2016年3月期決算説明資料

【2015年4月1日~2016年3月31日】

2016年5月12日

オイシックス株式会社

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。

2016年3月期決算ハイライト

Oisix

業績

□【15期連続過去最高売上】
- 売上高　201.5億円 **（前期比　111.6%）**
- 経常利益　8.06億円 **（前期比　120.6%）**
- 純利益　5.38億円 **（前期比　155.1%）**

定期購入会員数が目標の11万人を超えて着地。
安定的な事業運営により、ヤマト運輸の値上げ影響があったものの予算を達成。

EC事業（Oisix.com)

□定期購入会員数：11.1万人（前期比114.8%）
- プレミアム時短であるKitOisixコース会員数の成長が寄与

□成長に備えた設備投資の実施
- 増加するKitOisixの出荷に対応して製造工場を新設

その他の事業（.com以外）

□海外事業　売上が対前年比137%に成長し単年度黒字化
□店舗事業　Shop in Shopの店舗数が増加。吉祥寺の収益改善
□ノベルティ　サントリー様の金麦オフのノベルティに2年連続採用

1.2016年3月期業績概要

2.2016年3月期活動概要

3.2017年3月期活動計画

1.2016年3月期業績概要

2.2016年3月期活動概要

3.2017年3月期活動計画

（1）業績結果

Oisix

- 定期購入会員数の成長により当初予算を超え売上高201億円に成長
- ヤマト運輸値上げにより約1億円の影響があったものの経常利益8億円（前期比120%）
- 安定的な事業運営により当期純利益5.38億円（前期比155%）

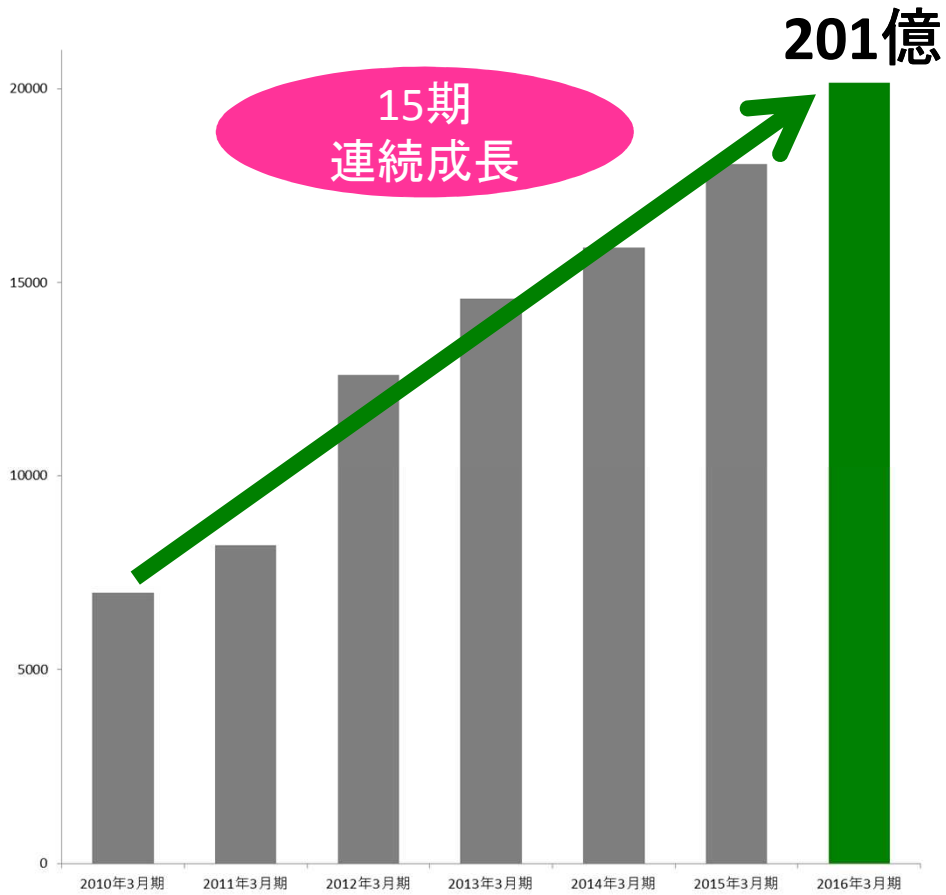
単位：百万円	2015年3月期 実績	2016年3月期 計画	2016年3月期 実績	前期比	計画比
売上高	18,060	20,000	**20,158**	**111.6%**	*100.8%*
営業利益	648	750	**774**	**119.3%**	*103.2%*
経常利益	668	770	**806**	**120.6%**	*104.7%*
当期純利益	347	480	**538**	**155.1%**	*112.2%*

