



FY2020/3 2Q決算説明資料

オイシックス・ラ・大地株式会社

2019.11.14

1. FY2020/3 2Q業績
2. 事業セグメント別業績
3. 今後の事業戦略について
4. その他トピックス
5. APPENDIX・DATA SHEET

1. FY2020/3 2Q業績

2Q業績エグゼクティブサマリ

- ✓ 計画比において、売上・EBITDA・営業利益ともに**順調に進捗**
- ✓ 前年同条件比※で、売上は**8.1%増収**、
EBITDAは、Oisixの費用増などの影響により**6.6%減益**

※次ページ特別要因参照

【昨年度発生の特異要因 (FY2019/3期)】

① らでいっしゅぼーや決算期変更に伴う変則決算

- ・昨年度はらでいっしゅぼーや事業は決算期変更により、**13ヶ月計上** (1Qに4ヶ月計上)
- ・前年同条件比と記載がある箇所は、らでいっしゅぼーや事業の2018年3月業績(売上：約16.0億、営業利益：約0.7億)の1か月分を控除し比較

② らでいっしゅぼーや経営統合に伴う税効果発生

- ・昨年度はらでいっしゅぼーや統合による、**繰越欠損金、繰延税金資産の法人税軽減効果が発生** (FY2019/3期の税効果は約12億円)

【今年度発生の特異要因 (FY2020/3期)】

③ M&Aによる新規連結

- ・ウェルカム社(DEAN & DELUCA)は、**1Q**から持分法適用により利益連結・のれん償却費発生 (2Q決算時点で連結済)
- ・Purple Carrotは、**3Q**から売上・利益ともに連結・のれん償却費発生 (2Q決算時点で未連結)

2Q業績サマリ

計画比において、売上・EBITDA・営業利益ともに順調に進捗

売上高

325.5億円
(計画比 100%)

EBITDA

13.4億円
(計画比 107%)

営業利益

9.0億円
(計画比 117%)

親会社株主に
帰属する
四半期
純利益

3.9億円

2Q業績推移

※FY2019/3期は、らでいっしゅぼーやは決算期変更のため、13ヶ月計上（1Qに4ヶ月計上）
同条件比較のため、らでいっしゅの1か月分（18年3月分）を除外

前年同条件比で、売上は**増収**、
EBITDA・営業利益については、Oisixの費用増などにより**減益**

■ 売上高

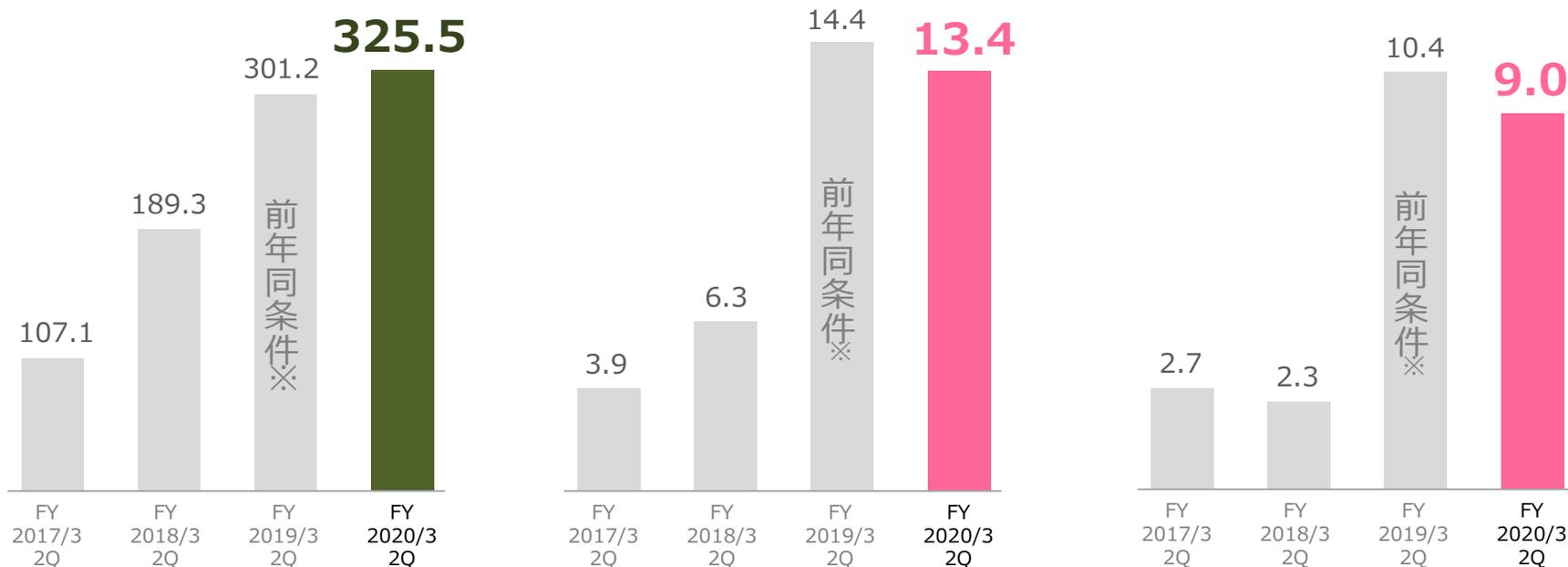
325.5 億円

■ EBITDA

13.4 億円

■ 営業利益

9.0 億円

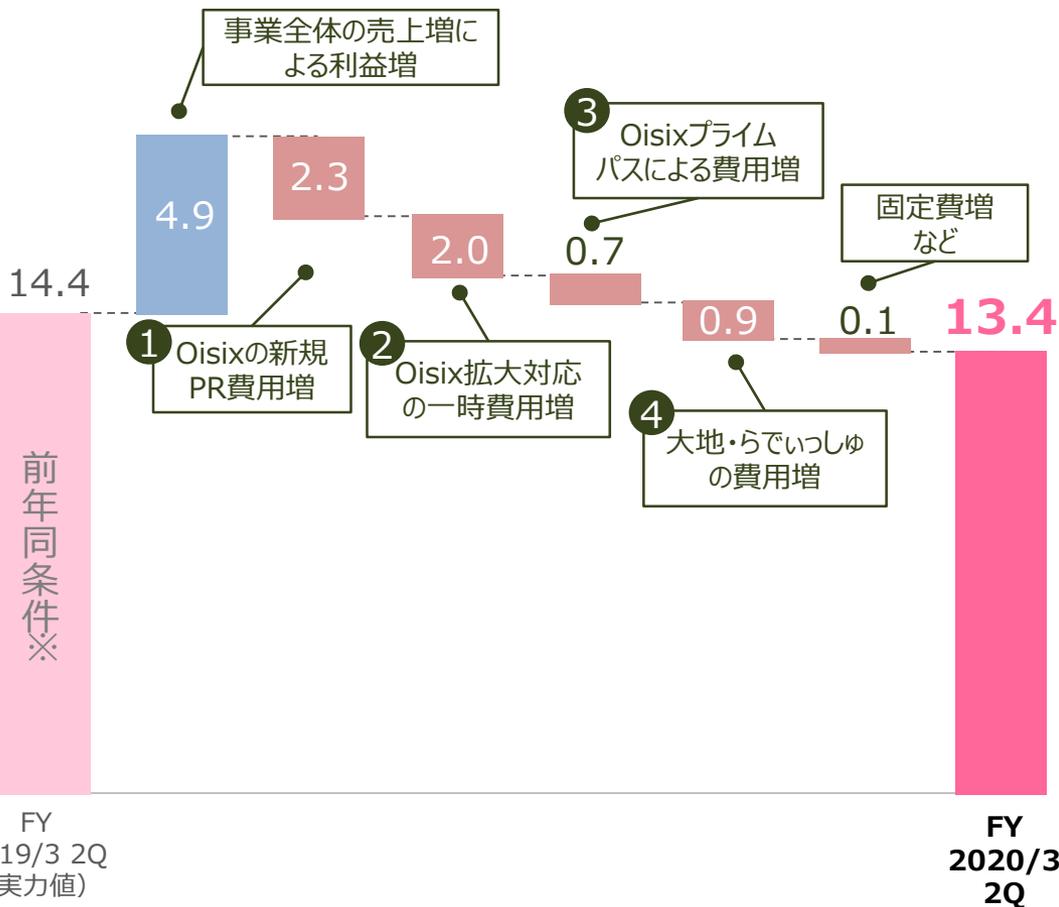


前年上期との比較：EBITDA

※FY2019/3期は、らでいっしゅぼーやは決算期変更のため、13ヶ月計上（1Qに4ヶ月計上）
同条件比較のため、らでいっしゅの1か月分（18年3月分）を除外

EBITDA：売上伸長するも、Oisix新規PR費増などの影響により減益

EBITDAの前年上期推移（億円）



主な費用増について

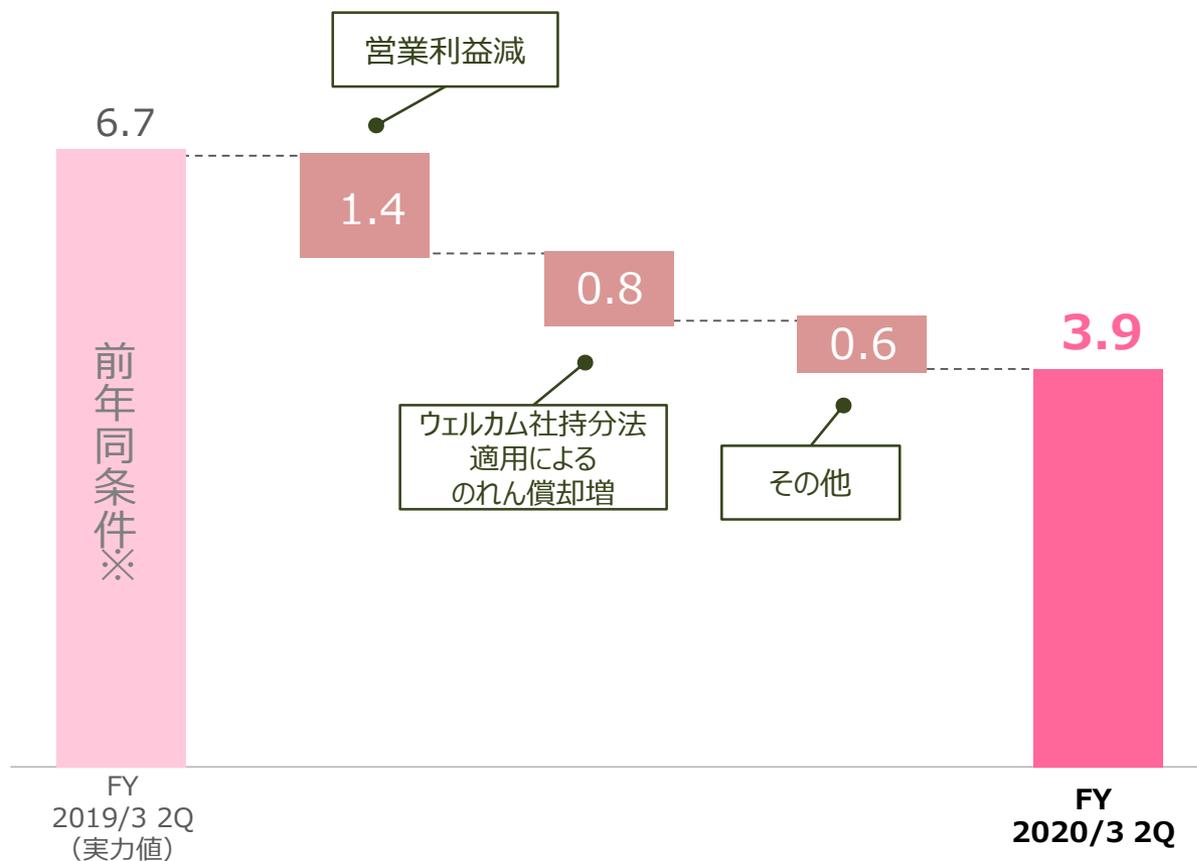
- ① OisixPR費用：2.3億**
 - ・1Qの大規模プロモーション
 - ・ライフスタイルが変わる9月にも集客強化
- ② Oisix拡大対応の一時費用：2.0億**
 - ・急速な成長に伴う物流キャパ増強による追加の倉庫賃借費・横持ち輸送費など
- ③ Oisixプライムパス費用：0.7億**
 - ・定額制の選り放題サービス「Oisixプライムパス」による費用増。LTV上昇に向けた先行投資
- ④ 大地・らでいっしゅ費用増：0.9億**
 - ・売上減に伴う固定的費用の上昇など

