



2026年3月期 上期 決算説明資料

オイシックス・ラ・大地株式会社
2025年11月13日

1

エグゼクティブサマリ

2

子会社再編

3

2026年3月期上期実績

4

セグメント別概況

5

下期の取り組み

6

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

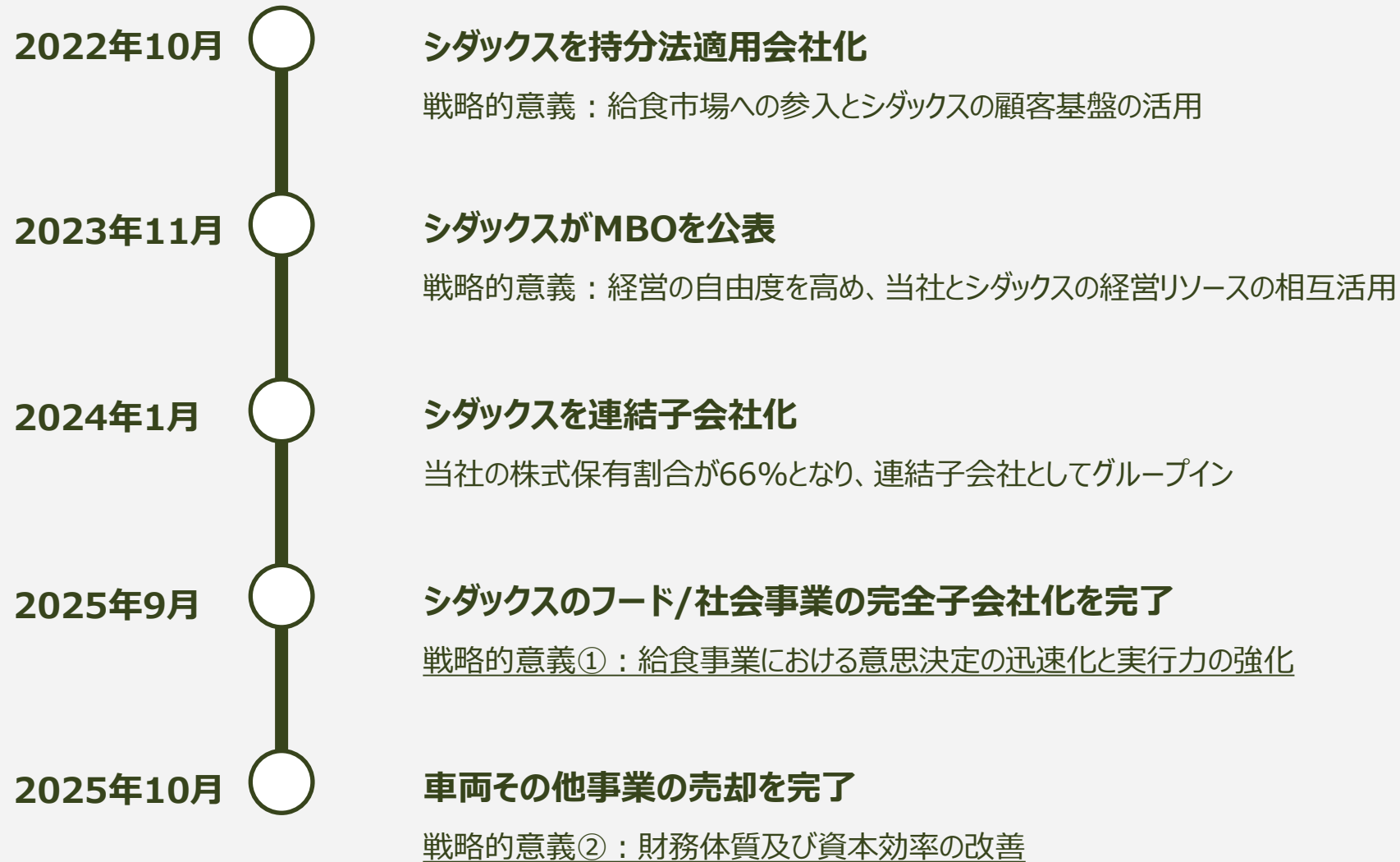
26年3月期 上期 実績

- 【全体】 上期の売上は1,318億円（前年同期比61億円増加）、上期のEBITDAは60億円（前年同期比0.8億円減少）で着地。BtoBが増収増益になったものの、BtoCのマーケティング費用が増加（前年同期比5.3億円増加）
- 【BtoC】 Oisixの会員数は、約2年ぶりに、前年同期比増加し、36.1万人で着地。一方、Oisixを中心にマーケティング費用の増加により、BtoCの上期の利益率は7.6%（前年同期比1.3pt悪化）で着地
- 【BtoB】 前年下期からの米を中心とした食材費の高騰は継続しているが、価格適正化及び店舗運営の標準化が堅調に進捗し、上期の利益率は前年同期と同水準で着地

26年3月期 通期 業績予想

- 【全体】 売上/EBITDAは、（修正後）通期予想に対し進捗率52%/47%と順調に推移。親会社帰属純利益は、上期は子会社再編に伴う一時的な影響を受けたが、10/1に計上見込みの車両その他事業の売却益（23億円）を踏まえると実質的な進捗率は50%程度となり、計画から大きな乖離なし
- 【BtoC】 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、更なる時短とおいしさを両立させる商品開発を強化する方針。また、上期にマーケティング費用を積極的に投下した結果、26/3末目標（36万人）達成に向けた進捗は十分な状況にあることを踏まえ、下期は利益とのバランスを重視しつつ、市場の好機を逸さないよう、マーケティング費用を投下していく方針
- 【BtoB】 ①少人数での給食運営を実現する「タイパ給食モデル」の構築に向けて、高齢者施設向けの「元気ごはん」をはじめとした商品開発、②シフト管理・食材管理などの店舗運営の標準化は26/3末の目標達成に向けて継続して推進、③赤字契約解消を含む価格適正化に向けた交渉は25/10末の交渉完了目標に対し概ね完了したものの、継続してフォローアップ
- 10月1日に、シダックス傘下のフード・社会事業の完全子会社化及び車両その他事業の売却が完了。下期は、本件を経て、売却益の計上に加え、借入金返済によるバランスシートの圧縮、実効税率の改善を見込む

2. 子会社再編



経営体制の変更



- フード事業、社会サービス事業を展開するシダックス ヒューマン&フードサービスの代表取締役が当社グループの高島代表取締役が就任
- フード事業を営む子会社の代表取締役社長は、当社グループの堤取締役が兼任

オフィス／製造拠点統合



- 9月よりフード事業が当社の本社（大崎）へ移転し、バックオフィス部門や広報等との連携強化で事業成長を加速させるとともに、インフラ整備やシステムリスク対応など運営体制の強化を進める
- 製造拠点の統合により、シダックスの京都工場の活用、及び西/東日本それぞれでBtoC/BtoBのミールキットパーツ等の製造プロセスの共通化・効率化が可能に

グループ会社連携



- Oisixで人気のコラボメニューを給食にも活用することにより、Oisixのメニュー開発力・製造技術を給食事業にレバレッジ
- グループ会社のノンピと協働して、国際的なスポーツイベントのVIP向けフードサービスを実施するなど、グループ間で連携して幅広い顧客対応を実現

2 財務体質及び資本効率の改善

Oisix ra daichi

- 車両その他事業の売却に伴い、バランスシートの健全化を実現
- 今後、ロールアップ型M&A実施を含め、当社の持続的な成長に向け、財務的な柔軟性と戦略的な機動力を向上

25/3末時点

26/3末時点（見込み）

	25/3末時点	26/3末時点（見込み）
自己資本比率	22.6%	30%
Net Debt/ EBITDA	1.1x	0.5x
借入金	333億円	250億円
借入金 利率	1.9%	1.1%

* 9月末以降、子会社再編以外の影響がない前提での試算結果

3. 2026年3月期上期実績

26年3月期上期実績サマリ

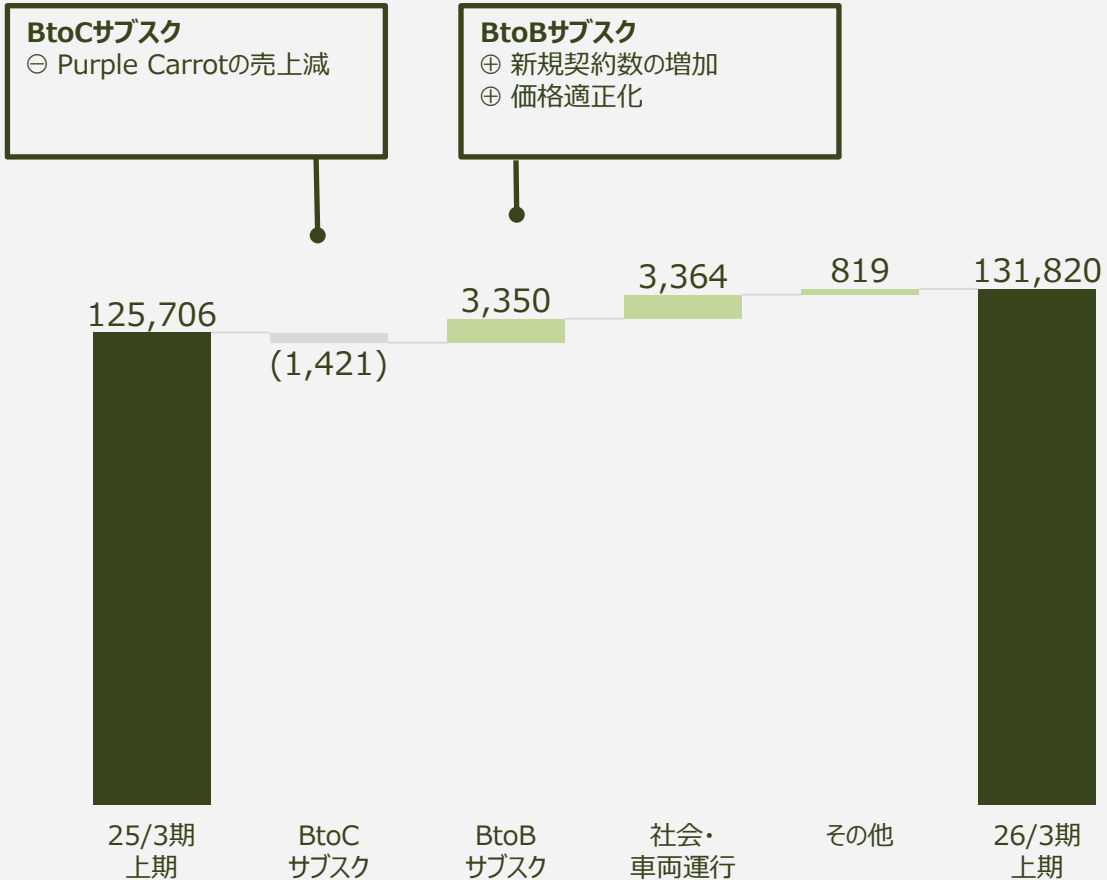
Oisix ra daichi

	25/3期	26/3期	前年同期比 増減	ハイライト
(百万円)	上期	上期		
売上高	125,706	131,820	+4.9%	● BtoBサブスクの新規契約数の増加及び価格適正化により、売上高は前年同期比で増加
EBITDA	6,161	6,077	(1.4%)	● 【BtoC】Oisixを中心に新規会員獲得のためのマーケティング費用が増加したため、利益率は悪化 ● 【BtoB】前年下期以降の食材費高騰の影響を受けるも、価格適正化及び店舗運営の標準化が順調に進捗し、利益率は前年同期比で改善
営業利益	3,294	3,011	(8.6%)	● 【社会】年間契約を締結している学童保育にて、夏季休暇が多い2Qに利益が減少する季節性はあるものの、前年同期比で増加
親会社帰属 純利益	2,392	927	(61.2%)	● 前年上期はウェルカム社の一部事業譲渡、HiOLI社の評価益等の影響による一過性利益（13億円）が計上されていたため、前年同期比大幅に減少。今年の親会社帰属純利益は、10/1に計上見込みの車両その他事業の売却益（23億円）を踏まえると、計画から大きな乖離なし

* 営業外損益、特別損益、法人税等の詳細は、決算FAQ参照

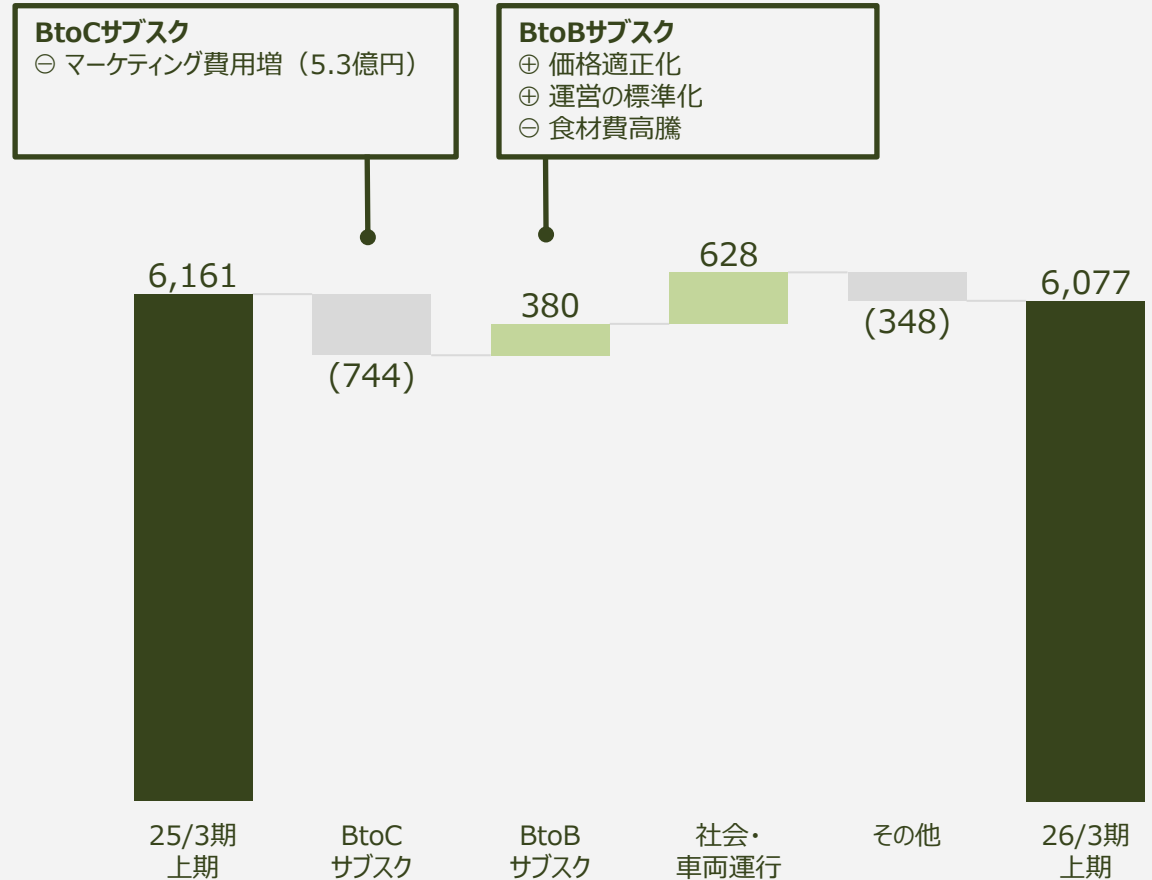
売上高

(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 上期	26/3期 上期	YoY
BtoCサブスク	48,178	46,756	(3%)
Oisix	29,033	29,227	+1%
大地+らでいっしゅ	13,502	13,484	(0%)
Purple Carrot	5,642	4,044	(28%)
BtoBサブスク	38,122	41,472	+9%
社会サービス	18,063	20,229	+12%
車両運行サービス	13,384	14,584	+9%
その他事業	9,121	10,196	+12%
連結調整	(1,164)	(1,419)	-
売上高	125,706	131,820	+5%

調整後セグメント利益

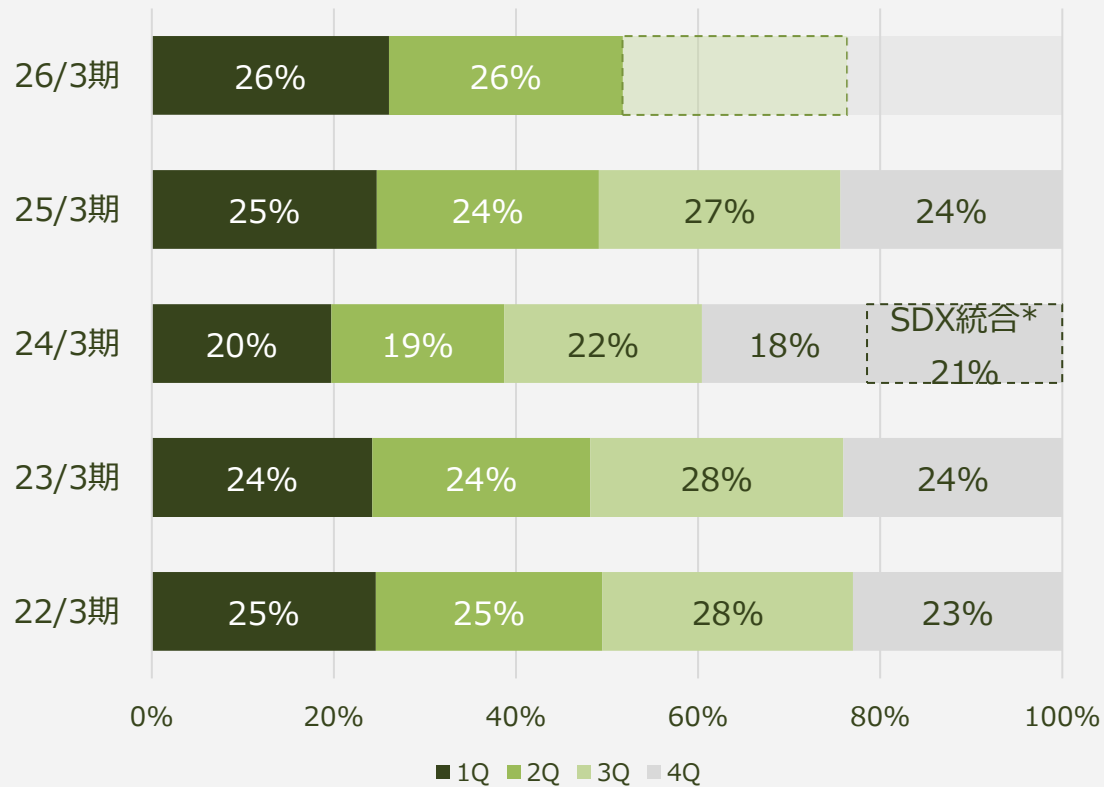
(百万円)	25/3期 上期	26/3期 上期	YoY	利益率
BtoCサブスク	4,278	3,533	(17%)	7.6%
Oisix	3,050	2,480	(19%)	8.5%
大地+らでいっしゅ	1,462	1,391	(5%)	10.3%
Purple Carrot	(233)	(337)	-	-
BtoBサブスク	1,432	1,813	+27%	4.4%
社会サービス	638	871	+37%	4.3%
車両運行サービス	1,383	1,779	+29%	12.2%
その他事業	670	430	(36%)	4.2%
全社費用その他	(5,108)	(5,417)	-	-
営業利益	3,294	3,011	(9%)	2.3%
のれん・減価償却費	2,866	3,065	-	-
EBITDA	6,161	6,077	(1%)	4.6%

