

令和3年6月30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 | 令和3年6月29日 15:30~16:30 |
| 開催方法 | 機関投資家とのWEB会議 |
| 説明会資料名 | 機関投資家様 説明会資料 |

【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。

機関投資家様 説明会資料

2021年6月29日

株式会社cotta

証券コード3359(東証マザーズ・福証Q-Board)

1. 企業概要

2. 上期決算概要

2. 各事業の業績

3. 2021年9月期 注力ポイント

4. B to B事業について

企業概要

- 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4478番地8
- 設立年月 : 1998年12月
- 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)

日本最大級のお菓子・パン作りサイト「コッタ」



月間平均アクセス数^{*1}

約**3500**万PV

月間UU数^{*1}

約**320**万UU

登録会員数^{*2}

120万人

SNSフォロワー数^{*3}

97万人

*1...直近2021年2月の実績。

*2...2020年12月時点の個人、法人、モール、ゲスト会員の合計会員数。

*3...SNSフォロワー数は、Facebook・Instagram・Twitter・LINE・Pinterest・YouTubeのフォロワー数の合計

お菓子・パン作りの材料や道具 30,000点超の品揃え



包装資材



食材



器具

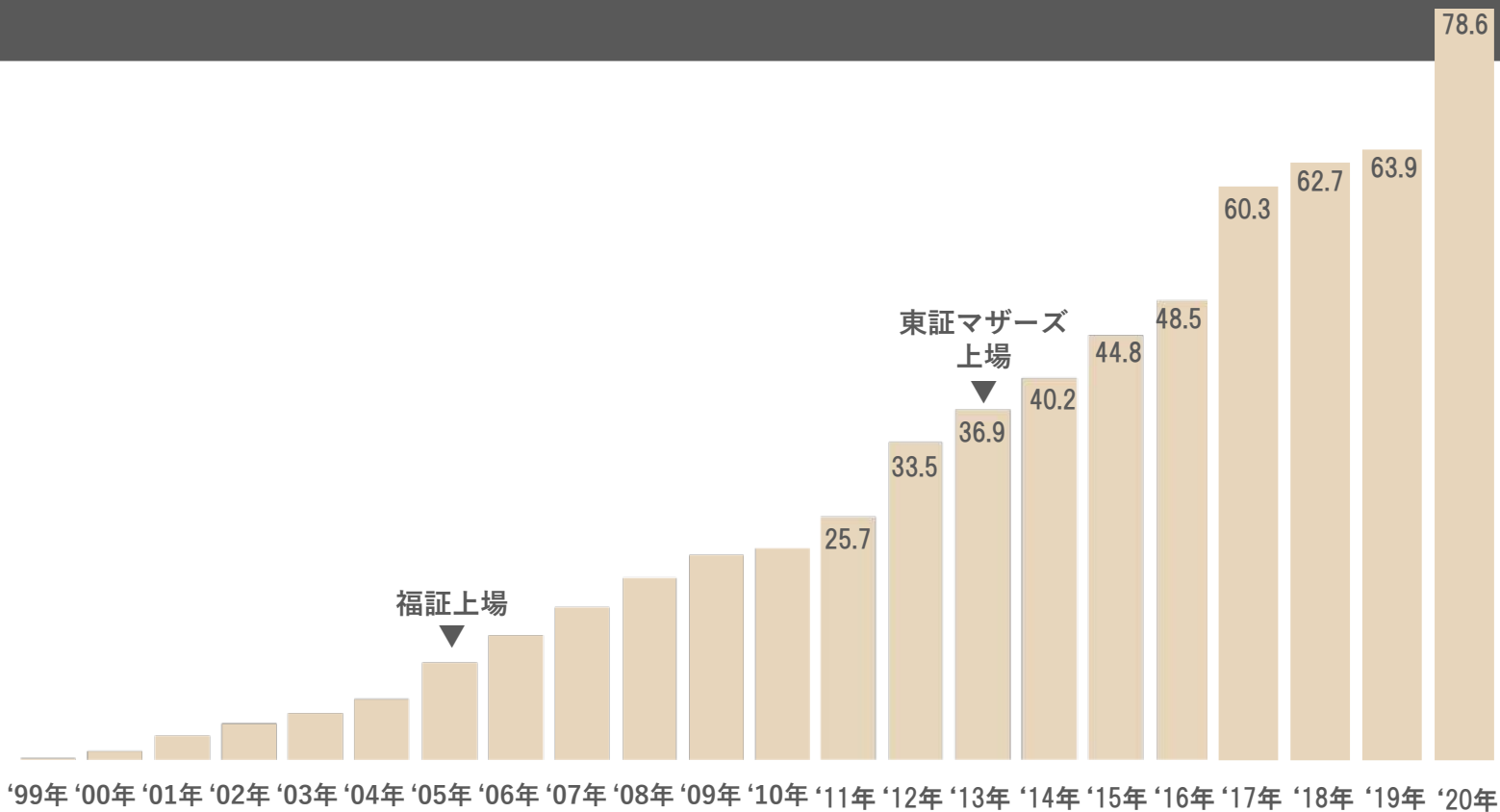


雑貨



22期連続増収

売上高
(億円)



主力
商品



鮮度保持剤



脱酸素剤



包装資材



食品



PB商品



メディア事業



主力
チャネル

TEL・FAX (BtoBのみ)

EC (BtoB/C)

