

Demaecan

2024年8月期 通期 決算説明会資料

2024年10月11日

- 1 2024年8月期は売上高 504億円 (YoY 98%) 営業損失は60億円 (YoY 62億円改善)
- 2 2024年8月期の戦略的優先事項は順調に進捗
- 3 2024年7月に公表した自己株式の取得も順調に進捗
- 4 2025年8月期は売上高 530億円 (YoY105%) 営業利益黒字化を計画

1 2024年8月期 業績

2 2025年8月期 ガイダンス

2024年8月期通期実績

- ✓ 2024年8月期売上高504億円（YoY 98%）営業損失60億円（YoY 62億円改善）
- ✓ オーダー数未達と荒天や気温上昇によるコスト増のため、売上高・営業利益は修正ガイダンスを下振れ

	2023年8月期 実績	2024年5月時点 修正ガイダンス	2024年8月期 実績	YoY
GMV ¹	2,057億円	-	1,905億円	93%
オーダー数	7,730万件	-	7,032万件	91%
アクティブユーザー数 ²	657万人	-	542万人	83%
売上高	514億円	510億円	504億円	98%
売上総利益率	20.4%	-	23.0%	+ 2.6%
営業利益	▲122億円	▲55億円	▲60億円	+ 62億円

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. 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

第二創業期の振り返り

- ✓ 新経営体制後の第二創業期は、積極的な投資によりデリバリーのエコシステムが広がり、マーケットシェアを早期に拡大することに成功
- ✓ 加盟店による配達中心のマッチングプラットフォームから配達代行(シェアリングデリバリー)も担うデリバリープラットフォームへの転換も進み、売上高は急成長
- ✓ 統制や管理体制を一層強化。配達ビジネスモデルの転換や業務プロセスの改善、事業の選択と集中により財務基盤も大きく改善

