



決算説明資料

2018年3月期3Q

オイシックスドット大地株式会社

これからの食卓、これからの畑

より多くの人が、
よい食生活を楽しめるサービスを提供します

よい食を作る人が、
報われ誇りを持てる社会を実現します

食べる人と作る人とを繋ぐ仕組みが持続可能であるよう、
つねに進化します

食に関する社会課題を、ビジネスの手法で解決します

私たちは、食のこれからをつくり、ひろげていきます

Contents

1
2018年3月期3Q
業績概要

2
2018年3月期3Q
ソーシャル活動

3
2018年3月期3Q
活動概況

4
TOPICS

5
今後の成長戦略
基本方針

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。

Contents



1 2018年3月期3Q 業績概要

1.2018年3月期3Q業績概要

1. 連結業績概要

2. セグメント別業績概要

- ・ サマリー
- ・ Oisix KPI
- ・ 大地を守る会 KPI

1.2018年3月期3Q業績概要

1. 連結業績概要

2. セグメント別業績概要

- ・ サマリー
- ・ Oisix KPI
- ・ 大地を守る会 KPI

2018年3月期3Q 連結業績概要

- 今期より大地を守る会の業績が加わり、売上高は前年同期比175.3%。
会員数の好調な推移、おせち売上が牽引し、進捗は上振れ。
- 営業利益は年度計画達成、EBITDAは前年同期比158.3%。

単位：百万円	2017年3月期 3Q実績	2018年3月期 3Q実績	2018年3月期 計画	前年同期比 増減額	前年同期比	計画進捗率
売上高	17,113	30,007	38,000	12,894	175.3%	79.0%
営業利益	625	692	670	67	110.7%	103.3%
EBITA※1	654	981	1,020	327	150.0%	96.2%
EBITDA※2	810	1,282	1,390	472	158.3%	92.2%
特殊要因除く※3	-	1,459	1,570	-	-	92.9%
1株当たり EBITDA（円）	137.89	160.22	175.11	22.33	116.2%	91.5%

※1 EBITA＝営業利益＋のれん償却費

※2 EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費

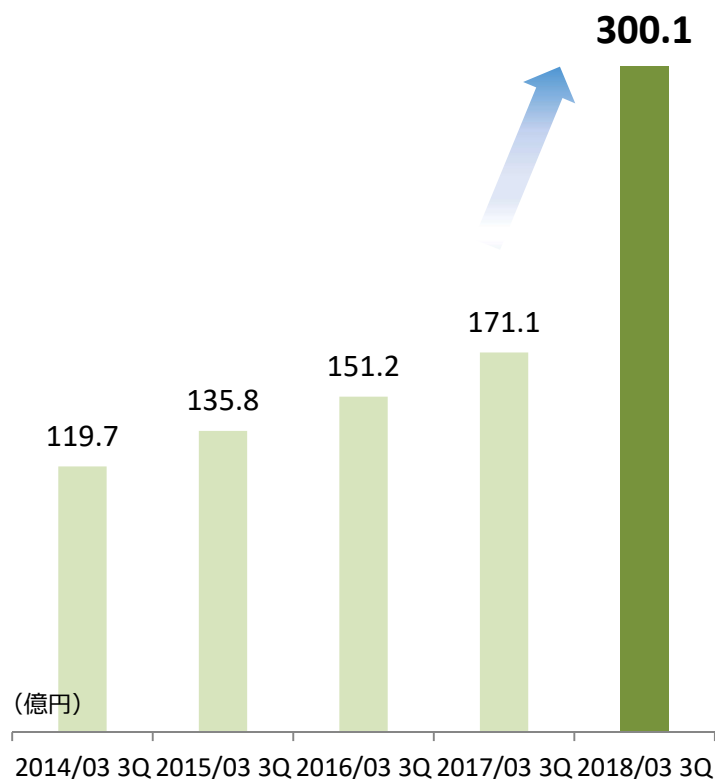
※3 特殊要因＝経営統合関連一時費用（本社移転等に係る費用）

連結売上高・EBITDA推移

売上高はOisix会員数の新規獲得が好調で、前年同期比+75.3%。
EBITDAは前年同期比+58.3%。

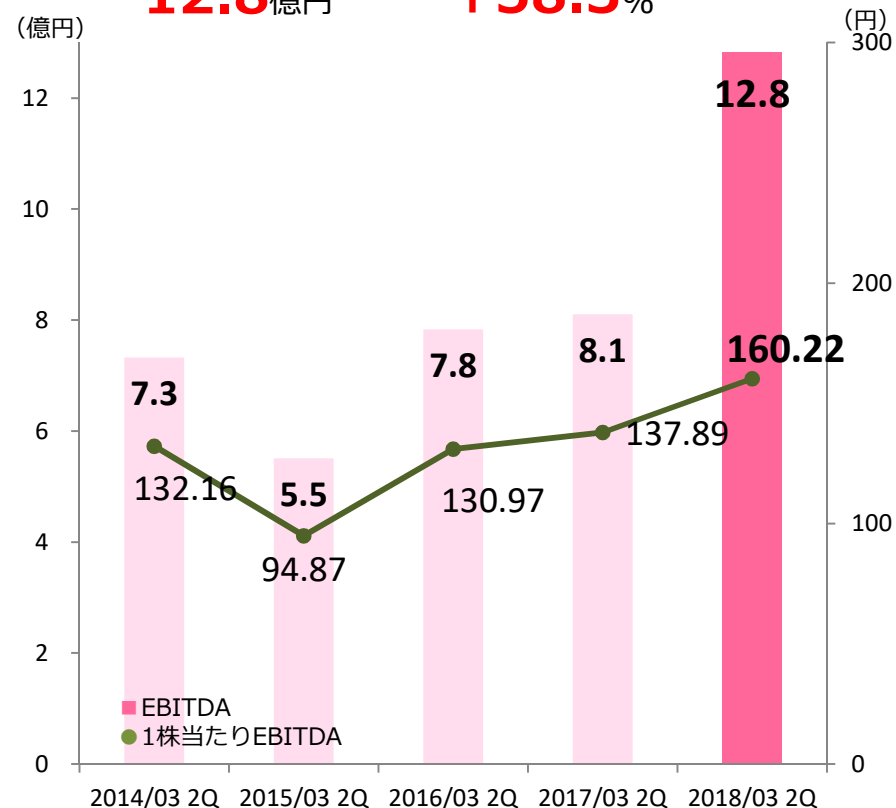
■ 売上高

2018年3月期3Q 前年同期比
300.1億円 **+75.3%**



■ EBITDA / 一株当たりEBITDA

2018年3月期3Q 前年同期比
12.8億円 **+58.3%**



※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

1.2018年3月期3Q業績概要

1. 連結業績概要

2. セグメント別業績概要

- ・ サマリー
- ・ Oisix KPI
- ・ 大地を守る会 KPI

2018年3月期3Qセグメント別業績概要

- Oisix: 会員数の好調な伸びにより売上高は計画上振れ。新規獲得好調により原価率の高いおためしセットの販売が増加し、限界利益はやや低めで推移。
- 大地を守る会: 保守的な計画により、売上・限界利益共に計画を上振れ。

	2018年3月期 3Q	計画（通期）	実績（3Q）	進捗率
宅 配 事 業				
Oisix				
売上高	23,988	18,481	77.0%	
限界利益	3,465	2,421	69.9%	
利益率（%）	14.4	13.1%	-	
大地を守る会				
売上高	10,841	8,508	78.5%	
限界利益	2,039	1,650	80.9%	
利益率（%）	18.8	19.4%	-	
その他の事業				
売上高	3,171	3,017	95.1%	
限界利益	629	571	90.8%	
利益率（%）	19.8	18.9%	-	
全 社				
売上合計	38,000	30,007	79.0%	
限界利益	6,133	4,644	75.7%	
利益率（%）	16.1	15.5%	-	
固定費※1	5,463	3,951	72.3%	
営業利益	670	694	103.6%	

※1 のれん償却費を含む(決算短信・四半期報告書においては各事業セグメントに含む)

