

12 พฤษภาคม 2565

เรื่อง: คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงวดสามเดือนและหกเดือน และฐานะทางการเงิน
สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2565 (ไตรมาสที่ 2/2564- 2565)

เรียน: กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ขอชี้แจงคำอธิบายและวิเคราะห์ของ
ฝ่ายจัดการสำหรับงวดสามเดือนและหกเดือน และฐานะทางการเงินสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2565 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลการดำเนินงานสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2565 (ไตรมาสที่ 2/2564-2565)

รายได้

บริษัทมีรายได้จากการขายและให้บริการรวมในไตรมาสที่ 2/2564-2565 ทั้งสิ้น 3,011 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน
642 ล้านบาท หรือคิดเป็น 27.1% จากไตรมาสที่ 2/2563-2564 โดยมีรายละเอียดของแต่ละสายธุรกิจดังต่อไปนี้

ธุรกิจเครื่องดื่ม

บริษัทมีรายได้จากการขายและให้บริการธุรกิจเครื่องดื่มในไตรมาสที่ 2/2564-2565 เป็นจำนวน 1,749 ล้านบาท
เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 333 ล้านบาท หรือ 23.5% จากไตรมาสที่ 2/2563-2564 สาเหตุหลักมาจากผลตอบรับจากผู้บริโภค
อย่างต่อเนื่องสำหรับกิจกรรมส่งเสริมการตลาด แคมเปญ “ดาบพิฆาตอสูร” ซึ่งเป็นการ์ตูนอนิเมะชื่อดังจากญี่ปุ่น กับ
ดีไซน์ใหม่บนขวดโออิชิกรีนที่ อีกทั้งบริษัทได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ “ชาเขียวน้ำผึ้ง 0%” (Oishi Green Tea Honey
Lemon 0%) สอดรับกับกระแสผู้บริโภคที่ใส่ใจดูแลสุขภาพ จึงทำให้การเติบโตของยอดขายภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้น
อย่างมาก ในขณะที่ยอดขายต่างประเทศสามารถกลับมาเติบโตได้ดีในไตรมาสนี้ จากการฟื้นตัวของกำลังซื้อผู้บริโภค
เนื่องจากผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ลดลง

ธุรกิจอาหาร

บริษัทมีรายได้จากธุรกิจอาหารเท่ากับ 1,262 ล้านบาทในไตรมาสที่ 2/2564-2565 เพิ่มขึ้น 309 ล้านบาทหรือคิดเป็น
32.4% จากไตรมาสที่ 2/2563-2564 โดยไตรมาสที่ 2 นี้ สาเหตุหลักมาจากการกลับมาเติบโตของรายได้ช่องทาง
การรับประทานภายในร้านอาหาร และการขยายสาขาเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเติบโต อีกทั้งบริษัทได้มีการนำเสนอร้าน
ในรูปแบบใหม่ บิซโทโระ (Biztoro) ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่นจานด่วนที่ทันสมัย ซึ่งสามารถขยายไปยังพื้นที่
นอกศูนย์การค้าที่เข้าถึงผู้บริโภคและสร้างโอกาสการขายได้มากขึ้น ในขณะที่รายได้จากช่องทางส่งตรงถึงบ้าน

(Home Delivery) ก็ยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทมียอดขายผลิตภัณฑ์โออิชิ อีทโตะ เกียวซ่า (Oishi Eato Gyoza) ที่เติบโตในช่องทางร้านค้าสมัยใหม่ และการส่งออกไปยังต่างประเทศ เพิ่มมากขึ้น

ต้นทุนขาย

ต้นทุนขายและให้บริการรวมของบริษัทในไตรมาสที่ 2/2654-2565 อยู่ที่ 2,038 ล้านบาท สูงขึ้นเมื่อเทียบกับต้นทุนขายและบริการในไตรมาสที่ 2/2563-2564 เป็นจำนวน 417 ล้านบาท หรือคิดเป็น 25.8% เป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เติบโต

ธุรกิจเครื่องดื่ม

ต้นทุนขายและให้บริการของธุรกิจเครื่องดื่มในไตรมาสที่ 2/2564-2565 เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2/2563-2564 ซึ่งเป็นไปตามการเติบโตของรายได้เครื่องดื่ม นอกจากนี้ต้นทุนขายปรับตัวเพิ่มขึ้นในไตรมาสนี้เนื่องจากการปรับตัวสูงขึ้นของราคาบรรจุภัณฑ์ตามราคาตลาด สุทธิบางส่วนด้วยการประหยัดจากขนาดตามยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้อัตราส่วนต้นทุนต่อยอดขายอยู่ที่ 72.9% สูงขึ้นประมาณ 1.1% เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา แต่ยังคงน้อยกว่าไตรมาสที่ 2 ของปีก่อนเนื่องจากต้นทุนผลิตต่อหน่วยลดลงจากการเติบโตของยอดขาย

