



2016年3月期 第1四半期決算説明資料

(2015年4月1日～2015年6月30日)

2015年8月11日
オイシックス株式会社
(証券コード:3182)

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。

業績

□【15期連続過去最高売上】

- ・売上高 47.1億円 (成長率 +15.0%)
- ・営業利益 1.61億円 (前年同期比 337.7%)

定期購入会員数が初めて10万人を突破し、売上15%成長
新規会員獲得の販促費コントロールにより営業利益は昨年の約3.3倍

EC事業 (Oisix.com)

□定期購入会員数:10.1万人 (成長率+16.2%、期初比+4.3千人)

□サービスレベルの向上

- ・新製造工場(Oisix Dining Center)の稼働
- ・プレミアム時短サービスKitOisixコース会員数が2万人を突破
- ・スマートデバイスユーザーへの更なる対応強化
- ・高栄養野菜コーナー「きくベジ」の展開

その他の事業 (.com以外)

□海外事業 香港現地子会社の設立

□店舗事業 Shop in Shopの拡大

□オイフル オイフルMJ(マーケティングサポート)クライアントの拡大

1. 1Q業績概要

2. サービス状況・活動トピック

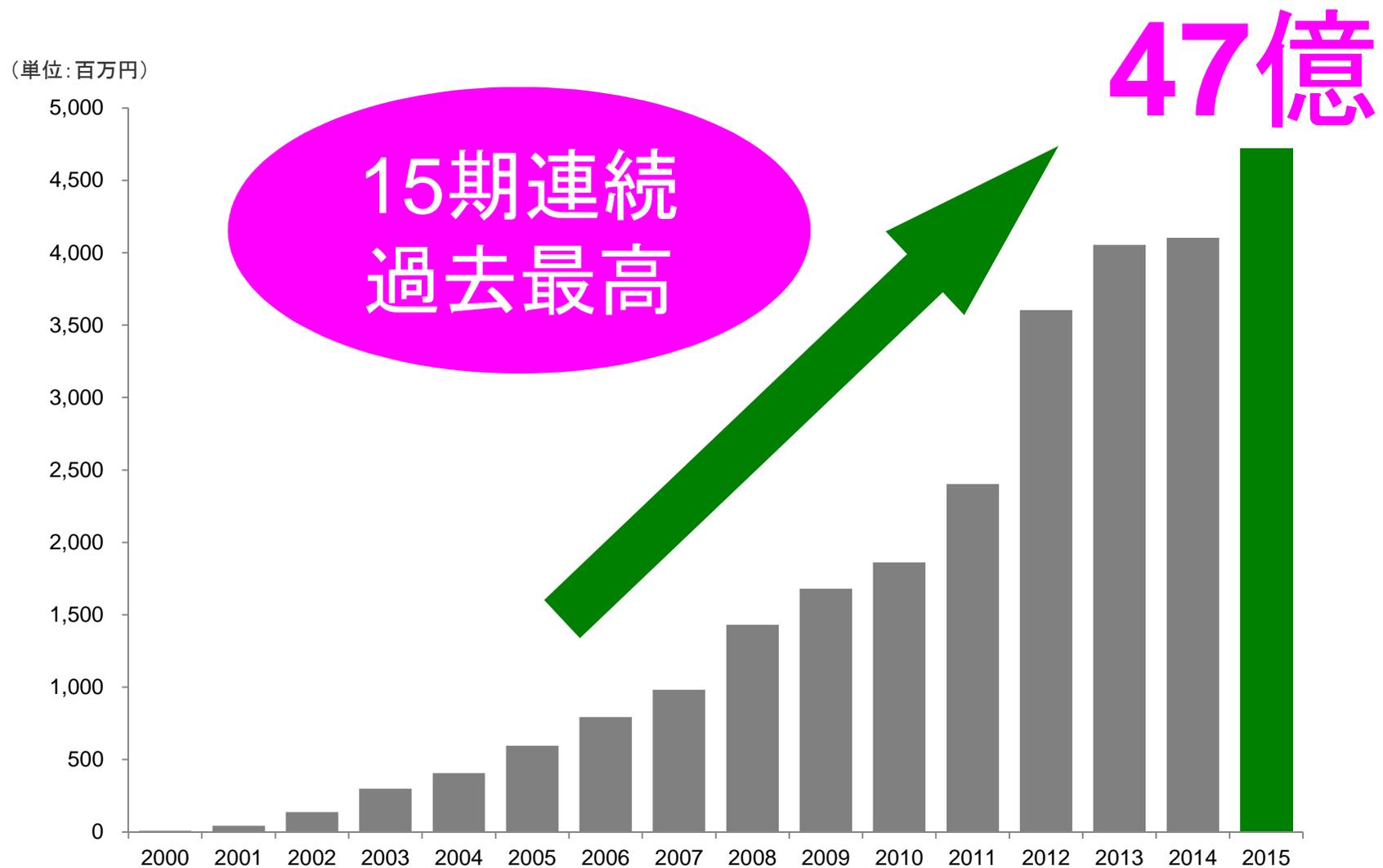
2016年3月期 第1四半期実績

定期購入会員の増加による売上増加(成長率+15.0%、15期連続過去最高売上)
 新規会員獲得の販促費コントロールにより営業利益は昨年の約3.3倍

単位:百万円	2015年3月期 1Q実績	2016年3月期 1Q実績	前年同期比	2016年3月期 上期予想	上期進捗率	2016年3月期 通期予想	通期進捗率
売上高	4,104	4,719	115.0%	9,300	50.7%	20,000	23.6%
営業利益	47	161	337.7%	250	64.8%	750	21.6%
経常利益	55	169	304.5%	260	65.0%	770	22.0%
当期純利益	31	107	347.0%	160	67.4%	480	22.5%

