



News Release

株式会社フルッタフルッタ
2019年3月20日

革新的全面リニューアル！ 「アサイーエナジー®」「アサイーベーシック」 2019年3月26日(火)発売 ～素材選びから店頭に並ぶまでの全てを新たに～

この度、アサイーのパイオニア、株式会社フルッタフルッタ（所在地：東京都千代田区 社長：長澤 誠）は、当社の主軸商品である「アサイーエナジー®」と「アサイーベーシック」を全面的にリニューアルし2019年3月26日（火）に関東・中部・近畿エリアにて発売いたします。

従来品からのコンセプト「濃厚・ナチュラル・高栄養価」はそのままに、アサイー本来の栄養とおいしさをより良い形でお客様にお届けできるよう、配合素材・製造方法・パッケージ・ロジスティクスのフロー全てを一新しました。これにより、よりおいしく、よりみずみずしい味わいを実現させることができ、本品はフルッタフルッタのモノづくりのテーマ「アマゾンの恵みを守って届ける」にさらに一歩前進した商品となります。



アサイーエナジー®

アサイーに相性抜群のバナナで甘味を加えたスムージー品質の特濃エナジードリンク。食事替わりや運動前後のエネルギー補給におススメ。

アサイーベーシック

アサイーにやさしい味わいのフルーツをブレンド。アサイー本来の奥深い味わいを楽しめるストレートタイプ。従来品より糖質を35%カット。

■革新的なリニューアルポイント3つ

- ①濃縮原料不使用・・・甘味の役割も担っていた濃縮原料の使用を止め、比較的消化吸収に時間を要する黒糖とミネラル分を含む分蜜糖を使用。
- ②HPP技術採用・・・HPPとはHigh pressure processingの略で、超高压処理のこと。圧力で菌を不活性化する技術で、熱処理を極力抑えることができます。これにより熱による劣化を最小限にし、素材本来のみずみずしい味わいと栄養、鮮やかな色味をキープすることができます。
- ③利便性・・・キャップ付きの容器となり持ち運びが可能となりました。

■本件に関するお問合せ先 ■ 株式会社フルッタフルッタ 広報

Tel : 03-6272-9081 Mail : pr@frutafruta.com

■商品情報

商品名	アサイーエナジー®	アサイーベーシック
種類別	アサイー・フルーツ飲料	
内容量	170g	
希望小売価格	オープン価格 (参考上代：250円 税抜)	
包装形態	ペットボトル	
賞味期限	製造から29日	
保存方法	冷蔵 (10℃以下)	
原材料名	アサイーピューレ、バナナ、レッドドラゴンフルーツ、黒糖、分蜜糖、パッションフルーツ、塩/クエン酸	アサイーピューレ、レッドドラゴンフルーツ、マンゴスチン、黒糖、ココナッツウォーター、ビーツ、塩
アレルギー物質 (27品目中)	バナナ	なし
栄養成分表示 (1本170gあたり・推定値)	エネルギー 133kcal、たんぱく質 1.0g、脂質 2.9g(オメガ 3(α-リノレン酸) 0.03g、オメガ 6(リノール酸) 0.37g、オメガ 9(オレイン酸) 1.87g)、炭水化物 26.7g(糖質 24.7g、食物繊維 2.0g)、食塩相当量 0.07g、鉄 0.7mg	エネルギー 87kcal、たんぱく質 0.9g、脂質 3.1g(オメガ 3(α-リノレン酸) 0.03g、オメガ 6(リノール酸) 0.43g、オメガ 9(オレイン酸) 2.21g)、炭水化物 14.6g(糖質 12.9g、食物繊維 1.7g)、食塩相当量 0.07g、鉄 0.5mg、ビタミン E 2.2mg、葉酸 9μg
	ポリフェノール 323mg、アルギニン 54mg、フェニルアラニン 46mg、バリン 60mg、アラニン 53mg	ポリフェノール 306mg

■分蜜糖について

「分蜜糖」とは、製造方法によって大別される砂糖の分類名です。フルッタフルッタで使用している分蜜糖は、分蜜糖の中でも含蜜糖に近い、精製度が低さとうきび原料を使用しています。精製された白砂糖に比べ、さとうきび由来のミネラル分を多く含むため消化吸収に時間がかかるとされています。

■株式会社フルッタフルッタについて <https://www.frutafruta.com/>

アサイーをはじめとするアマゾンフルーツ輸入加工販売ビジネスのパイオニア。

「自然と共に生きる」を理念に、森をつくる農業「アグロフォレストリー」の発展にビジネスの力で貢献し、経済と環境が共存する持続可能な社会の実現を目指して 2002 年設立。

主な事業では、現地の提携農協のトメアス総合農業協同組合 (CAMTA) よりおもにアグロフォレストリーで栽培されたアマゾンフルーツ原料を直輸入し、メーカーや外食チェーンへ販売を行うほか、自社製品の製造と販売、ジュースバーの運営などを展開し、2014 年東証マザーズに上場。

■モノづくりのこだわり ～アマゾンの恵みを守って届ける～

2005年よりアサイーを中心にアマゾンフルーツの商品化を手掛けてきました。

「ナチュラル・新鮮・おいしい・本物」をモットーに、香料・着色料・保存料などの添加物や砂糖はできる限り使用せず、厳選した製法・殺菌技術・物流方法によってアマゾンフルーツ本来の色や味わいと食感を活かし、カラダがよるこぶ本物のおいしさと栄養をお届けする商品づくりに努めています。