

Demaecan

2024年8月期 第1四半期 決算説明会資料

2024年1月15日

Business Highlights

第1四半期進捗

- 主要KPIは以下の結果
 - GMV¹: 466億円 YoY 92%
 - オーダー数: 1,747万件 YoY 89%
 - アクティブユーザー数²: 618万人 YoY 73%

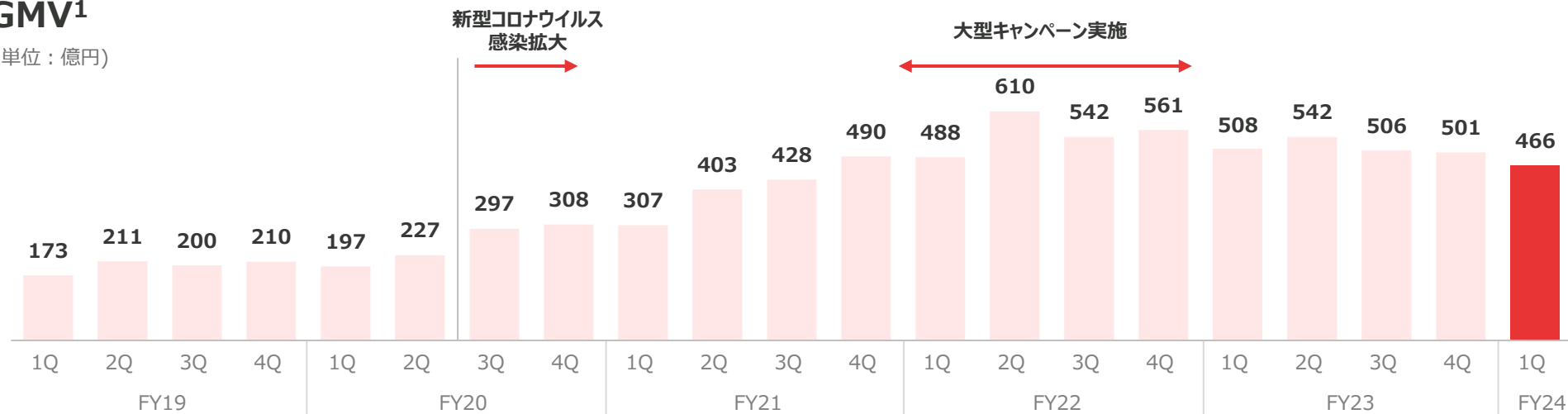
戦略振り返り

- コアユーザー層は着実に増え、ユーザーの定着化が進む
- ローカル戦略の一環として、スポーツチームや自治体との連携強化
- Yahoo!ショッピング上のクイックコマースサービスを24年夏開始

主要KPI

GMV¹

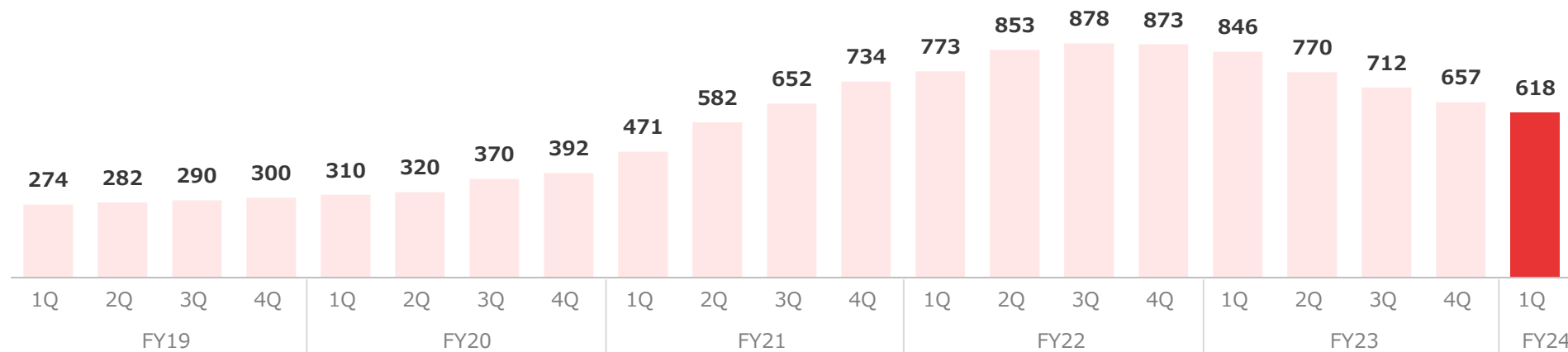
(単位：億円)



コロナ禍前比
4年CAGR
+24%

アクティブユーザー数²

(単位：万人)



