



2027年3月期
第1四半期
決算説明資料

オイシックス株式会社
2026年8月13日

「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

27年3月期
1Q実績

1Q業績ハイライト

- 売上高は606億円（前年同期比8.6%減少）、EBITDAは33億円（同0.5%増加）、営業利益は22億円（同23.6%増加）、親会社帰属純利益は12億円（同71.7%増加）を計上。各指標の通期予想に対する進捗率は概ね25%となり、順調に推移
- 去年の車両その他事業売却に伴う減収減益影響（1Q売上高73億円/営業利益6億円）があるものの、B2B事業の増益により営業利益、親会社帰属純利益は増加。なお、車両その他事業売却影響を除いたベースでは、売上高は3%増、営業利益は81%増と増収増益

B2C及びB2B事業

- B2C事業は、売上高は前年同期比で減少したものの、商品アロケーションの最適化（販売頻度や原価の見直し）、赤字受注の抑制などにより構造的な収益性改善を図り、EBITDAは前年同期と同水準で推移
- B2B事業は、運営標準化や価格適正化により食材費・人件費高騰の影響を吸収し、EBITDAマージンは4.8%（前年比3.4pt改善）となり収益性が向上
- 4月より高齢者施設向け完全調理品「元気ごはん」の本格展開を開始。約1,500施設へのサンプリング試食/導入検討のヒアリングで95%の施設から高評価を得たほか、1割が「来年度からの切り替えを積極検討」、4割が「切り替えを検討」と回答するなど強いニーズを獲得

27年3月期
予想

B2C事業：「デリOisix」の製造体制の強化

- 温めるだけで完成する「デリOisix」の製造体制を強化し、1日あたりの製造量を1.4倍に拡張するとともに、これまでより賞味期限の長い商品の開発にも注力し、4日分の夕食をお届けする「デリOisix 4 daysプラン」の販売を開始することで、「デリOisix」を更に充実させる方針
- 「デリOisix」の拡大に伴う製造原価改善、在庫適正化による割引販促費の削減などを通じ、構造的な収益性改善を進める

B2B事業：「元気ごはん」の本格展開

- 施設における切り替え検討のピークとなる11月以降に向け、さらなる「元気ごはん」の改良および営業体制の整備を進め、営業獲得の最大化を企図。また、現場やお客様からのフィードバックを反映するとともに、「食べる楽しみ・おいしさ」「少量高カロリー」「機能維持」といった提供価値を高めるPDCAサイクルを構築し、品質向上に継続して取り組む方針
- 運営標準化につき、食材費、労務費ともに10日ごとのアラート管理を導入し、店舗毎に計画立案する体制を構築
- ホルムズ海峡情勢に伴う影響は、値上がりが著しい豚肉類のメニュー改定や調達一元化等により、期初に想定していた数億円規模にとどまり、価格適正化と運営標準化で吸収できる見通し

通期業績予想及び配当予想の上方修正（増配）（8月3日公表済）

- 25年9月に実施したB2B事業の完全子会社化以降、順次実施してきた組織再編に伴い、法人税等の負担率が構造的に低下する見込み。その結果、EPSの通期予想を上方修正するとともに、1株当たり配当金の通期予想を上方修正

1. 2027年3月期1Q実績

27年3月期1Q実績サマリ

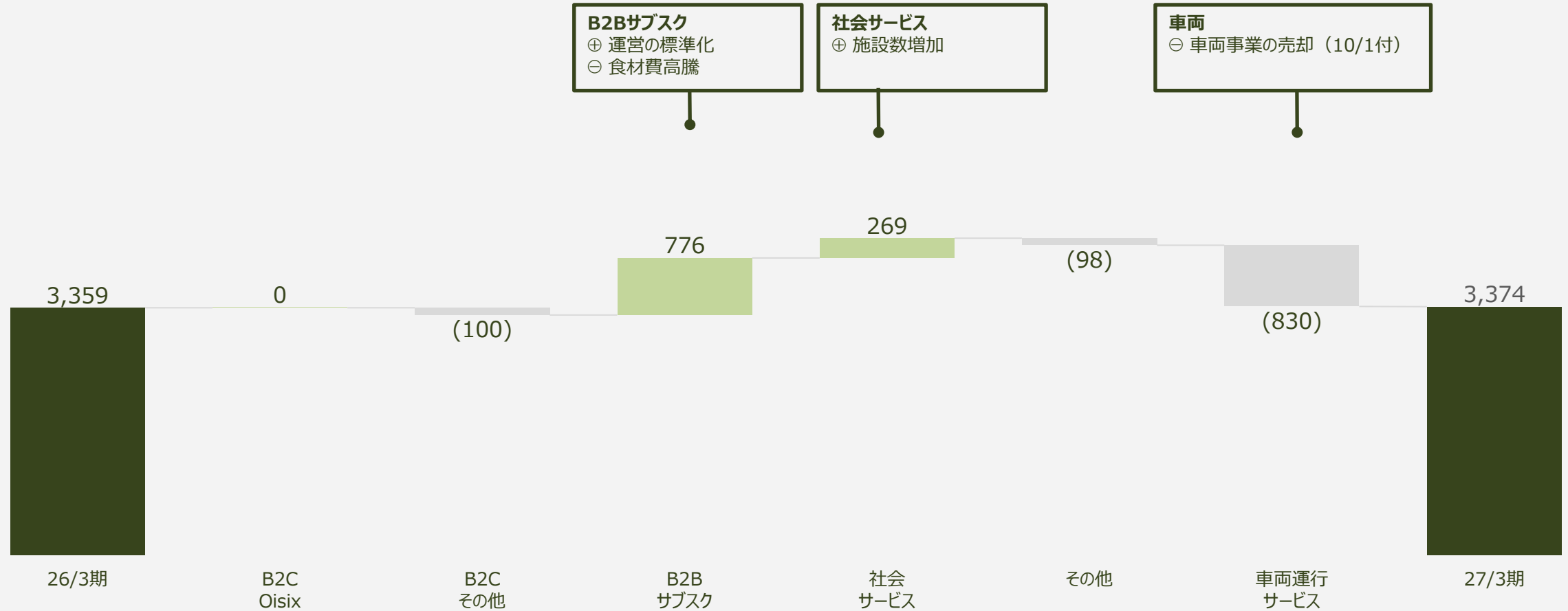
	26/3期	27/3期	前年同期比 増減
(百万円)	1Q	1Q	
売上高	66,423	60,682	(8.6%)
EBITDA	3,359	3,374	+0.5%
営業利益	1,837	2,271	+23.6%
親会社帰属 純利益	750	1,289	+71.7%

ハイライト

- B2B及び社会サービスの新規契約数増加により前年比で増加した一方、前年の車両その他事業売却（▲73億円）も踏まえ、全社売上高は減少
- 前年の車両その他事業売却（営業利益▲6億円）にも関わらず、増益を達成
- B2C事業は、商品アロケーションの最適化（販売頻度や原価の見直し）、赤字受注の抑制などにより収益性は改善
- B2B事業は、学校給食を中心とした新規契約数の増加に加え、食材費・人件費高騰の影響を運営標準化によって吸収することで、収益性は大きく改善し、増収増益
- 営業利益拡大に伴い、親会社帰属純利益も増益

EBITDA

(百万円)



* EBITDA（その他）は、その他事業、全社費用を含む

セグメント売上高

(百万円)	26/3期 1Q	27/3期 1Q	YoY
B2Cサブスク	23,679	21,999	(7%)
Oisix	14,689	14,072	(4%)
その他	8,990	7,927	(12%)
B2Bサブスク	21,010	22,349	+6%
社会サービス	10,074	12,203	+21%
車両運行サービス (26/3下期は連結除外)	7,332	-	-
その他事業	5,025	4,605	(8%)
連結調整	(700)	(474)	-
売上高	66,423	60,682	(9%)
売上高（車両事業除く）	59,090	60,682	+3%

セグメントEBITDA

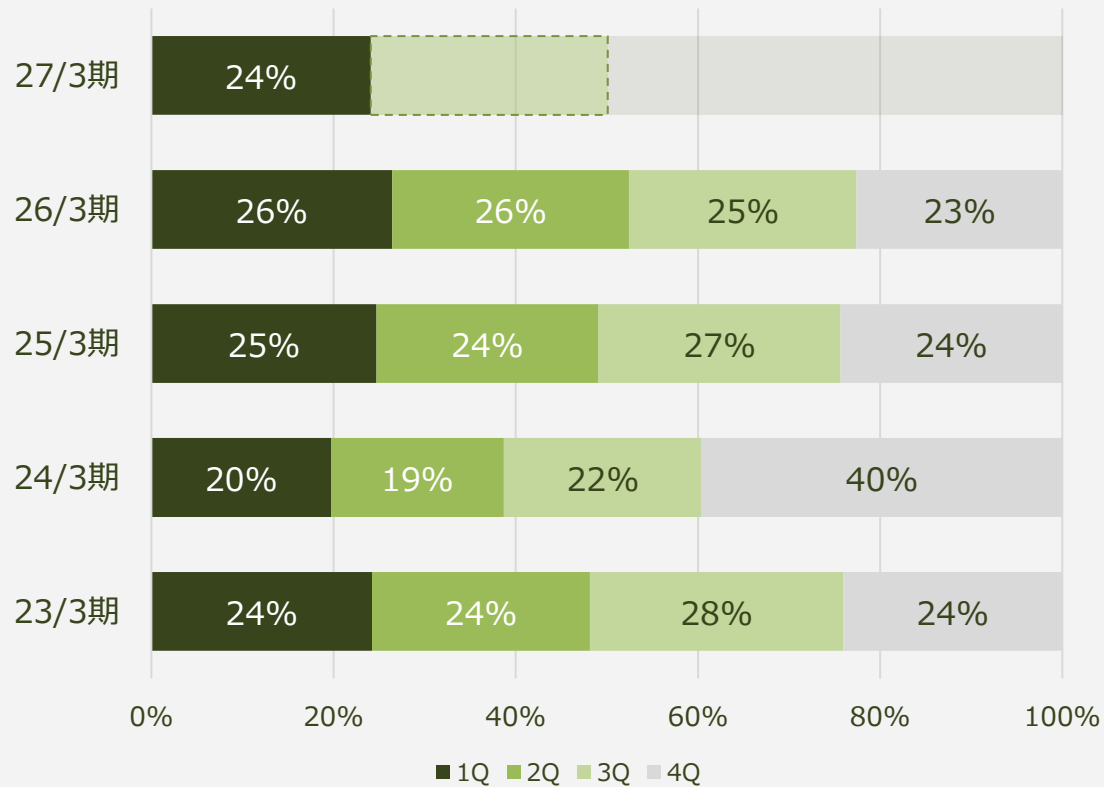
(百万円)	26/3期 1Q	27/3期 1Q	YoY	利益率
B2Cサブスク	2,505	2,404	(4%)	10.9%
Oisix	2,073	2,072	(0%)	14.7%
その他	432	331	(23%)	4.2%
B2Bサブスク	306	1,083	+253%	4.8%
社会サービス	606	875	+44%	7.2%
車両運行サービス (26/3下期は連結除外)	830	-	-	-
その他事業	298	147	(51%)	3.2%
全社費用その他	(2,710)	(2,238)	-	-
全社費用	(1,188)	(1,135)	-	-
のれん・減価償却費	(1,521)	(1,102)	-	-
営業利益	1,837	2,271	+24%	3.7%
営業利益（車両事業除く）	1,254	2,271	+81%	3.7%
EBITDA	3,359	3,374	+0%	5.6%

