

Demaecan

2021年8月期 通期 決算説明会資料

2021年10月14日

Business Highlights

2021年8月期ハイライト – 重要KPIを全て達成

	目標	実績		
<u>KGI</u>				
GMV ^{※1}	1,600	1,627 億円	✓	YoY 158%
<u>KPI</u>				
加盟店舗数	7.5	8.4 万店	✓	YoY 256%
アクティブ ユーザー数 ^{※2}		734 万人		YoY 187%
シェアリング デリバリー 世帯カバー率 ^{※3}	36	56 %	✓	

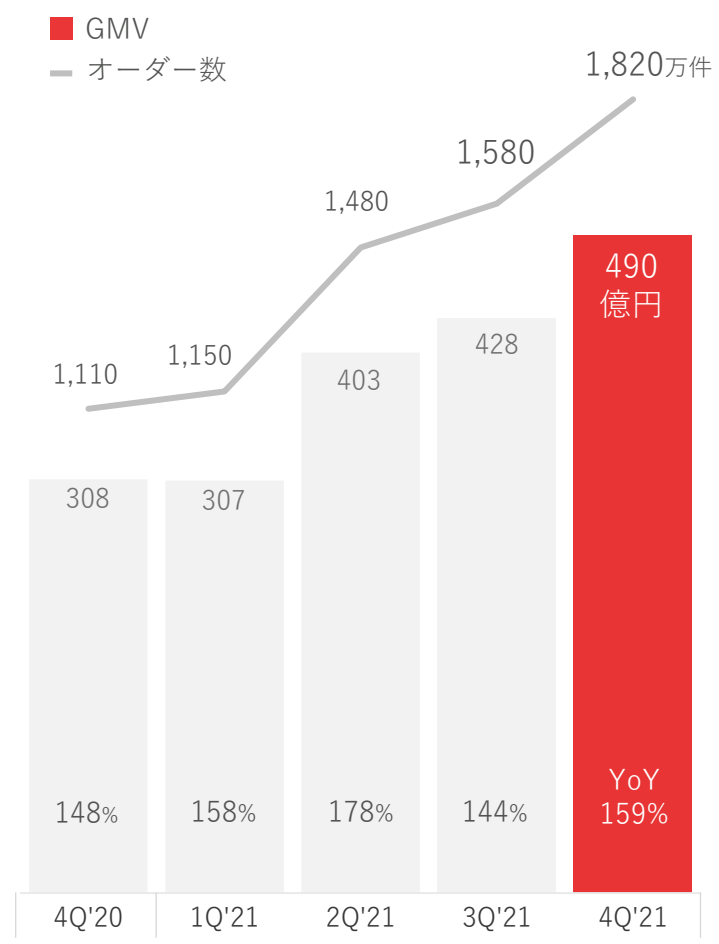
1. GMV（流通取引総額）：商品代金（税込） + 配送料（税込） 2020年10月以前は配送料の値引き分を含まない

2. 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)

