

株式会社 **ぐるなび**

2018年3月期 第3四半期 決算説明会資料



- 修正通期予想(2017年10月30日発表)に対して、概ね計画通りの進捗
- 月間ユニークユーザー数・ぐるなび会員数が引き続き増加
- 再来期(2020.3期)からの飲食店支援事業成長加速に向けた取り組みを推進(詳細 P.10~P.19)

売上高	27,100百万円	前年同期比	-1.0%
営業利益	3,985百万円	前年同期比	-21.0%
営業利益率	14.7%	前年同期比	-3.7 ポイント
親会社株主に帰属する四半期純利益	2,713百万円	前年同期比	-21.6%
1株当たり四半期純利益 (EPS)	58.02円	前年同期比	-21.3%

有料加盟店舗数	61,045店 (2017年12月末)	前年同期末比	+0.4%
月間ユニークユーザー数	6,500万人	(2017年12月現在、2016年12月は6,100万人)	
ぐるなび会員数	1,579万人	(2018年1月1日現在、2017年1月は1,465万人)	

(単位：百万円)	2017年3月期 第3四半期累計	対売上高 比率	2018年3月期 第3四半期累計	対売上高 比率	前年同期比 増加率
売上高	27,365	100.0%	27,100	100.0%	-1.0%
売上原価	6,393	23.4%	7,356	27.1%	+15.1%
売上総利益	20,972	76.6%	19,743	72.9%	-5.9%
販売費及び一般管理費	15,927	58.2%	15,758	58.1%	-1.1%
営業利益	5,045	18.4%	3,985	14.7%	-21.0%
経常利益	5,062	18.5%	4,002	14.8%	-20.9%
税引前四半期純利益	5,062	18.5%	4,002	14.8%	-20.9%
親会社株主に帰属する四半期純利益	3,462	12.7%	2,713	10.0%	-21.6%

(単位：百万円)	2017年3月期 第3四半期累計	2018年3月期 第3四半期累計	前年同期比 増加率
売上高	27,365	27,100	-1.0%
飲食店販促サービス	25,053	24,821	-0.9%
ストック型サービス	23,156	22,308	-3.7%
スポット型サービス	1,896	2,513	+32.5%
プロモーション	607	615	+1.2%
関連事業	1,705	1,663	-2.5%

【飲食店販促サービス】

業務支援サービスに営業を中心とした経営資源を投下

・ストック型サービス

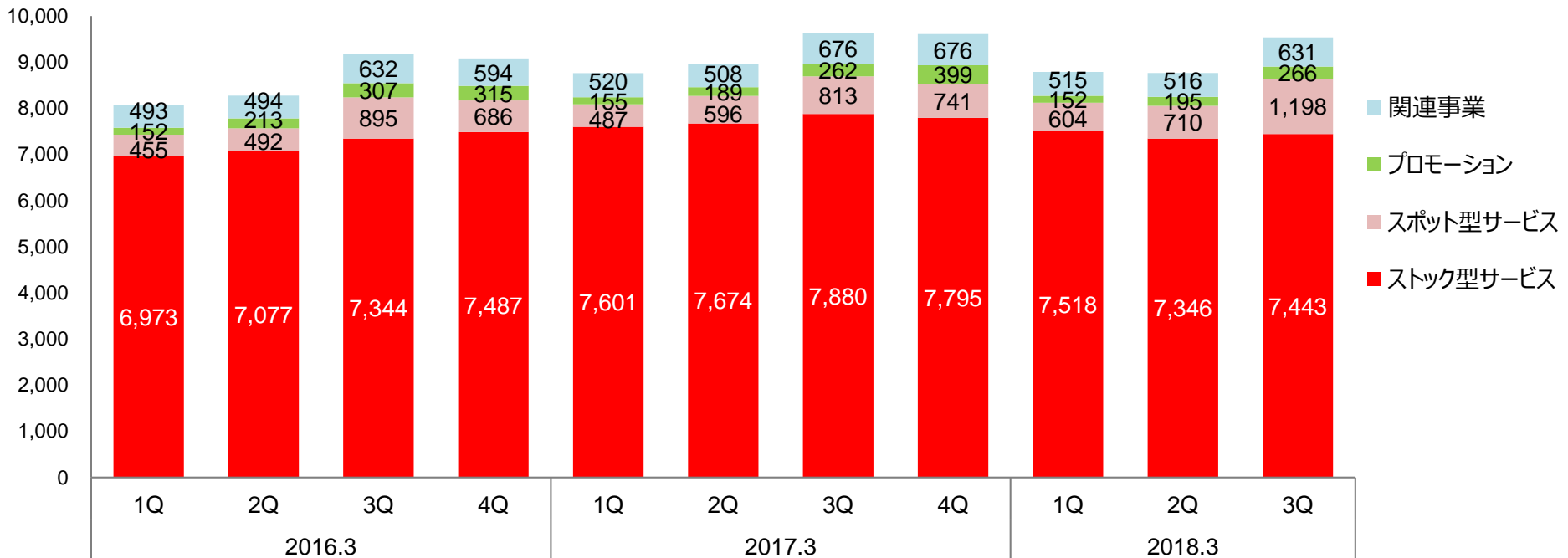
└ 減額は落ち着いたが、引き続き前年同期比やや高水準
(3QはQoQで増加)

└ 経営資源配分の変更により、従来型販促サービスの受注が低調

・スポット型サービス

└ ネット予約手数料、業務支援サービスが寄与

(百万円)



① 外部要因：飲食店の経営環境の変化

飲食店は人手不足の深刻化が経営のボトルネックとなり成長投資に振り向けられない状況
(採用難※に伴う出店計画の見直し、一層の集客増のための販促活動の抑制等)

