



# 2024.3 3Q決算説明資料

---

オイシックス・ラ・大地株式会社

2024.2.13

# 「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

## エグゼクティブサマリ - 2024.3 3Q累計業績

- ✓ EBITDAは、収益力向上施策の着実な進展などにより、**前年同期から2桁増益を継続**  
売上高は、主力のOisixが前年同期を上回ったものの、全体では**前年同期比+2%の増収**
- ✓ Oisix会員数は、今期上半期に獲得した会員の一部流出が継続したことや3Qでの送料改定影響もあり  
前四半期比では減少したものの、想定の範囲であり、前年同期比では約1万9,000人増
- ✓ シダックス連結子会社化後の通期連結業績見通しを以下のように修正  
売上高 1,470億円 EBITDA 72億円  
営業利益 42億円 当期純利益 35億円

連結子会社化に伴い発生した損益やORD厚木冷凍ステーション稼働に伴う販売抑制・移転費用等、  
特殊要因の損益を除いたオイシックス・ラ・大地のみの業績見通しは以下のとおり

売上高	1,165億円（前年同期比+1%）	EBITDA	73億円（前年同期比+30%）
営業利益	48億円（前年同期比+43%）	当期純利益	30億円（前年同期比+66%）

※詳細については、P10～P12に記載

## 2024.3 3Q累計連結業績サマリ

売上 : 主力のOisixやその他事業が前年を上回ったものの、全体としてはほぼ横ばいの前年同期比+2%の増収

EBITDA : 新規会員獲得費は増額したが、収益力向上施策の進展や増収効果により、前年同期から2桁増益を継続し、収益性も向上

売上高

896.5億円

– 前年同期比 +2%

EBITDA

60.5億円

– 前年同期比 +22%

営業利益

42.9億円

– 前年同期比 +30%

親会社株主に  
帰属する  
四半期  
純利益

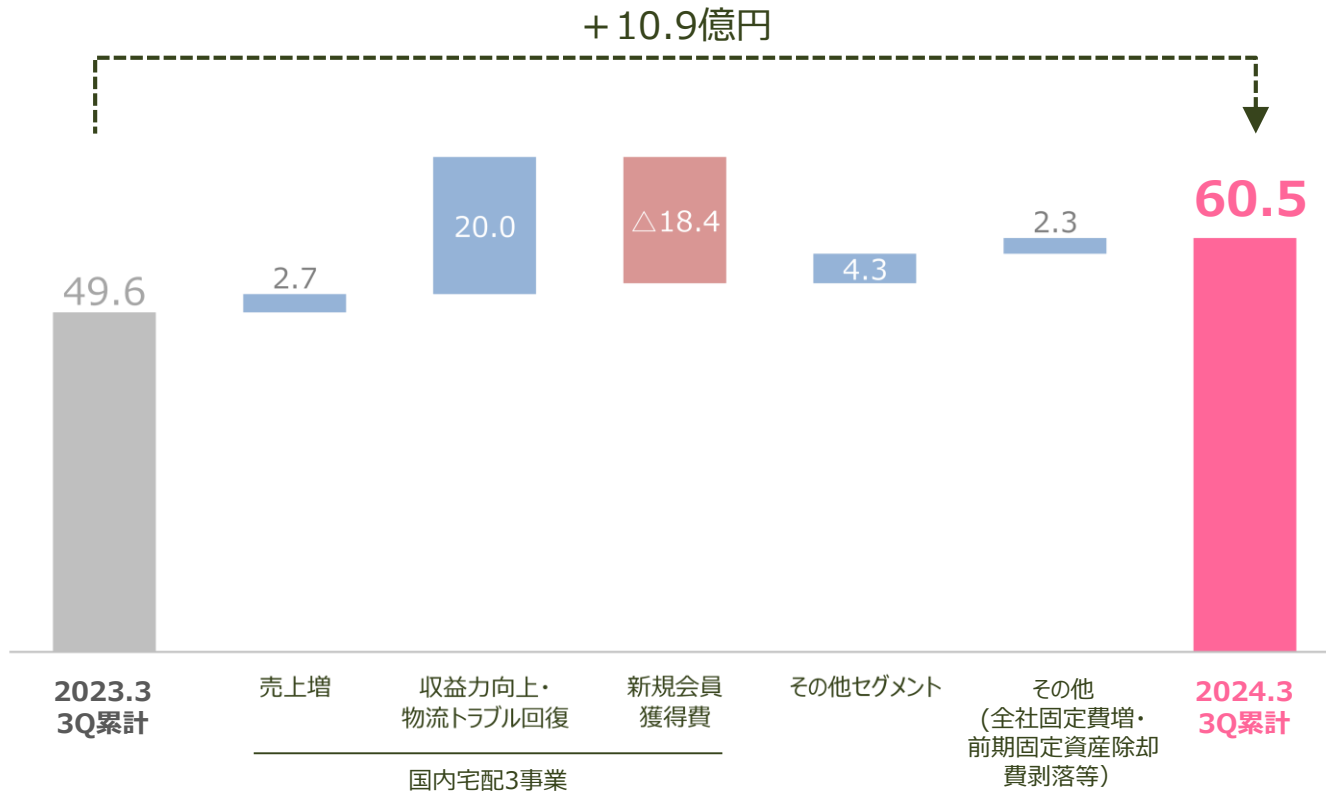
30.1億円

– 前年同期比 +55%

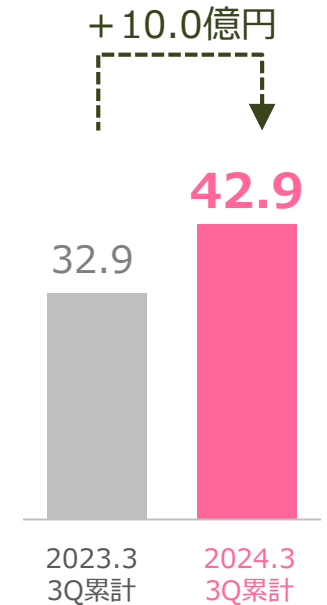
# EBITDA・営業利益： 前年同期3Q累計業績との比較

価格の適正化を含む販売手法や物流オペレーションの見直しなどにより、  
収益性が着実に向上（前年上半期に計上したORD海老名冷蔵ステーションの移転トラブルからの回復（約3億円）影響を含む）

