



2026年3月期 第1四半期 決算FAQ

オイシックス・ラ・大地株式会社
2025年8月13日

- Q 主要損益項目
- Q セグメント情報
- Q 社会・車両運行サービス
- 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 （BtoCサブスク）会員数/ARPU

- Q （BtoCサブスク）新規会員獲得コスト/解約率
- 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

EBITDA及び営業利益について教えてください。

A

EBITDA/営業利益は、前年同期対比28%/49%増加し、対通期予想進捗率24%/23%と順調に推移しています。なお、前年1Qの対通期実績進捗率が20%と低水準だったため、前年同期対比大きく増加していますが、26/3期の通期予想に対しては想定通りに進捗しています。

175億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53億円（31%）、荷造運賃発送費及び梱包資材費が35億円（21%）、広告宣伝費及び販売促進費が24億円（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1,173百万円（内、顧客関連資産関連295百万円）、のれん償却額は347百万円計上されています。

Q

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。

営業外損益の主な項目として、持分法投資利益が50百万円、支払利息が211百万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、金利上昇により増加していますが、6月末に借入金の一部について借り換えを実施しましたので、今後の金利負担はやや軽減される見込みです。

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58百万円を計上しています。また、子会社再編を含め、連結子会社や持分法適用会社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。

（次頁へ続く）

Q

1Q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

税効果適用後の法人税等の負担率は、法定実効税率（30.6％）に、のれん償却額や評価性引当金（繰越欠損金を含む）等の影響を考慮し、通期を通して45％程度を想定しています。1Qも想定に近い46.9％となりました。また、6月に公表した子会社再編に伴い、今後変動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大きく増加しています。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。6月に公表した子会社再編により、子会社再編以降は、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です。

Q

学校給食事業を社会サービスからBtoBサブスクにセグメント変更を実施した背景を教えてください。

A

25年6月に、当社のコア事業であるBtoC及びBtoBサブスクへの経営資源の集中と最適化を目的とした、シダックスグループのフード・社会事業の完全子会社化、および車両事業の売却を、25年9月以降に順次実施する予定である旨を公表しました。

学校給食事業は、当社のBtoBサブスクの主要事業である高齢者施設・保育園・社食等向けの給食事業と事業特性が非常に近いことから、この度の子会社再編を機に、BtoBサブスクに統合することといたしました。なお、本セグメント変更による当社の連結決算における業績への影響はございません。

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。

今後も、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については、引き続き原価改善等を進めてまいります。1Qは新規のPR費用を投下したことにより赤字幅が大きくなりましたが、2Qは赤字幅が縮小し、2Q累計の調整後セグメント利益は約2,400千ドルの赤字となる見込みです。

その他事業は、直近のM&Aなどでグループに加わった、成長段階にある子会社が多数含まれており、通期を通じて、事業の拡大と収益力の向上に取り組む計画のため、利益は下期に偏重する見込みです。

Q

社会サービス事業の事業概要を教えてください。

A

社会サービス事業は、「学童保育」「その他社会サービス」の2セグメントに大別されます。

「学童保育」は、学童保育所等の運営・管理受託、「その他社会サービス」は、観光施設や図書館など自治体施設の運営受託を行っています。

売上の約半分を占める「学童保育」は、待機児童の解消に向けた政策の後押しもあり、民間企業への外部委託市場は年々拡大しています。当社はその市場においてNo.1のシェアを獲得しており、今後も外部委託が加速するトレンドを追い風に、安定的な人員確保やコンテンツの差別化により、成長を目指してまいります。

Q

車両運行サービス事業の事業概要を教えてください。

A

車両運行サービス事業は、「役員車両管理」「一般車両管理」「旅客運送」の3セグメントに区分されます。

「役員車両管理」は、企業や自治体等の役員車両の運行管理、「一般車両管理」は、全国のスクールバスやコミュニティバスの運行管理、「旅客運送」は、高速乗合路線バス等の運行管理を行っています。

