

# 2013年9月期決算説明 及び 中期経営目標

2013年11月14日

## 【免責事項】

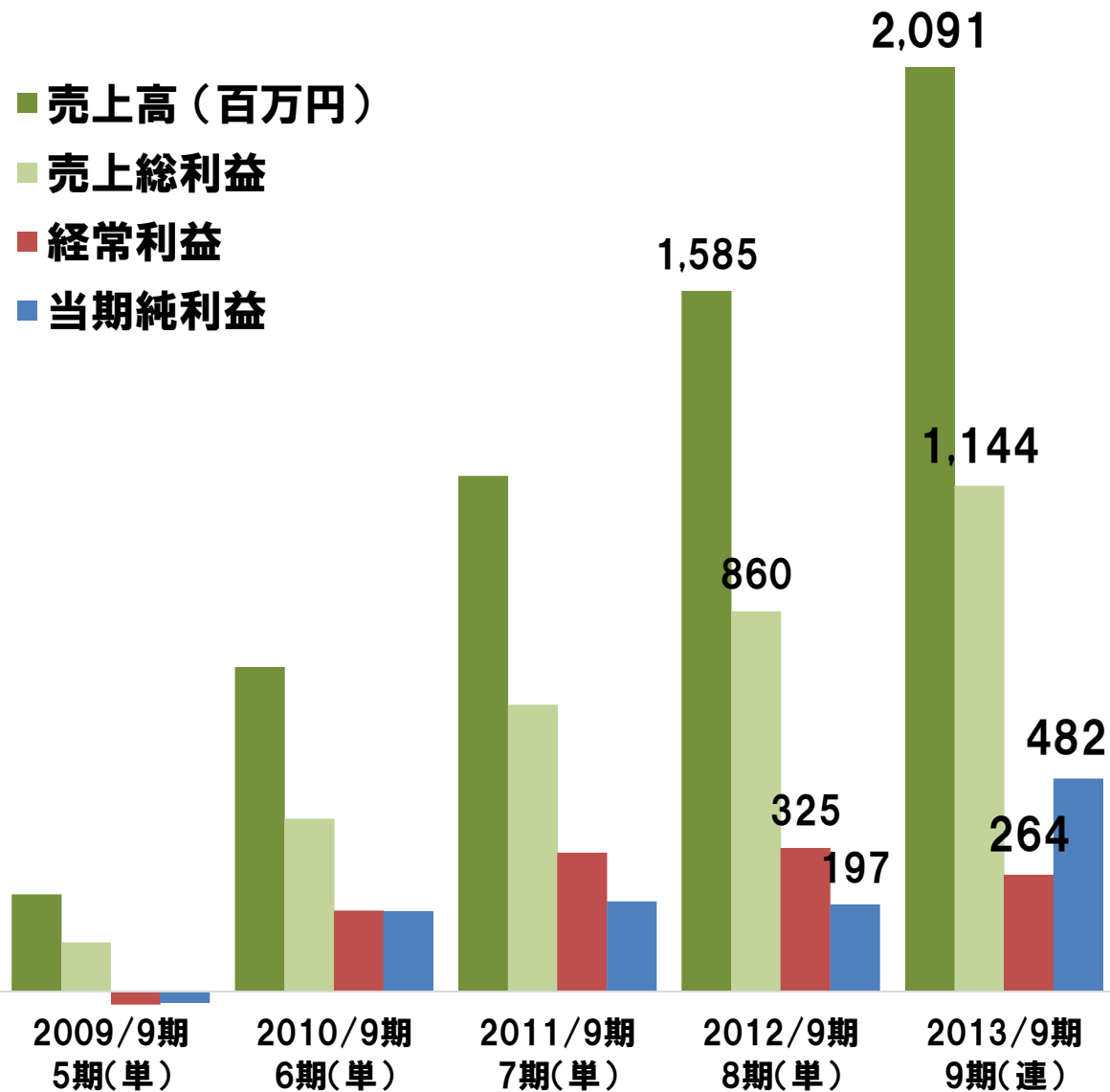
本資料に記載されている予測、見通し、戦略およびその他歴史的事実ではないものは、当グループが資料作成時点で入手可能な情報を基としており、その情報の正確性を保証するものではありません。これらは経済環境、経営環境の変動などにより、予想と大きく異なる可能性があります。

# 目次

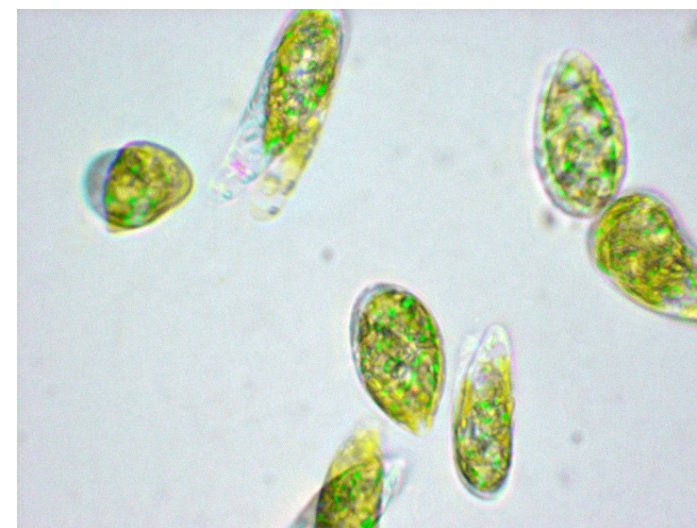
- I. 2013年9月期決算概要及び今期業績予想
- II. ヘルスケア事業の進捗及び中期経営目標
- III. エネルギー・環境事業の進捗及び中期経営目標
- IV. 企業理念の実現

# 2013年9月期決算概要

# 通期決算推移



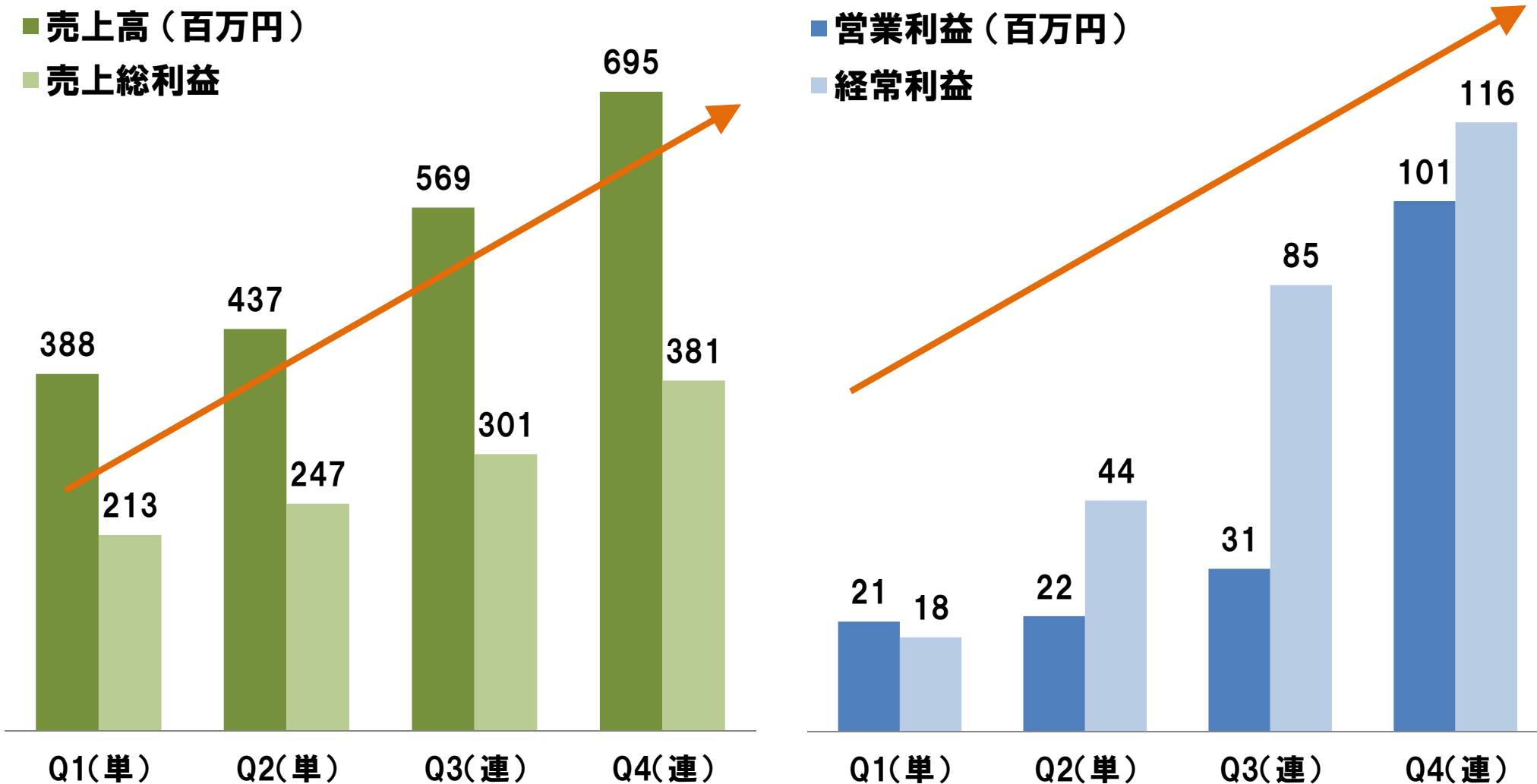
## 9期連続増収 & 4期連続黒字を達成



注: 2013年3月27日付で八重山殖産(株)を完全子会社化した事を受け、当社は2013年9月期Q2より四半期連結財務諸表を作成しております。当社グループの連結決算へ八重山殖産(株)の業績が反映されているのは2013年9月期Q3からとなります。また2013年9月期の連結当期純利益には、八重山殖産(株)の子会社化に伴い計上した負ののれん発生益322,212千円が含まれております。

