

2025.3 上期決算説明資料

オイシックス・ラ・大地株式会社

2024.11.14

Oisix ra daichi

「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

1. 2025.3 上期業績

1-1. 全社業績サマリ

1-2. 事業セグメント別サマリ

2. 2025.3 下期戦略

2-1. BtoCサブスク事業

2-2. BtoBサブスク(給食)事業

3. サステナブルトピックス

■ APPENDIX・DATA SHEET

1. 2025.3 上期業績

1-1. 全社業績サマリ

1-2. 事業セグメント別サマリ

上期実績

- ✓ 売上高 : 前期4Qからシダックスグループを連結子会社化したことにより、**前年同期比+119%の増収**
- ✓ EBITDA : シダックスグループの連結子会社化による増益に加え、BtoCサブスクにおける商品原価や物流・配送コストの改善効果もあり、**前年同期比+91%の増益**

下期戦略

- ✓ BtoCサブスク : Oisixブランドを中心に、**有名ブランドとのコラボや腸活など機能性に特化したKit Oisixの新商品をローンチし、会員数拡大・ARPU増加を目指す**
- ✓ BtoBサブスク(給食) : **BtoCサブスクで培った強みを最大限に活かした「タイパ給食モデル」を確立させ、4つの給食セグメントの課題・ニーズに応じたアクションを加速させる**

2025.3上期 全社業績サマリ

- 売上高 : シダックスグループの連結子会社化の効果もあり+119%の増収
- EBITDA : シダックスグループ連結子会社化による増益に加え、BtoCサブスクにおける商品原価や物流・配送コストの改善効果もあり、前年同期比+91%の増益。利益額・率ともに期初計画を上回って進捗
- 中間純利益 : 関連会社の事業売却益など単発的な利益効果もあり前年同期比で+73%の増益。
一過性の利益を除いた実力の純利益（約13億円）も計画通りに進捗

売上高

1,257.0億円

－ 前年同期比 **+119%**

EBITDA

61.8億円

－ 前年同期比 **+91%**

営業利益

33.3億円

－ 前年同期比 **+61%**

親会社株主に帰属する
中間
純利益

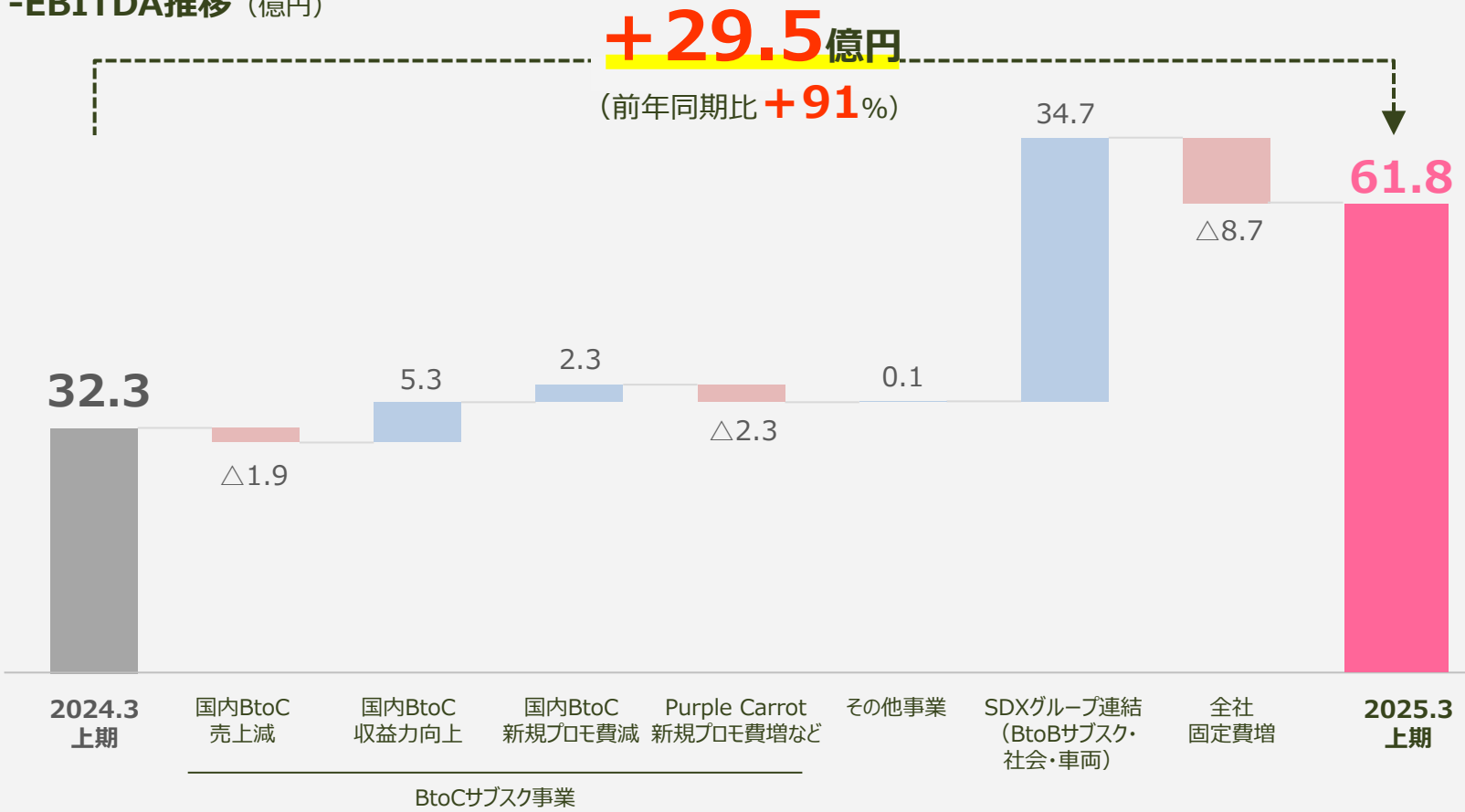
24.1億円

－ 前年同期比 **+73%**

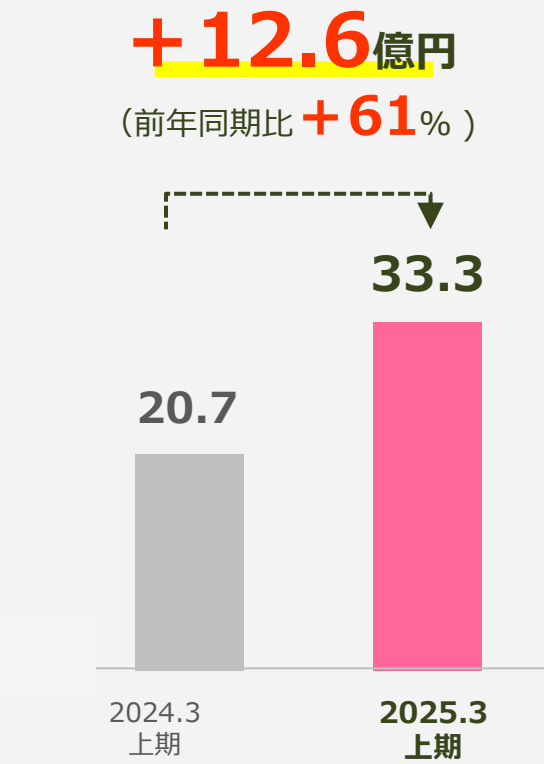
EBITDA・営業利益増減（前年同期比）

シダックスグループ連結子会社化により増益で着地。 BtoCサブスク事業は、Oisixにおいて商品原価や物流・配送コストの改善効果が着実に表出。アメリカPurple Carrotでは、会員獲得にむけた新規プロモーション費を戦略的に投下

-EBITDA推移（億円）



-営業利益推移（億円）



2025.3上期 セグメント別業績

(単位：億円)

	売上高		セグメント利益		利益率
	2025.3 上期	前年 同期比	2025.3 上期	前年 同期比	
BtoCサブスク事業-①*	481.7	△3%	42.7	+9%	8.9%
Oisix	290.3	△6%	30.5	+23%	10.5%
大地を守る会	53.0	△8%	7.2	△7%	13.6%
らでいっしゅぼーや	81.9	△1%	7.4	+7%	9.0%
Purple Carrot*(1月～6月実績)	56.4 USD: 36M	+21%	△2.3 USD: △1.5M	△2.3億	△4.1%
BtoBサブスク(給食)事業-②*	304.3	-	8.9	-	3.0%
社会サービス事業-③*	257.4	-	11.9	-	4.7%
車両運行サービス事業-④*	133.8	-	13.8	-	10.3%
その他事業-⑤	91.2	+11%	6.7	+1%	7.4%
全社調整額／共通費 他-⑥	△11.6	-	△22.5	-	-
売上高／EBITDA -①～⑥計	1257.0	+119%	61.8	+91%	4.9%
のれん償却費	-	-	△6.0	-	-
減価償却費	-	-	△22.4	-	-
営業利益	-	-	33.3	+61%	2.7%

