



2025年3月期 決算説明資料

オイシックス・ラ・大地株式会社
2025年5月15日

1 **2025年3月期実績**

2 **2026年3月期予想**

3 **セグメント別概況**

4 **中長期目標**

5 **参考資料**

「これからの食卓、これからの畑」

より多くの人々が、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

25年3月期 実績

- (全体) シダックスグループの連結子会社化により、過去最高の売上高2,560億円、EBITDA128億円を達成
- (BtoC) サービス・プロダクトの質向上及び送料改定を踏まえたARPU増加、冷蔵・冷凍2個口比率の低減による配送コスト削減と自社製造比率を増加させたことによる原価改善により、Oisixの利益率は11.5%で過去最高水準
- (BtoB) シダックスグループの連結子会社化により増収した一方、賃上げ及び下半期の食材高騰により利益率は悪化

26年3月期 予想

- (全体) BtoC及びBtoBサブスクの収益性改善により、売上高2,700億円、EBITDA140億円の見通し
- (BtoC) サービス・プロダクトの質向上によるARPU増加に加え、継続的な原価改善により収益性改善を進める方針
- (BtoB) 高齢者施設・社食・保育を中心に、業務用ミールキットや調理済食品の活用により、給食現場での少人数での運営を実現する「タイパ給食モデル」を構築し、横展開を加速。並行してシフト管理・食材管理などの店舗運営の標準化、赤字契約解消を含む価格適正化を実施。通期では、25年3月期上半期と同水準の利益率に回復見通し

中長期 目標

- 中長期戦略に基づく2030年目標（EPS、主要KPI、キャピタルアロケーション）を設定
- オーガニック成長に加え、特にBtoB（給食）領域にてM&Aを活用し、今後5年でBtoC + BtoBサブスクの売上を3,000億円まで伸ばし、セグメント利益を2倍（CAGR15%）に拡大させることで、全社の調整後EPSも1.7倍（CAGR11%）に拡大する方針
- 創業以来初の配当及び機動的な自己株取得により、配当性向15%（総還元性向15-30%）を目安とする株主還元を実施

1. 2025年3月期実績

25年3月期実績サマリ

Oisix ra daichi

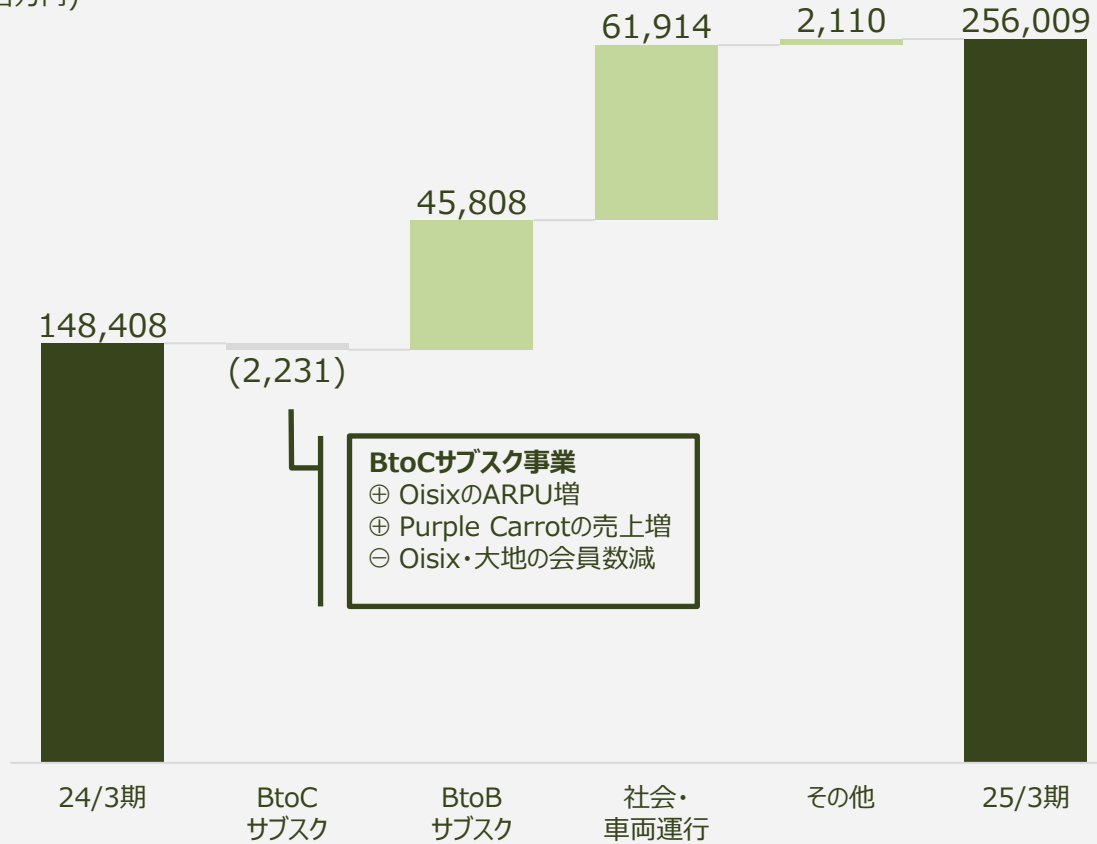
	24/3期	25/3期	25/3期	対前年 増減	対予想 増減
	実績	当初予想	実績		
(百万円)					
売上高	148,408	255,000	256,009	+72.5%	+0.4%
EBITDA	8,241	11,000	12,800	+55.3%	+16.4%
営業利益	5,125	7,000	6,864	+33.9%	(1.9%)
当期 純利益	4,108	3,200	3,638	(11.4%)	+13.7%

ハイライト

- シダックスグループの連結子会社化により大幅増収し、当初予想と同水準で着地
- BtoCサブスクは、会員数は伸び悩んだものの、サービス・プロダクトの質向上及び送料改定によるARPU増加により、当初予想を上回って着地
- BtoBサブスクは、シダックスグループの連結子会社化により増収した一方、賃上げ及び下半期の米等の食材の高騰により利益率は悪化し、当初予想を下回って着地
- 社会・車両運行サービスは、順調に推移し、当初予想を上回って着地
- 当期純利益は、子会社CVC出資先の株式売却等の営業外・特別利益が発生した一方、調査費用等の営業外・特別損失が発生。結果として、当初予想を上回って着地

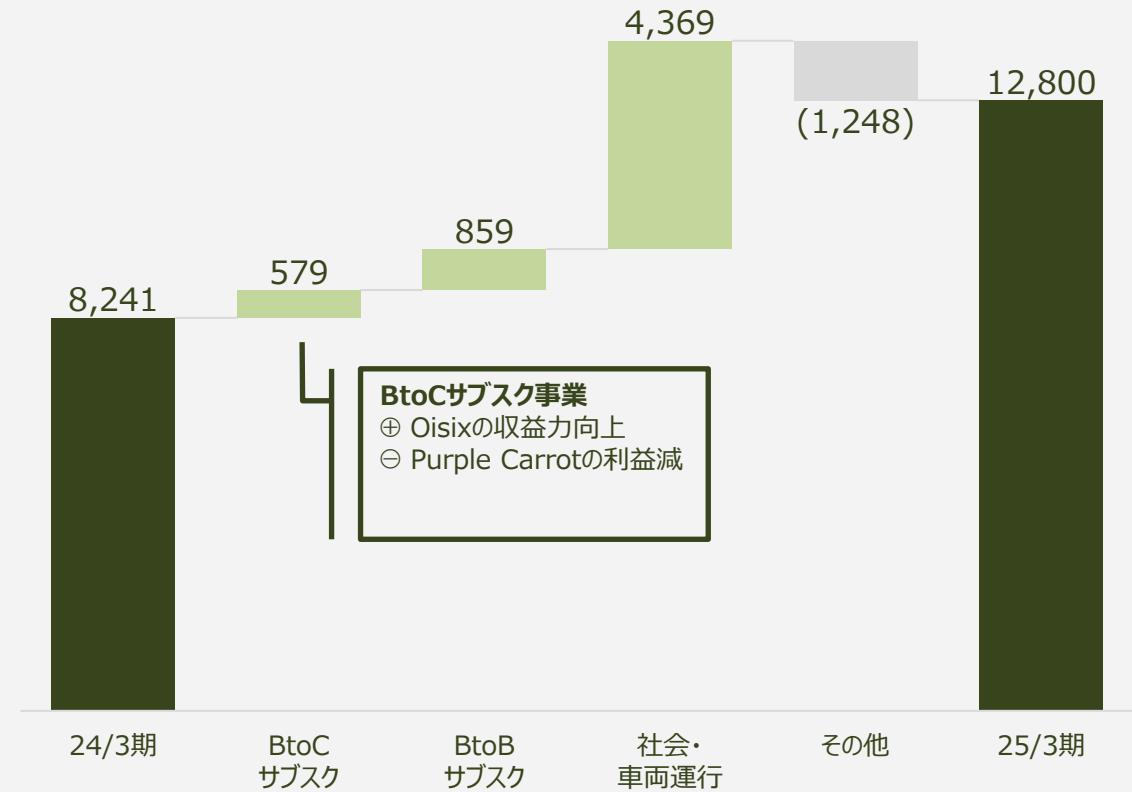
売上高

(百万円)



EBITDA

(百万円)



* 売上（その他）は、その他事業、連結調整を含む

* EBITDA（その他）は、その他事業、全社費用その他、のれん・減価償却費を含む

セグメント売上高

(百万円)	25/3期 4Q	YoY	25/3期 通期	YoY
BtoCサブスク	23,015	(2%)	97,152	(2%)
Oisix	14,423	(1%)	59,662	(4%)
大地を守る会	2,513	(3%)	10,753	(5%)
らでいっしゅぼーや	3,869	(1%)	16,642	+0.3%
Purple Carrot	2,208	(1%)	10,093	+11%
BtoBサブスク	14,824	+8%	60,784	+306%
社会サービス	13,133	+15%	52,352	+360%
車両運行サービス	6,775	+9%	27,174	+336%
その他事業	5,369	+24%	21,138	+17%
連結調整	(734)	-	(2,592)	-
売上高	62,383	+6%	256,009	+73%

調整後セグメント利益

(百万円)	25/3期 4Q	YoY	25/3期 通期	YoY	通期 利益率
BtoCサブスク	2,154	+1%	9,625	+6%	9.9%
Oisix	1,536	+6%	6,857	+16%	11.5%
大地を守る会	338	(6%)	1,548	(7%)	14.4%
らでいっしゅぼーや	330	(17%)	1,669	+1%	10.0%
Purple Carrot	(51)	-	(449)	-	(4.5%)
BtoBサブスク	265	(47%)	1,377	+166%	2.3%
社会サービス	542	+24%	2,565	+486%	4.9%
車両運行サービス	584	+15%	2,748	+443%	10.1%
その他事業	206	+8%	1,185	(4%)	5.6%
全社費用その他	(2,798)	-	(10,636)	-	-
営業利益	953	+15%	6,864	+34%	2.7%
のれん・減価償却費	1,542	-	5,935	-	-
EBITDA	2,496	+14%	12,800	+55%	5.0%

* Oisix、大地を守る会、らでいっしゅぼーやは調整なし。他のセグメントは、調整後セグメント利益＝セグメント利益（短信）＋M&Aに係るのれん及び無形固定資産償却費等（後頁同様、詳細はデータシート参照）
* Purple Carrotは、決算期末が12月のため、3ヶ月遅れで連結

2. 2026年3月期予想

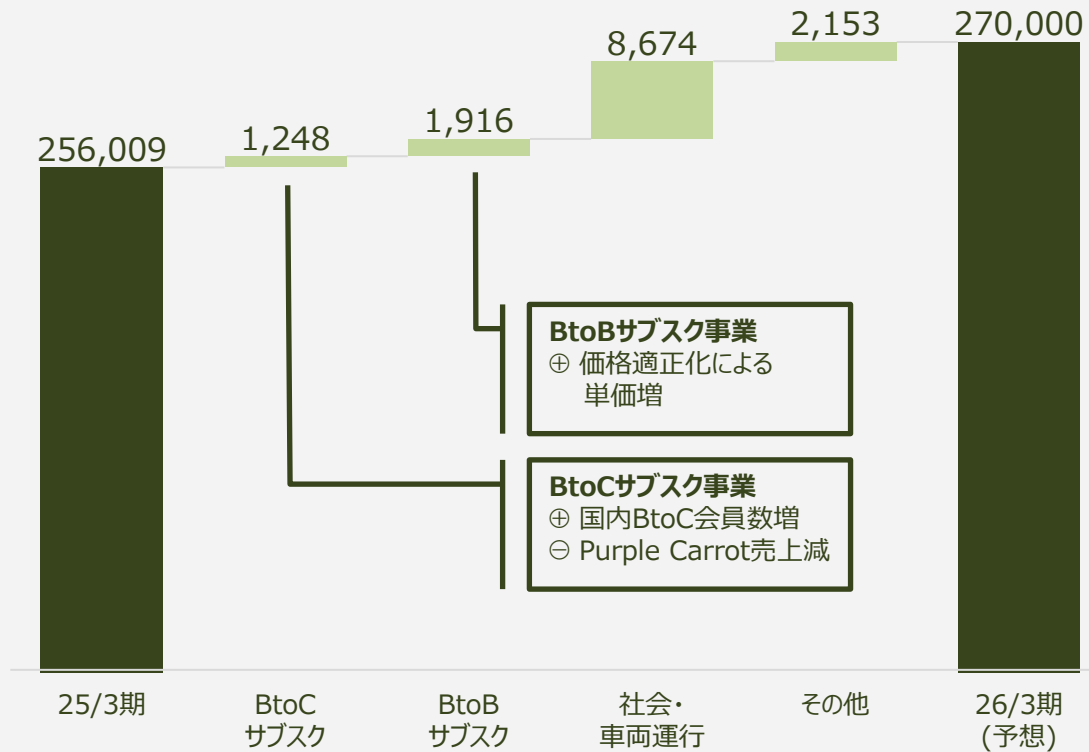
26年3月期予想サマリ

Oisix ra daichi

	25/3期	26/3期	対前年 増減	ハイライト
	実績	予想		
(百万円)				
売上高	256,009	270,000	+5.5%	BtoCサブスクは、サービス・プロダクトの質向上によるARPUの増加、BtoBサブスクは、価格適正化に加え、高齢者施設・社食・保育等の重点領域の新規契約件数を増加させることで、増収の見通し
EBITDA	12,800	14,000	+9.4%	- 増収に伴う増益に加えて、BtoCサブスク、BtoBサブスクの収益性改善による増益を予想 - BtoCサブスクは、ARPU増加及び継続的な原価改善により収益性改善見通し。下半期には、認知度向上を目指し、SNSやテレビなどのメディア活用を検討する方針
営業利益	6,864	8,000	+16.5%	BtoBサブスクは、タイパ給食モデルの確立・横展開、シフト管理・食材管理などの店舗運営の標準化、赤字契約解消を含む価格適正化により収益性は改善する見通し
当期 純利益	3,638	4,000	+9.9%	連結子会社、持分法適用会社が多いため、業績進捗によって一時的な損益が発生する可能性あり

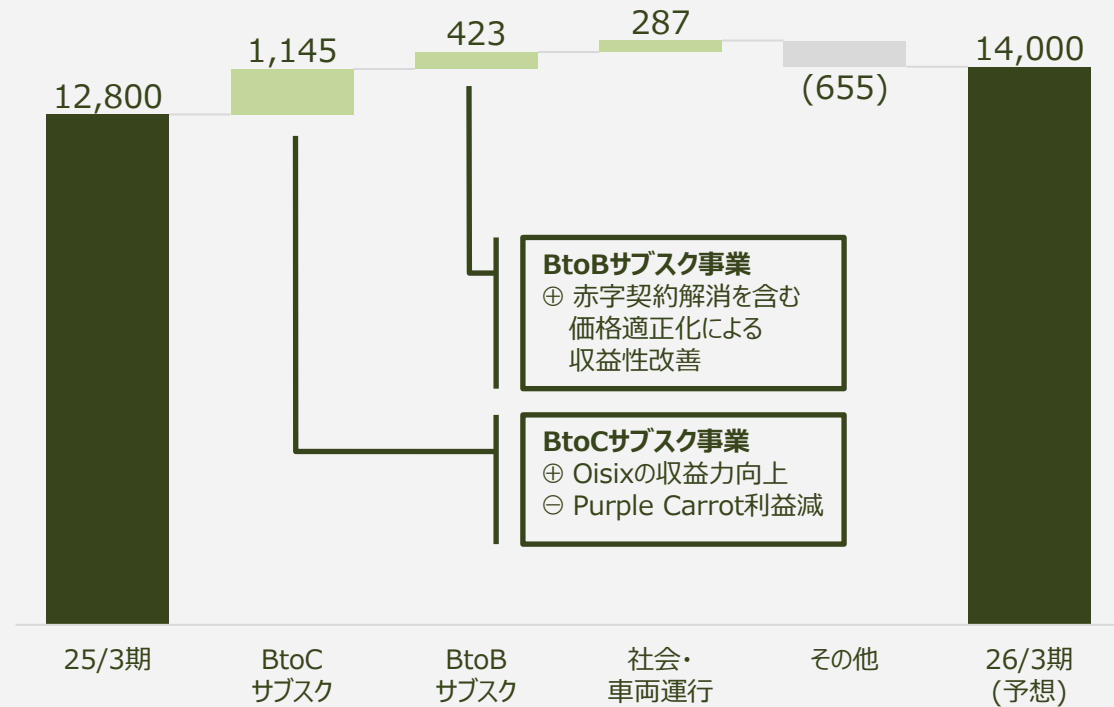
売上高

(百万円)



EBITDA

(百万円)



* 売上（その他）は、その他事業、連結調整を含む

* EBITDA（その他）は、その他事業、全社費用その他、のれん・減価償却費を含む

セグメント別売上高・利益予想

Oisix ra daichi

セグメント売上高

(百万円)	25/3期 実績	26/3期 予想	YoY
BtoCサブスク	97,152	98,400	+1%
Oisix	59,662	62,300	+4%
大地を守る会	10,753	11,000	+2%
らでいっしゅぼーや	16,642	17,600	+6%
Purple Carrot	10,093	7,500	(26%)
BtoBサブスク	60,784	62,700	+3%
社会サービス	52,352	57,200	+9%
車両運行サービス	27,174	31,000	+14%
その他事業	21,138	23,000	+9%
連結調整	(2,592)	(2,300)	-
売上高	256,009	270,000	+5%

調整後セグメント利益

(百万円)	25/3期 実績	26/3期 予想	YoY	通期 利益率
BtoCサブスク	9,625	10,770	+12%	10.9%
Oisix	6,857	7,900	+15%	12.7%
大地を守る会	1,548	1,600	+3%	14.5%
らでいっしゅぼーや	1,669	1,800	+8%	10.2%
Purple Carrot	(449)	(530)	-	(7.1%)
BtoBサブスク	1,377	1,800	+31%	2.9%
社会サービス	2,565	2,800	+9%	4.9%
車両運行サービス	2,748	2,800	+2%	9.0%
その他事業	1,185	1,300	+10%	5.7%
全社費用その他	(10,636)	(11,470)	-	-
営業利益	6,864	8,000	+17%	3.0%
のれん・減価償却費	5,935	6,000	-	-
EBITDA	12,800	14,000	+9%	5.2%

