



FY2019/3 3Q決算説明資料

オイシックス・ラ・大地株式会社

2019.2.13

1. FY2019/3 3Q 業績進捗
2. 業績予想の修正
3. 食の課題解決に向けたトピック
4. APPENDIX・DATA SHEET

1. FY2019/3 3Q 業績進捗

3Qハイライト

【今期限定の特殊要因】

1. らでいっしゅぼーやは、決算期変更により3月～12月の10ヶ月間を計上
2. 四半期純利益は、らでいっしゅぼーやの繰越欠損金および繰延税金資産による税効果を計上

売上高

489.0億円
(前年同期比 163.0%)

EBITDA
※1

28.8億円
(前年同期比 224.7%)

営業利益

22.6億円
(前年同期比 327.2%)

親会社株主に
帰属する
四半期
純利益

25.3億円
(前年同期比 753.7%)

宅配事業

Oisix

売上高

221.9億円
(前年同期比 120.1%)

限界利益

33.7億円
(前年同期比 139.2%)

大地を守る会 ※2

売上高

84.0億円
(前年同期比 98.8%)

限界利益

15.3億円
(前年同期比 93.1%)

らでいっしゅぼーや

売上高

143.4億円
(前年同期比 ー %)

限界利益

26.5億円
(前年同期比 ー %)

その他事業 ※2

売上高

41.9億円
(前年同期比 139.1%)

限界利益

4.7億円
(前年同期比 83.9%)

連結業績概要

【今期限定の特殊要因】

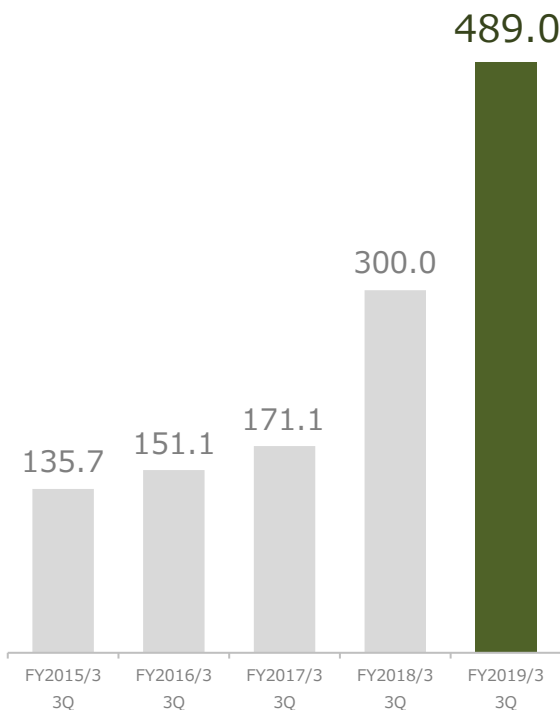
らでいっしゅぼーやは、
決算期変更により3月～12月の10ヶ月間を計上

売上高は**最高額**、営業利益、EBITDAともに**最高益を更新**

■ 売上高

489.0億円

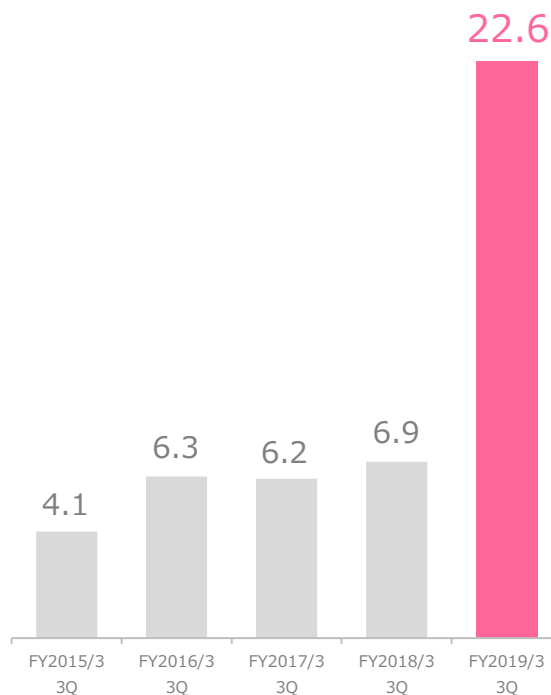
(前年同期比 **163.0%**)



■ 営業利益

22.6億円

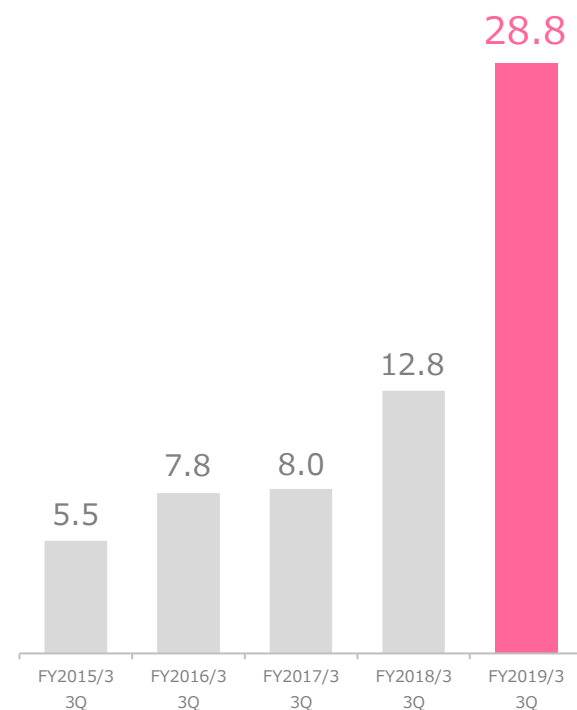
(前年同期比 **327.2%**)



