

2027年3月期 第2四半期決算補足説明資料

株式会社フルッタフルッタ（証券コード：2586）
2026年11月13日



Our Philosophy

自然と共に生きる

フルッタフルッタが目指すのは、経済と環境が共存共栄する持続可能な社会の実現です。アグロフォレストリーはそのソリューションの一つであり、私たちはその恵みであるアマゾンフルーツを革新的な商品にかえてお届けし、アグロフォレストリーの発展に貢献するとともに、お客様に本物の美と健康をご提供してまいります。

Our Purpose

自然資本主義

ブラジル・アマゾンに渡った日本人移民が創立したトメアス総合農業協同組合（CAMTA）と出会い、彼らが確立した栽培手法である「トメアス式アグロフォレストリー」（混農林法）に当社の長澤が共鳴したことが創業のきっかけです。
アグロフォレストリーの拡大を促し、荒廃地を緑に変えていきたい。森をつくる農業「アグロフォレストリー」の発展にビジネスの力で貢献し、経済と環境が共存共栄する持続可能な社会の実現を目指します。



アグロフォレストリーは
『生物多様性』と『CO_2削減』を両立する
ソリューション

「ネイチャーポジティブ」は、企業・経済活動によって生じる自然環境への負の影響を抑え「生物の多様性を維持する」という従来の発想から大きく踏み込んで、「生物多様性を含めた自然資本を回復させる」ことを目指す新たな概念であり、近年、企業経営において重要性を増しています。



CONTENTS

01 第2四半期 決算ハイライト

02 TOPICS

03 今後の見通し

04 成長投資と資金調達の進捗

01

第２四半期 決算ハイライト

2027年3月期第2四半期 決算ハイライト

業績

売上高	営業利益	経常利益	中間純利益
1,040 百万円	△272 百万円	△377 百万円	△378 百万円
前年同期比 △1,017百万円	前年同期比 △527百万円	前年同期比 △619百万円	前年同期比 △582百万円

部門別ハイライト

	リテール	業務用	DM	海外
売上高	383百万円	513百万円	133百万円	10百万円
前年同期比	△660百万円	△339百万円	△82百万円	+10百万円
売上高構成比	36.9%	49.3%	12.8%	1.0%
前年同期構成比	48.1%	41.4%	10.5%	–
	健康意識の高まりを背景にアサイーの日常消費へのシフトが進行。	外食チャネルでもアサイーが定番メニューとして底堅いリピート需要を維持。回転寿司チェーンとのコラボが継続。	投資対効果を厳格に見極めロイヤルカスタマー維持と定期購入モデル強化を最優先に運用。	BtoC越境ECビジネスが本格始動。Tmallストアのオープンとともに順調に販売とプロモーションを開始した。

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

2027年3月期第2四半期 決算ハイライト

売上減速の分析と市場環境

外部要因として、アサイー市場自体の拡大・定着化に伴い、海外メーカーの新規参入が相次ぎ、競合環境が激化しています
しかし、これはアサイーの需要やトレンドが終焉したわけではなく、むしろ市場が広がっている証拠でもあります。
当社はパイオニアとして長年培ってきた「品質」と「ブランド力」を武器に、差別化を図りシェアを維持・拡大してまいります。

トレンド特需の反動

- 急激なトレンド特需からの落ち着き
- 日常消費への定着化が着実に進行
- ブーム直前水準を上回る規模を維持

流通段階の在庫調整

- 流通チャネル全体での在庫最適化
- 一時的な出荷量の調整による影響

海外メーカーとの競合激化

- アサイー市場拡大に伴う新規参入
- 全体の底堅い需要は継続
- 品質低下、価格面でのダンピング発生
- 品質とブランド力による差別化推進

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

2027年3月期第2四半期 主要商品別ハイライト

フルッタ アサイーシリーズ



213 百万円

前年同期比 47.6%

おうちでシリーズ



124 百万円

前年同期比 25.0%

アサイー グロッソアイス



53 百万円

前年同期比 42.5%

アサイーピューレ



292 百万円

前年同期比 47.6%

新商品

おうちでヨーグルトアサイーボウル プレミアム

2026年8月より発売開始





チョコがけアサイーキューブ

2026年9月より発売開始





Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

2027年3月期第2四半期 損益計算書

	2026年3月期 中間期		2027年3月期 中間期		前年同期比	
（単位：百万円）	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	2,058	100.0%	1,040	100.0%	△1,017	△49.4%
売上原価	1,221	59.3%	665	63.8%	△556	△45.5%
売上総利益	837	40.5%	375	36.1%	△461	△55.1%
販売費及び一般管理費	582	25.4%	648	62.2%	+65	+11.2%
営業利益又は営業損失(△)	254	15.1%	△272	–	△527	–
経常利益又は経常損失(△)	242	14.4%	△377	–	△619	–
中間(当期)純利益又は中間純損失(△)	204	12.4%	△378	–	△582	–

