

令和2年5月29日

各位

会社名 株式会社cotta
代表者名 代表取締役社長 黒須 綾希子
(コード: 3359 東証マザーズ 福証 Q-Board)
問合せ先 取締役総務部長 後藤 真二郎
(TEL. 0972-85-0117)

<マザーズ> 投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時 平成2年5月29日 10:00~11:00

開催方法 機関投資家・アナリストとの電話会議

説明会資料名 1. 会社説明資料

【添付資料】

上記説明会において使用した資料

以上



だれかを想う。またつくりたくなる。

会社説明資料

2020年5月29日

株式会社cotta
3359(東証マザーズ・福証Q-Board)

1.会社概要

2.上期業績

3.下期の見通しと事業方針

会社概要

会社名	: 株式会社 c o t t a
代表者	: 黒須 綾希子
本社所在地	: 大分県津久見市上青江4 4 7 8 番地 8
設立年月	: 1 9 9 8 年 1 2 月
従業員数 (連結)	: 8 6 名 (2 0 1 9 年 9 月 末) ※パートタイマーを除く
事業内容	: 菓子・パン資材および雑貨等の販売
主な子会社	: 株式会社プティパ (菓子・パン用食材の加工製造および販売) : 株式会社TUKURU (通販メディアサイト「cotta」の運営、広告事業) : 株式会社ヒラカワ (生協・グリーンコープ向けに生活用雑貨品の企画・販売) : 周陽商事株式会社 (山口県内における製菓・製パン用食材の卸販売)

主な事業

事業	特徴
B to C事業	お菓子・パン作り業界最大級のECメディア「cotta(コッタ)」を運営 全国の個人のお客様を対象に、「cotta(コッタ)」を通じて、お菓子・パン作りに必要な食材、道具、ラッピングアイテムを販売。レシピ、コラム、お役立ちコンテンツも提供。
B to B事業	菓子・パン店・飲食店様等に独自の卸販売を展開 全国の菓子・パン・飲食店様等に、食材から道具までワンストップ、かつ小ロットからでも購入できる独自の卸販売を展開。法人向けECサイト「cotta business(コッタビジネス)」が主な販売チャネル。
資格・レッスン事業	お菓子・パンのオンライン資格、レッスン販売 自宅にいながら、お菓子・パンの当社認定が取得できるほか、一流のパティシエや料理研究家のレッスンが受講できるサービスを展開。お菓子・パン作りをビジネスに活かしたい、スキルアップしたいというニーズにお応えしています。
メディア事業	クライアント企業のプロモーション・PR支援 「cotta(コッタ)」や公式SNS、インフルエンサーネットワークを通じて、クライアント様の商品・サービスの認知・利用意向を促進するソリューションを提案。クライアントは大手・中堅食品メーカー、調理器具メーカー様が中心。

1.会社概要

2.上期業績

3.下期の見通しと事業方針

上期サマリ

事業	内容
B to C事業	1Qは増税の影響で売上が低迷。2Qは、バレンタイン商戦期(1-2月)においては、マーケティング投資が奏功し新規客数が伸長。3月においては、巣ごもり消費および衛生用品の需要拡大によって新規、既存の売上が伸長しました。
B to B事業	1Q、2QともにECサイトの新規客数は順調に伸長。一方、電話・FAX経由の売上は低下傾向にあります。
資格・レッスン事業	コンテンツを順調に拡充し、受講者数も増加。特に2Qは、巣ごもり消費の影響を受けて、受講者数、売上ともに順調に伸長しました。
メディア事業	コッタサイトのトラフィック拡大ならびにブランド認知向上の恩恵も受けて、安定的に案件獲得ができました。