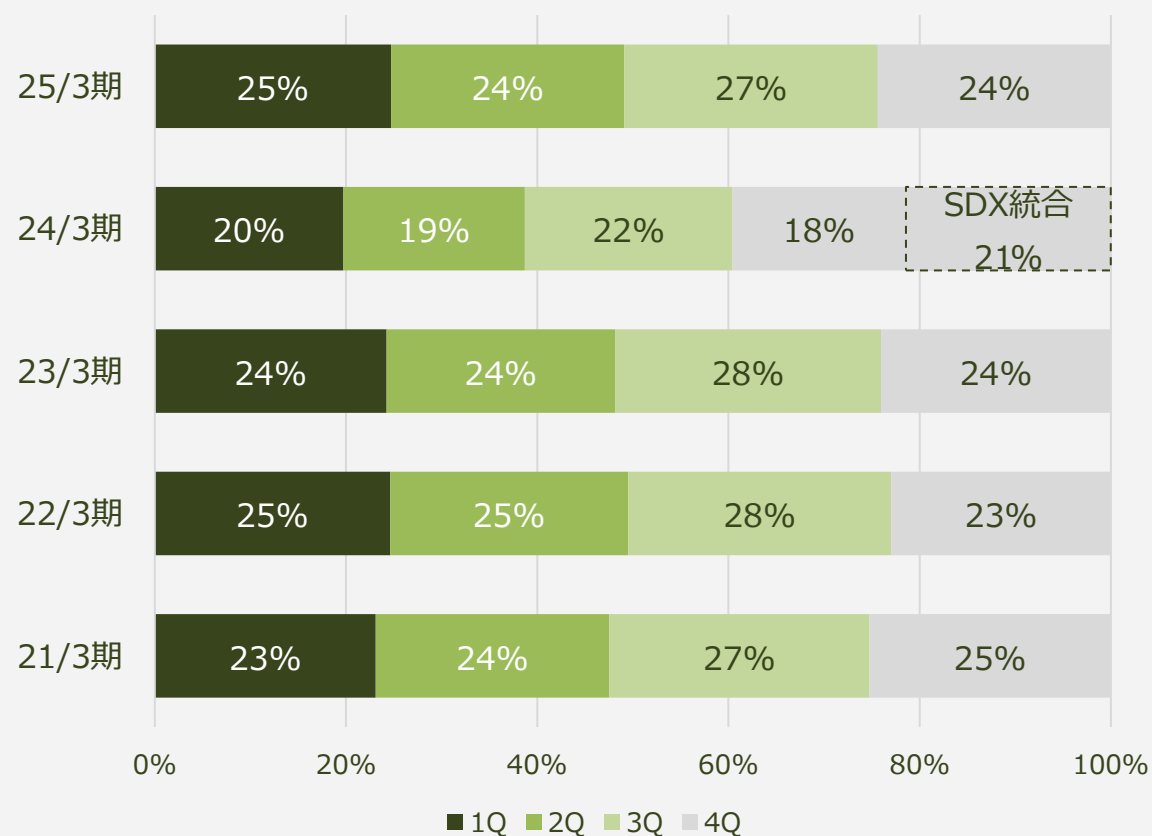
* Oisix、大地を守る会、らでいっしゅぼーやは調整なし。他のセグメントは、調整後セグメント利益＝セグメント利益（短信）＋M&Aに係るのれん及び無形固定資産償却費等（後頁同様、詳細はデータシート参照）
 * Purple Carrotは、決算期末が12月のため、1月～12月が連結対象（3ヶ月遅れで連結）

(参考) 売上高・EBITDAの四半期進捗

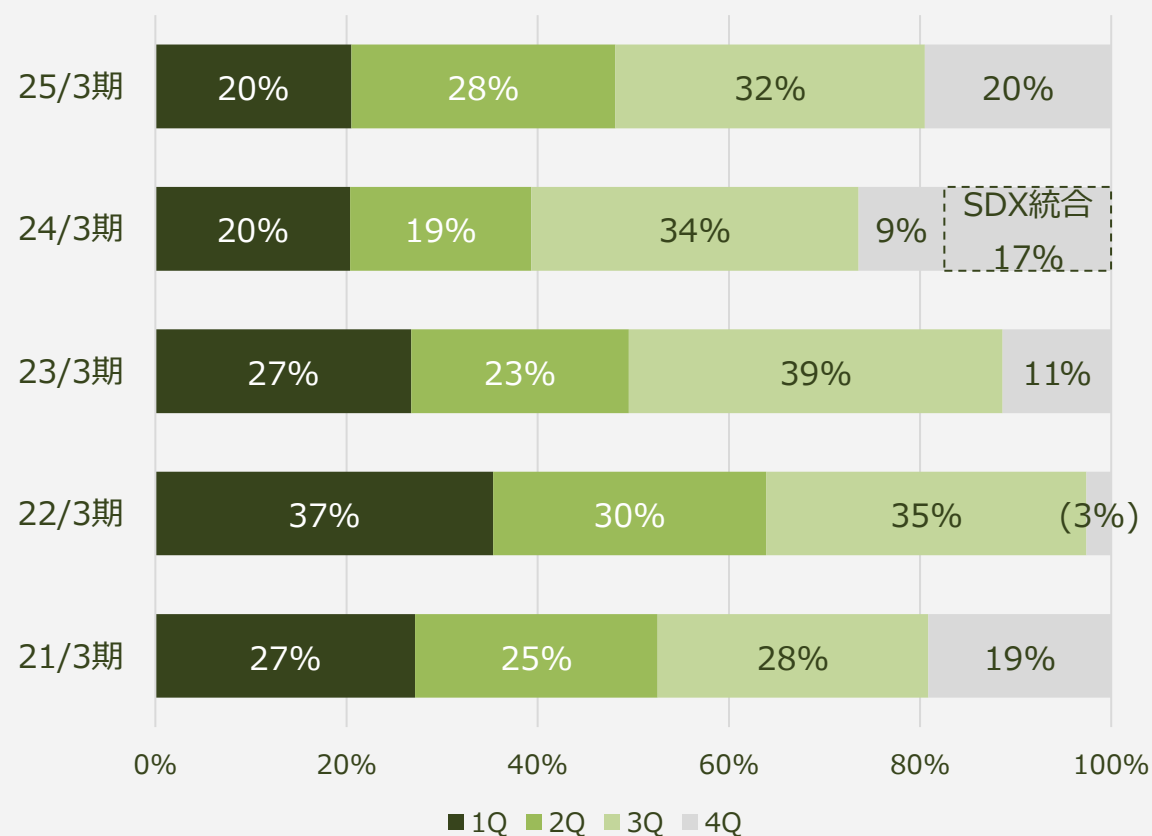
Oisix ra daichi

- EBITDAは、年末商戦の影響もあり、3Qに増加し、4Qに減少する傾向
- 26/3期の利益は、下期偏重を想定。但し、M&Aの影響により、想定と異なる進捗となる場合あり

売上高



EBITDA

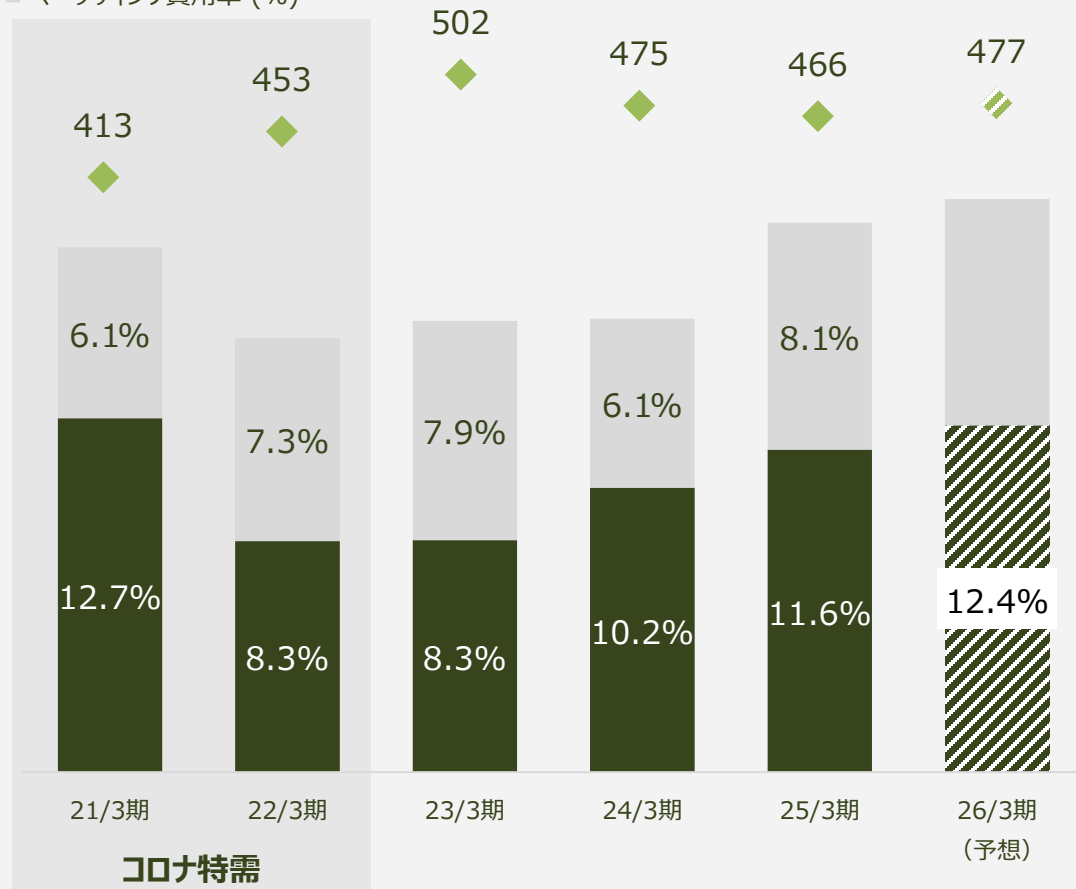


* 24/3期は、シダックスグループ（SDX）統合（4Q単体のみ連結）の影響が大きいため、内訳として記載

3. セグメント別概況

（国内3ブランド）会員数及びセグメント利益率

◆ 会員数 (千人) ■ セグメント利益率 (%)
■ マーケティング費用率 (%)



ハイライト

- 2020年からのコロナ禍において、会員数及びARPUは大幅に増加。さらに、コロナ収束後の23/3期4Qに特別追加PR費を大幅に投入。会員数は一時的に大きく増加したものの、早期退会会員の増加を招く
- このため、24/3期は費用対効果を重視した新規会員獲得に方針転換。広告効率の良い会員獲得に注力した結果、直近は会員数が減少傾向
- 一方、サービス・プロダクトの質向上及び送料改定を踏まえたARPU増加により、25/3期の（マーケティング費用影響を除く）利益率は、22/3期対比大きく改善
- 26/3期の下半期には、認知度向上を目指したSNSやテレビなどのメディア活用を検討し、25/3期対比で会員数の純増を見込む

Oisix

- 会員ニーズ分析に基づくサービス・商品展開による、推奨定期ボックスの質が向上。その結果、定期ボックス残存率（推奨商品の購入割合）は大幅に改善し、ARPUが向上
- ポケモン、地球の歩き方、グランメゾン等とのコラボ商品に加え、北海道、イタリア、ハワイ等に焦点を当てた人工催事を含めた、52週連続の特集を展開。これにより、魅力的な売り場が常に形成され、ARPUが向上
- 温めるだけで野菜たっぷりの食卓が完成するデリOisixは、25年1月中旬のコース開始後、予想以上の会員増により一時的に新規受付停止。2月末より事前受付を再開し、開始2か月の3月末でコース人数は10,000人突破（過去最速ペース）

大地を守る会

- 大手調査会社による食材宅配サービスの顧客満足度調査で首都圏の部門で1位を獲得。「食材の品質」で初の1位
- 50代以上で食の質を求める会員層に向けたサービス開発を推進。希少性の高い果物や短角牛といった食材の訴求に奏功
- 柑橘、スイカ、梨などの旬の果物・野菜の予約販売がARPU増加に貢献。冷凍餃子・ハンバーグ等のチルド商品の開発・投入による「おかずコース」の会員数増加に兆しあり

らでいっしゅ ぼーや

- 大手調査会社による食材宅配サービスの顧客満足度調査で東海・近畿の部門で2年連続1位を獲得。首都圏でも総合3位
- 旬の果物や野菜をサブスクで食べ比べできる「制覇シリーズ」が好調に推移し、会員数とARPU双方への寄与
- インフルエンサーとのコラボ商品として「野菜のために本気で作った野菜ドレッシング」発売など、SNS等を活用した新たな会員獲得手法が奏功し、会員数は増加傾向

コラボ商品



売り場特集



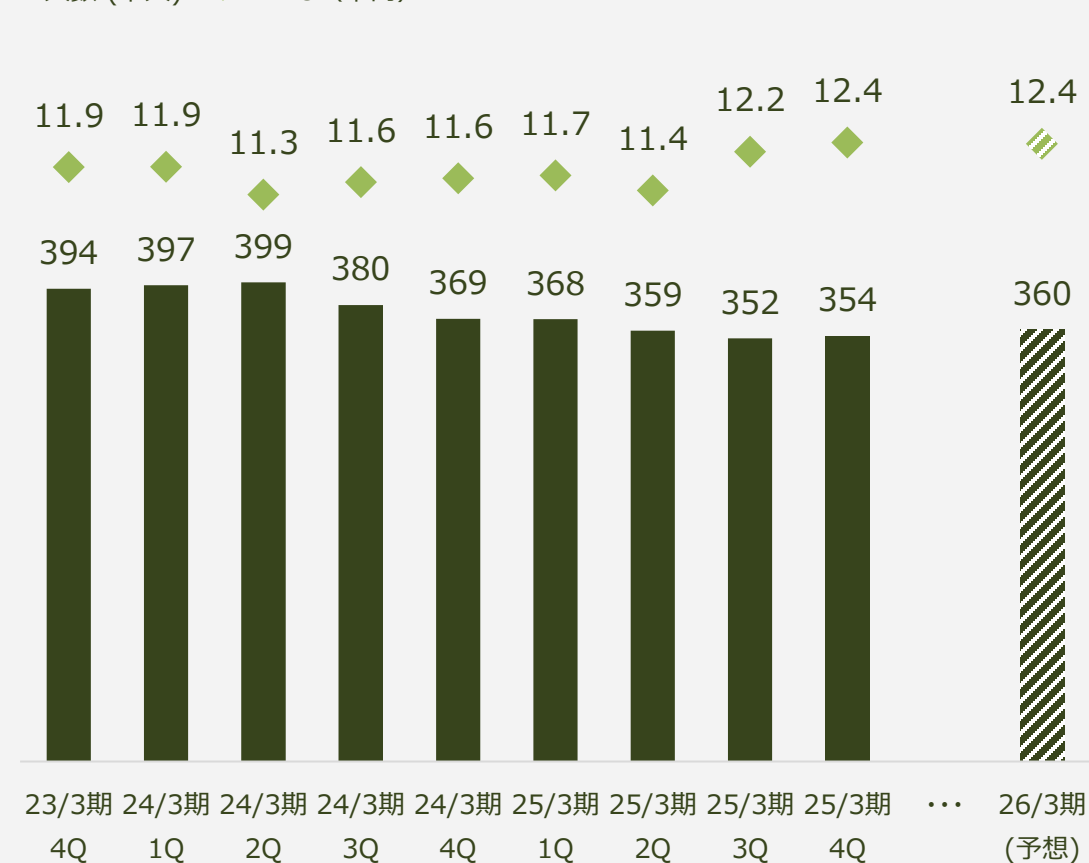
デリOisix



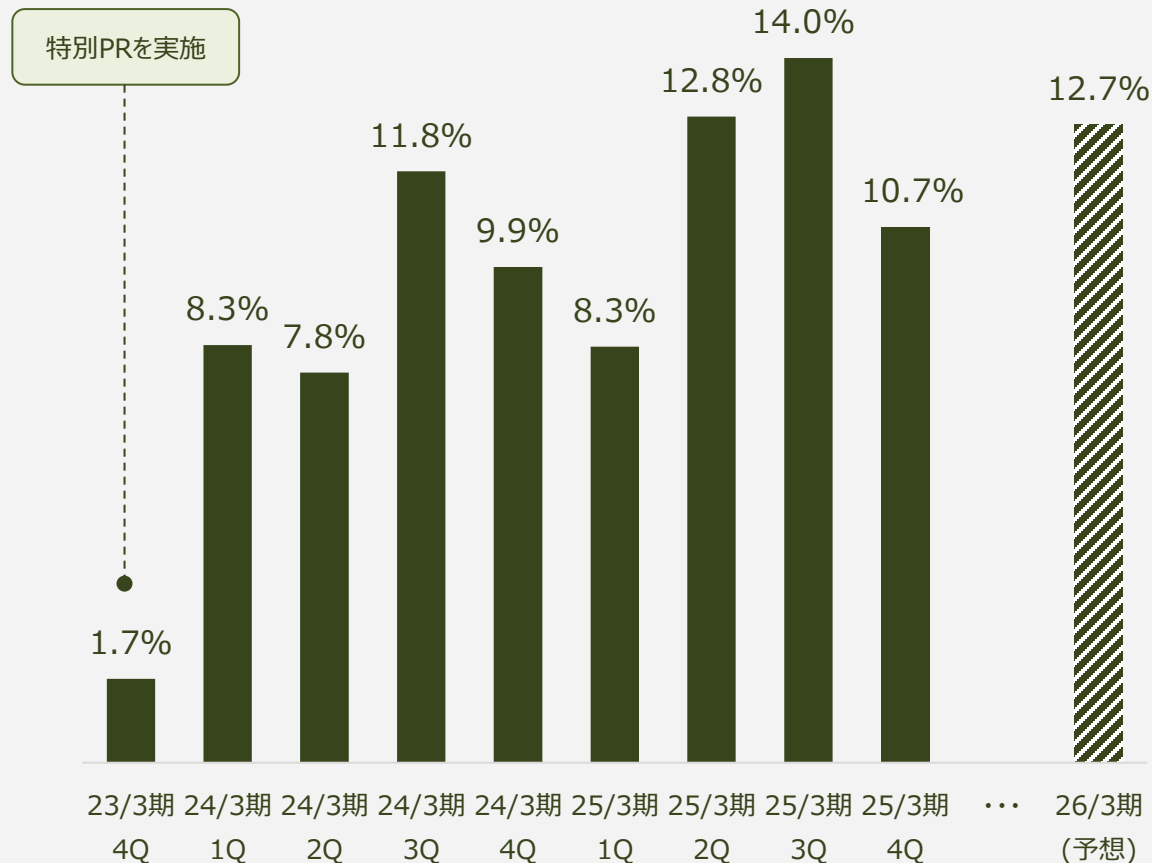
- サービス・プロダクトの質向上及び送料改定によるARPU増加により、利益率は過去最高水準
- 26/3期の下半期には、認知度向上を目指したSNSやテレビなどのメディア活用も視野に入れ、会員数の純増を目指す

会員数及びARPU

■ 人数 (千人) ◆ ARPU (千円)



セグメント利益率



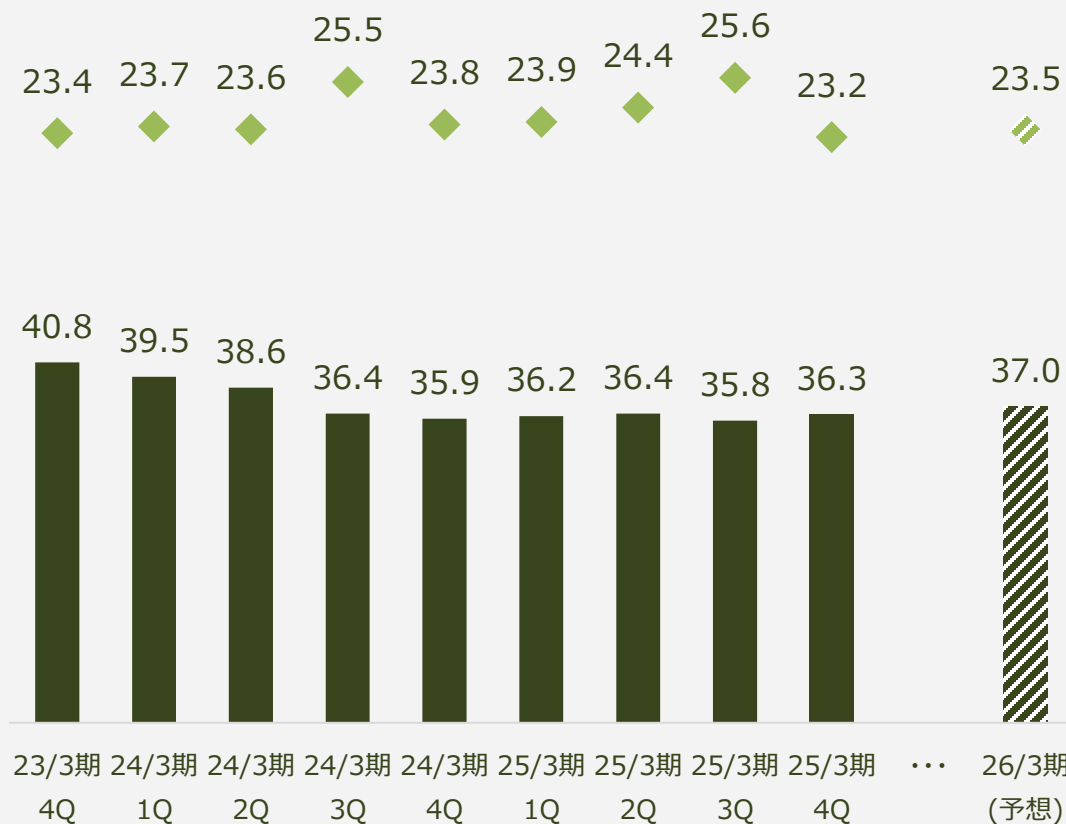
BtoCサブスク - 大地を守る会・らでいっしゅぼーや

Oisix ra daichi

- 大地を守る会：「子育てを終えた50代以降の層」に向け、食の「学び・体験」を実現させる新サービスにより、さらなる会員数拡大を企図
- らでいっしゅぼーや：野菜を活用したオリジナル献立がセットになった「お野菜献立コース」のローンチにより、さらなる会員数拡大を企図

