



FY2020/3 1Q決算説明資料

オイシックス・ラ・大地株式会社

2019.8.13

✓ 業績予想比において、売上・EBITDA・営業利益ともに
順調に進捗

✓ 売上・利益ともに、前年同条件比※で**増収増益を達成**

※FY2019/3期は、連結に伴う決算期変更のため、らでいっしゅぼーや事業の業績を13ヶ月計上(1Qに4ヶ月計上)。
同条件比較のため、らでいっしゅぼーや事業の1か月分(2018年3月分)を控除し前年比較

✓ **食領域のスタートアップ企業を支援するエコシステムの構築**に向け、
「Future Food Fund」の設立、「Oisix クラフトマーケット」の
サービスを開始

1. FY2020/3 1Q業績
2. 事業セグメント別業績
3. 食品業界における課題解決
4. 当社ビジネスによる社会的活動について
5. APPENDIX・DATA SHEET

1. FY2020/3 1Q業績

1Qハイライト

売上高

162.6億円
(計画比 101.4%)

EBITDA
※1

7.5億円
(計画比 129.8%)

営業利益

5.4億円
(計画比 158.1%)

親会社株主に
帰属する
四半期
純利益

2.7億円

宅配事業

Oisix

売上高

83.0億円

限界利益

9.3億円

大地を守る会

売上高

25.8億円

限界利益 ※2

4.5億円

らでいっしゅぼーや

売上高

37.7億円

限界利益

6.8億円

その他事業

売上高

16.6億円

限界利益 ※2

2.5億円

連結業績推移（実力値）

※FY2019/3期は、らでいっしゅぼーやは決算期変更のため、
13ヶ月計上（1Qに4ヶ月計上）
同条件比較のため、らでいっしゅの1か月分（18年3月分）を除外

売上、EBITDA・営業利益について、前年同条件比で増収増益を達成

■ 売上高

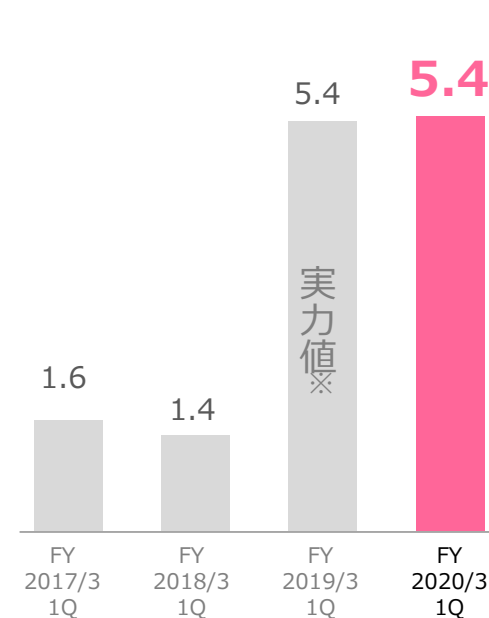
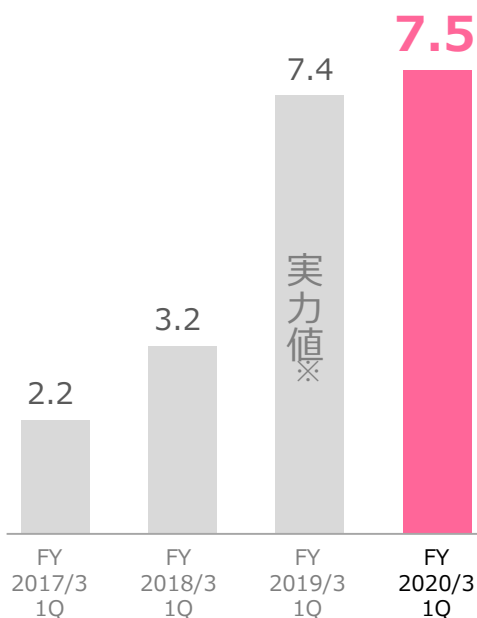
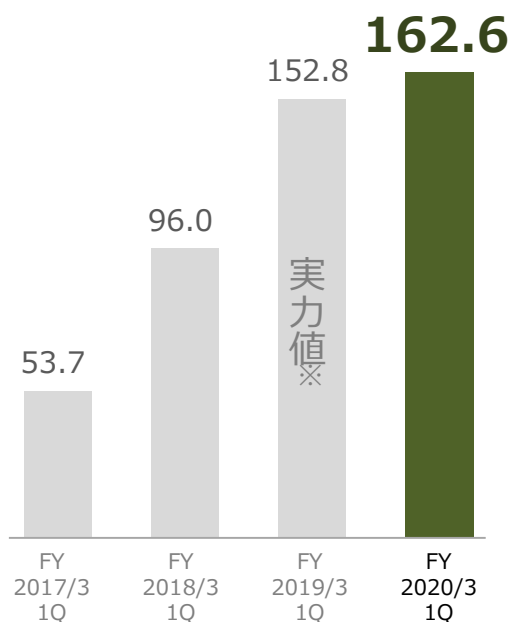
162.6 億円