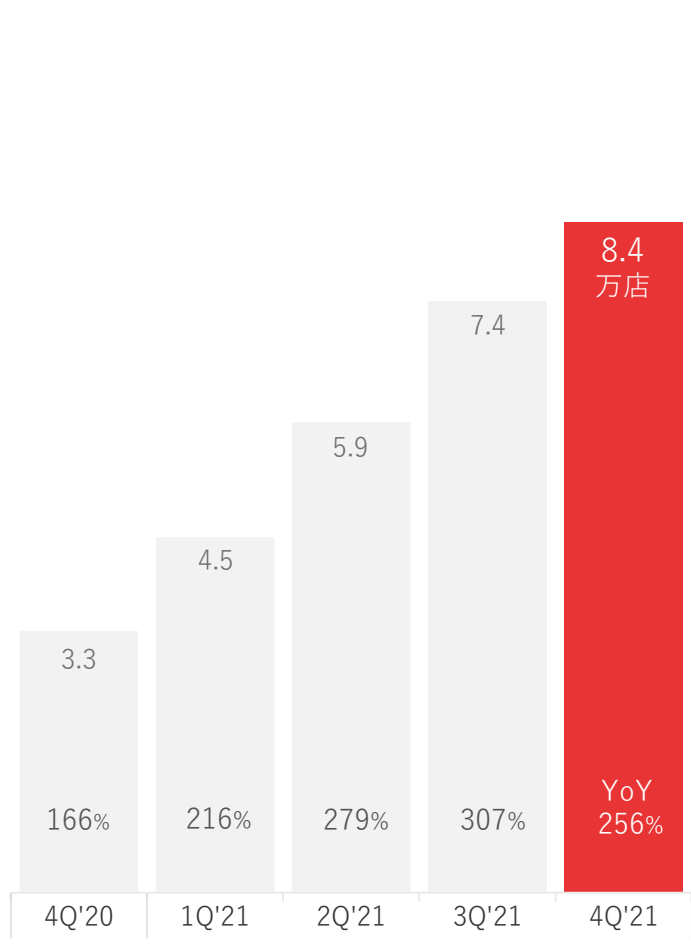
3. 全国総世帯数に対して、シェアリングデリバリーで配送可能な世帯数

主要KPI全てが前年同期比で伸長

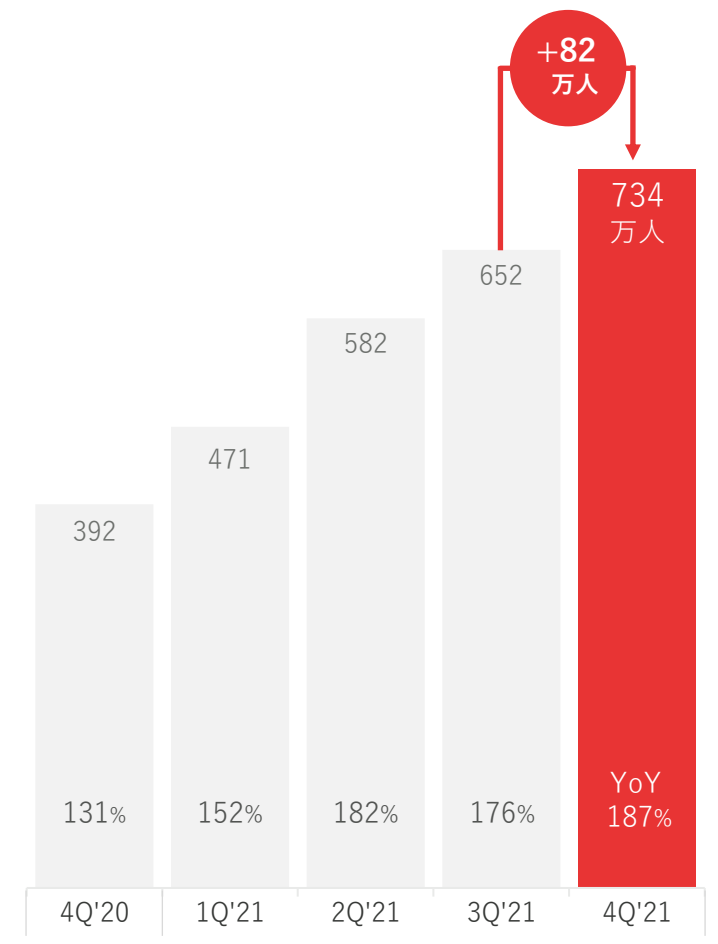
GMV・オーダー数



加盟店舗数



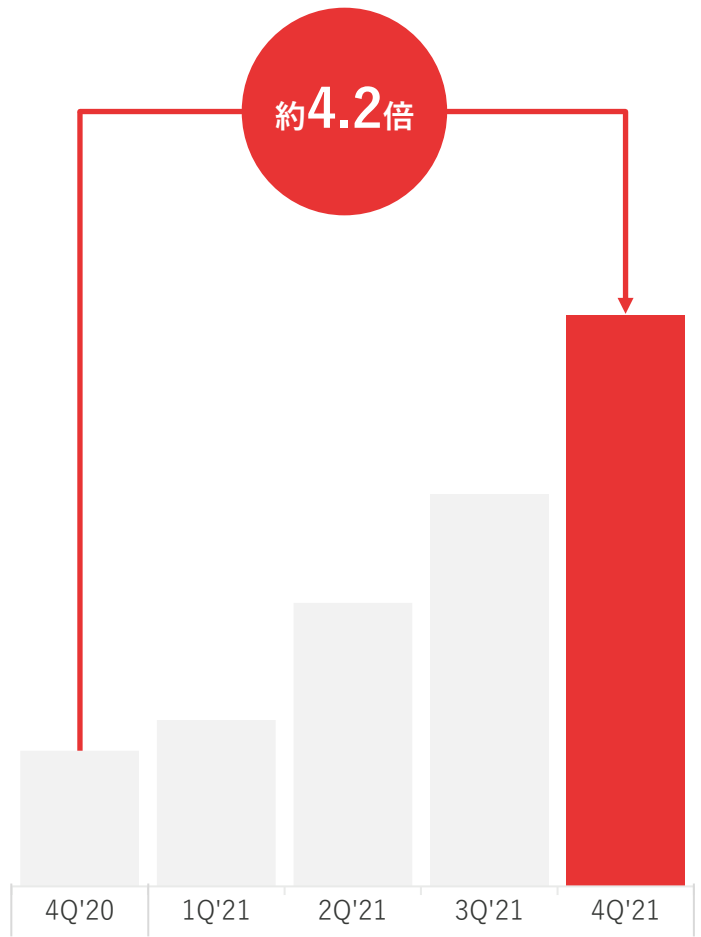
アクティブユーザー数



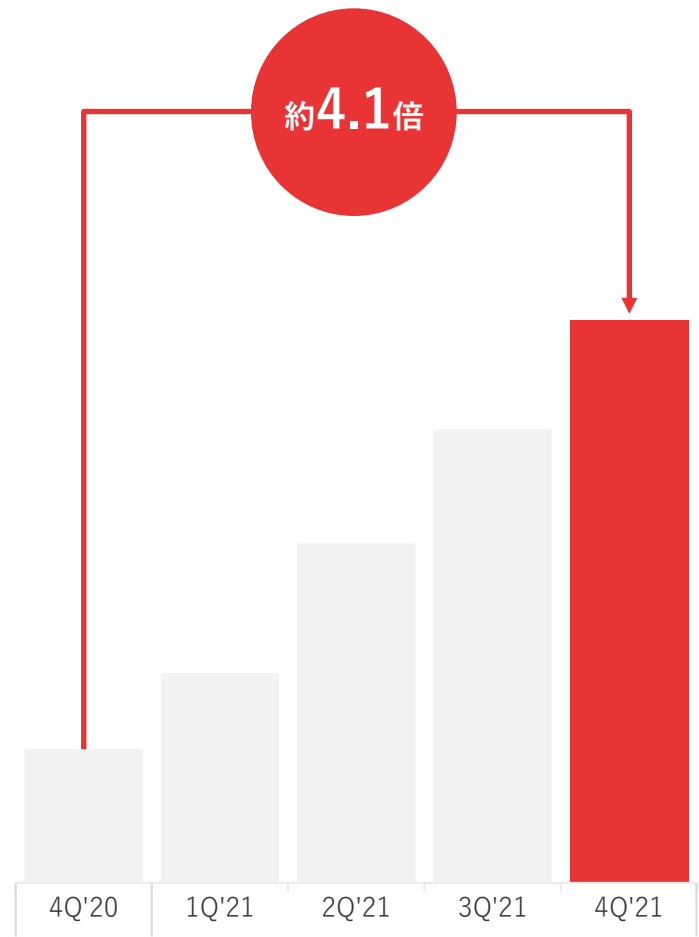
加盟店舗数、アクティブユーザー数は末日時点

シェアリングデリバリー[®]は更なる拡大を続ける

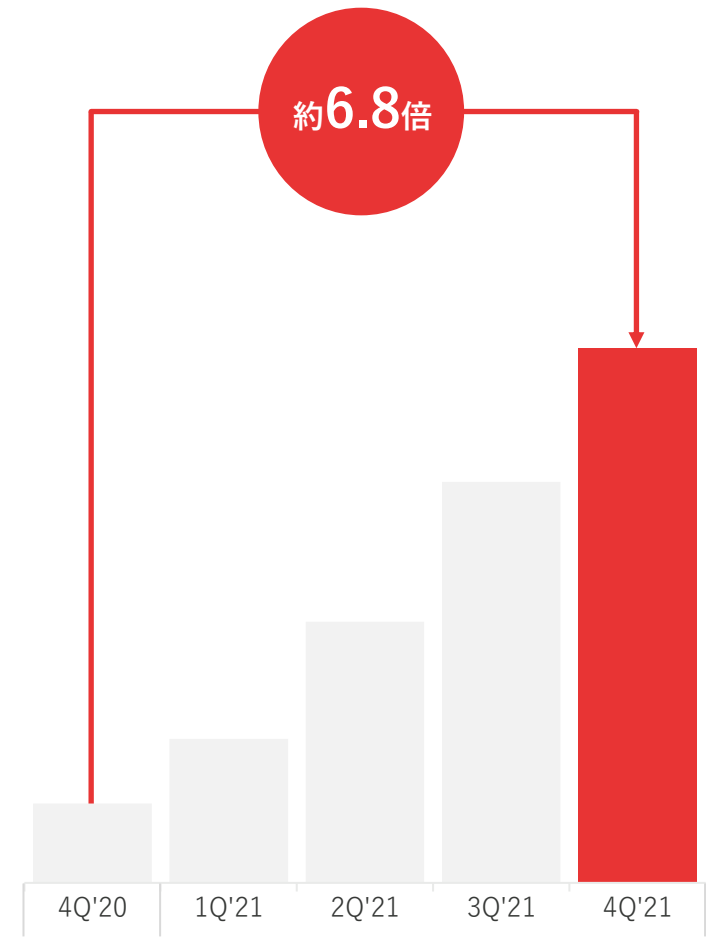
シェアリングデリバリー[®] GMV



シェアリングデリバリー[®] 店舗数



配送員数の推移 ^{※1}



1. 登録者数

ブランド価値・認知度の向上

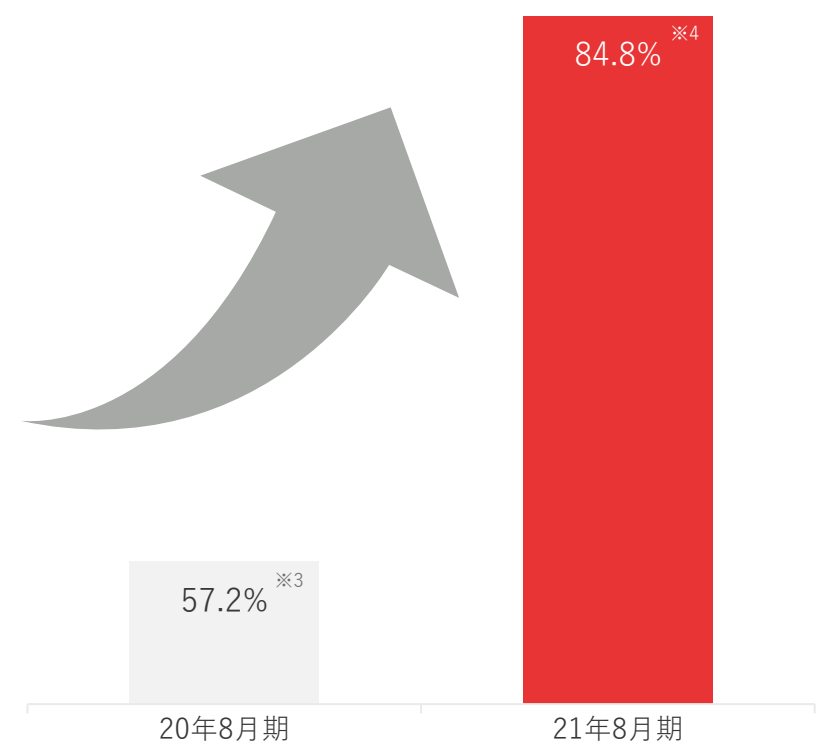
TVCM好感度第3位 ^{※1}



SNSでの認知拡大

	20年8月	21年8月	差分
 Twitter フォロワー数	4.8万	31万	+26万
 LINE 公式 アカウント 友だち数	2,848万	3,873万	+1,025万

認知率も飛躍的に向上 ^{※2}



1. CM総合研究所調査
 調査期間：2020年12月20日～2021年1月19日、東京キー5局（全オンエア数：2,661銘柄）
 調査対象：関東1都6県3,000人（4日実査：1,500人+19日実査：1,500人）

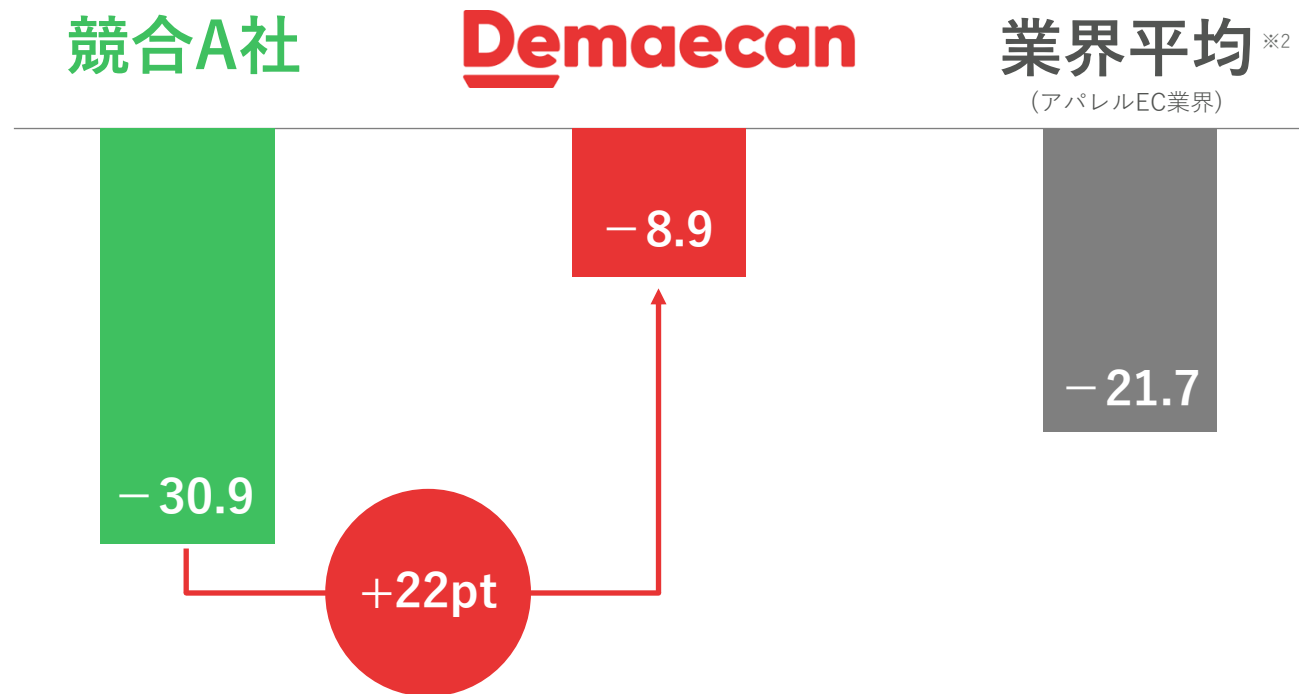
2. 自社調査
 調査期間：2021年3月3日（水）～6日（土）
 調査対象：全国15-69歳男女 2,500サンプル
 調査手法：「LINE Research Platform」を活用したスマートフォン調査
 3. 2020年7月に調査実施
 4. 2021年3月に調査実施

