

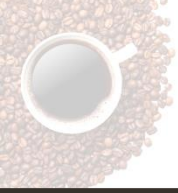


2019年12月期 決算説明資料

東証一部 2597

株式会社ユニカフェ

2019年1月1日～2019年12月31日



決算の概況

～連結～

売上高19,043百万円、営業利益85百万円

(百万円)

	2019年12月期 (2019年1月1日～12月31日)	
	(連結)	対売上高比
売上高	19,043	100.0%
営業利益	85	0.5%
経常利益	74	0.4%
当期純損失 (△)	△130	△0.7%
E B I T D A	697	3.7%
R O E	△1.7%	

連結PLの内訳

(百万円)

	2019年12月期 (2019年1月1日~12月31日)						
	(当社)	対売上高比	(アート コーヒー)	対売上高比	(連結調整)	(連結)	対売上高比
売上高	10,594	100.0%	8,451	100.0%	△2	19,043	100.0%
営業利益	△34	△0.3%	292	3.5%	△172	85	0.5%
経常利益	△24	△0.2%	271	3.2%	△172	74	0.4%
当期純利益又は 当期純損失(△)	△175	△1.7%	186	2.2%	△141	△130	△0.7%

アートコーヒー子会社化により、総資産が68億49百万円増加

(百万円)

		2018年12月期 (個別)	2019年12月期 (連結)	増減額	増減率
資産の部	流動資産	5,583	8,161	2,578	146.2%
	固定資産	4,260	8,531	4,271	200.3%
資産合計		9,843	16,692	6,849	169.6%
負債の部	流動負債	3,084	4,995	1,911	162.0%
	固定負債	16	3,677	3,660	22,981%
	負債合計	3,100	8,673	5,572	279.7%
純資産の部	株主資本	6,742	8,016	1,273	118.9%
	評価・換算差額等合計	-	2,879	2,879	-
	純資産合計	6,742	8,019	1,276	118.9%
負債純資産合計		9,843	16,692	6,849	169.6%

決算概況：連結CF

(百万円)

	2018年12月期 (1月1日~12月31日) (個別)	2019年12月期 (1月1日~12月31日) (連結)
営業活動による キャッシュ・フロー	474	770
投資活動による キャッシュ・フロー	16	△2,055
財務活動による キャッシュ・フロー	△323	1,782
現金及び現金同等物の 増減額	167	498
現金及び現金同等物の 期末残高	2,429	2,927

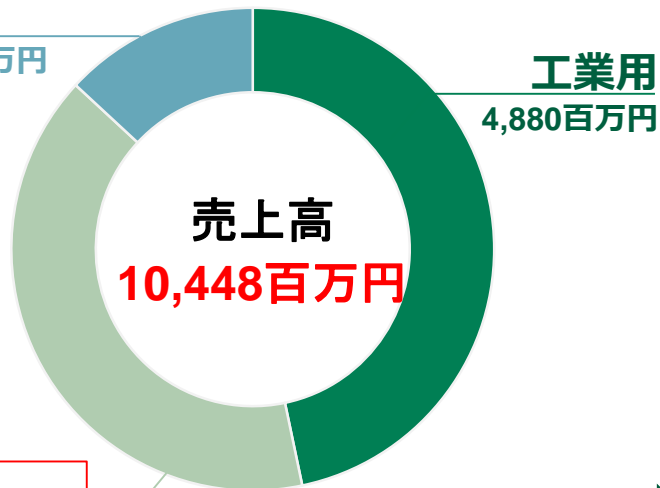
分野別 サマリー(連結)

2018年12月期 個別 (2018年1月1日～12月31日)

2019年12月期 連結 (2019年1月1日～12月31日)

売上高

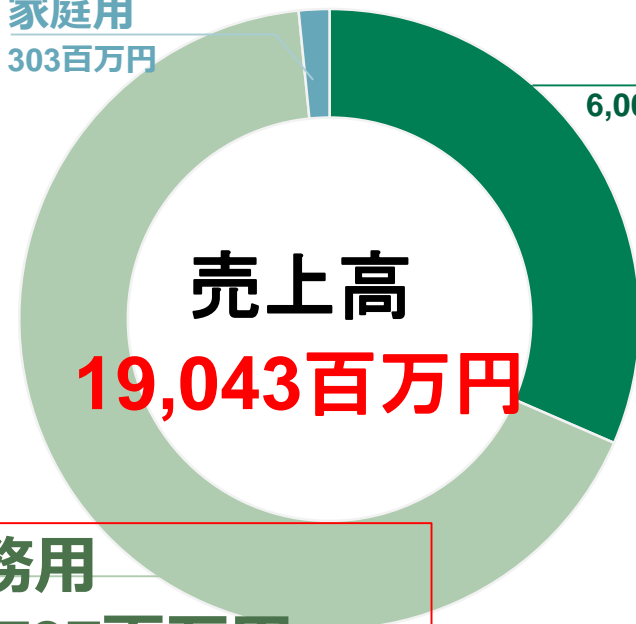
家庭用
1,369百万円



業務用
4,198百万円

家庭用
303百万円

工業用
6,004百万円

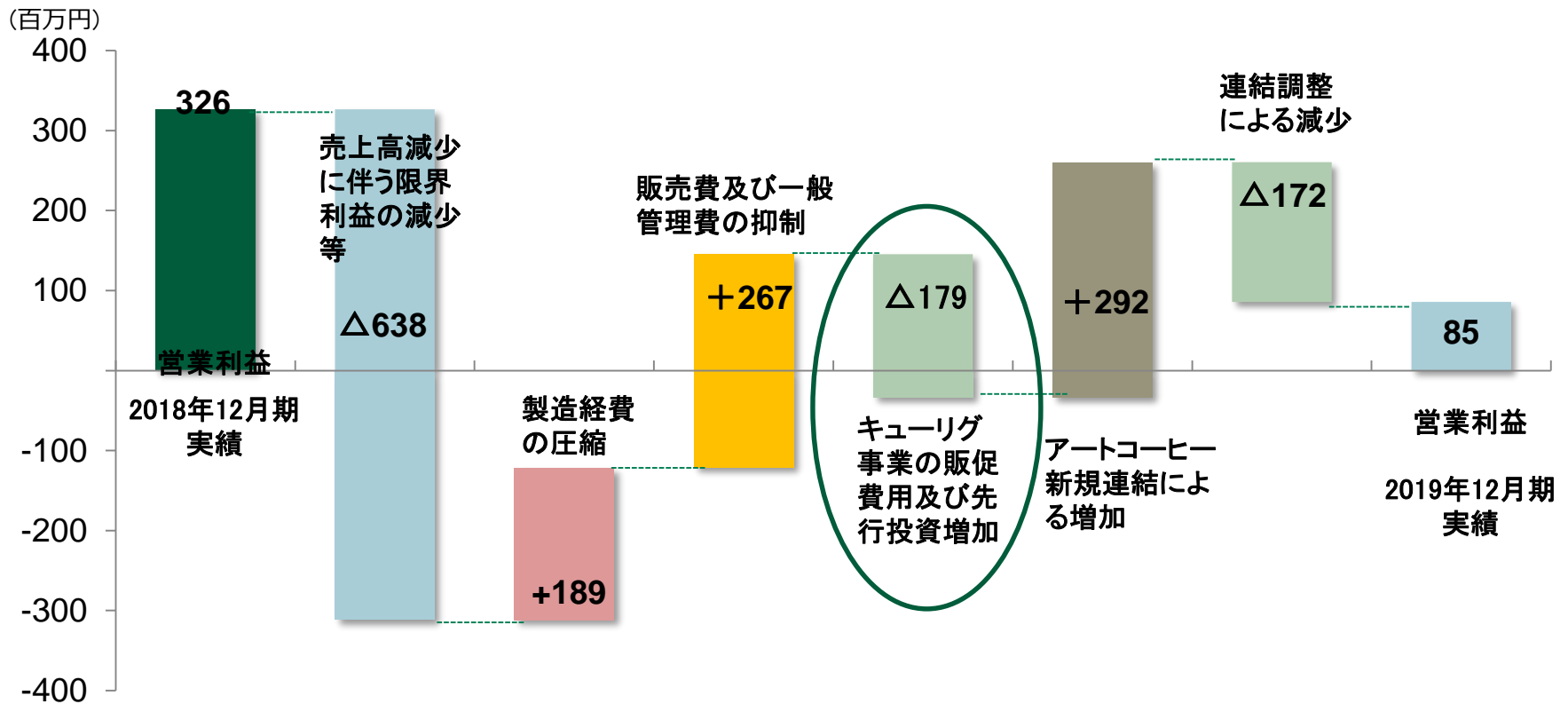


業務用
12,737百万円

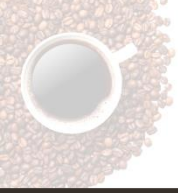
アートコーヒーの買収効果により、業務用事業が3倍に。
長期戦略（業務用事業へ経営資源を集中）の一環。

