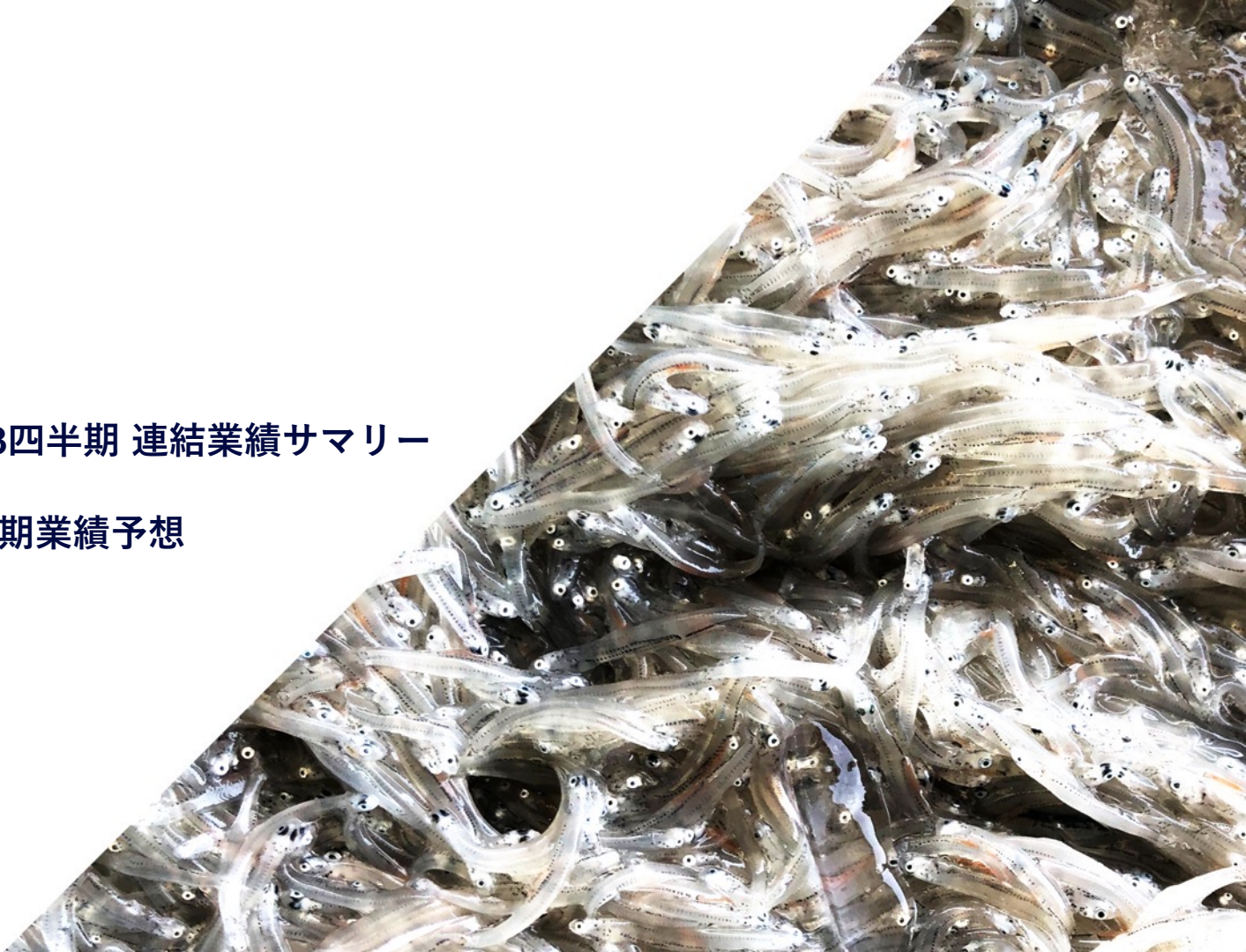




**FOODISON**

# 2023年3月期第3四半期 決算説明資料

株式会社フーディソン  
東証グロース市場 7114

- 
- 1 | 会社概要
  - 2 | 2023年3月期第3四半期 連結業績サマリー
  - 3 | 2023年3月期 通期業績予想
  - 4 | トピックス

## 会社概要

## COMPANY OVERVIEW

# 会社概要

社名	株式会社フーディソン / Foodison, Inc.
設立	2013年4月1日
代表取締役CEO	山本 徹
所在地	東京都中央区勝どき3-3-7 ケンメディアビル5階
子会社	株式会社フーディソン大田（完全子会社、大田市場仲卸）
従業員数	224名 <sup>(1)</sup>

(1) 2022年9月末時点、臨時雇用者含む連結の数字

## MISSION

世界の食をもっと楽しく

## VISION

生鮮流通に新しい循環を

食という産業はあまりに巨大だ。生産から卸、流通、小売、消費者まで、関わる人口が全産業の中で最も多い。だからこそ、局所局所で見ると、数え切れない課題が存在している。