* その他事業以外の事業セグメント利益は、のれん償却の影響を控除しており、
短信のセグメント数値と異なります。

1. 2025.3 上期業績

1-1. 全社業績サマリ

1-2. 事業セグメント別サマリ

Oisix -主要KPI

BtoCサブスク

BtoBサブスク

社会事業

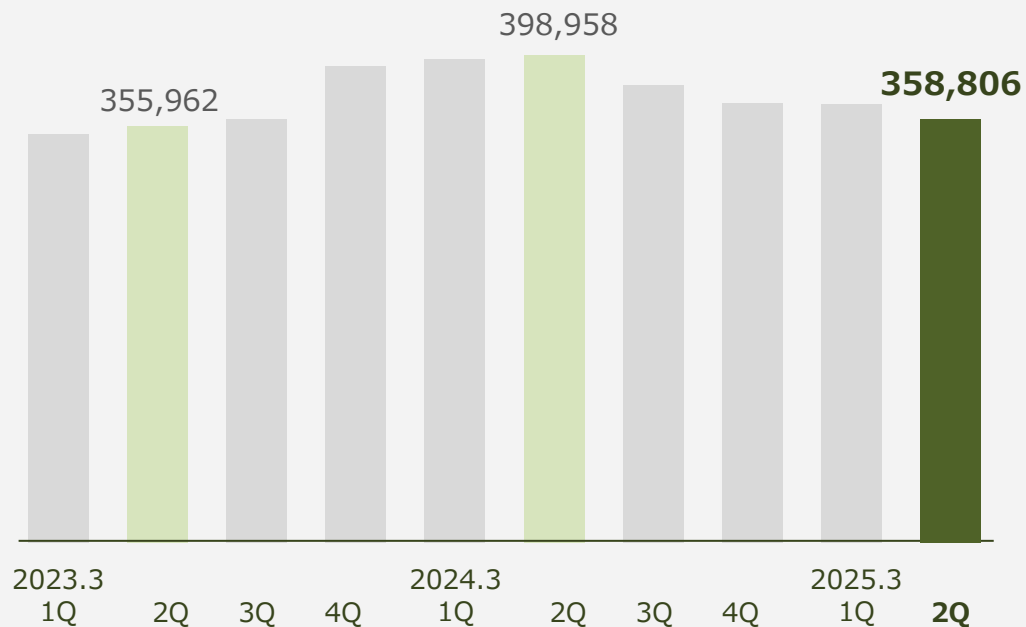
会員数：解約率と獲得コストの改善を優先し、戦略的に新規獲得を抑制した結果、前年同期比で減少（解約率と獲得コストの改善進捗は次ページで掲載）

ARPU：配送料改定の効果や、著名人や有名ブランドとのコラボKit Oisixの販売が好調に推移。その結果、購買単価が伸長し前年同期比で増加

会員数

358,806人

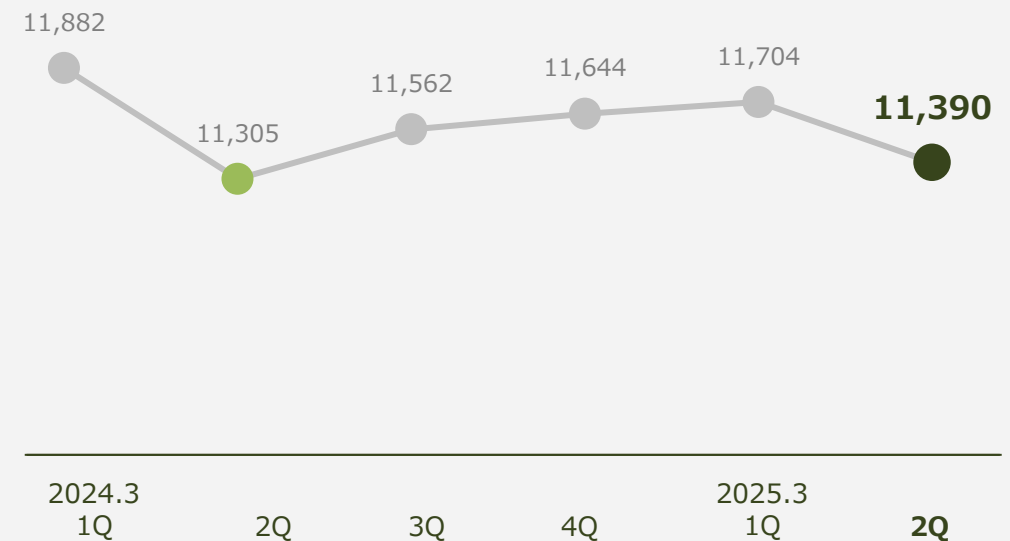
－ 前年同期比 Δ 10%



ARPU

11,390円

－ 前年同期比 +1%

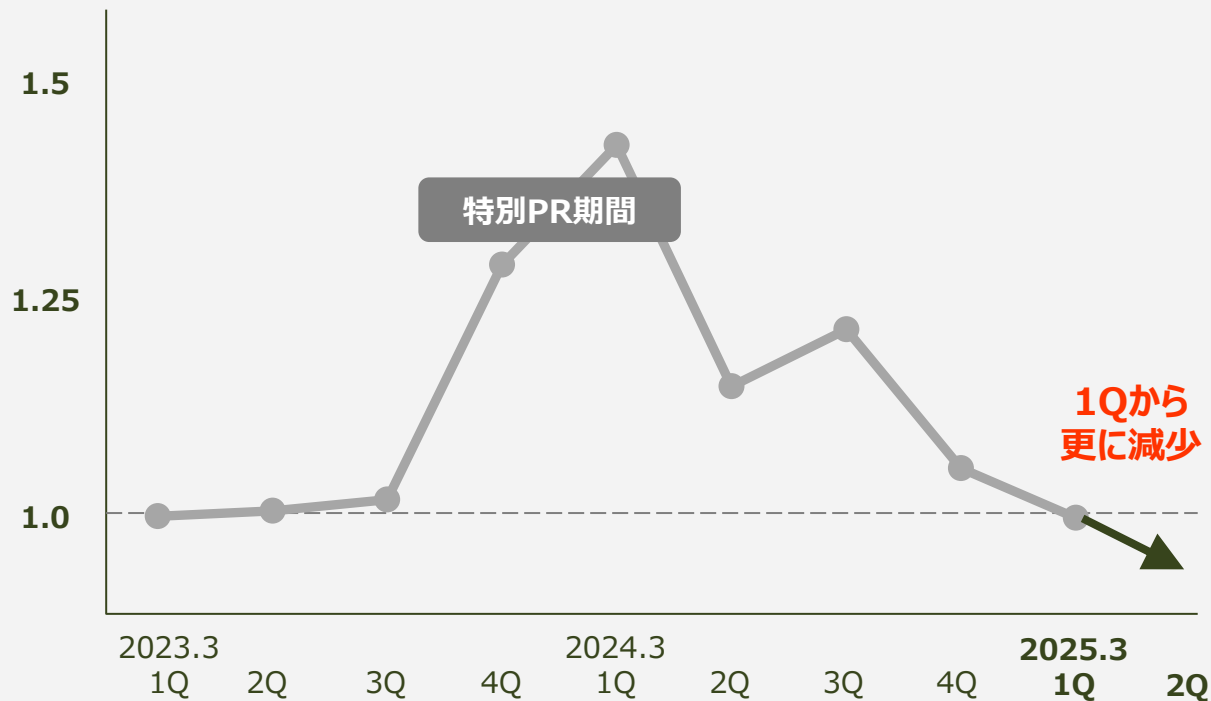


上期は解約率と獲得コストの低減を主要課題としてアクションを実行し、概ね計画通りに進捗

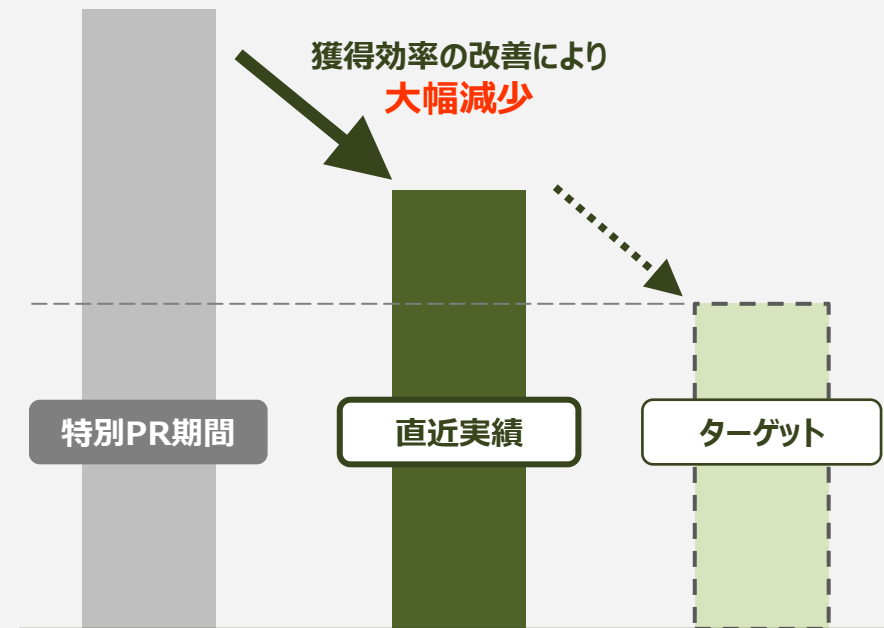
解約率：2023.3期4Qに実施した特別PRによる解約率悪化は、特別PR前の水準よりも改善