前年上期との比較：四半期純利益

※①FY2019/3期は、らでいっしゅぼーやは決算期変更のため、13ヶ月計上（1Qに4ヶ月計上）
同条件比較のため、らでいっしゅの1か月分（18年3月分）を除外
②らでいっしゅぼーや経営統合に伴う法人税軽減効果（上期で約1.5億）を除外

四半期純利益：営業利益減に加え、持分法適用などの影響により減益

■ 四半期純利益（億円）

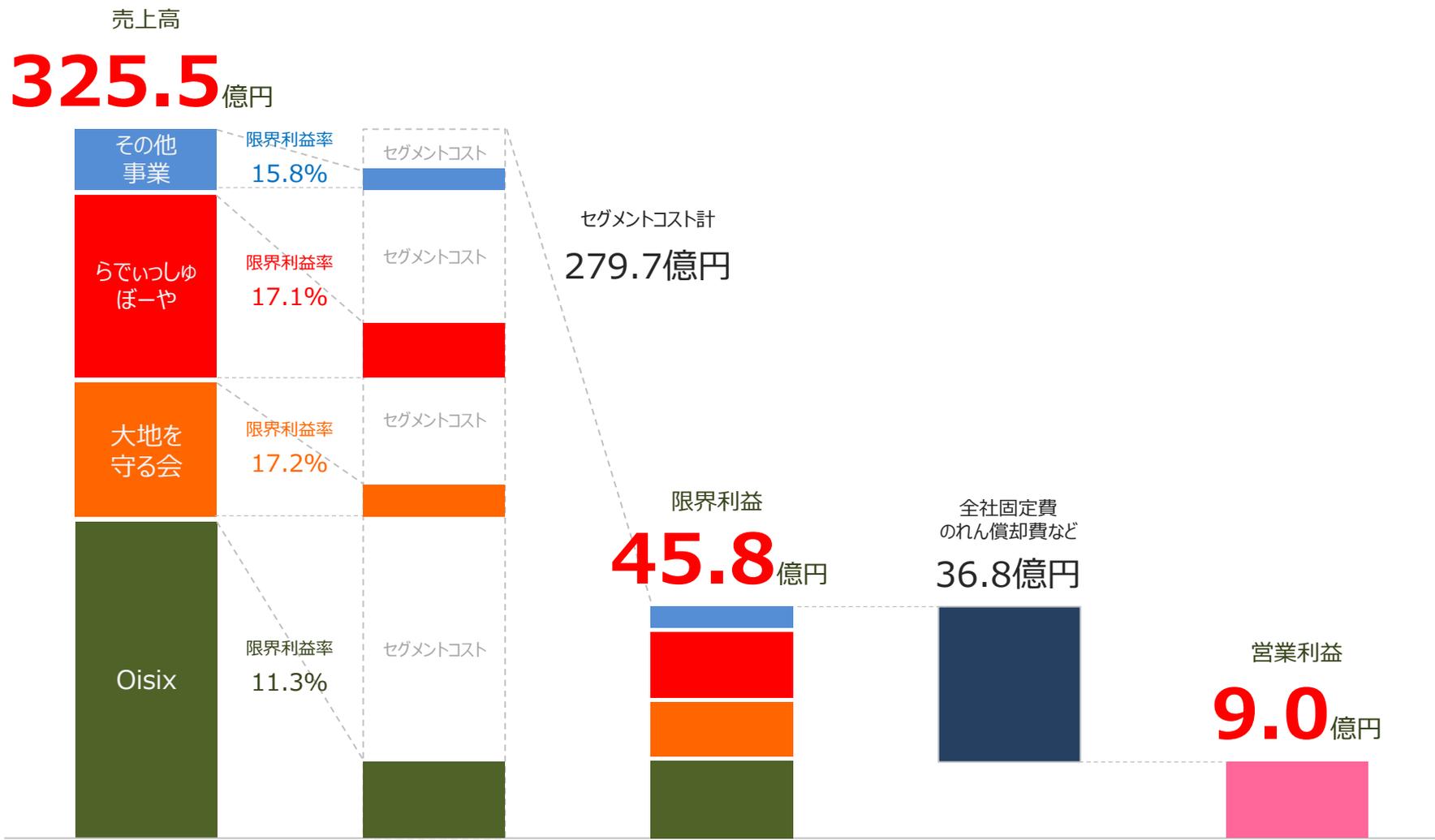


セグメント別業績サマリ

※FY2019/3期は、らでいっしゅぼーやは決算期変更のため、13ヶ月計上（1Qに4ヶ月計上）
同条件比較のため、らでいっしゅの1か月分（18年3月分）を除外

	売上	限界利益	事業概況
Oisix	165.2億円 (前年同期比 120%)	18.6億円 (前年同期比 96%)	ミールキット需要増を捉え、成長スピードが加速。集客拡大に向け、先行投資実施
大地を守る会	51.3億円 (前年同期比 94%)	8.8億円 (前年同期比 92%)	プロモーションを抑制し、オペレーションエクセレンスやサービスレベル向上作業完了。サービス作り開始。 売上減に伴う一時的な固定的な運営費用の比率上昇
らでいっしゅ ぼーや	74.5億円 (前年同期比 89%)	12.7億円 (前年同期比 84%)	プロモーションを抑制し、オペレーションエクセレンスやサービスレベル向上に取組中。 赤字受注削減。 売上減に伴う一時的な固定的な運営費用の比率上昇
その他事業	35.2億円 (前年同期比 132%)	5.5億円 (前年同期比 187%)	保育園卸の大幅な黒字化による利益増。アライアンス事業も順調に伸長

事業セグメント概要



2. 事業セグメント別実績

① 国内宅配事業（主要3ブランド）

- Oisix
- 大地を守る会
- らでいっしゅぼーや

② 国内宅配事業（その他）

- 他社EC宅配支援（アライアンス）
- とくし丸（子会社）

③ その他事業

- 海外宅配事業
- 店舗外販事業

① 国内宅配事業（主要3ブランド）

- Oisix
- 大地を守る会
- らでいっしゅぼーや

② 国内宅配事業（その他）

- 他社EC宅配支援（アライアンス）
- とくし丸（子会社）

③ その他事業

- 海外宅配事業
- 店舗外販事業

Oisix KPI

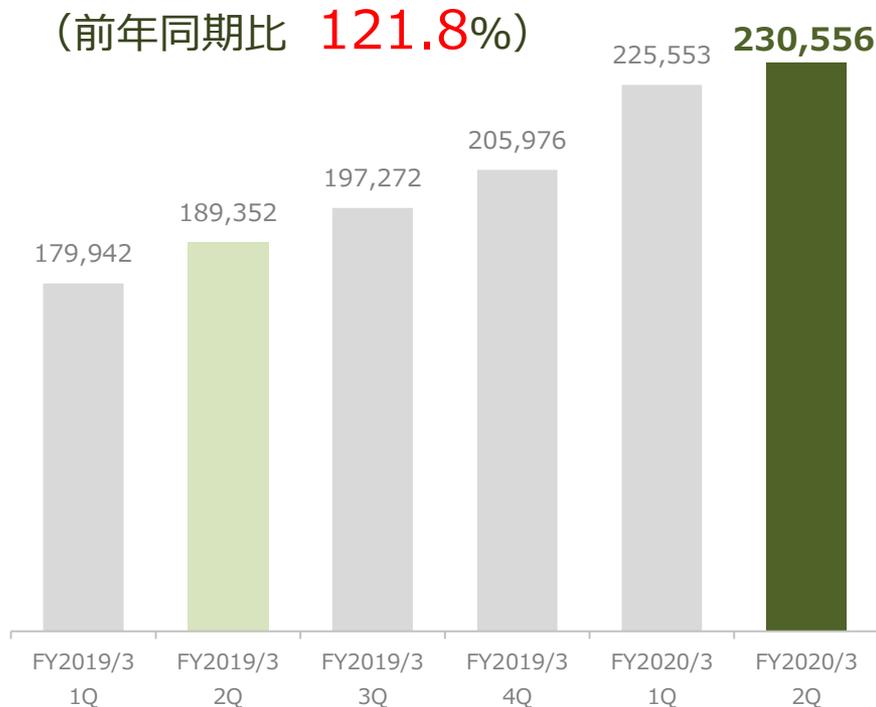
会員数：1Qの大規模PR施策入会者の初期離脱が発生も、
前年同期比で**20%以上の伸長**を継続

ARPU：大型PR施策による新規ライトユーザ増により低下

■ 会員数

230,556人

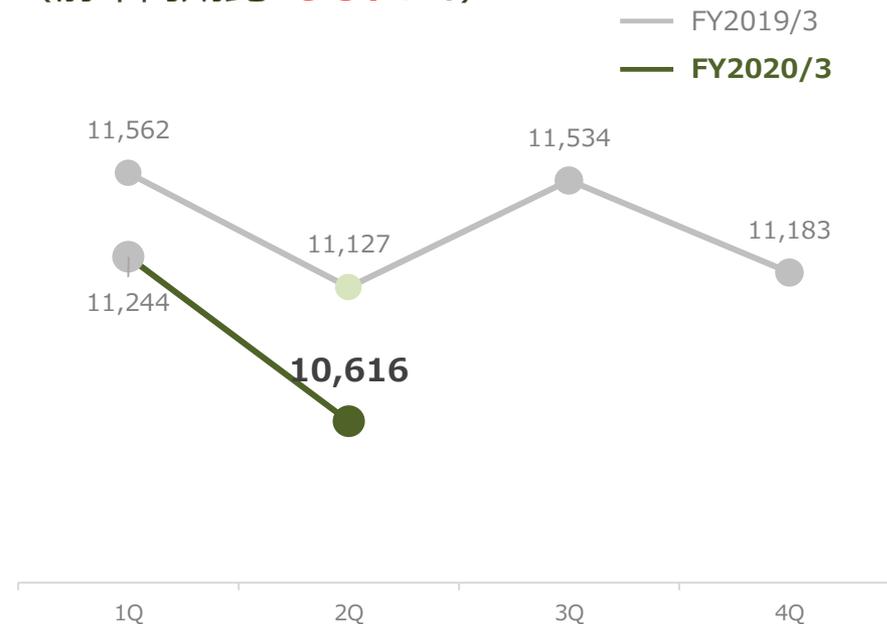
(前年同期比 **121.8%**)



