

# **Demaecan**

**2023年8月期 第1四半期 決算説明会資料**

2023年1月11日

# Business Highlights

## 第1四半期進捗

- **主要KPIは昨年を上回る成長を達成**
  - GMV<sup>1</sup>: 508億円 YoY 104%
  - オーダー数: 1,956万件 YoY 104%
  - アクティブユーザー数<sup>2</sup>: 846万人 YoY 109%

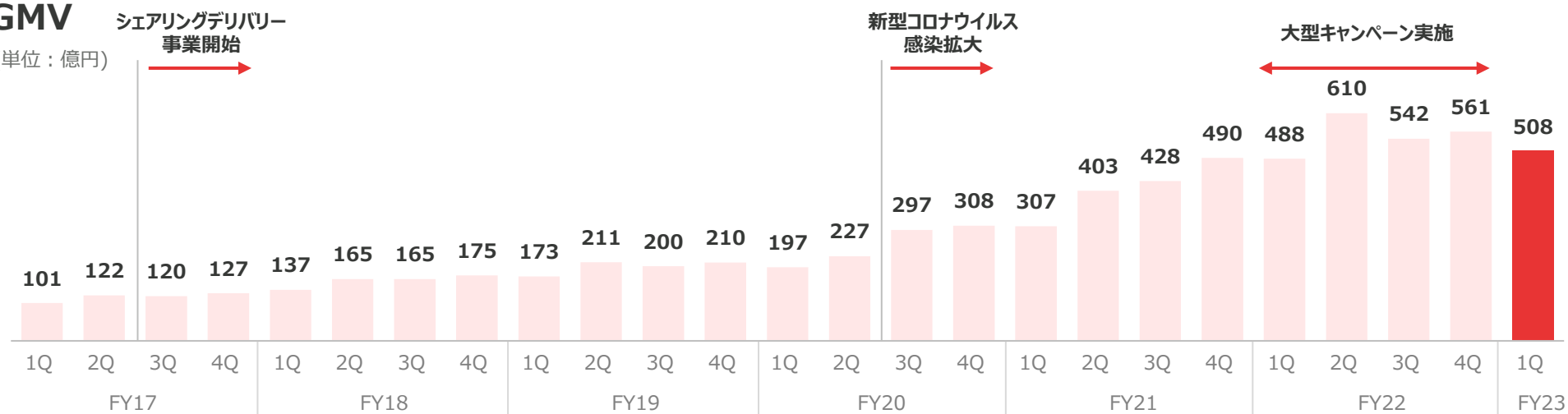
## 戦略振り返り

- 本質的なサービス・プロダクト改善を進めることで、**CVRや配達体験が向上**
- デリバリー市場の拡大に重要な**利用シーンの拡大にも注力**
- 1件あたりの配送単価の適正化により、**売上総利益率は18%（前四半期比11pt改善）**

# 主要KPI

## GMV

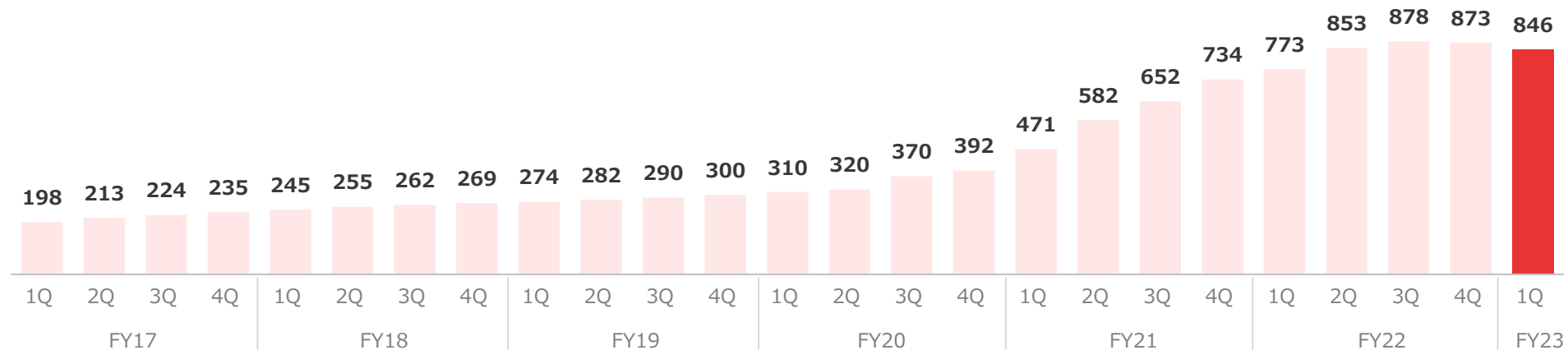
(単位：億円)



1Q FY23 YoY  
**104%**

## アクティブユーザー数

(単位：万人)



