

euglena Group

2020年9月期第3四半期決算説明

株式会社ユーグレナ

東証一部（証券コード：2931）

【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。

2020年8月14日

ユーグレナ[∞]

2020年9月期第3四半期決算とヘルスケア事業の進捗	P4
エネルギー・環境事業の進捗	P16
新型コロナウイルス感染症の当社グループ対応について	P22
サステナビリティ推進に向けた取り組み	P25
補足資料	P32

2020年9月期第3四半期決算／ヘルスケア事業の進捗

- **売上高の減少トレンドは底打ちし、前四半期比+21%増収**
- **定期購入者数推移が純増に転換**
 - ⇒ 前四半期比**4.6万人増**の約26万人へ回復
- **グループ会社MEJの業績が好調**
 - ⇒ 2020年1月対比で直近月売上高**5倍**
- 足元の通販KPI改善と健康需要を踏まえ広告/ブランディング投資を拡大
 - ⇒ **来期の売上/利益貢献を見込む**

エネルギー・環境事業の進捗

- **次世代バイオディーゼルの供給は順調に拡大**
 - ⇒ ファミリーマートやひろ自連※が新規に供給開始
- バイオジェット燃料有償フライトは、コロナ影響の継続を踏まえて2020年9月期中の実現は見送り、早期実現をめざす



2020年9月期第3四半期決算と ヘルスケア事業の進捗

2020年9月期第3四半期実績

3Q売上高は前四半期比で増収、広告投資の積極化により営業損失は拡大

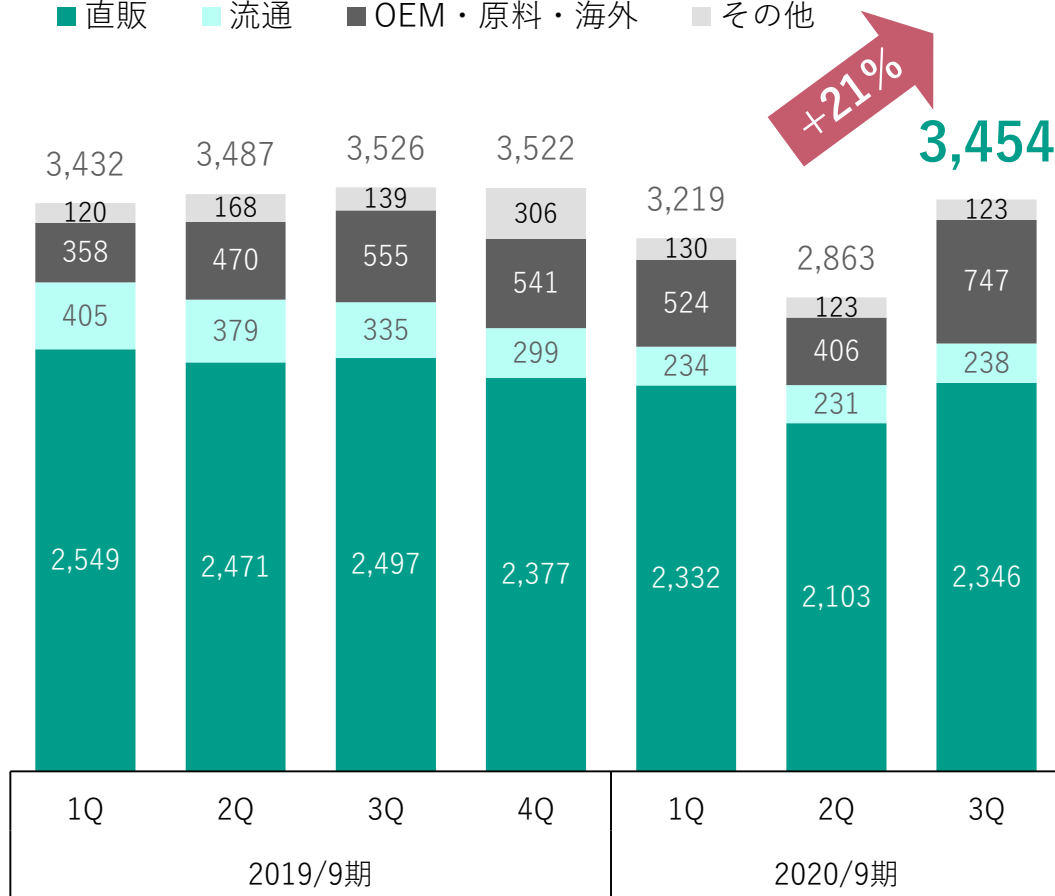
(百万円)	2020/9期四半期実績			2020/9期 3Q累計実績	2020/9期 業績予想
	1Q	2Q	3Q		
売上高	3,219	2,862	3,454	9,536	—
営業利益	△244	△115	△733	△1,094	—
経常利益	△216	78	△684	△822	—
親会社株主に 帰属する 当期純利益	△252	108	△675	△819	—

注：上記は決算短信に合わせ百万円未満を切捨てて記載しております。他のページのチャート、テーブルの記載値は百万円未満を四捨五入しているため、一部数値が一致しない場合があります。

