2015年3月期　中間決算説明資料

（2014年4月1日～2014年9月30日）

2014年11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。

Oisix ～生産者と消費者をつなぐ～　Oisixアウトレットコーナー

□おいしさ“白星”りんご

春先の低温や長雨で、表面に黒星（黒い斑点）のついてしまった青森県産のりんごを
「おいしさ白星りんご」として販売

Oisix ～生産者と消費者をつなぐ～　Oisixアウトレットコーナー

□お客さまの声

農薬を減らす事でご苦労も大変多いと思います。
消費者として安全な、りんごを作って頂いている事に感謝をこめて購入させて頂きました。これからも、お体に気をつけて頑張ってください！

愛情がいっぱい詰まったリンゴなのですね。
みずみずしさも香りもリンゴの甘さもギュッと入っていました。今週もまた購入決定です！

おいしい。**今まであまり林檎を食べなかった孫がボソッとおいしいと言いました。**見かけだってとてもきれいでした。これからも美味しい林檎をお願いします。

□生産者さん（花田さん）の声

市場流通であれば廃棄されかねないりんごを販売する決意をしてくださり感謝しています。
そして**消費者のお声全て読ませていただきました。本当に嬉しい限りです。声をいただけたことで更に美味しいりんごを作りたいと元気が出ました。**

Oisix おいしっくす スティービー国際賞受賞

2014年8月

日本の食品小売で初！“ビジネス界のアカデミー賞”

「スティービー国際賞 カンパニー・オブ・ザ・イヤー」ブロンズ賞 受賞

□評価ポイント

オンラインスーパーマーケット市場における高利益率の実現

過去3年間平均で営業利益率4.76%
（世界の食品小売の平均営業利益率は 2~3%、オンラインに限ると 0.5%以下のところがほとんど）

□過去の受賞企業（国内）

- 株式会社ファーストリテイリング
- トヨタ自動車株式会社
- 花王株式会社　など

2015年3月期上期ハイライト

PRの強化による定期購入会員数の増加により売上は対前年比113%
一方で、固定費のコントロールにより営業利益は予想比124%で着地

業績

□成長の芽の育成【先行投資期間】
・売上高　83億円　**前年同期比113%**　14期連続過去最高
・営業利益　8.9千万円　前年同期比24%

EC事業（Oisix.com)

□サービスレベルの向上＆プロモーションの強化
・KitOisix、Oiチカ等のサービスレベルの向上、
　及び会員数拡大にも寄与
・PR強化により**定期購入会員数9.1万人へ（期初+9千人）**
　－獲得スキルの向上
　－露出機会の拡大によるOisixブランドの認知UP

その他事業（.com以外）

□各事業におけるサービスレベルの向上
・店舗事業　　吉祥寺店のリニューアル
・海外事業　　定期宅配モデルの強化
・ソリューション事業　エムアイDeli様の定期宅配スタート

Contents

1. 上期業績概要

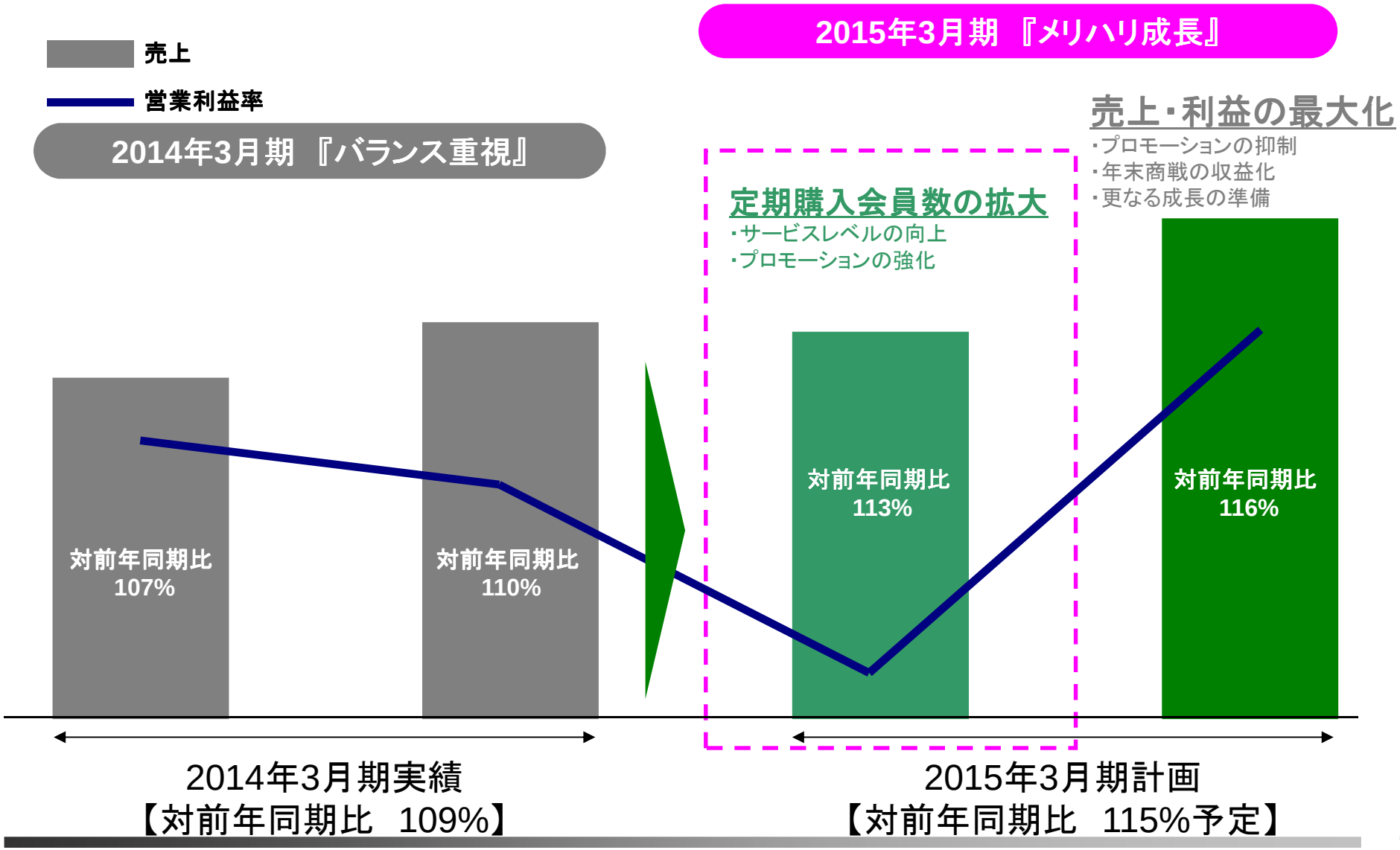
2. サービスの状況

3. 下期活動概要

Appendix

2015年3月期上期の位置付け

売上・営業利益率の推移と主要活動テーマ



業績結果

2015年3月期上期実績

成長率が向上し※　売上高は83億円（前年同期比113%、1Q 109% 2Q 117%）となり、14期連続増収
営業利益は8.9千万円（前年同期比24%）となり、期初予想を24%超えて着地

