



事業計画及び成長可能性に関する事項説明資料

株式会社 フルッタフルッタ

Update 2026.06

エグゼクティブサマリー	3
会社概要及びビジネスモデル	5
市場環境及び成長機会	16
競争優位性	27
決算ハイライト及び短期事業計画	33
今後の事業計画	42
中長期計画	49
サステナビリティの取組み	56
リスク情報及び対応策	59

エグゼクティブサマリー

Executive Summary



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す

1 アグロフォレストリーを中核に据えた持続可能なビジネスモデル

2 円安の逆風下でも、売上・粗利益ともに伸長

3 2期連続の営業黒字を達成し、利益体質へ改善

4 次なる飛躍への「戦略的準備」が完了、事業成長を一層促進

5 株主様への感謝を形に。商品贈呈の特別株主優待を実施。

会社概要及びビジネスモデル

Company Information





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

経済と環境が共存共栄する 持続可能な社会の実現

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。



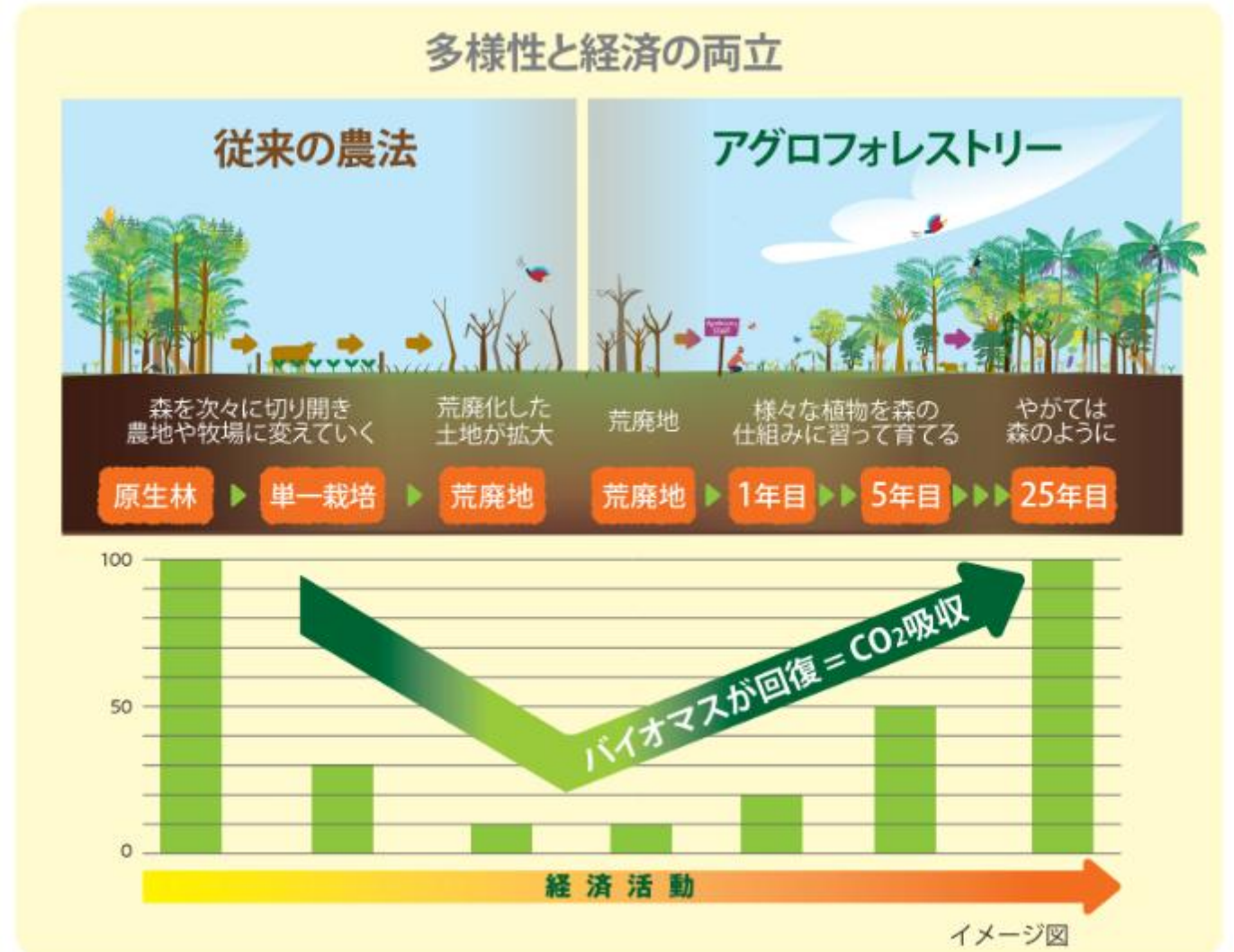
アグロフォレストリーは 『生物多様性』と『CO₂削減』を両立する ソリューション

「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。

「アグロフォレストリー」は、アマゾンの荒廃した土地に、多様なフルーツや樹木を植えていく”森を作る農業”です。当社は経済の力で環境を再生する「自然資本主義」の実践企業として健康と環境に貢献する事業を推進しています。



"Agroforestry"
「森をつくる農業」



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。

当社は市場側のインフルエンサーとしてそれを情報発信していくことが大切な使命の一つです。



壊さず、加えず、そのままに



「アグロフォレストリー」は、アマゾンの荒廃した土地に、多様なフルーツや樹木を植えていく”森を作る農業”です。当社は経済の力で環境を再生する「自然資本主義」の実践企業として健康と環境に貢献する事業を推進しています。

SCOPE 3 排出量の削減



ゼロ・デフォorestation

アグロフォレストリーによる環境価値の提供

CO2削減マークは、飲料業界において初の試みであり、環境価値を具体的な形で可視化。サステナビリティ志向の消費者や企業パートナーからの強い支持を獲得し、製品の機能的価値を超えたブランド価値を創造する強力な差別化要因として機能している。

2022年6月～CO₂削減マークを作成し、自社EC内で会員プログラムを実施。

商品ごとのCO₂削減量の算出を行い、2023年3月から商品に表示開始。



CO₂削減 360g

原料1gあたりの削減量
※数値は製品に表示した場合のイメージです

リテール事業部門(自社ブランド)

天然のサプリメントであるアマゾンフルーツを素材にして、独自のフードテックを使い、「自然の栄養素を壊さず届ける」ポリシーのもと、こだわりの製品を販売しています。
 全国のスーパーマーケットやコンビニエンスストアなどの広範な流通網が一般消費者へのリーチを可能にしています。



業務用事業部門

外食チェーンや飲食店、食品メーカーに対して、業務用製品や原料を販売しています。
 冷凍アマゾンフルーツピューレに限らず、高品質な濃縮エキスやフリーズドライ等の加工原料を取り扱っております。
 外食産業では健康志向や環境貢献に対する意識の高まりに伴うアサイーメニュー導入拡大に貢献しています。



ダイレクトマーケティング事業部門

自社ECやプラットフォームを通じて、自社商品販売や最新の情報発信、二酸化炭素削減量の可視化ポイント制度など、小売店ではカバーしきれないエリアやサービス内容を充実させています。顧客との直接的な関係構築と高収益性を両立させる重要な基盤となっています。

