



2025年6月19日

各位

会社名 売れるネット広告社グループ株式会社
代表者名 代表取締役社長CEO 加藤公一レオ
(コード番号: 9235 東証グロース)
問合せ先 取締役 CFO 植木原宗平
(TEL 092-834-5520)

【上場企業同士の戦略的パートナーシップを締結】

売れるネット広告社グループ、東証グロー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 ～



売れるネット広告社グループ株式会社（本社：福岡県福岡市、代表取締役社長 CEO：加藤公一レオ、東証グロース市場：証券コード 9235、以下 売れるネット広告社グループ）は、連結子会社である株式会社売れる越境 EC 社（以下 売れる越境 EC 社）を通じて、東証グロース上場企業・株式会社フルッタフルッタ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長執行役員 CEO：長澤誠、証券コード 2586、以下 フルッタフルッタ社）との中国『TikTok (Douyin) ライブコマース』事業に関する戦略的パートナーシップを締結しました。

両社は上場企業同士の信頼と専門性を活かし、Douyin（中国版 TikTok）を主戦場にライブコマースを共同推進し、「アサイー」関連商品の越境 EC 売上爆増を狙います。

【中国『TikTok (Douyin) ライブコマース』での販売開始商品（第1弾）】

今回、中国 TikTok (Douyin) のライブコマースで販売するのは、フルッタフルッタ社の主力商品である以下の2商品です。日本の品質とブランド力を武器に、中国の消費者に新しい健康習慣を提案します。

1. 『お家でアサイーボウル7パック』 ミキサーやブレンダーを使わずに手軽に本格的なアサイーボウルを楽しめる冷凍ミックススペース。忙しい朝でも手軽に食べることができるため、健康や美容を意識するライフスタイルにフィットします。

ポジショニング：朝食リプレイス市場

(商品 URL：https://www.frutafruta.com/products/bowl/#bowl_acai_7P)



2. 『アサイーフリーズドライパウダー』 スムージーやヨーグルトに混ぜるなど、様々なアレンジが可能なパウダータイプ。アサイーのピューレを凍結乾燥しただけのシンプルな製法で、アサイーの栄養素を効率的に摂取したいというニーズに応えます。

ポジショニング：美容ドリンク市場

(商品 URL：<https://www.frutafruta.com/products/powder/>)



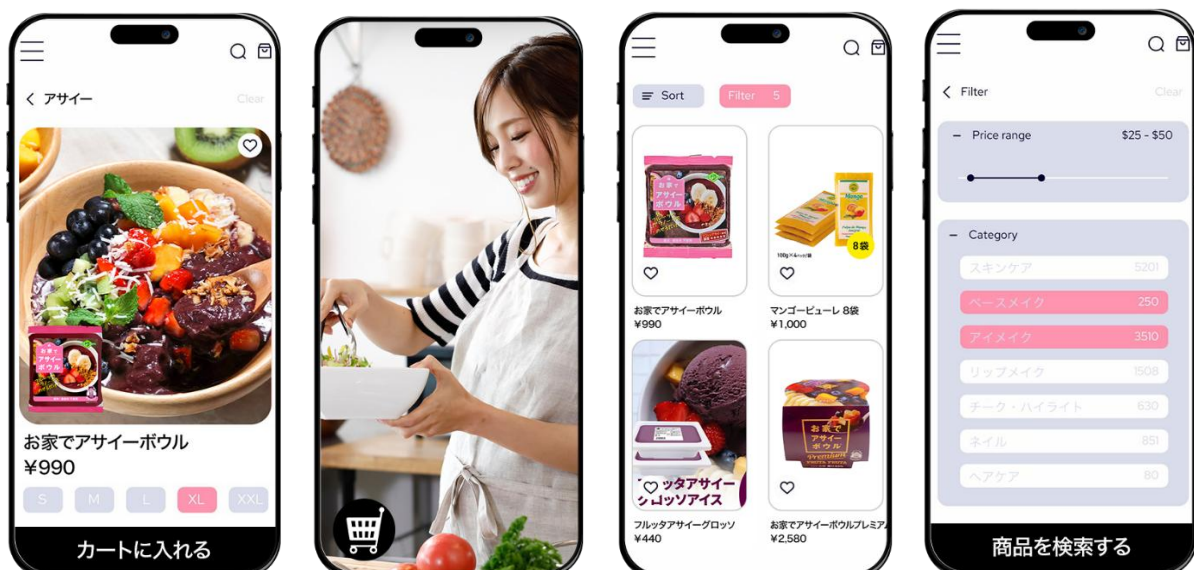
【株式会社フルッタフルッタについて】

フルッタフルッタ社は、アマゾン由来のスーパーフード「アサイー」を 2002 年に日本で初めて紹介したパイオニア企業です。設立以来、“自然と共に生きる”という理念のもと、サステナブルな商品開発と市場創出を推進してきました。

特に、森林保全と経済活動を両立するアグロフォレストリー（森林農法）の普及に尽力し、持続可能な調達と高品質な製品づくりを両立。SDGs・ESG の観点からも高い評価を得ている企業です。

さらに、2025 年 3 月期には売上高 25.4 億円（前年比 226.2%）を達成し、営業利益 2.29 億円・当期純利益 2.70 億円と黒字化を実現し、成長フェーズへ突入しています。タリーズコーヒージャパンやドトールコーヒーなどの全国大手カフェチェーンでアサイーメニューが採用されるほか、ファミリーマートを始めとしたコンビニ・スーパーなど国内外 1 万店舗超に流通網を拡大。

2030 年までにアグロフォレストリー由来原料の使用を通じて累計 45 万トンの CO₂削減を目指す目標を掲げる ESG 先進企業でもあり、「女性のためのアサイー」をキーメッセージにしたスムージー『フルッタアサイー EPOFe®』は Femtech Japan Award 2022 ブロンズ賞を受賞するなど商品評価も高まっています。



【中国『TikTok (Douyin) ライブコマース』パートナーシップの戦略的意義】

～ “98 兆円×14 億人×1,400 社ノウハウ” の融合 ～

中国は 14 億人超の巨大消費市場で、世界最大級の購買ポテンシャルを誇り、健康志向・機能性食品カテゴリは二桁成長を維持しています。さらに、中国『TikTok (Douyin) ライブコマース』市場は 2025 年に推定 98 兆円とされ、単年規模で国内 EC 総額を凌駕する勢いです。売れるネット広告社グループは、累計 1,400 社超を支援して培った「最強の売れるノウハウ®」を本提携に投入し、フルッタ社のブランド力と高機能商品を掛け合わせることで、“美容・健康”トレンドを一気に席卷します。

【今後の展望】

今回の取り組みは、売れるネット広告社グループにとって越境ライブコマース事業の本格拡大を示す重要な一歩であり、フルッタフルッタ社との長期的な協業を通じて、「定番商品の中国市場定着」「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が期待されます。

また、本プロジェクトを中国市場における成功モデルとして横展開することで、他の有望 D2C ブランドとの連携獲得にもつなげ、売れるネット広告社グループの越境ライブコマース事業のスケール拡大と収益基盤の多角化を図ってまいります。

中国 EC 市場の成長を追い風に、売れるネット広告社グループは“日本の D2C ブランドの世界展開を支えるインフラ企業”として、今後も企業価値のさらなる向上に努めてまいります。

※出所：iResearch「2023 年中国ライブコマース業界研究報告」、JETRO「拡大する中国のライブコマース市場」（2024 年 4 月 10 日）を参考に 1 元 20 円で計算。市場規模は年により変動します。

以 上