■ EBITDA

7.5 億円

■ 営業利益

5.4 億円



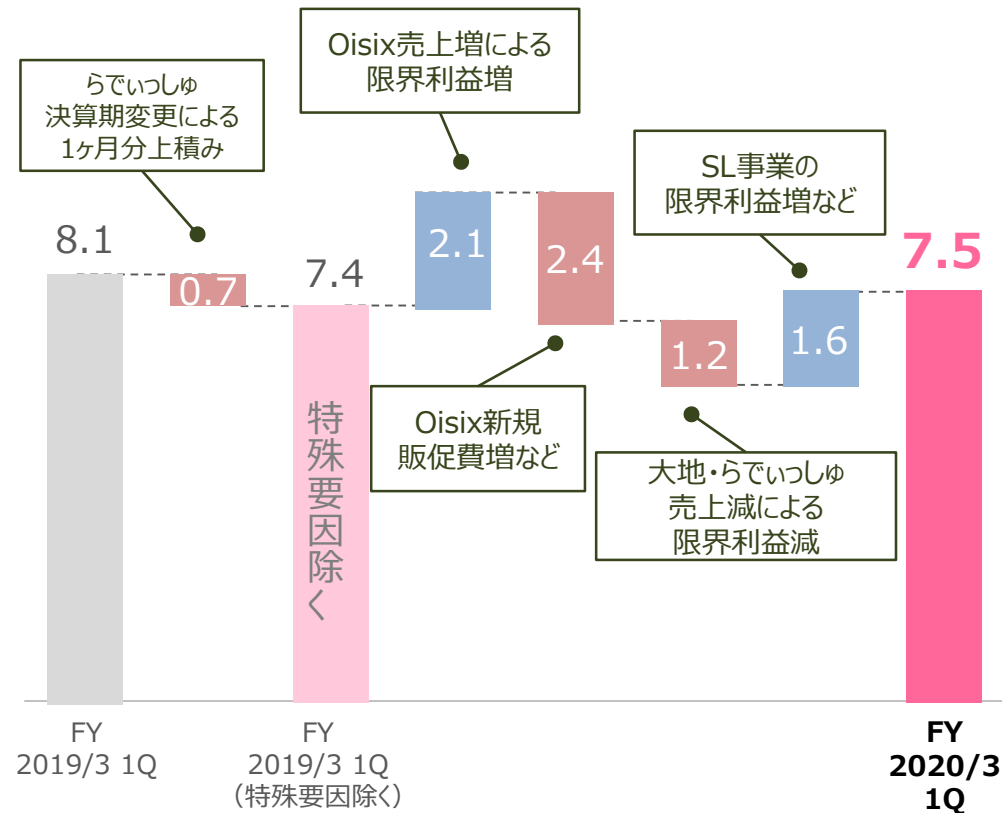
前年1Qとの比較： EBITDA/四半期純利益

※FY2019/3期は、らでいっしゅぼーやは決算期変更のため、
13ヶ月計上（1Qに4ヶ月計上）
同条件比較のため、らでいっしゅの1か月分（18年3月分）を除外

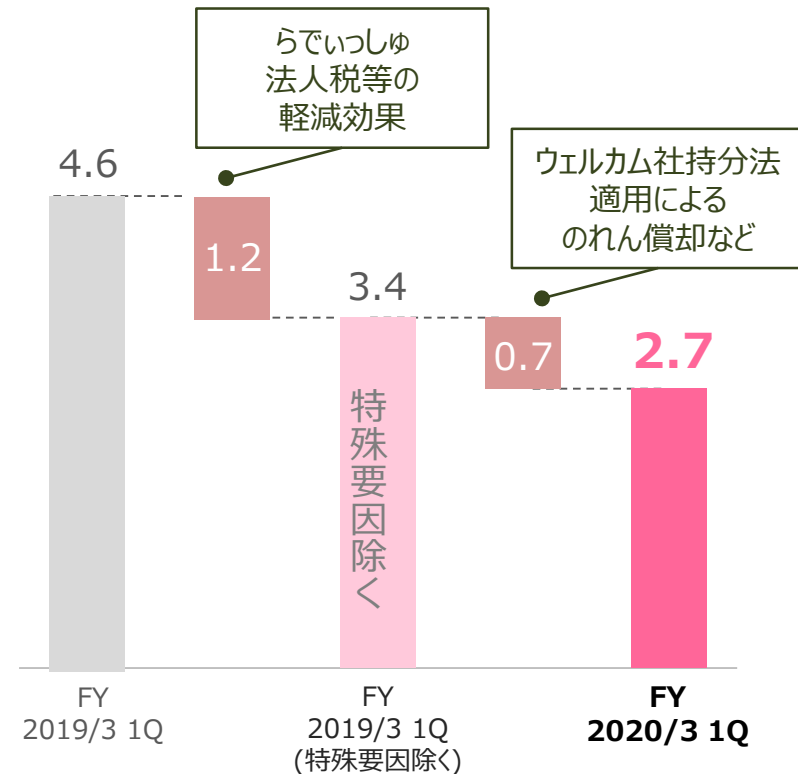
EBITDAは、Oisixで成長に向けた投資を実施しつつも、前年同条件比で増益

四半期純利益は、らでいっしゅぼーやの法人税正常化、ウェルカム社ののれん償却の影響により減益

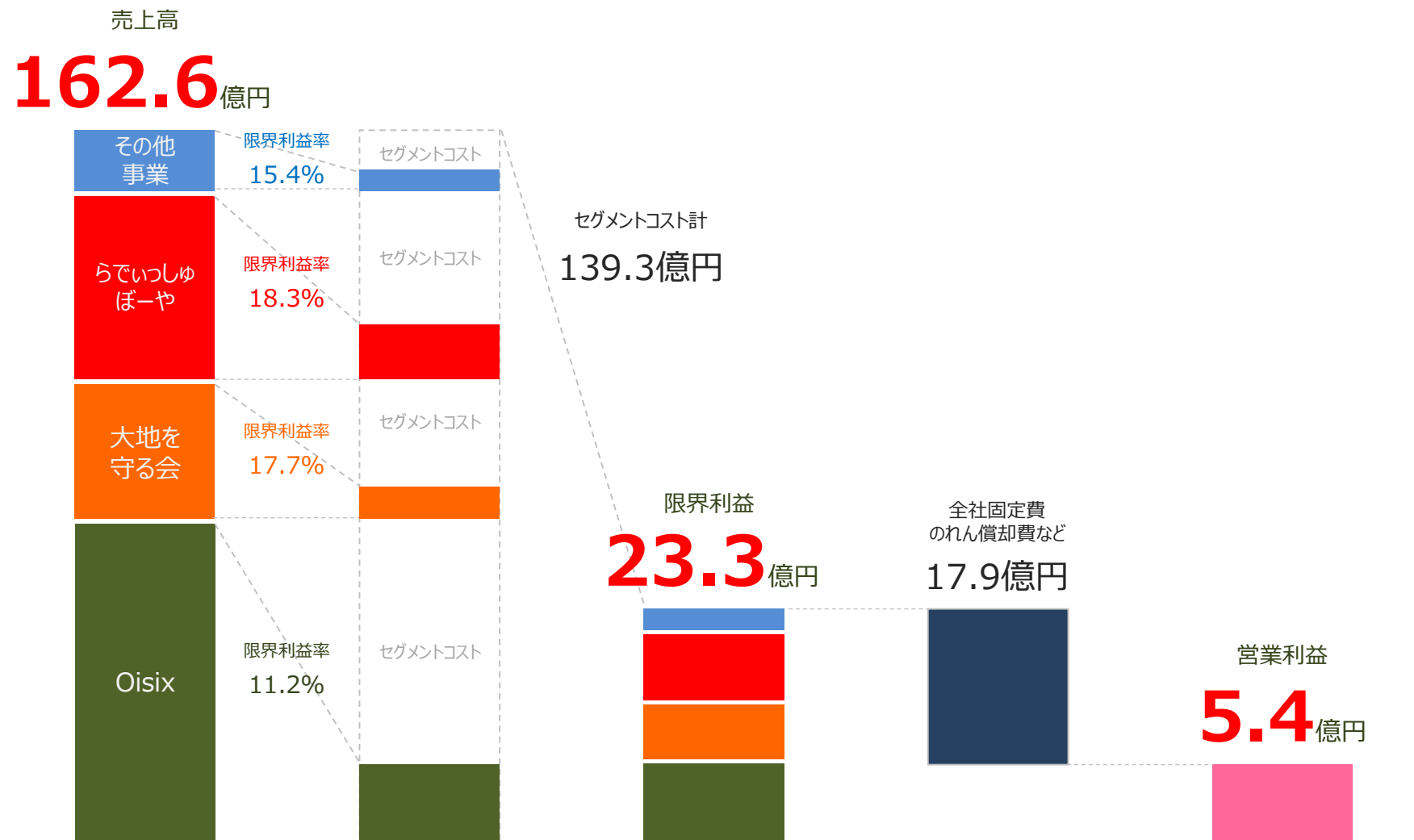
EBITDA（億円）



四半期純利益（億円）

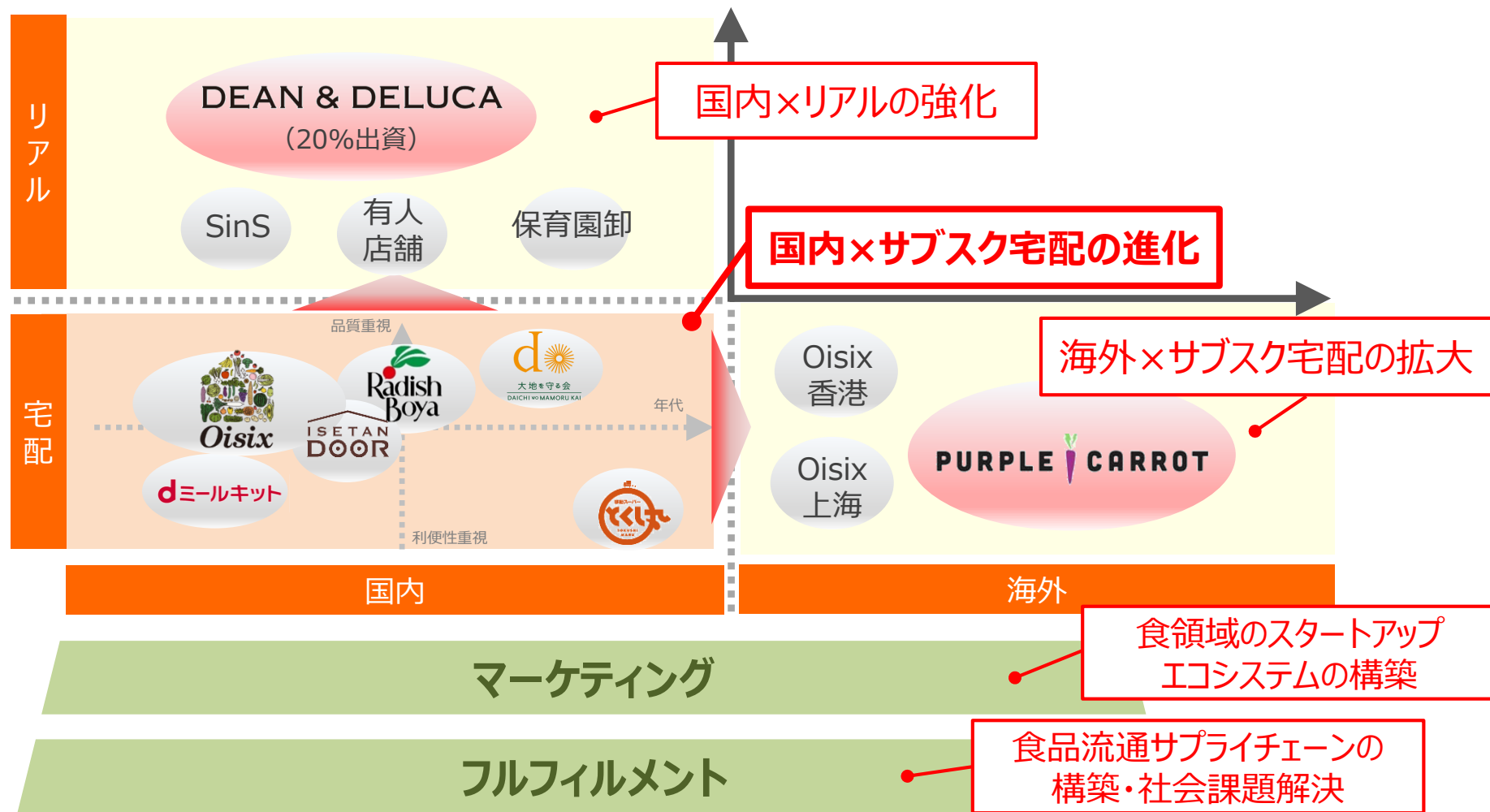


事業セグメント概要



今後の成長戦略イメージ

国内宅配市場の拡大を最優先課題として取り組み、
海外宅配や国内リアルへの強化を加え、非線形の成長を目指す



2. 事業セグメント別実績

