

第10期（2009年8月期） 第3四半期（2009年3月～5月） 決算説明資料



夢の街創造委員会株式会社

2009年7月13日

夢の街創造委員会株式会社

（大阪本社）541-0057 大阪市中央区北久宝寺町4-4-2

06-4704-5401（TEL）06-4704-5402（FAX）

（東京支社）107-0052 東京都港区赤坂4-1-30 AKABISHI-

03-5545-3843（TEL）03-5545-3842（FAX）

1 . 2009年8月期 第3四半期決算概要

2 . 2009年8月期の経営状況

景気低迷による消費者の支出抑制傾向が強まり、デリバリー市場全体も軒並み昨対割れ状況となり、出前館のオーダー数は昨年を上回る数値とはなったが、その伸び率は予想を下回った。
また、広告市場も冷え込み広告販売も計画に至らない状況となった。

	09年8月期 中間期 (08/09～09/02)		09年8月期 3Q (08/09～09/05)	
		通期 進捗率		通期 進捗率
売上高	531	50.1%	803	75.8%
営業利益 営業利益率	97 18.3%	60.9%	170 21.2%	106.7%
経常利益 経常利益率	124 23.5%	59.4%	212 26.4%	101.1%

(注) 通期進捗率は2009年7月10日発表の09年8月期通期修正計画に対する進捗率です。

2009年8月期 第3四半期決算概要

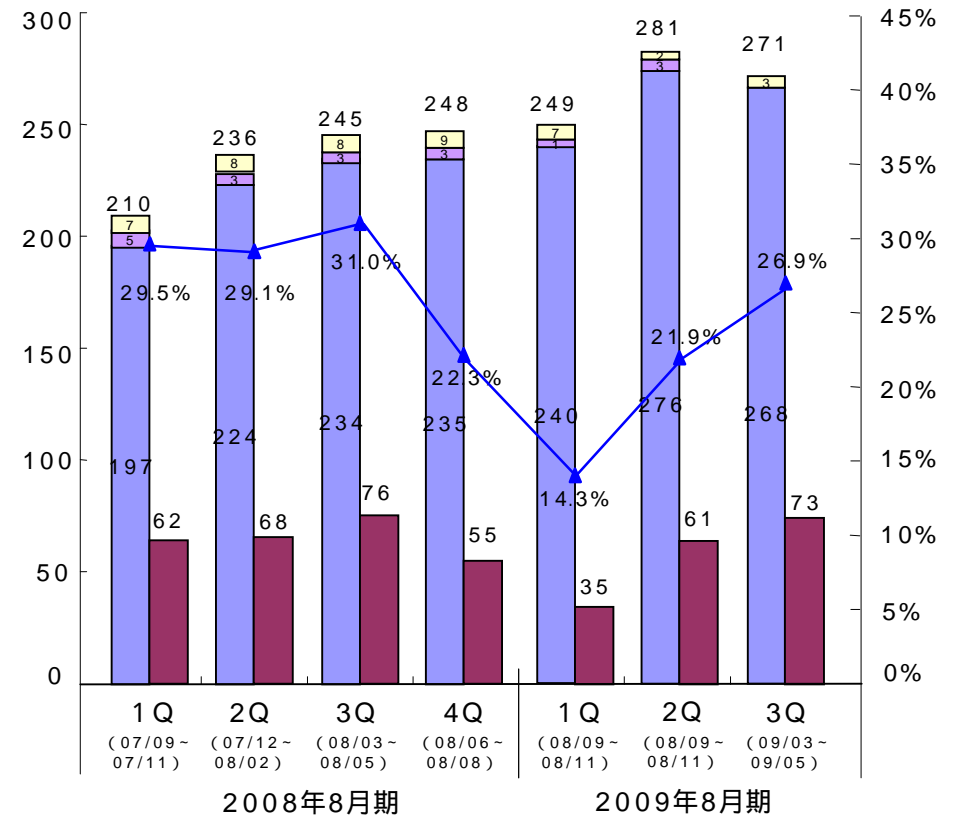
売上は前四半期より減少するものの、販管費が抑制されたことに伴い営業利益率が引き続き改善

(百万円)

	09年8月期 3Q (09/03~09/05)			09年8月期 2Q (08/12~09/02)		08年8月期 3Q (08/03~08/05)	
		前Q比	前年比		前年比		前年比
売上高	271	-3.5%	+10.8%	281	+19.4%	245	+24.5%
出前館事業	268	-2.9%	+14.7%	276	+23.0%	234	+29.2%
広告代理事業	0			2	-30.7%	3	-65.3%
駆けつけ館事業	3	+16.5%	-58.0%	3	-60.6%	8	+17.1%
売上原価	40	-5.5%	-5.4%	42	+12.0%	42	+21.3%
売上原価率	14.7%	-0.3pts	-2.5pts	15.0%	-1.0pts	17.3%	-0.5pts
売上総利益	231	-3.1%	+14.2%	239	+20.8%	202	+25.2%
売上総利益率	85.3%	+0.3pts	+2.5pts	85.0%	+1.0pts	82.7%	+0.5pts
販管費	158	-10.7%	+25.0%	177	+37.2%	126	+26.4%
販管費率	58.4%	-4.7pts	+6.6pts	63.0%	+8.2pts	51.7%	+0.8pts
営業利益	73	+18.6%	-3.8%	61	-10.2%	76	+23.2%
営業利益率	26.9%	+5.0pts	-4.1pts	21.9%	-7.2pts	31.0%	-0.3pts
経常利益	87	+14.3%	+9.4%	76	+6.0%	79	+22.5%
経常利益率	32.2%	+5.0pts	-0.4pts	27.2%	-3.4pts	32.6%	-0.5pts
四半期純利益	50	+19.1%	+17.6%	42	-1.5%	42	+14.8%
純利益率	18.4%	+3.5pts	+1.1pts	14.9%	-3.2pts	17.4%	-1.5pts

セグメント別売上高と営業利益の推移

(百万円)

