



スーパーフードカンパニー



株式会社フルッタフルッタ
(東証マザーズ:2586)

個人投資家様向けIRセミナー
会社説明資料

2015年3月18日(水)

会社概要・特徴

成長ビジョン

1. “アサイーカンパニー”から“スーパーフードカンパニー”へ
2. アグロフォレストリーとアグロフォレストリービジネス



会社概要・特徴



会社名	株式会社フルッタフルッタ
代表者	代表取締役 社長執行役員CEO 長澤 誠
所在地	東京都千代田区神田神保町3丁目3番
資本金	1億6,600万円
設立	2002年11月21日
上場	2014年12月17日(東証マザーズ)
事業目的	☆『自然と共に生きる』を企業理念に自然資本主義の実践として「アグロフォレストリー」の商業的普及による経済と環境の共存社会を目指す ☆「アサイー」のパイオニアとしてアマゾンフルーツのマーケティング及び新市場開拓を行う
事業内容	☆ブラジル最大手アマゾンフルーツサプライヤーCAMTA(トメアス総合農業協同組合)産原料の国内独占輸入販売代理店 【製品販売】 ○自社製品リテール卸、直販、インターネット及びテレビ通販 ○プライベートブランド品(各種アサイードリンク、他製造委託) 【原料販売】 ○外食産業、飲料、乳製品、デザート、菓子、サプリメント、化粧品他メーカー向け原料卸 ☆環境省認定アグロフォレストリーEAP(エコ・アクション・ポイント)事業者 ☆各種アグロフォレストリーの普及活動(シンポジウム等)