-EBITDA推移（億円）



-営業利益推移（億円）



# 2024.3 3Q累計セグメント別業績

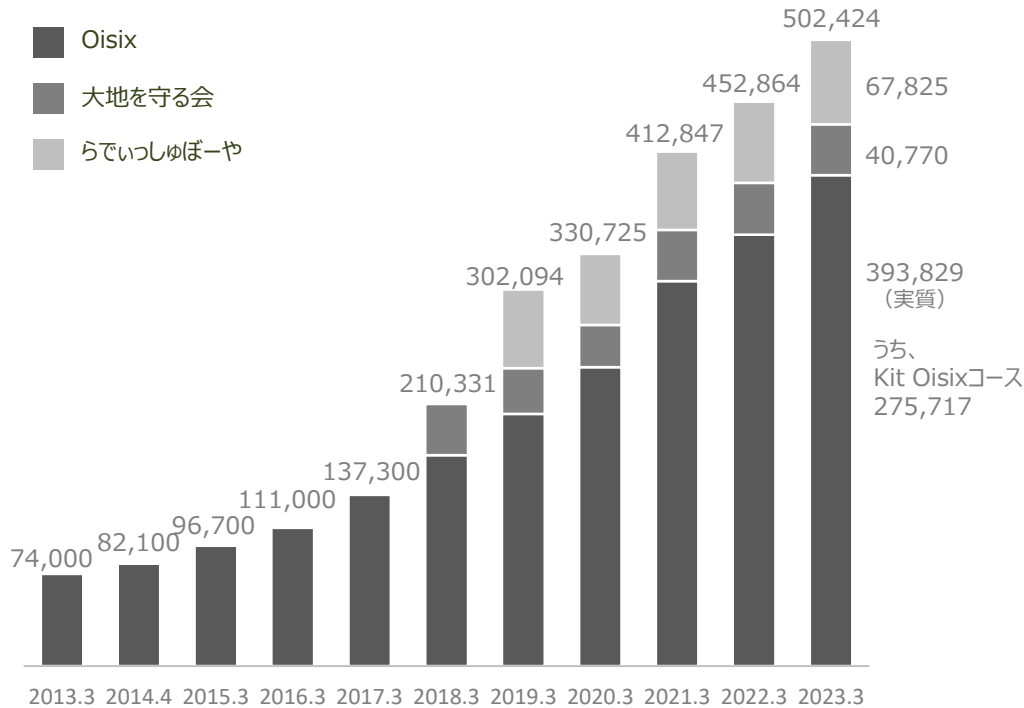
(単位：億円)

	売上		利益		利益率	事業概況
	2024.3 3Q累計	前年 同期比	2024.3 3Q累計	前年 同期比		
Oisix	477.3	+6%	68.9	+8%	14.4%	会員数は前年を上回る水準 新規会員獲得や定着に向けた新サービスを開発中 ORD厚木冷凍ステーション移転は計画通り進捗
大地を守る会	87.4	△8%	18.6	△3%	21.3%	引き続き会員獲得を抑えており、再開に向けてサービスを開発中
らでいっしゅ ぼーや	126.7	△2%	19.1	△1%	15.1%	会員数は堅調に増加 購入意向（頻度）を高めるための施策を強化
Purple Carrot* - 1月～9月実績	68.8 USD: 49M	△9%	△0.7 USD: △2M	-	△1.1%	引き続き事業構造を強化中 (新メニューの展開、物流拠点の移転等) 会員数：減少、ARPU：増加
その他事業	148.9	+9%	16.6	+35%	11.2%	他社EC支援事業、保育園卸事業(すくすくOisix)の伸長
セグメント計	909.4	+3%	122.5	+8%	13.5%	
全社調整額/共通費 セグメント計上減価償却費	△12.8		△74.3 12.2	-	-	
EBITDA	-		60.5	+22%	6.8%	
のれん償却費 減価償却費	-		△2.0 △15.5	-	-	
営業利益	-		42.9	+30%	4.8%	

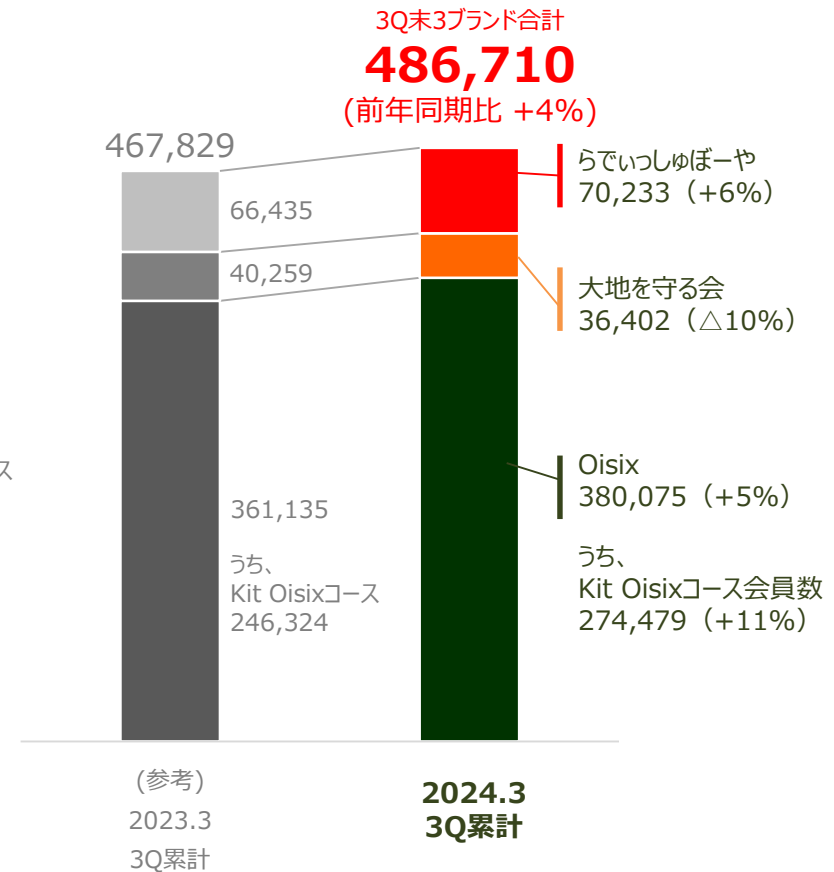
# 国内宅配3事業 会員数推移

- Oisix : 前四半期比では減少したものの想定範囲内であり、前年同期を上回る水準
- らでいっしゅぼーや : ターゲットとする生産者支援に関心の高い層を中心に会員数が積み上がっており、Q毎の純増を維持
- 大地を守る会 : 積極的な会員獲得の再開に向けて、PR費を抑えてサービスを開発中

## - 期末会員数推移



## - 2024.3 3Q前年同期比較



# 国内宅配3事業 ARPU推移

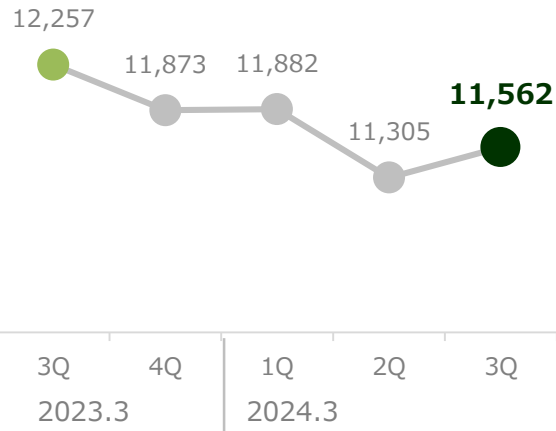
※次ページにARPUの構成要素である購買単価、購買頻度の推移を掲載

Oisixやらでいっしゅぼーやの送料改定を含めサービス内容の見直しなどにより、各事業で購買単価の向上を図るものの、消費者の購買行動や会員構成の変化の影響もあり購買頻度が低下したことから、ARPUとしては各事業で前年同期を下回る

