FY2021/3 3Q決算説明資料

オイシックス・ラ・大地株式会社

2021.2.10

「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

目次

1. FY2021/3 3Q業績

1-1. 全社業績サマリ

1-2. 事業セグメント別業績

1-3. 業績予想の修正

2. トピック

2-1. 事業トピック

2-2. コロナ禍における社会的活動トピック

2-3. ESGトピック

■ APPENDIX・DATA SHEET

目次

1. FY2021/3 3Q業績

1-1. 全社業績サマリ

1-2. 事業セグメント別業績

1-3. 業績予想の修正

2. トピック

2-1. 事業トピック

2-2. コロナ禍における社会的活動トピック

2-3. ESGトピック

■ APPENDIX・DATA SHEET

1-1. 全社業績サマリ

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（3QはPurple Carrotの7月～9月期の実績が計上）

エグゼクティブサマリ
ーFY2021/3 3Q業績

売上

- ✓ 上期に比べ、宅配ニーズの高まりは段階的に落ち着きつつあるものの、3Qも継続的に**会員数・ARPUが順調に推移し増収**
- ✓ 会員数は、引き続きOisixを中心に新規会員獲得が好調であることに加え、解約率が継続的に抑制出来ていることにより、**3ブランド計で3Q単体で約1万人増**
- ✓ ARPUは、年末のコロナ第3波影響などによる巣ごもりニーズの高まりにより、おせちやケーキなどの高単価食材の売上が好調に推移し、**前年同期比約7%～15%増**
- ✓ 海外宅配事業もPurple Carrot/香港事業ともに**上期と同等の売上水準を3Qも維持**
- ✓ 保育園卸などリアル事業は、**ほぼ前年並みの売上まで回復**

利益

- ✓ 上期に引き続き、売上増による利益増に加え、ARPUの上昇による物流・配送の効率化により**セグメント利益率が良化**
- ✓ 上期に発生した新規販促費の未消化分の上積みは3Qも継続。来期への先行投資として、4Qに未消化分を含めた大規模なプロモーション費用の投下を行う予定

注）本ページ以降、”新型コロナウイルス感染症”を“コロナ”と略記します

FY2021/3 3Q業績サマリ

売上高：宅配ニーズの高まりは段階的に落ち着きつつあるものの、
3Qも継続的に会員数増加、ARPUは前年を上回る水準で推移
利益　：売上・ARPU増による利益増に加え、上期に発生した新規販促費の上積みは
3Q時点においても継続し、当初想定以上の進捗

売上高	747.9億円 （前年同期比　143%）	EBITDA	71.9億円 （前年同期比　302%）
営業利益	61.3億円 （前年同期比　384%）	親会社株主に帰属する四半期純利益	39.0億円 （前年同期比　560%）

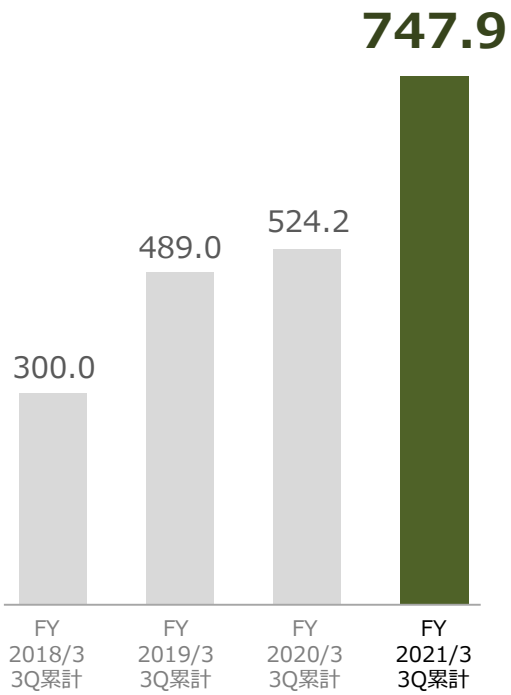
FY2021/3 3Q業績推移

会員数が宅配3ブランド計で約1万人増加、また年末年始の高単価食材の売上が好調であったことなどの効果により、前年同期比で大幅伸長

■ 売上高

747.9億円

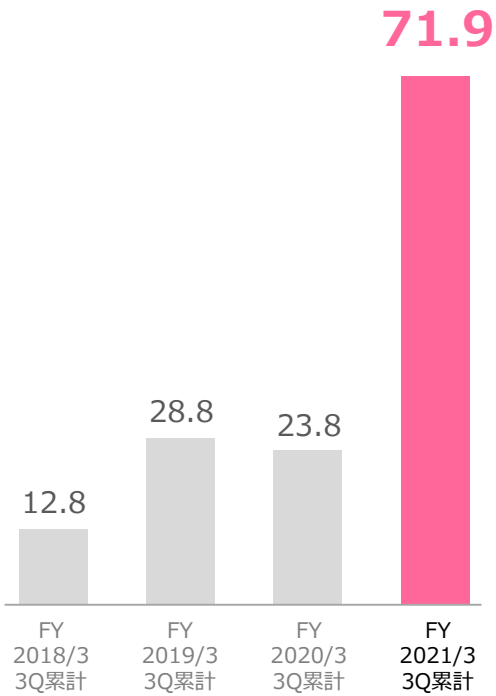
（前年同期比 143%）



■ EBITDA

71.9億円

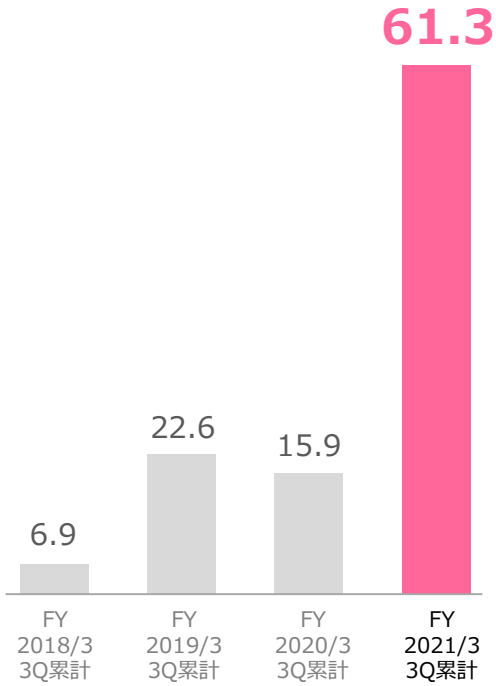
（前年同期比 302%）



■ 営業利益

61.3億円

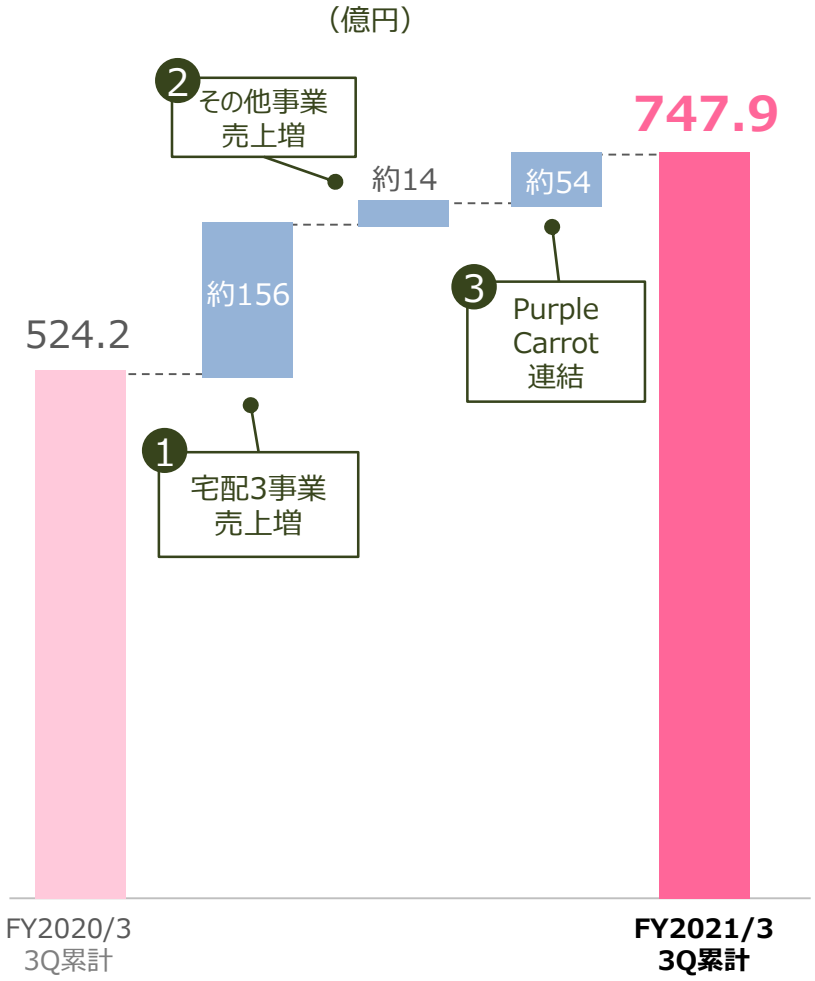
（前年同期比 384%）



注）FY2019/3期は、らでぃ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、らでぃっしゅの1か月分（18年3月分）を除外

売上高：前年推移

■ 売上高：前年推移



❶ 国内宅配3事業の売上増：約156億円

・ARPU増影響　：約88億円
・会員数増影響　：約68億円

❷ その他事業の売上増：約14億円

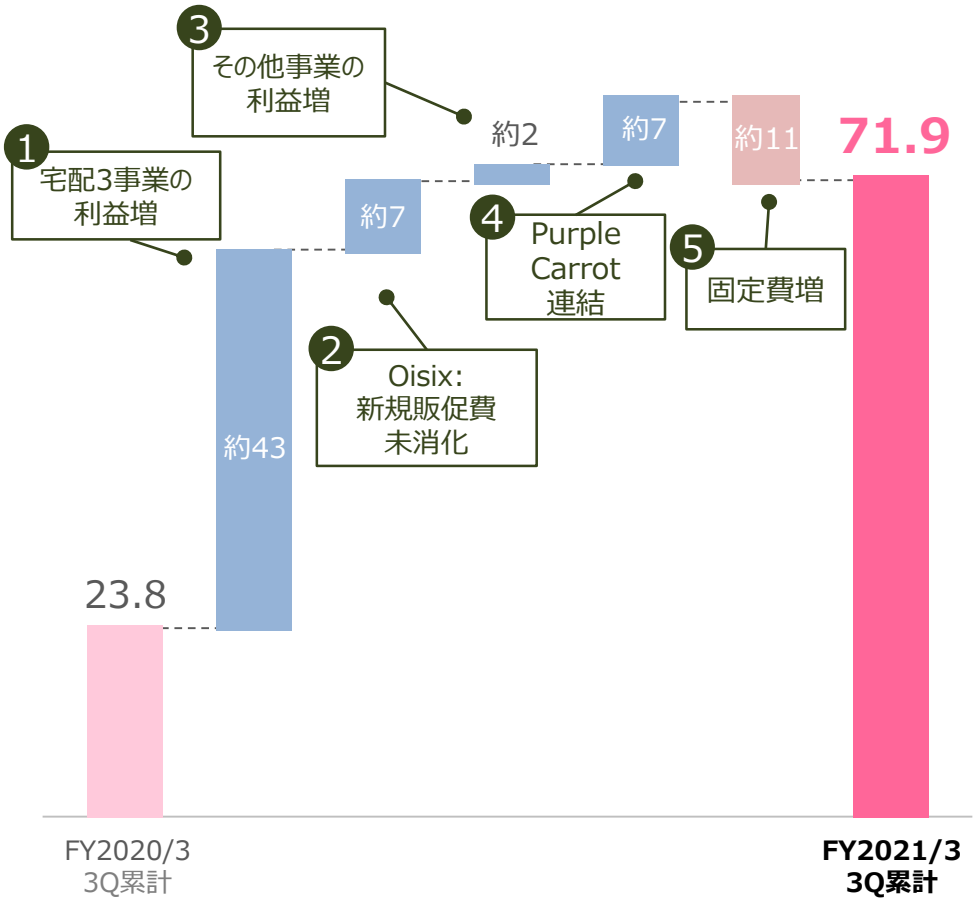
・他社EC支援・香港　：約17億円
・保育園卸・子会社などその他事業：約▲3億円

