



FY2019/3 決算説明資料

オイシックス・ラ・大地株式会社

2019.5.21

目次

1. FY2019/3 業績
2. 今後の成長シナリオについて
3. FY2020/3 計画
4. 当社ビジネスによる社会的活動について
5. APPENDIX・DATA SHEET

1. FY2019/3 業績

決算数値

売上高

640.2億円
(前年同期比 160.1%)

EBITDA
※1

31.5億円
(前年同期比 188.8%)

営業利益

23.1億円
(前年同期比 259.4%)

親会社株主に
帰属する
当期
純利益

23.8億円
(前年同期比 1006.4%)

宅配事業

Oisix

売上高

296.1億円
(前年同期比 119.4%)

限界利益

40.3億円
(前年同期比 122.7%)

大地を守る会

売上高

109.0億円
(前年同期比 97.2%)

限界利益 ※2

19.8億円
(前年同期比 94.9%)

らでいっしゅぼーや

売上高

180.2億円
(前年同期比 ー %)

限界利益

33.4億円
(前年同期比 ー %)

その他事業

売上高

57.9億円
(前年同期比 136.3%)

限界利益 ※2

7.2億円
(前年同期比 95.3%)

特殊要因を除く業績（実力値）

FY2019/3の特殊要因を除外
詳細はp7に記載

売上高

624.3億円

EBITDA
※1

30.8億円

営業利益

22.4億円

親会社株主に
帰属する
当期
純利益

約11億円

宅配事業

Oisix

大地を守る会 ※2

らでいっしゅぼーや

その他事業 ※2

売上高

296.1億円

売上高

109.0億円

売上高

165.1億円

売上高

57.0億円

限界利益

40.3億円

限界利益

19.8億円

限界利益

30.9億円

限界利益

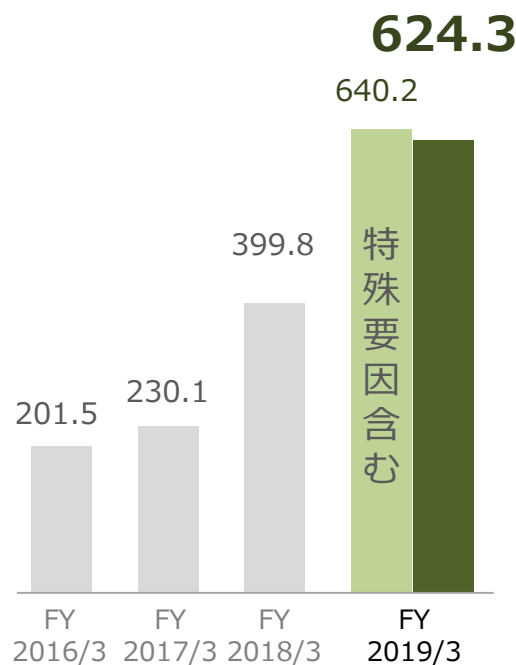
7.2億円

連結業績概要

Oisix事業の伸長、およびらでいっしゅぼーやとの経営統合により、
売上高は**最高額**、営業利益、EBITDAともに**最高益を更新**

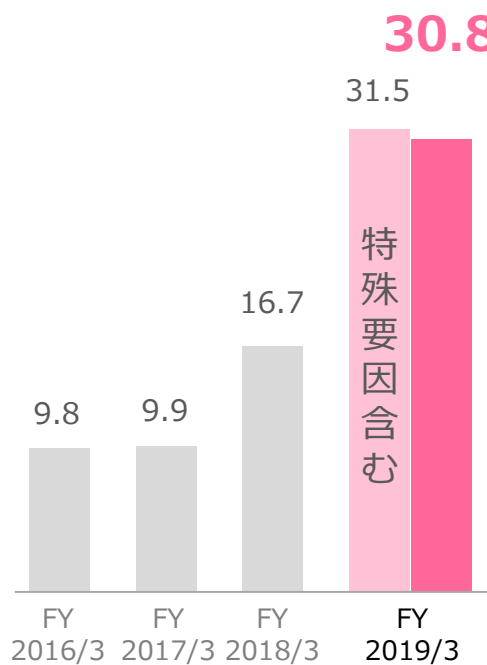
■ 売上高

624.3 億円



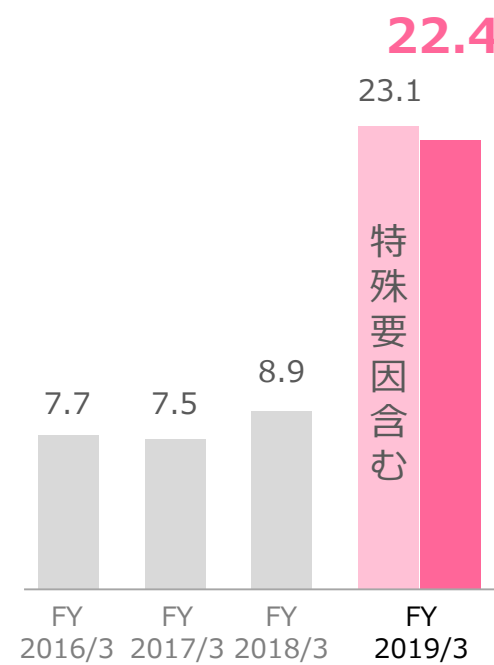
■ EBITDA

30.8 億円



■ 営業利益

22.4 億円



FY2019/3特殊要因

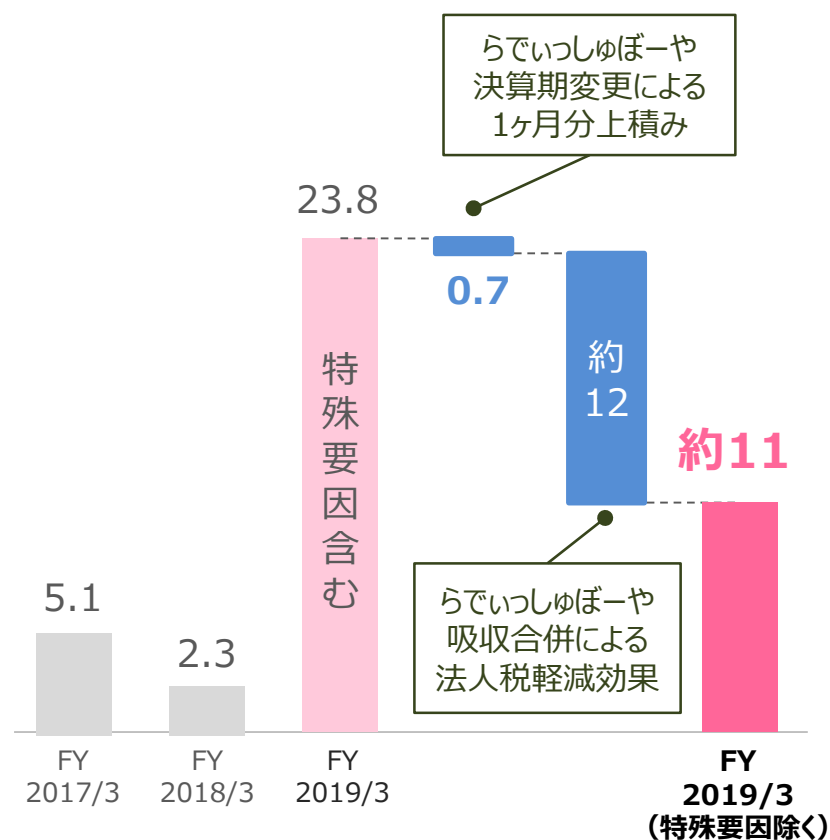
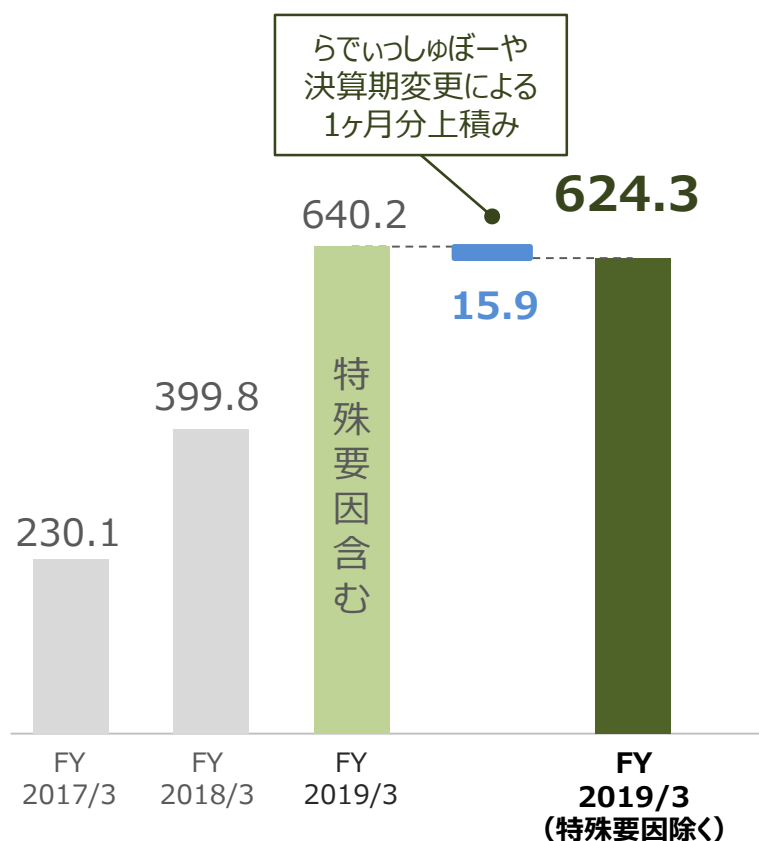
FY2019/3は、らでいっしゅぼーや吸収合併に伴う法人税軽減効果や、らでいっしゅぼーやの業績が13ヶ月分計上など、売上・利益ともに特殊要因が発生

■ 売上高

(億円)

■ 当期純利益

(億円)

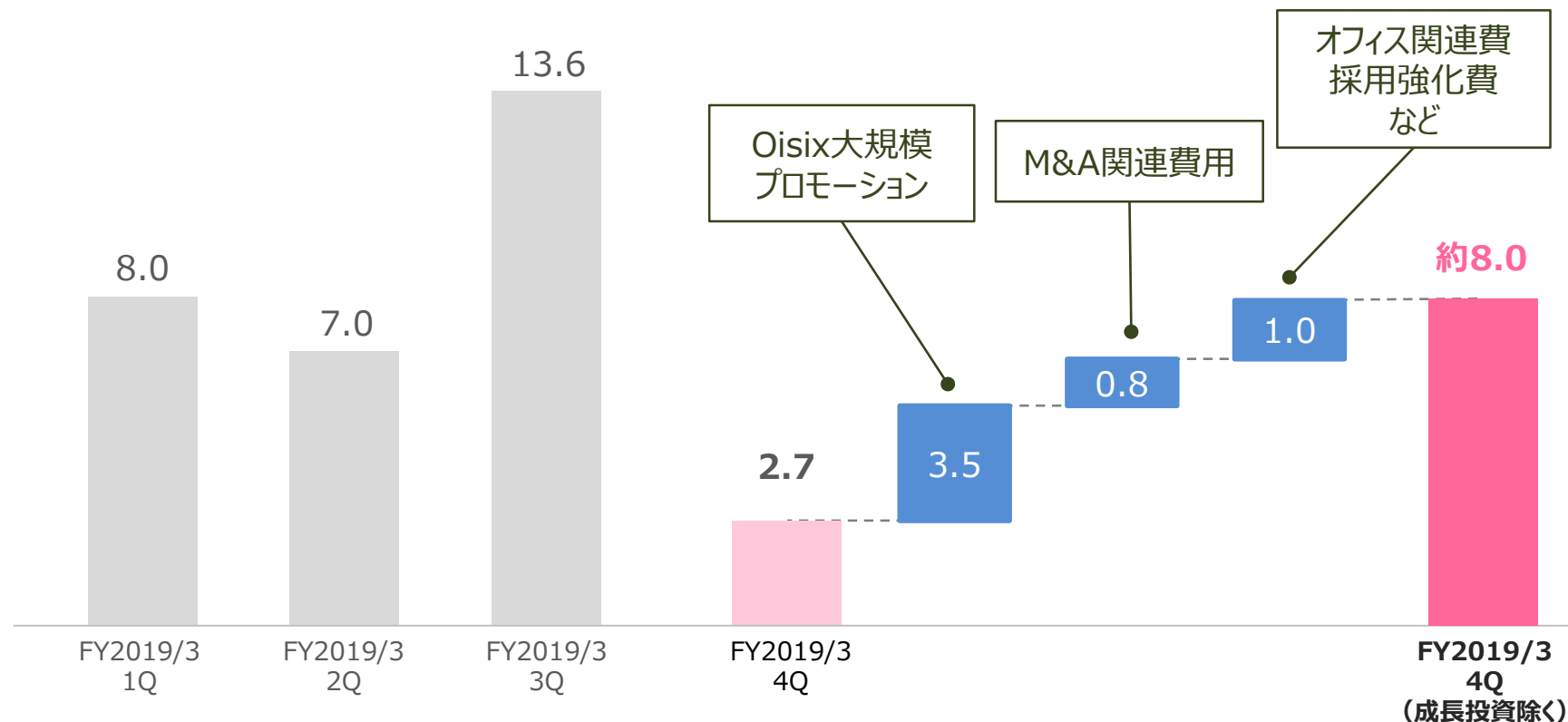


4Qの利益構造について

4Qは来期以降の事業成長に向け、
Oisixブランドの大規模プロモーションや、M&A関連などの投資を実施

■ 成長投資を考慮した四半期ごとのEBITDA推移

(億円)

