



2014年3月期決算説明資料

(2013年4月1日～2014年3月31日)

2014年5月13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。

ー増収増益・純利益は約30%成長（過去最高益更新）

- ・創業以来13期連続増収【売上：159億】
- ・4期連続増益【純利益：4.36億】（創業以来10年3月期のみ減益）
- ・期初計画には未達

ーEC事業において新サービススタート

- ・他の食品ブランドを扱うモール型事業「Oiチカ」を5月にスタート
- ・時短ニーズに応えた「KitOisix」を7月にスタート

ー3号店となるアトレ吉祥寺スタート

- ・Oisix初の中型店フォーマットをアトレ吉祥寺でスタート
- ・Deliやイートインなど新しい取り組みを開始

ーフルフィルメント受託事業の開始

- ・三越伊勢丹グループとの提携を契機にオイフル（オイシックスフルフィルメント）サービスの開始

ーO i s i xステーション本格稼働

- ・生産性の向上、稼働率の向上による物流センター費率の低減
- ・セントラルキッチンの稼働による独自商品の開発など付加価値の向上

0. A g e n d a



1. O i s i x について



2. 2014年3月期業績概要



3. O i s i x の中期 V i s i o n



4. 2015年3月期活動計画

企業理念

私たちの企業理念は、

「より多くの人が、豊かな食生活を

簡単に送れるようなサービスの提供を行う」です。



その中で、「豊かな食生活」を「安全なものを安心して食べ、美味しさに感動し、それを家族や友達と楽しく共有でき、結果健康なからだになる食生活のこと」と定義し、お届けする商品の安全性はもとより、その食味やサービスとしての利便性にも配慮した事業運営を行っております。

食糧ではなく**食卓**を
提供する会社



事業ドメイン

B2C 自社運営事業

ネット



定期宅配サービスを
中心とした食材宅配
事業

リアル



Shop in Shop10店

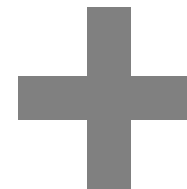
2010年より
店舗事業開始

国内



2010年より香港事業
開始

海外



B2B 他社向け事業

フルフィルメント受託
(オイフルサービス)

メディア

ノベルティ

卸

Oisixステーション(物流センター・セントラルキッチン)、システムインフラ、商品、品質管理

Oisix 1. Oisixについて

B2Cサービス概要

[Oisix.com]



- ・日本最大級食品ECサイト「Oisix.com」
- ・定期宅配サービス
「おいしくくらぶ」が主力サービス
- ・産地直送サービスや飲料の定期お届けサービスなども運営

[香港事業]



- ・日本語、中国語の2か国語対応サイトOisix香港
- ・日本からの輸出品を中心に、香港の有機野菜なども販売

[店舗事業]



- ・自社で3店舗を運営
 - ・小型フォーマット：恵比寿、二子玉川
 - ・中型フォーマット：吉祥寺（2014年1月）
- ・Shop in Shop形態として10店舗運営

