

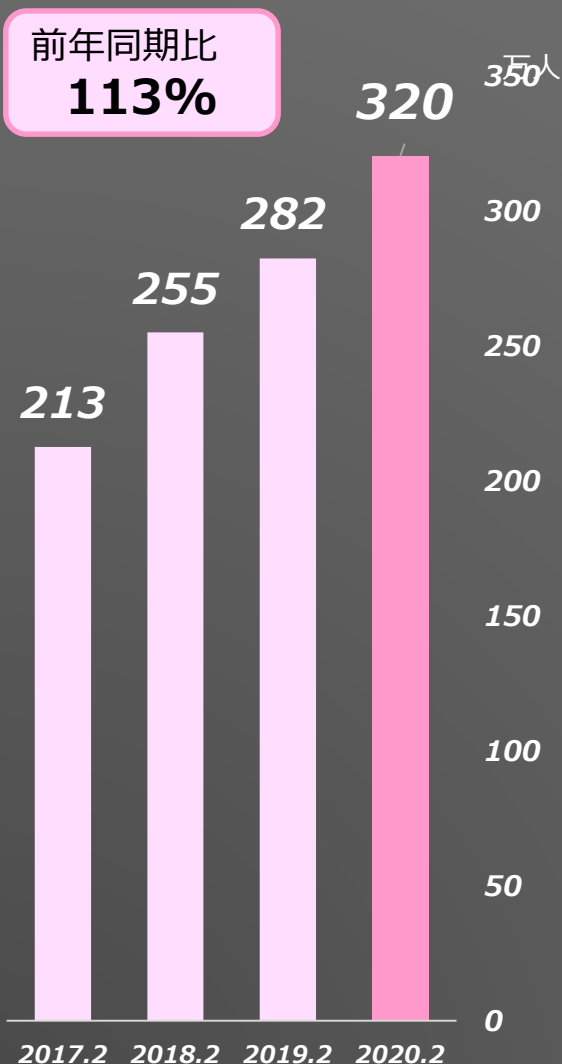
2020年8月期（第21期） 第2四半期決算説明会資料

株式会社出前館
(JASDAQ:2484)

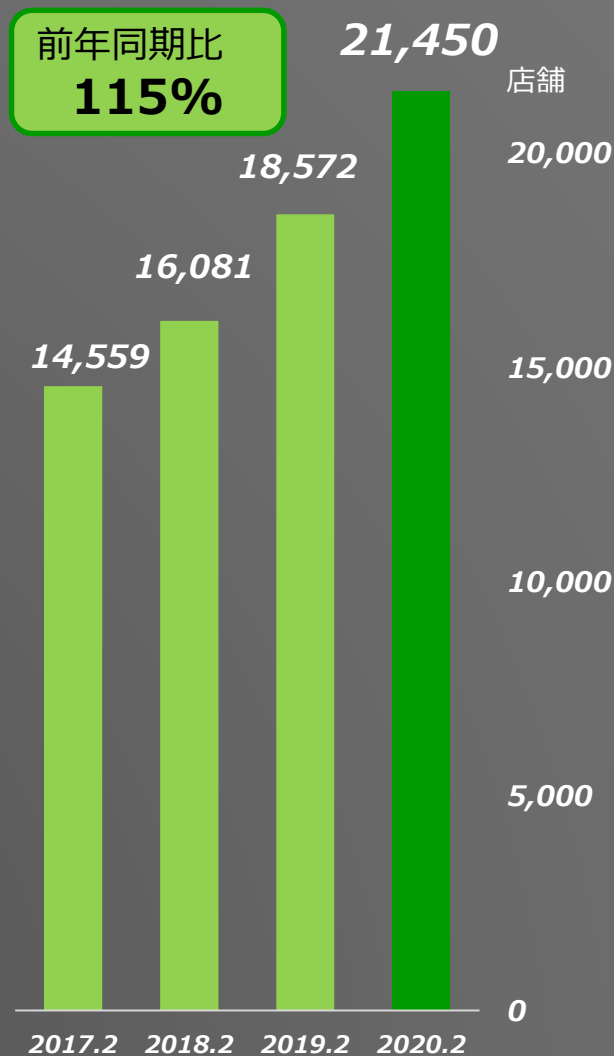
2020年3月27日

主要K P I の状況

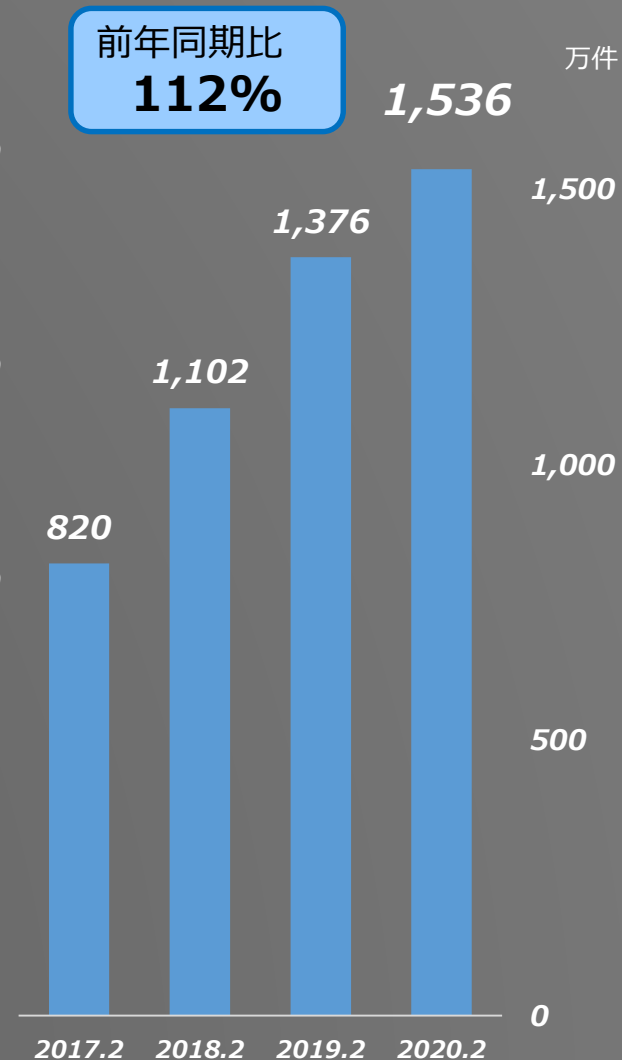
アクティブユーザー数の推移
(各期2月末時点)



加盟店舗数の推移
(各期2月末時点)



年間オーダー数の推移,000
(各期9月～2月の合計)



