

euglena Group

2021年9月期第2四半期決算説明

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。

2021年5月14日

ユーグレナ[∞]

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

キューサイの連結子会社化*1

SPCの持分比率を49%に引き上げ、キューサイを連結化
グループ売上高は通年換算で400億円規模へ



キューサイ連結化のスケジュール

- 5/14 コールオプション行使
- 5/17 株式追加取得
当社のSPC株式持分が
約13%から49%に増加
- 6/30 連結子会社化（みなし取得日）
- キューサイ連結化により、通年換算
グループ売上高は400億円規模に

海外公募増資による資金調達

- コールオプション行使に必要な資金を
含む、129億円を海外公募により調達
（うち、約89億円をコールオプション
行使に充当）

業績予想修正

キューサイ連結化（7-9月分）に伴い、2021/9期の業績予想
を上方修正。売上高 220億円、調整後EBITDA ▲2億円

ヘルスケア領域（業績ハイライト）

2021/9期上期売上高は概ね当初想定通りの進捗
下期は広告投資を再拡大し、通期では売上高を上方修正



L I G U N A



- キューサイ連結化に向けたキャッシュ
コントロールのため広告費を抑制した
結果、1Q比で売上は微減するも、
上期売上高は当初業績予想に対して
51%の進捗率であり、当初の想定通り
- 定期顧客数はLIGUNAの貢献により
29.5万人となり過去最高水準に回復
- 直販オンライン比率は2021/9期目標の
30%を前倒しで達成

先端投資領域（バイオ燃料事業）

バイオジェット燃料が完成、年内の初フライト実現を目指す



- 3/15 バイオジェット燃料完成
2021年中の初フライト実現を目指す
- 都内葛飾区ガソリンスタンドで、次世
代バイオディーゼル/ハイオク*2を一般
向けに3日間限定販売



1. キューサイの連結子会社化について	5
2. 2021年9月期上期決算ハイライトと業績予想修正.....	11
3. ヘルスケア領域	17
4. 先端投資領域（バイオ燃料事業）	21
5. 補足資料	28

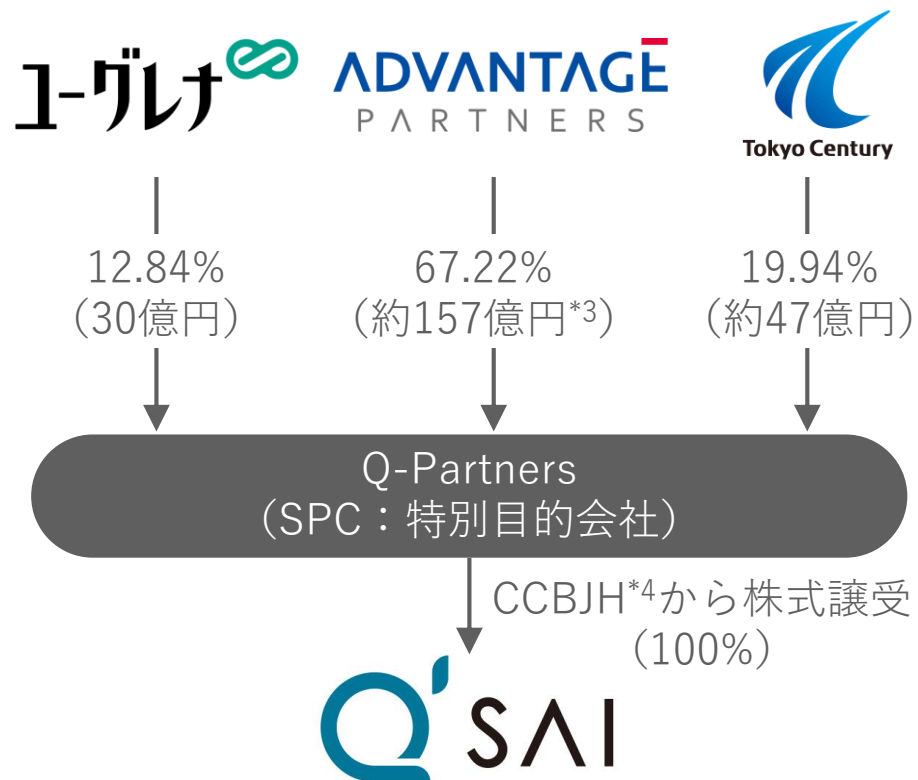


1. キューサイの連結子会社化について

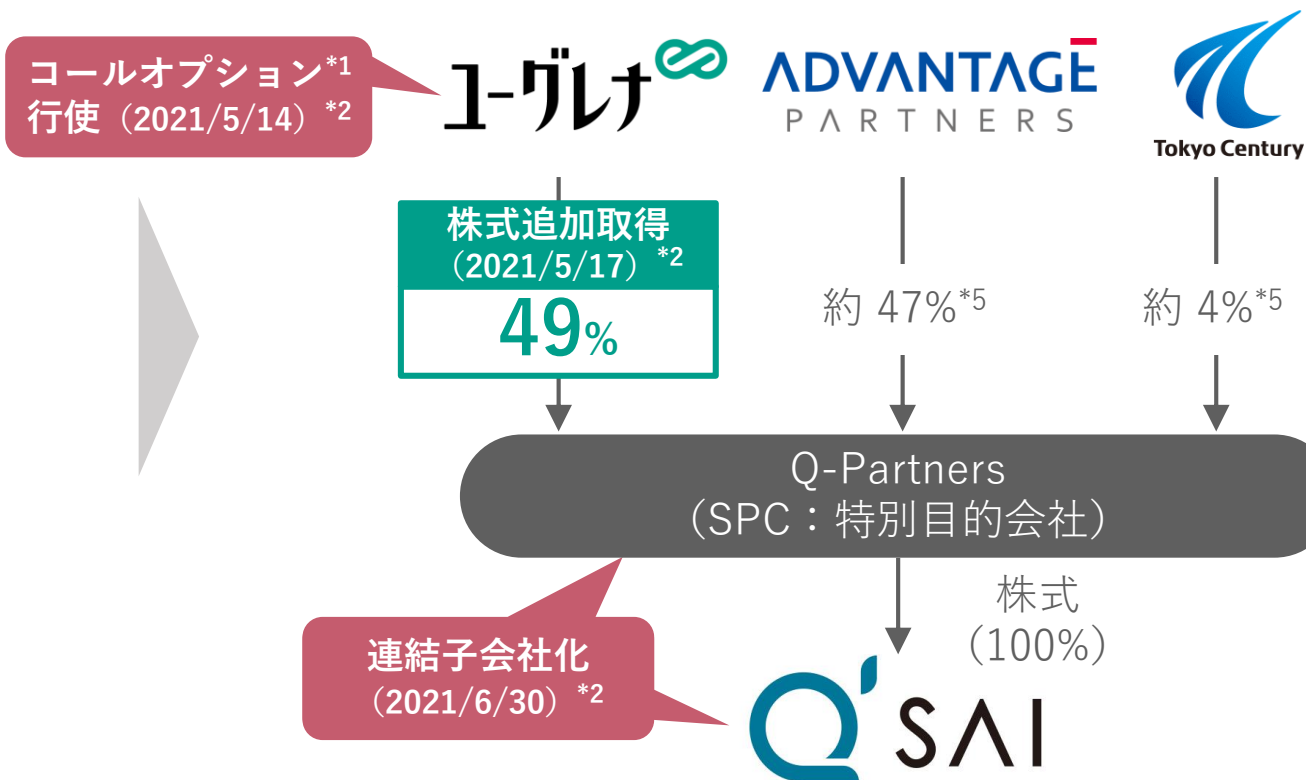
キューサイの連結子会社化

コールオプション行使によりQ-Partnersの持分比率を49%に引き上げ、キューサイを連結子会社化
 今後も引き続き株主3者が一丸となり、V字回復と「ウェルエイジング支援カンパニー」実現を目指す

当初の株式保有状況



コールオプション行使後の株式保有状況



*1: 当社がQ-Partnersによるキューサイ株式の取得完了後から約1年間、キューサイの連結子会社化のために必要となる数のQ-Partners株式を、APファンド及び東京センチュリーから取得できる権利
 *2: 2021年5月17日付でQ-Partners株式を追加取得し、2021年6月30日を連結決算上のみなし取得日として、Q-Partnersおよびキューサイを連結子会社化する予定
 *3: 株式会社アドバンテッジパートナーズがサービスを提供するファンドである投資事業有限責任組合アドバンテッジパートナーズVI号、APCP VI, L.P.、CJIP (AP) VI, L.P.、投資事業有限責任組合 AP VI-QG、AP Reiwa F6-A, L.P.及び投資事業有限責任組合 AP 令和 F6-B1の6社が出資
 *4: CCBJH=コカ・コーラ ポトラーズジャパンホールディングス株式会社
 *5: 当社が49%持分を取得した後のAPファンドおよび東京センチュリーの持分割合

海外公募増資およびコールオプション行使の概要

コールオプション行使に必要な資金を海外公募により調達。キューサイ連結子会社化に伴う諸対応^{*1}の目途も立ったため、実務上最速となる2021年5月17日に株式を取得し、6月30日付でキューサイを連結子会社化

海外公募の概要

目的

- キューサイの連結子会社化を含めたグループ全体における企業価値の更なる向上
- 海外機関投資家*を中心とした株主構成の多様化

*: 本海外公募は欧州及びアジアを中心とする海外市場を対象に実施

- 調達金額（差引手取概算額）：12,900百万円

調達額

資金使途	金額（単位：百万円）
コールオプション行使資金 ^{*2}	8,941
当初出資に係る借入金の返済 ^{*3}	2,800
ヘルスケア事業における 広告宣伝費等の運転資金 ^{*2}	1,159

払込日

- 2021年4月22日

コールオプション行使の概要

目的

- 両社のヘルスケア事業の成長と企業価値の向上を中長期的に加速
- 事業展開における両社の連携を強化

日程

2021年5月17日付で株式取得
2021年6月30日付でキューサイを連結子会社化

- 2021年5月14日：コールオプション行使
- 2021年5月17日：Q-Partners株式取得
 - 当社にて取得価額8,941百万円の支払が発生
 - 当社のQ-Partners株式持分が約**13%**から**49%**に増加
- 2021年6月30日：連結決算におけるみなし取得日
 - キューサイを連結子会社化

