



# 2026年3月期 上期 決算FAQ

---

オイシックス・ラ・大地株式会社  
2025年11月13日

Q マーケティング費用

Q 実効税率

Q 業績予想修正

Q 主要損益項目

Q セグメント情報

Q 株主還元

Q M&A

Q 中長期目標（EPS/主要KPI/キャピタルアロケーション）

Q （Oisix）会員数/ARPU

Q BtoCサブスクとBtoBサブスクのシナジー

Q BtoC・BtoBサブスク（食品宅配/給食市場）

Q マクロ環境（食材費/人件費/配送費）

Q マクロ環境（金融政策）

参考 Oisixコース

Q

上期にマーケティング費用を先行的に大きく投下した背景及び下期の方針について教えてください。

A

営業利益が前年同期対比で2.8億円の減少の主な要因は、上期において（国内3ブランドの）マーケティング費用が、前年同期対比で5.3億円増加したことです。

上期は、下期以降のプロモーションに向けた準備期間として、新規獲得施策の強化及び効率化に注力しました。25年4月から徐々に、おためしセット購入後のコミュニケーション改善による定期会員への転換率の向上、運用型広告の依存度を下げ成果報酬型媒体の開拓による、獲得に関する費用対効果の改善など、新規会員獲得施策の強化の効果が顕在化されるようになりました。

それらの獲得効率の良化により、おためしセットの販売数や広告の投下量に見合った新規獲得の効果が得られる兆しが見えたため、上期でマーケティング費用を先行的に投下する判断をしました。

（次頁へ続く）



Q

上期にマーケティング費用を先行的に大きく投下した背景及び下期の方針について教えてください。

A

その結果、Oisixの会員数は、上期終了時点で、26/3末予想の36万人を上回る結果となり、十分な進捗となっています。また、下期は、利益とのバランスを鑑みつつ、市場機会を捉えてマーケティング費用を投下していく方針です。

BtoCサブスクの通期利益予想は未達となる見込みですが、BtoBサブスクをはじめとしたその他のセグメント及び全社費用を良化させ、全社の通期予想達成を目指してまいります。

Q

上期の実効税率が大きく悪化した理由及び下期の見通しについて教えてください。

A

上期の当社グループの実効税率は、子会社再編に伴う一時的な影響もあり、前年通期の47.2%から58.8%に大幅に悪化しました。

下期の当社グループの実効税率は、10/1に車両その他事業を売却したことに伴い、当社グループ内で相対的に税率の高いシダックスグループの利益が占める割合が減少すること、ならびに、のれんおよび無形固定資産の償却負担が軽減されることから、改善する見込みです。

当該事業の状況も考慮しつつ、グループ全体として税務の最適化を推進し、税効果適用後の法人税等の負担率につきましては、法定実効税率（30.6%）にのれん償却額等の影響を考慮し、下期は40%台後半となるものと見込んでおります。

Q

業績予想修正の背景について教えてください。

A

25/11/7に公表しました「連結子会社株式の追加取得による完全子会社化及び連結子会社の異動（株式売却）に伴う業績予想の修正に関するお知らせ」の通り、26/3期の業績予想について修正しました。

当社のコア事業（BtoC及びBtoBサブスク事業）の事業前提について、当初予想からの変更はありませんが、10/1に売却する車両その他事業の下半期の売上高及び利益が、連結対象から外れることになります。

売上高は、10月以降の車両その他事業の売上分がなくなるため、減少します。EBITDAは、車両その他事業の利益分減少しますが、当該事業に伴う全社費用の削減効果があります。

（次頁へ続く）

Q

業績予想修正の背景について教えてください。

A

営業利益は、EBITDAの減少により減益となります。しかし、当該事業の売却により、のれんや顧客関連資産の償却費が減少するため、EBITDAの減少幅に比べて減益幅は縮小する見込みです。

親会社株主に帰属する当期純利益は、増減要因を総合的に勘案した結果、通期予想に変更はありません。主な要因としては、車両その他事業の売却（持株比率 66%から 0%へ）による利益の減少がある一方、フード及び社会事業の追加持分取得（持株比率 66%から 100%へ）による増益、車両その他事業の売却により得た資金による借入金返済及びリファイナンスに伴う支払利息の減少です。なお、車両その他事業の売却に伴う特別利益は3Qに計上する見込みです。

