



# News Release

株式会社フルッタフルッタ

2025年11月11日



## 『エコプロ 2025』 出展のお知らせ ～アグロフォレストリーやサステナブルプラットフォーム 「SCOPE 3 Neo」の取組を紹介

この度、株式会社フルッタフルッタ（所在地：東京都千代田区 社長：長澤 誠、以下「当社」）は2025年12月10日（水）～12日（金）にかけて東京ビッグサイトにて開催される環境問題解決と次世代育成を目的とした日本最大級の環境展示会の『エコプロ 2025』（主催：日本経済新聞社）に出展しますことをお知らせいたします。

『エコプロ』は主に企業や団体、行政、教育機関が環境配慮型製品やサービス、技術などを展示・紹介する、今年で27回目の開催となる展示会です。

当社ではアサイーやアマゾンフルーツを栽培する「アグロフォレストリー」（森をつくる農業）や、この度、新たにローンチした企業のグリーン調達と Scope3 の削減に貢献するサステナブルプラットフォーム「SCOPE 3 Neo」の取組みについてご紹介してまいります。

一般向けの展示となり、教育機関から環境学習のための来場も多く見込まれます。皆さまのご来場を心よりお待ちしております。



### ■ 当社ブース位置

6-054

### ■ 開催概要

名称：エコプロ [第27回]

会期：2025年12月10(水)～12日(金) 10:00～17:00

会場：東京ビッグサイト 東ホール

入場料：無料 （要事前登録：<https://messe.nikkei.co.jp/ep/>）

主催：日本経済新聞社

### ■ SCOPE 3 Neo の特徴

『SCOPE 3 Neo』は、サステナブルな農法を実践する生産者とサステナブルな原料を求めるメーカーをマッチングしWEB上で原料の売買を行うプラットフォームです。企業に開示が義務化されていく Scope3 排出量を、ネットゼロだけではなくネットマイナスをも実現するために生まれました。プラットフォームに集まるのは、「本当に



■ 本件に関するお問合せ先 ■ 株式会社フルッタフルッタ

Tel: 03-6272-9081

持続可能であり、CO<sub>2</sub>削減量が排出量と同等あるいは上回ることを証明できる原料」だけ。  
ISO14067 や GHG プロトコルといった国際基準に準拠し、政府の公的データや学術的な知見に裏付けられた透明な情報をもとに、バイヤーと生産者が安心して繋がれる場を提供します。  
サイト URL : <https://scope3neo.com>

### ■森をつくる農業「アグロフォレストリー」とは

アグロフォレストリーは農作物と樹木を混植する農法で、世界各地でさまざまな実践例があります。当社のサプライヤーである CAMTA 農協が取り組むアグロフォレストリーは、アマゾンの荒廃地に多様な果樹や材木の苗や単年作物を植えていきます。1 年目から継続的に収穫を得られることが特長で、果樹栽培をしながら樹木を育て森林を再生していきます。

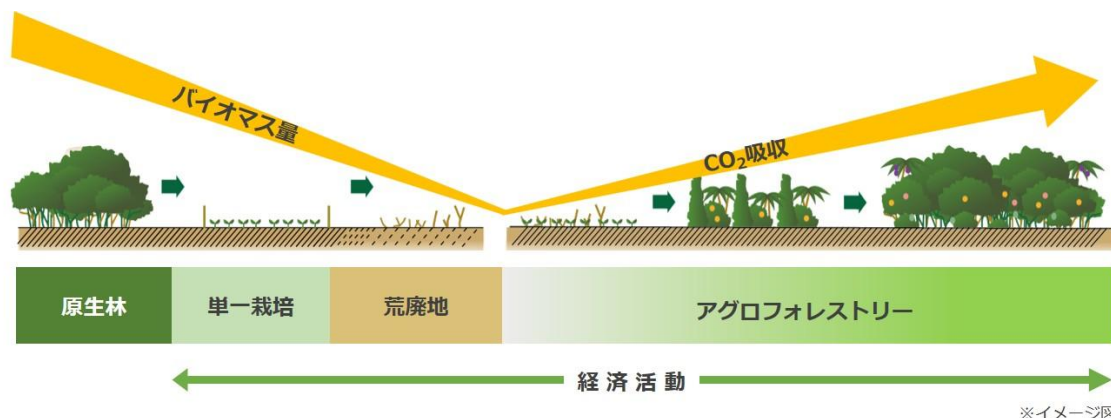
従来の単一栽培ではできなかった持続的な生産が可能となり、森をつくるだけでなく、雇用を生み、地域の発展にも寄与するなど、社会・経済・環境の側面からメリットがあるサステナブルな農法として世界中から注目されています。



### ■アグロフォレストリーの CO<sub>2</sub> 削減効果

アグロフォレストリーのメリットのひとつに、「温室効果ガス」の一種である CO<sub>2</sub> の吸収があります。下図は原生林を伐採した後に単一栽培を行い、アグロフォレストリー農法を行った際のバイオマス量<sup>※</sup>の変化をイメージしたものです。伐採によりバイオマス量が急減し、単一栽培によって土壌養分が枯渇し荒廃地化しますが、アグロフォレストリーに変換後は樹木の成長と共に CO<sub>2</sub> を吸収・固定していきます。農業という経済活動を行いながら森林を回復させる希少なモデルです。

※生物資源（bio）の量（mass）を表す概念で、「再生可能な、生物由来の有機性資源で化石資源を除いたもの」。



### ■株式会社フルッタフルッタについて <https://www.frutafruta.com/>

2002 年に創立し日本にアサイーを初上陸させたアサイーのパイオニア兼リーディングカンパニー。「自然と共に生きる」を理念に、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す。ブラジルのトメアス総合農業協同組合（CAMTA）よりおもにアグロフォレストリーで栽培されたアマゾンフルーツ原料を輸入し、メーカーや外食チェーンへ販売を行うほか、「ナチュラル・新鮮・おいしい・本物」をモットーとする自社製品の製造と販売などを展開。