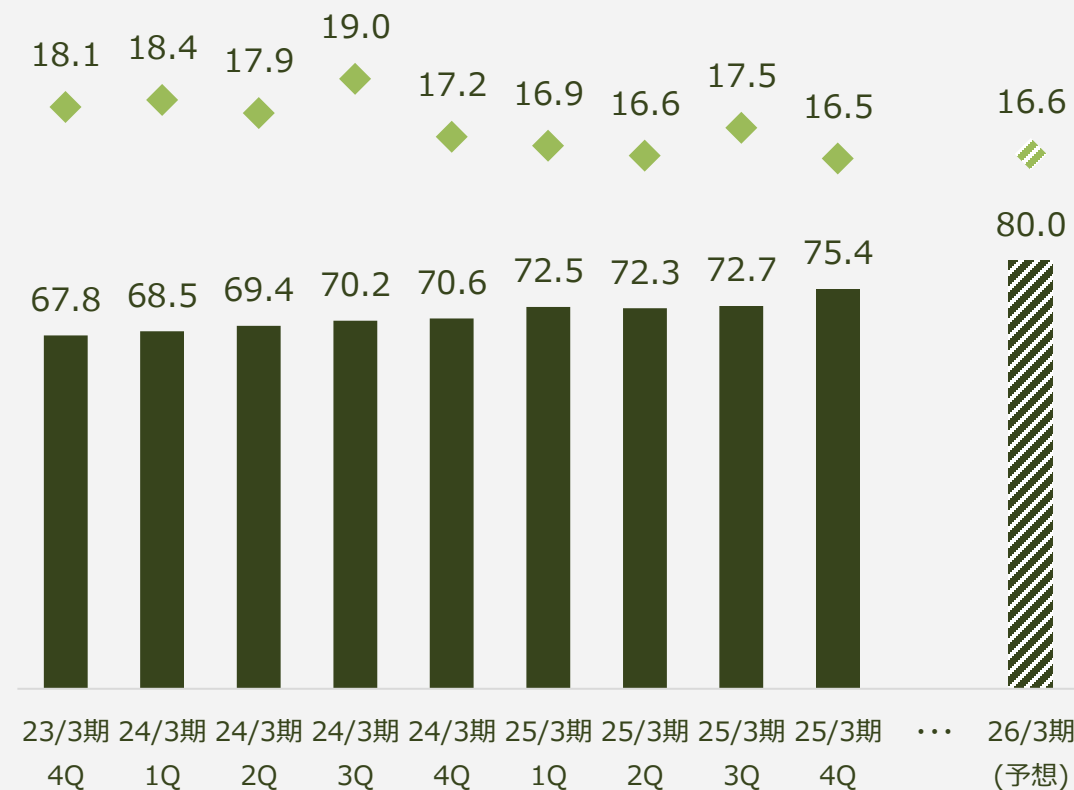
大地を守る会

■ 人数 (千人) ◆ ARPU (千円)

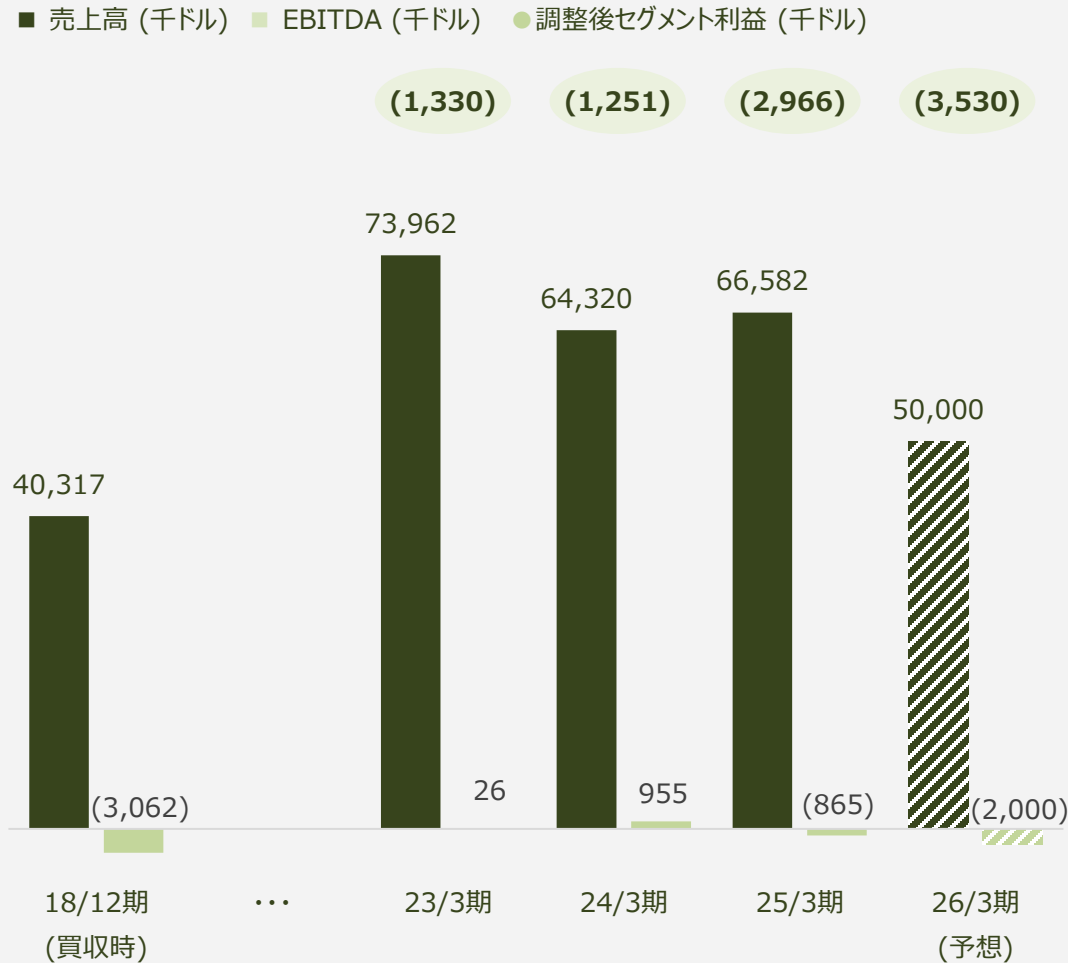


らでいっしゅぼーや

■ 人数 (千人) ◆ ARPU (千円)



売上高・利益



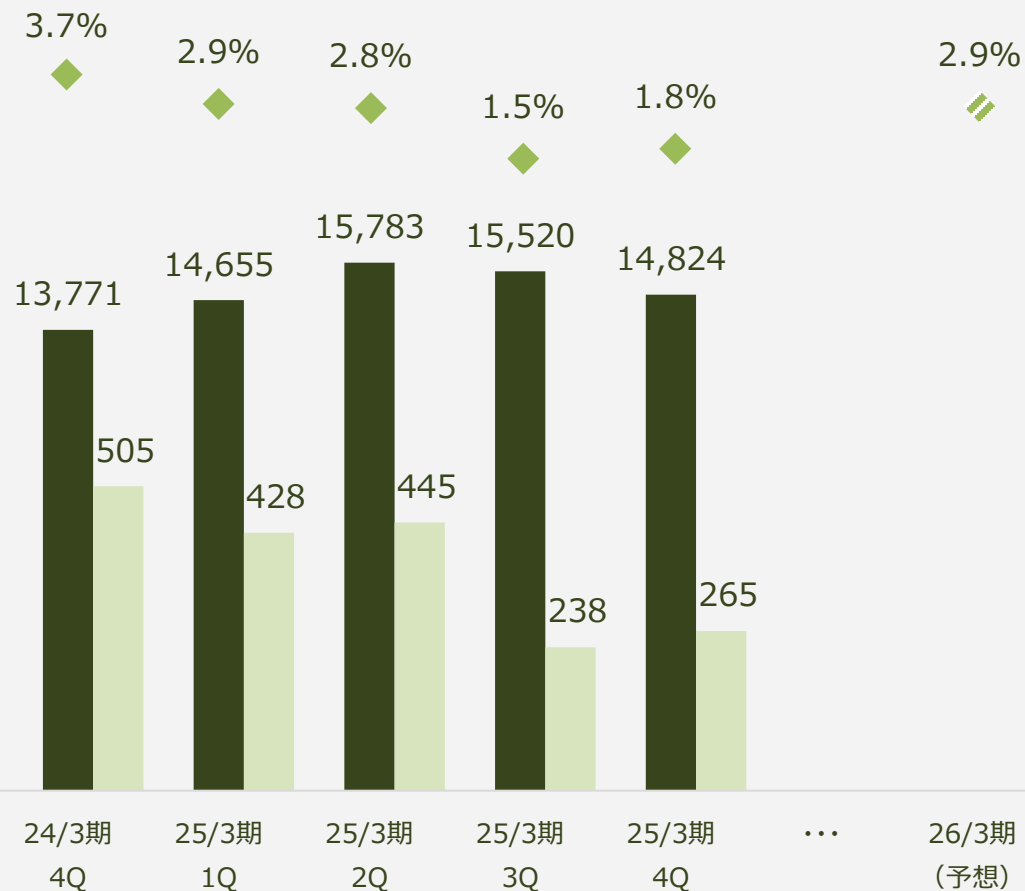
* 調整後セグメント利益は、25/3期の定義に併せて再算出

ハイライト

- 2019年の子会社化以降、コロナ禍の追い風や効果的なプロモーション費の投下により会員数が伸長し、売上は増加。物流拠点の最適化、組織体制のスリム化などを実施し、EBITDAの赤字幅は連結子会社化前対比、縮小
- 25/3期は、テレビ番組によるプラントベースの関心の高まりを背景に、1Qに戦略的に新規プロモーション費を投下。新規会員獲得が想定を上回り、配送料改定などの効果も踏まえ、売上高は増収で着地
- 26/3期は、継続して原価改善等を進める方針であるものの、赤字は継続する見通し。新規PR費を投下した、26/3期1Q（アメリカの1-3月）の調整後セグメント利益は、～1,500千ドルの赤字見込み

売上高・調整後セグメント利益

■ 売上高 (百万円) ■ 調整後セグメント利益 (百万円) ◆ 調整後セグメント利益率



ハイライト

- 25/3期は、賃上げ及び米を中心とした食材の高騰が特に下半期に顕著となってきており、また、シダックスグループとしては約20年ぶりの給与ベースアップ等の待遇改善を実施した結果、利益率は悪化
 - 施設数（4Q実績）：2%増加（前年同期対比）
 - 食材費（4Q実績）：6%増加（前年同期対比）
 - 人件費（4Q実績）：4%増加（前年同期対比）
- 26/3期は、高齢者施設・社食・保育を中心にタイパ給食モデルを構築し、横展開を加速。並行してシフト管理・食材管理などの店舗運営の標準化、赤字契約解消を含む価格適正化を実施。通期の利益率は、25年3月期上半期と同水準の2.9%に回復見通し
 - 食材費・人件費単価は前年対比5%程度増加を想定

メディカル

- 原材料や人件費の高騰の課題に対して、店舗別・契約形態別の収益構造の見える化や赤字店舗の洗い出しを進め、その結果を踏まえて価格適正化交渉を実施（26/3期も進行中）
- 高齢者施設セグメントでは、Oisixの厳選食材の活用やOisix監修のメニュー提供など、食事の付加価値の点において他の施設と差別化された食体験を創出。ベネッセスタイルケアが運営する有料老人ホーム「グランダ国立」や「リハビリホームグランダ高槻」での食事提供を開始
- 保育園セグメントでは「タイパ給食モデル」の構築が進み、調理時間が最大50%、食材費・人件費が最大22%削減など、従来のミールキットのモデルからさらに進化した新モデルを開発。システム面でも、献立発注の新システムをシダックスと協働して保育園向けに提供開始

コントラクト

- 25年3月に、Oisixの野菜をふんだんに使ったメニューやミールキット、シダックスの給食運営ノウハウ、ノンピの空間演出力、といったグループ会社のノウハウを結集した職域食堂である「雨晴食堂」をゲートシティ大崎にオープン。オフィス向け給食のショールームとしても活用を企図
- 現地での料理人雇用や食材仕入れが不要な、「現地調理をしない社食（キッチンレス社食）」という新たな社食モデルを確立したノンピとの協働を加速し、大手金融機関をはじめとした社員食堂の案件獲得も順調に進捗

メディカル

ベネッセスタイルケアが運営する高齢者施設にて提供



保育園セグメントではタイパ給食モデルがさらに進化



コントラクト

Oisixで人気のビビンバ丼などのメニューを提供



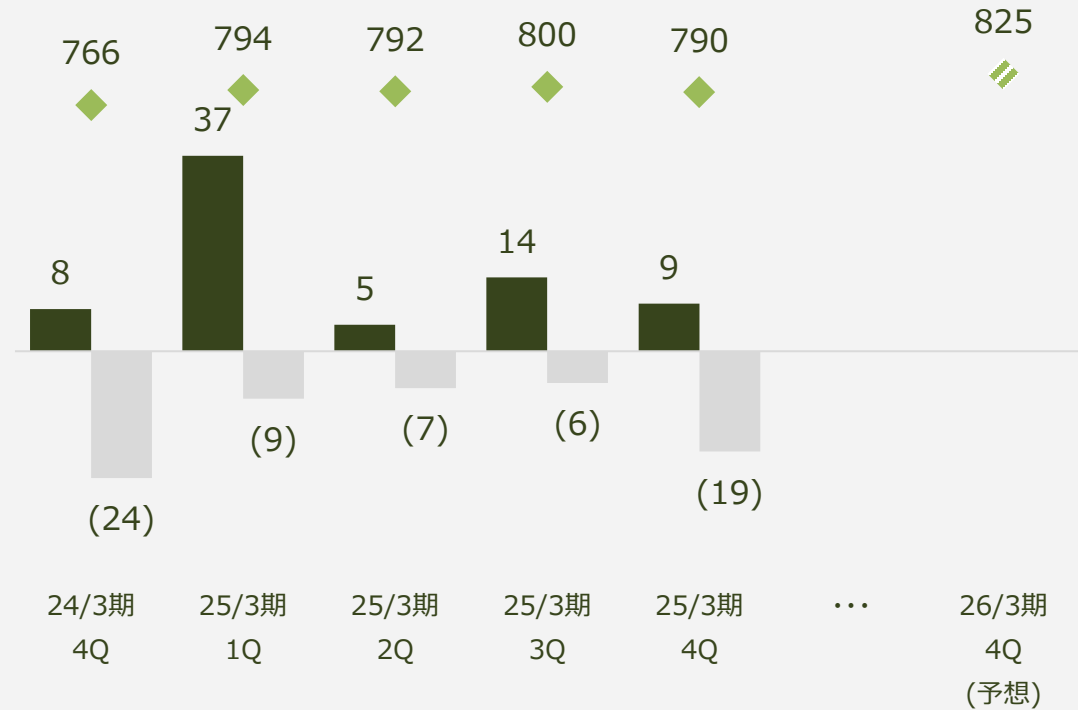
Oisixの食材を使ったサラダバーなど野菜を楽しめるメニューを提供（雨晴食堂）



- 撤退を辞さない価格適正化交渉を実施するため契約施設数の伸びは緩やかになる見込みだが、高齢者施設・社食・保育を中心に年間を通して新規契約件数は増加見込み。4月開始の年間契約が多いため、契約施設数は年度切り替えの4月に増加

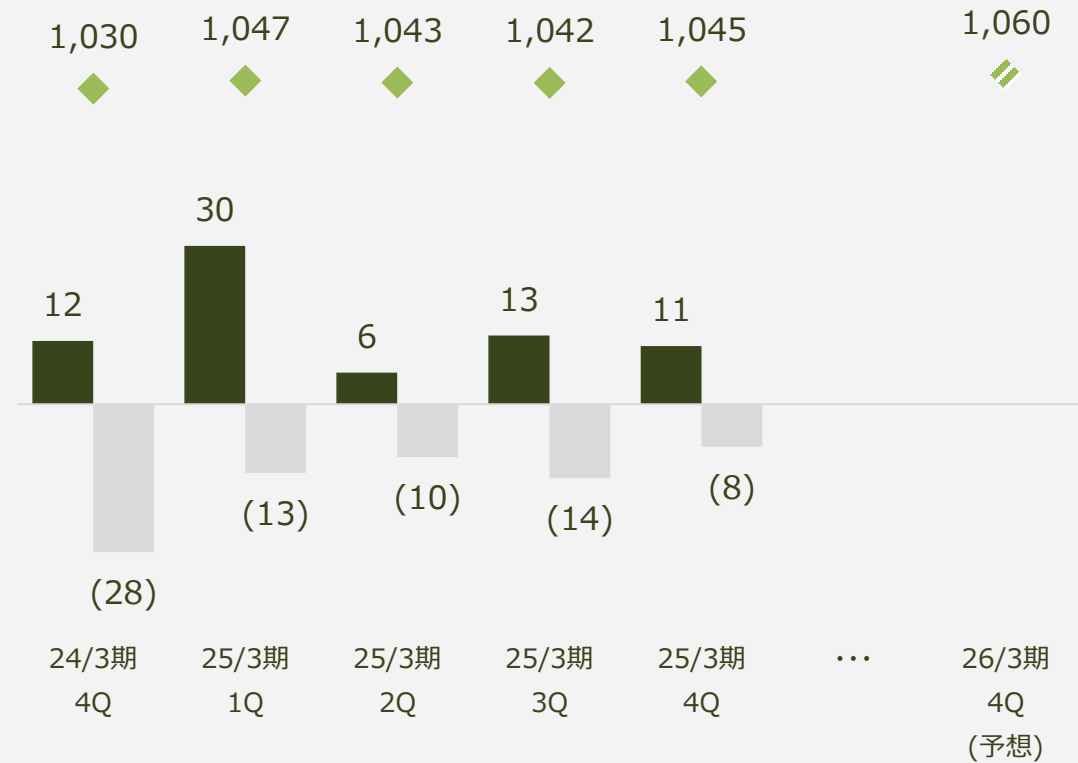
メディカル

■ 増加 ■ 減少 ◆ 契約施設数 (施設)



コントラクト

■ 増加 ■ 減少 ◆ 契約施設数 (施設)

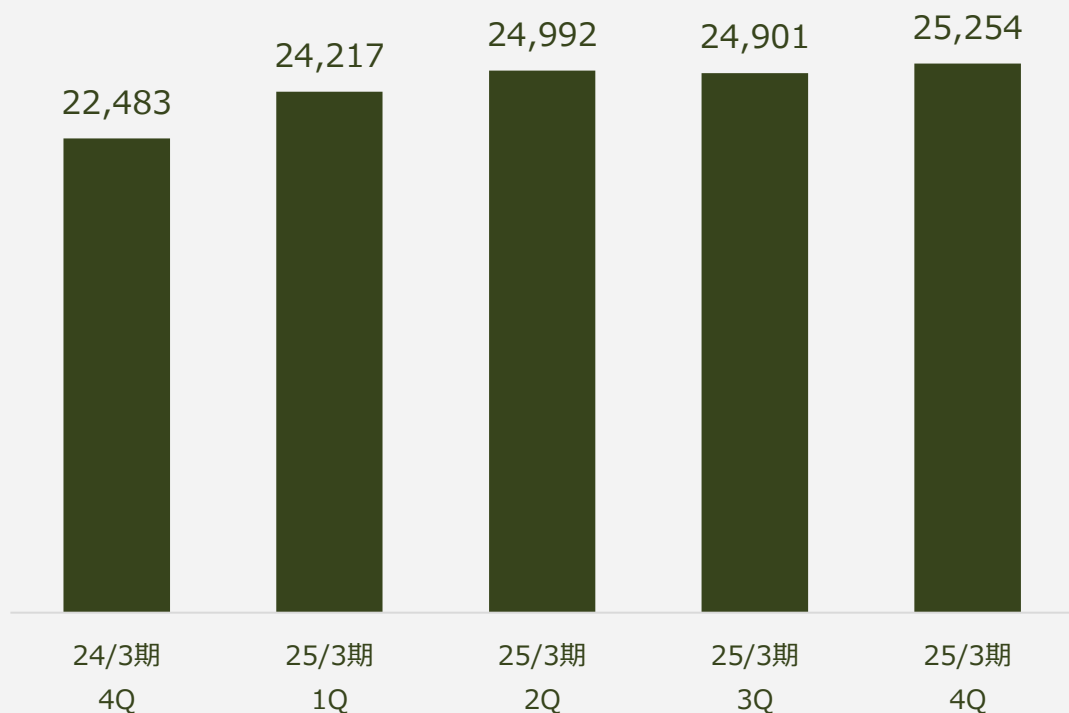


* メディカル：病院、特養・老健、高齢者施設、保育等、コントラクト：工場、オフィス、寮・保健所・研修所、大学、短大、金融機関支店等

- 「学童保育」の新規契約が好調に推移し、当初見通しを上回って着地。「学校給食」は、BtoBサブスクと密に連携し、事業を進める方針
- 管理人員と売上高は概ね連動しており、年度切り替えの4月に増加。利益率は3Qが高く、4Qが低い傾向