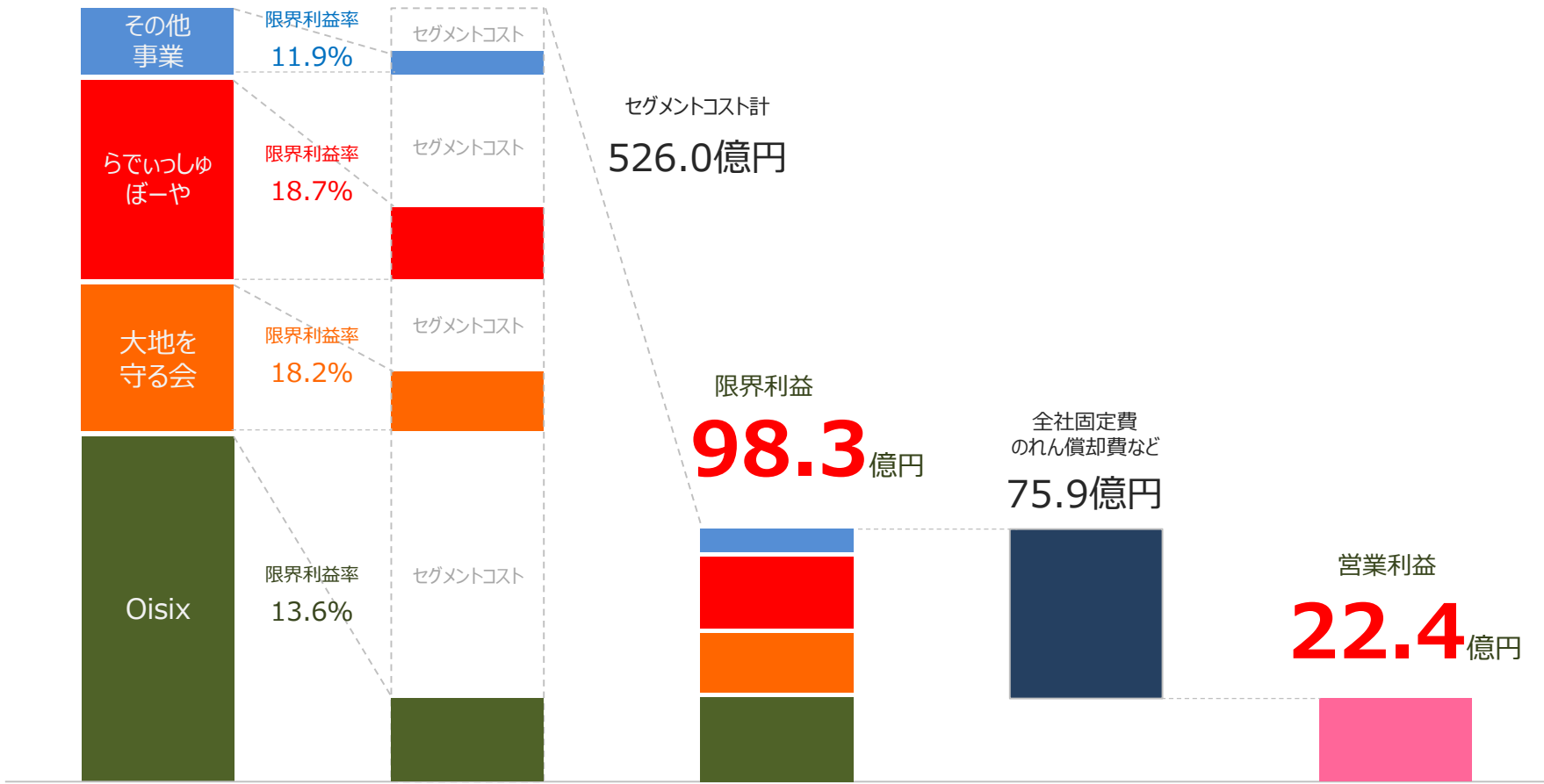


事業セグメント概要（実力値）

FY2019/3の特殊要因を除外
詳細はp7に記載

売上高

624.3 億円



社会的課題に対する活動実績

当社が取り組むべき社会課題について、
定量的な数値に可視化すると同時に、ビジネスを通じた課題解決を加速させていく

■ 社会課題に対する取組例

生産

調達

庫内
物流

販売

消費

直接契約している
生産者数

約**4,000**軒

自社基準を満たす
有機・低農薬野菜の出荷量

約**15,000**トン

定期契約会員数

約**300,000**人

生産者同士の
技術勉強会参加人数

のべ**864**人

生産者と消費者とをつなぐ
交流イベント参加人数

のべ**6,250**人

当社食材を使った給食を
食べている園児数

約**14,000**人

事業セグメント全体像

① 国内宅配事業（主要3ブランド）

- Oisix
- 大地を守る会
- らでいっしゅぼーや

② 国内宅配事業（その他）

- 他社EC宅配支援（アライアンス）
- とくし丸（子会社）

③ その他事業

- 海外宅配事業
- 店舗外販事業

事業セグメント全体像

① 国内宅配事業（主要3ブランド）

- Oisix
- 大地を守る会
- らでいっしゅぼーや

② 国内宅配事業（その他）

- 他社EC宅配支援（アライアンス）
- とくし丸（子会社）

③ その他事業

- 海外宅配事業
- 店舗外販事業

Oisix KPI

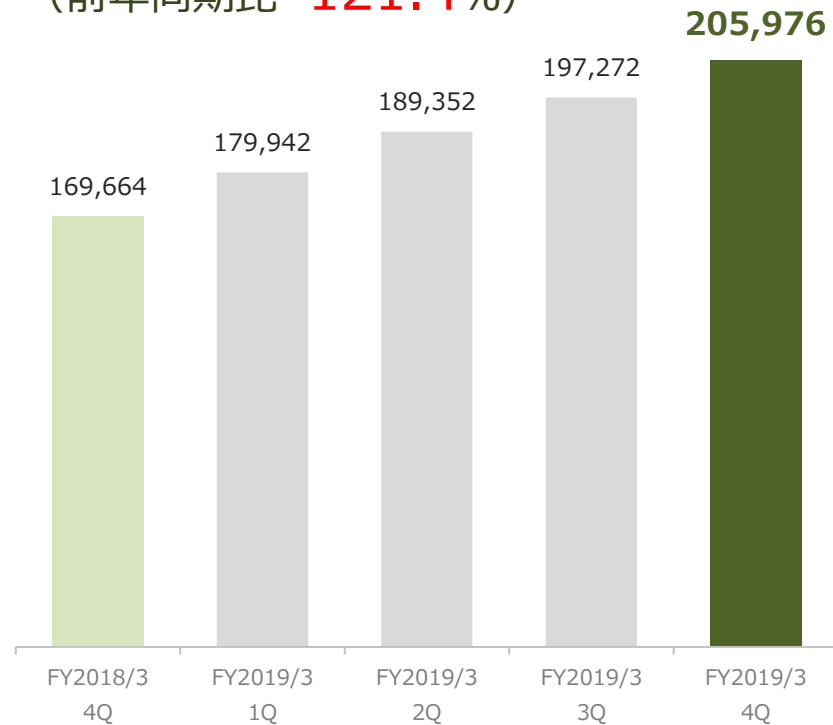
会員数：3月に実施した大規模プロモーションの効果により**会員数増**

ARPU：購買単価は上昇するも、ライトユーザ増により**購買頻度が減少し、微減**

■ 会員数

205,976人

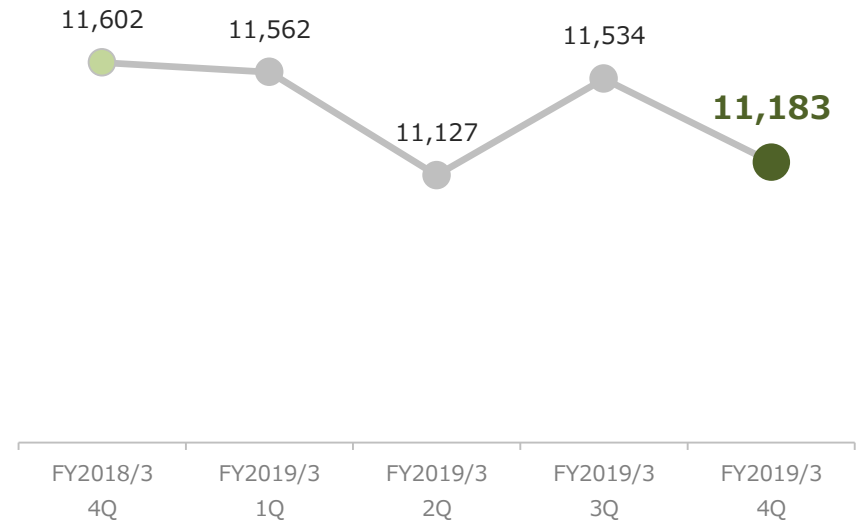
(前年同期比 121.4%)



■ ARPU※

11,183円

(前年同期比 96.4%)



Oisix トピック

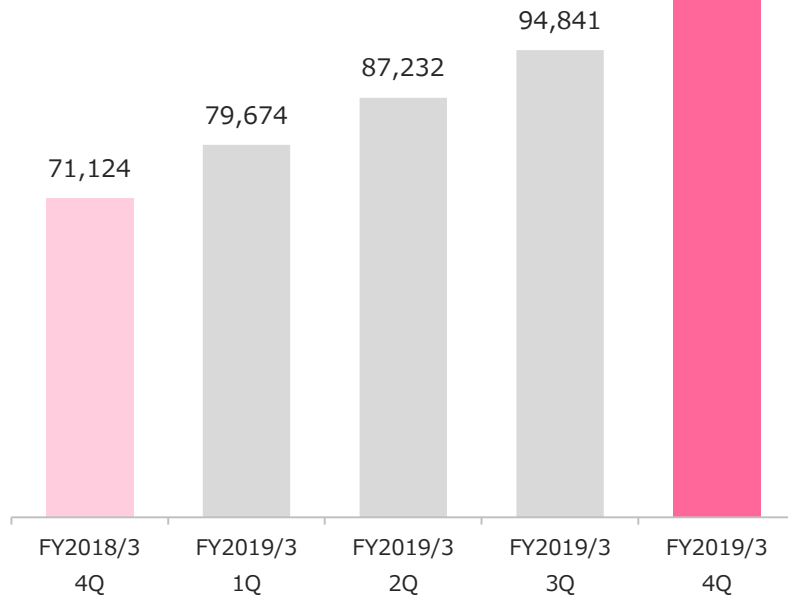
ミールキットの認知の急速な拡大に加え、様々な媒体でのPR強化によりKit Oisixコース会員は、**11万人**を突破

■ Kit Oisixコース会員数推移

(Oisix会員数に含む)

111,169人

(前年同期比 156.3%)



■ Kit Oisixの特長

1

家族の人数に合わせた適量をお届け。主菜と副菜の2品が20分で完成



2

全てのメニューに5種類以上の野菜が入っており、栄養バランスも考慮

3

当社の契約農家、メーカーの安心安全な食材のみを利用



Oisix トピック

3月にKit Oisixの大規模なプロモーションを実施し、
来期以降の収益貢献に向け、新規獲得を最大化

■ 大規模プロモーションによる獲得最大化

認知

興味・関心

獲得

● テレビCMによる認知拡大



● Kit Oisixメディア露出拡大

小倉優子さん監修のレシピ発表・
料理教室などを実施



● WEB広告露出の強化



● キャンペーン連動した特典付与

テレビCMに連動したクーポンなど



**初回限定
おためしセットの
受注数は大幅伸長**

大地を守る会 KPI

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

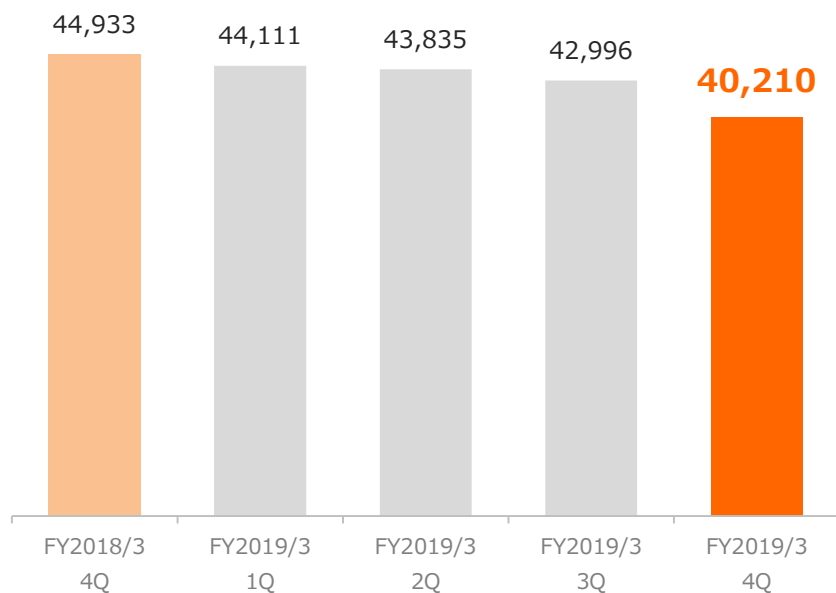
会員数：LTVを向上するサービス設計を優先、低LTVチャネルを抑制し**減少**

ARPU：サブスクリプションを重視した商品開発・サービス施策の実施により**増加基調**

■ 会員数

40,210人

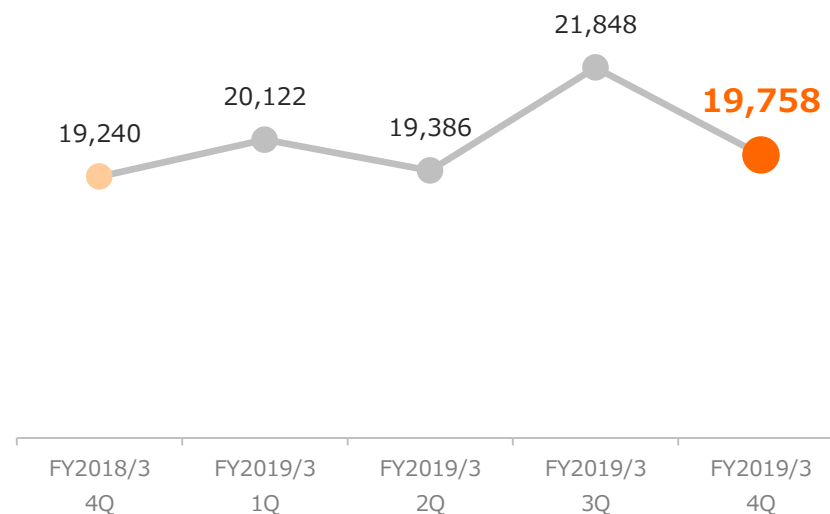
(前年同期比 89.5%)



