

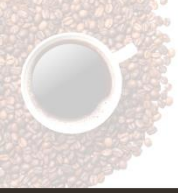


# 2018年12月期3Q 決算及び 2019-2021年度中期経営計画

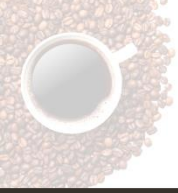
東証一部 2597

## 株式会社ユニカフェ

平成30年1月1日～平成30年9月30日



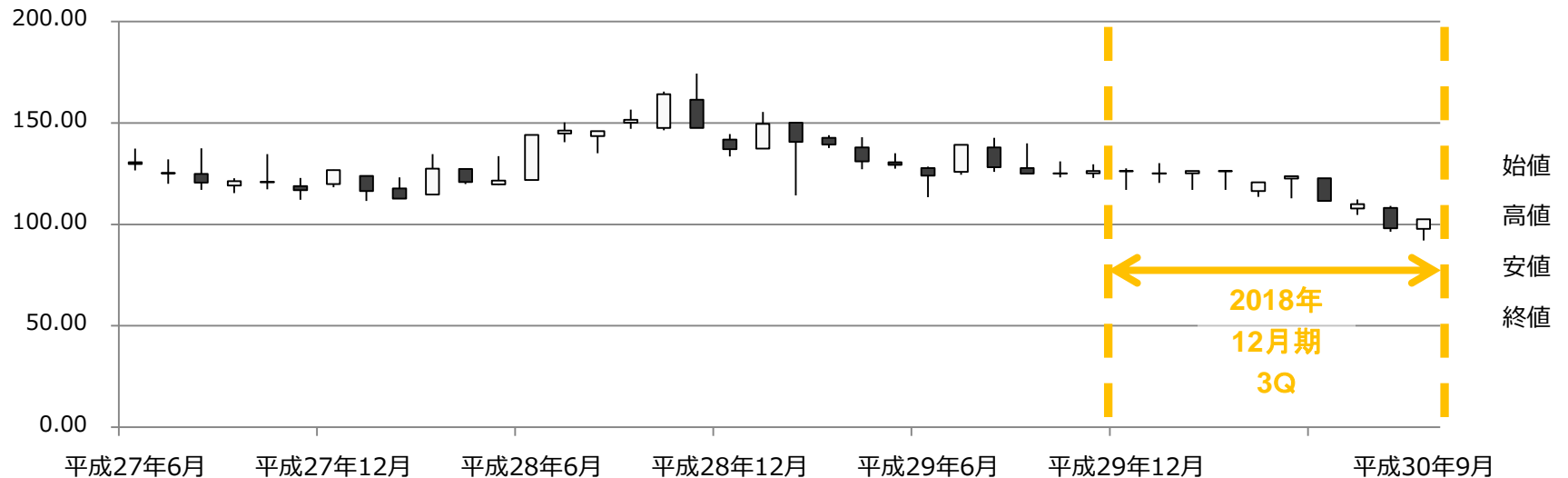
# 2018年12月期3Q 決算資料

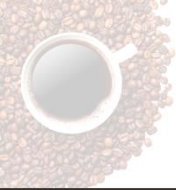


低い水準で推移しているが、  
為替変動により先行きは不透明な状況

## NYコーヒー相場

(¢/ポンド)

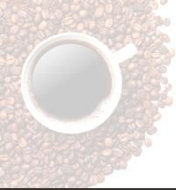




## 売上高7,614百万円、営業利益271百万円

(百万円)

	平成29年12月期 3Q (平成29年1月1日～9月30日)		平成30年12月期 3Q (平成30年1月1日～9月30日)		増減額	増減率
		対売上高比		対売上高比		
売上高	7,718	100.0%	7,614	100.0%	▲103	▲1.3%
E B I T D A	395	5.1%	453	6.0%	+57	+14.5%
営業利益	212	2.8%	271	3.6%	+58	+27.7%
経常利益	222	2.9%	282	3.7%	+60	+27.3%
四半期 純利益	191	2.5%	239	3.1%	+47	+24.8%
R O E	2.9%		3.6%			