1Q FY23 YoY  
**109%**

## 今後の戦略的優先事項

- ✓ サービス体験の向上を通じて、ユーザー・配達員・加盟店から「選ばれるプラットフォーム」を目指す
- ✓ FY8/2025の黒字化に向けて収益性を改善

FY8/2022

全国での認知度拡大&サービス展開

DAUシェア No.1

競合淘汰による市場の合理化

FY8/2023~FY8/2024

ユーザー体験・満足度の最大化

ユニットエコノミクスの改善

新しい収益モデルの構築

FY8/2025~

デリバリーの  
日常化

黒字化

## ユーザー



- ユーザーの注文体験向上
- フリークエンシーの向上
- 利用シーンの拡大

## 配達



- 配達体験の向上

## 加盟店

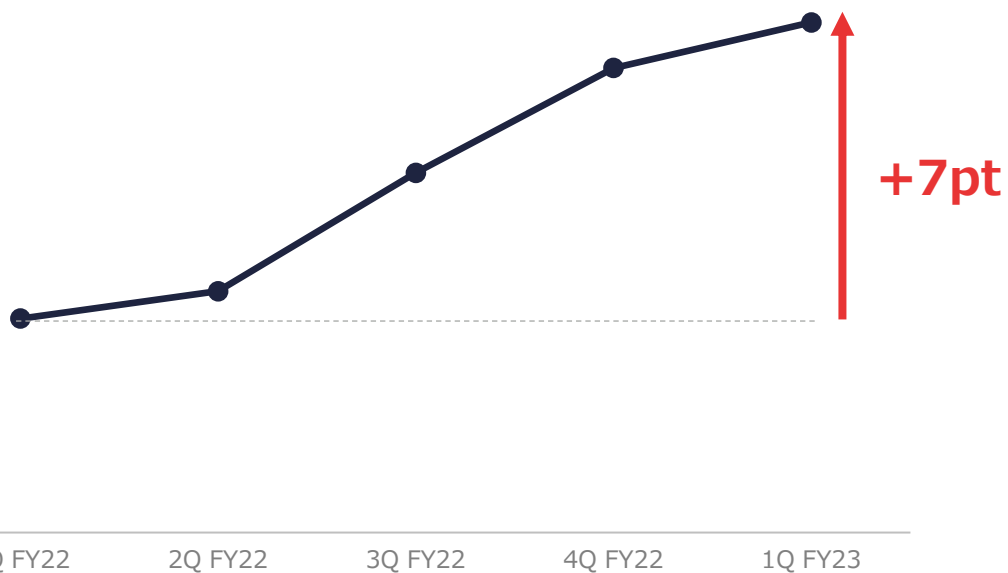


- 加盟店販促の拡大

# ユーザーの注文体験向上

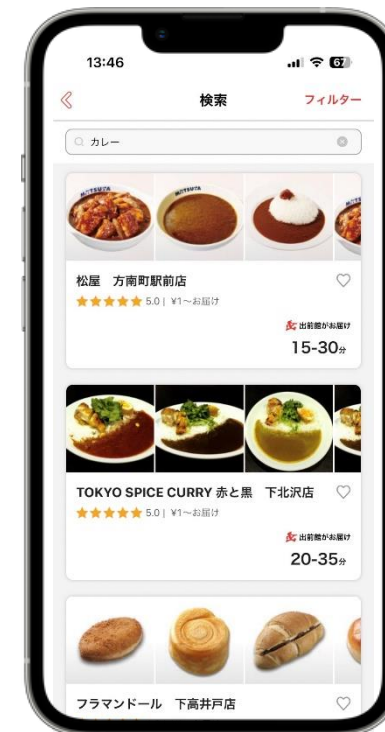
- ✓ 検索画面のリニューアルやレコメンドの精度改善など、継続的なプロダクト改善を通じCVRは着実に向上
- ✓ サービス・プロダクトの使いやすさを高めることで、ユーザーの注文体験向上に注力

