



2026年8月期 第3四半期 決算説明会資料

2026年7月15日

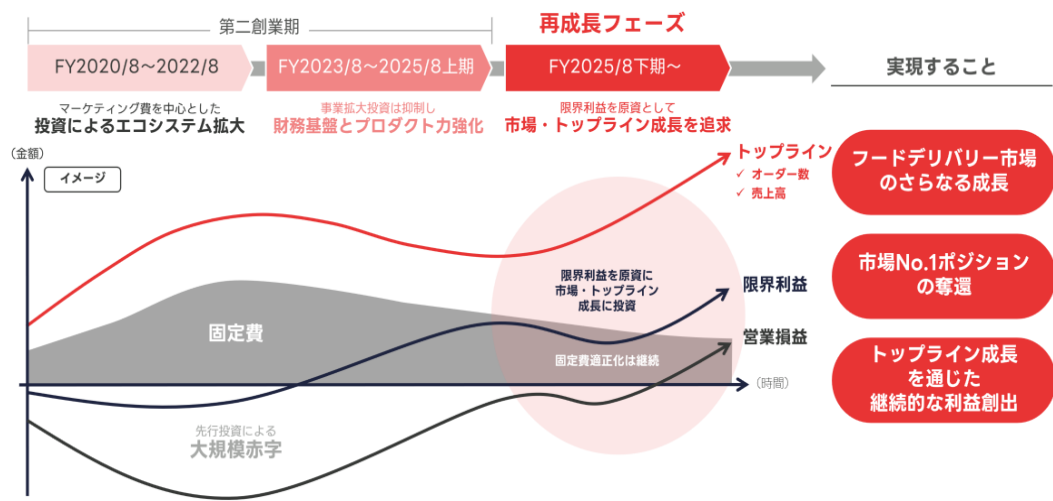
オーダー成長へ回帰

限界利益を原資としたトップライン成長に注力。

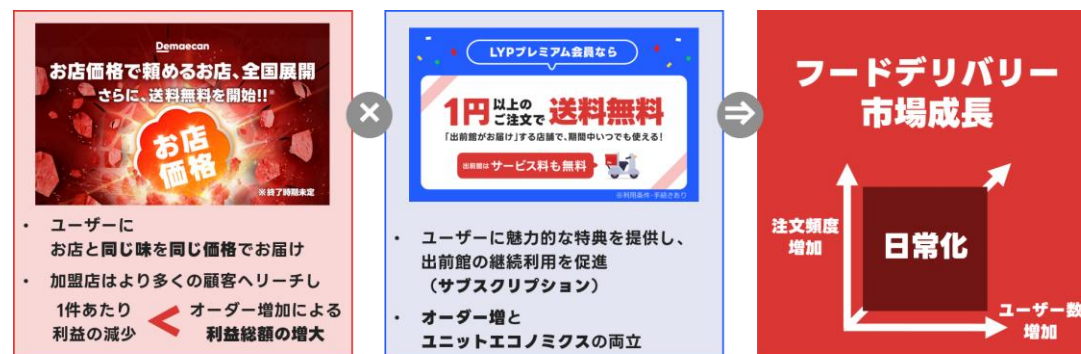
第3四半期は、お店価格全国展開と成長投資により、オーダー数・ユーザー数・売上高いずれも前年比100%超を実現

