



FY2019/3 2Q決算説明資料

オイシックス・ラ・大地株式会社

2018.11.20

目次

1. FY2019/3 2Q 業績進捗
2. 業績予想の修正
3. 当社のサブスクリプションモデルについて
4. 食の課題解決に向けたトピック
5. APPENDIX・DATA SHEET

1. FY2019/3 2Q 業績進捗

上期ハイライト

注) らでいっしゅぼーやは、
決算期変更により3月～9月の7ヶ月間を計上

売上高

317.2億円
(前年同期比 167.5%)

EBITDA
※1

15.1億円
(前年同期比 238.1%)

営業利益

11.1億円
(前年同期比 469.5%)

親会社株主に
帰属する
四半期
純利益

8.9億円
(前年同期比 956.2%)

宅配事業

Oisix

売上高

137.6億円
(前年同期比 120.0%)

限界利益

19.4億円
(前年同期比 139.6%)

大地を守る会 ※2

売上高

54.4億円
(前年同期比 99.1%)

限界利益

9.6億円
(前年同期比 89.1%)

らでいっしゅぼーや

売上高

99.2億円
(前年同期比 ー %)

限界利益

17.6億円
(前年同期比 ー %)

その他事業
※2

売上高

27.5億円
(前年同期比 127.4%)

限界利益

2.9億円
(前年同期比 75.7%)

連結業績概要

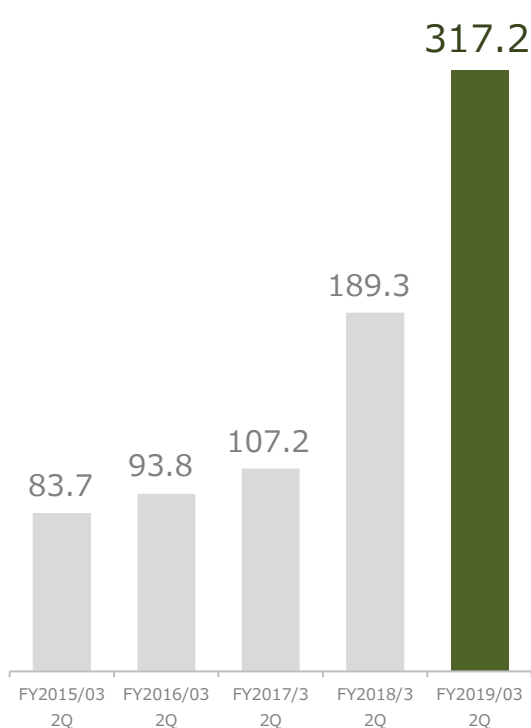
注) らでいつしゅぼーやは、
決算期変更により3月～9月の7ヶ月間を計上

売上高は**最高額**、営業利益、EBITDAともに**最高益を更新**

■ 売上高

317.2億円

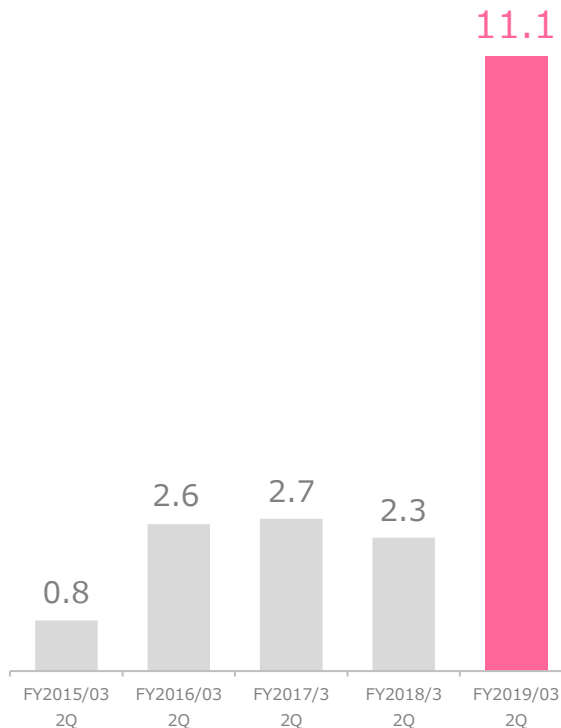
(前年同期比 **167.6%**)



■ 営業利益

11.1億円

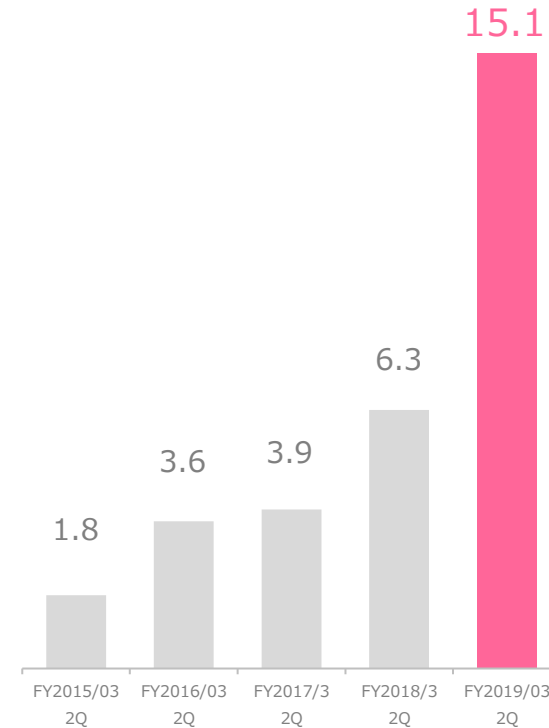
(前年同期比 **469.5%**)



■ EBITDA

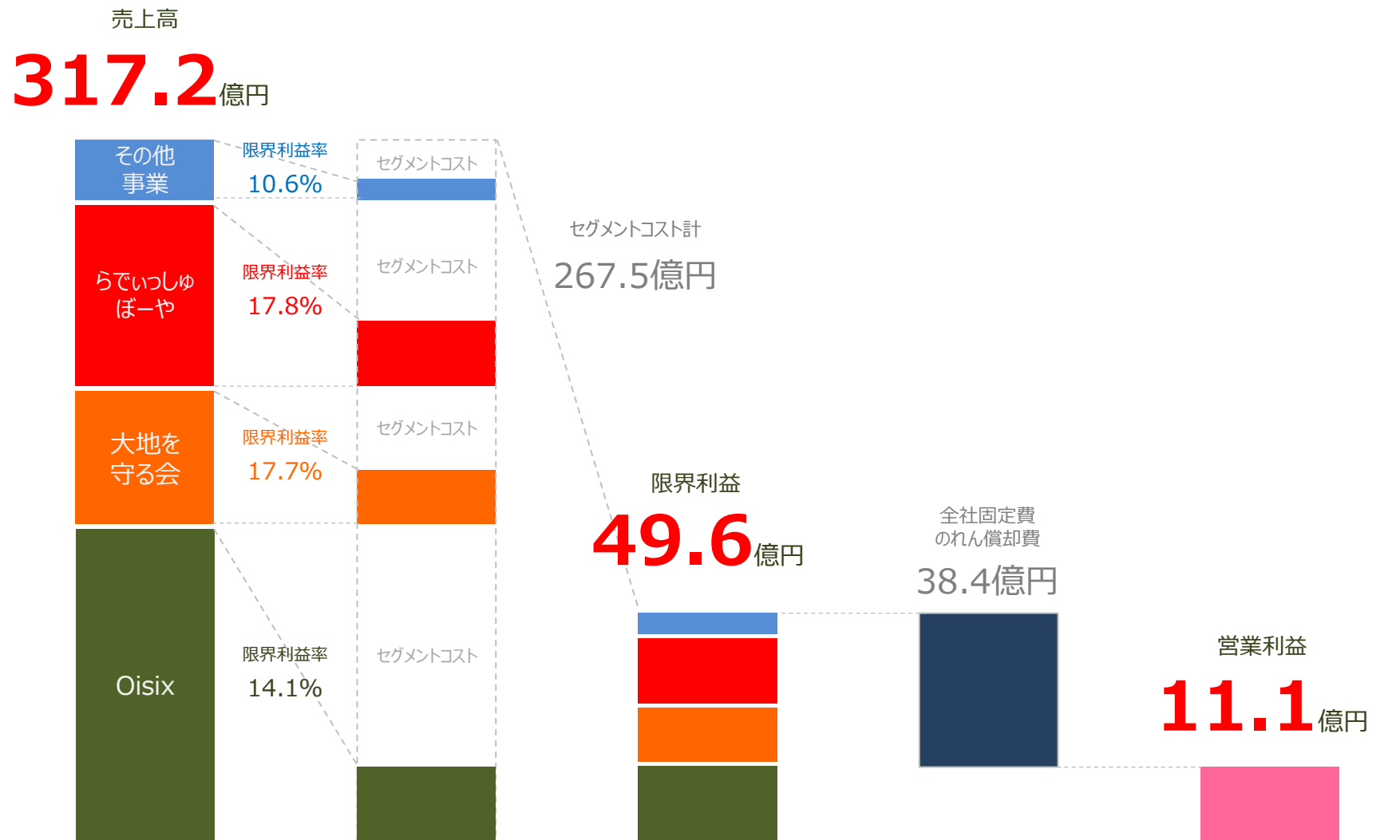
15.1億円

(前年同期比 **238.1%**)