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

2027年3月期第2四半期 貸借対照表

	（単位：百万円）	2026年3月期 期末残高	2027年3月期 中間期末残高	増減額	主な理由
資産	流動資産	7,575	7,485	△90	売上債権及び棚卸資産の減少
	現金及び預金	4,716	4,703	△12	仕入債務の支払いによる減少
	固定資産	123	131	+7	
	資産合計	7,699	7,617	△82	
負債・純資産	流動負債	618	543	△74	仕入債務の減少
	固定負債	3	3	0	
	負債合計	621	547	△74	
	純資産合計	7,077	7,069	△8	中間純損失の計上
	負債純資産合計	7,699	7,617	△82	
	自己資本比率	91.9%	92.8%	+0.8pt	

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

02

TOPICS

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

躍進する冷凍果実市場へスーパーフードを投入

「即食キャンペーン」の展開
冷凍フルーツパルプのパッケージに直接切れ込みを入れ、そのままかじりつくダイナミックで新しい食べ方を提案。冷凍果実市場に新たな消費スタイルを提示します。

「ワンハンドアサイーボウル」
忙しい現代人のライフスタイルに合わせ、片手で手軽に栄養補給ができる新感覚の持ち歩き型アサイーボウルを展開し、タイパ（タイムパフォーマンス）需要に応えます。

クリーンラベルの徹底
人工添加物を使用せず、原材料の透明性と安全性を追求した「クリーンラベル」を推進し、消費者の高い健康・安心ニーズを満たすスーパーフードとして市場を牽引します。



Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

『おうちでアサイーボウル プレミアム』の新フレーバー

こだわりのアサイーと濃厚で爽やかなヨーグルト

ベース部分は、コクと風味を余すことなく味わっていただけるよう特殊製法で製造したアサイーにフルーツをブレンドし、さらに濃厚さと爽やかさが特徴のヨーグルトをミックスし、濃厚で口どけの良いヨーグルトアサイーベース。





人気のレッドドラゴンフルーツをトッピングに使用

トッピングには王道の、糖度にこだわったバナナ、いちご、マンゴーにプラスして人気の完熟レッドドラゴンフルーツ（ピタヤ）を使用。まるでカフェのような華やかな一品に。

ネイチャーポジティブ

森をつくる農業「アグロフォレストリー栽培」によるアサイーだけを使用。アグロフォレストリーは栽培中にCO2を吸収するため、一製品あたりの原料使用量に基づき、CO2削減量を120gとしています。
[CO2削減マークについて]
https://www.frutafruta.com/co2reduction/



Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

濃厚なアサイーボウルをひと口サイズに

食べたいときに、食べたい分だけ
いつでもどこでも手軽に楽しめるよう、個包装で食べやすい仕様。
濃厚なアサイーにバナナやぶどうをミックスし、オリジナルチョコをコーティングして凍らせた果汁100%のひと口アサイーボウルです。

アサイー×チョコのおいしい出会い
アサイーボウルのトッピングとして人気のカカオニブがあるように、アサイーとカカオは相性抜群のペアリング。
アサイーに含まれるポリフェノールの一種、アントシアニン由来のかすかな渋みが、アサイーの果実味に奥行きを与え、ワインやチョコレートにも通じる味わいを感じさせます。

罪悪感なしで食べられるフローズンスイーツ
1粒あたりのカロリーは約20.8kcal。
日々のおやつやダイエット中のご褒美に、お仕事の合間のリフレッシュにもぴったりな罪悪感なしで食べられるフローズンスイーツです。



Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

「アサイーの日」記念イベントを原宿で開催

知る＆味わう「利きアサイー」
テクスチャーや味わいが異なる5種類のアサイーを食べ比べして新たな魅力と自分の好みを発見する「利きアサイー」を開催し、価値の再定義を促進。