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

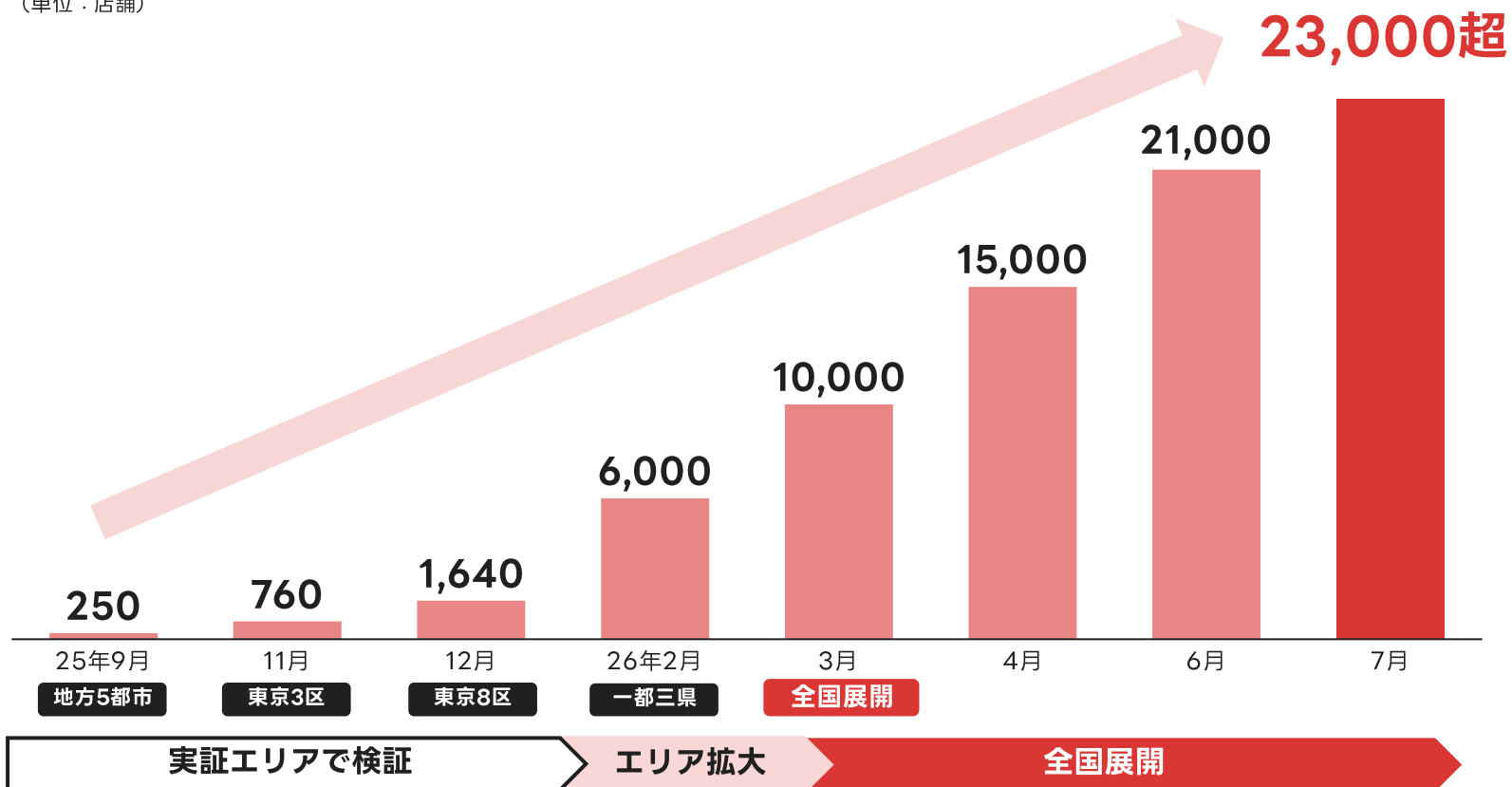


「お店価格で出前館」を全国展開

2025年9月以降エリアを広げ、参加店舗は250店舗から23,000店舗超へ拡大

「お店価格で出前館」参加店舗数

(単位：店舗)