※ 2017年12月 有効求人倍率・・・接客・給仕の職業：4.31倍（全体：1.52倍） 出典：厚生労働省

② 内部要因：当社資源配分の変更

外食産業のボトルネック解消に向けた施策を加速すべく、加盟店営業の活動内容を変更

《前期まで》 ・ 販促商品に関する提案中心

《今期より》 ・ 飲食店業務の効率化に資する業務支援サービスの提案強化

※ **ぐるなびPOS+は契約数拡大および設置が順調に進捗**

主にスポット型売上に寄与（導入時に発生する機器代および設置代等）

※ **3Qより、台帳システム(10月提供開始)の提案に注力**

・ 飲食店が必要とする商品・サービスの開発に向けた経営全般の情報収集の強化

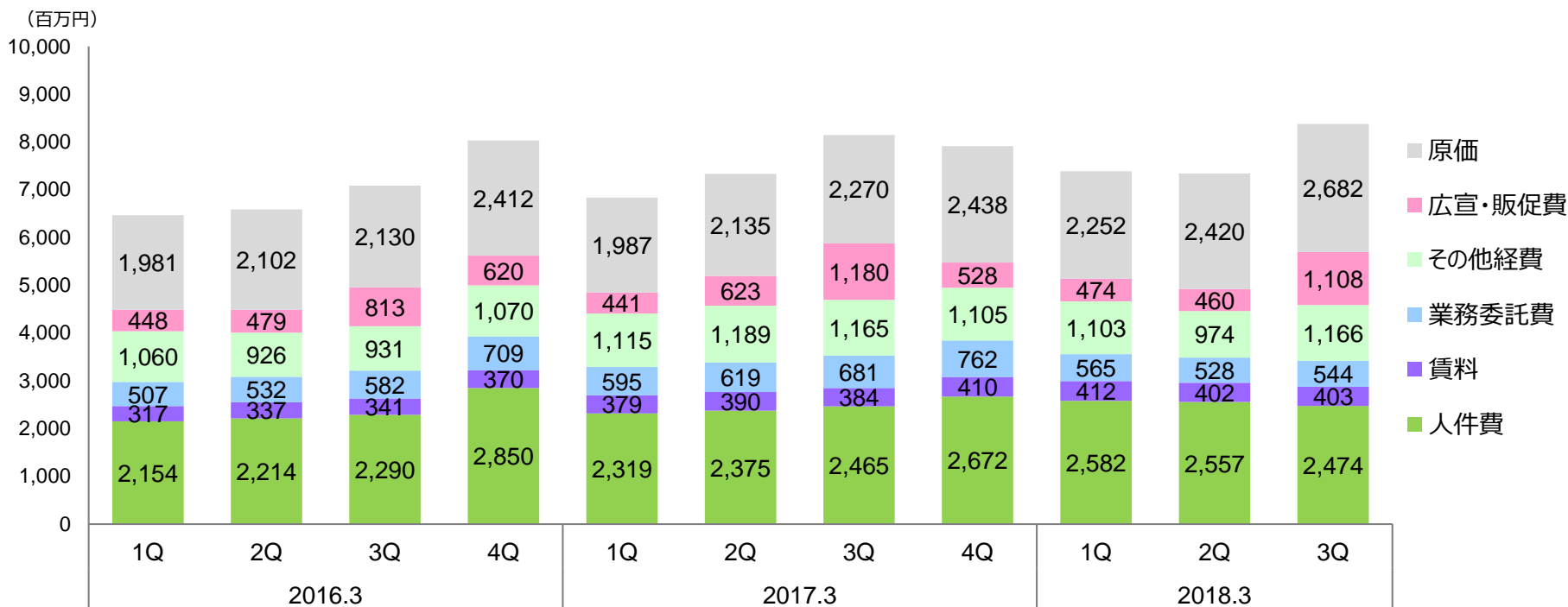
(単位：百万円)	2017年3月期 第3四半期累計	対売上高 比率	2018年3月期 第3四半期累計	対売上高 比率	対売上高 比率増減
総費用	22,320	81.6%	23,114	85.3%	+3.7 p
売上原価	6,393	23.4%	7,356	27.1%	+3.7 p
販売費及び一般管理費	15,927	58.2%	15,758	58.1%	-0.1 p
人件費	7,160	26.2%	7,613	28.1%	+1.9 p
賃借料	1,154	4.2%	1,218	4.5%	+0.3 p
業務委託費	1,896	6.9%	1,638	6.0%	-0.9 p
広宣・販促費	2,245	8.2%	2,043	7.5%	-0.7 p
その他	3,470	12.7%	3,244	12.0%	-0.7 p

【売上原価】

- ・中長期的成長に向けたソフトウェア投資により、減価償却費が増加（予約システム、eコマース、外国語版関連等）
- ・新たな事業やサービスの構築に向けて前期実施したエンジニア増強により、労務費が増加
- ・業務支援サービスの提供開始に伴い、各機器の仕入れコストが発生

【販売費及び一般管理費】

- ・事業領域の拡大に向けて前期実施した人員増強（主に企画スタッフ）により、人件費が増加（人員増強は前期で一巡、今後大幅な増員なし）
- ・新規分野において積極的な費用投下を行いつつ、効率化およびコストコントロールを実施



- 中長期的成長に向けたソフトウェア投資により「無形固定資産」が増加
- サービス連携・協業を目的とした出資の推進により「投資その他の資産」が増加

(単位：百万円)	2017年3月末	2017年12月末	前期末比	(単位：百万円)	2017年3月末	2017年12月末	前期末比
流動資産合計	15,661	14,653	△ 1,008	流動負債合計	5,647	5,325	△ 321
現金・有価証券	7,922	6,504	△ 1,417	未払金	2,241	2,585	343
受取手形及び売掛金	4,663	4,926	262	未払法人税等	714	491	△ 223
未収入金	1,893	2,117	224	賞与引当金	1,042	347	△ 695
貸倒引当金	△ 274	△ 309	△ 35	ポイント引当金	148	229	80
その他	1,456	1,414	△ 41	その他	1,500	1,672	172
固定資産合計	8,255	9,624	1,368	固定負債合計	231	233	1
有形固定資産	1,090	1,105	15	負債合計	5,878	5,558	△ 319
無形固定資産	4,822	5,531	708	純資産合計	18,038	18,719	680
投資その他の資産	2,342	2,987	645	自己資本	18,013	18,698	684
資産合計	23,917	24,277	360	負債純資産合計	23,917	24,277	360