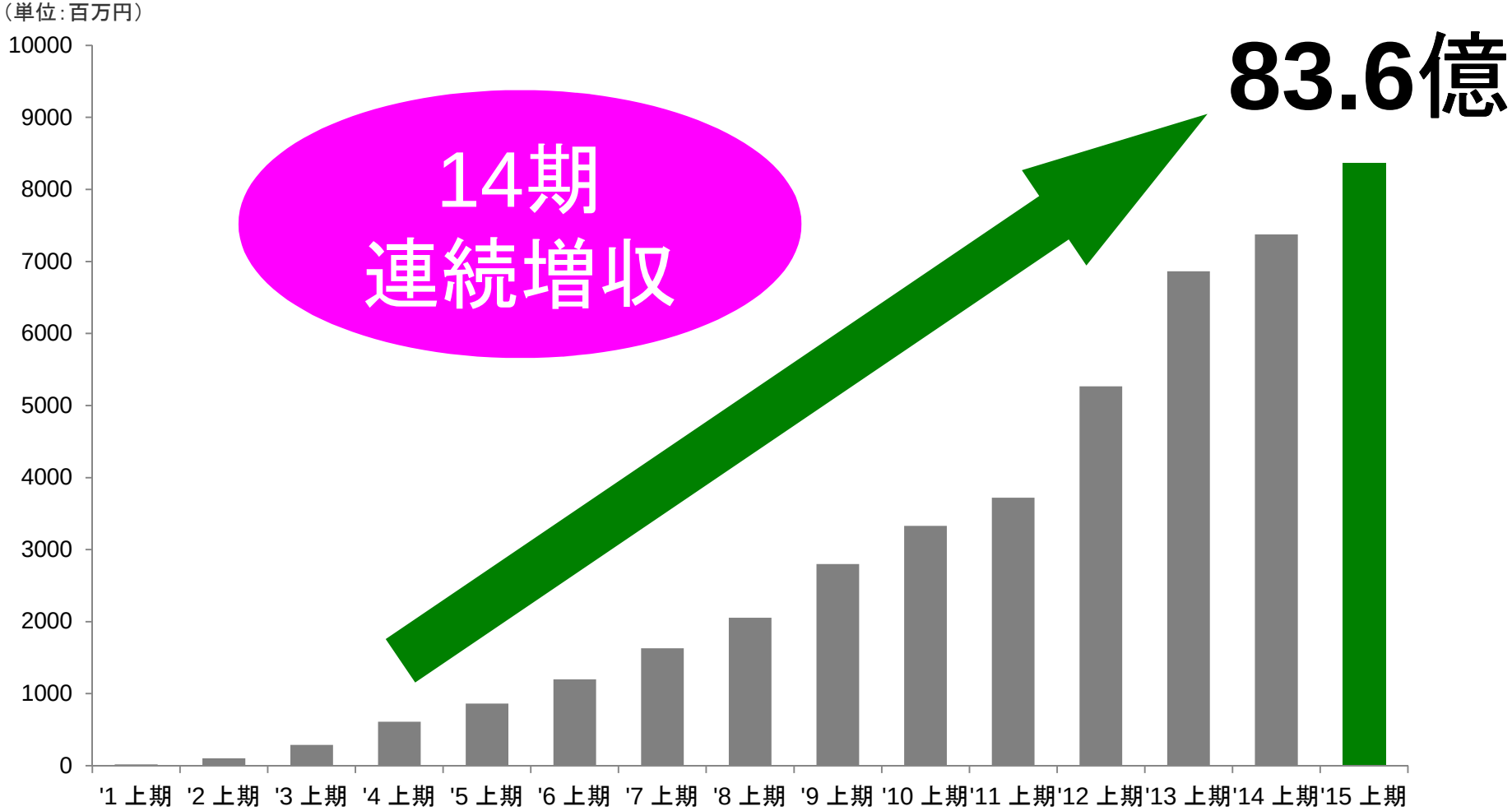
単位：百万円	2014年3月期 上期実績	2015年3月期 上期実績	昨対比	2015年3月期 上期予想	上期達成率	2015年3月期 通期予想	通期進捗率
売上高	7,375	8,366	113.4%	8,274	101.1%	18,300	45.7%
営業利益	368	89	24.3%	72	124.6%	750	12.0%
経常利益	386	100	26.0%	83	121.0%	775	13.0%
当期純利益	230	55	24.2%	50	111.8%	465	12.0%