プレイヤーたちの専門性は高いが、全体最適をする役割がない。

つい、誰かのせいにしてしまっている。だから何も変わらない。

わたしたちFoodisonは、それを俯瞰する。

食産業という巨大オーケストラの指揮者になることで、プロフェッショナルたちが持つポテンシャルを引き出し生鮮流通に新しい循環を生み出す。

日本中の産地から、多種多様な食材を指先一つで仕入れられる世界。

食を扱う職人になりたい、という若い担い手が溢れる世界。

知らない魚のはじめての美味しさが、毎日の食卓に届く世界。

日本が世界に誇る食文化は、まだまだこんなもんじゃない。

# FOODISON



# プラットフォームとして生鮮流通のあり方をアップデート

情報技術の活用の遅れた生鮮流通をデジタル中心の流通にアップデートすることで、多種多様な食品が楽しめる世界の実現へ



(1) 総務省 2022年9月「労働力調査」

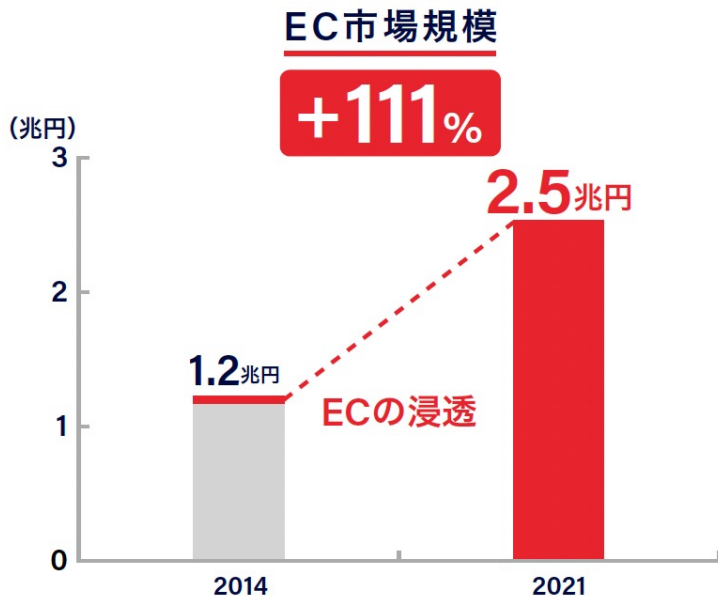
(2) 農林水産省 令和3年度「卸売市場データ集」

(3) 農林水産省 平成29年10月「卸売市場を含めた流通構造について」

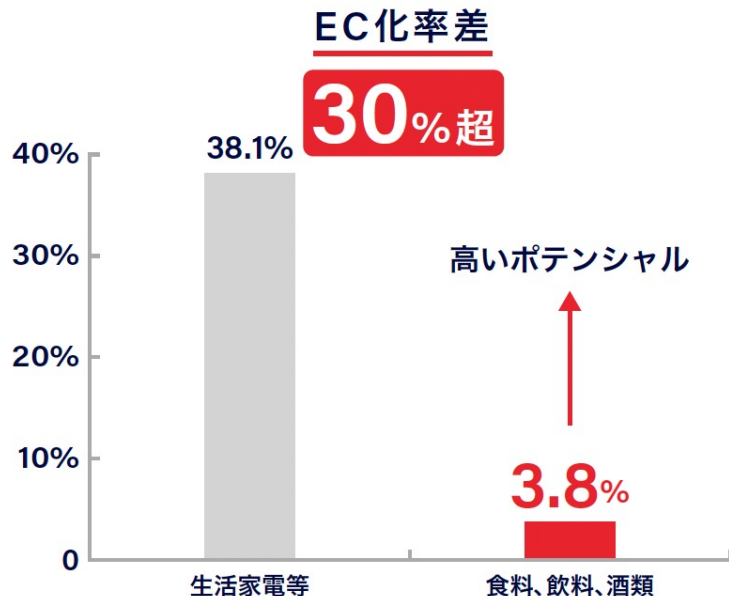
# 巨大産業である食品分野のEC化はこれから成長期に

食品分野のEC化率は2021年で3.8%と他カテゴリーに比べ低く、EC化余地が高い

## 食品ECの拡大



## 高い市場ポテンシャル



\* Eコマースの市場規模及びEコマース化率は経済産業省「令和3年度 電子商取引に関する市場調査」及び経済産業省「平成26年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」を参照。グラフは当社作成

