決算説明資料

2017年3月期2Q
オイシックス株式会社

企業理念

より多くの人に、より豊かな食生活を

私達Oisix（おいしっくす）の企業理念は、より多くの一般のご家庭が、豊かな食生活を簡単に実現できるようなサービスの提供を行うことです。

私達は生産者の論理ではなく、お客様の視点に立ち、良いものをできるだけ便利な形でお届けしていきます。

Oisix

Contents

1 2017年3月期2Q 業績概要

2 2017年3月期2Q 活動概要

3 2017年3月期2Q ㈱とくし丸 活動概要

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。

1

2017年3月期2Q
業績概要

2017年3月期 2Q累計実績

■売上高

会員数の増加によりEC売上が順調に推移（前年同期比112.4%）、その他ECコンサルの拡大により全体で前年同期比 114.3%（2Q計画進捗率 100.2%）

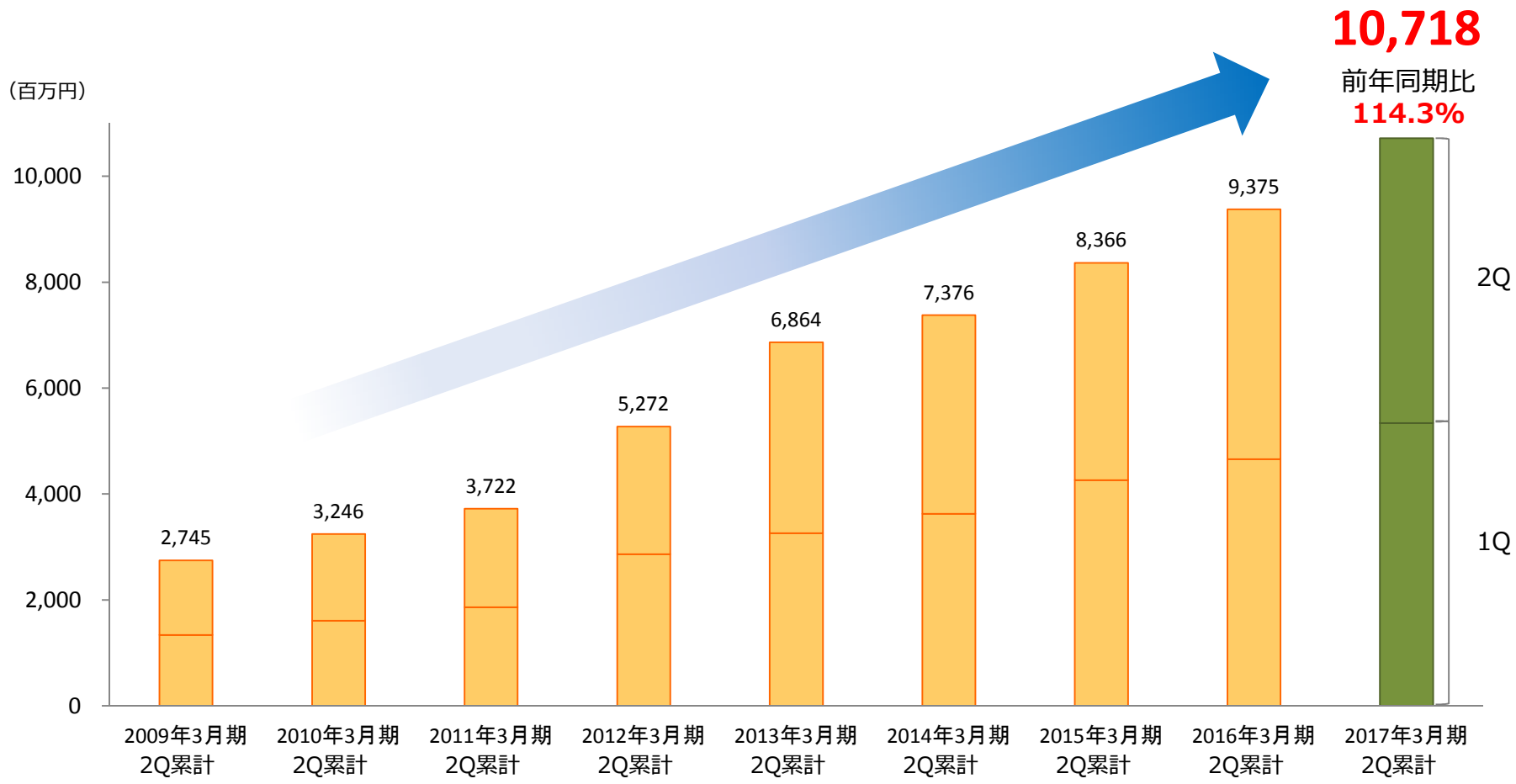
■営業利益

売上高の増加により獲得した利益を新規会員獲得のための先行投資などに充当した結果、前年同期比103.6%（2Q計画進捗率 100.3%）

単位：百万円	2016年3月期 2Q累計実績（単体）	2017年3月期 2Q累計実績（連結）	2017年3月期 計画（連結）	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率	計画進捗
売上高	9,375	**10,718**	23,000	*1,342*	*114.3%*	*46.6%*
営業利益	261	**270**	820	*9*	*103.6%*	*33.0%*
経常利益	279	**285**	830	*6*	*102.3%*	*34.4%*
四半期純利益（当社帰属四半期純利益）	177	**187**	580	*9*	*105.4%*	*32.3%*