■ ARPU※

10,616円

(前年同期比 **95.4%**)



Oisix KPI

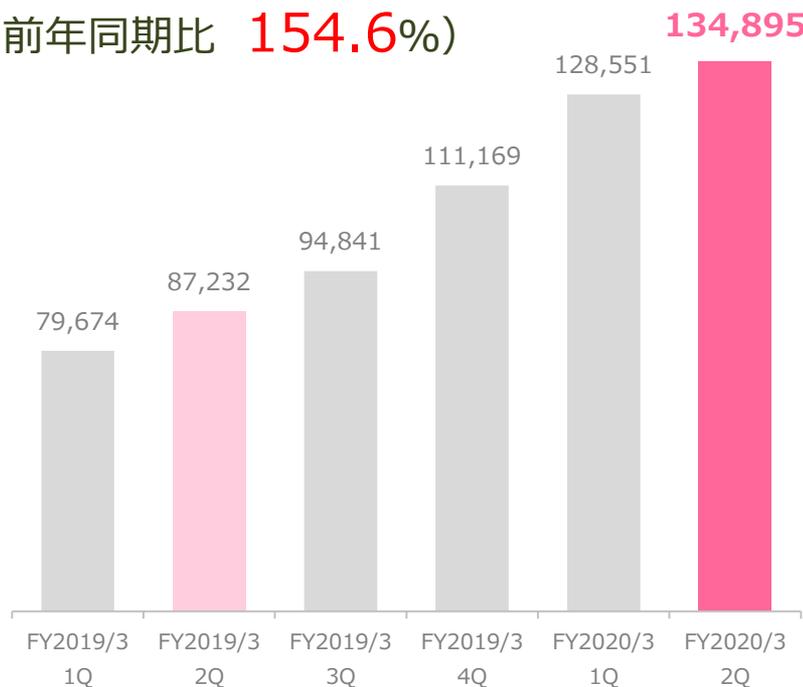
Kit Oisix会員数：ミールキットのニーズ増を捉え**13万人を突破**。
前年同期比**150%超**と大幅な伸長を継続

■ Kit Oisixコース会員数推移

(Oisix会員数に含む)

134,895人

(前年同期比 154.6%)



■ Kit Oisixの特長

1

家族の人数に合わせた適量をお届け。主菜と副菜の2品が20分で完成



2

全てのメニューに5種類以上の野菜が入っており、栄養バランスも考慮

3

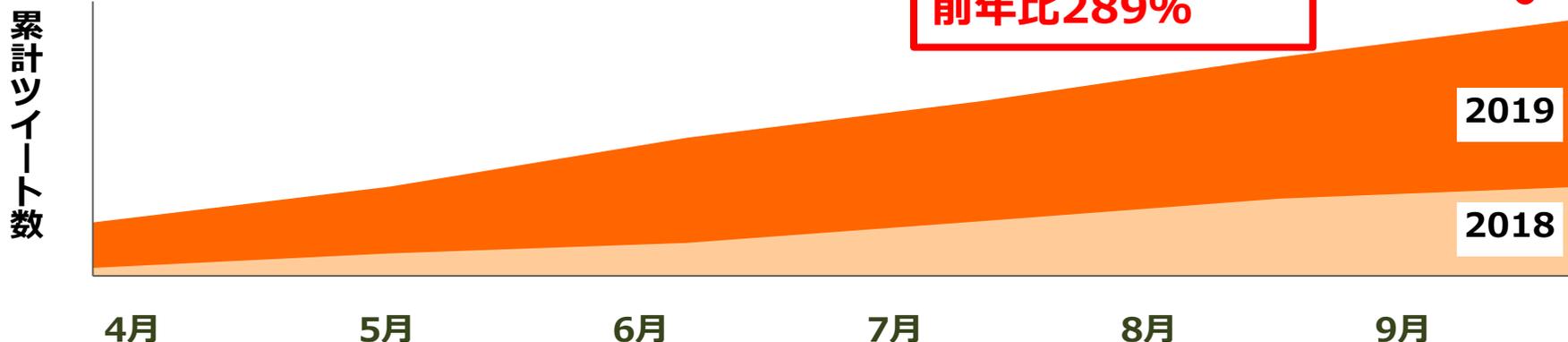
当社の契約農家、メーカーの安心安全な食材のみを利用



子育てをする母親にエールを送る「クレヨンしんちゃん」とのコラボ広告の拡散や13件に及ぶテレビパブリシティなど、メディア露出が増え、社会の関心を集めた

■ Oisixに関する累計Twitter口コミ数

累計23万ツイート
前年比289%



TV パブリシティ

TBS系列「坂上 & 指原のつぶれない店」
など2件

テレビ朝日系列
「あさちゃん！」
1件

日本テレビ系列
「メレンゲの気持ち」
など2件

テレビ東京系列
「カンブリア宮殿」
など6件

テレビ愛知
「サンデージャーナル」
など2件

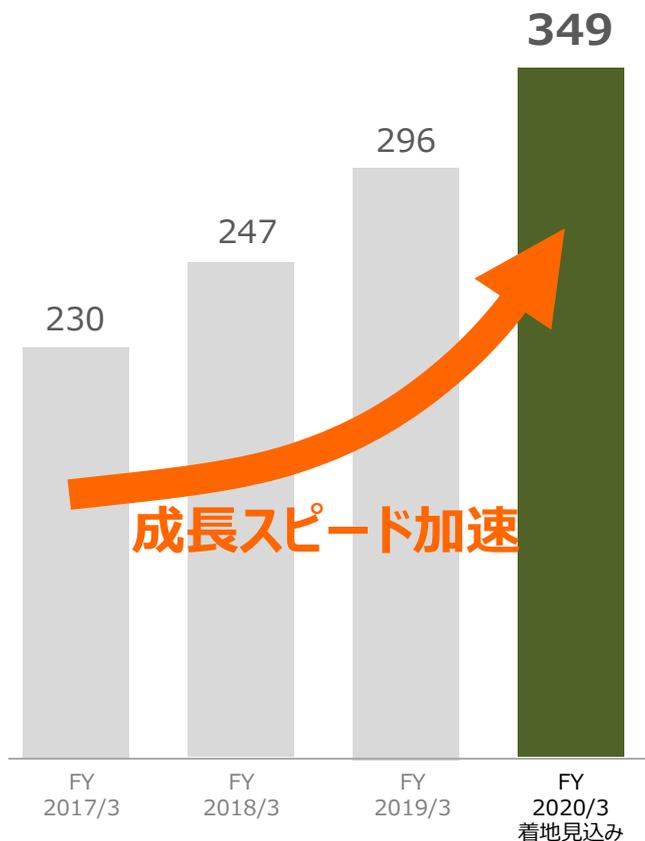
クレヨン しんちゃん コラボ



Oisix トピックス

Kitに続くサービス開発も順調に進捗。数日間の献立&食材セットや、定額サービスの拡充など、新たな価値提案に向けたサービスをリリース

■ Oisix事業の売上推移 (億円)



■ ちゃんとOisix



カット野菜が苦手な方向けの素材と献立セット「ちゃんとOisix」の利用者数が1万人突破※。「Kit Oisix」に続く新サービスとして、磨き上げを継続しつつ、PR拡大予定

■ Oisix プライムパス



6月末ローンチの「Oisixプライムパス」も順調に推移。短期的なコスト増も、LTV向上の兆しあり

Oisix トピックス

10月に米国子会社Purple Carrot監修のヴィーガンKitの販売スタート。
日本における“時々ヴィーガン”を楽しむ市場創出へ

■ ヴィーガンKit



- ✓ 日本初上陸の
“ヴィーガンの食材とレシピの献立セット”を
共同開発。年内には10種類超の
ヴィーガンレシピを展開予定
- ✓ 日本での“時々ヴィーガン”市場の
牽引を目指し、リアルイベントも開催



Oisix トピック

Kit Oisixの想定以上の伸長により、一時的な製造キャパ要因の売切れや短期的な費用増が発生するも、**製造機能を新工場に移設することにより物流製造のキャパシティ増加し下期から安定稼働を見込む**

Kit Oisixの製造キャパ増強



9月から横浜市金沢区にKit Oisixのプロセスセンターの稼働開始

国内宅配 主要3ブランド
国内宅配 その他
その他 事業

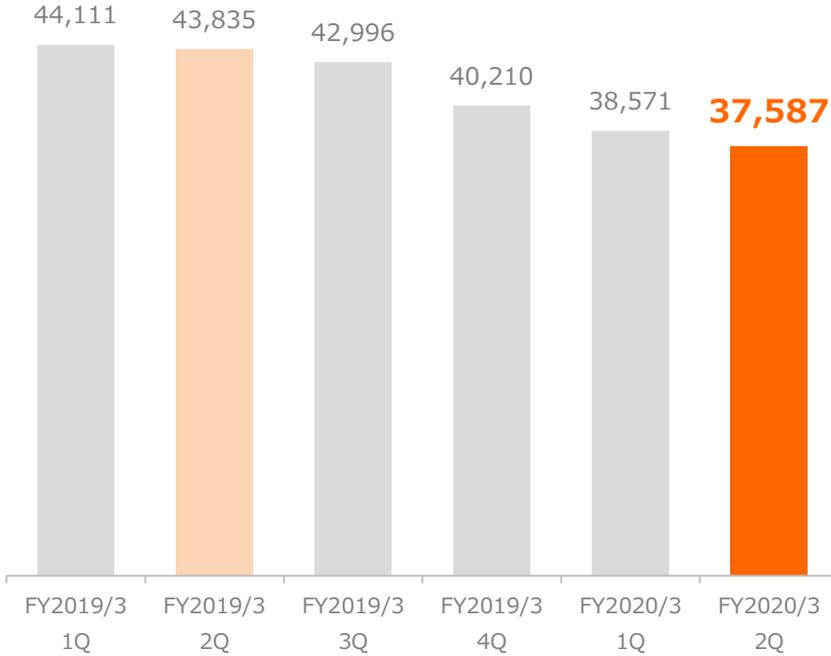
大地を守る会 KPI

会員数：LTV向上させるサービス作りを優先。集客は低LTVチャネルを抑制し**減少**

ARPU：新規集客の抑制およびターゲットニーズに沿ったサービス提案により、頻度・単価ともに**上昇**

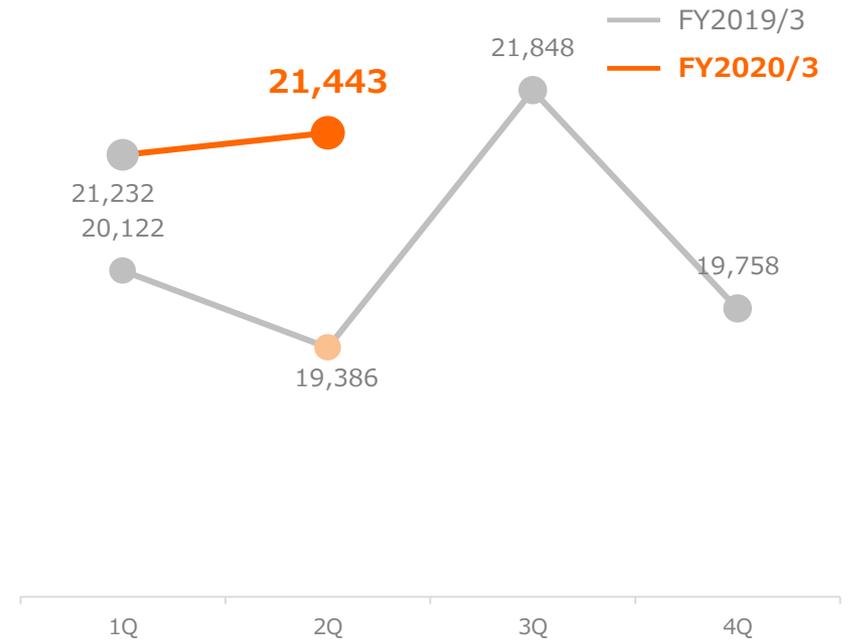
■ 会員数

37,587 人
(前年同期比 85.7%)