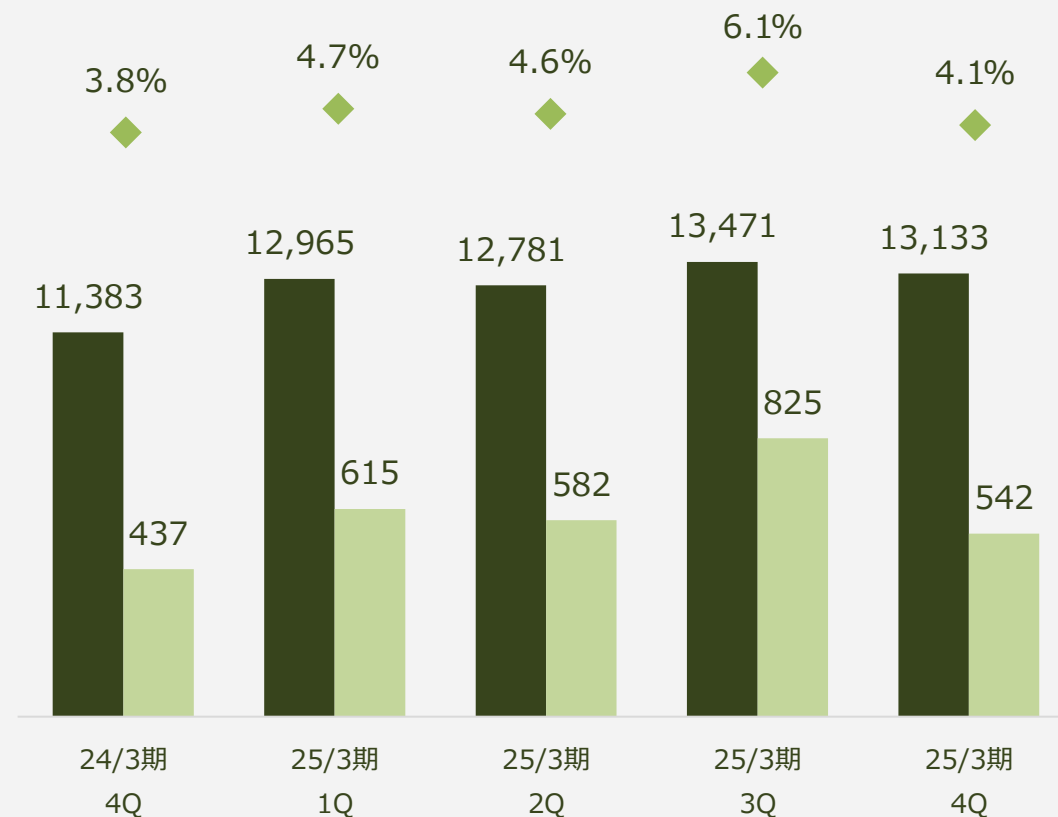
管理人員

■ 管理人員 (人)



売上高・調整後セグメント利益

■ 売上高 (百万円) ■ 調整後セグメント利益 (百万円)
 ◆ 調整後セグメント利益率 (%)

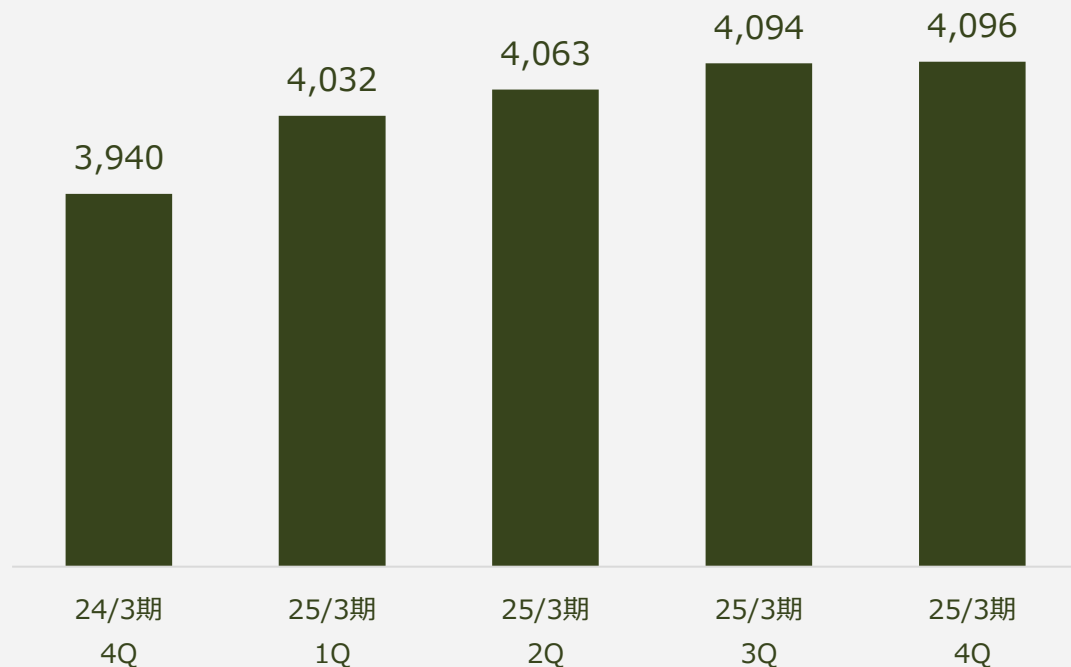


* 管理人員：社会サービスでの契約施設での運営スタッフのこと。社会サービス事業では施設規模が案件により異なるため、管理人員をKPIとしている

- 「役員車両」において、中小企業や官公庁の役員車両の新規契約獲得が順調に進捗し、見通しを上回って着地
- 管理台数と売上高は概ね連動しており、年度切り替えの4月に大きく増加。利益率は4Qが低い傾向

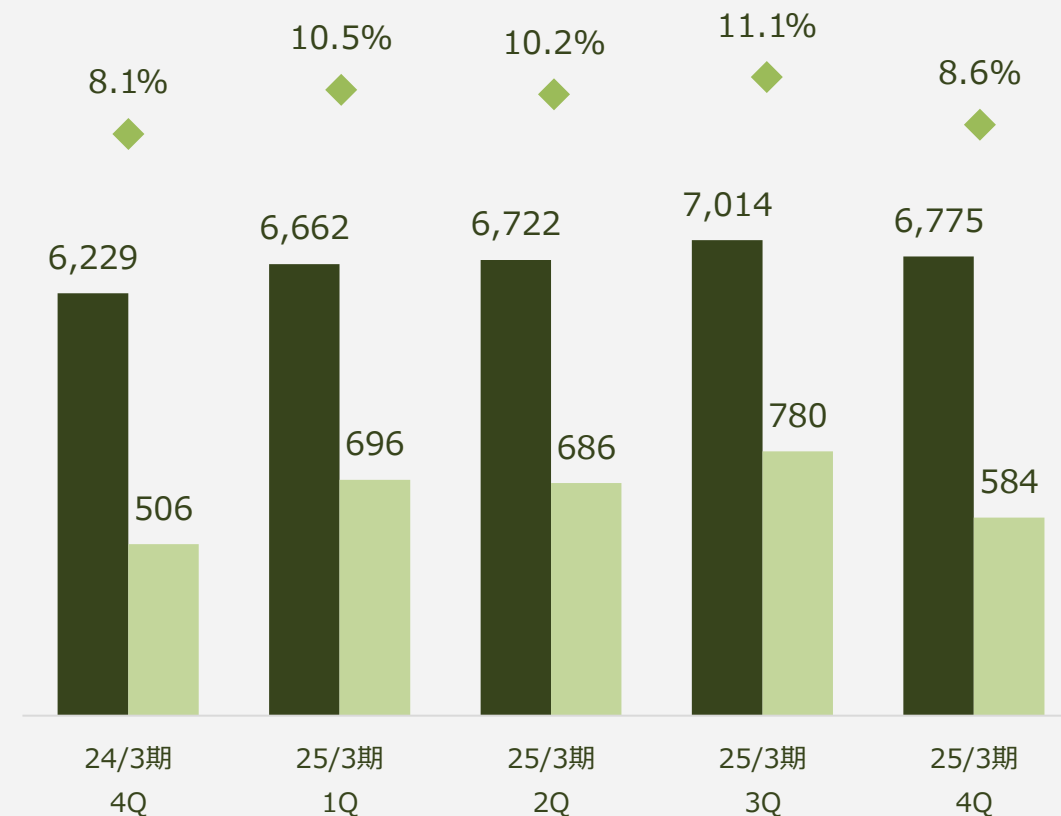
管理台数

■ 管理台数 (台)



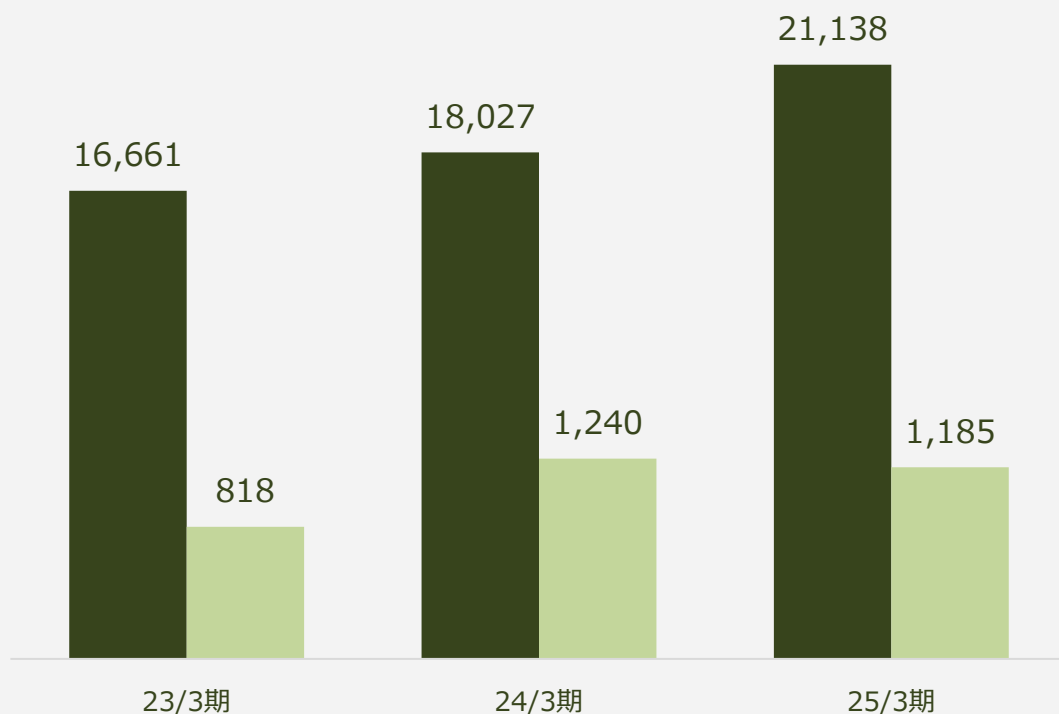
売上高・調整後セグメント利益

■ 売上高 (百万円) ■ 調整後セグメント利益 (百万円)
 ◆ 調整後セグメント利益率 (%)



売上高・調整後セグメント利益

■ 売上高 (百万円)
 ■ 調整後セグメント利益 (百万円)



事業概要

- 三越伊勢丹のEC宅配「ISETAN DOOR」の支援事業は、百貨店地下食品フロアの品揃えをオンラインで提供するとともに、日常的な食品の定期購入ニーズに対応する仕組みを構築
- 移動スーパー事業を展開するとくし丸は、25年2月に「買物困難者対策に資する新たな流通事業コンテスト」にて「優秀賞」を受賞
- OisixにてHiOLIのHiO ICE CREAMを販売し、豊洲漁商産直市場からアグリゲート（旬八青果店運営）へ水産物を卸し、共同でお弁当を開発・販売するなど、グループ会社間の連携を強化
- 当社のCVCであるFuture Food Fundは、国内外の食分野におけるスタートアップ企業への投資を実行。新たな事業機会の創出を企図

ISETANDOOR



とくし丸



HiOLI

アグリゲート（旬八青果店）



Future Food Fund

future food fund



4. 中長期目標

商品・サービスの進化

- 安心・安全で美味しいことを大前提とし、自分自身では実現できない食に対する「プレミアム」ニーズ、時間や精神的な余裕がない方に対する「時短」ニーズ、双方を満たす「プレミアム時短」を踏まえた、商品・サービスを提供
 - 「プレミアム」：有名ブランド・著名人とのコラボ等、当社でしか手に入らない商品開発
 - 「時短」：10分で仕上がる「超ラクKit」や、レンジで5分の冷蔵手づくりおかずの「デリOisix」などの商品開発
- ちゃんとOisix、デリOisix、ベビー & キッズ、ヘルスケアOisix、Plant Oisixなど、5万人以上の定期会員を目指す新サービスの開発、展開加速
- フruits、菓子、日配品、惣菜、米などの既存商品強化、及び、ホーム & キッチンなどの新規商品開発
- 豊洲漁商産直市場、アグリゲート、HiOLI等のグループ会社と連携した新商品開発

プロモーションの強化

- SNSやテレビなどのメディア活用、魅力的なコラボ企画などの施策により、ブランド・サービスに対する認知度と利用意向上を高め、首都圏を除くエリアで依然として低い傾向にあるブランド認知度の向上
- 大手スーパーやイベントなどのオフラインチャネルや、ネットスーパーなどのオンラインチャネルに商品を展開することで、当社の商品・サービスを知っていただく機会を多く創出

5万人以上の定期会員を目指す新サービスの拡大



野菜や肉・魚などとレシピが
セットになった食材使い切りコース



レンジ調理のみですぐ食べられる
冷蔵のおかずセット



カロリーや食塩相当量を考慮した
ミールキットや食材のセット



0～3歳未満の子供がいる方向けの
旬のおすすめ食材セット

既存商品強化及び新規商品開発



旬のフルーツやグルテンフリーのお菓子



非食品カテゴリ商品の開発

グループ会社と連携した新商品開発



HiOLL Inc.



AGRI GATE

商品・サービスの進化

- 業務用ミールキットや調理済み食品の活用により少人数での運営を実現する「タイパ給食モデル」のさらなる進化と保育園に加え、社食・高齢者施設セグメントへの横展開
- Oisixで人気のコラボKitなど、グループの強みであるメニュー開発力やイベント企画力を活用した商品・サービスを展開
- Oisix基準の安心・安全で美味しい野菜を活用したサラダバーや、給食メニューの展開による満足度の向上

営業力の強化

- 複数媒体を活用した採用活動強化・待遇改善による離職率改善により、新規案件獲得のボトルネックとなっていた慢性的な人員不足を解消
- 営業資料のクリエイティブや試食会運営を改善

収益性の改善

- 店舗別・契約形態別の収益構造の見える化を徹底し、赤字・低収益契約解消
- シフト管理・食材管理を含む店舗運営の標準化と全店舗での導入徹底
- オイシックスとの共同調達・加工を通じた食材費の低減
- タイパ給食モデルの展開による省人化を通じ、さらなる労務費上昇環境においても、トータルでの労務費の低減を実現

タイパ給食モデル



業態に合わせたミールキットの開発・進化



業態に合わせた完全調理品などの活用



グループの強みを生かしたメニュー・イベント



保育園・学校向けの食育イベントの実施



コラボメニューの販売

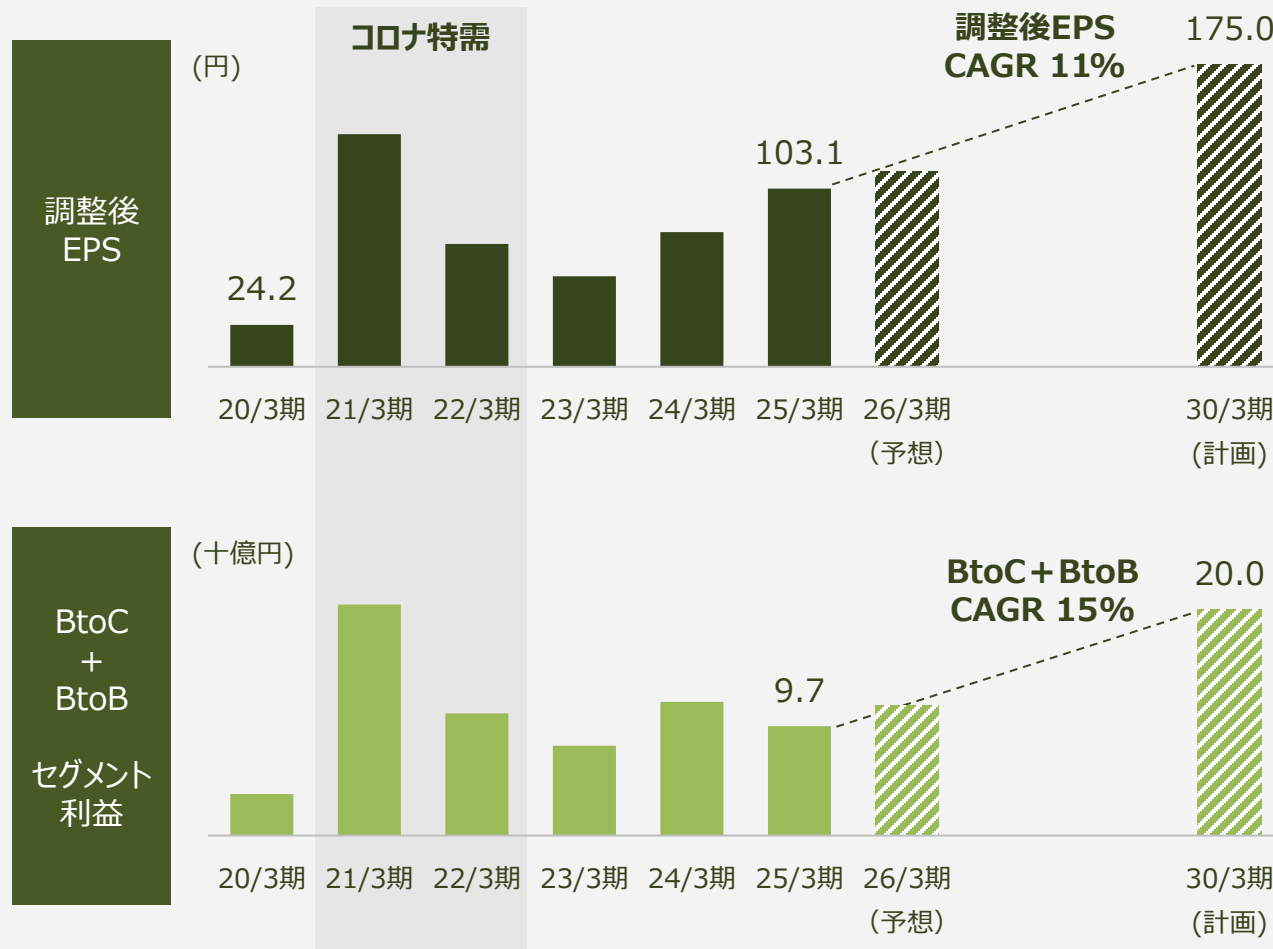
Oisixの野菜を活用したメニュー



Oisix基準の安心・安全で美味しい野菜を活用したメニューやサラダバー

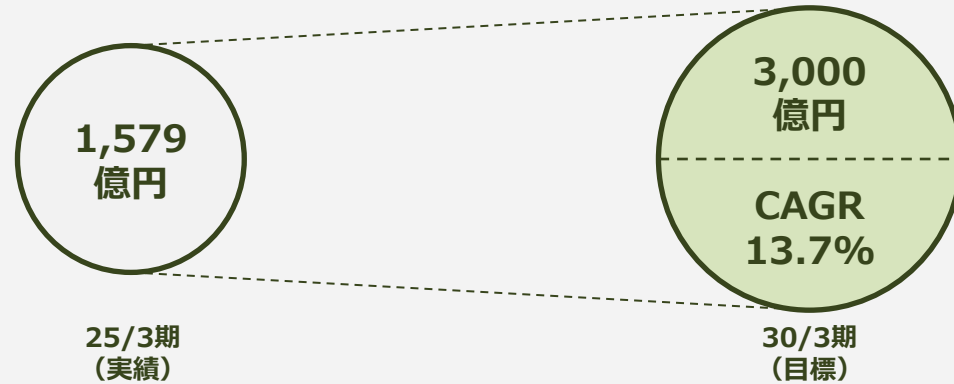


(2030年目標) 調整後EPS

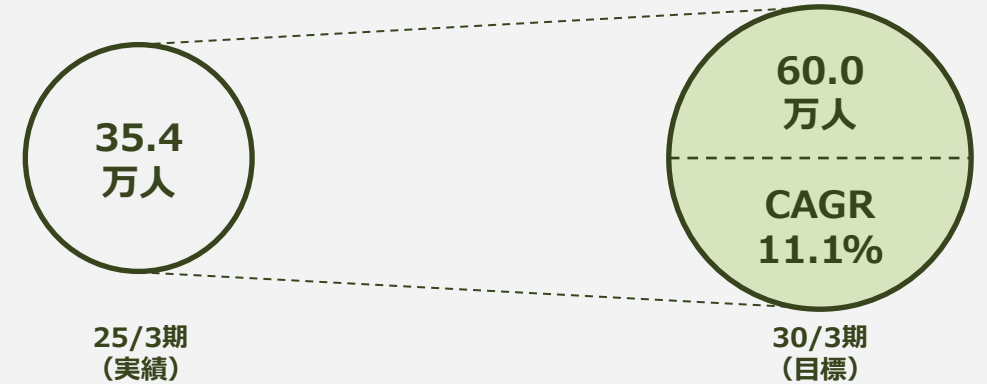


- 事業成長に伴うEBITDAの増加に加え、M&Aによるシナジー効果を最大限に発揮させることで、のれん償却費の影響を抑制し、持続的な株主価値の向上に繋がるEPSの成長を企図
- 過去5年間は、コロナ禍の特需を経て、Oisixを中心にBtoCサブスクを拡大しつつ、直近のシダックス買収によるBtoBサブスクへの本格的な進出により、調整後EPSは20/3期から25/3期にかけて約4倍に増加
- 今後5年間は、BtoC及びBtoBサブスクの規模拡大とともに、BtoBサブスクにおいて省人化と高付加価値化を実現するタイパ給食モデルの確立・横展開により収益性を改善し、調整後EPSは25/3期対比1.7倍（CAGR11%）の175円（30/3期）にまで拡大方針
 - BtoC及びBtoBサブスクのセグメント利益は、25/3期対比2倍（CAGR15%）の200億円（30/3期）に増加する見通し