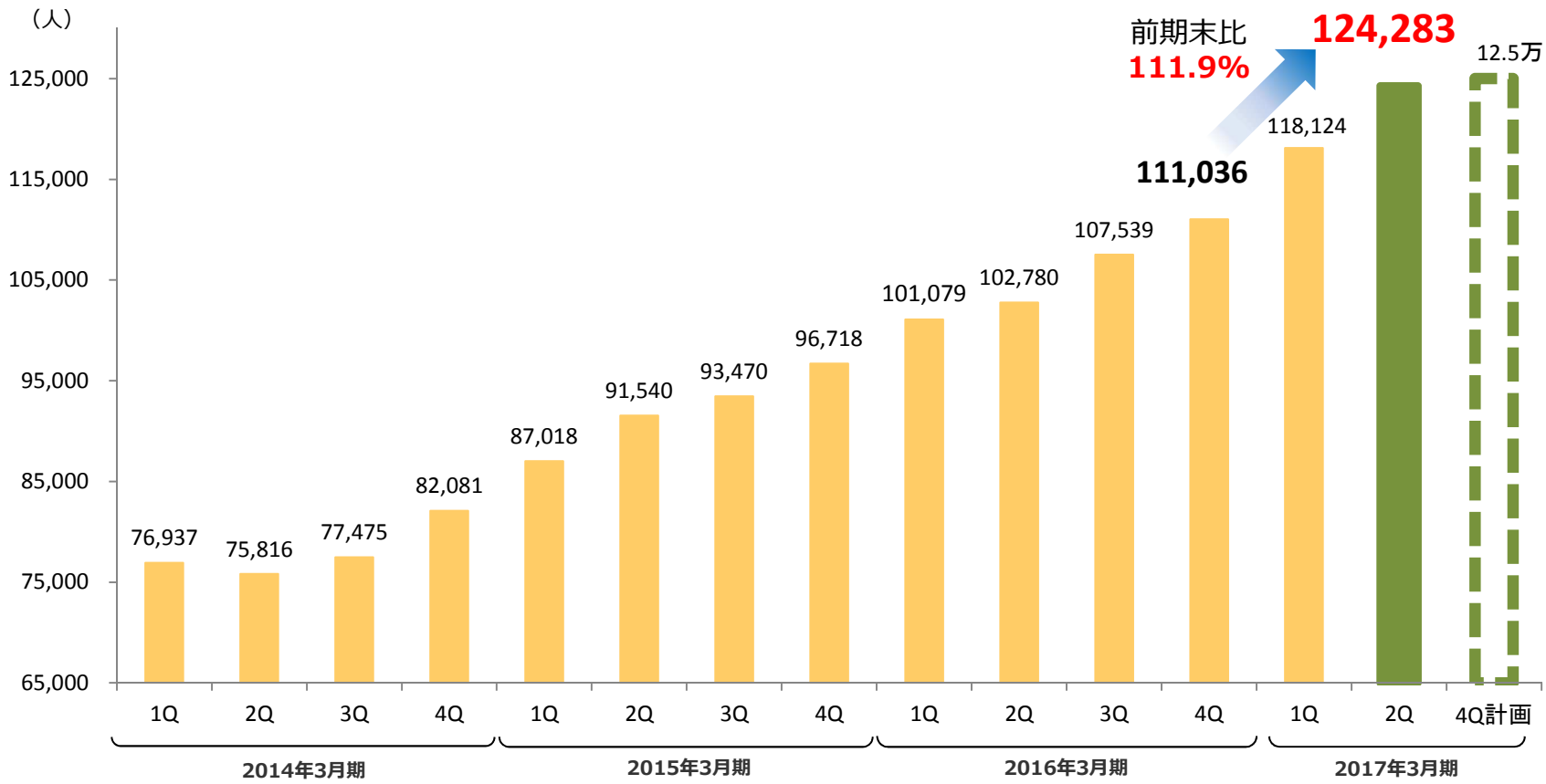
2Q累計売上高推移

新規会員獲得が順調に推移し前年同期比114.3%、16期連続過去最高売上高達成



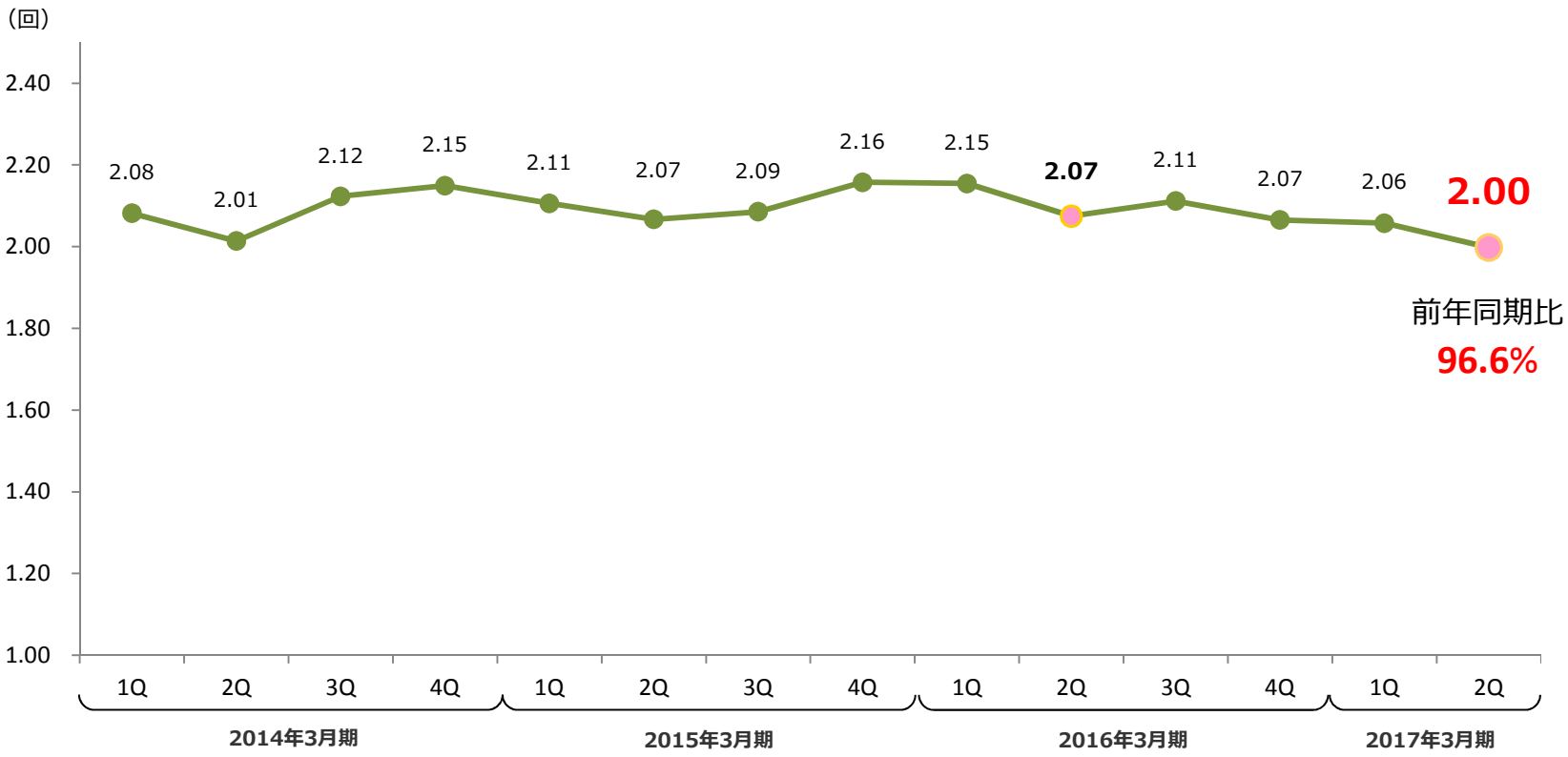
会員数推移

最重要指標である定期購入会員数は、プロモーションの強化により前期末11.1万人から12.4万人に成長



購入頻度推移

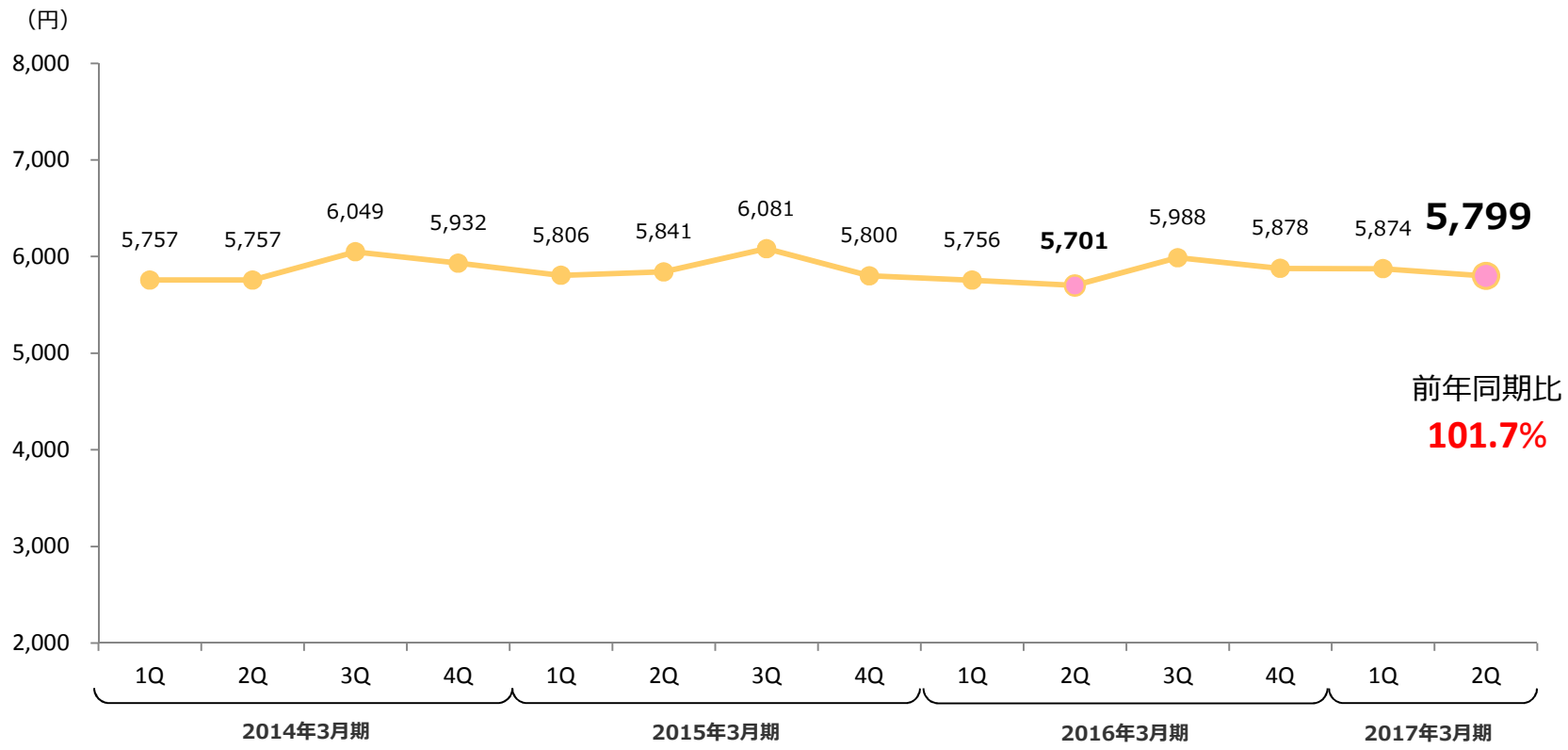
