

# **Demaecan**

**2023年8月期 第3四半期 決算説明会資料**

2023年7月12日

# Business Highlights

## 第3四半期進捗

- 前年に実施した大型キャンペーンの影響やマクロ環境の変化により、主要KPIは以下の結果
  - GMV<sup>1</sup>: 506億円 YoY 93%
  - オーダー数: 1,888万件 YoY 89%
  - アクティブユーザー数<sup>2</sup>: 712万人 YoY 81%

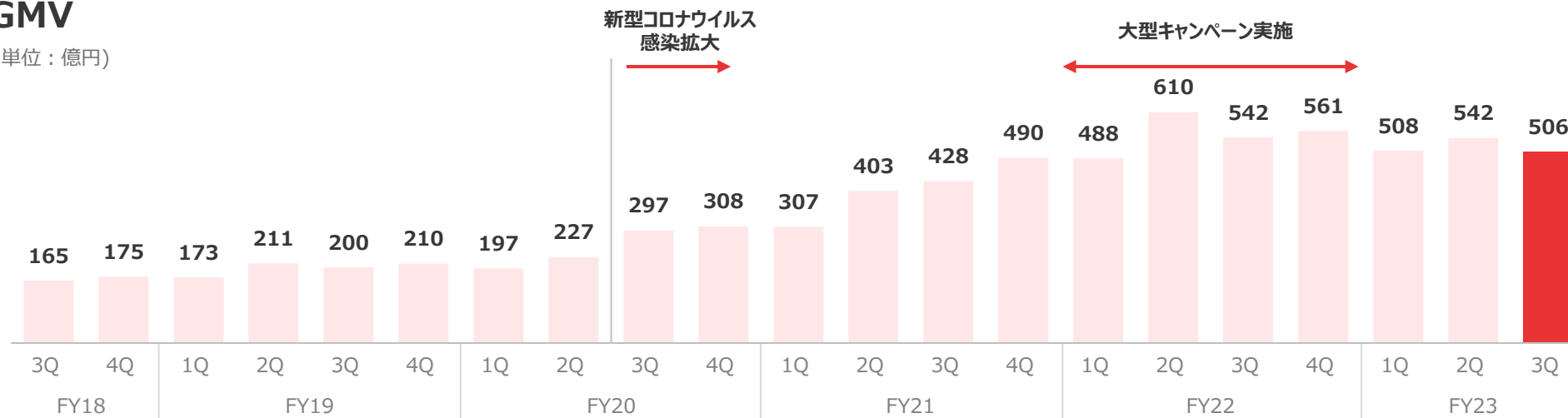
## 戦略振り返り

- **コアユーザー層は着実に拡大。**コロナ禍を経て、ユーザーの定着化が進んでいる
- 売上原価や販管費の低下により、**営業費用は大幅に縮小（前年同期比78%）**

# 主要KPI

## GMV

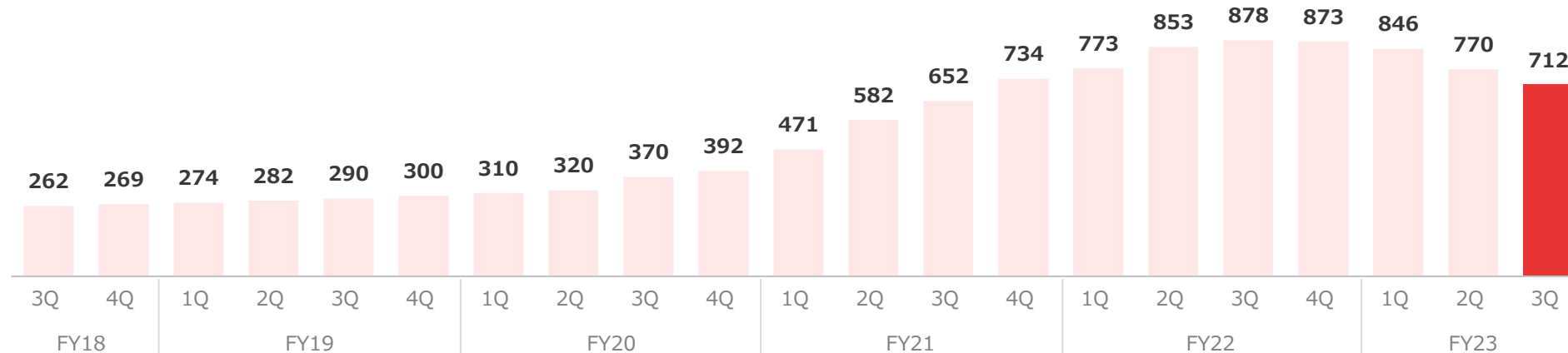
(単位：億円)