## Oisix

**11,562**円

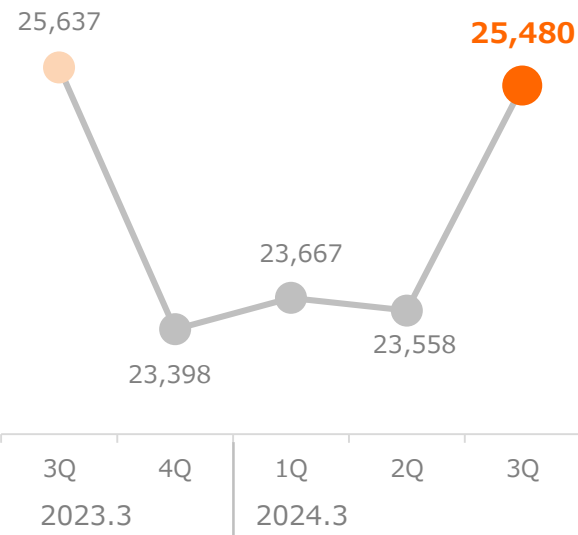
— 前年同期比  $\Delta 6\%$



## 大地を守る会

**25,480**円

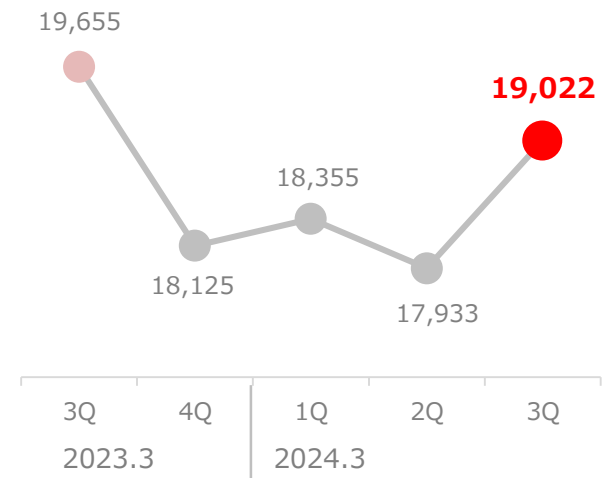
— 前年同期比  $\Delta 1\%$



## らでいっしゅぼーや

**19,022**円

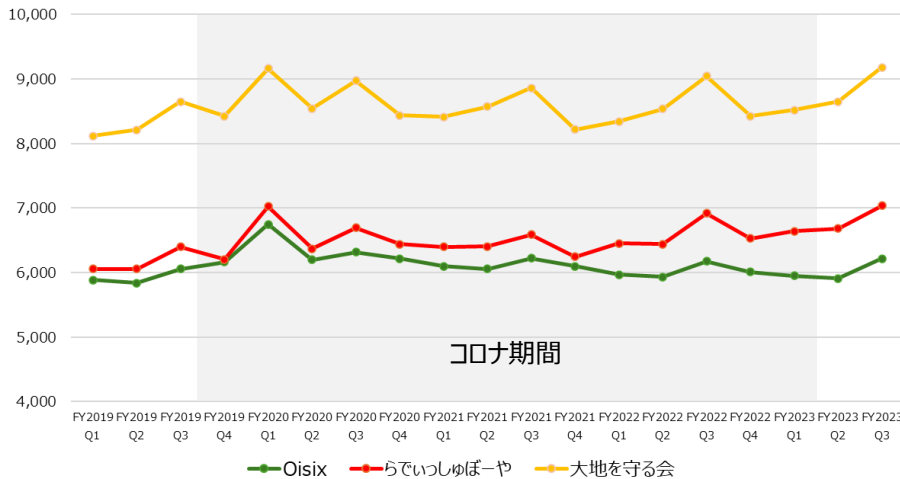
— 前年同期比  $\Delta 3\%$





# 国内宅配3事業 ARPU構成要素推移

## - 購買単価 (円)



### 【Oisix】

- コロナ影響が落ち着いてきたなか、今期3Qで実施した送料改定（無料金額の見直し）や原材料高等を踏まえたKit Oisixを中心とした単価見直し等により、直近では上昇のトレンドが見られるようになってきている  
※今期4Qについては、新厚木冷凍ステーション移管に伴い、一時的な冷凍商品の取扱い減少影響を見込む

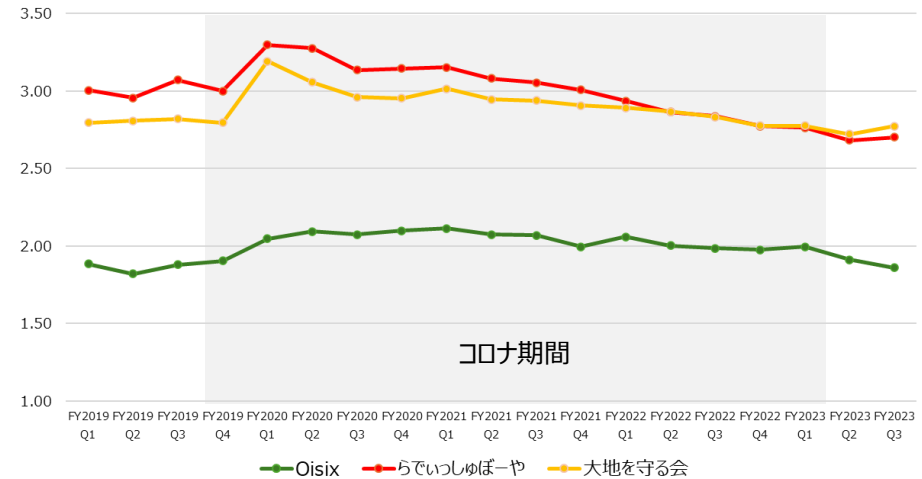
### 【らでいっしゅぼーや】

- 2023.3 3Qに実施した主力商品「めぐる野菜箱」の単価見直しや、今期3Qで実施した送料改定（無料金額の見直し）等の効果もあり、上昇トレンドが継続している

### 【大地を守る会】

- 継続した商品単価の見直しを行っており、今期3Qはコロナ期間を上回る購買単価を実現した

## - 購買頻度 (回/月)



### 【Oisix】

- コロナ期間において高まっていたが、今期に入ってコロナ期間前の水準に戻ってきている

### 【らでいっしゅぼーや】

- コロナ期間に入った直後に大きく高まったのち、なだらかに減少する傾向が続いているが、会員数の増加に伴い「ライトユーザー」の構成が増えてきている影響が大きい

### 【大地を守る会】

- らでいっしゅぼーや同様にコロナ期間で大きく高まったあと、コロナ影響が収束するにつれて会員数の減少が見られるなか、コアユーザー構成がコロナ期間前の水準に戻りつつあることで、購買頻度もコロナ期間前水準に近づいている

# その他事業

とくし丸 : 稼働台数は着実に増加。「消費者志向経営優良事例表彰」消費者庁長官賞を受賞

保育園卸 : 引き続き経営者向けイベント・セミナー等を通じて、春の委託業者更新タイミングに向けて認知率を向上  
業務用ミールキットの加工比率の向上や給食関連業務のDX化促進による大手法人への導入も拡大

## とくし丸

稼働台数 (3Q末)

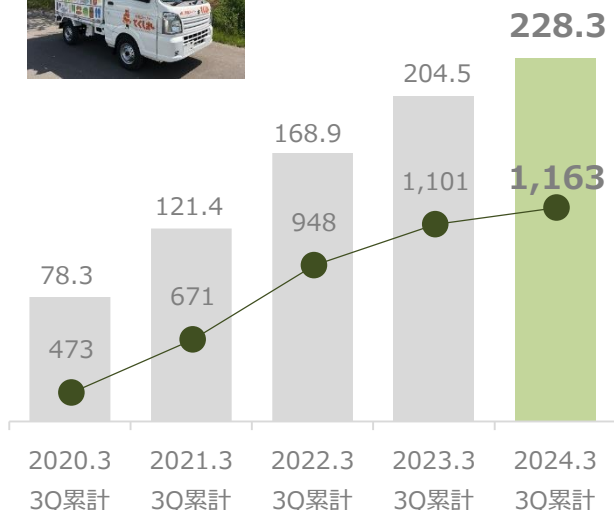
**1,163**台

(前年同期比 +6%)

流通総額

**228.3**億円

(前年同期比 +12%)



## 保育園卸事業 (すくすくOisix)

取引園数 (3Q末)