売上高は前期比22.7%増、営業利益は戦略的投資により989百万円の赤字

■ 主な増収・減益要因

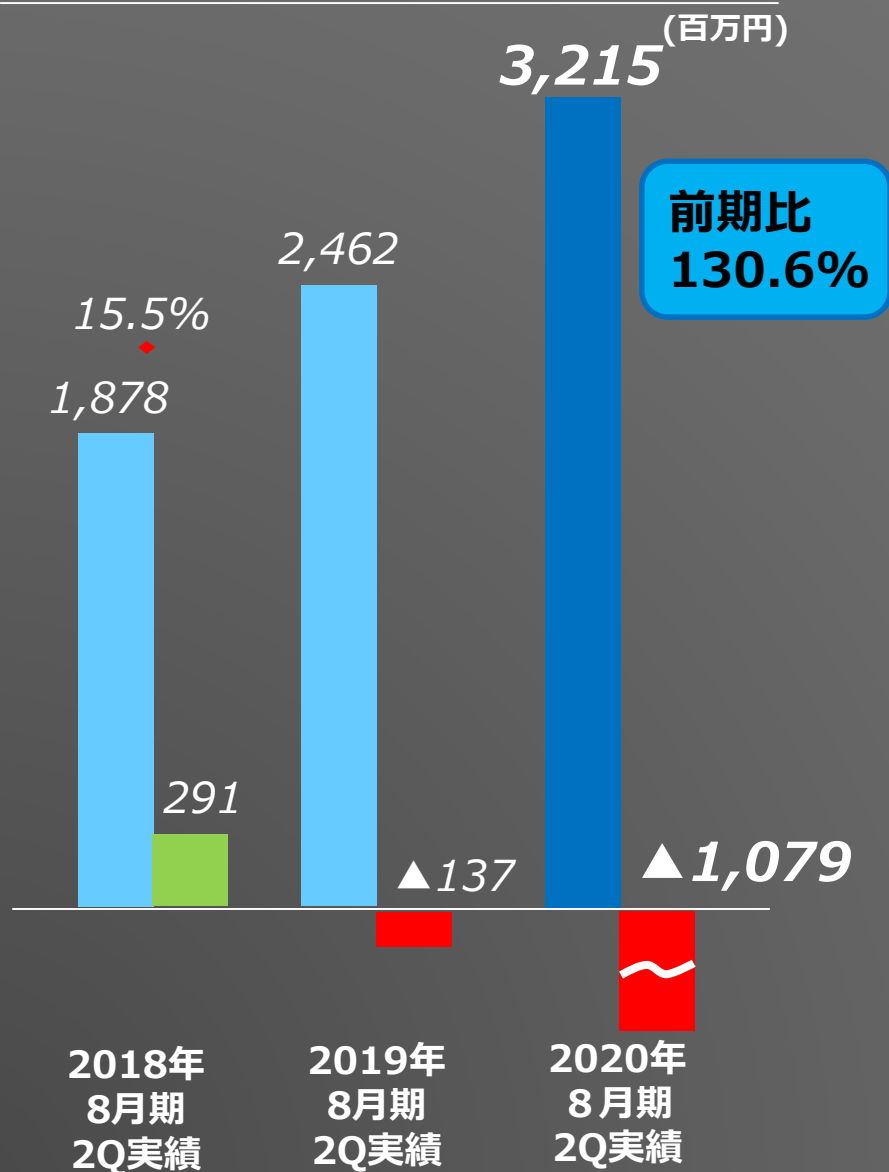
- ✓ シェアリングデリバリー®の拡大に伴う加盟店の拡充および積極的な販促活動によって、オーダー数が増加したことによる増収
- ✓ シェアリングデリバリー®の直営拠点拡大に伴った配達売上の増加による増収と、拠点立上コスト及びオペレーションコストの増加による減益
- ✓ 認度向上および日常利用促進のための広告宣伝費増による減益

単位；百万円	2019年8月期 2Q実績	2020年8月期 2Q実績	前期との差異	前期比	2020年8月期 対売上高比率
売上高	3,119	3,828	+709	122.7%	100.0%
売上総利益	1,925	2,538	+613	131.8%	66.3%
販売費及び 一般管理費	1,965	3,527	+1,562	179.4%	92.1%
営業利益	▲40	▲989	▲949	-	▲25.8%
経常利益	▲19	▲966	▲947	-	▲25.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	▲33	▲904	▲871	-	▲23.6%

