

Oisix ra daichi

オイシックス・ラ・大地株式会社

2022年3月期 2Q 決算説明会

2021年11月11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]	2022年3月期2Q決算説明会		
[決算期]	2021年度 第2四半期		
[日程]	2021年11月11日		
[ページ数]	60		
[時間]	16:00 - 17:03 (合計: 63分、登壇: 31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@scriptasia.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@scriptasia.com



登壇

サトウ：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 2022 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。本日司会を務めます、IR 部のサトウです。よろしくお願いいたします。

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成長戦略と中期決算の報告を約 30 分間させていただきます。そののち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、口頭での質問形式で行わせていただきます。また、ご参加されている環境のご都合上、ご発言いただけない参加者様につきましては、ウェビナー上の QA ボタンでの質問も受け付けさせていただきます。

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：はい。皆さんこんにちは。本日も時間をいただきましてありがとうございます。

もうこのオンラインでやるスタイルが完全に定着をしてきましたけども、中間決算説明ということでお話をしたいと思います。

すごい盛りだくさんの資料を作ってしまったので、ちょっと駆け足になるかと思いますが、当社の全体的な今考えている戦略と、それから業績の状況等を、30 分ほど私からお話をさせていただきます。

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@scriptasias.com



「これからの食卓、これからの畑」

より多くの方が、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、当社の成長戦略ですが。当社は企業理念は非常に大事にしている会社です。

3社、オイシックス、らでいっしょぼーや、大地を守る会が統合したときに作り直した企業理念ですが、「これからの食卓、これからの畑」ということ。この下から2行目に書いてありますが、食に関する社会課題をビジネスの手法で解決していくということを掲げていまして、これ非常に大事に成長戦略を考えています。

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



当社の成長戦略

「ビジネスモデルとテクノロジーの力で
地球にも人にもよい食を提供する」

サステナブルリテール
(持続可能型小売業)

Oisix ra daichi

5

今現在考えている成長戦略として、私達が掲げているのが、ビジネスモデルとテクノロジーの力で地球にも人にも良い食を提供するということを考えています。

もちろんそれぞれのブランドごとに、小さなお子さんでも安心安全のものであるとか、時短でも後ろめたくないとか、体にも良くて、かつ美味しいとか。いろんなブランドごとのバリューってあるんですが、総合的にいうと、われわれとしてはビジネスモデルとテクノロジーを活用して、地球にも人にも良い食をご提供していくということを考えています。

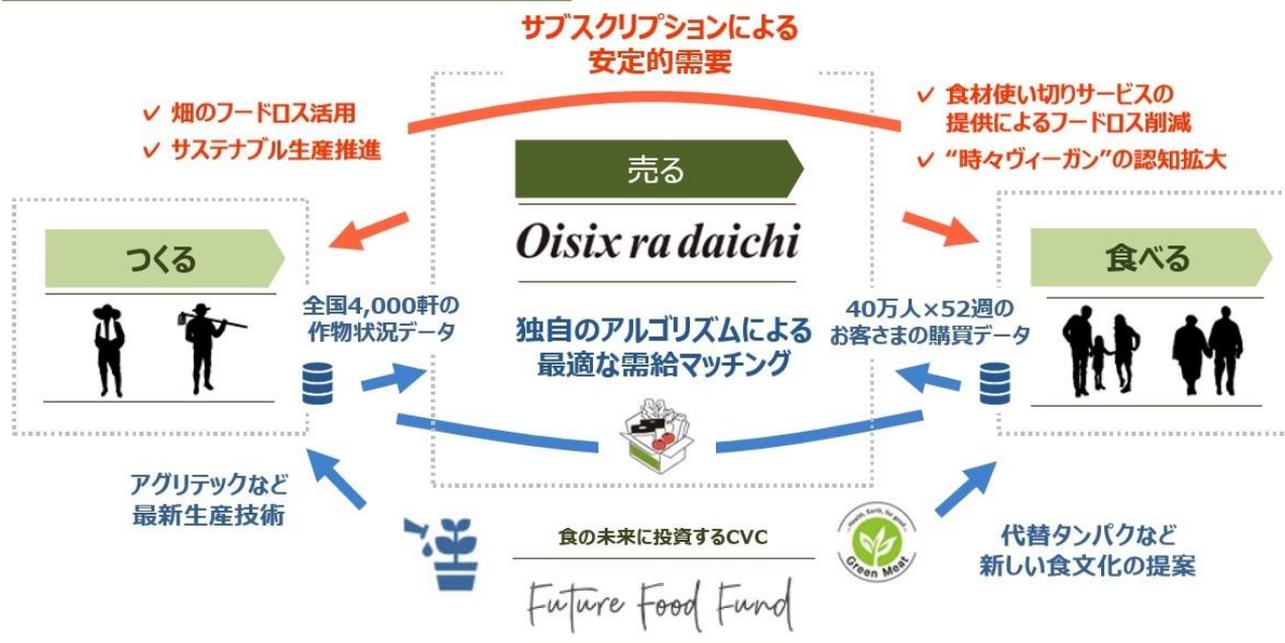
ということで、当社内でわれわれが自社の目指す姿を、サステナブルリテールと呼んで、その力を、その姿を実現していきたいと考えています。

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@scriptasias.com

ビジネスモデル・テクノロジーの活用

→ ビジネスモデルの活用
→ テクノロジーの活用



フードロスゼロ・カーボンニュートラルの実現

Oisix ra daichi

6

少し具体的に、ビジネスモデルとテクノロジーで、地球にも人にも優しいってどういうことか。

人に優しいってというのは、当社有機野菜とか農薬を使ってないものを中心に扱ってますのでわかりやすいんですが、地球にも優しいとはどういうことかっていうことを簡単にご説明したいと思います。

当社はいろんなブランドがありますが、基本的にはサブスクリプションです。定期購入型ですので、どのタイミングでどれぐらいの作物が必要であるかということに関しては、われわれの方で予測ができるということです。

その予測を生かして、畑の需要もそれから、お客さんのニーズもともに叶えることで、無駄のないサステナブルなサプライチェーンを作ることができるんじゃないかと思っています。

われわれのアルゴリズムがあるんですが、40万人分のお客様の購買データと、それから4,000件の作物の供給情報、今の生育状況であるとか。そういったものを毎週、われわれの方でアルゴリズムで、マッチングをすることで、無駄な食材が出ないようにしていくというのが基本的なビジネス

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

モデルとテクノロジーで。無駄のほとんどでない、フードロスゼロと書いてありますが、そういうサプライチェーンを作っていくと考えてます。

それにさらに加えて、アグリテック等を使って、よりサステナビリティに寄与するような栽培方法であるとか、あるいは代替タンパク含めて、新しい食文化によってより持続可能な食生活を提案していくとか、そういったことをしてまいりたいと思ってます。

これがわれわれのイメージする今の戦略の全体像という形です。

サプライチェーン全体でのフードロスゼロ

当社の流通におけるフードロスは約0.2%と食品小売業において圧倒的に低い水準。

さらなるロス削減の取組みにより、自社のフードロスに加えサプライチェーン全体のフードロス削減にも貢献していく



Oisix ra daichi

*消費されなかったり家庭で使い切れずに残ったりする非可食部も含む食品・出荷規格外のため小売流通しない食材を、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。
出荷重量には、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）、需要過多による代品販売重量も含む。

8

今日、その中でフードロスのところを中心にお話ししたいと思ってますが。当社、フードロスを徹底的に撲滅していきたいと思ってます。

自社のフードロスでいうと、一般的な店舗型の小売店だと、5~10%ぐらい出てしまうんですが、われわれでいうと流通までで0.2%程度で済むと。

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



既に流通業者として圧倒的にフードロスは少なく抑えられているんですが、それだけではなくて、多くのサプライチェーンのところ、売るのはわれわれの仕事ですが、作る農家さんのお仕事、それから食べるお客様の領域、ともにフードロスを減らしていきたいということを考えてます。

作るところでも、100トン、畑で捨てられてるものたくさんありますんで、そういったものを寄与していきたいと考えてますし、食べるところも、ご家庭で捨てられている食料というのかなりあるので、そこにも寄与していきたいと考えてます。

フードロスゼロ -畑のフードロス削減

つくる

売る

食べる

Kit Oisixでは規格外原料を積極的に活用。また、畑のフードロス商品にフォーカスを当てた売場を展開し、商品背景や味わいなど、**ECの強みを活かした販促により手軽に社会貢献したいお客さまにもニーズを開拓**

畑のフードロス

形がふぞろい



大きさが規格外



豊作



表面的な傷



Kit Oisix

端材や廃棄部分を原材料として積極利用



▲廃棄されていた「ニラの茎」を活用したピンバKit



▲「鯖の端材」部分を活用したガバオライスKit



ふぞろい Radish

生産のフードロスにフォーカスした売場



▲外食需要減で余剰となった「ケール」を使用したケールコロッケ



▲豊作で廃棄見込みだった「ふぞろいキャベツ」を活用した餃子

Oisix ra daichi

9

具体的なことを少しお話したいと思いますが、まず作るプロセスでいうと、畑ですとどうしても工業製品と違ったことが起きます。形、大きさが企画外であったりとか。あるいは突然取れすぎてしまったり、そういったことが起きます。

こういったものは今までなかなか流通業としては、受け取ることはなかったんですが、われわれこういったものも、Kit Oisixとか、あるいはふぞろい Radish、今年度始めたらでいっしゅぼーやのサービスとあるので、そういうものでしっかりと食べ尽くすということを実現していきたいと思ってます。

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



フードロスゼロ -アップサイクル

つくる

売る

食べる

「Upcycle by Oisix」は、お客さまから想定以上に好評をいただき、売上とフードロス削減の両立を実現。小売店などの外部向け販売チャネルを拡大することによりさらなるマーケット拡大を目指す



ローンチ約4か月で

3,000万円の売上

約6tのフードロス削減

- 商品開発の加速

ローンチ約4か月で、PB商品含め17アイテムをリリース



▲バナナの皮を活用したジャム



▲梅酒作りに使われた梅の果肉を活用したシュレン

- 販売チャネルの拡大

畑のフードロス削減を推進するため、外販チャネルを拡大



Oisix ra daichi

10

それから、今年からこれも始めたアップサイクルというのが、思った以上に好調でして。これは、さっきのやつは食べようと思えば食べれるものですよ。

曲がったニンジンとか、大きすぎるかぼちゃみたいなのは、食べようと思えば食べられるものですが、このアップサイクルというのは、食べようとするには、相当工夫が必要なものです。

アップサイクルというのはリサイクルではなくて、バリューを上げて、そして循環させるということで。私達が始めたのが、ブロッコリーの茎であるとか、あるいは大根の皮であるとか、従来は廃棄していたものを、チップスにして、食材として販売するというをやっております。

このアップサイクル領域というのも広げることによって、さらなるフードロスの削減に寄与し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



さらなる畑のフードロス削減に向け、フードロス削減に特化した加工機能を持つ「Oisixフードレスキューセンター」を新設。ふぞろいや廃棄部なども含め、畑で採れた作物を一括で買い付けることで、徹底的なロス削減を目指す



