

平成 28 年 11 月 14 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 林 建 佑

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 28 年 5 月 16 日に公表いたしました平成 29 年 3 月期（平成 28 年 4 月 1 日～平成 29 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。

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 29 年 3 月期 通期業績予想数値の修正（平成 28 年 4 月 1 日～平成 29 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<br>当期純利益 |
|------------------------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-----------------|
| 前回発表予想 (A)                   | 百万円<br>2,600 | 百万円<br>△180 | 百万円<br>△200 | 百万円<br>△210 | 円 銭<br>△207.94  |
| 今回発表予想 (B)                   | 2,090        | △365        | △450        | △460        | △369.16         |
| 増減額 (B-A)                    | △510         | △185        | △250        | △250        |                 |
| 増減率 (%)                      | △19.6        | —           | —           | —           |                 |
| (ご参考) 前期実績<br>(平成 28 年 3 月期) | 2,571        | △474        | △579        | △683        | △676.99         |

#### 2. 修正の理由について

##### (1) 売上高

前期から引き続き、アサイー市場の低迷や消費者に対する訴求力が低下するなか、消費者の生活防衛マインドが益々強くなる等、引続き厳しい状況となり、当社の既存事業における売上高は大幅な減少を見込んでおります。

そのような状況の下、当社は平成 28 年 6 月 22 日に「第三者割当による新株式、第 1 回転換社債型新株予約権付社債及び第 5 回新株予約権の発行並びにコミットメント条項付第三者割当契約の締結並びに主要株主の異動に関するお知らせ」と「アスラポート・グループとの資本業務提携契約に関するお知らせ」のとおり、資本業務提携契約を締結し、平成 28 年 7 月 8 日には第三者割当による資金調達の実施により、総額 349,014 千円の払込が完了しており、当面の資金繰りについては問題ないものと考えております。

一方で、新株予約権については、行使価額より株価が下落している状況にあるものの、今後後述いたします、「3. 今後の取り組みについて」を具現化することで業績回復を図り、新株予約権行使を後押しできるよう努めてまいります。今回の業務提携内容については、大きく成長投資資金を必要としない、アス

ラポート・グループ傘下の乳業メーカーにおいてのアサイーヨーグルト他乳製品の開発、製造、販売、とグループ傘下の外食店舗への卸販売を進めることで、当下半年にアスラポート・グループとのシナジー効果と当社の事業ポートフォリオの見直し等による取組み及び海外事業等を含む新規取組み等による売上高として 250 百万円を見込んでおりますが、既存事業の大幅な売上高減少により、前回発表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 510 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、消費者の生活防衛マインドが益々強くなるなか、大手会員制流通企業に対する販売については、順調に推移したものの、今夏に開催されたブラジル・リオデジャネイロオリンピック開催に合わせ、大手GMSやコンビニエンス・ストア等において、新製品のアサイービネガースパークリング、ピタヤ&ザクロスパークリングの販売促進に取組み売上獲得に取り組みましたが、オリンピック効果は限定的となりました。また、当社主力製品であるフルッタアサイーシリーズがコンビニエンス・ストアでの取扱いが縮小されたこと等の影響もあり、売上は想定を大きく下回ることとなりました。

当該部門の当初予算については、商品別・取引先別に過去の日販本数より積み上げて策定しておりますが、結果的に、製品の消費者に対する訴求力が低下する等、前述した新製品や主力製品の販売の減少により大幅な売上高の減少となり、想定以上に日販売上が減少したことで、今回の業績予想の修正については、当該事業の上半期の売上推移と季節的要因も加味した予算としております。

以上により、ナショナル・ブランド事業部門の通期売上高は当初売上高 1,600 百万円と予想していましたが、1,020 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)

当事業部門においては、メーカー向けへの販売については当初予想に対し順調に推移しているものの、外食向けへの販売については、一部商品の価格改定の影響もあり低調となりました。また、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、ブラジル現地でのカカオ豆の不作による影響で、売上高が当初見込みより減少するものの、カカオ豆の収穫時期より販売は下半期に集中することから、当事業部門の下半期売上高は上半期と比較すると増加することとなります。

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通期売上高は当初売上高 740 百万円と予想していましたが、640 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、アサイーカフェ渋谷ヒカリエ ShinQs 店の 1 店舗となりましたが、新メニューの提案や物販等のイベントやキャンペーンの実施等により販売促進に努め、第 2 四半期においては予想どおりに推移しており、当下半年以降についても当初予想どおりに推移するものと想定しております。また、当下半年においてアサイーカフェ渋谷ヒカリエ ShinQs 店のリニューアルも予定しており、旗艦店として更なるアサイーの魅力を伝えてまいります。