## 自己資本比率は67.3%となり、前事業年度末比0.5%減少

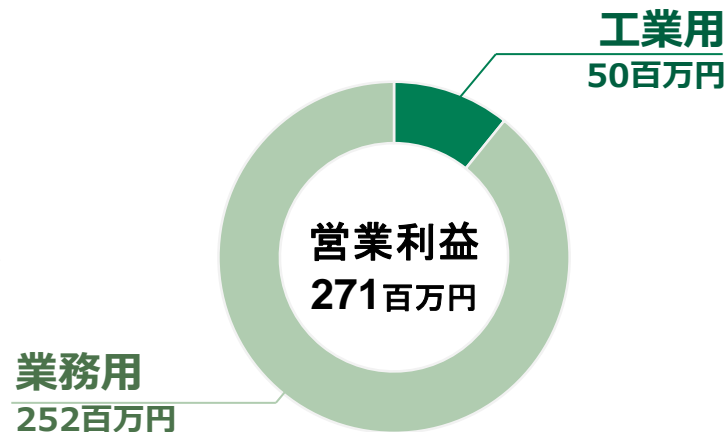
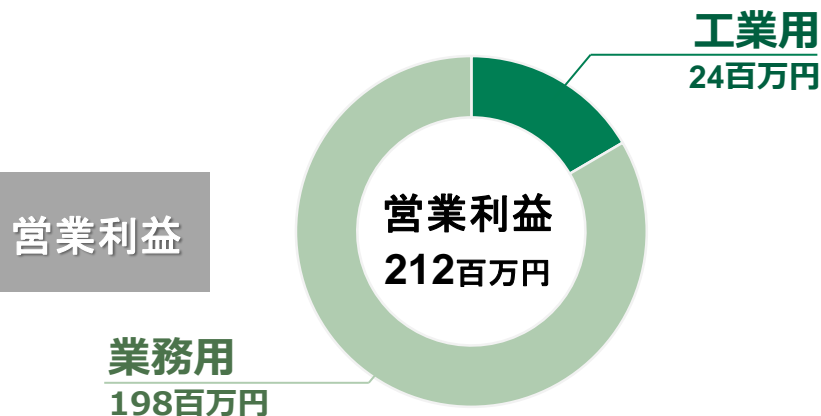
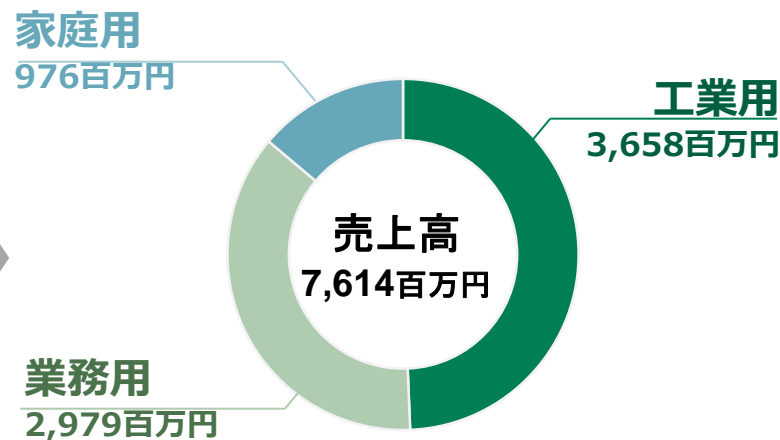
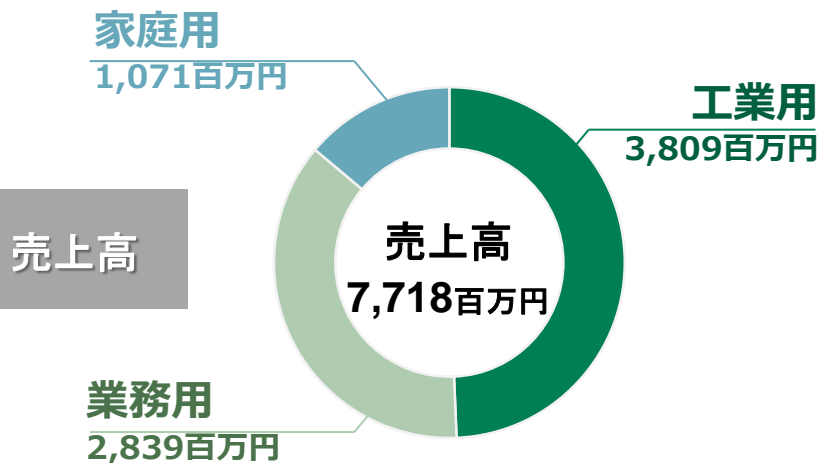
(百万円)

		平成29年12月期	平成30年12月期 3Q	増減額	増減率
資産の部	流動資産	5,487	5,422	▲65	▲1.2%
	固定資産	4,453	4,493	+39	0.9%
資産合計		9,941	9,915	▲25	▲0.3%
負債の部	流動負債	3,163	3,198	+34	+1.1%
	固定負債	35	42	+7	21.3%
	負債合計	3,199	3,241	+42	+1.3%
純資産の部	株主資本	6,593	6,509	▲84	▲1.3%
	評価・換算差額等合計	148	165	+17	11.5%
	純資産合計	6,741	6,674	▲67	▲1.0%
負債純資産合計		9,941	9,915	▲25	▲0.3%
自己資本比率		67.8%	67.3%	▲0.5%	

# 平成30年12月期 3Q 分野別 サマリー

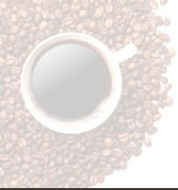
平成29年12月期 3Q (平成29年1月1日～9月30日)

平成30年12月期 3Q (平成30年1月1日～9月30日)



