

平成 28 年 2 月 15 日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 フ ル ッ タ フ ル ッ タ

代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 執 行 役 員 C E O 長 澤 誠

(コード番号：2586 東証マザーズ)

問 合 せ 先 取 締 役 専 務 執 行 役 員 C F O 杜 山 悦 郎

TEL. 03-6272-3190

## 業績予想の修正に関するお知らせ

最近の業績の動向を踏まえ、平成 27 年 11 月 13 日に公表いたしました平成 28 年 3 月期（平成 27 年 4 月 1 日～平成 28 年 3 月 31 日）の業績予想を、下記の通り修正いたしましたのでお知らせいたします。

### 記

#### 1. 業績予想の修正について

平成 28 年 3 月期 通期業績予想数値の修正（平成 27 年 4 月 1 日～平成 28 年 3 月 31 日）

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1 株当たり 当期純利益
前回発表予想 (A)	百万円 3,100	百万円 △180	百万円 △186	百万円 △223	円 銭 △221.68
今回発表予想 (B)	2,650	△390	△400	△450	△445.81
増減額 (B-A)	△450	△210	△214	△227	
増減率 (%)	△14.5	—	—	—	
(ご参考) 前期実績 (平成 27 年 3 月期)	3,344	106	349	201	214.35

#### 2. 修正の理由について

##### (1) 売上高

当社の主力事業であるアサイー市場につきましては、前上期からの市場の盛り上がりから一転し、当下期においても引き続き厳しい状況となっており、各事業部門における前回業績予想の販売計画達成が困難となる見通しとなり、以下の理由により、通期売上高は、前回予想を 450 百万円下回る見込みとなりました。

##### (ナショナル・ブランド事業部門)

当事業部門においては、昨今のアサイー人気の一巡化と輸入原料価格高騰による影響を改善すべく、主に高付加価値の秋冬新製品の販売を拡大(前回予想新製品割合:NB 事業部門下期売上高の約 30%)することで、売上と利益獲得に努めてまいりました。今回の秋冬新製品は、アサイーに次ぐ新素材として話題のスーパーフードの 1 つである「チアシード」やスーパーフルーツの「ピタヤ(ドラゴンフルーツ)」、アマゾンフルーツを代表する「クブアス」、また、くるみ・カシュー・アーモンドの 3 種のナッツで作った「デイリーフリーミルクシリーズ」(植物性ミルク)、「デイリーフリー・クッキーサンドアイスシリーズ」(植物性ミルクアイス)、スーパーフードをチョコでコーティングした「スーパーフードスナックシリーズ」等を次々と発売し、併せて既存商品のリニューアルも実施いたしまし

た。新製品の販売状況については、一部製品について初動売上が好調に推移したものの、全体として想定した売上には届かず厳しい状況となりました(今回予想新製品割合:NB 事業部門下期売上高の約20%)。その要因として、新商材や「デ일리フリーミルクシリーズ」(植物性ミルク)等新コンセプトのもとで発売した製品において、製品のアピールポイントや特徴を消費者に訴求するためのプロモーションが不十分であったこと、「スーパーフードスナックシリーズ」等加工食品においては、菓子・加工食品チャンネル等新規販売チャンネルの開拓の遅れや取引先への導入数量が当初予想の6割程度に留まったこと等が上げられます。また、昨今の円安による輸入原材料高による販売価格上昇を抑えるため、既存製品の大容量パックを1,000mlから720mlにリニューアルし販売価格を見直し、実質値上げを行いました。消費者の購買意欲が抑制され、販売数量が当初予定本数の8割程度となったことで、売上が想定を大幅に下回る見込みとなりました。

以上により、ナショナル・ブランド事業部門の売上高は当初売上高1,938百万円と予想しておりましたが、1,565百万円と修正しております。

#### (アグロフォレストリー・マーケティング事業部門)

大手菓子メーカーへのアグロフォレストリー産カカオ豆の販売については、当初の想定通り(AFM 事業部門通期売上高の約20%)に推移し、外食店向けのアサイー原料の販売(AFM 事業部門通期売上高の約50%)についても、前回予想通りに順調に推移しております。一方で、スポーツ用品店・ジム等のスポーツチャンネル向けの販売強化に取り組みましたが、チャンネル開拓に時間を要し、売上は前回想定を大きく下回る見込みとなり、当事業部門の売上高に影響を与えました。