# 四半期業績推移－2013年9月期(第9期)

## 四半期ベースでも確実な成長を達成



注: 2013年3月27日付で八重山殖産(株)を完全子会社化した事を受け、当社は2013年9月期Q2より四半期連結財務諸表を作成しております。当社グループの連結決算へ八重山殖産(株)の業績が反映されているのは2013年9月期Q3からとなります

# 損益計算書－2013年9月期と2012年9月期の比較

増益要因は単体売上・助成金収入の増加と八重山殖産の連結寄与、  
減益要因は広告宣伝・研究開発の積極化と人員体制の拡大

| (百万円) | 2013/9期<br>第9期(連) | 2012/9期<br>第8期(単) | 増減額   | 主な要因(費用の増加は△で表記)                             |
|-------|-------------------|-------------------|-------|--|
| 売上高   | 2,091             | 1,585             | 506   | 食品(自社)+244M、八重山殖産(半期分)+242M、<br>食品(OEM)+115M |
| 売上総利益 | 1,144             | 860               | 283   | 単体+206M、八重山殖産(半期分)+121M、<br>未実現利益の消去△44M     |
| 販管費   | (967)             | (552)             | (415) | 広告宣伝費△130M、管理費△82M、<br>八重山殖産(半期分)△62M        |
| 営業利益  | 176               | 307               | (131) |  |
| 営業外収益 | 101               | 17                | 83    | 助成金収入+75M                                    |
| 営業外費用 | (13)              | 0                 | (13)  | 株式交付費△11M                                    |
| 経常利益  | 264               | 325               | (61)  |  |
| 当期損益  | 482               | 197               | 285   | 負ののれん+322M                                   |

# 2014年9月期(第10期)の連結業績予想

今期**5割**増収。創出される利益は全て将来投資へ。

|       | 2013年9月期<br>実績 | 2014年9月期<br>業績予想 | 対前期<br>増減率 |
|-------|----------------|------------------|------------|
| 売上高   | 2,091百万円       | 3,113百万円         | 48.8%      |
| 営業利益  | 176百万円         | 176百万円           | 0.0%       |
| 経常利益  | 264百万円         | 240百万円           | △9.0%      |
| 当期純利益 | 482百万円         | 144百万円           | △70.1%     |

粗利率は維持  
利益は  
広告宣伝費、  
研究開発費  
として投資

注: 2013年3月27日付で八重山殖産(株)を完全子会社化した事を受け、当社は2013年9月期Q2より四半期連結財務諸表を作成しております。当社グループの連結決算へ八重山殖産(株)の業績が反映されているのは2013年9月期Q3からとなります。また2013年9月期の連結当期純利益には、八重山殖産(株)の子会社化に伴い計上した負ののれん発生益322,212千円が含まれております。

