

Oisix ra daichi

オイシックス・ラ・大地株式会社

2021 年 3 月期 2Q 決算説明会

2020 年 11 月 12 日

イベント概要

[企業名]	オイシックス・ラ・大地株式会社		
[企業 ID]	3182		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2021 年 3 月期 2Q 決算説明会		
[決算期]	2020 年度 第 2 四半期		
[日程]	2020 年 11 月 12 日		
[ページ数]	52		
[時間]	16:00 – 17:04 (合計：64 分、登壇：32 分、質疑応答：32 分)		
[開催場所]	インターネット配信		
[会場面積]			
[出席人数]			
[登壇者]	1 名 代表取締役社長 高島 宏平（以下、高島）		
[アナリスト名]*	東海東京調査センター 角 英樹		

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasia.com

*質疑応答の中で発言をしたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



登壇

ウメムラ：それでは定刻になりましたので、始めさせていただきます。

本日はお忙しい中、オイシックス・ラ・大地株式会社、2021 年 3 月期中間決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。本日、進行を務めます経営企画部 IR セクションのウメムラです。よろしくお願いします。

本日の決算説明会は大きく 2 部構成で進めさせていただきます。前半は、弊社代表の高島より、上期の業績を中心に、中間決算の報告を約 30 分させていただきます。そのあと後半は、参加者の皆様との QA セッションへと移らせていただきます。

QA セッションでは zoom の挙手機能を使い、口頭での質問受付の形式で行わせていただきます。また参加いただいている環境の都合上、発言のできない参加者様につきましては、チャットでの質問受付もさせていただきます。QA セッションの詳細につきましては、改めてご説明をさせていただきます。

それでは早速、中間決算報告に移らせていただきます。高島社長、よろしくお願いいたします。

高島：皆さん、こんにちは。よろしくお願いいたします。本日はお忙しい中、当社の決算説明会にお越しいただきまして、ありがとうございます。

前回、4 月に一部上場になりまして、5 月に行った決算説明会に続いて、今回もオンラインでの開催ということで、皆さんのリアクションが全然見えないという、やりづらさも若干あるんですが、それでも、むしろ多くの方にご覧いただけるようになったかなと思っていまして、大変嬉しく思っています。本日は本当にお忙しい中、お時間をありがとうございます。

最初に私のほうから、この半年ぐらいですね。この四半期の説明でもありますが、上期全体を含めての活動の結果と、今後の見通しについて、お話をしたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasia.com



目次

1. FY2021/3 2Q全社業績
 2. FY2021/3 2Q事業セグメント別業績
 3. コロナ禍における社会活動について
 4. 業績予想の修正および下期の業績見通しについて
 5. 事業トピックについて
 6. 当社の新しいグリーンシフト施策について
- APPENDIX・DATA SHEET

Oisix ra daichi

1

目次としては、ここに記載のように、けっこういっぱいありますね。この期間の説明と、それから今後の見通し、およびいくつかのトピック的なことというかたちになります。

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasia.com

「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

まず説明するにあたり、当社は一部に指定替え直後ということもあって、はじめましての方も今日も多くご参加いただいていると思いますので、当社の自己紹介ということで、企業理念について、改めてご説明させていただきたいと思いますが、「これからの食卓、これからの畑」というのが、私たちの会社の存在意義と位置付けています。

当社は、私自身が2000年にオイシックスという会社を創業しまして、より長い創業40年の、大地を守る会と2017年に統合し、そして創業30年を超える、らでいっしゅばーやと2018年に統合し、オイシックス・ラ・大地という新しい会社になる際に、この企業理念をみんなで時間をかけて作りました。

なぜ当社の自己紹介の中で、こういう企業理念をお出ししているかというと、当社は非常にこういうところに対して、こだわりが強いというか、大切にしているタイプの会社です。食卓だけでも、畑だけでもだめで、両方がよくなることを、当社が目指す企業理念としていまして、下から2行目に書いていますが、食に関する社会課題を、ビジネスの手法で解決していこうと思っています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



いま私たちが一番得意とする食のサブスクリプションという領域で、この食の社会課題を解いていくということを、主に事業として行っておりますが、今後もこの事業理念に沿ったかたちで、事業の展開をしてまいりたいと考えています。ということで、自己紹介でした。

前年同期比較時の差異について

【Purple Carrot社の連結】

- ✓ 2019年4月に子会社化した、アメリカでヴィーガンに特化したミールキット宅配を展開する Purple Carrot社について、前期3Qより売上・利益・のれん償却の連結を開始
- ✓ 前期(FY2020/3期)は下期6か月の半期連結、今期(FY2021/3)は通期連結
- ✓ 前期比較において、上期はPurple Carrot分が上積みとなる

◆Purple Carrot連結期間

会計年度	連結期間	1Q	2Q	3Q	4Q
前期 (FY2020/3期)	下期6か月 連結			FY2020/3 3Qから 連結開始	
今期 (FY2021/3期)	通期12か月 連結				

※決算期の違いにより、連結期間は3か月ずれて連結（2QはPurple Carrotの4月～6月期の実績が計上）

Oisix ra daichi

4

では中身について、お話をしたいと思います。まず業績のご報告です。1 個目は注意事項で、前期との比較をご覧ください際の注意点なのですが。

去年の4月に、Purple Carrot、アメリカのボストンにあるヴィーガンの会社を子会社化しましたが、去年の上半期、当社にとっての上半期には連結をしておりませんで、去年は後半の半分だけが連結というかたちになります。

今年に関しては初めて12 カ月通期で連結となりますので、上期・上期でご覧ください際は、このPurple Carrot 分が純粋に上期の業績においては、売上においても、利益においても、のっかっていうかたちになります。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

FY2021/3 2Q業績サマリ

売上高：1Qに引き続き、コロナによる宅配ニーズ増により**会員数・ARPUが順調に伸長**
利益：売上・ARPU増による利益増に加え、Oisix新規販促費の未消化により、
当初想定を上回る進捗

売上高

475.6億円
(前年同期比 146%)

EBITDA

46.7億円
(前年同期比 347%)

営業利益

39.7億円
(前年同期比 441%)

親会社株主に
帰属する
四半期
純利益

24.5億円
(前年同期比 628%)

Oisix ra daichi

6

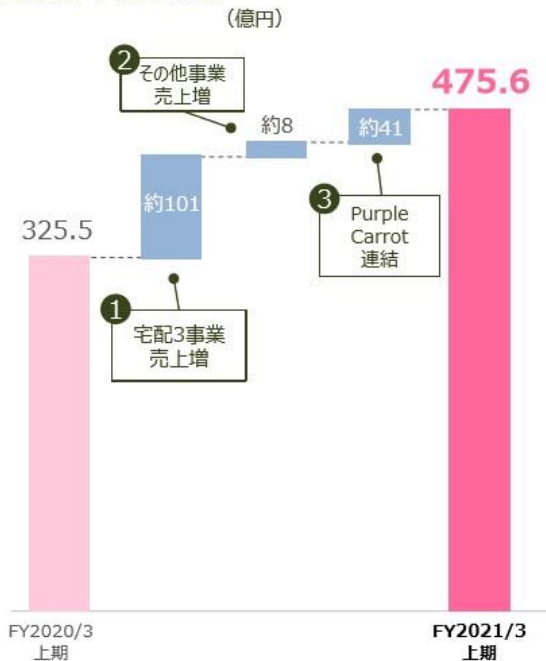
続いて、業績のサマリーです。いろいろ書いていますが、グラフというか、数字を見ながら、ご説明したいと思います。売上高が前年同期比で約 1.5 倍の 475 億です。EBITDA で 3.5 倍ほど、46.7 億円というかたちになっています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

売上高：前年推移

■ 売上高：前年推移



① 国内宅配3事業の売上増：約101億円

- ・ARPU増影響：約66億円
- ・会員数増影響：約35億円

② その他事業の売上増：約8億円

- ・他社EC支援・香港：約10億円
- ・保育園卸などその他事業：約▲2億円

③ Purple Carrot連結：約41億円

- ・前期3Qより連結開始したため、前年同期比で上期は上積み（詳細は3ページ参照）

Oisix ra daichi

8

背景に関して、売上、これもグラフなので、次のページで売上が増えた背景を説明してみます。

売上が150億ぐらい伸びていますが、その内訳を説明すると、一つは国内宅配3事業、オイシックス、大地を守る会、らでいっしゅぼーや、この3事業が主要事業になりますが、この事業が約100億円ほど、事業成長しています。コロナの環境の中で、ARPU、1人あたりの売上高が非常に伸びている。だいたい1.2倍ほど、いずれのブランドも伸びているということが大きいです。

それから、会員数が増えたということもあります。特に、第1四半期は、オイシックスの配送センターのキャパシティがいっぱいになりまして、オイシックスのプロモーションを十分にできなかったんですが、第2四半期はそのキャパシティの問題がだいぶ解決をしたので、ある程度プロモーションを行って、オイシックスブランドで2万人ほどのお客様の増加がありましたので、その分を踏まえて、売上が増加しています。

それから、その他の単体の事業で言うと、香港ですとか、あるいは他社EC支援と申しているのは、ISETAN DOORさん、あるいはdミールさんというドコモさんとの協業ですとか、そういった事業も同様にお客様が増えているということです。

サポート

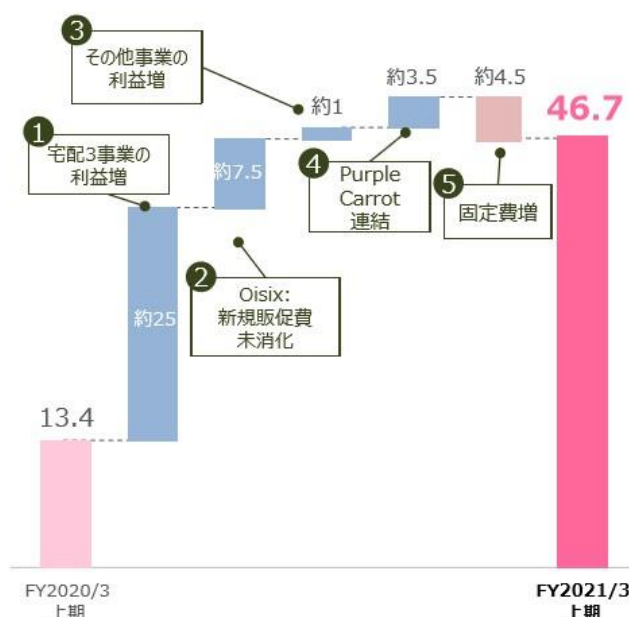
日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