実験的に拡大していた販促キャンペーンを適正化したことにより、購入頻度は微減したものの1受注当たりの利益は改善。購入頻度は2.00（前年同期比96.6%）で着地。



※今年度より、四半期末月数値から四半期平均数値に変更

購入単価推移

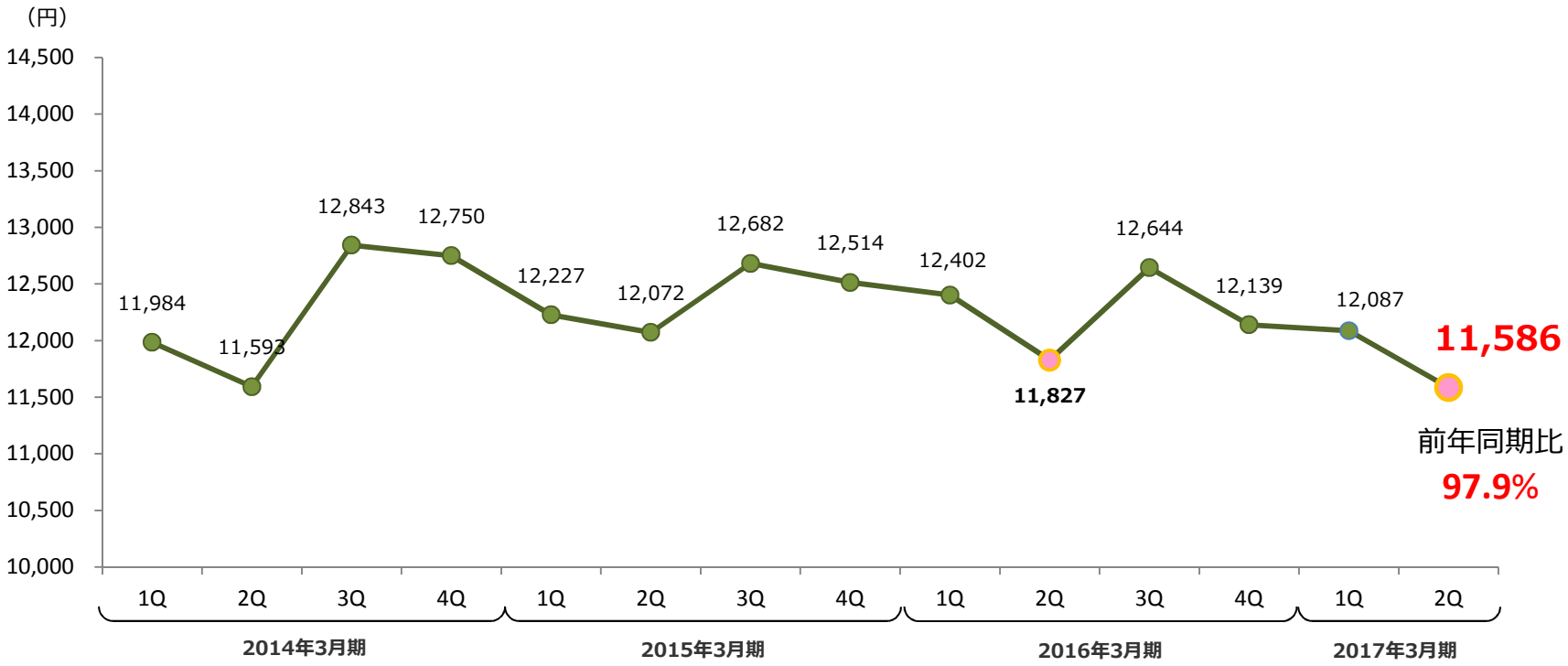
購入単価は5,799円（前年同期比101.7%）で着地
スマホユーザビリティー改善や青果売場改善による青果単価のUP等が寄与



