



2022/3 1Q決算説明資料

オイシックス・ラ・大地株式会社

2021.8.12

「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

1. 2022/3 1Q業績

1-1. 全社業績サマリ

1-2. 事業セグメント別業績

2. サステナブルリテールの推進

2-1. フードロスの撲滅

2-2. フードテックの活用

3. その他ESGトピック

■ APPENDIX・DATA SHEET

1-1. 全社業績サマリ

エグゼクティブサマリ

-2022/3 1Q業績

売上

Oisixを中心に順調に売上成長し、前年同期比+21%増収

◆国内宅配3事業

- ✓ 会員数 : Oisixを中心に春季プロモーションが好調に進捗。1Qに3ブランド計で約2.7万人増
- ✓ ARPU : コロナ影響でイレギュラーに上昇した前年実績と比べ減少したものの、感染再拡大による緊急事態宣言などの影響もあり、当初計画よりも高止まりの状況が継続

◆その他事業

- ✓ Purple Carrot(アメリカ)は、足元では会員数の伸びは落ち着きつつあるものの、前年同期比+70%の売上成長。他社EC支援、SinS・保育園卸も順調に事業拡大

EBITDA

Oisix、Purple Carrot(アメリカ)を中心とした売上成長による利益増により、当初計画を超過して進捗

- ✓ 会員数・ARPUともに順調に推移し売上成長した結果、EBITDAも当初計画を超過して進捗
- ✓ 但し、前年はOisix物流キャパ逼迫により新規獲得が出来ない中、売上伸長のあった特殊な年度であったため、前年同期比では減少
- ✓ Oisixは、今期は春季プロモーションが好調であり、当初計画通りの新規PR費を投下

四半期純利益

関連会社のウェルカム社(DEAN&DELUCA)の業績回復などの影響により、営業外損益が良化し、前年同期比+9%増益

今後の見通しについて

売上サイド：会員数は、コロナ後も通じるライフスタイルの変化に対応し、順調な拡大を目指す。ARPUは、段階的な落ち込みを見込むものの、価値提案強化などの施策によりコロナ前を上回った水準での継続を目指す

コストサイド：商品原価は、加工作業の内製化などの施策推進により段階的な削減を見込む。新規PR費は適正CPAの範囲内で最大限投下。物流費は、21年10月～のOisix新冷蔵センター稼働に伴い、今期下期は一時的な追加コストが発生するものの、来期からは物流が一本化され、段階的な費用削減を予定

		今期		来期	
売上サイド	会員数	拡大	コロナ後も通じる お客様のライフスタイル変化に対応し 順調に拡大	拡大	コロナ後も通じる お客様のライフスタイル変化に対応し 順調に拡大
	ARPU	減少	現状、当初想定より落ち込みは 少ないものの、今後は段階的な 落ち込みを見込む	横ばい ～増加	コロナ後においても、 価値提案強化などの施策によりコロナ前を 上回った水準での継続を目指す
コストサイド	商品原価	削減	加工作業の内製化などの施策推進 により段階的に削減	削減	加工工程の内製化などの施 策により段階的に削減
	新規PR費	増加	適正CPAの範囲内で 最大限費用投下	増加	適正CPAの範囲内で 最大限費用投下
	物流費	一時的に 増加	Oisix新冷蔵センターの稼働に伴い、 下期から移転にまつわる 一時的な追加コスト約7～8億が発生	削減	一時的な費用増は無くなり、 物流一本化により段階的に削減
	その他 販管費	削減	売上拡大に伴い、 固定的な販管費率減少	削減	売上拡大に伴い、 固定的な販管費率減少

2022/3 1Q業績サマリ

売上 : Oisixを中心に順調に売上成長し、**前年同期比 + 21%増収**

EBITDA : Oisix、Purple Carrot(アメリカ)を中心とした売上成長による利益増により、**当初計画を超過して進捗**

売上高

279.1億円

(前年同期比 **121%**)

EBITDA

23.1億円

(前年同期比 **96%**)

営業利益

19.5億円

(前年同期比 **94%**)

親会社株主に
帰属する

四半期
純利益

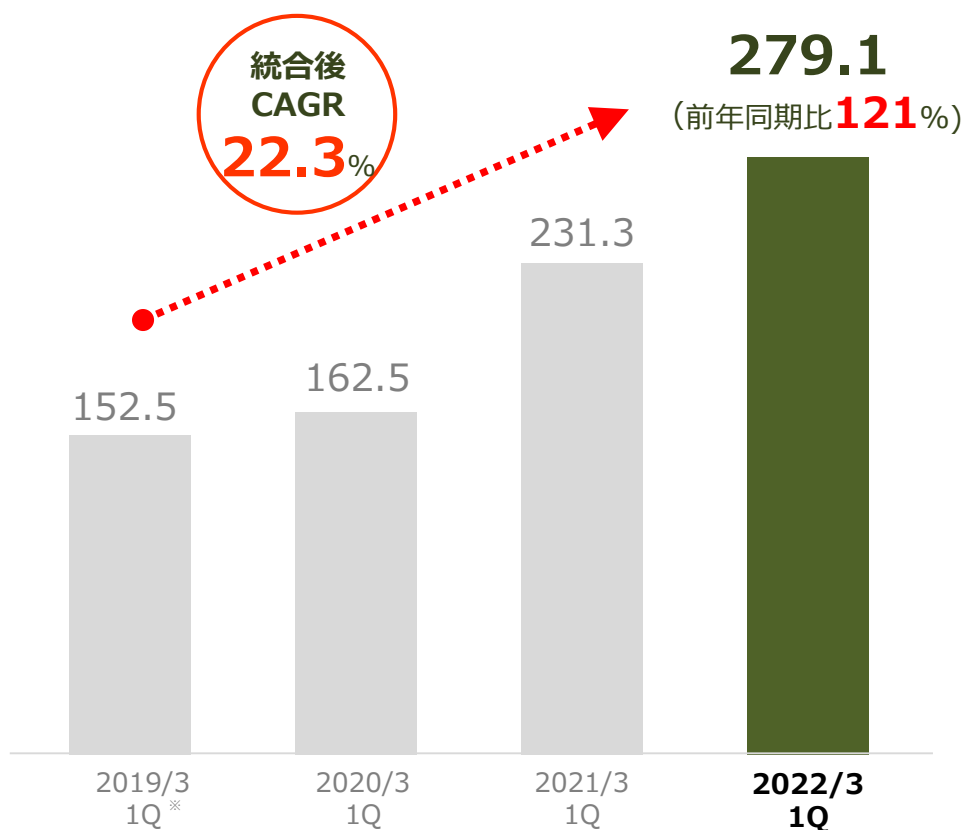
12.9億円

(前年同期比 **109%**)