■ ARPU※

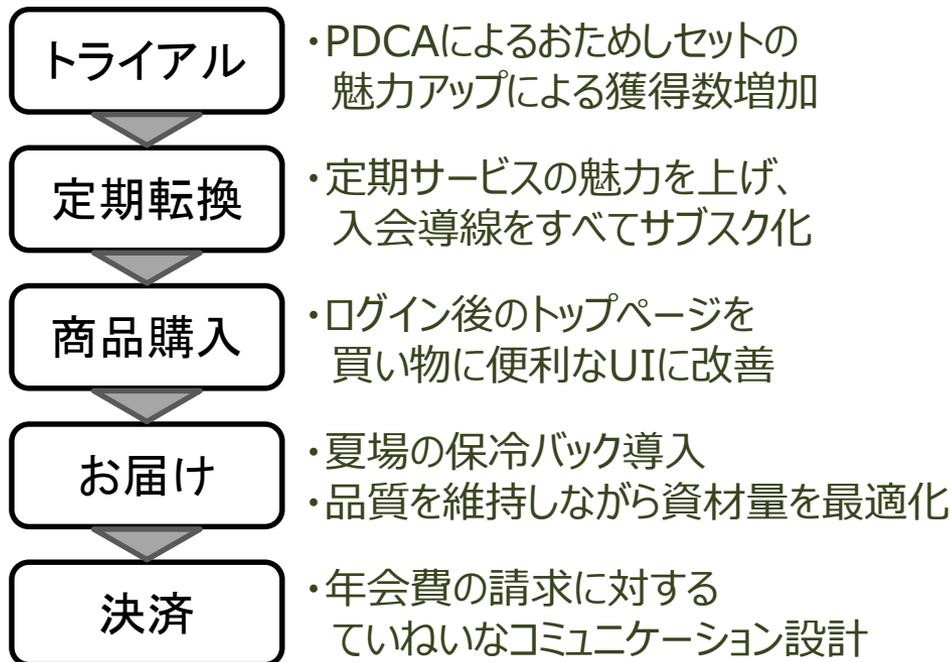
21,443 円
(前年同期比 110.6%)



大地を守る会 トピックス

サービス作りを進め、拡大に向けた準備が完了
会員数は3Q中に下げ止まり、下期は再拡大を目指す

■ オペレーションエクセレンス・サービス向上



お客様の行動に沿ってサービスの負を改善し、
獲得と解約が均衡した状態

■ サービス作り



「まいにち野菜おかずセット」
野菜中心の副菜2品を5日分、
献立と一緒にお届けする食材
セット

お客さまが「体に良い食卓を
通して畑とつながる」ことが
感じられるサービスへ

国内宅配 主要3ブランド
国内宅配 その他
その他 事業

らでいっしょぼーや KPI

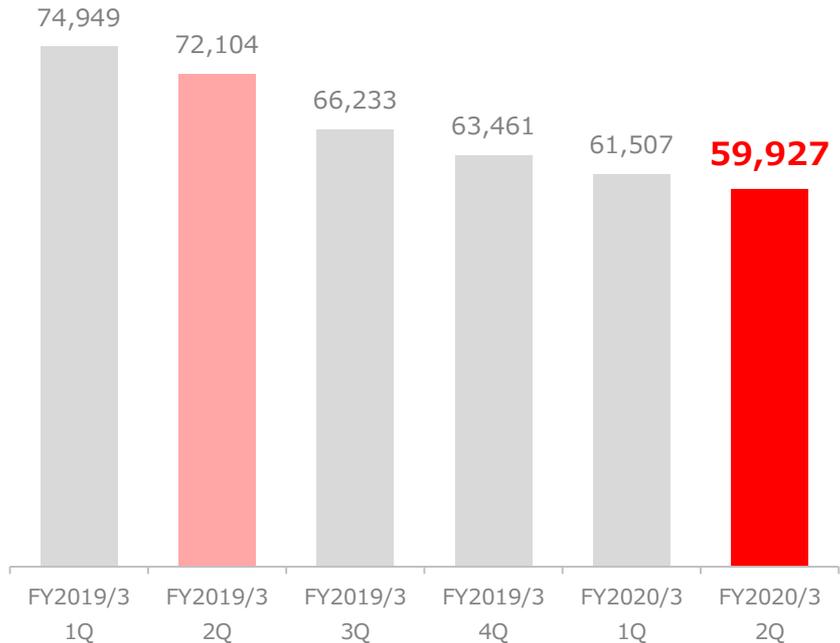
会員数：引き続き、既存会員の収益構造の改善および新規集客の抑制により**減少**

ARPU：赤字ユーザの削減により購買単価が上昇し**増加**

■ 会員数

59,927 人

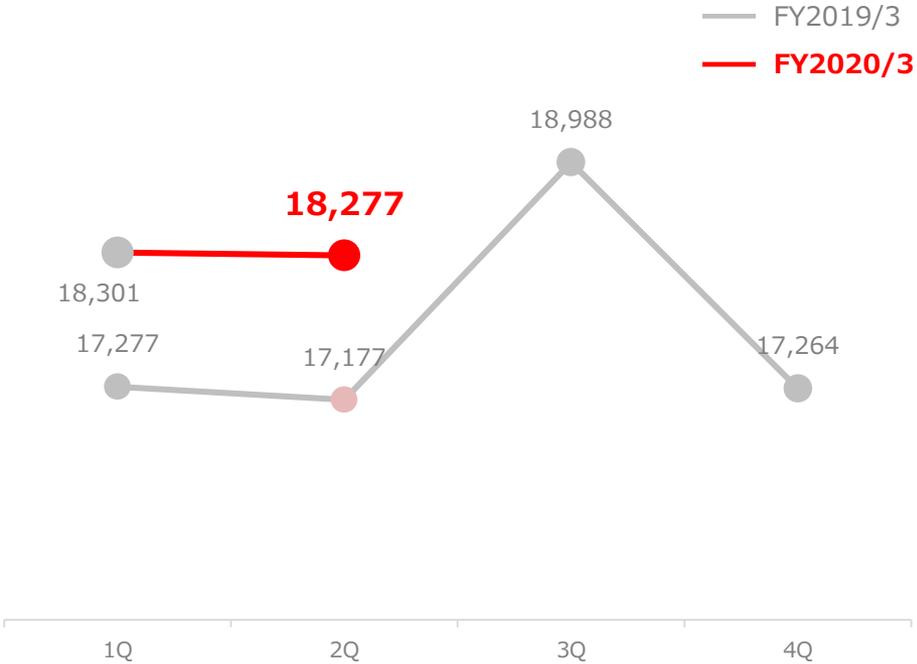
(前年同期比 83.1%)



■ ARPU※

18,277 円

(前年同期比 106.4%)



らでいっしゅぼーや トピックス

赤字受注の低減活動は完了したが、引き続き再拡大に向けた準備、サービス作りを進める。
これに伴い、今期中は会員数の減少が続く見込み

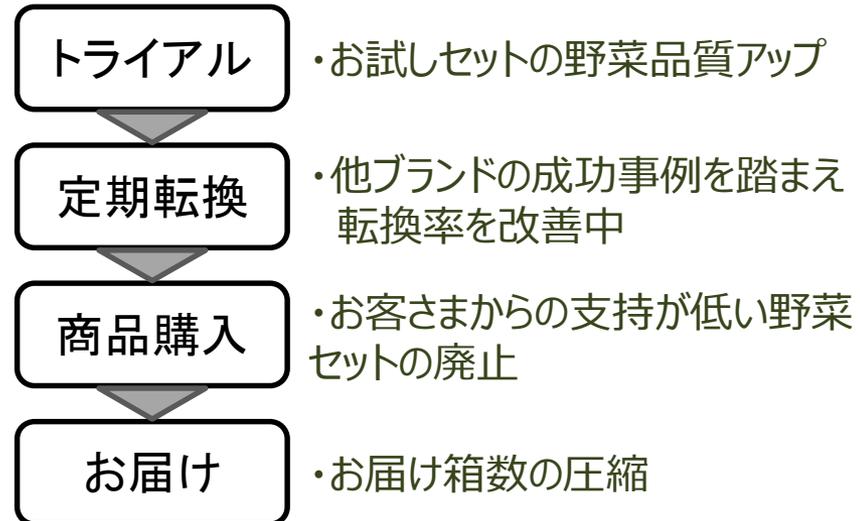
■ 赤字受注の削減



昨年の配送料改定以降、日常使いの商品の定期購入販促を強化し購買の習慣づけを図るなどアップセルを継続

赤字受注を統合前の約40%から
上期末時点で全体の約6%まで削減

■ オペレーションエクセレンス・サービス向上



引き続き負の解消による解約削減、獲得の改善を進め、“獲得と解約が均衡した状態”を作る

3ブランドの統合シナジー



マーケティング

前年度

- ・大地 in Oisix、ら in Oisixの立ち上げ
⇒売上3.3億/年
- ・大地、らでいっしゅ1ユーザー獲得コストの改善
⇒統合前と比較し約半減
- ・プロモーション・販促費用の合理化
⇒約8億/年減

今期上半期

- ・相互販促手法の導入
 - ・魚や新米の頒布会
 - ・Oisixで非食品販促
 - ・おせち早期受注 など
- ・ECサイトのUX改善ノウハウ横展開
 - ・解約ページのUX変更 など
- ・災害発生時の被災地支援に対する機動的連携

今後

- ・Oisixの新サービス導入ノウハウを活用した大地・らでいっしゅの新サービス展開
- ・らでいっしゅが保有していた保育園卸事業のOisixとのマーケティングシナジー活用

フルフィルメント

- ・小規模配送拠点の統合による物流センター費減(和光デポ)
⇒0.2億/年減
- ・梱包資材の共通化
⇒0.2億/年減
- ・決済コスト効率化
⇒0.5億/年減
- ・バックオフィス効率化
⇒1.6億/年減

- ・小規模配送拠点の統合による物流センター費減(港北デポ)
⇒0.2億/年減
- ・BtoB拠点の集約による物流センターキャパシティの融通
- ・ブランド間のサプライ調整による欠品減少

