

A vibrant illustration of a tropical jungle. The scene is filled with various types of palm trees and other lush vegetation. Several colorful parrots are shown in flight against a light blue sky with soft white clouds. In the foreground, two people are engaged in harvesting; one is standing and holding a basket, while another is reaching up to pick fruit from a tree. A toucan is perched on a branch on the right, and a leopard is visible in the lower right. The overall atmosphere is bright and lively, representing a thriving agricultural environment.

# 2026年3月期 第1四半期決算補足説明資料

株式会社フルッタフルッタ（証券コード:2586）

2025年8月14日



## Our Philosophy

# 自然と共に生きる

フルッタフルッタが目指すのは、経済と環境が共存共栄する持続可能な社会の実現です。アグロフォレストリーはそのソリューションの一つであり、私たちはその恵みであるアマゾンフルーツを革新的な商品にかえてお届けし、アグロフォレストリーの発展に貢献するとともに、お客様に本物の美と健康をご提供してまいります。

## Our Purpose

# 自然資本主義

ブラジル・アマゾンに渡った日本人移民が創立したトメアス総合農業協同組合(CAMTA)と出会い、彼らが確立した栽培手法である「トメアス式アグロフォレストリー」(混農林法)に当社の長澤が共鳴したことが創業のきっかけです。

アグロフォレストリーの拡大を促し、荒廃地を緑に変えていきたい。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、経済と環境が共存共栄する持続可能な社会の実現を目指します。



## アグロフォレストリーは 『生物多様性』と『CO<sub>2</sub>削減』を両立する ソリューション

「ネイチャーポジティブ」は、企業・経済活動によって生じる自然環境への負の影響を抑え「生物の多様性を維持する」という従来の発想から大きく踏み込んで、「生物多様性を含めた自然資本を回復させる」ことを目指す新たな概念であり、近年、企業経営において重要性を増しています。



## CONTENTS

P05-10

**01** 第1四半期決算ハイライト

P11-17

**02** 主なTOPICS

P18-24

**03** 今後の見通し

P25-27

**04** 中長期的な取組みの進捗

P28-30

**05** サステナビリティの取組み

P31-41

**06** アグロフォレストリーへの取組み



01

# 第1四半期決算ハイライト

売上高は前年同期比226.3%となり、営業利益以下の各利益も大きく伸長し、**大幅な増収増益**となりました。

## 売上高

**1,068** 百万円

前年  
同期比 **226.3 %**

## 営業利益

**161** 百万円

前年  
同期比 **1,108.9 %**

## 経常利益

**154** 百万円

前年  
同期比 **4,534.7 %**

## 当期純利益

**132** 百万円

前年  
同期比 **4,196.1 %**

### － ポイント

- ① リテール事業、業務用事業、ダイレクトマーケティング事業のいずれの部門も大きな伸びを示す。
- ② 主力のアサイー関連製品の採用が加速。アサイトレンドの日常への定着化が進む。
- ③ NEXTアサイーのピタヤ(レッドドラゴンフルーツ)などその他アマゾンフルーツも販売拡大傾向。

主にアサイー関連商品が引き続き好調であり、大手外食企業および大手CVSでの原料採用が進んだことが大きく貢献いたしました。販売費一般管理費も売上高増加に比例して増加したものの、一定の率内に留める。

	2025年3月期 第1Q		2026年3月期 第1Q		対前年同期比	
	金額 (百万円)	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	472	100.0%	1,068	100.0%	+596	126.3%
売上総利益	162	34.3%	432	40.5%	+270	166.3%
販売費及び一般管理費	148	31.4%	271	25.4%	+123	83.3%
営業利益	14	2.9%	161	15.1%	+147	1,008.9%
経常利益	3	0.6%	154	14.4%	+150	4,434.7%
四半期純利益	3	0.6%	132	12.4%	+129	4,096.1%

リテール、業務用、ダイレクトマーケティングのいずれの事業部門も前年同期比150%超となり大幅に伸長しました。第2四半期以降の販売拡大につなげるため、積極的な営業活動を行ってまいりました。

(百万円)	2025年3月期 第1Q実績	2026年3月期 第1Q実績	前年同期比 (増減額)
売上高	472	1,068	226.3% (+596)
リテール	208	553	265.2% (+344)
業務用	203	405	199.3% (+201)
DM	60	109	182.7% (+49)
海外	—	—	—

- アサイー×ヨーグルトの組み合わせを推進。手軽さや健康美容への関心から日常定着化をアプローチ
- お家でアサイーボウルSを販売開始。「#おうちでアサイーボウルしよう」をテーマに施策を展開

- 大手カフェチェーンやレストランチェーンに続々と採用決定
- CO<sub>2</sub>削減に対する意識の高まりから、メーカー原料の売上も拡大

- 供給体制が回復。出荷制限を解除したことでさらなる拡大の見込み
- 「お家でアサイーボウル7パック」が売上高を牽引

主要4カテゴリはいずれも前年同期比で大幅な伸長を見せました。当社のアサイーが高品質・高濃度であることや、「責任ある調達(サステナブル調達)」に対応した付加価値型原料であることを武器としてさらに拡大を行ってまいります。



－ ポイント

- ① 「アサイー」「アサイーボウル」への注目は依然として衰えず、一過性のトレンドではないことが表れている。
- ② アサイーをさらに日常の中に取り入れる動きを加速させる取り組みとして、アサイーとヨーグルトの組み合わせを積極的に提案しクロスセルの販売施策を展開。
- ③ 「ギルトフリー」「ノーギルティ」というコンセプトの健康志向とストレスフリーな食事にアプローチ。「#おうちでアサイーボウルしよう」をテーマに日常への定着化を促進。

引き合いの増加から売上債権が増加し、これに応えるべく比例して現金の減少及び仕入債務が増加しております。この結果、総資産が330百万円増加し、自己資本比率は79.6%と3.6pt減少いたしました。

(百万円)	2025年3月末	2025年6月末	増減額	主な理由
流動資産	3,404	3,734	+330	売上債権及び棚卸資産の増加
現金及び預金	1,886	1,687	△199	原料調達の時期となり、仕入れによる減少
固定資産	143	143	0	
総資産	3,547	3,878	+330	
流動負債	588	785	+197	原料調達および商品製造のため仕入債務の増加
固定負債	3	3	0	
純資産	2,955	3,088	+132	前期純利益計上による変動。
自己資本比率	83.2%	79.6%	△3.6pt	

A large, faded version of the FRUTA logo, which includes the text "WILD TROPICAL FRUITS" at the top and "BELEM-KOBE" at the bottom. The word "FRUTA" is written twice in a large, bold, sans-serif font, flanking a central graphic of a parrot and fruit. The number "02" is prominently displayed in the center, underlined in green.