* 27/3期からセグメントEBITDA（新基準）に変更し、全社費用配賦方針の見直しに伴う定義変更を実施。セグメントEBITDA＝セグメント利益＋のれん・減価償却費（後頁同様、詳細はデータシート参照）

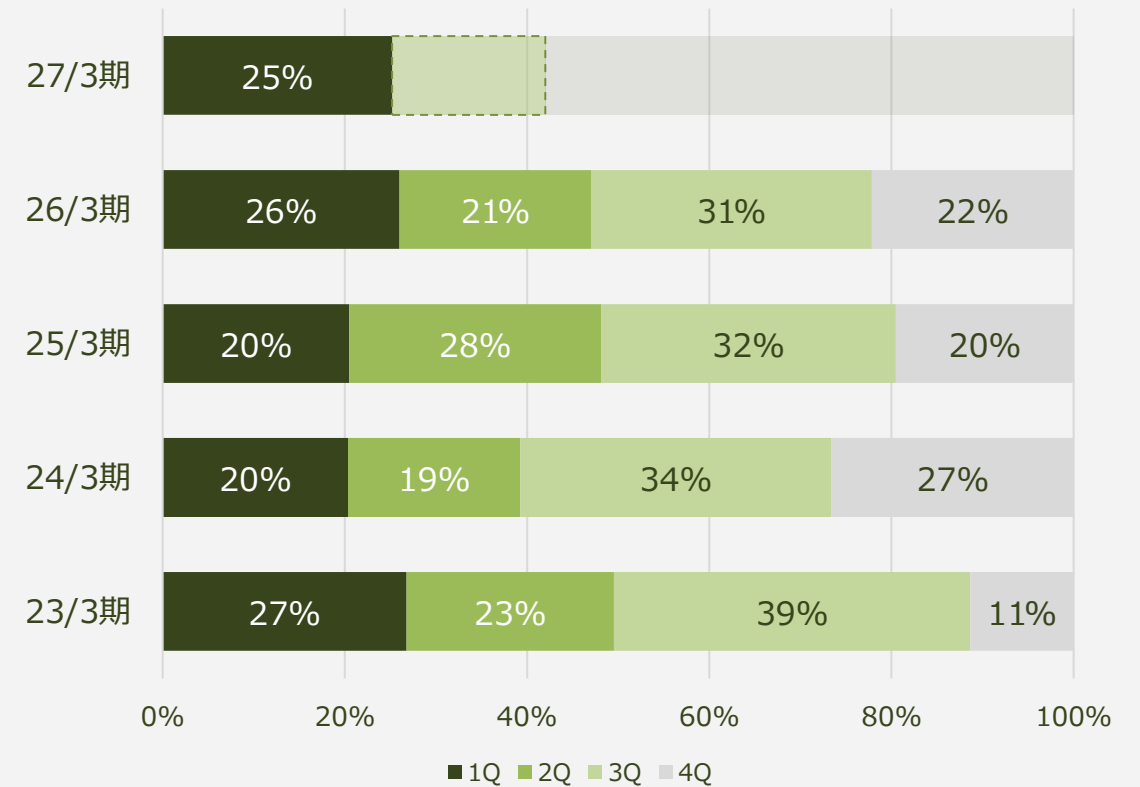
*「営業利益（車両事業除く）」は、営業利益から車両運行サービスのセグメント利益（決算短信（新基準））を控除して算出