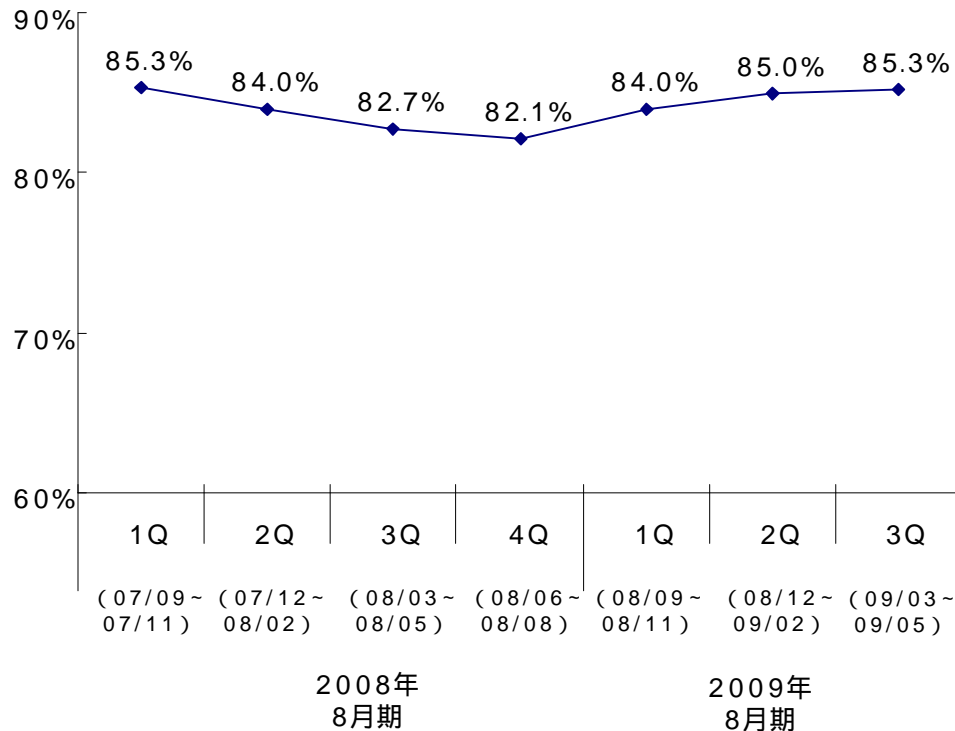


■ 出前館 ■ 広告代理 □ 駆けつけ館 ■ 営業利益 ▲ 営業利益率

- ポイント引当金の負担増による販管費の増加が前四半期より抑えられ、営業利益率は改善の方向

粗利率と販管費（内訳） 四半期ごとの推移

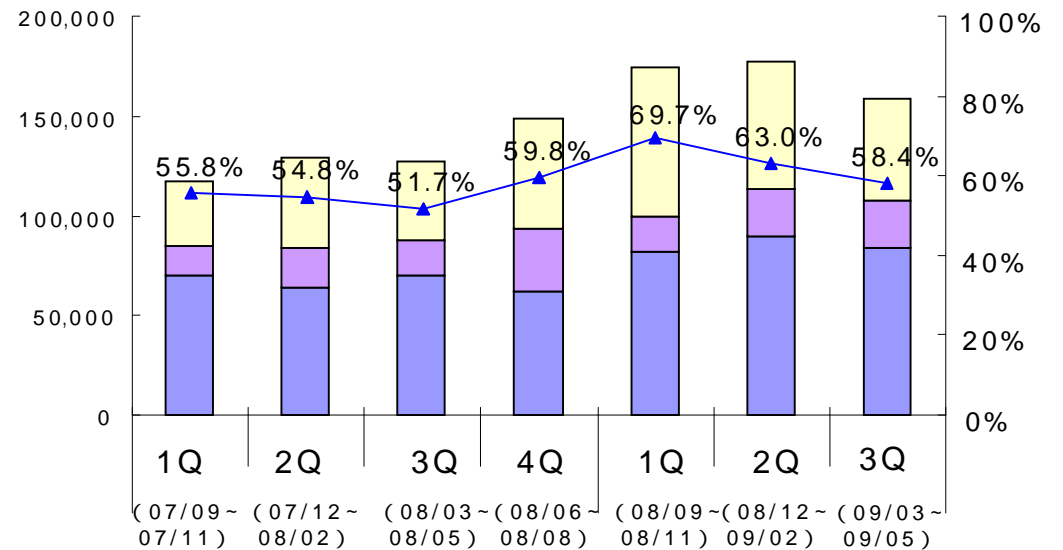
粗利率の推移



- 粗利額はやや未達なもの、粗利率は想定内の数値となった

販管費（内訳）の推移

(千円)



人件費	69,901	63,958	69,709	62,417	81,315	90,131	83,731
(内、求人費)	18,996	3,336	4,668	340	8,229	5,638	2,162
広告宣伝費	14,787	20,103	18,463	31,023	17,947	22,908	28,840
その他	32,697	45,375	38,736	55,440	74,814	64,553	46,100
販管費合計	117,386	129,438	126,908	148,881	174,077	177,593	158,672
販管費率	55.8%	54.8%	51.7%	59.8%	69.7%	63.0%	58.4%

■ 人件費* ■ 広告宣伝費 ■ その他 ▲ 販管費率

*人件費：役員報酬、給与（社員、アルバイト）、法定福利費、福利厚生費、求人費、旅費交通費

- ポイント引当繰入額（「その他」に算入）が前四半期より抑えられたことが寄与し、広告宣伝費が予定どおり増額するも、販管費総額は減額

事業拡大のための先行投資と今期業績修正について

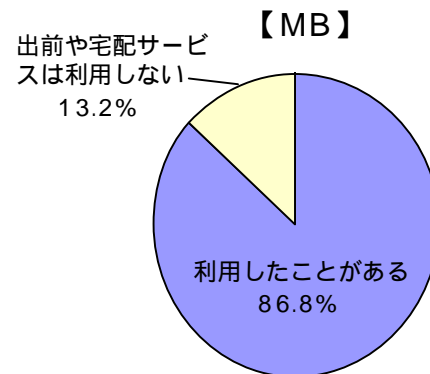
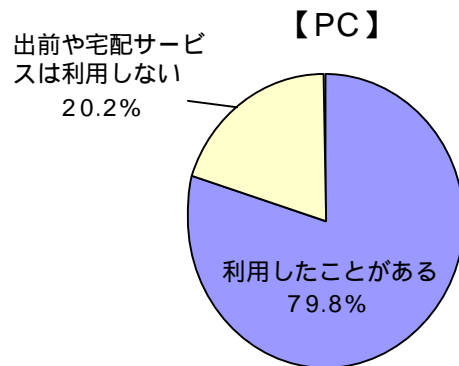
下記1～4を踏まえ、この時期が「出前館」知名度アップの最も効果的なタイミングと判断し、初のマス広告実施を決断いたしました。