2022/3 1Q業績推移 -売上

国内宅配3ブランド統合後、年平均成長率+22%と高水準での売上成長を継続

売上高

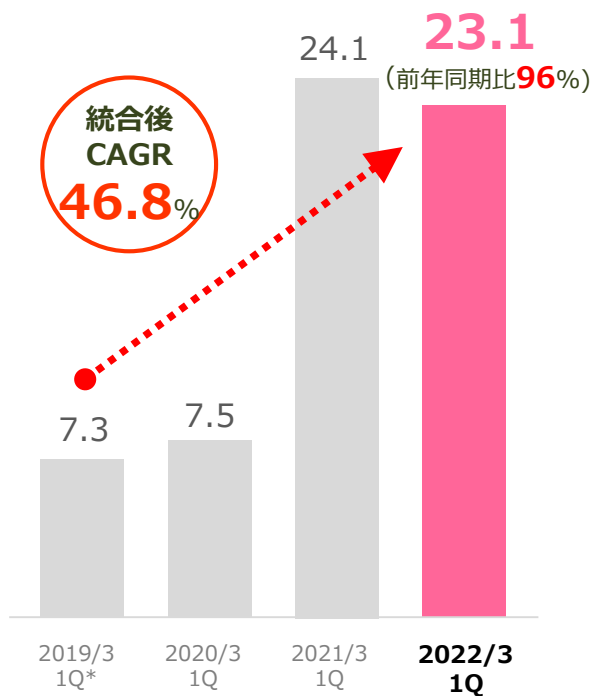


2022/3 業績推移

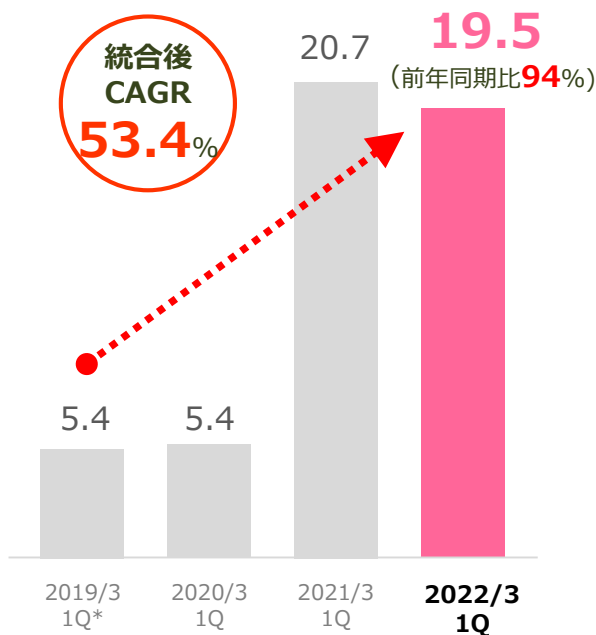
-EBITDA/営業利益/四半期純利益

国内宅配3ブランド統合後、年平均成長率+40%超と高水準での利益成長を継続

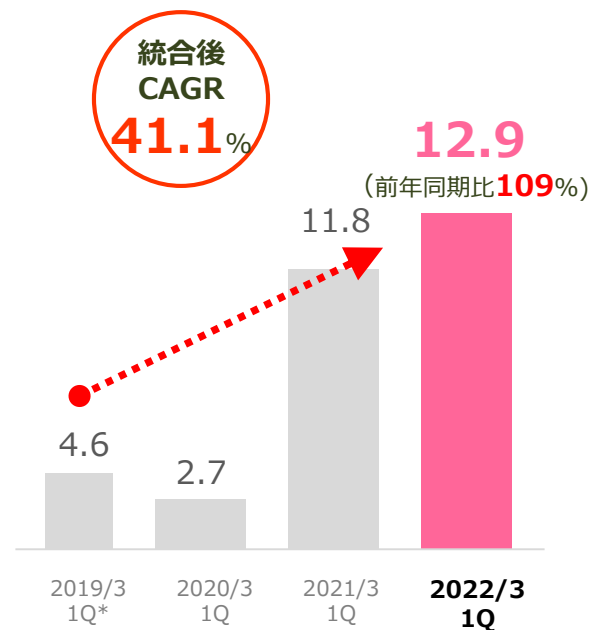
EBITDA



営業利益



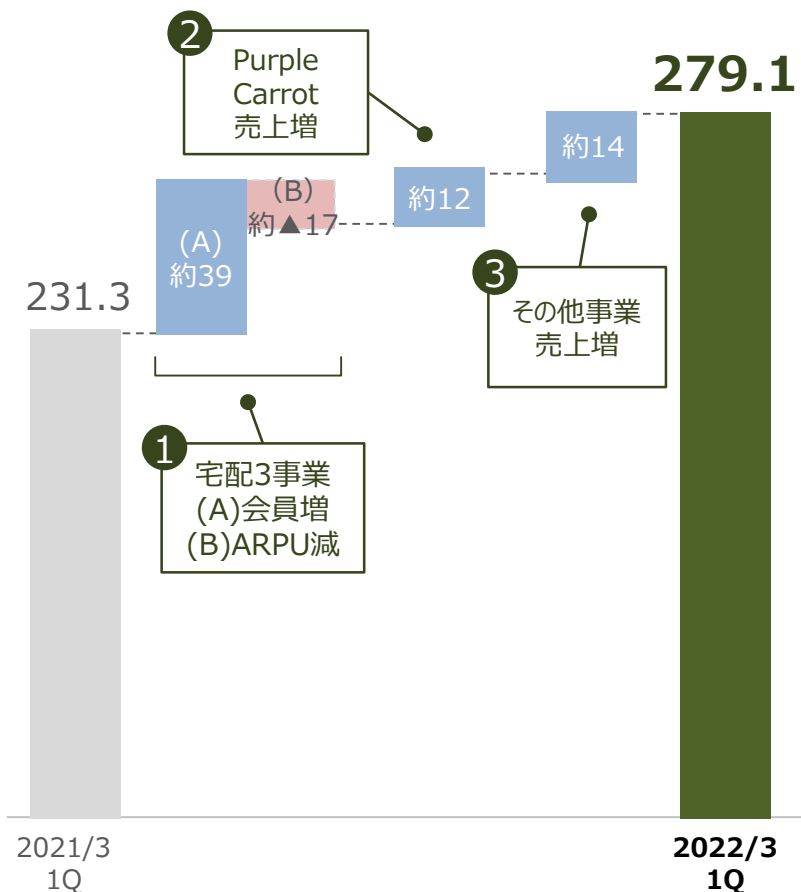
親会社に帰属する四半期純利益



売上高：前年1Q推移

主にOisix、Purple Carrot(アメリカ)の売上伸長の効果により、**48億（前年同期比+21%）の増収**

■ 売上高：前年1Q推移（億円）



① 国内宅配3事業の売上増：約22億円

- ・(A) 会員増影響：約39億円
- ・(B) ARPU減影響：約▲17億円

② Purple Carrot売上増：約12億円

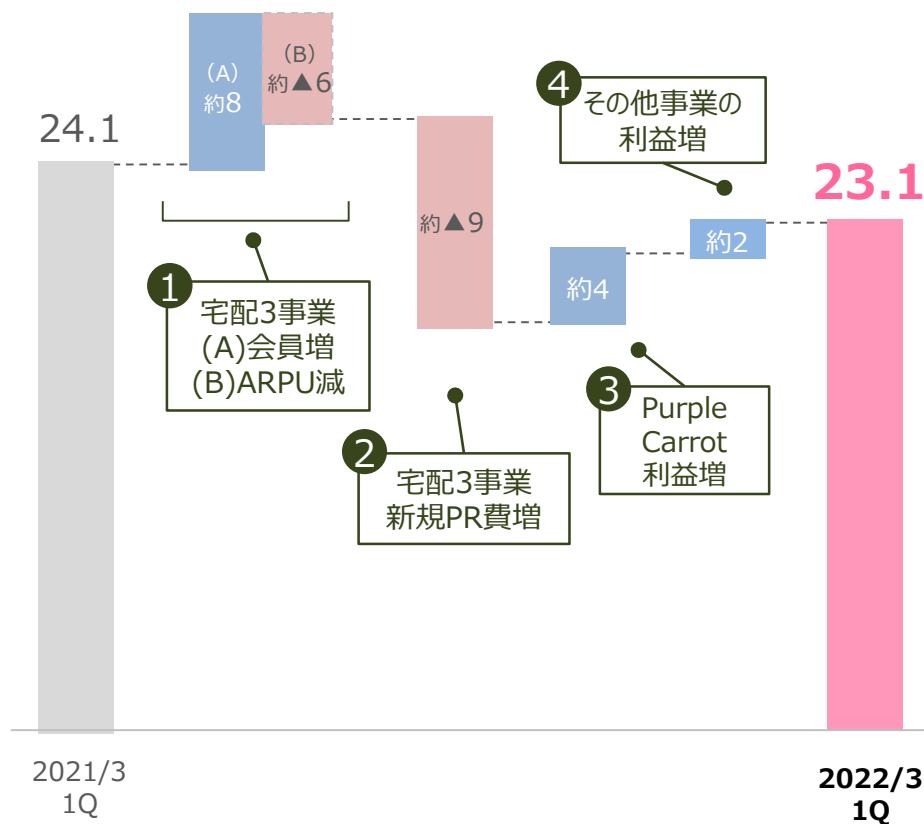
③ その他事業売上増：約14億円

- ・他社EC支援
 - ・SinS・保育園
 - ・香港・上海
 - ・その他子会社
- (豊洲漁商産直市場の新規連結含む)

EBITDA : 前年1Q推移

新規PR費の積極的な投下や、ARPU減による利益率低下影響などにより1億(▲4%)の減益も、
会員数は順調に伸長しており、当初計画を超過して進捗

EBITDA : 前年1Q推移 (億円)



① 宅配3事業の利益増 : 約2億円

- ・(A) 会員増影響 : 約8億円
- ・(B) ARPU増影響 : 約▲6億円

② 宅配3事業の新規PR費増 : 約▲9億円

③ Purple Carrot利益増 : 約4億円 ⇒連結後1年で黒字転換達成

④ その他事業利益増 : 約2億円

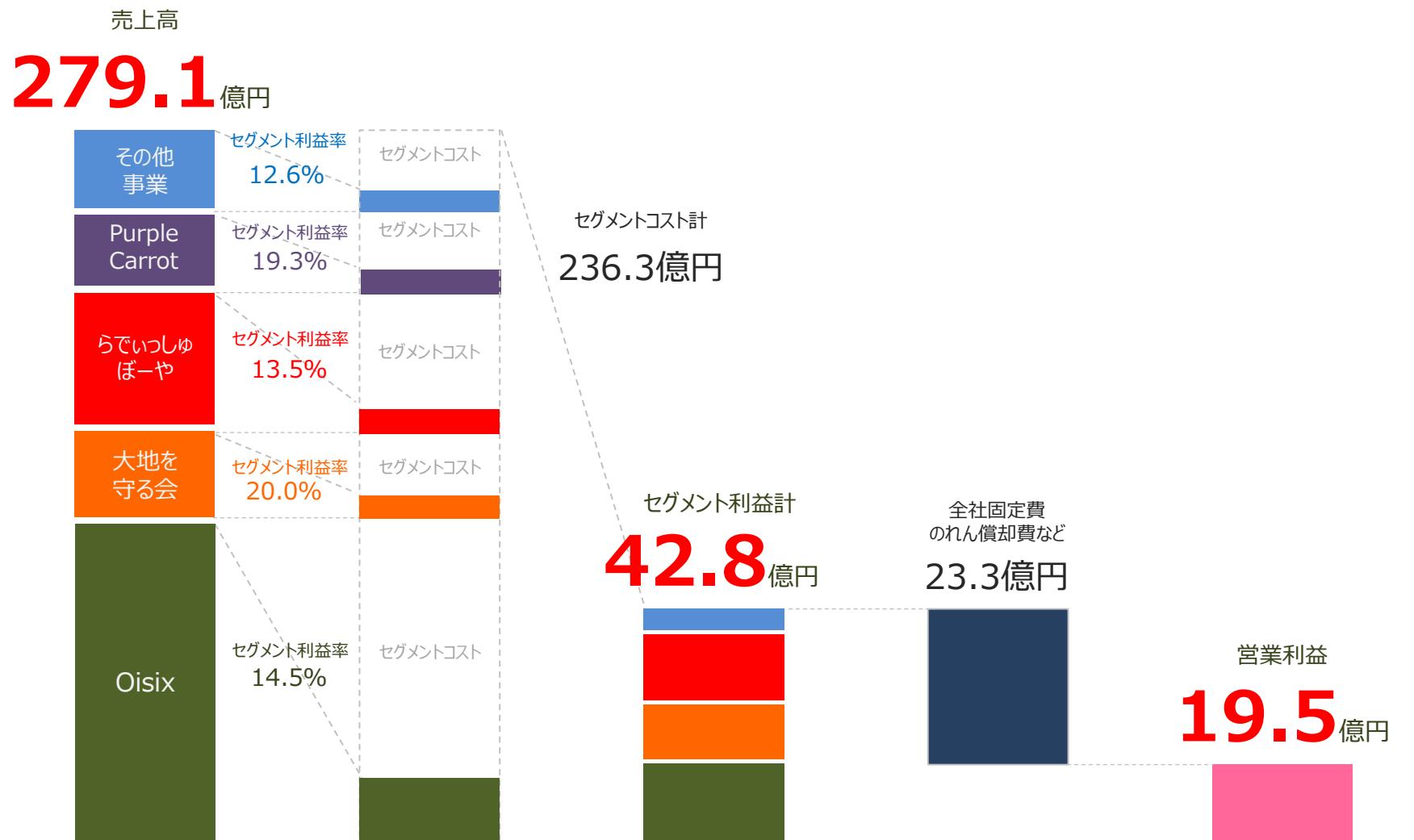
⑤ 固定費 : ± 0 億円

- ・人件費増も、前期1Qに一時的に発生した
コロナ対応費や東証一部指定替え費用などが剥落

セグメント別業績サマリ

	売上	セグメント利益*	2022/3 1Q事業概況
Oisix	141.4億円 (前年同期比 126%)	20.5億円 (前年同期比 87%)	・春季のプロモーションが計画よりも順調に進捗し、1Qで約2.5万人増 ・ARPUは継続的に高水準が継続し、コロナ前比約16%増
大地を守る会*	33.1億円 (前年同期比 91%)	6.6億円 (前年同期比 92%)	・新サービス「まるごはん」での新規獲得など、ターゲットに沿った獲得手法開発を継続 ・ARPUは継続的に高水準が継続し、コロナ前比約11%増
らでいっしゅ ぼーや	43.3億円 (前年同期比 92%)	5.8億円 (前年同期比 65%)	・フードロス防止商品を扱う新サービス「ふぞろい らでいっしゅ」のメディア露出が拡大 ・ARPUは継続的に高水準が継続し、コロナ前比約11%増
Purple Carrot (1月～3月実績)	28.4億円 (前年同期比 172%)	5.4億円 (前年同期比 503%)	・コロナ影響による大幅な会員数増は落ち着きつつあるものの、増収増益を継続 (事業数値は、3カ月ずれて連結(1Qは1月～3月))
その他事業* (子会社含む)	33.7億円 (前年同期比 174%)	4.2億円 (前年同期比 156%)	・他社EC支援は、引き続き好調を維持 ・SinS・保育園卸事業も取引先拡大し、順調に売上成長