（2）業績推移

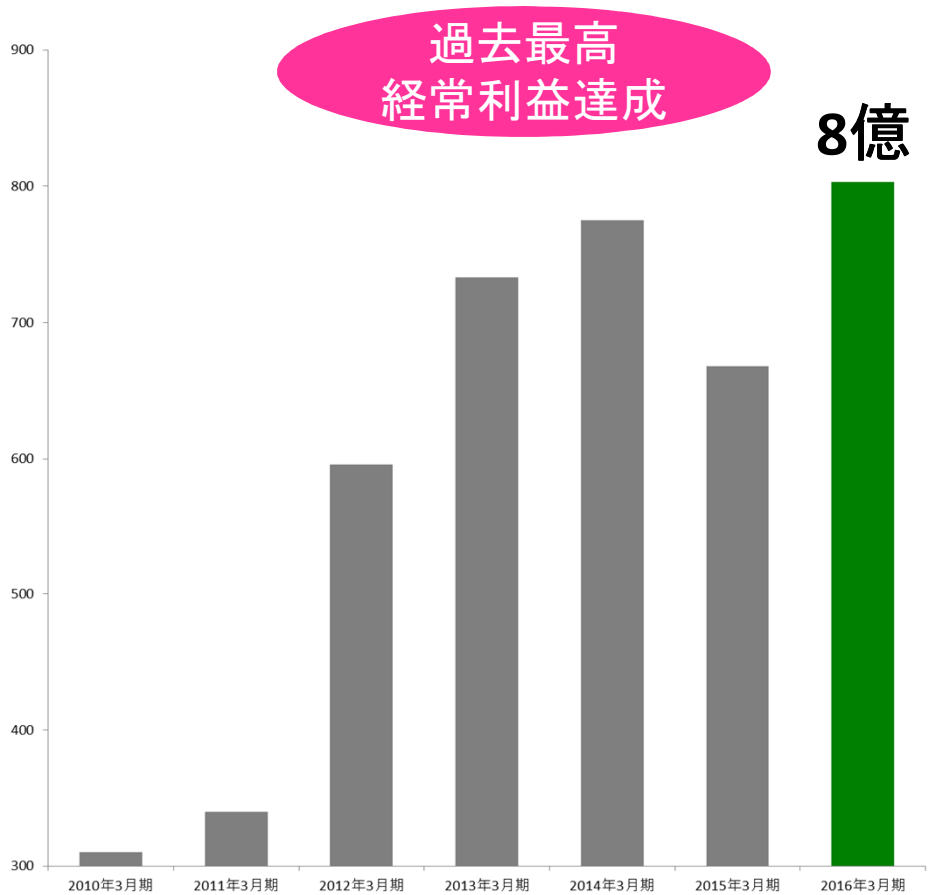
Oisix

- 売上高においては、過去最高売上を達成し200億円を超えて着地
- 経常利益は前期比120%の8億円で着地し過去最高を達成

□売上高推移



□経常利益推移

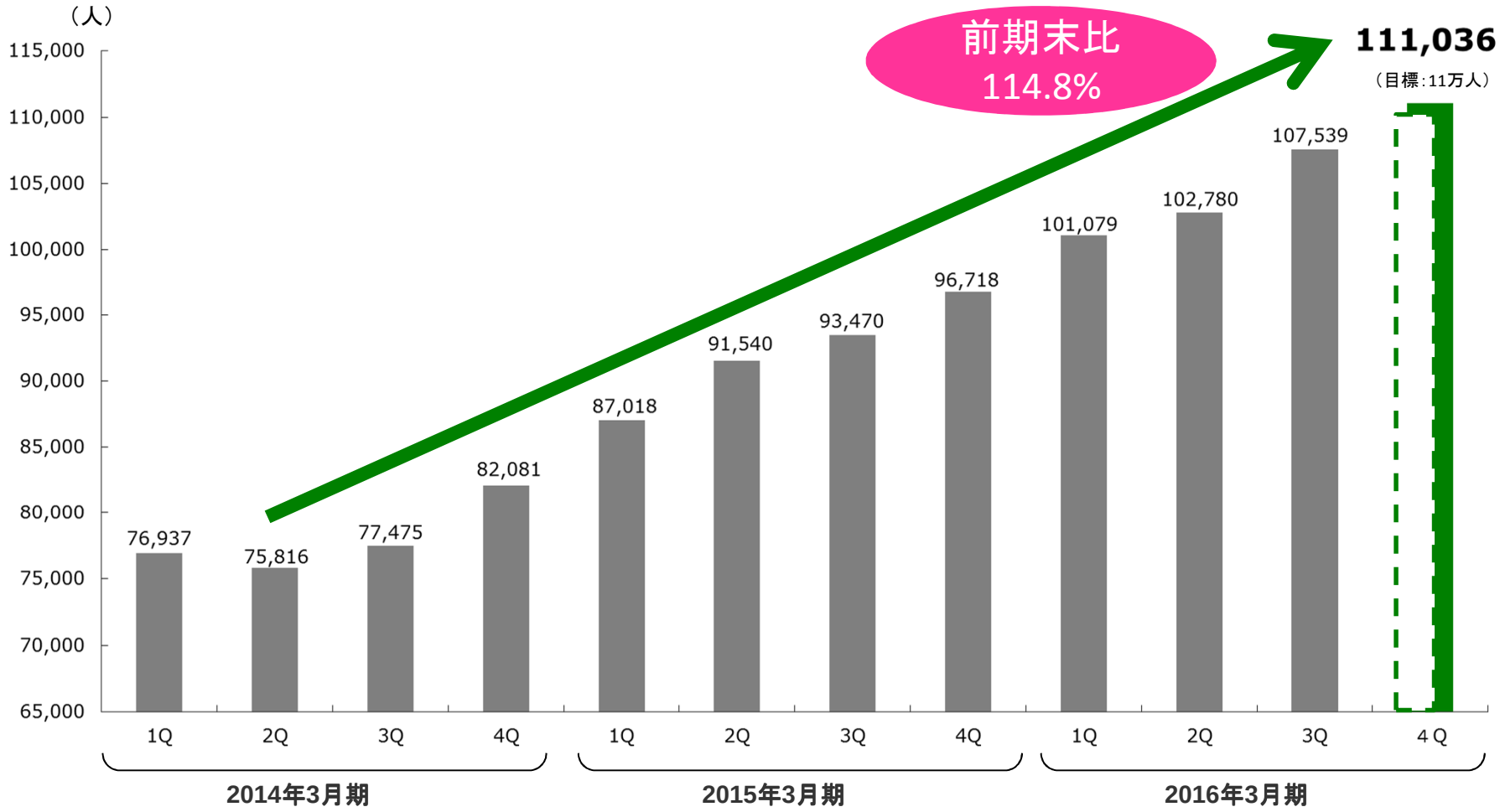


（3）EC事業主要指標推移

Oisix

①定期購入会員数の推移

- 最重要指標である定期購入会員数は9.6万人から11.1万人に成長し、目標の11万人を上回った

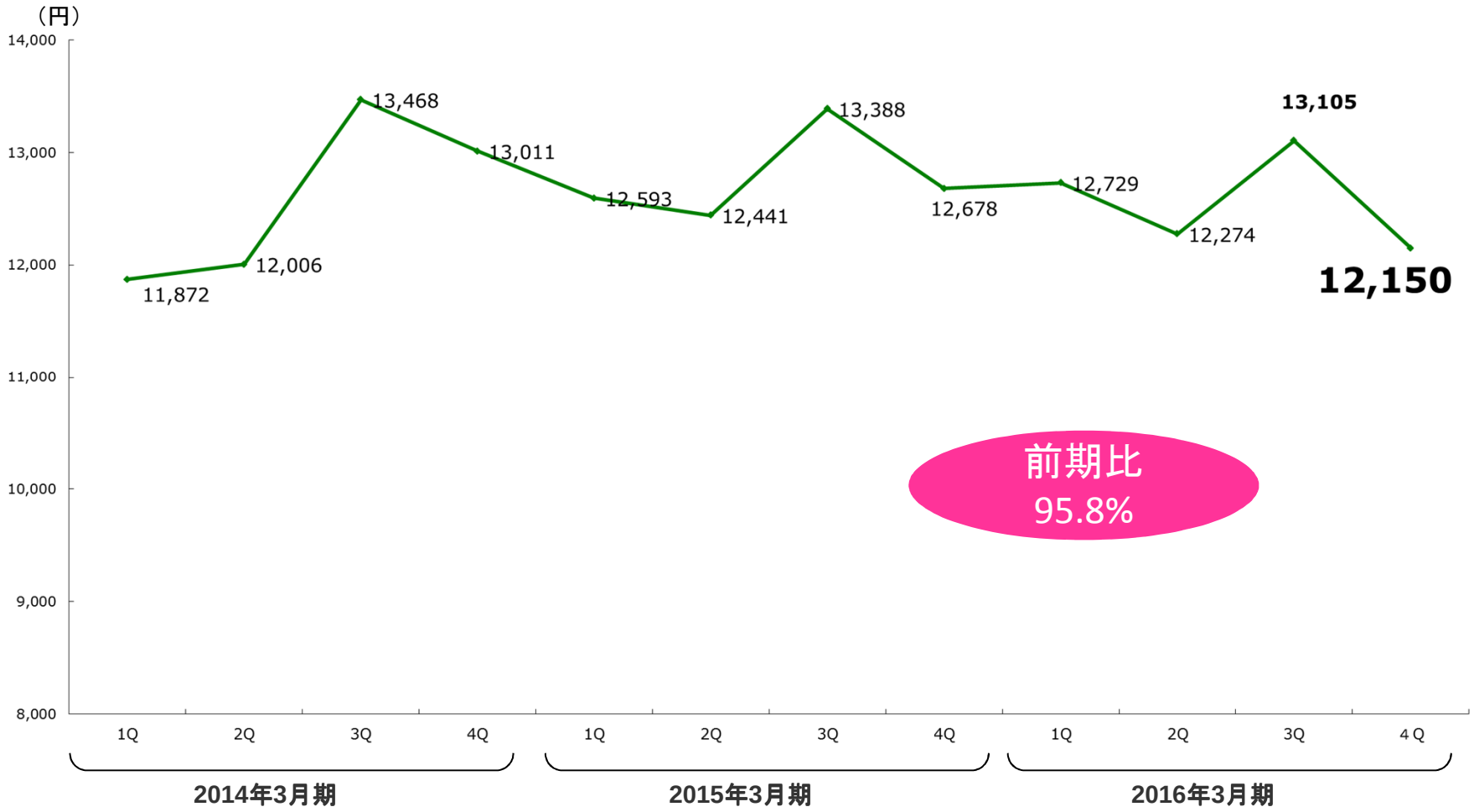


（3）EC事業主要指標推移

Oisix

②ARPUの推移

– 購入頻度が微減、購入単価微増で、ARPU全体としては前期比95.8%

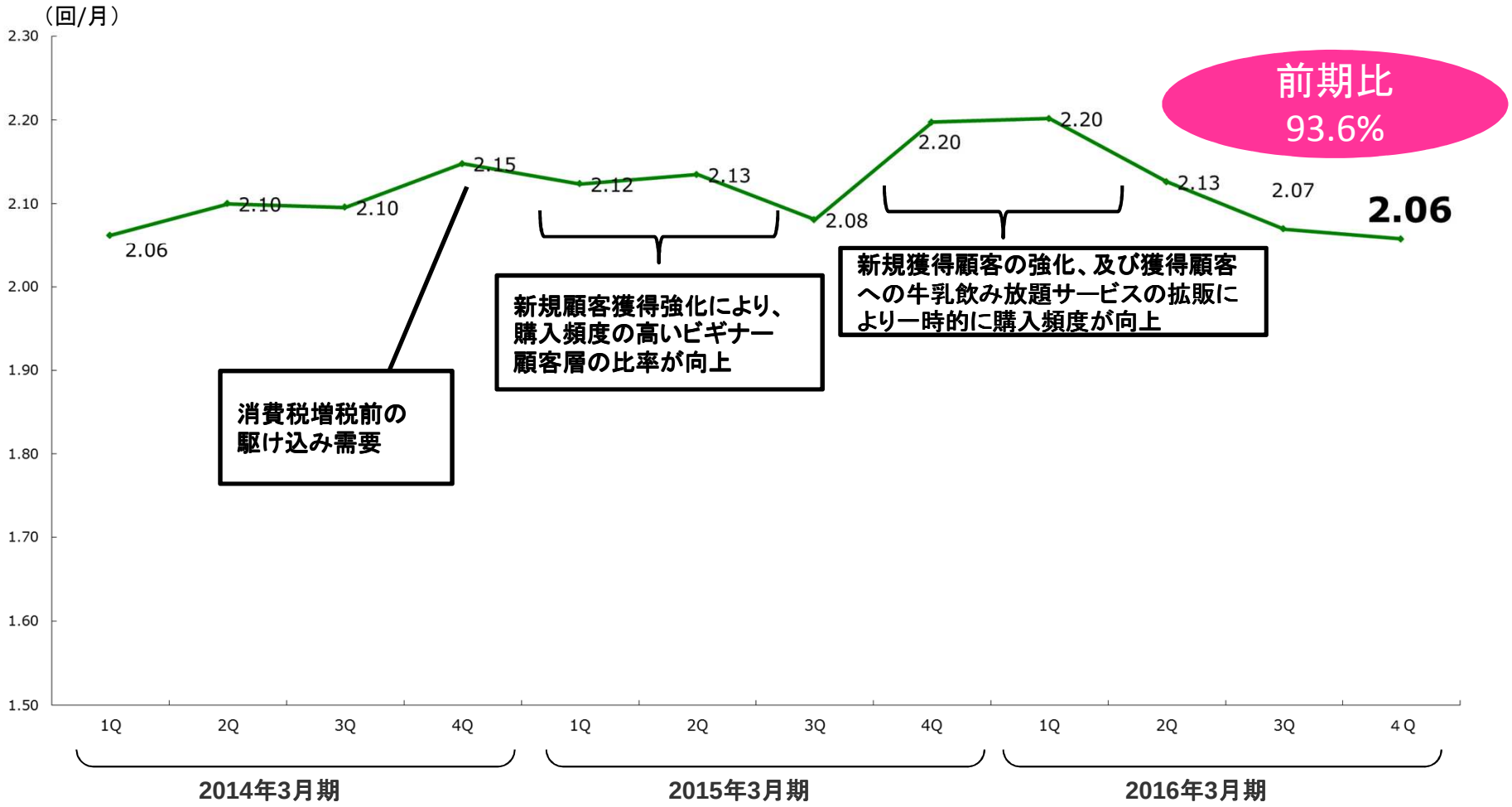


（3）EC事業主要指標推移

Oisix

②-a. 購入頻度の推移

- KitOisixコース会員数の伸長によるファミリー層比率の増加により連休時の購入率が低下