1.2018年3月期3Q業績概要

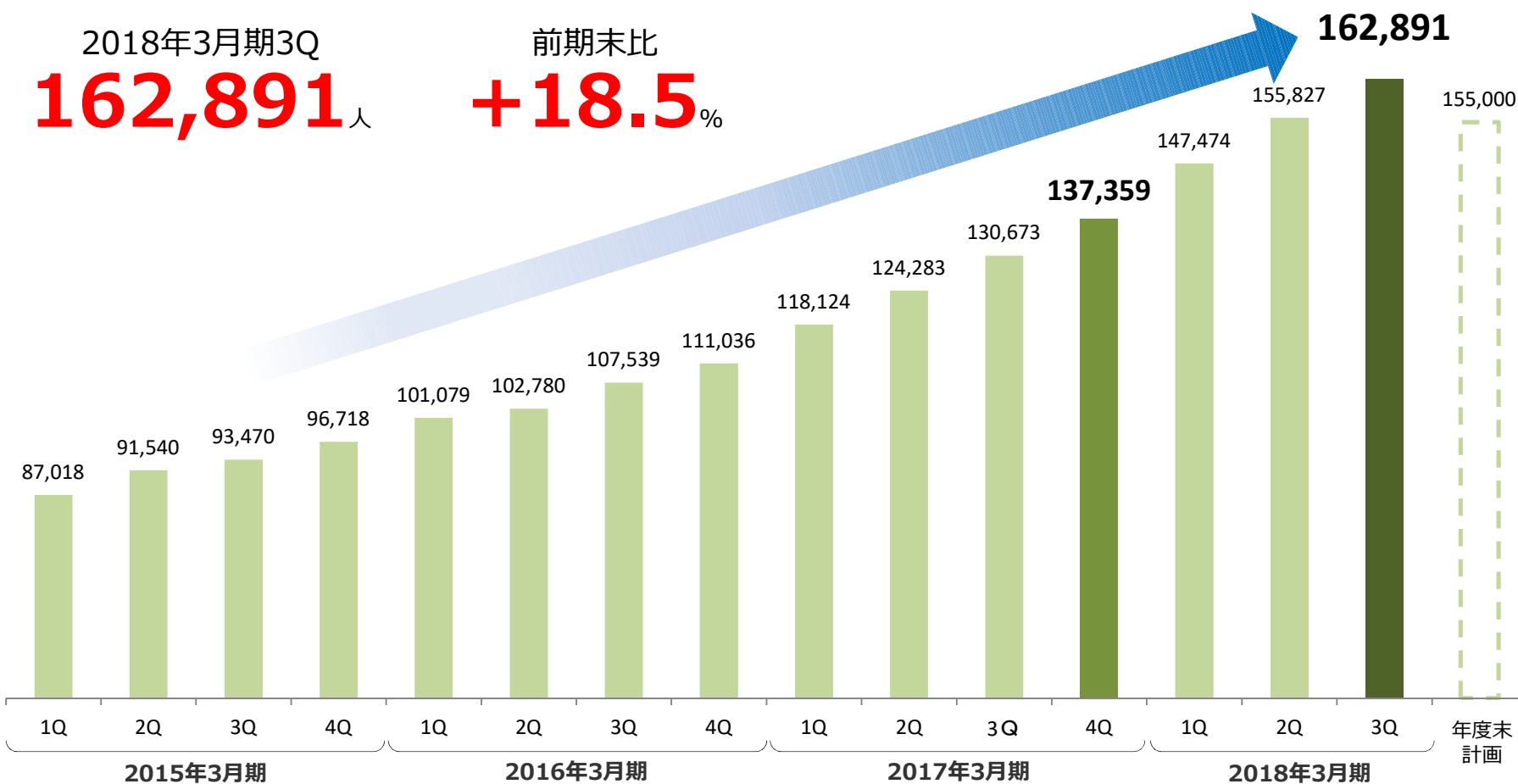
1. 連結業績概要

2. セグメント別業績概要

- ・ サマリー
- ・ **Oisix KPI**
- ・ 大地を守る会 KPI

Oisix 会員数推移

ミールキット人気の高まりやメディア露出による認知の拡大により
Kitコースを中心に会員数の増加が加速。



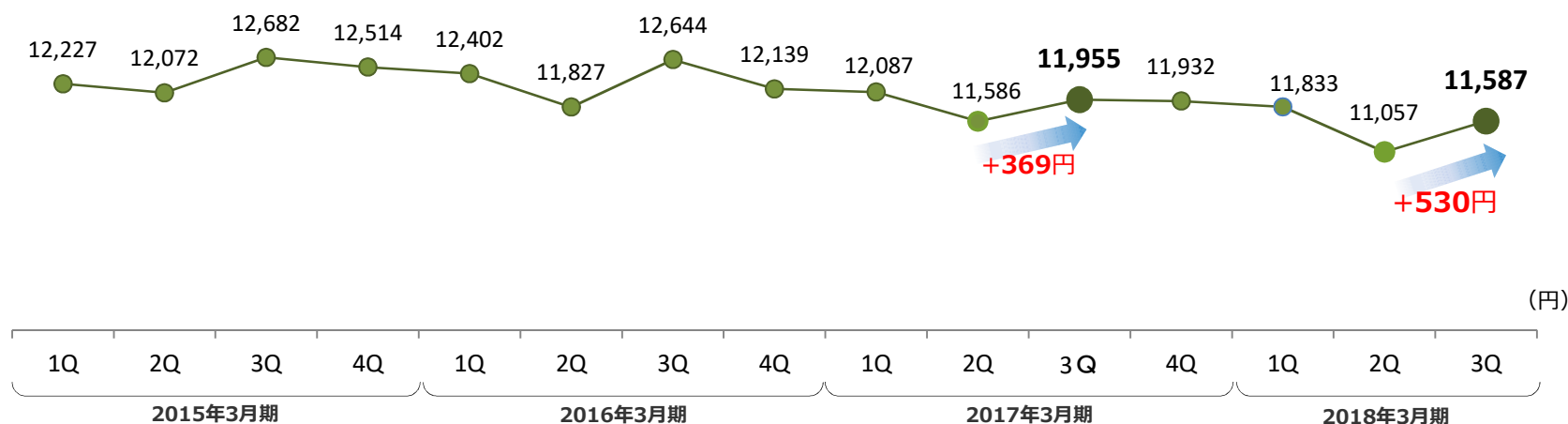
※ ミールキットとは？：人数分の下ごしらえされた食材、調味料とレシピのセット商品

