

Euglena Group

2022年度第1四半期決算説明

株式会社ユーグレナ
東証プライム市場（証券コード：2931）

2022.05.13

【留意点】 当社は、2021年8月26日開催の臨時株主総会における承認決議により、決算期（事業年度の末日）を9月末から12月末に変更致しました。
その結果、2021年12月期（第17期）は経過期間として2020年10月から2021年12月までの15ヶ月間の決算期となります。

【免責事項】 本資料に記載されている予測、見通し、戦略およびその他歴史的事実ではないものは、当グループが資料作成時点で入手可能な情報を基としており、その情報の正確性を保証するものではありません。これらは経済環境、経営環境の変動などにより、予想と大きく異なる可能性があります。

2022年度第1四半期業績サマリー

2022年度第1四半期ハイライト*1

連結業績

- 売上高は108億円、前年同期比で2.8倍
 - 想定より若干ビハインドするも、通期予想（480億円）達成に向けて概ね計画通りの進捗
 - キューサイ連結寄与で、前年同期比は大幅増
 - 今期より大協肥糧（その他事業）が連結寄与
- 1Q調整後EBITDAは想定を上回る15.5億円を達成
 - 広告パフォーマンスの悪化傾向を踏まえ、広告投資を抑制
 - 助成金収入による季節要因および今後の広告投資拡大を踏まえ、通期予想（21億円）は据え置き

ヘルスケア事業

- 直販を中心に売上高が前四半期比で減少
 - 季節性のダイエット需要減退
 - 広告パフォーマンスの悪化
- 2Q以降、広告投資の拡大等により通期予想売上高の達成を目指す
 - オンライン/オフライン広告投資配分の見直し
 - LTV向上施策の強化
 - 新ブランド/新商品のローンチ

バイオ燃料事業

- 陸・海・空の各領域で、供給先が拡大かつ多様化
 - 陸：鉄道（軌道車への導入実証）
 - 海：フェリー（重油との混焼実証）
 - 空：ジェット機、航空測量機
- 商業プラント計画は順調に進捗

2022年度業績の進捗 - 売上高

2022年度1Q売上高

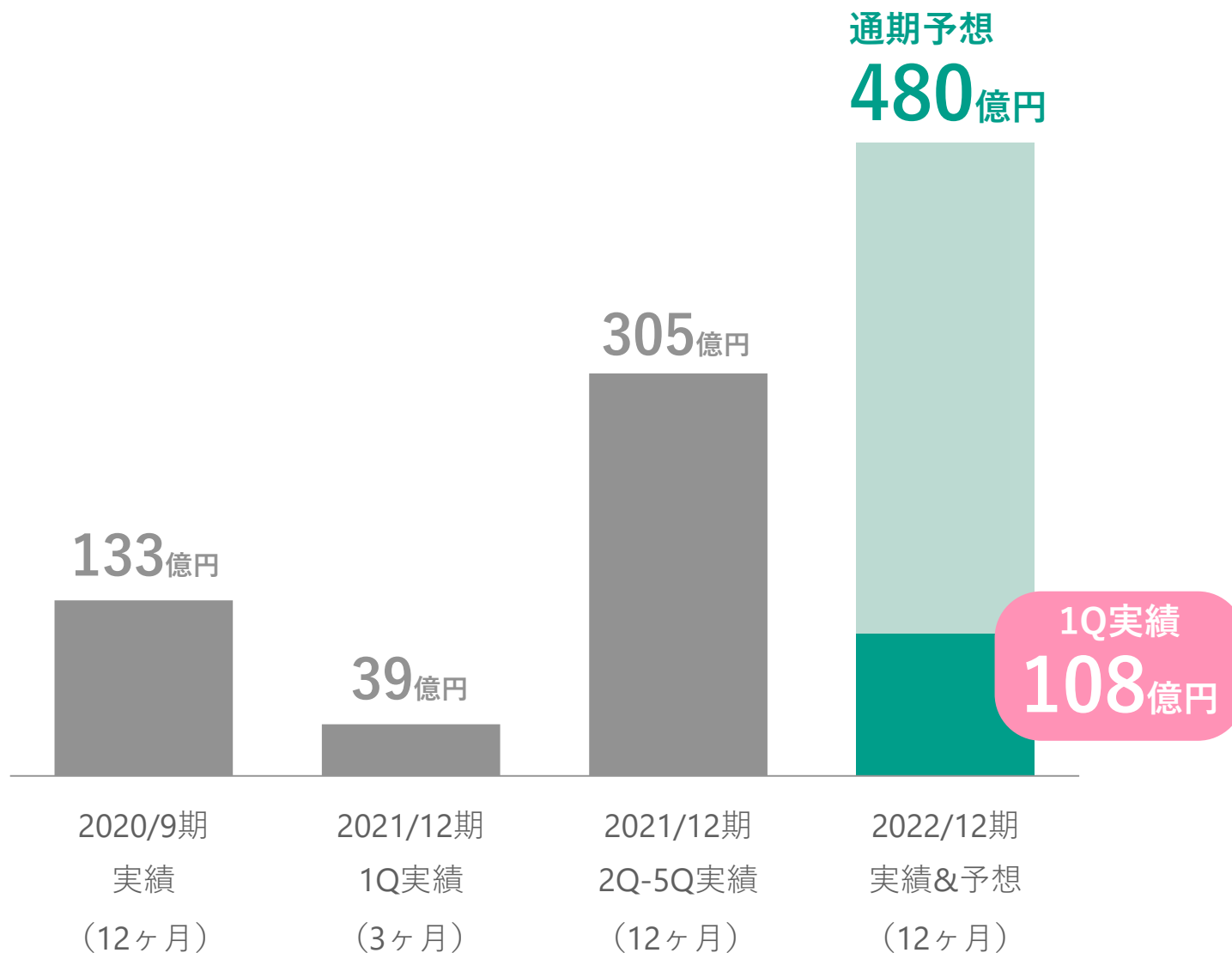
108億円

前年度1Q比

2.8倍

想定より若干ビハインドするも、
概ね計画範囲内の進捗

2Q以降の広告投資拡大で、
通期業績予想の達成を目指す



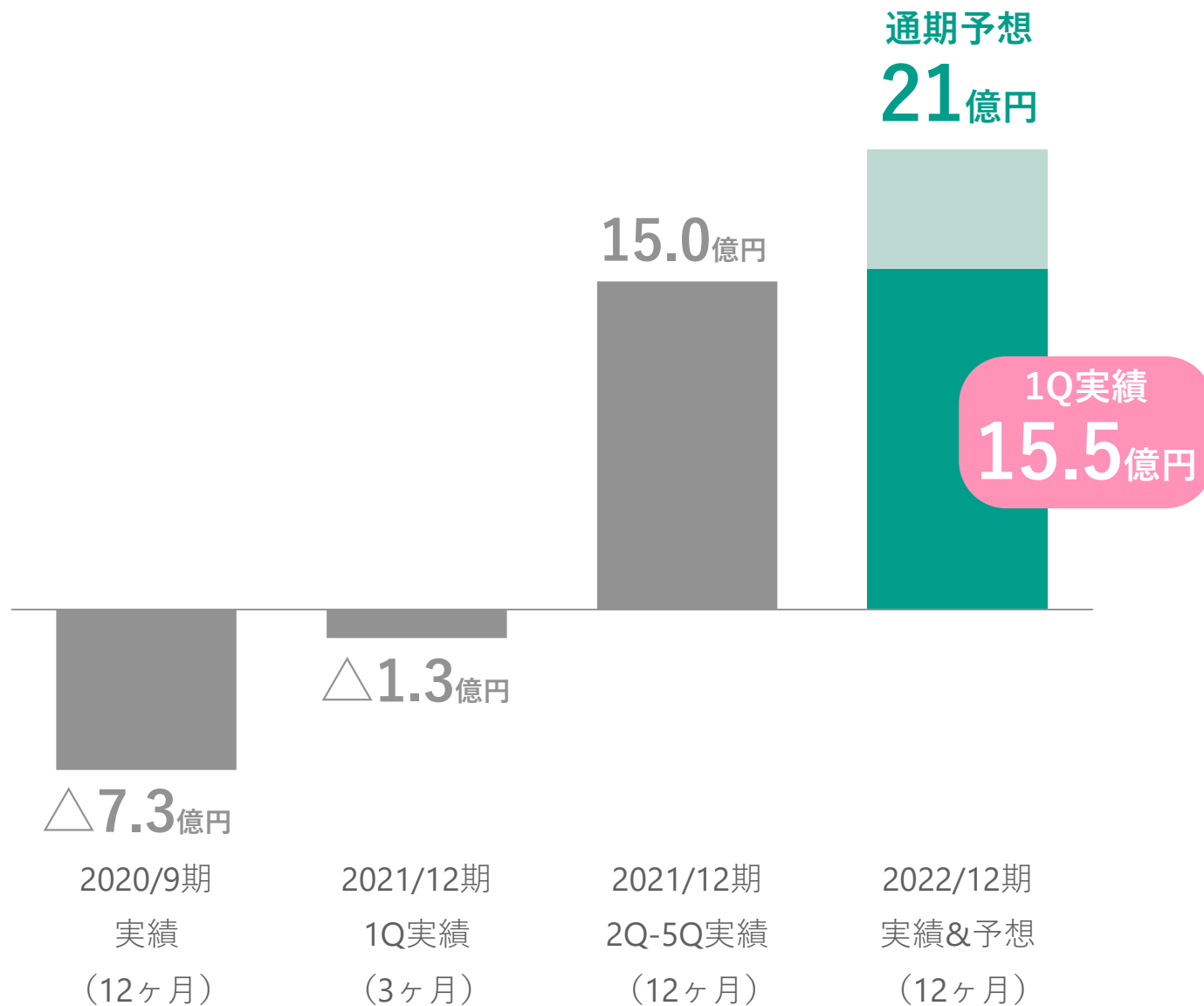
2022年度業績の進捗 - 調整後EBITDA

2022年度1Q
調整後EBITDA*1

15.5億円

下記要因から、
通期業績予想は据え置き

- 季節要因として助成金収入が3月に集中
- 2Q以降、広告投資を拡大方針



*1: 調整後EBITDAは当社独自の財務指標。計算式は、EBITDA(営業利益+のれん償却費及び減価償却費)+助成金収入+株式関連報酬+棚卸資産ステップアップ影響額

