミアム化

高価格帯・高品質製品への需要拡大

健康志向

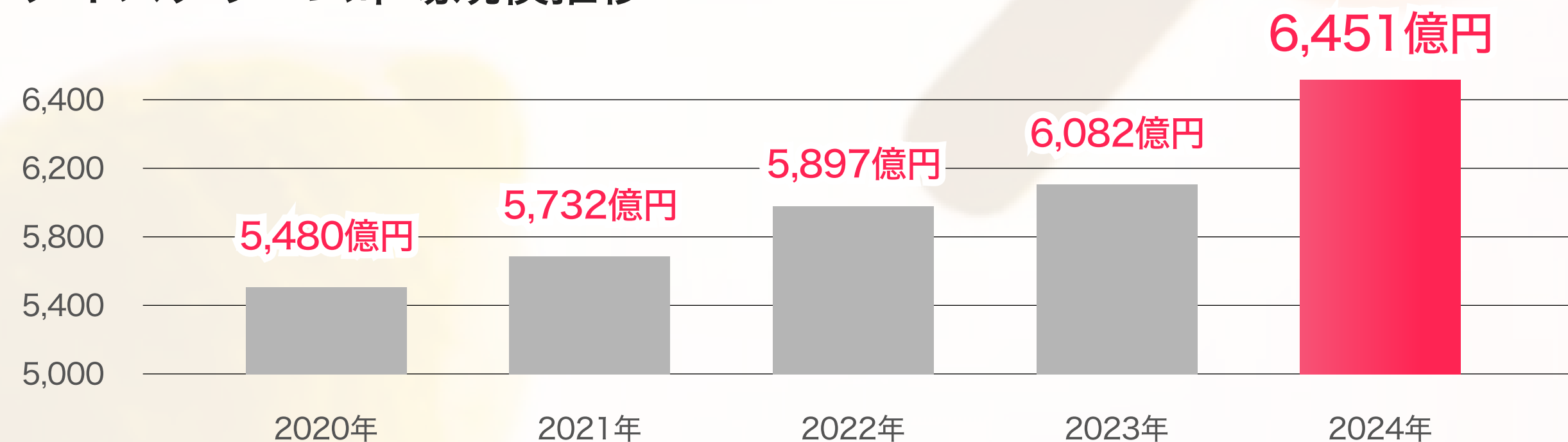
添加物削減・機能性素材への注目

ビジュアル重視

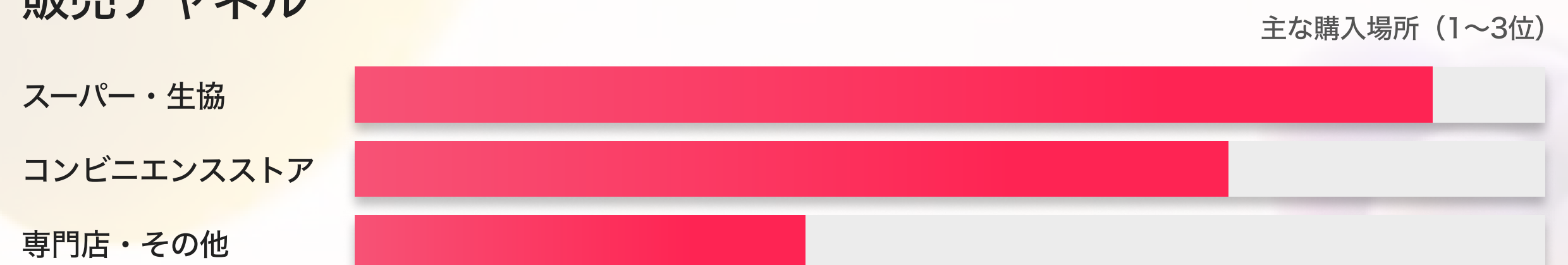
"映え"を意識した商品展開

注記・出典：日本アイスクリーム協会「販売実績（2024年度）」／IMARC Group「Japan Ice Cream Market Report」／ReportOcean（成長予測）／日本アイスクリーム協会「アイスクリーム白書2021」（販売チャネル）

