



2026年3月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕（非連結）

2026年2月13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3四半期の業績（2025年4月1日～2025年12月31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3四半期	2,594	47.3	147	3.0	137	△5.6	116	△2.2
2025年3月期第3四半期	1,761	110.4	142	—	145	—	118	—

	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3四半期	1.35	1.11
2025年3月期第3四半期	2.31	1.53

（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3四半期	8,008	6,939	86.6	68.11
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3四半期 6,939百万円 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	—	0.00	—		
2026年3月期（予想）				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、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3Q	101,879,569株	2025年3月期	79,639,569株
② 期末自己株式数	2026年3月期3Q	16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3Q	86,368,067株	2025年3月期3Q	51,483,607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. 6「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	6
(3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明	6
2. 四半期財務諸表及び主な注記	7
(1) 四半期貸借対照表	7
(2) 四半期損益計算書	8
(3) 四半期財務諸表に関する注記事項	9
(セグメント情報等の注記)	9
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	9
(継続企業の前提に関する注記)	9
(四半期キャッシュ・フロー計算書に関する注記)	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3四半期累計期間（2025年4月1日～12月31日）におけるわが国経済は、雇用情勢の好転や所得水準の向上を背景に、消費心理は緩やかな回復傾向にあるものの、長期化する物価高騰や為替の乱高下、さらには諸外国の政策に伴う景気変動リスクなど、依然として先行き不透明な状況が続いております。食品業界におきましては、原材料費や物流コストの増大に起因する価格改定により、消費者の購買行動は「価値を見極める」選別意識と節約志向が一段と強まっております。

このような環境下、当社が主軸とするアサイー市場においては、これまでのトレンドによる急成長を経て、現在は日常生活に溶け込む「定番化・定着化」のフェーズへと移行しつつあります。当社はこの変化を成長の第2ステージと捉え、安定供給体制の維持とブランド価値のさらなる向上に注力してまいりました。

こうした持続的な成長基盤をさらに強固なものとするため、当社は「経済と環境の両立」を経営の核に据えております。その象徴的な活動として、2025年11月にブラジル国ベレンで開催されたCOP30に合わせ、サステナブルな原料調達プラットフォーム「SCOPE 3 NEO」をローンチいたしました。そして、同会議開催に先駆けて2025年10月に当社の長年にわたるアグロフォレストリーへの貢献が評価され、代表取締役社長の長澤誠がトメアス市名誉市民の表彰を受けたことは、調達拠点との信頼関係をより強固なものいたしました。この深い信頼関係こそが、グローバルな需要増の中での安定調達力という当社のコア・コンピタンスを象徴するものです。

さらに今回のCOP30は、単なる発信の場に留まらず、当社の事業基盤であるアマゾン再生の取り組みを世界が直接体感する歴史的な転換点となりました。期間中、アグロフォレストリーの世界的先駆地であるパラ州トメアスには、各国の政府関係者やグローバル企業の経営層、国際メディアなどの視察者がかつてない規模で訪れました。視察を通じて、当社が提供するアマゾンフルーツが地球環境を再生する具体的手段であるとの深い共感を得られたことは、体験価値を提供するエコツーリズムの巨大な潜在需要を示唆するものです。

この確かな手応えを形にするべく、2025年12月には現地駐在員事務所を開設いたしました。今後は現地のCAMTA（トメアス農業協同組合）との連携をさらに深め、視察・体験・教育を統合した新たなBtoB・BtoCソリューションの構築を目指します。アグロフォレストリーのストーリー性を「体験」という形で直接届けることは、他社には模倣困難な強力な参入障壁となり、当社のブランド価値を揺るぎないものにする確信しております。引き続き、独自の強みを活かし、持続可能な社会の実現と企業価値の向上に邁進してまいります。

<業況の概況>

当第3四半期累計期間において、主力のアサイー関連商品が全チャネルで極めて堅調に推移し、売上高は前第3四半期累計期間より833,105千円増加し2,594,346千円（前年同期比147.3%）、売上総利益は前第3四半期累計期間より397,769千円増加し1,046,795千円（前年同期比161.2%）と大幅な増収となりました。