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

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

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

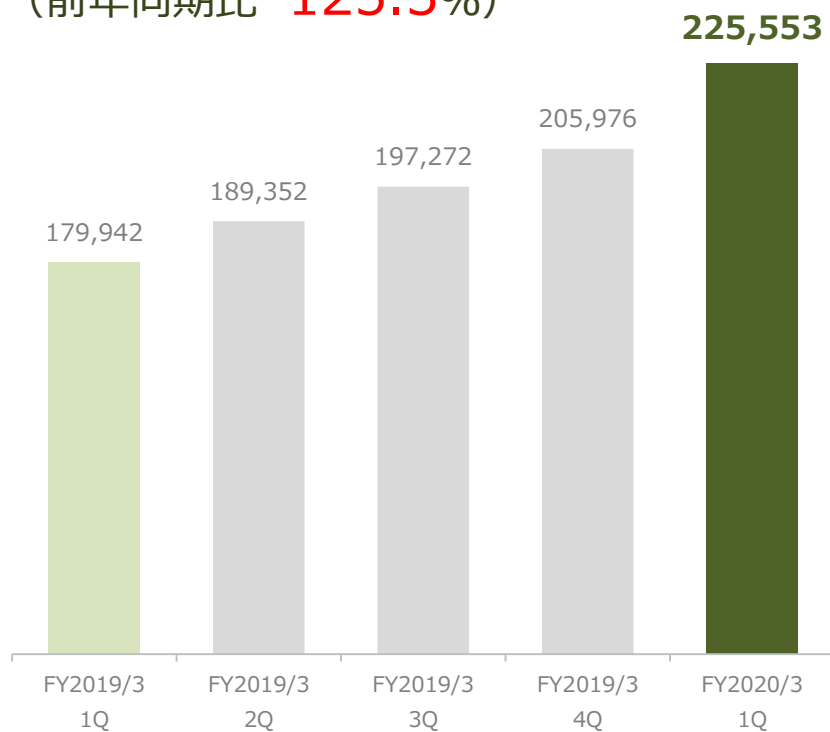
会員数：大型プロモーションの効果、テレビパブリシティの影響により**大幅伸長**

ARPU：新規のライトユーザ増により購買頻度・単価ともに減少し**微減**

■ 会員数

225,553人

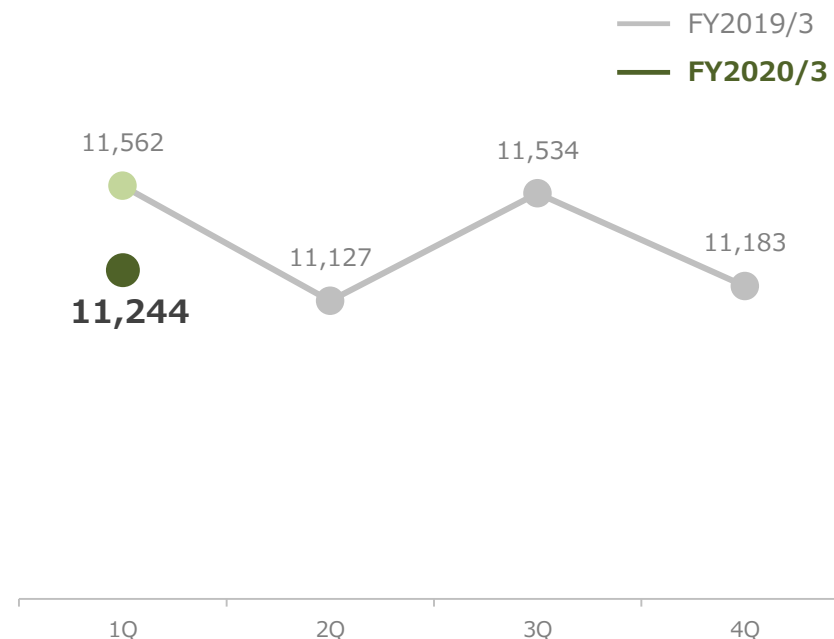
(前年同期比 125.3%)



■ ARPU※

11,244円

(前年同期比 97.2%)



Oisix トピック

新規集客をミールキット中心の訴求に統一したことで、
急速に会員数が増加し、12万人を突破

■ Kit Oisixコース会員数推移

(Oisix会員数に含む)

128,551人

(前年同期比 161.3%)