2018年3月期 通期 連結業績予想



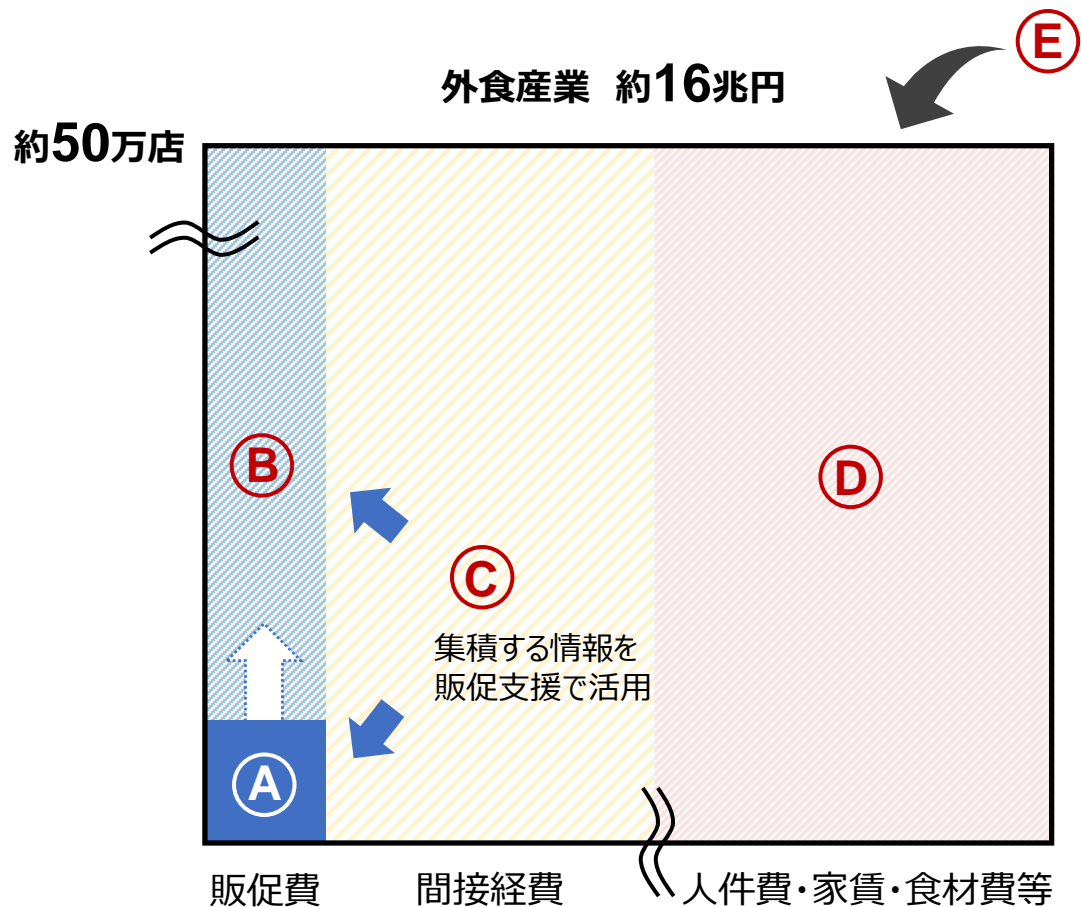
■ 前回発表予想 (2017年10月30日) からの変更なし

(単位：百万円)	2017年3月期 (実績)	2018年3月期 (予想)	前期比
売上高	36,979	35,800	-3.2%
営業利益	6,740	4,500	-33.2%
営業利益率	18.2%	12.6%	-5.6 ポイント
経常利益	6,813	4,500	-34.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,799	3,000	-37.5%
1株当たり当期純利益 (EPS) : 円	102.25	64.14	-37.3%
1株当たり配当金 : 円	42.00	44.00	+4.8%
自己資本当期純利益率 (ROE)	25.1%		

