



2026年3月期 第3四半期 決算FAQ

オイシックス・ラ・大地株式会社
2026年2月12日

Q

子会社再編

Q

セグメント利益の開示変更（来期以降）

Q

主要損益項目

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

（Oisix）会員数/ARPU/マーケティング方針

Q

BtoC・BtoBサブスク（物流/製造/調達）

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/金融政策）

Q

その他トピック

参考

Oisixコース

Q

25年10月に完了した子会社再編の業績に与える影響について教えてください。

A

25年10月をもちまして、SHiDAX傘下のフードおよび社会子会社の完全子会社化、ならびに車両その他事業の売却を完了しました。11月に公表した通り、当該売却により売上高およびEBITDAは減少しました。一方、親会社帰属純利益は、売却事業の利益は減少したものの、完全子会社化による増益効果に加え、借入金返済に伴う支払利息の軽減、および事業売却に伴う特別利益の計上により増加しました。

財務面におきましては、事業売却益を原資とした有利子負債の削減および自己資本の圧縮に伴う資本構成の適正化を実施しました。この結果、ROEは従来の12%台から16%台へと大きく向上し、資本効率の大幅な改善を実現しています。

27/3期は、車両その他事業の上期分の利益が剥落しますが、現在進めている再編後のPMIを通じ、組織統合を加速します。これによりコスト構造適正化と全社費用削減を図り、収益性向上に努める方針です。

Q

来期以降のセグメント利益及び調整後セグメント利益の開示方針について教えてください。

A

27/3期より、全社費用配賦方針の見直しに伴い「セグメント利益」の定義変更を検討しています。具体的には、全社費用の一部を各セグメントへ配賦することにより、実態に即した収益管理を目指します。これに伴い、従来のセグメント利益は減少（全社費用その他は改善）する見込みですが、売上高や営業利益などの連結業績への影響はありません。

また、各事業の収益力をより明確に示すため、決算説明資料の開示指標を従来の「調整後セグメント利益」から「セグメントEBITDA」へ変更する予定です。今後も過去実績との連続性に配慮しつつ、より透明性の高い業績開示に努めてまいります。

Q

第3四半期のEBITDA及び営業利益について教えてください。

A

第3四半期のEBITDA/営業利益は、前年同期対比▲2.4%/▲3.1%で、対通期予想進捗率78%/78%で推移しています。なお、BtoBサブスクをはじめとして全体として順調に進捗していますが、BtoCサブスクは通期目標未達の見込みです。

513億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153億円（30%）、荷造運賃発送費及び梱包資材費が110億円（21%）、広告宣伝費及び販売促進費が71億円（14%）計上されています。

EBITDAと営業利益の差異として、のれん償却額は939百万円、減価償却費は3,386百万円（内、顧客関連資産関連835百万円）計上されています。なお、上期における車両その他事業の、のれん/無形固定資産償却額は、201百万円/207百万円です。

Q

第3四半期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

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、支払利息が487百万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。なお、マクロ環境の変化によりベース金利は上昇していますが、子会社再編に伴い借入金の一部について借り換え・返済を実施しているため、前年同期対比支払利息は減少しています。

特別損益の主な項目として、車両その他事業の売却益2,292百万円、子会社再編に伴う減損損失68百万円を計上しています。また、連結子会社等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

第3四半期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

グループ全体として税務の最適化を推進し、税効果適用後の法人税等の負担率は、法定実効税率（30.6%）にのれん償却額等の影響を考慮し、通期を通して40%台後半を見込んでいます。なお、子会社再編の影響で上期は58.9%であった実効税率も、3Q累計で40.6%まで改善し、グループ全体として税務最適化が着実に進展しています。

非支配株主に帰属する当期純利益は、10月に完了した子会社再編により、今後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のため、今後は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のみとなり、親会社帰属純利益に与える影響は限定的になる見込みです。

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。なお、27/3期以降は、「調整後セグメント利益」から「セグメントEBITDA」へ変更する予定です。

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、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、利益成長に伴う増配を目指してまいります。

Q

これまでに当社グループに参画した会社の状況を教えてください。

A

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。連結業績に寄与する売上高10億円以上のグループ会社としては、決算短信にて売上高を開示済みの4社（らでいっしゅぼーや、大地を守る会、Purple Carrot、SHiDAX）に加え、4社（ボンディッシュ、アグリゲート、HiOLI、豊洲漁商産直市場）があります。

