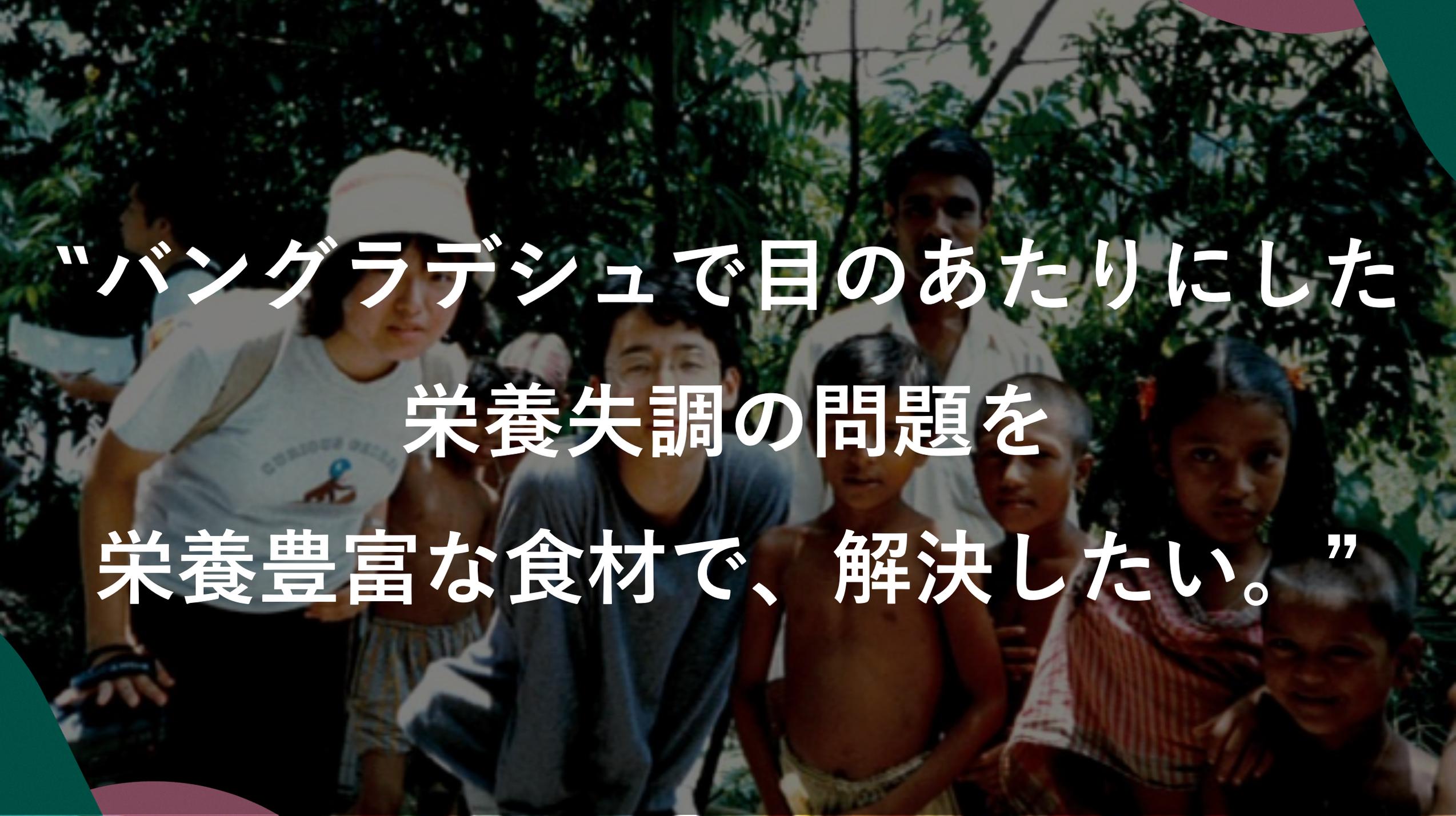


Euglena Group

2022年12月期の事業進捗および 今後の事業展望

【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。

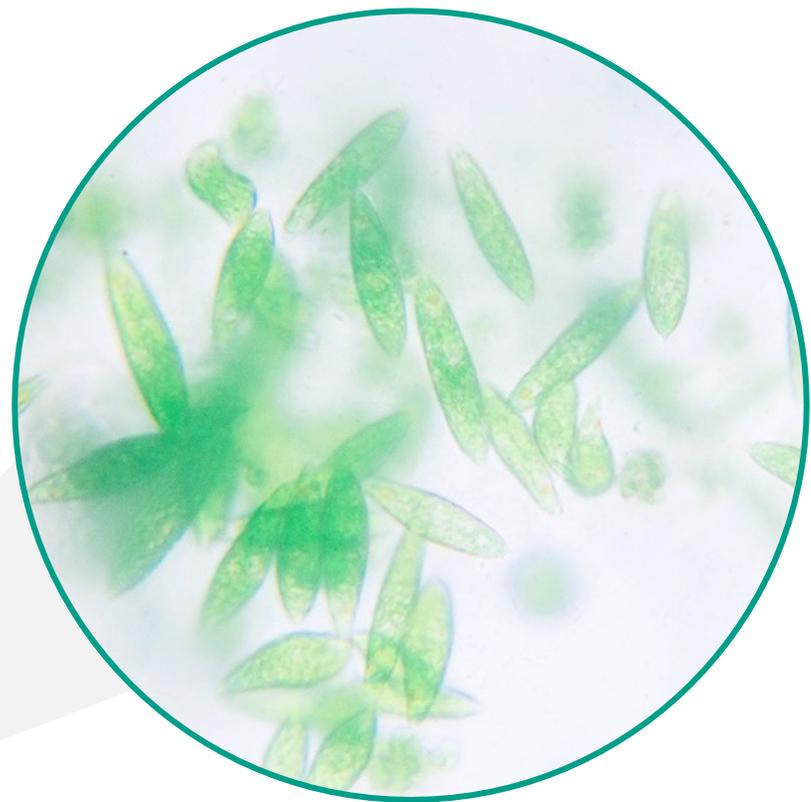
上場10年の振り返り



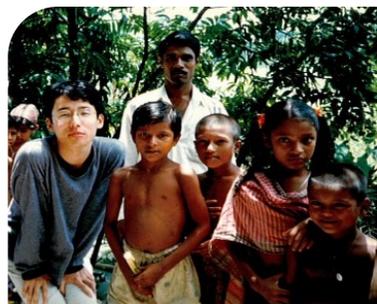
“バングラデシュで目のあたりにした
栄養失調の問題を
栄養豊富な食材で、解決したい。”