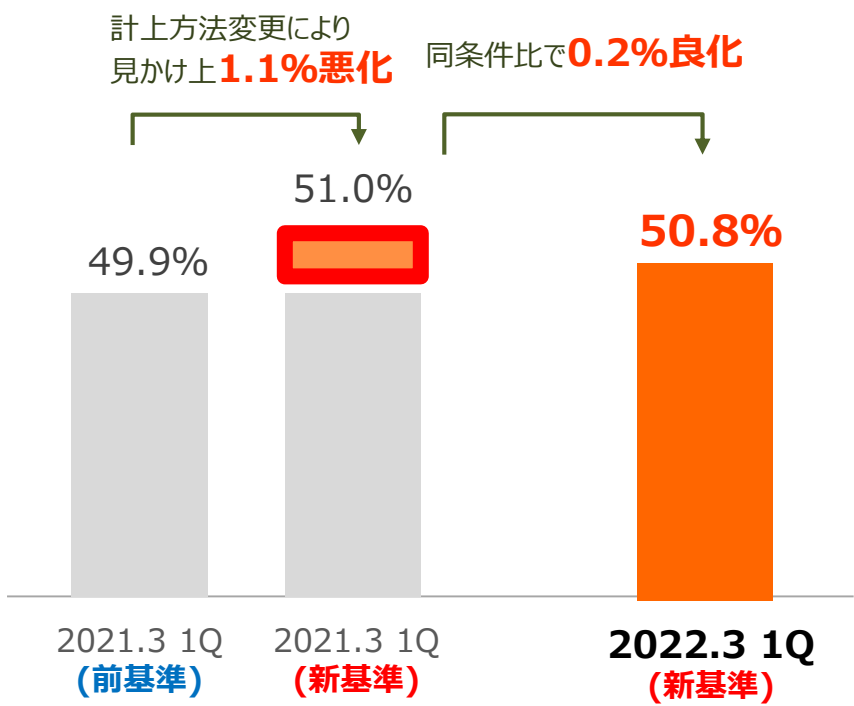
事業セグメント概要



(補足説明)
収益認識基準等による計上方法の変更について

収益認識基準等の計上方法の変更により、
売上・利益は額・率ともに大きな影響はなし。
商品原価率は見かけ上悪化するものの
同条件での前年同期比では良化

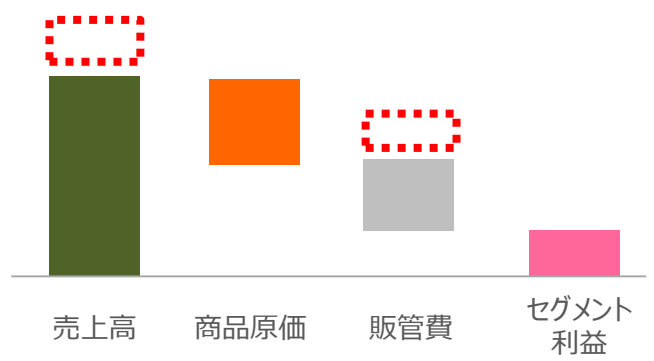
◆計上方法変更による商品原価率の比較



◆計上方法の主な変更スキーム

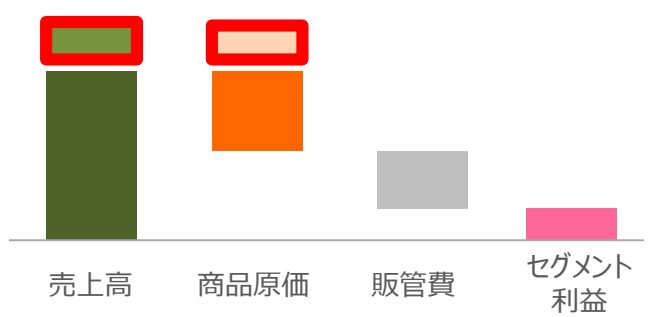
① 国内宅配（主にOisix）

- ✓ ポイント割引などの販促費の一部を売上と相殺



② 他社EC支援

- ✓ 相殺していた売上と費用をそれぞれ同額計上
- ✓ 費用は原価で計上



1-2. 事業セグメント別業績

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支援事業
- とくし丸（子会社）

③ 海外宅配事業

- Purple Carrot
- 香港事業、上海事業（Oisixブランド海外モデル）

④ その他事業

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支援事業
- とくし丸（子会社）

③ 海外宅配事業

- Purple Carrot
- 香港事業、上海事業（Oisixブランド海外モデル）

④ その他事業

Oisix KPI

会員数：春季の新規プロモーションが好調に推移し1Qで**2.5万人増**。

出荷キャパの逼迫により獲得を一時停止していた前年同期実績と比較して**132%**

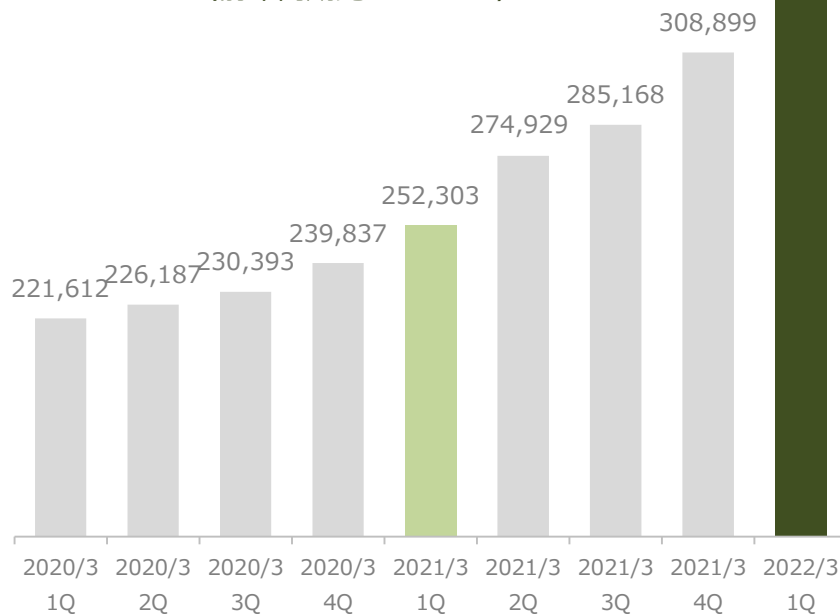
ARPU：コロナにより一時的に上昇した前年と比較して減少したものの、**当初計画を上回る水準で高止まり**

会員数

333,850人

(前年同期比 **132%**)

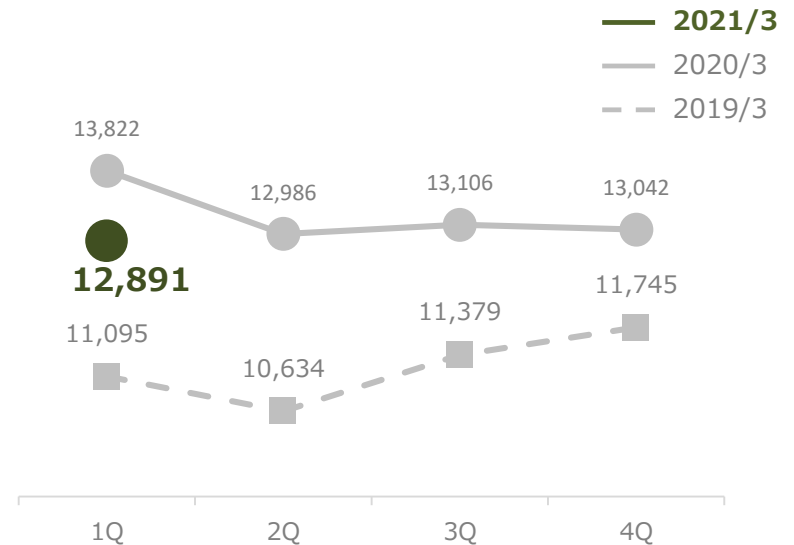
333,850



ARPU※

12,891円

(前年同期比 **93%**、2019/3同期比 **116%**)



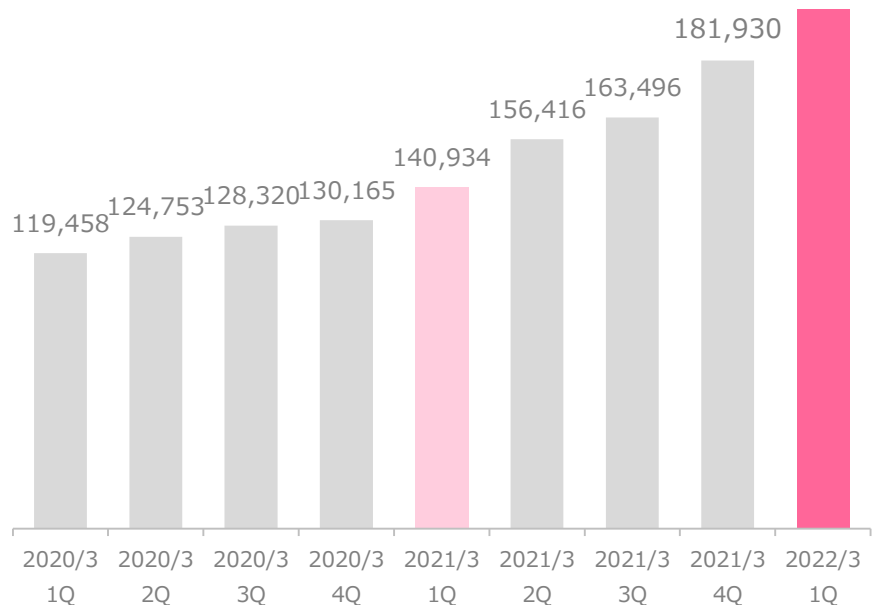
Oisix KPI

Kit Oisixコースの会員数も1Qで**1.6万人増**。在宅ワークや外食控えなど、おうちごはんの回数が増える生活変化は継続しており、変化に応じた価値提供が顧客の支持を受けている

Kit Oisixコース会員数 ※

198,821人

(前年同期比 **141%**)



◆ Kit Oisixの特長

- ✓ **20分以内**で主菜・副菜の2品が作れる
- ✓ 契約農家から集めた**5種以上の野菜**を使用
- ✓ 食材を使い切れるから**フードロス削減**



Oisixトピックス

-Kit Oisixの価値提供領域の拡大

Kit Oisixの価値提供領域を広げることで、食卓での使用シーンを増やすとともに、情報発信の機会をつくり潜在的な顧客へのタッチポイントの創出をはかる

Kit Oisix提供価値

プレミアムな時短



+

- ・調理をした実感
- ・多品目の野菜が摂れる
- ・マンネリしない豊富なメニュー

夕飯以外のメニュー拡充

朝に素早く食べられるスープKit



時々ヴィーガンの食生活

健康ニーズを捉えたPurple Carrot Kit



お子さんへの食育きっかけ

親子で調理を楽しめるディズニーKit



©Disney

フードロス削減

飲食店向けロス野菜を使ったサラダKit

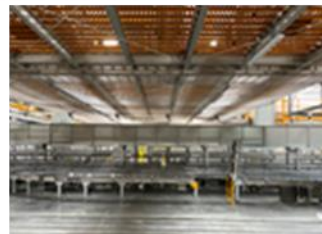


Oisixトピックス

-物流キャパシティの増強 ①冷蔵拠点

New ORD 海老名ステーションは、**21年10月の稼働に向けて予定通り進捗**。
太陽光パネルの設備、使用する電力の全面グリーン電力化など環境負荷の低減設備も導入

■ 冷蔵拠点の設備増強 冷蔵 (New ORD 海老名ステーション)



現状

- ・8/5に竣工式を開催
- ・10月稼働に向け順調に進捗

期待効果

- ・2021年3月比**2倍の冷蔵出荷キャパ**確保
- ・New ORD 海老名ステーションへの物流一元化による**物流費1%の削減**

投資額

約40億円

グリーン・ リスク対策

- ・グリーン電力
(再生可能エネルギー由来の電力)を利用
- ・自然災害に備えたBCP（事業継続計画）設備

Oisixトピックス

-物流キャパシティの増強 ②冷凍拠点

冷凍設備の増強のため、**ORD厚木冷凍ステーションへの設備投資約40億円を決定。**
2023年秋稼働を予定しており、出荷キャパシティは約3倍に拡張

■ 冷凍拠点の設備増強 冷凍 (ORD 厚木冷凍ステーション)