アイスクリーム市場規模推移



販売チャネル



SALES CHANNELS

販売チャネル戦略

展開先 全国の以下チャネルで同時展開



コンビニ



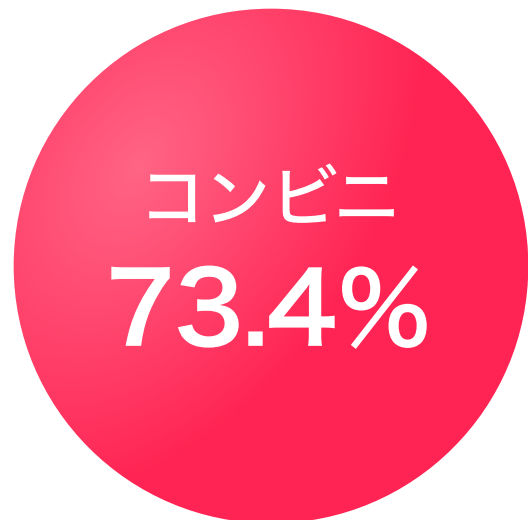
スーパーマーケット



大手量販店

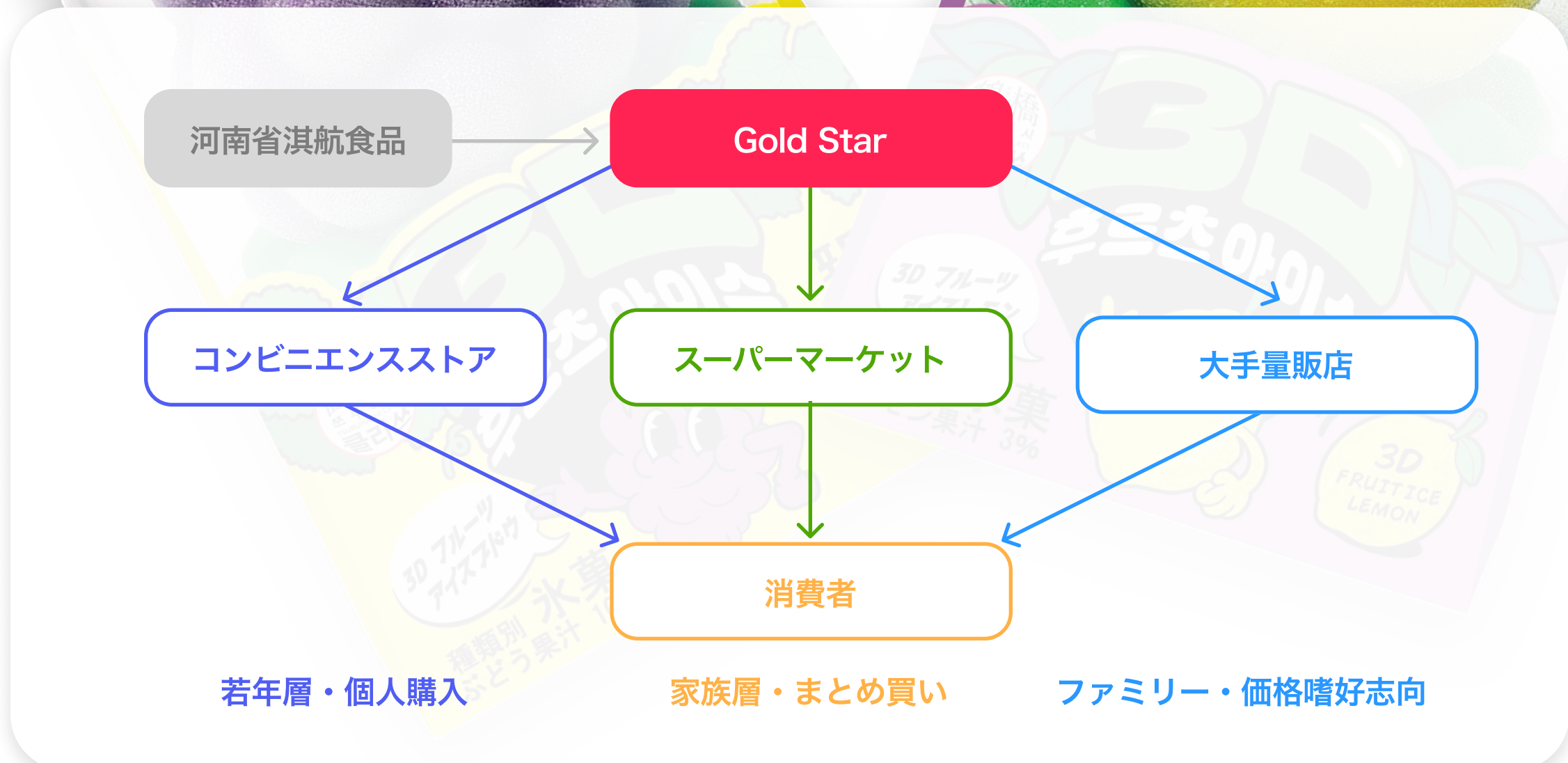
購入動向（アイスクリーム）

日本アイスクリーム協会「アイスクリーム白書2021」によると
アイス購入場所の1～3位合計割合は以下の通り



注記・出典：適時開示（2025/11/25）／日本アイスクリーム協会「アイスクリーム白書2021」

流通チャネルと展開戦略



戦略ポイント

- ➡ CVS主軸での認知拡大：高回転・高頻度購買客層へのアプローチ
- ➡ SM・量販店での面展開：家族層・まとめ買い需要の獲得
- ➡ 立体的なVisual Merchandisingによる店頭訴求強化
- ➡ 各チャネル特性に合わせたプロモーション展開

FUTURE PROSPECTS

業績見通しと今後の展望

当社グループは、この「3Dフルーツアイス」の発売を通じ、市場における新たな柱の構築を目指し、グループ全体の企業価値向上を図ってまいります。

今後の成長戦略

- 話題性の高い商品ラインナップの積極的な拡充
- SNSマーケティング強化による"映え"商品の認知拡大
- 販売チャネルの多様化（コンビニ・スーパー・量販店の拡大）
- 季節ごとの限定フレーバー展開による継続的な話題創出
- 新たな輸入商品の開発・導入によるポートフォリオ強化