ブランド価値・認知度の向上

他社比較でもユーザー体験が高いサービスを提供

NPS ^{※1}

(顧客ロイヤリティ指標)



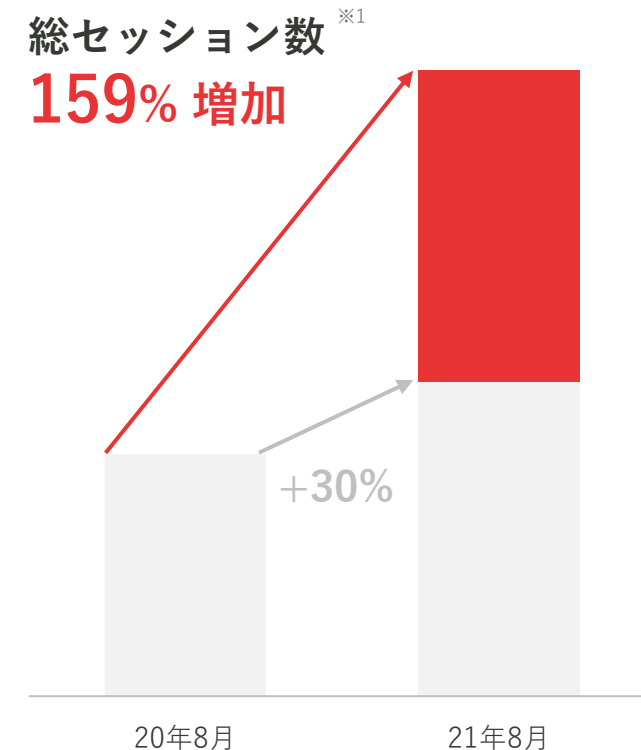
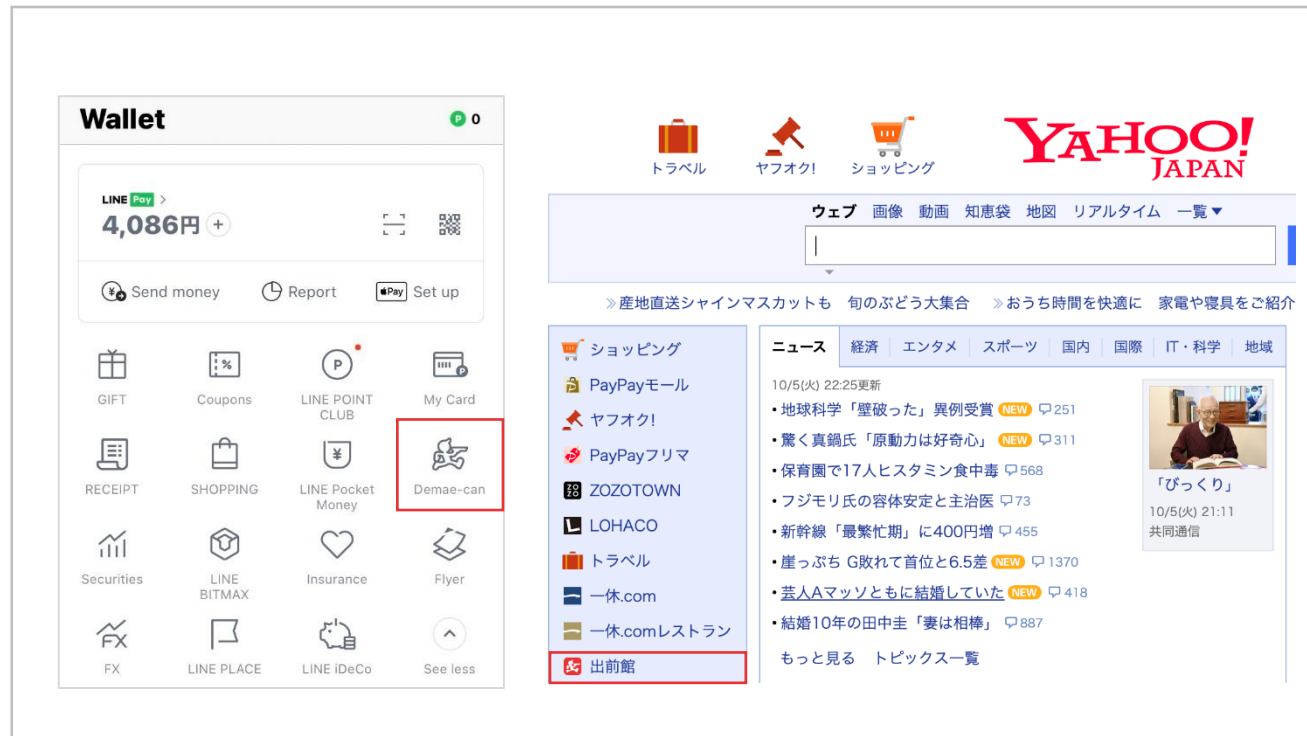
1. 2021年8月4日（水）～8日（日）全国15-69歳男女2,000人を対象にLINEリサーチプラットフォーム上で株式会社モニタスが調査を実施
 2. アパレルEC業界平均を参照
 3. NPS[®]業界別ランキング&アワード, NTTコムオンライン (<https://www.nttcoms.com/service/nps/report/>)