- 引き続き、業務支援サービスの提案に注力
- ストック型販促サービスの回復は来期以降の見通し

中長期的成長に向けた取り組み





E 【産業活性化支援】

インバウンド需要の取り込み
中食市場の取り込み

業務支援

D 【経営資源の調達支援】

人材や物件といった経営資源の
調達活動支援を推進

C 【店内業務のICT化支援】

業務ICT化支援を推進するとともに、
集積情報を活かし販促支援領域を拡大

販促支援

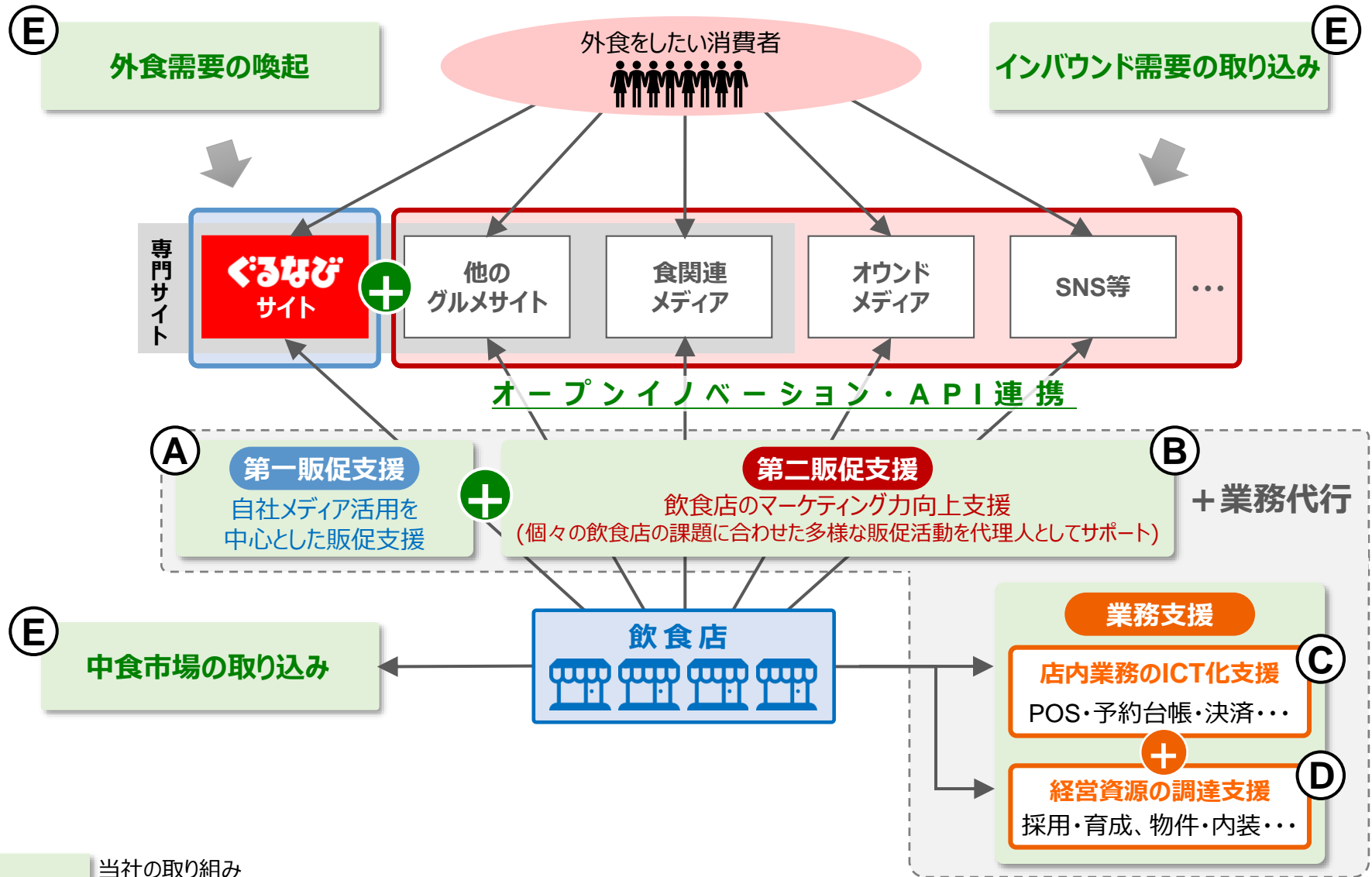
B 【第二販促支援】

飲食店の個々の課題に合わせた
多様な販促支援を推進

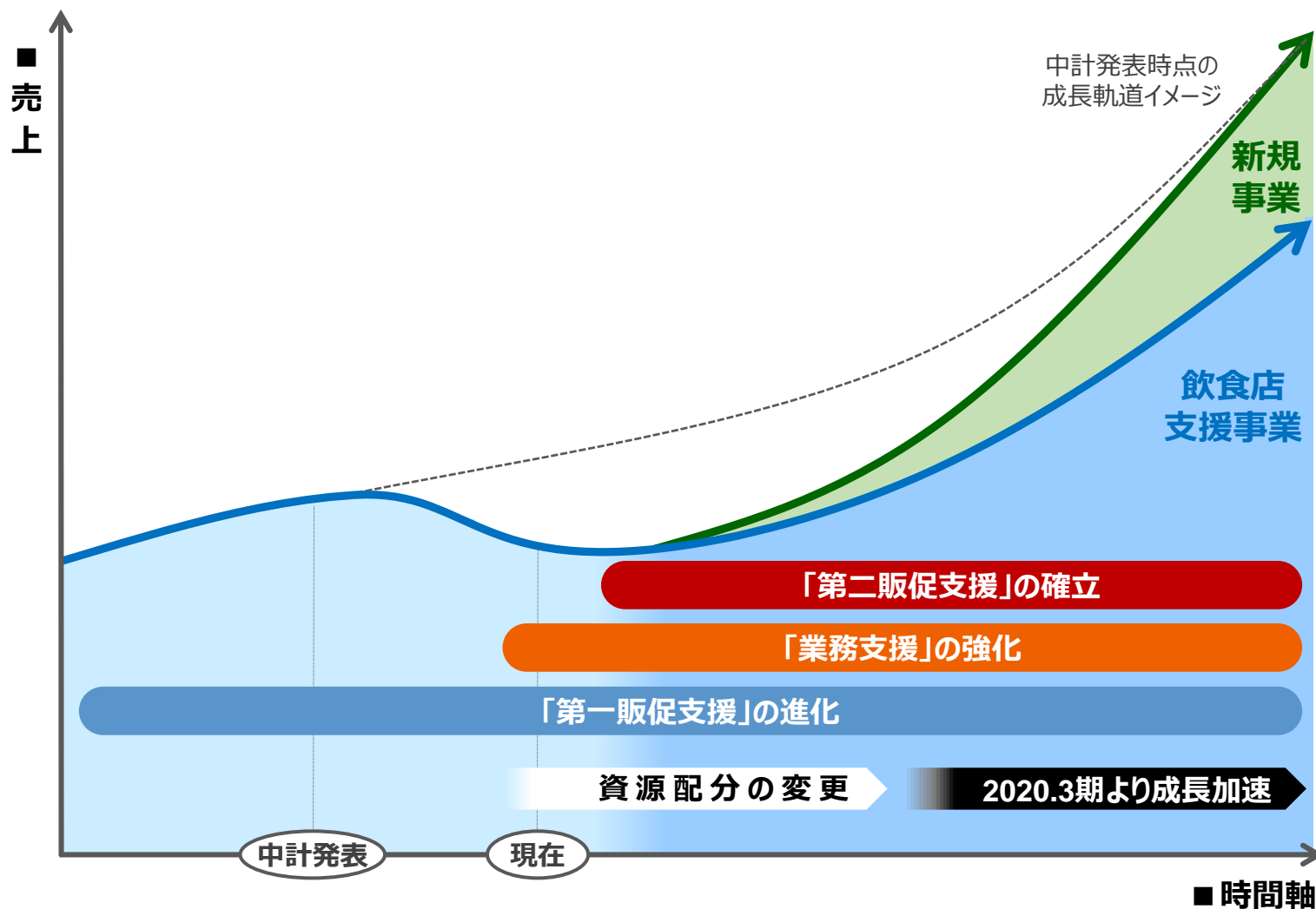
A 【第一販促支援】

自社メディア活用を中心とした
飲食店の販促支援を推進

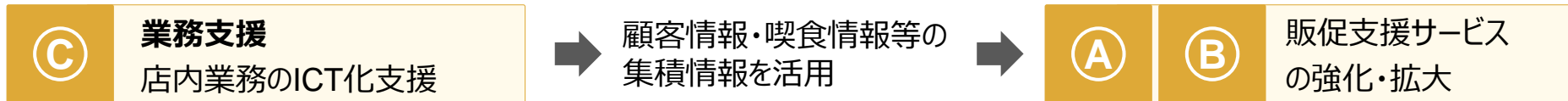
中計に掲げる飲食店支援領域拡大を具現化し外食の総合支援へ



中長期的成長に向けた施策を推進し、 再来期(2020.3期)より成長加速・中期経営計画の達成へ



①ぐるなびPOS+(ポスタス) ぐるなび台帳 ～ 飲食店の生産性向上 ～



店内業務ICT化サービス概要



当社サービスがもたらす飲食店の生産性向上

