



News Release

株式会社フルッタフルッタ

2026年10月15日



フルッタフルッタ、中国越境 EC 開始約 2 か月で 『天猫国際 (Tmall Global) 2026 年グローバル新商品 TOP100』に選出！ ～巨大商戦「ダブル 11」「CIIE」を通じ、中国での存在感を一挙拡大～

株式会社フルッタフルッタ（本社：東京都千代田区 社長：長澤誠、以下「当社」）は中国市場での越境 EC・物流・販売を支援する墨谷株式会社（本社：東京都八王子市 社長：王晓峰、以下「墨谷社」）とのパートナーシップのもと、Tmall Global（天猫国際）の「フルッタフルッタ 海外旗艦店」で販売するアサイー商品が、「**天猫国際 2026 年グローバル新商品 TOP100**」に選出されたことをお知らせいたします。



当社は、2026 年 7 月に同店を通じて中国向け越境 EC 販売を本格的に開始いたしました。販売開始から約 2 か月という短期間で今回の選出を契機に、10 月中旬から本格化する**中国最大級の EC セール「ダブル 11」**や、**11 月上旬に上海で開催される中国国際輸入博覧会 (CIIE)**への**出展**を通じ、中国市場における認知拡大とアサイー商品の販売強化をさらに加速させてまいります。

■「天猫国際 2026 年グローバル新商品 TOP100」へ選出

Tmall Global が海外の優れた新商品や新ブランドを発掘し、中国の消費者へ紹介するプロジェクト「天猫国際グローバル新商品 TOP100」において、当社の製品がその 1 つに選出されました。今回の選出を機に、当社は今後、Tmall Global が展開する大型商戦や関連プロモーションなどの試作を最大限に活用し、より多くの中国の消費者へ当社のブランド価値とアサイーの魅力を届けてまいります。

●Tmall Global（天猫国際）からの選定コメント

「フルッタフルッタ様が、中国市場への進出における最初の販売拠点として Tmall Global を選定されたことは、現在の健康食品消費の潮流に非常に合致しています。アサイーは TasteAtlas が発表した『世界の果物 TOP100』にも選ばれており、スーパーフードとしての魅力が、食の品質や健康的な食生活を重視する中国の消費者のニーズに合致するものと評価いたしました。」

※Tmall Global より提供された中国語コメントを日本語に翻訳し、文意を整えています。

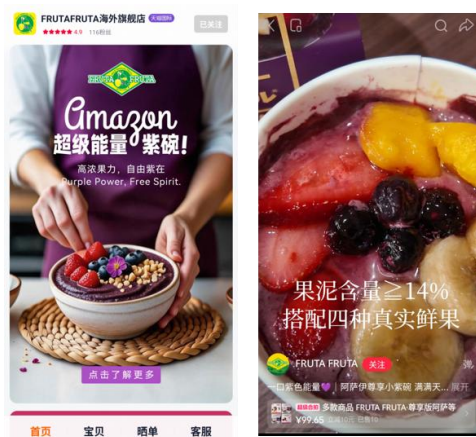
■開店から 2 か月、販売からブランド育成のフェーズへ

当社は 2026 年 7 月 29 日、中国市場向け BtoC 越境 EC ビジネスの本格始動と墨谷社との業務締結を発表いたしました。

中国市場における初の販売拠点として「Tmall Global」を選定した当社は、冷凍商品に対応するコールドチェーンを活用し、当社の強みである高品質な商品を、安心・安全な体制で中国の消費者へお届けする基盤を整理してまいりました。現在は「フルッタフルッタ 海外旗艦店」での商品販売のみならず、アサイーの特長や多様な食べ方を伝えるコンテンツ発信、各種キャンペーンの展開推進しております。

■中国向け公式販売チャネルの展開例～オンラインからリアルな購買へ～

当社は、「Tmall Global（天猫国際）」での商品販売を軸に、「RED（小紅書）」※¹および「Douyin（抖音）」※²を活用した多角的な発信を行ってまいります。具体的には、アサイーの産地であるブラジルや、森をつくる農業「アグロフォレストリー」の栽培方法、収穫方法などのストーリーや、優れた栄養面の特長、さらには、日々の生活に取り入れやすい食べ方やアレンジメニューを提案してまいります。商品紹介をはじめ、**動画コンテンツ、愛用者によるリアルな体験投稿の促進、ライブコマース（生配信販売）、インフルエンサー施策などを立体的に展開**



し、現地のお客さまとのブランド接点を創出します。さらにパートナーである墨谷社が中国で運営する即時配送対応店舗やカフェにおいて、当社のアサイーを使用したアサイーボウルやスムージーなどのメニュー展開を予定しております。当社はオンラインでブランドを知り、オフライン（リアル店舗）で実際にその美味しさを味わっていただける機会を創出することで、商品販売とブランド体験の双方向から「フルッタフルッタ」の価値を高める一環した取り組みを推進してまいります。

【画像】左：Tmall

Global「FRUTAFRUTA 海外旗艦店」 右：RED「FRUTA FRUTA 海外旗艦店」公式商品ページ（2026年10月時点）

【※1】「RED（小紅書）」：ユーザーが日常の体験や愛用品をリアルな口コミを投稿・検索する、中国最大級のライフスタイル共有プラットフォーム。

【※2】「Douyin（抖音）」：ショート動画やライブ配信を軸とした、中国国内で圧倒的なアクティブユーザー数を誇る巨大エンターテインメント・コマースプラットフォーム（中国版 TikTok）。

■今後の事業展開

当社は、墨谷社とのパートナーシップのもと、「Tmall Global」、「RED」、「Douyin」を連動させた越境 EC 販売と情報発信をより一層強化してまいります。あわせて、現地での即時配送店舗やカフェにおけるアサイーメニューの導入・拡大を進めてまいります。

さらに、コンシューマー向け（BtoC）の展開にとどまらず、中国国内の飲食店、カフェチェーン、食品メーカー等に向けたアサイー原料および業務用商品の提案・供給についても本格的に検討を進めております。オンライン（EC・SNS）とオフライン（リアル店舗・BtoB）の両軸によるアプローチを通じ、中国市場における「フルッタフルッタ」ブランドの持続的かつ飛躍的な成長を目指してまいります。

■墨谷株式会社について

日本企業の中国市場進出を越境 EC、一般貿易、物流、販売促進まで一貫して支援する企業。中国の保税区内で冷凍・冷蔵商品に対応する保税倉庫を保有・運営し、複数の EC モールと連携した在庫管理・出荷体制を構築。また、オフライン店舗、即時配送対応店舗、カフェを通じオンラインとオフラインを組み合わせた販売支援を行っている。

■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。