



2026年8月期 通期 決算説明会資料

2026年10月15日

FY26 業績

2026年8月期通期実績

売上高 391億円（参考値 YoY 102%）、営業損失 83億円（YoY 34億円増加）

	FY25 通期実績	26年7月 修正ガイダンス	FY26 通期実績	YoY
売上高	397億円	392億円	391億円	-
売上高 参考値 ¹	383億円	392億円	391億円	102%
営業利益	▲49億円	▲79億円	▲83億円	▲34億円

1. 特定のユーザーに対して発行付与することができる付与型クーポンの導入に伴い、FY25 2Q以降はクーポン利用額を売上高から減額する処理を採用

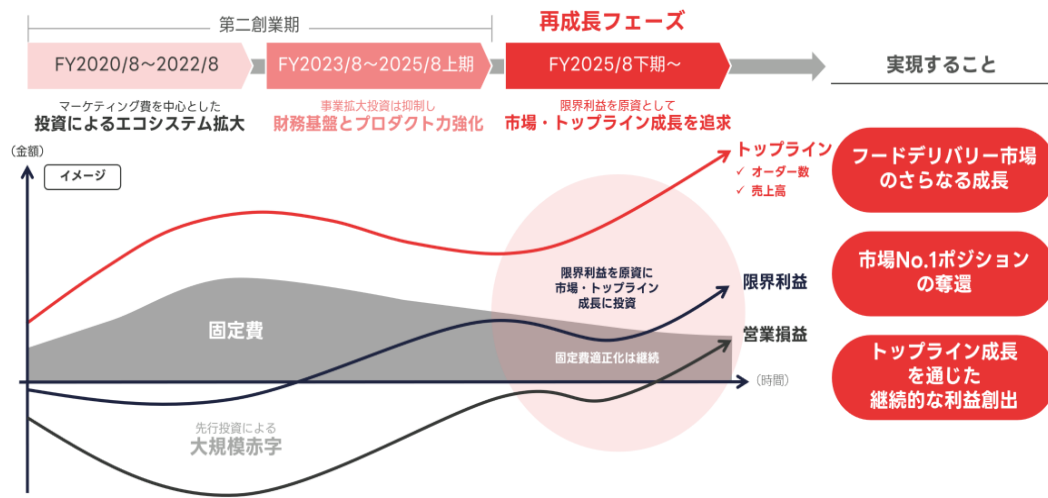
オーダー成長へ回帰

限界利益を原資としたトップライン成長に注力。

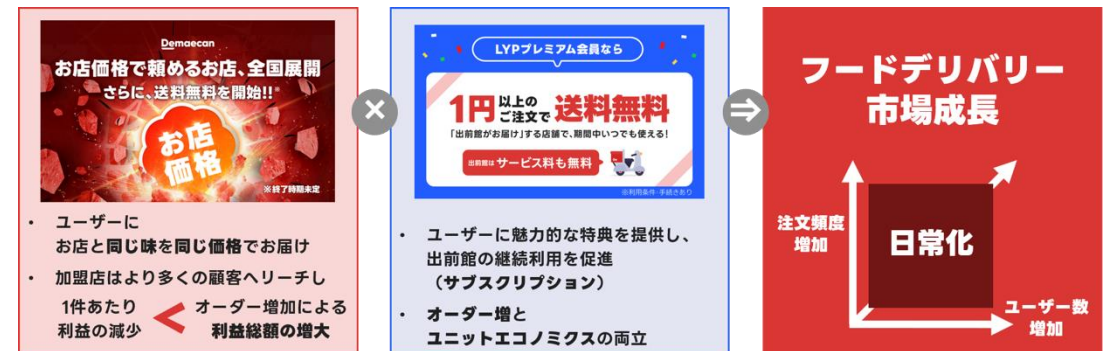
お店価格の全国展開と成長投資により、下期からオーダー数・売上高いずれも前年比100%超を実現