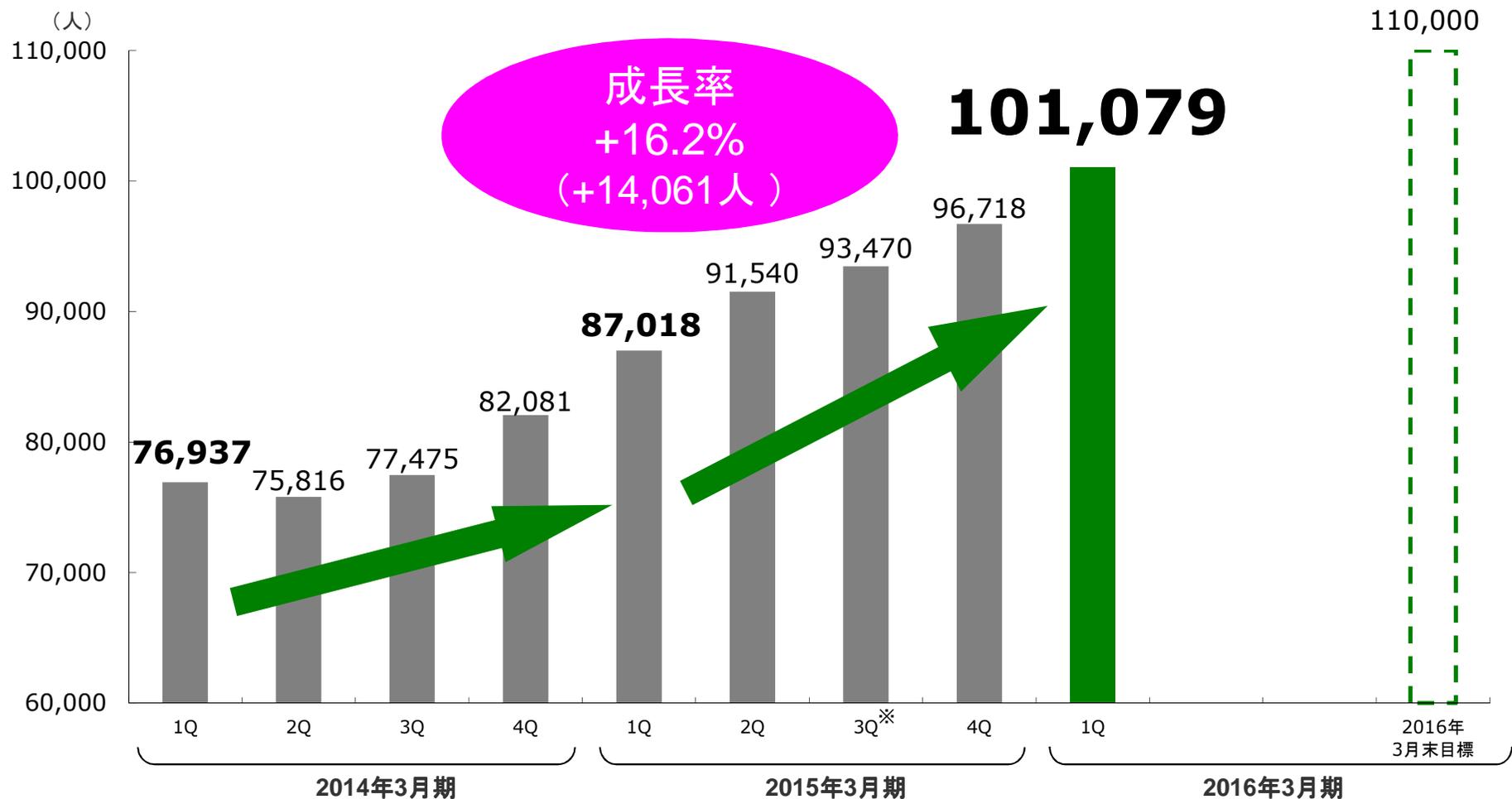
第1四半期売上高推移

15期連続過去最高売上を記録し、1Q売上47.1億円(成長率+15.0%)



