

Demaecan

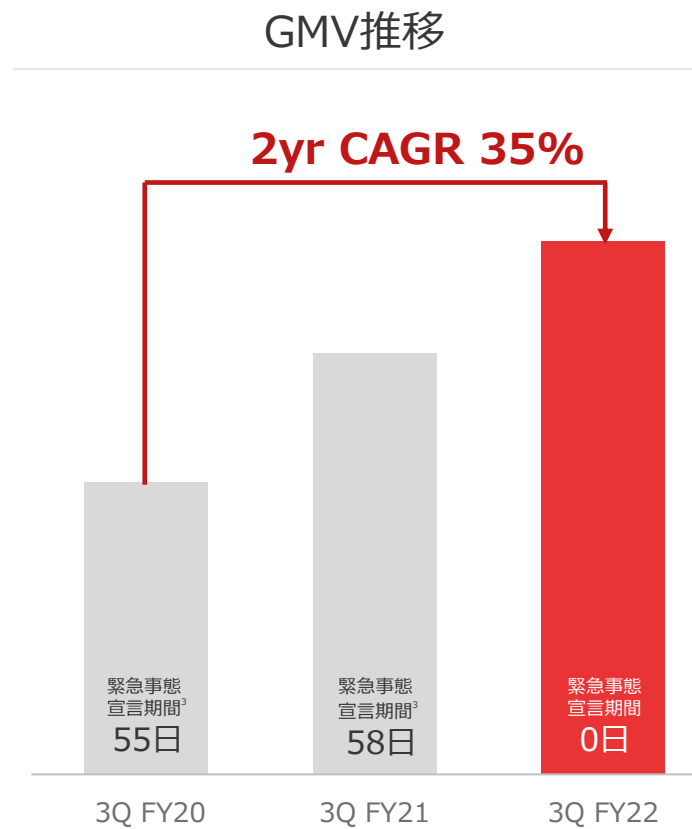
2022年8月期 第3四半期 決算説明会資料

2022年7月15日

Business Highlights

3Qハイライト

<p>第3四半期 KPI進捗</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 主要KPI <ul style="list-style-type: none"> • GMV¹: 542億円 YoY 127% • アクティブユーザー数: 878万人 YoY 135% • 配達員数: YoY 306%
<p>市場環境</p>	<ul style="list-style-type: none"> • DAUシェア No.1 <ul style="list-style-type: none"> • アプリダウンロード数も引き続きNo.1² • プレイヤーの数が絞られ、市場の合理化が加速
<p>通期ガイダンス 更新</p>	<ul style="list-style-type: none"> • デリバリーのユニットエコノミクスがブレイクイーブン水準に改善 • 市場状況を踏まえて通期ガイダンスを更新

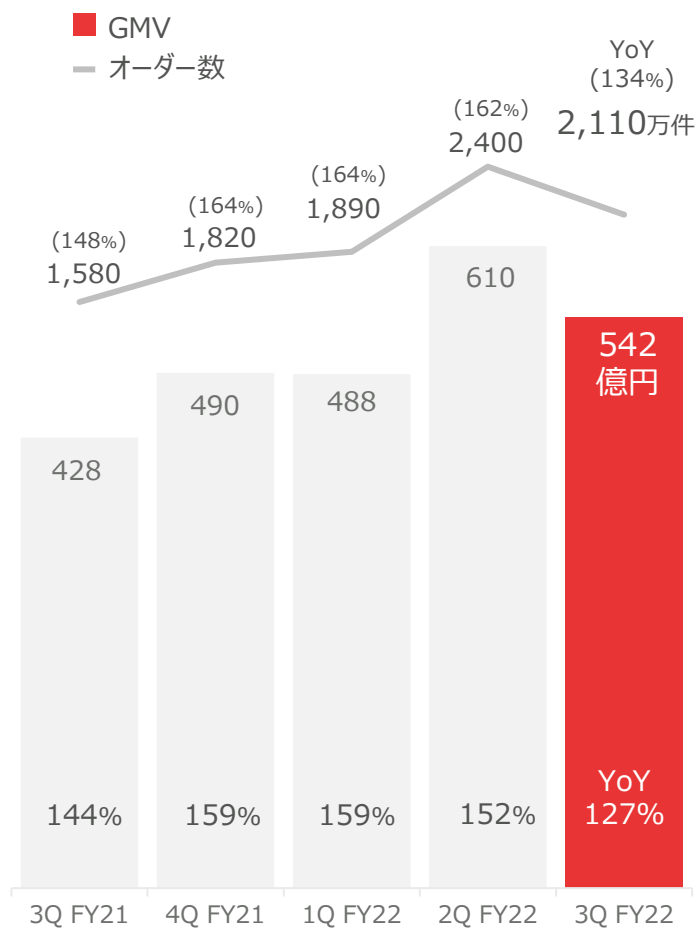


DAU (Daily Active Users): 1日のうちアプリをアクティブに利用しているユーザーの数

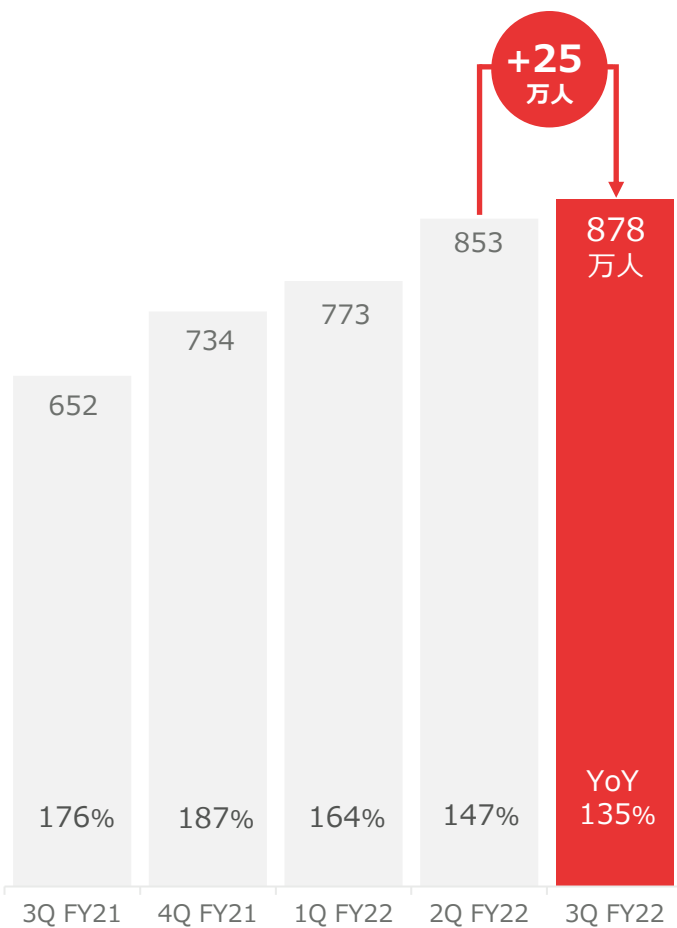
1. GMV (流通取引総額) : 商品代金+配達料 (値引き前)+その他ユーザー手数料
2. data.ai(旧App Annie)調べ。2022年3月~2022年5月累計「フード&ドリンク」及び「フードデリバリー/テイクアウト」カテゴリにおけるアプリダウンロード数 (iOS及びGoogle Play合計)
3. 東京都及び一部地域

