



2023年3月15日
株式会社ドール

報道資料

食物繊維が手軽にとれるドールのフルーツカップシリーズに新フレーバーが登場！
『フルーツカップ 198g マンゴー&グアバ味 食物繊維入り』
3月27日(月)新発売

～パイナップルの芯を活用した「もったいないパイナップル」入りで、地球にもからだにも優しいデザート～

株式会社ドール(本社:東京都中央区、代表取締役社長 渡辺 陽介、以下 ドール)の加工食品本部は、“いつでもどこでも、全カナチュラル<フル活>習慣”をスローガンに掲げ、“<フルーツカップ>でフル活リフレッシュ”をテーマに、不足しがちな食物繊維に着目したフルーツカップ『フルーツカップ 198g マンゴー&グアバ味 食物繊維入り』を3月27日(月)より全国で発売します。



■果実そのままのテイストにこだわった、食物繊維が手軽に摂れるトロピカルなフルーツカップ

ドールの『フルーツカップ』は食べやすくカットしたフルーツと果汁 100%のジュースをカップに入れた、手軽に毎日フルーツが食べられる商品です。2022年12月にドールとして初めて食物繊維に着目した『フルーツカップ 198g パイナップル味 食物繊維入り』を発売しました。このたび、第2弾として『フルーツカップ 198g マンゴー&グアバ味 食物繊維入り』が新登場します。

本商品は、マンゴーとグアバ、パイナップル・コア(芯)による、甘みと酸味、食感のバランスが絶妙なフルーツカップです。ドールでは、捨てられてしまうパイナップルの芯を「もったいないパイナップル」と命名し、再活用することで、フードロス削減に貢献しています。



【商品のこだわりポイント】

① 1日に必要な食物繊維の1食分(30%)がとれるフルーツカップ

食物繊維が豊富なパイナップル・コアやスーパーフードのチアシード、水溶性食物繊維を含むイヌリンなど、自然由来の食物繊維をぎゅっとカップに詰めました。また、マンゴーとグアバにも食物繊維が含まれており、1日の摂取量目安^{※1}の1食分(30%)にあたる6gの食物繊維をおいしく手軽に摂取できます。

^{※1}厚生労働省「日本人の食事摂取基準(2020年)」に基づく、成人女性1日の摂取目標量 18g

② リフレッシュにぴったりな味わいのヘルシーなトロピカルデザート

最後まで飽きずに食べられるよう、味わいと食感にこだわったフルーツカップです。マンゴーの濃厚な甘みとグアバの爽やかな酸味のバランスを追求しつつ、白ぶどう・レモン・パッションフルーツの100%果汁を使い、フルーツだけのシンプルながらトロピカルな味わいに仕上げました。また、マンゴーのとろける舌触りに、シャキシャキとしたグアバと絶妙な厚みにカットされたパイナップル・コアの食感がアクセントとなります。

脂肪ゼロ・砂糖不使用・100gあたり98kcalとヘルシーで、フルーツ摂取目安^{※2}の半分を手軽に摂ることができます。朝食、間食、デザートに罪悪感なく食べる事ができ、リフレッシュしていただけるような一品です。

※2 厚生労働省・農林水産省の「食事バランスガイド」が定めている1日のフルーツ摂取目安量 200g。



③ パイナップルの芯を活用した、からだにも地球にも優しい一品

加工する際に廃棄してしまいがちなパイナップル・コアを使用することで、フードロスの削減に貢献しています。ひと手間かけてパイナップル・コアをおいしく食べられるよう加工したことで、通常の果肉よりジューシーな味わいを楽しんでいただくことが可能になりました。



■商品規格

名称	3種混合果実・果汁づけ
商品名	フルーツカップ 198g マンゴー&グアバ味 食物繊維入り
内容量	198g
賞味期限	292日間
保存方法	高温・直射日光を避け常温保管
製造地	タイ
販売価格	248円(税込)
発売日	2023年3月27日(月)
販売先	全国のセブン-イレブン



■ドールの「フルーツカップ」について

果汁を100%使用し、果物本来のおいしさを楽しめます。普段の生活にフルーツを手軽に取り入れられるため、そのまま朝食やデザートとして食べるのはもちろん、料理やデザートへのトッピングにもぴったりです。2022年12月には、1日分の果物がとれる「フルーツカップ 300g」シリーズより『スイーティオ パイナップル』『フルーツミックス』『みかん&ナタデココ』がさらにおいしくリニューアルしました。



■ドールとは

会社名 : 株式会社ドール/Dole Japan, Inc.

創業 : 1965年

設立 : 1982年12月28日

資本金 : 8000万円

代表者 : 代表取締役社長 渡辺 陽介

社員数 : 188名(2022年4月現在)

事業内容: 青果物の生産、加工、販売及びマーケティング活動 他

営業収益: 563億円(2022年3月期)

■Dole Purpose について

170年近く前に小規模ながら使命に駆られて創業したドールは、栄養のある健康的な食物は日光のように誰にでも平等に与えられるべきだと考えています。

私たちのスローガンである「Sunshine For All」が、私たち自身だけでなく、世界中のすべての人々にとって重要なのはそのためです。

私たちは年齢や収入、住んでいる場所、人種、性別を問わず、すべての人が健康的な栄養にアクセスでき、このアクセスが地球を犠牲にすることなく実現する、公平な世界を支持したいと考えています。

URL: <https://dolesunshine.com/jp/ja/purpose/>

■「The Dole Promise 明るい世界のために、ドールが守る約束」

ドールは、日本の「三方よし」の考え方に影響を受け、「The Dole Promise 明るい世界の実現ために、ドールが守る約束」を策定し、これに基づいた企業活動を行っています。

- ① 10億人の人々に栄養へのアクセスを
- ② 精製糖ゼロ
- ③ フルーツの埋め立て廃棄ゼロ
- ④ 化石資源由来のプラスチック包装の廃止
- ⑤ 事業活動による温室効果ガスの排出実質ゼロ
- ⑥ すべてのステークホルダーにとっての共有価値

URL: <https://dolesunshine.com/>