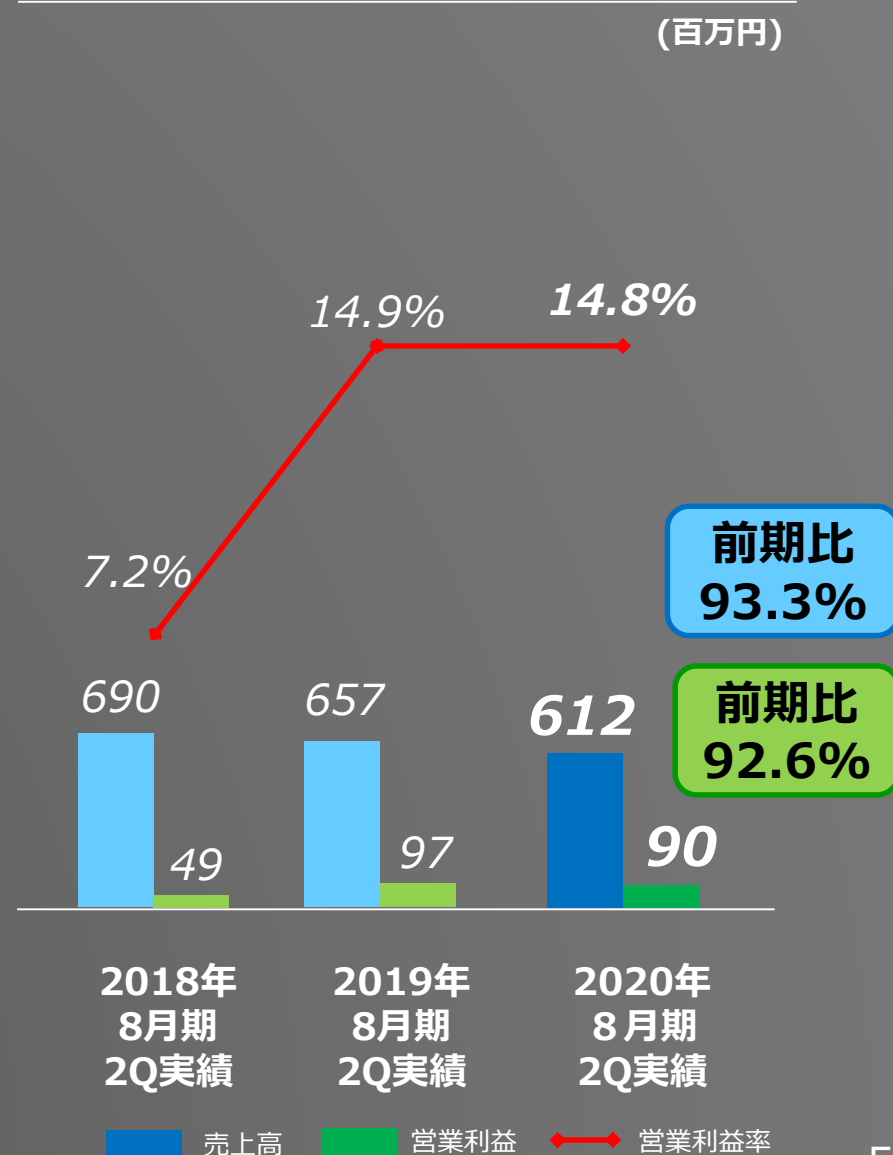
連結決算概要（貸借対照表）

単位；百万円	2019年8月末 実績	2020年2月末 実績	前期末との 差異	前期末比
流動資産	5,555	5,391	▲164	97.1%
現金預金	2,185	1,299	▲888	116.1%
未収入金	2,994	3,765	+771	125.7%
その他流動資産	375	328	▲47	87.6%
固定資産	1,528	1,444	▲84	94.5%
無形固定資産	821	904	+83	110.1%
その他固定資産	706	539	▲167	76.4%
総資産	7,084	6,836	▲248	96.5%
流動負債	4,203	5,125	+922	121.9%
短期借入金	803	601	▲202	74.9%
未払金	3,069	4,228	+1,159	137.7%
その他流動負債	330	295	▲35	89.5%
固定負債	40	21	▲19	52.0%
総負債	4,244	5,146	+902	121.3%
純資産	2,839	1,690	▲1,149	59.5%

