



2022年8月期 第2四半期 決算説明会資料

2022年4月14日

# Business Highlights

# 2Qハイライト

## 市場環境

- 全国的な感染者数の拡大や蔓延防止措置等の発令（一部地域）もあり、**デリバリー需要は引き続き堅調**
- 競合他社の撤退や事業縮小による市場の**合理化**が進む

## 戦略振り返り

- **マーケットシェアが拡大**
  - 第二四半期のアプリダウンロード数も引き続き**No.1**<sup>1</sup>
  - ユーザー及び配達員の**新規獲得**が加速化

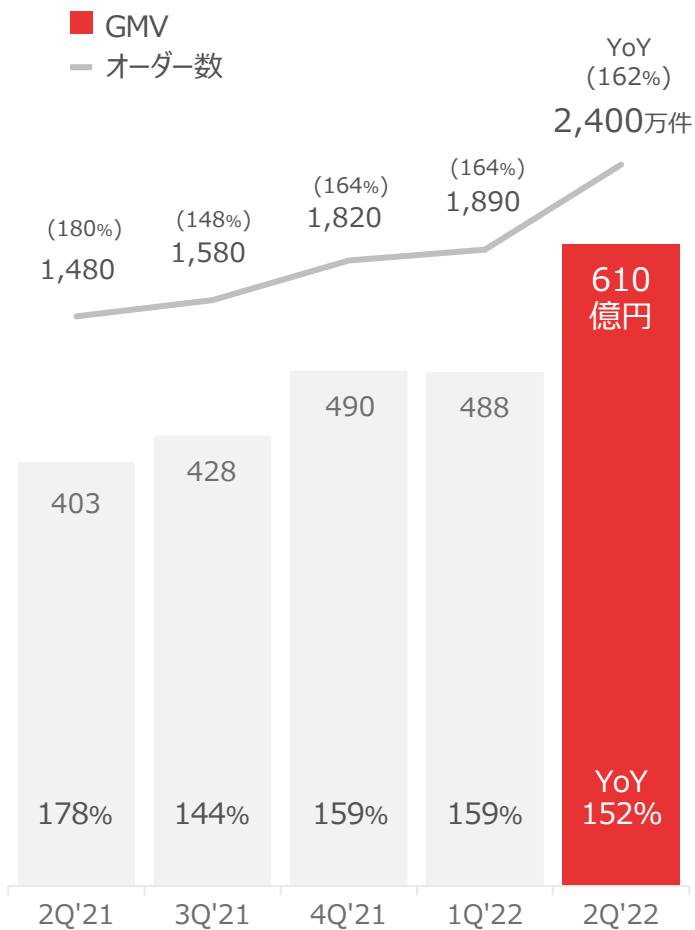
## 第2四半期 KPI進捗

- **主要KPI全てが過去最高を更新**
  - GMV<sup>2</sup>: 610億円 YoY 152%
  - アクティブユーザー数: 853万人 YoY 147%
  - 配達員数: YoY 399%

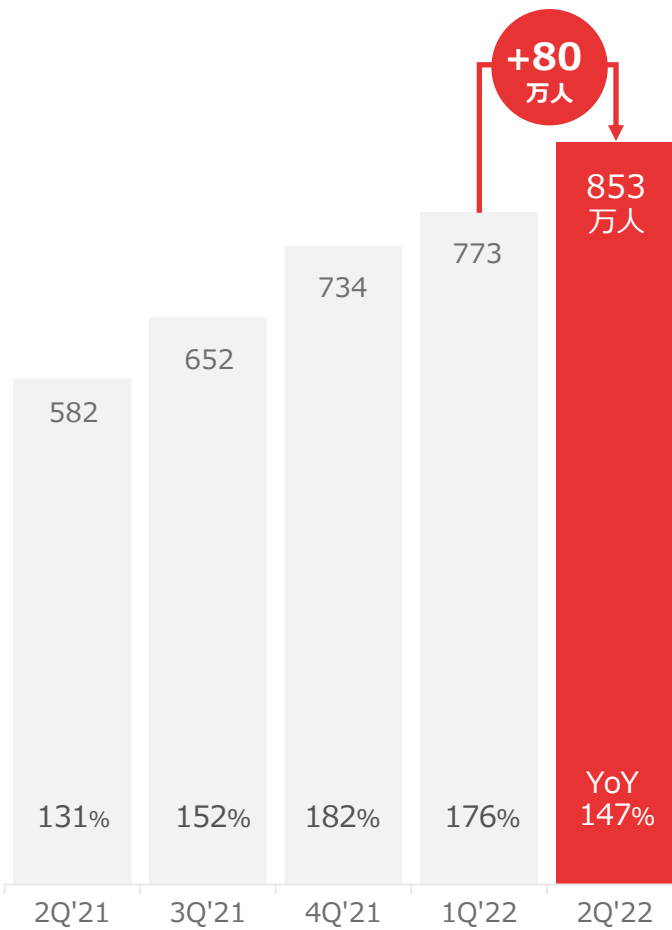
1. data.ai(旧App Annie)調べ。2021年12月～2022年2月累計「フード&ドリンク」及び「フードデリバリー/テイクアウト」カテゴリにおけるアプリダウンロード数 (iOS及びGoogle Play合計)  
2. GMV (流通取引総額) : 商品代金及び配達料 (値引き前)