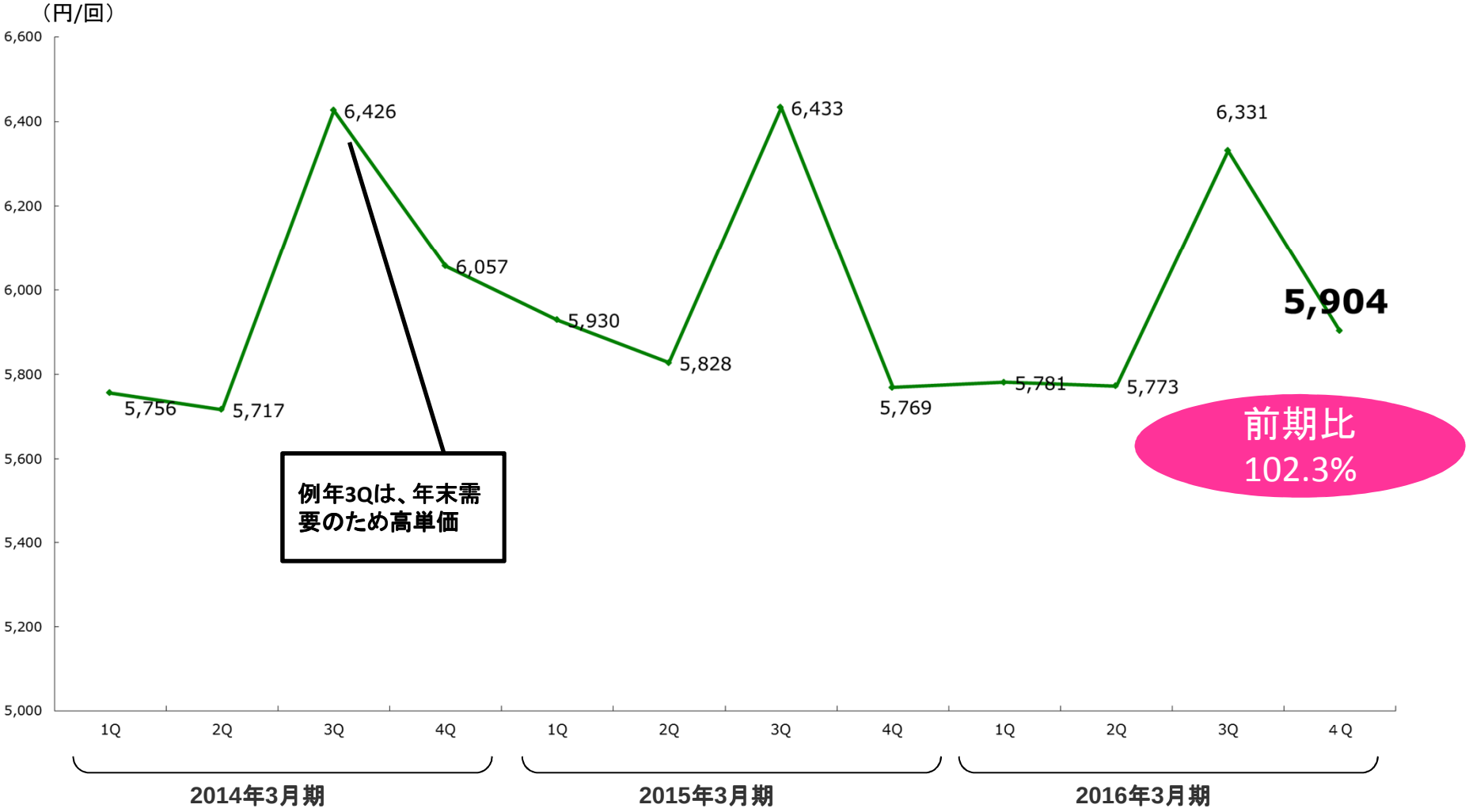


（3）EC事業主要指標推移

Oisix

②-b. 購入単価の推移

- スマホのUI改善によりPCとの購入単価差の縮小
- Webサイトの商品画像改善等によりPC、スマホともに購入単価が向上



1.2016年3月期業績概要

2.2016年3月期活動概要

3.2017年3月期活動計画

2016年度3月期活動計画概要

Oisix

成長基盤の整備

（1）事業拡大に向けた設備投資

既存事業の成長

（2）主力EC事業の成長

（3）EC以外事業の収益貢献化

未来に向けた活動

（4）フード×ヘルスケア領域の研究開始

（1）事業拡大に向けた設備投資

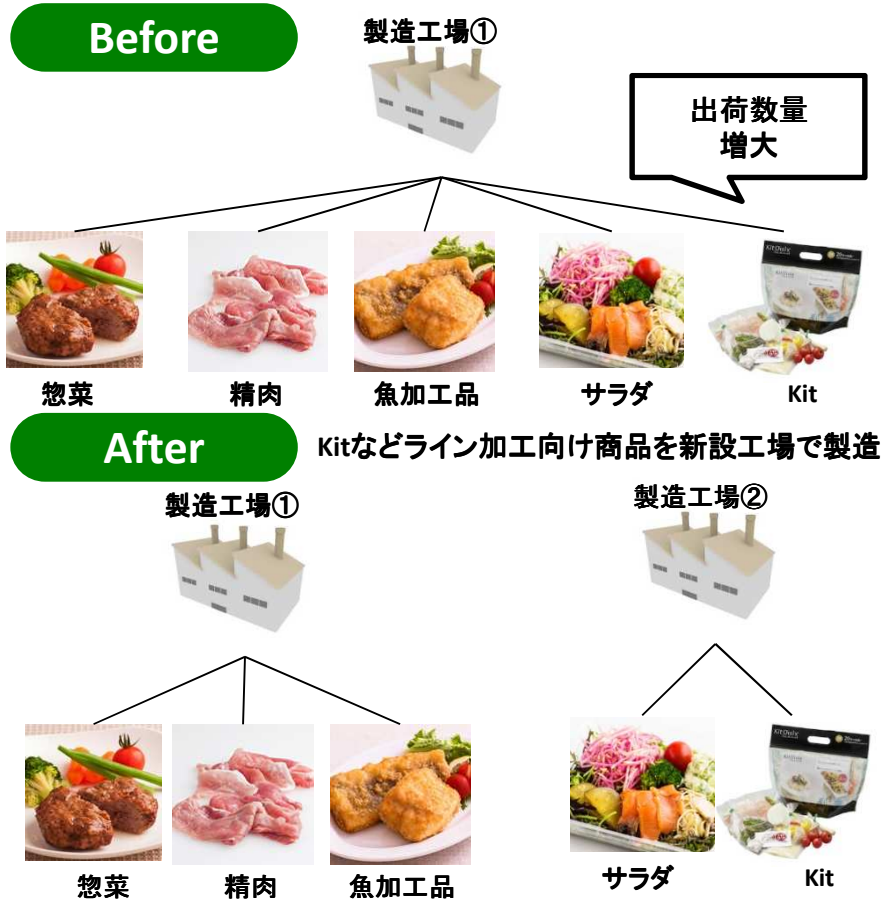
①製造工場の新設によるKitOisixの原価率低減

①製造工場の新設によるKitOisixの原価率低減

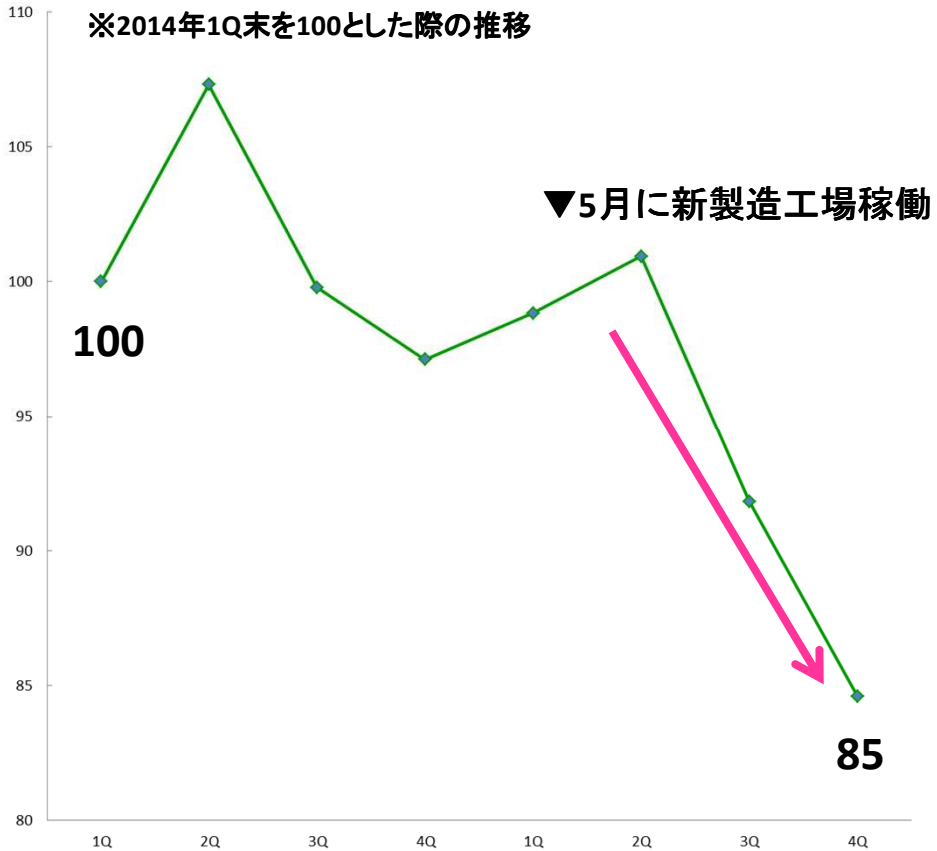
Oisix

- 出荷量が増大するKitOisixの製造キャパシティ拡大のため5月に新設