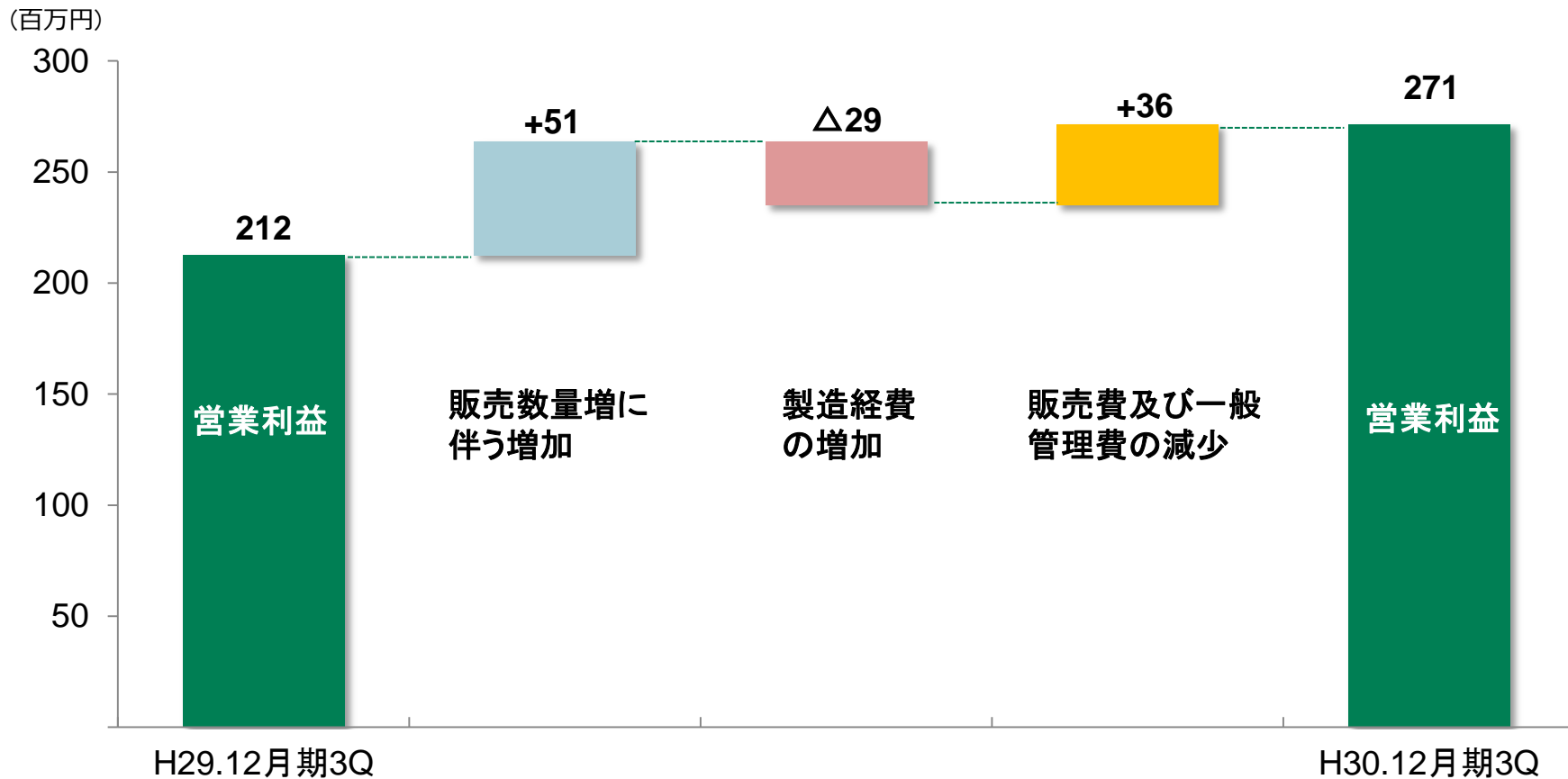
※ 家庭用コーヒーは営業損益△9百万円のため除く

※ 家庭用コーヒーは営業損益△30百万円のため除く



# 営業利益の増減分析

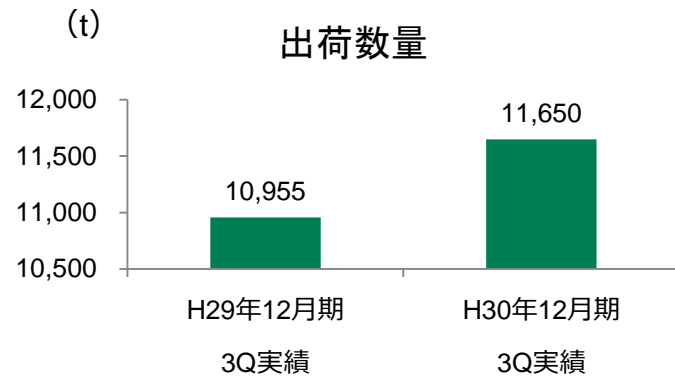
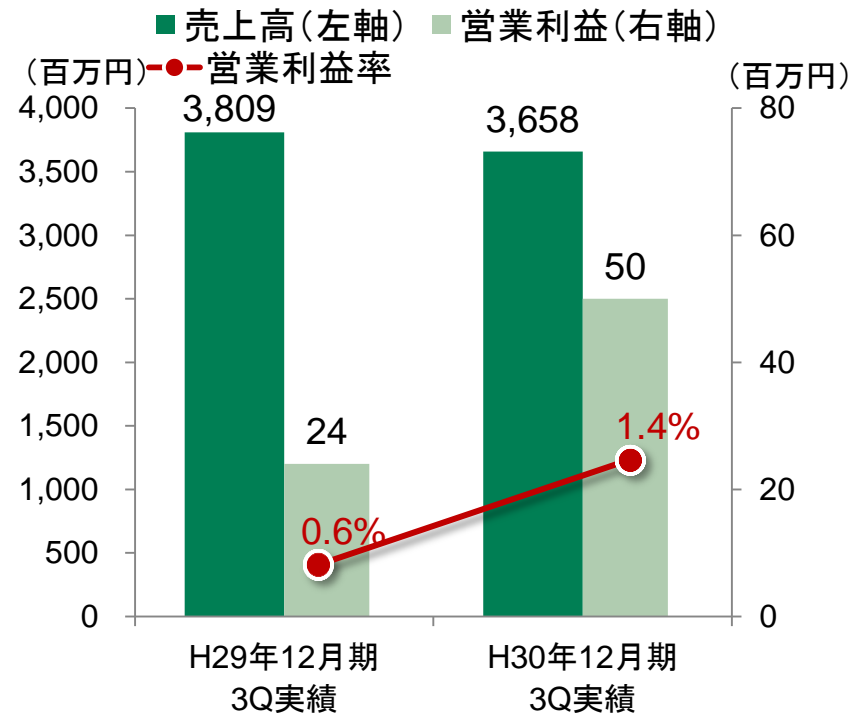
前年同一期間比27.7%増加