獲得コスト：獲得効率の悪い手法の全面的な見直しをはかり、効率のよい獲得手法の開発に注力した結果、ピーク時に比べ大きく低下

Oisix：解約率推移（2023.3 1Q を1とした場合の推移）



Oisix：新規会員獲得コスト



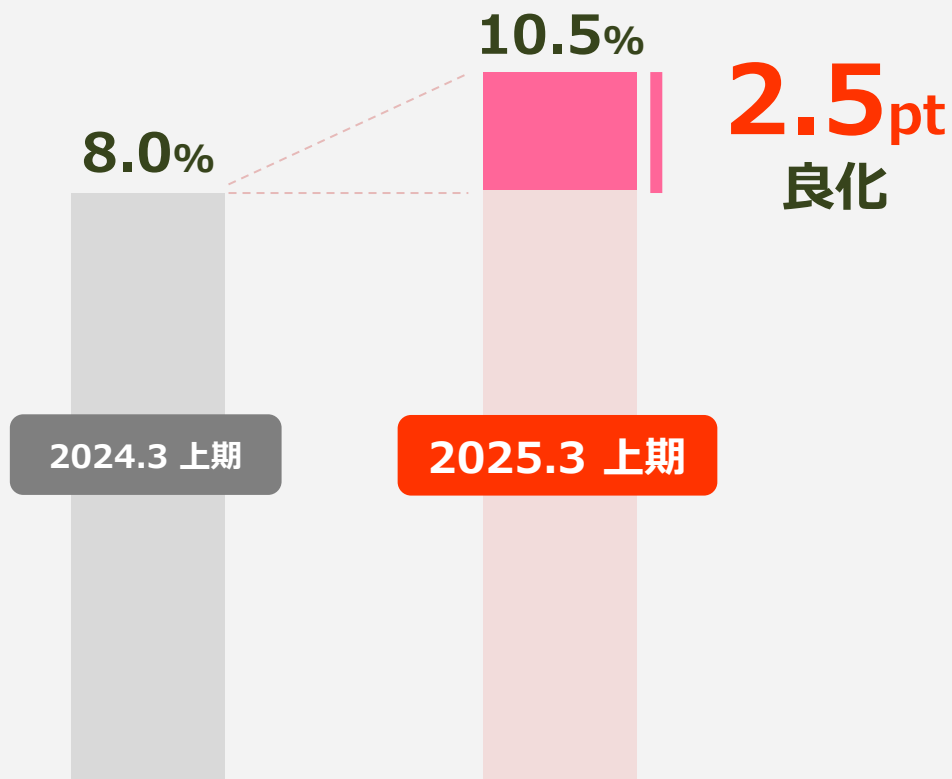
Oisix -ARPU詳細

女優の杏さんやポケモンなど、著名人や有名ブランドとコラボしたKit Oisixを数多くローンチし、購買単価が増加



上期のOisix利益率は2.5pt良化。商品原価や物流・配送コストを中心に本質的な収益構造の改善が着実に進捗

-Oisix事業の利益率（前年同期比）



商品原価

- ✓ Kit Oisixなど自社開発・製造商品の原価率良化
- ✓ 仕入れ品と比べ利益率の高い自社開発・製造商品の売上比率の拡大

物流・配送コスト

- ✓ 購買単価が増加したことによる固定的な費用の圧縮
- ✓ 1回あたりのお届け箱数の最適化によるラストワンマイルの配送費の低減

大地を守る会 -主要KPI

BtoCサブスク

BtoBサブスク

社会事業

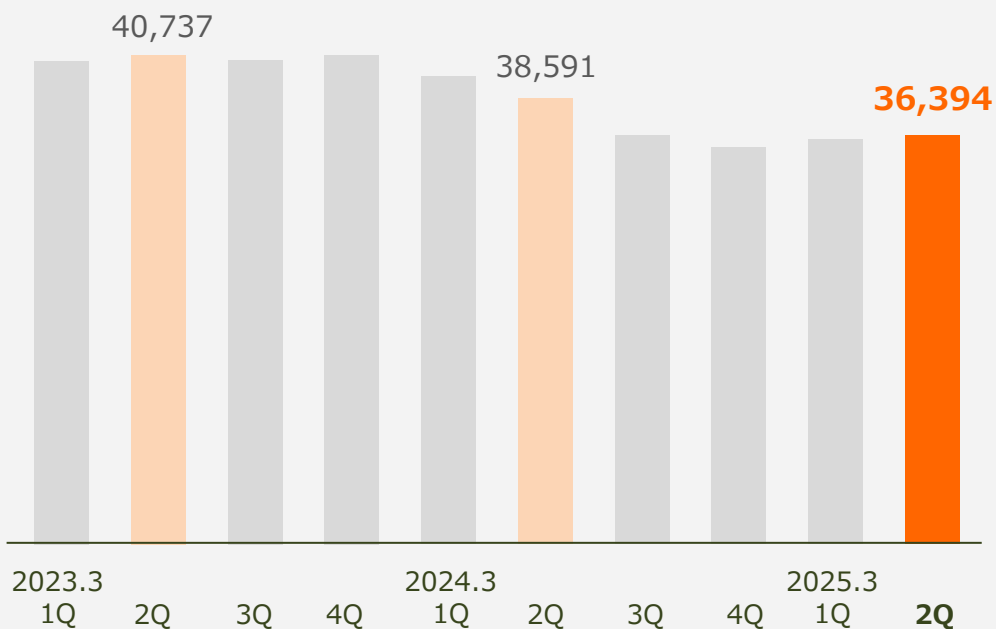
会員数：サービス開発が順調に進捗し、新規プロモーション費を段階的に投下出来る状況となり、今期1Qから継続的に純増

ARPU：季節品の予約や高単価食材の販売が好調で購買単価、頻度ともに前年同期比で増加

会員数

36,394人

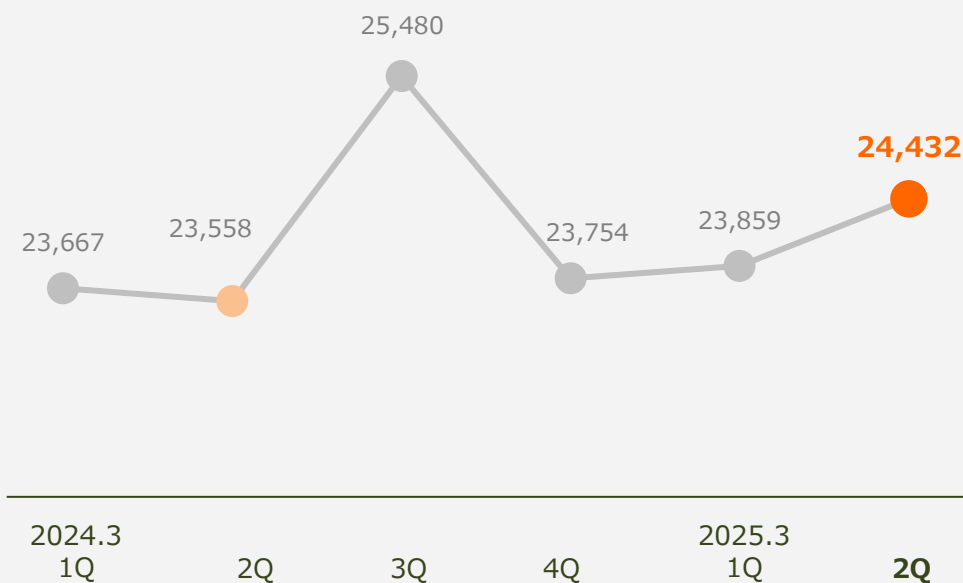
－ 前年同期比 $\triangle 6\%$



ARPU

24,432円

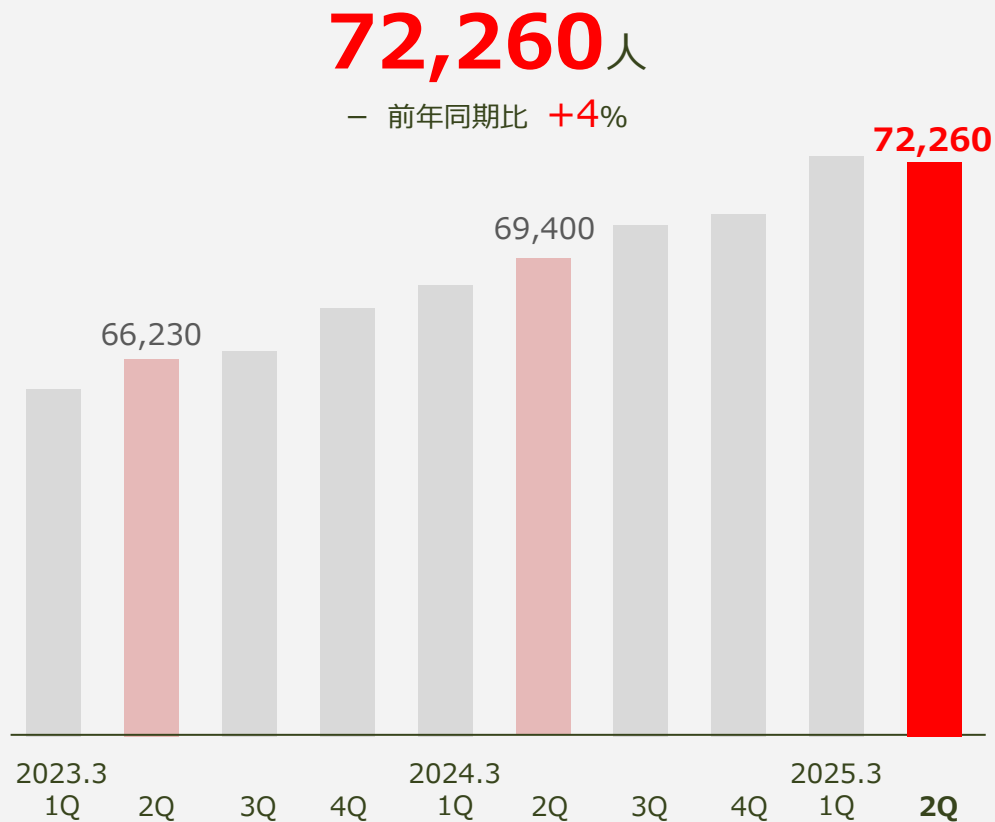
－ 前年同期比 $+4\%$



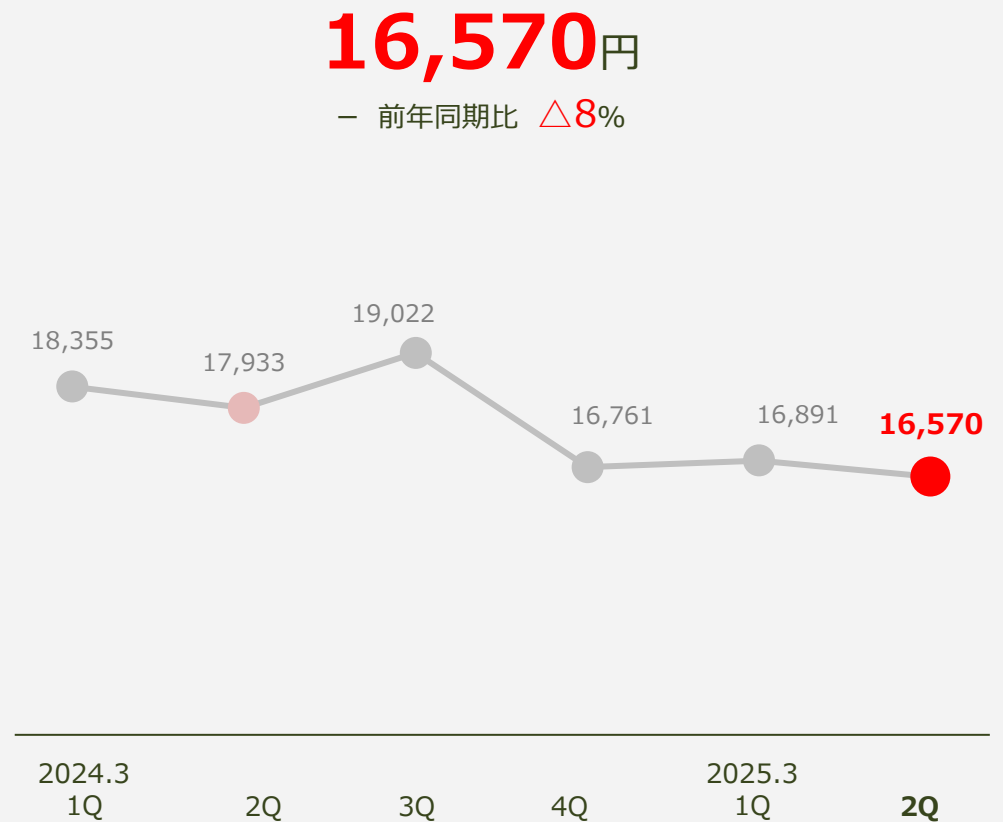
会員数：1Q獲得が大幅に増加した影響により2Qは微減するも、上期で会員数は純増。下期以降も増加を見込む