*1: 連結決算業務、監査対応およびJ-SOX対応等

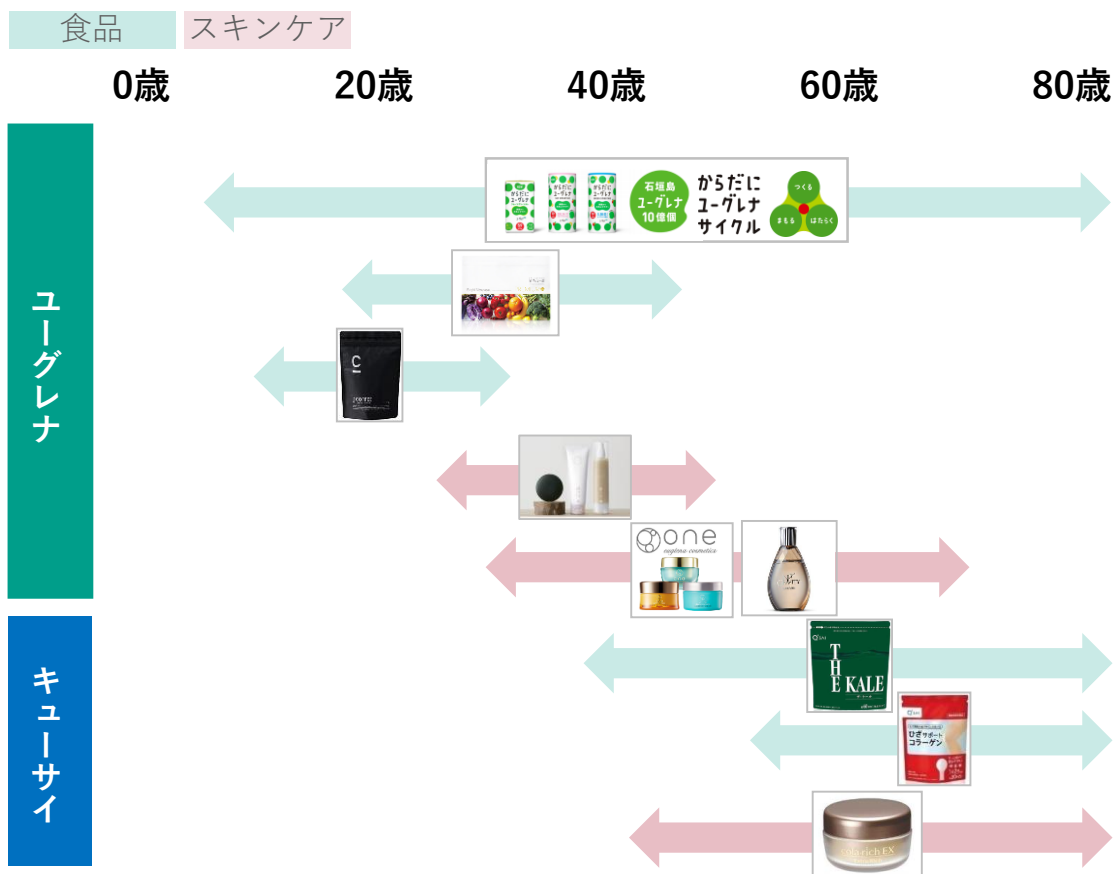
*2: 2022年1月4日までにコールオプションを行使する資金として10,100百万円を予定していたが、早期行使により行使資金が想定よりも少額となったため、差額をヘルスケア事業の運転資金に充当。詳細は2021年4月7日付適時開示「海外募集による新株式発行に関するお知らせ」参照

*3: 2021年4月末に返済が完了

キューサイ連結子会社化に至った背景

当初出資以降の検討を経て、当社とキューサイは親和性と補完性が高く、事業連携やシナジーの可能性が大きいことを改めて確信。事業成長を加速化させるべく、連結子会社化を通じて事業連携を強化することが最良と判断

全世代の心身の健康を美食両面でサポート



注 当社及びキューサイの内部データより作成

両社の類似性/補完性を活かしたシナジーの創出

	類似性	補完性
類似性	<p>商品ラインナップ</p> <p>健康食品 スキンケア</p> <p>Q'SAI products: health food and skin care.</p> <p>健康食品 スキンケア</p>	<p>物流、コールセンター、システム等共通機能が類似</p> <p>通販からマルチチャンネルへ移行中</p>
補完性	<p>販売チャンネル</p> <p>通販におけるデジタルへの移行加速</p> <p>対象顧客</p> <p>若年層顧客開拓が進行中</p> <p>ブランド</p> <p>ESG/SDGs領域での取り組みなどによる独自のブランディング</p>	<p>インフォーマーシャルによる通販が中心</p> <p>シニア層中心</p> <p>55年の歴史を持つ老舗企業としての安心/安全感</p>

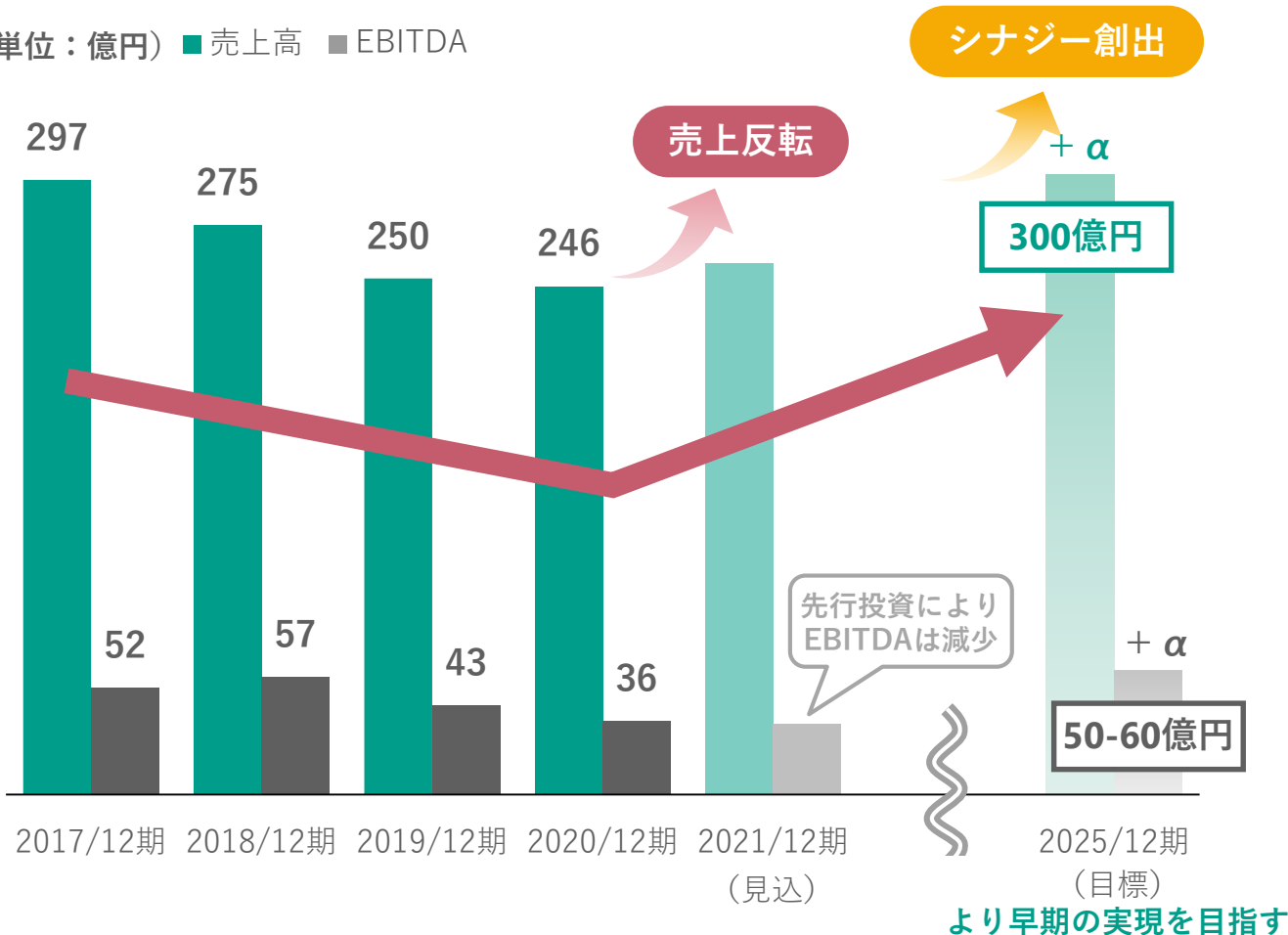
キューサイの再成長戦略と事業連携

再成長に向けた広告宣伝投資の拡大により、売上は2021年度中の反転を目指す

売上高300億円、EBITDA50-60億円の早期実現に向けて、引き続き成長投資とシナジー創出に注力

キューサイの中期目標 – V字回復の達成

(単位：億円) ■ 売上高 ■ EBITDA



再成長に向けた基本戦略

1 再成長投資と経営改善施策

- 広告投資抑制による利益確保から脱却し、オンライン含む新たな広告宣伝投資を拡大
- 経営改善に向けた各種施策の推進

2 「ウェルエイジング支援カンパニー」への事業転換

- 加齢に伴う不調や悩みを感じ始めるプレシニア層まで顧客基盤を拡大
- 年齢に応じた健康実現をサポートする商品/サービスを提供

シナジー創出に向けた重点領域

1 デジタルマーケティング/マルチチャネル化の推進

- ユーグレナ社のV字回復の経験/ノウハウを共有

2 クロスセルによる顧客リーチの拡大

3 両社の素材、研究、技術を活かした商品開発

4 共通部分のコスト削減

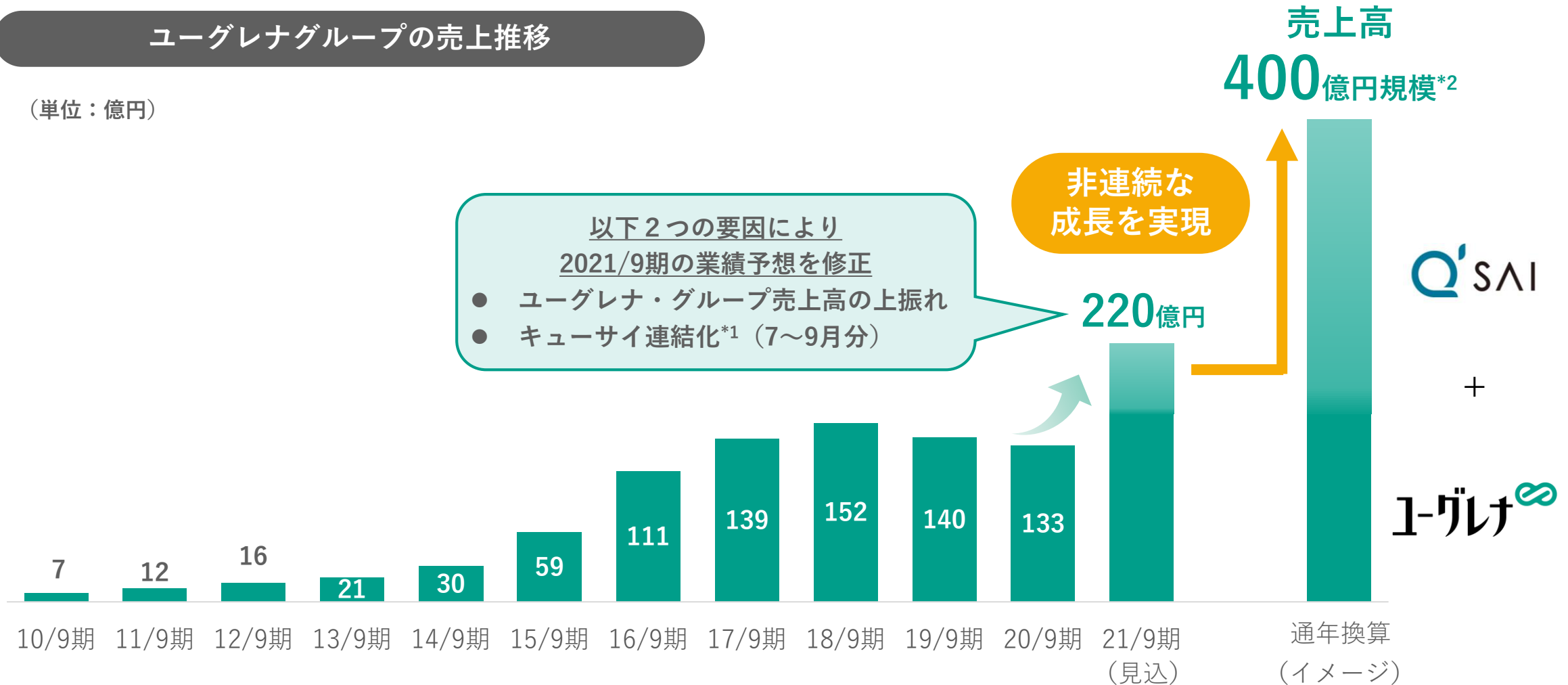
- 共通機能の連携強化
- スケールメリットを活かした企業活動

非連続成長の実現

キューサイの連結子会社化により、グループ売上高は400億円規模へ非連続成長を実現
健康食品と化粧品を網羅する企業グループとして業界屈指の規模に

ユーグレナグループの売上推移

(単位：億円)



