

第19期（2018年8月期） 第2四半期 決算説明会資料

夢の街創造委員会株式会社
(JASDAQ:2484)

2018年3月30日

第1章 2018年8月期 第2四半期決算概要



上期の売上高は計画比100.6%、営業利益は同102.1%となりました

■ 進捗の主な要因

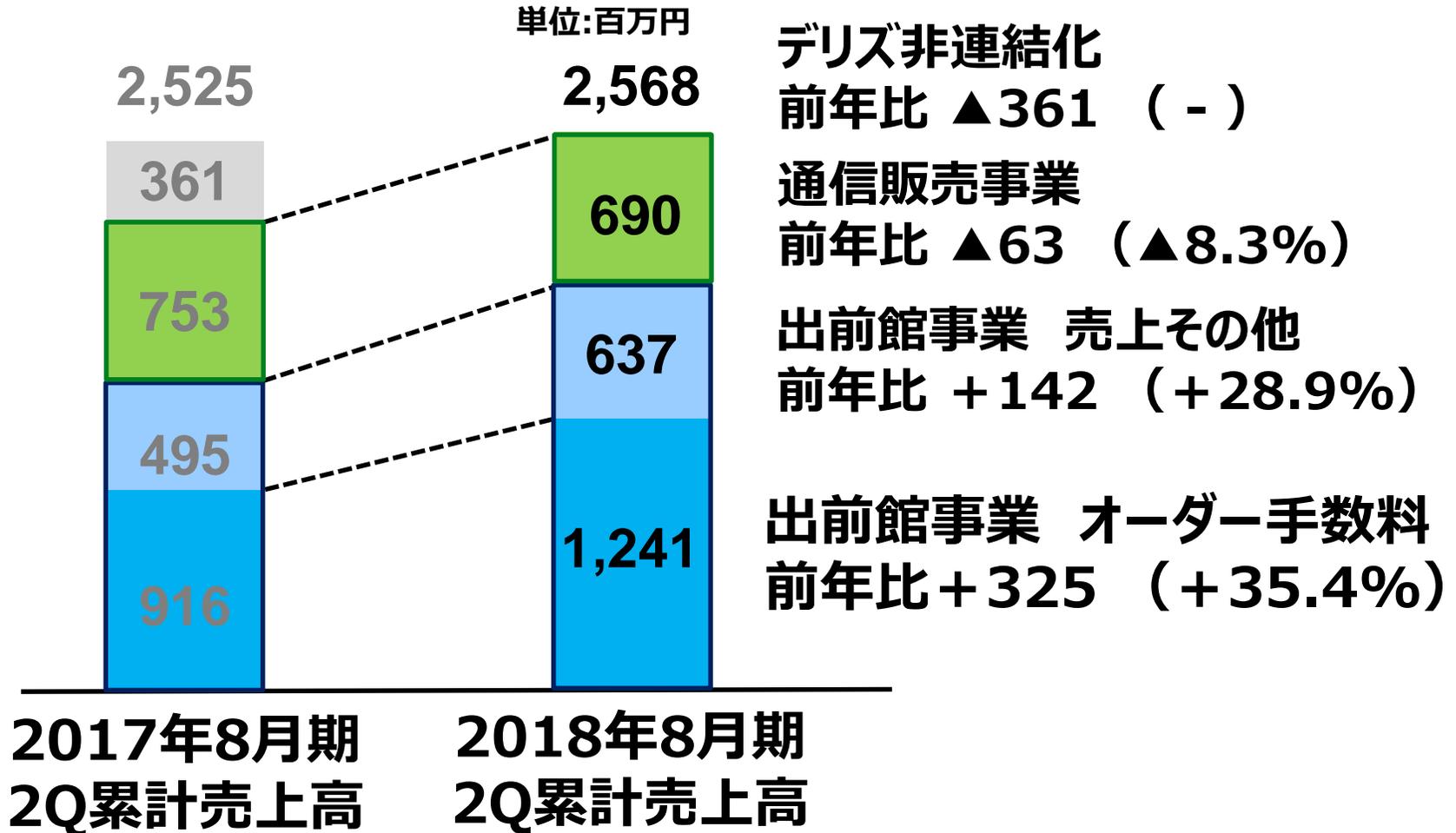
- ✓ 積極的なマーケティング投資及びシェアリングデリバリー®の拡大により、出前館の成長が加速し、オーダー手数料が大幅に増加

