News Release

2015年2月13日
株式会社フルッタフルッタ
（証券コード 2586）

スーパーフード業界のリーディングカンパニー目指して

フルッタフルッタ、チョコレート市場に進出

初のリテール向けチョコレート自社製品の発売
スーパーフルーツチョコレート『アサイートリュフ』

株式会社フルッタフルッタ（本社：東京都千代田区、代表取締役：長澤 誠）は、昨日発表しましたニュースリリースの通りに、抗酸化性が期待されるスーパーフルーツを贅沢に配合したチョコレート、『スーパーフルーツチョコレート　アサイートリュフ』を全国で発売いたします。2月14日よりコストコホールセール様の店舗にて発売、その後、他スーパー、量販店において順次販売を拡大してまいります。

健康や美容志向に加え、高齢化社会を背景に急速にアンチエイジング（抗加齢）への需要が高まっています。また消費者のナチュラル志向が高まっている事から、抗酸化物質や必須脂肪酸を多く含むスーパーフルーツ／スーパーフード市場が急速に拡大することが予想されます。

当社は、スーパーフルーツの先駆けであるアマゾンの「アサイー」を日本で初めて市場導入し、ブランドを確立させてまいりました。現在のアサイー商品は、チルド飲料や冷凍パルプがメインですが、今後は更なる拡販を目指して、常温食品のカテゴリーへと拡大していく戦略を取っております。

常温タイプ商品としては、2014年9月に「スーパーフルーツブースター シリーズ」を投入、第1弾商品として「フリーズドライ アサイーパウダー」を先行発売しており、大変好評を得ております。今般の「スーパーフルーツチョコレート　アサイートリュフ」は、常温タイプ商品「スーパーフルーツブースター シリーズ」の第2弾として、販売してまいります。

「アサイー」同様にアマゾンのスーパーフルーツである「カカオ」の原料を、これまでも食品メーカー様に卸しておりましたが、自社での本格的な製品の製造は、今回の「アサイートリュフ」が初となります。アサイーとチョコレートは非常に相性が良く、昨年2月、阪急梅田店のバレンタイン売り場で限定商品としてアサイーチョコレートをテスト販売致したところ、大変好調であったことから、この度の本格的なチョコレートの商品化を決定いたしました。

アンチエイジング効果が期待されるスーパーフルーツと、チョコレートを組み合わせた当商品は、スーパーフード業界のリーディングカンパニーを目指す当社にとって、巨大マーケットであるチョコレート市場への進出により、更なるスーパーフード業界の開拓を進める大きな第一歩と位置付けております。

市場はさらなる多彩なナチュラルで強い栄養素を求めています。当社はアサイーの成功を足がかりに、今後アサイー以外の多くのアマゾン産スーパーフルーツ／スーパーフードを販売することにより、スーパーフード業界のリーディングカンパニーとして業界を牽引してまいります。

News Release

■新商品

スーパーフルーツブースター シリーズ　第２弾

『スーパーフルーツチョコレート　アサイートリュフ』







ダークチョコレート

ラズベリー＆ザクロ



ホワイトチョコレート

ココナッツミルク



ミルクチョコレート

ゴジ＆ストロベリー

（ご参考）

スーパーフルーツブースター シリーズ　第１弾

『フリーズドライ　アサイーパウダー』



＜株式会社フルッタフルッタ　企業理念＞

当社の企業理念は「自然とともに生きる」。それは単一栽培から決別し、生物多様性を取り入れた「森を作る農業」アグロフォレストリーから学んだ考え方です。当農法が多様性を取り込む事で「経済と環境の共存」が出来る事を確信し、世界で唯一商業的アグロフォレストリーを経営するブラジルトメアス農協とフルーツの独占販売契約を締結しています。アグロフォレストリーはいわば自然のサプリ工場、競争と共存を繰り返す過酷な自然環境を人工的に再現する事で各種フルーツに天然の強い栄養素が蓄えられます。フルッタフルッタは世界中に当農法を展開し「需要が森を復元させる～ヒット商品が世の中を変える～」を企業コンセプトとして実践してまいります。

■　本件に関するお問い合わせ先　■

株式会社フルッタフルッタ　経営管理部　TEL：03-6272-9081