売上構造推移

売上高の減少トレンドは底打ちし、前四半期比+21%増収

■ 直販 ■ 流通 ■ OEM・原料・海外 ■ その他



+21%

Good

OEM +340百万円
健康食品大口顧客からの注文により売上増

Good

直販 +244百万円
食品/化粧品ともに反転、MEJ（グループ会社）の急成長が寄与

1

定期購入者数が
純増に転換

LTV > CPOとなる効率的な広告に積極投資した結果、
定期購入者数が食品、化粧品ともに純増に

2

グループ会社の
MEJが好調

新商品の広告獲得パフォーマンスが好調で、
売上高・定期購入者数の大幅増に貢献

3

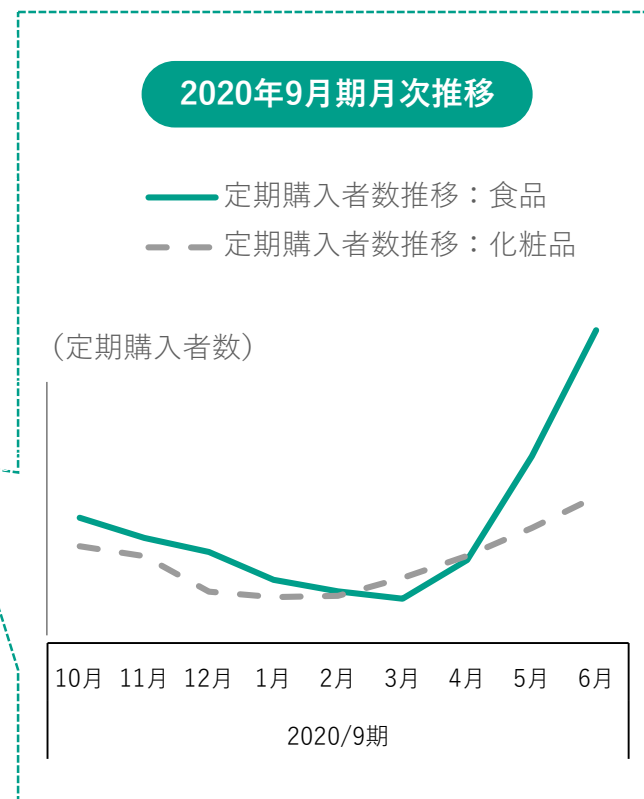
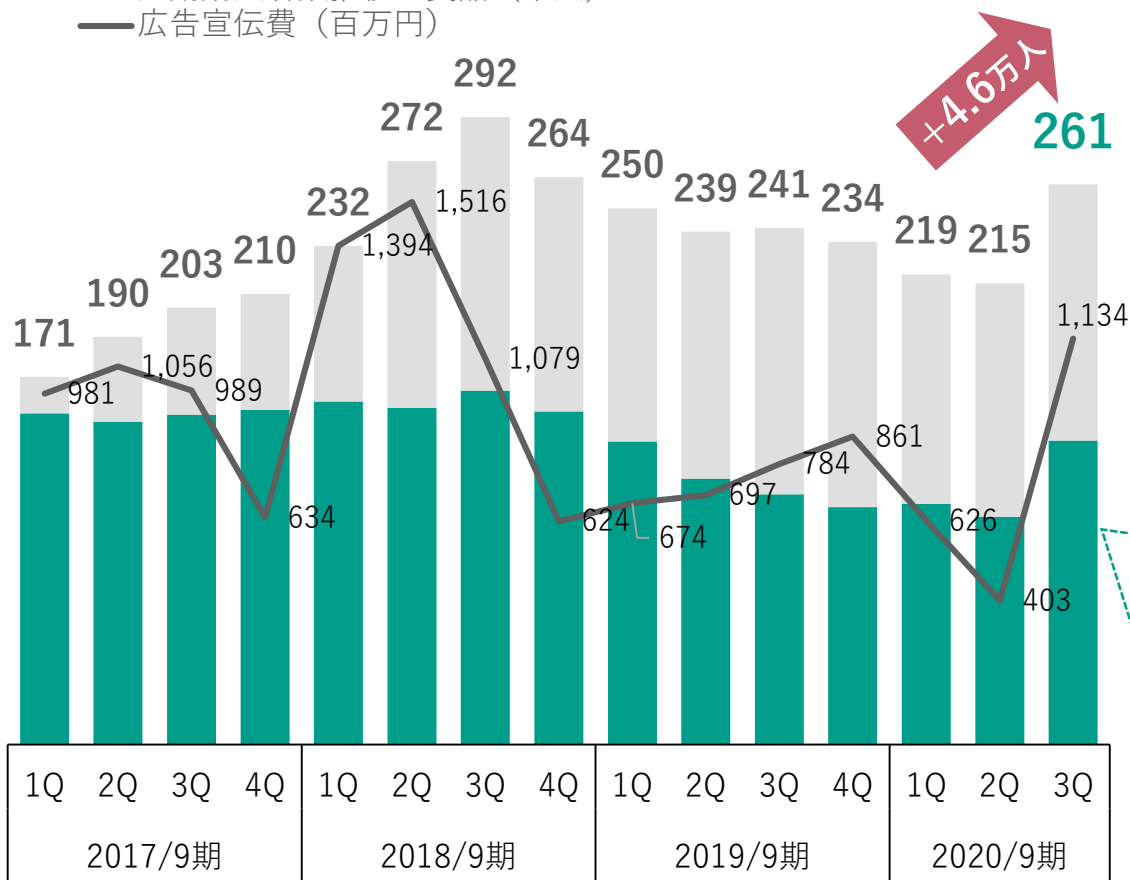
コロナ禍の影響を
受けにくい
ビジネスモデル

直販を主力チャネル、健康食品を主力商品とする
当社のビジネスモデルは、**コロナ禍における通信販売
や免疫訴求商品への需要に適応**

1 定期購入者数の増加

直販化粧品成長とグループ会社貢献により、
過去最高の伸び幅となる前四半期比**4.6万人**の純増を達成

■ 定期購入者数推移：化粧品（千人）
 ■ 定期購入者数推移：食品（千人）
 — 広告宣伝費（百万円）



1 LTV・CPO・有期間定期コースの選択率

LTVとCPOのバランス改善が継続、積極的な広告投資が可能に

生涯顧客価値 (LTV)



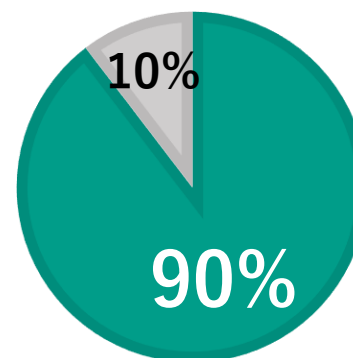
獲得コスト (CPO)

- 有期間定期コースの選択率増加による継続率の上昇

- 採算管理厳格化による不採算投資の撤廃
- 獲得効率の改善

新規獲得顧客における
3か月/6か月定期コース^{*}の
選択率は **約9割**

■ 有期間定期 ■ 通常購入



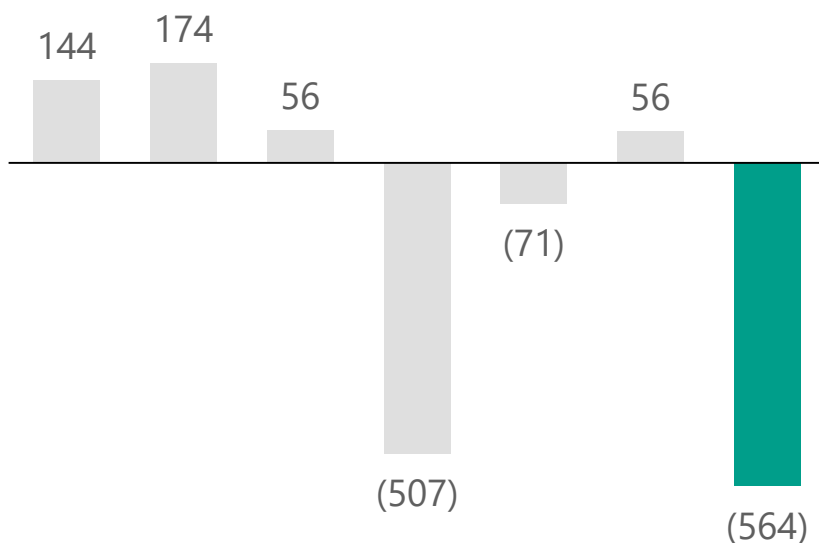
※ ユーグレナ社2020年6月の直販販路を対象

1 EBITDA※

EBITDA赤字拡大の主要因は広告宣伝投資の拡大、
来期の売上/利益にはプラス貢献

EBITDA

(百万円)



