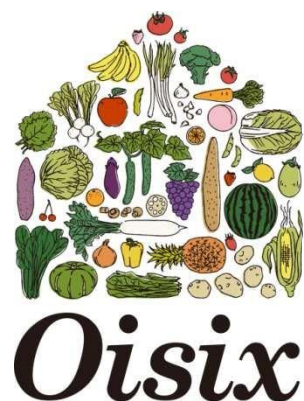




決算説明資料

2018年3月期2Q

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2Q
業績概要

2
2018年3月期2Q
ソーシャル活動

3
2018年3月期2Q
活動概況

4
TOPICS
新たな農産物流
の構築に向けて

Contents

1
2018年3月期2Q
業績概要

1.2018年3月期2Q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

3. その他

- ・ 収益構造改善

1.2018年3月期2Q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

3. その他

- ・ 収益構造改善

2018年3月期2Q 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176.7%
進捗はOisixの会員数の好調な伸びによりやや上振れ
- 償却前利益のEBITDAは前年同期比162.4%、進捗は計画通り

単位: 百万円	2017年3月期 2Q実績	2018年3月期 2Q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	10,718	18,935	38,000	8,217	176.7%	49.8%
営業利益	270	237	670	△33	87.8%	35.4%
EBITA※1	289	431	1,020	142	149.3%	42.3%
EBITDA※2	391	635	1,390	244	162.4%	45.7%
特殊要因除く※3	-	753	1,570	-	-	48.0%
1株当たり EBITDA (円)	66.60	79.45	175.11	12.85	119.3%	45.4%

※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

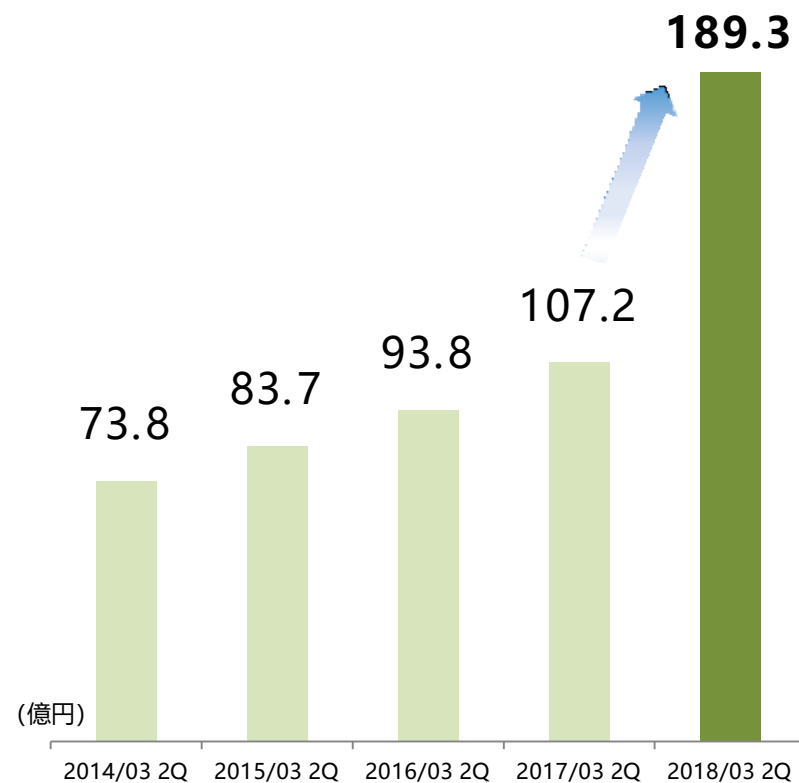
※3 特殊要因 = 経営統合関連一時費用（本社移転等に係る費用）

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176.7%
EBITDAは前年同期比+162.4%、4四半期連続で成長

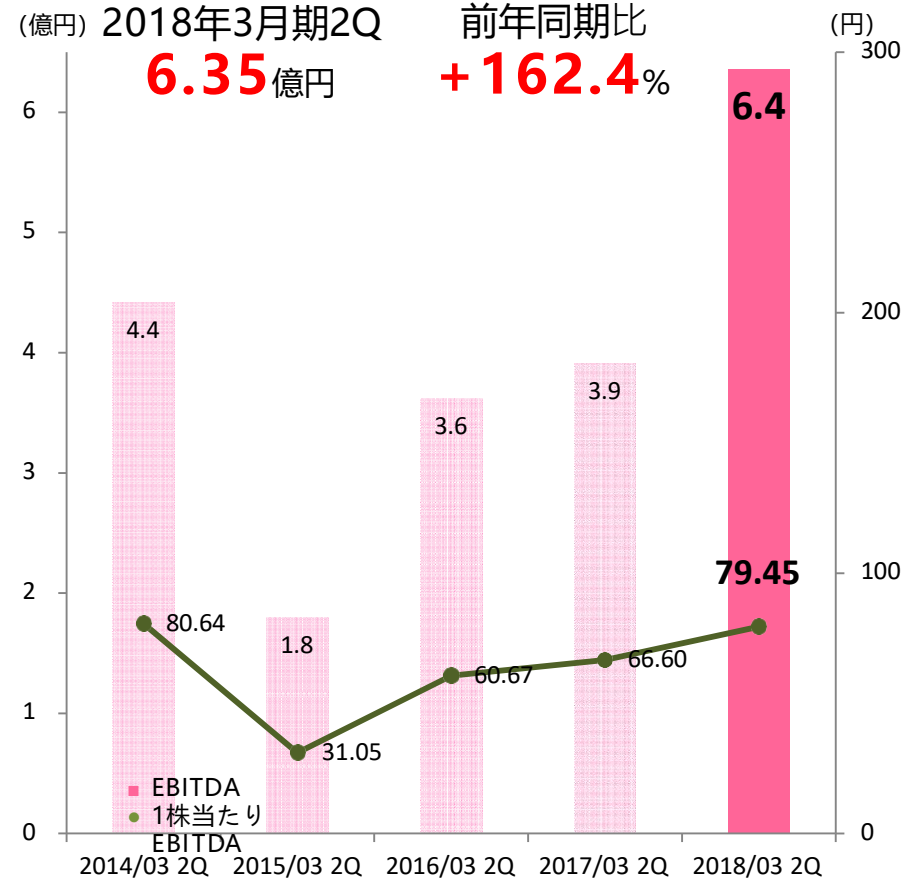
■ 売上高

2018年3月期2Q 前年同期比
189.3億円 **+176.7%**



■ EBITDA / 一株当たりEBITDA

(億円) 2018年3月期2Q 前年同期比
6.35億円 **+162.4%**



※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

1.2018年3月期2Q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

3. その他

- ・ 収益構造改善

2018年3月期2Q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月期通期計画	2018年3月期2Q実績	進捗率
宅 配 事 業			
Oisix			
売上高	23,988	11,470	47.8%
限界利益	3,465	1,392	40.2%
利益率 (%)	14.4	12.1%	—
大地を守る会			
売上高	10,841	5,487	50.6%
限界利益	2,039	1,078	52.9%
利益率 (%)	18.8	19.7%	—
売上高	3,171	1,978	62.4%
限界利益	629	384	61.1%
利益率 (%)	19.8	19.4%	—
売上高合計	38,000	18,935	49.8%
限界利益	6,133	2,854	46.5%
利益率 (%)	16.1	15.1%	—
固定費※1	5,463	2,617	47.9%
営業利益	670	237	35.4%

※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2Q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**