■ EBITDA

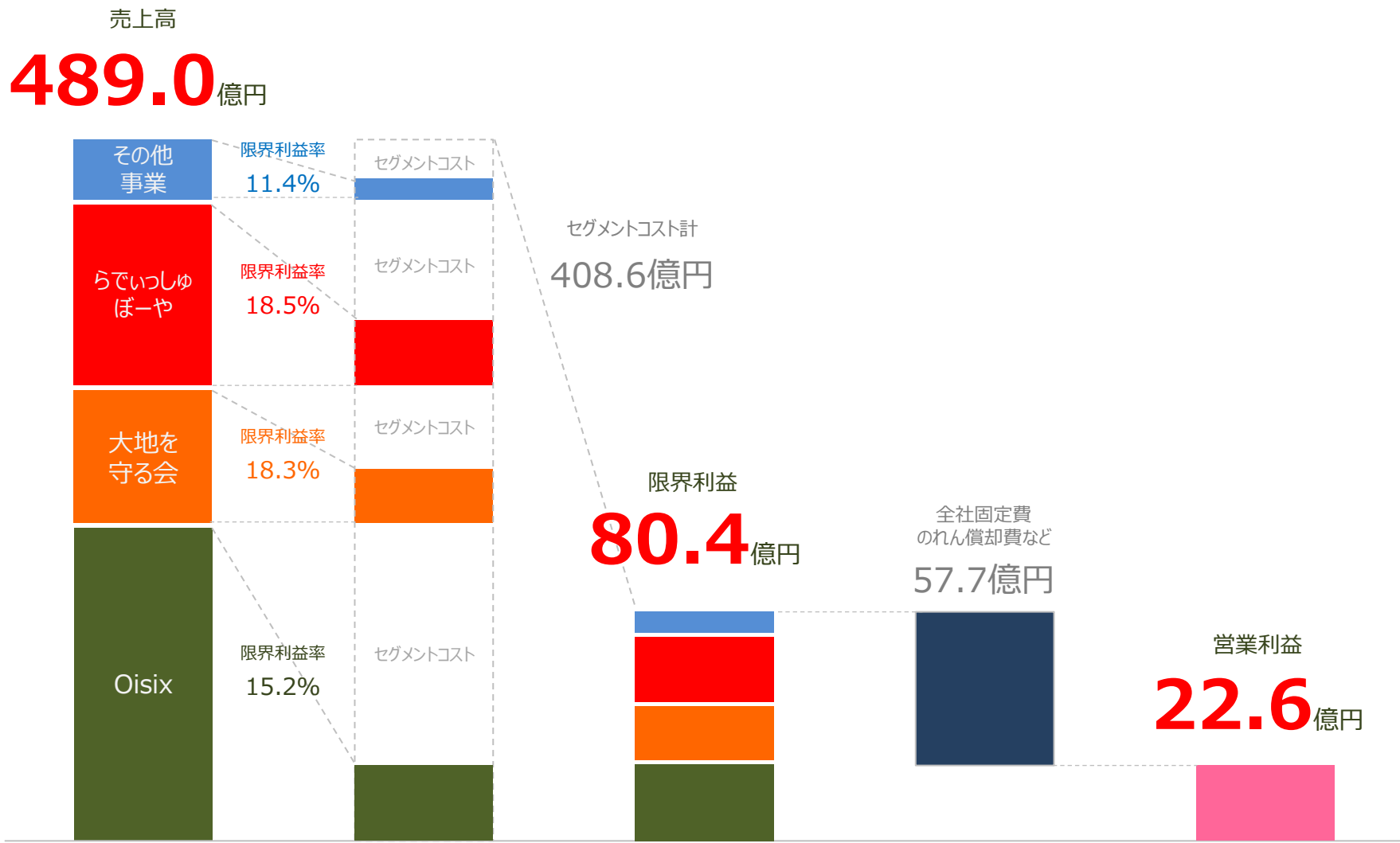
28.8億円

(前年同期比 **224.7%**)

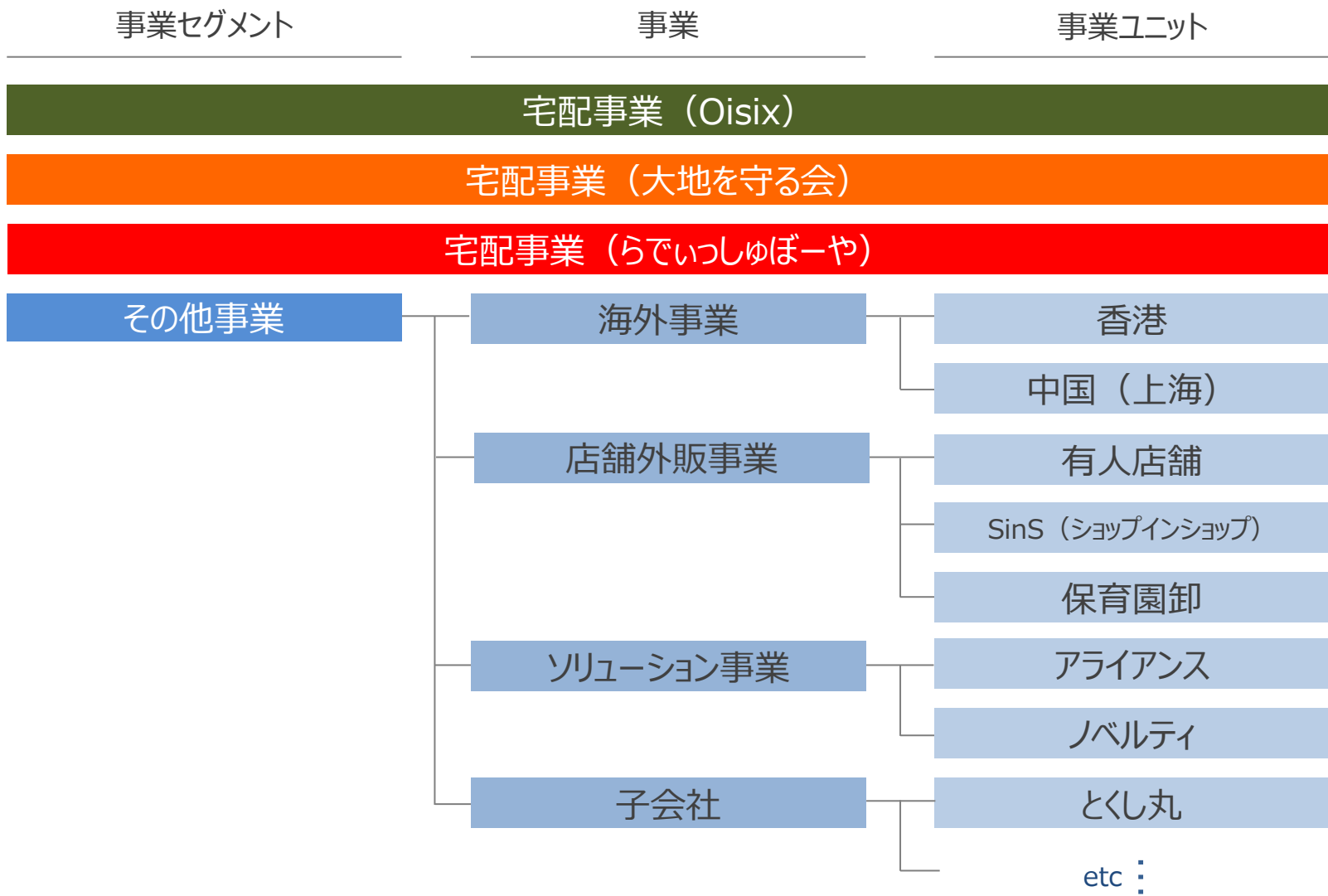


事業セグメント概要

【今期限定の特殊要因】
らでいっしゅぼーやは、
決算期変更により3月～12月の10ヶ月間を計上



事業セグメント全体像



Oisix KPI

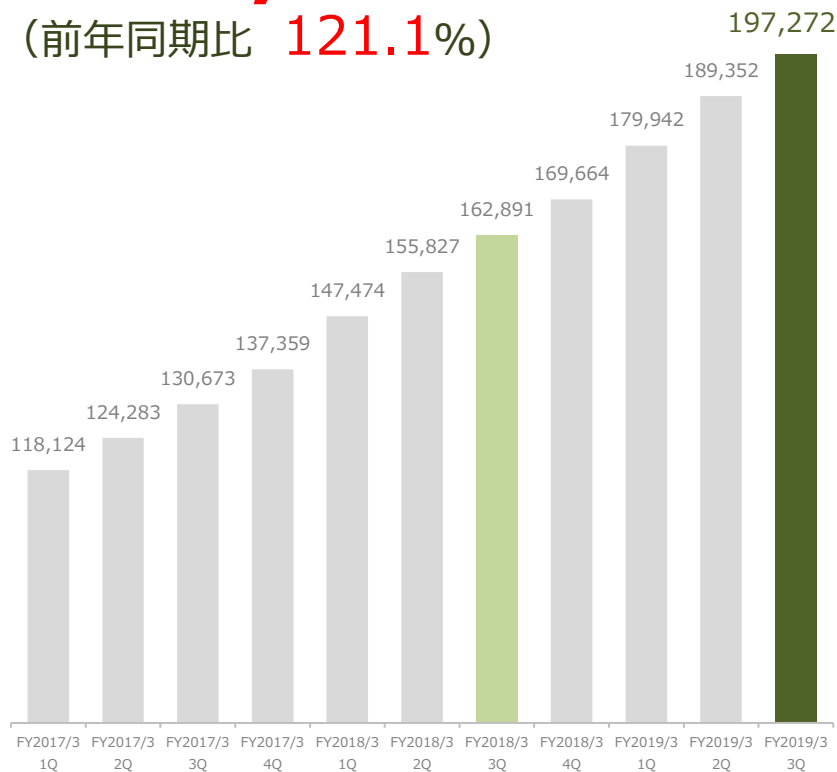
会員数：Kit Oisixコースを中心に順調に伸長

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

197,272人

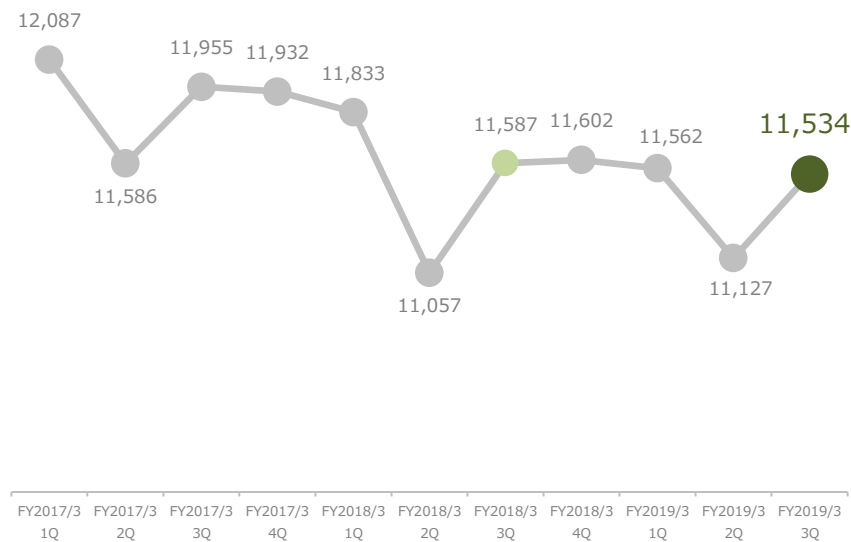
(前年同期比 121.1%)