## CVR<sup>1</sup>の向上



## 主な取り組み

- 1 検索画面のリニューアル・検索エンジン改修
- 2 マシンラーニングの活用によるレコメンドの精度改善

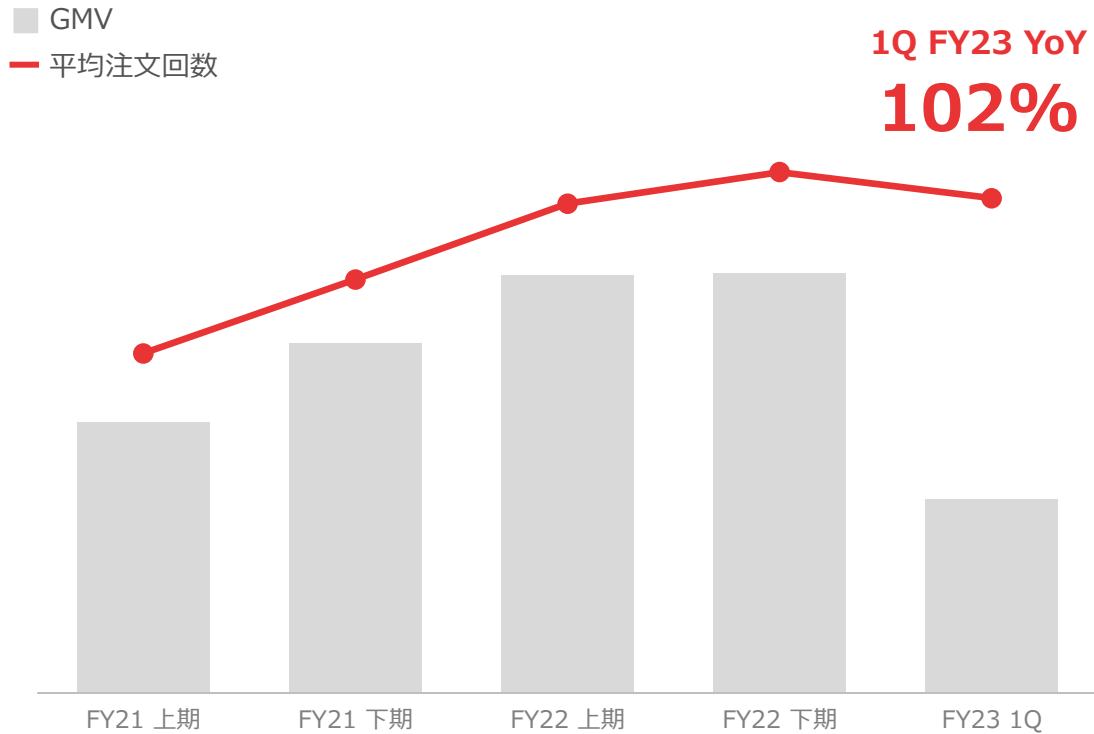


1. アプリのセッション数に占めるオーダー数。各四半期末の月間数値

# フリークエンシーの向上

- ✓ 1Qの平均注文回数はYoY102%
- ✓ プロダクト改善、効果的なマーケティング施策、利用シーンの拡大等により、平均注文回数を更に向上させていく

## 平均注文回数



## 主な取り組み

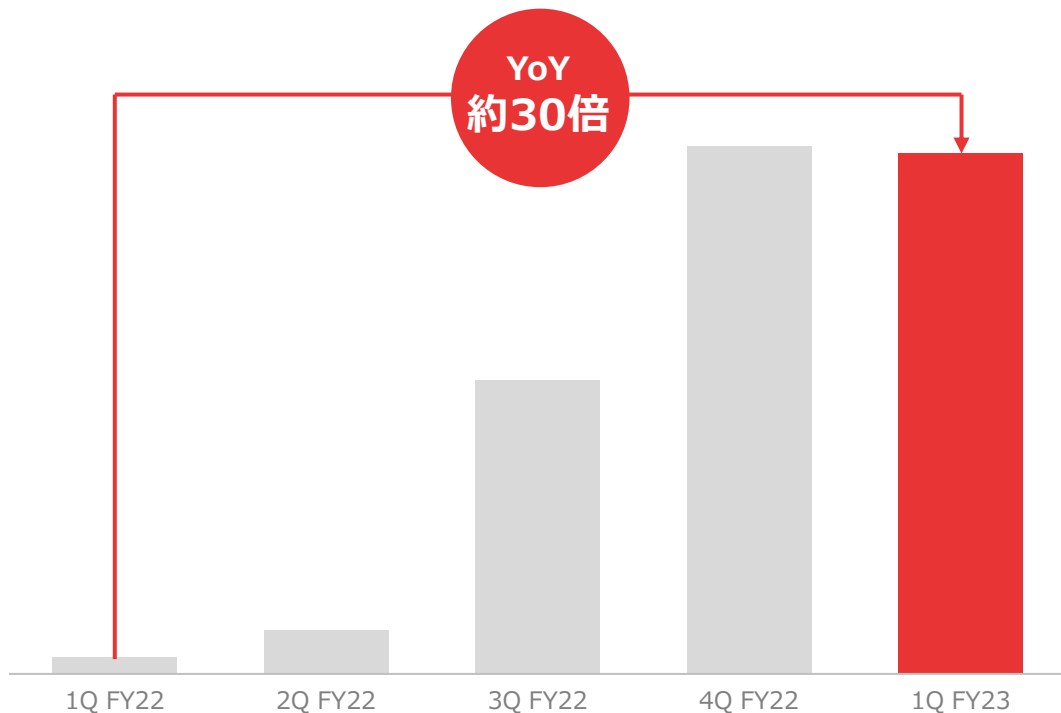
- 1 検索機能の改善・レコメンド強化
- 2 ロイヤリティプログラム
- 3 データ活用によるターゲットマーケティングの強化
- 4 利用シーンの拡大
- 5 営業時間帯の拡大



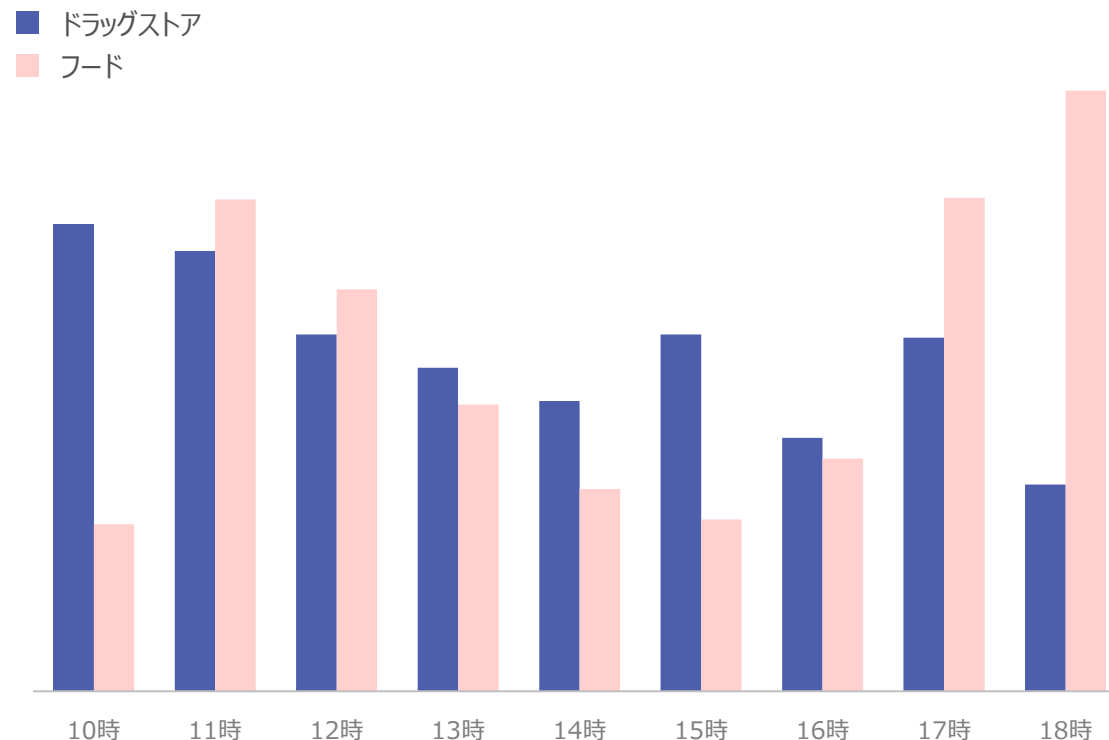
# 利用シーンの拡大

- ✓ 加盟店の営業時間拡大により、早朝時間帯のGMVは前年同期比約30倍に拡大
- ✓ フード以外のカテゴリも拡大中。ドラッグストアでは午前中のオーダーが多く、フードの注文時間帯と異なる傾向が見られる