アサイー市場拡大のあゆみ



自然と共に生きる

この地球上ではたくさんの生命がはぐくまれ、多様性の上に成り立っています。

私たち人間もその一部でしかありません。

地球の未来のために、私たちには多様性を維持する責任があります。

また自然資源を保全しなければ、私たちは発展の基盤を失ってしまいます。

森を想いながら消費を促したい。

フルッタフルッタは、自然との「きずな」を大切にし、

自然と共生する消費のスタイルを提案します。



スーパーフード



生物多様性



信頼

自然資本主義

「健康・本物」を基本に据えた天然のサプリメントといえるアマゾンフルーツをわが国に普及・拡大。

アグロフォレストリー農法によるアマゾン森林荒廃地を再生させ熱帯雨林再生に貢献。

経済が環境を復元させる事業モデルの構築～グリーンエコノミーの実現～を企業コンセプトとして実現。



アサイーとは？「アマゾンスーパーフード」



アサイーは過酷な環境で育まれた栄養価の高い「アマゾンスーパーフード」

アサイーはブラジル原産のヤシ科の植物。

赤道直下の強い紫外線と強烈な雨といった過酷な環境で育つため、環境ストレスによる活性酸素と戦う抗酸化物質を多く蓄えている。

抗酸化物質としての代表格がポリフェノール。ブルーベリーの約18倍が含まれている。

鉄分、カルシウムなどのミネラル類、食物繊維、アミノ酸、オレイン酸、ビタミンEも。

最近注目が高まっている不飽和脂肪酸(オメガ3・6・9)も多く含む。

まさに、「アマゾンスーパーフード」！！



アサイーの果肉100g中に含まれる栄養素

ポリフェノール

ブルーベリーの
約**18倍**

食物繊維

ごぼうの
約**3倍**

カルシウム

牛乳の
約**3倍**

鉄分

ほうれん草の
約**2倍**

オレイン酸

ビタミンB1

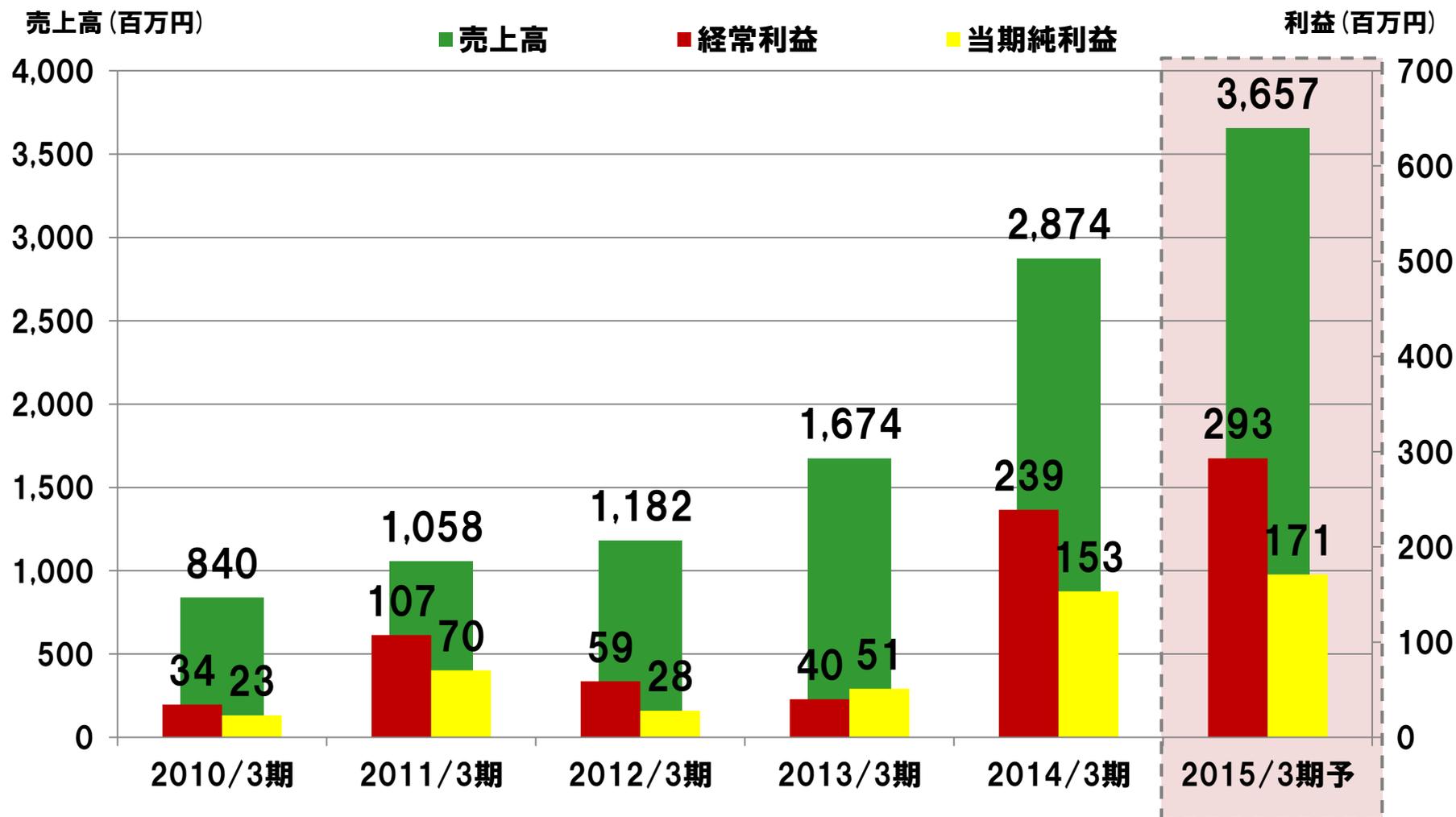
ビタミンB2

アミノ酸



※アサイー数値:無水換算値/自社調べ 比較食材:五訂補強食品標準成分表 参照

積極的な商品開発と販路拡大により、業績は着実に伸長



3つの事業で構成

ナショナル・ブランド
(NB)事業



アグロフォレストリー・
マーケティング(AFM)事業

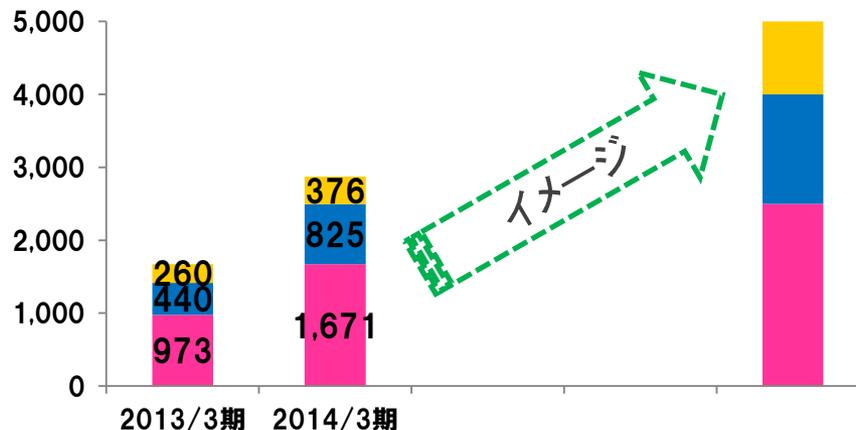


ダイレクト・マーケティング
(DM)事業



売上高 (百万円)

