

Oisix ra daichi

オイシックス・ラ・大地株式会社

2026年3月期 上期決算説明会

2025年11月13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]	2026 年 3 月期 上期決算説明会		
[決算期]	2026 年度 第 2 四半期		
[日程]	2025 年 11 月 13 日		
[ページ数]	29		
[時間]	16:00 – 16:48 (合計：48 分、登壇：24 分、質疑応答：24 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]*	東海東京インテリジェンス・ラボ	角 英樹	

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



*質疑応答の中で発言をしたアナリスト、または質問が代読され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 050-5212-7790

フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasiasia.com



登壇

司会： 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 2026 年 3 月期上期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。本日進行を務めますオイシックス・ラ・大地のコミネと申します。どうぞよろしくお願いいたします。

本日の決算説明会は 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、上期の業績と下期の取り組みについて約 30 分ご説明させていただきます。その後、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。

それでは、説明会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： 皆さん、こんにちは。本日はお時間いただきまして、ありがとうございます。私の方から、上期決算の説明をさせていただきます。

目次	<i>Oisix ra daichi</i>
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

1

内容としては、エグゼクティブサマリで全体のご説明をした後、トピックとして子会社再編がありましたのでそこをお話し、続けて上期の業績と下期の取り組みという形でご説明できればと思います。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

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「タイプ給食モデル」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

3

早速、エグゼクティブサマリから。まず売上は、前期から60億円ほど増加し1,318億円でした。一方でEBITDAは60億円ということで、前期とほぼイコールです。内訳としては、BtoBは増収増益になったものの、BtoCは少し減った結果、トントンで前期とほぼイコールという感じです。

BtoCはOisixの会員が増えていなかったのですが、久しぶりに少し増加をしました。36万人を今期目標にしていたのですが、上期で目標に達しました。一方、顧客獲得にマーケティング費用を前倒しで使うところがありまして、上期の利益は悪化したという形になります。

BtoBの方は、値上げ交渉をしっかりとやったことと、オペレーションの標準化を進めた結果、増収増益になりました。

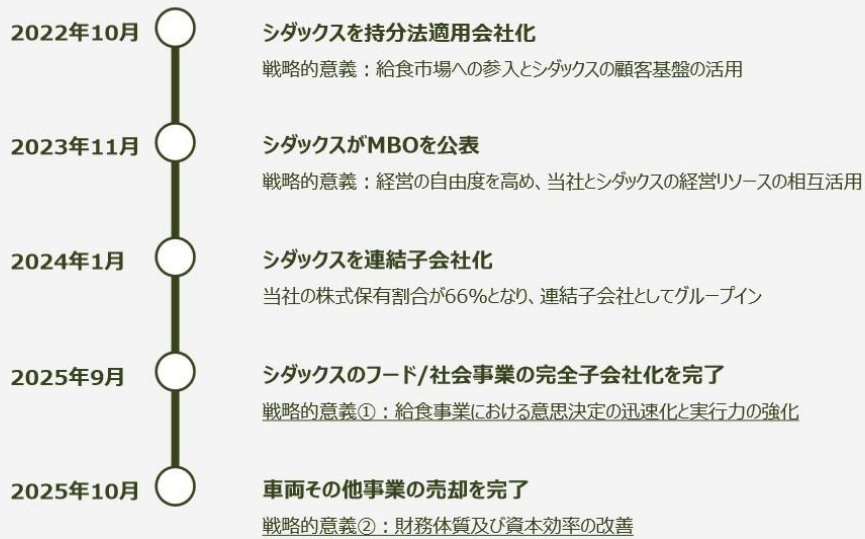
詳しく申し上げますと、全体に関して、売上は進捗率50%、EBITDAの方はやや悪いけれども、両方も50%ぐらいで順調だと思います。それから、親会社帰属純利益は、上期は税金等の影響が子会社再編に伴ってありまして少なめに出ましたが、後で申し上げる車両事業の売却等も含めて進捗は約50%ですので、大きな乖離はないと思います。

BtoCは、先ほど申し上げたように、既に会員数は達成しているのですが、今後プロモーションをどうするかですね。プロモーションと利益を両立する方法を考えながらやっていこうと思っています。

BtoBは、標準化と値上げのやり方が分かってきましたので、確実に進めながら、後ほど申し上げる新しい武器ができつつあるので、そちらもしっかり営業していくということを考えています。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



次に子会社再編の話をしたと思います。今までのことを申し上げますと、3年前、2022年10月に持分法適用ということで30%弱、シダックスの株を保有しました。その1年後、2年前にシダックスがMBOを公表しまして、24年の年明けには連結子会社化を行いました。

この段階でわれわれには三つ事業（フード、社会、車両）があり、全部を66%持つという形でしたが、本年9月にフードと社会を100%子会社にしました。10月には車両事業の売却を行いました。三つの事業を100%と0%という形に整理を行いました。

サポート

日本 050-5212-7790
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

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

6

背景としては、100%にすることでスピーディーに経営判断をしていきたいということや、シナジーを最大限生かしていきたいというのが意図になります。私がシダックスの代表権を持つ社長になるとか、あとは積極的な出向もしてまして、スピーディーに動けるようになりました。

オフィスも統合し、製造拠点も Oisix の製造と統合して、しっかりガバナンスを効かせつつシナジーを最大化させていく体制が整いました。その他、グループ会社のノンピであるとか、Oisix とのコラボであるとか、そういった部分も迅速にシダックスの事業に反映できる体制が整いまして、100%子会社にしてまだ2カ月程度ですが、スピードが上がってきていると思っています。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

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）
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

7

もう一つ、車両の事業の売却の影響について申し上げます。10月1日付売却なので、26年3月の見込みについてのご説明になります。自己資本比率が30%に上がるということ、それから純有利子負債倍率、Net Debt/ EBITDAの比率が0.5まで下がるということです。シダックスの買収によって、ある程度財務出金したものが0.5と平常化して、また新たな攻めができる状況が整ってきたなと思っています。借入金に関しては250億円、それから利率も借り換え等を行って1.1%ということで、だいぶ財務体質としては改善が進んでいるということが言えるかなと思います。

では、業績を詳しく説明します。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

26年3月期上期実績サマリ

Oisix ra daichi

(百万円)	25/3期	26/3期	前年同期比 増減
	上期	上期	
売上高	125,706	131,820	+4.9%
EBITDA	6,161	6,077	(1.4%)
営業利益	3,294	3,011	(8.6%)
親会社帰属 純利益	2,392	927	(61.2%)

ハイライト

- 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
- 【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
- 【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
- 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

