



2024年3月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕（非連結）

2023年8月14日

上場会社名 株式会社フルッタフルッタ 上場取引所 東
コード番号 2586 URL <https://www.frutafruta.com/>
代表者 (役職名) 代表取締役社長執行役員CEO (氏名) 長澤 誠
問合せ先責任者 (役職名) 経営管理本部長 (氏名) 松永 啓太 TEL 03-6272-3190
四半期報告書提出予定日 2023年8月14日 配当支払開始予定日 ー
四半期決算補足説明資料作成の有無：無
四半期決算説明会開催の有無：無

(百万円未満切捨て)

1. 2024年3月期第1四半期の業績（2023年4月1日～2023年6月30日）

(1) 経営成績（累計）

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2024年3月期第1四半期	270	47.4	△92	—	△99	—	△100	—
2023年3月期第1四半期	183	9.2	△119	—	△116	—	△116	—

	1株当たり 四半期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益
	円 銭	円 銭
2024年3月期第1四半期	△3.27	—
2023年3月期第1四半期	△4.35	—

(注) 2023年3月期第1四半期累計期間及び2024年3月期第1四半期累計期間の潜在株式調整後1株当たり四半期純利益金額については、潜在株式は存在するものの1株当たり四半期純損失金額であるため記載しておりません。

(2) 財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率	1株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
2024年3月期第1四半期	1,300	799	61.4	25.47
2023年3月期	1,201	899	74.8	29.34

(参考) 自己資本 2024年3月期第1四半期 799百万円 2023年3月期 897百万円

2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2023年3月期	—	0.00	—	0.00	0.00
2024年3月期	—	—	—	—	—
2024年3月期（予想）	—	0.00	—	0.00	0.00

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無：無

3. 2024年3月期の業績予想（2023年4月1日～2024年3月31日）

(%表示は、通期は対前期増減率)

	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
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	1,000	24.3	△250	—	△250	—	△250	—	△8.44

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無：無

※ 注記事項

(1) 四半期財務諸表の作成に特有の会計処理の適用：無

(2) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

- ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更：無
- ② ①以外の会計方針の変更：無
- ③ 会計上の見積りの変更：無
- ④ 修正再表示：無

(3) 発行済株式数（普通株式）

① 期末発行済株式数（自己株式を含む）	2024年3月期1Q	31,374,329株	2023年3月期	30,602,329株
② 期末自己株式数	2024年3月期1Q	一株	2023年3月期	一株
③ 期中平均株式数（四半期累計）	2024年3月期1Q	30,610,813株	2023年3月期1Q	26,839,168株

※ 四半期決算短信は公認会計士又は監査法人の四半期レビューの対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。業績予想の前提となる条件及び業績予想のご利用にあたっての注意事項等については、添付資料P. 4「1. 当四半期決算に関する定性的情報（3）業績予想などの将来予測情報に関する説明」をご覧ください。

(参考) 種類株式の配当の状況

普通株式と権利関係の異なる種類株式に係る1株当たり配当金の内訳は以下のとおりであります。

A種類株式	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2023年3月期	—	0.00	—	0.00	0.00
2024年3月期	—				
2024年3月期(予想)		0.00	—	0.00	0.00

○添付資料の目次

1. 当四半期決算に関する定性的情報	2
(1) 経営成績に関する説明	2
(2) 財政状態に関する説明	4
(3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明	4
2. 四半期財務諸表及び主な注記	5
(1) 四半期貸借対照表	5
(2) 四半期損益計算書	6
第1四半期累計期間	6
(3) 四半期財務諸表に関する注記事項	7
(継続企業の前提に関する注記)	7
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	8
(四半期財務諸表の作成に特有の会計処理の適用)	8
(会計方針の変更)	8
(会計上の見積りの変更)	8
(セグメント情報等)	8
(重要な後発事象)	8
3. その他	9
継続企業の前提に関する重要事象等	9

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

当第1四半期累計期間においては、消費行動に大きく影響を与えてきた新型コロナウイルス感染症の5類への移行により、消費行動の平準化が一段と進みつつありますが、一方で円安進行や長引く人手不足、インフレ傾向などのマイナス要因もあり、当社を取り巻く環境は依然として見通しの立てづらい状況が続いております。中でも、食品など生活必需品においては、買い控えの動きにより回復傾向が一時的にストップしているとも言われており、今後も引き続き厳しい情勢が続くものと感じております。

