



2024年10月15日

各 位

会 社 名 ベースフード株式会社  
代表者名 代表取締役 橋本 舜  
(コード番号:2936 東証グロース市場)  
問合せ先 VP of Corporate 伊達 佑騎  
(TEL:03-6416-8905)

### 通期業績予想の修正に関するお知らせ

上半期の業績動向を踏まえ、2024年4月15日に公表した2025年2月期の通期業績予想を修正しましたので、下記の通りお知らせいたします。

#### 記

#### 1. 2025年2月期通期業績予想の修正(2024年3月1日～2025年2月28日)

	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
前回発表予想 (2024年4月15日公表)	百万円 19,066	百万円 166	百万円 -	百万円 -	円 銭 -
今回発表予想	15,728	51	31	0	0.01
増減額	△3,338	△115	-	-	-
増減率(%)	△17.5%	△69.4%	-	-	-
前期実績 (2024年2月期)	14,874	△902	△891	856	△16.83

#### 2. 修正の理由

事業は堅調に推移しており、成長余力も十分あるものの、正確な見通しが難しい小売店向けの新商品売上高が期初想定に達していないため、上半期の売上高進捗に合わせて業績予想を修正いたしました。

##### (1). 売上高について

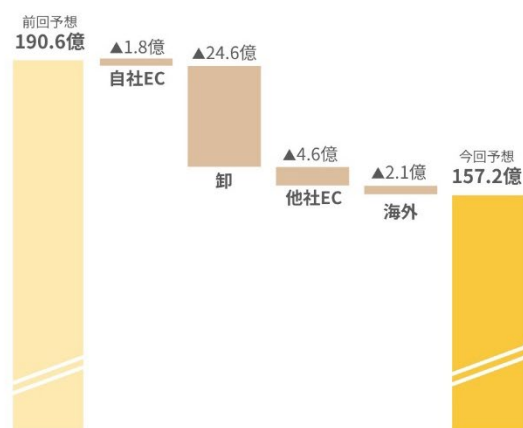
卸チャネルにおいて、増収予想の重要な要素であった新商品(特に既存のロングライフ商品とは異なる日配品\*1やその他新カテゴリの商品)の売れ行きが当初の想定に達していないことから、計画を大幅に下回る結果となりました。既存のBASE BREADシリーズはロングライフ商品として安定的に導入されている一方、5月に新発売した惣菜パンは、日配品として新規導入されました。一般的に日配品は他の商品と比較して、商品の入れ替わりが激しいため、導入後の売れ行きの見通しを精緻に見積もることが難しく、結果的に当初予想より早く終売した結果、売上高が計画に達しませんでした。継続導入に至らなかった理由としては、価格

設定と店頭の認知に課題があったと分析しております。一方で、既存の BASE BREAD シリーズの販売は堅調に推移しております。トライアル層の拡大を目的としたパッケージ変更のほか、今後は既存の BASE BREAD シリーズを中心とした新商品展開により、店頭での露出を増やし、挽回を目指して参ります。その他販売チャネルの詳細については、下図をご参照ください。

## 2025年度2月期 売上高見直し修正

事業は成長しているものの、既存商品よりも入れ替えサイクルが早い小売店向けの新商品売上高が期初の想定に達していないため、見直しを修正する。

<見直し修正 - チャネル別分解>



変動理由とGap Fill

自社EC	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規獲得数は計画を下回る一方、購買単価と解約率は計画対比で順調に推移しており、結果的に概ね計画通りで着地予定</li> </ul>
卸	<ul style="list-style-type: none"> <li>正確な見通しが困難な新商品（特に既存のロングライフ商品とは異なる日配品<sup>*1</sup>やその他新カテゴリの商品）の売れ行きや販売スケジュールの変動により、計画を大幅に未達               <ul style="list-style-type: none"> <li>既存のBASE BREADシリーズ⇒ロングライフ商品として安定的に導入</li> <li>5月に新発売した惣菜パン<sup>*1</sup>⇒日配品（上記とは別棚）として新規導入                   <ul style="list-style-type: none"> <li>競争の激しい日配品の商品棚で継続導入されるには、価格設定と店頭での認知に課題が残った</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>一方、既存商品の販売は堅調に推移している</li> <li>トライアル層拡大を目的としたパッケージ変更や、既存のBASE BREADシリーズを中心とした新商品展開により、店頭での露出を増やし、挽回を図る</li> </ul>
他社EC	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社ECと卸の販促強化を優先している結果、計画を下回る見込み</li> </ul>
海外	<ul style="list-style-type: none"> <li>黒字化を優先し先行投資を引き締めた結果、計画を若干下回る見込みだが、本格的な展開準備が進んでおり、事業の進捗は良好</li> </ul>

\*1. 2024年5月14日より新発売した「BASE BREAD ソーセージ」/「ココ旨クリーミー」BASE BREAD ツナ」

### (2). 営業利益について

前述の売上高の下振れにより売上総利益は大きく減少したものの、売上総利益率の改善や販管費の見直しにより、通期黒字は引き続き見込んでおります。なお、商品値上げ実施後の8月には営業黒字を達成しており、通期黒字の蓋然性は高まったと考えております。

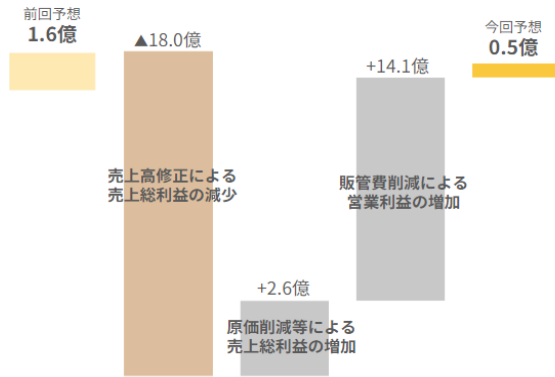
具体的には、自社EC売上構成比の増加や原価削減により、売上総利益率は55.6%（対期初予想比+1.7pts）まで改善され、その結果売上総利益の減少が一部相殺される見込みです。

また、販管費についても大幅なコストダウンを図った結果、営業利益が回復する見込みとなっております。販管費内の詳細な内訳については、下図をご参照ください。

## 2025年度2月期 営業利益見直し修正

売上高の下振れにより売上総利益は大きく減少したものの、原価削減等による売上総利益率の改善や固定費の見直しにより通期黒字は引き続き達成できる見込み。

<見直し修正 - 要因別分解>



変動理由とGap Fill

売上総利益の減少	● 売上高修正により、大幅に計画を下回る
売上総利益の増加	● 自社ECの売上構成比の増加や、原価削減により、 <b>売上総利益率は55.6%(対期初予想比+1.7pts)に改善見込み</b>
荷造運賃費	● 倉庫作業費及び配送業者の最適化によるコストダウンの結果、 <b>計画より改善予定</b>
広告宣伝費	● 上期に強化し、下期に抑える基本戦略は変わらず、概ね計画通りで着地予定
人件費	● 福利厚生等の細かな人件費から新規採用費用まで全ての出費を見直し、 <b>計画対比で大幅に抑制</b>
その他固定費	● 売上高進捗に合わせて軌道的に出費をコントロールし、 <b>筋肉質な管理体制を実現</b>

これらの要因を総合的に考慮し、通期業績予想を修正するに至りました。今後も状況を注視し、適切な対策を講じていく所存です。

(注) 上記の予想は現時点で入手可能な情報に基づき算定しており、実際の業績は、様々な要因により記載の予想数値とは異なる結果となる可能性があります。

以上