02  
主なTOPICS

# アサイー需要を加速させる主要消費者トレンド

自宅で健康的な食事やライフスタイルを取り入れる傾向が加速した。  
**手軽に調理できるアサイーボウル**などがその代表例。  
 このトレンドは**アサイーの家庭内消費を日常的なものへと変容**させている。



健康への意識が高まる一方で、食事の楽しさや満足度も重視される傾向にある。  
 アサイーは、その豊富な栄養素と自然由来の特性から、「**罪悪感なく**」**摂取可能な健康食品**として、特に若年層や健康に配慮する消費者層から高い支持を得ている。

環境保護や社会貢献への意識が、特に**Z世代を中心に強く反映された消費行動**である。  
 フルッタフルッタのアグロフォレストリーへのコミットメントは、この**倫理的消費志向を持つ消費者層に深く共鳴し**、ブランド選択の重要な要素となっている。

近年の健康食品に関する問題は、消費者の製品選択において、**壊さず、加えず、そのままであることへの信頼度**を一層高めている。  
 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**」をモットーとしており、この特性から有利な立場と認識される。

アサイーとヨーグルトの組み合わせを積極的に提案し、クロスセルの販売を実現させるべく、「飲む」だけでなく「食べる」目的でも家庭で簡単にアサイーを楽しめることを訴求してまいります。

# いつものヨーグルトに!! #アサイーヨーグルトボウル

**Day5**

朝食や軽食にぴったり!  
ヨーグルトにかけて、フルーツをトッピング

FRUTA  
**Açaí**  
アサイーエナジー  
特濃スムージー

鉄 ポリフェノール  
オメガ3-6-9  
アミノ酸

CO2  
INTEGRAL  
891g

香料・着色料不使用 果汁83%  
主原料のアサイーベリーは、果汁に含まれません。

賞味期限 (開封前)

エナジー

ヨーグルトと合わせて  
簡単アサイーボウル!

賞味期限 (開封前)

# これ1本で #アサイーボウル

凍らせて濃厚  
アサイーシャーベット

かけるだけ  
アサイーボウル

いつものヨーグルトと  
ヨーグルトアサイーボウル

本業にヨーグルト  
2:1  
割って  
アサイーヨーグルト

簡単!美味しい!  
アレンジレシピは  
こちらから▶▶▶

# 手のひらに、ちょうどいい贅沢 - お家でアサイーボウルS(エス) -

そのまま食べるだけでなく、自分でカスタムする楽しさや、家庭で手軽にアサイーボウルを作り日常的に食事として食べられる環境を提供するために2025年4月より発売を開始いたしました。



# レッドドラゴンフルーツ

## ピタヤの

## 注目度が

## 高まっている

### USD

66億2,880万

2023年の世界のピタヤ市場は42億8,770万米ドルと評価されており、2032年までに収益を拡大すると予測されている。

### 市場全体の収益

72.8%

主に中南米の原産地で消費されていたが、近年ではアジア太平洋地域において市場全体の収益72.8%を占めている。

### CAGR

4.96%

予測期間中(2023年から2032年まで)のCAGRは4.96%で拡大すると予測され、目覚ましい成長を遂げている。

### スーパーフード としての位置づけ

$\alpha$ -トコフェロールよりもベタシアニン類の方が高い抗酸化作用を示したという報告があるほどに栄養素にも注目をあつめている。

※Astute Analytica

『ピタヤ市場 - 2032年までの業界ダイナミクス、市場規模、および機会予測』

<https://www.astuteanalytica.com/ja/industry-report/pitaya-market>

お家でシリーズの中でアサイーと姉妹品である「お家でピタヤボウル」。  
色彩鮮やかで視覚的にも楽しむことができ、 $\alpha$ -トコフェロールよりもベタシアニン類の方が高い抗酸化作用を示した  
という報告があるほど、健康効果が期待される注目商品です。

## Ouchi de Pitaya



簡単！美味しい！楽しい！

# お家で ピタヤ ボウル

ピタヤ×ザクロが  
この1袋で手軽に！

ピタヤはポリフェノールや葉酸等の  
栄養で知られるスーパーフルーツ。  
流水解凍し、トッピングをのせるだけで、  
簡単にピタヤボウルを作ることができます♪



別名「ドラゴンフルーツ」  
鉄やマグネシウムなどのミネラル分が豊富で、レッドピ  
タヤのビビッドなピンク色は赤色の色素であるベタシ  
アニンや、女性に嬉しい葉酸や食物繊維も含むのが特  
徴です。

「ピタヤスムージー」が千葉県袖ヶ浦市の返礼品として「さとふる」、「ふるさとチョイス」、「楽天ふるさと」、「Amazonふるさと納税」にて取扱いがスタートいたしました。アサイーだけでなく、選べる商品を拡大しております。



A large, faded version of the FRUTA FRUTA logo is centered on the page. It features the same diamond shape and text as the header logo, but in a light gray color. The number "03" is prominently displayed in green above the word "FRUTA" on the right side of the diamond.