128,551

111,169

94,841

87,232

79,674

FY2019/3
1Q

FY2019/3
2Q

FY2019/3
3Q

FY2019/3
4Q

FY2020/3
1Q

■ 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

4月に放映された「坂上 & 指原のつぶれない店」(TBS系列) などの露出効果により、**ミールキット会員を中心に会員数が大幅に増加**

■ テレビパブリシティ



■ クレヨンしんちゃん とのコラボ



Oisix トピック

新規ユーザの定着および購買頻度の増加を狙い、
新サブスクリプションサービス「Oisixプライムパス」を6月27日よりリリース

■ Oisix プライムパス

月額1,280円(税抜)の
お支払いで、



Oisix Prime Pass

デイリー0円pass



ベジフルpass



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

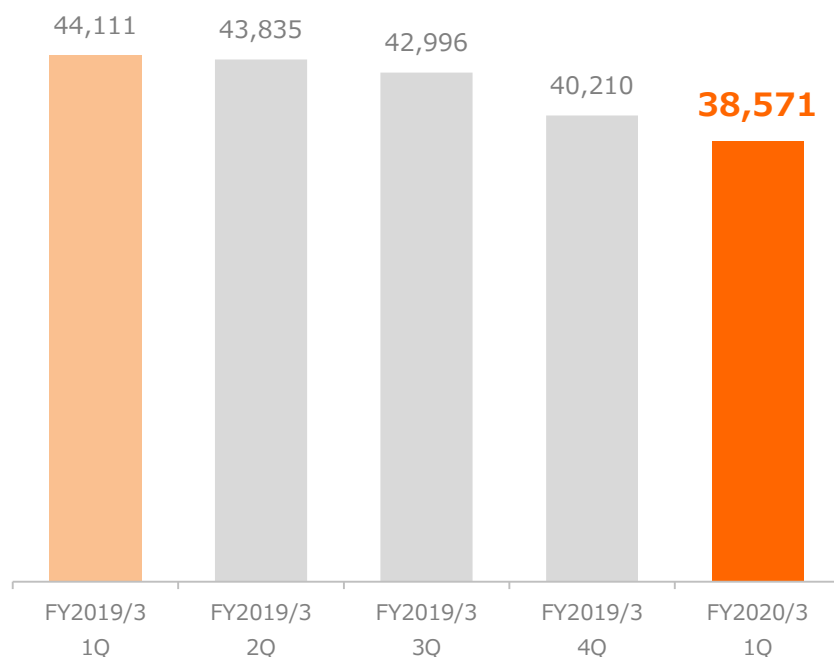
会員数：LTV向上させるサービス設計を優先。集客は低LTVチャネルを抑制し減少

ARPU：新規ユーザのサブスク定着、および既存ユーザの購買頻度・単価が上昇し増加

■ 会員数

38,571人

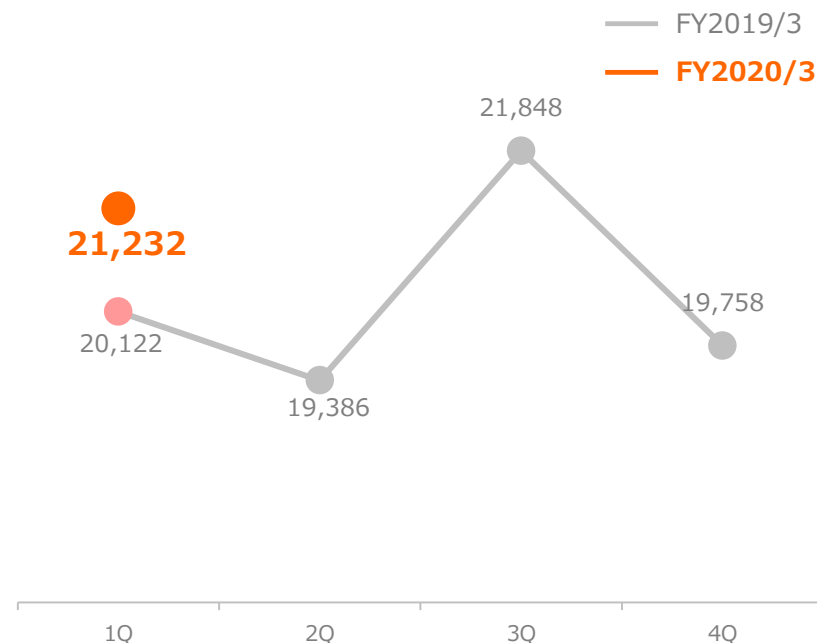
(前年同期比 87.4%)



■ ARPU※

21,232円

(前年同期比 105.5%)



大地を守る会 トピック

新規ユーザの定期契約コースの利用促進が進み、入会後の定着率が向上。
商品開発では、“ちゃんとした食生活”のコンセプトに沿ったアイテムをリリース

■ 定期契約コースの定着



入会時に3つの定期契約コースから
ニーズにあったコースを選択

・旬野菜コース



・こども安心コース



・スムージーコース



**サブスク利用の促進により
新規ユーザの定着率が向上**

■ “ちゃんとした食生活”に沿った商品

◆「まいにち野菜おかず」セット



◆「手軽に本格おさかな」シリーズ



らでいっしょばーや KPI

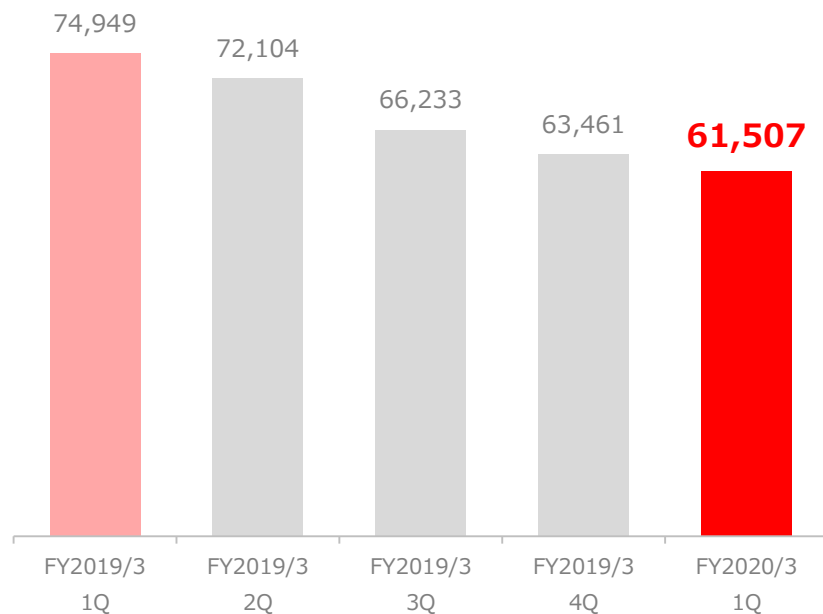
会員数：引き続き、既存会員の収益構造の改善および新規集客の抑制により**減少**

ARPU：赤字ユーザの削減により購買単価が上昇し**増加**

■ 会員数

61,507人

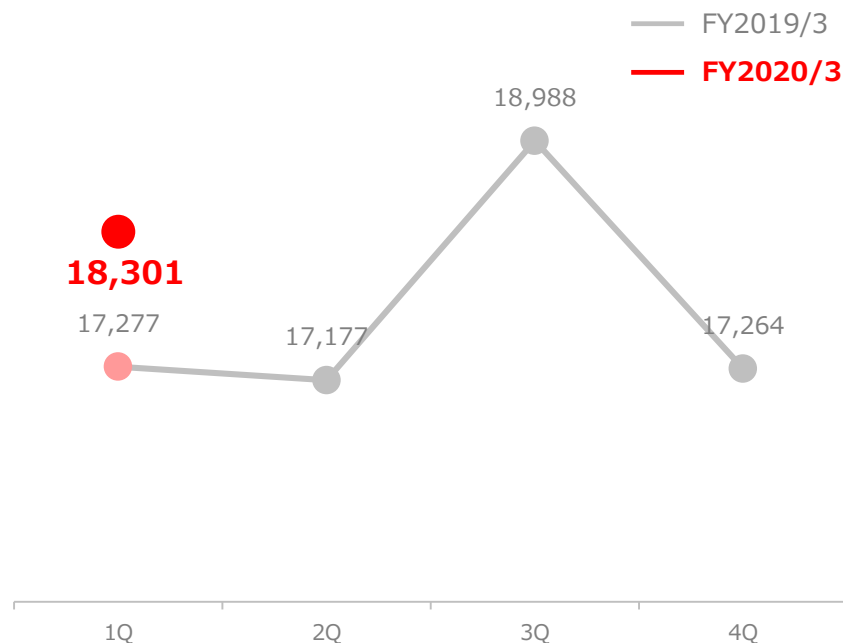
(前年同期比 82.1%)



■ ARPU※

18,301円

(前年同期比 105.9%)



らでいっしゅぼーや トピック

「料理が楽しくなる食料品店」をコンセプトに、ユーザニーズに沿ったサービスの開発や、新規集客チャネルの開拓を実行

■ じゃが玉にんじんアレンジぱれっと※

長年、お客様の要望が多かった、野菜の中でも余りやすい、「じゃがいも」「玉ねぎ」「人参」の入れ替えの選択が可能なぱれっと



■ 料理教室での集客

料理教室の先生をアンバサダーとして、らでいっしゅの食材を使いながらサービス紹介をいただく



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

dミールキットのローンチ

7月25日より、NTTドコモとの協業による新サービス
「dミールキット powered by Oisix」を提供開始

dミールキット powered by *Oisix*

◆ dミールキットの概要

✓ dミールキット定期便

週5日分のミールキットメニューを提案。
オリジナルミールキット「おいしい5min.」シリーズは、
最短5分で主菜・副菜の2品が完成

✓ おいしい朝食パスポート

毎月定額で、朝食に便利な牛乳、パン、ハムなどを
購入出来るサービス



NTTドコモとの協業によって、より多くの家事の負担や、
食材廃棄などの課題感を抱えるお客様に対して課題解決を目指す

アライアンス

前年リリースのアライアンス案件（ISRTAN DOOR、住友生命Vitality）も、
順調に進捗

■ ISETAN DOOR

5月に利用者1万人を突破、
流通総額も順調に伸長



■ 住友生命 Vitality

利用人数が順調に伸長。
割引商品に「Kit Oisix」を追加され、
サービス拡充を進める



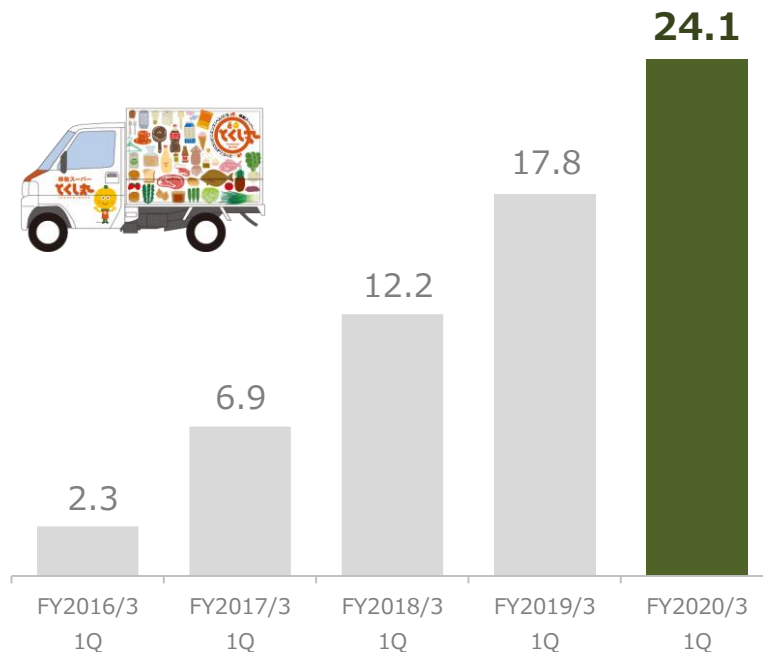
とくし丸（子会社）

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し、稼働車両台数は400台を突破

■ 流通額

24.1 億円
(前年同期比 135.5%)