※2014年3月期の上期前年同期比**107%**、通期前年同期比**109%**

業績結果

上期売上高推移

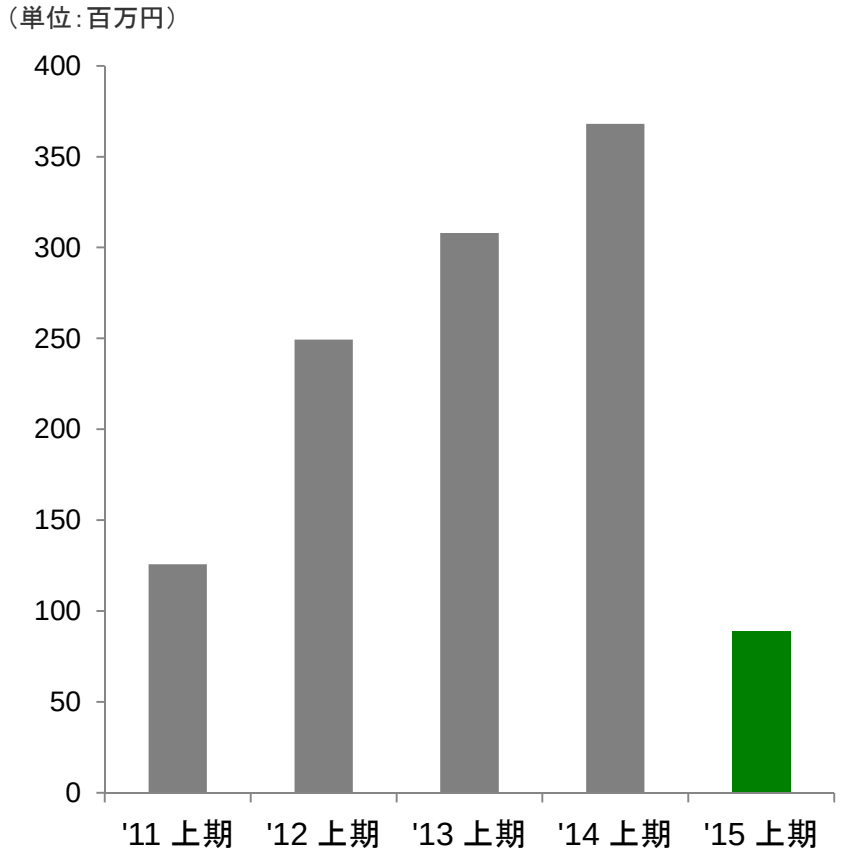
上期売上は14期連続増収し、前年同期比113%の83.6億に成長

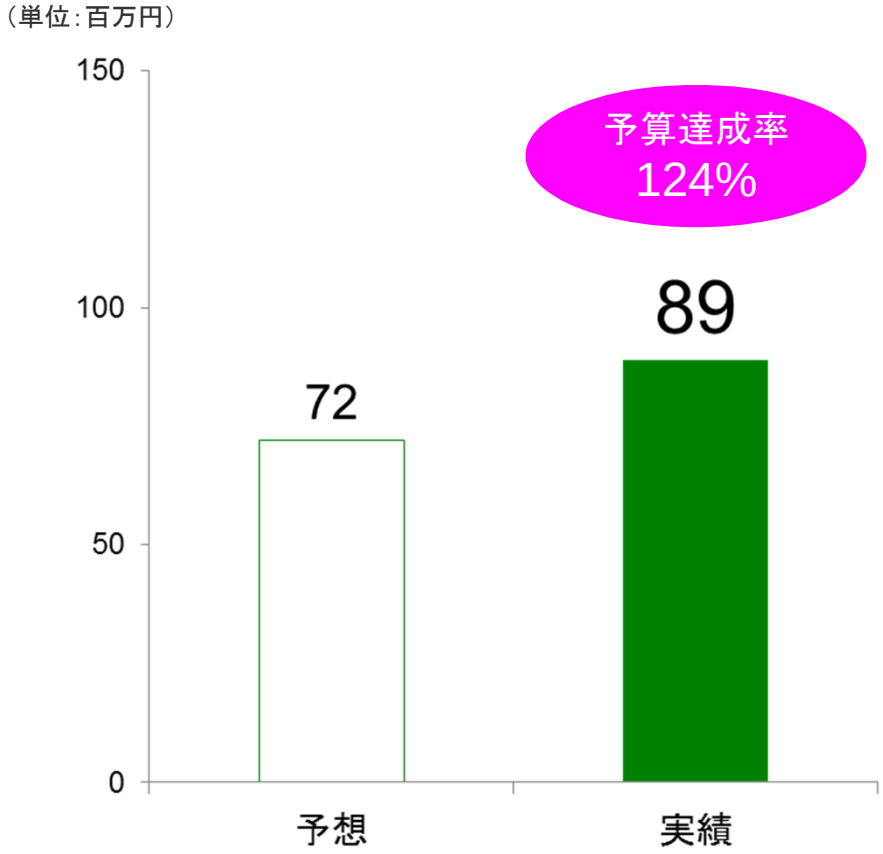


業績結果

上期営業利益推移

上期の営業利益はプロモーションの拡大により、前年同期比24%となったが、
固定費のコントロールによって期初予想より24%超えて着地

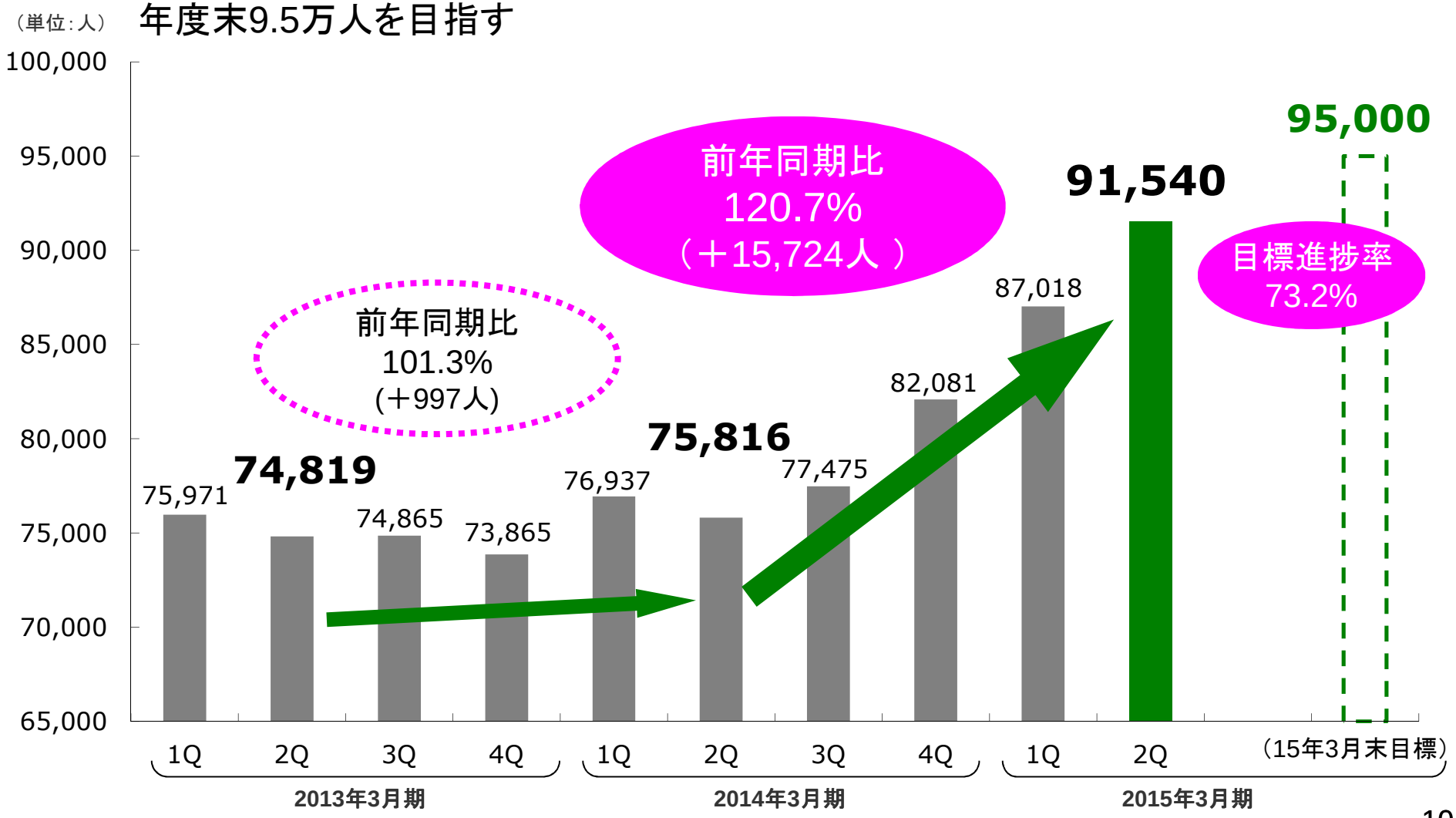




主要指標推移

定期購入会員数の推移

堅調に拡大し、期初に比べ約9千人増加し、9.15万人に成長
年度末9.5万人を目指す

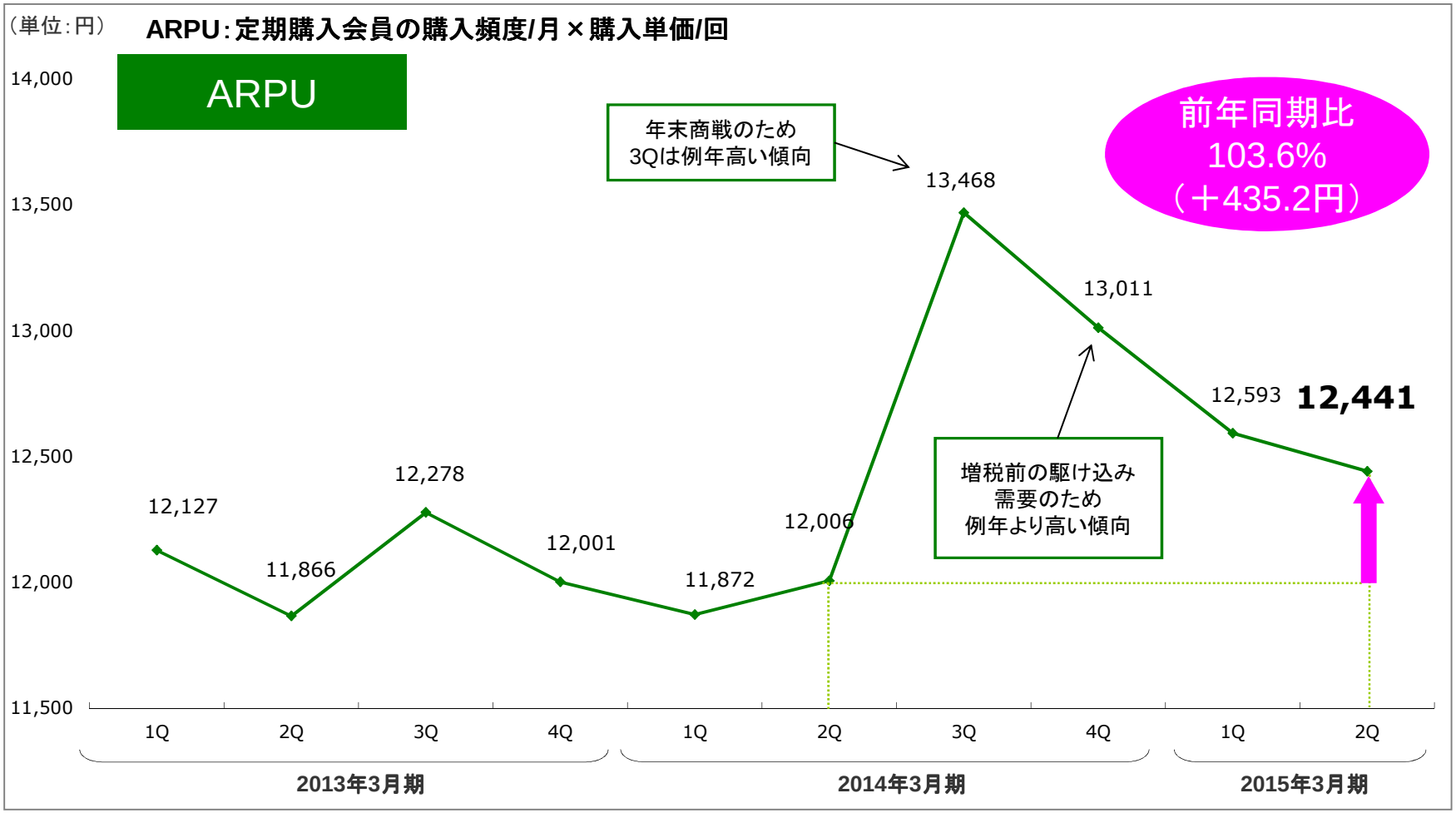


主要指標推移

ARPUの推移

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

サービスレベルの向上により
購入頻度、購入単価において前年同期比成長

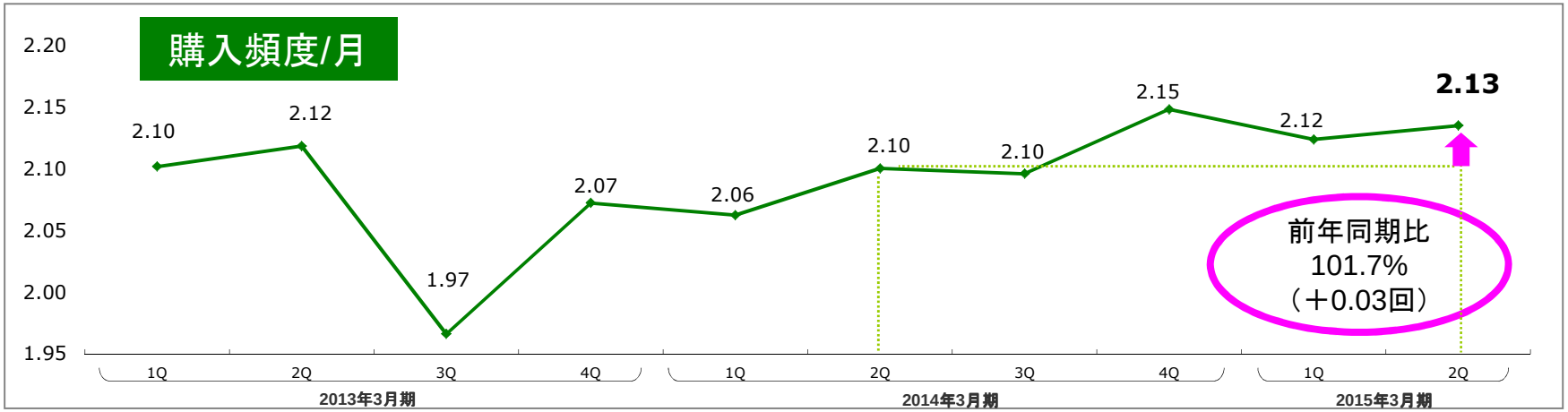


主要指標推移

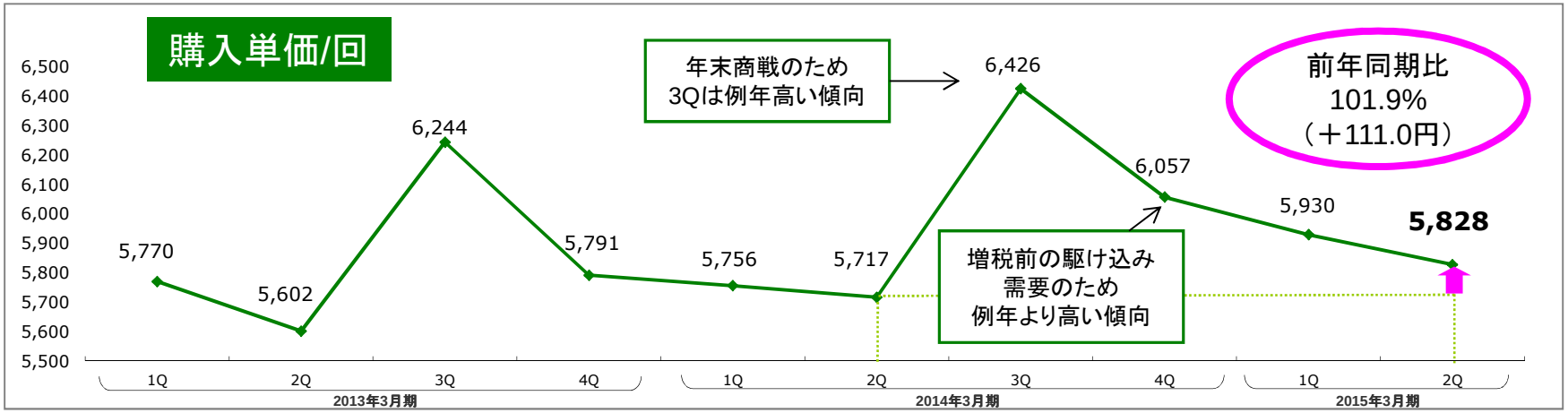
ARPUの推移

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

