

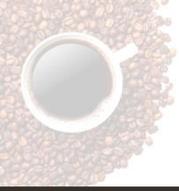


平成30年12月期 1Q 決算説明資料

東証一部 2597

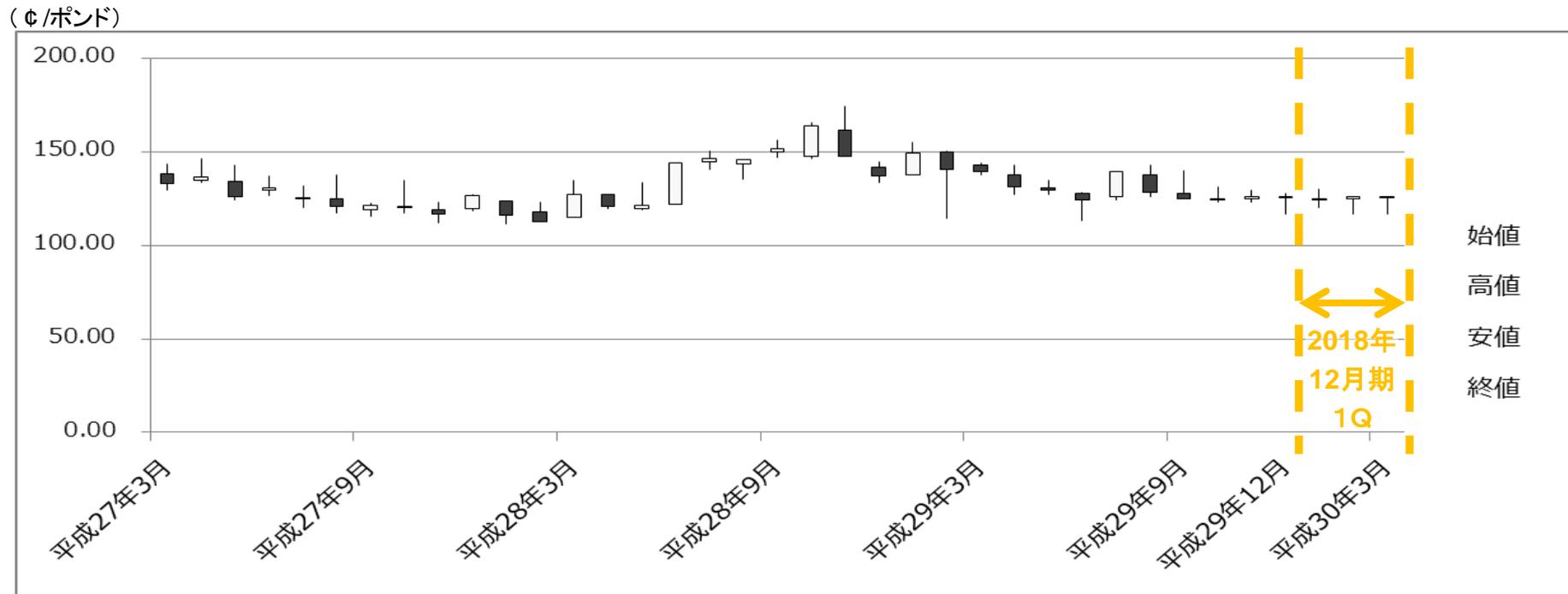
株式会社ユニカフェ

平成30年1月1日～平成30年3月31日



低い水準で推移しているが、
為替変動により先行きは不透明な状況

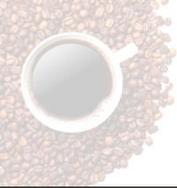
NYコーヒー相場



売上高2,444百万円、営業利益76百万円

(百万円)