主要KPI

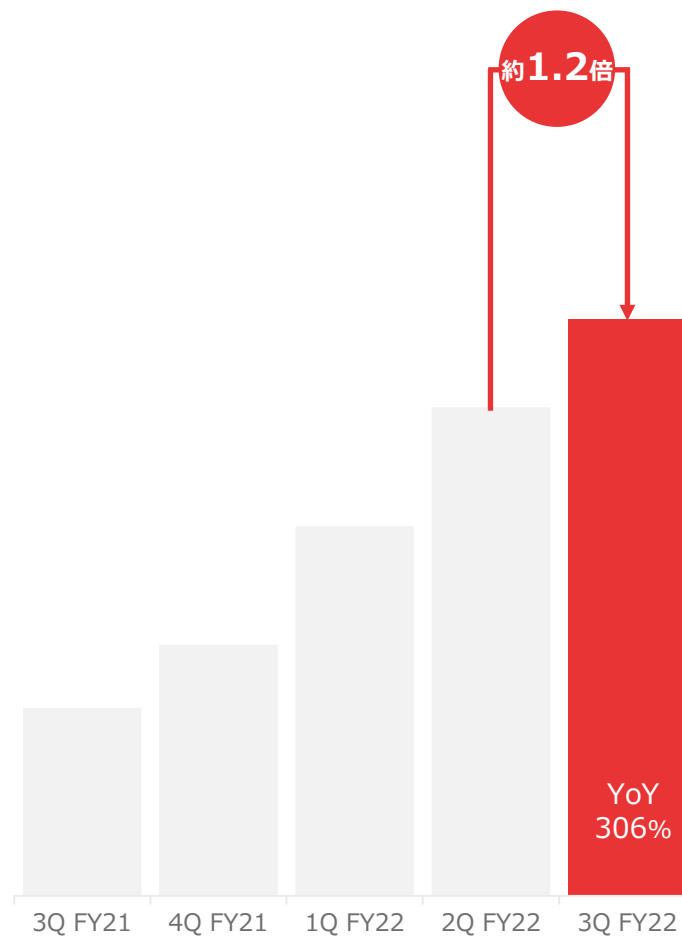
GMV・オーダー数



アクティブユーザー数

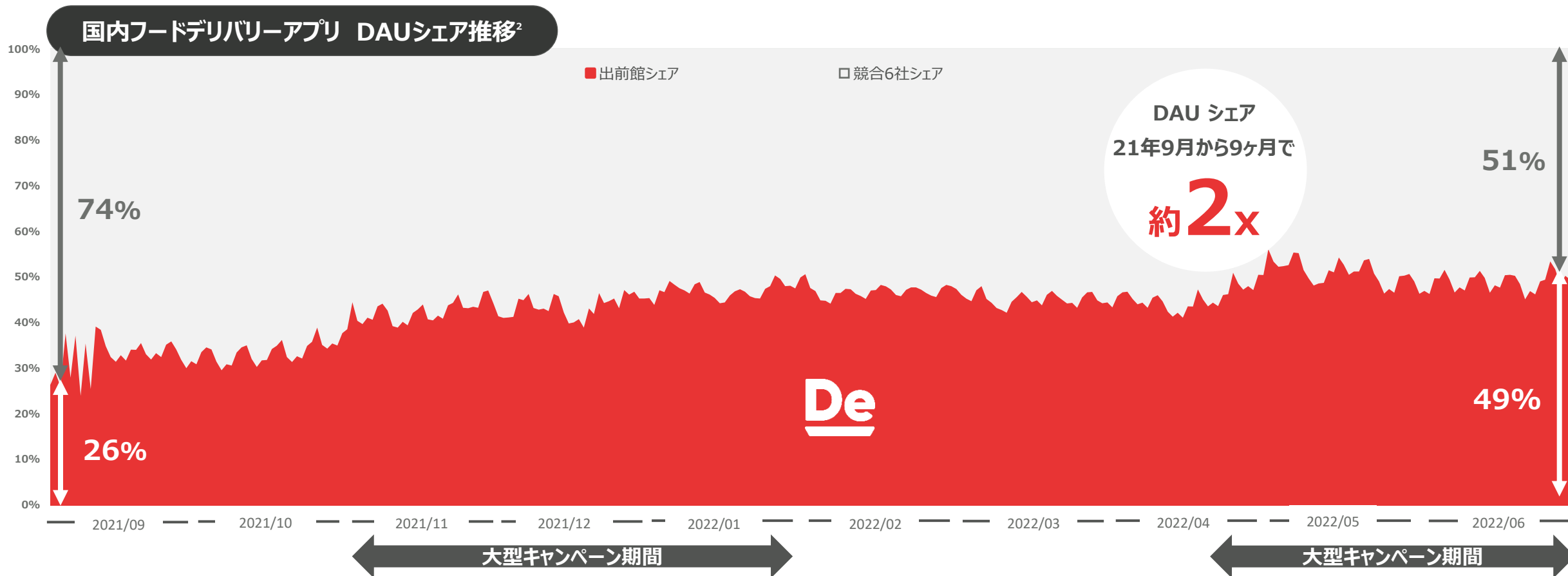


配達員数の推移



DAUシェア No.1

- ✓ DAUマーケットシェアが21年9月から9ヶ月で約**2倍**に拡大
- ✓ 3月～5月のアプリダウンロード数は2Qに引き続き3Qも**1位**を獲得。キャンペーン期間中に増やしたDAUをキャンペーン期間外でも維持



DAU (Daily Active Users): 1日のうちアプリをアクティブに利用しているユーザーの数

1. data.ai (旧App Annie)調べ。2022年3月～5月累計「フード&ドリンク」及び「フードデリバリー/テイクアウト」カテゴリにおけるアプリダウンロード数 (iOS及びGoogle Play合計)
2. Source: data.ai; "Trend of Share of Daily Active User Base of Demae-can Among Top 7 Food Delivery Aggregator Apps in Japan." Among Top 7 Food Delivery aggregator apps in Japan by average smartphone DAU from Sept 1, 2021 - Jun 30, 2022; Analysis does not deduplicate users who may use multiple apps. Only Pickup and deliver apps (food delivery aggregators), does not include restaurants that offer delivery services.

