

Euglena Group

logmi IR Live IRセミナー説明資料

株式会社ユーグレナ
東証プライム市場（証券コード：2931）

2023.06.16

【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。

株式会社ユーグレナの紹介

ユ-グレナ

いきる、たのしむ、サステナブル。

フィロソフィー（経営哲学）

Sustainability First

サステナビリティ・ファースト

パーパス（存在意義）

人と地球を健康にする

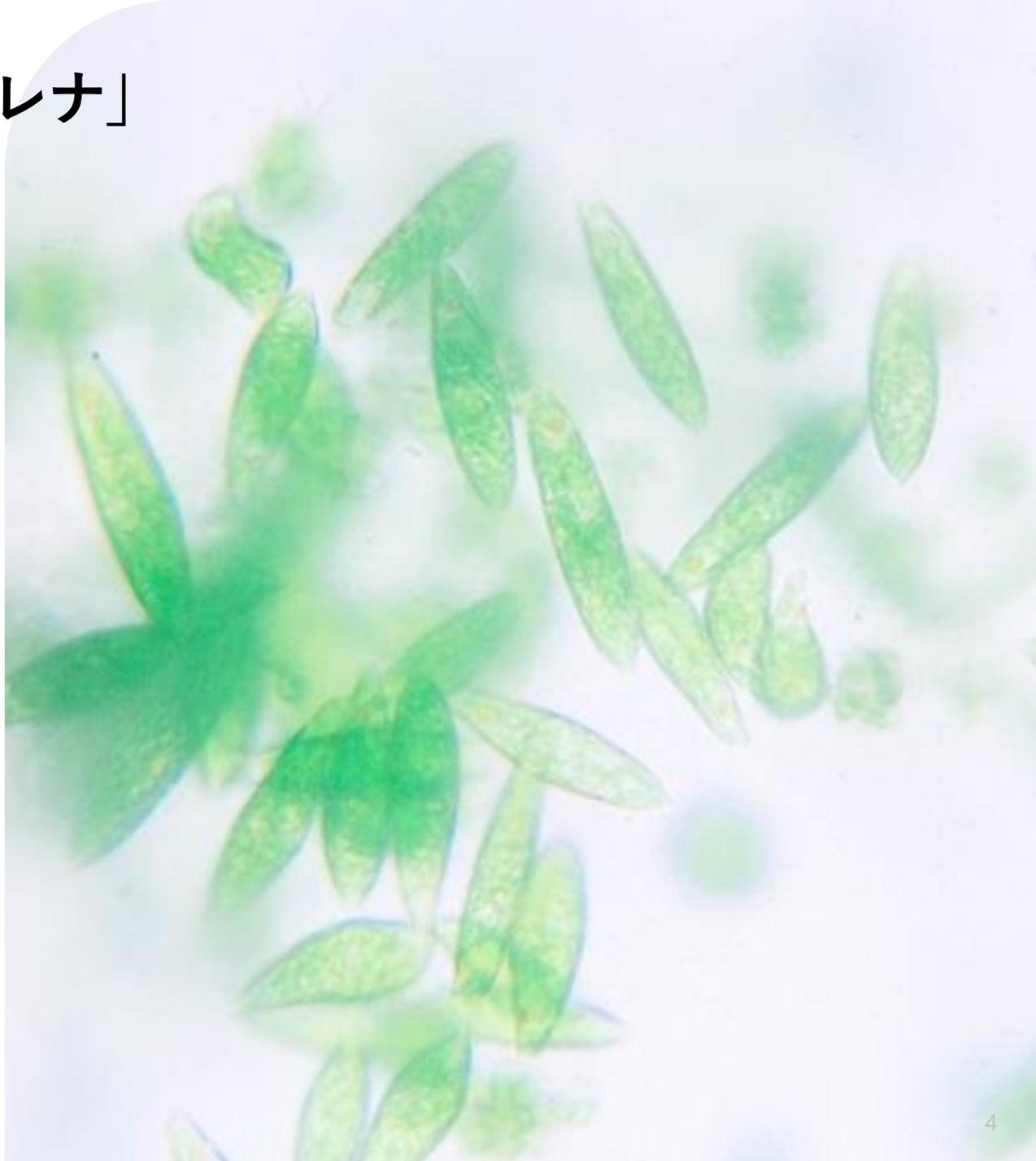
- 東京大学発ベンチャー企業
- 2005年12月に世界で初めて微細藻類ユーグレナの屋外大量培養に成功
- 東証プライム市場上場
- 株主数11万人突破



“バングラデシュで目のあたりにした栄養失調の問題を
栄養豊富な食材で、解決したい。”

たどり着いた当社独自素材「ユーグレナ」

- 豊富な栄養素と独自成分パラミロン
- ミドリムシからバイオ燃料が生産可能



世界初、ユーグレナの屋外大量培養技術の確立



ユーグレナ生産拠点 (2005年当時)
@沖縄県石垣島



中央研究所
@横浜市鶴見区

ユーグレナグループの歩み - サステナビリティを軸とした事業展開

東証マザーズ上場以降の10年間で、バングラデシュの人々を健康にするという創業時の想いと、バイオ燃料フライトの実現という上場時の目標を共に実現



創業者出雲がバングラデシュを訪問



東証マザーズ上場



東証一部上場



日本初のバイオジェット・ディーゼル燃料製造実証プラント完成

Sustainability First

フィロソフィーを『サステナビリティ・ファースト』に



3社共同で商業プラント建設を発表

東証プライム市場へ移行



2022.12 上場 10周年

1998

2005

ユーグレナ創業
世界初ユーグレナの屋外大量培養成功



2012

2014

バングラデシュでユーグレナGENKIプログラム開始



2018

2019

国連世界食糧計画 (WFP) と事業連携



2020

2021

当社バイオ燃料「サステオ」を利用した初フライト

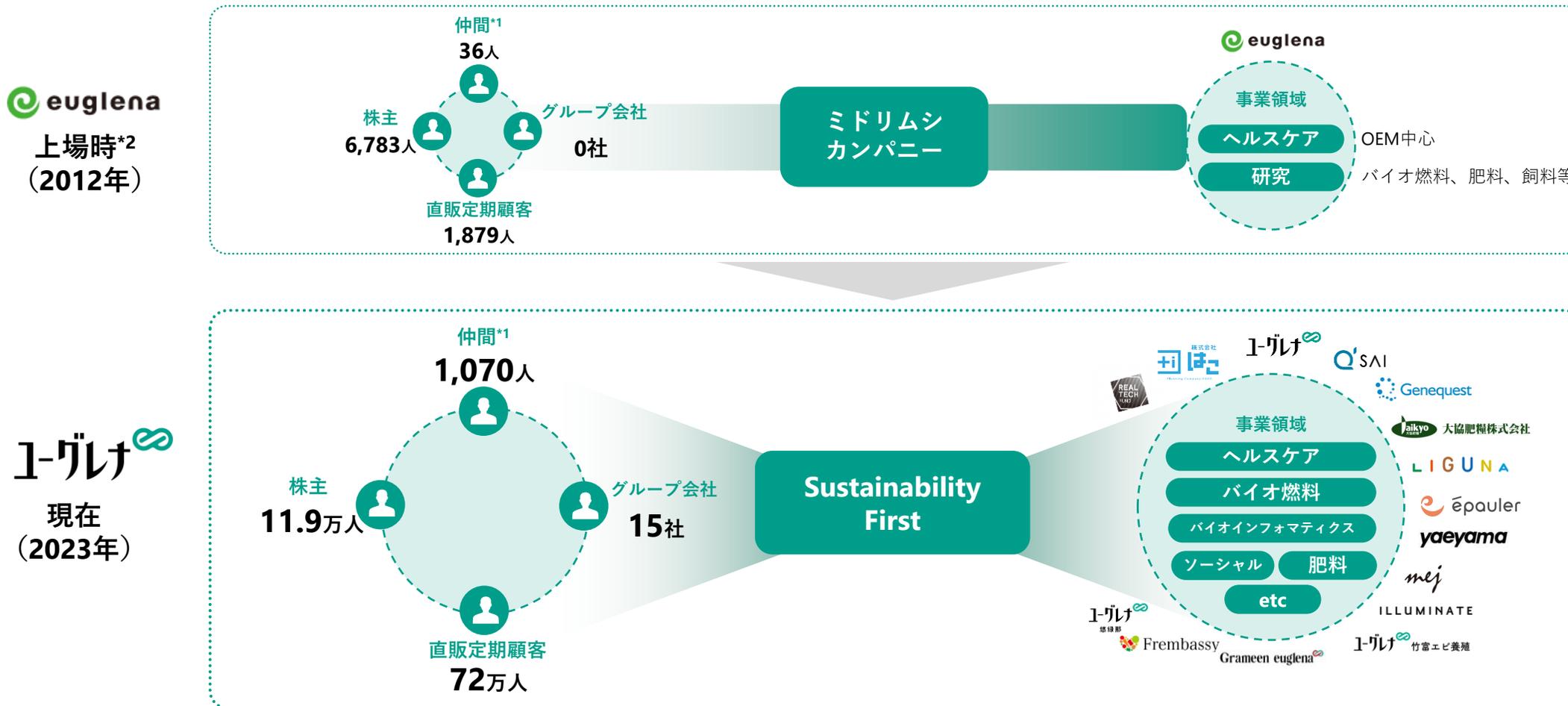


定款の事業目的をSDGsに



上場10年の振り返り - サステナビリティ企業への転換

ミドリムシ企業からサステナビリティ企業へと転換し、10年で多くのステークホルダーと企業を巻き込みながら事業を成長



*1: ユーグレナグループで従業員のことを仲間と呼ぶ。役員、派遣を除く従業員数のこと。
 *2: 仲間数は2012年9月末、定期顧客数は2012年12月末、株主数は2013年3月末時点