Oisix ra daichi

11

それからさらにこれ、今日、発表させていただいたことだと思いますけども、フードレスキューセンターというものを作りたいと思っています。

今まではなかなか全ての作物を生産者さんから引き取るということはできなかったんですが。できるだけ多く、取れすぎたものとか、不揃いのものであるとか、あるいはヘタや皮みたいなものとか、そういったものをわれわれのフードレスキューセンターに納入していただいて、そこでわれわれが無駄のない形で利用していくということを考えています。

畑・流通過程のフードロスゼロに向け、本来捨てられている食材や非可食部を、独自の加工技術により Kit Oisix原料やアップサイクル商品へ活用したり、品質保持期限の延長を目指した技術開発も行う



Oisix ra daichi

12

具体的な機能としては三つほど考えていまして、Kit Oisix とか、加工品への活用を図っていく、あるいはアップサイクル商品へ転換していく。

そして品質保持期間を、技術を使って延長させていくと。こういったことを使いながら、フードレスキューセンターを設けて、サプライチェーン全体でフードロスをなくしていくことを考えています。

たまたま、新しく海老名に配送センターが移転、今ちょうどしつとあるところなんですけど、今まで使っていた配送センターの敷地がありますので、そこに建物がありますので、そこをフードレスキューセンターに転用をし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

フードロスゼロ

-データ活用による需給マッチング

つくる

売る

食べる

当社の流通プロセスでの廃棄はわずか約0.2%（小売店平均5～10%）。畑と食卓双方のデータのマッチングによりフードロスを削減しつつ、パーソナライズ精度を向上させたストレスフリーな買い物体験を実現

- 食品小売のフードロス比較（流通プロセス）

一般小売店



Oisix ra daichi

5～10% > 約0.2%

フードロス率が
きわめて低い
ビジネスモデル



-畑と食卓をデータを活用した オリジナルのアルゴリズムマッチング

Oisix ra daichi

独自のアルゴリズムに
基づいた需給マッチング



AI活用による
パーソナライズの
精度向上



全国4,000軒の
作物状況データ



約40万人×52週の
お客さまの購買データ



Oisix ra daichi

13

続いては、売るところは先ほど申し上げた通り、今でも0.2%と非常に少ないんですが、さらにそれを精緻化していきたいということを考えてます。

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

フードロスゼロ -食材使い切りサービス

つくる

売る

食べる

「Kit Oisix」や「ちゃんとOisix」など食材を使い切るサービスを活用していただくことにより、
家庭でのフードロスが1/3まで減少。

- 1食あたりの食材廃棄量

一般的な夕食



食卓のフードロスが
約1/3に削減

Kit Oisix



- 食材使い切りサービス

Kit Oisix

1食分（主菜・副菜）の半加工食材とレシピのセット



ちゃんとOisix

3日分・5日分の食材・レシピのセット



Oisix ra daichi

14

お客様のところは、これは今まで Kit Oisix を使ってなかったお客様と、それから使ってるお客様と比較したときに、食卓でのフードロスは大体3分の1ぐらいになっているということです。

Kit Oisix とか、あるいはちゃんと Oisix みたいな、使い切りのサービスというのは非常に家庭でのフードロスにも寄与できることがわかってきたので、これ自体をより広げ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@scriptsasias.com

サプライチェーン全体のカーボンニュートラル

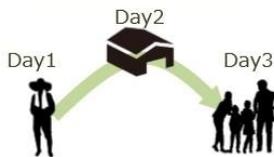
当社は、「環境負荷の少ない食品の取扱い」や「畑から食卓までのシンプルな流通経路」などの特長により、**実店舗型食品小売業平均と比べCO2排出が、家庭への宅配も含めて約50%と大幅に低いビジネスモデルを実現**

実店舗型食品小売業平均と比べ、大幅に低CO2排出ビジネスモデル

低農薬・無添加など
環境負荷の少ない商品販売



畑～食卓まで
シンプルな流通経路



国内産を
メイン取扱い



店舗を持たない
食のEコマース



-売上あたりCO2排出量
(Scope1,2,3すべて含む)

実店舗型小売業平均*

Oisix ra daichi



Oisix ra daichi

*実店舗型食品小売業企業のうち、
スコープ1,2,3のCO2排出量を情報開示している4社平均を算出。
各社売上は該当会計年度の連結ベースで計算（当社調べ）

16

あと、カーボンニュートラルのこと、フードロス以外でもいくつかやっています。

そもそも、われわれ食品デリバリーの業態、食品サブスクリプションの業態って、排出する温暖化ガスどうなんだろうかとということ算出しました。これ、算出がなかなか、まだロジックが固まっていないので、難しいところもあるんですが、算出をしてみました。

その結果、従来の実店舗型の購入に比べると、宅配業態であるわれわれは、半分ぐらいの排出で運営ができていることがわかりました。

その中にわれわれが使ってる商品の特殊性というか、われわれの有機野菜とかそういったものは化学肥料を使わなかったり、農薬使わなかったりする部分で、さらにCO2の排出少ないんですが。

そこはまだ計算できてませんが、それ以上に、減らしたビジネスモデルを作っていくことを考えています。

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



当社にかかわる農業生産における温室効果ガス排出量半減を目指し、
「プレオーガニック商品の販売支援」や「バイオ炭を活用した生産実験」などの取組みを進める

- 当社のコミットメント

当社にかかわる農業生産において
今後5年以内に温室効果ガス排出量の半減を目指す



削減

プレオーガニック
農産物の販売支援



削減

施設栽培の
省エネルギー実験



吸収

バイオ炭を活用した
生産実験



可視化

環境負荷の分かる
ラベリング導入



Oisix ra daichi

17

それから、それ以外の領域においてもいくつか今後やっていきたいと思っております。

例えば、オーガニックに転換しつつある作物を積極的に販売して、生産者のオーガニック転換、オーガニックになればそれだけ化学肥料や化学農薬を使う量が減ります。

その分、温暖化ガスの排出が減るということで、それにチャレンジされる農家さんを応援していくであるとか。それからバイオ炭を使って、その発生した温暖化ガスを吸収できるような、そういった農法を研究するとか。そういったことを今後展開して参ります。

日米の代替タンパクのスタートアップ2社に出資・事業提携。
さらに複数の国内外プレイヤーと協議中であり、日本におけるサステナブルフード販売のプラットフォームを目指す

Oisix ra daichi Future Food Fund

出資・事業提携



Green Culture



プラントベース肉の開発・製造・販売



Cultured Decadence



ロブスターやカニなど甲殻類の培養技術の研究

- 共同での商品開発

グリーンカルチャー社と共同で、
Oisixオリジナル原料を使った植物肉
「グリーンミート」を商品開発・販売開始

Green Culture × Oisix ra daichi



Oisix ra daichi

18

さらにそういう新しい食文化を担うようなフードテックにも投資をしていきたい。あるいは自社で展開をしていきたいと考えてます。

既にアメリカと日本で1社ずつ、プラントベースの動物性タンパク質ふうなものを作ってる会社さんに出資させていただいておりますし、出資している会社以外でも、国内外の様々な会社さんと事業提携等の話を進めている状況です。

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

ラストワンマイルの配送車のグリーン化について、22年1月から「らでいっしゅぼーや」「大地を守る会」で、**グリーンエネルギー配送車の導入実験を開始**

- 当社のコミットメント

当社にかかわる自社配送において
今後5年以内に温室効果ガス排出量の半減を目指す



22年1月から、
**CO2排出がニュートラルであるバイオマス燃料を活用した
グリーンエネルギー配送車を導入実験開始**

Oisix ra daichi

19

それから、自社のらでいっしゅぼーや、大地を守る会に関しては、自社便とも言われる配送車がありますので、ここにクリーンエネルギーを使って、どういうふうな燃費で走るのかとか、そういうところの実験も開始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@scriptsasia.com

カーボンニュートラル -時々ヴィーガンスタイルの拡大

つくる

売る

食べる

“時々ヴィーガン”を国内外でさらに拡大させるため、アメリカでは、大手スーパーでのヴィーガン冷凍食品販売や“Ready to Eat”ラインナップの拡大、また日本でも“時々ヴィーガン”コースの会員拡大を加速

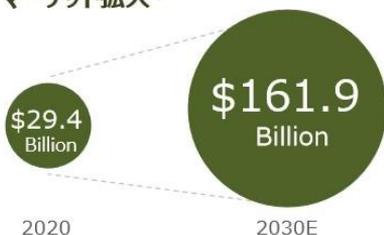
- ヴィーガンとサステナブルについて

動物性由来の食材を摂取しないライフスタイル。

サステナブルの面でも、動物性食材にかかるエネルギー効率の悪さや、動物から直接排出されるGHGが問題視されており、ヴィーガンを週に数日のみ楽しむ“時々ヴィーガン”が国内外で広がっている



◆グローバルのプラントベース食品の マーケット拡大*



アメリカ

- ヴィーガン冷凍商品の 外販拡大



- 多様な食シーンへの ラインナップ拡充



日本

- Oisixヴィーガンコース 会員拡大



Oisix ra daichi

*出典：Bloomberg Intelligence, OECD FAO Agricultural Outlook 2021-2030, GFI 2020 State of the Industry Report

20

あとは、ヴィーガンが広がるということは、つまりその分、動物性タンパク質を作るのが一番温暖化ガスを排出していると。世界でいうと3分の1が、食品の作る、あるいは売るプロセスで温暖化ガスが排出されていて、その一番大きな原因と言われてるのが動物を作るプロセスになりますので。

毎日ヴィーガン、フルタイムヴィーガンはなかなかハードルが高いですが、時々ヴィーガン、例えば、週2日、3日、ヴィーガンな食生活を広げていくことで、地球にも健康にも寄与できるんじゃないかと思っています。

アメリカで買収した PURPLE CARROT を通して、ミールキット、それからそれ以外の冷凍食品等も展開しますし、日本でもミールキットのヴィーガンがかなり販売ができてる状況です。

そういうことでざっと説明しましたが、今日はサステナブルなリテールということを目指して、当社が今取り組んでること、より力を入れたいと考えている方向感について冒頭にお話させていただきました。

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@scriptsasias.com



エグゼクティブサマリ -2022/3 上期業績

売上

Oisixを中心に順調に売上成長し、前年同期比+18%増収

◆ 国内宅配3事業

- ✓ 会員数 : 上期を通じてOisixを中心に順調に会員数が増加し、主要3ブランドで約4.3万人増
- ✓ ARPU : コロナ影響でイレギュラーに上昇した前年と比べ減少したものの、コロナ前と比べて10~18%増と高い水準を継続

◆ その他事業

- ✓ 前年ほぼ倍増成長したPurple Carrot (アメリカ) は、経済再開の影響などにより、2Qから会員数が減少に転じたものの黒字継続しており、想定を上回って進捗
- ✓ その他事業は、他社EC支援を中心に順調に事業拡大

EBITDA

Oisixを中心とした売上成長による利益増により、引き続き想定を上回って進捗

- ✓ Oisixを中心とした売上成長による利益増により、EBITDAも想定を上回って進捗
- ✓ ただし、前年はOisix物流キャパ逼迫により新規獲得が出来ない中、売上伸長のあったイレギュラーな年度であったため、前年同期比では減少
- ✓ 2Qは季節要因的に利益減少したのに加え、Oisix新物流センターの開設や購買頻度向上施策など、成長への先行投資を実施