*1: 2021年6月30日をみなし取得日としてキューサイを連結子会社化する予定

*2: 当社の2021年9月期連結売上高 (見込) に、キューサイの2021年12月期売上高 (見込) を通年で連結化したと仮定した場合の、売上規模のイメージ

2. 2021年9月期上期決算ハイライトと業績予想修正

2021年9月期上期業績

売上高は当初業績予想に対して51%の進捗率、調整後EBITDAは黒字で着地

(単位：百万円)	2020/9期	2021/9期			
	上期	1Q	2Q	上期	当初業績予想
売上高	6,081	3,910	3,826	7,737	15,200
営業利益	△360	△365	△143	△508	—
調整後EBITDA*	212	△129	345	215	△630
経常利益	△137	△306	179	△127	—
親会社株主に 帰属する 当期純利益	△143	△360	164	△196	—

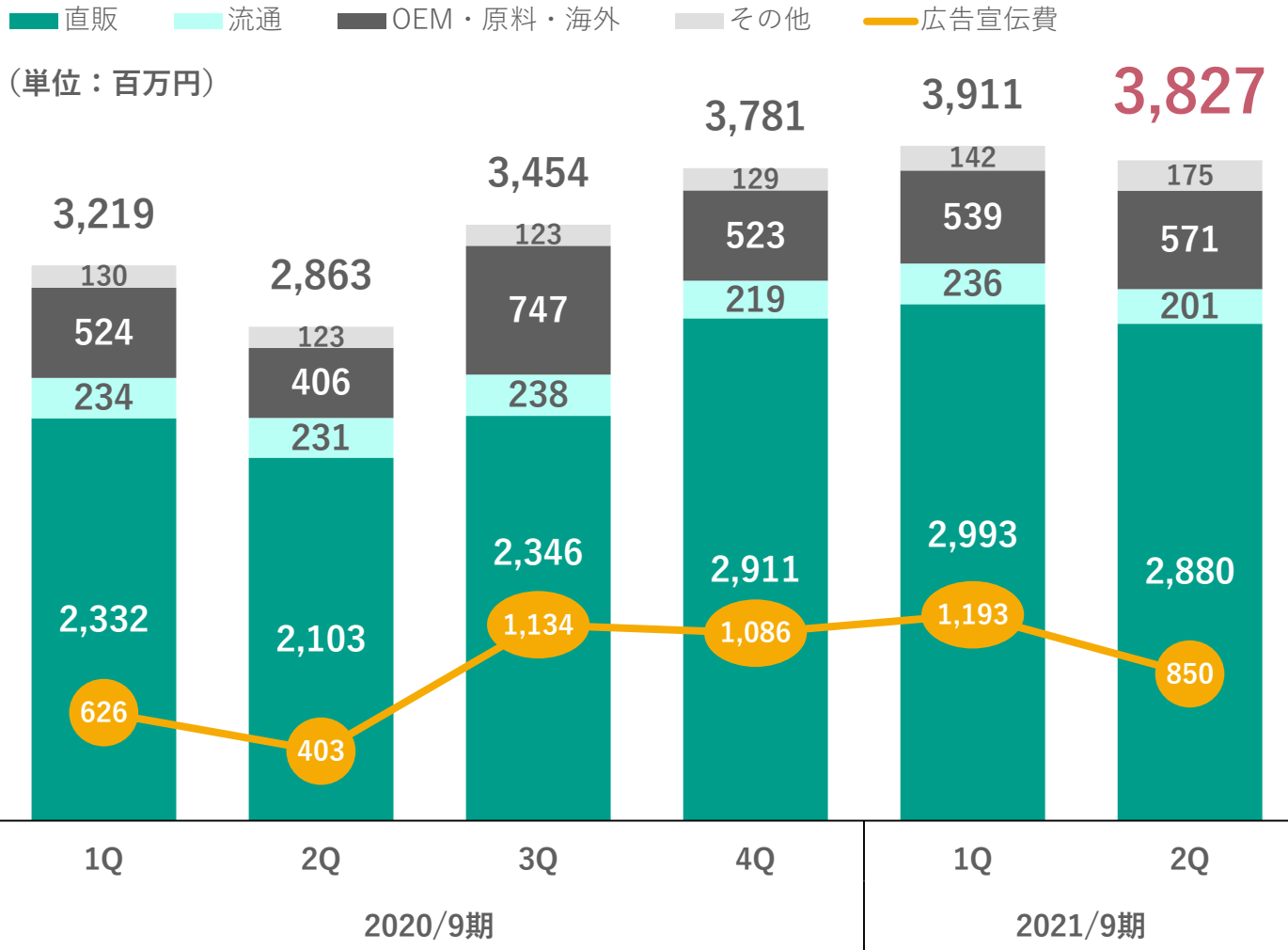
売上高
当初業績予想進捗率

51%

* 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+バイオ燃料製造実証プラントの建設関連費用)+助成金収入+株式関連報酬
 Note 上記は決算短信に合わせ百万円未満を切り捨てて記載。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有

チャネル別四半期売上高推移

2021/9期2Qはキューサイ連結化に向けたキャッシュコントロールのため広告投資を抑制した結果、直販売上が1Q比で微減。下期は広告投資拡大とLIGUNA連結化により再成長する見込み



直販

- 2021/9期2Qはキューサイ連結化に向けたキャッシュコントロールのため、**広告投資を抑制**。1Q比で直販は売上微減となるも、**上期は当初想定通りの進捗**
- 今四半期末の定期購入者数はLIGUNA連結化により**29.5万人**となり過去最高水準
- 下期は広告投資拡大とLIGUNA連結寄与により再成長に転じる見込み

流通

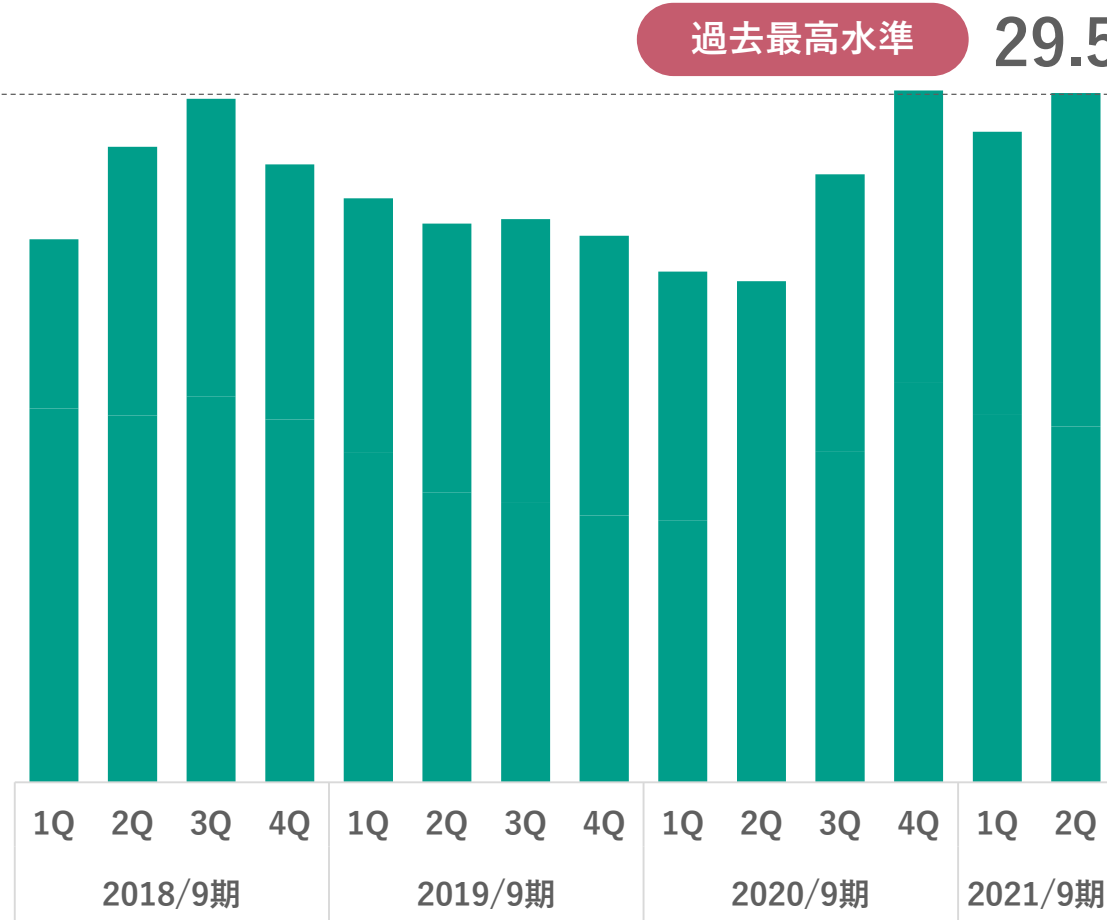
- マスプロモーション等の施策を実施したが、売上拡大は未達。下期は新たな施策を実施予定

