



# 個人投資家向けIRセミナーin東京 会社説明会資料 東京IPO主催

株式会社 フルッタフルッタ

2019年3月16日

(東証マザーズ：2586)

# AGENDA



## 1 事業説明

- 1) 企業概要
- 2) 事業内容

## 2 業績概要

- 1) 今期の業績
- 2) 今期の取組み

## 3 来期計画（事業戦略）

## 4 株主優待

# 1 事業説明

## 1) 企業概要

自然と共に生きる

# OUR MISSION



**経済と環境が共存共栄する  
持続可能な社会を実現するために、  
アグロフォレストリーの恵みを  
革新的な商品にかえて  
お客様の美と健康に貢献します。**

# OUR LOGO



人と自然、ブラジルと日本。

お客様とフルッタフルッタ。

さまざまな「きずな」がシンボルに刻まれています。



**HISTORY**



**KIZUNA**

# 創業からのあゆみ



# アサイーが一般社会に定着

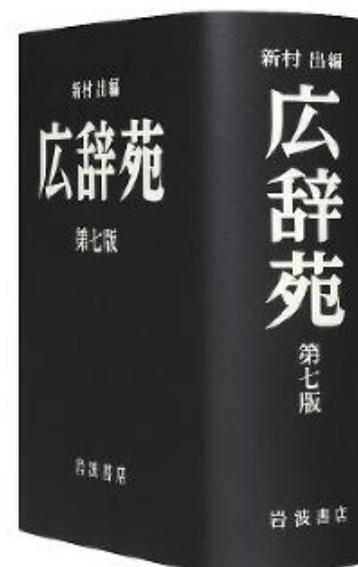


2014年改訂  
三省堂 国語辞典



(三省堂サイトより)

2018年改訂  
岩波書店 広辞苑



(岩波書店サイトより)



# Company Profile

株式会社フルッタフルッタ  
会社案内



フルッタフルッタはアグロフォレストリーを通じて、環境と経済が共存するグリーンエコノミーを実践しています。  
FRUTA FRUTA supports the GREEN ECONOMY,  
the coexistence of environment and economy, through commercial AGROFORESTRY.

自然とともに生きる。

# FRUTA FRUTA

# 原点『アグロフォレストリー』



AGROFORESTRY  
「森をつくる農業」



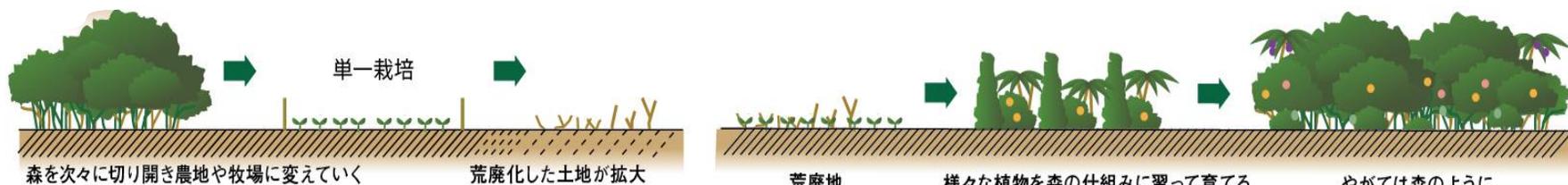
AGRICULTURE  
農業



FORESTRY  
林業

単一栽培

アグロフォレストリー



原生林

単一栽培

荒廃地

1年目

5年目

25年目

バイオマス量 (イメージ)