■ その他

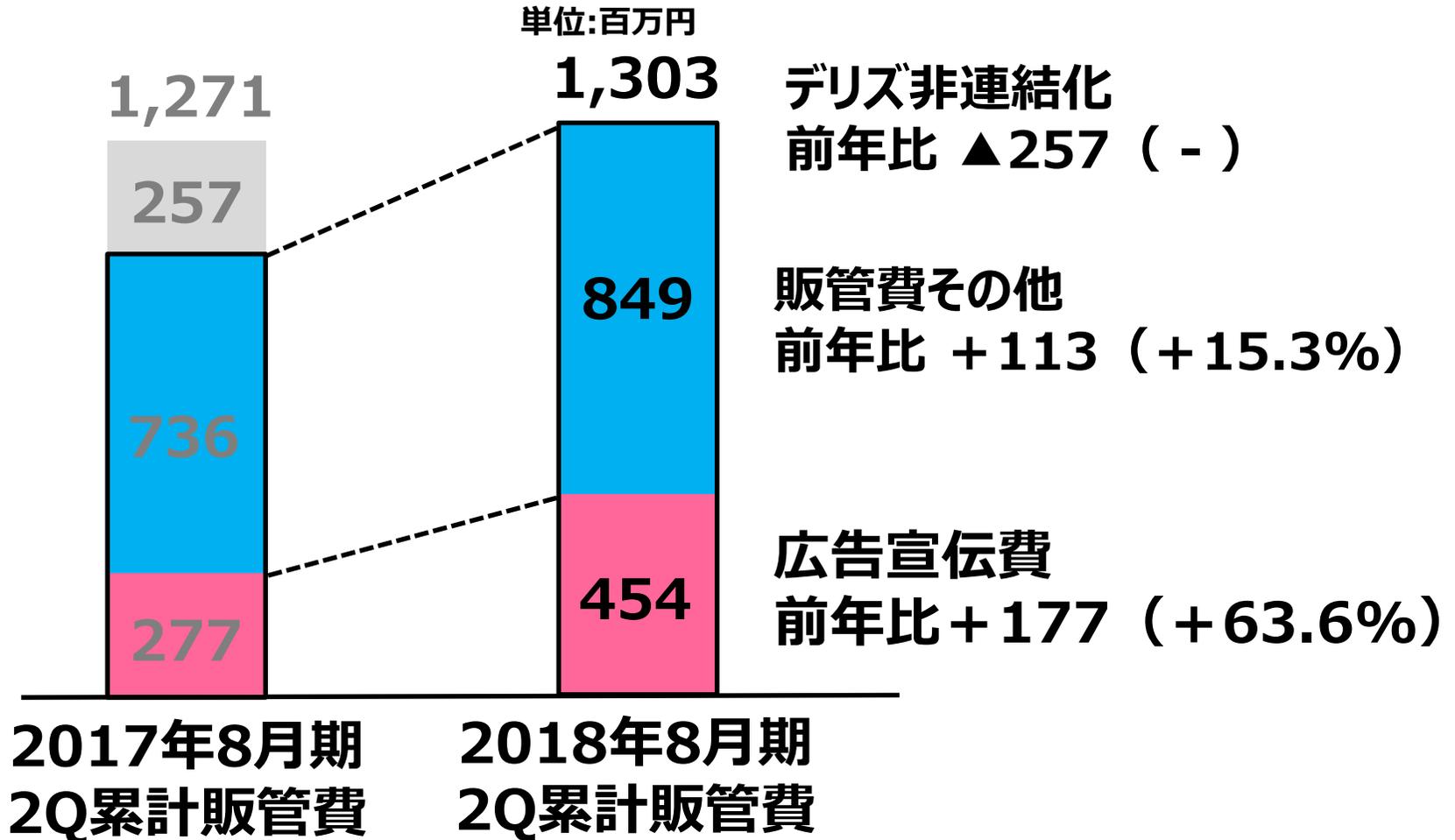
- ✓ (株)デリズの非連結化の影響により、連結売上高は前年同期比では微増に留まる