米国のPurple Carrotは、ビーガン食のミールキット宅配事業を取り巻く厳しい状況を踏まえ、26/3期より事業規模の最適化を進めております。27/3期も、引き続き事業規模を縮小し、固定費削減を通じた損益分岐点の引き下げに注力してまいります。また、今後の展開として、米国での和食ニーズに応えるべく、現地企業との協働による和食事業の展開についても検討してまいります。

Q

今後のM&Aの方針について教えてください。

A

当社は、これまでBtoCサブスク領域にて、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が、今後は、「豊洲漁商産直市場」等、魅力的な商品拡充に資する企業について検討を進めていくとともに、BtoBサブスク（給食事業）を中心に積極的にM&Aを実施していく方針です。

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。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、これまで給食市場が長年抱えてきた課題を解決し、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。

（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

投資判断においては、EV/EBITDA倍率を重要指標とし、買収価格は、原則としてシナジー効果を考慮した上で当社と同水準の倍率を上限とします。不確実なシナジー効果を過大に見積もって取得価格を高くすることはせず、資本コストを上回るリターンが見込める案件に厳選して投資を行う方針です。

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

中長期目標の考え方について教えてください。

A

コア事業（BtoCサブスクおよびBtoBサブスク）を軸としたさらなる事業成長と収益性向上を実現するため、キャピタル・アロケーション方針のもと、30/3期に向けたEPS目標のほか、主要KPI（コア事業売上高・調整後セグメント利益率、Oisix会員数、給食受託施設数）を設定しています。

30/3期に向けて、当社が最優先すべき経営目標は、全社の調整後EPS（特別損益を除く）を1.7倍（CAGR 11%）へ拡大させることです。なお、会員数などの各KPIにつきましては、コア事業の進捗状況に応じて柔軟に見直しを行う一方、EPS目標につきましては「必達目標」と位置づけ、その実現に強くコミットしてまいります。

なお、30/3期目標のコア事業の売上高3,000億円、EBITDAマージン9%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。

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

コア事業（BtoCサブスク及びBtoBサブスク）に加え、その他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、BtoBサブスクにおけるトップラインの高成長及び収益性改善による増益をメインシナリオとし、その上で、BtoCサブスクのトップライン成長も図りたいと考えています。

具体的には、コア事業の規模拡大に加え、省人化と高付加価値化を実現する「タイパ給食モデル」の確立と横展開を推進することでBtoBサブスクの収益性改善を図り、コア事業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。

（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

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。

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、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Oisix会員数について教えてください。

A

Oisix会員数は、継続会員の最大化を軸に、30年3月期の目標である60万人達成を目指します。事業拡大にあたっては、会員数のみを追うのではなく、投資対効果に基づいた規律あるマーケティングを実施し、利益を犠牲にした無理な目標達成は行わず、収益を確保しながら健全な成長を実現してまいります。

現在、主力サービスである「Kit Oisixコース」の会員数は約25万人で堅調に推移しています。今後は、直近1年で約2万人規模へと急成長した「デリOisixコース」（冷蔵の主菜・副菜セット）について、会員数10万人を目標にさらなる拡大を図ってまいります。あわせて「CookBox」や「ヘルスケアOisix」といった、特定のニーズに特化した5万人規模の新規コースを複数展開することで、全体としての会員数増大を目指していきたいと考えています。

Q

中長期目標の一つであるBtoBサブスクの契約施設数について教えてください。

A

BtoBサブスクにおける契約施設数の目標は、商品・サービスの進化および営業力強化によるオーガニックな増加に加え、M&Aを含む非連続的な成長も視野に入れて設定しています。今後も、30/3期目標である3,000施設の達成に向け、成長を加速させていく方針です。

26/3期は、価格適正化に伴う解約が一定数生じた影響もあり、25/3期と同水準での推移となりました。しかしながら、27/3期以降は、特に高齢者施設および社員食堂領域において契約施設数の拡大を目指してまいります。

給食業界の特性上、契約更新は4月に集中する傾向がありますが、当社は通年でのM&Aを戦略的に実施することで、時期に左右されることなく、持続的な事業規模の拡大を推進する方針です。

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。なお、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、借入金返済を実施しました。

なお、BtoC + BtoB売上高3,000億円（30/3期目標）の達成に向けて、BtoBサブスクを中心に、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。設備投資は、30-35億円/年を想定