- 1．WiiやTSUTAYAとの提携サービス開始による流入口の拡大
- 2．店舗数の拡大（約9,000店舗）による「出前館」サービスの充実
- 3．「宅配」への利用ニーズに対して、未だ低い「出前館」の知名度
- 4．景気低迷による広告市場の冷え込みから、稀に見る高効率な広告コストタイミング

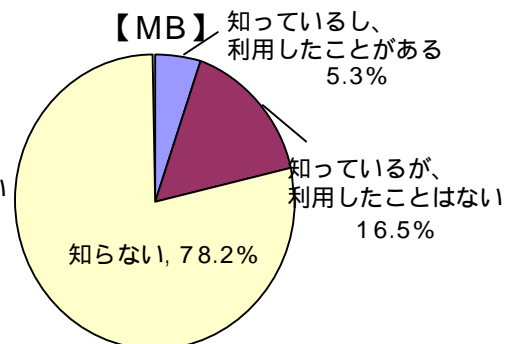
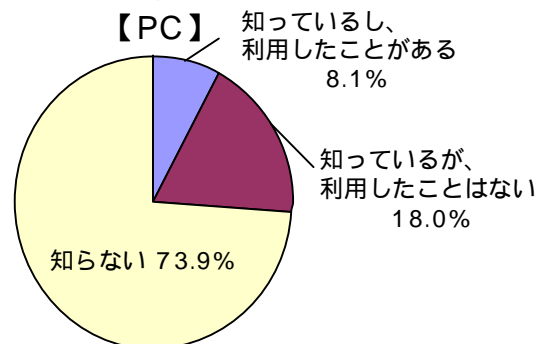
<ユーザーアンケート結果>

<09年8月期修正計画>

1年以内に出前、宅配サービスを利用したことがあるか？



出前館を知っているか？



2009年6月 TサイトによるWebアンケート

	09年8月期 通期計画 <small>(09年3月26日発表)</small>	09年8月期 通期計画 <small>(09年7月10日発表)</small>
売上高	1,120	1,060
営業利益 営業利益率	270 24.1%	160 15.1%
経常利益 経常利益率	320 28.6%	210 19.8%

TVCM等とWeb販促のメディアミックスプロモーションにより、認知度アップとともに14万人以上の新規会員獲得上乗せを図ります。

1 . 2009年8月期 第3四半期決算概要

2 . 2009年8月期の経営状況

3Qのトピックス


■ カルチュア・コンビニエンス・クラブ（株）と資本業務提携（3月）

T会員に「出前館」を中心とする当社サービスを提供し、出前館会員にTポイントをはじめとするサービスを導入することでシナジーを創出

2009年6月（4Q）より数々の施策を開始しています

「出前館」の姉妹サイトとして「TSUTAYA × 出前館」をオープン（4Q 6月1日～）
TSUTAYA DISCAS、TSUTAYA店舗等での大量の告知&新規顧客の誘導を開始（4Q 6月1日～）

	会員：約1496万人 (注) 2009年5月現在
	会員：約72万人 (注) 2009年6月現在
	会員：約3,212万人 (注) 2009年4月現在

	店舗数：1373店舗 (注) 2009年6月現在
---	-----------------------------



「TSUTAYA × 出前館」サイト



「TSUTAYA × 出前館」ロゴ

3Qのトピックス

TSUTAYA DISCASを出前館に出店（4Q 6月1日～）

TSUTAYA onlineを出前館に出店（4Q 6月22日～）

ピザや弁当と一緒にレンタルDVDやショッピングができる機会を創出！



出前館サイト出店「TSUTAYA DISCAS」



出前館サイト出店「TSUTAYA online」

FUNポイントとTポイントの交換が可能に（4Q 6月1日～）

出前館においてTポイントの付与・還元が可能に（来期2Q～(予定)）



（注）Tポイントとは、全国53社、約28,800店舗で貯めて使える共通ポイントです。Tポイントは、全国約12000店舗の発行拠点でTカードを発行いただくことで利用できます。Tカードの会員が、Tポイント導入店舗でお買い物をする際にTカードを提示すると利用金額に応じて「Tポイント」が貯まります。貯まったTポイントは、TSUTAYA、ファミリーマート、ブックオフ、ガスト、すかいらーく、カメラのキタムラなどで使える他、楽天スーパーポイントやANAのマイルとも交換できます。

3Qのトピックス

■ Wii® (任天堂) での「出前チャンネル」スタート (5月26日)

- PC、モバイルに続く、TVという大きなチャネル獲得への布石
- 新たなユーザー層の獲得、知名度向上への寄与、出前注文にネットを使う文化の浸透に期待
- オーダーだけでなく、ユーザーからのお店のリクエストも多数