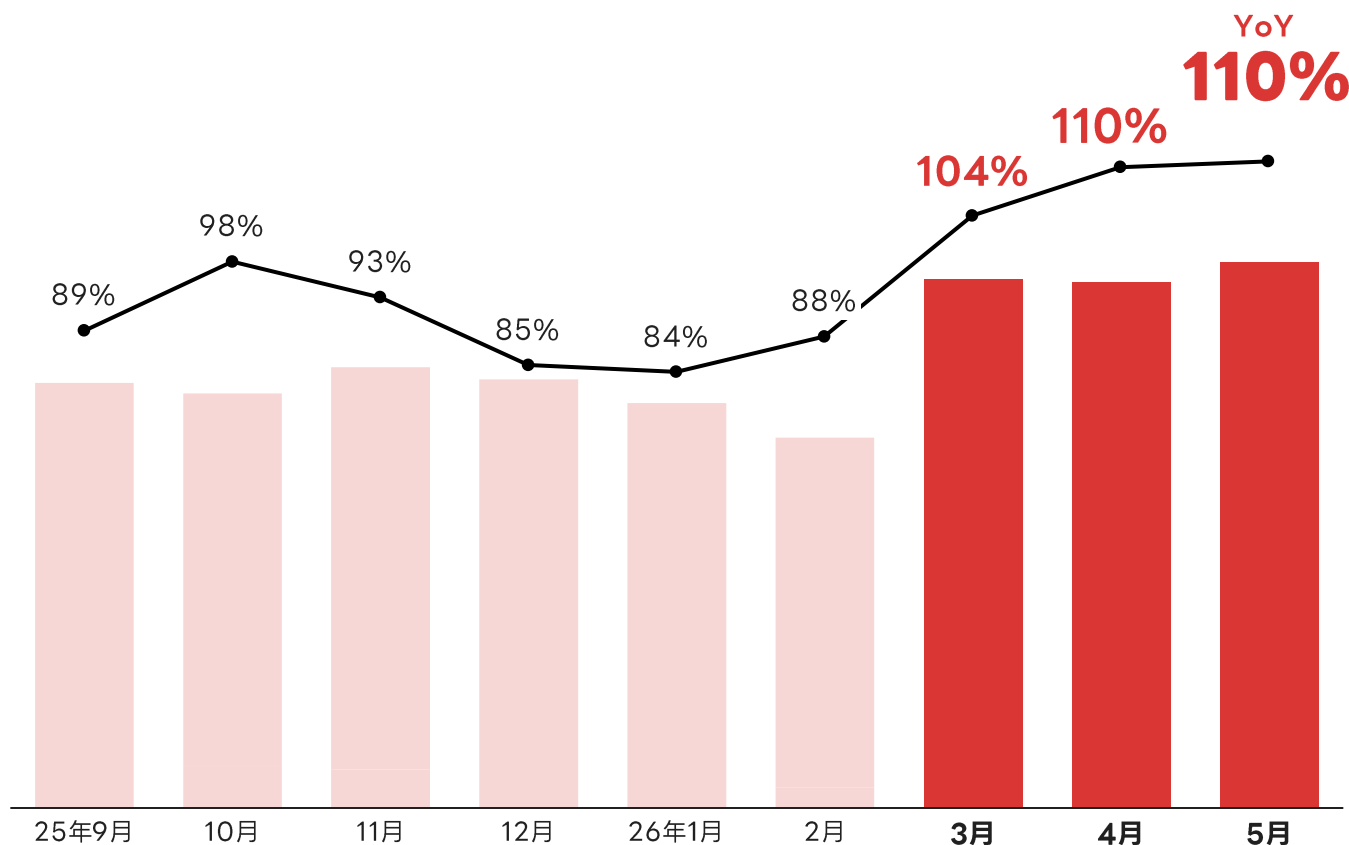
マーケティング投資を再開、オーダー2桁成長を達成

第3四半期はマーケティング投資を再開。オーダー数は飛躍的に伸び、4月・5月は前年比110%を達成

マーケティング再開・大型キャンペーン実施



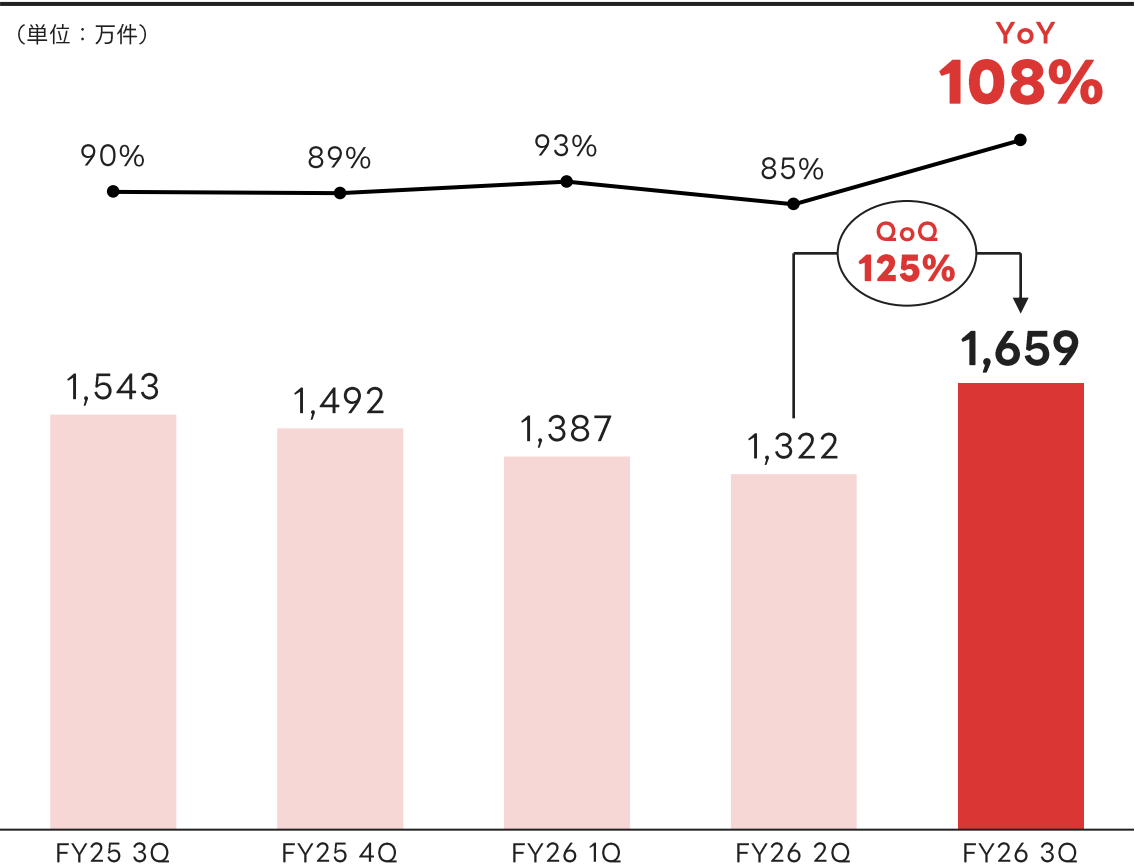
オーダー数



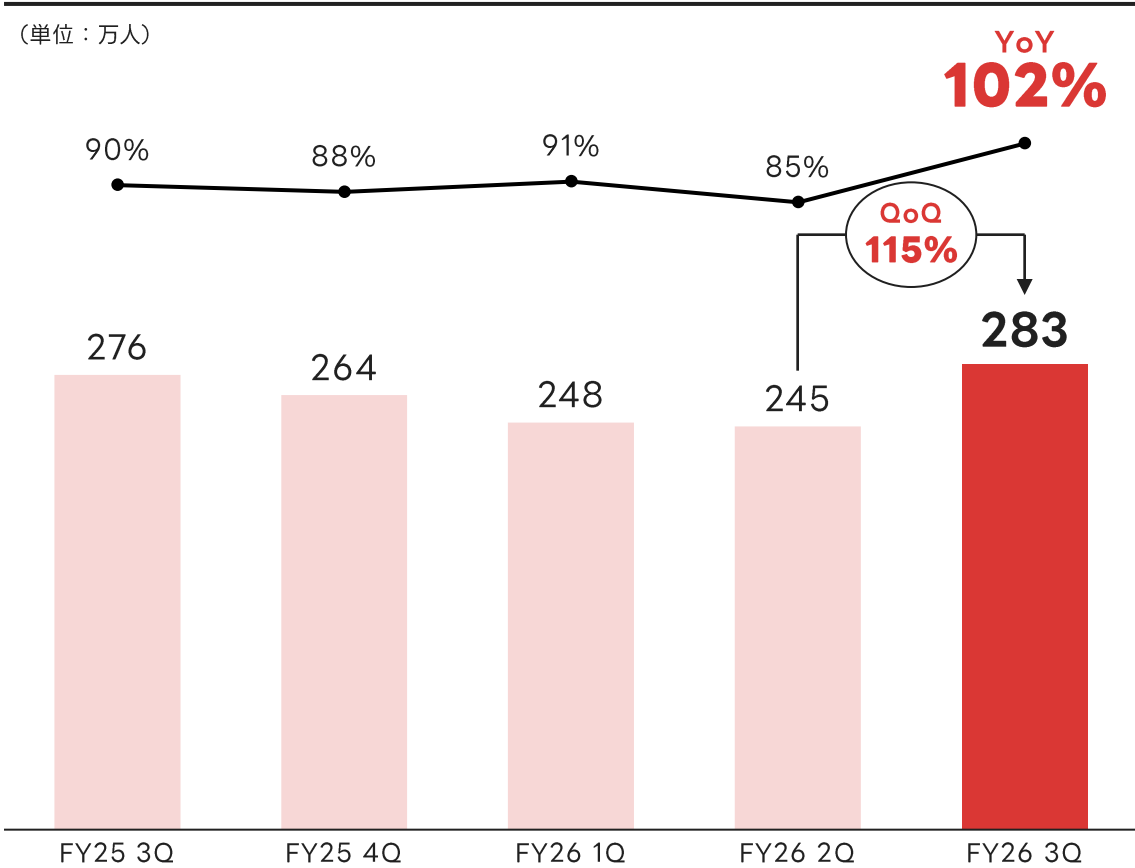