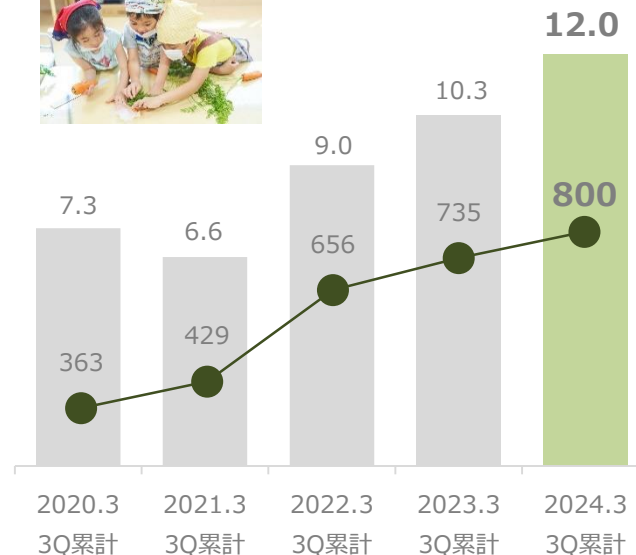
**800**園

(前年同期比 +9%)

売上高

**12.0**億円

(前年同期比 +16%)



## 今期通期業績予想

- ①シダックスおよび志太HDの連結子会社化に伴い、4Q四半期業績および関連損益を取り込み
- ②現状の業績見通し（ORD厚木冷凍ステーション稼働に伴う業績修正含む）を反映  
（全体の内訳はP11、営業利益の詳細はP12に記載）

売上高

1,470.0億円

－ 前年同期比 +28%

EBITDA

72.0億円

－ 前年同期比 +29%

営業利益

42.0億円

－ 前年同期比 +26%

親会社株主に  
帰属する  
当期  
純利益

35.0億円

－ 前年同期比 +94%

# 今期通期業績予想 内訳

シダックスの連結子会社化に伴う一時的な損益への影響、及びORD厚木冷凍ステーション稼働に伴い、移転の安全性を担保するために冷凍商品の販売を抑制するとともに、移転にかかる特殊要因の影響が4Qに発生  
シダックスは、増収の見通しであるものの、主にフードサービス事業において原材料や労務費の高騰影響が4Qも継続

(単位：億円)

	期初予想	通期業績予想修正 (A+B)	A.3Q累計実績	+	B.4Q四半期業績予想				
	ORD*				ORD*	全体 (①+②+③+④)	ORD*		新規連結
		オイシックス・ラ・大地 ORD*：12ヵ月 + シダックス等：3ヵ月					②を除く実力値 ①	(*1) 特殊要因 ②	シダックス ③
売上	1,265	1,470	897		574	267	△2	309	0
EBITDA **	80	72	61		12	13	△6	7	△2
営業利益	60	42	43		△1	5	△6	6	△6
親会社株主に帰属 する当期純利益	38	35	30		5	△0	16	2	△13

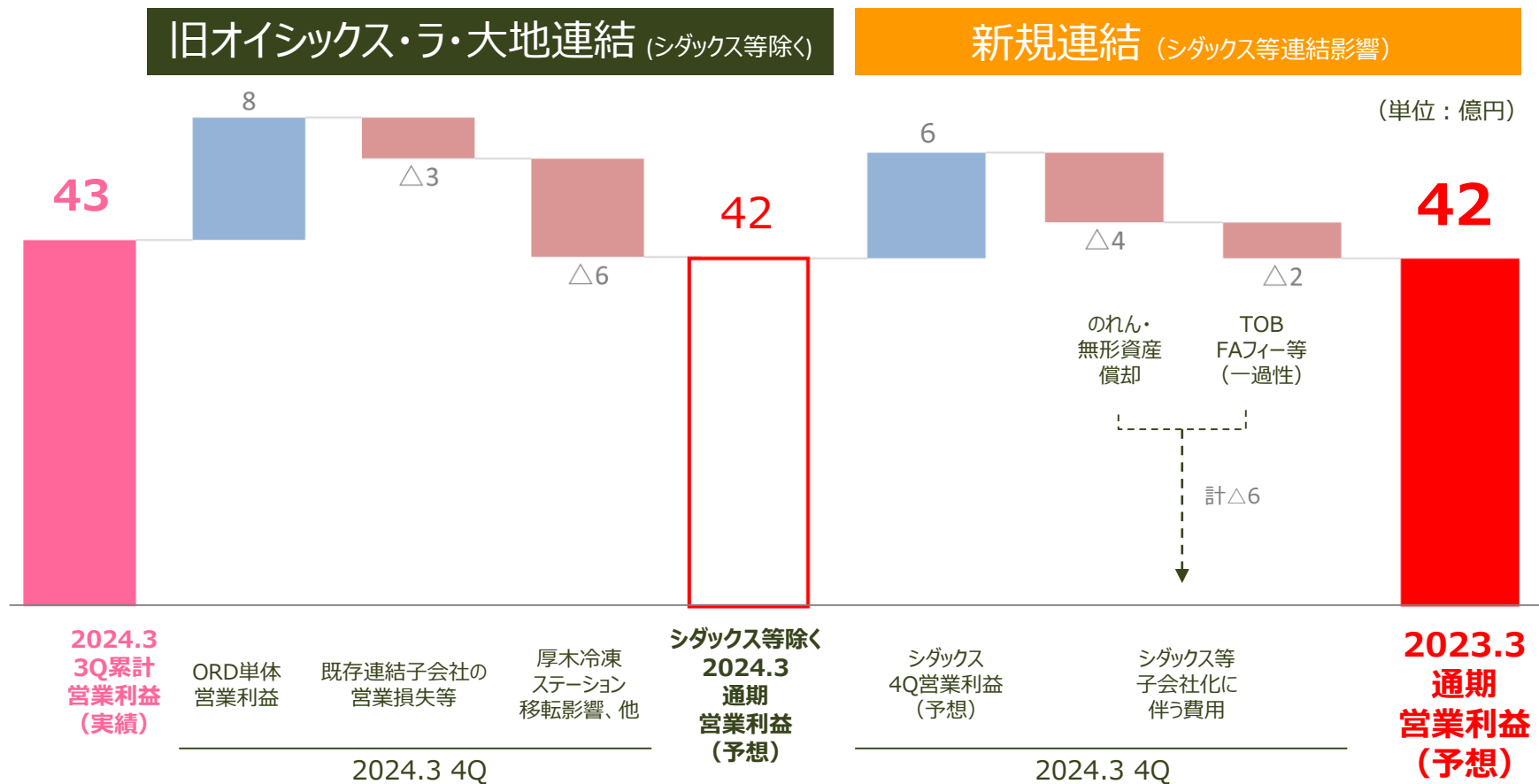
## - 備考

	*1	*2
売上	厚木冷凍センター稼働に伴う販売抑制	△4
EBITDA **	厚木冷凍センター稼働に伴う販売抑制・移転費用・賃料増 その他	△5 △1
営業利益	(上記影響)	(上記影響に加え) シダックスのれん・無形資産の償却
親会社株主に帰属する当期純利益	(上記影響に加え) シダックス株売却特別利益 売却特別利益に係る法人税 その他	(上記影響に加え) 銀行借入手数料 その他
	+34 △13 △2	△2 △5 △2