直販主要KPI推移

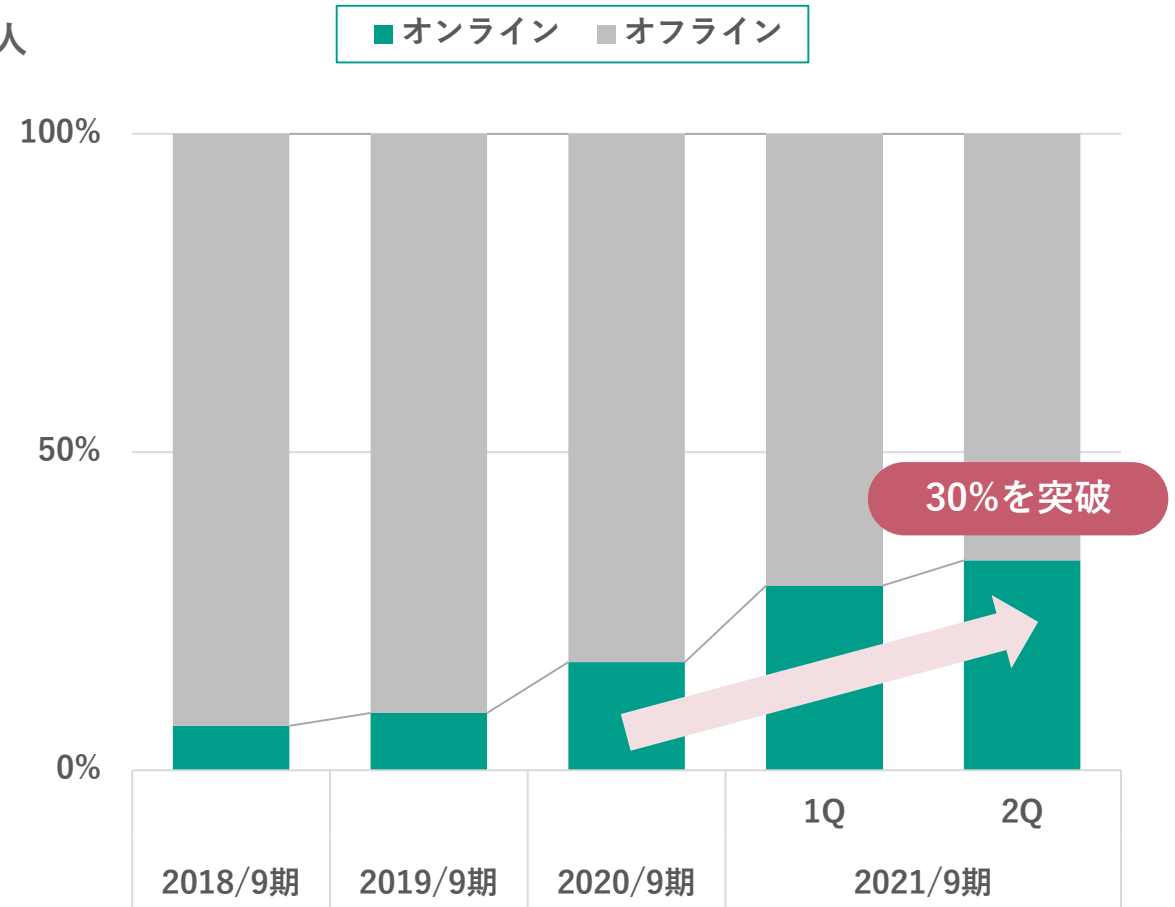
定期購入者数はLIGUNA連結化により過去最高水準まで回復

直販オンライン比率は2021/9期目標の30%を前倒しで達成、今後もデジタルマーケティング強化を継続

直販定期購入者数推移



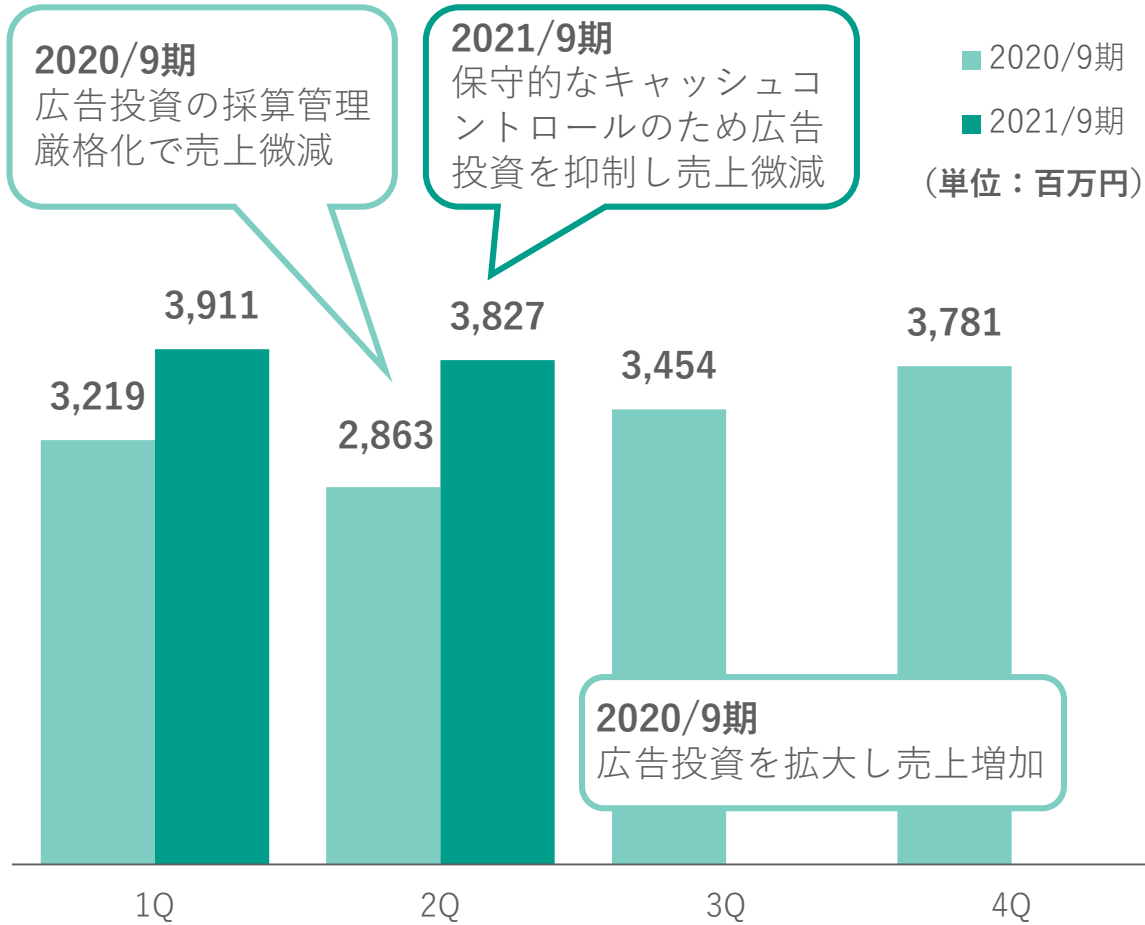
直販オンライン比率



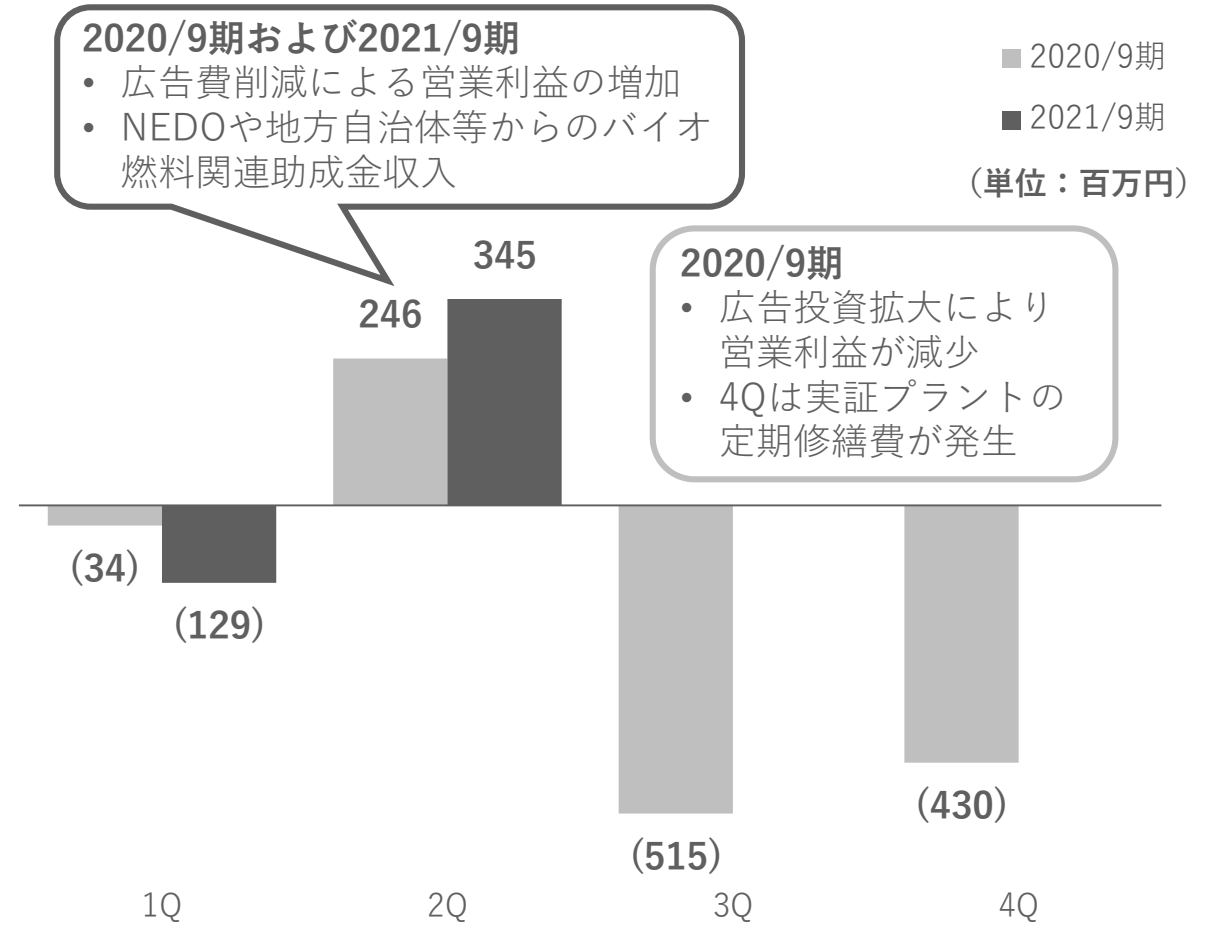
売上高および調整後EBITDA

2021/9期2Qは広告費抑制により売上は1Q比で微減
 バイオ燃料関連助成金収入により調整後EBITDAは増加

売上高 (2020/9期 vs 2021/9期)



調整後EBITDA*1 (2020/9期 vs 2021/9期)



*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
 Copyright © euglena Co.,Ltd. All rights reserved.

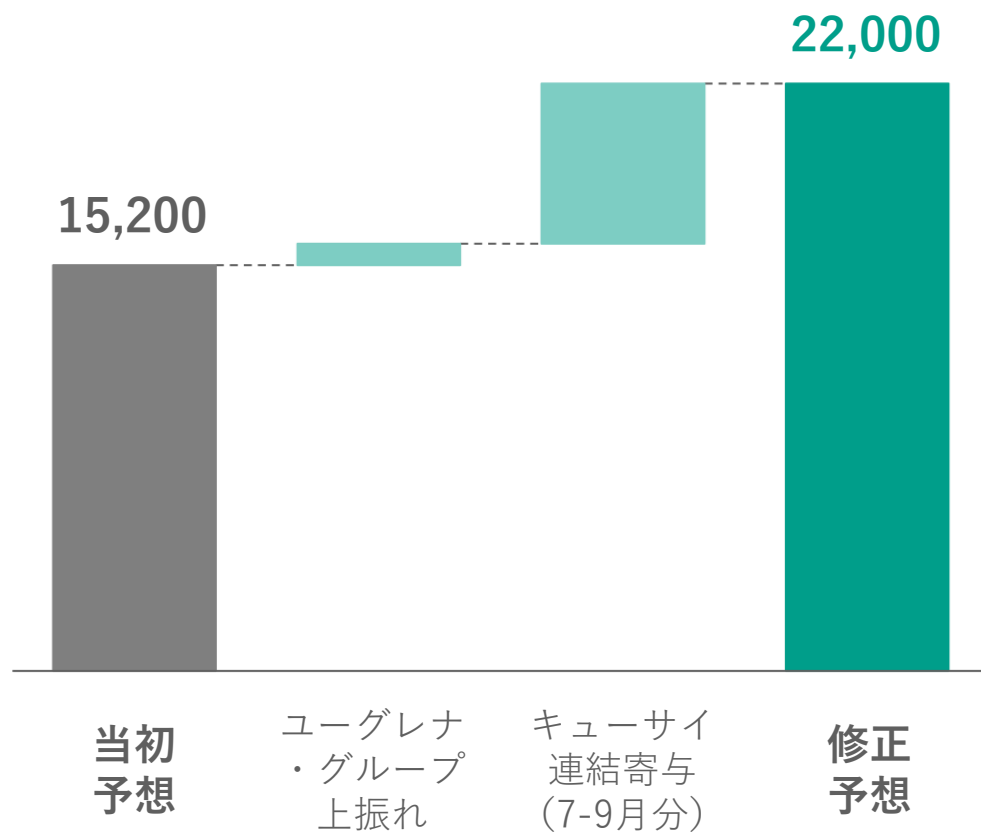
2021年9月期連結業績予想修正

2021年6月末をみなし取得日とするキューサイの連結子会社化を踏まえて、連結業績予想を修正

売上高予想の修正要因イメージ

(単位：百万円)