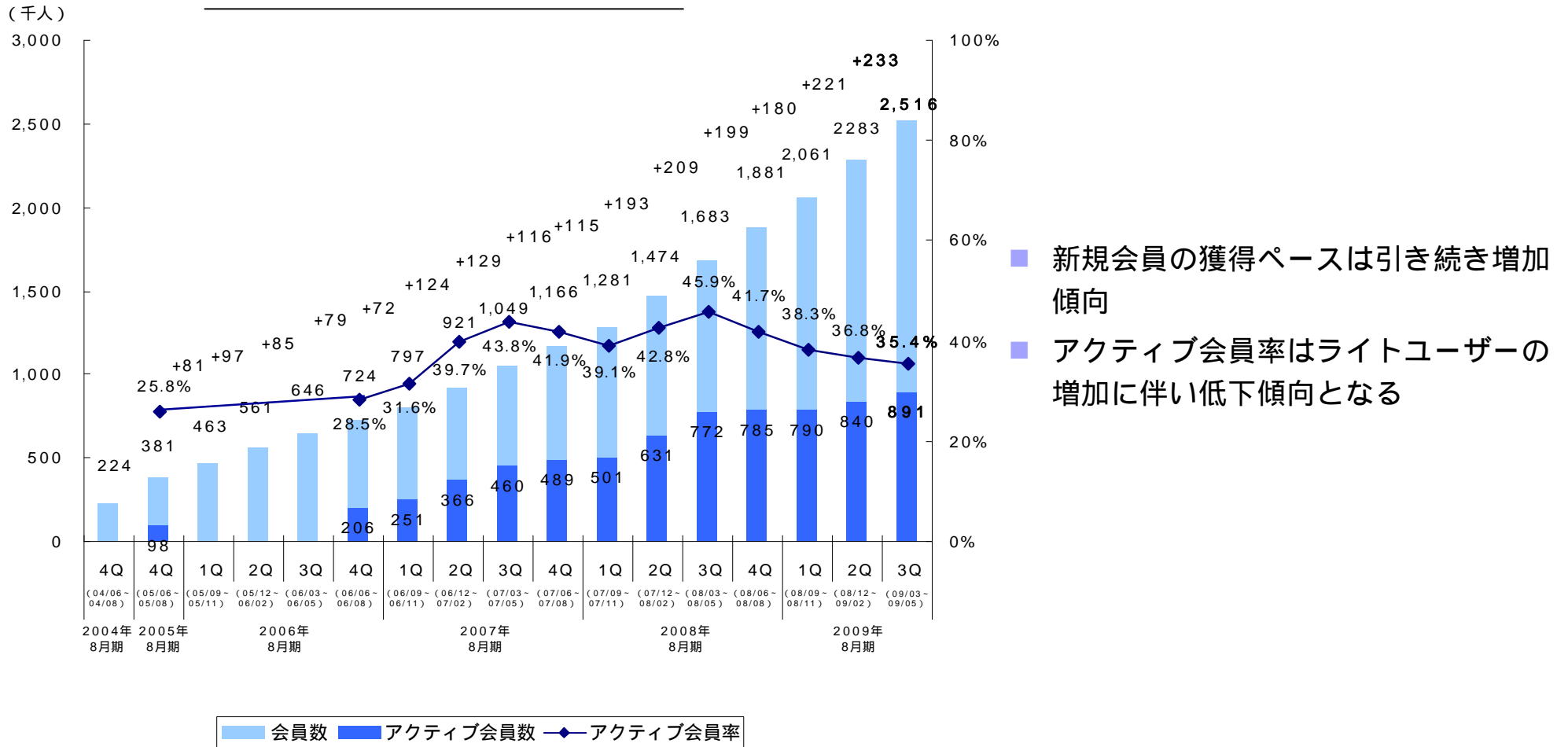
「出前チャンネル」ロゴ



「出前チャンネル」注文イメージ

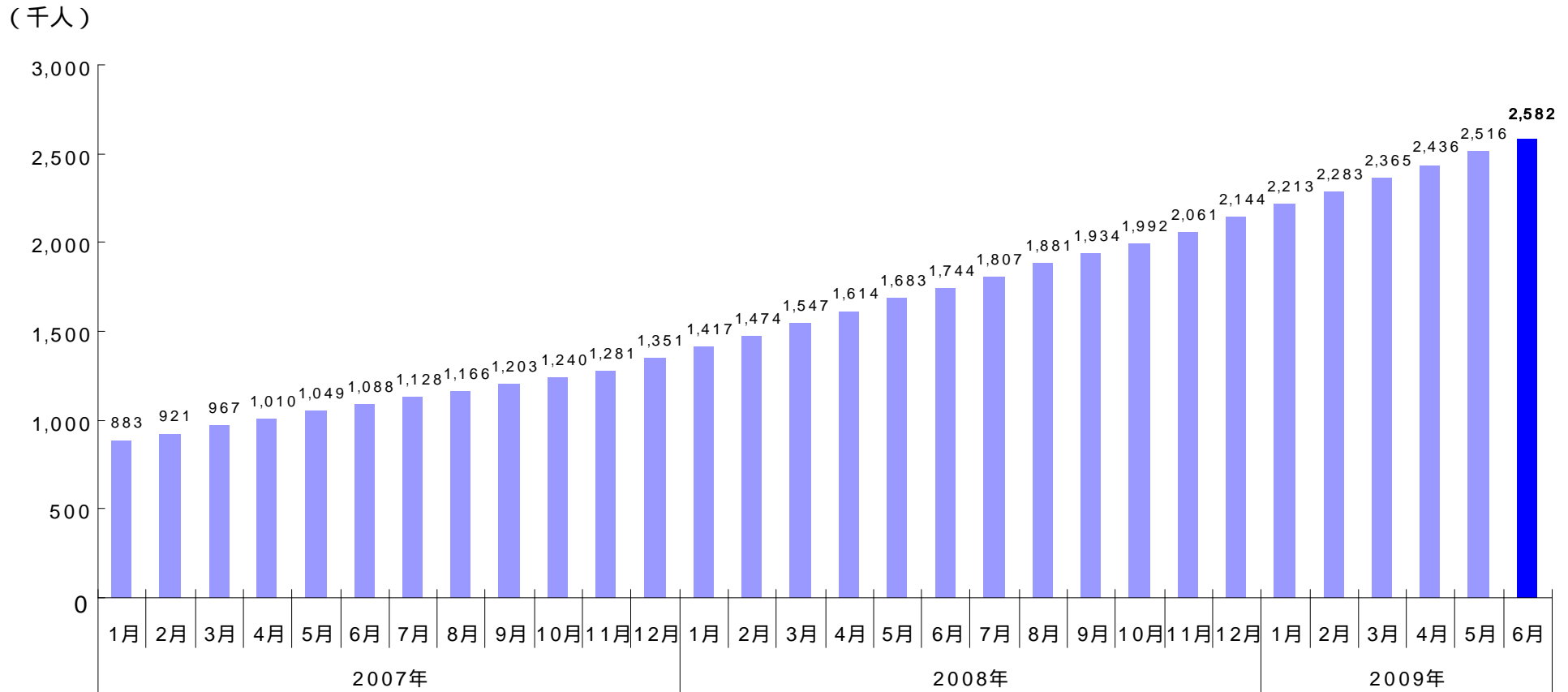
会員数は前期 2 Q 以降の増加ペースを維持

会員数とアクティブ会員率の推移



アクティブ会員：過去「6ヶ月以内」に最低1回利用した会員
 会員数、アクティブ会員数、アクティブ会員率は四半期末時点の数字

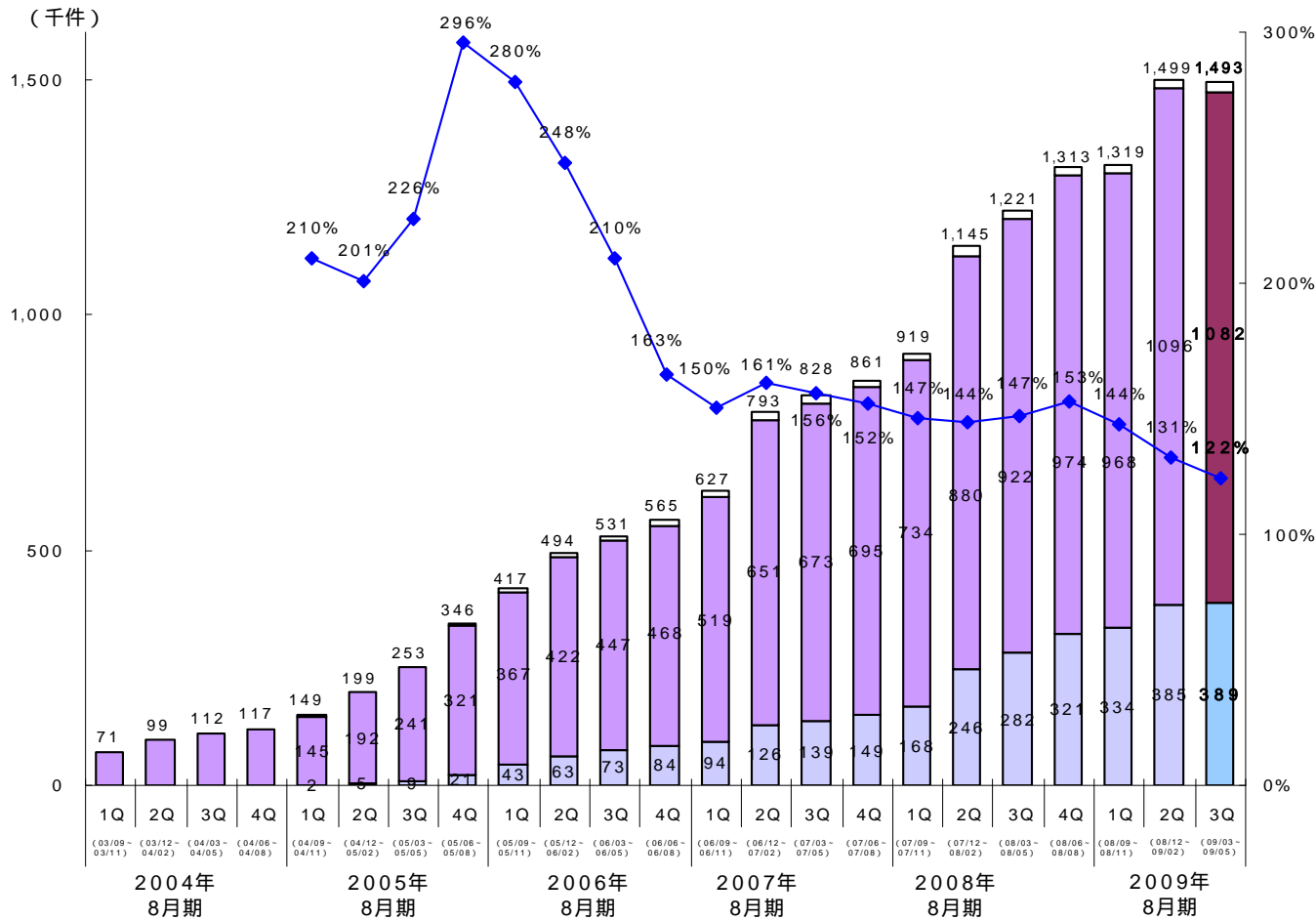
(参考) 『出前館』会員数の推移



(注) 会員数は、当社が運営する「出前館」、及び提携サイトの会員数の月末時点での合計です。

主要な経営指標 オーダー（注文）数

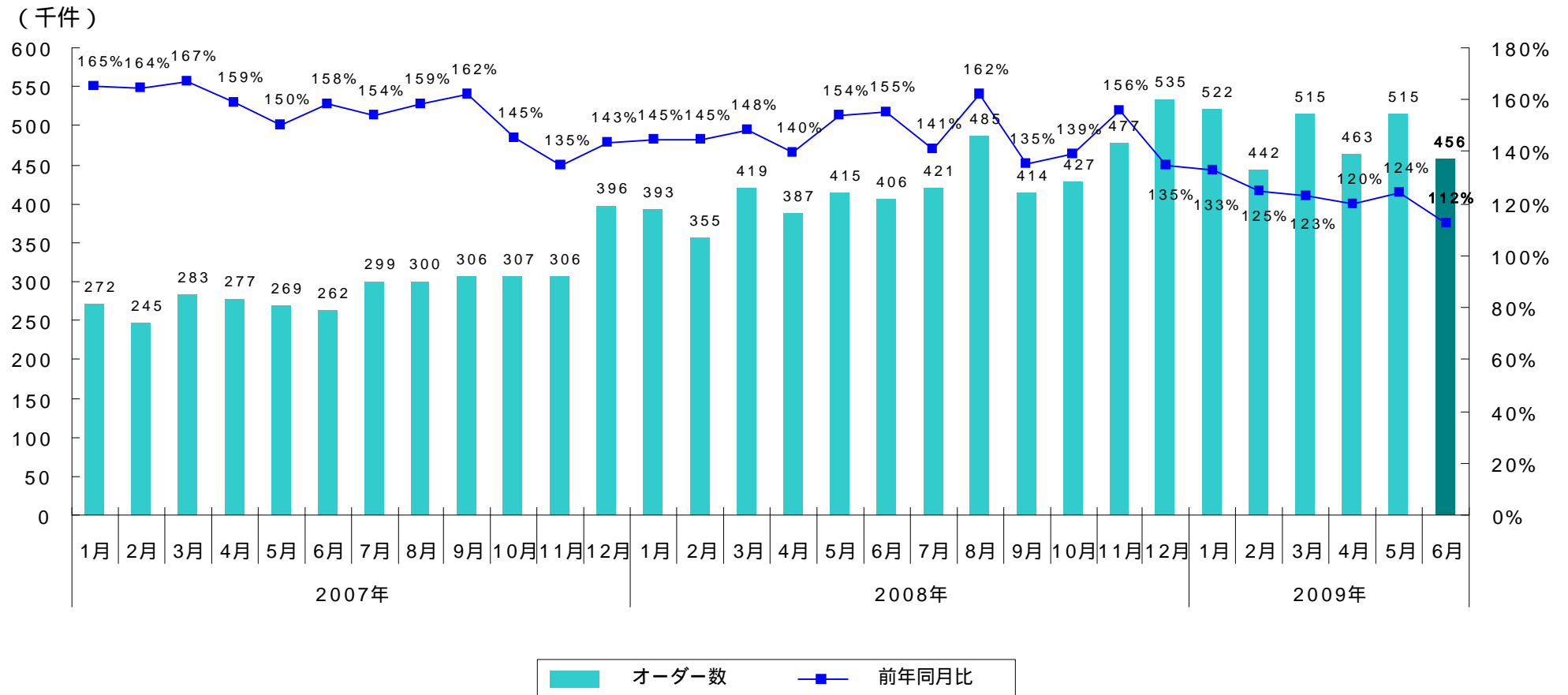
オーダー数は前四半期とほぼ横ばいで推移
 オーダー数の推移