特徴1：自社工場で製菓材料の製造小分け

小ロットでスピーディーな商品製造が可能



特徴2: 約200名の一流パティシエやインフルエンサーと提携 自社でバズる記事作りと拡散が可能

レッスン講師



いがらしろみ



栄徳剛



なかしましほ



徳永純司



金井史章



森大祐



みゆまこ



めぐみ



hashimo



おきパン



hoppe



えびちゃん♪



たいら / 小麦粉だい
すき



aco



misa

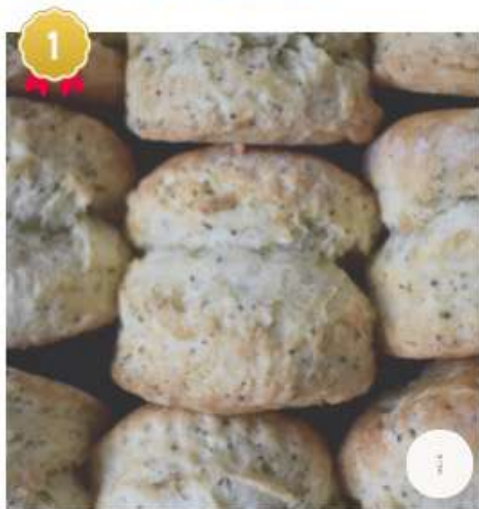


よーちゃんママ

特徴3: 大量のレシピ・コラムをオリジナル製作

ユーザーが欲しい情報をいち早く発信

👑 人気レシピ BEST10



ゆっぴき
ジャムにもクリームにもあう手が止まらない私のスコーン



hashimo
私のプレーンスコーン*腹割れコツあり



おきパン
しゅわっと濃厚♪スプレースケーキ



cottaスタッフ
ふるふる食感!台湾風カステラ



あゆ
失敗知らず☆1番シンプルなシフォンケーキ



aco
レモンたっぷり! 爽やか♪ウィークエンドシトロン



よう
アメリカンチュールイークッキー



はつみ
キャラメルフィナンシエ



KOU
昔ながらの王道「かため」プリン



mao
牛乳で簡単! ミルキープリン

特徴4: 道具・型・キッチン雑貨はほぼPB

ユーザーの声やSNSから拾ったアイデアをすぐ形に



1. 企業概要

2. 上期決算概要

2. 各事業の業績

3. 2021年9月期 注力ポイント

4. B to B事業について

2021年9月期上期決算概要

(単位：百万円)

| 項目 | 2020年9月期 上期実績 | | 2020年9月期 下期実績 | | 2021年9月期 上期実績 | |
|---------------------|---------------|-------|---------------|--------|---------------|-------|
| | | (前期比) | | (前期比) | | (前期比) |
| 売上高 | 3,709 | 103% | 4,150 | 149% | 5,175 | 140% |
| 売上総利益 | 1,475 | 103% | 1,803 | 168% | 2,179 | 148% |
| 販売管理費 | 1,264 | 111% | 1,725 | 164% | 1,812 | 143% |
| 営業利益 | 211 | 71% | 77 | 369% | 367 | 174% |
| 経常利益 | 229 | 72% | 91 | 291% | 390 | 170% |
| 親会社株主に帰属 する当期純利益 | 161 | 74% | 101 | 1,531% | 267 | 165% |

1. 企業概要

2. 四半期決算概要

2. 各事業の業績

3. 2021年9月期 注力ポイント

4. B to B事業について

事業別の業績サマリ

| | | 2020年9月期 上期売上高 <small>カッコ内は前期比</small> | 2020年9月期 下期売上高 | 2021年9月期 上期売上高 | 概況 |
|-------------|-----------------------|--|-------------------|-------------------|--|
| cotta 単体 | B to C | 1,410 (114%) | 1,894 (213%) | 2,180 (155%) | 巣籠もり特需は収束したものの、CMやデジマ効果、新商品の投入などで、順調に推移。新規顧客の定着率が課題。CRMを強化中。 |
| | モール | 124 (108%) | 174 (174%) | 256 (206%) | 特に楽天モールが順調。モール内競合と勝負するため、フック商材を投入し新規顧客獲得を進める。 |
| | B to B ^{*1} | 1,060 (96%) | 1,080 (114%) | 1,426 (135%) | 電話・FAXからの注文が低迷するも、ECからの注文が増加。小規模飲食店マーケットの獲得を進めるため、効率的な新規獲得手段を模索中。 |
| | メディア事業等 ^{*2} | 67 (131%) | 79 (180%) | 90 (134%) | cottaの知名度向上に伴い、タイアップ広告の受注が伸長。資格・動画課金はLTVの向上に貢献しているが新規獲得が苦戦。 |
| | その他グループ会社 | 1,048 (94%) | 923 (115%) | 1,223 (117%) | ヒラカワによる、生協向けの雑貨卸が堅調。プティパによる、100円ショップ向け製菓材料卸は例年通り。プティパの製造キャパシティの強化も順調に進捗。 |

^{*1}…お菓子教室などのセミプロ層も含まれます。^{*2}…メディア事業以外に、資格・課金事業も含まれます

1. 半期決算概要

2. 各事業の業績

3. 2021年9月期 注力ポイント

4. B to B事業について

2021年9月期の注力ポイント

B to B事業の当社事業における重要度が増してまいりましたため
次ページ以降にて現状を報告させていただきます

既知の成長ポテンシャル
への積極投資
と
新しい成長ポテンシャル
の模索と投資

中期経営計画に掲げた通り、21年9月期も広告宣伝費を積極投資し、**一層のポテンシャル拡大と刈り取りを推進**いたします。

また、市況の変化に柔軟に対応する為、**新たな成長ポテンシャルを模索し、費用対効果を考慮した投資と高速PDCA**によって、**一層の成長機会を狙ってまいります。**

