

**国産果物の魅力をお届けする「産地と、コンビに、」シリーズより
アップサイクルレモン 瀬戸内産「怪獣レモン」を使用した
「とろける食感 ぎゅっと怪獣レモン」を発売！**

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」から瀬戸内産怪獣レモン果汁12%を使用した「とろける食感 ぎゅっと怪獣レモン」213円（税込230円）を2024年8月13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。



■ アップサイクルを実現した瀬戸内産の「怪獣レモン」を使ったアイスバーを発売！

国産フルーツを使い、持続可能な果実生産の支援につなが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「産地と、コンビに、」アイスバーシリーズは、2024年6月に1周年を迎えました。

「怪獣レモン」は、レモンの名産地である瀬戸内で育ったレモンのうち、ごつごつした形のレモンを怪獣に例えて名づけられました。糖度が高く味が良いのにも関わらず、廃棄されたり値段がつかないことから、その形を逆手に取ってブランディングされた、アップサイクル（※）を実現したレモンです。

ファミリーマートはこのアップサイクルの取り組みに賛同し、「怪獣レモン」を使用したアイスバーを「産地と、コンビに、」シリーズとして発売いたします。今回発売する「とろける食感 ぎゅっと怪獣レモン」には「怪獣レモン」の果汁を12%使用しており、爽やかな酸味と優しい甘さを楽しめる仕立てとなっております。

ファミリーマート公式HPでは、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、「産地と、コンビに、」特設ページを公開しております。

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

※アップサイクルとは本来廃棄されるものに、新たな価値を付けて生まれ変わらせることです

■「怪獣レモン」生産者のコメント

温暖で台風の少ない瀬戸内で栽培される瀬戸内レモンは、水はけのよい土壌で育つため、香り高く濃い味になります。


あまり旬のイメージはないと思われるレモンですが、収穫は11～5月頃に行われています。生食として商品価値があるのは約60～70%程度で、残りの約30～40%は市場に回らず加工用に回っています。

それは、レモンの木に棘があり、自ら実を傷つけてしまったり、柑橘特有の「柑橘かいよう病」になったり、大きく育ちすぎたり、いびつな形になったりと様々な要因がありますが、どれも手塩に育てられ、味に影響はないものの、見た目が悪いという理由だけで生食用から外されてしまいます。

そんな美味しくいただけるのに価値を落としてしまったレモンを救うべく考案されたのが「怪獣レモン」です。「怪獣レモン」は従来、価値を落としてしまっていた加工用レモンを生食と同等の価値で買取、販売・加工を行った新たなレモンのブランドです。

今回の取り組みでは、レモンのおいしさはもちろん、傷がついたものでも美味しく召し上がっていただけることをお届けしたいと考えております。

【商品詳細】

	<p>【商品名】とろける食感 ぎゅっと怪獣レモン</p> <p>【価格】213 円（税込 230 円）</p> <p>【発売日】2024 年 8 月 13 日（火）</p> <p>【発売地域】全国</p> <p>【内容】瀬戸内産「怪獣レモン」の果汁を 12%使ったアイスです。レモンの味わいを強く感じる層と、さっぱりとした酸味が引き立つとろける食感のジェラート層アイスの 2 層仕立てに仕上げました。</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。

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、「ファミマの二重丸」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 —	— うれしいへの取り組み —	— あんしんへの取り組み —
<p>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として、改良を繰り返し、おいしさを追求していきます。</p>	<p>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）</p>	<p>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。</p>

※上記18個のアイコン・アイキャッチは取り組みの一側で、全ての商品には当てはまりません