※今年度より、四半期末月数値から四半期平均数値に変更

ARPU推移

購入頻度2.00（前年同期比96.6%）、購入単価5,799円（前年同期比101.7%）
ARPUは11,586円（前年同期比97.9%）で着地

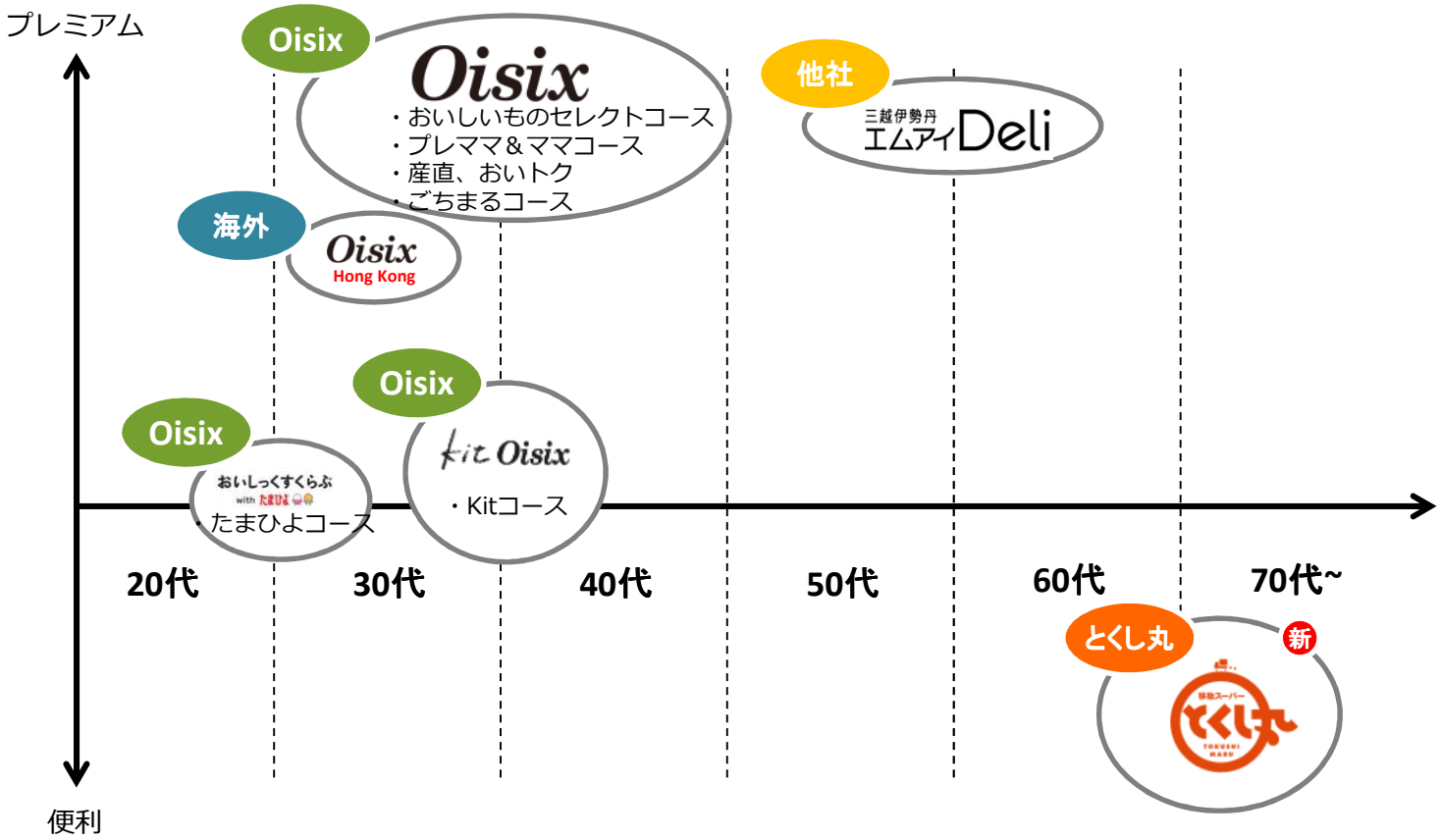


※ARPU：Average Revenue Per User(会員一人当たりの月間売上高)
※定期購入会員の購入頻度×購入単価/回
※今年度より、四半期末月数値から四半期平均数値に変更