O i s i x の属する市場の状況

女性の社会進出などに伴い、食品宅配市場は拡大傾向

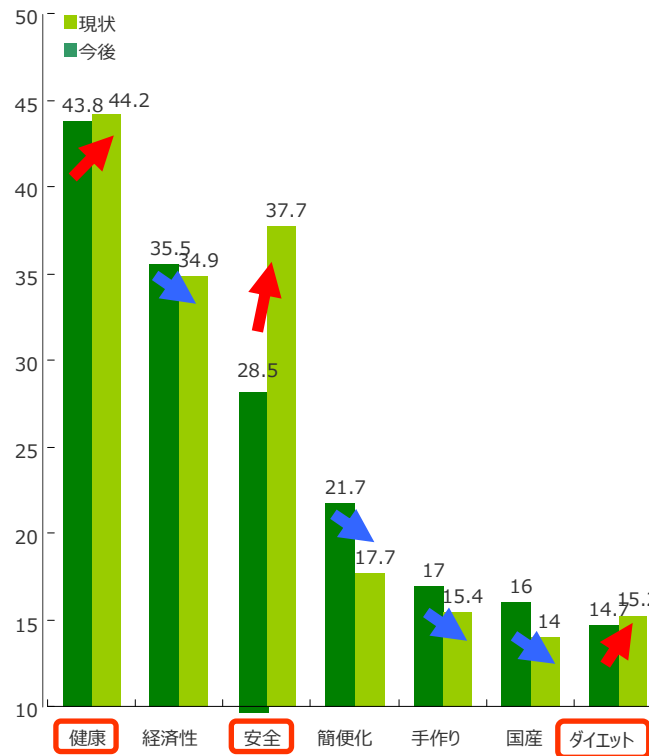
さらに食の安全性に対する意識も高く、安全に配慮した食品市場も拡大傾向

食品宅配市場の成長

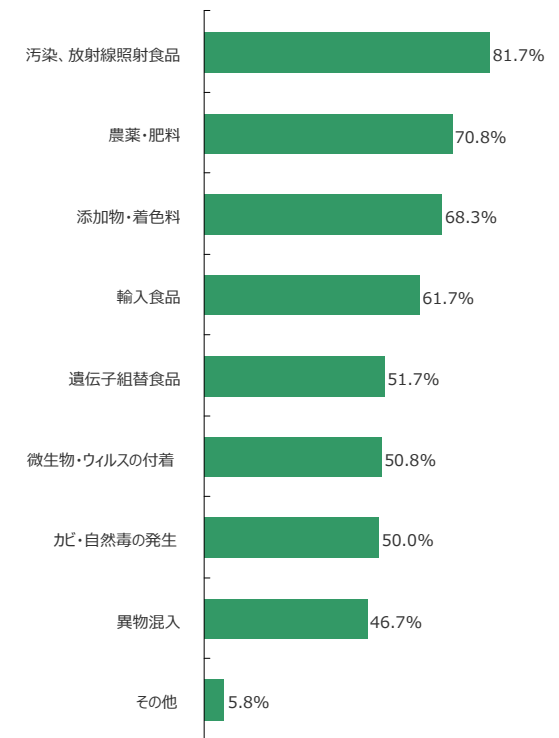


消費者が食に関して意識する事項

(%) 「食に関する志向について」



食の安全に関して不安に思っていること



[参考]：矢野経済研究所「食品宅配市場に関する市場調査 2013」

[出典]：メディア・インタラクティブ社調査レポート「食の安全に関する意識調査」2011/9
[出典]：日本政策金融公庫 2011/9

1. O i s i x について

O i s i x . c o m のビジネスモデル

Webに来店されたお客様からご注文を受けた後、生産者さんへ発注し、海老名のOisixステーションに集約したのちにお客様のご自宅までお届け



O i s i x の特徴

Positive

独自の安全基準を策定し、**安心安全な食品のみ**を販売しています

Positive

全国の一流生産者さんと直接つながることで、**おいしい商品だけ**をお届けしています

Positive

ネットで簡単に注文でき、**全国どこでもお届けできます**

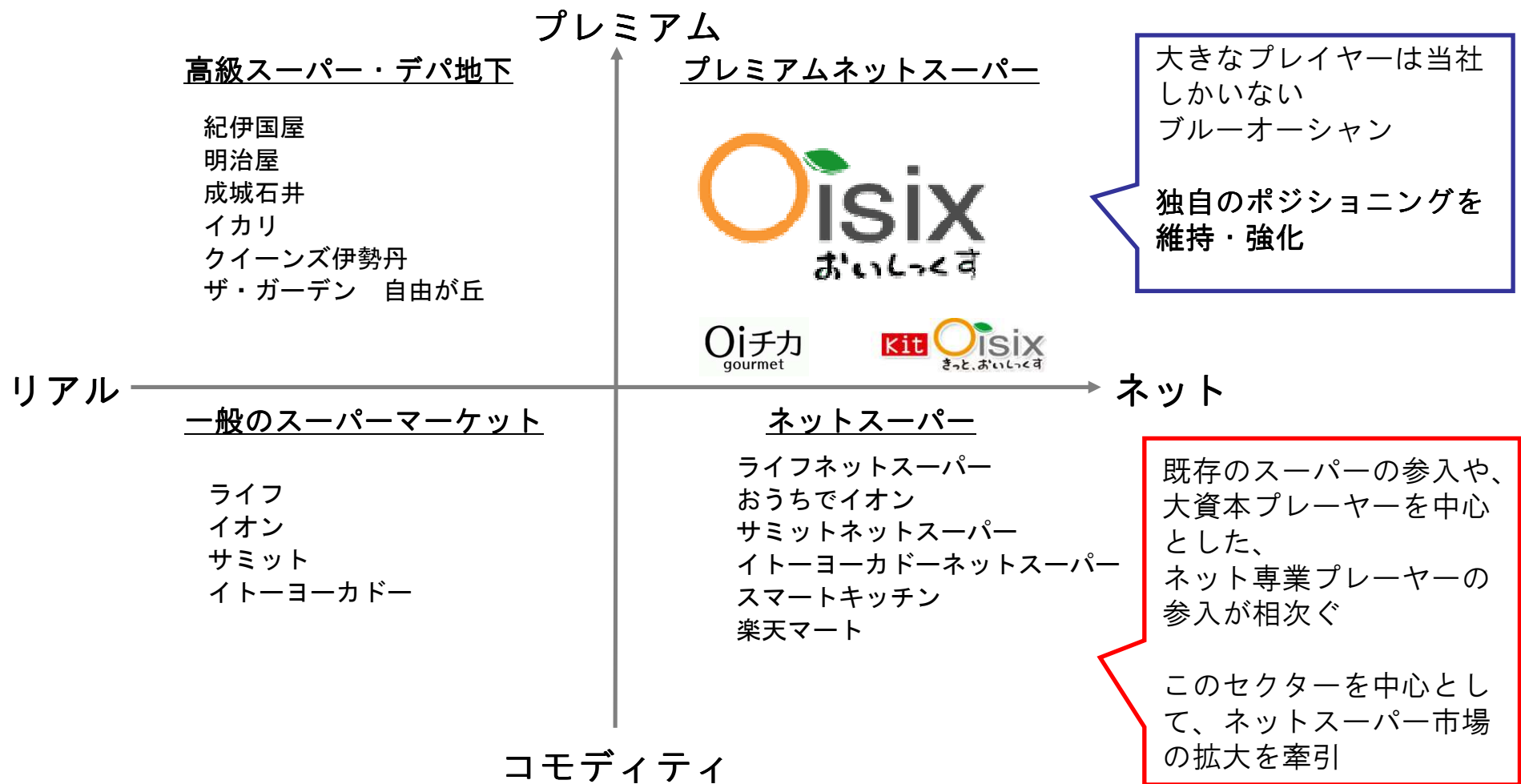
Neutral

ご注文をいただいてから収穫しているので、**お届けまでに時間がかかりますが、より鮮度の高い商品をお届けしています**

Neutral

高品質な商品なので、**品質相応のプライシング**となっています

O i s i x の独自のポジショニング





1. O i s i x について



2. 2014年3月期業績概要



3. O i s i x の中期 V i s i o n



4. 2015年3月期活動計画

2. 2014年3月期業績概要

2014年3月期実績

単位：百万	2013年3月期	2014年3月期	前期比
売上高	14,576	15,909	109.1%
売上総利益	6,995	7,611	108.8%
売上総利益率	48.0%	47.8%	△0.1pt
販管費	6,262	6,871	109.7%
営業利益	734	740	101.0%
営業利益率	5.0%	4.7%	△0.4pt
経常利益	734	775	105.7%
税引前当期利益	578	726	125.5%
当期純利益	339	436	128.8%