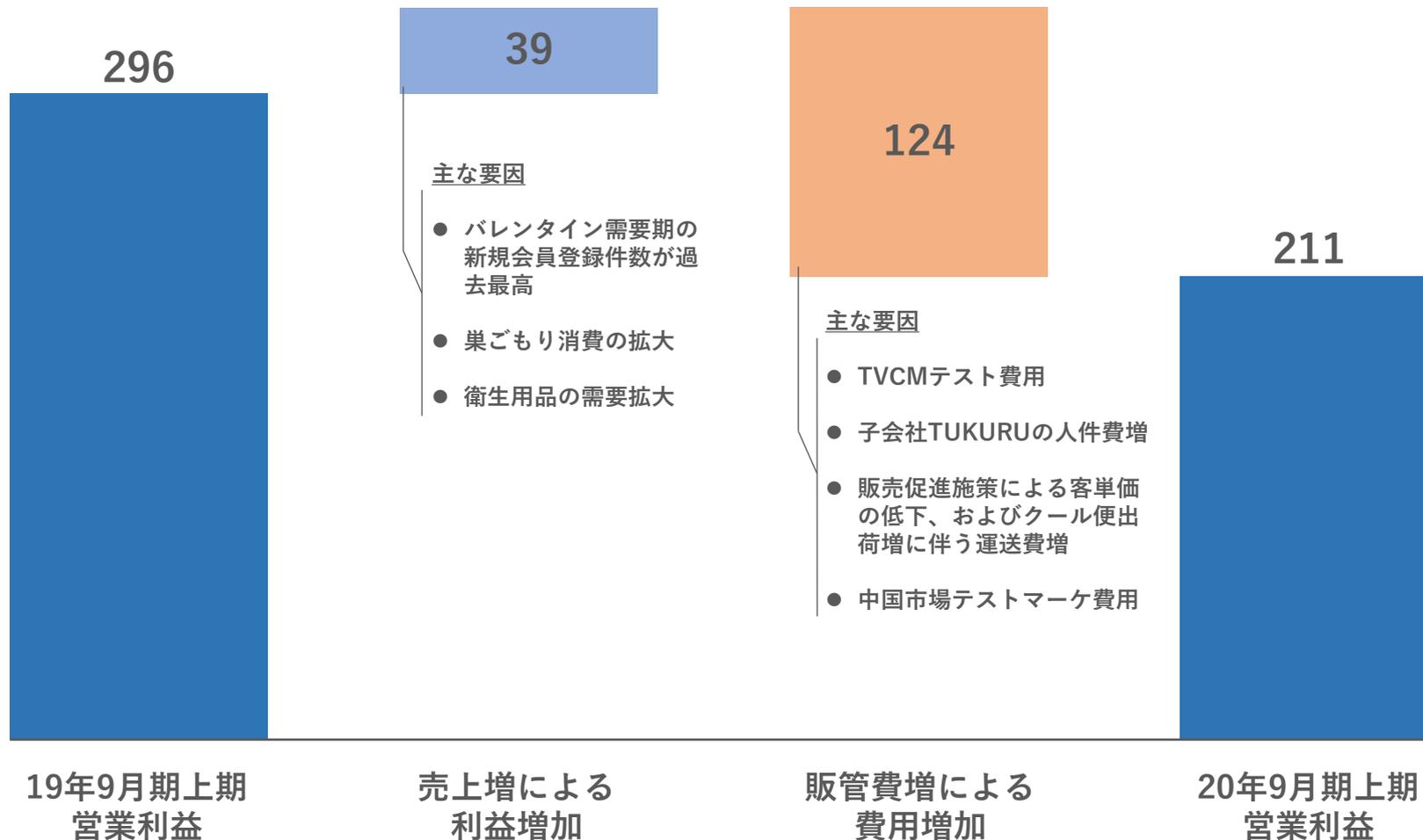
上期決算概要（前年同期比）

（単位：百万円）

項目	2020年9月期 上期		2019年9月期 上期		増減	
	(売上比)		(売上比)		(前年同期比)	
売上高	3,709	—	3,618	—	+ 90	102.5%
売上総利益	1,475	39.8%	1,436	39.7%	+ 39	102.7%
販売管理費	1,264	34.1%	1,140	31.5%	+ 124	110.9%
営業利益	211	5.7%	296	8.2%	▲84	71.3%
経常利益	229	6.2%	318	8.8%	▲89	72.0%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	161	4.4%	219	6.1%	▲57	73.8%

営業利益の分析

(単位：百万円)



1.会社概要

2.上期業績

3.下期の見通しと事業方針

コロナ影響を受けた下期の見通し

サイトアクセス および受注状況

巣ごもり消費の影響が大きかった4~5月のサイトアクセス数は前年同期比2.9倍、4月の受注金額は過去最高を更新するなど、急激に需要が増加しております。外出自粛解除が発表された5月14日以降のアクセス数は前年同期比2.6倍で、やや落ちつきつつも、例年を大きく超えるサイトアクセスは継続しており、今後も同様の傾向が続くと予想しております。

急激な受注増加 への対応

当初予定では大分倉庫に新潟倉庫も加えた2拠点体制によって、今後のバレンタイン商戦に臨む計画でおり、3月以降の急激な受注増加を想定しておりませんでした。結果、お客様へのお届けには平均1週間前後お待ちいただくことを許容いただき、かつ送料規定も2000円引き上げることにより、受注の調整を図りました。下期以降は、物流体制の強化に投資をすることで、受注機会の最大化に努めております。このため、当初計画よりも一時的にコストが増加する見込みです。