不況による個人消費の落ち込みの影響を受けながらも、PC、モバイルともにほぼ前四半期のオーダー数を維持

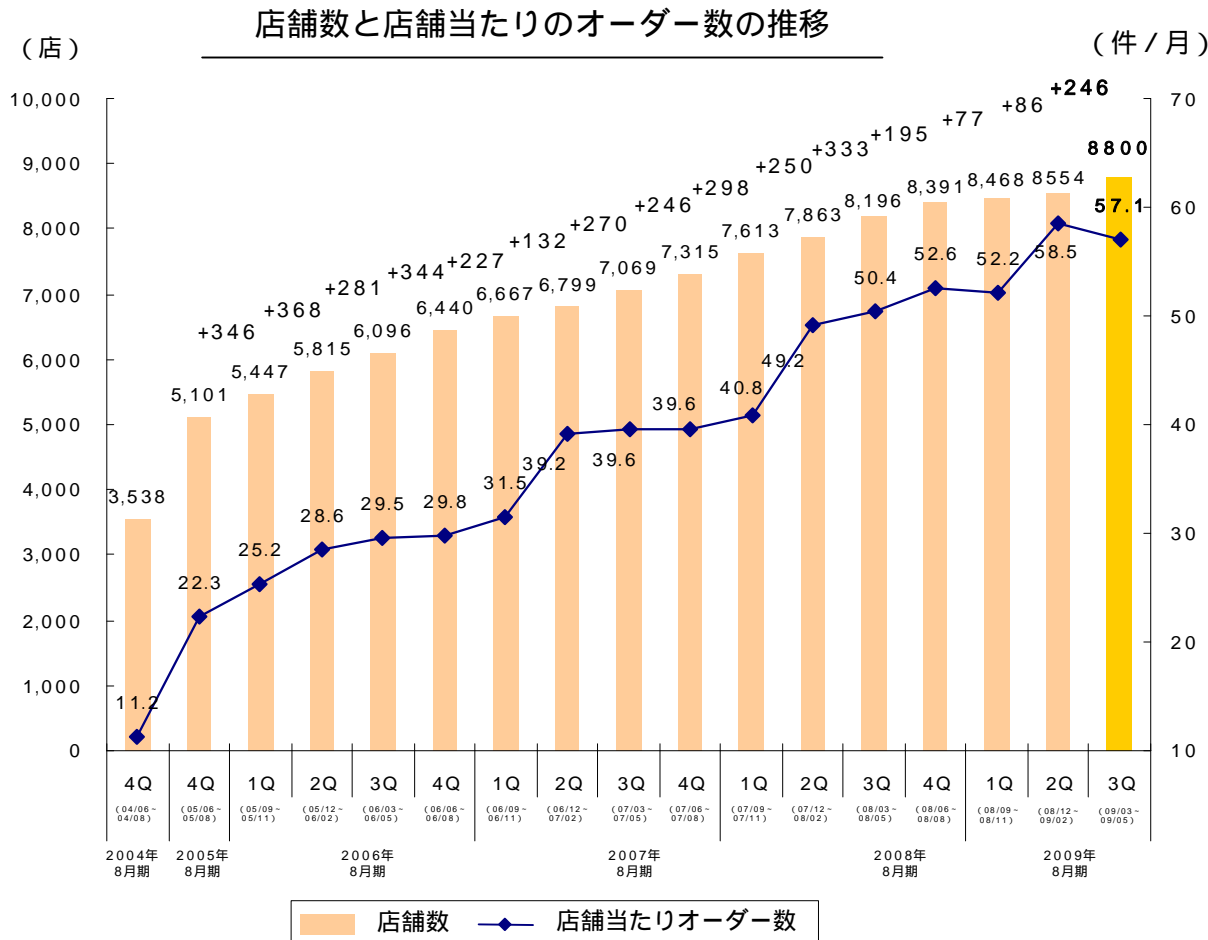
■ PC ■ モバイル □ その他 ◆ 前年同期比

(参考) 『出前館』月間オーダー総数の推移



(注) オーダー数は、当社が運営する「出前館」、及び提携サイトから注文された数の合計です。

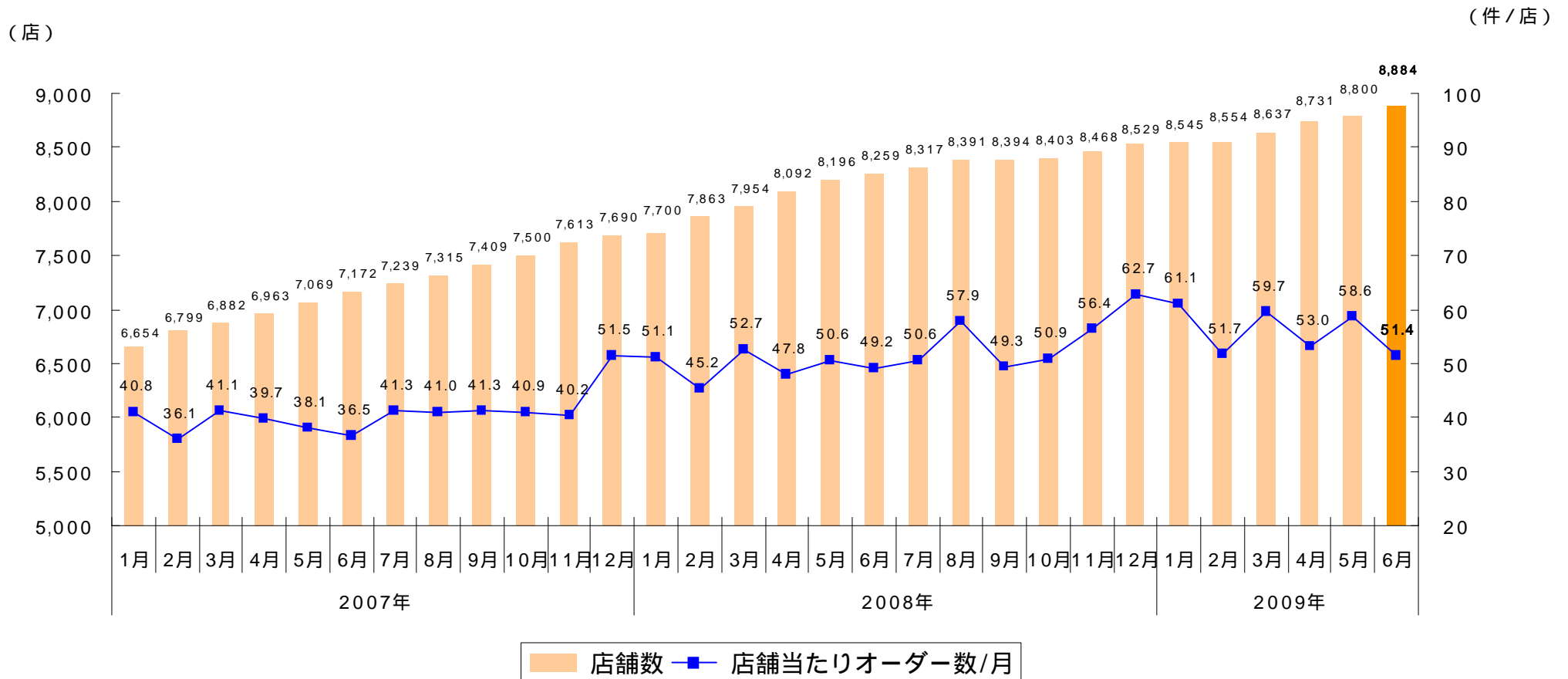
新規加盟店数の大幅な増加により純増数が着実に増加



- 新規加盟獲得数（3Qで336店加盟）は、従来の営業リスト開拓手法に加え加盟店向けセミナー等の実施で拡大
- 注力している個店の獲得に弾みがついている（3Qで205店加盟）

店舗数は四半期末時点の店舗数
 店舗当たりのオーダー数は、期間内平均オーダー数 / 期間内平均店舗数で算出

(参考) 『出前館』掲載店舗数の推移