Oisix ARPU推移

年末商戦好調により前四半期からの増加額は改善。新規獲得好調で月間オーダー単価が低めのビギナー会員が増加し、前年同期比は微減。

2018年3月期3Q 前年同期比
11,587 円 **96.9** %

年平均 | 12,373 | 12,253 | 11,889 |



※ARPU : Average Revenue Per User (会員一人当たりの月間売上高)
※定期会員の購入頻度×購入単価/回

Oisix 購入頻度推移

2018年3月期3Q

1.96回

前年同期比

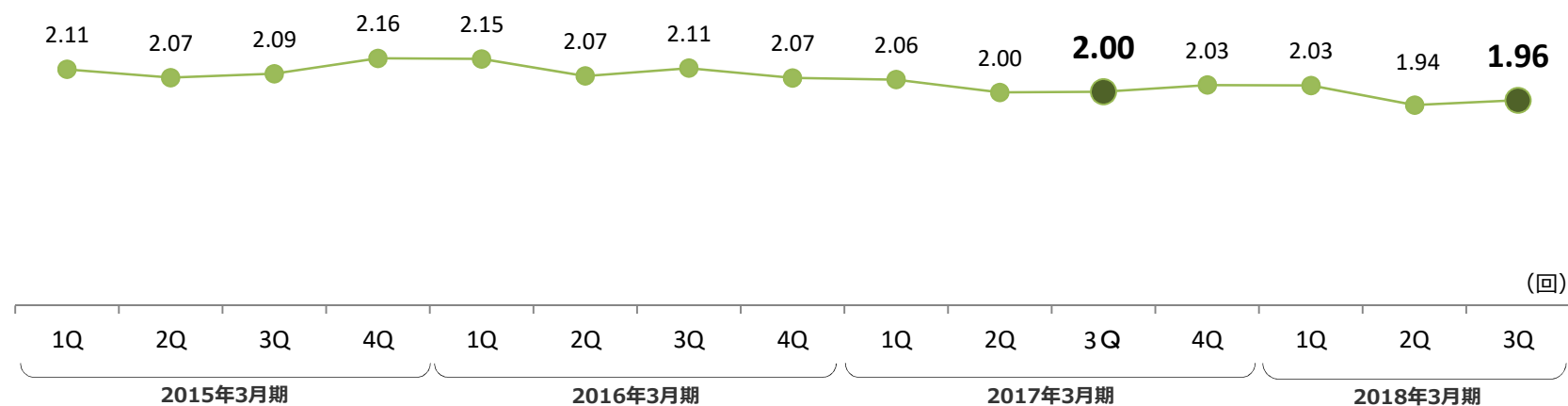
98.0%

年平均

2.10

2.10

2.02



Oisix 購入単価推移

2018年3月期3Q

5,908円

前年同期比

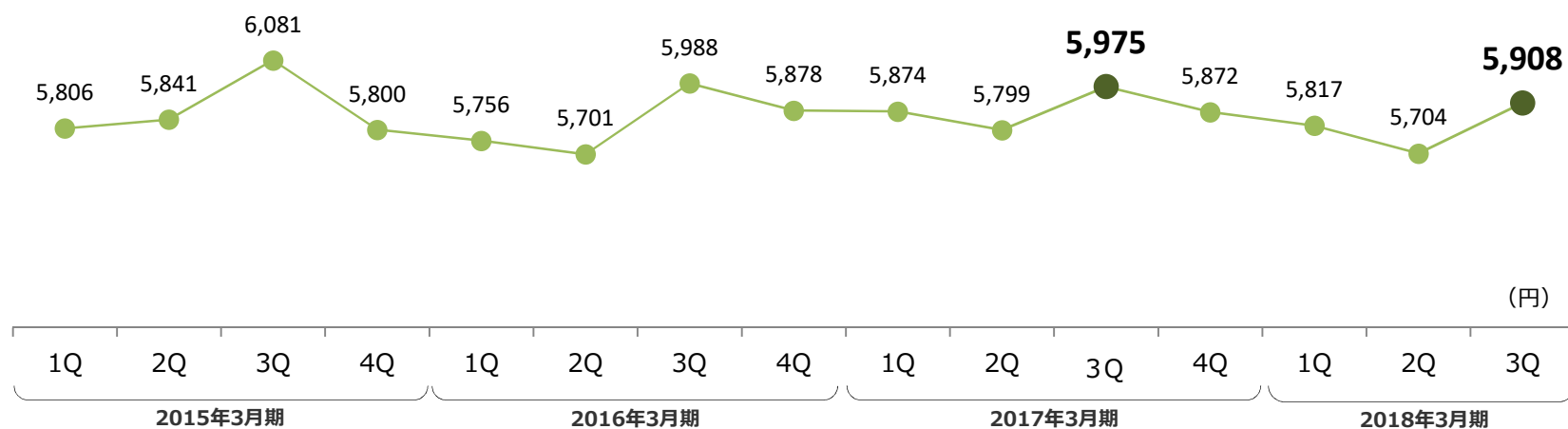
98.8%

年平均

5,882

5,831

5,880



1.2018年3月期3Q業績概要

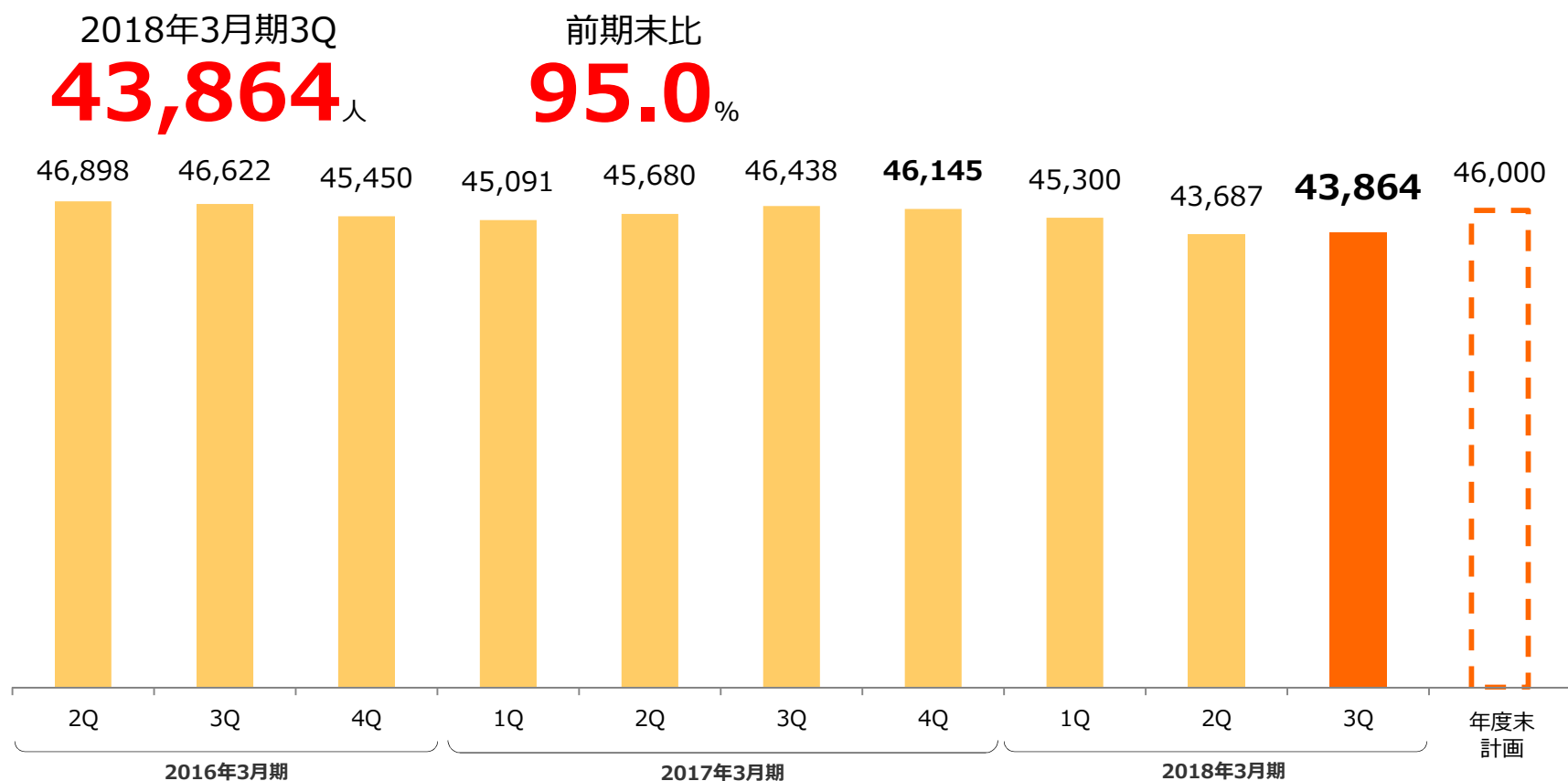
1. 連結業績概要

2. セグメント別業績概要

- ・ サマリー
- ・ Oisix KPI
- ・ 大地を守る会 KPI

大地を守る会 会員数推移

獲得単価をコントロールしつつ新規獲得を再開、微増ながらも会員増のトレンドを形成。

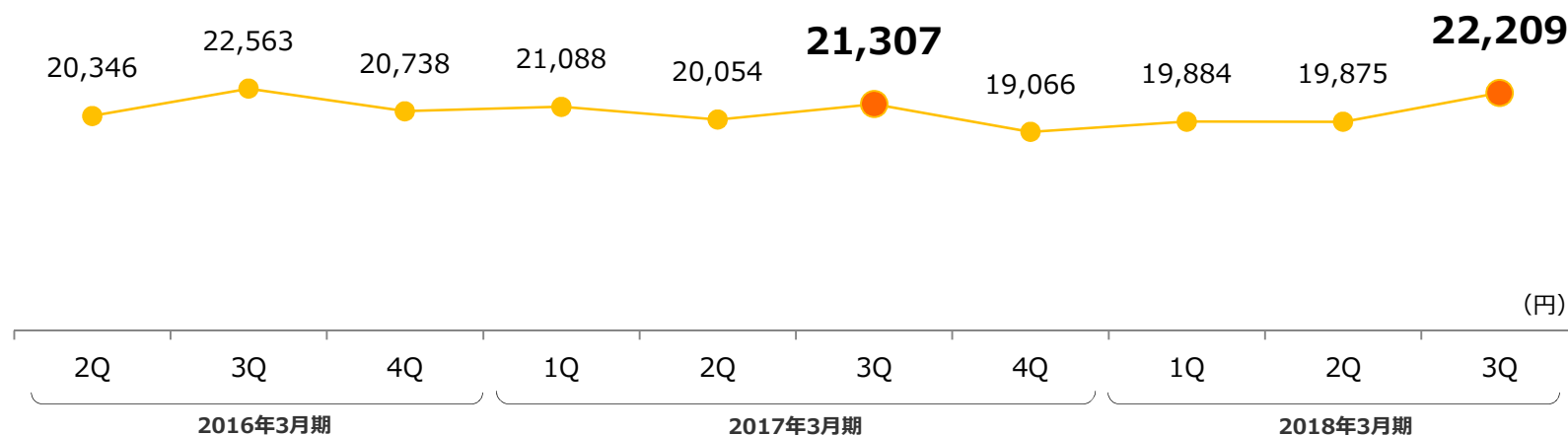


大地を守る会 ARPU推移

年末商戦により前四半期から増加。
購入単価の改善により前年同期比増。

2018年3月期3Q 前年同期比
22,209円 **104.2**%

年平均 | 21,216 | 20,379 |



※ARPU : Average Revenue Per User (会員一人当たりの月間売上高)
※定期会員の購入頻度×購入単価/回

大地を守る会 購入頻度推移

2018年3月期3Q

2.67 回

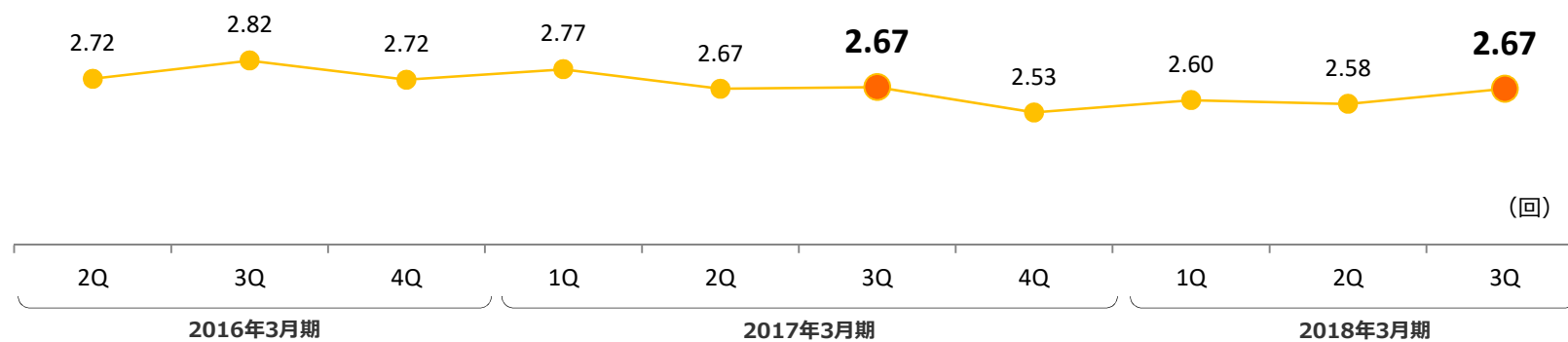
前年同期比

100.0 %

年平均

2.75

2.66



大地を守る会 購入単価推移

2018年3月期3Q

8,336円

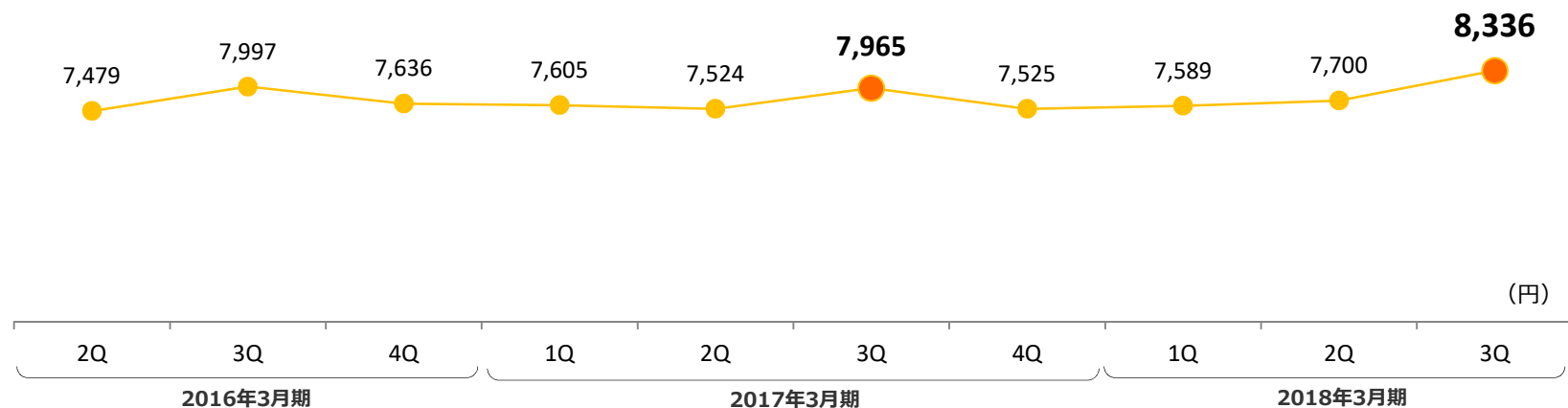
前年同期比

104.6%

年平均

7,704

7,655



Contents



2
2018年3月期3Q
ソーシャル活動

TABLE FOR TWO

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



東京ハーヴェスト2017開催！

生産者へ感謝の気持ちを伝える大収穫祭「東京ハーヴェスト2017」を六本木ヒルズアリーナで開催。NHKやテレビ東京などTVメディアの取材多数。



今年で5回目を迎える本イベントでは、日本の食文化を親子から外国の方々まで「食べる」「遊べる」「学べる」様々なコンテンツを開催。食材や食べ物が買えるブースは30店舗出店。