LINE、Yahoo!Japanとのシナジーによるユーザーリーチの拡大

- ✓ LINE ID連携
- ✓ LINE公式アカウントを利用したターゲットマーケティング
- ✓ LINE & Yahoo!Japanでの出前館リンク

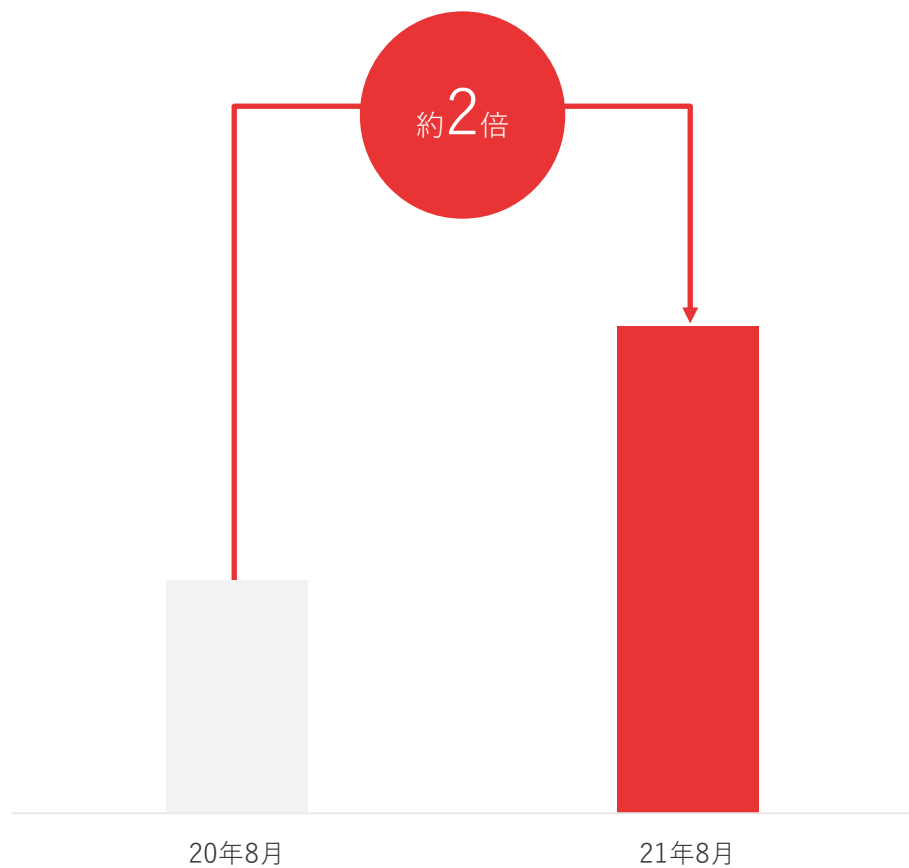
- LINE/Yahoo!経由セッション
- 他チャネル経由セッション



1. 各種メディア経由での出前館ウェブサイトへの当月アクセス数

シェアリングデリバリー®が大きく成長

シェアリングデリバリー既存店の
1店舗あたりGMV^{*1}が向上



シェアリングデリバリー®が47都道府県に展開

地方の有名店も拡大



1. 2020年8月時点で出店済みのシェアリングデリバリー9,355店舗の平均1店舗あたりGMVを参照

ユーザー



- レcommend枠の導入
- 配送員GPSトラッキング
- レビュー機能の充実

加盟店



- 加盟店向けのレポート機能
- オーダー管理画面のUI改善

配送員



- ダイナミック・エリア
コントロールの導入
- ドライバーアプリのUI改善

ユーザー



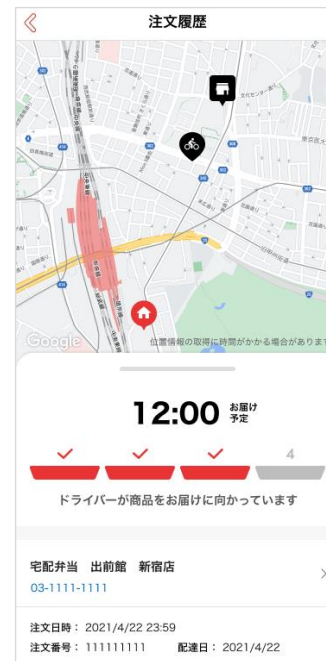
レコメンド枠の導入

- ✓ トップページ・カート・注文完了画面にレコメンド枠を導入
- ✓ パーソナライズが進むことでCVRが向上



配送員GPSトラッキング

- ✓ 配送員の位置をリアルタイムで表示することで、ユーザーに安心感を与え、体験の質が向上



レビュー機能の充実

- ✓ 商品・配送員・店舗それぞれのレビュー投稿が可能
- ✓ レビューの導線追加や画像投稿レビューの導入で投稿率が向上傾向



加盟店



加盟店向けのレポート機能

オーダー管理画面のUI改善

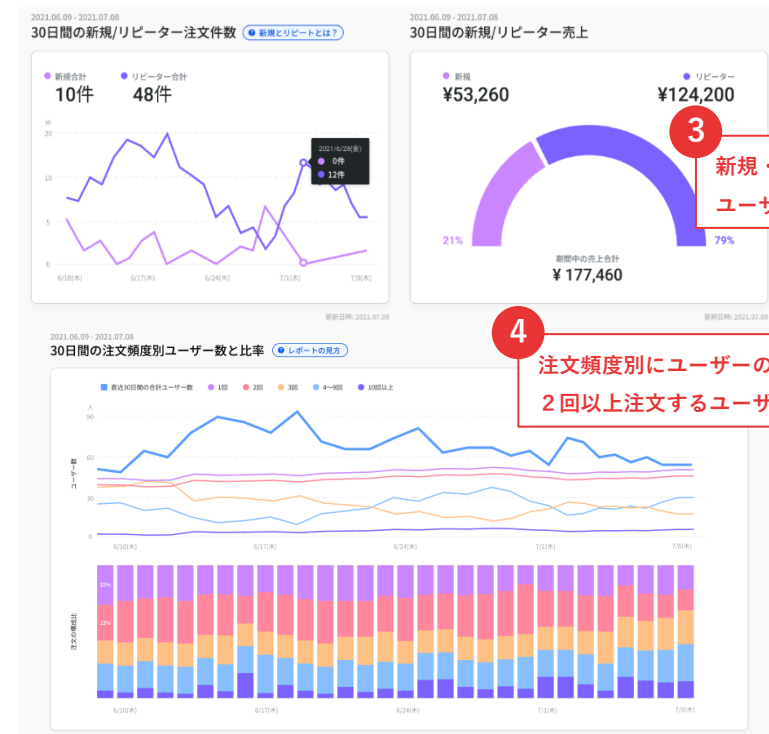
- ✓ 加盟店自らが実績を多面的に確認/分析することで、出前館での売上改善につながる

- ✓ 加盟店側のユーザービリティの向上



1 自店舗と売上上位の優良店舗を比較可能

2 自店舗と同じエリア内に店舗している全加盟店内の順位を表示



3 新規・リピーターで区別したユーザー実績を表示

4 注文頻度別にユーザーの定着傾向をレポート
2回以上注文するユーザー比率の上昇を目指す

配送員



ダイナミック・エリアコントロールの導入

- ✓ 需要に応じて配送エリアを柔軟に拡大・縮小し、需給を調整



ドライバーアプリのUI改善

- ✓ 視認性・操作性の改善によるユーザビリティの向上



FY 8/2022 Outlook

	<u>FY 8/2021</u>		<u>FY 8/2022</u>	
<u>KGI</u>				
GMV	1,627	▶	3,300 億円	YoY 203%
<u>KPI</u>				
アクティブ ユーザー数	734	▶	1,200 万人	YoY 163%
配送員数			3.6 倍	

FY 8/2021

- ✓ 認知度向上
- ✓ シェアリング
デリバリー全国展開
- ✓ 加盟店獲得

FY 8/2022

- ✓ エリア戦略
- ✓ リテンション向上
- ✓ 加盟店あたりGMV向上

2021年8月末のサービス開始から1.5か月で既に6,000店舗から申し込み

- ✓ 加盟店ファンの囲い込みでデリバリー市場拡大に貢献
- ✓ 加盟店の商品登録が不要で簡単に導入可能
- ✓ デリバリー以外の飲食店DXサポート

De Directの強み

- 開発費/維持費なしでお店専用のデリバリーサイトを作成できる
- 出前館の掲載情報が自動連携され、スピーディに開設できる
- 加盟店が自社デリバリーサイトへ直接集客できる