# 主要KPI全てが過去最高を更新

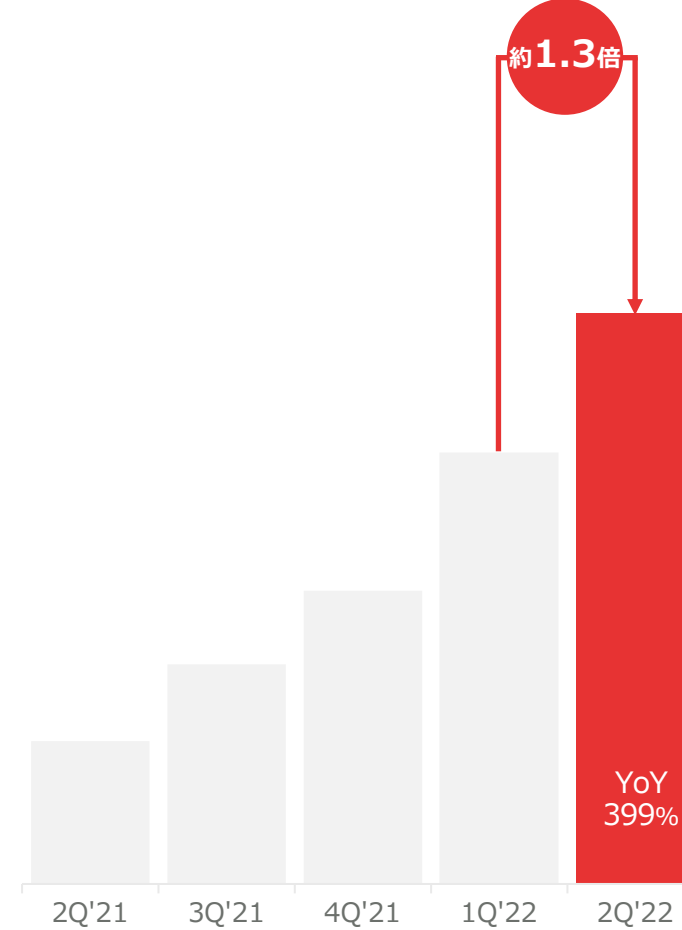
## GMV・オーダー数



## アクティブユーザー数



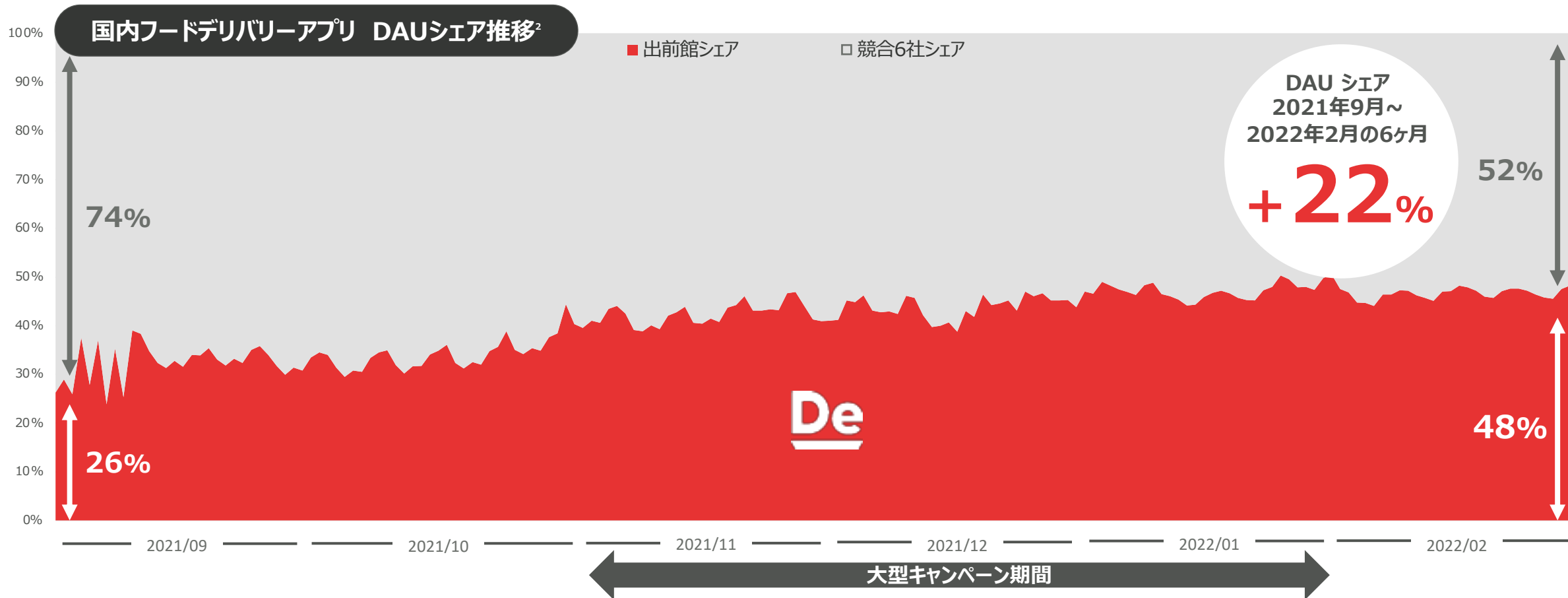
## 配達員数の推移



GMV (流通取引総額) : 商品代金及び配達料 (値引き前)  
 アクティブユーザー数 : 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)  
 アクティブユーザー数、配達員数は末日時点

# マーケットシェアが拡大

- ✓ GMVの6割を超える一都三県を中心に、オーダー数増につながる大型のキャンペーン(11月~1月)を実施
- ✓ 12月~2月のアプリダウンロード数は1Qに引き続き**1位**を獲得。新規ユーザー獲得が進み、マーケットシェアが**48%**まで拡大



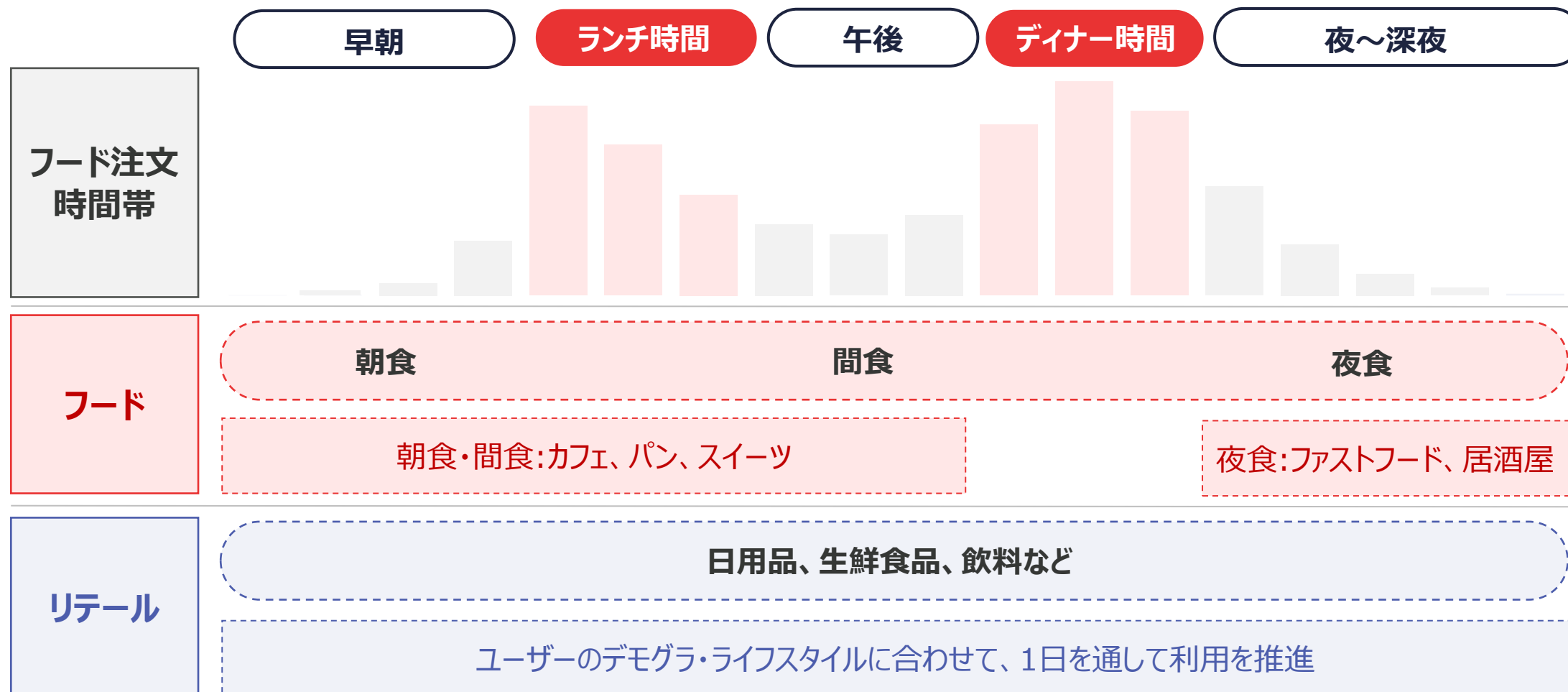
DAU (Daily Active Users): 1日のうちアプリをアクティブに利用しているユーザーの数

1. data.ai (旧App Annie)調べ。2021年12月~2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」カテゴリー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 - Feb 28, 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.

