

平成 30 年 2 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 CEO 長 澤 誠
(コード番号：2586 東証マザーズ)
問合せ先 取締役執行役員 徳 島 一 孝
TEL. 03-6272-3190

業績予想の修正に関するお知らせ

平成 29 年 11 月 13 日に公表いたしました平成 30 年 3 月期（平成 29 年 4 月 1 日～平成 30 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します。

株主、投資家をはじめとする関係者の皆さまには、多大なるご迷惑、ご心配をおかけしておりますことを心からお詫び申し上げます。

記

1. 業績予想の修正について

平成 30 年 3 月期 通期業績予想数値の修正（平成 29 年 4 月 1 日～平成 30 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 1,500	百万円 △250	百万円 △280	百万円 △290	円 銭 △231.97
今回発表予想 (B)	1,250	△440	△480	△490	△328.85
増減額 (B-A)	△250	△190	△200	△200	—
増減率(%)	△16.7	—	—	—	—
(ご参考) 前期実績 (平成 29 年 3 月期)	1,619	△506	△589	△591	△499.45

2. 修正の理由について

(1) 売上高

当社は平成 28 年 6 月に資本業務提携を締結いたしましたアスラポート・ダイニング・グループ(以下、アスラポート・グループという)とのシナジー効果を今期も業績改善のメインシナリオとしております。

懸案でありました賞味期限切れ商品の廃棄削減も進めるべく、多品種展開であったリテール商品の絞り込みと、外食やメーカーへの販売取り組みに資源を集中してまいりました。

さらにWEB通販において、通販オリジナル商品の開発を進めることで収益性の向上を目指し、直営店舗につきましても平成 29 年 11 月に「おいしい美と健康をアマゾンから」をコンセプトにアマゾンフルーツを使用したギルトフリー(砂糖・香料・着色料・保存料不使用)デザートを取り揃えたアマゾンフルーツ専門店『フルッタフルッタ アサイーカフェ新

宿マルイ本館店』をオープンいたしました。渋谷ヒカリエ ShinQs 店と共に 2 店舗展開による発信力の強化と独自商品の開発をすすめております。

海外におきましては、主要取引先から引き合いがあるカカオの増産をさらに進め、ブラジルナッツや胡椒等、新たに商材を広げて取り扱うなど売上の拡大に努めるのみならず、平成 29 年 8 月 24 日にお知らせいたしました、味の素トレーディングとの基本売買契約によるタイ国への展開も取り組むこととしております。

しかしながら、進めておりましたリテール商品の絞り込みで、売上増が見込めないなか、新商品を展開する他社との競争力の低迷を招く結果となりました。

資源を集中するとしておりました外食、メーカーにつきましても、アスラポート・グループとの提携による原材料販売と、平成 29 年 11 月 2 日にリリースいたしました、ココナッツヨーグルトやアサイーとココナッツヨーグルトを組み合わせた各種商品の共同開発を進め、平成 30 年 2 月の販売を目指していたものの本格的な販売が平成 30 年 3 月以降となる見込みより、当期において当社業績への効果は限定的になるものと見込んでおります。

さらに、WEB 通販におきましては、平成 29 年 10 月 5 日にお知らせいたしました不正アクセスによるお客様情報流出による影響により顧客離れが生じたことや、システムの不具合によるカード決済の停止により新規顧客の獲得が不調に終わったことなどが売上低下の要因となりました。

以上のことより、今期の通期売上高予想を前回予想より 250 百万円下回る、1,250 百万円となる見込みとなりました。

(2) 営業利益

利益面につきましては、依然として高価格帯のアサイー原材料在庫が滞留するなか当社利益に影響を与えております。また、滞留製品在庫の廉価販売及びアマゾンフルーツの一部原材料について評価損の計上により利益率が低下することとなりました。当社としては、原材料在庫の消化を図るべく、消費者へのアサイーの認知及び訴求に努めてまいりました。

リテール事業部門においては、売上高の低調と、期初の滞留製品在庫の廉価販売及び売上低調となっていたフルッタアサイーシリーズの「アサイービューティー」に変えて、「アサイー低糖質」の販売により終売としていた「アサイーベーシック・ストレートタイプ」の復活を図り売上と利益獲得を図りましたが、スーパーマーケットやGMS等へ製品提案が遅れ取扱い店舗が限定的となったことで、更なる利益獲得にはいたりませんでした。

アグロフォリストリー・マーケティング事業部門の外食、メーカーにつきましてもアスラポート・グループ内数社との共同開発の取り組みは進捗しておりますが、短期的に業績の改善につながるような成果は得られず大きな利益の獲得にはつながりませんでした。

ダイレクト・マーケティング事業部門の直営店舗につきましては、平成 29 年 11 月にオープンいたしました新宿マルイ本館店で新たにギルトフリースイーツの販売を開始致しましたが、プロモーションの遅れもあり想定しておりました固定ファンの獲得に時間を要したことで売上が伸び悩む結果となっております。

WEB 通販においては、通販サイトの抜本的な見直しをすすめ外部委託による効率化に着手いたしました。不正アクセスによるお客様情報流出による影響も挙げられますが、計画しておりました収益性ある通販専用商品の開発も遅れたことで利益創出にはいたりませんでした。

海外事業部門の取り組みにつきましては、カカオ豆の収穫が順調にすすんでことで、利益も順調に推移しております。一方で、アジア戦略における台湾での店舗展開やタイ国での味の素トレーディングとの本格的な取り組みが、調査や準備等でずれ込むこととなり、現況において利益創出にはいたりしていません。