中期成長戦略

-「食」×「サブスクリプションコマース」
の圧倒的No1プレーヤーへの成長 -

サブスクリプションコマースで様々な世代の様々なニーズに応え、圧倒的No1プレイヤーへの成長を加速させる。



中期成長戦略 －目標流通総額－

各事業の拡大に取り組み、2019年3月期に流通総額400億円を目指す

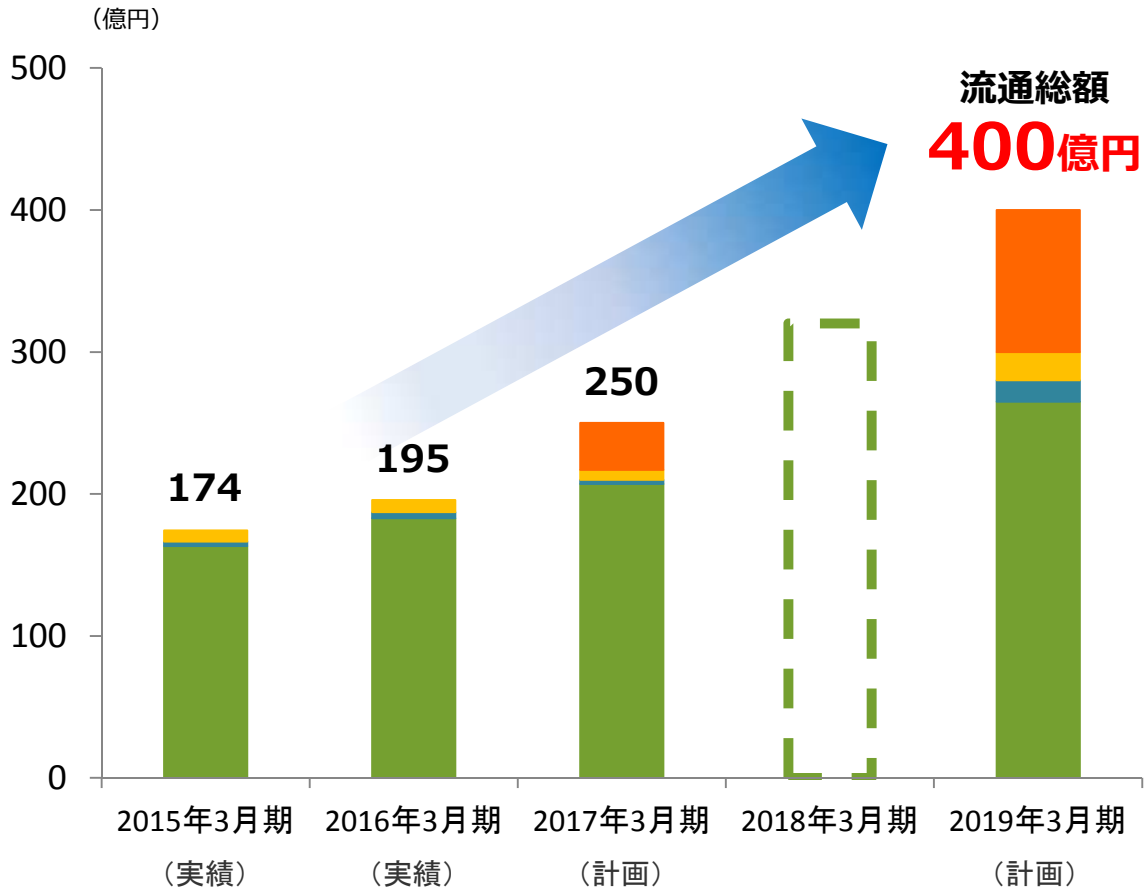
とくし丸
とくし丸社の売上は手数料

他社プラットフォーム
オイシックス社の売上はフルフィルメント及びコンサルティング受託料

海外
オイシックス社の売上は流通総額と同じ

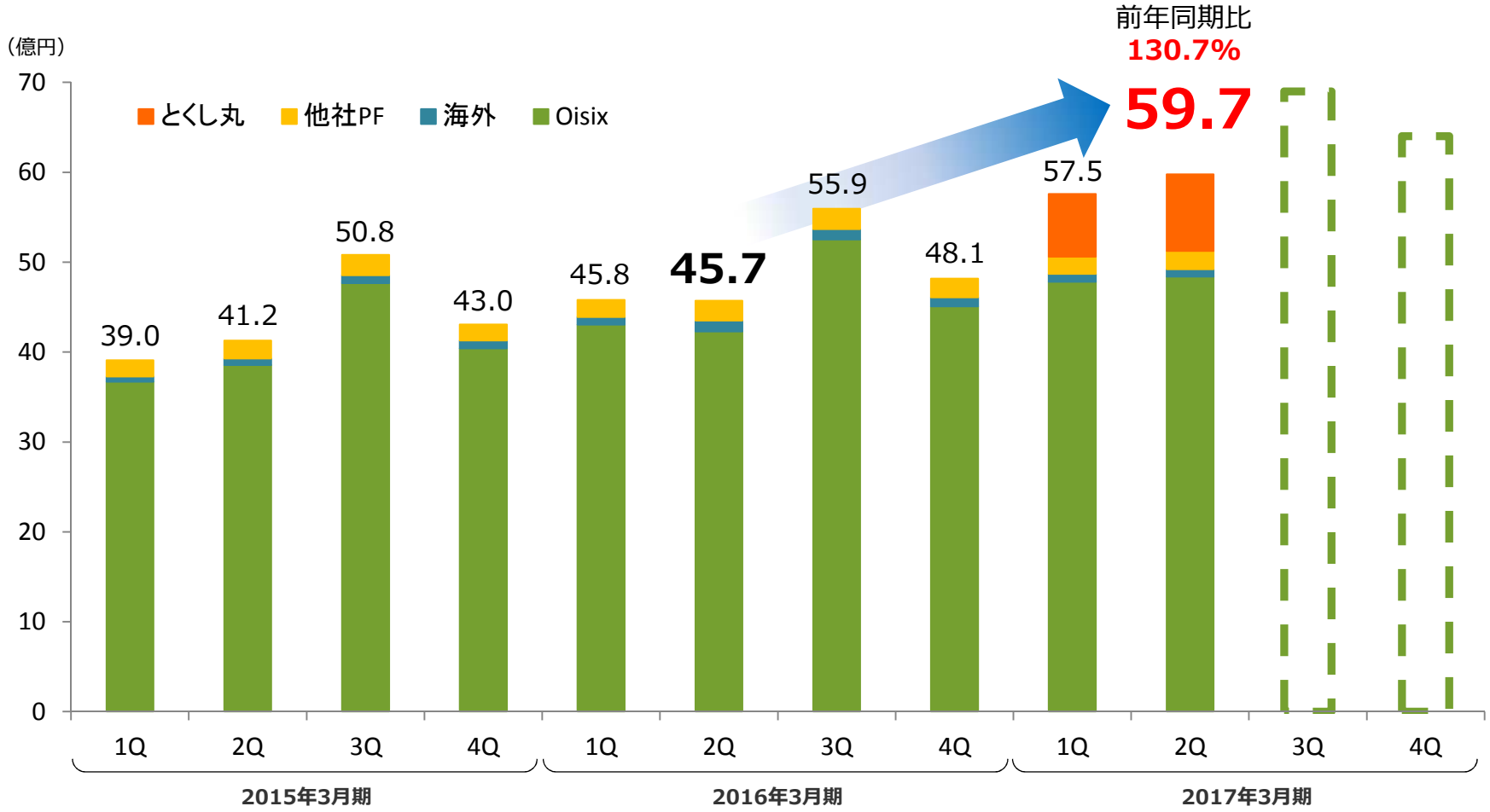
Oisix
オイシックス社の売上は流通総額と同じ※

※店舗事業、法人向け事業の数値は含まない



中期成長戦略 －流通総額推移－

前年同期比130.7%、流通総額59.7億円で着地



2

2017年3月期2Q
活動概要

2017年3月期 Strategy & Action

① Oisix.comの進化

② サブスクリプションプラットフォームの進化

③ ブランドの強化

④ フード×ヘルスケア

2017年3月期 Strategy & Action

① Oisix.comの進化

② サブスクリプションプラットフォームの進化

③ ブランドの強化

④ フード×ヘルスケア

プレミアム時短サービスの強化

主菜と副菜の2品がたった10分で完成する「クイック10」シリーズの発売を開始
忙しい女性のライフスタイルに対応

■シャキ！糸ねぎ香る、さばのみぞれ煮
きゅうりとめかぶのなめたけ和え

■カラフル野菜とミートボール甘酢炒め
コーンと豆乳のとろけるスープ

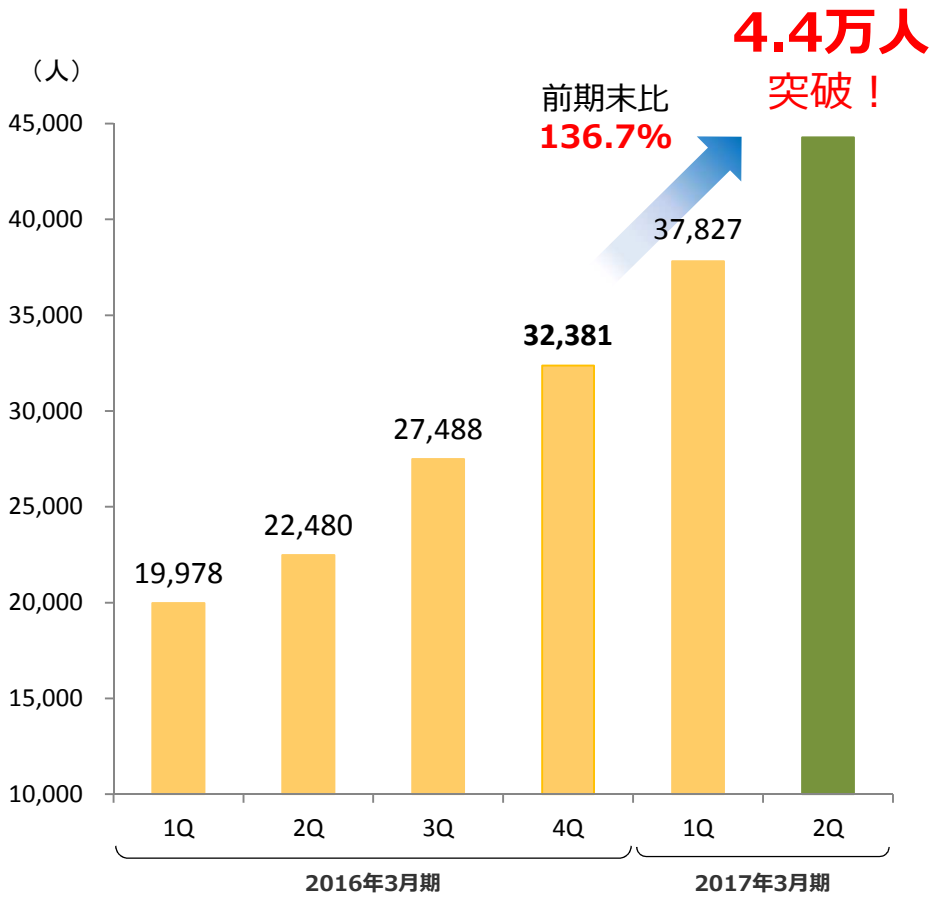
・「クイック10」は、主菜と副菜が20分で作れるこれまでの「Kit Oisix」の半分の調理時間で完成できるシリーズ。
・オイシックス基準の食材を利用し、5種類以上の野菜を摂取することができる。
・忙しい生活スタイルのご家庭で、きちんとした食卓を実現。

Kit Oisix の進化：会員数の推移

クイック10や自由研究Kitの投入により、Kit会員数は純増。
2017年3月期2Qで4.4万人（前期末比136.7%）を突破。

■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



Oisix

Kit Oisix の進化：自由研究ができるkitを発売

夏季限定で、お子さんとクッキングを楽しみながら食育や宿題にも役に立つ
「自由研究ができるKit」を投入

■手作りマヨで！焼き鮭タルタルソース

■3種のなす食べ比べカレーグラタン

・親子で楽しみながら思い出づくり。
・研究シートのクイズに答えながら簡単に研究のポイントがつかめる。
・現役東大生からのアドバイスが詰まったワークシートで、まとめ方を学べる。