DeDirect

お店専用の
デリバリーサイトを
かんたん作成

DeDirectのご利用でホームページをデリバリー対応。
飲食店様の売上機会を最大化します

無料ではじめる



ユーザー向けリテンション向上施策

- ✓ これまでのリテンションの取り組みを通じて、ユーザーあたりの月間オーダー数が120%アップ
- ✓ 今期も施策を継続し、オーダー頻度向上に取り組んでいく

代表的な施策内容

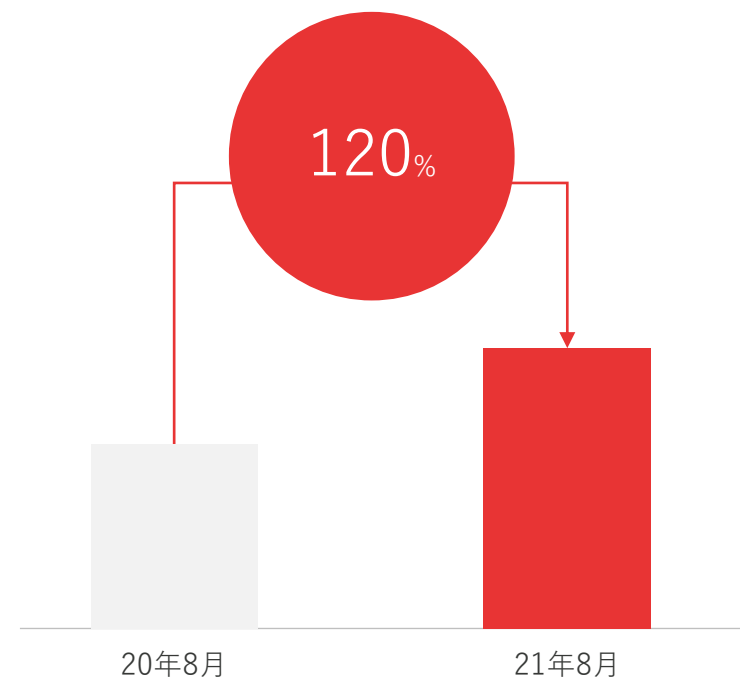
ロイヤリティプログラム

- オーダー頻度に応じてユーザーに会員ランクを付与
- ランクに応じて特典をオファー

パーソナライズ

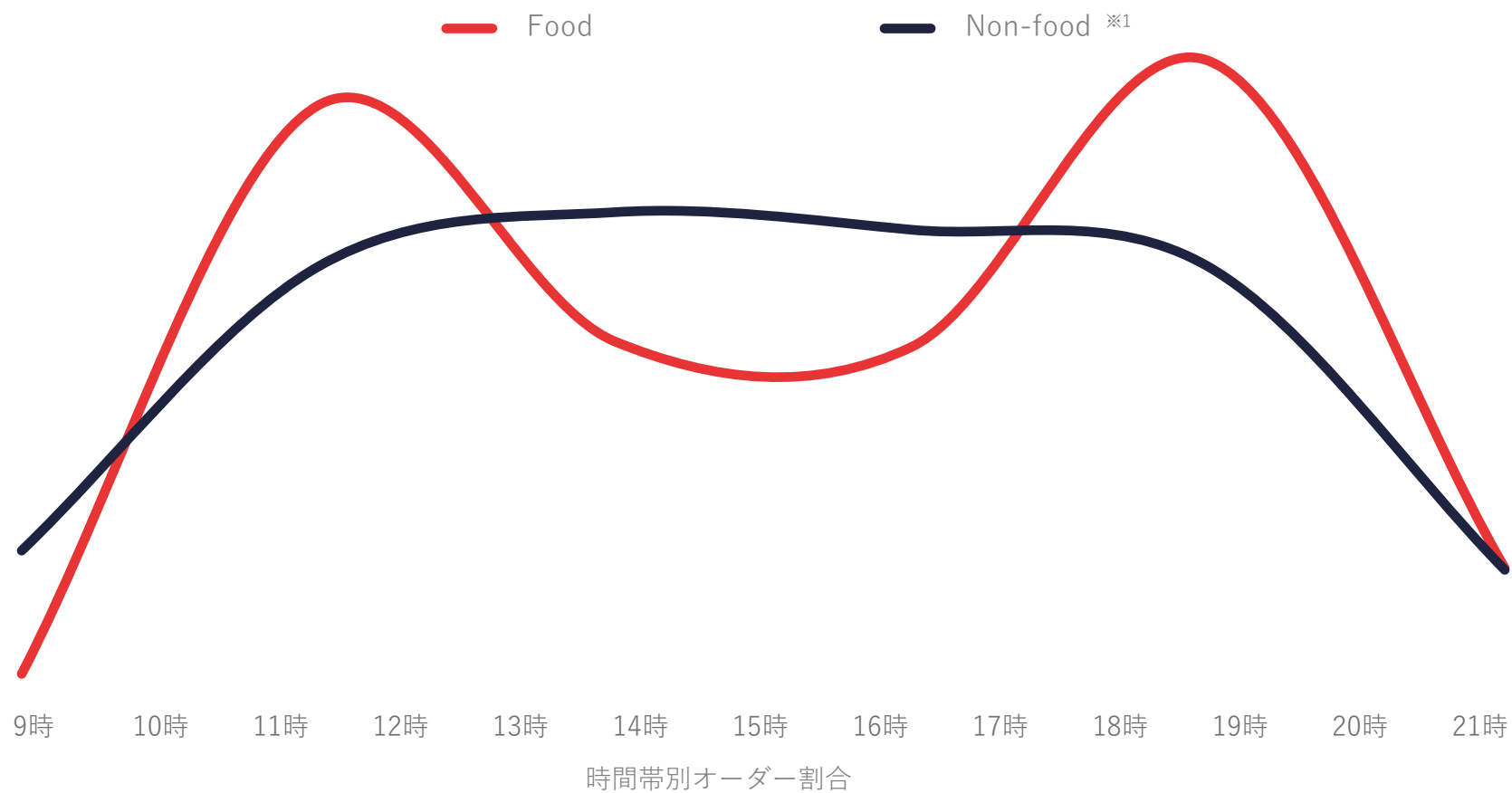
- 出前館の利用データを配信に活用
- 既存ユーザー向けに、即時性の高いプッシュ通知を実現

1ユーザーあたりの月間オーダー数^{※1}



配送員が1日を通して稼げるプラットフォームへ

フード以外への拡大で、安定的な配送需要を確保



1. Non-food:日用品、飲料などの食事以外のカテゴリーが該当

Zホールディングスとの連携

- ✓ アスクル、Zホールディングスと協働し、日用品等の即配サービス「PayPayダイレクト by ASKUL」を開始
- ✓ ラストワンマイルの即時配送ニーズを把握し、取扱商品の拡大や他地域・他サービスでの展開を検討

内容

 PayPay ダイレクト

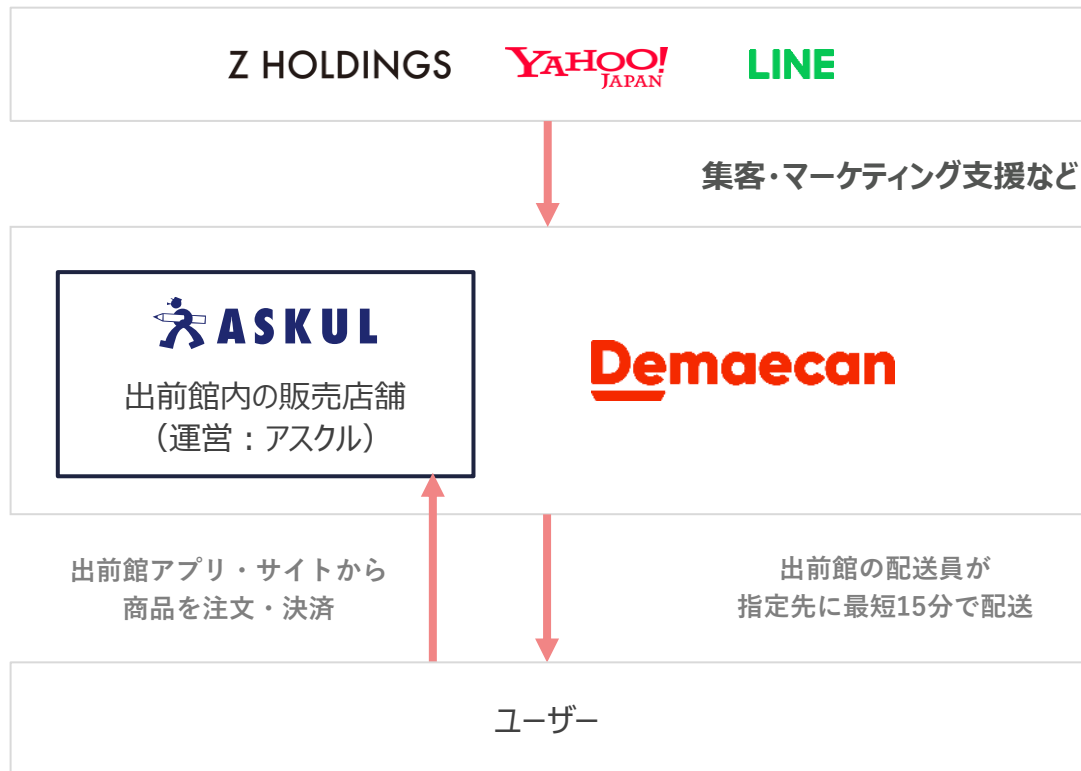
取扱商品

約300種類

- 洗濯用品、掃除用品、電池、ベビー用品、衛生用品、ペット用品などの日用品
- チルド食品、冷凍食品、カップ麺、レトルト食品、パン、ジュース、酒類等の食料品や飲料



配送サービスの流れ



カテゴリの拡大とマネタイズの強化

- ✓ フード以外にもカテゴリ拡張を進めつつ、広告や新規事業で収益性の強化を図る

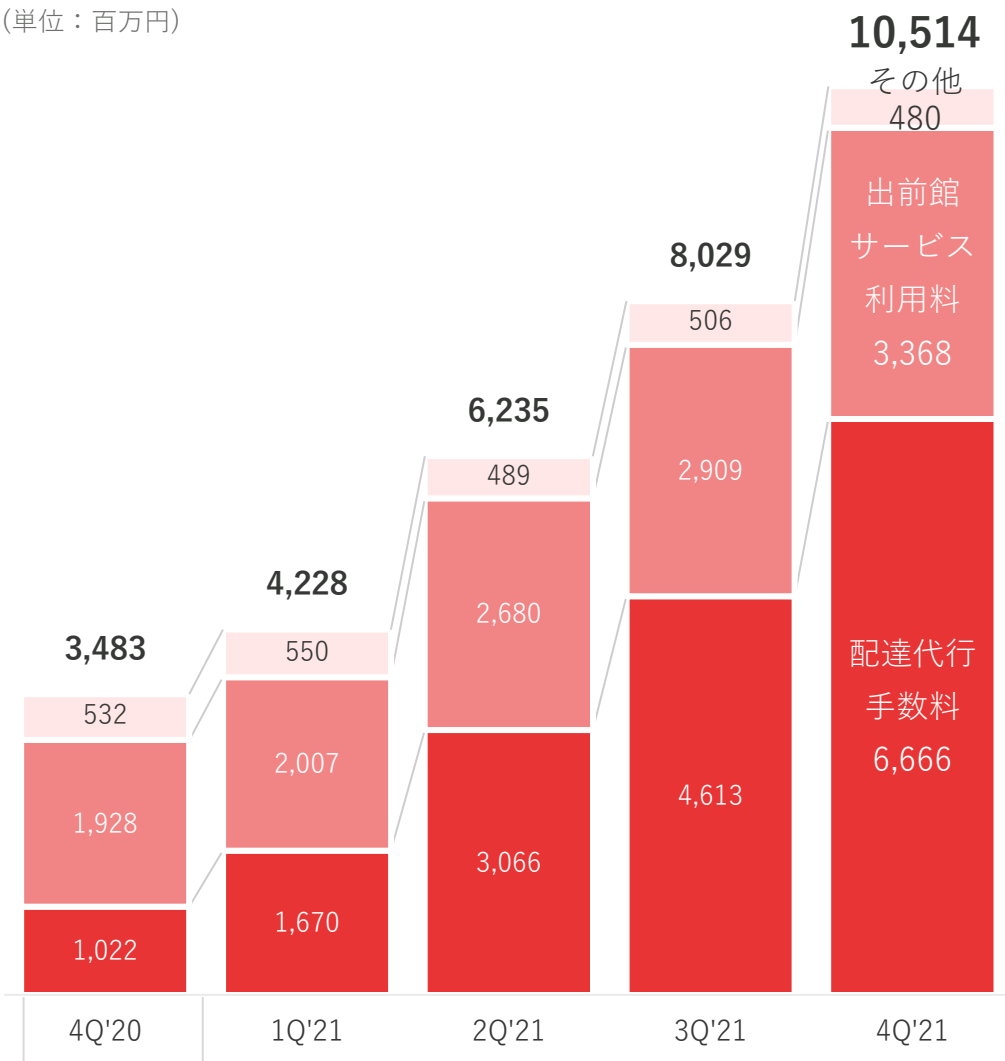


Financial Highlights

	第3四半期時点 修正予想	2021年8月期実績	YoY
GMV	1,600億円	1,627億円	158%
売上高	290億円	290億円	281%
営業利益	▲190億円	▲179億円	-
親株主株主に帰属する当期純利益	▲215億円	▲206億円	-