❸ Purple Carrot連結：約54億円

・前期3Qより連結を開始したため、
上期は上積み　(詳細は5ページ参照)

EBITDA：前年推移

■ **EBITDA：前年推移**（億円）



❶ 宅配3事業の利益増：約43億円

・ARPU増影響　：約29億円
・会員数増影響　：約14億円

❷ Oisix新規販促費未消化：約7億円

❸ その他事業の利益増：約2億円

・他社EC支援・香港　：約2億円
・保育園卸・子会社などその他事業：約±0億円

❹ Purple Carrot連結：約7億円

・前期3Qより連結開始し、今期初めて黒字化

❺ 固定費増：約11億円

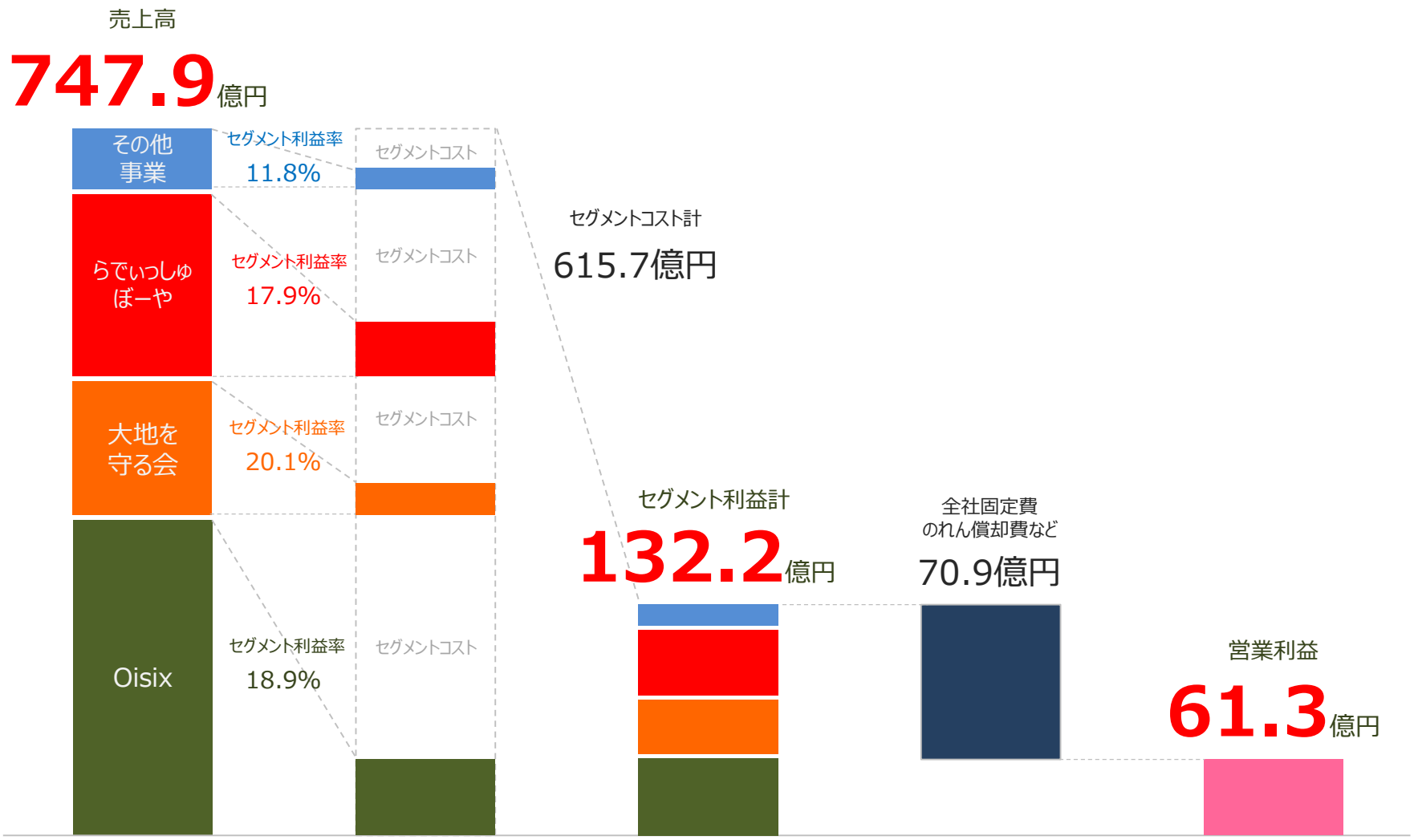
・コロナ対応費用や指定替えなどのスポット費用増
・事業拡大に伴う人件費増　など

セグメント別業績サマリ

	売上	セグメント利益※	FY2021/3 3Q事業概況
Oisix	370.3億円 （前年同期比 140%）	70.1億円 （前年同期比 215%）	・通常通りの新規獲得を実施出来たことにより、3Qで約1万人の会員増 ・ARPUは、前年同期比約15%増
大地を守る会※	107.6億円 （前年同期比 136%）	21.6億円 （前年同期比 155%）	・新規獲得と解約のバランスが取れており、3Qも微増で推移 ・ARPUは、前年同期比約10%増
らでぃっしゅぼーや	136.5億円 （前年同期比 120%）	24.4億円 （前年同期比 122%）	・従来戦略通りオペレーション改善を継続し、会員数は微減 ・ARPUは、前年同期比約7%増
その他事業※ （子会社含む）	136.0億円 （前年同期比 213%）	15.9億円 （前年同期比 244%）	・他社EC支援、海外事業は引き続き好調を維持 ・保育園卸事業などのリアル媒体の事業は、ほぼ前年同期売上まで回復 ・Purple Carrotは上期の売上・利益が新規連結で上積みであることに加え、3Q業績好調

※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。

事業セグメント概要


売上高
747.9億円
その他事業
セグメント利益率
11.8%
セグメントコスト
らでぃっしゅぼーや
セグメント利益率
17.9%
セグメントコスト
大地を守る会
セグメント利益率
20.1%
セグメントコスト
Oisix
セグメント利益率
18.9%
セグメントコスト
セグメントコスト計
615.7億円
セグメント利益計
132.2億円
全社固定費
のれん償却費など
70.9億円
営業利益
61.3億円

1-2. 事業セグメント別業績

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
- らでぃっしゅぼーや

② 国内宅配事業（その他）

- 他社EC宅配事業（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
- らでぃっしゅぼーや

② 国内宅配事業（その他）

- 他社EC宅配事業（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：新規獲得の好調に加え、解約率の継続的な低減により、3Qで約1万人の会員増
ARPU：コラボKitや年末年始食材の販売が好調に推移し、前年同期比約15%増