- 出荷量の拡大に対応するとともに、KitOisixの原価率の低減に寄与

□2015年5月に製造工場を新設



□KitOisixの原価率の推移



（2）主力EC事業の成長

①KitOisixコース会員の成長
②スマホのUI改善による購入単価の向上

①KitOisixコース会員の成長

Oisix

- 女性の社会進出等による時短ニーズの拡大に応えサービスを拡充
- 既存サービスの拡充に加え、新たな商品の拡充により会員数が3万人を突破

□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

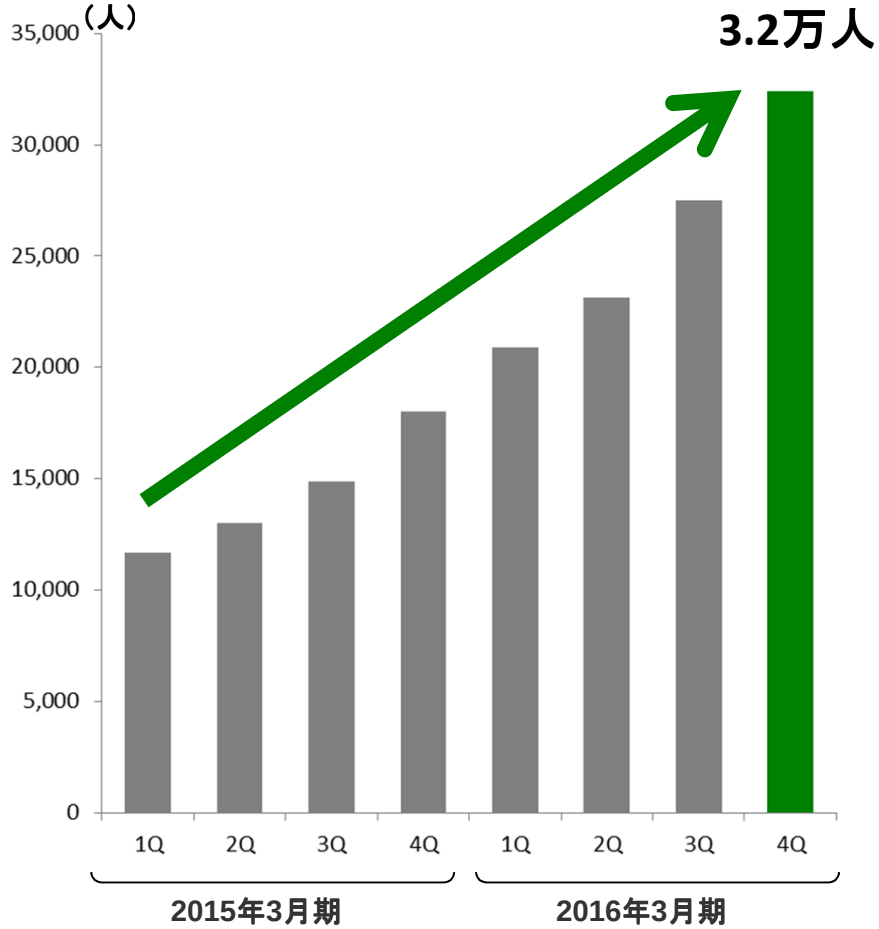
□2016年3月期の主な取り組み

賞味期限5日対応のKitOisix

サラダKit

フローズンKitOisix

□KitOisix会員数の推移



②スマホのUI改善による購入単価の向上

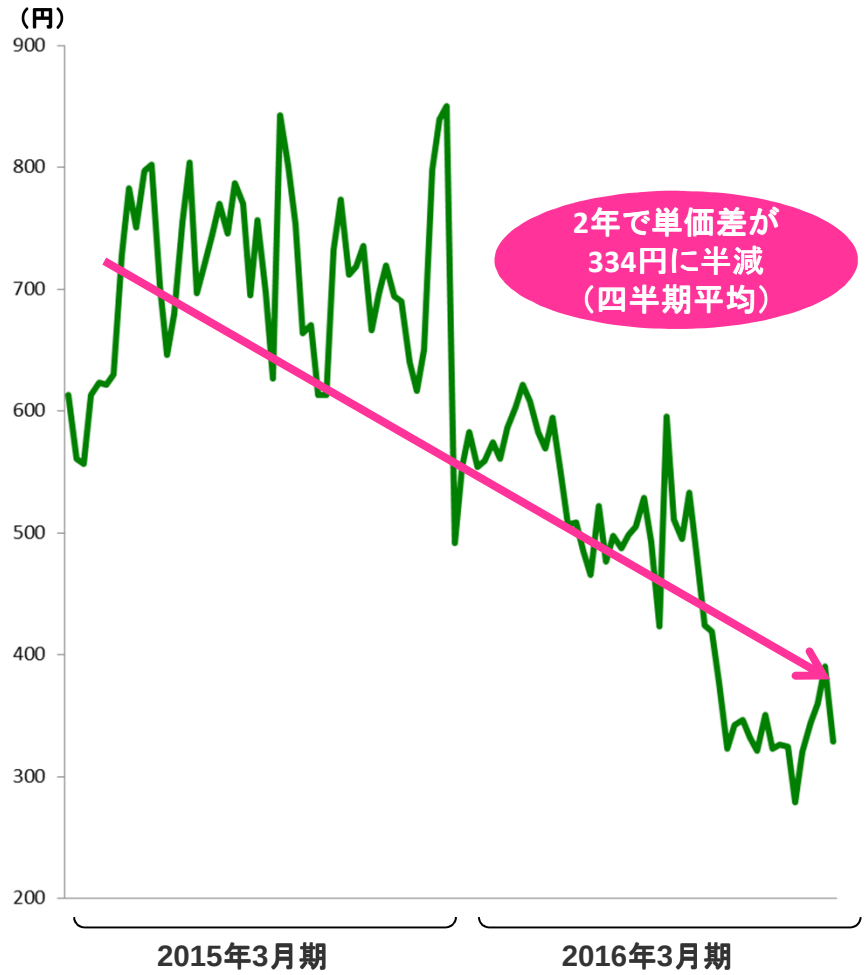
Oisix

- スマホのナビゲーション改善等によるスマホ経由の購入単価の向上