単位：億円

売上高

営業利益

売上高 5年CAGR 16%



5

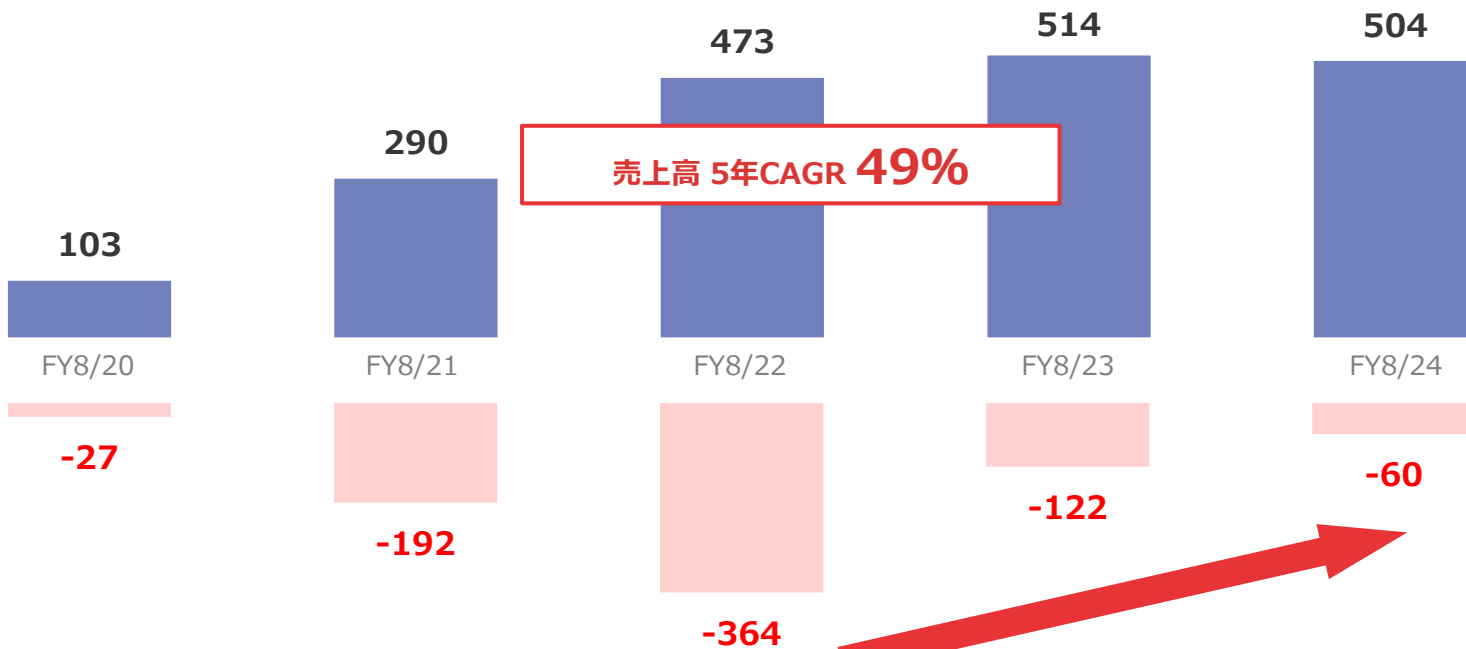
FY8/19

-0

Matching Platform

第二創業期

- LINE社との資本業務提携
- シェアリングデリバリー拡大
- 資金調達
- 配達ビジネスモデルの転換
- 統制・管理体制強化
- 一部事業撤退・縮小
- 関連会社株式売却
- 自己株式取得

