Demaecan

第27期定時株主総会

第27期振り返りと第28期経営方針

2026年11月26日

© Demae-can Co., Ltd.

デリバリーの価値と
日常化に向けて

出前館のミッション・ビジョン

ミッション・ビジョンの実現に向けて、より安心安全で利用しやすいサービスを提供し、
より多くのユーザー様、加盟店様、配達員様に選ばれ続けるデリバリープラットフォームを目指す

ユーザー様
デリバリーをより利用しやすく



Mission 時間価値を高める

Vision 地域の人々の幸せをつなぐライフインフラ

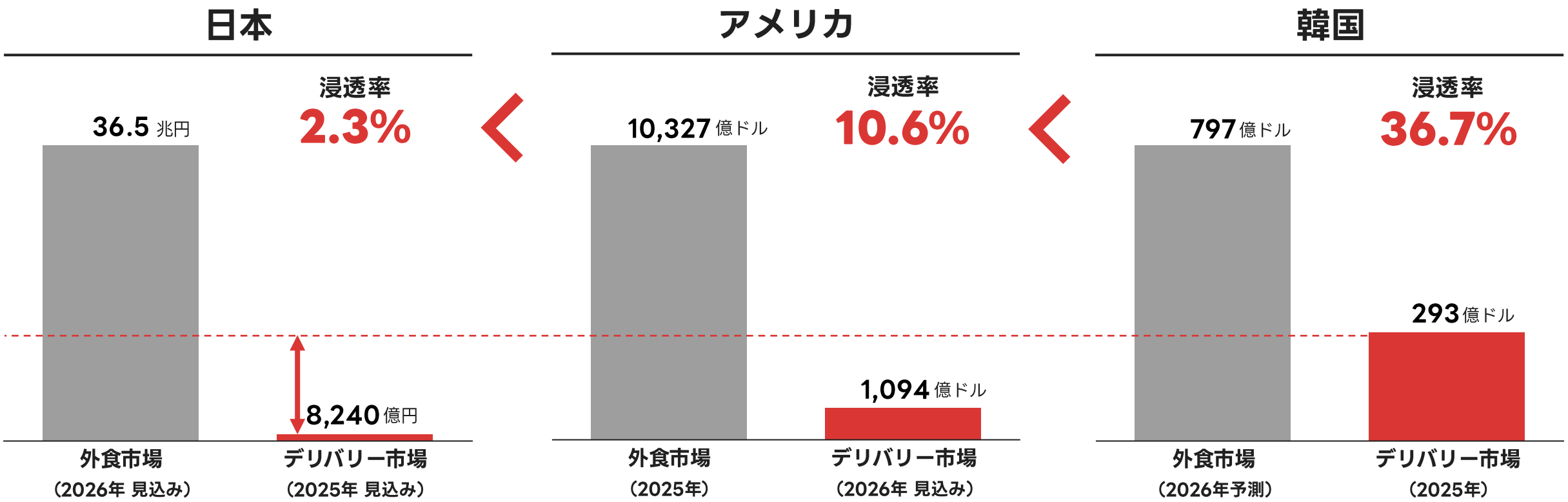
配達員様
働く機会の創出・増加

加盟店様
新たなユーザー獲得・注文数増加

© Demae-can Co., Ltd.

国内フードデリバリー市場の伸びしろは大きい

諸外国と比較して国内のフードデリバリー浸透率は低く、伸びしろが大きい



＊ 外食市場規模の出典：（日本）富士経済、（アメリカ）U.S. Census Bureau、（韓国）Euromonitor International
フードデリバリー市場規模の出典：（日本）Circana,サカーナ・ジャパン、（アメリカ）Statista、（韓国）Ministry of Data and Statistics

Demaecan © Demae-can Co., Ltd.

フードデリバリーの価値

フードデリバリーは、ユーザー様・配達員様・加盟店様の課題を解決する、価値あるサービス

ユーザー様への提供価値

- どこでもお店の味を楽しめる
- 豊富な店から多様な料理を選べる
- 調理や片付けの時間を有効活用



配達員様への提供価値

- 好きな時間に好きなだけ働ける
- スキマ時間に追加の報酬機会
- フレキシブル、シンプルな働き方



加盟店様への提供価値

- 外食商圏を超えた新規ファンの獲得
- 追加的な売上・利益の獲得
- 追加の設備投資不要



© Demae-can Co., Ltd.