# ヘルスケア事業の進捗 及び中期経営目標



# 2013年9月期一市場認知向上策

テーマは「ミドリムシを当たり前」



「デニーズ」ミドリムシ入り  
ハンバーグ御膳



「ユーグレナ&ヨーグルト」  
全国コンビニ、量販店



ABCクッキングスタジオ  
とのコラボレーション



自由が丘商店街  
とのコラボレーション



「ユーグレナ・ガーデン」  
実店舗展開



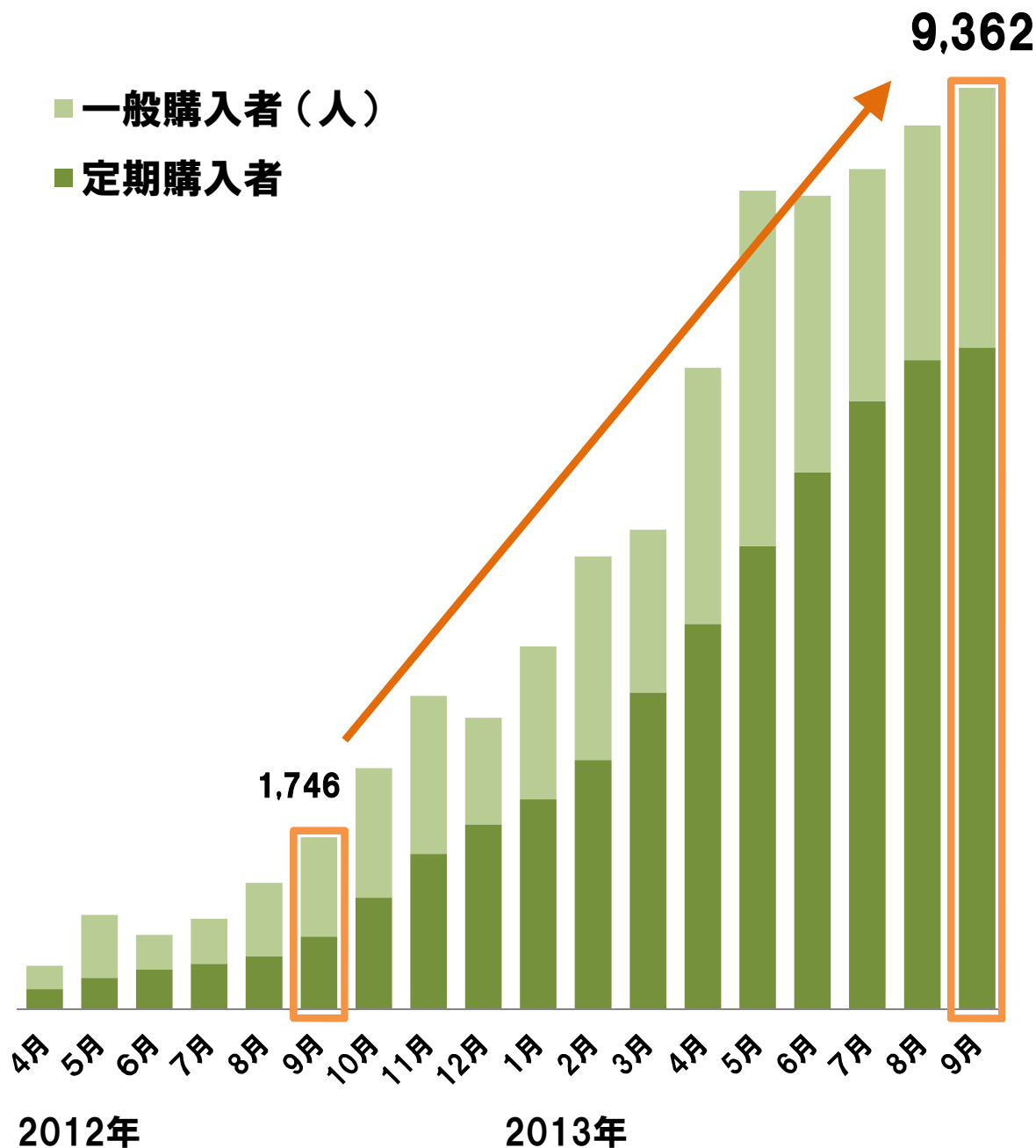
女性誌との  
タイアップ企画

マスメディア  
露出の急増



認知度の向上  
広告宣伝効果

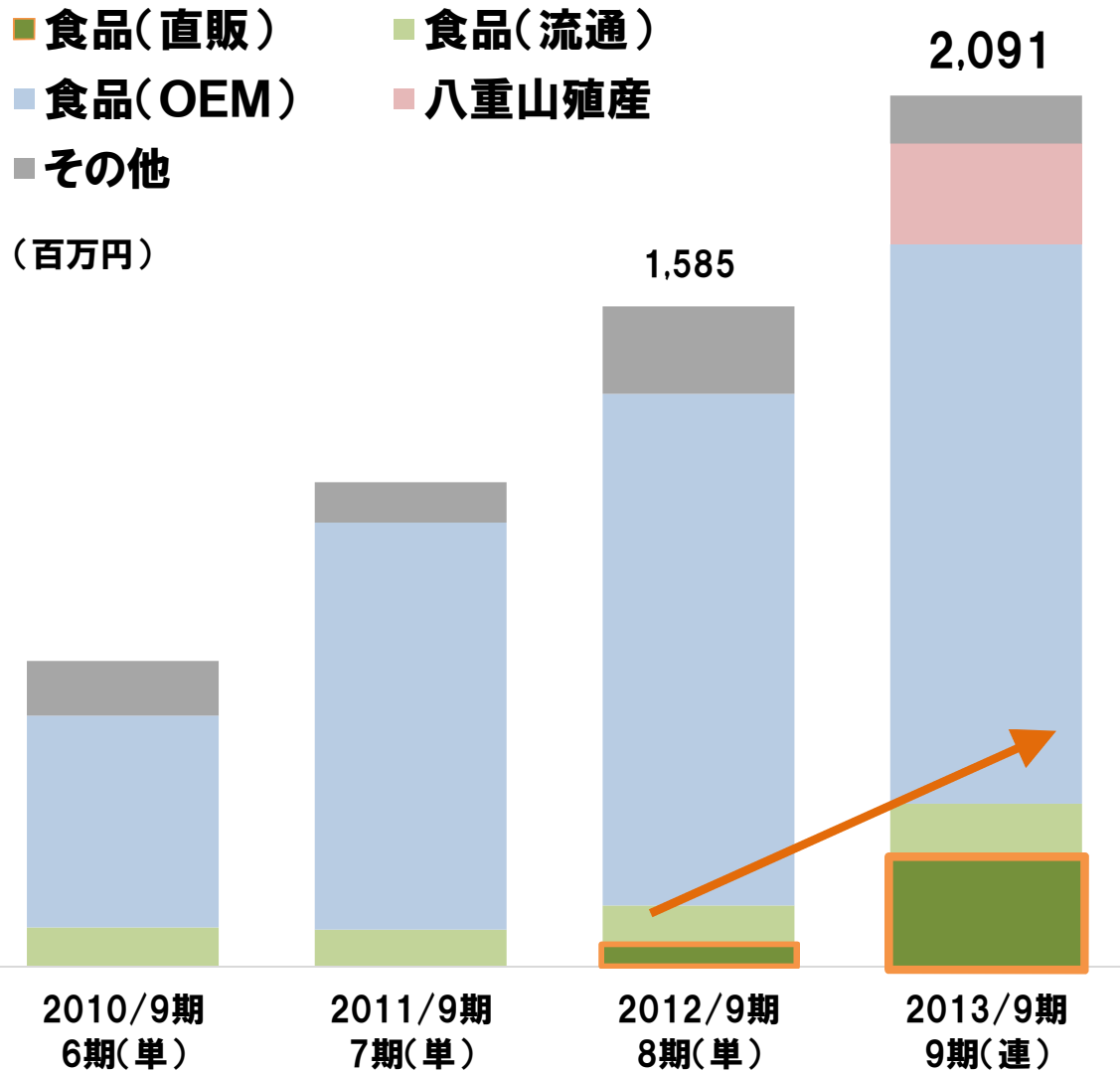
# 2013年9月期－ユーグレナ・ファーム(ECサイト)顧客推移



ECサイト顧客数は  
1年で5倍に成長！



# 2013年9月期－ヘルスケア事業の売上構造の変化

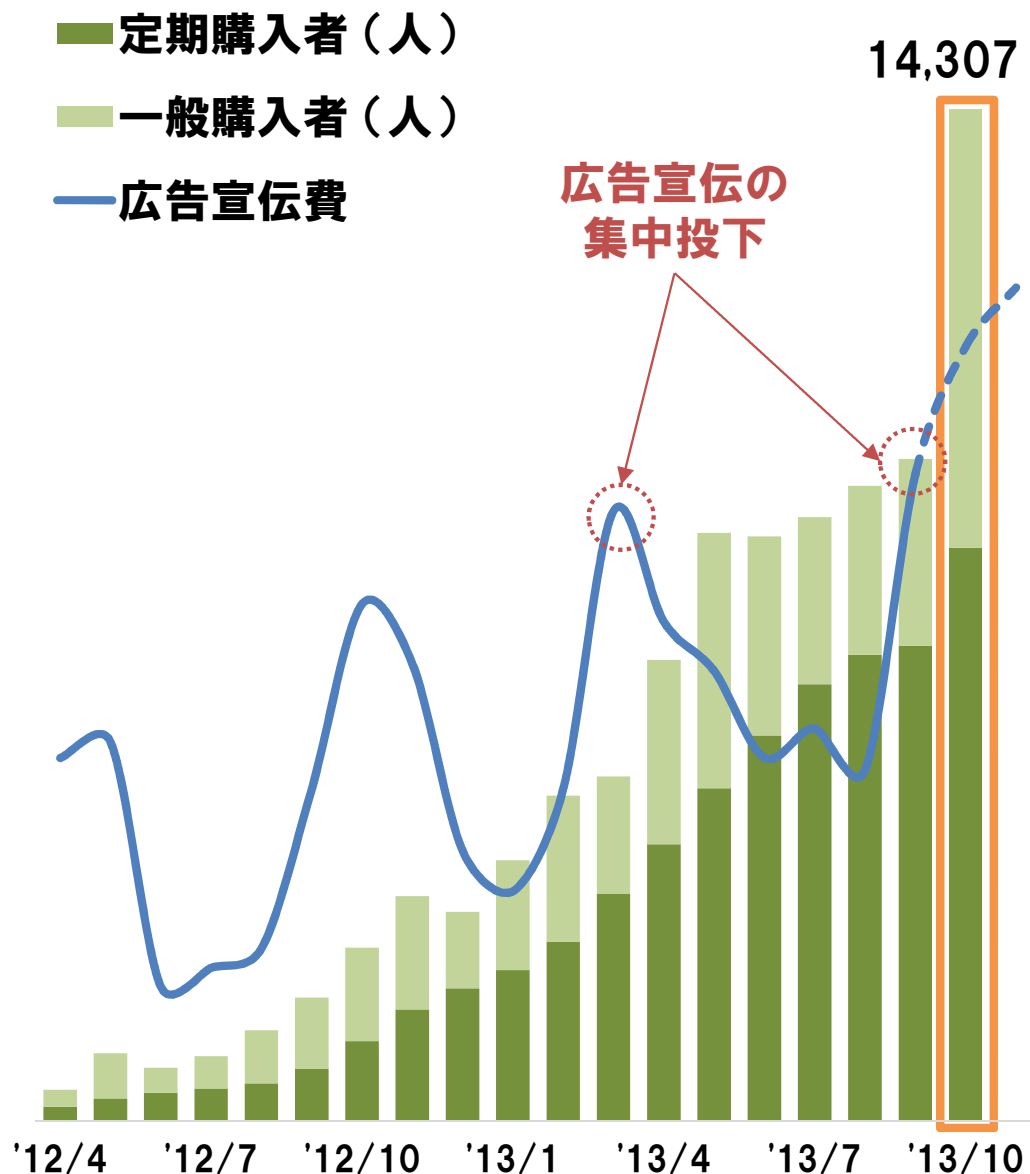


**自社商品の直販の売上が前期比5倍！  
 全体の売上拡大を牽引**



注: 上記は当社全体の売上高であり、「その他」にはエネルギー・環境事業に属する売上高が若干含まれております。八重山殖産の売上高は連結調整後の連結寄与分を2013年9月期Q3から計上しております。

# 2014年9月期一食品(直販)売上高・ECサイト顧客数と広告宣伝費



9月に広告宣伝を強化



10月のECサイト顧客数は  
1ヶ月で1.5倍に急増

## 食品(直販)売上拡大の4ステップ

1. 広告宣伝やメディア露出の増加
2. ECサイト顧客数  
(特に一般購入者数)の増加
3. 一般購入者の定期購入者化
4. 定期購入者数の増加による  
ストック収益化