1Q

2Q

3Q

4Q

2019/9期

1Q

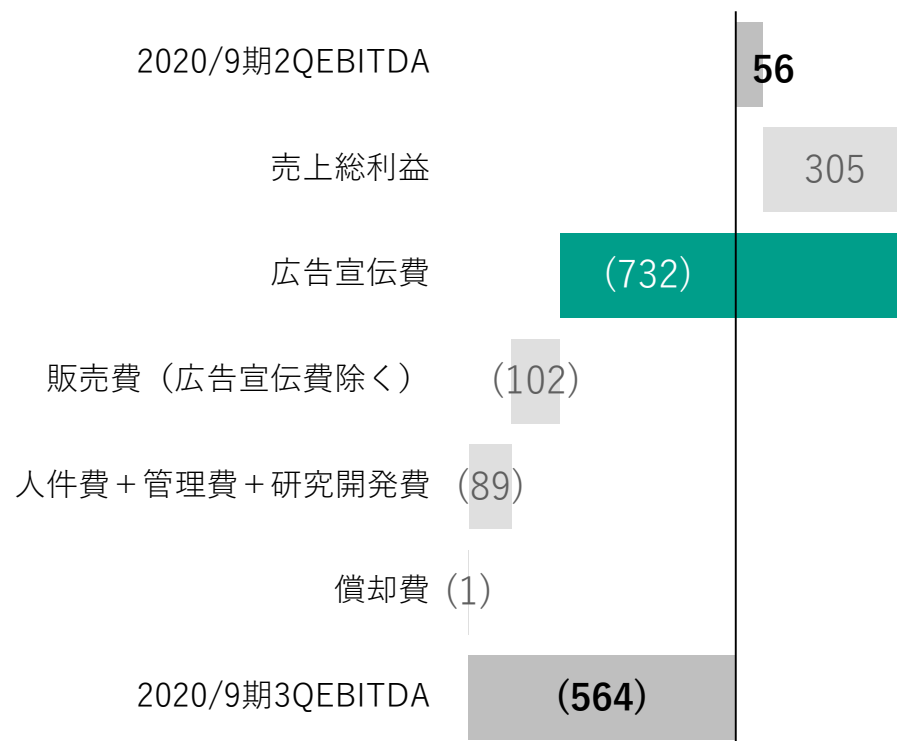
2Q

3Q

2020/9期

EBITDA増減分析

(百万円)

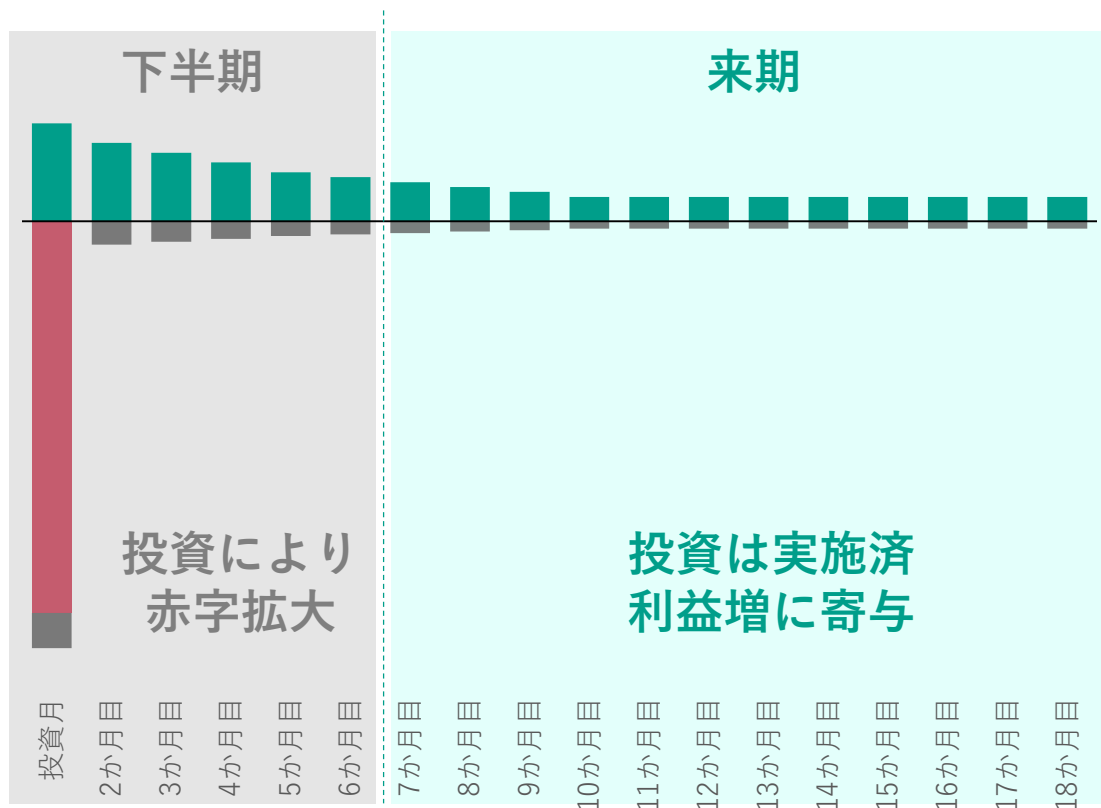


1 広告宣伝投資の来期以降での利益貢献イメージ

下期の直販における積極的な広告投資により期間収益は赤字拡大、
来期の利益にはプラス寄与を見込む

定期購入モデルにおける広告投資収支のイメージ

■ 定期購入売上 ■ 広告投資 ■ 原価・連動経費



下半期は
厳格な採算管理に基づき、
広告投資が順調に拡大



下半期は営業赤字が拡大し、
来期の利益増に寄与

注：上図はモデルケースでの解説であり、当社のヘルスケア事業の現状を表すものではありません。

2 グループ会社のMEJが絶好調

2019年6月に完全子会社化したMEJの新商品が、デジタルマーケティングと若年層顧客への拡大を通じて、**売上高／定期購入者数の大幅増加に貢献**

MEJ概要

顧客層の拡大/デジタル化の加速

mej



2020年1月に発売したチャコールコーヒー（『C COFFEE』）



オンライン

MEJ顧客層



若年女性、ダイエット関
心層をターゲットに、
モデルを起用したデジタ
ルマーケティングを実施

若年層

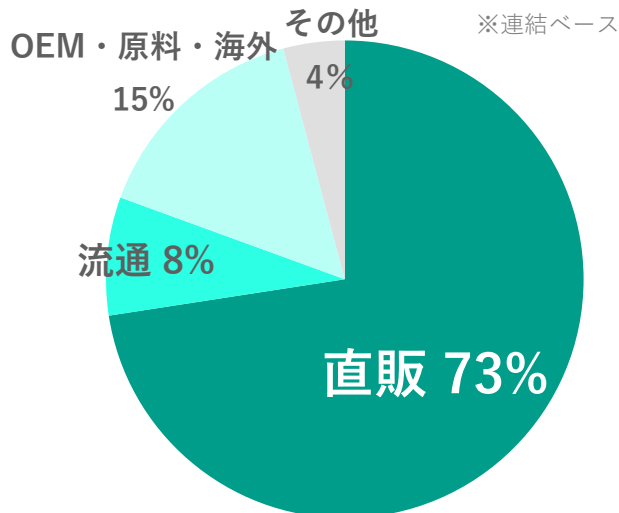
シニア層

ユーグレナ
既存顧客層

オフライン

3 コロナ禍耐性の高いビジネスモデル (2019年9月期本決算説明資料より再掲)