加盟店様が向き合う現状の課題・リスク

集客方法や人材確保、お客様のニーズが変化する中、加盟店様には多様な成長機会への対応が求められている

加盟店様が向き合う課題

- 従来の販促施策の限界
  集客難易度の向上
- 労働人口の減少による
  働き手確保の難化・人件費増
- お客様のニーズの多様化
  ユーザー体験の変化

加盟店様にとってリスクを伴う成長手段

- 新規出店
- FC展開、M&A
- 海外進出

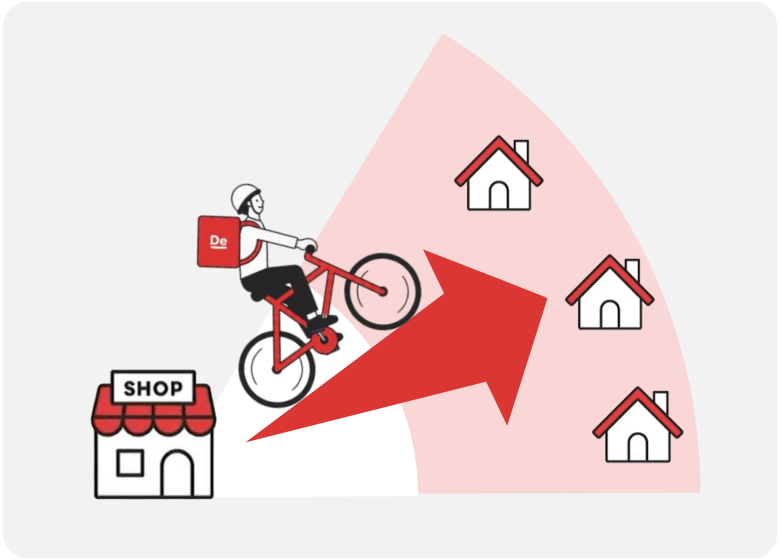
© Demae-can Co., Ltd.

加盟店様にとってのフードデリバリーの価値

フードデリバリーは、イートインでは届かない顧客との接点を生み、追加売上・利益の獲得機会を広げる

商圏・商機拡大

- 商圏を拡大し新規顧客へリーチ
- “食べ方” の多様なニーズへ対応
- 天候/曜日/時間帯に左右されない需要



ファンとの新たな接点

- ファンと新たなブランド接点
- レビュー等のエンゲージメント機会
- 写真やコメントで商品の魅力を発信



資産効率最大化

- 客席数に縛られず注文機会を創出
- 追加設備投資不要で挑戦可能
- 新規出店やM&Aよりも低リスク



© Demae-can Co., Ltd.

フードデリバリーが加盟店様の経営戦略の柱となる

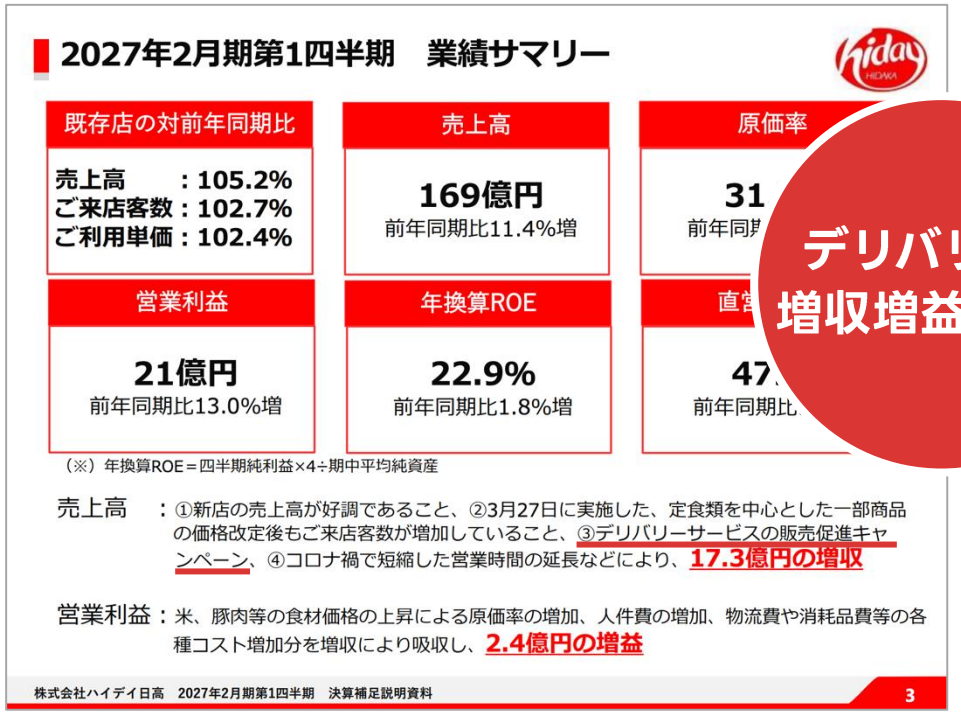
デリバリーが販路の一つから、売上・利益拡大を支える成長戦略へ

㈱ペッパーフードサービス 様[1]