過去2年の振り返りと次なる成長戦略

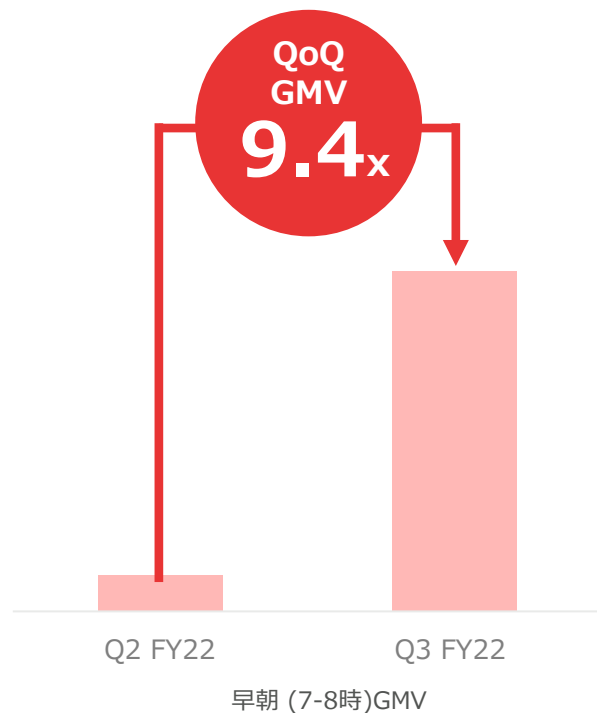


カテゴリの拡大

- ✓ ランチ・ディナー以外の需要を取り込むことで、フード領域におけるホワイトスペースを開拓
- ✓ フード以外のカテゴリを充実させることで、ユーザーの利用シーン拡大につなげる

フード

- 早朝時間帯のGMVが大きく伸長

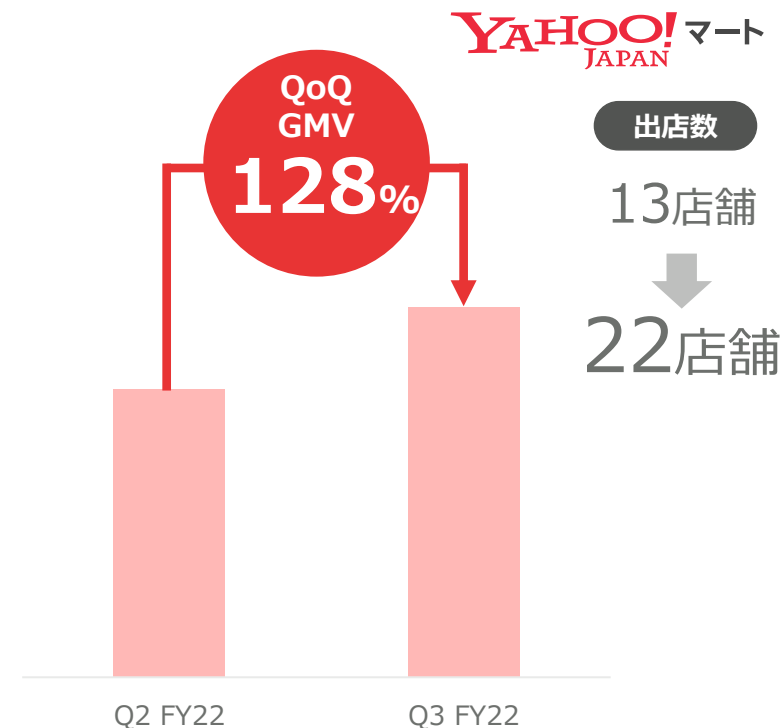


リテール

- 人気ブランドとの連携で商品ラインナップ拡充

スーパーマーケット 	
コンビニエンスストア 	
日用品・雑貨 	DEAN & DELUCA

クイックコマース



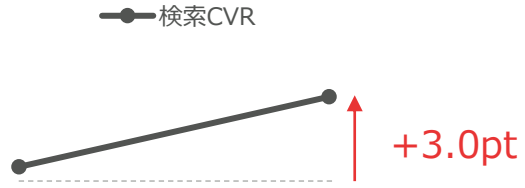
1. 「Yahoo!マート by ASKUL」は、Zホールディングスと実施している、アスクルが取り扱う各商品を、出前館の配達網を活用して届ける日用品の即配サービス

プロダクトアップデート - ユーザー

- ✓ 検索画面のリニューアルと検索エンジン改修で使いやすさを改善
- ✓ マシンラーニングを活用したレコメンドの精度改善を行うことで、ユーザーの注文体験を向上させる

サーチ

- 検索のエンジンロジック・UIの改修
- 検索CVRが改修前と比較して、3ポイント改善



レコメンド

- カートに入れられた商品と一緒に購入されやすい商品をレコメンド
- レコメンド機能経由のトラフィックはCVRが高い

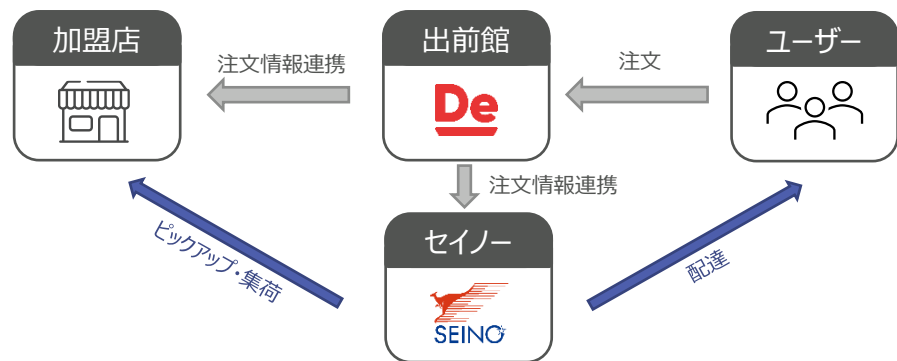


1. Before:4/25~5/9, After 5/10~23

配達手段の多様化

- ✓ セイノーホールディングスと業務提携によりラストワンマイル配送の選択肢が広がる
- ✓ 次世代配送等の活用を検討し、既存の配達手段では対応できない地域でのサービス展開を図る

セイノーホールディングスとのアライアンス



- 出前館がプラットフォーム経由でユーザーからの注文を、セイノーHD配達員が店内ピックアップから配達を担う
- セイノーHDを通じたクイックデリバリー網が地方都市などの配達エリアが20都市まで拡大
- 過疎地・中山間地等での配達のため、共同配送やドローン物流を取り入れた新スマート物流との連携を進める

ドローン配送の実証実験

- 東京都から八丈島におけるデリバリー事業の試行実施を受諾
 - ✓ デリバリーサービス（飲食物・日用品等）の試行実施
 - ✓ 新しい技術や制度を活用した配送の検討・試行