利益面におきましては、営業利益は前第3四半期累計期間より4,293千円増加し147,180千円（前年同期比103.0%）を確保したものの、経常利益は137,632千円（前年同期比94.4%）と前年同期を若干下回る結果となりました。この主な要因は、原材料費や物流費の上昇に加え、歴史的な円安の進行による仕入コストの押し上げが利益を圧迫したことによるものです。当社ではこれに対し、高付加価値商品の販売比率向上およびオペレーションの効率化により、コスト上昇分を吸収する構造改革を推進しております。

この結果、当第3四半期累計期間の四半期純利益は116,329千円（前年同期比97.8%）となりました。

(単位：千円)

	前第3四半期累計期間 (自2024年4月1日 至2024年12月31日)	当第3四半期累計期間 (自2025年4月1日 至2025年12月31日)	増減額	増減率 (%)
売上高	1,761,241	2,594,346	833,105	47.3
売上原価	1,112,214	1,547,551	435,336	39.1
売上総利益	649,026	1,046,795	397,769	61.2
販売費及び 一般管理費	506,139	899,614	393,475	77.7
営業利益	142,887	147,180	4,293	3.0
経常利益	145,932	137,632	△8,300	△5.6
四半期純利益	118,958	116,329	△2,628	△2.2

(参考)

(単位：千円)

	前第3四半期会計期間 (自2024年10月1日 至2024年12月31日)	当3四半期会計期間 (自2025年10月1日 至2025年12月31日)	増減額	増減率 (%)
売上高	633,494	535,818	△97,676	△15.4
売上原価	381,482	326,464	△55,018	△14.4
売上総利益	252,012	209,353	△42,658	△16.9
販売費及び 一般管理費	189,119	316,918	127,799	67.6
営業利益及び 営業損失(△)	62,892	△107,564	△170,456	—
経常利益及び 経常損失(△)	79,756	△104,372	△184,128	—
四半期純利益及び 四半期純損失(△)	64,699	△88,393	△153,093	—

事業部門別の売上高は次のとおりであります。

アサイーを日常の食文化へ変えるリテール事業部門の「日常への定着」、他社メーカーの需要も支える業務用事業部門の「インフラ化」、SNSと自販機を駆使したDM事業部門の「次世代接点」、そしてサステナブルなカカオとアジア市場への展開を行う海外事業部門の「新領域開拓」の4軸が有機的に連動することで、当社の独自性と市場の追い風を各層で結実させ、全方位で死角のない力強い成長を加速してまいります。

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3四半期累計期間 (自2024年4月1日 至2024年12月31日)	当第3四半期累計期間 (自2025年4月1日 至2025年12月31日)	増減額	増減率 (%)
リテール事業部門	730,412	1,187,824	457,411	62.6
業務用事業部門	780,223	1,096,882	316,658	40.6
DM事業部門(注)	238,519	292,977	54,458	22.8
海外事業部門	12,085	16,662	4,577	37.9

(参考)

(単位：千円)

	前第3四半期会計期間 (自2024年10月1日 至2024年12月31日)	当第3四半期会計期間 (自2025年10月1日 至2025年12月31日)	増減額	増減率 (%)
リテール事業部門	259,598	197,455	△62,143	△23.9
業務用事業部門	285,707	244,535	△41,172	△14.4
DM事業部門(注)	82,076	77,164	△4,911	△5.9
海外事業部門	6,111	16,662	10,551	72.6

(注) ダイレクトマーケティング事業部門

①リテール事業部門（量販店・CVS・一般小売など）

リテール事業部門全体における当第3四半期累計期間の売上高は1,187,824千円（前年同期比162.6%）と非常に高い成長となりました。

健康意識のバロダイムシフトにより、「ギルトフリー」「ノーギルティ」でありストレスフリーな食事のニーズが一段と強まりました。当社は「#おうちでアサイーボウルしよう」をテーマとして、アサイーボウルを手軽に家庭で楽しめることを促進し、日常への定着化戦略を進めております。アサイーとヨーグルトのどちらも、美容と健康を意識するユーザーに支持されていることから、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引き続き展開しております。フルッタサイーシリーズをベースとして使用することにより材料を揃えたり、アサイーをペースト状にする手間がなく、「注ぐだけ」「混ぜるだけ」といった手軽さながら、カフェや専門店で提供されているような本格的なアサイーボウルを家庭でも食べられる環境を促進し、クロスマーチャンダイジングによる買い合わせ需要の取り込みを進めてまいります。