牛乳飲み放題等のサービスレベルの向上により、購入頻度向上
KitOisix、Oiチカ等のサービスレベルの向上により、購入単価向上



×



Contents

1. 上期業績概要

2. サービスの状況

3. 下期活動概要

Appendix

サービスの状況

上期は主にEC事業のサービスレベルの向上を図りつつ、下期の収穫に向けて、プロモーションを強化し定期購入会員数の拡大に注力

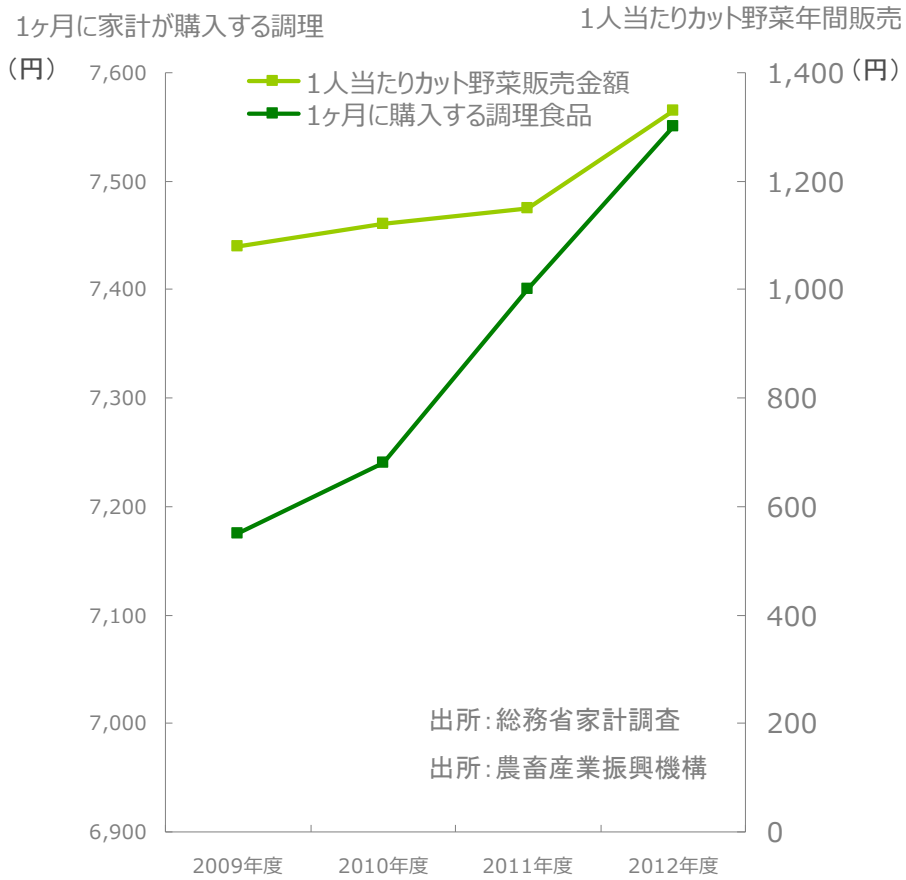
- ①EC事業（Oisix.com）
  - （1）サービスレベルの向上
    - (a)KitOisixの強化
    - (b)Oiチカの強化
    - (c)アウトレットサービスの強化
    - (d)売場の魅力の向上
    - (e)スマホ化への対応
  - （2）プロモーションの強化
    - (a)獲得スキルの向上
    - (b)露出機会の向上
- ②その他事業（.com以外）
  - （1）店舗事業
  - （2）海外事業
  - （3）ソリューション事業

①EC事業
（1）サービスレベルの向上

(a)KitOisix【時短ニーズ対応】

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2013年7月にグランドオープン。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