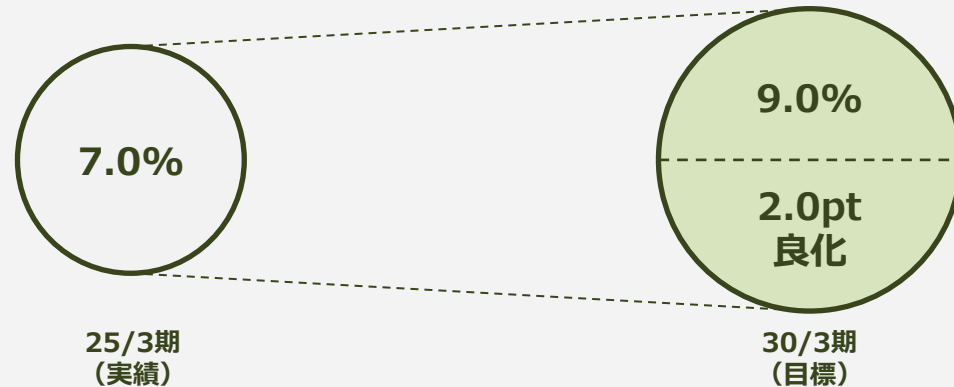
BtoC+BtoB 売上高



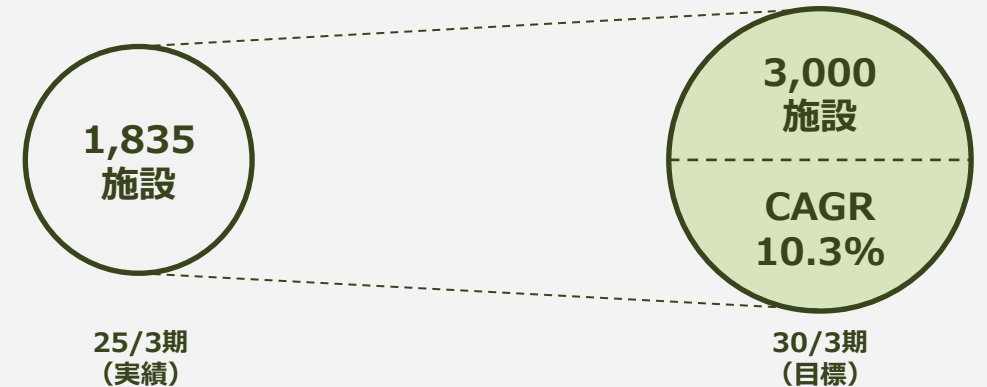
BtoC Oisix会員数



BtoC+BtoB 調整後セグメント利益率



BtoB 契約施設数



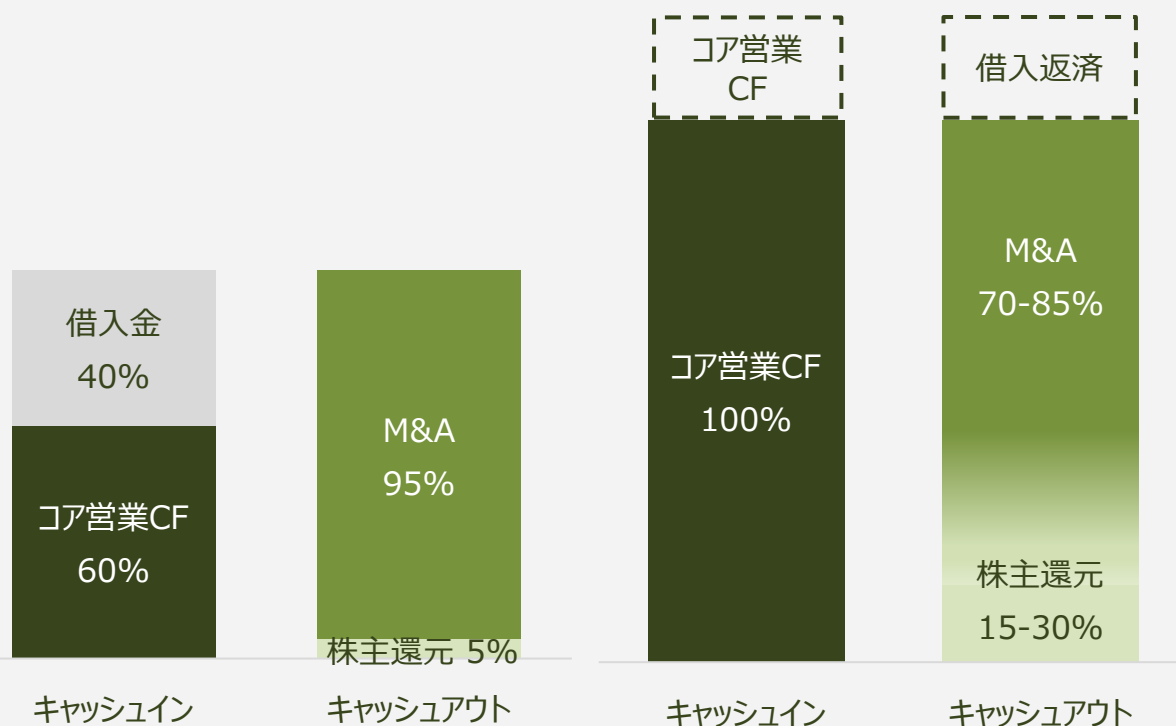
* Oisix会員数、契約施設数は、27/3期以降に拡大する見通し。BtoB契約施設数はメディカルとコントラクトの契約施設数合計

* (再掲) 調整後セグメント利益 = セグメント利益 (短信) + M&Aに係るのれん及び無形固定資産償却費等

キャピタルアロケーション

21/3期-25/3期（実績）

26/3期-30/3期（予想）



- 過去5年間は、財務レバレッジを最大限に利かして、海老名ステーション（冷蔵）・厚木冷凍ステーションをはじめとした大型設備投資、シダックスを含めた複数のM&Aを実施
- 今後5年間は、BtoB（給食）領域のM&Aを中心に進めると同時に、株主還元を強化する方針
 - コア営業CFが上振れした場合又はM&Aを実施しない場合は、手許現金水準及び資本構成も踏まえたうえで、借入返済や株主還元を検討
- 安定的な収益基盤の成長に基づき、安定配当を継続し、自己株式取得は、資本の状況、成長投資機会等を勘案して機動的に実施
 - 目安：配当性向15%、総還元性向15-30%
 - 8.5%を超える自己株式については原則消却

* コア営業CF = 営業CF - （既存事業の成長に伴う）設備投資、キャッシュイン・アウトに共通する項目はネットにして記載

* 前提条件：30-35億円/年（設備投資）、売上高750億円（30/3期までの5年間でM&A含む非連続成長で伸ばす想定額）、20-25%（自己資本比率）、上限2.0x（Net Debt/EBITDA倍率）

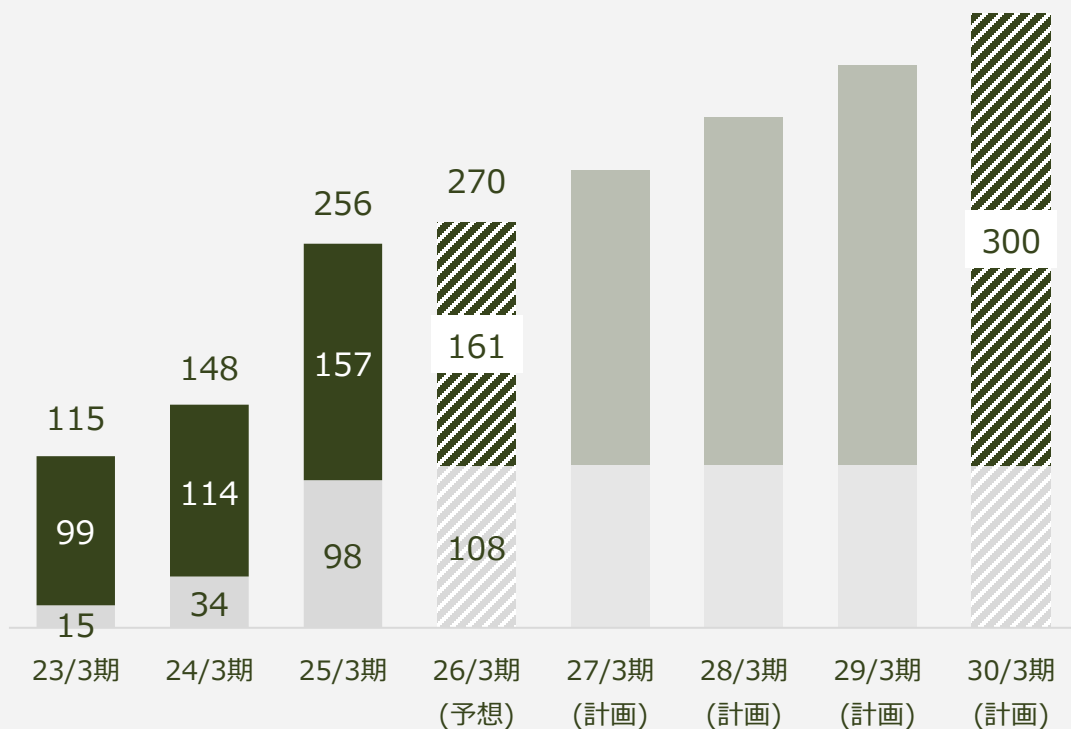
(参考) 売上高・調整後セグメント利益率

Oisix ra daichi

- シダックスの子会社化によるBtoBサブスクへの本格的な進出により、BtoC及びBtoBサブスクの収益性は一時的にやや悪化するものの、BtoBサブスクの収益力を強化する事で、30/3期に向けて改善する見通し

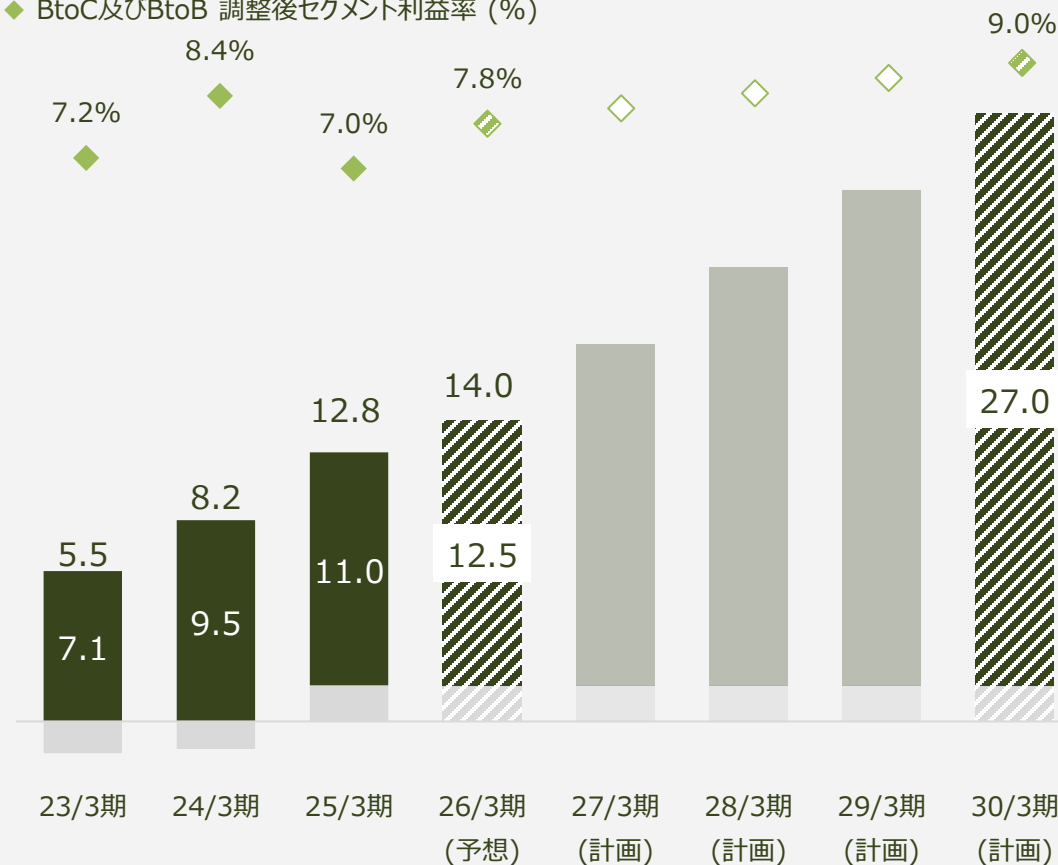
売上高

■ BtoC及びBtoB (十億円) ■ その他 (十億円)



調整後セグメント利益率

■ BtoC及びBtoB 調整後セグメント利益 (十億円) ■ その他 (十億円)
◆ BtoC及びBtoB 調整後セグメント利益率 (%)

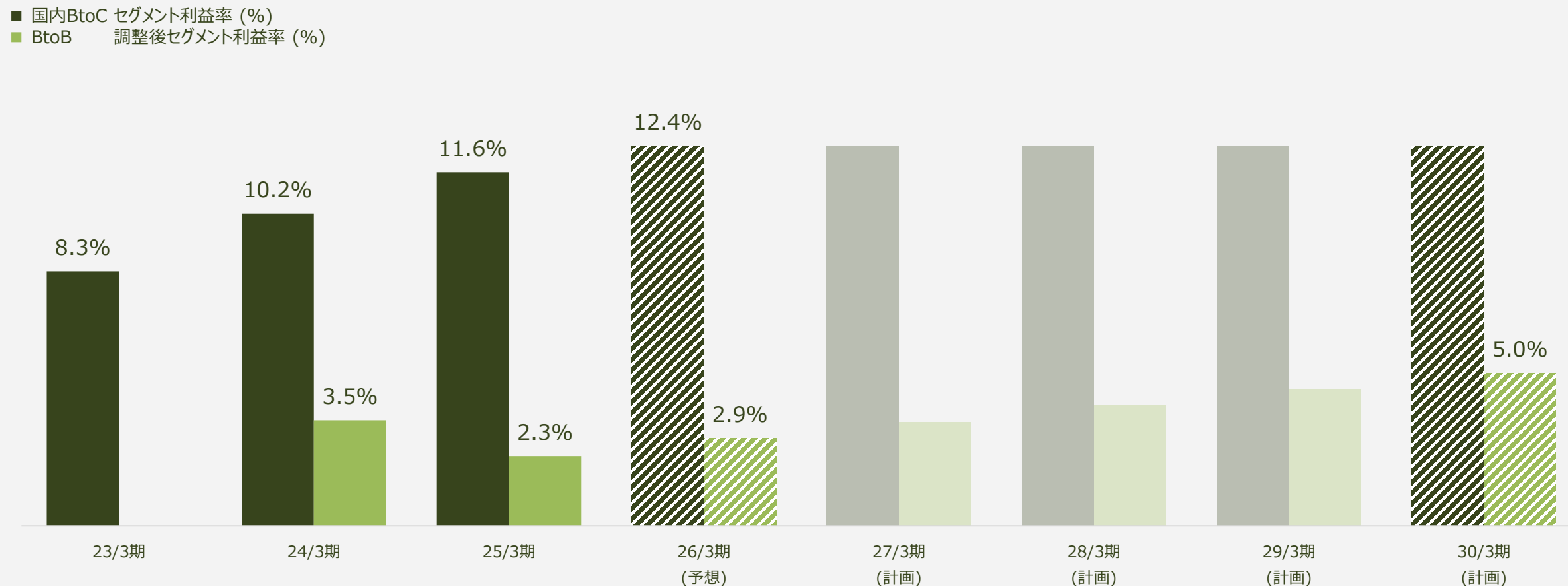


* 主要KPIを前提とした売上高、調整後セグメント利益を記載

* その他売上高は27/3期以降、据え置き。その他EBITDAは、BtoC及びBtoBサブスク以外の事業のほか、全社費用、のれん・減価償却費などを含む

- 国内BtoCサブスク：ARPU増加に加え、継続的な原価改善により、利益率は大きく改善
- BtoBサブスク：タイパ給食モデルの横展開により、事業規模拡大と並行して原価改善活動を推進し、早期に5%の利益率到達を目指す

調整後セグメント利益率の推移



* (再掲) 調整後セグメント利益 = セグメント利益 (短信) + M&Aに係るのれん及び無形固定資産償却費等

5. 參考資料

支援実績

子どもたちの栄養を考えた食支援
WeSupport Family



寄付物資支援

16億円

支援世帯数

3.0万世帯

2021/12

2025/5時点
(累計)

フードパントリー & 花束づくりワークショップ



- 3/29にフードパントリーをオイシックス・ラ・大地本社で実施
- 子会社のノピの寺井幸也氏を講師に迎え、花束づくりワークショップを実施。物資支援にとどまらず、体験イベントを同時に実施することで、お子様・親御様との「思い出」も提供

能登・復興支援



- 企業版ふるさと納税を活用し、石川県珠洲市に対して3月に1,000万円の寄付を実施。寄付金は珠洲市の農業や芸術祭のために活用される予定
- 震災以降、シダックスや子会社のとくし丸を通した救援物資の支援や、Oisixで「能登の名店レストランコラボ」など寄付金付き商品を販売するなど継続的な支援を呼び掛けている

大船渡・復興支援

商品の購入を通じて継続的な復興への支援を
EAT and SEND for 大船渡



- 25年2月に岩手県大船渡市で発生した森林火災を受け、現地の食品産業の支援を目的とした寄付の受付・寄付金付き商品の販売（寄付金と同額をOisixからも寄付）を3月から開始
- 依頼のあった避難住民に向けて、Oisixのフルーツジュースをお届け

HiOLI (子会社)



- 24年7月に子会社となったHiOLI社と初めてのコラボ商品を共同開発し、「Pineapple Cake | 鳳梨酥」として3月18日より販売
- カットフルーツの製造工場では未活用となっていたゴールデンパイナップルの芯の部分を活用し、シャキシャキとした食感が実現されたパイナップルの果肉のジャムが特徴