単位:百万円	2017年8月期 2Q累計実績	2018年8月期 2Q累計実績	前期との差異	前期比	2018年8月期 対売上高比率
売上高	2,525	2,568	43	101.7%	100.0%
売上総利益	1,643	1,644	1	100.1%	64.0%
販管費	1,271	1,303	32	102.5%	50.8%
営業利益	372	341	▲31	91.6%	13.3%
経常利益	368	353	▲15	96.0%	13.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	181	225	44	124.0%	8.8%

デリズの非連結化により、連結売上高は前年同期比で微増に留まるが、
 出前館事業はオーダー手数料を中心に増収



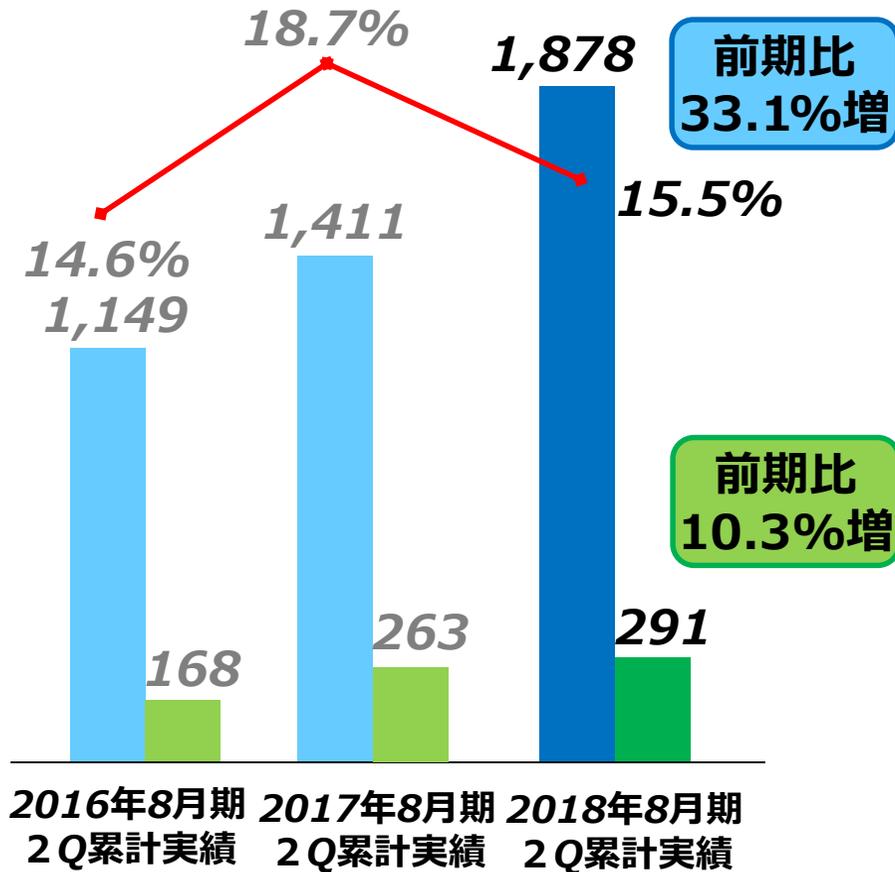
販管費においては、中計の基本方針に沿って、市場シェア獲得の為の積極的なマーケティング投資を実施