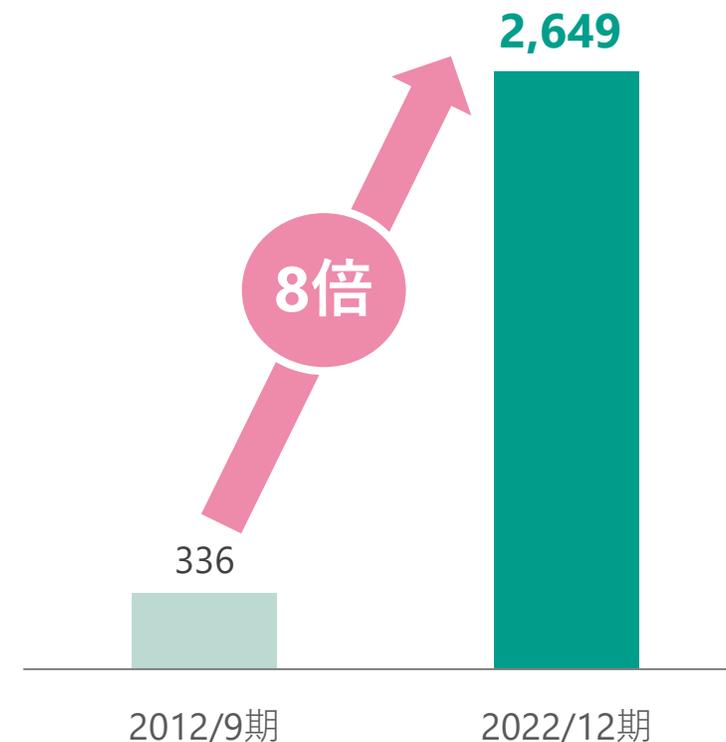
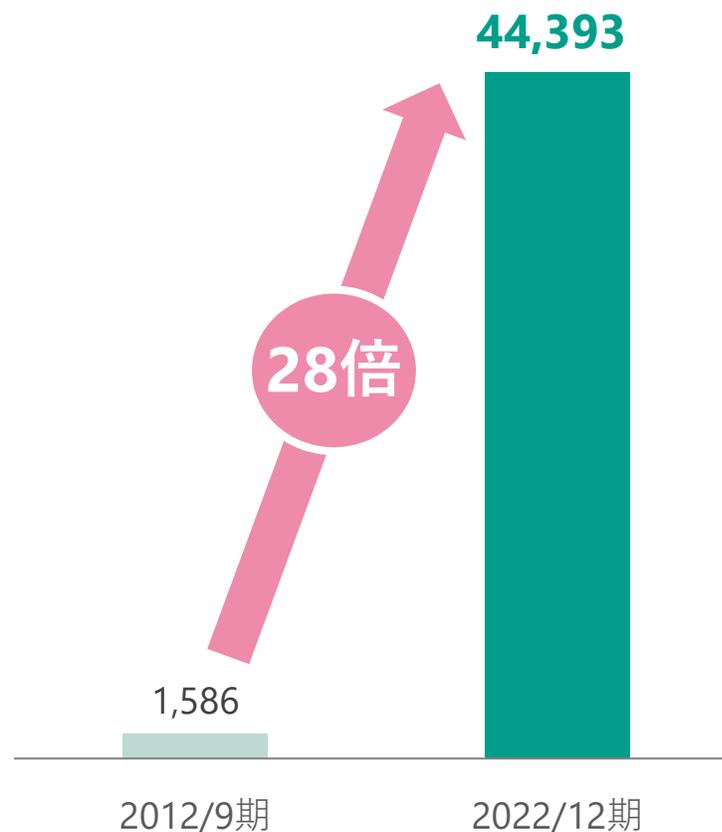
上場10年の振り返り - 事業規模

売上高

調整後EBITDA

上場後10年間で
事業規模は飛躍的に拡大

社会的インパクトを
拡大するために、
一貫して事業成長を追求



ユーグレナ・グループの今 - サステナビリティを軸とした事業展開

「Sustainability First」のもと、サステナビリティを軸に様々な事業を展開

成長投資、パートナーシップ、M&Aを活用しながら、事業成長を通じた社会問題の縮小を目指す

主要セグメント概要

ヘルスケア事業

健康食品



化粧品



その他事業（新規領域）

サステナブル
アグリテック
(1次産業)



バイオインフォ
マティクス

ソーシャル
ビジネス



バイオ燃料事業



ユーグレナ・フィロソフィー

Sustainability First

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

事業インパクト
当社事業の
成長

Good 🍏

=

社会インパクト
社会問題の
縮小

Good 🍏

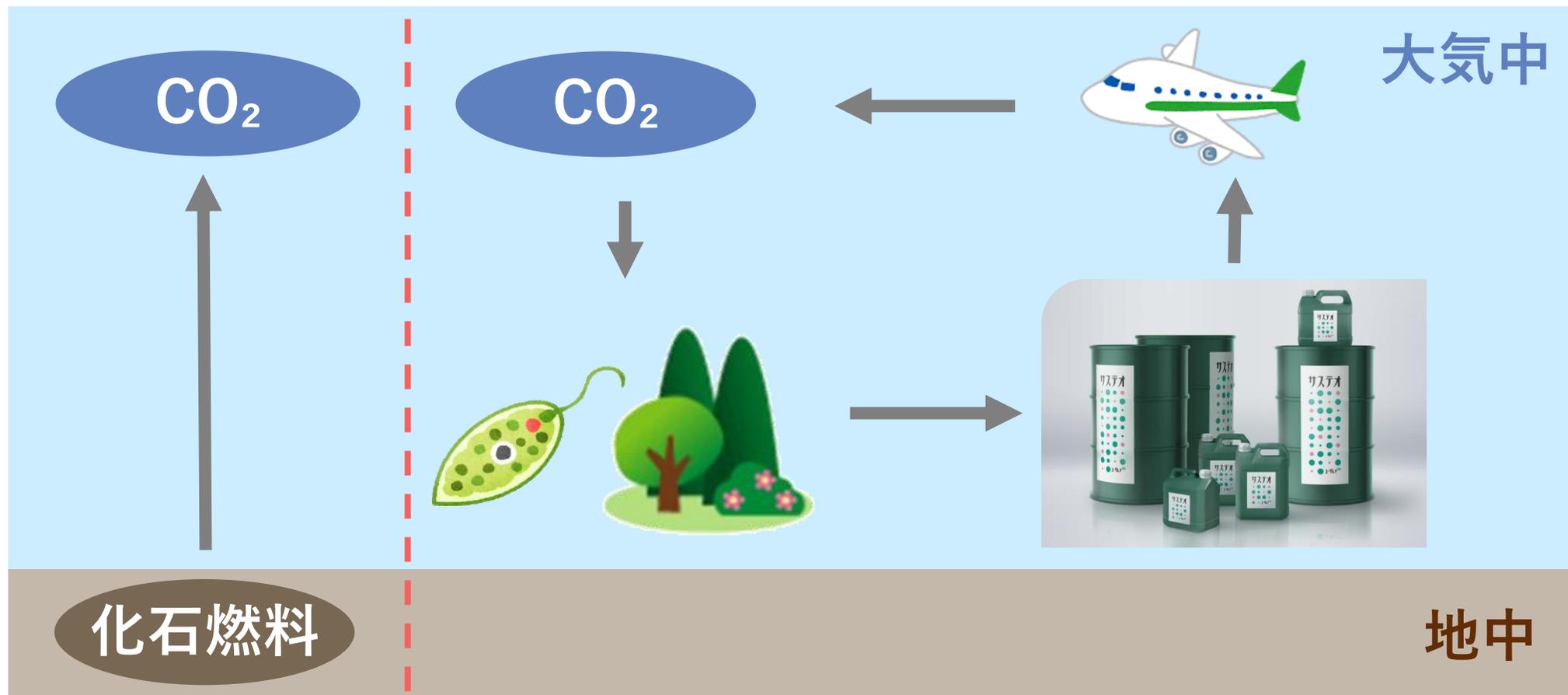
パーパス

人と地球を健康にする

バイオ燃料事業

カーボンニュートラルの実現

- バイオマス原料は成長過程で光合成によって大気中のCO₂を吸収
- 燃料燃焼時のCO₂排出量はプラスマイナスゼロ

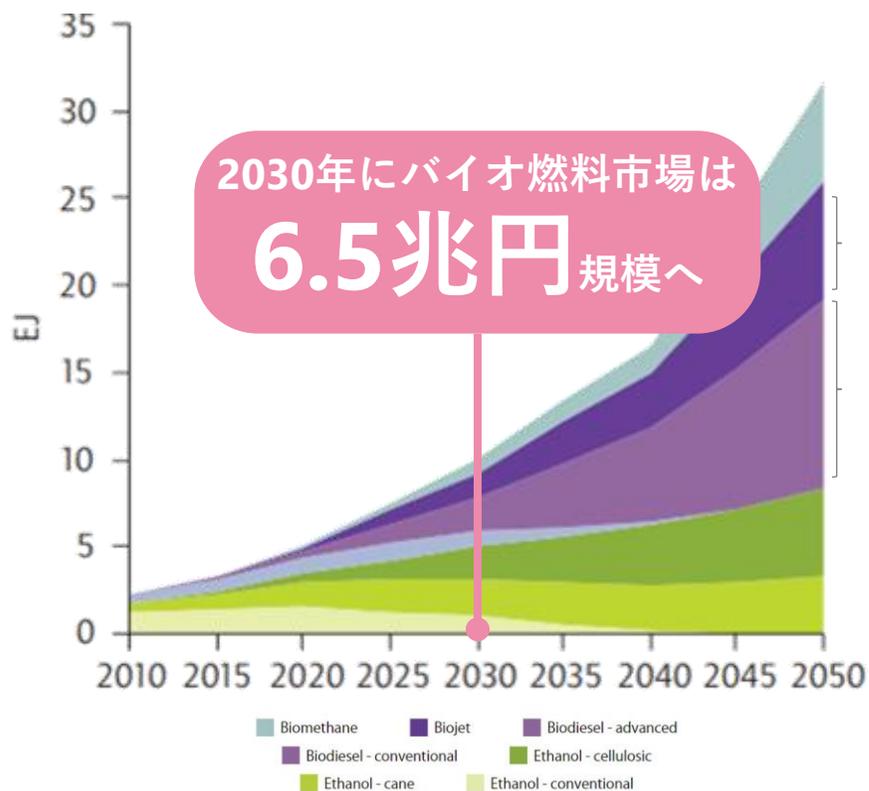


業界動向 - 国内外におけるバイオ燃料需要の顕在化

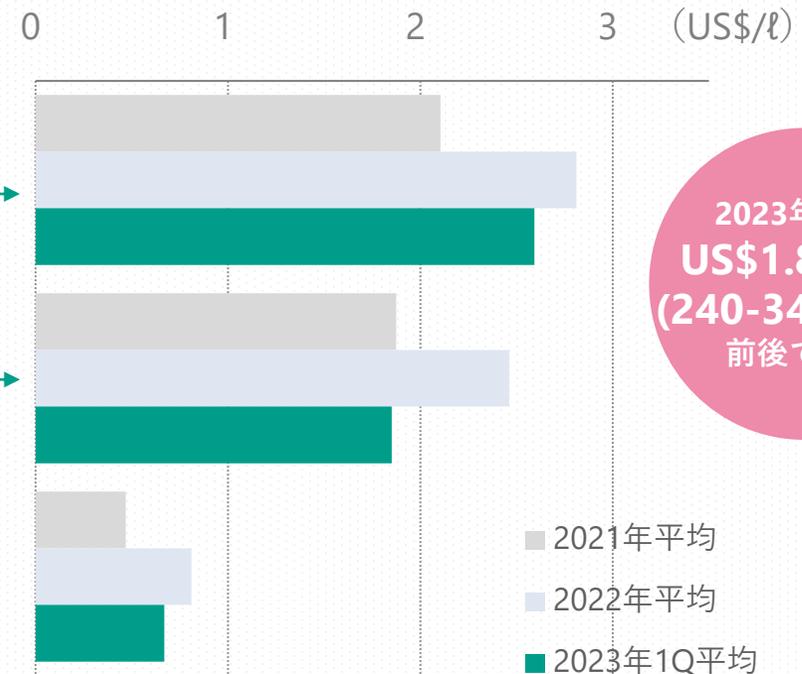
景気減速懸念による原油価格の下落トレンドがSAF/HVO価格に波及

需給がタイトなSAF価格は底堅く推移する一方、HVO価格は石油価格下落や欧州規制動向を背景とした供給増で下落

世界のバイオ燃料消費量の見込み (IEA)