## 早朝時間帯（7時～9時）GMVの拡大



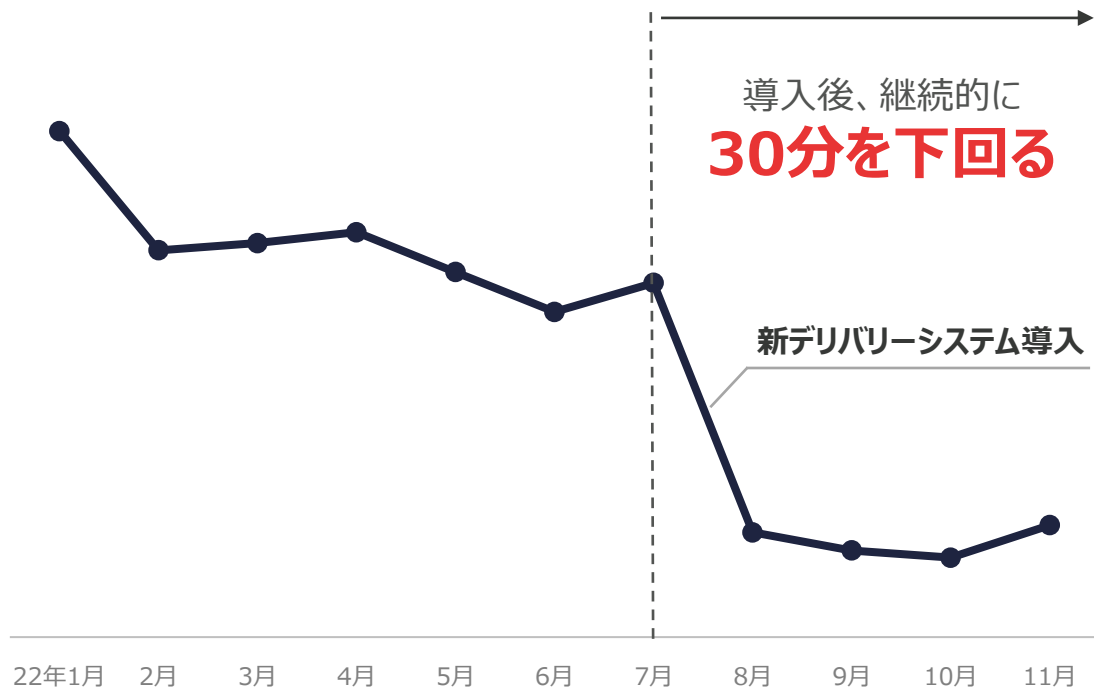
## ドラッグストア・フードのオーダー分布<sup>1</sup>



1. 2022/10/1~2022/11/30のオーダー数の時間帯別割合。10時から19時のオーダー分布を表示

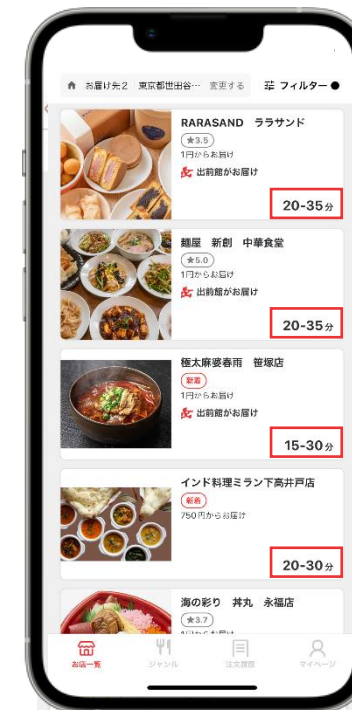
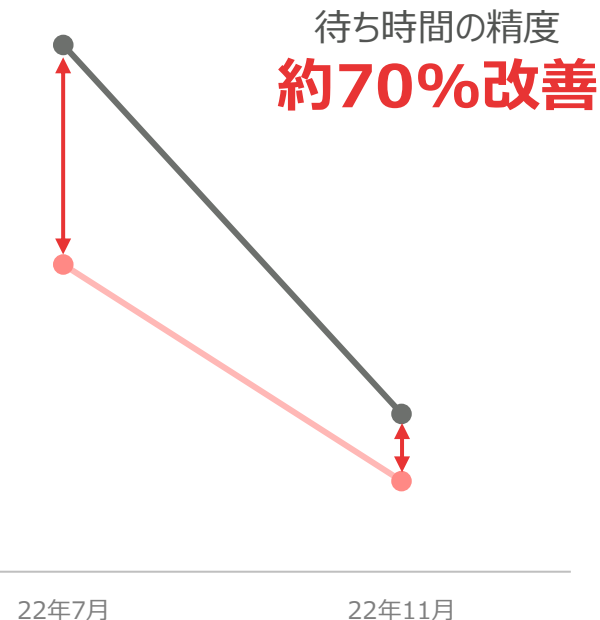
- ✓ 新デリバリーシステムの導入後、平均配達時間は継続的に30分を下回る
- ✓ 天気予報のデータ活用など、マッチングロジック、マシンラーニングの改善により、配達表示待ち時間の精度も向上