出前館事業

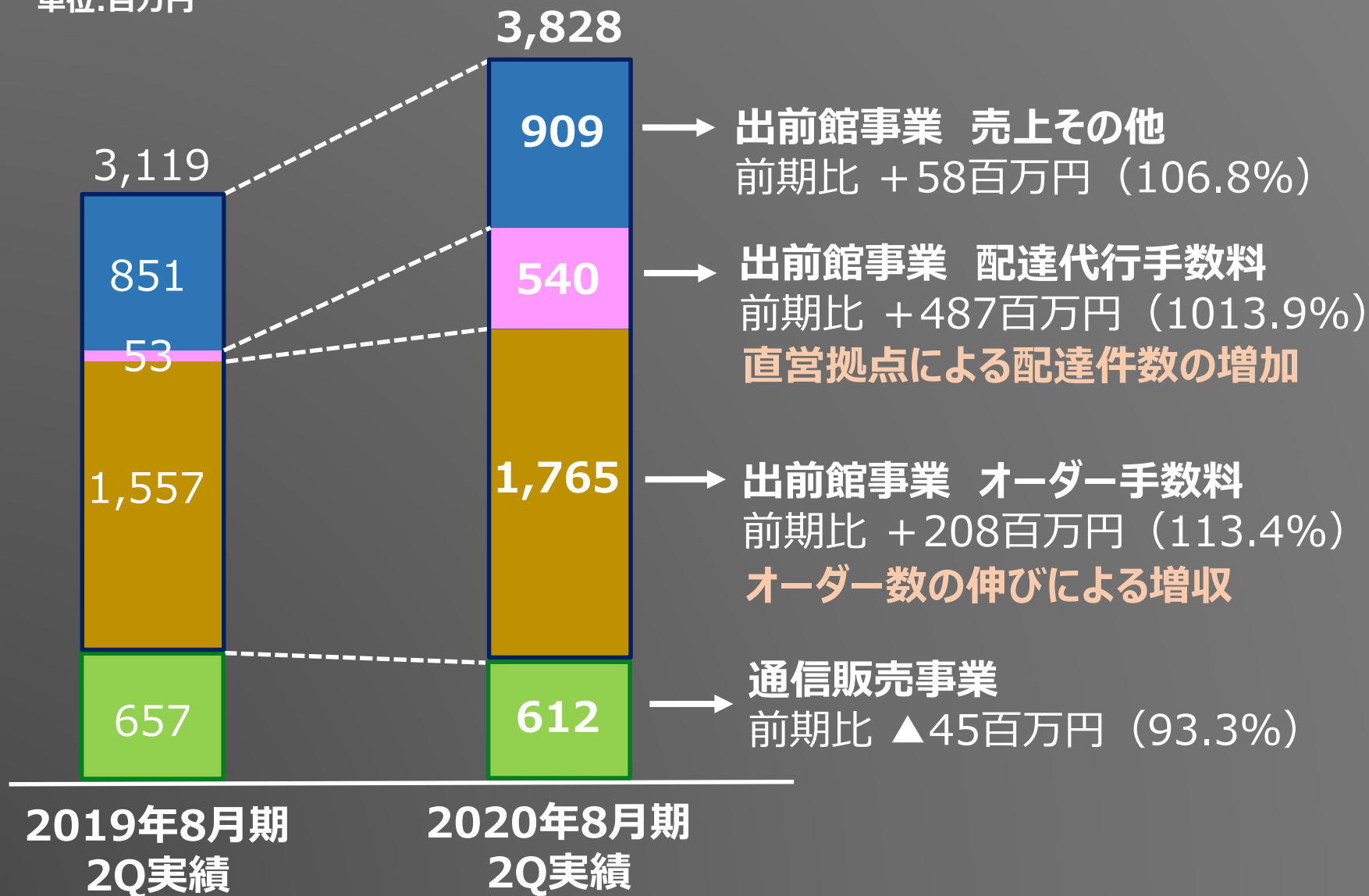


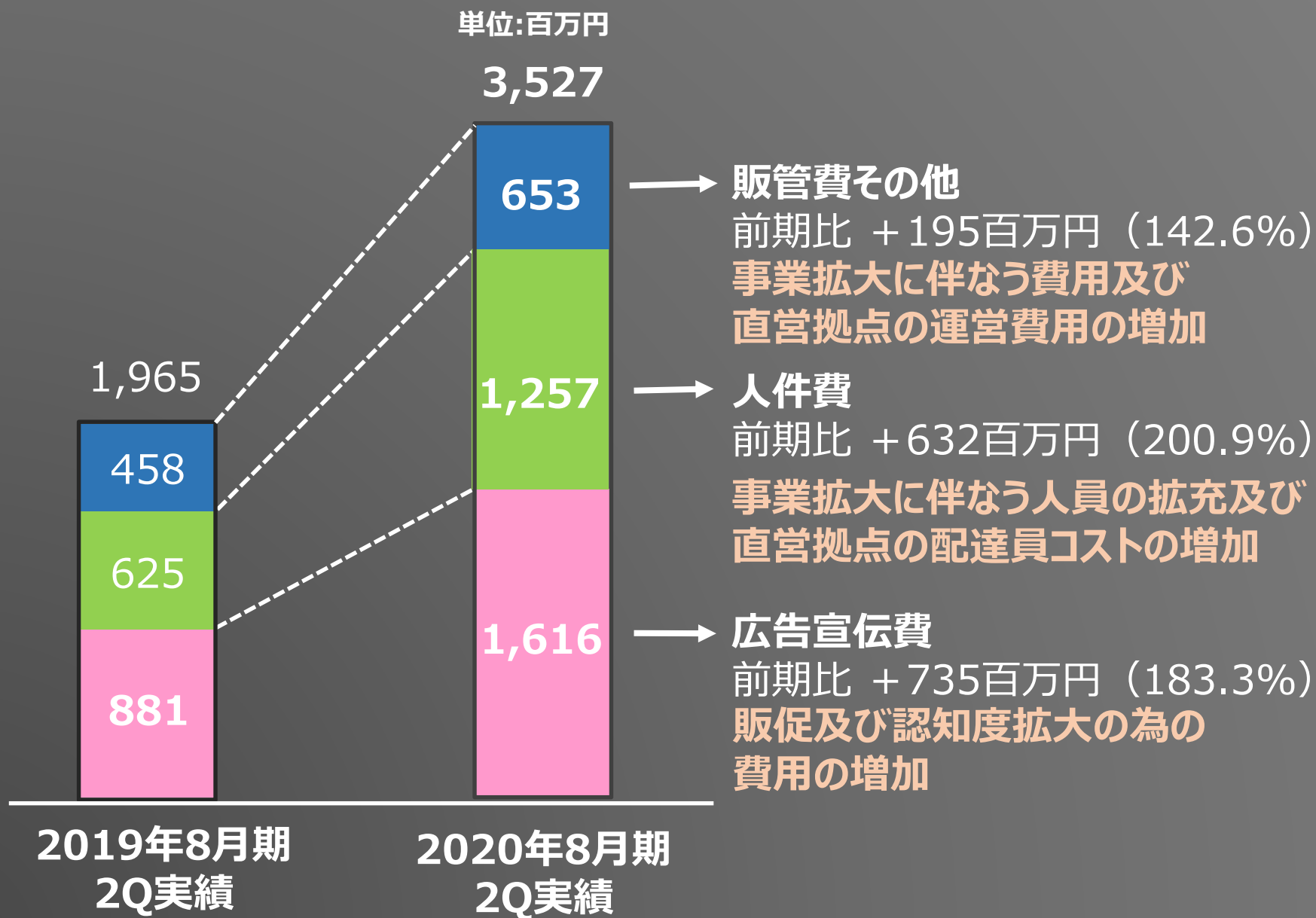
通信販売事業



セグメント別売上増減

単位:百万円





ユーザーの日常利用促進に向けた、販促を実施

- ⇒①ダウンタウン・浜田雅功氏をCDO（チーフ出前オフィサー）に起用し、
「日常食としての出前活用」をアピール。
12月下旬からTVCMも開始。
- ②アリーナデリバリー™の展開を拡大し、Bリーグ、RIZIN、RAGE（Eスポーツ）等
イベント会場で、即時注文機会を創出。
- ③出前にゃんクラブをリニューアルし、既存ユーザーの注文頻度向上へ。



シェアリングデリバリー®の拡大を強力推進

- ⇒①日常食を中心とした「不足ジャンル店舗」の拡充
- ②最低注文金額の引き下げ開始
- ③注文からお届けまでの待ち時間の短縮実施
- ④配達代行手数料の体系変更交渉



お客様への感染リスクの低減・安心なサービス提供のために、 配達員に対する衛生管理を強化

- ⇒①出勤時のチェックシートによる体調管理
- ・手洗い、うがい、アルコール消毒の徹底
 - ・配達員への検温の実施および37.5℃以上の際の勤務制限
- ②店舗での商品受け取り前、お客様へのお届け前の手指消毒
- ③配達員のマスク着用推進



児童養護施設・子ども食堂・学童保育施設への食事の無償提供

⇒当初3,000食の無償提供食数を予定していたが、3月2日の募集開始から10日間で、全国の各施設計124か所・約5,000食以上の申し込み



LINEグループとの 資本業務提携強化の目的

「出前館」の成長を加速させるために実現すること

「出前館」へのブランド統合と、LINE ID活用

成長投資のための資金調達

システム開発&マーケティング体制の強化

テイクアウト領域への進出

【1】 出前館へのブランド名の統一

「LINEデリマ」を「出前館」ブランドに統合



出前館 ID



LINE ID



出前館IDをLINE IDへのONE ID化を行う事により
8300万人のLINEユーザーが簡単に利用可能に

300億円の資金を 当社の課題領域へ集中投資



システム開発

- 既存システムの抜本改修
- ONE IDの実装
- 配達システムの開発加速
- サイトのパーソナライズ化

etc.

シェアリングデリバリー[®]

- サービスエリアの拡大加速
- 配達件数急増に対応できる体制構築
- クラウドキッチン事業開始

etc.

マーケティング

- ブランド確立のための広告投資
- LINEのプラットフォームをフル活用した販促

etc.