営業利益の増減分析

当連結累計期間の営業利益85百万円



キューリグ事業のスタートアップによる前向きな損失を
アートコーヒーの買収とコスト削減で補う



決算の概況 ～個別～

決算概況：当社個別～ユニカフェ～

売上高10,594百万円、営業利益△34百万円

(百万円)

	2018年12月期 (2018年1月1日～12月31日)		2019年12月期 (2019年1月1日～12月31日)	
	(個別)	対売上高比	(個別)	対売上高比
売上高	10,448	100.0%	10,594	100.0%
営業利益又は営業損失 (△)	326	3.1%	△34	△0.3%
経常利益又は 経常損失(△)	339	3.3%	△24	△0.2%
当期純利益又は 当期純損失(△)	472	4.5%	△175	△1.7%

キューリグ事業の先行投資により、営業赤字に。

(チャンネル別)個別PL～ユニカフェ～

(百万円)

2019年12月期
(2019年1月1日～12月31日)

	2019年12月期 (2019年1月1日～12月31日)					
	工業用	(対売上高比)	業務用	(対売上高比)	キューリグ事業	(対売上高比)
売上高	4,940	100.0%	4,562	100.0%	1,090	100.0%
売上総利益	295	6.0%	843	18.5%	503	46.2%
営業利益又は 営業損失 (△)	131	2.7%	482	10.6%	△179	△16.5%

(製造部門収支及び管理部門における間接費用の配賦前)

既存事業は堅調に推移しており、キューリグ事業は積極的な先行投資

決算概況：アートコーヒー個別

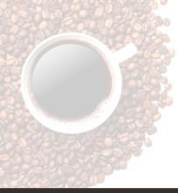
売上高8,451百万円、営業利益292百万円

(百万円)

	2019年12月期 (2019年1月1日～12月31日)	
	(個別)	対売上高比
売上高	8,451	100.0%
営業利益	292	3.5%
経常利益	271	3.2%
当期純利益又は 当期純損失(△)	186	2.2%