■通期■

定期宅配会員数が11%成長したことが売上増加に貢献

■1Q■

5月に他社の食品ブランドを扱うモール型事業「0iチカ」をスタート

■2Q■

7月に簡易食材ニーズに応えた「Kit0isix」をスタート

■3Q■

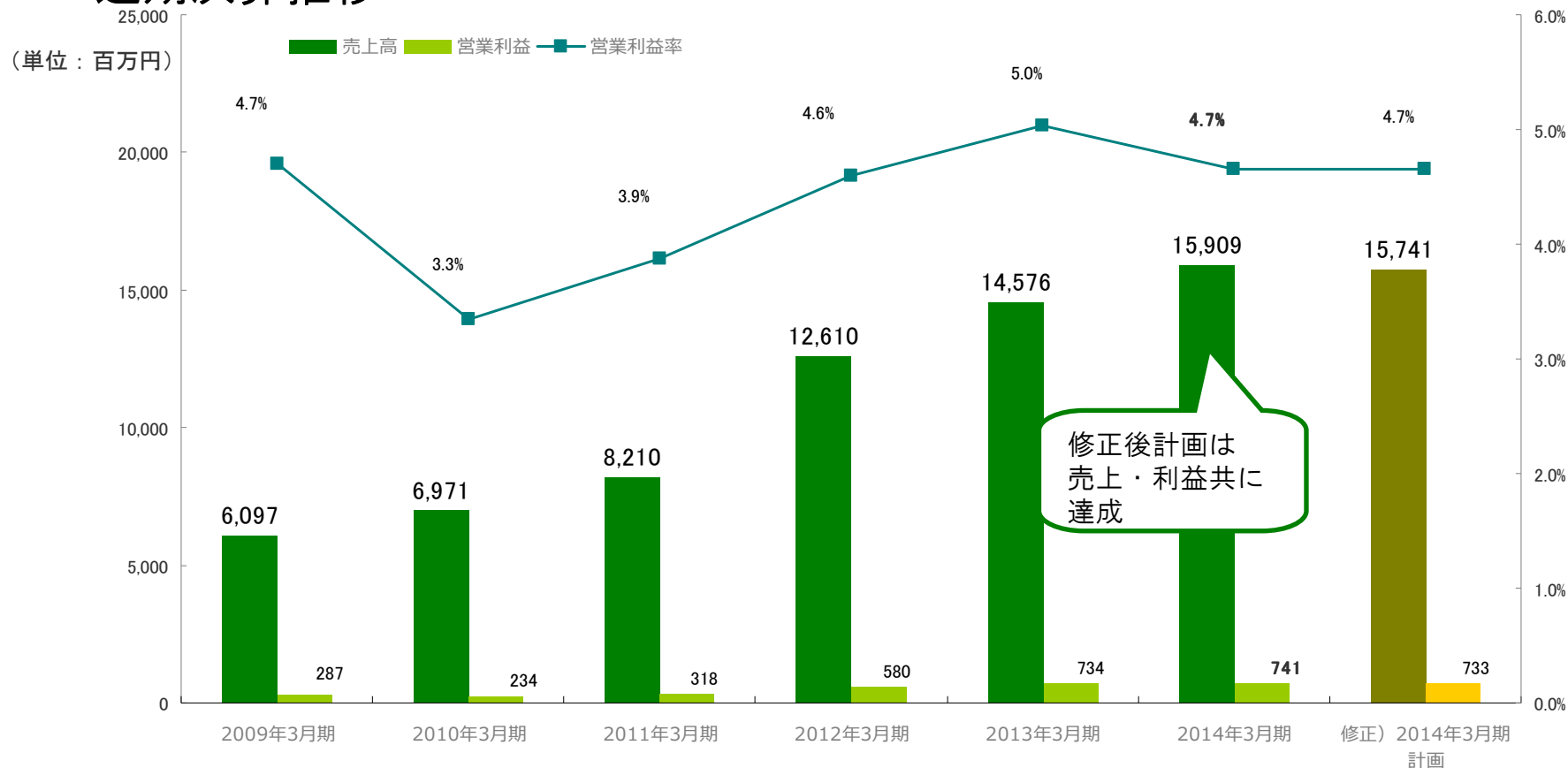
年末商戦は昨年度より好調でしたが、震災時獲得顧客の解約が引き続き発生

■4Q■

吉祥寺に80坪の中型店がオープン
2月の大雪の影響でお届けできなかった商品などの特損が発生

2. 2014年3月期業績概要

通期決算推移



■ 期初売上計画未達要因 ■

- ・ 震災時獲得おいくらユーザー解約の
下げどまり時期の遅れ
- ・ 中型店出店時期の遅れ

■ 期初営業利益計画未達要因 ■

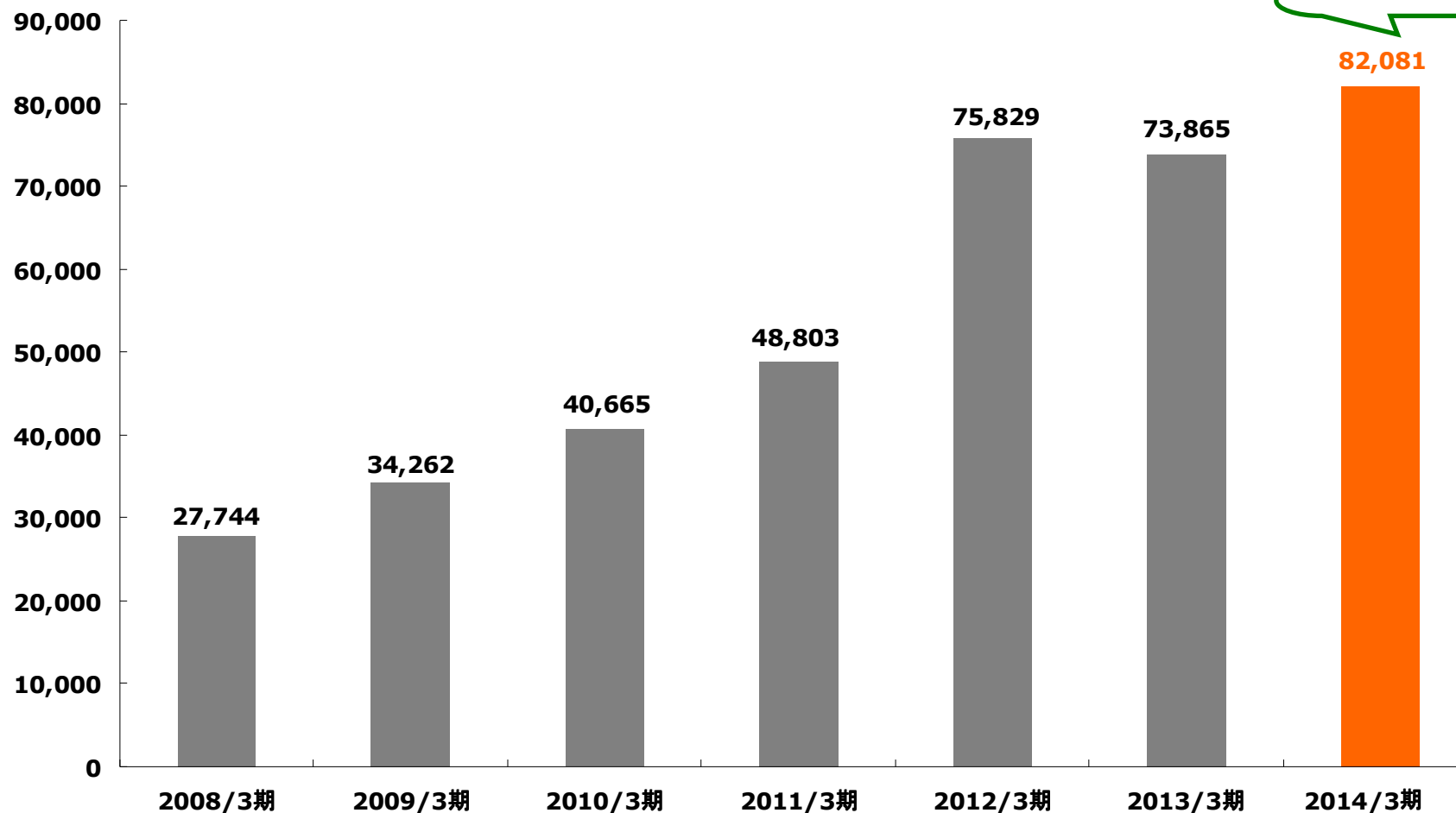
- ・ 売上未達による限界利益額の未達
- ・ 中型店出店時期の遅れによる利益化の遅れ

2. 2014年3月期業績概要

定期会員数の推移

震災時獲得顧客の解約率の高止まりもおさまり、期初に比べて11%増加し8.2万人に拡大

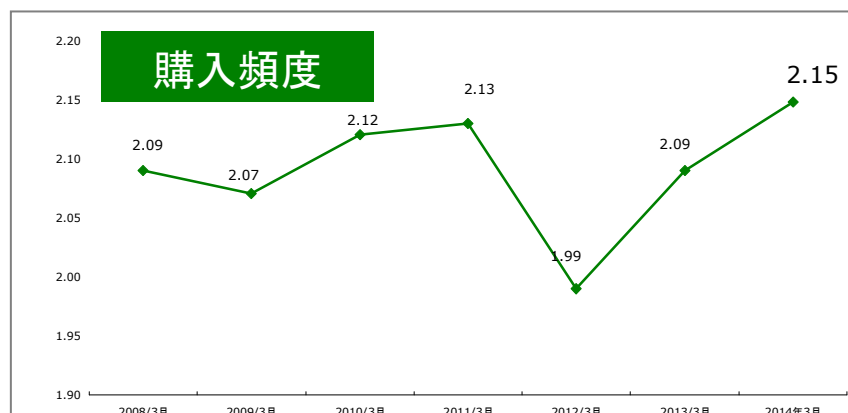
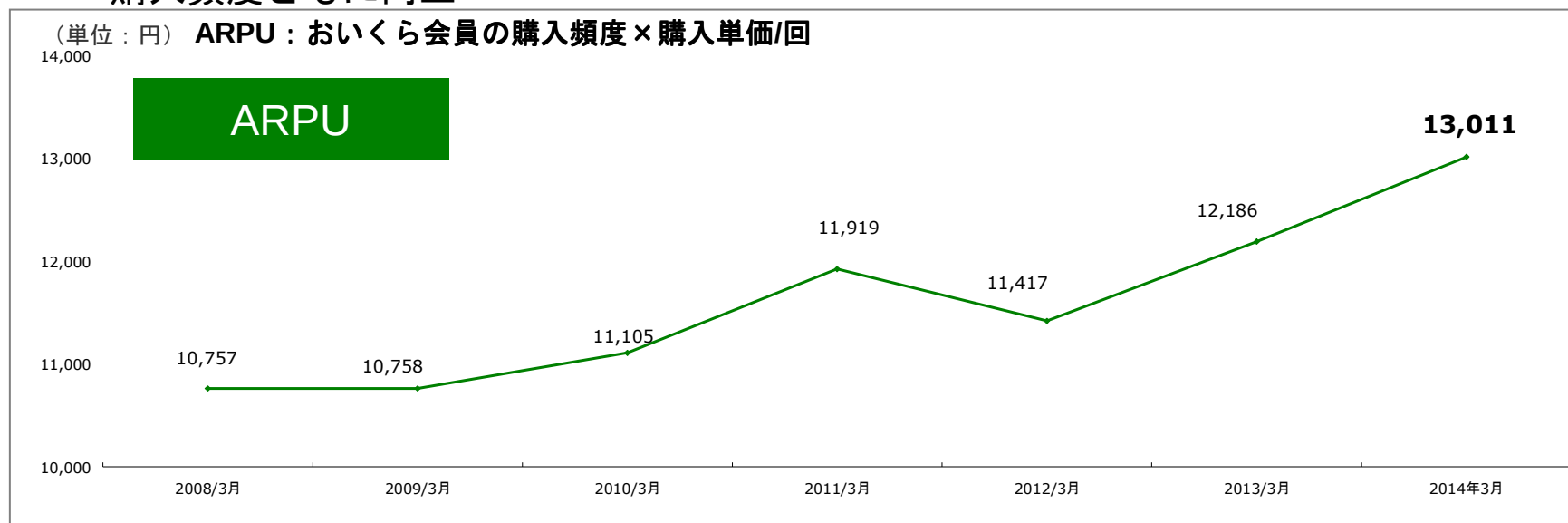
(単位：人)