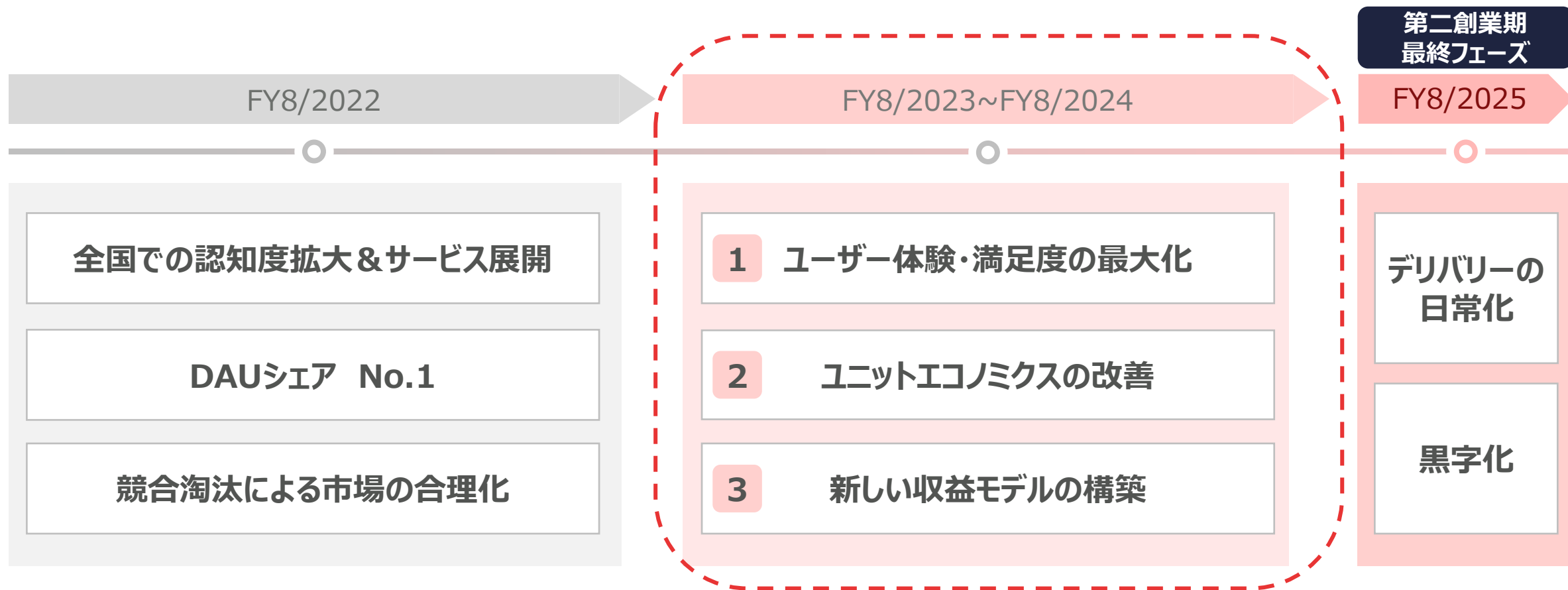


売上高 5年CAGR 49%

Food Delivery Platform

2024年8月期の戦略的優先事項は順調に進捗

✓ 2025年8月期は第二創業期の最終フェーズとして、営業利益黒字化を計画



1 ユーザー体験・満足度の最大化

✓ 継続的にサービス・プロダクトの改善に注力し、ユーザー体験・配達体験は向上

UI・UXの改善

配達体験の向上

Before

After

店舗TOP画面



店舗フィルター・検索



- 写真や文字の強調
- 検索性向上
- レコメンドの精度改善
- マイクーポンページの刷新

- マッチングアルゴリズムの改善
- 待ち時間予測モデルの改善
- エリアコンディションの改善

配達時間

**30分未満
を継続(平均)**

10分以上遅配率

**3%未満
に改善**

2 ユニットエコノミクスの改善

- ✓ 1オーダーあたり売上高の増加、変動費の減少により、ユニットエコノミクスは大きく改善

売上高

- 注文単価の上昇
 - 加盟店セレクションの拡大
 - マクロ環境
- テイクレート向上
 - オーダーポートフォリオの変化
- 広告売上高増

変動費

- 配達原価の適正化
- クーポンROI向上

限界利益率

4Q FY22

4Q FY24

2%



31%

29pt改善

3 新しい収益モデルの構築

- ✓ 2024年5月よりパフォーマンス広告を導入し、本格展開を控える
- ✓ リテール領域では、2024年8月より「クイックマート」をリリース

パフォーマンス広告

- 加盟店向け/加盟店向け以外の広告プロダクトを導入

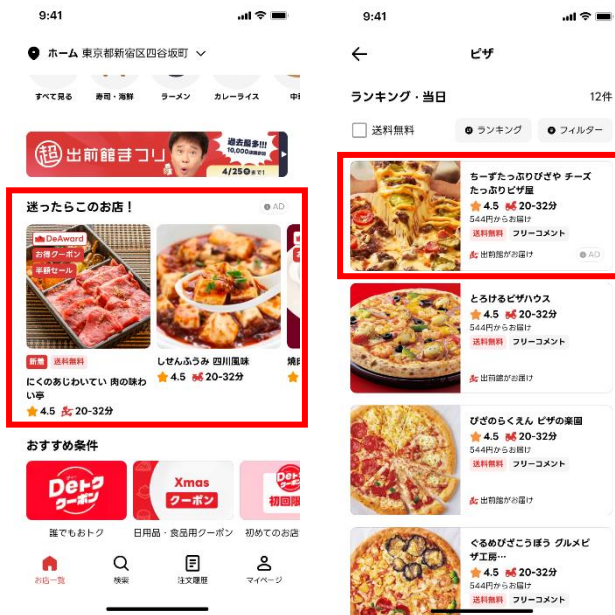
クイックマート (リテール)

- 2024年10月現在、18都道府県で展開
- リテールラインアップも順調に拡大

24年5月リリース



To Come



1 2024年8月期 業績

2 2025年8月期 ガイダンス

黒字化に向けた取り組み

- ✓ オーダー増・ユニットエコノミクス改善による限界利益額の増加と、固定費の削減により黒字化を実現

限界利益額の増加

固定費の削減

送料やプロモーションコスト、配達報酬を最適化し、グロースに投資

オーダー数増加

ユニットエコノミクス改善

- ユーザー送料ダイナミックプライシング
- クーポン機能拡張、ROI向上
- 配達原価の適正化及び配達効率改善
- ターゲティング精度改善
- 新規会員獲得コストの適正化
- テイクレート向上（オーダーポートフォリオ）
- リテール事業拡大
- パフォーマンス広告売上拡大