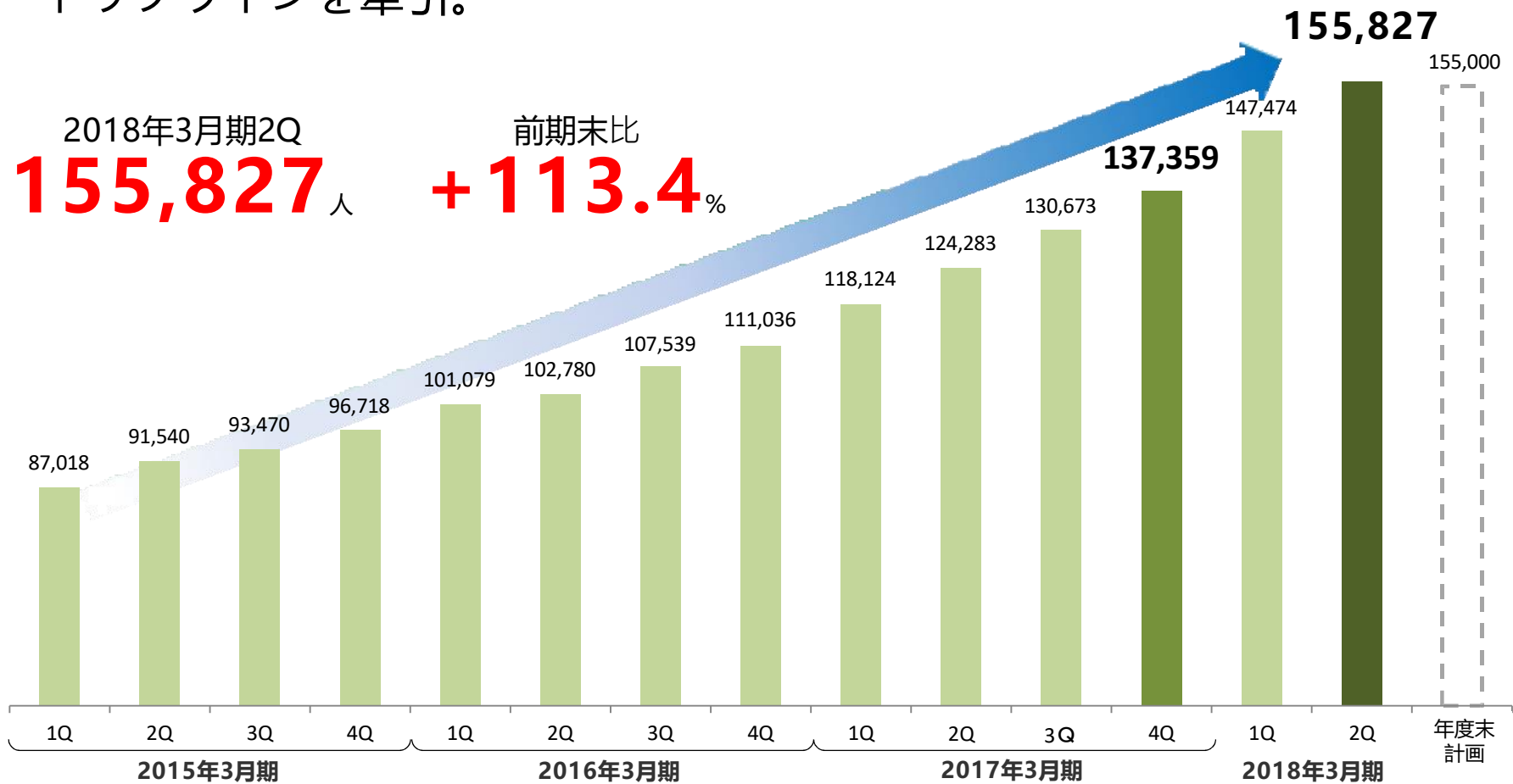
- ・ 大地を守る会 KPI

3. その他

- ・ 収益構造改善

Oisix 会員数推移

ミールキットの露出（ノンストップ・ZIP!等）やSEO対策が好調、
トップラインを牽引。

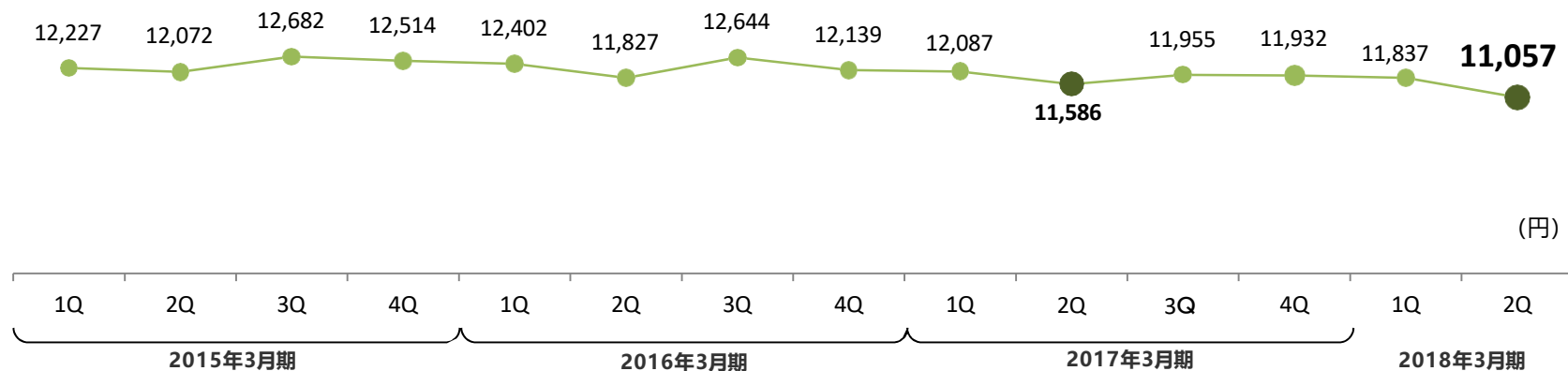


Oisix ARPU推移

新規獲得好調で月間オーダー単価が低めのビギナー増加により
ARPUは微減

2018年3月期2Q 前年同期比
11,057円 **95.4**%

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2Q

1.94回