# BtoB



日本中の産地をつなぎ、食材と料理人の最高の出会いを

「魚ポチ」

## BtoBコマース 飲食店向け食品Eコマース

飲食店向けの鮮魚を中心とした仕入れサービス。大田市場に自社の物流拠点を持つことで情報と物流を繋げ、鮮魚をはじめとした食材のスムーズな仕入れを実現。

主なユーザー層 **中小飲食店**

### ユーザーの課題

数名で店舗運営しているので時間がない

朝、市場に行かないと商品が決まらない

高品質食材・珍しい食材も欲しい

### 魚ポチの提供価値

- スマホで簡単注文
- 店先配送
- 午前3時まで受付、最短翌日配送

- 午後3時半から翌日分の発注可
- プロのバイヤーによる透明性の高い情報提供

- 全国の産地から仕入れる鮮魚多数



# BtoC



毎日の食卓に感動と冒険を

サカナバック

「sakana bacca」

BtoCコマース

## いつも新しい発見のある街の魚屋

失われつつある町の鮮魚店を現代的にアップデート。産地仕入れの高鮮度の鮮魚や高いデザイン性、商品企画力を軸に、東京都内8店舗に展開中。

主なユーザー層

生活者



### ユーザーの課題

スーパーマーケットの魚は鮮度や商品ラインナップに満足できない

魚を食べたいが種類も調理方法もよくわからない

食に関する学びや体験をする機会が少ない

### sakana baccaの提供価値

- 市場直送の鮮度
- 専門店ならではの鮮魚多数

- プロによる安心な説明

- 食体験を追求した企画の実施
- 産地と連携したプライベートブランドを展開

# HR



食の職人を憧れの仕事に専門技術をすべての人に  
「フード人材バンク」

HR

フード業界の人材紹介エージェント

自社で鮮魚小売店を運営しているため、高い業界理解をもち人材の最適なマッチングが可能。

主なユーザー層

飲食店、スーパーマーケット、食品工場 など

## ユーザーの課題

大手の人材紹介会社のデータベースはオフィスワーカー中心

人材紹介エージェントに技術レベルについて話しても理解されない

採用チャンネルがアルバイトをターゲットにしたものしかない

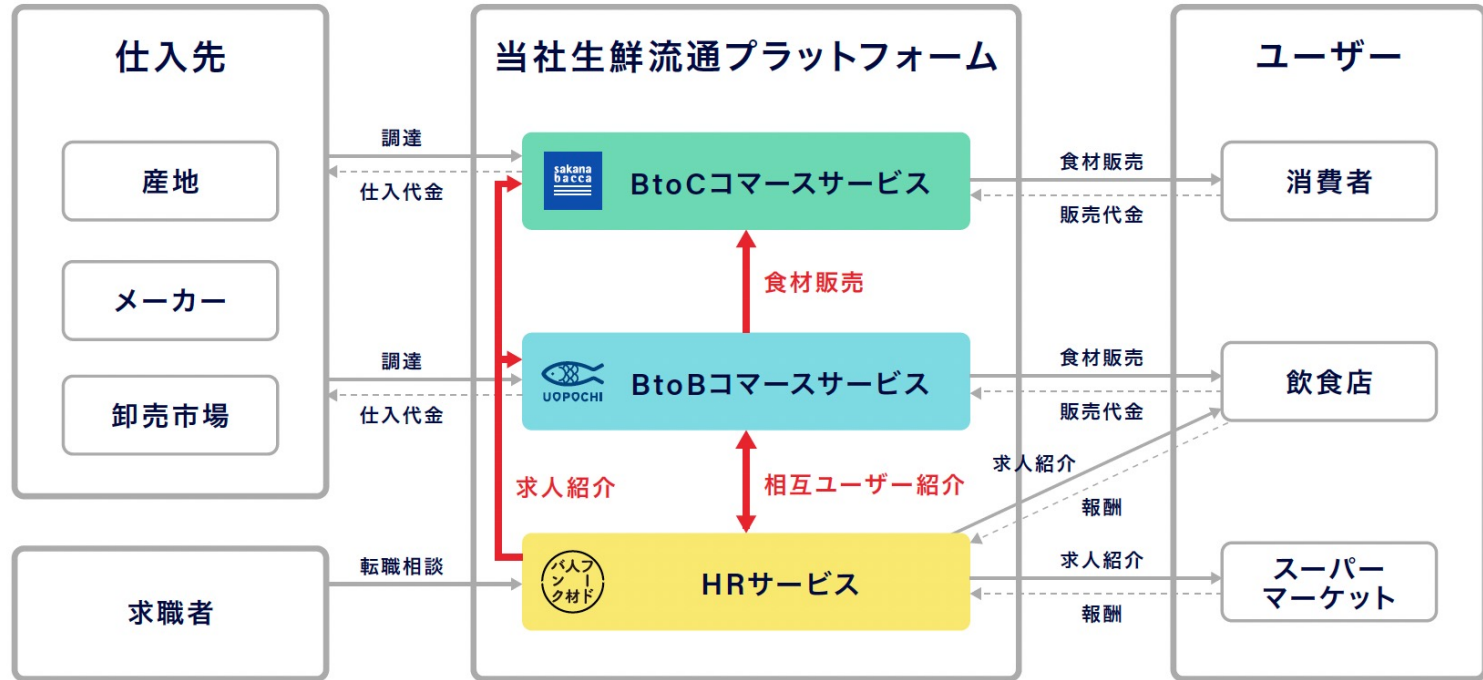
## フード人材バンクの提供価値

- 食産業に特化したデータベース
- 高い業界理解のあるエージェント
- 食産業の正規雇用の紹介



# 事業系統図

BtoBコマースを中心に食産業を幅広くカバーし、各サービスが有機的にシナジーを創出

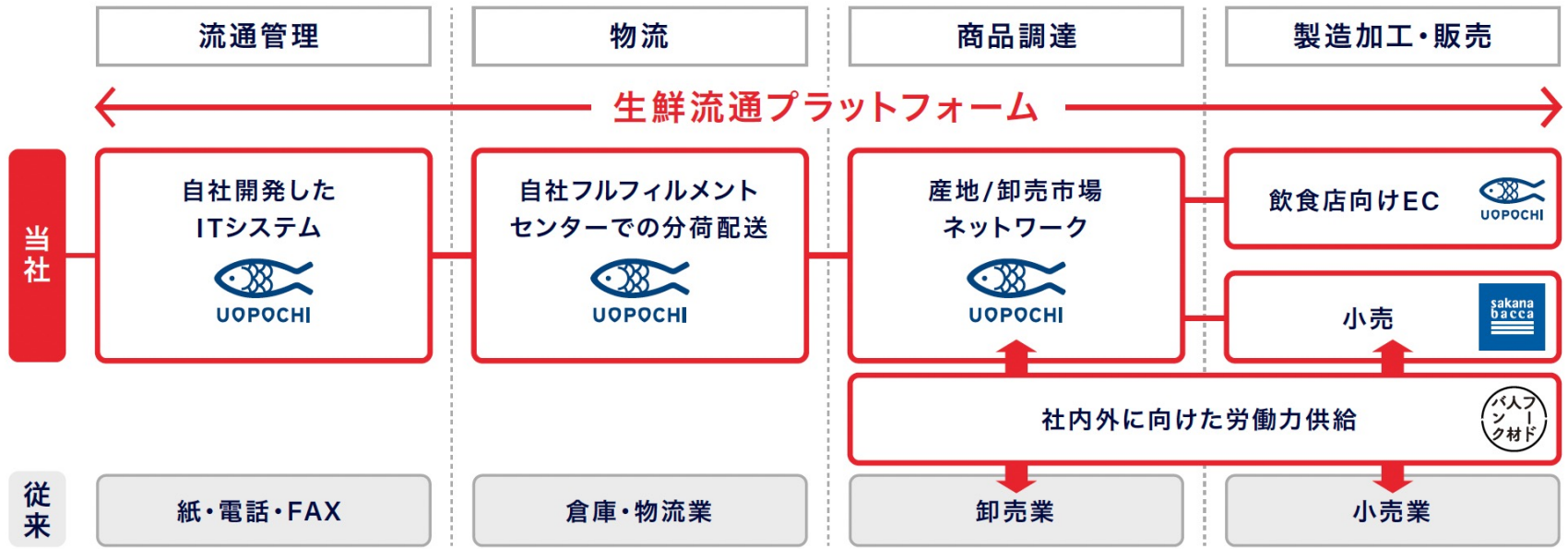


## COMPANY HIGHLIGHT

- 1 | 川上から川下まで繋がったシームレスなプラットフォーム
- 2 | 生鮮卸売市場へのアクセスと強力な産地ネットワーク
- 3 | 生鮮流通DXの高い参入障壁
- 4 | 魅力的なビジネスモデルと成長余地

# 川上から川下まで繋がったシームレスなプラットフォーム

現在の生鮮流通システムは AI やインターネットが発明される以前に設計されており、最新のテクノロジーを駆使することでより利便性の高い流通システムの実現が可能。当社は分業化された流通機能を一気通貫で連携したシステムを構築し生産性の向上を実現



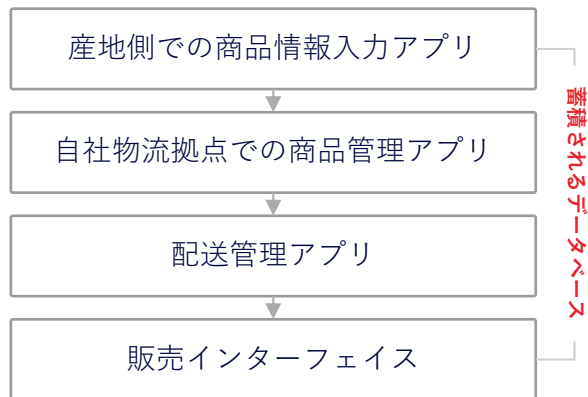


# 生鮮流通DXの高い参入障壁

特化型ソフトウェアの独自開発と卸売市場参入の許認可を取得することで2つの参入障壁を乗り越え、強固な事業基盤を形成

## アナログかつ複雑な流通構造の参入障壁

### 独自の特化型ソフトウェアを開発



## 規制産業の参入障壁

### 卸売市場参入の許認可を取得

- **仲卸業務許可**  
卸売市場内で仲卸業務を行う許可
- **買参権**  
卸売市場内のセリ等に参加する権利
- **水産製品製造業許可を受けた施設**  
水産製品の製造を取り扱うための許可

# BtoB ECのビジネスモデルの特徴と魅力

BtoB ECは単価が高いため効率性が高く、業務利用のためエンゲージメントが高い。そのため、サービスクオリティを担保することが重要

BtoCとBtoB ECの特徴		BtoC EC	BtoB EC
代表例		モール型EC	自社型EC
商品カテゴリー		広い 家電、衣服等	狭い 食品、工具等
ARPU	購入頻度	少ない 必要な時に	多い 業務上必要
	単価	低い 個人利用	高い 業務利用
マーケティング費	新規ユーザー獲得	高い 競合が多い	低い 競合が少ない
	既存ユーザーのリピート	高い 購買意欲の刺激が必要	不要 業務需要のため

**BtoB ECのビジネスモデルの魅力**

```

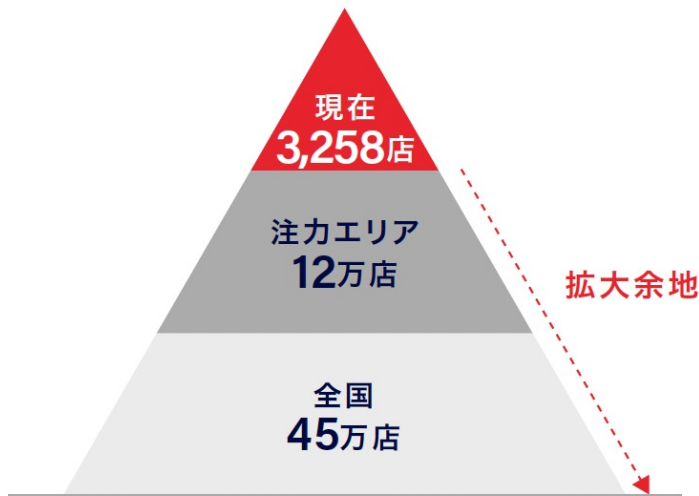
graph TD
    A[低いユーザー獲得費] --> B[高いARPU]
    B --> C[高いエンゲージメント]
    
```