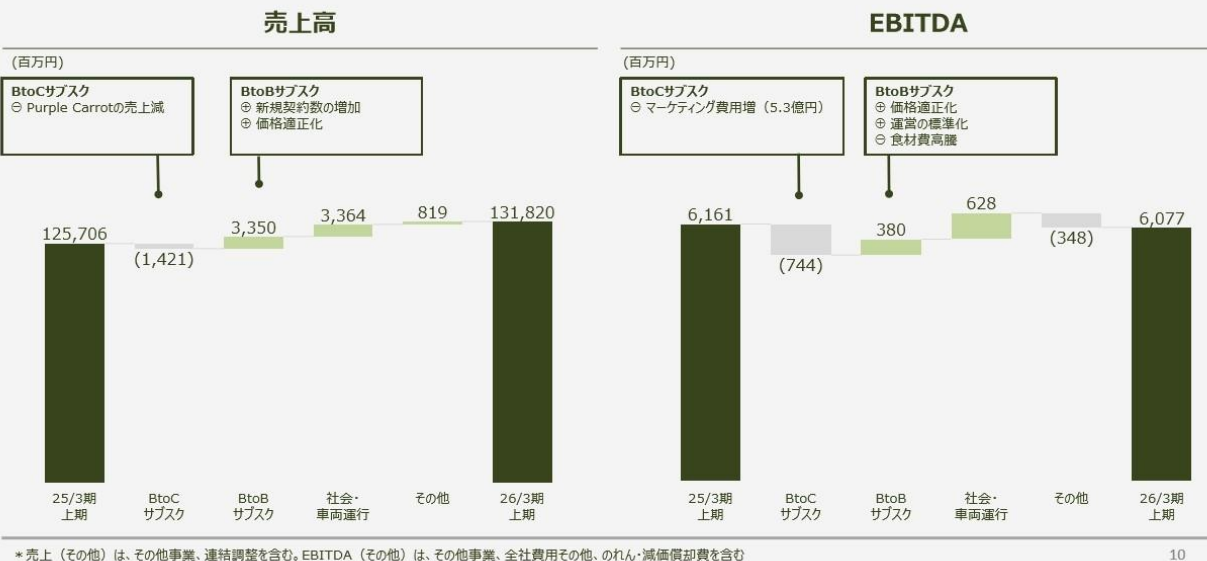
* 営業外損益、特別損益、法人税等の詳細は、決算FAQ参照

9

このページは、もうご説明した内容になります。売上、EBITDA、それから利益の部分。先ほどご説明した特殊事情を踏まえています。

売上高・EBITDA増減

Oisix ra daichi



10

グラフに直すとこのような感じです。BtoCはアメリカの事業の売上が減りましたが、BtoBに関しては売上が積み重ねられて、社会も売上が積み重ねられて、1,318億円という着地になっております。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

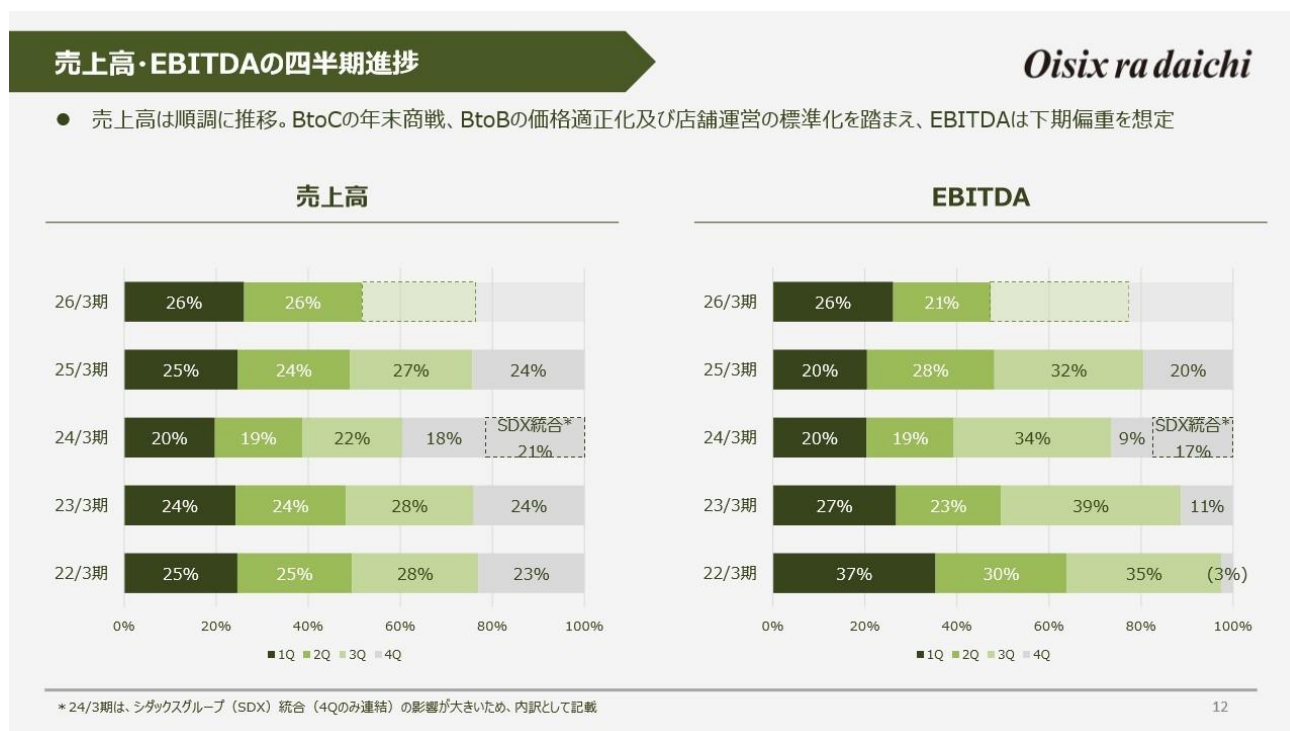


利益に関しては、プロモーションを使った部分に対して BtoB のサブスク、社会、車両の伸びで、ほとんどトントンという形になります。

セグメント別売上高・利益				Oisix ra daichi				
セグメント売上高				調整後セグメント利益				
(百万円)	25/3期 上期	26/3期 上期	YoY	(百万円)	25/3期 上期	26/3期 上期	YoY	利益率
BtoCサブスク	48,178	46,756	(3%)	BtoCサブスク	4,278	3,533	(17%)	7.6%
Oisix	29,033	29,227	+1%	Oisix	3,050	2,480	(19%)	8.5%
大地+らでいっしゅ	13,502	13,484	(0%)	大地+らでいっしゅ	1,462	1,391	(5%)	10.3%
Purple Carrot	5,642	4,044	(28%)	Purple Carrot	(233)	(337)	-	-
BtoBサブスク	38,122	41,472	+9%	BtoBサブスク	1,432	1,813	+27%	4.4%
社会サービス	18,063	20,229	+12%	社会サービス	638	871	+37%	4.3%
車両運行サービス	13,384	14,584	+9%	車両運行サービス	1,383	1,779	+29%	12.2%
その他事業	9,121	10,196	+12%	その他事業	670	430	(36%)	4.2%
連結調整	(1,164)	(1,419)	-	全社費用その他	(5,108)	(5,417)	-	-
売上高	125,706	131,820	+5%	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(短債)+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