じぶんスタイルで創る「カスタムアサイーボウル」
3種類のベースの中から1つ選び、「イチゴ」や「バナナ」などの定番のフルーツ、話題の「ピタヤ」、ビターな「カカオニブ」、「ブラックココアビスケット」、和との意外な相性を楽しめる「あんこ」「抹茶わらび餅」、ヘルシーな「プロテイン」「グリークヨーグルト」など、20種類以上のトッピング・ソースを自由に組み合わせてじぶんだけのアサイーボウルを発見することで、より日常に深く根付くキッカケを創出。

新商品＆未発売品を先行体験
イベントでは新発売や未発売の商品など、どこよりも早く試食を実施。
開催日時点では、未発売の「チョコがけアサイーキューブ」や今後発売を検討している新作ドリンク商品を提供し、記念日だからこその特別体験を展開。





Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

24時間稼働の「無人ロボット店舗」

従来型の「冷凍自動販売機」に続き「冷凍/冷蔵ショーケース型」をラインナップに追加。
当期中に累計設置台数50台へと拡大を目指します。2026年10月末現在、12台の設置が完了しております。



いつでも手軽に

24時間、好きなタイミングで場所を限られずアサイーボウルを購入可能。

BtoB市場の開拓

企業の福利厚生としてのオフィス導入や、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を推進。

商業施設への展開

ショッピングモールやジムなど、新たな販売拠点を拡大。

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

03

今後の見通し

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

グローバル市場開発ロードマップ

今期：アジア市場への攻勢

経済成長と健康意識の高まりが著しい中国、台湾、シンガポール市場から優先的に市場開拓を開始します。
特に中国向けに関しては、ライブコマース等の緻密な戦略準備が完了いたしました。

アサイーの本格的な販売開始しており、オンライン（EC・SNS）/ オフライン（リアル店舗・BtoB）両軸によるアプローチを拡大してまいります。
そして、アジア圏での早期のブランド確立と収益化を目指します。

中長期：全大陸への展開

アジア市場での成功モデルと強固なサプライチェーン網を基盤として、段階的な市場拡張を図ります。

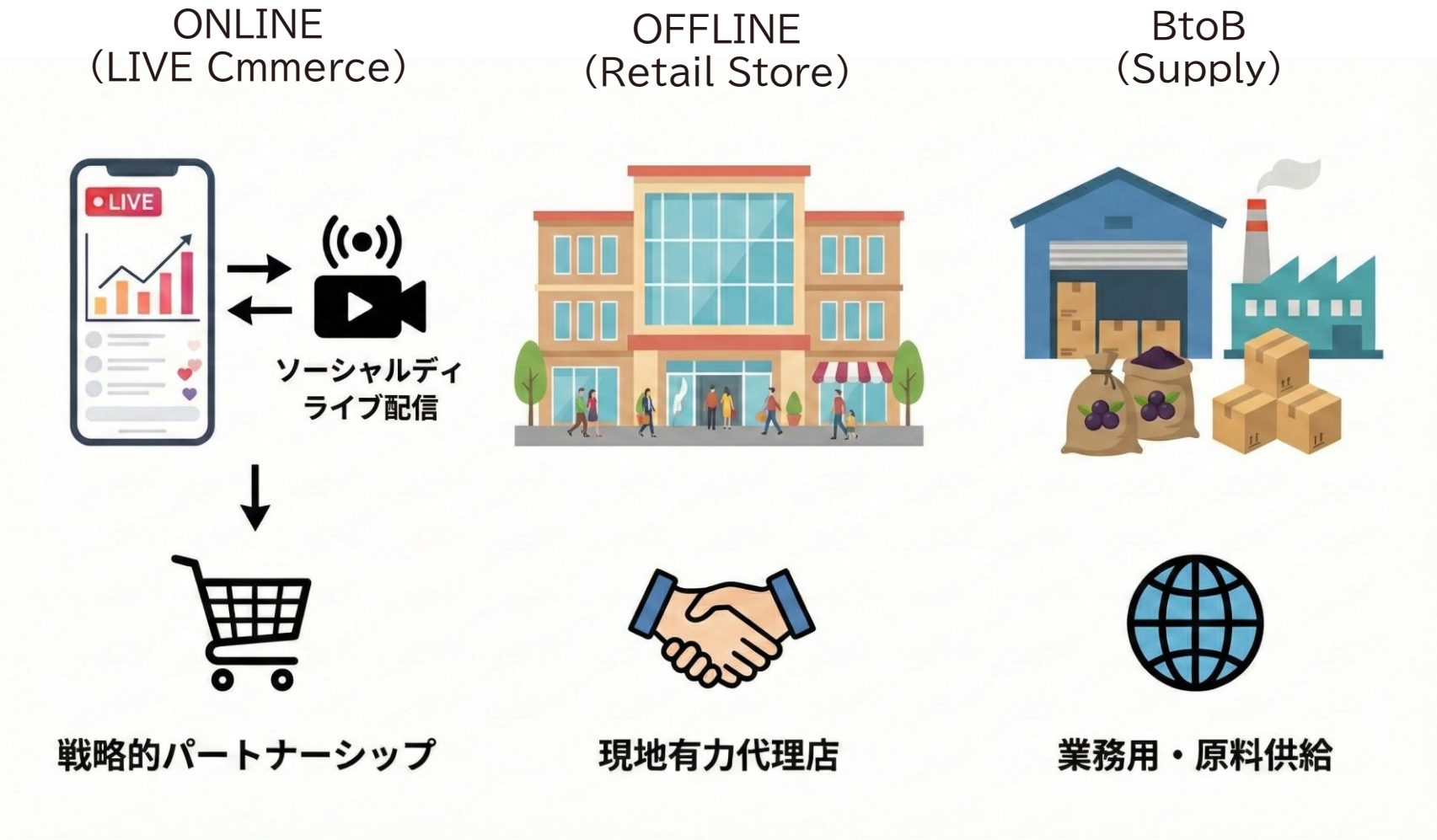
CAMTAとの基本合意締結により、
「生産と販売の完全分業化」を実現し、
中長期的には、ヨーロッパ、北米、中東の巨大市場への開発を順次開始いたします。