■ 展開規模

提携スーパー様

稼働車両台数

113 社 **415** 台



■ 直近トピック

2019年7月に、
甲信越を中心に展開するスーパー「デリシア」と
関西を中心に展開する「松源」と新たに業務提携。
稼働台数も400台を突破し、さらなるインフラ拡大を
目指す

DELiCiA **源 マツゲン**
デリシア

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

香港：香港人向けサービスの設計を磨き上げ、集客拡大フェーズに入る
中国：3月に開始した中国人向けサービスの改善を進める

■ Oisix 香港法人

リニューアルした、香港人向け「おいしくすクラブ」の
磨き上げを継続しつつ、集客拡大のフェーズに入る



■ Oisix 中国法人

3月に中国人向けサービスを開始。ヒアリング
を進め、商品・サービスの改善を進める



海外宅配事業: Purple Carrot (子会社)

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

経営統合後、双方の人材交流を推進。日本でのビーガンメニューの展開や、Purple Carrot事業の収益改善を図る

■ Purple Carrot in Oisix

今年中に、日本でのヴィーガンメニューを展開を予定

■ 収益改善への取組み

物流オペレーション改善による品質向上を優先的に実施

- ・破損防止のため梱包資材の最適化
- ・青果物の品質担保のための箱レイアウト変更 etc.,

日本でのヴィーガン市場の創出



顧客満足度向上による解約率低下



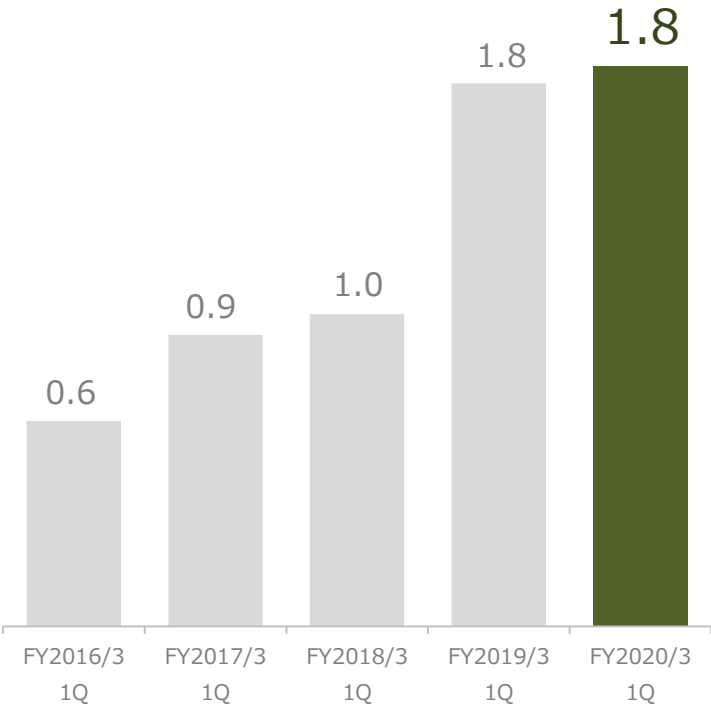
店舗外販事業 : Shop in Shop

■ Shop in Shop

不採算店舗の精査を進めつつ、Oisixブランドを中心に取引店舗を拡大。
青果に加えミールキットも合わせて販売する形態を展開

■ 売上高

1.8億円



■ 取引店舗

139店



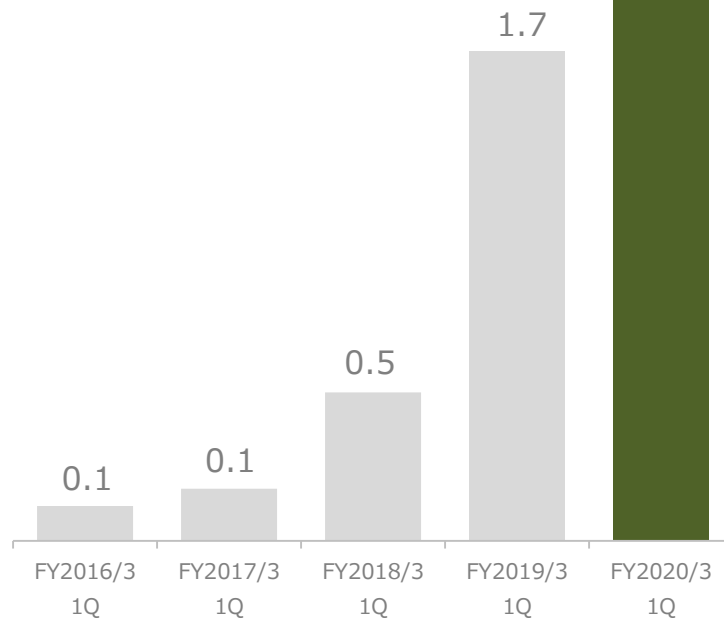
店舗外販事業：保育園卸

■ 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

2.4億円



■ 取引園数

380園

■ 直近トピック

給食以外にも園児に豊かな食体験を提供するため、オリジナルデザインのお散歩カートの贈呈と、園児が八百屋さんの体験が出来るマルシェを開催



3. 食品業界における課題解決

- ① 食のスタートアップエコシステム
- ② 食のサプライチェーン効率化
- ③ 第三者割当増資（6/27既発表）

- ① 食のスタートアップエコシステム
- ② 食のサプライチェーン効率化
- ③ 第三者割当増資（6/27既発表）

国内における 食のスタートアップエコシステム作り

■ アメリカの食スタートアップを取り巻く環境

スタートアップエコシステムが確立

ファンド

powerplant
VENTURES

資金
支援

食領域の
スタートアップ企業

販売
支援

販売先

WHOLE
FOODS
MARKET

エグジット

ビヨンドミートのIPO

BEYOND MEAT

ネスレ → ブルーボトルの買収

Nestlé
BLUE BOTTLE
COFFEE

コカコーラ → ジーコの買収

Coca-Cola
ZICO
COCONUT WATER

国内における 食のスタートアップエコシステム作り

日本においては食のスタートアップが育ちにくい環境

Oisix ra daichi

新設

ファンド

Future Food Fund

食領域に特化した
ベンチャーキャピタル

資金
支援

食領域の
スタートアップ企業

販売
支援

新設

販売先



国内外のスタートアップ企業の
生産者・メーカーの食材を
集めた販売サイト

エグジット

**日本におけるスタートアップ支援の
エコシステム構築を目指す**

Future Food Fund設立

食領域のスタートアップ企業支援を目的としたベンチャーキャピタルを設立。ファンド規模は数十億を予定。パートナー企業と共に、国内外の先進的な食・農・ヘルスケア領域への積極的な投資を行う