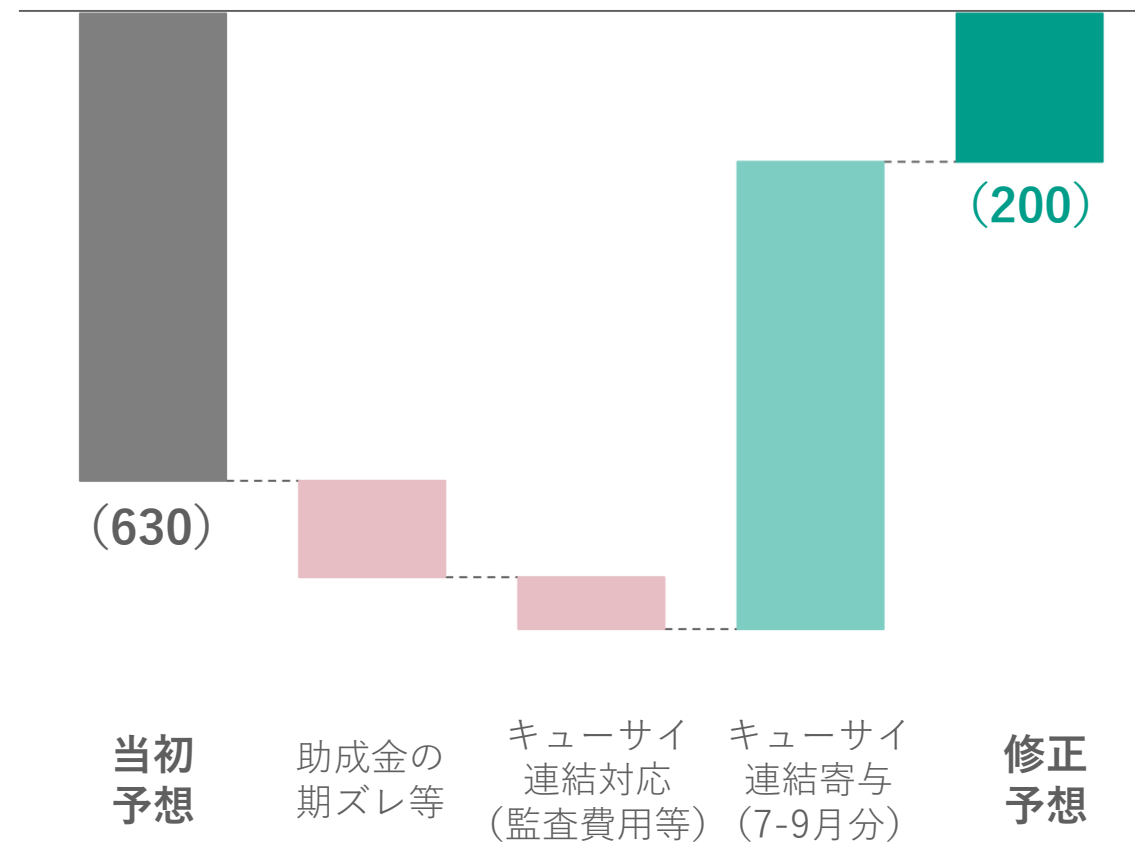
■ 増加 ■ 減少



調整後EBITDA予想の修正要因イメージ

(単位：百万円)

■ 増加 ■ 減少



ユグlena[∞]

3. ヘルスケア領域

これまでの課題と実行施策

2020年9月期初に特定した課題解決のため、①素材と商品の認知拡大、②ブランド価値の蓄積/波及、③マルチチャネル化の推進により、ユーグレナのサステナブルな成長に向けた施策を着実に推進

ヘルスケア領域において特定した課題

ユーグレナの
認知不足

- ユーグレナの**非認知層・認知未購買層は94.6%**
- 素材便益が不明瞭

企業/素材/商品
ブランドの
連携不足

- 社名と商品、独自素材が繋がらない



獲得チャネル
/顧客層の偏り

- シニア層(60歳以上) **約6割***1
- 電話・ハガキでの注文 **約7割***1

*1: ユーグレナ社単体直販

実行施策

1

素材/商品の
認知拡大

- 機能性研究の推進による**素材便益のエビデンス強化**
- 素材、商品それぞれのマスコプロモーションの実施による**認知拡大**

2

ブランド価値
の蓄積/波及

- CI (コーポレートアイデンティティ) を改訂
- パッケージ/自社ECサイトリニューアルにより**ブランドメッセージを統一**



3

マルチチャネル化
の推進

- デジタルマーケティングの推進とユーザビリティ改善
- **基幹商品の流通チャネルでの展開強化**

ヘルスケア領域における今後の方針－マルチチャネル化

マスプロモーション等によりブランド認知度を向上を図ることで、マルチチャネルの強化を目指す

As Is：従来の通販チャンネル

ブランド認知が低く、
商品を購入できる場所も限られる

オフライン通販



紙によるチラシやTVCM

オンライン通販



獲得広告から自社ECへ誘導

ブランド認知の向上



マスプロモーションの実施



ブランドメッセージの統一

To Be：マルチチャネル展開（D2C × 店頭販売）

いつでも、どこでも
買える状態を目指す



D2C（オンライン＋オフライン通販）

Amazon



ECモールの活用

楽天



オンライン通販拡大

オフライン通販継続



店頭販売



スーパーマーケットやドラッグストアでの販売

ヘルスケア領域における今後の方針－海外展開

GRAS認証取得により米国でのユーグレナ販売が可能に
中国事業は引き続き注力しつつ、更なる海外展開を今後検討

As Is：中国事業



- 2015/9期に中国事業を開始
- 原料供給やOEM事業を推進



To Be：海外展開

素材の魅力とサステナブルブランドを強みに
海外における独自のポジション確立を目指す

アメリカ合衆国は世界で最も
大きな健康補助食品市場を有する^{*2}

ユーグレナ 悠緑那

2021/9期
独自素材ユーグレナが
GRAS認証^{*1}を取得

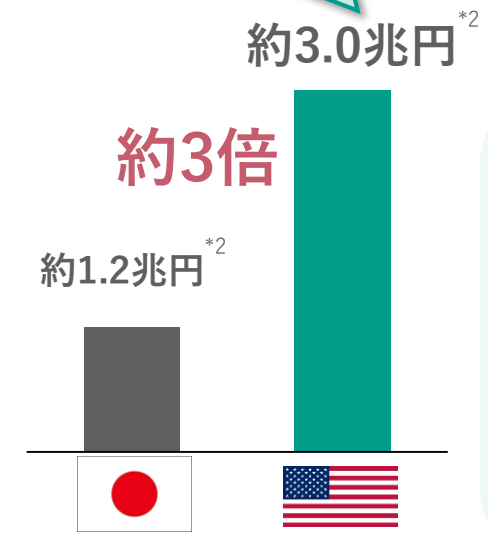


石垣島ユーグレナの粉末

原料供給



OEM



健康食品の市場規模

海外における 石垣島ユーグレナの魅力

- ✓ 増加するビーガン^{*3}に不足しがちな動物性たんぱく質の補完が可能
- ✓ 他の藻類にはない豊富な栄養素
- ✓ ASC/MSC認証に準拠し、環境に配慮した方法で生産された素材

*1: “Generally Recognized As Safe”の略語。食品添加物のFDA基準に基づく安全性に関する適合認定
 *2: 市場規模：健康産業新聞1688号「ビタミン・栄養補助食品マーケット」1ドル=105円で換算
 *3: 可能な限り食べ物・衣服・その他の目的のために、あらゆる形態の動物への残虐行為、動物の搾取を取り入れないようにする生き方

4. 先端投資領域（バイオ燃料事業）

世界のバイオ燃料市場の動向

世界中における脱炭素化の潮流に後押しされ、バイオ燃料市場は今後飛躍的に拡大する見通し

脱炭素化を促す制度

世界

ICAO（国際民間航空機関）によるCORSA

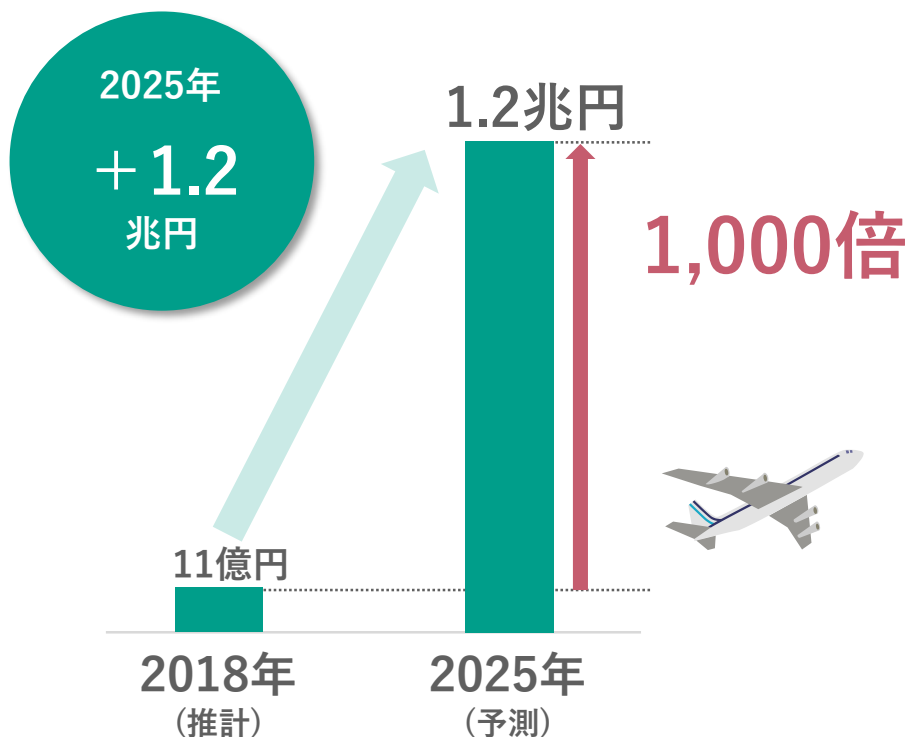
EU

再生可能エネルギー指令 (RED II)

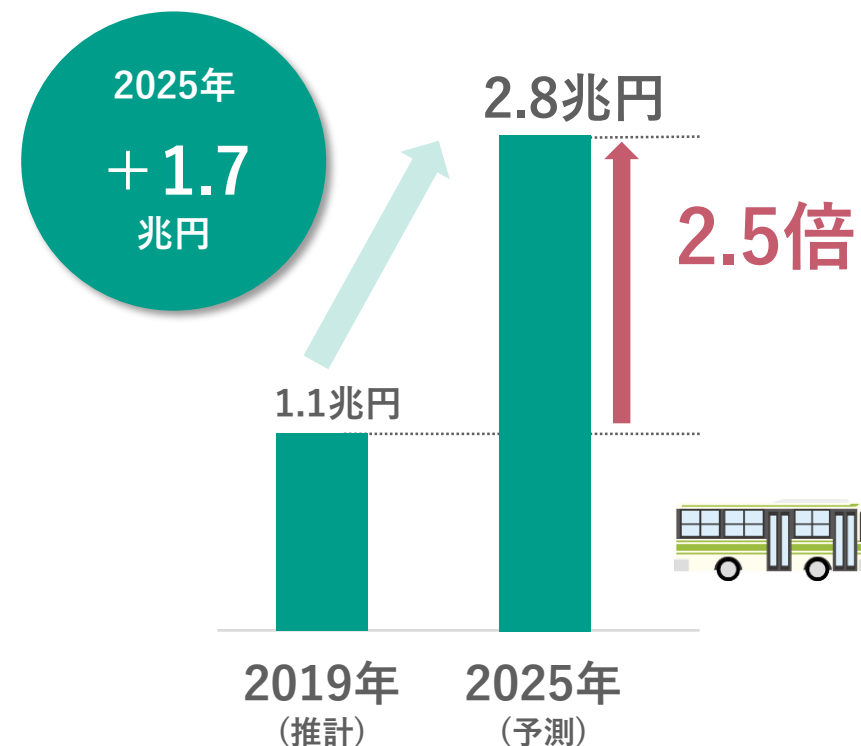
アメリカ

再生可能燃料基準 (RFS)