コロナ禍前比  
4年CAGR  
**+26%**

## アクティブユーザー数

(単位：万人)



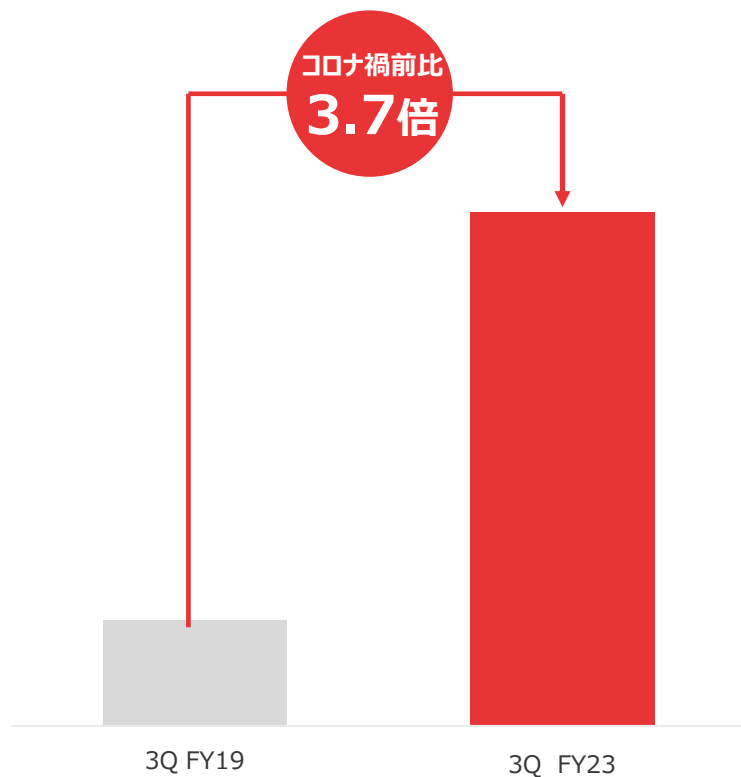
コロナ禍前比  
4年CAGR  
**+25%**

# コアユーザーの定着

- ✓ コロナ禍前の3Q FY19と比較して、コアユーザー<sup>1</sup>の数が3.7倍に増え、平均注文回数も着実に増加
- ✓ 今後もコアユーザーの育成・拡大により注力することで、GMV・オーダー数の更なる成長を実現する