- 1Q業績は通期業績予想に対して順調に推移し、上期進捗率は40%台前半となる見通し

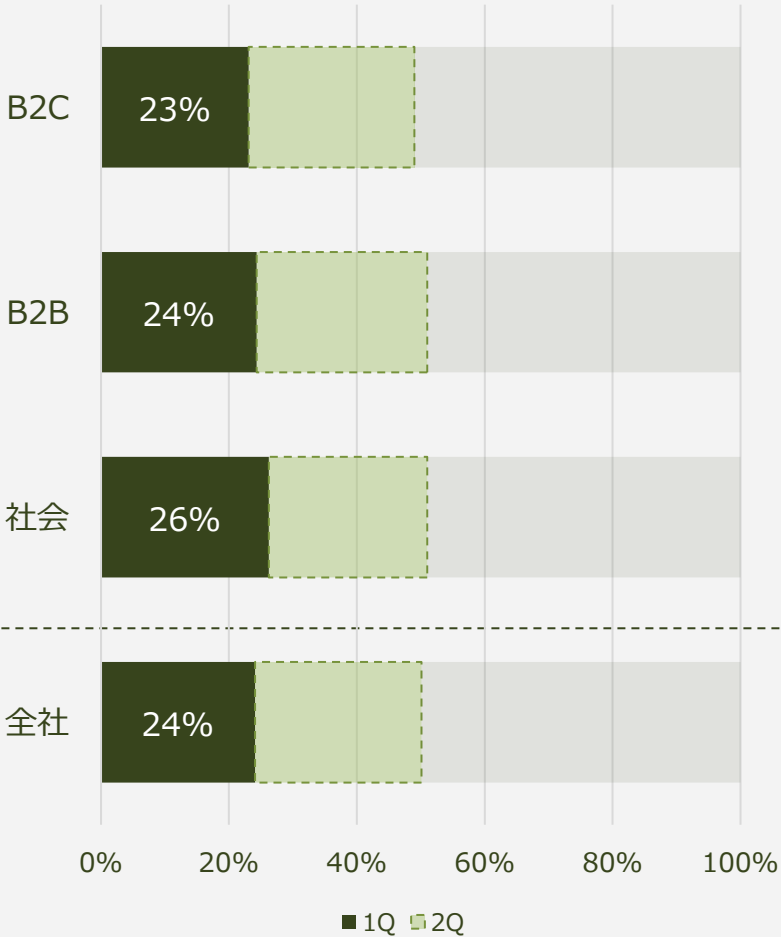
売上高



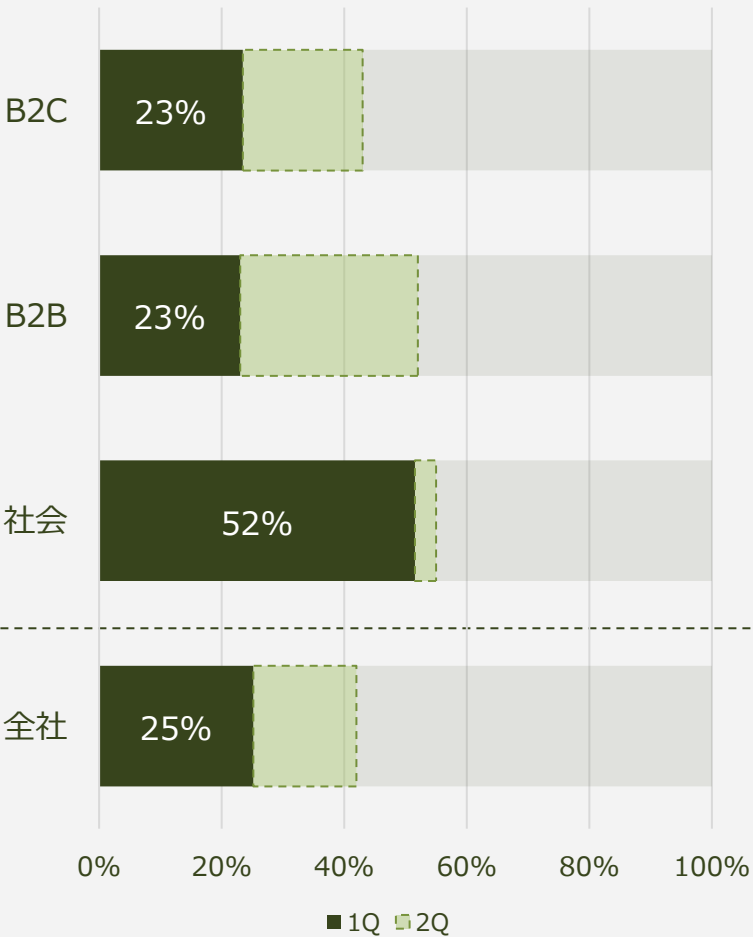
EBITDA



売上高



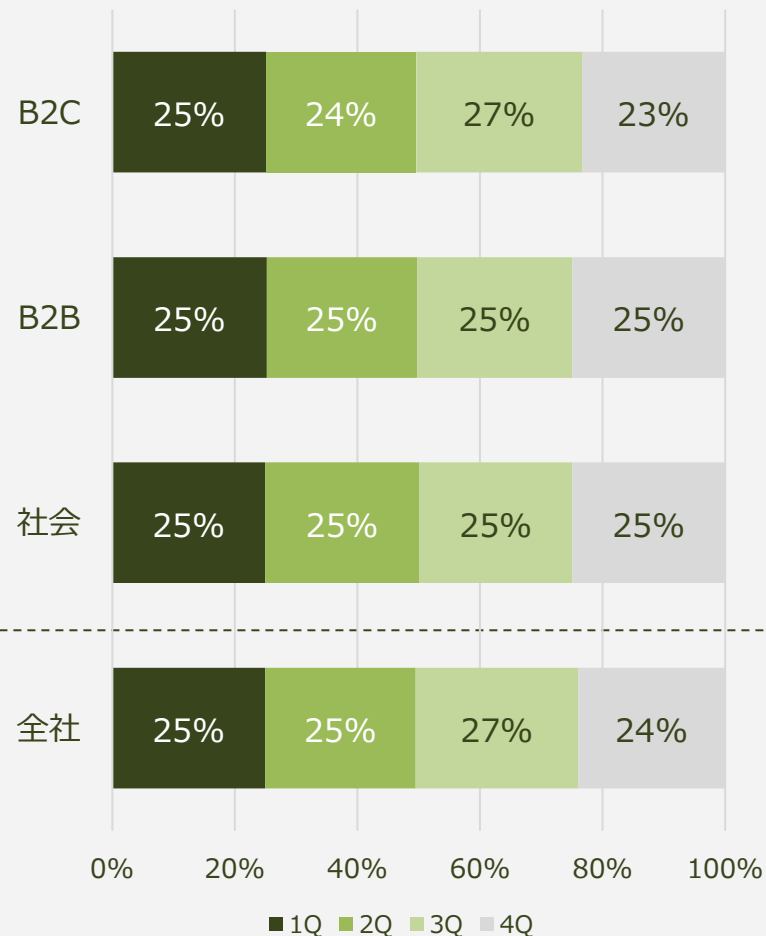
セグメントEBITDA



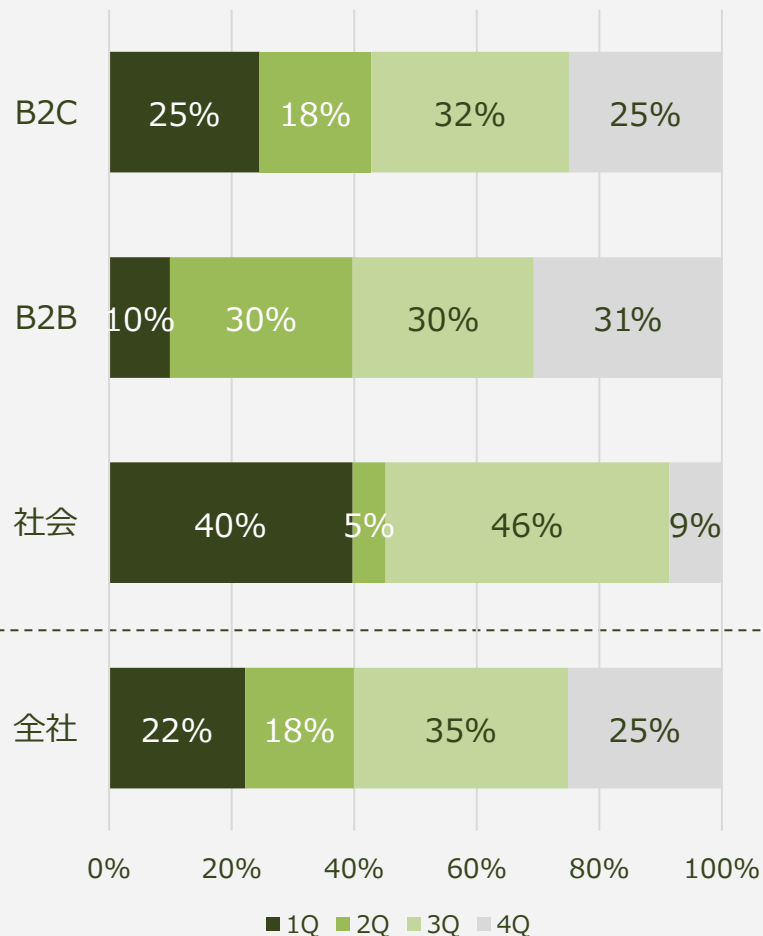
ハイライト

- B2C：1Qは順調に進捗。上期利益進捗率は、前年と同水準となる見込み
- B2B：1Qに続き2Qも順調に推移する見通し。上期利益進捗率は50%超となる見込み
- 社会：1Qは当初想定以上の順調な推移だが、2Qは例年通り労務費が増加見込み
- 全体：1Qは順調に推移。上期利益進捗率は、40%台前半となる見込み

売上高



セグメントEBITDA



ハイライト

- B2C：2Qにマーケティング費用を積極的に投下。クリスマス・年末商戦の影響により3Q利益偏重
- B2B：運営標準化の進展により、下期の利益が拡大
- 社会：学童保育の利用頻度が高い夏休み・冬休みに労務費が増加するため、1Q・3Q利益偏重
- 全体：上期利益進捗率は40%となっており、下期偏重の傾向

- 借入金減少に伴い、Net Debt/EBITDAが低下し財務体質が健全化。ROE、ROICも向上し、資本効率は改善傾向

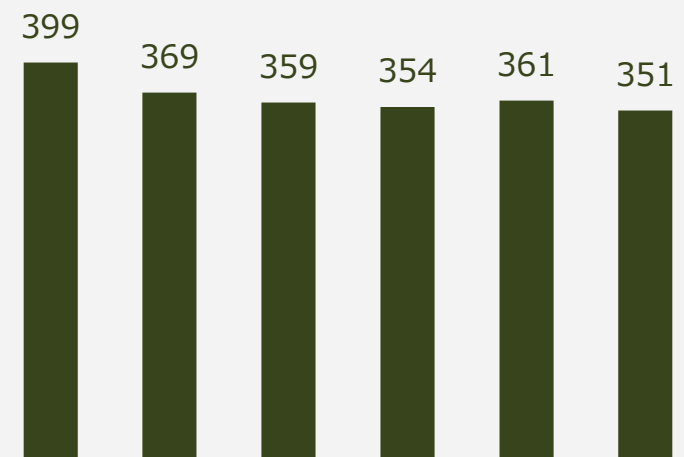
(百万円)	25/3末	26/3末	26/6末	対26/3末 増減		25/3末	26/3末	26/6末	対26/3末 増減
資産	134,564	108,137	109,578	+1.3%	純資産	39,487	29,069	29,820	+2.6%
現金及び預金	19,155	21,263	21,657	+1.9%	株主資本	28,978	26,110	26,996	+3.4%
有形固定資産	27,066	23,437	23,065	(1.6%)	非支配株主 持分	9,030	1,709	1,562	(8.6%)
顧客関連資産	24,476	13,006	12,815	(1.5%)	自己資本比率	22.6%	25.3%	25.8%	-
のれん	14,837	7,730	7,611	(1.5%)	ROE	12.8%	16.4%	17.9%	-
負債	95,076	79,067	79,758	+0.9%	ROIC	10.3%	12.4%	13.8%	-
借入金	33,381	24,877	22,154	(10.9%)	Net Debt/ EBITDA	1.11x	0.28x	0.04x	-

- 直近2年間は、会員数は35～36万人前後を推移。今後は、UI/UXの刷新、および価格設定の柔軟化により購入頻度を改善することで、ARPUの増加を目指しつつ、「デリOisix」の本格PR準備を進める方針

会員数及びARPU

■ 会員数 (千人) — ARPU (千円)

前年同期対比



24/3期 上期 24/3期 下期 25/3期 上期 25/3期 下期 26/3期 上期 26/3期 下期

12.3 12.0

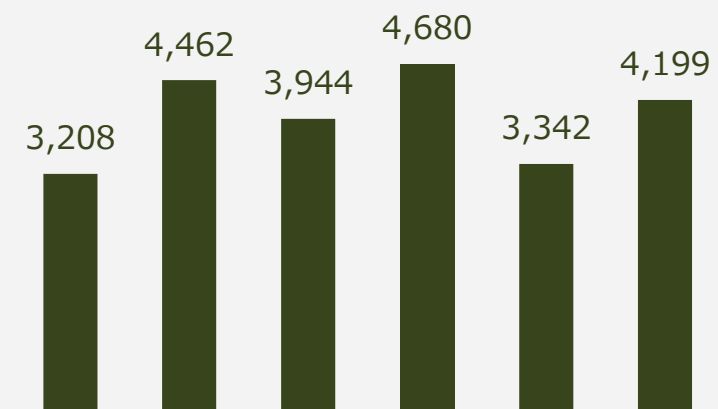
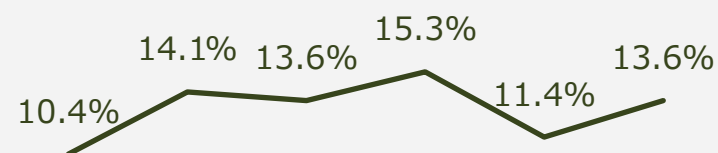


26/3期 1Q 27/3期 1Q

EBITDA

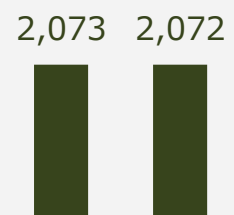
■ EBITDA (百万円) — EBITDAマージン (%)

前年同期対比



24/3期 上期 24/3期 下期 25/3期 上期 25/3期 下期 26/3期 上期 26/3期 下期

14.1% 14.7%



26/3期 1Q 27/3期 1Q

* 会員数：各期末の会員数

* EBITDA：全社費用の配賦方針の見直しに伴う定義変更に伴い、過去の開示数値と比較して減少

デリOisix

たすだけシリーズ

超ラクKit 3ステップ

デリOisix



- 本格PRに向け、従来より賞味期限の長い「デリOisix 4daysプラン」の販売を開始
- 製造能力の拡張・賞味期限の更なる長期化を実施後に本格PRを準備する予定。累計300万食超の実績をベースに、会員数増加および購入頻度向上を目指す

〇〇を たすだけ!