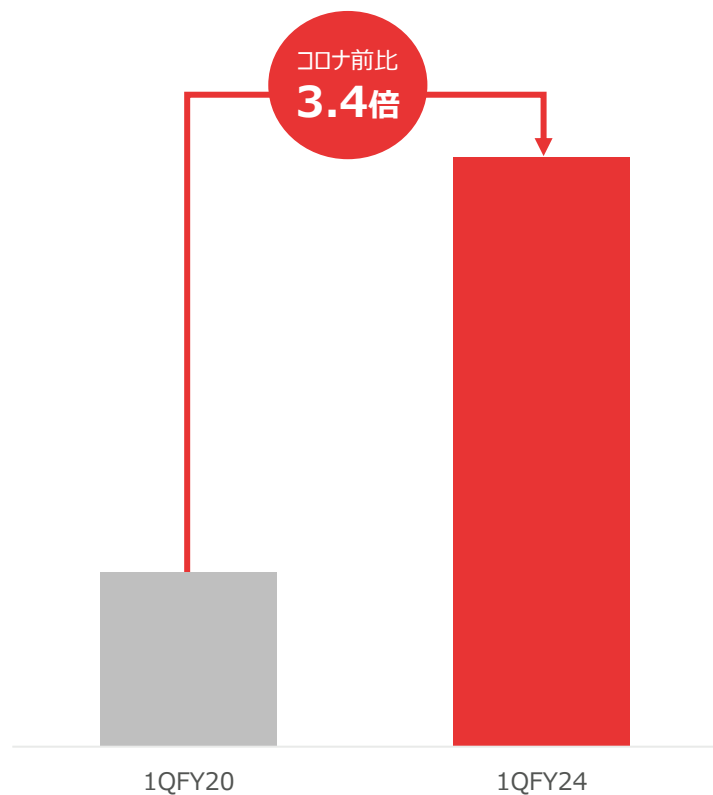
コロナ禍前比
4年CAGR
+19%

1. GMV（流通取引総額）：商品代金 + 配達料（値引き前）+ その他ユーザー手数料
2. アクティブユーザー数（末日時点）：1年以内に1回以上購入したユーザー数（購入ユニークユーザー数）

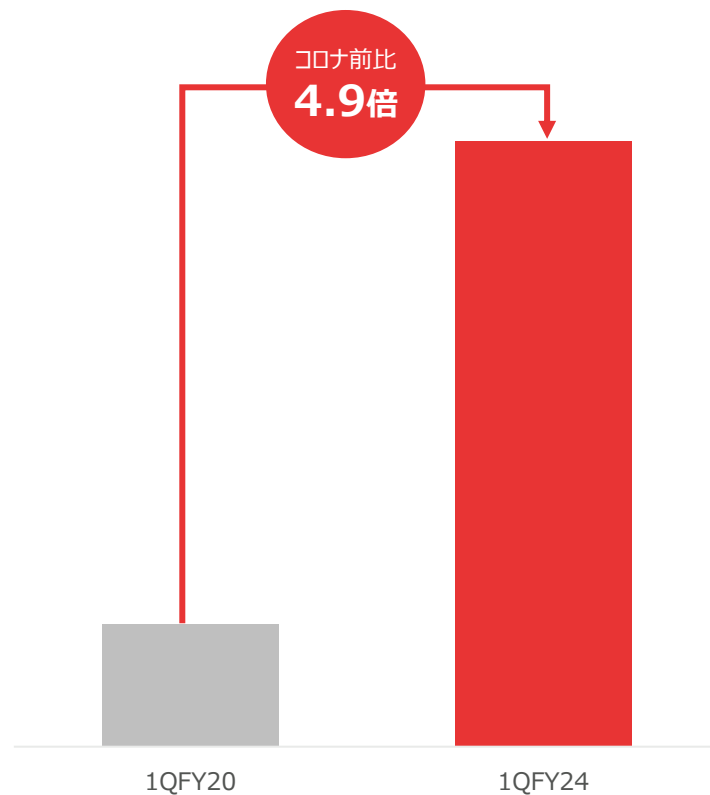
コアユーザーの定着

- ✓ コロナ禍前比でコアユーザー¹数は3.4倍、GMVは4.9倍に成長
- ✓ 平均注文回数も着実に増えており、コアユーザーが定着している

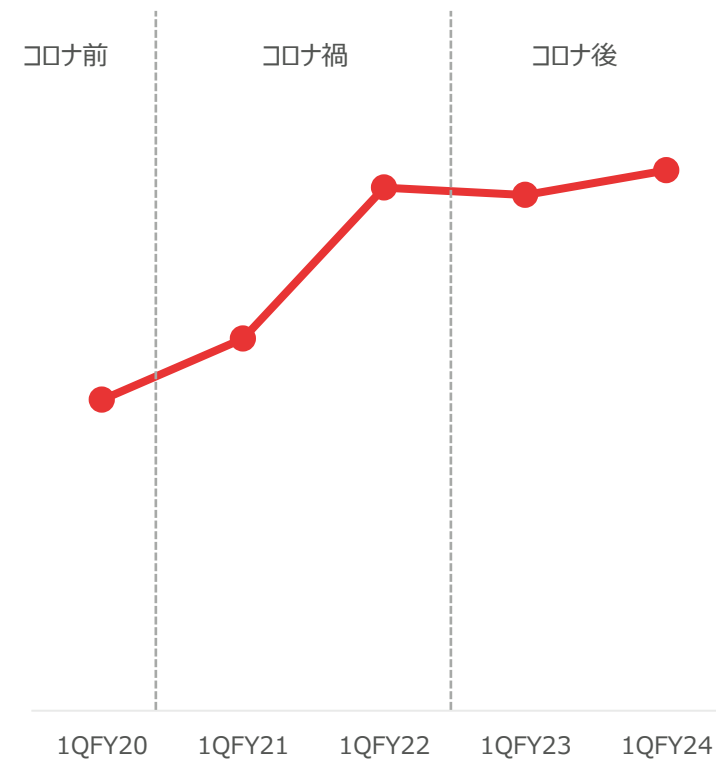
コアユーザー数



コアユーザーのGMV



コアユーザーの平均注文回数



1. コアユーザー：月間注文回数4回以上

ローカル戦略 - スポーツチーム・自治体との連携強化

- ✓ スポーツチームとキャンペーンを実施した地域では、全国よりも高いユーザ数・GMV成長率を実現
- ✓ 地域に根差したサービスとして今後もスポーツチームや自治体との連携を強化し、デリバリーの利用促進を図り、エリアのユーザー浸透率を高めていく