■ ARPU※

19,758円

(前年同期比 102.7%)



【会員数定義の変更】 詳細p17

サブスクリプション経営の強化にともない、会員数定義を変更。

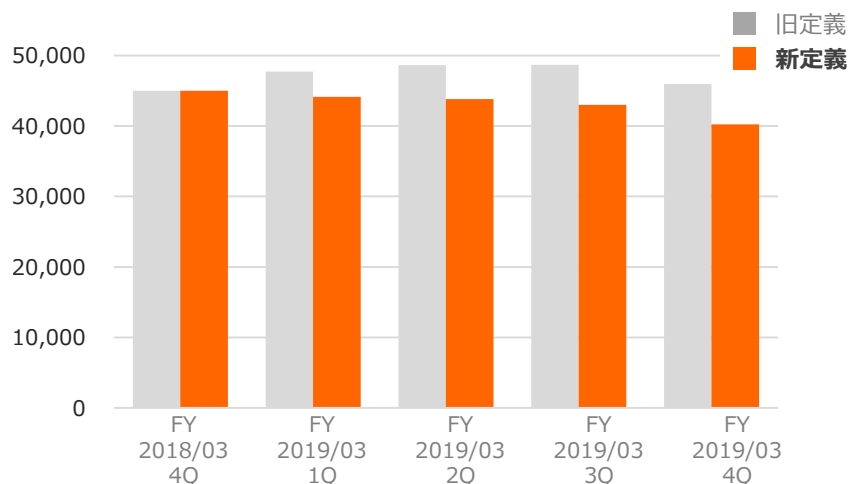
大地を守る会 トピック

サブスクリプション経営をより強化するため、会員数定義を変更。
LTV向上に向け“ちゃんとした食生活を手軽に”をコンセプトとした商品開発を加速。

■ サブスク経営に沿った会員定義の変更

旧：年会費期限が有効なお客さま

新：会費のみ払っているノンアクティブ会員を除外し、サブスク契約のお客さまのみをカウント



■ ターゲットニーズに合わせた商品開発

● 「野菜と食べる」シリーズ

野菜を1種加えるだけで1品作れる惣菜商品。
通常の新商品と比べ2倍超の売上を達成



らでいっしょばーや KPI

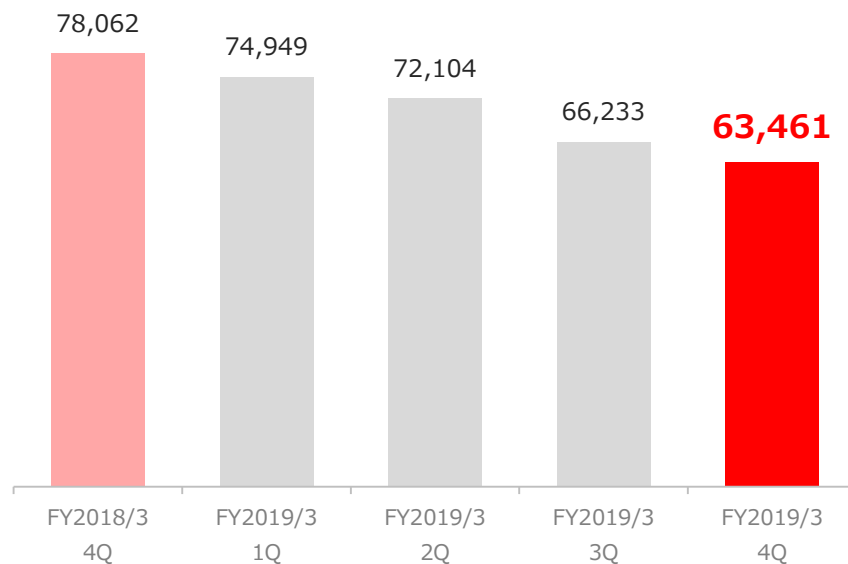
会員数：引き続き収益構造の改善に注力、赤字ユーザの削減により**減少**

ARPU：配送料改定およびサブスク商品のアップセル施策により**増加**

■ 会員数

63,461人

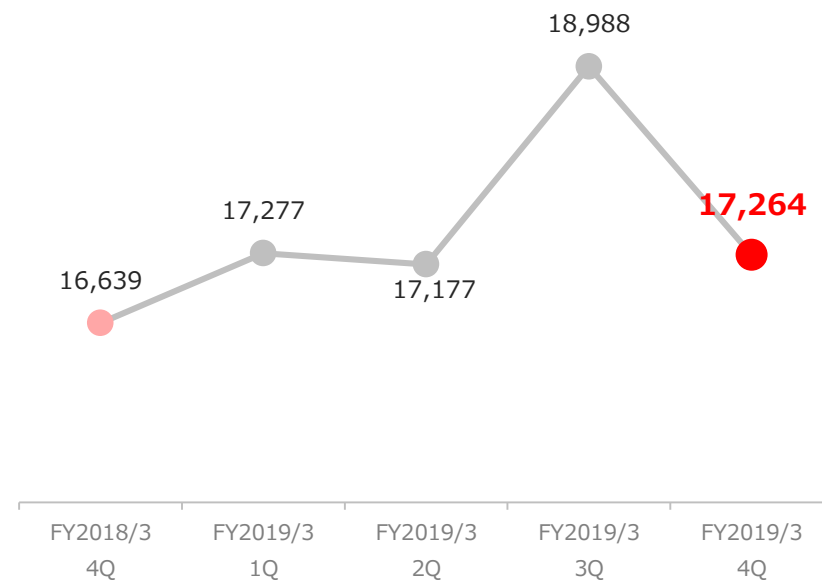
(前年同期比 81.3%)



■ ARPU※

17,264円

(前年同期比 103.8%)



【会員数定義の変更】 詳細p19

サブスクリプション経営の強化にともない、会員数定義を変更。

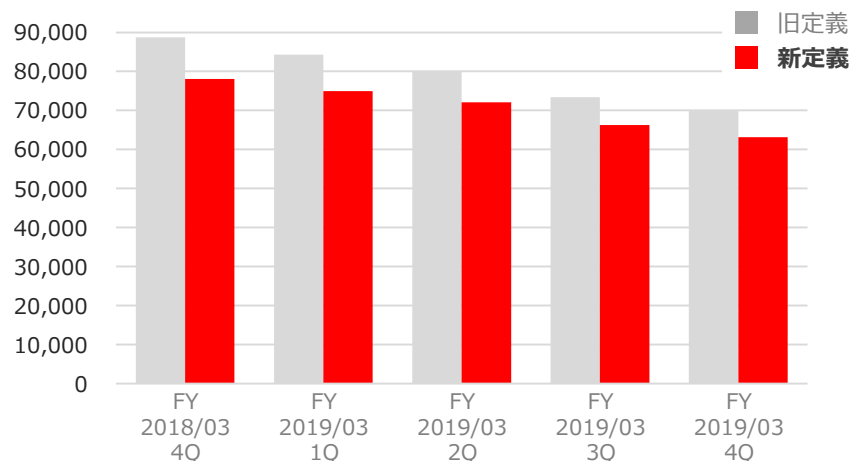
らでいっしゅぼーや トピック

サブスク契約を重要指標とし会員数定義を変更。配送料改定や、サブスク商品のアップセルにより、赤字ユーザ比率が着実に低減

■ サブスクに沿った会員定義の変更

旧：年会費期限が有効なお客さま or サブスク契約が有効なお客さま

新：会費のみ払っているノンアクティブ会員を除外し、サブスク契約のお客さまのみをカウント



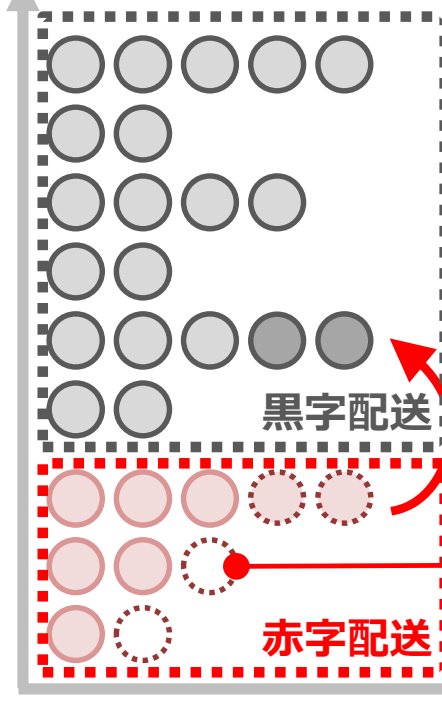
■ 赤字ユーザの削減

赤字ユーザ全体の

43%減少

(※2018年上期末比)

購買単価



客単価向上による
黒字配送への転換

送料体系変更による
自然離脱

① 国内宅配事業（主要3ブランド）

- Oisix
- 大地を守る会
- らでいっしゅぼーや

② 国内宅配事業（その他）

- 他社EC宅配支援（アライアンス）
- とくし丸（子会社）

③ その他事業

- 海外宅配事業
- 店舗外販事業

他社EC宅配支援（アライアンス）

当社の強みである“サブスクリプションECノウハウ”や“物流スキーム”を活用し、他社のECサイト様を支援する事業も順調に拡大



当社のEC支援
事業において
最速で利用者
1万人を突破

DEAN & DELUCA



 住友生命 Vitality



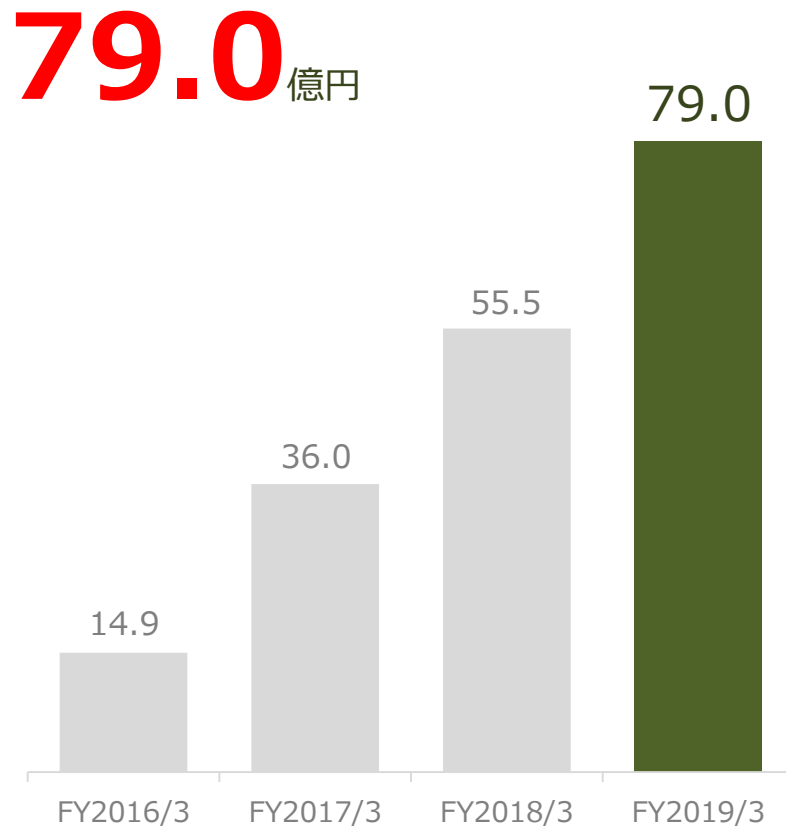
各ブランドの提供価値を理解し、顧客の求めるニーズを実現する
“食”のサブスクリプション事業を支援

とくし丸（子会社）

高齢の買い物難民向け移動スーパー事業（2016年株式取得）

流通額は順調に伸長、稼働車両台数は380台を突破

■ 流通額



■ 展開規模

提携スーパー様

109 社

稼働車両台数

385 台



① 国内宅配事業（主要3ブランド）

- Oisix
- 大地を守る会
- らでいっしゅぼーや

② 国内宅配事業（その他）

- 他社EC宅配支援（アライアンス）
- とくし丸（子会社）

③ その他事業

- 海外宅配事業
- 店舗外販事業

香港：香港人向けにサブスクリプション商品のリニューアルを実施

中国：中国人向けのサービス拡充に向け、WEBサイトをリリース

■ Oisix 香港法人

香港人向けに、サブスク商品の
「おいしくすくらぶ」のリニューアルを実施



ようこそ。

Oisix
週期宅配訂購服務

でございます。

Oisix「週期宅配訂購」
5大好處

1. 不說謊的明確產地

街市
本地

Oisix
熊本縣產

香港蔬菜自給率全年只有1.7%*
街市卻到處都說在賣「本地菜」。

*漁農署網頁資料

■ Oisix 中国法人

中国人向けのサービス拡充に向け、
中国語Webサイトをリリース



爱宜食
Oisix

购买尝鲜装 Oisix简介 加入Oisix Club 定期配送

日本领先的
安心安全食材品牌

18年创业经验 日本230万家庭
上海300位 日本妈妈正在使用!