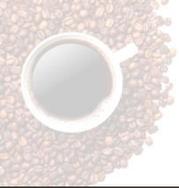
	平成29年12月期 1Q (平成29年1月1日～3月31日)		平成30年12月期 1Q (平成30年1月1日～3月31日)		増減額	増減率
		対売上高比		対売上高比		
売上高	2,647	100.0%	2,444	100.0%	▲202	▲7.7%
E B I T D A	150	5.7%	135	5.5%	▲14	▲9.7%
営業利益	90	3.4%	76	3.1%	▲13	▲14.9%
経常利益	98	3.7%	82	3.4%	▲15	▲16.1%
四半期 純利益	86	3.3%	71	2.9%	▲15	▲17.5%
R O E	1.3%		1.1%			



自己資本比率は66.9%となり、前事業年度末比0.9%p減少

(百万円)

		平成29年12月期	平成30年12月期 1Q	増減額	増減率
資産の部	流動資産	5,487	5,271	▲216	▲3.9%
	固定資産	4,453	4,412	▲40	▲0.9%
資産合計		9,941	9,683	▲257	▲2.6%
負債の部	流動負債	3,163	3,178	+15	+0.5%
	固定負債	35	29	▲6	▲17.2%
	負債合計	3,199	3,208	+8	+0.3%
純資産の部	株主資本	6,593	6,341	▲252	▲3.8%
	評価・換算差額等合計	148	134	▲13	▲4.0%
	純資産合計	6,741	6,475	▲266	▲4.0%
負債純資産合計		9,941	9,683	▲257	▲2.6%
自己資本比率		67.8%	66.9%	▲0.9%p	

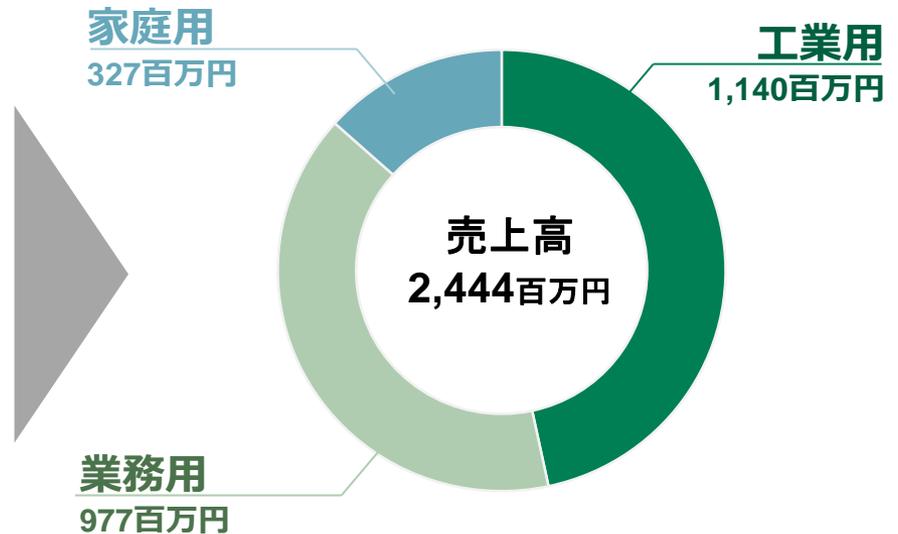
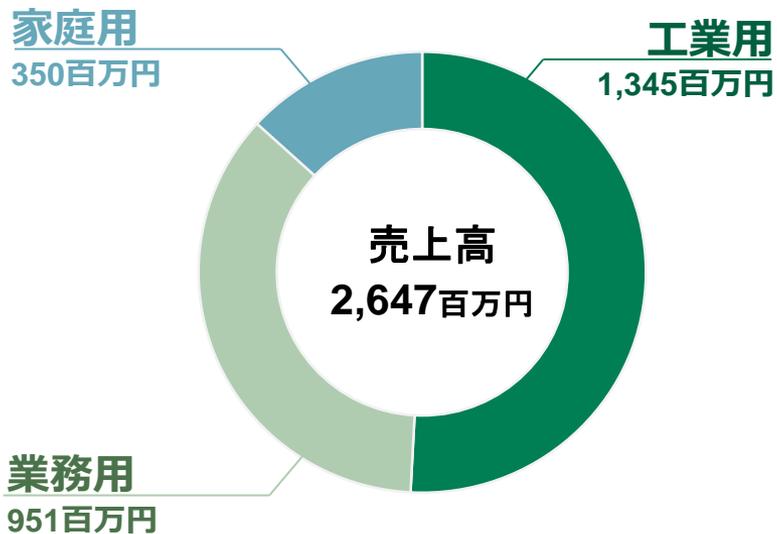