ミツカン



- 株式会社Mizkanが提携する高知県産ゆずの規格外品をクラフトビールにアップサイクルした商品を4月17日より販売
- 柑橘類の中でも最も見た目に対する規格が厳しく、毎年500kg～1トンもの規格外品が発生していた高知県安芸産のゆずを使用

BtoCサブスク/BtoBサブスクの競合環境

Oisix ra daichi

- BtoC（食品宅配）：高品質食材の調達、ローコストフルフィルメント、データ活用スキルにより、当社は高い参入障壁を構築
- BtoB（給食）：寡占化が進んでおらず、他業界からの参入を含めた再編の動きが活性化

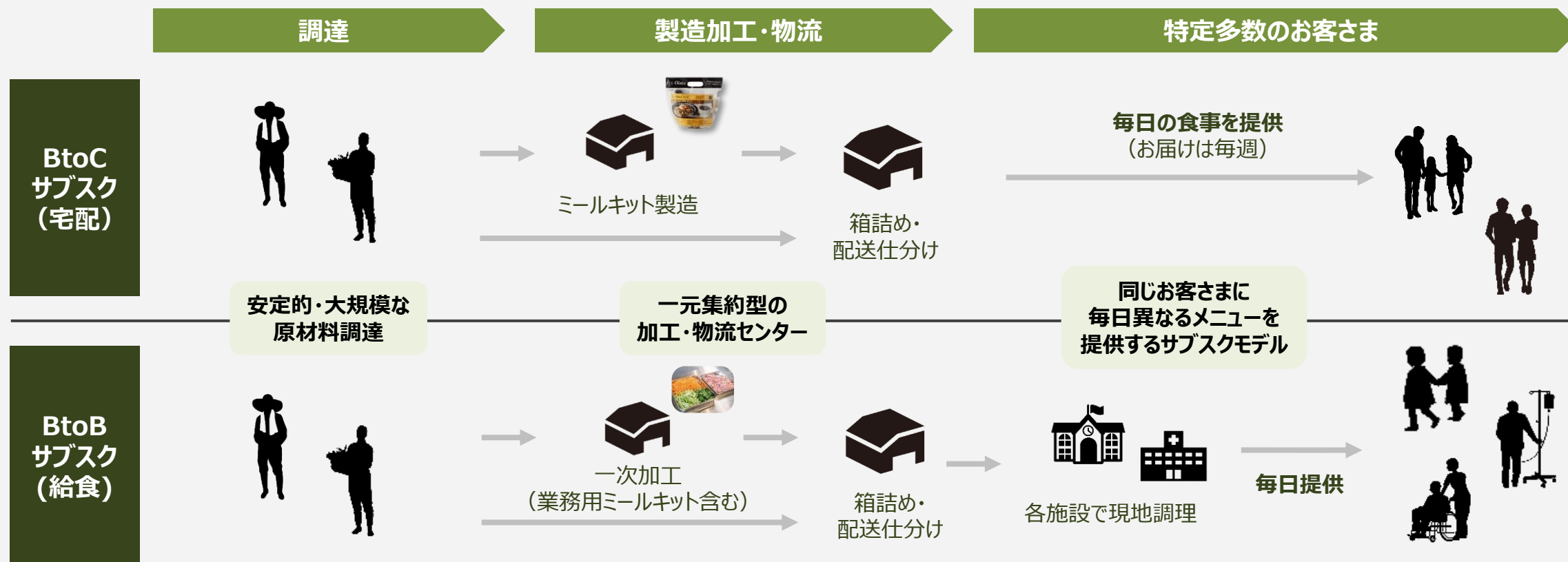
BtoC（食品宅配）マーケット



BtoB（給食）マーケット



- 安定的に仕入れ、同じお客さまに異なるメニューを提供するという点で、サブスクモデルは共通
- BtoCサブスクで構築したノウハウを、BtoBサブスクの領域にも横展開していくことで、給食業界全体の課題解決に貢献



M&Aトラックレコード

Oisix ra daichi

その他 (BtoC)



(株)とくし丸
2016年5月 子会社化

その他



(株)日本農業
2017年4月 関連会社化

BtoCサブスク



(株)大地を守る会
2017年10月 経営統合

その他 (BtoC)



(株)フルーツバスケット
2017年10月 子会社化

その他



カラビナテクノロジー(株)
2018年6月 子会社化

その他



(株) CRAZY KITCHEN
2018年8月 子会社化

BtoCサブスク



らでいっしゅぼーや(株)
2018年10月 経営統合

その他 (BtoC)



(株)ウェルカム
2019年2月 関連会社化

BtoCサブスク



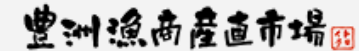
Three Limes, Inc.
2019年5月 子会社化

その他



Future Food Fund(株)
2019年8月 設立

その他 (BtoC)



(株)豊洲漁商産直市場
2021年3月 子会社化

その他



(株) Future Food Lab
2022年1月 設立

その他



新潟アルビレックス・
ベースボール・クラブ
2023年11月 関連会社化

BtoBサブスク



シダックス(株)
2024年1月 子会社化

BtoBサブスク



(株)ノンピ
2024年1月 子会社化

その他 (BtoC)



(株)アグリゲート
2024年3月 子会社化

その他 (BtoC)



(株)オイシクル
2024年5月 設立

その他 (BtoC)

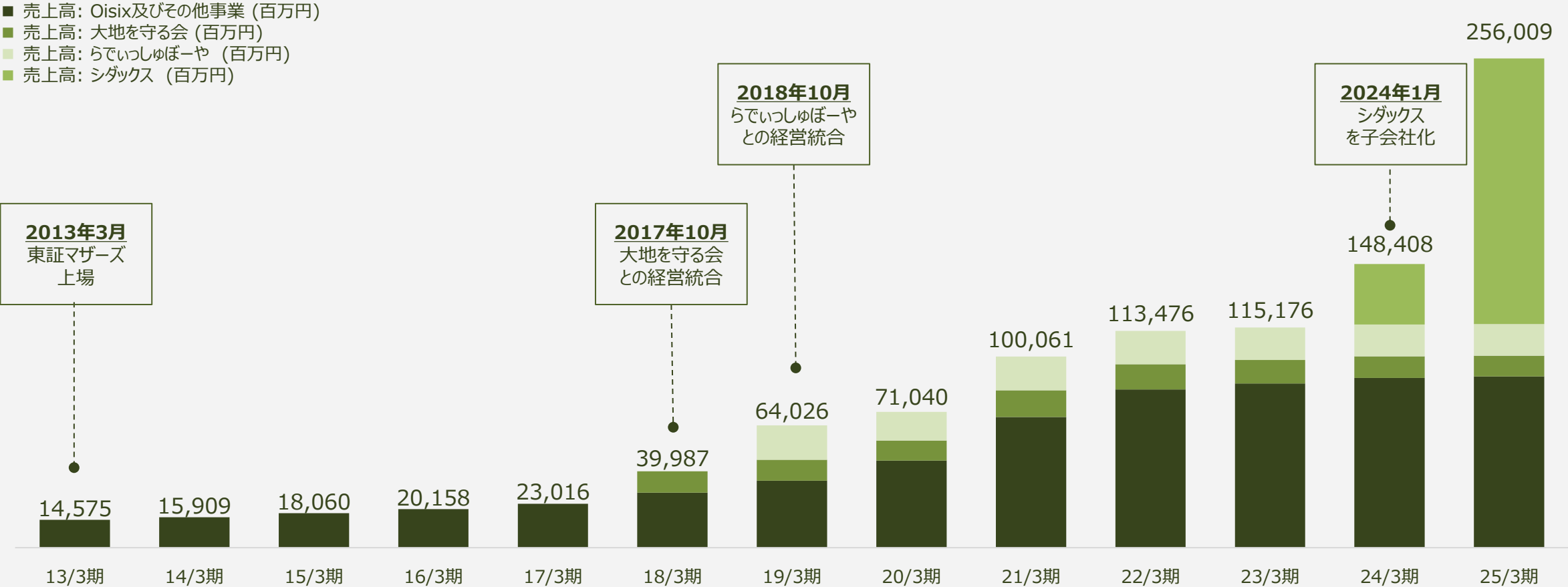


(株)HiOLI
2024年7月 子会社化

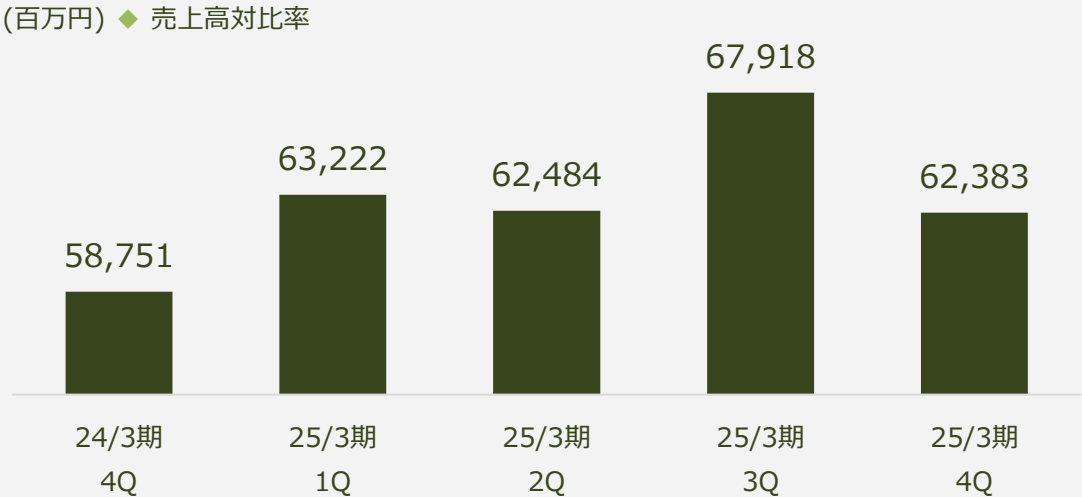
* 公表年月順に取引事例を記載。開示セグメントに沿って分類

- 大地を守る会（2017年）、らでいっしゅぼーや（2018年）、シダックス（2024年）のM&Aを経て、事業規模を大きく拡大

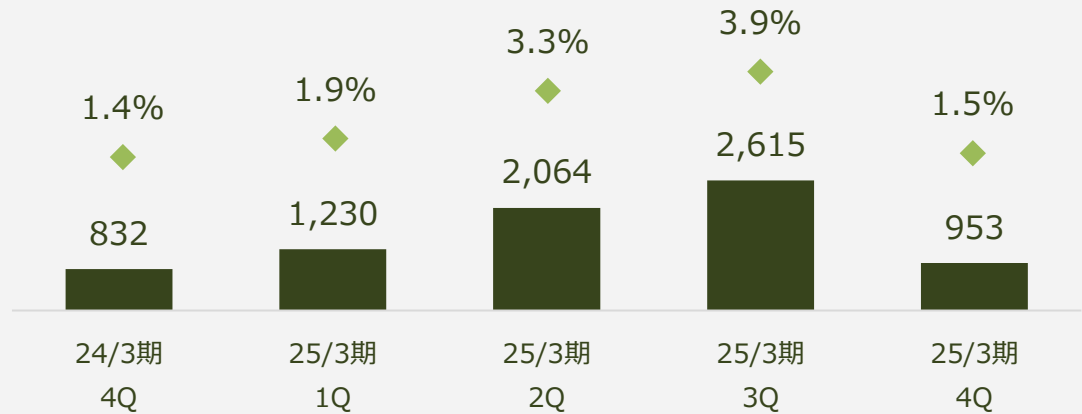
売上高推移



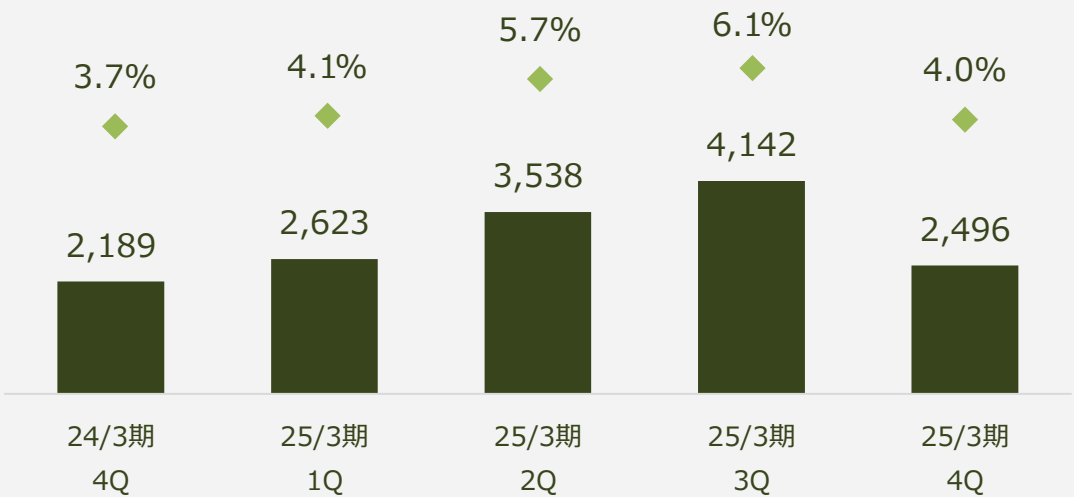
売上高



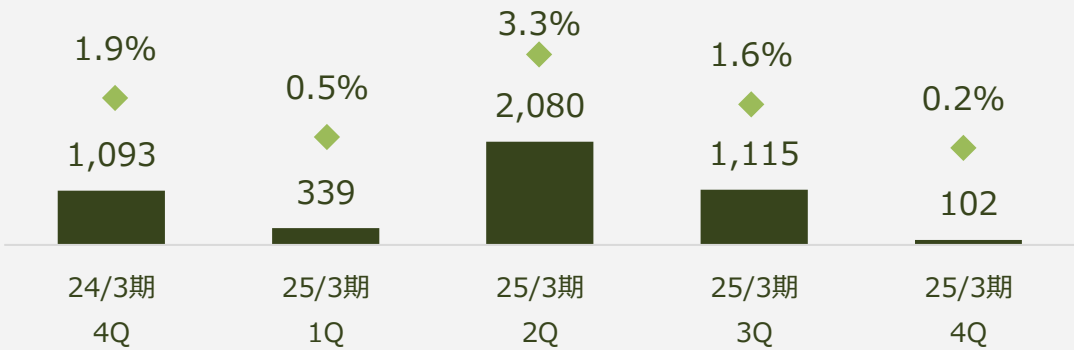
営業利益



EBITDA



親会社株主に帰属する当期純利益

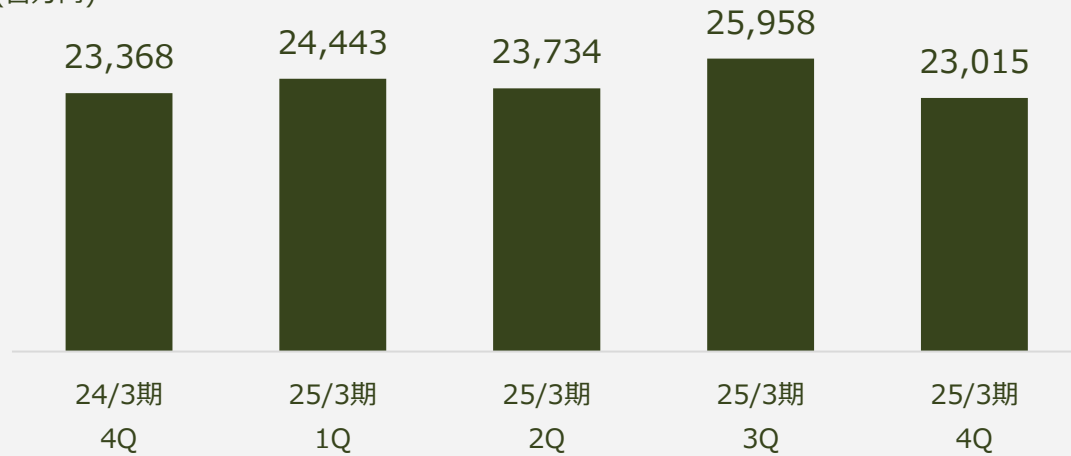


全社 - 主要売上高

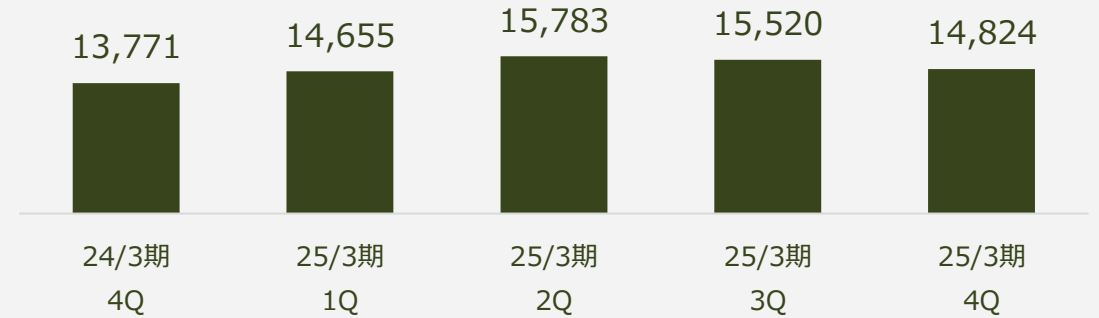
Oisix ra daichi

BtoCサブスク

(百万円)