(1) 定期購入会員数の推移

定期購入会員数は、期初比4,361人増となり、初めて10万人を突破

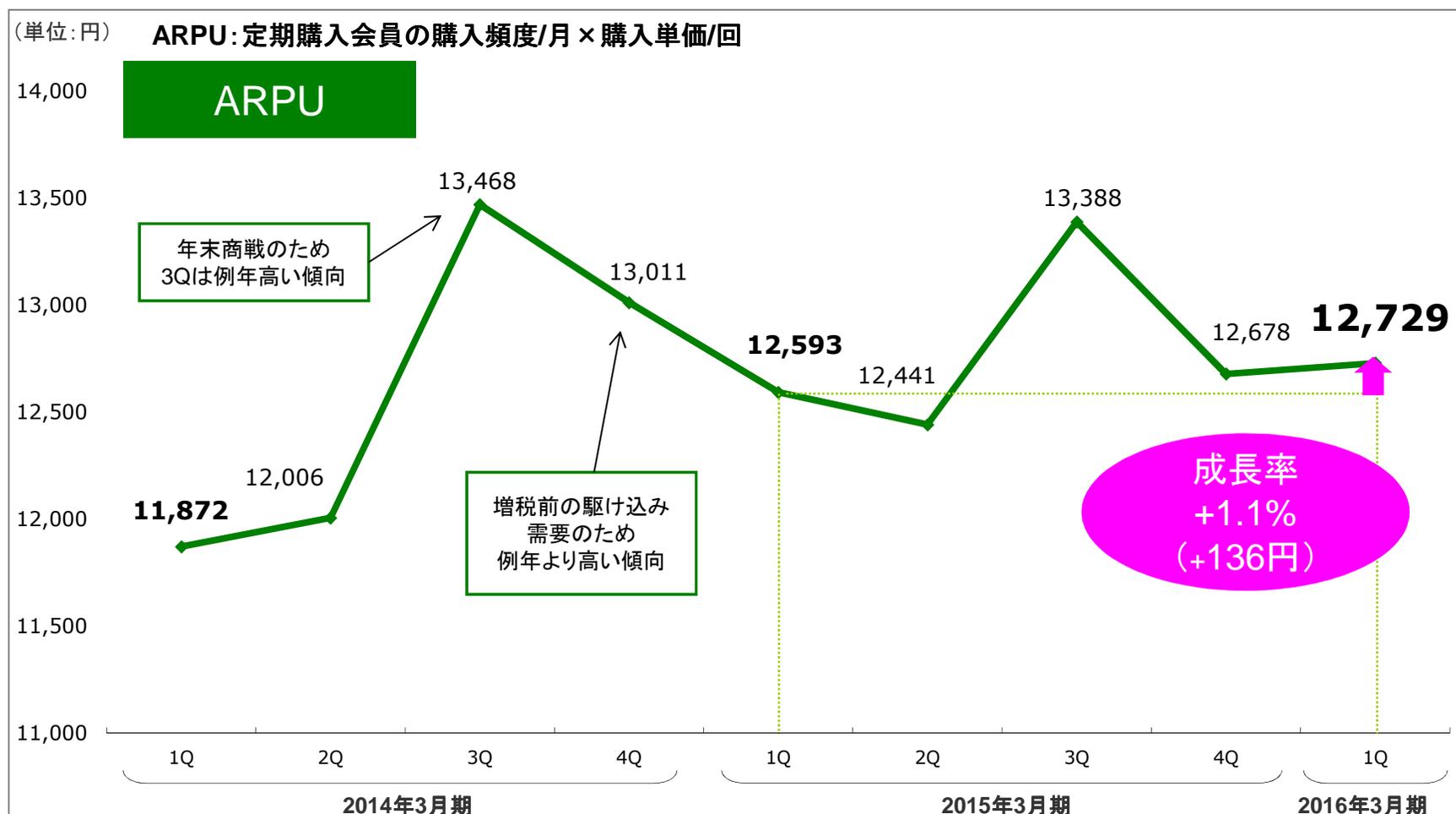


※2014年10月にOisix×リクルートポイントサイトの定期購入会員2,261人を統合

(2) ARPUの推移

