



2024.3 1Q決算説明資料

オイシックス・ラ・大地株式会社

2023.8.10

「これからの食卓、これからの畑」

より多くの人々が、よい食生活を楽しめる
サービスを提供します

よい食を作る人が、報われ、誇りを持てる
仕組みを構築します

食べる人と作る人とを繋ぐ方法をつねに進化させ、
持続可能な社会を実現します

食に関する社会課題を、ビジネスの手法で解決します

私たちは、食のこれからをつくり、ひろげていきます

- ✓ 主力のOisixがけん引し、**売上高は前年同期を上回る**
- ✓ 増収効果に加え、物流トラブルからの回復や収益力改善の取組みにより、**EBITDAも前年同期を上回る**
- ✓ 宅配事業の会員数については、新規会員の獲得は継続した一方で、前期4Qの特別追加PRからの解約の反動があり、**純増数は前期末より+2.3千人に留まる**

2024.3 1Q連結業績サマリ

売上 : Oisixを中心に会員数が増加したことで前年同期を上回る

EBITDA : PRを抑制していた前年と比較してPR費の増額をしたものの、国内宅配3事業の収益力向上により前年同期を上回る

売上高

292.6億円

– 前年同期比 +5%

EBITDA

16.7億円

– 前年同期比 +12%

営業利益

11.0億円

– 前年同期比 +14%

親会社株主に
帰属する
四半期
純利益

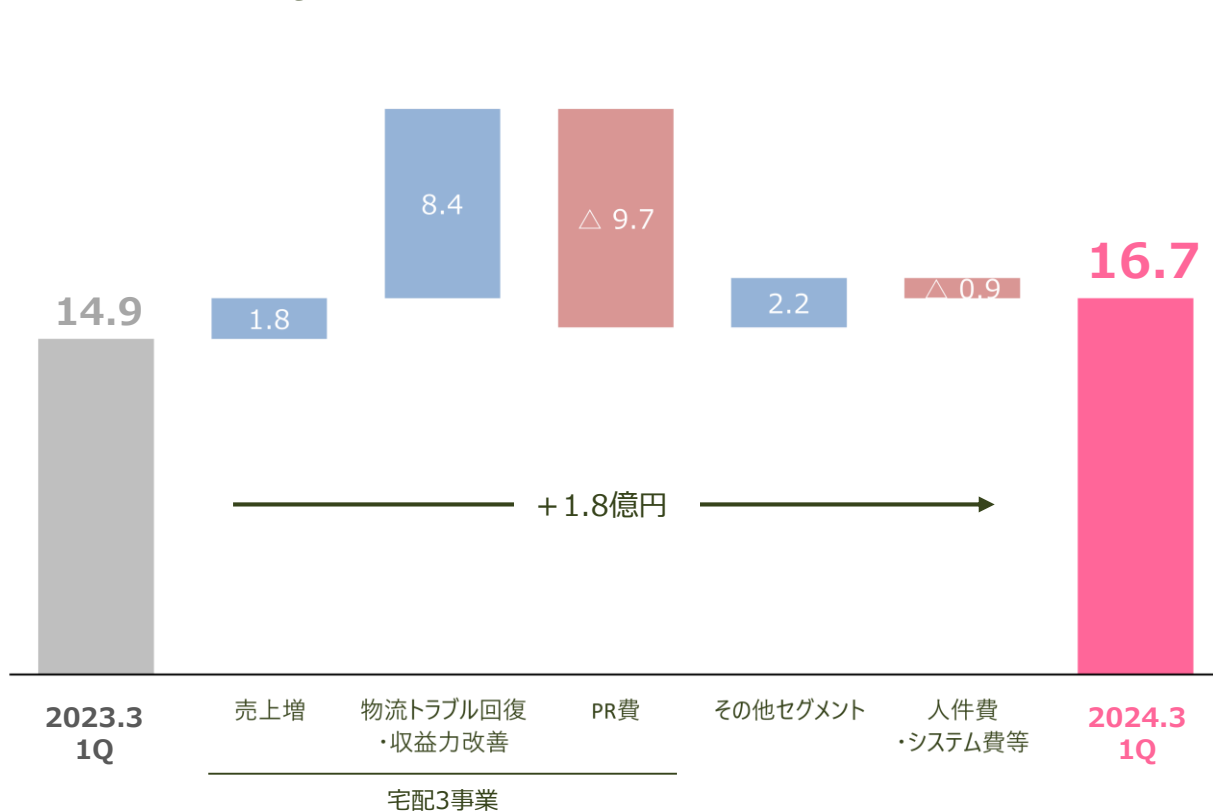
8.1億円

– 前年同期比 +39%

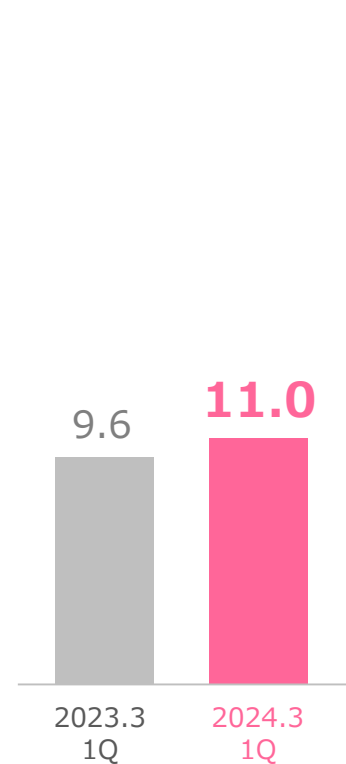
EBITDA、営業利益： 前期1Q業績との比較