▲ORD 厚木冷凍ステーションイメージ

現状

2023年秋稼働に向けた投資を決定

期待効果

- ・2021年3月比**3倍の冷凍出荷キャパ**確保
- ・自動化推進による物流費の削減

投資額

約40億円

グリーン・ リスク対策

- ・拠点設備による環境負荷低減のため太陽光発電設備の設置等を検討予定
- ・水害リスクの低い高台立地に設営

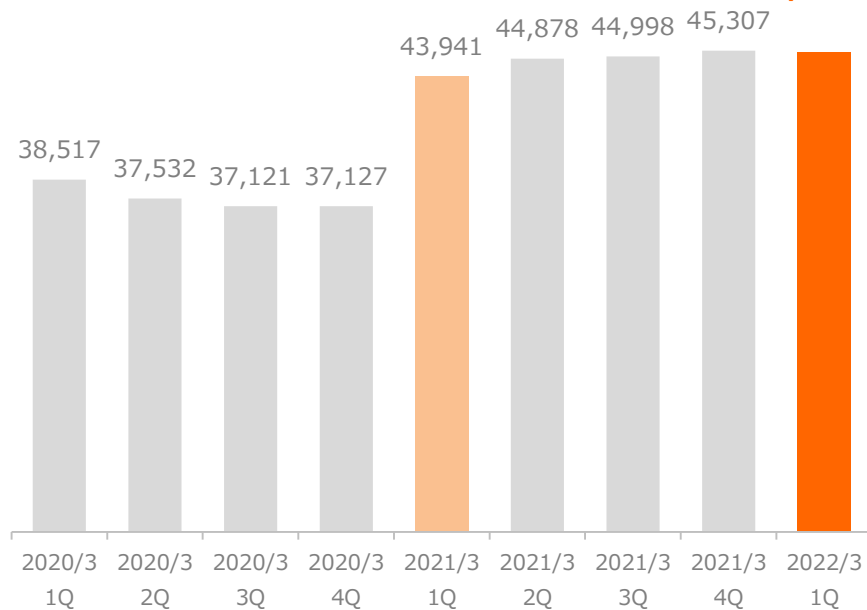
大地を守る会 KPI

会員数：新サービス「まるごはん」での新規獲得など、ターゲットに沿った獲得手法開発を引き続き進める
 ARPU：シニア層においても、食品宅配需要は引き続き強く、**当初計画を上回る水準で高止まり**

会員数

45,196人

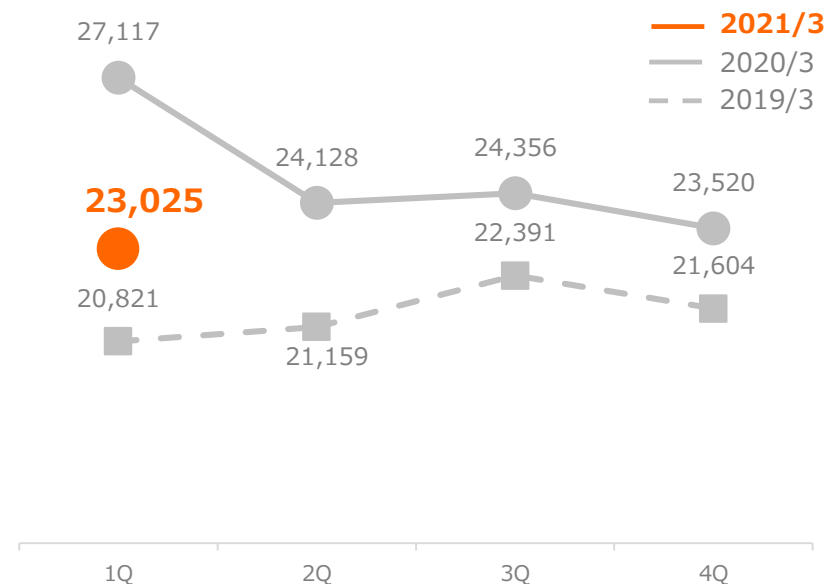
(前年同期比 **103%**)



ARPU※

23,025円

(前年同期比 **85%**、2019/3同期比 **111%**)



らでいっしょばーや KPI

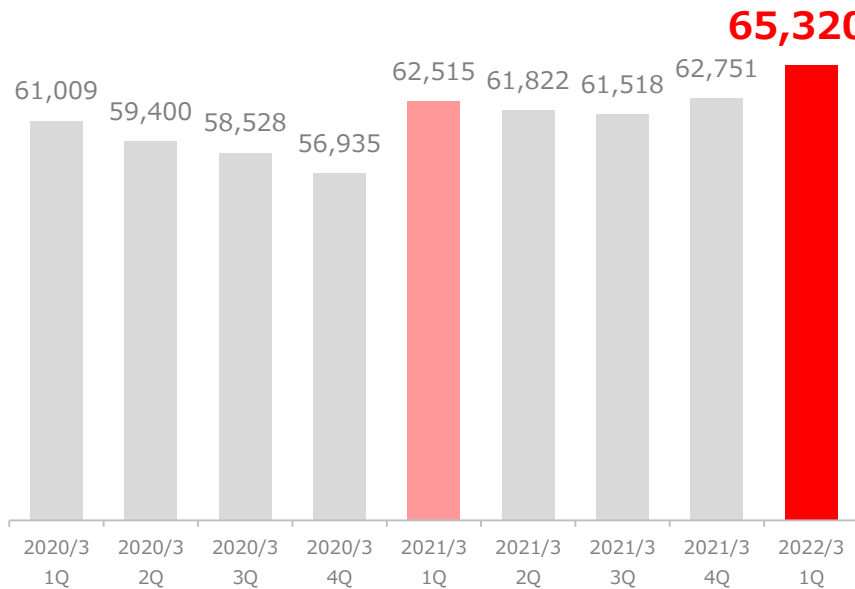
会員数：新サービス「ふぞろいらでいっしょ」のメディア露出が拡大しており1Qで2,500人増加

ARPU：新規会員が増加する中でも高い購買頻度を維持しており、当初計画を上回る水準で高止まり

会員数

65,320人

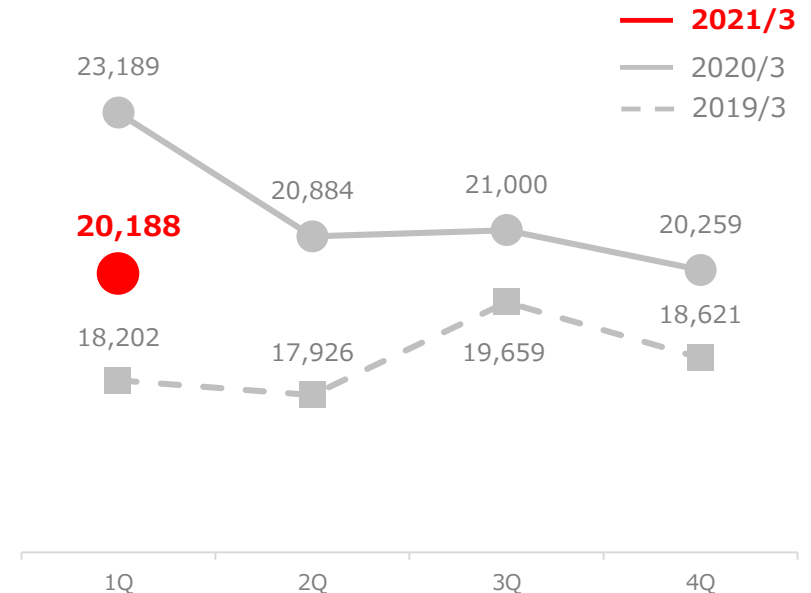
(前年同期比 105%)



ARPU※

20,188円

(前年同期比 87%、2019/3同期比 111%)



大地を守る会/らでいっしゅぼーやトピックス

大地を守る会 : 「まるごはん」の磨き上げにより新規会員獲得の武器化をねらう

らでいっしゅぼーや : 「ふぞろい らでいっしゅ」でのフードロス削減など、エシカル消費を实践できる企画が好評

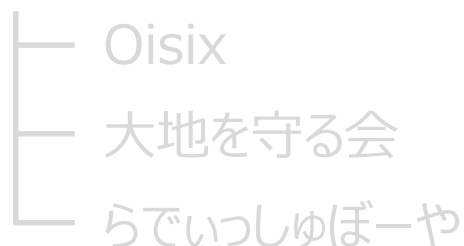


- ✓ 健康実感など、顧客ニーズに沿った献立と食材をセットにしてお届けするサービス
- ✓ 気軽に始められる3日コースの新設、調理工程の見直しなど、続けやすいサービスに改良



- ✓ 規格外の商品に特化した「ふぞろい らでいっしゅ」は新商品を続々開発し月間約4千万円の売上
- ✓ 過剰な選別を控えた商品を選ぶことで、畑・海でのフードロス削減への参加実感を提供

① 国内宅配事業（主要3ブランド）



② 国内宅配事業（その他）



③ 海外宅配事業



④ その他事業

他社EC支援事業

前期に引き続き、**定期会員数やARPUは順調に推移**。
それぞれのお客さまニーズに沿った企画提案などの効果により、購買単価もコロナ前よりも高い水準を維持

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



- ✓ 1Qにおいても、コロナ感染再拡大の影響などもあり、会員数・売り上げともに順調に伸長
- ✓ 長引く外出自粛に対し、フランスや京都・北陸といった人気観光地の物産展を展開

dミールキット

NTTドコモの会員様向けに
ミールキットを中心とした定期宅配サービスを運営



- ✓ 1Qにおいても、コロナ感染再拡大の影響などもあり、会員数・売り上げともに順調に伸長
- ✓ 6月にサイトUI改修を実施し、ストレスのないお買い物体験を強化

とくし丸（子会社）

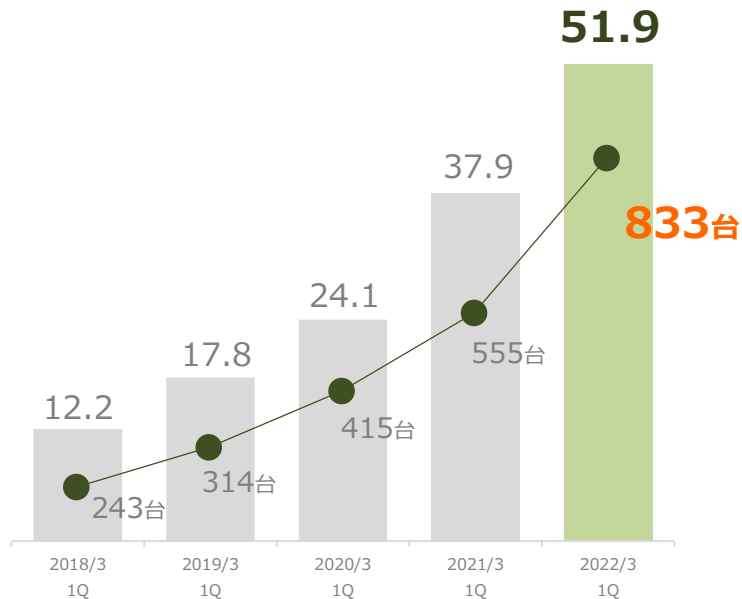
コロナを契機とした移動販売需要は継続しており、**流通総額は前年同期比137%**と高い成長率を維持。
稼働台数は、都市部での稼働需要の高まりもあり、**1Qで93台と過去最高ペースでの増車**