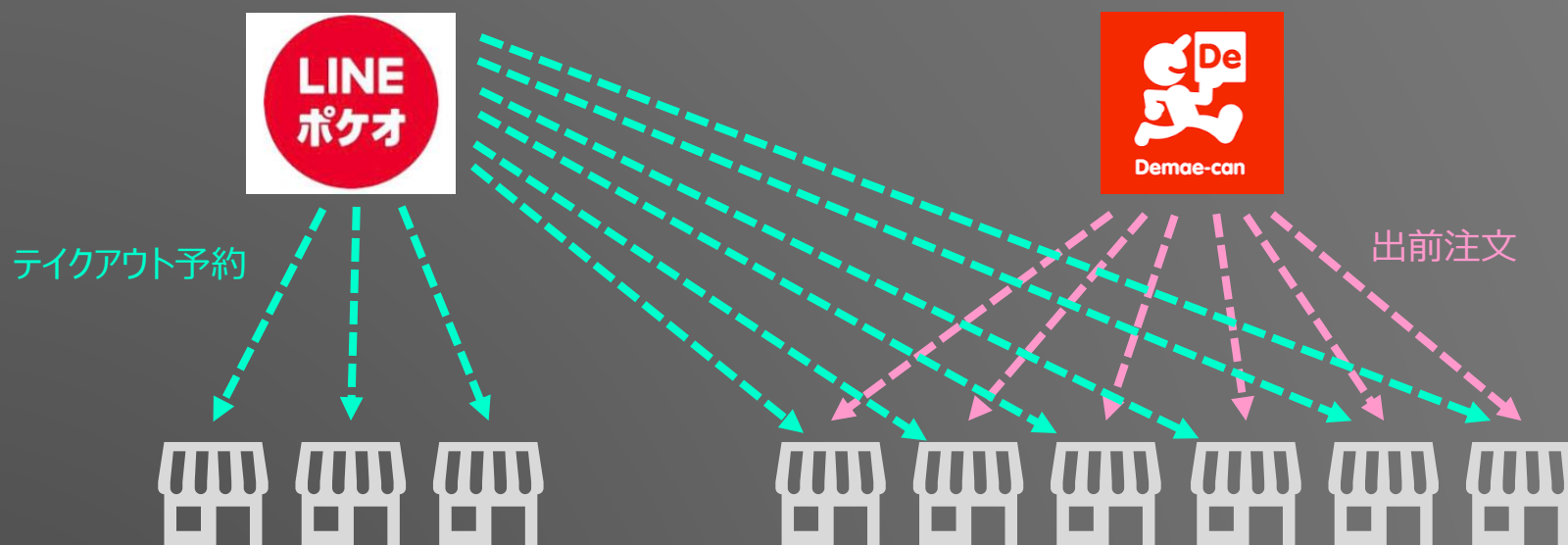
システム開発体制の変更

当社の課題であるシステム開発のためのリソース不足に対して、
50名規模の開発チームをLINE社より受け入れ、
開発&運用体制を再構築。

マーケティング体制の強化

LINE社のO2OカンパニーにおいてCMOを務める藤原氏をはじめ
マーケティングのコア人材を受け入れマーケティング体制の強化と
LINEのプラットフォームを最大限に活用できる体制を構築。

ニーズ拡大が見込める領域に、 出前館インフラを活用してスピーディーに進出



すでに出前館で実現している受注オペレーションに、「LINEポケオ」のテイクアウト予約機能を追加することで、スピーディーに導入を進める事が可能に。



代表取締役会長（候補）
中村 利江



代表取締役社長（候補）
藤井 英雄

＜今後の経営体制＞

取締役（候補）：中村 利江（現 ㈱出前館 代表取締役社長）

藤井 英雄（現 LINE㈱ 執行役員 O2Oカンパニー CEO）

舩田 淳（現 LINE㈱ 取締役 CSMO / ㈱出前館 社外取締役）

藤原 彰二（現 LINE㈱ O2Oカンパニー CMO / LINE Pay㈱ CMO）

独立社外取締役：2名（上山浩および本田宗寛の両名が留任）

資本業務提携強化後 の中長期的な戦略

藤井 英雄（ふじいひでお）

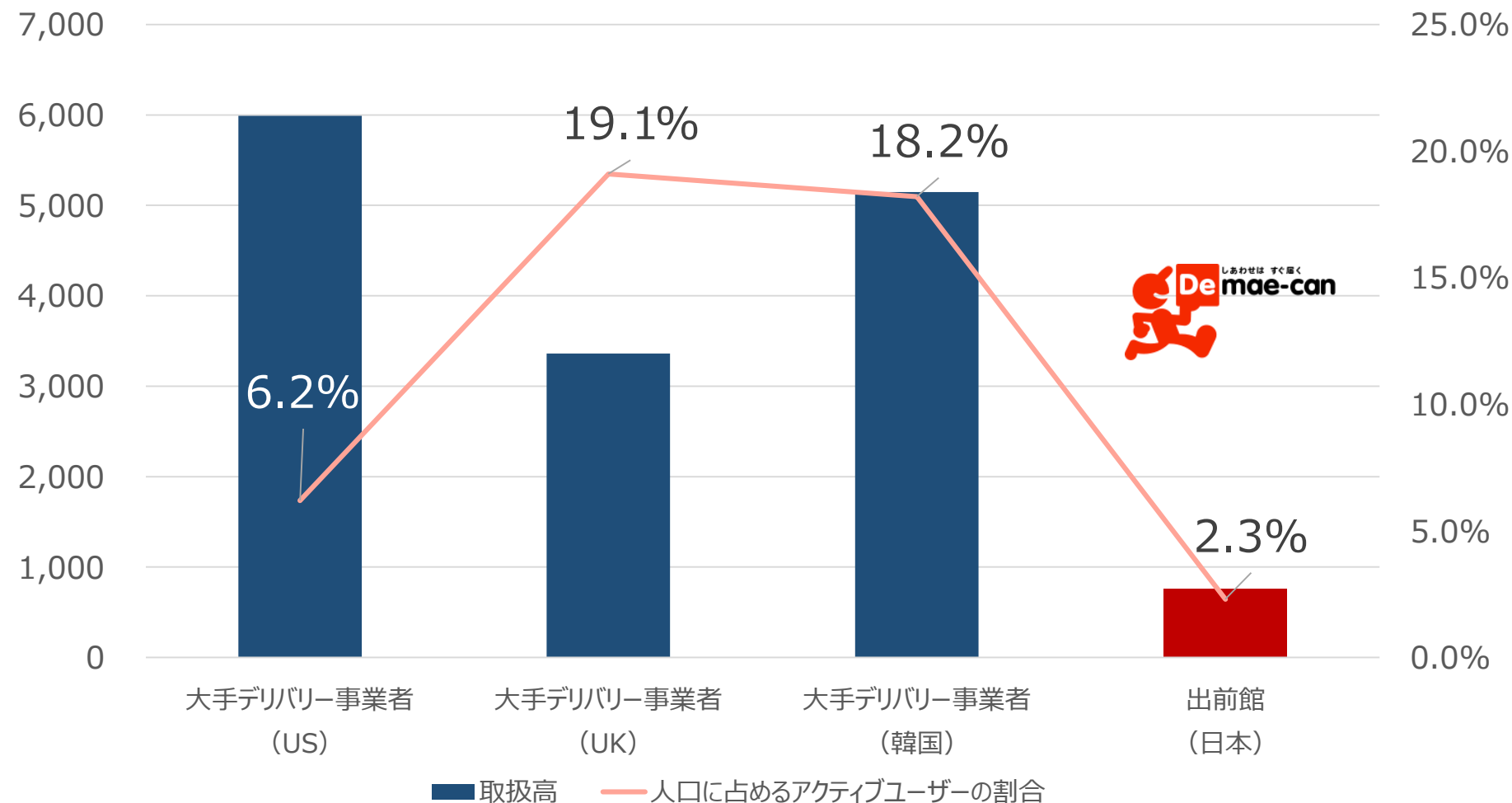
LINE株式会社/執行役員 O2O・コマース事業担当



- 2006年** 楽天株式会社に入社、札幌支社の立ち上げに従事。その後、東京本社に戻り、事業戦略や海外戦略を担当。
- 2015年** 楽天子会社の楽天マート株式会社取締役副社長に就任。事業計画の再設計やサイトリニューアル、物流/MDの改革に取り組み、売上を成長軌道に乗せる。
- 2016年** LINE株式会社にコマース事業責任者として入社。
- 2017年** LINE株式会社 執行役員に就任。コマース事業、O2O事業の責任者としてサービス、組織の立ち上げに従事。夢の街想像委員会株式会社（現、株式会社出前館）の社外取締役に就任。
- 2018年** 株式会社ベンチャーリパブリックの社外取締役に就任。現職。
- 2019年** 任期満了で株式会社出前館の社外取締役を退任。カンパニー制移行に伴い、O2OカンパニーCEOに就任。現職。