# 信頼ときずなで結ばれた唯一無二のパートナー

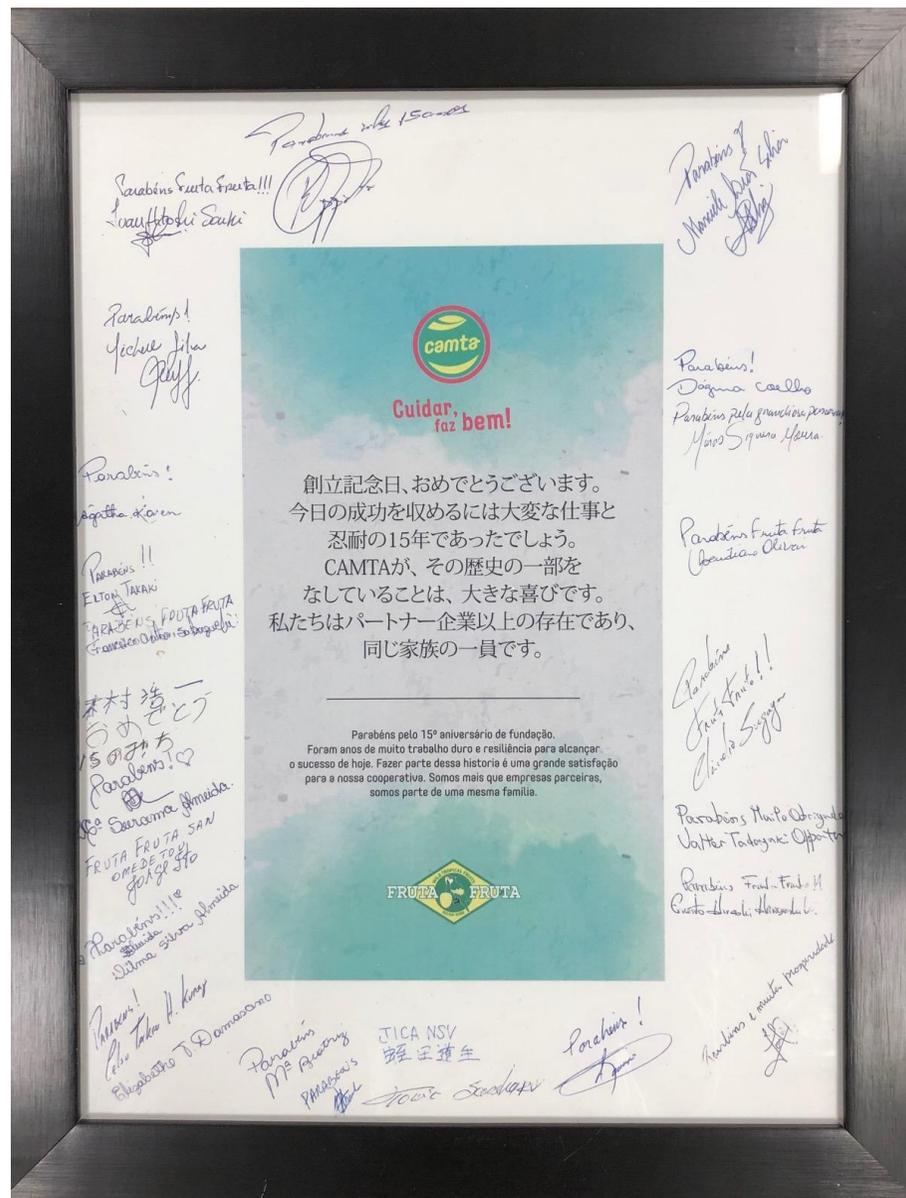


## トメアス総合農業協同組合CAMTA Cooperativa Agrícola Mista De Tomé-Açu

ブラジルのアマゾン地域に位置する日本人移住地トメアスで発足した日系人による農協。組合員がアグロフォレストリーを中心に栽培したフルーツを加工し、国内外に販売しています。



# CAMTAからのメッセージ



# アマゾンフルーツ = 天然のサプリメント



## ブラジルの奇跡 アサイー

ポリフェノール、鉄分  
食物繊維、ビタミンE



## 神秘的な癒しのフルーツ クプアス

ビタミンC  
食物繊維、ビタミンC  
ビタミンB1、ビタミンB6、鉄、葉酸、ビタミンB2



## アマゾンの秘宝 カカオ

ビタミンB1  
食物繊維



## アマゾンのトマト グアバ

食物繊維、  
ビタミンC、ビタミンA  
β-カロテン、リコピン



## サンパの女王 マラクジャ

ビタミンA、葉酸  
β-カロテン



## アマゾンチェリー アセロラ

ビタミンC  
食物繊維



## ビビッドピンク ピタヤ

鉄、マグネシウム  
ベタシアニン、  
食物繊維、葉酸



## キングトロピカルフルーツ マンゴー

食物繊維



## アマゾンのスパイス タペレバ

食物繊維  
ビタミンC、鉄



## アマゾンのオアシス グラビオーラ

ビタミンC



## ブラジルのソウルフルーツ カシュー

ビタミンC



## ジューシーパラダイス アバカシ



# モノづくりへのこだわり



アマゾンの恵みを守って届ける

壊さず、加えず、そのままに。  
フルッタフルッタの商品は  
「ナチュラル・新鮮・おいしい・本物」がモットーです

**1 事業説明**

**2) 事業内容**

## ① リテール事業部門

現代人の美と健康のサポートと、消費者の3F（不都合、不合理、不条理）を解消することをテーマに、アマゾンフルーツの美味しさと機能性を生かした商品を自社で企画・開発し販売。