■ NB事業 ■ AFM事業 ■ DM事業



ダイレクト・マーケティング
事業ではM&A等も
視野に

3つのカテゴリーで構成

チルド商品



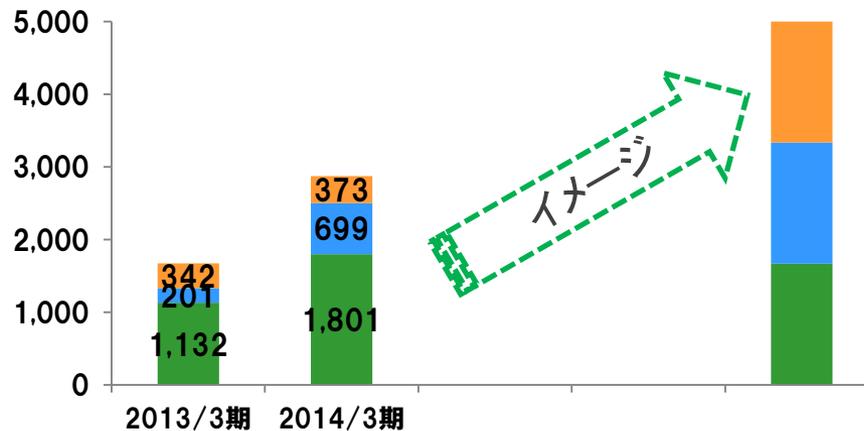
冷凍商品



常温商品



売上高 (百万円) ■チルド商品 ■冷凍商品 ■常温商品



今後は常温商品
を強化

「本物」「健康」「美容」「高付加価値」志向のスーパーフード市場の創出

日本のアサイー市場のパイオニア

企画・マーケティング・ブランド

高付加価値食品新市場の創出

スーパーフードの先導的役割

社会貢献

自然資本主義(グリーンエコノミー)