2018年8月期 第2四半期 セグメント別決算概要

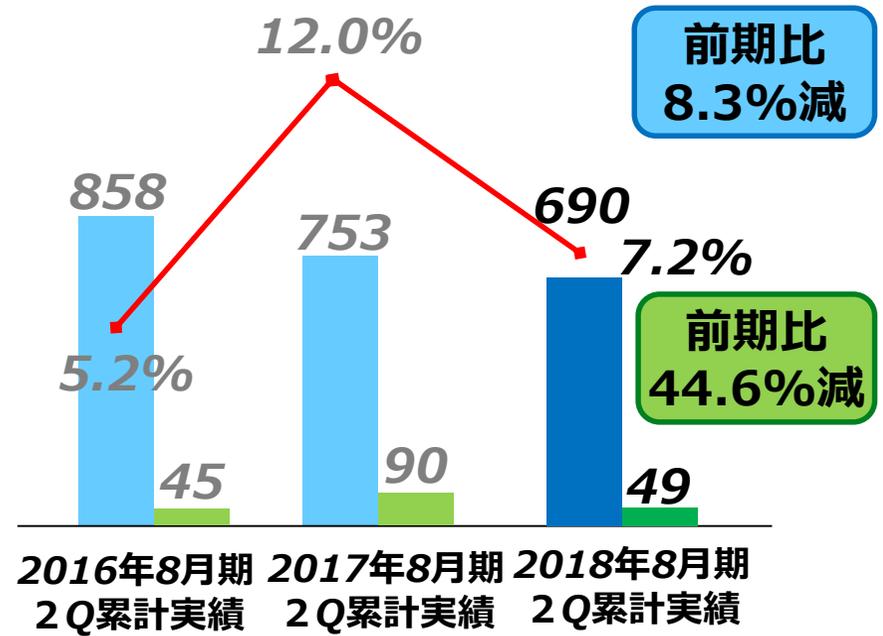
出前館事業 (デリズの影響を除く)

(百万円)



通信販売事業

(百万円)