■ 会員数

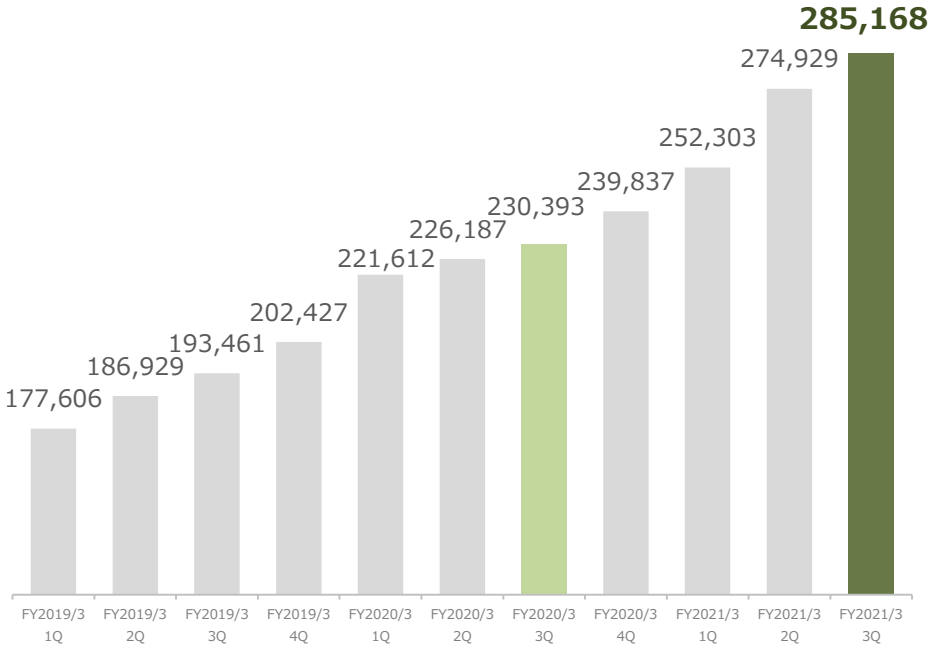
285,168人

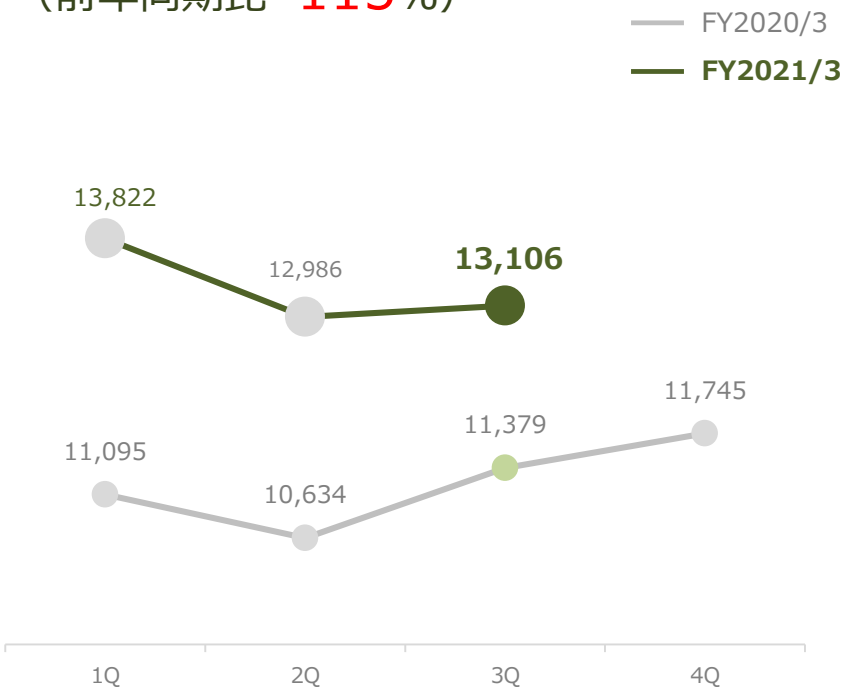
（前年同期比 124%）

■ ARPU※

13,106円

（前年同期比 115%）





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

Oisix KPI

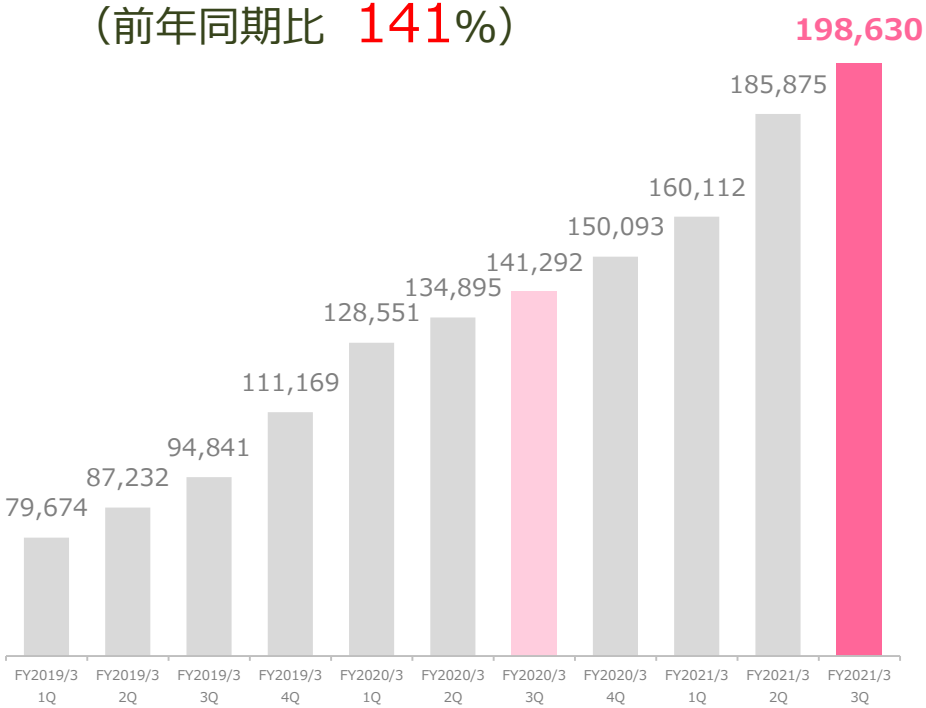
国内宅配 主要3ブランド
国内宅配 その他
その他 事業

コロナによる外出自粛の長期化により、おうちごはんのマンネリ化の課題が顕在化。
時短かつプレミアムな調理体験を提供するKit Oisixコースの会員数が大幅増加

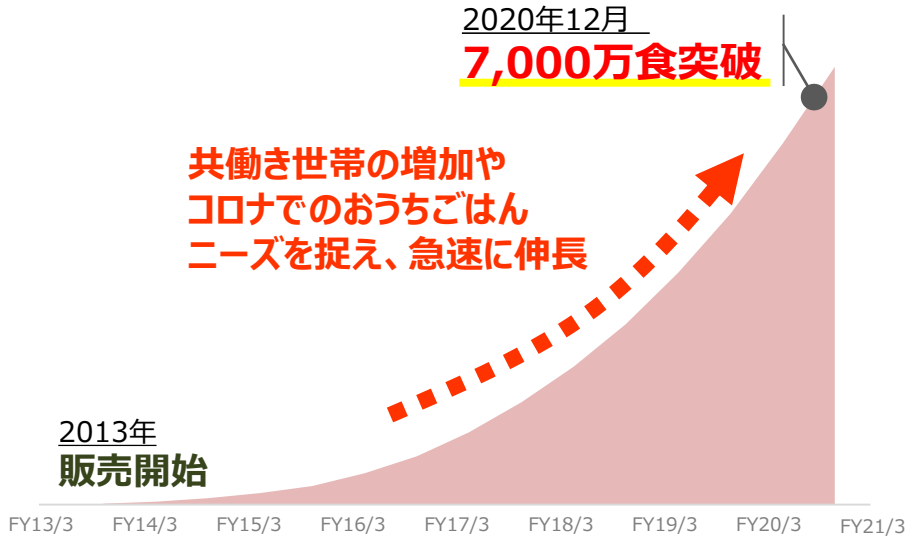
■ Kit Oisixコース会員数推移※

198,630人

（前年同期比　141%）



◆Kit Oisix販売食数の推移



✓ 累計販売食数は**7,000万食**を突破

※Oisix会員数の内数。Kit Oisixコースに加え、
「ちゃんとOisixコース」「サクっとOisixコース」会員を含む

Oisixトピックス
-Kit　Oisix/ヴィーガンKit

ディズニー第2弾商品は、前回に引き続きお客さまから多くの好評のお声をいただく。
また、健康意識の高まりから、ヴィーガン食材のみを使用したKitの需要も大きく増加

■ ディズニー共同開発Kit

✓ こどもの食の未来を創造に向け、
3Qもディズニー社との共同開発商品を展開

◆家族でつくるKit Oisix
＜アナと雪の女王＞ 氷の世界のスノーシチュー

■ ヴィーガンKit

✓ 外出機会の減少などから健康的な食生活への
意識が高まり、ヴィーガンKitの需要が増加

◆＜料理家 杉山絵美氏監修＞
きのこたっぷりトマトクリームシチュー

Oisixトピックス
-ちゃんとOisix

おうち時間の増加に伴い、調理にひと手間掛けたいニーズが拡大。5日間の食材と献立をセットでお届けし、食材を無駄なく使いきれる「ちゃんとOisix」コースの会員増

■ レタスクラブコラボ

✓ 人気生活情報誌「レタスクラブ」監修で、
かしこい手抜き術や余らせがちな
野菜の使い切りのレシピを提供

キャベツ1玉使い切りの
5日間の食材・レシピ

■ 手作りおせちセット

✓ 帰省自粛により、今まで機会がなかった
おせち作りにチャレンジしたいというニーズに対応。

八幡巻や栗きんとんなど
13品の食材・レシピ

Oisixトピックス
ーおうちレストラン

緊急事態宣言再発令により、「おうちレストラン」の取組みを強化。
食材だけでなく鍋や調理器具などもお届けし、レストラン体験型の企画を開始

■ まるごとお届けセット

✓ 専用の鍋などの調理器具・メニュー表もセットにしてお届け、ご自宅にいながらレストラン体験を楽しめる企画を開始

博多もつ鍋&厳選野菜セット

＋

・もつ鍋専用鍋
・もつ鍋専用お玉
・オリジナル不織布エプロン
・店舗メニュー表

3種のハンバーグ 食べ比べセット

＋

・店舗専用鉄板
・専用木製皿
・店舗メニュー表

■ 飲食店応援キャンペーン

✓ おうちレストラン商品を購入した方にクーポンを配布し、飲食店商品の販売促進

✓ 応援コメントも募集し、「おうちで食べることが支援になる」応援購入を後押し

Oisixトピックス
ー狭山ステーション

3Qは予定通りテスト稼働を実施し、1月から通常稼働を開始。
大きなオペレーショントラブルなく出荷運営開始

狭山ステーションの状況

- ✓ 3Qのテスト稼働を経て、1月より通常稼働を開始
- ✓ テスト稼働の効果により、
  現状、大きな出荷トラブルなく出荷開始
- ✓ 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(再掲)

① 初期投資：約50百万（償却期間：7年～10年を予定）

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を予定）

（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、21年10月の新海老名ステーション稼働開始までの安定的な出荷キャパシティを確保

	2020年4月	2020年10月 現在	2021年10月
事業状況対策	・少SKUサービス「サクッとOisix」ローンチ ・サテライトセンター増設 ⇒4月末から新規獲得を段階的に再開	**・狭山ステーション稼働開始** **・積極的な新規獲得**再開	・新海老名ステーション稼働により、キャパ大幅拡大
物流拠点	・現海老名ステーション ＋ **・藤沢（少SKU専任）** **・座間（お試しセット）**	・現海老名ステーション ・藤沢（少SKU専任） ・座間（お試しセット） ＋ **・狭山ステーション**	新海老名ステーション （※藤沢・狭山は2021年10月以降に閉鎖予定、座間はらでぃっしゅ出荷に専任）
出荷キャパシティ	出荷キャパ 約＋10%増	出荷キャパ 3月比で最大＋50%増まで対応可 **※新海老名ステーション稼働開始までのキャパシティをカバー**	出荷キャパ 最大＋200%増まで対応可

キャパシティ超過発生

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：新規獲得と解約のバランスが取れており、3Qも微増で推移