Kit Oisix の進化：ぐでたまコラボkitの発売

暑い夏に食事作りが大変なママをサポートする、火を使わないぐでたまコラボKit
「ぐでたまデコご飯」を投入。

・夏の暑い日に火を使わずに作ることができるKit。
・ぐでたまが気分に応じて火を使わないレシピを提案してくれる「夏休みを戦うママのための100レシピ」展開。

時短青果サービスの開始

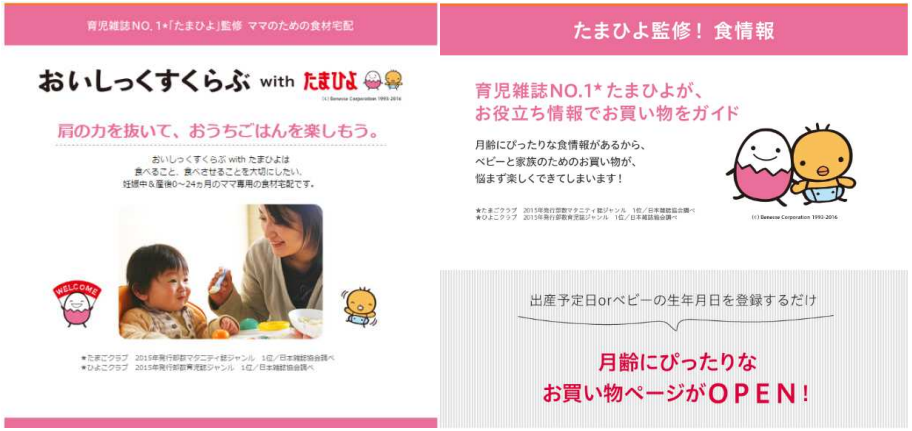
時短青果商品を開発し、Kitを中心にお買い物をしている忙しいママのご家庭でも簡単に野菜が摂れる商品を拡充。

■簡単な調理で野菜のおかずができる野菜商品を提案

■商品と合わせてレシピも提供

事業提携の強化：ベネッセHD

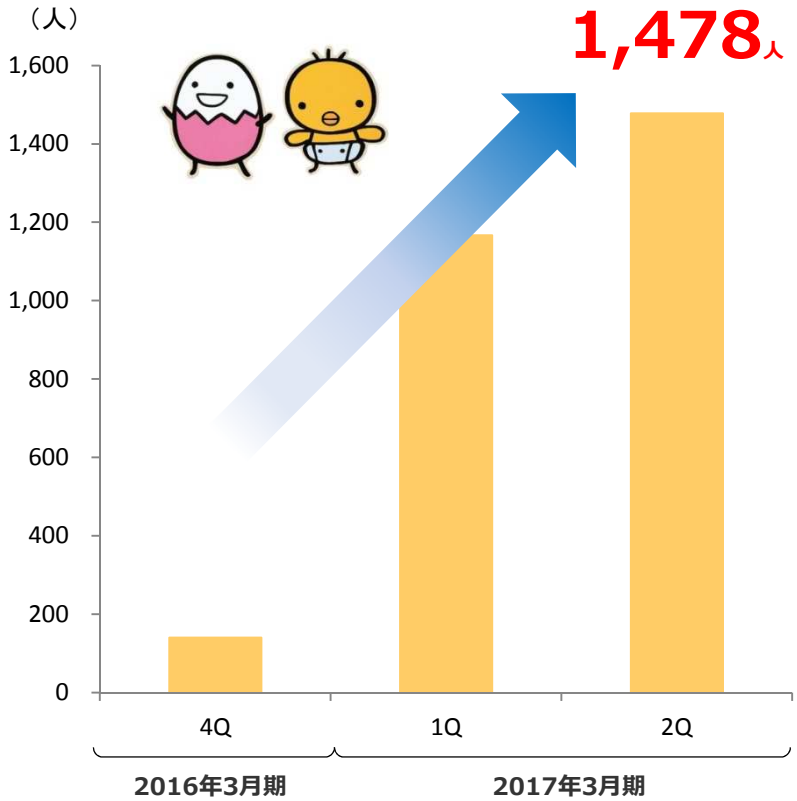
2016年2月にスタートした、妊娠・産後のママ向けサービス「おいしっくすくらぶwith たまひよ」の会員数が1,400人を突破。



使いたいだけ解凍OK！
骨とり秋鮭一口カット

短くカット済のやわらか麺
離乳食用冷凍うどん

温めるだけの裏ごし野菜
ベジキューブ



2017年3月期 Strategy & Action

① Oisix.comの進化

② サブスクリプションプラットフォームの進化

③ ブランドの強化

④ フード×ヘルスケア

事業提携の強化：三越伊勢丹HD

株式会社三越伊勢丹ホールディングスと食品宅配事業のＪＶ設立基本合意
フルフィルメントを中心とした業務受託ビジネスから、共同事業主として売り側にもコミット。

＜協業のイメージ＞

■豊富な商品ラインナップ
■商品企画力

三越伊勢丹の商品

Oisixの商品

■OisixのWebマーケティング

■OisixのフルフィルメントＯ

■三越伊勢丹グループ
カード・WEB会員約500万人

■三越伊勢丹のブランド力

ECコンサルティングの拡大

だしの老舗にんべん様のECサイトのコンサルティングを実施。
オイシックスのノウハウを生かし、集客・購入率のアップに貢献。

2017年3月期 Strategy & Action

① Oisix.comの進化

② サブスクリプションプラットフォームの進化

③ ブランドの強化

④ フード×ヘルスケア

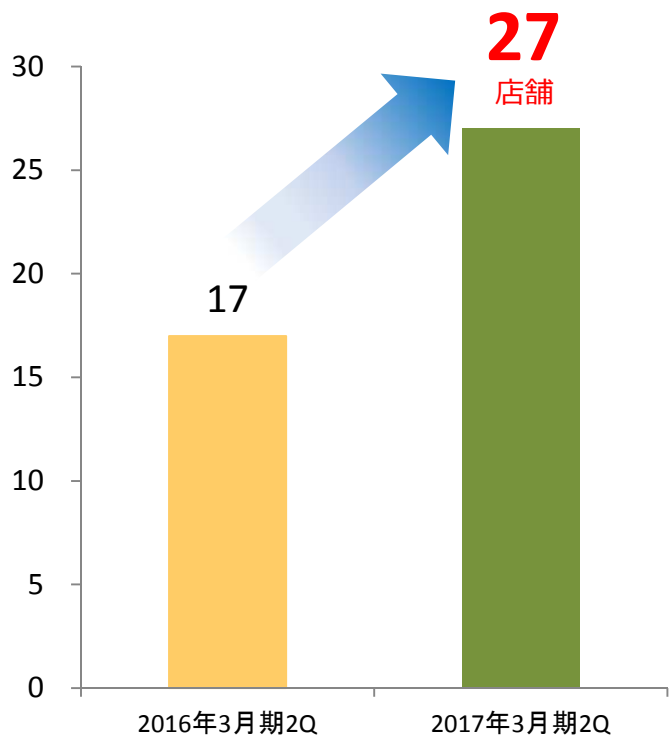
Shop in Shop リニューアル

クリエイティブディレクターに水野学氏を迎え、Shop in Shop既存店舗のリニューアルを開始。リニューアル店舗は平均で前年同期比売上高27%増。

■ 水野学氏

プロフィール
- good design company代表
- 慶應義塾大学特別招聘准教授
- ブランドづくりの根本からロゴ、パッケージ、店舗デザイン、コンサルティングまで幅広く活躍

