第24期定時株主総会
質疑応答集

オイシックス・ラ・大地株式会社

2021.6.23

この質疑応答集は、2021年6月22日（火）開催の第24期定時株主総会において
いただいた質疑についてお答えしたものをまとめたものです。

株主還元について

成長投資を続けることは理解しているが、今後の株主還元・株価対策についてどのように考えているか？

まずは資本コストを上回る事業利益を継続的に生み出し続けることが責務と考えています。

一方で、小売りEC企業では1,000億円が壁となり、成長鈍化をするケースがみられるため、現在は今後も急成長をし続けられるかの岐路であると認識しています。追加事業説明をした設備投資など成長に向けた投資を行うことで事業利益を継続的に生み出すことで報いていきたいと考えています。

加えて、流動性も担保も重要であるため、必要に応じた株式分割の実施も検討する。また、機関投資家の皆様とも四半期で100件以上の面談を行っているため、適切な成長期待を持っていただけるようコミュニケーションをはかります。

あわせて、拡大しているESG投資に対応した情報も積極的に開示することで、資本市場との適切なコミュニケーションをはかり認知の拡大につなげたいと考えています。

（ESG情報）

https://www.oisixradaichi.co.jp/sustainability/

無配について、保有している事業株主の間ではきちんと合意されているか？

当社株式を保有いただいております、リクルートHD社やNTTドコモ社などの事業株主様とは、

当社の事業戦略についてご説明をさせていただいており、今後の設備に向けた設備やM&Aなどの投資を優先する旨についてご理解を頂いております。

ガバナンス体制について

独立役員の人員比率が、プライム市場の基準である1/3に届かないことについて考え方が知りたい

まず、こちらの要件は2022年4月1日からの適用となります。

現時点では①独立役員の人員比率②指名・報酬委員会の設置、以上２点については準拠しておりません。

12月末までに改定コードに沿うことを基軸として検討を進め、その後対応やご説明を進めることを予定しています。

花田取締役について、在任期間14年と長期だと考えるが、社外モニタリングが十分に機能しているか？

貴重なご意見、ありがとうございます。

当社としては、花田取締役の社外取締役としての独立した立場でのモニタリングは十分に機能しているものと考えております。

特に、当社の持続的な成長を見据えた経営体制へのインプットは、今の当社の在り方や、経営課題に対する方針について大きく反映されております。今後も引き続き、株主様のご意見も踏まえて検討を行ってまいります。

他社との提携・買収について

新しい食のサブスクリプションサービスがを運営するベンチャー企業が多く生まれているが、これらの企業と提携・買収する予定はないか？

マーケットに新たなプレーヤーが参入するタイミングは、そのマーケットが伸びるタイミングであり、結果的に当社が伸びることにもつながるため、新たなプレーヤーが増えることはポジティブに捉えています。

提携や買収については、単独ではできない商品・技術を持つ企業様とは、スタートアップに限らず、協業することで成長が加速する事に双方が判断でき、投資金額が適正であれば積極的に検討をしていきます。

Oisixのブランディング上に「健康医療」の軸が入るとよいと感じる。今後、パーソナルな食事ニーズは増えると考えており、パーソナル栄養バランスを毛髪で検査できるサービスとの提携は検討できないか？

提案いただいた企業について存じ上げなかったため、担当者へアプローチの指示を出しました。

個別のサービスに関わらず、健康領域は積極的に進めたいと考えています。病気と付き合いながら生活を送る方が多くいらっしゃる中で、それらの方の食生活には制限があるなど必ずしも充実しているとは言い切りにくい状態だと思います。

現在、疾病をお持ちの方向けのサービスの研究チームを作って検討を具体的に進めています。

ヘルスケア×食の領域は今後大きくなると予想され、その中でも当社が広げていければよいと考えています。

国内宅配事業について

３社統合前には想定していなかった効果および課題には何が挙げられるか？

挙げられた点について、今後の取り組み方針をどのように考えているか？

想定していなかったことはないですが、効果として、改めてOisixが培ってきた食のサブスクリプションのノウハウについて、
大地を守る会、らでぃっしゅぼーやへ横展開し、しっかりと通用するということが分かり、
その後、Purple Carrotなどへのアメリカへの事業展開に繋がっている点は良かったと考えています。
一方、課題についてもある程度想定の範囲内ですが、全社最適の物流面の再編はある程度時間とコストがかかる点です。