Oisixを中心とした国内宅配3事業の会員数増に加え、価格適正化などにより構造的に収益力が向上。
前年同期に発生した、物流センターの移転トラブル対応コスト約2億円は今期改善

-EBITDA 前期1Q推移 (億円)



-営業利益 (億円)



2024.3 1Qセグメント別業績

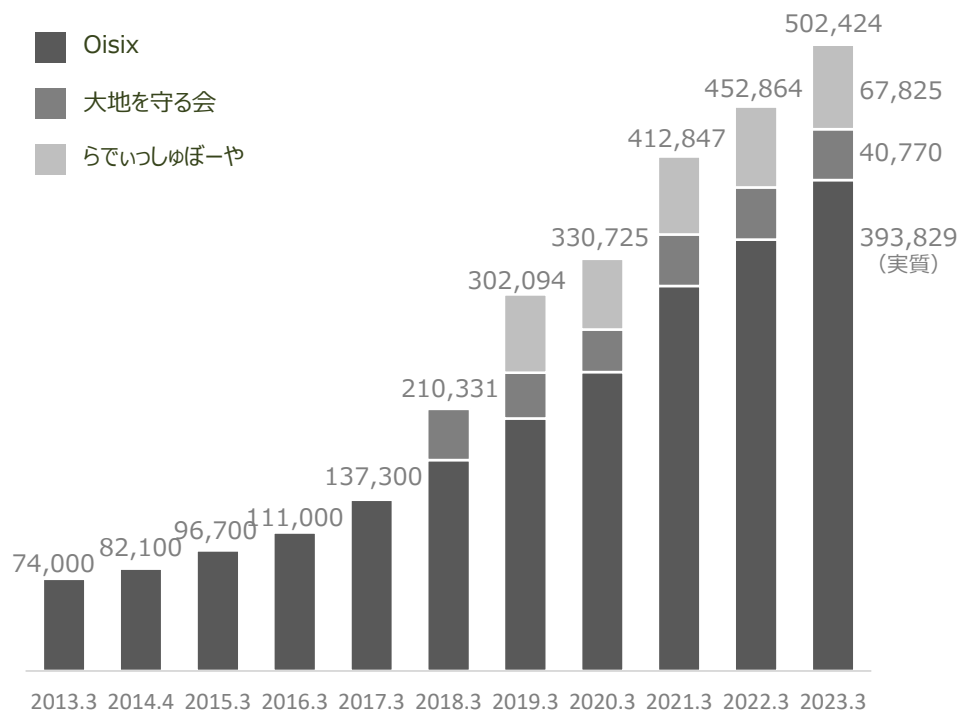
(単位：億円)

	売上		利益		利益率	事業概況
	2024.3 1Q	前年 同期比	2024.3 1Q	前年 同期比		
Oisix	158.1	+10%	20.2	+4%	12.8%	前期施策にともなう解約があったものの、PRの効果もあり、会員数純増を継続
大地を守る会	29.2	▲5%	5.8	▲6%	20.1%	引き続き会員獲得再開に向けてサービス開発中
らでいっしゅ ぼーや	41.6	▲1%	6.0	+3%	14.6%	前期より実施している収益構造改革により、利益率が向上
Purple Carrot* - 1月~3月実績	23.7 USD: 17M	▲8%	0.2 USD: 0.1M	-	0.9%	引き続き事業構造を強化中 会員数：減少、ARPU：増加
その他事業	44.4	+12%	5.5	+27%	12.4%	他社EC支援事業、保育園卸事業（すくすくOisix）の伸長
セグメント計	297.3	+5%	37.9	+8%	12.8%	
全社調整額/共通費 セグメント計上減価償却費	▲4.6		25.2 ▲4.0	-	-	
EBITDA	-		16.7	+12%	5.7%	
のれん償却費 減価償却費	-		0.6 5.1	-	-	
営業利益	-		11.0	+14%	3.8%	