- シズル感のある商品画像/特集画像の改善により購入単価の向上

□スマホUI改善の取組み

- 商品カテゴリの整備
- ナビゲーションの改善
  - ・お買い物の流れの明示
  - ・フッダーナビによる回遊促進
- キャンセル導線の短縮
- 商品画像/特集画像の改善

□PCとスマホの単価差の推移（PC-SP）



（3）EC以外事業の収益貢献化

①香港事業の単年度黒字化
②店舗事業の収益性改善
③ノベルティ強化

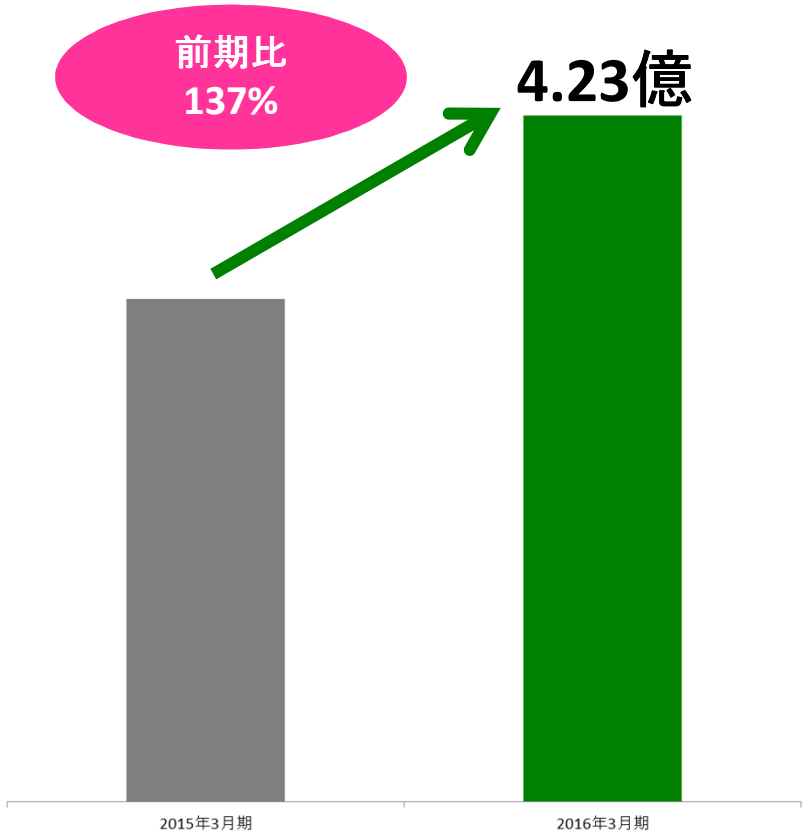
①香港事業の単年度黒字化

Oisix

- 定期購入サービスの導入により売上の安定成長
- 更なる取扱い商材の拡大、プロモーションの強化の為、現地子会社を設立

□Oisix香港のサイトイメージ

□売上高成長に伴い単年度黒字化

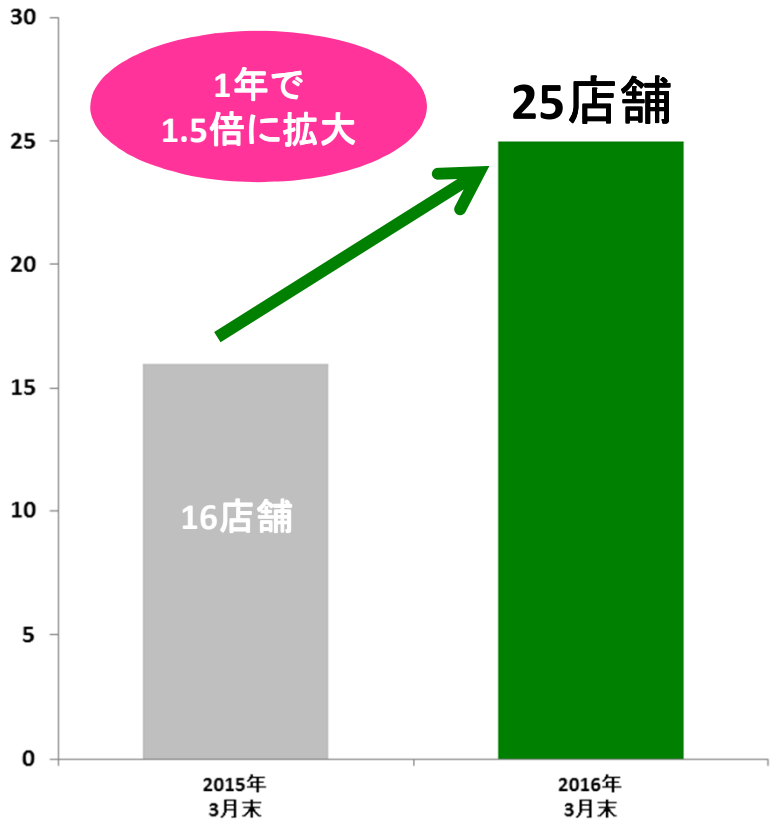


②店舗事業の収益改善

Oisix

- Shop in Shopの店舗数が16店舗から25店舗へ成長したことで店舗事業の売上拡大
- 吉祥寺店収益構造改善の取組みも寄与し、店舗事業全体で約6,000万円/年の収益改善