- 座談会や顧客インタビューでも高評価を得ている、「たすだけシリーズ」のプレミアム時短惣菜が購入単価向上に貢献
- 新規・休会している会員に対してもプレミアム時短惣菜を提案することで、購入単価・購入頻度の改善を目指す

超ラクに

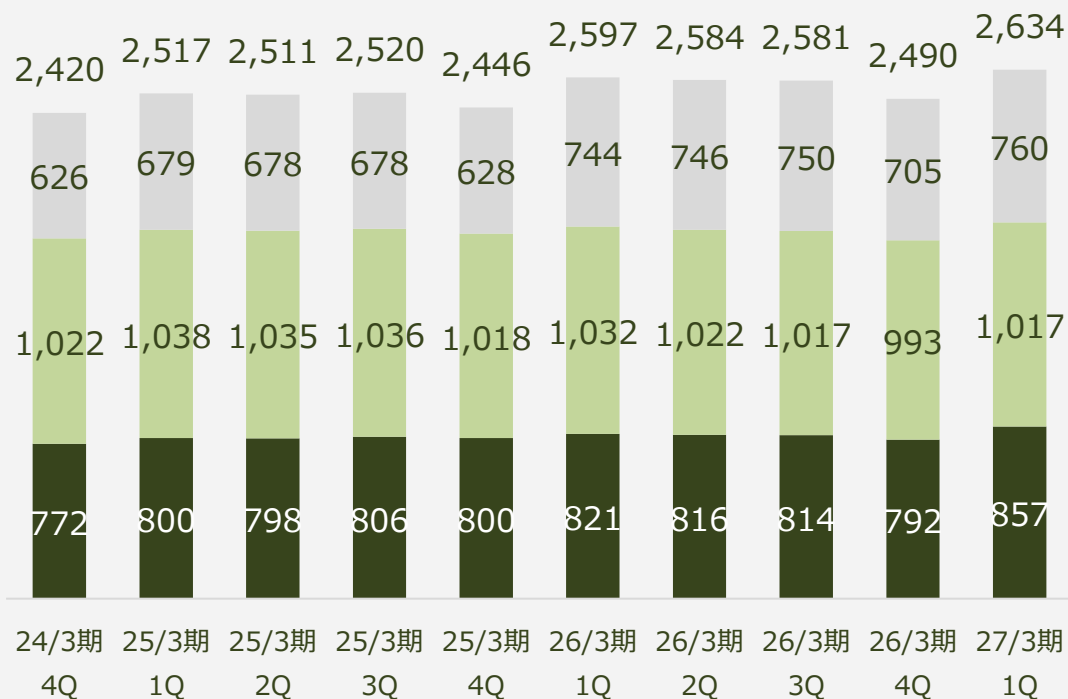


- 思考や選択のストレスを減らすトレンド「メンパ（メンタルパフォーマンス）の向上」をテーマに、調理の労力を極限まで減らす「3つのキャンセル（包丁・思考・準備キャンセル）」を実現する「超ラクKit 3ステップ」の販売開始
- ターゲットである3歳～小学校低学年の子どもを持つ世帯のニーズに応えることで、購入頻度向上を目指す

- 価格適正化にて一部解約が発生するも、学校給食・高齢者施設の新規獲得は着実に進展
- 値上がりが著しい豚肉類のメニュー変更や調達の一元化により、ホルムズ海峡の情勢を含めたマクロ環境による変動リスクを軽減

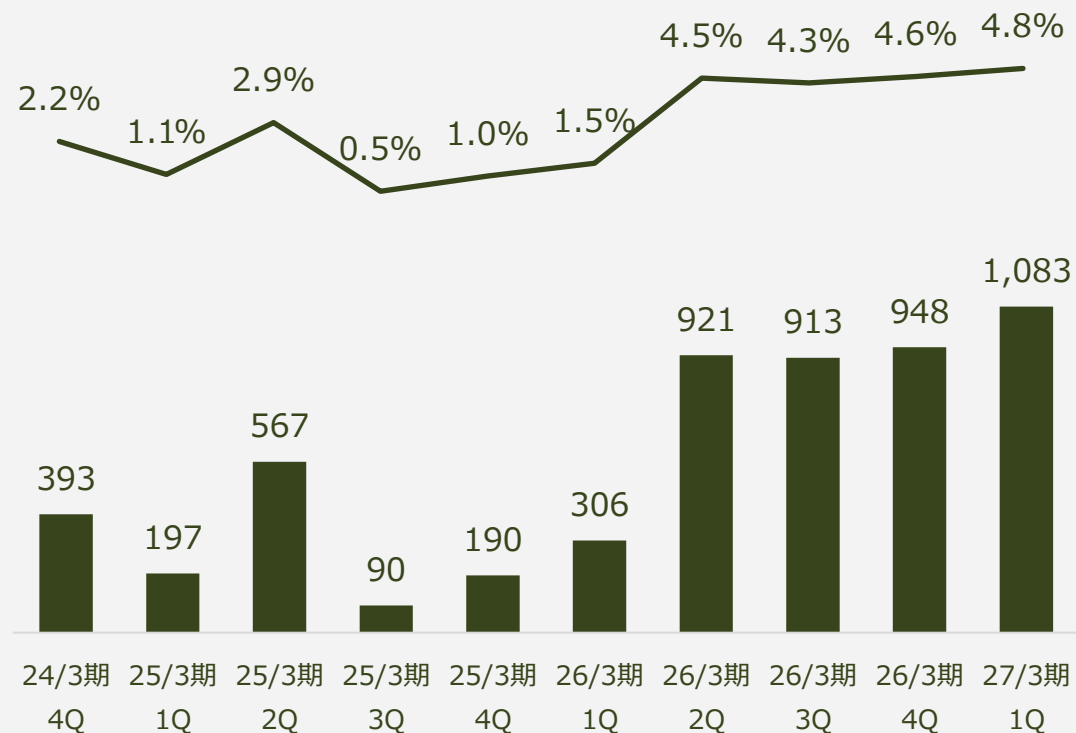
契約施設数

■ ライフケア (件) ■ コントラクト (件) ■ 学校給食 (件)



EBITDA

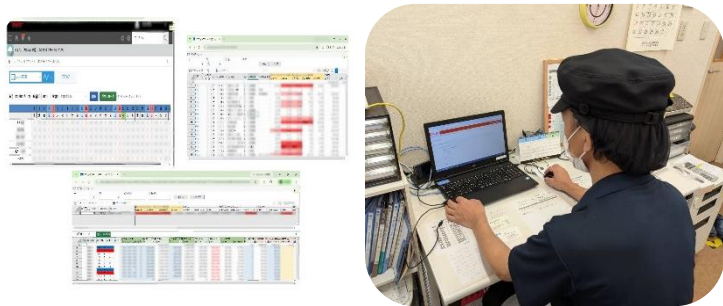
■ EBITDA (百万円) — EBITDAマージン (%)



* ライフケア：高齢者施設、保育、病院等、コントラクト：工場、金融機関支店、オフィス、寮・研修所、大学等

* EBITDA：全社費用の配賦方針の見直しに伴う定義変更に伴い、過去の開示数値と比較して減少

運営の標準化 (アラート・シフト管理)



- 食材費・労務費ともに、10日毎の計画と実績の差分で管理し、早期に店舗をグループ分け。AI分析で個店の傾向を把握してアラート精度を高め、個店毎の計画を実行
- シフト作成のAI化は3Qよりリリース予定。食数データから適正な労働力配分を算出し、店舗ごとの最適シフトを設定。その他、営業から現場業務までAI活用を順次拡大中

元気ごはん (高齢者施設向け完全調理品)

元気ごはん with Oisix



- 4月から提供を開始し、野菜の離水などの課題に対し、段階的に品質切り替えや味の調整を実施。完食率のデータ収集や残食傾向分析などを通じて品質改善のPDCAを継続
- 「食べる楽しみ・おいしさ」「少量高カロリー」「機能維持」といった提供価値を高め、昼夜の「すごカロ」主食やミキサー食の開発、女性の要望が多い麺類や洋食メニューの追加の検討を進める

M&AとPMIの推進



- 各社との関係構築を進めつつ、中・小規模事業者（売上50億円規模）も含め、アプローチを強化
- なの花九州の事業承継後、利用者増加により業績は想定を上回り推移。同社の優れた調理師・栄養士に関する制度を当社に展開する一方、店舗スタッフとのコミュニケーションも強化

參考資料

支援物資のお届け



- 令和8年熊本地震の発生を受け、熊本地震対策チームを立上げ、熊本県内の自治体や契約生産者、NPOと連携することで、7月30日より被災された方々、施設等へ向けた支援物資のお届けを開始
- B2C事業各ブランドによる物資手配、「移動スーパー とくし丸」によるお届け等、グループ全体で支援活動を実施していく

「EAT and SEND for 熊本」商品の販売

商品の購入を通じて継続的な復興への支援を
EAT and SEND for 熊本

食べて応援！寄付金付き商品



- Oisixでは、熊本県製造の商品や熊本県産品、ご当地グルメ等を寄付金付き商品として販売
- 1品につき50円を寄付し、お客様からいただいた金額と同額をOisixからも寄付。寄付金は県内の生産者やシダックスが運営する給食施設、病院等へお届け予定

支援実績

初の四国展開

子どもたちの栄養を考えた食支援
WeSupport Family



寄付物資支援

22億円

支援世帯数

3.2万世帯

2021/12

2026/6時点
(累計)



認定特定非営利活動法人
フードバンクとくしま

- 認定NPO法人フードバンクとくしまとの連携を強化し、四国4県のフードバンクネットワークを通じて、6/25より四国全域のひとり親家庭約1,000世帯への食品支援を開始
- 支援が都市部に比べて限られる地方に食品寄付の仕組みを展開し、支援の「地域格差」を軽減

梱包資材をプラから紙へ変更

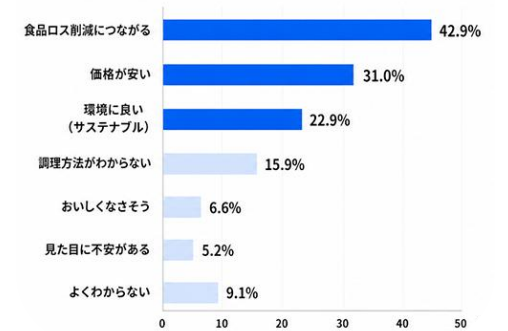


- らでいっしゅぼーやにて、紙包装への切り替えや野菜等の個別包装を省いた直接箱詰めを実施
- 従来から実施していた自社配送を活用した卵ケース等紙由来容器のリユースに加え、フルーツキャップをお客様から回収し、産地に送付して再利用してもらう取り組みを6月末の桃の出荷に合わせて開始

「低・未利用魚」活用した新商品販売

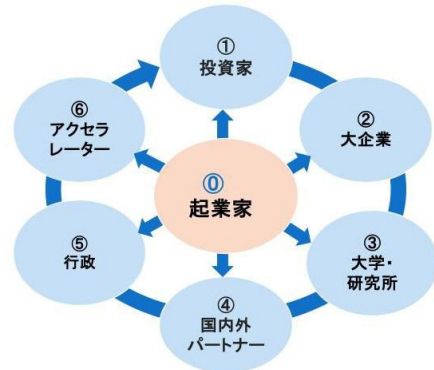


Q4. 低・未利用魚を食べることに対して、イメージに当てはまるものを選んでください (n=667)