# 2014年9月期－食品(直販)事業への積極投資

- 定期購入者(人)
- 一般購入者(人)
- 広告宣伝費



広告宣伝投資を  
前期比で大幅増額し、  
ECサイト顧客数の  
飛躍的増加を目指す



注：上記の2014年9月期における購入者数及び広告宣伝費はあくまでも現時点における目標イメージであり、目標が達成されない可能性があります

## 2014年9月期－ヘルスケア事業のモデル

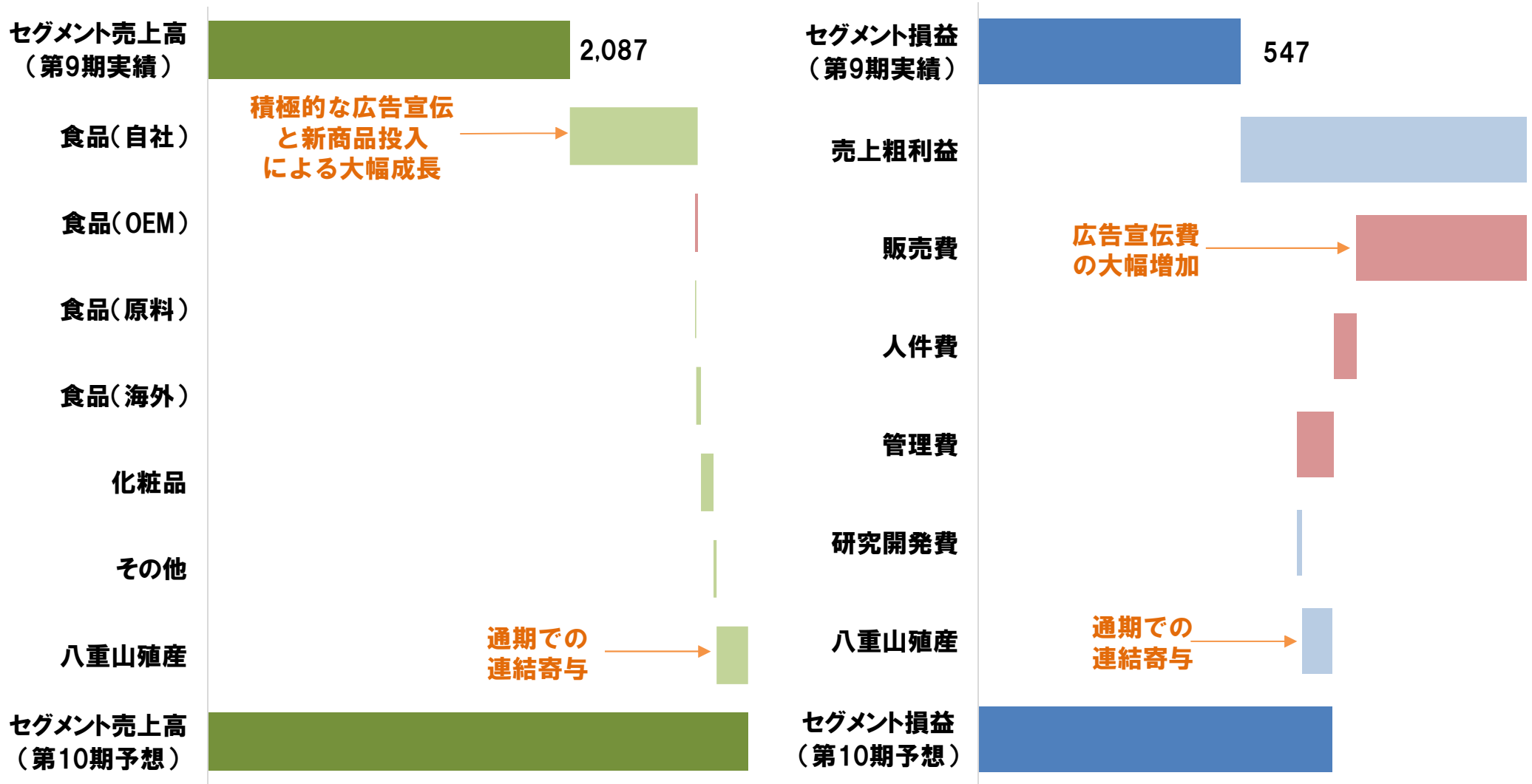
商品・チャネル毎に収益性・成長性が異なる中、今期は粗利率が高く成長の果実を享受しやすい自社製品(食品・化粧品)の強化に注力

| 価格帯                   | カテゴリ            | チャネル     | 粗利率 | 今期見通し  |
|-----------------------|-----------------|----------|-----|--------|
| 高価格帯商品<br>(月6,000円以上) | 食品(流通)          | 店舗、卸     | 高   | 安定成長   |
|                       | 食品(OEM)         | OEM供給    | 中   | 横ばい    |
|                       | 化粧品(自社)         | 店舗、卸、ネット | 高   | 新規ローンチ |
|                       | 化粧品(OEM)        | OEM供給    | 中   | 安定成長   |
| 中価格帯商品<br>(月3,000円以上) | 食品(直販)          | ネット、電話等  | 高   | 大幅成長   |
|                       | 食品(海外)          | OEM供給    | 中   | 今期認可見込 |
|                       | 八重山殖産<br>(クロレラ) | 原料供給     | 低   | 横ばい    |
| 廉価帯商品<br>(ヨーグルト等)     | 食品(原料)          | 原料供給     | 低   | 横ばい    |



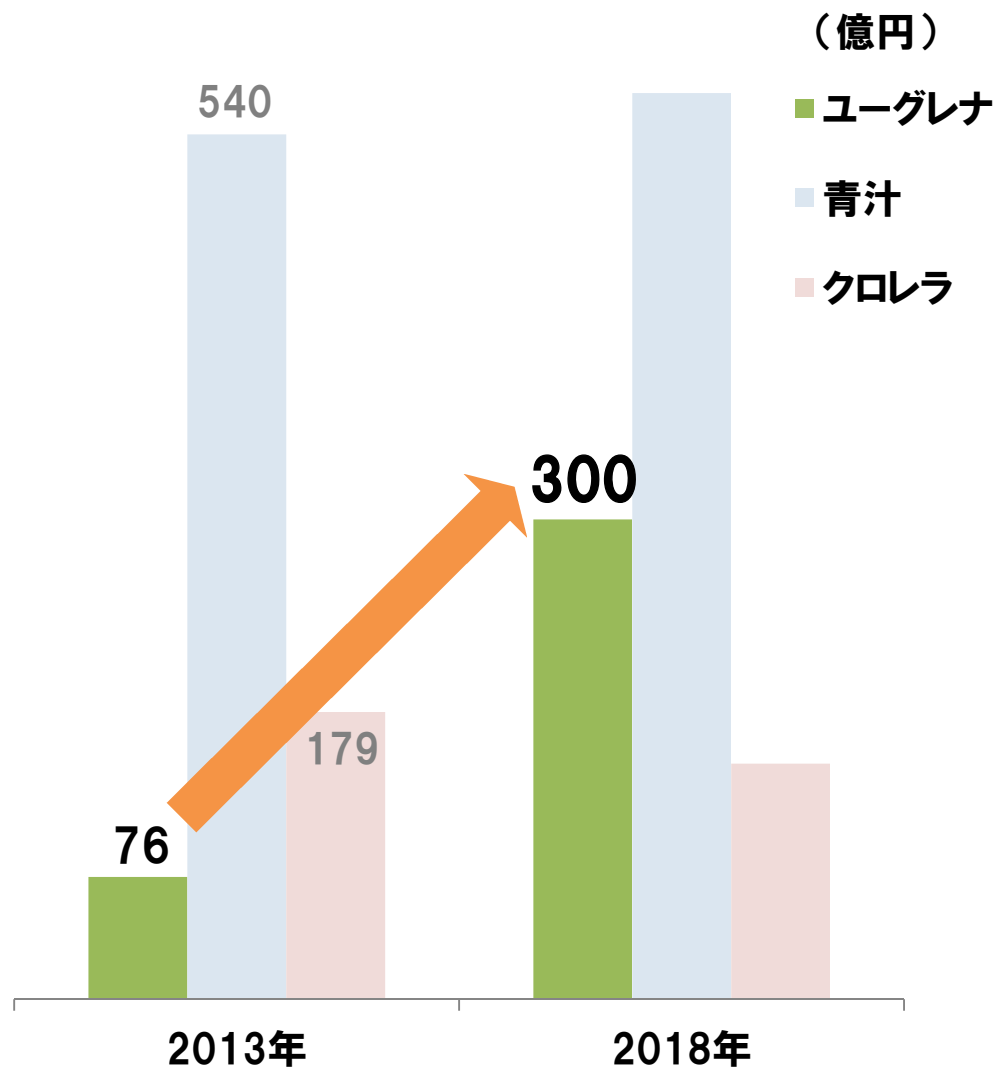
# 2014年9月期－ヘルスケア部門売上高・損益の前期比増減

## 売上高・セグメント損益ともに前期比大幅成長を計画



注: 連結業績ベース(八重山殖産(株)の業績は2013年9月期Q3から反映)での業績変動要因分析になります(単位は百万円、赤色は前期比減少項目)