前年同期比

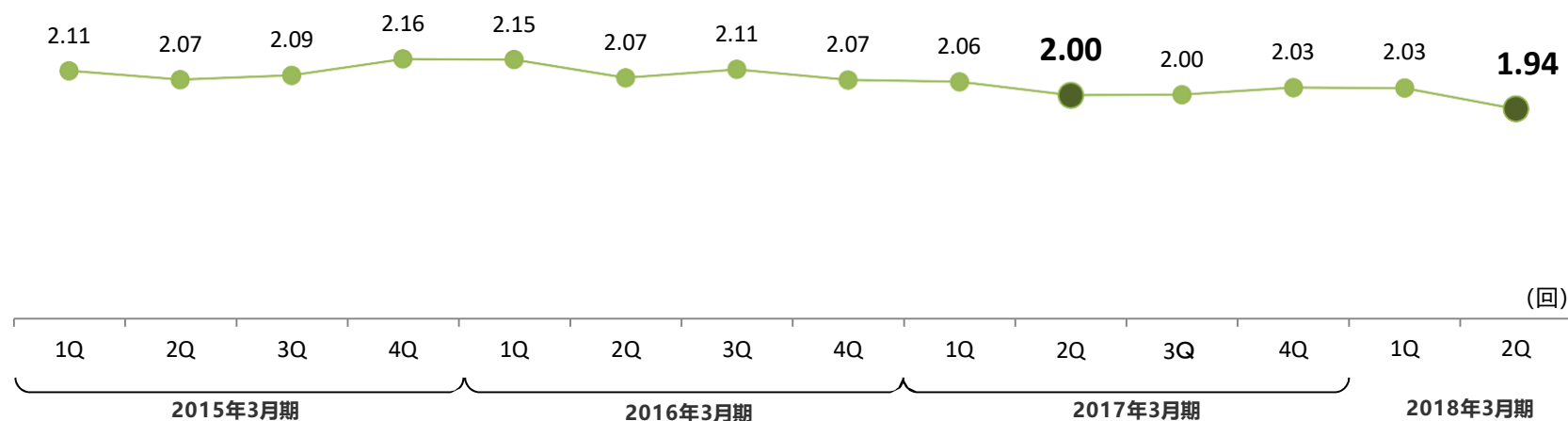
97.0%

年平均

2.10

2.10

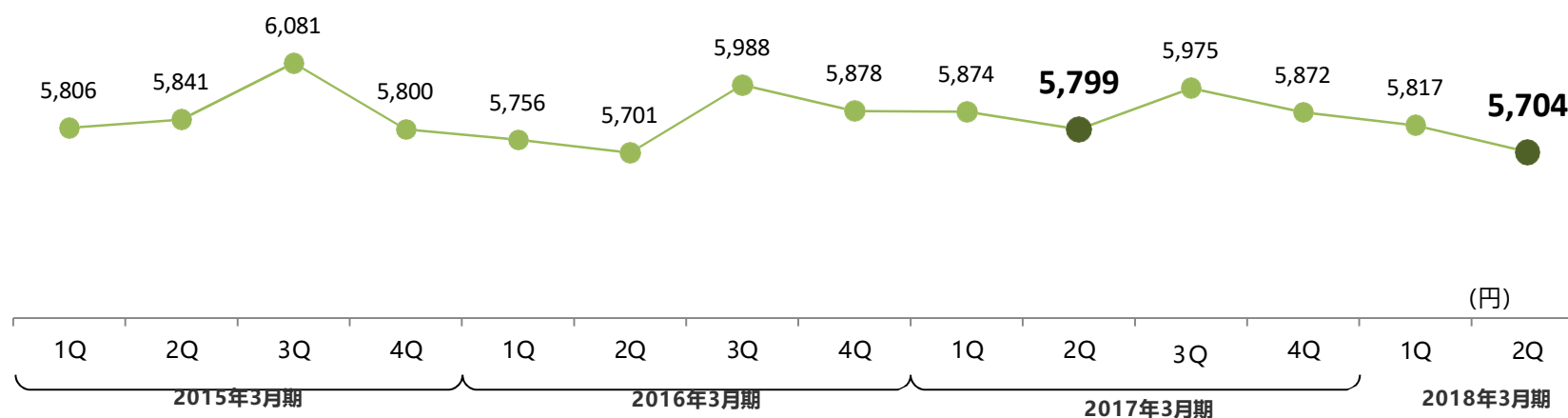
2.02



Oisix 購入単価推移

2018年3月期2Q 前年同期比
5,704円 **98.3**%

年平均 | 5,882 | 5,831 | 5,880 |



1.2018年3月期2Q業績概要

1. 連結業績概要

2. セグメント別業績概要

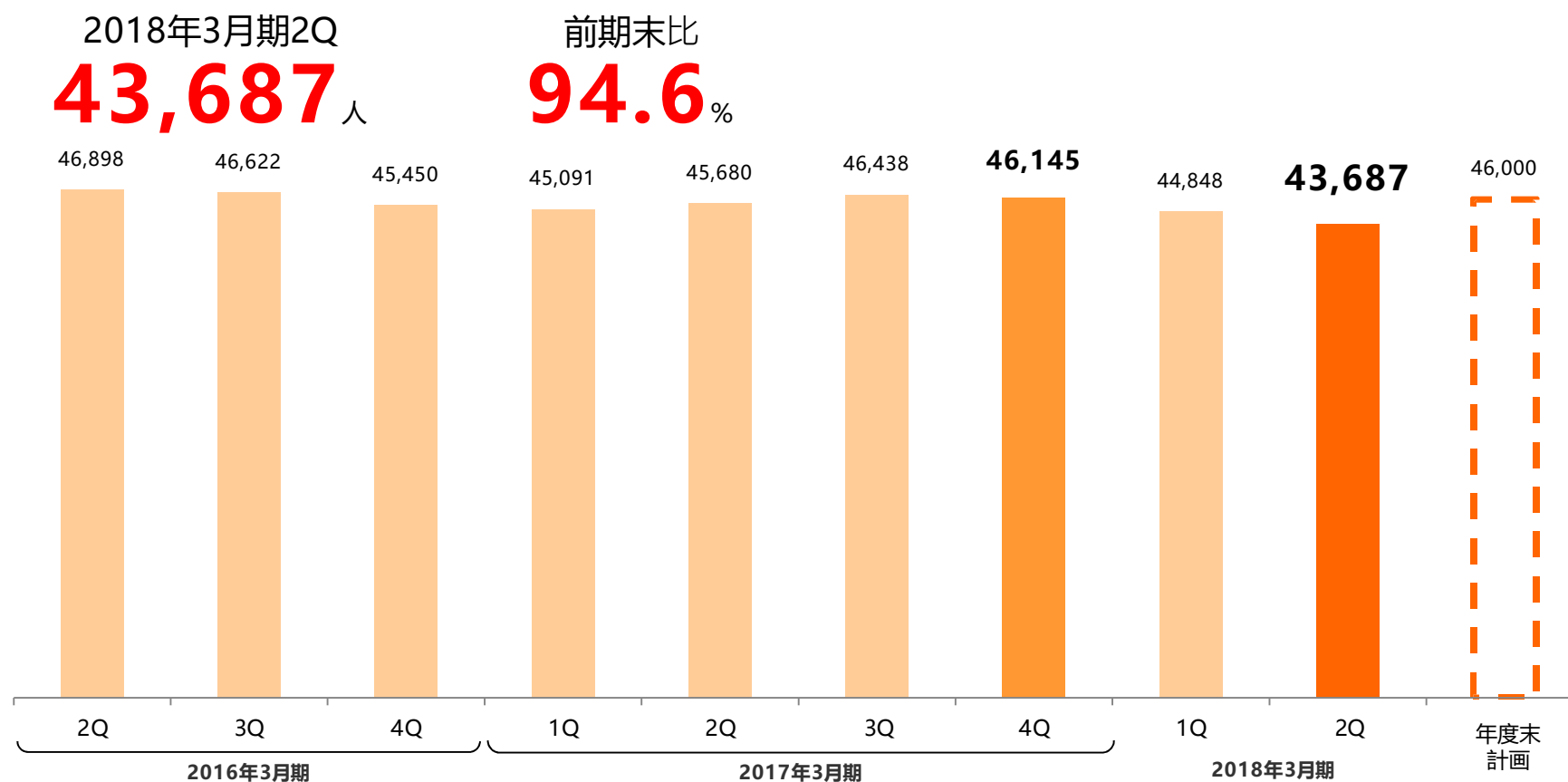
- ・ サマリー
- ・ Oisix KPI
- ・ **大地を守る会 KPI**