これらの状況より、当期の通期業績予想は営業損失 440 百万円(当初通期予想 営業損失 250 百万円)、経常損失 480 百万円(当初通期予想 経常損失 280 百万円)、当期純損失 490 百万円(当初通期予想 当期純損失 290 百万円)となる見込み

となりました。

以上の理由により、平成30年3月期の通期業績予想を上記のとおりに修正いたします。

3. 今後の取り組みについて

今後は、アスラポート・グループと協業を深め業績の回復に取り組むのみならず、3月発売予定の新規商品の導入で売上と利益の改善目指します。さらに、店舗展開でアジアを中心とした海外事業戦略を加速させ、積極的なプロモーションを進め、当社として取り組まなければならない課題を順次解決し業績の向上に取り組んでまいります。

当社は、平成29年11月に適時開示しましたとおり、第三者割当による新株式と転換社債型新株予約権の発行で300百万円の資金調達を実施しております。今後、順次これを成長投資資金として活用することで業績の早期回復をすすめてまいります。

【成長戦略について】

(a) 新製品計画

①ココナッツヨーグルトについて

アスラポート・グループと連携してココナッツヨーグルトを平成30年3月以降に発売いたします。ココナッツヨーグルトはデイリーフリー（乳製品不使用）でありながら乳酸菌が豊富な植物性ヨーグルトとして、流通各社からも非常に注目されている商品であります。欧米で人気を得た代替乳市場ですが、日本においてもココナッツミルクをはじめ急拡大しており、きわめてポテンシャルが高い商品であります。平成29年11月2日に開示の「アスラポート・ダイニング・グループとの業務提携による日本初量産型のココナッツヨーグルト商品の共同開発及び販売に関する契約締結のお知らせ」に記載しておりますとおり、量産型としてはじめてとなるココナッツヨーグルトを発売予定です。

②PRESSについて

日本の冷蔵果汁飲料業界は全体として低迷傾向にあります。高級をうたった冷蔵果汁飲料と一般的な果汁飲料との差異がわかりにくいとされるなか、「本物の果汁飲料は何か」が問われているのが昨今の状況です。当社が発売しますPRESSは産地直送のとれたて野菜と果実を低温圧搾し、砂糖香料濃縮原料を使用せず、さらに新技術による高圧処理（HPP）製法によって、素材本来の栄養をとれる商品であり、流通業界においても明確な差別化が可能な商品として期待されています。春の展示会・商談におきましても、非常に高い関心を得、大手小売店での扱いも順次決定しております。

③フルッタアサイーシリーズ

当社の主要な柱となるアサイーシリーズにおきましては3月にリニューアルを実施いたします。昨今、市場規模が縮小傾向にあるアサイーですが、その生産農法であるアグロフォレストリーのサステナブル性（持続可能性）は国内外から注目を集めています。3月に東京で開催されますサステナブルブランド国際会議において、エシカルフード構想を打ち出す予定です。サステナビリティ、エシカルといった理念は日本国内において社会的影響力のみならず、流通にも大きな影響を及ぼしつつあります。当社はサステナブル＝アサイーというアピールを積極的におこなってまいります。

(b) 通販チャネル再構築

平成29年10月に適時開示いたしました不正アクセスによる情報漏洩での顧客減少に対応するため、ウェブサイトの抜本的な再構築（セキュリティ強化も含め）をすすめ、一部外部委託により効率化を図ります。

(c) 海外事業開発投資

当社では、台湾を中心とするアジア展開を重点戦略として位置づけ、すでに既報のとおり（平成29年3月23日に開示の「台湾食品メーカーとの基本売買契約及びOEM契約に基づく取引開始のお知らせ」、5月23日開示の「海外事業展開の本格稼働開始 コストコ台湾における当社アサイー商品の販売に関するお知らせ」）着々と準備を進めてまいりました。

このたび、初の海外出店となる台湾新店のオープンの目途が立ち、直営店とコストコ店舗（13店舗）によるシナジー効果をねらえる見込みとなっております。さらにはFC店の展開を視野に入れ、アジア市場戦略を進めてまいります。

(d) 機能性分析

すでに千葉大学と共同でアサイーの機能性分析を進めており、疲労回復や貧血症状軽減等の結果が期待されています。ワールドカップやオリンピック等、スポーツが話題となることが予想され、アサイーの注目度も向上するものと考えております。

(e) アグロフォレストリー関連事業（カカオ他）

市場におけるカカオの需要が高まるなか、アグロフォレストリーカカオ豆は「エシカル」と「高品質」が評価されております。当社が扱うカカオ豆を用いたチョコレートは予想を上回る大ヒットとなり、注引量が急増、供給が間に合わないような状況です。今後は現地調達能力の向上につとめるほか、アグロフォレストリー産物の派生品（カカオ、胡椒）等の安定供給に取り組めます。そこで、ブラジルCAMTAにおけるカカオ発酵ラインの増設や、派製品調達システムの構築をすすめてまいります。

当社は、ブラジル連邦共和国パラ州・トメアス地区でのアグロフォレストリー農法を支援し、「グリーンアライアンス」の実現をめざしており、こうした取り組みは企業価値を高め、競争力の向上につながるものと考えております。

以上、成長戦略としております各種取組みをすすめることで、アサイー在庫の圧縮を図り、価格の低いアサイーの仕入れによる収益性の向上と、アスラポート・ダイニングとの新規開発商品のさらなる売り上げにより業績の回復を図ってまいります。

この度のご報告で、株主や投資家をはじめとする関係者の皆様には多大なるご迷惑とご心配をおかけしておりますこと心よりお詫び申し上げます。

何卒引き続きご支援ご鞭撻を賜りますよう宜しくお願い申し上げます。

（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