* Oisix、大地を守る会、らでいっしゅばーやは調整なし。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） 11

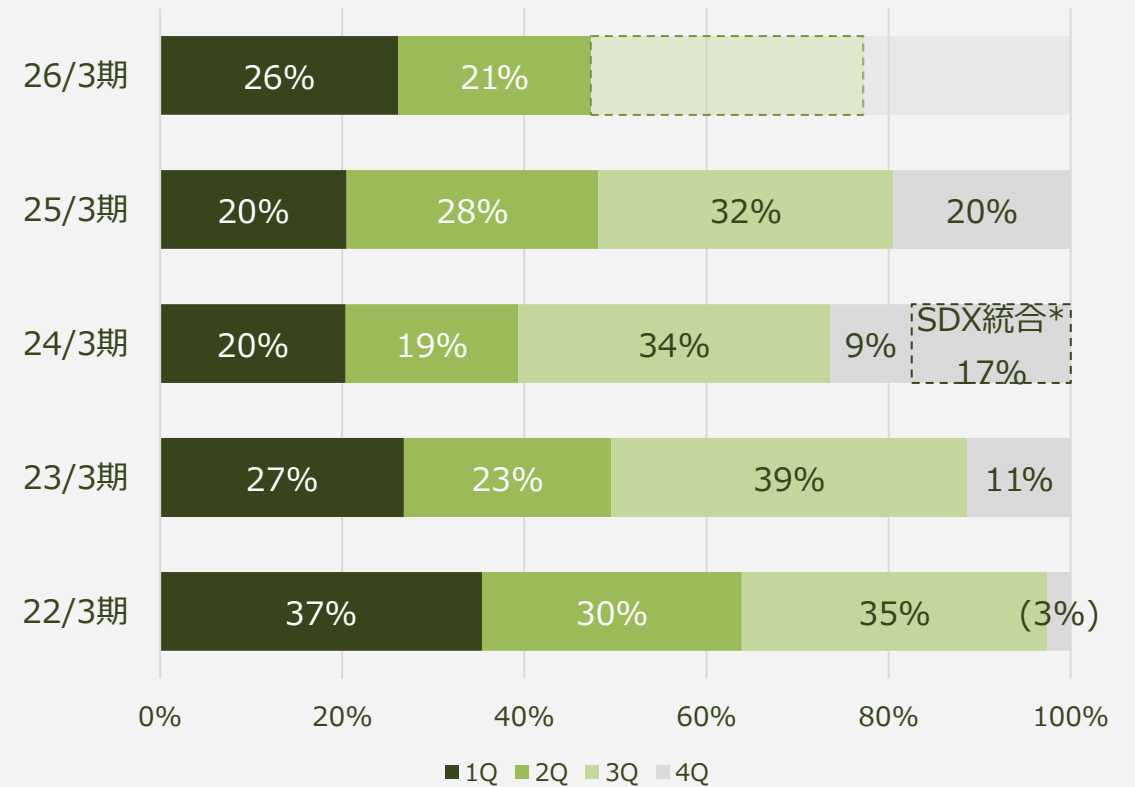
* Purple Carrotは、決算期末が12月のため、3ヶ月遅れで連結。なお、3Q累計の調整後セグメント利益は2,700千ドルの赤字見込み

- 売上高は順調に推移。BtoCの年末商戦、BtoBの価格適正化及び店舗運営の標準化を踏まえ、EBITDAは下期偏重を想定

売上高

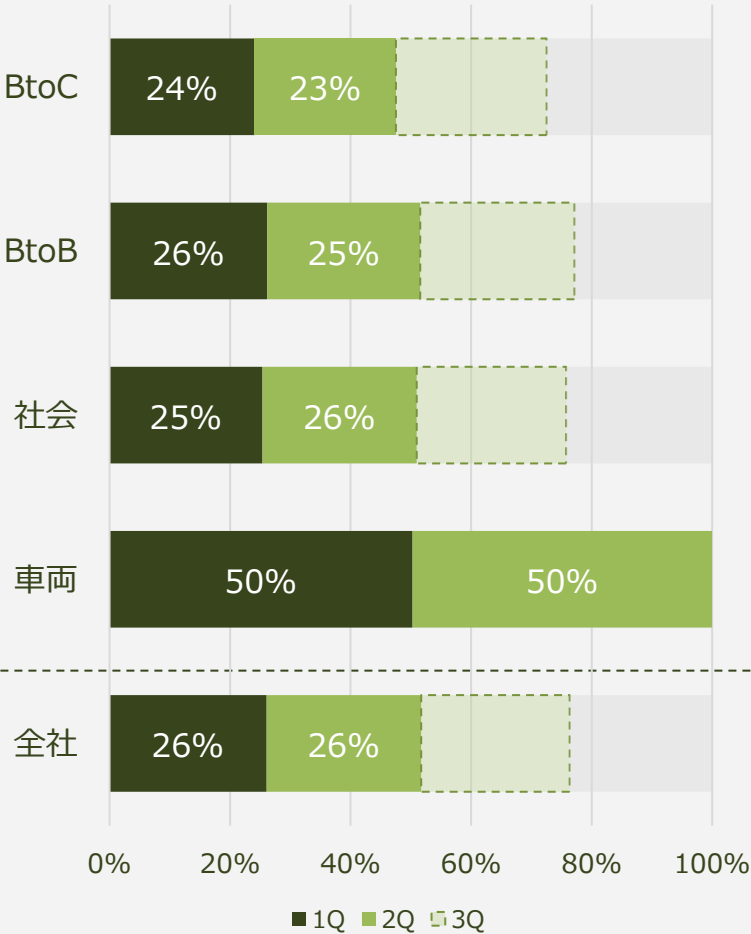


EBITDA

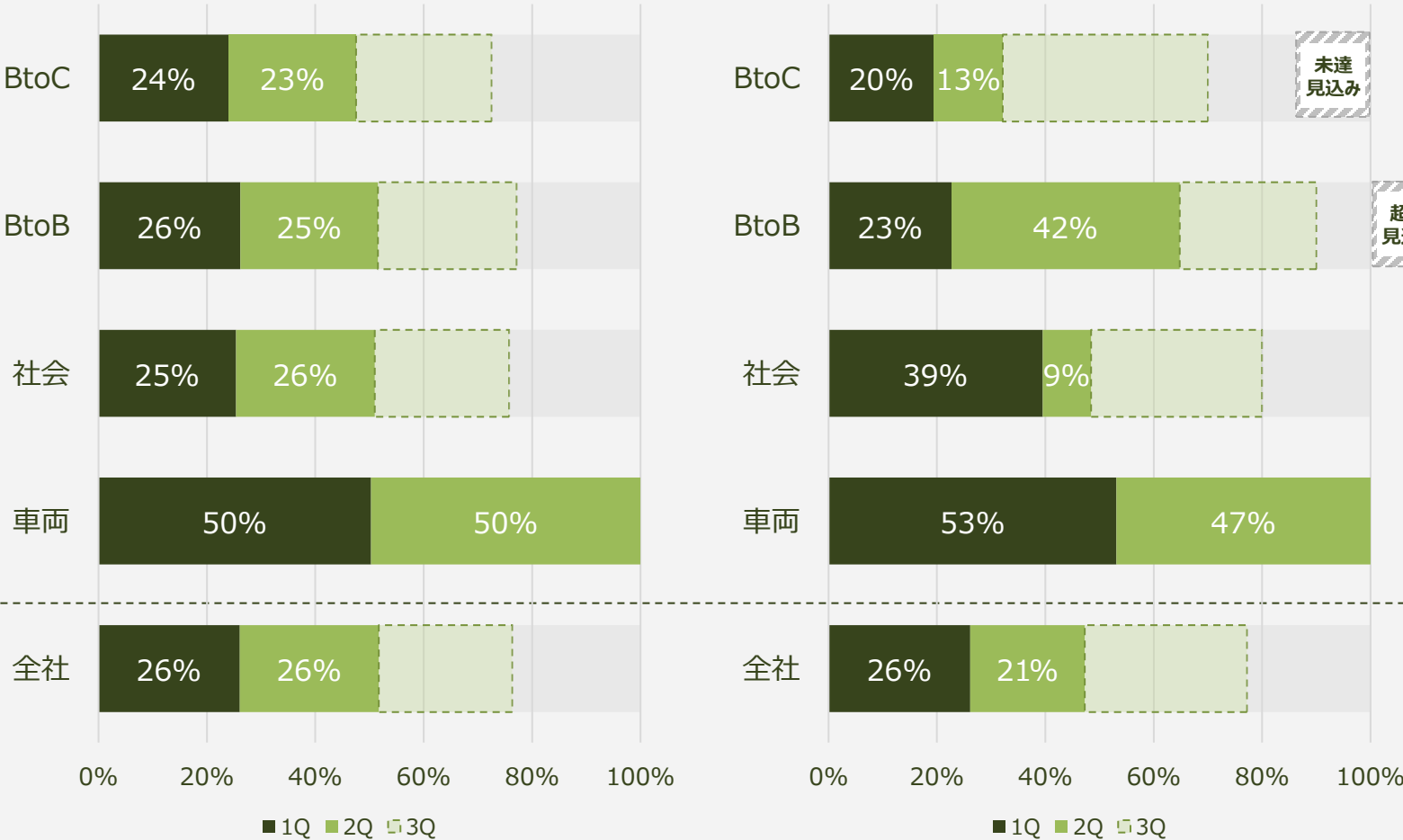


* 24/3期は、シダックスグループ（SDX）統合（4Qのみ連結）の影響が大きいため、内訳として記載

売上高



調整後セグメント利益



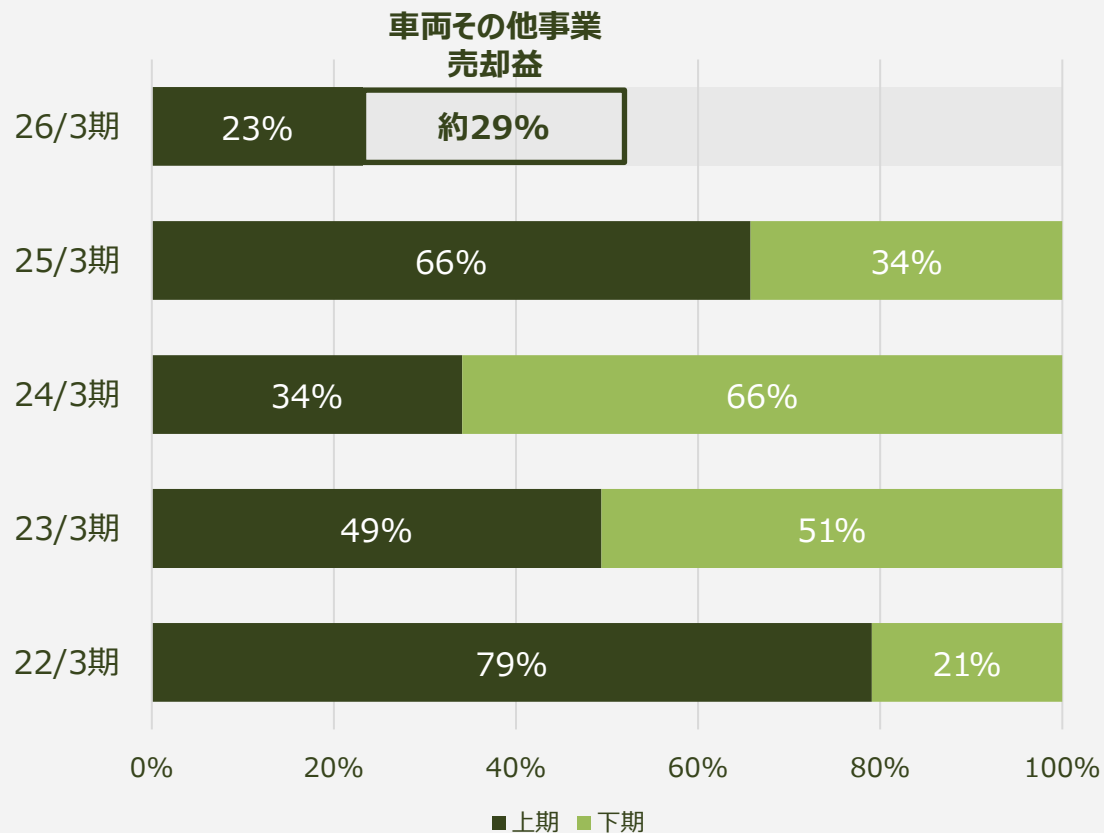
ハイライト

- BtoC：年末商戦がある3Qに利益偏重する傾向があるが、2Qにマーケティング費用を大きく投下したため、通期予想は未達見込み
- BtoB：下期は、引き続き価格適正化及び運営の標準化の効果が顕在化し、利益率は改善見込み
- 社会：季節性の影響により、2Qは大きく減益しているものの、当初想定を上振れて進捗
- 車両：10/1に車両その他事業売却を完了
- 全体：BtoB、社会の上振れに加え、全社費用その他の改善を見込み、通期予想は達成見込み

* 進捗率は、子会社再編による業績修正後の通期予想をもとに算出。全社利益はEBITDAを記載

- 上期は子会社再編に伴う一時的な影響を受けましたが、10/1に計上見込みの車両その他事業の売却益（23億円）を踏まえると実質的な進捗率は50%程度となり、計画から大きな乖離なし

親会社株主に帰属する当期純利益



ハイライト

上期実績

- シダックスグループの事業（BtoB、社会、車両）が好調に推移。但し、当社保有持分が66%であること、シダックスグループの実効税率が高いことが影響し、EBITDA対比で進捗率は伸び悩み

下期見込

- BtoB及び社会事業の保有持分が100%になることを踏まえ、下期は、EBITDAと比例して親会社帰属純利益は増加見込み
- 車両その他事業の利益減少分は、のれん等償却費、全社費用、利息費用の減少、ならびにBtoB・社会事業の当社保有持分の増加（66%→100%）により、相殺する見込み。なお、車両その他事業の売却益は、3Qに23億円計上予定
- 子会社再編に伴う一時的な影響の解消に加え、実効税率が高いシダックスグループの利益が占める割合が低下するため、実効税率は改善する見込み

* 進捗率を算出するにあたり、車両その他事業売却益（税後）は実効税率50%として試算

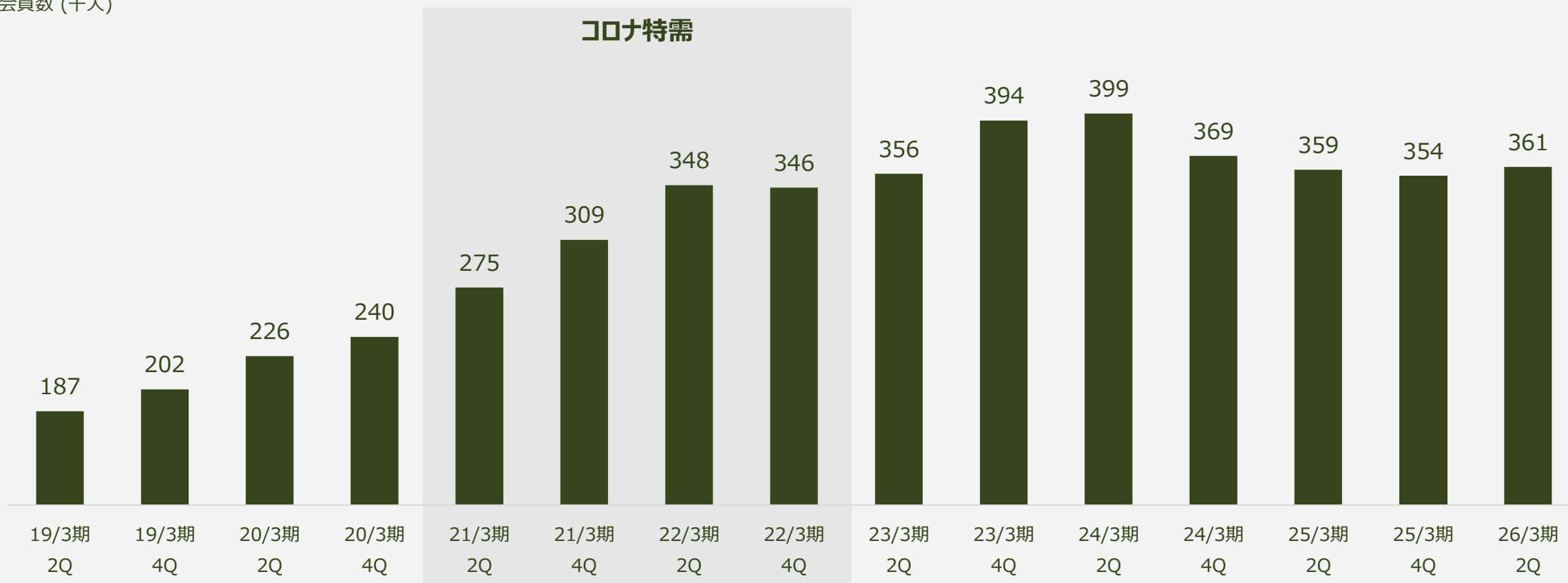
* 連結子会社、持分法適用会社が多いため、一時的な損益によって親会社帰属純利益は大きくぶれる傾向あり