生協との違いは何か？

食材宅配という点では、同じ領域に属しています。
お客さまへのヒアリングも通じて当社として考えている違いは３点あります。

①農薬使用などを定めた基準以上の商品を特定生産者から仕入れていることによる、商品の差別化
②特にOisixについては、オンライン上で買物が完結する簡便性
③注文からお届けまでのリードタイムが短いなど、サービスの使いやすさ

実際には、生協やネットスーパーと併用をされているお客さまが多くいらっしゃいます。オリジナルの商品を中心に商品を厳選して販売しているため、競合ではなく補完して使用されるケースが多くあります。

国内宅配事業について

物流拠点の投資により、出荷量はどの程度増えるのか。コスト効率化は？

Oisixについては、2021年9月に稼働開始を予定している新海老名ステーションにより、2021年3月末時点の出荷量と比べ、約2倍となる見込みです。一方、出荷曜日の偏りなどの課題も見えてきているので合わせて課題解決を図っていきます。
また、コスト削減についても、従来比で物流費を約1%程削減できると見込んでおります。

コロナが落ち着いた後の会員獲得方法と獲得コストの考え方について

コロナが落ち着き、お客さまが外出することにより、ARPUについては落ち着いてくると考えています。
一方、新規獲得については、オンラインの買い物習慣や、家庭で食事する機会が増えるなどのトレンドは、
ワクチン接種が進んでいるアメリカの事例を見てもコロナ前に戻る可能性は少なく、今後も継続するのではないかと考えています。
引き続き、お客さまのニーズを捉え課題解決をしながらしっかりと事業を行ってまいります。

国内宅配事業について

3ブランドの違いがよくわかりません。農薬基準や添加物の基準が違うのなら、それぞれのブランドで基準の違いを示していただきたいです。

3ブランドの違いとして、メインのお客さま層、およびお客さまニーズが大きく異なっており、

各ブランドのお客さまニーズに沿った商品・サービスを展開しております。詳細は下記資料のP41をご参照下さい。

（2021年3月期 本決算説明資料）
https://www.oisixradaichi.co.jp/wp-content/uploads/2020/08/3e0a2a43df7fbbb25b0f5d7578e0b12f.pdf

併せて、厳密な農薬や添加物基準や3ブランドの違いにつきましては、開示項目が非常に多岐に渡ることもあり、

お客さまには開示はしておりませんが、下記の通り各ブランドごとに安全基準を設定しており、基準を満たした商品のみを提供しております。

（3ブランドの安全基準）
https://www.oisixradaichi.co.jp/story/safe/criteria.html

ESGについて

決算説明資料のサステナブルリテールの考え方は、生産者・お客さま双方のニーズが高いと考えられ、フードロスの社会課題に適していると感じる。

Kit Oisixのような形で提供することで、他社との差別化を図っているのか？

差別化を強く意識しているわけではなく、お客さまや生産者の社会課題を解いていく事を考えています。

ミールキット「Kit Oisix」以外にも、素材のままの販売は実施しており、冷凍のお弁当や冷凍した素材の提供について検討を進めています。天候によって、豊作になりすぎるということはどうしても発生するが、現在は産地で廃棄をされてしまうことが多い状態です。

素材、ミールキット、冷凍弁当など様々なプロダクトを当社が持つことによって、産地で獲れてしまった作物を全て送って頂き、当社でそれらの作物を使い切る努力をできたら良いと考えています。

したがって、他社との差別化の意図ではなく、誰も解いていない社会課題がそこにあるため当社が解きたいという考え方です。

（2021年3月期 本決算説明資料　P56）

https://www.oisixradaichi.co.jp/wp-content/uploads/2020/08/3e0a2a43df7fbbb25b0f5d7578e0b12f.pdf

その他

とくし丸が好調に事業を伸ばしているが、今後ドローンなどの技術革新により、

地方への配達が実現化されていくとコスト面で劣る可能性があるのでは？

とくし丸について、地方の過疎地の買い物難民向けのイメージをお持ちかと思いますが、

実は、都心部や地方都市などで、スーパーから少し距離があり買い物に行けないというお客さまが大半です。

そのため、比較的人が密集したエリアでお届けをしており、配送コストは安く抑えられております。

一方で、本当の過疎地に対しては、現状エコノミクス（事業経済性）が合わず、まだとくし丸もアプローチ出来ておりません。

そういった領域において、ドローンなどの技術を活用することで、とくし丸の配送エリアを広げるチャンスがあるのではと考えています。

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。