また、第4四半期から次期に向けては、「タイパの向上」「ユーザー属性に応じた容量の最適化」「カテゴリーの多様化」の3軸で新商品の投入を準備しております。具体的には、ヨーグルト売場においてクロス販売による需要喚起をこれまでの注力戦略としてまいりましたが、調理の手間を極限まで省き「注ぐだけ」「かけるだけ」の直接販売が可能な商品の投入や、急増するヘビーユーザーのニーズに応える容量バリエーションの拡充、さらにはグローバルで市場が急拡大しているアマゾンフルーツのラインナップ追加を順次進めていく予定です。これらの戦略的製品群の投入により、冷凍フルーツカテゴリーにおける当社のプレゼンスをさらに高め、家庭内におけるアマゾンフルーツの喫食機会を増加させ、リーディングカンパニーとしてのシェアをさらに強固なものとしてまいります。

②業務用事業部門（カフェ・レストラン・ホテル・中食など）

業務用事業部門の当第3四半期累計期間の売上高は、1,096,882千円（前年同期比140.6%）とリテール事業部門同様に大幅な増収となりました。外食向け原材料販売では売上高680,733千円（前年同期比119.5%）と安定して成長していることに加え、他の食品メーカー等へ原材料を供給するメーカー向け原材料販売では売上高193,190千円（前年同期比502.1%）と大きな成長を遂げました。これは、大手CVSで展開されるスムージー、アサイーボウル、ヨーグルト、アイス、飲料等への原料提供を幅広く展開したことによるものです。これにより、特定の外食メニューに留まらないアサイーのインフラ化が進展しております。

「ドトール珈琲農園・ドトール珈琲店」においては、好評を得た秋期メニューに続き、2025年12月より冬期限定のアサイースイーツ「冬のアサイーヨーグルト」を展開するなど、季節に合わせた継続的なメニュー採用が実現しております。また、ジューススタンド「ベジテリア」での期間限定メニューの復活や、飲食業態のみならず「ジャパンラグビー リーグワン 浦安D-Rocks」への提供（公式アサイーニスト就任）や音楽イベント（宮沢和史氏ブラジル音楽ライブ）でのオリジナルメニュー提供など、「スポーツ×健康」「エンターテインメント×食」

といった多様なビジネスシーンへの進出を果たしました。

今後は、単なる原材料供給に留まらず、企業の脱炭素経営を支援するサステナブルプラットフォーム「SCOPE 3 NEO」の本格稼働を通じ、導入企業の公式な二酸化炭素削減を、当社の原料仕入れを通じて直接的に実現させる世界初のBtoBソリューションを展開いたします。

また、飲食店向けには、調理オペレーションの負荷を軽減するメニュー提案とプロユースの商品開発による「ソリューション型提案」を加速させます。アグロフォレストリーのストーリー性を付加価値とした「選ばれる理由」を明確にすることで、大手カフェチェーン、外食産業、ホテル等の既存顧客における取扱量の底上げと、未開拓業態への積極的な横展開により、小規模飲食店から大手チェーンまで全方位で「フルッタフルッタアサイー」のブランド価値の向上と浸透を図り、揺るぎない市場ポジションを確立してまいります。

③ダイレクトマーケティング（DM）事業部門（自社EC・モールなど）

ダイレクトマーケティング事業部門全体の当第3四半期累計期間の売上高は292,977千円（前年同期比122.8%）と前年を大きく上回るペースで成長いたしました。

Amazon、楽天市場、Yahoo!ショッピング等のECモールが売上高76,369千円（前年同期比186.0%）と躍進しました。アサイー市場の活況を背景に、検索トラフィックを確実に成約へ結びつけた結果、前年実績を大幅に上回る成長を遂げております。また、通販事業者向けの卸販売においても売上高127,446千円（前年同期比181.3%）と急伸し、外部のECプラットフォームを通じた流通網の拡大が全体の底上げに大きく寄与いたしました。

DM事業部門全体の売上総利益率は約57.5%という極めて高い収益性を維持しております。特に自社ECおよびECモール単体では売上総利益率が60%を大きく超えており、全社の収益基盤として強固な役割を果たしました。