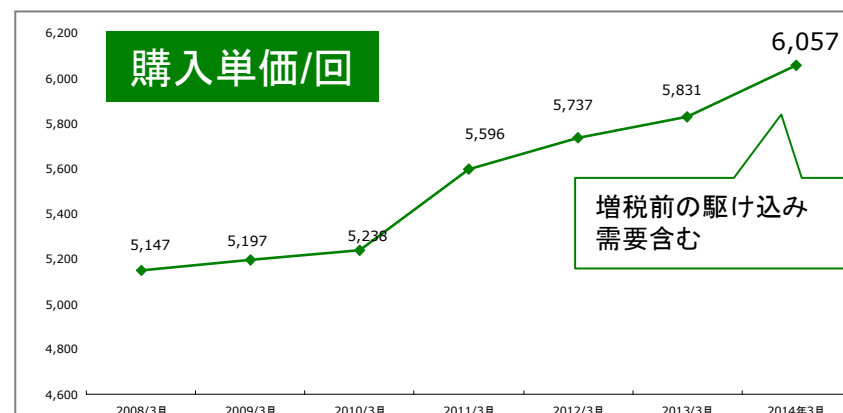
2. 2014年3月期業績概要

ARPUの推移

OiチカやKitOisixなどの新サービスの導入などにより、1回あたりの購入単価、購入頻度ともに向上



×



プレミアムネットスーパーの強化 Oiチカのスタート

Oisixの商品とともに、プレミアムな商品を販売する他社の商品と一緒にお届けする
モール型事業「Oiチカ」を2013年5月に10店舗でオープンし53店舗まで拡大



テナント数：53店

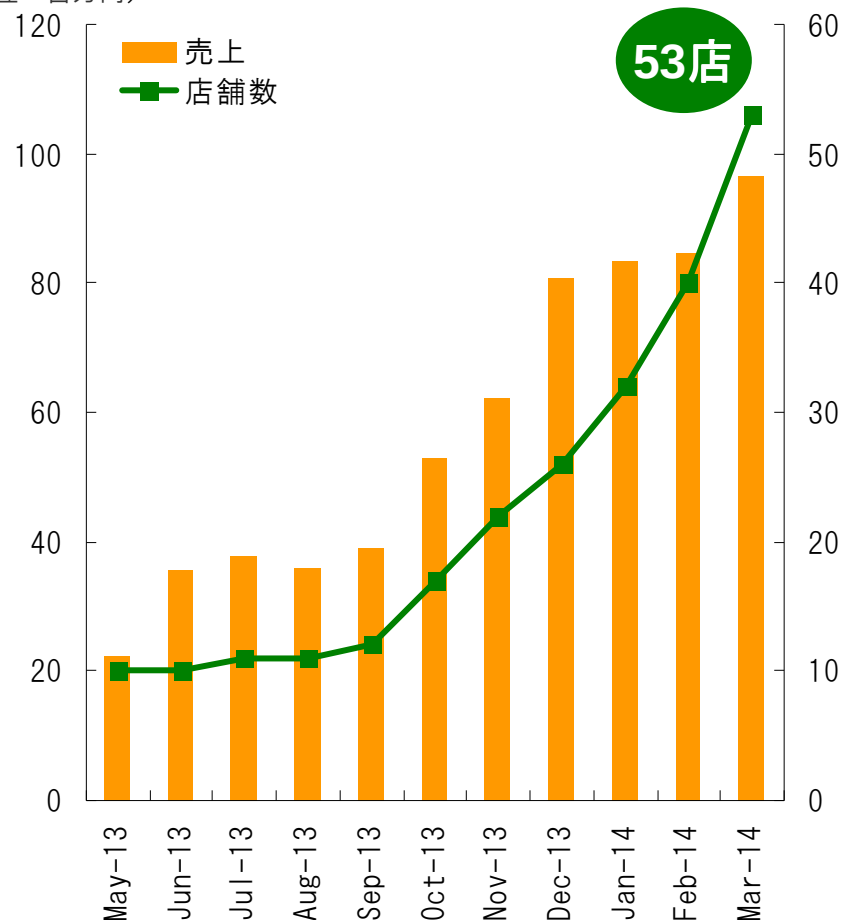
2. 2014年3月期業績概要

プレミアムネットスーパーの強化 Oiチカのスタート

店舗数の増加とともに、「Oiチカ」の売上の拡大とともに、全体購入単価の向上にも寄与

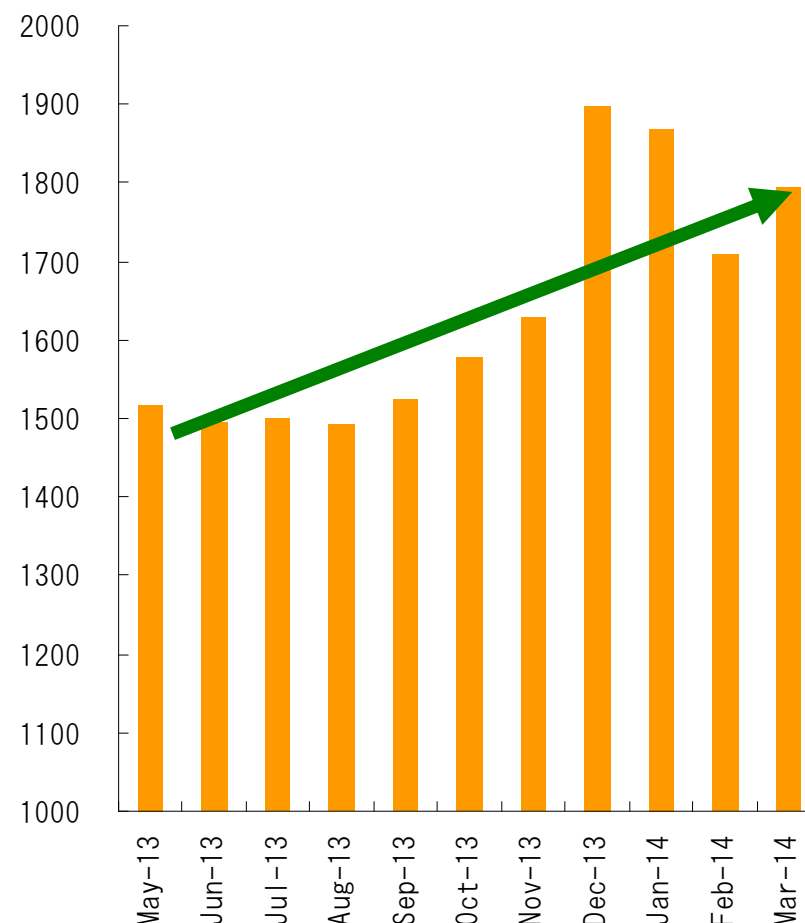
(Oiチカ売上
単位：百万円)

Oiチカ売上と店舗数推移



(単位：円)