LTV（顧客生涯価値）
の最大化

前期は新たにCRMチームを発足し、2020年9月にはCRMツールの導入も完了いたしました。

今期はメンバー追加も行い、**LTV最大化に向けて積極的にチャレンジ**いたします。

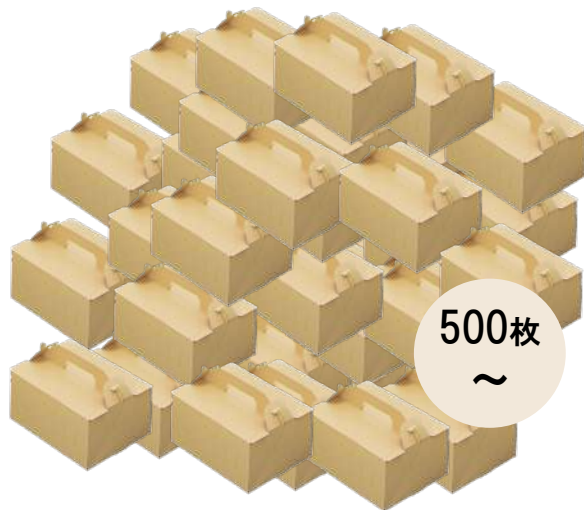
初心者向けの
新商品・新サービス開発

前期はコッタベーカリー（パン材料の定期便サービス）、オリジナルキット商材といった、初心者層向けの商品開発にも注力し、お客様からご好評をいただきました。

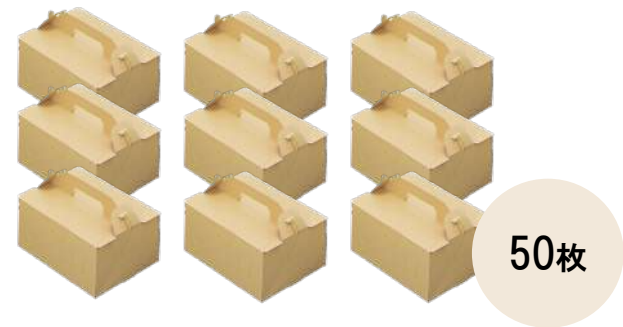
今期も引き続き、**新商品・新サービスの開発に注力**いたします。

これまでB to B事業が提供していた便益

創業時はB to B事業がコア事業
大量購入が当たり前の時代に「小ロット販売」という革命を起こしました



- 在庫が過多、置き場もない
- 仕入れコストが高づく

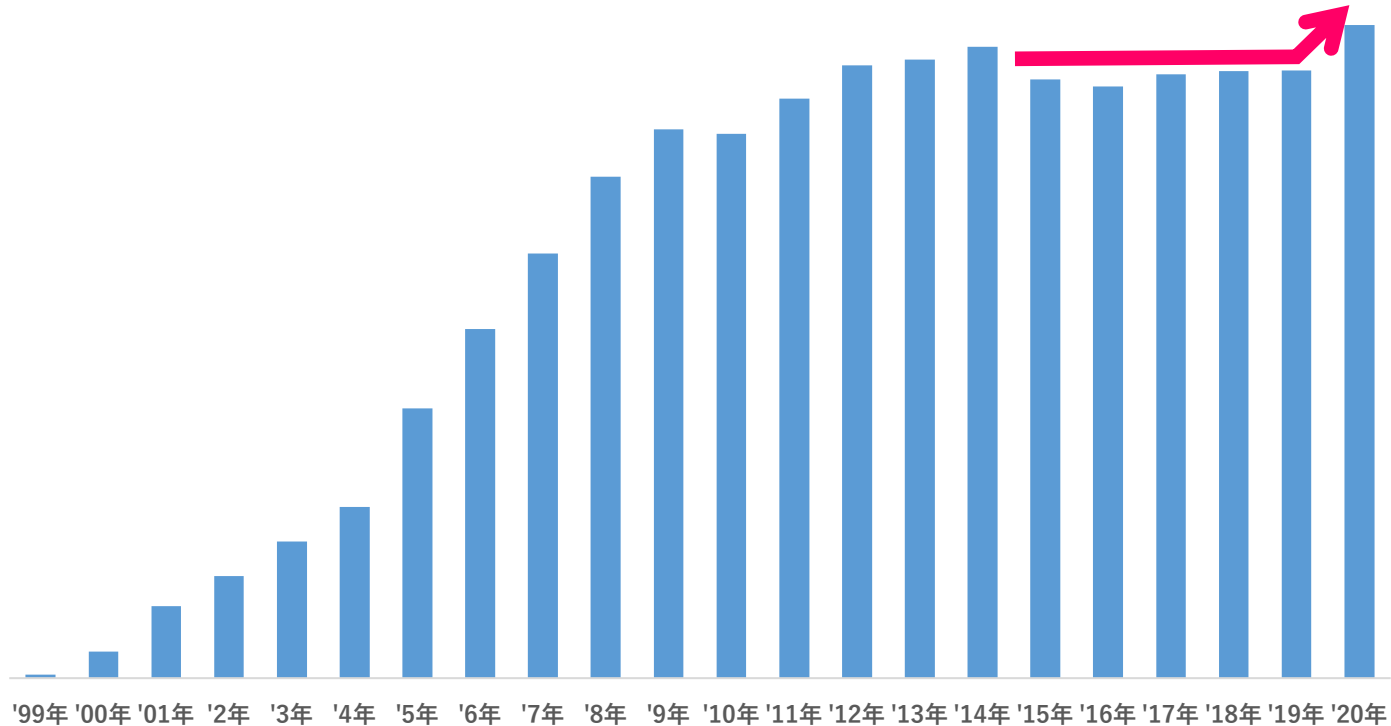


- 在庫置き場の削減
- 仕入れコストも削減できる

B to B事業の業績推移

‘14年の売上をピークに、その後減少し、横ばいが続いていたが
’20年に業績回復し、B to B事業の過去最高売上を達成

B to B事業 売上推移



お客様と便益の変化

お客様の变化



年商2,000~3,000万円規模の
菓子・パン屋様

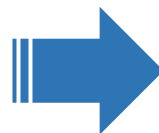


年商1,000万円規模の
菓子・カフェ・飲食店様

便益の变化



包装資材が小ロットで購
入できる



包装資材から食材まで、小
ロットかつ一括購入できる
から仕入れが楽になる

新しいお客様が増えている背景

お客様において
生じた変化
(当社の機会)