2022年度業績の進捗 - 決算サマリー

キューサイ連結寄与と
助成金収入増により、
調整後EBITDA/実質利益は
前年度1Q比で
大幅増

- 棚卸資産ステップアップの影響は継続
- 今期より適用された収益認識基準の影響は限定的*4

(単位：百万円)	2021年度実績		2022年度1Q実績（2022年1月-3月）*1			対前年同期比
	1Q（2020年10-12月）	2Q（2021年1-3月）	開示業績	棚卸資産S/U費用化影響*2	実質業績	
	①		②	③	④=②-③	
売上高	3,911	3,827	10,823	—	10,823	+6,912
売上原価	1,056	1,018	3,466	+783	2,683	+1,628
売上総利益	2,855	2,809	7,357	△783	8,139	+5,284
参考：売上総利益率	73%	73%	68%	—	75%	+2%
調整後EBITDA*3	△129	345	1,555	—	1,555	+1,684
営業損益	△366	△143	△727	△783	56	+421
参考：助成金収入	49	276	675	—	675	+627
経常損益	△306	179	82	△783	864	+1,171
親会社株主に帰属する当期純利益	△360	164	40	△453	493	+854

*1: 新収益認識基準適用後ベース

*2: 棚卸資産ステップアップ（S/U）はキューサイ連結子会社化に伴う会計処理であり、連結時点で棚卸資産を正味売却価額に評価替え（= 6,707百万円を含み益を計上）した上で、商品販売による棚卸資産の払い出しに伴って当該含み益が売上原価として費用化される（2021年12月期中に4,842百万円を費用化）。会計上の一過性の費用であり、キャッシュフローには影響しない。

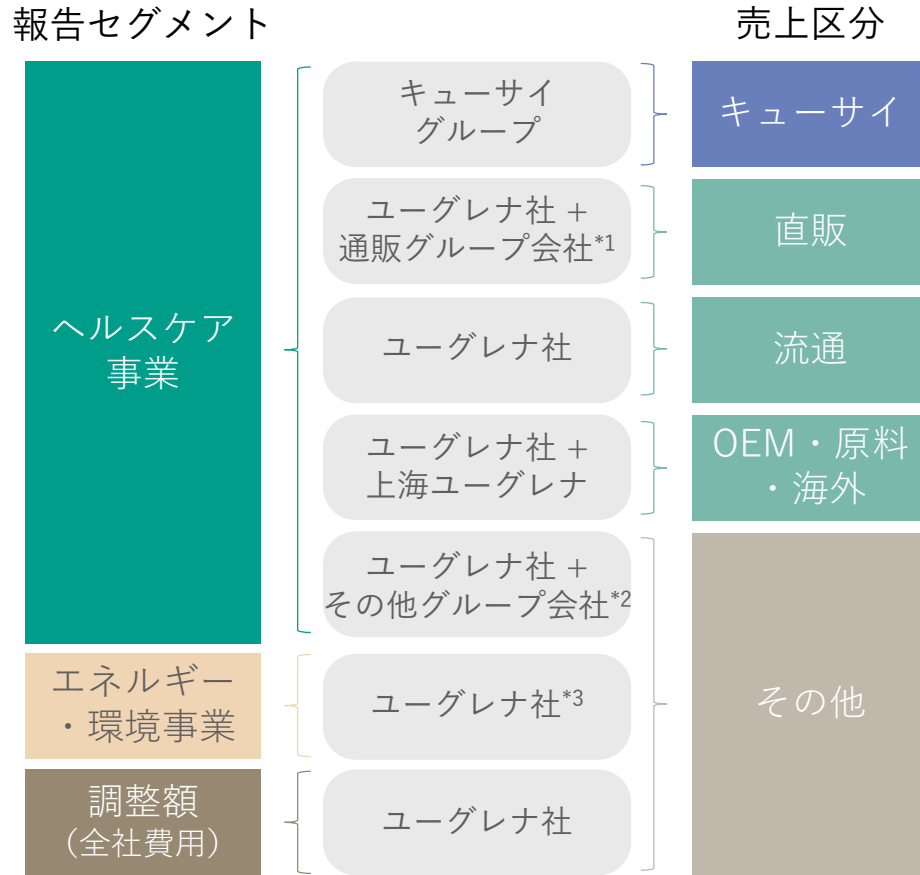
*3: 調整後EBITDAは当社独自の財務指標。計算式は、EBITDA(営業利益+のれん償却費及び減価償却費)+助成金収入+株式関連報酬+棚卸資産ステップアップ影響額

*4: 2022年度1Q実績への影響額は、売上高△34百万円、売上原価+62百万円、売上総利益△97百万円、営業利益及び経常利益が各々+26百万円

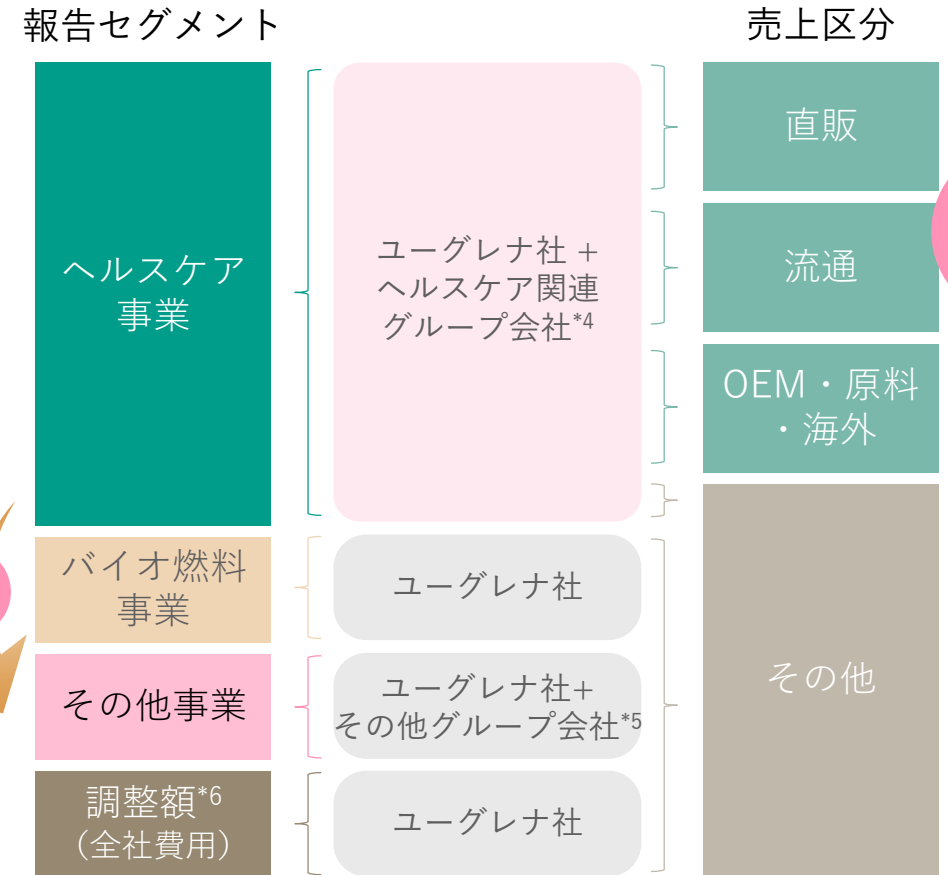
注: 上記は百万円未満を四捨五入して記載しているため、決算短信記載値（百万円未満を切り捨て）とは一致しない場合有り（他のページのチャート、テーブルの記載値も同様）

開示区分の変更 - 報告セグメントと売上区分の変更

従来セグメント/売上区分



新セグメント/売上区分



各社毎に売上高を分解

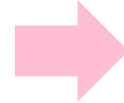
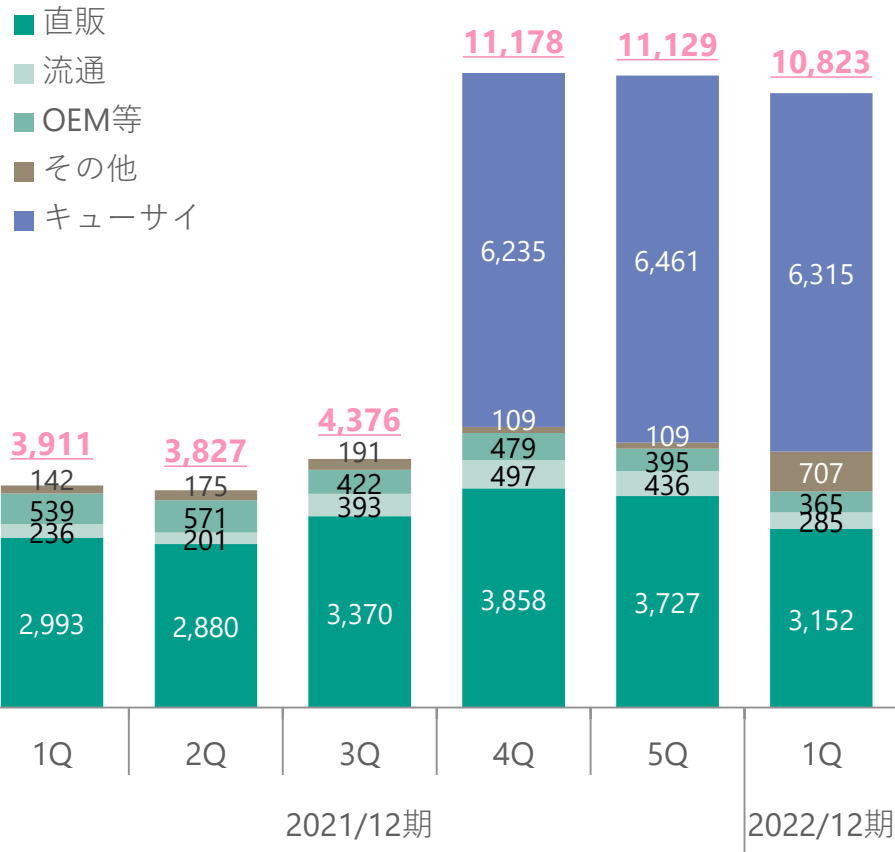
新設