* 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

Oisixの会員数/ARPUについて、今後の見通しを教えてください。

A

25/12末のOisixの会員数は、新規会員獲得施策の強化によって、2Qに引き続き、前年同期を上回る結果となりました。また、26/3期上期の月間解約率は、前年同期対比、0.5pt改善しています。

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、時短とおいしさを両立させる商品の開発を一層強化し、27/3期以降を見据え、潜在顧客層への認知拡大や入会促進に向けたプロモーション手法の検討を進めていきます。具体的には、SNSや首都圏以外のテレビCMなどを通じて、より幅広い層にOisixの魅力を伝えるプロモーションを検討していきます。

(次頁へ続く)

Q

Oisixの会員数/ARPUについて、今後の見通しを教えてください。

A

ARPUについても同様に、下期からの「超ラクKit」シリーズの強化によって、よりお客様の生活に寄り添える商品・サービスを充実させることで、既存会員の購入頻度の改善によるARPUの増加を目指しています。

従来のミールキットでは実現しきれなかった、さらなる時短ニーズを満たしながら、「超ラク×コラボKit」「超ラク×鍋Kit」といった、調理時間が10分以内・包丁やまな板を使わずに仕上げるような新商品の展開を進め、飽きのこない商品開発を目指します。

Q

Oisixのマーケティング方針について教えてください。

A

事業の健全な成長を図るため、ユニットエコノミクス（LTV/CAC）と投資回収期間を重要指標として設定しています。具体的には、優良なサブスクモデルの基準とされる「LTVがCACの3倍」および「投資回収期間1年以内」をベンチマークとした規律あるマーケティング投資を実行する方針です。

LTV（顧客生涯価値）の最大化に向けて、会員数の拡大（量的成長）とARPUの向上（質的成長）の両輪に加え、原価率低減による収益性の底上げを図っています。

CAC（顧客獲得コスト）の最適化に向けて、「おためしセット」の獲得効率化と、そこから「定期会員」への転換率向上に注力しています。具体的には、広告チャネルを最適化し、運用型広告への依存度を低減させつつ成果報酬型広告の活用を強化しています。また、購入前後の顧客体験（UX）を磨き込み、フォローメールや顧客インタビューに基づく同梱物の改良を行うことで、高い入会率を目指しています。

Q

BtoCサブスクとBtoBサブスクのシナジーについて教えてください。

A

当社の高付加価値なBtoCサブスクと安定的な長期契約を軸とするBtoBサブスクは、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。

今後は、規模のメリットを最大化させるだけでなく、「調達・製造・物流の共通化によるコスト競争力の強化」と「顧客基盤とデータを活用した新たな収益機会の創出」の両面でシナジーを創出いたします。現在進行中の施策を含め、具体的には3つの領域において価値最大化を図る方針です。

（次頁へ続く）

Q

BtoCサブスクとBtoBサブスクのシナジーについて教えてください。

A

- ①オペレーションの統合：BtoCサブスクで培ったミールキット等の製造ノウハウをBtoB領域へ展開します。これにより、顧客満足度向上を図ると共に、給食現場での調理工程（切断・調味など）を効率化し、人手不足への対応と労務費削減を実現してまいります。また、共同調達と物流網の最適化により原価低減を目指します。
- ②相互送客とLTV向上：保育園給食を通じて保護者へ家庭用サービスの案内や、Oisixの独自の製造ノウハウを結集した給食メニューの開発により、BtoB領域の競争力を強化します。また、保育園や高齢者施設等の広範な接点を活用し、BtoCへの効果的なアプローチを行うことで、グループ全体のLTV向上を図ります。
- ③データ活用とESG推進：BtoC・BtoBサブスクの膨大な購買・実食データを相互活用することで、商品開発力と需要予測精度を向上します。さらに、規格外農産物の相互活用を促進することで、生産者支援とフードロス削減を両立し、サステナビリティ経営をより一層加速させます。

Q

BtoCサブスクとBtoBサブスクの物流について教えてください。

A

BtoCサブスクでは、海老名（冷蔵）と厚木（冷凍）に国内最大級の物流拠点を集約しており、両拠点の連携に加え、機械化やDXによる箱詰め効率の向上を推進し、物流効率最大化による原価低減に取り組んでいます。また、BtoBサブスクでは、子会社SLOGIXが全国の受託施設への一元物流を担っています。