再成長フェーズ（2025年8月期下期～）

- 限界利益を原資にトップライン成長への再投資



- 戦略的施策を推進し、トップラインを拡大

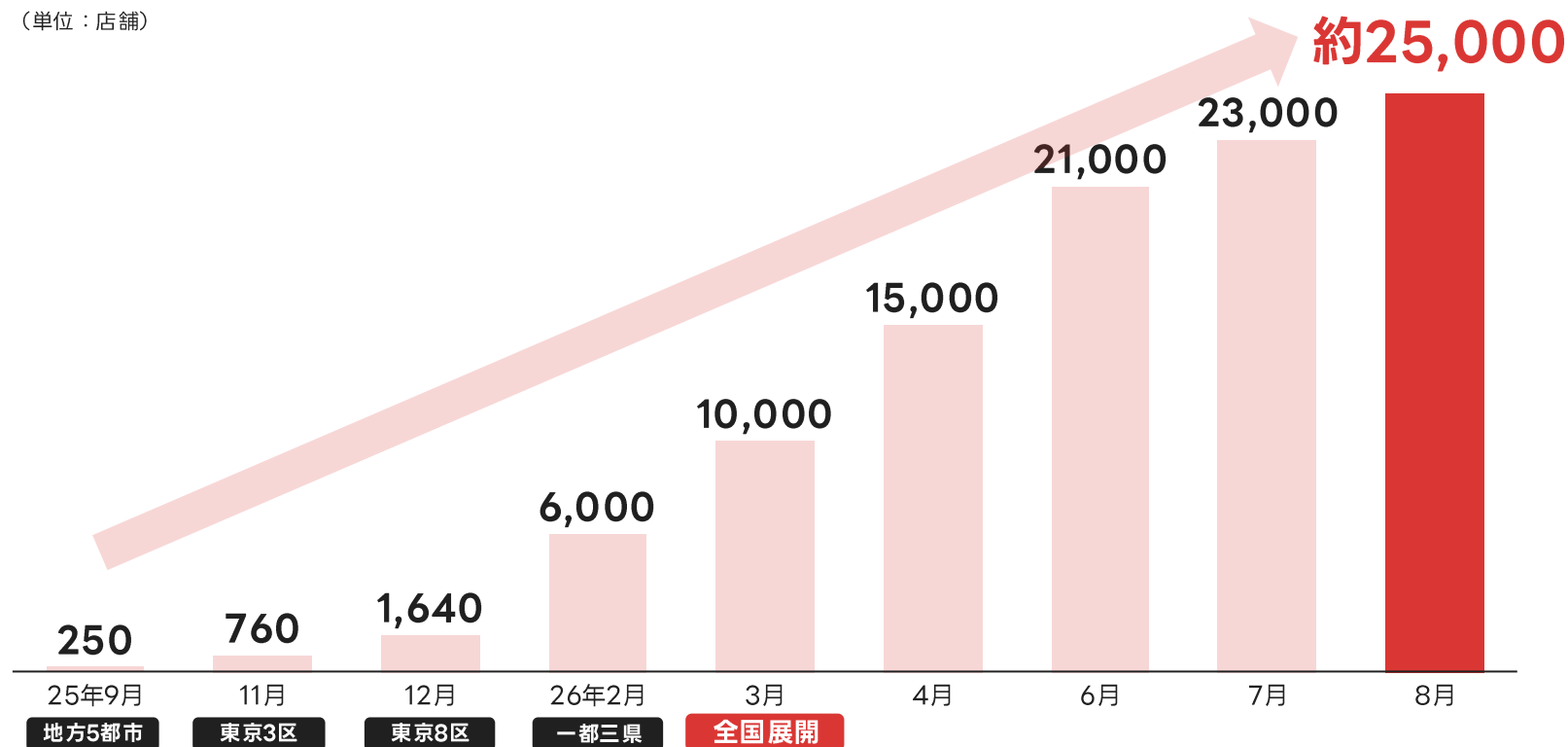


「お店価格で出前館」を全国展開

2025年9月以降エリアを広げ、参加店舗は250店舗から約25,000店舗へ拡大

「お店価格で出前館」参加店舗数

(単位：店舗)