4. セグメント別概況

- Oisixの会員数は、19/3期の約20万人から24/3期には約40万人まで増加したが、直近2年の会員数は減少傾向
- 25/9末において前年同期比で会員数は増加。26/3末に向けて増減しながら推移する見込み

Oisixの会員数推移

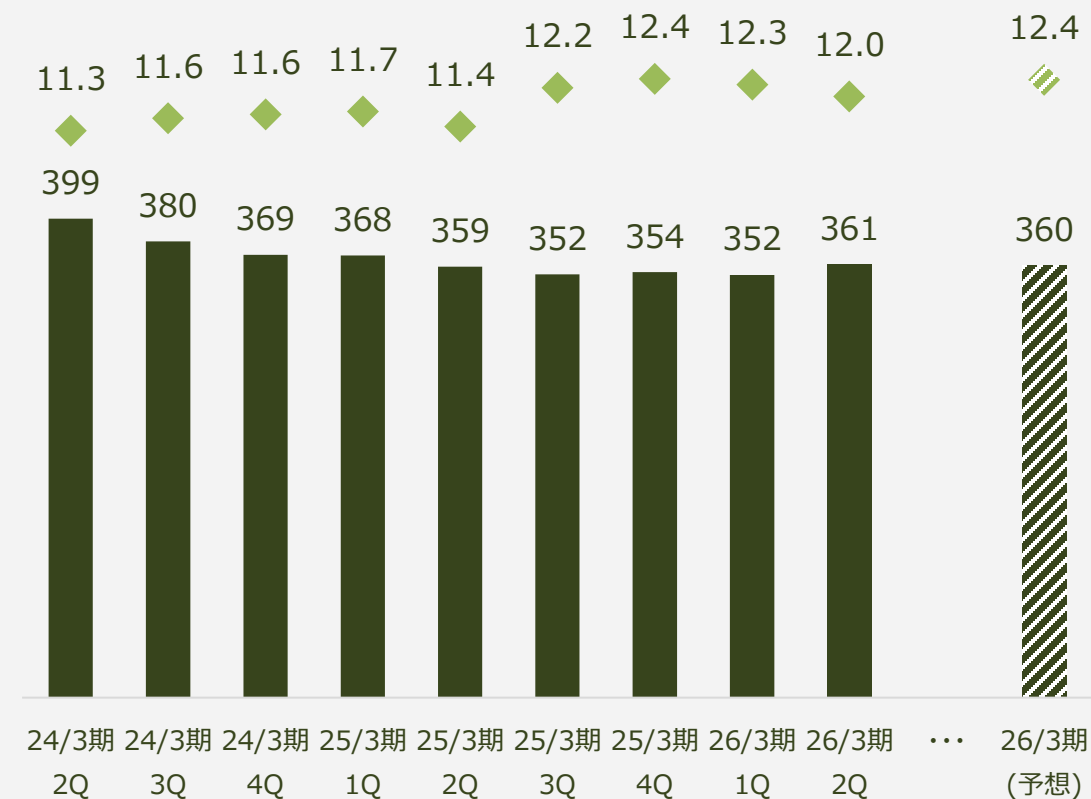
■ 会員数 (千人)



- 上期は、1人当たり新規顧客獲得コストと解約率を維持しつつマーケティング費用を集中投下した結果、会員数目標（26/3末：36万人）に対し順調に進捗。下期は、利益とのバランスを鑑みつつ、マーケティング費用を投下していく方針

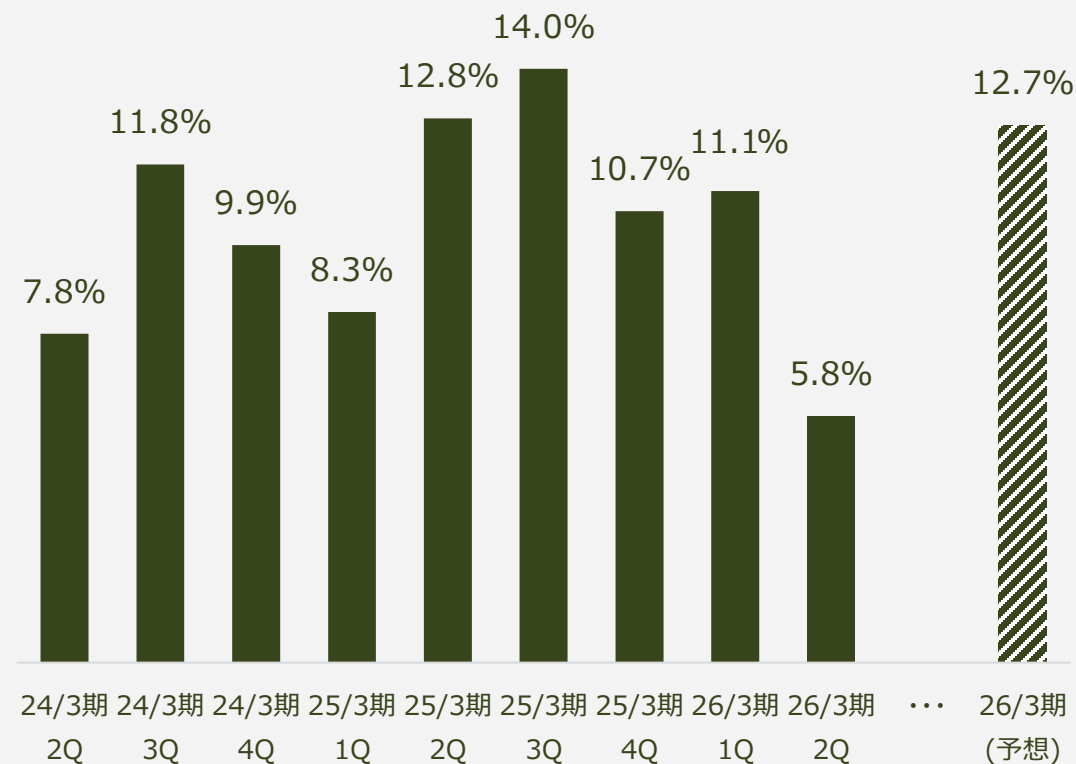
会員数及びARPU

■ 会員数 (千人) ◆ ARPU (千円)



セグメント利益率

■ 利益率 (%)



商品・サービスの進化 (新規会員獲得)



- 超ラクKitやデリOisix、コラボKitなど超時短かつプレミアムな商品・サービスの進化を基盤とし、よりロイヤリティの高い会員の獲得を実現
- 10月からの新ドラマとのコラボ商品を「超ラクKit」として展開するなど、引き続き話題性も踏まえ、会員獲得にも寄与する新商品の開発を進める

プロモーションの改善 (新規会員獲得)



- 運用型広告の依存度を下げて、より費用対効果の高い成果報酬型広告などを活用
- サイト離脱者へのフォローメールや顧客インタビューを踏まえた商品ガイドや商品説明冊子を改良するなど、おためしセット購入前後のコミュニケーションを改善

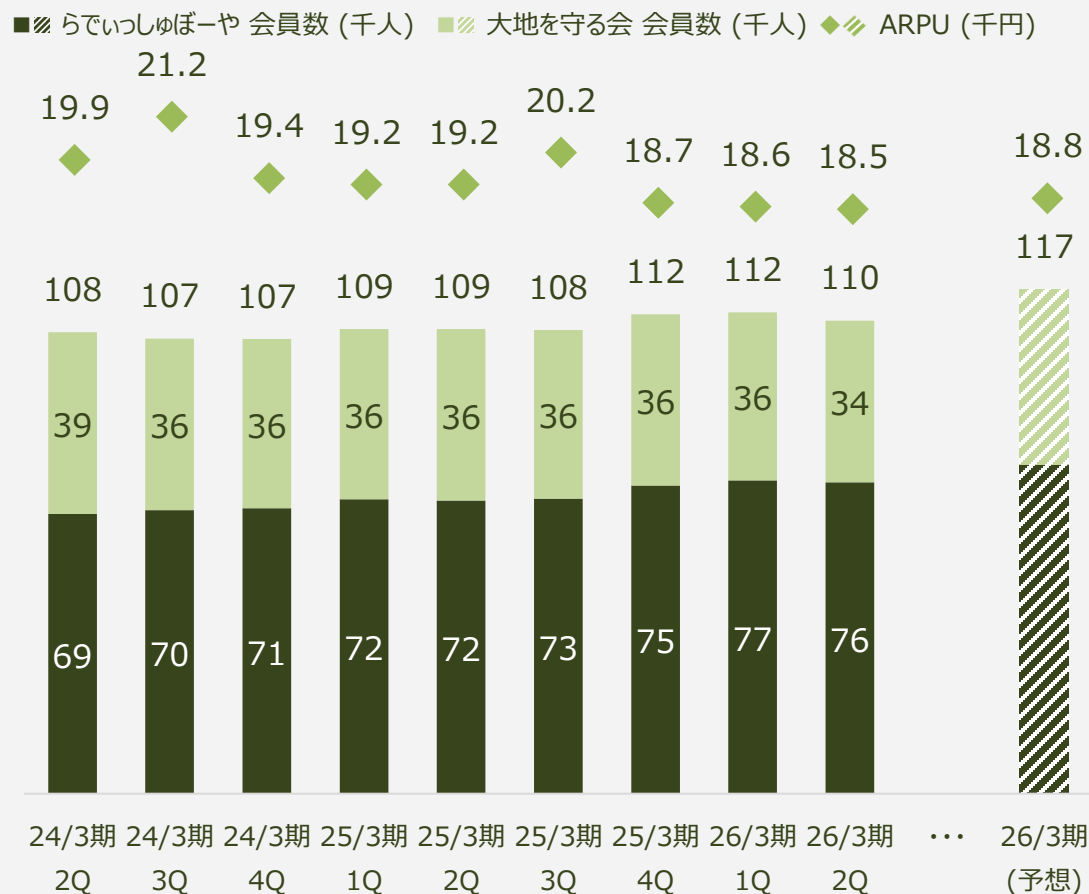
商品・サービスの進化 (デリOisix／ヘルスケアでの初コラボ)



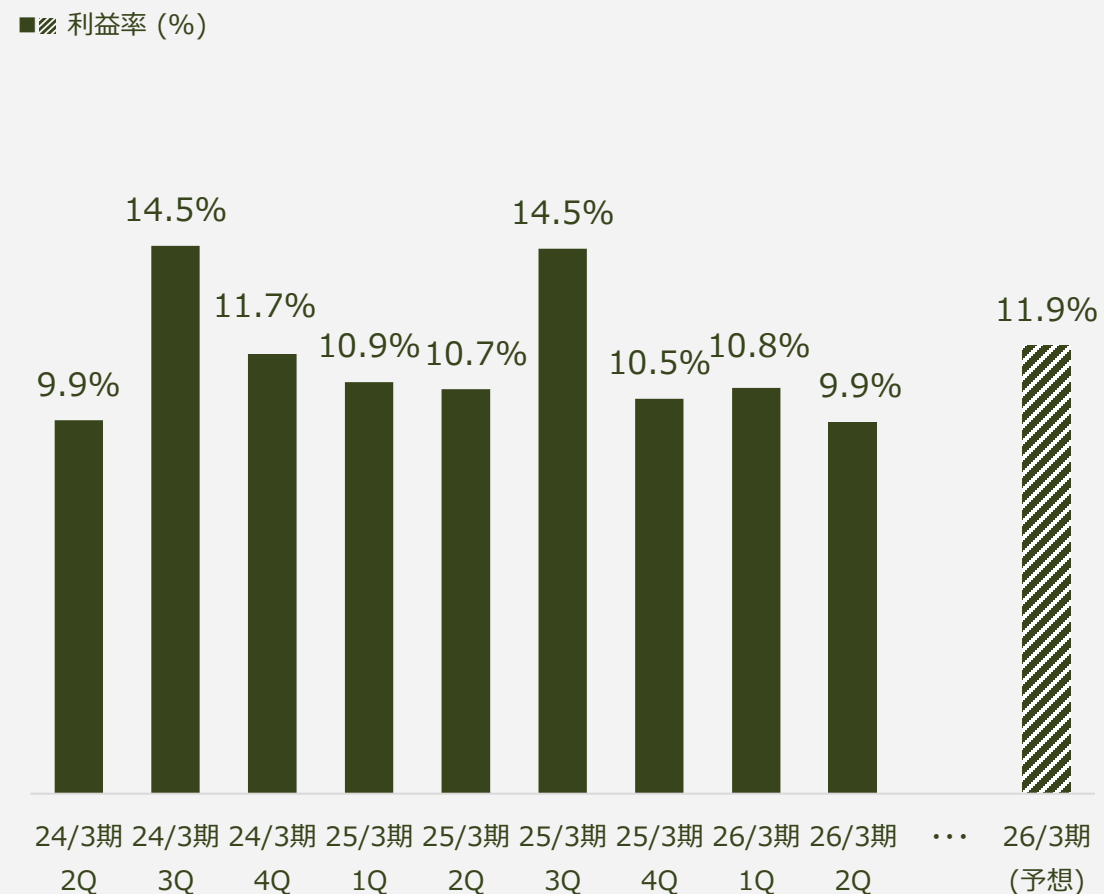
- デリOisixの会員数は既存会員のコース変更が主であるものの、コースローンチから10か月で2万人を達成（10月時点）。下期は、製造工程の見直しを図り、味の更なる改良、生産能力の拡大、ならびにオペレーションミスの低減を推進
- ヘルスケアOisixでは初のコラボ商品を販売。現在もがん治療を続けているタレントの梅宮アンナさんとコラボ

- 上期は、らでいっしゅぼーやの新規会員獲得のためのマーケティング費用の増加により、利益率は、前年同期比0.5pt悪化

会員数及びARPU



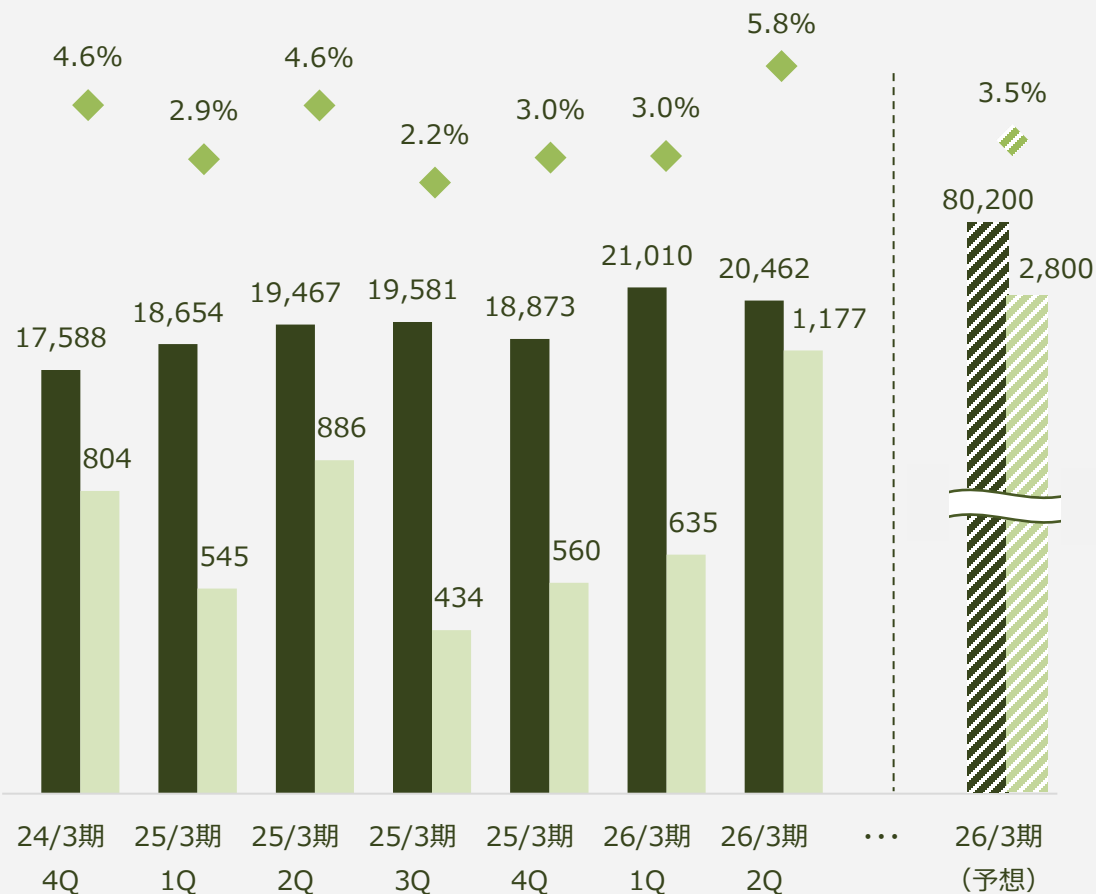
セグメント利益率



* ARPUは2ブランドの加重平均により算出。各ブランドの詳細はデータシート参照

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

- 新規契約件数の増加、価格適正化交渉を踏まえ、売上は、前年同期比増加。昨年下半年以降のお米の高騰の影響があったが、シフト管理・食材管理などの店舗運営の標準化も寄与し、利益は、前年同期比増加
- 短期的な収益性だけではなく、中長期的な重要課題であるトップラインの成長を実現するべく、人件費・採用費への戦略的な投下を実施
 - 離職率の増加や残業時間の増大といった課題の解決に加え、より多くの案件を引き受ける事ができる体制を構築
- なお、主に年間契約を締結している学校給食は、夏季休暇に伴う労務費が減少するため、2Qの利益は1Q対比大幅に増加

* 26/3期より、学校給食事業を社会サービスセグメントからBtoBサブスクセグメントに変更したため、過去数値について学校給食事業を含む

商品・サービスの進化 (グループ間連携の強化)



- 出社回帰や第三の賃上げなど、社食が注目される追い風の中、シダックス×オイシックス×ノンピの協業を強化し、社食領域の獲得を目指す体制を構築
- Oisixのプラントベースのミールキット「Plant Oisix」を国際女子テニス大会でも提供し、多様な食ニーズに対応するなど、BtoCからBtoBへの商品の横展開も進む