■ 売上高 ■ 営業利益 ↗ 営業利益率

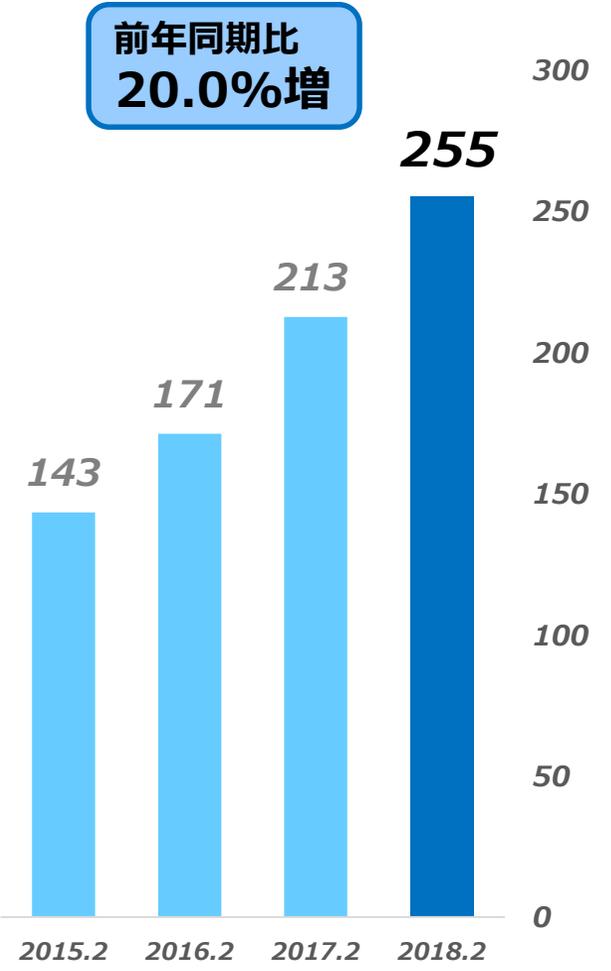
2018年8月期 第2四半期連結決算概要（貸借対照表）

単位 ; 百万円	2017年8月末	2018年2月末	前期末との差異	前期末比
流動資産	3,519	3,960	441	112.5%
現預金	2,262	2,181	▲81	96.4%
その他流動資産	1,257	1,778	521	141.5%
固定資産	919	990	71	107.8%
無形固定資産	520	522	2	100.3%
その他固定資産	398	468	70	117.5%
総資産	4,439	4,950	511	111.5%
負債	1,726	2,073	347	120.1%
流動負債	1,698	2,048	350	120.6%
固定負債	28	24	▲4	88.2%
純資産	2,712	2,877	165	106.1%

2018年8月期 第2四半期 主要KPIの状況

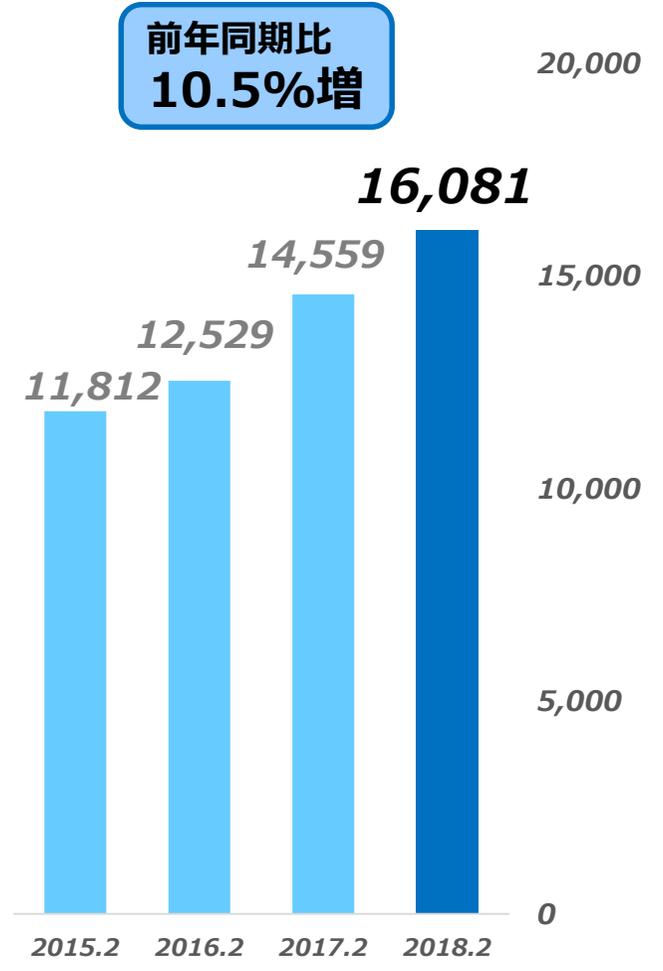
アクティブユーザー数の推移
(各期2月末時点)