3. その他

- ・ 収益構造改善

大地を守る会 会員数推移

上期は販促費を抑え、収益構造の見直しに注力
下期は新サービス導入やカタログリニューアルを実施

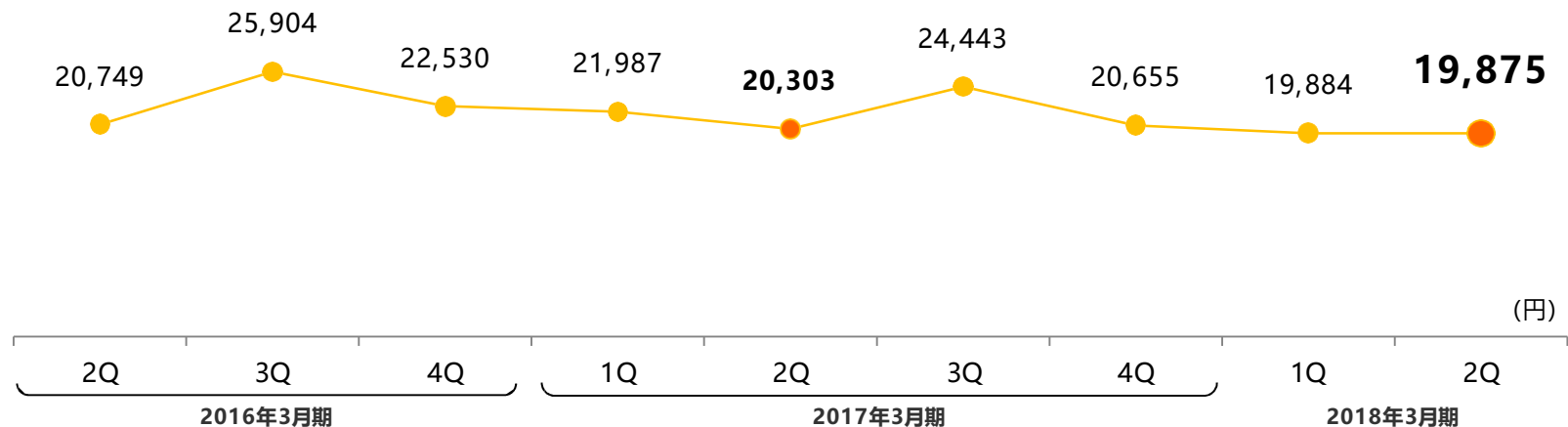


大地を守る会 ARPU推移

購入単価は前年比同水準で推移しているものの、
購入頻度が影響してARPUは微減

2018年3月期2Q 前年同期比
19,875円 **97.8**%

年平均 | 23,061 | 21,847 |



※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

※2016年3月期2Q～2017年3月期4Qは各四半期末の数値、2018年3月期1Qより各四半期平均。

大地を守る会 購入頻度推移

2018年3月期2Q

2.58回

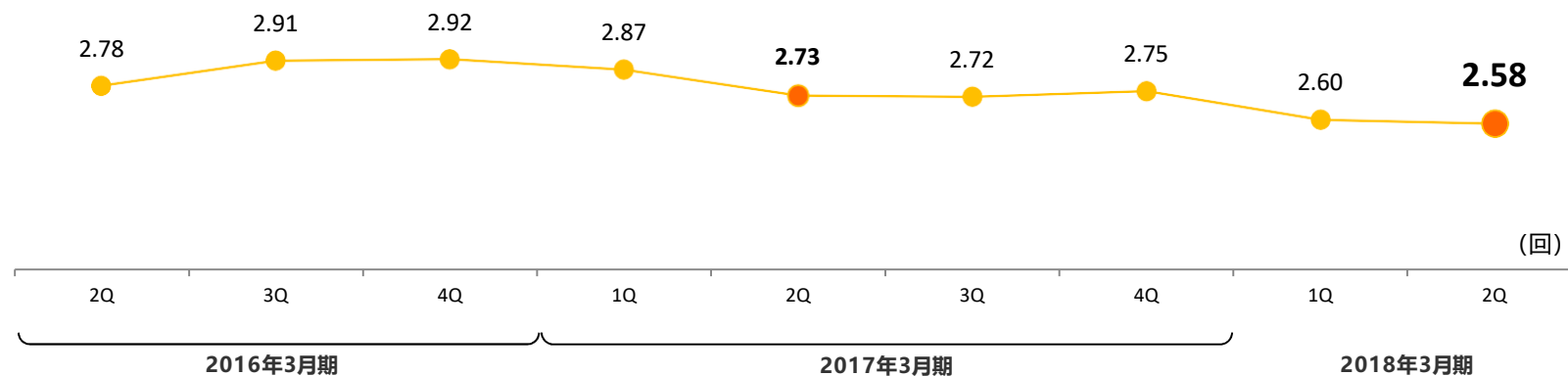
前年同期比

94.5%

年平均

2.87

2.77



※2016年3月期2Q～2017年3月期4Qは各四半期月末の数値、2018年3月期1Qより各四半期平均。

大地を守る会 購入単価推移

2018年3月期2Q

7,700 円

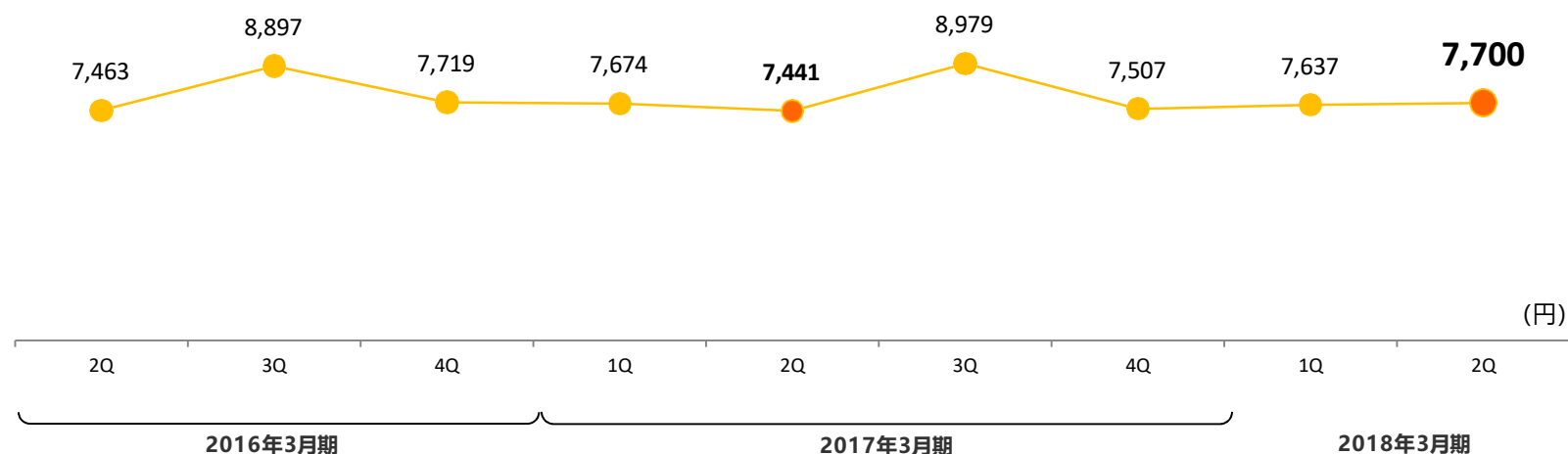
前年同期比

103.5 %

年平均

7,576

7,900



※2016年3月期2Q～2017年3月期4Qは各四半期月末の数値、2018年3月期1Qより各四半期平均。

1.2018年3月期2Q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

3. その他

- ・ 収益構造改善

事業整理により収益構造改善を実施

お客様とのリアルの接点、ブランド認知に一定の貢献を果たした
「Oisix Crazy for Veggy アトレ吉祥寺店」「大地を守るDining」を閉店。
成長モデルに資源集中。

■ Oisix Crazy for Veggy アトレ吉祥寺



2017年9月10日閉店

■ 大地を守るDining



2017年8月31日閉店

Contents



2018年3月期2Q
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頂き、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