よりおいしく
より便利に
リニューアル！
（7/31）

KIDS DESIGN AWARD 2014

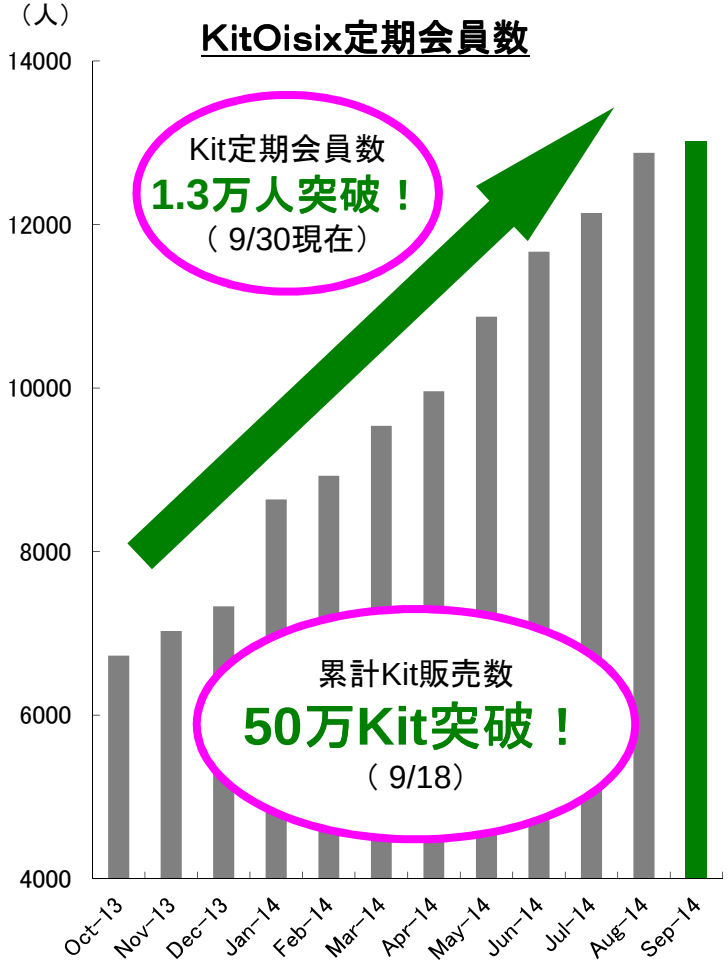
- Oisix基準をクリアした食材だけを使用
- 主菜と副菜をたった20分で作れます
- 旬のお野菜をたっぷり使用

第8回
キッズデザイン賞
受賞
(2014年7月)

①EC事業
（1）サービスレベルの向上

(a)KitOisix【時短ニーズ対応】

累計販売数50万Kitを突破、メディア掲載も多数
時短だけでなく、“プレミアム時短”をテーマにサービス強化



テーマ	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	・ミシュランシェフを含む9名のプロの味を毎週お届け 「賛否両論」笠原氏、ミシュランフレンチシェフ松嶋氏、中華脇屋氏、DEAN&DELUCA村上氏など
Collaboration DEAN & DELUCA cookpad Bistro ビストロ	・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

①EC事業
（1）サービスレベルの向上

(a)KitOisix【時短ニーズ対応】

下記をはじめ、TV・新聞・雑誌など多数メディアで掲載

2014.6.7 雑誌CHANTO
「働く私の時短ダンドリ術」

2014.8.12 読売新聞
「半調理食材手料理も時短」

2014.8.21 読売テレビ「す・またん」
「ニュース講座 食材宅配サービス」
のコーナーで紹介

2014.9.5 雑誌GLITTER
「最新オーガニックビューティーを徹底調査」

2014.9.27 雑誌Numéro TOKYO
「進化する、TOKYO食とライフスタイル」

2014.10.21 朝日放送「キャスト」
「ググっと！ライフ」のコーナーで
注目の半調理食材キットとして紹介

①EC事業
（1）サービスレベルの向上

(b)Oiチカ【グルメニーズ対応】

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を一緒にお届けする
モール型事業「Oiチカ」を2013年5月に10店舗でオープンし75店舗まで拡大

テナント数：75店

①EC事業
（1）サービスレベルの向上

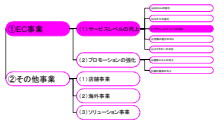
(b)Oiチカ【グルメニーズ対応】

店舗数の拡大とウェブサイトの改善に伴い利用者拡大中

ジョエル・ロブションなどのプレミアムブランドとコラボしたオリジナル商品も展開

ブランド	コラボ商品	
Soup Stock TOKYO	大きな玉ねぎの白いポタージュ	生キャラメルいもの焦がしポタージュ
LA BOUTIQUE de Joël Robuchon ラ・ブティック・ジョエル・ロブション	ケーク・ショコラ・シトロン	ケーク・アナナス・ココ
にんべん	アロマイタケと秋鮭のしょうゆだし炊き込みご飯の素	マッシュルンと赤鶏さつまのトマトだし炊込みご飯の素

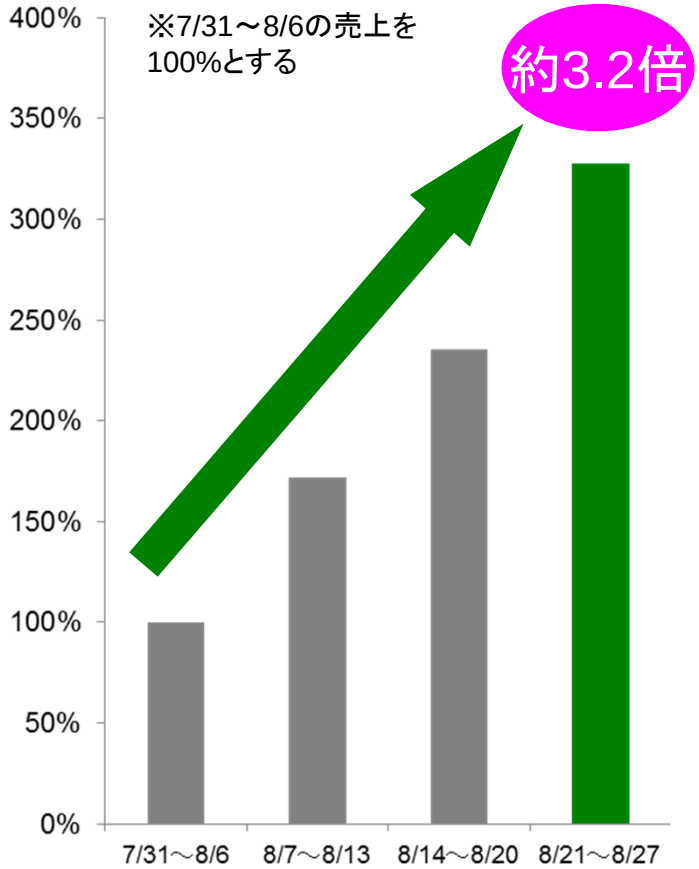
①EC事業
（1）サービスレベルの向上



(c)アウトレットサービス

増税や野菜高騰を背景とした食卓応援「アウトレットサービス」好調
天候によるピンチをチャンスに変え、生産者さんへも貢献

□「ふぞろい」「たくとれ」青果の売上推移



□ふぞろい　規格外品などを通常より約30%割引

天候不順による「白星リンゴ」

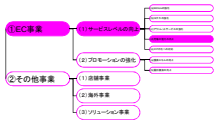
「まかない高原レタス」

□たくさんとれてお買い得（たくとれ）」

急な生育や想定以上の豊作で、とれすぎてしまった商品

高温で生育が早まった「茶豆」

①EC事業
（1）サービスレベルの向上



(d)売場の魅力の向上

VIP

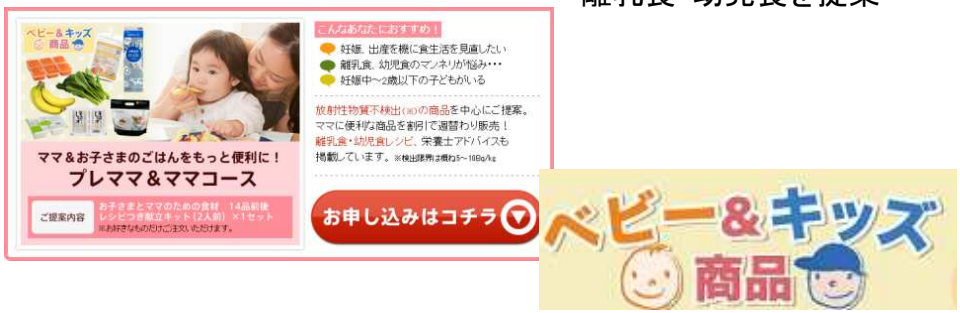
・VIPのお客さま限定商品
・ポイントサービスや限定セール
・旬の野菜レシピもご紹介

予約

・定期購入会員限定
・旬の食材をいち早くお届け

ママ向けサービス

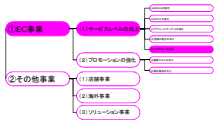
・プレママ＆ママ専用の定期購入コース
・お子さまの月齢に適した離乳食・幼児食を提案