バイオジェット燃料市場（世界）*1



次世代バイオディーゼル燃料市場（世界）*2



*1: ICAO "Stocktaking results"、Argus Reportより、1ドル=110円で当社試算

*2: IEA "Global biofuel production in 2019 and forecast to 2025"、"Biodiesel and HVO (hydrotreated vegetable oil) production, World, 1990-2025"、Argus Reportより1ドル=110円で当社試算

海外政府/企業の潮流に乗り、日本でもバイオ燃料導入が加速化

海外政府/企業の動き

欧米の動向



- 2030年までのCO₂排出量削減目標を1990年度比**55%**削減に設定
- 10年間で官民で**1兆ユーロ（130兆円）***1を投資する欧州グリーンディール投資計画を発表



- 2030年までのCO₂排出量削減目標を2005年度比26%~28%から**50~52%**に引き上げ
- クリーンエネルギー等のインフラ投資に、**2兆ドル（220兆円）***2投資する計画を発表

民間でのバイオ燃料導入の拡大

- 2011年から2021年5月までに**約33万回**の商業フライトでバイオジェット燃料が使用されている
- 業界主要プレイヤーのNESTEはバイオ燃料セグメントで高い成長性と利益率を保持

日本政府/企業の動き

日本政府のグリーン成長戦略

- 2030年までのCO₂排出量削減目標を2013年度比26%から**46%**に大きく引き上げ
- 経済産業省は**2兆円**の「グリーンイノベーション基金」を造成
- 2050年カーボンニュートラル実現に向けたグリーン成長戦略の一つがバイオジェット燃料の供給拡大

国内航空大手2社の動向

- 2050年時点での二酸化炭素の排出量**実質ゼロ**を目標に設定
- 具体的には、**バイオジェット燃料**など石油以外の原料から作られたジェット燃料の導入や排出権取引などを活用予定

*1: 1ユーロ=130円で換算
*2: 1ドル=110円で換算

出典: 令和3年4月22日 地球温暖化対策推進本部（官邸HP）、経済産業省「グリーンイノベーション基金事業の基本方針」、White House APRIL 22, 2021, "FACT SHEET: The American Jobs Plan"

White House APRIL 22, 2021 "FACT SHEET: President Biden Sets 2030 Greenhouse Gas Pollution Reduction Target Aimed at Creating Good-Paying Union Jobs and Securing U.S. Leadership on Clean Energy Technologies"

International CCUS and Hydrogen Symposium "Perspectives and challenges for carbon neutrality by 2050", European Commission "2030 Climate Target Plan", European Union, "A European Green Deal", Aviation Benefits Beyond Borders HPより

バイオ燃料事業におけるサプライチェーンの全体像

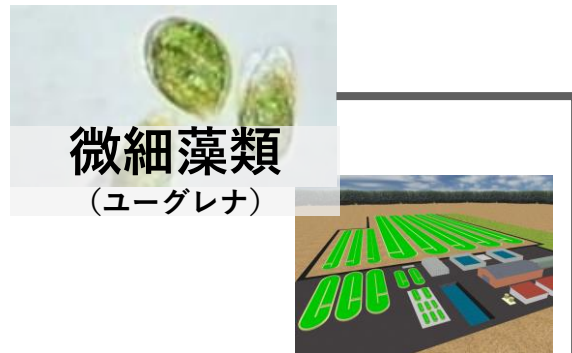
バイオマス原料を調達し、実証プラントで次世代バイオディーゼル燃料やバイオジェット燃料を生産
将来的にはユーグレナの大量培養技術を確立し、安定的な原料供給を目指す

原料（大量培養、バイオマス調達）

製造（実証事業）

バイオ燃料供給

実証プラント
(2018年10月に完成)



- インドネシアでユーグレナの大量培養技術の実証事業を開始



- 近年バイオ燃料の原料として世界で使用されている原料



次世代バイオディーゼル燃料 (2020年3月完成)



ISUZU



あなたと、コンビニに、
FamilyMart



NISSHIN
oillio



MOL
商船三井



バイオジェット燃料
(2021年3月完成)



供給開始
2021年中に
初フライト実現へ



バイオ燃料供給ーバイオジェット燃料がついに完成

国際規格に準ずるバイオジェット燃料を供給し、2021年内に初フライト実現を目指す

2020年1月

BICプロセスの技術が
ASTM D7566 Annex6 ^{*1}
規格を新取得



民間航空機に搭載可能な
燃料であると認められる

2021年3月

バイオジェット燃料
完成 ^{*2}



2021年中

供給開始
初フライト実現へ



*1: ASTM D7566 Annex6の規格は、微細藻類や廃食油などの生物系油脂を原料としてBICプロセスにより製造した純バイオジェット燃料に対してASTM International（旧 米国材料試験協会 American Society for Testing and Materials）が定める国際規格
*2: 今回完成したのは既存石油系燃料混合前の純粋なバイオジェット燃料であり、ASTM D7566 Annex6において、航空機への燃料搭載のためには既存石油系ジェット燃料と50%までの混合および混合後燃料のASTM D7566 Annex6規格適合の確認が義務づけられている

バイオ燃料供給ーバイオ燃料を一般生活者向けに初販売

都内葛飾区ガソリンスタンドで、次世代バイオディーゼル/ハイオク*1燃料を一般生活者の方向けに初販売
 数多くのメディア露出を獲得し、3日間限定のイベントで給油車両数は前年同月比で1.4倍に

- ユーグレナと使用済み廃食油から次世代バイオディーゼル燃料/バイオナフサを製造
- 次世代バイオディーゼル燃料/バイオナフサを市販の軽油/ハイオクに混合し、次世代バイオディーゼル/ハイオク燃料を製造/販売
- 車両の内燃機関を変更することなく、油種の適合した一般車両にそのまま使用が可能

イベントの成果

メディア
24媒体が取材来場
277件の媒体露出

給油車両数
1.4倍（前年同月比）



4/9（金）記者会見の様様

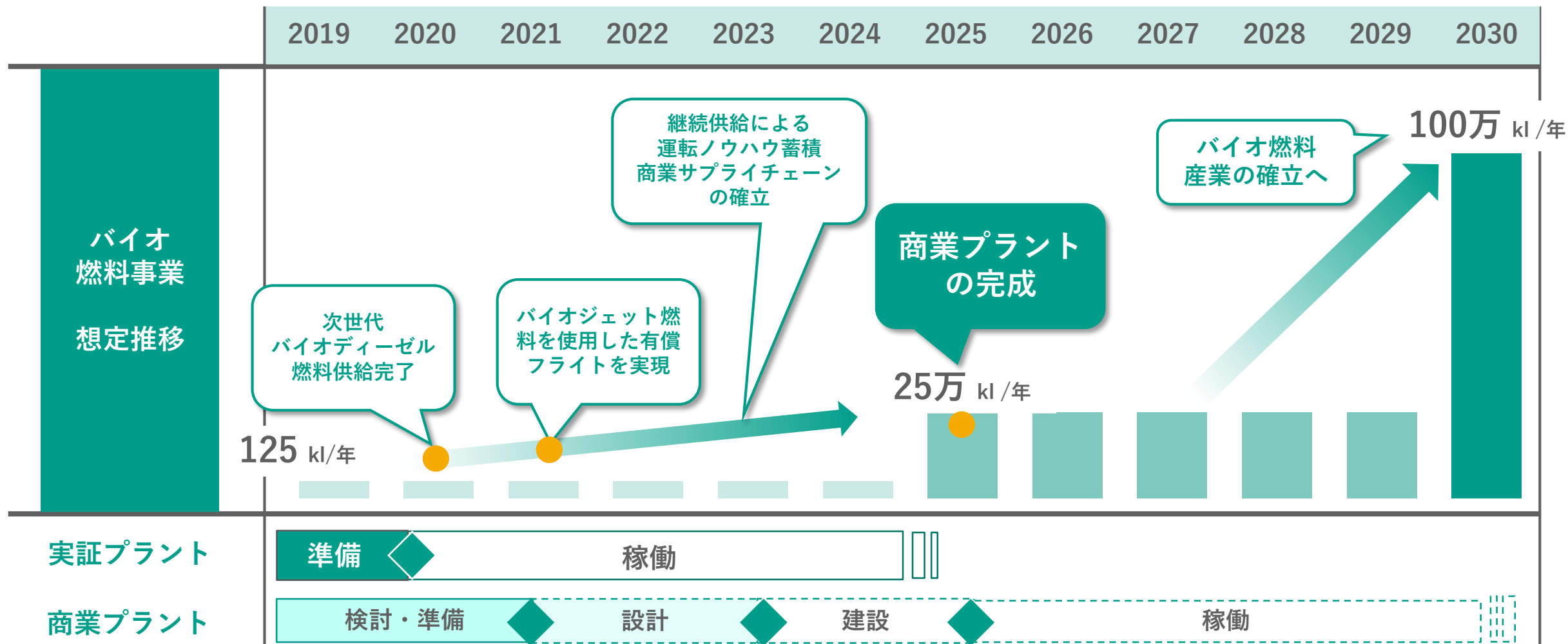


バイオ燃料給油の様子

*1: 実証プラントで製造されたバイオナフサを混合したハイオクのこと

商業プラント完成に向けたスケジュール

2025年の商業プラント完成に向けて、2021年中にパートナーと立地選定を経て設計段階に移行
2023年頃の建設開始を目指す



ユ-グレナ[∞]

5. 補足資料



いきる、たのしむ、サステナブル。

創業	2005年8月9日
本店	東京都港区芝5-29-11
資本金	73億2,885万円（2021年3月末時点）
売上高	133億1,731万円（2020年9月期）
社員数*1	459名（連結）（2020年9月末時点）
グループ会社	完全子会社8社 海外合弁会社2社（上海、ダッカ）（2021年3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）
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	87,384名（2021年3月末時点）