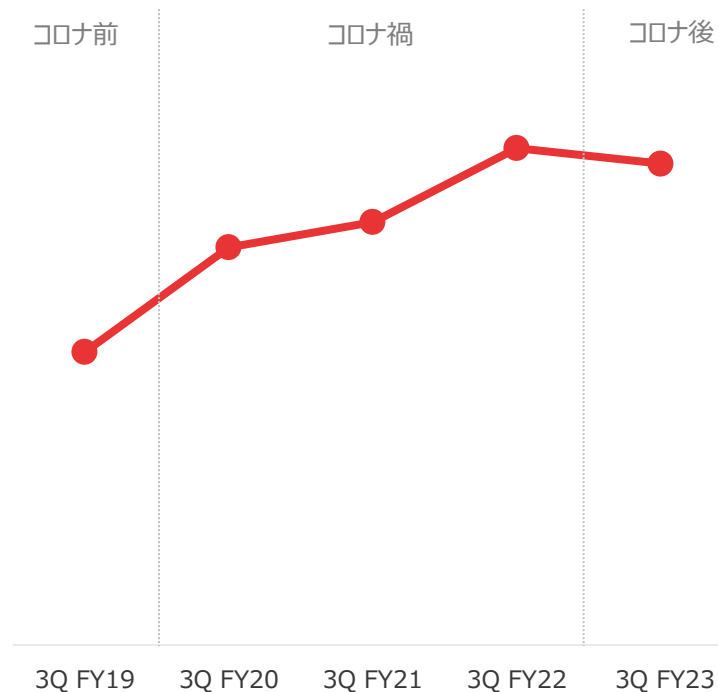
## コアユーザー数推移

■ コアユーザー数



## コアユーザーの平均注文回数

● コアユーザーの平均注文回数



## 今後の方針

- 1 利用シーンの拡大
- 2 エリアのユーザー浸透率向上
- 3 プロダクト改善

1. コアユーザー：月間注文回数4回以上

# ロイヤリティプログラムの刷新

- ✓ 8月1日に出前にゃんクーポンのリニューアルを実施
- ✓ ユーザーのリテンション向上・育成を通して、更なるユーザーの定着を図る

## 新ロイヤリティプログラム

### 主な変更点

	ASIS	TOBE
ランク数	6	5
判定期間	3ヶ月	1ヶ月
判定基準	注文回数	注文金額
特典クーポン	総額 200円 ~1,000円	総額 600円 ~2,000円

注文するほど  
特典のUP率も増える!



## 新しいクーポン企画



- 出前にゃんのランクに関係なく、誰でも利用できる「Deトククーポン」企画を開催予定
- その他にも、特定のエリアや加盟店で使えるクーポン企画も実施予定

## ユーザー育成戦略

### 1 ロイヤリティプログラムの刷新

### コアユーザーのリテンション向上

### 2 Deトククーポンの拡充

### ライトユーザーの育成・新規獲得

- ✓ 特定のエリアを対象にしたローカル施策を通して、ユーザー拡大、加盟店開拓、オーダー数増加によるデリバリーの活性化を実現
- ✓ 配達員アンケートの結果、83%の配達員が出前館での配達を継続希望。安定的な配達員確保につながる