Q

上期のEBITDA及び営業利益について教えてください。

A

上期のEBITDA/営業利益は、前年同期対比▲1.4%/▲8.6%で、対通期予想進捗率47%/41%で推移しています。なお、BtoBサブスクをはじめとして全体として順調に進捗していますが、BtoCサブスクは通期目標未達の見込みです。

350億円計上されている販管費のうち、主な項目として人件費が106億円（31%）、荷造運賃発送費及び梱包資材費が72億円（21%）、広告宣伝費及び販売促進費が49億円（14%）計上されています。

EBITDAと営業利益の差異として、減価償却費は2,372百万円（内、顧客関連資産関連590百万円）、のれん償却額は693百万円計上されています。なお、上期における、車両その他事業ののれん及び無形固定資産償却額は、201百万円/207百万円です。



Q

上期の営業利益と親会社株主に帰属する当期純利益の違いについて教えてください。

A

これらの利益の違いは、営業外損益、特別損益、法人税等、及び非支配株主帰属利益という4つの要素によって構成されています。なお、法人税等は、本資料の実効税率頁をご確認ください。

営業外損益の主な項目として、支払利息が362百万円計上されています。持分法投資損益は、四半期の業績進捗によって変動します。支払利息は、前年同期対比、ベース金利は上昇していますが、借入金の一部について6月末に借り換えを実施し、10月末以降に順次返済を実施するため、下半期の金利負担はやや軽減される見込みです。

（次頁へ続く）

Q

上期の営業利益と親会社株主に帰属する当期純利益の違いについて教えてください。

A

特別損益の主な項目として、シダックス関係会社の清算益58百万円及び子会社再編に伴う減損損失68百万円を計上しています。また、3Qに計上見込みの車両その他事業の売却益を含め、連結子会社等の業績進捗によって特別損益が発生する可能性があります。

非支配株主に帰属する当期純利益は、当社が66%の持分を保有するシダックスグループの利益が増加したため、前年同期と比較して増加しています。そのほか、Future Food Fund（投資事業）やその他の子会社の損益のうち、当社に帰属しない部分が含まれています。10月に完了した子会社再編により、下半期は、シダックスグループに関する非支配株主に帰属する当期純利益は計上されない見込みのため、当期純利益にプラスに寄与する見込みです。

Q

セグメント利益と調整後セグメント利益の違いを教えてください。

A

調整後セグメント利益は、決算短信に記載のセグメント利益に、M&Aに伴うのれんおよび無形固定資産の償却費などを加算して算出しています。

当社は、2016年以降、約20社をM&Aによりグループ会社として迎えてまいりました。直近では、当社と同規模の売上高を持つシダックス社のグループ化も完了しています。このような状況下で、M&Aの影響を除き、各事業が本来持つ収益力を異なるセグメント間での比較が可能な状態にするため、決算説明資料においては調整後セグメント利益を算出し、開示しています。

当期は、決算短信および決算説明資料において、M&Aに伴うのれんおよび無形固定資産の償却費などを考慮した数値と、考慮していない数値の両方を開示しておりますが、来期以降はセグメントEBITDA開示を検討することで、事業の状況をより分かりやすくお伝えしていく方針です。

Q

セグメント売上高及び調整後セグメント利益について教えてください。

A

主要セグメントの売上高及び調整後セグメント利益については、決算説明資料をご参照ください。

BtoCサブスクのPurple Carrot事業は、米国において新規会員獲得が最も期待される25年1月の獲得実績が当初の想定を下回る結果となったため、26/3期の売上高は25/3期を下回る見込みです。また、調整後セグメント利益は、引き続き原価改善等を進めてまいりますが、赤字が継続する見通しです。1Qは新規のPR費用を投下しましたが、2Qは赤字幅が縮小し、上期の調整後セグメント利益は約2,333千ドル（337百万円）の赤字となり、3Q累計の調整後セグメント利益は2,700千ドルの赤字を見込んでおります。