一方で、保育園卸などは、保育園が、特に上半期の前半、第1四半期は休園になるような段階もありましたので、その分、売上の減少があります。だいぶ戻ってきてはいますが、従来想定していた営業活動は行えていないので、まだこのB to Bの事業に関しては、従来の想定レベルには戻ってきていないということになります。

そして、3つ目が冒頭に申し上げた Purple Carrot です。これも去年、買収をして、経営改善等を進めてまいりましたが、その効果もなくはないというか、たぶんちょっとはあるだろうなと思っていますが、どちらかというと、コロナの影響をアメリカは非常に受けていまして、それによる出荷の増加。そして健康意識の高まりによる、このヴィーガン食のニーズの増加を受けているということで、売上が増加しています。

EBITDA : 前年推移

■ EBITDA : 前年推移 (億円)



① 宅配3事業の利益増 : 約25億円

- ・ARPU増影響 : 約16億円
- ・会員数増影響 : 約9億円

② Oisix新規販促費未消化 : 約7.5億円

③ その他事業の利益増 : 約1億円

- ・他社EC支援・香港 : 約1億円
- ・保育園卸などその他事業 : ±0億円

④ Purple Carrot連結 : 約3.5億円

- ・前期3Qより連結開始し、今期初めて黒字化
- ・前年同期比で上期は上積み(詳細は3ページ参照)

⑤ 固定費増 : 約4.5億円

- ・1Qのコロナ対応費用や指定替えなどのスポット費用増 約4億円

Oisix ra daichi

9

一方、利益サイドのところになります。まず全体で言うと、3倍ちょっとというかたちになっていますけれども、一番大きいのは宅配3事業で売上が伸びたことに伴って、利益が増えている。約25億ほど増えております。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

一方、これはあまりいい話ではないんですが、オイシックスのプロモーションが、先ほど申し上げた配送センターのキャパシティオーバーによって、十分できなかったということで、その分、使えなかった費用が7億5,000万ほどあるというかたちになります。

その他の事業になりますが、あとは Purple Carrot が、われわれが買収した当時は赤字でしたが、今期初めて黒字化しまして、これは実はあまり想定していなかったというか、もう少し赤字基調が続くかなと思っていましたが。この期間で言うと、黒字化したということで、その分も増えているというかたちになります。

セグメント別業績サマリ

	売上	セグメント利益※	FY2021/3 2Q事業概況
Oisix	230.4億円 (前年同期比 140%)	43.3億円 (前年同期比 232%)	・出荷キャパ逼迫解消により、新規獲得を再開。2Qで約2万人の会員増 ・ARPUは、前年同期比約20%増
大地を守る会※	70.9億円 (前年同期比 138%)	13.6億円 (前年同期比 155%)	・今期より会員拡大フェーズに移行。2Qで約1,000人の会員増。 ・ARPUは、前年同期比約15%増
らでいっしゅ ぼーや	90.8億円 (前年同期比 122%)	16.2億円 (前年同期比 128%)	・2Qは調達物流の改革に注力し、会員数は微減 ・ARPUは、前年同期比約15%増
その他事業※ (子会社含む)	85.2億円 (前年同期比 242%)	10.3億円 (前年同期比 186%)	・他社EC支援や海外事業は順調に伸長 ・保育園卸事業などのリアル媒体の事業は、ほぼ前年売上に回復しつつある ・上期はPurple Carrotの売上・利益が新規連結で上積み

Oisix ra daichi

※大地を守る会、その他事業のセグメント利益はのれん償却影響を控除しており、短信のセグメント数値と異なります。 10

ということで、これはセグメント別。重複しますが、全体で475億の売上、営業利益で言うと約40億弱というかたちになります。より詳細をセグメント別でお話したいと思います。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

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：出荷キャパ逼迫が解消し、制限のない新規獲得を再開した結果、2Qで約2万人の会員増
ARPU：夏季の旅行や帰省の自粛により、おうちごはん需要が底上げされ、前年同期比約20%増

■ 会員数

274,929人
(前年同期比 121%)



■ ARPU※

12,986円
(前年同期比 122%)



Oisix ra daichi

※ ARPU=Average Revenue Per User: 一人当たり月単価 15

まず、国内の主要3ブランドからお話をしたいと思います。

オイシックスブランドですが、第2四半期でプロモーションを再開した結果、約2万人ほど、お客様を増やすことができています。それから夏場というのは、私たちは一番、1人あたり売上高が下がる、年間で一番厳しい時期ではあるんですが、今年は夏休みがかなり短縮されたこともあり、お客様の行動も変わったこともあって、下がってはいますが、それほど下がらず、前年比で120%ぐらいというかたちになっています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

Oisixトピックス -Kit Oisixコラボ

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

当社のミールキット開発ノウハウと提携先のレシピ・食材を活かしたコラボKitを複数リリース。
今後も商品コラボを始め、両社のEC事業連携などのソリューションを検討

■ モスバーガーコラボ

◆ 時を忘れる 魅惑のボロネーゼ



✓ リニューアルした「モスバーガー」のミートソースを活かしたボロネーゼは、**12,000セット即日完売**



Future Food Fundへの出資に加え、
食領域での協業を検討中

■ 大戸屋コラボ

◆ 大戸屋監修 鶏と野菜の黒酢あん



✓ 大戸屋で18年連続の人気No.1メニューを
Kit Oisixで再現し、**即日完売**



大戸屋EC事業や大戸屋店舗での
コラボメニューの共同開発を進める

Oisix ra daichi

17

中でも主力である Kit Oisix のコースに関しては、非常に成長しています。

また、この期間、さまざまなコラボをしまして、代表的なものを二つ取り上げていますが、一つはモスバーガーさんとのコラボを行いました。Future Food Fund という食のテクノロジーへのファンドに関しても、一緒に LP になっていただいているんですが、そのモスバーガーさんとのコラボというのが非常に好調というか、あっという間に売り切れてしまったということで、われわれの反省でもあります、そういうことです。

それからもう一つ、この前、秋口に販売をした大戸屋さんとのコラボレーションで、こちらも販売して、すぐに売り切れてしまいました。というような有名なレストランさんとのコラボをこの四半期に開始しています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



Oisixトピックス ーおうちレストラン

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

コロナによる新しいお客さまニーズを捉えた「おうちレストラン」は、
外食店・お客さま双方のニーズが非常に高く、今後も取扱いを拡大予定



✓ 取扱い商品は、**23店舗43アイテム**まで拡大

【外食店 販売実績】

大塚伍郎の味
名物串カツ田中

串カツの販売本数が
17万本突破



いぬや

累計4,000セット販売



【お客さまの声】

- ✓ 一度お店に行ったらうま焼きを食べてみたかったのですが、緊急事態宣言中だったので外食するのも難しい時にこちらを見つけてすぐに注文しました。大変美味しかったです。
- ✓ 医療従事者で毎日頑張っているお父さんに、久しぶりの居酒屋気分を楽しんでもらおうと、父の日に串カツセットをいただきました。秘伝のソースをつけるおかわり自由の生キャベツ、チンチロリンハイボールも再現し、盛り上がりました。また利用したいのでよろしくお願い致します。



大塚伍郎の味
名物串カツ田中

Oisix ra daichi

18

あと、おうちレストラン、これはコロナの直後、4月からスタートしていますが、食材の販売先がなくなってしまった外食レストランさんの料理を、一般のご家庭にお届けするという事で。

緊急事態宣言後も継続的に売上が伸びているということで、もともと支援で始めましたが、支援にとどまらず、新しいライフスタイルを支える事業になるかもなということで、継続して事業を行っておりまして。いま23店舗さんにご参画いただいているということです。

ご参画いただいているといっても、私たちが出店料をいただくようなモデルではなくて、普通にレストランさんの食材、あるいはメニューを仕入れさせていただいて、販売をする。場合によっては、われわれと一緒に商品開発をして販売をする、というモデルでやっております。

お客様の声も多くいただいておりますが、これからコロナにかかわらず、レストランのものを家で食べる。あるいは食卓にのるものが、シェフが作られたものと、主婦が作られたものが混ざった状態で食卓を過ごすことが当たり前になる。そのような変化もあるんじゃないかなと感じていますので、継続的に取扱いを行っていきたいと思っています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



Oisixトピックス ー狭山ステーション

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

当初予定通り10月に竣工。3Qは来期の新センター稼働を見据えたテスト稼働を行いつつ、今後の出荷増に対応できる体制が整った

狭山ステーションの状況

- ✓ 当初3Q稼働を予定していたが、既存センターの生産性改善がうまくいき、4Q稼働に変更
- ✓ 3Qは来期の新センター稼働を見据えたテスト稼働を実施
- ✓ 出荷キャパは前期末比+50%となり、コロナの再拡大による出荷増にも対応できる体制が整った



初期投資・物流費増について

- ① 初期投資：約50百万
- ② 物流費増：約15百万/月（今期4Qから来期3Qの新海老名ステーション稼働まで）

Oisix ra daichi

19

それから、オイシックスの最後のトピックですけれども、配送センターが第1四半期にパンクをしまして。それで慌ててサテライトを二つ増やして、それからさらにサテライトの生産性を向上してみたいなことをやっていたんですけれども、それでも追いつかなさそうというのもありまして、狭山のステーションを稼働するという計画でやっておりました。