たどり着いた当社独自素材「ユーグレナ」

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



ユーグレナグループの歩み



創業者出雲が
バングラデシュ訪問

1998

2005

ユーグレナ創業



東証マザーズ
上場

2012



東証一部
上場

2014



GENKI
プログラム
開始



実証プラント
完成

2018

東証プライム
市場へ移行



2021

2022

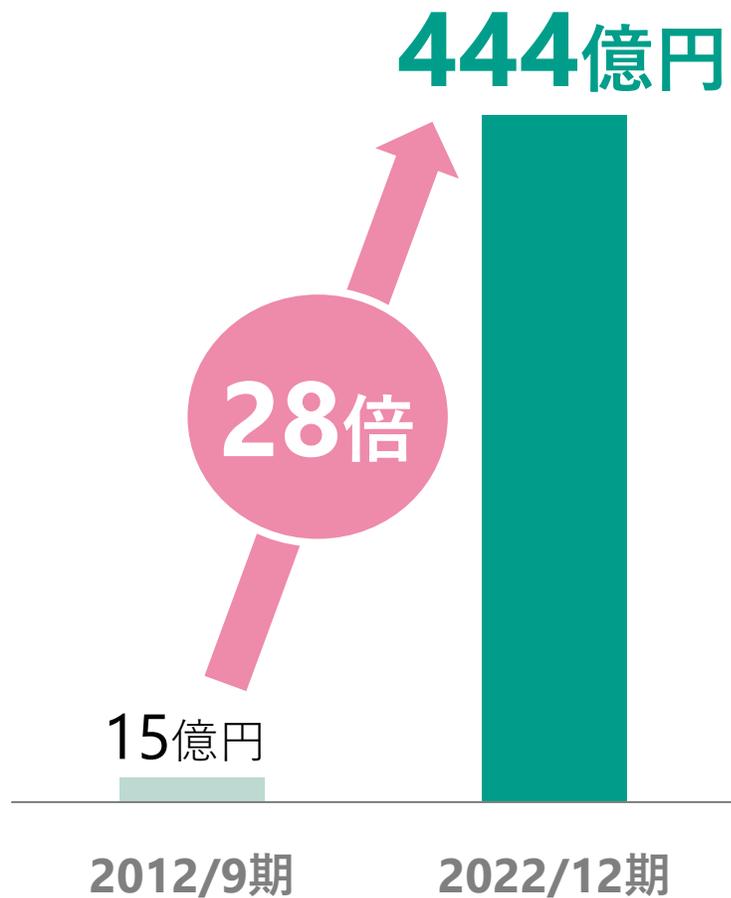
「サステオ」を
利用した初フライト



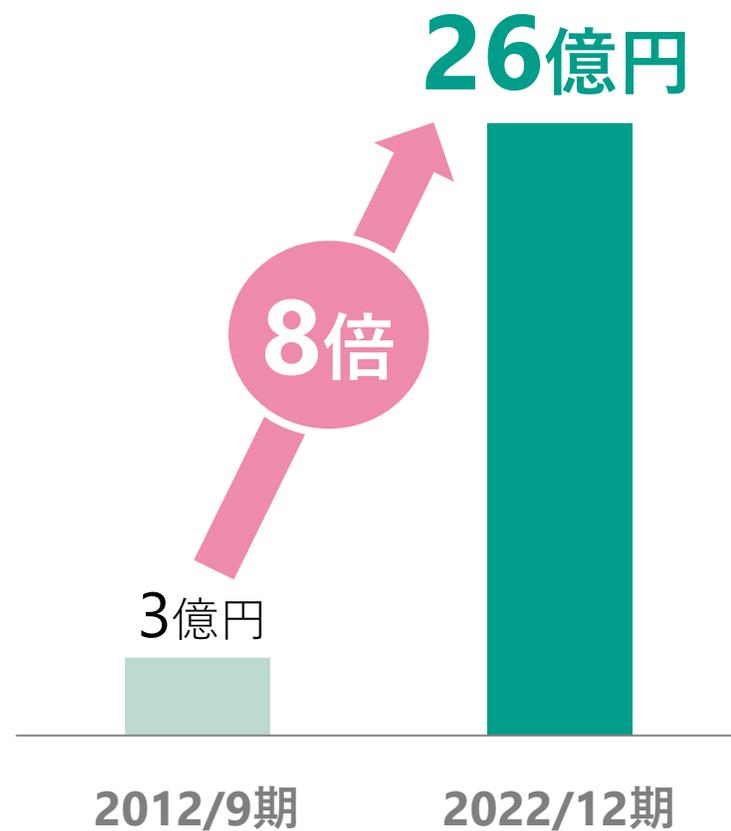
3社共同で
商業プラント
建設を発表

上場10年の振り返り - 事業規模

売上高



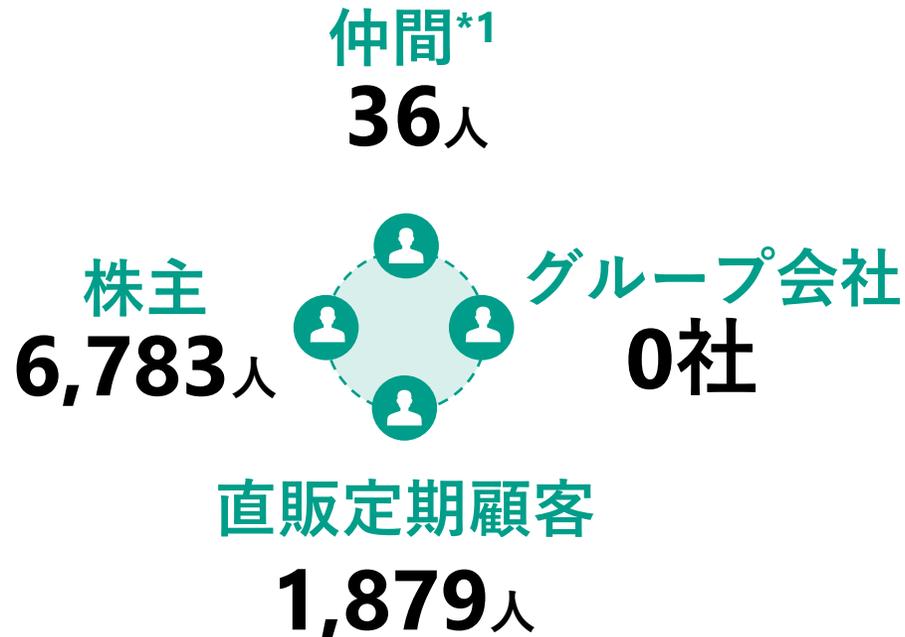
調整後EBITDA



上場10年の振り返り - サステナビリティ企業への転換

上場時*2 (2012年)

ミドリムシカンパニー



現在 (2023年)