オーダー数・ユーザー数ともに成長へ転換

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

オーダー数



四半期アクティブユーザー数¹

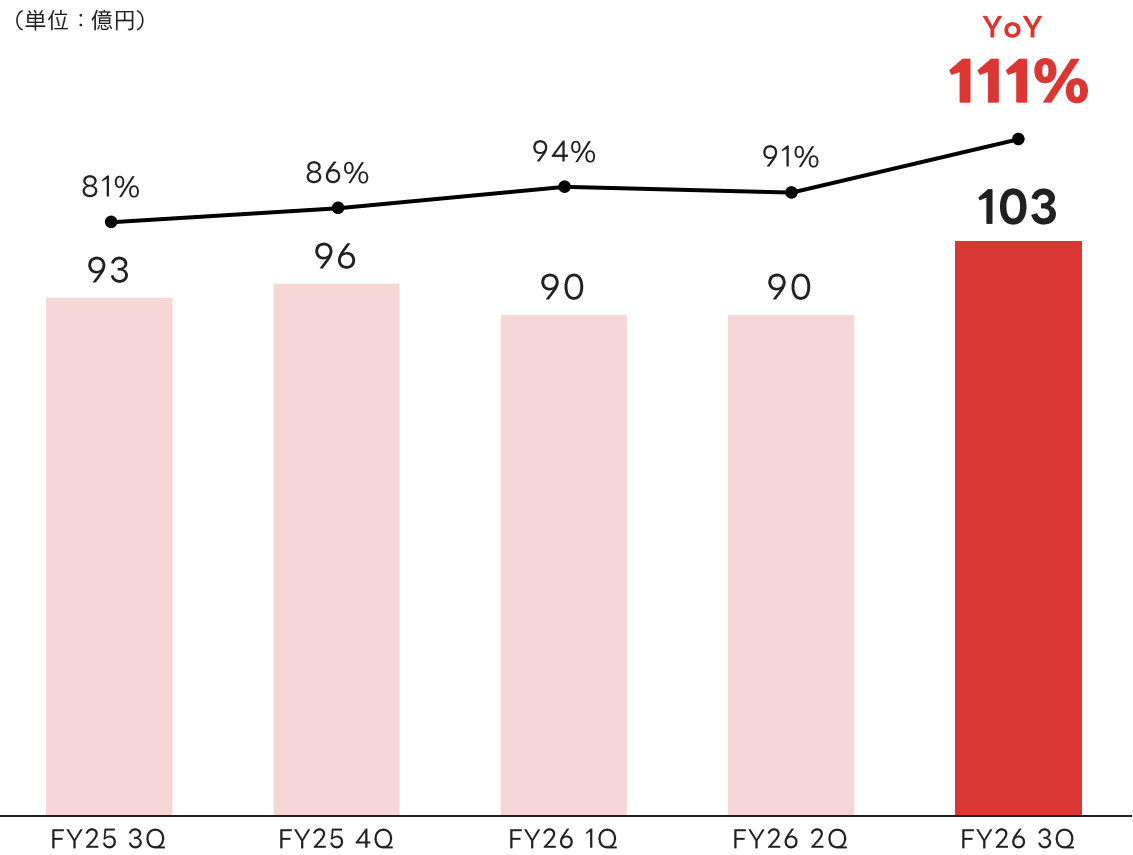


1. 四半期アクティブユーザー数（末日時点）：当該四半期に1回以上購入したユーザー数

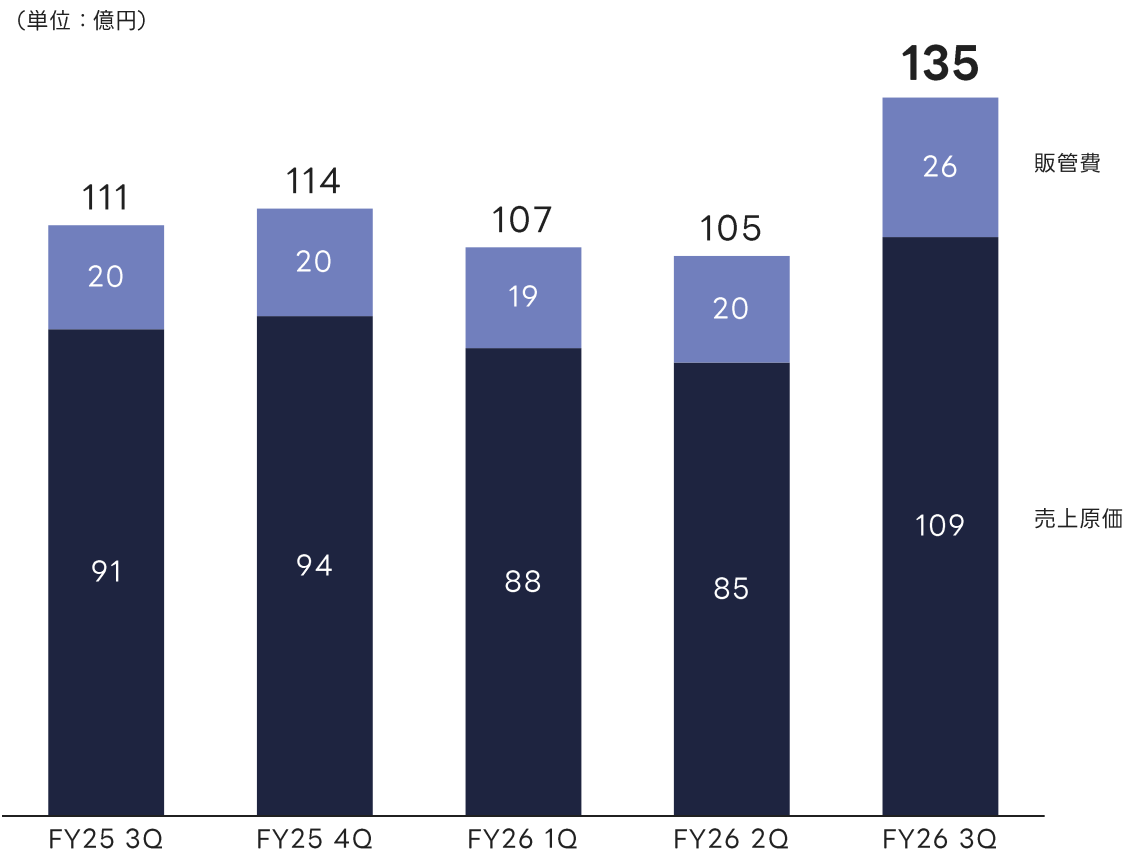