海外市場価格 *1



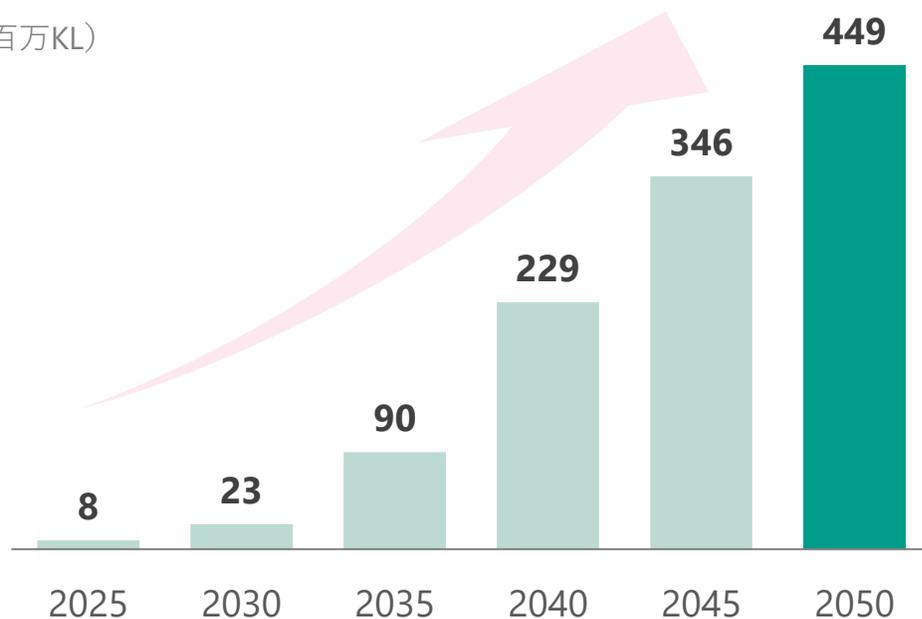
業界動向 - SAFの需要見通し

SAFは航空業界における脱炭素化の主要手段であり、世界で需要が拡大

世界のSAF需要見通し*1

- 世界経済フォーラムのClean Skies for Tomorrow Coalitionに参画する60社が、世界の航空業界で使用される燃料に占めるSAFの割合を**2030年までに10%に増加**させることを目指すことを約束

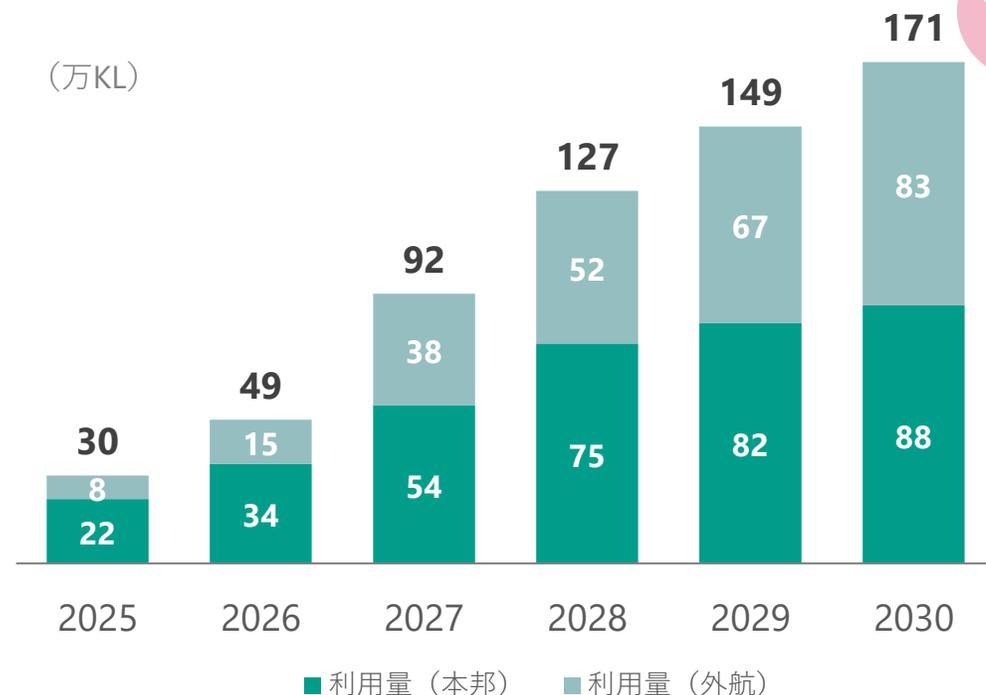
(百万KL)



日本のSAF需要見通し*2

- 経済産業省は、**2030年から国内空港で給油する燃料のうち10%をSAFに**することを石油元売り企業に義務付ける方針を提示

(万KL)



171万
kl/年

バイオ燃料事業 - ビジネスモデル

原料を調達/生産、バイオ燃料（SAFやHVO）を製造し、陸海空ユーザーに販売

旺盛な需要を見据えて、当社は実証/商業プラント建設を着実に推進。安定的な原料調達/生産が中期的な課題

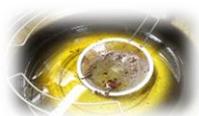
①原料調達/生産

②製造

③販売

有限な原料ソースであり、中期的には安定的な調達が課題

産業廃棄油等の調達



+

微細藻類ユーグレナ等のバイオマス生産



サステナブルな原料ソースであり、独自開発できれば競争優位性に直結

バイオマス油脂

1-グレナ[∞]



2018年実証プラント完成
(125KL/年@神奈川県横浜市)

2025年商業プラント完成目標
(72.5万KL/年@マレーシア)

SAF

バイオジェット燃料



サステオ



気候変動対応ニーズの高まりと供給不足により、旺盛な需要

HVO

次世代バイオディーゼル燃料



日本企業が関わるプロジェクトとしては最大級かつ最速ペース

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を拡大かつ多様化

バイオ燃料供給実績（企業・団体数ベース累計）

累計 **75** 件突破



Copyright Euglena Co., Ltd. All rights reserved.



*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 - 2023年12月期1Q サステオ供給実績

東京都と連携しながら、陸や空での供給網を拡大

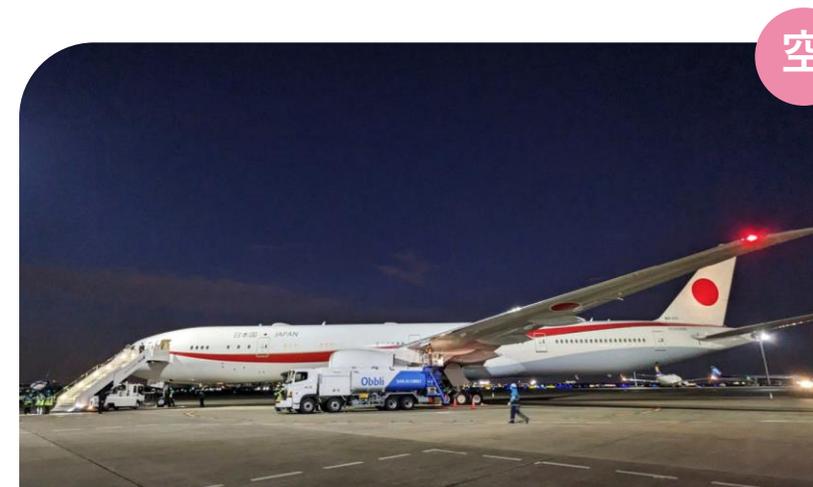
クレーンへの供給や政府専用機への2度目の供給の他、資本業務提携した丸井グループとの連携も実現

東京都との協定*1に基づく取り組み



東京都交通局の小滝橋自動車営業所が所有する都営バス58両に「サステオ」を給油、期間限定で運行

その他の取り組み

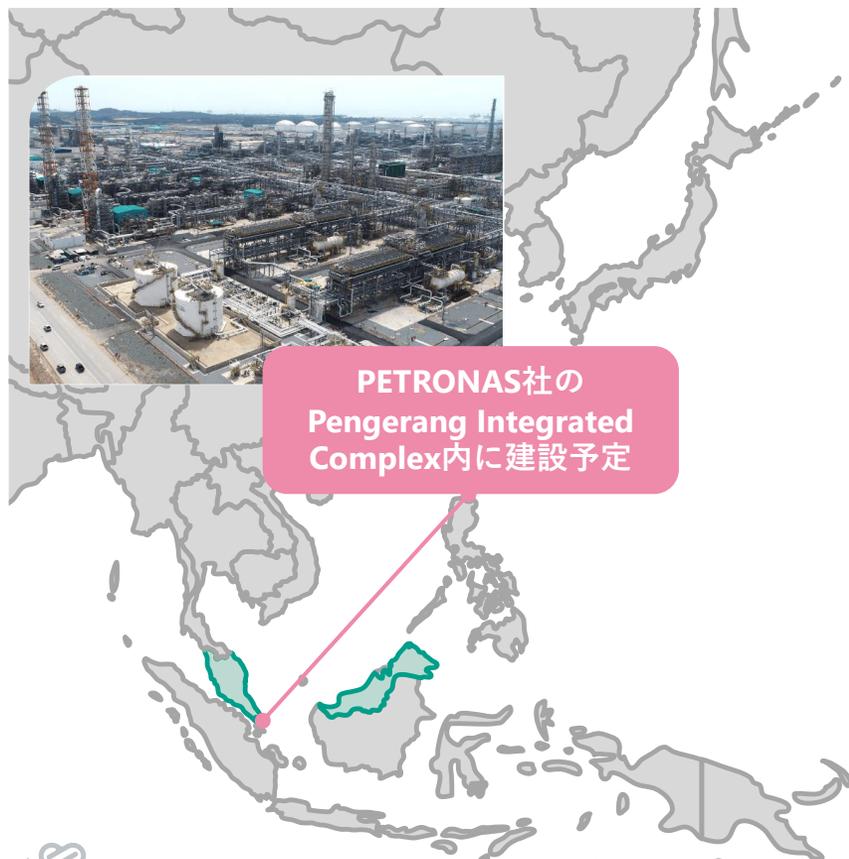


防衛省が運航する政府専用機2機に「サステオ」を給油し、1月から岸田内閣陣営の欧州および北米訪問にあたり運航を実施

商業化 - バイオ燃料製造プラント建設・運営プロジェクトの概要

最大12,500バレル/日（約72.5万KL/年相当）規模のバイオ燃料製造プラントの建設・運営プロジェクトを、マレーシアにおいてPETRONAS社・Eni社と共同で検討

当社は、推定10億ドル規模の本プロジェクトに目標シェア30%で参画することで、バイオ燃料事業の商業化を目指す。本プロジェクトの規模及び各社シェアは、2023年中に最終決定する見込み



プロジェクト計画概要	
建設地	PETRONAS社のPengerang Integrated Complex (マレーシア南端のジョホール州)
製品	SAF (バイオジェット燃料)、HVO (次世代バイオディーゼル燃料) (製造量はフレキシブルに調整)
使用原料	使用済み植物油、動物性油脂、植物油の加工に伴う廃棄物、将来的には微細藻類由来の藻油などのバイオマス原料
原料処理能力	65万トン/年
製造能力	最大12,500バレル/日 (約72.5万KL/年相当) のバイオ燃料*1
スケジュール (予定)	技術的・経済的な実現可能性評価を現在実施中。2025年中の本商業プラント完成を目指して、2023年中に3社間で最終的な投資決定を行う見込み
持分シェア	当社シェアは30%を目標とし、2023年中に最終合意