- ・物流センターの全体最適化(一部着手済)
- ・3ブランドの生産者ネットワーク「ORD生産者の会(仮)」の組織化
- ・社内基盤システム共通化

国内宅配 主要3ブランド
国内宅配 その他
その他 事業

事業セグメント全体像

① 国内宅配事業（主要3ブランド）

- ├ Oisix
- ├ 大地を守る会
- └ らでいつしゅぼーや

② 国内宅配事業（その他）

- ├ 他社EC宅配支援（アライアンス）
- └ とくし丸（子会社）

③ その他事業

- ├ 海外宅配事業
- └ 店舗外販事業

アライアンス

当社のアセットを活用した、EC宅配支援のアライアンスも順調に伸長

■ dミールキット

- ✓ サービス開始2ヶ月で、**お試しセット8,000食**、**定期会員数 1,000人超**と順調に推移



■ ISETAN DOOR

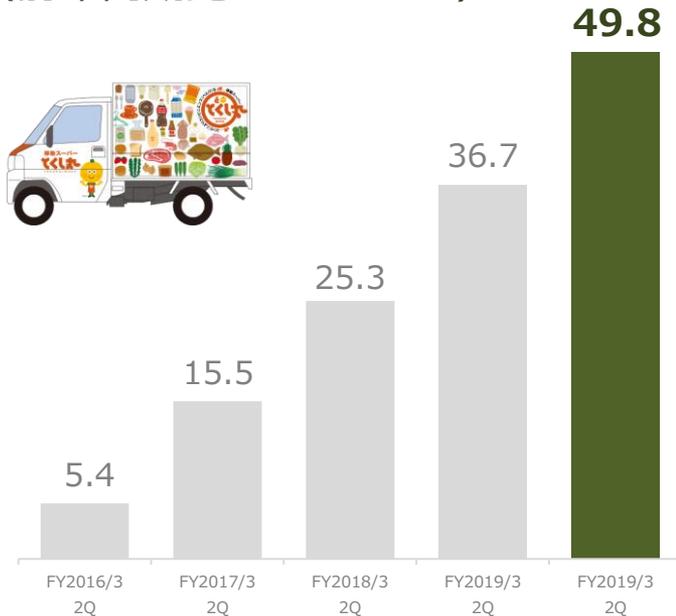
- ✓ 当社のEC支援事業において最速で成長中。**定期会員数 14,000人**を突破。



稼働台数の増加ペースは上がってきており、稼働車両台数は440台まで伸長。
流通額も大幅に伸長し、今期の流通総額は100億を突破見込み

■ 流通額

49.8 億円
(前年同期比 **135.5%**)



■ 展開規模

提携スーパー様 稼働車両台数
118 社 **440** 台



事業セグメント全体像

① 国内宅配事業（主要3ブランド）

- Oisix
- 大地を守る会
- らでいっしゅぼーや

② 国内宅配事業（その他）

- 他社EC宅配支援（アライアンス）
- とくし丸（子会社）

③ その他事業

- 海外宅配事業
- 店舗外販事業

海外宅配事業

Oisix香港・上海：香港人・中国人向けのサービスの再構築を実施

アメリカ(Purple Carrot)：梱包資材変更の施策によりエラー率削減

■ Oisix 香港



- ✓ 香港人の新規獲得の勝ちパターンの確立に向け、お試しセット経由からの転換集客を実施

■ アメリカ(Purple Carrot)



■ Oisix 上海



- ✓ 中国人サブスクモデルの確立に向け、当社CXOが現地在住し、ニーズ確認、新戦略の策定を行う

- ✓ エラー率改善については、資材変更の取り組みにより、約20%削減
- ✓ 配送クレーム率についても、配送パートナーとの継続的な取り組みにより、約20%削減

店舗外販事業

SinS・保育園卸ともに売上伸長。特に保育園卸事業は上半期に
収益構造が大幅に改善し黒字転換。今後は取引先の拡大を加速させる

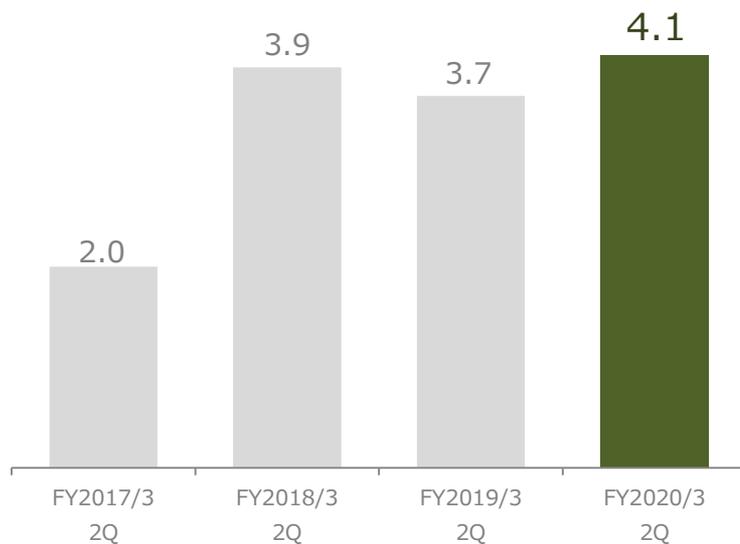
■ Shop in Shop

売上高

4.1 億円

取引店舗

145 店



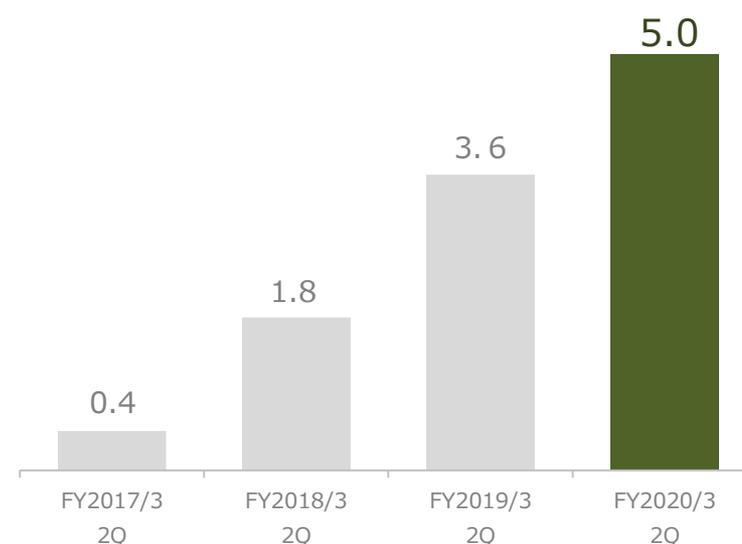
■ 保育園卸

売上高

5.0 億円

取引園数

367 園



5月に関連会社化したDEAN & DELUCAとも、
共同でのKit oisixレシピ開発やコラボおせちなどの取組強化を実施していく

■ 手作りスコーンkit



焼き立ての香りがごちそう！
朝食にも、手作りスコーン

販売期間：12/14(木)～1/10(木)まで

DEAN & DELUCAの
ジャムもご一緒にどうぞ

半割がかるスコーンを4枚ならかんたんにお楽しみいただけます。クロップドクリームは、生地と一緒に盛り込みサクサクの食感に、仕上げにあっつめのお好みのジャムをつけてお楽しみください。



■ 2020年おせちコラボ



※本日11月14日（木）22時～ テレビ東京系列「カンブリア宮殿」で放映予定

国産青果物の海外輸出を手掛ける日本農業も順調に事業拡大。

今期売上は前期比で約2.5倍を見込む。

オイシックス・ラ・大地の契約生産者の青果なども取引開始

■ 日本農業



国産青果物の海外輸出を
バリューチェーン構築から手掛ける

- ✓ 青森県産のリンゴを主に海外輸出を展開。直近では、当社の契約産地の青果も取扱を開始し、品目拡充。輸出先もタイを中心に6か国に広がった
- ✓ スタートアップ企業の祭典であるICCサミット「カタパルトグランプリ」で、ビジネスモデルが評価され優勝



3. 今後の事業戦略について

- ① 事業成長の方針について
- ② 事業の収益力強化について

- ① **事業成長の方針について**
- ② 事業の収益力強化について

当社の事業ポートフォリオ

国内リアル市場の強化

リアル

DEAN & DELUCA
(20%出資)

SinS 有人店舗 保育園卸

サブスクリプションビジネスの成長モデルに沿った事業成長

宅配

Oisix Radish Boya d (大地を守る会)

ISETAN DOOR dミールキット くらげ

年代 → 利便性重視

サブスクノウハウの海外展開

Oisix 香港 Oisix 上海

PURPLE CARROT

国内

海外

Future Food Fund

既存事業を活用したスタートアップ支援

スタートアップ支援

マーケティング

フルフィルメント

宅配事業の事業フェーズ

サブスクリプション経営における全ての事業フェーズに応じた成功ノウハウを保有

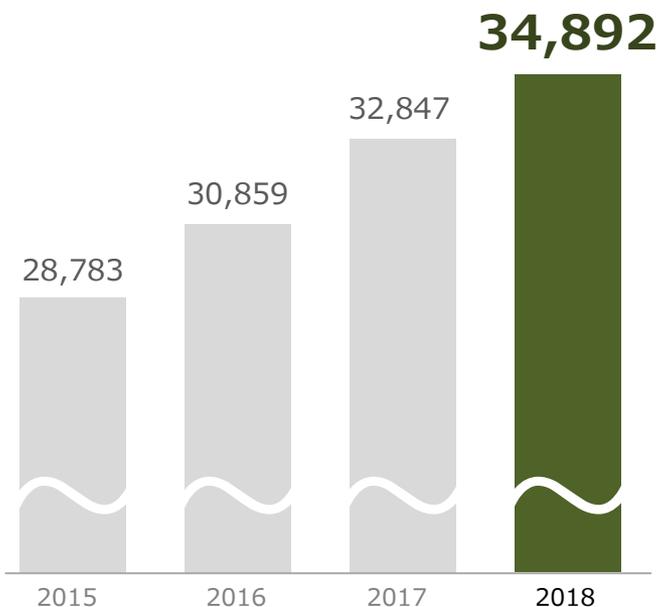


リアル事業の拡大

保育園卸事業は、黒字転換したことで新規の園の開拓を強化。
数年以内に2,000園への導入を目指す

■ 日本の保育園数の推移※

(保育所、特定地域型保育事業、認定こども園の合計)



- ✓ 女性の社会進出の加速に伴い、保育園数は年々増加

Oisix ra daichi



お子様の食卓を、保育園でも
自宅でも提供できる仕組みを構築

食イノベーションを活性化する エコシステム構築

当社の強みである“川上から川下までのネットワーク”を活かし、
食のスタートアップ企業を包括的に支援するエコシステムの構築が可能

Oisix ra daichi

リスクマネーの提供

Future Food Fund

(次ページ参照)

生産者とのマッチング

**ROUTREK
NETWORKS**

AI灌水施肥システム導入にあたり、
生産者とマッチング

● **NIHON AGRI, INC.**

農作物の輸出拡大にあたり、
生産者をマッチング

食領域の
スタートアップ企業

ニューフード

ヘルスケア

アグリテック

販売支援



日本初上陸のグルテンフリー
スナックバー「YES BAR」



植物性原料だけでつくった
プロテンバー「CLR BAR」



特殊な冷凍テクノロジーで
凍結したフローズンフルーツ

モスフードサービス社の出資と ミールキットコラボの検討

本年8月に設立した「Future Food Fund」において、リミテッドパートナーの一社として、
株式会社モスフードサービスの出資が決定
並行してブランドコラボレーションについての協議を開始