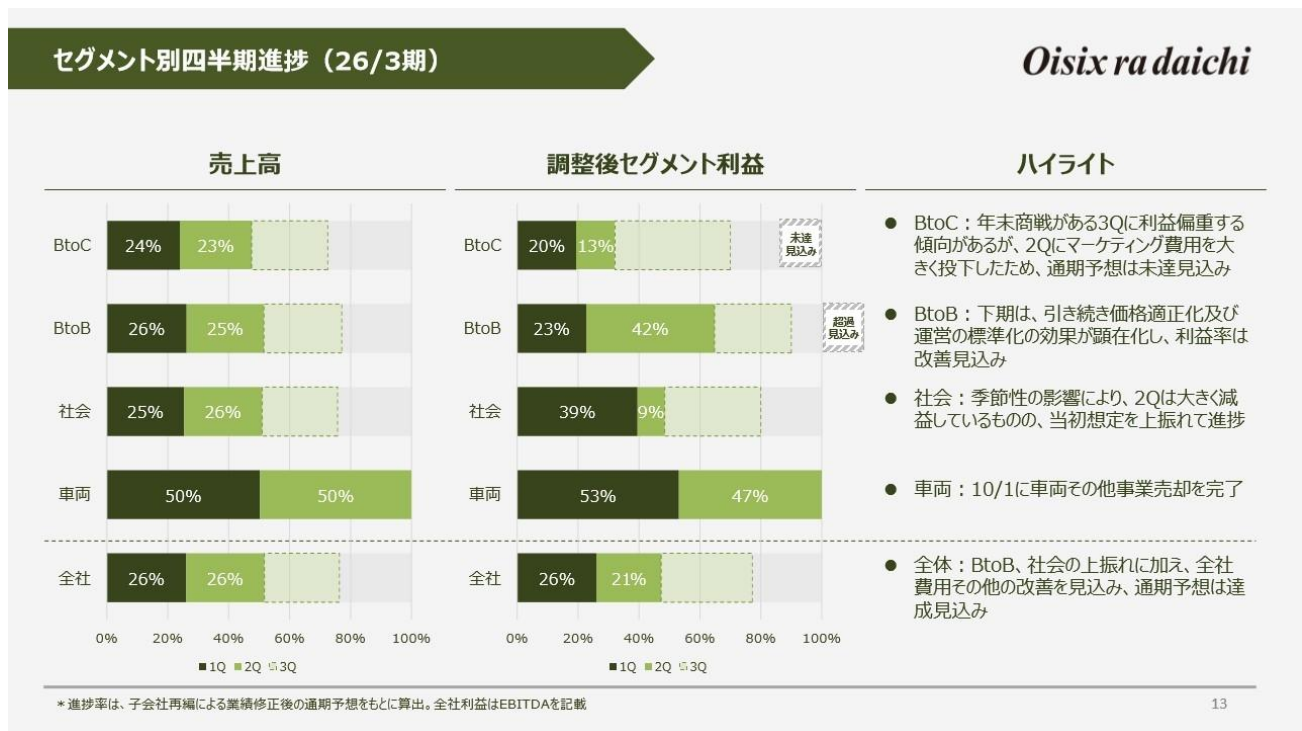
こちらが詳細です。進捗も売上高で言うと 50%強、EBITDA では 50%弱ということです。過去と比較しても大体オントラックと言っているのかなと思います。



サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

セグメントでいうと少しでこぼこありまして。BtoC は常に下期偏重なので、こういうものだと売上は見ていますが。利益に関しては、先ほど申し上げたように、プロモーションに費用をしっかりと使ってしまったというのがあるので、利益に関しては通期の目標を下まわる可能性が高いかなと思います。



一方で BtoB に関しては順調に進捗していますので、現時点において既に 65%、通期目標に対して来ていて、利益率の改善が順調に進んでいますので、こちらは超過達成になりそうだと考えています。

サポート

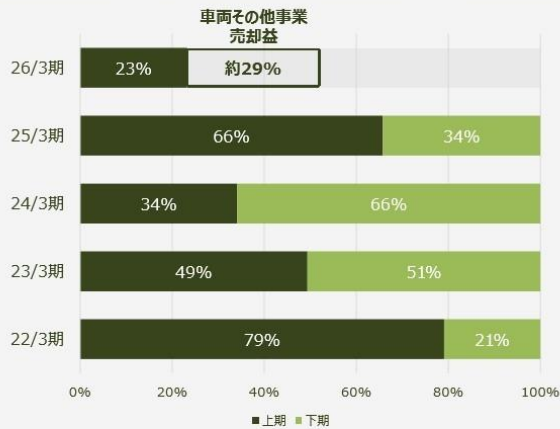
日本 050-5212-7790
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

親会社帰属純利益の上期/下期進捗

Oisix ra daichi

- 上期は子会社再編に伴う一時的な影響をうけましたが、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



* 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変わる傾向あり

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

14

当期純利益に少しトリッキーなところがあるので、ご説明したいと思います。上期はシダックス側のBtoBが伸びたのですが、実効税率が非常に高い状態になっていたことが影響し、当期純利益が小さくなってしまっているというのがあります。

ただ一方で、23億円ほどの売却益が車両事業の売却により10月1日付で立ちまして、それが下期に乗ってくることを考えると、現時点で当期純利益においても50%強という状況になっていますので、こちらも着地に対しては順調に推移していると考えています。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

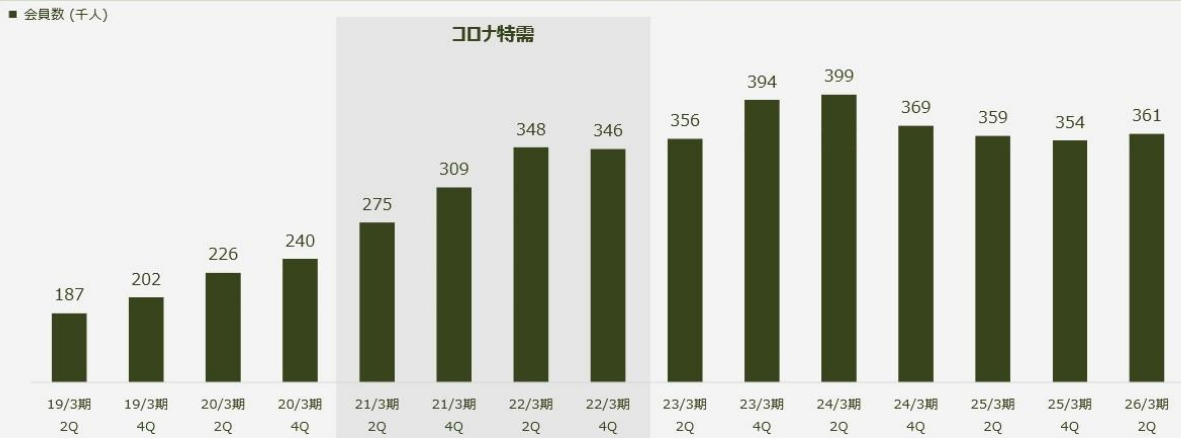


1 BtoCサブスク

Oisix ra daichi

- 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



16

セグメント別もざっくり申し上げます。

Oisix はコロナで（大幅に会員数が）伸びて、コロナ後はマーケティング費用をある意味過剰に投下して力づくで伸ばしましたが、マーケティング費用を正常に戻したら全部剥がれていってしまったと。それが2年前です。