选择Oisix爱宜食的理由

1. CHECKED BY JAPAN

店舗外販事業：Shop in Shop

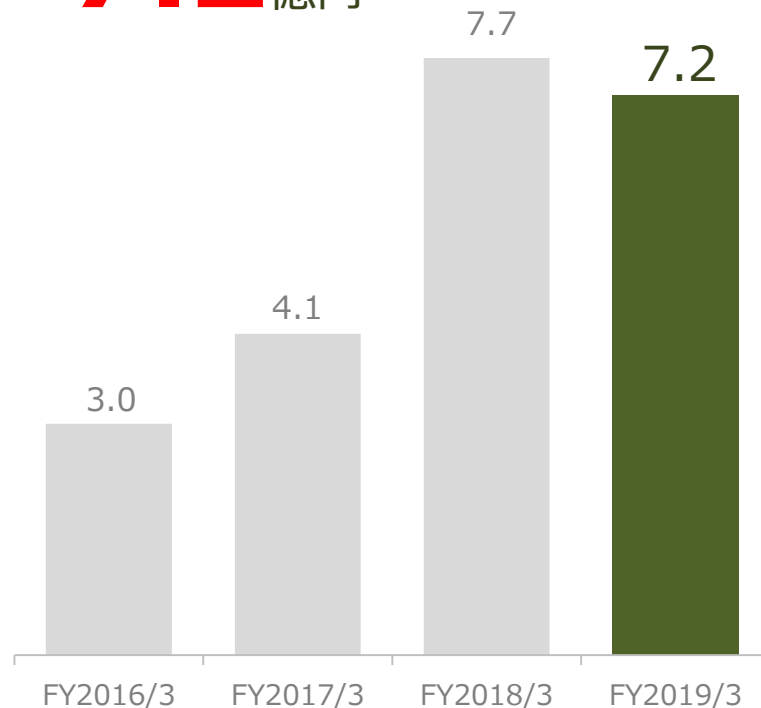
■ Shop in Shop

引き続き、不採算店舗の精査を実施し、**全体売上は減少も、収益構造は良化。**

直近では、青果に加えミールキットも合わせて販売する形態で取引店舗の拡大を進める

■ 売上高

7.2億円



■ 取引店舗

134店

Mitraya
Healthy & Safety

Tokyu Store

ODAKYU OX

Odakyu OX QUEEN'S SETAN

ライフ

LIYREKEISEI

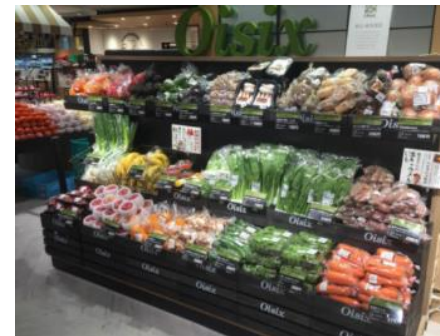
HEIWAIDO

新田

MARUSHO

AEON

AEON



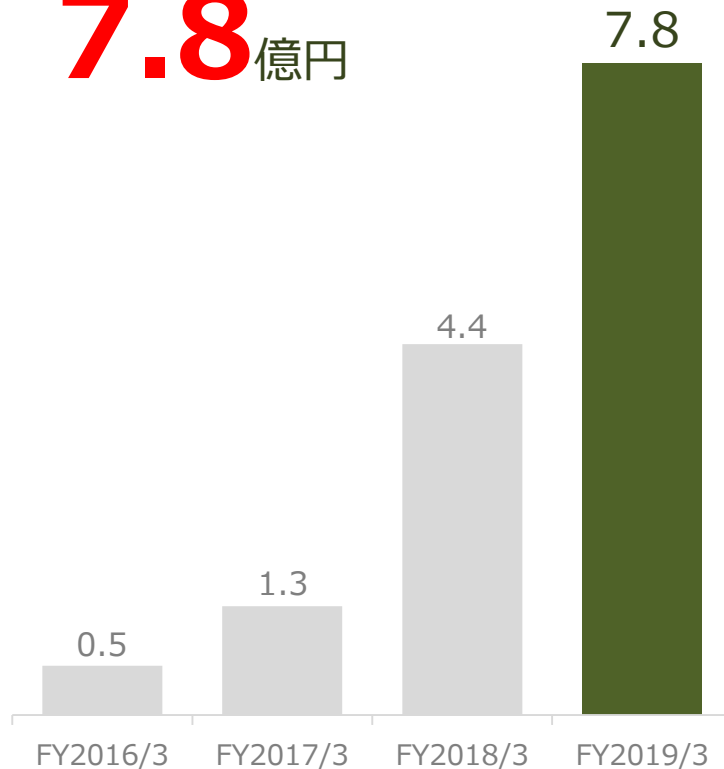
店舗外販事業：保育園卸

■ 保育園卸

年度の切替タイミングで順調に新規の取引園数が伸長し、売上増

■ 売上高

7.8億円



■ 取引園数

351園



2. 今後の成長シナリオについて

宅配3ブランド 成長戦略

サブスクリプション宅配の経営ノウハウに則り、

FY2020/3期は、各ブランドの事業フェーズに沿った事業戦略を適正に実行

Kit Oisixのニーズ増を捉え 事業成長を加速

✓ Kit Oisixのさらなる進化



✓ Kitに続く新サービス開発



ターゲットニーズに沿った サービス・商品の受け皿の設計

✓ 「料理が楽しくなる食料
品店」サービスの提供



✓ 「ちゃんとした食生活」を
実現するサービスの提供



Kit Oisixの更なる進化

Oisixブランドにおいては、引き続き「Kit Oisix」を戦略の中心と位置づけ、訴求強化や販売チャネルの拡大など更なる進化に向け施策を実行

Kit Oisix



■ コラボ商品の強化

アニメ「クレヨンしんちゃん」や、料理家「栗原心平」氏とのコラボ



■ 販売チャネルの拡大

Shop in Shopや、保育園卸など販売チャネルの拡大



■ フードロス訴求

副次的に家庭内の食材廃棄が減ることを、エビデンスなどを活用し訴求



Kitに続く新サービス開発

Kit Oisixに続くサービス開発についても加速。数日間の献立 & 食材セットや、定額サービスの拡充など、新たな価値提案に向けたサービスをリリース

Oisix



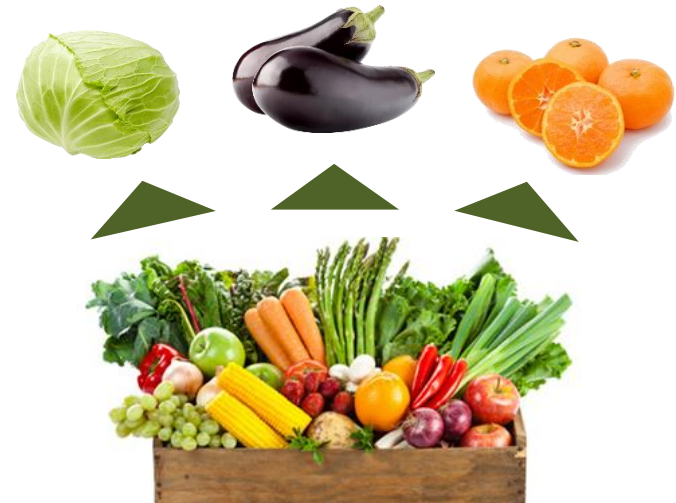
■ ちゃんとOisix

3日～5日間の野菜メインの献立(主菜・副菜)をカットしていない食材一式と一緒にお届け



■ プライムパス サービス

定額制で、野菜・果物を数品/週
選び放題サービスをリリース (6月予定)



手軽に「ちゃんとした食生活」を実現するサービスの提供



■ もっと野菜を食べられる副菜食材セット

野菜中心の副菜2品を5日分、
献立と一緒にお届けする食材セット



■ 冷凍魚カテゴリーの強化

もっとも健康的と言われる、
「昭和50年の食卓」を手軽に再現



らでいっしゅぼーや 成長戦略

「料理が楽しくなる食料品店」サービスの提供

らでいっしゅ
ぼーや



■ ぱれっとのカスタマイズ対応



根菜は余りがちで、いつも捨ててしまう・・・



苦手な野菜は入れないでほしい・・・



家庭ごとのニーズに沿った
ぱれっとのカスタマイズを可能に

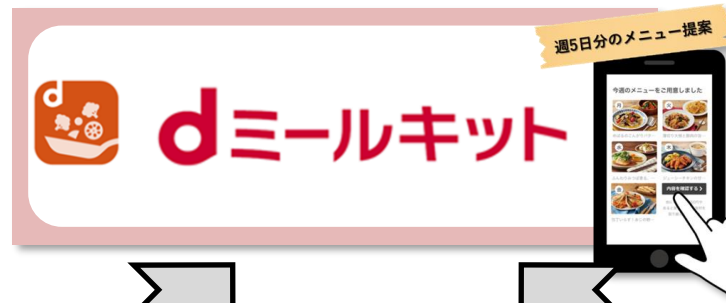
■ 野菜使いきり・料理を楽しむための商品開発



余りやすい野菜を加えるだけで、
1品作れる食材 + 調味料商品の拡充

dミールキットのサービス開始

NTTドコモ社との協業によるミールキット事業「dミールキット」を7月にサービス開始予定。
当社のミールキットノウハウとNTTドコモ社の会員基盤を活用



Oisix ra daichi



- レシピ開発
- マーケティング
- フルフィルメント

^{NTT}
docomo



2019年5月16日
NTTドコモ社 新商品発表会



- 顧客基盤
- dポイント
- d払い/ドコモ払い

ベジネコプロジェクト

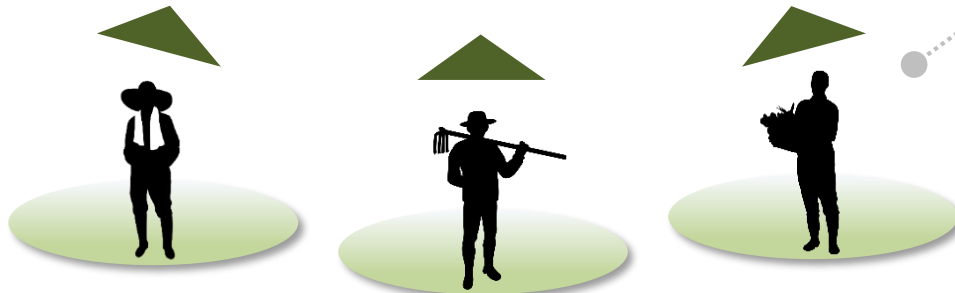
当社とヤマト運輸社と共同で、農産品物流をワンストップで効率化する
オープンプラットフォームの構築を目指す

■ プロジェクト概要



「ベジネコ」プロジェクト

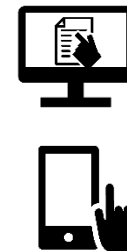
Oisix ra daichi  ヤマト運輸



ラストワンマイルだけでなく、
生産者からの
調達物流の課題解決に向け、
取り組み開始

■ 第1弾の取組み (2019年3月～)