# **FY2022 Second Half Strategy**

- ✓ フード領域においては、ランチ・ディナー以外の需要を取り込むため、ジャンルの拡充を推進
- ✓ 日用品をはじめとしたフード以外のデリバリーにおいては、各業界のトッププレイヤーと協業で市場を開拓

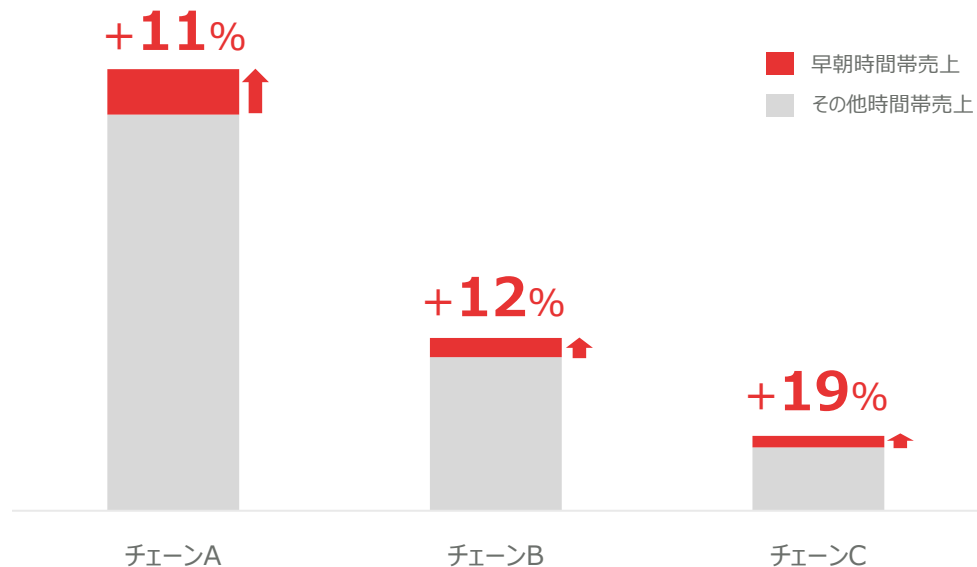


# フード領域の機会拡大

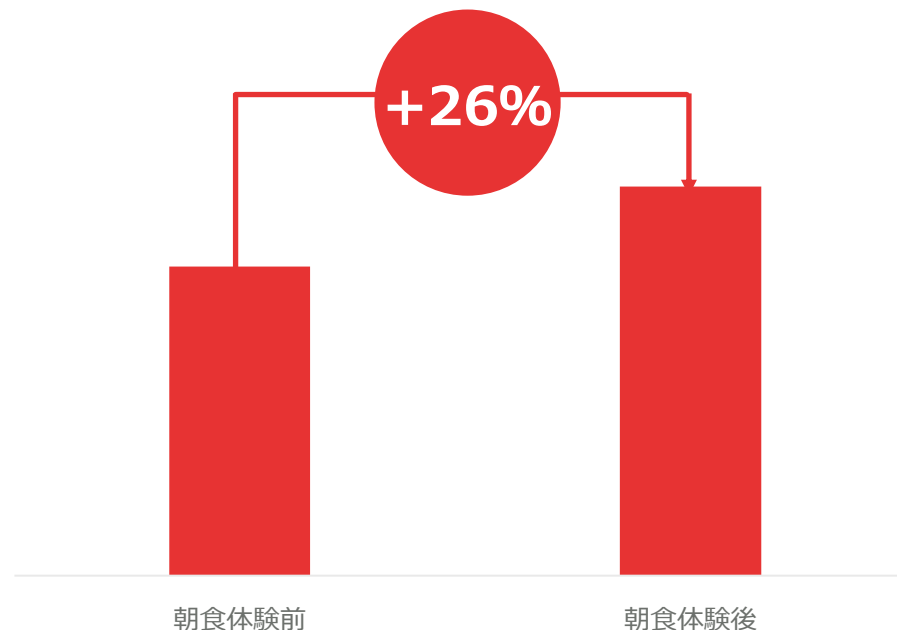
- ✓ 早朝営業を開始した加盟店では、朝食の需要を取り込むことで売上増につながる
- ✓ 朝食を出前館で体験したユーザーは平均購入金額が**26%**向上

## 加盟店にとって早朝時間帯の売上が純増

1月に早朝営業を開始した加盟店のGMVアップリフト



## 朝食体験前後の平均購入金額<sup>1</sup>



1. 2月に7-10時の間に注文したユーザーの前後30日を比較



# リテール領域のカテゴリー拡大

- ✓ 今期より市場規模**41兆円**以上の巨大市場リテール領域のデリバリー対応を押し進めていく
- ✓ ローソン、ミニストップをはじめとした**大手小売チェーン**とのパートナーシップをスタートしており、今後更なる参画を見込む