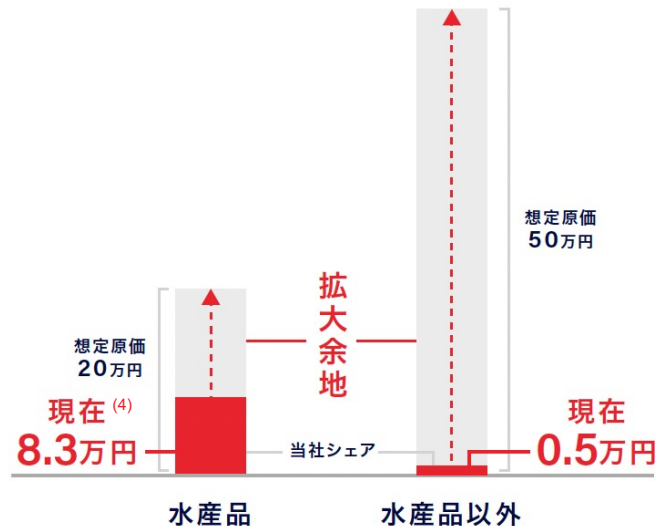
# BtoBコマースのKPIの成長余地

BtoBコマースのユーザーの裾野とARPU<sup>(1)</sup>を拡大させる余地は十分に存在

## ユーザーの拡大余地<sup>(2)</sup>



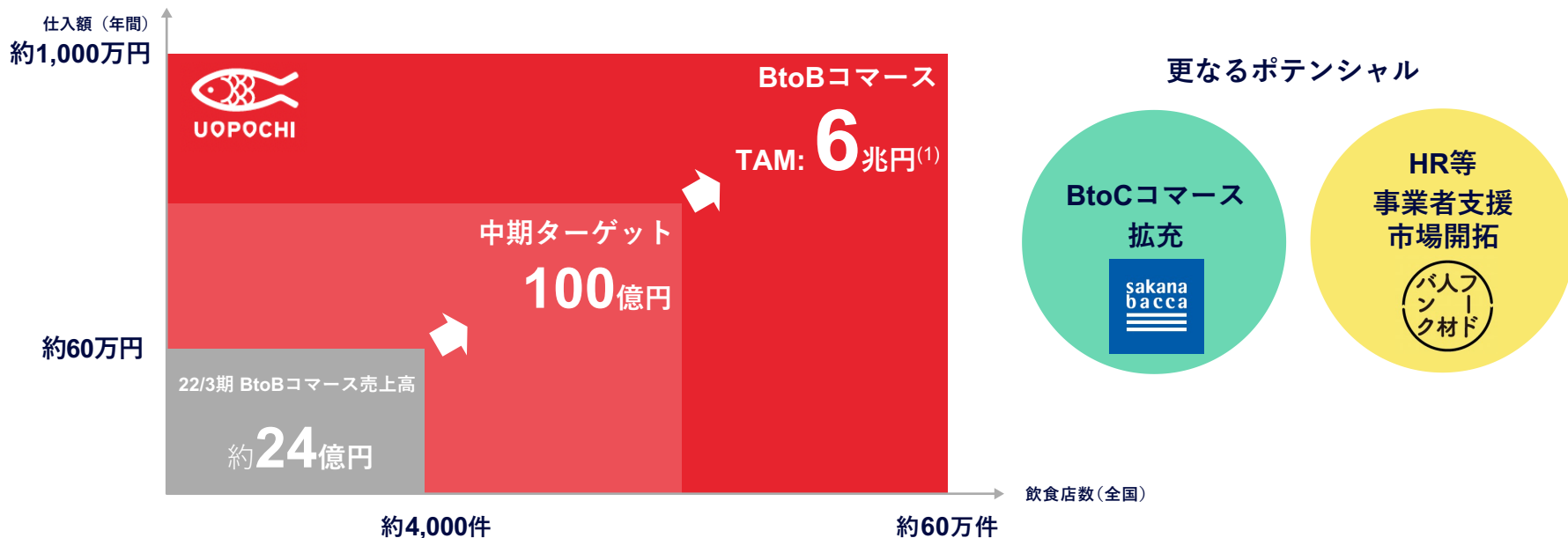
## ARPUの拡大余地<sup>(3)</sup>



- (1) ARPU(Average Revenue Per User)は、アクティブユーザー当たりの月間平均売上高
- (2) 全国の飲食店数（総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」を参照）から中小飲食店の割合を75%と推定して算出
- (3) 想定原価は月販350万円、原価率33%の内、食品の割合が60%、水産割合が30%との想定から算出
- (4) FY22/3Q時点

# 飲食店のシェア獲得により広がる市場機会

全国には約60万件の飲食店があり、BtoBコマースだけで拡大余地が十分にある。更にBtoCコマースの拡充やHRサービス等の食品事業者支援市場を開拓していくことで売上高の積み上げ余地大



(1) TAM (Total Addressable Market) は、当社のBtoBコマースが獲得する可能性のある最大の市場規模であり、全国の飲食店数及び飲食店の売上金額（総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」を参照）から推定して算出。計算式は以下の通り。  
全国の飲食店、持ち帰り・配達飲食サービス業の事業所数 56.7万件 × 事業所当たりの売上（収入）合計 約3,173万円 × 一般的な飲食店の仕入原価率 33%（当社推定）

# 成長方針

当面は売上総利益の成長を重視しつつ、規律を持った投資により、持続的な利益率向上を図り、長期的なフリーキャッシュフローの最大化を目指す

## 収益構造

### 売上高

#### BtoBコマース

アクティブユーザー<sup>(1)</sup> × ARPU<sup>(2)</sup>

#### BtoCコマース

売上高

#### HR

売上高

×

### 売上総利益率

## 投資方針

### マーケティング投資に関する方針

- 1 | 原則として過去と同水準の広告宣伝費率を継続
- 2 | ウェブマーケティング市況の見極め

### 設備投資に関する方針

- 1 | サービスの成長に十分に対応した先行投資
- 2 | OPEX比率の改善が期待される投資

(1) 各月で1回以上注文をした顧客数を指す。数字は四半期平均  
 (2) ARPU(Average Revenue Per User)は、アクティブユーザー当たりの月間平均売上高

# 2023年3月期第3四半期 連結業績サマリー

## 2023年3月期第3四半期 連結業績サマリー

業績  
ハイライト

- 堅調な事業成長により、売上高、売上総利益、EBITDAはそれぞれ四半期実績としては過去最高を更新し、前年同期比+23.5%、+18.9%、+1.0%で着地
  - 売上高 1,533百万円
  - 売上総利益 541百万円
  - EBITDA 74百万円
- 株式上場に伴う、関連費用および租税公課（以下、上場関連費用）で合計24百万円を費用計上
  - 上場関連販管費計上額 10百万円（関連費用 1百万円、一過性租税公課 9百万円）
  - 上場関連営業外費用計上額 14百万円
- BtoBコマースではアクティブユーザー数とARPUはそれぞれ前年同期比+12.8%、+11.4%増加し、過去最高値を更新
  - アクティブユーザー数 3,601ユーザー
  - ARPU 10.7万円

## トピックス

## ビジネス

- 23年8月のフルフィルメントセンター拡張に向けた準備
- 東京丸の内にて3ヶ月間の期間限定sakana bacca店舗オープン
- 福島県産品の魅力をお伝えする『発見！ふくしまフェア 第3弾』を全店舗で実施