牛乳飲み放題

・定期購入会員限定
・月額定額サービスで乳製品をおとくに提供
・さらに対象品目を拡大

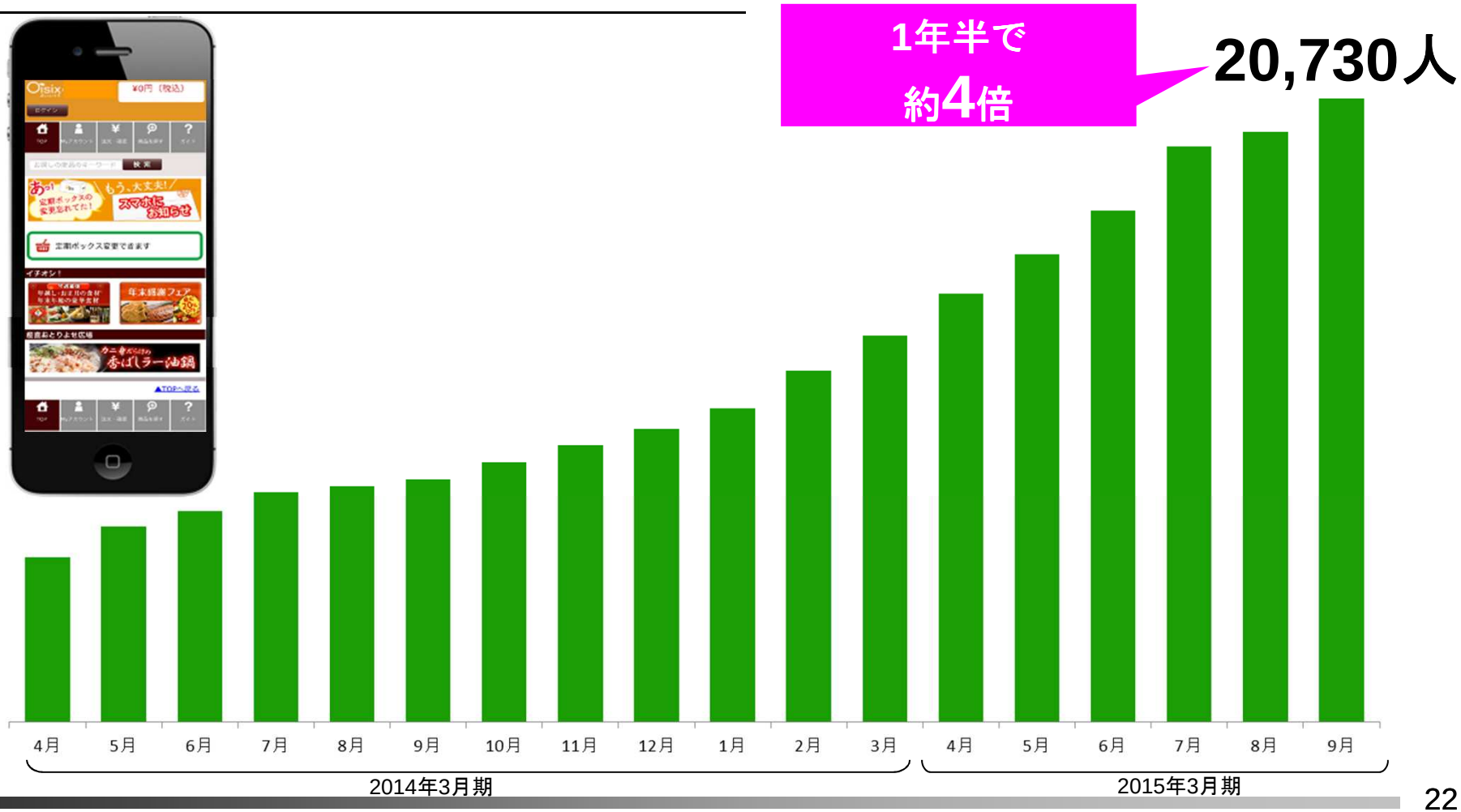
①EC事業
（1）サービスレベルの向上



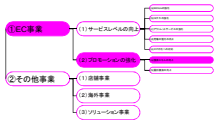
(e)スマホ化への対応

スマホの浸透率が高まる中、スマホサイトのユーザビリティの改善や、
スマホサイトでのプロモーションによりスマホ登録の定期購入会員数が約2万人まで成長

□スマホで登録した定期購入会員ユーザー数の推移



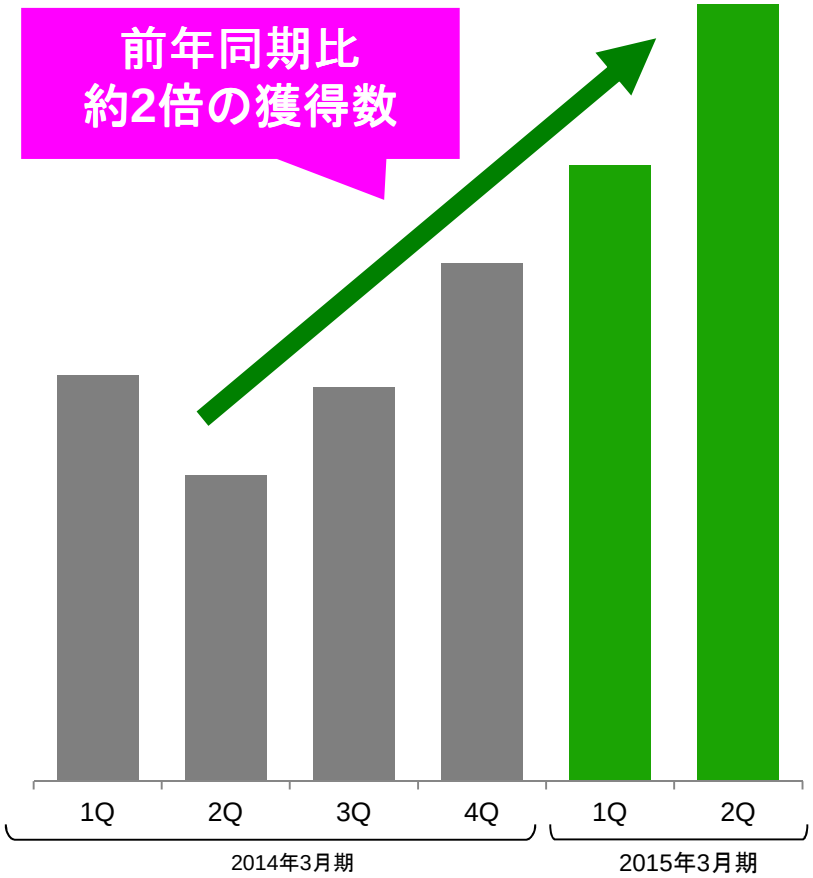
①EC事業
（2）プロモーションの強化



(a)獲得スキルの向上と獲得人数の増加

KitOisix、Oiチカなどによるサービスレベルの向上に加え、販促費の投下、
獲得スキルの向上により、前年同期比約2倍の新規顧客の獲得を実現

□新規獲得人数の増加



□獲得スキルの向上

上期の進化

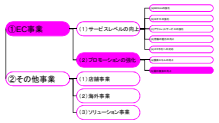
- スマホ対応の成功
- イベントを通じた
  リアル獲得モデルの開発
- SNS経由の獲得モデルの開発
- 定期購入会員への転換率の向上

下期のチャレンジ

- 楽天IDでログイン、決済できる
  楽天チェックアウトとの連携
- KitOisixのPR強化
- スマホアプリのローンチ

・・など新たなチャレンジを予定

①EC事業
（2）プロモーションの強化



(b)露出機会の拡大によるOisixブランドの認知UP

クイーンズ伊勢丹でのShop in Shopの展開、JRやコンビニでのPB野菜飲料「Vegeel」の販売、オフィス向けサラダデリバリーのスタートによりOisixの知名度も向上

Shop in Shopの拡大

クイーンズ伊勢丹
- ・4月　石神井公園店
- ・11月　2店舗OPEN予定

東急ストア
- ・8月二子玉川店

Salad Oisix for オフィスの展開

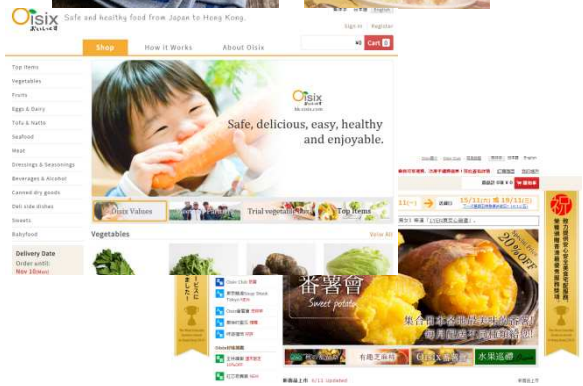
Vegeel卸の展開

・10月　コンビニチェーン
スリーエフにて導入開始

▼その他導入済み企業
- ・東急ストア
- ・シダックス
- ・北野エース
- ・DEAN&DELUCA

・9月　JR次世代自動販売機にて導入開始

②その他事業のトピック

	イメージ	概要
（1）店舗事業		・肉の量を半分以下にした「ハーフミートオフ」シリーズも加え、デリリニューアル ・その他、メディア露出多数 ーアド街ック天国吉祥寺特集で選出 ータレントの杉浦太陽さんとのコラボイベントなど
（2）海外事業		・定期宅配モデルの強化 ・CSの現地化による顧客満足度の向上
（3）ソリューション事業		・三越伊勢丹エムアイデリ様にて定期宅配サービスのスタート ・新規クライアント案件の稼働スタート

