



2025年8月14日

各 位

上場会社名 株式会社 ユニカフェ  
代 表 者 代表取締役社長 塩澤博紀  
(コード番号 2597 東証スタンダード)  
問 合 せ 先 取締役常務  
執行役員 新述孝祐  
管理本部長  
電 話 番 号 03-4416-8800 (代表)

## 中期経営計画 2027 の策定に関するお知らせ

当社は、2025年12月期から2027年12月期の3カ年を対象とする「中期経営計画 2027」を策定いたしましたので、その概要につきましてお知らせいたします。

### 記

#### 1. 対象期間

2025年12月期から2027年12月期までの3カ年

#### 2. 中期経営計画 2027 の概要

当社グループは、「コーヒーを通じて人と環境にやさしい企業を目指す」という企業理念のもと、持続可能な未来の実現に向けて取り組んでおり、2025年12月期から2027年12月期までの3年間で、コーヒーを通じた新たな価値創出に向けた飛躍の期間と位置づけ、経営の中核に「価値経営」を据えてまいります。

当社の価値経営は、「価値創造力 × 価値発信力」の融合によって成り立っています。製品・サービスの提供を通じて、多様なステークホルダーにとって意味ある価値を創出し、それを的確に発信することで、企業としての信頼と成長を実現し、社会的意義と企業価値の両立を図ってまいります。

私たちがコーヒー事業を通じて目指すのは、単なる飲料の提供にとどまらず、人と社会、そして未来にとって持続可能な価値を創出することです。

今後も当社グループは、中期経営計画 2027 に基づき、より良い未来の実現に向けて、誠実に、そして力強く歩みを進めてまいります。

詳しくは添付資料をご参照ください。

以 上

UNICAFÉ

中期経営計画

2027

東証スタンダード 2597

株式会社ユニカフェ



ユニカフェは、「コーヒーを通じて人と環境にやさしい企業を目指す」という企業理念のもと、社会とともに持続的に成長していくことを使命としています。この理念を中核に据え、2025年から2027年の3年間で、私たちの価値観と行動を再定義する期間と位置づけ、「**価値経営**」をテーマに掲げました。

私たちの価値経営は、  
「**価値創造力 × 価値発信力**」によって構成されます。  
そしてその想いを、スローガンとしてこう表現しました：

**「コーヒーへの想いを価値に、価値を未来に」**

社会にとって必要とされる存在であり続けるために、ユニカフェは人、環境、社会とともに歩み、着実に前進してまいります。

代表取締役社長 塩澤 博紀

# 中期経営計画2024の振り返り



前中期経営計画(2020~2024年)では、工場再編によるコスト優位性創出を成長ドライバーと位置付け、2022年1月に子会社であるアートコーヒーの山梨工場を自社工場に集約しました。  
その結果、工場の生産性が飛躍的に向上し、コーヒーOEM市場における競争力を高めることができました。前中期経営計画の狙いを概ね達成できたと評価しております。

一方で、集約によってキャパシティが埋まりつつあり、人手不足による制約が顕在化しています。これらは、今後の成長に対する新たな課題でもあります。

本中期経営計画では、過去の成果と課題を踏まえ、「次の成長ステージに進むための備え」として、構造改革と価値の再構築に取り組みます。

| 指標     | 中計2024目標  | 2024年度実績  |
|--------|-----------|-----------|
| 売上高 ※  | 19,000百万円 | 19,333百万円 |
| 営業利益   | 670百万円    | 538百万円    |
| EBITDA | 980百万円    | 990百万円    |

※収益認識会計基準適用前

単位：百万円



## 政治

- ・ 環境規制強化
- ・ サプライチェーンの可視化、人権配慮への要請

## 経済

- ・ 原材料、人件費、エネルギーコストの上昇
- ・ 国内市場の縮小傾向

## 社会

- ・ 消費者の価値観の多様化
- ・ サステナビリティ志向の高まり

## 技術

- ・ 製造業における自動化、省人化
- ・ DXによる業務効率化の加速

## コーヒー市場の動向

- ・ 日本市場では、人口減少や嗜好多様化により、大量販売による成長モデルが限界に直面
- ・ 品質・安心・ストーリー性などに価値を見出すニーズが高まっており、量ではなく質で選ばれる時代へ

当社を取り巻く環境は大きな転換期を迎えており、価格転嫁等、従来の施策だけでは対応しきれない新たな環境に。  
このような環境下では、付加価値向上による収益力の再構築を行い、当社の強みを戦略として発信し、常に選ばれ続ける「価値のある存在」になる必要があります。