Oiチカ購入者の1回あたり購入単価

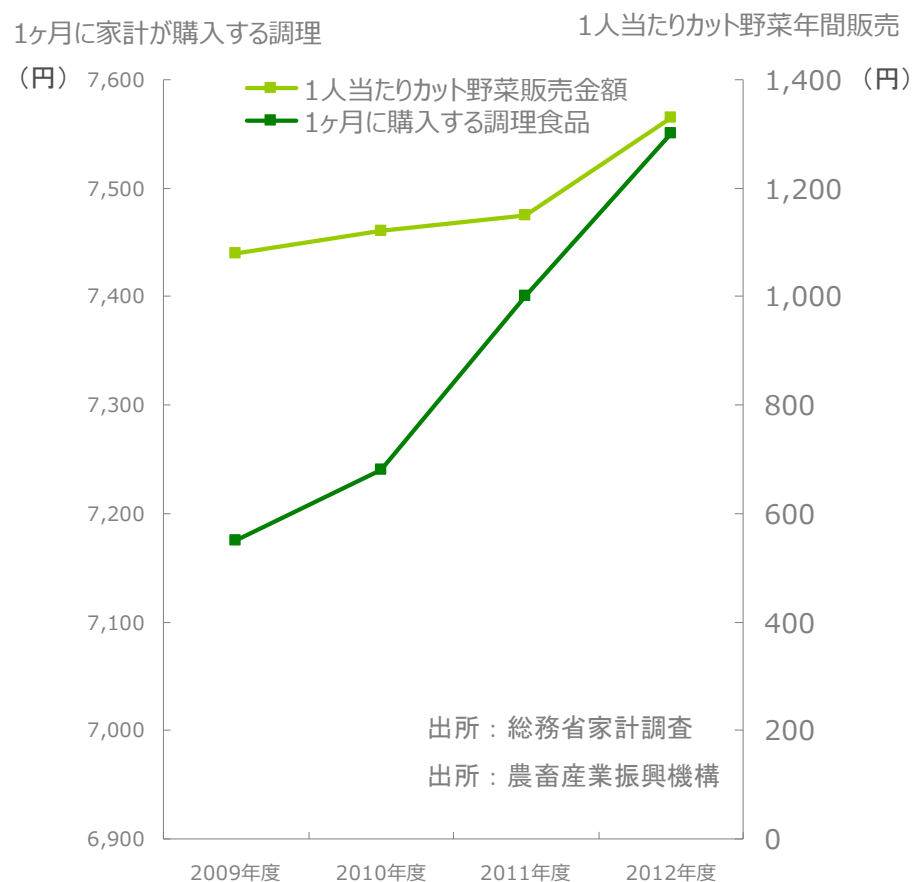


2. 2014年3月期業績概要

プレミアムネットスーパーの強化 KitOisixのスタート

簡易食材に対する市場のニーズを受け、20分で主菜・副菜を簡単に作れる「KitOisix」をスタートし、時短ニーズのお客様を中心に人気

調理食品・カット野菜へのニーズの高まり

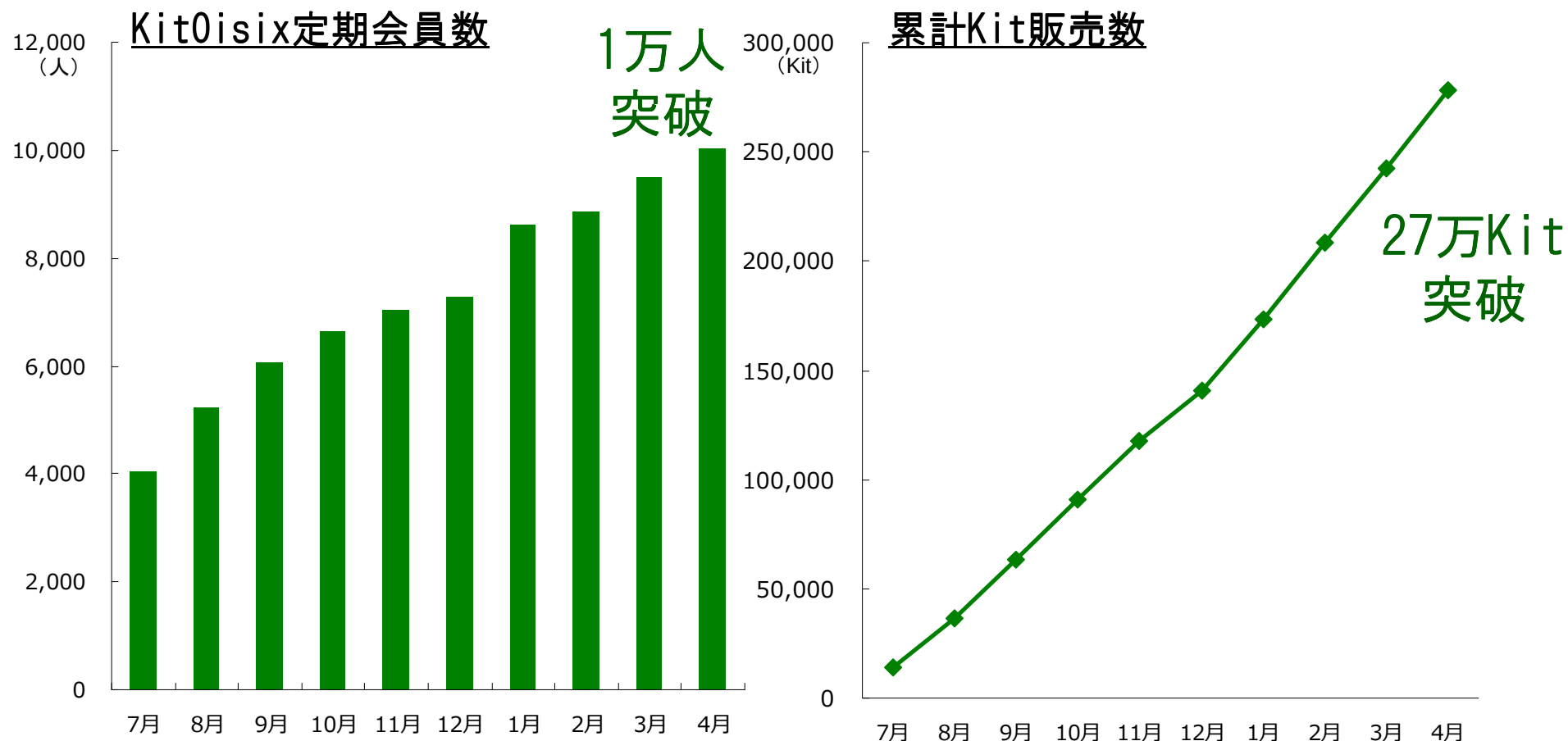


- ・ Oisix基準をクリアした食材だけを使用
- ・ 主菜と副菜をたった20分で作れます
- ・ 旬のお野菜をたっぷり使用

2. 2014年3月期業績概要

プレミアムネットスーパーの強化 Kit0isixのスタート

簡易食ニーズ・時短ニーズに応えたサービスを構築することで、スタート9か月でKit0isix定期会員数1万人を突破し、累計27万Kitまで販売を拡大



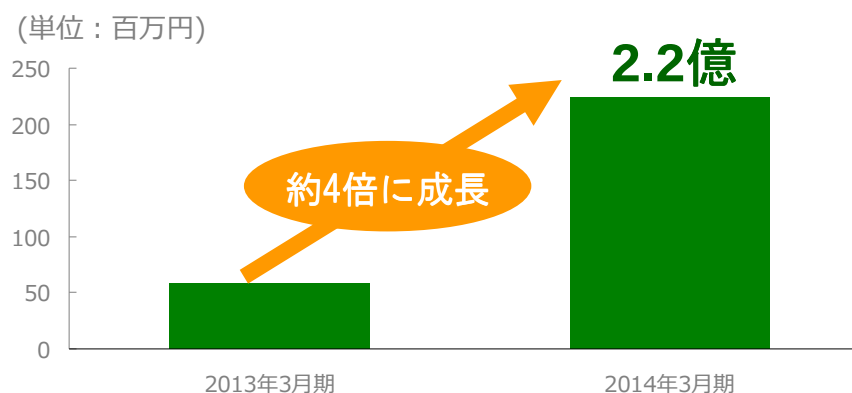
2. 2014年3月期業績概要

香港事業

香港人のニーズに合った商品の導入や会員サービスの開始などによって、
売上を大きく拡大することができ、香港で最も優れたサービスに贈られる賞を受賞



14年3月期は昨対比で約4倍に成長



Most Valuable Service Award 受賞 (2014年3月)