スポーツチームとのキャンペーン実施

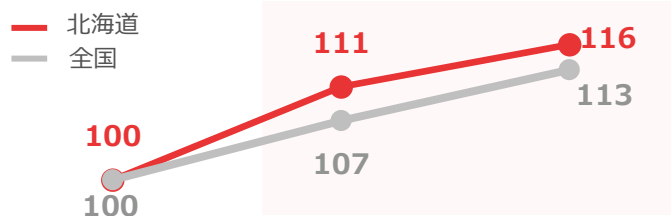
Demaecan × 北海道コンサドーレ札幌



- 北海道の加盟店を対象に実施
- 参加店舗のGMV増加率は132%¹

ユーザー数のMoM成長率

23年9月の成長率を100とした場合の数値



GMVのMoM成長率



1. キャンペーン第1弾と第2弾の合計。キャンペーン実施前週とキャンペーン実施週のGMVを比較

自治体とのキャンペーン実施

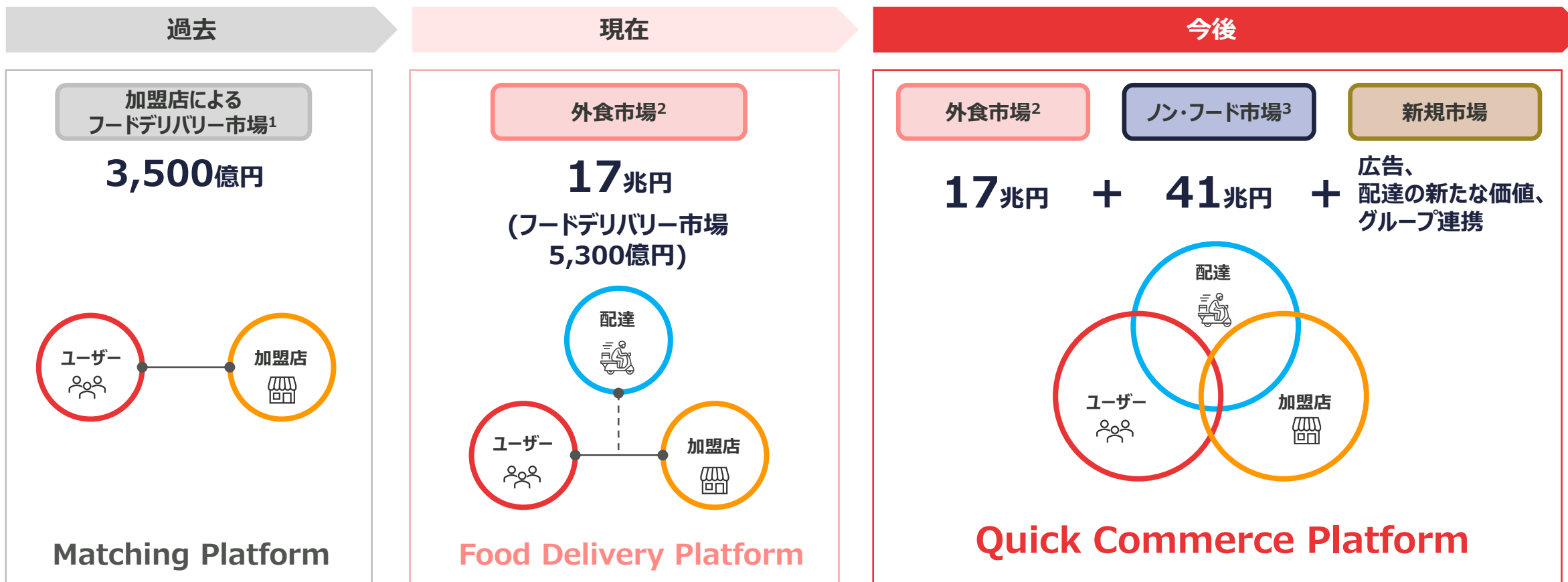
Demaecan × 目黒区商店街



- 新規加盟店・新規ユーザーの獲得
- 参加店舗のGMV増に貢献

プラットフォームの拡張

- ✓ プラットフォームを段階的に拡張しながら、潜在的な市場を開拓し、事業の拡大と成長再加速を目指す
- ✓ まずは、市場規模が大きいノン・フード領域に注力することで、デリバリーの利用シーンを増やし、ユーザー獲得・定着・育成を図る



1. 出典：令和2年度電子商取引に関する市場調査（経済産業省）

2. 出典：令和3年外食産業市場規模推計について（一般社団法人日本フードサービス協会）

3. 出典：矢野経済研究所「流通小売市場白書 2022」。スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストアの市場規模の合計

Yahoo!ショッピング上のクイックコマースサービスを24年夏開始

- ✓ 大手ECモールのYahoo!ショッピングと、ラストワンマイルの配達網を有する出前館が一体となった日本初のクイックコマースサービス
- ✓ デリバリー可能な商品カテゴリーを増やしなが、LINEヤフーの顧客基盤・集客力による新たなユーザーを開拓し、デリバリー市場を拡大していく
- ✓ フード以外の多種多様な地域加盟店からの即配ニーズに対して、ユーザーに新たな価値を提供