成長ビジョン

1.“アサイーカンパニー”から“スーパーフードカンパニー”へ

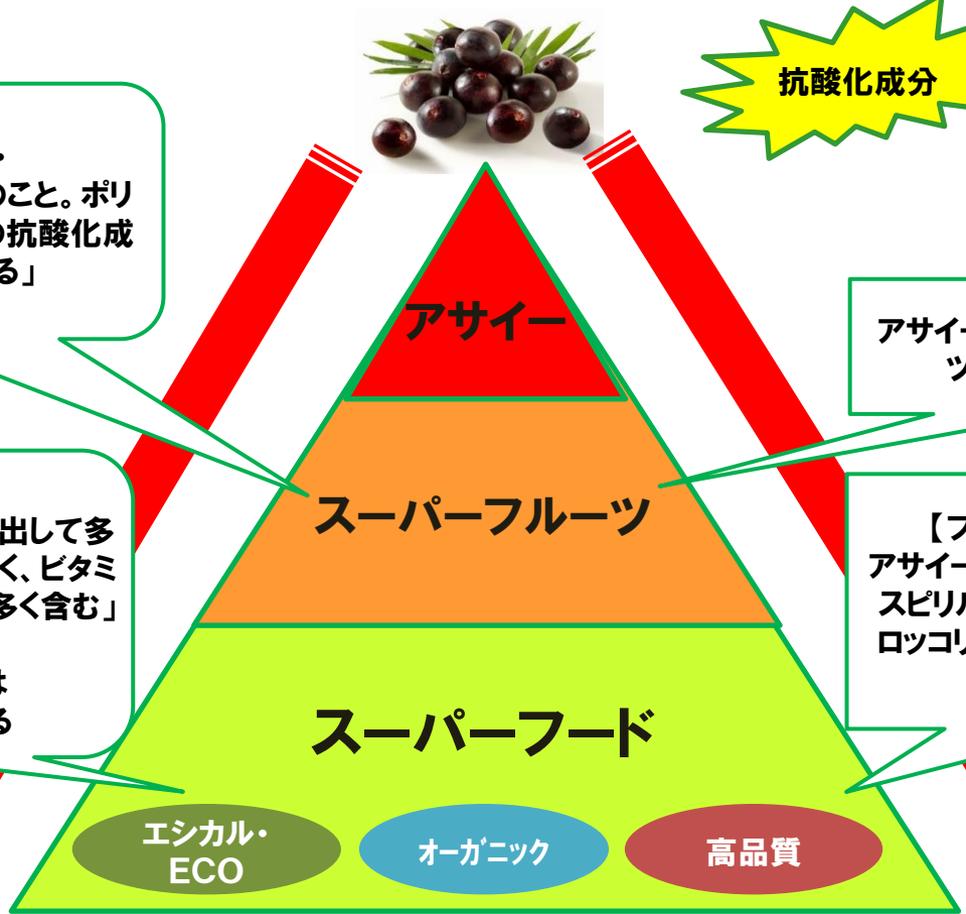


抗酸化成分や不飽和脂肪酸を多く含むアサイーはスーパーフードの代表格

スーパーフルーツとは・・・
「極めて栄養価が高いフルーツのこと。ポリフェノールやビタミンC・A・Eなどの抗酸化成分が特に多く含まれている」

スーパーフードとは・・・
「あらゆる有用性が高い成分を突出して多く含む食品。抗酸化成分だけでなく、ビタミン、ミネラル、アミノ酸、油脂等も多く含む」

スーパーフードの世界観は
グリーンエコノミーに繋がる



抗酸化成分

オメガ3・6・9
(不飽和脂肪酸)

アサイー、カカオ、パッションフルーツ、アセロラ、ゴジ、etc.

【プライマリースーパーフード10】
アサイー、アロエベラ、カカオ、ココナッツ、スピリルナ、チアシード、ビーポーレン、プロッコリースーパースプラウト、ゴジベリー（クコの実）、麻の実

(日本スーパーフード協会より)