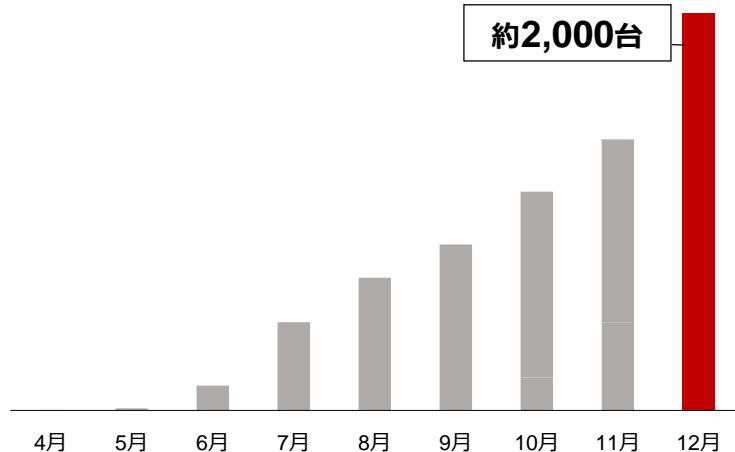
業務の効率化・人手不足対応

- ・ 注文、会計等のオペレーション改善
- ・ 予約管理、顧客管理の業務負荷軽減
- ・ 配席管理の効率化
- ・ 売上動向のリアルタイム把握による予算管理の効率化・精度向上

売上向上

- ・ 予約機会ロスの最小化
- ・ メニュー分析による商品開発力の向上
- ・ 来店、注文履歴情報等の活用による接客サービス力の強化
- ・ データに基づく効果的なリピート販促の実施

店内業務ICT化サービス契約台数



今後の展開

- 台帳システムを中心に、引き続き飲食店業務のICT化を推進
- ➔ 集積データを活用した販促支援サービスの強化により受注の拡大・減額の抑制へ

②訪日外国人向け事前決済型予約 ～ 海外サイトとの提携強化～

B

第二販促支援

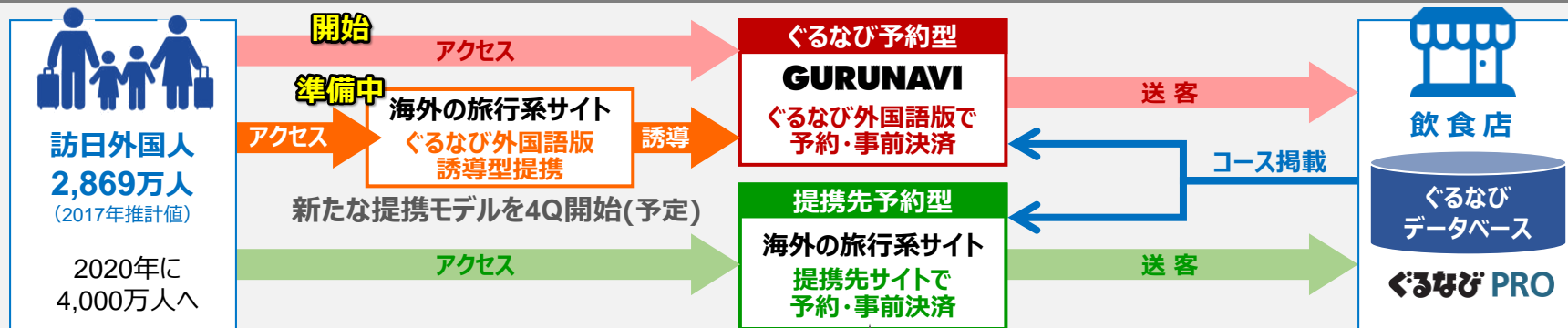
他サービスとの連携、多くの消費者にリーチ

E

産業活性化支援

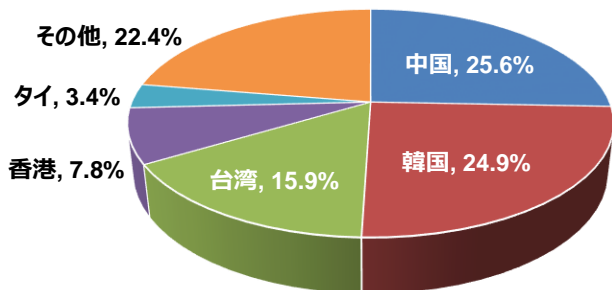
インバウンド需要の取り込み

事前決済型予約連携の全体像



新たに中国の大手O2Oサイト、台湾の大手旅行会社それぞれと契約を締結

2017年 訪日外国人旅行者数割合 (国・地域別)