1. 2023年9月末時点の月間利用者数

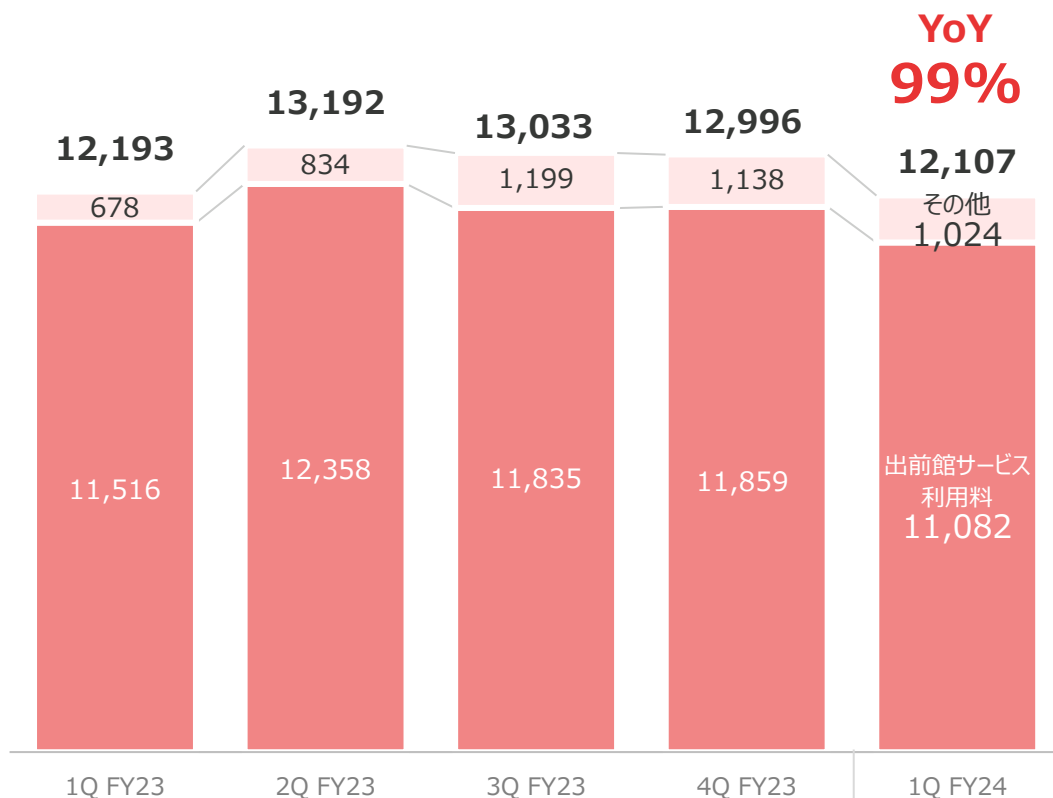
Financial Highlights

売上高／営業費用

- ✓ 売上高は前年同期比99%
- ✓ 配達原価の適正化や規律ある投資の継続により、営業費用は前年同期比81%に縮小

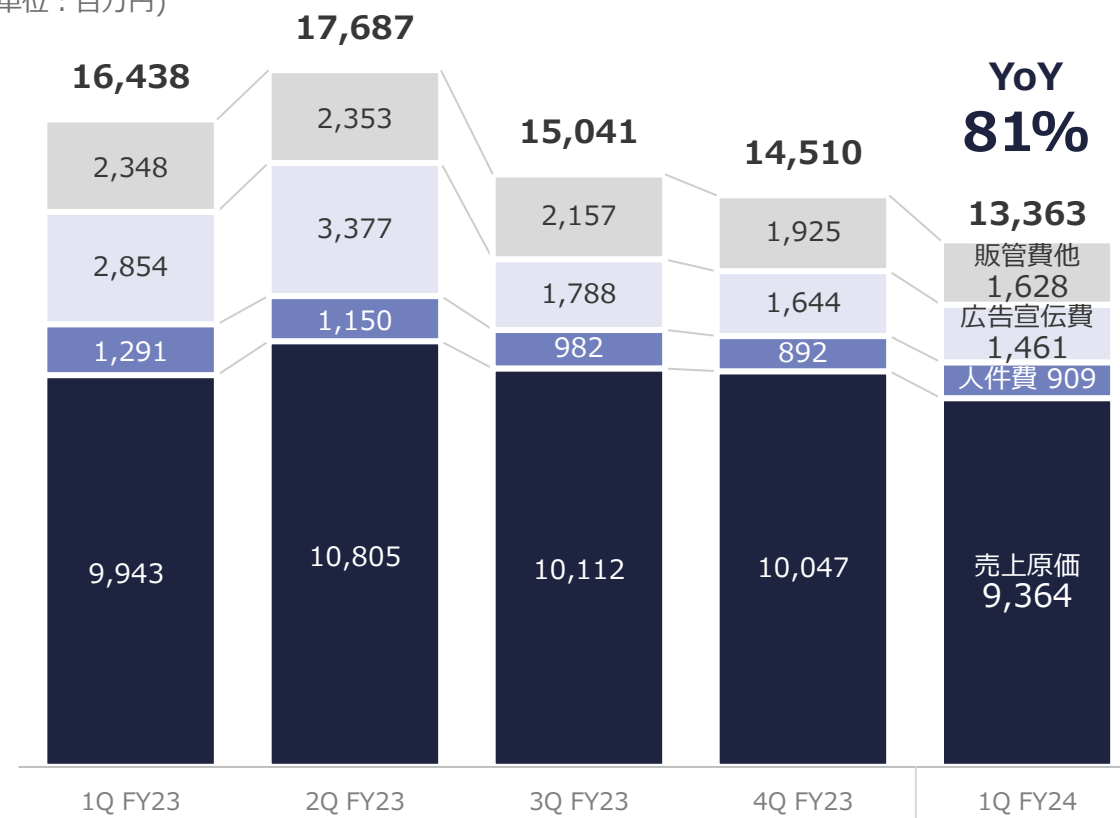
売上高

(単位：百万円)



営業費用

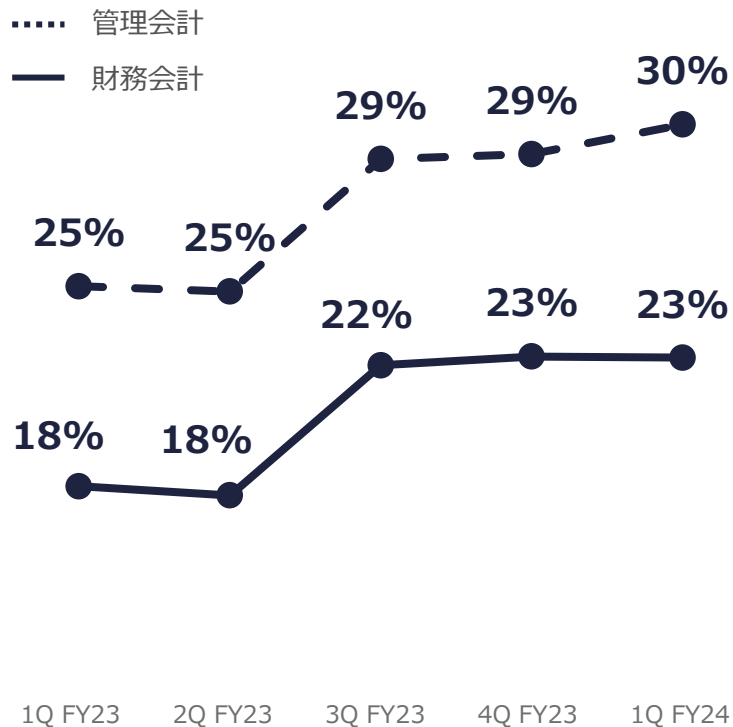
(単位：百万円)