10/1に売却した車両事業は、「役員車両」「一般車両」での契約数の増加のため、2Q累計の売上高及び調整後セグメント利益は順調に進捗しました。

（次頁へ続く）

Q

セグメント売上高及び調整後セグメント利益について教えてください。

A

下半期のその他事業の利益及び全社費用その他は、10/1の車両その他事業の売却を踏まえ、減少する見込みです。具体的には、その他事業の利益は3億円減少し、全社費用その他は6.2億円の減少を想定しています。



Q

今後の株主還元の方針について教えてください。

A

25年5月に公表したキャピタルアロケーション方針に基づき、創業以来初の配当を実施する事を決定しました。

当社は、これまで、海老名ステーション（冷蔵）・厚木冷凍ステーションといった大型設備投資に加え、シダックスを含む複数のM&Aを実施するなど、事業拡大に向けた投資を積極的に実施してまいりました。

しかしながら、大型設備投資が一段落し、安定的なキャッシュ・フローの創出が見込める状況となったことから、継続的な株主還元が可能となったと判断いたしました。

今後は、安定的な収益基盤の成長に基づき、株価上昇によるキャピタルゲインに加えて、配当性向15%（総還元性向15-30%）を目安とした株主還元を実施していく方針です。

Q

今後のM&Aの方針について教えてください。

A

当社のノウハウを活用したシナジー創出が見込める事業に対して、BtoBサブスク事業を中心に積極的にM&Aを実施していく方針です。

BtoCサブスク領域は、「大地を守る会」「らでいっしゅぼーや」「Purple Carrot（米国）」と、当社の企業理念やビジネスモデルが近い領域でのグループ化を進めてまいりました。今後は、「豊洲漁商産直市場」や「アグリゲート」等、魅力的な商品ラインナップの拡充に資する企業についても、検討を進めてまいります。

BtoBサブスク領域は、食材費・人件費の高騰および人材不足による給食業者の業績悪化や破綻が顕在化しており、他業界からの参入も含めた業界再編の動きが加速しています。

（次頁へ続く）

Q

今後のM&Aの方針について教えてください。

A

このようなマーケット環境をチャンスと捉え、これまでBtoCサブスクで培ったミールキット製造などのノウハウを活かした「タイパ給食モデル」を確立し、給食企業への横展開を加速させることを目指します。

「タイパ給食モデル」は、これまで給食市場が長年抱えてきた課題を解決出来ると考えており、今後も、業界再編をリードしていくためのM&Aを実施していく予定です。

なお、のれん、財務レバレッジといった主要な財務リスクに加え、経営資源の分散や組織の肥大化、法務・コンプライアンスリスクといった経営リスクについても、それぞれ適切な管理体制を構築し、グループ化後のPMI（経営統合プロセス）を計画的に実行してまいります。

Q

中長期目標の一つであるEPSについて教えてください。

A

BtoC及びBtoBサブスク事業（コア事業）に加え、その他の事業や全社費用その他、減価償却費・のれん償却費の影響も総合的に勘案し、調整後EPSの2030年目標は、2025年対比1.7倍（CAGR11%）の175円としました。

今後5年間は、BtoBサブスク事業におけるトップラインの高成長及び収益性改善による増益をメインシナリオとし、その上で、BtoCサブスク事業のトップライン成長も図りたいと考えています。

具体的には、コア事業の規模拡大に加え、省人化と高付加価値化を実現する「タイパ給食モデル」の確立と横展開を推進することでBtoBサブスクの収益性改善を図り、コア事業のセグメント利益は30/3期までに25/3期対比約2倍（CAGR15%）に増加する見込みです。

（次頁へ続く）

Q

EPSではなく、調整後EPSを用いて中長期目標を設定した理由を教えてください。

A

なお、過去5年間（20/3期－25/3期）において、調整後EPSは24.2円から103.1円へと約79円増加した実績を踏まえ、今後5年間（25/3期－30/3期）で、103.1円から175.0円へと約72円増加させることは十分に可能であると考えています。