## エリア戦略

- 5月から京阪神エリアを対象にしたキャンペーンを開催



- 1 オーダー数の増加
- 2 地場の人気加盟店拡大
- 3 ユーザー浸透率アップ

## 今後の配達意向

- 配達員から選ばれるプラットフォームへ進化を続ける

### 出前館での配達を継続したい・増やしたい配達員の割合

23年3月時点

23年6月時点<sup>1</sup>

81%



83%

### 出前館での配達を継続する主な理由：

- 配達品質や顧客満足度を重視している
- サポートの対応が良い/親切
- 配達の高自由度

1. 回答者数：7,075

# Financial Highlights

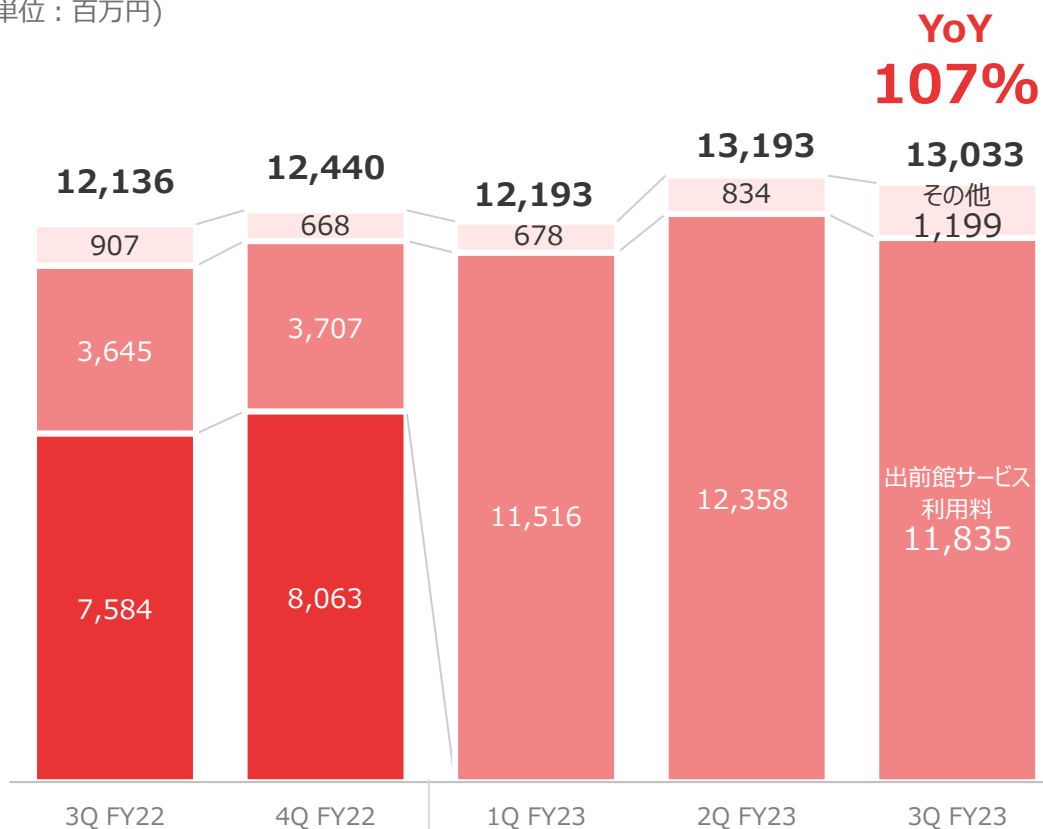


# 売上高／営業費用

- ✓ シェアリングデリバリー配達比率の上昇により、売上高は前年同期比107%に拡大
- ✓ 売上原価の適正化や広告宣伝費のコントロールにより、営業費用は前年同期比78%に縮小

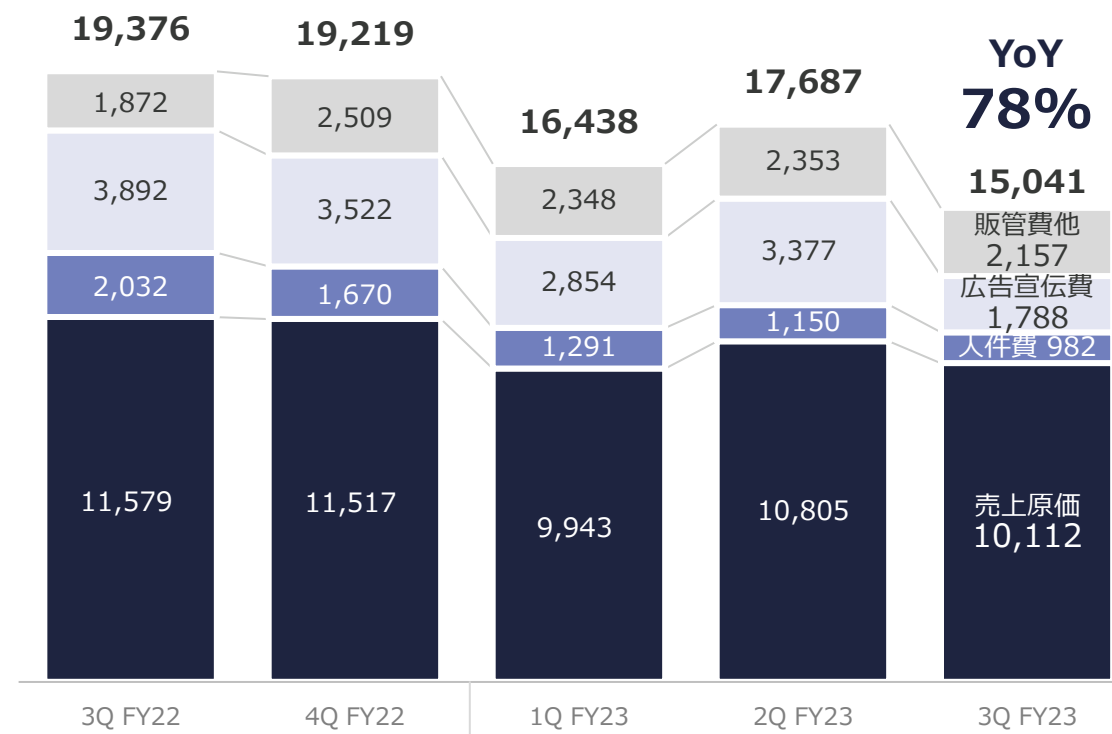
## 売上高

(単位：百万円)



## 営業費用

(単位：百万円)