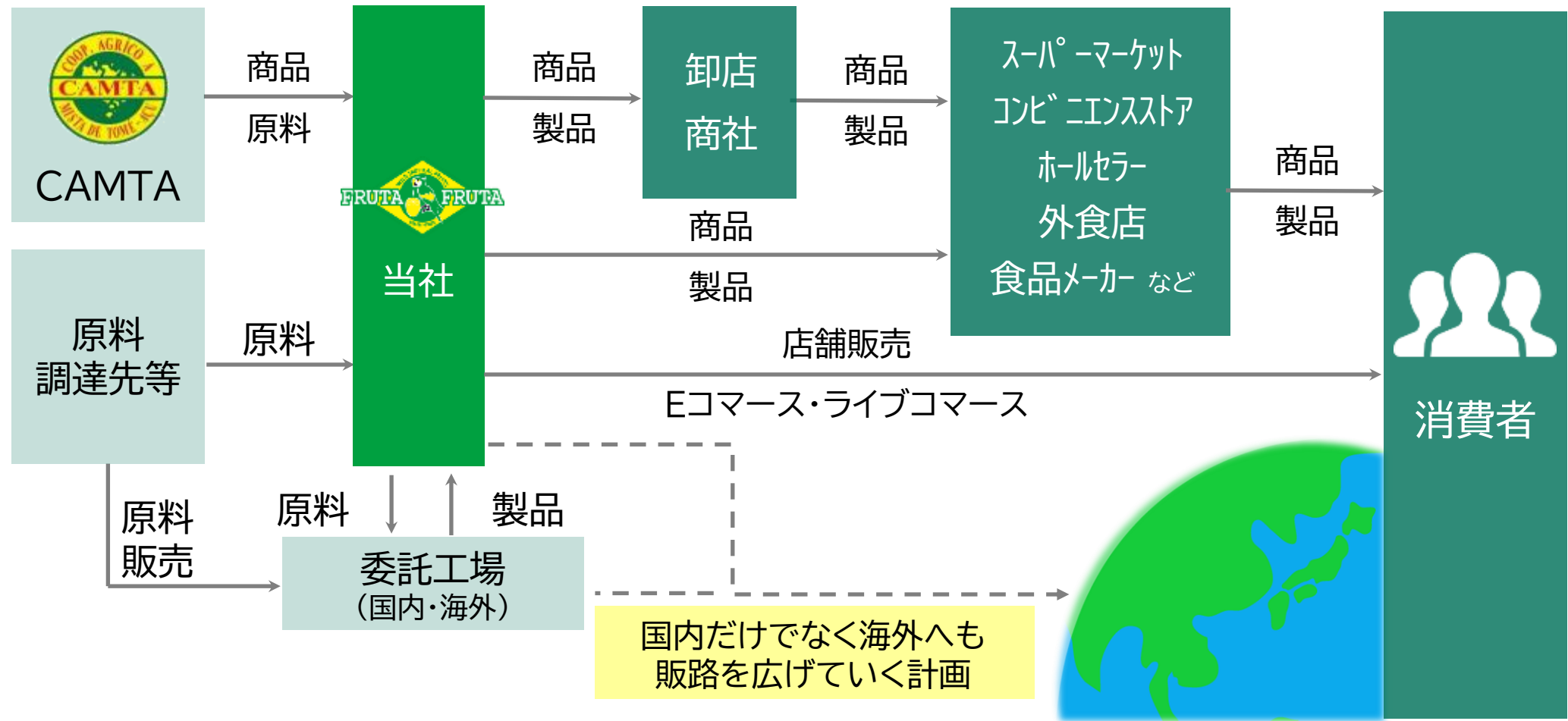


海外事業部門

アグロフォレストリーで収穫された産物をESG訴求が実現出来る、アグロフォレストリー原料による付加価値創出を実現させる商品に使用されます。今後、SNSやサステナブルマッチングプラットフォームを活用し、海外市場へもアプローチしてまいります。



CAMTAからアグロフォレストリー産の原料等を輸入し、製品を企画・開発し、販売を展開。
委託工場で製造した自社製品だけでなく、外食チェーンへの卸、メーカーへの原料販売等を行う。



※詳しくは、P16以降の「市場環境及び成長機会」を参照ください。



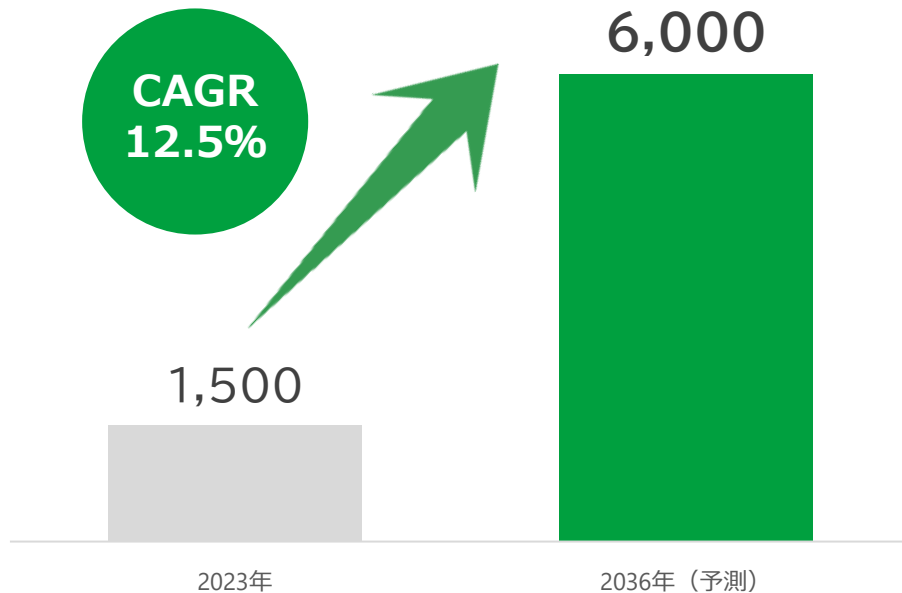
市場環境及び成長機会

The Environment Surrounding Us

健康志向、サステナブル消費の世界的な高まりを背景に、アサイー市場は著しい成長が予測されている。
パイオニアとしての地位と独占的供給、製品力、販路を背景に、過半数以上の高いシェアを維持・拡大可能と推測される。

世界のアサイー市場の成長予測 (1)

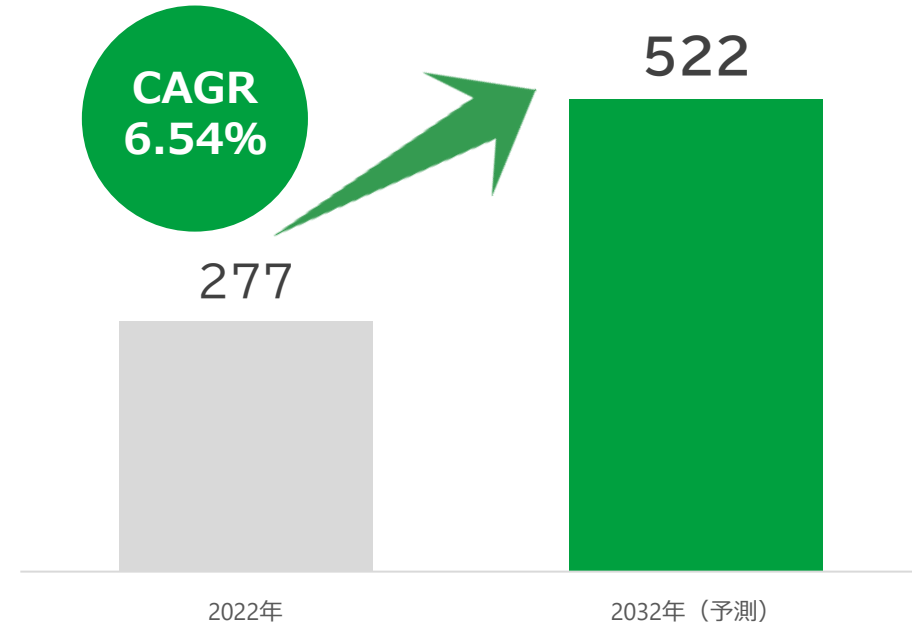
(単位:億円)



2036年までに**約4倍の40億ドル**へ成長見込み。
特に日本を含むアジア太平洋地域は、健康意識の高まりと所得水準の向上を背景に、最も高い成長率を示すことが期待されている。

日本の冷凍フルーツピューレ市場予測 (2)

(単位:億円)



アサイーの位置づけ、アサイーボウルなどの独自用途を考慮すると、アサイーのピューレ市場は既存のフルーツピューレ市場を**超えて拡大する可能性**を秘めている。

※1 SDKI.Inc .世界のアサイーベリー市場に関する調査レポート: 予測2024-2036年. <https://www.sdki.jp/reports/acai-berry-market/104521>

※2 SPHERICAL INSIGHTS . 日本冷凍フルーツピューレ市場 規模、シェア、COVID-19の影響分析、用途別(乳製品およびベビーフード、菓子、ベーカリー業界、料理用途)、流通チャネル別(スーパーマーケット/ハイパーマーケット、オンラインストア、専門店)、および日本の冷凍フルーツピューレ市場洞察予測2022~2032 .