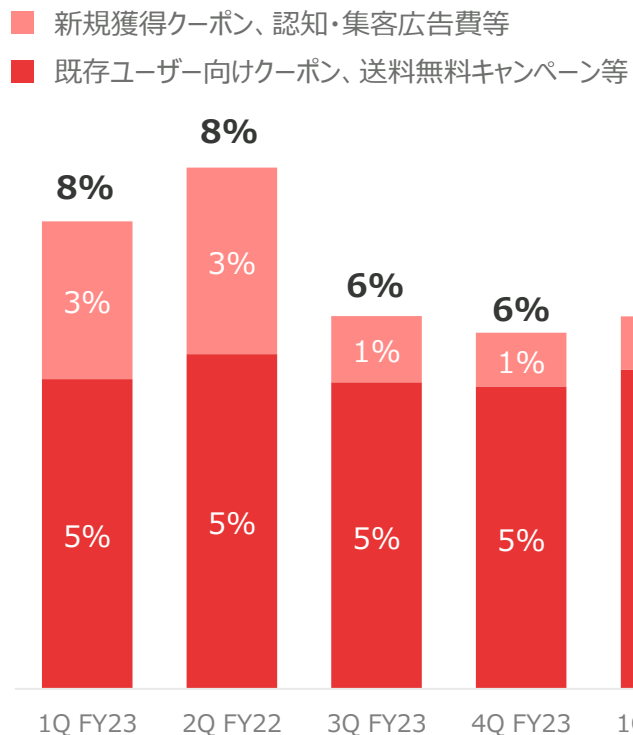
営業費用の減少

- ✓ 1件あたりの配達コストの適正化により限界利益率は改善
- ✓ 広告・販促関連費は規律ある投資を継続し過去2四半期と同水準を維持。第2四半期はマスマーケティングを再開

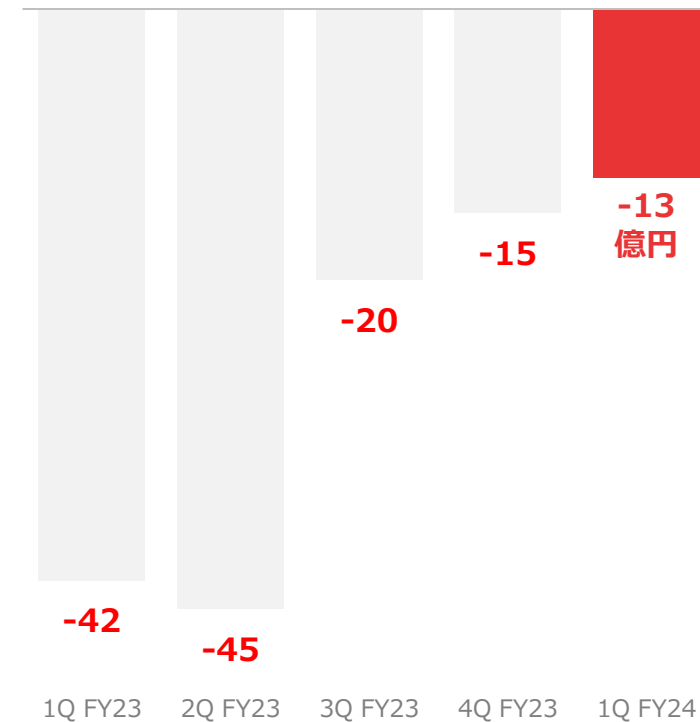
売上総利益率¹



広告・販促関連費¹ (GMV比)