海外の大手デリバリーサービスの取扱高と人口に占めるアクティブユーザーの割合

単位：億円



飲食店舗で自前でデリバリー可能な店舗と不可能な店舗では市場規模で7.3倍の差があり、デリバリーマーケット拡大には自前で配送不可な店舗を如何に取り込むかが大きなポイント

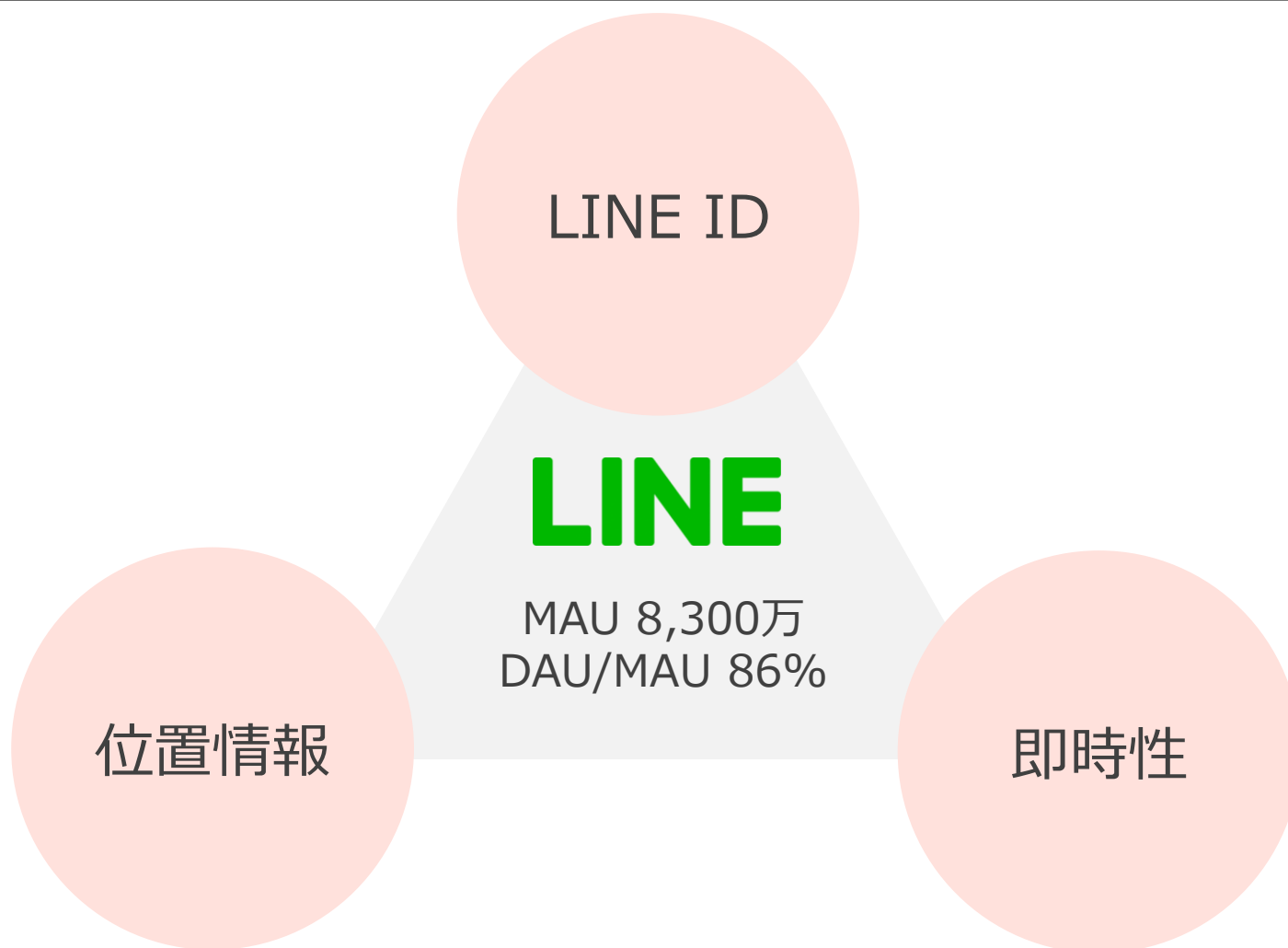
自前でデリバリー可能／不可能の店舗比較

	店舗数	市場規模	
外食 デリバリー可	36,748店	1.84兆	自前で 配送可能
外食 デリバリー不可	374,313店	13.46兆	自前で 配送不可
外食 対象外 (バーやクラブなど)	65,635店	0.75兆	