Sustainability First



Sustainability Firstの推進

GENKIプログラム



累計配布数は

1,500万食を突破！



3代目CFOが決定



新たな社会課題解決に向けた
提言と実装を目指す

サステナビリティに即した3つの事業領域

バイオ燃料



新規
サステナ
ビリティ

ユ-グレナ 
いきる、たのしむ、サステナブル。

ヘルスケア



アグリテック



バイオ
インフォマティクス



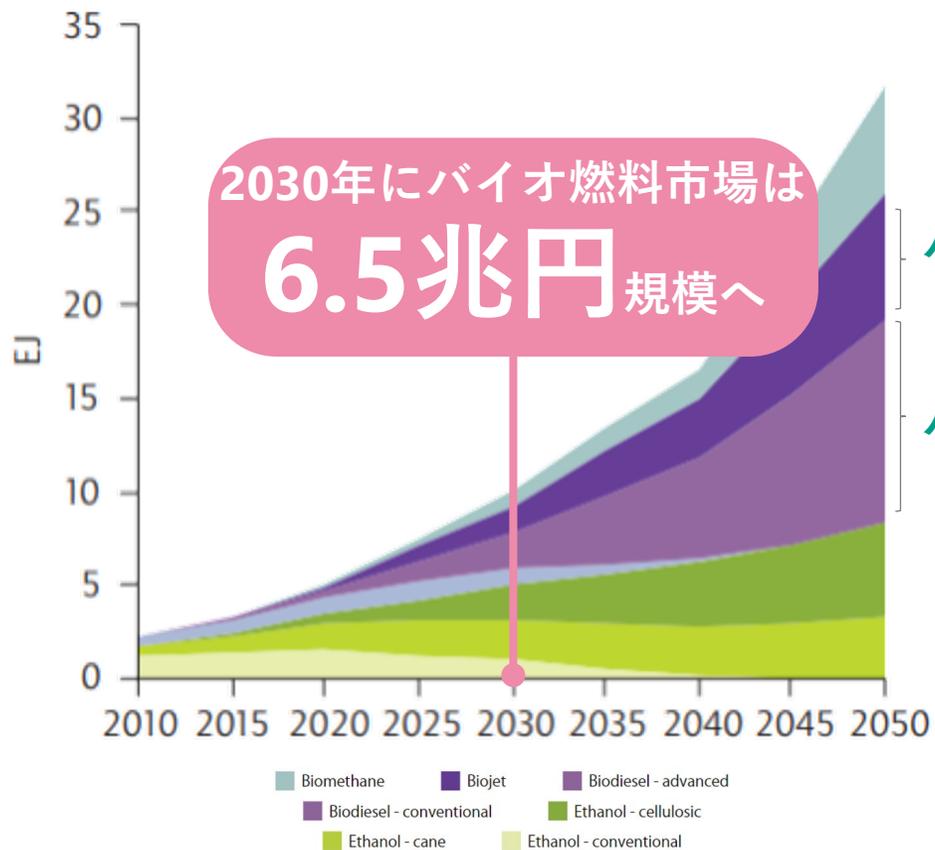
ソーシャルビジネス



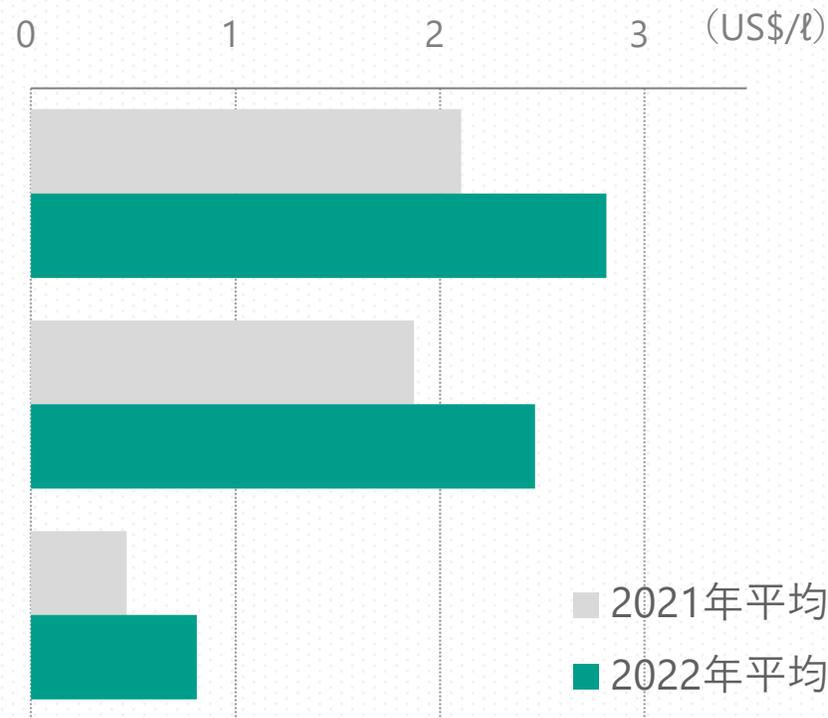
バイオ燃料事業の進捗と展望

バイオ燃料市場のポテンシャル

世界のバイオ燃料消費量の見込み (IEA)