■ 店舗数推移



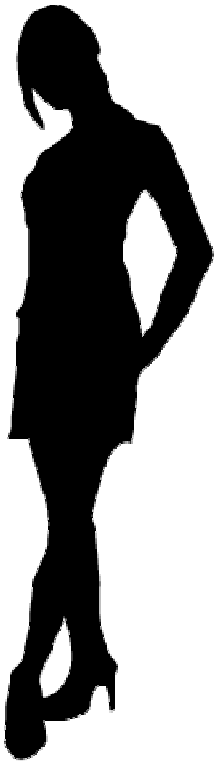
DEAN & DELUCAとのコラボレーション

■品川駅直結、アトレ品川「DEAN & DELUCA」にOisixの旬野菜コーナーが期間限定でオープン。

■DEAN & DELUCAと共同開発する Oisixのリアル店舗新規出店に向けてプロジェクトが本格スタート。2017年度上半期を目途にオープン予定。

著名人アンバサダーの選定

■初の著名人アンバサダーを選定。年間を通じて、野菜に溢れた食卓の魅力をお伝え頂きます。



＜記者会見日時＞

11月12日（土）11:00～　@六本木ヒルズ アリーナ

東京ハーヴェストの初日ステージで、
「就任お披露目会・コラボサラダ発表会」を行います。
ぜひ、ご期待ください！

<今後の活動予定>

11月12日（土）より期間限定で、共同開発を行った
コラボサラダKitを発売

2017年3月期 Strategy & Action

① Oisix.comの進化

② サブスクリプションプラットフォームの進化

③ ブランドの強化

④ フード×ヘルスケア

フードテックファンド（FTF）の設立

日本初の食を専門とする戦略投資部門を設立。単なる投資だけでなく、オイシックスのノウハウを生かした実行支援も行い、新技術や新サービスのより速い実用化、事業化を支援。

Oisix
サブスクリプション型
食品Eコマース

- 12万人の顧客データベース
- ページ制作
- データ分析
- 商品開発
- ロジスティクス

×

国内外の
フードテックヘルスケア

- ビッグデータ
- IOT
- 医学の進歩

ルートレック・ネットワークス社との事業資本提携

土壌の状態を数値化して最適な培養液供給を自動で行う、次世代養液土耕システム「ZeRo.agri（ゼロアグリ）」を開発している株式会社ルートレック・ネットワークスと事業資本提携決定。同社との提携を通じて仕入れ価格の抑制やサプライのキャパシティの拡大を図ります。

■ゼロアグリとは

・ハウス内の土壌水分量・EC値・地温・日射量・温度・湿度を数値化し培養液供給量を自動計算

・灌水や追肥の時間を大幅削減、さらに、データに基づいた培養液供給により作物の等級も安定

■事業提携概要

・Oisixの生産者さんへのゼロアグリの紹介

・栽培管理に関する加工分析データの一部提供

・新規サービス、機能のベータ版利用

■資本提携概要

・普通株式　3,000万円

台湾の自然食品宅配企業との資本提携

香港に続いて2か国目の東アジアでの展開の足掛かりとして活用。定期宅配モデルの台湾での展開、テストマーケティングなどを調査。
引き続き、その他のアジア企業への出資、他国への進出の検討を進めます。

■台湾好農のサイトイメージ

■企業概要

社名：御食股份有限公司

設立：2011年10月

事業：自然食品の宅配

サービス名：台湾好農

董事長：Bell Chiang（元 台湾IBMグループ総経理）

董事/執行長：Maggie Chen（台湾農業委員）

■資本提携概要

・普通株式　約6,400万円相当（議決権ベースで数%程度）

うまみダイエット研究所の開設

「うまみ」を感じられる味覚変更プログラムの開発をスタート。12月よりテストを開始し、2017年3月上旬に全米最大級のビジネスイベント「SXSW（サウスバイサウスウェスト）」のカンファレンスで発表予定。

■共同開発チーム

石川善樹教授
予防医学研究者・医学博士

1981年、広島県生まれ。東京大学医学部を経て、米国ハーバード学公衆衛生大学院修了。現在は株式会社キャンサースキャンおよび株式会社Campus for H の共同創業者。講演や、雑誌、テレビへの出演も多数。

松嶋啓介シェフ
ミシュラン星レストラン
オーナーシェフ

1977年福岡生まれ、20歳でフランスへ渡り、25歳の若さにして、本場フランスのニースに自身の店をオープン。
2010年7月には、フランス政府より日本人シェフとしては初めて、さらに最年少で「フランス芸術文化勲章」を授与。