デリバリー等で計画を大幅達成

㈱ハイデイ日高 様[2]



デリバリーが増収増益に貢献

1. 出典：株式会社ペッパーフードサービス 2026年12月期第1四半期決算説明
2. 出典：株式会社ハイデイ日高 2027年2月期第1四半期 決算補足説明資料

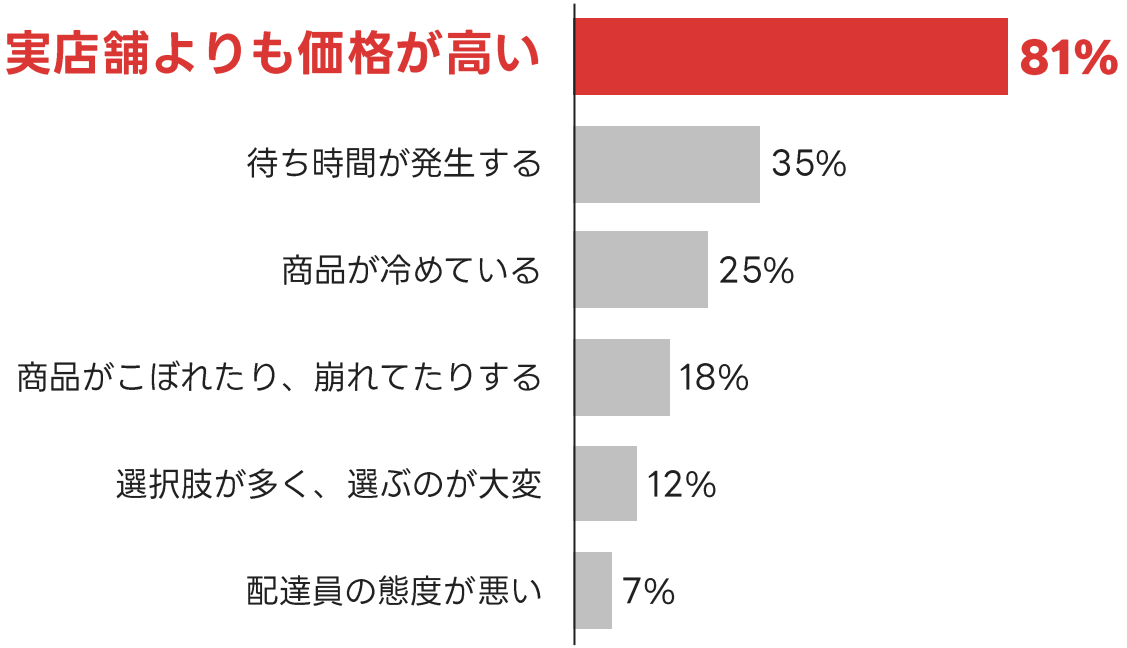
© Demae-can Co., Ltd.