(注) 店舗数は、当社が運営する「出前館」、及び提携サイトを利用して注文ができる店舗数の月末時点での合計です。

主要な経営指標 加盟店舗数（内訳）

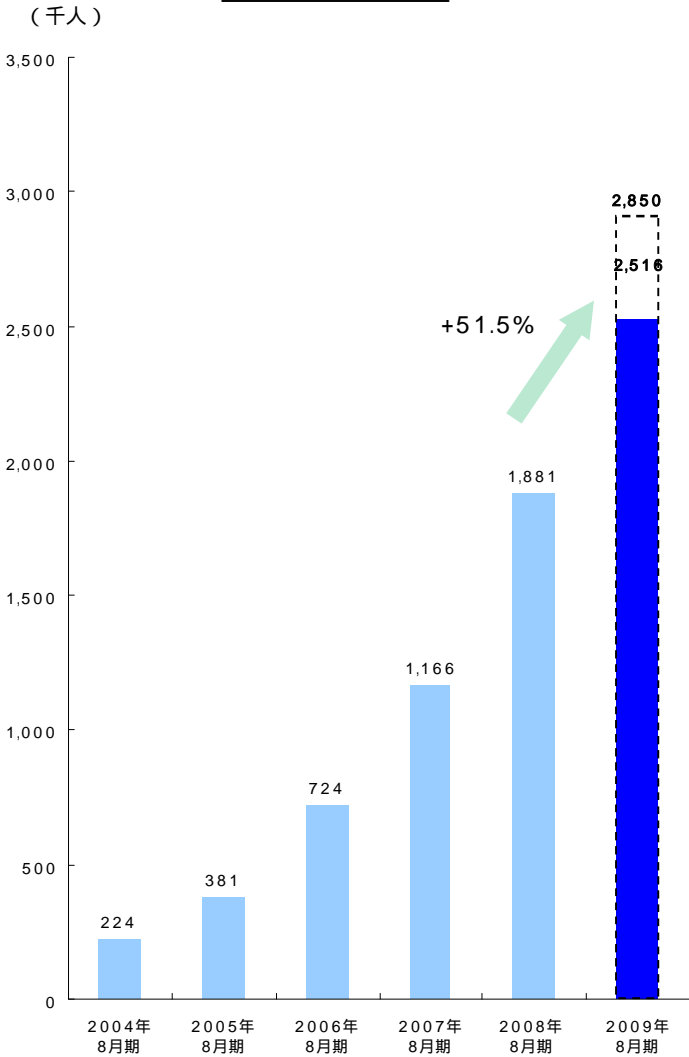
出前館からのオーダーを早期に見込みやすい個店リストへのアプローチを進行中

残対象店舗数 (2008年8月末時点)	方針	2008年8月期					2009年8月期		
		1Q (07/09~07/11)	2Q (07/12~08/02)	3Q (08/03~08/05)	4Q (08/06~08/08)	合計	1Q (08/09~08/11)	2Q (08/12~09/02)	3Q (09/03~09/05)
既加盟チェーンの 未加盟FC店 約 800店	大手チェーンとのシステム連動の推進により、未加盟のFC店について、全店加盟を目指す。	92店	61店	95店	129店	377店	112店	114店	177店
未加盟の 全国/地場チェーン 約 4,000店	10店舗程度のチェーンが中心。課題である地方の店舗開拓に欠かせない存在であると認識し、チェーン発掘と営業に注力。	202店	55店	74店	65店	396店	7店	36店	55店
街の中華屋、蕎麦屋等の 個人商店 約 30,000店 (出前を積極的に行っているところのみ)	全国の宅配店舗をスクリーニングし、DB化。販促効果が得やすい店舗層から優先的にアプローチ。	157店	248店	279店	186店	870店	151店	186店	205店
		451店	364店	448店	380店	1,643店	270店	336店	437店
		(退店：153店)	(退店：114店)	(退店：115店)	(退店：185店)	(退店：567店)	(退店：193店)	(退店：250店)	(退店：191店)
		+298店	+250店	+333店	+195店	+1,076店	+77店	+86店	+246店