「アマゾンフード」 × 「スーパーフード」 = 「アマゾンスーパーフード」



「アマゾンスーパーフード」は最強フード！



赤道直下の強い紫外線と強烈な雨といった「アマゾン」の過酷な環境で育つため、環境ストレスによる活性酸素と戦う抗酸化物質を多く蓄えている。



あらゆる有用性が高い成分を突出して多く含む食品。抗酸化成分だけでなく、ビタミン、ミネラル、アミノ酸、油脂等も多く含む

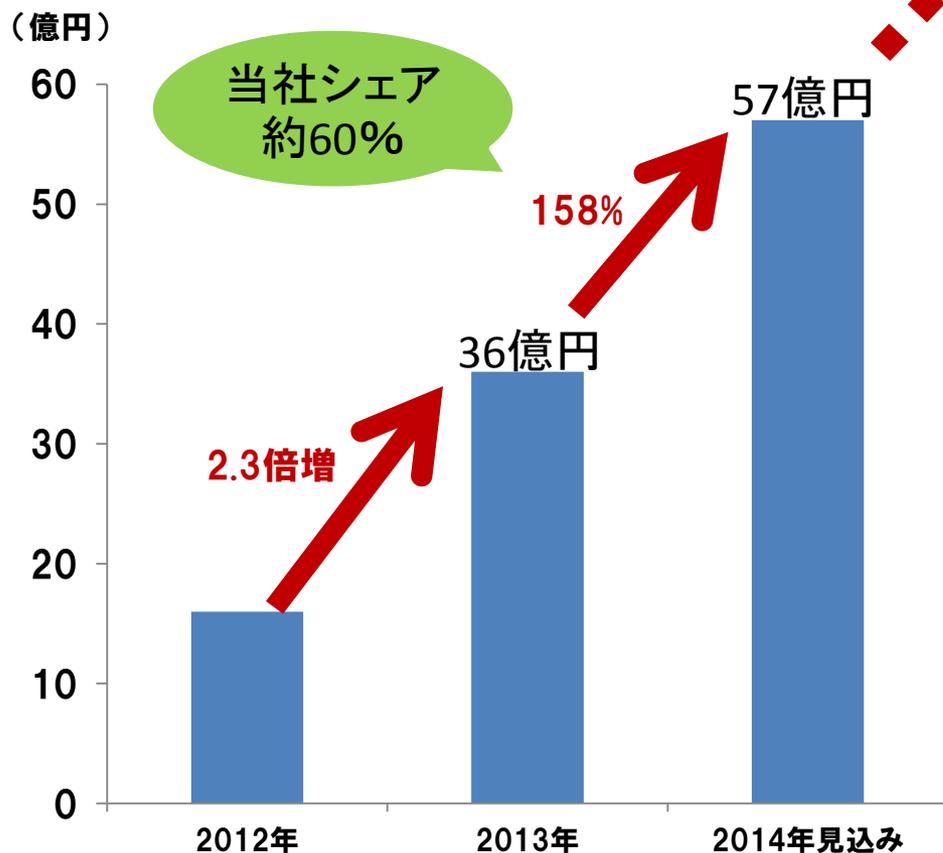


期待されるアサイーの市場性



健康・美容・アンチエイジングに関心の高い女性・シニア層を中心に今後も拡大見込み

<日本におけるアサイー市場の推移>



商品開発の進化により、
更なる市場拡大へ！



チルド



冷凍パルプ



フリーズドライ
パウダー

青汁マーケットがベンチマーク

- ・市場規模 約800億円
- ・冷凍タイプ→粉末タイプ ⇒ 市場拡大！

冷凍



注： 2012年の市場規模は、報告書における「2013年は2012年比2.3倍となった」という記載から逆算した
出所： 富士経済「ウエルネス食品市場2014」よりUSMBC日興証券株式会社作成

商品カテゴリーと販売エリアの両軸を拡大

商品カテゴリーの拡大

常温

ビネガー等

冷凍

アイス等

チルド

ジュース等



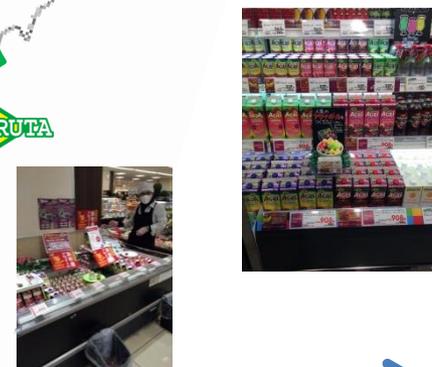
販売エリアの拡大

首都圏

関西・中京

地方

海外



様々な仕掛けでアサイーマーケットを開拓

飲むアサイー

食べるアサイー

お家で
アサイーボウル

DIYジュースの
普及

レシピキャンペーンで
飲み方・食べ方をプロモーション

「お家でアサイーボウル」
キャンペーンのプロモーション

最高濃度のアサイーだからできる♪

フルッタアサイー Açaí

「かんたん」レシピ

おいしい朝に オススメ♪

アサイーヨーグルトボウル

（材料）1人分の分量

- フルッタアサイー エナジー…………… お好みの量
- プレーンヨーグルト…………… 100g
- グラノーラ…………… お好みの量
- お好みの果物

作り方

- ①器にプレーンヨーグルトを盛り付ける
- ②上から「フルッタアサイー エナジー」をかける
- ③グラノーラやお好みのフルーツをトッピングして
できあがり!