- 仕入れのEC化の加速
- EC販売の機会増加
- 問屋のテリトリー縮小

獲得に
寄与した施策

- 卸専用サイト「cotta business」のローンチ
- 総合カタログの発刊
- TVCMおよびデジタルマーケティング施策

1. 半期決算概要

2. 各事業の業績

3. 2021年9月期 注力ポイント

4. B to B事業について

cotta businessとは

- 個人事業主様・法人であればご登録可能
- 取扱商品は約30,000点、レシピは約16,000種類掲載
- 製菓製パンに関する食材、器具、包材、レシピが一挙に揃う総合サイト

コッタビジネス

cotta business



いつでも平均20%



最短当日出荷



小ロット購入可能



11,000円以上で
送料無料



総合カタログ

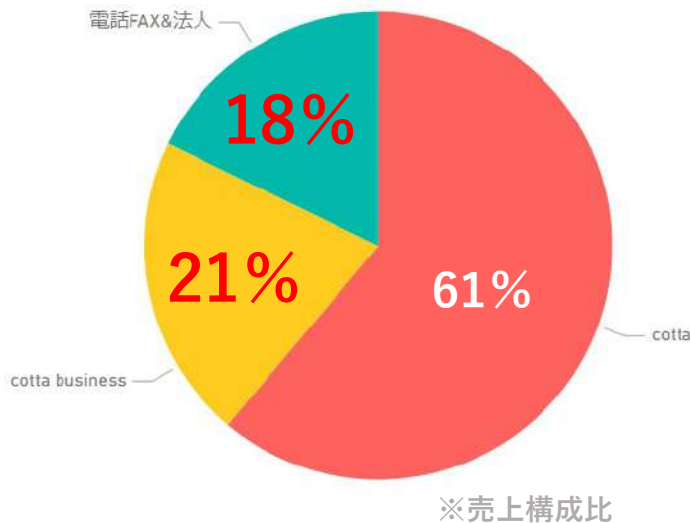


Cotta business会員限定
サンプルオーダー機能

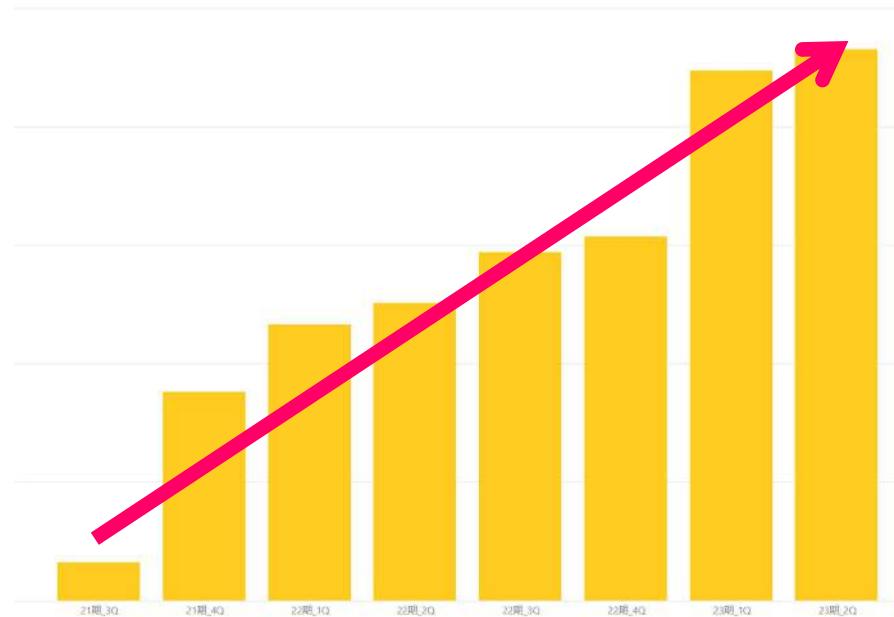
成長実績

19年6月のサービス開始以降、売上は順調に伸長
21年以降は昨対平均130%~160%で成長傾向

BtoB事業は全体の39%



【cotta business売上推移】



cotta businessとcottaの比較

cotta business

- 平均単価：約¥12,000
- 粗利：約36%
- 年間売上/客：¥46,000



cotta

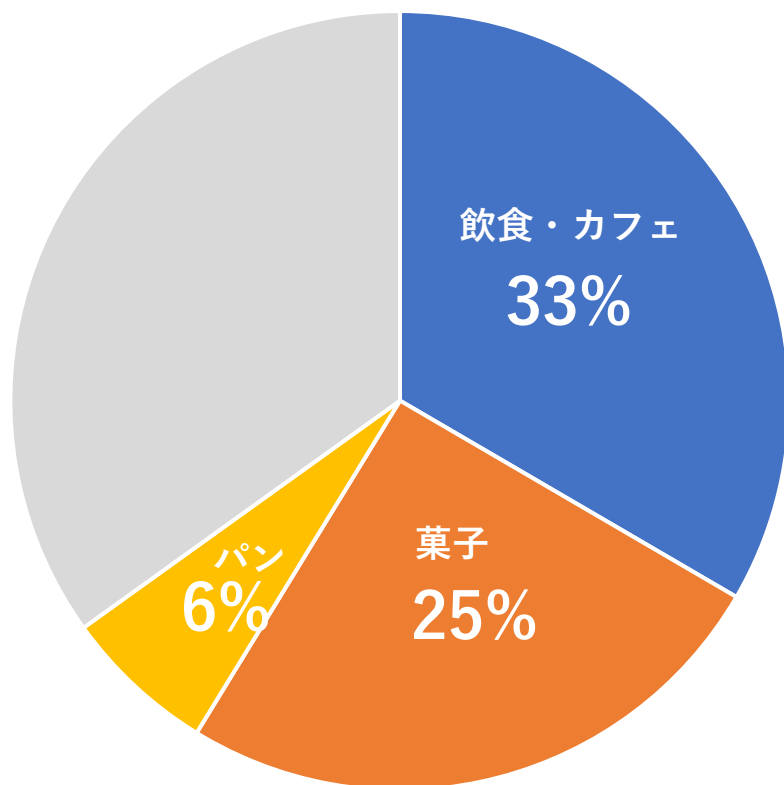
- 平均単価：約¥6,000
- 粗利：約40%
- 年間売上/客：¥16,500