*1: エポラ、MEJ、LIGUNA等
 *2: 八重山殖産、ソーシャルビジネス(含むグラミンユーグレナ)、バイオインフォマティクス(含むジーンクエスト)、竹富エビ養殖等
 *3: 先端技術研究を含む

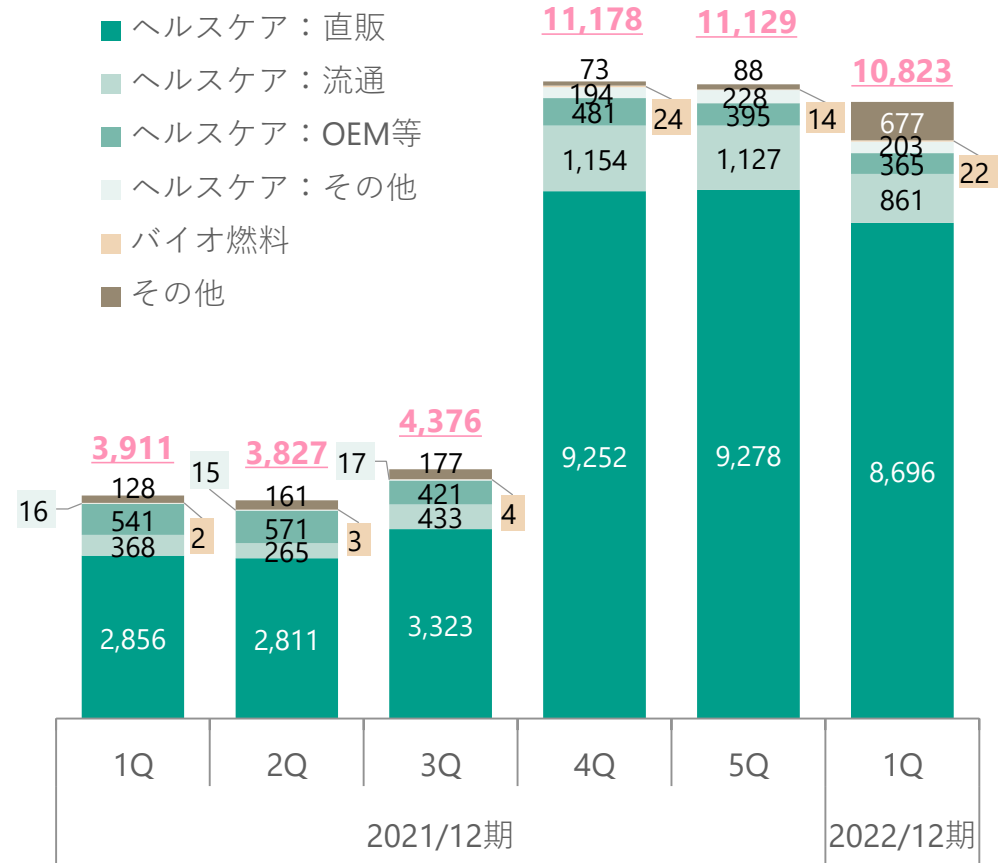
*4: キューサイグループ、エポラ、MEJ、LIGUNA、上海ユーグレナ、八重山殖産等
 *5: ソーシャルビジネス(含むグラミンユーグレナ)、バイオインフォマティクス(含むジーンクエスト)、アグリテック(含む大協肥糧、竹富エビ養殖)、先端技術研究(除くバイオ燃料関連研究)等
 *6: M&A案件実施時の付随費用を、各セグメント配賦から全社費用計上に変更

開示区分の変更 - ギャップ分析 (売上高)

従来売上区分



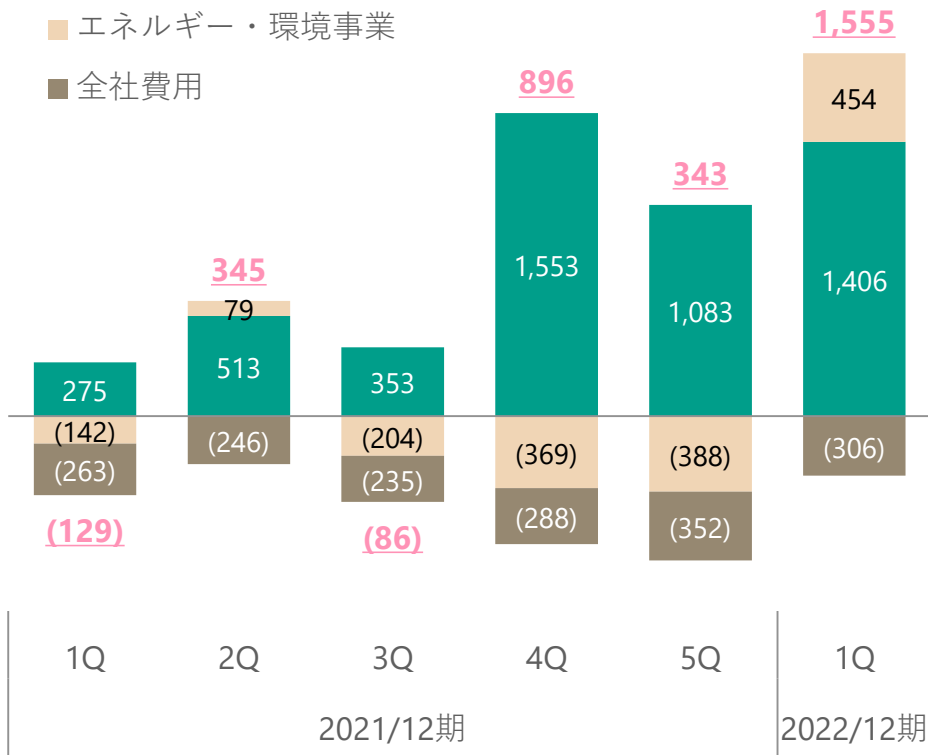
新売上区分



開示区分の変更 - ギャップ分析 (調整後EBITDA)