海外市場価格*1



*1: Argus Biofuels等のデータを基に当社作成。比重0.8g/cm3、為替レートは1ドル=131円で試算

導入事例数の推移

導入事例数は

70件を突破！

ガソリンスタンド
&一般自動車

陸



空



成田空港
ハイドラント

2022年

陸



消防車

空



商業用
ジェット機

空



政府専用機

海



大型船

海



小型船

空



プライベートジェット機

陸



鉄道

陸



公用車

陸



バス

陸



トラック

2019年

空の領域における更なるステップアップ

成田空港の ハイドラント施設への導入



バイオ燃料普及に向けた
大きな一歩

政府専用機への給油



安全性・信頼性の
強力な証明に

商業プラント建設に向けた共同プロジェクト

世界有数のエネルギー企業2社と、マレーシアでプロジェクトを推進

製品

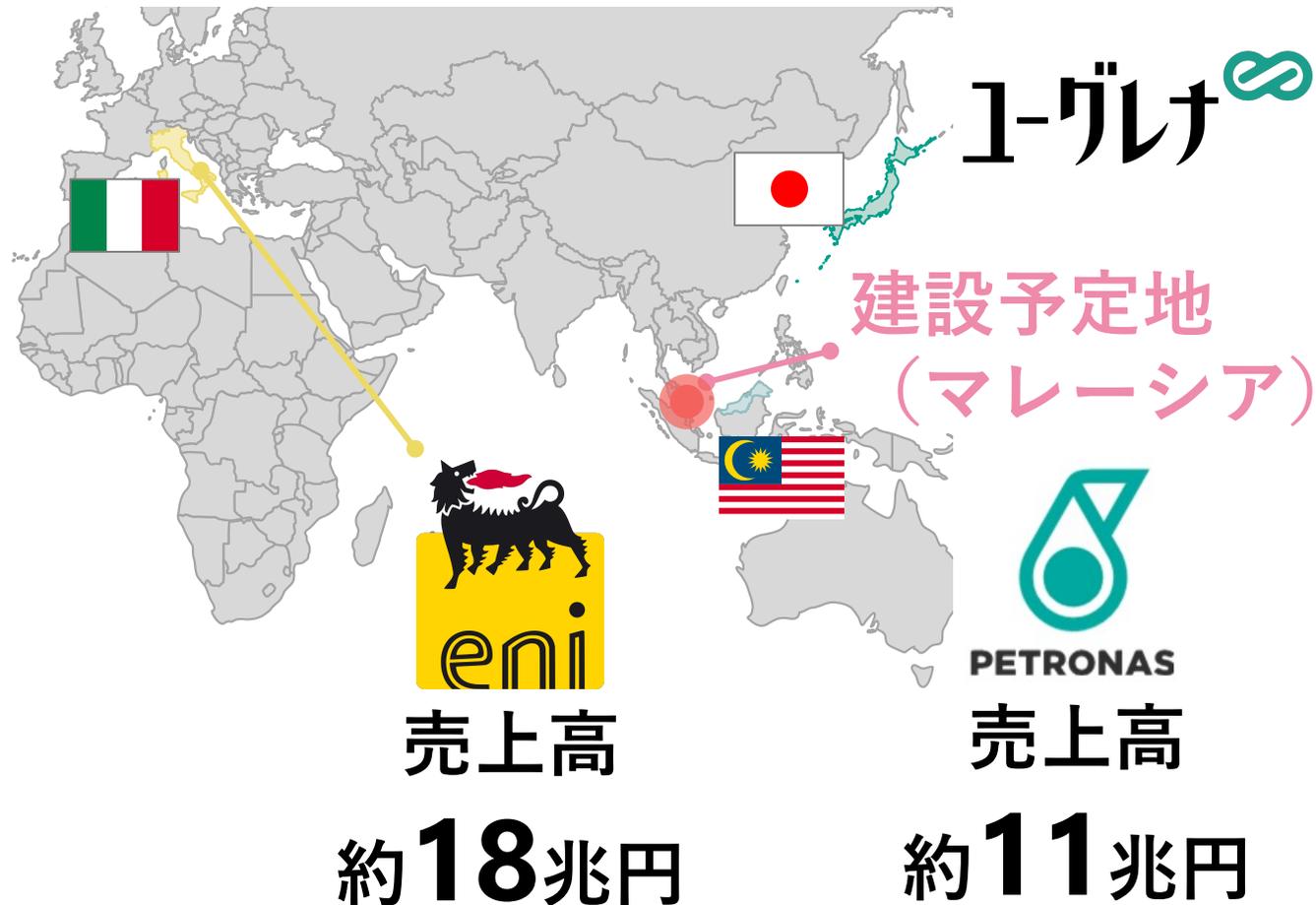
- ・バイオジェット燃料 (SAF)
- ・次世代バイオ
ディーゼル燃料 (HVO)

製造能力

約**72.5万** KL/年相当

プラント完成時期

2025年



中長期的なロードマップ

実証事業フェーズ

次世代バイオ
ディーゼル
燃料供給販売



バイオ
ジェット
燃料供給



商業化フェーズ

マレーシア商業プラント

1-グレ



拡大フェーズ

商業プラント
2基目～



バイオ燃料
原料開発
(藻類等)