AWARD



クリーミーヨーグルトボールが 第93回 食品・飲料部門 グランプリを受賞

Gold Starのアイスは、様々な方面から高い評価をいただいております

評価されたポイント

- 韓国ブームのトレンドを捉えている
- サクッとしたチョコパフの触感がよい
- 生きた乳酸菌をアイスクリームで取れるのはうれしい
- パッケージの写真が中身の色合いを正確に描いている
- ありそうでなかった見た目に驚きを感じる
- 既存のヒット商品のパッケージを活用している
- リードシーリングのみで包装し、過剰包装を削減している



CONCLUSION

まとめ

3Dフルーツアイスの展開を皮切りに、話題性の高い商品を積極的に取り入れ、グループ全体の成長を加速してまいります。

3Dフルーツアイスの特徴

- 立体造形美と"映え"ビジュアルの新カテゴリー商品
- 果実の鮮やかな色合いと濃厚な味わいを両立
- 添加物を抑えた健康志向の設計
- 子供から大人まで家族全員が楽しめる多彩なフレーバー

展開戦略

- 全国の主要チャネル（コンビニ・スーパー・量販店）での横断展開
- SNS・インフルエンサーを活用した話題性創出
- プレミアムアイス×映えニーズの獲得

業績見通し

- 当社連結業績への影響は確定次第速やかに開示
- 話題性の高い商品の積極的な取り入れでグループ成長を加速

短期戦略 ~2026年Q1



全国展開による認知
拡大と回転の最大化



5種類のフレーバー
でファン層の獲得



SNS口コミを活用し
た自然拡散の促進

中期戦略 2026年Q2~



販売チャネルの拡大



ラインナップの拡充