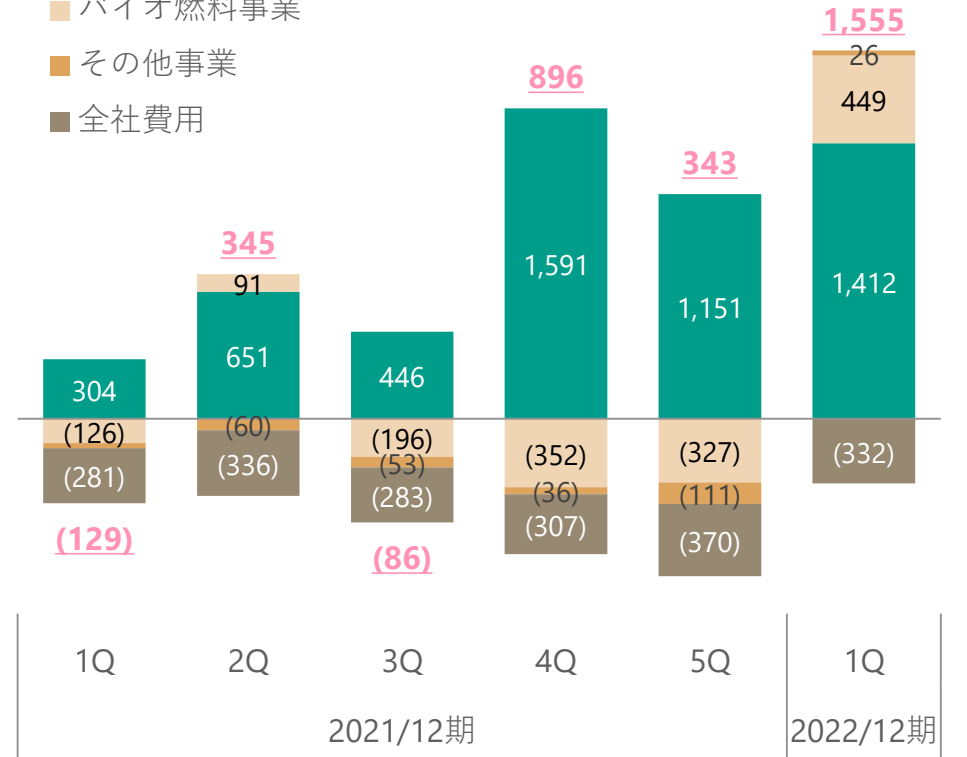
従来セグメント区分*1

- ヘルスケア事業
- エネルギー・環境事業
- 全社費用



新セグメント区分

- ヘルスケア事業
- バイオ燃料事業
- その他事業
- 全社費用



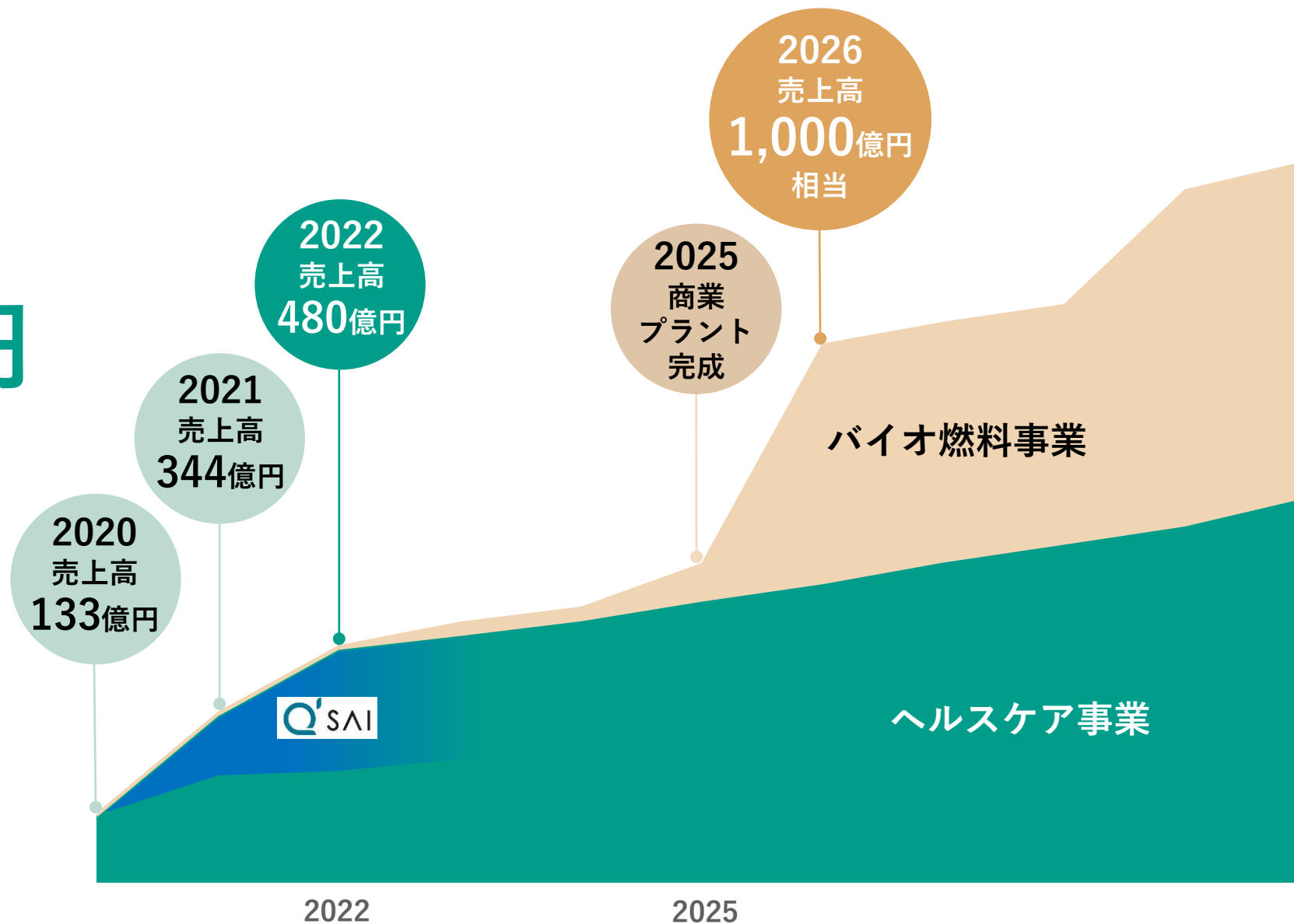
*1: 従来セグメント区分における大協肥糧の2022/12期1Q実績は「ヘルスケア事業」に加算
 注: 単位は百万円。2022/12期は新収益認識基準適用後ベース

中長期的な成長イメージ

2026年以降、
売上高

1,000億円

相当を目指す



ヘルスケア事業

業績トレンド - チャネル別売上高

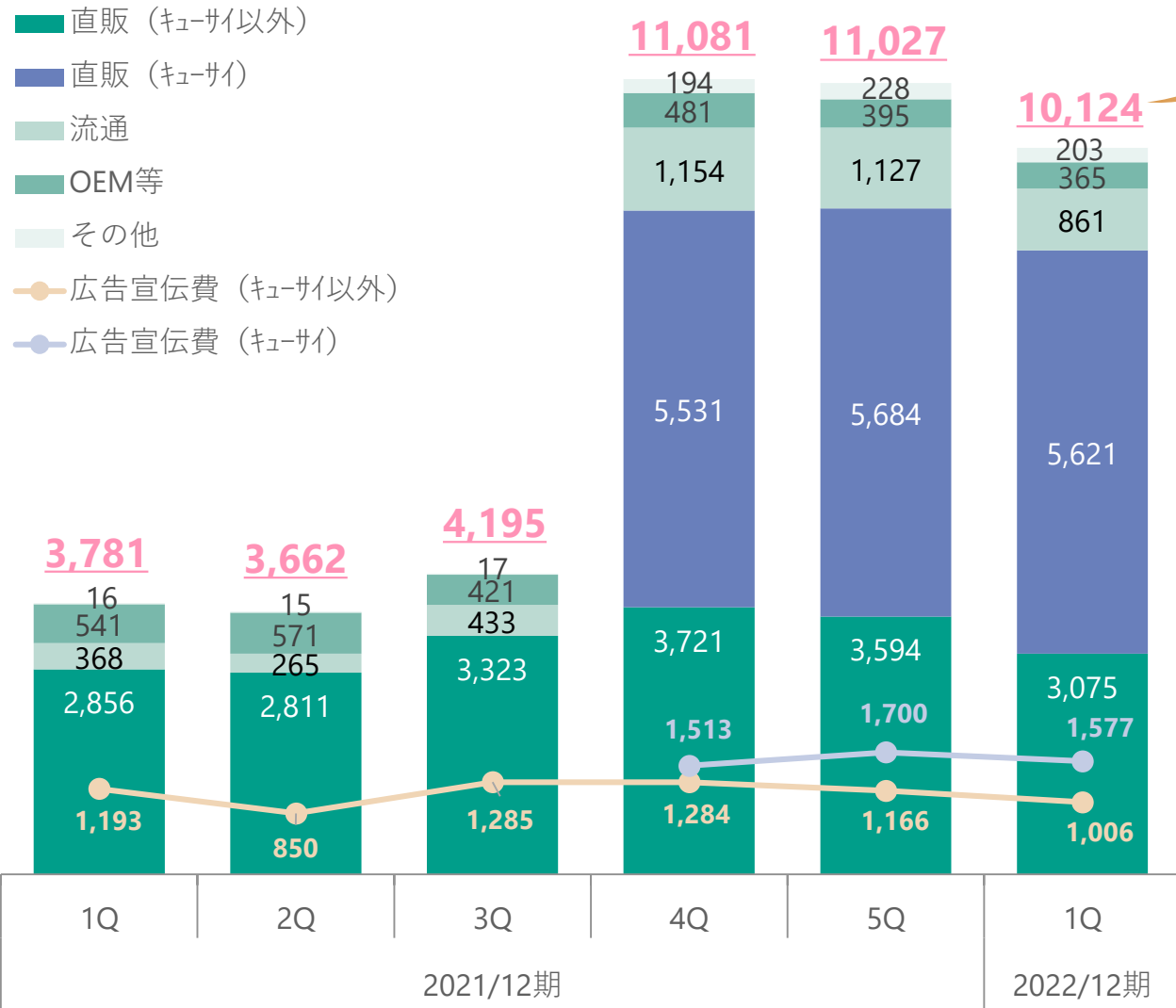
売上高は前四半期比で減少、
下記の対策で
2Qより再成長を目指す

売上高
減少
の背景

- 季節性のダイエット需要減退
- 広告パフォーマンスの悪化
 - オンライン広告単価の高騰
 - 広告クリエイティブの疲弊
 - 広告媒体審査の厳格化

2Q以降
の対策

- オンライン/オフライン広告投資配分の見直し
- LTV向上への取り組み強化
- 新ブランドのローンチ、既存ブランドのSKU拡充
- 広告PDCAサイクルの加速