Oisix ra daichi

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

22

残りの時間で業績の話をご報告したいと思います。

まず上期の業績全体感でいうと、去年非常に伸びて、今年継続的な成長が対前年比でいうと、結構ハードルが高いなと思っておりましたが、それでいうと、想定したよりは順調に進んでるなと思います。

人数も往々増えておりますし、それからARPUですね。一人当たりの売上高、利益に関しても、やはりもう少し早くコロナのことが収束し、それに伴いお客さんの食生活も元に戻り、それでARPUも下がるかなと思っていましたが。

日本を見ていると、それからアメリカのPURPLE CARROTを見ていると、思ったよりは高い一人当たり売上利益アップで進んでるということです。

それによって、結果的にEBITDAも伸びて、想定を上回っていると状況です。

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@scriptasia.com

2022/3 上期業績サマリ

売上 : Oisixを中心に順調に売上成長し、**前年同期比 +18%増収**

EBITDA : Oisixを中心とした売上成長による利益増や、
Purple Carrotの業績が高止まりしていることもあり、**想定を上回って進捗**

売上高

561.6億円

(前年同期比 118%)

EBITDA

41.8億円

(前年同期比 90%)

営業利益

33.4億円

(前年同期比 84%)

親会社株主に
帰属する
四半期
純利益

21.5億円

(前年同期比 88%)

Oisix ra daichi

23

全体でいうと売上高が上半期で561.6億、EBITDAが41.8億、営業利益33.4億という形です。

去年は本当にプロモーションができない状況の中で売上が伸びたということがありましたが、それと比較すると、今年度は比較的順調というか、ノーマルに成長させることができている感じだなと思っています。

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@scriptasiasia.com

2022/3 上期業績推移 -売上

注) 実力値の計算について、
コロナによる一時的なARPU上昇の影響を排除するため、
ARPUをコロナ前の2020/3期の数値と仮定し計算

Oisix を中心とした会員数の伸長とARPUの高止まりにより、**高水準の成長率を継続**

売上高



Oisix ra daichi

*CAGR：年平均成長率

*2019/3期は、らでいっしゅぼーやは決算期変更のため、
13ヶ月計上（1Qに4ヶ月計上）
同条件比較のため、らでいっしゅの1か月分（18年3月分）を除外

24

売上高は、この実績と実力ってちょっと去年ぐらいから出していて、コロナ前よりも伸びているARPUの部分というのは、生活が元に戻ればなくなるかなと考えているので、そこは引いたものを実力値と呼んでいます。

それを上回った実績が今年度も結果的には残っているという状況ですが、われわれオイシックス、らでいっしゅぼーや、大地を守る会が統合してから、だいたい2割ずつぐらい伸びてるという感じかなと思います。

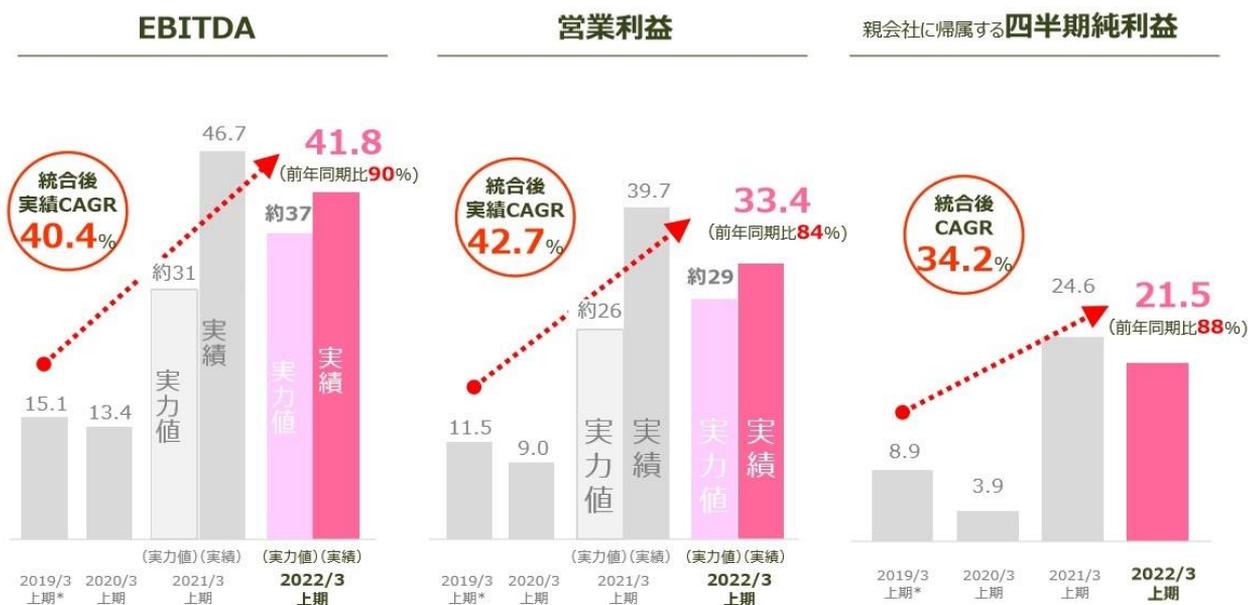
サポート

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@scriptasia.com

2022/3 上期業績推移 -EBITDA/営業利益/四半期純利益

注) 実力値の計算について、
コロナによる一時的なARPU上昇の影響を排除するため、
ARPUをコロナ前の2020/3期の数値と仮定し計算

Oisixを中心とした売上成長による利益増により、前年同期比では減益も**想定を上回って進捗**



Oisix ra daichi

※ 2019/3期は、らでいっしゅぼーやは決算期変更のため、13ヶ月計上（1Qに4ヶ月計上）
同条件比較のため、らでいっしゅの1か月分（18年3月分）を除外

25

利益の方はもう少し伸びが高くて、35~40%ぐらいの成長率で伸びている状況です。

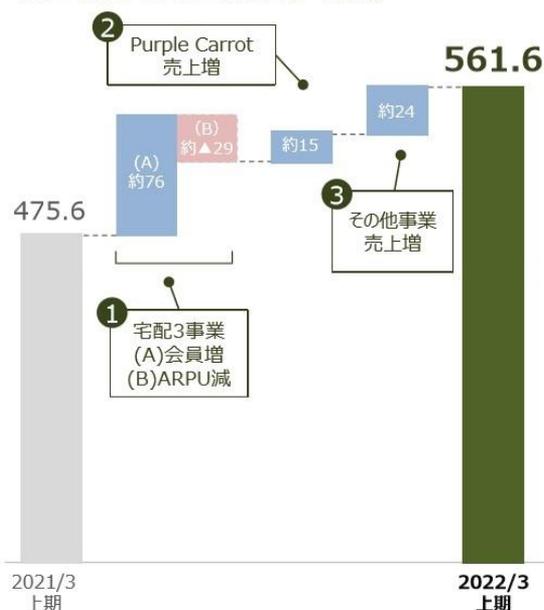
サポート

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

売上高：前年上期推移

Oisixを中心とした国内宅配事業において、上期計4.3万人の会員数が増加したことに加え、ARPUもコロナ前比で継続的に高止まりしている影響もあり、**前年同期比86億の増収**

-売上高：前年上期推移 (億円)



売上影響額

- 国内宅配3事業の売上増：約47億円**
 - ・(A) 会員増影響：約76億円
 - ・(B) ARPU減影響：約▲29億円
- Purple Carrot売上増：約15億円**
- その他事業売上増：約24億円**
 - ・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)

Oisix ra daichi

26

対前年の比較で申しますと、去年よりはARPUが下がってしまっていて、その影響でマイナス30億ぐらいありますが、会員数が増えている影響とトータルで47億の成長ということです。

それからアメリカの事業が伸びていたり、その他の事業が伸びていて、全体で去年に比べて90億近くの売上の増加になります。

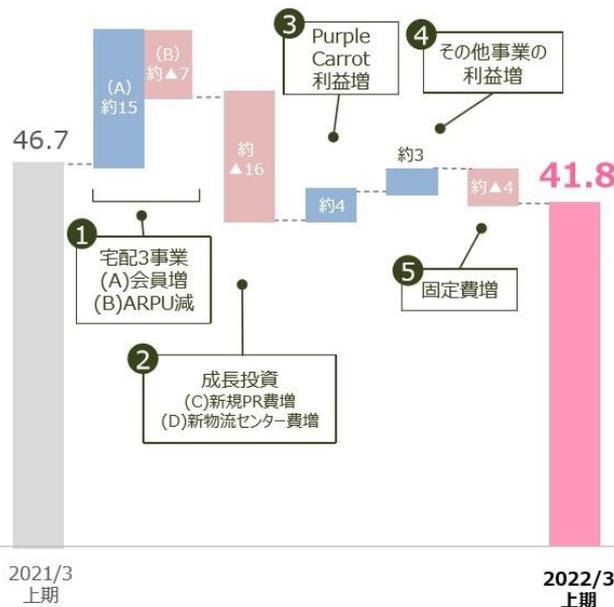
サポート

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@scriptasias.com

EBITDA : 前年上期推移

大規模な新規PR費の投下やOisix新物流センターへの移行など、積極的な成長投資を行ったものの、**会員数やARPUが順調に推移しており、想定を上回って進捗**

-EBITDA : 前年上期推移 (億円)



利益影響額

- ① 宅配3事業の売上増による利益増：約8億円**
 - ・(A) 会員増影響：約15億円
 - ・(B) ARPU減影響：約▲7億円
- ② 成長投資の投下：約▲16億円**
 - ・(C) 宅配3事業の新規PR費増：約▲15億円
 - ・(D) Oisix新物流センター物流費増：約▲1億円
- 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3億円**
- ⑤ 固定費増額：約▲4億円**
 - ・事業強化・拡大のための人員強化
 - ・システム基盤刷新（迅速化、データ活用強化）準備費用

Oisix ra daichi

27

利益は、先ほどから申し上げてるんですが、この一番大きな②のところなんです。去年はこの成長投資ができなかったというのが一番大きなところでして。

ARPUが非常に高くて利益率高かったというのもあるんですが、成長投資できなかったというのが、できないのに売上が伸びたというのが去年特殊ケースだったんですね。今年は成長投資をしっかりしてということで、むしろ比較的健康的な感じの当社の状況かなと思います。

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@scriptasia.com

業績の季節変動について

当社は季節によって売上・利益率が変動するビジネスモデル。コロナ影響により平常時ほどの変動はないものの、**コロナが段階的に落ち着きを見せている今年度は前年度に比べて季節変動は大きい**

- 平常時の季節変動



- コロナの季節変動への影響

コロナ影響により、平常時よりも夏季休暇影響などの季節変動幅は少なくなっているものの、**今年度はコロナが段階的に落ち着きを見せているため、前年度に比べて季節変動が大きくなっている状況**