福島農地再生、いわきオーガニックコットンツアー

風評被害の影響を受けない綿の栽培を通し、新しい農業と繊維産業を作り出すプロジェクト「いわきオーガニックコットンツアー」をパタゴニアと共同開催。ツアー開始以降、社員50名が参加。



patagonia

いわきオーガニックコットンツアー

「いわきオーガニックコットンツアー」は「ふくしまオーガニックコットンプロジェクト」を支援する取組です。「ふくしまオーガニックコットンプロジェクト」は福島原発事故による農業離れや農家の後継者不足による遊休農地、耕作放棄地の問題を、有機綿の栽培を通して解決するプロジェクトです。

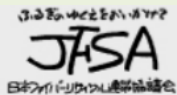
ふくしまオーガニックコットンプロジェクト: <http://www.iwaki-otentosun.jp/cotton/>

古着を出してパキスタンの子供達に学ぶ機会を！

2017年9月～10月に大地を守る会の会員を対象に古着の回収を呼びかけ、パキスタンのカラチ市の学校運営を支援



会員2,579名から支援頂き、約6.3トンの古着を回収



JFSA: 日本ファイバーリサイクル連帯協議会
(<http://www.jfsa.jp/about.html>)

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2Q
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) 大地を守る会: 収益構造改革

2. 統合の現状とシナジー創出活動

- (1) 統合の現状
- (2) シナジー創出活動の状況

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) 大地を守る会: 収益構造改革

2. 統合の現状とシナジー創出活動

- (1) 統合の現状
- (2) シナジー創出活動の状況

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



point
1 主菜・副菜が
20分で作れるレシピが
ついてます。

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。

(1) Oisix: プレミアム時短バリューの強化

米国でのミールキット拡大に続き、国内でもプレイヤーが増加
市場も拡大、日経トレンディ2017年のヒット商品ランキング4位。

- 日経トレンディ2017年12月号
- アンケート調査結果で「Kit Oisix」が人気**No.1**を獲得!



	Kit Oisix	A社	B社	C社	未回答
使ってみたいと思うサービス	140	25	12	41	96
友人に勧めたいサービス	75	43	15	38	143
料理が楽しくなると思うサービス	104	31	32	36	111
話題になっていると思うサービス	119	26	15	47	107
乳幼児・子どものいる家庭向きと思うサービス	86	38	21	76	93
働く女性向きのサービス	87	62	25	59	81

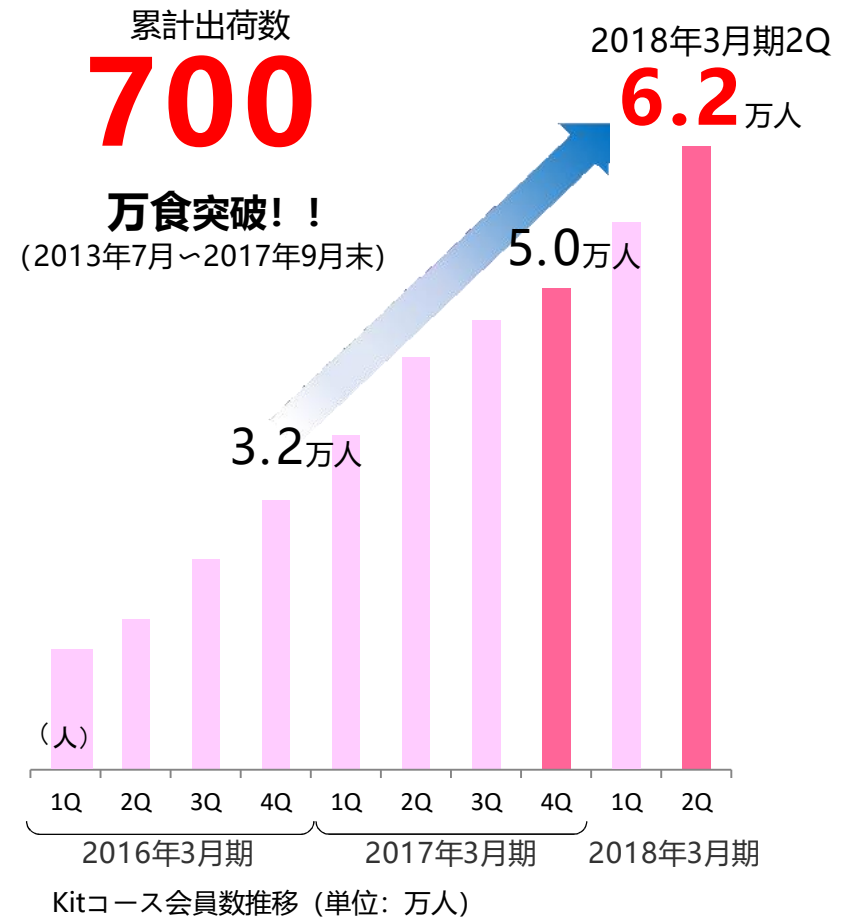
【調査概要】

- ・ ミールキット販売9社の認知度調査を実施
- ・ 認知度調査上位4社を全て知っている人を対象に上記設問調査を実施

(1) Oisix: プレミアム時短バリューの強化

夏休みの自由研究Kitや麺Kitシリーズ、料理が苦手な方でも簡単に
つくれるKitなど、多様なメニュー提案が好評で販売は続伸。

■ kit Oisixメニュー例



(1) Oisix: プレミアム時短バリューの強化

マンガ飯を再現できるKitや、料理上手なタレントとして有名な小倉優子さんとのコラボKitなども展開

■ 宇宙メシが再現できる! 「宇宙兄弟メシKit」



■ 小倉優子さん監修「子供と作れるミールキット」



(1) Oisix: プレミアム時短バリューの強化

愛が深まる! アンジャッシュ・渡部建さん監修「2人で作るKit Oisix」を発売。メディアでも話題となり受注増。



日テレNEWS24、ZIP! (読売TV)、めざましテレビ (フジテレビ)・・・etc
TV、雑誌、Webなどメディア掲載多数!

Oisix.daichi

(1) Oisix: プレミアム時短バリューの強化

大人用の主菜、副菜と一緒に、1、2歳の子供用にとりわけごはんがつくれる “Kit Oisix for ちびキッズ” を開始

子どものごはん
別で作るのが大変

そんなママのために、
大人2人前と1・2歳の子供も1人前の主菜・副菜が25分で作れる
Kit Oisix for ちびキッズが**期間限定販売中!**
レシピは管理栄養士の太田百合子先生が監修し、
ちびキッズが食べやすい味付けや大きさにしています。



※画像はイメージです。



(2) 大地を守る会：収益構造改革

- 上期は収益構造の見直しに注力するべく、販促費を抑えつつターゲットマーケティング等の獲得効率の向上施策、製造工場の統合などを実施
- 下期はカタログリニューアルや新サービス導入など、新規獲得に向けた活動を実施

上期

- 顧客獲得効率の向上
 - 一顧客獲得コスト 4 割減
- 製造工場の統合



下期

- カタログリニューアル
- 新サービス導入

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) 大地を守る会: 収益構造改革

2. 統合の現状とシナジー創出活動

- (1) 統合の現状
- (2) シナジー創出活動の状況

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) 統合の現状：組織・経営体制

Oisix、大地を守る会の両ブランドを維持、ファンクション、バックオフィスを統合し推進力を強化する体制を構築

ファンクション Division

- ・ カスタマーサポート
- ・ システム
- ・ 配送
- ・ 業務

商品 Division

- ・ Oisix商品
- ・ 大地を守る会商品
- ・ プロダクトセンター
- ・ 他

事業 Division

- ・ OisixEC事業
- ・ 大地を守る会宅配事業
- ・ その他事業

バックオフィスDivision

- ・ 経営企画
- ・ マーケティング
- ・ 管理
- ・ 他

経営体制

代表取締役会長
藤田和芳

代表取締役社長
高島宏平

(1) 統合の現状: オフィス

相互理解の促進と生産性向上のため、全社員1フロアに統合・移転。
フリースペースや立ちMTGスペースも設置し、実行力UP!