販売チャネル別

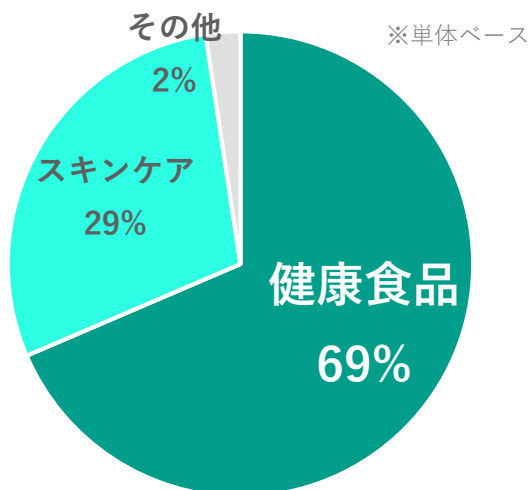


■ 売上高7割超を占める

直販チャネルへの追い風

- ・ 外出自粛によって通信販売への需要は増加
- ・ 在宅率上昇に伴いテレビ通販の広告効率が改善

商品カテゴリー別



■ 健康志向の高まりにより、売上高約7割を占める健康食品への需要増

3 健康意識の高まりへの適応—訴求便益を強化する研究成果

ユーグレナ[∞]

上期に特定したユーグレナの訴求便益について、エビデンスを強化するヒト臨床試験の研究結果を発表

からだの根本から元気に



59種の栄養素

免疫機能UP

心身の疲れにくさ

心身の
疲れにくさ

- ユーグレナ粉末を継続的に摂取することで、作業ストレス負荷がかかっている際の自律神経バランスの調整やイライラ感、緊張感の抑制、睡眠の質の改善を示す研究成果を、ヒト臨床試験にて確認

関連する過去の研究リリース

・微細藻類ユーグレナおよび特有成分パラミロンが免疫細胞や神経細胞に作用することを示唆する研究結果を確認（2020年3月30日）

<https://www.euglena.jp/news/20200330/>

・ヒト臨床試験により、ミドリムシの継続摂取が脳の状態に効果的に寄与することを確認（2019年5月28日）<https://www.euglena.jp/news/20190528/>

3 健康意識の高まりへの適応—素材プロモーションTVCM

期初方針の一環として、素材／便益認知向上を企図したテレビコマーシャルを、6月に全国展開

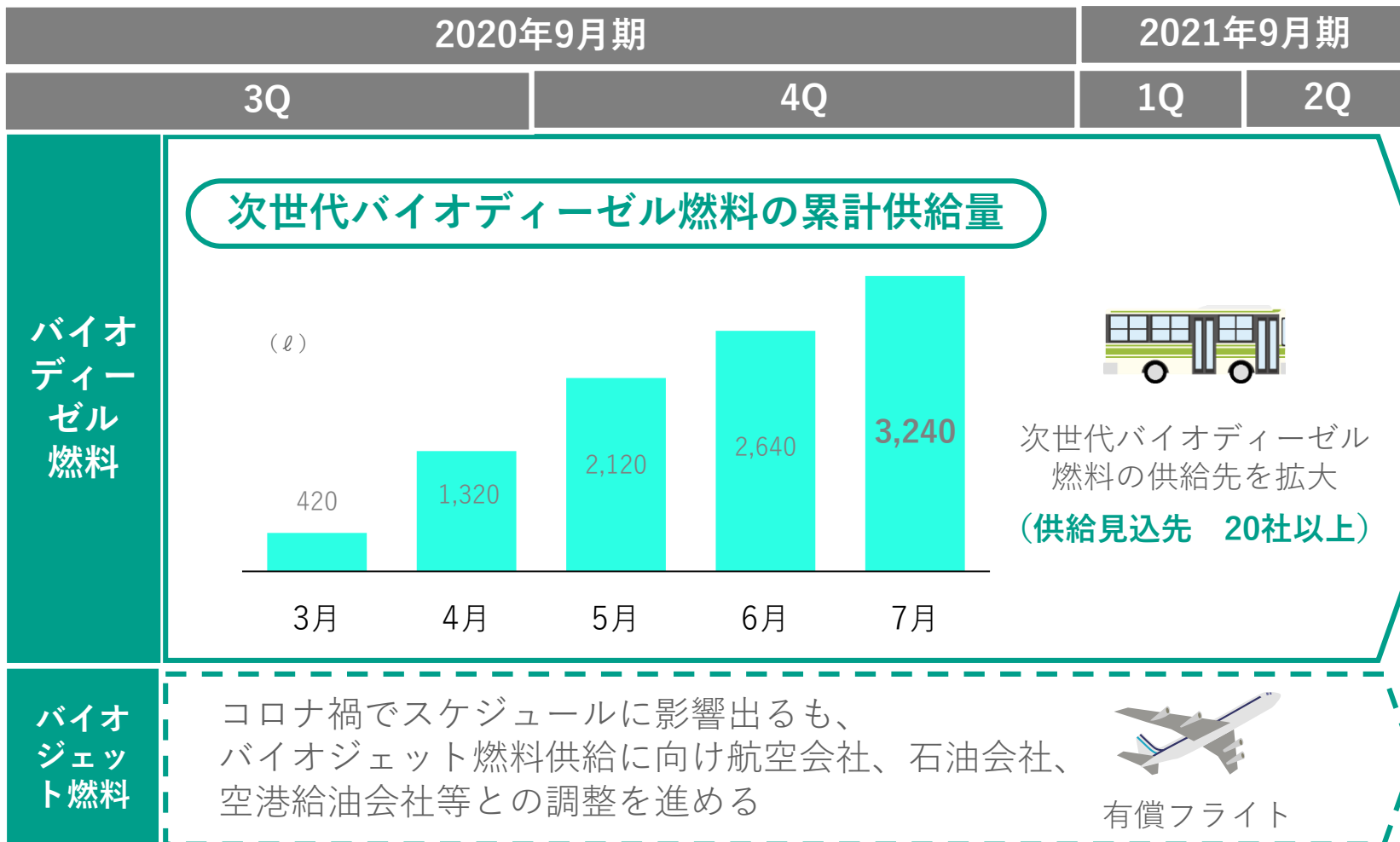


ユグlena[∞]

エネルギー・環境事業の進捗

バイオ燃料の実用化に向けたロードマップ

バイオディーゼル燃料は供給量を順調に積み上げ。バイオジェット燃料有償フライトは、コロナ禍継続を踏まえて今期中の実現は見送り、早期実現をめざす



次世代バイオディーゼル燃料

次世代バイオディーゼル燃料の**新規供給先は順調に増加**

ファミリーマート

- 一部店舗の使用済み食用油を原料に活用した『ユーグレナバイオディーゼル燃料』を**配送車両に使用**

関係者の役割



FamilyMart

ファミリーマート社：
店舗から廃食油を回収、
配送車両に給油・使用



ユーグレナ[∞]