Contents



2018年3月期3Q
活動概況

2018年3月期 Strategy & Action

1. 宅配事業の成長戦略

- (1) Oisix：プレミアム時短バリューの強化
- (2) おせち販売
- (3) 大地を守る会：収益構造改革

2. シナジー創出活動

3. 宅配事業以外の成長戦略

- (1) リアル事業（実店舗／卸）
- (2) 海外向け事業
- (3) ノベルティ事業

4. とくし丸

2018年3月期 Strategy & Action

1. 宅配事業の成長戦略

- (1) Oisix：プレミアム時短バリューの強化
- (2) おせち販売
- (3) 大地を守る会：収益構造改革

2. シナジー創出活動

3. 宅配事業以外の成長戦略

- (1) リアル事業（実店舗／卸）
- (2) 海外向け事業
- (3) ノベルティ事業

4. とくし丸

(1) Oisix : プレミアム時短バリューの強化

■ Kit Oisixとは



Kit Oisix



point 1 主菜・副菜が
20分で作れるレシピが
ついています。

point 2 必要な分だけ、
最適な状態で。
しかも野菜たっぷり。

point 3 新しいレパートリー
との出会いも
一緒に。

※ プレミアム時短とは? : 調理時間を短縮するだけでなく、Oisix基準の「安心安全」と「おいしい」ことを満たした上で、「献立を考える」「調理をする」「使い切る」「後片付けをする」「買い揃える」などの悩みを解消する。時短をしながら、より豊かな食卓を実現する、バラエティーに富んだ上質なメニューを展開。

Oisix.daichi

(1) Oisix : プレミアム時短バリューの強化

新たなメニュー提案が好評で販売は続伸、コース別会員数は旬コース（約6.1万人）を上回り6.6万人を突破。

■ Kit Oisixメニュー例



一風堂監修! 野菜たっぷり豚骨スープ鍋

クール グリーンチェック 到着日保証 1人分673kcal
七太アレルゲン: 卵、乳、小麦

2人前 1,940円(税抜) 定期ボックス限定
3人前 2,740円(税抜) 定期ボックス限定



とろーりモッツアレラ入りオリーブ鍋

クール グリーンチェック 到着日保証 1人分889kcal
七太アレルゲン: 乳、小麦

2人前 2,380円(税抜) 定期ボックス限定

こちらの商品は2人前のみ販売



[Kit]かぼちゃときのこのチースクリームスープ

クール グリーンチェック 到着日+2日保証 1人分218kcal
七太アレルゲン: 乳、小麦

2人前 650円(税抜) 定期ボックス限定

こちらの商品は2人前のみ販売

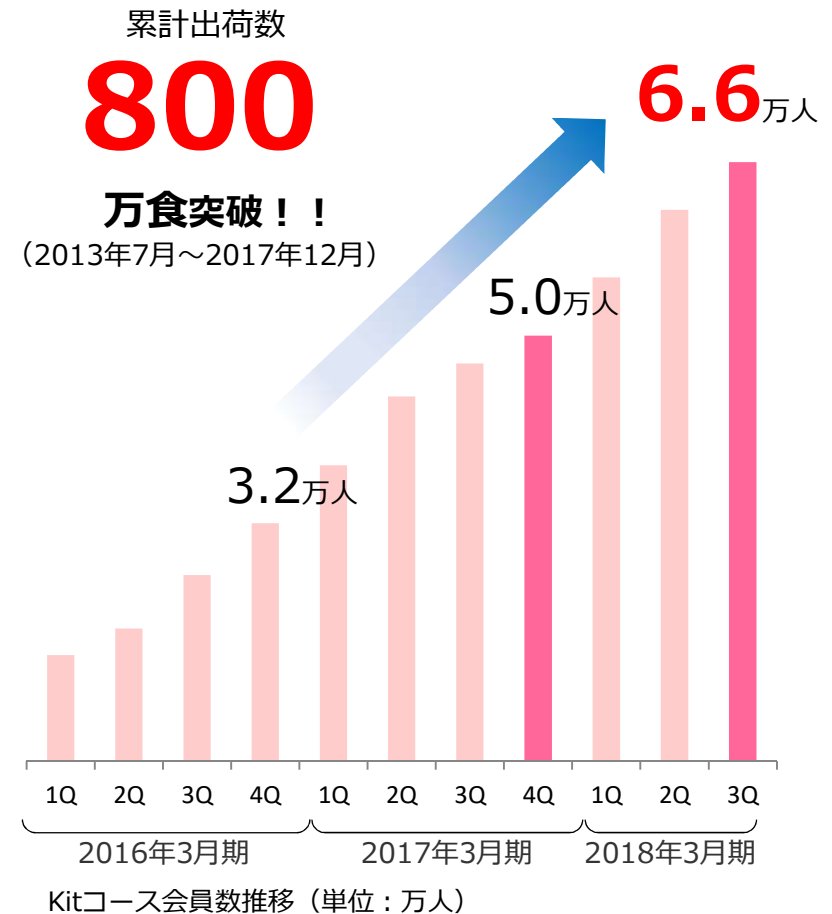


主菜: 便利な肉巻き豆腐のオイスター燗焼
副菜: スプーンでどうぞ味噌じゃががぼちゃ

冷凍 グリーンチェック 到着日+7日保証 1人分642kcal
七太アレルゲン: 小麦

2人前 1,380円(税抜) 売り切れました
3人前 1,980円(税抜)