# チャンネル別の業績(工業用)



- 生豆原料の扱い構成の変化により売上額こそ減少するも、営業利益、営業利益率ともに改善。

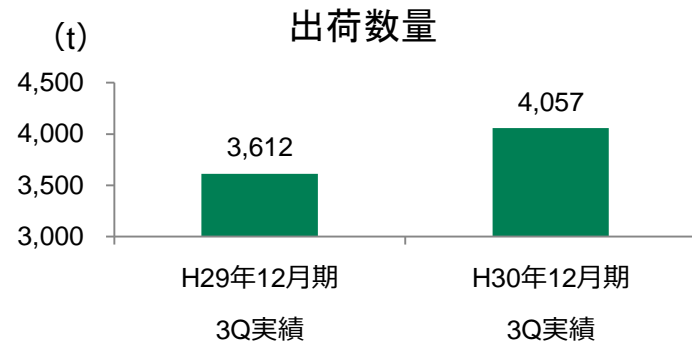
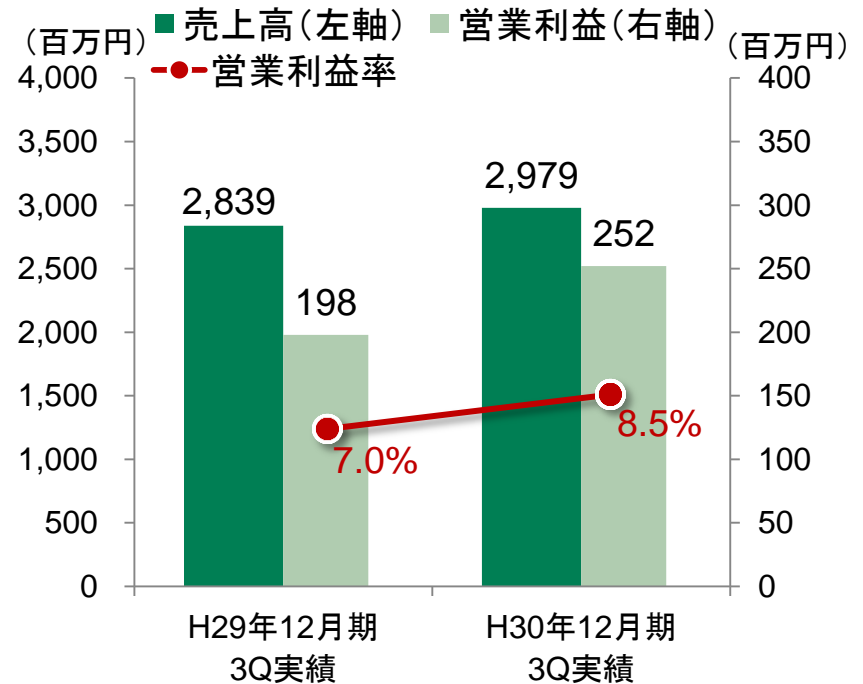




# チャンネル別の業績(業務用)



- 川上～川下までの新規提案が評価され、主要取引先への出荷数量が堅調に推移。
- 新規開拓が実を結び、新規取引先への取扱量も貢献し、増収・増益。

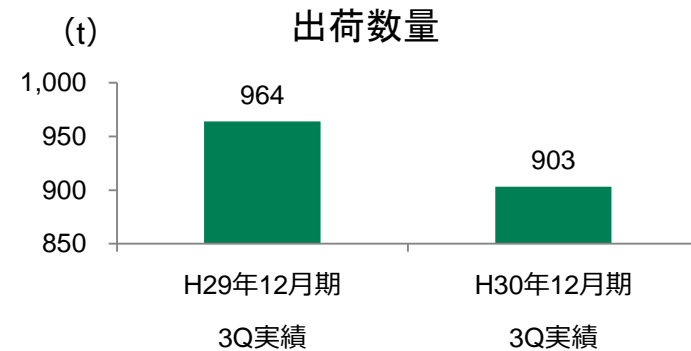
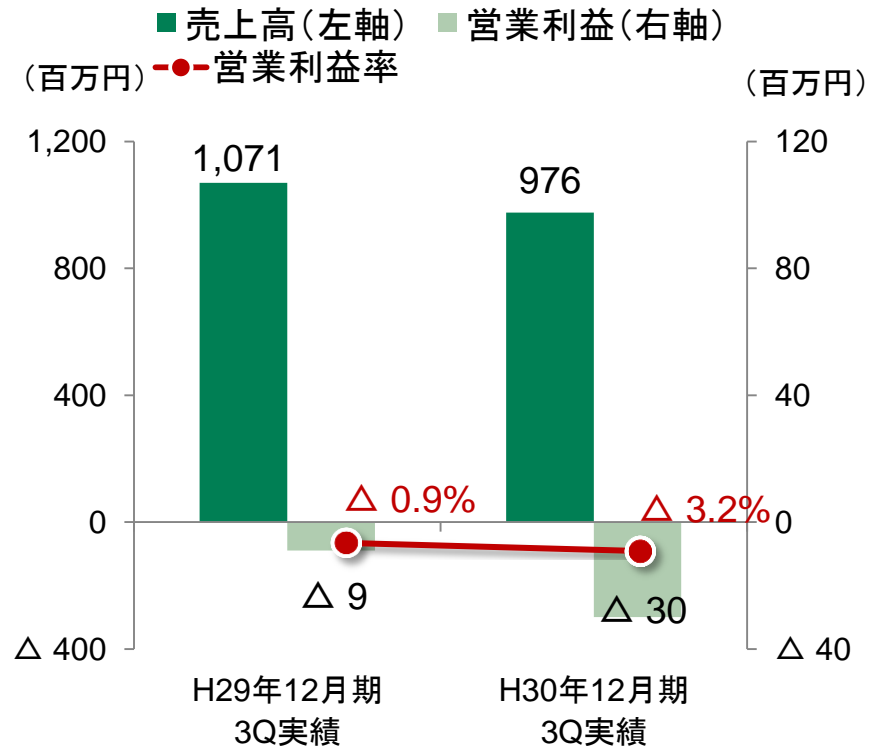


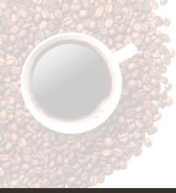
# チャンネル別の業績(家庭用)