■ ARPU

11,534円

(前年同期比 99.5%)



Oisix トピック

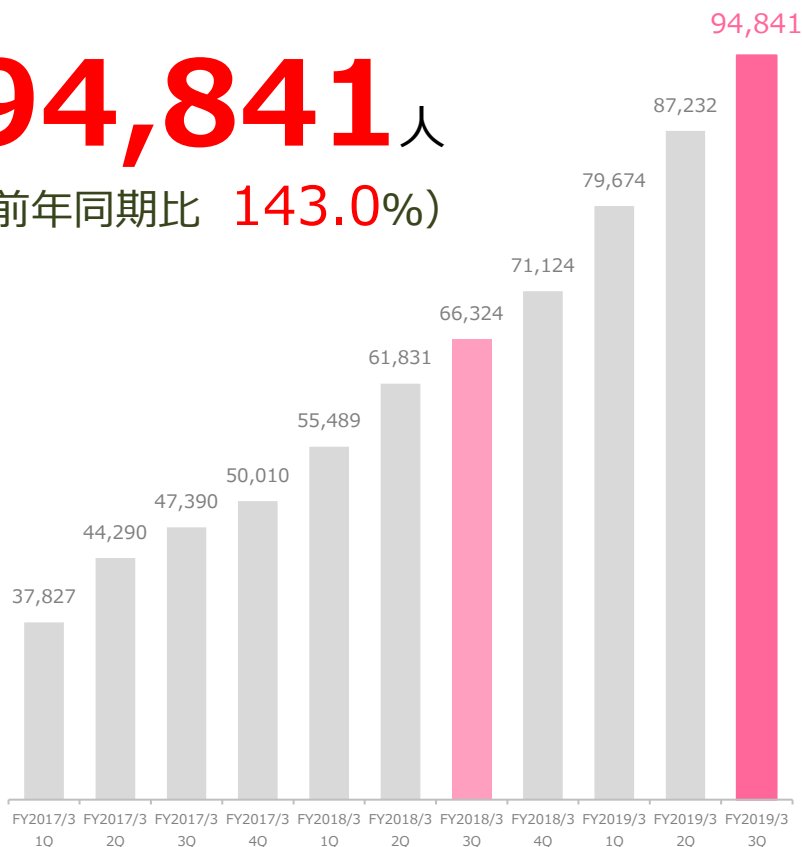
Kit Oisixコース会員は、ミールキットのニーズの高まりから伸長が加速し、**90,000人を突破**

■ Kit Oisixコース会員数推移

(Oisix会員数に含む)

94,841人

(前年同期比 **143.0%**)



■ Kit Oisixの特徴

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

Kit Oisixは、累計3,000万食を突破。料理研究家とのコラボなど多様なメニュー提案を実施
また、2月より配送料テーブル改定を実施、無料ラインの引き下げなど毎週利用しやすい体系に変更

■ Kit Oisix

累計出荷数 **3,000**万食突破！
(12月末時点)

◆ 直近リリースのKit Oisix



■ 料理家 栗原心平さんとのコラボKit
子どもも食べられる「チーズタッカルビ」

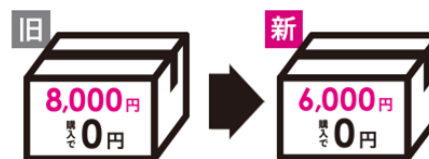


■ 受験生応援！
長いも「ねばりスター」をのせた「甘辛豚ソテー」

■ 配送料テーブルの改定

配送料無料のラインの引き下げや、
シンプルな配送料テーブルへの変更など**毎週利用しやすい体系へ改定**

■ 配送料無料ラインを8,000円⇒6,000円に引き下げ



■ シンプルな配送料テーブルへ変更

注文金額/回	配送料	注文金額/回	配送料
8,000円～	0円	6,000円～	0円
6,000円～	100円		
4,500円～	150円	4,000円～	200円
3,500円～	350円		
～3,499円	750円	～3,999円	600円

大地を守る会 KPI

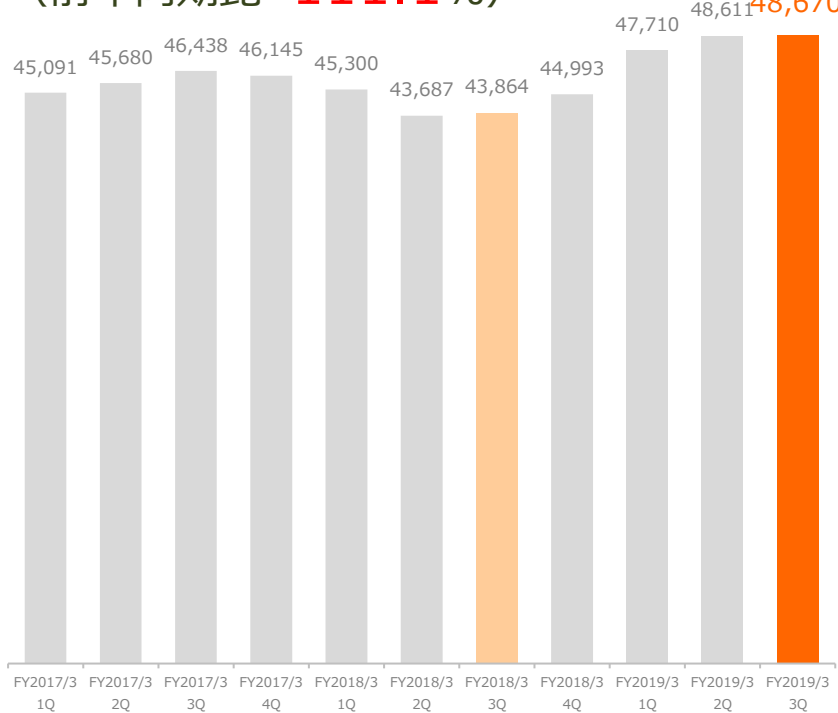
会員数：低LTVのチャネルを精査し、質の高い新規顧客の獲得へ移行を進める

ARPU：購買行動の二極化が継続、購買単価は上昇するものの、購買頻度が低下し**減少**

■ 会員数

48,670人

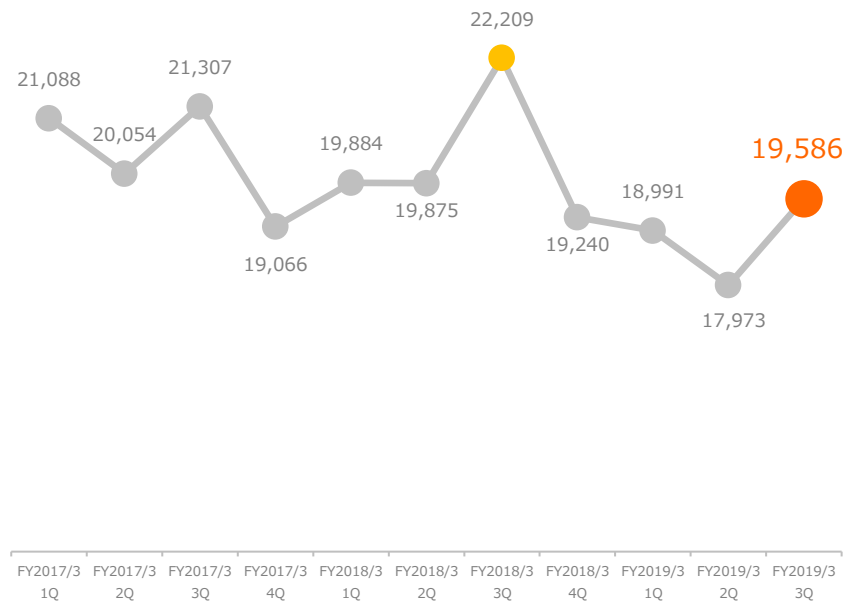
(前年同期比 **111.1%**)