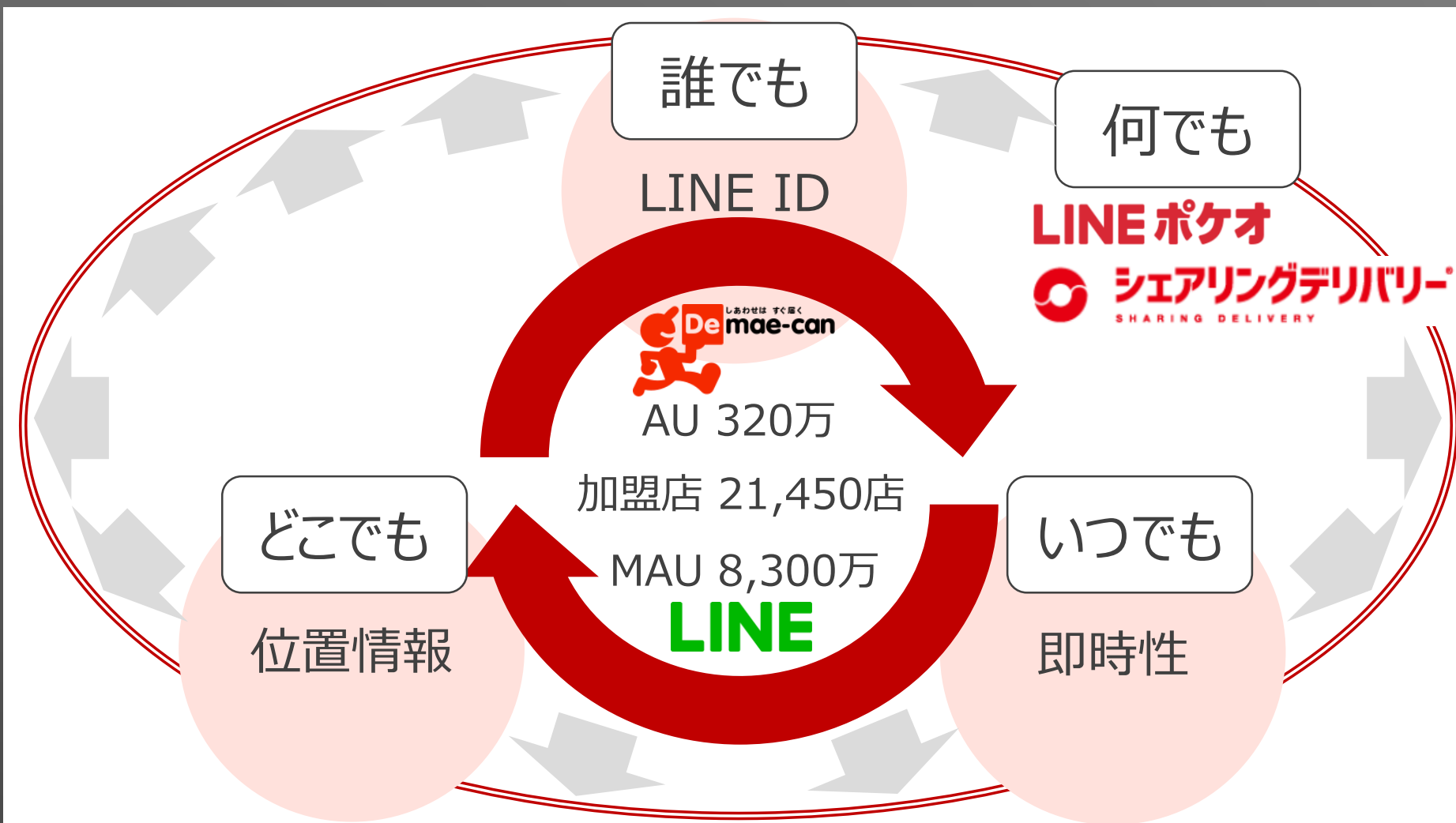
7.3倍

 **シェアリングデリバリー**
SHARING DELIVERY

LINEはメッセージアプリとして利用頻度が高く、MAU8,300万人を超えるLINE IDと位置情報、そして即時性（メッセージを配信してから閲覧するまでの速度）が大きなアセットです。



そして、シェアリングデリバリー（配送代行）とテイクアウト（LINEポケオ）を組み合わせることで、“誰でも” “いつでも” “どこでも” 食べたいものは“何でも” 揃うサービスにしていきます。



将来的にはデリバリーだけではなく、テイクアウト、イートイン予約、モバイル（セルフ）オーダーといった飲食店のサービスを網羅的にカバーする“フードマーケティングプラットフォーム”を目指します。

フードマーケティングプラットフォーム

Phase ①

デリバリー

経営資源
ヒト・モノ・カネ

資本増強
システム再構築
LINEから技術支援

Phase ②

テイクアウト

ONE ID化

IDマーケティング
位置情報の活用
加盟店ツール拡張

Phase ③

イートイン

モバイル
オーダー

日常化

配送代行強化
サービス拡張
(イートイン予約、モバイルオーダー)
AIの活用
(AI電話対応サービス AiCall)
クラウドキッチン



出前館はユーザーと美味しい食事の距離を縮め、
飲食店に寄り添う、フードマーケティングプラットフォームへ

LINEグループとのシナジー

Life on LINE



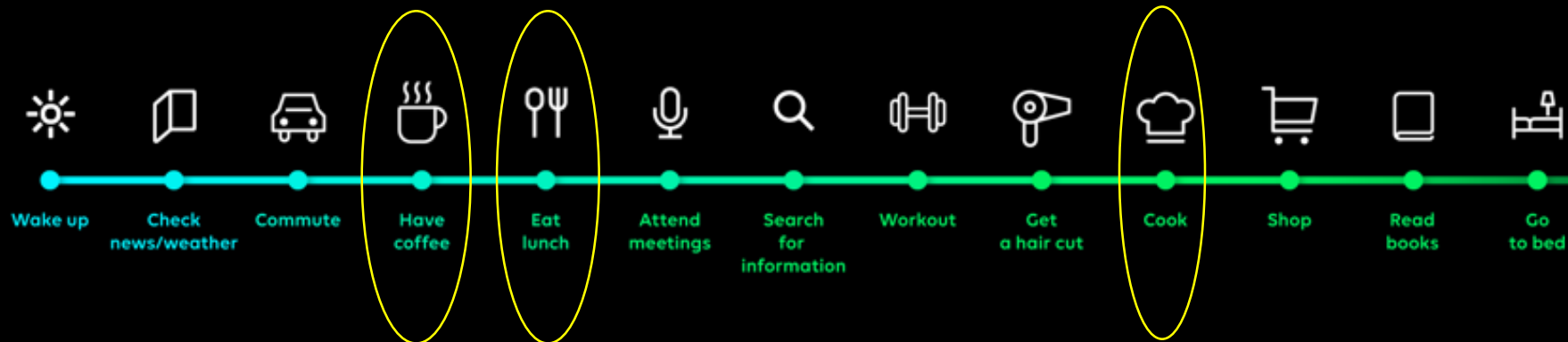
Life on LINE = LINEのスーパーアプリ化





“日常化”