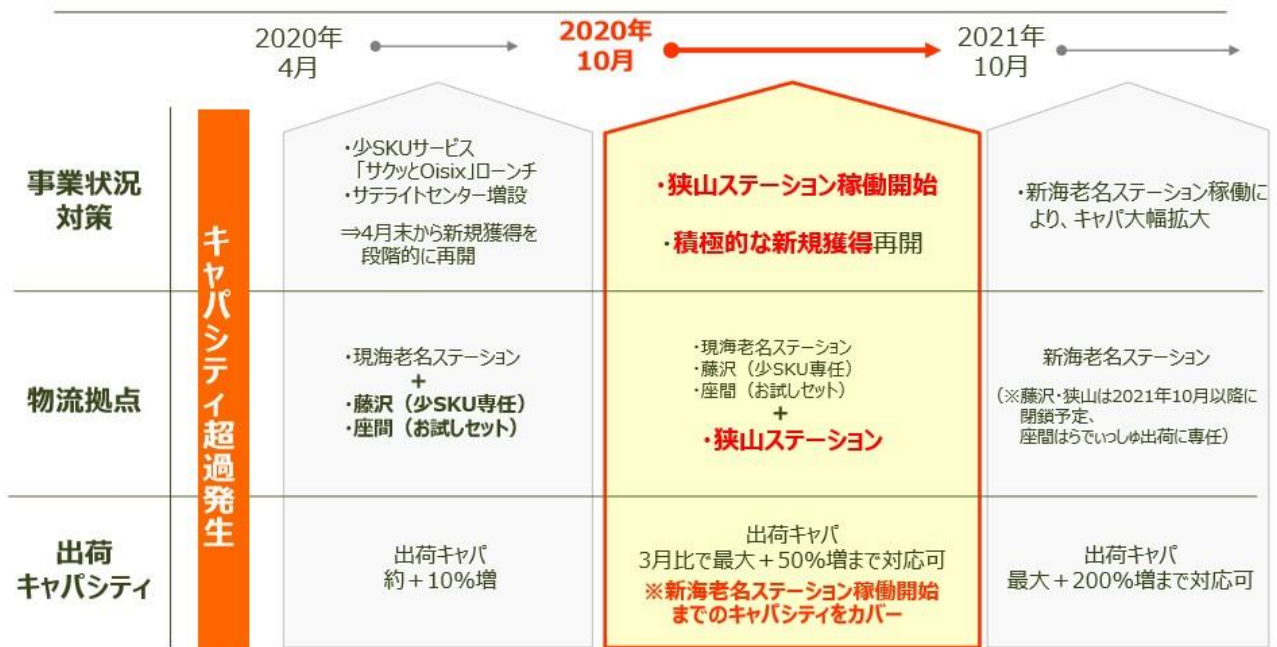
狭山の稼働自体は順調に準備ができておりますが、実はもともとのサテライトの生産性が思った以上に上がったということもあって、年内は狭山に関してはテスト稼働を行って、年明けからの稼働というかたちで考えています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

(再掲)
今後の出荷キャパ体制について

狭山ステーション増設により、新海老名ステーションの稼働開始までの安定的な
出荷キャパシティ確保が完了



Oisix ra daichi

20

今後なんですけど、もともと海老名というところでやっていて、それから藤沢と座間にサテライトということで慌てて作ったのに加えて、狭山に大き目のサテライトというか、そういうのを作って、複数拠点で事業を展開しているというのが現状です。

来年の10月には、大きな投資をしておりますが、もともと予定していた新しい海老名ステーションができあがりますので、その後は再度、新海老名のほうに集約をして、一時的に物流コストがこれからちょっと悪化しますが、来年の10月以降、生産性を上げて、収益性を高めていきたいと計画しています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

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：自粛期間の新規入会者の継続利用もあり、**増加基調を継続**

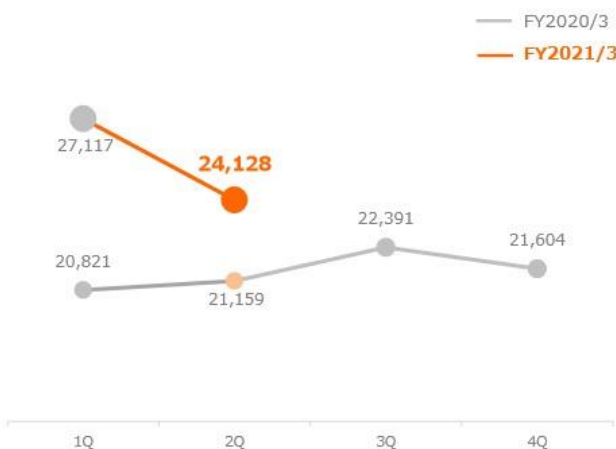
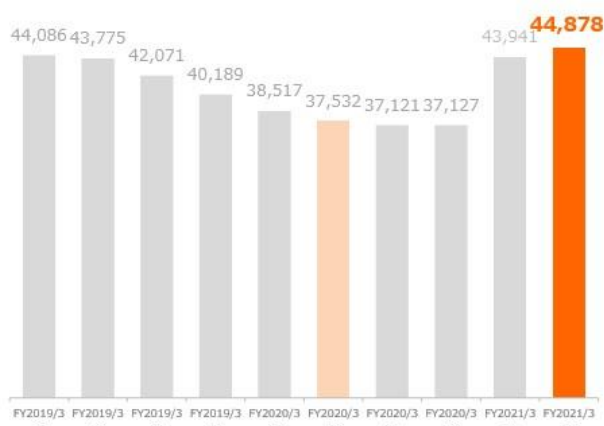
ARPU：夏季の旅行や帰省の自粛による宅配需要の高まりにより、前年同期比**約15%増**

■ 定期会員数

44,878人
(前年同期比 **120%**)

■ ARPU※

24,128円
(前年同期比 **114%**)



Oisix ra daichi

※ ARPU=Average Revenue Per User: 一人当たり月単価 21

続いて、大地を守る会です。大地を守る会も、引き続きお客様が継続的に増えているという状態で、夏休みに関しても、落ちてはいますが、前年よりは取れているということで、これも傾向は同じですね。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

大地を守る会トピックス

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

コロナ対応を行いつつ、会員再拡大に向けた集客手法の改善や、ターゲット層のLTV向上に向けた販売企画を実施

新規集客手法の改善

- ✓ 「野菜の日」を上手くリーズニングしたお試しセットが大きく伸長
- ✓ アウトバウンド人員の増加による掛電体制の強化
⇒チャンスロスを最小化し、2Qも会員数純増を継続



LTV向上の取組

◆二人暮らしのシニア層に向け、

- ✓ 桃の定期便など青果品の追加サブスクコースの販売が好調で
前年比120%の売上を記録
- ✓ 新しいブランド「目利きの旬魚」は、メインターゲット層を中心に
お客さまから好評を頂いており、当初想定を上回る売上



◆コロナ自粛のお客さま変化に向け、

- ✓ ニーズに合わせた「世界の食卓」特集が大きく売上伸長



Oisix ra daichi

22

大地を守る会の場合は、元気なシニア層がメインのターゲットになりますが、そういう方々に、この頒布会みたいなものであるとか、お魚であるとか、そういったものが響いている。大地を守る会は、当社のブランドの中でも、たぶんステイホームの傾向が一番強い方々なので、1人あたり売上高も、オイシックスブランドの倍近い金額になっていますが、そういう方々にいろいろなものをご利用いただいているという状況です。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



らでいっしゅぼーや 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：2Qは従来戦略通りオペレーション改善に注力し、新規獲得を抑制したため微減

ARPU：夏季の旅行や帰省の自粛による宅配需要の高まりにより、前年同期比約15%増

■ 定期会員数

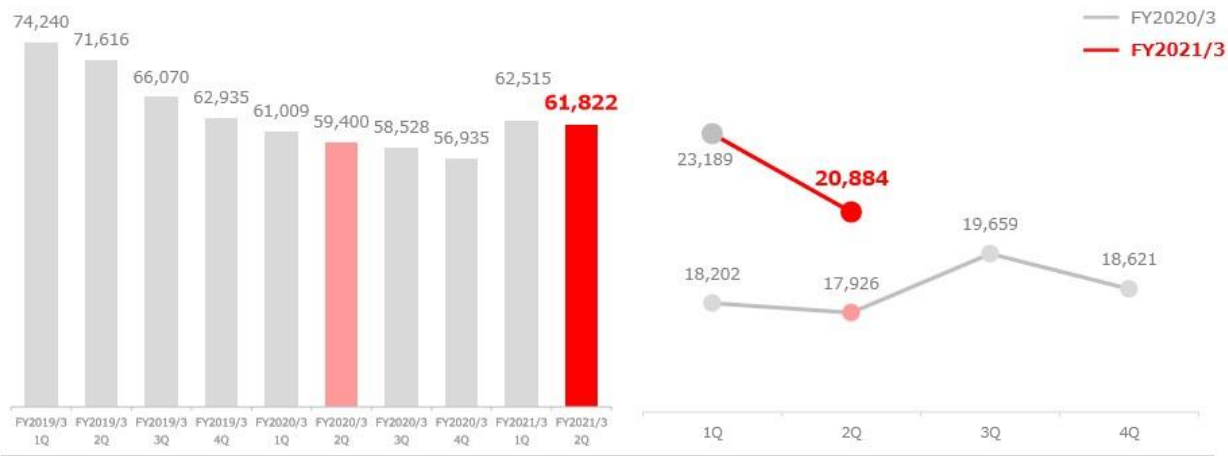
61,822人

(前年同期比 104%)

■ ARPU※

20,884円

(前年同期比 117%)



Oisix ra daichi

※ ARPU=Average Revenue Per User: 一人当たり月単価 23

それから、らでいっしゅぼーやです。らでいっしゅぼーやは人数が微減となっています。これはコロナの前から予定していたことなのですが、配送の仕方を変えるというか、調達の仕方を変える活動をこの第2四半期に行っていて、その期間はプロモーションができなかったということで、微減というかたちになります。

ARPUに関しては、らでいっしゅも大地、オイシックスと同様に、夏場に関しても、対前年で言うと15%強増加しているということです。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