□Shop in Shopの店舗数拡大



□吉祥寺店の様子

□吉祥寺店収益性改善の取組み

ー店内レイアウトの改善による売り場効率の改善

ー惣菜製造拠点の集約による店内作業効率の改善

ー需要予測精度の向上によるロスの削減

③ノベルティ強化

Oisix

- サントリー様の金麦オフのノベルティとして2年連続採用
- 大手ナショナルクライアント様に採用されるなどブランド認知拡大にも寄与

□金麦オフのノベルティに2年連続採用

□2016年3月期に採用いただいた ナショナルクライアント様の実績

- Panasonic さま
- フジッコ さま
- キューピー さま
- AJINOMOTO さま
- NIPPN さま
- Kellogg’s さま
- 大和ハウス さま

・・・など

（4）フード×ヘルスケア領域の研究開始

①フード×ヘルスケアの販売実験を開始

①フード×ヘルスケアの販売実験を開始

Oisix

- 機能性食品や、高栄養素を含む野菜や果物の販売を実験
- 特定アレルゲンを含まない商品や、糖質の含有量が少ない商品の販売を実験

□高栄養野菜の販売

□グルテンフリーコーナー

□糖質OFFコーナー

リラックス
トマト

ランナー
バナナ

キレイをつくる
サラダリーフ
ミックス

玄米パスタ

小麦粉
不使用カレー

米粉
(菓子用)

胚芽
ベーグル

砂糖不使用
コーンフレーク

へるしごはん
(米、大麦の
Mix米)

1.2016年3月期業績概要

2.2016年3月期活動概要

3.2017年3月期活動計画

2017年度3月期活動計画概要(1/2)

Oisix

2017年3月期
活動ビジョン

『食』×『サブスクリプション（定期購入）コマース』
の圧倒的No1プレイヤーへの成長

2017年度3月期活動計画概要(2/2)

Oisix

戦略

（1）Oisix.comの進化

①プレミアム時短サービスの強化
②ブランドの強化
③フード×ヘルスケアの強化

（2）サブスクリプションプラットフォームの進化

（3）シニア/買い物難民向け事業への進出

戦略

（1）Oisix.comの進化

①プレミアム時短サービスの強化
②ブランドの強化
③フード×ヘルスケアの強化

（2）サブスクリプションプラットフォームの進化

（3）シニア/買い物難民向け事業への進出

（1）Oisix.comの進化

Oisix

①プレミアム時短サービスの強化

- KitOisixの更なるサービスの進化の実施
- KitOisix以外のプレミアム時短関連商品等の導入

□KitOisixの更なる進化

シェフメニューの強化

KitOisix3周年を機に、ミシュランのシェフや、有名レストラン、料理研究家とのコラボの強化

賞味期限5日対応Kit、フローズンKitのクオリティUP

5日対応のパーツを追加し商品のバリエーションの拡大

お客様の声を聞きながら、クオリティをUP

イベントKitの強化

ハロウィンなどのイベントやキャラクターや地方自治体とコラボしたKitの強化

□プレミアム時短関連商品の強化

カット野菜

カットにんじん

カット＆スチームじゃがいも

冷凍野菜

冷凍トマト

イタリアン14種野菜ミックス

フルーツデザート

フルーツケーキ

フルーツゼリー

（1）Oisix.comの進化

Oisix

②ブランドの強化　～ブランドロゴのリニューアルの実施～

- 「豊かな食卓を、できるだけ多くの人に」という企業理念の実現を加速させ、売上200億から1000億を見据えた規模で通用するロゴに一新

□ブランドロゴのリニューアル

□新ロゴ展開例

□水野学氏と共にデザイン

- 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
- 主な仕事に、NTTドコモ「iD」、久原本家、茅乃舎、くまモン、中川政七商店 ほか

（1）Oisix.comの進化

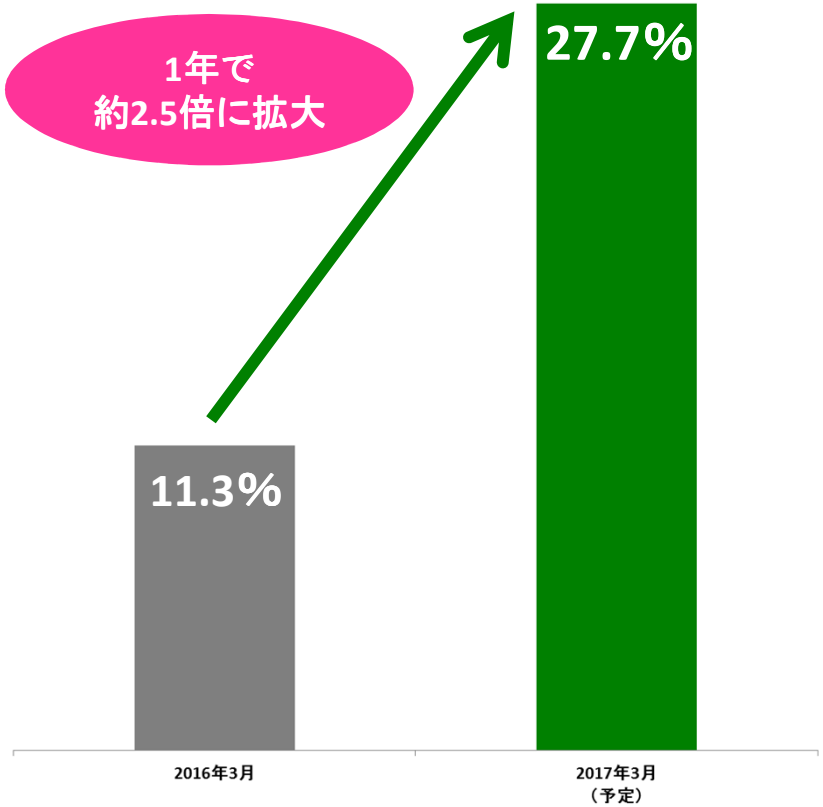
Oisix

②ブランドの強化

- 既存PB商品のリニューアルに加え、PB商品化を推進し世界観伝達の強化
- Shop in Shopのリニューアル及びPB商品の拡販によりブランド認知の拡大

□PB商品売上比率の拡大

※PB商品の加工品売上に占める割合



□Shop in Shopにおけるブランド認知の拡大

※Shop in Shopのリニューアルイメージ画像

（1）Oisix.comの進化

Oisix

②ブランドの強化

- 青果に立脚したブランディング強化のため、生産者さんへの感謝イベントや、優良生産者さんを表彰するイベントをさらに大規模に開催

□東京ハーヴェスト2015の様子

東京の真ん中から全国の生産者様に　尊敬と、感謝をこめてありがとうの言葉を届けるイベント

□N-1サミット2016の様子

優良農業者を一同に集め、切磋琢磨するためのプラットフォーム。様々な活動を推進。お客様から一番支持された商品を作った生産者さんの表彰も実施

【参考】熊本地震に対する支援活動

Oisix

- 生産者さんや、地震で被災をした方へ、一時的な支援に加え、取引の拡大や、農産品のブランディングなどの協力による継続的な支援を計画

□お客様からの声を生産者さんへお届け

4/23に、お客様からいただいた応援メッセージ300件を、たつやのにんじんの生産者「まゆみ農園」さんにお届け

□野菜ジュースや水をお届け

4/18に水6トンとVegeel（野菜ジュース）3000本の支援を現地の生産者さんと連携して実施

4/25に避難生活により、野菜不足になりがちな妊婦さんや小さな子どもがいるママへの支援として、「Vegeel（ベジール）」3400本を、ママを支援する団体8箇所に配送

□商品の購入を通じて継続的な支援活動の実施（eat＆send）

商品の購入を通じて継続的な復興への支援を

EAT and SEND for 熊本

- 商品ごとに募金額を設定し、商品を購入することで被災地支援ができる企画の実施
- 被災された生産者さんの商品の特集ページをスタート

（1）Oisix.comの進化

Oisix

③フード×ヘルスケアの強化

- 栄養価の高い野菜や加工品の販売を強化
- 健康に配慮した商品の拡充に加え、ヘルシーコースの新設を検討

□ヘルシー食材ケールの販売強化

- 欧米で健康食材として注目されているケールの販売を強化
- 素材そのものの販売に加え、サラダKitでの販売や、ラーメン店とのコラボなど、さまざまな取り組みを開始