地方5都市250店舗から
全国約25,000店舗へ拡大

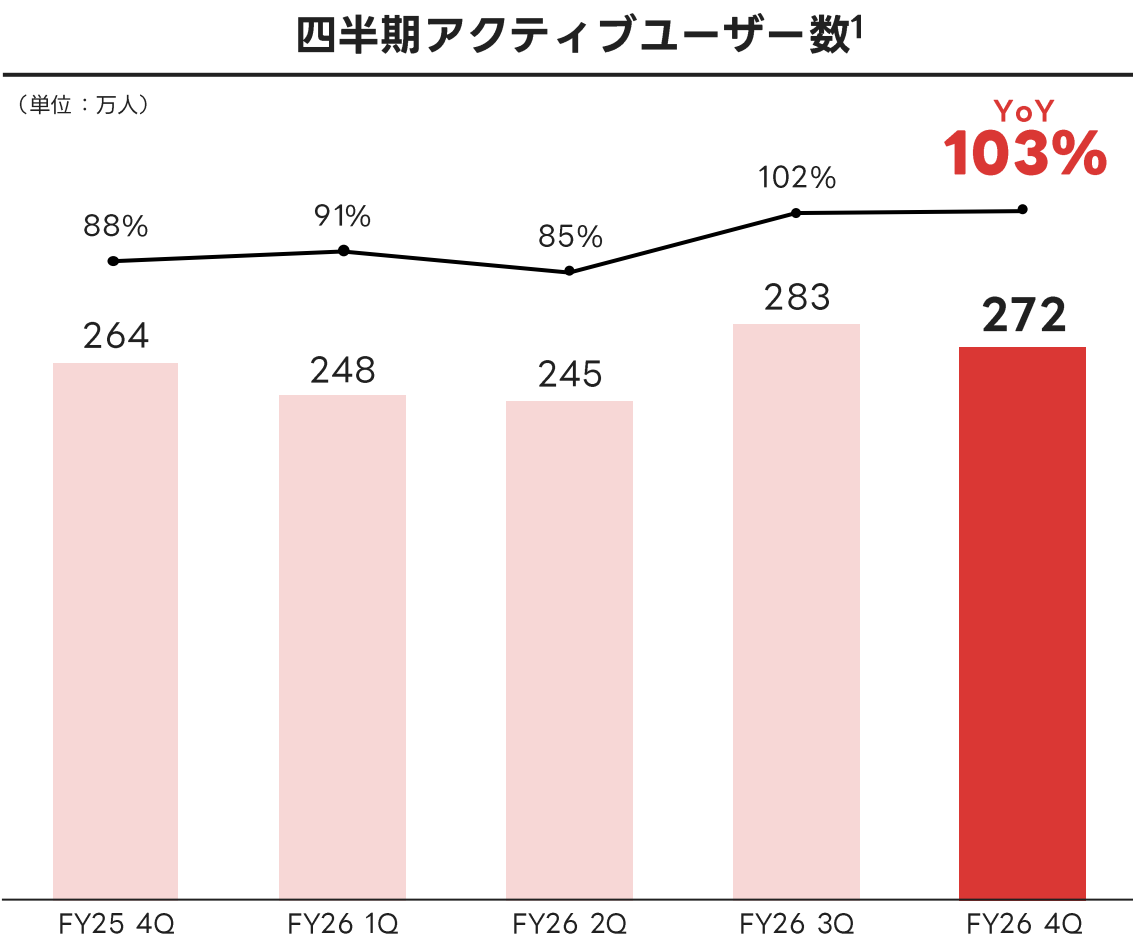
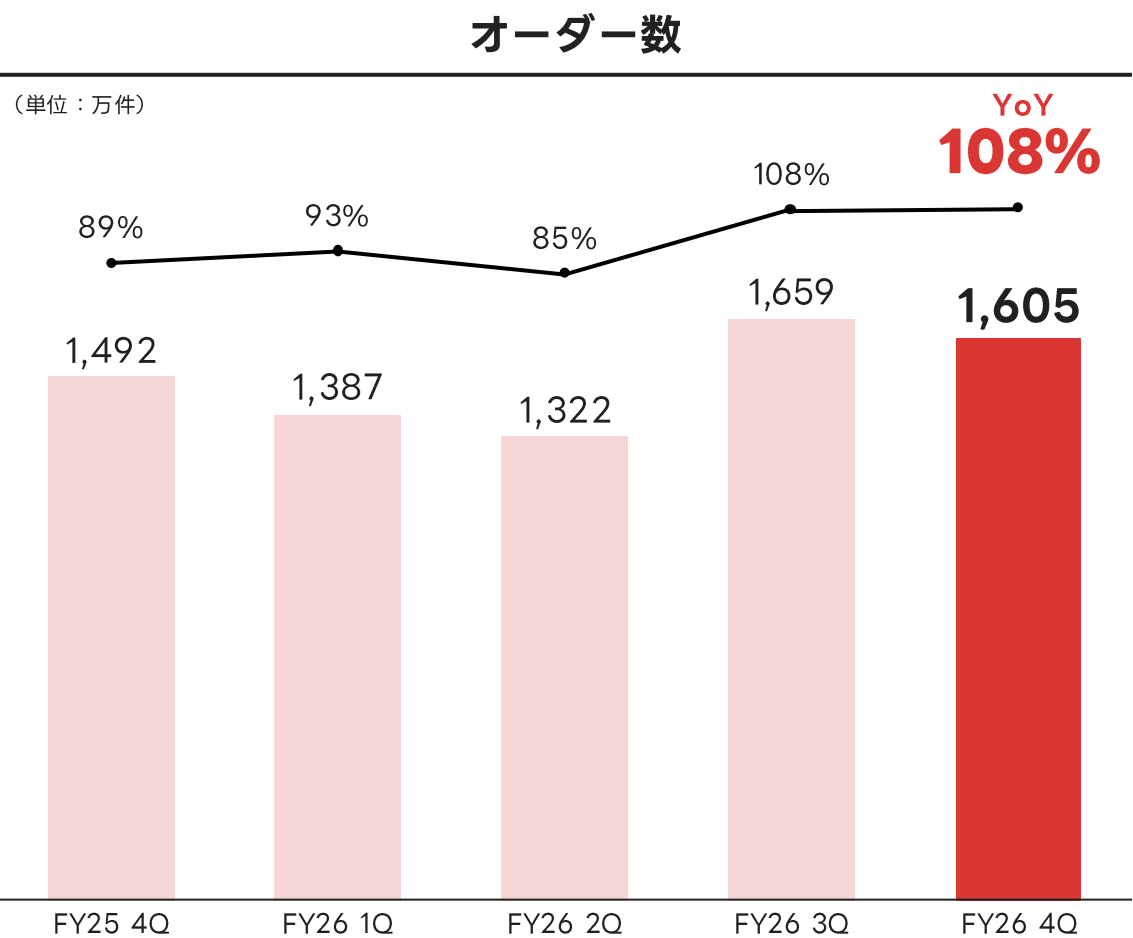
実証エリアで検証