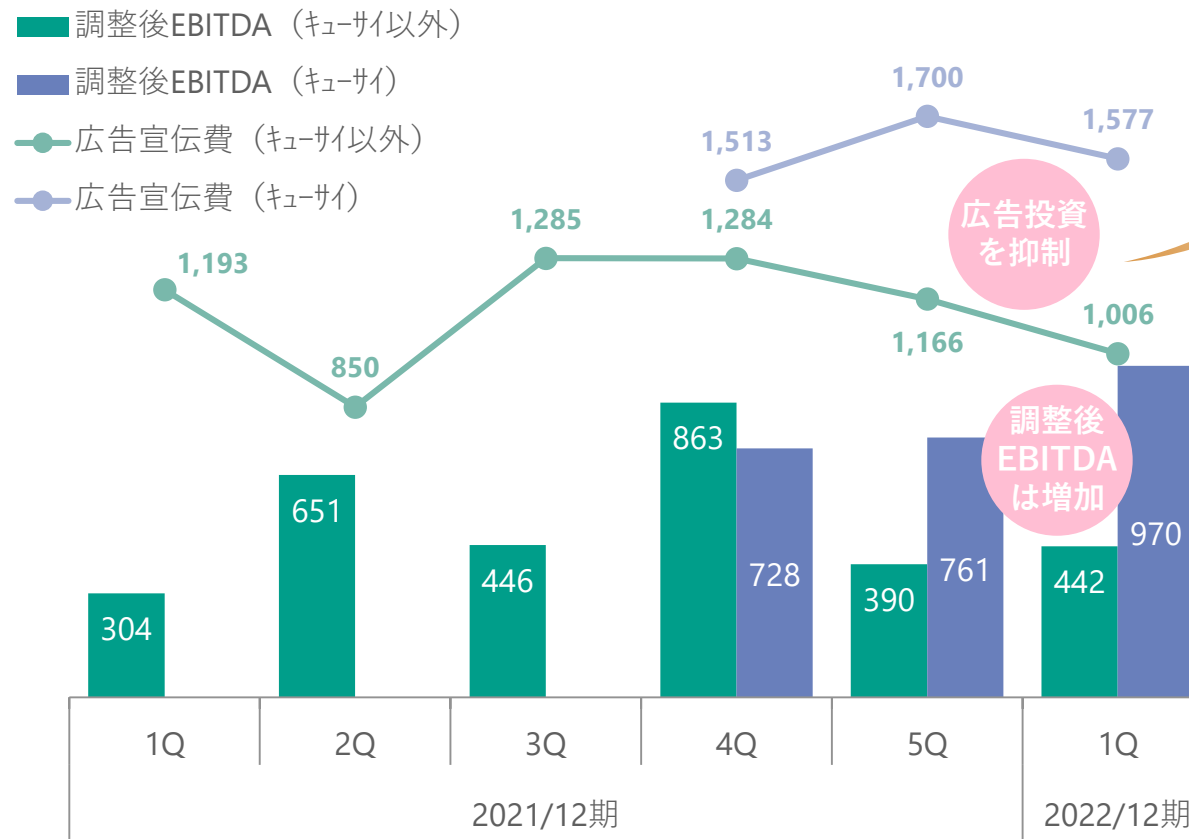
再成長を
目指す

2Q以降の方針 - 広告宣伝投資

広告パフォーマンスを踏まえ、
オフライン広告や高LTV商品に
投資配分をシフトしつつ、
投資総額を抑制した結果、
調整後EBITDAは増加

2Q以降も機動的に
投資配分をコントロール
しながら広告投資を拡大し、
ポートフォリオ全体の
売上成長を目指す

ヘルスケア事業の広告宣伝費/調整後EBITDA



ヘルスケア事業

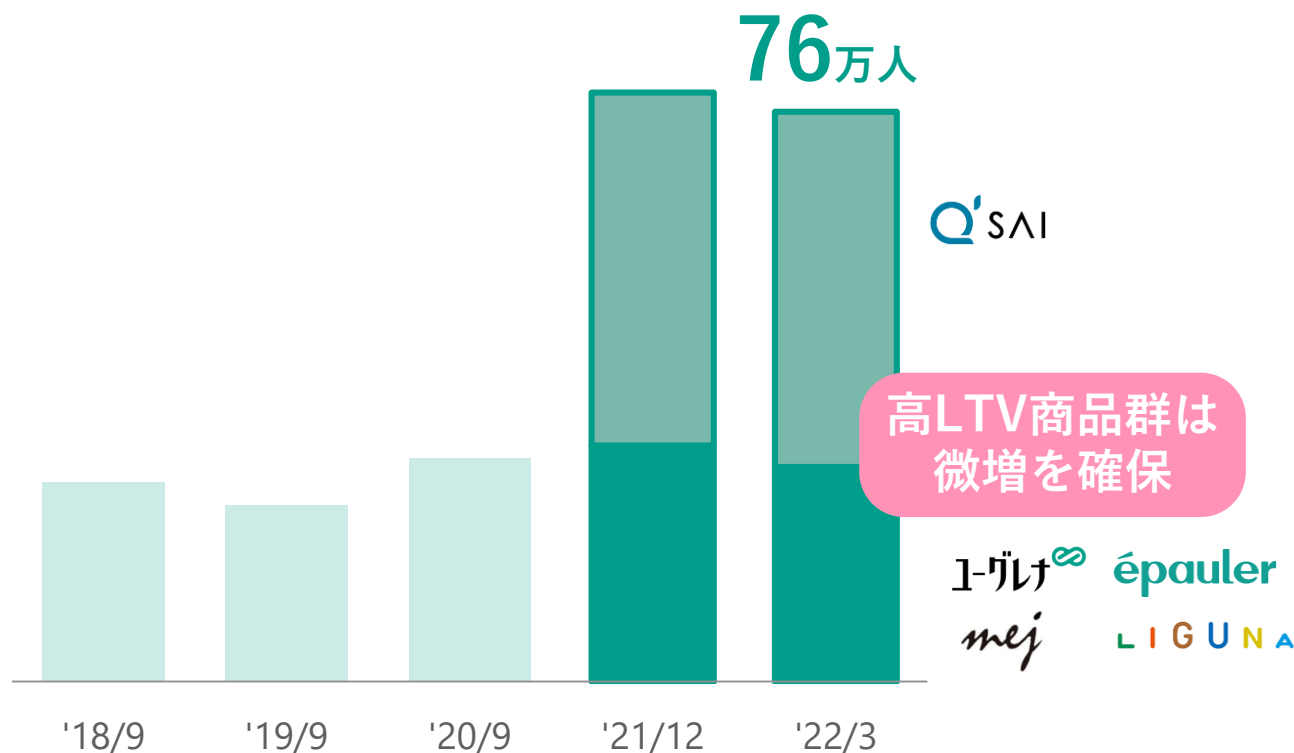
2Q以降の方針 - LTV向上

定期顧客数は前年末比で
微減となったが、
投資配分コントロールにより
高LTV商品群*1は微増を確保

下記施策により、
新規獲得だけに依存しない
売上成長基盤を構築

- 高LTV商品への継続投資
- 単品通販からブランド群育成へのシフト
- デジタル活用とデータ分析強化によるCRM強化

グループ直販定期購入者数推移



高LTV商品群は
微増を確保

2Q以降の方針 - ブランド群の拡大と強化

新ブランドのローンチと既存ブランドのSKU拡充で、成長投資の選択肢を拡大

先進的市場創出

食品



機能性
コーヒー

ラインアップ追加

illuminate



フェムテック事業

グループ参画

化粧品

細胞培養エキス美容液

1-グレタ



新ブランド
ローンチ

サステナビリティ



石垣島
ユーグレナ
10億個



ラインアップ追加

1-グレタ

1-グレタ



LIGUNA

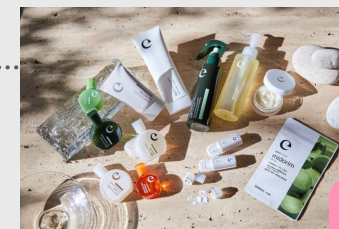
COSMOS認証
オーガニック化粧品



ウェルエイジング



Q'SAI



épauler

新ブランド
ローンチ



Q'SAI

ブランド群の拡大 - 新ブランドのローンチ

3つの個性的な新ブランドをローンチ

→通販チャネルだけでなく、バラエティショップや美容サロンなど流通チャネルでも同時展開

 “CONC”

1-グリテ[∞]



- 次世代エイジングケア美容の化粧品新ブランド
- 世界初のタマゴ由来細胞培養エキス「CELLAMENT®」の商品化支援を通じて誕生*1

 “Lavita ORGANICS” 1-グリテ[∞]



- サステナビリティにこだわったライフスタイルを提案する新ブランド
- オーガニックコスメの国際基準コスモスオーガニック認証も取得
- 独自の発酵美容成分、オーガニック精油、サステナブル調達原料を配合

 “epo”

épauler



- ”効く”ホリスティック・ヘルス&ビューティブランド
- 限りなく無添加を貫いた「シンプル処方」を追求
- 既存商品も刷新し、スキンケア、ヘアケア、インナーケア（フード）を網羅

*1: ユーグレナ社は、汎用大規模細胞培養を行うインテグリカルチャー社が2018年5月に実施した第三者割当増資に参加し、以降、同社のヘルスケア領域における事業化を支援。「CELLAMENT®（セラメント）」はインテグリカルチャー社の独自技術から生まれたタマゴ（鶏卵）由来の細胞培養エキスで、「鶏卵胚体外膜細胞順化培養液」を配合した化粧品として世界で初めてINCI（化粧品原料国際命名法）に新規登録

ブランド群の強化 - 既存ブランドの商品ラインアップ拡充

既存の主力ブランドでも商品ラインアップを拡充

→PR施策も強化しながら、マルチチャネルでの成長を目指す



“からだにユーグレナ”

1-グレ[∞]



“C COFFEE”

mej



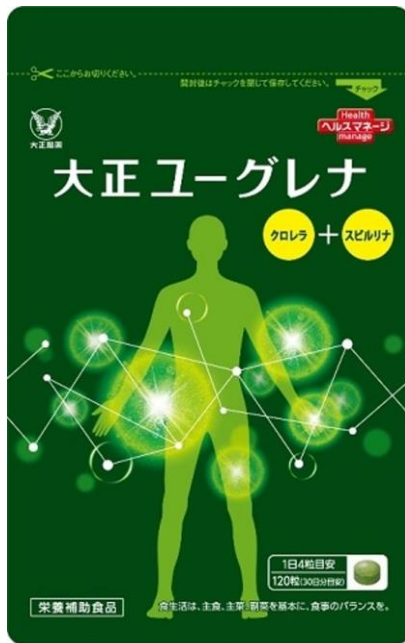
- 一つ星シェフ「sio」鳥羽周作氏が初監修した個性的な3アイテム*1を発売、2021年6月開始の「ユーグレナ あとはおいしくするだけプロジェクト」から初の商品化
- PRによる認知度向上施策として、2022年1月より「からだにユーグレナ サウナプロジェクト」を展開

- 「キャラメルオレ」と「ラテ」の新フレーバーを追加、2022年4月より新TVCMも開始し、ダイエット需要が高まる春夏シーズンに向けて、成長投資を拡大
- 第34回「ヒット商品賞・話題商品賞」*2で、ヒット商品賞（健康食品・サプリメント部門）の最優秀賞を受賞

その他の取り組み

大正製薬との新規OEM取引を開始、機能性研究も進捗

大正製薬向けOEM取引を開始



大正ユーグレナ

- 大正製薬初のユーグレナサプリメントをOEM供給
- 当社石垣島ユーグレナ、ヤエヤマクロレラ、スピルリナを配合し、計92種の栄養素が手軽に摂れるサプリメント
- 同社通販サイト「[大正製薬ダイレクト](#)」にて3月28日より発売

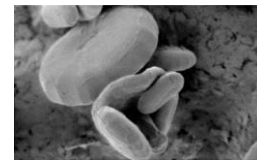
機能性研究



新開発の化粧品原料「ユーグレナエキスEX」が、**ヒトの真皮線維芽細胞、表皮角化細胞の増殖を促進し、老化した細胞を除去する**可能性を示す研究結果を確認
2022年2月3日