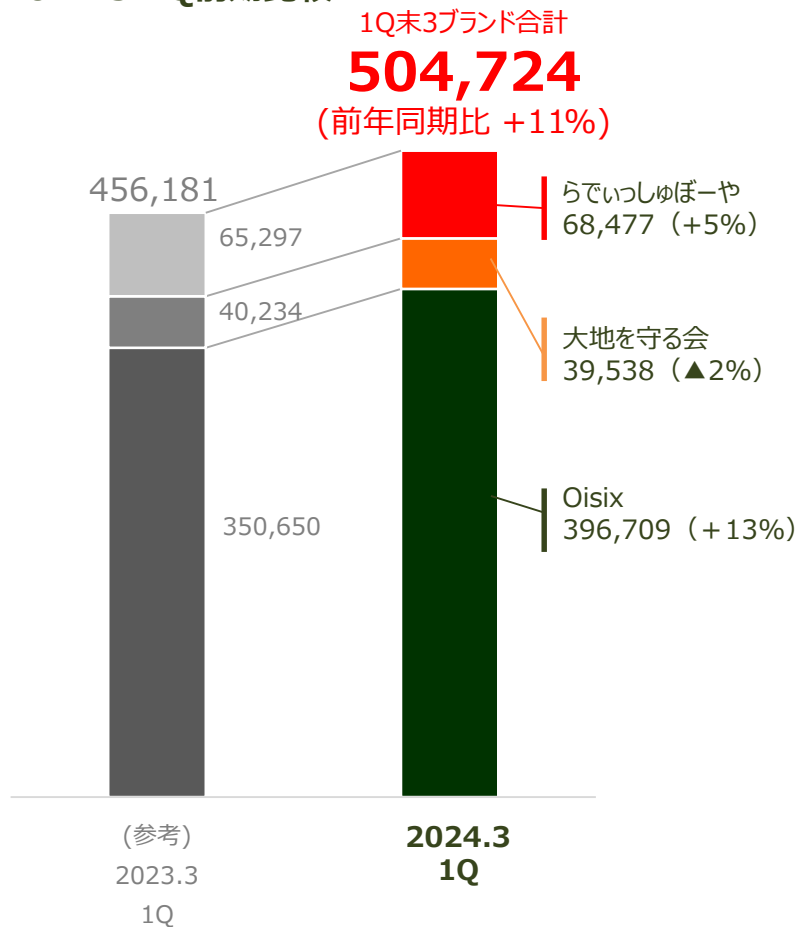
国内B2Cサブスク 会員数推移

前期4Qに実施した特別追加PRの反動で一時的に解約率が悪化し会員数が減少したものの、新規会員は引き続き獲得できており6月以降は純増を再開

- 期末会員数推移



- 2024.3 1Q前期比較



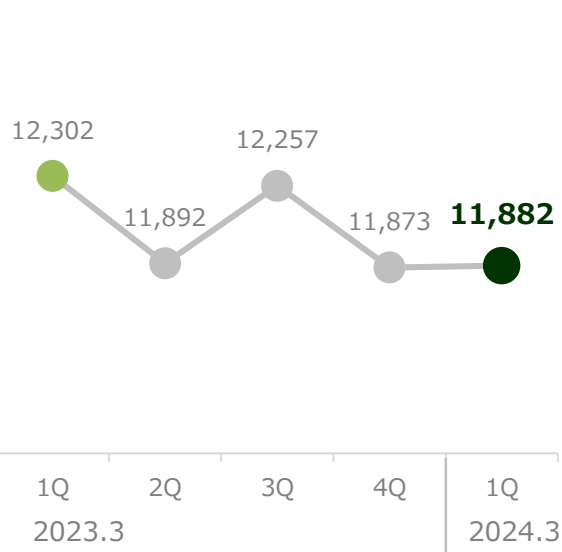
国内B2Cサブスク ARPU推移

コロナ影響の反動により前年同期比では低下したものの、前四半期比では3事業ともARPU向上。
一方で2Qにかけては季節性に従って低下が見込まれる

Oisix

11,882円

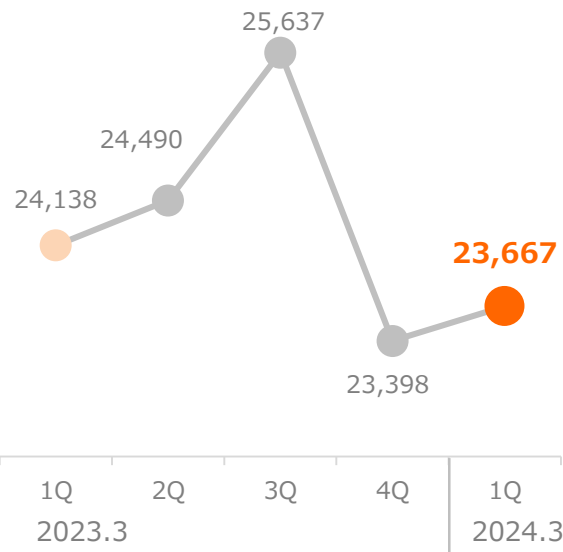
- 2023.3同期比 97%



大地を守る会

23,667円

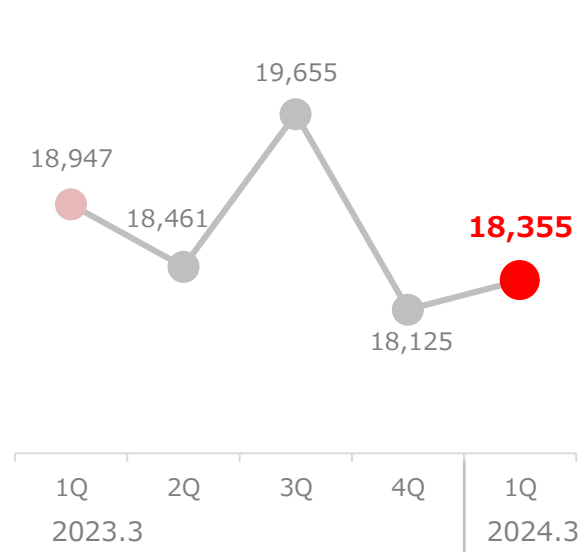
- 2023.3同期比 98%



らでいっしゅぼーや

18,355円

- 2023.3同期比 97%



サステナビリティピックアップ

-①フードロス削減：Upcycle by Oisix

従来は捨てられていた食材を活用する「Upcycle by Oisix」は、2021年のブランド設立以来約89tのフードロス削減に寄与。食材を食べきる先進的な取り組みが注目され、テレビ番組での紹介や学校での特別授業提供の機会が伸展

テレビ番組放映

テレビ東京系列「ガイアの夜明け」、日本テレビ「news every.」等複数の番組で取り上げられる



▲「ガイアの夜明け」取材時の、畑でのフードロス調査の撮影風景

小学校での特別授業

「Oisix × 次世代“これからの食”学び場プロジェクト」をスタートし、次世代を担う学生が学ぶ機会を積極的に提供