売上の約4割を占める「役員車両管理」は、自社雇用の運転士の高齢化を背景に、外部委託市場は緩やかに成長が見込まれています。当社はこの市場においてNo.1のシェアを獲得しており、今後も大企業に加え中小企業や官公庁向けの新規契約獲得の強化や、運転士の確保に向けた施策を実施することにより、安定的な事業成長を目指してまいります。

なお、子会社再編により、26/3期下半期より車両運行サービス事業は当社グループから外れる予定です。

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、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サブスク以外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、BtoC及びBtoBサブスクの規模拡大に加え、BtoBサブスクにおいては、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収益性の向上を図り、BtoC及BtoBサブスク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。

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。

（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

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、シダックスグループに加え、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、主要2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、主要2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、BtoC + BtoB売上高3,000億円（30/3期目標）の達成に向けて、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

国内主要3ブランドの会員数とARPUについて、今後の見通しを教えてください。

A

26/3期は、Oisixをはじめとした主要3ブランドの会員数及びARPUは、四半期毎に増減しながらも緩やかに増加する見込みです。

会員数については、費用対効果を重視しつつも、獲得コストとLTV（＝顧客生涯価値）を精査し、最適な獲得チャネルの確立や、定期会員になる前に買っていただく「おためしセット」からの転換率の向上を目指します。

ARPUについては、既存商品の強化に加え、新規商品・コースの開発や「ハレの日」需要の取り込みを通じて、継続的な単価向上を目指してまいります。

Q

新規会員獲得コストについてトレンドを教えてください。

A

新規会員獲得コストは、23/3期4Qに実施した特別PR時の水準から低下しているものの、社内目標にまでは下げられておらず、継続して費用対効果を重視した新規獲得を実施する方針です。

新規会員獲得コストに最も影響を与える「おためしセット」を活用した新規獲得は、まず「定期会員になる前のおためしセットの購入」という段階から始まります。そして、その後の段階として、「定期会員への転換」というプロセスを経て、新規会員の獲得に至ります。

おためしセットの購入段階に対しては、獲得チャネルの見直しやショート動画広告の強化を実施し、定期会員への転換段階に対しては、おためしセットの商品ラインナップ改善や転換フォームのUI改修などの施策を実施した結果、獲得コストは改善しています。今後も、継続会員の最大化に向けた取り組みを継続してまいります。

(次頁へ続く)

Q

新規会員獲得コストについてトレンドを教えてください。

A

26/3期の上半期は、電車の中吊り広告や地方テレビコマーシャルなど、認知度向上に向けた様々なテスト施策を実施しています。これらの施策を通じて得られた知見を活かし、下半期においては、SNSやテレビメディアの活用も視野に入れ、具体的な検討を進めている段階でございます。これらのテスト結果を慎重に分析し、27/3期以降のプロモーション戦略につきまして、より具体的な施策の立案を進めてまいりたいと考えています。

なお、これらのプロモーションにかかる費用については、26/3期の予算には既に計上しており、27/3期以降についても、売上高に対するマーケティング費用の割合が現状から大幅に乖離することは想定しておりません。

Q

解約率についてトレンドを教えてください。

A

解約率については、足許でコロナ以前の水準にまで改善されています。

解約率は定期入会直後が最も高く、サービスや商品への理解をいただかず退会するケースが多くみられるため、サービス案内冊子を配布するなど、入会初期のCRMの強化のアクションを実施しており、今後、会員が再拡大する局面においても、解約率が悪化しないための取組みを進めています。

今後も、費用対効果を重視した新規会員獲得を実施していきながら、継続会員を増加させていく方針です。

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。直近においても、市況価格の高騰に対し、価格適正化の対応をしていますが、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も、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（317億円）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。



20分以内に主菜・副菜の2品作れる
「Kit Oisix」をメインにしたコース



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