受注のやり取り、データ管理、帳票作成など、アナログで
煩雑な作業を、PCやスマホを使って一括で実行



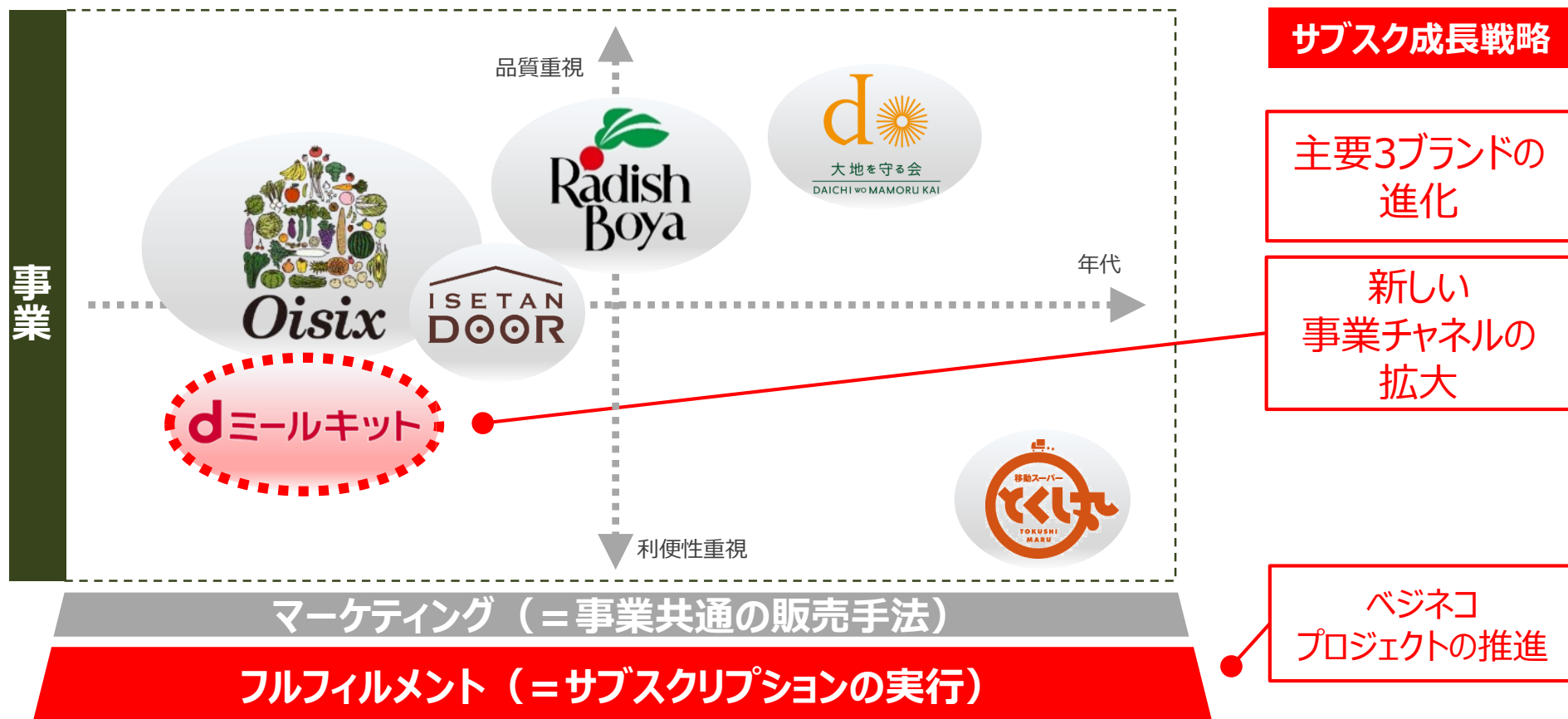
【導入企業】

農事組合法人ながさき南部生産組合 様
株式会社サラダボウル 様

国内サブスクリプション宅配の伸長

複数のブランドを通して、各世代のニーズに対応した食のサブスクリプションサービスを提供

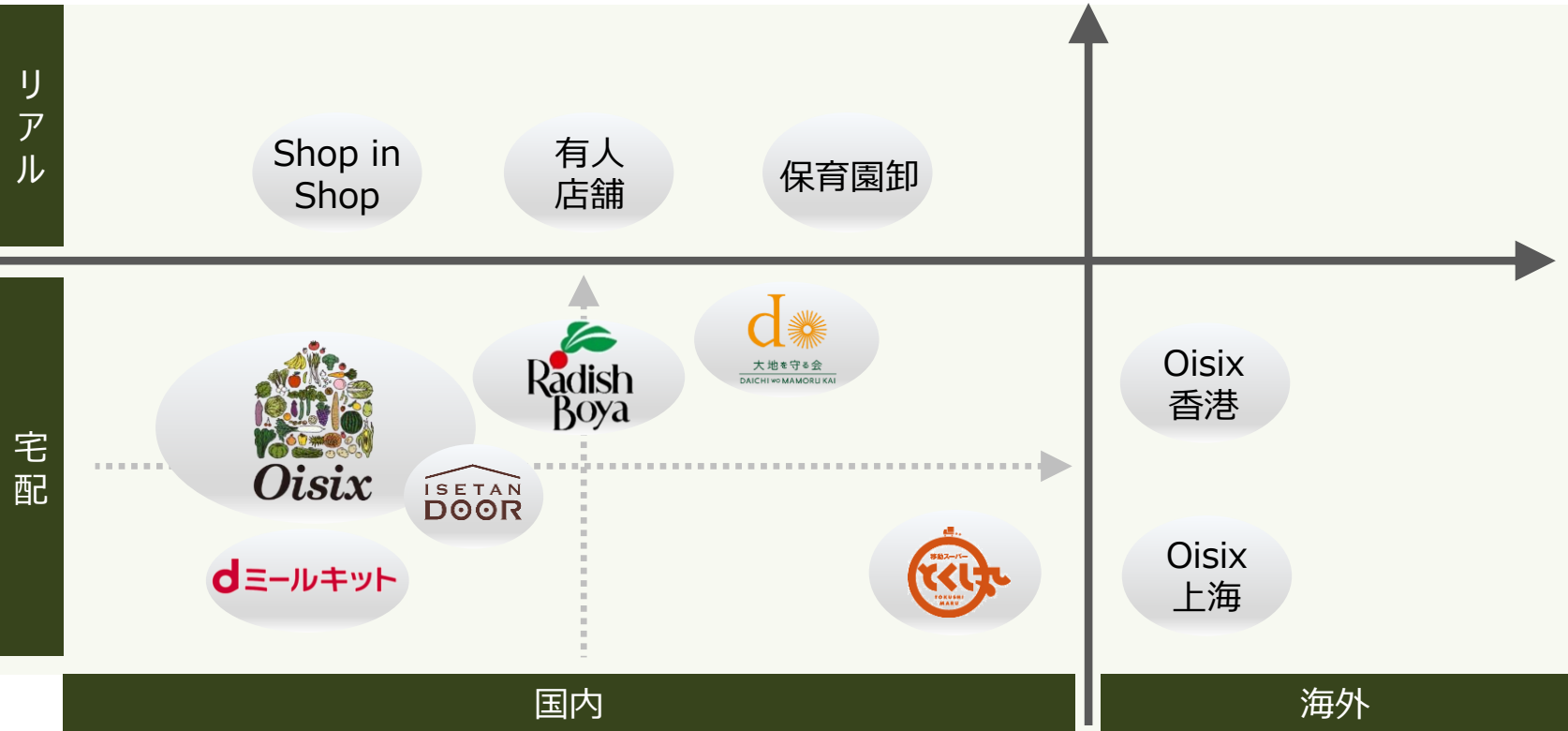
■ 国内サブスク宅配の成長戦略



現在の事業マトリックス

国内サブスク宅配に加え、国内リアル事業や海外サブスク宅配事業を部分的に展開中

■ 現在の事業マトリックス



トピック①：Purple Carrot子会社化

国内宅配 主要3ブランド

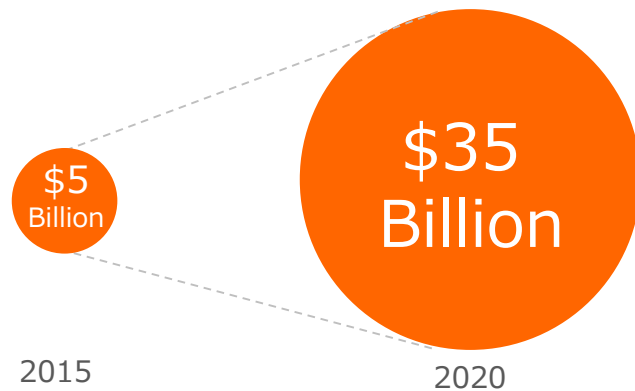
国内宅配 その他

その他 事業

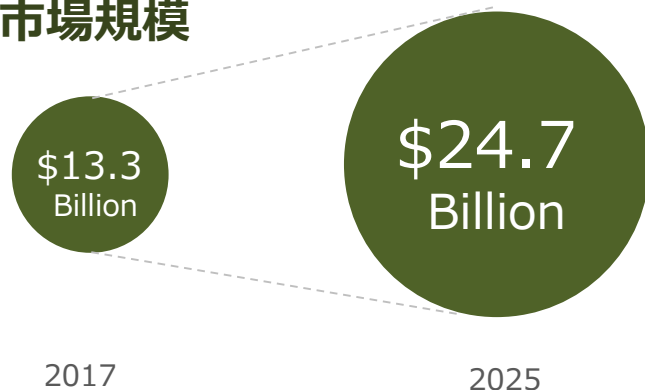
米国の100%ビーガン食ミールキットの宅配「Purple Carrot」を子会社化。

国内で培ったサブスクリプション宅配の強みを生かして米国での事業を展開

■ アメリカのミールキットの市場規模



■ アメリカのプラントベース食品の市場規模



Oisix ra daichi



PURPLE CARROT



- ✓ ビーガン食×日本食の“ヘルスコンシャスフード”をアジア・アメリカ双方へのグローバル展開
- ✓ 食のサブスクリプションモデルにおける経営ノウハウをPC社に展開し、早期の黒字化

※2020年度3月期における連結は6か月分の業績となります

トピック②：ウェルカム社関連会社化

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

少額出資をしていたDEAN&DELUCA運営会社である**ウェルカム社の第三者割当増資を引受け関連会社化**。資本・業務提携契約を結び、双方のアセットを活用した取組を実施予定

オイシックス・ラ・大地

Oisix ra daichi

- ・ECのマーケティングノウハウ
- ・約30万世帯のサブスクリプション会員

×

ウェルカム

DEAN & DELUCA

- ・リアル店舗運営のノウハウ
- ・F1層を中心とした絶大なブランドイメージ

- ✓ ウェルカム社の物流改革プロジェクトの立ち上げ
- ✓ 共同での開発商品の強化
- ✓ 当社の店舗事業へのノウハウ連携

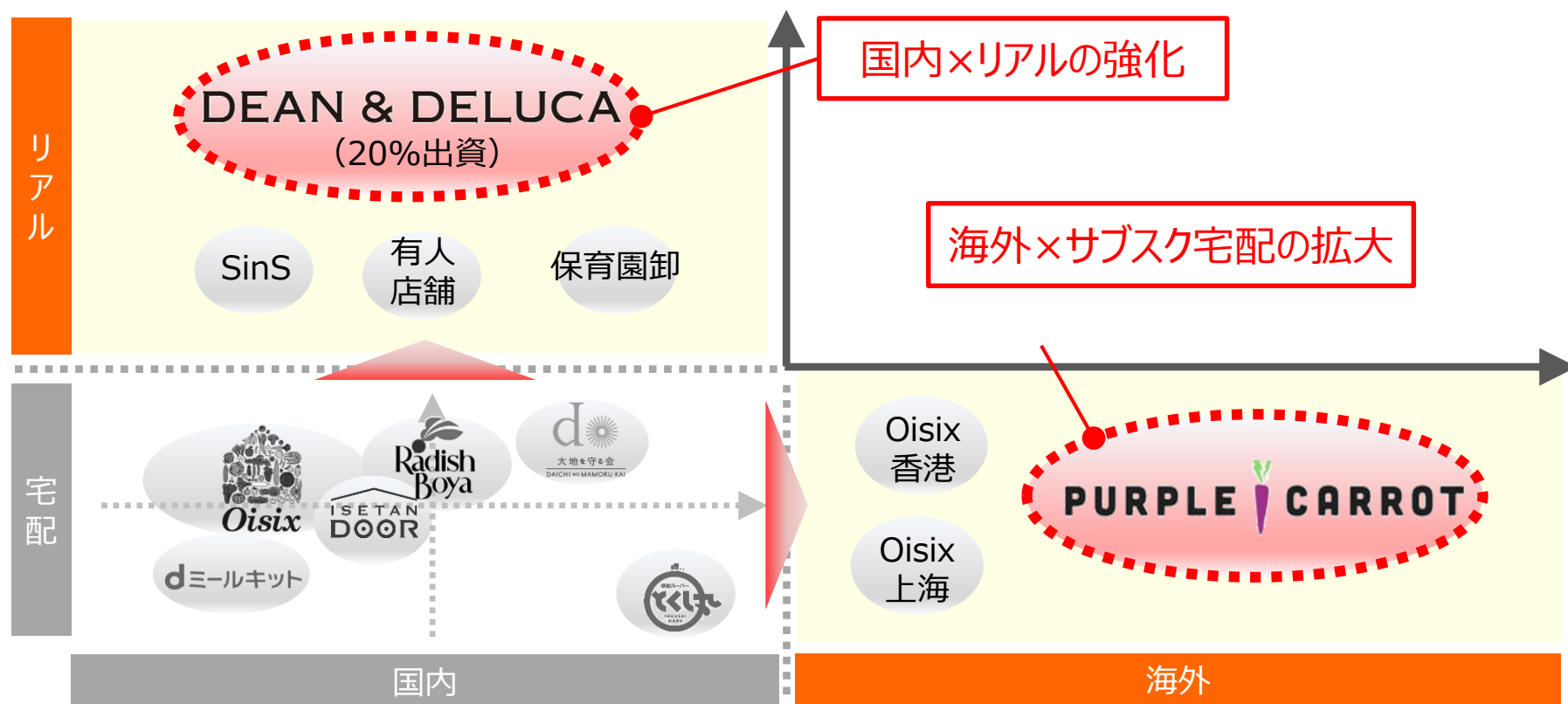
※2020年度3月期における連結は9か月分の業績となります

Oisix ra daichi

非線形成長への事業領域の拡大

国内サブスク宅配に加え、海外サブスク宅配や国内リアル事業への進出も本格化

■ 事業領域の拡大



3. FY2020.3 計画

連結業績計画概要

【特殊要因】

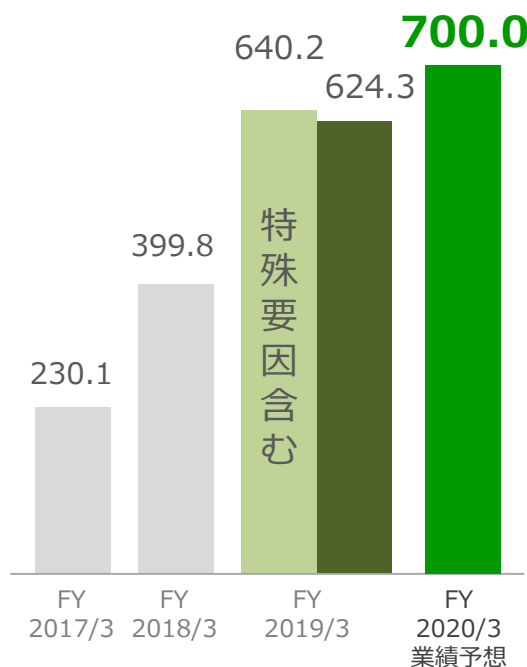
- ① FY2019/3は、らでいっしゅぼーやは決算期変更により13ヶ月分を計上
- ② FY2020/3は、PC社の業績を6ヶ月分計上