<https://www.sphericalinsights.com/jp/reports/japan-frozen-fruit-puree-market>

今期:アジア市場への攻勢

経済成長と健康意識の高まりが著しい中国、台湾、シンガポール市場から優先的に市場開拓を開始します。

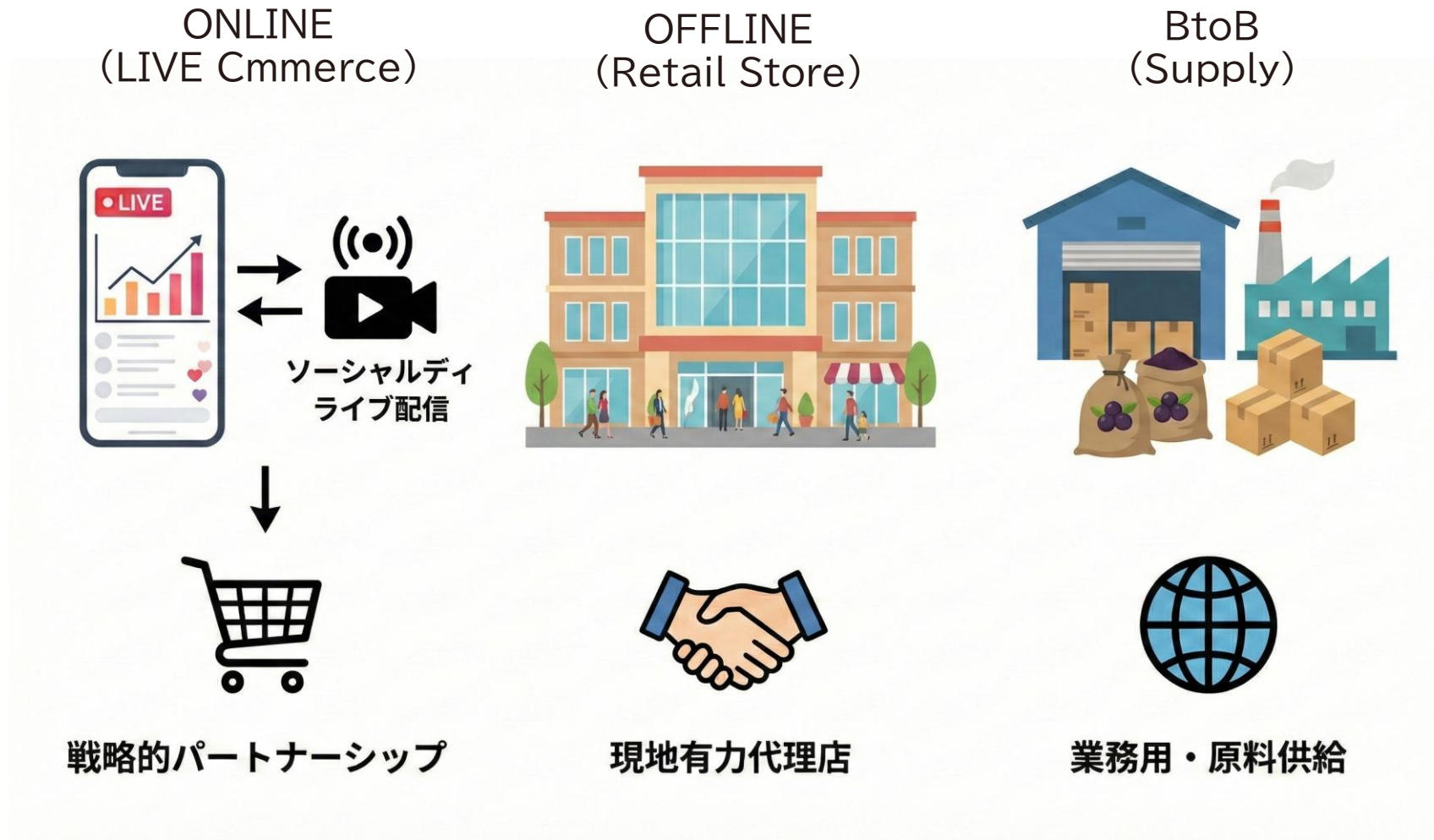
特に中国向けに関しては、ライブコマース等の緻密な戦略準備が完了しており、間もなくアサイーの出荷が本格的に開始される予定です。アジア圏での早期のブランド確立と収益化を目指します。

中長期:全大陸への展開

アジア市場での成功モデルと強固なサプライチェーン網を基盤として、段階的な市場拡張を図ります。

中長期的には、ヨーロッパ、北米、中東の巨大市場への開発を順次開始いたします。世界の健康志向の高まりを確実に捉え、日本発のアマゾンフルーツブランドとして圧倒的な地位を確立します。

「健康中国2030」を背景に高まる健康意識を捉え、越境ECを通じて現地市場に適した展開を実行。
BtoCでの認知確立を起点に、**オンライン・オフライン・BtoBの3チャンネル並行稼働**で市場開拓を加速させます。



ライブコマースへの参入

📶 **売れる越境EC社、他1社と契約準備中**
SNSと連携したライブ配信を通じ、アサイーの魅力やアレンジレシピをリアルタイムで発信。スマートフォンから直接購買へ繋げる、**シームレスな顧客体験を創出**します。

👥 **双方向のブランドエンゲージメント**
エンターテインメントとショッピングを融合させることで、Z世代を中心とした新たなターゲット層との**強固な信頼関係(トラスト)**を構築し、**衝動買いを喚起**します。



アジア市場への本格参入



中国BtoB総代理店契約準備中 台湾総代理店としてKFS社とMOU締結完了

巨大な消費市場を持つアジア圏へのアプローチを強化し、現地における**強固なBtoBネットワーク(代理店網)**を構築します。

「健康中国2030」などで高まる健康意識を追い風に、日本の枠を超えてフルッタフルッタブランドのグローバル展開を加速させ、次なる収益の柱へと育成してまいります。

※KFS社とのMOU契約に関する詳細は2026年4月27日開示の、「台湾およびタイ市場におけるライセンス製造および販売代理に関する 基本合意書(MOU)締結のお知らせ」をご参照ください。

日本でアサイー市場を切り開いてきた、**市場創出企業としてのノウハウをもとに**、グローバル下での市場創出を展開してまいります。



「市場創出企業」としての展開

日本で培った市場創出のノウハウを導入し、巨大なグローバル市場へ新たなアサイーの健康食文化を根付かせます。

本格マーケティングの開始

現地有力代理店と強固に協業し、現地の市場特性やトレンドに合わせた本格的なマーケティング活動を始動します。

BtoC / BtoB 販売の開始

自社ブランド商品の直接展開に加え、急成長するカフェチェーンや外食市場向けに原料卸の販売を開始します。

在庫拠点の確立

爆発的な需要増加に迅速かつ柔軟に応えるため、中国国内に独自の在庫拠点の構築・確立を検討しています。

自社販売拠点の考案

代理店を通じた展開に留まらず、自社独自の販売拠点を現在考案中であり、将来的な現地法人の設立も視野に検討を進めています。

生産と販売の完全分業化

CAMTAとの協力的な協業進化

今後5年間でアグロフォレストリー生産量を4倍に拡大する予測を念頭に、ブラジル現地のパートナーであるCAMTAと戦略的な合意を確認しました。

従来は農協側が対応していた日本以外の海外市場についても、本合意により「生産と販売の完全分業化」を実現。フルッタフルッタが海外展開の全権を一任され、よりスピーディで戦略的なグローバル市場開拓を推し進めます。



※正式な契約締結となった場合には、速やかに開示いたします。

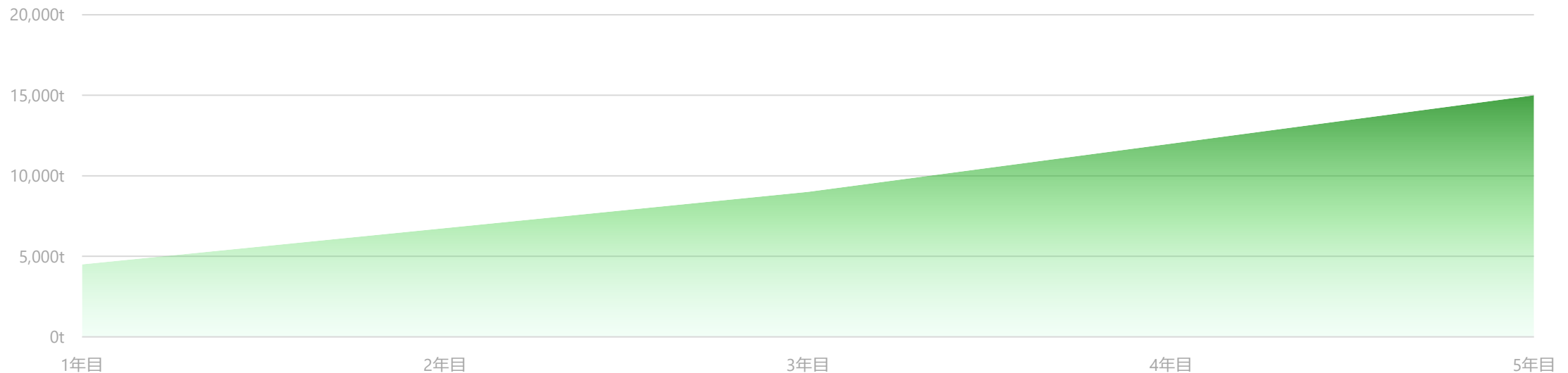
15,000t

CAMTAのアサイー供給目標(5年間)