▲東京都小平市立 小平第六小学校での特別授業後の集合写真

サステナビリティピックアップ

-②ダイバーシティ：プライド月間企画

世界各地でダイバーシティの権利を啓発する活動が行われる6月のプライド月間に合わせて、売上の一部が寄付となる限定商品を発売。当社のサステナブルWEBマガジン「Farble Online」や、商品に同梱するチラシで、幸せな“食”を楽しめる社会を目指す取り組みを発信



✓ 想定の1.6倍の注文を受け、急きょ追加製造を実施

✓ 売上の一部は特定非営利活動法人 東京レインボープライドへ寄付

■ お客様からの声

鮮やかな配色で部屋が明るくなりました。

寄付付きであることで6月のプライド月間に微力ながらも参加・貢献出来る機会となり良かったです。来年も販売がありましたら購入したいと思います。

▲レインボーカラーの6色をイメージしたミールキット「寺井幸也監修！
彩るお野菜ビビンバ丼」（上）とフラワーアソート（下）の2商品を販売

サステナビリティピックアップ

-③食支援：WeSupport Family

子どものいる困窮家庭への食品支援プラットフォーム「WeSupport Family」を通じた支援を実施。
7月には通常実施していない個人からのフードドライブ（食品回収）を募るなど、活動の認知度を高めるための活動を強化

累計寄付物資数

133万個

支援食数（累計）

414万食



ひとり親家庭などのこどもの栄養を考えた支援をお考えの方へ

子どもたちの栄養を考えた食支援

WeSupport Family

ひとり親を中心とした、子どものいる貧困世帯への
食品支援プラットフォーム

フードドライブ回収リスト



- ・賞味期限が2か月以上あるもの
 - ・常温保存が可能なもの
 - ・未開封で破損等がないもの
- 米/缶詰/のり/乾麺/
インスタント食品/レトルト食品/
調味料/食用油 etc