*1: SAF、HVO、バイオナフサ

研究開発 -マレーシアに新たな研究開発拠点を設立

バイオ燃料原料用途のバイオマス生産・利用に関する研究開発拠点をマレーシアに設立

2020年~
2021年

インドネシア

- NEDO委託事業として、インドネシアで大規模実証の準備を進めてきたが、コロナ禍や現地パートナー事情により難航

2022年~
2023年

三重県多気町「藻類エネルギー研究所*1」

- 生産物の価値最大化を目指して、各生産工程のコスト低減、および製品品質・価格を向上させる技術開発を実施
- インドネシアでは小規模培養試験を継続し、現地生産性評価を実施

2023年~

マレーシア「熱帯バイオマス技術研究所*2」

- マレーシアは熱帯気候のため、植物が光合成をするのに適しており、藻類をはじめとする豊富な生物資源（バイオマス）が存在
- ユーグレナなどの微細藻類をはじめとした、バイオ燃料原料用途のバイオマス生産・利用の最大化・最適化を中心とする研究開発の推進を目指す

藻類エネルギー研究所



熱帯バイオマス技術研究所



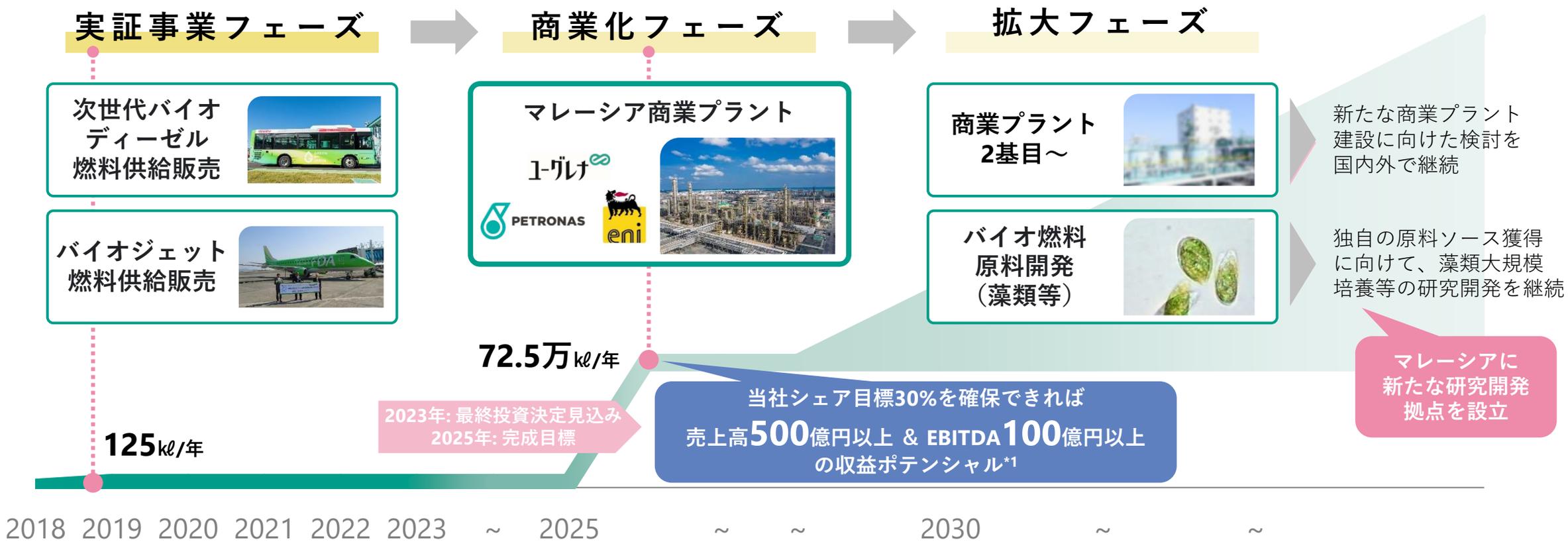
*1: バイオ燃料用微細藻類の大規模、低コスト生産技術の確立を目指すため、2016年より研究開発を開始

*2: 「熱帯バイオマス技術研究所」の開設に伴い、「藻類エネルギー技術研究所（三重県）」の機能を「熱帯バイオマス技術研究所」と「資源サーキュラー技術研究所（佐賀県）」に移管

中長期的なロードマップ

2023年中の最終投資決定に向けて、マレーシアでのプラント建設プロジェクトが順調に進捗中

藻類等のバイオマス原料開発に向けて、マレーシアに新たな研究所を設立



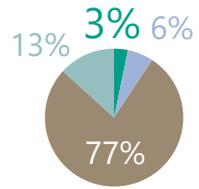
*1: バイオ燃料価格250円/ℓ、EBITDAマージン20%、当社持分シェア30%と想定した場合の、当社持分寄与ベースの試算値。実際の売上高・EBITDA規模は、将来のバイオ燃料の原料・製品価格動向、当社の最終シェア、商業プラントの稼働率等によって変動

ヘルスケア事業

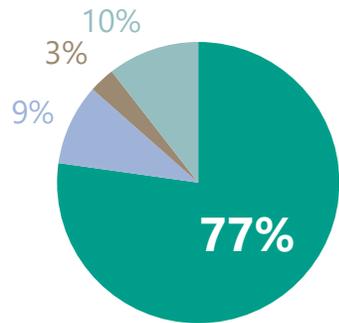
ビジネスモデル - 3つのチャネル展開

グループ売上内訳*1

2012年度：16億円



2022年度：444億円



■ 直販 ■ 流通
■ OEM等 ■ その他

直販 (BtoC)



食品&化粧品



当社ECサイト「euglena online」・
グループ会社ECサイト・通販

流通 (BtoB)



食品&化粧品



全国の取扱店網
(美容院・専門店等)
ドラッグストア・
量販店・バラエティ
ショップ等

OEM提供・原料供給



サプリメント
& 化粧品

粉末原料



OEM
企業群

大手流通・
食品メーカー

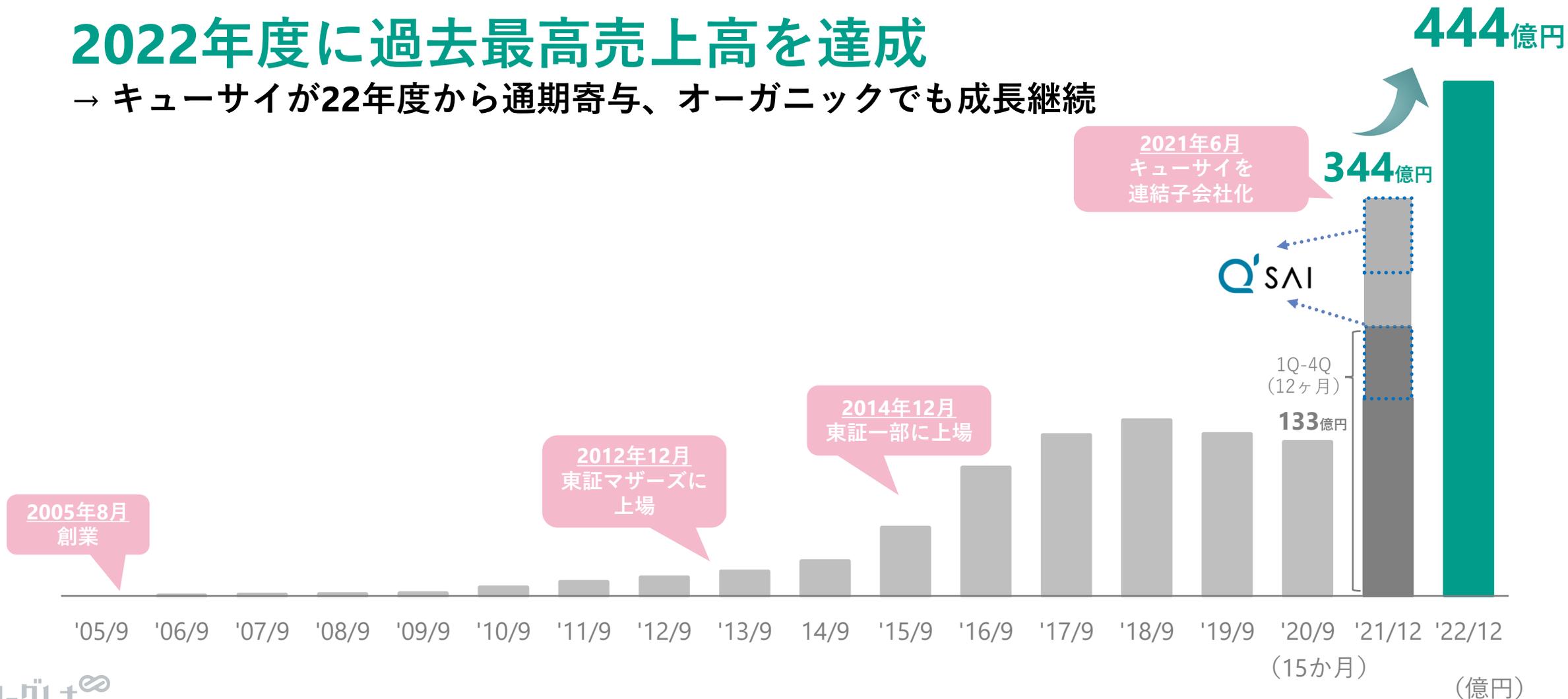
コラボ商品

消費者

事業展開 - 創業期から現在までの売上高推移

2022年度に過去最高売上高を達成

→ キューサイが22年度から通期寄与、オーガニックでも成長継続



成長戦略 - 3つの柱

①
ブランド群
の育成

②
デジタル化

③
マルチチャネル
展開

売上高と調整後EBITDAのサステナブルな成長に向けた基盤確立が道半ば

今期方針 - サステナブル成長に向けた注力領域と中期目標

売上高成長と利益率を両立するサステナブル成長に向けて、今期は4つの領域に注力

新たな成長の柱と事業基盤の確立により、中期的に売上高500億円、調整後EBITDAマージン10%台半ばを目指す

サステナブル成長に向けた今期の注力領域

① 成長ブランドの創出

② 顧客ロイヤルティの向上

③ チャネル販売力の強化

④ コストシナジーの創出

売上高

中期目標
500億円

調整後
EBITDA
マージン

中期目標
10%台半ば

①成長ブランドの創出 - 3つの成長領域

2022年度以降に多数の新ブランド投入とリブランディングを実施

ブランド群の新陳代謝を継続し、ポートフォリオ全体の成長を牽引する新たな投資ブランドの確立を目指す

	サステナビリティ	ウェルエイジング	先進的市場創出
食品	<p>からだにユーグレナ</p>  <p>1-グルテ</p>	<p>ひざサポート コラーゲン</p>  <p>Q'SAI</p> <p>ザ・ケール</p>  <p>Q'SAI</p>	<p>C COFFEE</p>  <p>mej</p> <p>SOLUME</p>  <p>1-グルテ</p>
化粧品	<p>one</p>  <p>1-グルテ</p> <p>lavita ORGANICS</p>  <p>1-グルテ</p>	<p>コラリッチ</p>  <p>Q'SAI</p> <p>QetA</p>  <p>Q'SAI</p>	<p>CONC</p>  <p>1-グルテ</p>
	<p>NEcCO</p>  <p>1-グルテ</p> <p>あきゆらいず</p>  <p>LIGUNA</p>	<p>epo</p>  <p>épauler</p> <p>FUSARI</p>  <p>épauler</p>	