入れる



(1) Oisix : プレミアム時短バリューの強化

働くママを応援するサイト「ジタンママ」を5社協力でオープン！
忙しいママ向けの商品やサービスのモニターを募集。



P. G. C. D.

洗顔石鹸とファンデ。
人をキレイにするのは
どちらだろう。



(1) Oisix：プレミアム時短バリューの強化

発売初日で完売！一風堂監修ヘルシーラーメン
「一風堂監修！野菜たっぷりベジポタラーメン」



好評につき、1月25日に再販！

Oisix.daichi

(1) Oisix : プレミアム時短バリューの強化

アンジャッシュ渡部建さん監修ミールキット、「2人でつくるKit Oisix」シリーズ第2弾「ほっこりポークシチュー」発売！



Oisix.daichi

(2) おせち売上：O i s i x

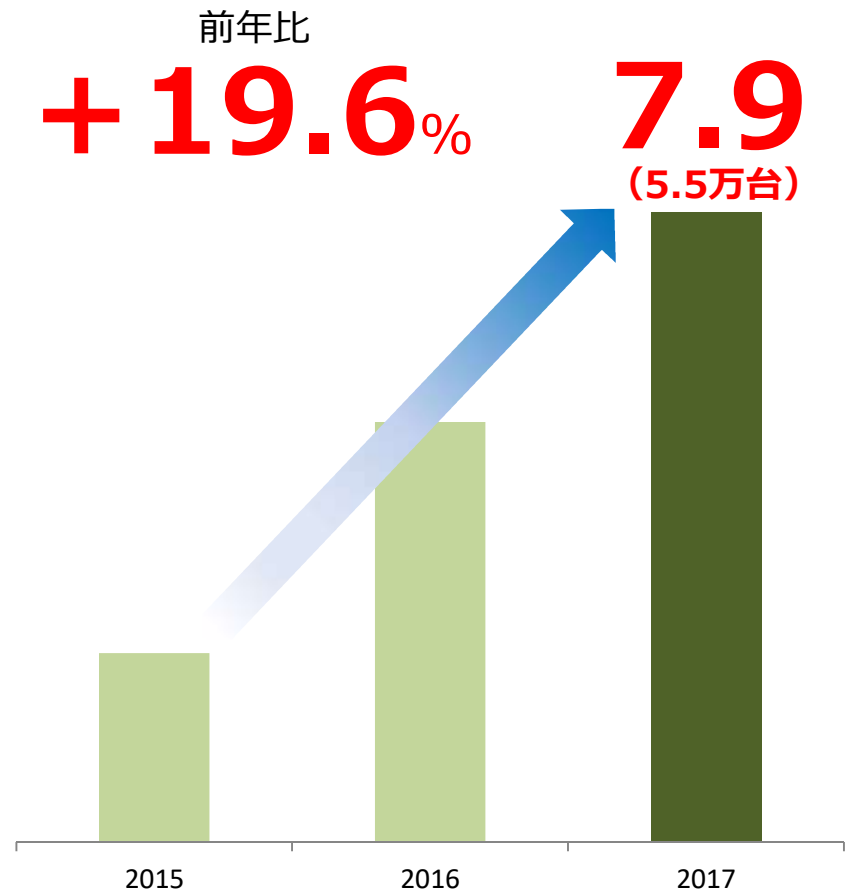
販売期間の前倒しやLP(※)改善によるCVR(※)向上などの施策により、売上高7.9億円、販売台数5.5万台、台数・売上ともに過去最高達成。

■ 4年連続人気No.1「上高砂」



※ LP：ランディングページ

※ CVR：コンバージョン率、購入や申し込みなどにどれくらい至っているかを示す指標



おせち売上高推移 (単位：億円)

(2) おせち売上：大地を守る会

2人暮らしをターゲットとした新商品二段中重「彩芽」を発売。
売上・販売台数ともに過去最高達成。

売上、**3.7** 千万円
(前年比+242%)

販売台数 **1.6** 千台



■ 2人暮らしをターゲットとした新商品「彩芽」



■ 人気No.1「宝泉華」

(3) 大地を守る会：収益構造改革

カタログリニューアルの実施



紙カタログ制作スケジュールを

1/3に圧縮



PDCAの高速化



成功パターンの早期発見

売上UP

2018年3月期 Strategy & Action

1. 宅配事業の成長戦略

- (1) Oisix：プレミアム時短バリューの強化
- (2) おせち販売
- (3) 大地を守る会：収益構造改革

2. シナジー創出活動

3. 宅配事業以外の成長戦略

- (1) リアル事業（実店舗／卸）
- (2) 海外向け事業
- (3) ノベルティ事業

4. とくし丸

シナジー創出活動

宅配事業	シナジー	効 果	進 捗
マーケティング	- 顧客層の拡大と顧客獲得の効率化 - 商品相互供給による売上単価向上 - ノウハウ共有によるプロモーション合理化	- OisixのARPU向上 - Oisixサイト内での大地を守る会商品販売 - 大地を守る会会員獲得効率向上	- 年度内に非食品商品メニュー編成、来年度より本格展開 2017年4月より実施、開始から売上高2.7倍 - 限界利益改善
調達・製造	- サプライヤーのネットワーク拡大 - 製造内製化	- サプライの安定成長ボトルネック解消 - 製造拠点統合、規模拡大に伴う原価改善	2017年度より実現 - 拠点については物流プロセスの最適化含め継続検討
配 送	- ヤマト宅急便、自社便による共同配送、 - 非対面での宅配など、配送方法の多様化	顧客利便性向上による購入頻度向上、会員数拡大	2017年度は顧客ニーズの把握、共同配送ルートの最適化トライアルを行い、2018年度より本格展開
その他オペレーション	発注先一元化によるボリュームディスカウント	- 梱包資材費削減 - 決済手数料等削減	2017年度に順次実現 -資材費（2千万円） -決済関連（3千万円） -バックオフィス（1千万円）

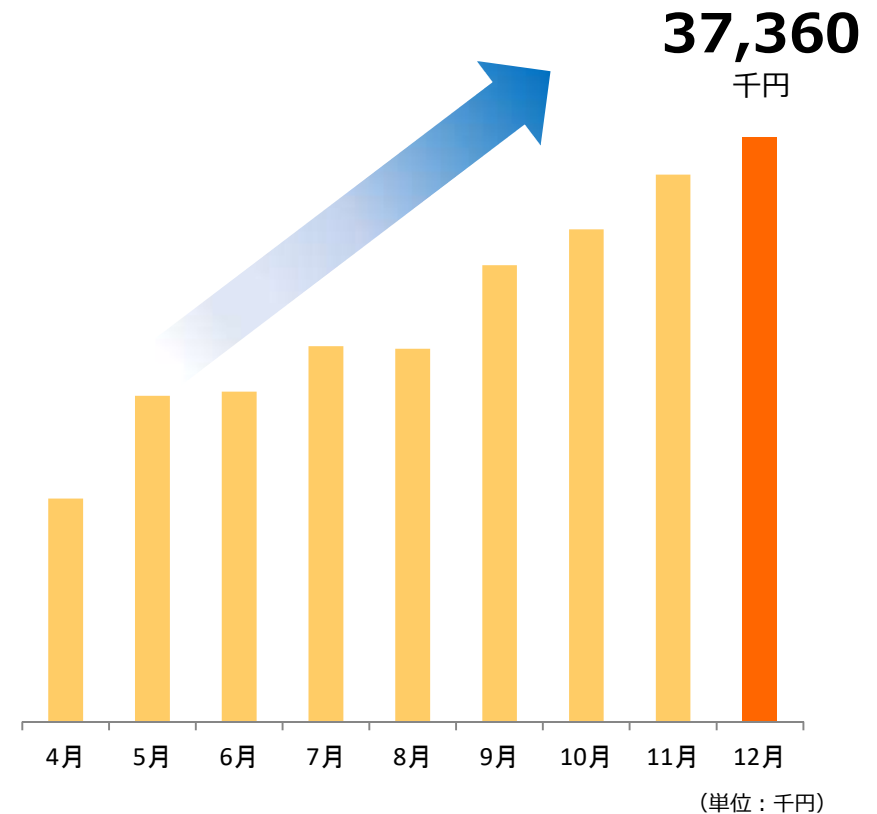
シナジー創出活動：Oisixサイト内の「大地を守る会」特設販売サイト

料理写真の掲載やおススメレシピの紹介で購買意欲を向上、
売上高は順調に拡大。

■ Oisix.com内大地を守る会特設サイト



■ サイトオープン後売上高推移



2018年3月期 Strategy & Action

1. 宅配事業の成長戦略

- (1) Oisix：プレミアム時短バリューの強化
- (2) おせち販売
- (3) 大地を守る会：収益構造改革

2. シナジー創出活動

3. 宅配事業以外の成長戦略

- (1) リアル事業（実店舗／卸）
- (2) 海外向け事業
- (3) ノベルティ事業

4. とくし丸

(1) リアル事業（実店舗／卸）：Shop in Shop

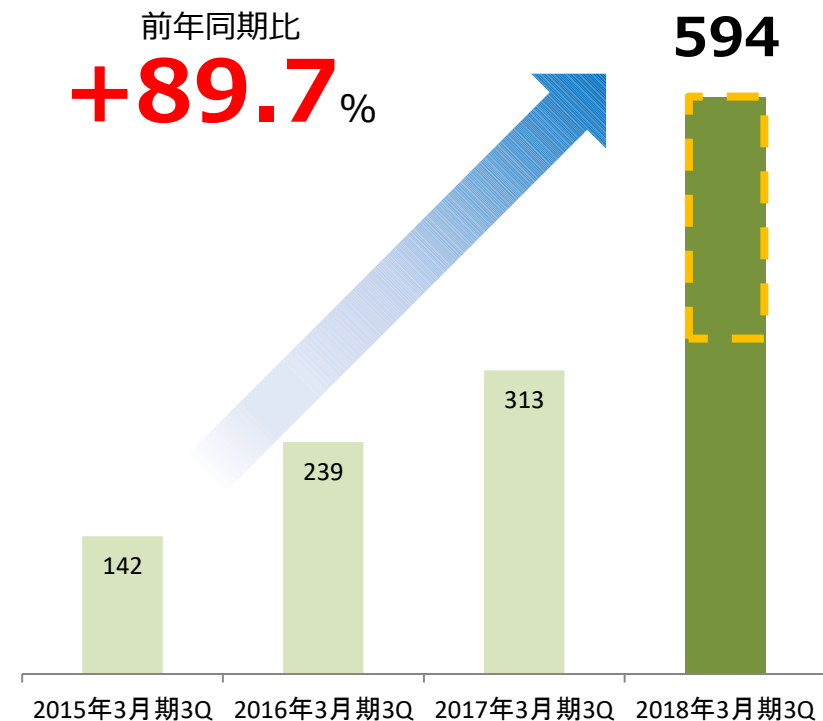
大地を守る会の売上高も加わり、前年同期比+189.7%。Miuraya、いなげやなど新規出店先の獲得、催事出展などにより拡大。