エリア拡大

全国展開

オーダー数・ユーザー数ともに成長へ転換

オーダー数・アクティブユーザー数ともに下期から前年比100%超を実現し、トップラインは再成長フェーズへ

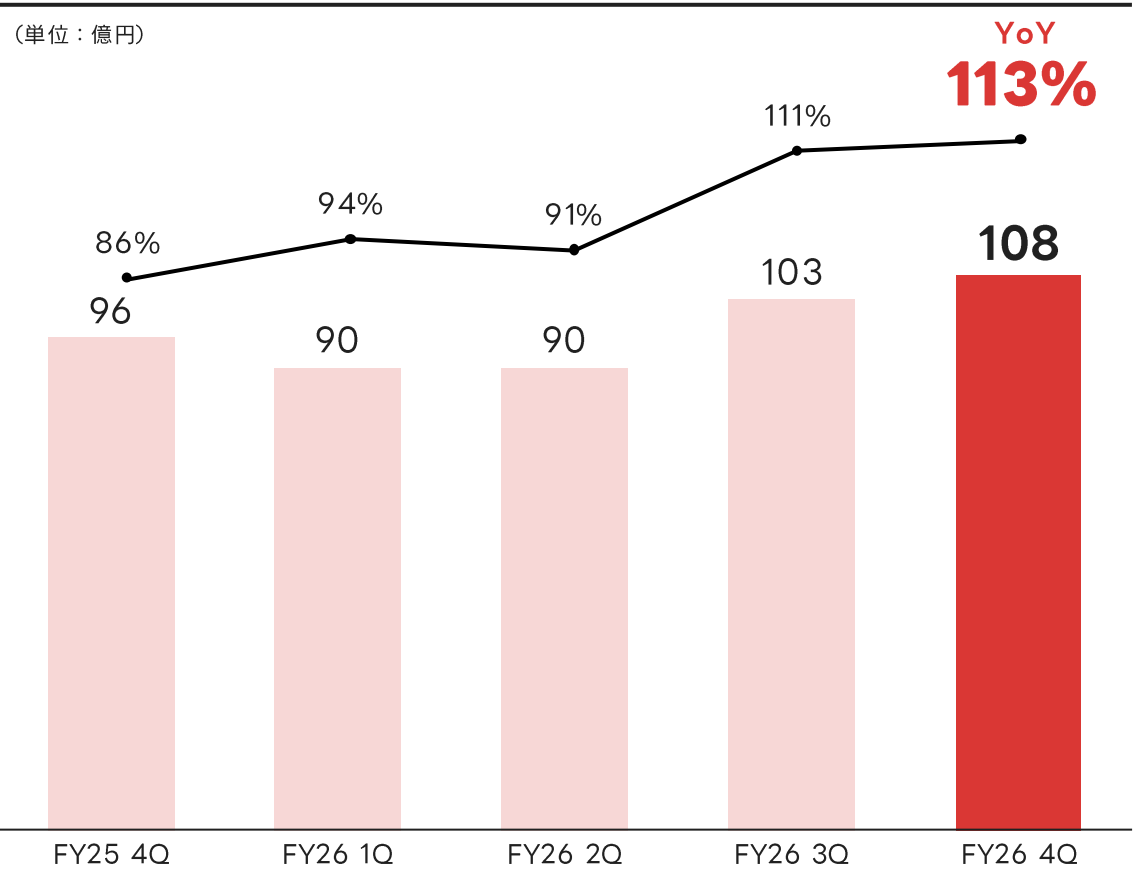


1. 四半期アクティブユーザー数（末日時点）：当該四半期に1回以上購入したユーザー数

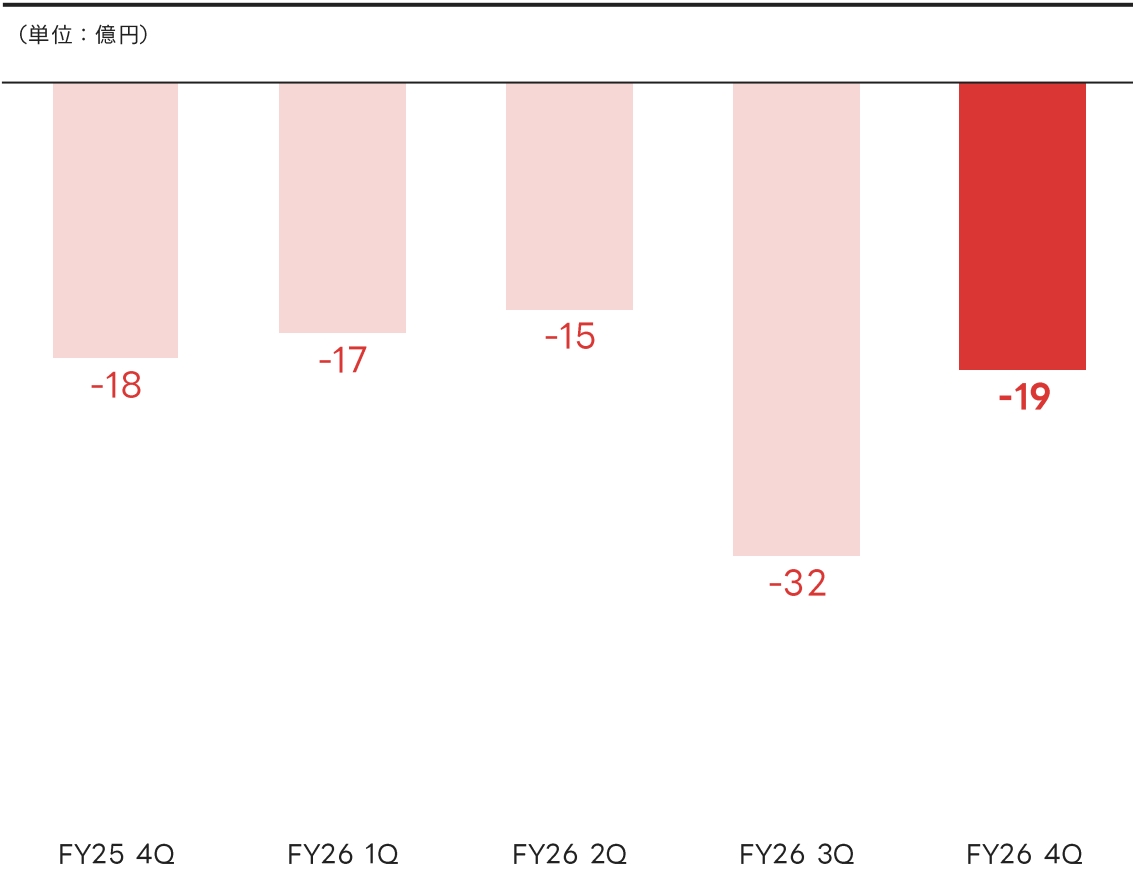
オーダー成長がトップライン成長へ波及

市場拡大を優先し成長投資を継続。売上高は前年比113%成長を達成

売上高



営業利益

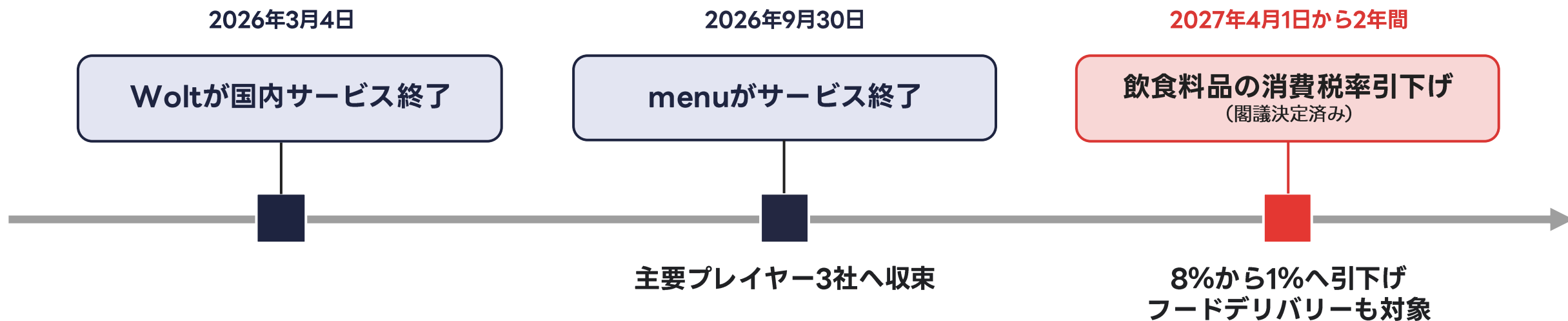


1. 特定のユーザーに対して発行付与することができる付与型クーポンの導入に伴い、FY25 2Q以降はクーポン利用額を売上高から減額する処理を採用。FY26 1Q以前のYoY成長率はクーポン利用額を減額した売上高との比較

FY27 戦略

事業環境

国内のフードデリバリー市場では競争環境の変化を経て、主要プレイヤーは3社へ収束
2027年4月には飲食料品に係る消費税率引下げが開始し、市場全体の追い風へ



2027年8月期 第1四半期 目標

再成長フェーズで「フードデリバリー市場の再成長」「市場No.1ポジションの奪還」「継続的な利益創出」を実現すべく、FY27 1Qは固定費の適正化を継続しながら、トップラインの2桁成長と営業利益の黒字化を目指す