03

FRUTA FRUTA

WILD TROPICAL FRUITS

BELEM-KOBE

今後の見通し

前述のアサイトトレンドをとらえ拡大させることと、NEXTアサイーのポジションをそのほかアマゾンフルーツによって展開を促進することで、**売上高、各利益は過去最高**となる見通しです。

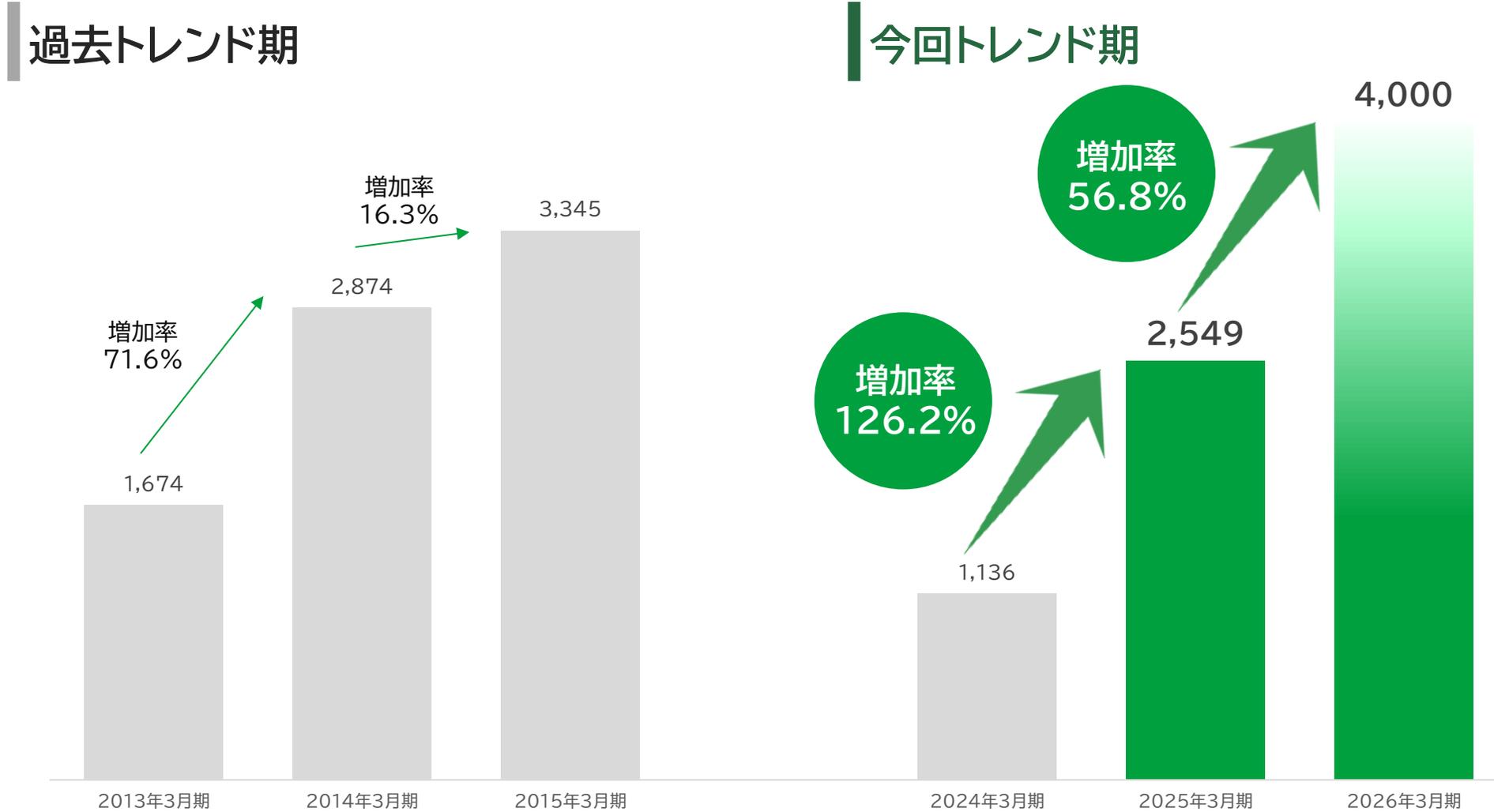
	2026年3月期 第1Q実績		2026年3月期 予想		達成率
	金額	売上比	金額	売上比	達成率
売上高	1,068	100.0%	4,000	100.0%	26.7%
営業利益	161	15.1%	400	10.0%	40.4%
経常利益	154	14.4%	370	9.3%	41.7%
当期純利益	132	12.4%	300	7.5%	44.3%

※2026年3月期第1Q実績および業績予想の当期純利益には、法人税・住民税及び事業税までを含み、現時点での将来の課税所得を見積り、繰延税金資産の回収可能性が見込まれる部分について検討している段階であることから法人税等調整額は含みません。

# 過去トレンド期 各事業年度の売上高比較

2026年3月期は引き続きトレンドをさらに拡大させ、過去トレンド期を超えるのびしろが見込まれます。  
 第1四半期においては売上高1,068百万円となり、**達成率26.7%**と**現在の業績予想をとらえる進捗**です。

(百万円)



累計1,400社超を支援してきた売れるネット広告社グループと戦略的パートナーシップを締結することで、**当社のブランド力と高付加価値商品を掛け合わせ、「美容・健康」トレンドのシェア獲得を見込む。**

**売れるネット広告社 GROUP**

**TikTok Shop**

売れるネット広告社

FRUTA FRUTA

売れるネット広告社グループ、東証グロス上場のフルッタフルッタ(2586)と中国『TikTok (Douyin) ライブコマース』事業を共同推進へ！  
～ 14億人の巨大市場でスーパーフード「アサイー」越境ECを加速～

**TikTok Shop**

市場への宣戦布告

売れるネット広告社

FRUTA FRUTA

売れるネット広告社グループ(9235)、**“1兆円TikTok Shop市場”の完全制圧に王手!**  
“上場企業同士の最強タッグ結成”、**フルッタフルッタ(2586)と歴史的提携!**  
～ 株主・投資家よ、歴史が動く瞬間を見届けよ～