マーケティング 投資

B to Cは巣ごもり消費の拡大、B to Bは飲食店様をはじめとしたテイクアウトニーズ拡大など、新たな好機が生まれおります。下期以降はこれらのニーズを捉えたマーケティング投資を強化するとともに、中期経営計画で示したTVCM・デジタルマーケティング投資を進めてまいります。

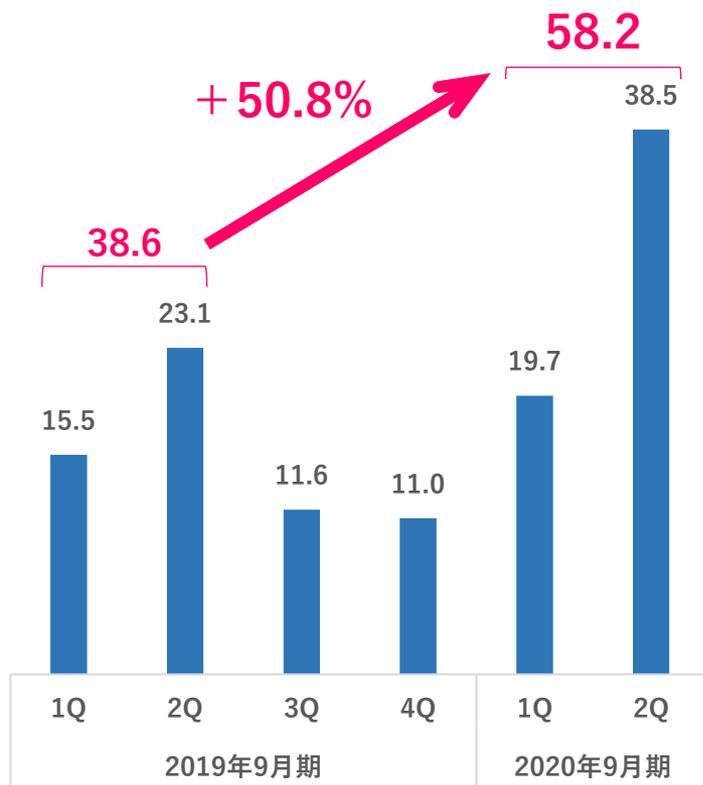
下期事業方針 -B to C事業

上期はTVCM等のマーケティング施策が奏功し、新規会員数が伸長

下期は自宅でのお菓子・パン作りの機会増加を捉えた施策も強化

新規会員登録数

(単位：千人)



1万世帯にチョコパンキットを無料配布



「おうち時間」が増えている中、1万世帯にチョコちぎりパンキットを無料配布を実施。TVをはじめ多数のメディア様にご取材いただき、沢山の反響をいただきました。

本格的なパンがおうちで簡単に焼けるサブスク「コッタベーカリー」の検証開始

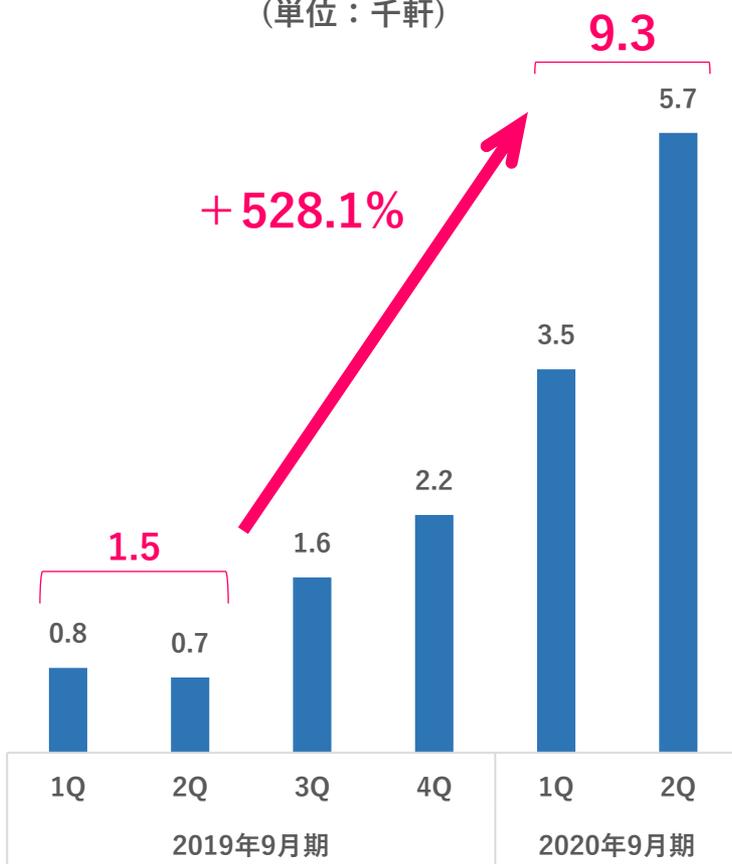


下期事業方針 -B to B事業

上期はEC化が奏功し、新規会員が大幅伸長

下期はテイクアウトニーズに対応する施策も追加し、新規開拓を強化

新規会員登録数
(単位：千軒)