このような状況の中、当社は5か年計画の3年目として、ベースとなる3つの戦略（既存戦略、機能性価値訴求戦略、アグロフォレストリーGX戦略）は継続しつつ、アサイー市場の再活性化による定番アイテムの採用増や復活、HPP技術を活用した台湾シリーズの展開により、短期的な売上及び利益の補強を図ってまいりました。また、アグロフォレストリーを軸とした環境再生型のESG事業についても、国内外で本格化するサステナブルフード市場に向けて、業界を先駆けてCO₂削減量表示の取り組みを推進してまいりました。

業績の概要

(単位：千円)

	前第1四半期累計期間 (自2022年4月1日 至2022年6月30日)	当第1四半期累計期間 (自2023年4月1日 至2023年6月30日)	増減額	前年同期比
売上高	183,628	270,685	87,056	147.4%
売上原価	123,818	182,119	58,301	147.0%
売上総利益	59,810	88,565	28,754	148.0%
販売費及び一般管理費	179,200	181,495	2,295	101.2%
営業利益	△119,389	△92,930	26,459	—
経常利益	△116,380	△99,848	16,532	—

売上高は、前第1四半期累計期間より87,056千円増加し270,685千円(前年同期比147.4%)、売上総利益は前第1四半期累計期間より28,754千円増加し88,565千円(前年同期比148.0%)、営業損失は前第1四半期累計期間より26,459千円減少し92,930千円となりました。前事業年度第3四半期会計期間から3四半期連続での増収増益となっており、早期黒字化に向けて着実に前進しております。

売上高好調の主な要因としましては、販売チャネルでは、主にスーパーやコンビニエンスストア、大型会員制倉庫店などのリテール事業が、既存客先の好調に加えて販路拡大もあり、大きく売上に貢献いたしました。商品面では、前年から成長ドライブ事業と位置づけて先行投資を続けてきましたアサイー関連商品が、飲料、冷凍ビューレ、原料含め全体的に好調に推移しており、売上のベースを底上げしました。アサイーに関しては、サステナブルフードとしてCO₂削減量に関連した引き合いも徐々に増えてきており、当社事業の根幹であるアグロフォレストリーに対する関心が高まっていることがうかがえます。また、6月に楊枝甘露・台湾フルーツティーの小型ボトルを発売したことで、発売時出荷分が上乘せとなり、売上貢献いたしました。

上記2つの新商品は、発売直後から様々なメディアにも取り上げられており、当事業年度第2四半期以降の売上に貢献するものと考えております。

売上原価においては、前年度から引き続き取り組んでいる原料調達方針の見直しにより、国内在庫を優先的に使用し、輸入量をできる限り抑えることにより、原価の上昇を食い止めることができました。また、最終製品として輸入しているHPP品などについては円安の影響を受けたものの、前年10月に実施した価格改定により上昇分を吸収することで、前年同等の売上総利益率を確保しつつ、売上を拡大することができました。

販売費及び一般管理費につきましては、売上増加に伴う物流コストの増加11,270千円や成長投資の継続による人員拡大に伴う人件費の増加3,227千円、商品PR強化に伴う広告宣伝費の増加13,859千円がありましたが、広告投資による効果は当第2四半期以降に売上として反映されるものと考えております。

一方で、業務委託費用が38,983千円減少したことにより前年同期で2,295千円増加(前期同期比101.2%)となりました。

結果として、営業損失は92,930千円(前年同期は営業損失119,389円)、経常損失は円安の影響により、外貨建債務の評価損を中心に5,960千円を計上したことにより99,848千円(前年同期は経常損失116,380千円)、四半期純損失は100,086千円(前年同期は四半期純損失116,617千円)となりました。

事業部門別の売上高は次のとおりであります。

当社は輸入食品製造販売事業の単一セグメントであるため、セグメント別の記載を省略しております。事業部門別の売上高は次のとおりであります。また、前第3四半期累計期間より商流等を鑑み区分を変更しており、前年同期の金額も再集計しております。

(単位：千円)