流通総額・稼働台数

2022/3 1Q 流通総額

51.9 億円(前年同期比 **137%**)

稼働車両台数

833 台

提携スーパー

提携スーパー様

142 社

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支援事業
- とくし丸（子会社）

③ 海外宅配事業

- Purple Carrot
- 香港事業、上海事業（Oisixブランド海外モデル）

④ その他事業

Purple Carrot(アメリカ)

米国で展開している100%ヴィーガン食のミールキット宅配ビジネス。2019/3 3Qより事業連結を開始。連結直後よりヴィーガンレシピの知見を活かしたミールキットをOisix事業においても展開

PURPLE CARROT



- 100%ヴィーガン食のみのミールキットを扱う宅配サービス
- アメリカ本土48州を対象に毎週宅配するサブスクリプションモデル

◆ヴィーガンとは

動物性由来の食材を摂取しないライフスタイル。近年では地球環境を考え、週に数日のみヴィーガン食を楽しむスタイルが欧米を中心に広がっている



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
- ✓ 食のサブスクリプションモデルにおける経営ノウハウを現地展開し、2021/3期に黒字転換

Purple Carrot(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、2022/3 1Qは1月～3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
海外宅配 事業
その他 事業

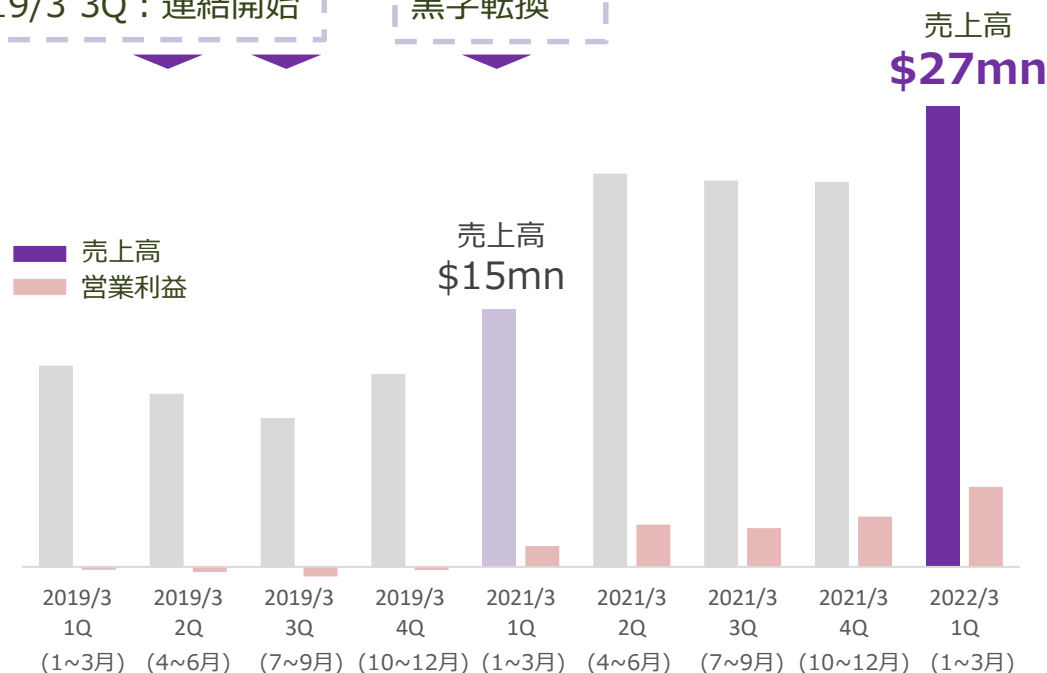
Purple Carrot(アメリカ) は、足元では会員数の伸びは落ち着きつつあるものの増収増益を継続。今期はReady to eatなど幅広いニーズに対応するためのアイテム強化を行う

①オペレーションエクセレンス

②コロナ変化対応

2019/3 2Q：株式取得
2019/3 3Q：連結開始

四半期利益
黒字転換



◆Pueple Carrot事業活動

①オペレーションエクセレンス

ORDの食材宅配の知見

品質改善などに着手しクレーム率が低下

②コロナ変化対応

ORDの変化対応力

出荷体制の構築や獲得に早期着手し
売上が前年比約2倍に伸長

商品・サービスづくり

レンジ調理で完成するReady to eat
商品の開発・販売

香港・上海事業

香港：コロナによる会員数増は一段落。コロナでサービス認知度は高まったため、より美味しさ・鮮度にフォーカスした訴求を強化
 上海：ローカライズしたKit Oisixの開発や、新規顧客の獲得チャネルの開拓を進める

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



- ✓ 会員数増は一段落も、
購買頻度は1Qも高い水準を継続
- ✓ 人気の高かつ希少な果物を頻度高く販売。
日本産の安全性だけではなく、
美味しさや鮮度の価値訴求を強化していく

Oisix上海

2017年より実験開始。
 Oisix基準内の商品を現地調達・お届けするモデル



- ✓ コロナ影響により現地への渡航が出来ず、
事業開発のスピードに遅れ
- ✓ そのような環境下においても、
ローカライズしたKit Oisix製造・開発および
獲得チャネル(ABCクッキングスタジオなど)の
開拓を進める

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支援事業
- とくし丸（子会社）

③ 海外宅配事業

- Purple Carrot
- 香港事業、上海事業（Oisixブランド海外モデル）

④ その他事業

Shop in Shop事業

ミールキット導入店舗での販売モデルを確立し横展開することで、
新規のスーパーマーケットでの導入も決定し取扱店舗数は1Qで40店舗純増

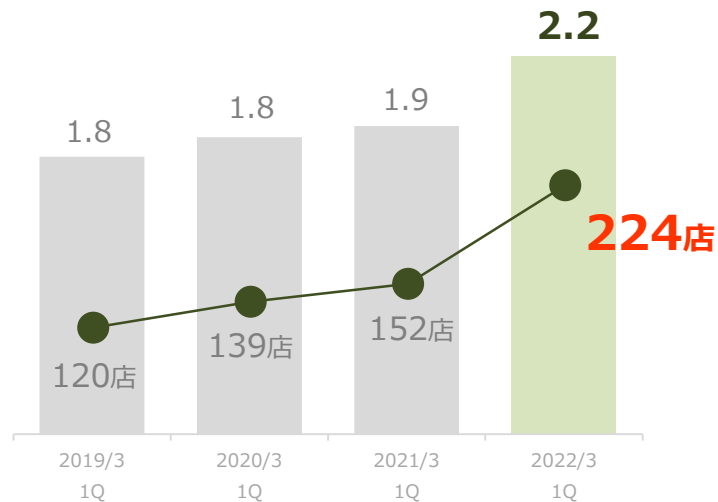
売上・取引店舗数

2022/3 1Q 売上高

2.2 億円

6月末取引店舗数

224 店



■ ミールキット販売店舗が順次拡大



- ✓ 4月以降3社(そうてつローゼン、東武ストア、原信)でミールキット販売開始
- ✓ ミールキットをきっかけとしたリピート来店への期待からスーパーマーケットへの需要拡大

保育園事業（すくすくOisix）

新年度のタイミングで取引園数を大幅に伸ばし**取引園数は600園を突破**。
保育園・ご家庭と連携し、子どもたちの食への興味を引き出す**新たな食育プロジェクト**をスタート予定

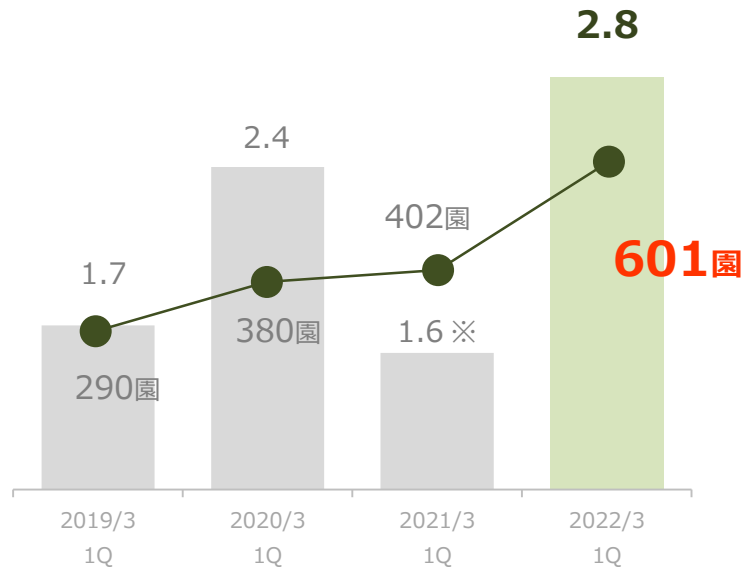
売上・取引園数

2022/3 1Q 売上高

2.8 億円

6月末取引園数

601 園



■ 保育園と家庭を結ぶ食育プロジェクト



▲ 食育テーマをお知らせして、夕食に食材を使うことで興味を引き出す仕掛け

- ✓ 保育園と家庭の食育をトータルで支援
- ✓ Oisixのキッズ向けメニュー開発力と、保育園の給食のノウハウを掛け合わせて、子どもが「食べること」に着目したサポートを実施

豊洲漁商産直市場（トヨイチ）

21年3月に当社連結した豊洲漁商産直市場と、短期間で**続々と商品開発が進む**。
今後も豊洲漁商産直市場の仕入力を活かした水産カテゴリ強化に継続的に取り組む

新商品の開発



▲(左)大地事業で定番販売が決まったボイルホタテ。初回売上好調
(右上)マイナー魚アイナメ切身 (右下)まるごと食べられる黄金いわし

- ✓ 国内宅配事業各ブランドで商品開発が進み、
約4ヵ月で16品を開発
- ✓ 頒布会形式の企画も決まるなど、取り組みは加速

フードロス防止



▲(左)主に飲食店に卸していた大粒の生食用ホタテを、家庭向け販売
(右上)高級魚のどぐろの炊き込みご飯 (右下)朝採れの生しらす

- ✓ 大粒のほたてなど、主に飲食店に卸していた商品をご家庭で使いやすい規格にして販売
- ✓ 年末商材として、産地の未利用魚も取り扱い予定

DEAN&DELUCA（関連会社）

関連会社のウェルカム社（DEAN&DELUCA、20%保有）は、コロナによる継続的な時短営業などの影響を受けつつも、段階的な業績回復および助成金などもあり黒字転換。

直近の業績概況

- ✓ コロナ影響による人流減少の影響は継続しているものの、**段階的に業績回復**
- ✓ オンライン販売は継続的に好調。
また百貨店での催事販売など新たなチャネルでの販売に注力

今後の見通し

- ✓ コロナ影響について不透明な状況は続くものの、継続的に業績改善を見込む
- ✓ 雇用調整助成金による収入の見通しを含め、**大幅な営業外損失の計上の可能性は低い**