売上高・EBITDAは増収増益見込み。

営業利益は子会社ののれん償却により減益を見込む

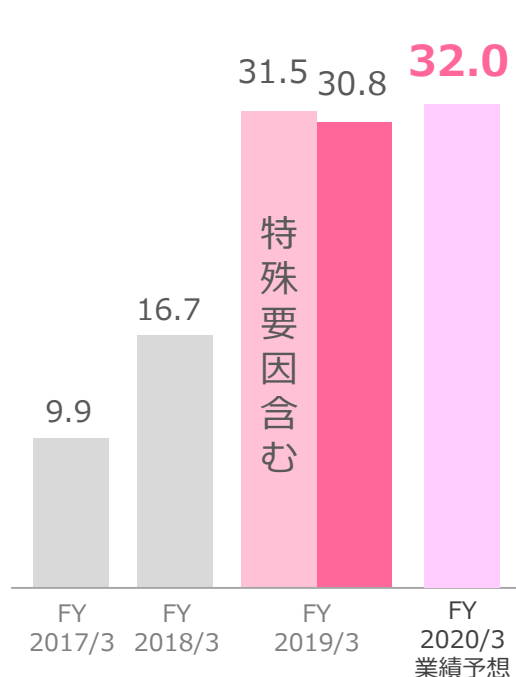
■ 売上高

700.0 億円



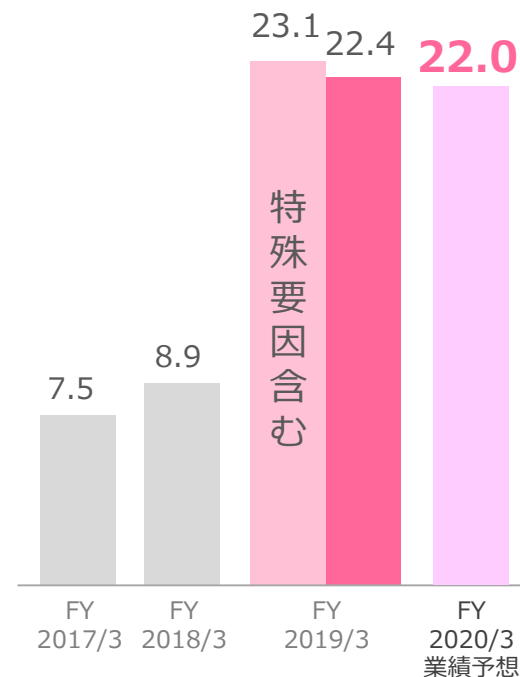
■ EBITDA

32.0 億円



■ 営業利益

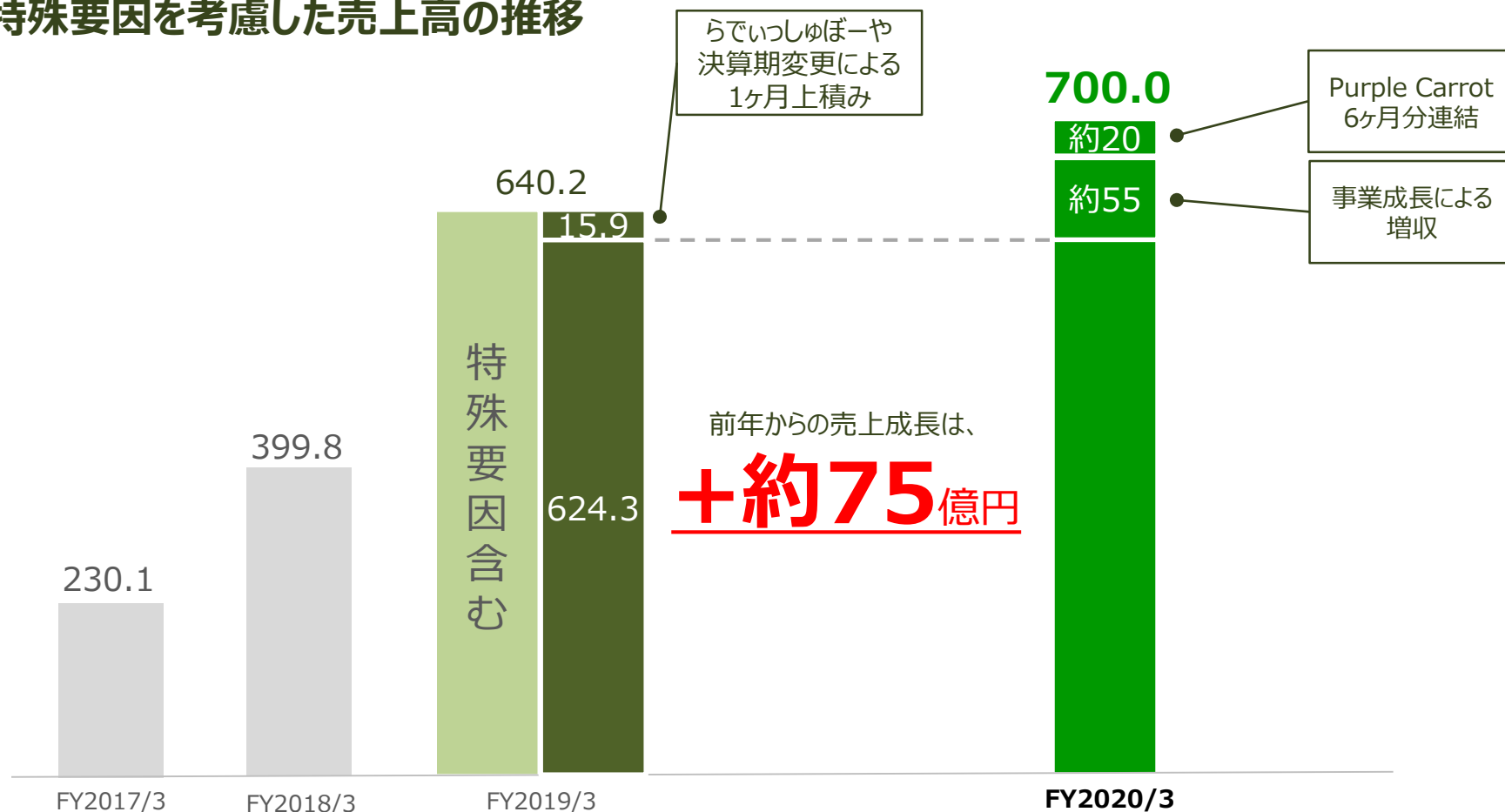
22.0 億円



FY2020/3の売上高予測について

売上高は、子会社連結による特殊要因を除いた場合、
前年差+50～60億円の売上高成長

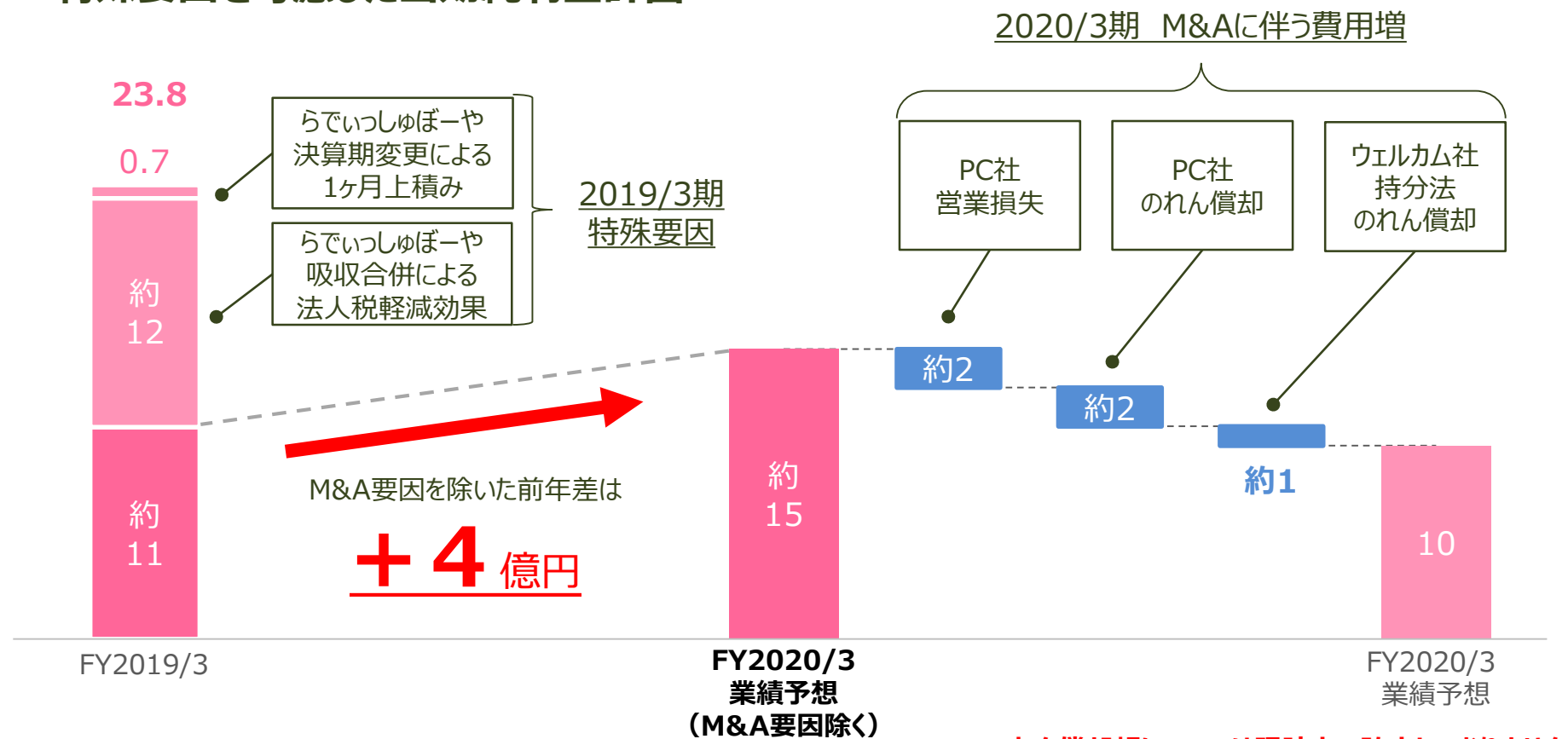
■ 特殊要因を考慮した売上高の推移



FY2020/3の利益予測について

利益は、法人税効果の消失や、子会社・関連会社ののれん償却の影響を織り込み減益見込み
但し、M&A要因を除いた利益では、宅配事業の伸長により増益を見込む

■ 特殊要因を考慮した当期純利益計画



※ のれん償却額については現時点で確定しておりません

セグメント別計画

売上高 計画

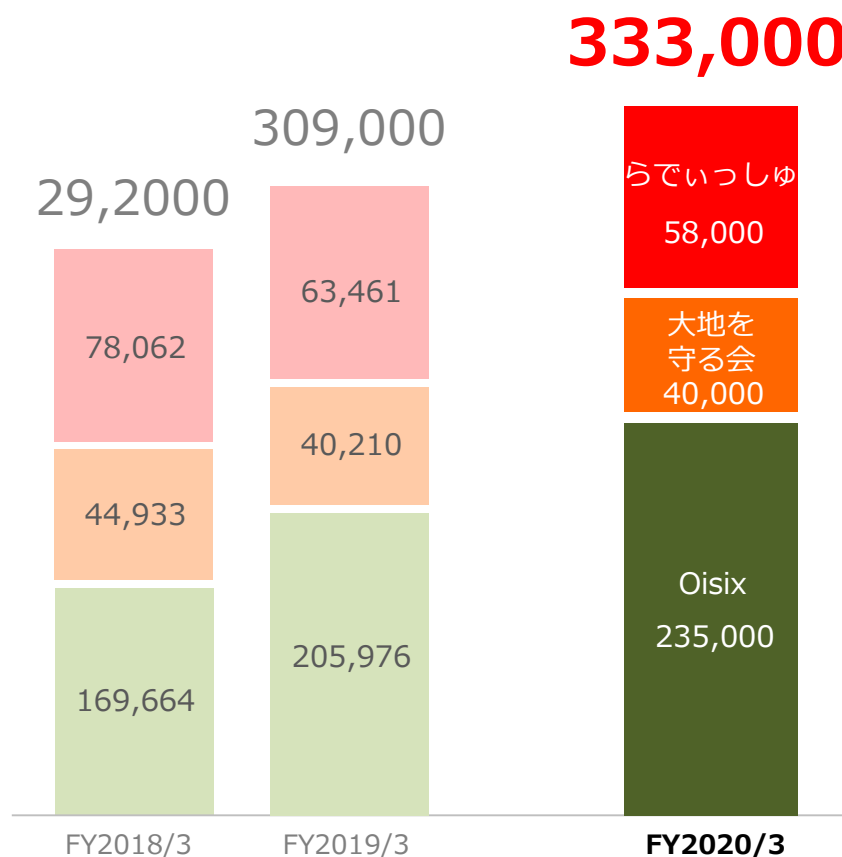
限界利益 計画
(のれん償却の影響を控除)

宅配事業	Oisix	349.0億円 (前年同期比 117.8%)	50.0億円 (前年同期比 124.0%)	Kit Oisixのニーズ拡大を捉え 順調に伸長
	大地を守る会	109.0億円 (前年同期比 100.0%)	20.0億円 (前年同期比 101.0%)	ターゲットニーズに沿った 商品・サービスの受け皿を整理し、 継続的に支持されるサービス設計を進める
	らでい っしゅ ぼーや	153.0億円 (前年同期比 92.2%)	30.0億円 (前年同期比 96.5%)	継続的な収益改善と、 ターゲットに支持される商品開発などの サービス設計を進める
	その他 事業	89.0億円 (前年同期比 153.7%)	8.0億円 (前年同期比 111.1%)	ソリューション事業・店舗外販事業など の伸長に加え、PC社の売上を 6か月分計上。 利益面では、PC社の早期収益改善を 進める

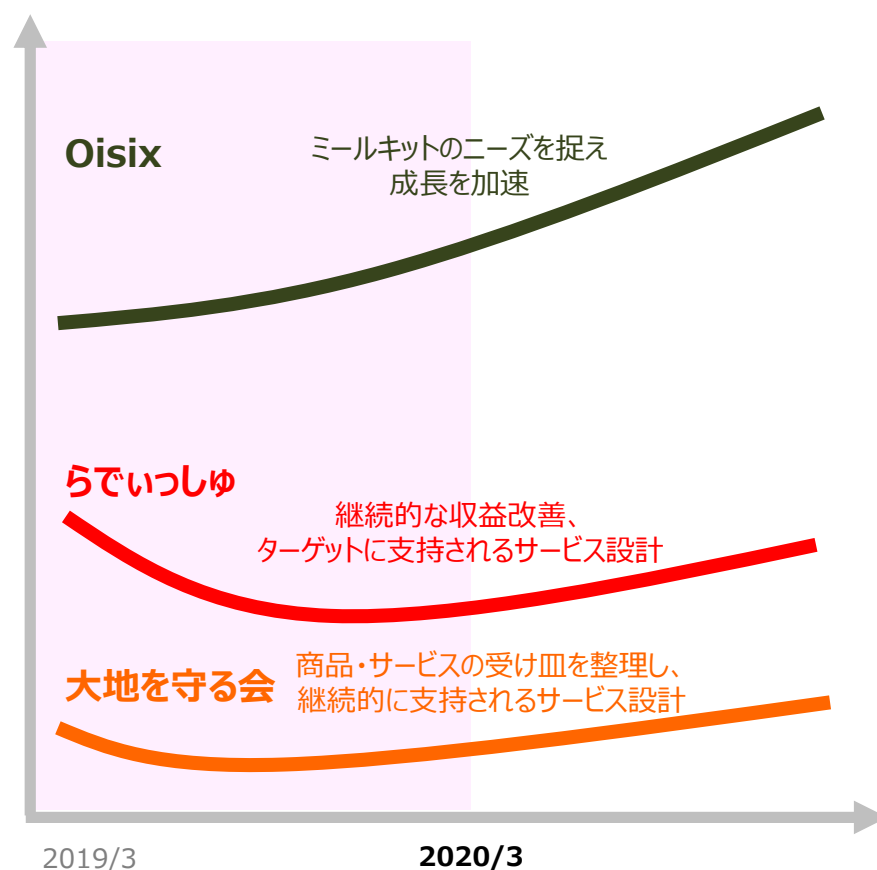
宅配事業の 会員数計画・成長イメージ

サブスクリプション宅配の経営ノウハウに則り、
FY2020/3期は、各ブランドの事業フェーズに沿った事業戦略を適正に実行

■ 会員数計画



■ ブランドごとの事業成長概念図



4. 当社ビジネスによる社会的活動について

「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
仕組みを構築します

食べる人と作る人とを繋ぐ方法をつねに進化させ、
持続可能な社会を実現します

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

N-1サミット・オーガニックフェスタ

生産者同士の技術交流、生産者と消費者の交流を目的に、2つの交流イベントを開催

■ N-1サミット（Oisix）

- ・消費者選出の「農家・オブザイヤー」の表彰、業種を超えた議論を実施
- ・全国のORD生産者約400名が集結



■ オーガニックフェスタ（大地を守る会）

- ・「つくる人」「はこぶ人」「食べる人」をつなぐ交流イベント
- ・2,000名を超えるお客さまが来場



東北リーダーカンファレンス

被災地域をリードするビジネスパーソンが集い、復興の新しいビジネスモデル創出に向け討論

■ 東北リーダーズカンファレンス

日時：2019年4月19日・20日

場所：福島Jビレッジ他

主な登壇者：

衆議院議員 小泉 進次郎 氏

福島県知事 内堀 雅雄 氏

福島県副知事 鈴木 正晃 氏

福島県双葉郡富岡町副町長 高橋 保明 氏

他



100万人のキャンドルナイト

電気を使わずに過ごし、社会の持続可能性に向けスローライフを提案する取り組み
6月15日に東京都港区増上寺にて、17回目の開催を予定



復職式

スムーズな職場復帰を目的に、復職ママ社員を対象とした“復職式”を開催。
2013年の上場以降の復職者数は37人になり、
女性社員の育休取得率、取得後の復帰率はともに100%を実現
時短社員のリソースを最大限に活かし、現在では復職ママを中心に43人の時短社員が活躍。