# 2018年経営目標－市場規模推移



国内のユーグレナ  
食品市場規模を  
2018年までに  
300億円へ

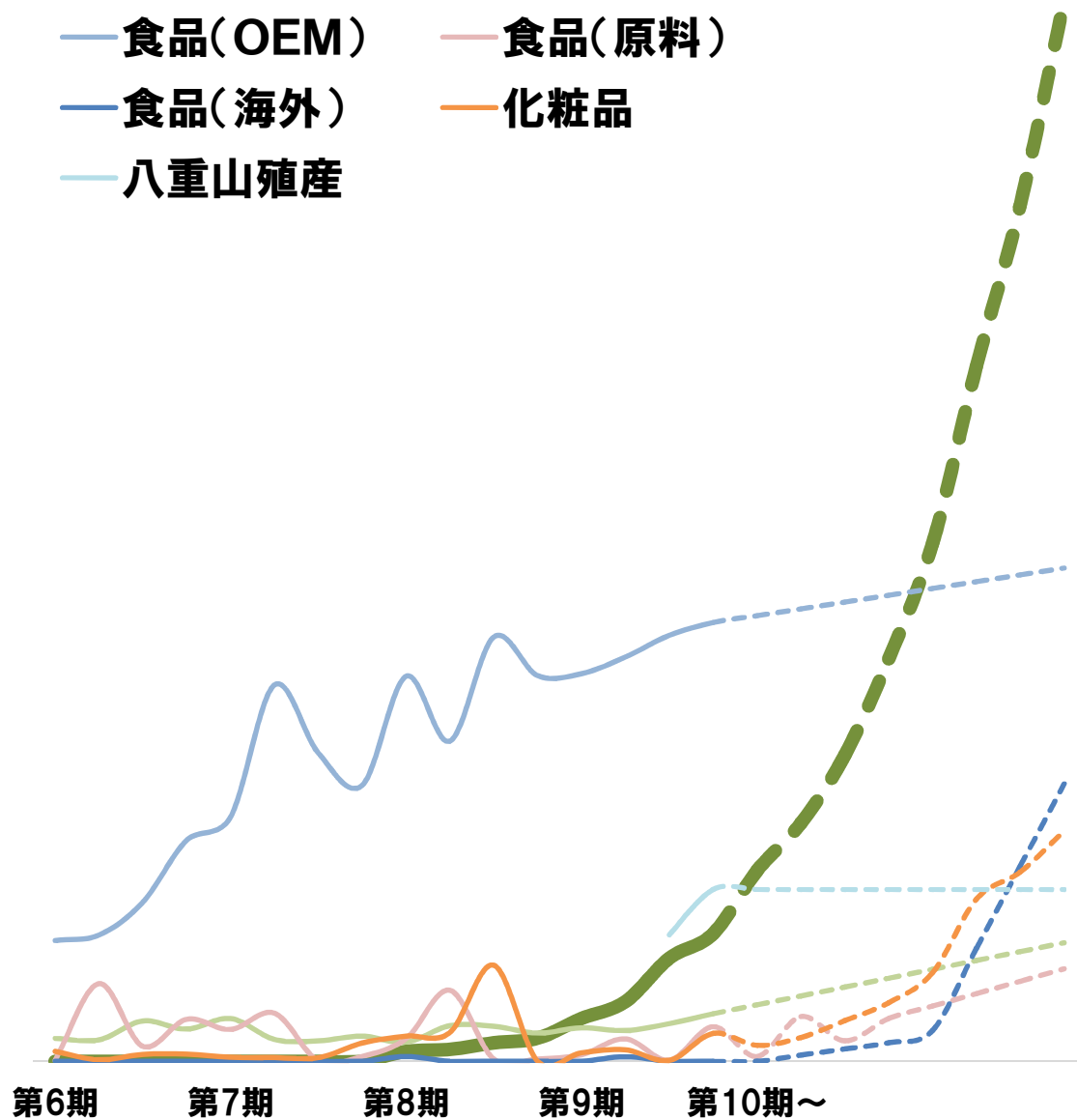


注：  
2013年青汁は富士経済「H・Bフーズマーケティング便覧2013 No.1」参照  
2013年、2018年のクロレラは矢野経済研究所「2012年版健康食品の市場実態と展望」を元に移動平均法により当社が算出