単位：万人



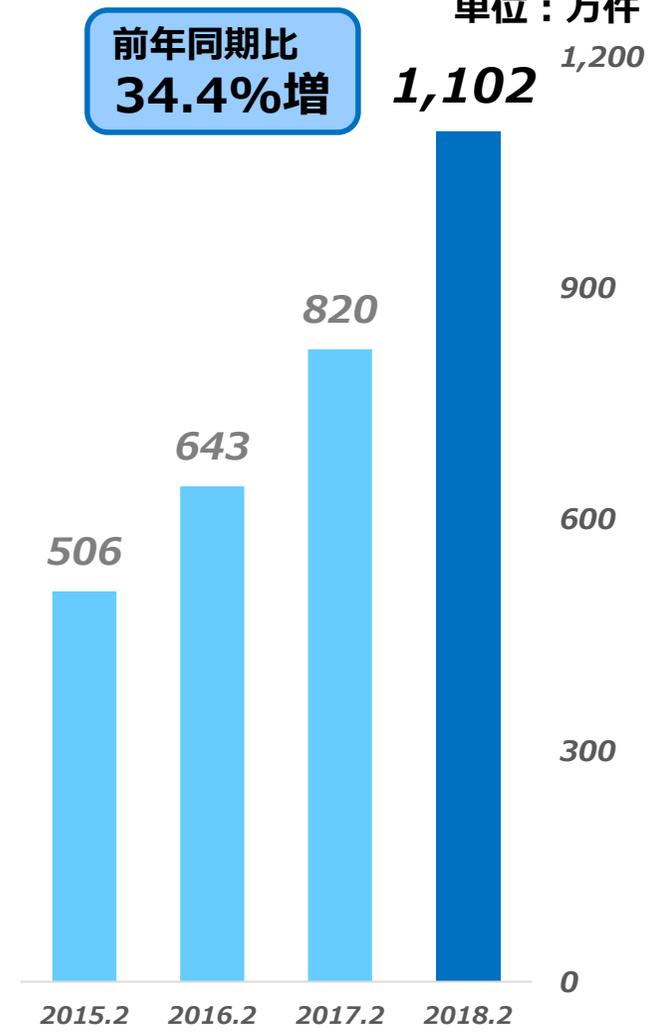
加盟店舗数の推移
(各期2月末時点)

単位：店舗



上期オーダー数の推移
(9月～2月の合計)

単位：万件



第2章 2018年8月期 通期見通し



【2018年8月期 主要K P I 目標】

	2017年8月期 実績	2018年8月期 目標	前期との差異	前期比
オーダー数 (万件/年)	1,728	2,383	655	137.9%
加盟店数 (店/8月末)	15,318	17,071	1,753	111.4%
アクティブユーザー数 (万人/8月末)	235	314	79	133.2%

【2018年8月期 連結業績予想】

単位：百万円	2017年8月期 実績	2018年8月期 予想	前期との差異	前期比	2018年8月期 対売上高比率
売上高	4,943	5,434	491	109.9%	100.0%
営業利益	800	819	19	102.4%	15.1%
経常利益	797	824	26	103.3%	15.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	432	478	46	110.7%	8.8%

第3章 主要戦略の進捗状況



【主要戦略①】 露出アップによる知名度の拡大

露出アップ

毎日頑張るお母さんのライフ・ワーク・バランスの実現の為の手段として、出前の活用を訴求

毎日、かあさん。
ときどき、出前館。

「夜だけど、洗濯しなくちゃ」
「食事はやっぱり、自分でつくらないと」
「散らかった部屋・・・靴ずかしい」

かあさんは、家族を愛してる。
だから、手抜きをするのも、勇気がある。

でも、たまには休んでみない？
出前にしても、いいんじゃない？

今日は、いっしょに過ごそ。
かあさんに抱っこして欲しいがっている、
愛する家族と。



毎日がんばる、おかあさんを応援します。 

■ 12月から1月にかけて、テレビCMのスポット放映を実施



■ 2月の半額セールに合わせ、電車内の中吊り広告を実施



【主要戦略②】 積極的なキャンペーン活動

キャンペーン

新規顧客及びリピートオーダー獲得の為の積極的なキャンペーン

- TVCMと連動した「毎日、かあさん。ときどき、出前館。」キャンペーンによる相乗効果を狙った訴求
- ZOZOTOWN, マンダムのような異業種とのタイアップによるターゲット顧客へのアプローチ



プレゼント
第1弾

サイン入り!

期間:12月9日(土)~12月31日(日)

西原理恵子さん著書(サイン入り)
(100名)

[あなたが笑うと、あなたの大切な人が笑うよ
毎日かあさん名言集]
(毎日新聞出版刊)



プレゼント
第2弾

期間:1月6日(土)~1月31日(水)

親子ペア割烹着
(100名)

毎日頑張っているお母さんのお手伝い



プレゼント
第3弾

期間:2月1日(木)~2月28日(水)

オリジナルスタジャン
(100名)

胸に毎日、かあさん。ときどき出前館。
のオリジナルステッカーを配置した限定モデル。

「毎日、かあさん。ときどき、出前館。」新キャンペーン!