ブランド開発でターゲットとする3領域

- 1 サステナビリティ**

独自素材/オーガニック素材や環境に配慮したパッケージを通じて、健康/美容やライフスタイル等の観点から、ウェルビーイングの実現をサポートする商品群
- 2 ウェルエイジング**

「アンチエイジング」ではなく、歳を取ることを肯定しながら幸せを実現する「ウェルエイジング」をコンセプトとした商品群
- 3 先進的市場創出**

多様化する顧客ニーズへ対応することを目的とし、これまでに類を見ない新製品や新ジャンルを創出することをコンセプトとした商品群

②顧客ロイヤルティの向上 - ブランディング強化に向けた取り組み

グループ全体でブランディング強化のPR・コミュニティづくりに注力

継続的なブランディング施策実行による顧客のファン化でLTVの更なる延伸を目指す

「Sustainability First」



- マスターブランドデザインの導入



- 定期会員向け会報誌“ユーグレナジャーニー”発刊



「ウェルエイジング支援カンパニー」

人生初を、いつまでも。



- ウェルエイジングアドバイザーズ（一緒に商品・サービスをつくる会）メンバーを募集



- 既存商品のリブランディングを実施（ザ・ケール）



「en-joy 縁を楽しむ」



- 既存商品のリブランディングを実施（epo）、新ブランドをローンチ（Fusari）



- ロイヤルカスタマーとの温泉旅行を定期的開催



③チャンネル販売力の強化

拡充したブランド群を着実に売上へと導くべく、各チャンネルの販売機能を多面的に強化

直販は広告効率の改善とLTVの向上、流通は配荷店舗数増加と店頭売上の向上、OEMは提案力の向上を目指す

直販チャンネル

広告運用力の強化



- はこ社のノウハウ展開による、グループ全体の広告効率改善
- 広告運用の内製化によるPDCAのスピードアップ

流通チャンネル

直販との連携強化



- 直販/流通のマルチ展開により、直販広告と店舗接点における認知向上の相乗効果

OEM/海外/原料チャンネル

提案力の強化



- ユーグレナ食品以外の素材（ミドリ麴、カラハリスイカ、ユーグレナ化粧品等）によるアプローチ先の拡大
- 機能性エビデンスの拡充や新素材・独自原料の開発

④コストシナジーの創出

グループ内での連携強化、ノウハウ共有、機能集約等によるコスト構造の最適化や、外注費の内製化を図ることで、コストシナジーの創出を目指す

共通機能における連携強化、機能集約

原料・資材調達

情報システム

物流

流通向け営業

コールセンター

バックオフィス

直販を中心にグループ内の
共通機能が多く、コスト
シナジーの創出余地が大きい

グループ外への外注費の内製化



キューサイ福岡工場（顆粒）
→ グループ内粉末商品（からだにユーグレナ等）の製造受託



エポラ出雲工場（打錠、ハードカプセル）
→ グループ内錠剤・カプセル商品（サプリメント等）の製造受託

コーポレート/ESG

CFO (Chief Future Officer) の取り組み - 2022年8月より第3期始動

Futureサミットメンバー*1とともに新たな社会課題解決に向けた提言と実装を目指す

第3期メンバー



若者と企業とで持続可能な未来をつくるために、ユーグレナのCFOとしてFutureサミットメンバーと私たちが提案する意義や実践できることについて議論を重ねています。必ず良い変化を起こしますので、楽しみにしてください！

左から
藤田 岳 (ふじた がく)、今井 智紀 (いまい ともき)、
趙 佳一 (ちょう かいち)、**渡部 翠 (わたべ みどり) (3代目CFO)**、
竹内 恵麻 (たけうち えま)、清水 紘輔 (しみず こうすけ)

方針

主な取り組み

第1期、第2期の成果

第1期



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

- 商品に利用される石油由来プラスチック量を削減
- ゴミ消費に対する社内の意識向上
- 沖縄県初のゼロ・ウェイスト認証を取得*2

第2期



ユーグレナ・フィロソフィー
「Sustainability First」
の実効性を法的側面
および社内外からも高める

- 定款上の事業目的をSDGsの17の目標を反映した内容に刷新する際に監修
- 社内カルチャー醸成に向けた施策
- 取引先飲食店のSDGs施策をプロデュース

*1: CFOと共にユーグレナグループのサステナビリティ強化に関する取組を推進するメンバーを「Future サミットメンバー」と呼称

*2: 沖縄県石垣市で当社が運営している直営カフェ「ユーグレナ・ガーデン」が、事業所における廃棄物削減の認証制度であるゼロ・ウェイスト認証を沖縄県で初めて取得

サステナビリティに関する取り組み

TCFD*1への対応等サステナビリティHPを拡充、ESG指数構成銘柄に選定

ユーグレナGENKIプログラムではユーグレナクッキー配布数1,500万食を突破

TCFD*1への対応



気候関連のリスク・機会

シナリオ	リスク	機会
1.5°C 未満シナリオ	リスク	カーボンプライシングの導入による製造コスト増 バイオ燃料の原材料価格の高騰
	機会	カーボンプライシングの導入による製品付加価値（販売価格）の上昇 バイオ燃料利用促進に向けた法規制強化
4°C シナリオ	リスク	異常気象による製造・物流機能への被害 気象パターンの変化によるバイオマス原料コストの増加

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

ESG指数構成銘柄への選定



FTSE Blossom Japan Sector Relative Index

“FTSE Russell (FTSE International Limited と Frank Russell Company)の登録商標)はここに株式会社ユーグレナが第三者調査の結果、FTSE Blossom Japan Sector Relative Index組み入れの要件を満たし、本インデックスの構成銘柄となったことを証します。FTSE Blossom Japan Sector Relative Indexはサステナブル投資のファンドや他の金融商品の作成・評価に広く利用されます。”

GPIF*2が採用する「**FTSE Blossom Japan Sector Relative Index*3**」銘柄に選定

ユーグレナGENKIプログラム



みなさまにご購入いただいた売上の一部で、 Bangladesh の子どもたちに栄養豊富なユーグレナクッキーをお届けします。

Bangladesh でのユーグレナクッキー配布数**1,500万食**を突破！*4

*1: 気候関連財務情報開示タスクフォース

*2: 世界最大の年金基金である年金積立金管理運用独立行政法人

*3: グローバルインデックスプロバイダーであるFTSE Russellにより構築されたFTSE Blossom Japan Sector Relative Indexは、各セクターにおいて相対的に、環境、社会、ガバナンス(ESG)の対応に優れた日本企業のパフォーマンスを反映するインデックスで、セクター・ニュートラルとなるよう設計されています。また低炭素経済への移行を促進するため、特に温室効果ガス排出量の多い企業については、TPI経営品質スコアにより改善の取り組みが評価される企業のみを組み入れています。