微細藻類ユーグレナが、急性心不全モデルマウスの**便秘症状を改善し、心機能を改善する**ことを示す研究結果を確認
2022年2月14日



微細藻類ユーグレナの特有成分であるパラミロン*1が、**ユーグレナの免疫調節機能**の主成分であることを示唆する研究成果を確認
2022年3月23日



微細藻類ユーグレナの抽出物の摂取によるマウスの**肺がんの増殖抑制**に、腸内細菌叢（そう）の変化が関与していることを確認
2022年4月21日



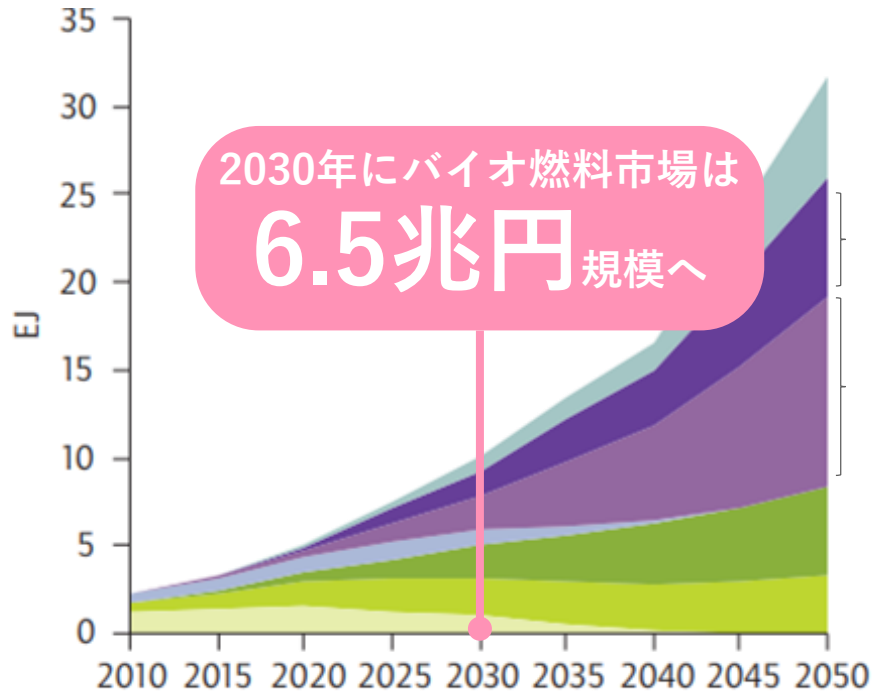
バイオ燃料事業

業界動向 - 国内外におけるバイオ燃料需要の顕在化

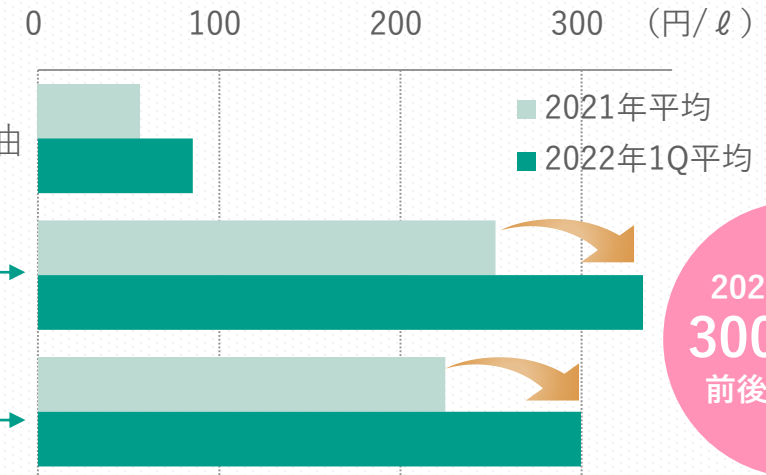
海外ではバイオ燃料価格が高騰、国内でもSAF導入の動きが顕在化

→バイオ燃料に対する需要は国内外で拡大、国内でのサプライチェーン整備は当社にも追い風

世界のバイオ燃料消費量の見込み (IEA)



海外市場価格 *1



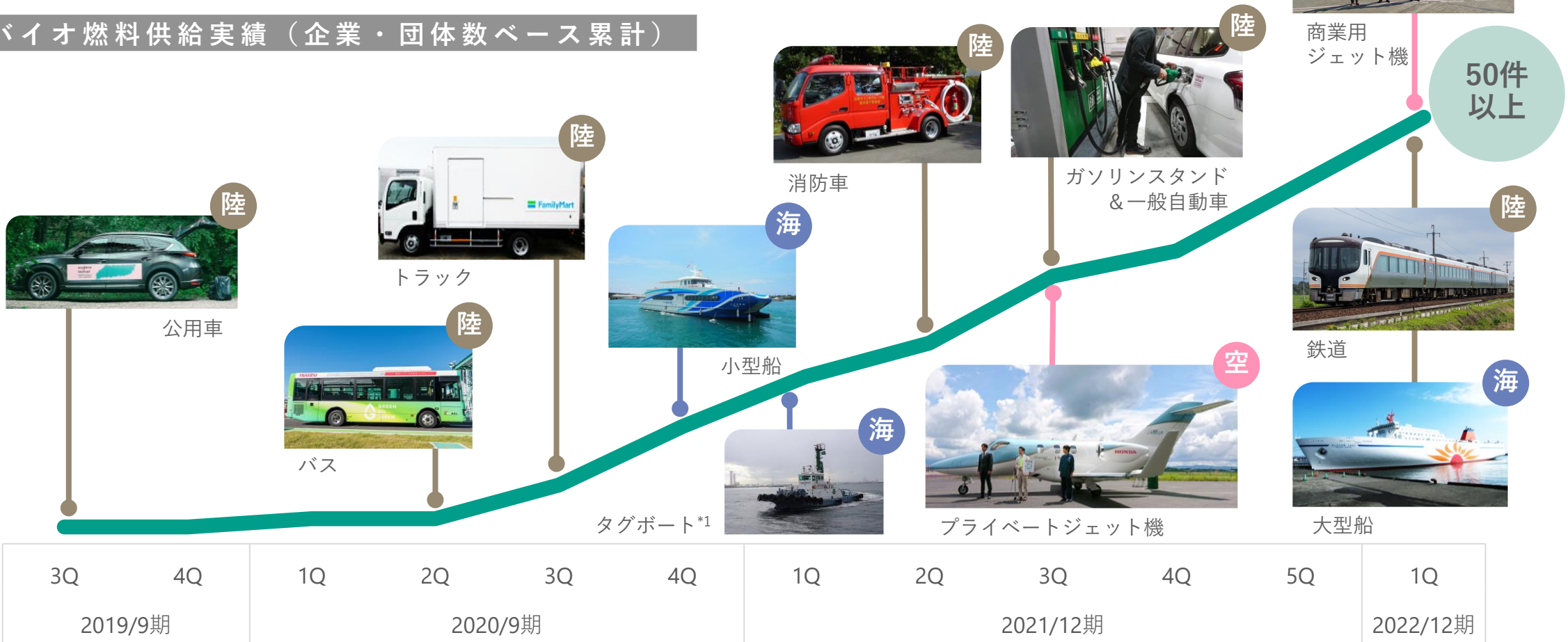
国内における動向

- 政府がSAFの輸入・供給体制づくりに着手、今秋にも中部国際空港に受入拠点を設立との報道
- 国内大手石油会社2社がバイオ燃料商業化に向けたプロジェクトを発表
- SAF導入促進に向けた官民協議会が発足