第27期振り返り

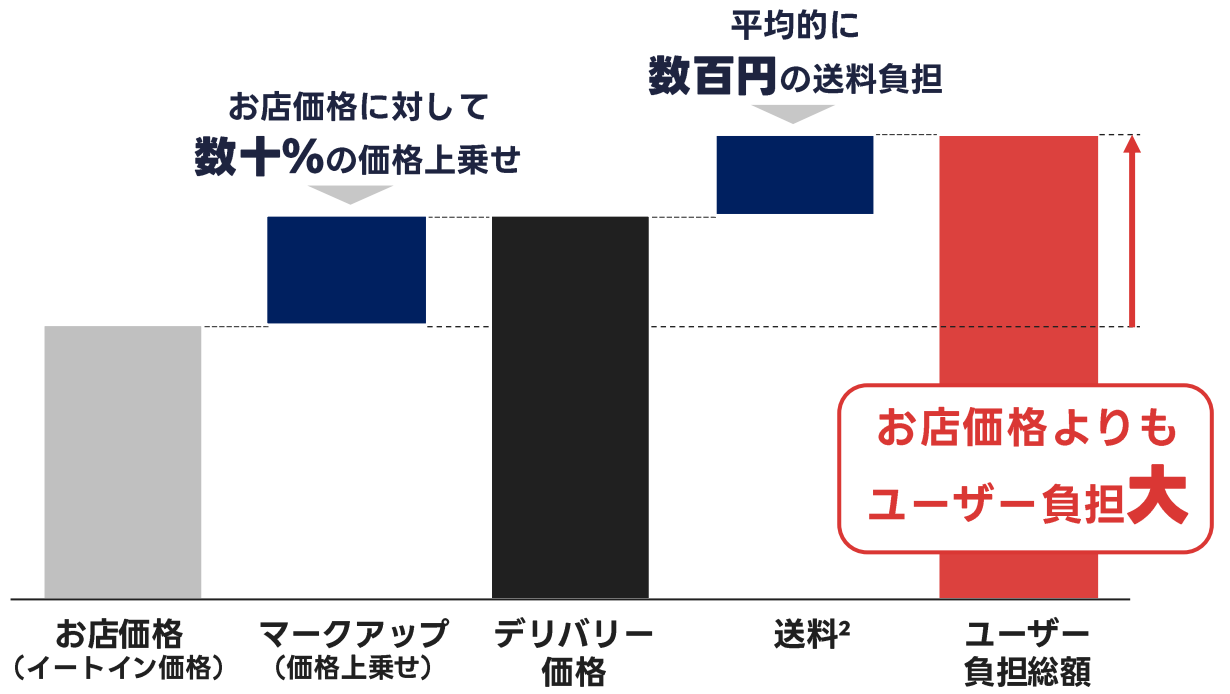
国内フードデリバリー市場の成長阻害要因は「価格」

フードデリバリー市場の成長には「価格の高さ」の解決が必要不可欠

フードデリバリーサービスの利用に関する不満[1]



ユーザー負担の大きい価格設計の構造



1. 出典：合同会社YUM JAM（https://www.atpress.ne.jp/news/437056）
2. 2026年3月以降送料無料

Demaecan © Demae-can Co., Ltd.