■ Future Food Fundの特長

食領域特化のスタートアップ支援のベンチャーキャピタル

国内外の食領域のスタートアップ企業



Future Food Fund



国内の食品関連の事業会社

海外のベンチャーキャピタル・インキュベーターとの連携

powerplant
VENTURES

アメリカのニューフード分野向けVP



シェアオフィスやテストキッチンなどの支援

イノベティブフードカテゴリーの開始

アグリテック

ヘルスケア

ニューフード

Oisixクラフトマーケット

国内における食のスタートアップエコシステム作りに向け、Oisix クラフトマーケットを開設

◆国内のスタートアップ企業

例) ベースフード株式会社 ※2019年秋より取引予定

..完全栄養食の Pasta・パンなどを販売



◆海外のベンチャーキャピタル・インキュベータとの連携

powerplant
VENTURES

アメリカのニューフード領域の
ベンチャーキャピタル



シェアオフィスや
テストキッチンなどの支援



◆日本の農林水産業の発展にむけた事業者への出資・成長支援

- 6次化産業化に対する支援
- 事業再編・参入に対する支援
- 食品等流通合理化に対する支援

出資先合計 127件

※2018年3月末時点



A-FIVEとの連携について

Oisixの販売サイト内に開設する「クラフトマーケット」コーナーに、
A-FIVEが出資先及び連携している生産者の商品を取り扱う



出資・
成長支援



出資・成長支援している
農産物生産者・メーカー

◆取扱い予定先候補



都農ワイン（株）



その他の出資・支援先



- ① 食のスタートアップエコシステム
- ② 食のサプライチェーン効率化
- ③ 第三者割当増資（6/27既発表）

Oisix ra daichi

- ・自然派宅配 No.1
- ・全国約5,000軒の
直接契約の生産者



ヤマト運輸

- ・国内宅配便シェアNo.1
- ・全世界に基盤をもつ
物流・配送ネットワーク

双方のアセットの活用し、
食品流通全体のサプライチェーンにおける課題解決に向け、
協業の検討に関する合意書を締結

提携の背景について： サプライチェーンの課題



改善余地あり

ラストワンマイル以外にも、
当社が取り組むべきサプライチェーンの課題領域は広い

提携の背景①： ベジネコプロジェクト



「ベジネコ」プロジェクト

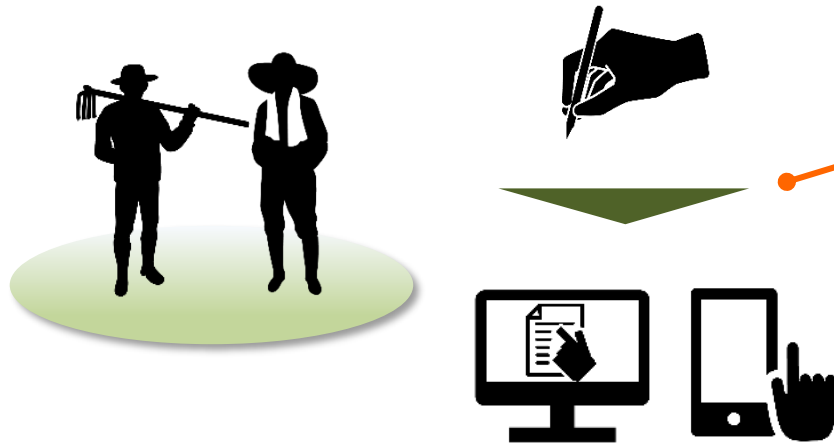
Oisix ra daichi  ヤマト運輸

2017年よりヤマト運輸と共同で、
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
目指す取組を開始

提携の背景①： ベジネコプロジェクト

■ 直近の取組み（2019年3月リリース）

受注のやり取り、データ管理、帳票作成など



アナログで行っていた作業を、
PCやスマホを使って一括で実行可能に

【導入企業】

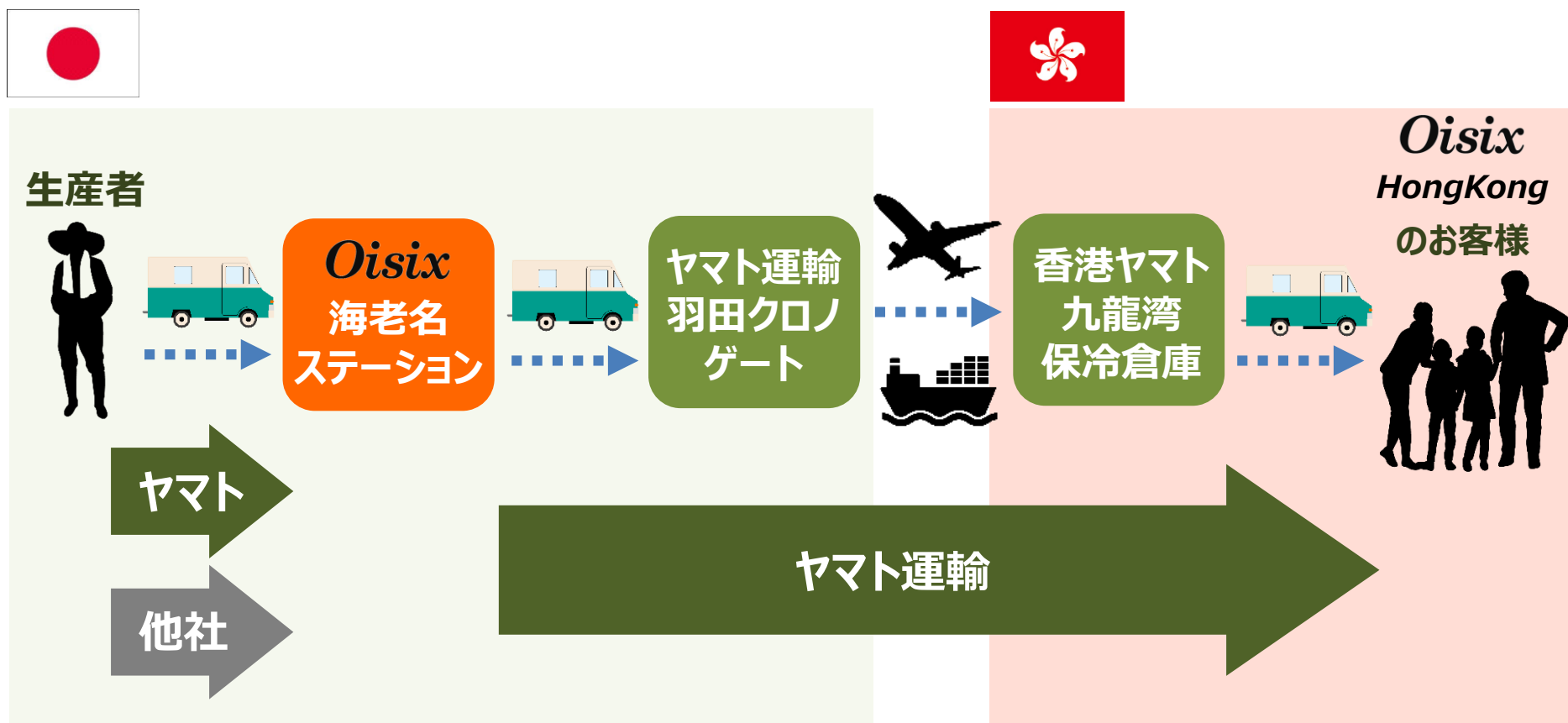
農事組合法人ながさき南部生産組合 様
株式会社サラダボウル 様

その後も・・・

- ・導入ユーザーの利用状況をヒアリングを元にUI改善、**6月に再リリース**
- ・生産者の集まるセミナーでサービス紹介するなど、**順調に利用企業数が増加**

提携の背景②： Oisix香港と香港ヤマトの取組

Oisix香港において、香港ヤマトが保有する九龍湾の保冷倉庫を活用し、
高品質の一貫保冷輸送ネットワークの利用を開始



- ① 食のスタートアップエコシステム
- ② 食のサプライチェーン効率化
- ③ **第三者割当増資（6/27既発表）**

第三者割当による新株式の発行

■ 食品業界における課題解決の実行に向け、資本提携を締結

- ・割当先 : ヤマトホールディングス株式会社
: 株式会社農林漁業成長産業化支援機構
(通称 : A-FIVE)
- ・発行新株式数 : 586,000株 (全株式数の1.71%)
 - └ ヤマトHD : 219,700株 (保有比率0.64%)
 - └ A-FIVE : 366,300株 (保有比率1.07%)
- ・調達資金額 : 800百万
- ・具体的な資金使途 : 食品流通全体サプライチェーンの
ネットワーク構築への設備投資

◆ ヤマトホールディングス株式会社

- ・代表者 : 取締役社長 長尾 裕
- ・資本金 : 127,234百万
- ・事業内容 : デリバリー事業等を営む会社の経営管理他

◆ 株式会社農林漁業成長産業化支援機構（A-FIVE）

- ・代表者 : 取締役社長 光増 安弘
- ・資本金 : 17,551百万
- ・事業内容 : 6次化産業など日本の農林水産業の発展にむけた事業者への投資・支援

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

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。
今年は雨の中の開催にもかかわらず、2,500名の来場



東京ハーヴェスト2019

今年で7回目を迎える「東京ハーヴェスト2019」が9月に開催決定。
日本各地の「旨い」を味わい、生産者の「凄い」を体験する2日間



東京ハーヴェストは、農家、漁師、畜産家など食の作り手の素晴らしさを国内外に発信し、感謝と尊敬の気持ちを形にして伝える大収穫祭です。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。