# 2018年経営目標－売上構造の変化イメージ

- 食品(直販)
- 食品(流通)
- 食品(OEM)
- 食品(原料)
- 食品(海外)
- 化粧品
- 八重山殖産

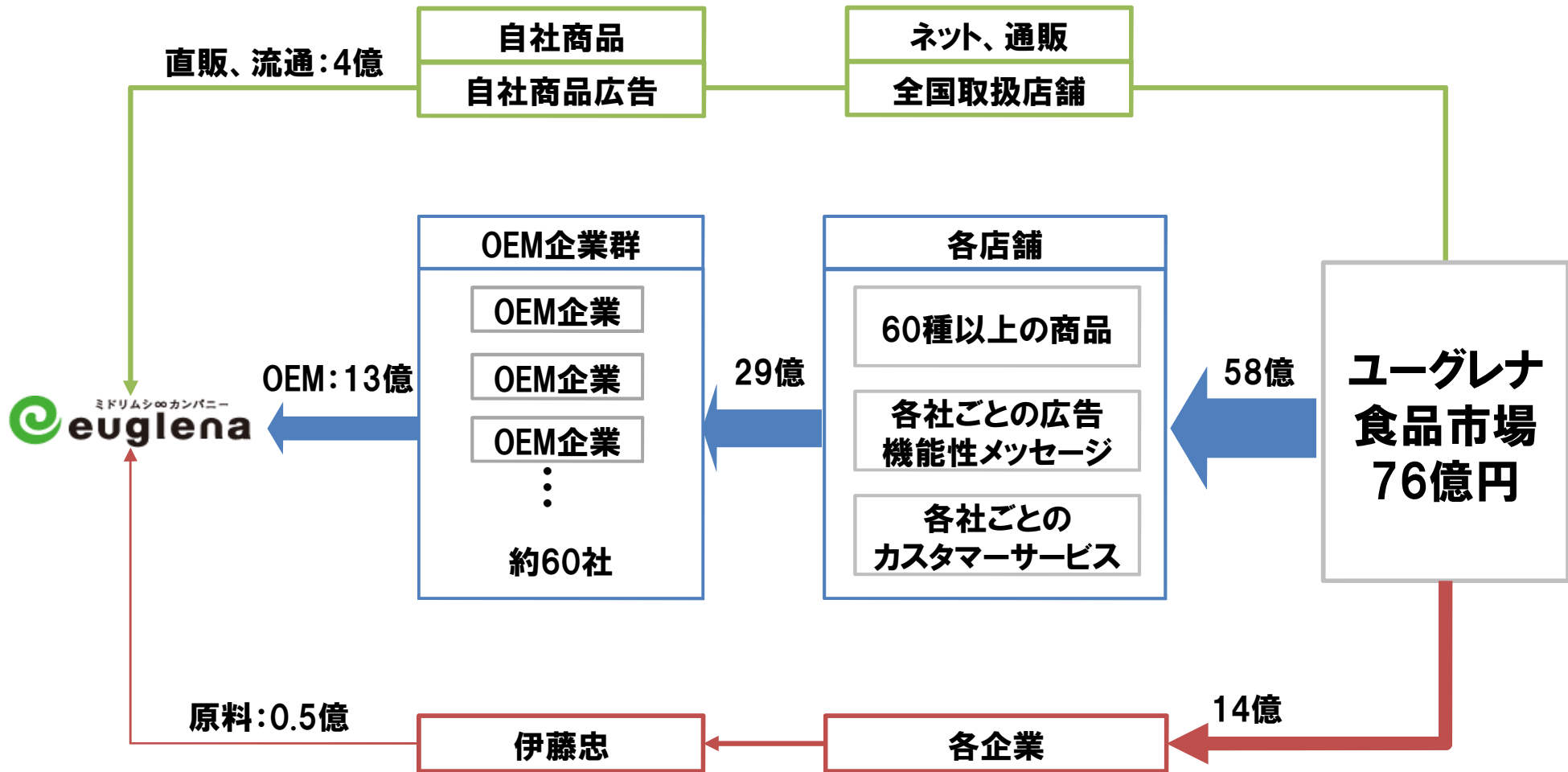


## 食品(直販)の成長に注力



# 2018年経営目標－国内食品事業のモデル変換

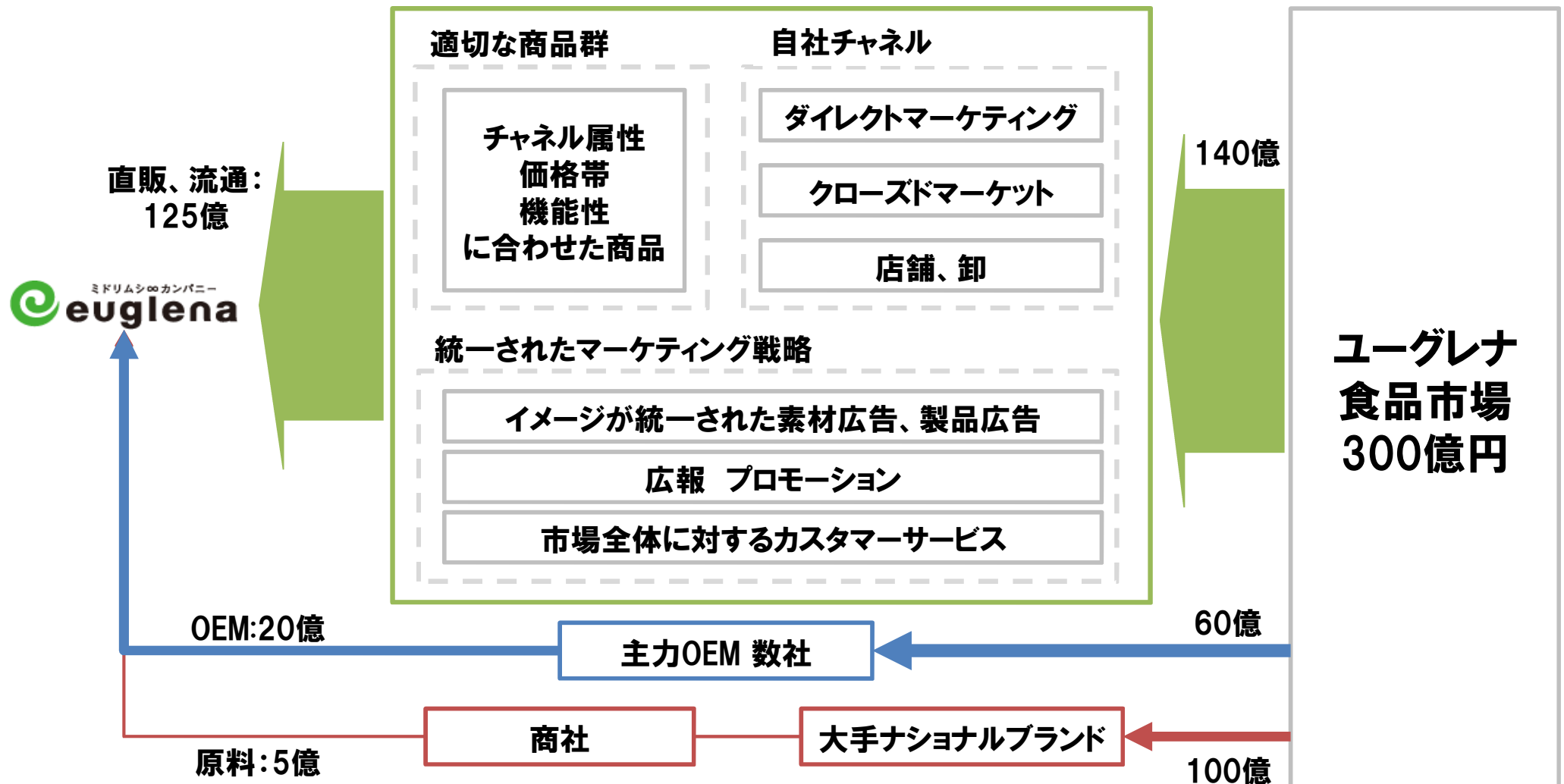
【現在】76億円の市場から17.5億円の売上



注: 当社の売上以外の売上数値に関しては当社推定値であり、各企業・店舗の実態数値を表すものではありません。

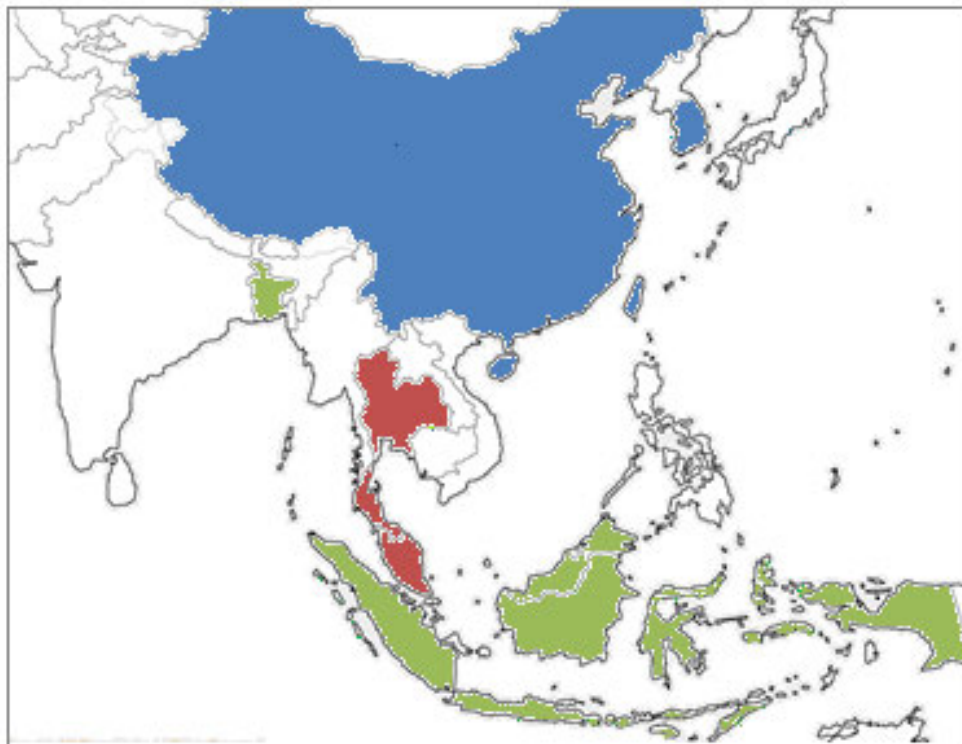
# 2018年経営目標－国内食品事業のモデル変換

【2018年】300億円市場の創出と、市場から150億円の売上  
国内ヘルスケア事業のみで営業利益30億円以上を目指す



# 2018年経営目標－海外戦略

## 重点投資地域



### ●●東アジア

新資源登録準備は全て完了  
伊藤忠商事との連携により開拓中

### ●●東南アジアイスラム国

ハラール取得準備は全て完了  
バングラデシュでの嗜好性調査を開始

### ●●成長東南アジア国

各会社との連携により開拓中

地域、文化毎の  
パートナーと2018年  
ユーグレナ食品海外  
市場規模300億円  
を目指す



# **エネルギー・環境事業の進捗 及び中期経営目標**

# 体制の充実①—新研究所の設立、八重山殖産(株)の完全子会社化

## 新研究所の設立と八重山殖産の完全子会社化で、石垣島での研究開発体制を大幅に拡充



本店・中央研究所  
(東京大学内)