*4: 2014年～2022年12月15日の配布分

2023年12月期第1四半期決算

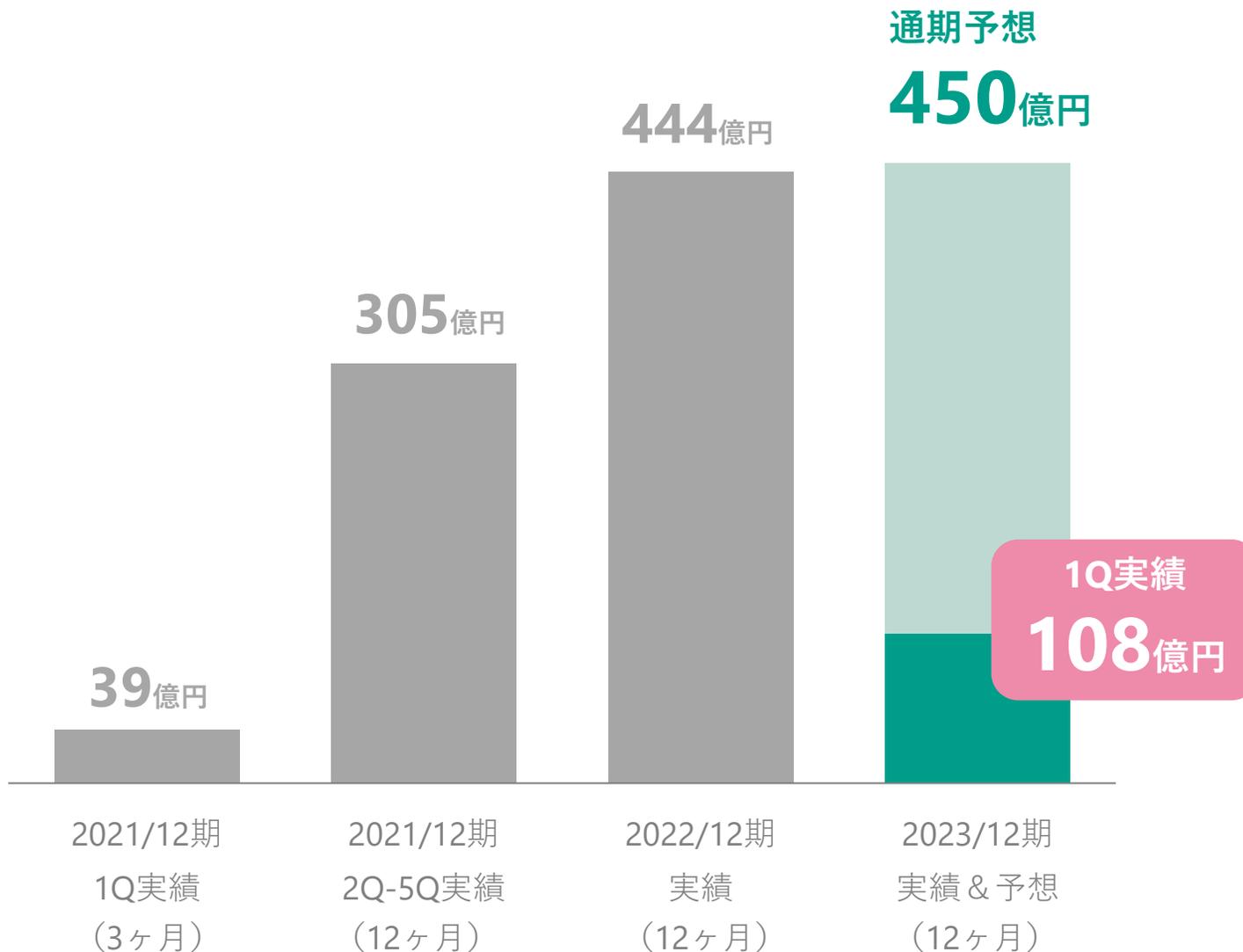
2023年度業績の進捗 - 売上高

2023年度1Q売上高

108億円

前期1Q比で横ばい、
概ね当初計画の範囲内で推移

2Q以降の広告投資漸増で
通期予想の達成を目指す

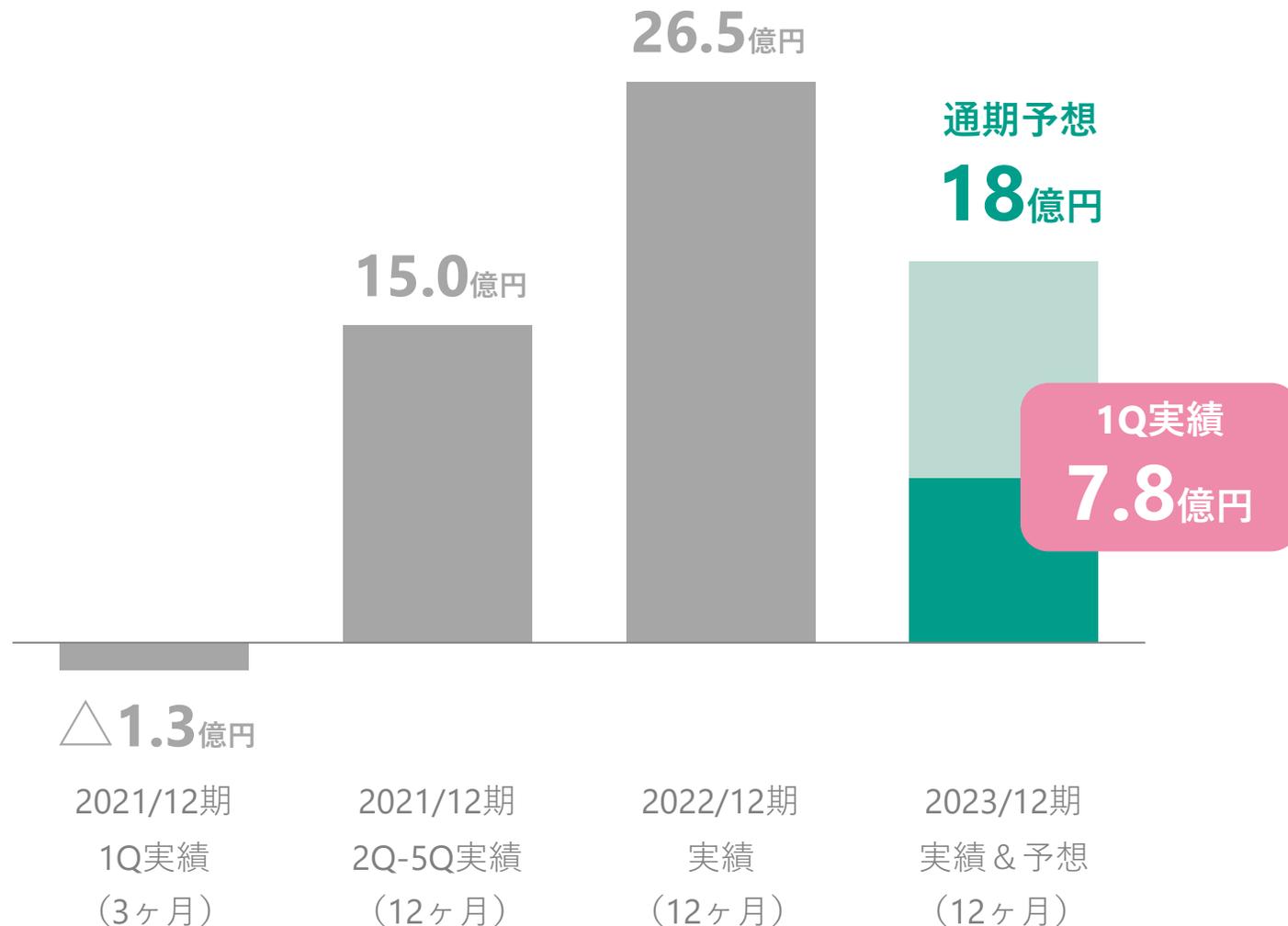


2023年度業績の進捗 - 調整後EBITDA

2023年度1Q 調整後EBITDA *1

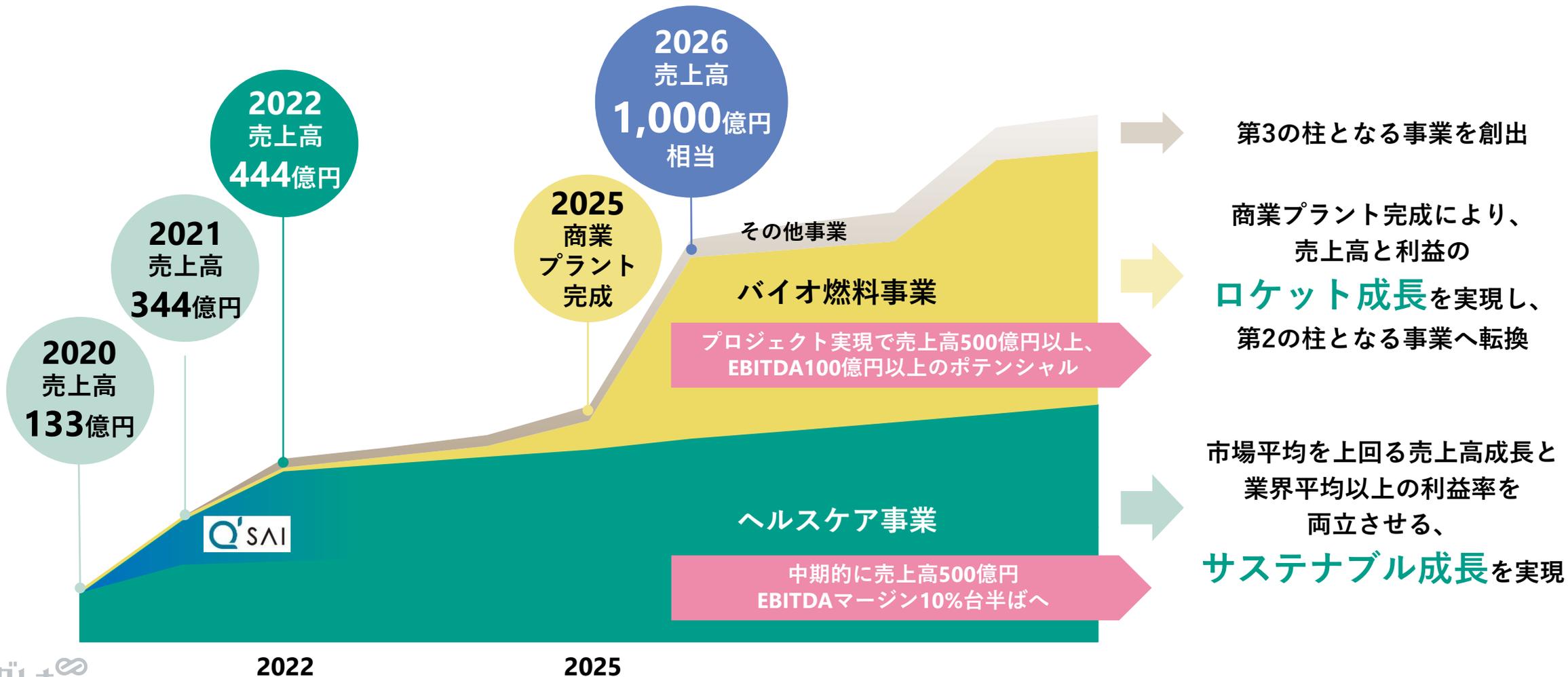
7.8億円

2Q以降の広告投資漸増で
通期予想は据え置き



中長期的な成長イメージ - 3つの成長の柱による収益基盤の拡大と強化

ヘルスケア事業の「サステナブル成長」とバイオ燃料事業の「ロケット成長」により、売上高と利益の基盤を拡充しつつ、その他事業で新たな収益の柱の創出を目指す



補足資料

会社概要

1-グレナ

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	158億1,806万円（2023年3月末時点）
社員数*1	1,070名（連結）（2022年12月末時点）
グループ会社	連結子会社15社（うち、キューサイ・グループ4社、海外合弁会社2社）（2022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	119,411名（2022年12月末時点）

業績推移サマリー - 連結損益計算書

	2022/12期											2023/12期			
	開示業績					実質業績 (棚卸資産ステップアップ費用化影響を除いたもの)						開示業績			
	連結合計					連結合計						連結合計			
(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	うちユーグレナ ¹	うちキューサイ	1Q	1Q	1Q
売上高 (新区分ベース)	10,823	10,761	10,752	12,056	44,393	10,823	10,761	10,752	12,056	44,393	18,794	25,599	10,837	4,611	6,226
直販	8,696	8,625	8,377	8,584	34,281	8,696	8,625	8,377	8,584	34,281	11,718	22,563	8,244	2,587	5,658
流通	861	1,022	944	1,312	4,139	861	1,022	944	1,312	4,139	1,584	2,555	891	322	568
OEM・原料・海外	365	264	229	454	1,313	365	264	229	454	1,313	1,313	0	239	239	0
その他	901	850	1,202	1,706	4,660	901	850	1,202	1,706	4,660	4,179	481	1,463	1,463	0
売上原価	3,466	2,951	3,042	3,937	13,396	2,683	2,467	2,835	3,547	11,532	6,484	5,048	2,996	1,827	1,169
売上総利益	7,357	7,810	7,710	8,119	30,996	8,139	8,295	7,917	8,510	32,861	12,310	20,551	7,841	2,784	5,057
粗利率	68%	73%	72%	67%	70%	75%	77%	74%	71%	74%	65%	80%	72%	60%	81%
(内 ヘルスケア事業)	71%	76%	74%	70%	73%	79%	81%	76%	73%	77%	72%	80%	76%	69%	81%
販売費及び一般管理費	8,084	8,506	8,585	9,277	34,452	8,084	8,506	8,585	9,277	34,452	15,005	19,447	8,017	3,403	4,615
販売費	5,201	5,481	5,301	5,796	21,779	5,201	5,481	5,301	5,796	21,779	8,245	13,534	5,157	1,808	3,349
(内 広告宣伝費)	2,583	2,825	2,707	3,027	11,142	2,583	2,825	2,707	3,027	11,142	4,468	6,674	2,669	978	1,690
人件費	1,110	1,199	1,274	1,427	5,009	1,110	1,199	1,274	1,427	5,009	2,821	2,188	1,176	710	466
管理費	1,417	1,452	1,646	1,668	6,183	1,417	1,452	1,646	1,668	6,183	2,559	3,624	1,397	604	792
研究開発費	355	374	364	387	1,480	355	374	364	387	1,480	1,379	101	288	281	7
営業利益	-727	-695	-875	-1,158	-3,456	56	-211	-668	-767	-1,591	-2,695	1,104	-176	-619	442
調整後EBITDA ²	1,555	666	268	160	2,649	1,555	666	268	160	2,649	-745	3,393	777	-214	991
営業外損益	809	16	331	-190	966	809	16	331	-190	966	1,139	-173	65	179	-114
(内 助成金収入)	675	13	83	17	789	675	13	83	17	789	780	8	189	187	2
経常利益	82	-679	-544	-1,348	-2,490	864	-195	-337	-958	-625	-1,556	931	-111	-439	328
特別損益	2	1	484	-405	82	2	1	484	-405	82	-402	484	30	30	0
親会社株主に帰属する当期純利益	40	-505	-408	-1,799	-2,672	493	-332	-483	-1,567	-1,890	na	na	-168	na	na
【参考指標】															
減価償却費 ³	581	584	588	579	2,332	581	584	588	579	2,332	630	1,702	524	121	403
(内 M&A関連)	355	355	368	368	1,446	355	355	368	368	1,446	198	1,248	365	54	312
のれん償却額	203	203	213	212	830	203	203	213	212	830	251	579	212	68	143
棚卸資産ステップアップ費用	783	484	207	391	1,865	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