当社グループは、連結子会社および持分法適用会社の業績変動により、営業外損益や特別損益等の臨時損益が発生しやすく、その結果、当期純利益が変動しやすい状況にあります。なお、非支配株主に帰属する当期純利益には、Future Food Fund（投資事業）、その他子会社の損益のうち、当社に帰属しない利益が含まれています。

上記の状況を踏まえ、中長期目標EPSは、特別損益を除いた調整後EPSを用いて設定しています。



Q

中長期目標の一つである主要KPIについて教えてください。

A

中長期目標の達成に向け、コア事業の進捗が非常に重要であると認識しています。よって、コア事業に焦点を当てた主要KPIを設定しました。

BtoC + BtoBに関する売上高3,000億円（30/3期目標）、EBITDAマージン目標9%（30/3期目標）は、オーガニック成長に加え、M&A含む非連続成長を前提としています。仮にBtoB領域にて目標とするM&Aが実現できなかった場合、売上高は目標を下回る可能性があります。収益性の高いBtoCサブスクの割合が高まり、EBITDAマージンは目標を上回る見通しです。

（次頁へ続く）

Q

中長期目標の一つである主要KPIについて教えてください。

A

Oisix会員数は、26/3期は緩やかな増加を見込んでいます。27/3期以降に、継続会員の最大化を基本方針とし、30/3期目標である60万人に向けて成長を加速させていく方針です。

BtoBサブスクの契約施設数は、商品・サービスの進化及び営業力の強化によるオーガニックな契約施設数の増加に加え、M&A含む非連続成長を考慮した目標を設定しています。今後も、価格適正化を進めながら、30/3期目標である3,000施設に向けて成長を加速させていく方針です。

Q

中長期目標の一つであるキャピタルアロケーションについて教えてください。

A

今後5年間は、コア営業CFを原資として、M&A（70-85%）、株主還元（15-30%）を目安とした資本配分を行う方針です。なお、コア営業CFが計画を上回る場合又はM&Aを実施しない場合には、手許現金水準及び資本構成を総合的に勘案し、借入金の返済や株主還元についても検討する方針です。

財務レバレッジは、20-25%（自己資本比率）、上限2.0x（Net Debt/EBITDA倍率）を目安にしていますが、コア営業CFの水準を踏まえ、現時点では、追加の大型借入は想定していません。なお、25年10月に完了した車両その他事業の売却資金を用いて、借入金返済を実施します。

なお、BtoC + BtoB売上高3,000億円（30/3期目標）の達成に向けて、BtoB事業を中心に、5年間でM&Aを含む非連続な成長により750億円の売上高を見込んでいます。当該売上高をすべてM&Aによって実現した場合を想定し、上記の資本配分割合を設定しています。

\* コア営業CF = 営業CF - （既存事業の成長に伴う）設備投資

\* M&A含む非連続成長は新プロダクトの開発等を含む。また、M&Aに用いる資本は、小売業界のバリュエーションを前提として試算しているものの、案件によって上下する可能性あり

Q

Oisixの会員数/ARPUについて、今後の見通しを教えてください。

A

25/9末のOisixの会員数は、新規会員獲得施策の強化によって、2年ぶりに、前年同期の会員数を上回りました。解約率についても、引き続きコロナ以前の水準まで改善した1Qの解約率を維持できている状態です。

下期は、「超ラクKit」シリーズを主力に据え、包丁を使わないミールキットなど、時短とおいしさを両立させる商品の開発を一層強化し、27/3期以降を見据え、潜在顧客層への認知拡大や入会促進に向けたプロモーション手法の検討を進めていきます。具体的には、SNSや首都圏以外のテレビCMなどを通じて、より幅広い層にOisixの魅力を伝えるプロモーションを検討していきます。

(次頁へ続く)

Q

Oisixの会員数/ARPUについて、今後の見通しを教えてください。

A

ARPUについても同様に、下半期からの「超ラクKit」シリーズの強化によって、よりお客様の生活に寄り添える商品・サービスを充実させることで、既存会員の購入頻度の改善によるARPUの増加を目指しております。