# (補足) 今期通期業績予想

## - 営業利益 3Q累計からの4Q見通し

4Qにおいて、オイシックス・ラ・大地単体（連結子会社を除く）では、TVCMなども含めた新たなマーケティング施策のテスト展開を行いつつも、収益力向上の進展等により8億円の営業利益を創出する一方、ORD厚木冷凍ステーションの移転による特殊要因等が発生することもあり、ほぼ横ばい  
また、シダックス連結後の予想においても、シダックス営業利益に対してほぼ同額の連結子会社化に伴う費用が発生



# シダックスの非公開化等スケジュール ならびに資金推移

2月28日のシダックス臨時株主総会等を経て、3月末までにシダックスの非公開化手続きを完了し、本決算時に事業計画を公表予定  
シダックス株の株式公開買付応募により発生する特別利益も活用して志太HD株を取得し、志太HD及びシダックスの子会社化を完了

## - 主要なスケジュール

### ①シダックス関連会社化 \*②の結果、現在は子会社化

2022年

10月25日 シダックス株式の取得

### ②志太HD株の第三者割当引受、志太HD及びシダックス子会社化

2023年

12月26日 志太HDの第三者割当引受、  
シダックス株式の公開買付応募決定

2024年

1月 5日 志太HDの第三者割当引受  
志太HD及びシダックスの子会社化

2月28日（予定） シダックス臨時株主総会開催

3月18日（予定） シダックス株式の上場廃止

5月中旬（予定） 本決算発表時に事業計画を公表予定

## - 事業体制と資金の移動推移

### ■ 当社によるシダックス株の売買

①取得（2022年10月）  
所有割合：0%→28%  
買付額：約84億（@541円）

②公開買付応募（2023年12月）  
所有割合：28%→0%  
売却額：約125億（@800円）

関係会社株式売却益  
(単体特別利益)40億円が  
4Qに発生  
\*連結後の業績反映としては34億円

*Oisix ra daichi*

シダックス社創業家

②当社による志太HD株の取得  
所有割合：0%→66%  
買付額：約142億

所有割合：34%

志太HD

②志太HDによるシダックス株の取得  
所有割合：17%→81%\*  
買付額：約284億

**SHIDAX**

# サステナビリティピックアップ

## -令和6年能登半島地震 被災地支援

- シダックス : 契約している被災地の施設での食事提供を継続。また、1月4日～10日まで七尾市・中能登町ののべ4施設で炊き出しを実施
- とくし丸 : 自治体・経済産業省と連携し、救援物品の無料配布をのべ204カ所（1月7日～2月2日時点）で実施
- 宅配3事業 : 震災直後には通常の宅配が困難なエリアのお客様へ、注文商品に加え支援品を積載して自社便にて共同配送



▲被災施設での炊き出しの様子



▲救援物品無償配布の様子



▲出荷停止エリアへの自社便による配送

**グループ各社で臨機応変に連携し、設備・商品調達力等を活用しメディアにも取り上げられた**

# サステナビリティピックアップ

## -食支援：WeSupport Family

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」を通じた支援を継続的に実施  
クリスマスに合わせて寄付に繋がる食育イベントを開催。寄付のアクションに繋げやすい取り組みを拡充

累計寄付物資数

**172**万個

寄付物資金額

**6.2**億円

ひとり親を中心とした、子どものいる貧困世帯への  
食品支援プラットフォーム



ひとり親家庭などのこどもの栄養を  
考えた支援をお考えの方へ

子どもたちの栄養を考えた食支援  
**WeSupport Family**

✓ 寄付に繋がる食育体験イベントに、6組14名の親子が参加

お客さま

「ウイナー作り教室」で食育体験



支援先

参加費でクリスマスギフトをプレゼント





## ***DATA SHEET • APPENDIX***

---

# データシート：業績数値

	2022.3				2023.3				2024.3		
(百万円)	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q
Oisix	14,145	28,580	45,190	58,546	14,393	28,458	44,946	59,413	15,819	30,740	47,736
大地を守る会	3,314	6,628	10,154	13,240	3,070	6,141	9,464	12,345	2,926	5,731	8,746
らでいっしゅぼーや	4,331	8,732	13,336	17,432	4,190	8,370	12,892	16,939	4,164	8,244	12,671
Purple Carrot	2,842	5,536	7,893	10,208	2,586	5,171	7,544	9,798	2,371	4,663	6,888
その他事業	3,373	6,911	11,194	14,578	3,969	7,958	13,630	17,946	4,448	8,966	14,898
調整額	△94	△221	△370	△529	△309	△649	△1,003	△1,267	△462	△907	△1,284
<b>売上高</b>	<b>27,911</b>	<b>56,167</b>	<b>87,400</b>	<b>113,476</b>	<b>27,901</b>	<b>55,450</b>	<b>87,475</b>	<b>115,176</b>	<b>29,268</b>	<b>57,438</b>	<b>89,656</b>
Oisix	2,057	4,045	6,525	7,036	1,953	3,821	6,390	7,562	2,026	4,053	6,892
大地を守る会	663	1,319	2,010	2,619	624	1,188	1,924	2,480	587	1,149	1,860
らでいっしゅぼーや	584	1,143	1,883	2,429	591	1,126	1,927	2,540	608	1,131	1,912
Purple Carrot*	549	811	985	959	△78	△49	△74	△40	21	△28	△74
その他事業	427	869	1,295	1,423	435	758	1,230	1,690	553	1,084	1,664
調整額	△2,329	△4,842	△7,720	△10,296	△2,564	△5,174	△8,105	△10,886	△2,695	△5,319	△7,962
<b>営業利益</b>	<b>1,950</b>	<b>3,347</b>	<b>4,979</b>	<b>4,171</b>	<b>962</b>	<b>1,672</b>	<b>3,293</b>	<b>3,346</b>	<b>1,101</b>	<b>2,070</b>	<b>4,293</b>
<b>EBITDA</b>	<b>2,316</b>	<b>4,188</b>	<b>6,385</b>	<b>6,216</b>	<b>1,498</b>	<b>2,771</b>	<b>4,960</b>	<b>5,595</b>	<b>1,677</b>	<b>3,234</b>	<b>6,052</b>
親会社株主に 帰属する 当期純利益	1,293	2,156	3,294	2,727	587	892	1,942	1,807	817	1,401	3,015