私たちはコーヒーを通じて更なる価値を創造し、よりよい未来づくりに貢献します。

# 価値経営

～コーヒーへの想いを価値に、価値を未来に～



顧客

株主

社会

従業員

# 中期経営計画2027の全体像 ～価値経営のフレームワーク～

本中期経営計画は、以下の4つの価値創造の柱に基づき構成されています。  
これら4つの柱は、「価値創造力」として結実し、それを取引先、株主、社会に向けて発信する「価値発信力」によって、企業価値へと転換していきます。

## 商品価値の創造

おいしく、安心・安全で、環境に配慮したコーヒーを届ける

## 経済的価値の創造

持続的に利益を上げる収益力の強化

## 社会的価値の創造

地球環境や地域社会に貢献する取り組み

## 協業価値の創造

有力パートナーとの協業によるレジリエントな供給体制の実現

価値創造力

コーヒーの持つ可能性と当社の強みを最大限に引き出し、様々な付加価値を創造します。

## 品質

- ・ 安心安全の強化
- ・ 科学的分析に基づく焙煎、粉砕、抽出の付加価値向上
- ・ IoT・AI活用
- ・ 提案型サービス力強化
- ・ カスタマイズ生産

## サプライチェーン

- ・ 戦略的パートナーとの連携によるサプライチェーン強化
- ・ 相場変動リスクの緩和
- ・ 生産性向上
- ・ マーケティング力強化



## 製品開発

- ・ 生豆の個性を引き出す焙煎手法の開発
- ・ 環境に配慮した包装資材の採用
- ・ 機能性表示食品の開発
- ・ 新素材の開発

## サステナビリティ

- ・ 苗木寄贈プロジェクトの拡大
- ・ 自治体との連携による地域貢献
- ・ コーヒー残渣の再利用
- ・ 麻袋の再利用

当社は、OEMメーカーとして国内最大級の生産工場を軸とする安定した供給力と、コーヒー専門集団としての開発力・品質力を強みに、着実な成長を目指します。

生産性向上や自動化投資による更なる製造力の強化に加えて、商品ミックスの改善、提案型営業の強化、適正価格での販売を通じて、以下の経済目標を掲げます。

## 収益目標

営業利益8～10億円

営業利益率5.0～  
6.0%

ROE9.0～11.0%  
(2027年度)

## サステナビリティ

2025年Scope1・2  
46%削減  
(2019年比)

2040年Scope1・2・3  
カーボンニュートラル

## 投資

財務規律を維持しつつ、  
モノづくり力向上ため  
の**30億円**超の投資を  
実行(3カ年総計)

【ご参考】

2025～27年投資平均額：10億円

2020～24年投資平均額：6億円

# 経済的価値の創造 ～収益性と成長性の両立～

引き続き生産性向上に努め、商品ミックスの改善や原価管理の強化、及び物流効率化等に取り組み、利益創出力の底上げを図ります。

## 前中期経営計画 (2020～2024年度)

### 2024年度実績

出荷数量 26,589トン  
売上高 12,935百万円  
営業利益 538百万円

営業利益率 4.2%  
ROE 7.2%

## 新中期経営計画 (2025～2027年度)

### 2027年度計画

出荷数量 30,000トン  
売上高 15,500～15,700百万円  
営業利益 830～1,020百万円

営業利益率 5.4～6.5%  
ROE 9.4～11.0%

地球温暖化がコーヒー生産に与える影響は深刻です。ユニカフェは「コーヒー2050年問題」に正面から向き合い、持続可能な調達・生産・提供を目指して、サステナビリティ活動を進めています。



## 協業価値の創造 ～信頼でつながる価値の連鎖～

安定供給体制の確保は、OEMメーカーである当社にとって、顧客との信頼構築の基盤です。  
当社は、同業メーカーとの製造面での連携や、原料・資材サプライヤーとの持続可能な調達での連携を通じ、変化に強い供給ネットワークを形成して行きます。

生産



同業メーカー

- ・ ピーク分散
- ・ BCP対応
- ・ 物流効率化
- ・ 柔軟な供給体制



- ・ サステナブル調達
- ・ 調達先トレーサビリティ

調達



原料サプライヤー

# 主なリスクと対応方針

認識する主なリスクと対応策は次の通りです。

|           | 影響リスク          | 対応策                   |
|-----------|----------------|-----------------------|
| 原料供給の不安定化 | 生豆の入手困難、納期遅延   | パートナーシップに基づく長期契約      |
| キャパシティ不足  | 機会損失、納期遅延      | 設備投資、協業連携、柔軟な生産体制構築   |
| 人手不足      | 生産・品質リスク       | 自動化推進、職場環境改善、人材育成     |
| ESG非対応    | 投資家・取引先からの選定漏れ | 開示強化、GHG削減、トレーサビリティ強化 |
| 気候変動      | 生豆の品質低下、価格高騰   | 調達多様化、適切な転嫁           |
| 地震・自然災害   | 設備損壊、物流停止      | BCPの策定、保険加入           |