従来のミールキットでは実現しきれなかった、さらなる時短ニーズを満たしながら、「超ラク×コラボKit」「超ラク×鍋Kit」といった、調理時間が10分以内・包丁やまな板を使わずに仕上げるような新商品の展開を進め、飽きのこない商品開発を目指します。



Q

BtoCサブスクとBtoBサブスクのシナジー創出が見込める背景を教えてください。

A

BtoCサブスクとBtoBサブスクは、ともに、「安定的かつ大規模に原材料を調達」し、「一元集約型の加工・物流センター」を経て、「同じお客さまに毎日異なるメニューを提供するサブスクモデル」という共通点の多いビジネスだと捉えています。

これらの共通点を踏まえ、BtoCサブスクで培ったノウハウである「プレミアムと時短を両立させるミールキット開発」、「高品質原料を一元調達できるネットワーク」、「eコマースで磨き上げた食品流通DX」の3つの施策を中心とした「タイパ給食モデル」を確立・横展開することで、省人化による給食業界のFLコスト（食材費＋人件費）の削減と付加価値の向上を両立させることが可能と考えています。

（次頁へ続く）

Q

BtoCサブスクとBtoBサブスクのシナジー創出が見込める背景を教えてください。

A

「ミールキット開発」では、保育園給食において、調理時間の削減と食育という、時短とプレミアムの両立が実現出来ており、他店舗への拡大や他の給食領域への横展開を進めてまいります。

「一元調達ネットワーク」では、サブスクモデルの強みである高精度な需要予測を活かし、給食事業にもその調達網を拡大することで、グループ全体で大規模かつ低価格で安定的な仕入れに繋がると考えます。

「食品流通DX」では、BtoCサブスクで培ったお客さま目線でのUI/UXに特化したシステムデザインなどを給食事業にも展開することで、現場の省人化やフードロス削減を可能にします。

「タイパ給食モデル」を確立・横展開させることで、中長期的なBtoBサブスクの付加価値向上と省人化による収益力改善の実現を目指してまいります。

Q

食品宅配市場の今後の見通しや、他社サービスとの差別戦略について教えてください。

A

国内の食品宅配市場は約3兆円あり、今後も年成長率約3%が予想されており、順調に拡大が見込まれています。一方、当社のマーケットシェアは数%程度であり、グローバルの他社事例を踏まえても、国内事業で引き続き成長出来ると考えています。また、食品市場全体におけるEC比率も約4%とまだまだニッチであり、他社サービスを含めた市場全体の活性化も見込まれています。

当社は「スペシャリティ」×「サブスクリプション」の領域に特化したサービスを展開しており、付加価値が高い商品を生み出す契約生産者とのダイレクトネットワークや、お客さまインサイトに基づくサービス開発スキル等、当該領域において高い参入障壁を築いており、流通総額でNo.1の地位を確立しています。

Oisixのお客さまは、現在、約4割が首都圏（一都三県）に集中しております。今後は、首都圏にとどまらず、サービス利用者数拡大と収益性改善の両立を実現させていきたいと考えています。

Q

給食市場の今後の見通しや、他社サービスとの差別戦略について教えてください。

A

国内給食市場は、約5兆円と非常に大きく、高齢者施設や社食などを中心に安定的に推移している市場です。一方で、昨今の人材不足や原材料・人件費による利益圧迫により、食の質の低下が懸念されるなか、給食業者の業績悪化や破綻も顕在化しています。

当社は、BtoCサブスクで培ったノウハウを給食事業に展開することで、省人化かつ高付加価値を両立させる「タイパ給食モデル」の確立・横展開を目指します。また、積極的にM&Aにも取り組み、給食業界においてトップティア入りを目指してまいります。

現在、給食の受託運営は、約4割が首都圏（一都三県）に集中しております。今後は、首都圏にとどまらず、全国での施設数拡大と収益性改善の両立を目指してまいります。

Q

野菜や米を中心とした食材の値上げについて、どのように捉えているか教えてください。

A

当社は、創業以来、契約生産者とのダイレクトネットワークからの調達により、事前契約かつ直接仕入れを行うことが出来る点を大きな強みとしてきました。

よって、OisixをはじめとするBtoCサブスクは、卸業者を介する通常の流通経路と比べ、原材料高騰の影響を軽減できています。また、有機・低農薬野菜や無添加の加工品を取り扱っており、一般の商品と比べ高価格帯の商品が多いため、インフレ下において、一般小売店との価格差は相対的に縮小すると考えています。