世界の健康志向の高まりを確実に捉え、日本発のアマゾンフルーツブランドとして圧倒的な地位を確立します。

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

中国市場への本格参入　ライブコマースを核とした全方位展開

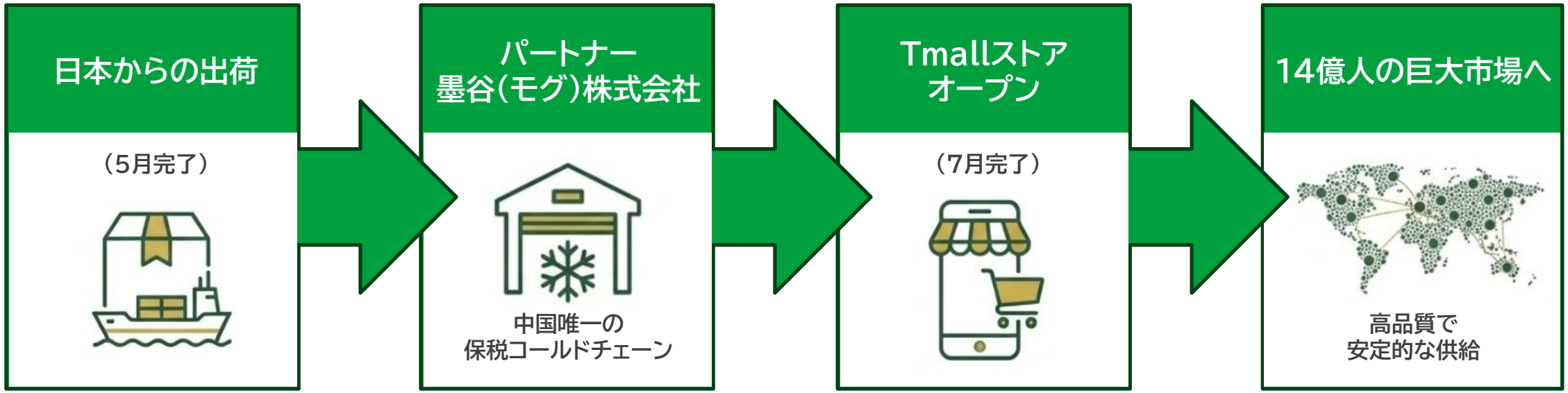
「健康中国2030」を背景に高まる健康意識を捉え、越境ECを通じて現地市場に適した展開を実行。
BtoCでの認知確立を起点に、オンライン・オフライン・BtoBの3チャネル並行稼働で市場開拓を加速させます。



Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

越境ECビジネスの本格始動

戦略的パートナーである墨谷(モグ)株式会社との提携により、中国最大のプレミアムECプラットフォーム「Tmall」に公式ストアをオープンいたしました。
Tmallは中国の富裕層・健康志向層が集まる信頼性の高いプラットフォームであり、「日本発の高品質スーパーフード」というブランドイメージとの親和性が極めて高い場所です。日中関係の緊張に伴う一時的な輸入停止措置等のカントリーリスクにより1Qの海外事業売上は伸び悩みましたが、現在はインフラが整備され、次なる成長エンジンが本格稼働する段階に入りました。



※2026年7月29日公表の「中国市場向け越境ECビジネスの本格始動および墨谷(モグ)株式会社との業務提携に関するお知らせ」をご参照ください。

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

開始2か月で「天猫国際2026年グローバル新商品TOP100」へ選出

オンライン（EC・SNS）/ オフライン（リアル店舗・BtoB）両軸によるアプローチ

【BtoC】
「Tmall Global」、「RED」、「Douyin」を連動させた越境EC販売と情報発信をより一層強化。

【BtoB】
中国国内の飲食店、カフェチェーン、食品メーカー等に向けたアサイー原料および業務用商品の提案・供給についても本格的に検討中。

中国市場における「フルッタフルッタ」ブランドの持続的かつ飛躍的な成長を獲得





※2026年10月15日公表の「フルッタフルッタ、中国越境EC開始約2か月で『天猫国際（Tmall Global）2026年グローバル新商品TOP100』に選出！ ～巨大商戦「ダブル11」「CIIE」を通じ、中国での存在感を一挙拡大～」をご参照ください。

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

アジア市場への本格参入



中国BtoB総代理店契約準備中
台湾総代理店としてKFS社とMOU締結完了

巨大な消費市場を持つアジア圏へのアプローチを強化し、現地における**強固なBtoBネットワーク（代理店網）を構築**します。

「健康中国2030」などで高まる健康意識を追い風に、日本の枠を超えてフルッタフルッタブランドのグローバル展開を加速させ、次なる収益の柱へと育成してまいります。

※KFS社とのMOU契約に関する詳細は2026年4月27日開示の、
「台湾およびタイ市場におけるライセンス製造および販売代理に関する 基本合意書（MOU）締結のお知らせ」をご参照ください。

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

グローバル市場への参入

日本でアサイー市場を切り開いてきた、**市場創出企業としてのノウハウをもとに**、
グローバル下での市場創出を展開してまいります。



「市場創出企業」としての展開
日本で培った市場創出のノウハウを導入し、巨大なグローバル市場へ新たなアサイーの健康食文化を根付かせます。

本格マーケティングの開始
現地有力代理店と強固に協業し、現地の市場特性やトレンドに合わせた本格的なマーケティング活動を始動します。

BtoC / BtoB 販売の開始
自社ブランド商品の直接展開に加え、急成長するカフェチェーンや外食市場向けに原料卸の販売を開始します。

在庫拠点の確立
爆発的な需要増加に迅速かつ柔軟に応えるため、中国国内に独自の在庫拠点の構築・確立を検討しています。

自社販売拠点の考案
代理店を通じた展開に留まらず、自社独自の販売拠点を現在考案中であり、将来的な現地法人の設立も視野に検討を進めています。

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

強いきずなで結ばれた調達パートナーによる原料調達体制

ブラジル最大のアマゾンフルーツサプライヤー、CAMTA（トメアス総合農業協同組合）とアジアにおける独占輸入契約を締結。
高品質なアサイーの安定供給と厳格な品質管理体制が維持され、競合他社が容易に追随できない優位性を確立。

ブラジル最大の農業組合

アマゾンにおいて栽培から製造まで一貫生産できる唯一のメーカーです。

世界ではじめてアサイーの量産に成功

それまでアマゾンの産地でしか食べられなかったアサイーの遠方への輸送を可能にした世界一の技術力があります。





※CAMTAの詳細については当社公式HP「パートナーCAMTAとその町」をご参照ください。
https://www.frutafruta.com/fruit/camta/