コッタビジネスOPEN後の
新規会員登録業種TOP10と全体シェア

ランク	業種	全体シェア
1	飲食店	24%
2	菓子店	17%
3	カフェ	15%
4	料理教室	7%
5	パン店	6%
6	雑貨	5%
7	福祉施設	3%
8	卸・問屋	2%
9	和菓子店	2%
10	仕出し・弁当	1%

従来のB to B事業のお客様は、菓子・パン店様が中心でしたが、コッタビジネスオープン後（EC化推進後）は飲食店、カフェを中心に新規客が増えております。

下期事業方針 - 資格・レッスン事業

「おうち時間消費の拡大」「副業ニーズの拡大」に伴い需要拡大傾向
コッタならではのコンテンツ拡充とサービス認知向上に注力

エスコヤマ認定スイーツマスターが開講



コッタの認定資格に、世界的パティシエ小山進シェフが登場。レッスン動画を見ながら、スイーツの基本と応用をマスターすることができる内容で、専用チャットにてマンツーマン添削を導入しており、プロの技術をご自身のペースで確実に習得できるのが特徴。

プレミアムレッスンも毎月更新継続



プレミアムレッスンは、プロ・料理研究家のレッスンが格安で自宅でお得に学べるのが特徴。受講者数は4000人を突破し、「おうち時間消費」に伴い、受講者数は増加傾向。下期以降も毎月更新を継続。

下期事業方針 - メディア事業

3月以降オフライン広告予算が、オンラインへ移行する傾向に
下期はクライアント様が取り組みやすい企画で案件獲得数を強化



注目度が高い「おうち時間」特集ページへのタイアップ広告企画は、**募集開始後すぐ満稿に。**

(参考) 中国テストマーケティング

下期も中国市場における成長ポテンシャルについて、継続検証
自社チャネル含めた販売チャネル拡大、資格サービス展開を予定



- 中国No1^{*1}の育児動画メディア「Babily」を運営する、ワンドット株式会社/上海万粒网络科技有限公司と業務提携。2019年6月に中国進出。
- 中国最大の料理メディア「下厨房」にて、有料動画コンテンツの販売を開始。
累計約60,000本の販売に成功^{*2}。
- 下期より、以下をスタート予定。
 - 資格コンテンツ・商品の販売
 - 「下厨房」以外の料理プラットフォームにも展開
 - Wechatミニプログラム^{*3}のオープン



*1 …2019年1月その他複数回「微博母婴No.1」(新榜調べ)

*2 …2020年3月6日時点

*3 …WeChatアプリ上で提供される小規模アプリ

通期見通し（前期比）

当ページの数値は、2020年5月15日に発表した「業績予想の修正に関するお知らせ」にて示したものと同一です。

4～5月の業績につきましては、B to B向けは消費増税および外出自粛要請などの影響で非常に厳しい状態が続いておりますが、B to C向けは引き続き「巣ごもり消費」による需要の増加が続いており、さらに上振れする可能性があります。今後、改めて修正が必要となりました場合には速やかに公表いたします。

（単位：百万円）

項目	2020年9月期 通期		2019年9月期 通期		増減	
	(売上比)		(売上比)		(前期比)	
売上高	6,595	—	6,399	—	+195	103.1%
売上総利益	2,569	39.0%	2,507	39.2%	+61	102.4%
販売管理費	2,549	38.7%	2,190	34.2%	+358	116.4%
営業利益	19	0.3%	317	5.0%	▲297	6.3%
経常利益	43	0.7%	350	5.5%	▲306	12.5%
親会社株主に帰属する四半期純利益	31	0.5%	225	3.5%	▲194	13.8%

免責事項

本資料において提供される情報は、現時点における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因により変動する可能性があります。

従いまして、本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等とは異なる結果を招くリスクや不確実性を含んでいます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本資料において提供される情報を更新・修正する義務を負うものではありません。

お問い合わせ先

本資料に関するお問い合わせは、以下お問い合わせフォームよりお願いいたします。

IRお問い合わせフォーム

<https://www.cotta.co.jp/contact/>

cotta

だれかを想う。またつくりたくなる。