「再成長フェーズ」で実現すること

フードデリバリー市場のさらなる成長

市場No.1ポジションの奪還

トップライン成長を通じた継続的な利益創出

2027年8月期 第1四半期の目標

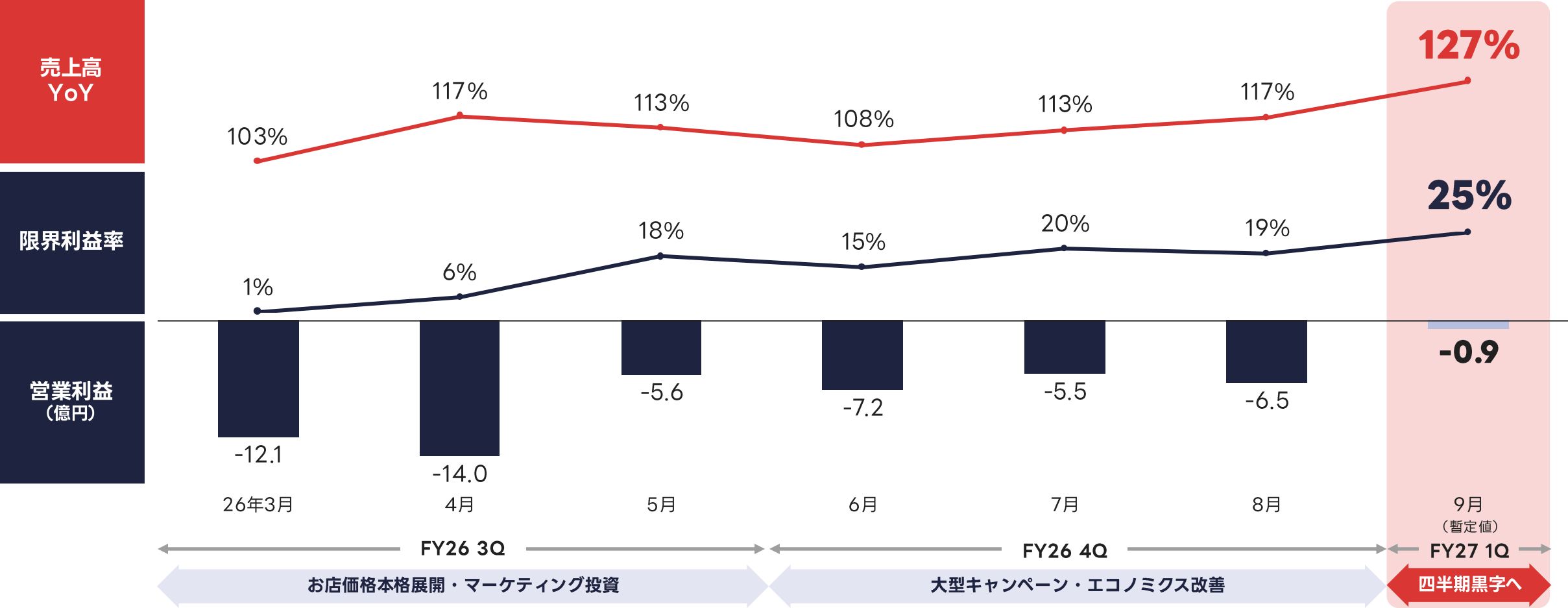
トップラインの2桁成長

+

営業利益の黒字化

第1四半期の黒字化に向けて着実に進行

2026年9月（暫定値）では、営業利益が▲8,500万円まで改善
売上高成長を加速させながら収益基盤も改善し、第1四半期の黒字化に向けて計画通りに進行中



2027年8月期 第1四半期 業績予想

売上高は110～115億円（YoY 122～128%）、営業利益は黒字を見込む

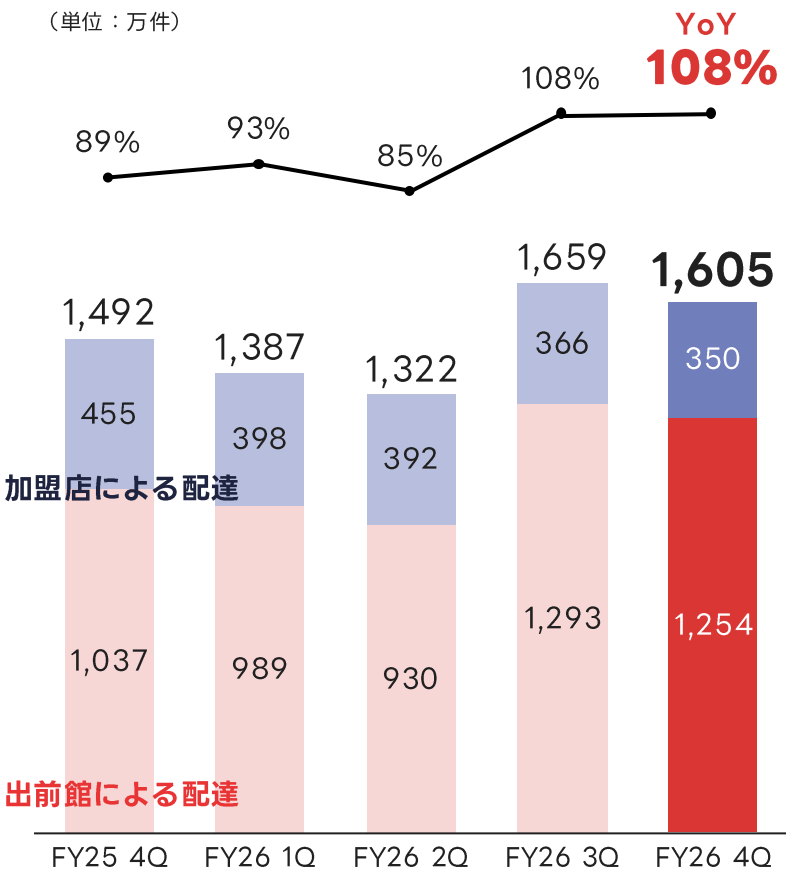
	2026年8月期1Q 実績	2027年8月期1Q ガイダンス	YoY
売上高	90億円	110～115億円	122～128%
営業利益	▲17億円	黒字	-

当社が属するフードデリバリー業界は、消費者需要や競争環境等マクロ環境の動向などにより、事業環境が短期間で大きく変動する特徴があります。このため、業績予想の精度と有用性を確保する観点から、通期の業績予想に代えて、四半期ごとに業績予想を開示する方針としております