BtoCサブスクーOisix

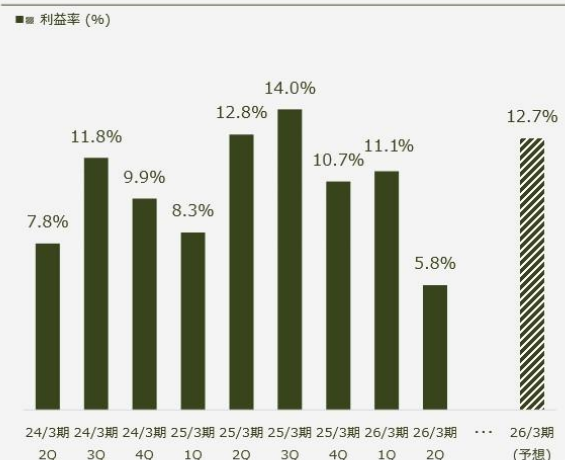
Oisix ra daichi

- 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



セグメント利益率



17

2年ほど、なかなか人数が増えない。どちらかというと微減が続いていました。一方、最近では商品

サポート

日本 050-5212-7790
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



力が上がり、プロモーション方法も出てきて、この第2四半期に会員数は純増に戻ったということです。この純増に戻ったトレンドをそのまま活かすことと、最終的な利益着地をしっかりと揃えることのバランス見ながら、やっていきたいと思っています。

BtoCサブスクー上期の取り組み		Oisix ra daichi	
商品・サービスの進化 (新規会員獲得)	プロモーションの改善 (新規会員獲得)	商品・サービスの進化 (デリOisix/ヘルスクエアでの初コラボ)	
 <ul style="list-style-type: none"> 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 	 <ul style="list-style-type: none"> 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 	 <ul style="list-style-type: none"> 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 ヘルスクエア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 	
18			

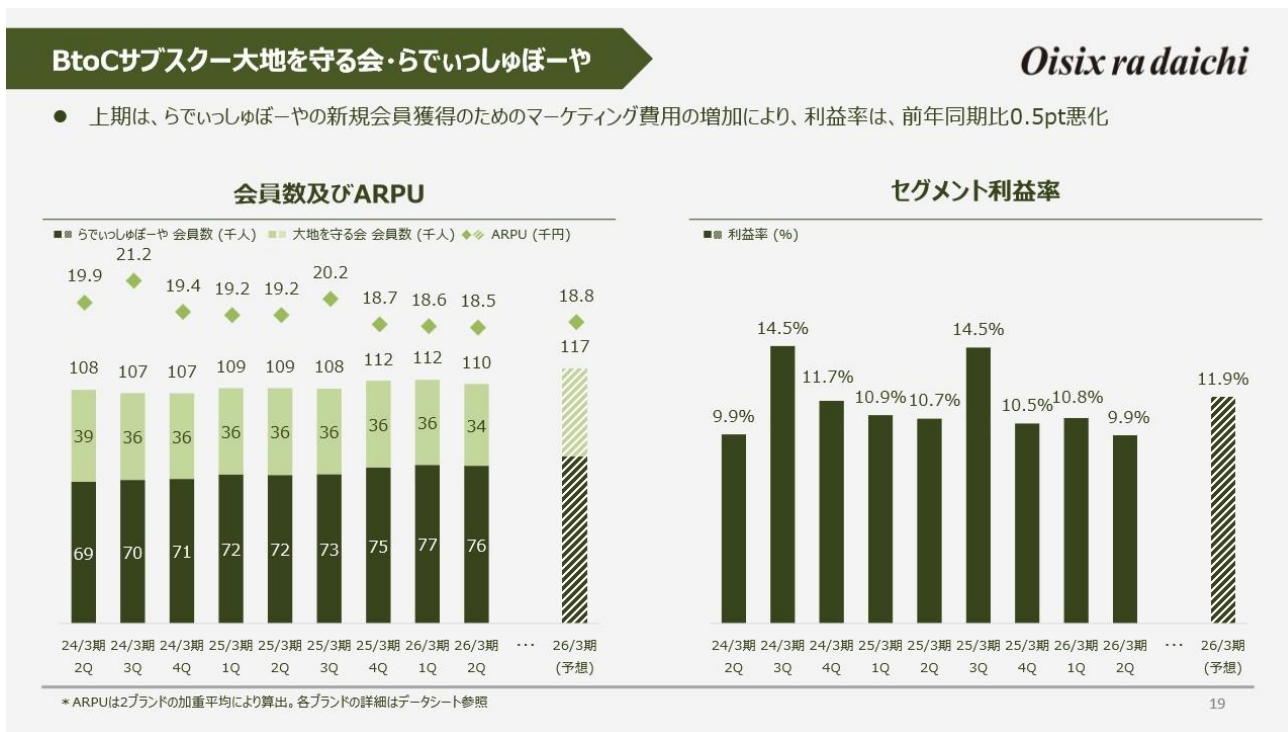
上期でいうと、具体的に良かったのがいくつか、今までミールキットの調理時間が大体20分ぐらいだったところを10分程度の短いものを作ったら好調で、この下半期さらに強化していきます。それからデリですね、もう調理しないでもいい、というものを4月から始めて、現時点で2万人ぐらいまで来ていまして、順調に増えています。

一方、工場の設備を少し強化しないと、質を維持したまま人数を増やすことが難しいというふうになっているので、下半期は人数を増やすのではなく工場、製造体制の整備を行いたいと思っています。