限界利益率
30%台半ばまで向上

- 業務委託費削減
- その他固定費削減



固定費
10億円以上削減

2025年8月期通期ガイダンス

- ✓ ネガティブなオーダートレンドは、上期にリリース予定のプロジェクトにより下期に反転する計画
- ✓ 売上高530億円（YoY105%）営業利益黒字化を計画

	2024年8月期	2025年8月期	
	実績	ガイダンス	YoY
売上高	504億円	530億円	105%
営業利益	▲60億円	100万円	-

Appendix

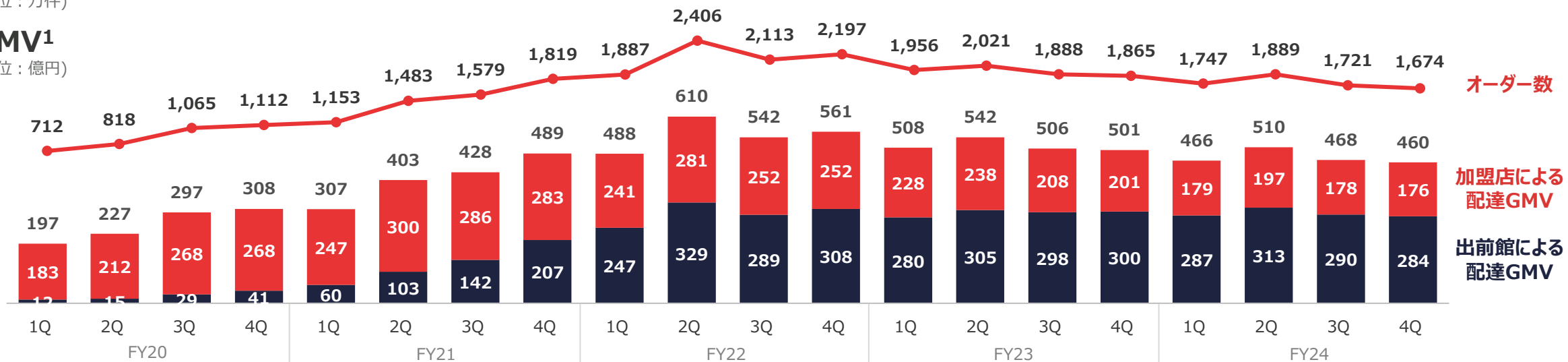
主要KPI（四半期）

オーダー数

(単位：万件)

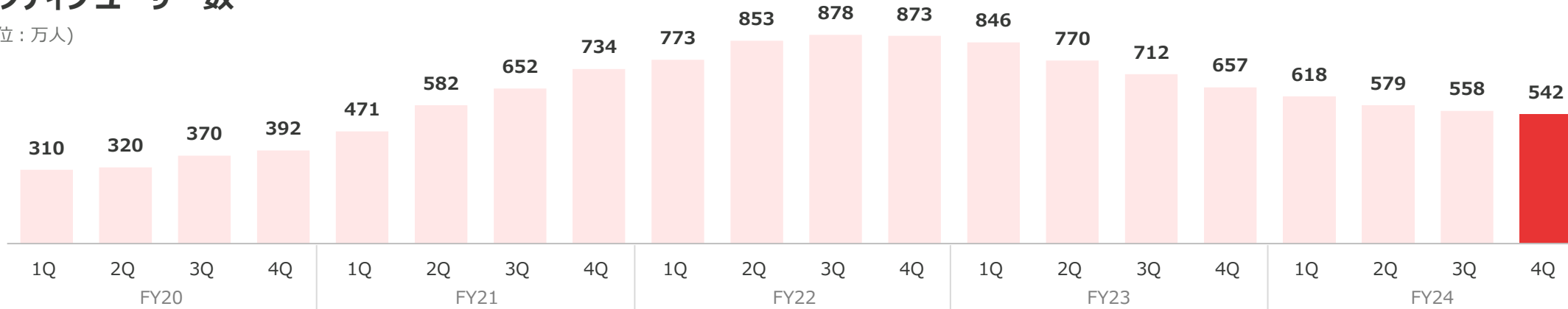
GMV¹

(単位：億円)



アクティブユーザー数²

(単位：万人)



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. 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