ARPU：配送料改定により単価は前年同期比で増加するも、会員数増加に伴うライトユーザー増加の影響により購入頻度は低下

会員数



ARPU



期初に計画した武器づくりが順調に進捗し、新規契約を順調に増やし、前年同期比でも増収となっている。

収益面では、原材料や労務費の高騰など厳しい経営環境化でも、収益力改善活動を継続して実施（詳細は次ページ以降で掲載）

上期実績

売上 304.3億円

利益 8.9億円

運営店舗数

- ✓ 社食・保育園 1,044か所（+14か所）
- ✓ 病院・高齢者施設 792か所（+26か所）

BtoBサブスク(給食)事業

社員食堂から、病院、高齢者施設、保育園など
幅広い分野でフードサービスを提供



新規契約獲得は、期初に計画した武器づくりが順調に進捗。経済系のテレビ・新聞にも取り上げられ、多くの引き合いを頂いている。
上期の新規受注売上は前年同期比+30%増加、コンペ勝率も前期末時点と比べ1.5倍超に改善

上期アクション

- 1 給食用ミールキットの横展開実験や完全調理品の開発加速
- 2 Oisixブランドとのコラボ商品の企画・実験
- 3 Oisix食材の導入開始

上期実績

- ✓ 新規受注額 前年同期比 **+30%増**
- ✓ コンペ勝率 半年間で **1.5倍超**改善



原材料や労務費の高騰の影響は引き続き継続。厳しい経営環境下でも収益力改善活動を継続して実施。
下期は実行力・スピードを上げることで、コスト悪化影響を上回る収益力を目指す（下期戦略Partにて詳細説明）

給食業界における環境変化

慢性的な人手不足の継続

さらなる原材料・労務費の高騰

上期アクション

- 1  ベースアップの実施
- 2  店舗別・契約形態別の収益構造の見える化・赤字店舗の洗い出し
- 3  見える化の結果を踏まえたクライアントとの交渉・価格最適化
- 4  加工工場など両社アセットの共同活用
- 5  収益力強化に向けた下期アクションプランの策定

下期以降、さらに実行力・スピードを上げることで、
コスト悪化影響を上回る収益力を目指す

社会事業（社会サービス・車両運行サービス）

社会・車両運行ともに、少子高齢化による人手不足や地方での交通手段ニーズなど、社会状況の変化によって高まるニーズを捉えて積極的にアプローチを行い新規受注を順調に獲得。契約件数が増加し、前年同期比で増収で進捗

社会サービス事業

学童保育や観光施設、学校給食などの運営管理を実施

上期実績 売上 257.4億円 利益 11.9億円



- ✓ 学童保育受託事業を中心に売上伸長し、**増収で進捗**。少子高齢化による人手不足・コストアップなどの行政サービスの民間への委託ニーズを確実に捉えた

車両運行サービス事業

役員車両や路線バス、コミュニティ/デマンド/スクールバスの運行などの車両運行管理サービスを実施

上期実績 売上 133.8億円 利益 13.8億円



- ✓ 路線バスの撤退や学校の統廃合によるスクールバス需要など、地方の移動手段ニーズを捉えたアプローチにより、案件を着実に獲得し、前年同期比で**増収で進捗**

2. 2025.3 下期戦略

2-1. BtoCサブスク事業

2-2. BtoBサブスク(給食)事業

- ・ 基本戦略の振り返り
- ・ 下期アクション

下期に注力する新商品・新サービス

人気店との「コラボKit」、腸活など健康意識の高い層に向けた「機能性Kit」、「デリOisix」などの新商品・新サービスに注力し、会員数の拡大・ARPUの増加を目指す

コラボKit



いち井



- ✓ 上期に引き続き、TV番組・有名店のコラボなどを実施
- ✓ クリスマスや鍋など、この季節ならではの商品を展開

機能性Kit



- ✓ 健康意識の高い層に向けて機能性を持ったKitを展開
- ✓ 腸活Kitを10月末からローンチ

デリOisix



デリOisix

- ✓ 時短ニーズに応え、冷蔵庫から出して温めるだけで完成するデリOisixをローンチ
- ✓ 上期のお客さまの声を反映し、価格帯や品質を改善しプロモーション本格化