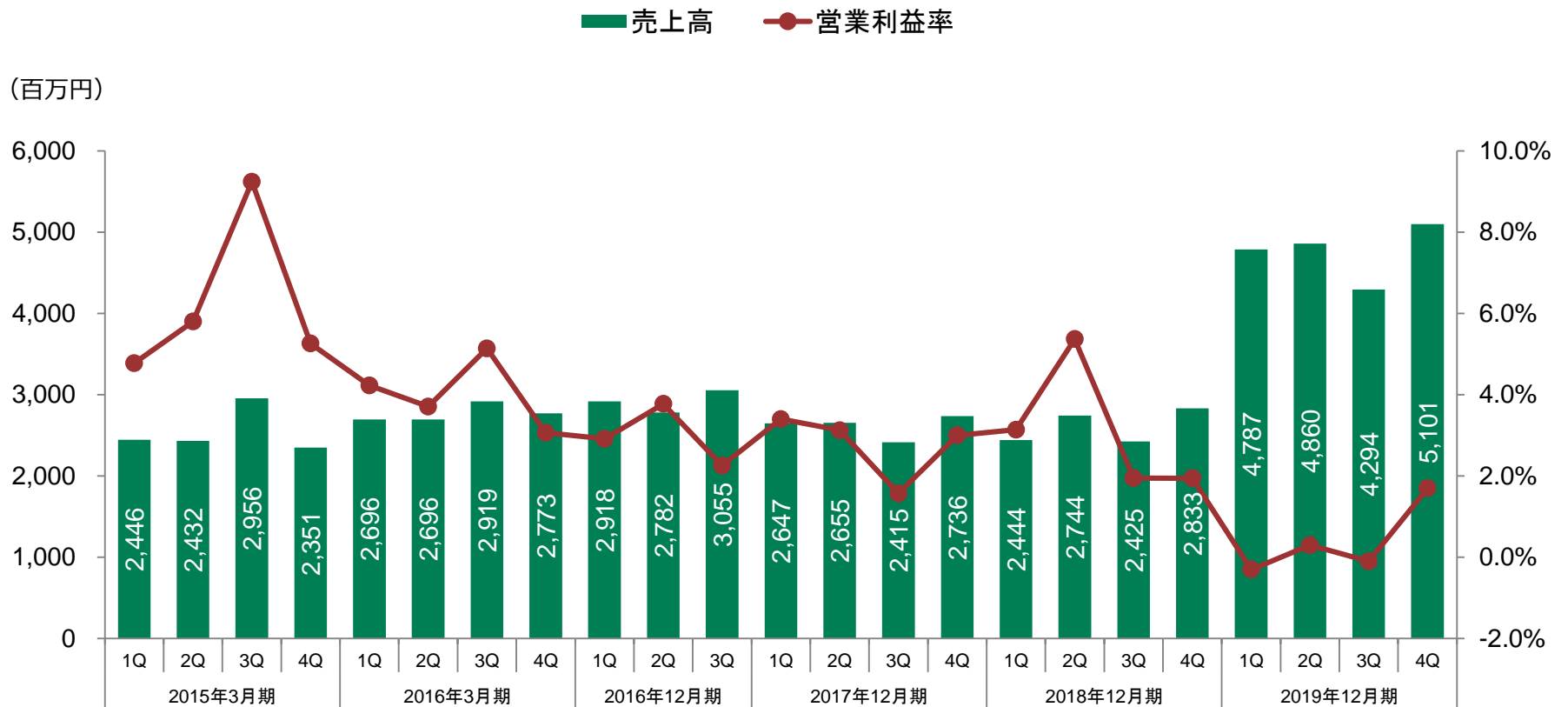
※2018年12月期は未開示のため、記載しておりません。

アートコーヒーは業務用を主力として好調に推移



主な指標

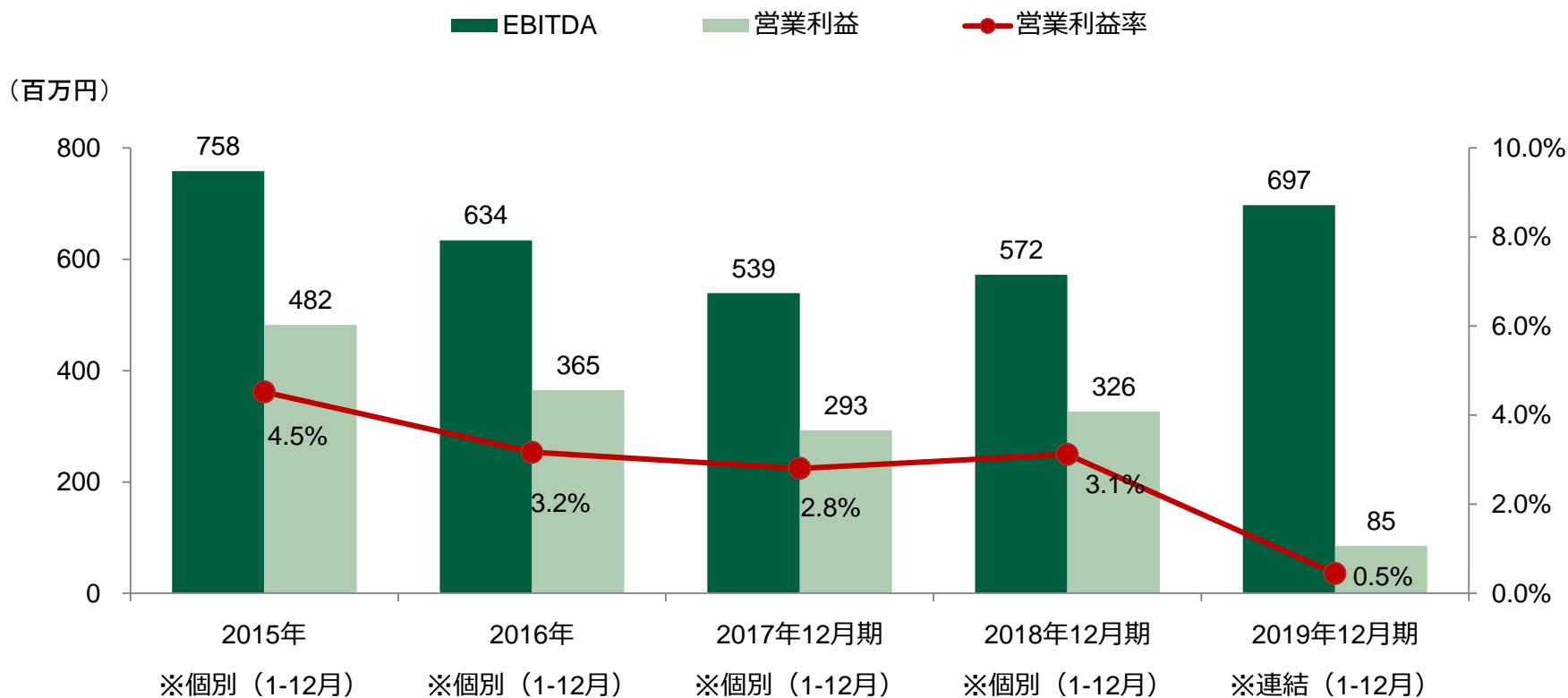
四半期業績の推移



※1. 2016年12月期は決算期変更により、2016年4月1日から12月31日までの9ヶ月決算となっております。

※2. 2019年12月期より連結決算となっております。

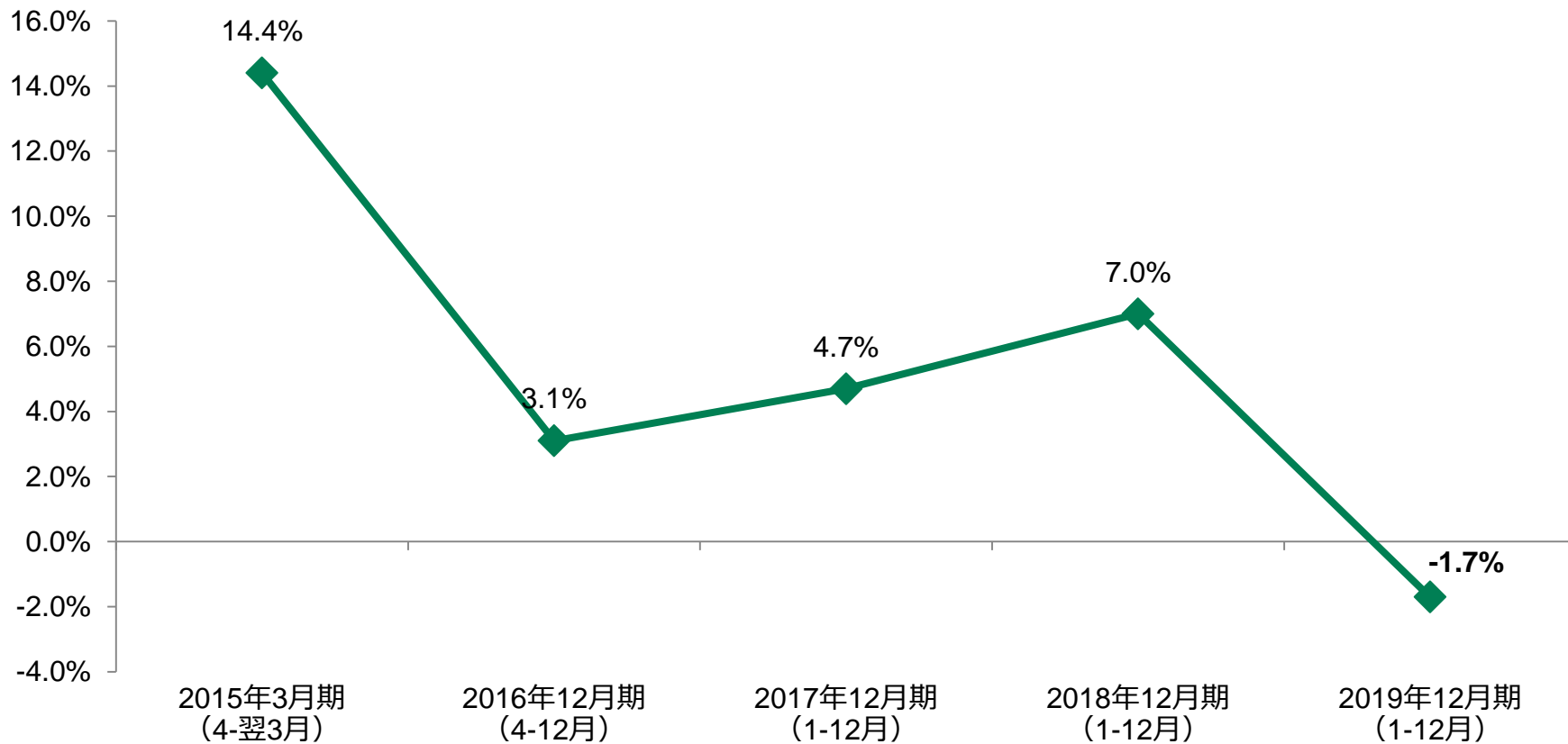
営業利益率、前年比2.6%p低下



※ 2016年以前は、1-12月に補正した個別決算の数値となります。

※ 2019年12月期より連結財務諸表を作成しております。

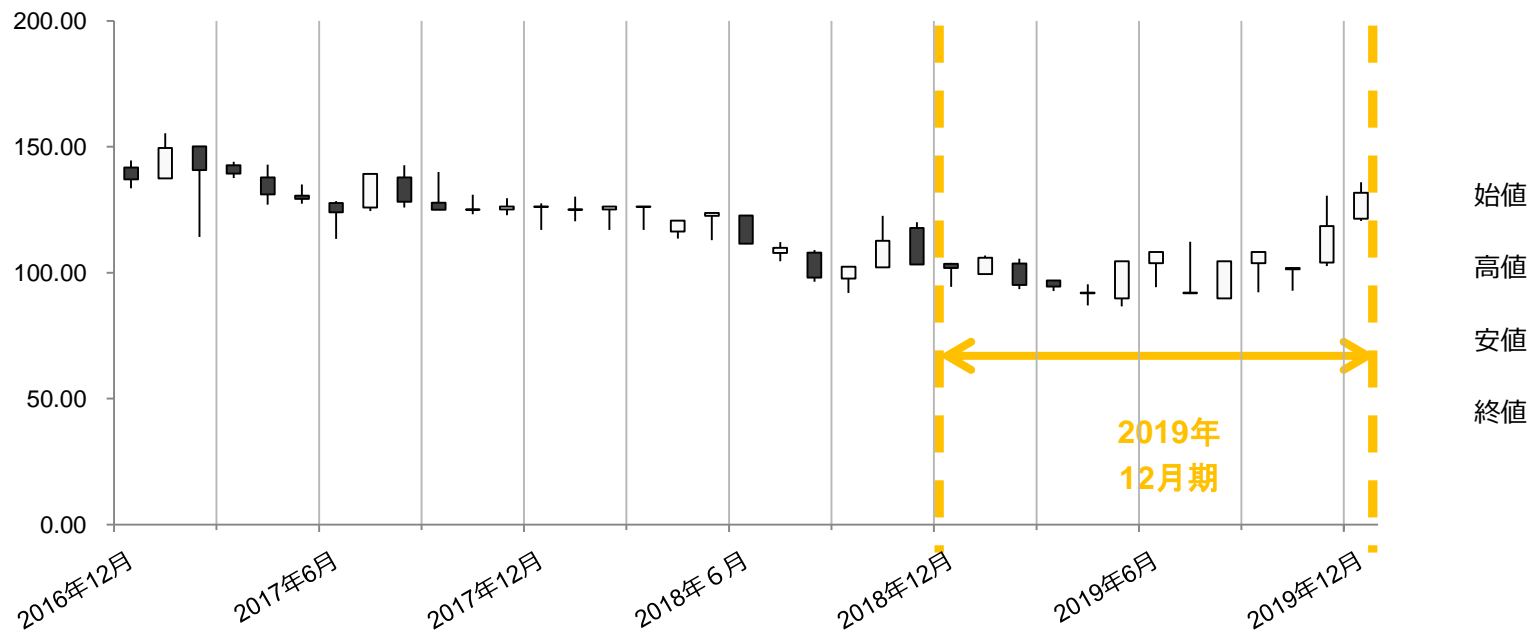
前年同期比8.7%p低下

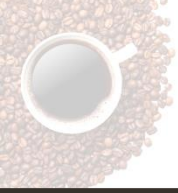


低い水準で推移しているが、
為替変動により先行きは不透明な状況

NYコーヒー相場

(¢/ポンド)