Oisix ra daichi

*売上：会員数が一定と仮定した場合の売上季節変動イメージ 28
*利益率：イレギュラーな費用投下がない前提

季節変動に関しては、去年は毎年、季節変動かなりあるタイプのビジネスなんですが、去年はあまりそれがなかったんですが、今年は去年よりは変動をが激しくなってます。

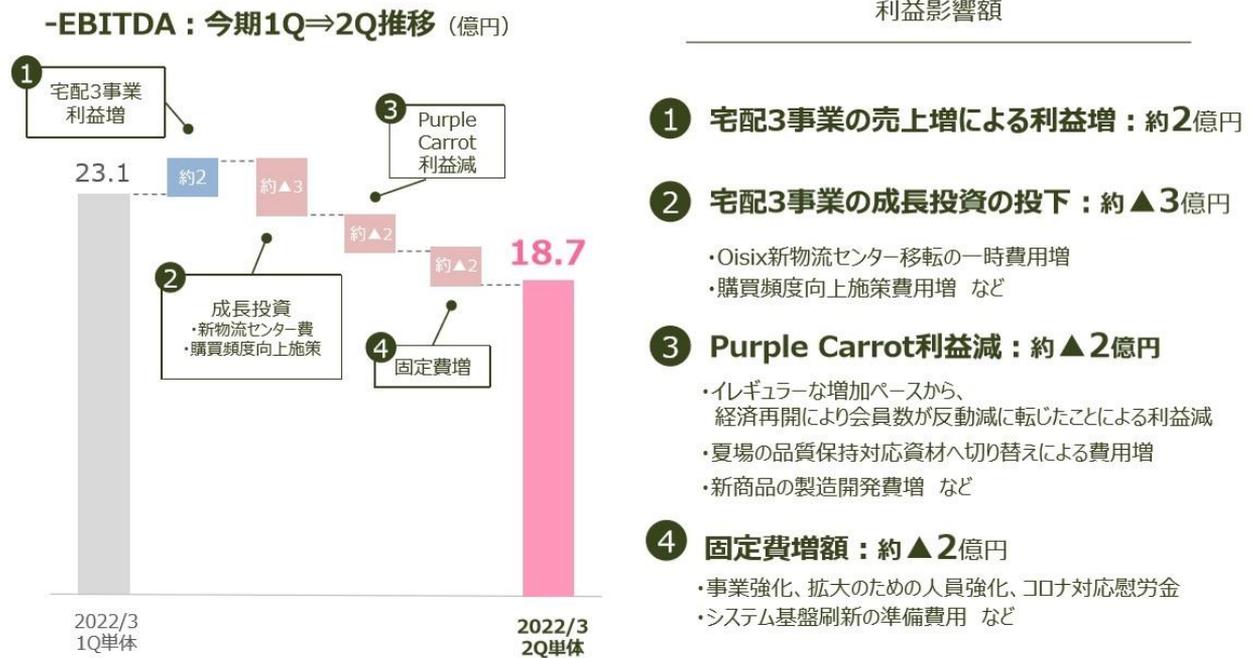
夏休みはやっぱり減ってきていますし。ということで、多分来年以降、よりそういう例年通りの動きになっていくんだろうなと思っています。

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@scriptasia.com

EBITDA : 1Q⇒2Q推移

宅配3事業の事業成長の一方で、季節性による利益影響に加えて、Oisix新物流センターや購買頻度向上施策などの成長投資を積極的に実施し、EBITDAは減少



Oisix ra daichi

29

それから対前四半期ですが。これ毎年そうなんですが、この2年間だけ、1Qと2Qがそんなに変わらない感じになってますが、例年ですと2Qはやっぱり常に厳しいんですよ。夏休みで皆さん、実家に帰られて、厳しいということ。どうしても売上・利益ともに厳しいということになります。

一応、今年もこの、移動が何か起きてることじゃないんですが。その1Qと2Qを比較すると、ちょっと売上が伸びてるところもあるので、何で利益が減るのかということ、いくつかありますけど。今年は物流センターを作っているので、その一時移転、費用移転の部分が一番大きいと思います。

それからやっぱりどうしても、センターのARPUがちょっとずつ下がってきてますので、それで利益率が普通に戻ってきているという形はあります。

はい。いいですねこの辺は。

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

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月からのOisix新物流センター稼働に伴い、今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

		下期	来期	要素
売上サイド	会員数	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従来通り好機である春を中心に会員獲得をすすめ順調に拡大
	ARPU	段階的に減少	横ばい～増加	上期においては、当初想定より落ち込みが少なかったものの、緊急事態宣言解除による生活変化を受け、下期は段階的な落ち込みを見込む。 一方で、来期においては、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	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
	新規PR費	増加	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	削減	Oisix新冷蔵センターの稼働に伴い、21年8月より移転にかかる追加コスト約8億（うち約6億は建物など減価償却費）が今期中発生。 来期は、一時的な費用の消失に加え、物流一本化後は段階的に削減
	その他販管費	削減	削減	売上拡大に伴い、固定的な販管費率減少

Oisix ra daichi

32

今後、下期や来期以降ですけれども。まず会員数に関しては継続的に伸ばしていきたいと思っておりますが、ARPUに関してはもうちょっと下がって、そのあと一定になって、それを今度はコロナと関係なく少し上げていくチャレンジをしていきたいなと思っております。

それから、コストサイドです。物流が増えるとともに原価はだんだん下がっていきませんが、プロモーションコストどんどんかけていける状況にあると思うので、センターも移転できますし、そういうコストに関してはしっかりかけていくということです。

物流費に関しては、今年度移転プロセスがあるんで一時的に増加しますが、来年度以降、より筋肉質な状態になるかなと考えています。

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

Oisix KPI

国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

海外宅配 事業

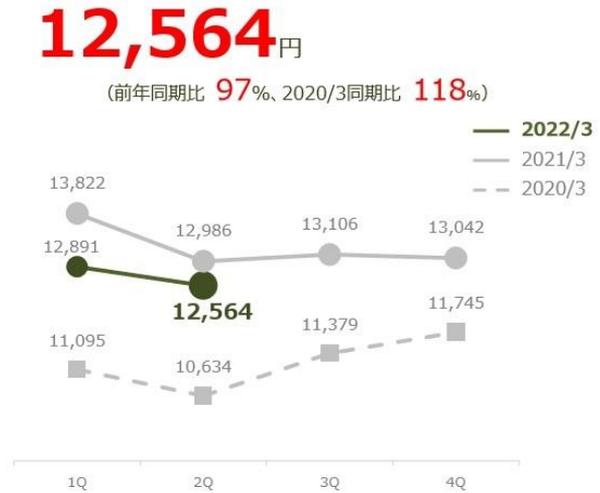
その他 事業

会員数：インフルエンサーの活用やエリア限定TVCMなどの手法も実施し**上期計3.9万人増**。
出荷キャパの逼迫後の獲得再開により会員数が伸びた前年の上期末実績と比較しても**127%増**
ARPU：コロナによりレギュラーに上昇した前年と比較して減少も、**想定を上回る水準で高止まり**

会員数



ARPU*2



Oisix ra daichi

*1 注文頻度の低いお客様について退会手続きを実施（2Qの減少影響は約2,000人）

34

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

残り駆け足に行きますね。Oisix に関しては会員数が1.3倍まではいってませんが、127%と増加しています。

ちょっと一部、注文頻度が極めて低いお客様、ほとんど売上のないお客様がどうしても含まれていらっしゃるしまして、そこを処理しての方が運用コスト的にも良いだろうと。休眠のお客様なんです、その休眠のお客様をカウントから外していく処理というのを始めていて、この第2四半期で2,000人ぐらい影響があります。

第3四半期も1万人ぐらい影響あるかなと思ってますが、売上全体には特に関係がないんですけども。そういう作業を進めていることを伝えしておきます。

2,000人減るぐらいだったらARPUの分母的にはほとんど関係がないんですが、そういう意味では思ったよりもARPUが保たれている。97%なので保たれているというのがOisixの状況です。

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@scriptasia.com



Oisix KPI

国内宅配 主要3ブランド

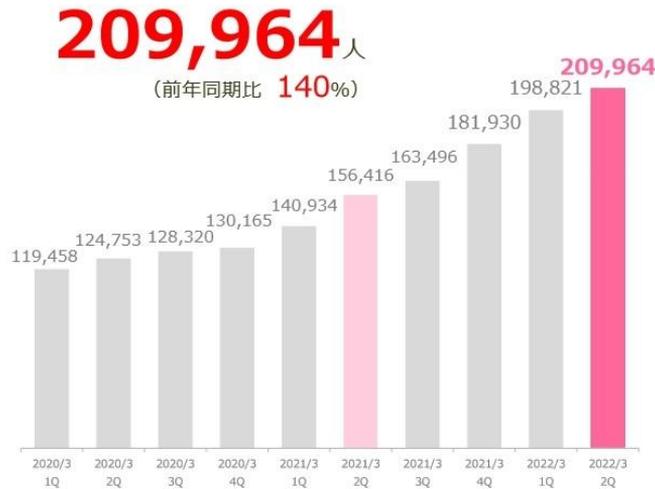
国内宅配 その他

海外宅配 事業

その他 事業

Kit Oisixコースの会員数も上期で**2.8万人増**（Oisix会員数増に内含む）。おうちごはんが増える生活変化の継続に加え、朝食やランチなど食シーンを広げるメニュー提案により多様なニーズに対応

Kit Oisixコース 会員数*



-価値提供領域のスピーディな拡充

食事時間



提供価値



©Disney

- ✓ **新たな家庭の食ニーズ**の恒常的な高まり
- ✓ 自社工場で開発・製造を行うことで、**スピーディな商品開発が可能に**

Oisix ra daichi

* 2022/3期より、「ちゃんとOisixコース」をKit Oisixコース会員数から除外
* Oisix会員数の内数。Kit Oisixコースに加え、「サクッとOisixコース」会員を含む

35

Kit Oisix に関しても順調に伸びてるといことになります。

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



Oisixトピックス

-赤ちゃん本舗社との協業検討開始

NEW TOPICS

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

子育て世帯をメインターゲットとする**赤ちゃん本舗社との協業検討開始**。
共同で企画・開発した商品やサービスを提供し、**5年後に100億円規模の事業への成長を目指す**

Oisix with アカチャンホンポ

- ✓ 赤ちゃんや子どものいる暮らしが笑顔であふれるように、食に関する悩みを解決する
- ✓ Oisix内に**専用コース**を**来春オープン**予定

1 子育てファミリーに特化したサービスを提供

アカチャンホンポの**人気商品やクーポンの配布等**をOisixでのお買い物に合わせて実施し、子育てファミリーの食と暮らしを総合的にサポート

2 「Oisix with アカチャンホンポ」コースの会員獲得を実施

アカチャンホンポの店頭やアプリを活用して来春オープンする専用コースのPRを行う



3 共同商品開発

0-3歳の子育てファミリー向けに、離乳食・おやつ・ミールキットなどの領域で**オリジナル商品を共同開発**



- ✓ マタニティ、ベビーグッズの販売、サービス提供
- ✓ **赤ちゃんのいるご家庭**での高い知名度
- ✓ **全国121店舗***の実店舗をもち、**約300万人**へのアプローチ

Oisix ra daichi

*2021年10月末時点 36

それから、これも今日発表したことですが、赤ちゃん本舗さんと一緒に Oisix with アカチャンホンポということで。アカチャンホンポのお客様、小さなお子様のお母様などもう大半がアカチャンホンポに行かれると思うんですが、そこの方々に特化したサービスを赤ちゃん本舗さんと一緒に作っていかうと考えてます。