その他の下期の取り組みについて

会員数：ブランドとのタッチポイントの拡大や定期会員転換率の向上を図り、獲得コストの適正化と会員数拡大を両立させる

ARPU：販売カテゴリの拡張により、購買単価の引き上げを狙う

会員数

ブランドとのタッチポイント拡大

- ✓ 他社スーパーマーケット内で展開するOisix商品の販売強化
- ✓ 上期実績では、ポケモンとのコラボKitがスーパーでの販売で過去最高売上を達成



▲Oisixのサービスを分かりやすく説明した配布資料

転換率の向上

- ✓ サービス利用ガイドや商品の魅力を伝えるリーフレットなど初回利用直後のCXを改善

ARPU

販売カテゴリの拡張

- ✓ ホーム&キッチンなどの非食品カテゴリの充実
- ✓ サプリメントや健康サポート食材の販売



2. 2025.3 下期戦略

2-1. BtoCサブスク事業

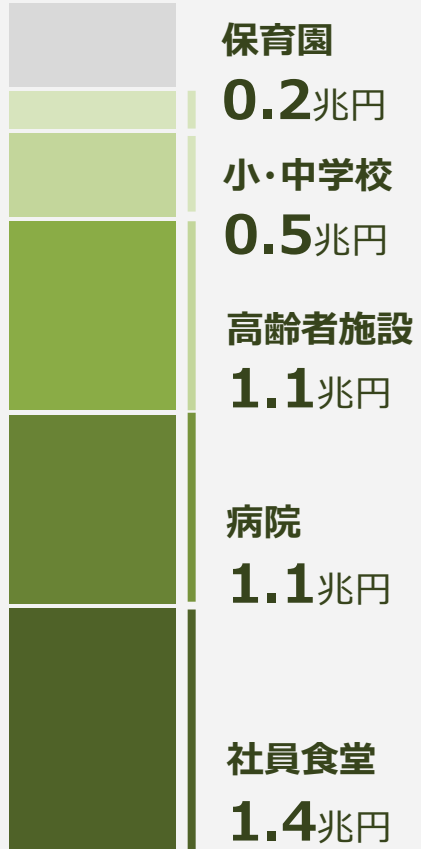
2-2. BtoBサブスク(給食)事業

- ・ 基本戦略の振り返り
- ・ 下期アクション

給食マーケットの概況

給食市場は約4.8兆円と非常に大きく、安定的に成長。一方で寡占化は進んでおらず、他業界からの参入も含めた再編の動きが加速

● 給食市場TAM



給食マーケットの膨大なTAM

約4.8兆円

● 寡占プレイヤーの不在



✓ 大手企業は不在、中小企業が乱立

✓ 業界再編の動きが加速

売上上位の主なプレイヤー

ヘルスケアフードソリューションを考える
日清医療食品株式会社

aim エムサービス株式会社

LEOC

Green House

富士産業株式会社

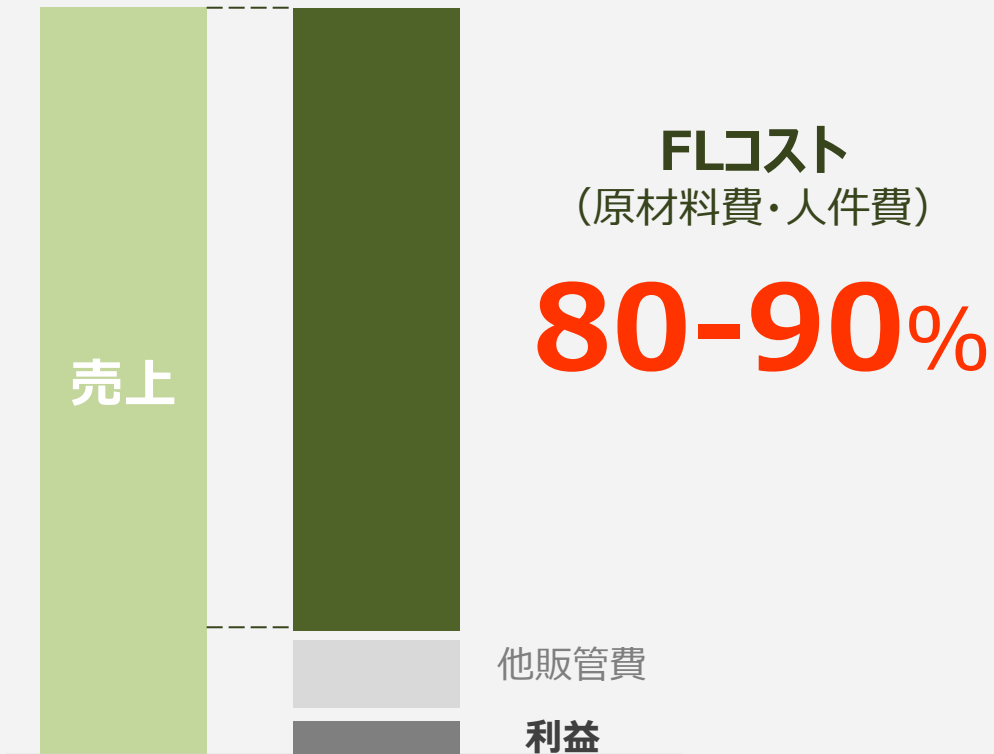
COMPASS GROUP

uniserv

給食事業の収益構造について

コストのうち80-90%を原材料費・労務費が占める。一方、足元では慢性的な人材不足や各コストが急激に高騰しており、業績悪化が顕在化し、厳しい事業環境が継続

給食事業の収益構造



外部環境変化によるFLコストの増大

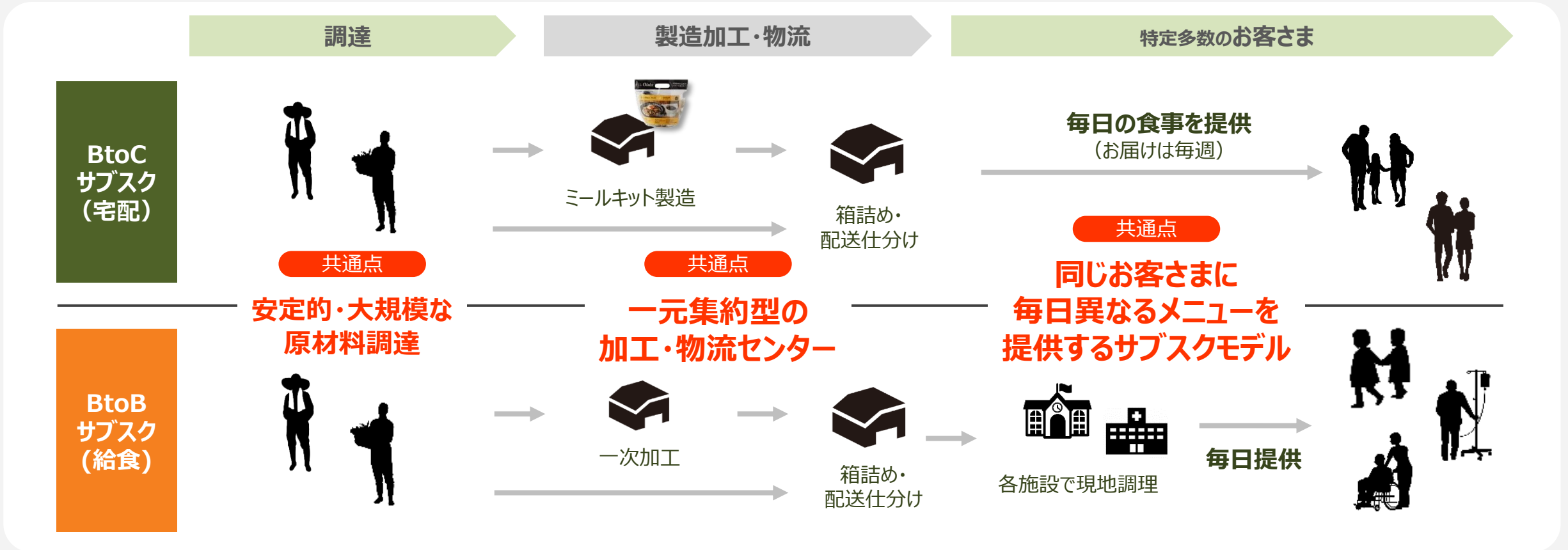
人手不足による**労働力不足**

賃金引上げによる**人件費の高騰**

エネルギー価格高騰などによる**原材料費の高騰**

給食業者の業績悪化・破綻の顕在化

宅配と給食は、どちらも安定的に仕入れ、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、給食業界の課題解決が可能



ビジネスモデルは共通であり、BtoCサブスクで培った強み・ノウハウの横展開が可能

BtoCサブスクノウハウの横展開

BtoCサブスクで構築した強みをBtoBサブスクの領域にも横展開していくことで、FLコストの削減と給食の付加価値の向上を両立させる

BtoCサブスクで培った強み

1

“プレミアム”と“時短”を両立させる ミールキット開発



- ✓ 少量多品種の製造が可能なミールキット製造工場
- ✓ コラボやプラントベースなどオリジナルメニュー開発ノウハウ

2

高品質原料を一元調達できる 生産者ネットワーク



- ✓ 全国4,000軒の高い栽培スキルを持つ契約農家

3

eコマースで磨き上げた食品流通DX



- ✓ 保育園の事務作業軽減を実現した受発注システム
- ✓ 畑と食卓データを活用した需給マッチングシステム

BtoBサブスクへの横展開

給食用ミールキットでも
“プレミアム”と“時短”を両立し、
高付加価値の創出と生産性向上を実現

給食も含め食材調達力が向上し、
高品質原料を安定的かつ大規模に調達

給食現場の事務作業の省力化、
需給精度向上によるフードロス削減など
DX推進によるコスト削減実現

BtoCサブスクノウハウの横展開

-1.“プレミアム”と“時短”を両立させるミールキット開発

BtoBサブスク

基本戦略

アクション

BtoCサブスク領域においてOisixは、「時短＝楽だけど手抜き」という意識から、「プレミアム時短」という価値により事業拡大。
その価値をBtoBサブスクにおいても最大化させる

1

給食用ミールキット

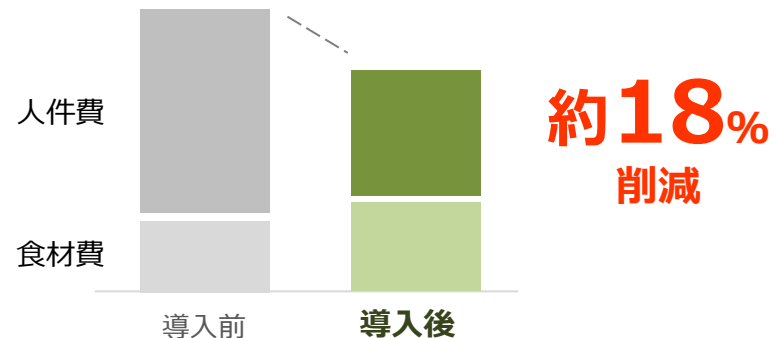


時短 -生産性向上-

現場での調理時間削減*



FLコスト削減*



プレミアム -満足度向上-

野菜が美味しいOisixブランド・人気メニューのレバレッジ

- ✓ Oisix人気メニュー・有名ブランドとのコラボメニュー



完食率の向上*



これまでBtoCサブスクで培った高品質原料の一括調達ネットワークによる安定的かつ大規模な原料仕入れが可能。
また、eコマースで磨き上げたシステム構築力により、給食現場の事務効率改善や、ロス削減を推進することによりFLコストを削減

2

高品質原料を一元調達できるネットワーク

- ✓ サブスクモデルによる精度の高い需要予測と、安定かつ大規模な食材購買力を活かし、BtoBサブスクも含め高品質な食材を一元調達出来るネットワークを構築



3

eコマースで磨き上げた食品流通DX

- ✓ お客さま目線のUI/UXに特化したシステムデザインのスキルや、アルゴリズムを活用した需給マッチングなどのDXノウハウを活かし、給食現場での省人化や、需要予測精度向上によるロス削減を実現

毎週の発注が約10分で完了する独自の発注システム



専用ツールで子どもの人数を入れるだけで必要量が計算
調理指示書、検食簿、栄養出納帳など、運営と監査に必要な書類も提供

タイパ給食モデルの構築

これらのノウハウを活用した「タイパ給食モデル」を構築・導入させることにより、既存の給食ビジネスを2030年までに売上1,000億円まで拡大、加えて、M&Aも積極的に実行しトップティアを目指す

タイパ給食モデル



Oisix ra daichi

“プレミアム”と“時短”を両立させる給食用ミールキット開発

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

既存の給食事業

売上：約600億円*を

2030年までに**1,000億円**

+

非連続成長

マーケットのトップティアに入るため、
M&Aも積極的に実行

2. 2025.3 下期戦略

2-1. BtoCサブスク事業

2-2. BtoBサブスク(給食)事業

- ・ 基本戦略の振り返り
- ・ 下期アクション

給食セグメントと下期アクション方針

給食市場は、大きく4つの事業セグメントに分類され、全セグメントにおいて「タイパ給食モデル」が有用かつ横展開出来ることを確認。
下期は、各セグメントごとの主要課題、事業フェーズに応じて、アクションを策定・実行

4つの事業セグメント

当社の売上高

社員食堂

約230億円

病院

約150億円

高齢者施設

約130億円

保育園

約60億円

×

下期アクション方針

A

原材料コストの削減

B

給食現場のDX推進

C

労務コストの最適化

D

Oisixノウハウ・ブランド活用による
サービス差別化

E

営業体制の強化

収益力強化

売上拡大

全てのセグメントにおいて、共通の課題である「原材料コストの削減」と「給食現場のDX推進」は優先順位を高めて実行

全セグメント共通のニーズ

- ✓ 各施設の予算内の価格帯での給食提供
- ✓ ミスが発生しない安定的な人員・オペレーション体制での給食提供

A 原材料コストの削減

- ✓ 収益構造が見える化した結果を踏まえた価格適正化交渉・赤字店舗の撤退（下期以降も継続的に実行）
- ✓ Oisix食材の導入など、原材料の一括調達網の拡大

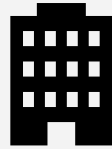
B 給食現場のDX推進

- ✓ Oisixが開発した給食受発注システムの横展開による事務作業の業務の省人化
- ✓ AIを活用したメニュー企画業務の省力化や、需要予測システム導入によるフードロス削減



従業員のランチに対する満足度・生産性向上というニーズに対し、Oisixの野菜が美味しいというブランド力を活かし、Oisixサラダバーなどを積極展開。並行してアプローチ数の最大化のための営業体制を強化