# 財務基盤強化及び収益力向上に向けた重点取り組み

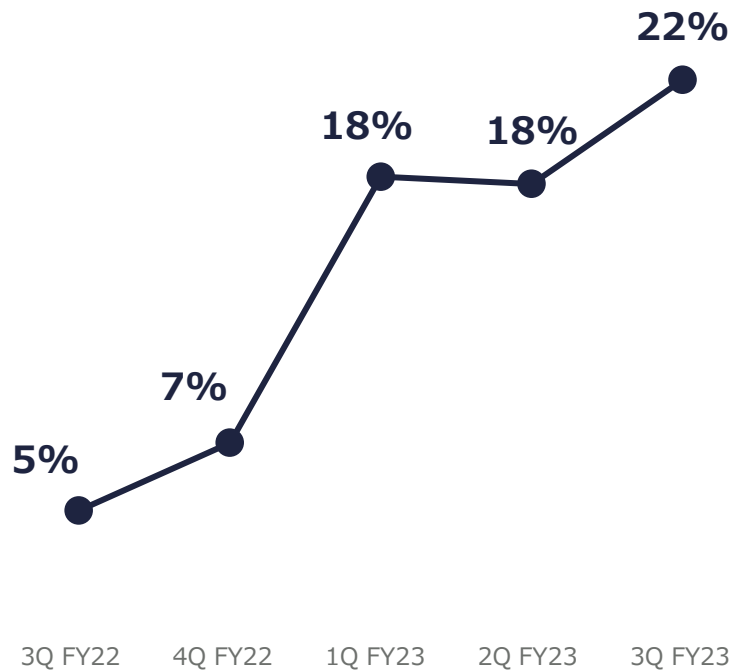
✓ ビジネスモデルの転換による固定費の削減及びプロダクトや業務プロセス改善による変動費の適正化を進め、収益力が大きく向上

	固定費削減	変動費改善
1 配達ビジネスモデルの転換：配達直営拠点の閉鎖	✓	
2 プロダクト改善による配達効率向上		✓
3 コールセンター拠点の集約	✓	✓
4 カスタマーサポート業務プロセス改善		✓
5 オペレーション効率化	✓	
6 業務委託適正化	✓	
7 オフィス移転、拠点統合	✓	
8 一部事業撤退・縮小	✓	