ユーグレナ社：
ユーグレナと廃食油から
バイオ燃料を精製

ひろ自連^{*}/ 広島地域

- 広島地域において次世代バイオディーゼル燃料の**原料製造/供給から利用に至るまでのバリューチェーンを構築**

関係者の役割



運用車両

ひろ自連：地域での再生可能エネルギー関連事業の振興、燃料を利用

ユーグレナ社：燃料の製造供給

ファミリーマート社：廃食油提供、燃料利用

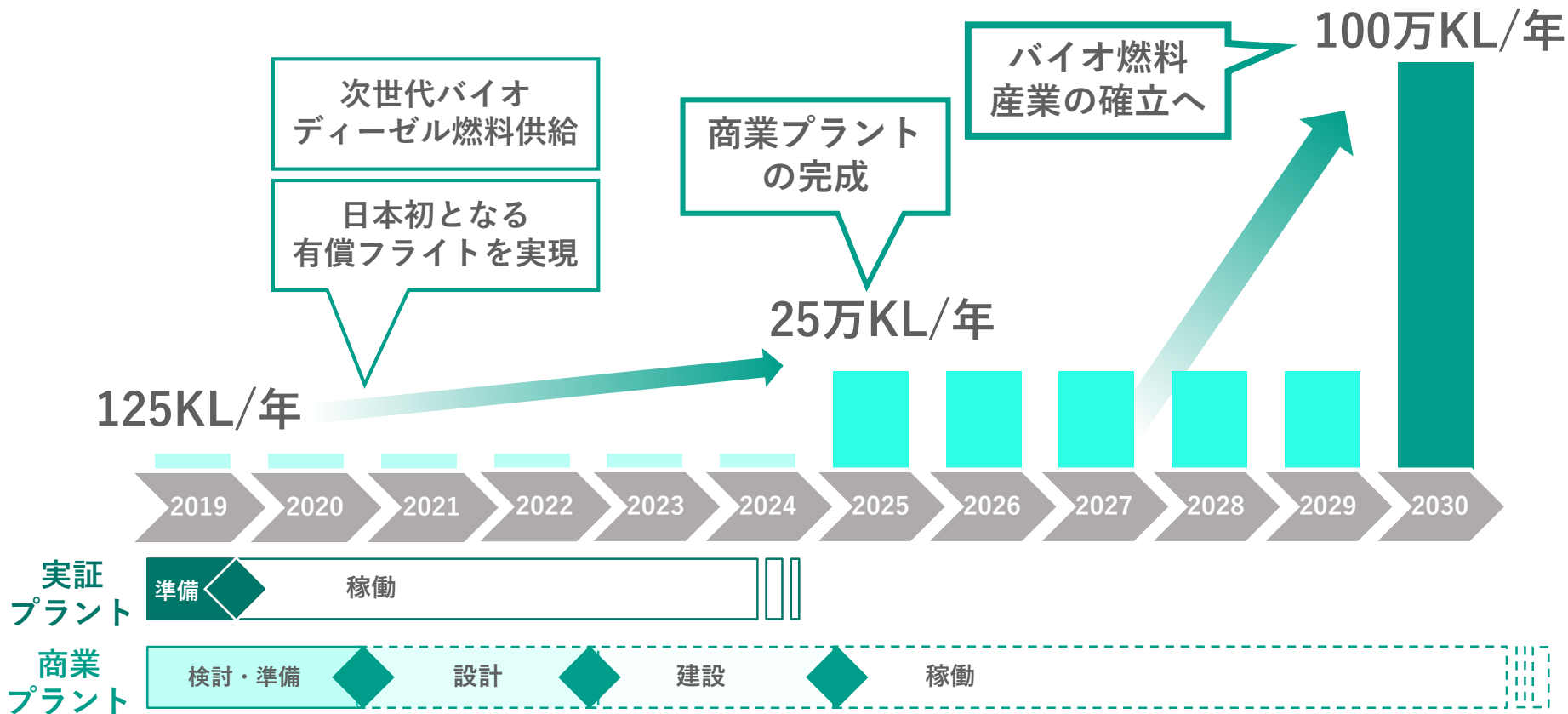
植田油脂社：再生油脂製造

吉川油脂社：追加処理

^{*} ひろしま自動車産学官連携推進会議。広島県・広島市・マツダ社などが参画

バイオ燃料製造・供給の商業化に向けて (2019年9月期本決算説明資料より再掲)

実証プラントの稼働データ獲得と並行して、商業プラント設計開始に向けた準備を推進



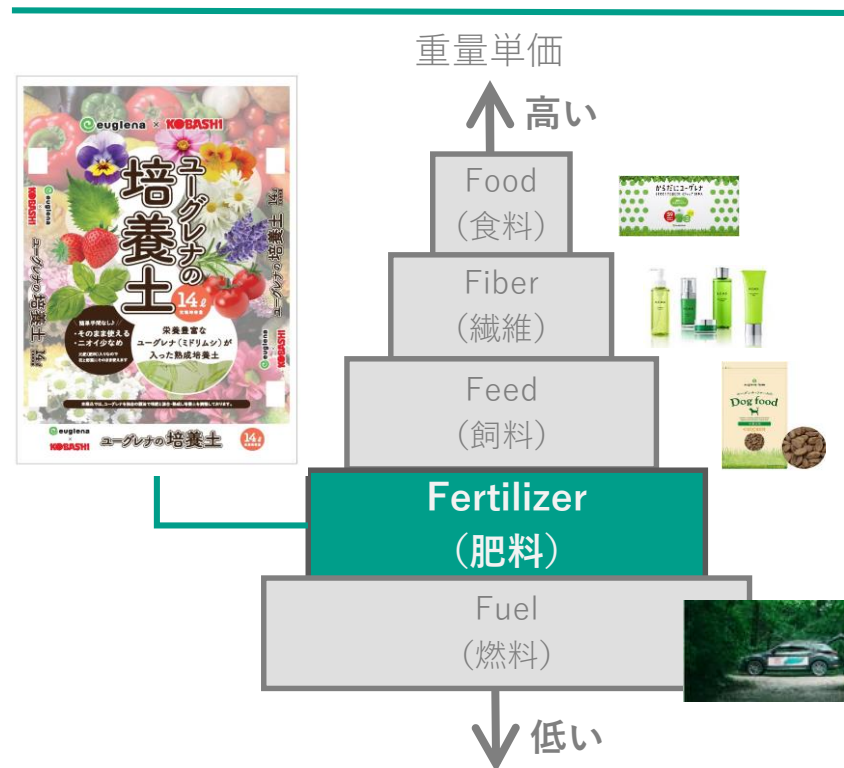
『バイオマスの5F※1』のうち未着手であった**肥料領域への取組みを開始**。
ユーグレナを活用した有機液肥研究や培養土の試験販売をスタート

- 脂質抽出後のユーグレナ残渣を原料とした有機液肥※2でイチゴ栽培に成功、燃料生産の副産物を肥料として活用する可能性を示唆※3



- ユーグレナを用いた**培養土（肥料）**を開発、**テスト販売**※4を開始

バイオマスの5F



※1 バイオマスの5F：バイオマスには、重量単価が高い順に Food（食料）、Fiber（繊維）、Feed（飼料）、Fertilizer（肥料）、Fuel（燃料）の5つの用途があり、重量単価の高いものから低いものに順次事業を展開することで、バイオマスの生産コスト低減と利用可能性の拡大を推進する、という事業戦略