125千ℓ/年

約
5,800倍

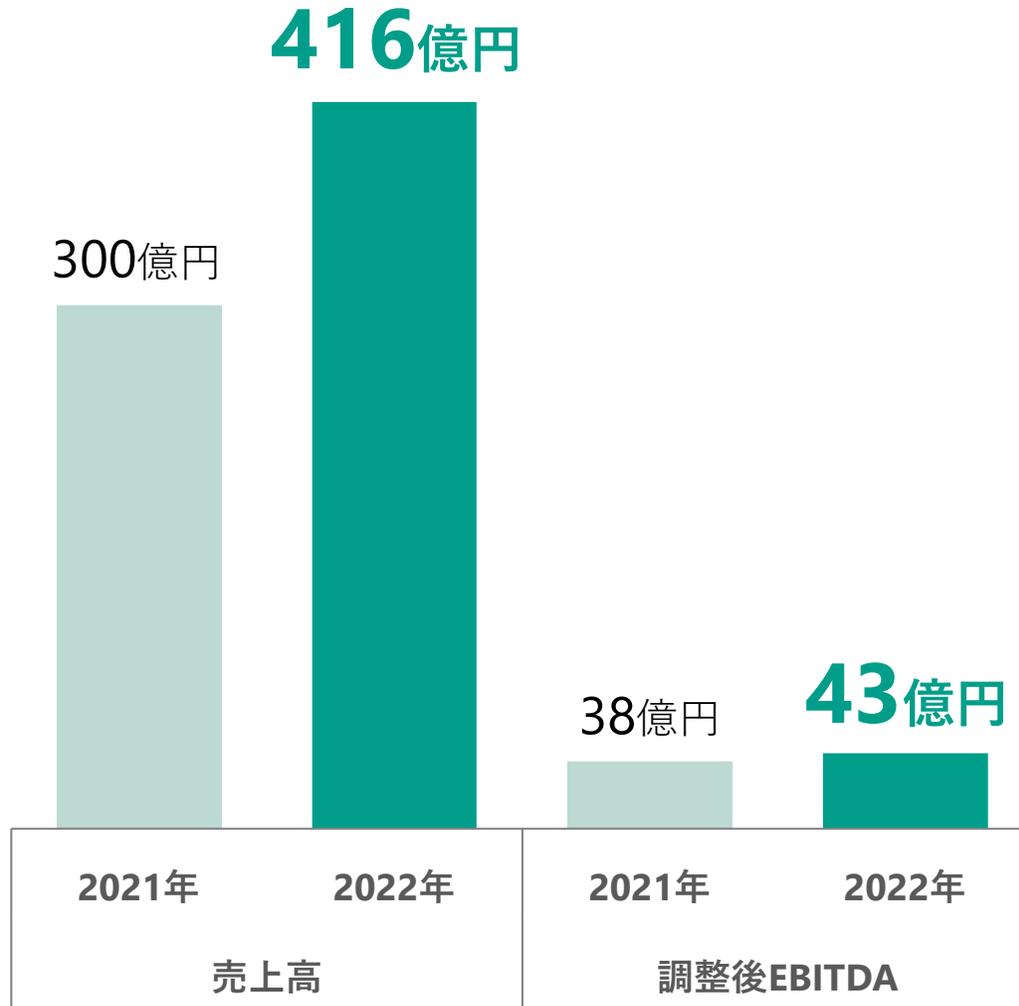
72.5万千ℓ/年

当社シェア目標30%を確保できれば
売上高**500**億円以上 & EBITDA**100**億円以上
の収益ポテンシャル*1

2018 2019 2020 2021 2022 2023 ~ 2025 ~ ~ 2030 ~ ~

ヘルスケア事業の進捗と展望

2022/12期の進捗 - 主な達成事項

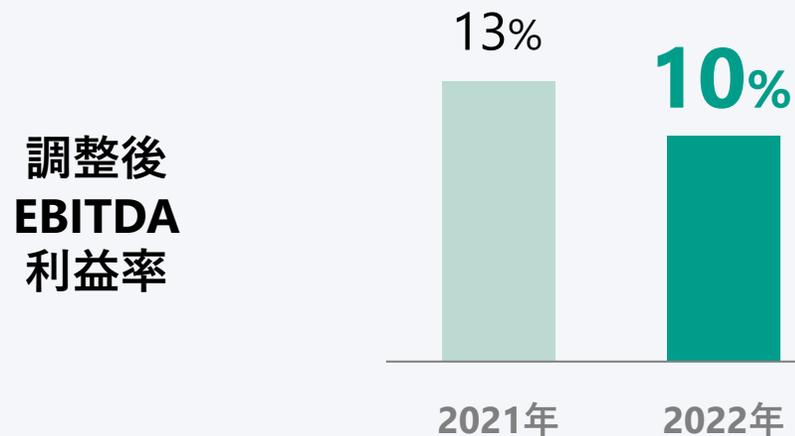
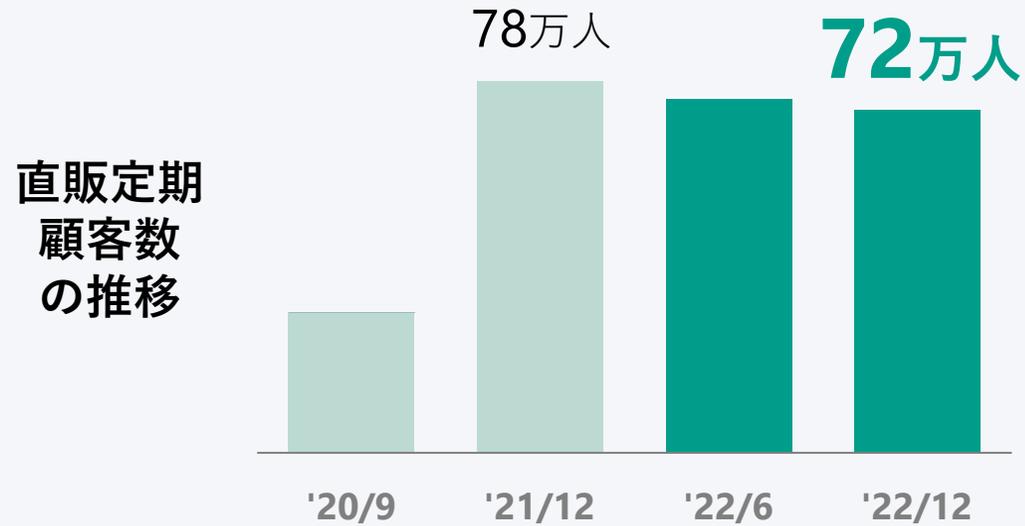