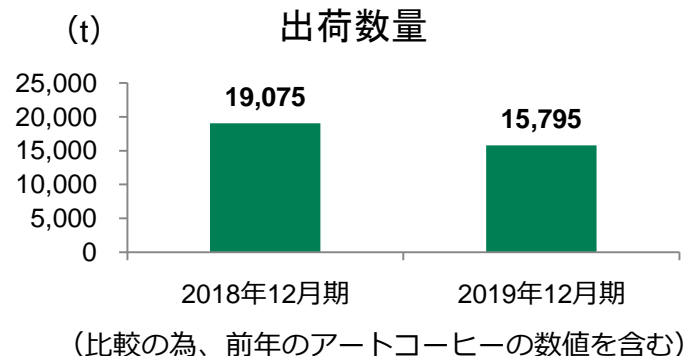
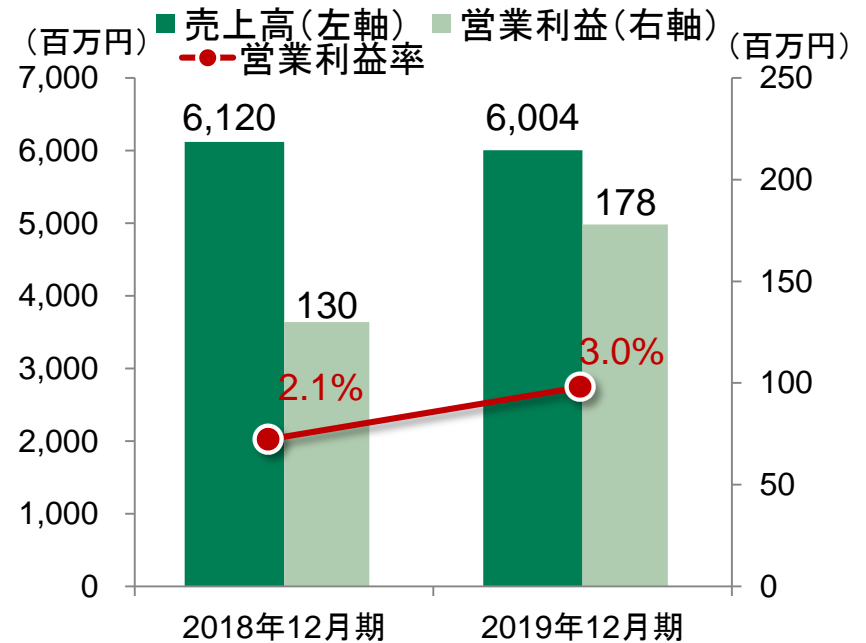


2019年度の業績 ～チャンネル別～

チャンネル別の業績(工業用)

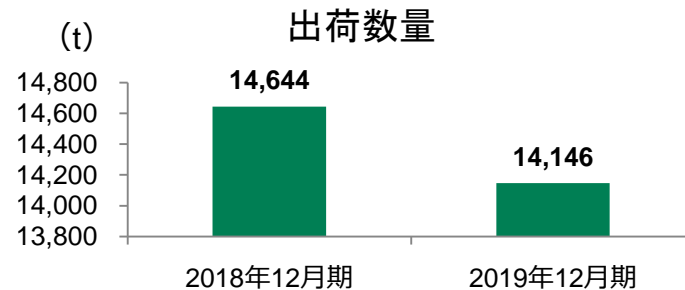
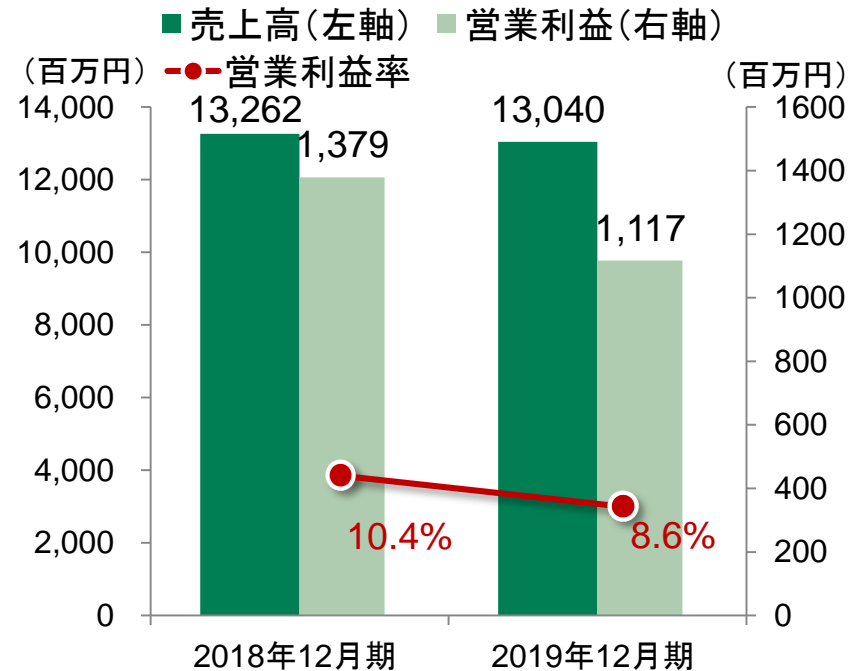
缶コーヒー(特にSOT缶)の不調の影響を受け、一部主要取引先の取扱数量が大幅に減少

一方で、ペットボトル向けのコーヒー原料供給が堅調に推移したため、限界利益が上向き、営業利益率が改善

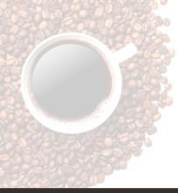


チャンネル別の業績(業務用)

- 主要取引先のカフェチェーンやオフィスコーヒーサービスにおける取扱数量は堅調に推移した一方、一部大手取引先の取扱アイテム減少に伴い、取扱数量は若干下回る。
- キューリグ事業拡大のための販売促進費用と営業リソースに係る先行投資の増加および事業展開の基盤整備に時間を要した影響を受け、営業利益は減少。

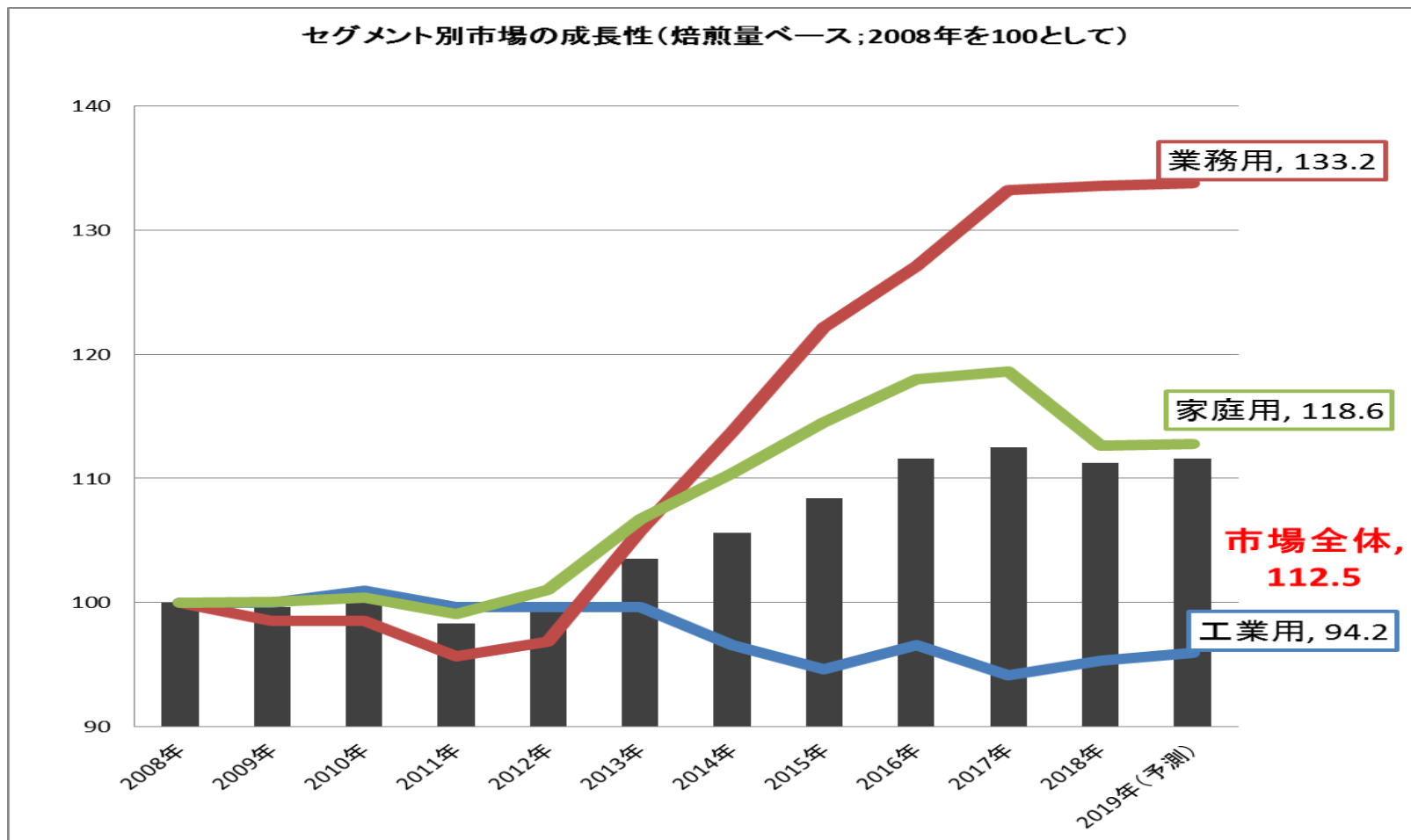


(比較の為、前年のアートコーヒーの数値を含む)