東アジアを中心に
海外サイトとの連携を推進

出典：日本政府観光局 (JNTO)

加盟飲食店の声

- 「店舗情報を掲載してすぐに予約が入ってきた。」
- 「通常の予約だとキャンセルも多いが、キャンセルがないのでスムーズに運用できる。」

▶ 訪日外国人集客に繋がるだけでなく、事前決済により飲食店の抱える無断キャンセルリスクを軽減

今後の展開

- 送客力向上とともに外国語版の認知度向上に向けて、当社サイト誘導型提携にも注力
➡ ターゲット店舗を明確に営業提案を実施、来期後半より予約手数料売上拡大へ

A

第一販促支援

自社メディア活用を中心とした販促支援

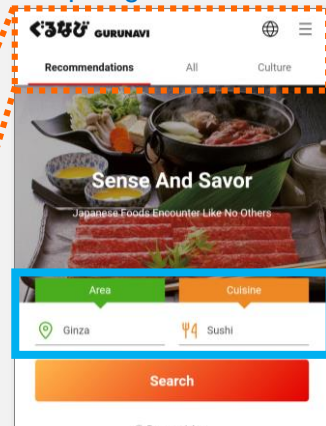
point 1 ターゲットを明確に情報を整理

初訪日の外国人向け
人気の全国23エリア・20の料理ジャンルの中からシンプルなお店探しが可能



リピーター・長期滞在外国人向け
すべての有料掲載店舗の中から、より細かな絞り込み検索が可能

▼スマホ版トップページ
<https://gurunavi.com/>



E

産業活性化支援

インバウンド需要の取り込み

point 2 シンプルな検索導線・写真を多用したわかりやすいデザイン

エリア(23エリア)



料理(20ジャンル)



※ Allタブでは、お店の特徴や雰囲気に加え、フリーWi-Fiの有無や対応クレジットカードの種類等、より詳細な条件検索が可能

point 3 2種のストック型有料商品の開始

Recommendation掲載プラン
(月額2万円)



ALL掲載プラン (月額1万円)

外国語版トップにデフォルト表示される
「Recommendationタブ」からの露出

「ALLタブ」からの露出

※ 無料店は店名検索を除く通常検索導線から削除

サイトの進化と合わせた
トータル月額3万円課金可能な商品

今後の
展開

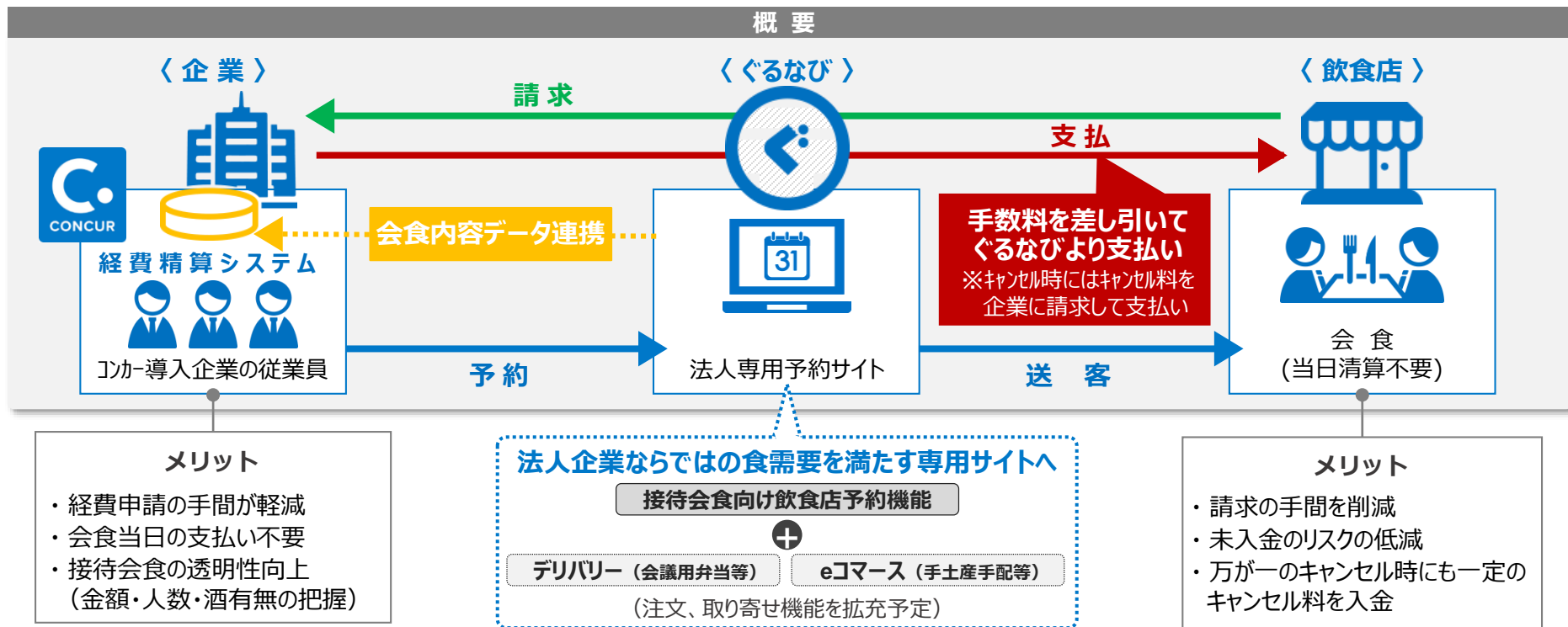
- ぐるなび外国語版の認知向上および利用促進に向けた施策を実施の上、有料提案を強化
➡ 外国人に人気の高いエリア・業態を中心に、来期後半より有料掲載店を拡大