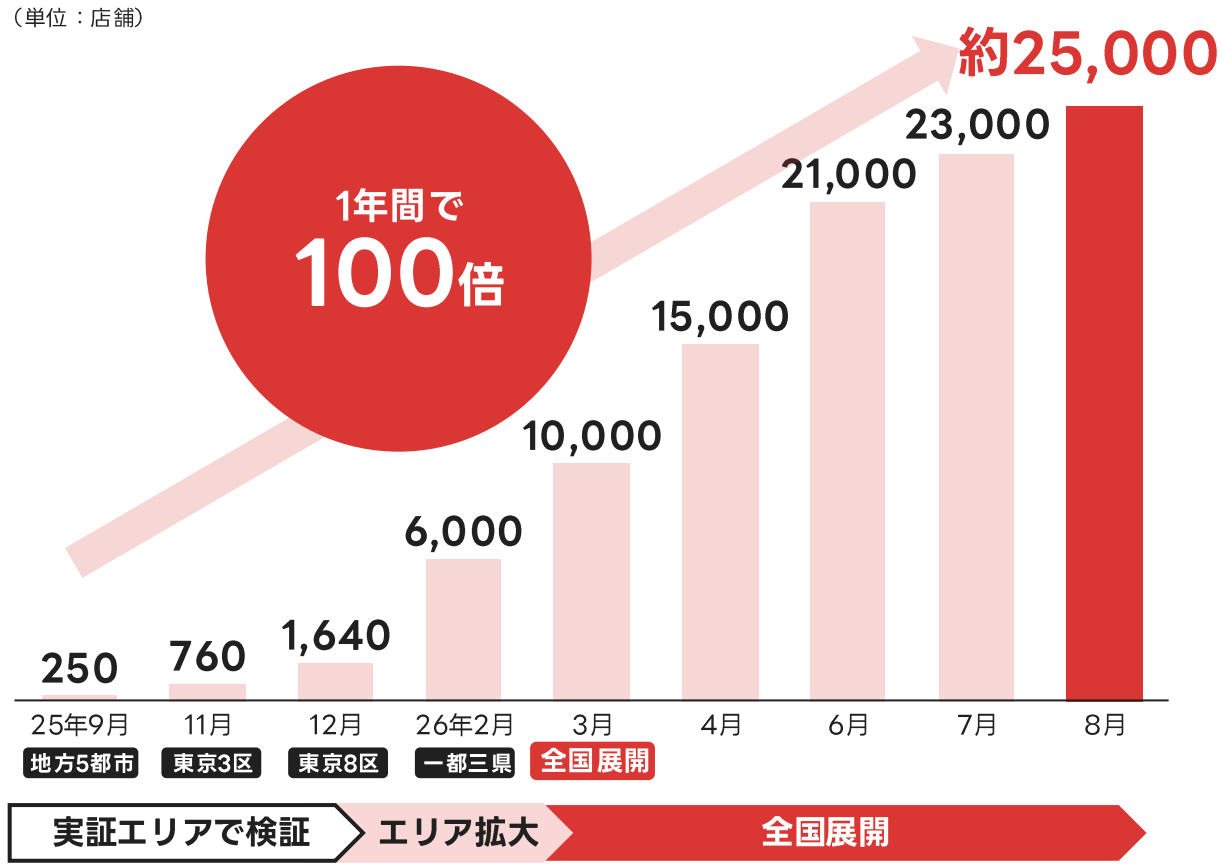
「お店価格で出前館」を開始し、全国展開

2025年９月に「お店価格で出前館」を開始し、2026年８月には参加店舗数が約25,000店舗へ拡大

「お店価格で出前館」を開始



「お店価格で出前館」参加店舗数

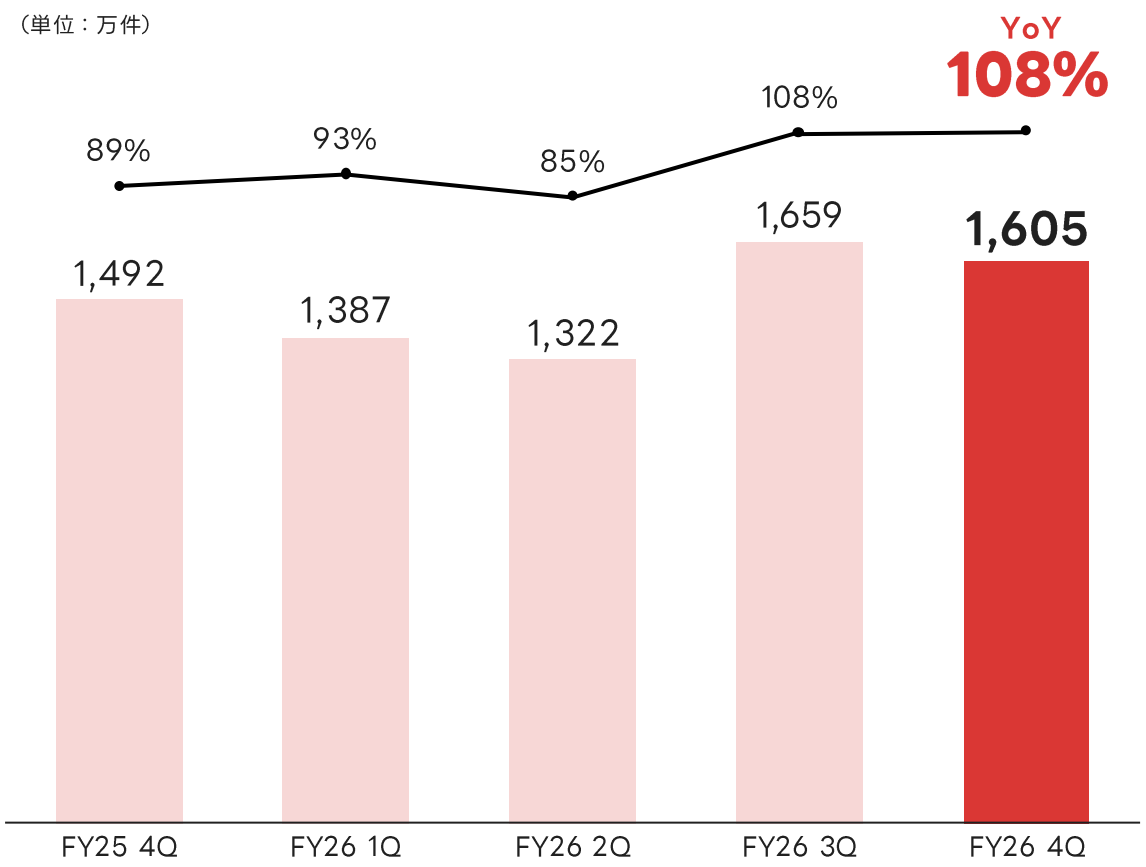


© Demae-can Co., Ltd.