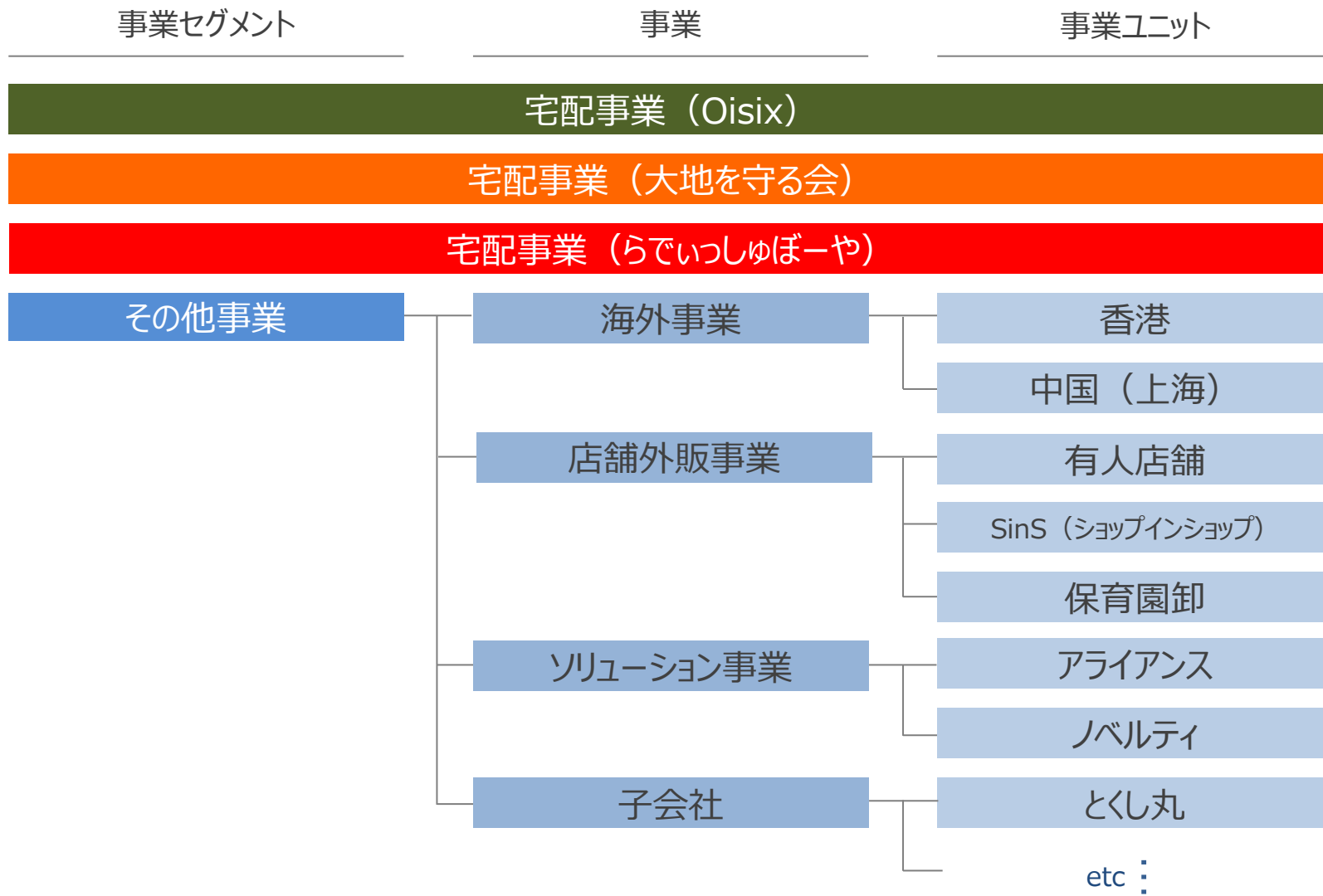


事業セグメント概要

注) らでいっしゅぼーやは、
決算期変更により3月～9月の7ヶ月間を計上



事業セグメント全体像



Oisix KPI推移

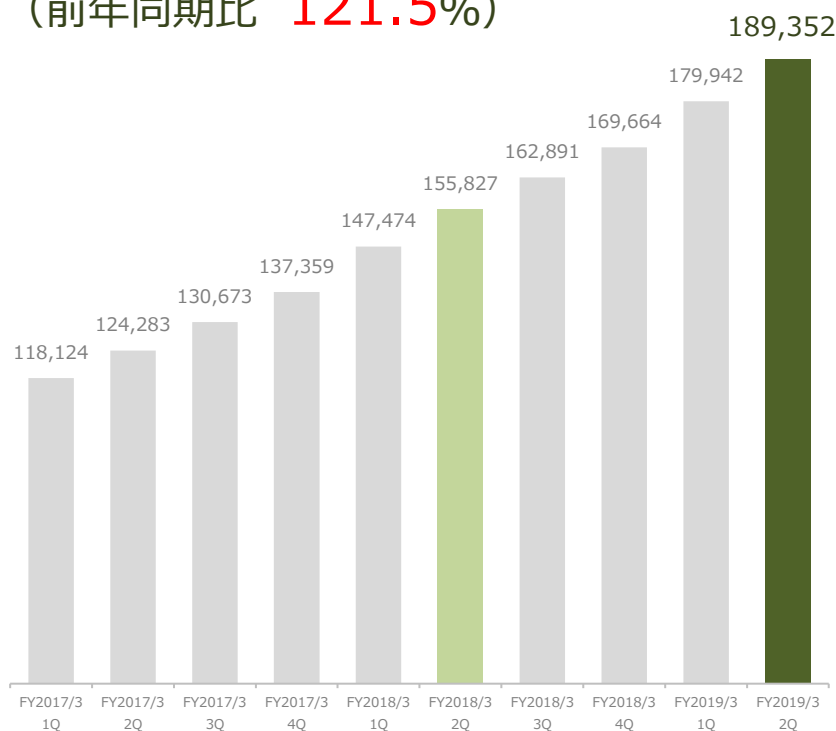
会員数：kit Oisixコースを中心に順調に伸長し、当初計画を2Q末時点で達成

ARPU：ライトユーザ増により購買頻度が減少するも、購買単価は上昇し微増

■ 会員数

189,352人

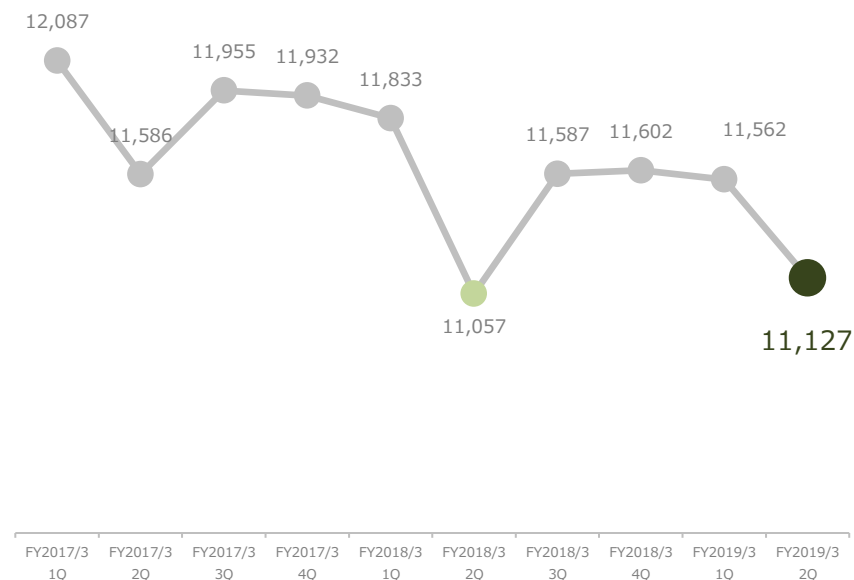
(前年同期比 121.5%)



■ ARPU

11,127円

(前年同期比 100.6%)