※ARPU: Average Revenue Per User(会員1名あたりの月間売上高)

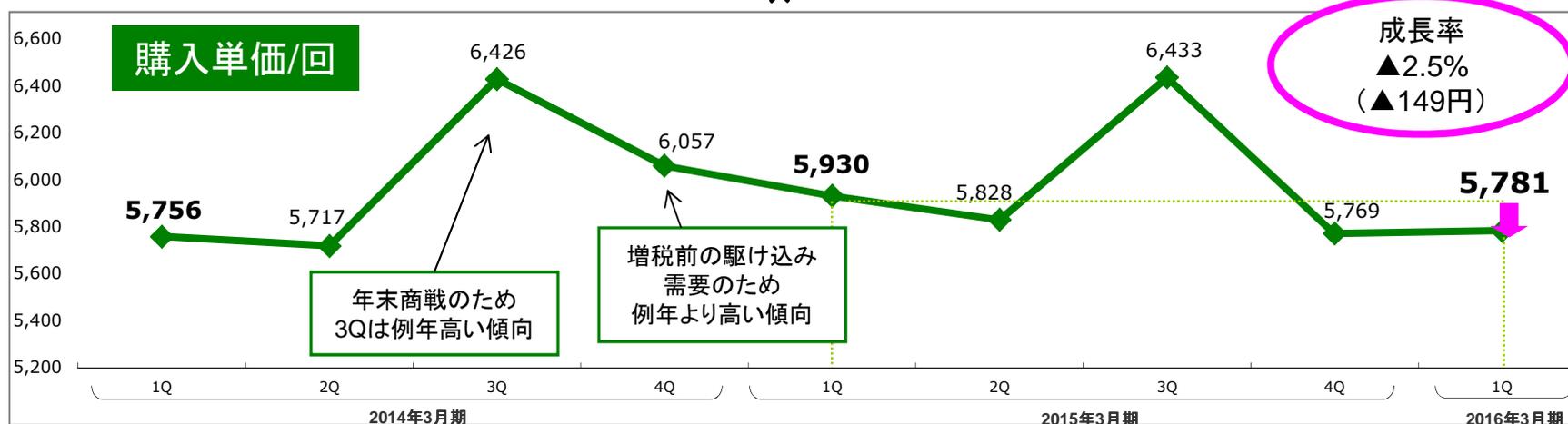
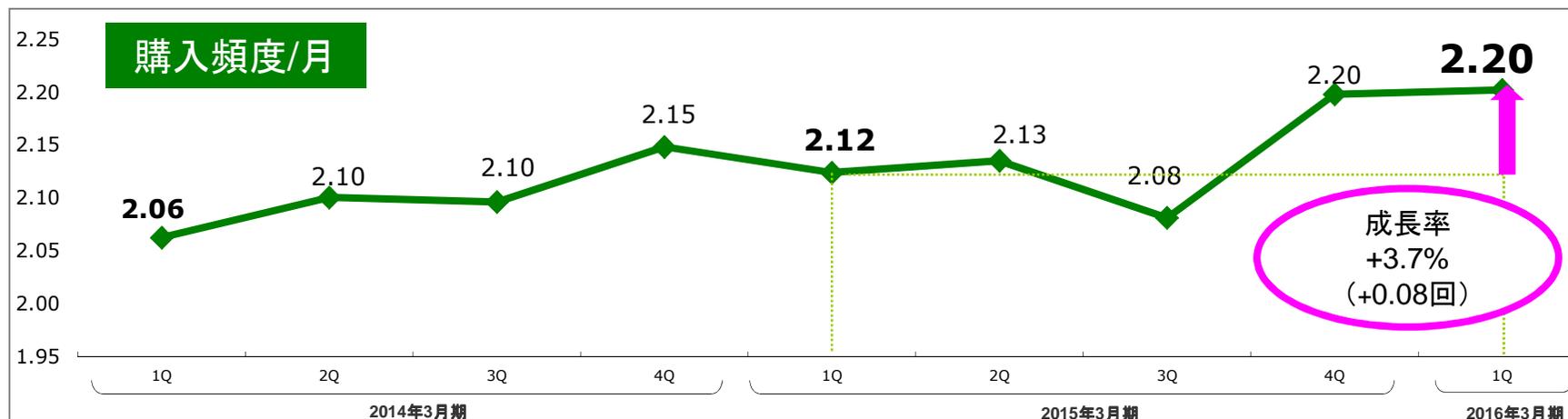
KitOisixなど購入頻度の高いサービスの拡大により購入頻度が向上し、前年同期比でARPU成長