■ 2018年3月期活動内容



Oisixコーナー いなげや八王子店

■ 売上高推移（単位：百万円）



 旧大地を守る会卸事業

(1) リアル事業（実店舗／卸）：Shop in Station

Oisixの新業態、駅ナカ店舗（エキュート大宮）。Kit売場を前面にしたレイアウトに変更、調理後のPOPでシズル感を演出。

■店舗レイアウトを変更！



Kit週販数はレイアウト変更後**2**倍！

(2) 海外向け事業

2017年9月に中国法人「上海愛宜食食品貿易有限公司」を設立。
2017年11月に限定的にサービスローンチ、2018年度には本格展開予定。

■ 1st: 日本人向け限定モニター販売スタート



The screenshot shows the Oisix website with a banner for a "モニター販売セット" (Monitor Sales Set) campaign. The banner features the Oisix logo and text: "愛宜食 Oisix モニター販売キャンペーン 40セット限定販売 12月21日(木) AM10:00迄". Below the banner, there is a list of products: "黄金ジャガイモ" (Golden Potatoes), "自然な甘みと香りの人参" (Natural sweetness and aroma of carrots), and "甘みしっとり" (Sweet and moist). The website also displays a sidebar with various product categories and a footer with a URL.

■ 2nd: 中国人向けに来年度サービススタート予定



The screenshot shows the Oisix website with a banner for a "再度限量登場 清甜爽口!" (Again limited edition, refreshing and sweet!) campaign. The banner features the Oisix logo and text: "再度限量登場 清甜爽口! 雪凍食! 宮崎金貨栗米". Below the banner, there is a list of products: "粒粒服ト栗米!" (Grain-grain serving rice!), "夏的水果対決" (Summer fruit showdown), "父親節贈り物" (Father's Day gift), and "Oisix自信野菜" (Oisix confidence vegetables). The website also displays a sidebar with various product categories and a footer with a URL.