相性抜群 ヘルシードリンク♪

アサイー豆乳

（材料）1人分の分量

- フルッタアサイー エナジー…………… 120g
- 豆乳…………… 80ml

作り方

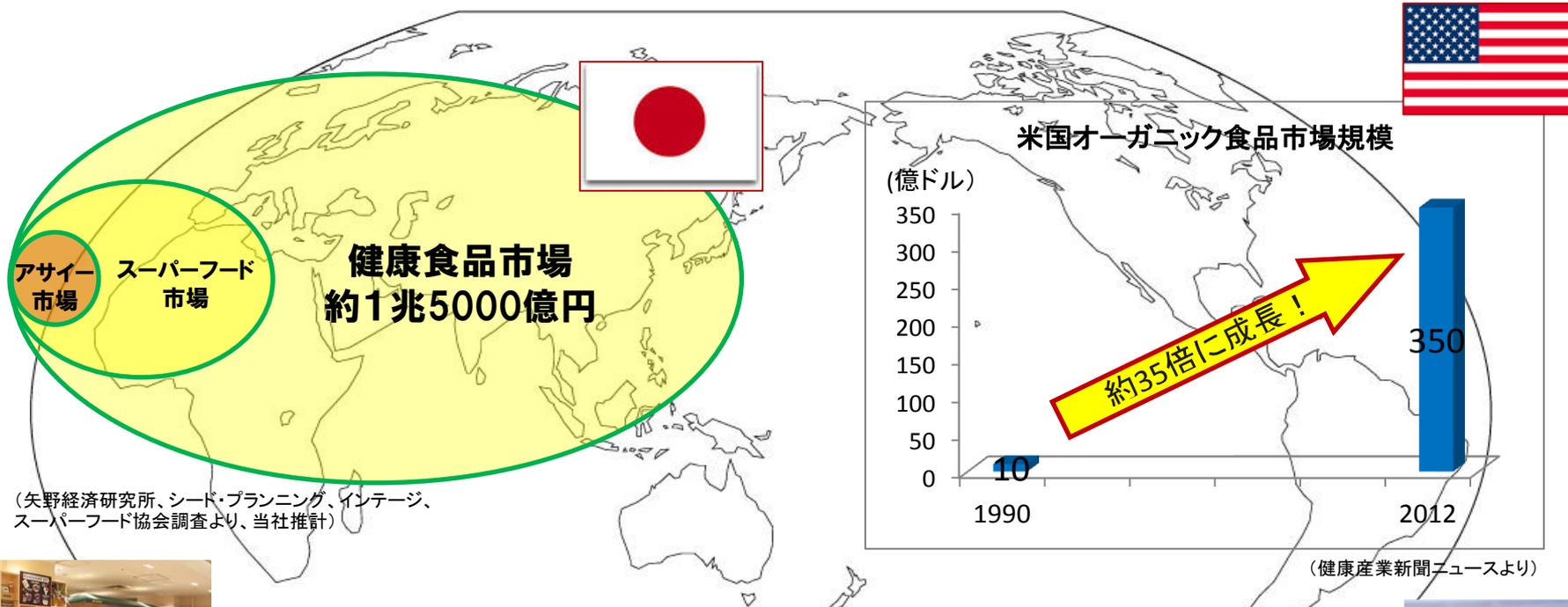
- ①グラスに「フルッタアサイー エナジー」を注ぐ
- ②豆乳を加えてよくかきまぜたら
できあがり!



「健康」「アンチエイジング」「美容」・・・巨大マーケット！



スーパーフード先進国・米国では、マーケットが急拡大
日本でも健康関連市場・約1兆5000億円の潜在マーケット



(日本スーパーフード協会より)

成長ビジョン

2.アグロフォレストリーとアグロフォレストリービジネス



荒廃した土地に多種多様な植物を栽培→自然の多様性を回復→持続的な農業が可能に



アグロフォレストリー

単一栽培

低

環境負荷

高

高

温暖化抑制効果
(CO₂固定)

低

高

生物多様性

低

低

生産効率

高

安定

収益性

不安定

高

持続可能性

低

アマゾン地域でアグロフォレストリー農法を確立・実践するトメアス農協「CAMTA」



日本人移住者によって作られたアマゾン最大の農協

世界で初めて商業的アグロフォレストリーを成功させる

生産と加工の両立による安定供給

JAS規格に準じた品質管理が可能



栽培(アグロフォレストリー)



洗浄



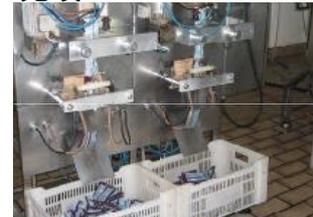
搾汁



殺菌



充填



CAMTAとの固い絆



アグロフォレストリーによる
農産物の生産



おもにCAMTAが収穫した
農産物を原料とした各種製品
の企画・開発(プロデュース)

☆フルッタフルッタは日本におけるCAMTAの独占代理店

☆アマゾンフルーツ市場開拓の唯一無二のパートナー

CSV (Creating Shared Value = 共有価値の創造)・・・企業が利益を上げながら社会貢献する

アグロフォレストリー原料を使用することにより本来の事業と直結したCSV活動が可能。

商品が売れば売れるほど企業は環境に貢献することができるため、利益を追求しながらもより積極的なCSV活動となる。

多様なメーカーとのアライアンス (アグロフォレストリーアライアンス)