*1： 社員数：役員、従業員、契約社員、アルバイト、派遣の合計

連結損益計算書サマリー

(百万円)	2019/9期							2020/9期					2021/9期		
	1Q	一括費用 計上除く *1	2Q	3Q	4Q	合計	一括費用 計上除く *1	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	合計
売上高	3,432	3,432	3,487	3,526	3,522	13,968	13,968	3,219	2,863	3,454	3,781	13,317	3,911	3,827	7,737
直販	2,549	2,549	2,471	2,497	2,377	9,894	9,894	2,332	2,103	2,346	2,911	9,691	2,993	2,880	5,873
流通	405	405	379	335	299	1,418	1,418	234	231	238	219	922	236	201	437
OEM・原料・海外	358	358	470	555	541	1,924	1,924	524	406	747	523	2,200	539	571	1,110
その他	120	120	168	139	306	733	733	130	123	123	129	504	142	175	317
売上原価	858	858	1,000	1,018	1,134	4,010	4,010	878	824	1,110	1,013	3,825	1,056	1,018	2,073
売上総利益	2,573	2,573	2,487	2,509	2,388	9,958	9,958	2,342	2,039	2,344	2,768	9,492	2,855	2,809	5,664
粗利率	75%	75%	71%	71%	68%	71%	71%	73%	71%	68%	73%	71%	73%	73%	73%
販売費 及び 一般管理費	9,031	2,660	2,553	2,693	3,140	17,418	11,047	2,586	2,155	3,078	3,481	11,300	3,221	2,952	6,173
販売費	1,620	1,620	1,546	1,681	1,775	6,623	6,623	1,534	1,136	1,970	2,020	6,659	2,116	1,754	3,871
(内 広告宣伝費)	674	674	697	784	861	3,016	3,016	626	403	1,134	1,086	3,250	1,193	850	2,043
人件費	442	442	421	438	490	1,791	1,791	474	435	467	496	1,872	459	480	939
管理費	401	401	354	407	417	1,579	1,579	360	333	397	485	1,575	418	502	920
研究開発費	6,568	197	232	166	459	7,425	1,054	219	251	245	480	1,195	228	215	443
営業利益	-6,458	-87	-66	-184	-752	-7,460	-1,089	-244	-116	-734	-714	-1,808	-366	-143	-509
調整後EBITDA*2	162 *3	162	291	231	-475	210	210	-34	246	-515	-430	-732	-129	345	216
営業外損益	36	36	132	181	38	387	387	28	195	49	78	350	59	322	381
(内 助成金収入)	18	18	109	167	25	320	320	30	183	42	74	329	49	276	325
経常利益	-6,422	-51	66	-3	-715	-7,073	-703	-216	79	-684	-636	-1,458	-306	179	-127
特別損益	0	0	2	5	-2,539	-2,532	-2,532	0	12	0	11	23	-0	12	12
親会社株主に帰属する 当期純利益	-6,495	-124	38	-81	-3,261	-9,799	-3,428	-253	109	-675	-668	-1,487	-360	164	-196
◆参考指標															
減価償却費	140.9	140.9	149.7	145.2	140.1	575.9	575.9	135.7	134.1	132.6	165.2	567.5	138.9	153.4	292.3
(内 M&A関連)	18.7	18.7	18.7	18.7	18.7	75.0	75.0	18.7	18.7	18.7	18.7	75.0	18.7	18.7	37.5
のれん償却額	90.3	90.3	90.3	95.1	104.9	380.6	380.6	37.8	37.8	37.8	37.8	151.3	37.8	46.9	84.8

*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: 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+バイオ燃料製造実証プラントの建設関連費用)+助成金収入+株式関連報酬

*3: バイオ燃料製造実証プラントの建設関連費用についても、調整後EBITDAの計算で足し戻して管理しているため数値を訂正

連結貸借対照表サマリー

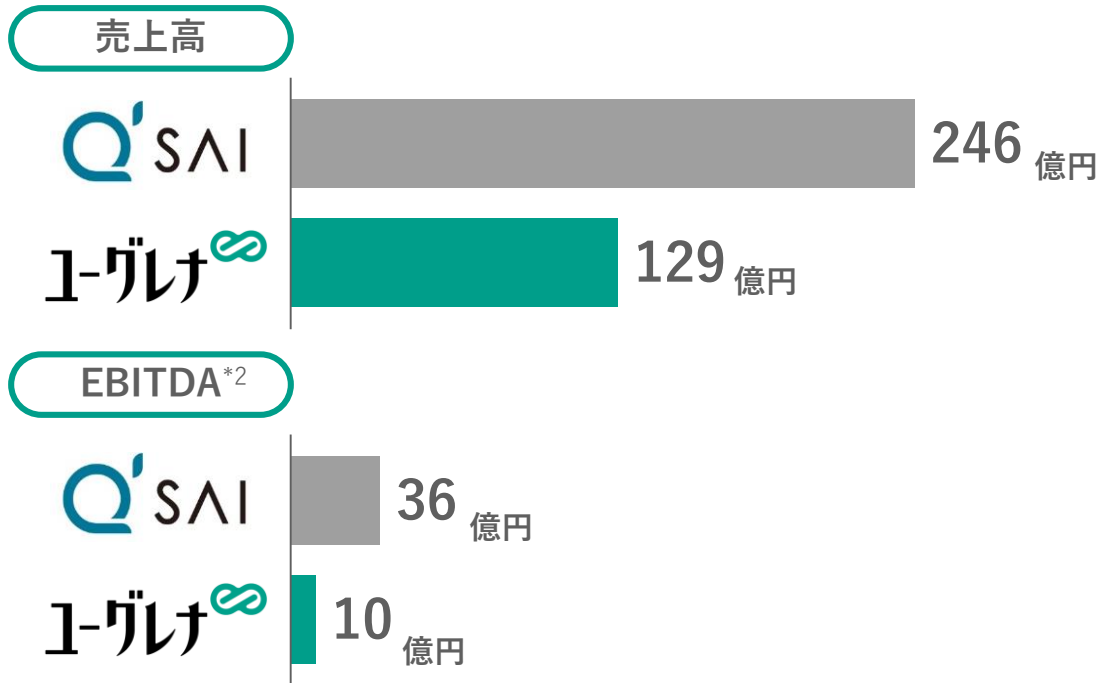
(百万円)	2019/9末	2020/9末	2021/3末
流動資産	11,183	9,792	10,898
現金及び預金	7,833	6,254	6,983
その他	3,350	3,538	3,916
固定資産	6,016	5,560	10,457
有形固定資産	3,590	3,304	4,142
無形固定資産	1,649	1,560	2,635
投資その他の資産	778	695	3,680
(内 投資有価証券)	431	320	3,341
総資産	17,199	15,351	21,355
負債	6,365	5,964	10,288
流動負債	2,470	2,160	5,516
(内 短期借入金)	471	547	3,457
固定負債	3,895	3,804	4,772
(内 長期借入金)	3,190	3,217	4,104
純資産	10,834	9,387	11,067
株主資本	10,823	9,373	11,069
(内 資本金)	7,318	7,324	7,329
(内 資本剰余金)	11,880	2,230	4,064
(内 利益剰余金)	-8,225	-85	-289
その他	11	13	-2
負債・純資産合計	17,199	15,351	21,355

募集株式の種類	当社普通株式
募集市場	欧州及びアジアを中心とする海外市場（但し、米国及びカナダを除く）
発行決議日	2021年4月7日（水）
発行価格等決定日	2021年4月19日（月）
払込期日	2021年4月22日（木）
発行価格 / 払込金額の総額	13,820百万円 / 13,100百万円
発行価格 / 払込金額	1株につき951円 / 901.45円
発行株式数	14,532,200株
資金使途	<p>差引手取金（12,900百万円）を下記に充当</p> <ul style="list-style-type: none"> - キューサイの全株式を保有するQ-Partnersへの出資比率を49%まで引き上げるためのコールオプション行使資金（10,100百万円） - Q-Partnersへの共同出資における借入金の返済資金（2,800百万円） - コールオプション行使金額が想定より少額となった場合、残金はヘルスケア事業における広告宣伝費等の運転資金に充当
ロックアップ条項	当社：180日、当社代表取締役社長 出雲充：180日
共同ブックランナー兼 共同主幹事会社	SMBC Nikko Capital Markets Limited、UBS AG London Branch

キューサイの概要

①55年の歴史と高い知名度、②TVCMやコールセンターの通販ノウハウ、③ヒット商品を生み出す商品開発力を強みに、通販主体で健康食品/化粧品を展開。主力3商品は各市場でトップクラスのシェアを誇る

キューサイと当社のPL比較*1

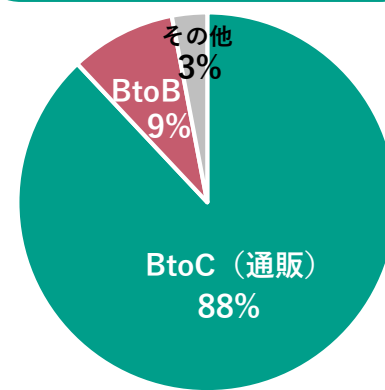


*1: ヘルスケア領域において、キューサイは2020年12月期実績で、ユーグレナは2020年9月期実績で表示しています
 *2: ユーグレナはヘルスケア領域（有価証券報告書のセグメント開示における「ヘルスケア事業」からバイオインフォマティクス事業、先端技術研究、ソーシャルビジネス等を除き「ヘルスケア領域」と定義）の調整後EBITDA（= EBITDA+助成金収入+株式関連報酬）ベース（なお、コーポレート関連費用は含まず）で記載しています
 また、EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費で算出しています
 *3: 2020年12月末時点の月次アクティブ顧客数（新規顧客数+既存顧客数）のことを指します
 注 キューサイの詳細については2020年12月15日付の「キューサイ株式会社の株式取得を目的とする特別目的会社への共同出資に関するお知らせ」もご参照ください

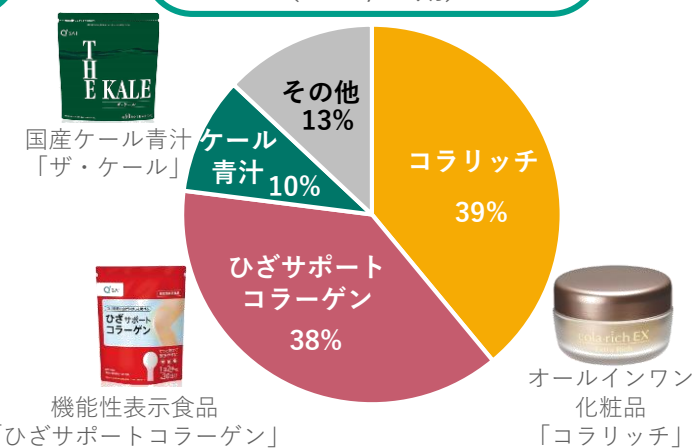
キューサイの強みとチャネル別/商品別売上構成

- 歴史と知名度**
 - 55年の歴史
 - 健康食品/スキンケア通販業界における老舗企業
- 通販ノウハウ**
 - シニア層を中心に約38^{*3}万人の通販顧客
 - TVCMやコールセンター運用のノウハウを蓄積
- 商品開発力**
 - 数々の**ヒット商品**を生み出す商品開発体制

チャネル別売上構成 (2020/12期)



商品別売上構成 (2020/12期)



からだにユーグレナ新商品発売

お客さまから「カロリーを気にせず飲みたい」という声を頂いたことを受け、
 カロリーを30%カット*1した『からだにユーグレナ フルーツグリーンオレ カロリーオフ』を販売開始



左：からだにユーグレナ フルーツグリーンオレ
 右：からだにユーグレナ フルーツグリーンオレ カロリーオフ

*1: からだにユーグレナ フルーツグリーンオレ比

『からだにユーグレナ』4つのこだわり

- ① **つづけたくなる味で未来の健康**
 - 豊富な栄養素を持つ石垣島ユーグレナをそのまま凝縮して飲みやすく
- ② **カラダのことを考えたこだわり設計**
 - カロリーを30%抑えながら、人工甘味料を使わずに、すっきりした自然な甘さを実現
 - 経験豊富な管理栄養士監修のもと59種類の栄養素を含む石垣島ユーグレナを10億個以上/1日・本配合
- ③ **こだわりの自然原材料**
 - ユーグレナは石垣島でたっぷり光合成をさせて収穫、農薬不使用
 - そのほかの原料も自然・安心・安全な材料を使用
- ④ **持続可能性**
 - 飲料の容器には再生可能な紙やバイオマスインキやバイオマスプラスチックを可能な限り採用
 - 商品の売上の一部はバングラデシュの子どもたちにユーグレナ入りクッキーを届ける「ユーグレナGENKIプログラム」の運営に充当

商品共同開発による素材の認知度向上

デンソー社およびネクストミーツ社とコラボ商品を共同開発、素材の認知度向上を目指す

デンソーと共同し、ココミクサを商品化



DENSO



2019年の包括的提携以来研究と開発を進めてきた微細藻類「ココミクサKJ^{*1}」について、口腔衛生環境の機能性を確認できたため商品化を実現

*1: 「ココミクサKJ」はデンソーの登録商標

*2: 代替肉とは、肉の味や食感を再現して作られた、大豆などを原料とした植物ベースの食品。ベジタリアンやビーガンなど肉を食べない人や、肉を食べる量を減らす人が増えている中で市場規模が拡大
また、生産過程で多くの温室効果ガスを排出する動物肉と比べて、環境負荷が少ないことでも注目されている