主な達成事項

- 業績は過去最高を更新
- 多数の新ブランドをローンチ
- ユーグレナ機能性表示食品の発売



2022/12期の進捗 - 主な課題



主な課題事項

- 広告投資環境の悪化
- 力強い成長ブランドの不足

定期顧客数と
調整後EBITDA利益率
が減少

2023/12期の注力領域

2022/12期の課題解消に向けて、以下の4領域に注力

① 成長ブランドの創出

② 顧客ロイヤルティの向上

③ チャンネル販売力の強化

④ コストシナジーの創出

① 成長ブランドの創出

成長ブランド創出に向けた取り組みを更に推進

2022/12期実績

新ブランド

Lavita ORGANICS



1-グレイ

CONC



1-グレイ

QetA



Q'SAI

リブランディング

epo



épauler

THE KALE



Q'SAI

1-グレイ

2023/12期～

新ブランド

NEcCO (ネッコ)



4つの
ユーグレナ
成分を配合

1-グレイ

② 顧客ロイヤルティの向上

様々な取り組みを通じて、顧客ロイヤルティの向上を図る

ブランディング

マスターブランドデザイン導入



コーポレートスローガン刷新

人生初を、いつまでも。

Q'SAI



顧客接点拡大・強化

コミュニティツール導入



ロイヤルカスタマーとの旅行

épauler



今後更に