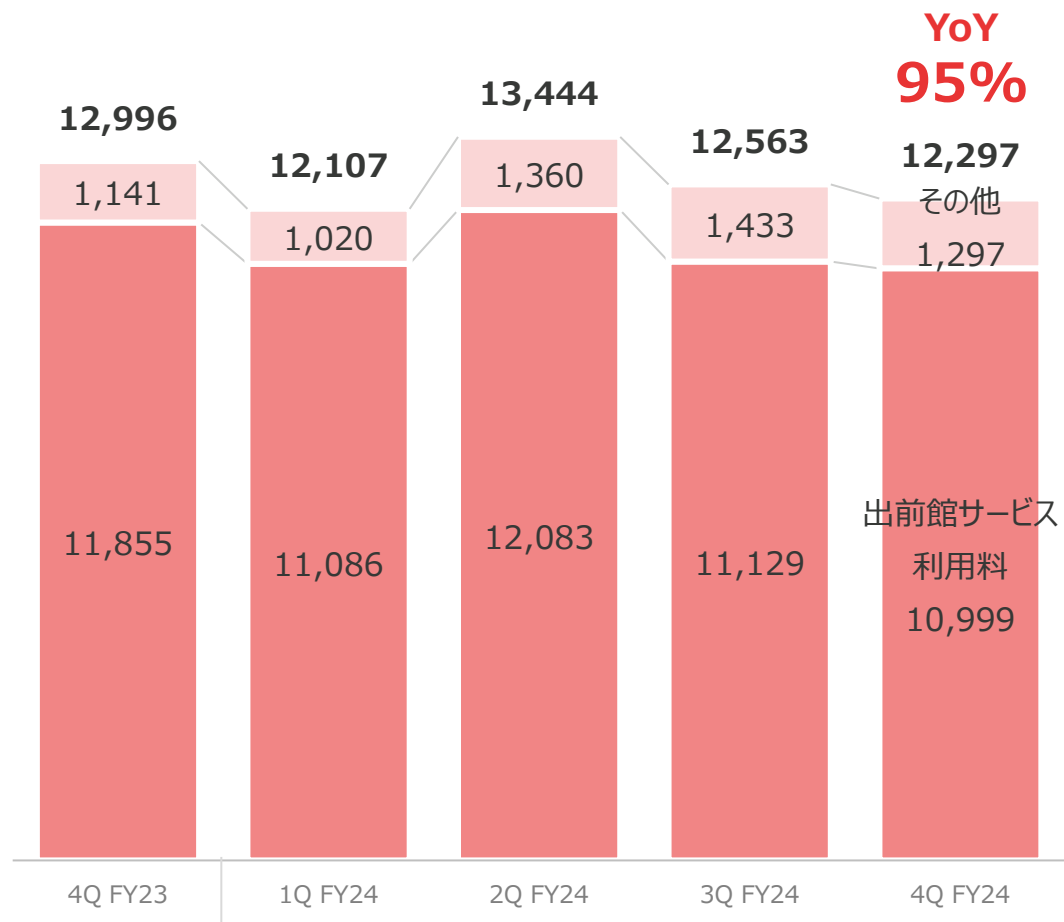
連結計算概要（損益計算書）

単位：百万円	2023年8月期 (FY23)					2024年8月期 (FY24)						
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	YoY	QoQ	通期
売上高	12,193	13,193	13,033	12,996	51,416	12,107	13,444	12,563	12,297	94.6%	97.9%	50,411
出前館サービス利用料	11,516	12,358	11,834	11,855	47,550	11,086	12,083	11,129	10,999	92.8%	98.8%	45,299
その他	677	835	1,199	1,141	3,866	1,020	1,360	1,433	1,297	113.7%	90.5%	5,112
売上原価	9,943	10,806	10,112	10,047	40,909	9,364	11,148	9,120	9,169	91.3%	100.5%	38,803
売上総利益	2,250	2,387	2,921	2,949	10,507	2,743	2,296	3,442	3,127	106.0%	90.9%	11,608
売上総利益率	18.5%	18.1%	22.4%	22.7%	20.4%	22.7%	17.1%	27.4%	25.4%	+2.1pt	-2.0pt	23.0%
販管費	6,494	6,883	4,928	4,462	22,767	3,999	5,434	4,246	3,920	87.8%	92.3%	17,600
人件費	1,291	1,207	982	892	4,374	909	902	966	949	106.4%	98.3%	3,727
広告宣伝費	2,854	3,377	1,788	1,644	9,664	1,461	2,725	1,488	1,523	92.7%	102.4%	7,198
その他	2,348	2,298	2,157	1,926	8,730	1,628	1,806	1,792	1,447	75.1%	80.7%	6,674
営業利益	(4,244)	(4,495)	(2,007)	(1,513)	(12,259)	(1,256)	(3,137)	(804)	(793)	-	-	(5,991)