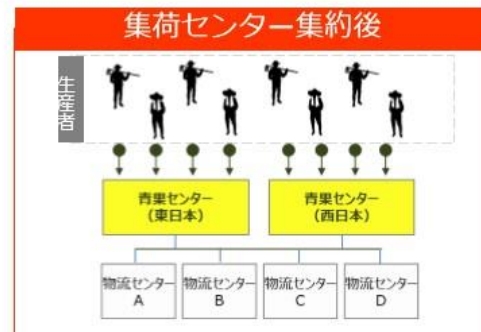
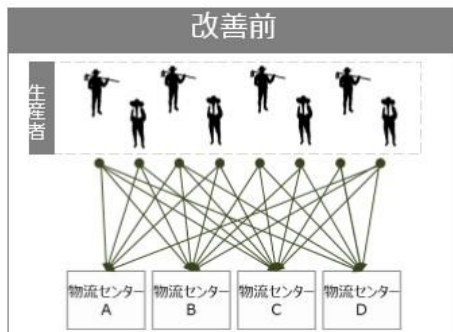
らでいっしゅぼーやトピックス

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

今期の収益力強化施策の一つである「らでいっしゅぼーや集荷センターの集約」を6月より段階的に実施。センター集約により**青果品の原価が約0.4pt削減**



商品
原価

全国の生産者から各物流センターに個別納品され、不要な調達物流コスト、廃棄ロスが増加

集荷センターの集約により、
青果品原価が**約0.4pt削減**

青果
クレーム

各センターでの品質チェックに依存し、ばらつきがある状態

センター集約により、「品質基準の均一化」、
「産地への迅速な品質フィードバック」が可能となり、3Q以降に重点的に取り組む

Oisix ra daichi

24

収益改善は、らでいっしゅぼーやは実は配送センターを、当社のブランドの中でも一番多く使っているんですが。その多く使っていることで、効率が悪かったりとか、品質にばらつきがあったりもありましたので、生産者様とステーション、私たちのセンターの間に、中間の集荷センターを、東日本、西日本に一つずつ作って、クオリティの向上と原価の向上を図るということを行っております。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

国内宅配トピックス

-おせち販売進捗

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

コロナ影響でお正月を自宅過ごすと考えている人が増加。おせち販売においても、
自宅+実家のペア販売など離れた家族を繋ぐ新提案により、3ブランドとも前年比超えで進捗

Oisix

- ✓ 自宅+実家のペア販売など
少人数・複数買いを提案



大地を守る会

- ✓ おせちに加え、鍋や蟹など
のハレ食材の販売強化



らでいっしゅぼーや

- ✓ 家族などへのお歳暮として、
「転送サービス」を実施



3ブランド計で、**前年比120%を超える**販売着地を目指す

Oisix ra daichi

25

あと、トピックとしては、年末、皆さん今年はまだ予定を立てていない方も多いんですが、それでも家にいらっしゃる方、あるいは海外に行かずに、ご実家でゆっくり過ごされる方が多いということもあって、おせち料理の予約に関しても、現時点では好調に推移しているということです。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

他社EC宅配事業

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

物流キャパシティの逼迫の解消を受け、新規獲得を再開し、
順調に定期会員数が増加。ARPUも自社ブランドの国内宅配事業と同様に増加

■ ISETAN DOOR

- ・三越伊勢丹HDのEC宅配事業の支援事業。
ECサイト運営管理から物流・配送まで受託



- ✓ キャパ逼迫の解消を受け、新規獲得を再開
- ✓ 宅配需要の増加により、
順調に会員が伸長し前期末比で約2倍に伸長

■ dミールキット

- ・NTTドコモと協業で、ドコモの契約者様向けに
ミールキットを中心とした定期宅配サービスを運営



- ✓ コロナによる宅配需要の増加を捉え、
定期会員数は前期末比で約2倍に伸長
- ✓ サービス1周年を記念したお試しセットも好調で、
dミールキットの累計食数は40万食を突破

Oisix ra daichi

27

続いて、国内の他の事業になりますが、一つ目は他社 EC 支援事業ということです。

これも傾向としては同様に、ISETAN DOOR、伊勢丹さんと一緒にやっている EC 事業、およびドコモさんとの協業で行っている、d ミールキット。いずれも始まったばかりの事業ではありますが、前年末から倍ぐらいにお客様が増えて、継続的に成長しているというかたちです。

私たちのほうでは、いずれのサイトさんも、システムであるとか、物流であるとか、サービス設計であるとか、そういったところを行っているという事業になります。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

とくし丸（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

流通総額、稼働台数ともに大幅に伸長。コロナにより小売店の移動販売のニーズ拡大。
当初計画の年間300台の稼働台数増に対し順調に進捗



稼働台数増の背景

- ✓ 密集を避けられる販売方法として、
小売店の移動販売ニーズが拡大し問合せ増
- ✓ 増車スキームの改善により拡大スピードが加速
- ✓ 雇用の受け皿として、
販売パートナーの応募数も増加



9月以降、週1台のペースで増車し、
車両台数**11台**
に一気に稼働拡大

Oisix ra daichi

28

もう一つ、とくし丸。こちらも80代、90代ぐらいのお客様をメインとした、買い物難民の方向けのサービスになりますが、こちらも非常にニーズが高まっていて、取扱い流通総額も増えていきますし、台数も増えていきます。

イトヨーカドーさんとの協業を今年の春にスタートしましたが、その実験的な展開がほぼ完了して、増加のタイミングに移ってしまっていて、9月以降は毎週のように、出店いただいているという状態になります。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

Purple Carrot事業(アメリカ)

※Purple Carrotは12月決算であり、決算連結が当社と3カ月ずれているため、2Qは4月～6月の事業数値を連結しています

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

1Qに引き続き宅配需要の急増により四半期黒字を達成も、売上・会員数の伸長は、徐々に落ち着きつつある状況。サービス改善の取組に注力し、本質的な収益創出を目指す

事業状況

- ✓ 1Qに引き続き、2Q(4月～6月)も
四半期黒字化達成
- ✓ 会員数は、引き続きコロナ影響により大幅増加も、足元では徐々に落ち着きつつある
- ✓ 本質的な収益創出に向け、お客さま満足に特化した社内部署の立ち上げなど、サービス改善に注力

◆会員数推移



卸事業の進捗

- ✓ 7月に開始した米国オーガニック小売最大手「Whole Foods Markets」へのミールキット卸は、順調に規模拡大



Oisix ra daichi

30

最後に、その他の事業ということになります。

Purple Carrot は、先ほど申し上げたように、非常にアメリカでニーズが上がっていることもあり、健康志向の高まりというのもあって、伸びています。この半年、上期で40億ほどの売上ということで、それに伴い、利益も黒字化したということです。

それから、トピックとしては、Whole Foods Market というアメリカの非常に大きなスーパーマーケットがあるんですが、そこに Purple Carrot ブランドの冷凍の食品、ヴィーガンを販売するということがスタートしています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

香港：コロナによる需要増によりサービス開始後初の四半期黒字を達成。
一時的な売上増の効果のため、今後も安定的な売上・利益創出を目指す
上海：現地のお客さまニーズに沿ったミールキットの磨き上げを完了

■ Oisix香港

- ・2009年よりサービスを開始。
日本産商品を越境でお届けするモデルで展開



- ✓ コロナ第2波の影響により引き続き需要が増加し、**四半期黒字化を達成**
- ✓ 空輸便、現地のラストワンマイルを増便し、
宅配需要の急増に対応

■ Oisix 上海

- ・2017年よりサービス開始。
Oisix商品基準を満たす商品を現地調達でお届け



- ✓ 今年6月に開始したミールキットサービスは、
現地ニーズに合わせたプロダクトの磨き上げを完了
- ✓ 次フェーズの「継続されるサービス確立」に向け、
コミュニティなどを活用したロイヤリティ向上施策を実施

Oisix ra daichi

31

続いて、海外のもう一つは香港です。香港は日本よりも早くコロナの問題が起き、日本よりも早く収束をするという状態がありましたが、その影響もあり、私たちも何とか事業を継続させるということを行って、四半期黒字は初めてということで、売上も順調に伸びています。

一方、難しいのは上海の事業の立上げで。われわれのスタッフがいま中国に行くことができない状態で、事業の立上げをやっていますので、マーケットの環境的には完全に回復していると思いますが、われわれの準備状況はそれほど順調にはやれていませんが、ちょっとずつ進めているということになります。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

店舗外販事業

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

SinS：注力して取組を行ってきたKit Oisix卸店舗のモデル構築が順調に進捗

保育園卸：1Qの休園影響から回復し、2Qはほぼ前年並みの売上まで回復

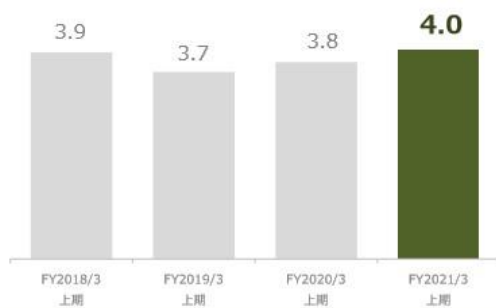
■ Shop in Shop

上期累計 売上高

4.0 億円

取引店舗

150 店



■ 保育園卸

上期累計 売上高

4.1 億円

取引園数

412 園



Oisix ra daichi

32

あとは店舗ですね。店舗も多少、休館とかありましたが、多少、売上が伸びているのと。

保育園は、先ほど申し上げたように、多少売上が落ちてしまったということですね。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

Future Food Fund

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

新規LPに扶桑化学工業とJALUXが参画。LPとは出資の領域にとどまらず食領域での事業提携を協議中。またおやつサブスク販売を行うsnaq. meへ新規出資が決定

Future Food Fund

フードイノベーション領域に特化したCVC(コーポレートベンチャーキャピタル)。食領域の事業会社が、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い、エコシステムの構築を目指す。

LP (出資企業)

Oisix ra daichi K4 Ventures
SMBCベンチャーキャピタル 大和フード&アグリ MGS BURGER
豊田通商株式会社 TV TOKYO | テレビ東京ダイレクト