Contents

1. 上期業績概要

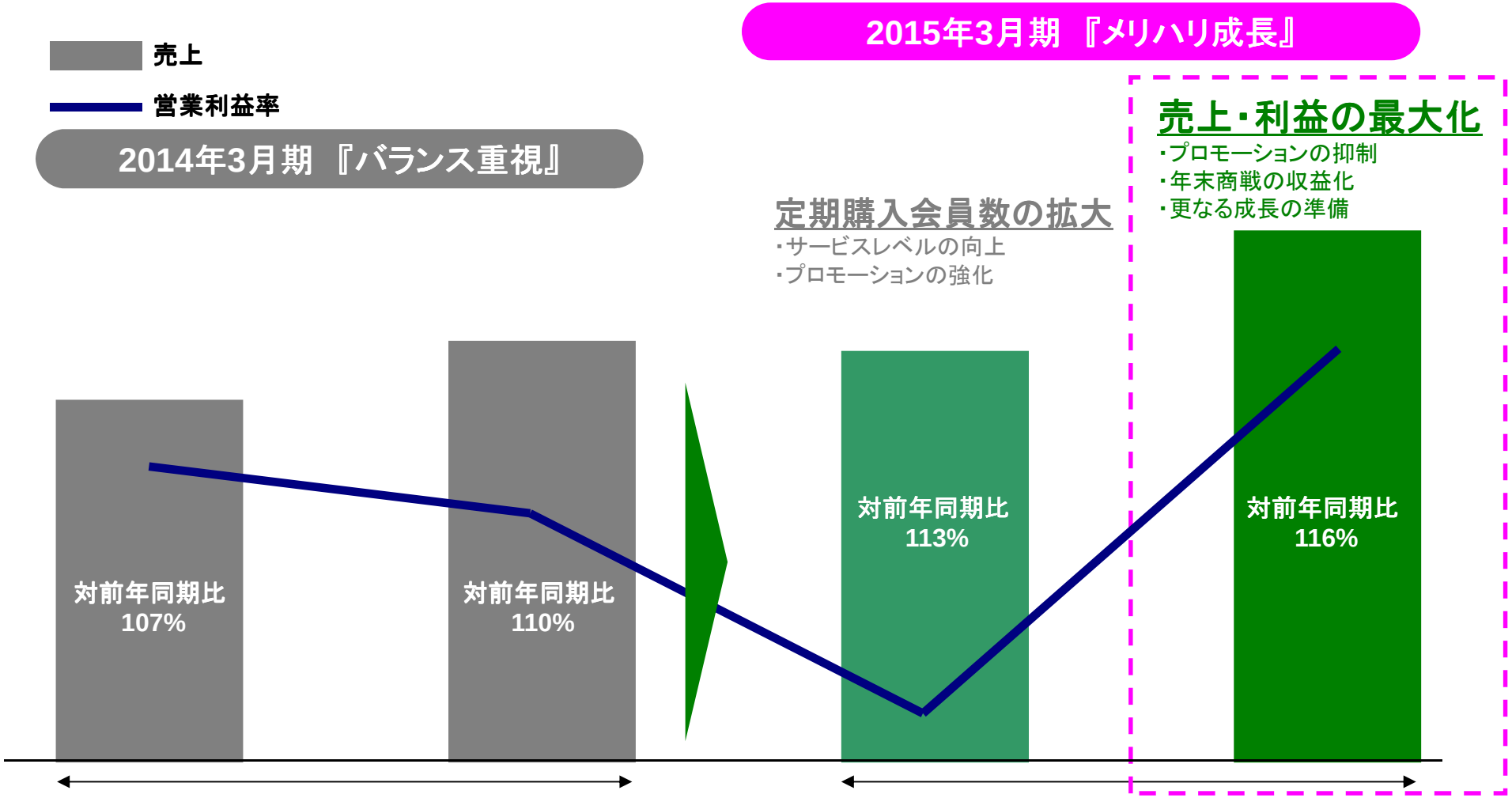
2. サービスの状況

3. 下期活動概要

Appendix

2015年3月期下期の位置付け

売上・営業利益率の推移と主要活動テーマ

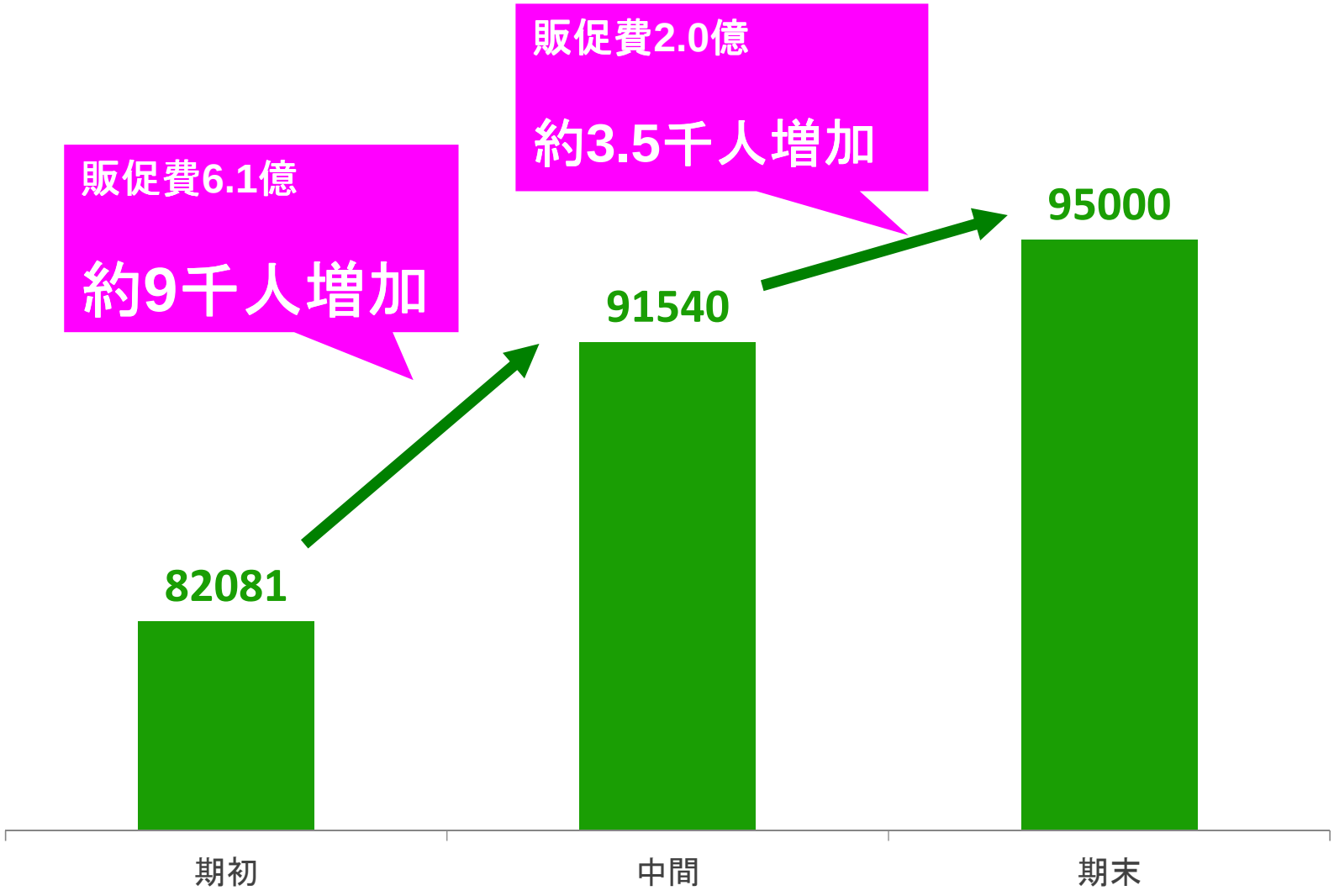


2014年3月期実績
【対前年同期比 109%】

2015年3月期計画
【対前年同期比 115%予定】

①プロモーションコストの抑制

下期は販促費をコントロールしながらも約3500人の定期顧客会員の増加を目指す



②年末商戦での収益の最大化

上半期に獲得したお客様にお節などの付加価値の高い年末商材の
お届けによる収益の最大化

累計

17万台販売

③更なる成長の準備
（1）Oisixステーション（配送センター）の拡充

来年度以降の更なる成長と、収益性の向上のためにOisixステーションの
機能拡充のための投資の実施

□Oisixステーション（海老名配送センター）

□主要な拡充投資

生産性の向上	・冷凍ピッキングシステムの導入 ・自動化の推進（封函機の導入）
バックアップ体制の拡充	・製函機の追加によるバックアップ体制の拡充

③更なる成長の準備
（2）製造拠点の拡充

KitOisixや自社加工製品の販売数の増加に対応するために、製造拠点の機能拡充のための投資を実施予定

□現在の製造拠点＠Oisixステーション

Kit 2人前/
野菜たっぷりトマトの
キーマカレー

メンチカツ

舘が森高原豚

□機能拡充投資の目的

キャパシティの拡大

- KitOisixなど複雑な工程の商品の出荷数の増加に対応
- 精肉、加工品などの出荷数の拡大への対応

生産性の向上

- 新たな製造機器の導入による生産性の向上によって製造コストの削減
- 製造拠点の稼働率の向上に

製造品目の拡大

- 他社で製造していた商品の内製化により、製造品目の拡大、及び原価率の削減

下期のその他活動トピック

10月	・楽天IDでログイン/決済できる楽天チェックアウトとの連携スタート
11月	・全国の生産者さんに感謝を伝える日本最大級の収穫祭 「東京ハーヴェスト」の開催
12月	・お節に加え、鍋・カニ・クリスマスケーキなどの年末商戦
1月	・スマホアプリローンチ予定
2月	・香港での旧正月商戦