(単位：百万円)

YoY 302%



その他

前年同期比 ▲52百万円 (YoY 90%)

飲食店の営業自粛等による通信販売事業の売上減少

出前館サービス利用料

前年同期比 +1,440百万円 (YoY 175%)

加盟店舗数・ユーザー数の拡大によるオーダー数の増加

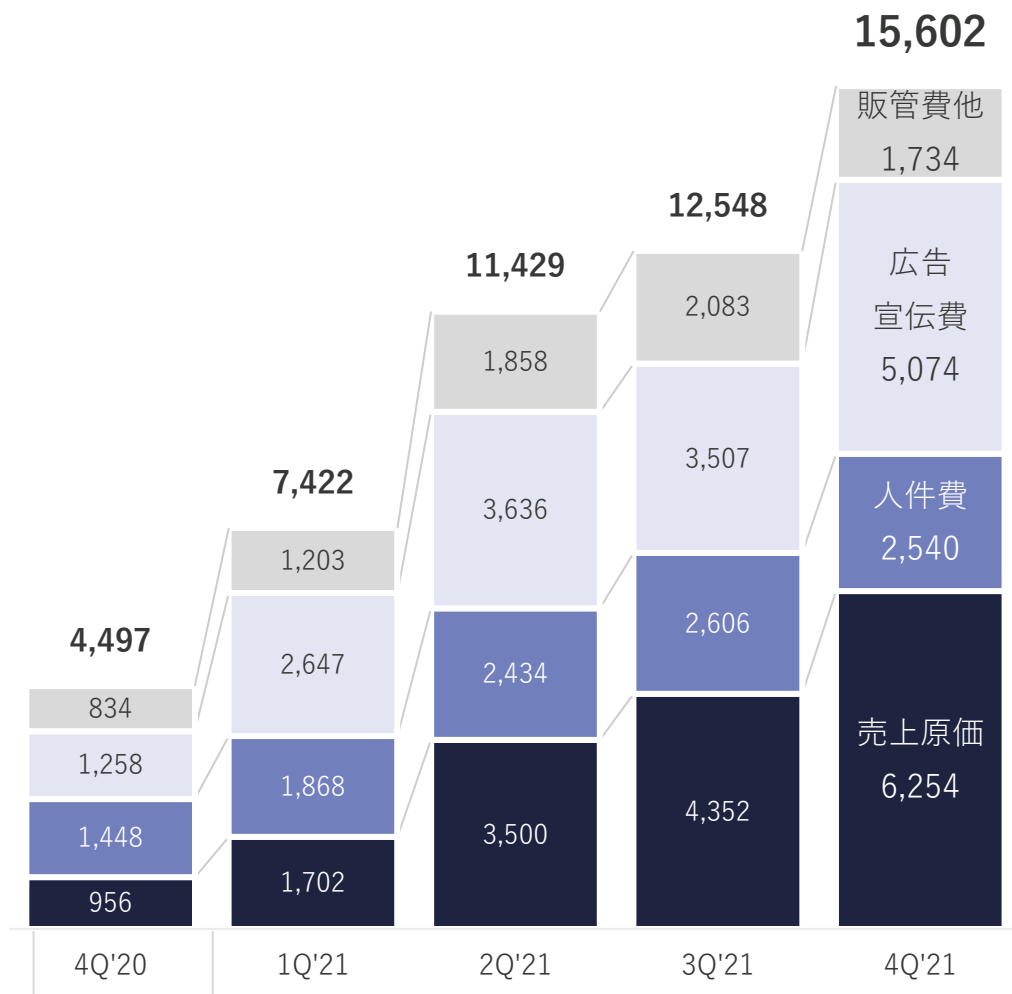
配達代行手数料

前年同期比 +5,644百万円 (YoY 652%)

シェアリングデリバリー配達件数の増加

売上原価及び販管費

(単位：百万円)



販管費他

前年同期比 **+900百万円** (YoY 207%)
業務委託費 (営業外注他) の増加

広告宣伝費

前年同期比 **+3,816百万円** (YoY 403%)
販促および認知拡大のための費用の増加

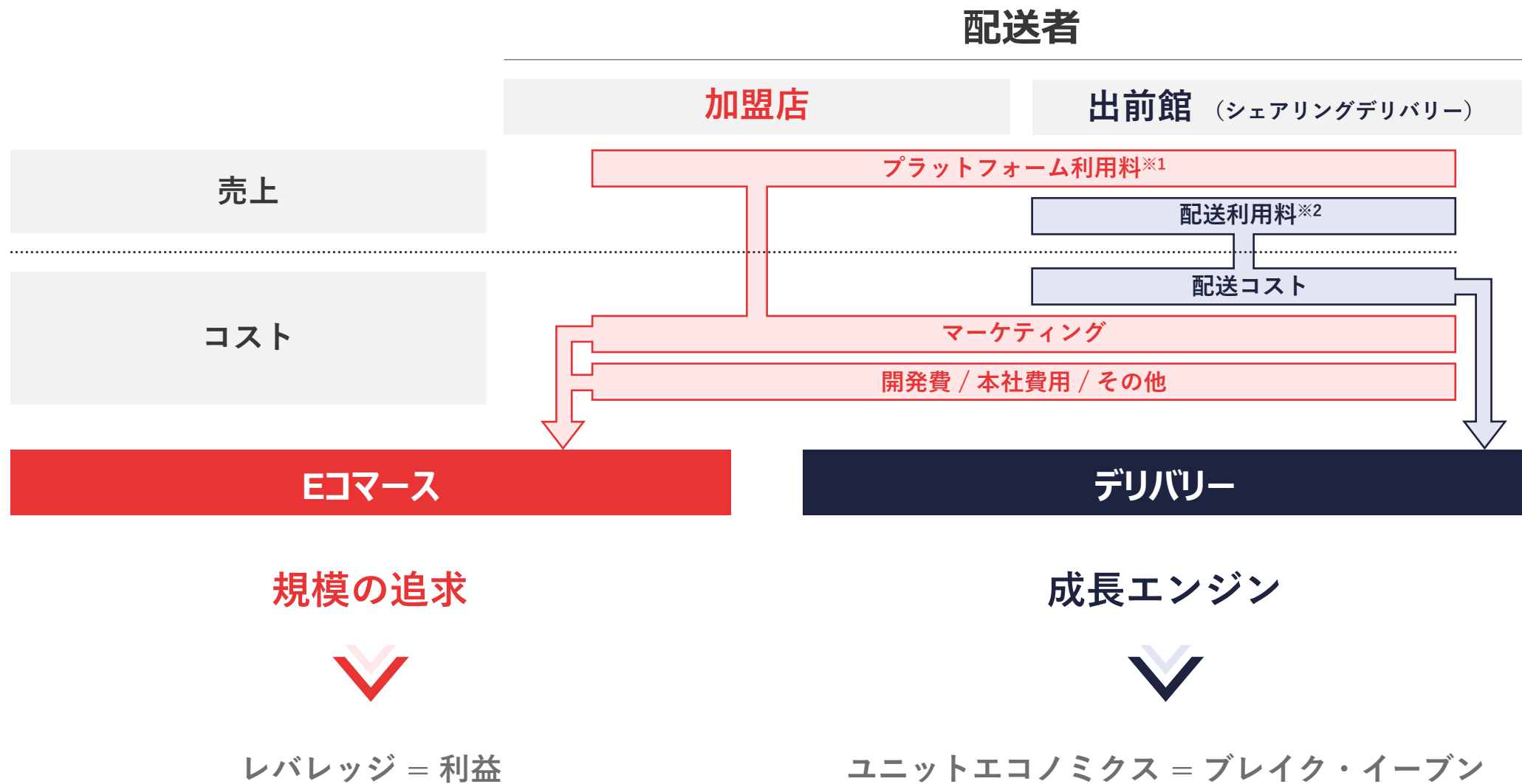
人件費

前年同期比 **+1,092百万円** (YoY 175%)
In-house配送員の増加

売上原価

前年同期比 **+5,298百万円** (YoY 654%)
Outsource配送員の増加

出前館 2つの事業モデル（Eコマース / デリバリー）



1. 注文あたり加盟店が支払う手数料及び広告費用

2. 加盟店が支払うシェアリングデリバリー利用料及びユーザーからの送料

出前館 2つの事業モデル (Eコマース / デリバリー)

配送者

合計GMV:
1,627億円 (YoY 158%)

加盟店

出前館 (シェアリングデリバリー)

GMV 1,116億円 (YoY 121%)

GMV 512億円 (YoY 442%)

加盟店テイクレート

Eコマース

(億円)	1Q	2Q	3Q	4Q
プラットフォーム利用料	20	26	29	34
その他売上	2	3	3	3
マーケティング	26	36	34	50
その他コスト	17	23	28	23
営業利益	▲20	▲29	▲30	▲36