Oisix トピック

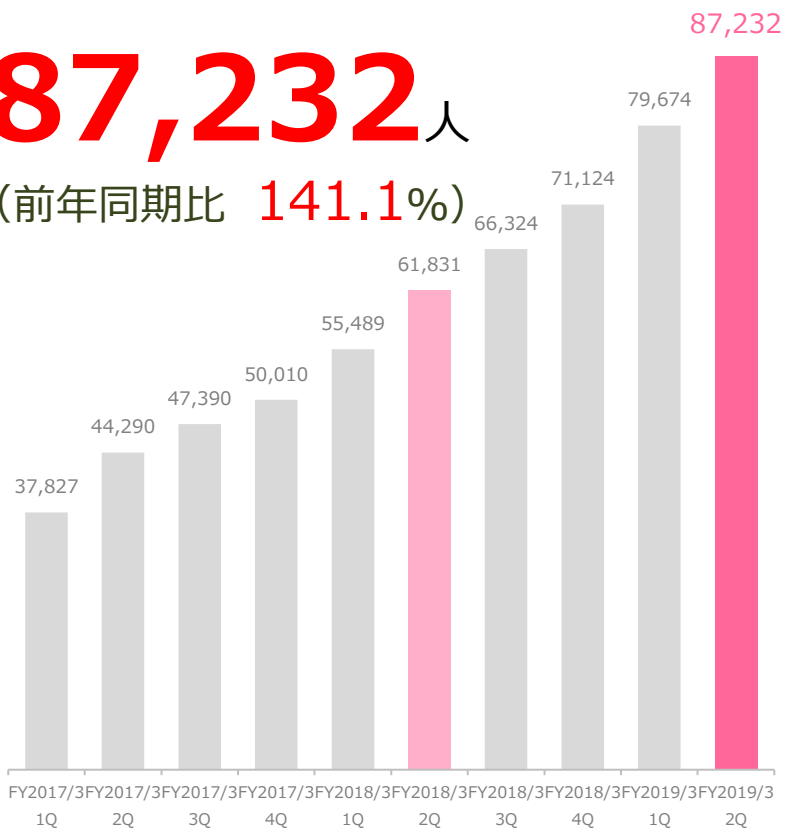
kit Oisixは、累計出荷数 **2,800万食**突破！

■ Kitコース会員数推移

(Oisix会員数に内含む)

87,232人

(前年同期比 141.1%)



■ 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

多様なメニュー提案、様々な人物・媒体とのタイアップを実施

メディアへの露出拡大により、“プレミアム時短”のコンセプト認知向上を図る



■ 渡部建さん監修 「パパでも作れるKit Oisix」



■ 「ハロウィンディナー Kit Oisix」



■ カレー研究家 水野仁輔さんとのコラボKit
いちばんおいしいお家カレー 「ファイナルカレー」



■ 映画“深夜食堂”とのコラボKit「飯島さんの豚汁」

大地を守る会 KPI推移

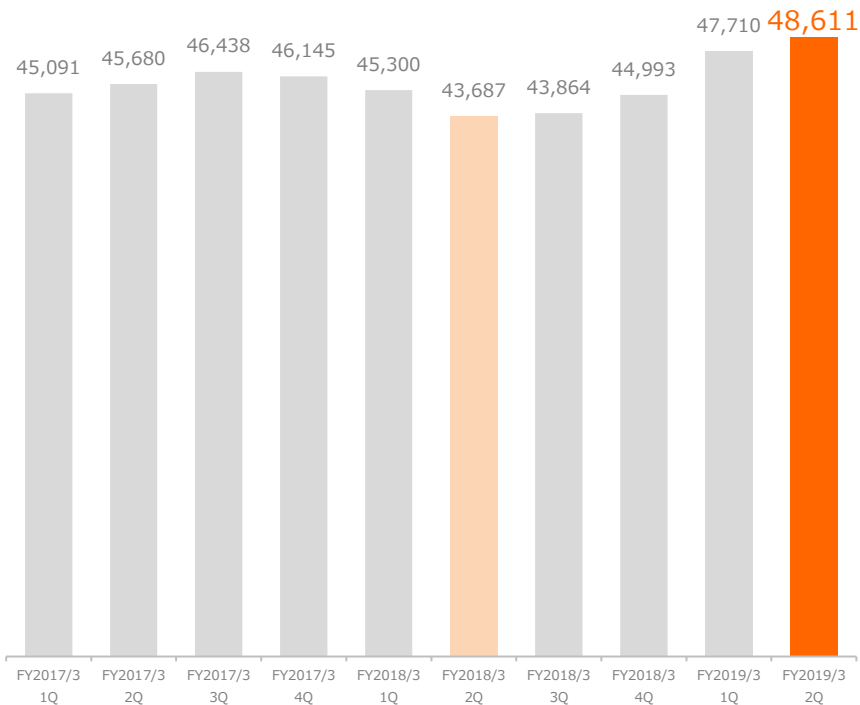
会員数：Instagramなどのチャネルで**集客数は伸長**

ARPU：購買行動の二極化が進んだ結果、全体では購買頻度が低下し、**減少**

■ 会員数

48,611人

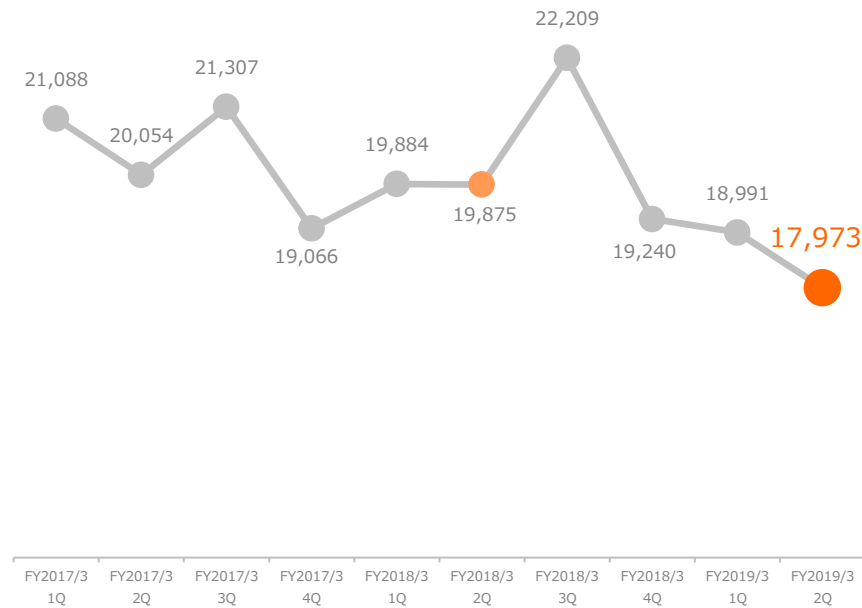
(前年同期比 112.3%)



■ ARPU

17,973円

(前年同期比 90.4%)



大地を守る会 トピック

商品カタログの増ページを実施

“ハレ感”のある商品ラインナップの冊子の効果により、**購買単価のアドオンに寄与**

■ カタログ注文単価に向けた施策



大地を守る会 商品カタログ「ツチオーネ」

40ページ

The image shows a spread of the 'Tsuchi Ono' catalog, issue 144. The left page is the cover, and the right page is a double-page spread. The right page features a large '肉料理' (Meat Dish) section with various meat dishes and prices. There are also smaller sections for 'スイーツ' (Sweets) and 'お祝い' (Celebration). The catalog is filled with high-quality photos of food and detailed descriptions of each item.

7月より商品カタログを増ページ

商品カタログ「ツチオーネ」の中に、
取り外せる形式の冊子を制作

各冊子ごとに特集テーマを設定し、
“地方のお取り寄せ”や“こだわり”といった、
いつもの食卓の延長線上にある
“ハレ感”のある商品ラインナップにより、
通常商品と差別化を図り、
購買単価のアドオンに寄与

特集冊子「もっとツチオーネ」
+ 8ページ

らでいっしゅぼーや KPI推移

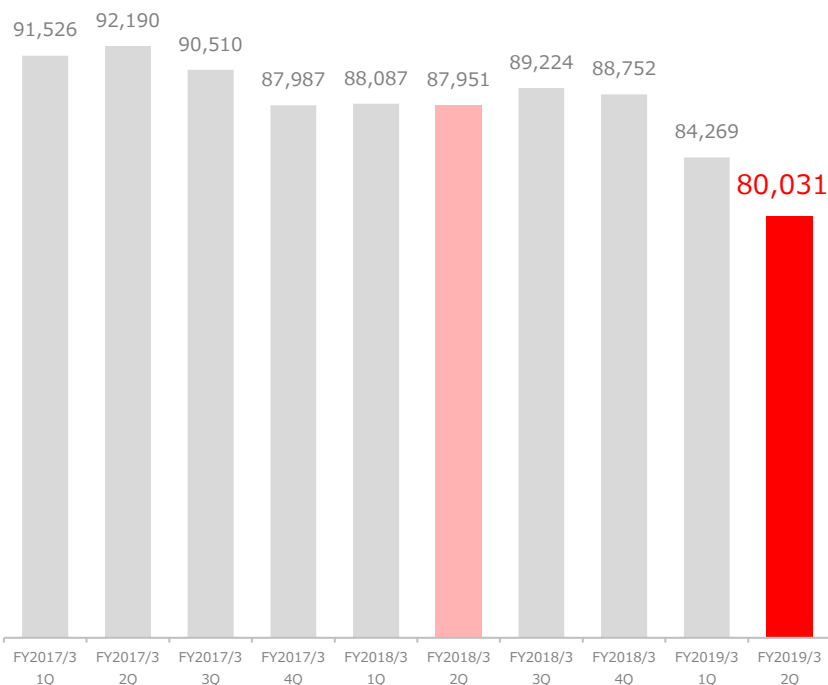
会員数：収益構造の改善のため、効率的なチャネルからの集客に限定

ARPU：ユニットコストの可視化により、黒字配送の比率が増加し**購買単価が上昇**

■ 会員数

80,031人

(前年同期比 91.0 %)