■ ARPU

19,586円

(前年同期比 **88.2%**)

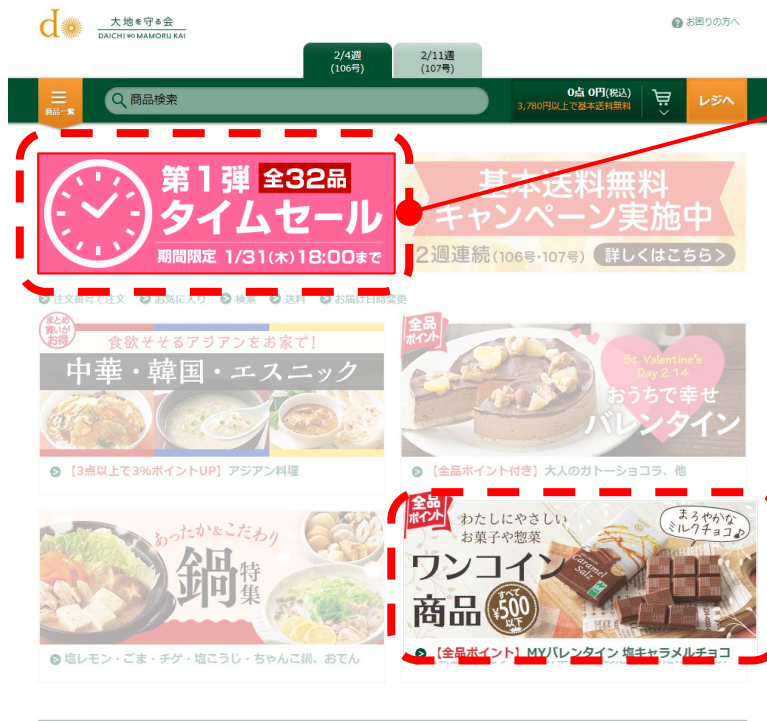


大地を守る会 トピック

WEBサイトを中心とした売り場改善を実施。

“タイムセール”や“サイト限定特集”の訴求により、**購買単価のアドオンに寄与**

WEBの購買単価向上施策



◆タイムセール

WEBサイトにて48時間限定の
タイムセールを週2回実施。
サイトへの誘導を図るとともに
購買単価のアドオンに寄与

◆サイト限定特集

紙カタログに掲載されていない
WEB限定の商品を拡充。
通常商品より割引率を上げるなどの
施策を実行



今回は、おでん・あったか鍋を中心とした、商品32品をポイント付きでご紹介します。



らでいっしゅぼーや KPI

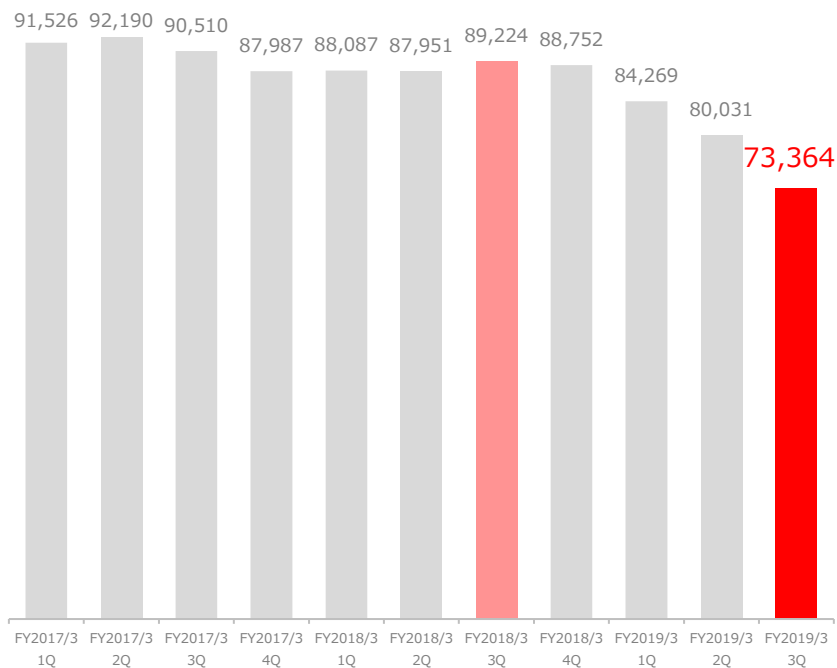
会員数：赤字オーダーの削減のため配送料改定を実施した結果、ライトユーザが減少

ARPU：配送料改定に伴い実施した既存ユーザへの購買単価向上施策が奏功し増加

■ 会員数

73,364人

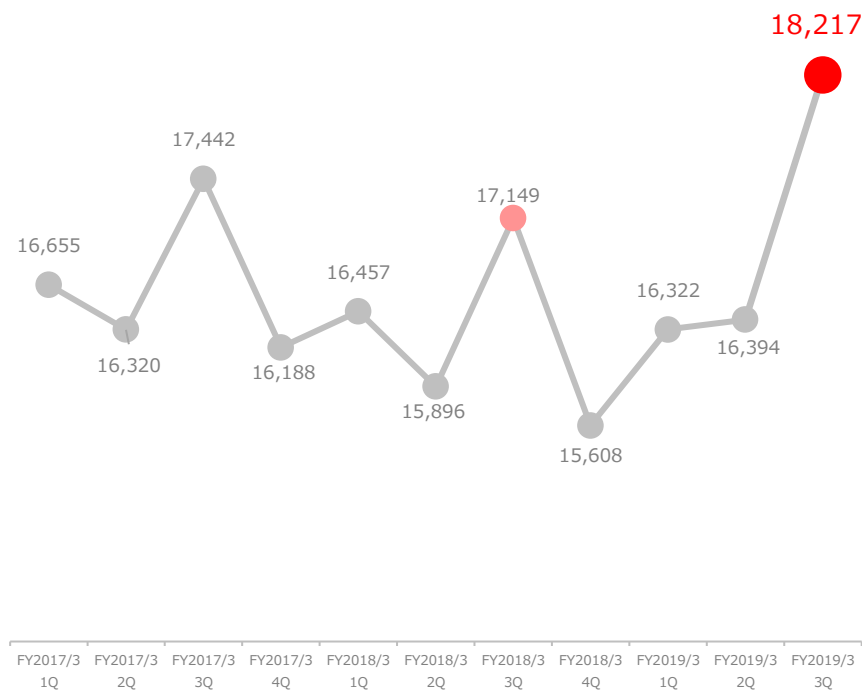
(前年同期比 82.2 %)



■ ARPU

18,217円

(前年同期比 106.2 %)



らでいっしゅぼーや トピック

11月に実施した配送料改定により、3,000円未満の低単価赤字オーダーが減少。
既存会員への買い方提案にリソースを集中し、買い増しや定期お届け商品の契約率が良化、
結果として、**購買単価の上昇、収益構造の良化に繋がった**

■ 配送料テーブルの改定

注文金額/回	定期お届け商品		定期お届け商品	
	契約あり	契約なし	契約あり	契約なし
5,000円～	0円	0円	変更なし	
3,000円～	180円	300円	変更なし	
～2,999円	280円	500円	380円	600円
優遇セグメント				
3歳未満のお子様の いる会員様	いつでも配送料無料		3,000円以上の利用で 配送料無料	
3年以上継続利用 会員様	定期お届け商品 契約ありの場合配送料無料			