*1: 連結PLからキューサイ・グループPL (キューサイ・グループとその他グループ間の連結相殺反映後) を控除した金額で、グループ会社PLを含む

*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 - セグメント別PL

事業セグメント別内訳（棚卸資産ステップアップ費用化影響を除く）							
（百万円）	2022/12期				2023/12期		
	'22Q1	'22Q2	'22Q3	'22Q4	合計	'23Q1	合計
連結合計（S/U除く）							
売上高	10,823	10,761	10,752	12,056	44,393	10,837	10,837
増減率	na	-1%	0%	12%	na	-10%	na
売上総利益	8,139	8,295	7,917	8,510	32,861	7,841	7,841
対売上高比率	75%	77%	74%	71%	74%	72%	72%
調整後EBITDA	1,555	666	268	160	2,649	777	777
対売上高比率	14%	6%	2%	1%	6%	7%	7%
ヘルスケア事業（S/U除く）							
売上高	10,124	10,103	10,108	11,282	41,617	10,026	10,026
増減率	na	0%	0%	12%	na	-11%	na
売上総利益	7,960	8,160	7,707	8,267	32,094	7,663	7,663
対売上高比率	79%	81%	76%	73%	77%	76%	76%
調整後EBITDA	1,412	1,258	827	809	4,305	1,301	1,301
対売上高比率	14%	12%	8%	7%	10%	13%	13%
バイオ燃料事業							
売上高	22	42	105	94	263	52	52
増減率	na	91%	149%	-10%	na	-44%	na
売上総利益	14	9	49	40	112	-1	-1
対売上高比率	64%	20%	47%	43%	43%	-2%	-2%
調整後EBITDA	449	-188	-119	-204	-62	-147	-147
助成金収入	612	0	45	0	657	79	79
その他事業							
売上高	677	616	540	680	2,513	759	759
増減率	na	-9%	-12%	26%	na	12%	na
売上総利益	165	126	161	203	656	180	180
対売上高比率	24%	20%	30%	30%	26%	24%	24%
調整後EBITDA	26	-37	-29	-64	-104	28	28
対売上高比率	4%	-6%	-5%	-9%	-4%	4%	4%
全社							
売上高	0	0	0	0	0	0	0
売上総利益	0	-0	-0	0	-0	0	0
調整後EBITDA	-332	-367	-411	-381	-1,491	-404	-404

事業セグメント別内訳（棚卸資産ステップアップ費用化影響を除く）							
（百万円）	2022/12期				2023/12期		
	'22Q1	'22Q2	'22Q3	'22Q4	合計	'23Q1	合計
ユーグレナ・ヘルスケア^{*1}							
売上高	2,098	2,044	1,946	2,235	8,323	1,883	1,883
増減率	na	-3%	-5%	15%	na	-16%	na
売上総利益	1,526	1,495	1,418	1,513	5,952	1,425	1,425
対売上高比率	73%	73%	73%	68%	72%	76%	76%
調整後EBITDA	66	0	-43	-87	-64	173	173
対売上高比率	3%	0%	-2%	-4%	-1%	9%	9%
エポラ							
売上高	1,010	966	1,007	1,108	4,091	951	951
増減率	na	-4%	4%	10%	na	-14%	na
売上総利益	774	748	764	835	3,120	738	738
対売上高比率	77%	77%	76%	75%	76%	78%	78%
調整後EBITDA	15	25	-51	-49	-60	4	4
対売上高比率	1%	3%	-5%	-4%	-1%	0%	0%
MEJ							
売上高	778	748	548	492	2,567	393	393
増減率	na	-4%	-27%	-10%	na	-20%	na
売上総利益	659	621	463	410	2,152	325	325
対売上高比率	85%	83%	84%	83%	84%	83%	83%
調整後EBITDA	351	115	192	157	815	71	71
対売上高比率	45%	15%	35%	32%	32%	18%	18%
キューサイ・グループ^{*2}							
売上高	6,334	6,478	6,270	6,649	25,731	6,264	6,264
増減率	na	2%	-3%	6%	na	-6%	na
売上総利益	5,013	5,316	4,996	5,359	20,683	5,095	5,095
対売上高比率	79%	82%	80%	81%	80%	81%	81%
調整後EBITDA	986	1,132	707	700	3,524	1,028	1,028
対売上高比率	16%	17%	11%	11%	14%	16%	16%
事業内共通・相殺、はこ社^{*3}							
売上高	-96	-134	336	799	905	536	536
売上総利益	-12	-19	67	150	186	79	79
調整後EBITDA	-5	-14	21	88	90	25	25

*1: ユーグレナ社のヘルスケア事業及びグループ会社のLIGUNA、八重山殖産、上海ユーグレナの合計

*2: キューサイ社及びQ-Partners、キューサイファーム島根、キューサイ分析研究所（2022年8月末に売却）、CQベンチャーズの合計。内部取引相殺を区分したため、前頁数値と相違あり

*3: ヘルスケア事業全体の共通費、各ヘルスケア事業内グループ間の連結相殺、はこ社（2022年7月よりPL連結）の合計

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)	2020/9末	2021/6末	2021/9末	2021/12末	2022/3末	2022/6末	2022/9末	2022/12末	2023/3末
流動資産	9,792	18,925	23,422	20,438	20,343	19,436	21,320	19,694	26,225
現金及び預金	6,254	10,761	11,000	9,901	10,145	9,471	11,646	9,954	16,819
棚卸資産	1,800	4,509	8,613	6,462	5,986	5,458	5,277	4,623	4,677
（内 棚卸資産ステップ アップ ^o ）	-	-	3,977	1,865	1,082	597	391	-	-
その他	1,737	3,655	3,810	4,076	4,212	4,506	4,397	5,117	4,729
固定資産	5,560	40,099	40,643	40,569	39,832	39,213	38,805	37,581	37,049
有形固定資産	3,304	6,910	6,878	6,852	6,836	6,743	6,059	5,848	5,795
無形固定資産	1,560	31,551	32,050	31,904	31,291	30,691	30,889	30,023	29,489
（内 のれん）	961	29,345	12,767	13,035	12,832	12,629	12,697	12,486	12,274
（内 顧客関連資産）	286	1,116	17,349	17,011	16,673	16,336	16,525	16,174	15,825
投資その他の資産	695	1,637	1,715	1,814	1,705	1,778	1,857	1,710	1,765
総資産	15,351	59,023	64,065	61,008	60,175	58,649	60,124	57,276	63,274
負債	5,964	34,777	41,878	40,419	39,774	38,788	39,004	37,922	40,808
流動負債	2,160	9,654	10,437	10,634	10,613	10,995	11,283	12,277	10,787
（内 短期借入金）	547	2,196	2,182	2,288	2,164	2,495	2,473	2,709	2,732
固定負債	3,804	25,123	31,441	29,785	29,161	27,792	27,721	25,645	30,021
（内 長期借入金）	3,217	23,743	23,580	22,599	22,436	21,324	21,389	19,497	19,247
（内 繰延税金負債 ^{*2} ）	165	468	6,938	6,297	5,867	5,593	5,483	5,330	5,159
（内 転換社債）	-	-	-	-	-	-	-	-	4,800
純資産	9,387	24,246	22,187	20,589	20,401	19,861	21,120	19,354	22,466
株主資本	9,373	23,951	21,812	20,183	20,011	19,477	20,727	18,958	22,456
（内 資本金）	7,324	13,879	13,888	13,888	13,905	13,950	13,970	13,985	15,818
（内 資本剰余金）	2,230	10,614	10,623	11,602	11,619	11,664	13,301	13,316	15,149
（内 利益剰余金）	(85)	(508)	(2,666)	(5,273)	(5,479)	(6,102)	(6,510)	(8,309)	(8,477)
その他	13	295	375	405	391	384	393	396	10
負債・純資産合計	15,351	59,023	64,065	61,008	60,175	58,649	60,124	57,276	63,274

*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

2022年度業績分析 - 業績サマリー

キューサイPLの通期寄与で
売上高・調整後EBITDAは
大幅増

はこ社と大協肥料の連結で
売上総利益率は悪化

棚卸資産ステップアップ
は2022年度に処理が完了

(単位：百万円)	2021年度2Q~5Q実績 (2021年1月~12月)			2022年度1Q~4Q実績(2022年1月-12月)*1			対前年度 同期間比
	開示業績	棚卸資産S/U 費用化影響*2	実質業績	開示業績	棚卸資産S/U 費用化影響*2	実質業績	
	①	②	③=①-②	④	⑤	⑥=④-⑤	
売上高	30,510	—	30,510	44,393	—	44,393	+13,883
売上原価	11,895	+4,842	7,053	13,396	+1,865	11,532	+4,479
売上総利益	18,614	△4,842	23,457	30,996	△1,865	32,861	+9,404
参考：売上総利益率	61%	△16%	77%	70%	△4%	74%	△3%
調整後EBITDA*3	1,498	—	1,498	2,649	—	2,649	+1,150
営業損益	△6,200	△4,842	△1,357	△3,456	△1,865	△ 1,591	△ 234
参考：助成金収入	286	—	286	789	—	789	+503
経常損益	△6,048	△4,842	△1,206	△2,490	△1,865	△ 625	+580
親会社株主に帰属 する当期純利益	△4,679	△2,746	△1,933	△2,672	△783	△ 1,890	+43

*1: 2022年度は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、2022年12月期中に1,865百万円を費用化)。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

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)