WEB通販に関しては、自社通販サイトへのリスティングによる誘導やアサイーのレシピ紹介等、販売促進に取り組むものの、前事業年度より定期購買客への販売が減少していることで、当事業部門の売上高は減少を見込んでおります。

以上により、ダイレクト・マーケティング事業部門の通期売上高は当初売上高 260 百万円と予想しておりましたが、180 百万円と修正しております。

## (2) 利益面

売上高にも記載しているとおり、当下半期においてアスラポート・グループとのシナジー効果やその他の海外事業等を含む新規取組み等による売上総利益は 97 百万円を見込んでおりますが、既存事業の大幅な売上高減少等による影響で、当初予想 800 百万円(売上総利益率 30.8%)を、589 百万円(売上総利益率 28.2%)と修正しております。

また以下の理由により、各事業部門の売上総利益、営業利益、経常利益、当期純利益について、当初予想を修正いたしました。

### (ナショナル・ブランド事業部門)

新製品のアサイーピネガースパークリングやピタヤ&ザクロスパークリングが大手GMSやコンビニエンス・ストアでの販売が想定を大幅に下回ったことで、滞留在庫を防ぐべく販売促進を図り、販売単価の引下げを行ったことで粗利が減少する要因となり、当事業部門のみならず、当社全体の利益率をも押し下げることとなりました。

一方で、高価格のアサイー原材料在庫の影響等により、引続き当社利益を圧迫している状況にあります。まず当社としては、販売状況に沿った製造と製品在庫のコントロールを図ることで製品の廃棄を低減させ、当部門の利益率を回復させるべく取組んだものの、当初予想より大幅に売上が落ち込んだ影響で、現時点において製品在庫の廃棄低減の効果は限定的となっている状況にあります。

当下半期においては、定番商品を中心として商品構成を集約することにより、販売予測の精度を高めることで廃棄を低減させ、利益回復に努めてまいります。

以上により、当事業の売上総利益は当初予想 468 百万円(売上総利益率 29.3%)としておりましたが、239 百万円(売上総利益率 23.4%)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は、昨今のアサイーブームの一巡により、外食向けへの販売については、低調に推移し、アグロフォレストリー産カカオ豆の販売は、カカオ豆の不作による影響で、売上高が減少する見込みとなっていることから、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当初予想 170 百万円(売上総利益率 22.9%)としておりましたが、147 百万円(売上総利益率 23.0%)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は、店舗販売及びWEB通販については、店舗ご来店者及びオンラインショップ会員様向けなどの販売促進を実施したこと等により、粗利が減少しております。また、売上高が低調となる見込みであることから、利益についても減少を見込んでおります。

以上により、当事業の売上総利益は当初予想 160 百万円(売上総利益率 61.5%)としておりましたが、106 百万円(売上総利益率 58.9%)と修正しております。

## (3) 営業利益、経常利益、当期純損失

販売費及び一般管理費については、主に売上高減少に伴う販売促進費等の費用が減少する見込みであることから、当初予想に比べ24百万円減少する見通しであります。また、アスラポート・グループとのシナジー効果やその他の海外事業等を含む新規取り組み等による利益貢献はあるものの、前述の通り既存事業において売上高及び売上総利益は当初予想を大幅に下回る見込みとなったことから、営業損失365百万円(当初通期予想 営業損失180百万円)となる見込みとなっております。

また、2016年6月に、昨今の急激な為替相場の変動等による当社業績に与える影響を排除するべくクーポンスワップ取引契約を解約したことで、営業外費用としてデリバティブ解約損54百万円計上したことで経常損失450百万円(当初通期予想 経常損失200百万円)、当期純損失460百万円(当初通期予想 当期純損失210百万円)となる見込みとなりました。

以上の理由により、平成29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

当社では、前事業年度の業績を受けて、期初より収益性を改善するべく、現状分析、課題の明確化の作業から事業ポートフォリオの見直しやアクションプランの策定といった経営改善へ向けた取り組みを行っております。その内容につきまして、以下にお知らせいたします。

#### (1) 事業ポートフォリオの見直し

- NB(ナショナル・ブランド)商材の選別・集約
- AFM(アグロフォレストリー・マーケティング)事業
- DM(ダイレクト・マーケティング)事業のWEB通販への資源集中・拡大

現在、売上構成比が一番高く、当社売上を牽引してきたNB事業ですが、取扱量が減少している中での物流効率の悪化や流通先の事情に左右されやすく販売予測が立てづらいなど、現状の取り組み方では在庫のコントロールが難しく、収益への貢献が減少してきている事業でもあります。このため、NB事業に関しては、定番商品を中心として商品構成を集約していくことで、物流効率化や廃棄率の低下を図る等で収益性を改善してまいります。