□コールドプレスベジタブル（飲料）の販売

- 低温/低速で野菜や果実の水分をゆっくり絞り、栄養素を損なわずに飲むことができるヘルシー飲料
- 欧米でセレブやモデルを中心に流行中

戦略

（1）Oisix.comの進化

①プレミアム時短サービスの強化
②ブランドの強化
③フード×ヘルスケアの強化

（2）サブスクリプションプラットフォームの進化

（3）シニア/買い物難民向け事業への進出

（2）サブスクリプションプラットフォームの進化

Oisix

- 他社との提携事業の拡大・強化
- 提携事業責任者としてEC事業本部長の堤をアサイン

□既存の主要な提携企業様

JV	RECRUIT リクルートライフスタイル Oisix × Ponta ポイント
アライアンス	たまひよ おいしっくすくらぶ with たまひよ
フルフィルメント、マーケティング支援	三越伊勢丹 エムアイDeli DEAN & DELUCA

□元 EC事業責任者の堤が提携事業を牽引

- 当社創業時より取締役として活動
- EC事業を180億を超える規模への成長を牽引

戦略

（1）Oisix.comの進化

①プレミアム時短サービスの強化
②ブランドの強化
③フード×ヘルスケアの強化

（2）サブスクリプションプラットフォームの進化

（3）シニア/買い物難民向け事業への進出

（3）シニア/買い物難民向け事業への進出

Oisix

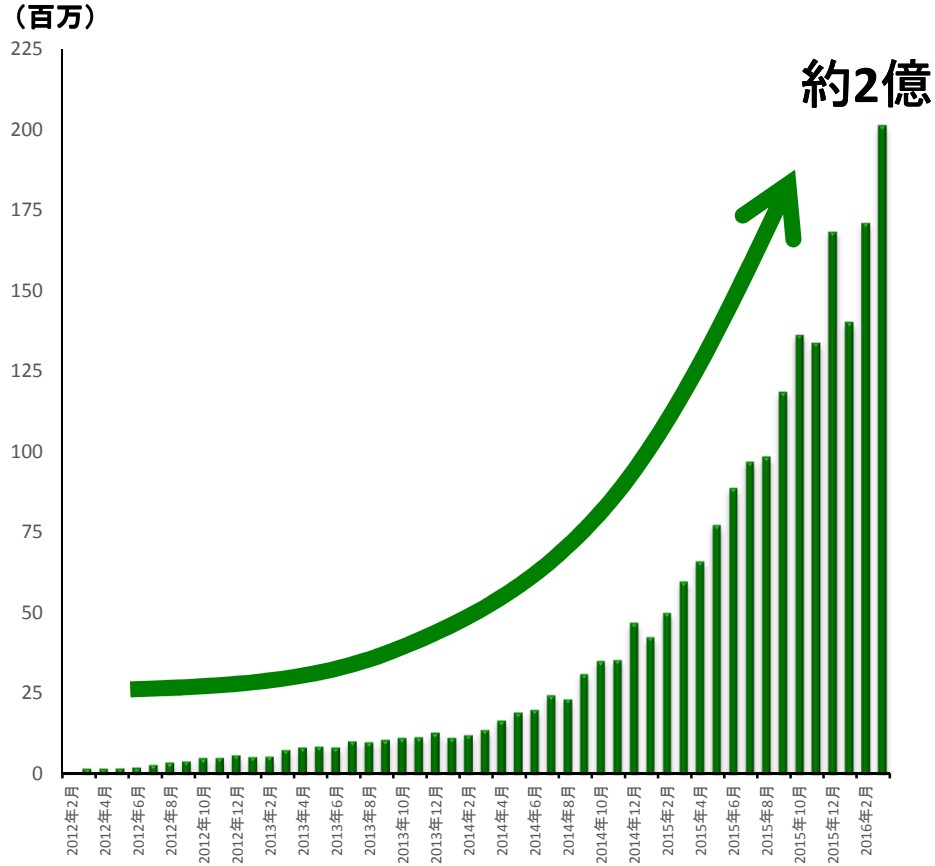
- シニア/買い物難民向けに移動スーパーのプラットフォーム事業を営む
  とくし丸社を子会社化
- ネットだけではリーチすることができない顧客セグメントへの事業展開を開始

□子会社化予定のとくし丸社概要

- 徳島で2012年に創業
- 全国で100台超の移動スーパーを展開
- 70代～80代の買い物難民が主要顧客
- 400品目1200商品を積み込み、ご自宅まで訪問

□移動スーパーとくし丸

□月間流通金額の推移



投資計画

（1）サブスクリプションプラットフォームの機能/安定性強化

（2）OisixDiningCentre（製造工場）の拡張

（1）サブスクリプションプラットフォームの機能/安定性強化

Oisix

- サービスレベルの改善、及び事業成長の準備としてシステム投資を実施
- 当社のプラットフォーム上で複雑化する事業構成を支えるために、DBサーバーの拡張を予定

□機能強化概要

パーソナライズ化	• お客さまのビヘイビアや嗜好に合わせたパーソナライズセットやレコメンド機能の搭載
リードタイム短縮	• 注文締切からお届けまでの期間の短縮
海外対応	• 海外での展開も踏まえ、別サイトで運用している香港サイトの統合

□安定性強化

自社事業	Oisix Kit Oisix きっと、おいしっくす Oisix Hong Kong
提携事業	Oisix × Ponta ポイント おいしっくすくらぶ with たまひよ (c) Benesse Corporation 1993-2016
受託事業	三越伊勢丹 エムアイDeli

更なる事業の拡張・拡大に備え、安定性強化のため、DBサーバーの拡張を予定

（2）OisixDiningCentre（製造工場）の拡張

Oisix

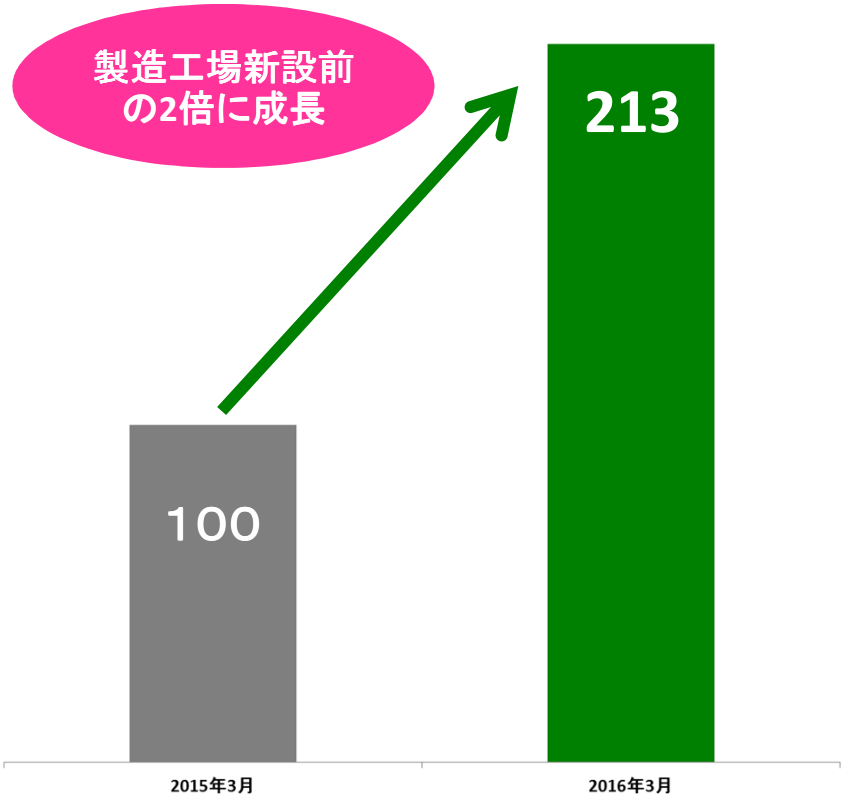
- 製造キャパシティを4倍に拡大するため、2015年にODCを新設したが、すでに投資前の2倍以上に出荷量が増加
- プレミアム時短へさらに注力をするために、ODCの拡張を予定