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

生産と販売の完全分業化

CAMTAとの協力な協業進化

ブラジル現地のパートナーである
CAMTAと戦略的合意を締結。

【役割】
CAMTAのパートナーとしてアサイー等の、
グローバル展開・市場開拓を主導します。

【顧客管理】
既存顧客：CAMTAが担当
新規開拓顧客：フルッタフルッタが担当

【数値目標】
今後5年間でアサイー取扱量15,000トン、
売上高100億円の達成を目指します。



本合意により**「生産と販売の完全分業化」を実現。**
フルッタフルッタが海外展開の全権を一任され、
よりスピーディで戦略的なグローバル市場開拓を推し
進めます。

※2026年10月15日公表の「ブラジル・トメアス総合農業協同組合（CAMTA）とのバイオチャー製造設備の導入及びアサイー等の海外販売協業に関する基本合意書締結のお知らせ」をご参照ください。

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

供給目標の策定

15,000t

CAMTAのアサイー供給目標（5年間）

売上100億円相当の事業基盤へ

グローバル市場での爆発的な需要増加に応え、
海外販売の全権を獲得することに伴い、
CAMTAの5年間で15,000トンの供給を計画します。

生産現場との連携による安定供給網の構築により、圧倒的なスケールメリットを享受し、持続的かつ非連続的な売上成長を実現します。



※上記、数値グラフは現時点における供給目標数量のイメージ図です。

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

アサイーの種を価値ある資源に昇華

課題

グローバルな需要拡大に伴い、加工過程で大量に発生するアサイーの種子（残渣）をどう有効活用するか。

解決法

残渣からバイオチャー（バイオ炭）を製造することで、
環境価値の創出と新たな収益基盤の構築を同時に目指す。



メリット①

製造したバイオチャーは農地へ施用し、
土壌の改良や農作物の生産に活用する。

メリット②

大気中の炭素を長期間固定化することで、
二酸化炭素除去クレジット（以下、「CDRクレジット」）の創出・販売を行う。

本格的な肥料販売およびCDRクレジット販売の領域へ参入。
アグロフォレストリーを通じた環境負荷の低減と、持続的な事業成長を両立させる重要なマイルストーン

※2026年10月15日公表の「ブラジル・トメアス総合農業協同組合（CAMTA）とのバイオチャー製造設備の導入及びアサイー等の海外販売協業に関する基本合意書締結のお知らせ」をご参照ください。

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

アサイーの特徴を活かした新たな食文化を創出

「和サイー」とは？

「和」と「アサイー」を掛け合わせた造語で、
アサイーの新しい楽しみ方を提案するものです。

日本人移住者が繋いだ縁、東本願寺を起点に『和サイープロジェクト』が発足

ブラジルで約60年過ごされた京都の東本願寺門首・大谷暢裕氏とのご縁をきっかけに始動しました。
当社がアサイーを輸入するブラジルの「トメアス総合農業協同組合（CAMTA）」は、アマゾンへ渡った日本人移住者によって設立されたものです。

日本人移住者たちがブラジルで実践してきた、アマゾンの森をつくる農業「アグロフォレストリー」の精神と、自然の恵みと命を慈しむ和菓子の世界観は、深く共鳴する**普遍的な価値**を持っています

和サイー
WAÇAÍ
和の素材と愉しむ、新しいアサイー



Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

プロテイン市場への
アサイー投入計画

✓ **親和性の高い市場**
アサイーがスーパーフードであり、
健康志向層からの支持を得ていることから、
親和性が非常に高いプロテイン市場への投入を計画。

✓ **新たな用途提案**
プロテイン製品（飲料・バー等）向けに、国際基準に準拠した
持続可能なサステナブル原料として高付加価値を提案し、
グリーン調達市場でのBtoBシェア拡大を推進。

✓ **日常消費の拡大**
プロテイン市場の魅力は、ユーザーが『毎日継続して摂取する』というルーティンを持っている点。
トレーニング後や食事の置換えなどの、毎日の消費シーンにアサイーを定着させ、収益基盤を確立。



Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

04

成長投資と資金調達の進捗

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

成長投資の進捗と調達済み金額と資金の充当状況(2)

01 成長投資の進捗

さらなる業績拡大にむけた事業展開

日常的にアサイーを楽しむことを加速させる施策（即食キャンペーンやヨーグルトとのクロスマーケティング、和サイープロジェクトの開始）と、国内外におけるSNSを活用した販路での拡大施策を展開中。

サステナブルマッチングプラットフォーム

サプライヤー/バイヤーの招致拡大を目指す。
環境価値の可視化と透明性の高いデータ提供により、導入企業のESG目標達成を強力にサポートするためのアップデートを調整中。