～ “98兆円×14億人×1,400社ノウハウ”の融合～

売れるネット広告社グループとは「最強の売れるノウハウ®」による**企業のD2C成長支援を強みとし、創業以来ダイレクトマーケティング領域に特化した企業**です。

これまで**累計1,400社**を超えるD2Cブランドを支援しており、独自のクラウドサービス及びコンサルティング並びにメディアプラットフォームを組み合わせることで、**顧客企業の売上最大化と収益向上に貢献**しています。

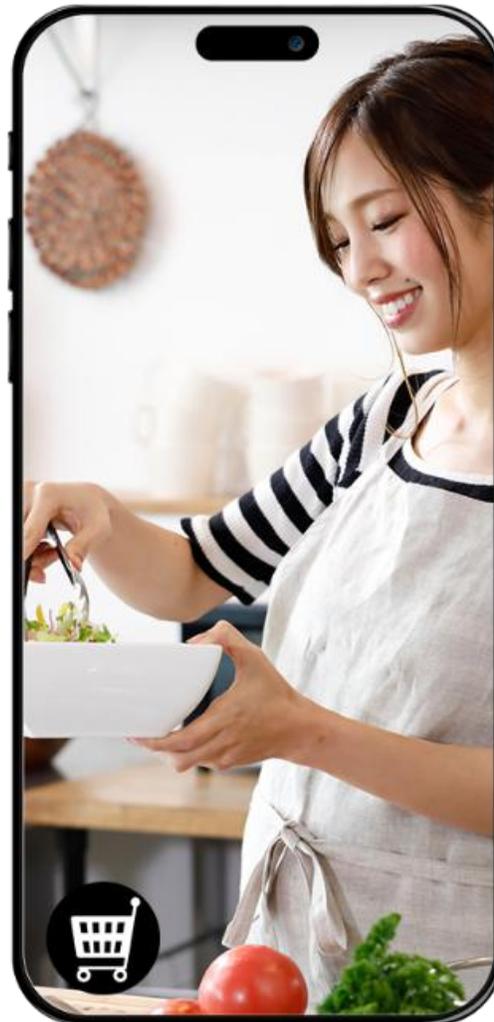
Douyin(中国版TikTok)を活用したライブコマースにおいては、その豊富な実績と独自のノウハウを活かし、**企業の越境EC事業の立ち上げから成功までを一貫してサポート**しており、中国市場における販売戦略の強力なパートナーとして、**多くの企業から高い評価**を得ています。

※詳細は2025年6月19日公表の「売れるネット広告社グループ(9235)と越境EC協業施策開始のお知らせ～中国『TikTok (Douyin) ライブコマース』事業を共同推進へ～」及び2025年7月30日公表の「売れるネット広告社グループ(9235)と「TikTok Shop」戦略開始のお知らせ～スーパーフード「アサイー」の国内販売をさらに加速～」をご参照ください。

# SNSを活用してアサイーを国内・海外の両フィールドへ事業展開



国内では「TikTok Shop」、海外では「Douyin(中国版TikTok)」を主戦場にSNS・ライブコマースを展開し、「定番商品の市場定着」「新SKU・カテゴリ展開」「サブスクリプションモデル構築」といった中長期の成長ドライバーを創出することを目指します。



※詳細は2025年6月19日公表の「売れるネット広告社グループ(9235)と越境EC協業施策開始のお知らせ～中国『TikTok(Douyin)ライブコマース』事業を共同推進へ～」及び2025年7月30日公表の「売れるネット広告社グループ(9235)と『TikTok Shop』戦略開始のお知らせ～スーパーフード「アサイー」の国内販売をさらに加速～」をご参照ください。

# 待望のアサイーの自動販売機が登場！7月より販売開始！

「24時間、いつでも好きなタイミング」で「好きな商品」を購入できる、冷凍自動販売機を設置いたしました。当社の無人店舗としての役割を担い、アサイーと親和性の高い健康志向のユーザーが好む飲食店での設置や、フランチャイズとしての国内販売拡大を狙ってまいります。

日本経済新聞

## フルッタフルッタ、都内にアサイー商品自販機 フランチャイズ検討も

2025/7/24 17:07 | 日本経済新聞 電子版



目販機について説明するフルッタフルッタの長沢社長（24日、東京都港区）

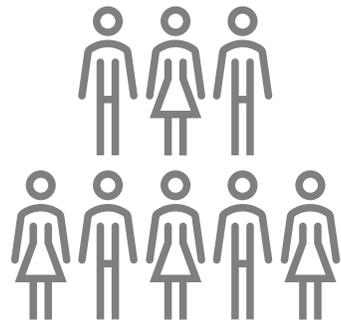
果物の輸入販売を手掛けるフルッタフルッタは24日、栄養価が高い南米産の果実「アサイー」を使った商品の自動販売機の運営を7月末に始めると発表した。まず東京都千代田区の自社オフィスの前に1台設置する。売れ行き次第で、フランチャイズで拡大することも検討する。

※日経電子版2025年7月24日「フルッタフルッタ、都内にアサイー商品自販機 フランチャイズ検討も」

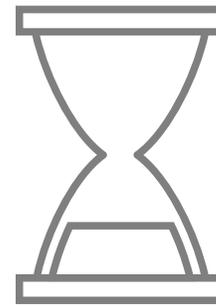
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC242D40U5A720C200000/>

※詳細は2025年7月24日公表の「お手軽に24時間いつでもアサイーボウルを！フルッタフルッタの冷凍自動販売機が7月末より稼働決定！」及び2025年7月30日公表の「アサイーボウルの無人店舗登場！フルッタフルッタの冷凍自動販売機が7月30日より稼働開始」をご参照ください。

株主の皆様の日頃のご支援に感謝を形にするとともに、当社株式への投資魅力を高めること及び中長期的に当社株式を保有していただける株主様の増加を促進することを目的として、株主優待制度の再開を決議。



100株以上の  
株式保有数



中長期的な  
継続保有期間



株主優待内容  
の充実化

配当等その他の利益還元についても継続的に検討し、企業価値の向上に取り組んでまいります。

A large, faded version of the FRUTA FRUTA logo is centered on the page. It features the same diamond shape and text as the header logo, but in a light gray color. The number "04" is prominently displayed in the center of the diamond, underlined in green. Below the diamond, the Japanese text "中長期的な取組みの進捗" is written in a bold, black, sans-serif font.