営業力の強化 (人材不足の解消)



- パート/アルバイトの採用を強化。社員の残業や人員不足によるヘルプ対応が不要となり、新規案件の獲得など営業活動に割ける時間が大幅に増加
- システムの改良により、栄養士による発注・レシピ作成をリモートで対応可能に。他県店舗のヘルプのための出張が不要になるなど働き方の多様化が進む

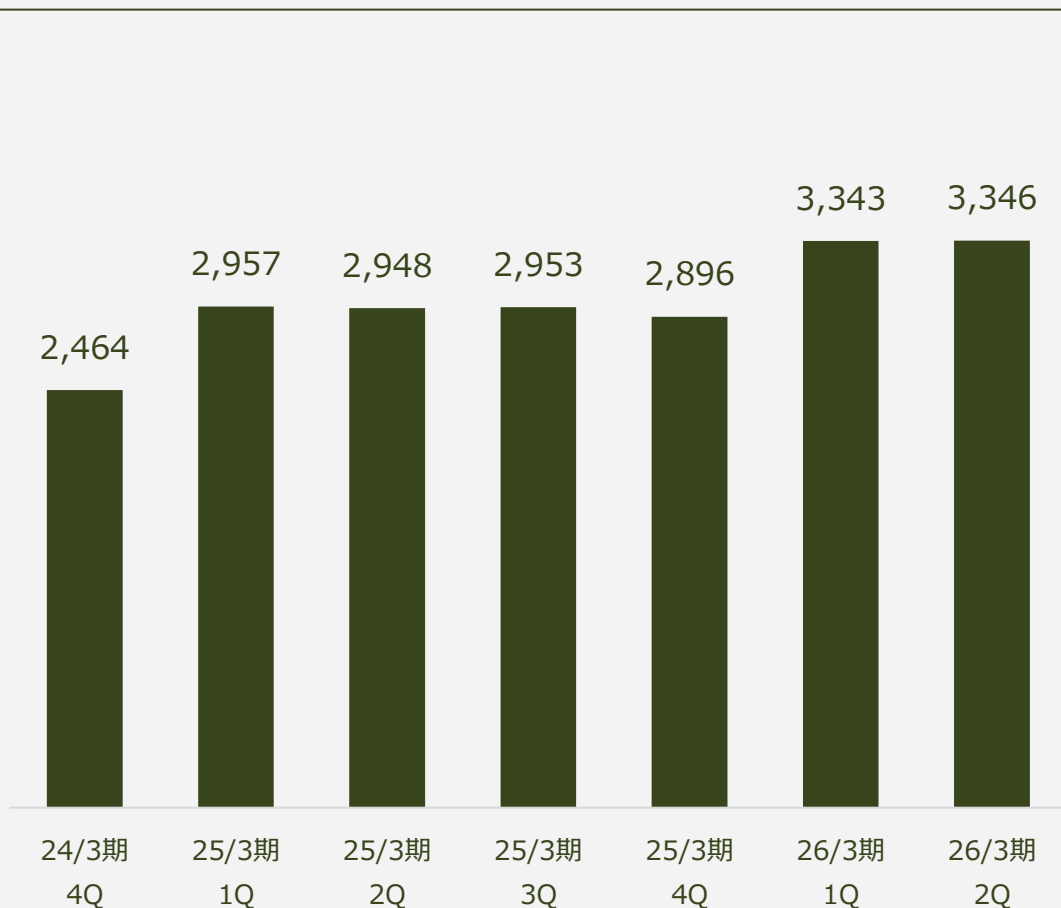
収益性の改善 (価格適正化/ちゃんと化)



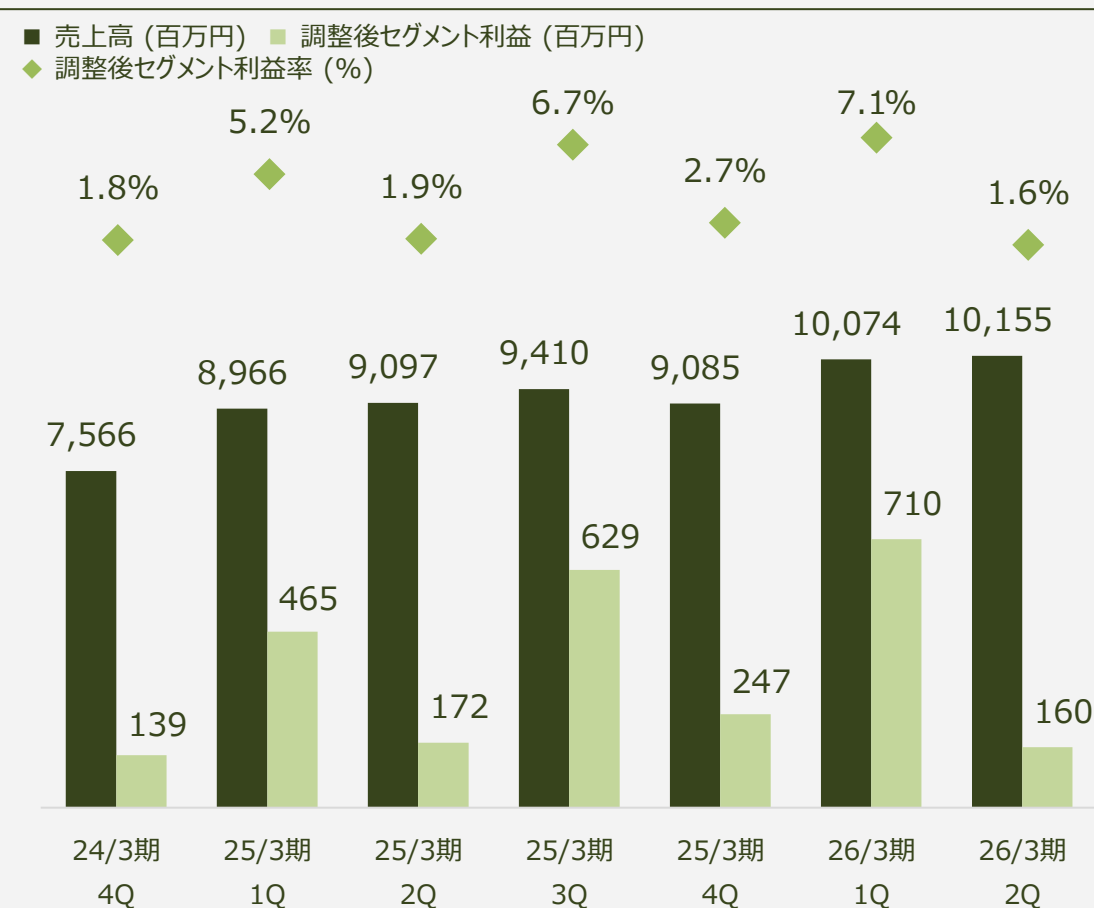
- 食材費や人件費の高騰を踏まえた価格適正化の交渉は25/10末時点で概ね完了。解約件数は想定内で進捗
- 労務時間や食材の発注/使用量のモニタリングを全店舗で実施できる体制を整備し、コストを可視化。エリアマネージャー教育により運営計画・日次管理を徹底(ちゃんと化)

- 待機児童解消の施策や、民間企業への委託率上昇を背景に、「学童保育」の需要は高まっている状況
- 学童保育にて夏季休暇に伴い労務費が増加する傾向のため、2Qは利益が減少する傾向

運営施設数



売上高・調整後セグメント利益



5. 下期の取り組み

超ラクKitプラン （より時短を実現する超ラクKit/時短惣菜の展開を強化）

▼これまでのKitに対するお声



Kit Oisix（20分の調理）では
時短にならない

OisixのKitは
大人向けで特別な日に食べるもの



▼超ラクKitによって解決！

1. 調理時間はわずか10分

主菜、主菜+副菜2品が10分以内で完成するメニュー多数

2. 調理過程もシンプル

野菜を切るだけ、カットされた野菜を炒めるだけなどシンプルな手順

3. 洗い物は最低限

フライパン1つだけ、鍋1つだけで完成するメニュー多数

超ラクKit



- 包丁やまな板を使わずに調理可能な「超ラクKit」の展開を拡大。年内にメニューを100品まで拡張し、調理時間10分以内の商品を全体の5割以上に拡充
- あわせて、ビビンバやサルサチキンといった過去の人気メニューの「超ラクKit」化や、1人前490円からお求めいただける価格帯の商品、ミールキット以外にも野菜を加えて！惣菜シリーズや、レンチンするだけおかずなどの時短商品も展開
- これらの商品を通じて、お客様の時短ニーズやお手頃な価格帯へのご要望にお応えすることで、新規会員様の獲得伸長、解約防止、ならびにご注文数の増加を企図

機能性Kit （腸内環境ごはんKit）

腸内細菌のスペシャリスト監修！
腸内環境ごはんKit



- 腸内細菌のスペシャリストが監修したミールキットにより、手軽に腸内環境を整えることに役立つ食生活を実現
- 世の中の健康ニーズが高まる中で、新たな顧客獲得の切り口となる商品シリーズのラインナップを今後も拡充していく

プロモーション （ブランド認知度の向上）



- 上半期でのテスト施策の結果を踏まえて、下半期ではテレビコマーシャルやSNSなど、Oisixの認知度向上に向けた取り組みを順次実施
- 「Oisixを利用してみたい」というニーズを喚起し、新規会員の獲得だけでなく、既存顧客の利用率の向上も図る

商品の進化 (元気ごはん with Oisix)

▼高齢者施設において給食の安定的な運営は困難な状況に

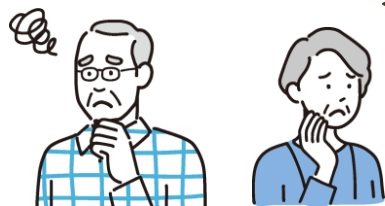
人件費の上昇

食材費が高騰

人材確保が困難



▼利用者（喫食者）の方及びご家族にとっての給食の満足度も課題に



量が多すぎて
食べきれない

見た目が食欲がわかない
おいしい食事が食べたい

体重減少や栄養不足など
の健康リスクがある



1. 完食習慣づくりのサポートによる体重減少の防止

少量でも高カロリーで美味しい「すごカロ」シリーズで、必要な栄養を摂取し、完食する習慣づくりをサポートすることで、結果として体重減少を防ぐことを目指す

2. 「完全調理済み食品」により省人化を実現

施設での調理が不要。温め直すだけで、「調理スキルによる味のブレ」のない、安定した美味しさの食事が提供可能

3. 45日サイクルでの提供

BtoCのノウハウを活かし、見た目も美味しく喫食者の方が飽きない献立を提供

収益性の改善 （ちゃんと化）

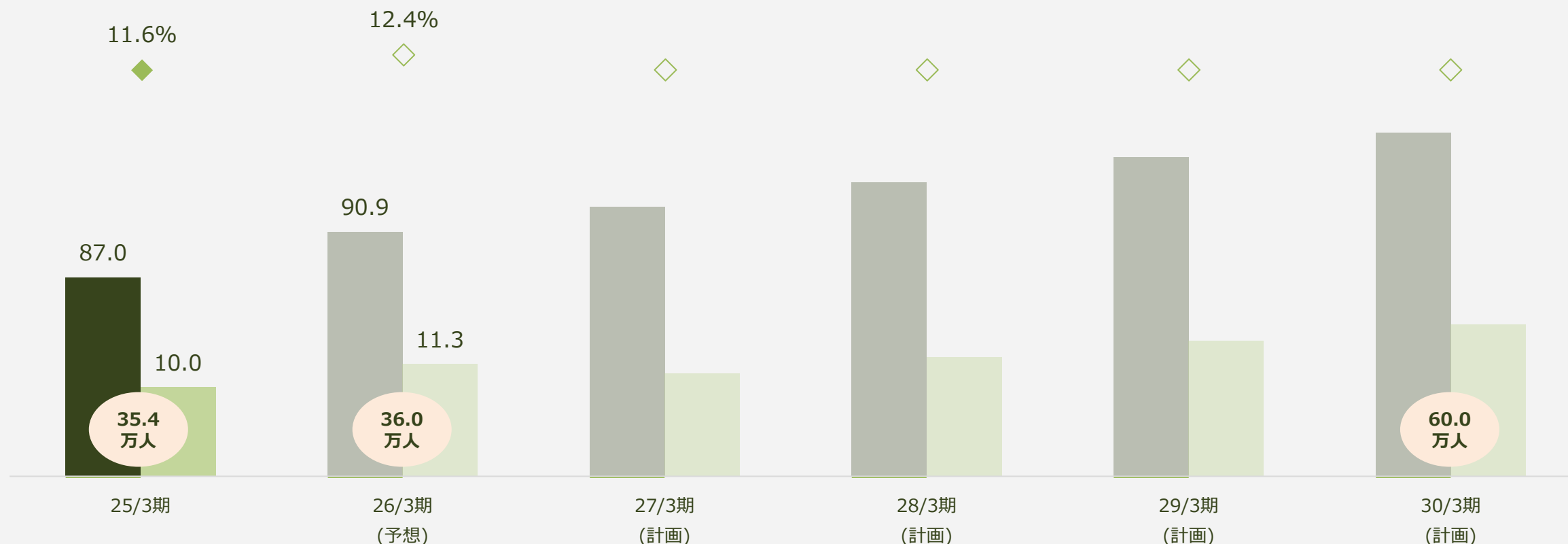


- 食材管理やシフト管理などの店舗運営の標準化（ちゃんと化）を徹底。日次管理の実施率が低いという課題に対し、8月より全国の店舗へのサポートを強化
- 日次管理を徹底し、PDCAを回している店舗の7割以上が利益目標を達成しているという実績がでており、下期からはAI等を活用したコスト超過アラートの自動化など、達成率をさらに上げるための取り組みを加速
- 店舗ごとの予算達成の順位等、店長・エリアマネージャーの活動成果の見える化や、店舗運営の好事例を評価するなど、各店舗のノウハウを横展開する仕組みを強化
- 年功序列の評価制度ではなく、店舗運営等の店長・SVのスキルに応じた評価・手当の導入を進めるなど評価制度とも連動しながら現場の改善を加速していく

- 足許で兆しのあるミールキットの超時短化を進めるとともに、デリOisixの生産能力の拡大を進めPR活動を本格化できる体制を整備
- 原価改善によって創出した利益は、ブランド認知度向上のためのマーケティング費用に充当し、収益性の維持を図る

(国内BtoCサブスク) 売上高・セグメント利益

■ 売上高 (十億円) ■ セグメント利益 (十億円) ◆ 実績/セグメント利益率 (%) ◇ 予想・計画/セグメント利益率 (%) ● Oisix会員数 (千人)

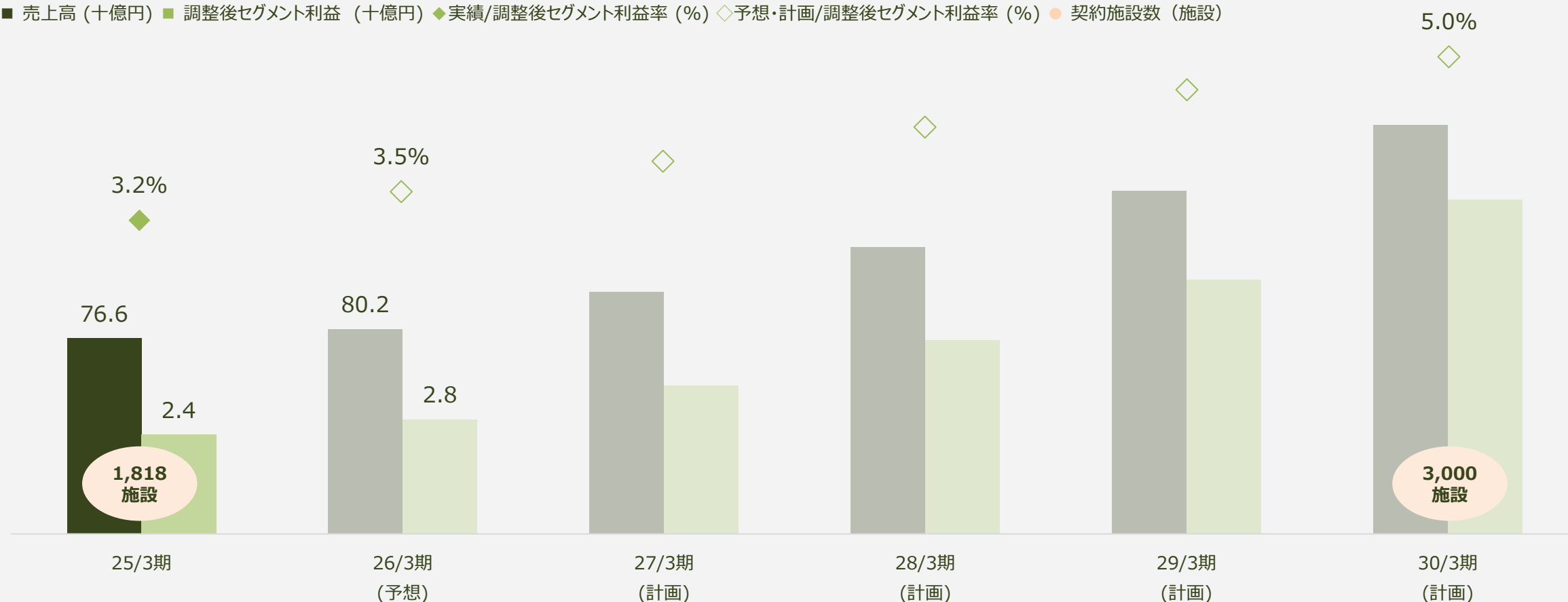


* 国内BtoCは、M&Aに係るのれん及び無形固定資産償却費等の計上がないため、調整後セグメント利益の記載はなし

- オーガニック成長 + M&Aによるトップライン成長に加え、価格適正化及びシフト管理・食材管理などの店舗運営の標準化による収益性改善、タイパモデル/DX導入による労務費削減による収益性改善を企図

(BtoBサブスク) 売上高・調整後セグメント利益

■ 売上高 (十億円) ■ 調整後セグメント利益 (十億円) ◆実績/調整後セグメント利益率 (%) ◇予想・計画/調整後セグメント利益率 (%) ● 契約施設数 (施設)