2. 2014年3月期業績概要

店舗事業

野菜をたっぷり使ったDeliやサラダなど、既存店にはない新しい試みを取り込んだ、アトレ吉祥寺店を2014年1月にオープン



開店日：2014年1月24日

場所：アトレ吉祥寺B1F

広さ：約80坪（既存店の約4倍）

メディア掲載：3ヶ月で**43件**の掲載

【テレビ】

ワールドビジネスサテライト

いっぷく！

Oha! 4

L4 You Plus

知っとこ

【新聞】

日本経済新聞

日経MJ

通販新聞 など

・・・その他、雑誌、Webメディアなど多数掲載

フルフィルメント受託事業（オイフル）

三越伊勢丹グループの『エムアイDeli』のフルフィルメントの受託を契機に、当社の物流センターやWebシステムなどのアセットを他社に提供する事業を開始



ー主な提供機能

- ①物流機能（梱包、荷造、出荷）
- ②在庫管理機能
- ③賞味期限管理機能
- ④品質管理機能
- ⑤クライアントのECサイトとのシステム連携

ー新クライアント獲得

- ・ごちまる、エムアイDeliに続くクライアント獲得活動を展開中





1. O i s i x について



2. 2014年3月期業績概要

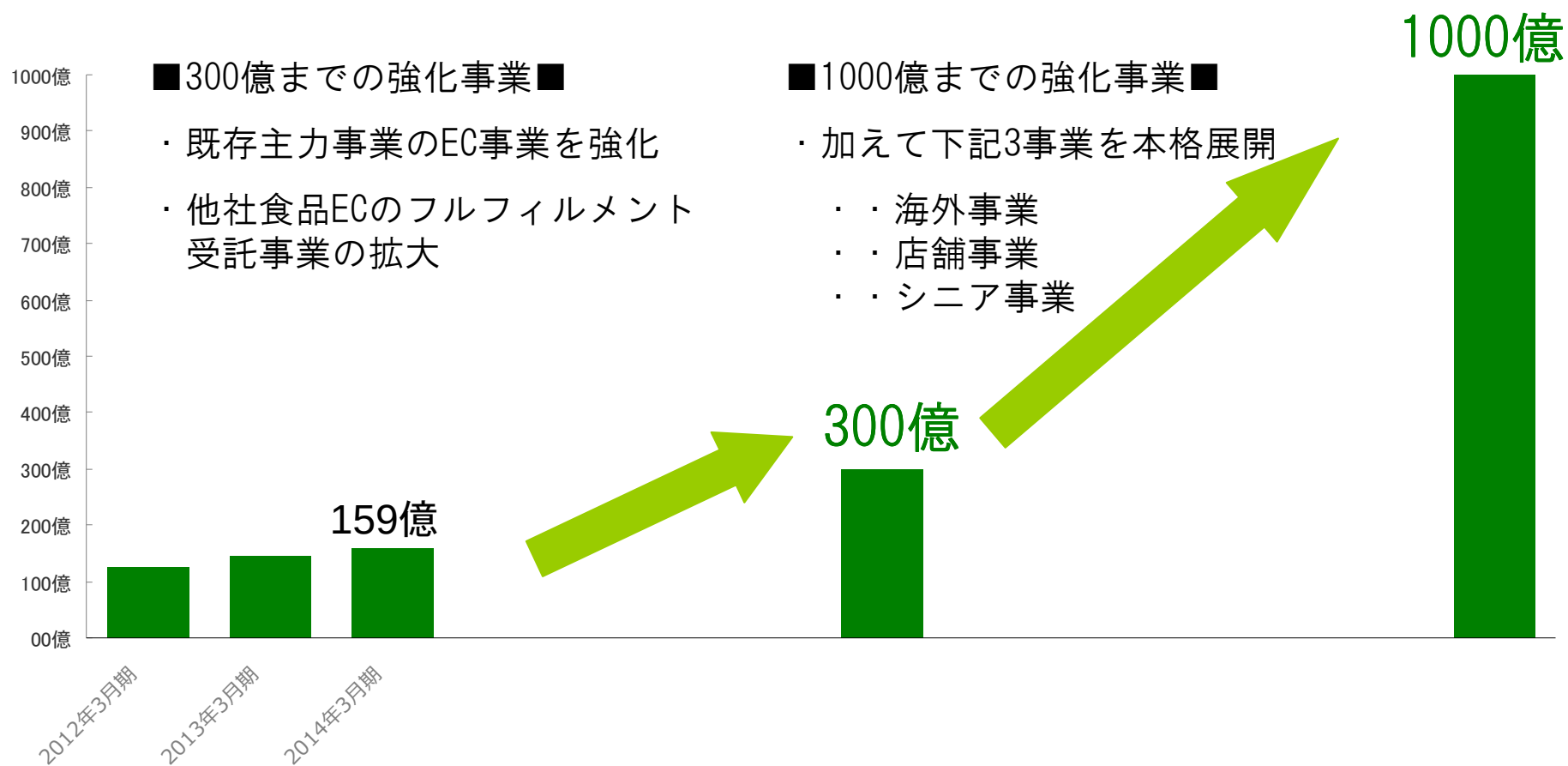


3. O i s i x の中期 V i s i o n



4. 2015年3月期活動計画

中期Vision



3. O i s i x の中期 V i s i o n

300億までの強化事業と2015年3月期の注力ポイント

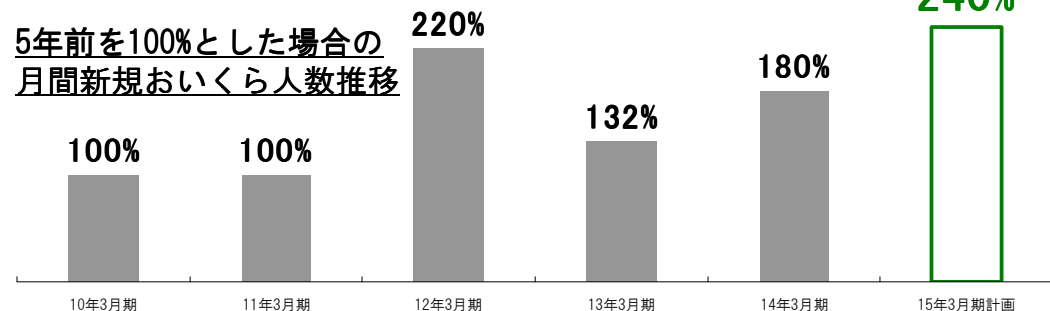
2015年3月期の注力ポイント

300億までの強化事業

- ・ 既存主力事業のEC事業を強化
 - ・ おいくら人数の拡大
 - ・ O i チカサービスの拡充
 - ・ K i t O i s i x サービスの拡充
- ・ 他社食品ECのフルフィルメント受託事業の拡大
 - ・ ギフト出荷など高機能化
 - ・ 品管機能の提供

Point1

EC事業のおいくら人数拡大



Point2

Oisixステーションの機能強化

- ・ 顧客増に対する量的対応、ギフト出荷などの質的対応
- ・ O i チカ店舗拡大に向けた品管機能強化
- ・ K i t O i s i x 出荷量増加への対応のための製造機能強化

成長への投資を優先する1年となります



1. O i s i x について



2. 2014年3月期業績概要



3. O i s i x の中期 V i s i o n



4. 2015年3月期活動計画

4. 2015年3月期活動計画

業績予想

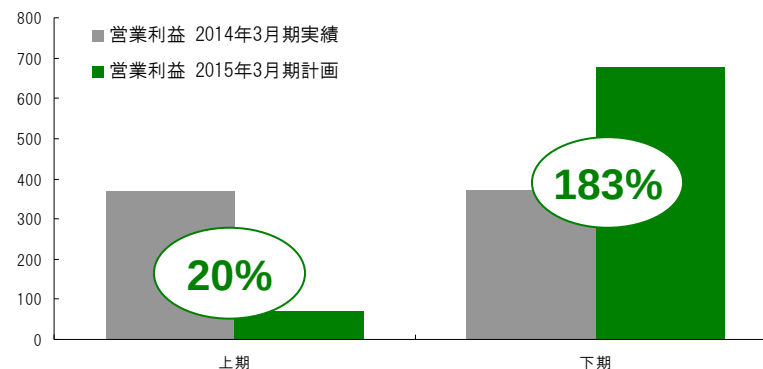
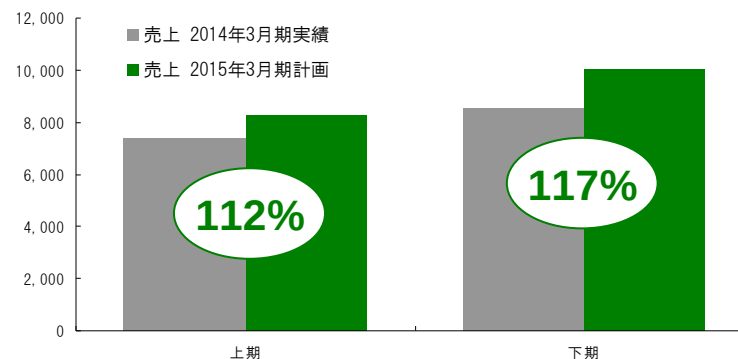
販促費やOisixステーションの機能強化など積極的投資によって、**売上高115%成長**を目指す、**営業利益はほぼ前年度並みにコントロール**する計画

	2015年3月期 計画	2014年3月期 実績	前期比
売上高	18,300	15,909	115%
営業利益	750	741	101%
経常利益	775	775	100%
純利益	465	436	106%

(単位：百万円)

