

平成 27 年 11 月 13 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

業績予想の修正及び役員報酬の減額に関するお知らせ

最近の業績の動向を踏まえ、平成 27 年 5 月 15 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。

また、あわせて役員報酬の減額実施を決定いたしましたので、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 4,000	百万円 128	百万円 118	百万円 73	円 銭 72.79
今回発表予想 (B)	3,100	△180	△186	△223	△221.68
増減額 (B-A)	△900	△308	△304	△296	
増減率 (%)	△22.5	—	—	—	
(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

当社の主力事業分野であるアサイー市場が、前上期の市場の盛り上がりから一転し、想定以上に減速したことを主因として、各事業部門における期初販売計画の達成が非常に困難となる見通しとなり、通期売上高は前回予想を 900 百万円下回る見込みとなりました。

各事業部門別の状況は下記の通りです。

(ナショナル・ブランド事業部門)

想定以上のアサイー市場減速の要因として、①アサイーのメディアへの頻繁な露出の影響等で過熱したアサイーブームによる上乗せ需要がなくなったこと、②アサイー市場の成長がきっかけでスーパーフード市場が生まれ、アサイーに次ぐ新素材を市場が求め出した結果、アーモンドミルク、ココナッツオイルやチアシード等の出現により、常に新しいものに反応する健康志向の消費者や流通業がこれらの新素材に流れ、アサイーの購買を控えたこと、が主な要因であると捉えております。リテールチャンネル及び CVS チャンネルのいずれにおいても、厳しい状況が見込まれております。

また、今期は、スーパーフード市場へ向けた取組により売上高拡大を見込み、下期に向けてスーパーフード関連の新商品を次々に投入しております。こうした新商品は大きな反響を得ているものの、加工食品等への新たな販売チャネルの開拓に当初予想より時間を要する商品カテゴリー等もあり、今期業績への寄与は限定的となる見込みであります。

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 2,556 百万円と予想しておりましたが、1,938 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、当初の想定通り順調に拡大しております。一方で、外食店向け及びメーカー向けのアサイー原料の販売については、過熱したアサイーブームの反動や夏場の天候不順の影響等もあり、期初販売計画には届かない見通しであります。

下期に向けて、アサイー原料に加えて、アサイー以外のアマゾンスーパーフード関連原料の提案に積極的に取り組んでまいります。販路拡大に当初予想より時間を要し、今期業績への寄与は限定的となる見込みであります。

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 1,031 百万円と予想しておりましたが、908 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)

アサイー市場の想定以上の減速により、直営店舗、WEB 通販のいずれも、期初販売計画に届かない見通しであります。直営店舗に関しては、今期中に一部既存店の大幅なリニューアルを行う予定であり、また、WEB 通販に関しては、下期に向けてスーパーフード関連商品の販売に取り組んでまいります。いずれも、今期業績への寄与は限定的となる見込みであります。

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 412 百万円と予想しておりましたが、252 百万円と修正しております。

(2) 利益面

当上期は、アサイー原料価格と円安による仕入れ価格の上昇要因につきましては当初より業績見通しに織り込んでおりましたが、売上高の減少、比較的利益率の高いナショナル・ブランド関連商品の全体に占める割合が低下(当初通期予想 63.9%、当第 2 四半期累計期間 52.2%)したことや、販売不振に伴う製品廃棄に係る引当金の増加等の要因により、売上総利益は当初予想を大きく下回る実績(当初通期予想 36.9%、当第 2 四半期累計期間 25.7%)となっております。下期に向けて、一部商品の販売価格の見直しや既存商品に比べて利益率の高い新商品の市場投入等による売上総利益率の向上、及び人件費、物流費等の販売管理費の見直しや抑制等の取り組みにより利益率は改善する見通しではありますが、上期利益の減少額をカバーするまでには至らず、営業利益、経常利益、当期純利益は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

前述の通り、当上期において、過熱したアサイーブームにより上乗せされた需要がなくなったこと

等による要因でアサイー市場は想定以上に減速いたしました。アサイーがきっかけで創出したスーパーフード新市場は、市場全体として想定以上に早いスピードで拡大すると見ております。当社は、現時点でのアサイー市場の減速は、その成長過程での一時的調整であると捉えており、今後はスーパーフード全体の市場が拡大していくなかで、スーパーフードの代表であるアサイーの市場も着実に成長していくと見込んでおります。

このような市場動向を踏まえ、当社は、「アサイーカンパニーからスーパーフードカンパニーへ」を掲げ、ピタヤ、カカオ、クプアス、アーモンドミルク、カシューミルク、チアシード、ゴジベリー、ゴールデンベリー等アサイー以外の商材を含む 18 アイテムの商品を一気に下期に向けて投入いたしました。この施策により、当社は、スーパーフード業界の先駆けとして市場における存在感を増し、メディアからの注目も急激に増えております。また、この新商品の大量市場投入は、来年 8 月開催のブラジル・リオデジャネイロオリンピックに向けたブラジル食品市場への注目も視野に入れております。

今後も、他社に先駆けて新商品を次々と市場投入することで、成長が期待されるスーパーフード市場において確固たる位置づけを確保し、業績の回復と拡大を図ってまいります。利益面においても、比較的利益率の高い新素材を使用した新商品の開発や新たな販売チャネルの開拓を推し進め、売上総利益率の改善を図り収益の向上に努めてまいります。

4. 役員報酬の減額について

当社は、今回の通期業績予想の修正により大幅な損失を計上する見込みとなった結果を真摯に受け止め、その経営上の責任を明確化するため、以下の通り役員報酬を減額いたします。

- (1) 役員報酬減額の内容
取締役（社外取締役を除く）： 報酬月額 の 20%
- (2) 対象期間
平成 27 年 12 月より平成 28 年 3 月まで（4 ヶ月間）

（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