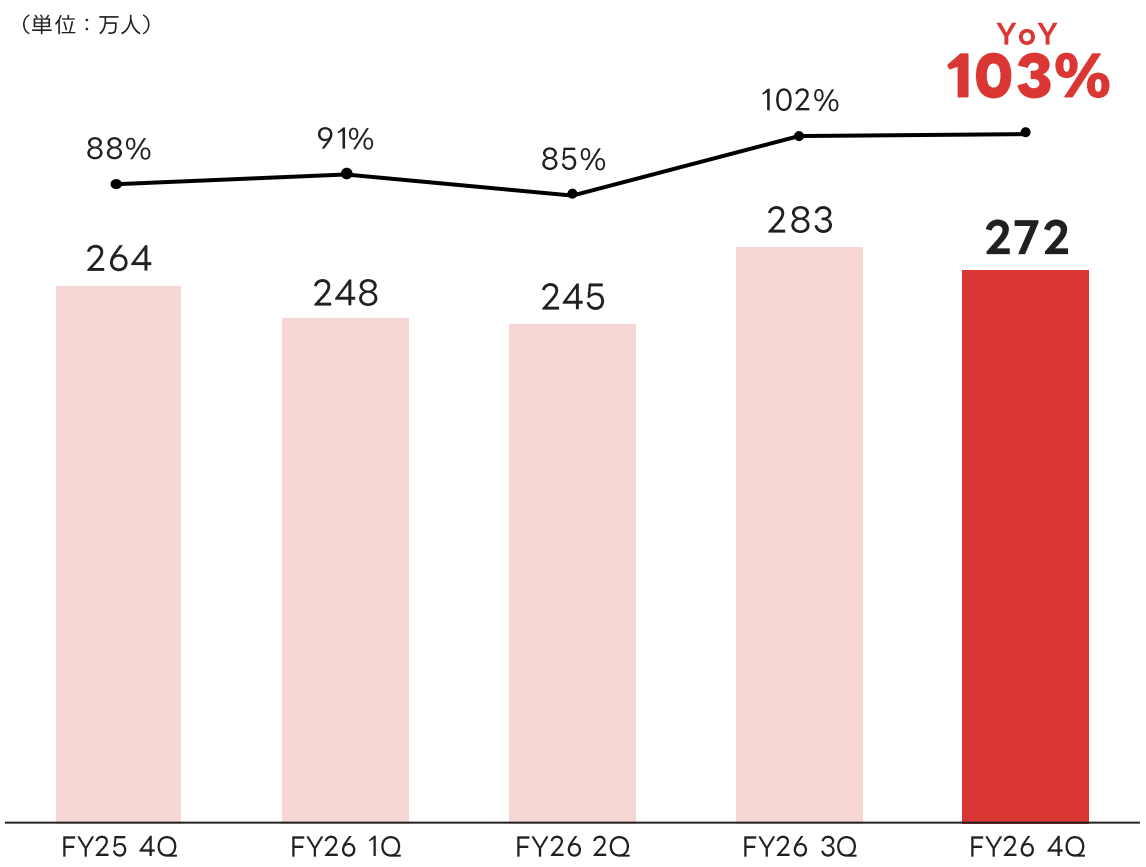
オーダー数・ユーザー数ともに成長へ転換

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]



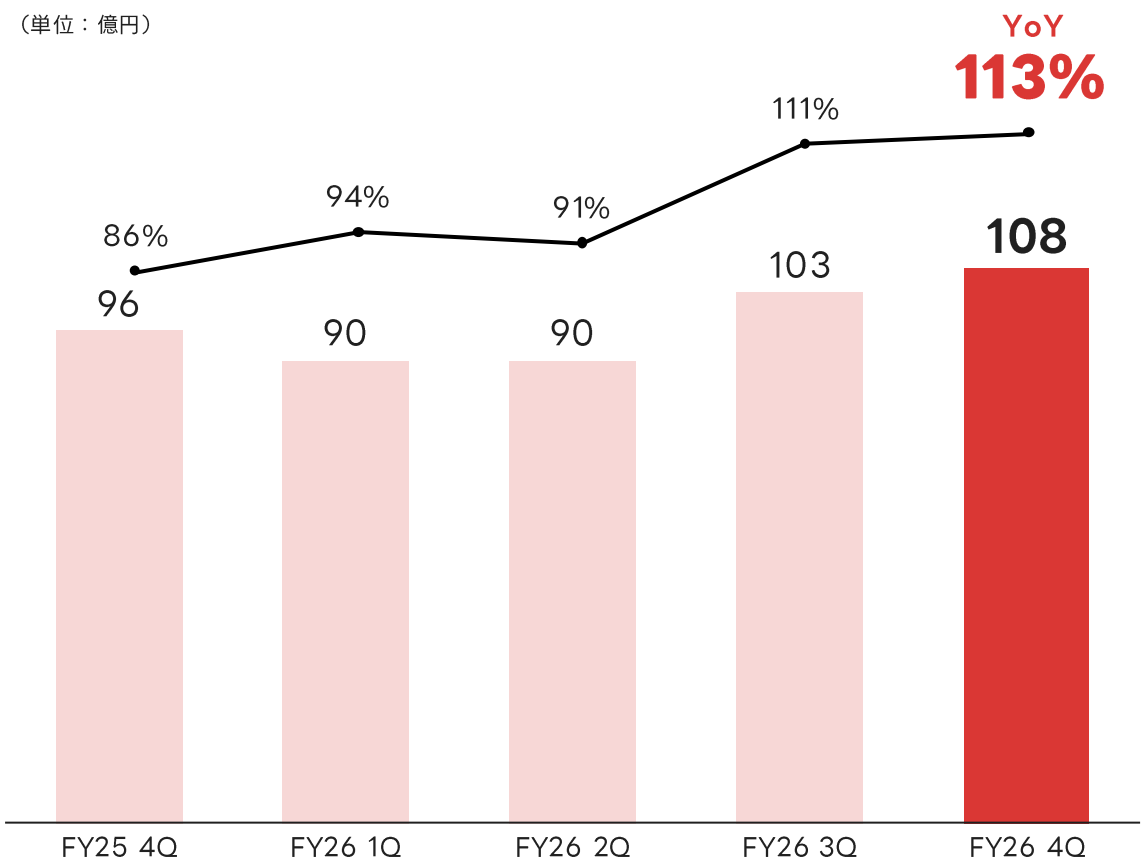
1. 四半期アクティブユーザー数（末日時点）：当該四半期に1回以上購入したユーザー数

Demaecan © Demae-can Co., Ltd.