- ・開封済みのもの
- ・賞味期限が2ヶ月未満のもの
- ・賞味期限が明記されていないもの
- ・生鮮品、アルコール類、
栄養ドリンク、冷蔵冷凍品

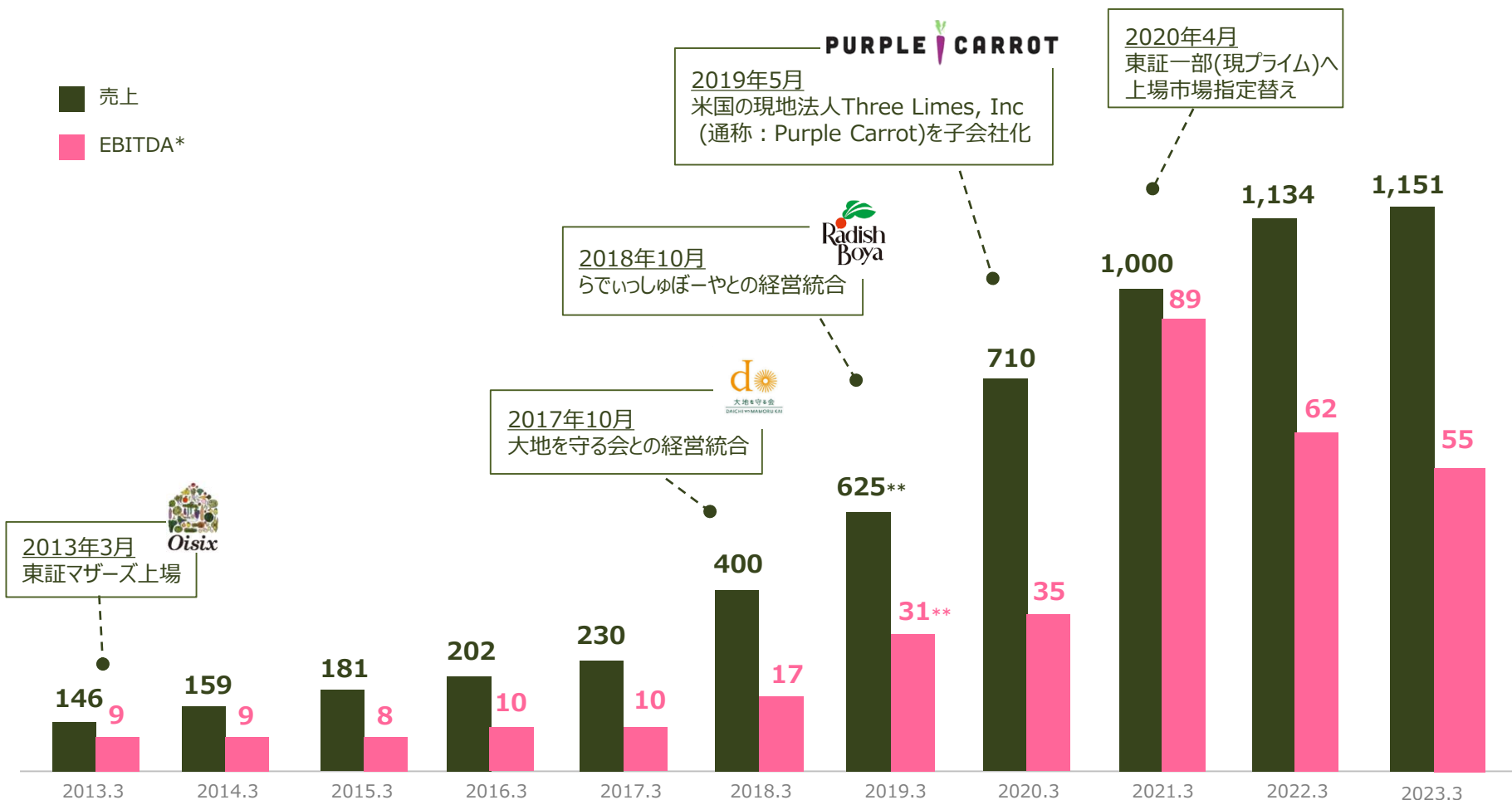


▲給食のない夏休み期間に向けて、7月は個人からのフードドライブを募集

APPENDIX • DATA SHEET

業績推移

オイシックスを基盤として、大地を守る会、らでいっしゅぼーやとの経営統合等により、飛躍的に事業規模が拡大。
 コロナによる行動制限の緩和後も増収を継続



* EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

** 2019.3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。
 同条件比較のため、らでいっしゅの1か月分（2018年3月分）を除外