10期目標：709店（純増）

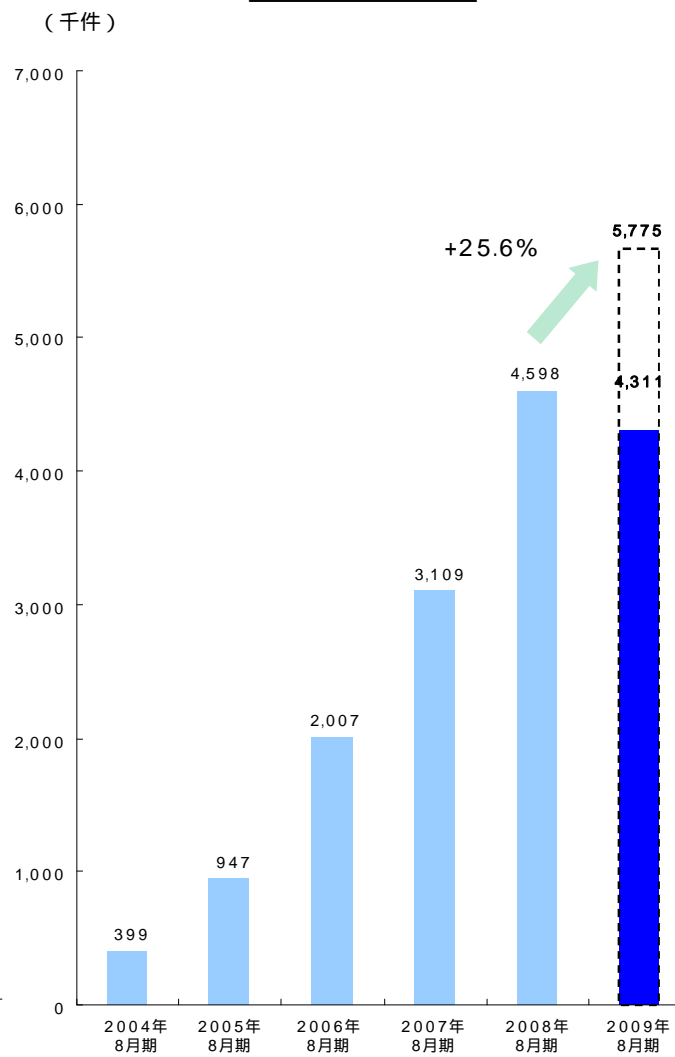
主要な指標の達成状況

会員数



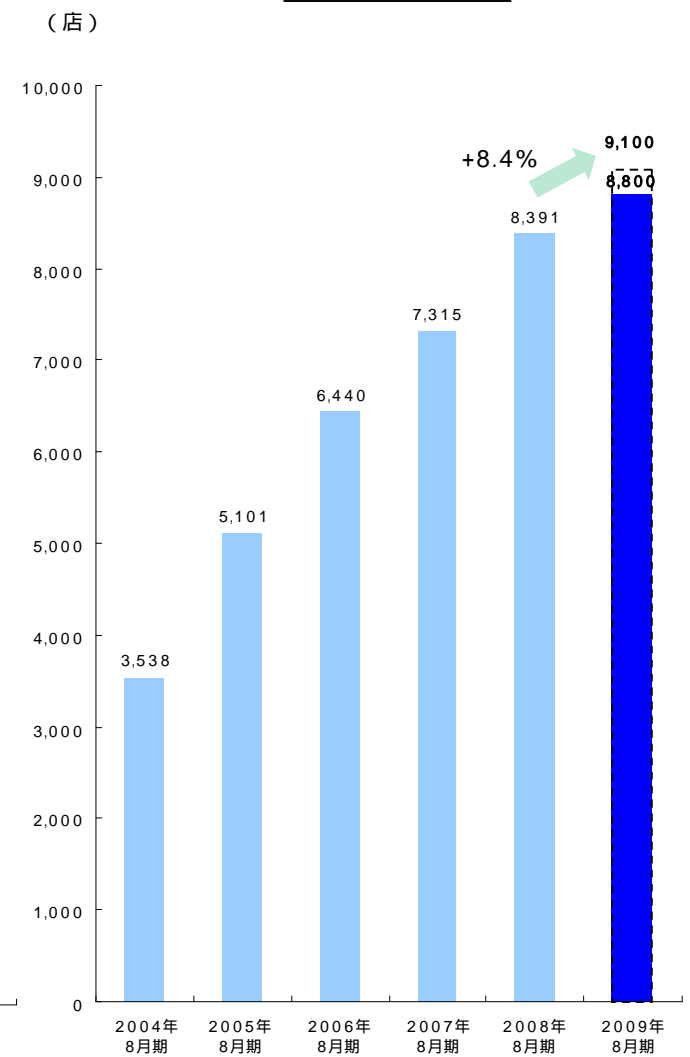
➡ 進捗率：65.5% (純増)

オーダー数



➡ 進捗率：74.6%

店舗数



➡ 進捗率：57.7% (純増)

(注) 進捗率は2009年7月10日発表の09年8月期通期修正計画に対する進捗率です。

当資料取扱上の注意点

当資料に記載されている、当社の計画や戦略、業績に関する予想及び見通しのうち、歴史的事実を含んでいないものは、当社が現時点で把握可能な情報から判断した想定及び所信に基づくものであります。実際の業績は様々な要因により大きく異なる結果となる可能性もある事をご承知おきください。

法律上必要とされる場合を除いて、当社は事前の予告なく、将来の見通しに関する記述を見直したり、将来の見通しの根拠となった仮定及び要因についての変更を行うことがございますので、ご了承下さい。

IRに関するお問い合わせ：
経営企画G 03-5545-3843
ir@yumenomachi.co.jp