## システム

- 12月より施行された水産流通適正化法に沿った商品管理機能の開発
- 出荷効率アップのための機能アップデート
- 産地入力機能のアップデート

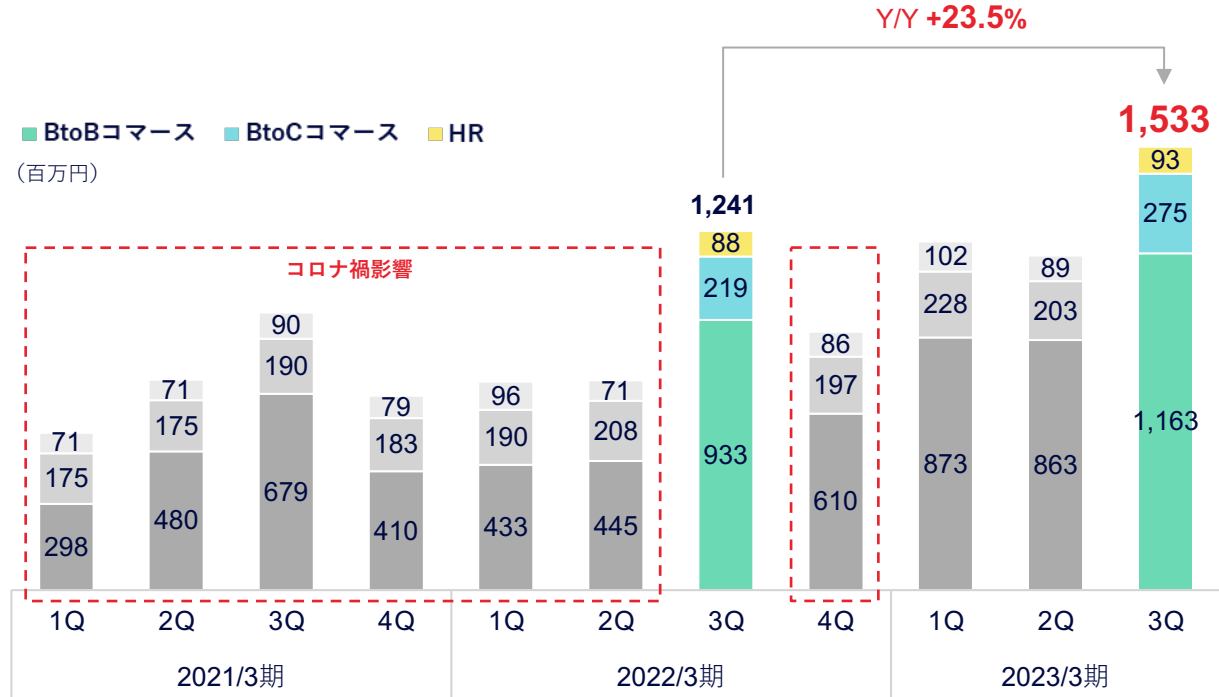
## 2023年3月期第3四半期 連結業績

- 売上高は順調に推移し前年同期比+23.5%。EBITDA（除く上場関連費用）は前年同期比+15.0%
- FY21/3Qは緊急事態宣言解除直後で過度な需要があったことから、成長率は概ね計画並み

	2023年3月期 3Q (22年10月～12月)		2023年3月期累計 (22年4月～12月)	
	実績	前年同期比	実績	前年同期比
(百万円)				
売上高	1,533	+23.5%	3,894	+44.8%
BtoBコマース	1,164	+24.6%	2,901	+60.0%
BtoCコマース	276	+25.8%	708	+14.5%
HR	93	+5.8%	285	+11.7%
売上総利益	541	+18.9%	1,421	+35.9%
売上総利益率	35.3%	-1.4pts	36.5%	-2.4pts
EBITDA	74	+1.0%	136	+169百万円
営業利益	69	-0.7%	122	+163百万円
経常利益	62	-19.8%	121	+127百万円
当期純利益	39	-48.3%	74	+85百万円
(参考) EBITDA (除く上場関連費用)	84	+15.0%	146	+178百万円
(参考) 経常利益 (除く上場関連費用)	86	+12.3%	146	+152百万円

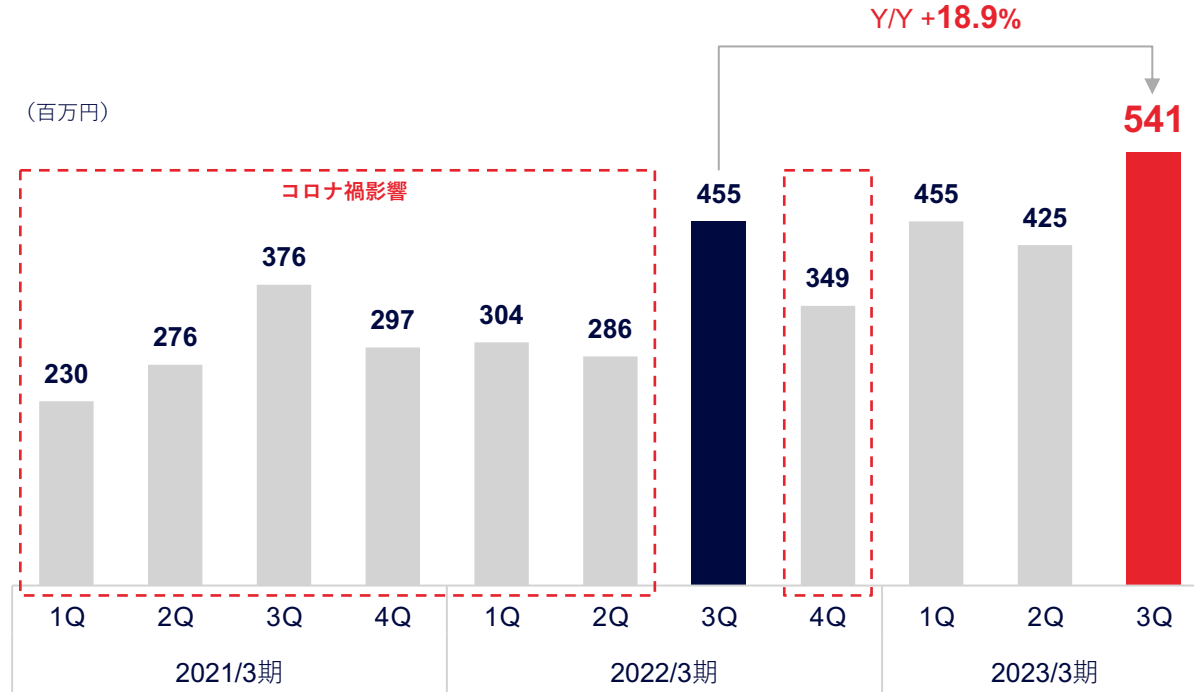
# 連結売上高の推移

- BtoBコマースとBtoCコマースは前年同期比+24.6%と+25.8%と堅調に推移
- HRは前年同期比+5.8%となったが、概ね年間計画並み。人員数が成長ドライバーなため採用を急ぐ