WELCOME GROUP

…小売および飲食業を通じたライフスタイル事業

◆主なブランド： DEAN & DELUCA（47店舗）
GEORGE'S（21店舗）
などを展開



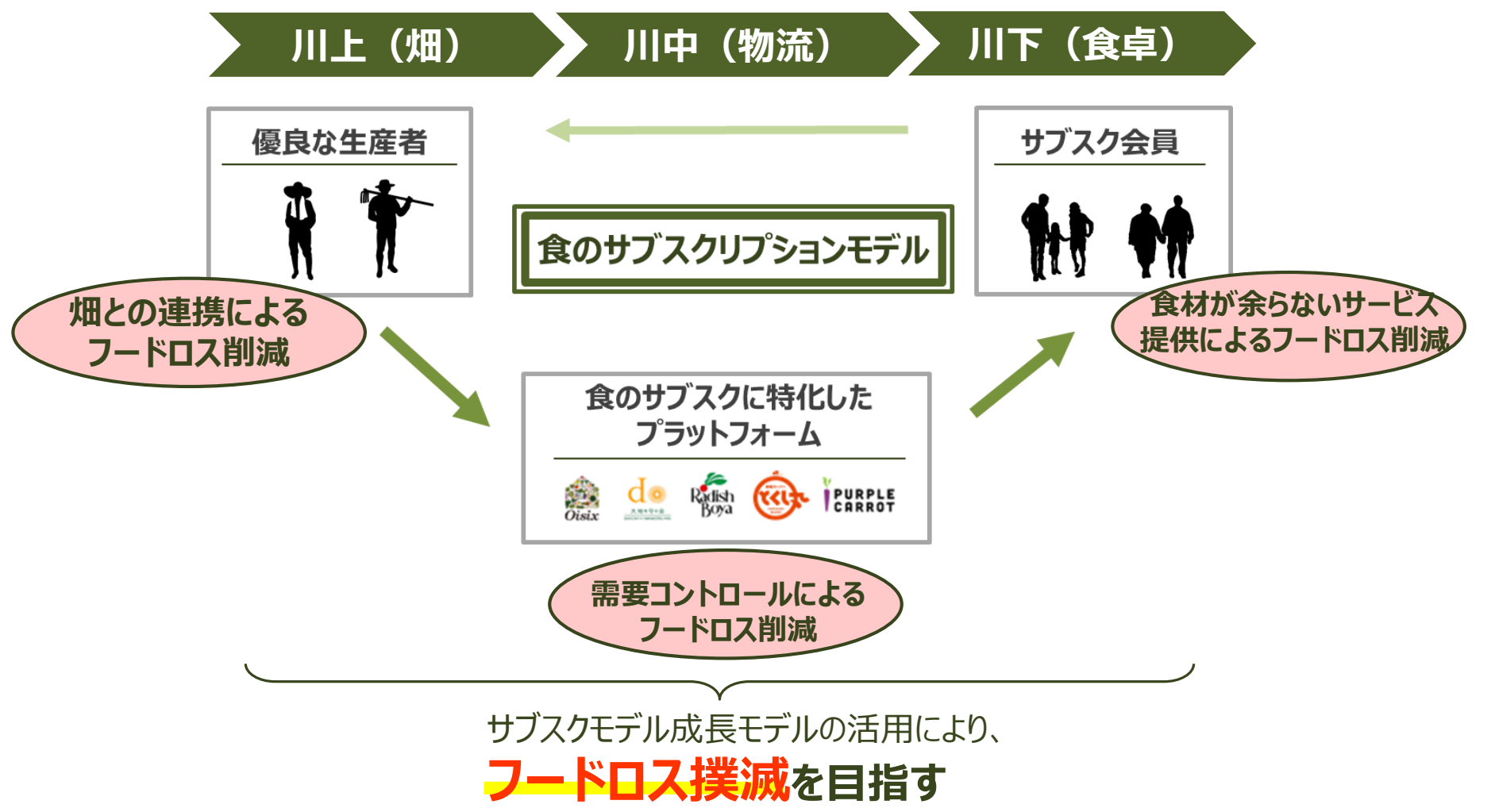
2. サステナブルリテール（持続可能型小売業）の推進

2-1. フードロスの撲滅

フードロス撲滅

-食のサブスクモデルとの関係性

食のサブスクリプションモデルを活用することにより、
“サステナブルリテール（持続可能型小売業）”を体現し、**フードロスの撲滅を目指す**



フードロス撲滅 -サプライチェーン全体での削減

「畑」「物流」「食卓」のそれぞれの領域でフードロス削減施策を推進することで、
当社が携わる**サプライチェーン全体でのフードロス撲滅**を目指す

川上（産地）

産地と直結し連携することで、
産地(畑・工場)のフードロス削減に寄与



規格外商品や
フードロス削減商品等の
販売量 (4~7月) ※

約**58t**

(Kit Oisixでの規格外商品の活用分は含まない)

川中（物流）

需要予測がしやすく、コントロールも可能な
サブスクモデルにより
自社小売流通のフードロスを低減



物流過程の食材ロス率

一般食品小売店

約5~10%

Oisix ra daichi

約**0.2%**

川下（食卓）

“家庭で余らないサービス”の提供により
家庭のフードロス削減に寄与



必要な分の材料がセットされているKit Oisix使用で
食材廃棄量

約**1/3**に削減

食卓のフードロス削減量 (4~7月) ※

約**600t**

Oisix ra daichi

※ 食べられるが消費されなかったり家庭で使い切れずに残ったりする食品を、商品化して活用した重量・廃棄を未然に防いだ重量をさす。
川上：提携先工場の商品製造・加工の過程で出る廃棄食材（他社商品製造過程での排出含む）、出荷規格外のため小売流通しない食材・需要過多による代品販売重量
川下：ミールキット「Kit Oisix」の利用で削減される食材廃棄量77g/食（2019年6月自社調べ）と、期間累計販売食数から換算した食材廃棄削減重量

フードロス撲滅 -直近の取組トピック

アップサイクル商品を扱う「Upcycle by Oisix」、規格外商品を扱う「ふぞろい らでいっしゅ」など、フードロス解決に特化した売り場を展開し、**産地でのフードロス削減に貢献**

Upcycle by Oisix

従来捨てられていたものに付加価値をつけた
「アップサイクル商品」を販売



▲冷凍野菜工場に残るブロッコリーの茎をチップスにして販売

- ✓ 7月に特設サイトをオープンし、
わずか1ヵ月で**約1.5tのフードロス防止**に貢献 ※
- ✓ 3年以内に**売上20億円超**のマーケットを創出する

ふぞろい らでいっしゅ

出荷規格に満たずに生産地で捨てられていた商品を
理由を伝え納得感のあるかたちで販売



▲形はいびつだがうまみ強い鬼花トマト

- ✓ ふぞろいの野菜・水産品を中心に
4月のローンチ以来**約57tのフードロス防止**に貢献 ※
- ✓ 常設売り場では、**月間約4千万円**の売上

フードロス撲滅と事業成長を両立

2-2. フードテックの活用

フードテックの活用
-食のサブスクモデルとの関係性

フードテックの積極的な事業活用・出資により食マーケットの活性化をはかり、
サプライチェーン全体でサステナビリティの実現をめざす

食マーケットの活性化

Oisix ra daichi Future Food Fund

アセット、売場提供
事業支援

新技術の活用機会
/事業成長

フードテック スタートアップ

アグリテック

ニューフード

キッチン

ヘルスケア

新技術・商品の開発

優良な生産者



生産技術の進化

サブスク会員



食文化の広がり

フードテックの活用

-グリーンカルチャー社との資本業務提携

植物肉の研究開発を行うグリーンカルチャー社との資本業務提携を決定。
フードテックを活用した植物肉を選べる機会を増やすことで、サステナブルな食文化の浸透を後押し

オイシックス・ラ・大地

Oisix ra daichi

- ・約44万人のサブスク会員
- ・ヴィーガンメニューのPurple Carrot
- ・ニューフード売場「Oisix クラフトマーケット」

Future Food Fund

- スタートアップ企業への
- ・販売実験や事業支援
 - ・多様なLPとの連携機会



グリーンカルチャー



「健康と地球とずっと。」をテーマに掲げ、
サステナブルな未来を作るため、
植物肉の開発・製造・販売を行う



- ・プラントベース食品開発のノウハウ
- ・おいしさに定評のある植物肉商品
- ・サステナブルな社会実現に向けた強い意識

- ✓ 植物肉事業への参画による**フードテック領域の強化**
- ✓ 健康意識、環境意識への需要の高まりへの対応
- ✓ **新商品の開発に着手**しており、今秋に複数の加工品を販売予定

3. その他ESGトピックス

サステナビリティサイト開設

サステナビリティに関する取組みや情報開示に特化した専用サイトを開設。
国際的な開示基準であるGRIスタンダードに則り、今後も情報開示の拡充を図る



▲ サステナビリティサイトイメージ

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

主な開示項目

環境

- ・当社のグリーン戦略概要
- ・フードロス削減施策
- ・GHG排出量実績 など

社会

- ・従業員データ、労働安全実績、人材育成
- ・地域社会との貢献・支援実績
- ・商品品質向上への取組 など

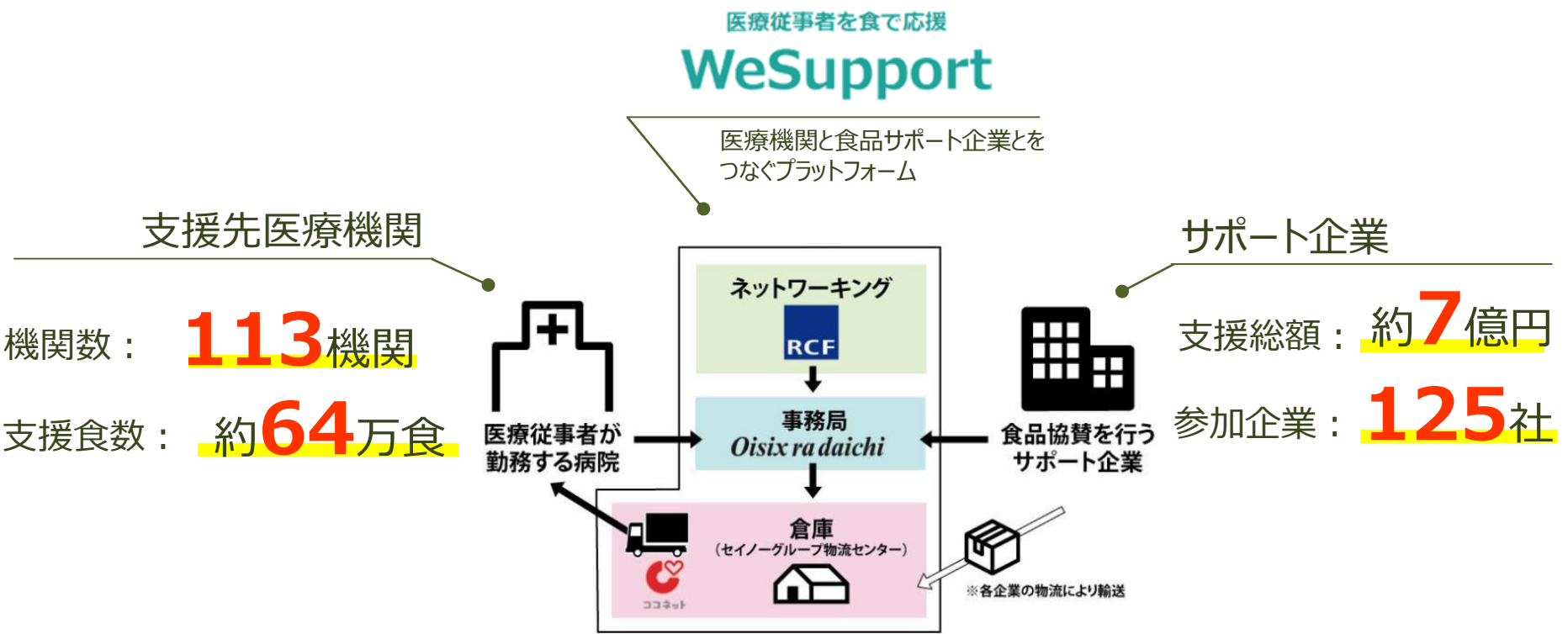
ガバナンス

- ・取締役会実績、コンプライアンス体制・実績
- ・リスクマネジメント体制 など

今後も積極的なサステナビリティ情報の開示、
取組の拡充を図る

We Support

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64万食の食品を医療機関へ提供し、総額約7億円の支援に貢献。**