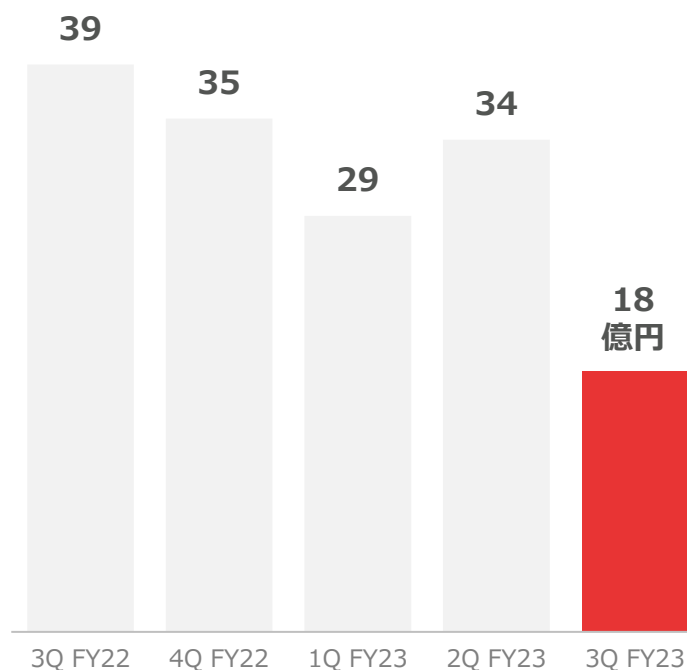
# 営業費用の減少

- ✓ 売上総利益率は22%に改善
- ✓ 広告宣伝費を除いたベースで3Q中に単月黒字化を達成

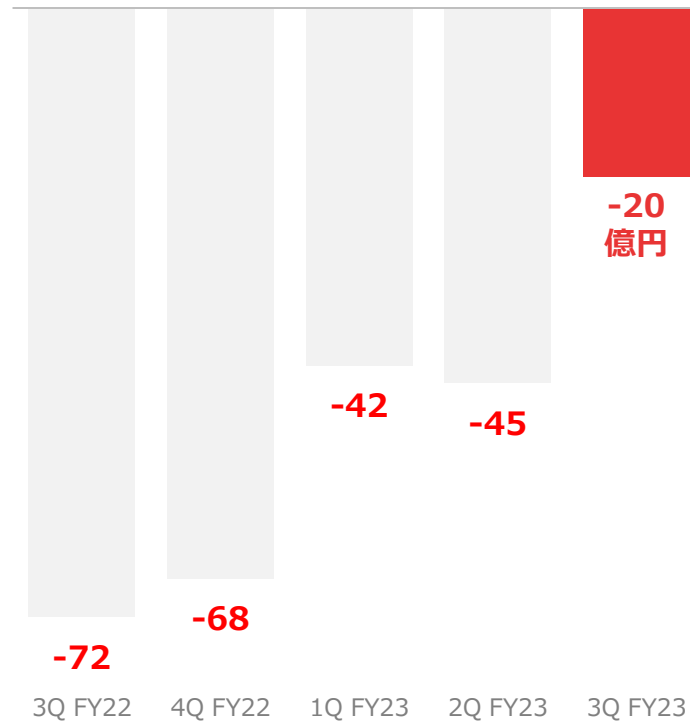
## 売上総利益率



## 広告宣伝費



## 営業利益

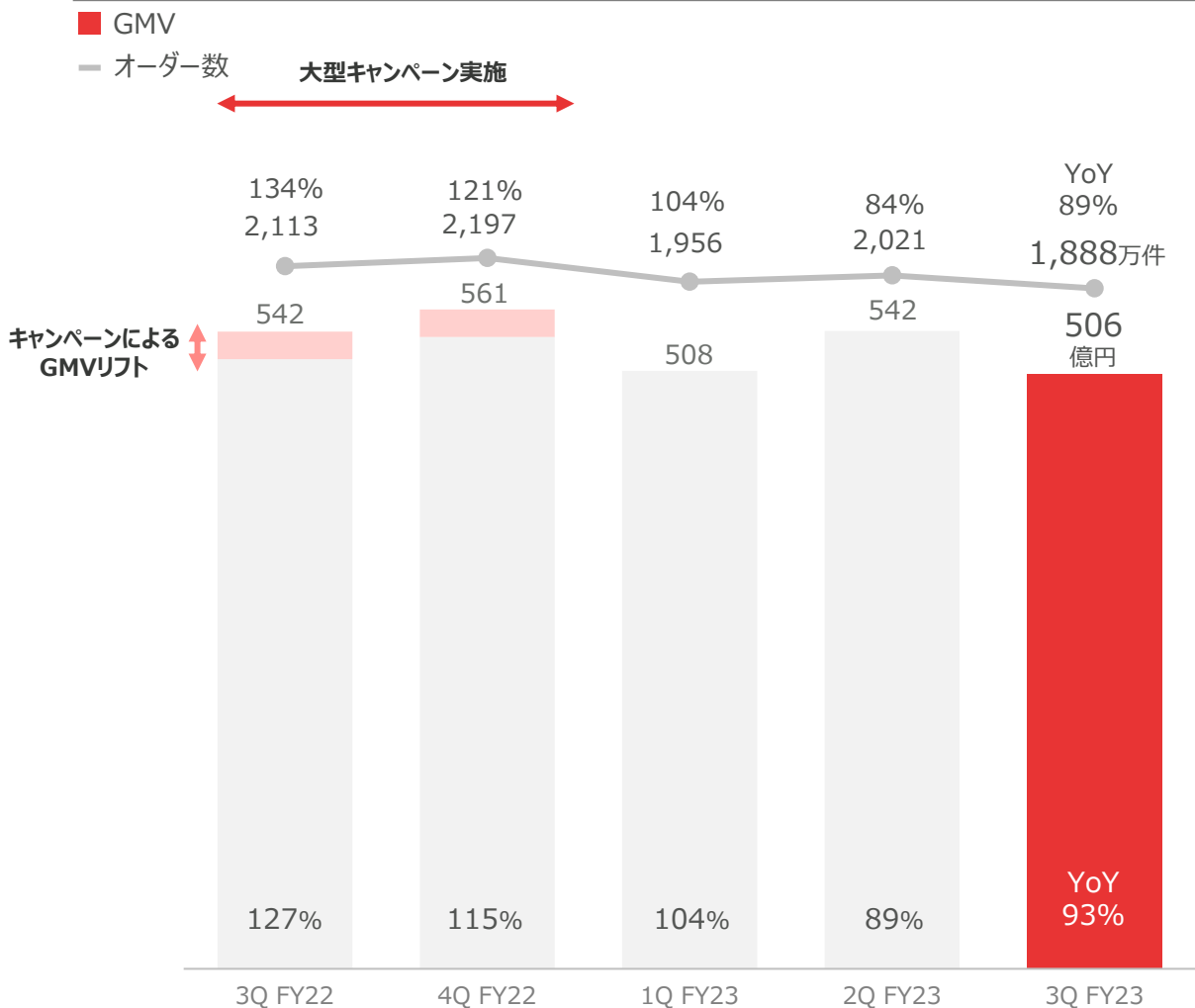


# Appendix

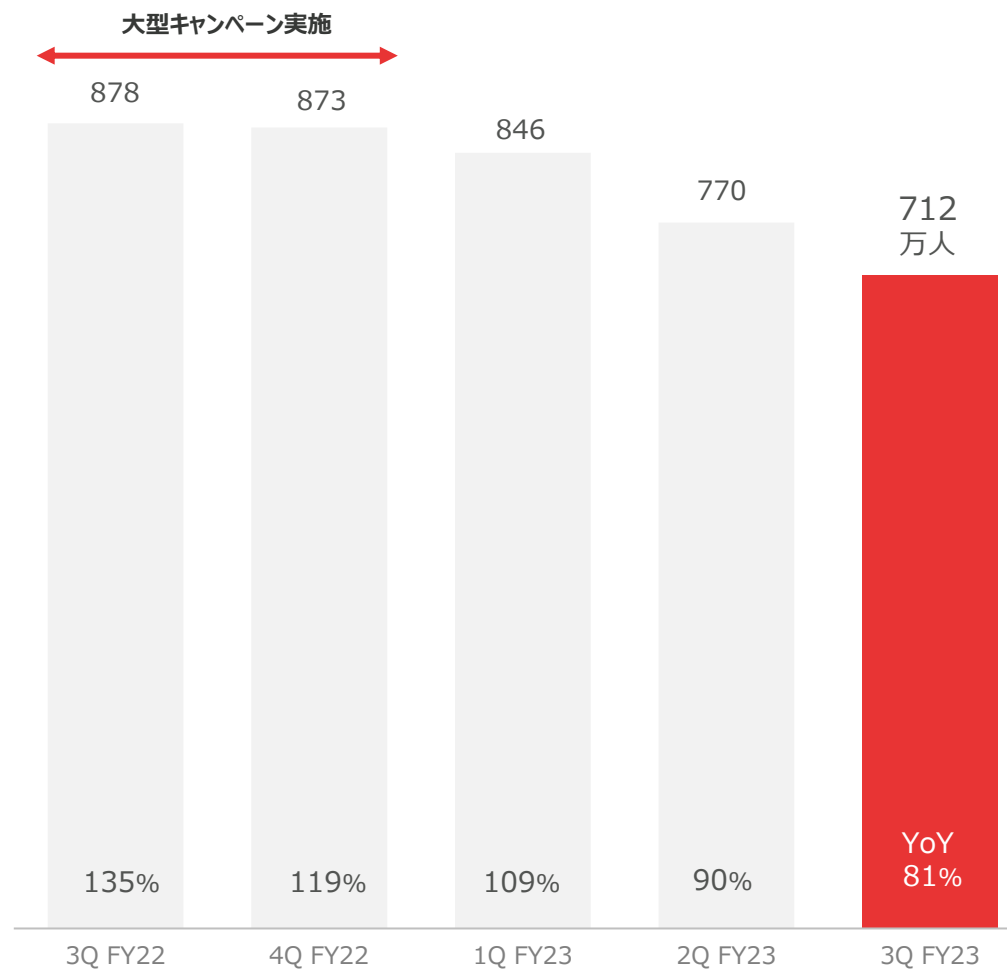


# 主要KPI（四半期）

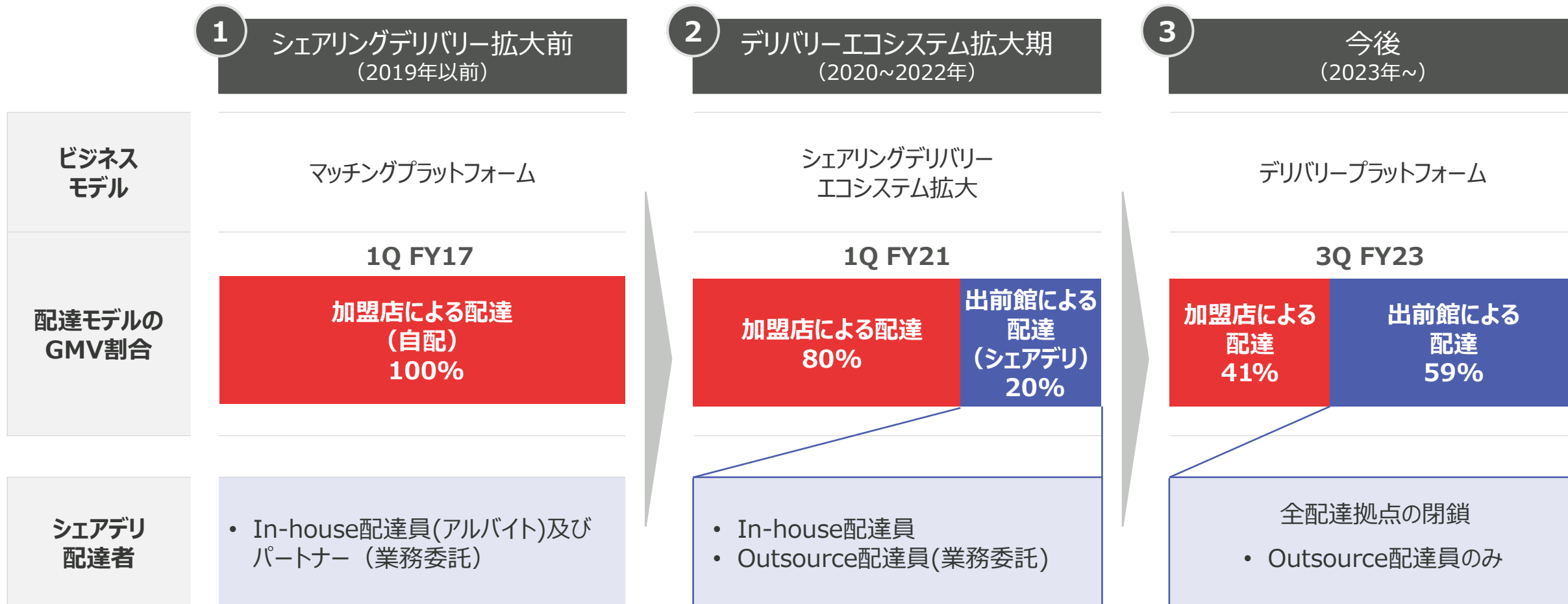