取り組みを
強化

③ チャンネル販売力の強化

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

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

④ コストシナジীরの創出

共通機能の連携、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

シナジীর創出の
余地が大きい

外注費の内製化



@キューサイ福岡工場

グループ内
粉末商品の
製造受託



@エポラ出雲工場

カプセル・
錠剤商品の
製造受託

サステナブル成長と中期的な目標

サステナブル成長

- 業界平均以上の売上高成長率
- 業界平均以上の利益率

売上高

500億円

調整後EBITDAマージン

10% 台半ば

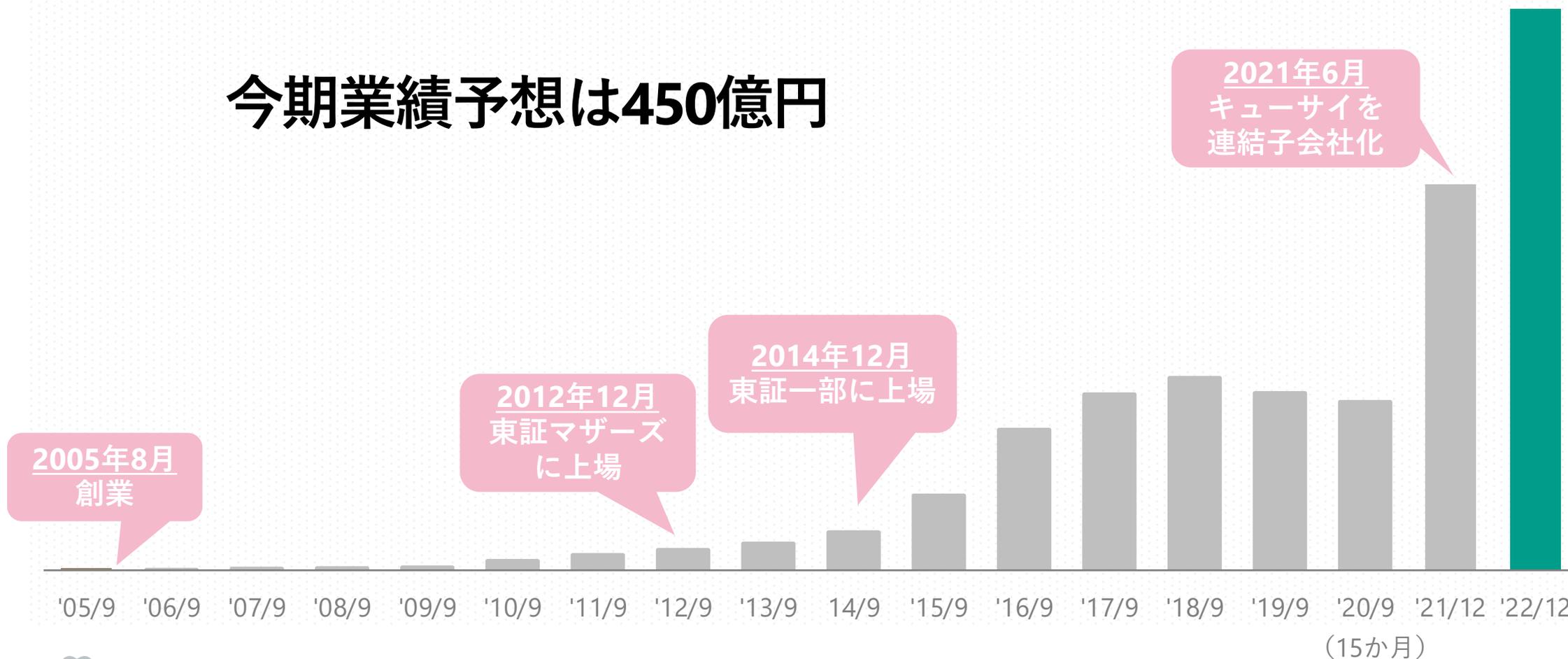
業績の進捗および中長期的な展望

売上高

売上高は過去最高の444億円を達成

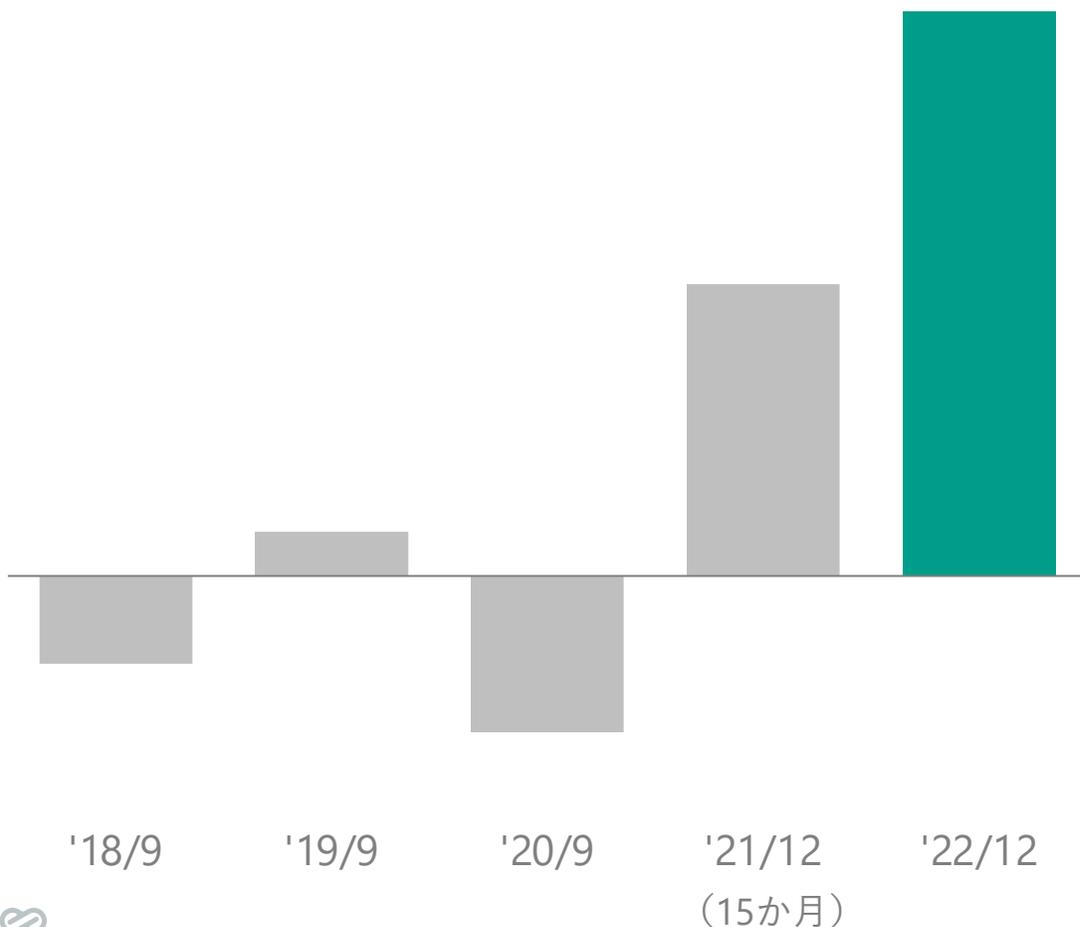
今期業績予想は450億円

444億円



調整後EBITDA

26.5億円



調整後EBITDAも
過去最高を達成

新ブランド投資や
助成金収入の減少等で
今期業績予想は18億円

中長期的な成長イメージ