* 契約施設数は、学校給食を除く、ライフケア（旧メディカル）とコントラクトの契約施設数合計

* 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）

中長期目標に向けてーBtoBサブスク (プロダクト×オペレーション×DX/AI×マーケティング)

Oisix ra daichi

- 高齢者向け施設における「良い給食」の定義を見直し、新たなプロダクトを開発中
- 今後も、業界を問わず、「良い給食」の定義を再構築することで、新定義のもとでの付加価値の高いサービスの提供を目指す方針

プロダクト（例：高齢者施設）

- 良い給食の定義を、従来の「安全・安心、栄養基準、低価格」から、「ご利用者様のウェルビーイングやQOL（生活の質）の向上に貢献するもの」へと見直す
- 「お客様の要望に応じた最大限の個別カスタマイズ」から脱却し、付加価値のあるプロダクトを開発・提供することに重点を移す

オペレーション

- 作業工程の標準化とそれに伴う人的コストの削減を通じて、継続的に利益を生み出す体制を構築
- 食事提供の標準化と労務管理を徹底するとともに、日次管理・モニタリング体制を構築

DX/AI

- 給食事業の構造的な課題である人手不足を解消し、省人化を実現するための主要な手段
- AI献立作成、在庫・発注の効率化といった業務の自動化に加え、栄養士がリモートで複数拠点を担当できる体制を構築

マーケティング

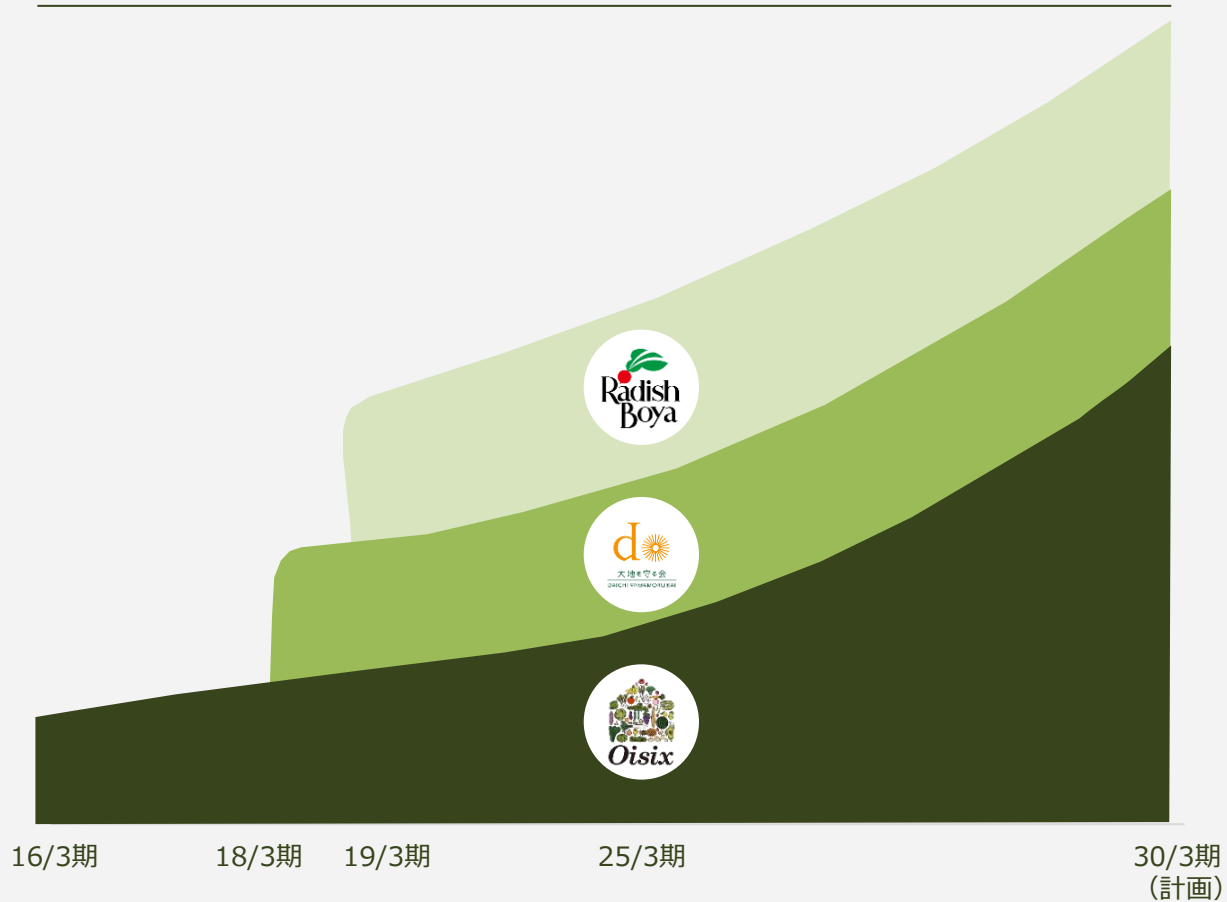
- Oisixの高品質な食材や人気のコラボメニュー展開などを通じてBtoC領域で確立した認知度・ブランドイメージを活用し、利用者満足度の向上を図りながら、新規案件の獲得を促進
- グループ連携に加え、WEBマーケティングによるプル型リード獲得も積極的に推進

中長期目標に向けてーBtoBサブスク (ロールアップ型MA戦略)

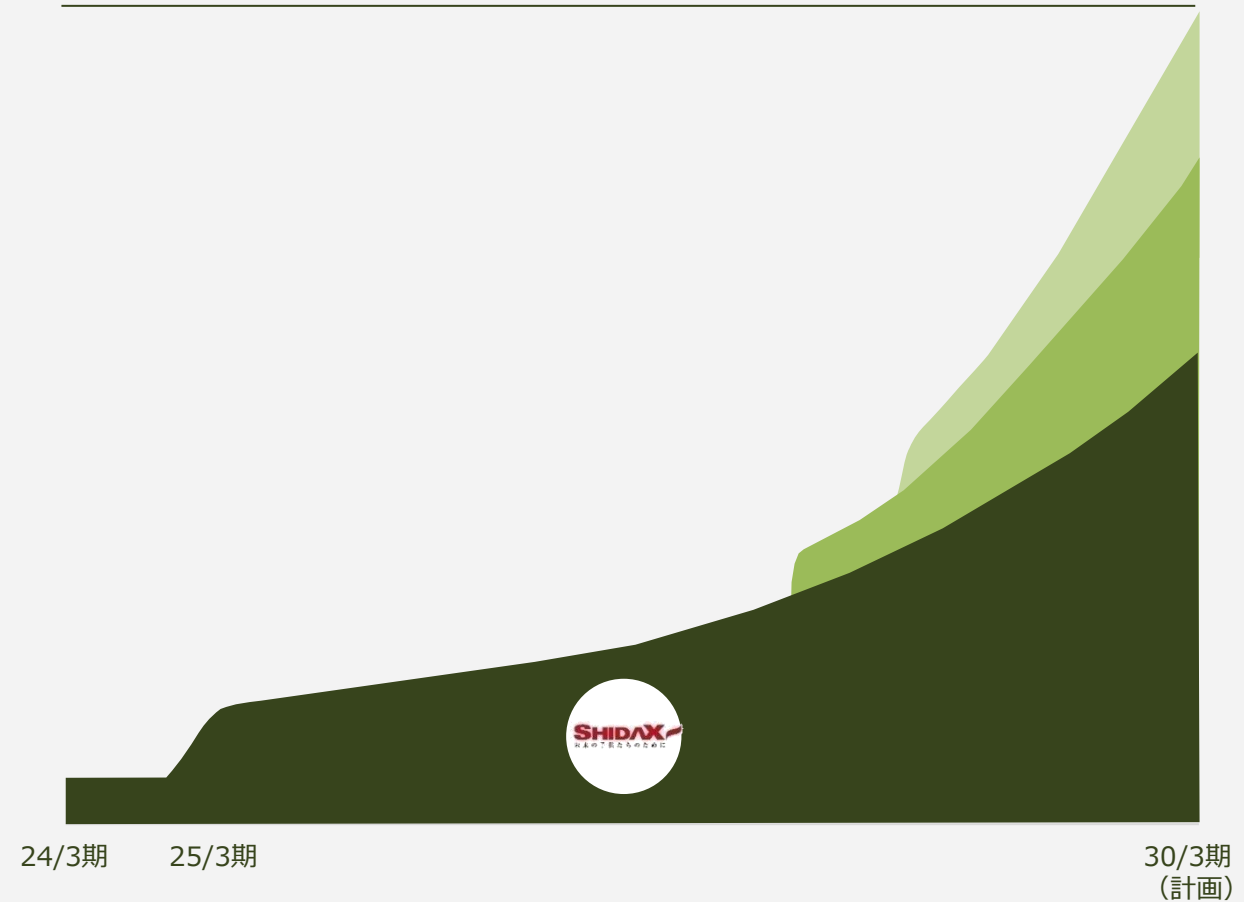
Oisix ra daichi

- 国内BtoCサブスク同様、BtoBサブスクにおいても、オーガニックな成長に加えて、ロールアップ型M&Aをすることで規模拡大する方針

国内BtoCサブスク（実績）



BtoBサブスク（見通し）



(参考) 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



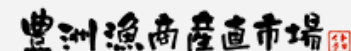
Three Limes, Inc.
2019年5月 子会社化

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

6. 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

19億円

支援世帯数

3.2万世帯

2021/12

2025/10時点
(累計)

LDH JAPANとのパートナーシップ



- 「Dreams For Children・子どもたちに、夢を。」をテーマに、さまざまな社会貢献活動に取り組むLDHとパートナーシップを結び、8月にLDH所属のアーティストも参加し、WeSupport Familyの支援世帯を対象にしたダンスレッスンとフードパントリーを実施
- 「食」だけでなく、「エンタメ」を提供した取り組みとしてメディアにも採用

EARTH BEAT FES 2025



- 当社グループ会社のオイシクルが主催で11/8-9につくる人、届ける人、食べる人みんなで食の未来を考え、つながりを全身で体感する畑のフェスイベント「EARTH BEAT FES 2025」を千葉県にて初開催
- 収穫体験など36のプログラムや食にまつわるワークショップ、音楽ライブなど様々なコンテンツを提供

規格外食材を使用した食育プログラム



- すくすくOisixでは猛暑の影響によって発生した規格外のとうもろこしや、なすを使用した特別食育プログラムを実施
- 畑から取り寄せた野菜を使い、美味しく食べる体験を通して野菜に親しみながら捨てることなく美味しくいただき、フードロスにつなげていく

BtoCサブスク及び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

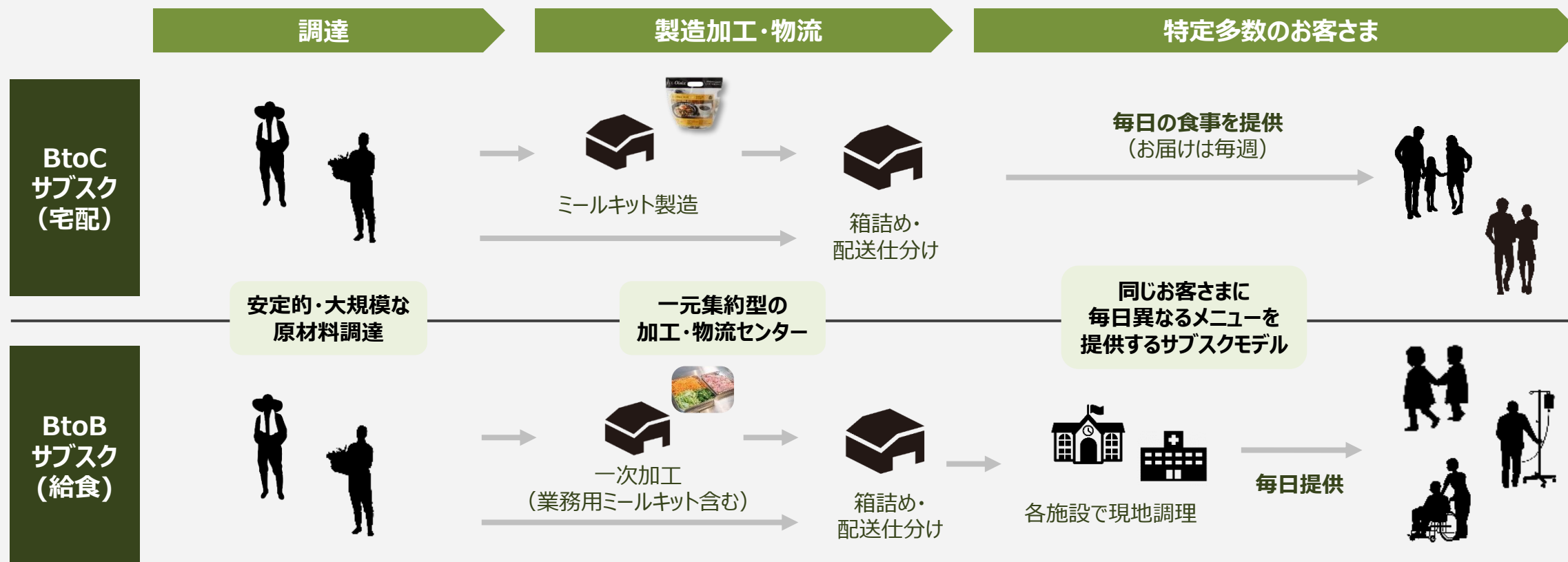


BtoB（給食）マーケット



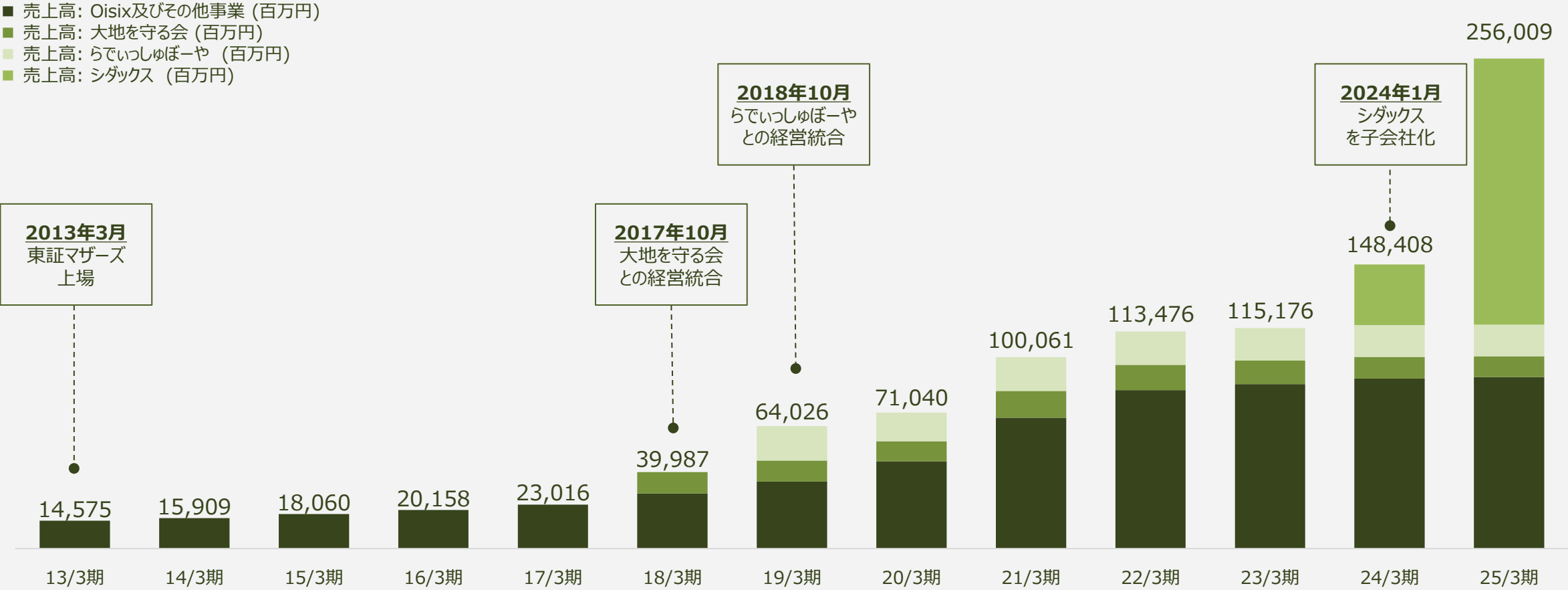
* BtoB（給食）マーケットは、シェア上位20社を掲載（出所：矢野経済研究所 給食市場の展望と戦略）

- 業務用ミールキットを用いた「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を企図



- 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



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	255,000	(0.4%)	<ul style="list-style-type: none"> 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。車両その他事業は10/1に売却（当初予想差：▲150億円）
EBITDA	12,800	12,850	+0.4%	<ul style="list-style-type: none"> 【BtoC】2Qに大きく投下したマーケティングコストを除き、継続的な原価改善により前年と同水準の利益額を維持する見込み 【BtoB】前年下期の利益率が食材の高騰により大きく悪化したことを踏まえ、今年下期は、前年下期対比、運営の標準化、価格適正化を踏まえ、利益率は大きく改善する見込み
営業利益	6,864	7,300	+6.3%	<ul style="list-style-type: none"> 【車両】車両その他事業を10/1に売却。EBITDAと営業利益の差は、減価償却費に加え、のれん及び無形固定資産の償却費（当初予想差：EBITDA▲11.5億円／営業利益▲7.0億円）
親会社帰属 純利益	3,638	4,000	+9.9%	<ul style="list-style-type: none"> 25年9月にシダックス傘下のフード及び社会事業の完全子会社化、10月に車両その他事業の売却を完了。3Qにて、車両その他事業売却に伴う特別利益（23億円）が発生見込み

(子会社再編による業績修正後)
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+らでいっしゅ	27,396	28,600	+4%
Purple Carrot	10,093	7,500	(26%)
BtoBサブスク	76,576	80,200	+5%
社会サービス	36,559	39,700	+9%
車両運行サービス	27,174	14,584	-
その他事業	21,138	24,416	+16%
連結調整	(2,592)	(2,300)	-
売上高	256,009	255,000	(0.4%)