実証 - バイオ燃料供給先の拡大と多様化

陸・海・空の全領域でバイオ燃料供給先が拡大かつ多様化

バイオ燃料供給実績（企業・団体数ベース累計）



バイオ燃料事業

*1: 入出港する船舶の接離岸や水上構造物の作業をサポートする船のこと

実証 - 「空」における供給先の多様化

ジェット旅客機で初フライト、航空測量業界でも導入開始

→商業利用に向けたフライト実績の増加

空 定期旅客運送エアライン初



フジドリームエアラインズの
ジェット旅客機で初フライト
2022年3月

空 航空測量業界初



アジア航測の双発機で
航空測量業界初フライト
2022年3月

実証 - 「陸」における供給先の多様化

鉄道車両による次世代バイオディーゼル燃料の導入実証を開始

→導入先の業態や形態も更に多様化

陸 鉄道車両



JR東海と鉄道車両による
実用性検証試験を開始
2022年1月

陸 トラック



商船三井ロジスティクス
グループのトラックへ導入
2022年3月

陸 スーパー耐久レース



2022年のシリーズ全戦で
マツダ車両へ供給予定
2022年3月

陸 鉄道建設工事初



鉄道・運輸機構（JRTT）と
電車線工事車両に導入
2022年3月

実証 - 「海」における供給先の多様化

次世代バイオディーゼル燃料の導入先が、A重油を使用する大型船に拡大

→A重油との混焼による利用実証を実施

海 大型フェリー初



商船三井の大型フェリーで
実証試験航海を実施
2022年3月

海 内航船*1への活用可能性



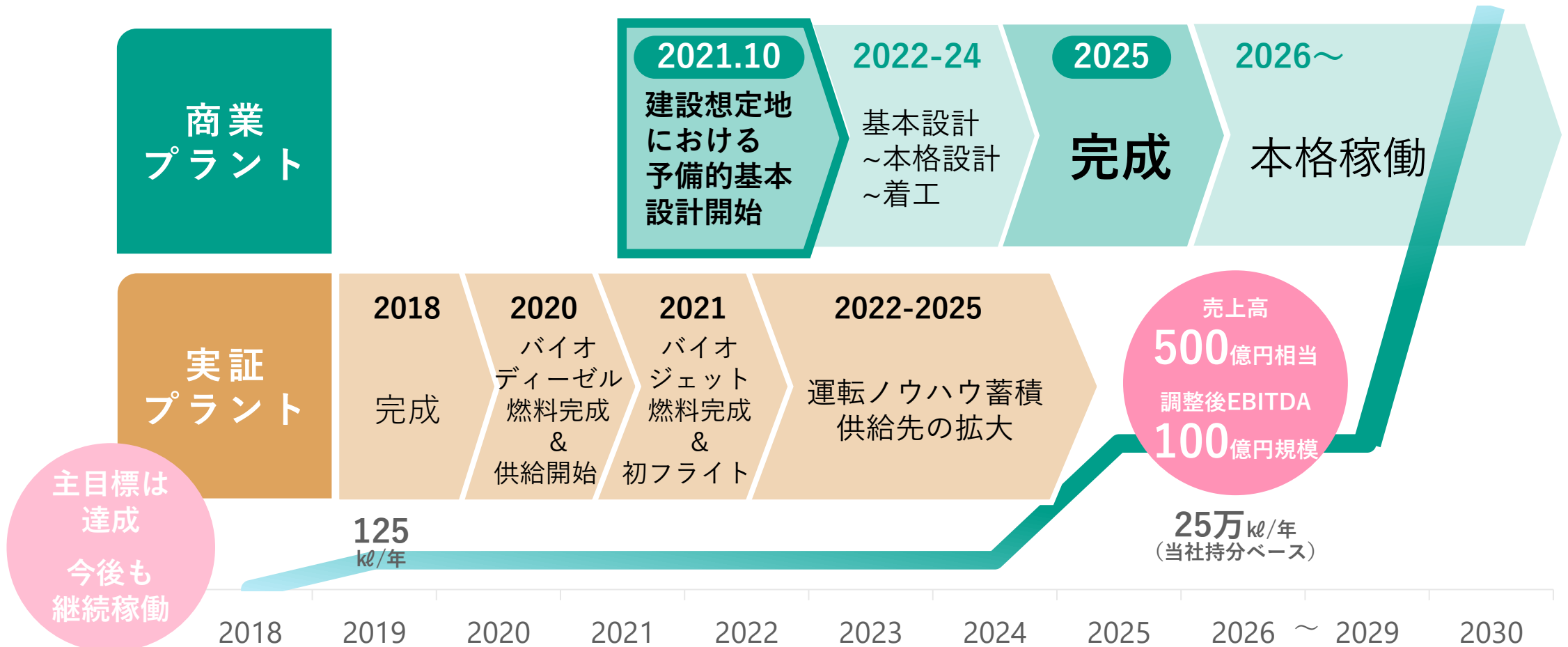
鉄道・運輸機構（JRTT）と
技術調査を実施
2022年3月

商業化 -進捗と計画

商業化実現に向けて、予備的基本設計が順調に進捗

→収益ポテンシャルは売上高500億円相当・調整後EBITDA 100億円規模*1

バイオ燃料事業



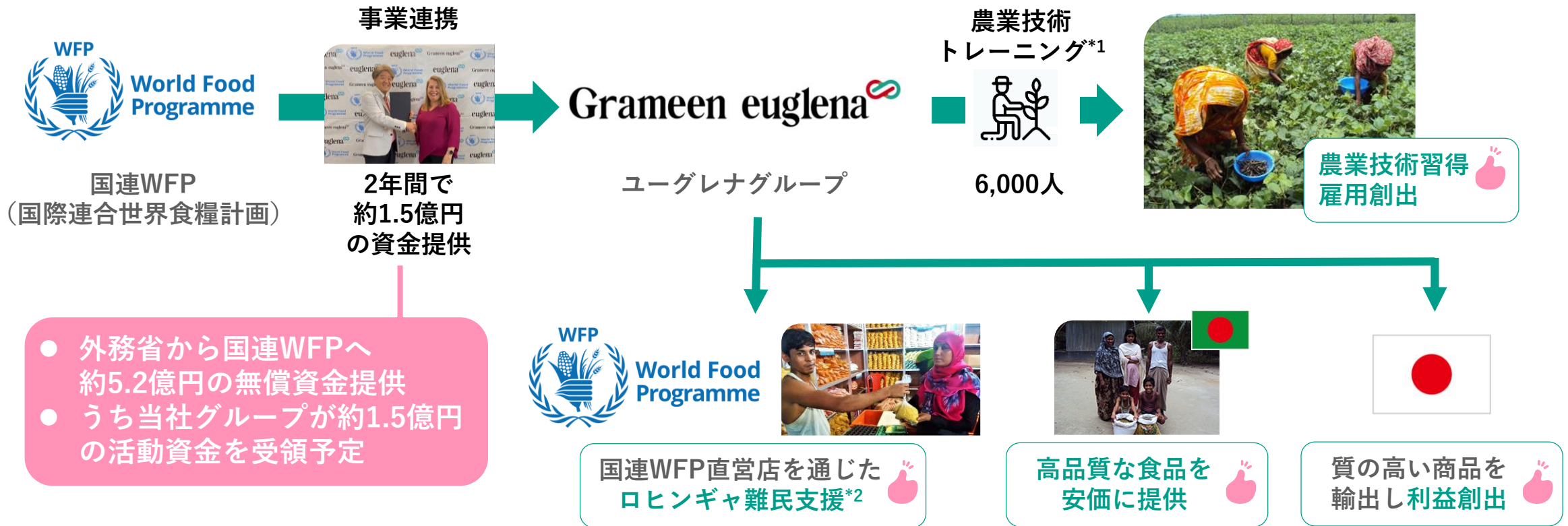
その他事業、コーポレート

ソーシャルビジネス - 国連WFPとの事業連携

国連WFPと、2019年に続き2回目となる事業連携協定を締結

→バングラデシュ農家の所得向上支援とロヒンギャ難民への食料支援を更に加速

農業支援を通じたソーシャルビジネスの枠組み



*1: グラミンユーグレナは、契約農家の能力向上に国連WFPの協力を得ています

*2: 緑豆は国連WFPの契約業者ネットワークを通じて難民に提供されます

注: 本資料は国連WFPが当社製品・サービスの推奨を示すものではありません

サステナビリティに関する取り組み

サステナビリティHPの拡充とTCFD*1への対応を実施、3代目CFOの募集を開始

サステナビリティHPの拡充



ユーグレナ・フィロソフィー
「Sustainability First」に込めた
当社の考え方や、事業を通じた
サステナブルな取組の開示を拡充

TCFD*1への対応



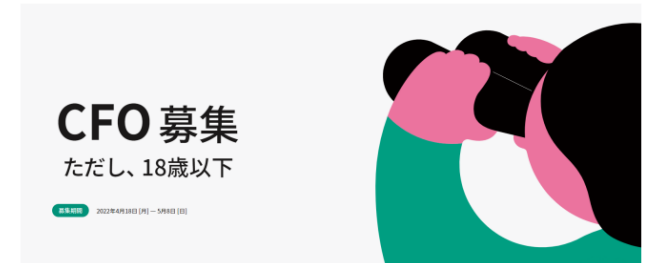
ヘルスケア事業の気候変動に関する主要なリスク・機会

リスク

気候関連の事象と発生度	想定されるリスクと影響度
カーボンフットプリントの導入	<ul style="list-style-type: none"> CO2排出量削減に向けた設備投資コストの増加 重油・ガス・電気など原材料コストの増加 物流・配送コストの増加
プラスチックの規制強化	<ul style="list-style-type: none"> バイオプラ対応や替り素材への対応コストの増加
情報開示の規制強化	<ul style="list-style-type: none"> 開示要件・規制強化による負担の増大
省エネルギー政策の強化	<ul style="list-style-type: none"> エネルギー効率改善に向けた設備投資コストの発生・増加
生物多様性に関する規制強化	<ul style="list-style-type: none"> 排出・排水規制強化に伴う設備投資コストの増加
異常気象の激化	<ul style="list-style-type: none"> 生産・製造工場や卸工場製造委託先等の設備損傷・稼働停止による売上減少・打撃費増加 物流経路の配送停止による売上減少
海面上昇	<ul style="list-style-type: none"> 生産・製造工場の設備設備等の被害額の増加

TCFD フレームワークに基づき、
気候変動が事業に及ぼすリスク・
機会の影響を評価

3代目CFOの募集



2代目CFO 川崎レナ(16)



当社とともに未来を創っていく CFO
(Chief Future Officer：最高未来責任者)
および CFO と共に活動するフューチャー
サミットメンバーを募集開始

補足資料

会社概要



いきる、たのしむ、サステナブル。

補足資料

創業	2005年8月9日
本店	東京都港区芝5-29-11
資本金	139億502万円（2022年3月末時点）
社員数*1	833名（連結）（2021年12月末時点）
グループ会社	完全子会社9社、キューサイ・グループ5社 海外合弁会社2社（上海、ダッカ）（2021年12月末時点）
フィロソフィー	Sustainability First（サステナビリティ・ファースト）
パーパス	人と地球を健康にする
上場市場	東京証券取引所プライム市場
証券コード	2931
株主数	122,429名（2021年12月末時点）



*1: 従業員数：役員、契約社員、アルバイト、派遣を除く

業績推移サマリー - 連結損益計算書

(百万円)	2021/12期								2022/12期						
	1Q	2Q	3Q	4Q (開示 数値)	4Q (棚卸資産 S/U除く)	5Q (開示 数値)	5Q (棚卸資産 S/U除く)	合計 (開示 数値)	合計 (棚卸資産 S/U除く)	うち ユーグレナ	うち キューサイ	1Q合計 (開示 数値)	1Q合計 (棚卸資産 S/U除く)	うち ユーグレナ	うち キューサイ
売上高* ¹	3,911	3,827	4,376	11,178	11,178	11,129	11,129	34,420	34,420	21,724	12,697	10,823	10,823	4,508	6,315
直販	2,856	2,811	3,323	9,252	-	9,278	-	27,521	-	16,305	11,216	8,696	-	3,075	5,621
流通	368	265	433	1,154	-	1,127	-	3,347	-	2,249	1,098	861	-	353	508
OEM・原料・海外	541	571	421	481	-	395	-	2,408	-	2,408	0	365	-	365	0
その他	146	179	199	291	-	329	-	1,144	-	750	393	901	-	716	186
売上原価	1,056	1,018	1,107	5,109	2,379	4,662	2,550	12,951	8,109	5,661	2,447	3,466	2,683	1,362	1,321
売上総利益	2,855	2,809	3,270	6,069	8,800	6,466	8,578	21,469	26,312	16,062	10,249	7,357	8,139	3,146	4,993
売上総利益率	73%	73%	75%	54%	79%	58%	77%	62%	76%	74%	81%	68%	75%	70%	79%
(内 ヘルシア事業* ¹)	75%	75%	76%	54%	79%	58%	77%	63%	77%	75%	81%	71%	79%	78%	79%
販売費 及び 一般 管理費	3,221	2,952	3,605	9,188	9,188	9,068	9,068	28,035	28,035	18,119	9,916	8,084	8,084	3,480	4,604
販売費	2,116	1,754	2,238	5,554	-	5,803	-	17,465	-	10,680	6,785	5,201	5,201	1,981	3,220
(内 広告宣伝費)	1,193	850	1,285	2,798	-	2,866	-	8,992	-	5,778	3,214	2,583	2,583	1,006	1,577
人件費	459	480	538	1,641	-	1,282	-	4,401	-	3,102	1,299	1,110	1,110	600	509
管理費	418	502	540	1,521	-	1,436	-	4,416	-	2,695	1,721	1,417	1,417	556	861
研究開発費	228	215	290	472	-	548	-	1,753	-	1,641	111	355	355	342	13
営業利益	-366	-143	-335	-3,119	-389	-2,602	-490	-6,565	-1,723	-2,057	334	-727	56	-334	390
調整後EBITDA ^{*2}	-129	345	-86	896	896	343	343	1,369	1,369	-121	1,489	1,555	1,555	585	970
営業外損益	59	322	23	-97	-97	-96	-96	211	211	474	-263	809	809	944	-135
(内 助成金収入)	49	276	5	4	4	1	1	334	334	332	3	675	675	673	2
経常利益	-306	179	-313	-3,216	-486	-2,698	-586	-6,354	-1,512	-1,583	71	82	864	610	255
特別損益	-0	12	170	-539	-539	-26	-26	-383	-383	79	-462	2	2	2	0
親会社株主に帰属する当期純利益	-360	164	-101	-2,134	-871	-2,608	-1,125	-5,039	-2,293	na	na	40	493	na	na
【参考指標】															
減価償却費 ^{*3}	139	153	178	610	-	587	-	1,667	-	805	862	581	-	148	433
(内 M&A関連)	19	19	49	356	-	355	-	798	-	174	624	355	-	43	312
のれん償却額	38	47	45	196	-	196	-	521	-	230	291	203	-	57	145
棚卸資産ステップアップ費用	-	-	-	2,730	-	2,112	-	4,842	-	-	-	783	-	-	-