赤ちゃん本舗さんと Oisix、それぞれのインセンティブが活用できるようなサービスを考えてますが、それを赤ちゃん本舗さんの WEB やあるいは店頭でお客様にご紹介させていただくということ。それから将来的には、当社と赤ちゃん本舗さんとで子ブランドで商品と一緒に作っていくことを考えていきたいと思っております。来年のいつぐらいだろう。来年ぐらいにはしっかり始めたいなというふうに思っています。

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@scriptasia.com



Oisixトピックス -物流戦略の進捗

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

New ORD 海老名ステーションは、**テスト稼働を開始**。
物流一元化に向け段階的に移行を進め、**21年3月比2倍の冷蔵出荷キャパシティを確保**

-冷蔵拠点の設備増強

冷蔵

(New ORD 海老名ステーション)



現状

- ・テスト稼働開始
- ・現海老名ステーションからの段階的な移行を進める

期待効果

- ・21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 ra daichi

37

それから物流面のトピックなんですけど、新しくずっと申し上げていた New ORD 海老名、40億ほどかけてますけど、テスト稼働が始まっています。

年末商戦の最中に移転するのはちょっとリスク高いなと判断しまして、今テスト的にやってみて、年明けにしっかり移動させたいなと思ってますが。年明けに移転をして、そして今使ってるところがフードレスキューセンターに変わり、New ORD 海老名はそれまでの倍のキャパシティで運営することを考えてます。

そういうことを含めて、これ全体感なんですけど、現海老名がフードレスキューセンターと、それから Kit Oisix の製造センターなどにしていきます。そして New ORD 海老名を来年の年明け、第4四半期にしっかり移転を終わらすということです。

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



Oisixピックアップ

-物流戦略の進捗

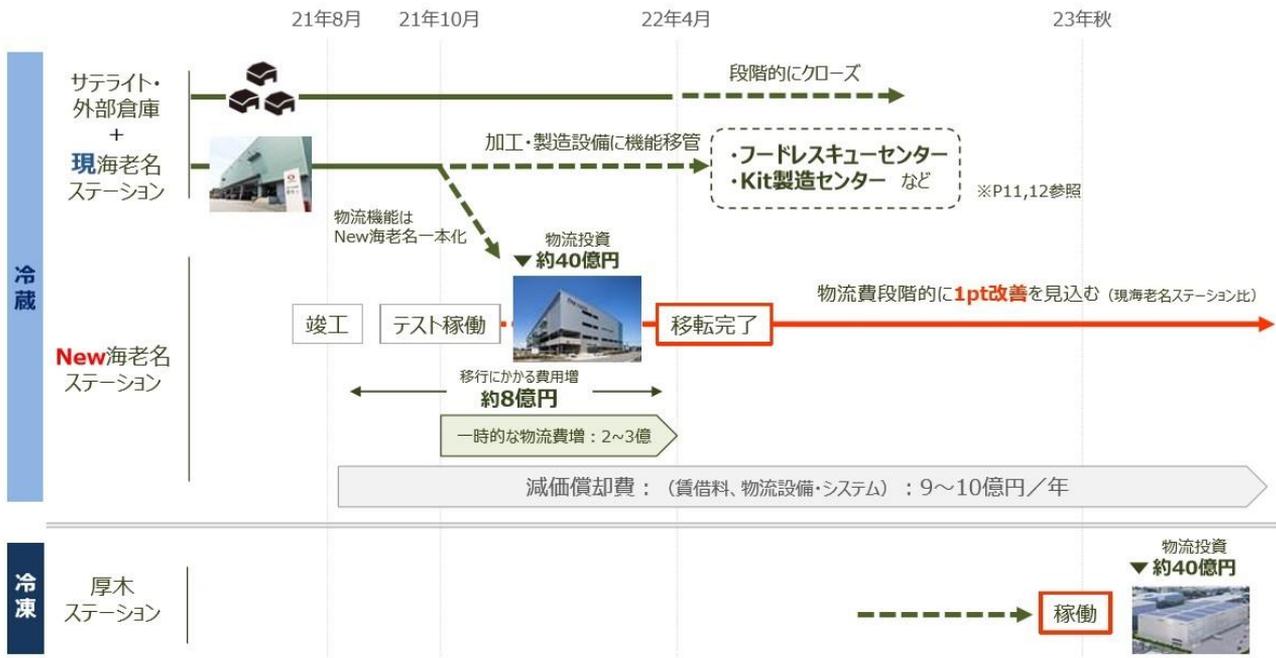
国内宅配 主要3ブランド

国内宅配 その他

海外宅配 事業

その他 事業

さらなる事業成長に向け、キャパシティの拡張・物流効率化のための物流投資を行う。
New ORD 海老名ステーションへの冷蔵拠点の移行に続き、**23年秋には冷凍設備の増強**を計画



Oisix ra daichi

38

それから、2023年度の秋には冷凍ですね。今申し上げたのは冷蔵なんですが、冷凍のセンターを厚木に竣工することを考えてます。

このあと多分、さらに関西側をどうするかとか、らでいっしゅぼーや、大地を守る会はどうかという話続きますが、今具体的になっているのは、このタイミングまでということで、どんどんと拠点を整備して、キャパシティの拡張に耐えられるようにしていくことを考えています。

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



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

海外宅配 事業

その他 事業

会員数：ターゲットに沿った新規会員の獲得トライを続け微増。経営統合以降最多の会員数を更新
ARPU：シニア層に向けたサービスを強化することで高単価を維持し、想定を上回る水準で高止まり

会員数



ARPU*



Oisix ra daichi

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

39

大地を守る会はほんのちょっとであるんですが、経営統合以降を最高の会員数ということです。去年は結構伸びたんで、今年どうかなと思ってましたが、去年を超えていると。

前年同期比101%なんで、ほんのちょっとなんですけど、ほんのちょっとでも上回ってるというのは大変嬉しく思っています。

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

らでいっしゅぼーや KPI

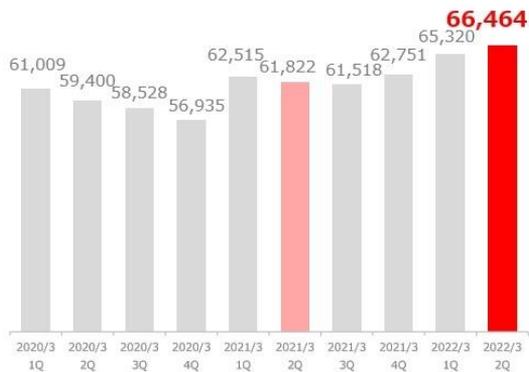
国内宅配 主要3ブランド
国内宅配 その他
海外宅配 事業
その他 事業

会員数：「ふぞろいRadish」など、顧客ニーズに合う獲得手法に兆しがあり上期は**継続して純増を達成**
 ARPU：前年と比較して微減したものの特に単価は高水準を維持し、**想定を上回る水準で高止まり**

会員数

66,464人

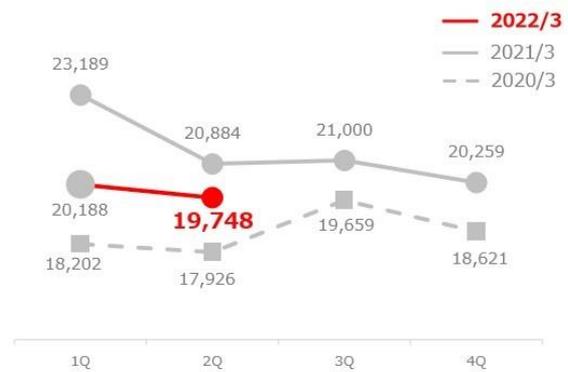
(前年同期比 **108%**)



ARPU*

19,748円

(前年同期比 **95%**、2020/3同期比 **110%**)



Oisix ra daichi

* ARPU=Average Revenue Per User: 一人当たり月単価 40

同様にらでいっしゅぼーや。らでいっしゅぼーやはもうちょっと上ですね。対前年同期比108%ということで。大地を守る会の方が去年、結構獲得が順調だったってところもあるんですが、らでいっしゅぼーやも対前年比を上回っているということで、これも嬉しく思っています。

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

大地を守る会/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

海外宅配 事業

その他 事業

大地を守る会 : 野菜に合わせやすい商品を集めた売場を新設し、**手軽な健康実感を後押し**
 らでいっしゅぼーや : 「ふぞろいRadish」が**3億円の売上、約90tのフードロス削減***に寄与



▲ご家庭の野菜と炒めるだけで主菜ができる惣菜



ふぞろいRadish

見た目より、中身がごちそう



▲(左) 成長が早く割れてしまったキャベツをふんだんに使った餃子
 (右) シイタケの軸と白身のすり身を合わせた練り物

- ✓ 健康的な食卓を手軽に作れる商品を集めた売場を新たに開始
- ✓ 野菜や果物を気軽に食卓に出せる提案をすることで、手軽な健康実感を促す

- ✓ 規格外の農産・水産品の販売に特化した「ふぞろいRadish」が引き続き好評
- ✓ 購入しやすい加工品の開発を積極的に進めており、今期3億円の売上、約90tのフードロス削減*に寄与

Oisix ra daichi

*消費されなかったり家庭で使い切れずに残ったりする非可食部も含む食品・出荷規格外のため小売流通しない食材を、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。
 出荷重量には、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も含む）、需要過多による代品販売重量も含む。

41

それぞれ健康訴求であるとか、あるいは規格外、もったいないみたいなふぞろい訴求であるとか。そういったものをやって、それが少しずつ成長に寄与しているかなと思います。

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



他社EC支援事業

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

上期を通じて**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



- ✓ コロナ感染再拡大の影響などもあり、
上期計で会員数・売上ともに順調に伸長
- ✓ ギフトセットのバラ売り企画などの
百貨店の強みを活かした催事を展開

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



- ✓ コロナ感染再拡大の影響などもあり、
上期計で会員数・売上ともに順調に伸長
- ✓ dミールキットオリジナル商品を新たに開発し、
料理工程の簡素化ニーズが高いターゲットへ販売

Oisix ra daichi

43

残りの事業です。他社さんのご支援、ご支援というか一緒にやっているやつに関しては、ISETAN DOOR、それからdミールキットともに順調に成長している状況です。

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@scriptasias.com

移動販売需要の継続的な上昇により、**流通総額は前年同期比140%**と高い成長率を維持。
SV体制構築により提携スーパーとの協力関係を強化してきたことで、稼働台数を順調に増やしている

流通総額・稼働台数



-提携スーパー-

- ✓ 142社のスーパーと提携し、全国42都道府県で稼働台数が伸長
- ✓ 関東を中心に展開するイトーヨーカ堂社は、とくし丸の広告を強化するなど、稼働台数に大きく寄与



Oisix ra daichi

とくし丸も非常に伸びていまして、もうそろそろ 1,000 台が視野に入ってきたかなと思っています。

やはり買い物難民のこの方々を考えると、多分 4,000、5,000 台ぐらいまではオポチュニティがあるというか、われわれの責任があると考えてますが。

一旦 1,000 台が見えてきて、1,000 台になってくると、ちょっと今までのオペレーションでは対応しきれない規模になってきてるので、同時に業務の見直しというか、そういったものを進めているというフェーズです。流通総額でも去年の 200 億を超えるのは確実と思っています。