また、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」冷凍自動販売機についても、アサイーボウルを手軽に購入できる『スマート自販機』の全国展開を開始いたします。これは単なる販売機ではなく、「無人店舗」として機能し、企業における福利厚生や商業施設などでの販売拠点の拡大を推進いたします。

今後の戦略においては、国内市場における「アサイー」の日常生活への定着化とシェア拡大を狙い、「デジタル（SNS/EC）」と「フィジカル（自販機）」の両面からアプローチするD2Cモデルを確立し、アサイーがトレンドを超えて日本の食文化として根付く流れを主導してまいります。アサイーのパイオニアでありリーディングカンパニーである当社のブランド力と、SNSマーケティングによるファン化（ロイヤリティ向上）を融合させることで、トレンドに敏感な新規ユーザー層への露出を強化いたします。

また、24時間365日の提供を可能にする冷凍自動販売機の設置拡大を並行して進めることで、「場所」と「時間」の制約を排除した新たな体験を創出してまいります。

④海外事業部門（海外市場・カカオなど）

海外事業部門全体の当第3四半期累計期間の売上高は16,662千円（前年同期比137.9%）となりました。

当社がCAMTAとの長年の信頼関係を通じて確保するカカオ豆は、アグロフォレストリー（環境再生型の森をつくる農業）によるストーリー性と安定供給能力を兼ね備えており、エシカルな原料を求めるグローバル企業から非常に高い関心を集めております。世界のカカオ・チョコレート市場は、2033年までに約1,728億米ドル（約26兆円）に達すると予測されており、特に「サステナブル（持続可能性）」は、今やチョコレート業界において避けて通れない重要テーマです（注1）。当社はこの潮流を捉え、単なる原材料卸に留まらず、アグロフォレストリーの環境価値を付与した「プレミアム・カカオ・サプライヤー」としての地位をさらに確立してまいります。

今後の注力施策として、重要な成長ドライバーと位置付ける中国市場への本格参入を推進いたします。中国政府の「健康中国2030」指針により消費者の健康意識が急速に高まる中、機能性食品やサプリメント分野でのアマゾンフルーツ需要の大幅な拡大を見込んでおります。2025年6月に締結した「売れるネット広告社グループ」との戦略的パートナーシップを軸に、中国版TikTok（Douyin）でのライブコマース事業を、単なる販売チャネルに留まらない「ブランド・ショールーム」および「市場開拓のハブ」として加速させます。

このBtoC展開を通じて、「高品質アサイー＝フルッタフルッタ」という認知と「アグロフォレストリーによる持続可能性」というブランド価値を中国市場に早期に確立し、現地BtoB市場における強力な引き合いを創出する土壌を並行して整備してまいります。さらに、①ONLINE（ライブコマース）、②OFFLINE（実店舗）、③BtoB（メーカー供給）の3領域において、現地の有力な戦略的パートナーを代理店開拓してまいります。当第4四半期以降より、これら3チャネルを並行稼働させる全方位のマーケット開拓を始動いたします。これら「サステナブルなカカオの供給」と「中国市場への多角的展開」の両輪を回すことで、当事業部門をリテール・業務用に次ぐ第3の成長エンジンへと確固たるものにしてまいります。

（注1）SNS Insider「世界のチョコレート市場予測 2026-2033」

(2) 財政状態に関する説明

①資産、負債及び純資産の状況

当第3四半期会計期間末における総資産は、前事業年度末に比べ4,460,333千円増加したことで、8,008,311千円となりました。この主な要因は現金及び預金が2,441,484千円及び棚卸資産が1,079,968千円増加したこと等によるものであります。

当第3四半期会計期間末における負債は、前事業年度末に比べて476,942千円増加したことで、1,068,959千円となりました。この主な要因は仕入債務が476,638千円増加したこと等によるものであります。

当第3四半期会計期間末における純資産は、前事業年度末に比べて3,983,390千円増加したことで、6,939,351千円となりました。この主な要因は四半期純利益116,329千円の計上に加え、資本金及び資本準備金がそれぞれ1,933,818千円増加したこと等によるものであります。