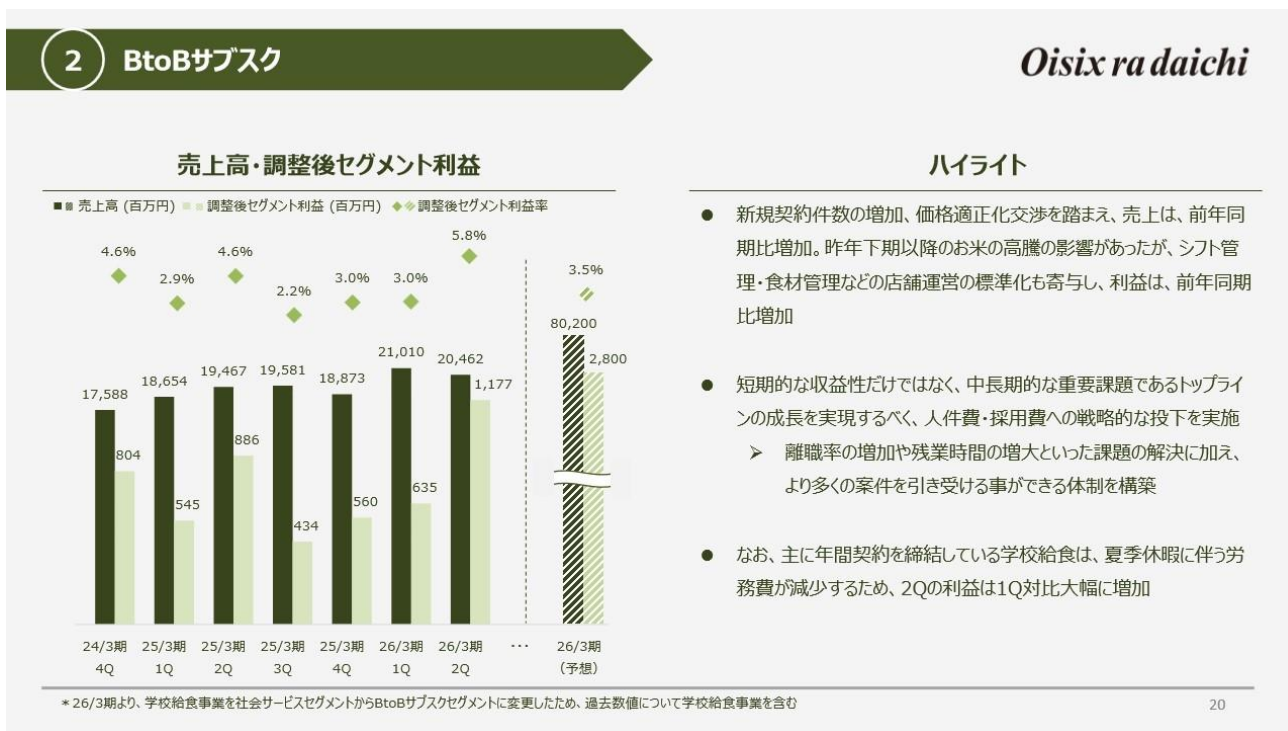
サポート

日本 050-5212-7790
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

す。



大地+らでいっしゅに関しては、いずれもほぼ横ばいですが、少しらでいっしゅが新規獲得のマーケティング費用が増えている、というのが現状となります。



続いて BtoB になります。去年第 2 四半期 4.6%の利益があったのが、米を含めた食材の価格が非常に上がってしまったということと、給食の価格はそう簡単に上げられないという業界特有の事情

サポート

日本 050-5212-7790
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



もあって。さらに、人件費も上がり続けているというのがあって。第3四半期からしばらく利益率が、季節要因以上に下がってしまったのですが、しっかりと価格交渉を行ってまいったことと標準化を進めたことによって、利益率がだいぶ回復をして、去年の今頃よりも第2四半期だけで比べると高く作ることができていると考えています。また下期に利益率が減るところもあるのですが、引き続き価格の交渉をしっかりとやるということと、オペレーションの正常化をしっかりとやって、各店舗が計画した利益出せるように進めていくことで、目標を達成できるかなと思っています。

BtoBサブスクー上期の取り組み

Oisix ra daichi

商品・サービスの進化 (グループ間連携の強化)	営業力の強化 (人材不足の解消)	収益性の改善 (価格適正化/ちゃんど化)
    <ul style="list-style-type: none"> ● 出社復帰や第三の質上げなど、社食が注目される追い風の中、シダックス×オイスックス×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 	  <p style="text-align: center; font-weight: bold;">シダックスの調理師</p>   <p style="text-align: center; font-weight: bold;">シダックスの栄養士</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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 	    <ul style="list-style-type: none"> ● 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(ちゃんど化)

21

収益性の改善はかなりやりました。元はといえば、シダックスの製造設備（SDC）で不適切な会計管理を計上していたということが発覚し、そこの修正を行ってまいりました。そのプロセスの中で私たちが分かったのが、例えば在庫の棚卸であるとか、原価の管理であるとか、人員のシフト管理であるとか、そういったものがかなり店舗ごとに違ったやり方で行われているということを確認しました。

その SDC の製造設備の問題を解決後、各店の標準オペレーションというものを決めて、収益性の高いお店のやっていることを他の店で徹底していくというのを行っています。これによって、まだ全店まで広がっていませんが、既に全体の利益率が上がるような効果があるので、オペレーションの標準化ができていないお店に対しても、下半期は標準化を進めていきたいというのが一番右端の話です。

サポート

日本 050-5212-7790
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

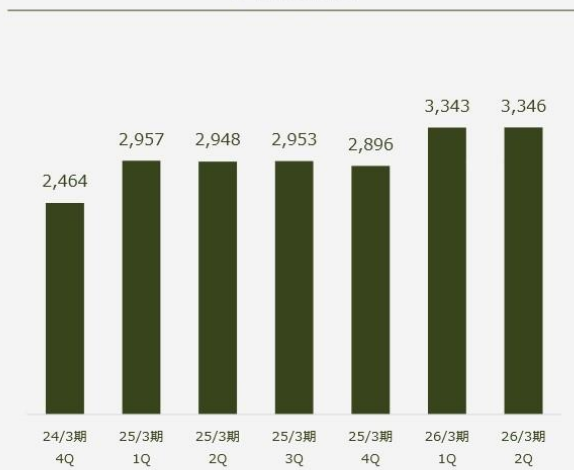
それから真ん中の話が、営業力の強化で人材不足の解消とありますがどういうことかという、給食の現場でいうと、今、給食の受託をするコンペにどの業者も手を挙げないというぐらい人材が足りていません。人材の確保ができないのでコンペに参加できないというのが、当社も含めて、各社さん共通の課題であります。これに対して、われわれもその一時的な人材不足ということは早期に解消できそうなのですが、さらにDXとかAIを使って必要な工数や人数を減らし、少人数でのオペレーションを実現していきたいと考えています。

3 社会サービス

Oisix ra daichi

- 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



22

社会サービスに関しても、順調に伸びていまして。利益に関しては季節性がありますが、こちらも学童の受託等は順調に伸びているという形になります。

では、下期の取り組みも簡単にお話ししたいと思います。

サポート

日本 050-5212-7790
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

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、ピ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画

24

まず BtoC ですが、上期に好調だった「超ラク kit」という、すごく簡単にできるパターンの Kit を拡充し、包丁やまな板を使わずに調理できるようなものを、(全体の) 半分以上のメニューで用意しようということを考えています。

機能性Kit (腸内環境ごはんKit)

腸内環境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ercial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

25

他にも高付加価値なものとして「機能性 Kit」、例えば腸活ですね、「腸活 kit」をやっています。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

結構好調なのですが、これが育つと、さまざまな機能のミールキットができるかなと。例えば、美肌とか夏バテ予防とか、あるいは冬であれば免疫力強化とか、そのうち花粉症対策とか。さまざまな機能を食事からというニーズはたくさんあるので、まずは腸活からやっていますが、うまくいくと、いろんな展開ができるのではないかなと考えています。

BtoBサブスクリプションの取り組み (1/2)

Oisix ra daichi

商品の進化
(元氣ごはん 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

量が過ぎて食べきれない

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、安定的な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