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

Purple Carrot <アメリカ>

子会社(100%保有)
2019年5月～

※Purple Carrotは12月決算であり、決算連結が当社と3か月ずれているため、2022/3 上期は1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
海外宅配 事業
その他 事業

アメリカで展開している100%ヴィーガン食のミールキットを中心とした宅配ビジネス。経済再開の影響などにより会員数は減少に転じたが、影響は想定より緩やかであり**想定を上回る進捗**

-四半期業績推移 (\$mn)



PURPLE CARROT



-事業概要

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のこと。近年では週に数日のみ楽しむスタイルが広がっている

Oisix ra daichi

46

海外では PURPLE CARROT が去年一気に伸びまして。かなりコロナの影響も多かったですし、それから黒字化もして、オーディのノウハウをいくつか移転した効果も多少あったかなと思います。

その分、今年かなり売上厳しいかなと思ってましたが、想定よりは良くて、会員数も多いと思ったより減らないというか、維持しているという形になります。

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



実店舗での販売や、Ready to Eatラインナップの拡充など、価値提供の幅を広げる工夫を国内宅配の知見を活かして実行し、**より多くの人を手軽にヴィーガン食を取り入れられる機会を創出**

-冷凍食品の小売店での販売



▲スーパーの冷凍ショーケースに並ぶPurple Carrot商品

- ✓ 米国オーガニック小売り最大手の「Whole Foods Markets」など主要な小売り店舗で販売

-“Ready to Eat”の時短商品



▲ (左) レンジ調理商品 (右) 混ぜて待つだけ、振りかけるだけで食べられる時短商品

- ✓ レンジ調理で完成する主食や、朝食・間食にすぐに食べられるおやつなど、ミールキットより簡単に食べられる商品も拡充

販売チャネルや商品ラインナップの拡充により、**ヴィーガンミールキットプレイヤーとしての認知を拡大**

Oisix ra daichi

47

さらにそうは言ってもおそらくミールキットの会員は、また多少今後減りはするんだろうなと思っていて、それに対してどういうことを対応するかということで今進めているのが、左側が冷凍食品ですね。これを実店舗で売っていくことをやっています。

それから右側は Ready to Eat ということで、ミールキットというよりはミールそのものですね。ご飯そのものをお届けするというのを始めてます。

こういうふうにあの商品のポートフォリオを広げて、PURPLE CARROT ブランドを、ヴィーガンを代表するブランドが今アメリカにはないので、それになれるチャンスを持っているブランドでありますので、ミールキット以外でも広げ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@scriptsasias.com

香港・上海事業

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

香港：コロナ後の会員数反動減は下げ止まりつつある。認知拡大のため、現地人気の高い塚田農場などとコラボ企画を実施
上海：渡航制限が緩和され現地調査を再開。日常食についての理解を進め、商品開発や獲得チャネルの開拓を加速

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



- ✓ コロナ影響による会員数増ののち、反動減が見られたが下げ止まりつつある
- ✓ “塚田農場”や“無印良品”など、現地で人気のある企業とのコラボによりブランド認知の拡大をはかる

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



- ✓ コロナ影響による渡航制限が緩和され、詳細な現地調査を再開予定
- ✓ 現地の食生活や環境の理解を進めローカライズしたKit Oisix製造・開発を進行。獲得チャネル(ABCクッキングスタジオなど)の開拓も並行して進める

Oisix ra daichi

48

それから、香港、上海に関しては、香港はようやく下げ止まりつつあって、実店舗とのコラボを進めています。

上海はかなり苦労したというか、人が行けてなかったんですが、今月ぐらいからようやく人が行けるようになるので。立ち上げで人が行けなかったのがちょっと時間かかりましたが、これから立ち上げのスピードを上げていきたいなと考えてます。

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

Shop in Shop事業

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

店舗へのミールキット導入モデルを中心に**上期計で53店舗増**と急速に取引店が拡大。
まだ導入が進んでいないエリアに適したモデルづくりも行うことで、今後のさらなる拡大をねらう

売上・取引店数

2022/3 上期 売上高

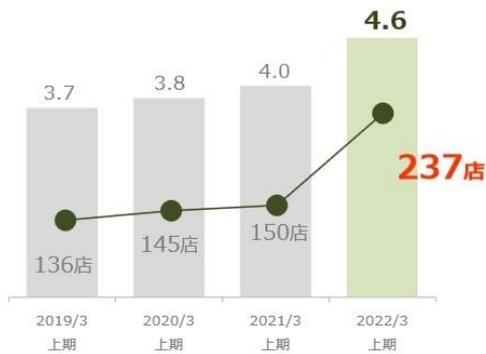
4.6 億円

(前年同期比 116%)

9月末取引店数

237 店

(前年同期比 +87店)



-モデル店舗導入による拡大



- ✓ モデル店舗の販売手法の横展開により、順調に取引店舗数が伸長
- ✓ より広域なエリアでの導入をスピーディに行うために新たなモデルづくりを推進

Oisix ra daichi

50

その他、実店舗でミールキットを売る事業に関しては、結構店舗数が伸びています。

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

保育園事業（すくすくOisix）

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

保育園へ食育の機会を強化し、情報公開を積極的に実施。
イベントを通じて食育を推進するとともに、子育て世代の保護者への認知を効果的に拡大

売上・取引園数

2022/3 上期 売上高 **5.8** 億円
 (前年同期比 143%)

9月末取引園数 **624** 園
 (前年同期比 +212園)



-食育を通じて、子育て世代へ情報発信

＼ かいじゅうにんじん /



▲子供たちが食べる野菜に名前を付けてもらうことで、興味を持ってもらう取り組み

- ✓ 保育園や保護者からのニーズが高い食育イベントを継続的に企画しており、食材提供施設へツールとあわせて機会を提供
- ✓ イベント情報の発信を強化したことで、**子育て世代におけるブランド認知を拡大**

Oisix ra daichi

* 2021/3期は、コロナによる保育園の休園によりレギュラーな減収が発生 51

それから保育園の、ちょっとここはコロナ禍で向かい風だったんですが、今年になってから保育園の対象園数も増えて、ともに Oisix のブランドにも寄与する形に、だんだんってきているなと思います。

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@scriptasias.com

他社PR支援 -新サービス「スペアド」開始

NEW TOPICS

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

サブスク特化型オフラインプロモーション支援サービス「スペアド」を提供開始。
自社のオフラインプロモーションで構築したノウハウを提供し、**3年後に50億円規模の事業化**をめざす

-当社オフラインPRの強み

- ✓ 獲得コストと顧客LTVの徹底した管理
- ✓ Oisixでのオフライン顧客獲得
- ✓ 約2,200施設の多様な
催事スペースでの開催実績



「スペアド」の特長

- ① **ファクトデータに基づく販売効率の可視化**により
効率的なオフライン広告を支援
- ② **サブスクサービスのプロモーションに特化**した
接客スタッフの提供
- ③ **顧客属性や人流等から独自に特定**した
エリア特性から、ニーズに合う開催スペースの提案

-他社サポート事例



▲「スペアド」活用プロモーション例
左：ネスレ日本社、右：万田発酵社

- ✓ ネスレ日本社、万田発酵社など複数の
クライアント企業へ支援を実施
- ✓ 接客スタッフが対面でサービスの魅力を紹介し、
年間1万件以上の顧客獲得企業もある

Oisix ra daichi

52

それからこれは昨日発表させていただいたことですが、当社が自社でお客様を獲得する際に、地上戦と言われていたんですが、リアルな接点ですね。リアルな接点で、ネットと同じ、あるいはそれ以上の獲得効率で、お客様を獲得するということを進めてまいりました。

それがあるので、先ほどの赤ちゃん本舗さんみたいなコラボレーションもかなりスムーズに、われわれもイメージが湧くんですが。

この自社が培ってきたことを他社さんにも販売をしてみようということで、ちょっとずつ始めてみたんですが。非常に好評かつ好調なので、これを事業化しようということでスペアドという事業を始めます。スペースアドですね、空間を使った広告と、こういう事業を始め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@scriptasia.com

豊洲漁商産直市場 (トヨイチ)

子会社(51%保有)

2021年3月～

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

豊洲漁商産直市場（トヨイチ）の水産品の調達力を活かし、ミールキット用の原料を共同開発。
宅配3事業のお客様ニーズに基づいた商品開発を強化し、4月の連結後半年で31品の新商品を販売

Kit Oisix原料の開発



- ✓ トヨイチの産地情報と、Oisixの人気商品情報をすり合わせてKit Oisix専用原料を開発
- ✓ 宅配事業の水産品強化の推進に加え、トヨイチ新事業として取引量は徐々に増加

豊洲漁商産直市場



◆事業概要

飲食店向けを中心とした、水産品の卸販売

◆強み

- ✓ 「市場」「産直」双方から仕入れる独自調達網
- ✓ 飲食店の母体を活かした顧客目線での買付け

Oisix ra daichi

53

あとはトヨイチは去年、塚田農場さん AP カンパニーさんへの出資に合わせて、われわれの子会社にさせてもらった会社ですが。Oisix やらでいっしゅぼーや、大地を守る会とのコラボレーションがかなり進んでいて、われわれ向けの取引高がどんどん増えてるといような状況です。

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

DEAN & DELUCA

関連会社(20%保有)

2019年2月～

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

関連会社のウェルカム社（DEAN&DELUCA、20%保有）は、コロナによる営業時短要請などの影響が継続。コロナ下での新たな需要として、**全国各地の催事出展が好調**

-直近の事業状況

- ✓ コロナによる人流減少・営業時短の影響は継続
- ✓ デパートでの催事への出展依頼が増加
 - ・前年比約2倍の10都市で出展
 - ・DEAN & DELUCAを目的とした来店数を伸ばしており需要が高い
 - ・地方特産品の商品開発にもつなげる



-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
- ✓ 営業時短協力金等による収入を含め、**大幅な営業外損失の計上の可能性は低い**

WELCOME GROUP



【主なブランド】
DEAN & DELUCA、
GEORGE'S
などを展開

◆事業概要

小売および飲食業を通じたライフスタイル事業

◆強み

- ✓ 高付加価値な食品、雑貨の取扱い
- ✓ デリやグロッサリーの実店舗販売、好立地の店舗網

Oisix ra daichi

54

DEAN & DELUCA さん、これ関係会社さんです。コロナで向かい風を受けている事業体ですけども、その中でも地方都市への催事の展開とか、そういう中で新たな強みが見えてきているということで、ここから先は、かなり業績も上がってくるだろうなと見ています。

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

WeSupport Family

医療従事者向けの食支援プラットフォームとして立ち上げたWeSupport Medicalの仕組みを活用し
子どもの貧困と、フードロスの課題解決を目指すプロジェクト「WeSupport Family」を開始

WeSupport Medical

コロナをきっかけに発足した
医療従事者向け食品支援プラットフォーム。
サポート企業は127社
支援実績はのべ70万人、7億円以上



支援先の医療機関より（一部抜粋）

これまで本当に本当にたくさんのご支援をありがとうございました。
おかげさまで医療従事者の健康と士気が維持できました。
今後の取り組みについて、コロナで経済的に打撃を受けているひとり親家庭の親子にご支援され、本当に素晴らしいと存じます。