国内市場の動向

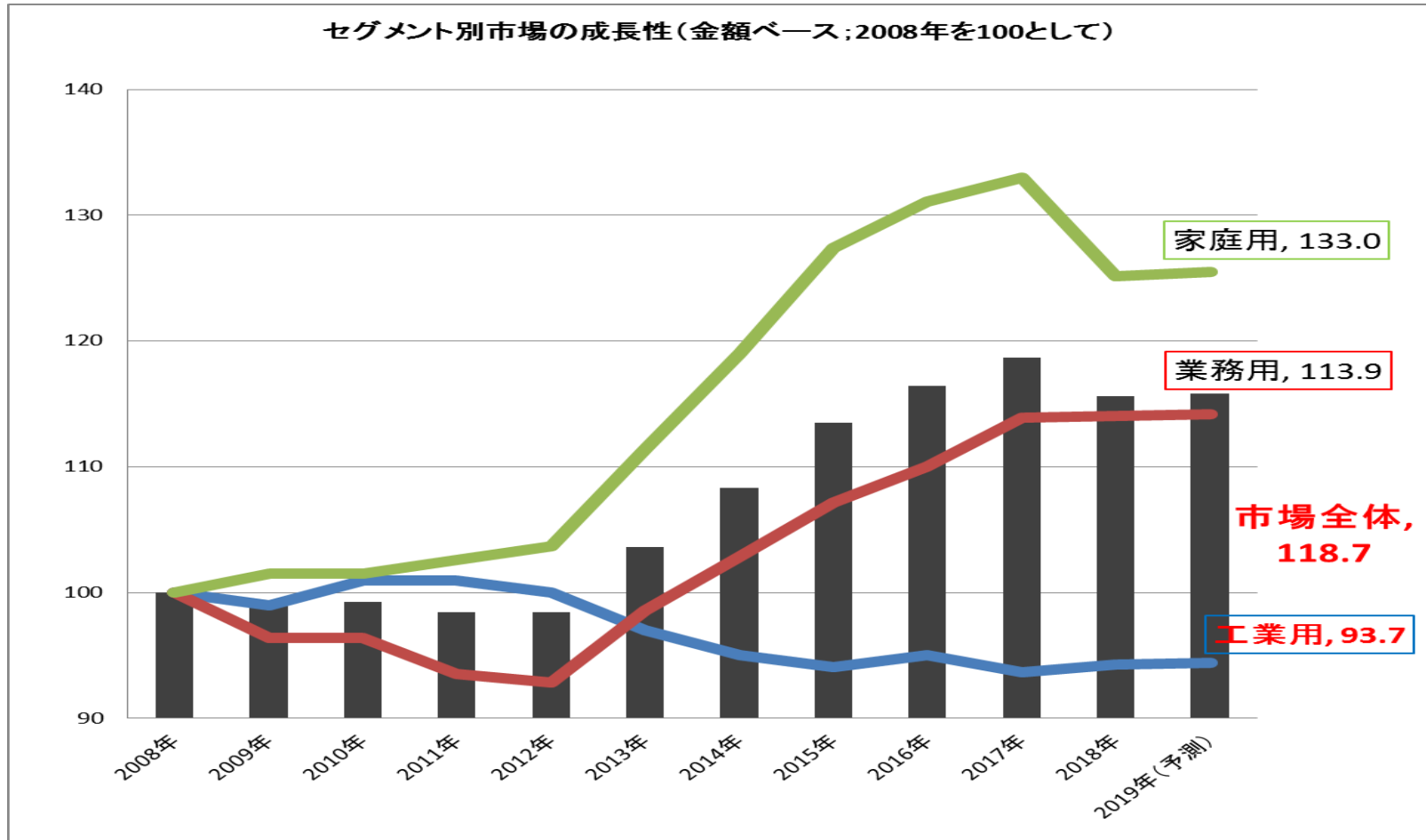
焙煎量ベースの市場動向



日刊経済通信社調べ (H31/2号)

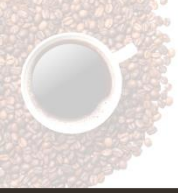
引き続き業務用が市場をけん引

金額ベースの市場動向



日刊経済通信社調べ (H31/2号)

金額ベースでは家庭用が頭打ち (コモディティ化)