## 配達時間の短縮



## 配達表示待ち時間の精度向上

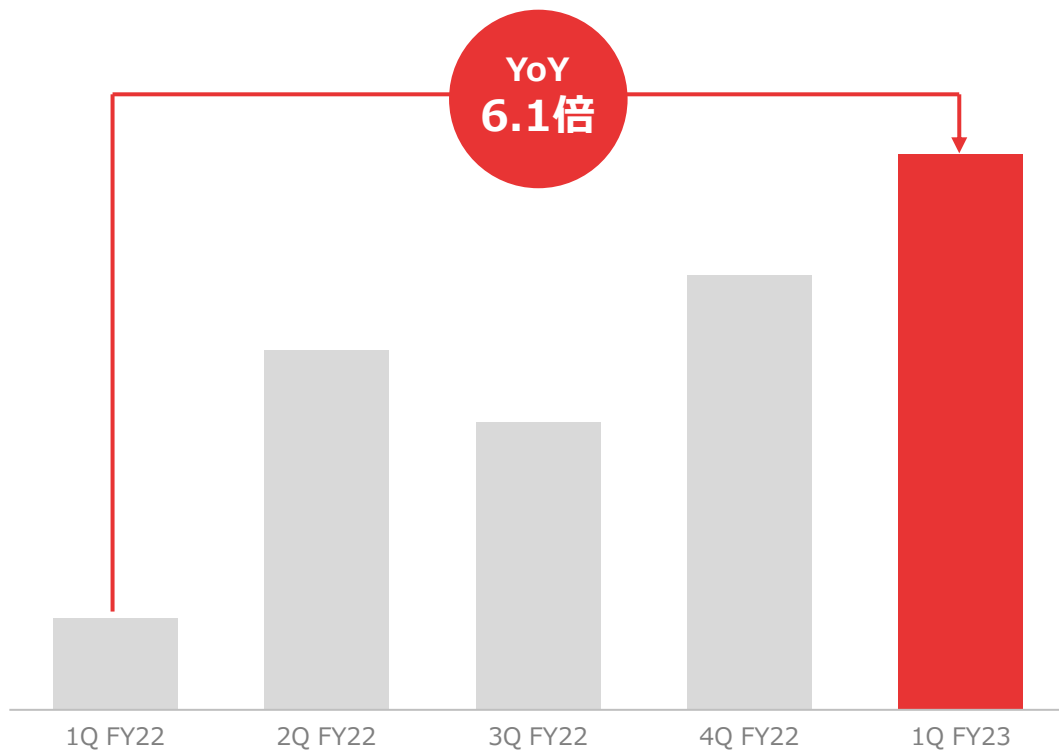
- 平均注文表示待ち時間
- 平均実配達時間



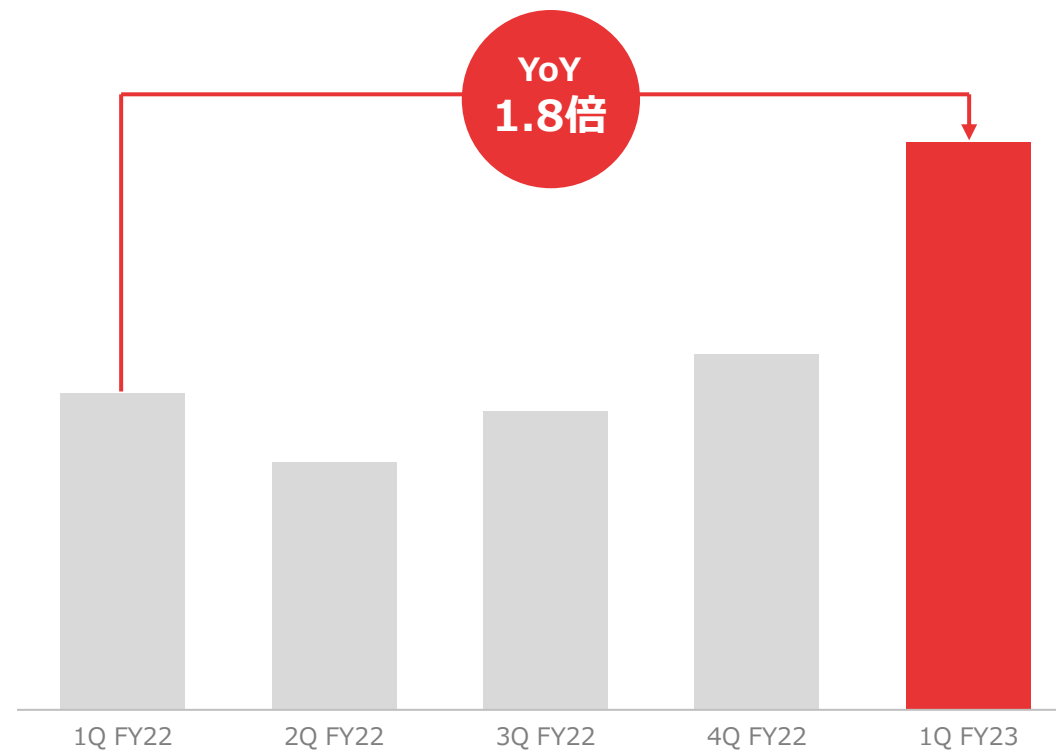
# 加盟店販促の拡大

- ✓ SMB領域の注力により、加盟店クーポン利用GMVは約6倍に拡大
- ✓ PR枠の販売促進により、広告売上も堅調に拡大

## 加盟店クーポン利用GMVの伸長

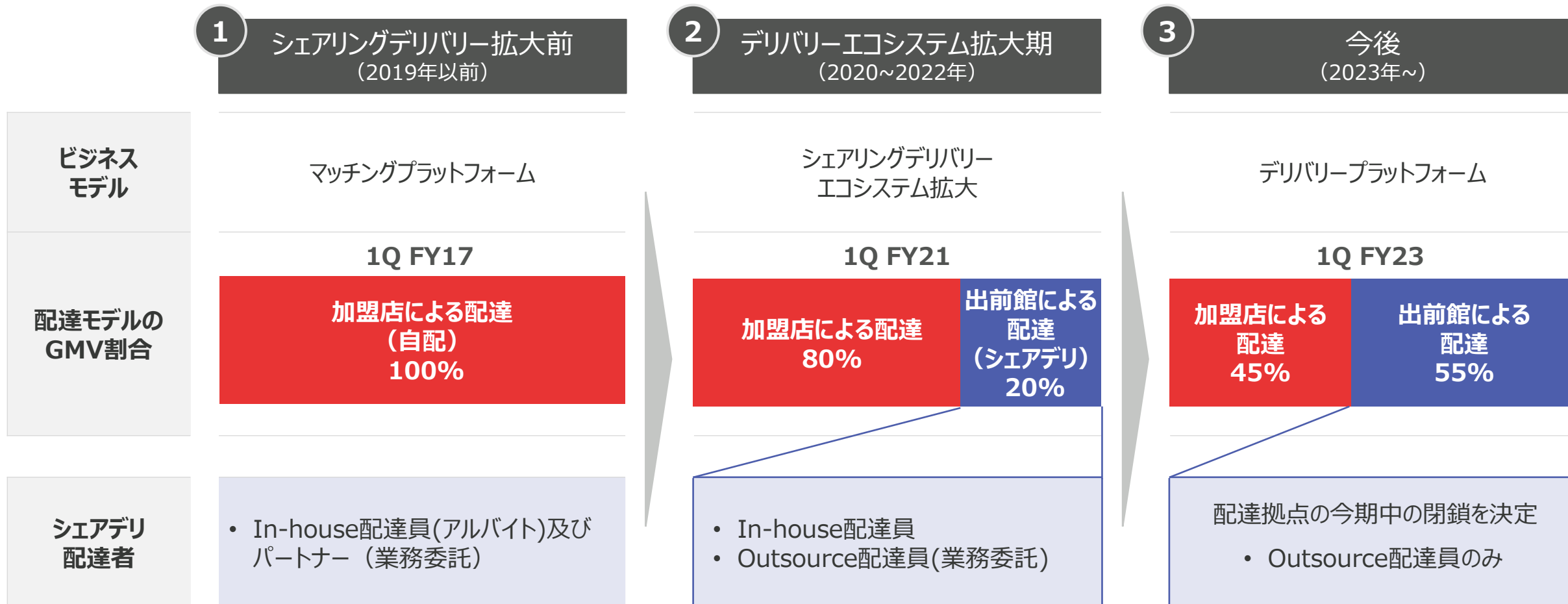


## 広告売上の拡大



# Financial Highlights

# 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

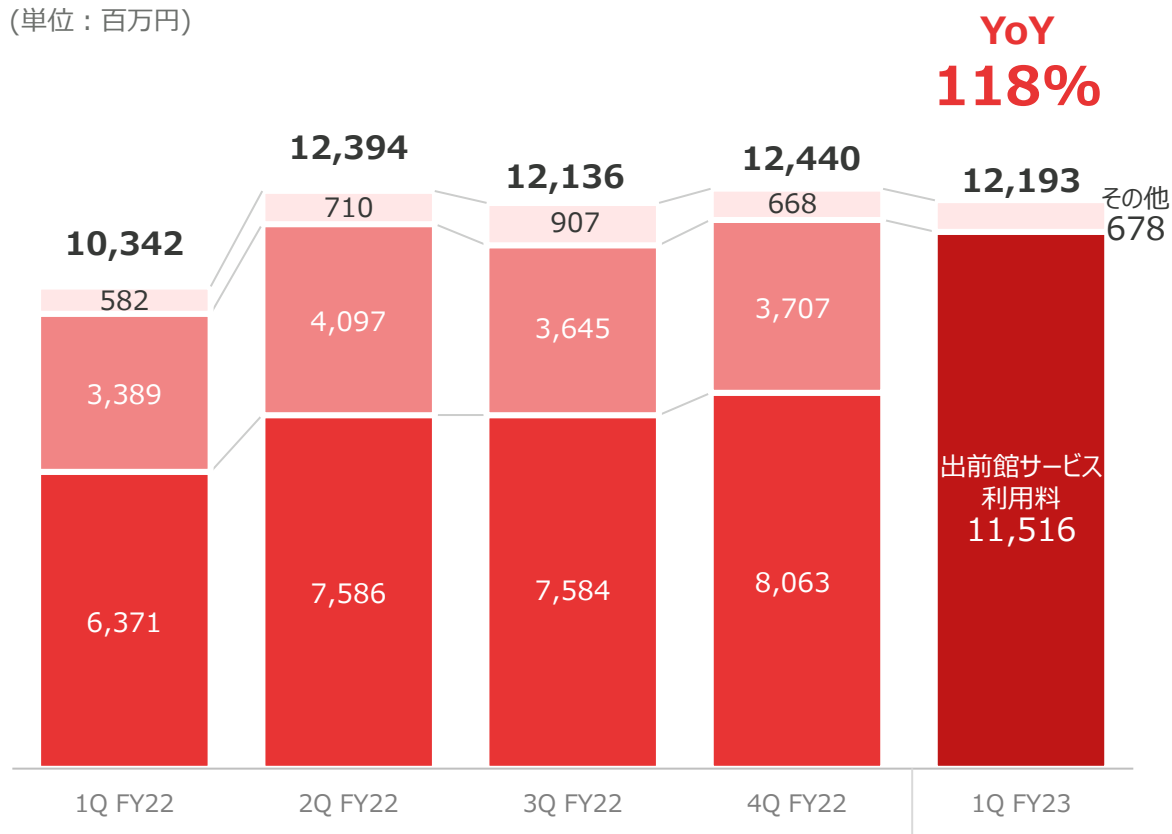
1. 加盟店にご案内する定価価格  
 2. 出前館サービス利用料に加え、その他売上（広告や決済代行手数料など）も含む  
 3. 配達代行手数料に加え、ユーザー送料も含む