☕ NB製品の販売が不調。

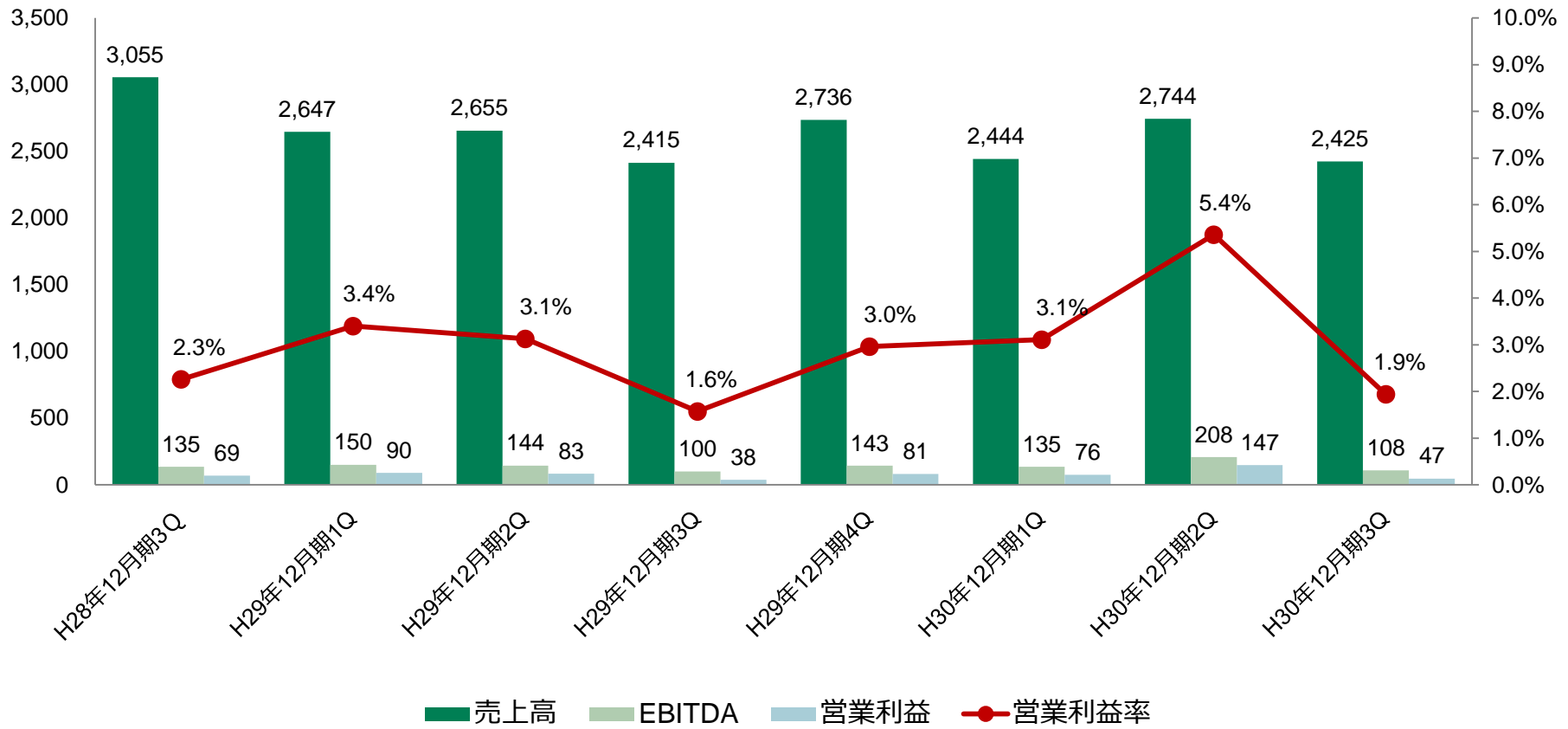
☕ 大手流通から製造委託されているPB製品も、競合他社の価格攻勢に劣勢を余儀なくされた。