売上100億円相当の事業基盤へ

グローバル市場での爆発的な需要増加に応え、海外販売の全権を獲得することに伴い、CAMTAの5年間で15,000トンの供給を計画します。

生産現場との連携による安定供給網の構築により、圧倒的なスケールメリットを享受し、持続的かつ非連続的な売上成長を実現します。



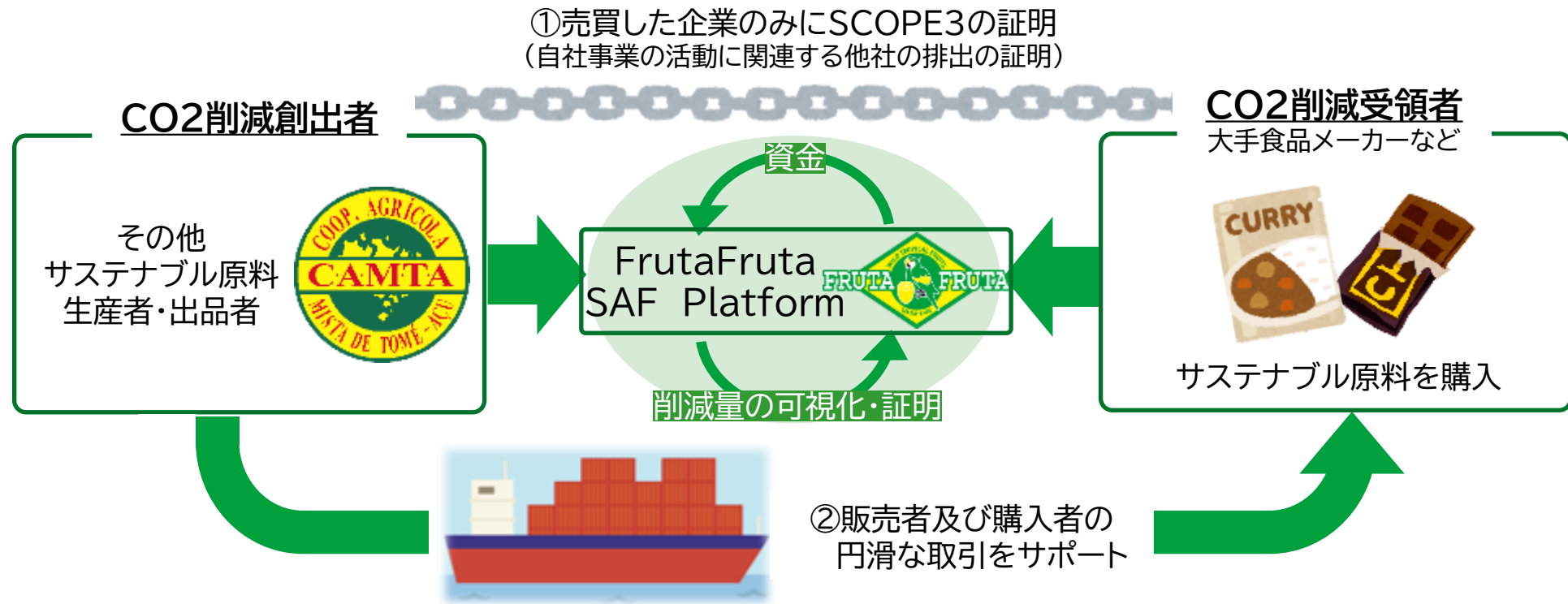
※上記、数値グラフは現時点における供給目標数量のイメージ図です。

01

WEB3技術を活用したブロックチェーンを利用し、CO₂削減量を明示・記録。
PF内で売買した企業のみ、CO₂削減量に応じたSCOPE3に対応する削減量を明確化することで
原材料使用者の環境貢献度を可視化する画期的なシステム。

02

販売者及び購入者の円滑な取引をサポートするため、
貿易代行のノウハウを有する企業とM&A・資本業務提携などの方法も検討し、サポートの体制を整備。



SCOPE 3 プラットフォーム事業の 顧客実装

主要顧客と協議中

サステナブル原料である「アグロフォレストリー」によるCO2削減量を、企業のScope3(サプライチェーン排出量)削減に直接活用いただくためのプラットフォーム運用が本格化しています。

環境価値の可視化と透明性の高いデータ提供により、**導入企業のESG目標達成を強力にサポート**し、環境と経済が共存するサステナブル社会の実現を加速させます。





競争優位性

Competitive Advantage

2002年の創業以来、日本にアサイーの概念を導入し普及を牽引。
20年以上にわたる事業経験と市場でのパイオニアとしての実績は、消費者からの圧倒的なブランド認知と市場信頼を形成。



アサイー関連商品

13 商品

アマゾンフルーツ商品

13 商品

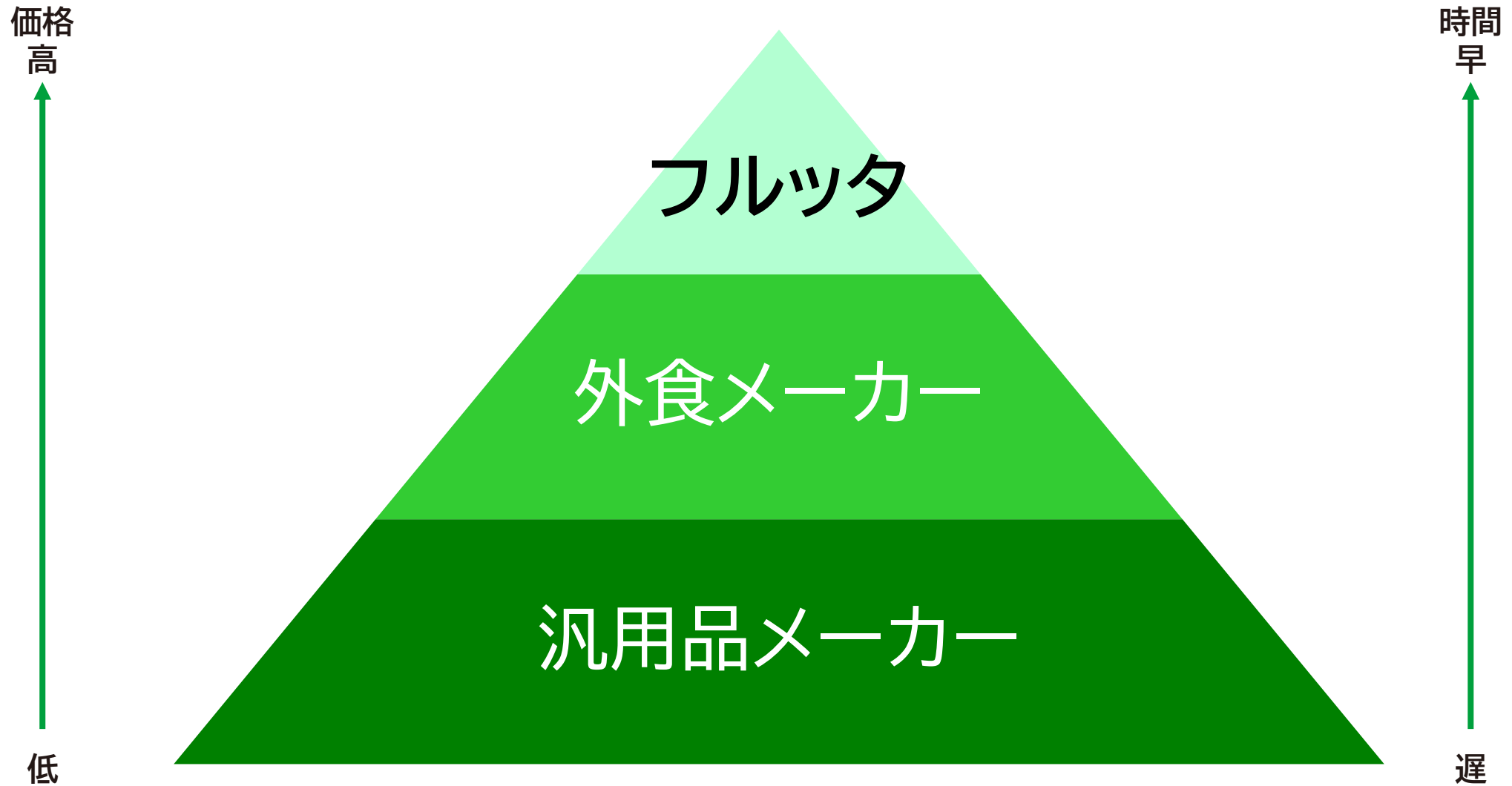
アジアシリーズ商品

5 商品

※2026年6月時点HP掲載商品数をカウント。

※各商品の詳細は当社公式HP 商品情報をご参照ください。 <https://www.frutafruta.com/products/>

外食メーカーでの原料採用から汎用品メーカーの採用導入に裾野が広がっている。



ブラジル最大の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)とアジアにおける独占輸入契約を締結。高品質なアサイーの安定供給と厳格な品質管理体制が維持され、競合他社が容易に追従できない優位性を確立。



ブラジル最大の農業組合

アマゾンにおいて栽培から製造まで一貫生産できる唯一のメーカーです。

世界ではじめてアサイーの量産に成功

それまでアマゾンの産地でしか食べられなかったアサイーの遠方への輸送を可能にした世界一の技術力があります。



※CAMTAの詳細については当社公式HPパートナーCAMTAとその町をご参照ください。
<https://www.frutafruta.com/fruit/camta/>

『TCFD』の生物多様性版とも言われる『TNFD』への取組みが企業活動に求められる状況。
アグロフォレストリーの強みを活かし、**経済の力でCO₂削減及び生物多様性の回復を実現させるのが自然資本主義。**
環境と共存した利益の追求で、自然資本主義の実現へ。



市場での成長を加速させるため、アサイーの機能性研究による新たな付加価値を見出していく。研究成果を基にした新商品開発への継続的な取り組みは、競争の激しい健康食品市場において、常に市場をリードする製品イノベーションを可能にしている。

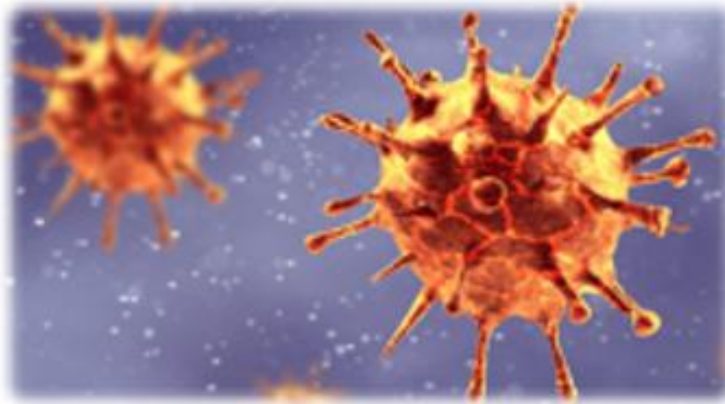
造血機能性研究



マウスにアサイーを摂取させた結果、造血ホルモンのエリスロポエチン(EPO)の分泌が促され、赤血球数が増加することが判明

原因物質の特定へ

抗炎症研究(トロント大学)