ARPU：年末年始の帰省自粛による需要増などにより、前年同期比約10%増

■ 定期会員数

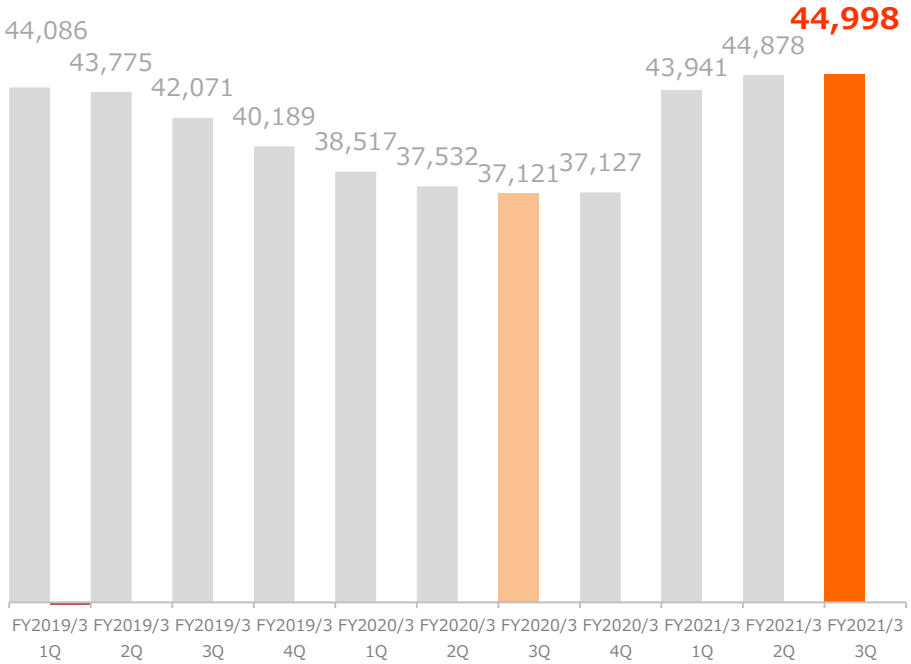
44,998人

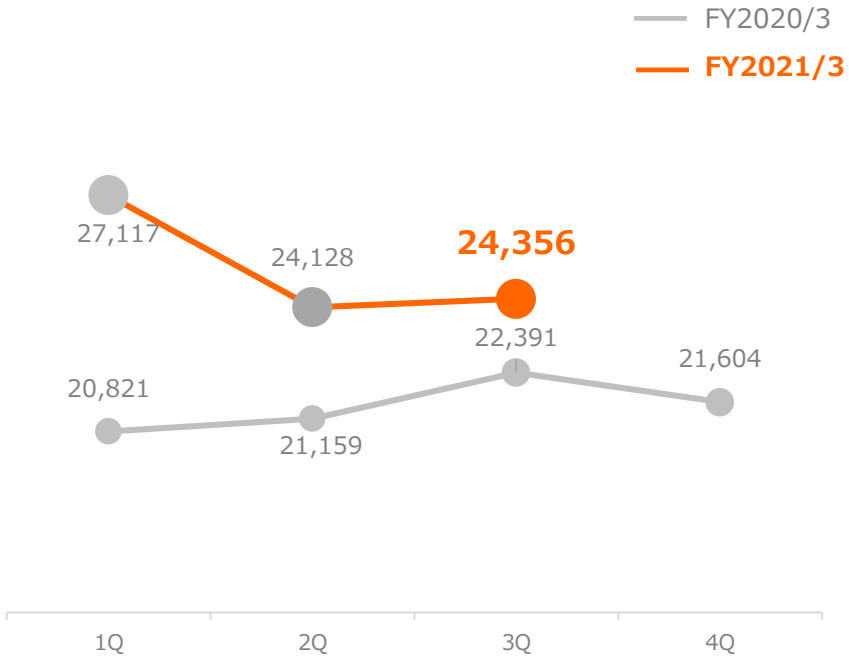
（前年同期比　121%）

■ ARPU※

24,356円

（前年同期比　109%）





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

大地を守る会トピックス

二人暮らしのシニア層のターゲットニーズに沿った商品開発を推進、またコロナで高まった発酵ニーズに対し、アイテムの拡充を進める

■ 二人暮らしシニア層向け商品

- ✓ 10月にローンチした新シリーズ「目利きの旬魚」は、健康的な食生活を送りたいシニア層向けに好評
- ✓ 頻度高く新アイテムを投入しており、LTV増に寄与

■ 発酵アイテムの拡充

- ✓ 新商品の「国産大豆生まれの乳酸菌飲料」は、約3か月で2万本以上販売し好調なすべり出し
- ✓ コロナによる健康意識の高まりを受け、発酵アイテムの企画数を増やしてニーズに応える

らでぃっしゅぼーや KPI

国内宅配 主要3ブランド
国内宅配 その他
その他 事業

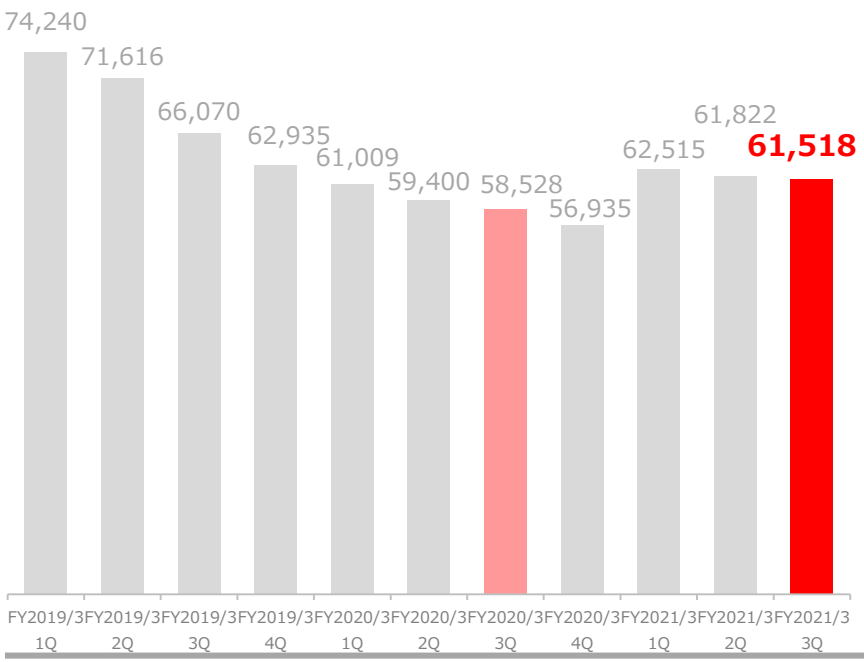
会員数：従来戦略通りオペレーション改善を継続し、新規獲得を抑制したため微減

ARPU：年末年始の帰省自粛による需要増などにより、前年同期比約7%増

■ 定期会員数

61,518人

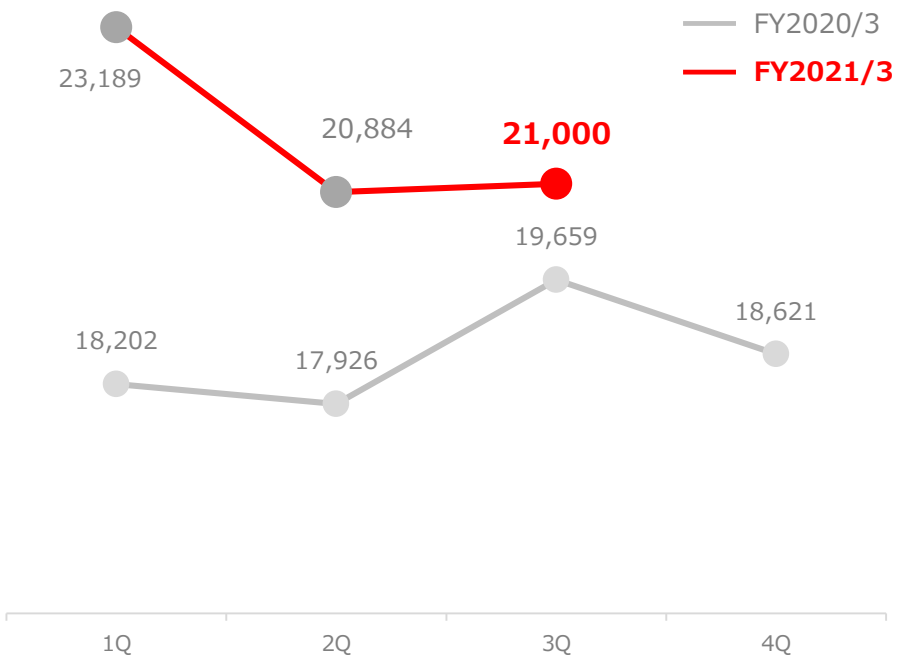
（前年同期比　105%）



■ ARPU※

21,000円

（前年同期比　107%）



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

らでぃっしゅぼーやトピックス

主要サブスクコースである「ぱれっと」は、マイナス改善施策により解約率低減。
また、ぱれっとに加え、肉や魚など複数のサブスクコースを契約するお客さまが増え、LTV向上に貢献

