



2025年9月24日

各位

会社名 オイシックス・ラ・大地株式会社
代表者名 代表取締役社長 高島 宏平
(コード：3182、東証プライム)
問合せ先 執行役員 CFO 中川 徹哉
(TEL. 03-6867-1149)

よくある質問と回答（Oisixの会員数、26/3期進捗、EPS目標）

足元で投資家様からいただいた主な質問とその回答について下記の通り開示いたします。

本開示は投資家様への情報発信強化とフェア・ディスクロージャーを目的にしております。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性がある点ご了承ください。

本開示内容以外のよくある質問と回答については、下記サイトの「決算FAQ」資料をご参照ください。

https://www.oisixradaichi.co.jp/investors/ir_library/

以上

Q1. Oisix の会員数

Oisix の会員数は順調に増加しており、24/9 末時点の 35.9 万人、26/3 末予想の 36 万人をすでに上回り、9/19 時点では 36.1 万人に達しました。

25/3 期の下半期から、「ポケモン」、「ミキティダイニング」といった人気コラボ商品、そして「春グルメ」、「梅しごと」などの週替わり特集・予約を継続的に展開したことで、ARPU は大幅に向上したものの、会員数は 35 万人前後で横ばいでした。

しかし、25/4 月以降、新規会員獲得施策を強化した結果、会員数は緩やかな増加に転じています。具体的な取り組み例として、①ミールキットのレシピカードを工夫するなど、おためしセット購入後のコミュニケーションを改善することで定期会員への転換率を向上させ、②運用型広告への依存度を下げ、費用対効果の高い成果報酬型媒体の開拓を進めました。

26/3 期の下半期は、「超ラク Kit」シリーズを主力に据え、さらなる会員数増加を目指します。包丁を使わないミールキットなど、時短とおしさを両立させる商品の開発を一層強化していく方針です。また、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。

現状では、会員数の増加はまだ緩やかですが、2030 年までに Oisix の会員数を 60 万人に増やすという中期的な目標達成のため、今後も事業を着実に進めてまいります。

Q2. 26/3 期の売上高及び EBITDA の進捗

26/3 期の 2Q 累計の売上高及び EBITDA の進捗は、8/13 に公表した第 1 四半期決算説明資料の 8 ページに記載した見込みから、大きな変更はありません。

2Q 累計の通期進捗率は、売上高が約 50%、EBITDA が 40% 台前半で推移する見込みです。通期の見通しは、BtoC サブスクの年末商戦などの影響により、EBITDA は下半期に偏重する計画です。

Q3. 2030 年をターゲットとした EPS 目標

5/15 に公表いたしました通り、中長期目標として、30/3 期の特別損益を除いた EPS を、25/3 期比約 1.7 倍（CAGR11%）の 175 円に設定しています。

この目標達成の鍵となるのは、当社のコア事業である BtoB サブスクと BtoC サブスクの成長です。今後 5 年間で、両事業のセグメント利益合計を 25/3 期比で約 2 倍に引き上げることを目指します。特に、BtoB サブスクでは、M&A を含む非連続な成長とオーガニック成長による規模拡大を推進し、同時に「タイプ給食モデル」を確立・横展開することで収益性の向上を図ります。一方、BtoC サブスクでは、Oisix の会員数増加を主因として、安定的な増収増益を目指します。

※「タイプ給食モデル」：調理プロセスにおける省人化と、付加価値の高いメニュー開発を両立するビジネスモデル