*1: 新セグメント/新売上区分ベース

*2: 調整後EBITDAは当社独自の財務指標。計算式は、EBITDA(営業利益+のれん償却費及び減価償却費) + 助成金収入 + 株式関連報酬 + 棚卸資産ステップアップ影響額

*3: 調整後EBITDAの算出に使用した金額であり、連結キャッシュ・フロー計算書の数値とは異なる

業績推移サマリー - 連結貸借対照表

キューサイ
連結化

キューサイ
PPA*1反映

(百万円)	2019/9末	2020/9末	2021/6末	2021/9末	2021/12末	2022/3末
流動資産	11,183	9,792	18,925	23,422	20,438	20,343
現金及び預金	7,833	6,254	10,761	11,000	9,901	10,145
棚卸資産	2,038	1,800	4,509	8,613	6,462	5,986
（内 棚卸資産ステップアップ*1）	-	-	-	3,977	1,865	1,082
その他	1,312	1,737	3,655	3,810	4,076	4,212
固定資産	6,016	5,560	40,099	40,643	40,569	39,832
有形固定資産	3,590	3,304	6,910	6,878	6,852	6,836
無形固定資産	1,649	1,560	31,551	32,050	31,904	31,291
（内 のれん）	1,113	961	29,345	12,767	13,035	12,832
（内 顧客関連資産）	361	286	1,116	17,349	17,011	16,673
投資その他の資産	778	695	1,637	1,715	1,814	1,705
総資産	17,199	15,351	59,023	64,065	61,008	60,175
負債	6,365	5,964	34,777	41,878	40,419	39,774
流動負債	2,470	2,160	9,654	10,437	10,634	10,613
（内 短期借入金）	471	547	2,196	2,182	2,288	2,164
固定負債	3,895	3,804	25,123	31,441	29,785	29,161
（内 長期借入金）	3,190	3,217	23,743	23,580	22,599	22,436
（内 繰延税金負債*2）	273	165	468	6,938	6,297	5,867
純資産	10,834	9,387	24,246	22,187	20,589	20,401
株主資本	10,823	9,373	23,951	21,812	20,183	20,011
（内 資本金）	7,318	7,324	13,879	13,888	13,888	13,905
（内 資本剰余金）	11,880	2,230	10,614	10,623	11,602	11,619
（内 利益剰余金）	(8,225)	(85)	(508)	(2,666)	(5,273)	(5,479)
その他	11	13	295	375	405	391
負債・純資産合計	17,199	15,351	59,023	64,065	61,008	60,175

補足資料

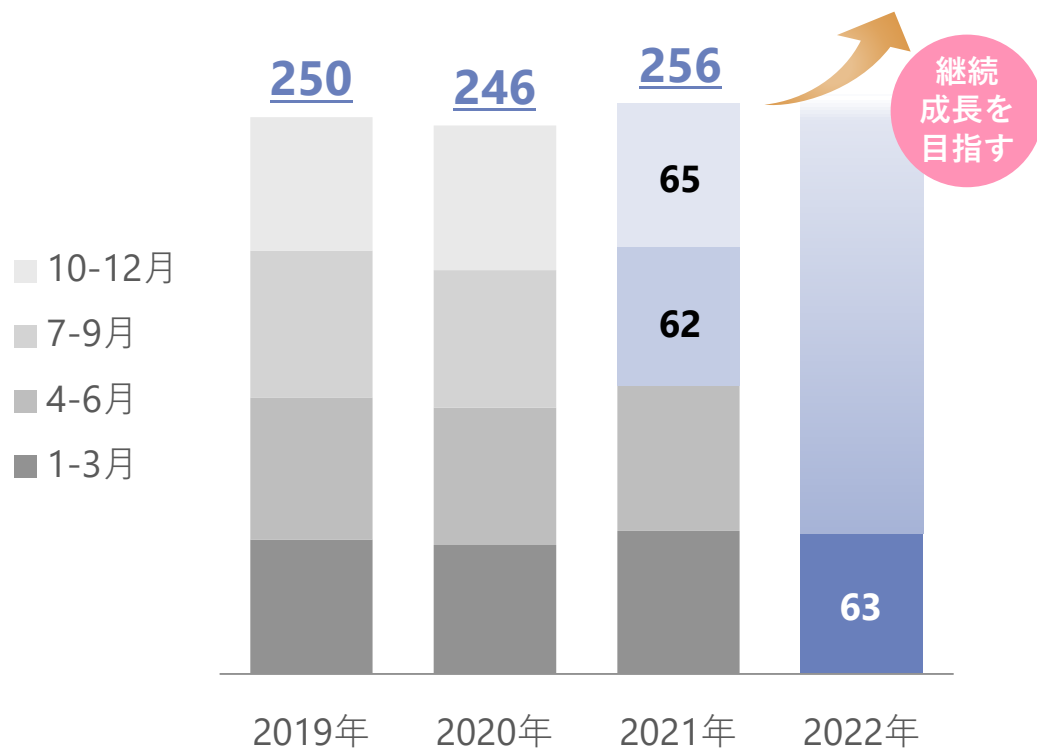


*1: PPA (Purchase Price Allocation) は、買収企業の有形資産・無形資産を連結時点の公正価値にて評価し、取得原価との差額をのれんとして計上する会計処理
 *2: PPAを反映した連結期初の残高は6,707百万円。棚卸資産のステップアップに伴い、含み益相当額に対する繰延税金負債を計上

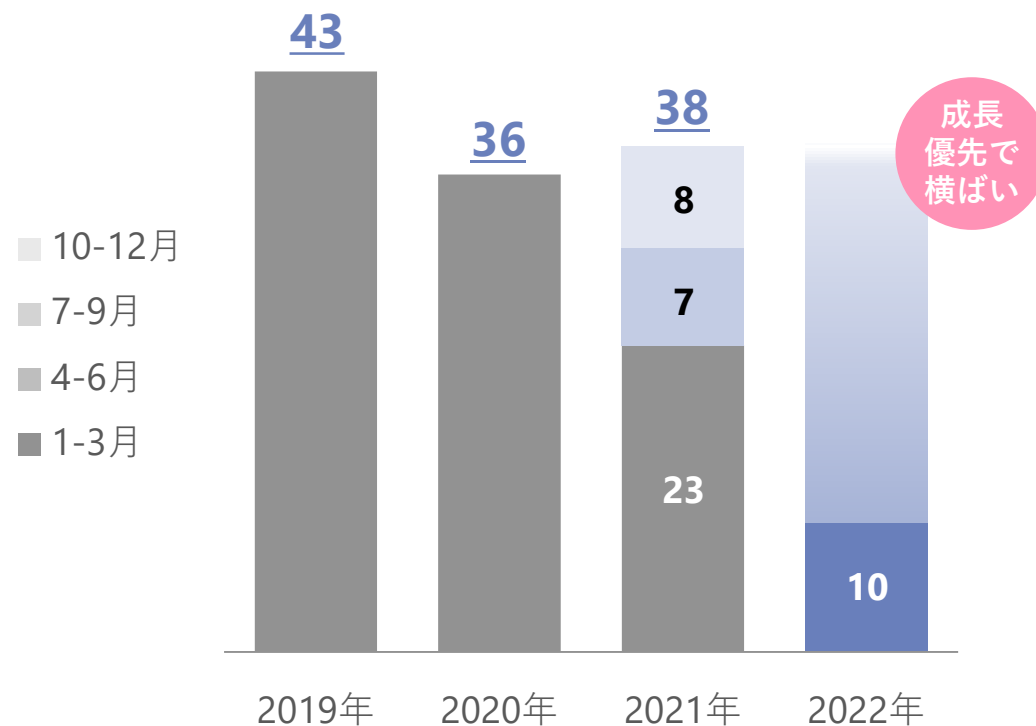
キューサイ・グループ - 売上高/調整後EBITDA推移

EBITDAは前年水準を維持しながら、売上高の継続成長を目指す

キューサイ・グループ売上高



キューサイ・グループ調整後EBITDA*1



補足資料

キューサイ・グループ - 連結処理に伴う当社連結PLおよびBSへの影響

PPA*1に伴い棚卸資産のステップアップ*2を実施、会計上の売上原価が大幅に増加

→PPAによるPL影響はいずれも非現金費用であり、調整後EBITDAには影響なし

無形資産のPPA（取得価格配分）*1

- 顧客関連資産と商標権の評価を実施し、税効果を加算して計上

(単位：百万円)	計上額	償却期間	年間PL影響
のれん	11,639	20年	(582)
顧客関連資産	16,570	14年	(1,184)
商標権	900	20年	(45)
無形固定資産計	29,109	-	(1,811)
顧客関連資産分	5,047	14年	361
商標権分	274	20年	14
繰延税金負債計	5,321	-	374

税効果・持分
49%を加味した
純利益影響は
約▲10億円/年

有形資産のPPA（取得価格配分）*1

- 不動産等の公正価値評価に加えて、**棚卸資産のステップアップ*2**を実施（のれん・顧客関連資産計上額は**未実施時よりも圧縮**）
- 2021/6末の棚卸資産評価額が含み益相当分として**6,707百万円増加**、同増加額に対する繰延税金負債2,043百万円も計上
- 棚卸資産の簿価が含み益分だけ上昇した結果、**販売時の売上原価が大幅に増加し、売上総利益を圧縮**（2021/12期の影響額は4,842百万円）
- ステップアップの影響は、2021/6末在庫の消化とともに減少し、2021/12末残額**1,865百万円も2022年度中に解消**する見込み

棚卸資産ステップアップの考え方（イメージ）