ธุรกิจอาหาร

ต้นทุนขายของธุรกิจอาหารในไตรมาสที่ 2/2564-2565 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 2/2563-2564 สอดคล้องกับยอดขายที่เติบโตของรายได้ธุรกิจอาหาร และเนื่องจากการปรับตัวสูงขึ้นของราคาวัตถุดิบอาหารตามราคาตลาด สุทธิบางส่วนด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติการในร้านอาหาร และการวางแผนจัดซื้อสินค้าล่วงหน้าให้ได้ ความประหยัดจากขนาด ส่งผลให้อัตราส่วนต้นทุนต่อยอดขายอยู่ที่ 58.8% สูงขึ้นประมาณ 2.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา แต่ยังคงใกล้เคียงกับไตรมาสที่ 2 ของปีก่อนเนื่องจากการเติบโตของยอดขายโดยรวม ทั้งนี้บริษัทอยู่ระหว่างการพิจารณาการปรับราคาในช่วงเวลาที่เหมาะสมในการลดผลกระทบต่อต้นทุน

ค่าใช้จ่ายในการขาย

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายในไตรมาสที่ 2/2564-2565 รวม 281 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 40 ล้านบาท หรือ 16.4% จากไตรมาสที่ 2/2563-2564 เนื่องจากการทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อผลักดันยอดขายดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น ในธุรกิจเครื่องดื่ม โดยเน้นจับกลุ่มผู้บริโภคที่ตรงเป้าหมายและยังคงควบคุมการใช้งบการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมในไตรมาสที่ 2/2564-2565 รวม 430 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 27 ล้านบาท หรือ 6.8% จากไตรมาสที่ 2/2563-2564 เพิ่มขึ้นเล็กน้อย จากค่าใช้จ่ายทั้งบุคคลากร และการดำเนินงานที่สนับสนุนการขาย ธุรกิจเครื่องดื่มและธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งสามารถช่วยผลักดันยอดขายให้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

กำไรสุทธิ

บริษัทมีกำไรสุทธิรวม 265 ล้านบาทในไตรมาสที่ 2/2564-2565 เพิ่มขึ้น 125 ล้านบาท หรือ 89.4% จากไตรมาสที่ 2/2563-2564 จากธุรกิจเครื่องดื่ม เป็นผลมาจากการเติบโตของยอดขาย ในขณะที่สามารถรักษาประสิทธิภาพในการบริหารค่าใช้จ่ายได้อย่างต่อเนื่องตามที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น

ผลการดำเนินงานสำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2565

รายได้

บริษัทมีรายได้จากการขายและให้บริการรวมในครึ่งปีแรกของปี 2564-2565 ทั้งสิ้น 5,993 ล้านบาท เติบโตเป็นจำนวน 957 ล้านบาท หรือคิดเป็น 19.0% จากครึ่งปีแรกของปี 2563-2564 โดยมีรายละเอียดของแต่ละสายธุรกิจดังต่อไปนี้

ธุรกิจเครื่องดื่ม

บริษัทมีรายได้จากการขายและให้บริการธุรกิจเครื่องดื่มในครึ่งปีแรกของปี 2564-2565 เป็นจำนวน 3,443 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 547 ล้านบาท หรือ 18.9% จากครึ่งปีแรกของปี 2563-2564 เนื่องจากการเติบโตของยอดขายในประเทศจากการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคสำหรับกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น และการเติบโตของยอดขายในต่างประเทศเพิ่มขึ้น เนื่องจากการฟื้นตัวของกำลังซื้อของผู้บริโภคหลังจากผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ลดลง

ธุรกิจอาหาร

บริษัทมีรายได้จากธุรกิจอาหาร 2,550 ล้านบาทในครึ่งปีแรกของปี 2564-2565 เพิ่มขึ้น 410 ล้านบาทหรือคิดเป็น 19.2% จากครึ่งปีแรกของปี 2563-2564 เนื่องจากการฟื้นตัวของยอดขายช่องทางรับประทานอาหารในร้าน (Dine-In) และการขยายสาขาเพิ่มขึ้น อีกทั้งยอดขายช่องทางส่งตรงถึงบ้าน (Home Delivery) ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยอดขายของผลิตภัณฑ์ ไอศกรีม ไอศครีม ก็ยังสามารถเติบโตได้เพิ่มขึ้นมากจากทั้งช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่และการส่งออกไปยังต่างประเทศ

ต้นทุนขาย

ต้นทุนขายและให้บริการรวมของบริษัทในครึ่งปีแรกของปี 2564-2565 อยู่ที่ 3,987 ล้านบาท สูงขึ้นเมื่อเทียบกับต้นทุนขายและให้บริการในครึ่งปีแรกของปี 2563-2564 เป็นจำนวน 583 ล้านบาท หรือคิดเป็น 17.1% เป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เติบโต

ธุรกิจเครื่องดื่ม

ต้นทุนขายและให้บริการของธุรกิจเครื่องดื่มในครึ่งปีแรกของปี 2564-2565 เพิ่มขึ้นจากครึ่งปีแรกของปี 2563-2564 ซึ่งเป็นไปตามการเติบโตของรายได้เครื่องดื่ม แต่อัตราต้นทุนต่อยอดขายสำหรับครึ่งปีแรกยังต่ำกว่าปีก่อนเนื่องจากมีต้นทุนบรรจุภัณฑ์เดิมที่ใช้ในการผลิตช่วงไตรมาสที่ 1 /2564-2565 เฉลี่ยกับต้นทุนใหม่ที่ปรับตัวสูงขึ้นในไตรมาส 2/2564-2565 ดังที่กล่าวข้างต้น และการลดลงของต้นทุนผลิตต่อหน่วยเนื่องจากการเติบโตของยอดขายที่เพิ่มขึ้นมาก