当社アサイー原料を使った細胞試験において、NLRP3誘発性炎症を抑制する効果が認められたことを発表

これまでに引き続き
長期目線で働きかけを継続

※トロント大学独自の研究につきましては、2022年6月24日開示の「トロント大学によるアサイーの臨床試験終了のお知らせ」以降、現時点で試験に関する発表はございません。

プラントベースフード研究



代替肉品質改善を目的とした
有効成分に関する特許出願 (1)

2022年8月、一般食材への
応用による発展可能性。
他社製品への採用事例にもつながる (2)

(1)2022年8月1日付 <https://www.frutafruta.com/news/7618/> (2)U.S.M.H社「GREEN GROWERS Meal」へ採用

決算ハイライト及び短期事業計画

Financial Highlight and Short Term Design

売上高は3,142百万円(前年同期比123.3%)と、**前年同期(売上高2,549百万円)を上回る結果**となりました。

売上高

3,142 百万円

前年同期比 **123.3 %**

営業利益

94 百万円

前年同期比 **△58.9 %**

経常利益

126 百万円

前年同期比 **△46.2 %**

当期純利益

83 百万円

前年同期比 **△69.3 %**

－ 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、海外事業のいずれの部門も極めて堅調な推移。
- ② 歴史的な円安の進行による仕入れコストの押上が利益を圧迫。コスト上昇分を吸収する構造改革を推進。
- ③ アサイー×ヨーグルトの組み合わせを促進した結果、日常の食習慣として定着が進む。
- ④ ブーム沈静化によるトップラインの減少と来期に向けた戦略的先行投資の増大による利益率の低下。

販売費及び一般管理費が1,193百万円(前期比63.4%増)と大きく増加いたしました。が、「中国を中心としたアジア輸出事業」および「国内大手CVS・SM向けの商品導入拡大」を見据えた極めて前向きな「戦略的先行投資」が存在しております。

	2025年3月期 通期		2026年3月期 通期		対前年同期比	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	2,549	100.0%	3,142	100.0%	+593	23.3%
売上総利益	960	36.8%	1,288	41.0%	+327	34.2%
販売費及び一般管理費	730	28.7%	1,193	38.0%	+463	17.9%
営業利益	229	8.1%	94	3.0%	△135	△58.9%
経常利益	234	8.2%	126	4.0%	△108	△46.2%
当期純利益	270	6.7%	83	2.7%	△187	△69.3%

※2025年3月期実績の当期純利益には法人税等調整額△75百万円、2026年3月期実績の当期純利益には法人税等調整額20百万円を含みます。

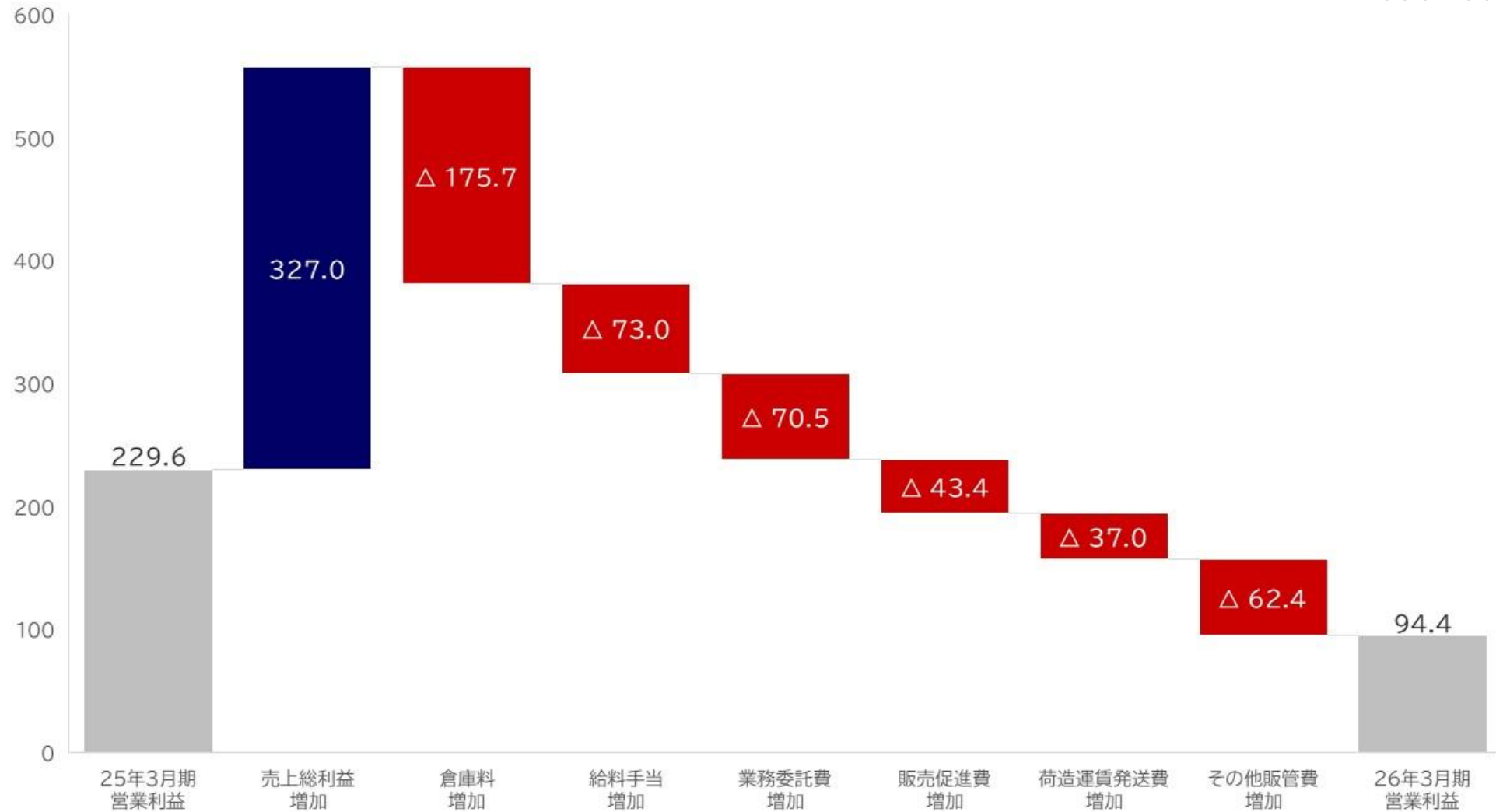
来期に向けた「攻めの先行投資」。「戦略的ストック在庫」を形成。

棚卸資産や倉庫料の増加は、農業と同じく、**巨大な収穫の前の「種まき」**によるものです。



業績の構造的悪化ではなく、中国を中心としたアジア輸出事業の本格始動や、国内大手コンビニエンスストア・スーパー向けの大型導入を見据え、意図的に在庫を確保したため、販管費が増加し営業利益の押し下げ要因となっております。

(単位:百万円)



各チャネル4軸が有機的に連動することで、当社の独自性と市場の追い風を各層で結実させ、**全方位で死角のない力強い成長を加速**させてまいります。

(百万円)	2025年3月期 通期実績	2026年3月期 通期実績	前年同期比 (増減額)
売上高	2,549	3,142	123.3% (+593)
リテール	1,096	1,365	124.5% (+269)
業務用	1,132	1,364	120.5% (+231)
DM	301	351	116.5% (+49)
海外	18	60	329.8% (+42)

- ヨーグルト売り場への面拡大を狙い、新商品「ヨーグルトにかけるだけ」をリリース。
- 新たな収益の柱として「冷凍かつフルーツ ピタヤ」をリリース。アサイーボウルのトッピング需要も狙う。