一方で、AFM事業のメーカー向け原料販売、外食チェーン向け原料・業務用販売は物流費率が比較的低く、在庫コントロールもしやすいという側面を持ち、管理コストが抑えられる事業であります。

また、粗利率の高い通販事業を強化していくべく、通販向け商品開発とチャネル開拓への取り組みを進めております。特に、後述の機能性研究の推進により、通販向けの商品開発を積極的に行ってまいります。

今後はNB事業の効率化を図りつつ、AFM事業及びDM事業のWEB通販へ資源をシフトさせ、拡大させていくことで、収益性の改善を図ります。

#### (2) 市場開拓

- 機能性商材の開発強化(R&D強化)

平成27年4月より、我が国では機能性表示食品の制度がスタートいたしました。アマゾンフルーツは、赤道直下の強い紫外線と強烈な雨といった過酷な環境で生育するため、環境ストレスによる活性酸素と戦う抗酸化物質を蓄えます。当社は、今後、アマゾンフルーツの機能性を様々なアプローチで研究を進めることで、当社独自の新商品開発へと繋げてまいります。

既に開示のとおり、今期に入り、株式会社ファーマフーズと、アマゾンフルーツ機能性に関する共同開発

する業務提携契約を締結し、また国立大学法人千葉大学とも『アマゾンスーパーフード素材を予防医学とスポーツ栄養学の発展に役立てる』ことを目標にアサイーの効能を検証する共同研究契約を締結いたしました。

これらの取組みを商品開発に活かし、砂糖・香料・着色料不使用という品質へのこだわりやおいしさという魅力に加えて、機能性という魅力を加味した商品づくりを推進して参ります。

#### ●海外への事業展開

数年来、海外におけるアサイー市場開拓に取り組んでまいりました。今期より、香港で外資系通販会社とのアライアンスによりWEB通販がスタートし、また、世界的な大手会員制流通企業との商談が大きく進展し、今期中にも同企業の台湾店舗における当社製品の販売がスタート予定など、海外事業が動き出しております。同企業とは、米国、カナダの店舗における当社製品販売に関しても商談を進めております。

#### ●アサイーカフェのFC展開

現在、アサイーカフェ渋谷ヒカリエ ShinQs 店のリニューアルを12月に予定しており、同時にアサイーカフェのFCモデルを整備しております。国内外に店舗展開しているアスラポート・グループ傘下企業との協力を含め、FC展開を進めてまいります。

#### (3) コスト構造の見直し

事業ポートフォリオの見直しの取組みとも連携し、固定費の削減を中心に、費用構造全体の見直しを行っております。主な内容は以下の通りです。

##### ●物流費の見直し

販売管理費の中で大きな部分を占める物流費を徹底的に見直しております。

- ・事業ポートフォリオの見直しに伴う削減
- ・在庫圧縮に伴う削減
- ・物流効率化等による削減

##### ●広告宣伝費等の見直し

広告宣伝費等の経費について費用対効果の検証を徹底し、効果の高いものに限定していく等し、全体としての経費を削減しつつ、効果の高い経費の使用を徹底してまいります。

##### ●役員報酬の削減

既の実施しております役員報酬の減額を継続してまいります。

#### (4) アスラポート・グループとの業務提携効果の具現化

##### ●新商品開発と拡販

同グループ傘下の乳業メーカー（弘乳舎、茨城乳業、九州乳業）との協業を推進しており、当社がアサイー原料提供を行い、アサイーを使用した乳製品等（アサイーヨーグルト、フローズンアサイーヨーグルト、冷凍アサイーデザート等）の開発を進めており、また、同グループの外食産業への販路拡大を進めております。

#### (5) 在庫の圧縮、需給管理の強化

●在庫圧縮による保有原材料単価の低減、粗利率の改善

アサイーの需要が急増したタイミングにおいて仕入れた原材料が原価の高い原材料在庫として残っている状態ですが、下記の取組みにより、着実な在庫圧縮を進めると共に、需給管理の強化を図ることで、原材料原価の低減による粗利率の改善を目指してまいります。

- ・前述の取組みを含めた事業展開による早期の在庫圧縮
- ・需要予測、購買計画、原材料発注プロセス等、一連の在庫管理業務における統制強化
- ・仕入抑制による原料在庫過多状態の解消

以上の取組みにより、収益性の回復、早期の在庫圧縮、黒字化の達成を全社一丸となって目指してまいります。

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。何卒引き続きご支援、ご鞭撻のほどを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