(2) ARPUの推移

※ARPU: Average Revenue Per User(会員1名あたりの月間売上高)

KitOisixなど購入頻度の高いサービスの拡大により購入頻度が向上。
一方、スマホ比率の上昇による影響により購入単価は微減



1. 1Q業績概要

2. サービスの状況・活動トピック

2016年3月期売上利益目標達成に向けて、①～③の活動に注力すると同時に、将来の更なる事業成長加速を実現すべく④の活動を実施

□期初計画

□1Qの進捗状況

成長基盤の
整備

①事業拡大に向けた設備投資

(a) 製造工場の新設
(Oisix Dining Center)

既存事業
の成長

②主力EC事業の成長

(a) KitOisixコースの成長
(b) スマホ比率の向上

③EC以外事業の収益貢献化

(a) 香港現地子会社の設立
(b) Shop in Shopの拡大
(c) オイフルMJのクライアント拡大

未来に
向けた活動

④フード×ヘルスケア領域の
研究開始

(a) 高栄養野菜コーナー「きくベジ」
の展開

①事業拡大に向けた設備投資

(a) 製造工場の新設 (Oisix Dining Center)

KitOisixの出荷数量増加に対応するために、予定通り2015年6月に新製造工場を稼働し、想定のパフォーマンスを発揮

□ 製造品目の最適化



□ 期待される効果

- キャパシティの拡大**

—現在の約**4倍**の出荷数量に対応
- 原価率の低減**

—KitOisixの製造に特化した製造ラインの設計によりKitOisixの**製造原価の低減**
- 新商品の開発**

—冷凍技術や低速圧搾装置により、冷凍野菜やヘルシージュースなど、青果加工品の**開発スピードの更なる向上が可能に**

(a) KitOisixコースの成長

コース会員数2.0万人を超え、累計Kit販売数130万Kitを突破(2015年7月末時点)
 常備菜KitやサラダKitなどの新しい取り組みにより購入頻度向上に寄与