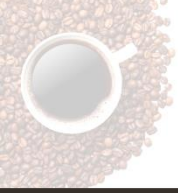




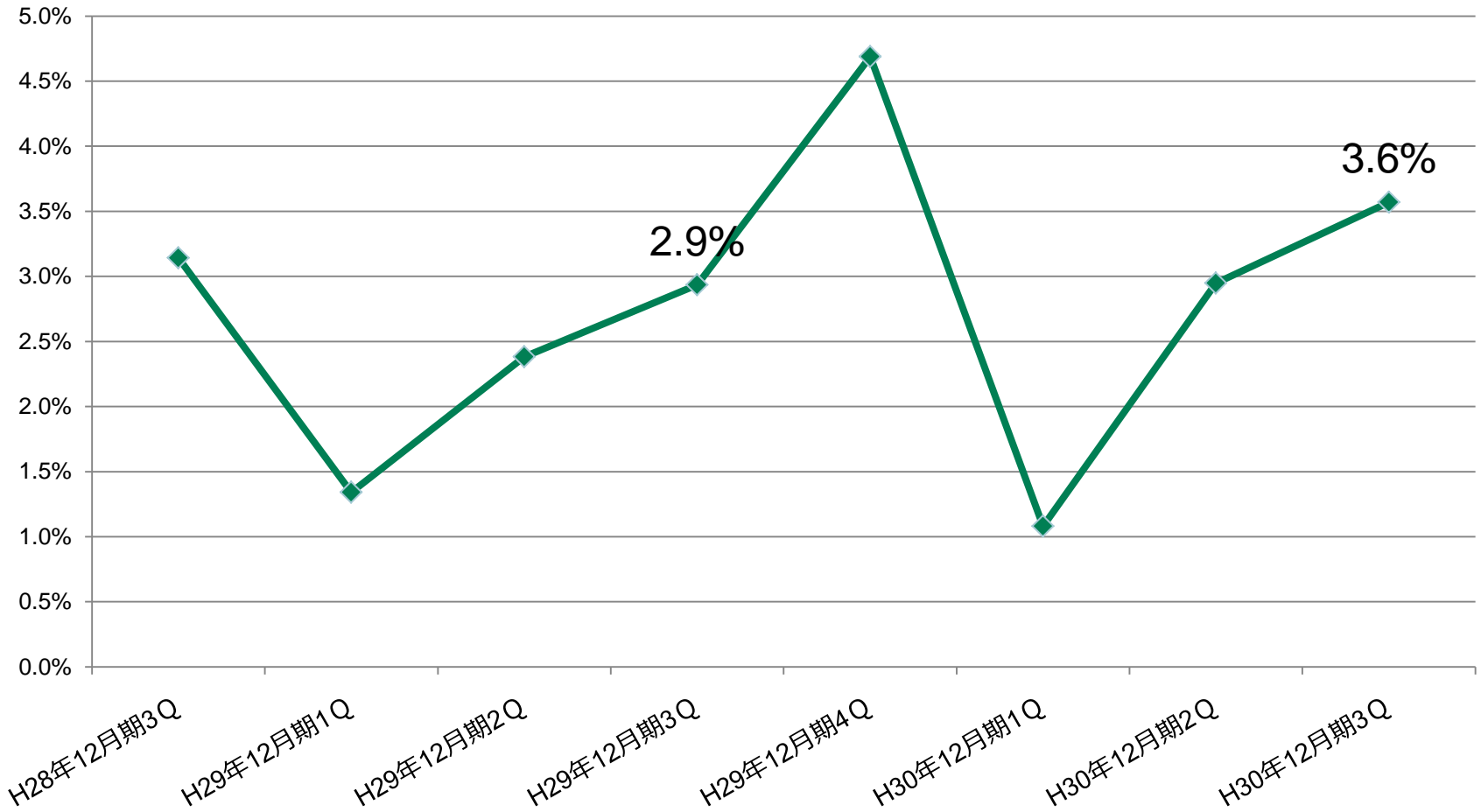
# 売上高・EBITDA・営業利益の推移

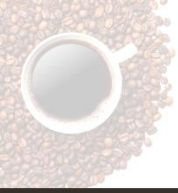
## 営業利益率、前年同四半期比3.5%減少





## 前年同四半期比0.7%上昇





# 2019-2021年度 中期経営計画

# 中期経営計画 基本方針

## ～構造変革と成長分野への投資～

“事業構造を変革”、“成長分野への投資”を行い、持続的な成長を図る。

### 【事業構造の変革】

#### ◆家庭用自社ブランド製品の見直し

自社販売からの撤退を行うことで、採算の改善を図り、その分のリソースを成長分野へ配分を行う。

### 【成長分野への投資】

#### ◆株式会社アートコーヒーの子会社化

成長分野である業務用市場の営業基盤を拡大。業務用市場においてコーヒー取扱量を大幅に増加、スケールメリットを活用し、競争優位を創出する。

#### ◆一杯抽出事業「KEURIG」の事業継承

米国で圧倒的なシェアを誇る一杯抽出事業「KEURIG」を事業継承。米国と同じくマルチブランド戦略を展開し、高付加価値・高成長・高収益の事業を創り上げ、「稼ぐ力」を向上。

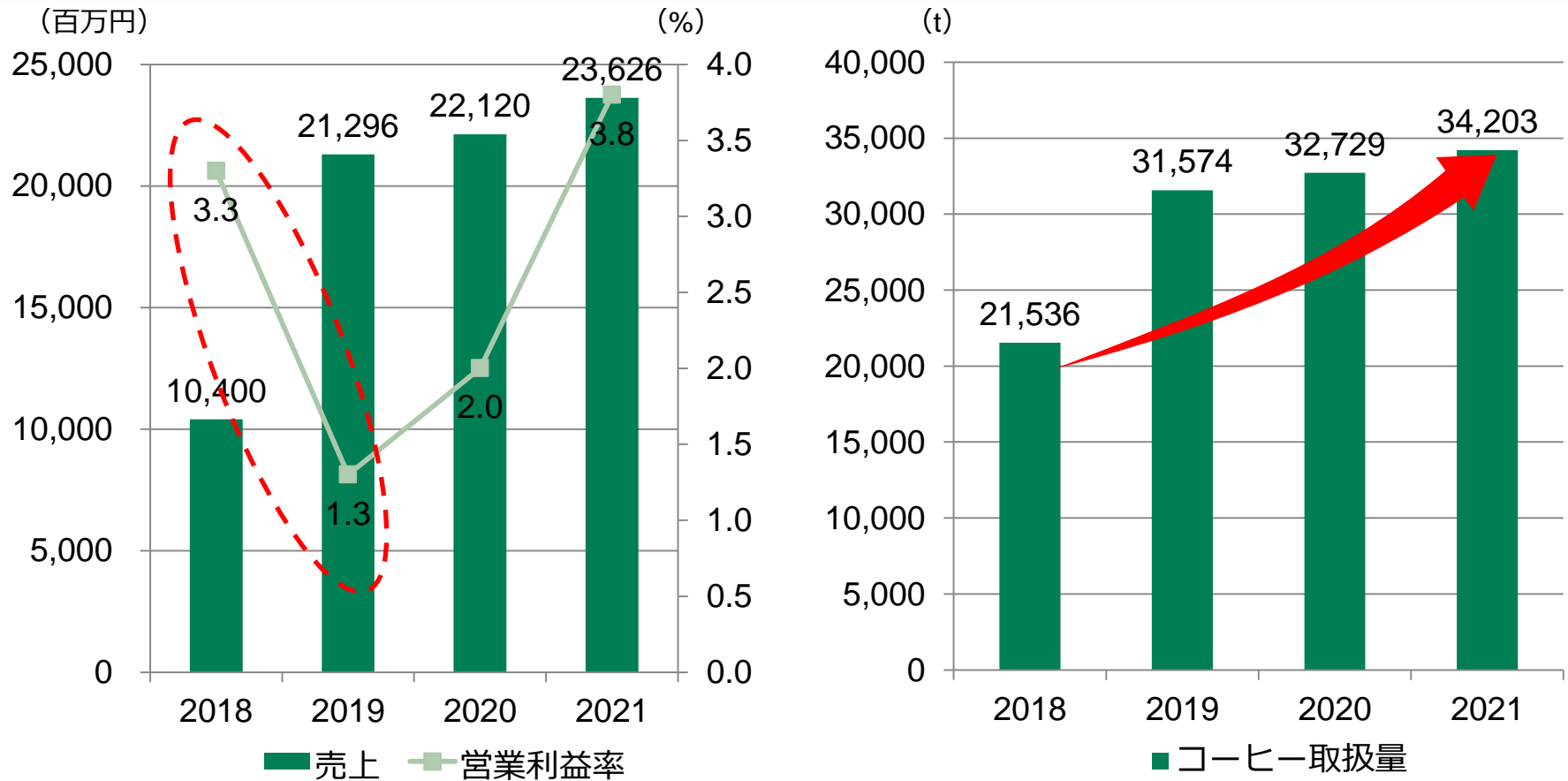


# 中期経営計画サマリー①

(百万円)