売上高／営業費用（四半期）

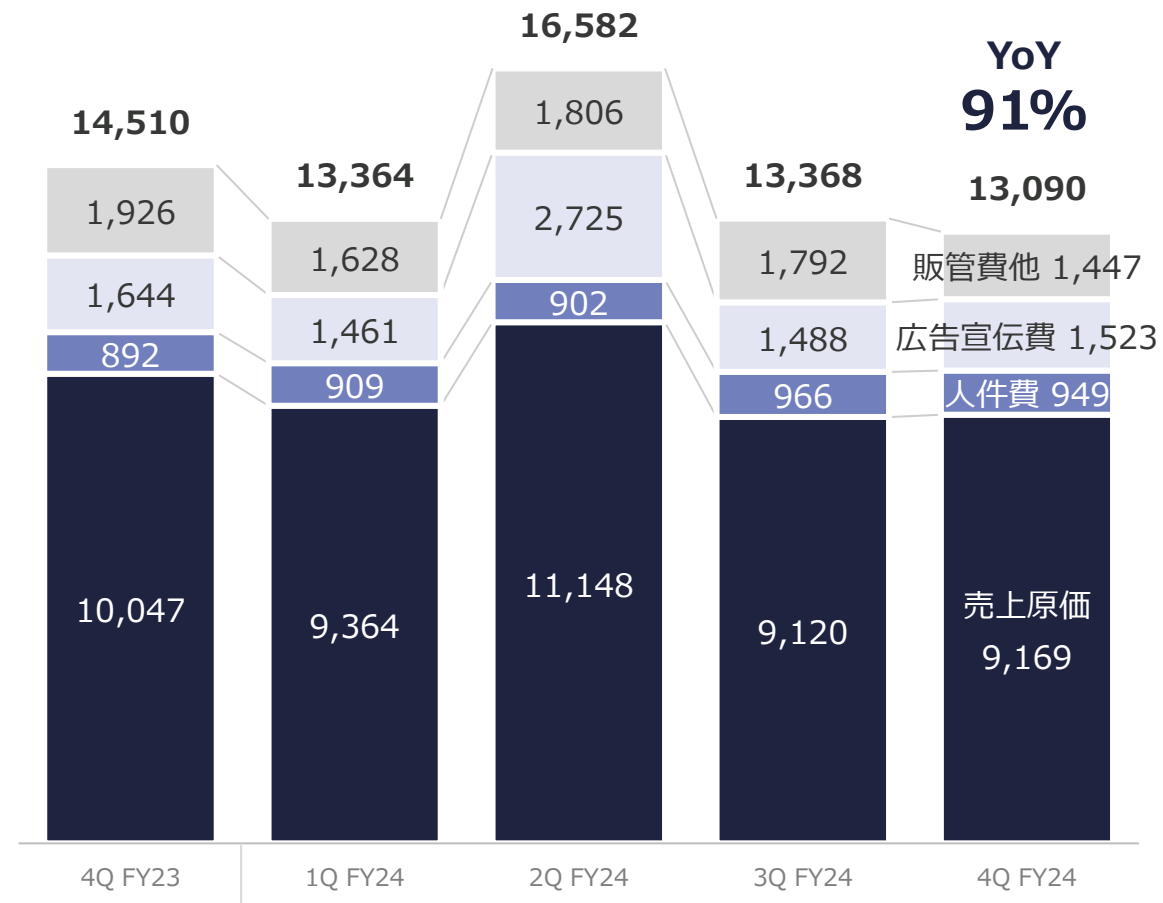
売上高

(単位：百万円)