社員食堂



求められるニーズ

- ✓ 社員同士の交流活性化による生産性向上
- ✓ “食”の福利厚生を通じた社員の離職率低下・採用率向上
- ✓ 野菜不足の解消など健康的な食事の提供

D

サービス差別化

野菜が美味しいシダックス×Oisixメニューの積極展開

- ✓ Oisix野菜を使ったサラダバーや、Oisixの人気メニュー、有名ブランドコラボなどを提供
- ✓ 企業イベント・パーティーメニューも拡充



E

営業体制の強化

アプローチ拡大によるコンペ参加数の拡大

- ✓ Oisixメニュー提案や、営業資料の改善などの効果により、コンペ勝率は上期から着実に伸長しており、コンペ参加数の増加が主要課題
- ✓ アプローチ数の拡大に向け、主要指標の見える化やオンラインでの広告媒体を強化



24時間365日稼働の背景から、人員不足が継続しており、既存店舗の安定的な運営が主要課題。
継続的な待遇改善や研修制度の再設計など採用力の強化、離職率の低減を最優先に実行

病院



求められるニーズ

- ✓ 24時間365日、安定的なオペレーションの遂行
- ✓ 一般食、治療食など多岐にわたるパターンの給食提供

C

労務コストの最適化

慢性的な人員不足の解消

- ✓ 継続的な待遇改善による離職率低減・採用力強化
- ✓ 入社時だけでなく入社後キャリアに応じた研修制度の設計
- ✓ 人材充足や人員配置の適正化による、高コストな超過労働時間の削減



E

営業体制の強化

病院の種別ごとに優先順位を付けたアプローチ体制の構築

- ✓ 病院食は患者さんの状況に応じて提供パターンが多岐にわたるため、タイプ給食モデルが横展開しやすい病院を優先的にアプローチを実行

食事の完食率・満足度の低下や、入居者の健康状態に合わせたカスタマイズニーズに対し、高齢者向けミールキットの開発を加速。一方、病院同様に人員不足は顕在化しており、解消に向けたアクションを並行して進める

高齢者施設



求められるニーズ

- ✓ 24時間365日、安定的なオペレーションの遂行
- ✓ 入居者の健康状態や身体能力に合わせた給食提供
- ✓ 食事の満足度向上による入居率の向上・他施設との差別化

C 労務コストの最適化

慢性的な人員不足の解消

- ✓ 継続的な待遇改善による離職率低減・採用力強化
- ✓ 入社時だけでなく入社後キャリアに応じた研修制度の設計
- ✓ 人材充足や人員配置の適正化による、高コストな超過残業の削減

D サービス差別化

高齢者向けミールキットの開発加速

- ✓ これまでの完全調理品とは異なる、「ひと手間」により美味しさ、彩り、季節感を出す高齢者向けミールキット
- ✓ 高齢者でも摂取しやすい高栄養スムージー



これまでOisixで導入していた保育園ミールキットのさらなる改良を進め、シダックスが運営受託する保育園にも横展開。並行して、両社の営業チームが相互に連携した営業体制を構築し、新規獲得最大化を目指す

保育園



求められるニーズ

- ✓ 給食現場の調理・事務作業の省力化・省人化
- ✓ 園児の給食完食率の向上
- ✓ 食事の付加価値向上による他園との差別化

D

サービス差別化

調理現場の負荷がより少なくなる 保育園ミールキットの改良

- ✓ カット野菜の拡充や調味料の大容量化などのミールキットのさらなるUX改善
- ✓ アレルギー対応したおやつや、完全調理離乳食などの拡充



E

営業体制の強化

Oisix営業チームと連動した新規獲得体制の構築

- ✓ Oisix（食材卸）とシダックス（運営受託＋食材卸）の相互営業体制の構築
- ✓ アプローチ数の拡大に向け、主要指標の見える化や、オンライン媒体の改修、セミナーやイベント出展増加による認知度拡大

2024年10月より、シダックスグループの給食事業主要3社の社長に、オイシックス・ラ・大地の堤取締役が就任。
タイパ給食モデルの構築・導入に向けたアクションスピードを加速させる

シダックスグループ給食事業の主要3社

コントラクトフード
サービス(株)

社食

フードサービス(株)

病院・高齢者施設・保育園

エス・ロジックス(株)

食材調達・物流



給食事業の主要3社の代表取締役社長に、
オイシックス・ラ・大地の堤取締役が就任

タイパ給食モデルの構築・導入にむけた
アクションスピードをさらに加速させる

3. サステナブルトピックス

震災発生後から当社グループ各社が連携し、被災地への物資提供等の支援を継続して実施。

上記の支援に加え、9月に発生した大雨災害では水やブランケットなどの支援物資や当社社員による災害ボランティアを派遣

24年1月震災支援

- ✓ 病院給食の提供継続や、救援物資配布、自社物流での配送を実施
- ✓ 移動スーパーとくし丸では、避難所エリア外での被災者支援を継続

SHIDAX
未来の子供たちのために



移動スーパー
とくし丸
YOKOSHIMARU



24年9月豪雨支援

- ✓ ミネラルウォーターやブランケット等の物資支援を実施
- ✓ 被災地の人手不足を受け、当社社員からも災害ボランティアを派遣



サステナブル商品の販路拡大 -プラントベースミート

当社の開発したプラントベースミート商品シリーズである「P肉まん」をナチュラルローソン全店舗にて発売

プラントベースミート



×

ナチュラル ローソン

- ✓ 皮は豆乳、具材はプラントベースミート*と国産野菜6種類を使用した「P肉まん」
(* 豆や大豆由来の植物性原料からできた代替肉)
- ✓ ナチュラルローソン全店舗にて、
24年10月29日から販売
(※一部お取り扱いのない店舗あり)

サステナブル商品の販路拡大 -アップサイクル

規格外の焼き芋をアップサイクルした「パンク焼き芋のバリボリチップス」を関西・東海エリアのファミリーマートにて発売

アップサイクルチップス



× ファミリーマート

- ✓ 焼き芋を作る過程で弾けたりして規格外に
なってしまった芋をアップサイクル*したチップス
(*これまで捨てられていたものに付加価値をつけ、アップグレードした商品)
- ✓ **関西・東海エリアのファミリーマートにて、
24年11月12日から販売**
(※一部お取り扱いのない店舗あり)

子どものいる困窮家庭への食品支援プラットフォーム「WeSupport Family」では、約2万8千人の世帯に食品などを支援。
今年7月に支援物資がの10億円分を突破するなど、前年同期比2倍と支援規模は着実に拡大

子どもたちの栄養を考えた食支援
WeSupport Family



2024年10月時点

寄付物資支援

12.1億円

支援世帯数

2.8万世帯

2021.12

2024.10時点
(累計)

大崎フードパントリー & えんにち

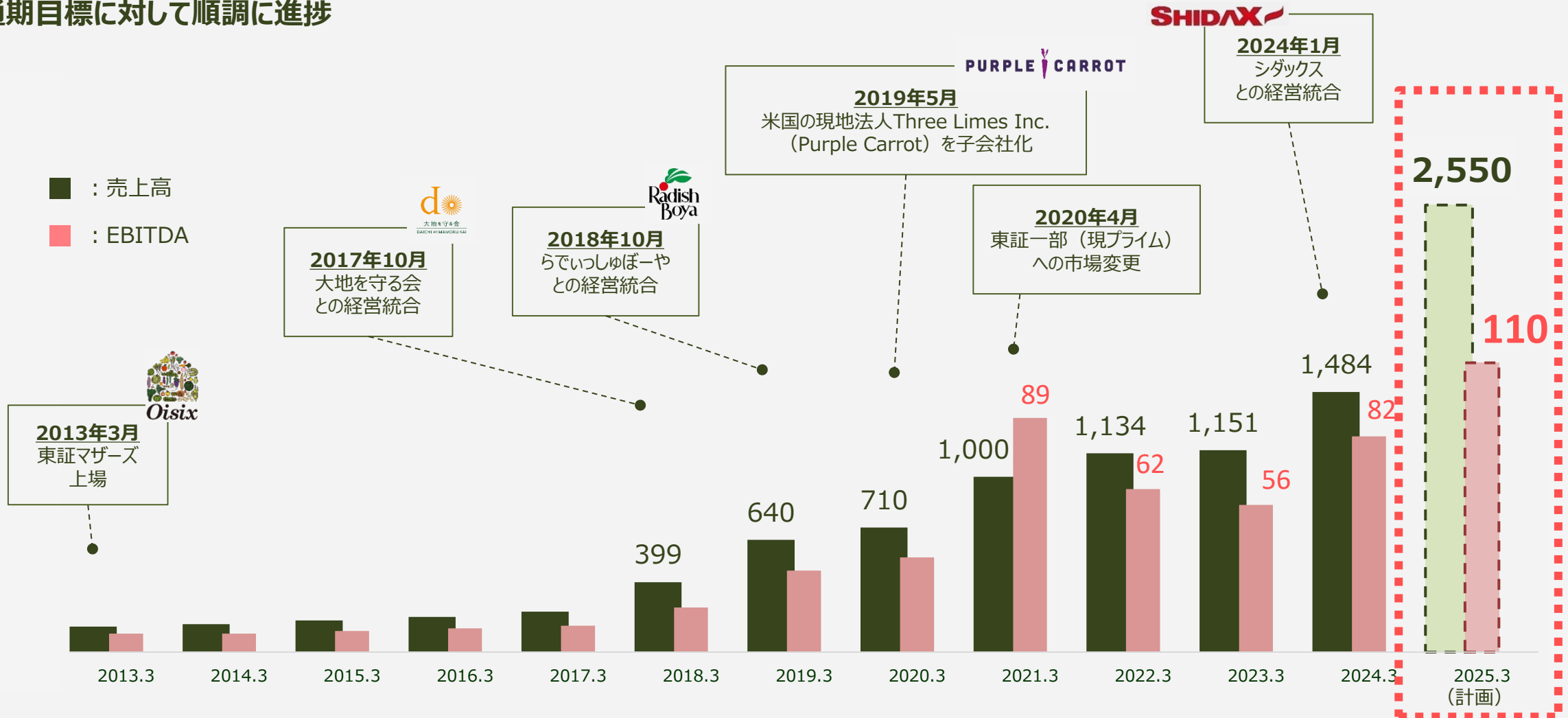
- ✓ 給食のない夏休みにフードパントリーを実施し、米など様々な食材を配布
- ✓ 当日は約70組の親子が訪問。子供たちも楽しめる縁日コーナーでお菓子釣りやお米すくいを実施