※2 有機液肥：有機物を原料として、「水熱分解処理」（高温・高圧の密閉タンクの中へ投入し分解する処理技術）から得られる栄養成分を含む液体

※3 明治大学黒川農場、戸田建設社、ルートレック・ネットワークス社、DA イベント社、Office FUJIWARA と共同で農作物の栽培実証を実施

※4 佐賀県内 ダムの駅 富士 シャクナゲの里 (<http://shakunage-s.com/>)、通販サイト ユーグレナ・オンライン Amazon 店

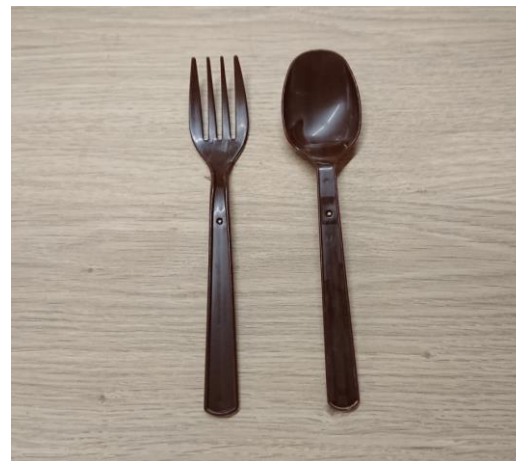
(<https://www.amazon.co.jp/dp/B08BL3VN13>)にて購入可能

脂質抽出後のユーグレナ残渣を用いたバイオマスプラスチックを開発

- ユーグレナからバイオ燃料の原料となる脂質を抽出する工程で発生する**残渣を配合したバイオマスプラスチックの開発に成功**
- バイオマス含有度 50%のユーグレナ・ポリプロピレン複合体を開発
- 100%石油由来ポリプロピレンと比較し、曲げ試験※2において、**強さと硬さにも向上**が見られる



加工前のユーグレナ・ポリプロピレン複合体のペレット



ユーグレナ・ポリプロピレン複合体を用いて作成したフォーク、スプーン

※1 植物など再生可能な有機資源由来の物質をプラスチック構成成分として所定量以上含むプラスチック

※2 試験方法はプラスチックの曲げ特性を求める試験規格 JIS K7171 により実施



新型コロナウイルス感染症の当社グループ対応について

リバネス社、OMR社とともに**新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の抗体検査系を構築**し、検証を実施。当該試験の条件において特異度※¹が感度ともに100%であることを示し※²、より信頼性の高い抗体検査系の確立を目指して研究開発を進める



Leave a Nest



デジタルトランスフォーメーションの一環として、新型コロナウイルス感染症対策と在宅勤務環境整備のため、**電子契約**※³による契約締結を推進。生産性を向上させる多様な働き方に積極的にチャレンジ

※¹ 特異度：陰性のものを正しく陰性と判定する確率

※² 今回得られた特異度と感度のパーセンテージは、PCR検査との一致度を示す

※³ 電子契約：電子ファイルをインターネット上で交換して電子署名を施すことで契約を締結し、企業のサーバーやクラウドストレージなどに電子データを保管しておく契約方式

新型コロナウイルス感染症に対する当社グループの取り組み



Bangladesh のスラム街や日本国内の医療従事者へ、
 栄養豊富なユーグレナ入りの食品および飲料を提供

新型コロナウイルス感染症が拡大する
 Bangladesh で食料支援を実施

ロックダウンにより、食料の不足と価格高騰
 に悩むスラム街住民にユーグレナクッキーを
 40万食分配布



最前線で活躍する医療従事者へ届けるため
 医療機関や食糧支援プラットフォーム
 『We Support*』へユーグレナ商品を提供

※ オイシックス・ラ・大地株式会社、一般社団法人 RCF、ココネット株式会社（セイノーホールディングスグループ）が連携、実施する食料支援プラットフォーム：
 <https://www.oisixradaichi.co.jp/news/posts/wesupport/>

ユグlena[∞]

サステナビリティ推進に向けた取り組み

創業15周年を機にCI（コーポレート・アイデンティティ）を刷新、ユーグレナ・フィロソフィー「Sustainability First（サステナビリティ・ファースト）」および新ロゴを発表。変化する時代の中でユーグレナ・グループの変わらない哲学を定義

Sustainability First

サステナビリティ・ファースト

ユーグレナ[∞]

いきる、たのしむ、サステナブル。

※詳細説明は以降の補足説明資料、[開示資料（2020年8月11日発表）](#)をご覧ください。

Sustainability

未来志向でずっと続けていくこと

(× 目の前の短期的な課題ではない)

+

First

具体的に考え、行動している状態

(× 単なる思想ではない)

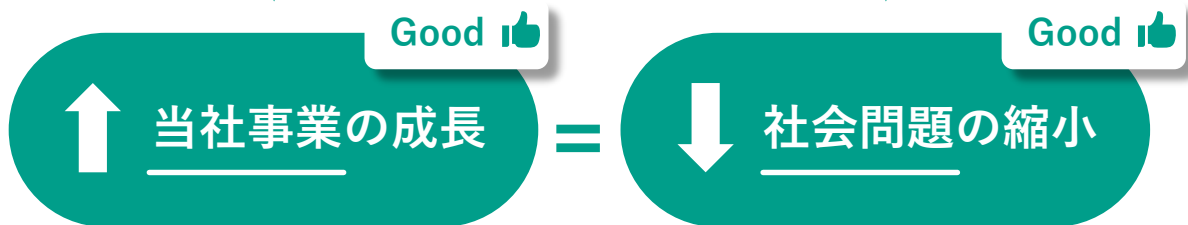
ありたい姿



事業における
変化



実現したい結果



サステナブルな事業展開をしているユーグレナが成長することは、より多くの社会問題を解決しているということ

※詳細説明は以降の補足説明資料、[開示資料（2020年8月11日発表）](#)をご覧ください。

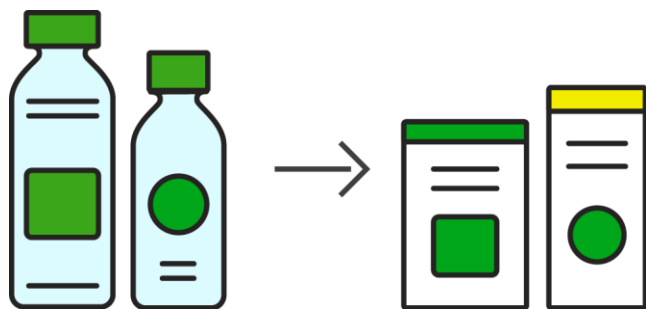
CFO（Chief Future Officer: 最高未来責任者）主導の施策

CFOからの提言に基づき、**2021年中に商品に使用される石油由来プラスチック量50%削減***を目指すことを決定

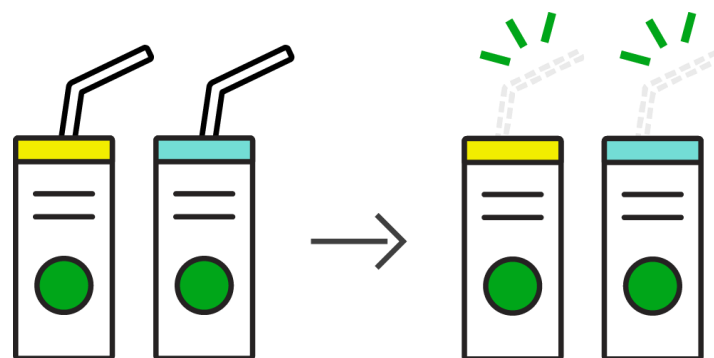


“環境への意識の高さ、低さにかかわらずお客様が意識せずとも環境に配慮した行動をとれる仕組みの構築を目指すべき”