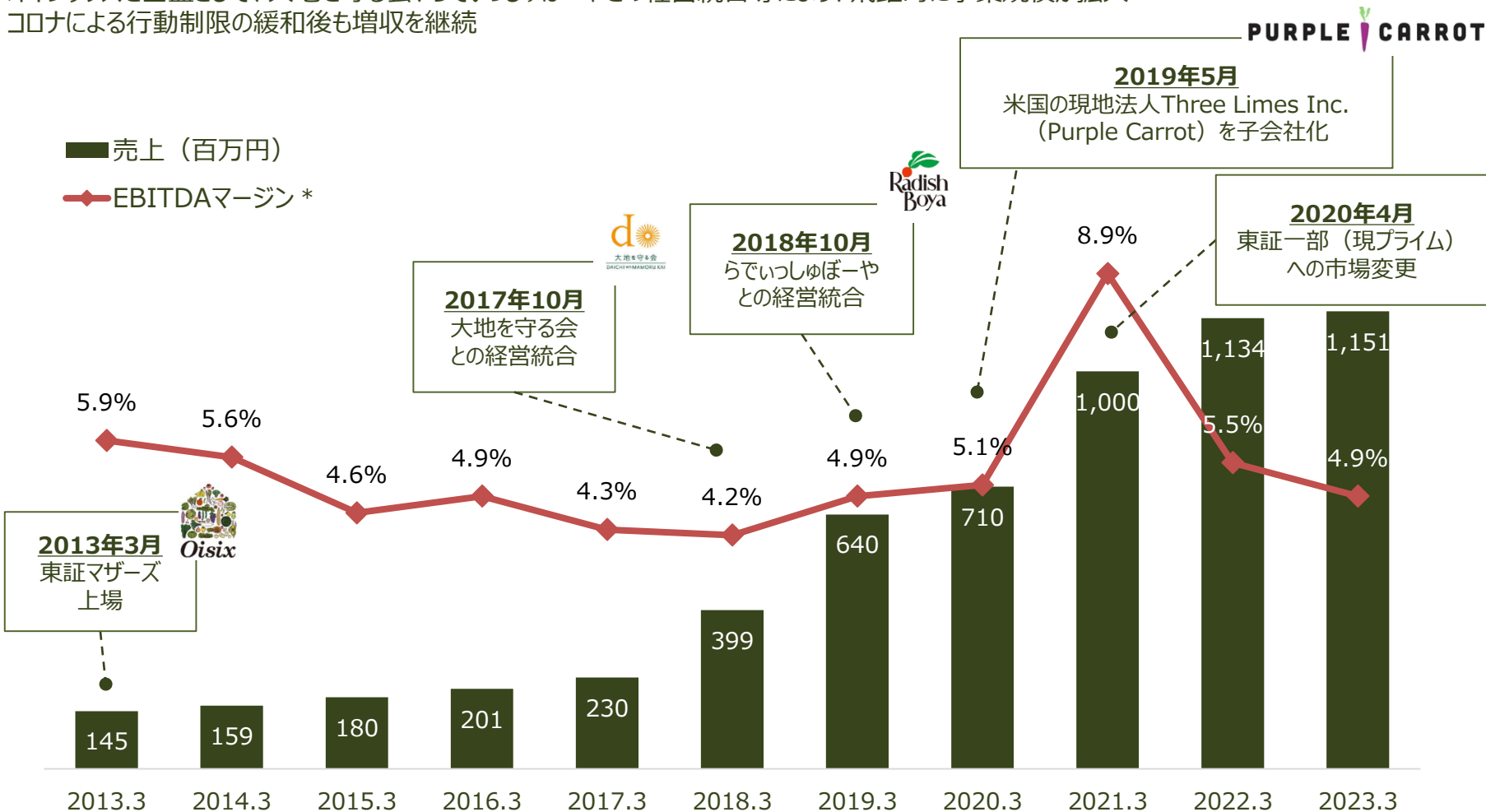
# データシート：重要KPI

## 業績数値（2022.3期～2024.3期）

		2022.3				2023.3				2024.3		
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
Oisix	会員数 (人)	333,850	347,772	345,409	346,083	350,650	355,962	361,135	(実質) 393,829	396,709	398,958	380,075
	ARPU (円)	12,891	12,564	12,880	12,166	12,302	11,892	12,257	11,873	11,882	11,305	11,562
	購買単価 (円)	6,098	6,057	6,220	6,096	5,970	5,934	6,174	6,010	5,949	5,910	6,214
	購買頻度 (回)	2.11	2.07	2.07	2.00	2.06	2.00	1.99	1.98	2.00	1.91	1.86
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
	ARPU (円)	25,630	25,268	26,052	23,890	24,138	24,490	25,637	23,398	23,667	23,558	25,480
	購買単価 (円)	8,411	8,576	8,864	8,219	8,345	8,537	9,048	8,428	8,523	8,652	9,182
	購買頻度 (回)	3.02	2.95	2.94	2.91	2.89	2.87	2.83	2.78	2.78	2.72	2.78
らでい 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
	ARPU (円)	20,188	19,748	20,137	18,790	18,947	18,461	19,655	18,125	18,355	17,933	19,022
	購買単価 (円)	6,402	6,407	6,589	6,247	6,451	6,442	6,922	6,531	6,641	6,684	7,035
	購買頻度 (回)	3.15	3.08	3.06	3.01	2.94	2.87	2.84	2.78	2.76	2.68	2.70

# 業績推移

オイシックスを基盤として、大地を守る会、らでいっしゅぼーやとの経営統合等により、飛躍的に事業規模が拡大  
 コロナによる行動制限の緩和後も増収を継続



# 収益力強化

## - ①原価率の改善

従来は産地や工場で捨てられていた食材を活用し付加価値をつけた商品製造を行うフードレスキューセンターや、Kit製造工場を増強  
豊作品や従来未活用だった食材の有効利用や、製造・仕入の効率化により**段階的に約2%の原価削減（2023.3期末比）**を目指す