出前館
DEMAE-CAN

×

Bifesta
ビフェスタ

出前館ご注文
&
エントリーした方限定!

クレンジンググローション ブライトアップを

美肌をかなえるクレンジング
Bifesta
ビフェスタ

抽選で **100** 名様にプレゼント!



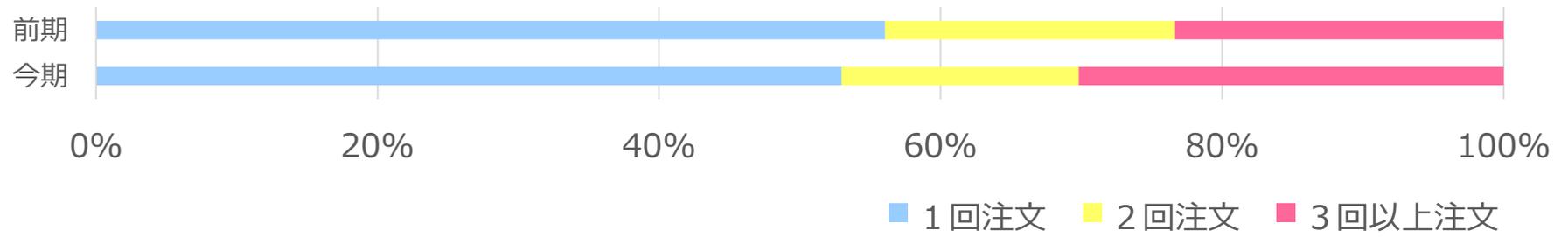
【主要戦略③】 3回注文促進による定着化

3回注文促進

離脱率が急低下する「3回注文」ユーザー化を促進するための強力な導線作り



上期（9月～2月）の新規アクティブユーザーの注文回数 ※ ゲストユーザーを除く



【主要戦略④】 ロイヤリティプログラムの導入

ロイヤリティプログラム

ロイヤリティプログラムの導入によるリピート回数の高い会員比率の増加

※ ゲストユーザーを除く、アクティブ会員の構成比

会員ランク	年間注文回数	2017年 2月末時点	2018年 2月末時点
 ゴッド	60回～	2.0%	2.9% ↑
 ゴールド	30～59回	4.5%	5.6% ↑
 シルバー	10～29回	14.8%	17.5% ↑
 ブロンズ	3～9回	28.4%	31.0% ↑
 レギュラー	1～2回	50.1%	42.9% ↓

シェアデリ

シェアデリ拠点拡大を加速

- 拠点開設エリアの拡大（上期から関西地方、下期から東海地方に拠点開設エリアを拡大）
- 拠点開設のペースを加速（上期は13拠点を開設、下期は37拠点を開設予定）
- 開始済みのエリア（3月に4拠点開設し、現在は27拠点）

幕張エリア
相模大野エリア
町田エリア
福岡天神エリア
川崎エリア
藤沢エリア
練馬エリア
上野浅草エリア
赤坂エリア
高田馬場エリア
梅田エリア
西宮エリア
浦和エリア
新大阪エリア

立川エリア
六角橋エリア
目黒エリア
大宮エリア
西新宿エリア
高円寺エリア
柏エリア
池袋エリア
枚方エリア
東葛西エリア
飯田橋エリア
東京エリア
門前仲町エリア



上期に見えた課題と対応策



想定以上のアクセスに耐えられない（遅いレスポンス）システム



・システム基盤の増強 ・システム開発順位の変更



リピート率の向上



・アプリユーザーへのプッシュ&レコメンド



シェアリングデリバリー®の高品質化



・拠点&店舗アプリのバージョンアップ ・配達員教育
・導入店舗のセグメント



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下さい。なお、記載された金額は百万円未満は切り捨てになっています。