持続可能な土用の丑の日

持続可能な土用の丑の日をテーマに、絶滅危惧種であるうなぎの食べ方提案を初め、土用の丑のルーツなどを伝える特設サイトを開設



◆うなぎの食べ方提案

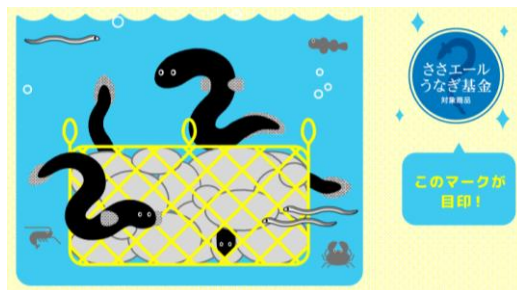
少ない量のうなぎで
楽しめる「う」ご飯



うなぎに代わる食材で楽しむ
「さんま・穴子の丼ぶり」



◆ささエールうなぎ基金



土用の丑の日に“うなぎを食べる食文化”を
次世代へ継承していくため、
「ささエールうなぎ基金」を設置。
3ブランドのうなぎを購入することで
25円～50円が、うなぎの成長しやすい
環境整備活動へ活用される

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： 1,286,253千円

従業員数： 連結 735名（2019年3月末）

関係会社概要

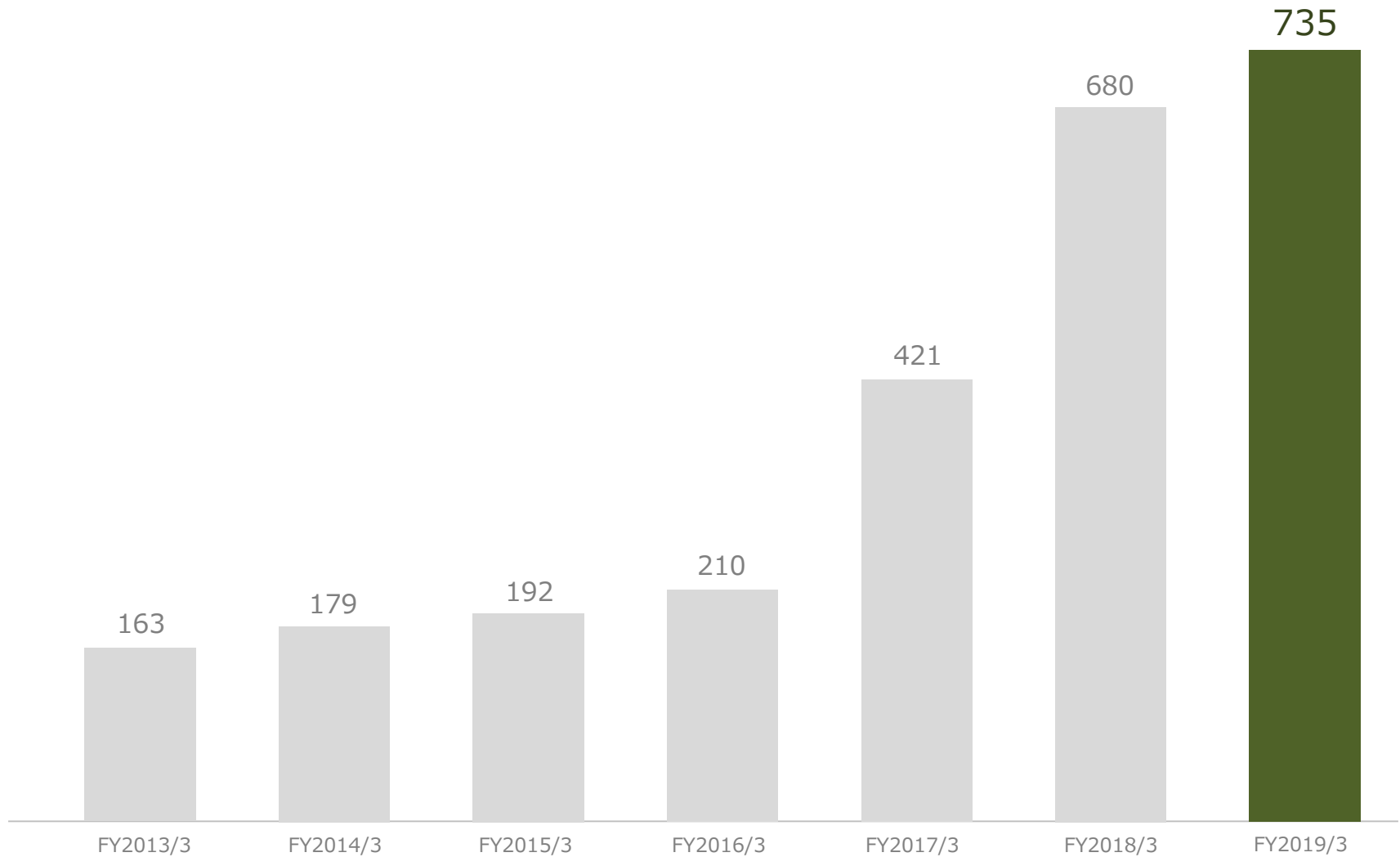
■ 連結子会社

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
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