- フードレスキューセンター  
- Kit製造工場

ミールキットを含む自社商品の製造に特化したセンターで  
2025.3までに、段階的に  
**約2%の原価改善**(2023.3期末比)を目指す

✓ 独自の食感・保存コントロール技術による  
**豊作品・未利用食材活用**



✓ 包装技術等による  
**品質保持期限の延長**



✓ 製造能力増強による  
**加工内製化の加速**



### フードレスキューセンターで 活用する原料例

- 豊作・ふぞろいの農作物



- 未活用だった食材



▲玉ねぎの固い外皮

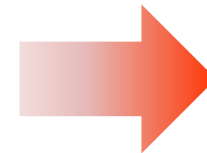


▲一部に傷がついたパプリカ



▲ナスのヘタ

スピーディに加工し  
付加価値をつけ  
**フードレスキュー**



### 活用例



▲ミールキット原料



▲冷凍し鮮度保持

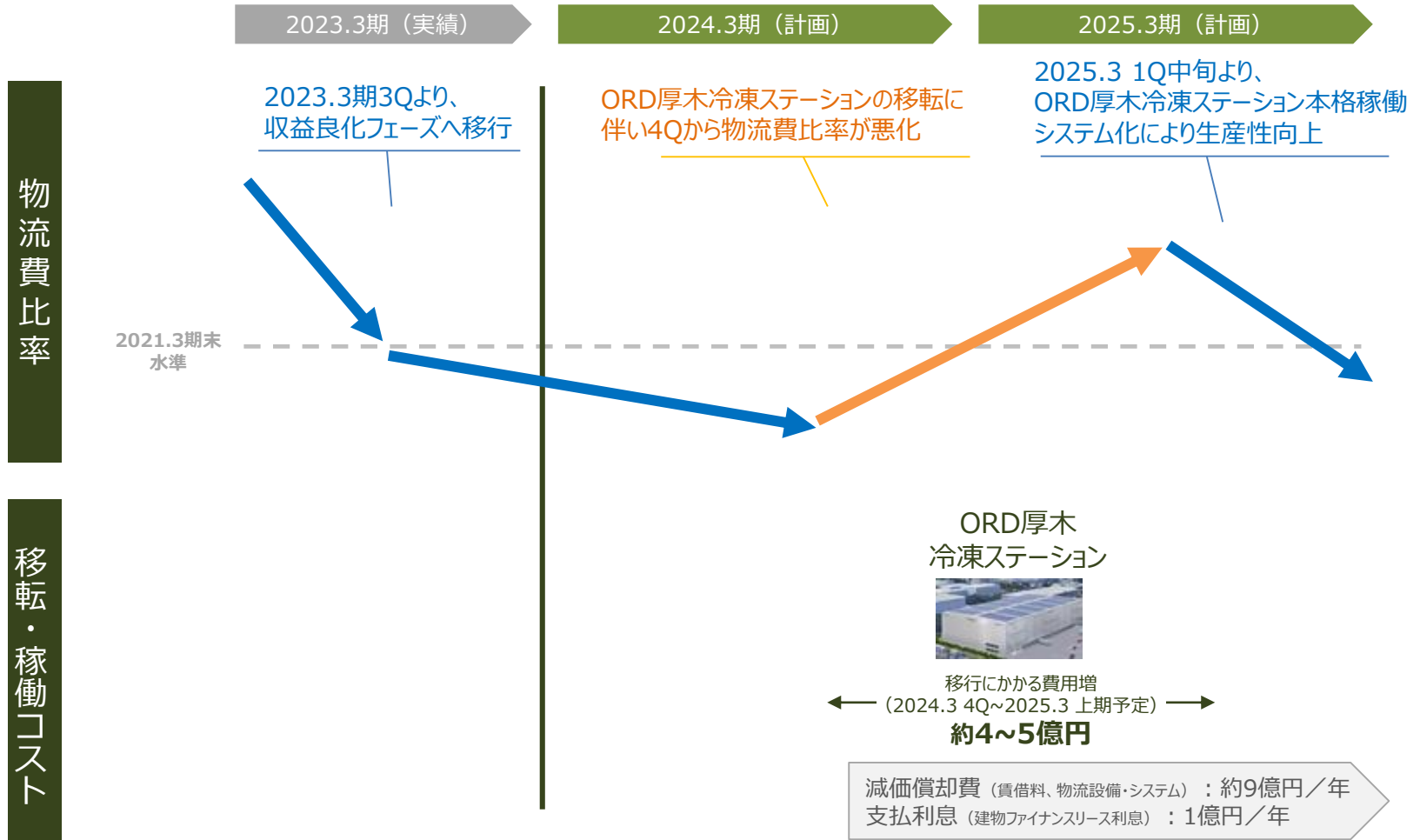


▲アップサイクル商品

# 収益力強化

## - ②物流効率化

ORD海老名冷蔵ステーションについては、収益良化フェーズへ移行済み  
 ORD厚木冷凍ステーションへの移転など各種物流効率化の取り組みにより物流費の改善に取り組む



# ビジネスモデルの強み

主要事業は、独自基準に基づいて厳選した安心・安全な食品を、日本全国のお客様に個別宅配するサブスクリプション型食品EC業  
川上から川下まで一貫して、食×サブスクリプション宅配に特化したアセット・ノウハウを保有

生産者



調達

オイシックス・ラ・大地



Oisix



大地を守る会



らでいっしゅぼーや



定期宅配

消費者



当社の強み

1

生産者との  
ダイレクトネットワーク

2

サブスクリプション  
マーケティング

3

食×サブスクの国内最大級の  
物流センター・ミールキット製造工場

# 3ブランドのお客さまニーズの違い

3ブランドそれぞれに、安心・安全な食品の流通を通して、お客さまの生活・価値観に沿った「コト」をお届け

子どもが小さい共働き世帯



時短だけど誇らしい食事



Oisix

家事も子育てもこだわる世帯



料理を通じた社会貢献



Radish  
Boya

2人暮らしのシニア世帯



手軽な健康実感



大地を守る会  
DAICHI NO MAMORU KAI

生産者





連結決算概要

(百万円)	23/3 3Q	24/3 3Q	前期比	増減	要因
売上高	90,860	<b>96,412</b>	106.1%	+ 5,552	社会サービス +2,299、フードサービス +1,998 車両運行サービス +1,015
売上総利益	12,685	<b>13,051</b>	102.9%	+ 365	[原価率] 前期：86.0% 当期：86.5%
販管費	9,045	<b>9,650</b>	106.7%	+ 604	[販管費率] 前期：10.0% 当期：10.0%
営業利益	3,640	<b>3,401</b>	93.4%	▲238	[営業利益率] 前期：4.0% 当期：3.5%
営業外収益	203	<b>215</b>	105.8%	+ 11	車両運行サービス +141、その他 +75 社会サービス ▲56、フードサービス ▲328
営業外費用	389	<b>109</b>	28.2%	▲279	前期：シローン手数料 248
経常利益	3,454	<b>3,506</b>	101.5%	+ 52	営業外費用の減少
特別利益	264	<b>96</b>	36.6%	▲167	
特別損失	76	<b>72</b>	94.7%	▲4	
税前利益	3,642	<b>3,531</b>	96.9%	▲111	
法人税等	869	<b>1,483</b>	170.7%	+ 614	[法人税等調整額] 前期：430 当期：1,070
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,773	<b>2,047</b>	73.8%	▲725	法人税等の増加

© SHIDAX CORPORATION. All Right Reserved.

## フードサービス事業

- 売上高はコントラクト部門を中心に既存店の回復により**19.9億円の増収**と引き続き堅調に推移するも、営業利益は原材料価格の高騰および労務コスト上昇による原価率の悪化により、**3.2億円の減益**で着地

(百万円)	23/3 3Q	24/3 3Q	前期比	増減
<b>売上高</b>	<b>39,113</b>	<b>41,112</b>	<b>105.1%</b>	<b>+1,998</b>
(コントラクト)	15,404	16,467	106.9%	+1,062
(メディカル)	23,229	23,997	103.3%	+767
(その他)	479	647	135.1%	+168
<b>営業利益</b>	<b>1,619</b>	<b>1,291</b>	<b>79.7%</b>	<b>▲328</b>
利益率 (%)	4.1%	3.1%	-	▲1.0pt

### 主なプラス/マイナス要因

- (+) 新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い  
既存店（コントラクト部門）が回復
- (+) 運営店舗数の増加
- (-) 原材料価格の高騰（価格転嫁の交渉を継続中）
- (-) メディカル部門の回復鈍化
- (-) 労務コストの上昇

引き続き値上げ交渉を促進し、安定食材への切り替えや献立変更による材料費の抑制など、コストコントロールによるF/Lコスト改善策を強化

## 車両運行サービス事業

- 期首からの増車に加え、経済活動の正常化による時間外運行等の需要回復が収益寄与するなど引き続き順調な推移となり、臨時便の減少や燃料単価高騰の影響をカバーし**増収増益を達成**

(百万円)	23/3 3Q	24/3 3Q	前期比	増減
<b>売上高</b>	<b>17,571</b>	<b>18,586</b>	<b>105.8%</b>	<b>+1,015</b>
(役員車両)	7,625	8,082	106.0%	+456
(一般車両)	7,257	7,515	103.6%	+257
(旅客運送)	2,641	2,941	111.4%	+300
(その他)	47	47	101.2%	+0
<b>営業利益</b>	<b>1,664</b>	<b>1,806</b>	<b>108.5%</b>	<b>+141</b>
利益率 (%)	9.5%	9.7%	-	+0.2pt

### 主なプラス/マイナス要因

- (+) 前期末比167台の増車
- (+) その他売上（時間外運行、休日運行）の回復による収益寄与
- (+) 営業拠点、高速乗合バスの新設
- (-) コロナ禍の臨時便減少
- (-) 燃料単価高騰の影響

- ・Webプロモーションによる販促やクロスセルの推進、BtoB,BtoP営業の強化による新規増車獲得に注力
- ・人材確保に向けて様々な採用施策を展開中

## 社会サービス事業

- 学童保育の成長拡大や図書館等の運営施設数の増加が寄与し、売上高は**22.9億円の増収**と好調に推移減益での着地となった営業利益は、**上下期の不均衡が一定程度解消**する見込み

(百万円)	23/3 3Q	24/3 3Q	前期比	増減
<b>売上高</b>	<b>32,208</b>	<b>34,508</b>	<b>107.1%</b>	<b>+2,299</b>
(社会サービス)	10,409	9,657	92.8%	▲752
(学童保育)	11,640	13,937	119.7%	+2,296
(学校給食)	10,121	10,880	107.5%	+758
(その他)	36	32	90.7%	▲3
<b>営業利益</b>	<b>2,092</b>	<b>2,035</b>	<b>97.3%</b>	<b>▲56</b>
利益率 (%)	6.5%	5.9%	-	▲0.6pt