営業利益



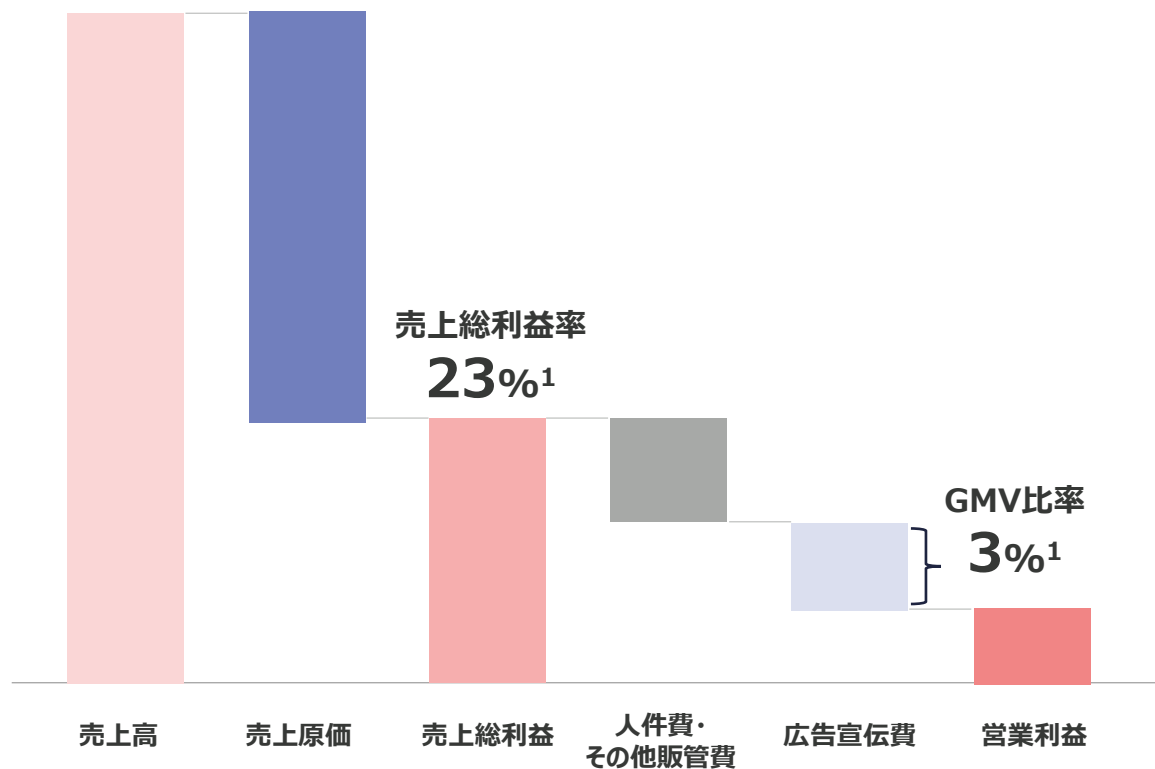
1. 詳細はP14を参照

Appendix

連結計算概要（損益計算書）

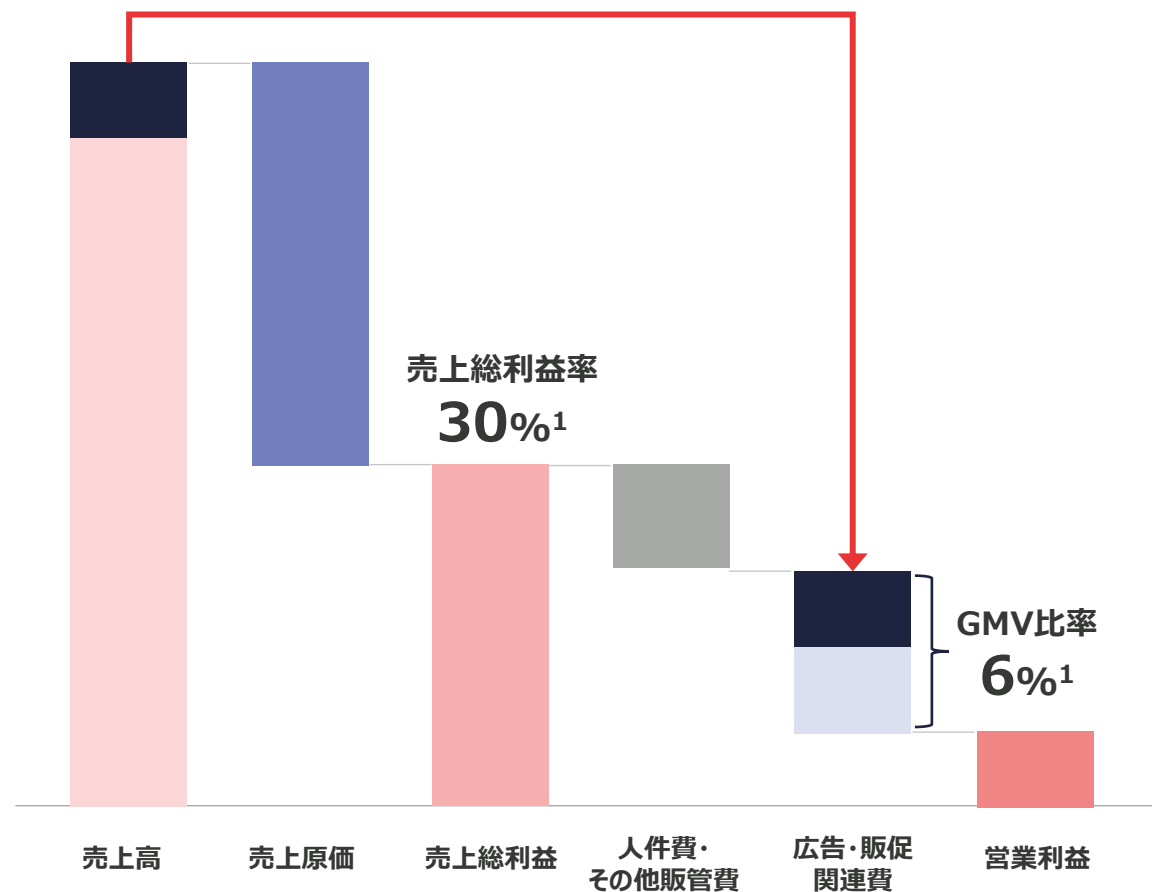
単位：百万円	2023年8月期 (FY23)				2024年8月期 (FY24)		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	YoY	QoQ
売上高	12,193	13,192	13,033	12,996	12,107	99.3%	93.2%
出前館サービス利用料	11,516	12,358	11,835	11,858	11,082	94.1%	93.5%
その他	678	834	1,199	1,138	1,024	151.2%	90.1%
売上原価	9,943	10,805	10,112	10,047	9,364	94.2%	93.2%
販管費	6,494	6,881	4,928	4,462	3,999	61.6%	89.6%
人件費	1,291	1,150	982	892	909	70.4%	101.9%
広告宣伝費	2,854	3,377	1,788	1,644	1,461	51.2%	88.9%
その他	2,348	2,353	2,157	1,925	1,628	69.3%	84.5%
営業利益	(4,244)	(4,494)	(2,007)	(1,513)	(1,256)	-	-