現地日本人にメールで訴求、2日間で50セット完売！

Oisix.daichi

(3) ノベルティ事業

夏に引き続き秋の金麦糖質75%オフノベルティ受注！来期も夏＆秋
継続決定。プレモルやALL-Freeなど他のサントリー商品にも拡大見込み。



金麦糖質75%オフ初の秋C P実施

2018年3月期 Strategy & Action

1. 宅配事業の成長戦略

- (1) Oisix：プレミアム時短バリューの強化
- (2) おせち販売
- (3) 大地を守る会：収益構造改革

2. シナジー創出活動

3. 宅配事業以外の成長戦略

- (1) リアル事業（実店舗／卸）
- (2) 海外向け事業
- (3) ノベルティ事業

4. とくし丸

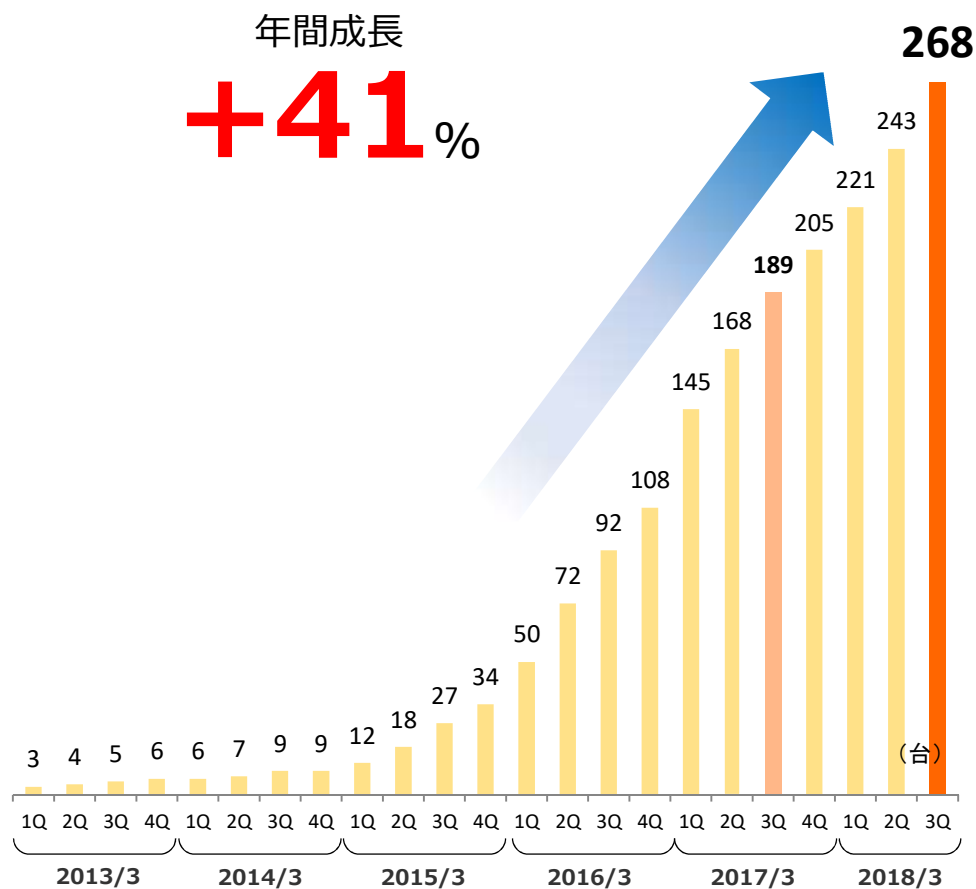
とくし丸：買い物難民向け移動販売事業のインフラ拡大

関東エリアを中心に合わせて218店舗を展開する、
大手スーパーいなげや、コモディイイダ他12社と提携開始



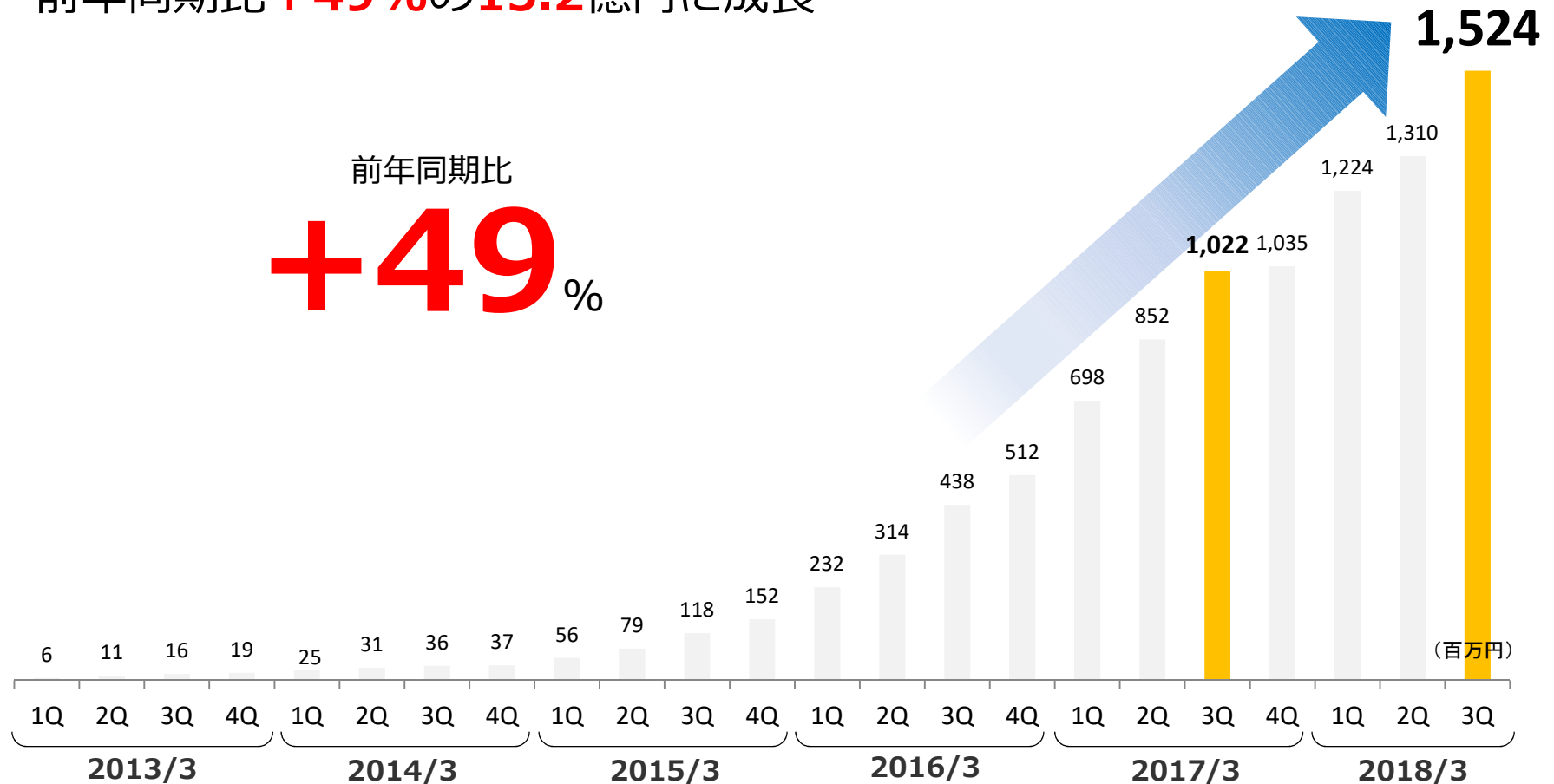
とくし丸：稼働台数

子会社化による経営支援・人員強化などの効果もあり、
稼働台数は1年で+79台の**+41%**成長



とくし丸：流通総額

稼働台数が順調に拡大し、2018年3月期3Qの流通総額(※)は
前年同期比 **+49%** の **15.2** 億円に成長



※ 流通総額 = 販売商品金額 (当社売上 = 車両当たりのロイヤリティ収入)

Contents



TOPICS

- 1. 株式会社NTTドコモとの業務資本提携**
- 2. らでいつしゅぼーや株式会社との経営統合**

TOPICS

- 1. 株式会社NTTドコモとの業務資本提携**
2. らでいっしゅぼーや株式会社との経営統合

1. ドコモ社との業務提携

食品宅配市場の盛り上がり

- 米国で盛り上がりを見せるミールキット市場の日本での立ち上がり
(約2000億円／出典：日経トレンディ)
- 女性の社会進出の一層の進展による宅配市場の成長
(約2兆円／出典：矢野経済研究所)
- リアル店舗プレーヤーや海外巨大資本プレーヤーの参入による
更なる市場拡大の可能性

ドコモ社のアセット

- 約7500万件の顧客データベース
- 圧倒的なブランド力
- ABC Cooking Studio
- dポイント連携
- AIエージェント集客
- 他



当社のアセット

- 優良産地ネットワーク
- 安心／安全なブランド
- 食品宅配事業インフラの保有
 - ・ 三温度帯物流倉庫
 - ・ 製造工場
- ミールキットNo.1の
ポジショニング
- 宅配大手ヤマト運輸との
ネットワーク

