



平成 30 年 2 月 14 日

各 位

| | | |
|---------|------------------|-------------|
| 上場会社名 | 株 式 会 社 | ユ ニ カ フ ェ |
| 代 表 者 | 代表取締役社長 | 岩 田 齊 |
| コード番号 | 2597 | (東 証 一 部) |
| 問 合 せ 先 | 取 締 役 | |
| | 専 務 執 行 役 員 | |
| | 経 営 戦 略 室 担 当 | 本 橋 智 明 |
| 電 話 番 号 | 03 - 5400 - 5444 | (代 表) |

『中期事業計画 2018』策定のお知らせ

当社は、平成 30 年 2 月 14 日の取締役会において、当社のコーポレートガバナンスに関する基本的な考え方であり『持続的な企業価値の向上』に資する『顧客の創造』と『存続する (Sustainability ; サステナビリティ)』を実現するため、2018 年度をスタートとする『中期事業計画 2018』を策定いたしましたので、下記の通りお知らせいたします。

【ビジョン】

『Fun to Drink』

『Profit (物質的な価値)』から『Benefit (精神的な価値)』へ

コーヒーの価値は『Profit から Benefit へ』シフトし、既存のカフェショップだけでなくあらゆる業態の店舗でコーヒーが売られるようになります。それは、コーヒーが持っている Availability (利用可能性) が顧客を呼び込む『マグネット効果』を発現させるからです。当社は、新たなコーヒー経済圏で Benefit を具現化するために『Fun to Drink』という概念を拓いていきます。

【ミッション】

競争優位を生み出す仕組みを作る

【戦略】

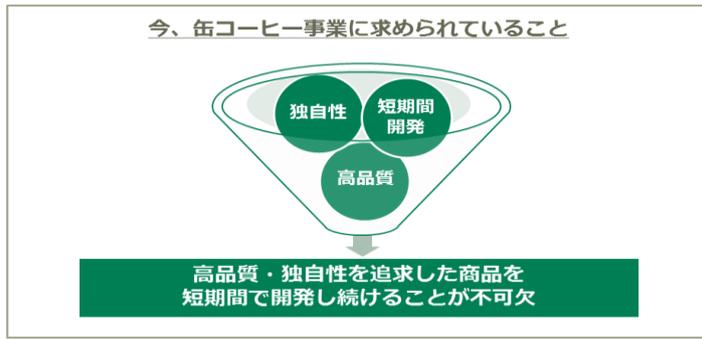
戦略 1 ; 価格のリーダーシップ

『価格のリーダーシップ』による価格訴求へ戦略転換。

テイストのデジタル化、低コスト化を武器に市場 N01 を目指します。

(解説)

当社は『価格のリーダーシップ』を戦略として選び、珈琲焙煎取扱数量トップクラスの加工会社としての地位を確立します。そのために当社は、どの焙煎業者よりも低価格で加工できる製造工程を整え、更なる上で飲料メーカー各社が抱える課題 (焙煎の均一性・味覚の安定性・商品開発の短期化) を解決するための『インサイト (=顧客自身が気付いていない解決策)』を提供するビジネススタイルを構築して参ります。



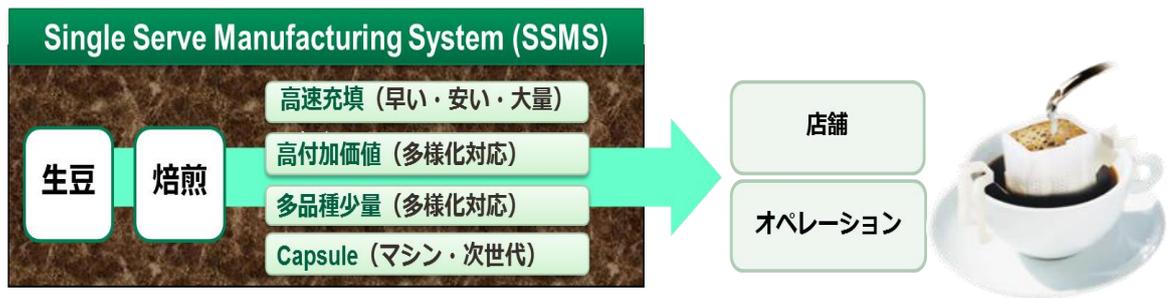
戦略2; どのような顧客からも受注できる『製造受託企業』になる

一杯抽出型製造システム (Single Serve Manufacturing System; 当社の造語) の確立
一杯抽出型製造システムを確立するために、製造現場のオペレーション能力を磨きます。

(解説)

当社のスイートスポット(=顧客のニーズと当社にしかできないことの重なったところ)を、一杯抽出型商品 (Single Serve; ドリップバック・カプセル型等) の製造・ナショナルチェーン及びローカルチェーンからのコーヒー焙煎受託・大手流通のPB 製造受託、と考えています。

当社は、これらのスイートスポットで競争優位の仕組みを作るべく経営資源を集中します。具体的には今後3年間で8億円程度の設備投資を計画しております。



戦略3; 『Fun To Drink』の提供

『新たなコーヒー経済圏』へ『Fun To Drink』を提供。

様々な分野にコーヒーの可能性は拡がり始めています。当社は新たなコーヒー経済圏に向けてコーヒーの新たな価値『Fun to Drink』を提案していきます。

(解説)

コーヒー消費量が5年連続最高を更新する見通しとなる(注1)背景には、コーヒーが持つ利用可能性の認知があります。それはコーヒーが顧客を店舗に呼び寄せる『マグネット効果』にあります。

当社は、コーヒーのマグネット効果をカフェショップに限らず様々な店舗に提供することにより、新たなコーヒー経済圏のコアプレイヤーとなり、『Fun to Drink=コーヒーを楽しむ』を拡げて参ります。



【今期の業績予想】

| | 売上高 (百万円) | 売上総利益 (百万円) | 営業利益 (百万円) | 営業利益率 (%) | 取扱数量 (t) |
|------------|--------------|----------------|---------------|--------------|-------------|
| 2017年度(実績) | 10,454 | 1,808 | 293 | 2.8% | 20,297 |
| 2018年度 | 11,841 | 1,870 | 343 | 2.9% | 24,289 |

【3年後の目標数値】

| | 売上高 (百万円) | 売上総利益 (百万円) | 営業利益 (百万円) | 営業利益率 (%) | 取扱数量 (t) |
|--------|--------------|----------------|---------------|--------------|-------------|
| 2020年度 | 12,000 | 2,260 | 600 | 5.0% | 27,000 |

【5年後の目標数値】

| | 売上高 (百万円) | 売上総利益 (百万円) | 営業利益 (百万円) | 営業利益率 (%) | 取扱数量 (t) |
|--------|--------------|----------------|---------------|--------------|-------------|
| 2022年度 | 12,500 | 2,380 | 703 | 5.6% | 28,000 |

(注1) 全日本コーヒー協会年次総会(10月17日)より