また、下期において、アサイー以外のアマゾンフード関連原料の提案にも取り組んでおりますが、「ピタヤ」原料については、徐々に引き合いは増えておりますが、アマゾンフード全体としては、認知度含めまだ時間を要し、業績への寄与は限定的になるものと見込んでおります。

以上により、アグロフォレストリー・マーケティング事業部門の売上高は当初売上高908百万円と予想しておりましたが、850百万円と修正しております。

#### (ダイレクト・マーケティング事業部門)

直営店舗に関しては、アマゾンフルーツのメニュー拡大や新製品の試飲会を実施する等取組んだものの、アサイー人気が一巡したこと等により売上は当初予想より低調となりました。また、今期中での一部既存店の大幅なリニューアルを予定しておりましたが、当社全体の業績回復を最優先として、今期中でのリニューアルは行わないことといたしました。また、WEB通販に関しては定期お届けコースのメニュー追加等を実施いたしましたが、一個売り等の消費者ニーズに対応が遅れたことで売上は前回予想より減少しました。

以上により、ダイレクト・マーケティング事業部門の売上高は当初売上高252百万円と予想しておりましたが、234百万円と修正しております。

(2) 利益面

以下の理由により、営業利益、経常利益、当期純利益について、前回予想を修正いたしました。

(ナショナル・ブランド事業部門)

当下半期は、高付加価値の秋冬新製品を発売し、昨今の為替円安による輸入原材料価格高騰による影響の改善を図りましたが、売上高の修正理由にも記載の通り、新製品の売上が想定を下回り、また大容量パック等リニューアル製品の売上も不振であったことから、当初計画した売上総利益率を下回る見込みとなりました。

以上により、当事業の売上総利益は前回予想 700 百万円(売上総利益率 36.1%)としておりましたが、530 百万円(売上総利益率 33.9%)と修正しております。

(アグロフォレストリー・マーケティング事業部門)

当事業部門において、円安や海外での需給バランスによりアサイーの輸入原材料価格が上昇したこと等への対応として、外食チェーン等への販売価格改定を実施いたしましたものの、原材料価格は高止まり状況であるため、今期での利益貢献は限定的なものと想定しております。また、全体的に売上が減少するなか、比較的利益率の低い大手菓子メーカーへのアグロフォレストリー産カカオ豆の販売が順調に推移したため、結果として、当事業部門の利益率を押し下げることとなりました。

以上により、当事業の売上総利益は前回予想 209 百万円(売上総利益率 23.1%)としておりましたが、187 百万円(売上総利益率 22.0%)と修正しております。

(ダイレクト・マーケティング事業部門)

当事業部門において、店舗販売やWEB通販での販売促進に努めたものの、売上は低調となり、利益についても同様となりました。

以上により、当事業の売上総利益は前回予想 158 百万円(売上総利益率 62.6%)としておりましたが、145 百万円(売上総利益率 62.0%)と修正しております。

以上の通り、売上総利益は前回予想を大きく下回る見込み(前回通期予想 31.9%、今回通期予想 28.4%)となっております。一方、販売費及び一般管理費については、人件費や販売促進費等の抑制及び消耗品等の経費削減に努めたことにより前回予想に比べ約 25 百万円減少する見通しではありますが、売上高が大幅に減少したことで、営業利益の損失額が拡大(前回通期予想 営業損失 180 百万円、今回通期予想 営業損失 390 百万円)する見込みとなっております。また、経常利益、当期純利益についても当初計画を大きく下回る見通しであります。

以上の理由により、平成 28 年 3 月期の通期業績予想を上記の通りに修正いたします。

### 3. 今後の取り組みについて

当社のおかれている状況は非常に厳しいものとなっておりますが、下期新製品は各メディアで取上げられ、取引先からの評価は高まってきております。また、製品の売上総利益率自体も改善傾向にあることから、引き続き高付加価値製品の企画開発に取り組むとともに、製品特性に合った適切な売り場での製品配置や効果的な販売プロモーションの実施等により売上の拡大と売上総利益率の改善を図り、経費削減を推進してさらに業績の改善に努めてまいります。

(注) 上記の業績予想は、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成しております。実際の業績は今後様々な要因により予想数値と異なる可能性があります。

以上