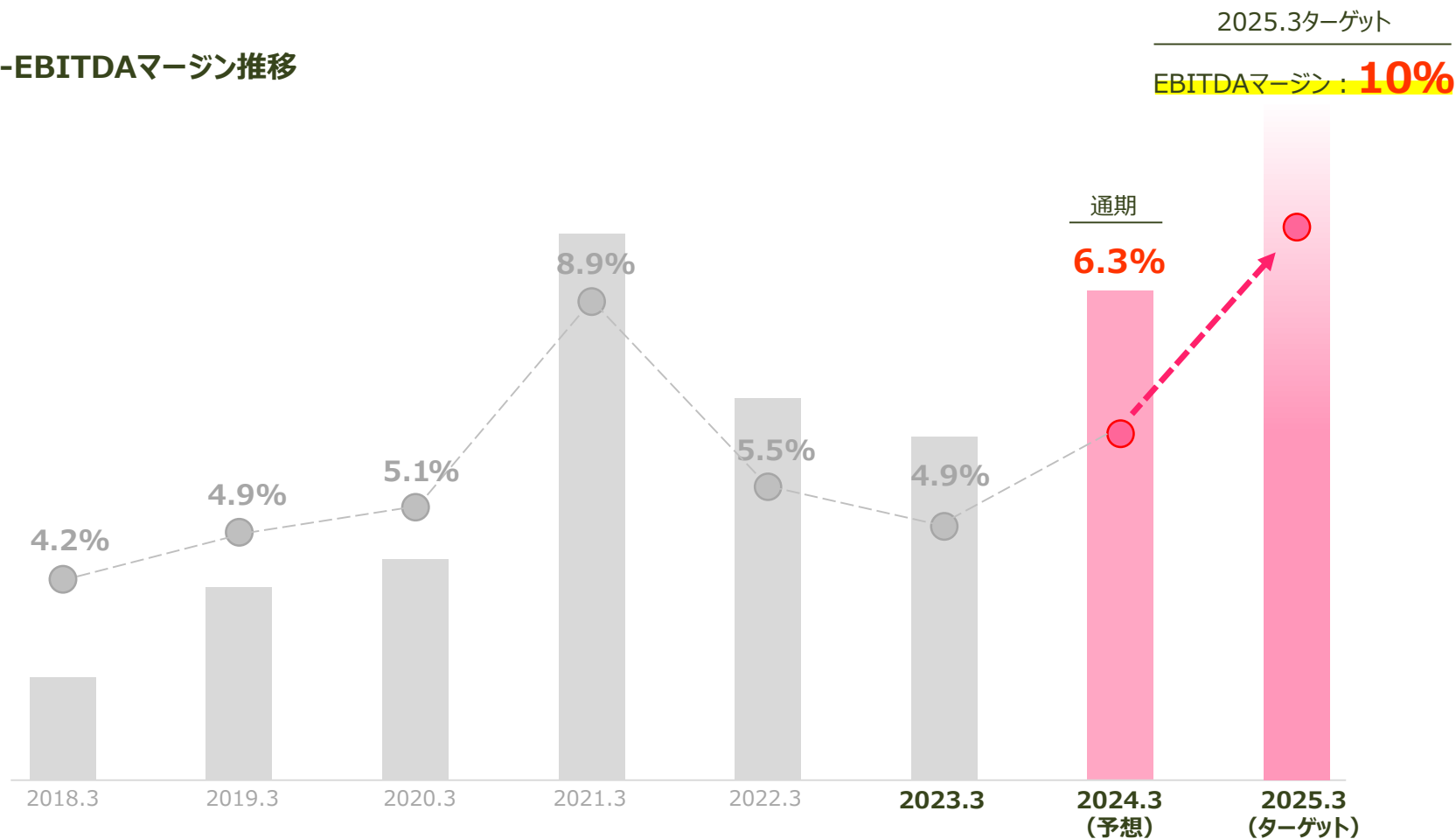
収益力強化

- EBITDAマージンのターゲット

主力の国内B2Cサブスクでは、流通総額CAGR10%超の成長スピードの継続を目指す。

また、①原価率の改善②物流効率化などの継続的な収益力改善施策により、2025.3期に**EBITDAマージン10%**を目指す

-EBITDAマージン推移



収益力強化

- ①原価率の改善

従来は産地や工場で捨てられていた食材を活用し付加価値をつけた商品製造を行うフードレスキューセンターや、Kit製造工場を増強。豊作品や従来未活用だった食材の有効利用や、製造・仕入の効率化により段階的に約2%の原価削減(2023.3期末比)を目指す