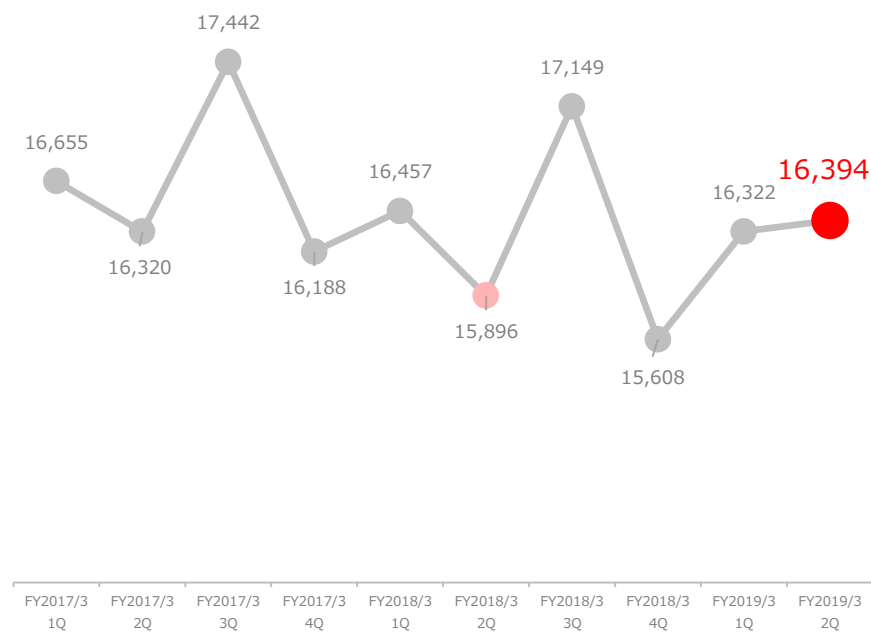


■ ARPU

※「らでいっしゅぼーやARPU」について、本資料より他2ブランドの算出定義と揃えた数値に記載し直しております。数値詳細はP53を参照ください。

16,394円

(前年同期比 103.1 %)



らでいっしゅぼーや トピック

夏季に実施したドリンク販促キャンペーン、配送料改定（11月実施）に伴うTELフォロー時の
買い方提案により定期お届け商品の契約数が伸長し、**購買単価が上昇**

■ ドリンク販促キャンペーン

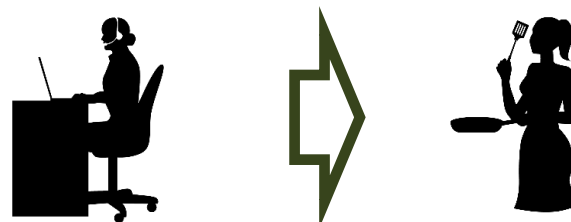


夏季に商品単価の高い
ドリンク販促を実施。
猛暑の影響もあり、
前年実績を大きく超過、
購買単価の向上に大きく寄与



■ TELフォローによる定期お届け契約への誘導

配送料改定の案内に加え、



- ・最適な買い物提案
- ・定期お届け商品の案内

- ◆ 配送料改定の会員告知徹底
- ◆ 定期お届け商品の契約増加による
購買単価の向上

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

2Qは、香港在住日本人向けに集客を強化
購買単価を維持しつつ、会員拡大を達成



■ Oisix 中国法人

2017年11月より日本人向けにサービスを行い

オペレーションを構築

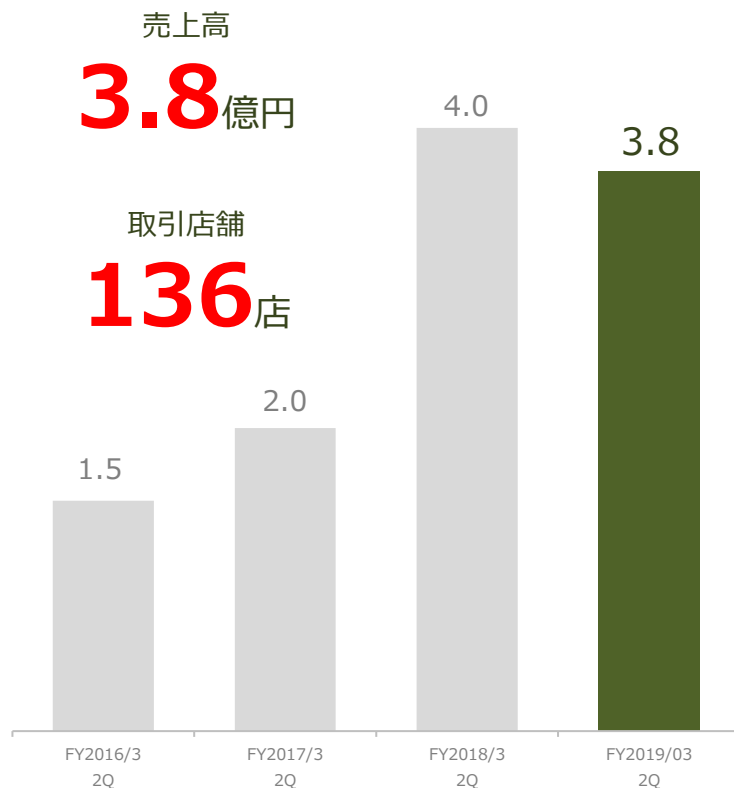
2Qは、安定的な事業モデル確立に向け、利用頻度の高いユーザへのニーズのヒアリング、
調達面は、品質の高い日本産商品の輸出版売に向けた
トライアルを実施