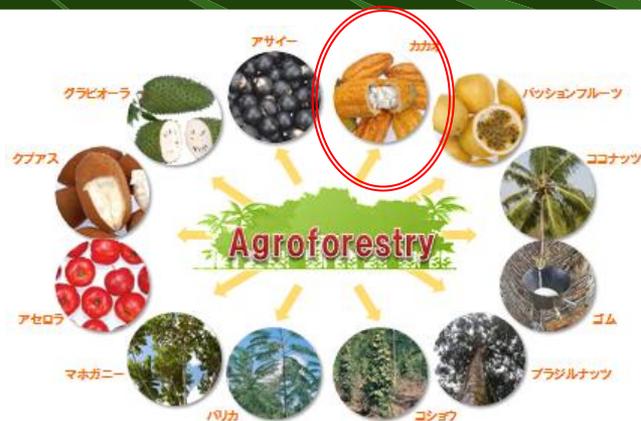
<モノカルチャー>

多くの企業は効率性を追求しようと、一社一分野の単一的な主力商品に偏る傾向があり、原料を栽培する生産現場もモノカルチャーのプランテーションが常。



<アグロフォレストリー>

多様性から成り立つ。他分野の企業とのアライアンス提携で、アグロフォレストリー産の多様な原料をバランスよく分業しながら消費し維持する。



(明治様のHPより)

明日をもっとおいしく

meiji



明治の取り組み



明治の取り組み



トメアスー農協との取り組み

トメアスー農協 (CAMTA) とカカオ豆の購入に関する契約を結び、日系ブラジル人が中心となって取り組んでいるアグロフォレストリー農法を応援し続けて、アマゾンの森林再生の助けとなるような取り組みをしていきます。

トメアスー農協 (CAMTA) とは

トメアスーとは、アマゾン河口の港町ベレンから南へ200km内陸へ入った、アマゾン東部にある人口約50,000人の町です。
1929年に日本人移民が入植・開拓し、現在では郊外にアグロフォレストリーの農場群があります。現在約200戸の日系人を中心に形成され、約6,500ヘクタールの農地で100種類を超える植物が栽培されています。