### 主なプラス/マイナス要因

- (+) 図書館等の施設管理数の増加
  - (+) 学童保育 265箇所増加 (前年同期比)
  - (-) 観光・レジャー天候要因 (酷暑・悪天候)
  - (-) 社会サービス部門の前期コロナ禍特需の剥落
- ※主要3部門において、おおよそ通期計画通りの進捗

- ↓
- ・入札案件対応など、引き続き自治体営業に集中
  - ・更なる施設の利便性と運営効率の向上を推進

## シダックスとの共同経営

2023年11月13日より、志太HDを買付者としたシダックスに対する公開買付が開始し、当社は本公開買付に応募  
その後、志太HD株を第三者割当増資により66%引き受け、1月上旬よりシダックス創業家と当社が一体となりシダックスの共同経営を開始

# SHIDAX

1,785カ所（2023年3月末時点）でのフードサービス  
事業（給食）をベースとした**BtoBサブスク事業**



# Oisix ra daichi

50万世帯超の国内宅配会員数をもつ  
**BtoCサブスク事業**



**BtoBとBtoCの事業を持つ、国内最大規模の食のサブスクリプション企業へ**



×

*Oisix ra daichi*

"食事"と"暮らし"を豊かにする  
社会課題解決型サブスク企業

売上：約**2,400**億円

営業利益：約**76**億円

年間提供食事数

約**5**億食

(個人向け約2.3億食、法人向け2.8億食)

提供クライアント数

約**2,000**社

年間サービス利用者数

約**1,000**万人超

従業員数：約**3.7**万人

## シダックスとの連携

### ①フードサービス事業(給食)：マーケットの概況

人材不足や物価高騰など、給食事業を取り巻く環境は変化しており、より生産性の高いモデルへの変化が求められる変革のタイミング

#### ピンチ

業績が悪化する事業者が増加・  
事業停止に至る事業者の顕在化

- ✓ 原料・人件費・光熱費などの高騰
- ✓ 価格競争に陥りやすく、価格転嫁が困難

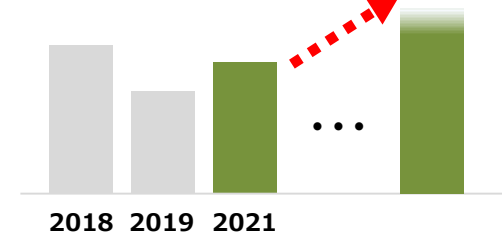
#### チャンス

給食事業への委託施設数が  
増加傾向

- ✓ 施設での人手不足に起因し、  
委託ニーズが上昇
- ✓ 保育・福祉などは施設数増

給食マーケットの市場規模\*

4.5兆円(2021年度)から  
再拡大見込



## 業界変革のタイミング

# シダックスとの連携

## ①フードサービス事業(給食)：生産性向上

BtoCでの開発ノウハウを活用して2022年6月より販売を開始した「給食用ミールキット」を導入することで、調理時間の短縮や、給食現場における食材費・人件費を15~20%程度削減できることを実証

### 給食用ミールキット



### -給食用ミールキット導入による実績

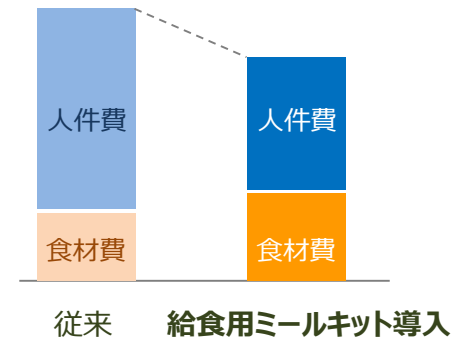
調理時間  
約**30%**短縮

食材費・人件費  
約**18%**削減

導入前  
8.5時間



導入後  
**6時間**





## シダックスとの連携

### ①フードサービス事業(給食)：満足度向上

エンドユーザー（施設利用者）に給食を通じて提供する価値の最大化を目指し、満足度の見える化によるメニューの改善や、食育・レクリエーションの導入など、高付加価値の給食を提供する事で満足度向上を目指す

#### 完食率の向上

- ✓ 満足度に繋がる要素を可視化し、サービス改善



▲保育施設等での給食のイメージ



#### 食育・レクリエーションの導入

- ✓ 食事をするのがより楽しみになるように、食に興味をもつきっかけを提供
- ✓ めずらしい素材を使った食育活動や、季節ごとの「手仕事」を手軽に楽しめるキットを提供



▲左：葉つき人参をつかった食育活動／右：手作り味噌づくりキット

## シダックスとの連携

### ①フードサービス事業(給食)：付加価値向上の事例

シダックスの施設給食の知見やアセット、オイシックスの高品質の食材や多彩なメニューなどのかけあわせにより、保育園に続き、「社員食堂」「高齢者向け施設」「学童」でも新たに協業が推進

#### 大規模社員食堂

- ✓ 初となる社員食堂への導入として、都内の1,000人規模の社員食堂にて、2024年1月より協業の取り組みを開始
- ✓ Oisixで人気の外食チェーンなどとのコラボメニューや、健康にも環境にも優しいプラントベースメニューなどを提供し、導入先企業の社員満足度向上を目指す

DEAN & DELUCA

一食堂



#### 高齢者向け施設

- ✓ 初となる高齢者向け施設への導入として、ベネッセの有料老人ホーム「グランダ国立」にて採用が決定
- ✓ Oisix基準の厳しい栽培基準をクリアした食材を使い、シダックスの医療・介護に関する食の知見を活かしたコラボメニューを開発し提供



グランダ国立/外観イメージ図  
(土地建物の所有形態：事業主体非所有)



- ▲左：東京都国立市に2024年3月オープン予定の「グランダ国立」で採用
- ▲右：季節ごとのメニュー、Kitを使った「手仕事」料理レクリエーションなどを展開予定

シダックスの施設給食の知見やアセット、オイシックスの高品質の食材や多彩なメニューなどのかけあわせにより、保育園に続き、「社員食堂」「高齢者向け施設」「学童」でも新たに協業が推進

#### 学童にてランチメニューの提供を開始予定

- ✓ 学童保育施設数1,570カ所と受託実績No.1のシダックスが運営を受託している学童のうち、約10施設において協業を予定
- ✓ 学童を利用する保護者や施設からのニーズが高い、給食がない長期休暇中のオリジナルランチメニューの提供を今年の冬にテスト運用実施
- ✓ 学童施設でも調理可能な、電子レンジ調理可能なOisix基準のランチメニューを開発



▲シダックスは全国で1,570カ所の学童保育の運営を受託



▲Oisix基準の厳しい基準で製造したランチを提供

## シダックスとの連携

### ③ BtoBtoCモデルの構築

シダックスがサービス提供をする施設利用者と、当社の会員を相互誘客することによるシナジーを構想  
両者のリソースを活用することで、「食」と「くらし」を豊かにするBtoBtoCモデルの構築を目指す



# 「くらし」のなかの「食」へのアプローチ機会の拡大

共に社会課題をビジネスの手法で解決することを目指す未来志向の企業理念を持ち、  
共同経営による機動的な意思決定と事業展開で企業価値の最大化をはかる

**SHIDAX**

未来の子供たちのために



これからの食卓  
これからの火団



*Oisix ra daichi*

- ◆ 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*