④ぐるなび法人予約サービス ～ 接待会食需要の取り込み強化 ～

Ⓑ

第二販促支援

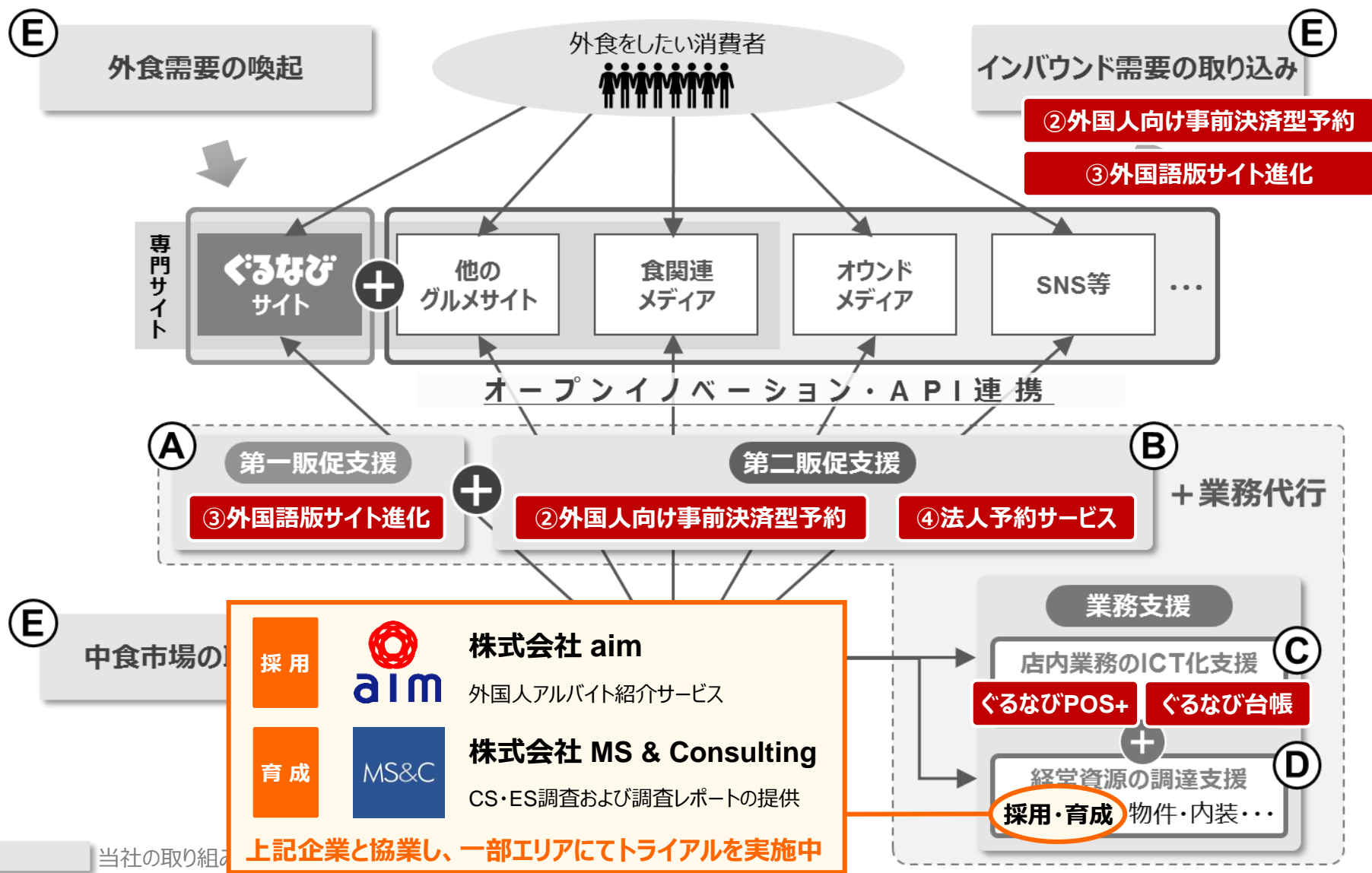
他サービスとの連携、多くの消費者にリーチ



今後の展開

- 既存導入企業において成功事例を創出、事例をもとに導入企業および掲載店を拡大
 - コンカー未導入企業も利用可能な専用サイトを準備、対象企業の裾野を拡大
 - 飲食店予約機能に加え、デリバリー注文・手土産商品取り寄せ機能を拡充
- ➡ 今期から来期にかけて上記施策を推進し、再来期(2020.3期)より手数料売上を拡大

中計に掲げる飲食店支援領域拡大を具現化し外食の総合支援へ



連携・協業
の推進



etc.



...

！ オープンイノベーションにより飲食店支援領域の拡大を加速

新たな
提供サービス

外国人向け
事前決済型予約

法人予約
サービス

ぐるなび
台帳

ぐるなび
CS・ES向上サービス

...

外国語版
サイト進化

LIVE
JAPAN

ネット予約
外部連携

ぐるなび
POS+

ぐるなび
人材採用サービス

支援領域

A
第一販促支援

B
第二販促支援

C
店内業務の
ICT化支援

D
経営資源の
調達支援

...

