

ファミマルの産地応援シリーズおかげさまで 1 周年！
「とろける食感ぎゅっと桃」アイスバーを 5 月 14 日（火）発売
福島県産桃を使ったアイスバーで「産地と、コンビに、」！

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「『あなた』のうれしい」**の一環として、プライベートブランド「ファミマル」から福島県産桃果汁を46%使用した「とろける食感 ギゅっと桃」176 円（税込 190 円）を2024 年 5 月 14 日（火）から全国のファミリーマート約 16,300 店にて発売いたします。



■ 国産果物の産地応援アイスバーシリーズが 1 周年！

国産フルーツを使い、持続可能な果実生産の支援につなげる取り組みとしてプライベートブランド「ファミマル」で展開しているアイスバーシリーズは、2024 年 6 月に 1 周年を迎えます。

このたび、第 1 弾として発売した福島県産の桃を使ったアイスバーの「とろける食感ぎゅっと白桃」をリニューアルして発売いたします。福島県産桃果汁を 46% 使用し、桃本来のおいしさをより感じられる仕立てとしました。

また、産地との取り組みについてより多くの皆さまに知っていただきたく、ファミリーマート公式 HP において「産地と、コンビに、」の特設ページを開設いたしました。特設ページでは、産地の様子をご紹介します。

URL：<https://www.family.co.jp/sustainability/icebar.html>

【商品詳細】

	【商品名】とろける食感ぎゅっと桃 【価格】176 円（税込 190 円） 【発売日】2024 年 5 月 14 日（火） 【発売地域】全国 【内容】濃厚な甘みと余韻が残る風味が特長の、福島県産桃果汁を 46% 使用した果汁感あふれるアイスバーです。濃厚な桃果汁の層とさっぱりとしたくちどけの良いジェラート食感の層の 2 層仕立てにしました。
---	---

※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。

※一部地域では価格が異なります。

※店舗によって取り扱いのない場合がございます。

<生産者の声～福島県桃農家さま訪問～>

桃の収穫が最盛期になる 8 月に向けて、3 月頃から収穫のための準備作業が始まります。約 200 本前後の桃の木に対して手作業で蕾の数の調整を行い、収穫時には 1 枝から約 3 個の桃が出来上がるように、数か月間の時間と労力をかけて手入れを行います。

今回お会いした福島県の桃農家さんとお話の中で、大変うれしいお言葉をいただきましたのでご紹介いたします。

「我々農家としては、心を込めて育てた桃を【青果物】として消費者の方へお届けしたいと考えていたので、青果物として出せなかった桃が、果汁やピューレなどの加工品原料として回ってしまうことをあまり良く思っていないでした。しかし、今回のアイスバーのように目に見える形で美味しい商品に生まれ変わってくれていることを知ることができたので、生産者の立場としては大変うれしいです。」

ファミリーマートは、「あなたと、コンビニに、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 1000 種類以上！種類豊富なプライベートブランド「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」、 “食べる楽しさをいつでも手軽に”する「ファミマル Bakery」、 “毎日に癒しとご褒美を”提供する「ファミマル Sweets」、また、“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 PREMIUM」など、それぞれのラインアップで、合計 1000 種類以上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