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。

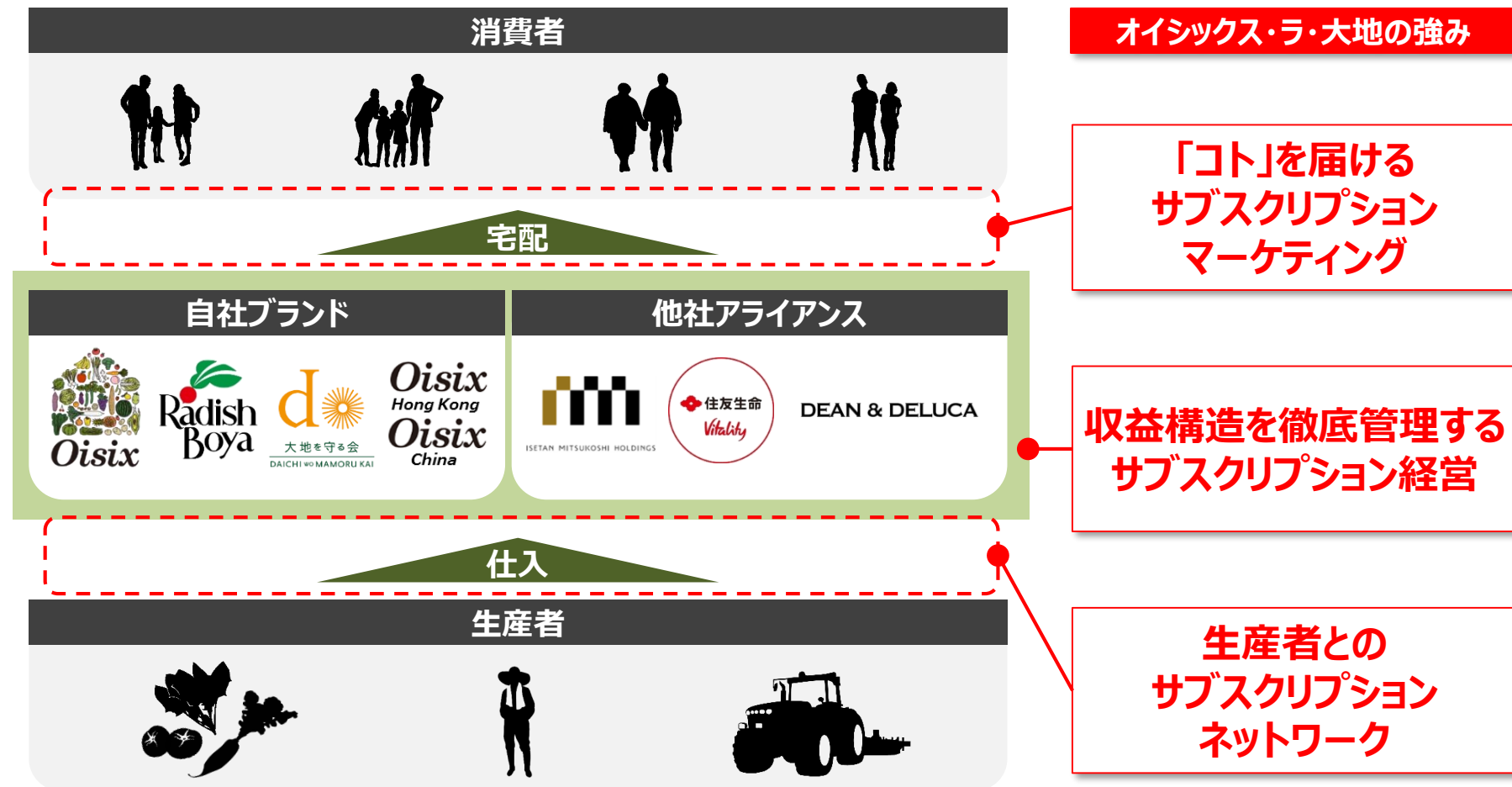
■ ヤマト運輸株式会社との取引関係の影響

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。



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

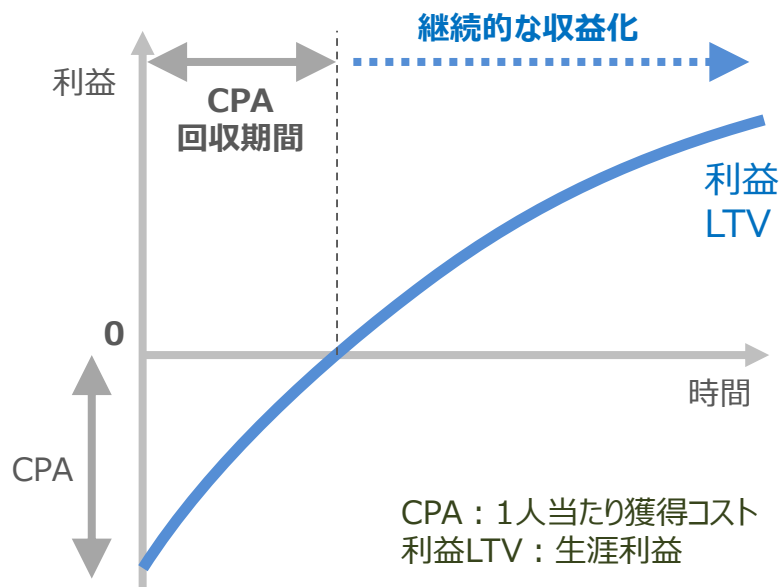


サブスクリプション経営

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

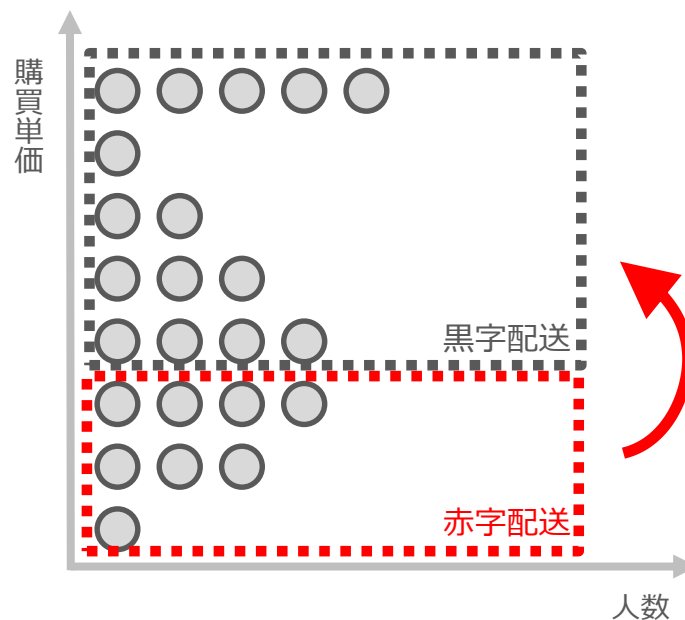
■ CPA・LTV管理の徹底

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

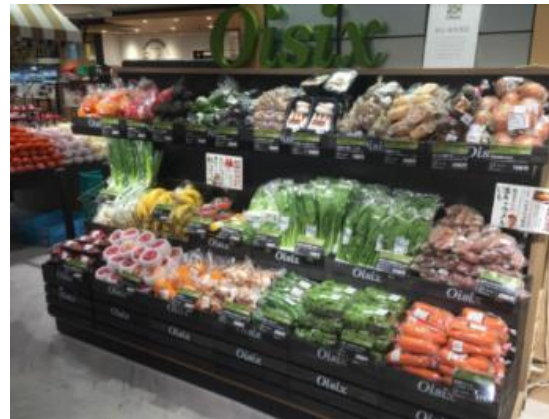


店舗外販事業：Shop in Shop

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

保育園



品名	数量	単価	小計
りんご	10	100	1000
バナナ	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」



品名	数量	単価	小計
りんご	10	100	1000
バナナ	5	200	1000
...	...	...	...



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



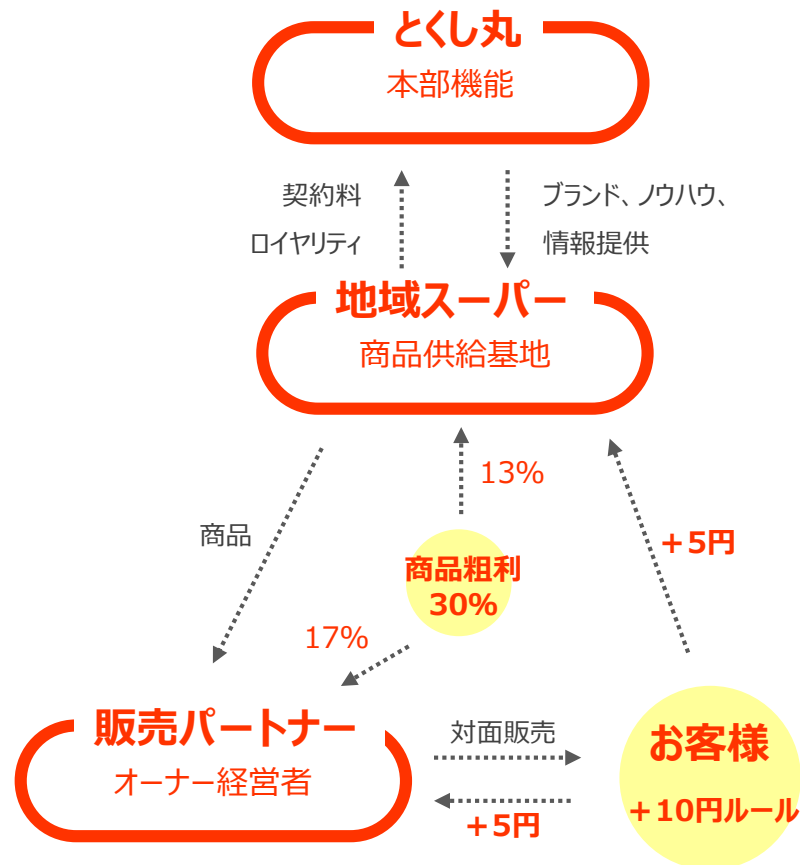
■ 旬野菜ノベルティ「タベルティ」

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



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				FY2020/ 3
(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
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	16,265
営業利益	169	270	625	752	141	237	692	891	610	1,115	2,265	2,312	543
EBITDA	225	391	810	996	320	635	1,282	1,670	808	1,513	2,882	3,154	755
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	270

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				FY2020/3
(百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
Oisix	売上高	5,790	11,470	18,481	24,799	6,863	13,769	22,190	29,619	8,308
	限界利益	674	1,392	2,421	3,288	970	1,943	3,371	4,036	933
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	2,587
	限界利益	539	1,078	1,650	2,095	479	960	1,536	1,989	457
らでいつしゅ ぼーや	売上高	-	-	-	-	5,811	9,926	14,346	18,028	3,770
	限界利益	-	-	-	-	1,030	1,765	2,657	3,342	688
その他事業	売上高	1,109	2,163	3,263	4,250	1,482	2,755	4,198	5,793	1,663
	限界利益	185	384	571	760	154	290	479	724	256
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	1,792

データシート：重要KPI

■ 業績数値

		FY2018/3	FY2019/3				FY2020/3
		4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
4 Oisix	会員数 (人)	169,664	179,942	189,352	197,272	205,976	225,553
	ARPU (円)	11,602	11,562	11,127	11,534	11,183	11,244
	購買単価 (円)	5,925	6,002	5,973	6,150	6,015	5,887
	購買頻度 (回)	1.96	1.93	1.86	1.88	1.86	1.91
大地を守る 会	会員数 (人)	44,933	44,111	43,835	42,996	40,210	38,571
	ARPU (円)	19,240	20,122	19,386	21,848	19,758	21,232
	購買単価 (円)	7,726	7,770	7,553	8,529	7,811	7,990
	購買頻度 (回)	2.49	2.59	2.57	2.56	2.53	2.66
らでいっしゅ ぼーや	会員数 (人)	78,062	74,949	72,101	66,233	63,144	61,507
	ARPU (円)	16,639	17,277	17,177	18,988	17,264	18,301
	購買単価 (円)	5,278	5,460	5,616	6,114	5,869	6,055
	購買頻度 (回)	3.15	3.16	3.06	3.11	2.94	3.02

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