今後は、BtoCのラストワンマイル網とBtoBの幹線輸送ルートを統合的に運用し、配送ルート最適化を図ることで、トラックの積載効率を改善し、物流コストの低減を推進いたします。あわせて、両事業の在庫を一括管理するハイブリッド型物流拠点への転換を進め、アセットの重複を排除したスリムなサプライチェーンを構築いたします。これら一連の取り組みにより、資産の有効活用と固定費率の抑制を実現し、より強固な経営基盤の確立を目指してまいります。

Q

BtoCサブスクとBtoBサブスクの製造について教えてください。

A

BtoCサブスクでは、主力商品「Kit Oisix」の製造を中心とした製造拠点を海老名に構えています。Kit製造に特化した独自の自動化ラインの設計に加え、原料加工の内製化範囲を拡大することで、原価低減を進めています。また、BtoBサブスクでは、高度な冷凍設備と多様な調理機能を完備した製造拠点を京都に構えています。直近では、同工場でBtoCサブスクで用いるカット食材の製造も開始しております。

今後は、BtoCサブスクの「デリOisix」やBtoBサブスクの「元気ごはん」等の内製化率を高め、食材の相互転用や製造拠点・オペレーションの共通化を徹底し、顧客満足度の向上と共にグループ全体のFLコスト（食材費・人件費）の最適化による原価低減を進めていきます。

Q

BtoCサブスクとBtoBサブスクの調達について教えてください。

A

BtoCサブスクでは、全国約4,000軒の生産者とのダイレクトネットワークを基盤としています。サブスク特有の高精度な需要予測に基づき、豊作・不作に応じた柔軟なメニュー提案（需給調整）を行うことで、極めて低いフードロス率を維持しつつ、安定価格での調達体制の構築に取り組んでいます。また、BtoBサブスクでは、子会社SLOGIXが中心となり、シダックスグループ全体の購買機能を共通化しています。これにより、大量購買によるスケールメリットを最大限に活用し、原価低減に努めています。

今後は、BtoC領域の高品質な食材とBtoB領域の広大な給食網を統合することで、グループ全体の調達力強化と仕入れ原価低減を推進します。また、BtoC領域の基準では規格外となる食材を給食の調理工程で活用し、需給変動に伴う余剰食材を相互に融通することで、フードロス削減と原価改善を両立します。さらに、安全で美味しい野菜等を強みにした高付加価値な給食メニューも共同展開し、市場での差別化を図ります。

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）に集中しています。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）に集中しています。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。

直近では、市況価格の高騰に対して、価格適正化の対応を進め、高騰分を打ち返すことができますが、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は、引き続き当社としては楽観視はせず、対応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。

現在の借入金残高（269億円）および利率水準（1～2％）を勘案いたしますと、日米の金融政策や関税政策が当社の金利負担に及ぼす直接的な影響は限定的であると見通しています。なお、為替変動や関税の影響に関しては、一部ドル建てのシステム関連費用への影響は認められますが、現時点におきましては軽微であると判断しています。

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。

Q

TOPIX銘柄の見直しに対する認識について教えてください。

A

26年10月のTOPIX定期入れ替えに係る流動性基準については、重要な経営課題の一つとして認識しています。足許の株価水準において直ちに抵触するものではありませんが、将来にわたり安定的に基準を充足するため、浮動株時価総額の拡大が必要であると考えています。

当社は、EPS、EBITDAといった利益の継続的成長と、配当等による株主還元を両輪として企業価値向上に努めます。特に、BtoBサブスクにおけるオーガニック成長とM&Aによるトップラインの拡大、及び、省人化による収益性改善を推進することで、業績を伴った時価総額の拡大をしていきたいと考えています。

25年5月に公表しました中長期目標の達成に向け、基本方針に変更はございません。一方で、その実現への道筋をより明確にお示しできるよう、トップライン（売上高）およびボトムライン（利益）双方の観点から、具体的な成長戦略を提示することで、投資家の皆様の期待に応えたいと考えています。

Q

28/3期からの新リース会計基準の適用による影響について教えてください。

A

28/3期から適用予定の新リース会計基準につきまして、当社財務諸表に及ぼす影響は限定的であると認識しています。

貸借対照表におきましては、使用权資産およびリース負債がオンバランス化されることにより、資産総額等がやや拡大する事を見込んでいます。一方、損益計算書におきましては、減価償却費および支払利息が増加するものの、賃借料が減少するため、これによる当期純利益の変動は僅少であると考えています。

今後も、会計基準の変更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。



必要量の食材とレシピがセットになった
調理時間が10分から作れるミールキット



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