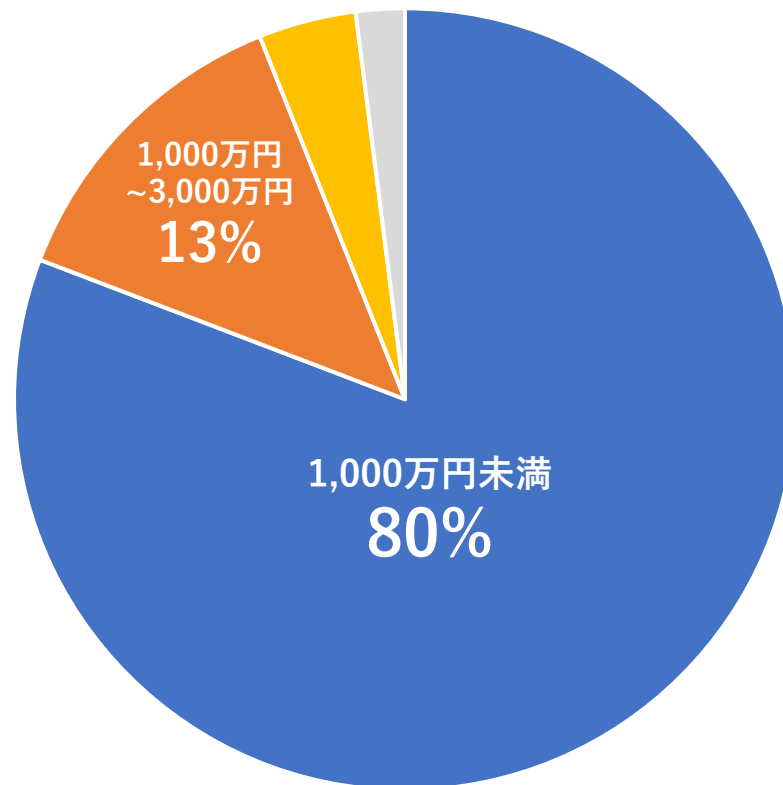
メインの業種と年商規模

これまでメインだった菓子・パン業に加え、飲食・カフェ業が増加
年商1,000万円規模のお店が増えており、ネット販売も加速

会員の業種