- 6月8日の「世界海洋デー」に合わせて、低・未利用魚「マルソウダガツオ」を活用したケバブサンドセットを発売。東京海洋大学の非公認学生サークルからの共同開発提案を受け、1年半かけて商品化
- ミールキット販売で調理の手間やハードルを下げることにより、サステナブルな消費を支援

新潟フードテックタウン実行委員会の設立



- 食産業が盛んで大学等の研究機関も充実している新潟をフードテック企業立地の最適地とすることを目的し、4月16日に新潟フードテックタウン実行委員会を設立
- 産（経済界）・官（行政）学（大学）・金（金融機関）が連携し、起業家の挑戦を新潟全体で強力にバックアップする体制を構築

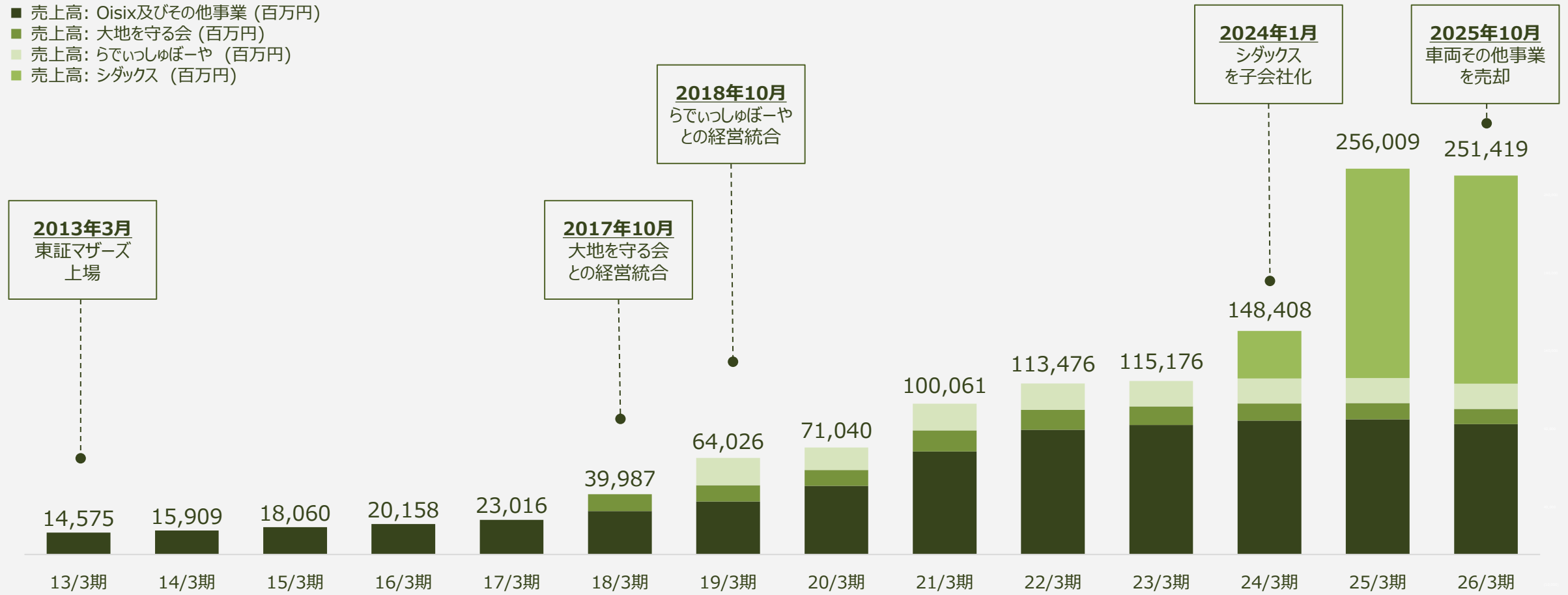
フードテック・イノベーションプログラム（仮称）の採択



- 新潟大学と共同で実施した新たな学位プログラム「フードテック・イノベーションプログラム（仮称）」設立の提案が、NEDOの支援事業に採択
- 産業界で活躍できる人材を育成するために産学が協力して設置・運営する「契約学科」の先行事例として、2035年までに世界の食の未来を切り拓く高度人材を100名以上排出することを目指す

- 大地を守る会（2017年）、らでいっしゅぼーや（2018年）、シダックス（2024年）のM&Aを経て、事業規模を大きく拡大

売上高推移



(百万円)	26/3期	27/3期	対前年 増減	ハイライト
	実績	予想		
売上高	251,419	252,000	+0.2%	車両その他事業の売却による減収分（145億円）を、B2B事業を中心とした事業成長でカバーし、前年と同水準を維持する見込み
EBITDA	12,914	13,400	+3.8%	- 車両その他の事業の売却による減益分（10億円）があるものの、B2B事業を中心とした事業成長でカバーし、前年を上回る見込み - B2C事業は、構造的な収益性改善により増益見込み - B2B事業は、運営標準化による収益性改善により大幅増益見込み
営業利益	7,339	8,700	+18.5%	
親会社帰属 純利益	4,527	5,210	+15.1%	営業利益の拡大に伴い、親会社帰属純利益も増益見込み

セグメント売上高

(百万円)	26/3期 実績	27/3期 予想	YoY
B2Cサブスク	94,286	95,300	+1%
Oisix	60,114	63,500	+6%
その他	34,172	31,800	(7%)
B2Bサブスク	83,385	91,800	+10%
社会サービス	40,378	46,500	+15%
車両運行サービス (26/3下期は連結除外)	14,584	-	-
その他事業	21,702	21,500	(1%)
連結調整	(2,918)	(3,100)	-
売上高	251,419	252,000	+0%
売上高（車両事業除く）	236,835	252,000	+6%

セグメントEBITDA

(百万円)	26/3期 実績	27/3期 予想	YoY	利益率
B2Cサブスク	10,162	10,250	+1%	10.8%
Oisix	7,541	8,000	+6%	12.6%
その他	2,621	2,250	(14%)	7.1%
B2Bサブスク	3,090	4,700	+52%	5.1%
社会サービス	1,528	1,700	+11%	3.7%
車両運行サービス (26/3下期は連結除外)	1,527	-	-	-
その他事業	1,229	1,600	+30%	7.4%
全社費用その他	(10,198)	(9,550)	-	-
全社費用	(4,623)	(4,850)	-	-
のれん・減価償却費	(5,574)	(4,700)	-	-
営業利益	7,339	8,700	+19%	3.5%
営業利益（車両事業除く）	6,309	8,700	+38%	3.5%
EBITDA	12,914	13,400	+4%	5.3%

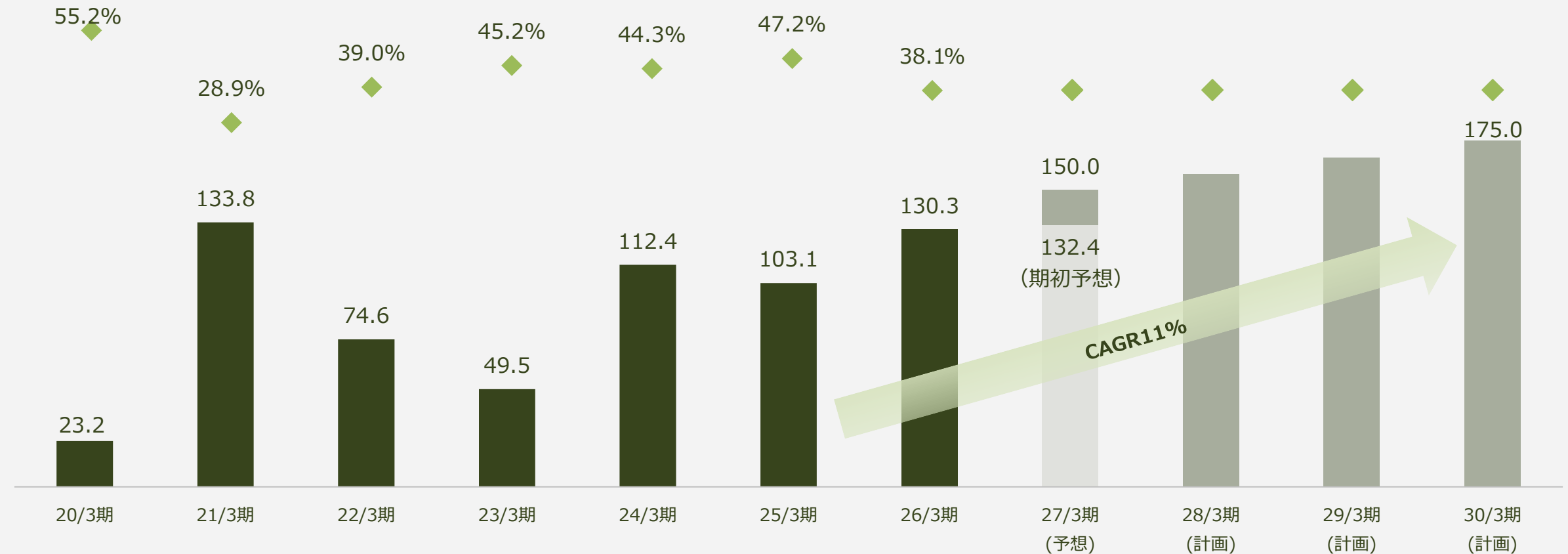
* 27/3期からセグメントEBITDA（新基準）に変更し、全社費用配賦方針の見直しに伴う定義変更を実施。セグメントEBITDA＝セグメント利益＋のれん・減価償却費（後頁同様、詳細はデータシート参照）

* 「営業利益（車両事業除く）」は、営業利益から車両運行サービスのセグメント利益（決算短信（新基準））を控除して算出

- オーガニック成長の推進に加え、M&Aに伴うのれん償却費を上回る利益を創出することで、EPSの着実な成長を目指す

EPS

■ EPS（円） ◆ 法人税等の負担率(%)