また、規格外・未利用の青果物を仕入れ、ミールキットを中心とした加工品の原料に活用するなどの取組を行っており、今後も価格適正化と商品原価の低減を両立させるアクションを実行していきたいと考えています。

（次頁へ続く）



Q

野菜や米を中心とした食材の値上げについて、どのように捉えているか教えてください。

A

一方、BtoBサブスクは、卸業者を介する通常の流通経路も多く、市況価格が直接的に影響しやすい事業モデルです。

直近では、市況価格の高騰に対して、価格適正化の対応を進め、高騰分を打ち返すことができておりますが、今後も食材の値上がりと価格適正化の時期がずれることで利益率に影響を与える可能性があります。

影響の大きい米価の状況については、引き続き当社としては楽観視はせず、対処を進めたいと考えています。

Q

労働市場のひっ迫による人件費の高騰について、どのように捉えているか教えてください。

A

近年、労働市場のひっ迫と最低賃金の引き上げを背景に、当社を含む業界全体で人件費が増加の一途を辿っています。今後も、人手不足の深刻化に加え、法規制による賃上げ圧力は続くと考えています。

当社では、特にBtoBサブスクにおいて、事業拡大方針も踏まえ、人件費の増加を見込んでいます。25/3期は、シダックスグループとして約20年ぶりとなる給与ベースアップ等の待遇改善を実施しましたが、依然として楽観視できない状況が続いています。

このような状況を踏まえ、給食市場が長年抱える人手不足という課題が今後さらに深刻化すると考えています。当社は、当該状況を省人化を実現しつつ高付加価値を提供する新たな機会と捉え、「タイパ給食モデル」の確立・横展開を進めていく方針です。このモデルを通じて、人手不足の解消と業務効率化を図り、業界全体の課題解決に貢献していきたいと考えています。

**Q** 燃料費や人材不足などの高騰に起因する配送費の高騰について、どのように捉えているか教えてください。

---

**A** BtoCサブスクの物流は、「生産者から当社物流センターへの配送」と、「当社物流センターからお客さまへのラストワンマイル配送」に大きく分けられます。

そのうち、影響が大きい「当社物流センターからお客さまへのラストワンマイル配送」については、大半をヤマト運輸へ委託しています。そのため、昨今の物流業界の状況から、配送料の値上げ要請があった場合、当社の業績に影響が生じる可能性があります。

一方、ヤマト運輸とは、物流センターにおける荷分け・荷渡し作業の最適化などの取組みを通じて、良好な取引関係の構築を継続しており、現時点においては、当社の業績に与える影響は軽微であると見込んでいます。

Q

金利上昇や為替相場の変動などマクロの金融の影響について、どのように捉えているか教えてください。

A

昨今の不安定な国際情勢に加え、主要国の金融政策や経済指標の変動により、金利や為替相場の先行きについては、依然として不透明な状況が続いています。

現状の借入金残高（367億円）や利率（～1.9%）を踏まえると、日米の金融政策や関税政策が当社の金利に与える直接的な影響は限定的であると見込んでいます。また、為替変動や関税が当社に与える影響については、米国のPurple Carrot事業の事業規模を踏まえると、現時点ではその影響は軽微であると想定しています。

今後も、金融環境が当社に与える影響を注視し、状況に応じて適切な対応を講じてまいります。



必要量の食材とレシピがセットになった調理時間が10分から作れるミールキット



全国から厳選された旬の  
おすすめ食材の詰め合わせコース



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  
冷蔵おかずコース



カロリーや食塩相当量を考慮した  
Kitや食材のコース



0～3歳未満の子供がいる方向け  
赤ちゃんにおすすめの旬の食材コース



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いません。

【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](mailto:ir@oisixradaichi.co.jp)