オーダー成長がトップライン成長へ波及

市場拡大を優先し成長投資を継続。売上高は前年比111%成長を達成

売上高¹



営業費用

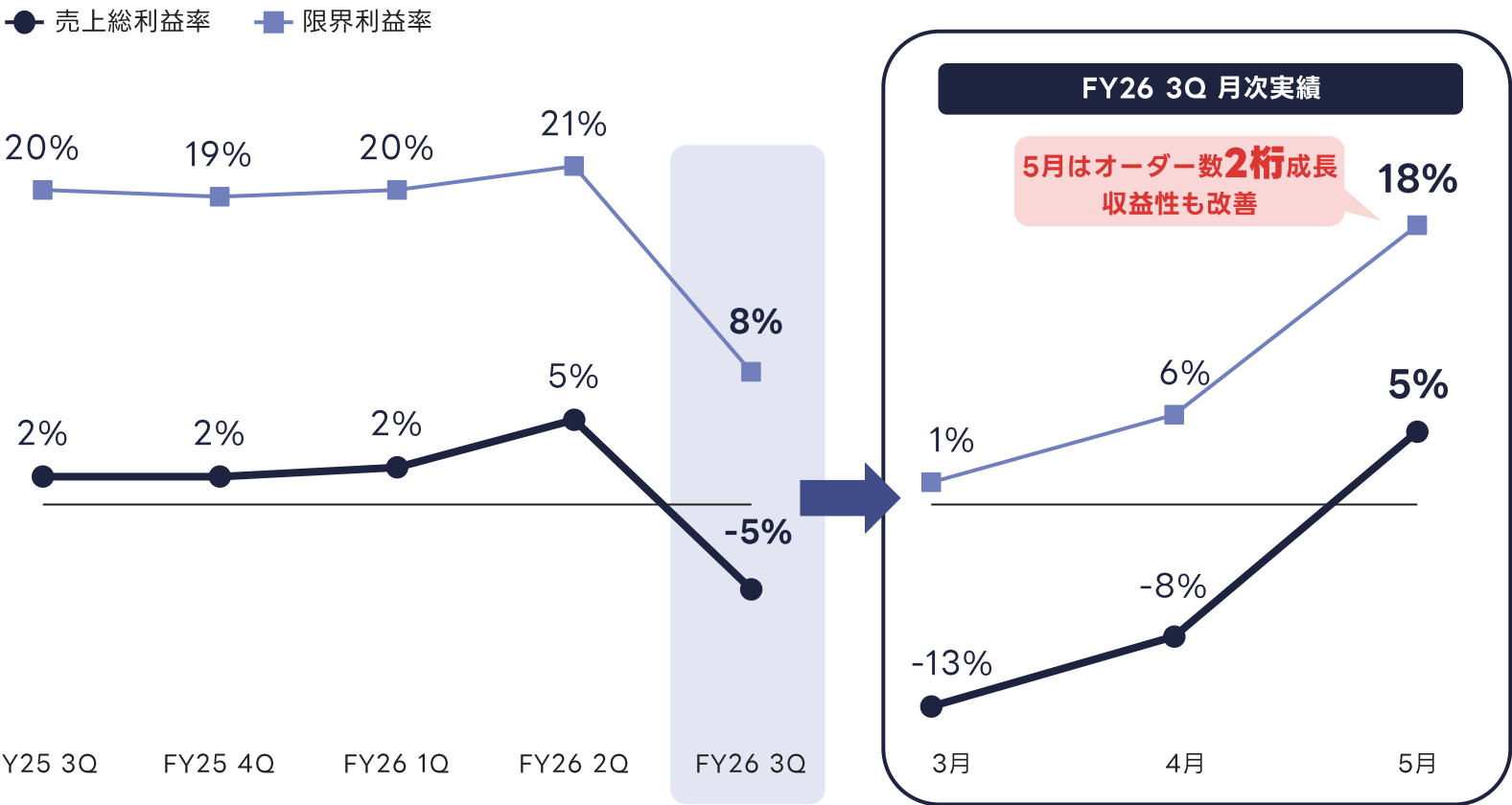


1. 特定のユーザーに対して発行付与することができる付与型クーポンの導入に伴い、FY25 2Q以降はクーポン利用額を売上高から減額する処理を採用。FY26 1Q以前のYoY成長率はクーポン利用額を減額した売上高との比較