* 法人税等の負担率＝法人税等合計÷税金等調整前純利益

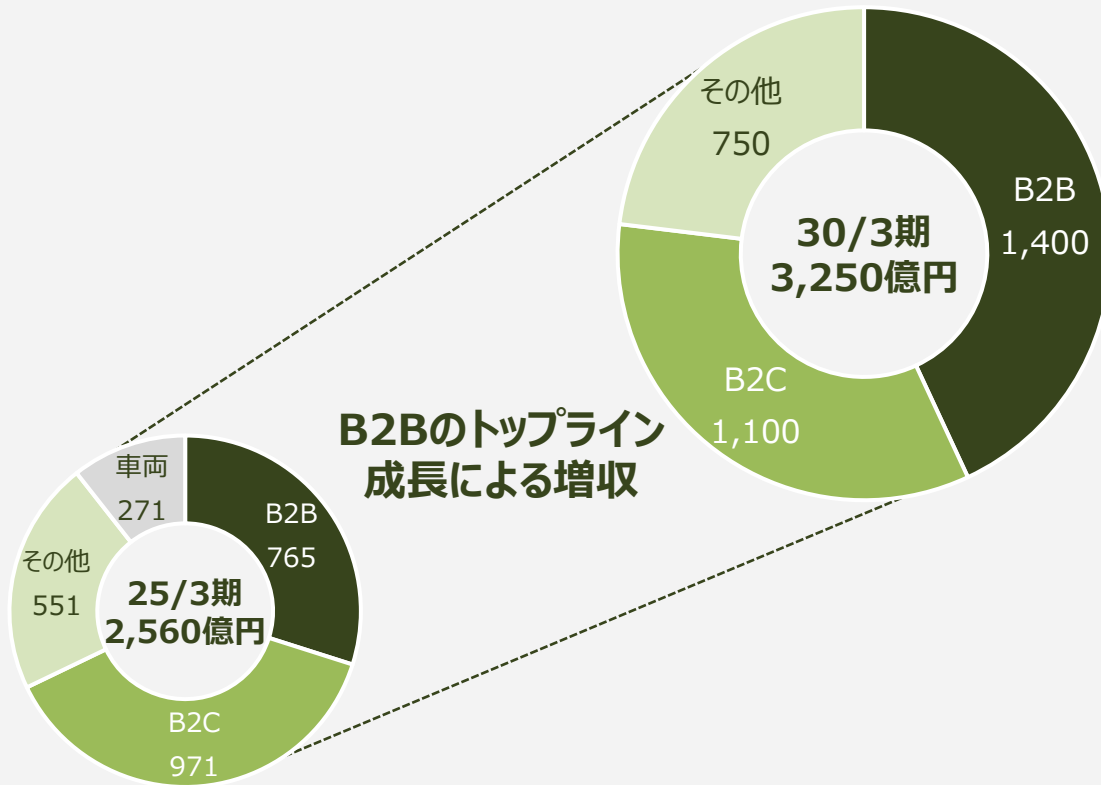
* 27/3期EPS（予想）は、8月3日付で上方修正（132.4円⇒150.0円）。30/3期EPS（計画）は、25年5月15日に公表した175円を据え置き

中長期目標ー売上高及びEBITDA

- B2B事業において、契約施設数の増加を通じ、二桁%のトップライン・オーガニック成長を目指す
- オーガニック成長にくわえ、ロールアップ型M&Aによる成長と収益性改善により、全社EBITDAの増加を目指す

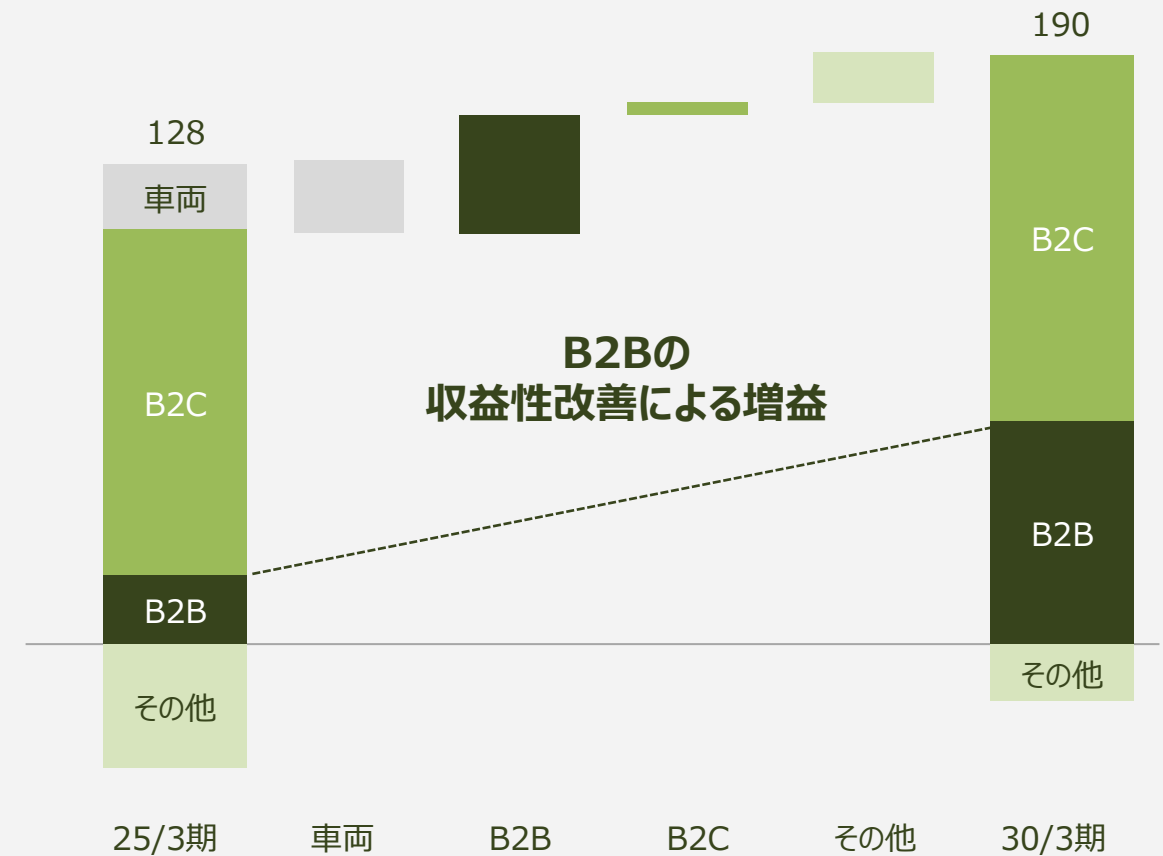
売上高

(億円)



EBITDA

(億円)



* 売上（その他）は、社会サービス事業、その他事業、連結調整を含む
* EBITDA（その他）は、社会サービス事業、その他事業、全社費用その他を含む

中長期目標概要（2030年目標）

- 26/3期及び27/3期は、25年10月の車両その他事業の売却に伴い、売上高およびEBITDAの成長幅は限定的なものとなる見通し
- 今後は、B2B事業のトップライン成長と収益性向上に注力し、最重要指標であるEPS目標の前倒し達成を目指す方針

中長期目標

(億円)	25/3期	26/3期	(予想) 27/3期	(計画) 30/3期	(CAGR) 25/3期-30/3期
EPS	103.1円	130.3円	150.0円	175.0円	—
前年比	—	+26.4%	+15.1%	—	11%
売上高	2,560	2,514	2,520	3,250	—
前年比	—	(1.8%)	+0.2%	—	5%
EBITDA	128	129	134	190	—
前年比	—	+0.9%	+3.8%	—	8%

- 車両事業を除くベースのEBITDA・営業利益は、引き続き二桁成長を維持

車両事業を除く業績の推移

(億円)	25/3期	26/3期	(予想) 27/3期	(計画) 30/3期	(CAGR) 25/3期-30/3期
売上高	2,288	2,368	2,520	3,250	7%
前年比	—	+3.5%	+6.4%	—	
EBITDA	105	113	134	190	13%
前年比	—	+7.8%	+17.7%	—	
営業利益	55	63	87	—	—
前年比	—	+13.8%	+37.9%	—	

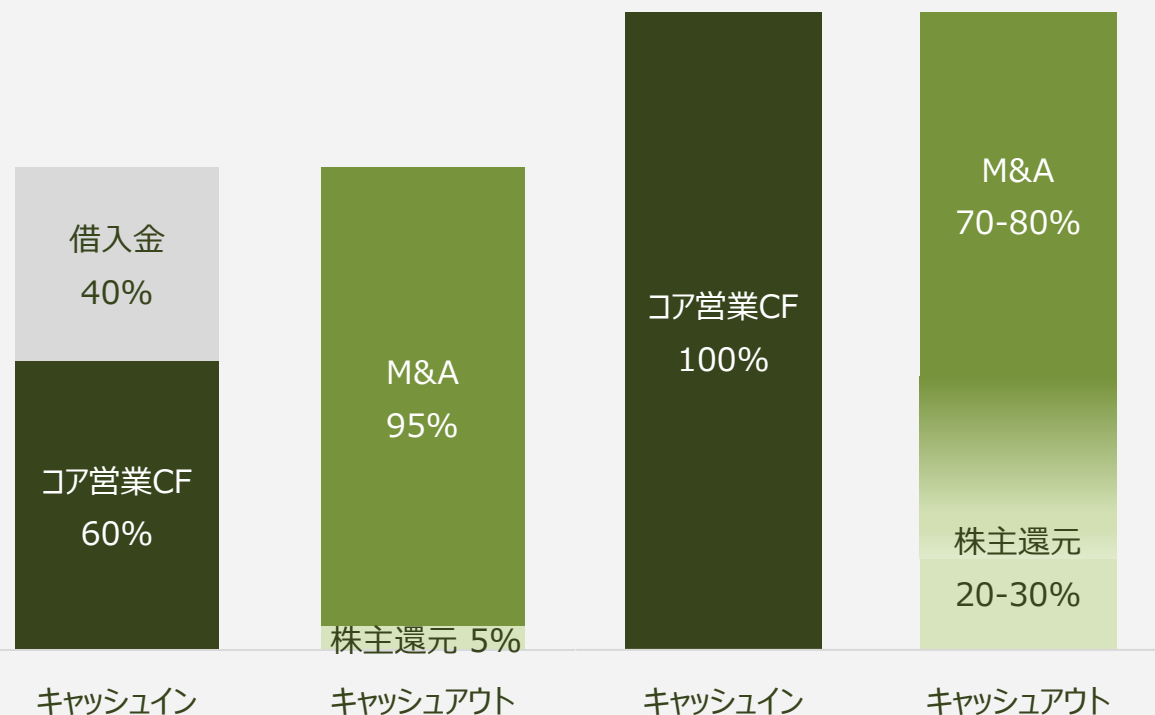
中長期目標－キャピタルアロケーション及び株主還元方針

- 設備投資後の手元に残るキャッシュフローを活用し、戦略的なM&Aによる事業拡大と株主への利益還元を推進
- 配当を株主還元方針の基本として位置づけ、事業成長によるEPS成長×配当性向の改善により株主還元を持続的に強化する方針