LPとは出資に留まらず、
当社との食領域での事業提携を幅広く協議

食領域のスタートアップ企業



MiL
Farmnote
Fifty Food Inc.
HiOLI Inc.
BASE FOOD
WHOSE CACAO

Oisix ra daichi

33

それから、ファンドになりますが、新しく扶桑化学さんと、Jalux さんが LP に出資いただいたということと、この期間で言うと、snaq.me さんというお菓子のサブスクリプションのサービスに出資をさせていただいているというかたちになります。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

関連会社トピック

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

関連会社のウェルカム（DEAN & DELUCA）について、
2Qは引き続き減収であるものの、徐々に前年並みの売上まで回復しつつある

1Qまでの状況

- ✓ 4月～5月は、コロナ対応として、全店休業を行ったことにより、大幅な売上減少
- ✓ オンラインショップの売上は好調で、**前年同期比2倍で推移**



2Qの状況

- ✓ 引き続き減収であるもの、店舗への来客が順調に戻り、**徐々に前年並みまで回復**
- ✓ レジ袋有料化の影響もあり、**エコバッグ及び季節限定のトートバッグの販売が好調**



Oisix ra daichi

34

関連会社で言うと、DEAN & DELUCA さん、第1四半期は非常に厳しい感じでした。第2四半期はまだ減収ではあるものの、ちょっとずつ、そもそも第1四半期はお店が開いていなかったの、厳しかったんですが、第2四半期からお店を開けて、ちょっとずつ回復しているのと。追い風としては、ささやかな追い風なのか、いい追い風なのか、微妙ですが、レジ袋有料化の影響もあって、エコバッグやトートバッグの販売が7月に非常に好調だったということになります。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

社会的活動

-We support (医療従事者支援)

医療従事者向けの食品支援プラットフォーム「We Support」は、延べ36万食の食品を医療機関へ提供し、支援総額は3億円を突破。西日本の医療機関にも支援を拡大



支援実績

- ◆支援総額： 約**3.3**億円
- ◆支援食数： 約**36**万食
- ◆支援企業： **94**社
 - ・味の素株式会社
 - ・株式会社伊藤園
 - ・カゴメ株式会社
 - ・亀田製菓株式会社 など
- ◆支援先医療機関： **76**機関
 - ・永寿総合病院
 - ・東京曳船病院
 - ・東京品川病院 など

Oisix ra daichi

※10月末時点 36

続いて、社会活動ということでもあります。これは収益事業ではないのですが、このような活動も、会社のリソースを使って行っていますので、報告をさせていただきたいと思いますが。

We support という事業になります。まともに食事をする時間も余裕もないという医療従事者の方々に、食品企業さんのさまざまな食品をお届けするということを行っております。

4月にお声がけをして、すぐにスタートし、それから徐々に広がっていった、現在、約100社弱の食品企業さんにさまざまな食品をご寄付いただいています、それを西濃運輸さんと一緒に運んでいただいて、76の医療機関にお届けしてまいりました。

現在、だいぶ落ち着いたよというところは、もう食品の提供は終わっていますが、まだ20強ぐらいがひっ迫している。あるいはインフルエンザとの重複によって、よりひっ迫してきたという声もいただいている、継続的にこういった支援を提供しています。累積で3億円強の食品の提供をさせていただいています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

社会的活動

-生産者・地方自治体支援

外食や観光の自粛の影響により、消費量が減少し、行き場を失った食材を活用した商品開発や支援販売を実施

■ 徳島ブランド鶏「阿波尾鶏」

- ✓ 観光客の減少により、売り先がなくなった徳島のブランド鶏「阿波尾鶏」を使ったミールキットを開発、支援販売



※11月19日～ 販売開始

■ 日本酒用の酒米

- ✓ 外食の落ち込みに伴い、需要が減少した日本酒用の酒米を新しい食べ方提案としてリゾットセットにして販売
- ✓ 2020年度の株主優待商品としてもお届け



※12月20日～ 販売開始

Oisix ra daichi

37

それから、これは自社でやっていることですが、やはり、さまざまなイベントとか、観光がなくなってしまったことで、大量に余っている食材を、生産者の方々から依頼を受けてやっています。

たとえば、阿波尾鶏という鶏ですが、阿波踊りのイベントもなくなってしまって、非常に売行きが減少してしまったというものを使って、ミールキット、来週からですかね、販売をしたりとか。

あるいはレストランが閉まることによって、酒米が大量に余ってしまうという問題がありまして。酒米をお酒以外の方法でおいしく食べる方法はないかということ、かなり生産者の方々とも一緒に研究した結果、リゾットにすると非常においしいということを発見しまして、リゾットセットとして販売をするということを来月スタートします。

これは、本当に一例なんですけど、こういったさまざまな食の課題に対して、われわれのサービスがお役に立つことは、引き続きやってまいりたいと思っています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

全社業績修正

5月時点の当初予想に対し、会員数・ARPUが大きく伸長したため、通期業績予想を修正

	当初予想		修正予想	増減額	増減率
売上高	780.0億円	▶	900.0億円	+120.0億円	+15.4%
EBITDA	44.0億円	▶	64.0億円	+20.0億円	+45.5%
営業利益	30.0億円	▶	50.0億円	+20.0億円	+66.7%
親会社株主に帰属する 当期 純利益	12.0億円	▶	25.0億円	+13.0億円	+108.3%

Oisix ra daichi

39

そして、業績の修正と予想についてです。これも2週間ほど前ですかね、修正予想を出させていた
だいていますが、当初の売上780億という予想に対して900億、EBITDAも44億に対して64
億、営業利益も30億に対して50億ということで、修正を出しました。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

下期の見通しについて

上期の会員数増により、下期も増加分の会員数について継続的に売上・利益が上積み。
一方、ARPUはコロナによる追い風がなくなり低下する可能性を保守的に織り込む。
また、未消化分と春の集客へのPR費用投下、狭山ステーション稼働に伴う物流費増などを見込む

	修正予想	上期実績・進捗率	下期見通し
売上高	900.0 億円	475.6 億円 (通期進捗率 53%)	売上サイド ⊕ 定期会員増分の売上・利益は継続的に増加 ⊕ 年末年始の予約商品売上が好調 ⊖ ARPUは段階的に漸減する可能性があり、売上・利益率ともに徐々に落ち着く可能性
EBITDA	64.0 億円	46.7 億円 (通期進捗率 73%)	
営業利益	50.0 億円	39.7 億円 (通期進捗率 80%)	コストサイド ✓ Purple Carrot業績好調のため、追加のアーナウト費用発生 (3Q) ✓ 上期未消化分のPR費の投下 (3Q/4Q) ✓ Oisix：春季大規模PRの費用投下 (4Q) (未消化分とは別に、来期に向けた先行投資を見込む) ✓ 狭山ステーション稼働に伴う物流費増 (4Q)
親会社株主に帰属する 当期純利益	25.0 億円	24.5 億円 (通期進捗率 98%)	

Oisix ra daichi

40

進捗ということ言うと、売上も 50%を超えています。

EBITDA に関しても、営業利益に関してもそうなのですが、現状、やはりコロナの環境において、下駄をはいているところがけっこうありまして、それに関しては比較的にコンサバティブに見込んでいます。

特に ARPU、1 人あたり売上に関しては、正直、通常の実力以上にかなり下駄をはかせていただいているなと思っていますので、そこは少しコンサバに見つつ。一方で、お客様の人数が、サブスクリプションなので、急に減るような業態ではないので、それに関しては計算した上で、いったんこの修正予想としています。

利益に関しても、できるだけ今期に関しては、比較的好調に推移しているところもありますので、残りの下期に関しては、未来につながるお金の使い方をできるだけやっていきたいと思っております。上期に使えなかったさまざまなことに関しては、しっかり今期にに使っていきたくて考えていますので、そのようなことを鑑みて、このような修正としました。内訳はここに書いてあるようなイメージになります。

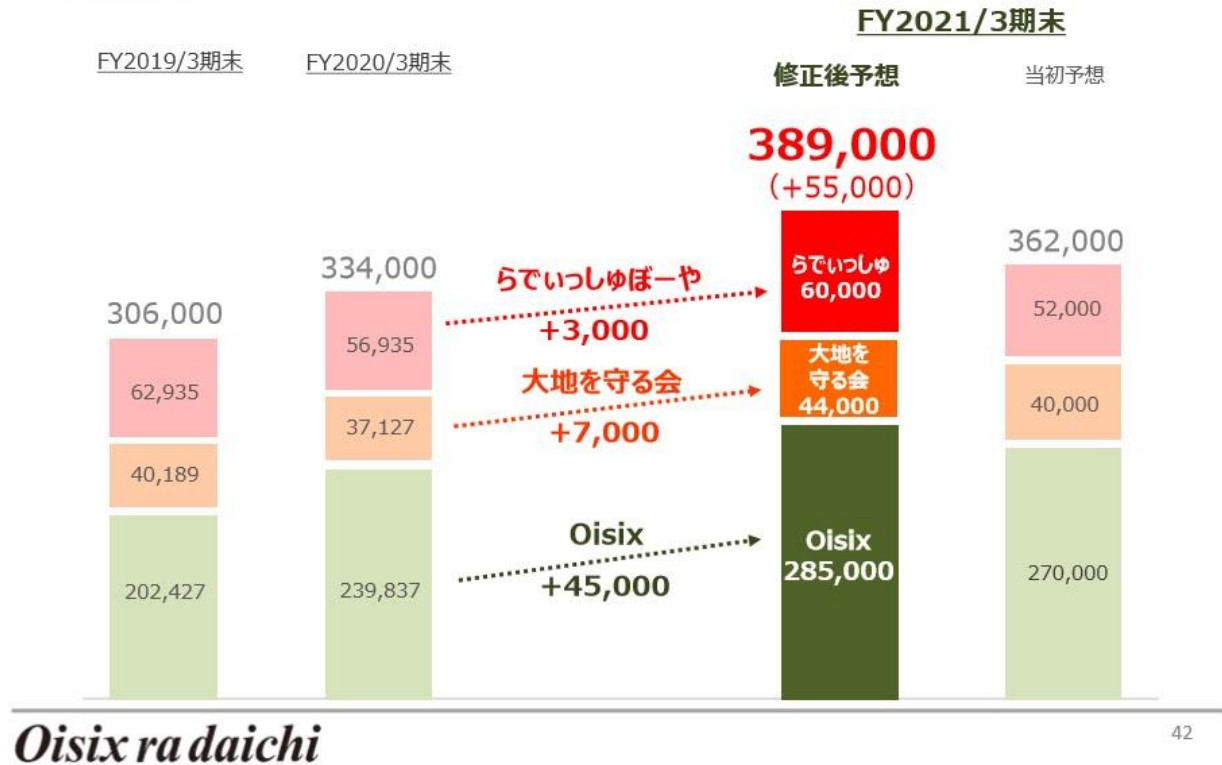
サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