## ② アグロフォレストリー・マーケティング事業部門

おもにアグロフォレストリーで栽培されたフルーツやカカオ豆などの原料を外食チェーンや食品メーカー向けに販売。OEM商品販売も対応。



## ③ ダイレクトマーケティング事業部門

フルッタフルッタ・ブランドの発信やコアユーザーとのコミュニケーションツールとして、アンテナショップのアサイーカフェとオンラインショップを運営。



# アグロフォレストリー関連事業



## コショウ

トメアスを代表する作物  
初期のアグロフォレストリーの  
基幹作物



## カカオ

陰を必要とするため  
アグロフォレストリーに  
適した作物



## ブラジルナッツ

高木となり  
ナッツを生産し材木にもなる  
ナッツは海外でも人気上昇中

## **2 業績概要**

### **1) 今期の業績**

# 平成31年3月期（予想）

# 損益計算書サマリー



## ①売上高の増加

プレス商品やココナッツグルトなどの商品ラインナップの拡充

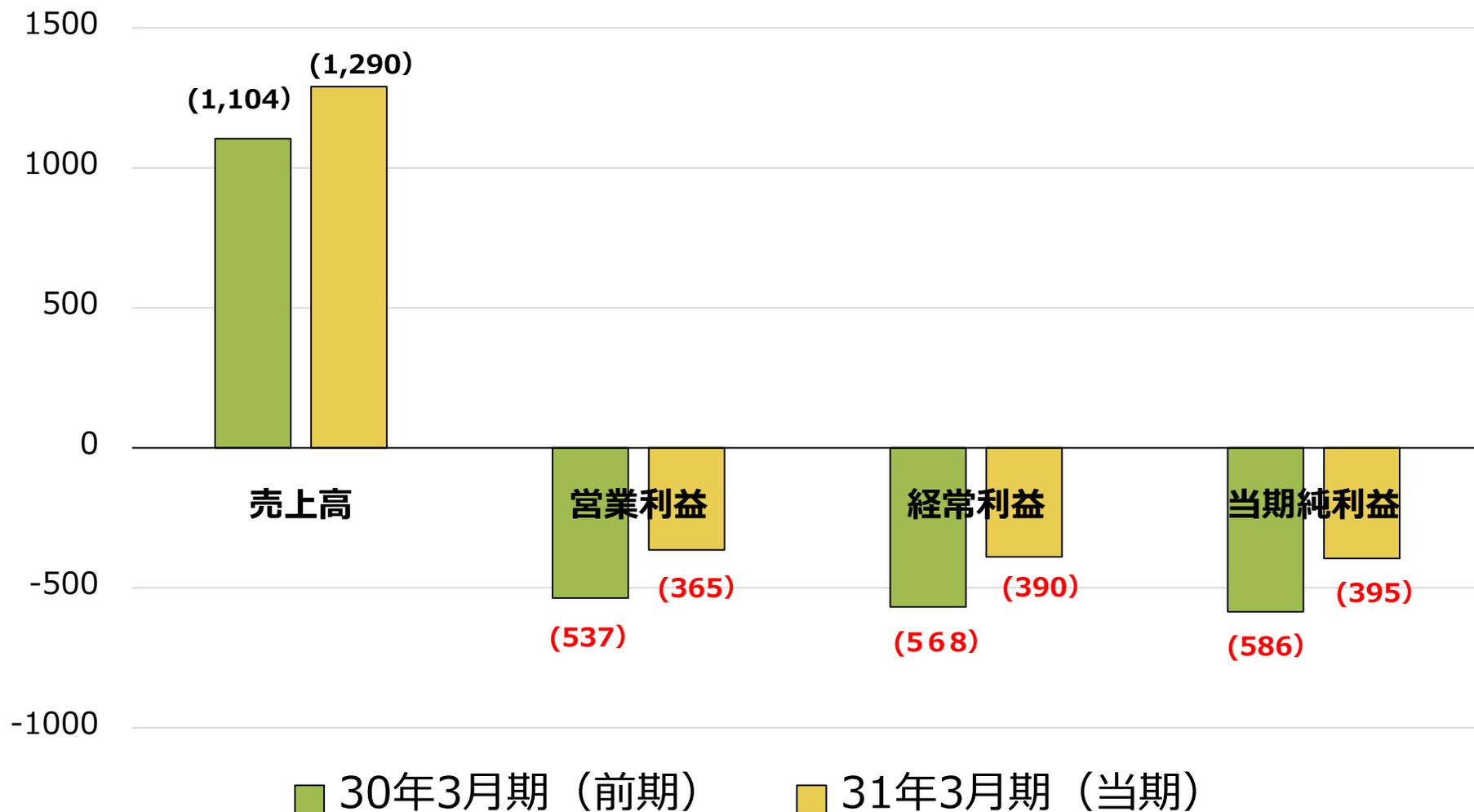
## ②営業損失の縮小

固定費の削減を含む販管費の縮減による影響

## ③経常損失・冬季純損失の縮小

	(百万円)	平成31年3月期 (当期・予測)	平成30年3月期 (前期)	増減額	増減率
①	売上高	1,290	1,104	186	+16.7%
②	営業利益	△ 365	△ 537	172	-
	経常利益	△ 390	△ 568	178	-
③	当期純利益	△ 395	△ 586	191	-

# 前期・当期の業績比較（当期は予測）



## 2 業績概要

### 2) 今期の取組み

# HPP市場の活性化



海外OEM企業と共同開発したコールドプレスシリーズを多数投入



# フレッシュを実現する製法



## コールドプレス 製法

摩擦熱を抑えた搾汁



## HPP技術

- 600Mpaの加圧処理によって菌を不活性化
- High Pressure Processing (超高压処理) の略



熱劣化を極力抑えた製法だからフレッシュ！

味が新鮮、熱に弱い栄養素を残せる、色がキレイ