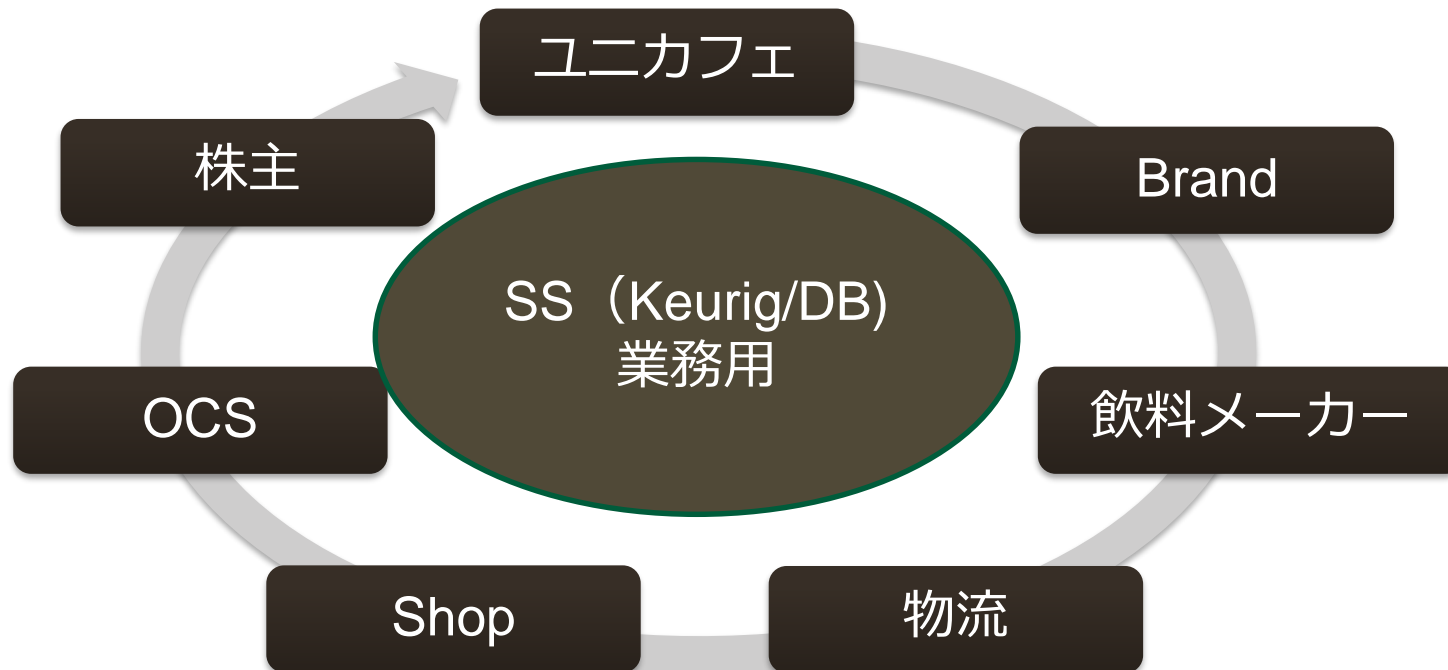


戦略の進捗

当社の戦略

当社の戦略；企業生態系（ビジネスエコシステム）の構築

『三方よし』の理念のもと、外部企業との生態系を構築する

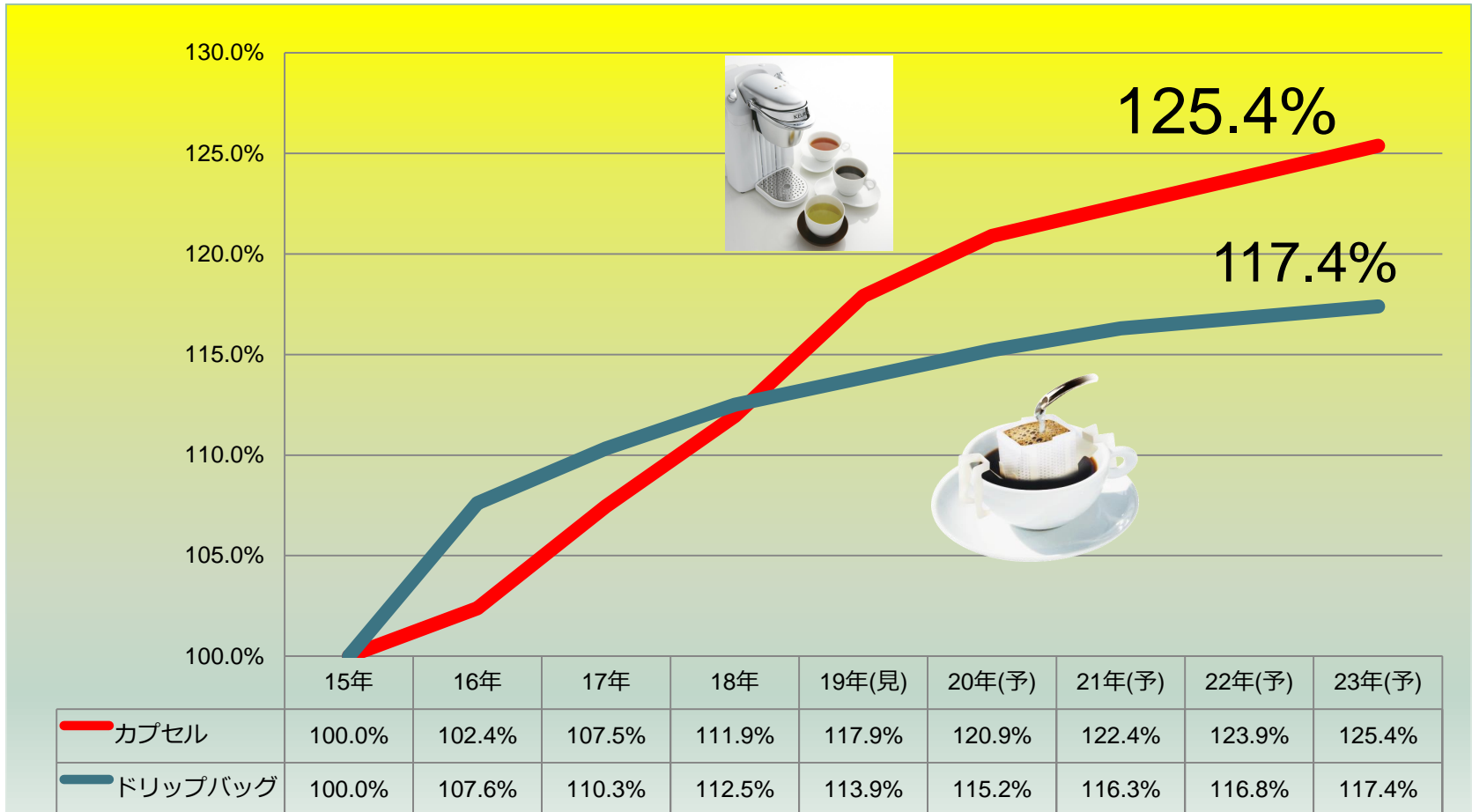


企業生態系

理念で結ばれたコンソーシアム（エコシステム）で
価値を共創する

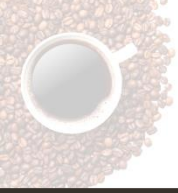


一杯抽出市場の成長性



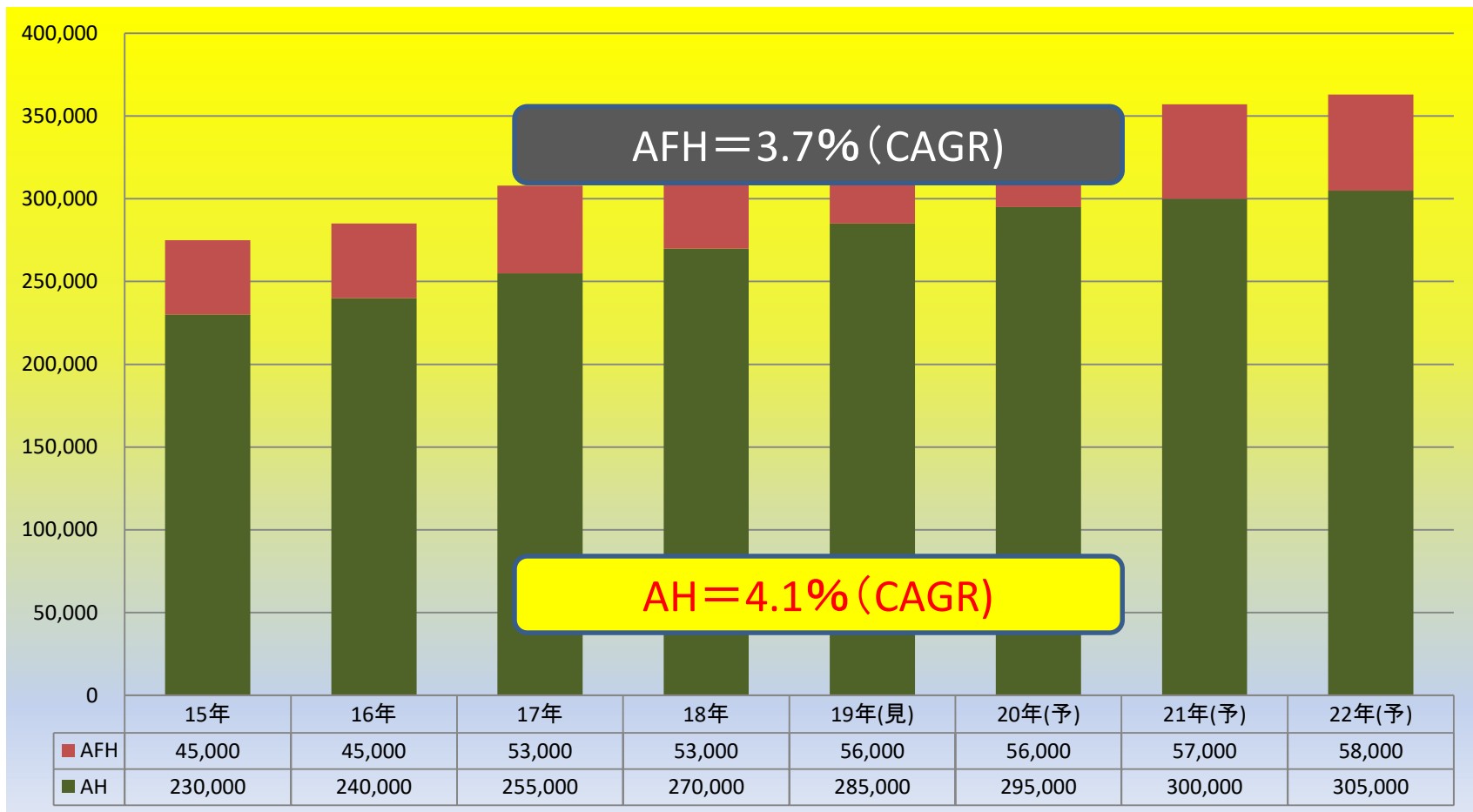
(当社調べ)

ドリップバッグ・カプセル共に高成長を継続



Capsule

カプセル市場の成長性予測



AH=家庭内、AFH=家庭以外

出所；当社調べ

カプセル市場は引き続き拡大

当社のカプセル事業＝キューリグ

ご家庭でも、オフィスでも、新鮮で香り高い一杯をボタン一つで



家庭用機器 Neotrevie



操作パネル



K-Cupセット時



K-Cup



オフィス用機器 50J



米国最新モデル



ご家庭でも、オフィスでも

ブランドパートナーのカプセル発売実績と今後の取り組み

有名ブランドパートナー

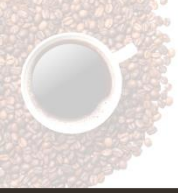


KEURIG®

コーヒーは基より紅茶、日本茶の分野において
全国にチェーン展開している企業や、地域に密着
しているコーヒー焙煎業のトップブランドと組み、
すでに11ブランド13SKUのキューリグカプセルを発売