■ ぱれっと解約率の低減

✓ 「野菜の組み合わせルールの改訂」
「使いにくい、余りやすい野菜の
作付け計画への反映」

などのマイナス改善施策により、
ぱれっとのサブスク解約率が
前年同期比で減少

◆＜ぱれっと＞旬のお野菜の詰め合わせボックス

■ 肉・魚のサブスク契約が好調

✓ お客様の声をもとにした仕様変更により、
ぱれっとにプラスしてサブスク契約するお客さまが増加

✓ 新規会員獲得の営業スタッフの
リソースを活用した販売促進も好調

国内宅配トピックス
-年末年始食材

コロナによる帰省自粛の影響により、年末年始を自宅で過ごされるお客さまが増加。
おせちを初め年末年始のハレ食材の売行きが好調で、前年比140%の売上を達成

■ おせち

✓ 事前予約の強化、自宅＋実家へのペア販売などの施策により、当初予定よりも前倒しで販売終了

■ その他の年末年始商材

✓ 帰省自粛のため、海産物、特別感のある鍋などご自宅での食卓を華やかにする高単価のハレ食材の購入が増加

全社計で前年比140%超の
年末年始食材の売上を達成

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
- らでぃっしゅぼーや

② 国内宅配事業（その他）

- 他社EC宅配事業（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宅配事業

国内宅配事業と同様に、コロナによる影響は徐々に落ち着きつつあるが、会員数も継続して順調に伸長、ARPUも前年同期比を上回って進捗

■ 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

✓ 会員数は2Q末比で約+10%の伸長

✓ 宅配ニーズは段階的に落ち着きつつあるが、クリスマス商材が前年比＋140%の売行き

■ 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

✓ 会員数は2Q末比で約+20%の伸長

✓ docomoオウンドメディアからの新規獲得や、テレワーク応援企画による新規獲得が好調

とくし丸（子会社）

流通総額、稼働台数ともに大幅に伸長。
コロナによる移動販売のニーズは引き続き高く、四半期増車ペース50台超を維持

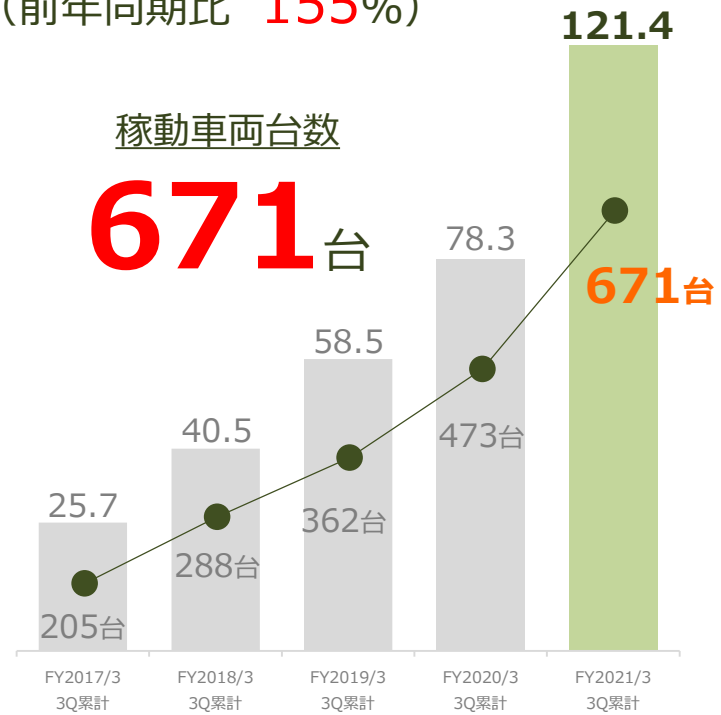
3Q累計 流通総額

121.4億円

（前年同期比 155%）

稼動車両台数

671台



■ 展開規模

提携スーパー様

140社

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
- らでぃっしゅぼーや

② 国内宅配事業（その他）

- 他社EC宅配事業（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

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、
3Qは7月～9月の事業数値を連結しています

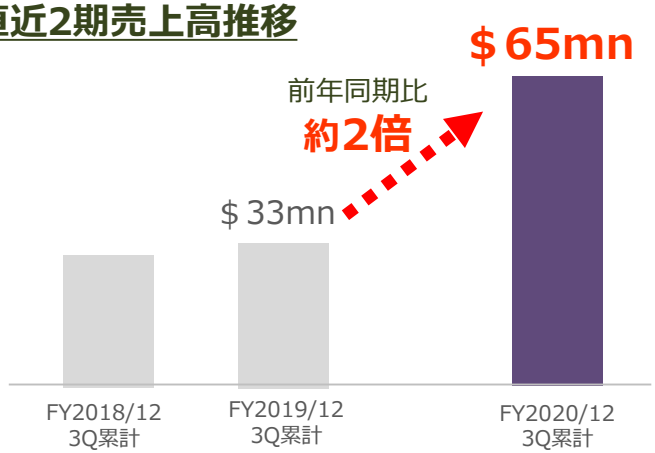
国内宅配 主要3ブランド
国内宅配 その他
その他 事業

コロナ影響による会員数の伸びは徐々に落ち着きつつあるものの、四半期黒字を継続。規模拡大への対応とともに、来期に向けて本質的な収益創出を進める

事業状況

- ✓ 上期に引き続き、3Q(7月～9月)も**四半期黒字化達成**
- ✓ 会員数の伸長も徐々に落ち着きつつあるものの、想定よりも解約は抑制できており**純増を継続**
- ✓ ARPUも**前年同期比約+10%**と伸長

◆直近2期売上高推移



事業トピック

- ✓ Purple Carrotのヴィーガンミールキットにより、コレステロールと体重減少に寄与することが報告*
- ✓ ミールキットの利便性に加え、健康的な食生活に貢献することを臨床的に証明

*タイトル：Impact of a Boxed Meal Facilitated Plant-Based Diet on Cardiometabolic Endpoints: A Clinical Trial
報告：The American Heart Association's Annual Meeting

香港・上海事業

香港：コロナ影響は徐々に落ち着きつつあるものの、売上水準を維持。
サービスや商品の磨き上げにより、実力での売上伸長・利益創出を目指す
上海：現地のニーズを捉えたミールキットサービスの構築をすすめる

■ 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

✓ コロナ影響による需要は落ち着きつつあるが
売上水準を維持

✓ Oisixの「プライムパス」の手法を展開した
サブスクサービス「$0パス」を開発しARPUが向上

■ 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

✓ 現地の料理教室やシェフとのコラボを実施

✓ 事業拡大に向け、
ミールキットサービスのさらなるバリューアップをはかる

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：リピート購入への打ち手として、週替わりのメニュー掲示やデジタル広告を確立

保育園卸：取引園数の拡大により、3Q単体売上は前年比で増加。倉庫移転完了し収益改善進む

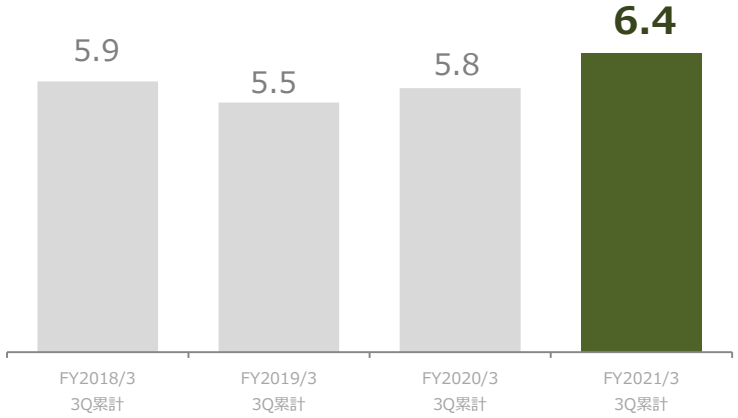
■ Shop in Shop

3Q累計 売上高

6.4億円

取引店舗

158店



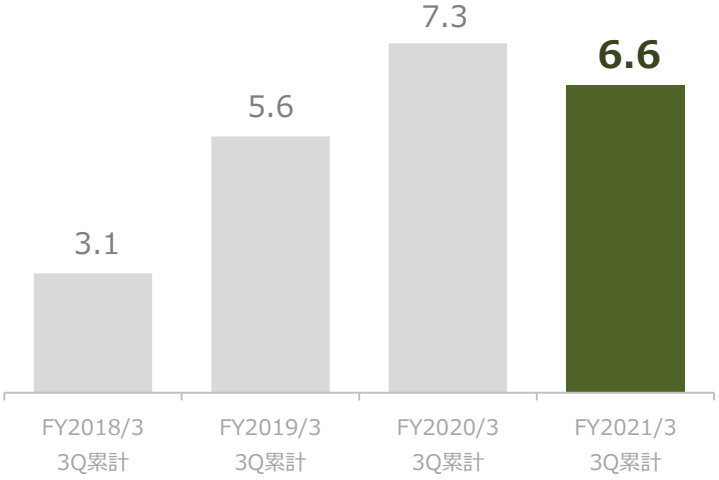
■ 保育園卸

3Q累計 売上高

6.6億円

取引園数

429園



1-3. 業績予想の修正

全社業績修正

前回予想の想定時よりも、会員数・ARPUの落ち込みは限定的に推移。また、リアル事業や関連会社のマイナス影響も早期の回復が見通せたため、通期業績予想を修正

	期初予想	前回予想(10月)	今回予想	増減額（前回予想比）	増減率（前回予想比）
売上高	780.0億円	900.0億円	975.0億円	+75.0億円	+ 8.3%
EBITDA	44.0億円	64.0億円	80.0億円	+16.0億円	+25.0%
営業利益	30.0億円	50.0億円	65.0億円	+15.0億円	+30.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	12.0億円	25.0億円	40.0億円	+15.0億円	+60.0%

今期着地の見通しについて

3Qまでの会員数増加分は、継続的に売上・利益が上積み。
一方、ARPUは段階的にコロナによる追い風の低下を織り込む。
また、4QはPR費用投下、狭山ステーション本格稼働に伴う物流費、採用費などの増加を見込む

	修正予想	3Q実績・進捗率
売上高	975.0億円	747.9億円（通期進捗率 77%）
EBITDA	80.0億円	71.9億円（通期進捗率 90%）
営業利益	65.0億円	61.3億円（通期進捗率 94%）
親会社株主に帰属する当期純利益	40.0億円	39.0億円（通期進捗率 98%）

4Q見通し

売上サイド

- ＋ 定期会員増分の売上・利益は継続的に増加
- ＋ 関連会社において、上期に見られたコロナの影響による業績低下基調から復調傾向
- － ARPUは段階的に漸減し、売上・利益ともに徐々に低下する可能性

コストサイド

- ✓ Oisix：来期に向けた先行投資の大規模PR費、上期未消化分のPR費を投下
- ✓ 大地、らでぃっしゅぼーや：来期に向けた先行投資のPR費を投下
- ✓ 狭山ステーション本格稼働に伴う物流費増
- ✓ 事業拡大に伴う採用強化にかかる費用