	リテール 事業部門	業務用 事業部門	DM 事業部門	海外 事業部門	合計
前第1四半期 累計期間 (自2022年4月1日 至2022年6月30日)	74,193	77,509	28,887	3,038	183,628
当第1四半期 累計期間 (自2023年4月1日 至2023年6月30日)	143,374	86,525	39,274	1,511	270,685
前年同期比	193.2%	111.6%	135.9%	49.7%	147.4%

①リテール事業部門

スーパーマーケットを中心とした小売店については、引き続きアサイーEPOFeを中心としたフルッタアサイーシリーズや、冷凍ピューレ、一部企業様向けのプライベートブランドなど、アサイー関連商材が全体的に好調に推移し、売上高、売上総利益に大きく貢献しました。また、前年から展開している楊枝甘露や台湾フルーツティーなどの台湾シリーズも徐々に面を拡大しており、当第2四半期以降のさらなる拡売が期待できます。

コンビニエンスストアにおいては、6月より楊枝甘露・台湾フルーツティー小型ボトルを関東のファミリーマート一部店舗にて先行発売を開始しており、発売週の出荷では想定数量を上回る発注を頂いております。今後は関東以外のエリア拡大も予定されており、他企業への波及も含めた売上拡大が期待できます。今後もチャネル特性に合わせた、消費者の手元に届きやすい商品展開を進めてまいります。

また、大手会員制倉庫店においても、前年から販売しております楊枝甘露の大型ボトルが、引き続き堅調な推移となっております。

この結果、リテール事業部門全体の売上高は、前年同期と比較して69,181千円増加し、143,374千円（前年同期比193.2%）となりました。

②業務用事業部門

外食向け原料販売では、前年度より外出機会の増加による市場の回復やインバウンド需要の回復など、プラス要素を背景に引き続き堅調に推移しているものの、その効果が一周したことで伸びが鈍化しつつあります。今後は、既存品の拡売に加え、リテール事業にて拡売している楊枝甘露の業務用市場への拡売や、アサイーの代替肉をはじめとした植物性タンパク質訴求食品における血液代替原料となり得る価値の訴求、アマゾンフルーツを活用したアプリケーション開発の強化により、新たな価値訴求を武器に展開してまいります。

メーカー向け原料販売については、大手コンビニエンスストア向けの原料に再び採用されたことなどにより、好調に推移いたしました。今回は、ウェルビーイング食品の一部として採用されており、アサイーの健康価値が徐々に浸透しつつあります。今後は、健康価値訴求を継続しつつ、サステナブルフードとしての定着に向けて、業界を先駆けてCO₂削減量表示の取り組みを推進してまいります。また、楊枝甘露においてもアイスやデザートなど派生品への原料採用に向けた取り組みを進めてまいります。

この結果、業務用事業部門の売上高は、前年同期と比較して9,016千円増加し、86,525千円（前年同期比111.6%）となりました。

③DM事業部門

ECチャネルにおいては、前年度からの計画を見直しつつ、プラットフォームへの取り組み強化を図り、広告投資やSNS強化を行ってきた結果、売上の拡大に寄与しました。しかしながら、現状はリテール事業と同様のB to C向け商品を中心に販売しているため、配送費や広告費などチャネル特性による諸費用を考慮すると、利益の出にくい構造となっております。今後は、より収益性の高いチャネル構造とすべく、チャネル特性に合ったEC向け新商品の開発や、CO₂削減量可視化の取り組みの強化など、価格に左右されにくい当社独自の価値提供により、EC市場での拡売・収益確保に取り組んでまいります。

この結果、DM事業部門全体の売上高は、前年同期と比較して10,387千円増加し、39,274千円（前年同期比135.9%）となりました。

④海外事業部門

主力のカカオ豆については、引き続き前シーズンのブラジル天候不順による収穫量減少の影響を受けており、厳しい状況が続いております。現在はすでに今シーズンの収穫がスタートしておりますが、当社のカカオビジネスはCO₂削減量の観点から見ても大きな役割を担っているため、引き続きCAMTAと協力しながら増産に向けて取り組んでまいります。また、当社の特徴である現地生産者と直接繋がっているという利点を活かした、ブラジルから日本以外の第三国へのサステナブル原料の輸出についても、販売実績のある台湾をスタートとして、準備を進めております。当社にしかできないソリューションを提供することで、売上拡大を図ってまいります。

