



2026年3月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕（非連結）

2025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) 管理部長 (氏名) 野呂 広利 TEL 03-6272-3190
配当支払開始予定日 —
決算補足説明資料作成の有無：有
決算説明会開催の有無：無

(百万円未満切捨て)

1. 2026年3月期第1四半期の業績（2025年4月1日～2025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	%
2026年3月期第1四半期	1,068	126.3	161	—	154	—	132	—
2025年3月期第1四半期	472	74.4	14	—	3	—	3	—

	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
2026年3月期第1四半期	1.67	1.36
2025年3月期第1四半期	0.08	0.07

(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
2026年3月期第1四半期	3,878	3,088	79.6	38.78
2025年3月期	3,547	2,955	83.2	37.11

(参考) 自己資本 2026年3月期第1四半期 3,087百万円 2025年3月期 2,955百万円

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
2025年3月期	—	0.00	—	0.00	0.00
2026年3月期	—	—	—	—	—
2026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. 2026年3月期の業績予想（2025年4月1日～2026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	4,000	56.8	400	74.1	370	57.9	300	10.7	3.62

(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）	2026年3月期1Q	79,639,569株	2025年3月期	79,639,569株
② 期末自己株式数	2026年3月期1Q	3株	2025年3月期	3株
③ 期中平均株式数（四半期累計）	2026年3月期1Q	79,639,569株	2025年3月期1Q	40,690,536株

※ 添付される四半期財務諸表に対する公認会計士又は監査法人によるレビュー：無

※ 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. 5「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。

○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	5
(3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明	5
2. 四半期財務諸表及び主な注記	6
(1) 四半期貸借対照表	6
(2) 四半期損益計算書	7
(3) 四半期財務諸表に関する注記事項	8
(セグメント情報等の注記)	8
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	8
(継続企業の前提に関する注記)	8
(四半期キャッシュ・フロー計算書に関する注記)	8

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(2025年4月1日～2025年6月30日)におけるわが国経済は、米国による関税政策の影響が輸出や設備投資において顕在化しつつある中、物価上昇や賃上げ等を背景に雇用所得環境の改善が続いており、個人消費においては食料品を中心とした物価高による消費者マインドの低下がみられているものの、企業業績・所得環境の改善による経済活動の活性化やインバウンド需要の増加等から、緩やかな回復基調が続いております。一方で、米国の関税政策による輸出の減少、それに伴う企業収益の悪化や賃上げ抑制等の影響、また、物価上昇の継続による個人消費への影響等から、依然として先行きは不透明な状況が続いております。

このような環境下で当社は、主力のアサイー関連製品と主力としつつ、NEXTアサイーとして注力されているピタヤ(レッドドラゴンフルーツ)などのアサイー以外にも豊富な種類を展開しているアマゾンフルーツ商品のさらなる販売拡大と、当社のサステナビリティへの取り組みをまとめたサステナブルページを公開およびアグロフォレストリーの啓蒙活動を強化してまいりました。当社商品へCO₂削減マークを記載していることによって、当社のアサイーが大手外食チェーンの定番メニューであるサステナスイーツへ採用されました。アサイーが持つ豊富な栄養素による健康に対する価値訴求だけでなく、「森をつくる農業」とよばれるアグロフォレストリー栽培による原料の使用を通じて、地球環境に貢献する付加価値型原料としてもさらに注目を集め支持を得ております。また、アグロフォレストリー栽培から生まれるグァバやピタヤ(レッドドラゴンフルーツ)などアサイー以外のアマゾンフルーツの引き合いもさらに増加しており、「太陽と大地のエネルギーが詰まった天然のサプリメント」として価値訴求を行うことで今後の展開拡大が見込まれます。

この結果、当社は企業理念である「自然と共に生きる」を体現し、日常への定着を図るべく積極的な営業活動を行った結果、売上高・各利益ともに大幅な増収増益となりました。

<業績の概況>

売上高は前第1四半期累計期間より596,583千円増加し1,068,919千円(前年同期比226.3%)、売上総利益は前第1四半期累計期間より270,382千円増加し432,983千円(前年同期比266.3%)、営業利益は前第1四半期累計期間より147,032千円増加し161,606千円(前年同期比1,108.9%)となりました。

(単位：千円)

	前第1四半期累計期間 (自2024年4月1日 至2024年6月30日)	当第1四半期累計期間 (自2025年4月1日 至2025年6月30日)	増減額	増減率
売上高	472,336	1,068,919	596,583	126.3%
売上原価	309,734	635,935	326,201	105.3%
売上総利益	162,601	432,983	270,382	166.3%
販売費及び 一般管理費	148,027	271,377	123,349	83.3%
営業利益	14,573	161,606	147,032	1,008.9%
経常利益	3,402	154,289	150,886	4,434.7%
四半期純利益	3,164	132,805	129,640	4,096.1%