**04**

**中長期的な取組みの進捗**

## 01 成長投資の進捗

### さらなる業績拡大にむけた事業展開

日常的に家庭でアサイーを楽しむことを加速させるべく、アサイー×ヨーグルトのクロスセル施策やお家でアサイーボウルSの新商品で拡大を狙う

### サステナブルマッチングプラットフォーム

2025年11月のCOP30までのローンチを目標として、プラットフォーム開発に関するロードマップに沿って実開発を進行中

## 02 調達済み金額と資金の充当状況

(単位:百万円)

資金使途	調達予定額	資金調達額	充当額	未充当額
アサイー原材料の調達+アマゾンフルーツの調達	6,689		528	
カカオの調達	400		0	
アサイーの普及活動及びプロモーション	150		7	
アマゾンフルーツのプロモーション、マーケティング活動	150	1,838	0	1,292
人材確保(人件費、採用費等)	100		0	
プラットフォームの構築及び維持	250		10	
サステナブルマッチングプラットフォームのPR	100		0	
<b>合計</b>	<b>7,839</b>	<b>1,838</b>	<b>546</b>	<b>1,292</b>

(1)今後の具体的な計画やその進捗については、事業計画及び成長可能性に関する事項及び、適時開示にて開示してまいります。

### 03 各新株予約権行使の進捗状況 (1)

新株予約権	発行数 (個)	行使数 (個)	未行使数 (個)	行使割合 (%)
第11回新株予約権	182,400	182,400	0	100.0
第12回新株予約権	182,400	0	182,400	—
第13回新株予約権	182,400	0	182,400	—
第14回新株予約権	187,000	0	187,000	0
第15回新株予約権	187,000	187,000	0	100.0
<b>合計</b>	<b>921,200</b>	<b>369,400</b>	<b>551,800</b>	<b>40.0</b>

第11回新株予約権は、2024年9月に全個数の行使が完了されました。行使完了についての詳細は2024年9月2日公表の「第三者割当による第11回新株予約権(行使価額修正条項付)の月間行使状況及び行使完了に関するお知らせ」をご参照ください。

第15回新株予約権は随時行使型新株予約権であり、行使期間を2023年12月18日(当日を含む。)から2030年12月17日(当日を含む。)までとしています。また、本新株予約権は2025年2月に全個数の行使が完了されました。行使完了についての詳細は2025年2月3日公表の「第三者割当による第15回新株予約権(行使価額修正条項付)の月間行使状況及び行使完了に関するお知らせ」をご参照ください。

各新株予約権の詳細につきましては、2023年11月13日公表の「第11回乃至第13回新株予約権(行使価額修正条項付)の発行、第14回及び第15回新株予約権(行使価額修正条項付)の発行並びに定款の一部変更に関するお知らせ」、2024年6月14日公表の「資金用途の変更に関するお知らせ」及び2025年6月13日公表の「資金用途の変更に関するお知らせ」をご参照ください。

(1) 2025年8月12日時点

A large, faded version of the FRUTA FRUTA logo is centered on the page. It features the same diamond shape and text as the header logo, but in a light gray color. The number "05" is prominently displayed in the center of the diamond, underlined in green.