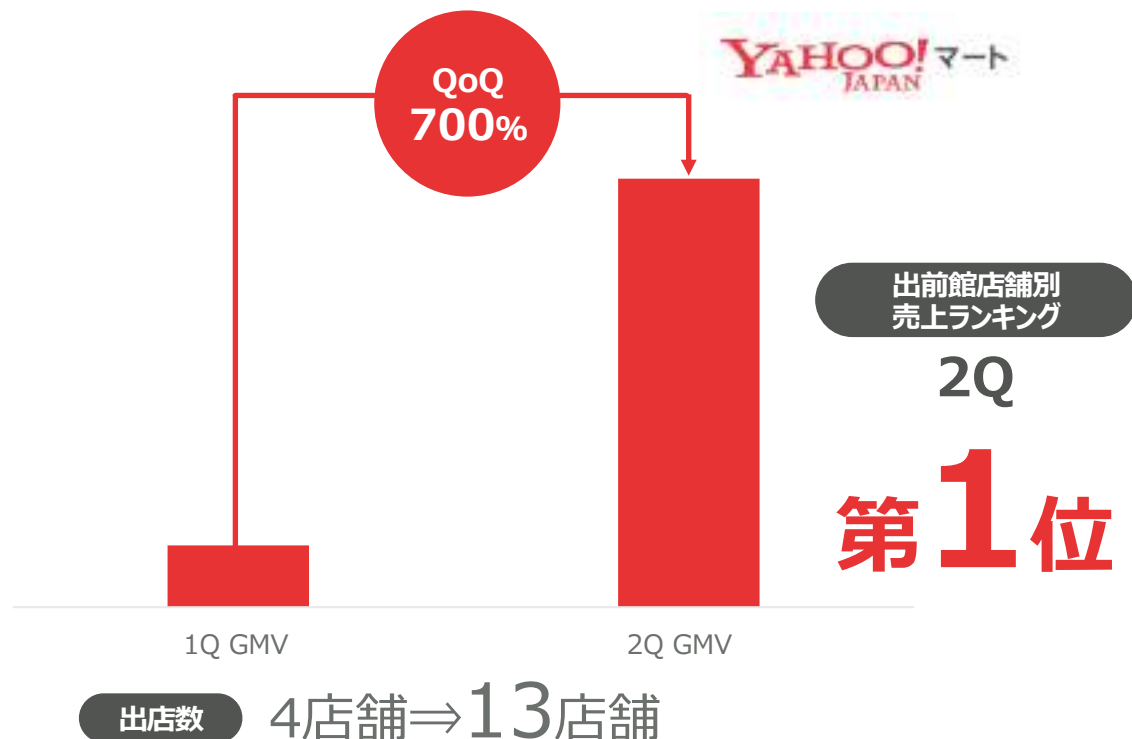


1. 出典：矢野経済研究所「流通小売市場白書 2022」  
 2. 出典：矢野経済研究所「アフターコロナに対応する次世代型外食産業の動向分析 ～非接触飲食店の潮流」

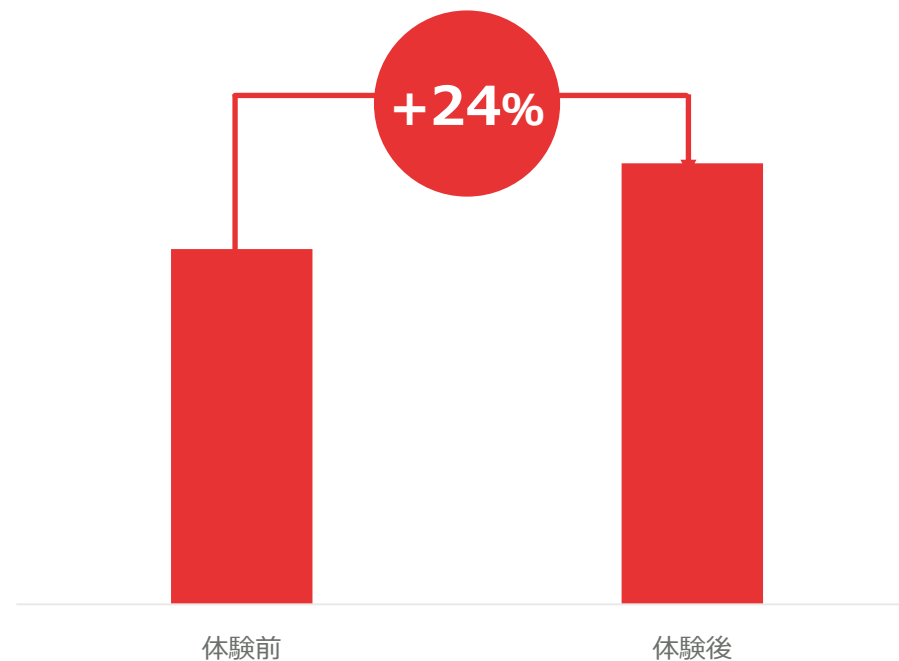
# リテール領域におけるZホールディングスグループシナジー

- ✓ 「Yahoo!マート by ASKUL」<sup>1</sup>のGMVはQoQ700%と順調にサービスが成長
- ✓ 「Yahoo!マート by ASKUL」を体験したユーザーは出前館プラットフォーム上の平均購入金額<sup>2</sup>が24%向上

## 「Yahoo!マート by ASKUL」が堅調に成長



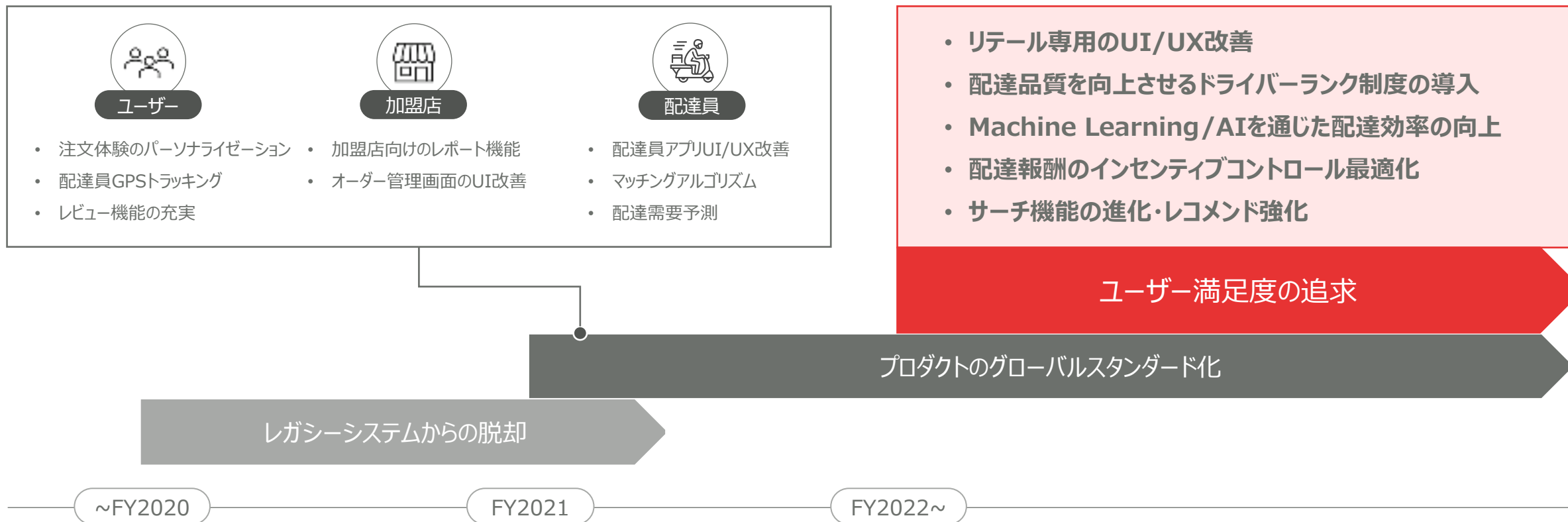
## 「Yahoo!マート by ASKUL」体験前後の平均購入金額



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  
 2. 2月にYahoo!マート by ASKULで購入したユーザーの前後30日を比較