中期的な価値創造を実現するには、人と組織のあり方を変革することが不可欠です。  
当社では、次の4点を人事戦略の柱としています。

## 1 職場の魅力向上

- ・タウンホールミーティング
- ・社内SNSで情報発信、共有
- ・改善提案制度
- ・表彰制度、資格取得推奨
- ・製造現場の職場環境の継続的改善

## 3 DEIの推進

- ・女性・高齢者・障がい者の雇用促進
- ・女性管理職比率の向上
- ・外国人労働者の受け入れと支援
- ・地域企業との連携

# 人事戦略

## 2 全社教育の拡充

- ・コンプライアンス研修
- ・管理職研修
- ・情報セキュリティ研修
- ・コーヒー産地研修
- ・AI研修

## 4 計画的な次世代教育

- ・ファシリテーター研修
- ・リーダーシップ研修
- ・コーヒー産地研修
- ・ジョブローテーション制度
- ・キャリアインタビュー

当社は、2025年からの3年間で「価値経営」推進期間と位置づけ、価値創造力 × 価値発信力を最大化することで、「コーヒーを通じて人と環境にやさしい企業」の実現を目指します。

これまでのOEM事業を基盤としながら、商品・サービスの品質向上、工場生産性の改善、サステナビリティの取り組みを三位一体で推進し、OEM企業としての枠を超えた「価値のある存在」を目指して歩んでいきます。

|       | 内容・目標  | 主な取組み・指標例                                   |
|-------|--|---|
| 経済的価値 | 出荷数量30,000トン、営業利益8~10億円超、営業利益5~6%超、ROE9~11%超 | 生産性向上と自動化、単価改善と商品ミックス最適化、既存顧客との関係強化         |
| 社会的価値 | 持続可能なコーヒー産業の実現                               | TCFD開示(気候変動対応)、GHG排出削減(2027年までに20%減)、苗木PJ拡大 |
| 関係的価値 | ステークホルダーとの信頼関係の強化                            | ブランドホルダー・株主・取引先とのパートナーシップ強化、協働による価値共創       |
| 協業価値  | 持続可能な供給体制の強化と新市場価値の創出                        | サプライチェーン上のパートナーとの製造・調達連携、海外OEMや自社ブランド育成への挑戦 |

私たちは、10年後に向けて以下の姿を描いています。

当社は、「持続可能なコーヒーサプライチェーンを担うリーディングOEM企業」として、世界のコーヒー産業を支える存在に成長します。この未来像の実現に向け、以下のような進化を視野に入れていきます。



### 商品・品質

OEMながらも選ばれる価値を提供する提案型パートナーへ

### 生産体制

高度自動化・人手に頼らないスマートファクトリーの確立

### 調達・製造連携

パートナーとの連携深化による安定供給力の強化

### サステナビリティ

GHG排出削減・産地支援の先進企業としての地位確立

### 業界貢献

日本のコーヒー市場の成長を牽引するOEM企業へ

「価値経営」は単なる戦略ではなく、ユニカフェグループがコーヒーを通じて社会と向き合い続けるための指針です。

本中期経営計画では、その実践の第一歩として、「創造力と発信力」で持続的成長への基盤を築いてまいります。

未来のコーヒー市場と社会に価値を残すために、ユニカフェグループは挑戦を続けます。



**コーヒーをコアに人と環境に優しい企業を目指す**

**ART COFFEE**

**コーヒーを通じて、お客様や社会、そして地球との豊かな共生を実現します**

## Disclaimer : 本資料に関するご注意

### • 免責事項

- 本資料に記載の内容は、過去及び現在の事実に関するものを除き、当社が現時点で入手可能な情報及び仮説に基づいて判断されたものであり、当該仮説や判断に含まれる不確定要素や、将来の経済環境の変化等により影響を受ける可能性があり、結果として当社の将来の業績と異なる可能性があります。
- なお、本資料における将来情報に関する記述は上記のとおり本資料の日付（またはそこに別途明記された日付）時点のものであり、当社は、それらの情報を最新のものに随時更新するという義務も方針も有しておりません。
- また、本資料に記載されている当社以外の企業等にかかわる情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性・適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、また、これを保証するものではありません。
- 本資料利用の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。

### • インサイダー取引に関するご注意

- 企業から直接、未公開の重要事実の伝達を受けた投資家（第一次情報受領者）は、当該情報が「公表」される前に株式売買等を行うことが禁じられています（金融商品取引法166条）。
- 同法施行令第30条等の定めにより、二つ以上の報道機関に対して企業が当該情報を公開してから12時間が経過した時点、または金融証券取引所に通知しかつ内閣府令で定める電磁的方法（TDnetの適時開示情報閲覧サービスおよびEDINET公開WEBサイト）により掲載された時点を以って「公表」されたものとみなされます。