飯田橋オフィス



1

### 生産技術研究所の設立(八重山殖産敷地内)



2

### 八重山殖産株式会社の完全子会社化



事業の垂直統合

#### 研究開発への効果

- 生産コストの低減
- 研究開発設備投資

#### 生産における効果

- 生産設備への投資効率化
- 技術流出リスクの低下

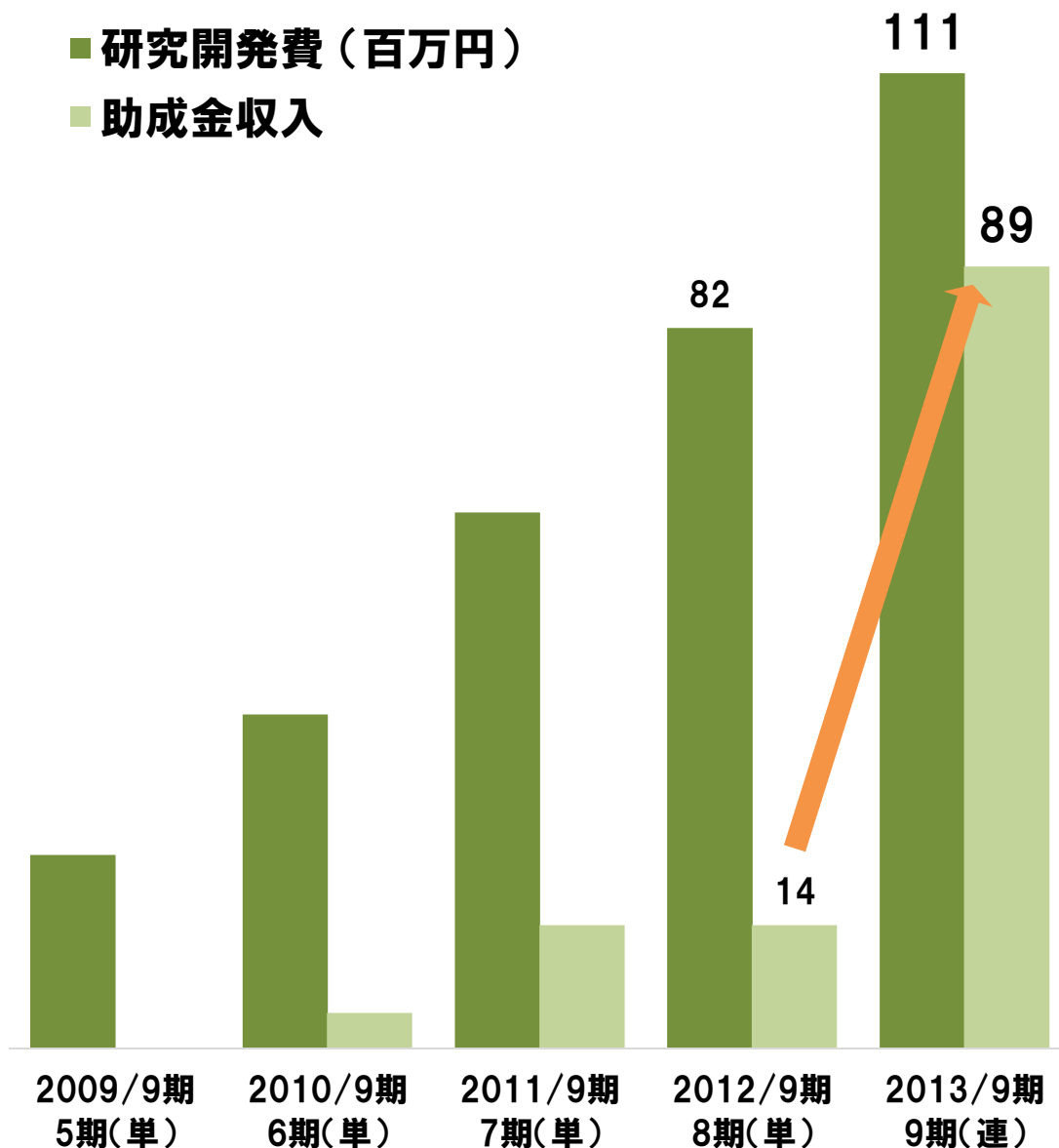
#### 事業における効果

- 営業基盤の共有化(両社顧客へのクロスセリングなど)
- 委託先への交渉力の強化



## 体制の充実②－研究開発費と助成金収入の推移

- 研究開発費（百万円）
- 助成金収入



助成金を積極  
活用しながら、  
研究開発を拡大



# 体制の充実③ー研究開発費と助成金収入の推移

3つの政府支援プロジェクトに参加し、競争的資金を獲得。  
研究開発も順調に進展

1

## 経済産業省：NEDO「戦略的次世代バイオマスエネルギー利用技術開発事業」

テーマ：微細藻由来のバイオジェット燃料製造に関する要素技術の研究開発  
パートナー：JX日鉱日石エネルギー株式会社、株式会社日立製作所、慶應義塾大学



進捗 → 屋内人工光照射下における生産性(培養速度 $38\text{g}/(\text{m}^2\cdot\text{d})$ )と油脂含有率(30%)の目標値を達成

テーマ：遺伝子改良型海産珪藻による有用バイオ燃料生産技術開発  
パートナー：高知大学、京都大学、東京大学

進捗 → 珪藻の脂質代謝関連の遺伝子について解明を進め、珪藻の培養関連の諸元を確認

2

## 文部科学省：JST「戦略的創造研究推進事業」

テーマ：形質転換ユーグレナによるバイオ燃料生産基盤技術の開発  
パートナー：島根大学(研究代表)、近畿大学

進捗 → 「ユーグレナへの外来遺伝子導入方法」と「ユーグレナの形質転換体」に関する2つの特許を出願



# 「スーパーユーグレナ」開発への取組みー形質転換技術

## JSTプロジェクトでの共同研究と植物ハイテック研究所の完全子会社化により、「スーパーユーグレナ」開発に向けた形質転換技術を拡充

1

「ユーグレナへの外来遺伝子導入方法」と「ユーグレナの形質転換体」に関する2つの特許を出願

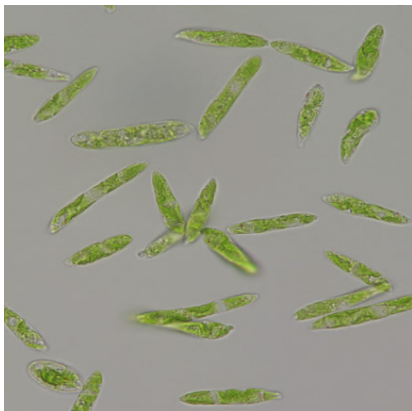
2

株式会社植物ハイテック研究所の完全子会社化

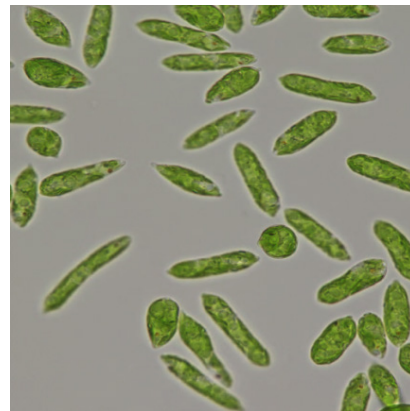
高い光合成活性を持ち、燃料の原料となるワックスエステルを高生産できる「スーパーユーグレナ」の作出のための基盤技術の確立を目指す

「ユーグレナの形質転換による光合成能力、油脂生産性の向上」や「ユーグレナの形質転換によるユーグレナの新たな有用物質生産手法の確立」に向けた研究開発の拡充を目指す

ユーグレナの増殖細胞数(期間:8日間)