売上高につきましては、1,068,919千円(前年同期比226.3%)と大幅な増収となりました。主にアサイー関連商品が引き続き好調であり、大手外食企業および大手CVSでの原料採用が進んだことが大きく貢献しております。アサイートレンドを日常への定着化を図るべく、国内外食店舗でのアサイー露出を促進した結果、大手CVSでの商品展開にもつながりました。

今後も拡大を見せる予測がある国内需要を確実に捉えつつ、主力商品であるアサイーの拡販と、事業の根幹であるアグロフォレストリーのプラットフォーム化に向けて、コアビジネスの強化・拡大を図ってまいります。

売上原価につきましては、在庫過多とならないよう生産数および仕入数をコントロールし、また在庫の期限切れや劣化によるロスが生まれない管理体制および仕入コストの管理体制の強化により、前年同期売上高増減率126.3%に対して、対前年売上原価増減率は105.3%に留めております。

売上総利益につきましては、売上高の増加に伴う増収及び売上原価の一定率内での管理抑制により、432,983千円(前年同期比266.3%)と大幅に増加いたしました。

販売費及び一般管理費につきましては、売上高の上昇に比例した費用発生により123,349千円の増加となりましたが、中でも当社の事業性質上代表的な変動費である物流コスト(倉庫料、荷造運賃発送費)を58,091千円の増加に留めております。物流・運送業界の2024年問題やエネルギー価格高騰によって依然としてコスト上昇が続く中でも、在庫回転率を改善する取り組みにより倉庫料の圧縮および配送効率を考慮した出荷対応の取り組みによる荷造運賃発送費の管理によって一定の率内に抑えることができております。

事業部門別の売上高は次のとおりであります。

なお、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。

(単位：千円)

	前第1四半期累計期間 (自 2024年4月1日 至 2024年6月30日)	当第1四半期累計期間 (自 2025年4月1日 至 2025年6月30日)	増減額	増減率
リテール事業部門	208,835	553,756	344,921	165.2%
業務用事業部門	203,366	405,306	201,939	99.3%
DM事業部門(注1)	60,134	109,857	49,722	82.7%
海外事業部門(注2)	—	—	—	—
合計	472,336	1,068,919	596,583	126.3%

(注1) ダイレクトマーケティング事業部門

(注2) 当第1四半期累計期間では海外事業部門における売上高は発生しておりません。

①リテール事業部門

2025年4月に「お家でアサイーボウルプレミアム」に次ぐバリューモデルである「お家でアサイーボウルS(エス)」を大手冷凍食品専門店より先行発売いたしました。若者世代の健康やダイエット意識の高まりがあり、「ギルトフリー」「ノーギルティ」というコンセプトの健康志向とストレスフリーな食事が注目されております。そこで当社は「#おうちでアサイーボウルしよう」をテーマとして、嗜好品としてそのまま食べるだけではなく、アサイーボウルのベースとして自分好みのトッピングでカスタムする楽しさや、家庭で手軽にカフェや専門店で食べられるような本格アサイーボウルを作り日常的に食べられる環境を提供してまいりました。2025年5月末からは全国の小売店を対象に順次販売店を拡大しており、アグロフォレストリー産のアサイーをさらに身近な存在とすべく展開を行ってまいります。

新商品のみならず、家庭で簡単にアサイーを楽しめることを促進してアサイーを日常へ定着させる取り組みとしてフルッタアサイーシリーズを使用したアサイー×ヨーグルトの施策を展開しております。材料を揃えたり、アサイーをペースト状にすることなく、「注ぐだけ」「混ぜるだけ」といった手軽さを強調しつつ、アサイーとヨーグルトのどちらも美容や健康を意識するユーザーに支持されていることをきっかけとして、アサイー需要の拡大を図ってまいります。

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344,921千円増加し、553,756千円(前年同期比265.2%)となりました。

②業務用事業部門

外食向け原料販売ではアサイーグロッツアイスを中心に、アサイーボウルやスムージーのベースとして多くのカフェ業態店舗に採用されており、活用されている商品の拡売・収益確保に取り組んできたことで前年同期比195.3%と伸長いたしました。2025年5月にはタリーズコーヒージャパン株式会社が運営するタリーズコーヒーにて、昨年も販売し好評であったフロゼンスイーツに採用されました。本年はヨーグルトテイストのムースにアサイーを使用したシャーベットを重ね、ローストしたココナッツとストロベリーダイスをトッピングした商品であり、フルーティーでさっぱりとしたアサイーが暑い季節にも相性が良いことを示しております。また、同月ユーシーサーフドサービスシステム株式会社の主力業態である上島珈琲店では2009年に初登場以降、好評を博し、2022