APPENDIX • DATA SHEET

2025.3期 通期見通し

2025.3期は売上：2,550億円、EBITDA：110億と過去最高の売上・EBITDAをターゲット
通期目標に対して順調に進捗



2025.3 通期 セグメント別業績計画の修正

シダックスグループの計上ルールの見直しにより、期初計画時点からセグメント売上・利益の内訳を修正

期初時点予想 (単位：億円)

	売上高		セグメント利益		利益率
	2025.3 通期	前年 同期比	2025.3 通期	前年 同期比	
BtoCサブスク事業-①*	1,000.0	+1%	91.0	+1%	9.1%
Oisix	610.0	△2%	60.0	+1%	9.8%
大地を守る会	110.0	△3%	14.5	△5%	13.2%
らでいっしゅぼーや	170.0	+2%	18.0	+1%	10.6%
Purple Carrot*	110.0 USD: 73M	+21%	△1.5 USD: △1M	-	△1.4%
BtoBサブスク事業-②*	666.0	+345%	24.0	+530%	3.6%
社会サービス事業-③*	513.0	+351%	24.5	+519%	4.8%
車両運行サービス事業-④*	259.0	+312%	27.5	+583%	10.6%
その他事業-⑤	112.0	△38%	12.0	△1%	10.7%
全社調整額／共通費 他-⑥	-	-	△69.0	-	-
売上高／EBITDA -①～⑥計	2,550.0	+72%	110.0	+34%	4.3%
のれん償却費・減価償却費	-	-	△40.0	-	-
営業利益	-	-	70.0	+36%	2.7%

修正後計画 (変更点：赤字)

	売上高		セグメント利益		利益率
	2025.3 通期	前年 同期比	2025.3 通期	前年 同期比	
	1,000.0	+1%	91.0	+1%	9.1%
	610.0	△2%	60.0	+1%	9.8%
	110.0	△3%	14.5	△5%	13.2%
	170.0	+2%	18.0	+1%	10.6%
	110.0 USD: 73M	+21%	△1.5 USD: △1M	-	△1.4%
	597.0	+299%	17.5	+197%	3.1%
	513.0	+351%	24.0	+448%	4.7%
	259.0	+312%	23.0	+354%	8.9%
	181.0	+1%	16.5	+35%	9.1%
	-	-	△62.0	-	-
	2,550.0	+72%	110.0	+34%	4.3%
	-	-	△40.0	-	-
	-	-	70.0	+36%	2.7%

報告セグメントの変更（再掲）

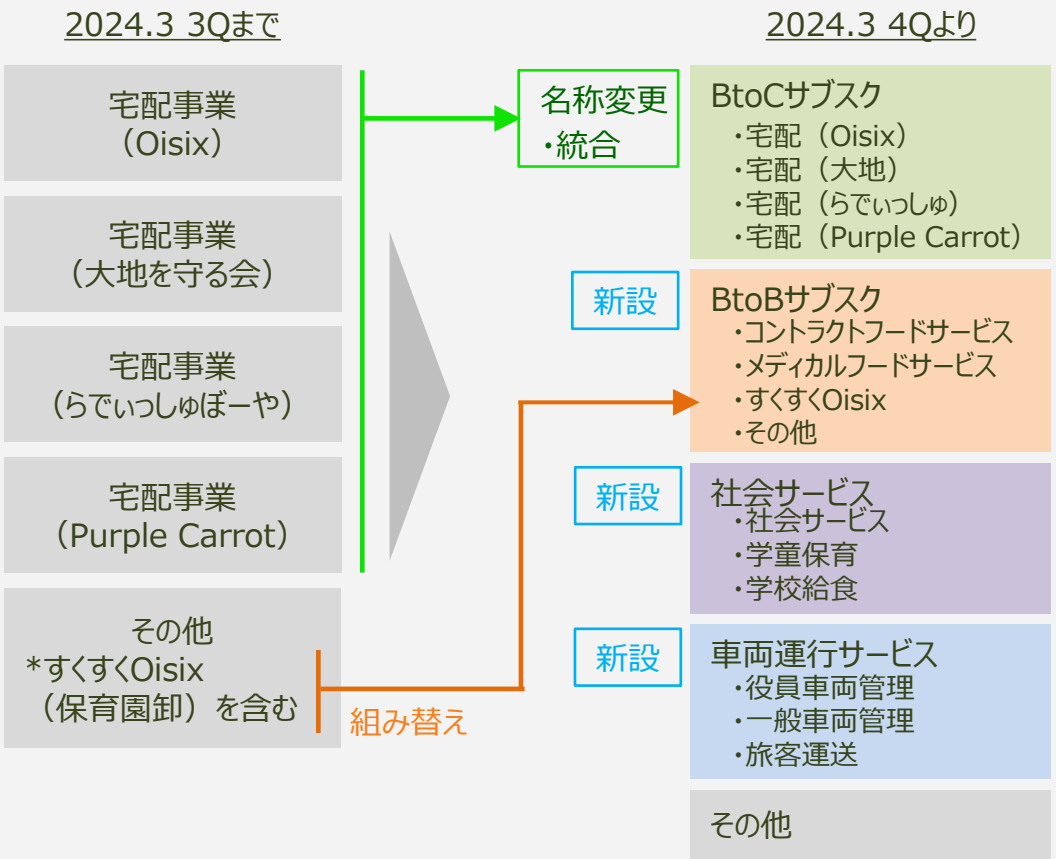
当連結会計年度より、シダックスHDを連結子会社としたことを契機に、事業ポートフォリオの組み替えやそれに伴う取締役会での業績評価・分析指標の見直しを行い、セグメント利益の算定方法及び報告セグメントを変更

①セグメント利益算定方法の変更

- ✓ 従来は含まなかった人件費等の一部を、セグメントコストに新たに含める
- ✓ 上記コストは固定費(調整額)として計上されていたため、
営業利益には変化はない

2024.3 3Qまで		2024.3 4Qより	
科目	備考		
売上高		旧 セグメント 利益	新 セグメント 利益
原価	商品原価（仕入、製造）、 廃棄、等		
販管費	配送費、センター費、 販売促進費、等		
限界利益			
人件費等	センター運営等を直接行わ ない事業企画部門人件費等		
貢献利益			
固定費	バックオフィス部門人件費、採 用費、本社賃料、等		
営業利益			

②報告セグメントの変更



四半期純利益の詳細

シダックスグループの連結子会社化により、支払利息や法人税等が増加。2Q期間は一過性の営業外利益・特別利益が発生し、大幅な増益転換。一過性の利益を除いた実力値での四半期純利益は、当初計画に対して順調に進捗

- 営業利益段階以下のPL（百万円）

営業利益	3,331
営業外損益	281
経常利益	3,678
特別損益	439
税引前利益	4,117
法人税・法人税等調整額	△1,660
非支配株主持分	△40
親株主に帰属する四半期純利益	2,417

営業外損益

- ✓ 関連会社の一部事業売却に伴う売却益 +888百万円（一過性）
 - ・ ウェルカム社（DEAN&DELUCA）の事業譲渡等に伴う一過性の売却益
- ✓ 支払利息 △353百万円（継続）
 - ・ SDX：LBOローン、Oisix：借入、リース資産の利息支払い（今後も継続的に発生）

特別損益

- ✓ 子会社CVC出資先の株式売却による有価証券評価益 +439百万円（一過性）
 - ・ CVC「Future Food Fund」の出資先であるHiOLI社株式の売却に伴う差益

法人税等

- ✓ 法人税：△906百万円
- ✓ 法人税等調整額：△753百万円
 - ・ 課税対象となる利益は、営業利益よりシダックスグループに係るのれん・無形資産の約△9億を除外した約42億
 - ・ シダックスグループは繰越欠損金がある為、実際の法人税支払いは発生しないものの、繰越欠損金が減少することで、繰延税金資産の取崩が継続して発生し、法人税等調整額として計上（キャッシュアウトは無し）

業績数値（2024.3-2025.3・会計期間累計）

計上ルールの見直しにより、過去期間についても同定義の数値に洗い替えをしております。

	2024.3								2025.3							
（百万円）	1Q		1-2Q		1-3Q		1-4Q		1Q		1-2Q		1-3Q		1-4Q	
	売上	利益*	売上	利益*	売上	利益*	売上	利益*	売上	利益*	売上	利益*	売上	利益*	売上	利益*
BtoCサブスク事業	25,273	2,137	49,360	3,944	76,014	6,996	99,383	9,093	24,444	1,710	48,178	4,279	-	-	-	-
-Oisix	15,820	1,314	30,740	2,471	47,737	4,470	62,378	5,913	14,849	1,228	29,033	3,050	-	-	-	-
-大地を守る会	2,927	397	5,731	776	8,746	1,303	11,327	1,664	2,633	371	5,306	722	-	-	-	-
-らでいっしゅぼーや	4,164	389	8,244	692	12,671	1,247	16,597	1,645	4,059	360	8,196	740	-	-	-	-
-Purple Carrot	2,363	38	4,645	5	6,861	-23	9,082	-129	2,903	-249	5,643	-234	-	-	-	-
BtoBサブスク事業	383	1	781	8	1,204	12	14,976	589	15,254	422	30,439	898	-	-	-	-
社会サービス事業	-	-	-	-	-	-	11,383	438	12,966	615	25,747	1,198	-	-	-	-
車両運行サービス事業	-	-	-	-	-	-	6,229	507	6,663	697	13,385	1,384	-	-	-	-
その他事業	4,065	355	8,184	666	13,694	1,034	18,027	1,218	4,442	323	9,122	670	-	-	-	-
調整額	-484	-816	-951	-1,384	-1,348	-1,990	-1,742	-3,589	-546	-1,196	-1,164	-2,242	-	-	-	-
売上高 / EBITDA	29,268	1,677	57,438	3,234	89,656	6,052	148,408	8,254	63,223	2,636	125,706	6,187	-	-	-	-
営業利益		1,101		2,070		4,293		5,144		1,249		3,332	-	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益		817		1,401		3,015		4,120		352		2,417	-	-	-	-