今後更に新たなブランドパートナーとの連携に向け
取り組みを強化していく予定





ブランドパートナー

11ブランド

13カプセル

ブランドパートナーの皆様



上島珈琲店



プロント



小川珈琲



英國屋



セガフレード・ザネッティ



タニタカフェ



カフェ・クリエ



トミヤコーヒー



Scrop



Afternoon Tea



中村藤吉本店

ブランドパートナーカプセルの投入時期

2019年
1月
事業開始



「カップから農園まで」
レギュラーコーヒーの
有名ブランド



「コーヒーはヒルスで創られた」
と言われる米国の伝統メーカー



ゲータやワグナーも愛した
イタリアの老舗人気カフェ



世界100か国以上で
親しまれた紅茶の代名詞



多くの有名カフェから
支持されるコーヒーの
プロフェッショナル

2019年
5月発売



タニタの「こころの健
康」「心地よさ」をカプ
セルで



誰もが知るプロントの
「くつろぎの場」を
より身近に



京都の珈琲職人の
手掛ける“本物”で
「おいしい珈琲の未来」を



再現された日本の
喫茶文化をあなたの
空間に



関西の高級正統派カフェが
「おもてなしの心」を提供



本場イタリアの厳選
した原料で
「本格イタリアンロースト」を

2019年
11月発売



英国発祥の喫茶習慣
アフタヌーンティを



中村藤吉本店
NAKAMURA TOKICHI
安政元年創業の
宇治の銘茶

2019年
12月発売



“人・街・カフェ”クリエを
通してすべての人の心を豊
かに



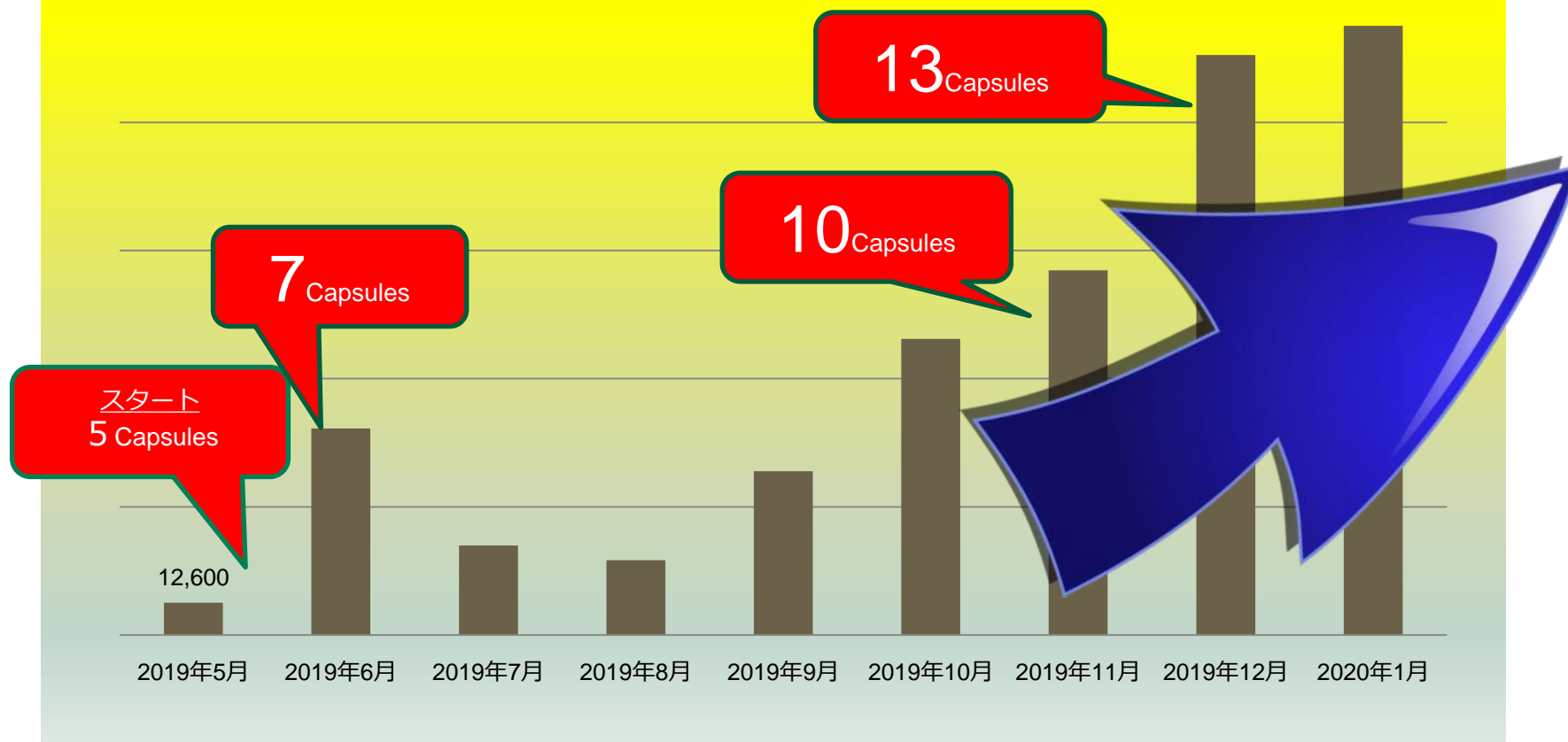
“スペシャルティコーヒーを
ご家庭で楽しむ” 4thウェーブを
ご提案いたします



80年の歴史をもつ
静岡の自家焙煎

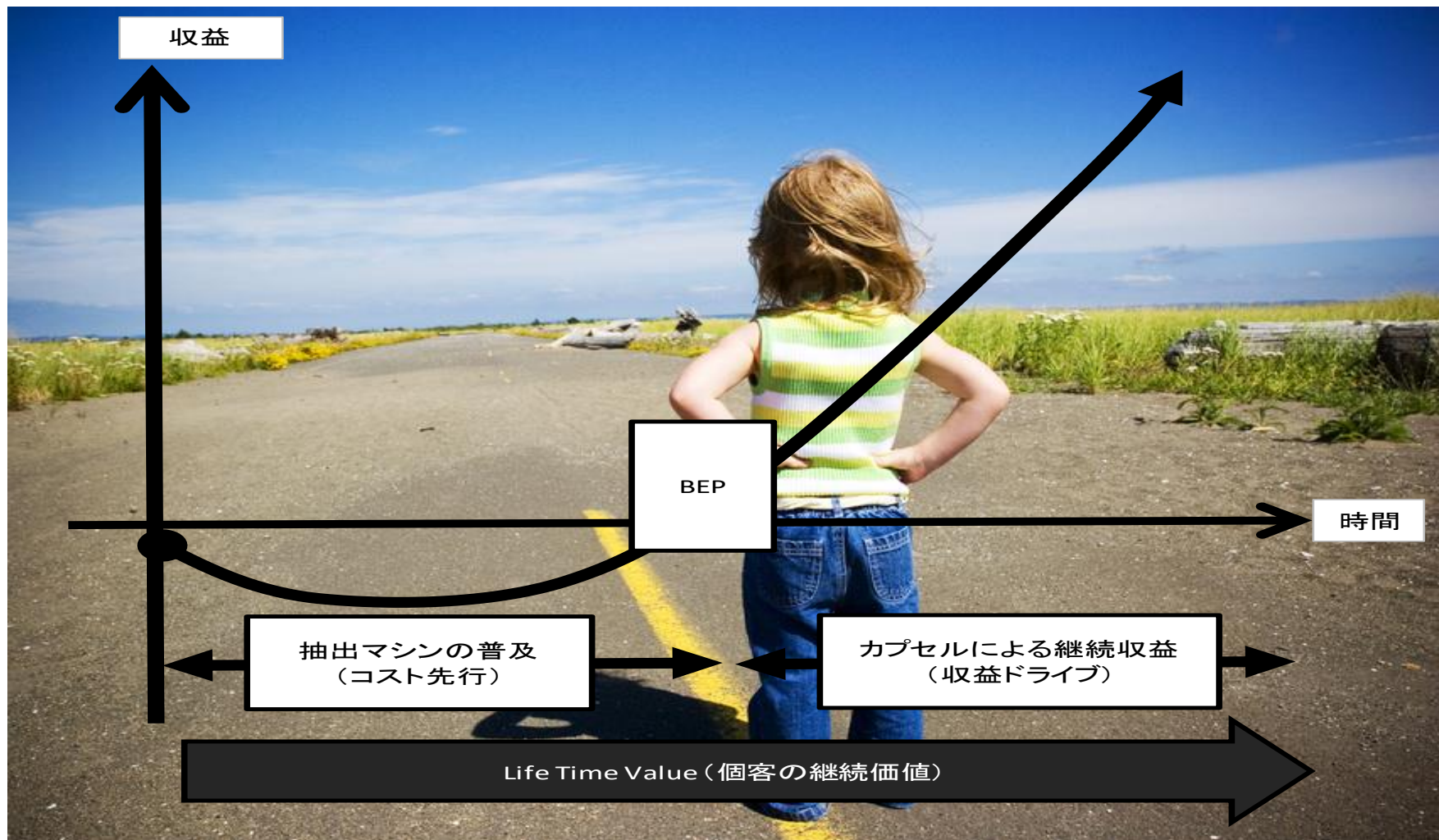
ブランドカプセルの販売推移(月次)