キャピタルアロケーション

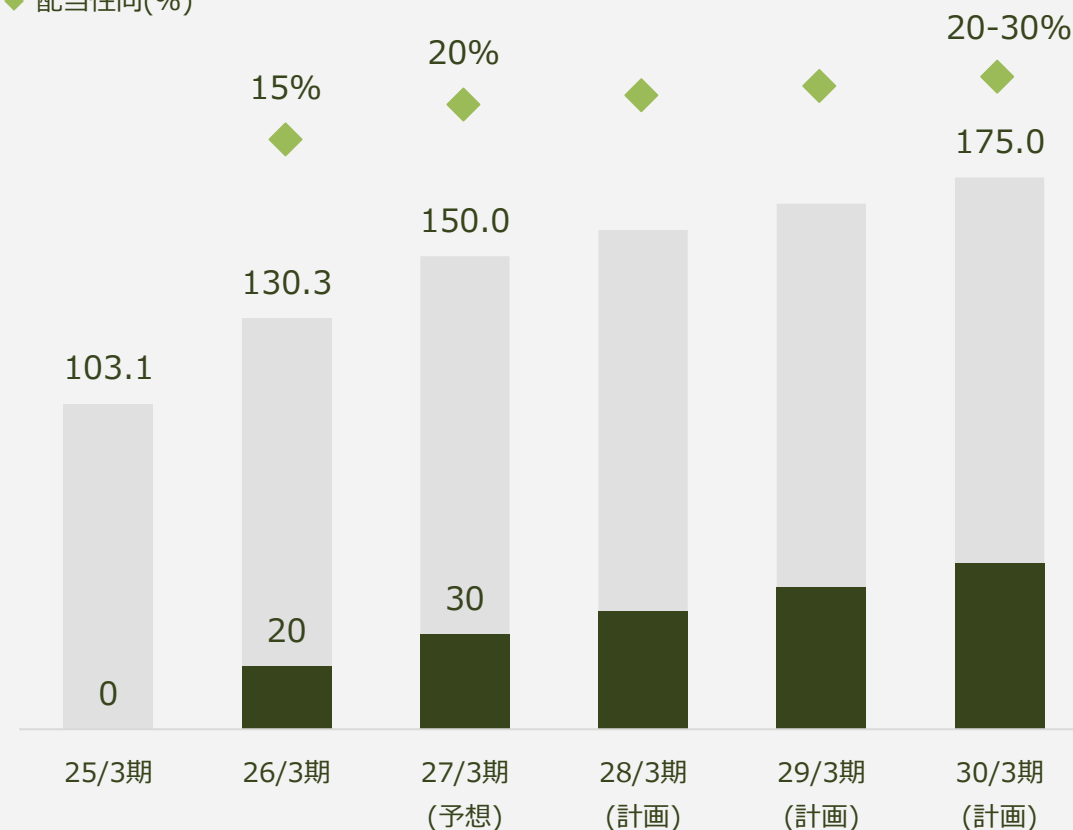
21/3期-25/3期（実績）

26/3期-30/3期（予想）



1株あたり配当金

■ DPS（1株あたり配当金）（円）
 ◆ 配当性向(%)

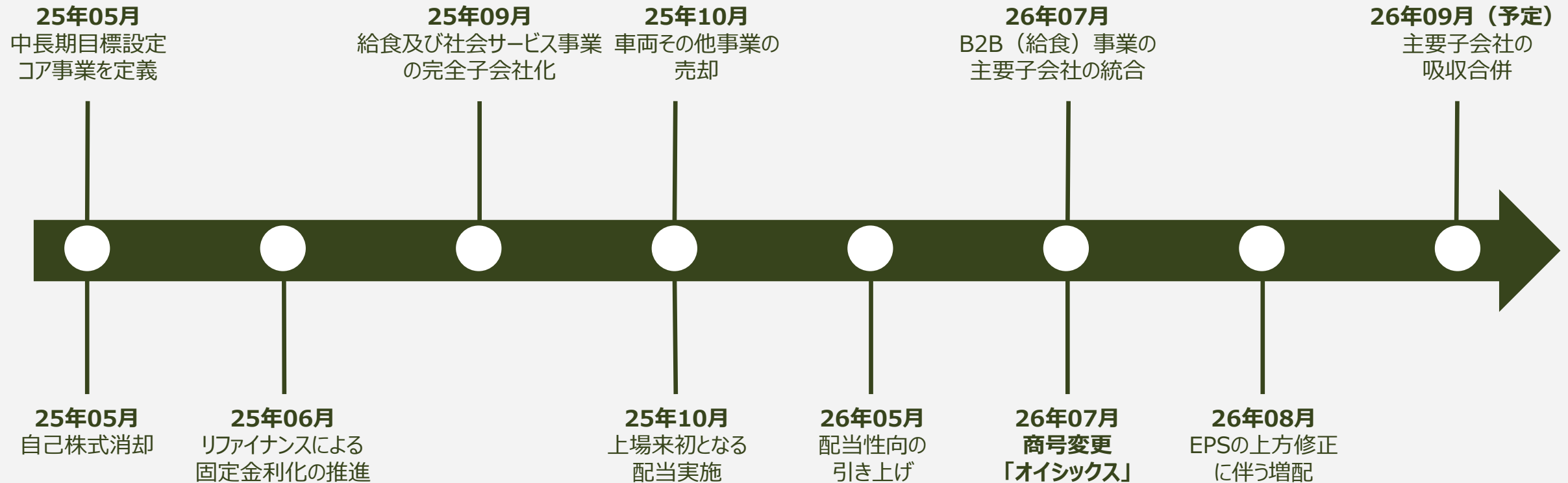


* コア営業CF = 営業CF - 設備投資、キャッシュイン・アウトに共通する項目はネットにして記載。前提条件：30-35億円/年（設備投資）、20-25%（自己資本比率）、上限2.0x（Net Debt/EBITDA倍率） 28

* 27/3期（予想）：EPS/DPS予想を、期初予想（132.4円/26円）から上方修正済（8月3日公表）

- グループ再編によるコア事業への経営資源集中と株主還元の拡充を推進。ブランドの原点回帰を通じ、さらなる企業価値向上を目指す

25年4月以降のコーポレートアクション



B2Cサブスク及びB2Bサブスクの競合環境

OISIX

- B2C（食品宅配）：高品質食材の調達、ローコストフルフィルメント、データ活用スキルにより、当社は高い参入障壁を構築
- B2B（給食）：寡占化が進んでおらず、他業界からの参入を含めた再編の動きが活性化

B2C（食品宅配）マーケット



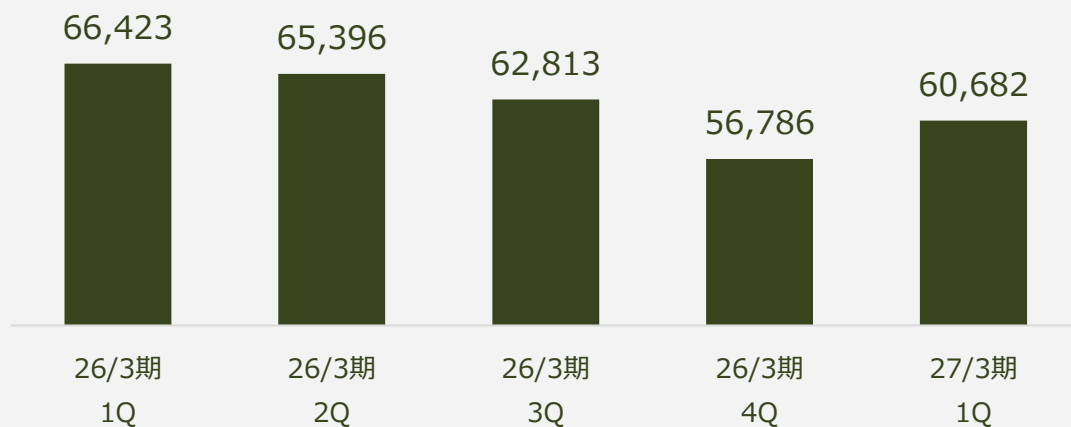
B2B（給食）マーケット



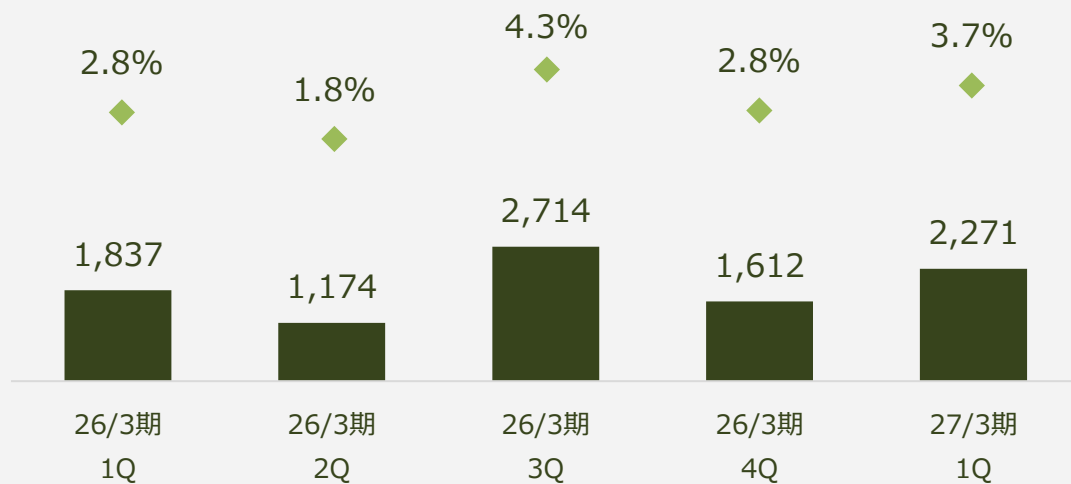
* B2B（給食）マーケットは、シェア上位20社を掲載（出所：矢野経済研究所 給食市場の展望と戦略）