□Oisix Dining Centre（製造工場）の外観

※2015年に海老名物流センター（Oisix Station）の近郊に新設

□KitOisixの単月出荷数の成長

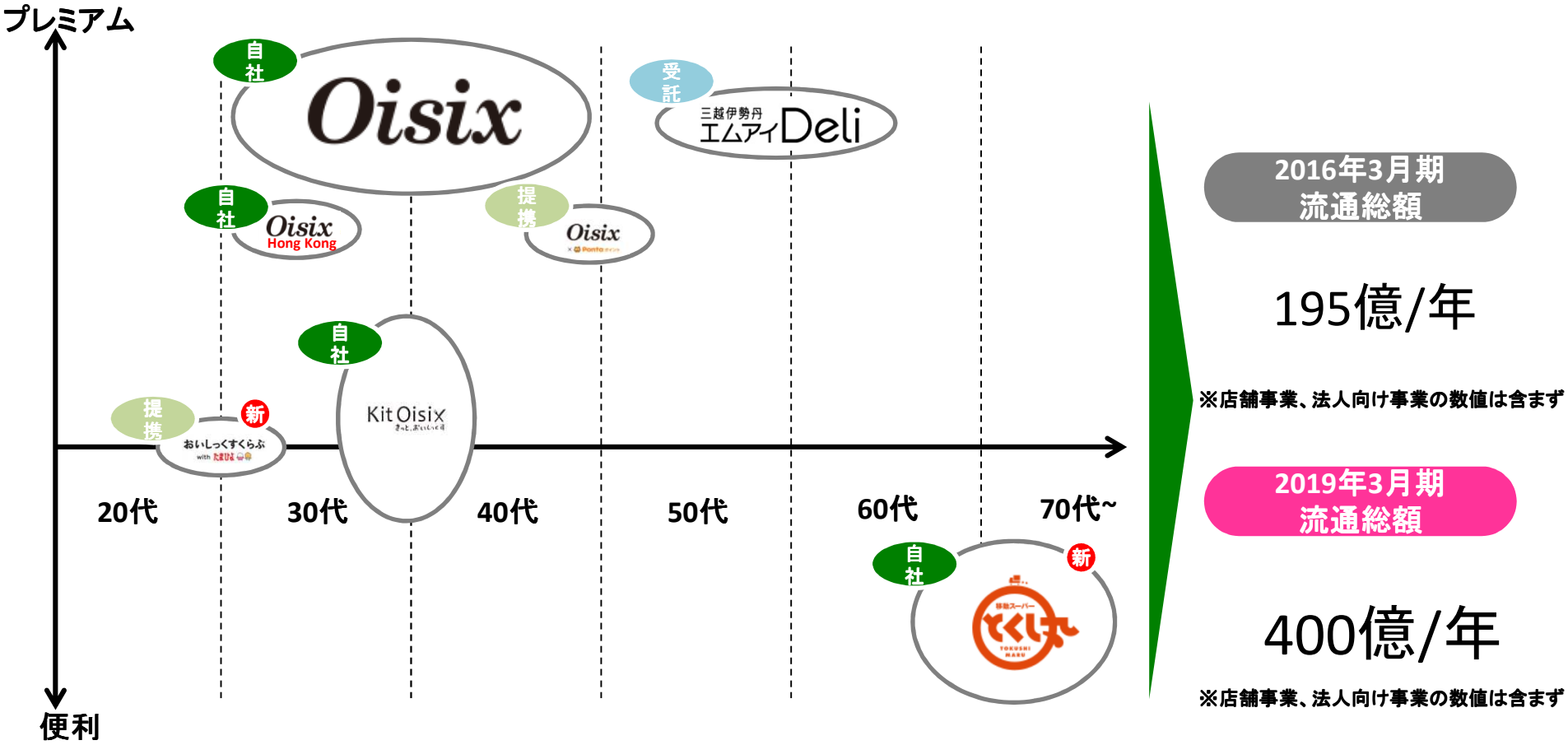
※2015年3月を100とした場合の出荷数の成長



オイシックス株式会社中期成長戦略

Oisix

- サブスクリプションコマースのプラットフォームとしての自社・提携・受託の既存事業の拡大に注力
- また、新たに立ち上げた事業（with たまひよ）、取得した事業（とくし丸）の立ち上げ、拡大にもチャレンジ

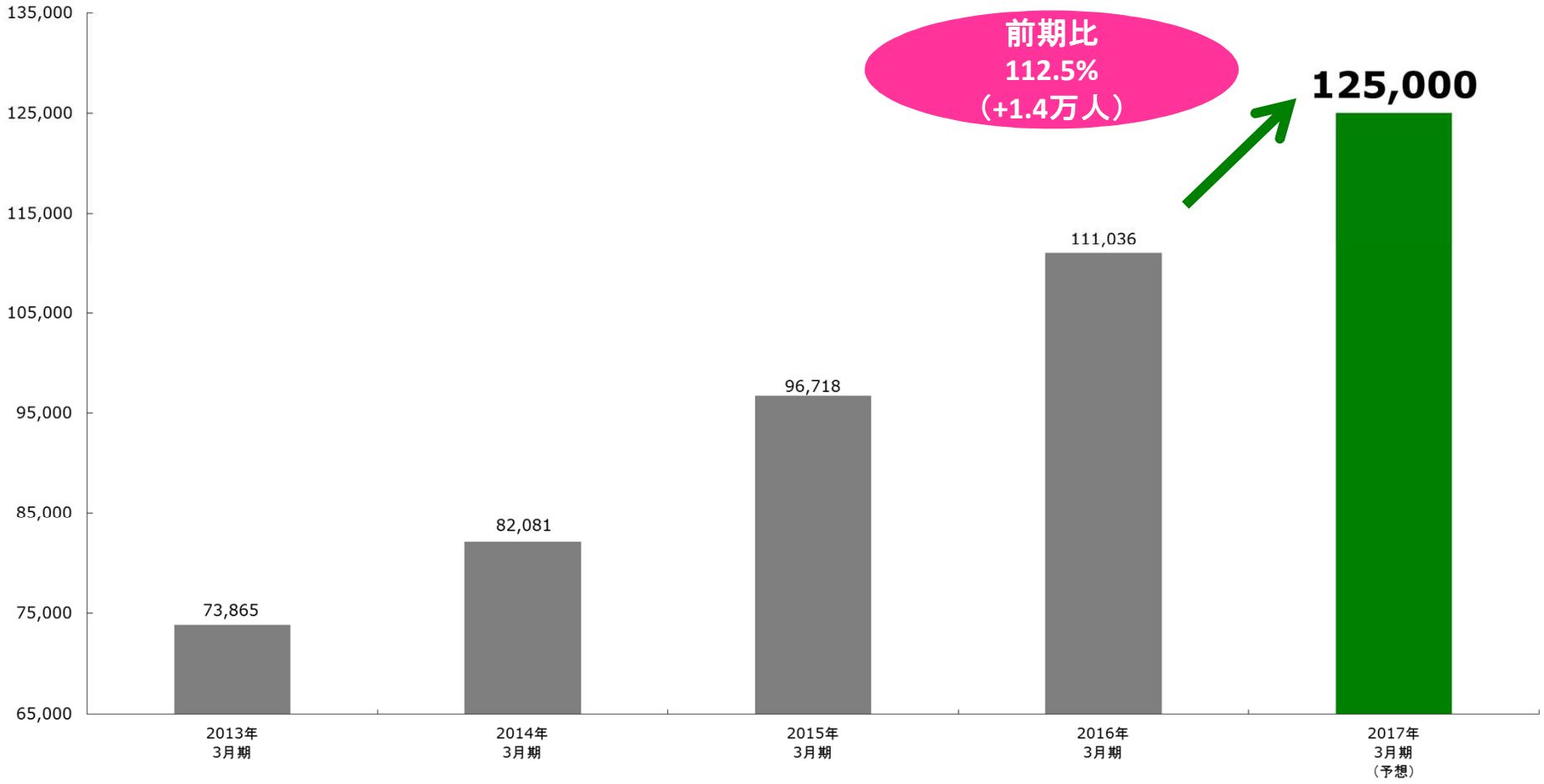


2017年3月期業績予想

Oisix

- 売上高成長率の角度をあげ230億円を目指す
- 来期以降の成長の準備も並行して実施

単位:百万円	2015年3月期 実績	2016年3月期 実績	2017年3月期 予想	前期比
売上高	18,060	20,158	**23,000**	**114.1%**
営業利益	648	774	**820**	**105.9%**
経常利益	668	806	**830**	**102.9%**
当期純利益	347	538	**580**	**107.7%**

定期購入会員目標人数

Oisix