大豆由来代替肉をネクストミーツと共同開発



サステナブルなライフスタイルを共に実現していくための共同開発第1弾として、ユーグレナとヤエヤマクロレラエキス入りの代替肉^{*2}「NEXTユーグレナ焼肉EX」を共同開発

海外における脱炭素社会実現のための規制が、バイオ燃料の導入を加速化

ICAO（国際民間航空機関）によるCORSIA

- ICAOは2016年に国際航空のためのカーボンオフセットおよび削減スキーム(CORSIA)を創設
- CORSIAは**国際航空からの温室効果ガスの排出量を2019年水準^{*1}に抑えること**を目標としており、バイオジェット燃料の活用含む、幅広い施策を提唱
- CORSIAが定めるスキームは**2021年1月**から適用が始まり、2027年以降はICAOの全加盟国^{*2}で適用が義務化される予定

航空会社によるバイオジェット燃料の 利用拡大は必須

*1: 2020年に基準年が見直され、「2019年、2020年のCO₂平均排出量を超過した分」から、「2019年のCO₂排出量を超過した分」に変更
*2: 後発発展途上国(LDCs)、小島嶼発展途上国(SIDS)、内陸発展途上国(LLDCs)を除く
出典: ICAO “Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation (CORSIA)”

EU: RED II（再生可能エネルギー指令）

- 2030年までに、輸送部門のエネルギー消費量において**少なくとも14%**（2021年は10%）を再生可能エネルギーで賄うことを規定
- 2030年までに、輸送部門のエネルギー総消費量の**少なくとも3.5%**を次世代バイオ燃料^{*3}で賄うことを規定

アメリカ: RFS（再生可能燃料基準）

- 2005年にUS EPA（アメリカ合衆国環境保護庁）が**RFS**（再生可能燃料基準）というアメリカ国内で販売されるガソリンに対して、一定割合の再生可能燃料の混合を義務付ける基準を設定
- RFSに基づき、**RINs^{*4}**（再生可能識別番号）というクレジットが導入され、バイオ燃料義務化への遵守状況を厳格に管理

*3: 藻類、混合都市ごみのバイオマス分、バイオ廃棄物などを原料とするバイオ燃料

*4: RINsは、バイオ燃料を1バッチを製造する際に付与され、アメリカでバイオ燃料がガソリンやディーゼルに混合されると、クレジットとして使用可能となる

Note: RIN、EPA、RFSは、それぞれRenewable Identification Number, Environmental Protection Agency, Renewable Fuel Standardの略

出典: Transport & Environment “RED II and advanced biofuels (2020)”

United States Environmental Protection Agency “Renewable Identification Numbers (RINs) under the Renewable Fuel Standard Program”

バイオ燃料供給実績

「陸、海、空」における移動体にバイオ燃料を導入することを目標にユーザーを開拓
導入企業は着実に増加し「陸、海」合計25社への導入が完了

新たにバイオ燃料を導入した企業

NISSHIN
oillio 日清オイリオ
"植物のチカラ"

日清オイリオ
(防災用消防車)



JR JRバス東北
JR東日本グループ

JRバス東北
(定期観光バス)



AGL
AERO G LAB

エアロジーラボ
(ドローン)



● 新日本化成株式会社

新日本化成 (配送車)



サステナブルテック研究の推進－パラレジン（バイオマスプラスチック）

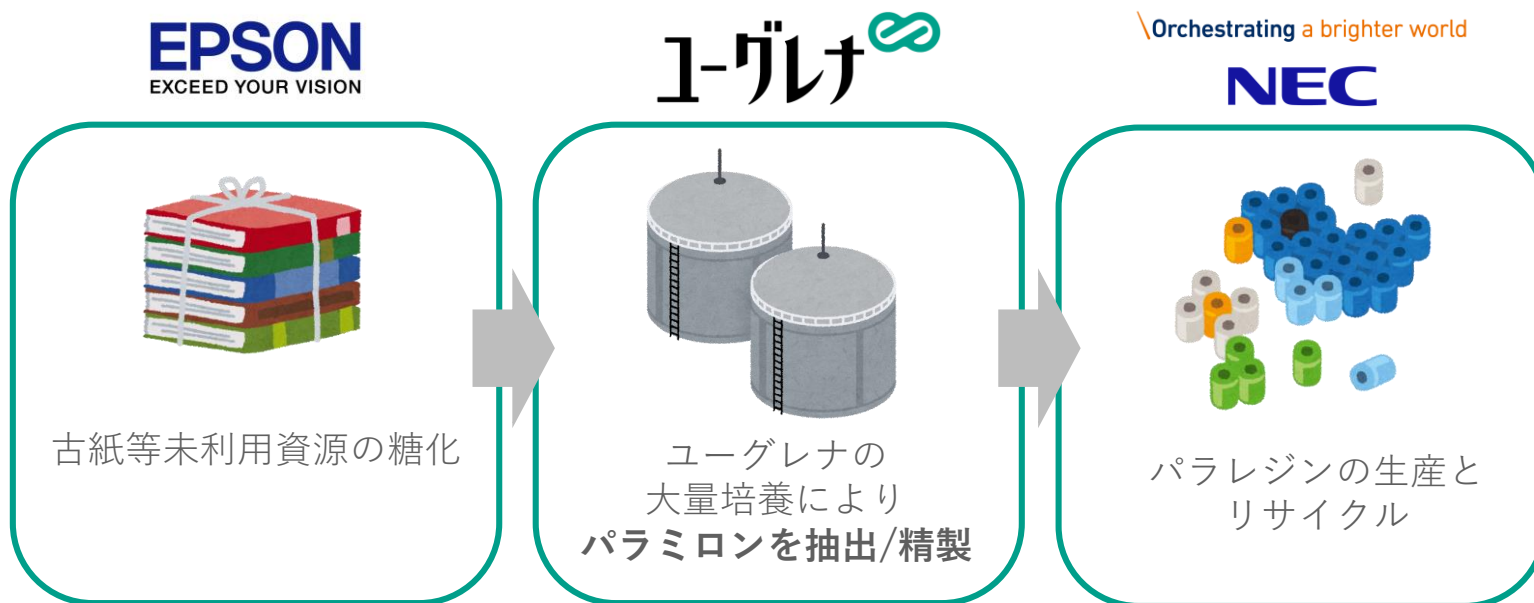
ユーグレナの特有成分パラミロンを活用した環境配慮型のバイオマスプラスチックの技術開発、普及推進を目的とするコンソーシアムを、エプソンやNEC等と共同で設立

パラレジンとは

- **パラレジン**^{*1}とは、微細藻類ユーグレナの特有成分であるパラミロンを使った環境配慮型のバイオマスプラスチック

パラレジン・コンソーシアム

- 2021年3月に設立。2030年に年間20万トンのパラレジン供給を目指す



粉末状のパラミロン



加工前のパラレジンペレット



パラレジン製食器

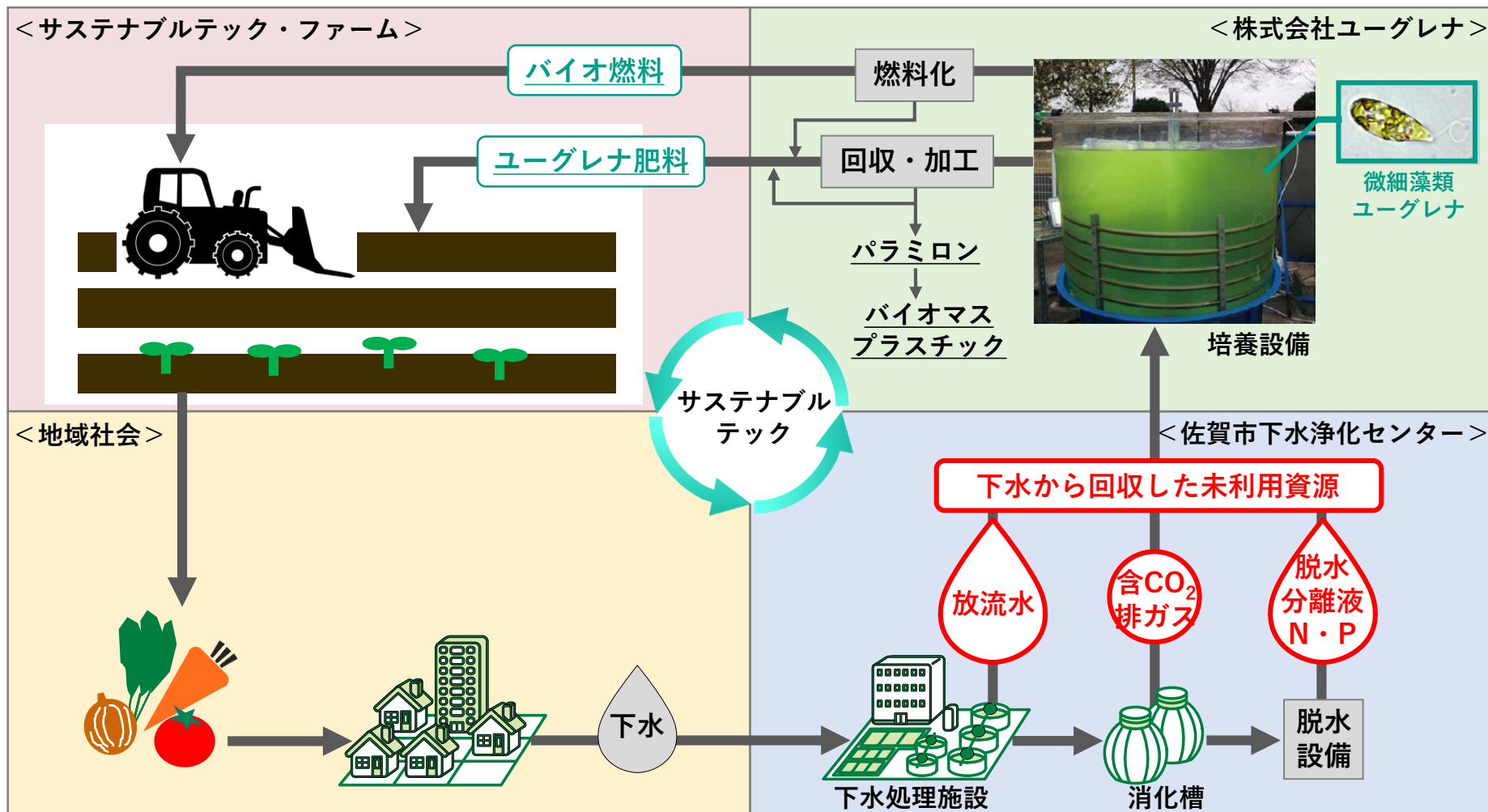
*1: ユーグレナの特有成分であるパラミロン (paramylon) と樹脂 (resin) を組み合わせた造語

サステナブルテック研究の推進－研究用農地「サステナブルテック・ファーム」

佐賀市に研究用農地「サステナブルテック・ファーム」を開設

肥料の研究を推進し、ユーグレナを介した資源循環型農業の実現を目指す

サステナブルテック・ファームのコンセプト



資源循環型農業とは

- 下水から未利用資源を回収
- 回収した未利用資源を原料にユーグレナを培養
- ユーグレナからバイオ燃料を精製したり、残渣からユーグレナ肥料を加工
- バイオ燃料を農機に利用し、ユーグレナ肥料で農作物生育に活用



ユ-グレナ

いきる、たのしむ、サステナブル。