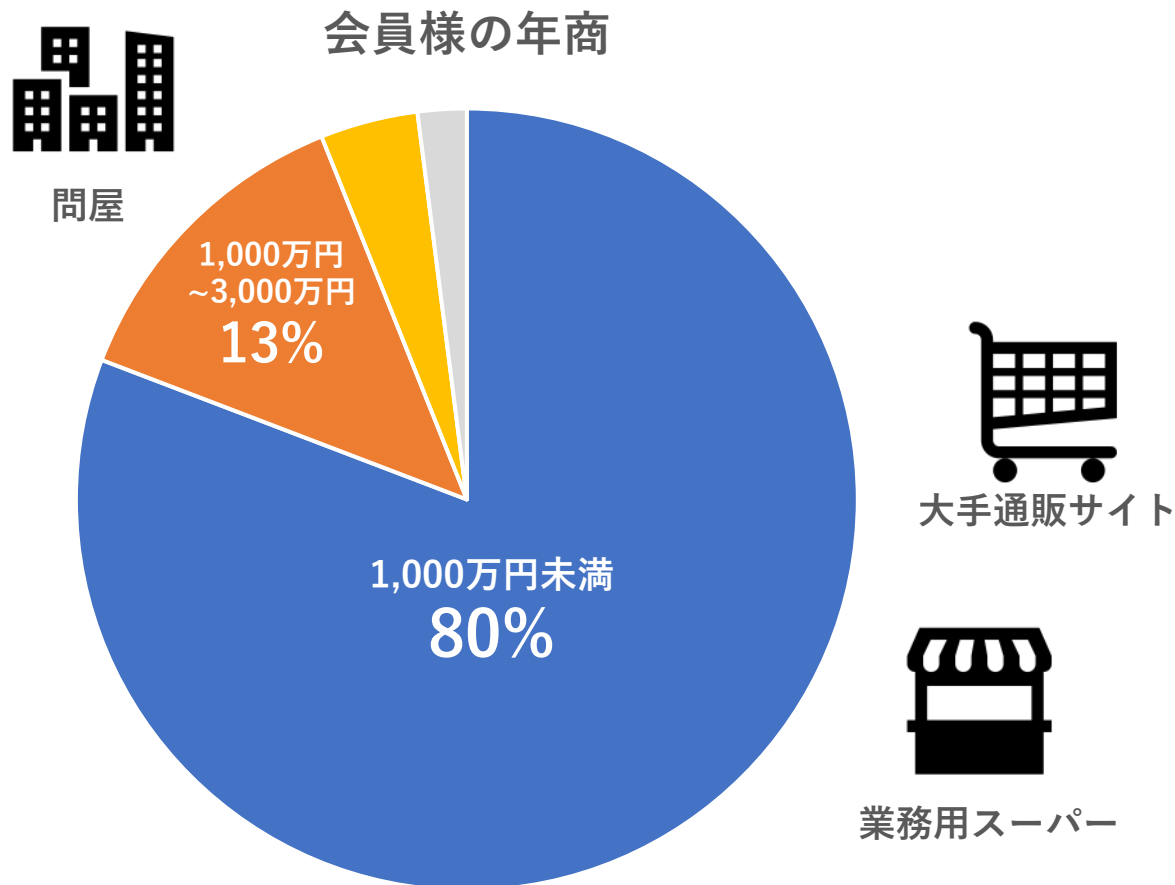


会員様の年商

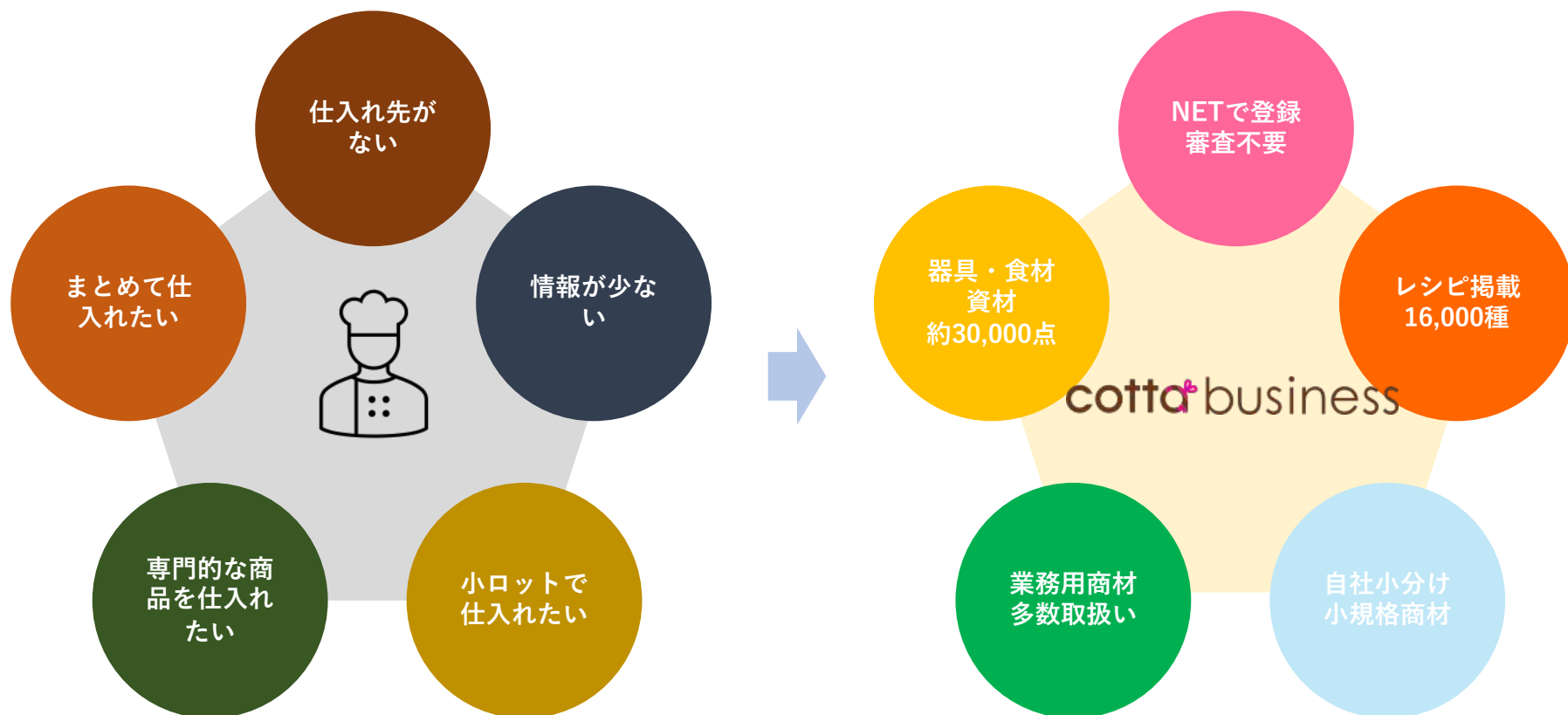


年商規模ごとの競合

お客様の年商規模によって対する競合が変わる