- ✓ 新デリバリーシステムを7月から段階的に全国リリース
- ✓ 配達システムの改修で配達効率の改善を進める

リリーススケジュール

7月中旬～8月初旬

- 需要ヒートマップ
- AI/機械学習による自動配達アサイン
- 複数件持ち

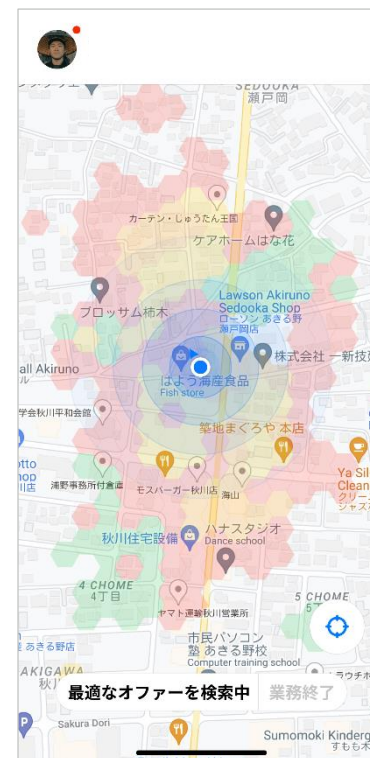
8月初旬

- 距離別報酬導入

9月中旬

- 表示待ち時間改善

需要ヒートマップ



配達受託画面

配達報酬 / 受取・配達

726円 / 1.8km

受取 カフェ出前館
東京都渋谷区千駄ヶ谷5丁目27-5

配達 東京都渋谷区千駄ヶ谷5丁目

受託

45秒以内に受取しないと自動拒否されます

- ✓ 加盟店との関係強化とロイヤリティ向上を目的に、“Demaecan Award 2021”を開催
- ✓ 全国から人気加盟店を選出し表彰、ユーザー認知を高めて注文促進に繋げる狙い



- ✓ 加盟店レポートにてユーザーレビューを分析可能に。サービス品質の向上につなげる
- ✓ 加盟店が出前館プラットフォーム上で自由にクーポンを提供できるようにプロダクトを改修

レビュー確認機能



加盟店クーポン

店舗一覧内で分かりやすいようバッジを付与



🚚 出前館特典
1500円以上の注文で送料310円



店舗ページ上部クーポン情報を記載



- 加盟店クーポンを登録したブランド数がYoY215%

自治体連携とESGの取組

- ✓ 30を超える自治体と連携を強化することで既に様々な社会課題の解決に向けた取り組みを実施
- ✓ 福岡県と「プラスチック代替品の利用促進等に関する協定」を締結

自治体との連携を強化

- 買い物弱者支援、災害発生時の食事支援など様々な取り組みを実施



東大阪市
HIGASHI-SHOSHA



北海道

ESGの取組み

- 飲食店のテイクアウト容器のプラスチック代替品への切り替えを促す
- 消費者へのプラスチック代替品の認知度・理解度向上などプラスチック代替品の利用を促す
- その他環境負荷の低減