# デイリーフリー市場に参入



スーパーフードのココナッツミルクを植物性乳酸菌で発酵  
濃厚でなめらかな食感と  
ココナッツミルクの風味と味わい



## 4つの特徴

- 1 砂糖・香料・着色料・増粘剤不使用
- 2 生きてはたらく植物性乳酸菌を使用
- 3 なめらかな食感とココナッツミルクの濃厚な風味と味わい
- 4 ココナッツミルク由来の中鎖脂肪酸&低糖質

# オンラインショップをリニューアル



フルッタフルッタの世界観と製品の魅力を

「より身近に、よりシンプルに、ダイレクトに伝える」をテーマにリニューアル



## リニューアルポイント

- 共感性と洗練性
- モバイルファースト
- セキュリティ強化

# フルッタフルッタ アサイーカフェ台北店



『フルッタフルッタ アサイーカフェ 微風南山アトレ店』は、2019年1月10日にオープンしたフルッタフルッタの海外進出第一号店です。アマゾンフルーツで美と健康を提供するフルッタフルッタの世界観を体験できるアンテナショップであり、ブラジルの農務省が定めたGROSSO（グロッコ）規格の最高濃度アサイーピューレのみを使用するアサイーの専門店です。

世界でも有数のベジタリアン大国である台湾向けにオール・ヴィーガン対応のメニューを提供しています。

# メニュー構成

ALLヴィーガン対応



アサイーボウル NT\$200～

濃厚なGROSSOアサイー特有のボディ感となめらかなテクスチャーが特徴。アサイーのフローズンペーストにフルーツやグラノーラを彩りよくトッピングし、ヘルシーでボリュームも栄養も満点です。台湾限定の抹茶入りアサイーボウルも初登場！



ヴィーガンクレープ T\$170～

ベジタリアン大国の台湾向けに誕生した限定メニュー。厳選した小麦粉で作った薄焼きのクレープに、なめらかで素朴な味わいの手作り豆腐クリームとフルーツを贅沢にトッピング。生地にはレッドピタヤや抹茶を練り込み、見た目の楽しさにもこだわりました。



アサイースムージー T\$170～

アサイーピューレをふんだんに使用した甘さ控えめの濃厚アサイースムージーです。アサイーの奥深い味わいを楽しめるストレートタイプやバナナミックスなど、アサイー本来の栄養とおいしさを生かしたスムージーをご提供します。