財務会計



管理会計

■ 主に送料値引きに相当する販促の額（例：送料無料クーポン）

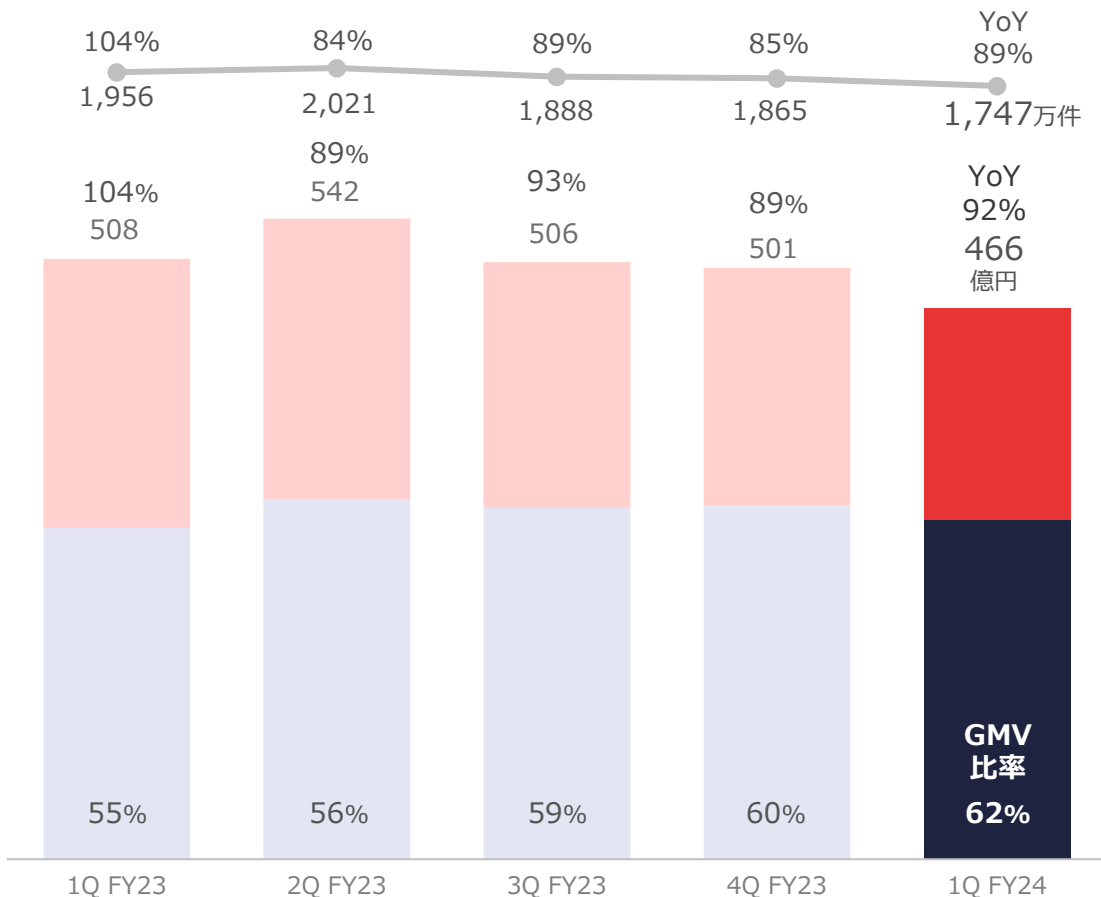


1. 2024年8月期第1四半期実績

主要KPI (四半期)