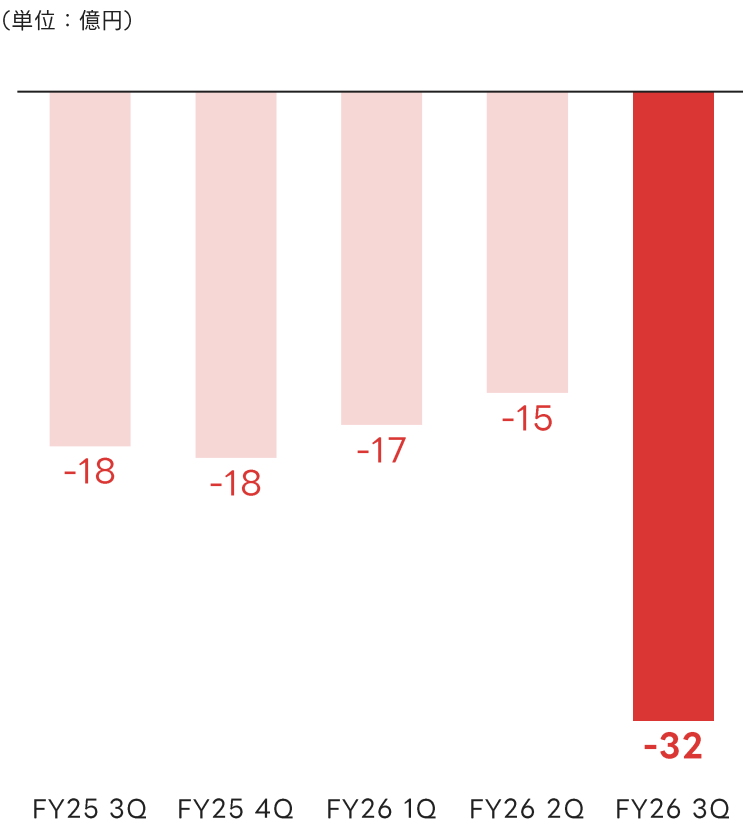
成長を加速しながら収益性も改善

トップライン成長を加速しつつ、5月の限界利益率は18%まで回復

売上総利益率・限界利益率



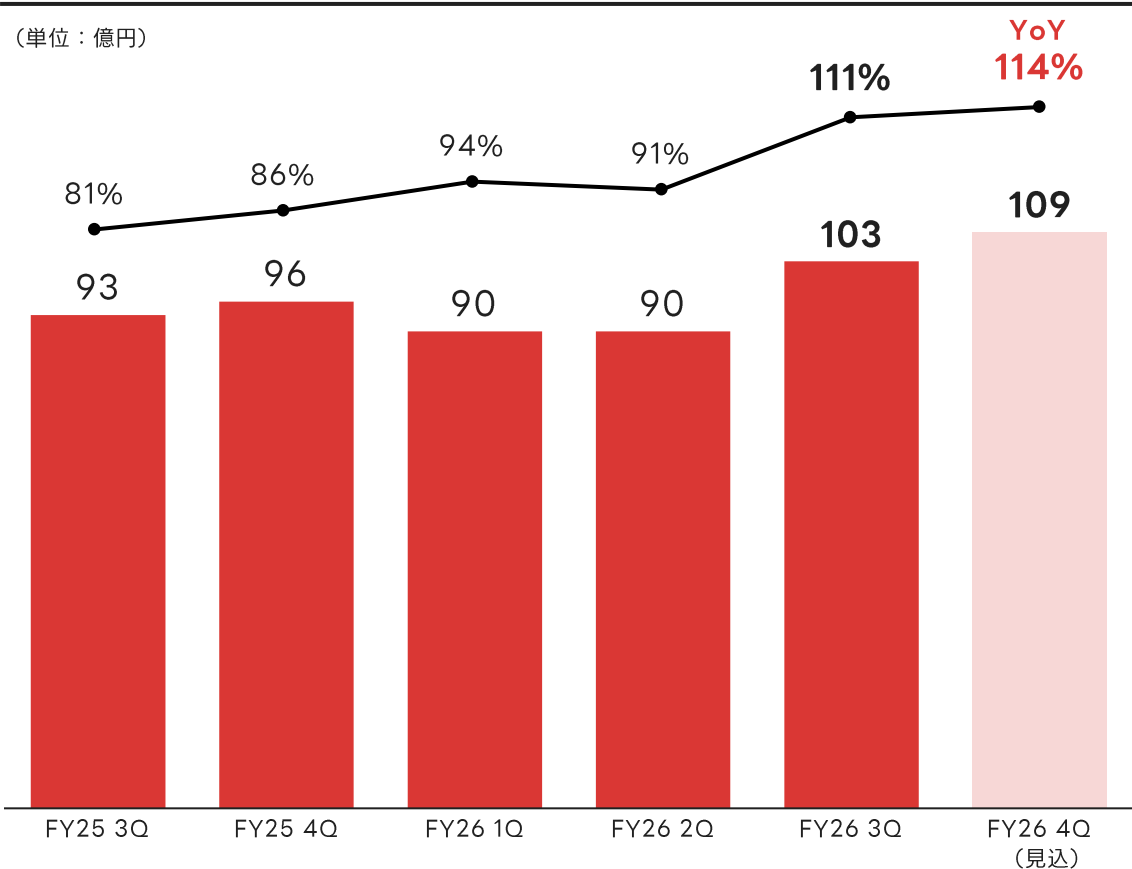
営業利益



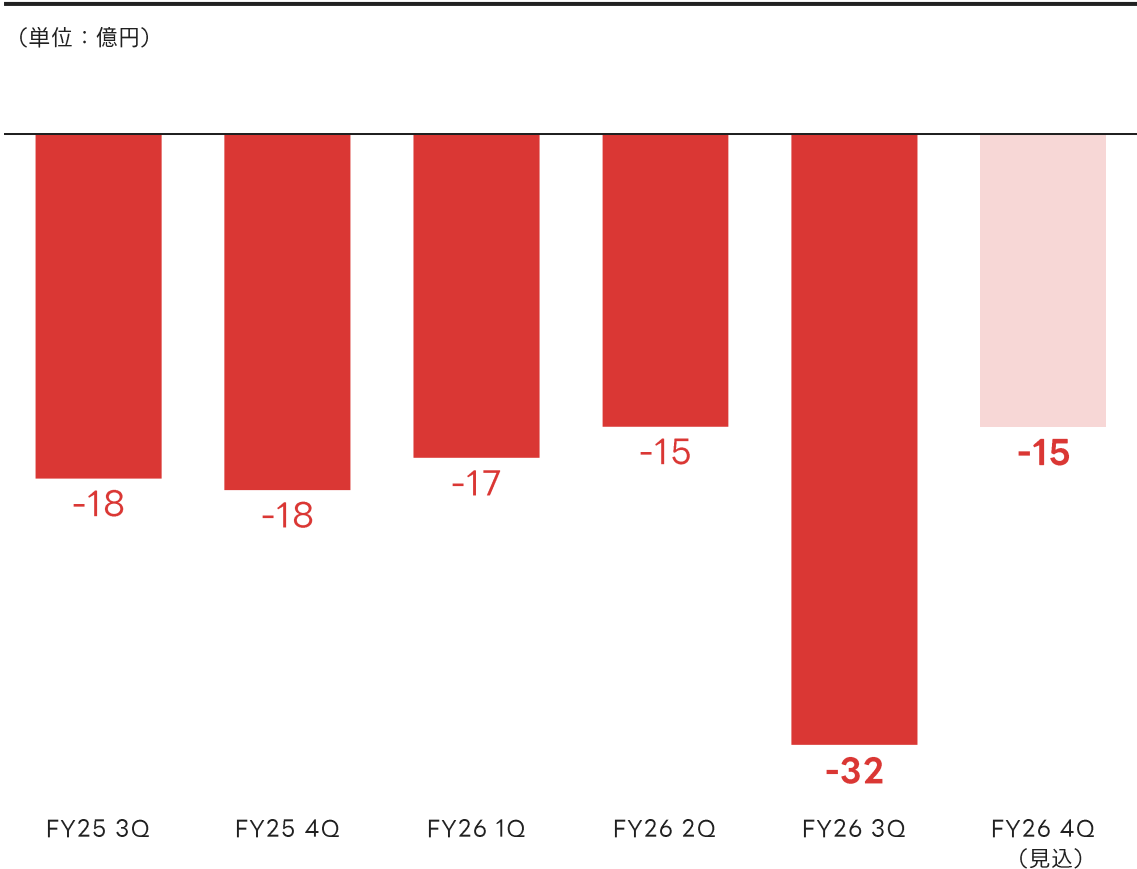
第4四半期は成長加速、利益改善へ

トップラインは成長加速。積極投資は第3四半期がピークとなり、営業利益は改善見込

売上高¹



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。FY25 1Qの売上高は、クーポン利用額を売上高から減額した数値。