3,000円未満の
配送料を改定

データシート：重要KPI

■ 業績数値

		FY2017/3				FY2018/3				FY2019/3		
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
Oisix	会員数 (人)	118,124	124,283	130,673	137,359	147,474	155,827	162,891	169,664	179,942	189,352	197,272
	ARPU (円)	12,087	11,586	11,955	11,932	11,833	11,057	11,587	11,602	11,562	11,127	11,534
	購買単価 (円)	5,874	5,799	5,975	5,872	5,817	5,704	5,908	5,925	6,002	5,973	6,150
	購買頻度 (回)	2.06	2.00	2.00	2.03	2.03	1.94	1.96	1.96	1.93	1.86	1.88
大地を守る会	会員数 (人)	45,091	45,680	46,438	46,145	45,300	43,687	43,864	44,993	47,710	48,611	48,670
	ARPU (円)	21,088	20,054	21,307	19,066	19,884	19,875	22,209	19,240	18,991	17,973	19,586
	購買単価 (円)	7,605	7,524	7,965	7,525	7,589	7,700	8,336	7,726	7,731	7,786	8,383
	購買頻度 (回)	2.77	2.67	2.67	2.53	2.60	2.58	2.67	2.49	2.46	2.31	2.34
らでいっしょ ぼーや	会員数 (人)	91,526	92,190	90,510	87,987	88,087	87,951	89,224	88,752	84,269	80,031	73,364
	ARPU (円)	16,655	16,320	17,442	16,188	16,457	15,896	17,149	15,608	16,322	16,394	18,217
	購買単価 (円)	5,543	5,546	5,751	5,378	5,501	5,518	5,889	5,339	5,542	5,691	6,208
	購買頻度 (回)	3.00	2.94	3.03	3.01	2.99	2.88	2.91	2.92	2.95	2.88	2.93

その他事業：海外事業

■ Oisix 香港法人

2009年より現地でサービスを開始

3Qは、香港人向けのサービス磨き上げのため、利用頻度の高い香港人ユーザへのヒアリングやマーケット調査を実施。

サブスク利用を促す定期コースの改良にむけ、訴求コンセプトの明確化を図る



只有在 Oisix 才能品嚐到的當造新鮮食材



生産者只提供最優質的食材至大家的餐桌上

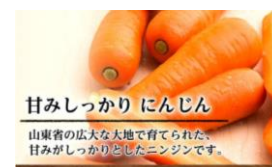


客人可選擇您喜歡的日子及時間帶收貨

■ Oisix 中国法人

2017年11月より日本人向けにサービスを開始

3Qは、中国人向けのサービス拡充に向け、中国人ニーズに沿った商品ラインナップの拡充や商品供給の安定化、中国語のECサイトやシステム基盤の構築を進めた



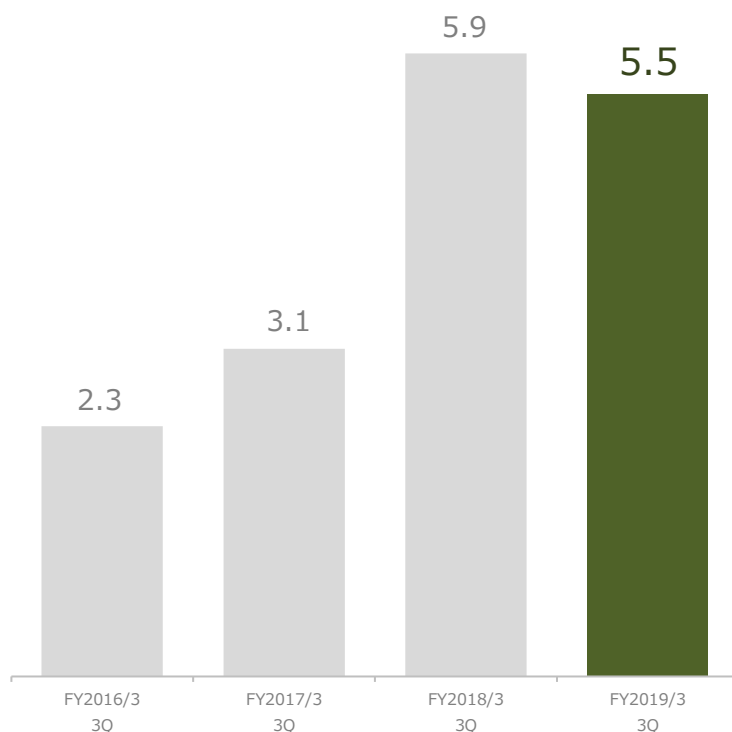
その他事業：店舗外販事業

■ Shop in Shop

2Qに実施した不採算店舗の撤退により全体の売上は減少も、収益構造は良化

■ 売上高

5.5億円



■ 取引店舗

138店

Miuraya
Healthy & Safety

Tokyu Store



Odakyu OX

QUEEN'S ISETAN



ライミン

リベレイト

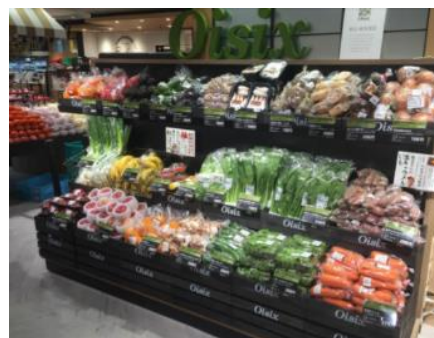
ARAZA

HEIWADO



MARUSHO

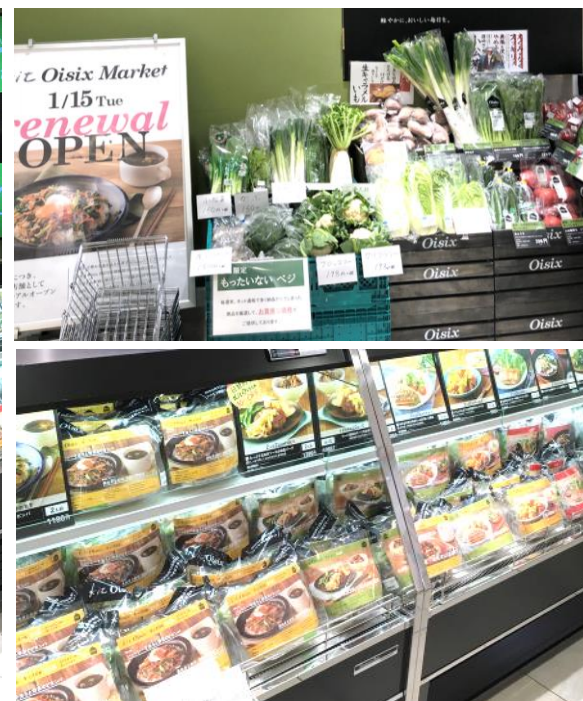
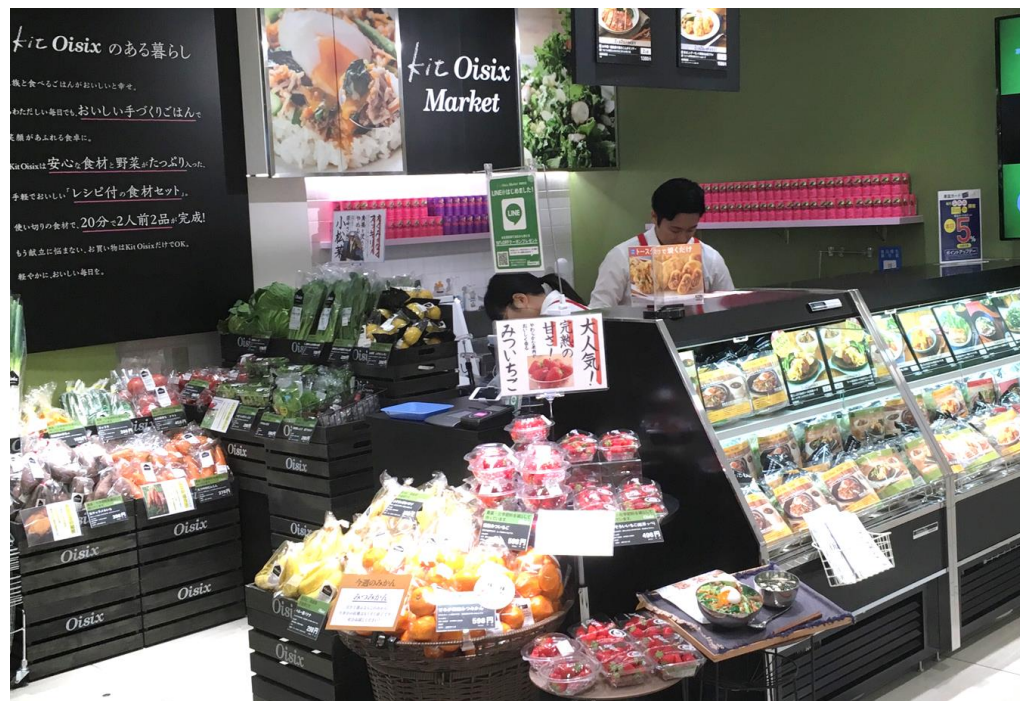
AEON