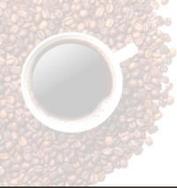
平成30年12月期 1Q 分野別 サマリー

平成29年12月期 1Q (平成29年1月1日~3月31日)

平成30年12月期 1Q (平成30年1月1日~3月31日)

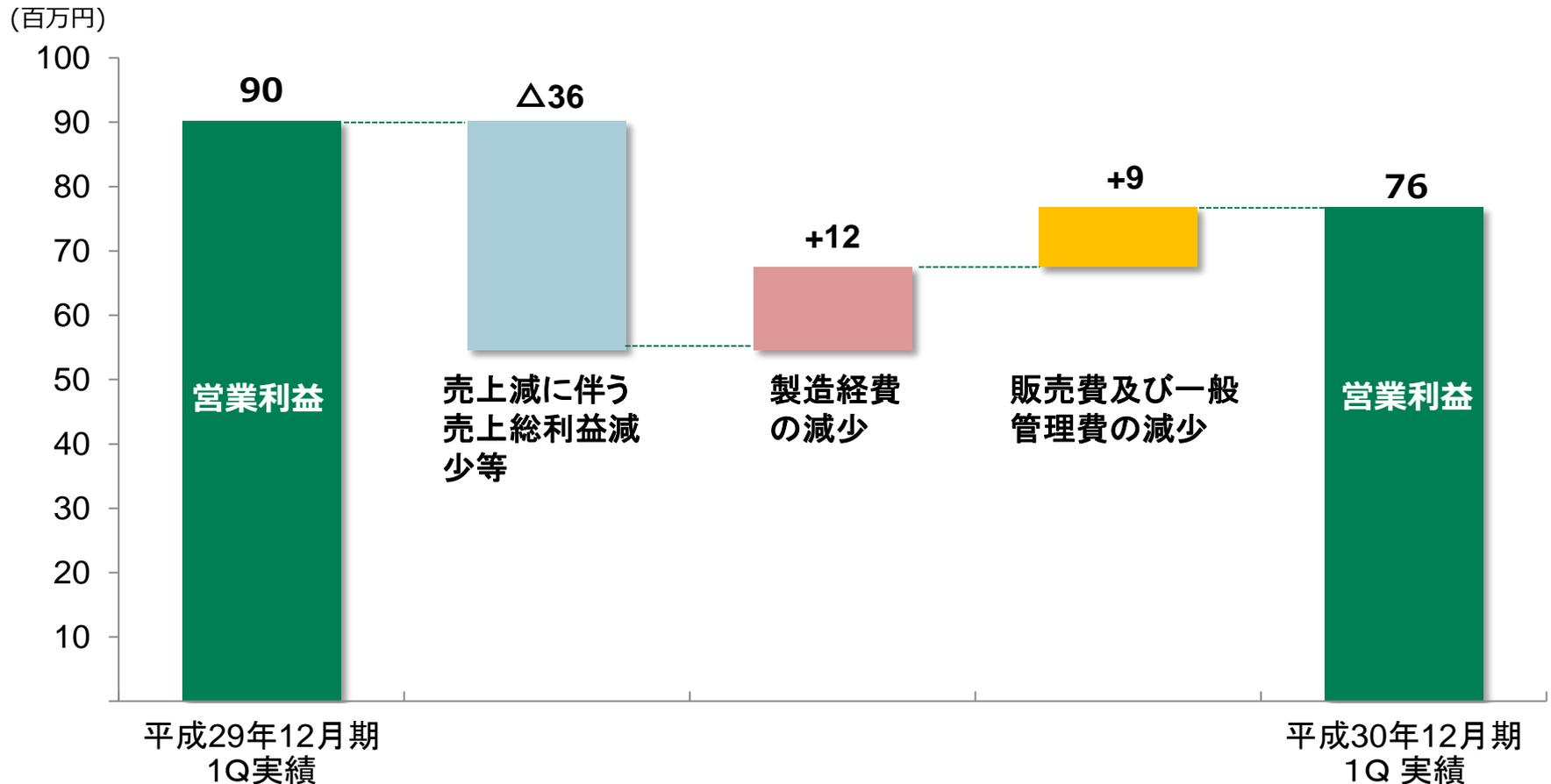
売上高





営業利益の増減分析

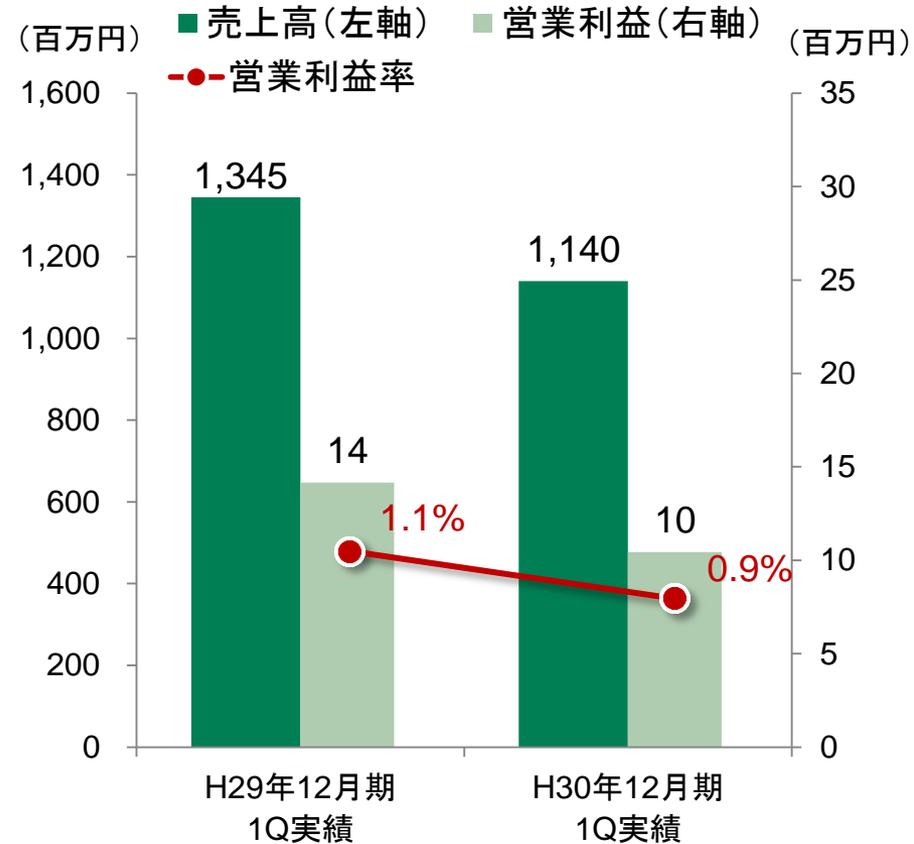
前年同一期間比14.9%減少



分野別の業績(工業用)