WeSupport Family

ひとり親を中心とした、子どものいる貧困世帯への
食品支援プラットフォーム。
サポート企業の余剰在庫なども活用することで、
フードロスの課題解決も目指す



子どもたちの栄養を考えた食支援
WeSupport Family

Oisix ra daichi

56

その他のトピックですが、今まで去年の5月からやってまいりました医療従事者の方に食品を届け
するという事ですね。ユニークで127社にご協力いただいて、今まで70万食7億円以上の寄付
をしてまいりました。

コロナ収束がかなり見えてきたということで、このタイミングで終了したいと思っておりますが、せ
っかく作ったプラットフォーム、非常にもったいないなということで。

WeSupport Familyという、特にひとり親の方を中心として、子どもの貧困世帯のところ、そこへ
の支援プラットフォームに使えないかということで、この127社の皆さんと相談をしながら、新
しく別の社会課題に対して転用できないかということを考えております。

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@scriptsasias.com

東京ハーヴェスト

食品の作り手のすばらしさを伝えるイベント「東京ハーヴェスト」をオンライン開催。
「#捨てないを始める」をメッセージにフードロス削減アクションを呼びかけ、15件のメディアに掲載



生産者

飲食業界を救うクラフトジン

コロナによって在庫になってしまったビールを蒸留したスピリッツ製造

生活者

まるごと食べきりレシピ

カブやニンジンの葉を活用した保存のきくレシピ紹介など



東京ハーヴェストとは？

今年で9回目を迎える、農家、漁師、畜産家など食の作り手の素晴らしさを国内外に発信し、感謝と尊敬の気持ちを形にして伝えるイベント。

Oisix ra daichi

57

それから東京ハーヴェスト、今年もオフラインで開催することができずに、オンラインで開催をしました。「捨てないを始める」というテーマで開催したところ、メディアの方にもご好評いただきましたし、ご一緒に参加いただける食品メーカーさんというのもいくつかお申し出をいただいている状況です。

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



アスリート支援

世界で戦うアスリートの身体を支える「食」の支援、マイナースポーツへのマーケティングノウハウの提供を継続的に実施。スポーツ支援プロジェクトを社内に設置し、社員の主体的な参加を推奨

車いすラグビー支援

連盟理事、普及啓発など事務局運営に携わる。
合宿や大会時の食支援も行う



(C)Megumi Masuda/World Wheelchair Rugby

- ✓ 東京パラリンピックで銅メダルを獲得！！

アスリートへの食材支援

野菜ボックス「ばれっと」や、
野菜ジュースなどの食材支援を行う



- ✓ 支援アスリートの一人、レスリングの向田選手は東京オリンピックで金メダル獲得！！

Oisix ra daichi

58

はい。あとは、私も当社がスポンサーを務めている車いすラグビーが見事銅メダルを祝したという形ですね。はい、長くなりました。私から一旦以上です。

サトウ：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@scriptsasias.com

質疑応答

サトウ： 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。QAセッションはZoomの挙手機能を使い、口頭での質問形式で行います。ご質問のある方は、画面上の挙手ボタンにてお知らせください。ご質問される際には冒頭に御社名とお名前をお伝えいただき、お1人2問までのご質問とさせていただきますようお願いいたします。

また、参加環境のご都合上、ご発言いただけない方につきましては、画面上のQAボタンからテキストでの質問を受け付けさせていただきますので、ご入力をお願いいたします。

それでは角様、ご質問をお願いいたします。

角： お世話になっております。東海東京調査センターの角と申します。私から質問を二つお願いいたします。

まずは、通期のご計画について、32ページ目に詳細、詳しく記載はされておりますけれども、今回通期のご計画を据え置かれた要因として、下期に御社としてARPUは徐々に戻っていくというご想定はされておりますが。

売上高やこうした面を見ていくと会員数の増加も想定されていらっしゃる中で、何か不透明な要素であったりとか、そういった懸念を何かお感じなところがあればまず一つ目教えていただければと思います。

二つ目でございますけれども、こちらのKit Oisixに次ぐ何か施策であったりとか、こういった取り組みについてアップデートをお願いできればと思います。

ちゃんとOisixであったりとか、こうしたところへの新たな取り組みなど行われておりますけれども、お客様の注文状況など、Kit Oisixに次ぐ第2の柱であったりとか、そういった商品施策について、新たなアップデートがあればお願いいたします。以上2点でございます。

高島： はい、ありがとうございます。

上方修正しなかったのは、よく読めないのはやっぱりコロナの影響ですね。コロナの状況と、それによる人々の影響というのが予測するのは大変難しく、この第3四半期も年末商戦、非常に利益に大きな、売上にもですけど、寄与する影響が大きいんですけど。

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@scriptasia.com



去年は本当に皆さん海外旅行も国内旅行もされなかったんですが、今年は海外はあまり行かないかなと思います、国内はどうかまだよくわからないと、いうこととか。

その辺が結構不透明だったので、一生懸命予測するよりは、状況を見て、必要なタイミングで共有した方が、良いリソースの使い方かなということ。

不透明なポイントでいうと、コロナの状況と影響がよく見えないっていうのが、最大であり唯一であるかなと思います。

Kit Oisix に次ぐということなんですが、実は Kit Oisix は第2の柱でして、もともと Oisix は旬という食材を中心にやっています。これが今7万人ぐらい今でもありまして、Kit Oisix でも、旬が6、7万人ぐらいで少し、食材そのままお届けするやつだったんですが、それが達してきたなっていうこともあって、Kit Oisix をスタートしました。

そのあと、どうしてもカット野菜が嫌だというお客様がいらっしゃいましたので、ちゃんと Oisix というのを始めて、今ちゃんと Oisix が7万人なので、旬とちゃんと Oisix が同じぐらいいて、Kit Oisix は20万強いるという形です。

当社としてはそういう形で、一方で、例えばリクルートさんと一緒にごちまるというものをやらせていただいたり、ドコモさんとdミールやらせていただいたり、ISETAN DOORさんとやらせていただいたりということで、他社コラボみたいなものもいくつかやっています。

当社としては、サービスやりながら考える感じなんですが、やっぱり1万人いかないサービスは結構厳しい。将来的にも1万人いかないサービスは厳しいなと思ってます。

でも3万にいけばまあまあかなということ、当社のママサービスというのはそれぐらいだったような気がしますけど。3万人ぐらいいけば、一つのサービスとしてはいけてるかなと。

5万人いくとだいたい100億円ぐらいの事業体になるので、5万人というのは一つのポイントであります。Kit Oisix はそういう意味では、かなり突出して大きいので、特殊なサービスになります。

われわれのやり方としては、やっぱり20万を超えるサービスを狙っていくというよりは、一旦5万ぐらいいけるようなものをいくつか仕込んで。

そしてそれをやってみて、例えば今のちゃんと Oisix みたいに10万人いけそうだなとか思うと、それなりのリソースを投下したり、という形なので。先ほど発表した、赤ちゃん本舗さんとのコラボも一旦5万、100億ぐらいをターゲットにやってみようと思ってますし。

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@scriptasia.com



それから今取り組んでいるやつというのと、パッと Oisix という冷凍食品ですね。ミールキットよりもさらに加工度が少ないもので、いわゆるレンチンの冷凍食品というよりは、例えばフライパンで冷凍のものをパッと出して、ワンステップだけ調理していただく、そういったものなんです。

そういったものをちょうど今ぐらいから実験を始めていて、より手間の掛からないサービスというものを始めたりとか。そういった形で、まずは5万人いくようなサービスいくつか見つけてやっていきたいと考えています。

そういう意味では、やっているやつでいうとヴィーガンとかもそうですね。

どれがいくかわかりませんが、ヴィーガンの PURPLE CARROT のサービスを始めているとか。そういう形になります。以上です。

角：ありがとうございました。私からは以上でございます。

サトウ：角様ありがとうございました。それではサエキ様、お願いいたします。また、冒頭に御社名とお名前をお願いいたします。

サエキ：日本経済新聞のサエキと申します。本日はありがとうございます。

私からも2点ありまして。1点目が先ほどの質問の中でもお話があったんですけども、今年の年末商戦、売上に大きく寄与するとあったんですけども、その仕込むタイミングとしては、状況が不透明な中でもう始まっているのかなと思って。

いわゆる今年の年末年始における商戦のトレンドと、あるいはそこに向けてどういった商品あるいは施策を出されるのかというのが1点目と。

もう1点目が、先ほどの上方修正のところでの質問でもあったんですが、確かに利益面での進捗率を見るとやや保守的なのかなと思っていて。

そうすると、外的な要因というよりも内部での例えば販促活動とか、人件費とか投資の部分で、いわゆる売上が減るといってもコストが増える部分で、具体的にはどういった施策、サービス面での拡充などを考えているのかというのを2点目、伺えたらと思います。

高島：ありがとうございます。年末商戦、ご質問いただいて、すごい僕が今年詳しいわけでもないなと思ったんですけど。去年、今年の全体的な流れでいうと、とにかくみんな前倒しなんですよ。当社が始めちゃったところもあるんですが、非常に8月ぐらいから前倒しで販売、販促活動をするという形なので。

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@scriptasias.com



去年も当社、すごく前倒しでやって、最後の方は売り切れて、売るのがないという形だったんですが。それに失敗した方々で結構、あわて出してしまった方々がいたように見えてまして。

今年も全体的にいうと、当社も世の中もすごく前倒しになっているなどということがあるので、よく見えないんですよ。

全体、そういう意味で去年より、世の中自体もわれわれも、より前倒しにしているんで、この瞬間でいうと去年より良いんですけど、それがトータルで良いのかどうかというのは非常にわかりにくい感じになっていて、一生懸命頑張ってるという感じになってしまいますね。

これ、やっぱりかなりレッドオーシャンっていう。去年ぐらいから飲食店さんとかも本格的にやられている方々も増えてきているので、数年間結構難しい挑戦になるんだろうなと考えてます。今の状況でいうと順調ですけど、それが全体的に良いのか、前倒しになっているだけなのかというのはちょっと判断がつかないと、こういう状況です。

それからコストのところは、当社のビジネスモデルでいうと、その出産を機にとか、ご出産を機にとか、妊娠を機にご購入を検討していただくケース、もちろんあって、それで赤ちゃん本舗さんとやらせていただくんですが。もう一つ多いのが新生活です。

具体的には、お引越しとか、子どもが幼稚園に入学する、小学校に入学するとかですね。転勤であるとか、あるいは復職とか。

つまり、3、4、5月ぐらいの時期に、お客さんがライフスタイルの、ライフステージの変化、ライフスタイルの変化があって、それに伴って新しいサービスを検討されるということなので、3、4、5月あたりが非常にプロモーションをかけ時ではあると思っています。

可能な限り今年度使える投資があれば、もちろん無駄には使えませんが、新しいお客さまの獲得に、2月の末ぐらいから3月にかけて投資をしていきたいと考えてます。

いくつか既に、年度の頭には計画していなかったけど、今年もしかしたら、やれそうだなと思うことに関してのプロモーションの準備を始めている状況です。以上になります。

サエキ：ありがとうございます。ちょっとすいません。関連でもう1点、先ほどの年末商戦とややかぶるんですが、今いろんなニュースとかで、いわゆる生鮮食品、魚類とかお野菜とかの価格が上がっているというニュースが頻りに流れてるんですけども。