その他事業：店舗外販事業

■ 有人店舗

1月に新越谷の店舗をリニューアルオープン。商品陳列レイアウトや顧客導線の改善により
店内の滞留時間が向上



その他事業：店舗外販事業

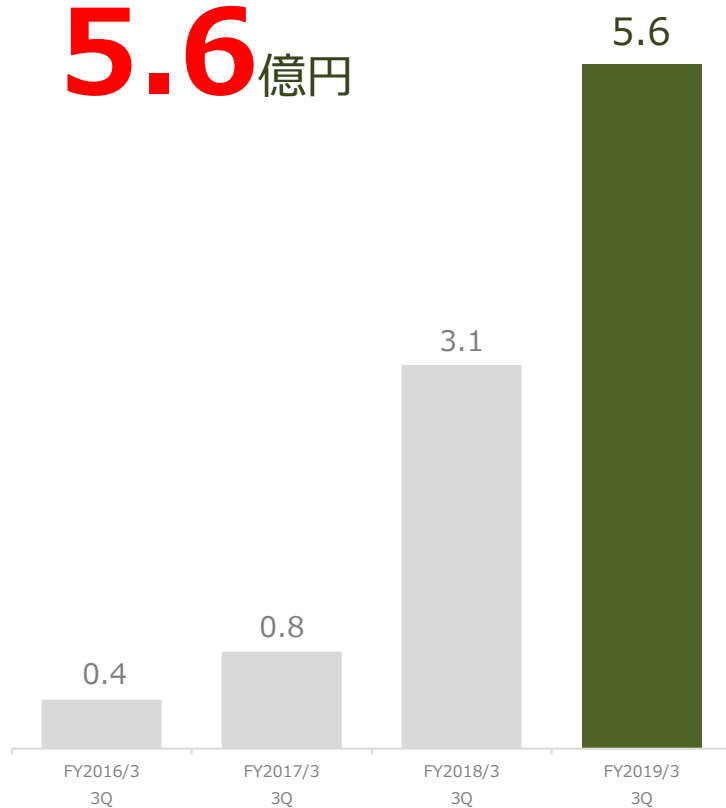
■ 保育園卸

2Qに引き続き、新規取引先が堅調に推移し**売上増**

また、物流・配送の効率化や商品原価の見直しにより、**利益構造も改善**

■ 売上高

5.6億円



■ 取引園数

323園



その他事業：ソリューション事業

当社の強みである“サブスクリプションECノウハウ”や“32万世帯の優良会員へのリーチ”を活用したBtoBビジネスも順調に拡大

■ アライアンス

「ISETAN DOOR」

住友生命「Vitality」など順調に進捗

■ プロモーション支援

3ブランド計で32万世帯の定期会員向けに

WEBや紙媒体での広告出稿を支援

◆「ISETAN DOOR」のEC運営支援



◆住友生命「Vitality」とパートナー提携



◆ティファール

会員向けの広告アプローチに加え、
当社のキッチンスペースを利用した、
圧力鍋レシピの料理イベントを実施



◆平戸市 ふるさと納税

一昨年より、平戸市のふるさと納税を
OisixのWEBサイトにてPR



長崎県 平戸市ふるさと納税 × Oisix

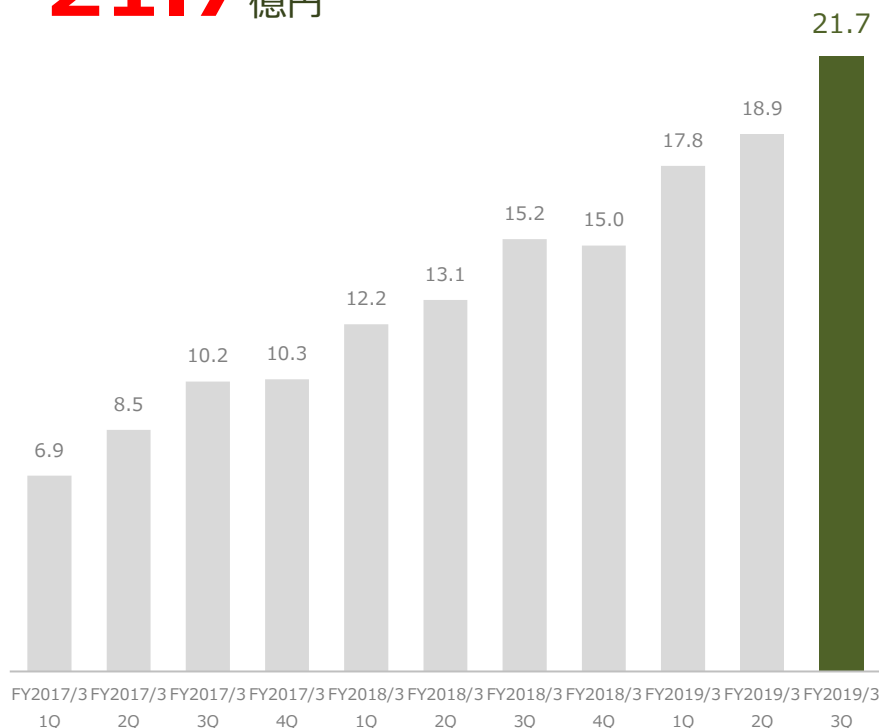
子会社：とくし丸

流通額・稼働台数・展開都道府県は順調に伸長

稼働車両台数は360台、提携契約スーパーは100社を突破

■ 流通額

21.7 億円



■ 展開規模

提携スーパー数

106 社

稼働車両台数

362 台



子会社：CRAZY KITCHEN

auの新機種広告キャンペーン「Inspired by INFOBAR」に参加、
「茄子紺」の色合いを表現した食卓デザインを監修

Inspired by
INFOBAR

INFOBAR xv
NASUKON

au

INFOBAR × Food Designer
CRAZY KITCHEN
“NASUKON”の色の奥深さを、茄子を使った
リアルな食卓から感じ取ってもらいたい。

2. 業績予想の修正

業績予想修正ハイライト

【今期限定の特殊要因】

1. らでいっしゅぼーやは、決算期変更により3月～12月の10ヶ月間を計上
2. 四半期純利益は、らでいっしゅぼーやの繰越欠損金および繰延税金資産による税効果を計上

営業利益は**22.2%**、EBITDAは**15.4%**上方修正

Oisix事業の売上伸長による利益率の改善、らでいっしゅぼーやの利益構造の良化が前回発表時の予想よりも上回る見通しとなった。当期純利益は、らでいっしゅぼーやの繰延税金資産の追加計上など

今期限定の特殊要因により増益の見通し

	当初予想	修正予想	増減額	増減率
売上高	640.0億円	640.0億円	0億円	0.0%
営業利益	18.0億円	22.0億円	+4.0億円	+22.2%
EBITDA※	26.0億円	30.0億円	+4.0億円	+15.4%
親会社株主に 帰属する 当期 純利益	15.0億円	23.0億円	+8.0億円	+53.3%

3Q 計画進捗

【今期限定の特殊要因】

1. らでいっしゅぼーやは、決算期変更により3月～12月の10ヶ月間を計上
2. 四半期純利益は、らでいっしゅぼーやの繰越欠損金および繰延税金資産による税効果を計上

売上高、EBITDAともに順調に進捗

4Qは、システムの共通基盤化や積み残しの統合関連の費用を見込む

	修正予想	3Q累計実績		進捗率
売上高	640.0億円	489.0億円	▶	76.4%
営業利益	22.0億円	22.6億円	▶	103.0%
EBITDA※	30.0億円	28.8億円	▶	96.1%
親会社株主に 帰属する 当期 純利益	23.0億円	25.3億円	▶	110.1%

3. 食の課題解決に向けたトピック

被災地支援

西日本豪雨・北海道胆振東部地震への被災地支援を、引き続き実施。

商品や株主優待などを活用し、継続的な支援を行う

■ 西日本豪雨応援米

西日本豪雨により、
田んぼが水没し、有機JAS認定が取消になった
倉敷市の生産者のお米を
「西日本豪雨応援米」として販売



■ 株主優待での北海道地震寄付

2018年度の株主優待で、
北海道胆振東部地震への義捐金を受付。
当社商品の詰め合わせとの選択制とした中、
全体の10%弱の申込があり、平均的な選択率を大きく
上回る申込をいただいた