加盟店テイクレート & ユーザー送料

デリバリー

(億円)	1Q	2Q	3Q	4Q
配送利用料	16	30	46	67
配送員 (In-house)	14	19	20	19
配送員 (Outsource)	9	28	34	59
その他コスト	3	5	5	5
営業利益	▲11	▲22	▲14	▲18

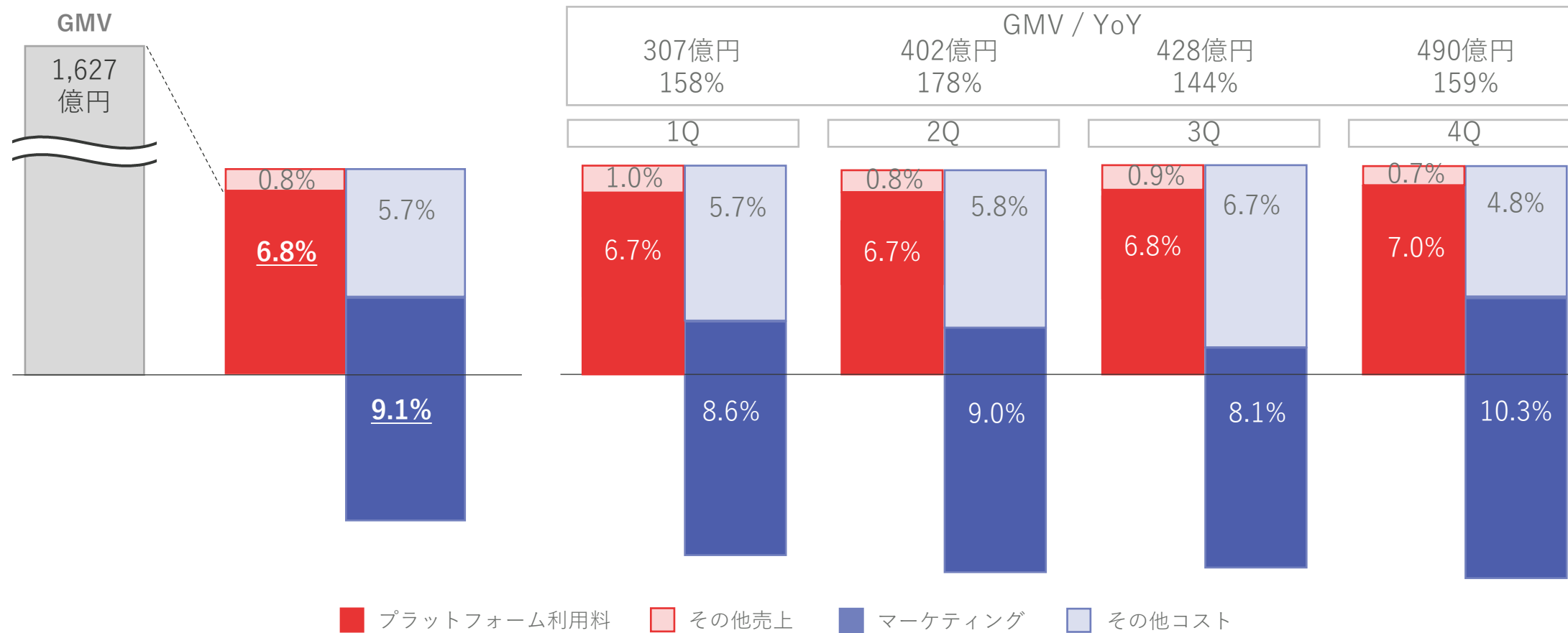
Eコマースモデル：収益構造

%はGMVに対する割合を示している

- ✓ テイクレートの6.7%から7.0%まで上昇
- ✓ 繁忙期は積極的に広告宣伝費を投下し年間広告宣伝費はGMV比で9.1%

2021年8月期通期

2021年8月期 四半期

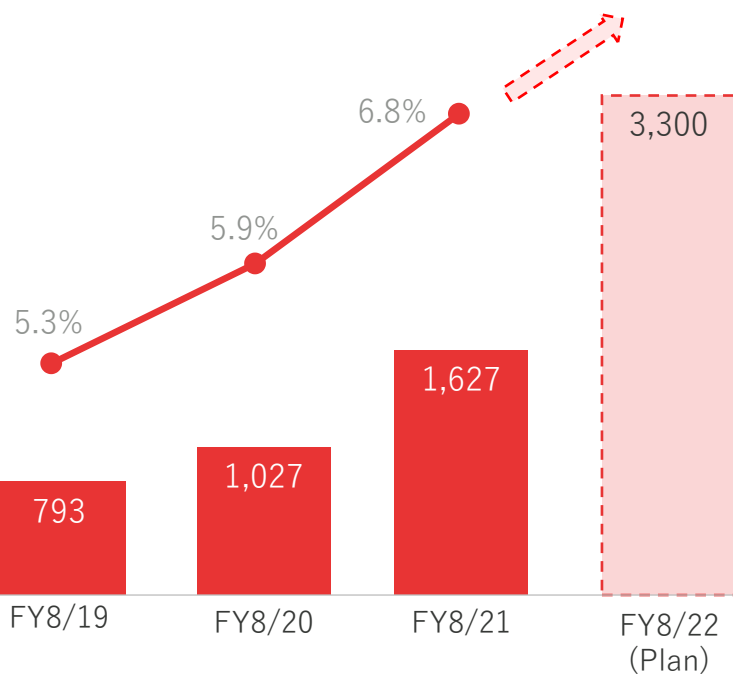


Eコマースモデル：今後の展望

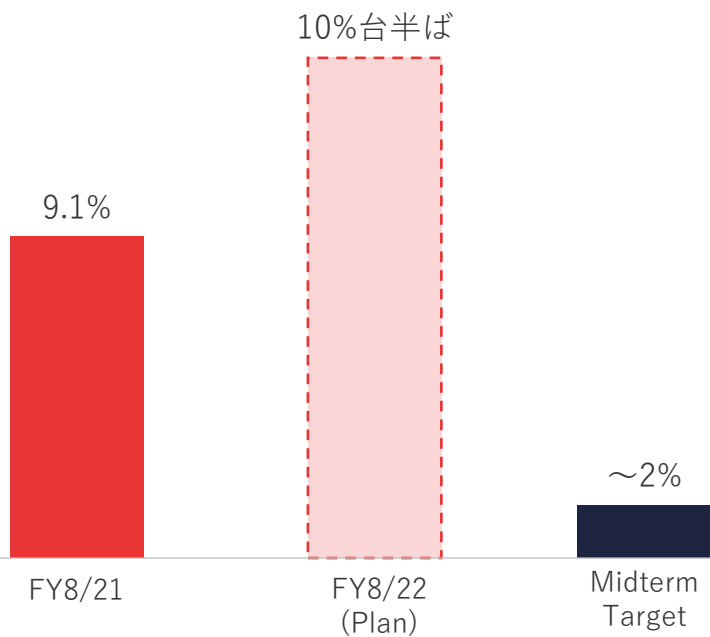
- ✓ 年間目標GMV3,300億円(YoY 203%)と成長を加速化
- ✓ 年間アクティブユーザー数1,200万人(YoY 163%)に向けて前期よりも広告宣伝費を積極投下

GMVとテイクレート

(億円)



広告宣伝費 対 GMV比



デリバリーのユニットエコノミクス

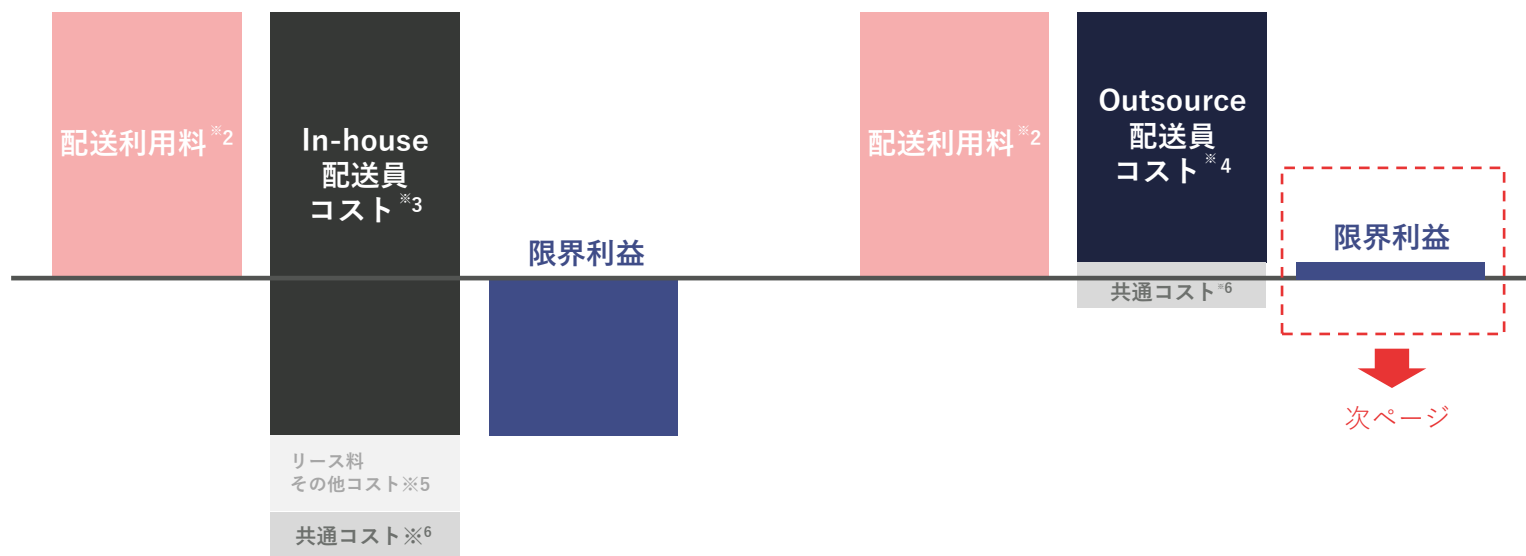
ユニットエコノミクス^{※1} (1件あたり6月実績ベース)