2019年3月期決算および2020年3月期業績予測に関する注釈事項まとめ

①らでいっしゅばーやの決算期変更について

経営統合に伴い、2月期から3月期へと決算期変更を行ったため、2018年3月～2019年3月の13か月分の業績が計上される変則決算となっております。

②らでいっしゅばーやの税効果について

繰越欠損金、繰延税金資産が発生し、約12億の税効果が発生しております。これにより、当期純利益が営業利益や経常利益と同水準になっておりますが、2020年3月期からはこの税効果はなくなり、通常通りとなります。

③Purple Carrotの業績連結について

Purple Carrotは半年間の連結となり、売上約20億円、営業利益▲2億円の見込みです。

④Purple Carrotおよびウェルカム社の株式取得に伴うのれんについて

のれんの金額は確定しておりませんが、Purple Carrotについて約2億、ウェルカム社について約1億を計画に計上しています。

5. APPENDIX • DATA SHEET

会社概要

会社名： オイシックス・ラ・大地株式会社（英名：Oisix ra daichi Inc.）

所在地： 東京都品川区

設立： 2000年6月

代表者： 代表取締役社長 高島 宏平

資本金： 1,284,022千円

従業員数： 連結 735名（2019年3月末）

関係会社概要

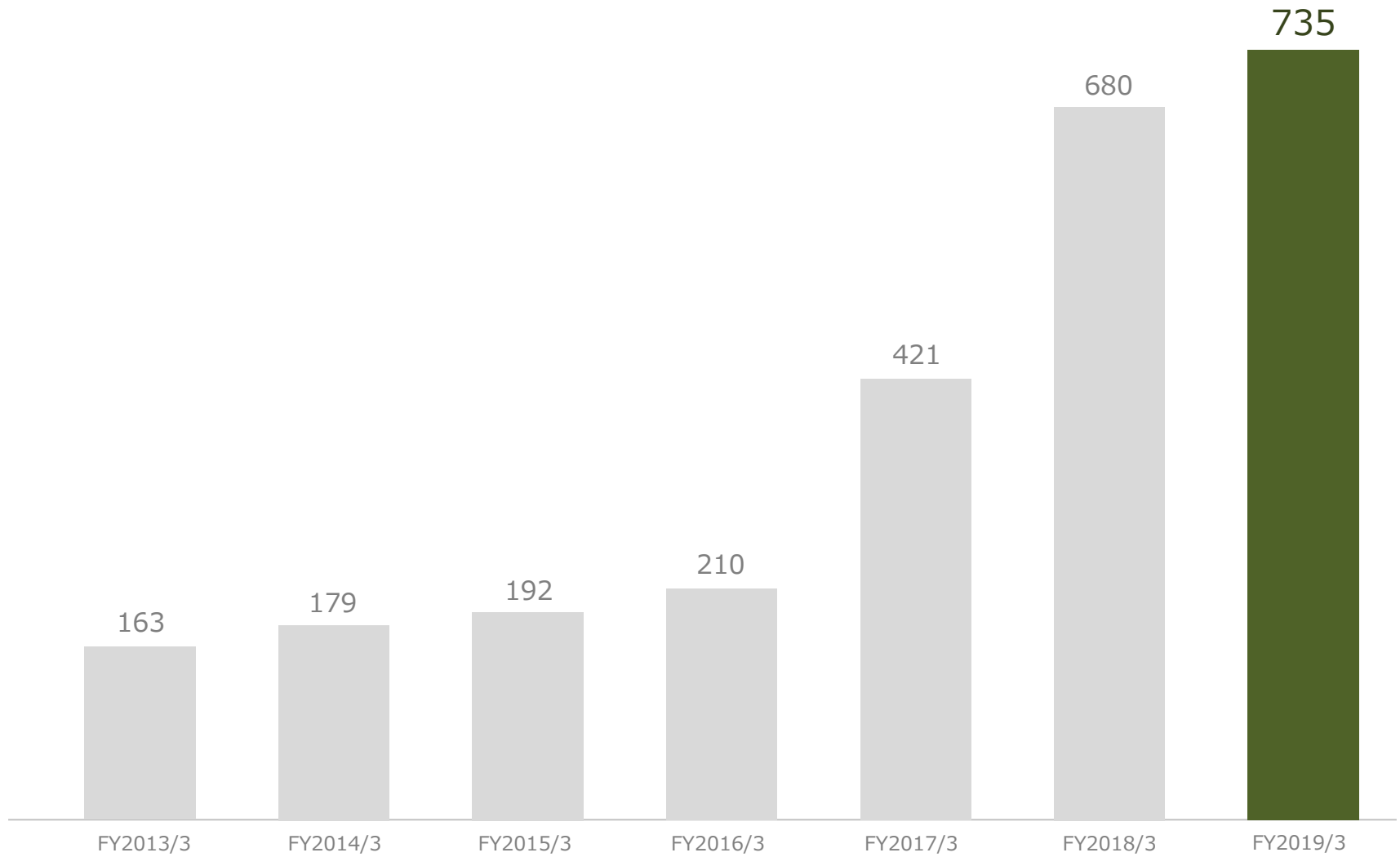
■ 連結子会社

株式会社とくし丸	移動スーパー事業における提携スーパーの開拓、販売パートナーへのノウハウ提供
株式会社フルーツバスケット	果実・野菜等の農産物の加工・商品開発、販売
株式会社ふらりと	作る人と食べる人をつなぐサイトの運営
カラビナテクノロジー株式会社	ECサイトのプラットフォームシステム開発、運用、Webサイト制作
株式会社クレイジーキッチン	ケータリングサービス事業、イベントプロデュース事業、空間演出事業
Oisix Hong Kong Co.,Ltd.	当社の香港現地業務の受託
上海愛宜食食品貿易有限公司	中国における食品宅配事業
Thee Limes ,Inc	アメリカにおけるミールキットの宅配サービス

■ 関連会社

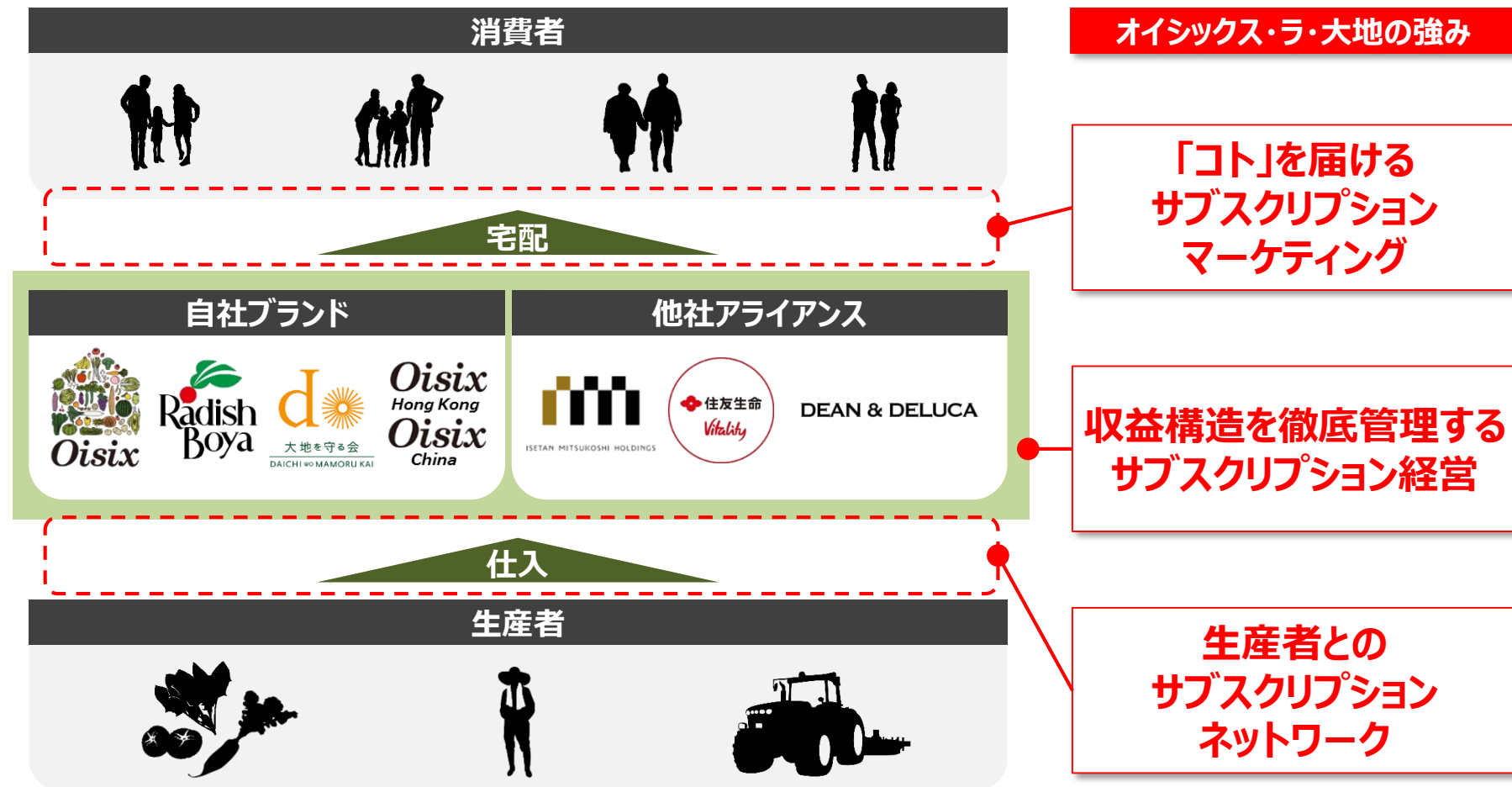
株式会社日本農業	農産物輸出事業
株式会社ウェルカム	小売及び飲食業を通じたライフスタイル事業 輸入食品および加工食品等の製造・販売、カフェの運営

従業員推移



当社のサブスクリプションモデル

宅配3ブランドで蓄積したサブスクリプションモデルにおける強みを活かし、
アライアンスや他社マーケティング支援まで事業領域を拡大



3ブランドの届ける「コト」

3ブランドそれぞれに、安心・安全な食品の流通を通して
お客さまの生活・価値観に沿った「コト」をお届け

子どもが小さいワーキングママ



時短だけど誇らしい食事



Oisix

家事も子育てもこだわる主婦



消費を通じた自己実現



生産者



2人暮らしのシニア女性



健やかな毎日の暮らし



大地を守る会
DAICHI NO MAMORU KAI

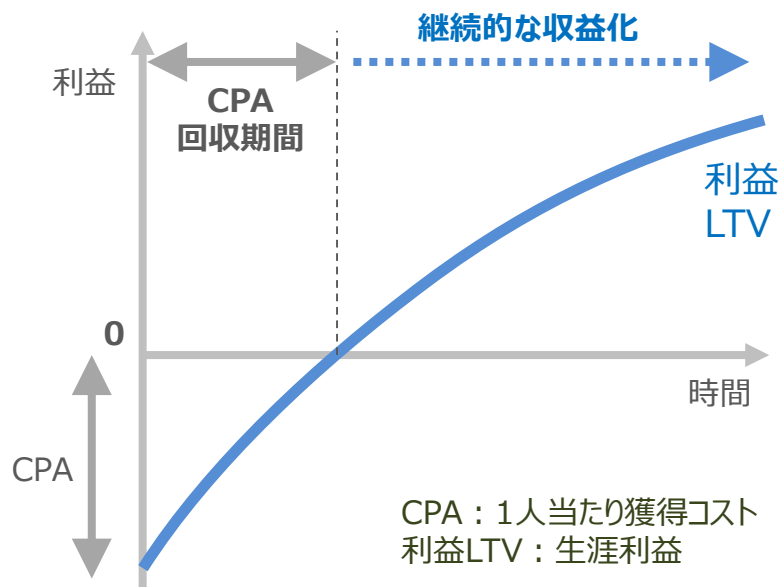


サブスクリプション経営

新規顧客の獲得コストの回収、1配送あたりの収支管理を徹底し
「持続的に利益を生むサブスクリプションモデル」を構築

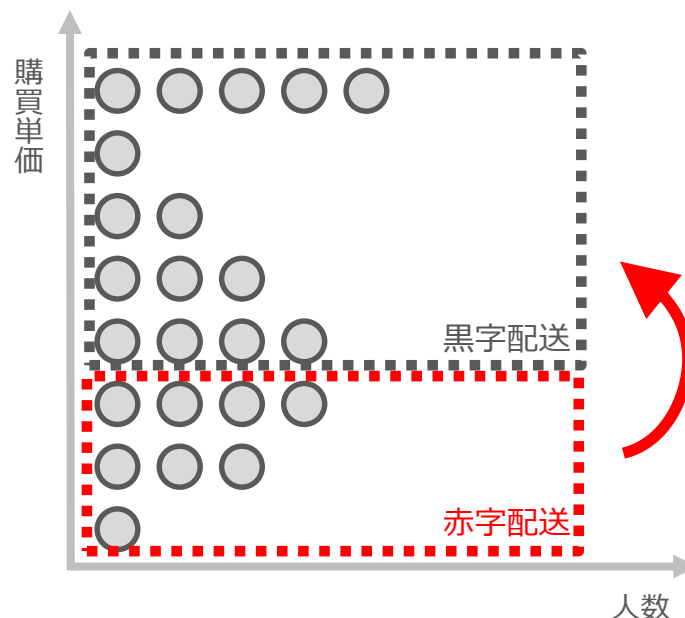
■ CPA・LTV管理の徹底

CPA回収期間を定め、
その範囲内でCPAをコントロール



■ ユニット収支管理の徹底

配送ユニットあたりの赤字割合を
可視化し、構造的に削減



サブスクリプション ネットワーク

全国約4,000軒の生産者と事前取引条件を取り決めて調達を行う
サブスクリプション ネットワークにより、お互いがリスクを軽減し持続的に取引

■ 一般的な農産品の流通



■ 当社の取引



3ブランドのアセットの違い



入会方法

WEB中心

WEB・訪問営業

WEB中心

注文方法

WEBのみ

WEB・紙カタログ・
TEL

WEB・紙カタログ・
TEL

物流拠点

1箇所
(海老名)