- アサイーが「欠かせない定番原料」として定着し、売上を牽引。
- 他社商品への原料採用が拡大し、パッケージへの当社ロゴの記載によりブランド認知も拡大を見込む。

- 自社ECにおける定期購入により安定的なLTVの向上が進む。

- COP30を経てアグロフォレストリー産カカオの需要が増大。
- アジア市場に向けた準備期間であり、有力パートナー企業との契約を進行。

アイスが微減も、主力3カテゴリが**前年比24%超と大幅伸長**。

高品質・高濃度とサステナブル調達を強みに、圧倒的な付加価値でアサイー市場の拡大を力強く牽引してまいります。

フルッタ アサイーシリーズ



601 百万円

前年
同期比 **130.1 %**

お家でシリーズ



612 百万円

前年
同期比 **124.2 %**

アサイー グロッソアイス



180 百万円

前年
同期比 **91.6 %**

アサイーピューレ



869 百万円

前年
同期比 **126.7 %**

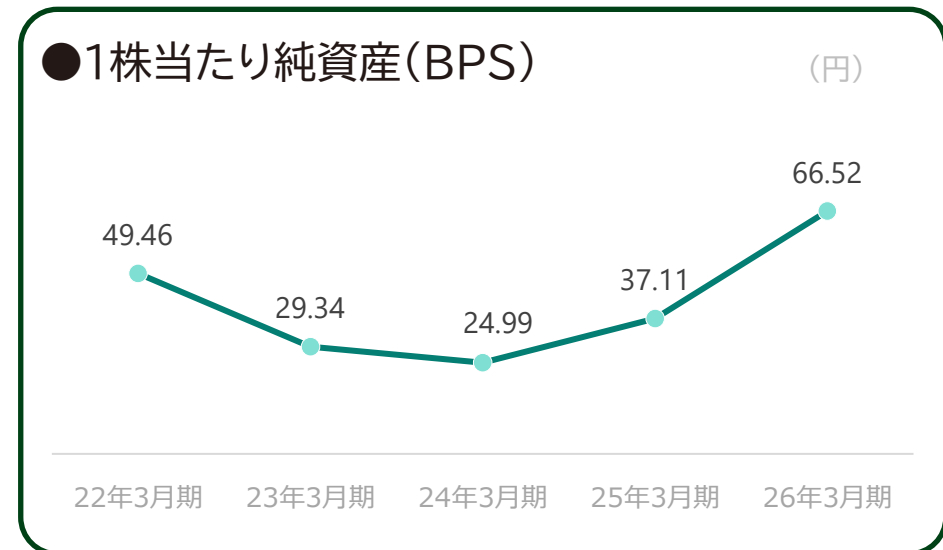
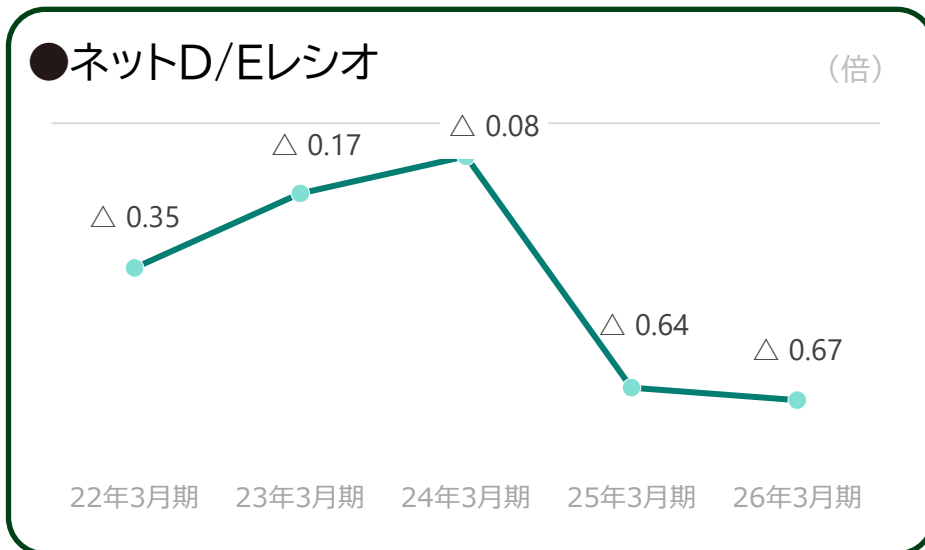
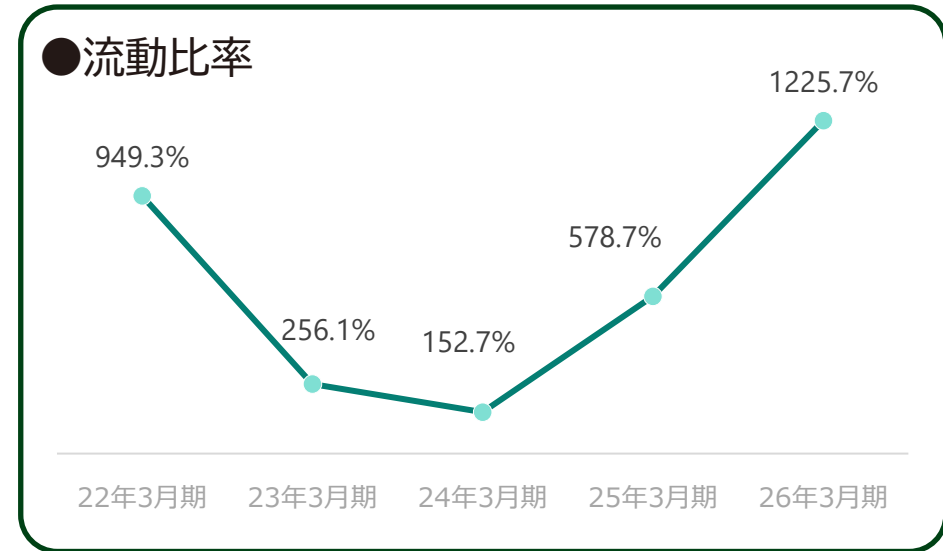
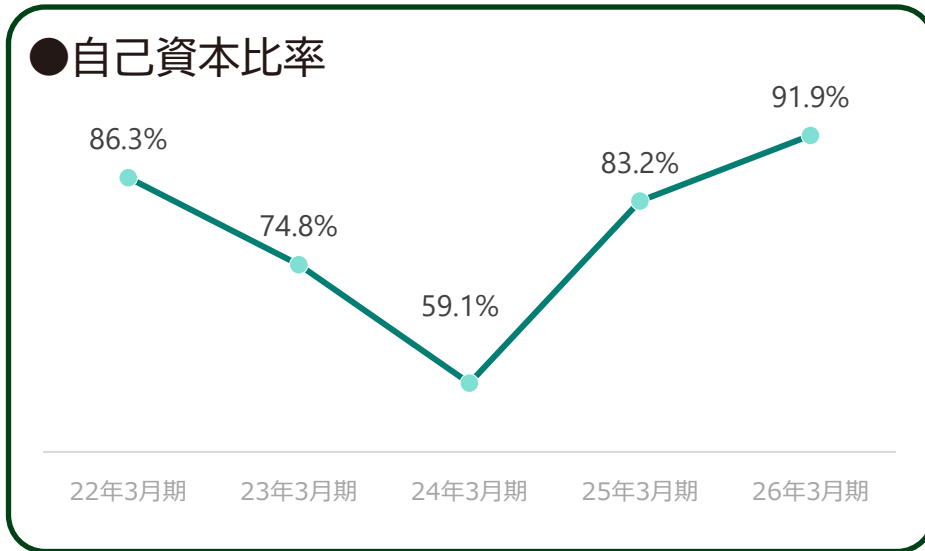
－ ポイント

- ① アサイー市場は依然として活況であり、トレンドを超えて日本の食文化として根付く流れを推測しております。
- ② アグロフォレストリーのストーリー性を付加価値として安定供給体制の維持とブランド価値の向上により、日常生活での定番化及び定着化が表れております。
- ③ 業務用市場において競争が激化。品質低下、価格面でのダンピングが発生しております。

第14回新株予約権の権利行使も進行していることで「現金及び預金」、「資本金」及び「資本準備金」が増加しております。この結果、**総資産が4,151百万円増加し、自己資本比率は91.9%と8.6pt増加**いたしました。

(百万円)	2025年3月末	2026年3月末	増減額	主な理由
流動資産	3,404	7,575	+4,171	現金及び預金、アジア展開に備えた棚卸資産の増加
現金及び預金	1,886	4,716	+2,829	第12回、第14回新株予約権の権利行使による増加
固定資産	143	123	△19	
総資産	3,547	7,699	+4,151	
流動負債	588	618	+29	原料調達および商品製造のために発生した仕入債務の増加
固定負債	3	3	0	
純資産	2,955	7,077	+3,983	第12回、第14回新株予約権の権利行使による資本金及び資本準備金の増加
自己資本比率	83.2%	91.9%	+8.6pt	

自己資本比率は90%超、流動比率も安定して150%超を維持しております。





今後の事業計画

Growth Strategy

市場を2軸にフォーカスした新商品を展開！

春夏商戦では『アサイーヨーグルト市場(チルド)』、『アサイーボウル市場(フローズン)』の2軸にフォーカスした商品を展開します。調理の手間を極限まで省き、より日常的な喫食シーンを創出する新しい形状の製品や、急増するヘビーユーザーのニーズに応える容量バリエーションの拡充、さらにはグローバルで市場が急拡大しているアマゾンフルーツをラインナップに追加します。

アサイーヨーグルト市場 (チルド)

NEW PRODUCT 01



【タイパ&簡便性】の追求

- ・忙しい現代人の朝食ニーズを捕捉
- ・「混ぜる手間」を極限まで削減
- ・新たな顧客層（時短重視派）を開拓

↑ 売上・回転率UPへ

アサイーボウル市場 (フローズン)

NEW PRODUCT 02



【高付加価値・機能性】の強化

- ・健康志向+αの価値を提案
- ・客単価の向上を実現
- ・コアファン（健康高講層）のロイヤリティ深化

↑ 利益率改善へ

NEW PRODUCT 03



【新体験・話題性】の創出

- ・NEXTアサイーの新しい楽しみ方を提案
- ・SNSでの拡散・話題化を狙う
- ・ブランドの鮮度維持と新規流入促進

↑ 認知度拡大へ

忙しい朝でも「かけるだけ」で完成する圧倒的な手軽さをきっかけに、**ヨーグルト売場等との連動(クロスマーチャンドライジング)**により「**買い合わせ需要**」を喚起し、客単価と販売点数の向上を狙います。