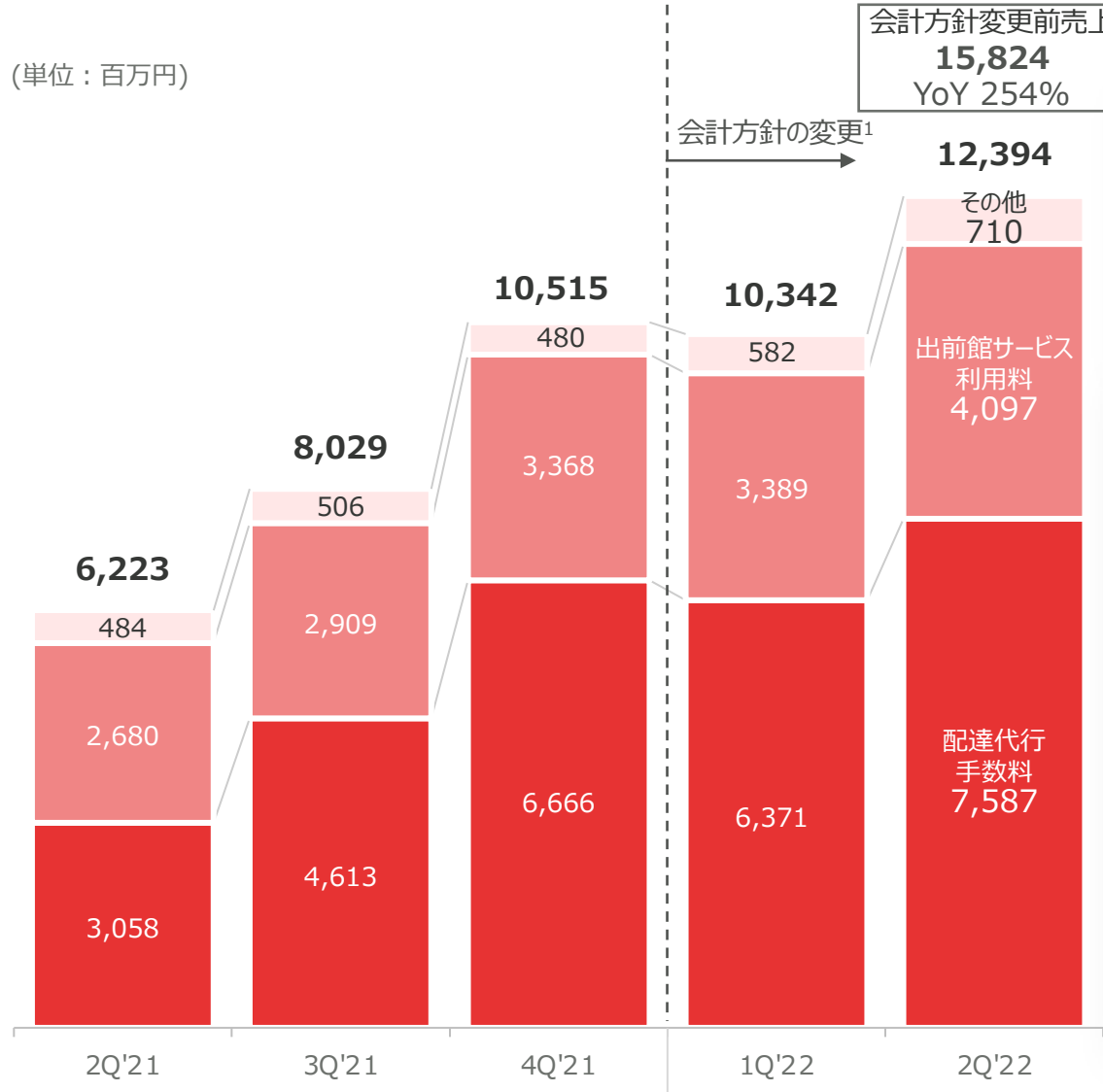
# 進化するプロダクト

- ✓ 2年かけてプロダクトをグローバルスタンダードへ引き上げ
- ✓ 今後は開発体制をより強化し、顧客の声をプロダクトに反映することで、ユーザー満足度の最大化を追求していく



# Financial Highlights

(単位：百万円)



## 売上

従来の会計方針：15,824百万円 (YoY 254%)  
 新会計方針(ネット計上)：12,394百万円

## その他

前年同期比 +226百万円 (YoY 147%)

## 出前館サービス利用料

前年同期比 +1,417百万円 (YoY 153%)  
 加盟店舗数・ユーザー数の拡大によるオーダー数の増加

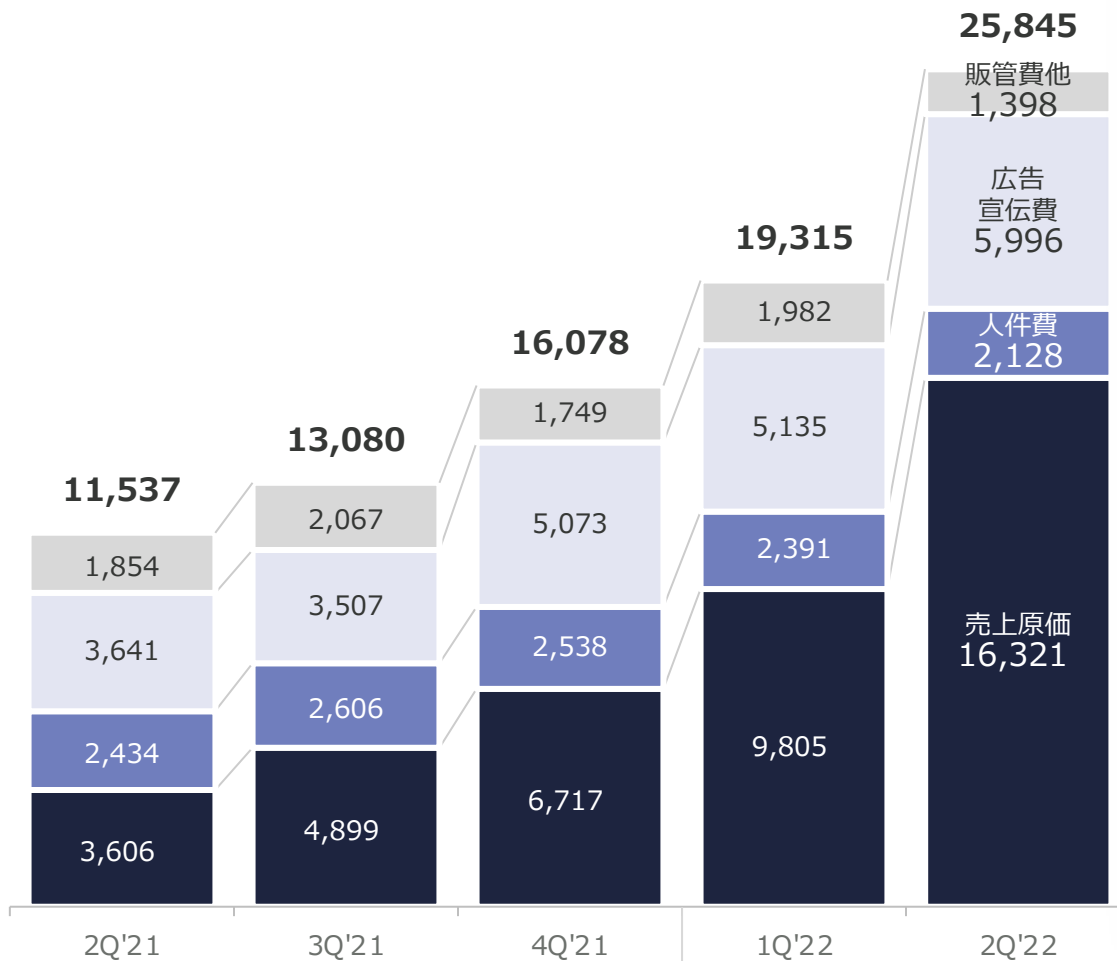
## 配達代行手数料

前年同期比 +4,528百万円 (YoY 248%)  
 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 -457百万円 (YoY 75%)