その他事業：店舗外販事業

■ Shop in Shop

不採算アカウントの撤退により全体の売上は減少したが、
らでいっしゅぼーやブランドのShop in Shopが追加



その他事業：店舗外販事業

■ 有人店舗

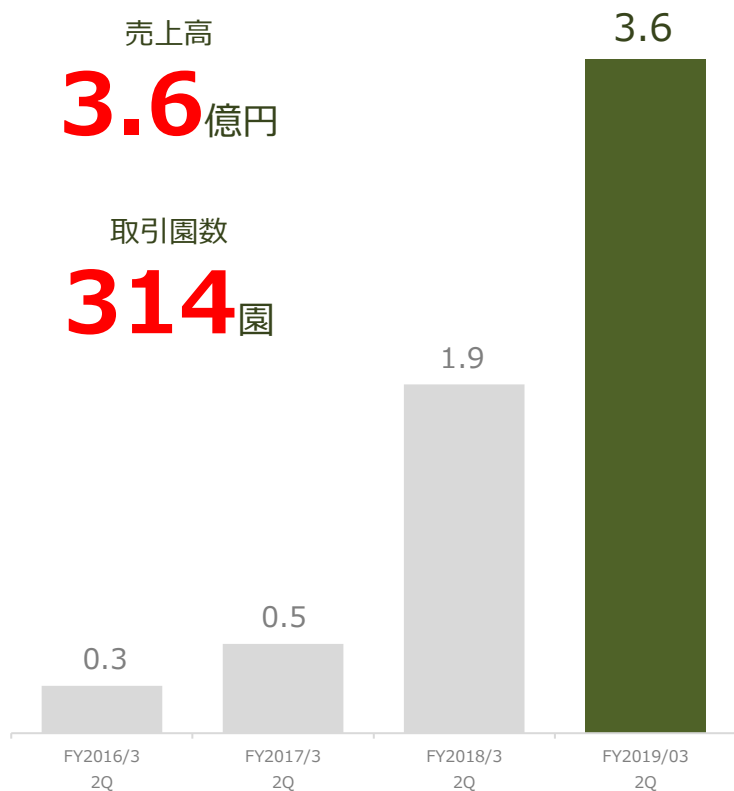
8月に新越谷にKit Oisix 販売に特化した店舗をオープン



その他事業：店舗外販事業

■ 保育園卸

1Qに引き続き、新規取引先が順調に拡大し売上増



その他事業：ソリューション事業

“サブスクリプションECノウハウ”や“高品質の青果物やミールキット”を活用した
アライアンス・ノベルティの拡大

■ アライアンス

「ISETAN DOOR」、「Vitality」など
アライアンスも順調に進捗

◆「ISETAN DOOR」のEC運営支援



◆住友生命「Vitality」とパートナー提携



■ ノベルティ

リンナイのガス機器購入者へ、
共同開発したKit Oisixをプレゼント

◆リンナイ「DELICIA」とのコラボレーション

Rinnai

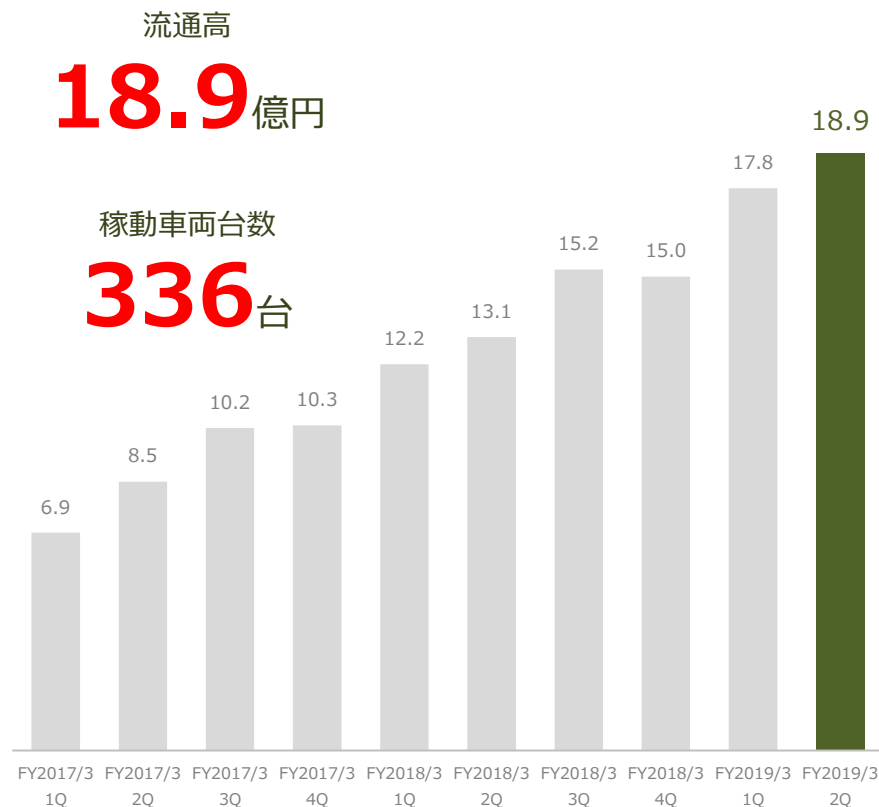


子会社：とくし丸

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330台、提携契約スーパーは100社を突破

■ 流通額・稼働車両台数



■ 提携スーパー

提携スーパー数

101 社



2. 業績予想の修正

業績予想修正ハイライト

注) らでいつしゅぼーやは、
決算期変更により3月～9月の7ヶ月間を計上

売上高は4.9%、営業利益は50.0%上方修正
下期はオフィス移転やシステムなど共通基盤の整備、
来期以降の成長に向けた費用投下を実施予定

	当初予想		修正予想	増減額	増減率
売上高	610.0億円	▶	640.0億円	+30.0億円	+4.9%
営業利益	12.0億円	▶	18.0億円	+6.0億円	+50.0%
EBITDA※1	20.0億円	▶	26.0億円	+6.0億円	+30.0%
親会社株主に 帰属する 当期純利益 ※2	9.0億円	▶	15.0億円	+6.0億円	+66.7%

※2 当期純利益はらでいつしゅぼーや繰越欠損金による法人税の軽減効果も考慮

2Q 計画進捗

注) 修正予想・2Q累計実績の数値は、らでいっしゅぼーやの前3月の実績を控除

らでいっしゅぼーやの前3月の実績を控除した進捗においても、
売上高、EBITDAともに順調に進捗

	修正予想	2Q累計実績		進捗率
売上高	624.0億円	301.2億円	▶	48.3%
営業利益	17.3億円	10.4億円	▶	60.1%
EBITDA ※	25.3億円	14.4億円	▶	56.9%
親会社株主に 帰属する 当期 純利益	14.3億円	8.2億円	▶	57.3%