上期・下期の売上・営業利益の昨対比

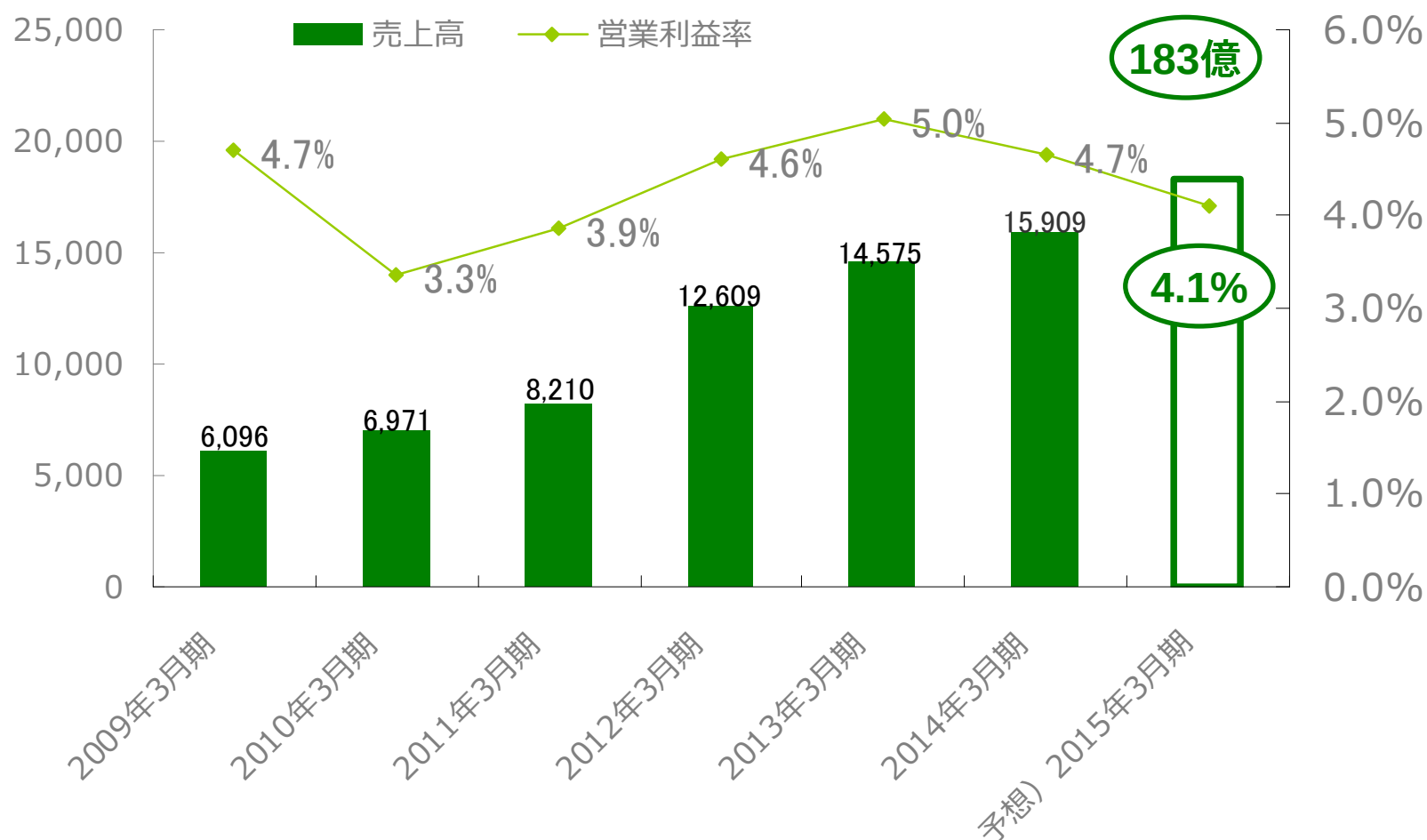
(単位：百万円)



4. 2015年3月期活動計画

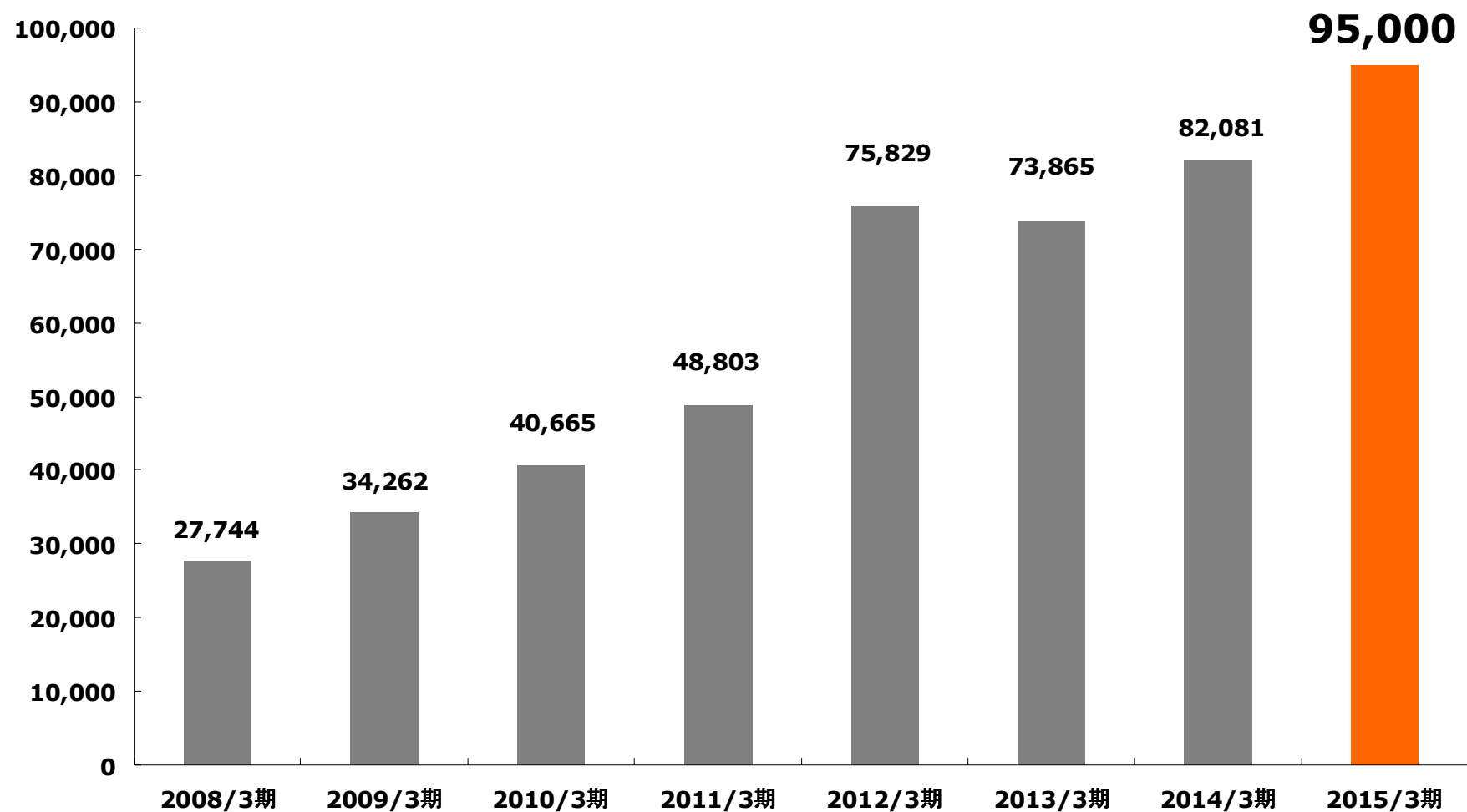
売上・営業利益推移

(単位：百万円)