＜紙、竹素材でできた弁当容器＞



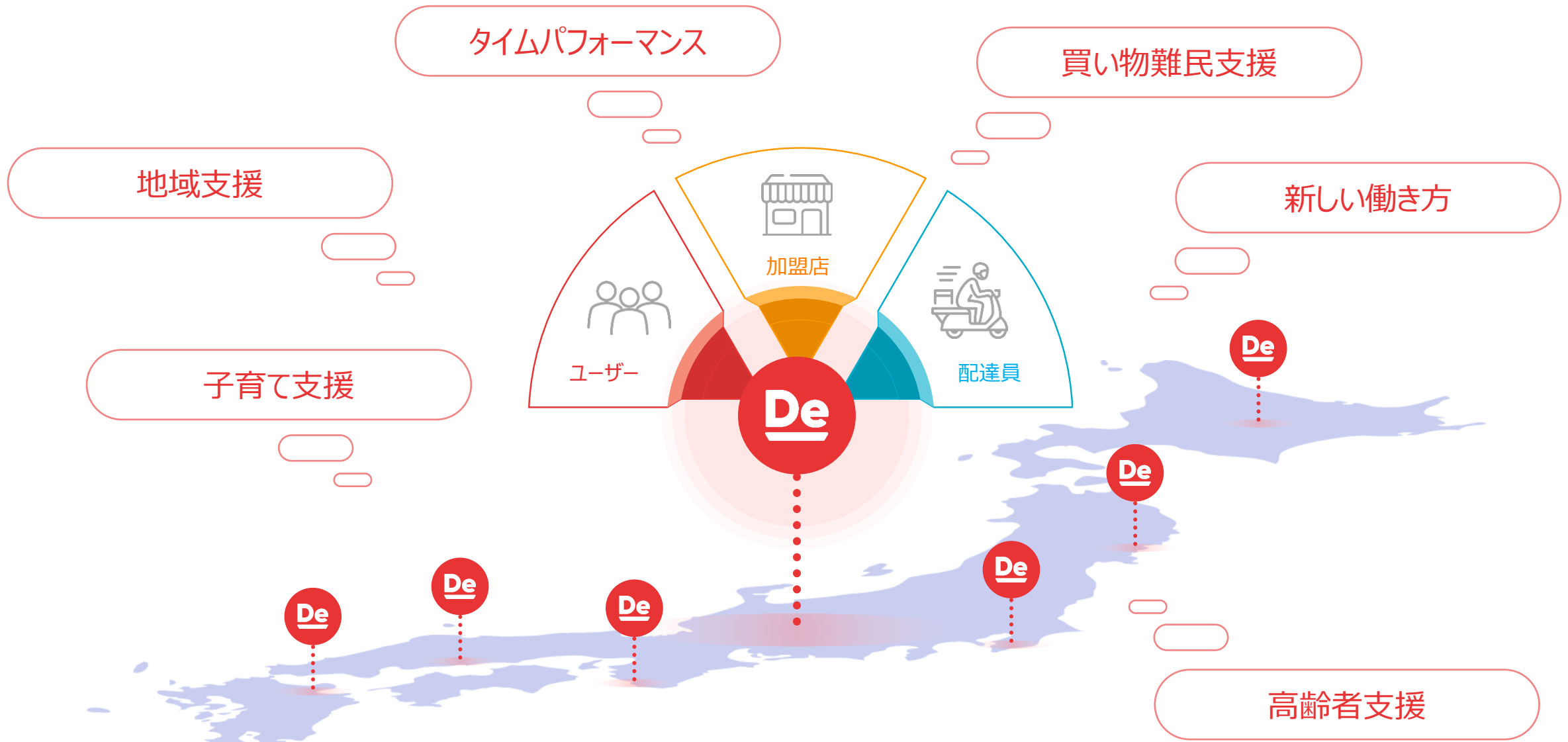
＜木製のカトラリー＞



高齢者支援

- 対面で出前館アプリの使い方を紹介することで、高齢者を始め、幅広い年代の方々に利用いただけるようアプローチ

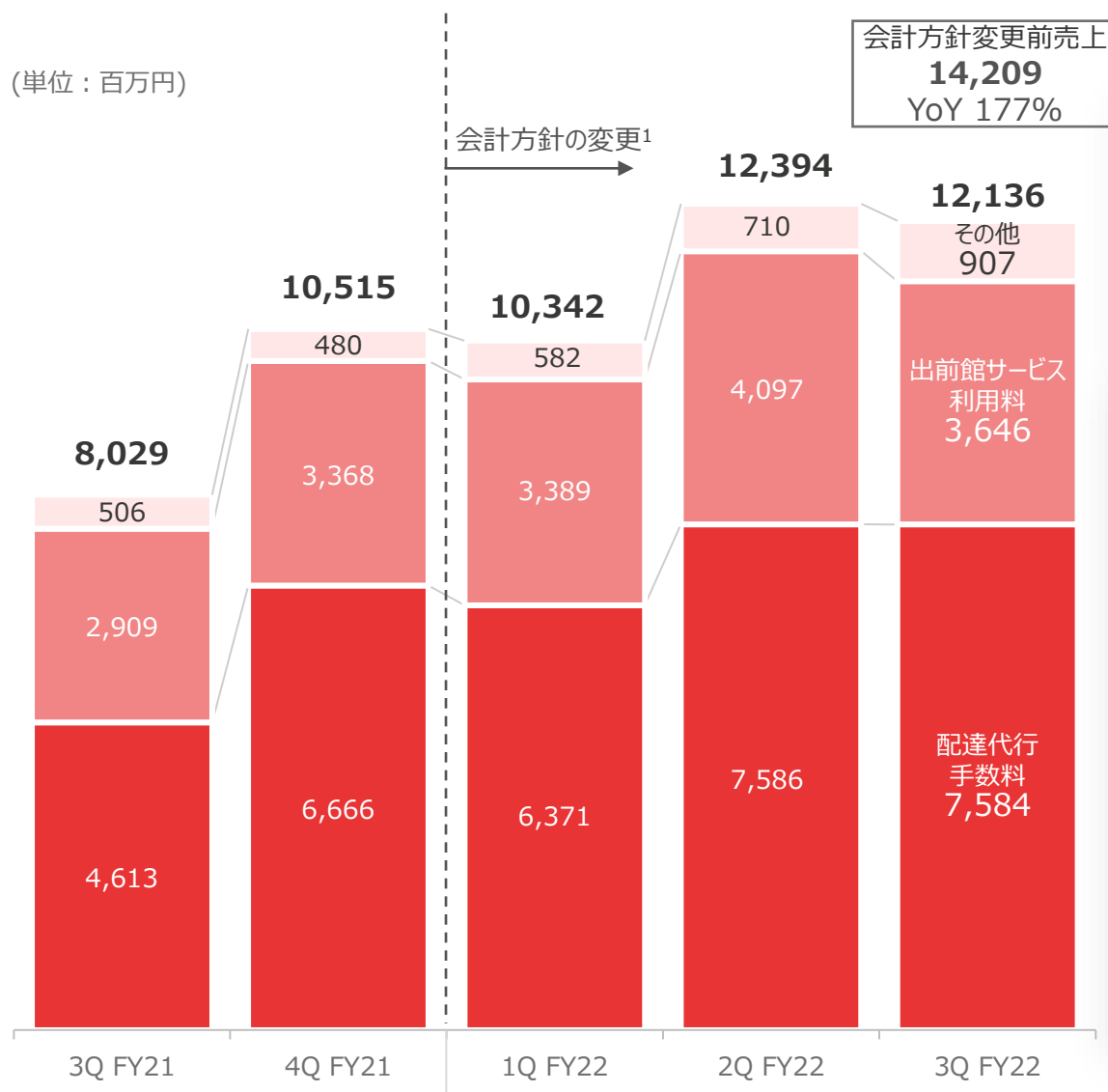




Financial Highlights

売上高

(単位：百万円)



売上

従来の会計方針：14,209百万円 (YoY 177%)
新会計方針(ネット計上)：12,136百万円

その他

前年同期比 +401百万円 (YoY 179%)

出前館サービス利用料

前年同期比 +736百万円 (YoY 125%)
加盟店舗数・ユーザー数の拡大によるオーダー数の増加

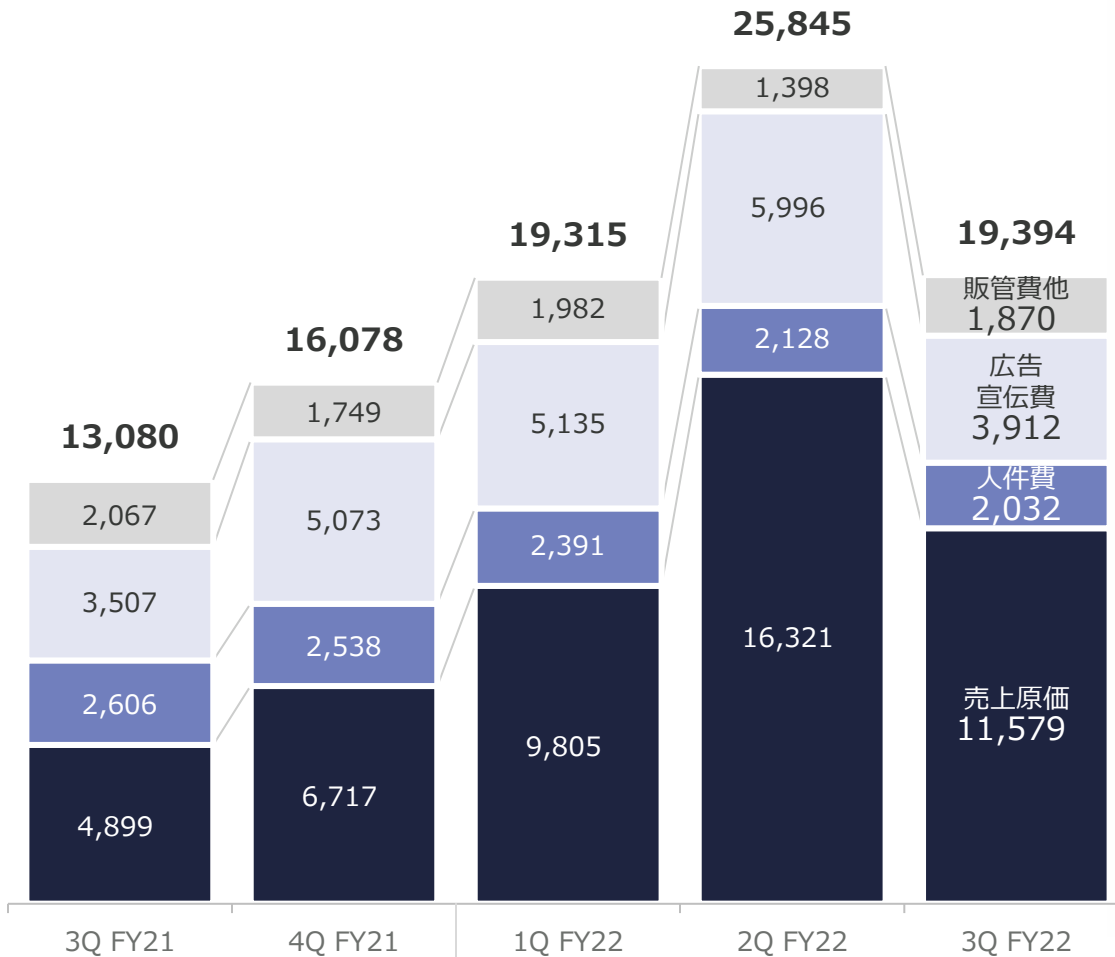
配達代行手数料

前年同期比 +2,971百万円 (YoY 164%)
シェアリングデリバリー配達件数の増加

1. 販売費及び一般管理費に計上しておりましたユーザーに対する販売促進費等の一部について、取引価格から減額する処理に変更しております

売上原価及び販管費

(単位：百万円)