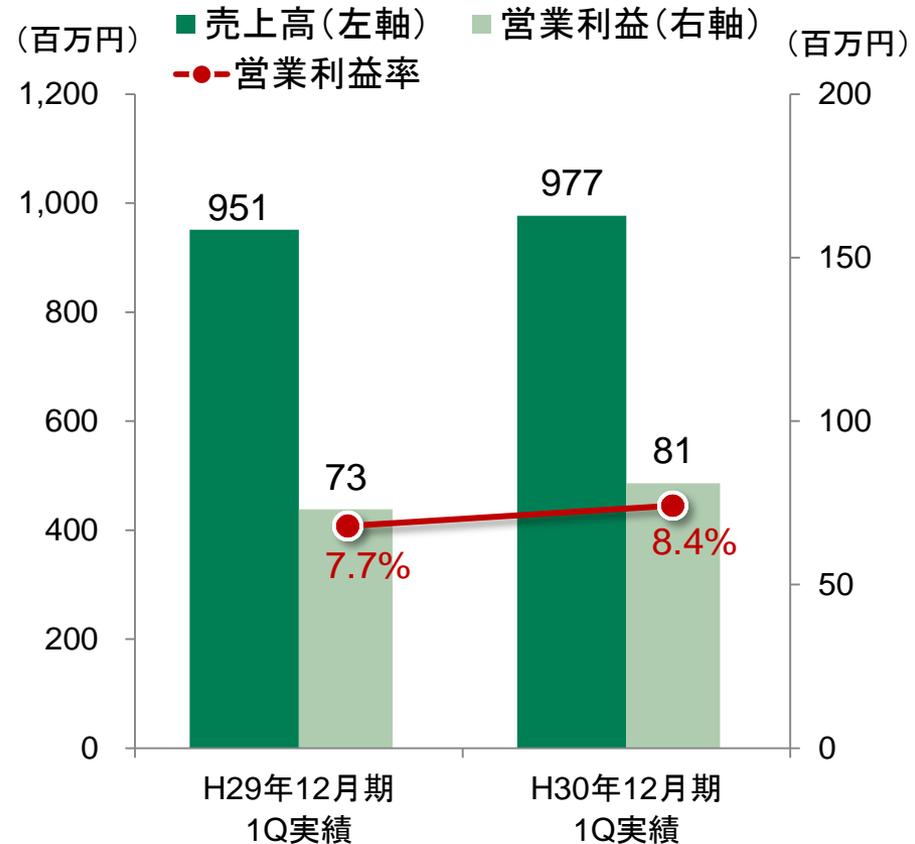
- ☛ コーヒー取扱数量の増加による、シェアの拡大に注力。
- ☛ ボトル缶の原料供給を中心とした取扱数量の拡大に注力したものの、取扱数量は前年同四半期を下回る。



分野別の業績(業務用)



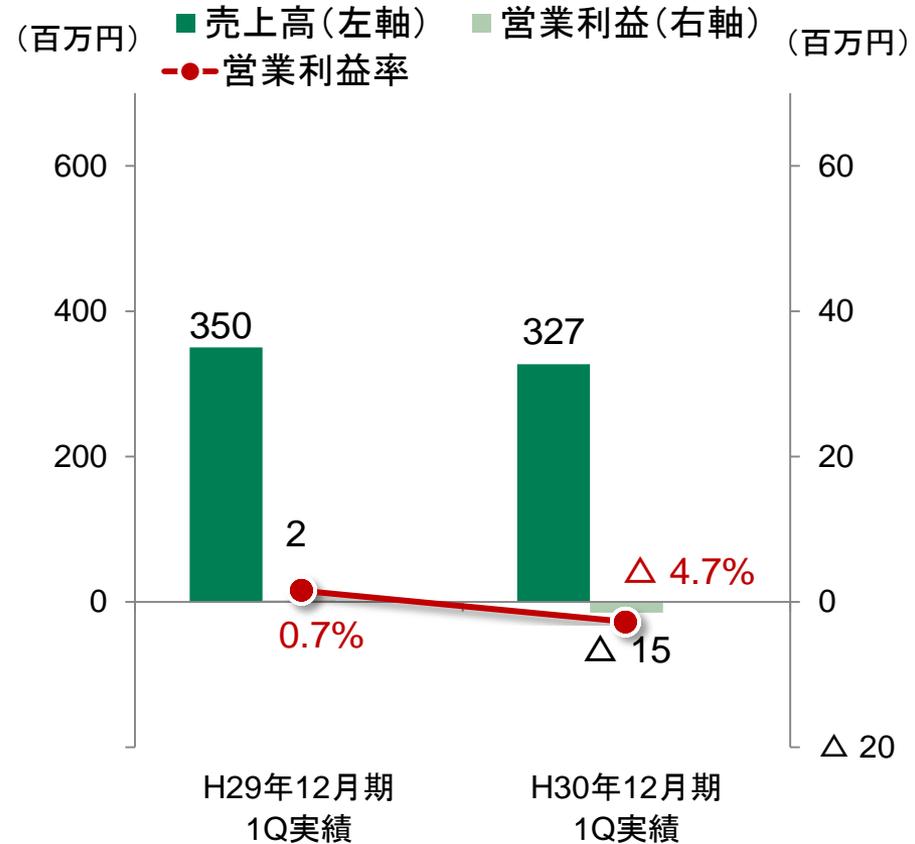
- OEM製品、NB・PB製品の販売に注力し、取扱数量増加に向けて、新規取引先の開拓と既存取引先に対する新製品提案を推進。
- 主要取引先カフェチェーンにおける取扱数量が堅調に推移したことに加え、UCCグループとの取扱数量が好調に推移した結果、取扱数量は前年同四半期を上回る。