- フードレスキューセンター
- Kit製造工場

ミールキットを含む自社商品の製造に特化したセンターで
2025.3までに、段階的に
約2%の原価改善(2023.3期末比)を目指す

✓ 独自の食感・保存コントロール技術による
豊作品・未利用食材活用



✓ 包装技術等による
品質保持期限の延長



✓ 製造能力増強による
加工内製化の加速



フードレスキューセンターで 活用する原料例

- 豊作・ふぞろいの農作物



- 未活用だった食材



▲玉ねぎの固い外皮

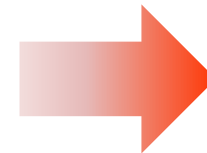


▲一部に傷がついたパプリカ



▲ナスのヘタ

スピーディに加工し
付加価値をつけ
フードレスキュー



活用例



▲ミールキット原料



▲冷凍し鮮度保持

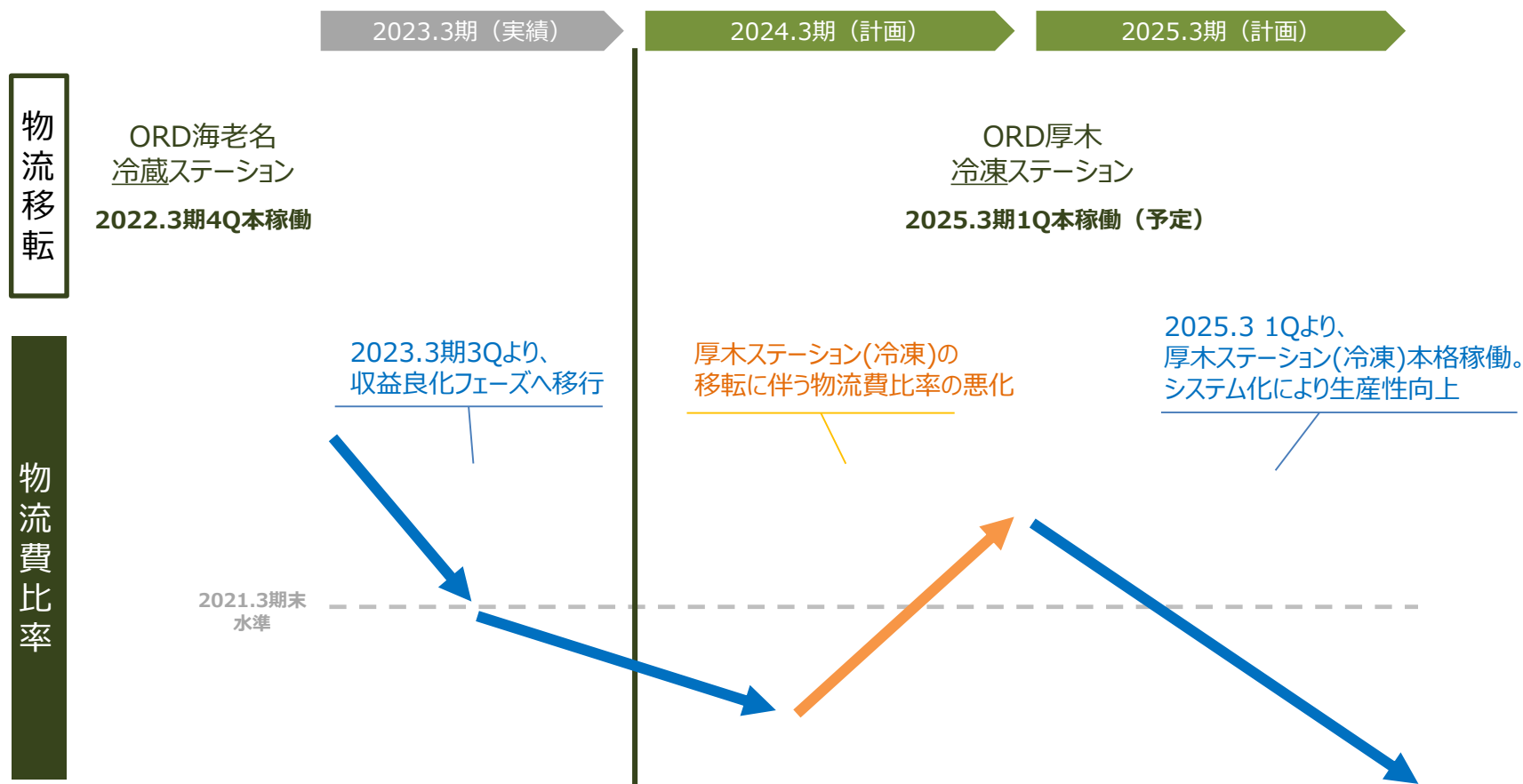


▲アップサイクル商品

収益力強化

- ②物流効率化

海老名ステーション(冷蔵)については、収益良化フェーズへ移行済み。
厚木ステーション(冷凍)への移転など各種物流効率化の取り組みにより物流費の改善に取り組む



ビジネスモデルの強み

主要事業は、独自基準に基づいて厳選した安心・安全な食品を、日本全国のお客様に個別宅配するサブスクリプション型食品EC業。
川上から川下まで一貫して、食×サブスクリプション宅配に特化したアセット・ノウハウを保有

生産者



調達

オイシックス・ラ・大地



Oisix



大地を守る会



らでいっしゅぼーや



定期宅配

消費者



1

生産者との
ダイレクトネットワーク

2

サブスクリプション
マーケティング

3

食×サブスクの国内最大級の
物流センター・ミールキット製造工場

当社の強み

3ブランドのお客さまニーズの違い

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

子どもが小さい共働き世帯



時短だけど誇らしい食事



Oisix



家事も子育てもこだわる世帯



料理を通じた社会貢献



2人暮らしのシニア世帯



手軽な健康実感



大地を守る会
DAICHI NO MAMORU KAI



生産者



データシート：業績数値

	2022.3				2023.3				2024.3
(百万円)	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q
Oisix	14,145	28,580	45,190	58,546	14,393	28,458	44,946	59,413	15,819
大地を守る会	3,314	6,628	10,154	13,240	3,070	6,141	9,464	12,345	2,926
らでいっしゅぼーや	4,331	8,732	13,336	17,432	4,190	8,370	12,892	16,939	4,164
Purple Carrot	2,842	5,536	7,893	10,208	2,586	5,171	7,544	9,798	2,371
その他事業	3,373	6,911	11,194	14,578	3,969	7,958	13,630	17,946	4,448
調整額	△94	△221	△370	△529	△309	△649	△1,003	△1,267	△462
売上高	27,911	56,167	87,400	113,476	27,901	55,450	87,475	115,176	29,268