年以来3年ぶりに復活したフローズンドリンク「アサイーと木苺のグラニータ」に採用されております。

2025年6月には、株式会社ドトールコーヒーが運営するドトール珈琲農園・ドトール珈琲店にて当社アサイーを使用したヨーグルトスイーツの「アサイーヨーグルト」が販売され、リテール事業部門で行っているアサイー×ヨーグルトを組み合わせた相性の良さが示されました。次いで同月日本レストランシステム株式会社が運営する星野珈琲店にて「アサイーボウル」や「アサイーボウル&パンケーキプレート」が販売され、朝食などの食事としてのメニュー展開が行われました。今後もお客様からの要望に応じて、より使いやすい業務用商品の開発と採用拡大を進めてまいります。

メーカー向け原料販売については、当社のアサイーが高品質・高濃度であることや、「責任ある調達（サステナブル調達）」に対応した付加価値型原料であることを武器として拡大を進めた結果、前年同期比283.7%と大きく伸ばいたしました。

2025年5月には全国の大手CVS約16,200店にて「アサイーボウルアイスバー」が展開され、また、2025年6月に当社のアグロフォレストリー農法にて栽培されたアサイーを使用していることからパッケージに「CO₂削減マーク」を表示した「のむヨーグルトアサイーボウル」が同大手CVSからプライベートブランドとして販売されました。メーカー市場は外食の次に拡大する性格のため、引き続き環境に配慮しながら健康的な食品を選びたいという要求に応え、サステナブル原料としての価値を高めてまいります。

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201,939千円増加し、405,306千円（前年同期比199.3%）となりました。

③DM事業部門

ECチャンネルにおいては、これまで出荷制限を設けながらの販売となっておりましたが、原材料調達が進み、供給体制が整ったことで出荷制限を解除し、販売拡大が見込まれます。商品をお得にお届けする継続購入が可能な自社ECサイトの売上高は前年同期比173.5%と伸長し、お家でシリーズ大ヒット商品である「お家でアサイーボウル」を7日間セットにした「お家でアサイーボウル7パック」が引き続き売上高を牽引し大きく貢献いたしました。

この結果、ダイレクトマーケティング事業部門全体の売上高は、前年同期と比較して49,722千円増加し、109,857千円（前年同期比182.7%）となりました。

今後、BtoCに向けた戦略として国内「TikTok Shop」とアサイーボウルの無人店舗となる冷凍自動販売機を展開してまいります。国内「TikTok Shop」は売れるネット広告社グループと戦略提携を締結し、国内市場において「アサイー」を日常生活へと定着化させ、国内アサイー市場の当社シェア拡大を狙う戦略の一つであります。

「TikTok Shop」は2024年に世界GMV約326億米ドル（推定5兆円超）を達成し、前年比で倍増する“最速成長型ECプラットフォーム”として注目を集めており、国内「TikTok Shop」市場は2025年に3,000億円、2026年には1兆円超へ拡大すると試算されております。（注1）

また、冷凍自動販売機は2025年7月30日より販売を開始しており、オンラインストアや小売店、飲食店でしか購入できなかったアサイーボウルをはじめ、冷凍アサイーピューレやアイスを「24時間好きなタイミングで」「好きな当社商品を購入できる」特徴があります。初期投資や運営ランニングコストを抑えつつ、少ないスペースを有効活用して24時間収益化が可能であり、季節や設置場所のニーズに合わせた商品展開を容易に行える柔軟性を持ち、有人の店舗と比べ拡大展開が行いやすいことがメリットである自動販売機は、当社の無人店舗としての役割を担い、アサイーと親和性の高い健康志向のユーザーが好む飲食店での設置や、フランチャイズとしての国内販売拡大を狙ってまいります。特に、フランチャイズでの展開は中長期的な収益基盤を構築し、業績および企業価値の向上にも寄与する重要な戦略であると位置づけております。

（注1）国内TikTok Shop市場拡大の試算は売れるネット広告社グループによります。

④海外事業部門

海外事業部門に関しては、当期は第1四半期末時点で計上なしとなっておりますが、当社のカカオビジネスはCO₂削減量の観点からも大きな役割を担っており、調達が進んでおります。当社の強みの1つである現地生産者と直接つながっているという利点を活かし、引き続きCAMTAと協力しながら、安定的な供給に向けて取り組みを行ってまいります。