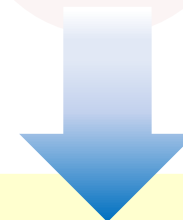


TABLE FOR TWO

OisixのTFT認定商品をお客様が購入、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



発展途上国の
子供たちに
給食をお届け



Ojsixがこれまで届けた給食（2018年12月末）

累計約**460**万食

※累計：09年～18年12月末時点、1食20円換算

らでいっしゅぼーや経営統合

オフィス統合後、有志メンバーを中心にらでいっしゅぼーやとのスムーズな統合に向け施策実行し、12月の全社会議にて、統合完了を宣言。

4Q以降、統合に向けられていたリソースを外向きに発揮し、統合シナジーの創出を加速させる



年末商材の販売実績

3ブランド計で10億円超の売上、前年比120%を達成。

販売ノウハウの横展開、ブランド間での商品共有により、売上最大化を図った



Oisix

販売ノウハウの横展開
ブランド間での商品共有

Radish
Boya



大地を守る会
DAICHI WO MAMORU KAI

◆Oisix

前年のレビューを踏まえた特集ページのUI改良や段階的な割引スケジュールの設定などの施策効果により、前年比で大きく販売数を伸長



◆らでいっしゅぼーや

リーズナブルな価格帯のお節を増産、一般消費者向けの販売サイトを開設し、WEB広告などでの送客を実施



◆大地を守る会

前年購入者にはTELフォロー、サイトでの離脱者にはバナー広告表示など、顧客セグメントと購買ステータスを連動させた販促手法を変更



Oisix ra daichi

4. APPENDIX • DATA SHEET

「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

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： 1,282,961千円

従業員数： 連結 687名（2018年12月末）

関係会社概要

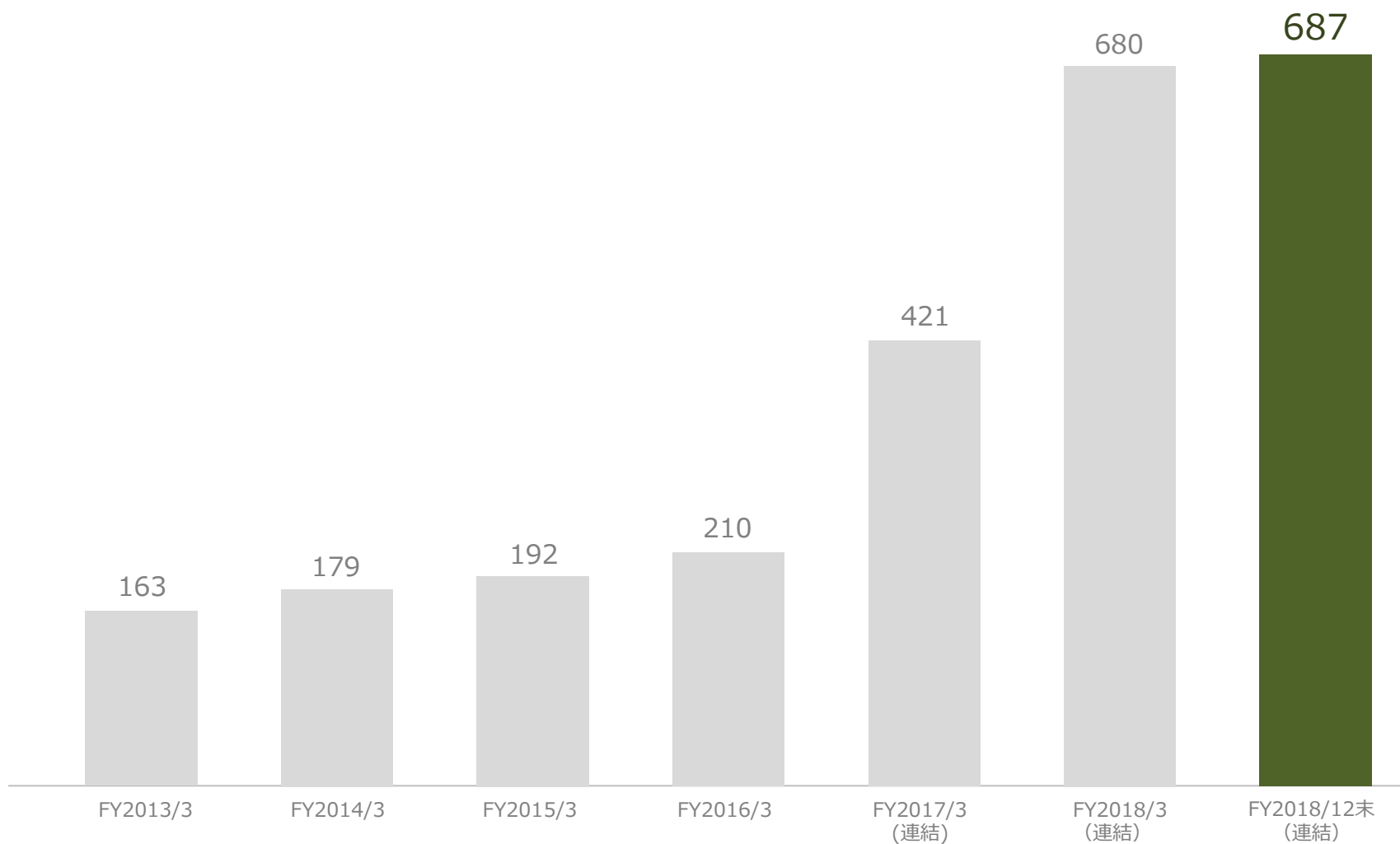
■ 連結子会社

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

■ 関連会社

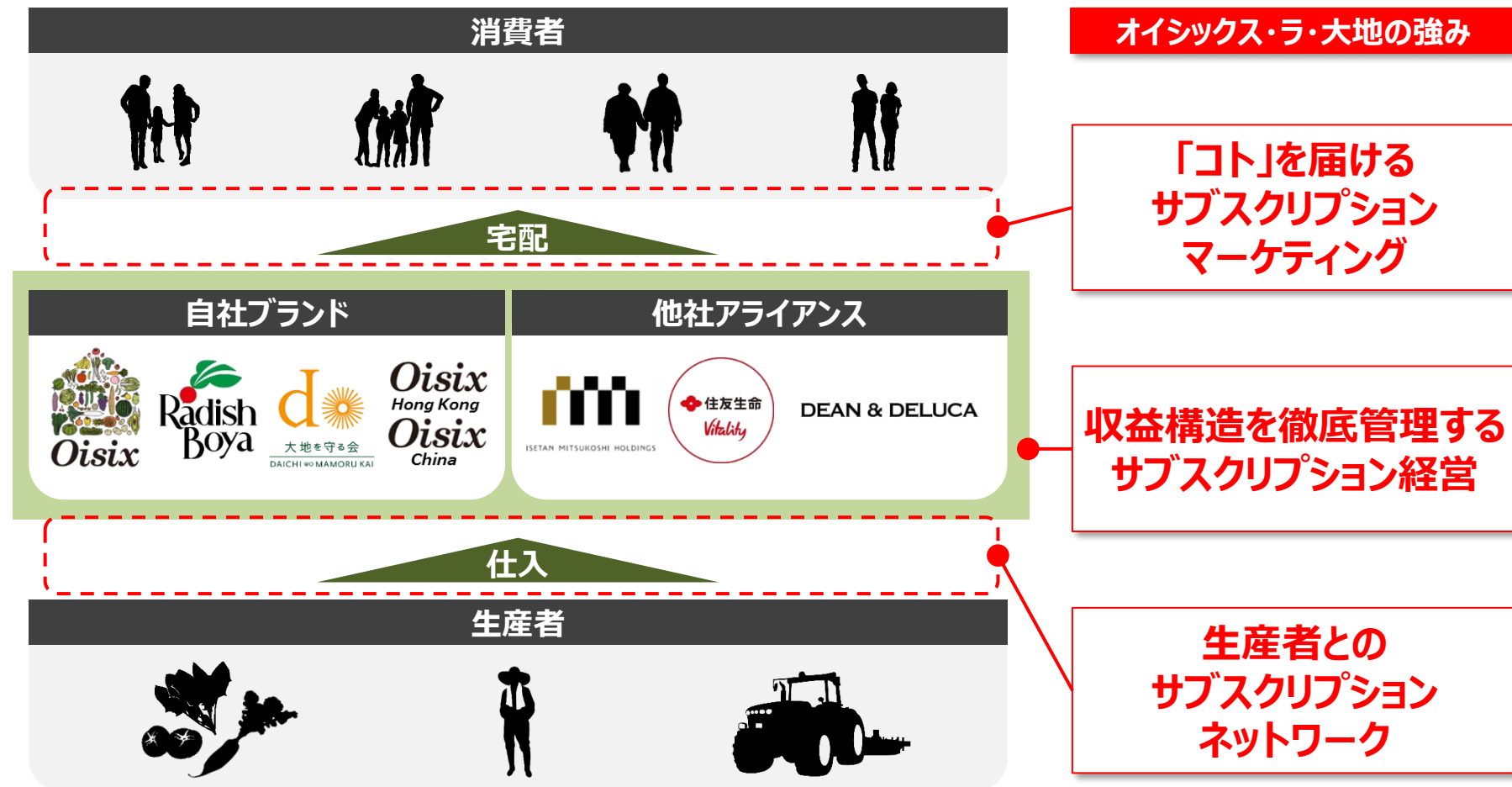
株式会社日本農業	農産物輸出事業
----------	---------

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



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)