# SNSでの反響



オープン時からInstagramを中心に約200件の投稿がありました。



# 来客数と売上状況

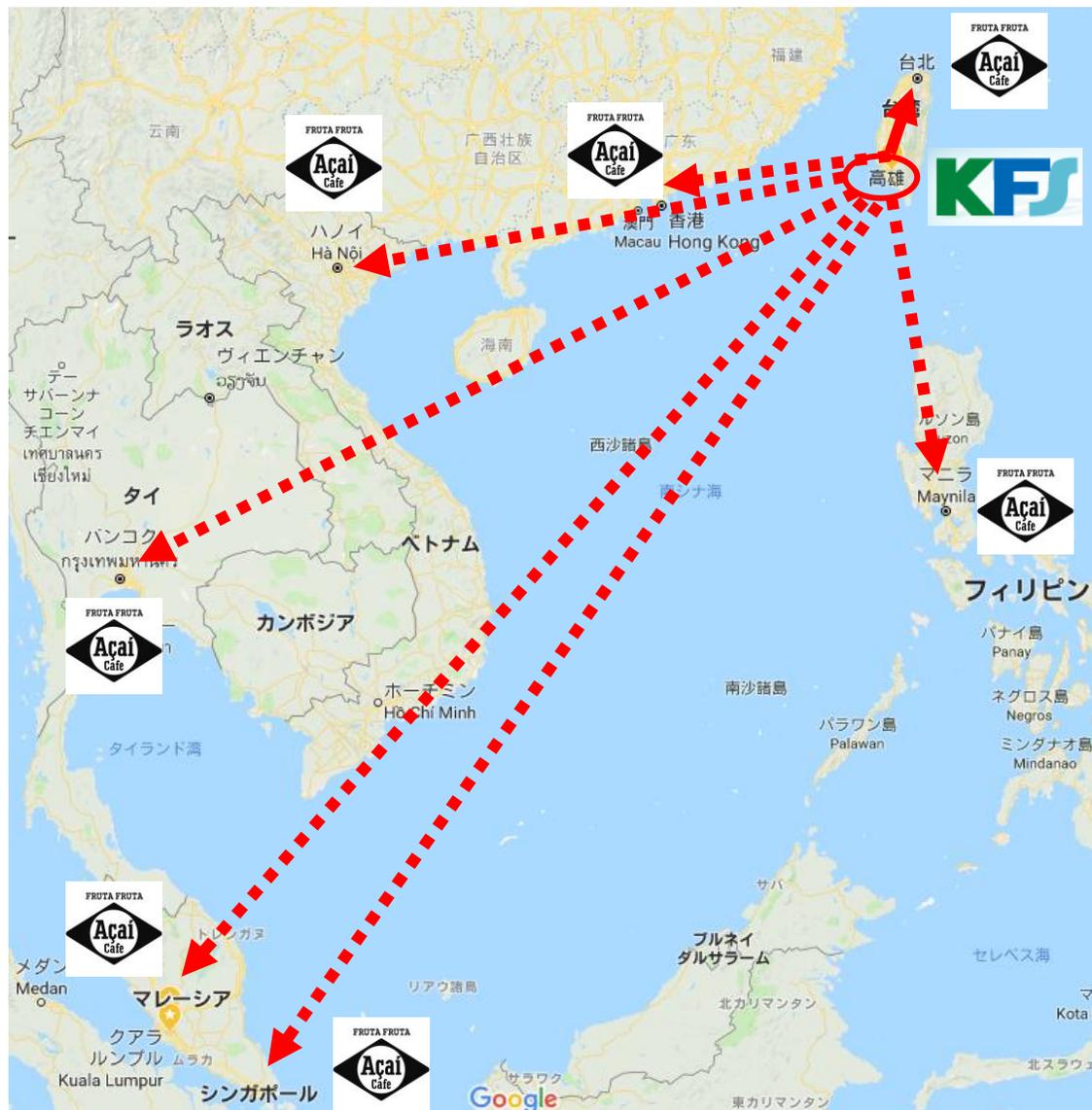


オープンから約1か月間で 推定 **13,000人** 来店※ 月間売上目標値 **136%** 超えで好調に推移

(※ レジ通過6078組×平均グループ人数2～3人で換算)