1. ドコモ社との資本提携

第三者割当によるドコモ社との資本提携を実施



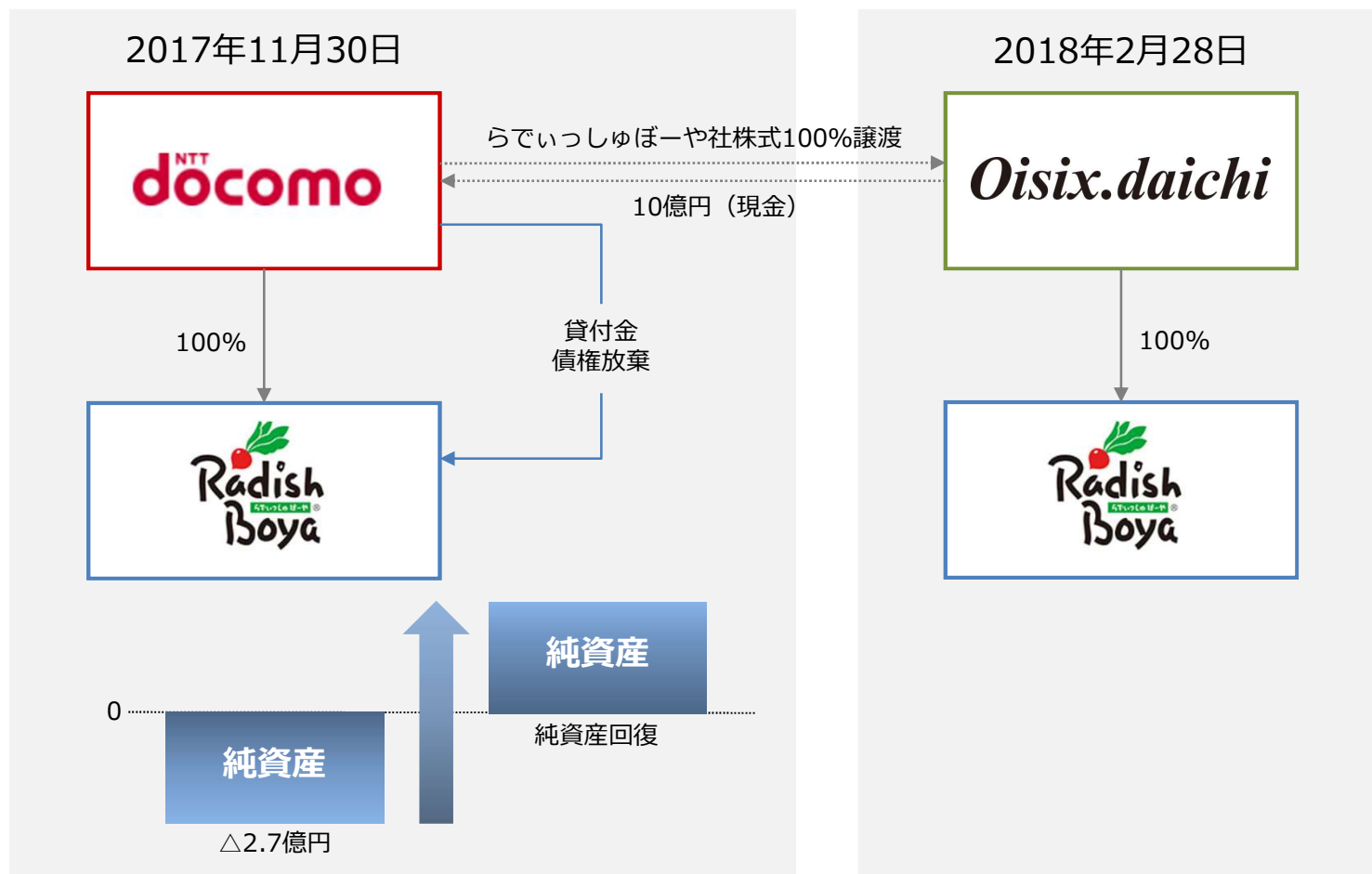
Oisix.daichi

TOPICS

1. 株式会社NTTドコモとの業務資本提携
2. らでいっしゅぼーや株式会社との経営統合

2. らでいっしゅぼーや社との経営統合

2018年2月28日付で、ドコモ社よりらでいっしゅぼーや社の株式100%を譲受け

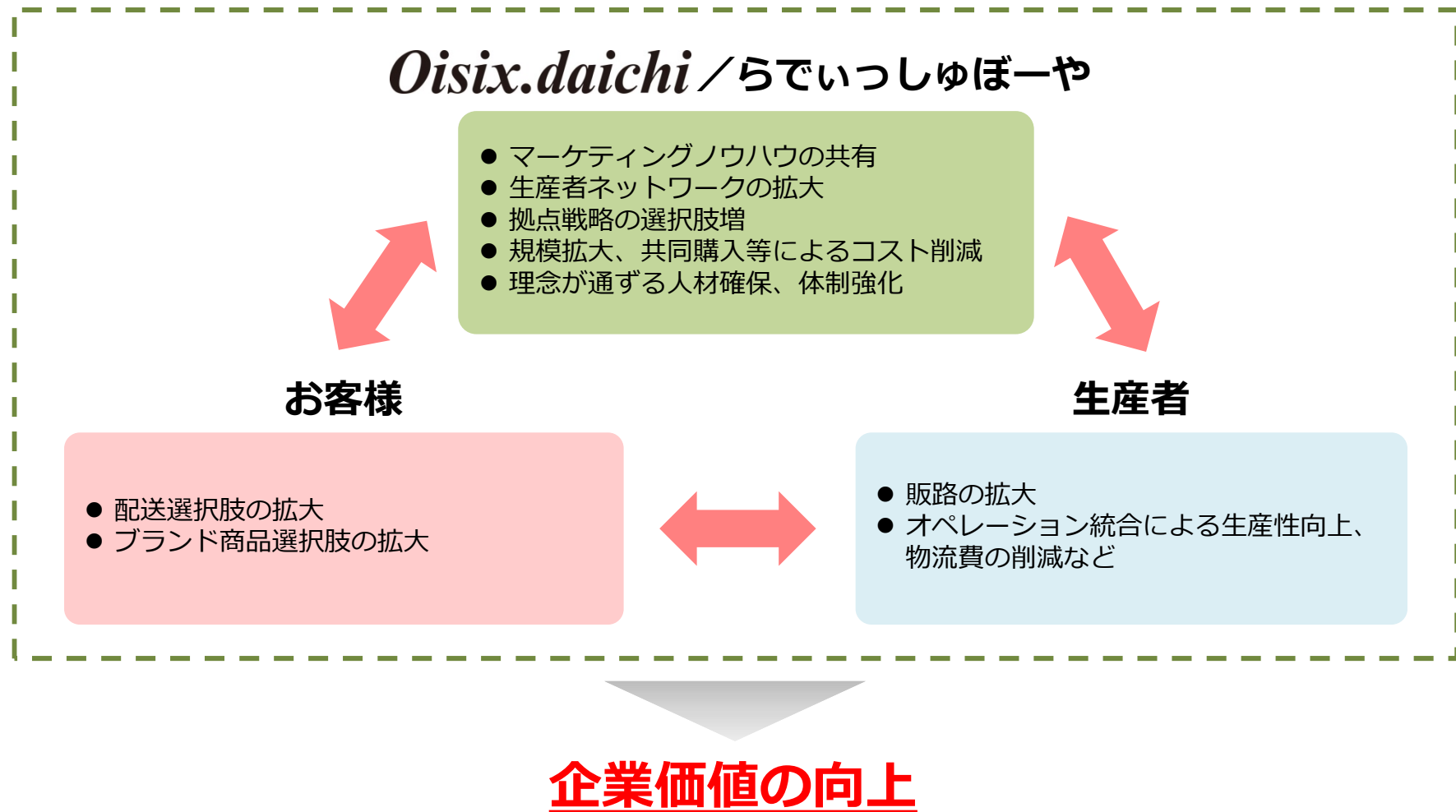


2. らでいっしゅぼーや社について

会 社 名	らでいっしゅぼーや株式会社
代 表 取 締 役	国枝 俊成 （代表取締役社長）
事 業 開 始	1988年5月17日
株 主	株式会社NTTドコモ 100%
事 業 内 容	有機・低農薬野菜と無添加食品等の個別宅配事業
事 業 拠 点	本社（東京都新宿区）、北海道センター、東北センター、 首都圏センター、神奈川センター、中部センター、 大阪センター
従 業 員 数	社員数（契約社員含む）240名、パート・アルバイト162名 ※2017年3月末現在
生 産 者 数	約2400人

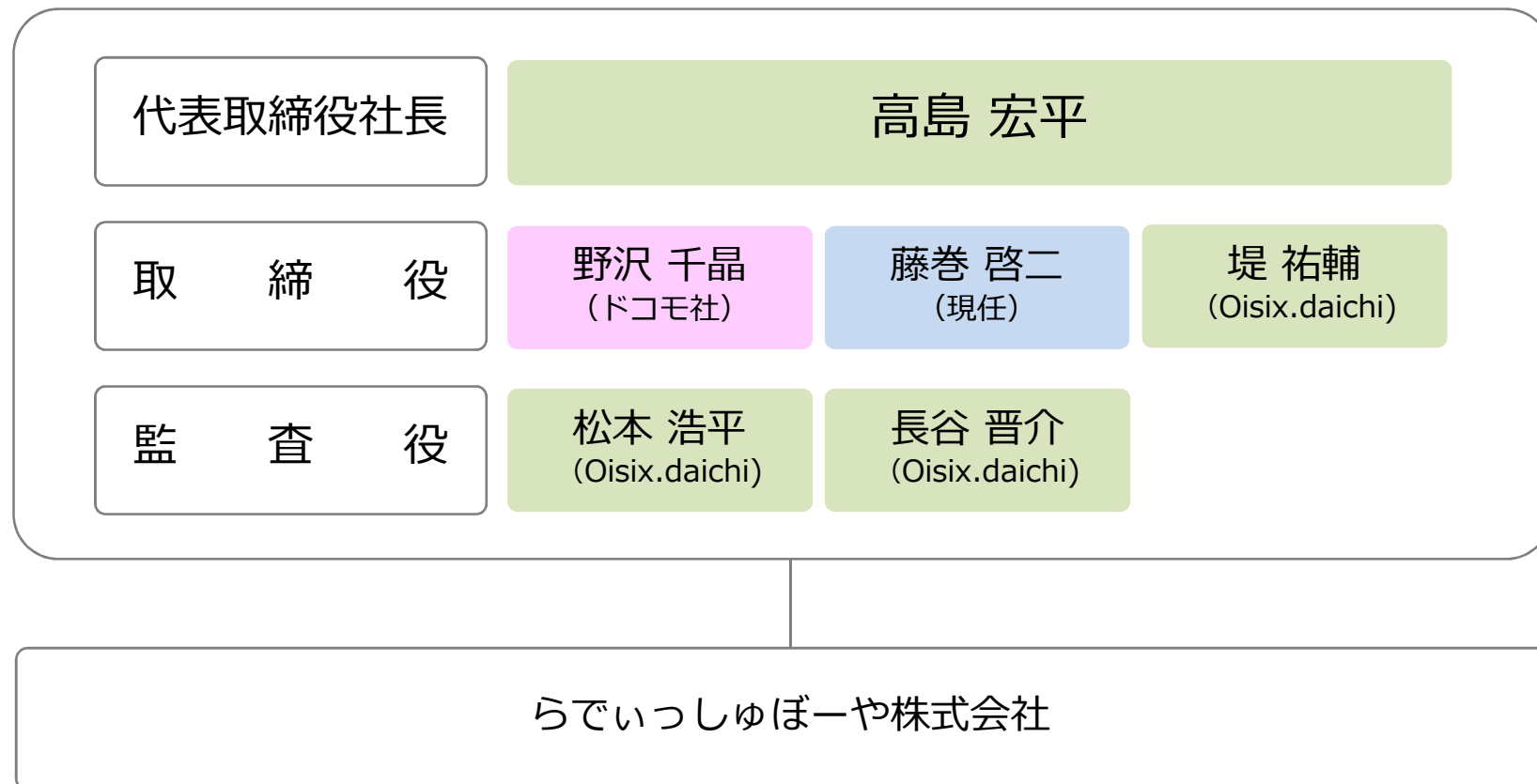
2. 経営統合のねらい

双方の基盤を活用・効率化し、各ステークホルダーの価値を最大化、企業価値の向上を目指す



2. らでいっしゅぼーや社の新経営体制

2018年2月28日開催の臨時株主総会にて、高島宏平（当社代表取締役社長）が代表取締役社長に就任予定



2. 経営統合スケジュール

2018年1月30日	● 経営統合を発表
2018年2月28日	● ドコモ社より株式100%譲受け ● らでいっしゅぼーや社新経営体制への移行
2018年3月1日～	● らでいっしゅぼーや社業績の連結 (2019年3月期)

Contents



5
今後の成長戦略
基本方針

今後の成長戦略基本方針

食デリバリー事業における成長プラットフォームの整備

従来の宅配事業ブランド毎の運営体制

従来は宅配事業ブランド毎に機能を有し、個別に運営



食デリバリー事業における成長プラットフォームの整備

今後はそれぞれのブランドが持つ固有または共通機能のプラットフォーム化を行い、ノウハウやインフラを共有することで、合理化と社会課題の解決促進を図る



マーケティング・プラットフォーム

- サブスクリプション
- CRM
- UI/UX
- ウェブプロモーション、等

フルフィルメント・プラットフォーム

- 優良生産者
- 三温度帯物流センター
- 食品加工・製造工場
- 配送網・拠点
- 品質管理、等

プラットフォーム化の利点

マーケティング・プラットフォーム

サブスクリプション / プロモーション

- 定期会員モデルの展開による、顧客基盤の構築、安定収益源の確保
- アクセスログ・購買分析、サイトのUI/UX改善などによるリピートマーケティング
- ウェブマーケティングの活用促進による獲得効率の向上
- カタログによる獲得手法の最適化

フルフィルメント・プラットフォーム

調達・製造

- サプライヤーのネットワーク拡大による供給の安定化
- 三温度帯食品センターの運営ノウハウ共有による生産性向上
- 食品加工・製造拠点統合による生産性向上、コスト削減、品質向上

品質管理

- 商品選定、品質チェック機能の統一による、ブランド間の格差解消、コスト削減

資材

- 梱包資材等の統一によるコスト削減、品質向上

物流

- ヤマト便、自社便、地方拠点を活用した効率的な配送網の構築
- 配送方法の多様化による顧客利便性の向上

決済

- ベンダー統一によるボリュームディスカウント

これからの食卓、これからの畑

より多くの人が、
よい食生活を楽しめるサービスを提供します

よい食を作る人が、
報われ誇りを持てる社会を実現します

食べる人と作る人とを繋ぐ仕組みが持続可能であるよう、
つねに進化します

食に関する社会課題を、ビジネスの手法で解決します

私たちは、食のこれからをつくり、ひろげていきます

Oisix.daichi