ブランドパートナーカプセルの販売推移



月平均成長率は44%に

キューリグ事業の収益モデル



Key factor ; いち早くマシンを普及させ、如何して長く使用して貰うか

定期購買
頒布会
サブスク

カスタマーエクスペリエンス

顧客の体験価値

『つながり続ける』へ



IOT・Fintech



リカーリング

ブランドカプセルの拡充で、顧客と『つながり続ける』

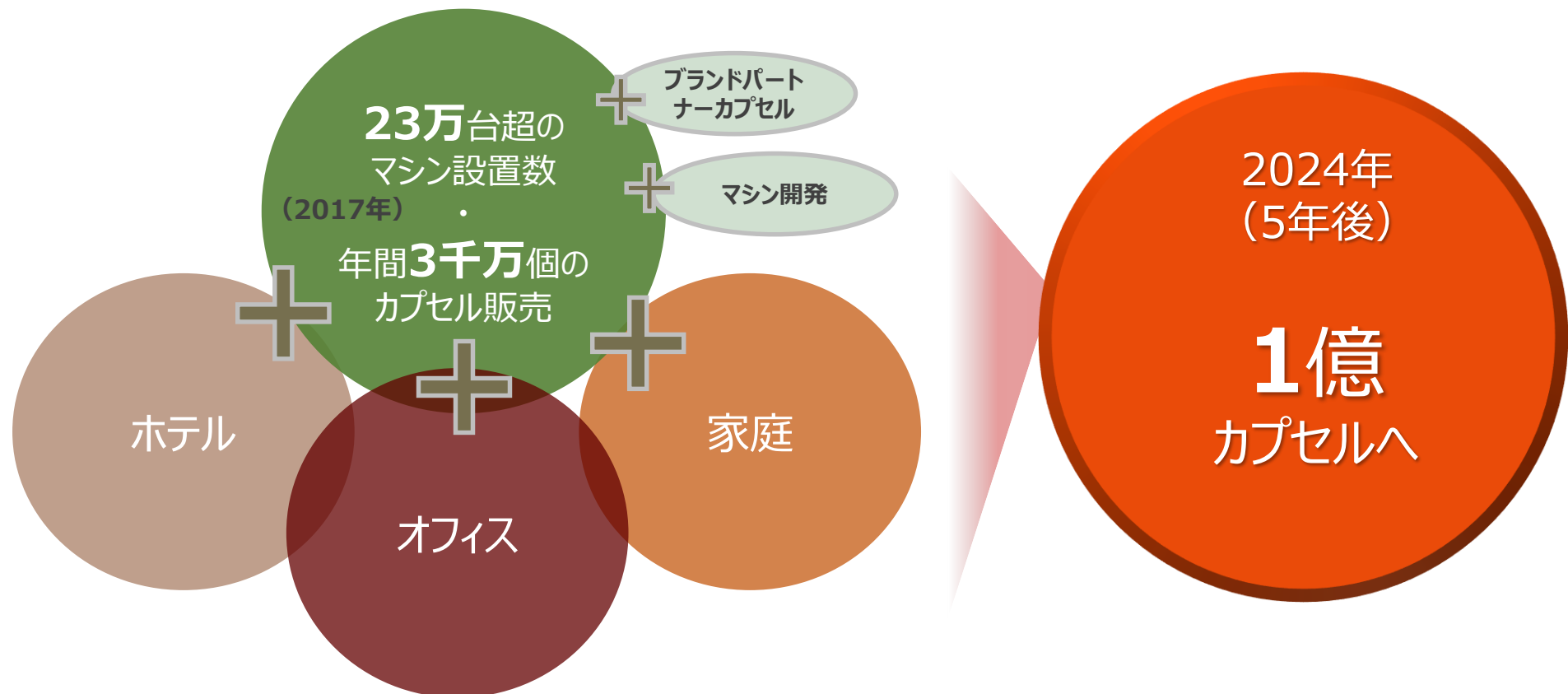
進捗及び計画

(単位：千個/台)

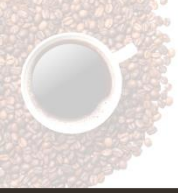
Keurig事業	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	CAGR
KCUP販売個数	24,020	39,000	50,000	60,000	35.7%
マシン出荷台数	11,919	25,000	27,000	30,000	36.0%

キューリグが目指すところ

KEURIG®

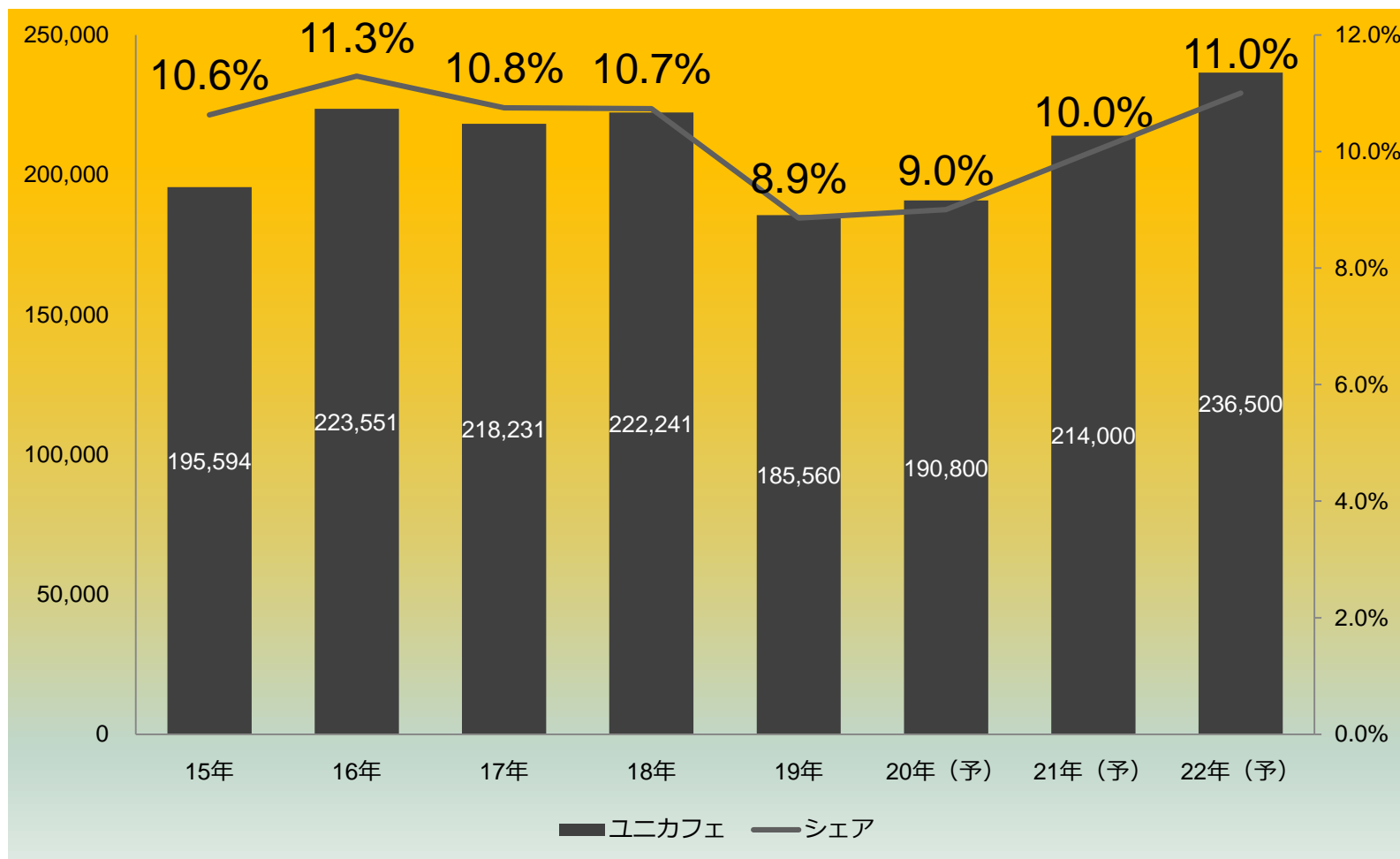


オフィス、ホテル、家庭を中心に拡大し、5年後には1億カプセルへ！



Drip Bag

Drip Bagにおける当社の市場シェア



(当社調べ)

ドリップバッグの市場シェアを11%に

設備投資(2019年12月期実績)※当社個別

SSMSに関わる設備	251百万円
------------	--------

その他投資	244百万円
-------	--------

当社の目指すゴール

新たな成長を目指す

工業用原料、業務用コーヒーを基盤に、一杯抽出事業（ドリップコーヒー、キューリグ）に経営資源を投入

“顧客が求める嗜好”を追求

R&Dセンターの嗜好性分析機能を強化し、データ蓄積継続によるビッグデータ活用

今後の経営目標：

- ・ コーヒー取扱数量 3万トン
- ・ 営業利益 10億円



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。