# 売上高／営業費用

- ✓ シェアリングデリバリー配達件数の増加により、売上高は前年同期比118%に拡大
- ✓ 1件あたりの配送単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85%に縮小

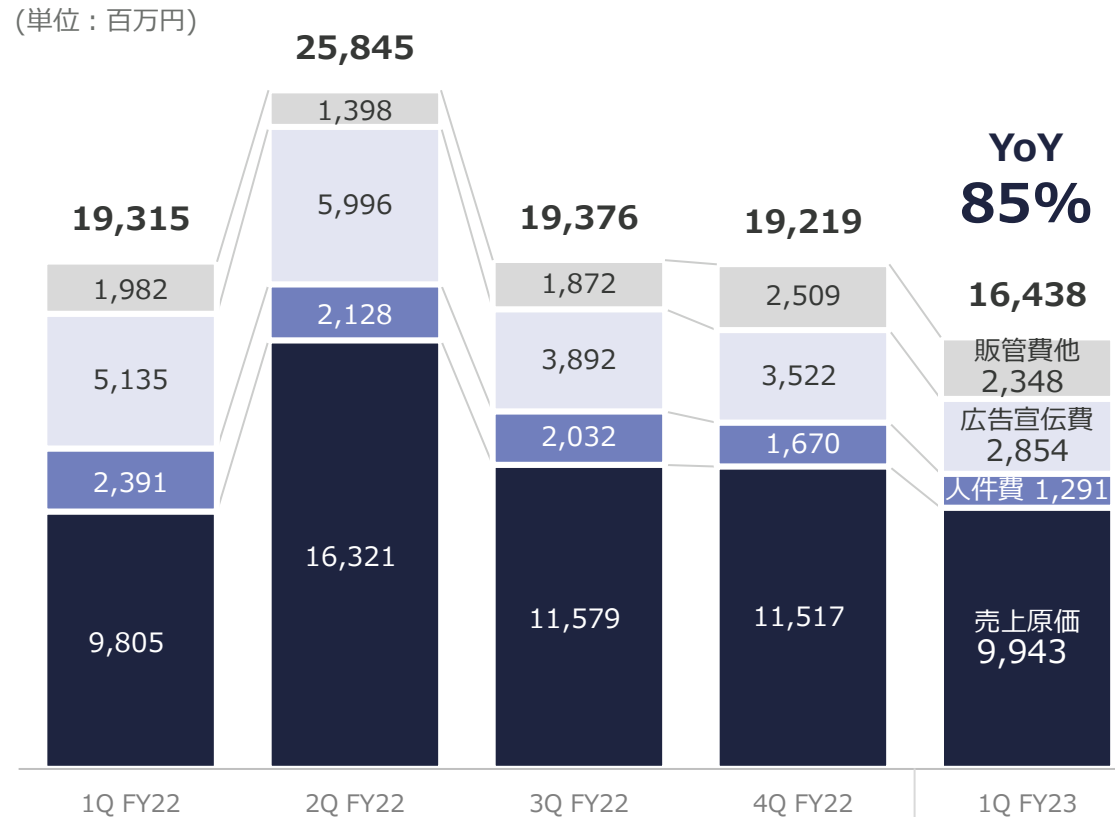
## 売上高

(単位：百万円)



## 営業費用

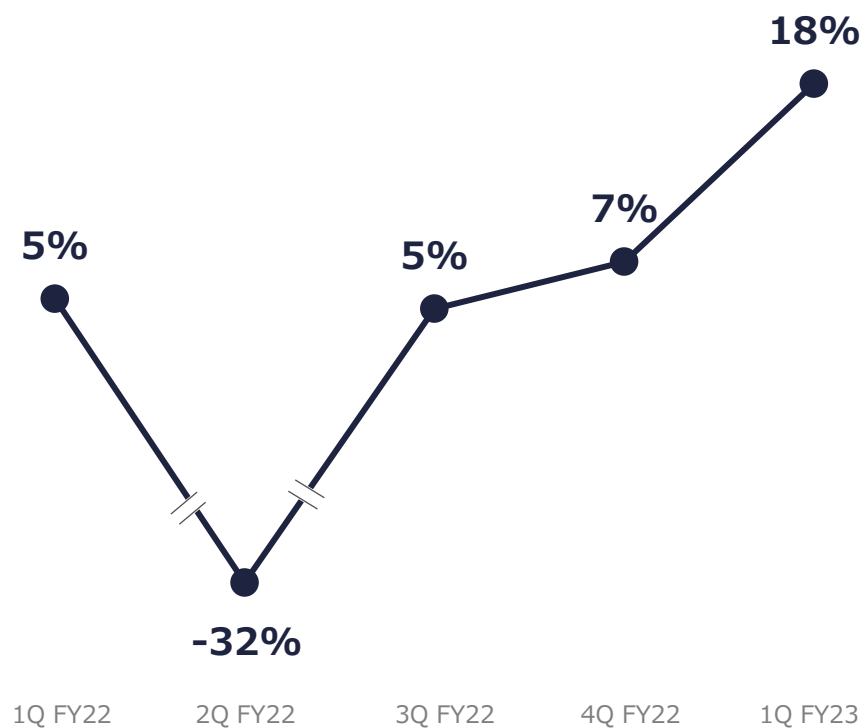
(単位：百万円)