この結果、海外事業部門の売上高は、前年同期と比較して1,527千円減少し、1,511千円（前年同期比49.7%）となりました。

(2) 財政状態に関する説明

当第1四半期会計期間末における総資産は、前事業年度末と比べて99,068千円増加したことで、1,300,469千円となりました。この主な要因は現金及び預金が75,729千円、売上債権が32,806千円増加したこと等によるものであります。

当第1四半期会計期間末における負債は、前事業年度末と比べて199,155千円増加したことで、501,246千円となりました。この主な要因は1年内返済予定の長期借入金が100,000千円減少したものの、社債が300,000千円増加したこと等によるものであります。

当第1四半期会計期間末における純資産は、前事業年度末と比べて100,086千円減少したことで、799,223千円となりました。

(3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明

業績予想については、2023年5月15日付『2023年3月期 決算短信〔日本基準〕（非連結）』でお知らせした業績予想から変更はありません。

2. 四半期財務諸表及び主な注記

(1) 四半期貸借対照表

(単位：千円)

	前事業年度 (2023年3月31日)	当第1四半期会計期間 (2023年6月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	250,006	325,735
売掛金	110,956	143,762
商品及び製品	223,737	200,748
原材料及び貯蔵品	112,457	110,098
その他	67,148	82,845
流動資産合計	764,306	863,189
固定資産		
投資その他の資産		
投資有価証券	374,926	374,926
その他	62,167	62,353
投資その他の資産合計	437,093	437,279
固定資産合計	437,093	437,279
資産合計	1,201,400	1,300,469
負債の部		
流動負債		
買掛金	144,525	122,883
1年内返済予定の長期借入金	100,000	—
未払法人税等	6,043	2,784
その他	47,775	71,829
流動負債合計	298,344	197,497
固定負債		
社債	—	300,000
資産除去債務	3,746	3,748
固定負債合計	3,746	303,748
負債合計	302,090	501,246
純資産の部		
株主資本		
資本金	970,157	970,157
資本剰余金	1,097,114	1,097,114
利益剰余金	△917,515	△1,017,601
株主資本合計	1,149,757	1,049,671
評価・換算差額等		
その他有価証券評価差額金	△251,937	△251,937
評価・換算差額等合計	△251,937	△251,937
新株予約権	1,489	1,489
純資産合計	899,309	799,223
負債純資産合計	1,201,400	1,300,469

(2) 四半期損益計算書
(第1四半期累計期間)

(単位：千円)

	前第1四半期累計期間 (自 2022年4月1日 至 2022年6月30日)	当第1四半期累計期間 (自 2023年4月1日 至 2023年6月30日)
売上高	183,628	270,685
売上原価	123,818	182,119
売上総利益	59,810	88,565
販売費及び一般管理費	179,200	181,495
営業損失(△)	△119,389	△92,930
営業外収益		
為替差益	3,348	—
その他	—	15
営業外収益合計	3,348	15
営業外費用		
支払利息	249	16
社債利息	—	706
為替差損	—	5,960
資金調達費用	90	250
営業外費用合計	339	6,933
経常損失(△)	△116,380	△99,848
税引前四半期純損失(△)	△116,380	△99,848
法人税、住民税及び事業税	237	237
四半期純損失(△)	△116,617	△100,086

(3) 四半期財務諸表に関する注記事項

(継続企業の前提に関する注記)