●おうちでアサイーボウル® ヨーグルトにかけるだけ

ヨーグルト売場に、待望の「アサイー初のチルドソース」が登場。

冷蔵庫から取り出してサッとかけるだけで、あっという間に本格的なアサイーヨーグルトが完成する、**タイプ(タイムパフォーマンス)抜群**のアサイーベースです。

最大の特徴は、**常温品ではなく冷蔵品(チルド)**であること。これにより、アサイー本来のみずみずしい美味しさをダイレクトにお楽しみいただけます。

ミキサーやブレンダーは一切不要。忙しい朝でも、ヨーグルトに合わせるだけで簡単に「お家アサイーボウル」が楽しめる、**今のライフスタイルにぴったりの新トレンド商品**です。



急増するヘビーユーザーのニーズに応える容量バリエーションの拡充により、日常の食事の中でコスパの良いアサイーボウル体験が可能となります。**健康志向+αの強化でユーザ需要を喚起**し、高付加価値化と利益率の改善を狙います。

●おうちでアサイーボウル® M



アサイーの濃厚さを極めた**独自の「黄金レシピ」**による、滑らかでもったりとしたリッチな質感が特徴です。

昨今のトレンドである大容量の「パイントサイズ」を採用することで、**KG単価のコストダウンを実現**。本格的なアサイーを**日常的にたっぷり楽しめる「買いやすさ」と「圧倒的なコスパ」**を追求しました。ミキサーを使わずスクープするだけで、カフェのような本格的なベースが完成します。

トッピングを自由に入れ替えるカスタム性の高さはもちろん、**ストックに便利なサイズ感**で、毎日のヘルシーなアサイー生活をより身近にサポートします。



躍進する冷凍果実市場へスーパーフードを投入

グローバルで市場拡大が進むレッドドラゴンフルーツの新商品を投入し、アサイーだけに偏らない**ブランド価値の向上と新規流入の獲得**、特徴的なカラーのフルーツにより**SNSでの拡大・話題化**を狙います。

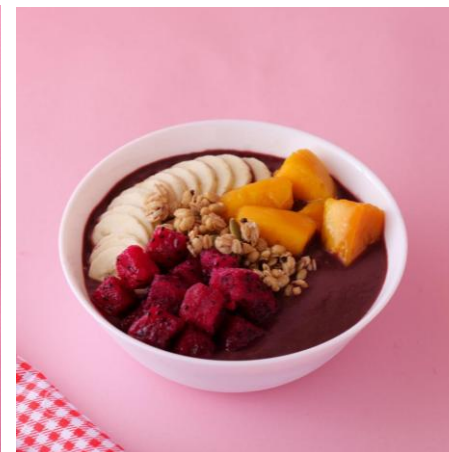
●レッドドラゴンフルーツ 完熟カットピタヤ



アサイーボウル人気が定着する中、**トッピングによる差別化を提案**する「スーパーフルーツトッピング」の決定版です。次なるブームを牽引する「**NEXT TREND**」と、日常的な冷凍果実のポジション「**NEXT BLUE BERRY**」への仕掛けとして戦略的に展開いたします。

最大の強みは、**圧倒的なビジュアルと機能性の両立**です。鮮やかなビビッドピンクに含まれる「**バタシアニン**」と、種に含まれる「**葉酸**」が、**一目で惹きつける「映え」と「高い健康価値」を同時に提供**します。完熟ピタヤを使いやすいキューブ状にカットし、急速冷凍で美味しさを凝縮しました。

トッピングを差別化し、**ボウルの付加価値を一段引き上げるアイテム**として、新しい健康習慣のトレンドを強力に後押しします。



「即食キャンペーン」の展開

冷凍フルーツパルプのパッケージに直接切れ込みを入れ、そのままかじりつくダイナミックで新しい食べ方を提案。冷凍果実市場に新たな消費スタイルを提示します。

「ワンハンドアサイーボウル」

忙しい現代人のライフスタイルに合わせ、片手で手軽に栄養補給ができる新感覚の持ち歩き型アサイーボウルを展開し、タイパ(タイムパフォーマンス)需要に応えます。

クリーンラベルの徹底

人工添加物を使用せず、原材料の透明性と安全性を追求した「クリーンラベル」を推進し、消費者の高い健康・安心ニーズを満たすスーパーフードとして市場を牽引します。



無人ロボット店舗の設置拡大

単なる自動販売機ではなく、**24時間稼働の「無人ロボット店舗」**として機能。
 当期中に**累計設置台数50台(販売拠点を50か所)**へと拡大を目指す。



自社販路を拡大

24時間、好きなタイミングで場所を限られずアサイーボウルを購入可能できる無人ロボット店舗を拡大。



BtoB市場の開拓

企業の福利厚生としてのオフィス導入や、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を推進。



商業施設への展開

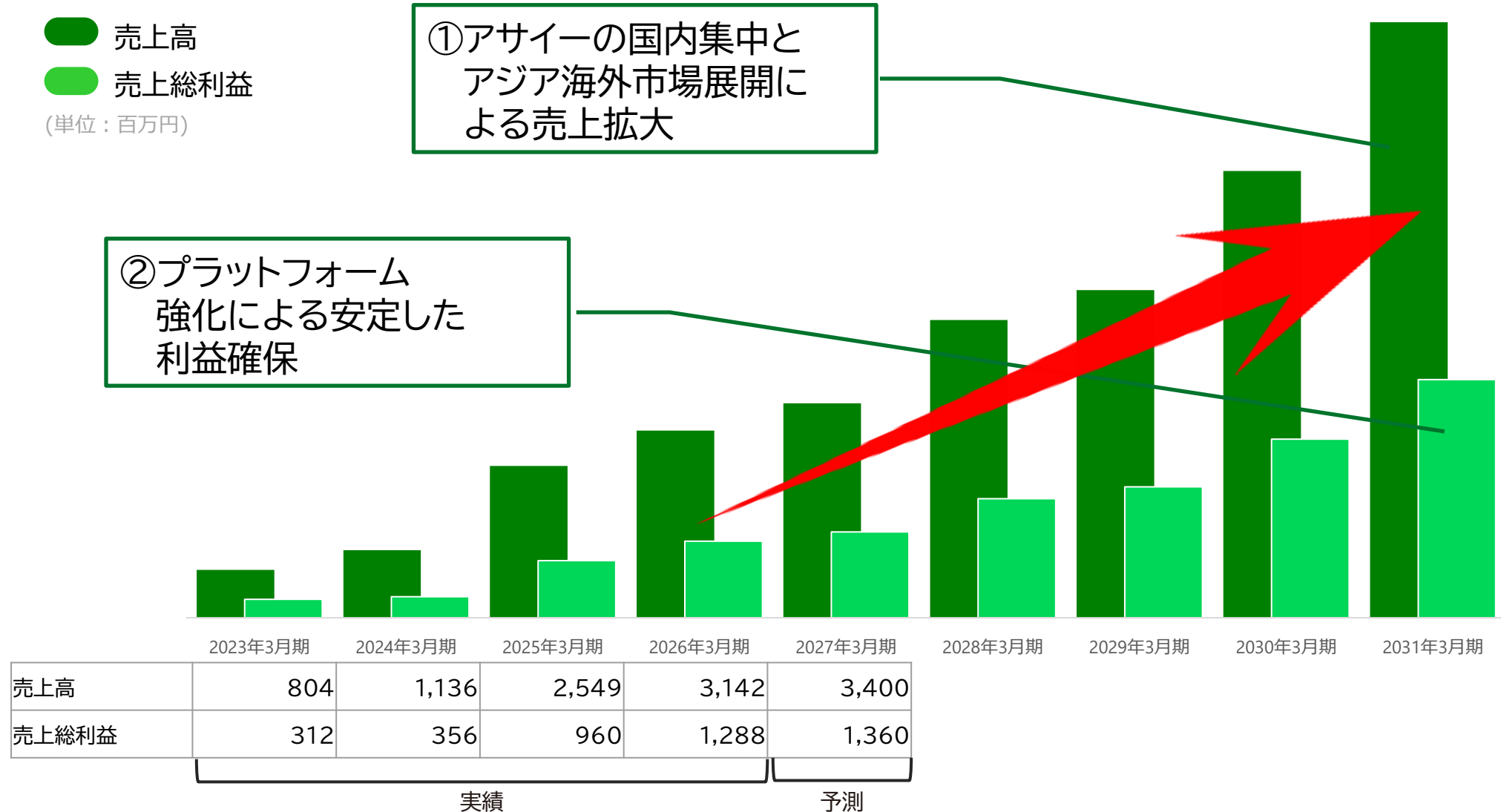
ショッピングモールやジムなど、新たな販売拠点を拡大。



中長期計画

Future Design

国内アサイー事業にリソースを集中させることで売上高増収と、アサイーの海外展開による売上拡大を図る。プラットフォームでの安定した売上・利益を確保することで、中長期的な利益体質強化へ。