# 連結売上総利益の推移

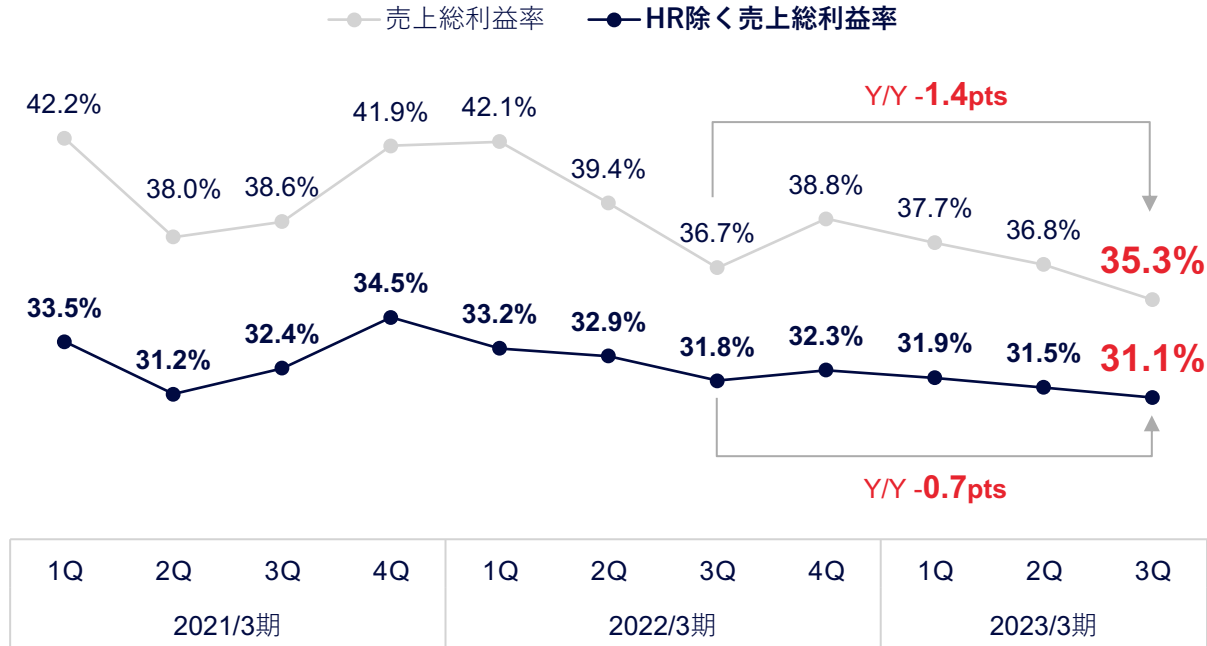
- 売上総利益は541百万円となり、過去最高を更新





# 連結売上総利益率の推移

- 売上総利益率は各サービスのマージンミックスの影響を受けるため、BtoBコマースの強い成長を受け全社は前年同期比1.4pts低下。HRを除く売上総利益率では前年同期比0.7ptsの低下に止まる

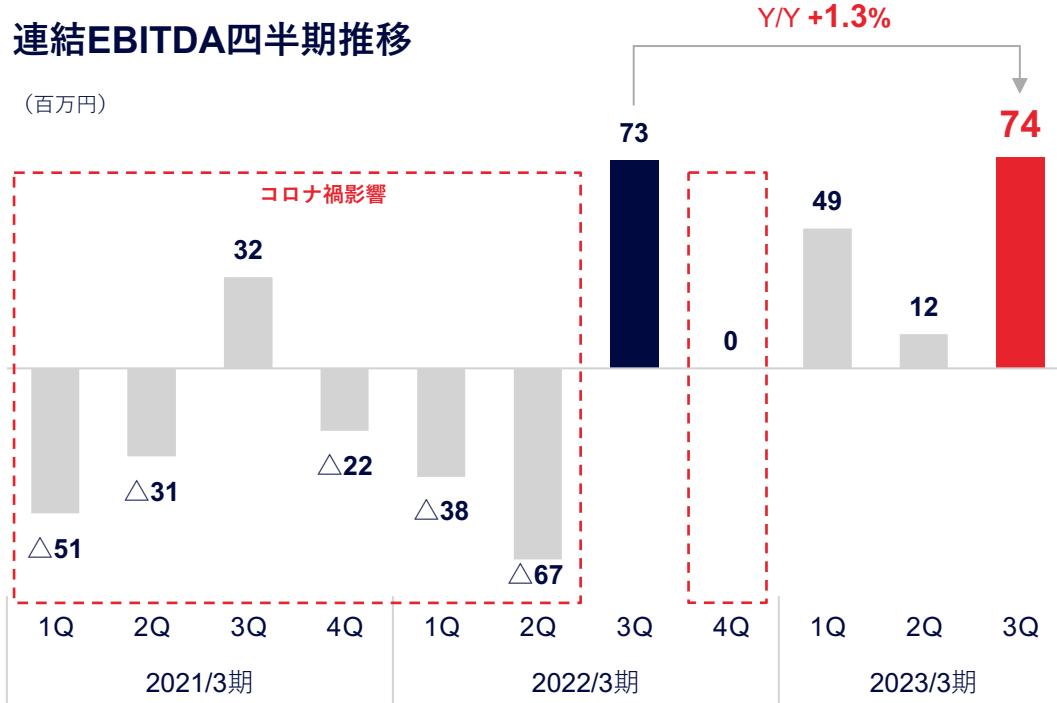


# 連結EBITDAの推移

- 上場関連費用10百万円が販管費に計上される中で過去最高を更新。EBITDA（除く上場関連費用）は84百万円
- 一方、3Qの採用進捗に遅れがあり、採用教育費の計上が4Qへ繰越に

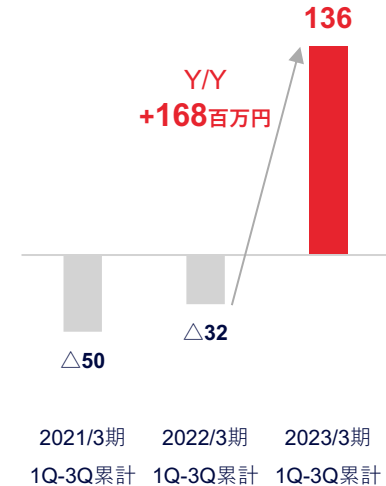
## 連結EBITDA四半期推移

(百万円)



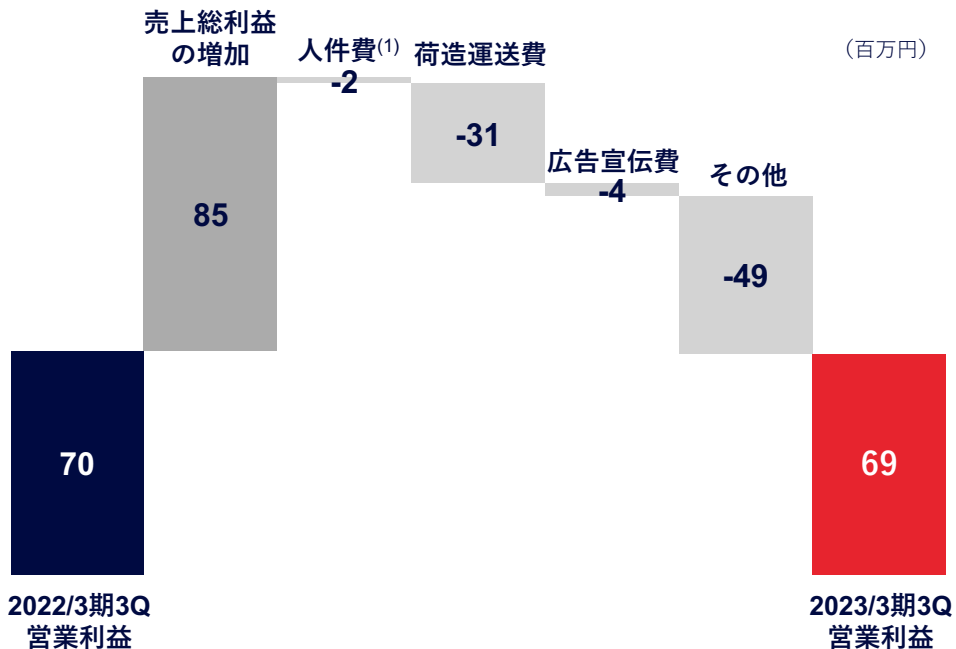
## (参考) 連結EBITDA 1Q-3Q累計推移

(百万円)



