



報道資料

2022年9月14日

株式会社ドール

1年ぶりの新味はドール初の組み合わせ！バナナとキウイの果肉を贅沢に使った『果物の恵みゼリー® バナナ&キウイ フルーツミックス』

9月26日(月)新発売

～1日分のビタミンCが手軽に摂れる、86kcalの体に優しいゼリー～

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、“お手軽ナチュラル オールデイ・フル活”をテーマに、1年ぶりの新味として、バナナとキウイを初めて使用した『果物の恵みゼリー® バナナ&キウイ フルーツミックス』を、9月26日(月)より全国で発売します。



■ドール初の組み合わせ！バナナとキウイによるトロピカルなパウチゼリー

「果物の恵みゼリー®」は、2021年3月にパイナップル味を発売し、同年10月より果肉入りにリニューアルしたパウチゼリーです。今回、1年ぶりに登場する新味は、ドールが誇るバナナにゴールドキウイを組み合わせたフルーツミックス味です。いつでもどこでも、すぐに食べられるパウチタイプでありながら、フルーツならではの栄養と、腹持ちのよい満足感を兼ね備えており、忙しい日の朝ごはんや隙間時間の間食にもぴったりです。



【商品のこだわりポイント】

① 果肉がたっぷり入ったバナナの甘さとキウイの酸味の絶妙な組み合わせ

ドールが誇る高品質なバナナを5%、ゴールドキウイを10%配合しています。バナナの甘さとキウイの酸味が引き立つよう、隠し味にパイナップルの果汁などを加えて、トロピカルな味わいに仕上げました。

贅沢に入った果肉により、バナナの繊維質な食感と、キウイの種のプチプチとした食感が楽しめます。

② 手軽に1日分(100mg)のビタミンC^{※1}が摂れる！しかも体に優しい86kcal！

フルーツをふんだんに使用したことで、100mg以上のビタミンCが入っており、1日分のビタミンC^{※1}を摂ることが可能です。その他には、食物繊維とGABA^{※2}なども。さらに、腹持ちのよい満足感がありながら、一個あたり86kcalと体にも優しいパウチゼリーです。

※1 1日の必要量は厚生労働省「日本人の食事摂取基準(2020)」ビタミンCの成人(推定平均必要量、推奨量)に基づく。

※2 GABA(γ-アミノ酪酸)とは、野菜や果物に広く含まれているアミノ酸の一種で、興奮を抑える神経伝達物質。

③ ドールならではの高品質バナナと、ジューシーな甘さが特徴のゴールドキウイを使用

太陽の恵みを受けてじっくり育成されたドールならではの高品質なバナナを採用。そのなかでも、まだ美味しく食べられるにも関わらず、流通過程における様々な要因により、捨てざるを得ない廃棄バナナである「もったいないバナナ」を加工しています。また、キウイは、厳選した高品質のゴールドキウイのみを使用。鮮やかな黄色い果肉と、酸味が少なくトロピカルでジューシーな甘さが特徴です。



■商品規格

名称	洋生菓子
商品名	果物の恵みゼリー® バナナ&キウイ フルーツミックス
内容量	150g
賞味期限	12カ月間
保存方法	直射日光及び高温・多湿を避け、常温保管
製造地	福岡県
希望小売価格	213円(税込)
発売日	2022年9月26日(月)
販売先	全国のコンビニエンスストア、鉄道売店 他

ブランドサイト URL: <https://www.dole.co.jp/brand/kudamononomegumi>

(9月26日10時オープン予定)



■「もったいないバナナ」プロジェクトとは

ドールでは、「持続可能な開発目標(SDGs)」の実現に向け、『もったいないバナナ』プロジェクトを推進しております。まだ美味しく食べられるにも関わらず、流通過程における様々な要因により、捨てざるを得ない廃棄バナナを「もったいないバナナ」として、そのようなバナナをゼロにすることを目指しております。

また、本プロジェクトを通し、「もったいないバナナ」は同等の品質であり、地球と環境にとって大切な資源であるという正しい理解を促し、国内における「フードロス削減」のリテラシー向上の旗振り役となれるよう努めております。

(加工食品本部長 四俵北斗)

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



■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。

■「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 フルーツ廃棄物ゼロ
- 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/>