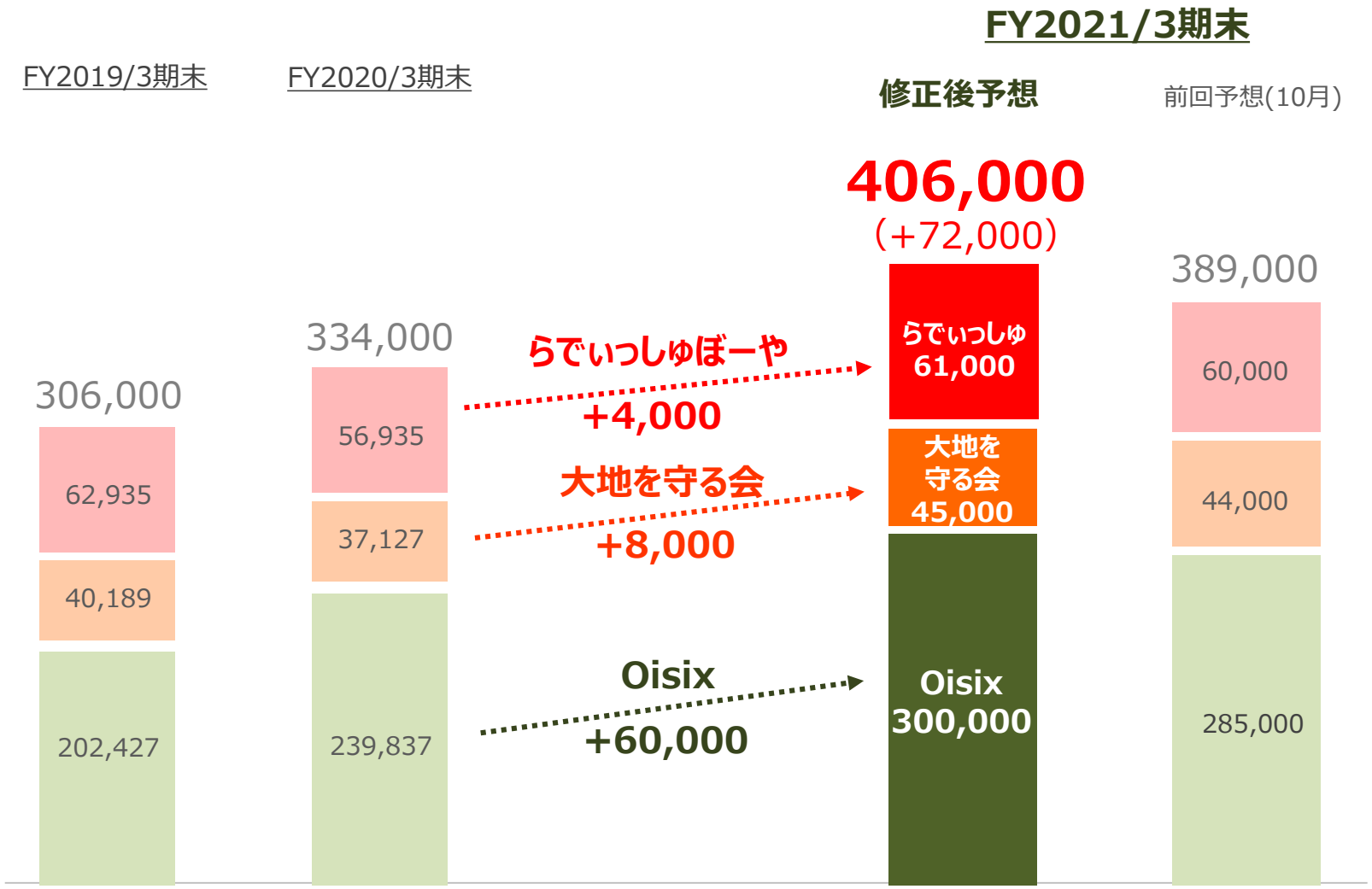
セグメント別予想修正

		前回予想(10月) 売上高	前回予想(10月) セグメント利益※	修正予想 売上高	修正予想 セグメント利益※
宅配事業	Oisix	450.0億円	70.0億円	490.0億円 (増減率 +9%)	80.0億円 (増減率 +14%)
宅配事業	大地を守る会	120.0億円	24.5億円	135.0億円 (増減率 +13%)	26.0億円 (増減率 +6%)
宅配事業	らでぃっしゅぼーや	165.0億円	30.0億円	170.0億円 (増減率 +3%)	30.0億円 (増減率 ±0%)
その他事業		165.0億円	14.0億円	180.0億円 (増減率 +9%)	18.0億円 (増減率 +29%)

※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ます。

宅配３ブランドの会員数計画修正

■ 会員数予想



目次

1. FY2021/3 3Q業績

1-1. 全社業績サマリ

1-2. 事業セグメント別業績

1-3. 業績予想の修正

2. トピック

2-1. 事業トピック

2-2. コロナ禍における社会的活動トピック

2-3. ESGトピック

■ APPENDIX・DATA SHEET

2-1. 事業トピック

事業トピックについて

① エー・ピーホールディングス社との資本業務提携/セブンワーク社連結子会社化

② 自己株式の取得

③ フードテックビジネスの進捗

APHD社資本業務提携/セブンワーク連結子会社化

2/10付で、エー・ピーホールディングス社(APHD)との資本業務提携、およびAPHDの子会社である水産物卸を主業とするセブンワーク社の株式譲渡による連結子会社化を決定

オイシックス・ラ・大地

Oisix ra daichi

❶ **資本業務提携**

エー・ピーホールディングス

塚田農場

漁師直送 鮮魚専門 四十八漁場

❷ **連結子会社化**

（51%保有）

❷ 100% → 49%

セブンワーク

Sevenwork 株式会社セブンワーク

❶ **APHDとの資本業務提携**
(出資：2/26予定)

✓ 第三者割当増資の一部を引受け、約2.4億円出資

❷ **セブンワーク連結子会社化**
(子会社化：3/31予定)

✓ APHDの子会社で、水産物の卸を主業とするセブンワーク社を51%の株式譲渡で連結子会社化

✓ 社名も「豊洲漁商産直市場」に変更予定

事業シナジーについて

「豊洲漁商産直市場(旧セブンワーク社)」が持つ独自の流通網や商品提案力を活用した水産品カテゴリの強化を中心に、早期に両社との事業シナジーの創出を目指す

オイシックス・ラ・大地

Oisix ra daichi

- 生産者とのダイレクト取引
- 自社製造・加工工場
- 約38万人のサブスク会員
- 飲食店支援EC売場「おうちレストラン」

×

エー・ピーホールディングス

- 飲食店のブランド力
- 地鶏と鮮魚等の食材の生産・流通網
- 国内外235の店舗網

豊洲漁商産直市場

- 「市場」「産直」双方からの仕入れ可能な独自の調達・流通網
- 飲食店の母体を活かした顧客目線での買付け文化

✓ 当社の**水産品カテゴリの品揃え/付加価値の高い商品拡充、原価削減**

✓ 食材の共同調達や、製造・加工工場の共同利用による**原価削減**

✓ おうちレストランでの**協業強化**

事業トピックについて

① エー・ピーホールディングス社との資本業務提携/
セブンワーク社連結子会社化

② **自己株式の取得**

③ フードテックビジネスの進捗

自己株式の取得について

1月29日付で約45億円の自己株式を取得。
今後の事業拡大に向け、自己株式を活用した資本業務提携、M&Aを加速させる

■ 自己株式取得の詳細

◆取得株式数

：1,465,700株（発行済み株式数の3.86%）

◆取得価額

：約45億円

◆処分方針

：今後の事業拡大に向けた資本業務提携やM&Aへの活用

事業トピックについて

① エー・ピーホールディングス社との資本業務提携/
セブンワーク社連結子会社化

② 自己株式の取得

③ フードテックビジネスの進捗

Future Food Fund

日本“初”のフードテックに特化したCVCとして発足し、LP14社から20億の資金調達完了。
出資先は海外のスタートアップ企業も含めたニューフード・アグリテックなど幅広く投資

Future Food Fund

日本“初”のフードテック特化CVC
(コーポレートベンチャーキャピタル)

MOS BURGER
K4 Ventures
大和フード&アグリ
豊田通商株式会社
TV TOKYO | テレビ東京ダイレクト
SMBCベンチャーキャピタル
FUSO 扶桑化学工業株式会社
Jalux
西松建設
コメダ珈琲店
KOKUBU
オレンジページ
Oisix ra daichi

LP14社 20億の資金調達完了

フードテック スタートアップ企業

国内外を問わず
多様なスタートアップに投資

フードテック・ニューフード

MiL
Fifty Food Inc.
【アメリカ・カリフォルニア】
HiOLI Inc.
BASE FOOD
snaq.me
WHOSE CACAO
REGRAINED
【アメリカ・カリフォルニア】

アグリテック

Farmnote
てらすま

フードテックエコシステムの特長

当社の創業時の経験などを活かし、単なる投資活動にとどまらず、LPとして参加する事業会社のプラットフォームなどを最大限に活用し、幅広く支援を行うフードテックエコシステムを構築

事業サイクル

事業アイデア → **資金調達** ⇄ **商品/サービス構築** → 事業成長/EXIT

スタートアップの事業成長を包括的にフォローし、事業成長スピードを大幅に加速させる

多様な事業会社LPのアセット・ノウハウの活用

◆活用の一例

販売

MOS BURGER　コメダ珈琲店　KOKUBU　7-Eleven

輸入・物流

豊田通商株式会社

インフラ

K4 Ventures　西松建設

実績あるアメリカのVC・インキュベーターとの連携・支援

powerplant VENTURES　KITCHENTOWN

スタートアップ専門売り場を活用したサービス実験

Oisix CRAFT MARKET

2-2. コロナ禍における社会的活動トピック

社会的活動トピック
-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、のべ46万食の食品を医療機関へ提供し、支援総額は4億円を突破

医療従事者を食で応援

WeSupport

・・医療機関と食品サポート企業とを
つなぐプラットフォーム

支援実績*

- ◆ **支援総額：** 約**4.1**億円
- ◆ **支援食数：** 約**46**万食
- ◆ **支援企業：** **106**社
- ◆ **支援先医療機関：** **92**機関

■ 支援先医療機関からのお声

<クリスマスラッピングでお届け>

どの職場にも笑顔があふれる
一幕を垣間見ることができました。
また、皆さまからいただきました
寄せ書きは、院内掲示版に掲載
しています。有難うございました。

<おせちのお届け>

おせちの味が、とても丁度良く大
変おいしかったと好評でした。
また、想像以上に立派な
おせちで皆驚いておりました。
ありがとうございました。

*2/5時点の実績

社会的活動トピック
-生産者支援・地方自治体支援

販売先を失ったホテルやレストラン向けに栽培された「シェフ御用達野菜」の支援販売や、B-1グランプリとのコラボKitなど地方自治体支援の取組みも多数実施

【生産者支援】

■「シェフ御用達野菜」の支援販売

✓ レストランやホテル向けに出荷されている
カラフル野菜を支援販売

✓ ミールキットや献立セットでお届けし、
畑のフードロス削減にも貢献

▲カラフル野菜のグリルサラダ

【地方自治体支援】

■ B-1グランプリコラボKit

✓ まちおこしイベント「B-1グランプリ」の
開催延期を受け、
ご当地グルメのKit Oisixを販売

▲ほっこりおだしの
八戸せんべい汁

■ 北海道の高校生とのコラボKit

✓ 北海道浦河高校の学生から
「コロナ禍でも出来る地域貢献」の
ご提案をいただき、
地元のソウルフードである
「カツめし」のKit Oisixを販売

▲あおさ香る　浦河かつめし

2-3. ESGトピック

新ORDグリーンシフト 5つの施策（再掲）

温室効果ガス削減や脱プラスチックを目標とした、新しいグリーンシフト戦略を策定。
大きく5つの施策を軸として、今後削減への取組みを行う

■ 新ORDグリーンシフト戦略

	新しいグリーンシフト5施策	
農業生産での温室効果ガス削減	1	当社独自のグリーン基準の導入
ラストワンマイルでの温室効果ガス削減	2	配送車のグリーンエネルギー実証実験の開始
包装の脱プラ推進	3	商品パッケージのさらなるグリーン化
フードロス削減	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

新ORDグリーンシフト施策の進捗

		目標	現在の進捗
1	**当社独自のグリーン基準の導入**	当社にかかわる農業生産において、温室効果ガス排出量を、今後5年以内に半減	温室効果ガス排出量の調査開始
2	**配送車のグリーンエネルギー実証実験の開始**	自社配送車のEV化による温室効果ガスの排出量の削減	とくし丸の販売車両でEV車両導入の準備
3	**商品パッケージのさらなるグリーン化**	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変更	Kit Oisixの外袋や緩衝材などの素材変更に向け調査・検討開始
4	**従来のフードロス削減の取組強化**	各宅配ブランドにおけるフードロスのゼロ化	ゼロ化に向けた手法の検討・実験開始
5	**アップサイクル食品の販売推進**	Oisix独自のアップサイクル売場の構築	・アップサイクル商品の試作開始 ・Future Food Fundによるアップサイクル企業への出資/商品仕入