(1) 統合の現状：チームワーク

戦略や理念を共有するため全社総会の実施や、社員間の交流費を会社が負担する制度などを設け、新組織のチームワーク向上を促進



(2) シナジー創出活動の現状

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 ▶ DinO ▶ 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倍 ▶ 上期限界利益前期比1.7億円改善
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）

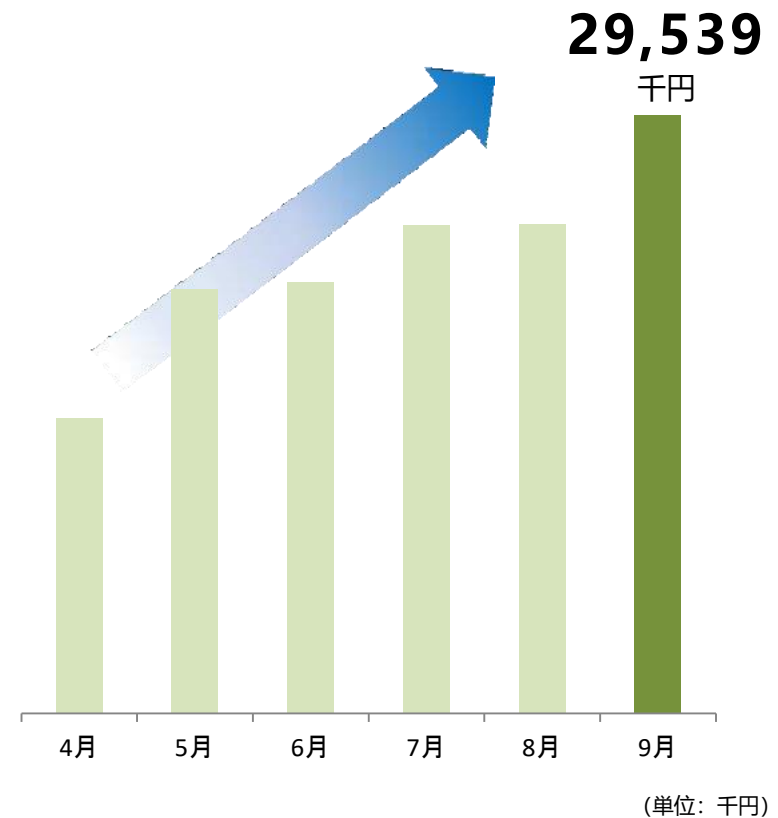
(2) シナジー創出活動の現状: DinO

大地を守る会特設販売サイト7月27日グランドオープン! 天候不順による葉物のサプライ減をフルーツ (レッドキウイ・極早生温州) でカバーし、売上は順調に拡大。

■ 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) 大地を守る会: 収益構造改革

2. 統合の現状とシナジー創出活動

- (1) 統合の現状
- (2) シナジー創出活動の状況

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）

ブランド認知に一定の貢献を果たした「Oisix Crazy for Veggy アトレ吉祥寺店」「大地を守るDining」を閉店。Shop in Shopや駅ナカ店舗など新たなリアル接点に向けて資源集中。

■ Oisix Crazy for Veggy アトレ吉祥寺



■ 大地を守るDining



2店舗で得たラーニング
を多方面に展開

■ Shop in Shop



×



■ 駅ナカ店舗

ecute

×



(1) リアル事業（実店舗 / 卸）：Shop in Shop

大地を守る会の売上も加わり、前年同期比+199.5%

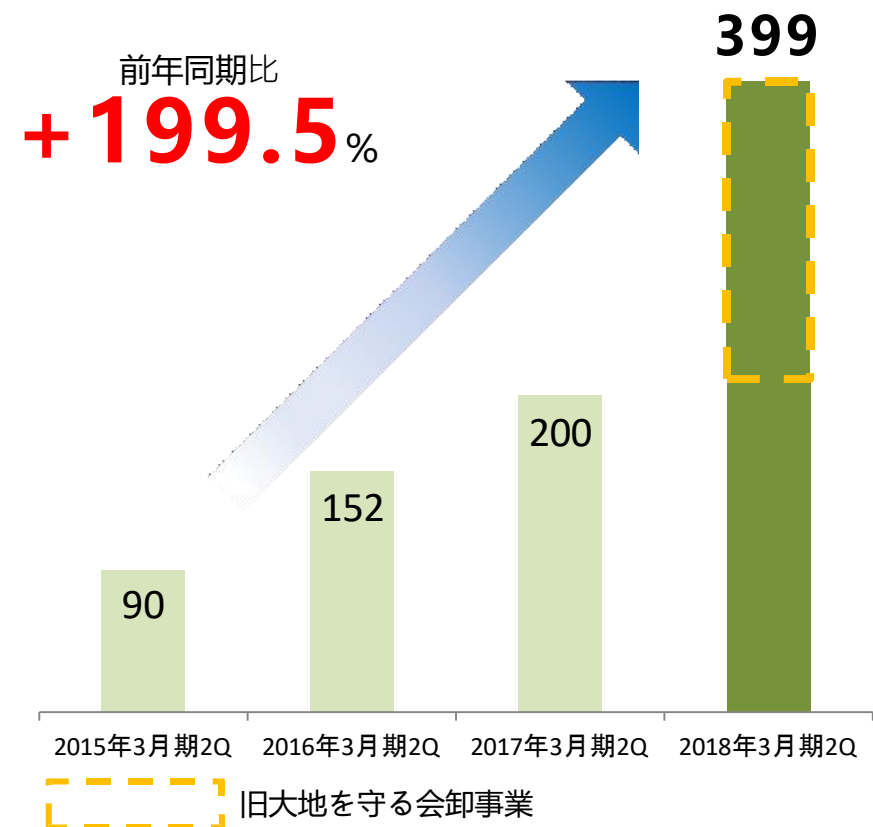
Miuraya、丸正総本店など新規出店先を獲得し、今後も引き続き拡大予定

■ 2018年3月期活動内容



Oisixコーナー Miurayaコピス吉祥寺店

■ 売上高推移（単位：百万円）



(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販売面積を大幅に拡大。既存会員の買い足しニーズ、新規Kitユーザーをキャッチ

- Kit販売コーナーの面積を拡大！

- 旧レイアウト



(2) 海外向け事業

2017年9月中国法人「上海愛宜食食品貿易有限公司」を設立。年内に上海で現地日本人向けにサービスをスタート、来年には現地中国人向けにサービススタート予定。取り扱い商品は日本のOisix安全基準に準じて厳選