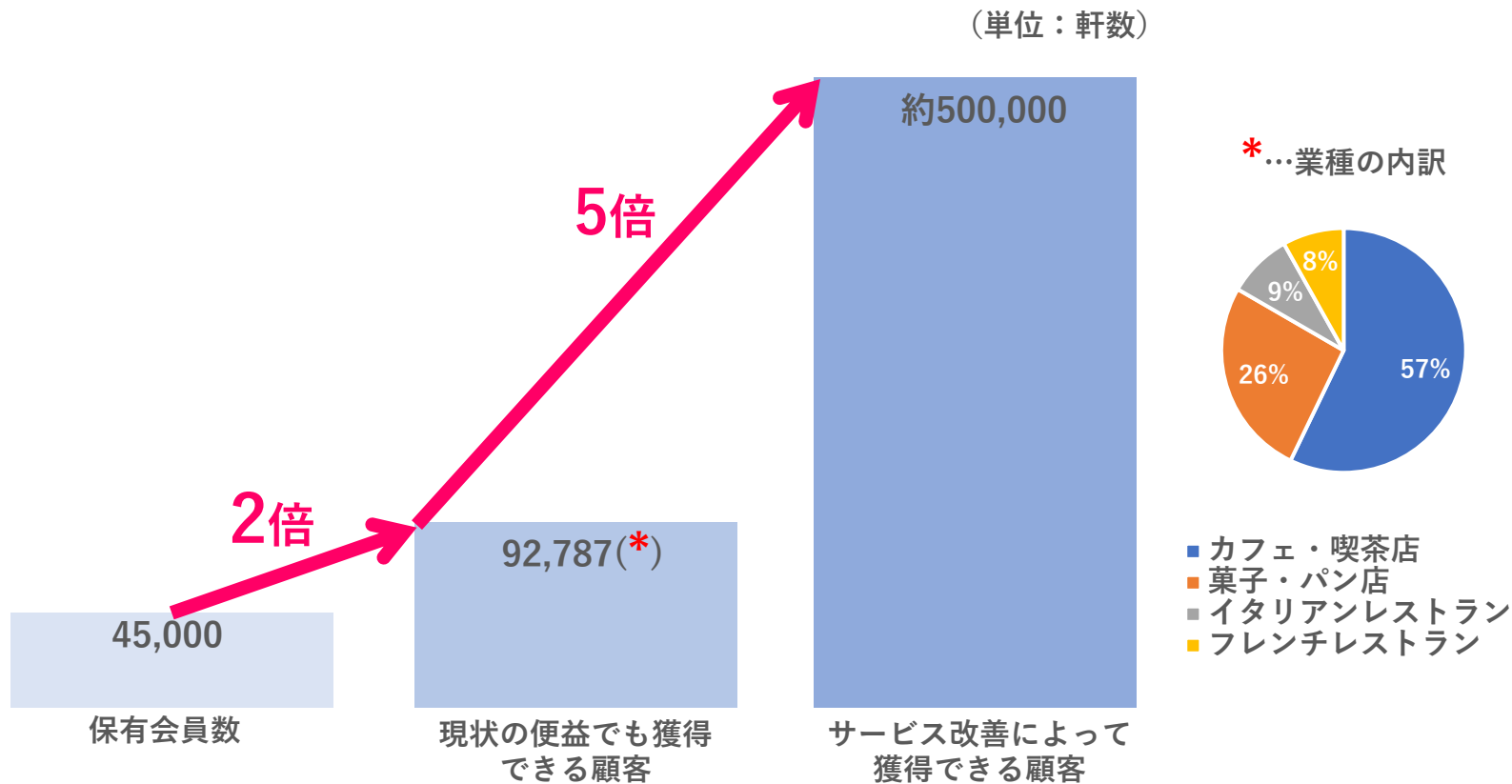


お客様の課題に対して提供するサービス



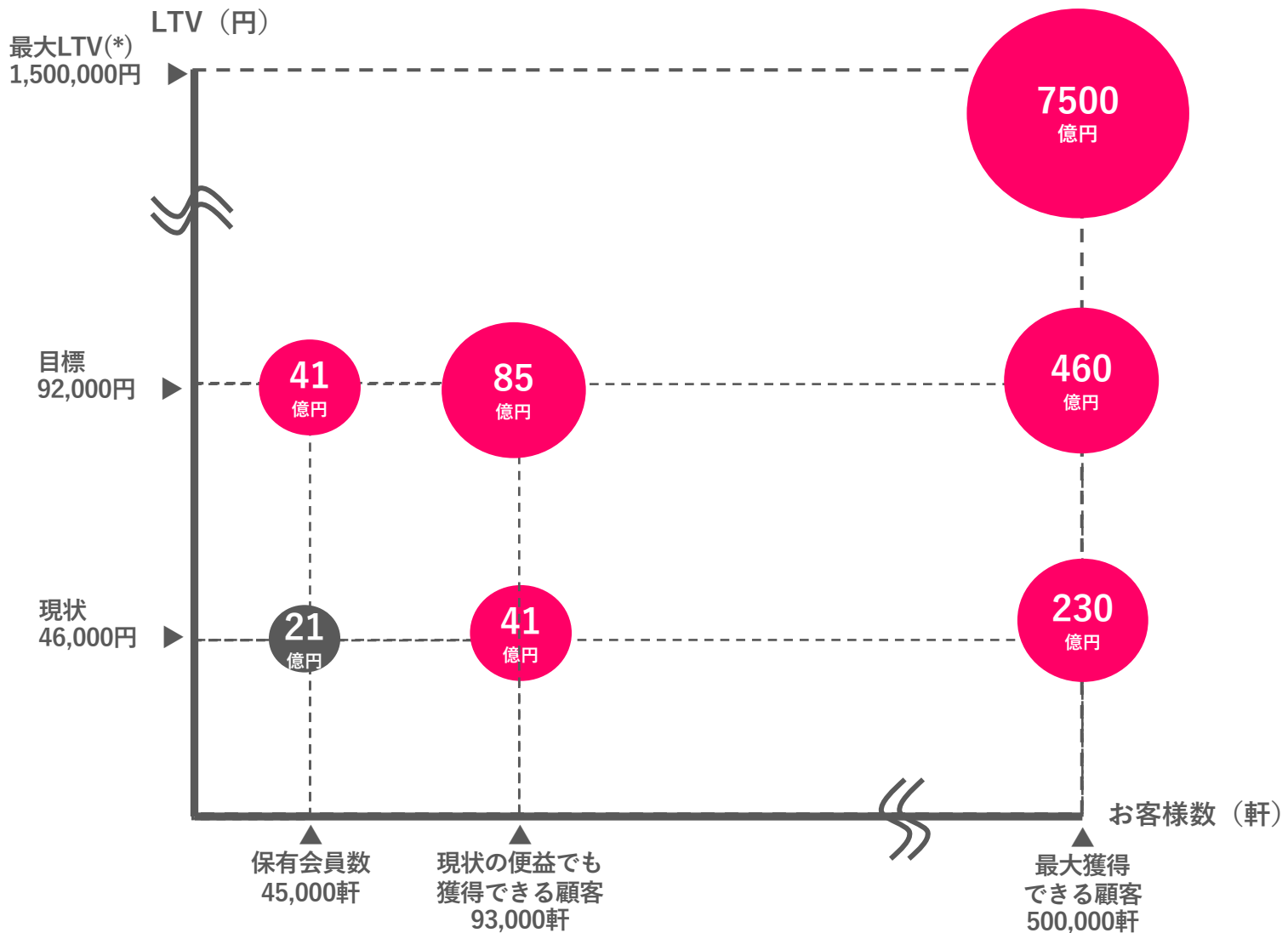
ターゲット顧客数

保有会員の10倍のポテンシャルあり