□KitOisixとは



- ・Oisix基準をクリアした食材だけを使用
- ・主菜と副菜を20分で調理できる
- ・旬のお野菜をたっぷり使用

□新しい取り組みやイベントKitなど



忙しい人のための
 作り置き
 「常備菜Kit」

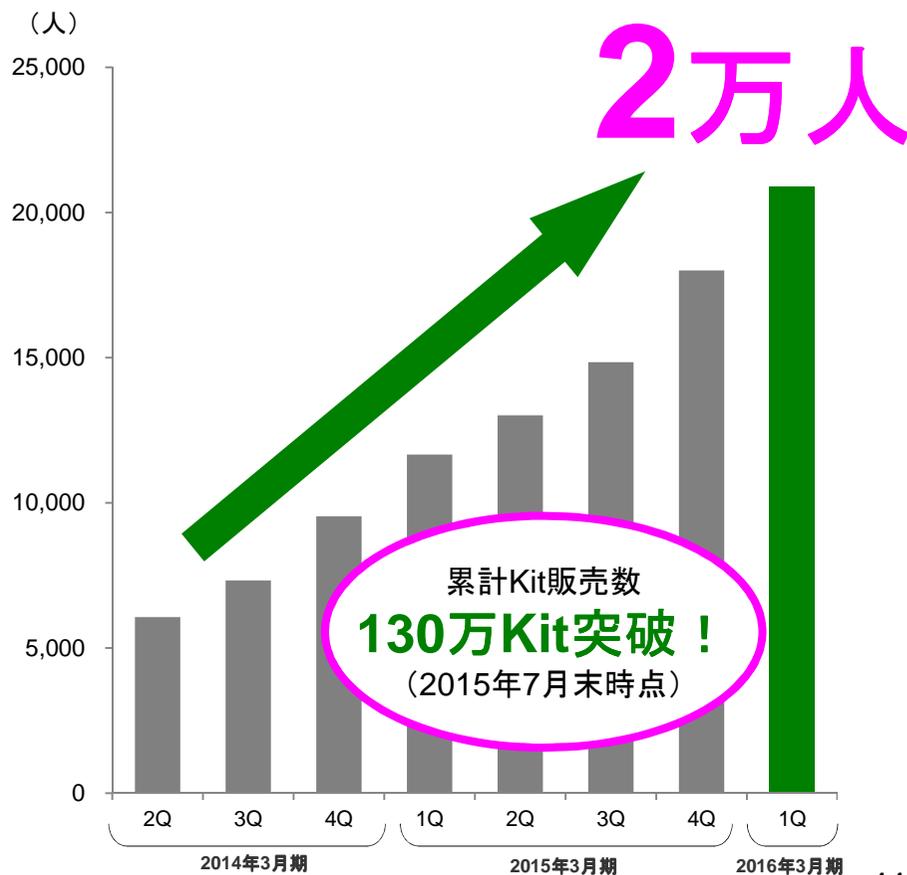


手軽でおいしいサラダ
 「サラダKit」



家族でおもてなし
 「母の日Kit」

□KitOisixコース会員数の推移



(b)スマートデバイスユーザーへの更なる対応強化

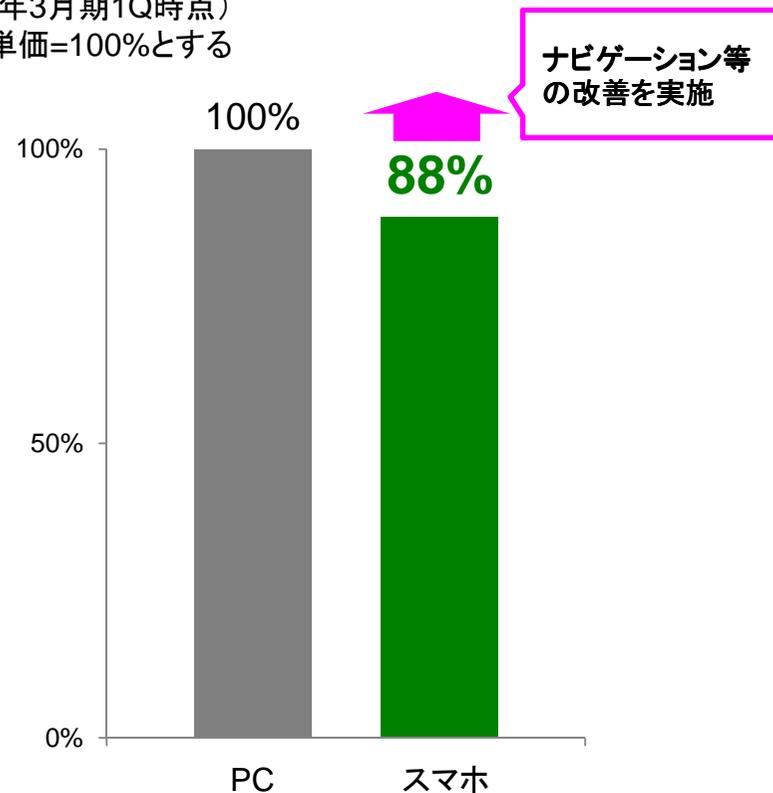
フォーム改善などにより、スマホ経由で入会する会員比率が半数を超え、スマートデバイスユーザーの単価も改善傾向

□スマホ注文画面



□デバイス別単価の比較

(2016年3月期1Q時点)
 ※PC単価=100%とする



イメージ

概要

(a)海外事業



□香港現地子会社の設立

- ・子会社設立により商品/サービスの拡充
 - 現地における輸入代行により販売商品を大幅拡充
 - 現地での顧客獲得のためのプロモーション
 - 物流業務の安定的なオペレーション

(b)店舗事業



□Shop in Shop の拡大

- ・東急ストア、三越伊勢丹を中心に店舗数16店まで拡大
- ・1Q売上前年同期比172%
- ・冷蔵ケース型、日配品型、PB品型など
新たなフォーマットの開発と展開