3. 当社のサブスクリプションモデルについて

「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

社会的な消費行動の変化

消費行動が「モノの所有」から「必要なときに利用」へ変容し、あらゆるビジネスがサブスクリプションモデルへと舵を切りつつある

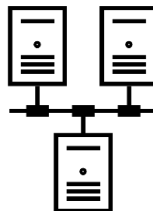
自家用車



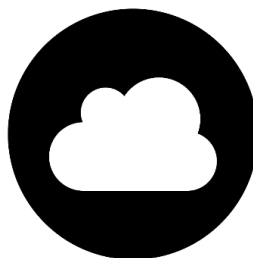
カーシェアリング



サーバー



クラウド



動画コンテンツ



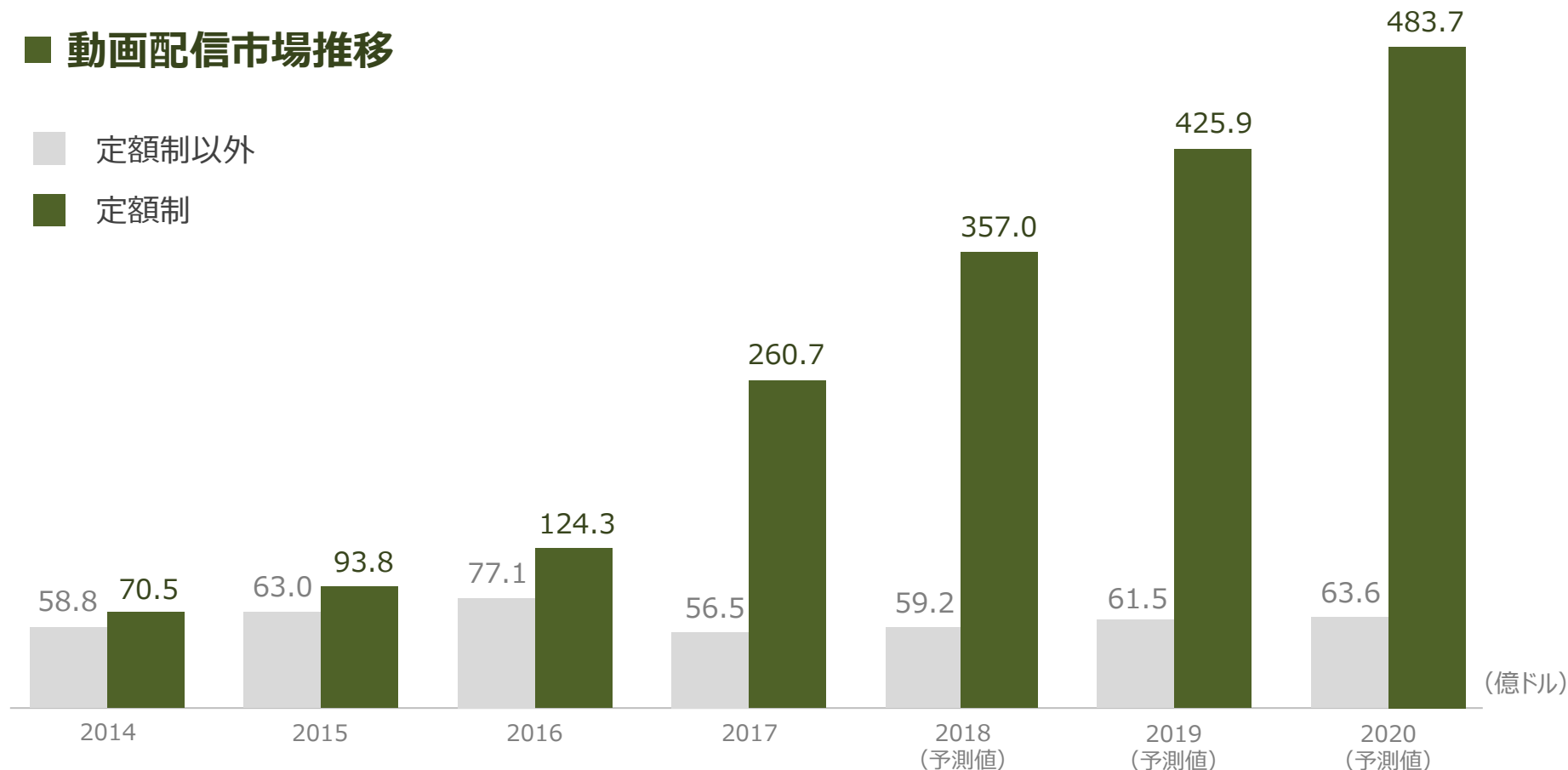
オンデマンド配信



世界の動画配信市場推移・予測

動画配信市場において、サブスクリプション売上高が2017年度にかけて急速に伸びており、今後も急成長が見込まれる

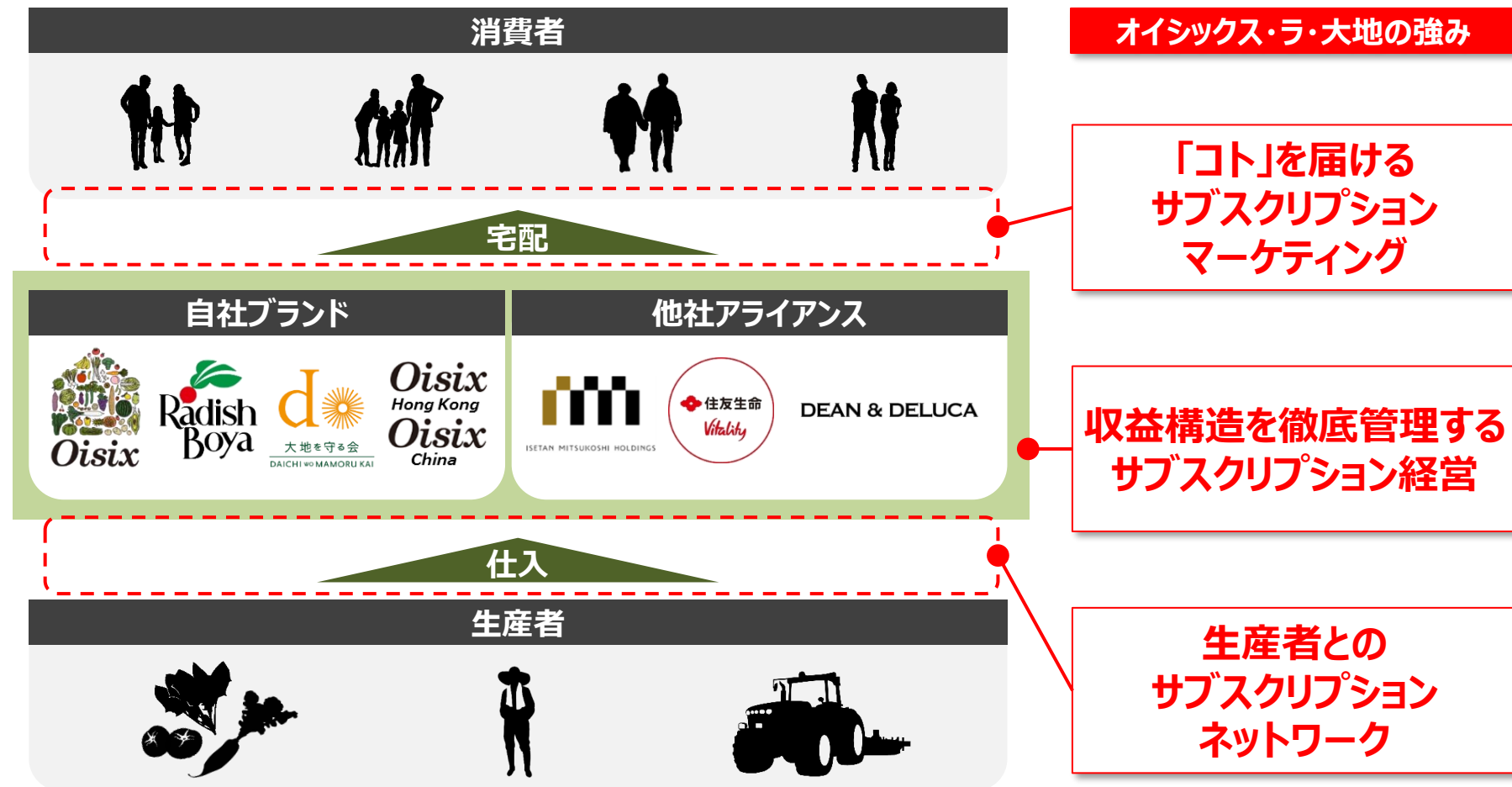
■ 動画配信市場推移



出展：世界の動画配信売上高・契約数の推移及び予測/総務省HP

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

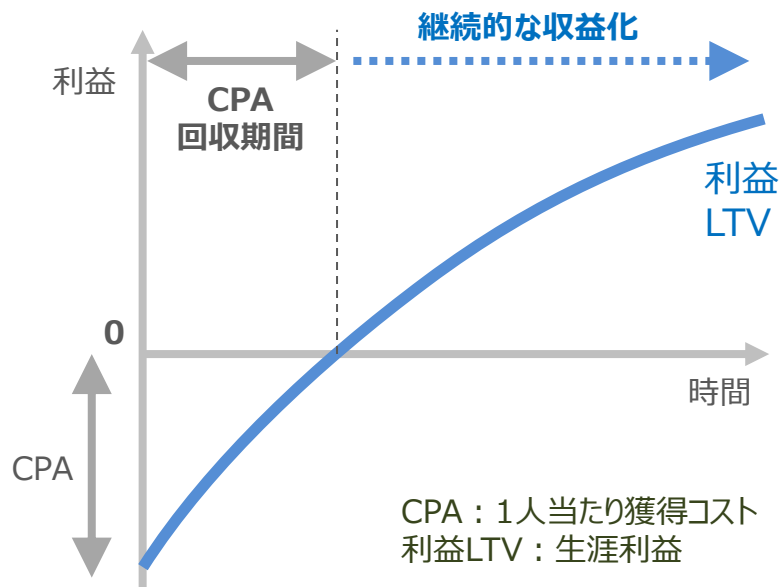


サブスクリプション経営

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

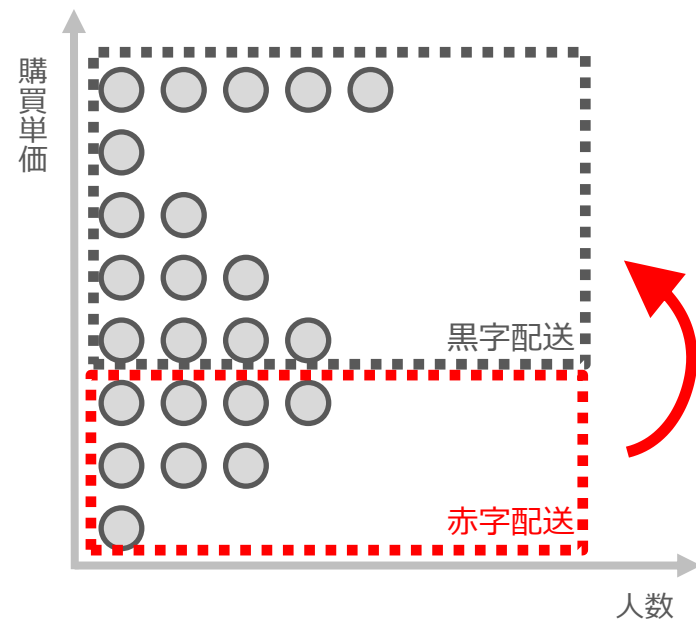
■ CPA・LTV管理の徹底

CPA回収期間を定め、
その範囲内でCPAをコントロール



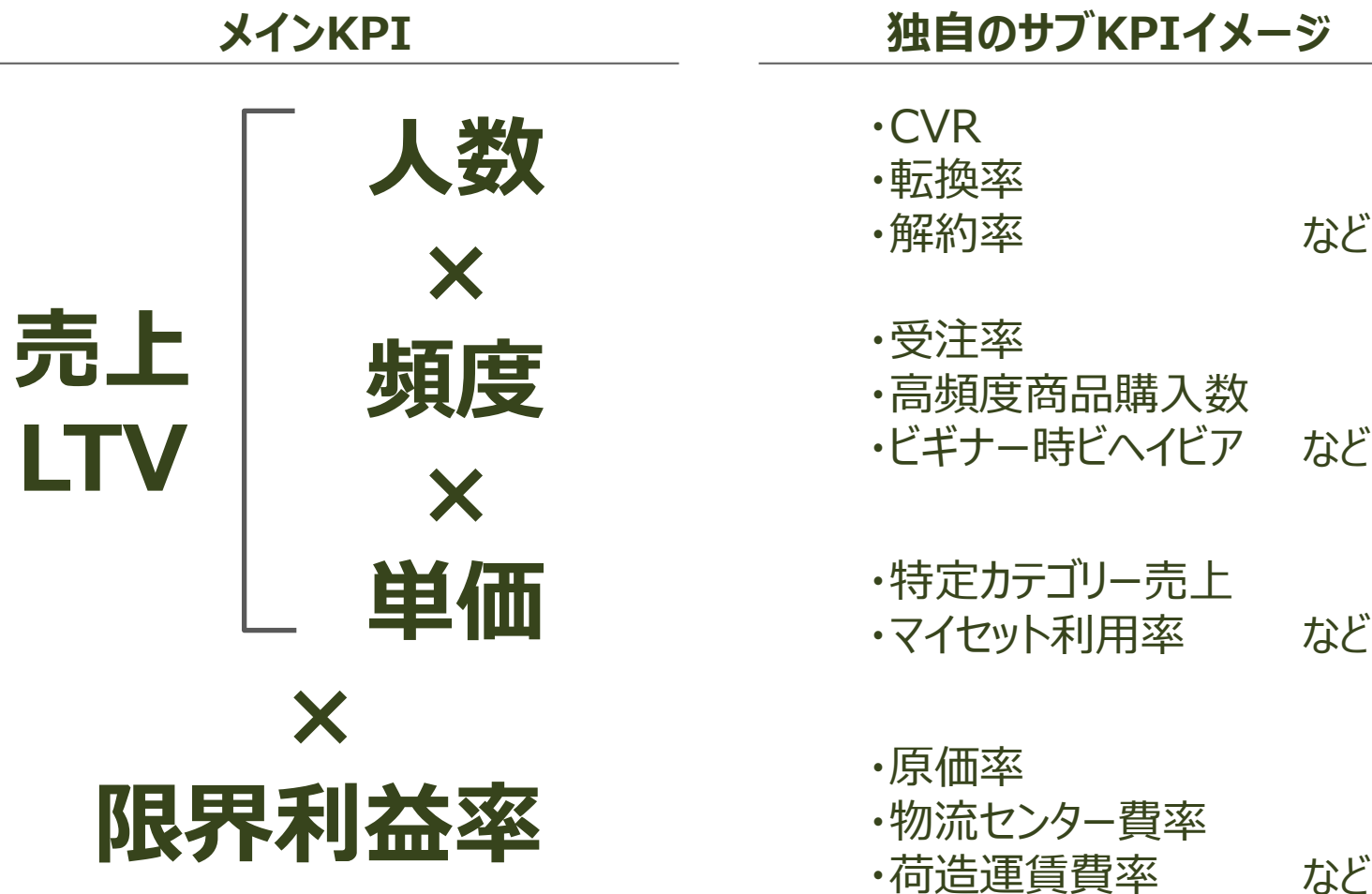
■ ユニット収支管理の徹底

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



利益LTVを構成するKPI

サブスクリプションモデルの収益性においては利益LTVが最も肝となるため、
独自に体系化したサブKPIに分解し、個別に目標管理を実施。



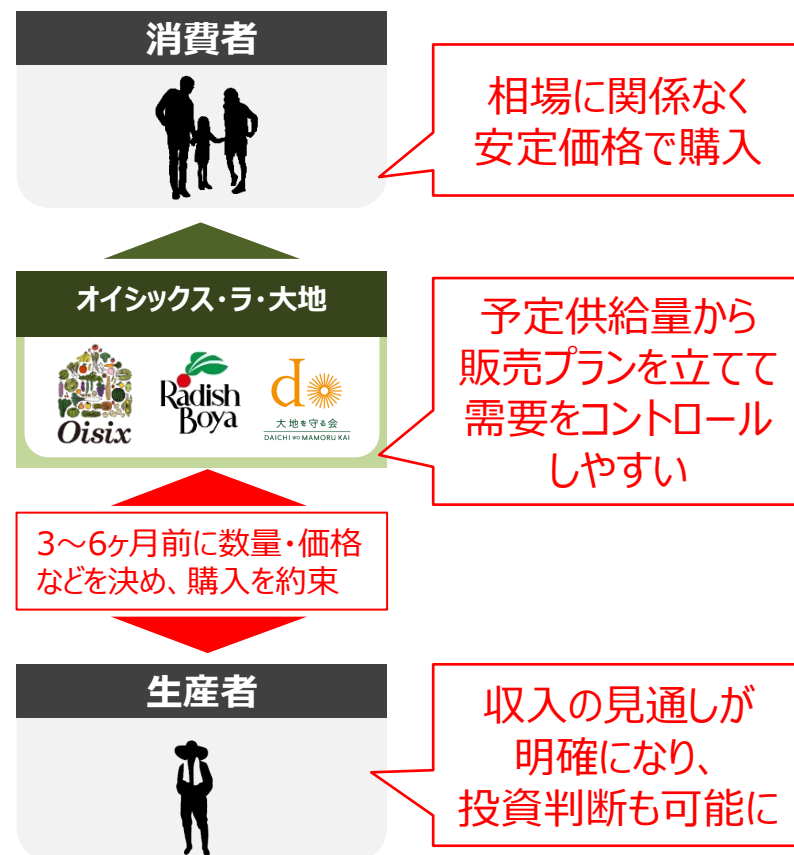
サブスクリプション ネットワーク

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



ECノウハウの展開

サブスクリプションモデルで培ったECノウハウにより運営支援している
ISETAN DOOR、DEAN & DELUCAのECサイトも順調に運営

■ ISETAN DOOR

(2018年8月 ローンチ)

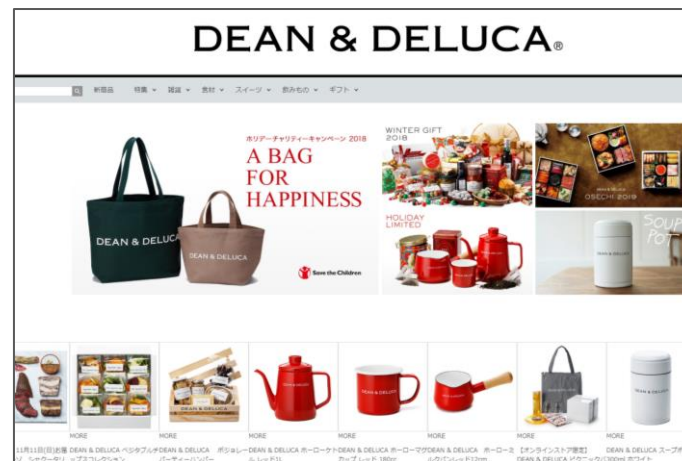
リリース後、順調に拡大



■ DEAN & DELUCA

(2015年5月 支援開始)

前年比130%の成長を継続



OisixのサブスクリプションECノウハウを
活用したECサイト運営支援

サブスクリプションモデルの拡大