(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3四半期会計期間 (2025年12月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	1,886,776	4,328,261
売掛金	354,541	352,601
商品及び製品	675,825	1,319,881
原材料及び貯蔵品	319,734	755,646
その他	167,648	1,107,563
流動資産合計	3,404,526	7,863,953
固定資産		
有形固定資産	2,533	3,157
無形固定資産	323	298
投資その他の資産	140,594	140,902
固定資産合計	143,452	144,358
資産合計	3,547,978	8,008,311
負債の部		
流動負債		
買掛金	451,263	927,902
未払法人税等	59,680	21,070
その他	77,307	116,215
流動負債合計	588,252	1,065,188
固定負債		
資産除去債務	3,764	3,771
固定負債合計	3,764	3,771
負債合計	592,017	1,068,959
純資産の部		
株主資本		
資本金	1,890,580	3,824,398
資本剰余金	2,017,537	2,998,376
利益剰余金	△952,979	116,329
自己株式	△0	△5
株主資本合計	2,955,137	6,939,099
新株予約権	823	252
純資産合計	2,955,961	6,939,351
負債純資産合計	3,547,978	8,008,311

(2) 四半期損益計算書

(単位：千円)

	前第3四半期累計期間 (自 2024年4月1日 至 2024年12月31日)	当第3四半期累計期間 (自 2025年4月1日 至 2025年12月31日)
売上高	1,761,241	2,594,346
売上原価	1,112,214	1,547,551
売上総利益	649,026	1,046,795
販売費及び一般管理費	506,139	899,614
営業利益	142,887	147,180
営業外収益		
受取利息	43	1,193
受取手数料	—	514
為替差益	23,450	—
その他	268	2,307
営業外収益合計	23,761	4,015
営業外費用		
支払利息	1,389	2,490
社債利息	197	—
為替差損	—	898
資金調達費用	17,452	10,000
投資有価証券売却損	1,677	—
その他	—	173
営業外費用合計	20,716	13,563
経常利益	145,932	137,632
税引前四半期純利益	145,932	137,632
法人税、住民税及び事業税	26,974	21,302
四半期純利益	118,958	116,329

(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3四半期累計期間(自 2024年4月1日 至 2024年12月31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3四半期累計期間(自 2025年4月1日 至 2025年12月31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)

①発行済株式の種類及び総数に関する事項

	当第3四半期累計 期間期首株式数 (株)	当第3四半期累計 期間増加株式数 (株)	当第3四半期累計 期間減少株式数 (株)	当第3四半期累計 期間末株式数 (株)
発行済株式				
普通株式(注)	79,639,569	22,240,000	—	101,879,569
合計	79,639,569	22,240,000	—	101,879,569

(注) 当第3四半期累計期間において新株予約権の権利行使により22,240,000株増加し、資本金及び資本準備金がそれぞれ1,933,818千円増加しております。また、2025年6月27日開催の定時株主総会の決議に基づき、資本準備金が826,022千円減少しております。この結果、当第3四半期会計期間末において資本金が3,824,398千円及び資本準備金が2,998,376千円となっております。

②新株予約権及び自己新株予約権に関する事項

区分	新株予約権の内訳	新株予約権の目的 となる株式の種類	新株予約権の目的となる株式の数(株) (注) 1				当第3四半 期累計期間 末残高 (千円)
			当第3四半 期累計期間 期首	当第3四半 期累計期間 増加	当第3四半 期累計期間 減少	当第3四半 期累計期間 期末	
提出会社	2023年第12回新株予約 権(注2)	普通株式	18,240,000	—	18,240,000	—	—
	2023年第13回新株予約 権	普通株式	18,240,000	—	—	18,240,000	164
	2023年第14回新株予約 権(注2)	普通株式	18,700,000	—	4,000,000	14,700,000	88
合計		—	55,180,000	—	22,240,000	32,940,000	252

(注) 1. 目的となる株式の数は、新株予約権が権利行使されるものと仮定した場合における株式数を記載しております。

2. 2023年第12回及び第14回新株予約権の当第3四半期累計期間減少は、新株予約権の権利行使によるものであります。

(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3四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3四半期累計期間に係る減価償却費(のれんを除く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3四半期累計期間 (自 2024年4月1日 至 2024年12月31日)	当第3四半期累計期間 (自 2025年4月1日 至 2025年12月31日)
減価償却費	—千円	3,108千円