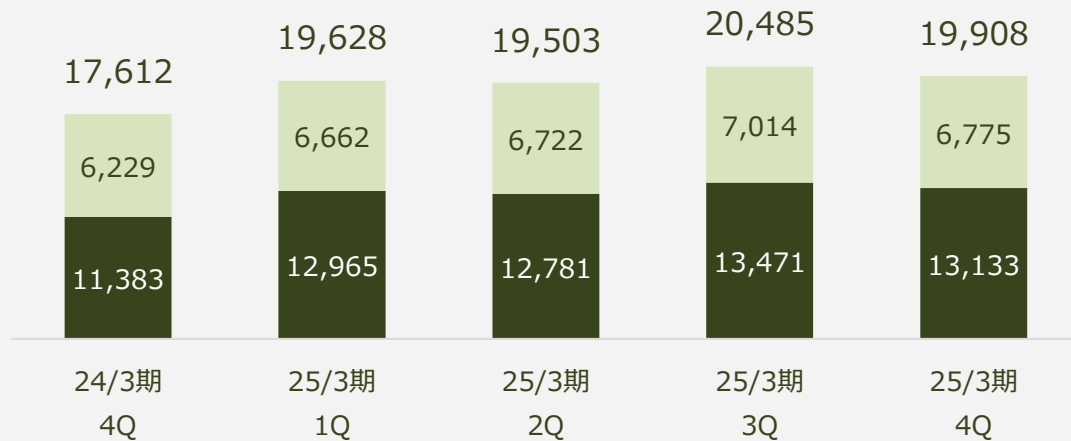


BtoBサブスク



社会・車両運行サービス

■ 車両 ■ 社会



その他



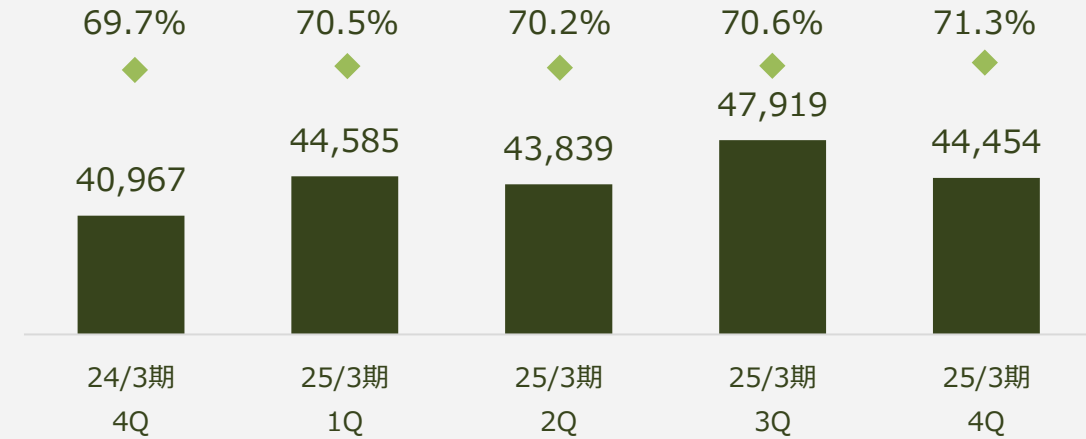
* 連結調整前数値

全社 - 主要費用

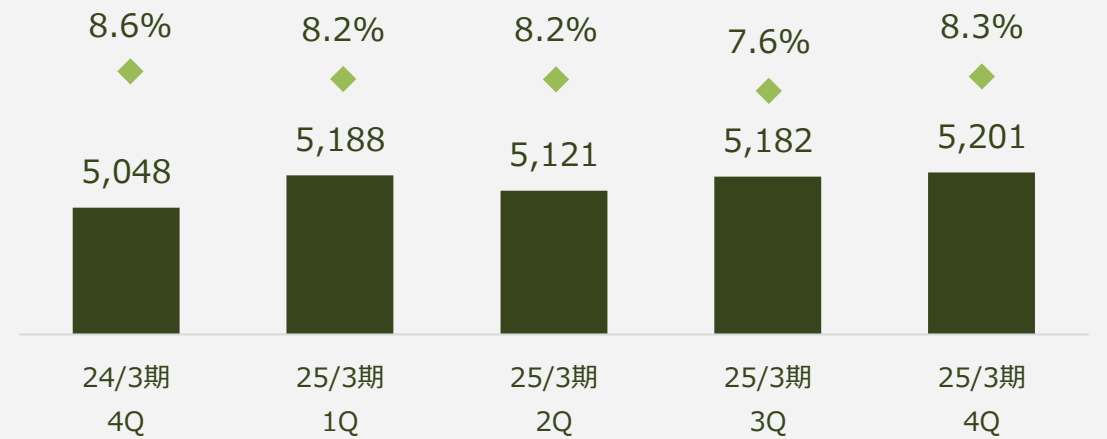
Oisix ra daichi

売上原価

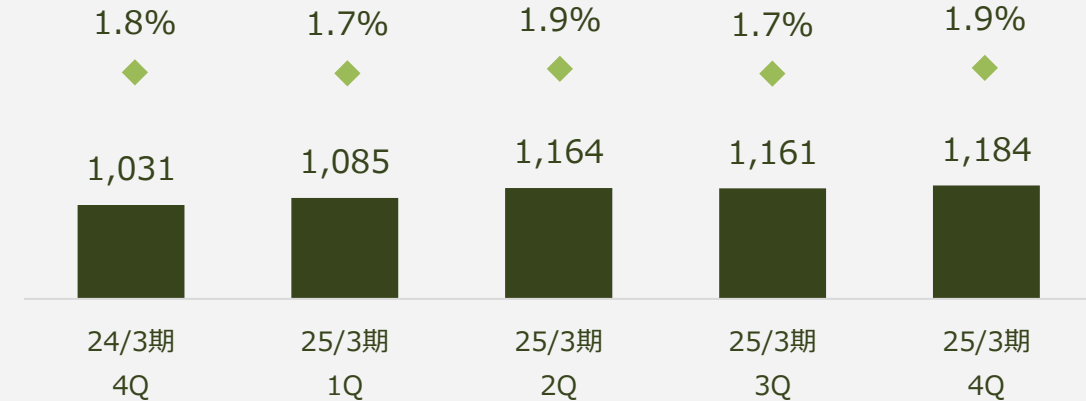
(百万円) ◆ 売上高対比率



人件費（販管費）



減価償却費



のれん償却費

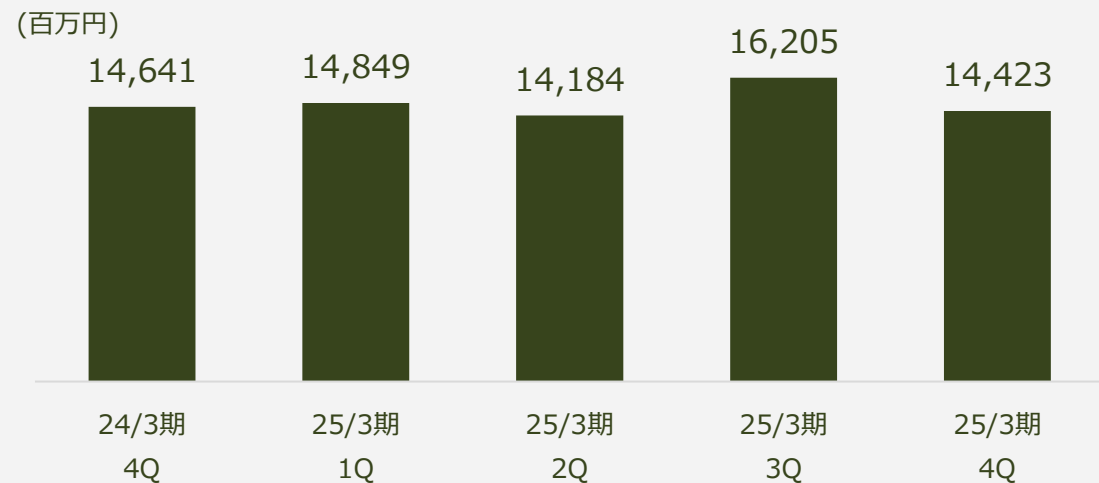


* 減価償却費は、買収に係る顧客関連資産の償却費を含む
 * 減価償却費は、売上原価及び販管費に含まれている数値の合算

BtoCサブスク - 主要売上高

Oisix ra daichi

Oisix



大地を守る会

らでいっしゅぼーや



Purple Carrot



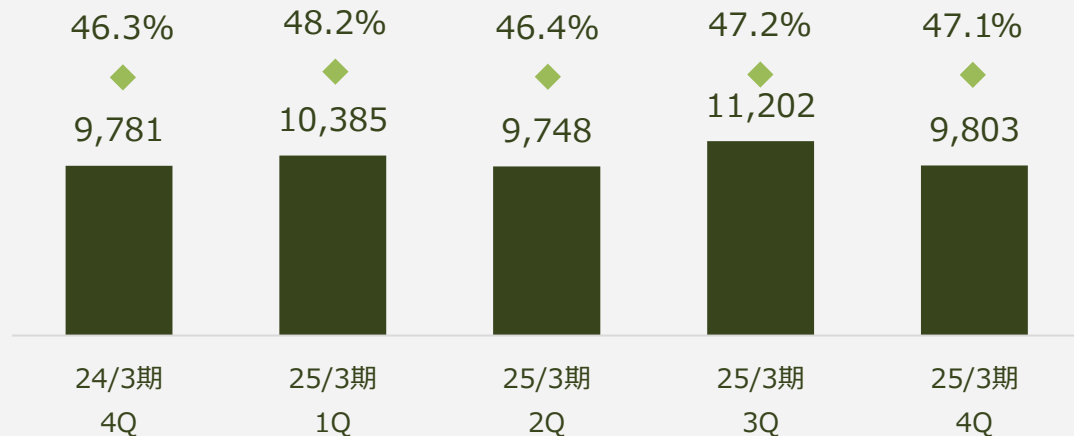
* Purple Carrotの為替前提：141円（24/3期4Q）、149円（25/3期1Q）、154円（25/3期2Q）、151円（25/3期3Q）、151円（25/3期4Q）

BtoCサブスク - 主要費用（国内主要3ブランド）

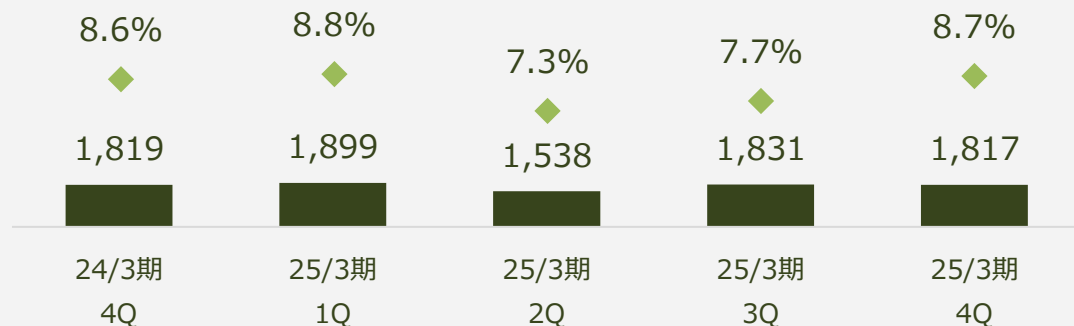
Oisix ra daichi

売上原価

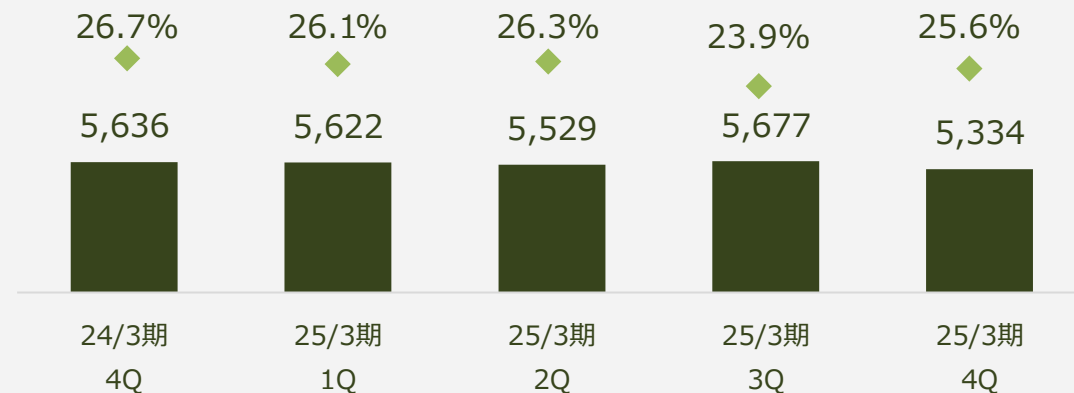
(百万円) ◆ 売上高対比率



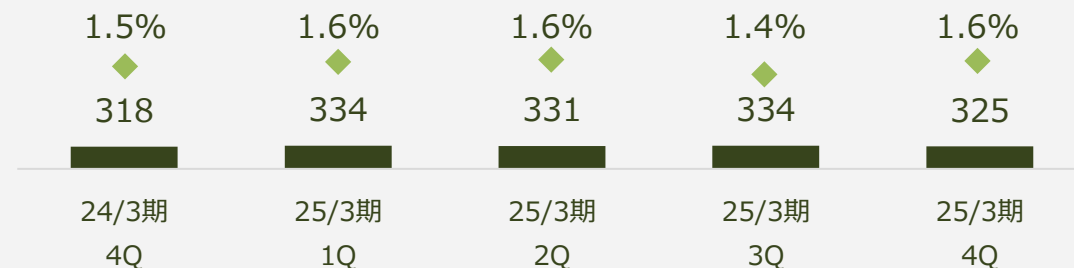
マーケティング費用



フルフィルメント費用



人件費（販管費）

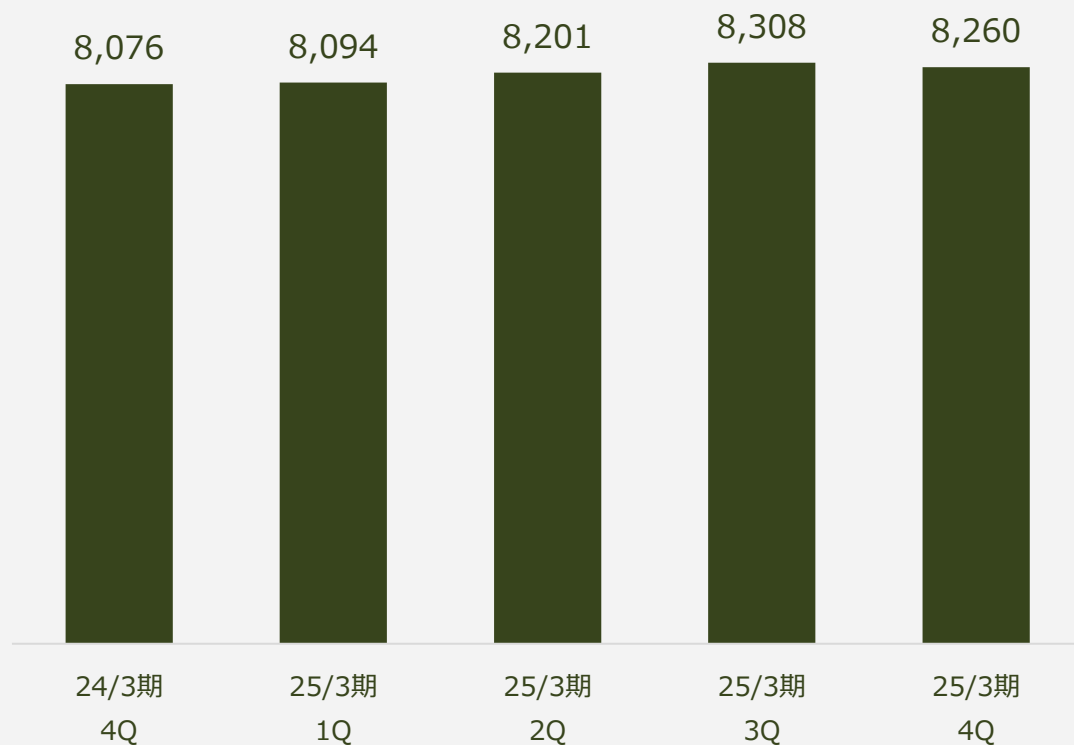


* 連結調整前数値

* フルフィルメント費用 = 荷造運賃発送費 + 梱包資材費 + 配送センターコスト + その他コスト、マーケティング費用 = 広告宣伝費 + 販売促進費

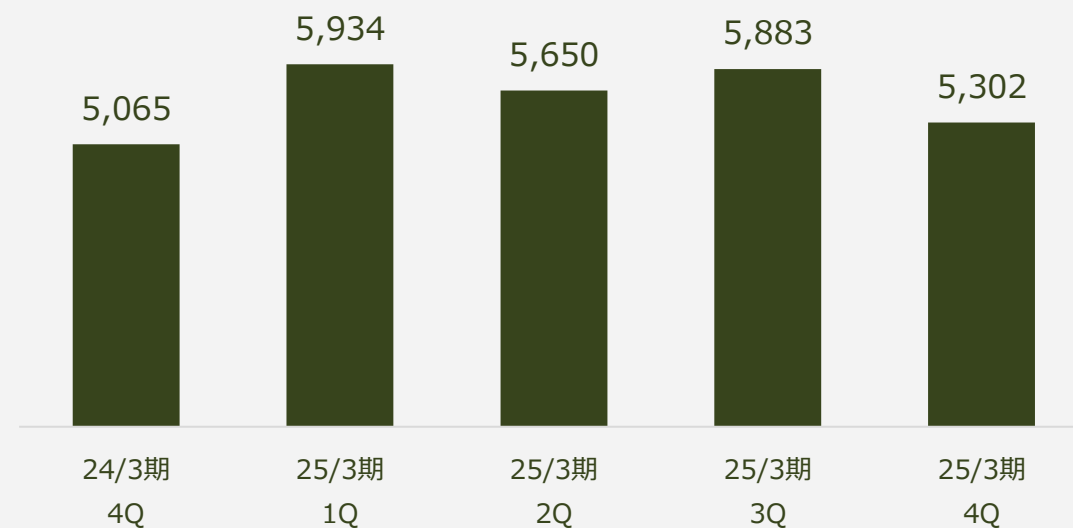
メディカル

(百万円)



コントラクト

(百万円)



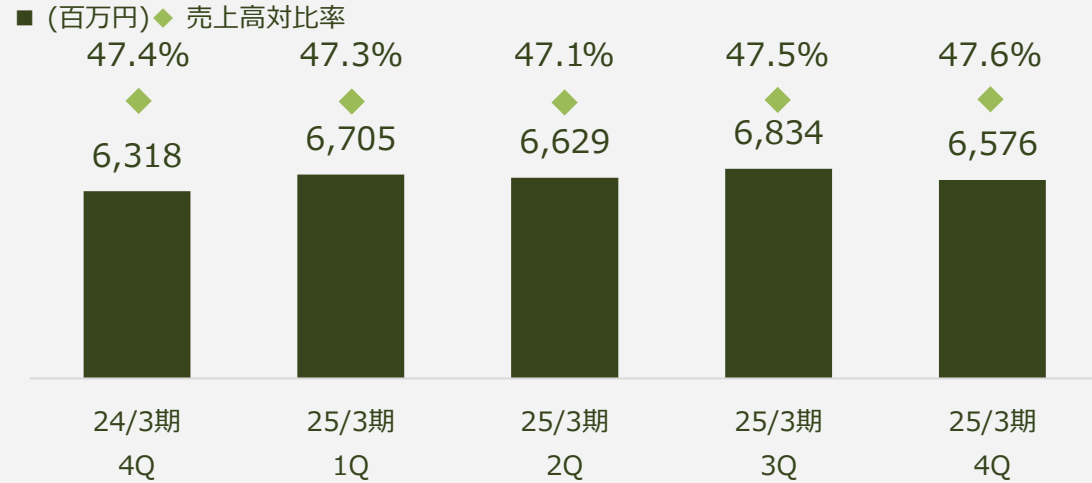
* 連結調整前数値

* メディカル：病院、特養・老健、高齢者施設、保育等、コントラクト：工場、オフィス、寮・保健所・研修所、大学、短大、金融機関支店等

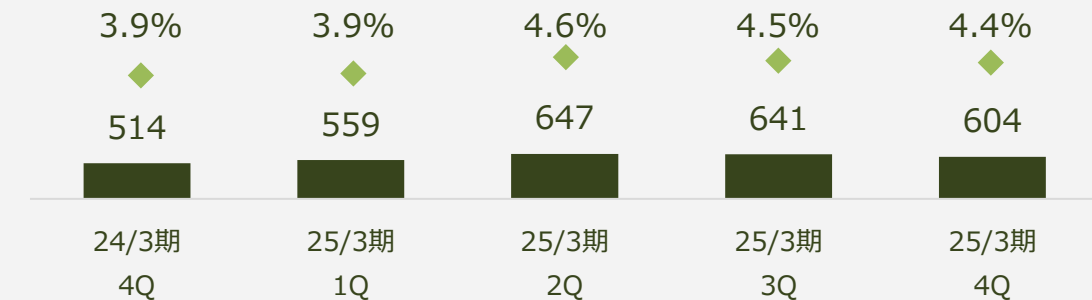
BtoBサブスク - 主要費用（メディカル&コントラクト）

Oisix ra daichi

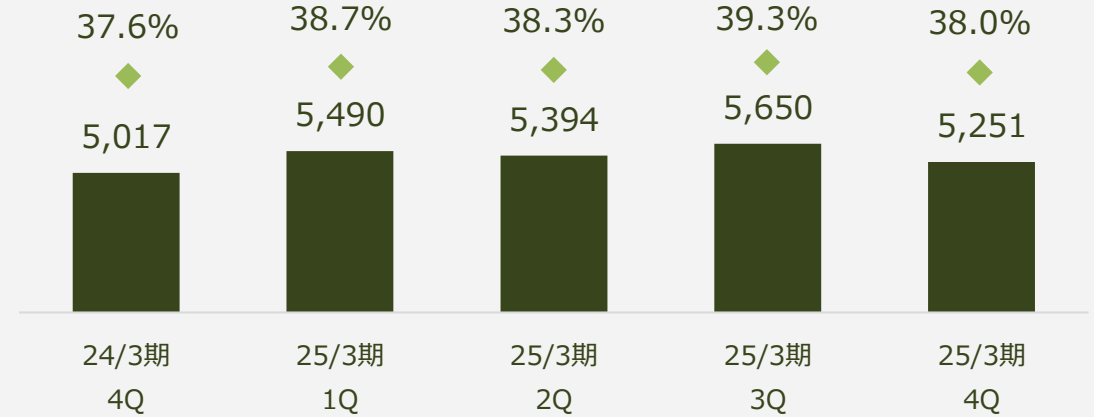
人件費（売上原価）



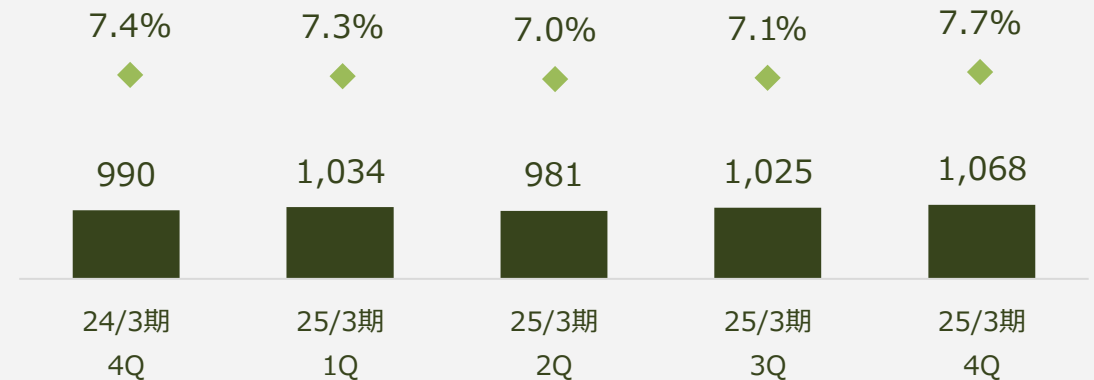
その他売上原価



食材費（売上原価）



販管費



* 連結調整前数値

* メディカル、コントラクトを含む旧シダックス傘下の会社の合算値（すくすくオイシックス及びノンピを除く）

(百万円)	23/3期	24/3期	25/3期	YoY		23/3期	24/3期	25/3期	YoY
資産	64,502	143,709	134,564	(6.4%)	純資産	26,140	37,401	39,487	+5.6%
現金及び預金	14,775	29,649	19,155	(35.4%)	株主資本	23,764	27,878	28,978	+3.9%
有形固定資産	16,399	26,400	27,066	+2.5%	非支配株主 持分	1,542	8,306	9,030	+8.7%
顧客関連資産	-	25,655	24,476	(4.6%)	主要財務指標				
のれん	1,190	15,225	14,837	(2.5%)	自己資本比率	38.1%	20.2%	22.6%	-
負債	38,361	106,307	95,076	(10.6%)	ROE	7.9%	15.9%	13.0%	-
借入金	10,161	31,859	33,381	+4.8%	Net Debt/ EBITDA	n/a	0.27x	1.11x	-

