

# フルーツ店が独自商品



グモ天祭でオリジナルレモネードを販売する長瀬昌行社長（左）と「nico こえ」レモネードスタンドプロジェクトリーダーの平田寧々さん

フルッティアは、同市のレモンを使った同店オリジナルのレモネードを「nico こえ」メンバーとの祭り「グモ天祭」（毎年5月開催）で昨年、生が商品化のきっかけとなった。

天童市の果物販売・ながせ（長瀬昌行社長）が運営するフルーツ&スイーツ専門店「フルッティア」が、オリジナルレモネードの販売を始めた。レモネードを売って小児がん治療への支援金を集める「レモネードスタンド」に取り組む、県青年の家（同市）のボランティアサークル「nico こえ」（山口玲美代表）を応援する狙いで、売り上げの一部を寄付する。

## 小児がん支援レモネード 天童で販売

### 売り上げ一部、ボランティア団体へ

長瀬社長は「フルッティアには『子どもたちに果物のおいしさを届けたい』という理念があり、『nico こえ』は小児がん支援という目的があった。子どもたちを思う部分で合致したのが、そもそも『始まり』と振り返る。

国内でのレモネードスタンド活動では既製品を用いるのが一般的だが、オリジナルレモネードは手作りし、無添加にこだわった。生レモンを絞った果汁に、同店の看板商品でもある特製フルーツポンチで使っている秘伝のシロップを加え、すっきりした味わいに仕上げた。

水を入れた冷たいレモネードは1杯（210ミリリットル入り）324円、冬季限定のホットレモネードは1杯（同）378円で、うち各50円を「nico こえ」に贈る。

両者のコラボからは「レモネちゃん」という新キャラクターも生まれ、今後さまざまな場面で活用することになっている。（落合口慶）