提言を受けて決定した施策1
既存の飲料用ペットボトル商品の全廃



提言を受けて決定した施策2
一部商品においてお客様がプラスチックストローの有無を選択可能に



※上記の施策の他、ヘルスケア事業において商品容器の石油由来プラスチックの使用を全面的に見直し、容器の軽量化、商品ラインナップの見直しなどを通じて更なる石油由来プラスチック量の削減を目指す（2020年6月29日発表：<https://www.euglena.jp/cfo/result/>）

Chief Future Officer (CFO: 最高未来責任者) 二代目の募集

当社のサステナビリティに関するアクションおよび達成目標の策定と啓蒙活動を担う18歳以下の最高未来責任者の二代目募集を開始



取締役会での提言の様子 (3月)



小泉進次郎環境大臣と環境問題解決について意見交換を実施した際の様子 (7月)

※2020年9月期 (初代) のCFOおよびサミットメンバーの活動については[こちら](#)
2021年9月期 (二代目) のCFOおよびサミットメンバーの募集については[こちら](#)

「ユーグレナ・サステナブル・ベンチャーズ」の立ち上げ

スタートアップへの投資を加速、投資を超えたサステナブルな未来を共に創り上げるアントレプレナーとのネットワーク構築を目指す



- 投資領域はヘルスケア・D2C・航空燃料・バイオインフォマティクスなど、ユーグレナグループとのシナジーを期待できる領域
- ユーグレナのビジョンに共感しサステナブルな社会を目指す起業家・企業への投資を行う
- 第1号案件として、D2C 領域で成長著しい **βace 社** へ出資

ユーグレナ・グループの投資実績

ユーグレナからの出資

- アメリエフ株式会社 (<https://amelieff.jp/>)
- 沖縄バスケットボール株式会社 (<https://goldenkings.jp/>)
- 株式会社ポケットマルシェ (<https://www.pocket-marche.com/>)
- メドケア株式会社 (<https://www.medcare.jp/>)
- オリエンタルエアブリッジ株式会社 (<https://www.orc-air.co.jp/>)
- インテグリカルチャー株式会社 (<https://integriculture.jp/>)
- 日本環境設計株式会社 (<https://www.jeplan.co.jp/>)

リアルテックファンドからの投資

<https://www.realtech.fund/archives/portfolio>

ユグレナ[∞]

補足資料

設立	2005年8月9日	
本店	東京都港区芝5-29-11	
資本金	73億1,832万円	2020年6月末
売上高	139億6,767万円	2019年9月期
従業員数	454名（連結）	2019年9月末
グループ会社	完全子会社7社、国内合弁会社1社（ファンド）、 海外合弁会社2社（上海、ダッカ）	2020年6月末
フィロソフィー	Sustainability First（サステナビリティ・ファースト）	
上場市場	東京証券取引所市場第一部	
証券コード	2931	
株主数	86,009名	2020年3月末

連結損益計算書サマリー

(百万円)		2018/9期					2019/9期						2020/9期				
		1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	一括費用 計上除く ※1	2Q	3Q	4Q	合計	一括費用 計上除く	1Q	2Q	3Q	合計
売上高		3,450	3,729	3,957	4,038	15,175	3,432	3,432	3,487	3,526	3,522	13,968	13,968	3,219	2,863	3,454	9,536
	直販	2,445	2,752	2,881	2,663	10,740	2,549	2,549	2,471	2,497	2,377	9,894	9,894	2,332	2,103	2,346	6,781
	流通	390	400	458	423	1,672	405	405	379	335	299	1,418	1,418	234	231	238	703
	OEM・原料・海外	553	499	510	717	2,279	358	358	470	555	541	1,924	1,924	524	406	747	1,677
	その他	61	79	108	235	483	120	120	168	139	306	733	733	130	123	123	376
売上原価		841	946	1,078	1,355	4,220	858	858	1,000	1,018	1,134	4,010	4,010	878	824	1,110	2,812
売上総利益		2,609	2,784	2,879	2,682	10,954	2,573	2,573	2,487	2,509	2,388	9,958	9,958	2,342	2,039	2,344	6,724
粗利率		76%	75%	73%	66%	72%	75%	75%	71%	71%	68%	71%	71%	73%	71%	68%	71%
販売費 及び 一般 管理費		3,039	3,465	3,284	2,547	12,334	9,031	2,660	2,553	2,693	3,140	17,418	11,047	2,586	2,155	3,078	7,819
	販売費 (内 広告宣伝費)	2,188	2,519	2,122	1,496	8,325	1,620	1,620	1,546	1,681	1,775	6,623	6,623	1,534	1,136	1,970	4,639
	人件費	1,394	1,516	1,079	624	4,614	674	674	697	784	861	3,016	3,016	626	403	1,134	2,163
	管理費	405	429	477	446	1,757	442	442	421	438	490	1,791	1,791	474	435	467	1,376
	管理費	318	362	502	446	1,628	401	401	354	407	417	1,579	1,579	360	333	397	1,090
	研究開発費	129	154	183	159	624	6,568	197	232	166	459	7,425	1,054	219	251	245	714
営業利益		-430	-681	-405	136	-1,380	-6,458	-87	-66	-184	-752	-7,460	-1,089	-244	-116	-734	-1,094
EBITDA		-288	-516	-182	371	-614	144	144	174	56	-507	-133	-133	-71	56	-564	-578
営業外損益		66	148	42	27	283	36	36	132	181	38	387	387	28	195	49	272
(内 助成金収入)		42	124	27	10	203	18	18	109	167	25	320	320	30	183	42	255
経常利益		-364	-533	-363	163	-1,097	-6,422	-51	66	-3	-715	-7,073	-703	-216	79	-684	-822
特別損益		1	1	-1	-13	-12	0	0	2	5	-2,539	-2,532	-2,532	0	12	0	12
親会社株主に帰属する 当期純利益		-462	-531	-373	113	-1,252	-6,495	-124	38	-81	-3,261	-9,799	-3,428	-253	109	-675	-819
◆参考指標																	
減価償却費		91.3	108.7	125.1	145.1	470.3	140.9	140.9	149.7	145.2	140.1	575.9	575.9	135.7	134.1	132.6	402.3
(内 M&A関連)		10.7	13.4	18.7	18.7	61.5	18.7	18.7	18.7	18.7	18.7	75.0	75.0	18.7	18.7	18.7	56.2
のれん償却額		50.9	56.8	97.6	90.3	295.6	90.3	90.3	90.3	95.1	104.9	380.6	380.6	37.8	※2 37.8	37.8	113.5