05

FRUTA FRUTA

WILD TROPICAL FRUITS

BELEM-KOBE

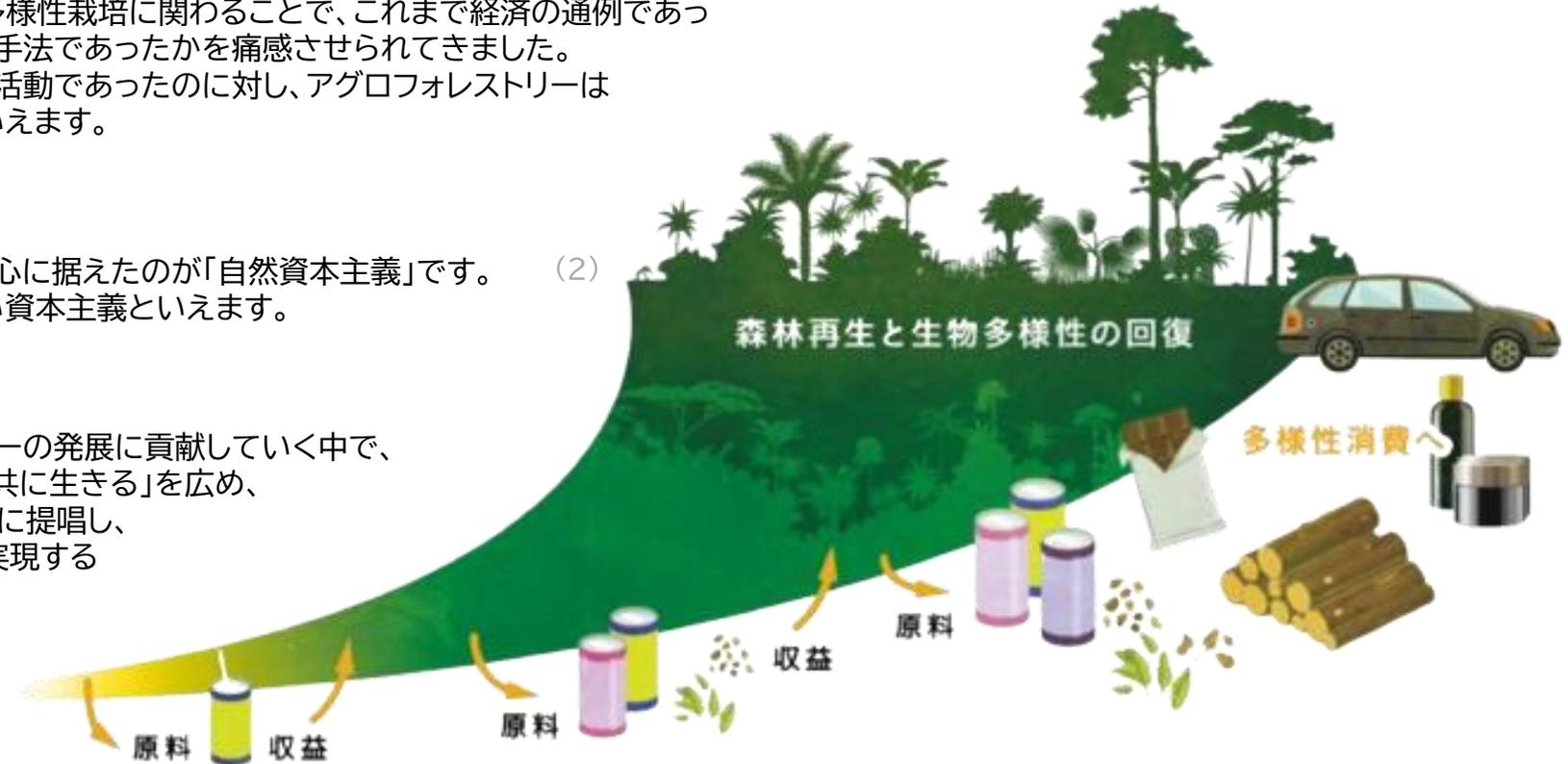
# サステナビリティの取組み

アグロフォレストリー原料の使用を通して、累計450,000トンのCO2削減を目指します。 (1)

フルッタフルッタでは、アグロフォレストリーの多様性栽培に関わることで、これまで経済の通例であったモノカルチャー栽培が如何に自然と逆行する手法であったかを痛感させられてきました。そして、従来の農業が自然資本を搾取する経済活動であったのに対し、アグロフォレストリーは自然資本を保全し回復させる未来型の農法といえます。

従来の資本主義に対し、限りある自然資本を中心に据えたのが「自然資本主義」です。 (2)  
その生産性の改善と回復に重点を置いた新しい資本主義といえます。

私たちは、事業活動を通してアグロフォレストリーの発展に貢献していく中で、アグロフォレストリー概念ともいえる「自然と共に生きる」を広め、この新しい経済メカニズムを日本国内及び世界に提唱し、経済と環境が共存共栄する持続可能な社会を実現することを目指し、上記目標設定と致しました。



(1)目標値は、中長期計画で見通している2031年3月期までの売上高(取引高)から算出したアグロフォレストリー原料の調達量に基づき、そこから得られるCO<sub>2</sub>削減量を創業時から累計して算出しています。  
なお、2025年3月末時点では65,000tを削減している見込みです。

(2)自然資本:植物、動物、土壌、鉱物、水、大気など、自然によって形成される資源のこと

# 「自然と共に生きる」の実現に向けて

当社のサステナブルに対する活動・情報をまとめたサステナブルページを公開いたしました。  
当社が目指す未来をはじめ、アグロフォレストリーが貢献するSDGsや、企業活動とサステナブルの関係をまとめています。



## ■おもな内容

- ・ 実現したい未来
- ・ フルッタフルッタのSDGs
- ・ アグロフォレストリーで実現するSDGs
- ・ 私たちのサステナブルアクション
- ・ 最新情報



A large, faded watermark of the FRUTA logo is centered on the page. It includes the text "WILD TROPICAL FRUITS" at the top, "FRUTA" on both sides, and "BELEM-KOBE" at the bottom.

06  
アグロフォレストリーへの取組み

アマゾンで生まれた、自然と共に生きる農業。人間の手で壊した自然環境は、人間の手できちんと修復する。GPIの流れに沿う形で、当社大切なテーマを実現へと取組みを進めてまいります。



(1)

2025年11月に第30回国連気候変動枠組み条約締結国会議(COP30)がブラジル北部パラ州の州都ベレンで開催予定

アマゾン地域でのCOP開催で、ブラジルは世界に環境重視の姿勢をアピールする狙い

2024年5月の日・ブラジル首脳会談を経て「日・ブラジル・グリーンパートナーシップ・イニシアティブ(GPI)」を立ち上げ

両国で「環境・気候変動対策」及びアグロフォレストリー推進を含む「持続可能な開発」を軸として、日本の技術活用による協力を通じて「戦略的グローバル・パートナーシップ」の一層の強化を図る



(2)

2025年3月の「日・ブラジル経済フォーラム」にて「日本とブラジルはともに気候変動問題と闘う頼もしいパートナーだ」と述べ、脱炭素の分野で両国の協力を強化していく考えを示す。

(1) 日・ブラジル首脳会談 (写真出典 内閣広報室)

(2) 日・ブラジル経済フォーラム (写真出典 首相官邸)

2009

外務省・農水省・環境省 アグロフォレストリーシンポジウムにてプレゼン  
「中南米マガジン」アグロフォレストリーの取り組み紹介



2010

関西大学 「ラテンアメリカ経済とビジネス授業」トメアスのアグロフォレストリーをプレゼン  
上智大学 「ブラジル経済論」ブラジルとのビジネスに取り組む実践者として、トメアスのアグロフォレストリーをプレゼン  
NFP NFPファンド組合員集会にてプレゼン  
「グローバルネット」アグロフォレストリーワークショップの内容紹介