宅配3ブランドの 会員数計画修正

*当初予想発表時から、
会員数の定義を、より適切な事業状況を
反映したものへと変更しております。
そのため、過去2期・当初予想について
前回発表表から数値を更新しております

■ 会員数予想



あと、人数は40万弱ですね。39万弱ぐらいまで、この3つのブランドを合わせて、いきたいと考えています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

ディズニー社とライセンス契約開始 -Table for Tomorrow

子どもの食の未来を創造する「Table for Tomorrow」プロジェクトを始動。
ミールキットなどの共同商品開発や、子どもの食育応援の商品・サービスなどを展開予定

◆「Table for Tomorrow」プロジェクト

- ・共同商品開発、イベント実施など、ディズニーの世界観を通し「圧倒的に楽しい食体験」や「課題解決型のサービス・商品展開」を予定

子どもたちが食に対して主体的に関われる商品づくり

中長期的な取組

◆第1弾の取組み

家族でつくるKit Oisix
＜ミッキー＆ミニー＞野菜たっぷりハンバーグ



©Disney

Disney

今後も、

- ✓ 家族で食に関わる
- ✓ バランスの良い食事を学ぶ
- ✓ 味覚を育てる

などのテーマについて
共同での商品づくりを予定

食を起点とした
コンテンツ・イベントなども提供

Oisix ra daichi

44

あと、トピック的なことをいくつかお話ししたいと思います。

一つ目、今日の午前中に発表しましたが、ディズニー社との協業を開始させていただくことになりました。

やっぱり私たちのお客様、特にオイシックスブランドは、小さなお子様がいらっしゃるご家庭が多いんですが、さまざまな課題があって、食育のことであるとか、味覚の問題であるとか。

たとえば今、小学生の3分の1ぐらいが味覚障害という問題を抱えています。これは小学校に入る前の偏食とか、そういったことも影響しているといわれていますが、そのような問題を解決できないかということで、ディズニーさんが持つ圧倒的なファンというか、楽しい感覚と、私たちの安全である食材を組み合わせることによって、日本の子どもたちの食環境をよくすることができるんじゃないかということで、取組みを開始いたします。

第1弾として、本日から始まっていますが、ハンバーグの形がミッキーとミニーになる。右がミニーちゃん、左がミッキー君になるというやつなんですけれど、それを販売し始めます。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

その他、ミールキット以外でも、さまざまなところで今後、協業を予定していますが、いま申したように、さまざまな日本の、特にお子さんがいる家庭の問題を、ディズニーさんと一緒に解決していきたいと考えています。

大戸屋HDとの提携の進捗

8月発表の大戸屋HDとの提携については、コロワイド社のTOB成立を受け、新経営陣との協議を進めていく予定。また、新たにコロワイド社との協業についても議論を開始

これまでの経緯

7月10日：大戸屋HDに対し、
コロワイド社によるTOB開始

8月14日：当社と大戸屋HDの業務提携を発表

9月8日：コロワイド社によるTOB成立

11月4日：大戸屋HD臨時株主総会にて
役員選任案について承認

11月10日：大戸屋HDの親会社が
コロワイド社へ変更

協議ステータス

✓ 大戸屋HDとの事業提携については、
新経営陣との協議を進めていく予定



✓ 大戸屋との事業以外にも、
コロワイド社との協業のディスカッションを開始



Oisix ra daichi

45

もう一つ、これは進捗のご報告ということになりますが、8月に発表した大戸屋さんとの協業です。その後、コロワイドさんとのTOBがありまして、現在、コロワイドさんの経営陣および大戸屋さんの新経営陣と、協業について議論を開始しているということでもあります。

もともと、大戸屋さんとの協業を計画していましたが、併せて、コロワイドさんともいろいろなことができるかもしれませんねということで。コロワイドさんが持つさまざまなブランドのものを、たとえばおうちレストランや、ミールキットというかたちでお届けすることもありうると思っていますし、あるいは製造とか、商品の調達とか、そういった面での協業もできるのではないかなということで、議論を開始しているというかたちになります。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



「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

そして、最後のトピックはグリーンシフトについて、当社としての考え方や施策について、ご紹介して、終わりにしたいと思います。改めてここに企業理念を出させていただきます。

真ん中のほうに、「食べる人と作る人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」ということを企業理念にしています。そういう意味では、サステイナブルな方法で作る、サステイナブルな方法で届け、サステイナブルな方法で食べるというのは、当社の企業理念そのものであると考えています。

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com

新ORDグリーンシフト 5つの施策

農業生産での
温室効果ガス削減



ラストワンマイルでの
温室効果ガス削減



包装の脱プラ推進



フードロス削減



新しいグリーンシフト5施策

1

当社独自の
グリーン基準の導入

2

配送車のグリーンエネルギー
実証実験の開始

3

商品パッケージの
さらなるグリーン化

4

従来のフードロス削減の
取組強化

5

アップサイクル食品の販売推進

Oisix ra daichi

48

それに併せて、新しくグリーンシフトということで、すでに開始しているところもあるんですが、四つの領域の五つの施策について、今日ご紹介したいと思います。

サポート

日本

03-4405-3160

米国

1-800-674-8375

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス

support@scriptsasias.com

①当社独自の グリーン基準導入の検討開始

農業生産における温室効果ガス削減に向け、当社独自のグリーン基準導入の検討開始。
5年以内に当社の生産に係る温室効果ガス排出量の半減を目指す

① 当社独自のグリーン基準導入の検討開始

ダイレクト取引の生産者



- ✓ 温室効果ガス排出量を最小限にするため、
当社独自のグリーン基準導入の検討開始
- ✓ 生産者と連携し、当社に関わる農業生産において、
温室効果ガス排出量を、今後5年で半減を目指す
- ✓ 下記のような観点において、
栽培における温室効果ガス削減効果の指標化を行う予定

- ①使用資材
- ②生産方法
- ③使用重機・機材
- ④非可食部の処理方法
- ⑤可食部の廃棄率



Oisix ra daichi

49

まず一つ、生産方法です。生産に関しても、農水省さんと環境省さんのほうで脱炭素化ということを発表されていますが、私たちも生産プロセスにおける温室効果の排出量を減らしていく。そのためのグリーン基準の導入と、生産者の方と一緒にって取り組んでいきたいということで、五つぐらいの視点で、グリーン基準というものをこれから考えて、生産プロセスにおいて発生する温室効果ガスを減らしていくということを行います。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

② 配送車のグリーンエネルギー 実証実験の開始

ラストワンマイルにおける温室効果ガスの削減に向け、自社のラストワンマイル車両について、グリーンエネルギーシフトに向けた実証実験を開始する

② 配送車のグリーンエネルギー実証実験の開始

- ✓ 大地・らでいっしゅ・とくし丸など、
自社のラストワンマイル車両の、
温室効果ガス削減の取組を開始



今期中に、とくし丸の販売トラックから
グリーンエネルギー燃料の車両を導入し、
実証実験を開始予定



Oisix ra daichi

50

それから、二つ目は配送です。これもやはり実験を開始しなければいけないなと思ってまして、電気自動車での配送の実証実験を開始します。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

③商品パッケージのさらなるグリーン化

Kit Oisixを初め、青果や加工品など当社取扱商品の包装を、今後5年以内に50%以上環境対応素材への変更を目指す

③ 商品パッケージのさらなるグリーン化

✓ 今後5年以内に、**当社取扱商品の50%以上を環境対応包装への変更を目指す**

◆ 2020年2月～

「Kit Oisix」の全品の外袋を
バイオマスプラスチック素材に切り替え。
年間で13トンのCO2排出量を削減



✓ Kit Oisixは食材や調味料の中袋も含め、**生分解性素材へと変更**

✓ 青果品や加工品についても
**包装の簡素化や素材変更などにより
脱プラを進める**



Oisix ra daichi

51

三つ目は、これもすでに取り組んでいますが、さらに進化させていきたいと思っております。われわれのミールキットである Kit Oisix に関しても、今年の2月から、バイオプラスチックを使いまして、年間で13トンほどの排出量の削減をスタートしています。さらに他の資材に関しても、今後、どんどんと、そういう環境対応の包装に替えていくということを進めていきたいと思っております。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

④従来のフードロス削減の取組強化 ⑤アップサイクル食品の販売推進

フードロス削減に向け、従来のフードロス削減の取組強化や、アップサイクル食品の販売推進を行う

④ 従来のフードロス削減の取組強化

- ✓ Kit Oisixを中心としたサプライチェーン全体でのフードロス削減の取組強化

◆ Kit Oisixのフードロス削減

産地

- ✓ サイズなどの基準緩和で
畑のロスを大幅削減



流通

- ✓ 流通プロセスでの廃棄は
わずか0.2%
(小売スーパー平均：5~10%)
- ✓ 出荷センターで発生した
ロス品を子ども食堂へ寄付



食卓

- ✓ 食材使い切りのため、
家庭でのロスは、
1/3まで削減



⑤ アップサイクル食品の販売推進

- ✓ 廃棄されるはずの食材にひと工夫加えて
新しい食品に生まれ変わらせた食品。
食品廃棄物を減らす取り組みとして注目
- ✓ Oisixで独自のアップサイクル商品の
売場を開設予定