販管費他

前年同期比 -195百万円 (YoY 91%)

広告宣伝費

前年同期比 +385百万円 (YoY 111%)
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 -574百万円 (YoY 78%)
In-house配達員の減少

売上原価

前年同期比 +6,680百万円 (YoY 236%)
Outsource配達員の増加
ソフトウェア開発費用11億円を計上(予算外)

ECマース / デリバリー

3Q GMV:
542億円 (YoY 127%)

加盟店による配達

GMV 252億円 (YoY 88%)

出前館による配達 シェアリングデリバリー®

GMV 289億円 (YoY 204%)

全加盟店からプラットフォーム利用料

ECマース

(総GMV対比)	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
ECマース売上 ¹	7.7%	7.8%	7.9%	7.6%	8.1%
マーケティング	7%	9%	11%	10%	7%
送料特典	1%	1%	4%	6%	4%
その他コスト ²	8%	5%	5%	4%	6%
ソフトウェア投資 ³			2%	2%	2%
営業利益	-8%	-8%	-13%	-14%	-10%

配達利用料 (加盟店) & 手数料 (ユーザー)

デリバリー

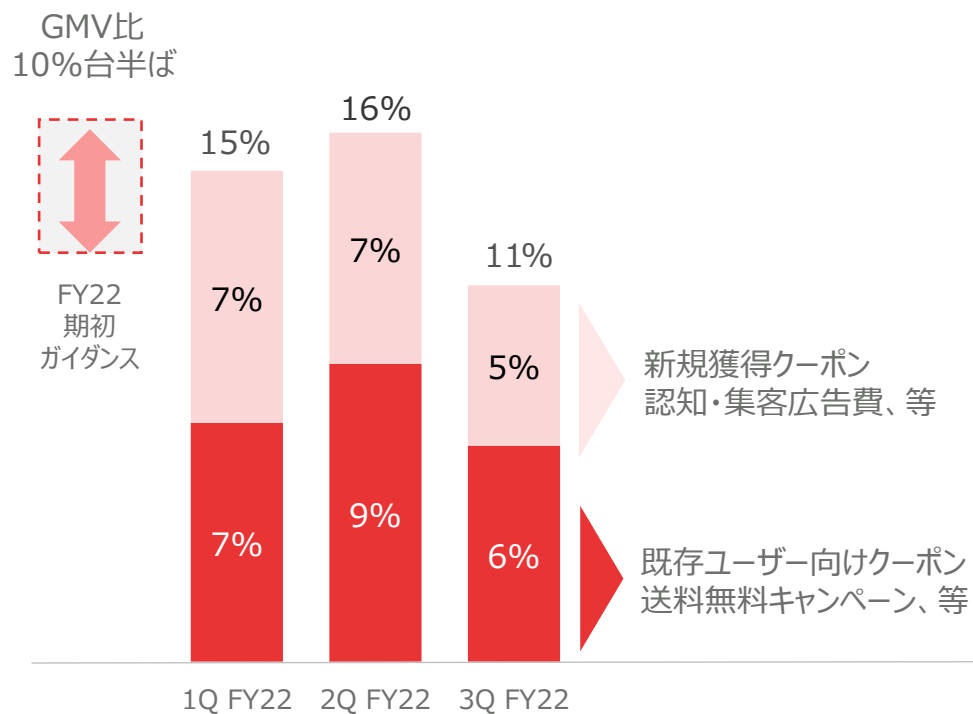
(シェアリングデリバリー GMV対比)	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
デリバリー売上	32%	32%	33%	33%	33%
配達員 (Outsource)	25%	31%	33%	44%	32%
配達員 (In-house) +その他コスト	18%	12%	10%	7%	7%
営業利益	-11%	-11%	-10%	-17%	-6%

1. 出前館サービス利用料 + その他売上 (広告や決済代行手数料など)
2. 売上原価 (システム運用費、決済代行手数料)、販管費 (本社人件費、業務委託費、消耗品・リース料、支払手数料、地代家賃、等)
3. 今期より費用計上

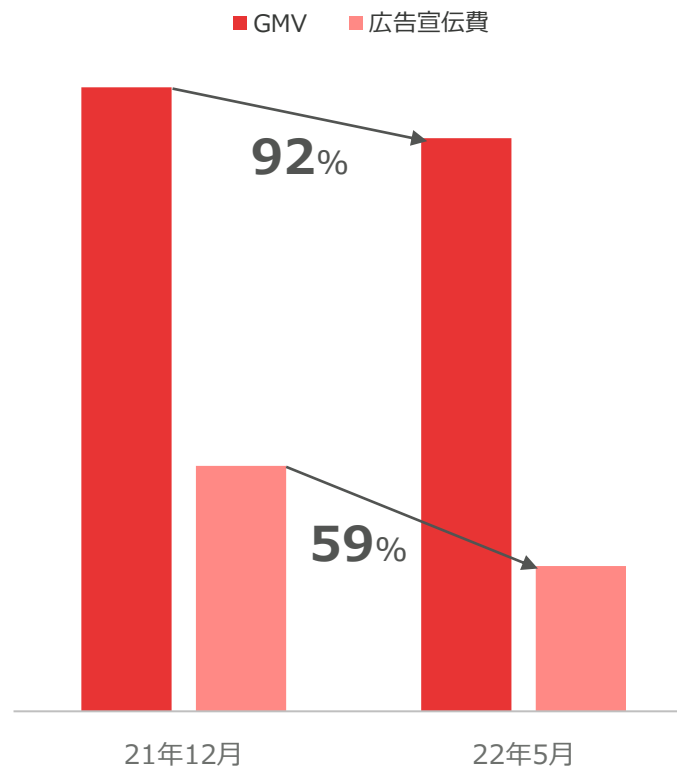
広告宣伝費の投資効率改善

- ✓ マーケットトレンドに合わせて投資額を適正化。大型キャンペーン（一都三県送料無料キャンペーン）の投資効果改善
- ✓ 出前館プラットフォーム上に加盟店様から提供されるクーポンの利用額は順調に拡大