# 営業利益の増減分析

## 対 前年同期比



## 売上総利益の増加

- BtoB コマースのアクティブユーザーとARPUの増加

## 販売費及び一般管理費の増加

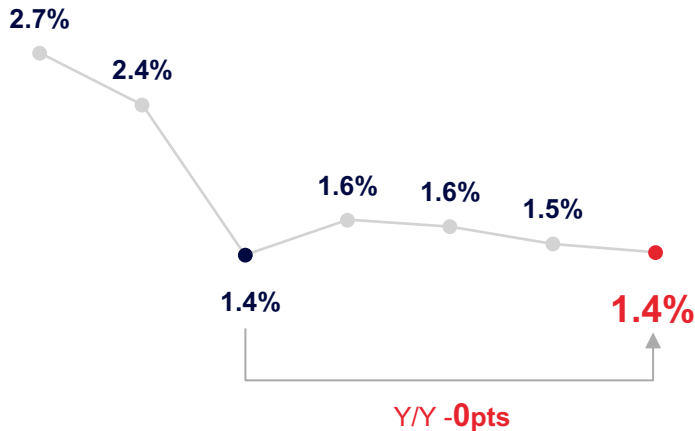
- 出荷量増に伴う荷造運送費の増加
- 外注費用の増加
- 上場関連費用の計上
- 増資に伴う租税公課の計上（一部一過性）

(1) 給与及び手当、賞与、役員報酬、法定福利費を含む人件費

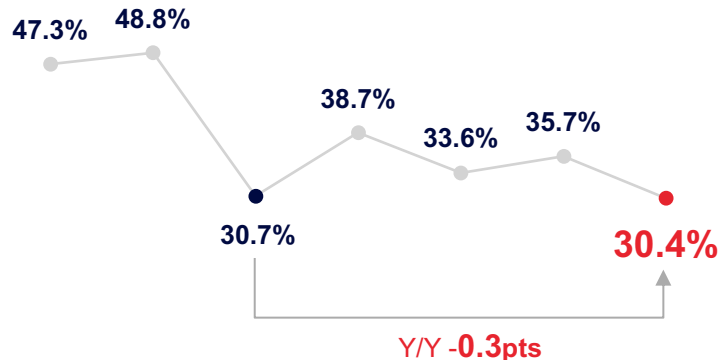
# 全社 | 売上高広告宣伝費率 および OPEX比率

- 例年3Qは飲食店の繁忙期になることからエコノミクスを考慮し、広告宣伝費率は低下する傾向
- 売上高増に伴う稼働率上昇効果があり、OPEX比率は過去最低を記録。上場関連費用を除くと29.8%

## 広告宣伝費率



## OPEX比率<sup>(1)</sup>



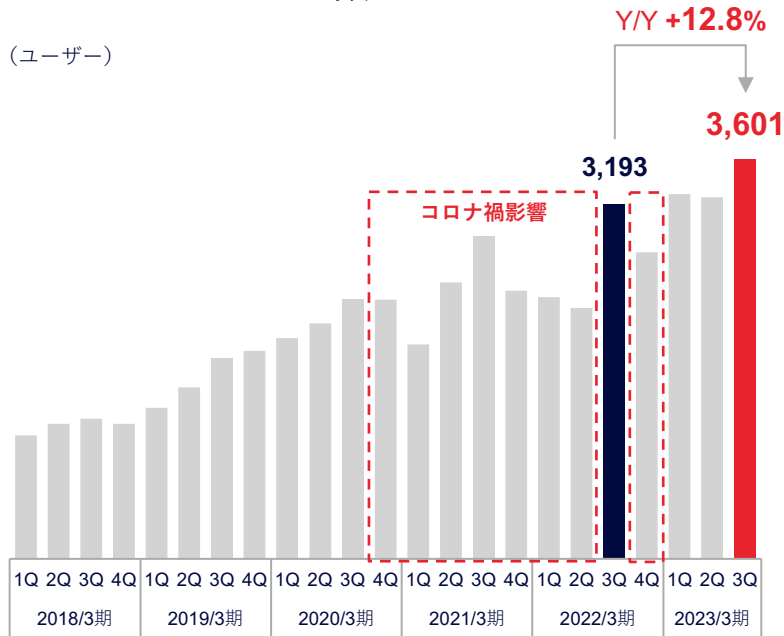
(1) OPEX(Operating Expenditure) は事業運営費を指し、販管費から減価償却費を除いた費用。OPEX比率は売上高に対する比率を指す

# BtoBコマース | アクティブユーザー数 および ARPU

- 顧客基盤は継続的に拡大し、アクティブユーザー数とARPUは共に過去最高を更新

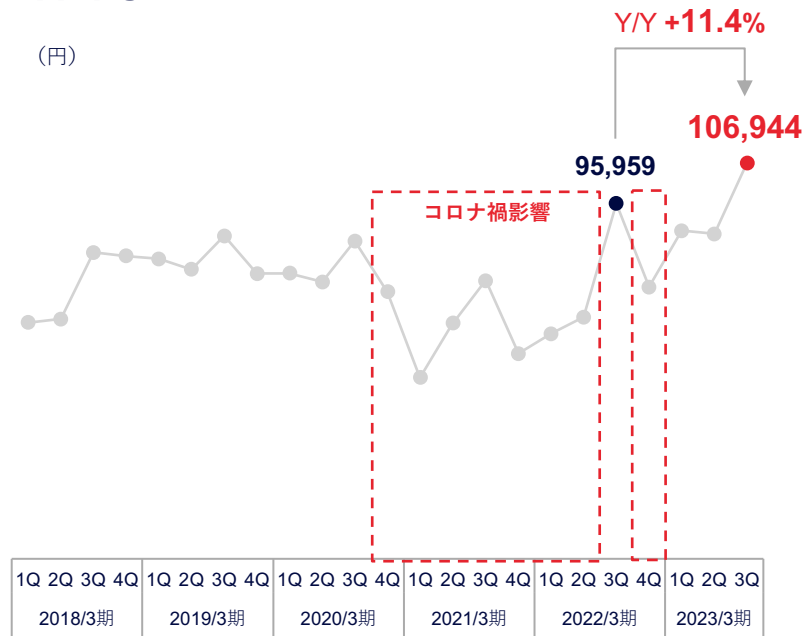
## アクティブユーザー数<sup>(1)</sup>

(ユーザー)



## ARPU<sup>(2)</sup>

(円)



(1) 各月で1回以上注文をしたユーザー数を指す。数字は月間アクティブユーザー数の四半期平均

(2) ARPU(Average Revenue Per User)は、アクティブユーザー当たりの月間平均売上高を指す

## 貸借対照表

- 上場による増資に伴い、自己資本比率は大幅に改善

(百万円)	2023年3月期 3Q実績 (22年12月末時点)	2022年3月期 3Q実績 (21年12月末時点)	前年同期比 (Y/Y)	2023年3月期 2Q実績 (22年9月末時点)	前四半期比 (Q/Q)
流動資産	2,985	1,525	+95.7%	1,574	+89.6%
現預金	1,861	626	+197.3%	821	+126.7%
固定資産	148	133	+11.3%	151	-2.0%
資産合計	3,133	1,659	+88.8%	1,726	+81.5%
流動負債	692	708	-2.3%	768	-9.9%
短期借入金	100	280	-64.3%	354	-71.8%
1年内返済予定の 長期借入金	38	23	+65.2%	38	0.0%
固定負債	525	558	-5.9%	533	-1.5%
負債合計	1,218	1,267	-3.9%	1,302	-6.5%
純資産合計	1,915	391	+389.8%	423	+352.7%
負債・純資産合計	3,133	1,659	+88.8%	1,726	+81.5%
自己資本比率	61.1%	23.6%	+37.5pts	24.5%	+36.6pts