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

市場拡大を優先し、 2026年8月期通期ガイダンスを更新

クーポン影響を除く2025年8月期と同一基準で比較した売上高は前年比102%。
通期でもトップラインは成長へ転じる見込み

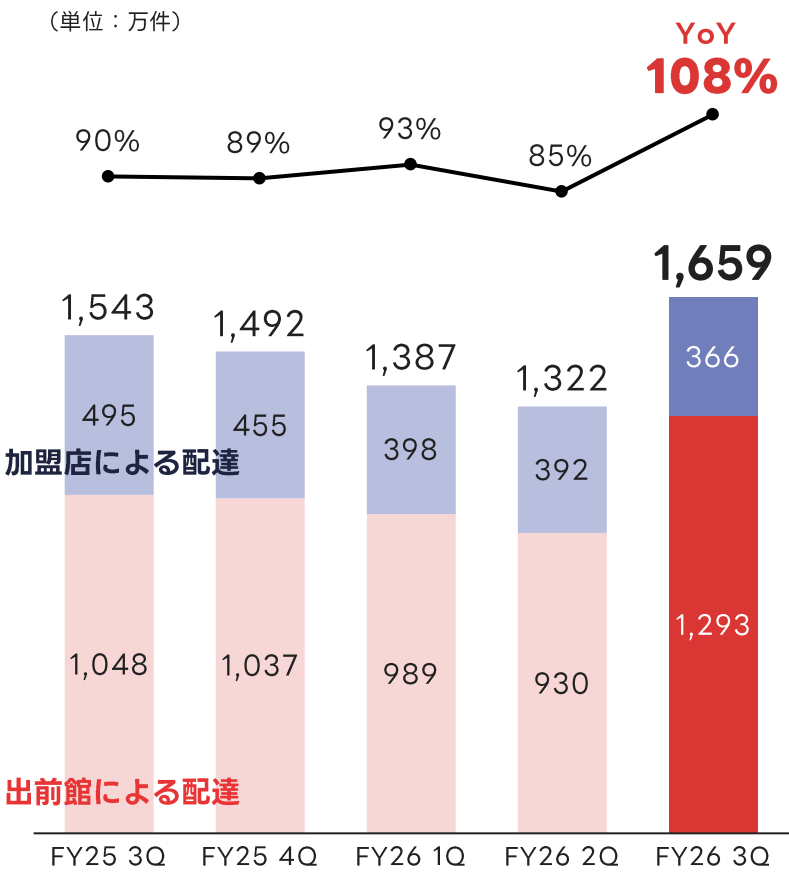
	2026年8月期 期初ガイダンス	2026年8月期 修正ガイダンス	2025年8月期 実績	YoY
売上高 ¹	441億円	392億円	397億円	—
売上高 参考値	2025年8月期第1四半期の売上高を クーポン利用額控除後の売上高に遡及した数値		383億円	102%
営業利益	▲40億円	▲79億円	▲49億円	▲30億円