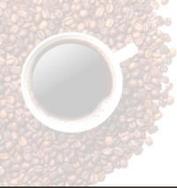


分野別の業績(家庭用)



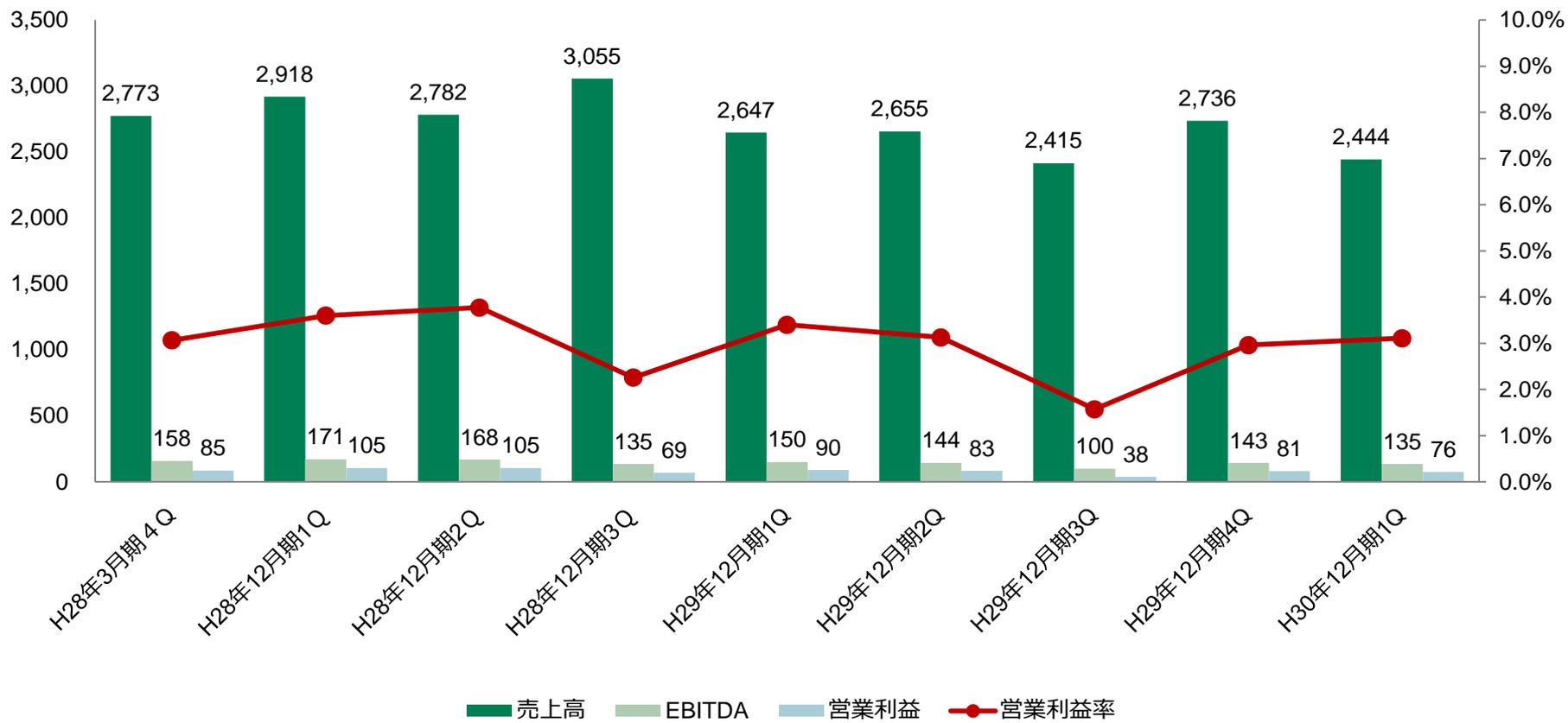
☕ NB・PB製品の販売を中心に主要取引先において一杯抽出型ドリップバッグなどの小型包装製品の販売に注力。また大手流通業PB製品における製造受託数量の拡大を目指したが、取扱数量は前年同四半期を下回る。