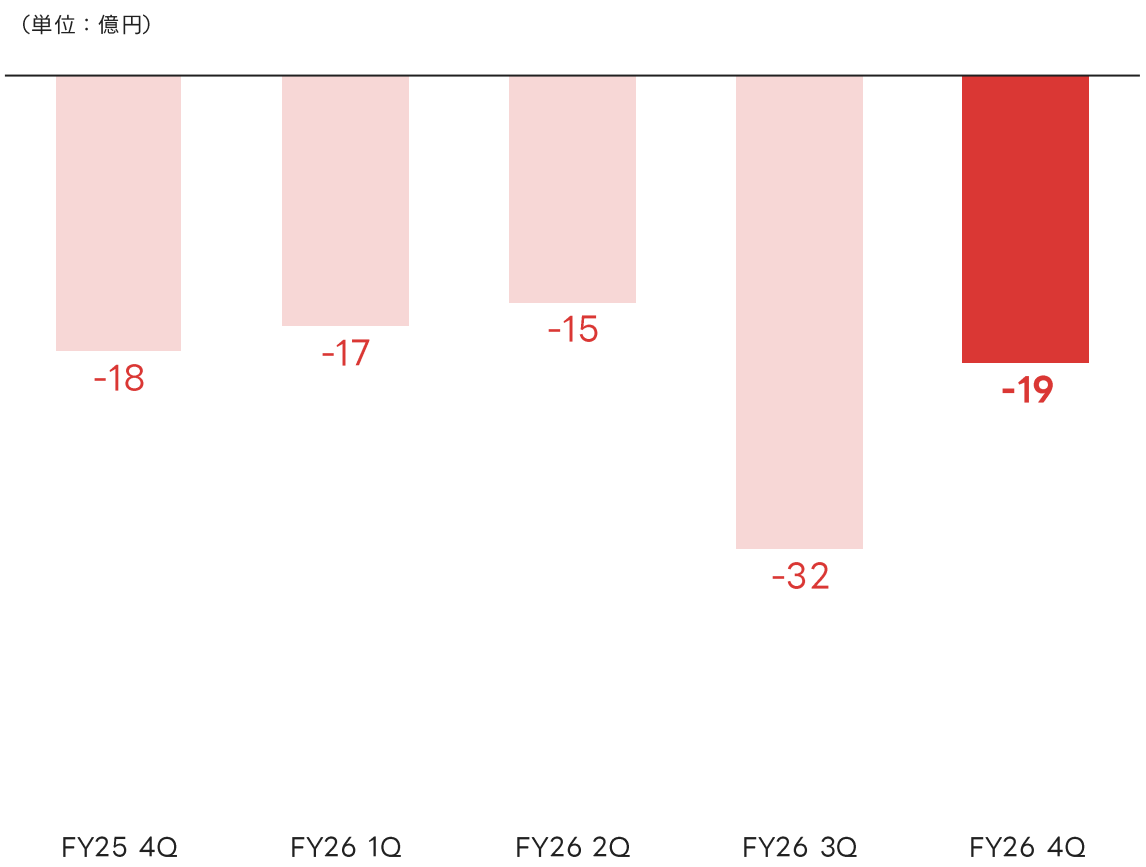
売上高も2桁成長を達成

市場拡大を優先し成長投資を継続。第4四半期売上高は前年比113%成長を達成

売上高[1]



営業利益



1. 特定ユーザーに発行付与可能な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

Demaecan © Demae-can Co., Ltd.

26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	**FY26 通期実績**	YoY
売上高	397億円	**391億円**	-
売上高 参考値[1]	383億円	**391億円**	102%
営業利益	▲49億円	**▲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

© Demae-can Co., Ltd.

第28期経営方針

フードデリバリー事業環境

フードデリバリー市場拡大、シェア奪取に向けて機運が高まっている

過去｜2020年～2025年	現在｜2026年	未来｜2027年～
需要の急拡大により参入企業多数	お店価格浸透により市場再成長	デリバリーの日常化
競争激化によりサービス終了相次ぐ dデリバリー（～21年6月） foodpanda（～22年1月） DiDi Food（～22年5月） 楽天 ぐるなび デリバリー（～22年7月） DoorDash（～22年8月） Chompy（～23年5月）	2026年に入りさらに2社がサービス終了 Wolt（～26年3月） menu（～26年9月）	3社による シェア争いへ 2027年4月より2年間 飲食料品の消費減税

© Demae-can Co., Ltd.

