

**規格外のバナナを使用したアイスバーとドリンクを発売！  
「ねっとり濃厚バナナ&ミルクバー」「のむヨーグルトバナナ」  
～ファミリーマートのフードロス削減の取り組み～**

株式会社ファミリーマート（本社：東京都港区、代表取締役社長：細見研介）は、継続して取り組んでいる5つのキーワードの1つである「食の安全・安心、地球にもやさしい」の一環として、バナナの生産・商品化の過程において「規格外」となったバナナを使用することでフードロスを削減し、地球環境保全への貢献を目指したアイスバー「ねっとり濃厚バナナ&ミルクバー」176円（税込190円）とチルド飲料「のむヨーグルトバナナ」147円（税込158円）を、2023年8月29日（火）から全国のファミリーマート約16,500店にて発売いたします。



**■「もったいないバナナ」や高地栽培バナナの美味しさをお届け！**

このたび発売する「ねっとり濃厚バナナ&ミルクバー」と「のむヨーグルトバナナ」に使用するバナナは、株式会社ドールの廃棄バナナを削減するSDGs活動「もったいないバナナ」プロジェクトを通じて提供された「もったいないバナナ」です。株式会社ドールの「もったいないバナナ」は、規格外でも通常品と同等の品質が保証されており、大変美味しく召し上がっていただけます。

また、「のむヨーグルトバナナ」にはファミリーマートのプライベートブランド「ファミマル KITCHEN」の商品「高地栽培バナナ」の規格外バナナも使用しています。

ファミリーマートでは昨年「もったいないバナナ」を使用した商品を販売し、味わいに加えて、商品コンセプトに対しても多くのお客さまからご評価をいただきました。

ファミリーマートは今後も、コンビニエンスストアならではのインフラを活かし、お客さまに手にとっていただきやすい地球環境に配慮した商品をお届けすることで、更なる「フードロス削減」に取り組んでまいります。

#### 【商品詳細】

	<p>【商品名】ねっとり濃厚バナナ&amp;ミルクバー          【価格】176 円（税込 190 円）          【発売日】8 月 29 日（火）          【発売地域】全国          【内容】北海道産生クリームを使用したねっとり食感のミルクアイスを、「もったいないバナナ」を原料としたピューレを使用したバナナアイスキャンデーで包んだ、ミルクとバナナの味わいが同時に楽しめる仕立てのアイスバーです。</p>
	<p>【商品名】のむヨーグルトバナナ          【価格】147 円（税込 158 円）          【発売日】8 月 29 日（火）          【発売地域】全国          【内容】バナナの甘さと食感、ヨーグルトのコクとまろやかさが絶妙にマッチしたヨーグルトドリンクです。バナナ果肉には株式会社ドールの「もったいないバナナ」を、バナナピューレにはファミリーマートのプライベートブランド「ファミラル KITCHEN」の商品「高地栽培バナナ」の規格外バナナをそれぞれ使用しています。</p>

※画像はイメージです。

※軽減税率対象商品につき、税込価格は消費税 8%にて表示しております。

※店舗によって取り扱いのない場合がございます。

※一部地域では価格が異なります。

#### <参考情報>

##### ■株式会社ドール『もったいないバナナ』プロジェクトについて

『もったいないバナナ』プロジェクトは、株式会社ドールが 2021 年 9 月から取り組んでいる廃棄バナナを削減する SDGs 活動です。

2022 年 4 月からは、バナナ以外の他のフルーツ廃棄削減も目指す『もったいないフルーツ』プロジェクトを始動しています。

『もったいないバナナ』プロジェクト特設ページ

<https://www.dole.co.jp/special/mottainaibanana/>

##### ■ファミリーマートの店舗における SDGs の取り組み事例

###### ●「ファミマフードドライブ」

「ファミマフードドライブ」とは、ご家庭で食べきれない食品をファミリーマート店舗にお寄せいただき、地域の自治体や NPO などの協力パートナーを通じて、支援が必要な方に提供する取り組みです。

「ファミマフードドライブ」の取り組みを通じて、ご家庭にある食べきれない食品が活用され、フードロスの削減につながります。

また、全国に店舗があるファミリーマートを回収拠点とすることで、地域の皆さまに、気軽に社会貢献活動に参加していただくことができるようになります。2022年7月28日現在、全国41都道府県1,661店舗で実施しております。

今後もファミリーマートでは、「ファミマフードドライブ」の実施店舗を、全国で拡大してまいります。

※ファミマフードドライブの実施店舗は、ホームページからご覧いただけます

[https://www.family.co.jp/sustainability/material\\_issues/society/community/fooddrive.html](https://www.family.co.jp/sustainability/material_issues/society/community/fooddrive.html)

ファミリーマートは、「あなたと、コンビニ、ファミリーマート」のもと、地域に寄り添い、お客さま一人ひとりと家族のようにつながりながら、便利の先にある、なくてはならない場所を目指してまいります。

以上

#### <参考情報・ファミマルについて>

##### ■対象商品数は約930種類！3つのラインで展開する「ファミマル」

ファミマルは、“家族の日常を豊かにする”加工食品や菓子、日用品、飲料などの「ファミマル」、 “家族の食卓を支える”惣菜や冷凍食品に、弁当、サンドイッチなどの中食商品を加えた「ファミマル KITCHEN」、また、ファミマル KITCHEN の中で、“素材や製法に特にこだわった上質な美味しさ”を提供するプレミアムライン「ファミマル KITCHEN PREMIUM」の3つのラインで、合計約930種類を展開しております。

##### ■「ファミマル」ネーミングとロゴに込められた思い



1 「ファミマの PB 商品であることがすぐわかる」こと

・「ファミマル」というワード、ファミリーマートのブランドカラーを使用

2 「ファミマが自信を持って薦めるクオリティであることが伝わる」こと

・安全・安心、環境対応、美味しさなど、「ファミマの二重マル」品質を表現したデザイン

3 「老若男女あらゆる世代・性別の方々が理解できる」こと

・お客さまも笑顔になるスマイルマーク（※ロゴ案の消費者調査で1位を獲得したロゴ）

## ■ファミマルのコンセプト

ファミマルのコンセプトは「ファミリークオリティ」。目指すのは大切な家族に安心してお薦めできる品質と安全性です。また、「おいしい◎うれしい◎あんしん◎」をキーワードに、お子さまからご高齢の方まで、誰にでもわかりやすい伝え方で、魅力を発信してまいります。

# おいしい◎うれしい◎あんしん◎

### — おいしいへの取り組み —



※  
食品は、味覚調査を経て、商品開発会議を重ねて開発。原材料や製法にこだわりを持った商品を開発するための基準を設定。他社商品との比較調査や、お客さまの声を取り入れるなどして、改良を繰り返し、おいしさを追求していきます。

### — うれしいへの取り組み —



※  
家族に自信を持って薦められるレベルの品質を、お求めやすい価格で提供することを目指します。パッケージでは、使い勝手・商品特徴などを分かりやすく表記する他、ユニバーサルデザイン※を取り入れ、お客さまに喜んでいただける商品開発を実現していきます。  
(※障がいの有無、年齢、性別、国籍等にかかわらず多様な人々が利用しやすいデザイン)

### — あんしんへの取り組み —



※  
独自の基準をクリアした工場だけを選定。商品に適した温度管理を徹底し、出荷時の品質を大切にお届けするためスピーディで効率のよい配送を行っています。さらにバイオ素材配合の包材や紙容器等を一部使用するなど、環境配慮型素材への切り替えを促進していきます。

※上記18個のアイコン・アイキャッチは取り組みの一例で、全ての商品には当てはまりません