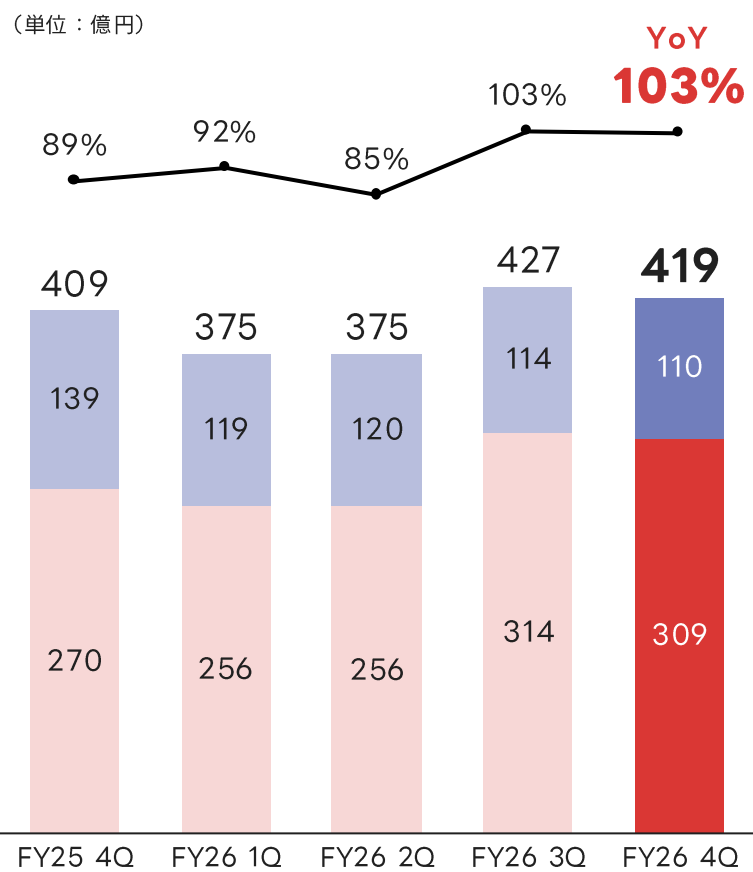
Appendix

主要KPI

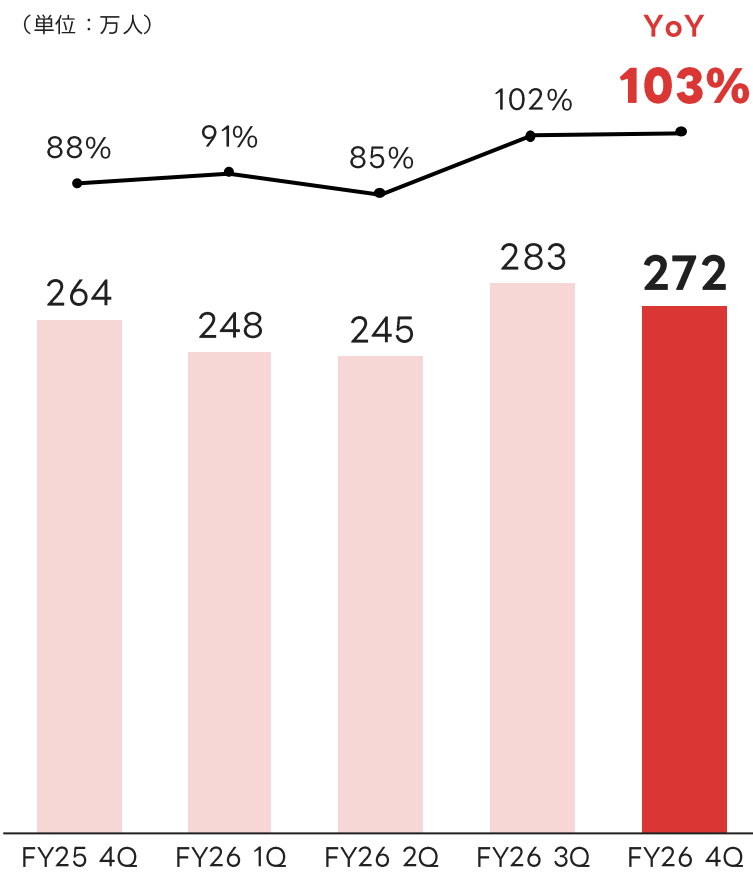
オーダー数



GMV¹



四半期アクティブユーザー数²



1. GMV（流通取引総額）：商品代金（値引き前）＋ 配達料（値引き前）＋ その他ユーザー手数料
2. 四半期アクティブユーザー数（末日時点）：当該四半期に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）

	2025年8月期（FY25）				2026年8月期（FY26）			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	11,048	9,824*	9,297*	9,550*	8,989*	8,989*	10,311*	10,766*
売上原価	7,939	8,696	9,133	9,382	8,778	8,507	10,864	10,269
売上総利益	3,109	1,128*	164*	168*	211*	481*	-553*	497*
売上総利益率	28.1%	11.5%*	1.8%*	1.8%*	2.4%	5.4%	-5.4%	4.6%
販管費	3,510	2,014*	1,953*	2,016*	1,892*	2,000*	2,617*	2,414*
営業利益	-400	-885	-1,789	-1,847	-1,681	-1,518	-3,170	-1,917