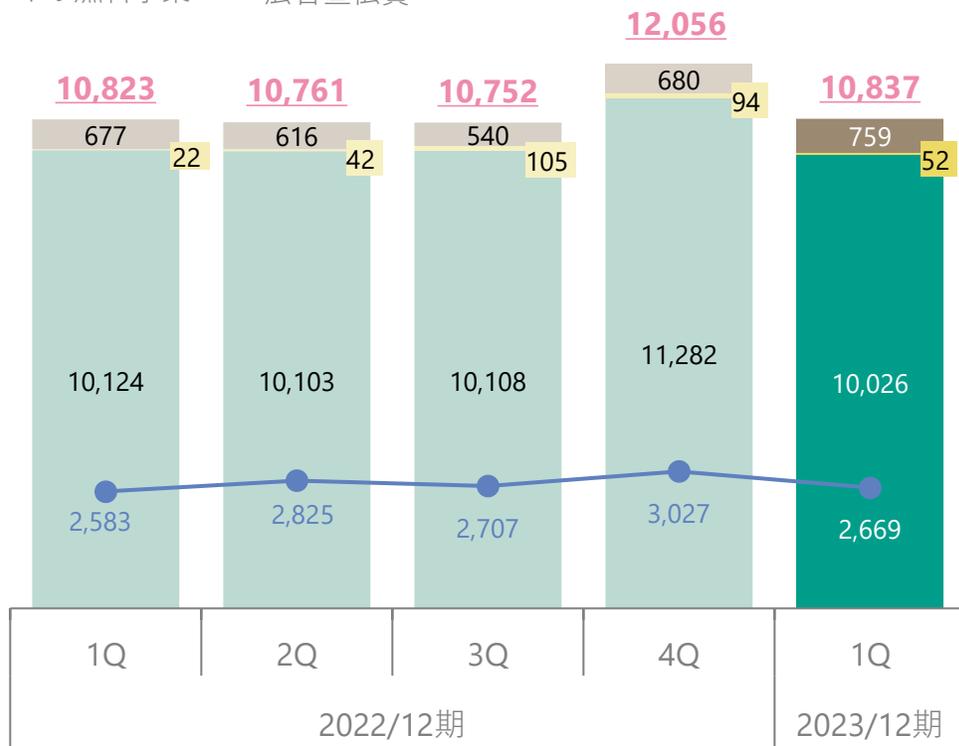
2023年度業績の進捗 - 四半期売上高/調整後EBITDAの内訳

前期4Q比で売上高は減少する一方、調整後EBITDAは増加

ヘルスケア事業における広告投資の抑制や年末年始に伴う直販の出荷日数減が影響

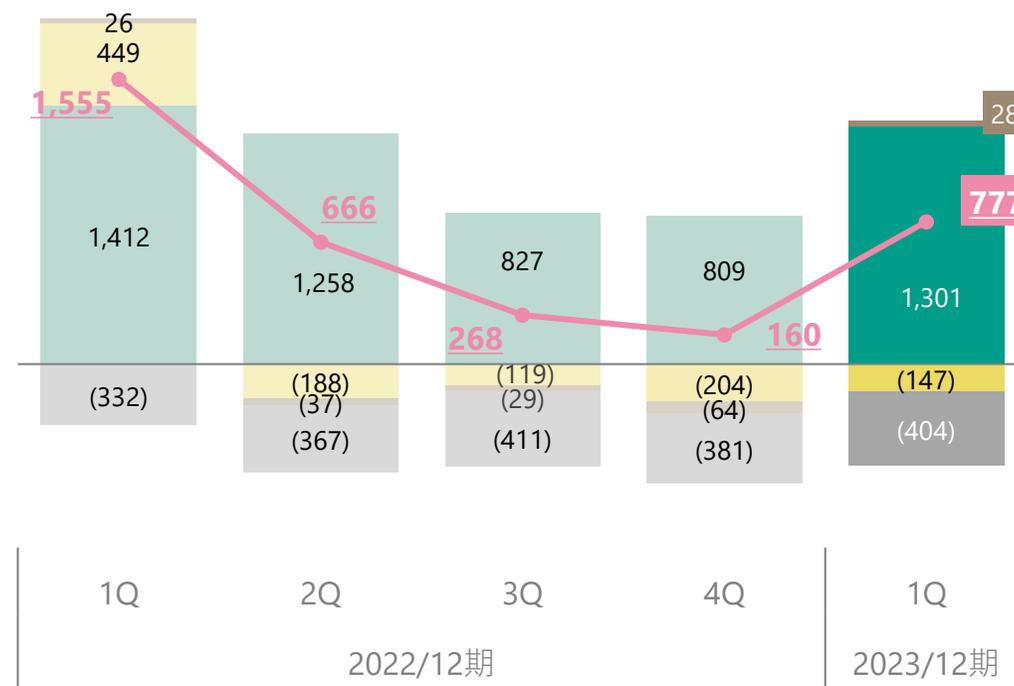
売上高

- ヘルスケア事業
- その他事業
- バイオ燃料事業
- 広告宣伝費*1



調整後EBITDA

- ヘルスケア事業
- その他事業
- 調整後EBITDA合計
- バイオ燃料事業
- 全社費用

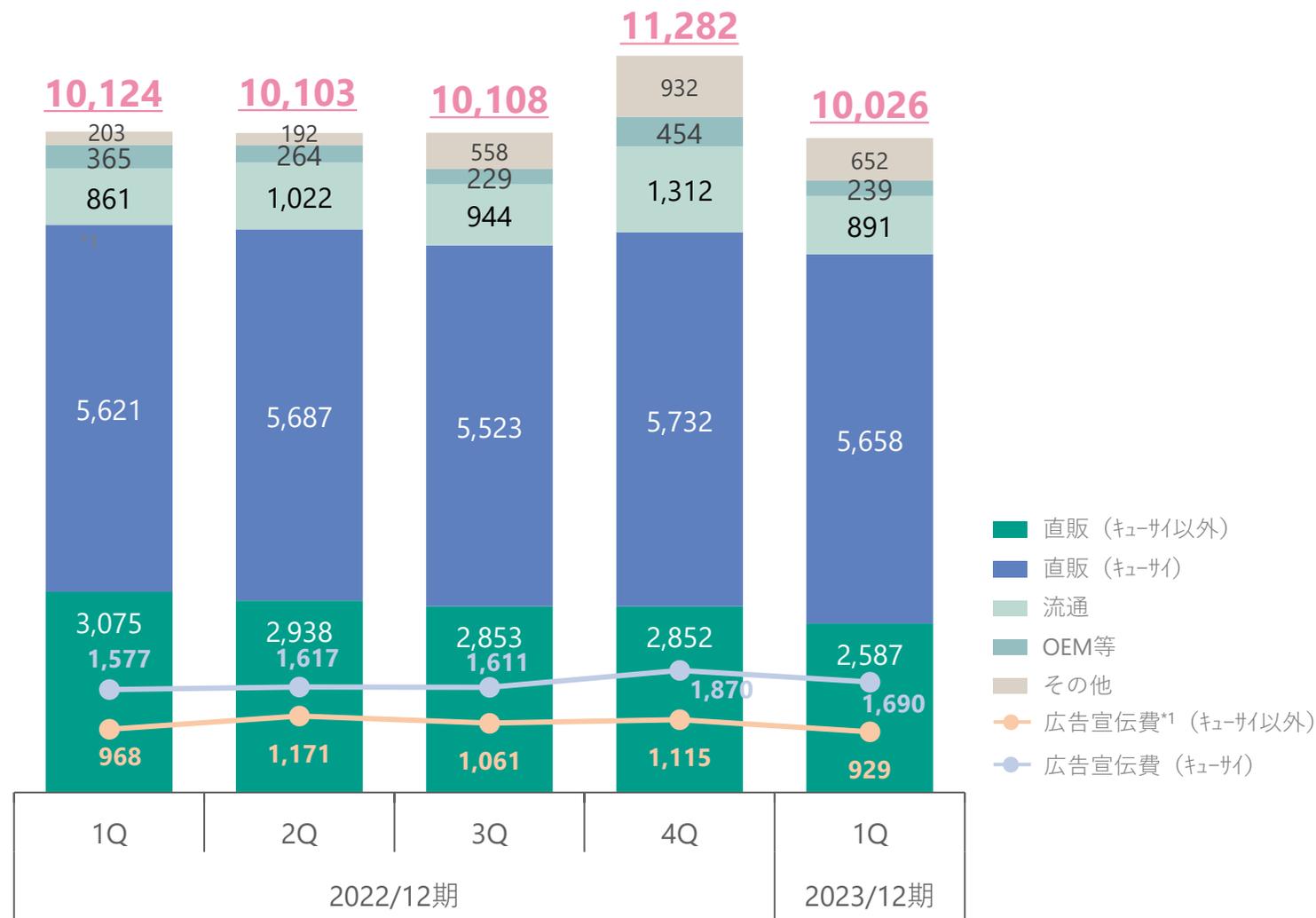


*1: 売上推移グラフの広告宣伝費に販促費は含まれていない
注: 単位は百万円。

ヘルスケア事業業績 - チャネル別売上高

直販は広告投資の抑制や
年末年始の出荷日数減で、
前期4Q比で減少するも
概ね想定の範囲内

流通/OEM/その他も
前期4Qの反動で減少へ



*1: 過去決算説明資料では連結PL数値からキューサイ分を除いた金額を記載していたが、2022/12期4Qよりヘルスケア事業の広告宣伝費からキューサイ分を除いた金額に変更し、過去分も遡及して修正

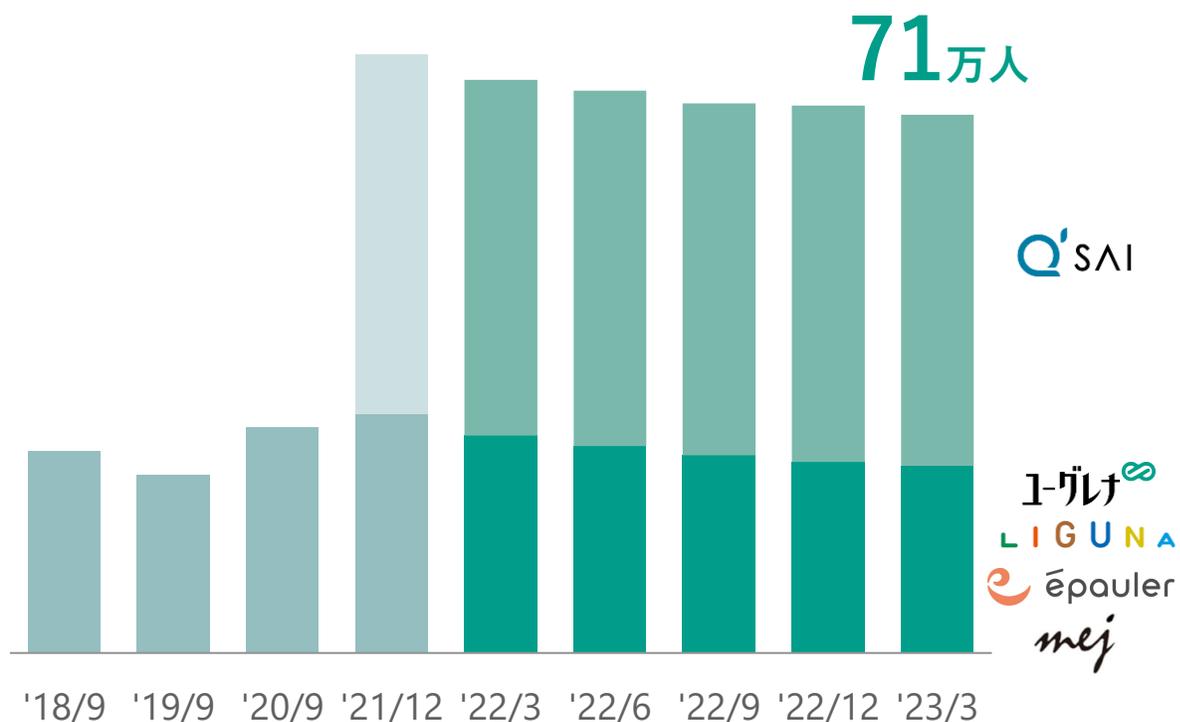
注: 単位は百万円

ヘルスケア事業業績 - 直販定期顧客数

投資効率改善に取り組むものの、全体の定期顧客数は減少基調が継続

からだにユーグレナは1年以上連続で増加しており、その他ブランドも2Q以降の拡大を目指す

グループ直販定期顧客数推移



主要ブランド別増減（前Q比）

- ↑ 増加ブランド**
 - からだにユーグレナ
顧客数は1年以上連続で増加中、CPO*1も改善傾向
 - 新規・投資ブランド
CONC、NEcCO等は投資テストを継続、青玉クロレラは投資拡大検討
- 横ばいブランド**
 - コラリッチ
広告効率は前年下期の改善基調から若干悪化し、1Qは微増で推移
 - ひざサポートコラーゲン
広告の改善テストを継続、減少基調は鈍化
 - あきゅらいず
オンライン獲得が好調で横ばいを維持
- ↓ 減少ブランド**
 - epo
前年下期の増加基調から、獲得効率が悪化し減少基調
 - C COFFEE
投資抑制を継続中で減少基調は鈍化、新商品投入で反転を目指す
 - one
投資抑制を継続、新ブランドへのシフトを促進
 - ザ・ケール
広告効率改善が進まず、減少基調が継続
 - キューサイ医薬品
広告効率悪化により前年下期から投資抑制中