## 広告宣伝費

前年同期比 +2,355百万円 (YoY 165%)  
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 -306百万円 (YoY 87%)  
In-house配達員の減少

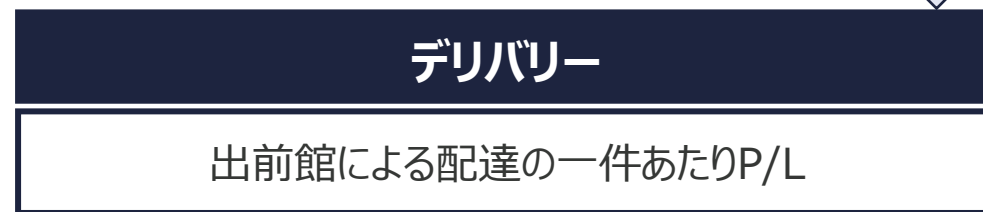
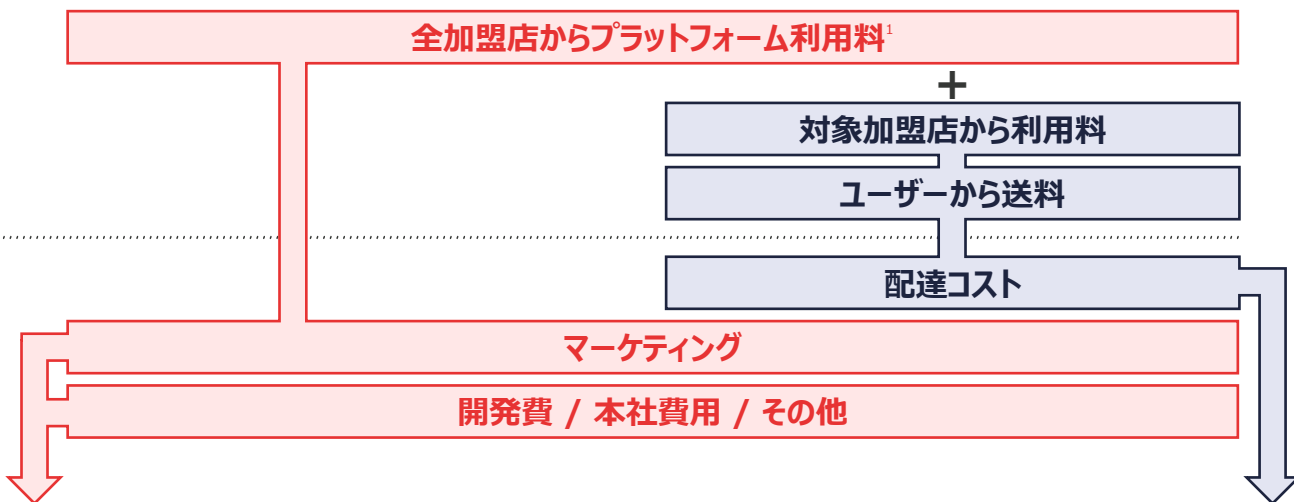
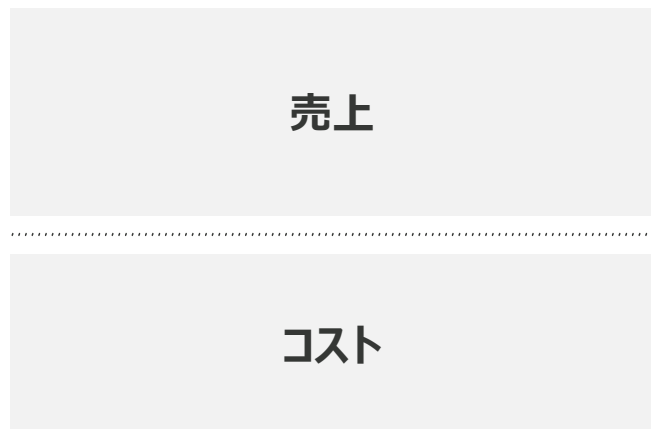
## 売上原価

前年同期比 +12,715百万円 (YoY 453%)  
Outsource配達員の増加  
ソフトウェア開発費用9億円を費用計上(予算外)

# 出前館 2つの事業モデル（Eコマース / デリバリー）

2Q GMV:  
**610億円** (YoY 152%)

<b>加盟店による配達</b>	<b>出前館による配達</b> シェアリングデリバリー®
<b>GMV 281億円 (YoY 94%)</b>	<b>GMV 329億円 (YoY 320%)</b>



**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

2Q GMV:  
610億円 (YoY 152%)

加盟店による配達

出前館による配達<sup>シェアリングデリバリー®</sup>

GMV 281億円 (YoY 94%)

GMV 329億円 (YoY 320%)

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)	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
ECマース売上 <sup>1</sup>	7.5%	7.7%	7.8%	7.9%	7.6%
マーケティング	9%	7%	9%	11%	10%
送料特典	1%	1%	1%	4%	6%
その他コスト <sup>2</sup>	6%	8%	5%	5%	4%
ソフトウェア投資 <sup>3</sup>				2%	2%
<b>営業利益</b>	<b>-8%</b>	<b>-8%</b>	<b>-8%</b>	<b>-13%</b>	<b>-14%</b>

✓ 送料特典含む広告宣伝費はガイダンス通りGMV比16%

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
4. マーケティング+送料特典

## 広告宣伝費の内訳<sup>4</sup> (総GMV比)

GMV比  
10%台半ば



15%

8%

7%

16%

7%

9%

新規獲得クーポン  
認知・集客広告費、等

既存ユーザー向けクーポン  
送料無料キャンペーン、等

FY22  
ガイダンス

1Q'22

2Q'22



2Q GMV:  
**610億円** (YoY 152%)

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 281億円 (YoY 94%)

GMV 329億円 (YoY 320%)