▲snaq. me(FFFの出資先)のアップサイクルグラノーラ

Oisix ra daichi

52

それから、四つ目と五つ目は、いずれもフードロスに対する対応です。

たとえば、Kit Oisix ですと、非常に畑のロスもうまく使って、メニューにして提案しています。それから、われわれの流通プロセスのロスは非常に少ない。スーパーマーケットさんとかに比べても、非常に少ない流通での廃棄になっていますし。

キットを使っているお客様は、必要な食材だけが届くので、ご自宅での廃棄も非常に少ないということで、Kit Oisix は非常にフードロスに向いている商品なんですけど、こういったものの取組みを、さらに強化していくということです。

それから、アップサイクルです。食品廃棄物というか、食品を作る過程でできてしまって、本来は捨てられていたけれども、加工のしよによって食べられるんじゃないかというものをアップサイクルと言うんですが、こういった商品を今後増やしていきたい。

当社でのオリジナル商品であるとか、それから Future Food Fund の出資先の商品であるとか、そういったものを強化してまいりたいと思っています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

ということで、私の説明は取りあえずいったん、以上とさせていただきます。ありがとうございました。

ウメムラ：高島社長、ありがとうございました。

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasia.com



質疑応答

ウメムラ：それでは続きまして、QA セッションに移らせていただきます。

質問される際は、冒頭に御社名とお名前をお伝えいただくこと、またご質問の数は、お一人2問までお願いいたします。時間の都合上、回答ができない場合につきましては、後日、弊社のホームページにて回答を開示させていただきます。

それでは、質問のある方は、画面上の挙手ボタンにてお知らせください。はい、ありがとうございます。ご質問をお願いいたします。

角：東海東京調査センターの角と申します。本日はご説明いただきまして、ありがとうございます。私から2問、お願いいたします。

まず、購買頻度のところなんですけれども、2Q 期間でも、各事業ブランドごと、上昇しているかと思えます。こちらは緊急事態宣言後、外出自粛などの影響がまだ残っているので増加したのか、何か消費者の購買行動の変化など、御社としてどのようにお考えなのか、教えていただけますでしょうか。

もう1点目は、狭山ステーションの稼働によって、コストが増加するというようなご説明がありましたが、一方で外部に借りているような横持ちのコストであったりとか、倉庫が減少することによるコスト改善、原価改善など、見えている部分はあるのでしょうか。

以上2点、お願いいたします。

高島：ありがとうございます。2点、お答えします。

まず購入頻度に関しては、ご指摘のとおり、家にいる時間が増えたというのが、1Q に引き続いているというところもあるんですが、それに加えて、2Q は毎年、やはり夏休みで皆さんが旅行に行かれるんですよね。旅行に行かれて、長期不在にするので、第2四半期が全体的に低いというよりは、特に8月の真ん中あたりにガクンと下がるというのが例年の傾向なんです。

今年はガクンと下がるのがあまりなかったというか、むしろ10月に入ってから、Go To の影響のほうで、これはたぶん皆さんの生活感覚としても、おそらく8月よりも10月のほうが旅行に行かれているんじゃないかと思いますが、そんな感じなので。毎年ガクンと減る部分が、今年はあまり影響がなかったというのが大きいかなと思います。

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com

それから、狭山ステーションの稼働に関してなんですが、ちょっと私の説明が悪かったかもしれませんが、いま行っている藤沢や座間のサテライトセンターに関しては、狭山ステーションと並行して利用することになります。なので純粋にアドオンにコストがかかる、ということになっていました。

それが来年の9月、10月以降に、新しい海老名の大きなものができてから、段階的にいくつかのセンターを閉じるかたちになりますので、段階的に移行して、おそらく2022年に入ってから、新しい海老名に一括化できるようになれば、さまざまな横持ちコストとか、そういったものが減ってくるかなと見ています。以上です。

ウメムラ：高島社長、ありがとうございました。角様、大丈夫でしょうか。はい、ありがとうございます。

それでは続いての質問に移らせていただきます。それではショウジ様、よろしくお願いいたします。

ショウジ：日経ビジネスのショウジと申します。ありがとうございました。改めてお伺いしたいんですが、オイシックス・ラ・大地さんのネットスーパーなんかの利用も増えているんですが、オイシックス・ラ・大地さんのネットスーパーに比べての強みだったりということと、その競合としてのネットスーパーをどう考えていらっしゃるかというのを伺いできればと思います。よろしくお願いします。

高島：ありがとうございます。僕はこの質問が大変苦手で、他社さんの分析を全然していないんですよね。やっぱりお客様のニーズにどうお応えするかということと、コロナの環境にかかわらず一生懸命やっているの。

あまり他社さんと比較して、どこがどう違うかということは、本当によくわからないんですが、おそらく私たちの場合はサブスクリプションというサービスなので、注文してからお届けするまでに時間がかかります。オイシックスのある暮らし、あるいは大地を守る会、らでいっしゅばーやのある暮らし、というものを選択いただいていて、いま必要になってしまったもの、明日どうしても欲しいものを買っていくというのと、だいたいお客様の中で使われ方が違うんじゃないのかなと感じています。

そういう意味では、私もこれまで毎月お客様のご自宅に訪問して、ヒアリングしてきていたんですが、ネットスーパーさんが競合になるという感覚は当時からあまりなくて、併用している方が非常に多い。

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



いままでは、生協さんとオイシックスを併用して、たとえば、安全性がすごく気になる野菜とか、あるいは、オイシックスにしかないミールキットとかは、オイシックスから買うけれど、缶詰とかビールは生協さんから買ってとやられていた方が、だんだんオイシックスとネットスーパーを併用される感じになってきたな、というのは感じていますが。あまりネットスーパーさんとお客さんを奪い合っているという感覚は、すごくちゃんと分析しているわけじゃないので、はっきり言えませんが、ない。

お客様としては、ミールキット、私たちが提供している価値は、オイシックスであれば、後ろめたくない時短、できれば誇らしい時短というようなものですし。大地を守る会で言うと、ご夫婦2人での健康な暮らしということになりますし、らでいっしょぼーやだと、料理を通じた自己実現ということになるんですが。何かそういう価値を買っていただいていて、それを習慣化していただいているという感じなので、ここが勝っていますみたいなことは、ちょっと申し上げにくいかなと思って、毎回困るんですが、すみません。

ショウジ：わかりました。ありがとうございます。

高島：ちょっと記事にしにくいと思います。すみません。

ショウジ：ありがとうございました。

ウメムラ：ショウジ様、ありがとうございました。それでは続いての質問に移らせていただきます。

それではサイトウ様、ミュートを解除させていただきましたので、よろしくお願いいたします。

サイトウ：スノーレイクキャピタルのサイトウと申します。すみません、上期に関して、このコストで実際に使えていないのは、新規販促費のみと考えればよろしいのでしょうか。第1クォーターで確か6.5億、上期で7.5億ということは、第2クォーターは使えなかったの1億円ぐらいだという認識なんです。他にもコストで使えなかった部分で、下期に移っているものとか、そういうものはあるのでしょうか。

高島：大きなものはプロモーションになりますが、やれていなくて、下期にやりたいなと思っているのは、たとえば採用とかですね。これに関しては、上期はやはり面接するのもけっこう難しいような状況もあって、やりづらかったというか、あまりできなかったんですが、その分、下期は積極的な採用を行いたいと考えています。

サイトウ：わかりました。それでそれにリンクする質問なんです。通期の計画は50億の営業利益で見ていると思うんですが、そうすると実質、下期は10億。それで過去の御社の数字のシーズ

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



ナリティとか季節性とかを見ると、やっぱり第3クォーターが売上も利益も膨らむ傾向にあると思うので、それを考えると、いまのモメンタムから見ると、下期に関しては相当コストを使わないと、このレベルに落ちないと思うんです。

いまおっしゃったハイヤリングとかで相当コストが使われると考えられているのか、それともまだコロナ状況がわからないのどという感じで見ているのか、そこらへんに関して、コメントをお願いします。

高島：両方ですね。おっしゃったように、よくわからないというのもありますし、何て言うんでしょう、上期の利益の出方の中で、消化できていないお金とか、特に4月、5月あたりは非常に特殊な状況の中だったので、実力以上の利益が出たりとか、そういうところもあって、単にこれの倍が実力ということでもないと捉えています。

現状が続いても倍にはならないなと思っていますし、その上でしっかりとお金を使いたいと思っているのと、本当によくわからない。特にARPUに関しては、利益に直結するんですが、よく読めないで、コンサバに見ているという、おっしゃったようなかたちになります。

サイトウ：わかりました。ありがとうございます。

ウメムラ：サイトウ様、ありがとうございました。

そうしましたら、続いてテキストでいただいている質問回答へと移らせていただきます。

日本流通経済新聞社のアキバ様よりいただいております。

オイシックスのおうちレストランや外食店との共同ミールキットですが、自宅で外食店の商品を購入する消費者の動向は、来年以降も続くと考えておりますでしょうか。見通しについて、教えてください。

高島：ありがとうございます。基本的に将来を見通すこと自体、あまり意味がないというか、いかに起きたことに迅速にスピーディーに対応するかということが重要だとは思っていますが、現状を見ていると、先ほどもちょっと申しましたが、このおうちレストランコーナーの売上が継続して伸びています。

お客様が家にいる部分は、4月、5月に比べれば、家にいる時間は減っていると思うんですが、それでもこの事業自体は継続して伸びています。

お客様のコメントとか、使い方を見ても、やっぱり小さな子どもがいるので、行きたかったレストランにずっと行けなかったけれど、このおうちレストランのコーナーがあるおかげで、家族と

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



ともに楽しむことができますとか。あるいはオイシックスのサラダと、どここの鍋と一緒に食べて、おいしかったですみたいなかたちで、けっこうお客様の新しいライフスタイルになりつつあるなということを感じていますので、現時点ではこのサービスにより力を入れて展開していきたいなと思っています。

大戸屋さんや、モスバーガーさんに行ったミールキットに関しても同様に、店に行かないと食べられなかった味が、家で自分の手で再現できるということに関して、かなりいい驚きをお客様に提供できているかなという感じもありまして。当面広がるかなと思っていますので、そういったことを続けていきたいと考えています。ありがとうございます。