「復職式」や、「子育てコーチング」など、家庭と仕事との両立をサポートする取組を実施。
また、子育て層に限らず、様々な環境の社員の働きやすさの支援を推進

育休から復帰する社員への「復職式」

復職する社員へ会社からの期待と歓迎の気持ちを伝える式典。
5年目となる今年は初めて男性社員も参加



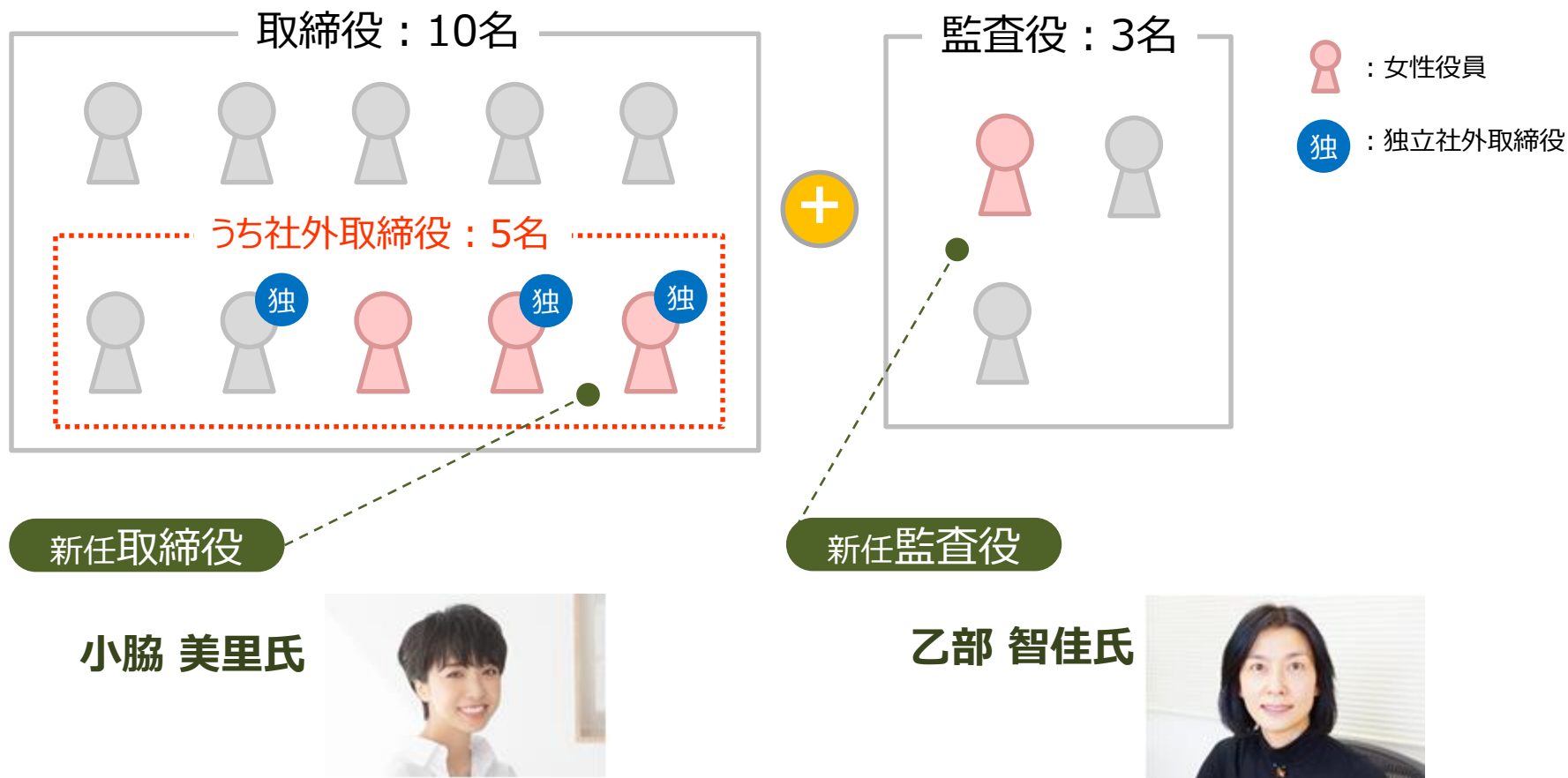
「子育てコーチング」講座

家庭の子育てにも業務においても役に立つコミュニケーションスキルを学ぶ講座を初開催



役員新体制

6月の定時株主総会にて、新たに2名の役員を選任し、**独立社外取締役、女性役員比率増加**。
今後も取締役メンバーの多様性の拡充により、更なるガバナンス体制の強化や、迅速・適正な意思決定を促進