野生株



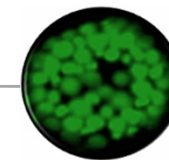
形質転換株



研究領域



植物の生産性を向上させる研究



葉緑体形質転換の研究開発

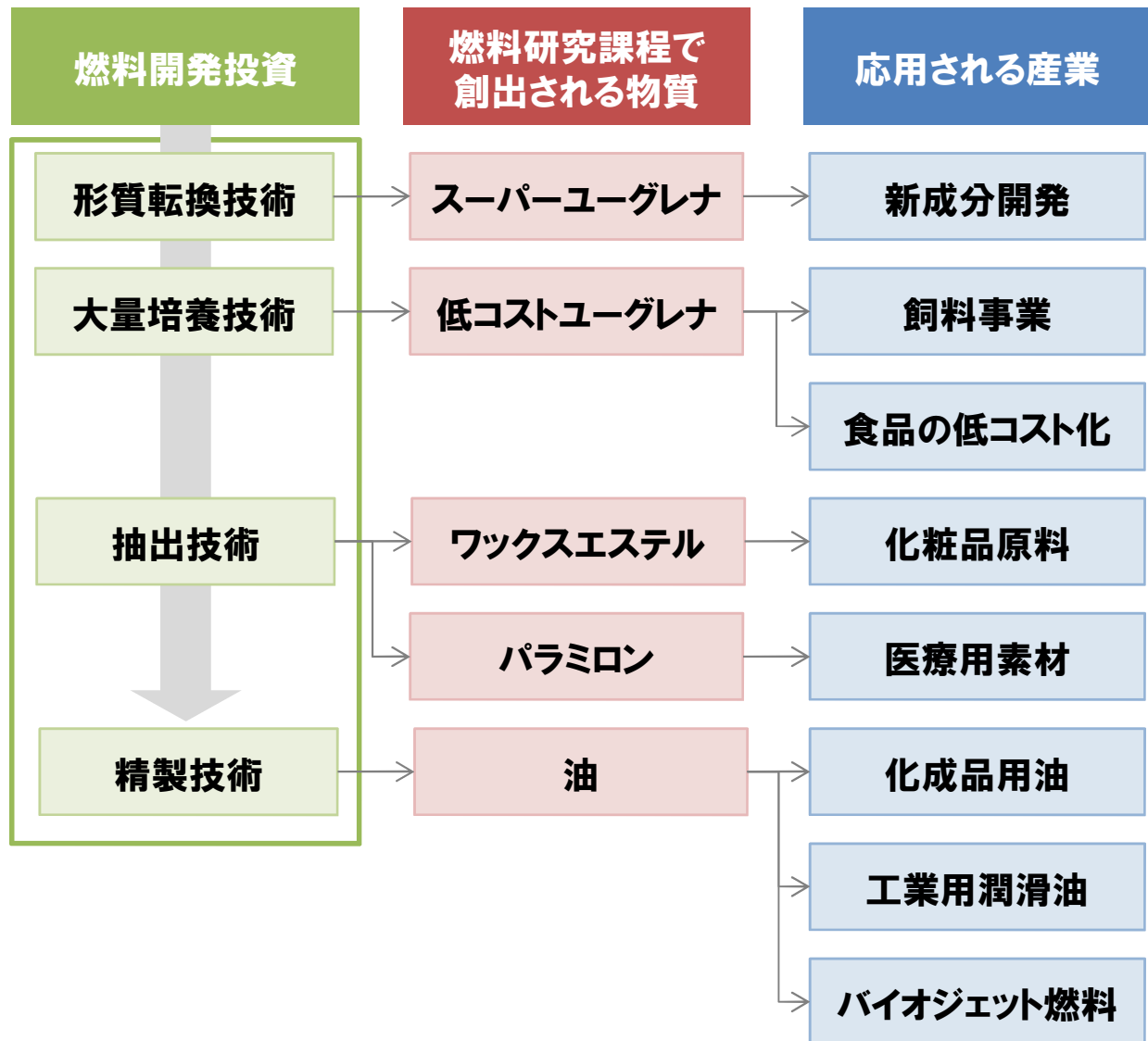


砂漠の水がめ  
カラハリスイカの研究



# 2018年経営目標－技術開発ロードマップ

## バイオ燃料開発への投資は掛け捨てではない



### 技術達成手段

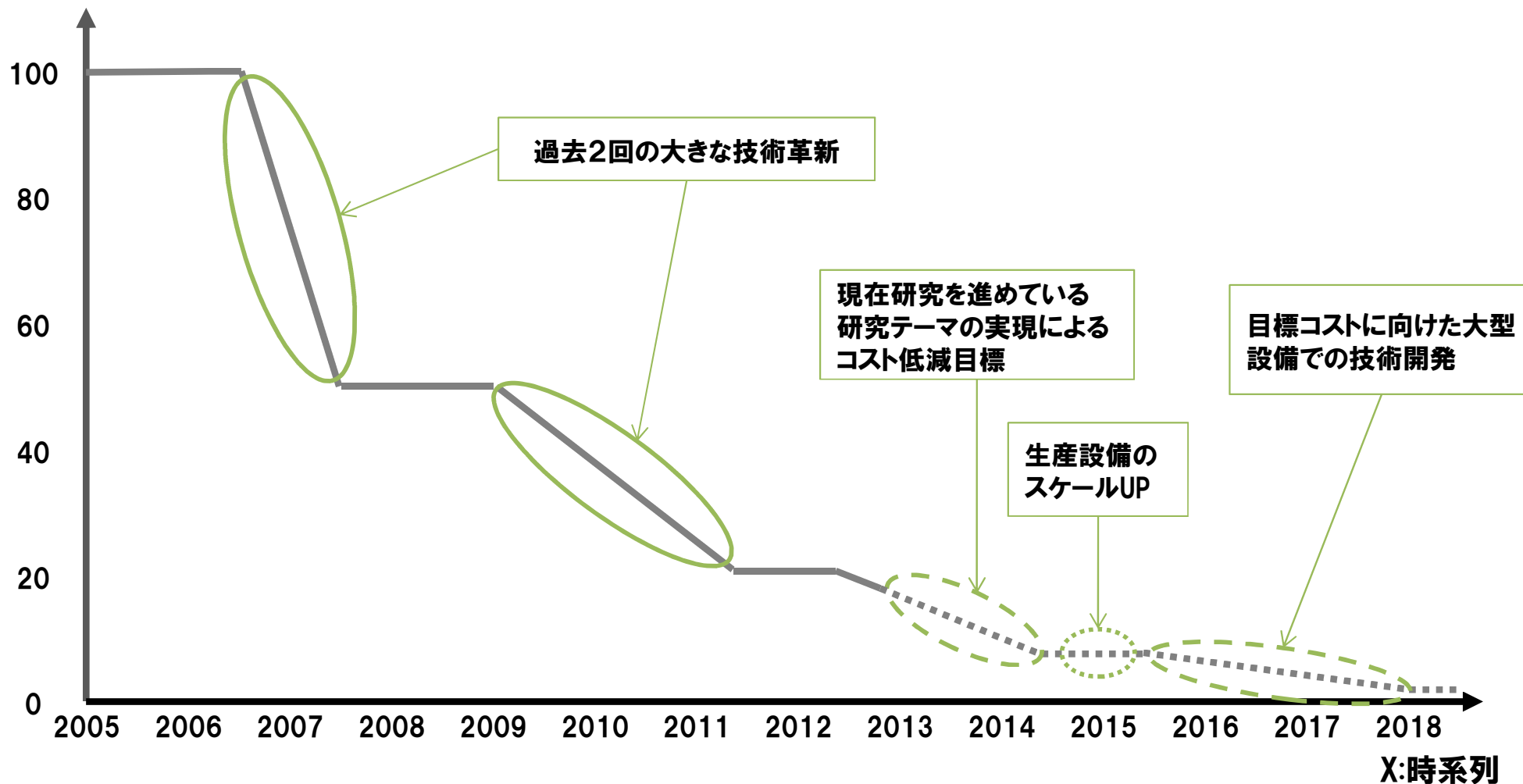
- 1 自社および共同研究先による研究開発の推進**  
農学的アプローチ  
 ⇒ 培養技術の改善  
  
工学的アプローチ  
 ⇒ 培養設備の低コスト化  
  
生物学的アプローチ  
 ⇒ 形質転換技術による株の改良
- 2 積極的な設備投資**  
 設備の大型化投資によるスケールメリットの創出
- 3 周辺技術のM&A、事業提携**  
 先進関連技術を保有する企業のM&A、連携  
 (例:株式会社植物ハイテック研究所)

注: 食品の低コスト化へ応用されるのは大量培養技術による低コスト化であり、形質転換技術は食品へ活用しない方針です。

# 2018年経営目標－ユーグレナ生産コスト低減

基礎技術開発、設備開発を通じバイオ燃料水準の低コスト生産技術の確立を目指す

Y:コスト(重量単価)

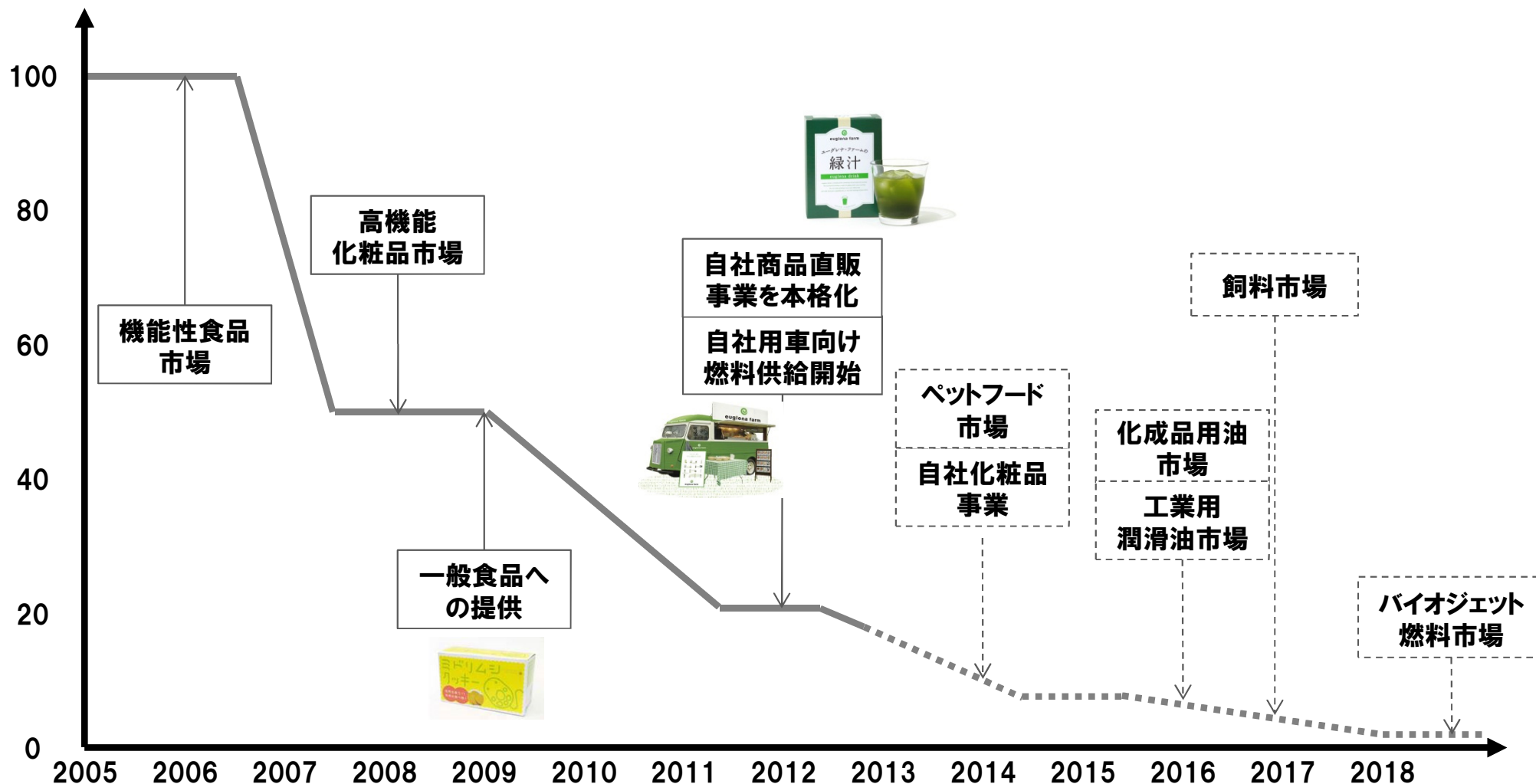


注:コストは2005年、世界初の大量培養成功当時を100としています。

# 2018年経営目標－研究開発により目指す新規市場

## 低コスト化に従い5Fに従ったユーグレナ市場の拡大を目指す

Y:コスト(重量単価)



注:コストは2005年、世界初の大量培養成功当時を100としています。

X:時系列

28

# 企業理念の実現



# Bangladeshでのユーグレナによる栄養改善PJを本格化

外務省平成24年度のODA案件化調査の実施  
「ユーグレナを用いた母子保健事業案件化調査」



途上国栄養改善を  
目的として設立された  
当社理念の実現へ

Bangladeshでの栄養改善PJ拠点として  
 Bangladesh事務所を開設(2013年10月1日)



1998年 Bangladeshへ  
訪れた出雲

**バイオテクノロジーで昨日の不可能を今日可能にする。**