## GMV・オーダー数



## アクティブユーザー数



# ビジネスモデルの変遷



# PLモデルの変遷

## 1 シェアリングデリバリー拡大前 (2019年以前)

売上	加盟店手数料 <sup>1</sup>	自配 5%	シェアデリ N/A
	区分	出前館サービス利用料	
デリバリーコスト	配達者・コスト内訳	In-house配達員 ▼ 販管費 (アルバイト人件費等)	
	KPI	オーダー数	

## 2 デリバリーエコシステム拡大期 (2020~2022年)

売上	加盟店手数料 <sup>1</sup>	自配 10%	シェアデリ 10%+25%
	区分	出前館サービス利用料 Eコマース売上 <sup>2</sup>	配達代行手数料 デリバリー売上 <sup>3</sup>
デリバリーコスト	配達者・コスト内訳	In-house配達員 ▼ 販管費	Outsource配達員 ▼ 売上原価
	KPI	Eコマース / デリバリーPL	

## 3 今後 (2023年~)

売上	加盟店手数料 <sup>1</sup>	自配 10%	シェアデリ 35%
	区分	出前館サービス利用料に一本化	
デリバリーコスト	配達者・コスト内訳	Outsource配達員のみ ▼ 売上原価 (業務委託費)	
	KPI	売上総利益	

1. 加盟店にご案内する定価価格  
 2. 出前館サービス利用料に加え、その他売上（広告や決済代行手数料など）も含む  
 3. 配達代行手数料に加え、ユーザー送料も含む



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。