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+らでいっしゅ	3,217	3,400	+6%	11.9%
Purple Carrot	(449)	(530)	-	-
BtoBサブスク	2,427	2,800	+15%	3.5%
社会サービス	1,514	1,800	+19%	4.5%
車両運行サービス	2,748	1,779	-	-
その他事業	1,185	1,000	(16%)	4.1%
全社費用その他	(10,637)	(10,849)	-	-
営業利益	6,864	7,300	+6%	2.9%
のれん・減価償却費	5,935	5,550	-	-
EBITDA	12,800	12,850	+0%	5.0%

(子会社再編による業績修正前)
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+らでいっしゅ	27,396	28,600	+4%
Purple Carrot	10,093	7,500	(26%)
BtoBサブスク	76,576	80,200	+5%
社会サービス	36,559	39,700	+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+らでいっしゅ	3,217	3,400	+6%	11.9%
Purple Carrot	(449)	(530)	-	-
BtoBサブスク	2,427	2,800	+15%	3.5%
社会サービス	1,514	1,800	+19%	4.5%
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	(10,637)	(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、らでいっしゅばーやは調整なし。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） 41

* 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）

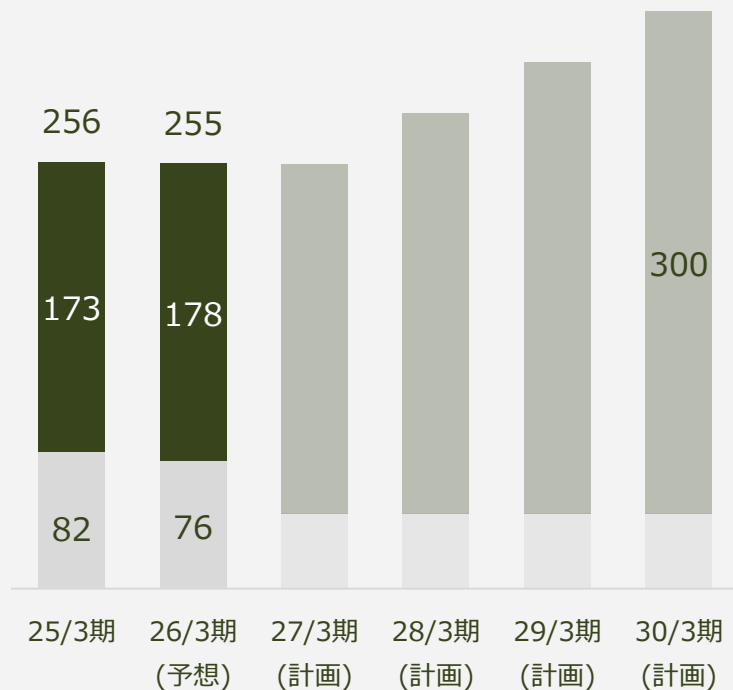
中長期目標－EPS

Oisix ra daichi

- BtoBにおいて、オーガニック成長とM&Aによるトップライン成長に加え、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・横展開による収益性改善を企図

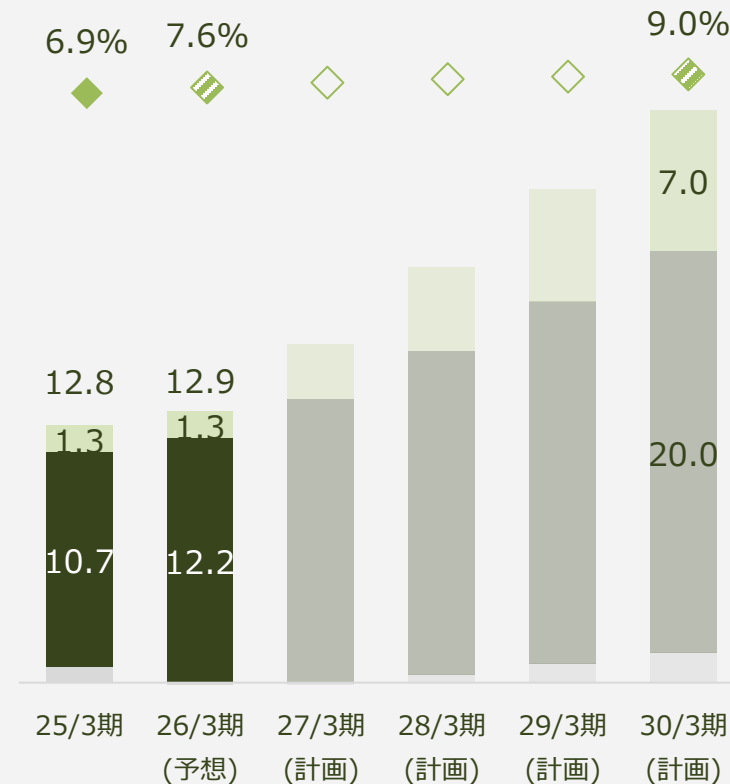
売上高

■ BtoC+BtoB 売上高 (十億円)
 ■ その他売上高 (十億円)



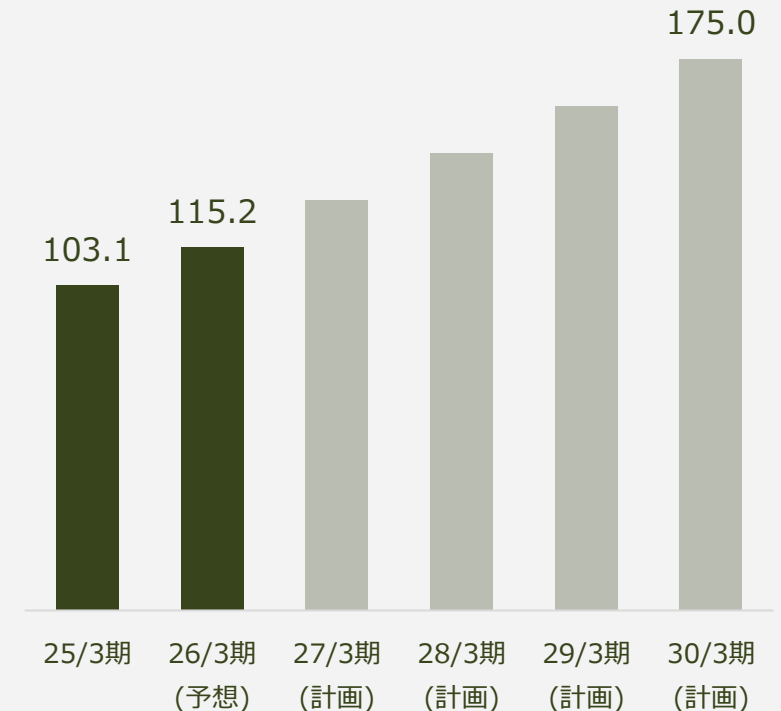
EBITDA

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



調整後EPS

(円)

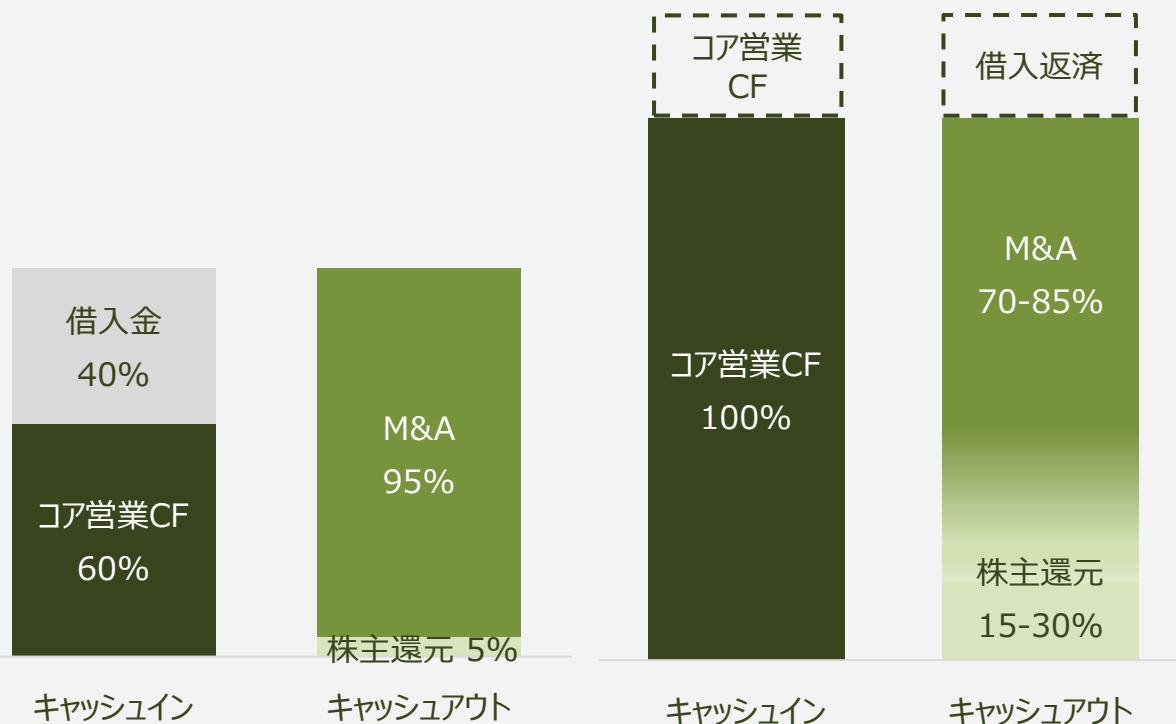


* EBITDA = BtoC + BtoB 調整後セグメント利益 + その他 * 調整後セグメント利益 = セグメント利益 (短信) + 調整項目 (M&Aに係るのれん及び無形固定資産償却費等)、
 その他 = BtoC及びBtoBサブスク以外の事業 + 全社費用 + のれん・減価償却費等 * 調整後EPS = EPS × (税金等調整前当期純利益 - 特別損益) ÷ 税金等調整前当期純利益

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）

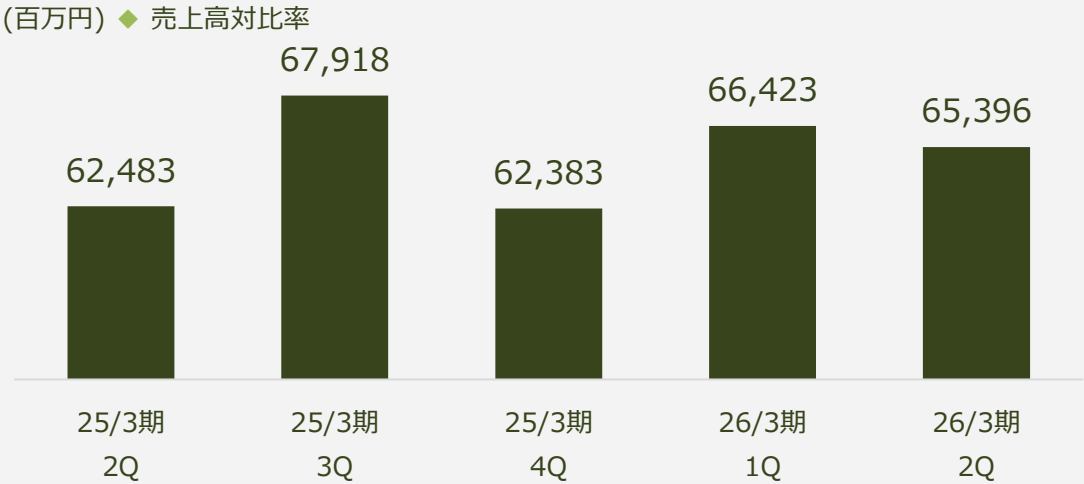


- 過去5年間は、財務レバレッジを最大限に利かして、海老名ステーション（冷蔵）・厚木冷凍ステーションをはじめとした大型設備投資に加え、シダックスを含めた複数のM&Aを実施
- 今後5年間は、BtoB（給食）領域のM&Aを中心に進めると同時に、株主還元を強化する方針
 - 25年10月に完了した車両その他事業の売却資金を用いて、借入金返済を実施。今後も、コア営業CFが上振れした場合又はM&Aを実施しない場合は、手許現金水準及び資本構成も踏まえたうえで、借入返済や株主還元を検討
- 安定的な収益基盤の成長に基づき、安定配当を継続し、自己株式取得は、資本の状況、成長投資機会等を勘案して機動的に実施
 - 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

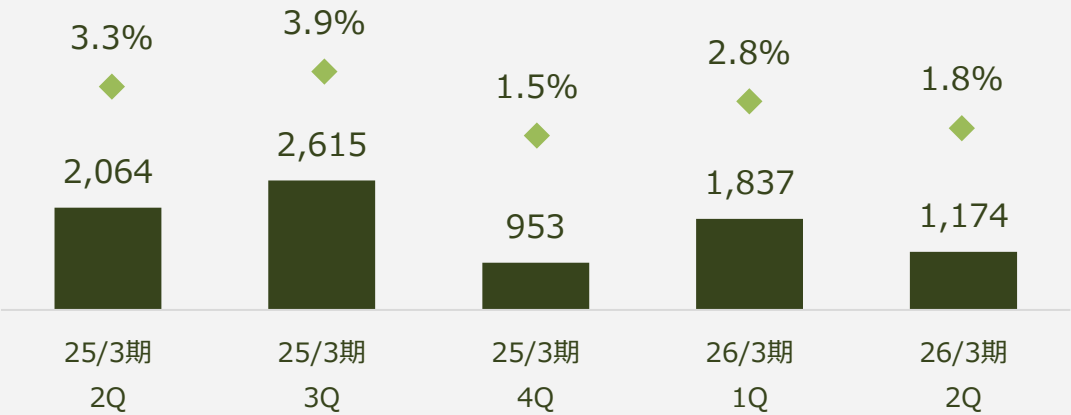
* コア営業CF = 営業CF - （既存事業の成長に伴う）設備投資、キャッシュイン・アウトに共通する項目はネットにして記載