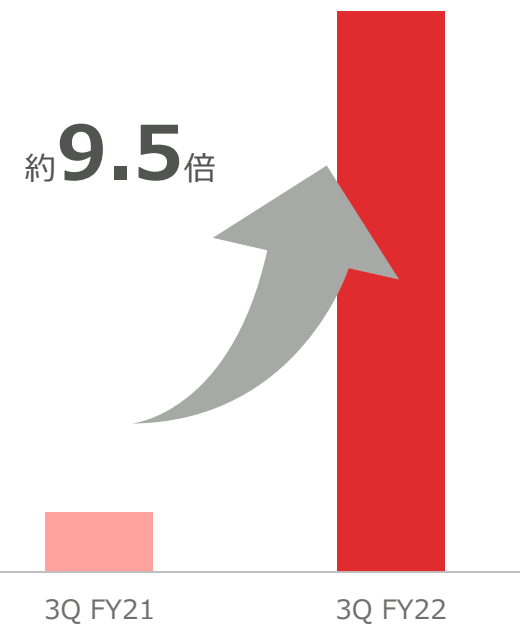
広告宣伝関連費¹の内訳（総GMV比）



大型キャンペーンの投資効果改善



加盟店提供のクーポン利用額

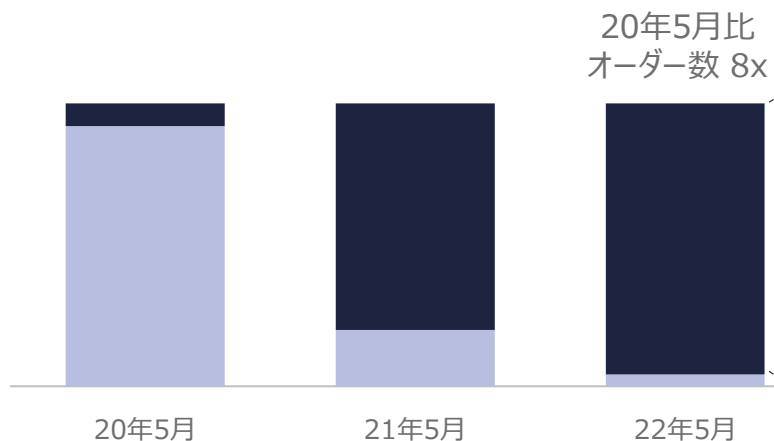


シェアリングデリバリーのビジネスモデルの転換及びユニットエコノミクス

- ✓ Outsource配達員のエコシステム拡大に伴い固定費の削減を着実に進める
- ✓ 3Qのユニットエコノミクス（Outsource配達員オーダー分）はブレイクイーブンレベルを達成。デリバリーの収支改善

配達モデルの転換

■ In-house配達員による配達割合 ■ Outsource配達員による配達割合



2020年5月
71配達拠点

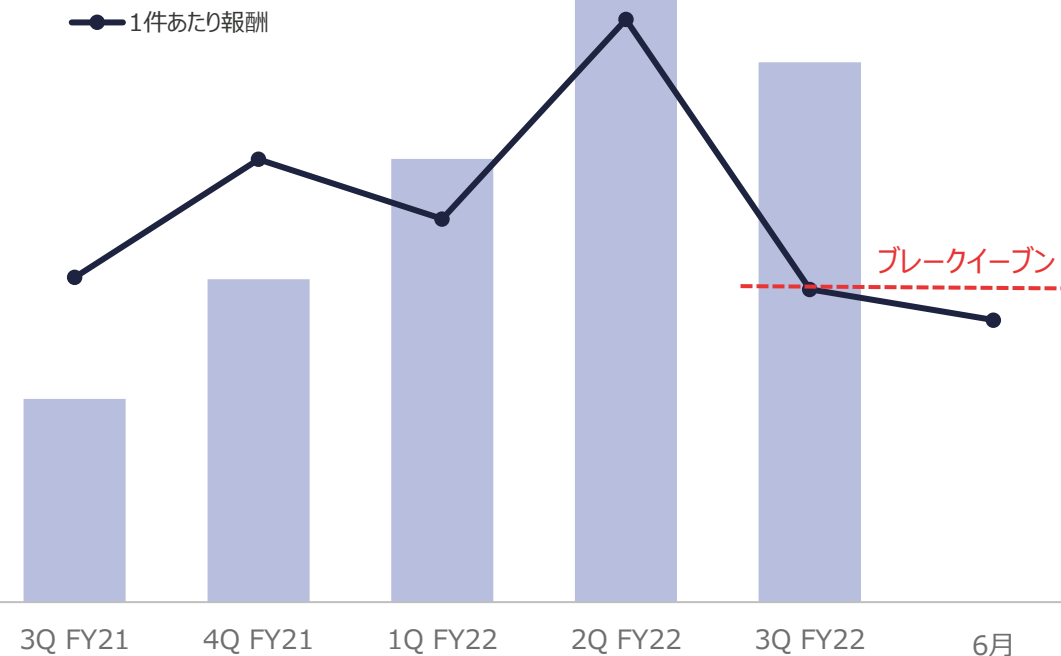


2022年8月末予定
14配達拠点

配達拠点の整理により固定費(人件費を除く)
年間10億円以上の削減を実現

1件あたり配達員単価（Outsource分）

■ Outsource配達員配達件数 ● 1件あたり報酬



通期ガイダンスの更新

	期初予想	修正予想
GMV	3,300億円	2,200億円 (YoY 135%)
売上高		470億円
営業利益	▲500-550億円	▲370億円
経常利益		▲372億円
親株主株主に帰属する当期純利益		▲367億円

- 2022年3月21日に全国的なまん延防止等重点措置が全面解除となり、外出機会が徐々に増え、人流も増加。それに伴い外食産業の景況感が回復傾向となり、デリバリー市場の急激な成長スピードは緩まりつつある
- 上記を考慮し、GMVの前提を3,300億円から2,200億円に修正し、販売促進などの広告宣伝費等の支出を抑制した結果、営業損失が減少する見込みとなった

Appendix

連結決算概要（損益計算書）

会計方針の変更
→

単位：百万円	2020年8月期		2021年8月期				2022年8月期				
	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	YoY	QoQ
売上計(新会計基準 ¹)							10,342	12,394	12,136	-	97.9%
売上計	2,994	3,492	4,186	6,223	8,029	10,515	12,192	15,824	14,209	177.0%	89.8%
出前館サービス利用料	1,760	1,928	2,007	2,680	2,909	3,368	3,389	4,097	3,646	125.3%	89.0%
配達代行手数料	761	1,022	1,632	3,058	4,613	6,666	6,371	7,586	7,584	164.4%	100.0%
その他	472	541	545	484	506	480	582	710	907	179.2%	127.7%
売上原価	791	1,007	1,728	3,606	4,899	6,717	9,805	16,321	11,579	236.3%	70.9%
販管費	2,826	3,571	5,687	7,931	8,180	9,361	9,509	9,523	7,796	95.3%	81.9%
人件費	1,167	1,448	1,868	2,434	2,606	2,538	2,391	2,128	2,032	78.0%	95.5%
広告宣伝費	1,042	1,270	2,635	3,641	3,507	5,073	5,135	5,996	3,892	111.0%	64.9%
その他	617	852	1,182	1,854	2,067	1,749	1,982	1,398	1,872	90.6%	133.9%
営業利益	▲624	▲1,086	▲3,229	▲5,313	▲5,050	▲5,562	▲8,972	▲13,450	▲7,239	143%	53.8%