■ 1st: 日本人向けに年内サービススタート



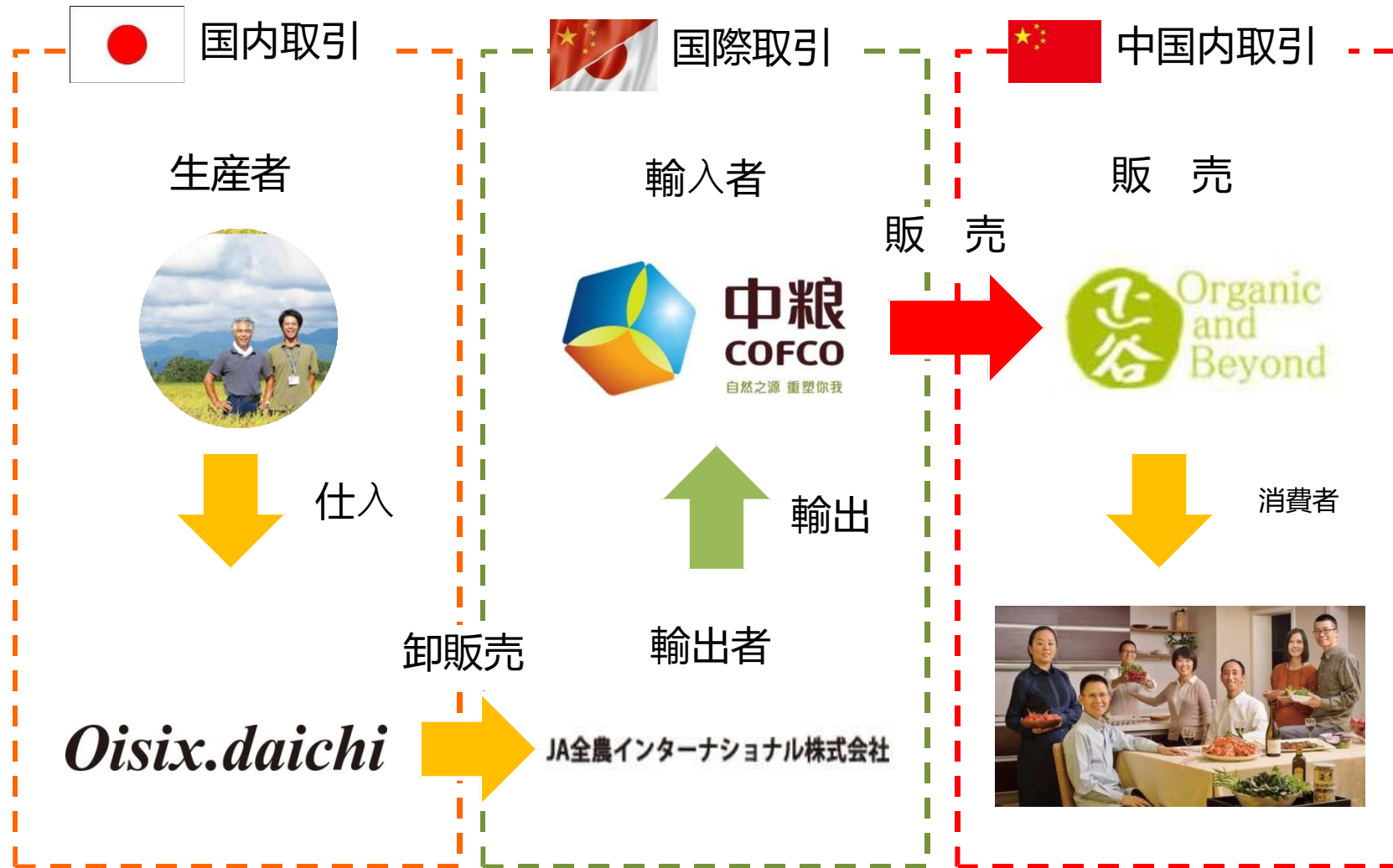
■ 2nd: 中国人向けに来年サービススタート



Oisix.daichi

(2) 海外向け事業

中国展開に向けて、現地調達以外に日本からのお米の輸出も開始



(3) ノベルティ事業

新規顧客を拡大! Honda Cars中部・東北、
株式会社明治のロングセラー商品「きのこの山」のノベルティを受注

■ Honda Cars中部・東北



試乗・査定・商談のお客様にVegeel2本プレゼント

■ 株式会社明治



応募者から抽選で1500名様にOisix商品をプレゼント

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) 大地を守る会: 収益構造改革

2. 統合の現状とシナジー創出活動

- (1) 統合の現状
- (2) シナジー創出活動の状況

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

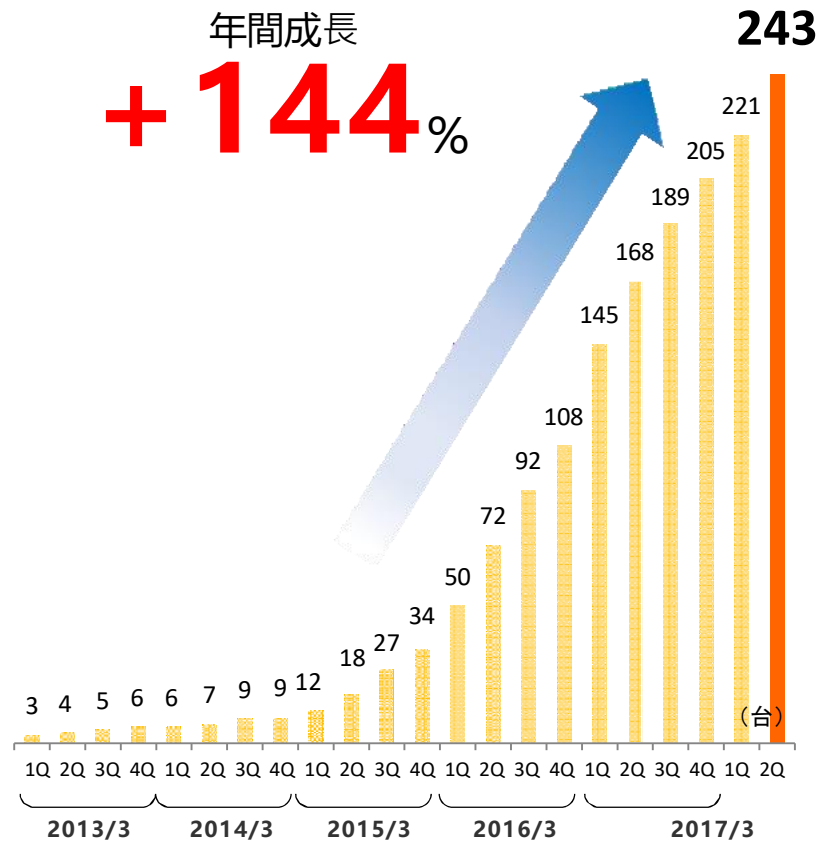
関東エリアを中心に合わせて218店舗を展開する、
大手スーパーいなげや、コモディイイダ、他7社と提携開始