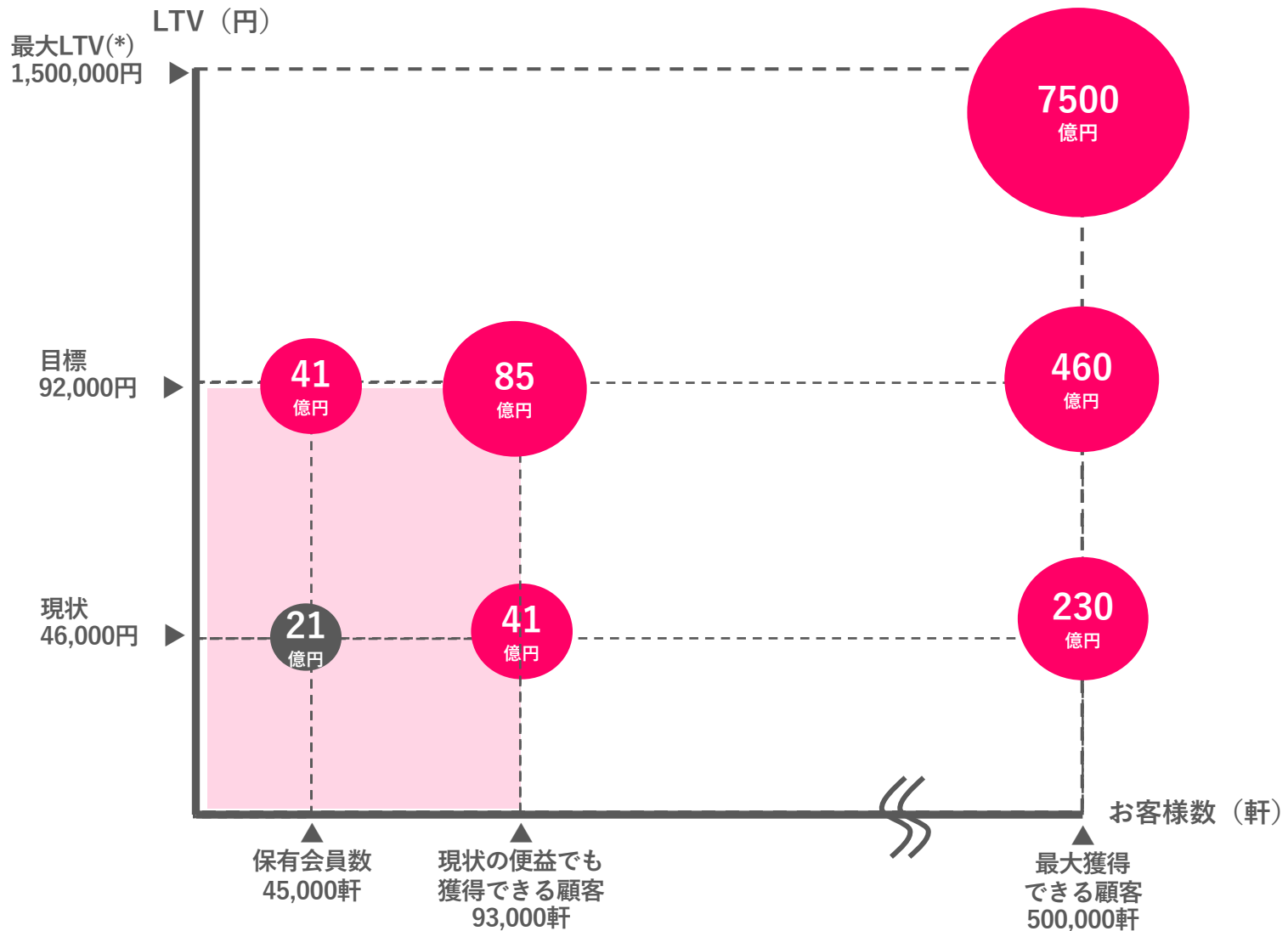


※総務省「平成28年経済センサス基礎調査」より

売上ポテンシャルイメージ



最優先で取り組む領域



cotta

だれかを想う。またつくりたくなる。