APPENDIX • DATA SHEET

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（2021年3月末）

従業員数： 連結 915名（2021年3月末）

関係会社概要

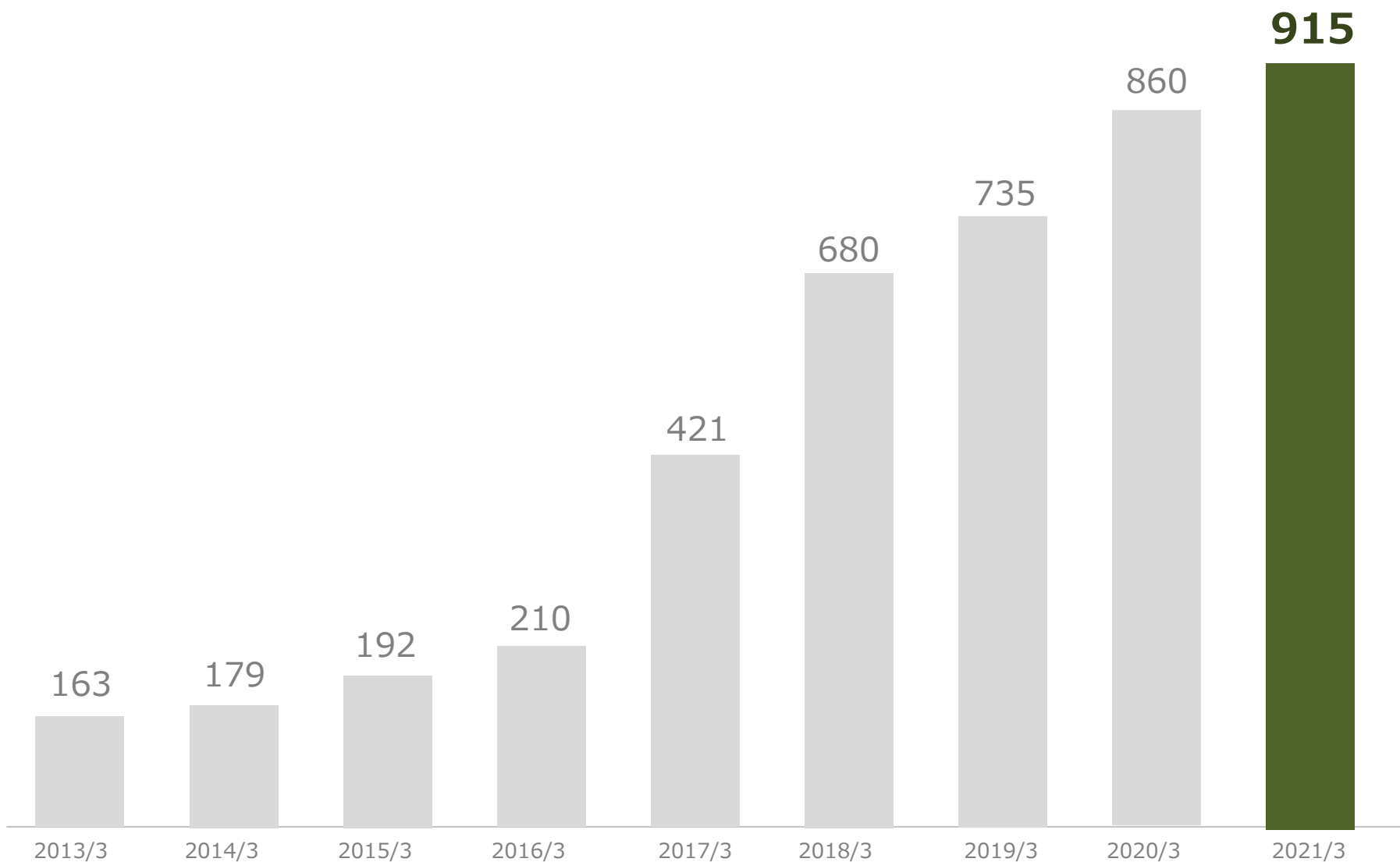
■ 連結子会社

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
豊洲漁商産直市場	主に外食産業向けの水産品の卸販売

■ 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じたライフスタイル事業

連結従業員推移



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。

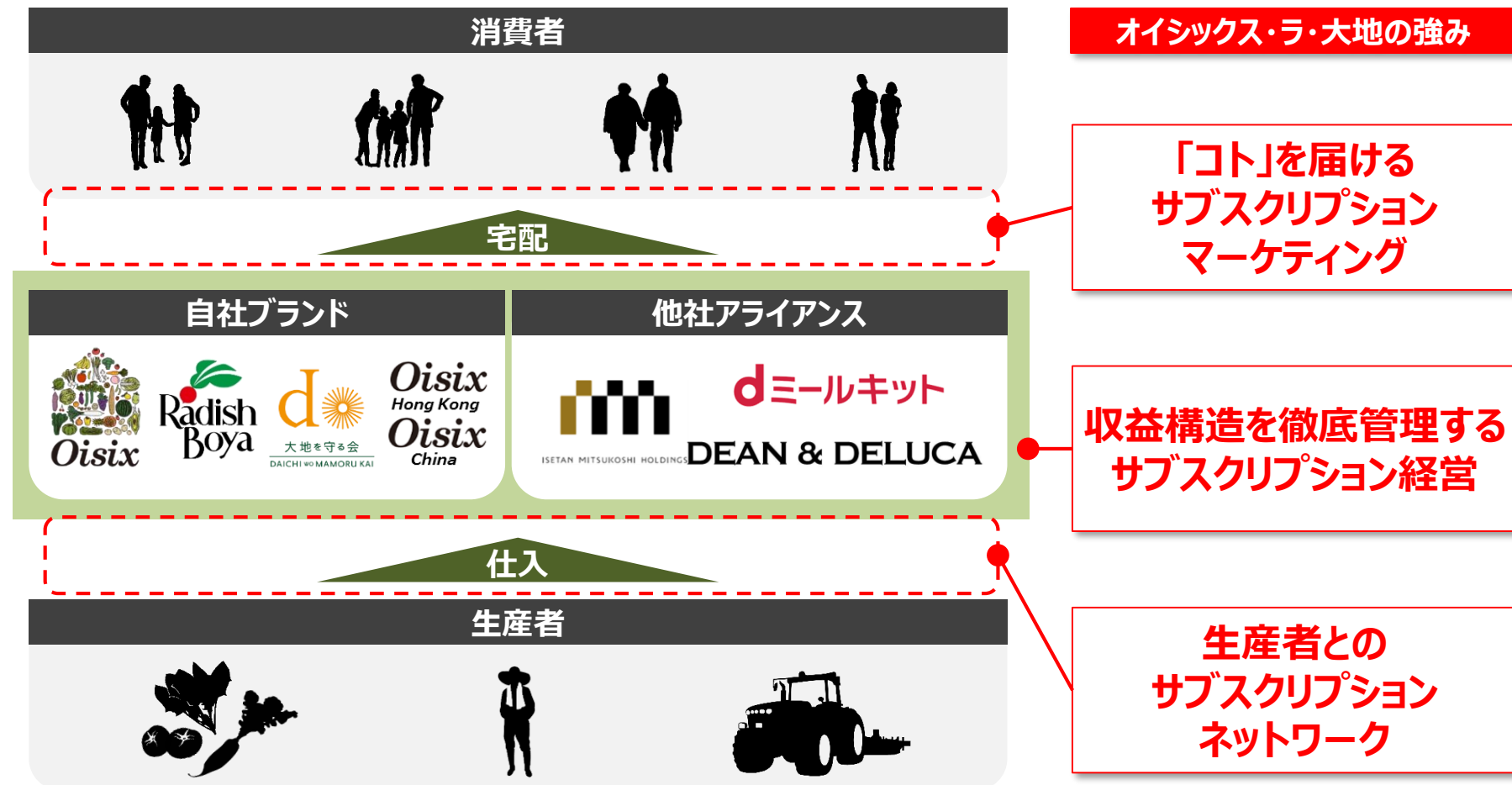
■ ヤマト運輸株式会社との取引関係の影響

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



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

子どもが小さい共働き世帯



時短だけど誇らしい食事



Oisix

家事も子育てもこだわる世帯



料理を通じた楽しい暮らし



Radish
Boya

2人暮らしのシニア世帯



手軽な健康実感



大地を守る会
DAICHI WO MAMORU KAI

生産者

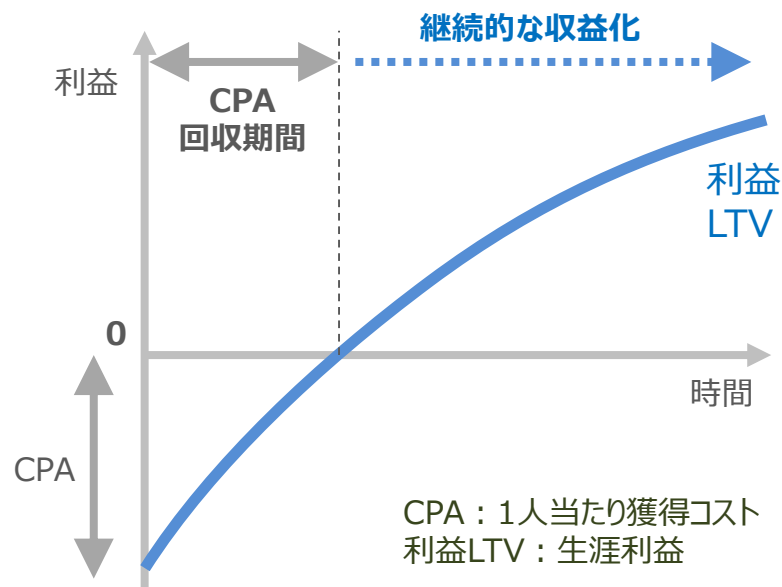


サブスクリプション経営

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

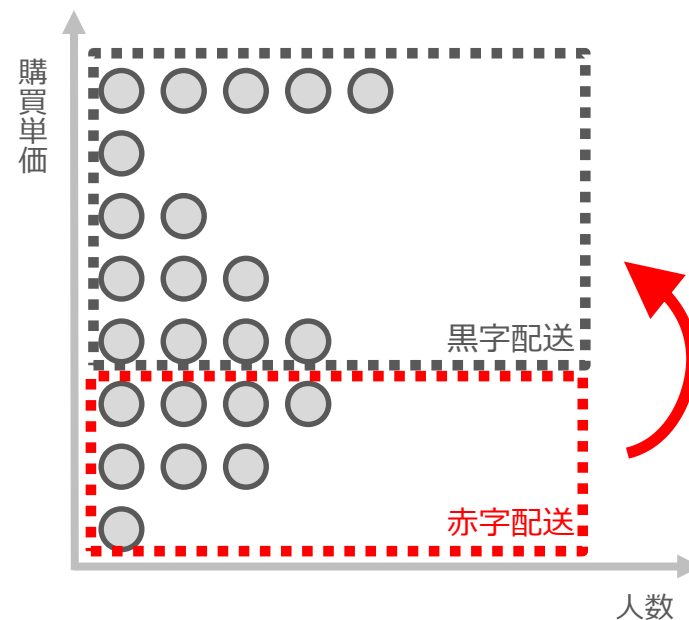
■ CPA・LTV管理の徹底

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・
TELWEB・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80%
(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



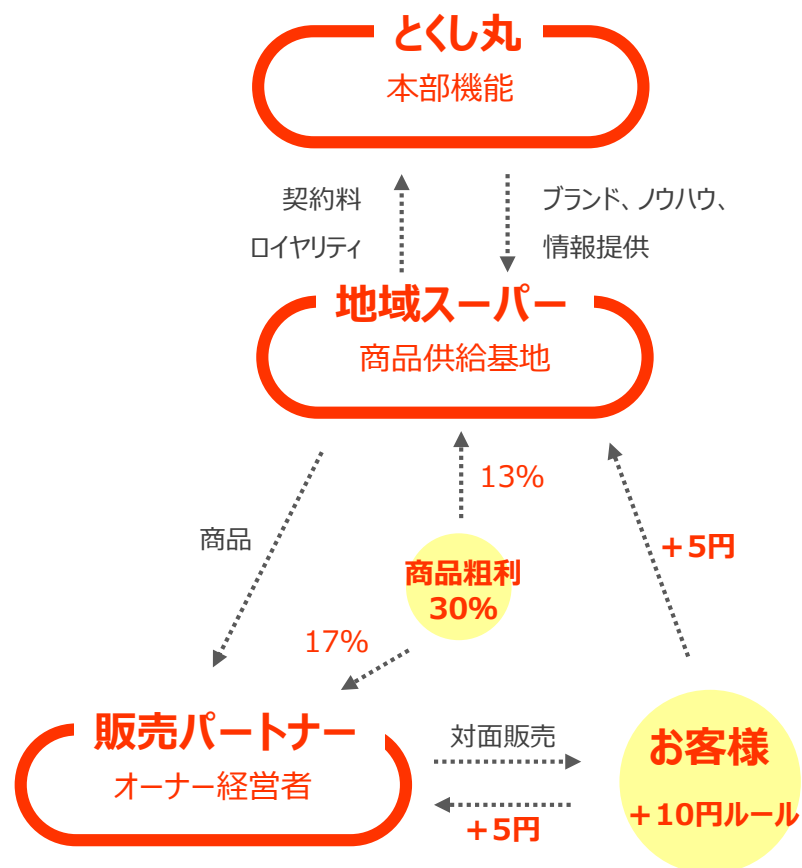
dミールキット powered by Oisix



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・買い物難民を中心とした80代以降のご高齢の方に向けて、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



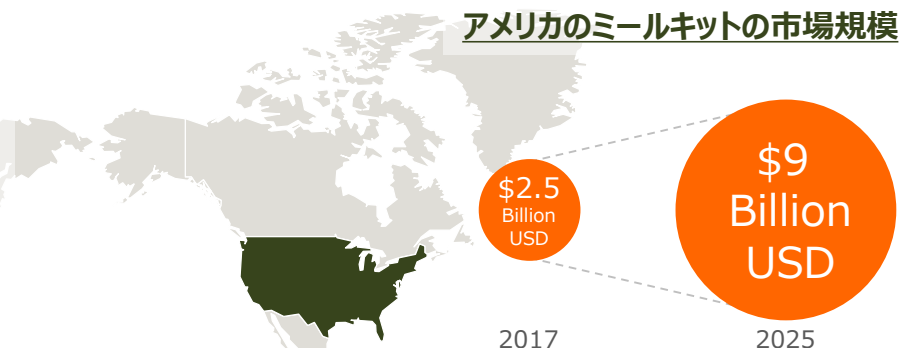
- ✓ 2017年よりサービス開始。
中国人サブスクモデルの確立に向け、ニーズを確認

■ 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(すくすくオイシックス)

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

その他 事業

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



データシート：業績数値

■ 業績数値

	2020/3				2021/3				2022/3
(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
売上高	16,265	32,552	52,425	71,040	23,132	47,567	74,790	100,061	27,911
営業利益	543	900	1,597	2,467	2,076	3,976	6,131	7,465	1,950
EBITDA	755	1,348	2,381	3,595	2,419	4,679	7,198	8,902	2,316
親会社株主に帰属する 当期純利益	270	390	695	790	1,184	2,452	3,900	5,031	1,293

データシート：セグメント別業績

■ セグメント別業績

		2020/3				2021/3				2022/3
(百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
Oisix	売上高	8,308	16,524	26,522	35,829	11,265	23,047	37,036	49,863	14,145
	限界利益	933	1,868	3,261	4,801	2,367	4,335	7,012	8,984	2,057
大地を守る会	売上高	2,587	5,137	7,936	10,541	3,636	7,094	10,761	13,978	3,314
	限界利益	457	885	1,397	1,889	724	1,368	2,160	2,751	663
らでいっしょ ぼーや	売上高	3,770	7,459	11,410	14,980	4,721	9,083	13,653	17,704	4,331
	限界利益	688	1,273	2,001	2,667	899	1,626	2,449	3,023	584
Purple Carrot	売上高	-	-	-	-	-	-	-	-	2,842
	限界利益	-	-	-	-	-	-	-	-	549
その他事業*	売上高	1,663	3,529	6,383	9,497	3,601	8,522	13,600	18,922	3,373
	限界利益	256	557	656	846	391	1,038	1,599	2,320	427
固定費、のれん・減価償却費など		1,792	3,683	5,719	7,736	2,305	4,391	7,089	9,655	2,329

データシート：重要KPI

業績数値

		2020/3				2021/3				2022/3
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
Oisix	会員数 (人)	221,612	226,187	230,393	239,837	252,303	274,929	285,168	308,899	333,850
	ARPU (円)	11,095	10,634	11,379	11,745	13,822	12,986	13,106	13,042	12,891
	購買単価 (円)	5,884	5,840	6,055	6,166	6,748	6,201	6,315	6,215	6,098
	購買頻度 (回)	1.89	1.82	1.88	1.90	2.05	2.09	2.08	2.10	2.11
大地を 守る会	会員数 (人)	38,517	37,532	37,121	37,127	43,941	44,878	44,998	45,307	45,196
	ARPU (円)	20,821	21,159	22,391	21,604	27,117	24,128	24,356	23,520	23,025
	購買単価 (円)	8,195	8,292	8,732	8,508	9,234	8,610	9,000	8,729	8,425
	購買頻度 (回)	2.54	2.55	2.56	2.54	2.94	2.80	2.71	2.69	2.73
らでいっ しゅ ぼーや	会員数 (人)	61,009	59,400	58,528	56,935	62,515	61,822	61,518	62,751	65,320
	ARPU (円)	18,202	17,926	19,659	18,621	23,189	20,884	21,000	20,259	20,188
	購買単価 (円)	6,055	6,060	6,398	6,206	7,028	6,373	6,696	6,441	6,402
	購買頻度 (回)	3.01	2.96	3.07	3.00	3.30	3.28	3.14	3.15	3.15

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