IR優良企業奨励賞/
消費者志向経営優良事例表彰

IRに積極的に取組む中・小型企業を対象とした「IR優良企業奨励賞」、
消費者志向の優れた経営事例を対象とした「消費者志向経営優良事例表彰」を受賞

■ IR優良企業奨励賞
（日本IR協議会 主催）

✓ 決算資料の明瞭さ、英文開示の積極性、投資家との対話内容などの観点において評価をいただいた

■ 消費者志向経営優良事例表彰
（消費者庁 主催）

✓ 時短、健康、環境といった食に関する社会課題の解決を図る企業姿勢、消費者目線で宅配事業を進化させている点を評価をいただいた

過疎化地域の発展支援

アートの力で地域再生に取組む「大地の芸術祭の里」とコラボレーションした商品を販売。収益の一部を還元し、過疎化地域の持続可能な発展を支援

■「大地の芸術祭の里」コラボ商品 有機栽培アフリカンルイボスティー

✓ 大地の芸術祭アーティストのデザインと、当社の販売力を掛け合わせ、過疎化地域の課題解決に向け支援

■ 大地の芸術祭（越後妻有アートトリエンナーレ）とは

✓ 越後妻有の「情報発信」「活性化」を目的とし、3年に一度開催される国際的な芸術祭

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：	3,993百万円（2020年12月末）
従業員数：	連結　860名　（2020年3月末）

関係会社概要

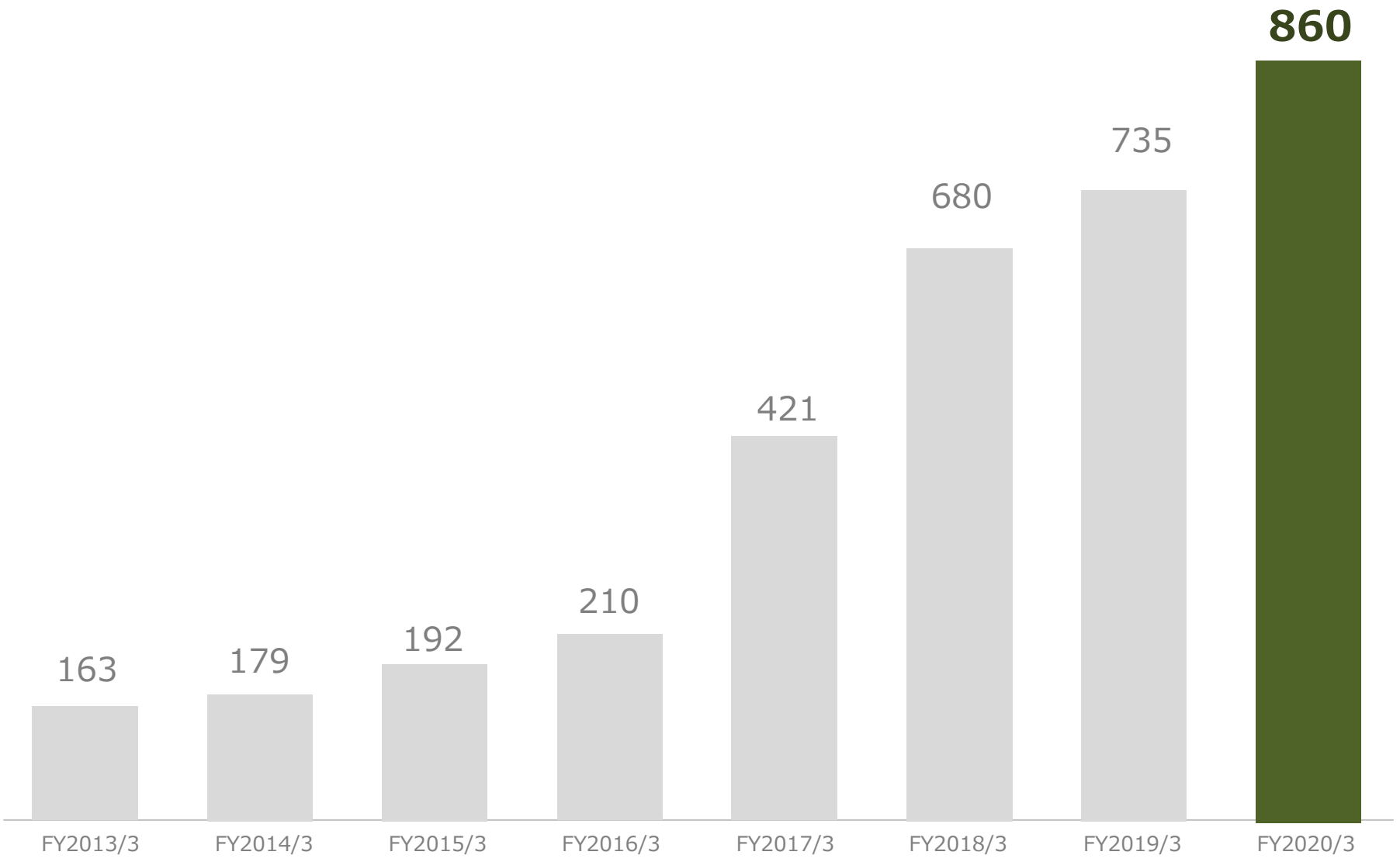
■ 連結子会社

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
Purple Carrot	アメリカにおけるミールキットの宅配サービス
Oisix Inc	海外における投資事業
Future Food Fund株式会社	食分野のスタートアップ企業への投資事業
Future Food Fund 1号投資事業有限責任組合	食分野のスタートアップ企業への投資組合

■ 主な関連会社

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したライフスタイル事業

連結従業員推移


860
735
680
421
210
192
179
163
FY2013/3
FY2014/3
FY2015/3
FY2016/3
FY2017/3
FY2018/3
FY2019/3
FY2020/3

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。

■ 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

■ 物流業務拠点の集中による影響

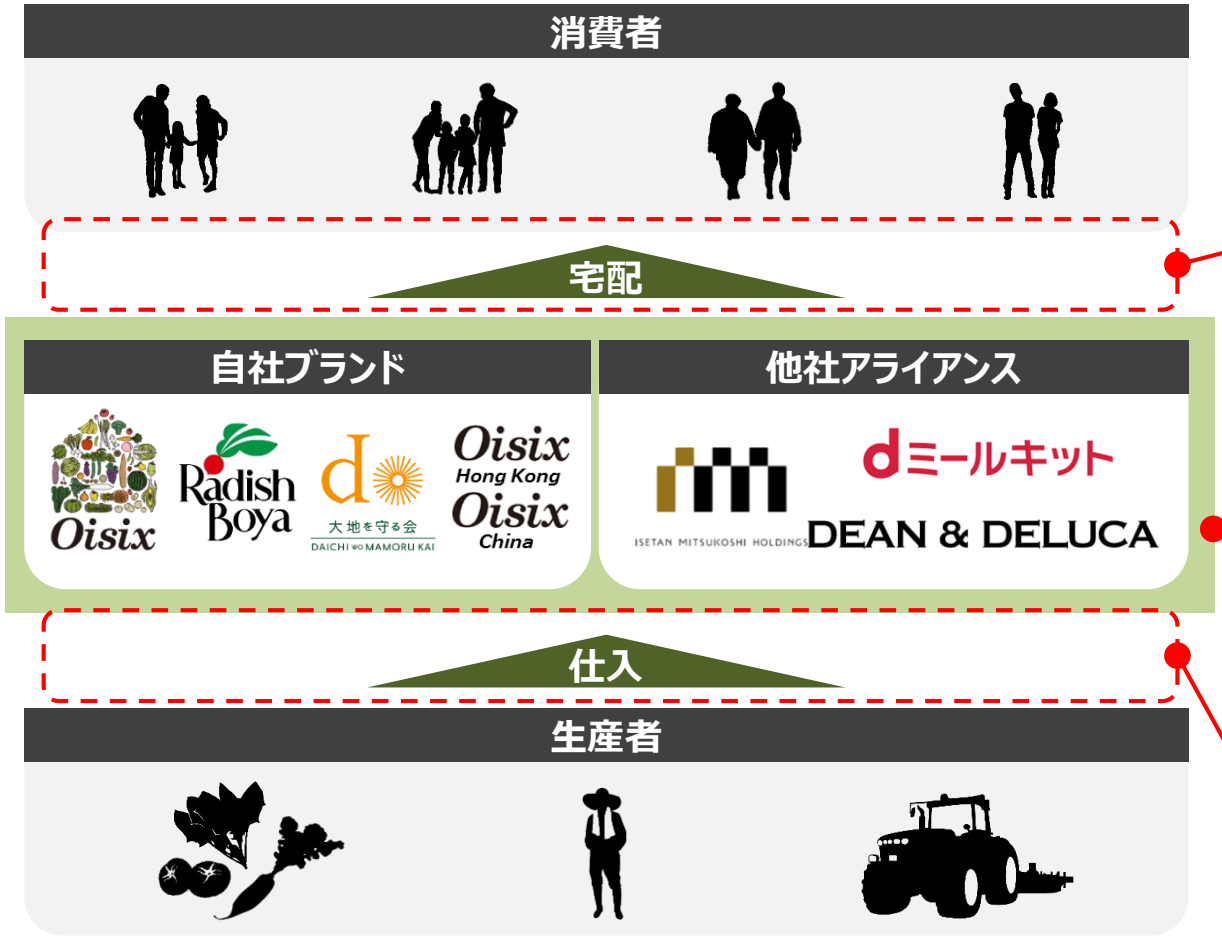
当社では、自社運営による物流センターを構え、取り扱い商品の検品・保管・仕分・梱包といった物流関連業務を集約しており、主にＯｉｓｉｘブランドは神奈川県海老名市、大地を守る会ブランドは千葉県習志野市の物流センターを通してお客様向けに出荷しております。これら物流センターが自然災害又は火事などにより操業できなくなった場合、在庫の損失や配送遅延、サービス一時停止などといった事態の発生により、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