■サービスイメージ

①味覚検査で一定濃度の出汁を
濃く感じるか薄く感じるかを検査

②2週間の味覚変更プログラム
を経験（朝食＆夕食）

③再度味覚を測定し、変化を見る
また、体重の変化を測定

④その後も定期的にヘルシーなKitを
注文することでダイエットを行う

その他　－ウィルチェアーラグビー公式サプライヤー決定－

2020年の東京五輪に向けて、パラアスリートの活動環境の支援、また同種目の普及・発展を応援するため公式サプライヤーとなりました。

■ 栄養バランスがとれた食材やKitOisixの提供

■ 公式ホームページのリニューアルサポートなど、ファンづくりでもサポート

その他　－TABLE FOR TWO－

OisixのTFT認定商品をお客様に購入して頂き、その売上の3%をTFTに寄付し、
発展途上国の子供たちの給食や給食室の建設に貢献しています。

お客様

TFT対象商品の購入

Oisix

TFT対象商品の販売

売上の
3%
を寄付

TABLE FOR TWO

発展途上国の
子供たちに
給食をお届け

その他　－11月12日・13日に今年もTOKYO HARVESTを開催 －

「東京から、ラブレターを。」をコンセプトに今年もTOKYO HARVESTを開催
アーティストやシェフなど様々なプロが協賛し、イベントを盛り上げる。

古田秘馬さん

SHIORIさん

米澤文雄さん

安藤美冬さん

ABC Cooking Studio

CRAZY KITCHEN

■ 六本木農場

■ 六本木ハーヴェストカー―青果リレー

・ハーヴェストカーが生産者さんを訪問
・現地からのLIVE動画をSNSで配信

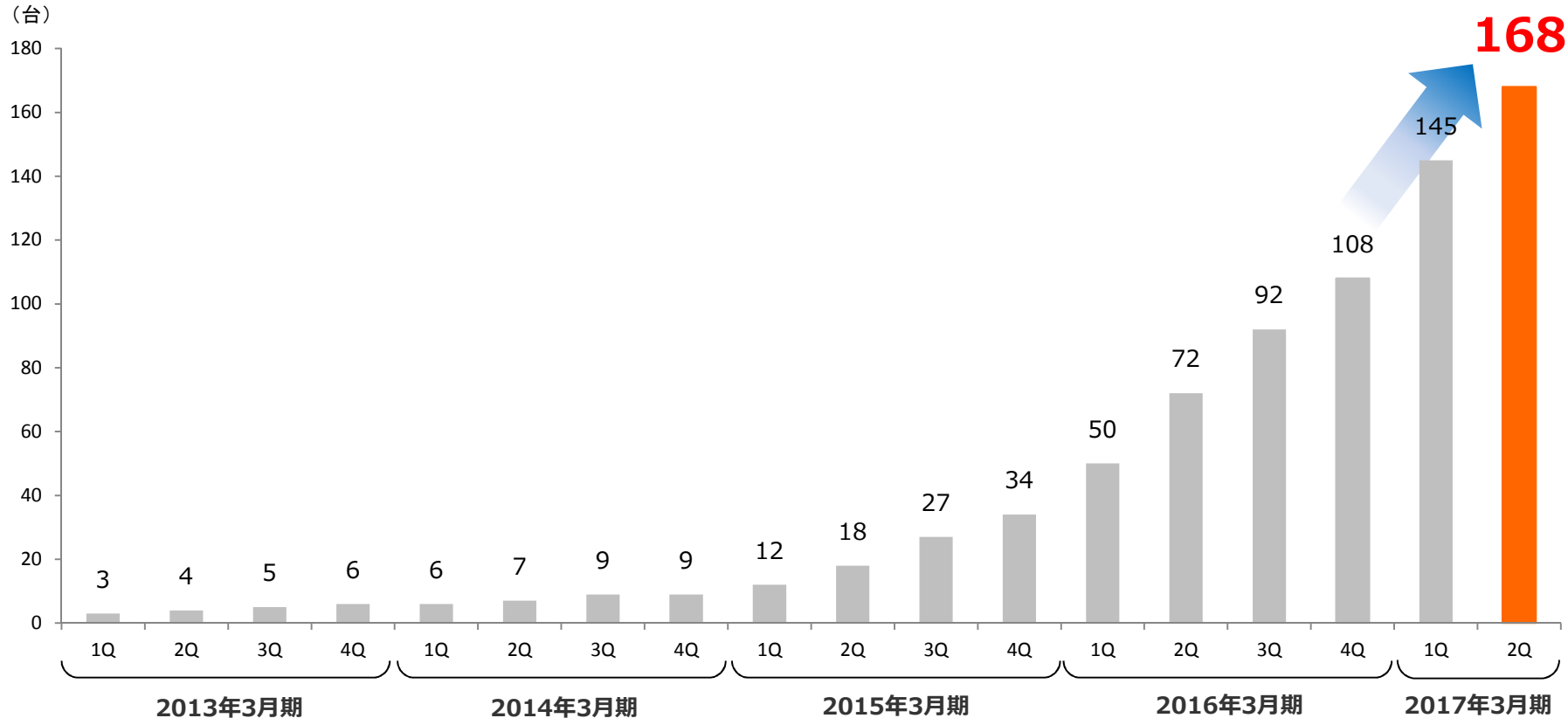
TOKYO HARVEST

3

2017年3月期2Q
㈱とくし丸
活動概要

稼働台数

新規スーパー様での稼働及び既存スーパー様での新規稼働が順調に推移し、2016年3月期末から**60台増**。シニア向け商品のサンプリングなどの新規サービスも開始。



展開都道府県・提携スーパー　－2016年9月末－

■ 展開都道府県

■ 稼働車両の上位都府県

-徳島24台
-岡山16台
-高知14台

■ 提携スーパー

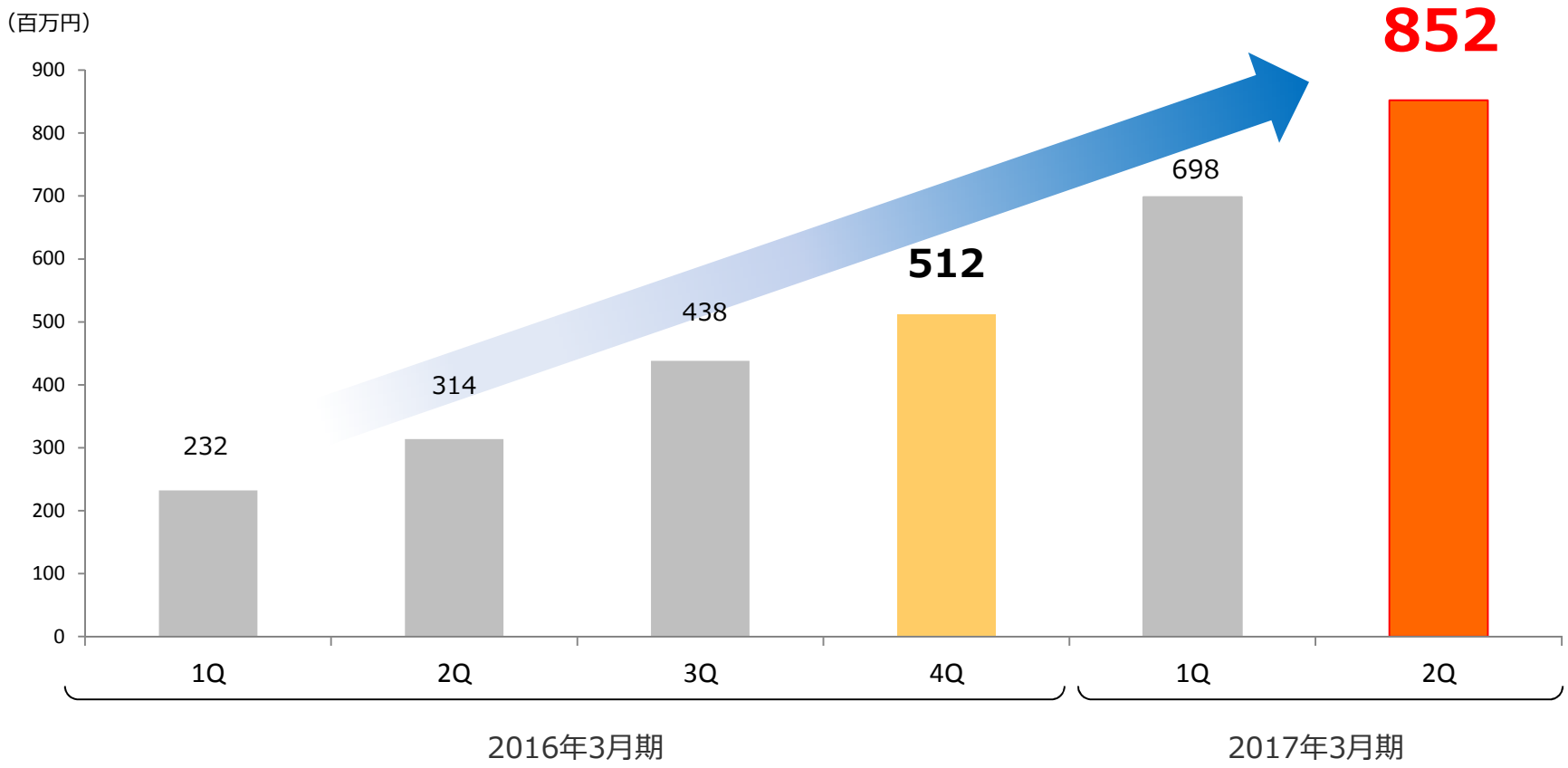
64社

（2016年3月末53社）

Aコープ西日本、ＦＳさとう、JAあいち豊田、JA紀州、JA北東北、T-MART、アスタラビスタ、アマノ、いちい、いちやまマート、ヴァローレ、うおかつ、ウシオ、オオキタ、岡谷生鮮市場、オックス（田浦中央食品）、カケモ、カネハチ、関西スーパー、ぎゅーとら、杏林堂薬局、キョーエイ、キョーエイ（香川）、こめやストアー、サニーマート、サンキョー、サンゼン、サンライズ、ジョイント小林食品、スーパー丸味（サニー）、スーパーラック、末広、セブンスター、全日食チェーン、たかす(サンキョー）、天満屋、東美、トップワールド、どまんなかたぬま、どんたく、ナガヤ、なりざわ、ニコー、ニシザワ、ニチエー、波止浜、パリヤ、ハルタ、ヒバリヤ、フクヤ、文化堂、文化堂（神奈川）、ベニースーパー、ベルク、丸正、三ツ丸ストア、矢尾百貨店、ヤマトー、やまのぶ、ユアーズバリュー、ユーマート、よこまち、よしや、よねや

流通総額

2017年3月期2Qは流通総額**852百万円**で着地（前期末比166.4%）



Oisix