(c)オイフル (受託事業)



□オイフルMJのクライアント拡大

- ・オイフルMJクライアント数6社(2015年7月末時点)
- ・マーケティングコンサル・実行~フルフィルメントまでを
ワンストップで受託

④フード×ヘルスケア領域の研究開始

(a) 高栄養野菜コーナー「きくベジ」の展開

高栄養野菜を集めた「きくベジ」コーナーを5月に新設。コーナー開始によって、売上5.7倍となった商品もあり好調

□イメージ・商品



「マルチビタミンB12かいわれ」
コーナー開始前後で売上5.7倍



「サラダ冷やし中華」
「きくベジ」入りオフィスランチ

□展開の背景

- ・機能性表示食品制度により、栄養や成分の優れた野菜への注目が向上
- ・ネット上には機能性や栄養の優れた野菜専門の売場がなかったため当社でコーナー化

※機能性表示食品制度: 食品の機能性が企業等の責任において科学的根拠をもとに所定の届出を行い表示ができるようになる制度 (2015年4月より施行)

図1: 高栄養や高機能の食品に関心がありますか?

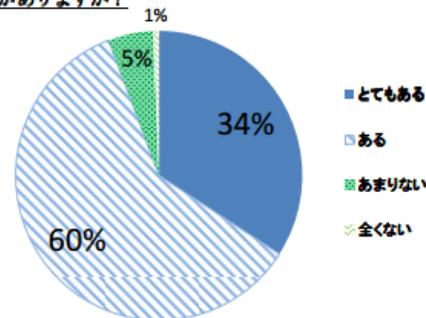
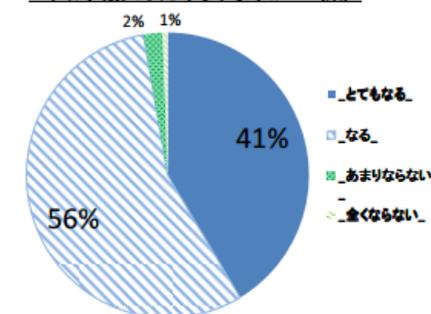


図2: 高栄養や高機能の特徴が明記されていれば、購入したくなりますか? (※)



高栄養高機能食品への関心・購入意欲はともに9割を超える
※弊社アンケートより(2015年6月実施)