- ・ 2019年3月期末**500**台に向けて成長加速
- ・ 販売パートナーが活躍できる環境づくりを推進

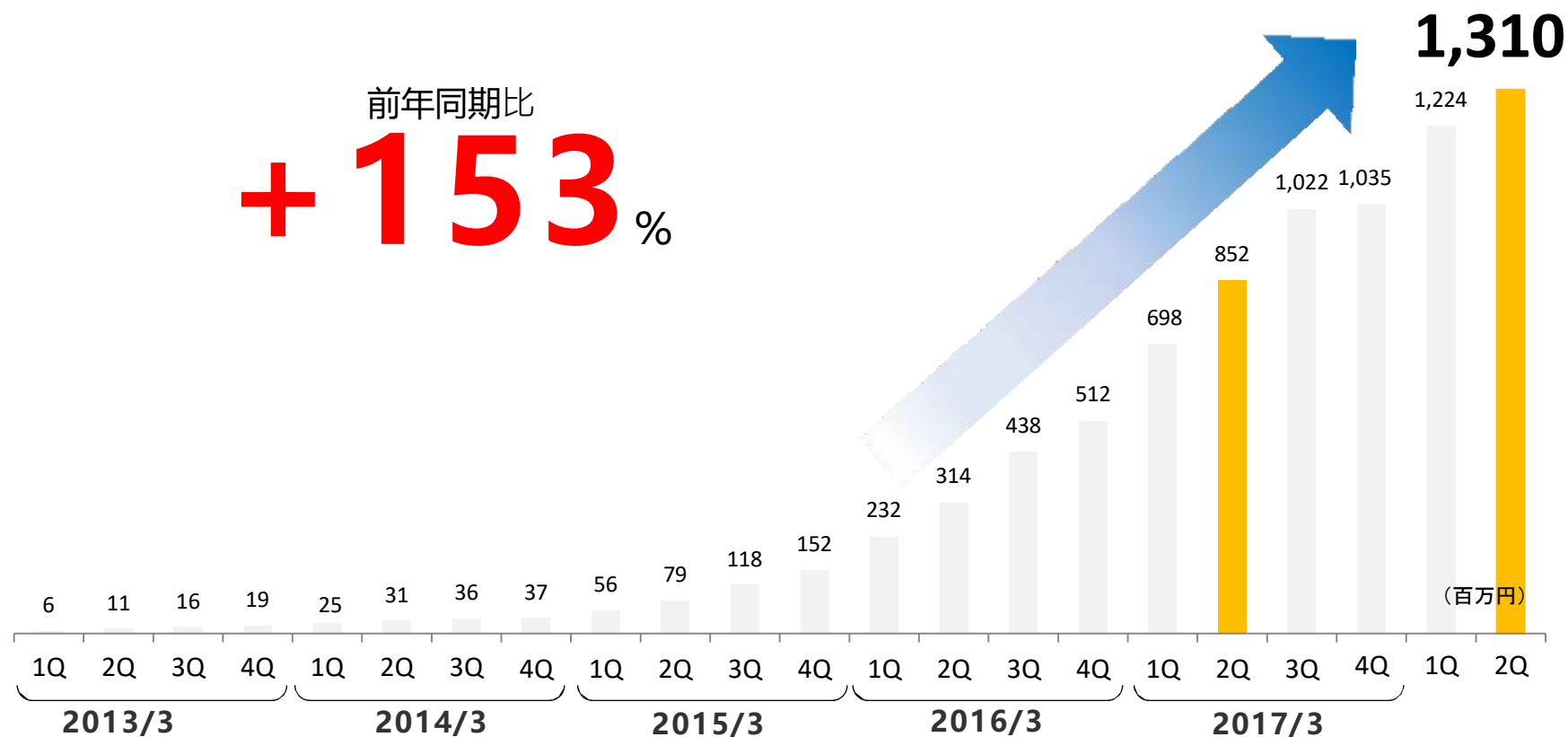
とくし丸：稼働台数

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+75台の**144%**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2Qの流通総額(※)は
前年同期比**153%**の**13.1億円**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

4
TOPICS
新たな農産物流
の構築に向けて

TOPICS: 新たな農業物流の構築について

1. 生産者のGAP取得支援
2. 農業競争力強化支援法認定
3. 農協との取組を強化
4. ヤマト運輸(株)との共同研究開始

生産者のGAP取得支援

生産管理アプリは限定でリリース、本格稼働に向けテストユーザーの募集を開始
GAP取得指導は一部地域にて年度内に開始し、来年度本格展開予定



Oisix.daichi

農業競争力強化支援法認定

オイシックスと大地を守る会との経営統合が、流通の合理化と生産性の向上につながるとして、農業競争力強化支援法の第一号に認定されました

農林水産省

[English](#) [ミツズサイト](#) [サイトマップ](#) [文字サイズ](#)

標準

大きく

プレスリリース

オイシックスドット大地株式会社の農業競争力強化支援法に基づく事業再編計画の認定について

ツイート

いいね! 2.9万

印刷

平成29年9月21日

農林水産省

農林水産省は、オイシックスドット大地株式会社(法人番号:6010701012329)から提出された「事業再編計画」について本日付けで認定を行いました。
なお、本計画は、本年8月に施行された農業競争力強化支援法に基づく最初の「認定事業再編計画」となります。

1.事業再編計画の概要

オイシックスドット大地株式会社は、平成29年10月1日に株式会社大地を守る会(法人番号:4040001010271)と合併し、
(1)インターネット販売等に係るマーケティングのノウハウ等の共有による販売促進の強化や顧客利便性の向上、生産者の販売機会の拡大
(2)消費者のニーズの多様化に応じた付加価値商品の開発・生産・販売を通じた生産者の経営の安定・発展
(3)サプライチェーンで共通する部分の共有や効率化による利益率の向上
などを実現し、成長市場における高付加価値サービスの提供により、食品を通じてより良い社会への更なる貢献の推進を目指します。

Oisix.daichi

農協との取組を強化

仕入先拡大及び商品開発の拡充のため農業協同組合（農協）との取組みを強化。取引金額は昨対比2.2倍に成長。

オイシックスドット大地のメリット

- ・ Oisix基準を満たした商品の安定的な仕入
- ・ 最新設備を導入した高品質商品の確保
- ・ 農産加工品の開発

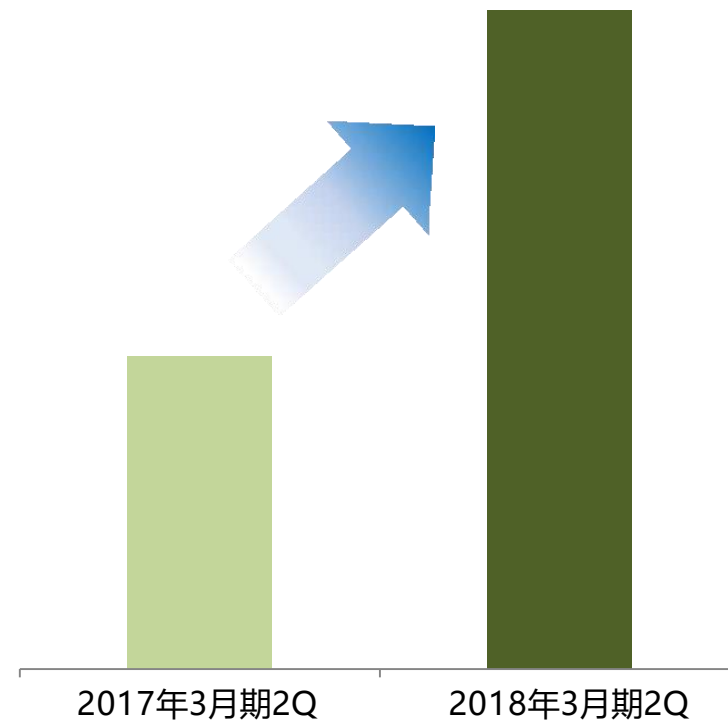
農協や農協に所属する生産者のメリット

- ・ 新規販路の獲得、製造設備の有効活用
- ・ 直接取引のため需給に左右されない価格取引となり、計画的な生産が可能

取組事例

- ・ JAあおれん・・・飲料商品
- ・ JA岩手中央・・・りんご
- ・ JA佐久浅間・・・ズッキーニ、インゲン
- ・ 全国農協食品㈱・・・冷凍食品
- ・・・etc

取引高前年比
2.2倍



ヤマト運輸(株)と共同研究開始

ヤマト運輸(株)の輸送ネットワークとオイシックスドット大地の生産者ネットワークを活用して農産物流の課題解決、「ベジネコ」プロジェクトを開始。



既に山形でトライアルを開始、2018年1月より宮崎県でもテスト開始!

Oisix.daichi