2011

エコ・アクション・ポイントの事業者認定  
関西大学 ラテンアメリカ経済とビジネス授業 2回目の講演  
上智大学 ブラジル経済論 2回目の講演  
株式会社明治よりアグロフォレストリーの 카카오豆を100% 使ったチョコレート発売  
アグロフォレストリーによるBOPビジネス支援でJICAより採択  
「朝日小学生新聞」アグロフォレストリー特集  
「オルタナ」連載(2011~12)  
①森編集長によるトメアス訪問レポート  
②元サッカー日本代表中澤佑二さんと被災地支援対談  
③明治とのアグロフォレストリーカカオの取り組みを明治部長と対談  
④森編集長とグリーンエコノミーに関する対談  
⑤PwCの磯貝様と長澤対談記事  
⑥これからのソーシャルビジネスについて学生と長澤が対談



2012

帝国書院 中学校の社会科用ビデオ教材「世界の諸地域・日本の諸地域」情報提供  
中央開発 農水省の「食料供給安定化国際農業連携対策事業」の一環で専門家として招致  
環境省 Rio+20 ジャパンパビリオン Satoyamaイニシアティブシンポジウム  
農水省 Rio+20 ジャパンパビリオン 農水省シンポジウム  
東京農業大学 海外農業事情論(ラテン・アメリカ) 講演  
上智大学 ブラジル経済論 3回目の講演  
ブラジル中央協会 JICA名古屋中南米セミナー  
IFC インクルーシブビジネス・リーダーズフォーラム  
GIAHS 「世界農業遺産事務局定例会」に専門家として招致  
環境省 Rio+20から考える「私たちが望む未来」～グリーン経済・社会にむけた新しいパートナーシップ～  
関西大学 ラテンアメリカ経済とビジネス授業 3回目の講演  
龍谷大学 グリーンエコノミーの事例として長澤よりアグロフォレストリーと多様性マーケティングについてプレゼン  
NHK「おはよう日本」トメアス現地取材およびアグロフォレストリーの取り組み紹介  
「ガイアの夜明け」アサイーブームとアグロフォレストリーの取り組み紹介  
「環境会議」アグロフォレストリーBOPプロジェクトについて紹介  
「朝日新聞」「読売新聞」アグロフォレストリーの取り組み紹介  
NHK国際放送「ラジオジャパン」アグロフォレストリーの取り組み紹介