3月	・優良農業者が集まる日本最大級のイベント「N-1Summit」の開催

Contents

1. 上期業績概要

2. サービスの状況

3. 下期活動概要

Appendix

①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

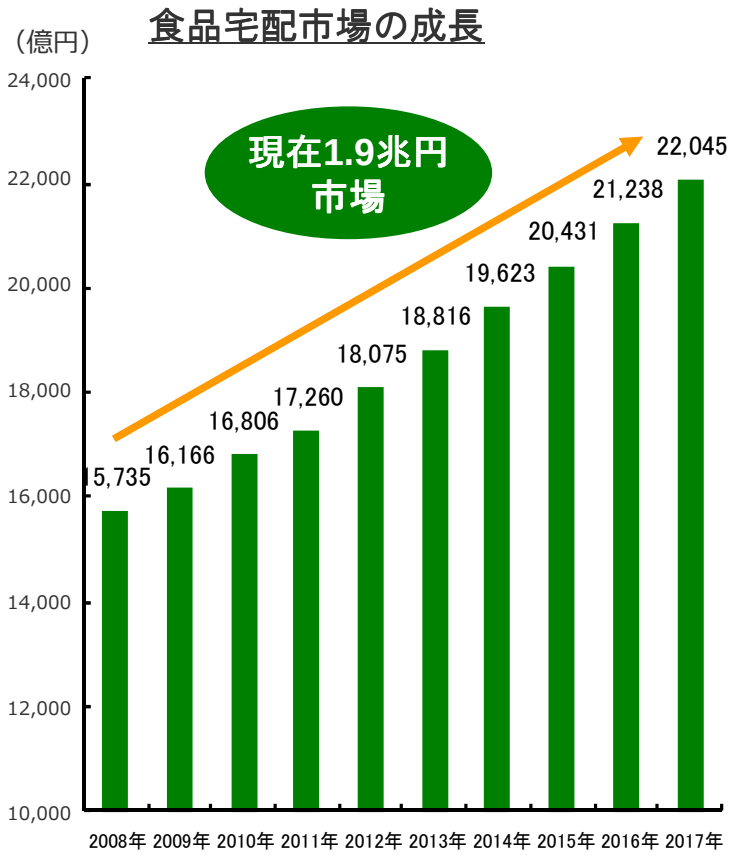
②ビジネスモデル（定期宅配）

PC、スマートフォン等に対応したWebサイトで受注を受け、生産者さんへ発注し、物流センターに集めた商品をお客さまへ宅急便でお届けしています。また、一部の商品は産地直送でお届けしています。

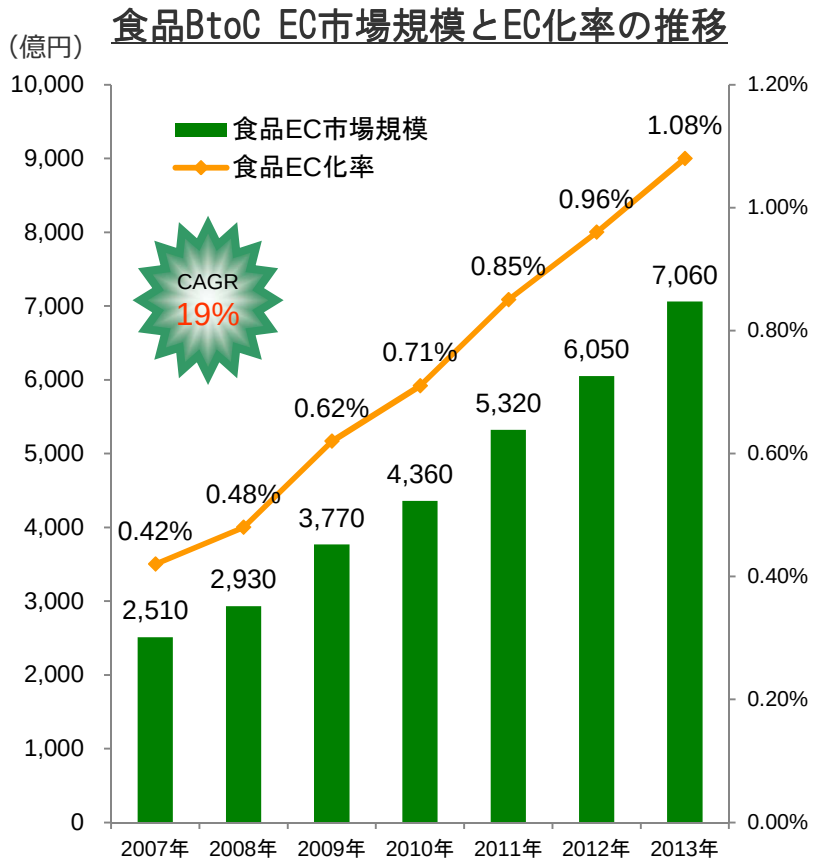
③マーケットの状況　食品宅配事業の拡大

Oisix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
さらに食品EC市場規模は年々成長しており、2013年に食品小売EC化率は1%を超えた



[参考]：矢野経済研究所「食品宅配市場に関する市場調査　2013」



[参考]：経済産業省「平成25年　電子商取引に関する市場調査」

④マーケットの状況　独自のポジショニング

ネットスーパー市場への新規参入も一巡し淘汰されるフェーズへ突入
一方で、当社は「ネットスーパー市場における高利益率の実現」を評価され、
日本の食品小売で初めて「スティービー国際賞 カンパニー・オブ・ザ・イヤー ブロンズ賞」受賞

プレミアム

リアル ← → **ネット**

コモディティ

高級スーパー・デパ地下

紀伊国屋
明治屋
成城石井
イカリ
クイーンズ伊勢丹
ザ・ガーデン　自由が丘

プレミアムネットスーパー

Oisix おいしっくす
Oiチカ gourmet
Kit Oisix きっと、おいしっくす

ビジネス界のアカデミー賞
2014 BRONZE STEVIE® WINNER INTERNATIONAL BUSINESS AWARDS

一般のスーパーマーケット

ライフ
イオン
サミット
イトーヨーカドー

ネットスーパー

ライフネットスーパー
おうちでイオン
サミットネットスーパー
イトーヨーカドーネットスーパー
ローソンフレッシュ
楽天マート

・サミットネットスーパーが10月にサービス終了
・スマートキッチンからローソンフレッシュへサービス名変更