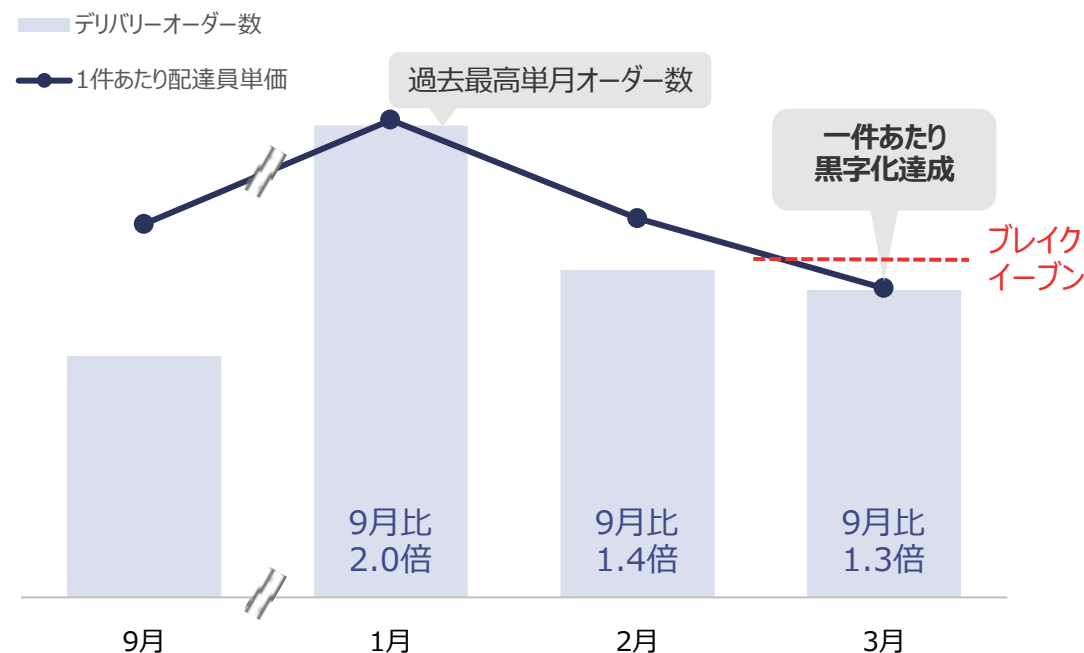
## 配達利用料 (加盟店) & 送料 (ユーザー)

### デリバリー

(シェアリングデリバリー GMV対比)	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
デリバリー売上	30%	32%	32%	33%	33%
配達員(Outsource)コスト	28%	25%	31%	33%	44%
配達員 (In-house) 及びその他コスト <sup>1</sup>	24%	18%	12%	10%	7%
営業利益	-22%	-11%	-11%	-10%	-17%

- ✓ Outsource配達員による配達比率は90%以上となる
- ✓ 3月は一件当たり黒字化を達成

### デリバリーオーダー数と1件あたり配達員単価 (Outsource分)



1. 販管費他(消耗品費・リース料、支払手数料、地代家賃など※配達に関わるものに限る)

# Appendix

# 連結決算概要（損益計算書）

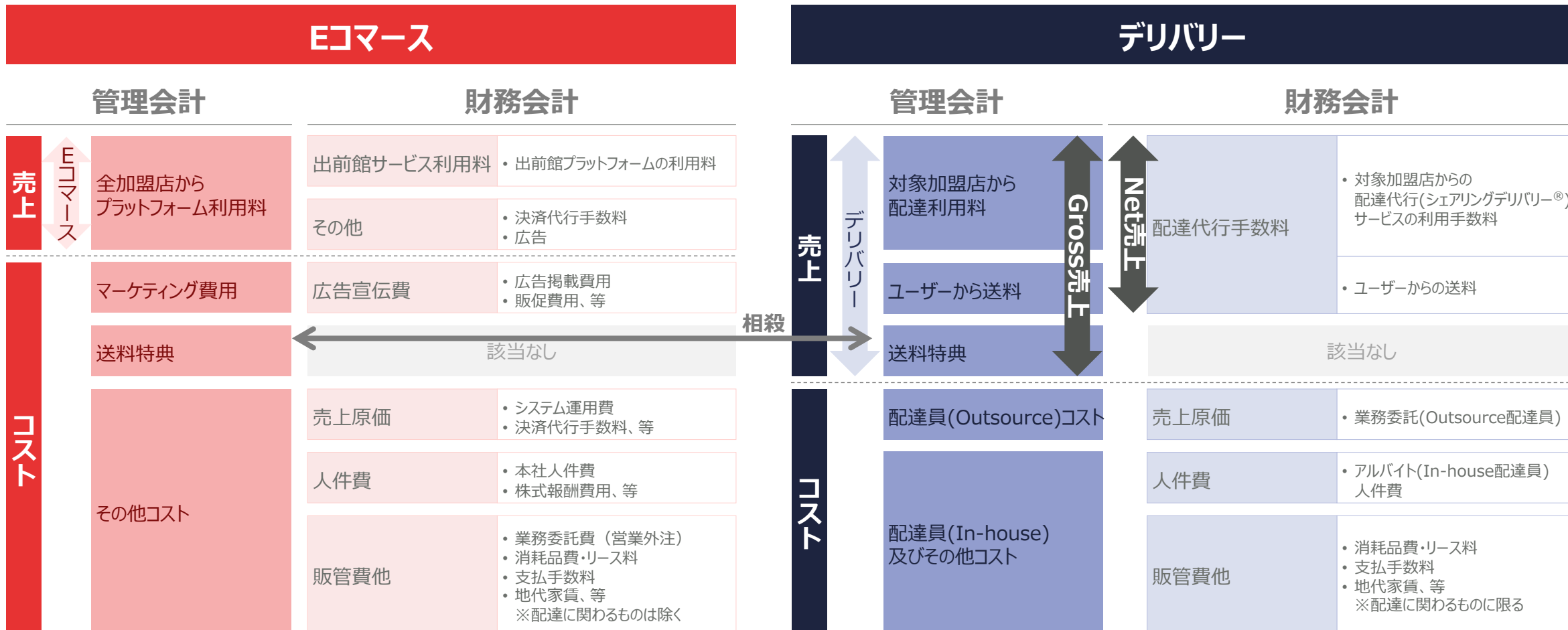
会計方針の変更  
→

単位：百万円	2020年8月期			2021年8月期				2022年8月期			
	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	YoY	QoQ
売上計(新会計基準 <sup>1</sup> )								10,342	12,394	-	119.8%
売上計	2,006	2,994	3,492	4,186	6,223	8,029	10,515	12,192	15,824	254.3%	129.8%
出前館サービス利用料	1,079	1,760	1,928	2,007	2,680	2,909	3,368	3,389	4,097	152.9%	120.9%
配達代行手数料	323	761	1,022	1,632	3,058	4,613	6,666	6,371	7,587	248.0%	119.1%
その他	603	472	541	545	484	506	480	582	710	146.6%	122.0%
売上原価	639	791	1,007	1,728	3,606	4,899	6,717	9,805	16,321	452.6%	166.4%
販管費	2,181	2,826	3,571	5,687	7,931	8,180	9,361	9,509	9,523	120.1%	100.2%
人件費	672	1,167	1,448	1,868	2,434	2,606	2,538	2,391	2,128	87.4%	89.0%
広告宣伝費	1,140	1,042	1,270	2,635	3,641	3,507	5,073	5,135	5,996	164.7%	116.8%
その他	368	617	852	1,182	1,854	2,067	1,749	1,982	1,398	75.4%	70.5%
営業利益	▲814	▲624	▲1,086	▲3,229	▲5,313	▲5,050	▲5,562	▲8,972	▲13,450	253%	150%