御社のビジネスにおける、こういった生鮮食品や魚類の価格高騰の影響がもしあれば、あるいはなければ、どのようにしてヘッジしているのかというのを伺ってもよろしいでしょうか。

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@scriptasia.com



高島：基本的には、私達の場合は市場を経由しない調達の方法なので、市場価格とは関係のない、われわれと生産者さんとの間で直接価格があらかじめ決められている状況です。世の中がすごい高かろうが安かろうが、一定の値段でわれわれは仕入れさせていただいているのが基本になります。

なので、どちらかというと値段が上がっていると、われわれは比較的高めの生産者さんから買って、そして高めにお客様に、高めにといいか、リーズナブルに売るといふ形なので、世の中値段が上がると、有機野菜だけど、そんなに高くないよねという状態になるので、若干有利かなという感じもあるんですが。

一方で、世の中の値段が下がっているときは、特に[音声不明瞭]もものすごい下がらない限りないので、そういう意味では通年で、あまりいってこいといふか、そういう意味ではわれわれが一定の価格で仕入れて、一定の価格で販売をすると、そういうモデルを採用しています。

サエキ：はい、わかりました。ありがとうございます。

サトウ：サエキ様、ありがとうございました。それでは続きまして、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。早速、最初の質問になります。

アップサイクルの取り組みをどんどん強化していっているが、アップサイクルの文化が日本の消費者に受け入れられる感覚はありますか。どんどんマーケットが大きくなっていくと期待をしております。という質問です。よろしくお願いいたします。

高島：どうなんでしょうね。もともとおからとか、そういうアップサイクルっていう概念自体は、その食品製造プロセスでできたものですね。

何とかして食べようみたいなことは、比較的日本の食文化の知恵としては、結構昔からあるので、それに対して、文化としての拒否感というのは全然ないと思うんですよね。食べるものを何でも食べてしまおうという、その文化的な背景はあると思います。

ただ一方で、比較的那いものって、安いはずだよっていう固定概念みたいなのがあって。

これ実は逆で、普段食べてないものを、あるいは捨てていたものをしっかりと衛生管理をして、そして普段と違う調理をした味を整えるということになるので、製造プロセスは結構コスト高になります。

なので、多分食文化としては受け入れていただきやすいつてもともとあるものだと思うんですが。価格帯として理解して召し上がっていただくということが、海外においては、もうすごく当たり前

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@scriptasias.com



のように起きてますが、国内においてのチャレンジっていうのはそういうところにあるかなと思っております。

われわれは比較的値段を下げて物を売るということをしてきていないので、今回に関してもその値段を下げているということではなく、価値を、あるいはその意義をお伝えしているということをチャレンジしたいなと思っています。

サトウ：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。

現在は比較的高所得者向けのサービスを中心に展開されているかと思いますが、中低所得者世帯にも使いやすい商品やサービスを今後展開されるご予定はありますかとの質問です。よろしくお願いいたします。

高島：はい、そうですね。コロナの前まで、私も毎月お客様のご自宅に訪問させていただいていたので、非常にびっくりするのは、私達のお客様の所得水準の多様性というか、そのなんとなく高所得者の人だけ使うサービスなんだよね、みたいな印象は強いと思うんですけど。実際、現地ではそうでもなくて、結構価値観の話かなと思っています。

ただ、さらにその所得とか資産っていうよりは、さらにリーズナブルなことをやりたいなと思っていて。例えば今やっている、ちゃんとサービス、ちゃんと Oisix とかは、食材を全て使い切るの、実は無駄なものを一切買わないということで、既に経済的なサービスになっています。

これをさらに、これ言っているのかな。ちょっと言っているかわかんないですけど、今はどうしても毎週値段が違っているんですが、定額でお届けするような、ちゃんと Oisix みたいなことも検討をしています。

そうすると決まった金額で健康的な食材と、健康に良い安全な食材とレシピがあって、その通りやれば全く無駄なく使い切れると、そういうようなことを実現すれば、より経済的な面でもお買い求めやすくなるんじゃないかなということを考えています。

サトウ：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。ドイツの宅配会社のハローフレッシュが日本市場に参入すると公表しているが、オイシックスとしてはどのように感じているか。市場環境の変化についても含めて教えてください。とのご質問です。よろしくお願いいたします。

高島：はい。もう 21 年ほどこの会社経営してて、一般的に競合と皆さんが認識される方の参入の際に、いつも私は困っちゃうんですけど。そんなに自社の事で精一杯で、他社さんのことをあまり本当に気にしないでやっていますので。

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@scriptasias.com



ハローフレッシュさん、日本とイタリアに参入を発表されていて、イタリアでは既にスタートしていることも存じ上げていますが。

どっちかっていうとまだ日本ではミールキットというものが、なんだかわかる人ばかりじゃないとか、ミールキットってなんですかっていう世界でもあるので、マーケットを広げていくフェーズだとは思いますが、一緒にマーケットが広がっていったらいいだろうなとは思っています。というぐらいですかね。

アメリカも、ハローフレッシュさんが入られて、非常にマーケットが大きくなったなとは思っていますので、マーケットが広がっていけばいいだろうなと思いますし。

他の、Amazonフレッシュさんが始まったときとか、楽天マートさんでしたっけ、楽天のスーパーさんが始まったときとか、もうあらゆるときにいろいろ、こういう質問をいただくんですけど。

基本的には多分、インターネットで食材買う人が増えたり、ミールキットを食べたりする人が増えることは、トータルでいうと私達にとってはプラスなこと。その中でわれわれは、そのプレミアムな領域をしっかりと我が道を行くことが大事かなと考えています。

サトウ：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。

NEW ORD 海老名のセンターは、来期中には段階的にコストダウンになるということですが、当初キャパ増対比で稼働受注率が下がる中で、どのように効率化を進めるのでしょうか。もう少し詳しく教えてくださいというご質問です。よろしくお願いします。

高島：はい。物流コストのブレイクダウンをしたときに、賃料とかもあるんですけど、大きいのは人件費なんですよね。

ですから、その稼働率が上がっていない分、賃料というのはちょっと効率悪いんですけど、人件費に関しては、その必要な分だけの雇用をすればいいということ。今回かなりシステム投資してるので、その人件費自体もそんなに必要ないというのがありますので。

説明すれば、構想としては、もともと配送センターというのは賃料とか、電気代とか以上に人件費が一番コスト構造を占めるものではあるので、キャパが多少空いていても、すごいコスト上がっちゃうってことはないです。

今回に関しては、その一番コストの高い人件費の部分をシステム化してるので、それによってコストダウンが図れるかなと考えていますし、稼働率が高くない段階からもその辺の効果が出るかなと考えています。

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@scriptasia.com



サトウ：ありがとうございました。それでは続いての質問に移ります。

以前、らでいっしゅぼーやや大地を守る会について、止血フェーズとおっしゃっていましたが、そのフェーズも終わり、再成長の時期のようにも思います。今後の二つのサービスへの投資と成長のイメージを教えてください。

あるいは、ちゃんと Oisix など、他のサービスの優先順位の方が高いと考えればよいでしょうか。とのご質問です。よろしくお願いいたします。

高島：はい。大地を守る会、らでいっしゅぼーやとともに、少なくとも過去に比べるとかなり良い状態にはできてきていると思います。

十分に自分が満足できるスピード感かという、思ったよりうまくいったことも、思ったより時間かかったこともあったなという感覚であります。

その後に関しては、これは大地を守る会、らでいっしゅぼーやに限らないんですが、ちゃんと Oisix とか、Kit Oisix とか、PURPLE CARROT とか。そういうもの全てそうなんですけど、相対的な優先順位の決め方ってしてなくて。

数字で、お客様のライフタイムバリューと、一人のお客様からいただけるお金と、一人のお客様を獲得するのにかかるお金が、ある水準を上回ったらどんどん投資をしようというルールになってます。

実際、上限までみんな投資して、上限に達するとプロモーションができなくなるので、より改善活動を進めるっていうことをずっとやってきてるんですけど。

そういう意味ではどの事業に関しても、今の実力の上限まではどんどん投資をすることになるので、優先順位という形ではなくて、サービスの構築ができればやってくと。どんどん投資していくという感じです。

これさっき、Oisix の中で申し上げたのにちょっと似てるんですけど、今はちゃんと Oisix だと 10 万人はいくかもしれないけど、20 万人は多分いかないなという。今のままだといかないな思っています。

テコ入れが、20 万人いかすには必要だなと思ってますし、もともとあった旬のサービス 7 万人ぐらいなもの 10 万人まで頑張ってもいかないかもなあ、みたいな感じがあります。

Kit Oisix に関しては 20 万人を 30 万人、50 万人ぐらいまでいかせられるんじゃないかと思ってますけど。

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@scriptasia.com



そういう意味で、例えば、ふぞろい Radish とか大地を守る会の健康なサービスとか、この辺がちよっとずつ、ちよっとずつ始まってんですが。やりながら、どれぐらいの規模のサービスになるかということを見極めて、そこにいくまではそのサービスで頑張る。それを超えそう、それに達してしまいそうになる前に、また新しいサービスを考えるという、この繰り返しかなと思っています。以上です。

サトウ：ありがとうございます。それでは時間の都合上、最後の質問・回答とさせていただきます。

現在、キャッシュが130億円ほどあるかと思いますが、キャッシュの保有水準の考え方を教えてください。また、今後の現預金の使い道や、取得した自社株の使い道についても考えている点が教えてください。そのご質問です。よろしくお願いします。

高島：はい、キャッシュですね。いろいろ難しい質問なんですけど。

できれば月額固定費の12ヶ月分は、その過去のいろんなトラブルでキャッシュがなくなって潰れてしまう会社とかを見ていると、売上が上がらなくても1年間生きていける、固定費の1年分ぐらいは保有しておきたいというのがそもそもの考え方としては、ずっと持っています。

それに加えて、今後の使い道ということですが。一つは今回やってる新しい海老名も40億ぐらいですが、今後のフードレスキューセンターそれほどでもないひと桁億だと思うんですけど、厚木のセンターも40億ぐらいかかりますし。今後、関西とかを考えていくとさらに、またそれなりにお金が出ていくということ。

設備投資系で、比較的今までとはひと桁違う形の投資をしっかりとしていくということ。それからM&Aのチャンスがあればそれは実行していくということが、大きな今利益を出しながらやりますので。

そういうようなプロモーションコストとかは、全部もう稼いだお金の中でプロモーションしていけばいいと思ってるのですが、設備投資の部分と、それからいわゆるM&A投資の部分、この辺が今後のお金の使い道だろうなと思ってます。

M&Aの方に関しては、もう本当に良い話があって、良いタイミングがあれば実行していくということで、それはかなり相手のご都合に合わせてながらやっていくことになると思うので。タイミングに関してですし、それから、キャッシュの方がいいのか、自社株というか当社株の方がいいのか。それは、相手のご都合に合わせてながら、使い分けていく形になるかなと思っています。以上です。

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@scriptasia.com



サトウ：ありがとうございました。それでは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。

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。失礼いたします。

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ついては[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@scriptasia.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@scriptasias.com