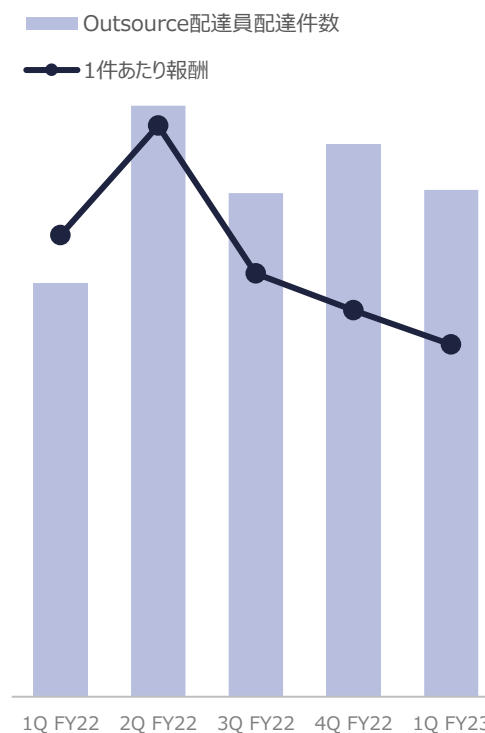
# 売上総利益率の改善

- ✓ 配達員の充足とプロダクト改修による配達時間の短縮により、配送効率が向上
- ✓ 1件あたりの配達報酬も適正化が進み、売上総利益率は大きく改善

## 売上総利益率の改善



## 1件あたり配達員報酬



### 現在の取り組み

- 配達員の充足
- 配達時間の短縮

### 今後の施策

- 配達員のアイドルタイム削減
- ダイナミックプライシング
- 複数件持ち、等

配送効率向上、  
配達報酬の適正化

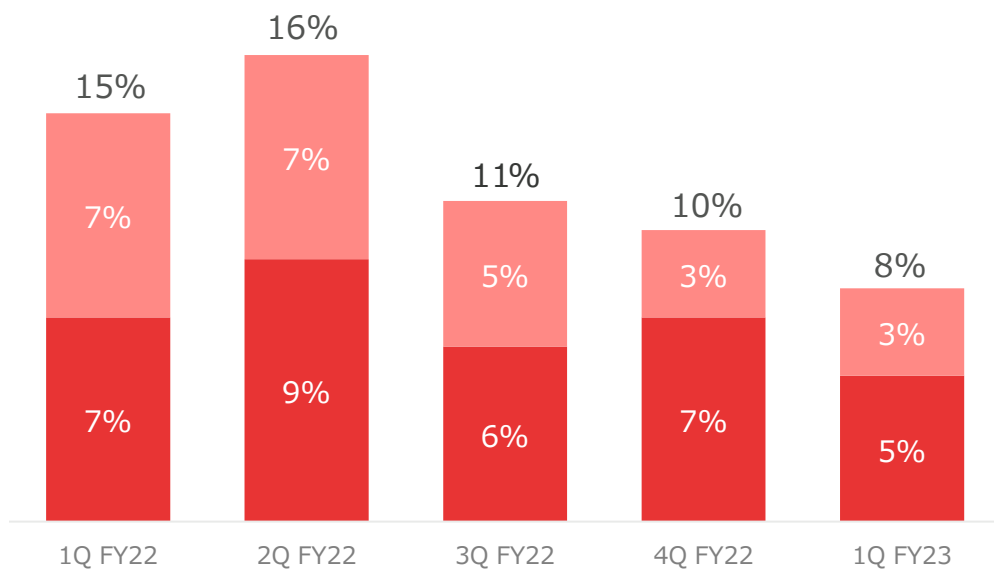


## その他コストの内容

- ✓ 広告宣伝費は、GMV比8%にコントロール。投資効率を意識しながら、ユーザーのリピート・リテンションに注力
- ✓ 今期中の配達拠点の閉鎖により固定費を削減