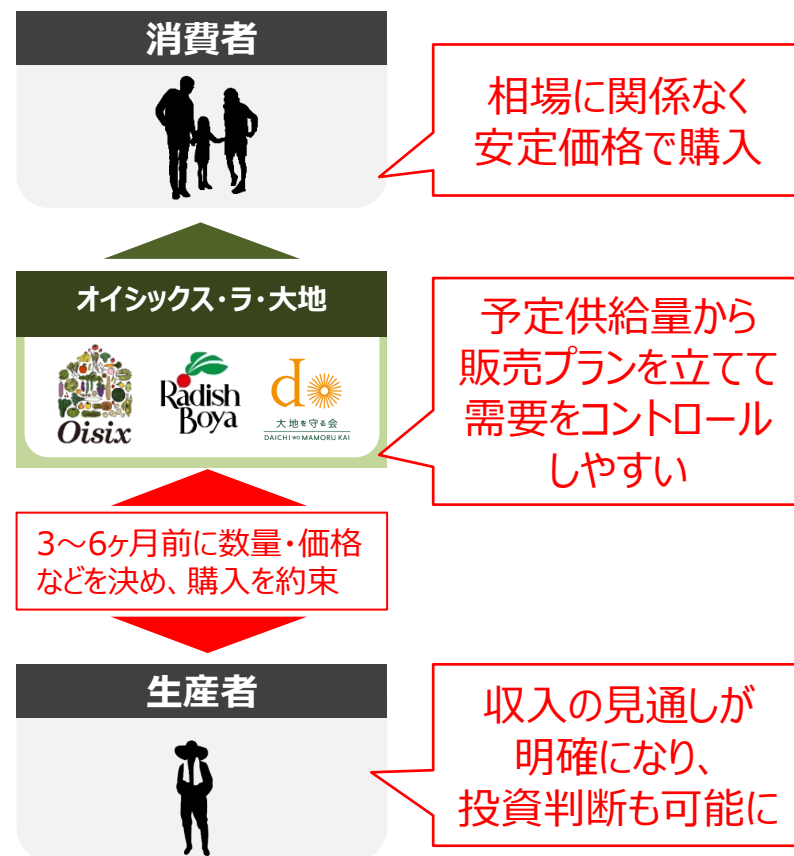
サブスクリプション ネットワーク

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



海外事業

■ 香港事業



■ 中国事業

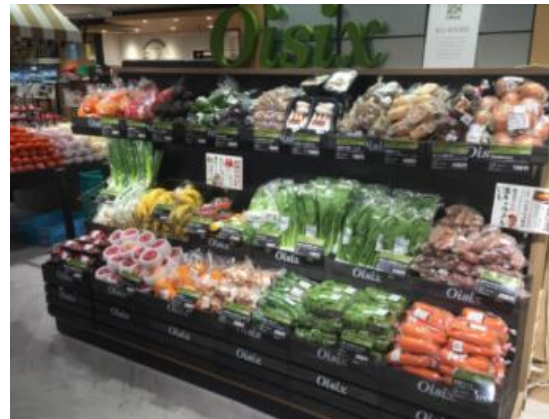


店舗外販事業 : Shop in Shop

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

保育園



品名	単位	数量	単価	小計	備考
おまかせぼーや					
...	...	...	...	...	...



発注

希望日
お届け

- ◆ 厳しい基準をクリアした安全な青果・加工品を安定的に調達
- ◆ 豊富なラインナップで追加の買出しが不要
- ◆ 専属管理栄養士による独自の献立が利用可能、栄養相談も受付
- ◆ 簡単なWEBフォームにより発注作業が軽減
- ◆ 仕入先を統一することによる管理の簡便化

オイシックス・ラ・大地

保育園向け受発注システム
「おまかせぼーや」



品名	単位	数量	単価	小計	備考
...	...	...	...	...	...



仕入

生産者



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30万世帯ヘリーチできる広告出稿サービス



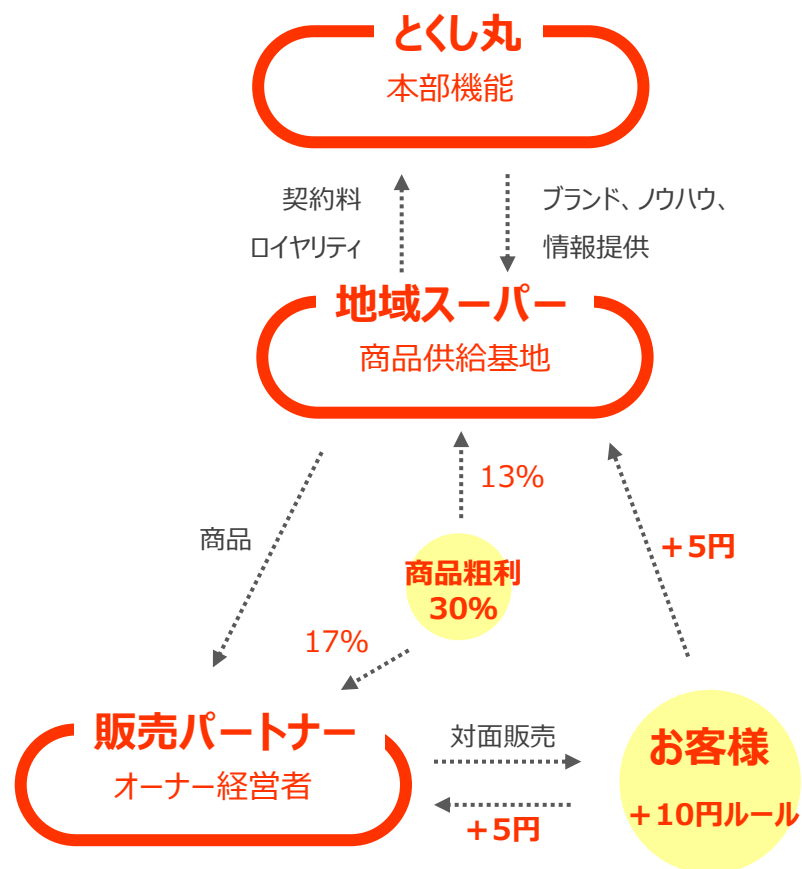
■ 旬野菜ノベルティ「タベルティ」

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
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
営業利益	169	270	625	752	141	237	692	891	610	1,115	2,265
EBITDA	225	391	810	996	320	635	1,282	1,670	808	1,513	2,882
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

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
Oisix	売上高	5,790	11,470	18,481	24,799	6,863	13,769	22,190
	限界利益	674	1,392	2,421	3,288	970	1,943	3,371
大地を守る会	売上高	2,790	5,487	8,508	11,215	2,769	5,440	8,405
	限界利益	539	1,078	1,650	2,095	479	960	1,536
らでいっしゅ ぼーや	売上高	-	-	-	-	5,811	9,926	14,346
	限界利益	-	-	-	-	1,030	1,765	2,657
その他事業	売上高	1,109	2,163	3,263	4,250	1,482	2,755	4,198
	限界利益	185	384	571	760	154	290	479
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

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。

FY2019/3 本決算発表は、2019年5月14日 15時以降を予定しております。

Oisix ra daichi