当社は、継続して営業損失、経常損失、当期純損失及び営業キャッシュ・フローのマイナスを計上しております。

当第1四半期累計期間においても営業損失92,930千円、経常損失99,848千円及び四半期純損失100,086千円を計上しております。

これらの状況により、継続企業の前提に関する重要な疑義を生じさせるような事象又は状況が存在していません。

今後、当社は以下の対応策を講じ、当該状況の改善及び解消に努めてまいります。

i. 黒字化への取組み

・リテール事業部門

前期から販売を開始した楊枝甘露を、大手会員制倉庫店を中心に継続販売し、ブランディングを図りながら大手CVS及び大手量販店へ拡販を進めてまいります。

フルッタアサイーカートカンシリーズについても、アサイーPRと連動して拡販を目指してまいります。

・業務用事業部門

コロナ禍から正常化になりつつある外食産業を中心にアサイー商品のブランディングを図り、拡販するとともに、食品メーカーを中心に販売強化を取り組んでまいります。

・DM事業部門

E C向け新商品の開発及び導入を進め、通販市場に特化した商品で、通販市場の拡販に取り組んでまいります。

・海外事業部門

ネイチャーポジティブの数少ない事例でもある、アグロフォレストリーの食品原料をアジア地域中心に、拡販に取り組んでまいります。

ii. 機能性分析の取組み

・原料研究及び開発

機能性分析による消費者への訴求及び動機付けに起因したマーケティング戦略を行います。

アサイーが持っている本来の価値を再度見直すことにより、既存チャンネルにおいてもベースアップを計ってまいります。

iii. 財政基盤の安定化について

アサイー原材料の資金化と売上拡大で資金確保を図るとともに、新株予約権の行使等も含めた資本政策により財務基盤の安定化に取り組んでまいります。

以上の施策を実施するとともに、今後も引き続き有効と考えられる施策につきましては、積極的に実施してまいります。

しかしながら、今後の利益体質への変革を目指した、売上や収益性の改善のための施策の効果には一定程度の時間を要し、今後の経済環境にも左右されることから、現時点では継続企業の前提に関する重要な不確実性が認められます。

なお、当社の財務諸表は継続企業を前提として作成しており、継続企業の前提に関する重要な不確実性の影響は財務諸表に反映していません。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。

(四半期財務諸表の作成に特有の会計処理の適用)

該当事項はありません。

(会計方針の変更)

該当事項はありません。

(会計上の見積りの変更)

該当事項はありません。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

I 前第1四半期累計期間(自 2022年4月1日 至 2022年6月30日)

当社は、輸入食品製造販売事業の単一セグメントであるため、記載を省略しております。

II 当第1四半期累計期間(自 2023年4月1日 至 2023年6月30日)

当社は、輸入食品製造販売事業の単一セグメントであるため、記載を省略しております。

(重要な後発事象)

該当事項はありません。

3. その他

継続企業の前提に関する重要事象等

当社は、前事業年度末において、継続して営業損失、経常損失、当期純損失及び営業キャッシュ・フローのマイナスを計上しております。

当第1四半期累計期間においても営業損失92,930千円、経常損失99,848千円及び四半期純損失100,086千円を計上しております。

これらの状況により、継続企業の前提に関する重要な疑義を生じさせるような事象又は状況が存在しております。

当該事象又は状況を改善、解消するための対応策として下記の項目について取り組んでおります。

i. 黒字化への取組み

・リテール事業部門

前期から販売を開始した楊枝甘露を、大手会員制倉庫店を中心に継続販売し、ブランディングを図りながら大手CVS及び大手量販店へ拡販を進めてまいります。

フルッタアサイーカートカンシリーズについても、アサイーPRと連動して拡販を目指してまいります。

・業務用事業部門

コロナ禍から正常化になりつつある外食産業を中心にアサイー商品のブランディングを図り、拡販するとともに、食品メーカーを中心に販売強化に取り組んでまいります。

・DM事業部門

E C向け新商品の開発及び導入を進め、通販市場に特化した商品で、通販市場の拡販に取り組んでまいります。

・海外事業部門

ネイチャーポジティブの数少ない事例でもある、アグロフォレストリーの食品原料をアジア地域中心に、拡販に取り組んでまいります。

ii. 機能性分析の取組み

・原料研究及び開発

機能性分析による消費者への訴求及び動機付けに起因したマーケティング戦略を行います。

アサイーが持っている本来の価値を再度見直すことにより、既存チャネルにおいてもベースアップを計ってまいります。

iii. 財政基盤の安定化について

アサイー原材料の資金化と売上拡大で資金確保を図るとともに、新株予約権の行使等も含めた資本政策により財務基盤の安定化に取り組んでまいります。

以上の施策を実施するとともに、今後も引き続き有効と考えられる施策につきましては、積極的に実施してまいります。

しかしながら、今後の利益体質への変革を目指した、売上や収益性の改善のための施策の効果には一定程度の時間を要し、今後の経済環境にも左右されることから、現時点では継続企業の前提に関する重要な不確実性が認められると判断しております。

なお、当社の財務諸表は継続企業を前提として作成しており、継続企業の前提に関する重要な不確実性の影響は財務諸表に反映しておりません。