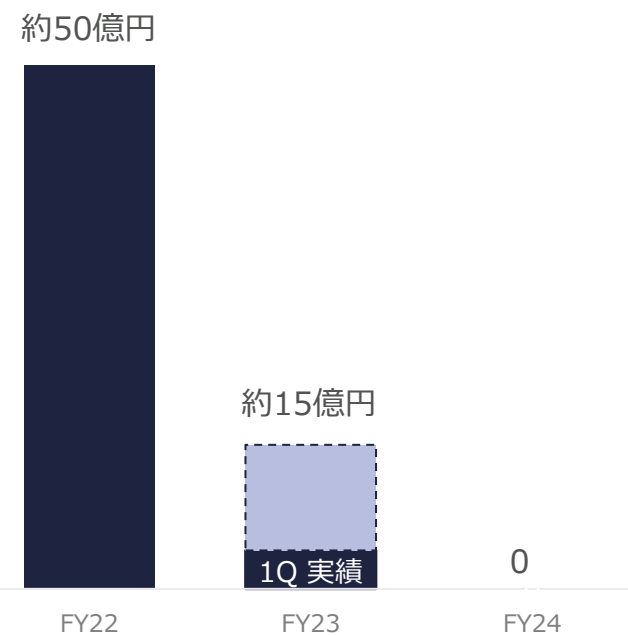
### 広告宣伝関連費<sup>1</sup>の内訳（総GMV比）

- 新規獲得クーポン、認知・集客広告費等
- ユーザー向けクーポン、送料無料キャンペーン等



### 配達拠点の閉鎖による固定費削減

アルバイト人件費、自転車・バイク等の設備費、拠点家賃等



### その他コスト

#### 今期の初期投資領域

- プロダクト/システムの刷新
- カスタマーサポート体制更新

1. マーケティング費用に加え、送料特典に関わる費用負担分を含む

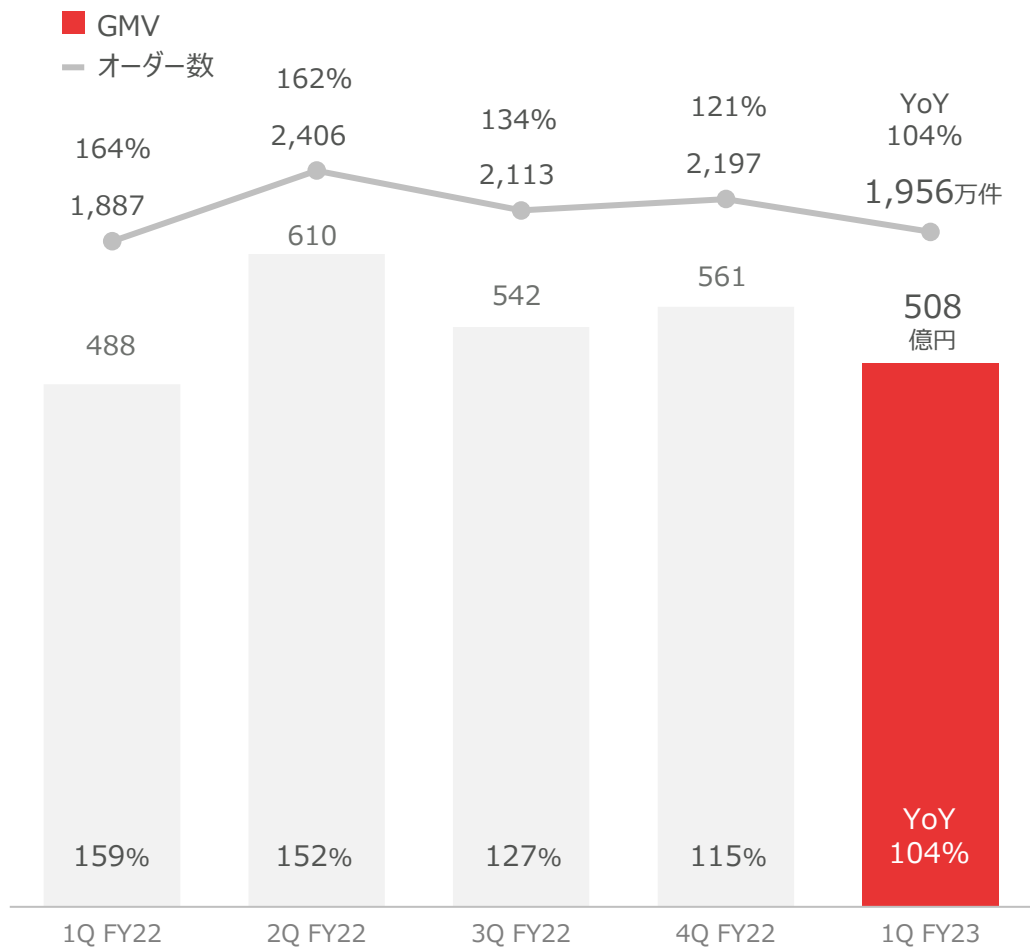
# Appendix

# 連結計算概要（損益計算書）

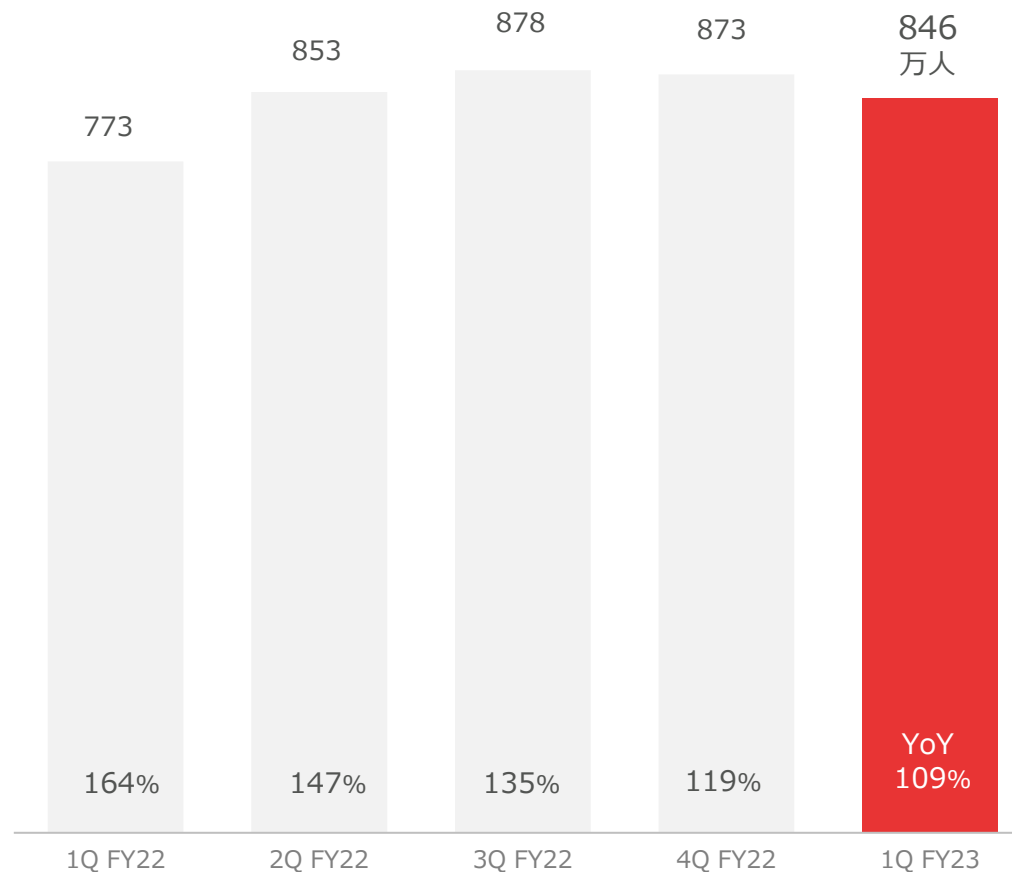
単位：百万円	2022年8月期 (FY22)				2023年8月期 (FY23)		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	YoY	QoQ
売上計	10,342	12,394	12,136	12,440	12,193	117.9%	98.0%
出前館サービス利用料	3,389	4,097	3,645	3,707	11,516	-	-
配達代行手数料	6,371	7,586	7,584	8,063			
その他	582	710	907	668	678	116.5%	101.4%
売上原価	9,805	16,321	11,579	11,517	9,943	101.4%	86.3%
販管費	9,509	9,523	7,796	7,702	6,494	68.3%	84.3%
人件費	2,391	2,128	2,032	1,670	1,291	54.0%	77.3%
広告宣伝費	5,135	5,996	3,892	3,522	2,854	55.6%	81.0%
その他	1,982	1,398	1,872	2,509	2,348	118.5%	93.6%
営業利益	(8,972)	(13,450)	(7,239)	(6,779)	(4,244)	-	-

# 主要KPI (四半期)

## GMV・オーダー数



## アクティブユーザー数



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  
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。