Oisix	2,057	4,045	6,525	7,036	1,953	3,821	6,390	7,562	2,026
大地を守る会	663	1,319	2,010	2,619	624	1,188	1,924	2,480	587
らでいっしゅぼーや	584	1,143	1,883	2,429	591	1,126	1,927	2,540	608
Purple Carrot*	549	811	985	959	△78	△49	△74	△40	21
その他事業	427	869	1,295	1,423	435	758	1,230	1,690	553
調整額	△2,329	△4,842	△7,720	△10,296	△2,564	△5,174	△8,105	△10,886	△2,695
営業利益	1,950	3,347	4,979	4,171	962	1,672	3,293	3,346	1,101
EBITDA	2,316	4,188	6,385	6,216	1,498	2,771	4,960	5,595	1,677
親会社株主に 帰属する 当期純利益	1,293	2,156	3,294	2,727	587	892	1,942	1,807	817

データシート：重要KPI

業績数値

		2022.3				2023.3				2024.3
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
Oisix	会員数 (人)	333,850	347,772	345,409	346,083	350,650	355,962	361,135	393,829	396,709
	ARPU (円)	12,891	12,564	12,880	12,166	12,302	11,892	12,257	11,873	11,882
	購買単価 (円)	6,098	6,057	6,220	6,096	5,970	5,934	6,174	6,010	5,949
	購買頻度 (回)	2.11	2.07	2.07	2.00	2.06	2.00	1.99	1.98	2.00
大地を守る会	会員数* (人)	41,205	41,733	41,459	41,688	40,234	40,737	40,259	40,770	39,538
	ARPU (円)	25,630	25,268	26,052	23,890	24,138	24,490	25,637	23,398	23,667
	購買単価 (円)	8,411	8,576	8,864	8,219	8,345	8,537	9,048	8,428	8,523
	購買頻度 (回)	3.02	2.95	2.94	2.91	2.89	2.87	2.83	2.78	2.78
らでいっしゅ ぼーや	会員数 (人)	65,320	66,464	66,206	65,093	65,297	66,230	66,435	67,825	68,477
	ARPU (円)	20,188	19,748	20,137	18,790	18,947	18,461	19,655	18,125	18,355
	購買単価 (円)	6,402	6,407	6,589	6,247	6,451	6,442	6,922	6,531	6,641
	購買頻度 (回)	3.15	3.08	3.06	3.01	2.94	2.87	2.84	2.78	2.76

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