* ROE=親会社株主に帰属する当期純利益/平均株主資本、Net Debt=借入金－現金及び預金

キャッシュ・フロー概要

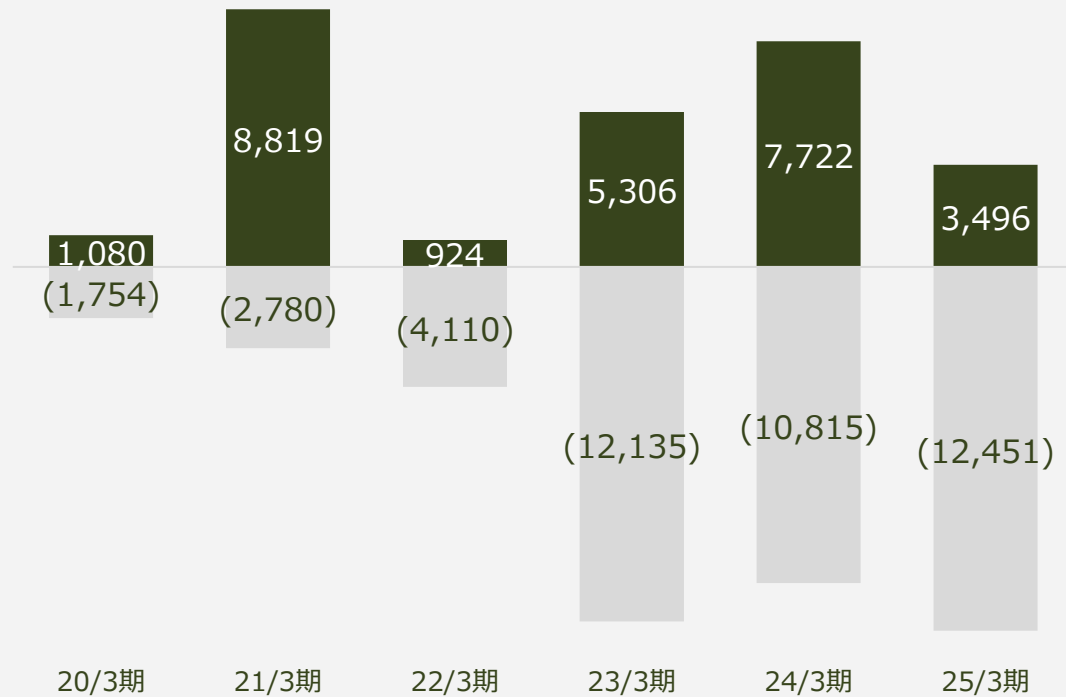
Oisix ra daichi

(百万円)	23/3期	24/3期	25/3期	YoY
営業CF	5,306	7,722	3,496	(54.7%)
減価償却費	1,985	2,614	4,596	+75.8%
のれん償却額	263	501	1,339	+167.3%
法人税等の 支払額	(752)	(1,358)	(4,574)	+236.8%
投資CF	(12,135)	(10,815)	(12,451)	+15.1%
有形・無形 固定資産の 取得による支出	(2,076)	(2,782)	(3,405)	+22.4%
株式の取得 による支出	(10,222)	(8,214)	(8,942)	+8.9%

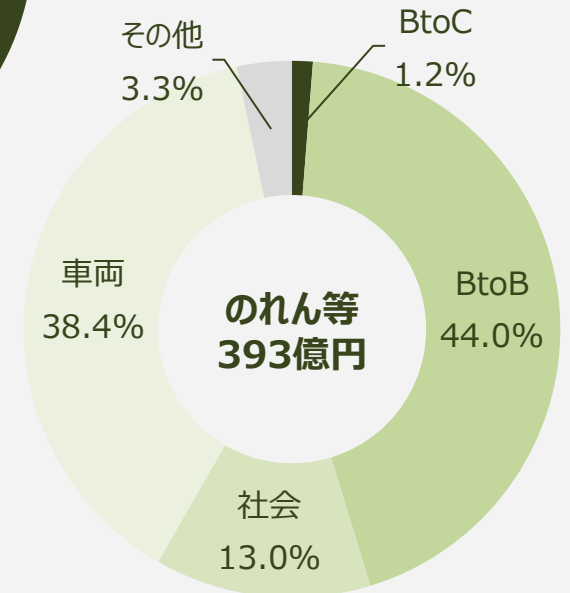
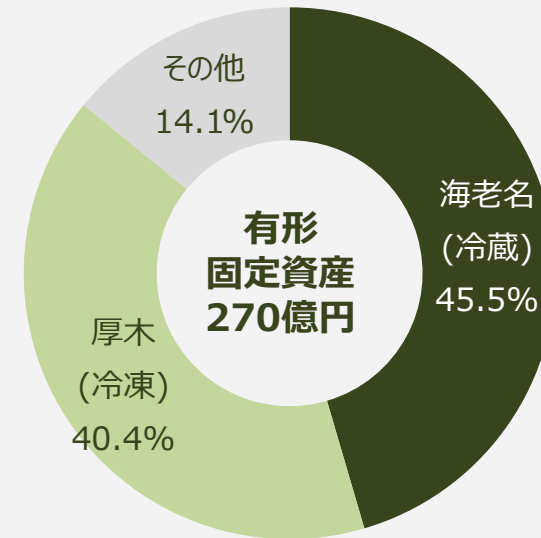
	23/3期	24/3期	25/3期	YoY
財務CF	8,265	17,735	(1,551)	-
借入金の 増減額	9,011	18,909	1,108	(94.1%)
リース債務の 返済による支出	(692)	(832)	(1,243)	+49.4%
非支配株主の 増減額	(55)	(362)	863	-
自己株式の 取得による支出	-	(0)	(2,311)	-
現金及び 現金同等物の 増減額	1,686	14,720	(10,485)	-
現金及び 現金同等物の 期末残高	14,720	29,440	18,955	(35.6%)

フリー・キャッシュ・フロー

■ 営業CF (百万円)
■ 投資CF (百万円)



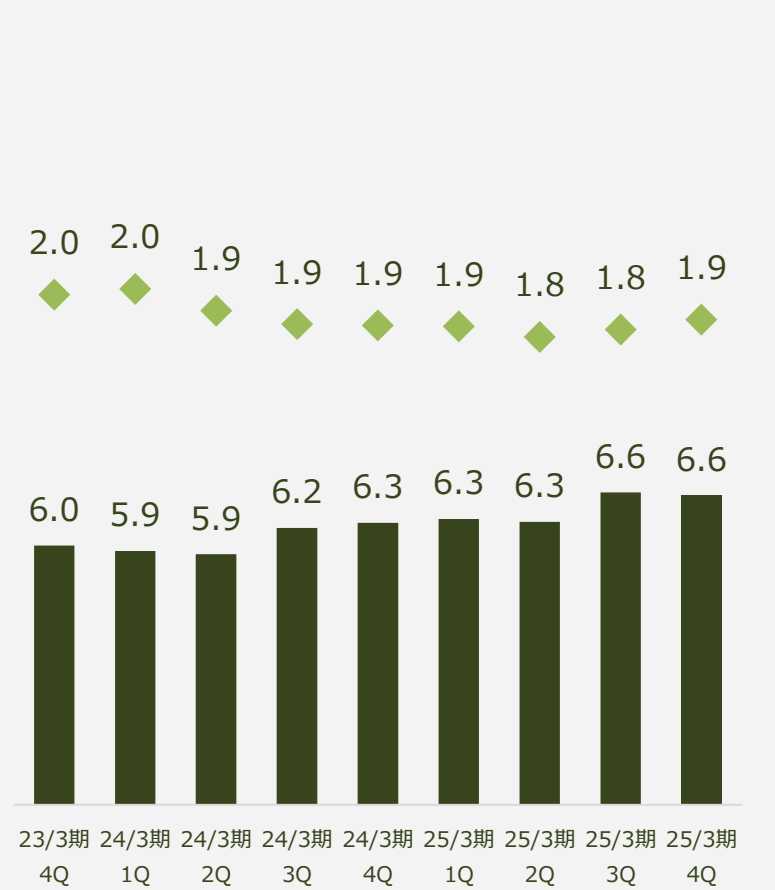
有形固定資産 / のれん等



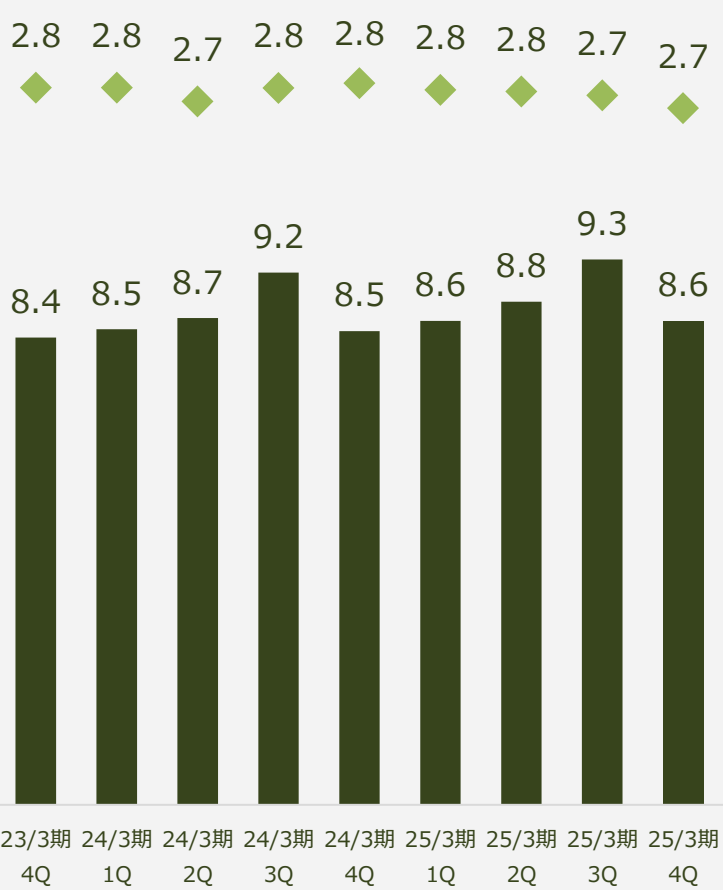
* のれん等 = のれん + 顧客関連資産

Oisix

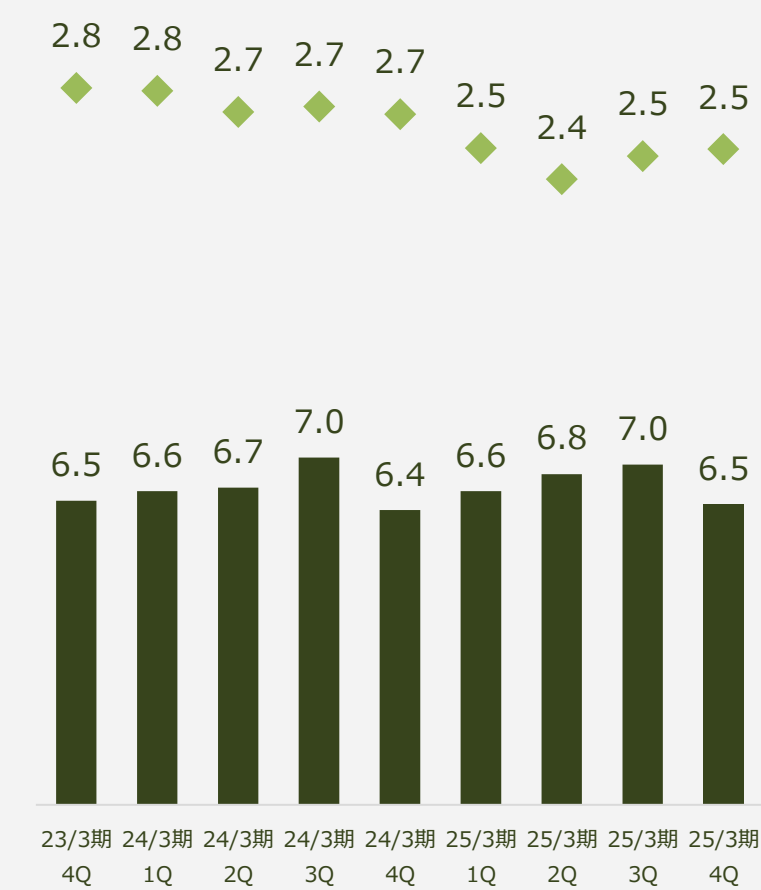
■ 購入単価（千円） ◆ 購入頻度



大地を守る会

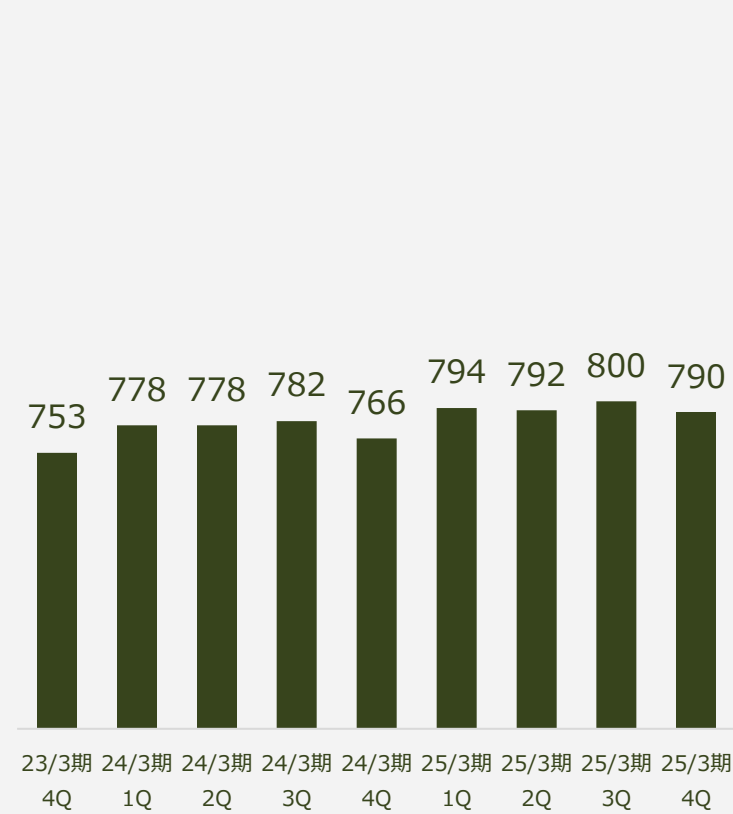


らでいつしゅぼーや

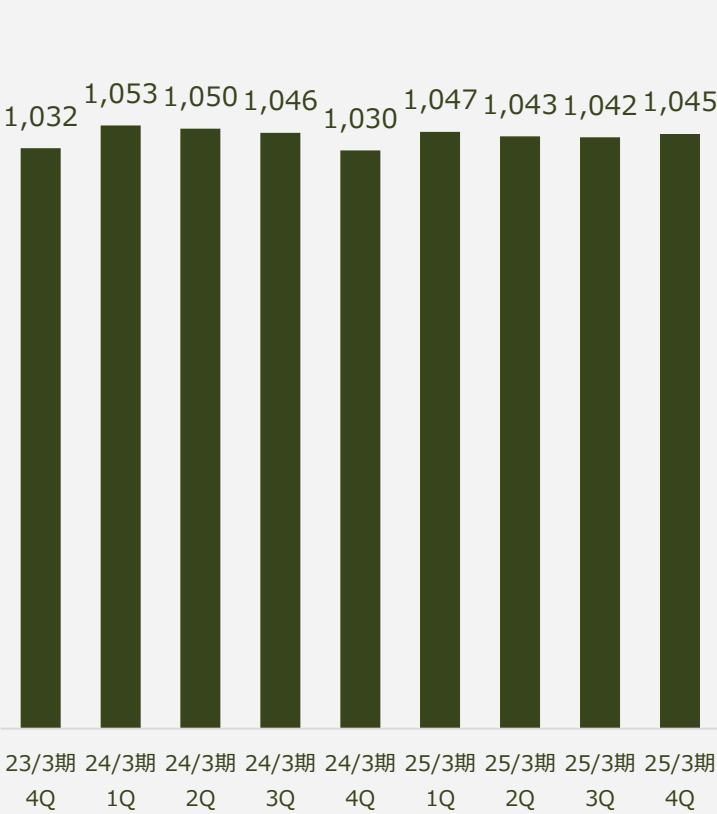


メディカル

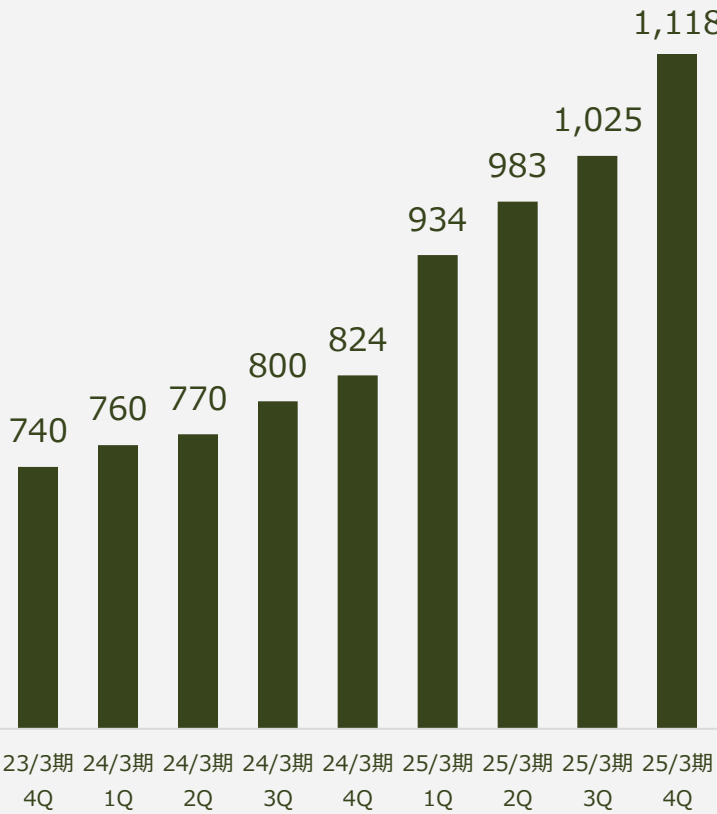
■ 契約施設数



コントラクト



すくすくOisix（食材卸）



本資料には、当社に関連する予想、見通し、目標、計画等の将来に関する記述が含まれています。これらは、当社が現在入手している情報に基づく、本資料の作成時点における予測等を基礎として記載されています。

また、当該記述のために、一定の前提を使用しています。当該記述または前提は主観的なものであり、将来において不正確であることが判明したり、実現しない可能性があります。

このような事態の原因となりうる不確実性やリスクは多数ございますが、詳細は、当社の決算短信、有価証券報告書をご参照下さい。なお、本資料における将来情報に関する記述は、上記のとおり本資料の日付時点のものであり、当社は、それらの情報を最新のものに随時更新するという義務も方針も有しておりません。

【お問い合わせ先】
オイシックス・ラ・大地株式会社 IR部
Email : ir@oisixradaichi.co.jp