01 成長投資の進捗

さらなる業績拡大にむけた事業展開

日常的にアサイーを楽しむことを加速させる施策と、国内外におけるSNSを活用した販路での拡大施策を展開。

サステナブルマッチングプラットフォーム

2025年11月6日、ローンチを発表。
サプライヤー/バイヤーの招致拡大を目指す。

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	6,247	2,008	3,803
カカオの調達	400		343	
アサイーの普及活動及びプロモーション	150		22	
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		0	
人材確保(人件費、採用費等)	100		14	
プラットフォームの構築及び維持	250		55	
サステナブルマッチングプラットフォームのPR	100		0	
合計	7,839	6,247	2,444	3,803

(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	182,400	0	100.0
第13回新株予約権	182,400	—	182,400	—
第14回新株予約権	187,000	182,500	4,500	97.6
第15回新株予約権	187,000	187,000	0	100.0
合計	921,200	734,300	186,900	79.7

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12回新株予約権は、2025年10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11月5日公表の「第三者割当による第12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13回新株予約権は、コミット・イシュー型新株予約権であり、2027年4月20日(当日を含む。)から行使が可能となります。なお、コミット内容は行使期間中の価格算定日の終値の単純平均値の90%に相当する金額に基づき、本新株予約権の割当日の翌取引日(当日を含みます。)から、原則として20ヶ月以内(以下「全部コミット期間」といいます。)に、必ず第13回新株予約権の全てを行使すること(全部コミット)とされています。

第14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。なお、次の行使価額修正日は2028年6月15日となります。

第15回新株予約権は、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」、2025年6月13日公表の「資金使途の変更に関するお知らせ」をご参照ください。

株主還元戦略の転換

約6年ぶり商品提供優待を実施
配当を行うシフトへ

約6年ぶりの商品提供 特別株主優待実施とファン化

- 特別株主優待の実施:業績の回復と筋肉質な経営体制の構築に伴い、約6年ぶりの自社商品贈呈による特別株主優待を実施いたします。
- 4万人株主のファン化:約4万人の株主様への日頃の感謝を具体的な商品提供という形で還元し、「フルッタフルッタ」ブランドの熱狂的なファン(エヴァンジェリスト)になっていただくことを目指します。
- EC事業とのシナジー:この優待再開を強力なフックとして活用し、株主優待特設サイトを自社EC事業の新たな収益の柱として育成してまいります。



※特別株主優待の詳細については、2026年6月24日公表の「特別株主優待実施に関するお知らせ」をご参照ください。

株主還元方針のロードマップ



今期

約6年ぶりの商品提供型特別優待再開。株主還元を進めるとともに、4万人株主のファン化とECサイトの活性化を推進。



中長期

グローバル展開による飛躍的な収益拡大を原資とした、安定的かつ継続的な株主価値(配当性向)の向上。

過去数年間～現状

財務基盤強化期間として優待を休止し、抜本的な体質改善と筋肉質な経営基盤の構築に注力。

日頃の応援に感謝を込めて

株主優待特典

2,000円相当の商品を、**対象の株主様全員へ進呈。**

*2026年6月1日～2026年11月30日の株主優待特典対象のお客様全員が対象

来期以降

安定的な利益創出フェーズへの移行に伴い、優待から「配当」による直接的かつ柔軟な利益還元へと切り替え。



サステナビリティの取組み

Appendix.



サステナビリティに関する計画

SDGsやESG関連プロモーション、及び研究開発でアプリケーションの付加価値向上と調達最適化を進め、企業価値の源泉は『ヒト(人材)』であり、人材を資本として捉え、**人材価値の最大化へ向けた取り組み**を行う。



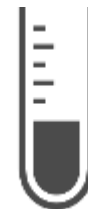
人材獲得

効果的に優秀な人材を見極め、引き付けるための採用戦略を策定。社内環境の改善整備で定着を図る。



プロモーション

サステナビリティレポート2023を公開。今後求められるコーポレートブランディングの強化。



研究開発

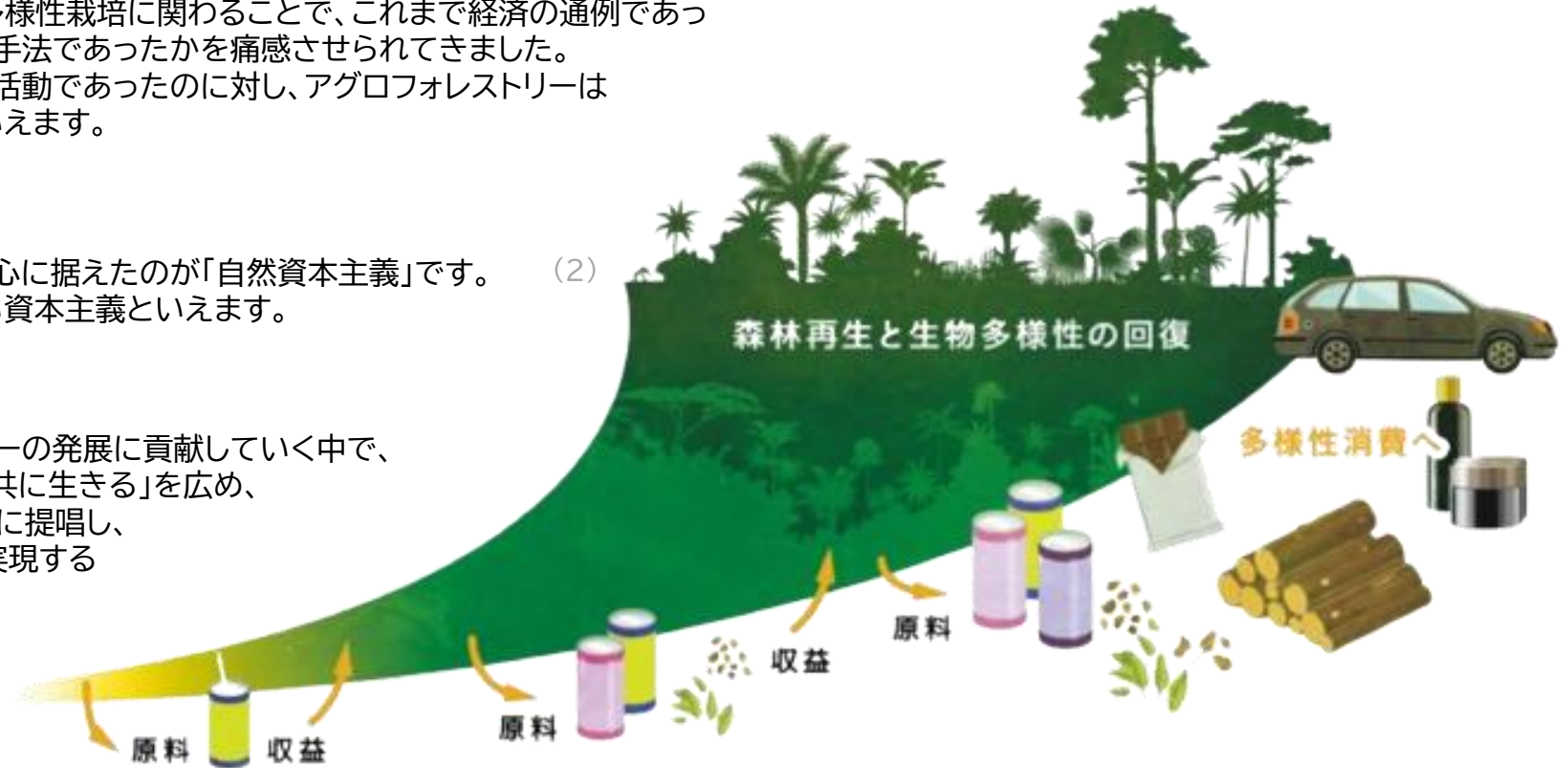
アサイーの機能性研究を継続。アマゾンフルーツの品質を保ちつつ、アプリケーションの開発も実施。

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CO₂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



リスク情報

Risk Information

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性のある、主なリスク及び対応策は以下の通りです。(1)

内容	リスク情報	顕在化の可能性 / 時期	顕在化した場合の影響度	対応方針
<p>アマゾン フルーツの 仕入れ</p> <p>CAMTA 依存について</p>	<p>当社のCAMTAからの仕入比率は、製品売上の6割以上、商品売上の9割以上。当社事業活動は、CAMTAからの仕入を前提として行われています。</p> <p>原材料価格の引き上げ、本地域における自然災害などで、CAMTAから計画通りに仕入が出来ない場合、当社の事業に影響を与える可能性があります。</p>	中/中長期	中	<p>アグロフォレストリーの特徴である多様性栽培により、特定作物の被害を他の作物で充当することが可能です。</p> <p>非常時に対応可能な最低限の安全在庫計画により、原料の確保、製品の備蓄を実行し、不測の事態にも在庫確保を努めます。</p>
為替相場の変動について	<p>当社は、CAMTA及び海外OEM工場への製商品代金の支払いはドル建てで行っており、為替相場の変動の影響を受けます。</p> <p>為替相場の変動が短期間に乱高下した場合には、当社の事業に影響を及ぼす可能性があります。</p>	高/短中期	高	<p>ドル調達の実施を検討しています。</p> <p>最低限の値上げ対策を検討します。</p>

(1)その他のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照ください。

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

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。

次回の本資料更新は2027年6月頃の開示を予定しております。

【お問合せ先】
IR室
ir@frutafruta.com
公式お問い合わせフォーム
https://www.frutafruta.com/ir_info/ircontact/