クーポン利用額を
売上高・販管費に計上

クーポン利用額を販管費に計上せず、売上高から減額

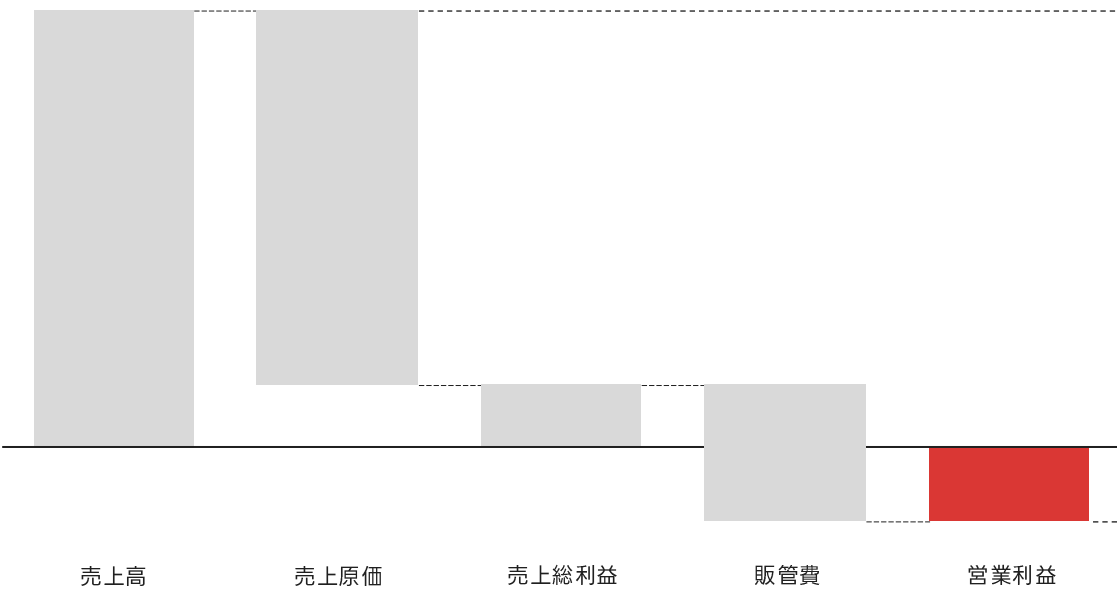
* 特定のユーザーに対して発行付与することができる付与型クーポン（ターゲティングクーポン）の導入に伴い、2025年8月期2Q以降はクーポン利用額を売上高から減額する処理を採用。営業利益は変わらず、売上高・売上総利益・広告宣伝費が減少
本頁の数値は、表示単位未満を切り捨てて記載しております

付与型クーポン導入による財務実績への影響

特定のユーザーに対して発行付与することができる付与型クーポン（ターゲティングクーポン）の導入に伴い、FY25 2Q以降はクーポン利用額を売上高から減額する処理を採用

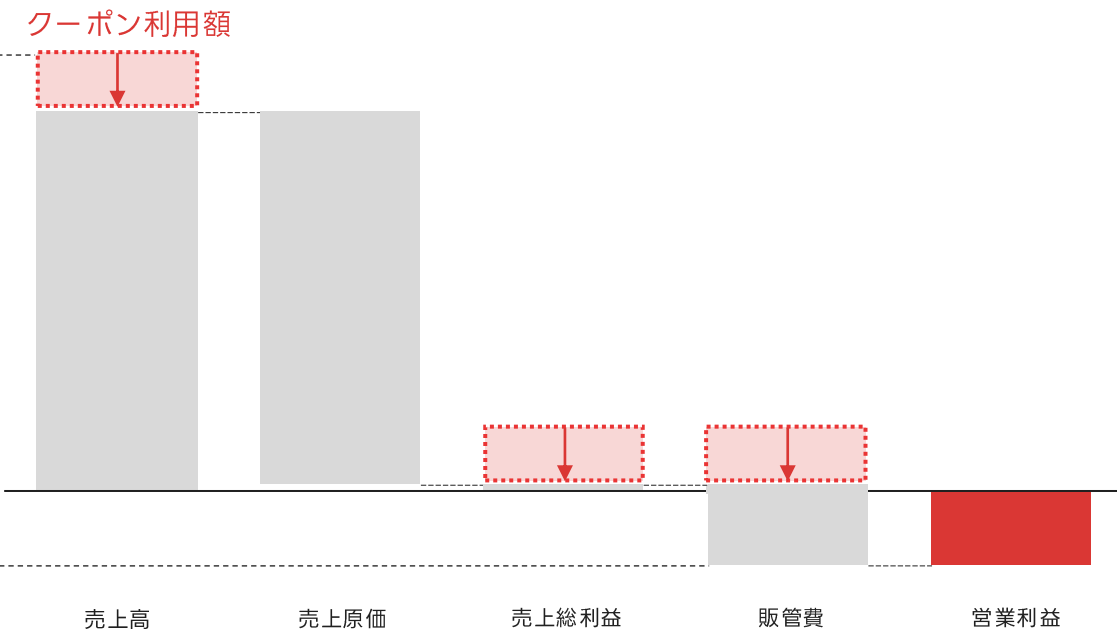
・ 2025年8月期1Q 以前

クーポン利用額を売上高と広告宣伝費に計上



・ 2025年8月期2Q 以降

クーポン利用額を広告宣伝費に計上せず売上高から減額



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。
- 本資料内において、注記がある場合を除き、数値は表示単位未満で四捨五入しております。