■ FFFのLPとして出資決定



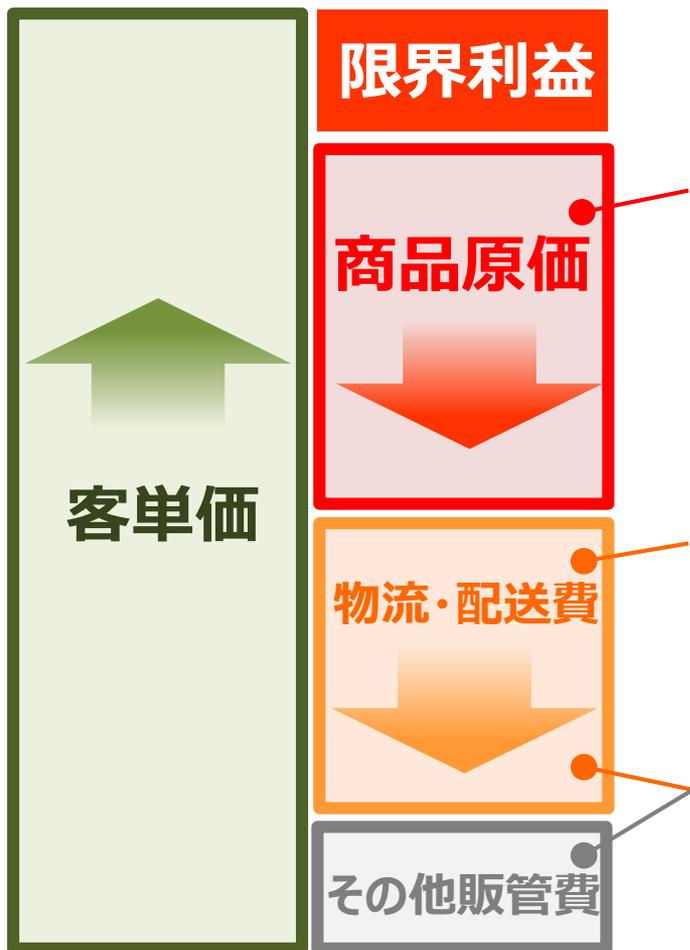
■ 2020年春の商品展開めざし協業検討開始



- ① 事業成長の方針について
- ② **事業の収益力強化について**

収益力強化の全体像

利益構造の良化に向け、商品原価、物流配送費などの低減施策に取り組む



⇒**限界利益率 3.0pt~5.0p上昇**

■ 商品原価改善の取組

- ① ベジネコプロジェクトによる調達物流改善 ▲0.5pt~▲1.0pt
- ② 食のSPA化の加速による原価改善 ▲1.0pt~▲3.0pt

■ 物流センター・配送費改善の取組

- ③ Oisix新物流ステーション稼働によるオペレーションコスト削減 ▲1.0pt

■ 固定的運営費比率の圧縮

- ④ 品揃え強化による客単価向上 ▲0.3pt~▲0.5pt

ベジネコプロジェクト

商品原価に含まれている調達物流の効率化に向け、ヤマト運輸との共同プロジェクトも順調に進捗。共同集荷の実験が完了し、4Q中の本格稼働を予定

① ベジネコプロジェクト : ▲0.5pt~▲1.0pt



食のSPA化の加速

単なる“プラットフォーム”に留まらず、開発・製造をより強化していくことで、
PB比率の向上と製造原価低減を進める

② 食のSPAの加速 : ▲1.0pt~▲3.0pt

■ 現状のPB比率（売上比）



73%



57%



58%



- ✓ ミールキット・サラダキットなどの製造の機械化推進
- ✓ 精肉加工の内製化 など

サプライチェーンの上流にあたる製造/開発機能を強化し、商品原価を低減

Oisix新物流ステーション稼働

Oisixの急速な成長に伴い、キャパ増強・効率化に先行して着手する事を決定。

庫内作業の自動化を進め、物流センター費の低減を見込む

③ Oisix新物流ステーション稼働 : ▲1.0pt

- ✓ 新海老名ステーション稼働による物流・Kit Oisix製造キャパ増強・効率化
- ✓ 初期投資を約30億見込むも、物流センター費1ptの低減で早期回収を見込む

◆新海老名ステーションイメージ



品揃えの強化による客単価向上

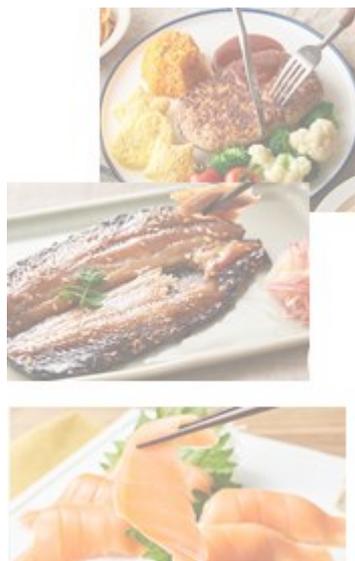
現在扱っていない商品カテゴリや、高付加価値を訴求しやすい商品カテゴリを新設し、
客単価向上による1配送あたりの収益構造を良化させる

④ 品揃え強化による客単価向上 : ▲0.3pt~▲0.5pt

農産



畜産・水産



加工



NEW

カテゴリ新設

...



4. その他トピックス

台風災害の影響について

発生事実

10月に発生した台風19号の影響により、
Oisix海老名ステーションで稼働が一部停止。
通常通り配送した場合と比べ、
Oisixブランドを中心に約1億円の
利益逸失の見込み



今後の対応

- ① 今回の事象を受け、
災害時のBCP(事業継続計画)の更なる強化に取り組む
- ② 当初の通期業績予想の修正は行わず、リカバリー実施

台風災害の被災地支援

関東・東北など被害の大きかった台風被災地に対し、
義捐金募集に加え、青果の応援販売や救援物資お届けなど様々な形での支援を実施

■ 寄付金付スープ販売

東京ハーヴェストでは、
千葉応援コーナーを設け、
被災産地の食材を使った
寄付金付スープを販売



■ 規格外商品の応援販売

台風や豪雨の影響によって
表面に傷やあたりがついてしまった
規格外商品を応援販売



■ 救援物資のお届け

台風19号により、断水の続く
福島県相馬市、いわき市に
ミネラルウォーターをお届け



東京ハーヴェスト2019

今年で7回目を迎える「東京ハーヴェスト2019」を駒沢オリンピック公園で開催。
前年の来場者を大きく上回る45,000名が来場



東京ハーヴェストは、農家、漁師、畜産家など食の作り手の素晴らしさを国内外に発信し、感謝と尊敬の気持ちを形にして伝える大収穫祭です。各地域の風土・文化・歴史を楽しみながら再発見し、東京から全国、そして世界へと「おいしい日本」を発信する食の祭典を目指しています。