※1 バイオ燃料製造実証プラントの建設関連費用: 6,370百万円

※2 集計上の軽微な誤差があったため訂正しております

連結貸借対照表サマリー

(百万円)	2018/9末	2019/9末	2020/6末
流動資産	8,362	11,183	10,249
現金及び預金	4,427	7,833	6,594
その他	3,935	3,350	3,656
固定資産	13,476	6,016	5,594
有形固定資産	8,897	3,590	3,398
(内 建設仮勘定)	4,984	7	6
無形固定資産	3,777	1,649	1,528
投資その他の資産	802	778	668
(内 投資有価証券)	389	431	318
総資産	21,838	17,199	15,843
負債	5,933	6,365	5,801
流動負債	2,081	2,470	2,388
(内 短期借入金)	461	471	470
固定負債	3,851	3,895	3,413
(内 長期借入金)	3,389	3,190	2,837
純資産	15,905	10,834	10,042
株主資本	15,898	10,823	10,031
(内 資本金)	5,424	7,318	7,318
(内 資本剰余金)	9,080	11,880	2,224
(内 利益剰余金)	1,625	-8,225	583
その他	7	11	11
負債純資産合計	21,838	17,199	15,843

ユーグレナ[∞]

補足資料：

ユーグレナ・フィロソフィー & 今後の事業方針

ユーグレナは
「ミドリムシの会社」からアップデートします。

経営理念・企業ビジョン・スローガンも
無くします。

ユーグレナ・フィロソフィー

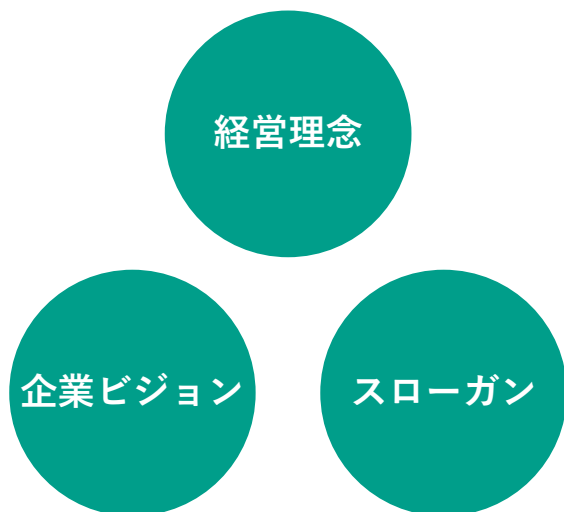
Sustainability First

サステナビリティ・ファースト

ユーグレナグループの仲間全員が”自分たちの幸せが誰かの幸せと共存し続ける方法”
を常に考え、行動している状態

「フィロソフィー」一本にした目的

これまで



これから

フィロソフィー
(=ありたい姿)

「フィロソフィー」一本化の目的

リーマンショック、新型コロナウイルス感染症などで世の中が大きく変わったとしても、当社にとって変わることのないシンプルでブレない哲学を掲げることで、事業を通じた真のサステナビリティを実現する。

「ミドリムシ」から「サステナビリティ+ミドリムシ」へ。



創業から15年間の変化

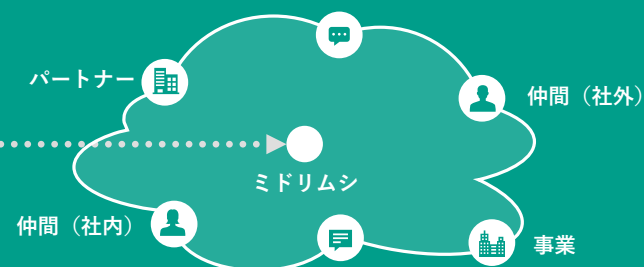
仲間やパートナーの増加と事業領域の成長により、複雑性が増し新たな方針が必要なフェーズとなった。

創業当初



現在

(様々なステークホルダーが関与していることで複雑に)



新たな方針が必要なフェーズ

仲間	創業者 + 数名
パートナー	大学
事業領域	2つ

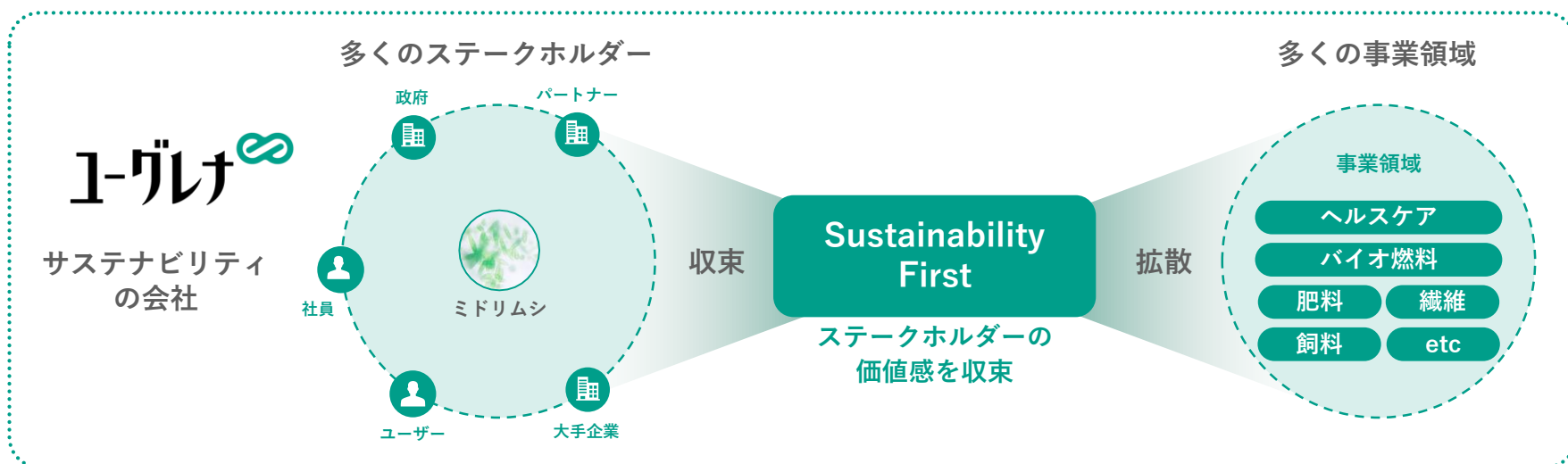
仲間	社内・外大勢の仲間	増加
パートナー	大学・国連・政府・大企業 など	増加
事業領域	多数	増加

“Sustainability First” を軸に更なる成長を

これまで（ミドリムシの会社）



これから（サステナビリティの会社）



ユ-グレナ 

いきる、たのしむ、サステナブル。