共通機能である「マーケティング」「フルフィルメント」を最大活用し、既存事業の継続的成長に加え、新規事業の立ち上げや他社とのアライアンス、資本出資も視野に入れ、規模拡大を図る



マーケティング（＝事業共通の販売手法）

フルフィルメント（＝サブスクリプションの実行）

4. 食の課題解決に向けたトピック

災害支援

西日本豪雨・北海道胆振東部地震・台風など相次ぐ自然災害への
被災地支援を3ブランド連携して実施

■ 西日本豪雨

7月に発生した“西日本豪雨”では、被災翌日から支援物資を各地にお届け開始。
会員様からの寄付金2,146,200円も被災地復興支援のため寄付



■ 北海道胆振東部地震

9月6日に発生した“北海道胆振東部地震”の被災地支援に向け、被災翌週より、3ブランドで寄付受付を開始。
今年度の株主優待でも寄付金の受付を実施



■ 台風被害

9月に西日本を通過した台風21号の影響を受けたものの、台風に耐え落ちなかった果実を「台風柿」「台風みかん」として販売し、被災された生産者を支援



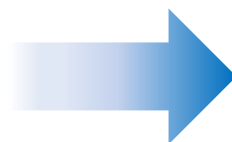
緊急災害対応アライアンス加盟

Yahoo株式会社およびA-PADジャパンにより立ち上げられた緊急災害対応アライアンス“SEMA”に加盟企業として参画。西日本豪雨への支援時にはSEMAを活用し、被災地域から要請のあった物資を中心にお届け



TABLE FOR TWO

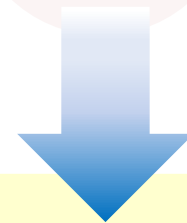
OisixのTFT認定商品をお客様が購入、その売上の3%をTFTに
寄付、発展途上国の子供たちの給食や給食室の建設に貢献



対象商品
売上の
3%
を寄付



発展途上国の
子供たちに
給食をお届け



Oisixがこれまで届けた給食（2018年9月末）

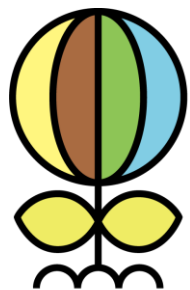
累計約**445**万食

※累計：09年～18年9月末時点、1食20円換算

東京ハーヴェスト

今年で6回目となる東京ハーヴェストを虎ノ門ヒルズで開催

来場者数は3日間で22,000人、食に関する多くのワークショップブースも開催



**TOKYO
HARVEST**
IN TORANOMON
2018

東京ハーヴェストは、農家・漁師・酪農家など食の作り手への感謝と尊敬の気持ちを伝える、日本を代表する収穫祭です。

各地域の風土・文化・歴史を楽しみながら再発見し、東京から全国、そして世界へと「おいしい日本」を発信する食の祭典を目指しています。



M&Aおよび戦略投資方針

食に関する社会課題の解決を加速させるため、サブスクリプションコマース、シェアリング、キッチンテック、アグリテック、バイオテクノロジーなど**フードテック領域への業務提携・投資を進める**

課題解決力の強化



karabiner.inc

システム開発・WEB制作の人材確保

CRAZY KITCHEN

オーダーメイド・ケータリング

課題解決領域の拡大



買い物難民に対する移動販売



家庭料理のシェアリング・ビジネス

● NIHON AGRI, INC.