第1四半期 目標

「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、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

実現すること	第1四半期の目標
フードデリバリー市場のさらなる成長	トップラインの2桁成長
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	営業利益の黒字化

© Demae-can Co., Ltd.

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

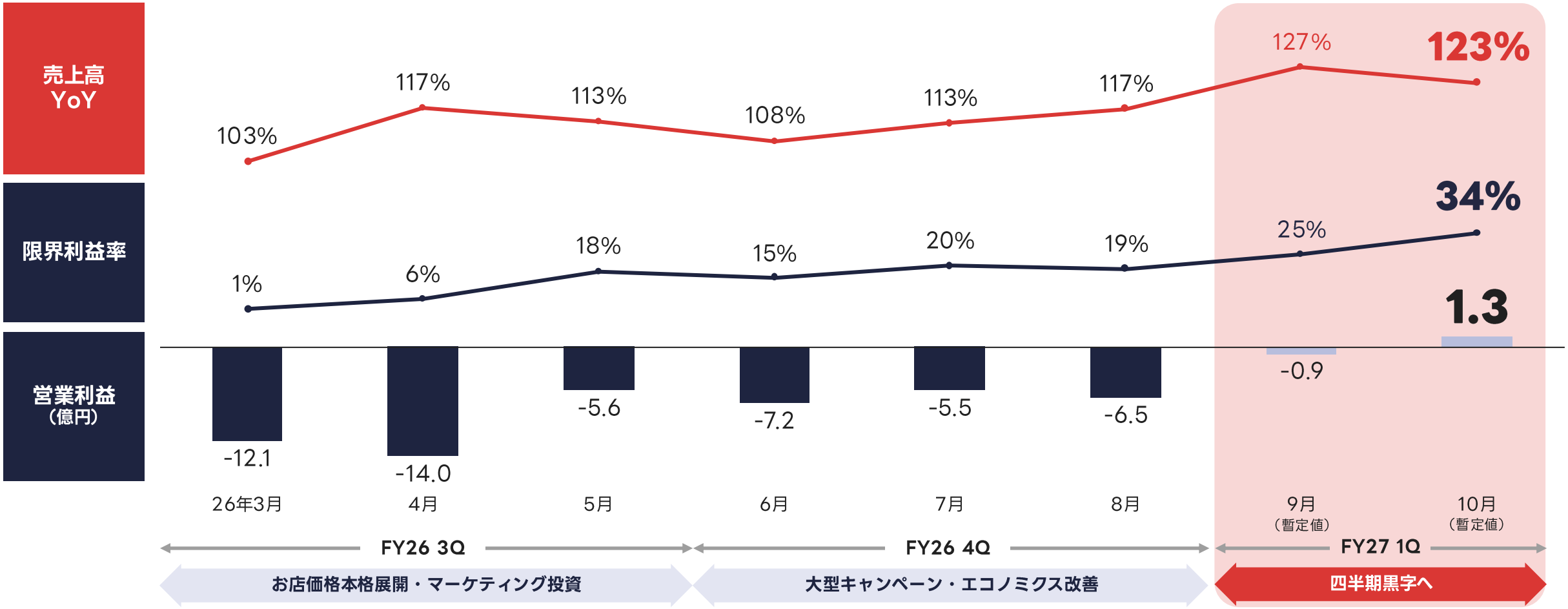
	2026年8月期1Q 実績	2027年8月期1Q ガイダンス	YoY
売上高	90億円	110～115億円	122～128%
営業利益	▲17億円	黒字	-

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

© Demae-can Co., Ltd.

第1四半期の黒字化に向けて着実に進行

2026年10月（暫定値）は営業利益が1.3億円まで改善し単月黒字を達成。
9～10月累計でも0.4億円の営業利益黒字に転換。11月も10月と同様の進捗で、1Q黒字化に向けて着実に進行



© Demae-can Co., Ltd.

出前館のミッション・ビジョン

ミッション・ビジョンの実現に向けて、より安心安全で利用しやすいサービスを提供し、
より多くのユーザー様、加盟店様、配達員様に選ばれ続けるデリバリープラットフォームを目指す

ユーザー様
デリバリーをより利用しやすく



Mission 時間価値を高める

Vision 地域の人々の幸せをつなぐライフインフラ

配達員様
働く機会の創出・増加

加盟店様
新たなユーザー獲得・注文数増加

© Demae-can Co., Ltd.

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。

© Demae-can Co., Ltd.