食品ロス・廃棄プラスチック

社会課題として顕在化している「食品ロス」「廃棄プラスチック」の削減についても、
取組を推進していく

■ 食品ロス削減

- ✓ 10月の食品ロス削減月間に、
宅配3ブランドでこれまで取り組みを
伝える特設サイトをオープン



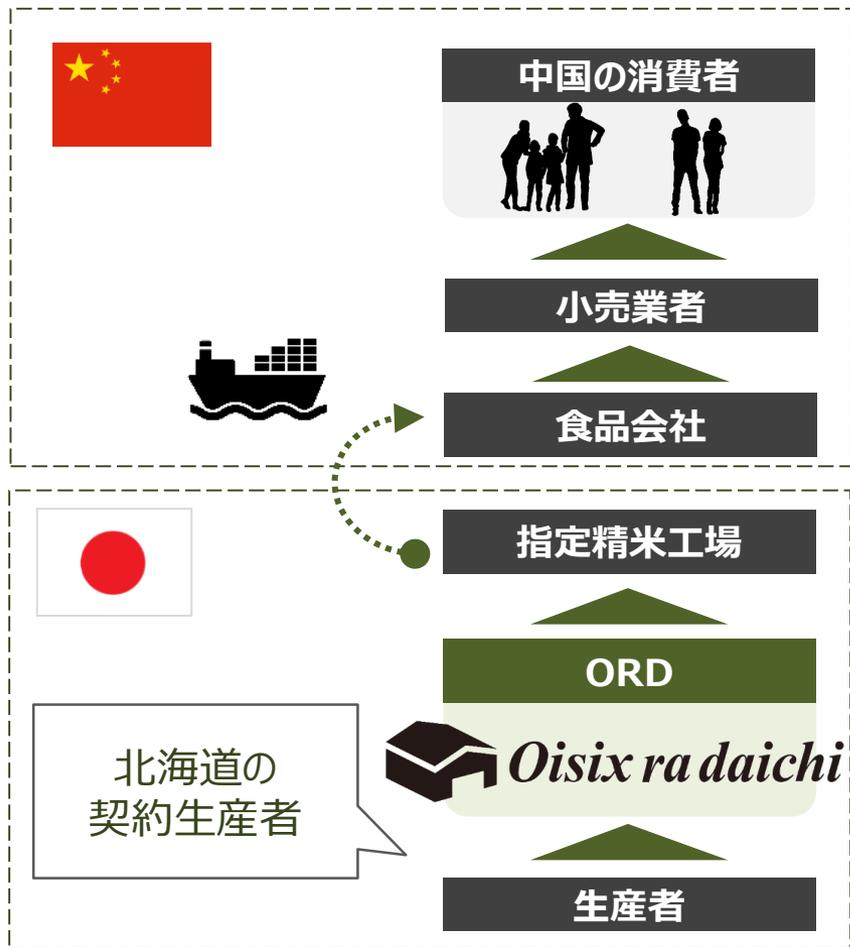
■ 廃棄プラスチック削減

- ✓ Kit Oisixの包装に使われる袋の原料を、
プラスチック製から天然由来の袋へと
切り替えを予定



中国への国産有機米卸

中国へのビジネスを展開していく中で、現地ニーズの高い国産有機米の卸を開始。
安定した販路構築に向けた活動を行い、事業拡大を進める



■ 中国での販路拡大にむけて

- ✓ 米以外の取扱ラインナップを拡充、上海で開催された中国国際輸入博覧会（CIIE2019）に出展するなど、さらなる販路拡大活動を展開



5. APPENDIX • DATA SHEET

会社概要

会社名： オイシックス・ラ・大地株式会社（英名：Oisix ra daichi Inc.）

所在地： 東京都品川区

設立： 2000年6月

代表者： 代表取締役社長 高島 宏平

資本金： 1,686,997千円

従業員数： 連結 735名（2019年3月末）

関係会社概要

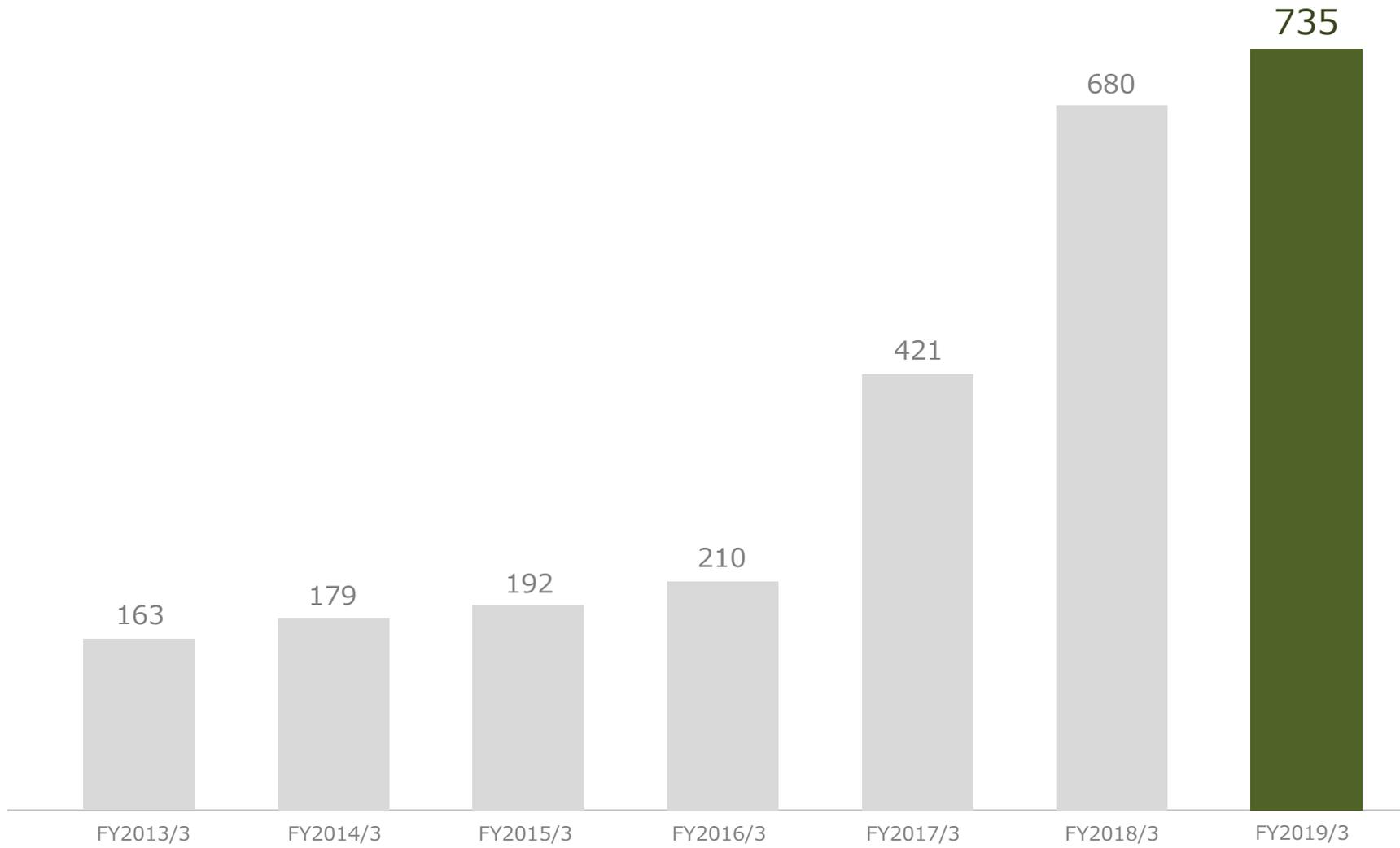
■ 連結子会社

株式会社とくし丸	移動スーパー事業における提携スーパーの開拓、販売パートナーへのノウハウ提供
株式会社フルーツバスケット	果実・野菜等の農産物の加工・商品開発、販売
カラビナテクノロジー株式会社	ECサイトのプラットフォームシステム開発、運用、Webサイト制作
株式会社クレイジーキッチン	ケータリングサービス事業、イベントプロデュース事業、空間演出事業
Oisix Hong Kong Co.,Ltd.	当社の香港現地業務の受託
上海愛宜食食品貿易有限公司	中国における食品宅配事業
Purple Carrot	アメリカにおけるミールキットの宅配サービス
Oisix Inc	海外における投資事業

■ 関連会社

株式会社日本農業	農産物輸出事業
株式会社ウェルカム	小売及び飲食業を通じたライフスタイル事業 輸入食品および加工食品等の製造・販売、カフェの運営

連結従業員推移



主な事業リスク

■ 天候悪化による影響

当社グループの売上高の約3割を占めている青果物については、取引産地を日本全国各地に分散するとともに、主要品目については原則として複数産地から調達可能な状況とすることにより、特定地域の天候悪化による収穫不能・品質劣化時も別産地から商品の供給ができる体制をとっております。しかしながら、予想以上に天候悪化が長期化・広域化した場合、欠品や品質劣化等の問題の発生などにより、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。



■ 物流業務拠点の集中による影響

当社では、自社運営による物流センターを構え、取り扱い商品の検品・保管・仕分・梱包といった物流関連業務を集約しており、主にO i s i xブランドは神奈川県海老名市、大地を守る会ブランドは千葉県習志野市の物流センターを通してお客様向けに出荷しております。これら物流センターが自然災害又は火事などにより操業できなくなった場合、在庫の損失や配送遅延、サービス一時停止などといった事態の発生により、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

■ 食品の安全性による影響

当社グループいずれの主要ブランドにおいても、独自の取り扱い基準を設定し、青果物は可能な限り農薬や化学肥料を使わず栽培した作物を、加工品は食品添加物を極力使用しない製品を取り扱っております。また、青果物については産地視察や残留農薬の検査を実施し、加工品等については外部の有識者や第三者機関等を活用した独自の検査体制を設け、さらには仕入先メーカーの衛生管理指導を行うなど、客観的かつ合理的な品質・安全性の確保に努めております。

しかしながら、当社グループの取り扱い商品について、生産者による農薬使用等に関する表示の偽装や品質に関する虚偽の情報提供などが行われる可能性は否定できません。かかる事象が発生した場合、行政機関からの指摘又は処分並びにお客様からのクレーム又は損害賠償等が生じる可能性があり、当社グループのブランドイメージの失墜や対外的信用力の低下等により、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

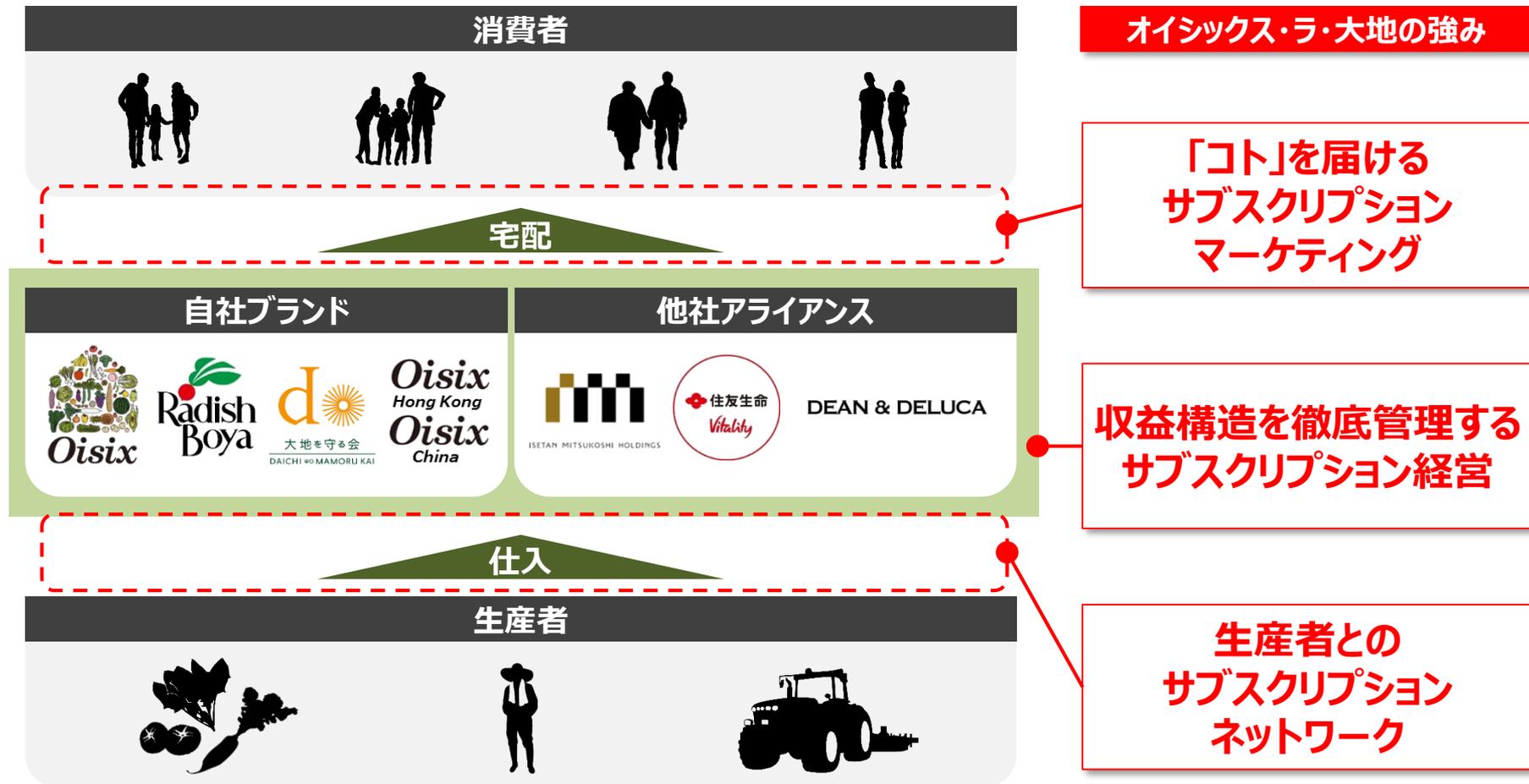
■ ヤマト運輸株式会社との取引関係の影響

当社グループのお客様への商品配送は、その大半をヤマト運輸株式会社によっております。当社グループとしては同社との良好な取引関係の維持に努めるとともに、代替的な配送業者との関係構築にも努めておりますが、昨今の物流業界の状況に鑑み、当社グループからの大幅な配送料の値上げ要請や取引関係の縮小などがあった場合、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。