1. 新会計基準により主に配達料の値引きなどユーザー向けの販売促進費等の一部について売上から減額する処理に変更

出前館 2つの事業モデル（Eコマース / デリバリー）

3Q GMV:
542億円 (YoY 127%)

加盟店による配達

出前館による配達 シェアリングデリバリー®

GMV 252億円 (YoY 88%)

GMV 289億円 (YoY 204%)

売上

コスト

全加盟店からプラットフォーム利用料¹

対象加盟店から利用料

ユーザーから送料

配達コスト

マーケティング

開発費 / 本社費用 / その他

Eコマース

プラットフォームとしてP/L

デリバリー

出前館による配達的一件あたりP/L

規模の追求



レバレッジ

成長エンジン

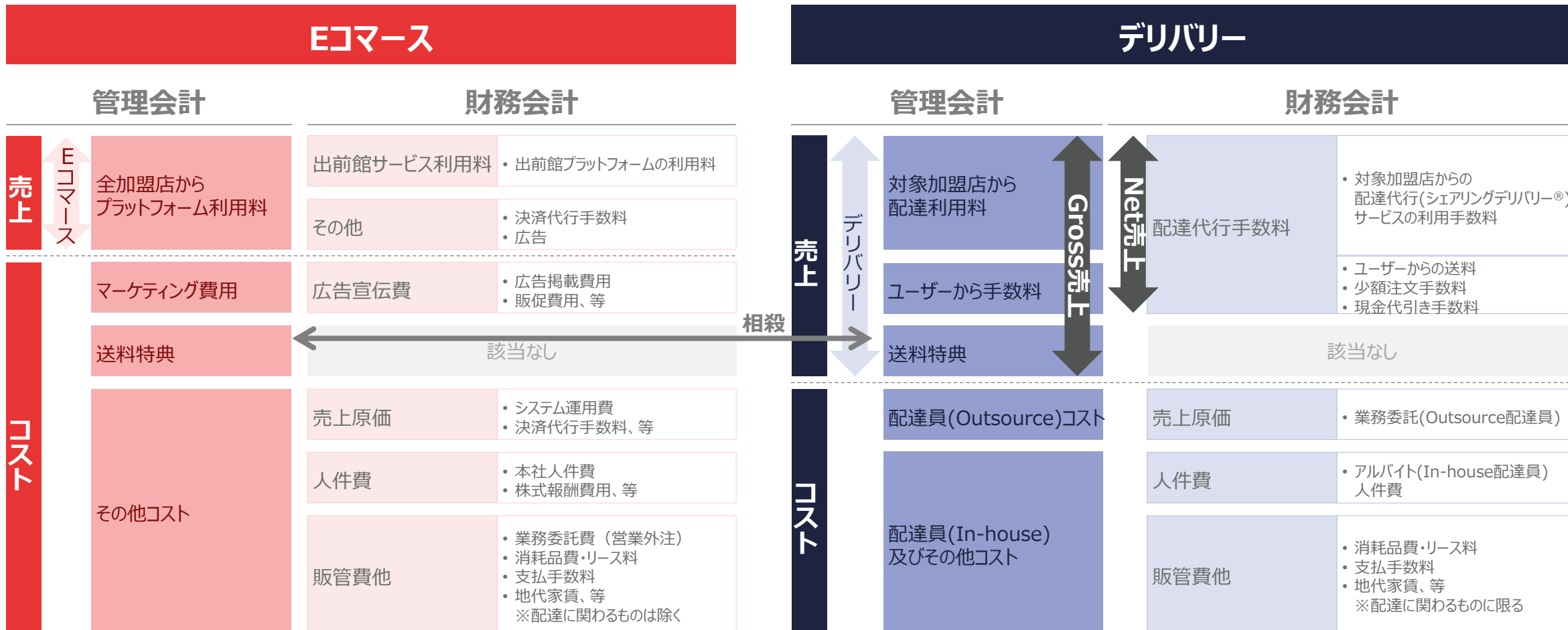


ユニットエコノミクスの成立

1. 出前館サービス利用料+その他売上(広告や決済代行手数料など)

ECマース/デリバリー × 管理/財務会計 PL構造関係図

PL構造



会計方針の変更 (Gross売上→Net売上に変更)

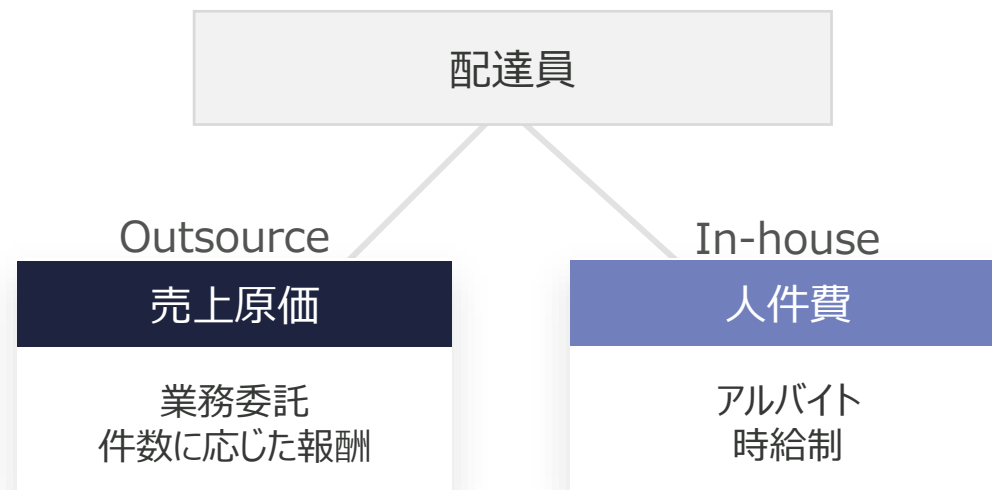
第1四半期連結会計期間の期首から収益認識に関する会計基準(IFRS15号)等を適用し、約束した財又はサービスの支配が顧客に移転した時点で、当該財又はサービスと交換に受け取ると見込まれる金額で収益を認識することとした。従来、販売費及び一般管理費に計上していたユーザーに対する販売促進費等の一部について、変動対価が含まれる取引として、取引価格から減額する処理に変更した。

出前館の収益モデルと配達代行のコストモデル

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		<ul style="list-style-type: none"> •送料 •少額注文手数料 •現金代引き手数料

配達代行のコストモデル



1. 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 ㊤

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。