	2018年 着地見込 (単体)	2019年(連結)	2020年(連結)	2021年(連結)
コーヒー取扱量	21,536 t	31,574 t	32,729 t	34,203 t
売上高	10,400	21,296	22,120	23,626
売上原価	8,622	17,287	17,876	18,860
売上総利益	1,815	4,009	4,244	4,766
一般管理費	1,472	3,735	3,802	3,870
営業利益	343	274	442	896
営業利益率	3.3 %	1.3 %	2.0 %	3.8 %
E B I T D A	588	1,069	1,236	1,605

# 中期経営計画サマリー②



営業利益率について、2019年の減少はKEURIG事業の譲受とアートコーヒー子会社化によるのれんの償却、KEURIGの事業継承による初期投資が影響。

2020年以降は改善し、2021年度には2018年度を上回る見通し。

コーヒー取扱量は、アートコーヒー子会社化により、2021年に約1.3万t増加の見込み。



## 1 【業務用事業】スケールメリットの追求

既存取引先のカフェチェーンやオフィスコーヒーサービス企業などに加え、アートコーヒーの買収及び三菱商事との事業提携により、成長領域である業務用市場において、営業・生産両面でスケールメリットを追求。

## 2 【一杯抽出事業】マルチブランド戦略の展開

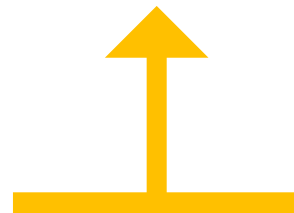
米国で圧倒的なシェアを獲得してきたキューリグ事業のマルチブランド戦略を日本においても展開。国産コーヒーカプセルと米国の最新モデルのマシンを市場に投入。高付加価値・高成長・高収益の事業セグメントでシェアを拡大。