ウメムラ：ありがとうございます。続いての質問になります。

Purple Carrot につきましては、コロナの影響もあり、成長率が上がっていますが、今ぐらいの速度で今後も成長が続くのでしょうか、というご質問です。よろしくお願いします。

高島：ちょっとアメリカのことで、私もアメリカに、私もというか、誰も行けていないので、実感値を持って答えるのはなかなか難しいんですが。正直、現状 Purple Carrot は一時的な伸びの部分が大きいかと思っていますので、成長するというよりは、もう少し、いったん売上も落ち着くんじゃないかなと思っています。

現状、またアメリカはコロナが増えているので変わるかもしれませんが、いったん落ち着いたときの受注状況を見ても、お客さんの人数が、横這いか、ちょっと下がるかみたいな感じもあったので、落ち着くんじゃないかなと思っていますが。ちょっとどのタイミングでアメリカの暮らしの環境が変わるかとかは、本当に全然わからないので、どうなるかわかりませんが、オイシックス、日本のサービス以上に、コロナ起因による成長依存度が大きいかと見ています。

なので油断せずに、いったん黒字化していますが、本当はやっぱりもっと売上が下がっても、安定的に黒字が出せるようなモデルをいったん作らなければいけないなと思っていて。それに関しては、これからしっかり進めていくというか、まだ途中なので、油断せずに、しっかり収益改善、ビジネスモデル改革を、Purple Carrot に関しては進めていきたいと考えています。

ウメムラ：ありがとうございました。質問のある方、はい、ありがとうございます。

ディズニー様との協業について、お伺いいたします。どのような経緯で今回のお話に至ったのか、また御社の狙いなど、もう少し詳しく教えていただけますでしょうか、というご質問です。よろしくお願いします。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



高島：ありがとうございます。経緯がどうなのか、僕はあまり知らないんですけど、ディズニーさんは、ヘルシーリビングというコンセプトでアメリカでもさまざまな事業を展開されていて、それを日本でも本格展開するにあたり、当社をパートナーとして選んでいただいたと伺っています。

私たちがディズニーさんに期待することは、先ほどと重複しますが。やはり子どもの食の問題の中で、子どもに無理やり何かをするというのは非常に難しいので、体にいい、健康にいい、栄養にいい、そういったものをナッジしていくとか。楽しいからそれをやっている、というふうに導いていく力がディズニーさんはあるかなと思っていますので、ディズニーさんと一緒になることによって、今まではしつけといわれていたようなことを、食のしつけの領域をもう少しスマートに解決できるというのを期待しています。

ウメムラ：ありがとうございます。それでは続いての質問に移ります。

契約生産者の不足を感じることはありますか。また貴社の事業や仕入れルートの拡大に対し、既存の生産者との関係性に変化はありますか、とのご質問です。よろしくお願いします。

高島：もともとのことで言うと、やっぱりオイシックスブランドが生産者の不足ということに直面していた時期が5年ぐらい前にあって、大地を守る会、らでいっしゅぼーやと一緒にやったことで、生産者の確保という問題がかなり解決したという経緯があります。

そういう意味では、いま現段階ですぐに契約生産者の不足が事業成長のボトルネックになるということはないんですが、ずっとないかということ、もちろんそういうことはなくて。これからもう少し成長するプロセスの中では、生産者を増やしていかなければいけない。われわれの基準で作ってくれる生産者を増やしていかなければいけないと思っています。

ただ一方、短期的にはやはりお土産物屋さんとか、レストランとか、そういったところのニーズが不足している結果、そういったところに商品を卸していた生産者が非常に困ってしまっているということがあって。今は、むしろそういったところに商品を卸していた生産者のものを私たちが販売させていただくということで、どちらかというと、ニーズにお応えしきれていない。もっともっといっぱい売ってほしいという思いを、生産者の方はかなり切羽詰まったニーズをお持ちですので、そこに対して、しっかりと販売力をつけていく必要があるなと思っています。

関係性の変化ということは、関係性の変化ということもないんですが、やはり事業規模が大規模化していくに従い、生産規模も大規模化していく必要があって、そういう意味で、生産者の側での事

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



業投資というものも積極的にしていただいて、ともに成長していく。そういう生産者と継続的に事業を進める感じになっています。以上です。

ウメムラ：ありがとうございます。それでは続いての質問に移ります。

先ほどの回答で、下期に人の採用の話がありましたが、人が必要な役割は、商品開発なのか、新規事業なのか、生産者マネジメントなのか、どの部署なのかというところで、ご質問をいただいております。よろしくお願いします。

高島：いっぱい必要なんですけれど、一つはやはり新しい事業。おうちレストランとかもそうですし、今回のディズニーさんとのやつもそうですが、それから今後、コロワイドさん、大戸屋さんともやっていくとか、さまざまなチャンスをいただける状況にあって。

そういう意味では、新しい人材が新規事業をやるのか、新しい方に既存の事業を担っていただいて、既存のメンバーに新規事業をやってもらうのか、どちらもあると思いますが、そういう新しいチャンスをしっかりとつかんでいくことが大きなポイントかなと思っています。

あとは部署によっては、単純に人数が増えてきたので、マネジメントする人を増やさないといけないところもあるので、そのマネジメント人材も増やしていきます。

それから最後はエンジニアとデザイナーですね。規模も大きくなって、大型の投資で配送センターが変われば、在庫システムとか、ハッチシステムとか、そういったものもどんどんバージョンアップしていく必要があるので、エンジニア、デザイナーに関しては、超積極的に採用していきたいと考えています。

ウメムラ：ありがとうございます。それでは続いての質問に移ります。

とくし丸事業について、今後の計画を教えてください。また稼働台数 1,000 台については、いつまでに達成できそうでしょうかとのご質問です。

高島：これはいつまででしたっけ。いつまでかは決めていないのかもしれませんが、いま年間 200 台増やすということで頑張っていますので、このペースで増やせれば、2~3 年後ぐらいにはいけるかなと思っています。

とくし丸に関しては、黒字化しているんですが、すごい収益を生んでいるという状況ではなくて。でも、今はそれでいいかなと思っていて。買い物難民の方がどんどんどんどん増えられていくという中で、特に今の状況で言うと、かといって、介護の施設みたいなものに入るのも、ちょっと

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



怖いという方も増えていらっしゃるので、ご自宅で、お買い物には行けないけれども、健康な暮らしを続けたいという方は多いと思います。

そういう方々のことを考えると、当面はとくし丸自体の収益を上げるというよりは、台数を増やしていくということが重要で。そのために重要なのは、組んでくれるスーパーマーケットさんを増やしていくことと同時に、ドライバーは個人事業主なんですが、ドライバーをやってくれる方々を採用というか、どんどん契約していくことになると思っています。

そういう意味でもやりやすい環境にありますので、現状、年 200 台を目指していますが、それ以上のペースアップを今後はしていきたいと考えています。

ウメムラ：ありがとうございます。それではこちらの質問に答えさせていただきます。

一つ目が、御社のビジネスの TAM、最大市場規模について、どの程度を想定されていますでしょうか。

2 点目は、3 事業の会員のリテンションについて、それぞれどんな点に注力されていますでしょうか。以上、よろしくお願いいたします。

高島：お答えすると申し上げながら、一つ目は全然想定していなくて。何というか、国内で 10 倍とかでは終わらないだろうなと思っていますが、なぜと言われると困ってしまうという感じ、そんな気持ちでいます、という感じです。

ミールキットは、本当にまだ全然知られていないし、当社も全然知られていなくて、テレビとかに出たときの、先週も出させていただきましたが、影響を見ると、本当にまだ始まったばかりだなと思っていますので。上限値を見るには早いかな、全然わからないなと思っています。ごめんなさい、これはお答えできず。

リテンションに関しては、これは 3 事業それぞれというよりは、オイシックスでやってきたリテンションマーケティングを、らでいっしゅぼーや、大地を守る会、あるいは Purple Carrot にはめ込んでいくということを現在やっていて、効果も出していますが。

大きく言うと、マイナス体験を減らすことと、プラス体験を増やすことに尽きるんですが、マイナス体験はさまざまあって、わかりやすいのは腐りとかですけれども、それ以外で言うと、支払がやりづらかったとか、不在で受け取れなかったとか、さまざまなマイナス体験がある。これを定量的に見える化し、改善していくということです。

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



それからプラスの体験で言うと、やはり高いライフタイムバリューのお客様と、そうでないお客様を比較したときの買い物行動の違いというのが如実にわかりますので、それを分析し、多くのお客様が高いライフタイムバリューにつながる買い物行動をしやすいようなサービスを提供していきます。

たとえばオイシックスでも、他のサイトでもそうですけれど、入会して最初の数週間は、入会し始めの方に特化したページが出るようになっていまして、自動的にそういう継続購入率の高い購買行動をしていただきやすいページになっています。

というようなことで、プラスの体験を増やし、マイナスの体験を減らすということを、かなりきめ細かく、定量的に全てのブランドで行っています。

ウメムラ：ありがとうございました。最後にもう1問、回答させていただきます。

会員数が急進しており、今期も3サービスで5万人増える計画です。新規の会員について、今までとユーザーの特性に変化はありますか、というご質問です。

高島：これに関しては、急に増えたところもあるので、僕らもだいぶ変化があるかと思ったんですが、いまのところ、あまり変化がないんですね。それぞれのブランドのそれぞれのお客様と似たような方に、結局お買い求めいただいているということで。何か違うニーズがあるというよりは、もともと関心があった方が、きっかけがなかったのが、今回のコロナがきっかけになった、という感じで受けていますので。今のところ、今までのお客様との大きな違いは、僕らも想像していましたが、想像と違って、変化がないと捉えています。以上です。

ウメムラ：ありがとうございます。それではお時間となりましたので、これにて中間決算説明会を終了させていただきます。なお、お答えできなかった質問につきましては、後日、弊社ホームページにて回答を開示させていただきます。

本日はお忙しい中、ご参加をいただき、誠にありがとうございました。

高島：ありがとうございました。

[了]

脚注

1. 音声不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com