当社のサブスクリプションモデル

宅配3ブランドで蓄積したサブスクリプションモデルにおける強みを活かし、
アライアンスや他社マーケティング支援まで事業領域を拡大



3ブランドの届ける「コト」

3ブランドそれぞれに、安心・安全な食品の流通を通して
お客さまの生活・価値観に沿った「コト」をお届け

子どもが小さいワーキングママ



時短だけど誇らしい食事



Oisix

家事も子育てもこだわる主婦



消費を通じた自己実現



Radish
Boya

2人暮らしのシニア女性



健やかな毎日の暮らし



大地を守る会
DAICHI NO MAMORU KAI

生産者

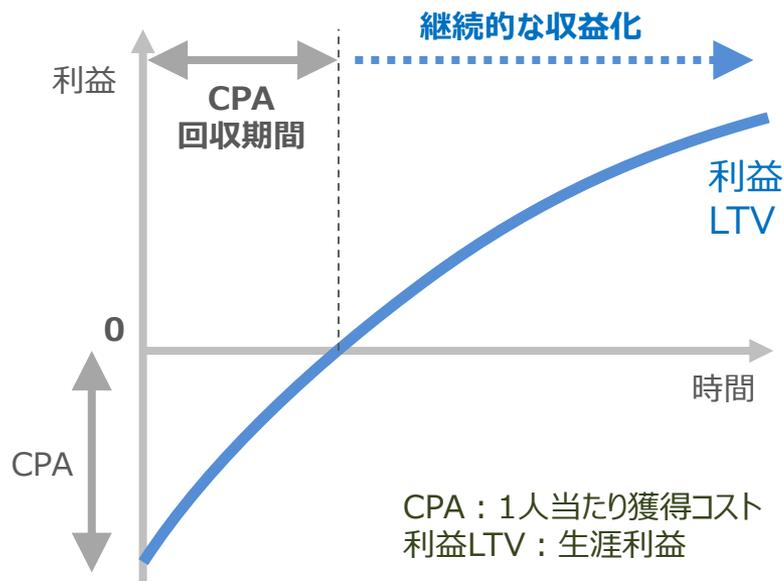


サブスクリプション経営

新規顧客の獲得コストの回収、1配送あたりの収支管理を徹底し
「持続的に利益を生むサブスクリプションモデル」を構築

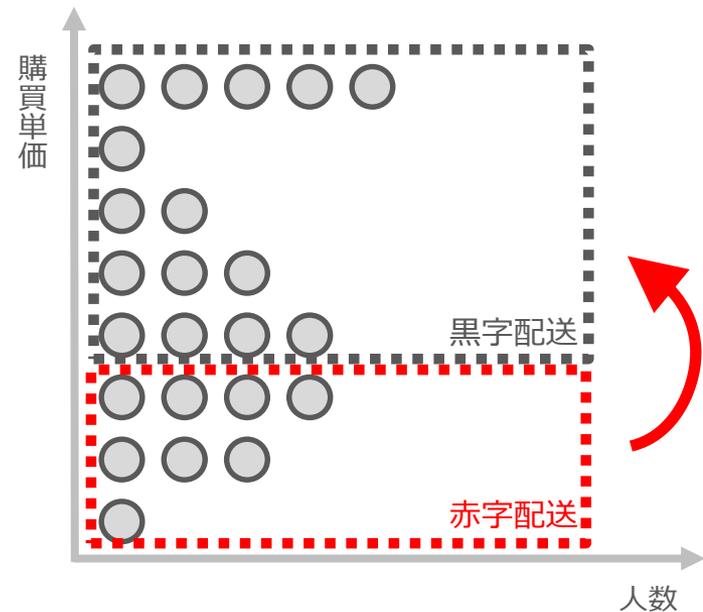
■ CPA・LTV管理の徹底

CPA回収期間を定め、
その範囲内でCPAをコントロール



■ ユニット収支管理の徹底

配送ユニットあたりの赤字割合を
可視化し、構造的に削減



サブスクリプション ネットワーク

全国約4,000軒の生産者と事前取引条件を取り決めて調達を行う
サブスクリプション ネットワークにより、お互いがリスクを軽減し持続的に取引

■ 一般的な農産品の流通



■ 当社の取引



3ブランドのアセットの違い



入会方法

WEB中心

WEB・訪問営業

WEB中心

注文方法

WEBのみ

WEB・紙カタログ・
TEL

WEB・紙カタログ・
TEL

物流拠点

1箇所
(海老名)

6箇所
(北海道・仙台・板橋・
座間・一宮・東大阪)

1箇所
(習志野)

ラスト
ワンマイル

ヤマト便 約99%

専用便 約95%
(物流拠点のある主要都市圏)

専用便 約85%
(首都圏)

海外事業

■ 香港事業



■ 中国事業



店舗外販事業：Shop in Shop

提携スーパーの青果売り場に各ブランドのコーナーを設置し、
各ブランドの基準をクリアした青果・加工品を販売



Tokyu Store

Odakyu OX

AEON

QUEEN'S ISETAN

LI REKEISEI

ALPLAZA HEIWADO



ライイチ

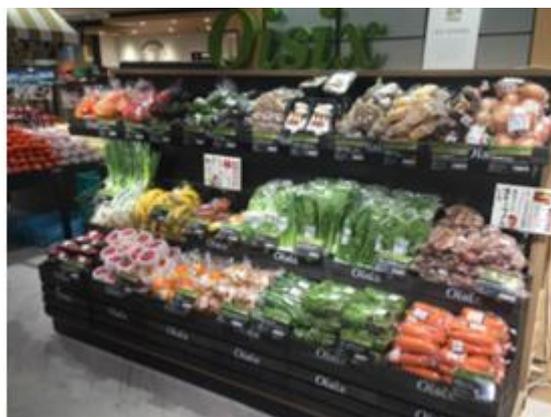


新正宿

MARUSHO



ISETAN MITSUBOSHI HOLDINGS



店舗外販事業：保育園卸

2015年よりサービスを開始。献立ベースで給食の食材を発注できるシステム。
「おまかせぼーや」を活用し、給食・食育の面から保育園の施設運営をサポート

保育園



- ◆ 厳しい基準をクリアした安全な青果・加工品を安定的に調達
- ◆ 豊富なラインナップで追加の買出しが不要
- ◆ 専属管理栄養士による独自の献立が利用可能、栄養相談も受付
- ◆ 簡単なWEBフォームにより発注作業が軽減
- ◆ 仕入先を統一することによる管理の簡便化

発注

希望日
お届け

オイシックス・ラ・大地

保育園向け受発注システム
「おまかせぼーや」



仕入

生産者



ソリューション事業

当社が持つ安心安全な商品、優良な顧客層、サブスクリプションECノウハウを活用し、
BtoB向けのビジネスソリューションを提案

■ ECコンサルティング

リピートマーケティング、サイトのUI/UX改善、食品3温度帯物流、EC新規顧客獲得、オムニチャネルのノウハウのソリューション支援



■ 定期会員向け広告「Ad Oisix」

月間120万UVを誇るECサイトに加え、大地を守る会、らでいっしゅぼーやの定期宅配会員も含めた約30万世帯へリーチできる広告出稿サービス



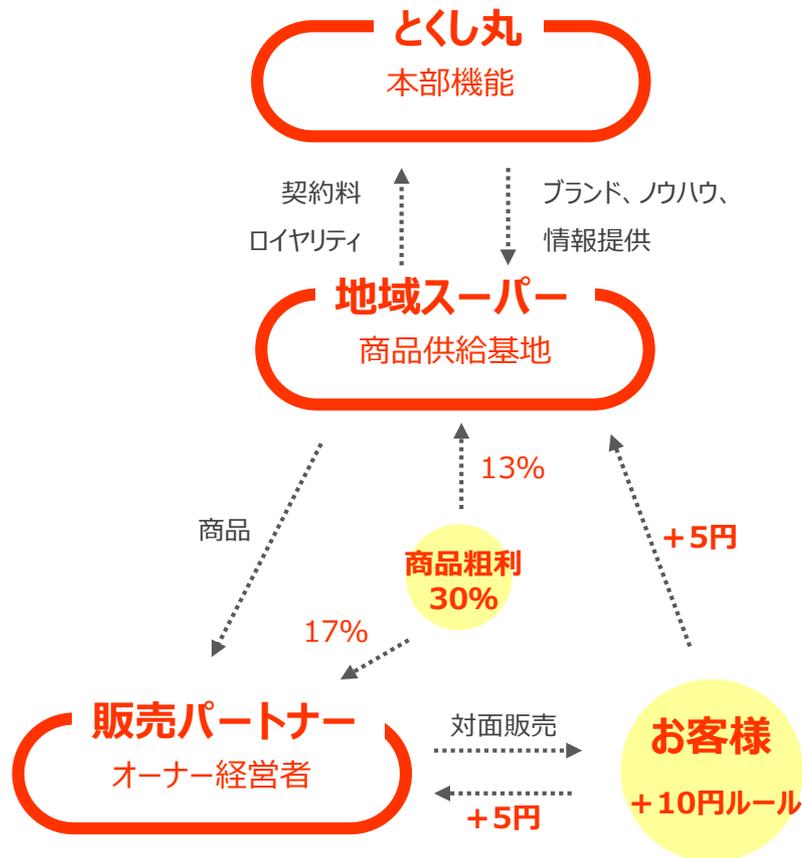
■ 旬野菜ノベルティ「タベルティ」

年間約300万件以上の定期宅配で培った、サービス・商品・お届けのノウハウをノベルティとしてご提供



インターネットではアプローチが困難なシニア・買い物難民向けに、移動販売スーパーを展開

■ 事業モデル



データシート：業績数値

■ 業績数値

	FY2017/3				FY2018/3				FY2019/3				FY2020/3	
	(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
売上高	5,379	10,718	17,113	23,016	9,602	18,935	30,007	39,987	16,853	31,720	48,906	64,026	16,265	32,552
営業利益	169	270	625	752	141	237	692	891	610	1,115	2,265	2,312	543	900
EBITDA	225	391	810	996	320	635	1,282	1,670	808	1,513	2,882	3,154	755	1,348
親会社株主に帰属する当期純利益	119	187	429	515	72	93	336	237	537	893	2,533	2,387	270	390

データシート：セグメント別業績

■ セグメント別業績

		FY2018/3				FY2019/3				FY2020/3	
(百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
Oisix	売上高	5,790	11,470	18,481	24,799	6,863	13,769	22,190	29,619	8,308	16,524
	限界利益	674	1,392	2,421	3,288	970	1,943	3,371	4,036	933	1,868
大地を守る会	売上高	2,790	5,487	8,508	11,215	2,769	5,440	8,405	10,902	2,587	5,137
	限界利益	539	1,078	1,650	2,095	479	960	1,536	1,989	457	885
らでいっしゅ ぼーや	売上高	-	-	-	-	5,811	9,926	14,346	18,028	3,770	7,459
	限界利益	-	-	-	-	1,030	1,765	2,657	3,342	688	1,273
その他事業	売上高	1,109	2,163	3,263	4,250	1,482	2,755	4,198	5,793	1,663	3,529
	限界利益	185	384	571	760	154	290	479	724	256	557
固定費・のれん償却費など		1,257	2,853	3,951	5,253	2,024	3,844	5,779	7,779	1,792	3,683

データシート：重要KPI

■ 業績数値

		FY2018/3	FY2019/3				FY2020/3	
		4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
Oisix	会員数 (人)	169,664	179,942	189,352	197,272	205,976	225,553	230,556
	ARPU (円)	11,602	11,562	11,127	11,534	11,183	11,244	10,616
	購買単価 (円)	5,925	6,002	5,973	6,150	6,015	5,887	5,839
	購買頻度 (回)	1.96	1.93	1.86	1.88	1.86	1.91	1.82
大地を 守る会	会員数 (人)	44,933	44,111	43,835	42,996	40,210	38,571	37,587
	ARPU (円)	19,240	20,122	19,386	21,848	19,758	21,232	21,443
	購買単価 (円)	7,726	7,770	7,553	8,529	7,811	7,990	8,026
	購買頻度 (回)	2.49	2.59	2.57	2.56	2.53	2.66	2.67
らでいっしゅ ぼーや	会員数 (人)	78,062	74,949	72,101	66,233	63,144	61,507	59,927
	ARPU (円)	16,639	17,277	17,177	18,988	17,264	18,301	18,277
	購買単価 (円)	5,278	5,460	5,616	6,114	5,869	6,055	6,060
	購買頻度 (回)	3.15	3.16	3.06	3.11	2.94	3.02	3.02

免責事項

- ◆本資料は、会社内容をご理解いただくための資料であり、投資勧誘を目的とするものではありません。
- ◆本資料に記載された業績予想及び将来予測については、資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、正確性を保証するものではありません。
実際の業績等については、本資料における将来見通しと異なる場合がございます。

Oisix ra daichi