# 成長戦略① 【業務用事業】スケールメリットの追求

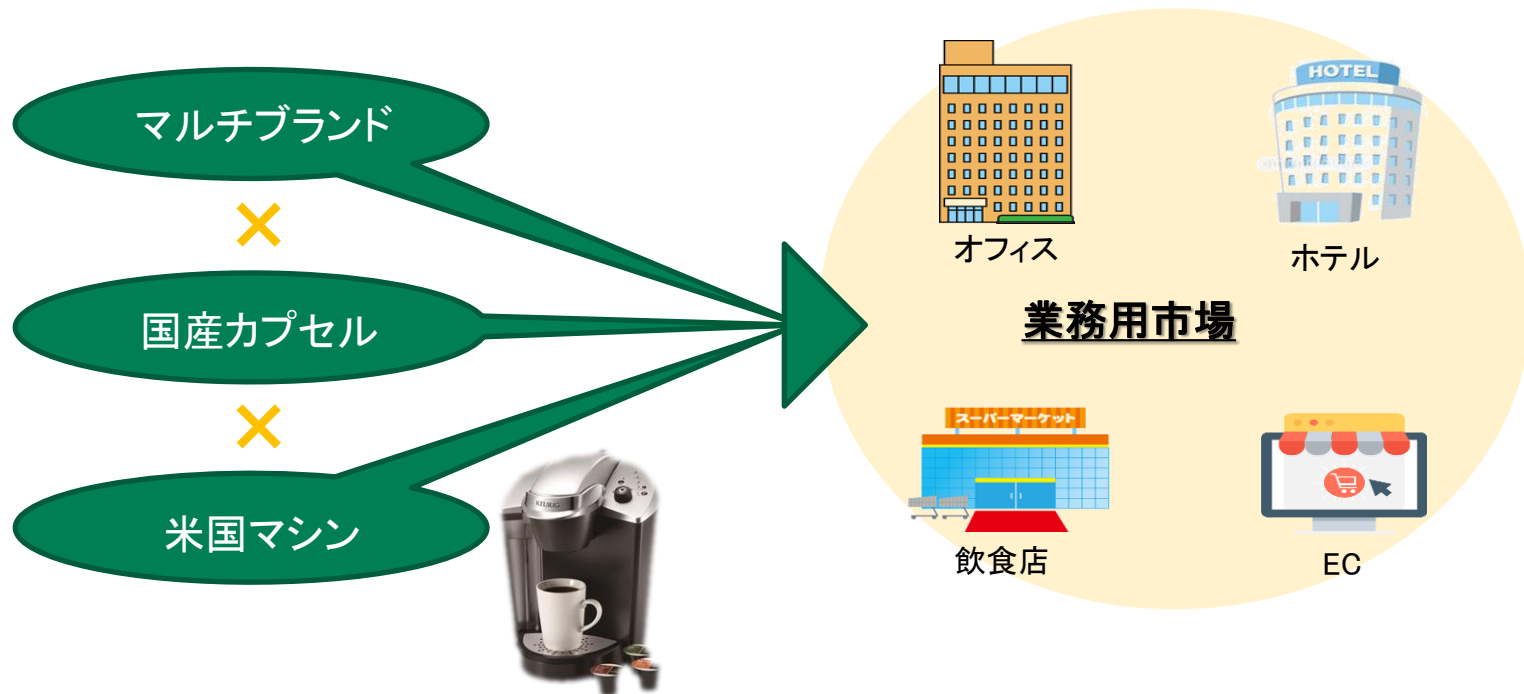
## 業務用市場においてスケールメリットを創造・追求



顧客基盤・営業網の拡充 × 生産能力の増強



# 成長戦略② 【一杯抽出事業】マルチブランド戦略



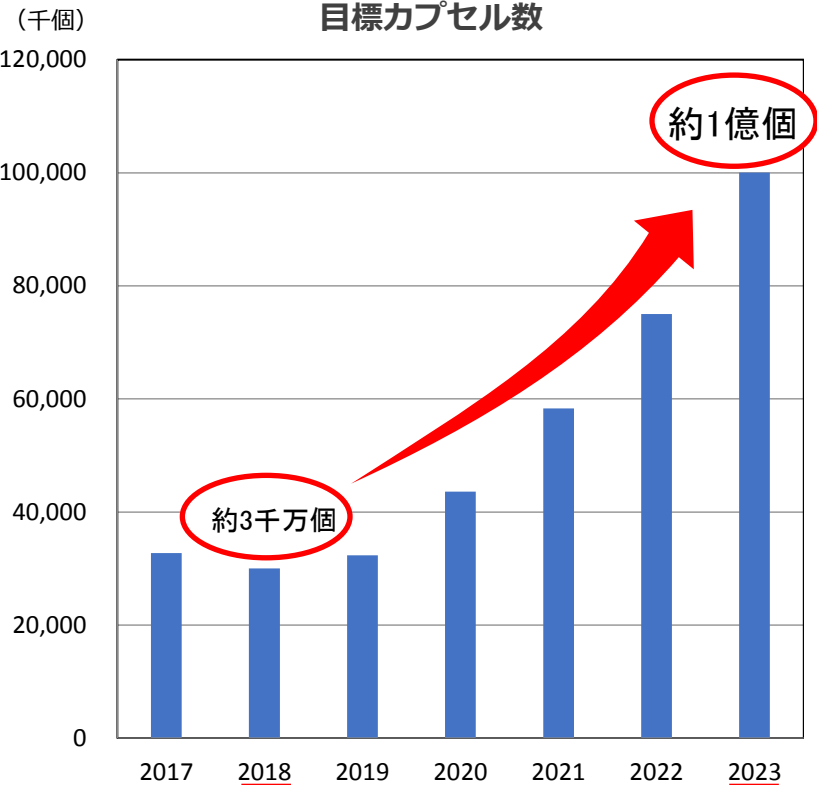
- マルチブランド → 多様なブランドパートナーと組むことで消費者の選択肢拡大
- 国産カプセル → 高品質で安全・安心な製品
- 米国マシン → 洗練されたビジュアル・先進性

これらを訴求し

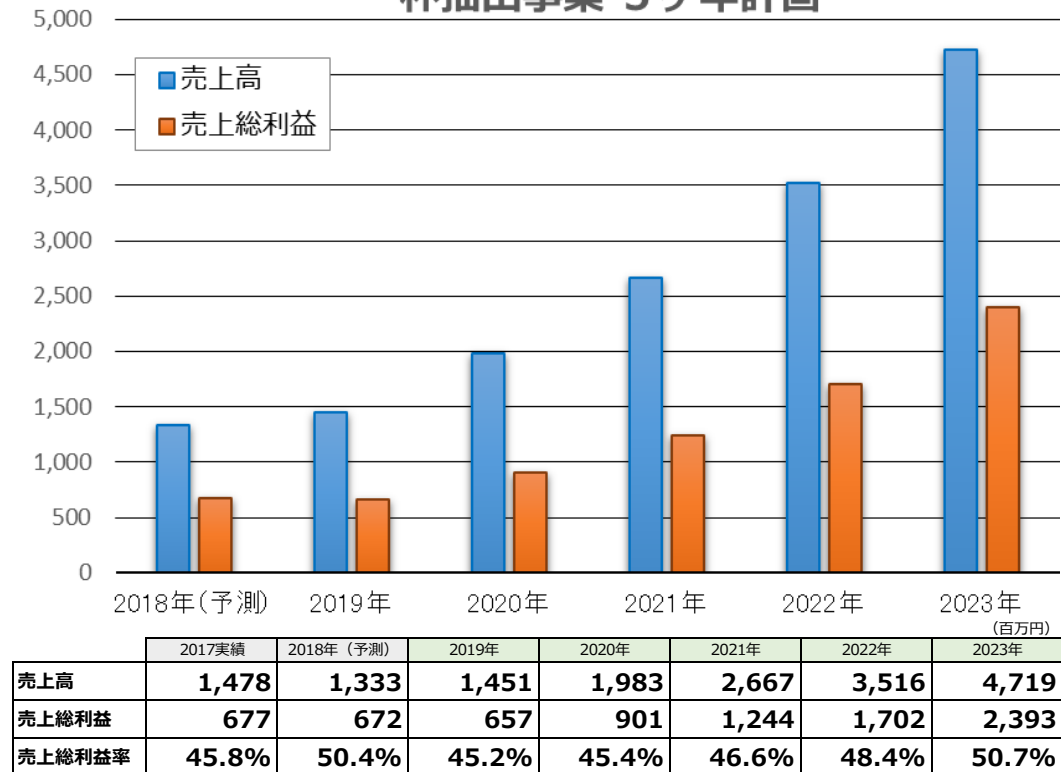
飲用機会、杯数の多いホテルやオフィスを主なターゲットに、業務用市場の攻略を仕掛ける。

# 成長戦略② 【一杯抽出事業】5ヶ年計画

目標カプセル数



一杯抽出事業 5ヶ年計画



## 【工業用事業】価格訴求力・価値訴求力の追求



価格訴求力、価値訴求力を磨きこむ



# 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。