In-house配送員

品質 / ブランディング / TTM

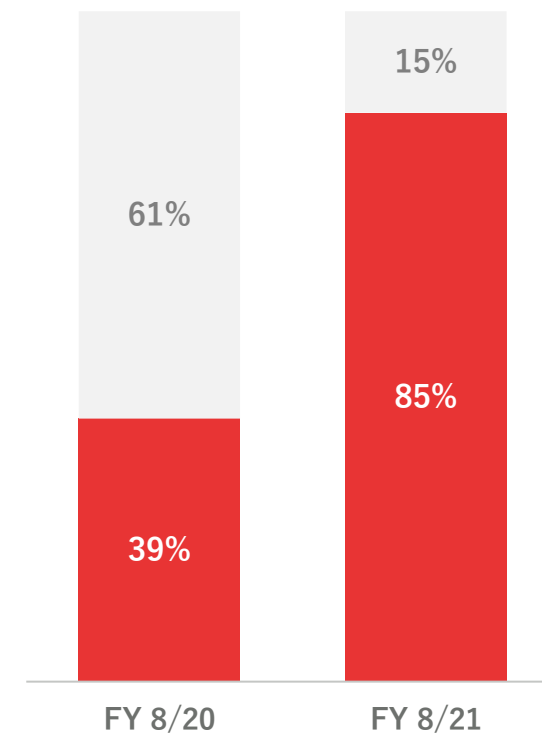
Outsource配送員

規模の追求 / ボリューム / コスト効率



オーダー数割合

■ Outsource ■ In-house



オーダー数割合^{※7}

18% vs 82%

- 2021年6月の実績をベースにしたイメージ
- 加盟店が支払うシェアリングデリバリー利用料及びユーザーからの送料を含む
- 配送員(In-house)コスト：出前館が雇用するアルバイト(時給)
- 配送員(Outsource)コスト：業務委託配送員(1件あたり報酬)
- 拠点リース料、自転車/バイク費用、水道光熱費、消耗品費を含む
- 求人費、通信費、旅費、決済手数料、その他を含む
- 2021年6月のオーダー数実績

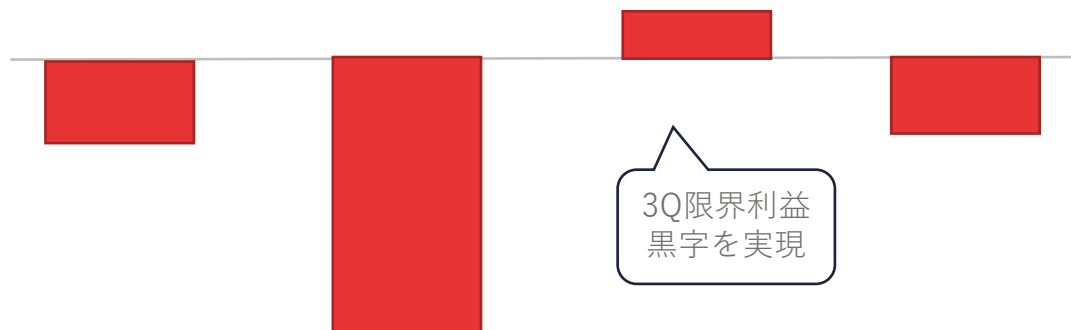
デリバリーモデル：Outsource配送員の収益性及び今後の展望

- ✓ 年間目標GMV3,300億円(YoY 203%)と成長を加速化
- ✓ 配送員数3.6倍の獲得に向けて配送員への投資を継続

2021年8月期 四半期

Outsource配送員によるデリバリーの限界利益推移

		GMV / YoY			
307億円	402億円	428億円	490億円		
158%	178%	144%	159%		
1Q	2Q	3Q	4Q		



FY 8/22
Plan

配送員向け投資を継続

- GMV拡大に向けて配送員の獲得 (YoY 360%)
- 新規配送員の育成
- 既存配送員の定着

Mid-term
target

規模拡大によりブレークイーブン

- オーダー増及びオペレーションの効率化により配送効率が向上
(1時間あたりの配送件数が増加)

GMV **3,300** 億円 YoY 203%

営業利益 ▲500-550 億円

Appendix

連結決算概要（損益計算書）

単位：百万円	2020年8月期				2021年8月期				2021年8月期 4Q	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	YoY	QoQ
売上計	1,817	2,011	2,994	3,483	4,228	6,235	8,029	10,514	301.9%	131.0%
出前館サービス利用料	957	1,081	1,756	1,928	2,007	2,680	2,909	3,368	174.7%	115.8%
配達代行手数料	217	323	761	1,022	1,670	3,066	4,613	6,666	652.3%	144.5%
その他	642	606	476	532	550	489	506	480	90.2%	94.9%
売上原価	689	601	776	956	1,702	3,500	4,352	6,254	654.2%	143.7%
売上総利益	1,128	1,410	2,217	2,527	2,525	2,735	3,677	4,260	168.6%	115.9%
売上総利益率	62.1%	70.1%	74.1%	72.5%	59.7%	43.9%	45.8%	40.5%	55.9%	88.4%
販管費	1,338	2,189	2,837	3,541	5,719	7,929	8,196	9,348	264.0%	114.1%
人件費	584	672	1,167	1,448	1,868	2,434	2,606	2,540	175.4%	97.5%
広告宣伝費	475	1,140	1,042	1,258	2,647	3,636	3,507	5,074	403.3%	144.7%
その他	278	375	627	834	1,203	1,858	2,083	1,734	207.9%	83.2%
営業利益	▲210	▲779	▲619	▲1,014	▲3,194	▲5,193	▲4,519	▲5,088	-	-

各項目の内容

売上高	
出前館サービス 利用料	<ul style="list-style-type: none"> 出前館プラットフォームの利用料
配達代行 手数料	<ul style="list-style-type: none"> 配達代行 (シェアリングデリバリー®) サービスの利用手数料 ユーザーからの送料
その他	<ul style="list-style-type: none"> 決済代行手数料 子会社による通信販売事業売上 等

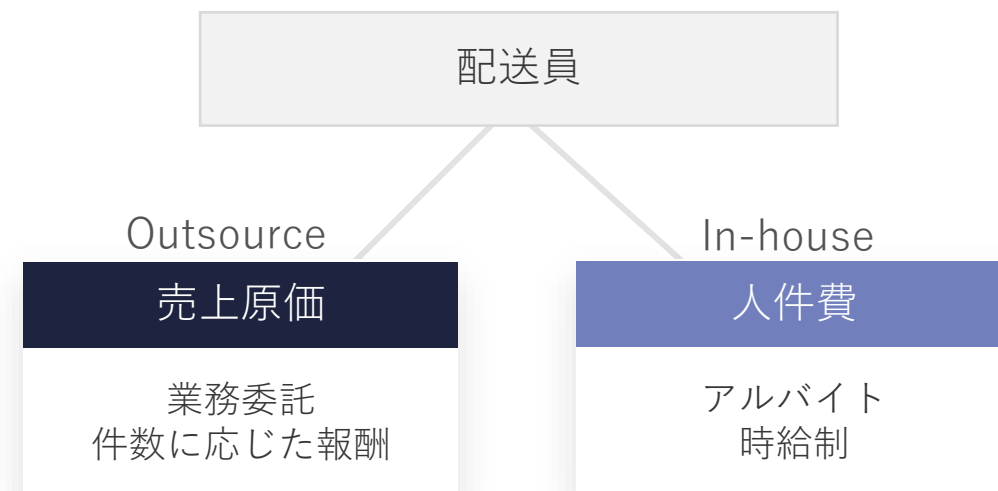
売上原価及び販管費	
売上原価	<ul style="list-style-type: none"> 業務委託(Outsource配送員) システム運用費 決済代行手数料、等
人件費	<ul style="list-style-type: none"> アルバイト(In-house配送員)人件費 本社人件費 株式報酬費用、等
広告宣伝費	<ul style="list-style-type: none"> 広告掲載費用 販促費用、等
販管費他	<ul style="list-style-type: none"> 業務委託費 (営業外注) 消耗品費・リース料 支払手数料 地代家賃、等

出前館のビジネスモデル

売上モデル※1

	手数料名	自社配達	配達代行
加盟店	出前館サービス 利用料	加盟店売上※2の 10%	
	配達代行 手数料	—	加盟店売上 の 25%
	決済手数料 (その他)	商品代金の 数% 程度	
ユーザー	配達代行 手数料		送料

配達代行のコストモデル



1. 2021年9月時点。加盟店にご案内する定価価格
2. 自社配達の場合、ユーザー送料(税抜)を含む

Thank you 文

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。