26

それから、BtoB はいろんな領域があって、病院とか高齢者とか、オフィスとか工場とか、小学校とか、いろいろあるのですが。

まず、高齢者の領域で、一つ新しい商品を作っています。「元氣ごはん」という名前です。従来、高齢者施設では、栄養管理をしっかりやって正しい食事を提供するということを徹底している施設が、当社以外の給食施設も含め多かったです。ところが、それだと高齢者の食事量よりもだいぶ多い食事量を提供していて、その量を全て食べない限り、必要な栄養素を摂取できないというメニューになっていて、結果、食べ残してしまって、栄養失調や体重減少の課題があると。

やはり高齢の方は、体重減少というのが病気になる手前のサインとしては一番顕著であるということで、体重減少に至らない食事を実現することがすごく重要だということで、私たちが新しく作りました。これは、量は普通の大人よりは少ないけど、十分な栄養素やカロリーを摂取することができるというタイプの商品です。セントラルキッチンで製造し、現場で使っていただくことによって、入居者の方にとっては健康管理がやりやすくなる、と同時に現場としては少ない人数でそれが実現できると。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

ということで、これを新しく「元気ごはん」と名付けて、営業を始めたところです。今のところは手応えを感じています。高齢者施設においては、あまり今までなかったアプローチだろうなと思っていますので、この新しいプロダクトで、高齢者の方向けの食事を良くすることができれば、同じようなアプローチを今後、例えばオフィスの食事とか病院の食事とか、保育園の食事とか、さまざまところでそれぞれの新商品を出していきたいと考えています。

BtoBサブスクー下期の取り組み (2/2)

Oisix ra daichi

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

27

ちゃんと化は、先ほど説明をしているところになります。

サポート

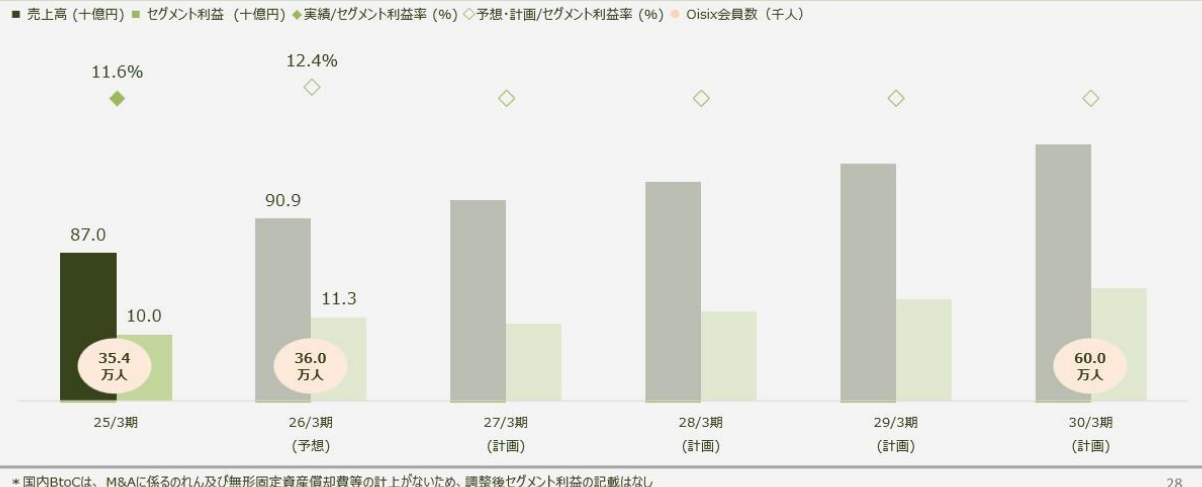
日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

中長期目標に向けて – 国内BtoCサブスク

Oisix ra daichi

- 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



28

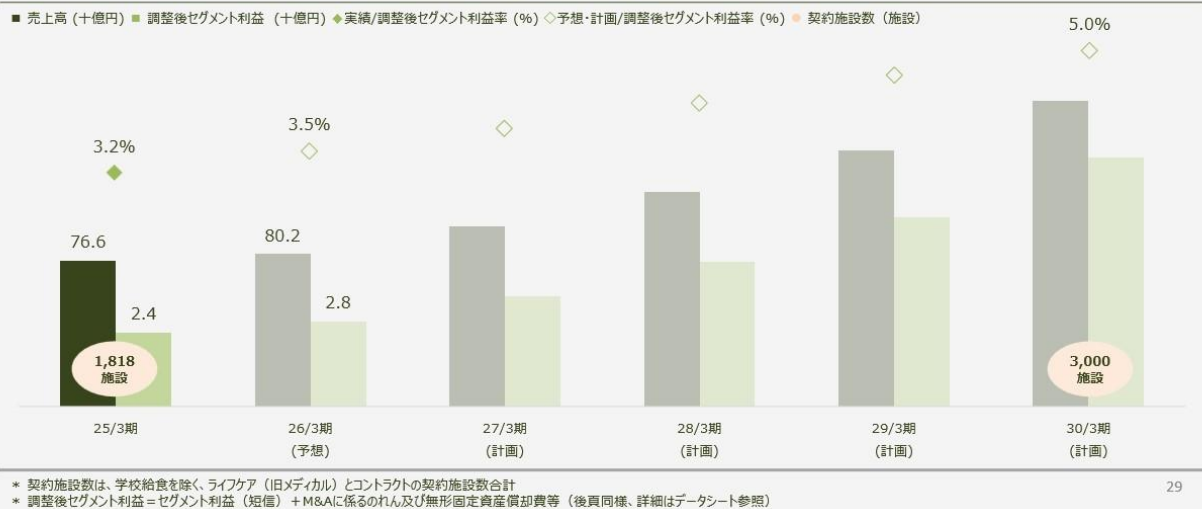
中期的な目標としては、BtoC に関しては、今 36 万人にいましたが、ほぼ倍ぐらいの 60 万人。

中長期目標に向けて – BtoBサブスク

Oisix ra daichi

- 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



29

そして BtoB に関しては、今 1,800 施設で展開しているものを 3,000 施設ぐらいにまで広げていく。それを実現していきたいと思っています。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

**中長期目標に向けて – 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

30

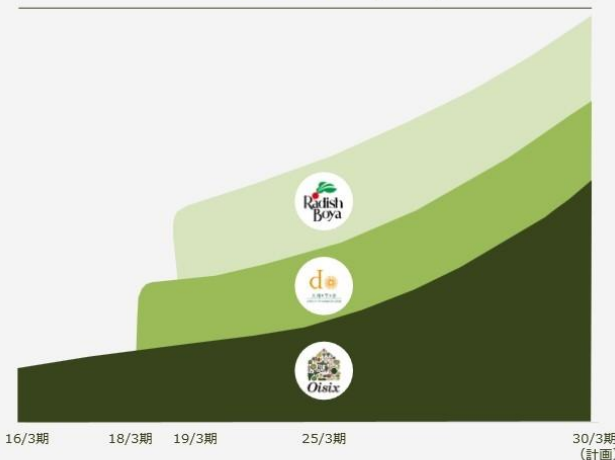
BtoB でわれわれの武器として考えているのが、申し上げてきたようなオペレーションの標準化やDX、そして、先ほどの元気ごはんみたいな商品。さらには、Oisix と連動したマーケティングをやることによって、BtoB の成長を実現していきたいと思えます。