2013

外務省 「次世代日系人指導者会議」ブラジル日系社会と実際にビジネスを展開する企業としてプレゼン

JETRO 日本市場向けFS調査の一環で長澤が専門家として招致

JICA中部、JETRO名古屋 中南米地域におけるビジネス展開の事例としてBOPのFS調査の内容をプレゼン

JICA中国、JETRO広島 中南米・日系社会を活用した民間連携セミナー

明治学院大学 環境共存型ビジネスの起業家として、起業の実体験や事業活動、グリーンエコノミーの取り組みをプレゼン

国連クラシックライブ協会によるアグロフォレストリーミュージカル上演

上智大学 ブラジル経済論 4回目の講演

農水省 環境共存型の持続的発展事例としてトメアスのアグロフォレストリーと事業内容をプレゼン

関西大学 ラテンアメリカ経済とビジネス授業 4回目の講演

調布市産業振興センター 起業の実体験や事業活動、グリーンエコノミーの取り組みをプレゼン

国際連合地域開発センター、JICA中部 アグロフォレストリーと多様性マーケティングの重要性についてプレゼン

札幌商工会議所 海外とのビジネスに取り組む経営者として実体験や事業活動、グリーンエコノミーの取り組みをプレゼン

NHK BS「地球テレビ エル・ムンド」長澤出演

フジテレビ「超潜入！リアルスコープハイパー」アグロフォレストリーの情報提供

JICA中部でベトナムから来日した研修生に対してフルッタフルッタの活動内容やCAMTAとの取り組みについてプレゼン



2014

「ニッケイ新聞」トメアス駐在所長紹介

東証マザーズ市場 上場

「神戸新聞」長澤のインタビュー掲載

JICA中部でベトナムから来日した研修生に対してフルッタフルッタの活動内容やCAMTAとの取り組みについてプレゼン

京都外大・関西大学でアグロフォレストリーマーケティングについてプレゼン



2015

社会起業大学でアグロフォレストリーマーケティングについてプレゼン

「日経新聞」CAMTAとフルッタフルッタ紹介

「経済界」長澤のインタビュー掲載

「NHK BS」アマゾンフルーツの生産現場紹介

「朝日新聞デジタル」アサイーと日系生産者およびトメアス駐在所長紹介

フェリス女学院大学でアグロフォレストリーマーケティングについてプレゼン

「共同通信」長澤のインタビュー掲載

「財界」でトメアス紹介

「日刊ゲンダイ」長澤のインタビュー掲載

「日経ビジネス フロント」長澤・CAMTA専務のインタビュー掲載

「さぴあ」アグロフォレストリーの取り組み紹介

「日経産業新聞」長澤のインタビュー掲載



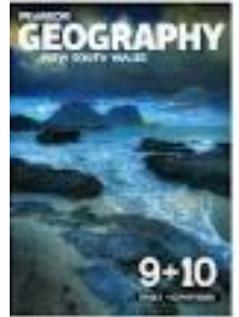
2016

「国際開発ジャーナル」トメアス駐在所長インタビュー

「学びゲート」アグロフォレストリーの取り組み紹介

オーストラリアの地理教科書「pearson giography stage 5」アグロフォレストリーの情報提供

関西学院大学高等部フィールドスタディーにてアグロフォレストリーマーケティングについてプレゼン



2017

バイオインダストリー協会勉強会でアグロフォレストリーマーケティングについてプレゼン

企業が語るいきものがたり分科会でアグロフォレストリーマーケティングについてプレゼン

「ベンチャータイムズ」アグロフォレストリーの取り組み紹介

コロッキオ開催 一般ユーザー向けに創業以来ミッションとしてきた社会貢献型ビジネスセミナーを展開

サステナブルブランド国際会議出展

「サステナブルブランドジャパン」長澤のインタビュー掲載

関西学院大学高等部フィールドスタディーにてアグロフォレストリーマーケティングについてプレゼン



2018

「Wiz Biz」ネットラジオで長澤へのインタビューを配信

「生協流通新聞」アサイーおよびアグロフォレストリー紹介

サステナビリティ・サイエンス・コンソーシアムにてGOOD FOODとアグロフォレストリーについてプレゼン

関西学院大学高等部フィールドスタディーにてアグロフォレストリーマーケティングについてプレゼン

ラジオ日経「マーケットプレイス」長澤のインタビューを配信

フェリス女学院大学でアグロフォレストリーマーケティングについてプレゼン

日伯協会でアグロフォレストリーマーケティングについてプレゼン

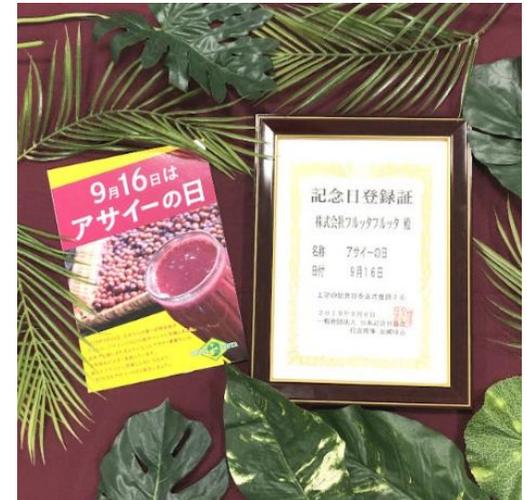
2019

洋菓子技術研究会でアマゾンフルーツとアグロフォレストリーについてプレゼン

「アサイーの日」制定 日本からアマゾンへ渡った日本移民が  
産業化に成功した功績を称えて日本での記念日を制定

「キャピタルアイ」長澤と役員のインタビュー掲載

西宮市「ロンドリーナWEEK」でアサイーとアグロフォレストリーについてプレゼン



2020

TBS「Nスタ」アグロフォレストリー紹介

トメアスカカオが産地認証を取得 実質的なアグロフォレストリー認証となる

関西大学でアグロフォレストリーマーケティングについてプレゼン



2021

日伯移民記念イベントでアグロフォレストリーと日系人の関りについてプレゼン

FMラジオ「COCORO」アグロフォレストリーの取り組み紹介

NHK BS CAMTAおよびカーボンクレジットの取り組み紹介

文溪堂出版「SDGsを実現する2030年の仕事未来図」アグロフォレストリーの取り組み紹介

フェリス女学院大学にてアグロフォレストリーマーケティングについてプレゼン



2022

高等教育用教科書「わたしたちの地理総合」にアグロフォレストリーの情報提供

フルッタフルッタオンラインショップでCO2削減量の提示



2023

日経新聞「ネクストカンパニー」でCO2削減マークの取り組み紹介  
TNFD(Taskforce on Nature-related Financial Disclosures) 参画  
学研「ゆるゆる図鑑・アマゾン展」に展示協力  
「社長のミカタ」長澤のインタビュー掲載  
コーポレートサイト アグロフォレストリーのページリニューアル  
SDGsメディア「スペースシップアース」アグロフォレストリーの取り組み紹介  
CO2削減マークをアサイーエネルギーに表示 飲料業界初の試み  
エシカルイベントMoFF2023で長澤がトークセッションに登壇  
日本食糧新聞セミナーに長澤に登壇 アグロフォレストリーの取り組み紹介  
U.S.M.H.社のレトルト食品にCO2削減量マークを表示  
「エコプロ2023」出展 アグロフォレストリーやCO2削減量可視化の取組みを紹介  
映画「Perlimps」の監督とアグロフォレストリーについて対談  
アグロフォレストリーの紹介動画をリニューアル  
「マネ会」長澤のインタビュー掲載



2024

note 投稿開始 アグロフォレストリーやアサイーについての発信を強化

「庭」でアグロフォレストリー紹介

ラジオ日経「マーケットプレイス」長澤のインタビュー配信

「日本食糧新聞」長澤のインタビュー掲載

「ブラジル日報」長澤のインタビュー掲載

サステナビリティレポート2023公開 自然資本主義経済の実現に向けた取り組みと目標の発信

SHIBUYA109でアサイーの日イベント開催 アグロフォレストリーの情報を消費者に周知



## 教育機関における講演 学習協力実績

大学

跡見学園女子大学、関西大学、京都外語大学、神戸女学院大学、国連大学、上智大学、専修大学、中央大学、東京大学、東京農業大学、フェリス女学院大学、武蔵大学、明治学院大学、明治大学、立命館大学、龍谷大学

高校

大島海洋国際高等学校、関西学院千里国際高等部、翔凛高等学校、中央大学杉並高校、桐蔭学園高校、明治大学付属高校

中学校

各務原市立那加中学校、諏訪市立上諏訪中学校



本資料におけるご説明に含まれる将来の予測及び将来の見通しに関する記述・言明は、現在当社が入手している情報に基づいて行った判断・評価・事実認識・方針の策定等に基づいてなされ、もしくは算定されています。また、過去に確定し正確に認識された事実以外に、将来の予想及びその記述を行うために不可欠となる一定の前提(仮定)を用いてなされもしくは算定したものです。

将来の予測及び将来の見通しに関する記述・言明に本質的に内在する不確定性・不確実性及び今後の事業運営や国内外の経済、証券市場その他の状況変化等による変動可能性に照らし、現実の業績の数値、結果、パフォーマンス及び成果は、本資料におけるご説明に含まれる予想数値及び将来の見通しに関する記述・言明と異なる可能性があります。

本資料は、情報の提供を目的とするものであり、当社により何らかの行動を勧誘するものではありません。日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。投資のご検討にあたっては、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。

【お問合せ先】

株式会社フルッタフルッタ IR室

公式お問い合わせフォーム

[https://www.frutafruta.com/ir\\_info/ircontact/](https://www.frutafruta.com/ir_info/ircontact/)