6箇所
(北海道・仙台・板橋・
座間・一宮・東大阪)

1箇所
(習志野)

ラスト
ワンマイル

ヤマト便 約99%

専用便 約95%
(物流拠点のある主要都市圏)

専用便 約85%
(首都圏)

海外事業

■ 香港事業



■ 中国事業



店舗外販事業：Shop in Shop

提携スーパーの青果売り場に各ブランドのコーナーを設置し、
各ブランドの基準をクリアした青果・加工品を販売



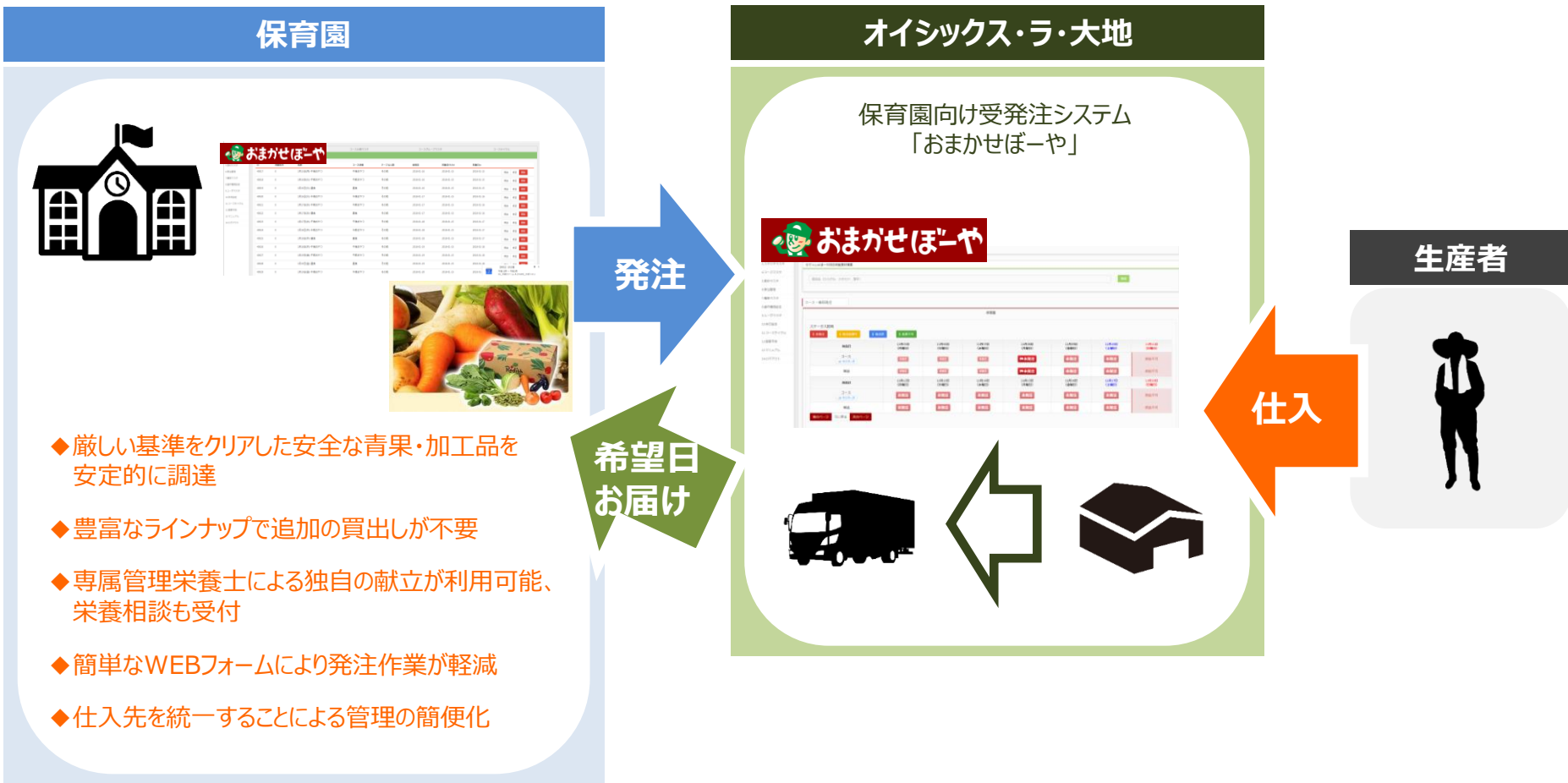
ISETAN MITSUKOSHI HOLDINGS



店舗外販事業：保育園卸

2015年よりサービスを開始。献立ベースで給食の食材を発注できるシステム。

「おまかせぼーや」を活用し、給食・食育の面から保育園の施設運営をサポート



ソリューション事業

当社が持つ安心安全な商品、優良な顧客層、サブスクリプションECノウハウを活用し、
BtoB向けのビジネスソリューションを提案

■ ECコンサルティング

リピートマーケティング、サイトのUI/UX改善、食品3温度帯物流、EC新規顧客獲得、オムニチャネルのノウハウのソリューション支援



■ 定期会員向け広告「Ad Oisix」

月間120万UVを誇るECサイトに加え、大地を守る会、らでいっしゅぼーやの定期宅配会員も含めた約30万世帯へリーチできる広告出稿サービス



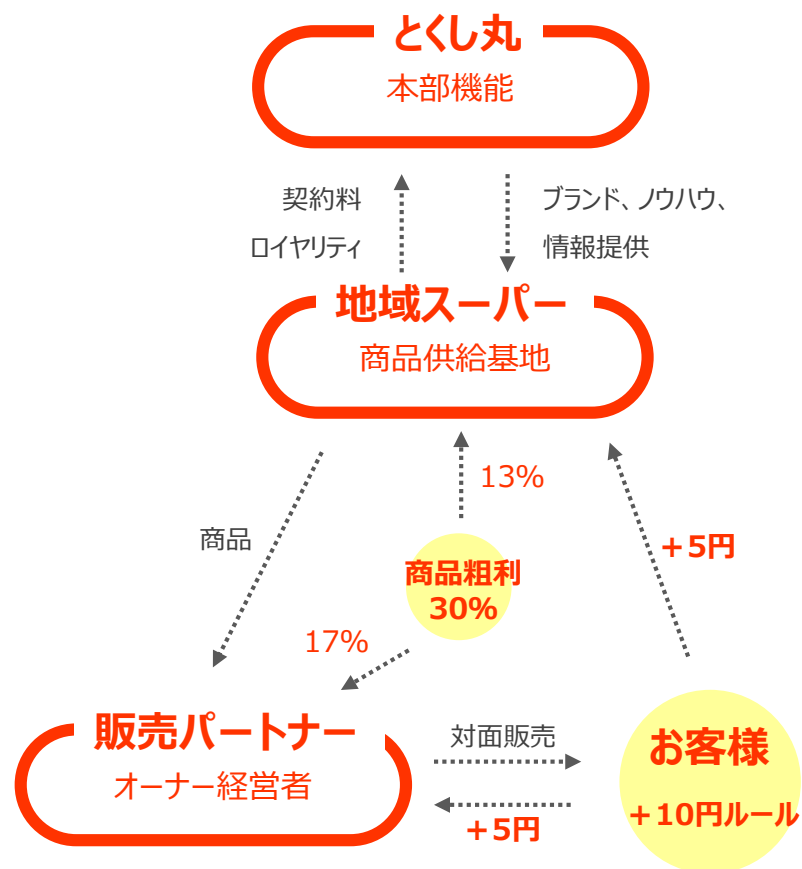
■ 旬野菜ノベルティ「タベルティ」

年間約300万件以上の定期宅配で培った、サービス・商品・お届けのノウハウをノベルティとしてご提供



インターネットではアプローチが困難なシニア・買い物難民向けに、移動販売スーパーを展開

■ 事業モデル



主な事業リスク

■ 天候悪化による影響

当社グループの売上高の約3割を占めている青果物については、取引産地を日本全国各地に分散するとともに、主要品目については原則として複数産地から調達可能な状況とすることにより、特定地域の天候悪化による収穫不能・品質劣化時も別産地から商品の供給ができる体制をとっております。しかしながら、予想以上に天候悪化が長期化・広域化した場合、欠品や品質劣化等の問題の発生などにより、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。



■ 物流業務拠点の集中による影響

当社では、自社運営による物流センターを構え、取り扱い商品の検品・保管・仕分・梱包といった物流関連業務を集約しており、主にO i s i xブランドは神奈川県海老名市、大地を守る会ブランドは千葉県習志野市の物流センターを通してお客様向けに出荷しております。これら物流センターが自然災害又は火事などにより操業できなくなった場合、在庫の損失や配送遅延、サービス一時停止などといった事態の発生により、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

■ 食品の安全性による影響

当社グループいずれの主要ブランドにおいても、独自の取り扱い基準を設定し、青果物は可能な限り農薬や化学肥料を使わず栽培した作物を、加工品は食品添加物を極力使用しない製品を取り扱っております。また、青果物については産地視察や残留農薬の検査を実施し、加工品等については外部の有識者や第三者機関等を活用した独自の検査体制を設け、さらには仕入先メーカーの衛生管理指導を行うなど、客観的かつ合理的な品質・安全性の確保に努めております。

しかしながら、当社グループの取り扱い商品について、生産者による農薬使用等に関する表示の偽装や品質に関する虚偽の情報提供などが行われる可能性は否定できません。かかる事象が発生した場合、行政機関からの指摘又は処分並びにお客様からのクレーム又は損害賠償等が生じる可能性があり、当社グループのブランドイメージの失墜や対外的信用力の低下等により、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

■ ヤマト運輸株式会社との取引関係の影響

当社グループのお客様への商品配送は、その大半をヤマト運輸株式会社によっております。当社グループとしては同社との良好な取引関係の維持に努めるとともに、代替的な配送業者との関係構築にも努めておりますが、昨今の物流業界の状況に鑑み、同社グループからの大幅な配送料の値上げ要請や取引関係の縮小などがあった場合、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。



データシート：業績数値

■ 業績数値

	FY2017/3				FY2018/3				FY2019/3			
(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	5,379	10,718	17,113	23,016	9,602	18,935	30,007	39,987	16,853	31,720	48,906	64,026
営業利益	169	270	625	752	141	237	692	891	610	1,115	2,265	2,312
EBITDA	225	391	810	996	320	635	1,282	1,670	808	1,513	2,882	3,154
親会社株主に 帰属する 当期純利益	119	187	429	515	72	93	336	237	537	893	2,533	2,387

データシート：セグメント別業績

■ セグメント別業績

		FY2018/3				FY2019/3			
(百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
Oisix	売上高	5,790	11,470	18,481	24,799	6,863	13,769	22,190	29,619
	限界利益	674	1,392	2,421	3,288	970	1,943	3,371	4,036
大地を守る会	売上高	2,790	5,487	8,508	11,215	2,769	5,440	8,405	10,902
	限界利益	539	1,078	1,650	2,095	479	960	1,536	1,989
らでいっしゅ ぼーや	売上高	-	-	-	-	5,811	9,926	14,346	18,028
	限界利益	-	-	-	-	1,030	1,765	2,657	3,342
その他事業	売上高	1,109	2,163	3,263	4,250	1,482	2,755	4,198	5,793
	限界利益	185	384	571	760	154	290	479	724
固定費・のれん償却費など		1,257	2,853	3,951	5,253	2,024	3,844	5,779	7,779

データシート：重要KPI

■ 業績数値

		FY2018/3	FY2019/3			
		4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
Oisix	会員数 (人)	169,664	179,942	189,352	197,272	205,976
	ARPU (円)	11,602	11,562	11,127	11,534	11,183
	購買単価 (円)	5,925	6,002	5,973	6,150	6,015
	購買頻度 (回)	1.96	1.93	1.86	1.88	1.86
大地を守る会	会員数 (人)	44,933	44,111	43,835	42,996	40,210
	ARPU (円)	19,240	20,122	19,386	21,848	19,758
	購買単価 (円)	7,726	7,770	7,553	8,529	7,811
	購買頻度 (回)	2.49	2.59	2.57	2.56	2.53
らでいっしょ ぼーや	会員数 (人)	78,062	74,949	72,101	66,233	63,144
	ARPU (円)	16,639	17,277	17,177	18,988	17,264
	購買単価 (円)	5,278	5,460	5,616	6,114	5,869
	購買頻度 (回)	3.15	3.16	3.06	3.11	2.94

免責事項

- ◆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 ra daichi