**中長期目標に向けて – BtoBサブスク
(ロールアップ型MA戦略)**

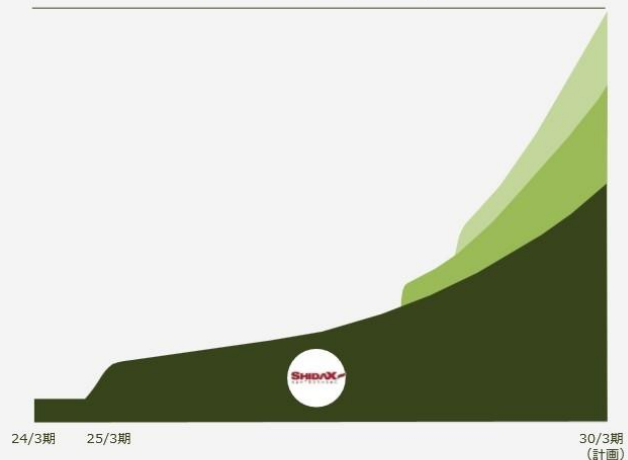
Oisix ra daichi

- 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)



31

イメージ的には、Oisix で作ったモデルを買収した大地、らでいっしゅにも適応していくことで、収益性を改善したという経緯がありますが、同じようなことを BtoB でも展開できればと思っています。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



ます。今までもいくつかの M&A を通じて、ある程度シナジーを出して収益を増やすということに関してはイメージがつくようになってきたので、BtoB、給食においてもロールアップを実現できたかなと思っています。

私からは以上となります。ありがとうございました。

司会：高島社長、ありがとうございました。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



質疑応答

司会 [M]：続きまして、質疑応答に移らせていただきます。ご質問の数が多い場合には全てのご質問にはご回答できないこともございますので、ご了承くださいませ。

【質問①】

まず1点目が、BtoC ビジネスのところです。2クォーターのマーケティングコストを多く計上されたというところで、YoYで5.3億円というところであったのですが、本決算の時のご説明ですと、26年度で大規模プロモーションを打っていきたいという方向性だったかと思うのですが、ここ2クォーターで大きくアクセルを踏まれた背景とか、何かの環境の変化などがあったのか。まずこちらについての1点目、伺えればと思います。

2点目は、それに関しまして、顧客獲得コストですね。CPA、以前は1万5,000円ぐらいと1人当たり伺っていましたが、特にここに変更がないのかどうか、併せて伺えたらと思います。

3点目が、BtoB 事業の改善について伺いたいのですが、価格適正化の交渉というところは、下期も継続するかと思います。こちらは毎年、来期以降も御社の利益率の改善というところに図られるものなのか、大きく出るのは今期の一過性というところなのか。今後の利益の改善の方向性というところについて、軸になっていくのは生産性の改善というところになるのか。こちらについての方向性をいただけたらと思います。よろしく願いいたします。

高島 [A]：BtoC の、1個目と2個目まとめてお話しします。顧客獲得コストは、実はちょっと前から1.5万円よりは上げた数字でセットしています。ただ、もちろん単価も上がっているということもあって、1人のお客さんから得られる利益額も以前より増えているという背景もありまして、回収期間を半年から1年の間ぐらいに設定しながらやっているという形になります。

なぜ2Qでマーケコストをかけたかという、決めていたコストで取れたということが大きくて。何か大きな変更があったというよりは、われわれの場合マーケティングコストは目標のコストを決めていて。その範囲の中で取れるのだったらプロモーションコストをかけようという感じでやっていたところ、おそらく上半期からスタートしていた超時短ですよね。今まで20分かけていたものを10分とか、かつ包丁使わない、まな板使わないみたいなkitに好調の兆しが出ていて、それを前面に出したプロモーションをしたところ、の目標として定めている顧客獲得コストで多く的人数が取れたという形になります。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

大きく環境が変化したというよりは、一つプロダクトの進化の方向が世の中と合致したという、そういう兆しが出てきたと。兆し程度でもあるので、そんな兆し程度のプロモーションコストをかけましたという形になります。元々申し上げていた、来年の春以降に大規模なプロモーションしているということに関しては、現在も計画としては変わっておりませんので、今後もテレビCMを含めた展開の準備をしています。

それから、ミールキットではなくてデリのほうは、プロモーションに耐えられるだけの製造設備、製造環境の整備を年度内に終わらせて、来年からはしっかりとプロモーションできるようにしていくということを考えています。

BtoB は、まず価格の交渉が残っているところはしっかりやりたいと思っています。それから、生産性の向上はまだ全店舗で展開できていないので、それは下半期にやります。ただ、来年度まで持ち越すことはないと思っていますので、生産性の向上は年度内に、大体、全店舗終わるかなと思っています。

多分、来年度以降、利益率の観点で出てくるのは、本格的な省人化モデルですね。人を省いたモデルを作っていくと。先ほどご説明した介護領域における新しいサービスを使うことで、介護領域においてはおそらく必要人員が3割ぐらい減るのではないかなと思っています。今、やはりその3割の部分、なかなか人手を確保できず、正社員に残業代をお支払いして正社員が歯を食いしばってやっているというのが現状です。

その部分は、そういうプロダクトを使うことによって、必要なくなるのではないかなと。今までよりも少ない人数で回すようなモデルができれば、利益率は上がりますし、今後、新しく営業するところに関しては、少なくともその新しいモデルのみでの営業と。人数が少なくて利益率の高いモデルのみでの営業になると思いますので、新しい案件に関しては利益が取れる状態になっているということです。だんだんそういうお店が増えていけば、全体の利益率は上がっていくだろうなと思っています。一旦お答えさせていただきました。ありがとうございました。

【質問②】

ご回答ありがとうございます。1点、補足確認をさせていただきたいのですが、Oisixの会員数の目標値は変えられてはいらっしゃらない部分ですが、下期は特に、これは何か減る見込みがあるのか。ここについては、単純に上期は据え置きなのか。こちらについて教えていただけますでしょうか。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

高島 [A]：これはやはりプロモーションを全くしないと、解約があるので減ってしまうのですよね。プロモーションをどれぐらいするかによって、今の 36 万人を守るか、もう少し上振れを目指すかということなのですが。利益目標の状況を見ながら、プロモーション金額をコントロールしていくような下半期になるかなということ。一旦、何て言うのでしょうかね、36 万を変えずに、利益目標が達成できそうな見込みが立てば、もちろんペイする限りはプロモーション投下したいなと思っていますが。そういう意味合いで、一旦 36 万人をそのまま置き換えずにセットしているという形になります。

【質問③】

お話の中でありました今後下期にデリの製造能力を上げていくというところで、足元どれぐらいの製造能力で、今後どれぐらいの規模に拡大していく方針なのかというところを具体的な数字で教えていただきたいです。

2 点目に、今期の純利益の理由、減益の理由として挙げられていました実効税率の部分なのですが、こちら要因としては具体的にどのようなところが挙げられるのかというところをご教示いただけますと幸いです。