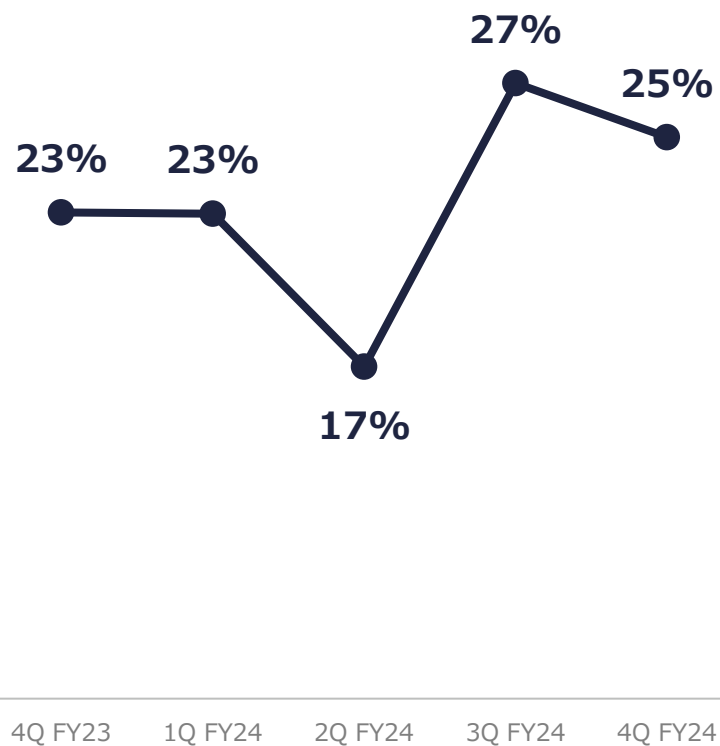


営業費用

(単位：百万円)

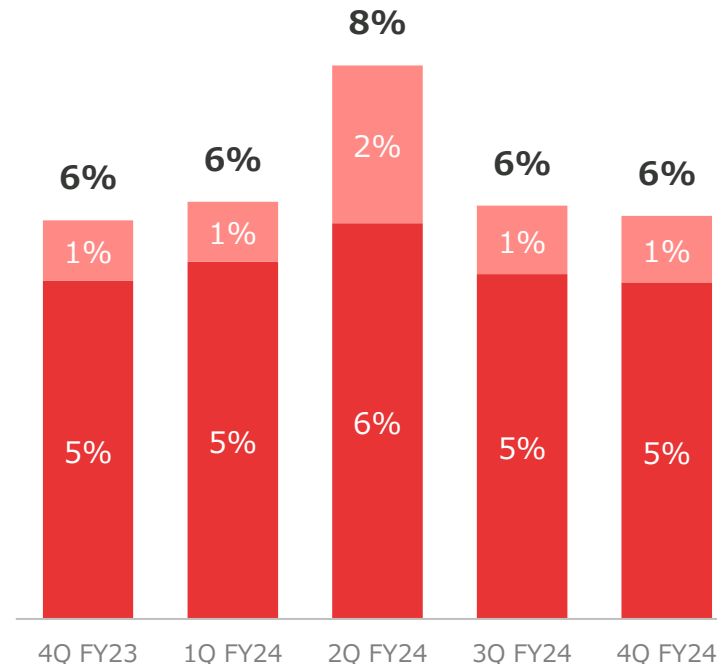


売上総利益率

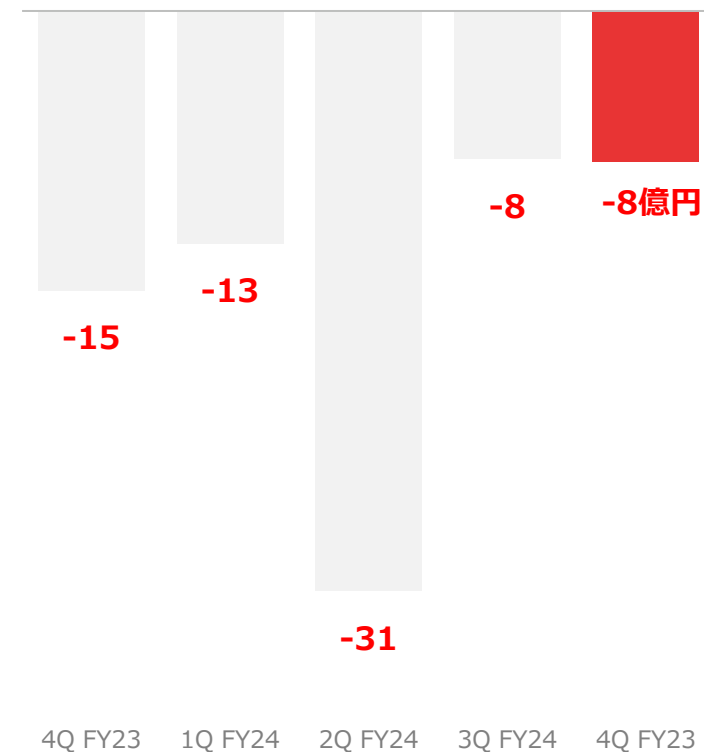


広告・販促関連費 (GMV比)

- 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



営業利益



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。