ธุรกิจอาหาร

ต้นทุนขายของธุรกิจอาหารในครึ่งปีแรกของปี 2564-2565 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับครึ่งปีแรกของปี 2563-2564 สอดคล้องกับยอดขายที่เติบโตของรายได้ธุรกิจอาหาร และเนื่องจากของราคาวัตถุดิบอาหารสูงขึ้นดังที่กล่าวข้างต้น สุทธิบางส่วนด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติการในร้านค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทอยู่ระหว่างการพิจารณาการปรับราคาในช่วงเวลาที่เหมาะสมในการลดผลกระทบต่อต้นทุน

ค่าใช้จ่ายในการขาย

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายในครึ่งปีแรกของปี 2564-2565 รวม 509 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 13 ล้านบาท หรือ 2.6% จากครึ่งปีแรกของปี 2563-2564 สาเหตุหลักมาจากการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องดังที่กล่าวไว้ข้างต้น และยังคงสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมในครึ่งปีแรกของปี 2564-2565 รวม 812 ล้านบาท ลดลง 10 ล้านบาท หรือ 1.3% จากครึ่งปีแรกของปี 2563-2564 เนื่องจากการดำเนินมาตรการควบคุมค่าใช้จ่ายสำนักงาน และการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารในภาพรวมอย่างต่อเนื่อง

กำไรสุทธิ

บริษัทมีกำไรสุทธิรวม 654 ล้านบาทในครึ่งปีแรกของปี 2564-2565 สูงขึ้นกว่า 289 ล้านบาท หรือ 79.3% จากครึ่งปีแรกของปี 2563-2564 จากทั้งธุรกิจเครื่องดื่มและธุรกิจอาหาร เนื่องจากการเติบโตของยอดขาย และการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่องตามที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น

เงินปันผลระหว่างกาล

จากผลการดำเนินงานรวมของบริษัทที่มีกำไรสุทธิ ดังที่ได้ชี้แจงข้างต้น ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาและมีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลที่ 0.50 บาทต่อหุ้น หรือคิดเป็นเงินทั้งสิ้น 187.5 ล้านบาท จากผลประกอบการสิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 โดยคิดเป็นอัตราการจ่ายเงินปันผลที่ 28.7% ซึ่งเป็นการสร้างผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

ฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 บริษัทมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 9,828 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสินทรัพย์รวม ณ สิ้นเดือนกันยายนปี 2564 ที่ 9,109 ล้านบาท เป็นจำนวน 719 ล้านบาทหรือ 7.9% ซึ่งประกอบด้วย

สินทรัพย์หมุนเวียน 4,385 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 940 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของรายการเทียบเท่าเงินสดและเงินลงทุนในตราสารหนี้ ซึ่งเป็นการลงทุนในกองทุนตราสารหนี้เพื่อขยายระยะสั้นซึ่งมีสภาพคล่องสูง เพื่อโอกาสในด้านผลตอบแทนที่มากกว่าเงินฝากธนาคาร และการเพิ่มขึ้นของยอดลูกหนี้การค้าจากการเติบโตของธุรกิจ

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 5,443 ล้านบาท ลดลง 221 ล้านบาท เนื่องมาจากการลดลงของรายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ จากค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายสุทธิด้วยการลงทุนเพิ่มขึ้นจากการขยายสาขาของธุรกิจร้านอาหาร

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 บริษัทมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 2,232 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 255 ล้านบาท หรือ 12.9% จากหนี้สินรวม 1,977 ล้านบาท ณ สิ้นเดือนกันยายน 2564 ซึ่งประกอบด้วย

หนี้สินหมุนเวียน จำนวน 1,817 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 227 ล้านบาท เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของยอดเจ้าหนี้การค้าจากการเพิ่มขึ้นของยอดขาย

หนี้สินไม่หมุนเวียน จำนวน 415 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 27 ล้านบาท เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายการหนี้สินตามสัญญาเช่าจากการเปิดสาขาร้านอาหารในสถานที่ใหม่ ทั้งนี้บริษัทยังคงสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่งและไม่มีเงินกู้ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมทั้งสิ้น 7,596 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 7,132 ล้านบาท ณ สิ้นรอบบัญชีปี 2564 จำนวน 465 ล้านบาท หรือคิดเป็น 6.5% จากการเติบโตของกำไรสะสม อันเนื่องมาจากกำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นในระหว่างครึ่งปีแรก 654 ล้านบาท สุทธิด้วยเงินปันผลจ่ายให้ผู้ถือหุ้น 188 ล้านบาท

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางนงนุช บุรณะเศรษฐกุล)

กรรมการผู้จัดการ