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

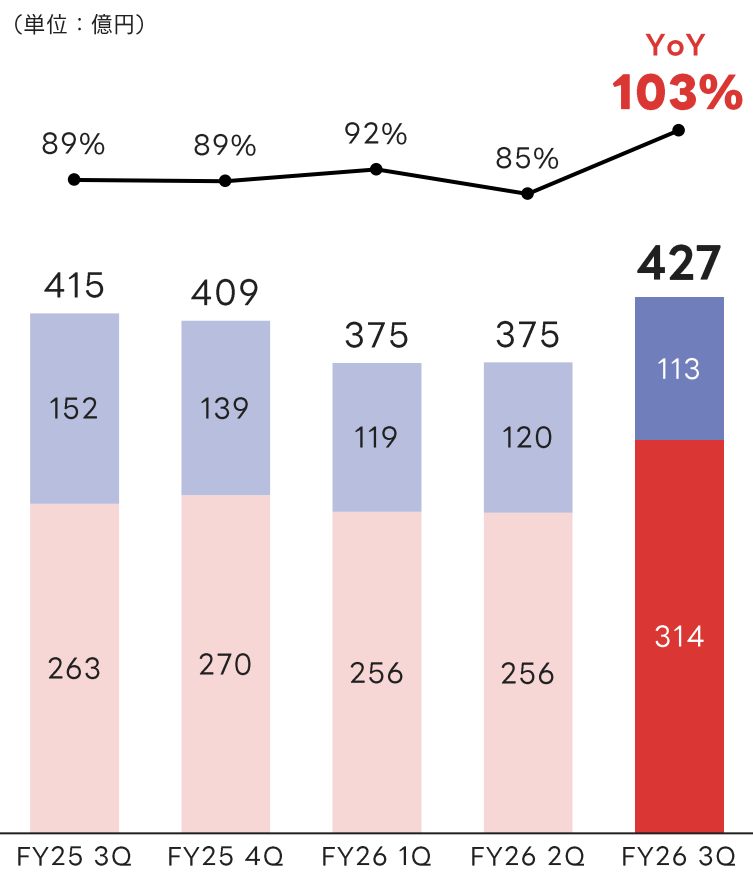
Appendix

主要KPI

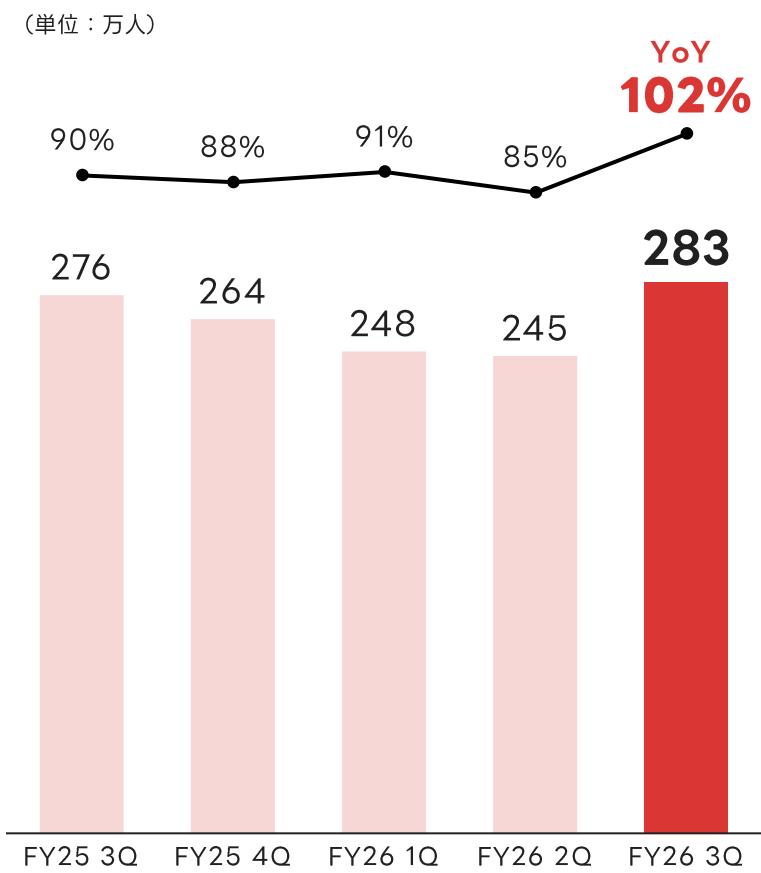
オーダー数



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
売上高	11,048	9,824*	9,297*	9,550*	8,989*	8,989*	10,311*
売上原価	7,939	8,696	9,133	9,382	8,778	8,507	10,864
売上総利益	3,109	1,128*	164*	168*	211*	481*	-553*
売上総利益率	28.1%	11.5%*	1.8%*	1.8%*	2.4%	5.4%	-5.4%
販管費	3,510	2,014*	1,953*	2,016*	1,892*	2,000*	2,617*
営業利益	-400	-885	-1,789	-1,847	-1,681	-1,518	-3,170

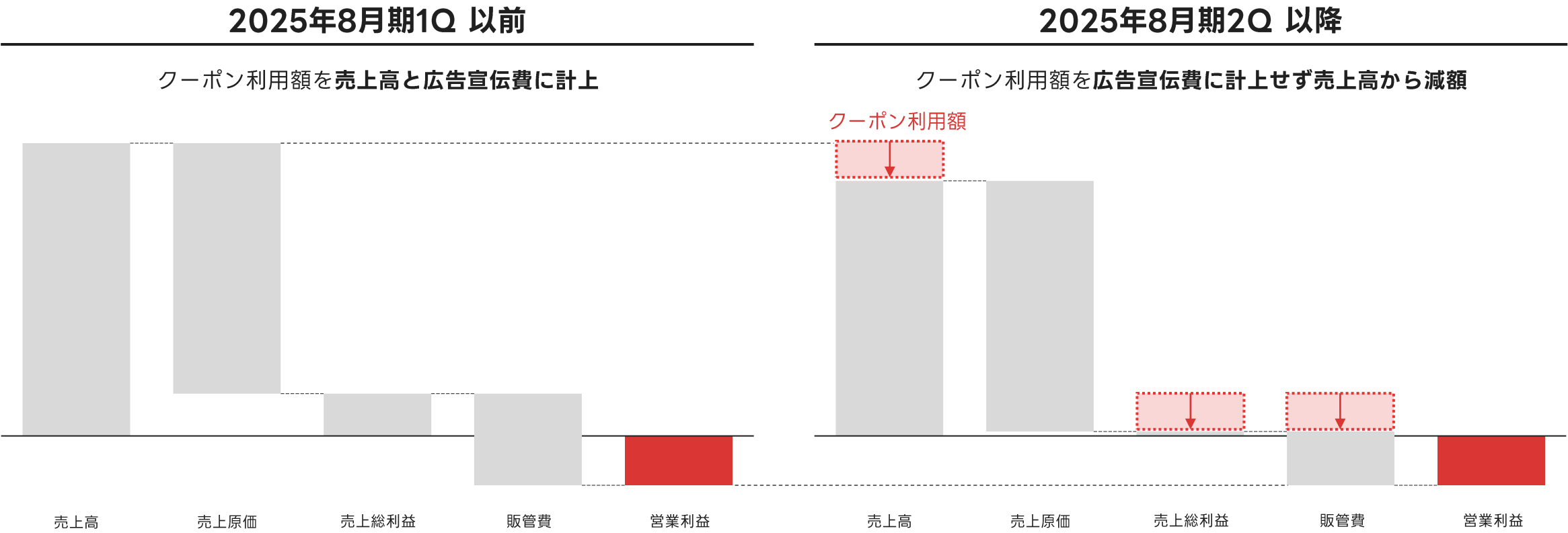
クーポン利用額を
売上高・販管費に計上

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



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。