輸出による国産農産品の販路拡大

テクノロジーによる進化



AI, IoT活用による農産物の収益向上

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： 1,282,961千円

従業員数： 連結 680名 単体 423名（2018年3月末）

関係会社概要

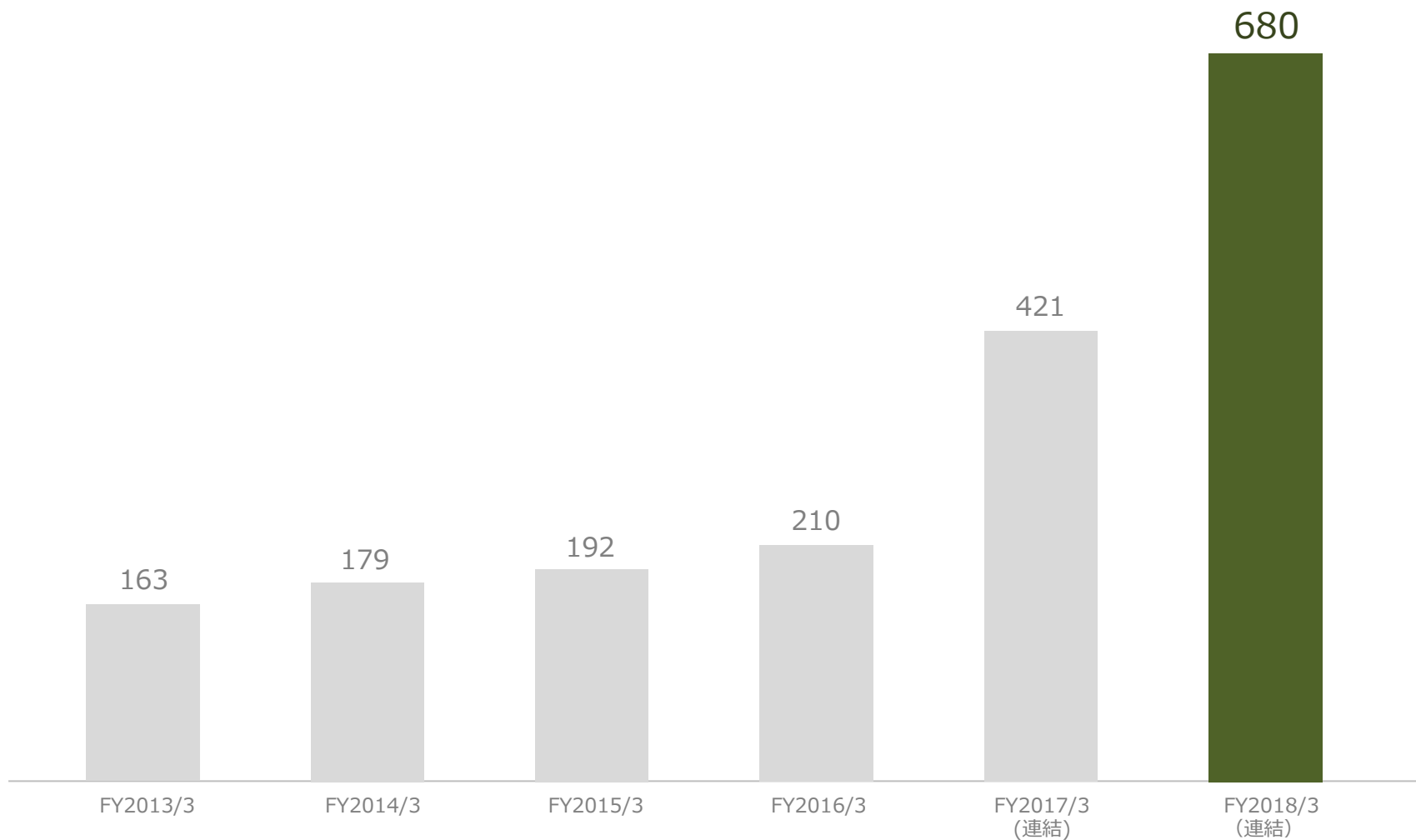
■ 連結子会社

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

■ 関連会社

株式会社ごちまる	食品ECサイト（Oisix × pontaポイント）の運営
株式会社日本農業	農産物輸出事業

従業員推移



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。



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
りんご	個	10	100	1000	
バナナ	本	5	200	1000	
...	...	...	...	...	...



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」



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」

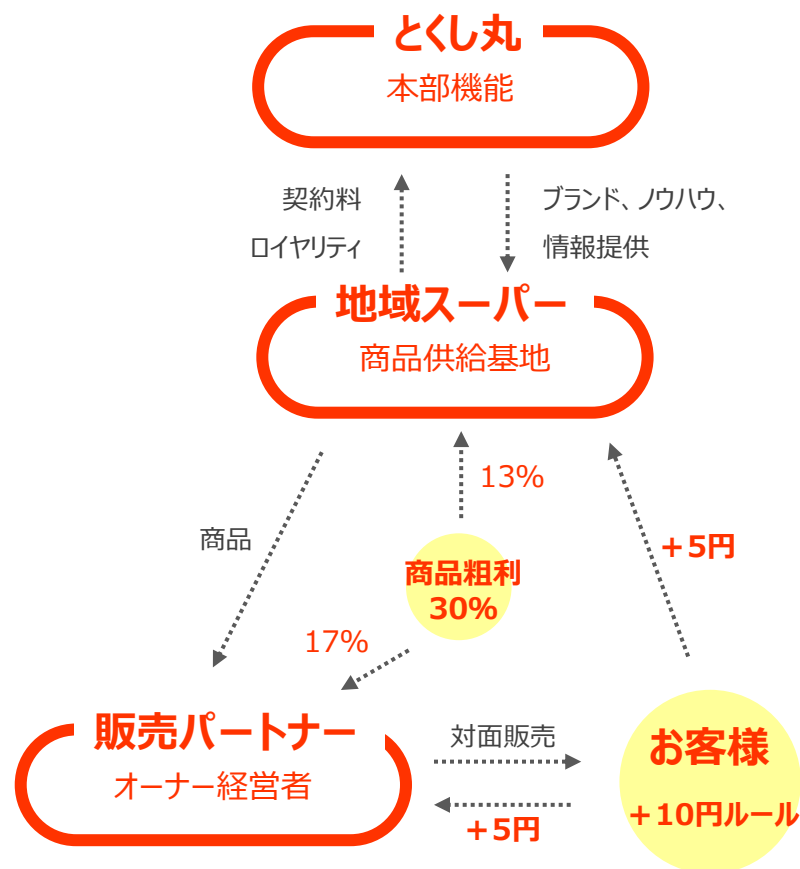
年間約300万件以上の定期宅配で培った、サービス・商品・お届けのノウハウをノベルティとしてご提供



とくし丸

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



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
売上高	5,379	10,718	17,113	23,016	9,602	18,935	30,007	39,987	16,853	31,720
営業利益	169	270	625	752	141	237	692	891	610	1,115
EBITDA	225	391	810	996	320	635	1,282	1,670	808	1,513
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

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
Oisix	売上高	5,790	11,470	18,481	24,799	6,863	13,769
	限界利益	674	1,392	2,421	3,288	970	1,943
大地を守る会	売上高	2,790	5,487	8,508	11,215	2,769	5,440
	限界利益	539	1,078	1,650	2,095	479	960
らでいつしゅ ぼーや	売上高	-	-	-	-	5,811	9,926
	限界利益	-	-	-	-	1,030	1,765
その他事業	売上高	1,109	2,163	3,263	4,250	1,482	2,755
	限界利益	185	384	571	760	154	290
固定費		1,257	2,853	3,951	5,253	2,024	3,844

重要KPIの概要

■ ARPUの分解図



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
Oisix	ARPU (円)	12,087	11,586	11,955	11,932	11,833	11,057	11,587	11,602	11,562	11,127
	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
	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
大地を守る会	ARPU (円)	21,088	20,054	21,307	19,066	19,884	19,875	22,209	19,240	18,991	17,973
	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
	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
らでいっしゅ ぼーや	ARPU (円)	16,655	16,320	17,442	16,188	16,457	15,896	17,149	15,608	16,322	16,394
	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
	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

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 3Qの決算発表は、2019年2月13日 15時以降を予定しております。

Oisix ra daichi