* 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）

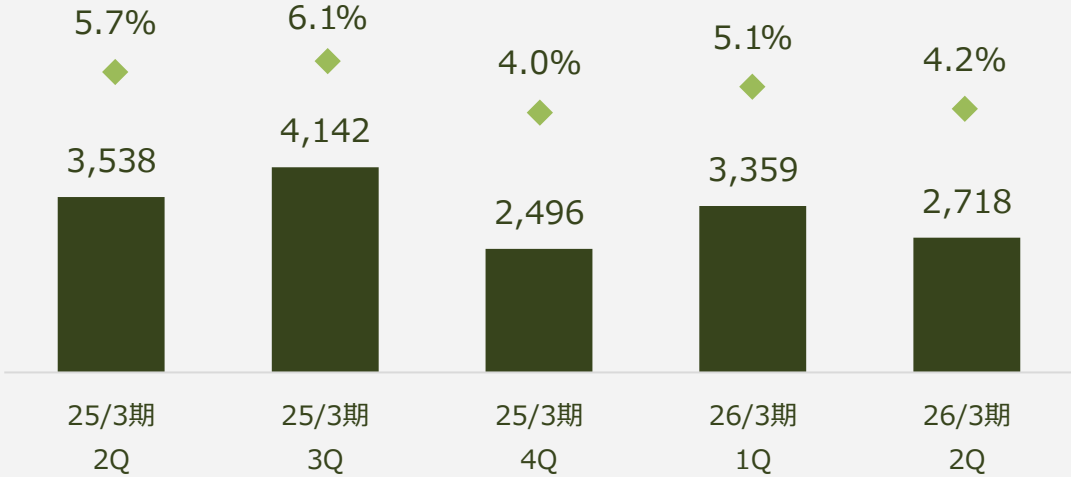
売上高



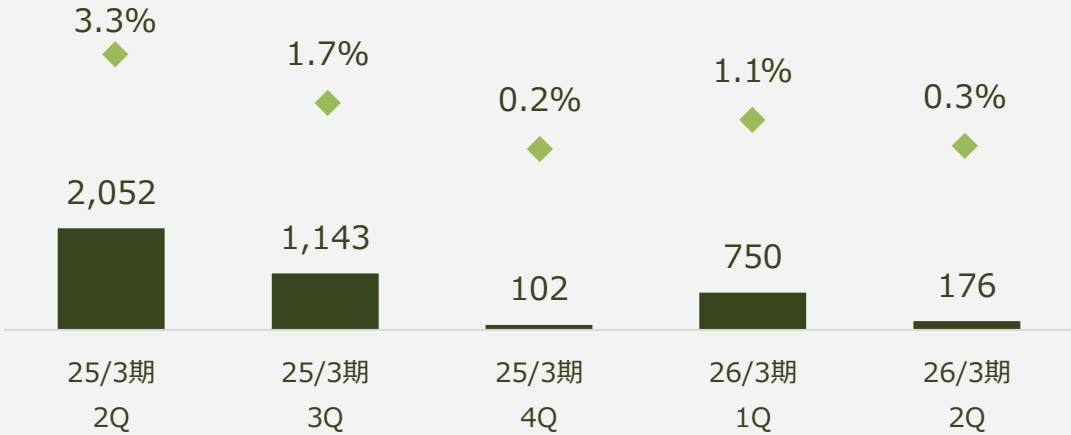
営業利益



EBITDA



親会社帰属純利益

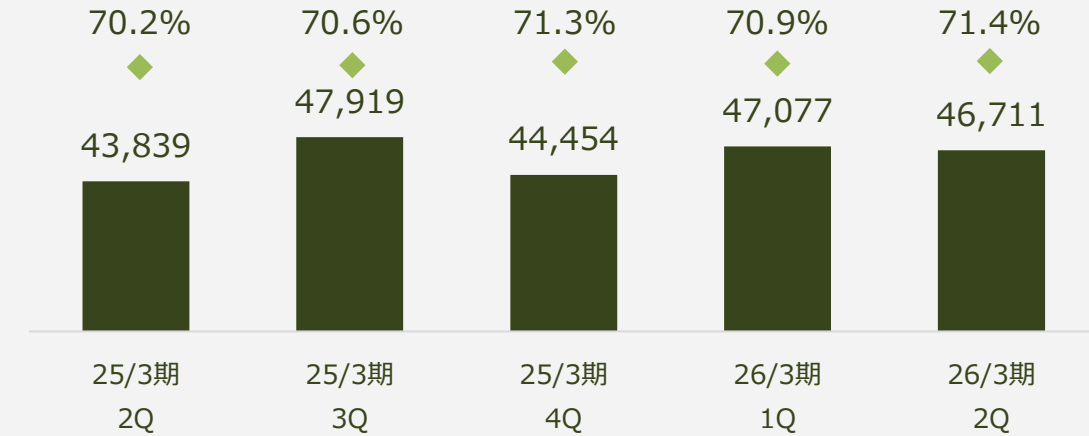


全社－主要費用

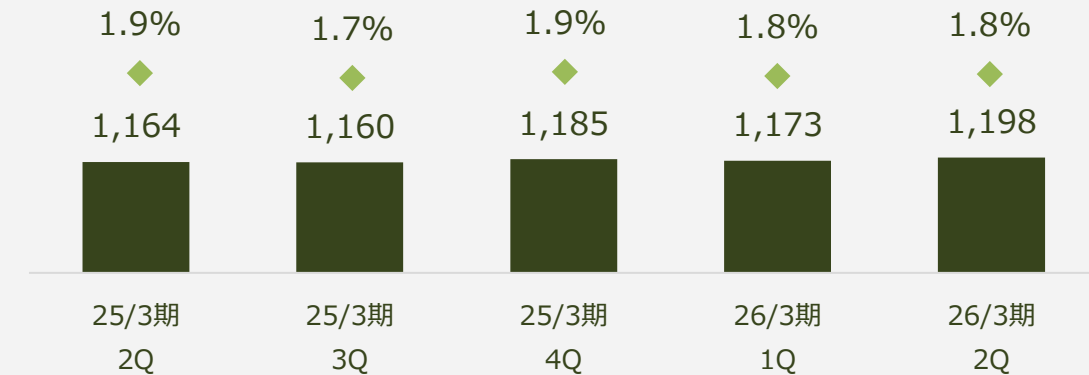
Oisix ra daichi

売上原価

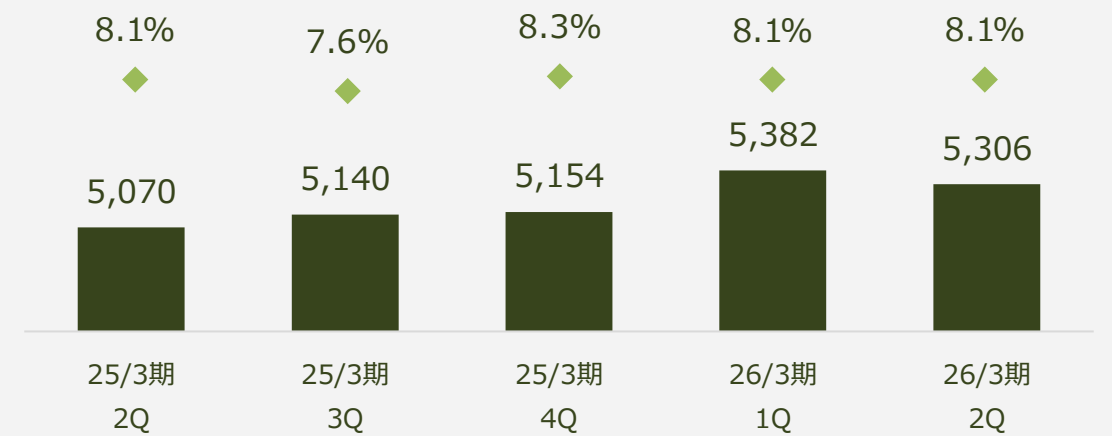
(百万円) ◆ 売上高対比率



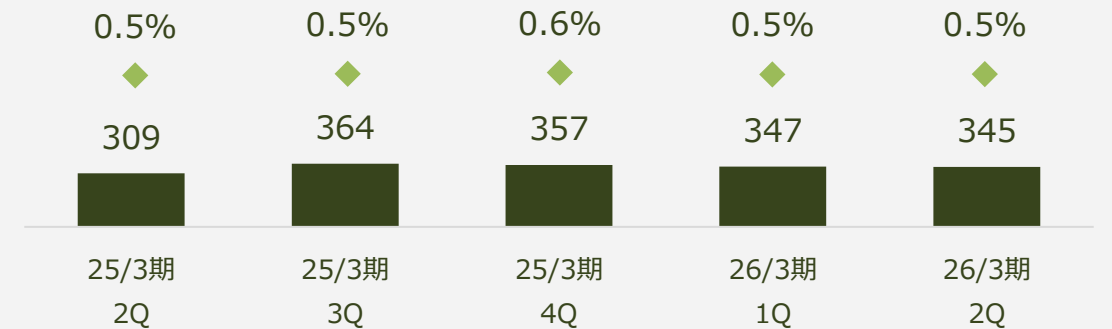
減価償却費



人件費（販管費）



のれん償却費



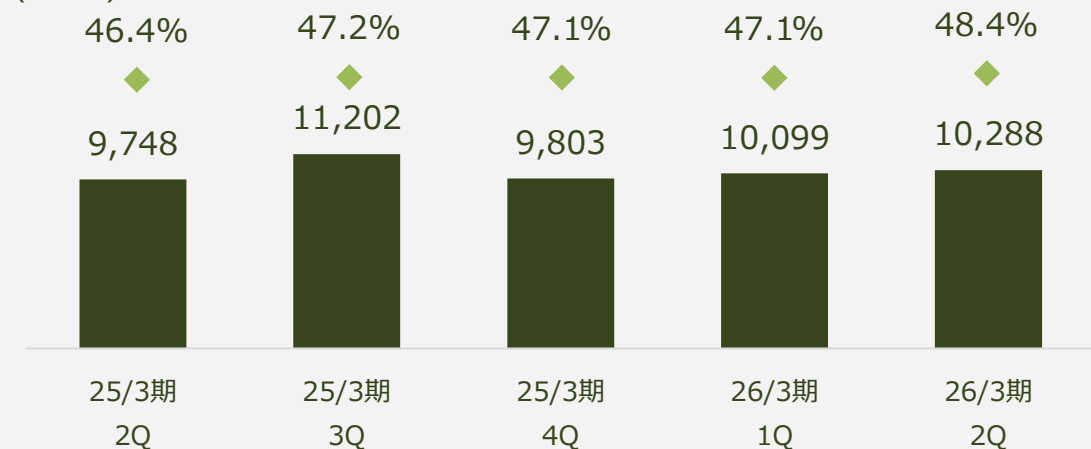
* 減価償却費は、買収に係る顧客関連資産の償却費を含み、売上原価及び販管費に含まれている数値の合算

BtoCサブスクー主要費用（国内主要3ブランド）

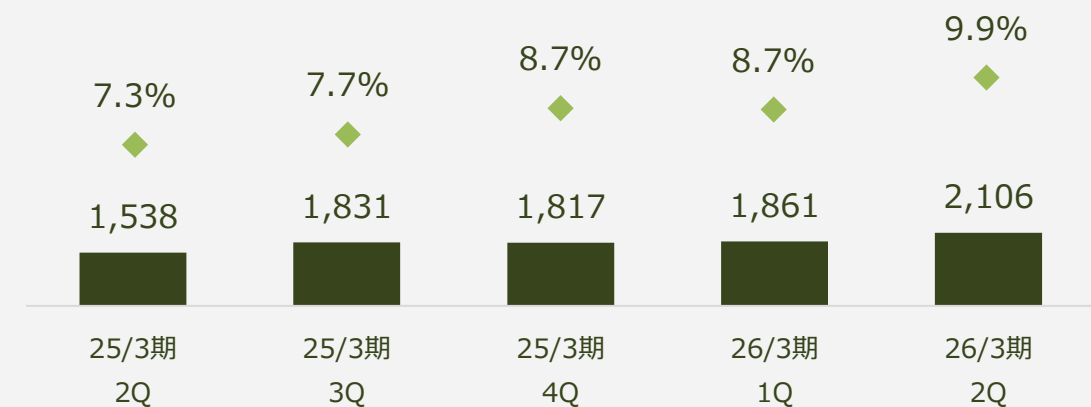
Oisix ra daichi

売上原価

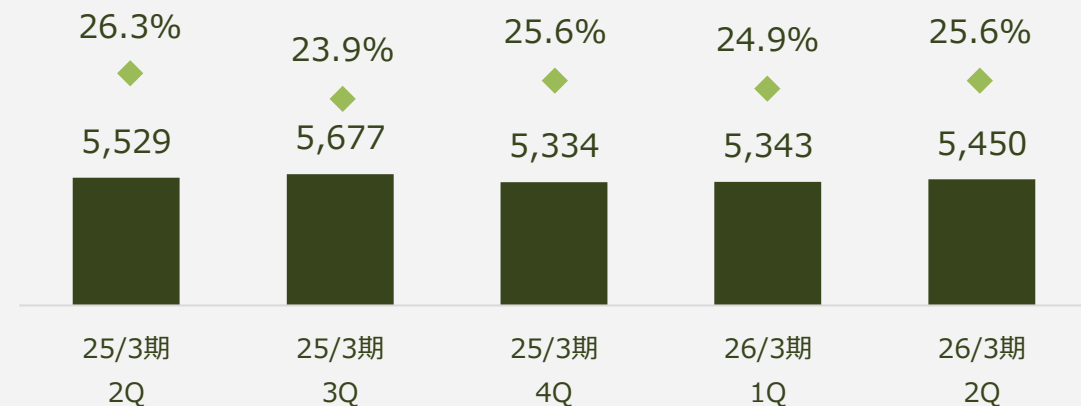
(百万円) ◆ 売上高対比率



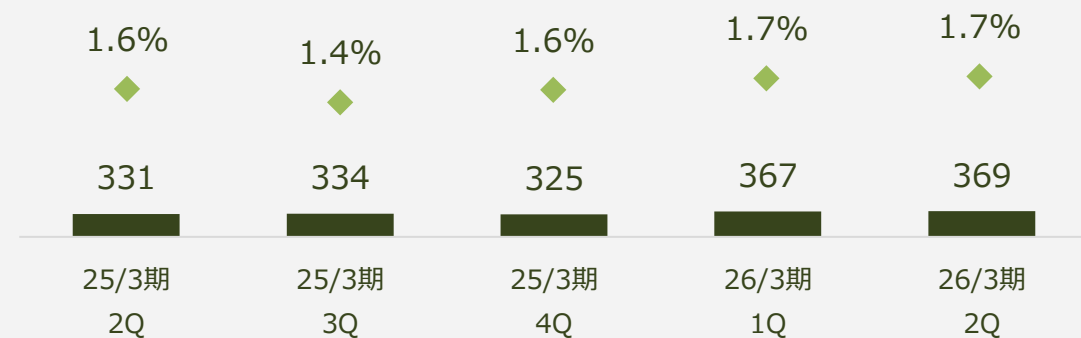
マーケティング費用



フルフィルメント費用



人件費（販管費）

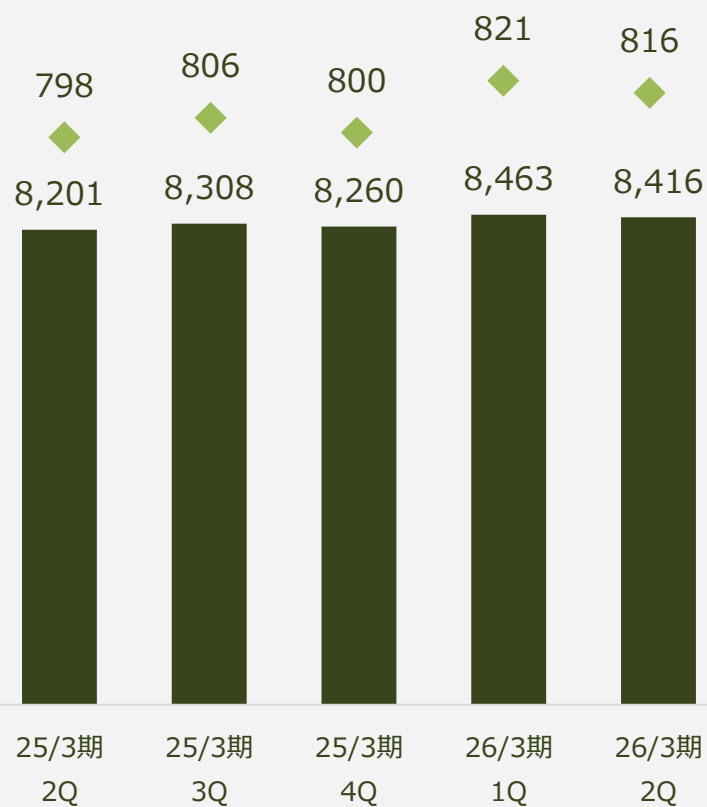


* 連結調整前数値

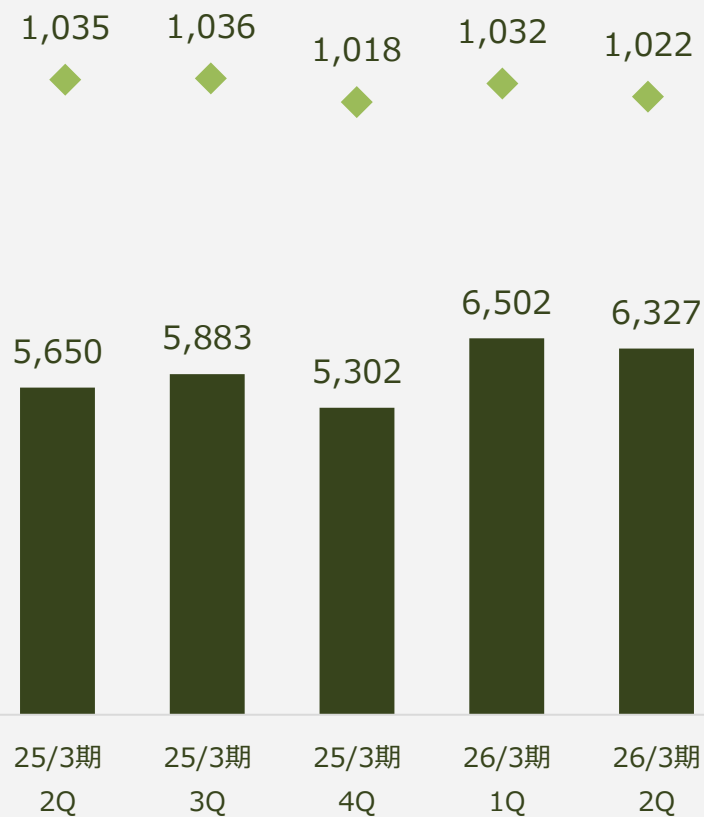
* フルフィルメント費用 = 荷造運賃発送費 + 梱包資材費 + 配送センターコスト + その他コスト、マーケティング費用 = 広告宣伝費 + 販売促進費

ライフケア

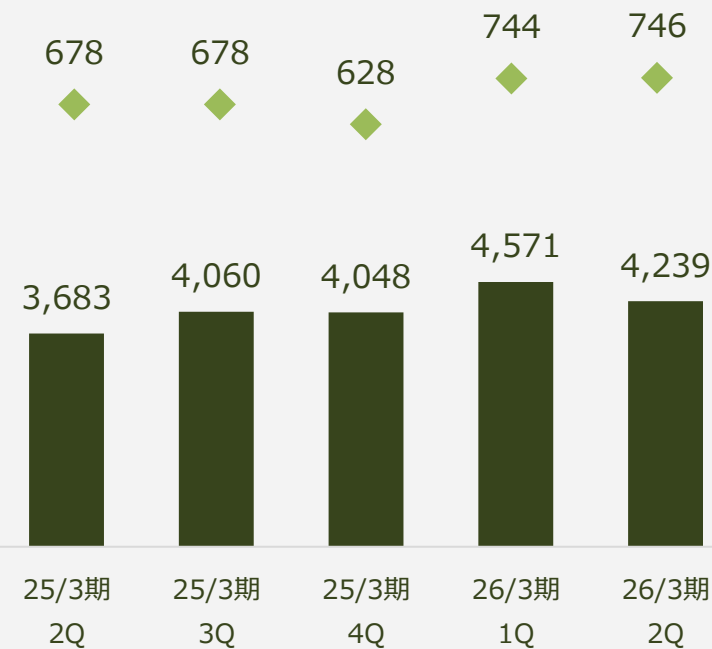
■ 売上高 (百万円) ◆ 施設数



コントラクト



学校給食

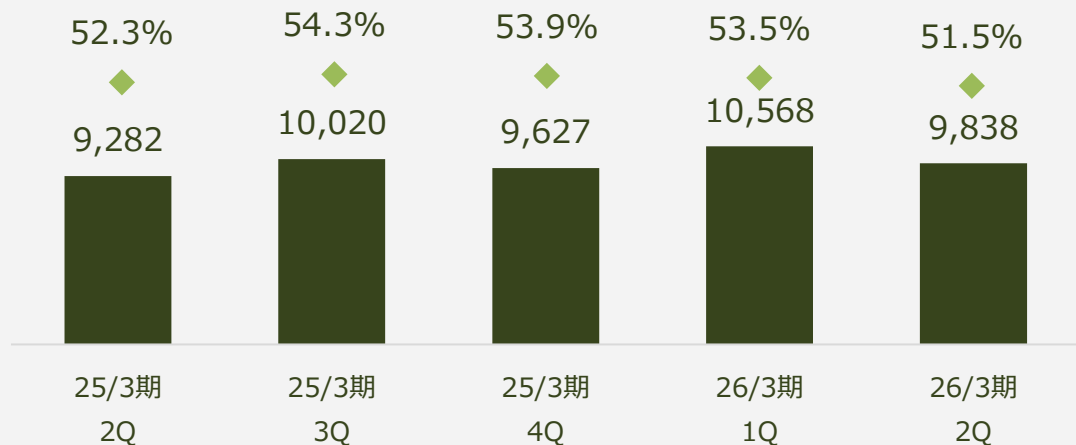


* 連結調整前数値

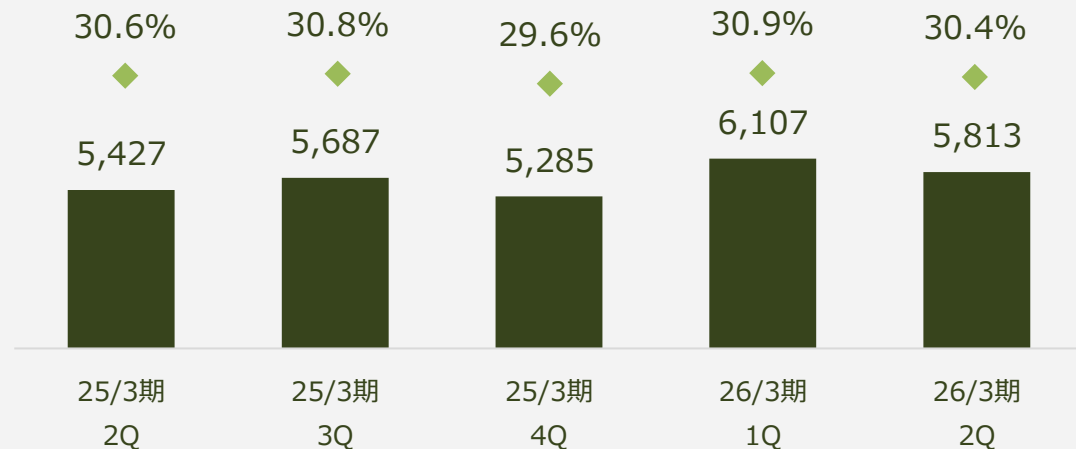
* ライフケア (旧メディカル) : 高齢者施設、保育、病院等、コントラクト : 工場、金融機関支店、オフィス、寮・研修所、大学等