02 調達済み金額と資金の充当状況

（単位：百万円）

資金使途	調達予定額	資金調達額	充当額	未充当額
アサイー原材料の調達＋アマゾンフルーツの調達	6,689		2,241	
カカオの調達	400		400	
アサイーの普及活動及びプロモーション	150		28	
アマゾンフルーツのプロモーション、マーケティング活動	150	5,877	0	3,132
人材確保（人件費、採用費等）	100		19	
プラットフォームの構築及び維持	250		56	
サステナブルマッチングプラットフォームのPR	100		0	
合計	7,839	5,877	2,745	3,132

（1）今後の具体的な計画やその進捗については、事業計画及び成長可能性に関する事項及び、適時開示にて開示してまいります。

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved. （2）2026年11月12日時点

03 各新株予約権行使の進捗状況 (1)

新株予約権	発行数(個)	行使数(個)	未行使数(個)	行使割合(%)
第11回新株予約権	182,400	182,400	0	100.0
第12回新株予約権	182,400	182,400	0	100.0
第13回新株予約権	182,400	0	182,400	–
第14回新株予約権	187,000	182,500	4,500	97.6
第15回新株予約権	187,000	187,000	0	100.0
合計	921,200	734,300	186,900	79.7

第11回新株予約権は、2024年9月に全個数の行使が完了されました。行使完了についての詳細は2024年9月2日公表の「第三者割当による第11回新株予約権(行使価額修正条項付)の月間行使状況及び行使完了に関するお知らせ」をご参照ください。

第12回新株予約権は、2025年10月に全個数の行使が完了されました。行使完了についての詳細は2025年11月5日公表の「第三者割当による第12回新株予約権(行使価額修正条項付)の月間行使状況及び行使完了に関するお知らせ」をご参照ください。

第13回新株予約権は、コミット・イシュー型新株予約権であり、2027年4月20日(当日を含む。)から行使が可能となります。なお、コミット内容は行使期間中の価格算定日の終値の単純平均値の90%に相当する金額に基づき、本新株予約権の割当日の翌取引日(当日を含みます。)から、原則として20ヶ月以内(以下「全部コミット期間」といいます。)に、必ず第13回新株予約権の全てを行使すること(全部コミット)とされています。

第14回新株予約権は、随時行使型新株予約権であり、行使期間を2023年12月18日(当日を含む。)から2030年12月17日(当日を含む。)までとしています。
なお、次回の行使価額修正日は2028年6月15日となります。

第15回新株予約権は、本新株予約権は2025年2月に全個数の行使が完了されました。行使完了についての詳細は2025年2月3日公表の「第三者割当による第15回新株予約権(行使価額修正条項付)の月間行使状況及び行使完了に関するお知らせ」をご参照ください。

各新株予約権の詳細につきましては、2023年11月13日公表の「第11回乃至第13回新株予約権(行使価額修正条項付)の発行、第14回及び第15回新株予約権(行使価額修正条項付)の発行並びに定款の一部変更に関するお知らせ」、2025年6月13日公表の「資金使途の変更に関するお知らせ」をご参照ください。

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.
(1) 2026年11月12日時点

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

本資料におけるご説明に含まれる将来の予測及び将来の見通しに関する記述・言明は、現在当社が入手している情報に基づいて行った判断・評価・事実認識・方針の策定等に基づいてなされ、もしくは算定されています。また、過去に確定し正確に認識された事実以外に、将来の予想及びその記述を行うために不可欠となる一定の前提（仮定）を用いてなされもしくは算定したものです。

将来の予測及び将来の見通しに関する記述・言明に本質的に内在する不確定性・不確実性及び今後の事業運営や国内外の経済、証券市場その他の状況変化等による変動可能性に照らし、現実の業績の数値、結果、パフォーマンス及び成果は、本資料におけるご説明に含まれる予想数値及び将来の見通しに関する記述・言明と異なる可能性があります。

本資料は、情報の提供を目的とするものであり、当社により何らかの行動を勧誘するものではありません。日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。投資のご検討にあたっては、投資家ご自身の判断で行うようにお願いいたします。

【お問合せ先】
株式会社フルッタフルッタ　IR室
公式お問い合わせフォーム
https://www.frutafruta.com/ir_info/ircontact/

Copyright© FRUTA FRUTA, Inc. All rights reserved.