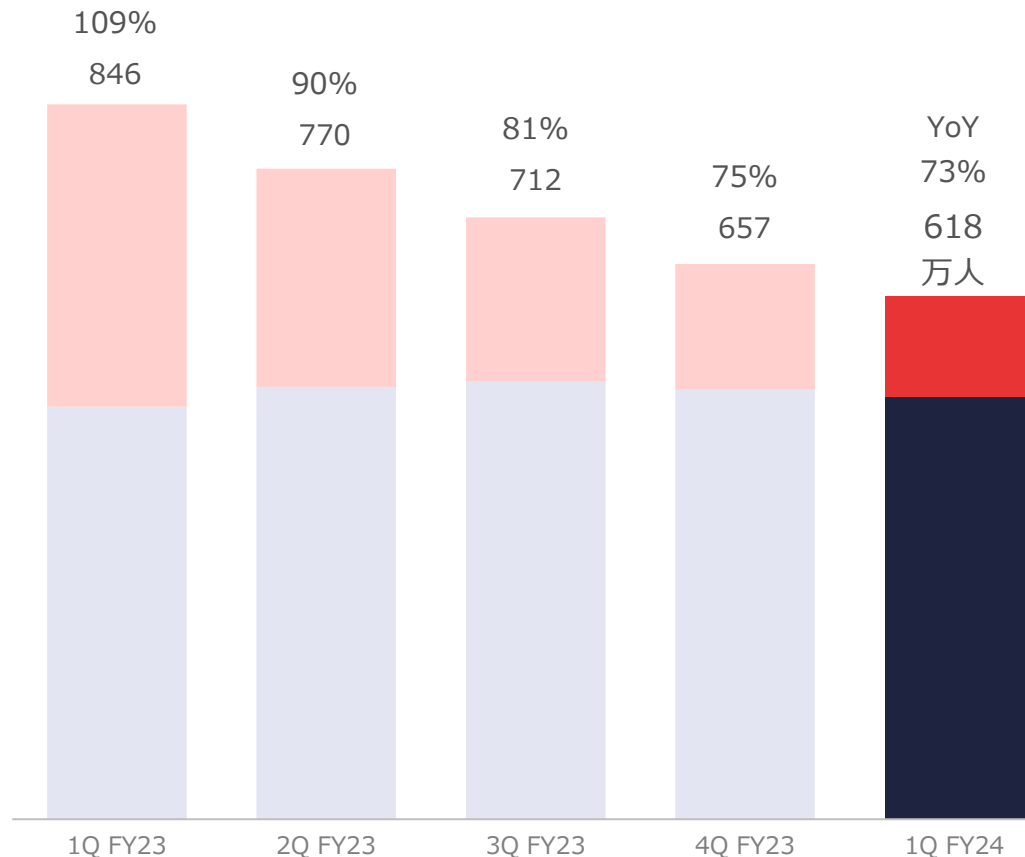
GMV¹・オーダー数

■ 加盟店による配達GMV ■ 出前館による配達GMV
 - オーダー数



アクティブユーザー数(四半期末時点)²

■ 1年以内に獲得したユーザー ■ 1年以上前に獲得したユーザー



1. GMV (流通取引総額) : 商品代金 + 配達料 (値引き前) + その他ユーザー手数料
 2. アクティブユーザー数 (末日時点) : 1年以内に1回以上購入したユーザー数 (購入ユニークユーザー数)

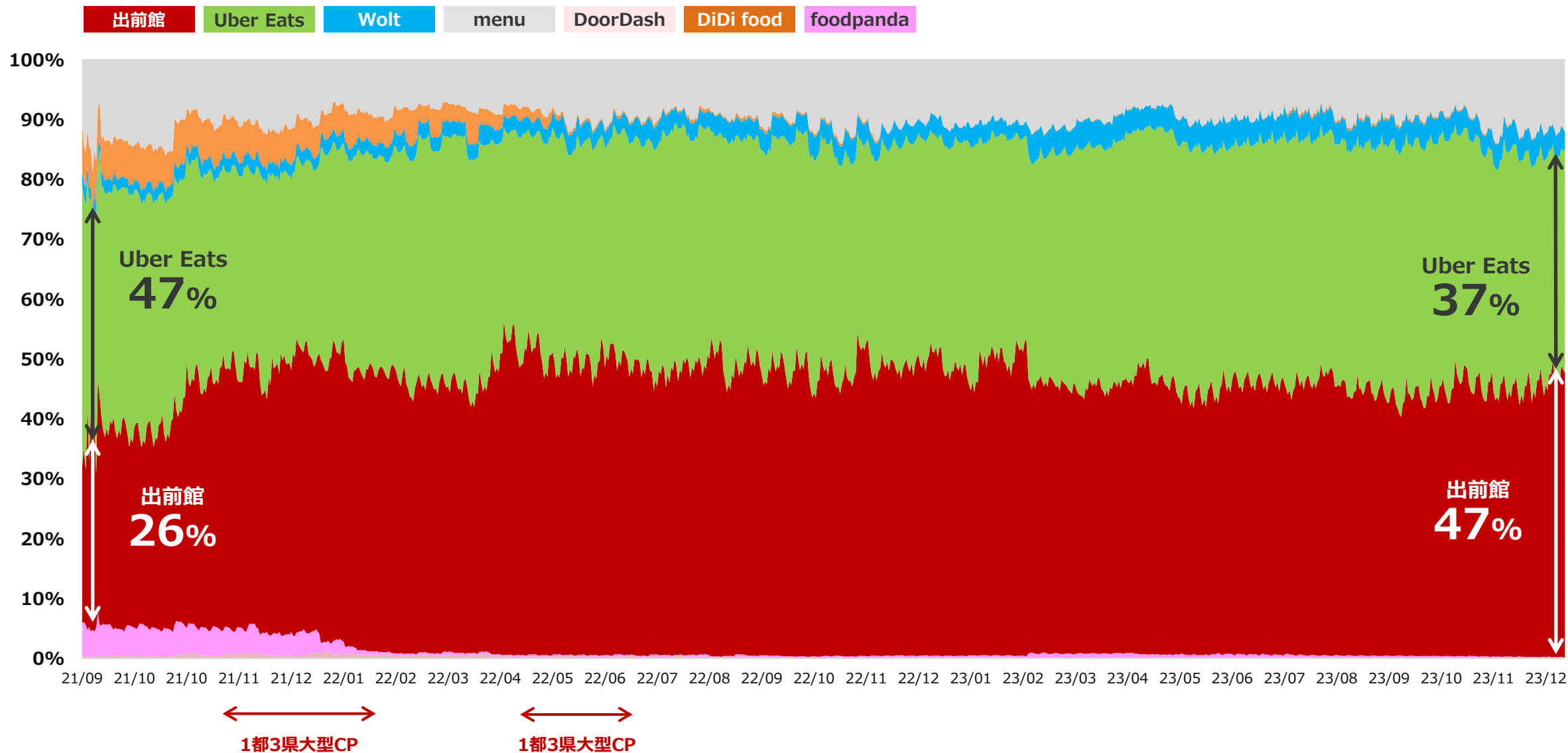
Thank you ㊤

本プレゼン資料における将来予想は、本資料発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は様々な要因により大幅に異なる可能性がありますことをご承知おきください。本プレゼンテーション資料・データの無断転用はご遠慮ください。

DAUシェアNo.1

※data.ai社

CONFIDENTIAL

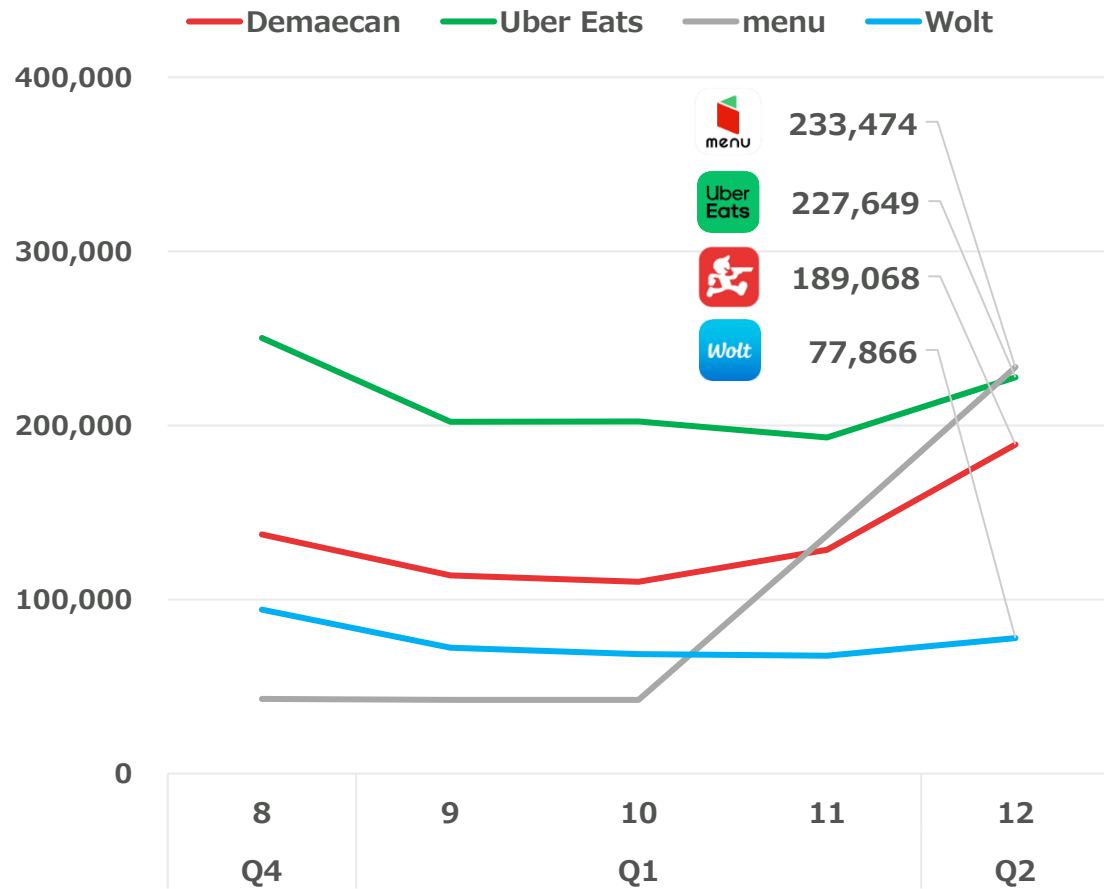


月別アプリダウンロード数・DAU推移

※data.ai社

CONFIDENTIAL

アプリダウンロード数



VS Uber アプリDAU推移