2025年は日本ブラジル友好交流130年を迎え、さらに11月は気候変動や持続可能性がテーマの国際会議であるCOP30が開催されます。今回アサイーの産地であるブラジル国パラ州のベレンが開催地となり、アグロフォレストリーへの注目が高まっております。成長投資の軸となっているアグロフォレストリーを中心としたサステナブルマッチングプラットフォームはCOP30の開催前のローンチを目指し開発が進んでおります。アグロフォレストリーが国際機関の目指す「温暖化ガス削減」や「ネイチャーポジティブ」の数少ない成功事例となり得ることを鑑み、日本にアサイーを定着させるために20年以上尽力し、ブラジルと日本の絆を深めてきた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。

また、2025年6月に公表いたしましたとおり、売れるネット広告社グループを通じてその子会社である株式会社売れる越境EC社との戦略的パートナーシップを締結いたしました。本パートナーシップにより中国

『TikTok (Douyin) ライブコマース』を開始し、中国市場への本格参入を行います。中国は14億人超の巨大消費市場であり、世界最大級の購買ポテンシャルを誇り、健康志向・機能性食品のカテゴリでは二桁成長を維持しております。(注2)さらに中国『TikTok (Douyin) ライブコマース』を開始することによって「定番商品の中国市場定着」「新SKU・カテゴリ展開」「サブスクリプションモデル構築」といった中長期の成長ドライバーを創出することが期待され、当社の収益基盤のフィールド拡大、持続的な成長及び企業価値のさらなる向上には欠かせない取り組みであります。中国市場EC市場の成長を追い風に成功モデルを構築し、当社商品の品質の高さと日本のアサイアのパイオニア兼リーディングカンパニーとしてのブランド力を武器にアジア市場へと横展開していく見込みです。

(注2) ※出所：iResearch「2023年中国ライブコマース業界研究報告」、JETRO「拡大する中国のライブコマース市場」(2024年4月10日)を参考に1元20円で計算。市場規模は年により変動します。

(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330,188千円増加したことで、3,878,167千円となりました。この主な要因は現金及び預金が199,657千円減少したものの、売上債権が108,314千円および棚卸資産が275,998千円、前渡金が233,489千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197,383千円増加したことで、789,401千円となりました。この主な要因は仕入債務が203,201千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132,805千円増加したことで、3,088,766千円となりました。

(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、2025年5月15日付『2025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 (2025年3月31日)	当第1四半期会計期間 (2025年6月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	1,886,776	1,687,118
売掛金	354,541	462,855
商品及び製品	675,825	727,381
原材料及び貯蔵品	319,734	544,176
その他	167,648	313,390
流動資産合計	3,404,526	3,734,922
固定資産		
有形固定資産	2,533	2,273
無形固定資産	323	315
投資その他の資産	140,594	140,655
固定資産合計	143,452	143,244
資産合計	3,547,978	3,878,167
負債の部		
流動負債		
買掛金	451,263	654,465
未払法人税等	59,680	29,461
その他	77,307	101,707
流動負債合計	588,252	785,634
固定負債		
資産除去債務	3,764	3,766
固定負債合計	3,764	3,766
負債合計	592,017	789,401
純資産の部		
株主資本		
資本金	1,890,580	1,890,580
資本剰余金	2,017,537	2,017,537
利益剰余金	△952,979	△820,174
自己株式	△0	△0
株主資本合計	2,955,137	3,087,942
新株予約権	823	823
純資産合計	2,955,961	3,088,766
負債純資産合計	3,547,978	3,878,167

(2) 四半期損益計算書

(単位：千円)

	前第1四半期累計期間 (自 2024年4月1日 至 2024年6月30日)	当第1四半期累計期間 (自 2025年4月1日 至 2025年6月30日)
売上高	472,336	1,068,919
売上原価	309,734	635,935
売上総利益	162,601	432,983
販売費及び一般管理費	148,027	271,377
営業利益	14,573	161,606
営業外収益		
その他	194	532
営業外収益合計	194	532
営業外費用		
支払利息	699	2,490
社債利息	197	—
為替差損	10,423	5,358
投資有価証券売却損	45	—
営業外費用合計	11,366	7,849
経常利益	3,402	154,289
税引前四半期純利益	3,402	154,289
法人税、住民税及び事業税	237	21,484
四半期純利益	3,164	132,805

(3) 四半期財務諸表に関する注記事項

(セグメント情報等の注記)

【セグメント情報】

I 前第1四半期累計期間(自 2024年4月1日 至 2024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 2025年4月1日 至 2025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。

(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。

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(四半期キャッシュ・フロー計算書に関する注記)

当第1四半期累計期間に係る四半期キャッシュ・フロー計算書は作成しておりません。なお、第1四半期累計期間に係る減価償却費(無形固定資産に係る償却費を含む。)は、次のとおりであります。

	前第1四半期累計期間 (自 2024年4月1日 至 2024年6月30日)	当第1四半期累計期間 (自 2025年4月1日 至 2025年6月30日)
減価償却費	一千円	1,081千円