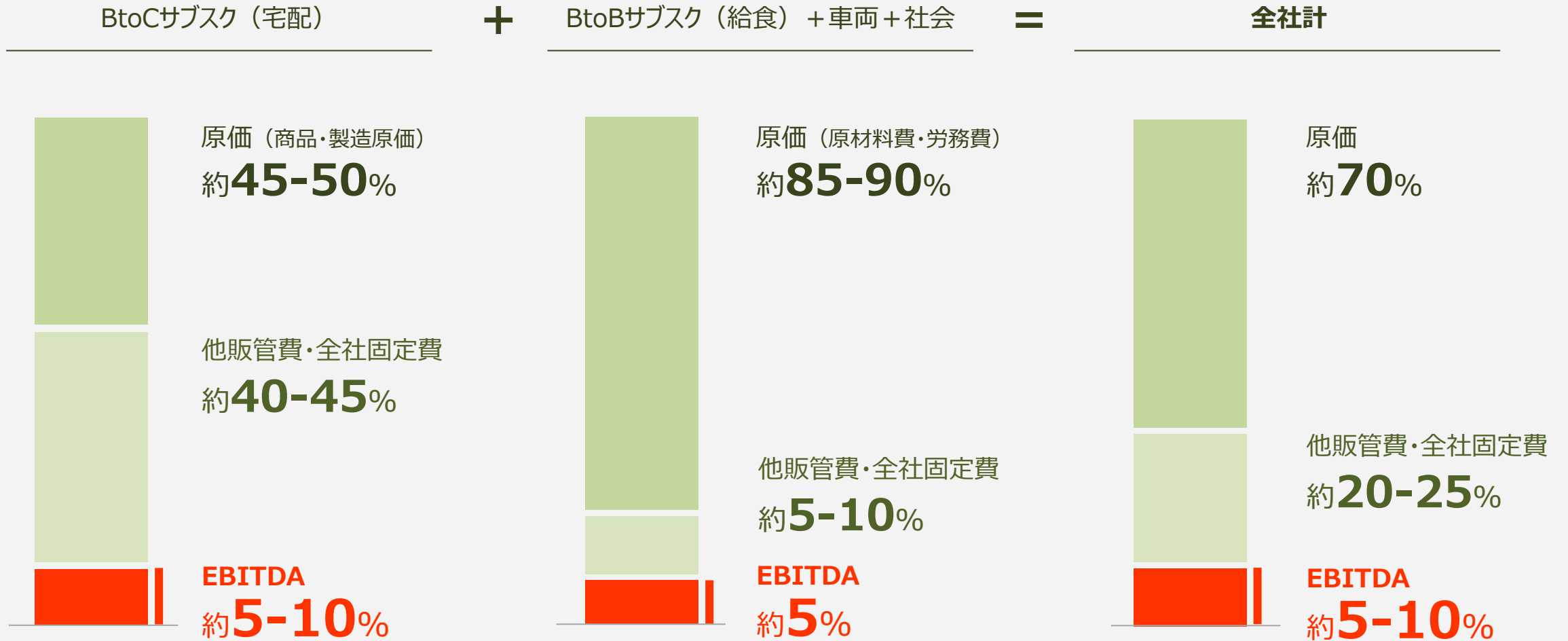
業績数値（2024.3-2025.3・会計期間単体）

計上ルールの見直しにより、過去期間についても同定義の数値に洗い替えをしております。

	2024.3								2025.3							
（百万円）	1Q		2Q		3Q		4Q		1Q		2Q		3Q		4Q	
	売上	利益*	売上	利益*	売上	利益*	売上	利益*	売上	利益*	売上	利益*	売上	利益*	売上	利益*
BtoCサブスク事業	25,273	2,137	24,120	1,793	26,683	3,053	23,428	2,097	24,444	1,710	23,735	2,569	-	-	-	-
-Oisix	15,820	1,314	14,921	1,157	16,996	1,998	14,641	1,443	14,849	1,228	14,184	1,822	-	-	-	-
-大地を守る会	2,927	397	2,805	379	3,015	527	2,581	361	2,633	371	2,673	351	-	-	-	-
-らでいっしゅぼーや	4,164	389	4,080	303	4,427	555	3,925	398	4,059	360	4,137	380	-	-	-	-
-Purple Carrot	2,363	38	2,281	-33	2,216	-28	2,221	-106	2,903	-249	2,740	15	-	-	-	-
BtoBサブスク事業	383	1	398	7	423	4	13,772	576	15,254	422	15,185	477	-	-	-	-
社会サービス事業	-	-	-	-	-	-	11,383	438	12,966	615	12,781	582	-	-	-	-
車両運行サービス事業	-	-	-	-	-	-	6,229	507	6,663	697	6,722	687	-	-	-	-
その他事業	4,065	355	4,119	311	5,510	368	4,333	184	4,442	323	4,680	348	-	-	-	-
調整額	-484	-816	-467	-568	-397	-606	-395	-1,599	-546	-1,196	-619	-1,046	-	-	-	-
売上高 / EBITDA	29,268	1,677	28,170	1,557	32,218	2,818	58,752	2,202	63,223	2,636	62,484	3,551	-	-	-	-
営業利益		1,101		969		2,223		851		1,249		2,083	-	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益		817		584		1,614		1,105		352		2,065	-	-	-	-

* セグメント利益はのれん・無形資産の償却等の影響を控除しており、短信のセグメント数値と異なります。

BtoC/BtoBサブスクのPL構造の違い



重要KPI : BtoCサブスク事業

業績数値（2022.3期～2025.3期）

		2022.3				2023.3				2024.3				2025.3			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
Oisix	会員数 (人)	333,850	347,772	345,409	346,083	350,650	355,962	361,135	393,829	396,709	398,958	380,075	368,714	368,378	358,806	-	-
	ARPU (円)	12,891	12,564	12,880	12,166	12,302	11,892	12,257	11,873	11,882	11,305	11,562	11,644	11,704	11,390	-	-
	購入単価 (円)	6,098	6,057	6,220	6,096	5,970	5,934	6,174	6,010	5,949	5,910	6,214	6,274	6,321	6,288	-	-
	購入頻度 (回)	2.11	2.07	2.07	2.00	2.06	2.00	1.99	1.98	2.00	1.91	1.86	1.86	1.85	1.81	-	-
大地を 守る会	会員数 (人)	41,205	41,733	41,459	41,688	40,234	40,737	40,259	40,770	39,538	38,591	36,402	35,943	36,180	36,394	-	-
	ARPU (円)	25,630	25,268	26,052	23,890	24,138	24,490	25,637	23,398	23,667	23,558	25,480	23,754	23,859	24,432	-	-
	購入単価 (円)	8,411	8,576	8,864	8,219	8,345	8,537	9,048	8,428	8,523	8,652	9,182	8,503	8,620	8,845	-	-
	購入頻度 (回)	3.02	2.95	2.94	2.91	2.89	2.87	2.83	2.78	2.78	2.72	2.78	2.79	2.77	2.76	-	-
らでいっ しゅ ぼーや	会員数 (人)	65,320	66,464	66,206	65,093	65,297	66,230	66,435	67,825	68,477	69,400	70,233	70,582	72,480	72,260	-	-
	ARPU (円)	20,188	19,748	20,137	18,790	18,947	18,461	19,655	18,125	18,355	17,933	19,022	17,174	16,891	16,570	-	-
	購入単価 (円)	6,402	6,407	6,589	6,247	6,451	6,442	6,922	6,531	6,641	6,684	7,035	6,423	6,642	6,841	-	-
	購入頻度 (回)	3.15	3.08	3.06	3.01	2.94	2.87	2.84	2.78	2.76	2.68	2.70	2.67	2.54	2.42	-	-

重要KPI：BtoBサブスク・車両・社会サービス

業績数値（2022.3期～2025.3期）

		2022.3				2023.3				2024.3				2025.3			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
社食・ 保育園	運営店舗数	1,111	1,098	1,093	1,056	1,062	1,059	1,057	1,032	1,053	1,050	1,046	1,030	1,047	1,044	-	-
	(増加)	17	4	7	4	17	10	3	15	28	8	5	12	30	6	-	-
	(減少)	10	17	12	41	11	13	5	40	7	11	9	28	13	9	-	-
病院・ 高齢者 施設	運営店舗数	753	757	759	738	767	771	772	753	778	778	782	766	794	792	-	-
	(増加)	35	8	5	9	32	5	12	8	30	10	10	8	37	5	-	-
	(減少)	2	4	3	30	3	1	11	27	5	10	6	24	9	7	-	-
車両 運行	管理台数	3,596	3,610	3,627	3,623	3,718	3,753	3,762	3,785	3,890	3,929	3,952	3,940	4,032	4,063	-	-
	(増加)	190	56	42	10	349	53	56	46	326	79	79	29	265	67	-	-
	(減少)	184	42	25	14	254	18	47	23	221	40	56	41	173	36	-	-
社会 サービス	管理人員	17,349	17,838	17,479	17,664	18,556	19,683	19,698	19,893	22,261	24,478	23,268	22,483	24,217	24,992	-	-
	(増加)	2,300	1,351	351	1,894	1,623	2,063	718	2,224	3,157	3,216	929	843	4,136	1,966	-	-
	(減少)	682	862	710	1,709	731	936	703	2,029	789	999	2,139	1,628	2,402	1,191	-	-

- ◆ 本資料は、会社内容をご理解いただくための資料であり、投資勧誘を目的とするものではありません。
- ◆ 本資料に記載された業績予想及び将来予測については、資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、正確性を保証するものではありません。
- ◆ 実際の業績等については、本資料における将来見通しと異なる場合がございます。

Oisix ra daichi