資産	負債 / 純資産 (百万円)
現預金 1,861	流動負債 692
	固定負債 525
その他流動資産 1,123	純資産合計 1,915
固定資産 148	

2023年3月期 通期業績予想

## 2023年3月期 業績予想に対する進捗

- 22年12月に公表した通期連結業績予想に対して、3Q時点で各利益が高い進捗率で推移していることから業績修正を行う

	旧通期業績予想 (22年12月16日発表)	23年3月期累計 (22年4月～12月)	旧業績予想 対 3Q累計
	(百万円)	予想	実績
売上高	5,023	3,894	77.5%
営業利益	117	122	104.3%
経常利益	118	121	102.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	78	74	94.9%



## 2023年3月期 通期連結業績予想の修正

(百万円)	新通期業績予想 (23年2月13日発表)	旧通期業績予想 (22年12月16日発表)	旧業績予想 対 新業績予想	主な業績修正理由等
	予想	予想	増減率	
売上高	5,200	5,023	+3.5%	▪ BtoBコマースのアクティブユーザー及びARPUが想定を上振れて推移しているため
営業利益	130	117	+11.1%	▪ 売上高の増加に伴い、固定費の稼働率が上昇したため
経常利益	130	118	+10.1%	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	78	78	+0.0%	▪ 計上済みの特別損失にかかる法人税について計算を見直したため微増

## 4Qの見通し

売上総利益は堅調に成長する中、3Q対比、一過性要因によりOPEX比率が上昇する見通し

## 未来への成長投資

- 3Qで遅延した採用教育費が4Qへ繰越計上される見通し
- 上振れ利益の一部を来期のサービス成長のためのテスト費用として追加計上する

## 強靱な組織風土開発

- 業績連動賞与のため賞与引当金がなく、4Qに賞与が計上する見通し。上振れ利益の一部を従業員へ還元する方針

トピックス

# フルフィルメントセンターの拡張

- 出荷キャパシティの増強のため2023年8月にフルフィルメントセンターの拡張を行う予定。計画詳細については精査中

## フルフィルメントセンターの概要

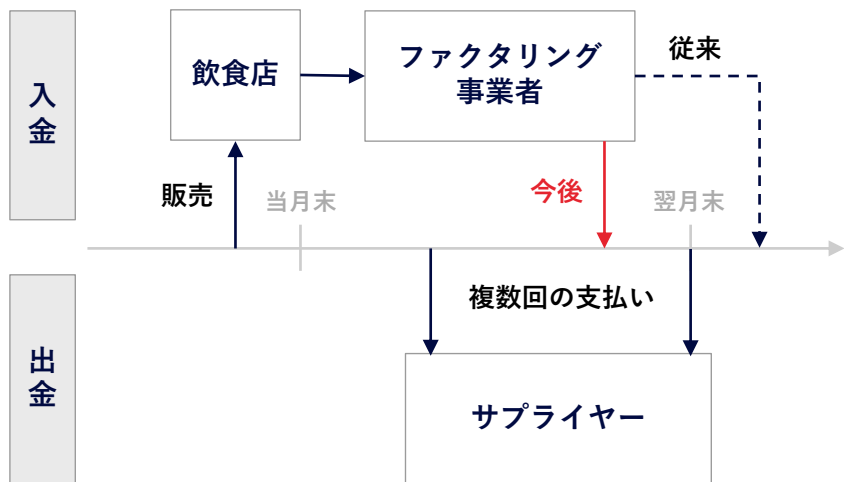
	大田市場内FFC <sup>(1)</sup>	大田市場外FFC
所在地	東京都大田区	東京都大田区
稼働開始	2018年9月	2023年8月（予定）
入居形態	賃貸	賃貸
使用延床面積	約700m <sup>2</sup>	約1,300m <sup>2</sup>
在庫能力の拡大	—	現在の300%以上
出荷能力の拡大	—	現在の200%以上
設備投資	—	約70百万円（精査中）
移転時一過性費用	—	約10百万円（精査中）

(1) FFCはフルフィルメントセンターの略

# 運転資金のサイトの改善

飲食店向け販売与信リスク排除のために実施しているファクタリング取引について、上場に伴う財務基盤の改善等に伴い4Qより入金スケジュールの短縮化に合意。今後は未収入金が減少し、将来的な増加運転資金の削減に寄与

## 運転資金サイクル



## 貸借対照表への影響

(百万円)	2023年3月期 3Q実績 (22年12月末時点)		本取引が3Qに 発生していた場合
流動資産	2,985		2,985
現預金	1,861	380百万円	2,241
未収入金	406		26
固定資産	148		148
資産合計	3,133		3,133
負債・純資産合計	3,133		3,133
現預金／総資産比率	59.4%		71.5%

# APPENDIX

# 四半期別業績推移

	FY2020				FY2021				FY2022		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高	544	726	974	709	723	725	1,241	902	1,205	1,155	1,533
BtoBコマース	298	480	679	410	433	445	933	610	873	863	1,163
BtoCコマース	175	175	190	183	190	208	219	197	228	203	275
HR	71	71	90	79	96	71	88	86	102	89	93
売上総利益	230	276	376	297	304	286	455	349	455	425	541
EBITDA	-51	-31	32	-22	-38	-67	73	0	49	12	74
営業利益	-52	-34	29	-25	-40	-70	70	-2	44	7	69
売上高成長率	-	-	-	-	32.7%	-0.3%	27.4%	27.0%	66.8%	59.3%	23.5%

# Executives

規制産業のインターネット変革を  
リードしてきた実績のある経営陣



代表取締役 CEO

**山本 徹**

2003年に株式会社エス・エム・エスへ創業メンバーとして参画し、ゼロからIPO後の成長フェーズまで人材事業のマネジメント、新規事業開発に携わる。2013年に当社を創業し、代表取締役CEOに就任  
水産庁 水産政策審議会委員(現任)

取締役 CFO

**内藤 直樹**

株式会社みずほコーポレート銀行(現・みずほ銀行)に入社し、M&Aやストラクチャードファイナンスを中心に投資銀行業務に従事  
米国ペンシルベニア大学ウォートンスクールMBA修了

社外取締役

**諸藤 周平**

2003年に株式会社エス・エム・エスを創業し、11年間にわたり代表取締役社長として会社を東証一部上場まで牽引  
2014年より、REAPRA PTE. LTD.を創業し代表に就任(現任)

社外取締役

**谷村 格**

2000年にソネット・エムスリー株式会社(現・エムスリー株式会社)を創業し、代表取締役に就任(現任)。  
McKinsey&Co.元パートナー

執行役員 sakana bacca事業部

**渡邊陽介**

執行役員 魚ボチ事業部

**日下部 俊典**

執行役員 新規事業開発部

**伊藤 貴彦**

執行役員 フード人材バンク事業部

**関川 正孝**

執行役員 CTO

**上田 智**

## 本資料のお取扱い上のご注意

- 本資料は当社及び当社グループをご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。
- 本資料（業績予想を含む）は、現時点で入手可能な信頼できる情報に基づいて当社が作成したものでありますが、リスクや不確実性を含んでおり、当社はその正確性・完全性に関する責任を負いません。
- 本資料に記載されている当社及び当社グループ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。
- ご利用に際しては、ご自身の判断にてお願いいたします。本資料に記載されている見通しや目標数値等に全面的に依存して投資判断を下すことによって生じ得るいかなる損失に関しても、当社は責任を負いません。

本資料に関するお問い合わせ先  
株式会社フーディソン 経営管理部 IR担当  
Email : [ir@foodison.jp](mailto:ir@foodison.jp)





**FOODiSON**