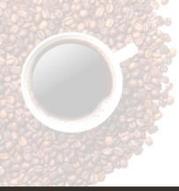




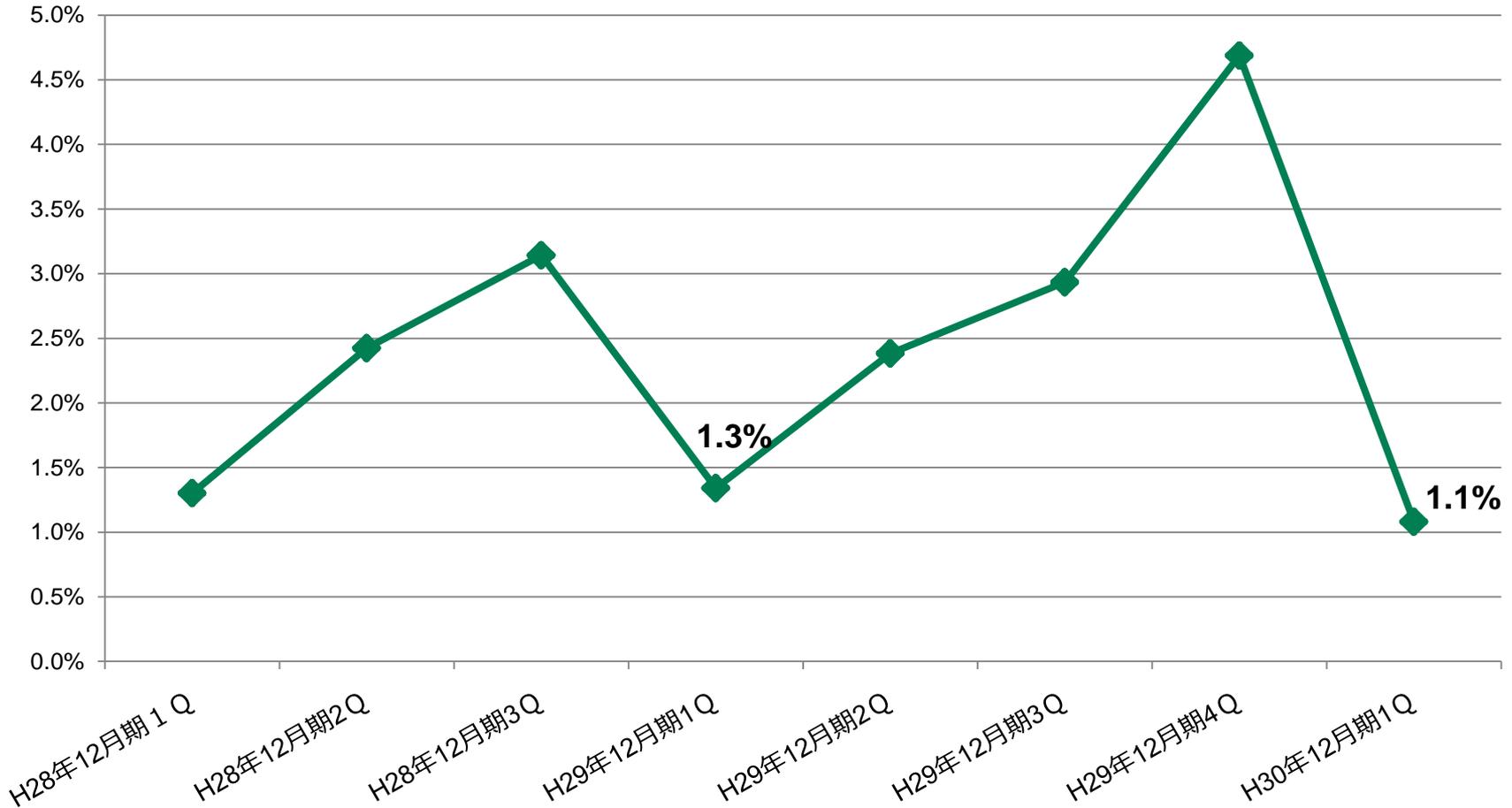
売上高・EBITDA・営業利益の推移

営業利益率、前年同四半期比0.3%p減少





ROEの推移



3つの競争戦略

戦略1

「缶コーヒー」は 価格リーダーシップ 戦略に転換

▶ 缶コーヒーを製造する飲料メーカー各社は、一様に、味の均一化・安定化、開発期間の短縮化、といった課題を抱えております。

また、ボトル缶を主戦場に反転攻勢を仕掛けてきた飲料メーカーに対して、価格のリーダーシップによる価格訴求へ戦略転換し、インサイト営業によるテイストのデジタル化、低コスト化、アライアンスで市場No1を目指してまいります。

飲料メーカーの課題



- ✓ 開発の劇的な短縮化
- ✓ 味の均一化・安定化



戦略2

生産体制の強化

▶ 生産体制の強化を図り「どのような顧客からも選ばれる『No1製造受託企業』」になることを目指します。

「多品種少量生産」と「大量生産」の両面の需要に対応可能な設備を保持し、これまでに培った経験と知見により品質のさらなる向上と、収益の確保を目指してまいります。



- 圧倒的な設備
- 需要独占
- 収益の集中

戦略3

販売チャネルの拡大 新たな価値 「Fun To Drink」を提供

▶ コーヒーが持つ利用可能性を活かして、様々な業種・業態・分野へ、コーヒーの新たな価値『Fun to Drink』を提供してまいります。





Disclaimer : 本資料に関するご注意

免責事項

本資料に記載の内容は、過去及び現在の事実に関するものを除き、当社が現時点で入手可能な情報及び仮説に基づいて判断されたものであり、当該仮説や判断に含まれる不確定要素や、将来の経済環境の変化等により影響を受ける可能性があり、結果として当社の将来の業績と異なる可能性があります。

なお、本資料における将来情報に関する記述は上記のとおり本資料の日付(またはそこに別途明記された日付)時点のものであり、当社は、それらの情報を最新のものに随時更新するという義務も方針も有しておりません。

また、本資料に記載されている当社以外の企業等にかかわる情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性・適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、また、これを保証するものではありません。

本資料利用の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。

インサイダー取引に関するご注意

企業から直接、未公開の重要事実の伝達を受けた投資家(第一次情報受領者)は、当該情報が「公表」される前に株式売買等を行うことが禁じられています(金融商品取引法166条)。

同法施行令第30条等の定めにより、二つ以上の報道機関に対して企業が当該情報を公開してから12時間が経過した時点、または金融証券取引所に通知しかつ内閣府令で定める電磁的方法(TDnetの適時開示情報閲覧サービスおよびEDINET公開WEBサイト)により掲載された時点を以って「公表」されたものとみなされます。