# 海外多店舗展開に向けてセントラルキッチン設置



台湾の南部・高雄にある業務提携先KFS（KEE Fresh and Safe Foodtech Co.,Ltd.）にて2月よりセントラルキッチンを設置。

<メリット>

- 店舗オペレーションの簡素化
- 原料の安定供給
- 品質の安定
- ロジスティクスの確立



当面3年間を目途に**台湾をはじめとするアジア地域に多店舗化**

# 3 来期計画（事業戦略）

# 来期の取組みについて



## 新製品発売

主力商品をHPPに全面リニューアル！

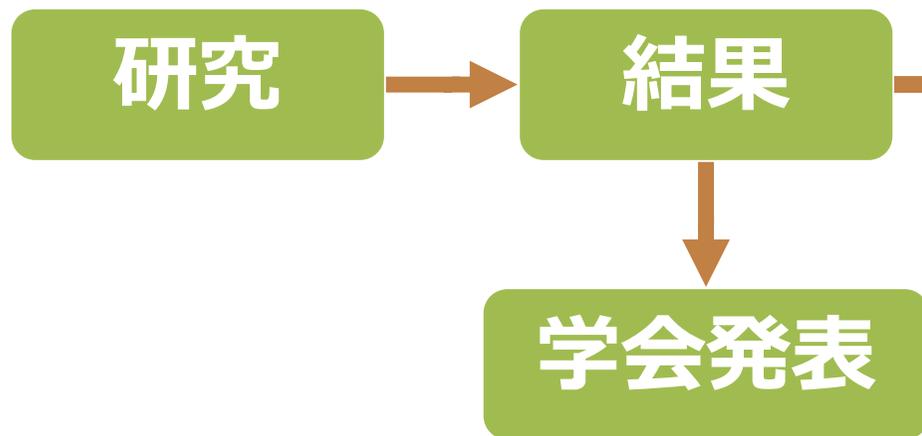
## 機能性研究

研究結果を春頃発表予定

## プロモーション・イベント開催

機能性研究に連動したPRを実施

# 機能性研究連動PR

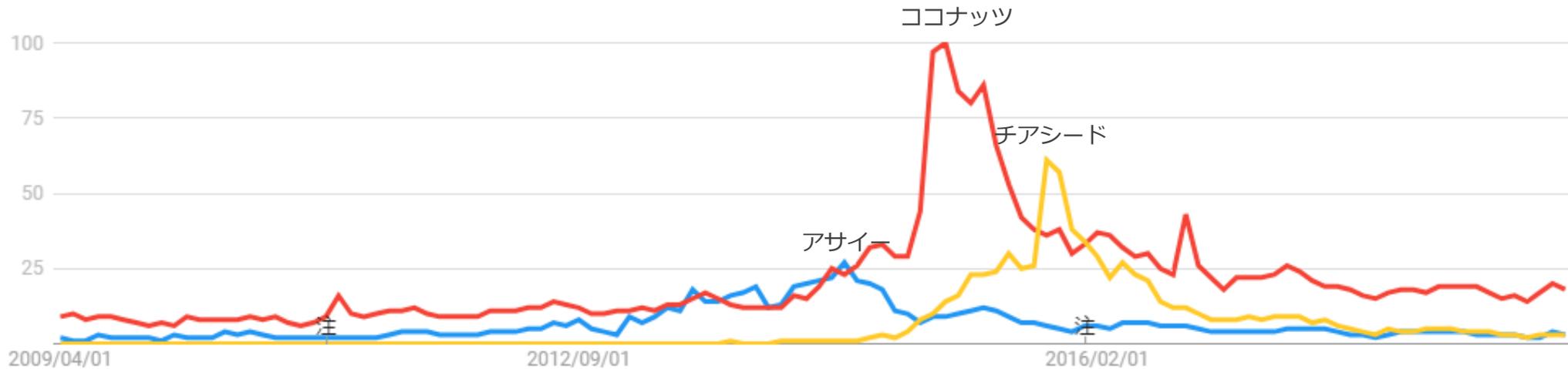


多方面からのアプローチで消費者にリーチ  
購買動機へとつなげ

**ソフトな世論形成**をめざす

- PRイベント  
記者会見・ベストアサイーニスト
- 店頭プロモーション
- オフィシャルサイト
- イベント出展
- 広告
- 公式アサイーニスト

# 2回売れるものはホンモノ



アサイーは急激な山がないのが特徴



一時的な流行ではない



定着する潜在力がある



# 4 株主優待

## アサイーニストにうれしい! オトクなオンラインショップ用クーポン贈呈

当社のオンラインショップ (WEB通販) 専用の1000円クーポン券を、年2回保有株数に応じて贈呈いたします。

	3月31日現在株主様		9月30日現在株主様		年間合計
100株以上 300株未満	2枚	+	2枚	=	4枚
300株以上 500株未満	3枚	+	3枚	=	6枚
500株以上 1000株未満	4枚	+	4枚	=	8枚
1000株以上	5枚	+	5枚	=	10枚

**ご清聴ありがとうございました**