4. 2015年3月期活動計画

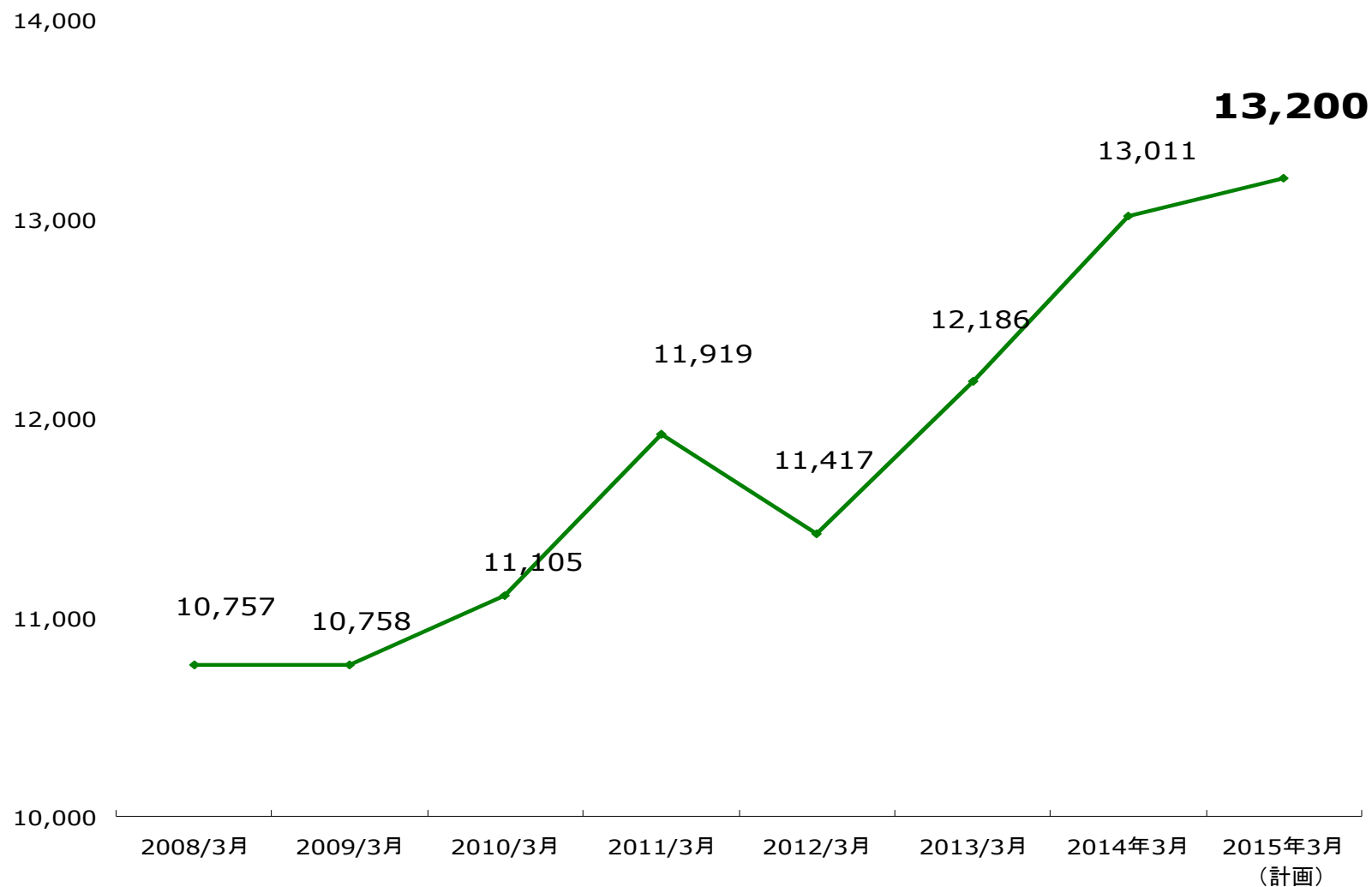
定期会員数の目標



4. 2015年3月期活動計画

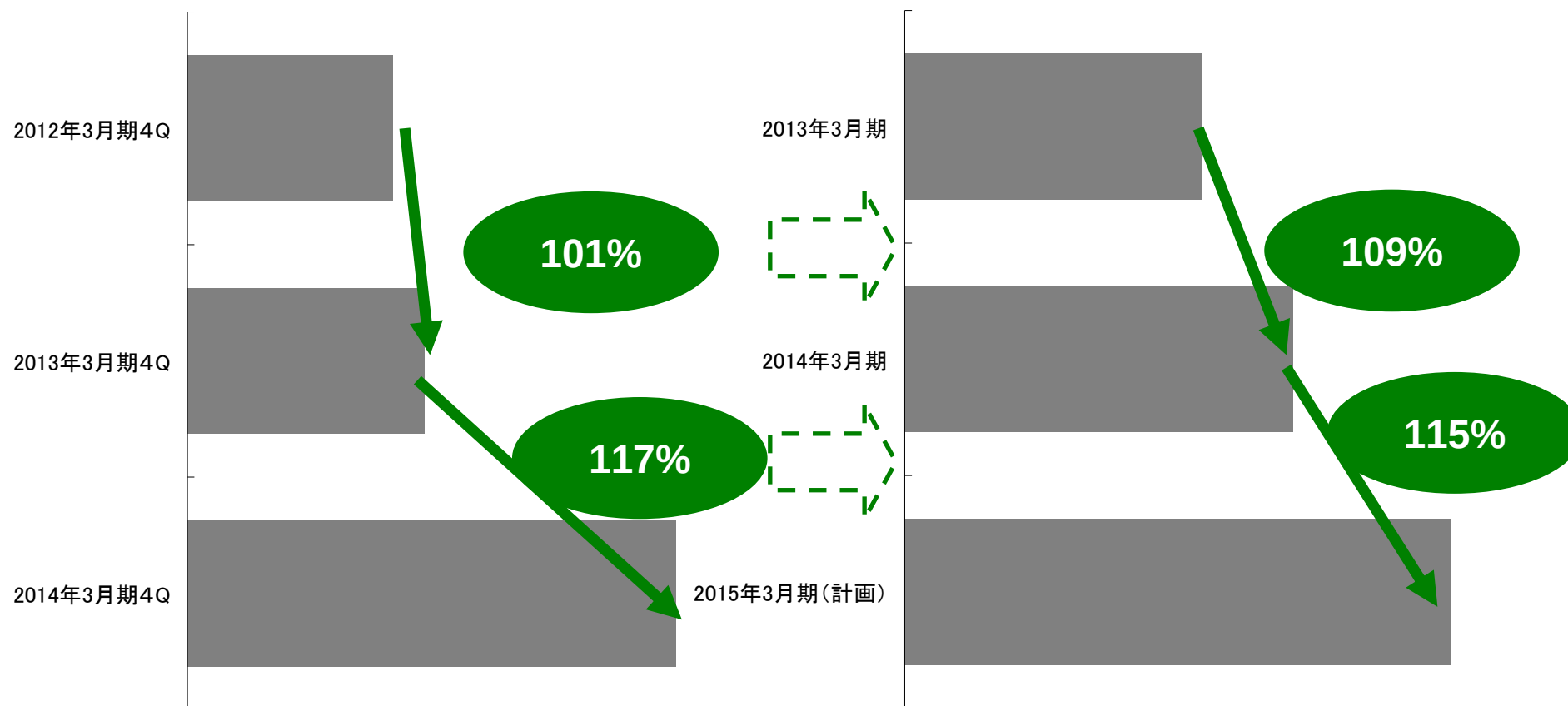
ARPUの目標

(単位：円)



4. 2015年3月期活動計画

(参考) 直前期 4 Q成長率と翌期通期売上成長率



4. 2015年3月期活動計画

Oiチカの更なる強化

テナント数を期初に比べて2倍の100店舗を目指すとともに、
テナントと協力し、Oiチカの付加価値向上を図る



主要な強化施策

商品

- ・テナント数の拡大（年度末100店舗）
- ・非食品テナントの導入
- ・Oiチカ限定商品の開発
- ・導入商品拡大のための品管、製造協力

集客

- ・リスティング等を活用した、Oiチカ経由の新規顧客の獲得
- ・コラボ商品などの開発によるテナントファンの取り込み

利益

- ・レシピ等を提供してもらい受託製造することで原価率の低減
- ・低原価ヒット商品の共同開発

4. 2015年3月期活動計画

KitOisixの更なる強化

簡易食ニーズ・時短ニーズに加えて、「子供向け」「一流シェフの味の再現」
「他社とのコラボ展開」「冷凍Kitの開発」などによる新たな付加価値の開発を行う

既存のKitOisix



簡易食ニーズの
広がりを受け、
Kit定期会員1万
人突破

強化案	概要
 For Kids	 ・お子様が大好きな定番メニューを中心に展開 ・アレンジで大人も満足できる味に変身
 With Chef	過去実績 『賛否両論』 笠原シェフ 『WAKIYA』 脇屋シェフ ・ご家庭で一流レストランや一流シェフの味を簡単に再現 ・いつもと違った料理でマンネリ解消
 Collaboration	DEAN & DELUCA クックパッド Panasonic (BISTRO) ・他社とコラボすることによって、様々なコンセプトのKitを開発 ・現在はクックパッド社とコラボの取り組み実施
 Frozen	 ・冷凍のKitOisixを開発し、賞味期限を長くすることで、より便利に ・冷凍ならではの付加価値の実現

4. 2015年3月期活動計画

その他事業のトピック

イメージ

クイーンズ伊勢丹
石神井公園店に
オイシックス
コーナー設置



フルフィルメント
受託事業に
新クライアント
追加



概要

- ・ 東急ストア様に続き、クイーンズ伊勢丹様の中に、Shop in Shop形態として、専用コーナーが4月にスタート
- ・ 吉祥寺店をコンパクトにした形の新しい取り組みにチャレンジ
- ・ ロート製菓子会社のアイスクリーム専門店パレタスのフルフィルメントの一部の受託
- ・ その他、3件の新クライアントが決定

2014年5月より新サービスを
スタートします

B2E（Employeeサービスへの進出）

オフィス向けにOisix野菜を使用したサラダデリバリーサービスを開始。オフィスでのヘルシーランチニーズにお応えするとともに、Oisixの認知度向上や価値伝達によって、Oisix.comの新規顧客獲得につなぐ

様々なバリエーションのサラダ



ーサービス概要

- ・レギュラーサイズ 800円
（企業負担による割引対応も可能）
- ・企業の福利厚生の一環としても導入
- ・毎週オフィスまでお届け
- ・まずは23区から

ー現在のテスト導入企業（5社決定）

- ・IT企業
- ・外資金融
- ・外資コンサル
- ・計5社に継続的導入を決定

ー目標売上

- ・早期に10億/年をターゲット

オフィスでのお弁当・給食
市場は約5000億円