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

# 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)

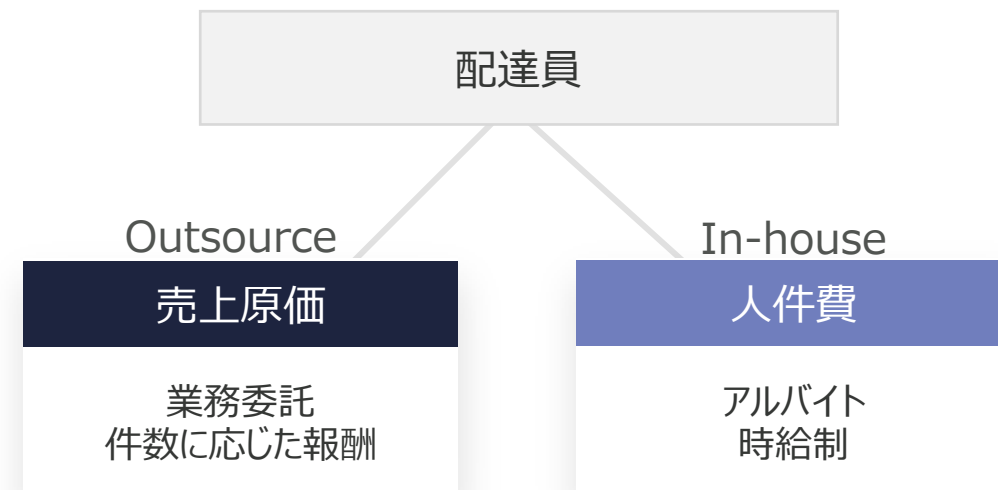
第1四半期連結会計期間の期首から収益認識に関する会計基準(IFRS15号)等を適用し、約束した財又はサービスの支配が顧客に移転した時点で、当該財又はサービスと交換に受け取ると見込まれる金額で収益を認識することとした。従来、販売費及び一般管理費に計上していたユーザーに対する販売促進費等の一部について、変動対価が含まれる取引として、取引価格から減額する処理に変更した。

# 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<sup>1</sup>

	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 <sup>2</sup> の <b>10%</b>	
	配達代行 手数料	—	加盟店売上 の <b>25%</b>
	決済手数料 (その他)	商品代金の <b>数%</b> 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. 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

# 譲渡制限付き株式報酬の発行について

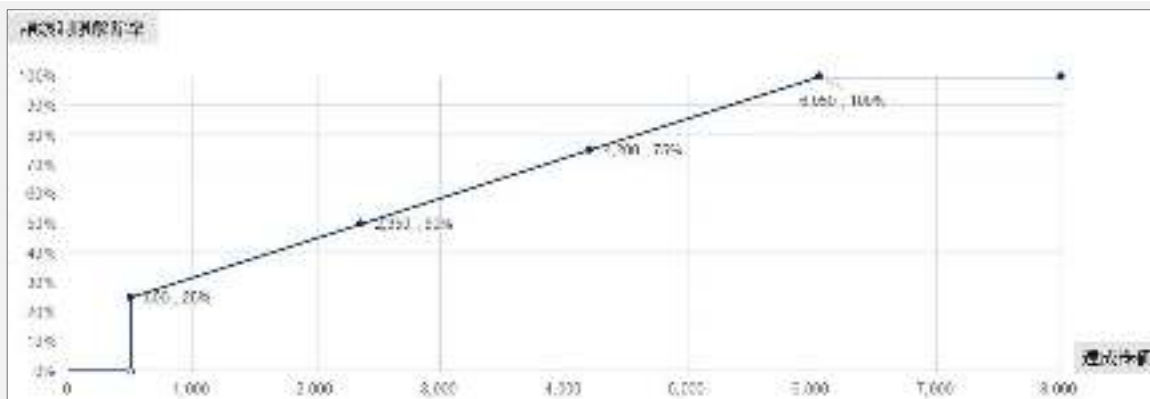
## 背景・目的

- 競争環境が激化するフードデリバリー市場において、高いユーザー体験を実現すべく、日本のライフインフラとして当社サービスをさらに進化させて行くことが必要
- 当社報酬委員会での議論の結果、短期的な利益水準に捉われないこと、中長期的かつ継続的な企業価値及び株主価値の最大化に向けたインセンティブを付与するため、新たな株式報酬制度を導入することを決定
- 株価変動のメリットとリスクを株主の皆様と共有し、株価上昇及び企業価値向上への貢献意欲を従来以上に高める
- 長期的な企業価値の向上を見据えた大胆な挑戦を後押しし、既存の優秀な人材のリテンションと今後の人材獲得におけるインセンティブとして機能させていく

## 株式割当詳細

譲渡制限付株式の種類	譲渡制限付株式 I,II	譲渡制限付株式 I	譲渡制限付株式 II
割当対象者	当社の取締役 <sup>1</sup> 、当社の使用人 <sup>2</sup> 、 当社子会社の取締役 <sup>2</sup> 、当社子会社の使用人 <sup>2</sup>	対象取締役及び一部の使用人	当社の使用人並びに当社子会社の取締役及び 使用人
金銭報酬債権額	488,691,630円	292,612,050 円	196,079,580 円
株式数	687,330株	411,550 株	275,780 株
譲渡制限期間と 各期間に紐づく株式数	① 2022年4月19日～2023年8月31日 ② 2022年4月19日～2024年8月31日 ③ 2022年4月19日～2025年8月31日	① 69,020 株 ② 171,265 株 ③ 171,265 株	① 40,270 株 ② 117,755 株 ③ 117,755 株
条件		業績連動条件あり	

## 業績連動条件



①～③の譲渡制限期間中の最終事業年度開始日から最終事業年度満了日1ヶ月前の7月31日までの期間において、東京証券取引所における連続した10営業日の当社普通株式の各終値を平均化した場合の最も高い値(達成株価)に応じて右表のとおり譲渡制限解除率が変動する

※譲渡制限解除率の算出方法： $(\text{達成株価} - 500) \div 7,400 + 0.25$   
 ※ただし、達成株価が 500 円未満のときは譲渡制限解除率は0%、達成株価が 6,050 円以上のときは譲渡制限解除率は 100%とする。

1. 社外取締役を除く

2. 兼務をする者は上記いずれかに含まれ重複しない

※詳細は当社コーポレートサイト掲載の「譲渡制限付株式報酬としての新株式発行に関するお知らせ」をご覧ください ([https://corporate.demae-can.com/ir\\_information/news.html](https://corporate.demae-can.com/ir_information/news.html))

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。