森林再生を助ける
CO₂ (二酸化炭素) が減る

多くの種類の生物が
生きられる環境を作る

**アグロフォレストリー農法による
カカオ豆の生産
(CAMTA)**

独占契約

**CAMTAからのカカオ豆の輸入・
食品メーカー様へ卸販売
(フルッタフルッタ)**

原料供給

**アグロフォレストリー農法による
カカオ豆で商品の製造・販売
(明治様)**

明日をもっとおいしく
meiji

アグロフォレストリー農法によるトメアスーのカカオ豆使用商品



株式会社 明治

コモディティビジネスへの参入

アグロフォレストリー農法を世界各地のコモディティ栽培に活用



フルッタフルッタの中長期成長ビジョン



アサイービジネスからスーパーフードビジネス、そしてアグロフォレストリービジネスへ



既存事業の拡大
+
新たな可能性の拡大

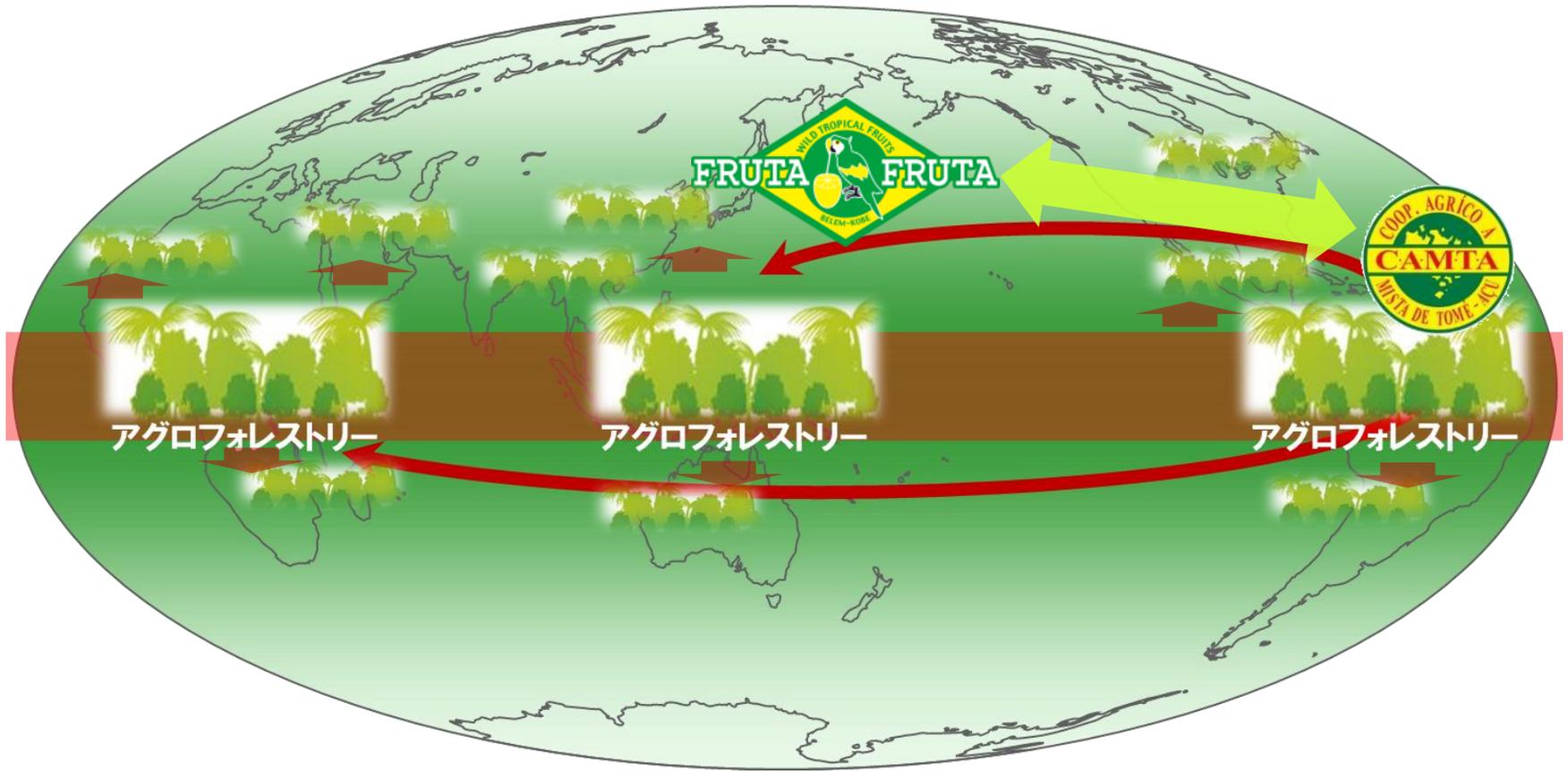
現在

アグロフォレストリー
ビジネスの展開

スーパーフード
ビジネスの創出

アサイービジネス
の拡大
(国内+海外)

アグロフォレストリーで 赤道直下を緑の森に再生する



株主還元



アグロフォレストリー産の多様な原料をバランスよく分業しながら使用することで、生態系を保ちながら全体の需要を高め、経済の力で自然資本の回復に寄与する社会。
消費量の増大が森を再生し拡大させる好循環を目指す。

ヒット商品が世界を変える！



「**上場記念優待**」2015年3月31日現在の株主様には、通常の**倍**の枚数を進呈！

● 対象株主

3月31日及び9月30日現在の株主名簿に記載又は記録された100株(1単元)以上の当社株式を保有する株主

● 優待内容

保有株数に応じて当社オンラインショップ(通販)でご利用いただける**株主特別優待クーポン**を以下の基準で贈呈

		上場記念	
・100株以上300株未満	クーポン1,000円券を2枚	⇒	4枚
・300株以上500株未満	クーポン1,000円券を3枚	⇒	6枚
・500株以上1,000株未満	クーポン1,000円券を4枚	⇒	8枚
・1,000株以上	クーポン1,000円券を5枚	⇒	10枚

<当社オンラインショップ>



フルッタフルッタの株主優待 = グリーンエコノミー社会の実践

株式購入

株主優待

株主様
による
製品購入

経済効果

アグロ
フォレストリー
の拡大

環境対応

ご清聴ありがとうございました。