高島 [A]：ありがとうございます。デリの製造能力はちょっと数字で言えなくて、大変申し訳ないです。キャパシティの問題だけではなくてクオリティの問題もあって、今かなり人的にやっているんで、このまま広げてしまうとトラブルが起きる可能性があるなというところもあって。クオリティを担保するというのも含めて、やっています。

同時に、シダックスの製造設備が、2 カ月ほど前からわれわれの製造と一緒に動く体制になったので、そこも使った方が Oisix のデリもだいぶん安く美味しくできるだろうなと思っていて。そのシダックスの製造設備の活用というものも、年度内に行うことなので。分かりやすく製造能力を 5 倍にするみたいな感じで言えなくて、すみません。質もしっかり整えないといけないなという問題意識で進めています。

当期純利益のところは、少し詳しく申し上げると、Oisix の部分とシダックスの部分とがあるのですが、この上期でいうと、BtoB が伸びて全体の EBITDA とかはそこがかなり貢献しているという形になるのですが。いわゆる旧シダックス側の実効税率が元から非常に高い中で、さらにこの上半期でシダックス側の利益割合が大幅に増加したことで、より顕著にグループ全体の実効税率に影響が出たというのが、今期の実効税率が高くなっている要因です。（※説明会での回答から修正）

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

対策としては、まず一緒になったというのもあって、旧シダックスの実効税率が非常に高かったのを改善して正常化するということを中長期的に行います。こちらは目途が立っていて、20%ぐらい実効税率は良くなるのではないかなと思っているのと。利益に関して100%子会社なので、100%が計上できるように、下期以降になるということで。しっかり BtoB の収益をわれわれが上げた分だけわれわれが取り込める状態が、下期以降は作れるなど考えています。ややこしくて申し訳ないのですが、そのような形になります。

【質問④】

1点だけ、念のための確認なのですが、シダックスグループの実効税率を今後、20%ぐらいに改善するというのは、20%に改善するという意味合いですか。

高島 [A]：違います。今60%ぐらいなのが40%ぐらいに。

高島 [A]：20ポイントぐらい良くなるということ、今のところ大体見込めていると言うか、それに向けて努力の仕方が見えているという形になります。

【質問⑤】

具体的にどのように対策されていくかみたいなのところのお話は伺えますでしょうか。

高島 [A]：今回の再編を経て、SDX グループで用いていたグループ通算制度から離脱したこともあり、一時的に税率が高くなっていましたが、来年4月からグループ通算制度に再加入する予定です。（※説明会での回答から修正）

【質問⑥】

BtoC についてです。会員数が底打ちし、超ラクやデリ Oisix といった兆しが見えてきたというお話がありましたが、足元の課題は何か、そしてそれをどのように乗り越えようとしているのか教えてください。

高島 [A]：はい、ありがとうございます。まず、底打ちしたというのは非常に大きな、出来事だと思っています。ただ、やはりインターネット広告費が上がる傾向にあることは間違いのないと思っています。良い武器はできつつあるものの、その良いプロモーションをきちんと編み出していくということが大きな課題なので。今は、来年度、大々的にプロモーションをやるための試行錯誤をしていますが、その良いプロモーションを見つけるというのが、一つ、今チャレンジ中のことであるかなと思います。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

それから、先ほどから申し上げている良いプロダクトということと言うと、まだでき上がったというよりは、兆しが出てきた状態なので、そこに徹底的にリソースを投下して、超ラクをSKUの半分ぐらいまで持ってくというミールキット領域の話と、デリに関しては製造の質とクオリティを整えるという話と。これは、下半期中にどちらも終わらせるというのをチャレンジしています。

方向性はかなり見えているので、やり切れるように頑張ると。この正しいプロモーションと良いプロダクトの作り込みというのができれば、また大きくプロモーションコストを投下できるようになって、投下ができれば、その分伸びるだろうとは考えています。

【質問⑦】

デルの生産キャパ拡充のために、どの程度の金額の設備投資を予定していますでしょうか。もし現時点で方向性あれば教えていただければ幸いです。

高島 [A]：大型の設備投資は考えていなくて。今いくつか分散している設備があって、シダックスには京都に製造設備があって、Oisixは横浜と海老名に設備があったりして、それぞれがそれぞれのことやっていたという感じなので。明確に役割分担、それぞれの得意なことをそれぞれでやるように役割分担を見直していくということを、今、やっています。

おそらく、物理的なスペースでいうと、まだスペース拡充をしなくてもやっていけると思っています。投資するのは中に入れる機械の話がメインになるかなと思っています。高い機械を入れるにしても、1億円以上かかる機械というのは、1台で、なかなかないので、数千万の機械をいくつか入れるような感じのイメージなので、全体合わせても1桁億の前半なのかなと。今期の業績の見通しに大きな影響を与えるような、あるいは来期の業績に大きな影響を与えるような投資にはならないのではないかなと。今のところは、今のサイズ感であれば、思っています。

【質問⑧】

BtoBについてです。元気ごはん、良い給食の話が出てきましたが、改めてOisix、シダックスだからこそできる給食とは何か教えてください。

高島 [A]：はい。私たちのやりたいことと言うと、給食本来の目的に合わせた給食を提供したいと考えていて。病院であれば病気が治るのが良い給食ですし、高齢者施設であればウェルビーイングに資するなど楽しく暮らせるということが大事、社員食堂であれば社員の健康を向上し社員のパフォーマンスが上がるというのが良い食事な訳です。

ところが、今まで給食というのは、もうそういうことではなくて、できるだけ安く正しい栄養で作る、最終的にエンドユーザーの方が召し上がるかどうかはともかく、正しい栄養で作ると、それを

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

できるだけ安くやるというふうにやられてきたような業界だなと思っています。それを本来の給食の目的に合わせて変えていくと。

そのためには、しっかり PDCA を回さなければいけないと思っています。先ほどの、元氣ごはんとというのは、高齢者施設においては、高齢者の方の体重を測定させていただきながら、正しい食事になっているかということ、とどんどん PDCA を回していきたいと考えています。

そういう意味では、Oisix とシダックスが一緒になってできる大きなポイントとしては、Oisix が従来ずっとやってきた、エンドユーザーの方と一緒に PDCA を回して、メニューのブラッシュアップをし続けていくと。お客様の深い理解に基づく商品開発というのが Oisix の強みですので、それをシダックスの領域でもやっていくというのが、私たちが考えていることです。

同時に、両方ともサブスクリプションでビジネスモデルは似ているので、単純に量が倍になりますので、私たちのサプライチェーンに対して、規模の経済がより効きやすくなります。その分、どちらも収益性を上げることができるところも、同時にわれわれがやれるシナジーかなと考えています。以上です。

司会 [M]：ありがとうございます。いただいているご質問は以上となりますが、他にご質問を希望される方はいらっしゃいますでしょうか。

それでは予定のお時間よりも早いです、全てのご質問にお答えいたしましたので、これにて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いただき、誠にありがとうございました。

高島 [M]：ありがとうございました。

司会 [M]：失礼いたします。

[了]

脚注

1. 音声不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

サポート

日本 050-5212-7790
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、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

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、すべて利用者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利用者が被った損害、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 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com