売上高

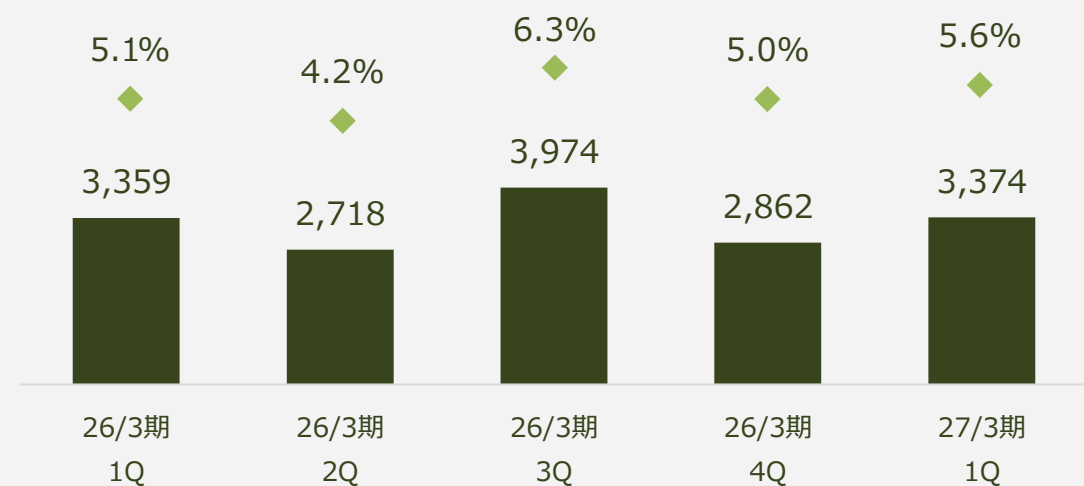
(百万円) ◆ 売上高対比率



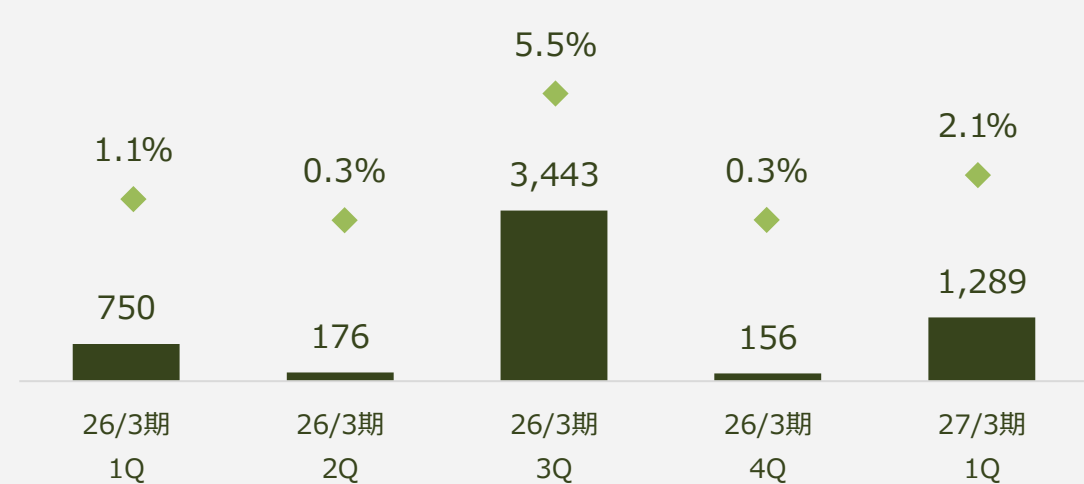
営業利益



EBITDA

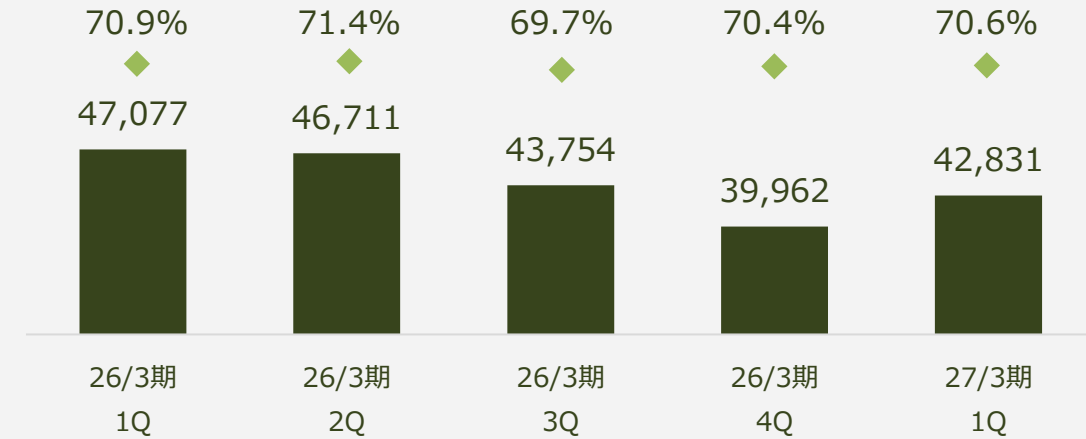


親会社帰属純利益

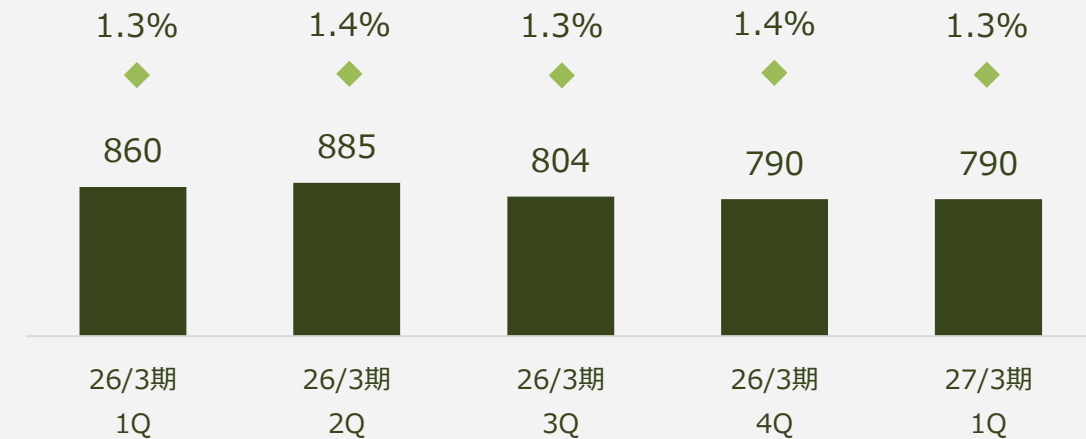


売上原価

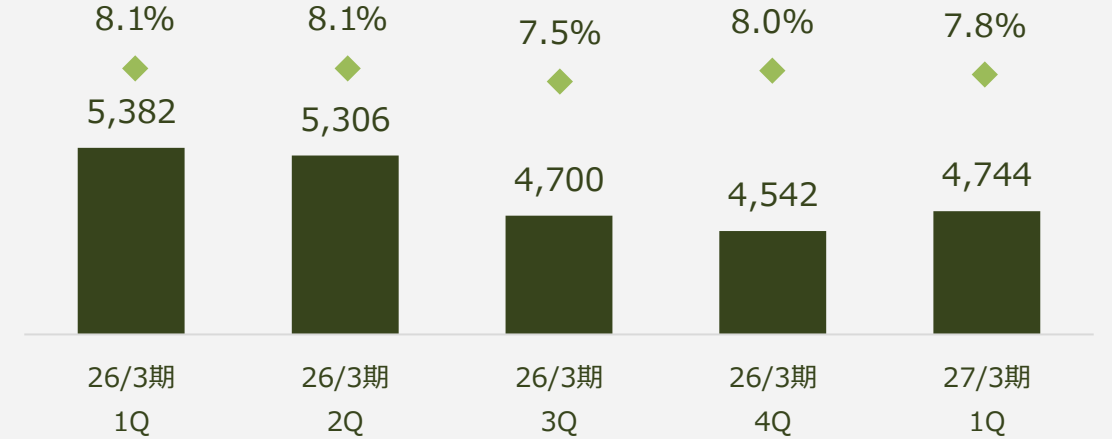
(百万円) ◆ 売上高対比率



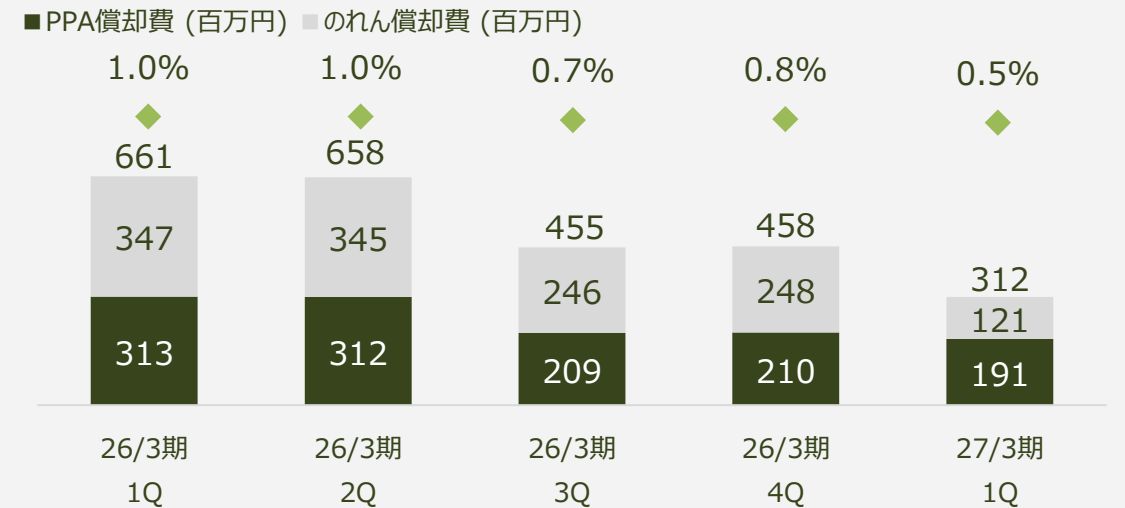
(PPA除く) 減価償却費



人件費（販管費）



PPA・のれん償却費



* PPA償却費：M&Aの際のPPA（取得原価の配分）によって新たに評価・計上された、顧客関係などの無形資産に対する償却費

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おりません。

【お問い合わせ先】
オイシックス株式会社 IR部
Email : ir@oisix.co.jp