人件費（売上原価）

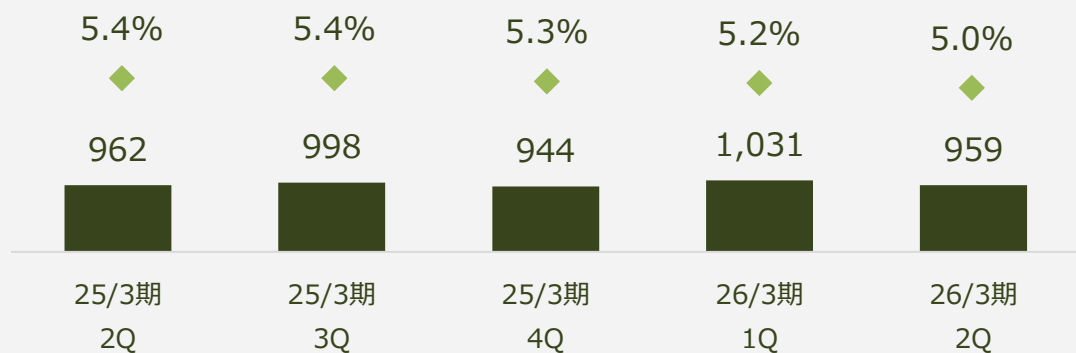
■ (百万円) ◆ 売上高対比率



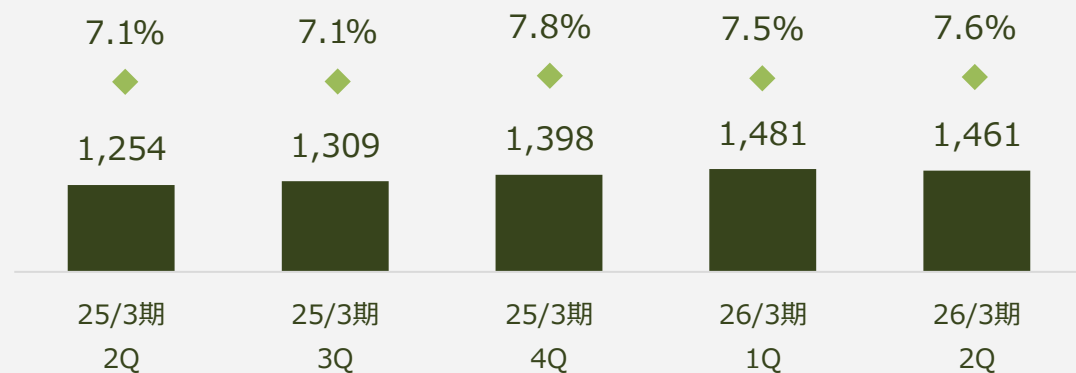
材料費（売上原価）



その他売上原価



販管費

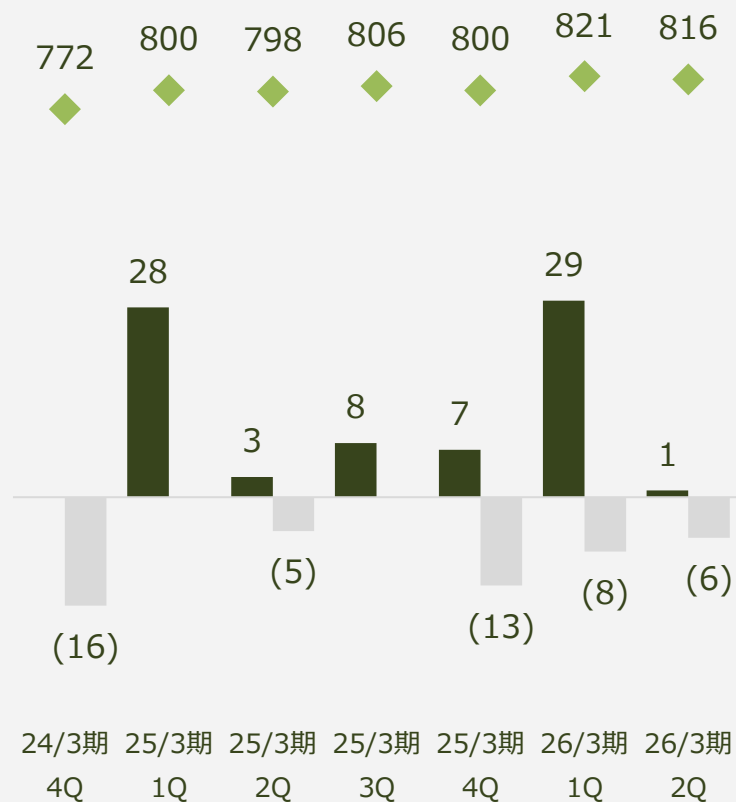


* 連結調整前数値。ライフケア、コントラクト、学校給食を含む旧シダックス傘下の会社の合算値（すくすくオイシックス及びノンピを除く）

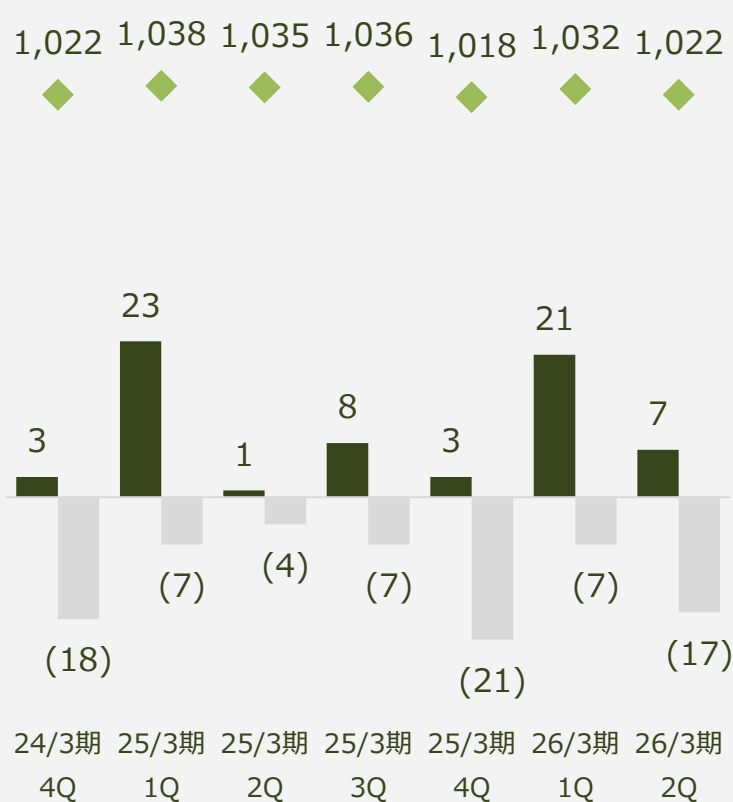
* 食材の調達、別会社にて一括して実施しているため、食材価格の高騰が本頁の業績数値に与える影響は軽微（BtoBサブスクのセグメント利益には反映済）

ライフケア

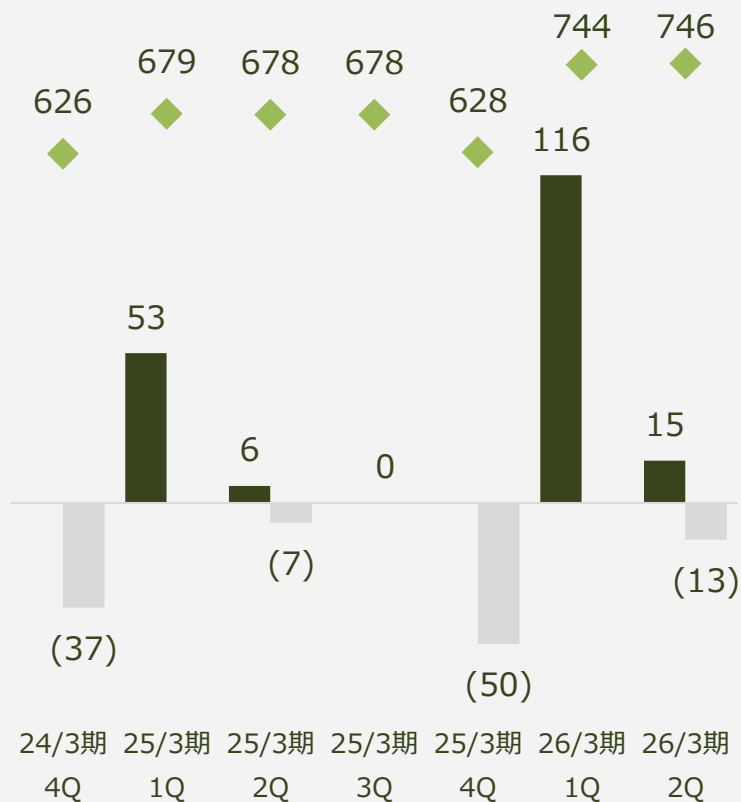
■ 増加 ■ 減少 ◆ 契約施設数 (施設)



コントラクト



学校給食

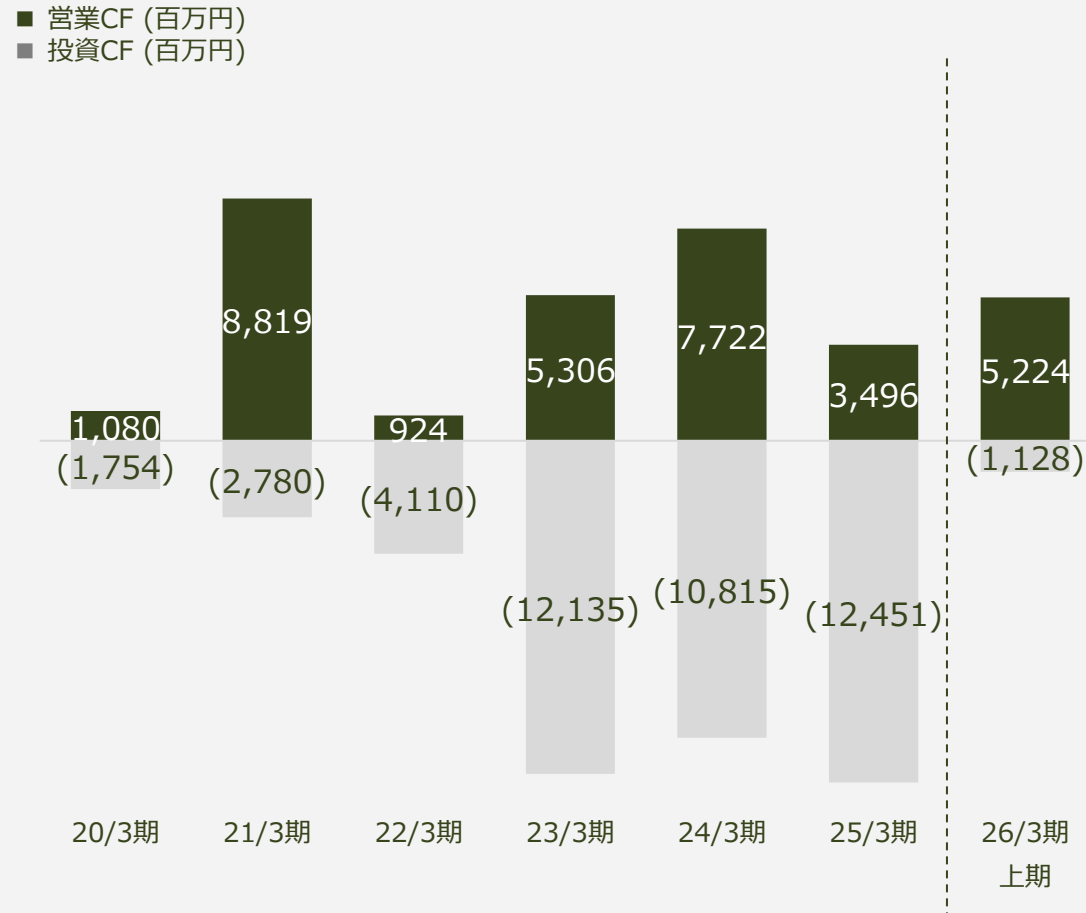


* ライフケア (旧メディカル) : 高齢者施設、保育、病院等、コントラクト : 工場、金融機関支店、オフィス、寮・研修所、大学等

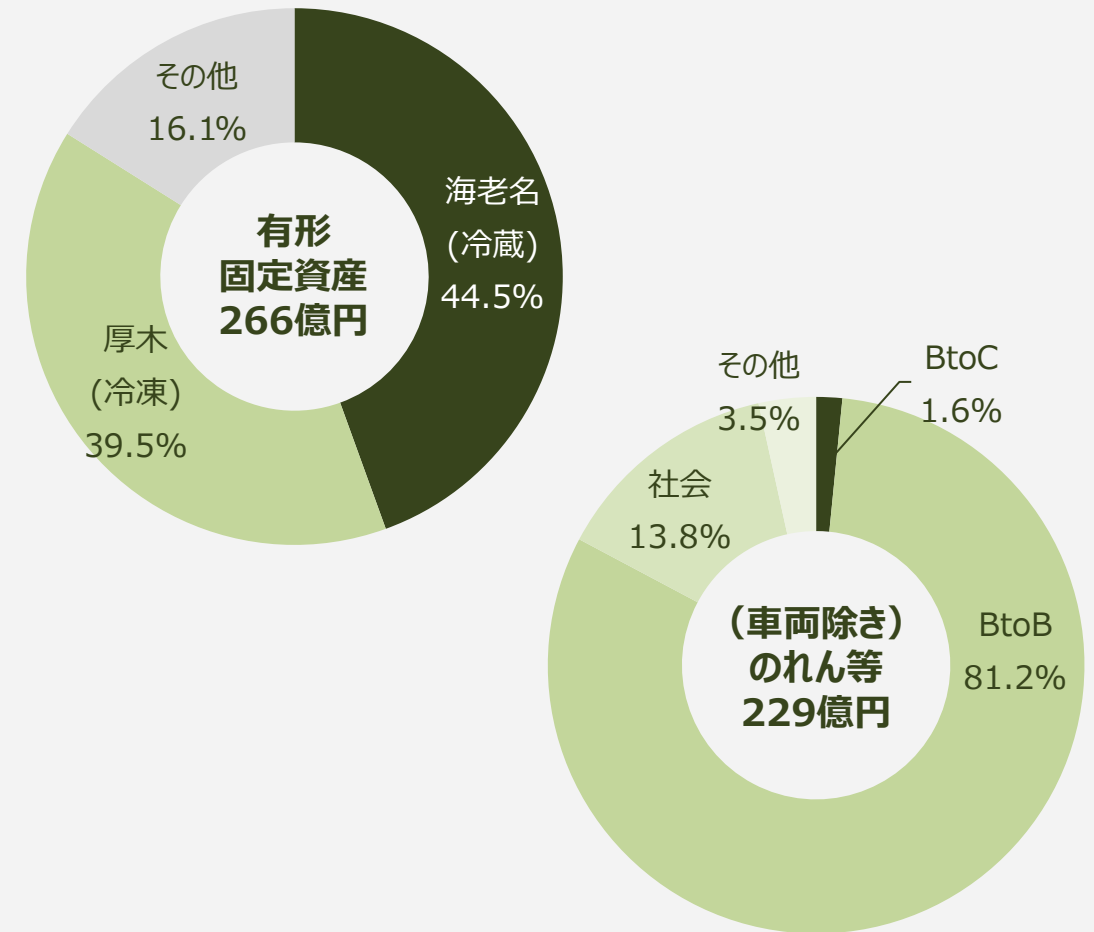
(百万円)	24/3末	25/3末	25/9末	対25/3末 増減		24/3末	25/3末	25/9末	対25/3末 増減
資産	143,709	134,564	137,308	+2.0%	純資産	37,401	39,487	38,153	(3.4%)
現金及び預金	29,649	19,155	23,694	+23.7%	株主資本	27,878	28,978	28,471	(1.7%)
有形固定資産	26,400	27,066	26,633	(1.6%)	非支配株主 持分	8,306	9,030	8,448	(6.4%)
顧客関連資産	25,655	24,476	23,885	(2.4%)	自己資本比率	20.2%	22.6%	21.6%	-
のれん	15,225	14,837	14,104	(4.9%)	ROE	15.9%	12.8%	7.7%	-
負債	106,307	95,076	99,155	+4.3%	ROIC	4.9%	6.2%	5.4%	-
借入金	31,859	33,381	36,718	+10.0%	Net Debt/ EBITDA	0.27x	1.11x	1.02x	-

* ROE=親会社帰属純利益/平均株主資本、ROIC=税引後営業利益/（平均有利子負債＋平均株主資本）。25/3期、26/3期の親会社帰属純利益は、それぞれ上半期、下半期偏重のため、25/9末のROEは大きく低下したものの、26/3末のROEは改善見込み * 10/1に車両その他事業の売却が完了したため、ROIC、Net Debt/EBITDAは大きく改善見込み

フリー・キャッシュフロー



有形固定資産 / (車両除き) のれん等



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