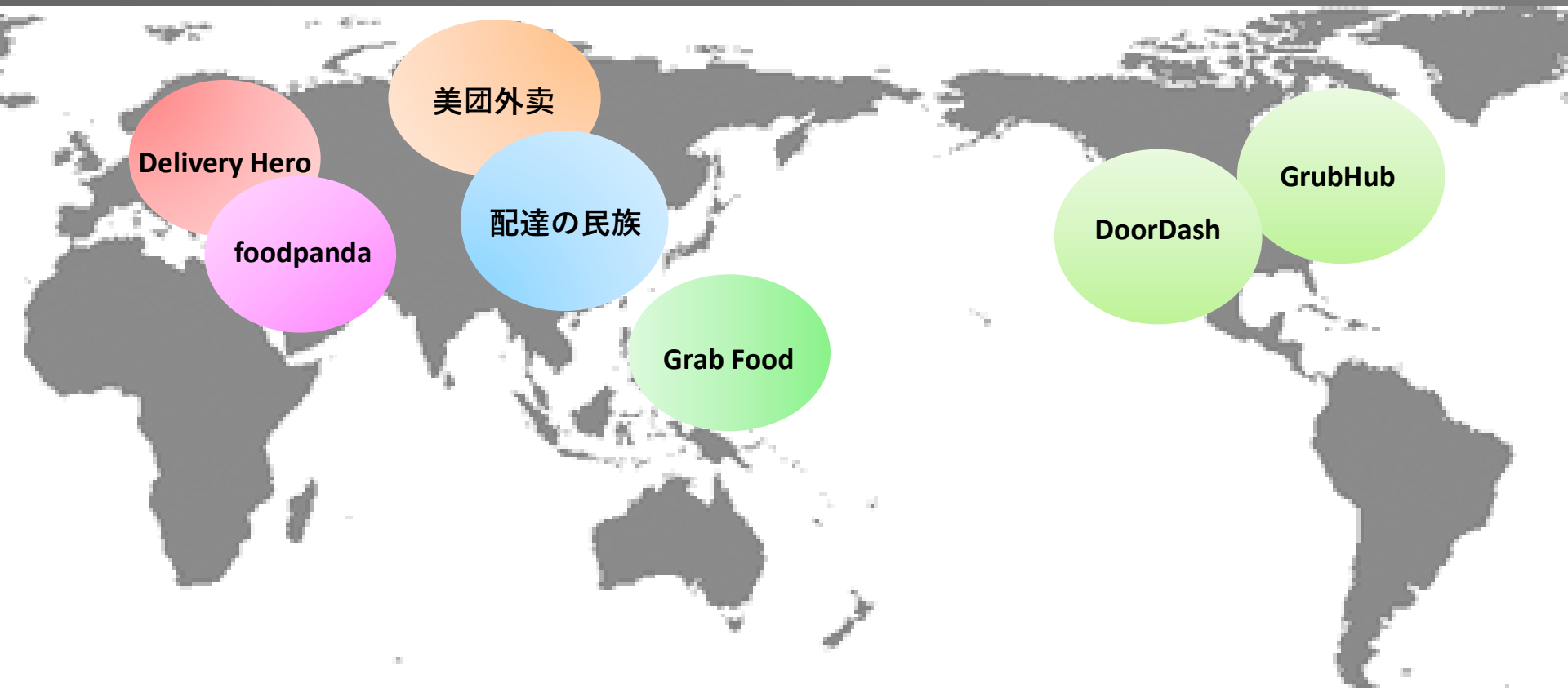
Life on LINE 24/7



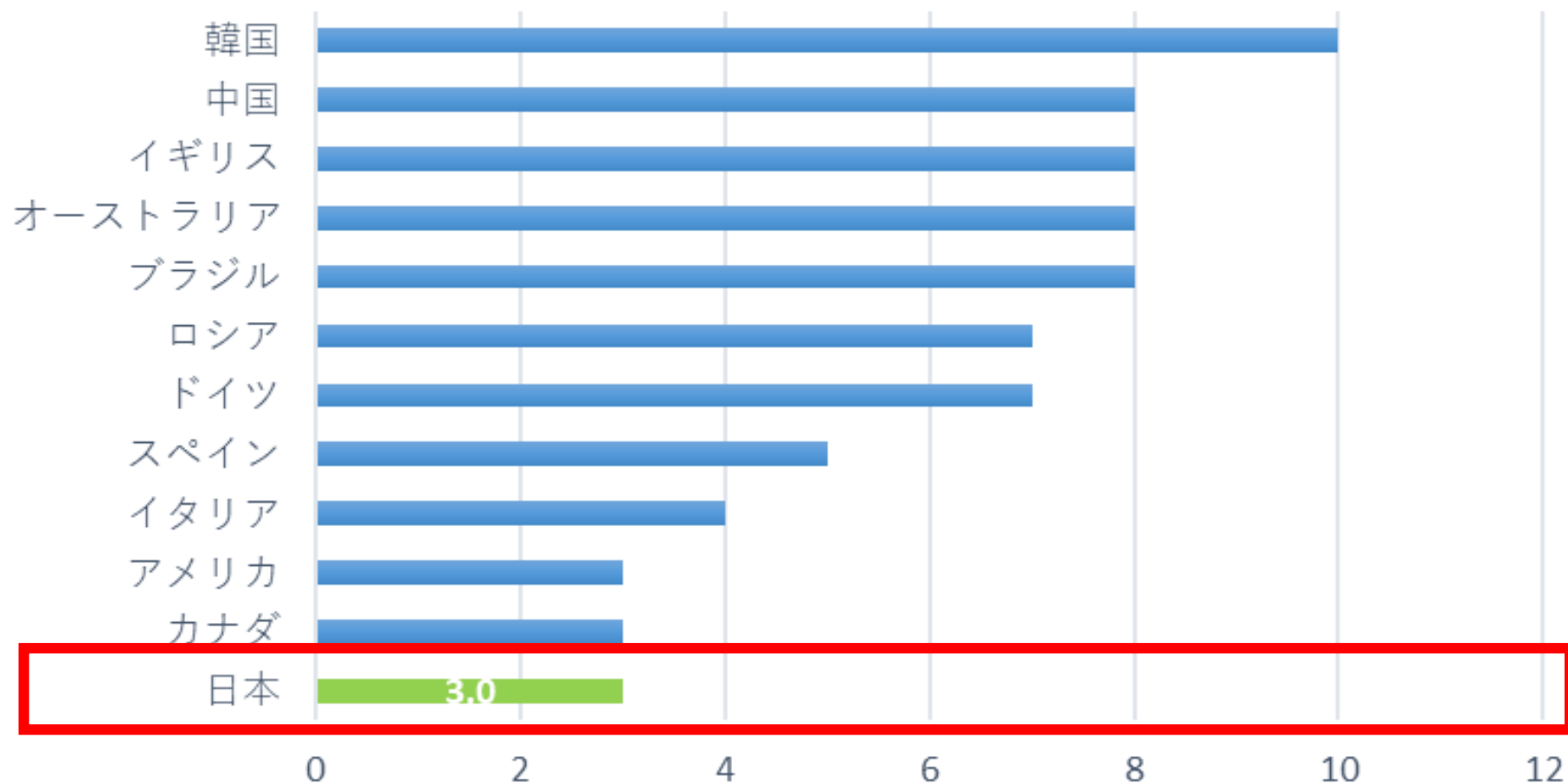


**LINE
デリマ**

**LINE
ポケオ**



世界各国のフードデリバリー比率 (%)





“食”のDigital Transformation

LINE





しあわせは すぐ届く

Demae-can