■ 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。

当社の強み

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



オイシックス・ラ・大地の強み

「コト」を届ける サブスクリプション マーケティング

収益構造を徹底管理する サブスクリプション経営

生産者との サブスクリプション ネットワーク

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

消費を通した自己実現

Radish Boya

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 wo MAMORU KAI

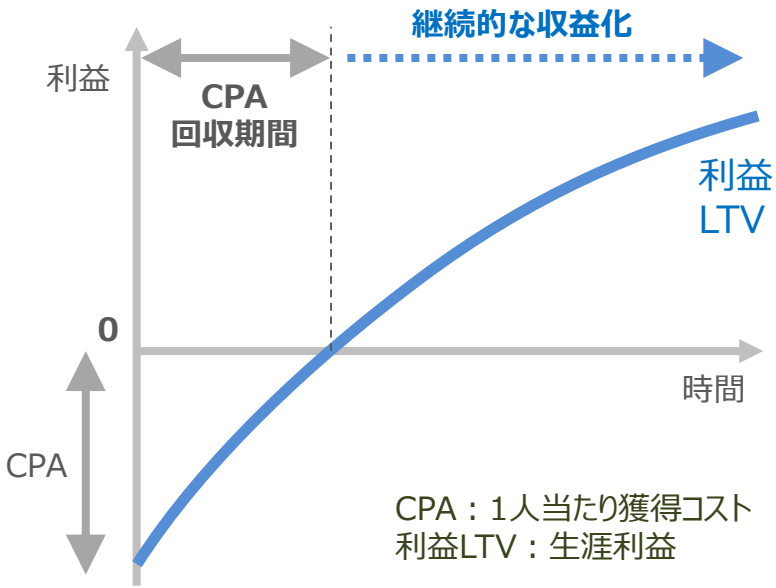
生産者

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

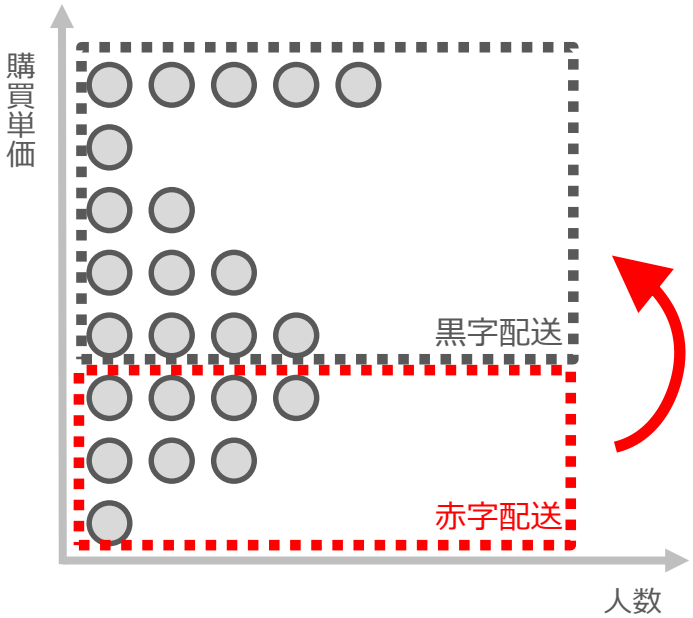
■ CPA・LTV管理の徹底

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軒の生産者と事前に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

消費者

作況により
購入価格が大きく
変動

小売店

市場調達のため
調達量や価格は
コントロール不可

卸売市場

農協等

生産者

作況により相場が
変動し収入の見通
しが不明瞭

■ 当社の取引

消費者

相場に関係なく
安定価格で購入

オイシックス・ラ・大地

Oisix　Radish Boya　大地を守る会 DAICHI WO MAMORU KAI

予定供給量から
販売プランを立てて
需要をコントロール
しやすい

3～6ヶ月前に数量・価格
などを決め、購入を約束

生産者

収入の見通しが
明確になり、
投資判断も可能に

3ブランドのアセットの違い

	Oisix	Radish Boya	大地を守る会 DAICHI WO MAMORU KAI
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	4箇所（海老名・藤沢・座間・狭山）	4箇所（札幌・板橋・座間・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）

他社EC支援事業

当社の強みであり、国内食品宅配事業で培ったサブスクリプションノウハウやアセットを活用し、他社ECの支援事業を展開

ISETAN DOOR

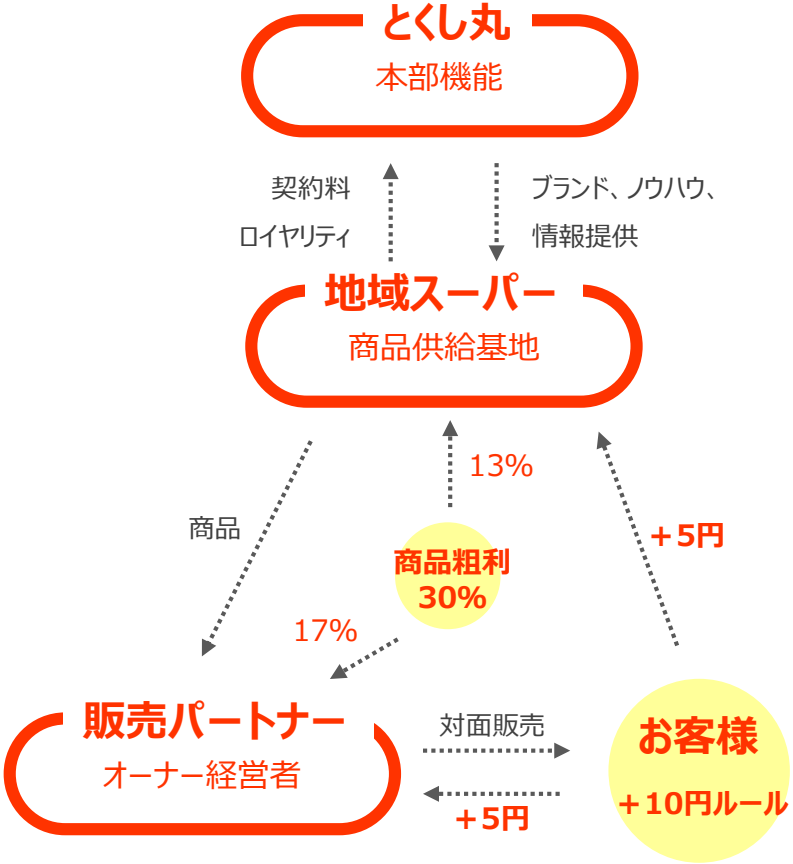
DEAN & DELUCA

dミールキット powered by Oisix

とくし丸事業

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



海外宅配事業サマリ

香港・上海はOisixブランドを展開、アメリカは、2019年4月にヴィーガン向けミールキットを販売するPurPle Carrot社を子会社化

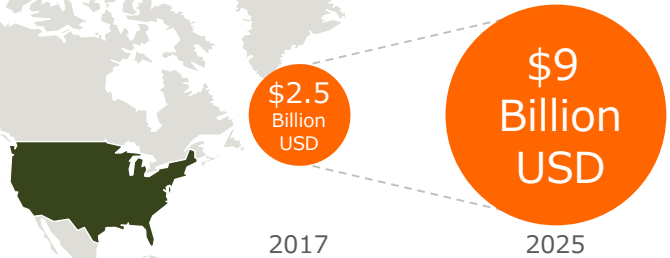
■ Oisix上海

✓ 2017年よりサービス開始。
中国人サブスクモデルの確立に向け、ニーズを確認

■ 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

アメリカのミールキットの市場規模



■ Purple Carrot事業(アメリカ)

Oisix ra daichi × PURPLE CARROT

✓ ヴィーガン食×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

✓ 2020年3月期の第3四半期より業績連結開始

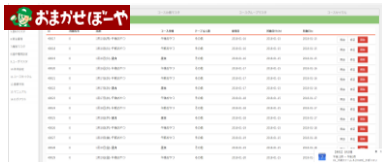
店舗外販事業：Shop in Shop

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

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



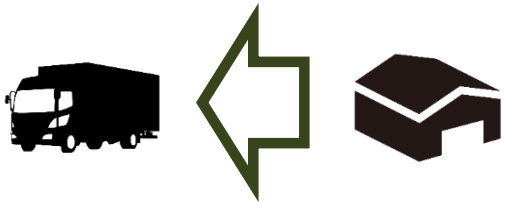
- ◆厳しい基準をクリアした安全な青果・加工品を安定的に調達
- ◆豊富なラインナップで追加の買出しが不要
- ◆専属管理栄養士による独自の献立が利用可能、栄養相談も受付
- ◆簡単なWEBフォームにより発注作業が軽減
- ◆仕入先を統一することによる管理の簡便化

発注

希望日お届け

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

コンサル/広告事業

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、らでぃ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

データシート：業績数値

■ 業績数値

	FY2019/3				FY2020/3				FY2021/3		
（百万円）	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高	16,853	31,720	48,906	64,026	16,265	32,552	52,425	71,040	23,132	47,567	74,790
営業利益	610	1,115	2,265	2,312	543	900	1,597	2,467	2,076	3,976	6,131
EBITDA	808	1,513	2,882	3,154	755	1,348	2,381	3,595	2,419	4,679	7,198
親会社株主に帰属する当期純利益	537	893	2,533	2,387	270	390	695	790	1,184	2,452	3,900

データシート：セグメント別業績

■ セグメント別業績

		FY2019/3				FY2020/3				FY2021/3		
（百万円）		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
Oisix	売上高	6,863	13,769	22,190	29,619	8,308	16,524	26,522	35,829	11,265	23,047	37,036
	限界利益	970	1,943	3,371	4,036	933	1,868	3,261	4,801	2,367	4,335	7,012
大地を守る会	売上高	2,769	5,440	8,405	10,902	2,587	5,137	7,936	10,541	3,636	7,094	10,761
	限界利益	479	960	1,536	1,989	457	885	1,397	1,889	724	1,368	2,160
らでぃっしゅぼーや	売上高	5,811	9,926	14,346	18,028	3,770	7,459	11,410	14,980	4,721	9,083	13,653
	限界利益	1,030	1,765	2,657	3,342	688	1,273	2,001	2,667	899	1,626	2,449
その他事業	売上高	1,482	2,755	4,198	5,793	1,663	3,529	6,383	9,497	3,601	8,522	13,600
	限界利益	154	290	479	724	256	557	656	846	391	1,038	1,599
固定費、のれん・減価償却費など		2,024	3,844	5,779	7,779	1,792	3,683	5,719	7,736	2,305	4,391	7,089

データシート：重要KPI

■ 業績数値

		FY2019/3				FY2020/3				FY2021/3		
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
Oisix	会員数（人）	177,606	186,929	193,461	202,427	221,612	226,187	230,393	239,837	252,303	274,929	285,168
	ARPU（円）	11,558	11,118	11,522	11,173	11,095	10,634	11,379	11,745	13,822	12,986	13,106
	購買単価（円）	6,005	5,973	6,149	6,013	5,884	5,840	6,055	6,166	6,748	6,201	6,315
	購買頻度（回）	1.92	1.86	1.87	1.86	1.89	1.82	1.88	1.90	2.05	2.09	2.08
大地を守る会	会員数（人）	44,086	43,775	42,071	40,189	38,517	37,532	37,121	37,127	43,941	44,878	44,998
	ARPU（円）	20,247	19,807	20,226	19,171	20,821	21,159	22,391	21,604	27,117	24,128	24,356
	購買単価（円）	7,899	8,121	8,573	8,046	8,195	8,292	8,732	8,508	9,234	8,610	9,000
	購買頻度（回）	2.56	2.44	2.36	2.38	2.54	2.55	2.56	2.54	2.94	2.80	2.71
らでぃっしゅぼーや	会員数（人）	74,240	71,616	66,070	62,935	61,009	59,400	58,528	56,935	62,515	61,822	61,518
	ARPU（円）	17,158	17,076	18,439	17,401	18,202	17,926	19,659	18,621	23,189	20,884	21,000
	購買単価（円）	5,460	5,616	6,114	5,869	6,055	6,060	6,398	6,206	7,028	6,373	6,696
	購買頻度（回）	3.14	3.04	3.02	2.97	3.01	2.96	3.07	3.00	3.30	3.28	3.14

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