従来の
主な活動領域



！ インフラ機能の強化・拡大

インフラ機能

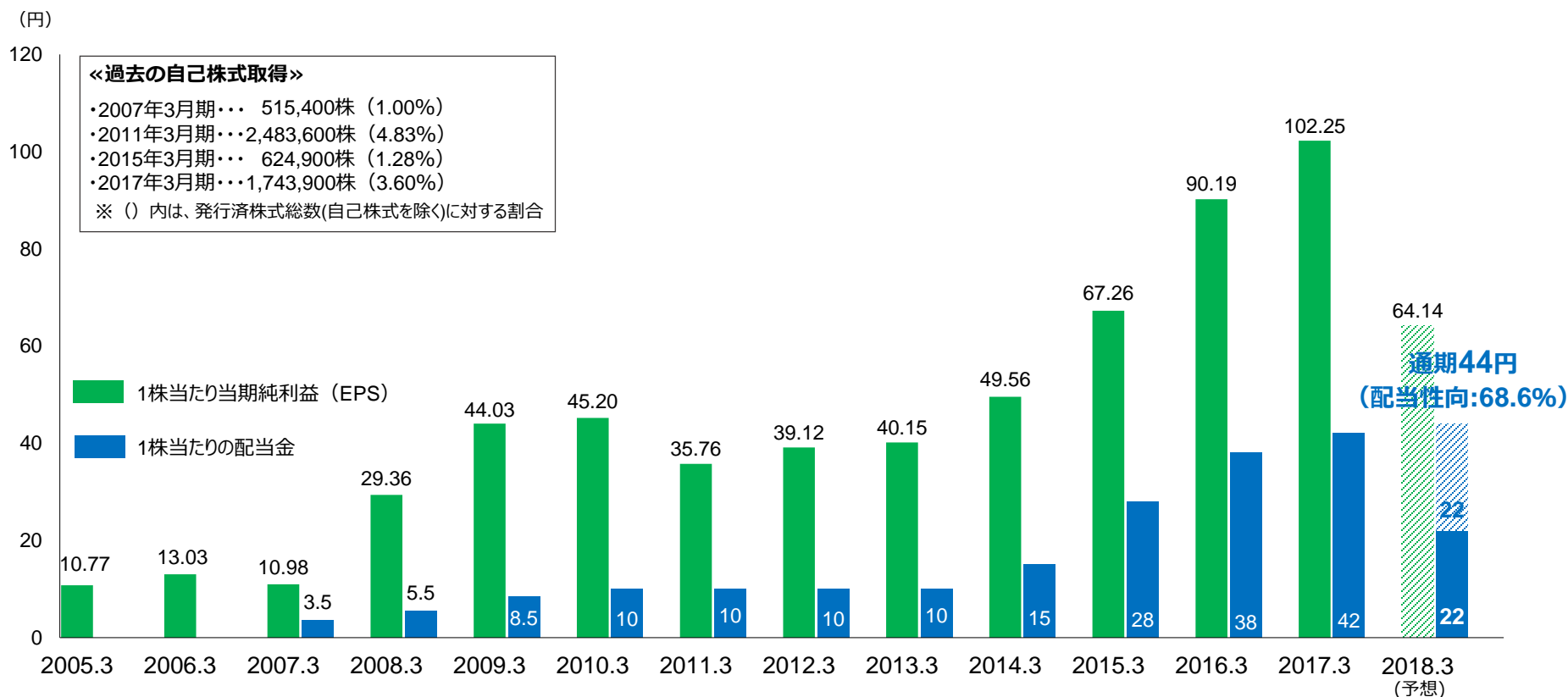
1,000人のサポート体制

飲食店と密接な関係を構築する当社オリジナルの事業インフラ

中期的に利益拡大基調が続くと見込み、増配予定を堅持

2018年3月期の配当

中間	期末(予想)	通期(予想)	配当性向(予想)
22円	22円	44円	68.6%



※ 2005年8月19日を効力発生日として1株につき5株、2011年4月1日を効力発生日として1株につき100株、2014年4月1日を効力発生日として1株につき2株の株式分割を実施しているため、2005年3月期の期首(2004年4月1日)に当該株式分割が行われたと仮定して算定した数値。

ぐるなびは 21世紀の食生活を
豊かにするために進化し続けます。



日本の外食産業の現状

市場規模／2016年 約16兆円（ピーク時：1997年 約17兆円）

1人当たり外食支出額の増加、訪日外国人の増加、法人交際費の増加傾向等を背景に、5年連続の増加

（財団法人食の安全安心財団「外食市場規模推移」より 機内食等、宿泊施設、集団給食、バー・キャバレー・ナイトクラブを除く）

飲食店舗数／2014年 約51万店（ピーク時：1986年 約65万店）

（昭和61年 事業所統計調査、平成26年 経済センサス基礎調査より）

飲食店同士の競争が激化

日本の人口は減少傾向

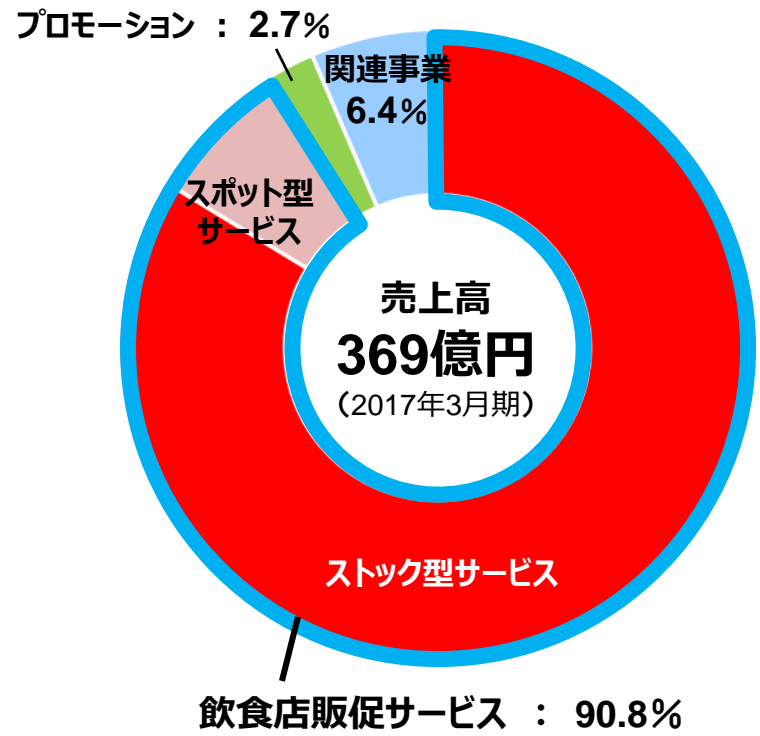
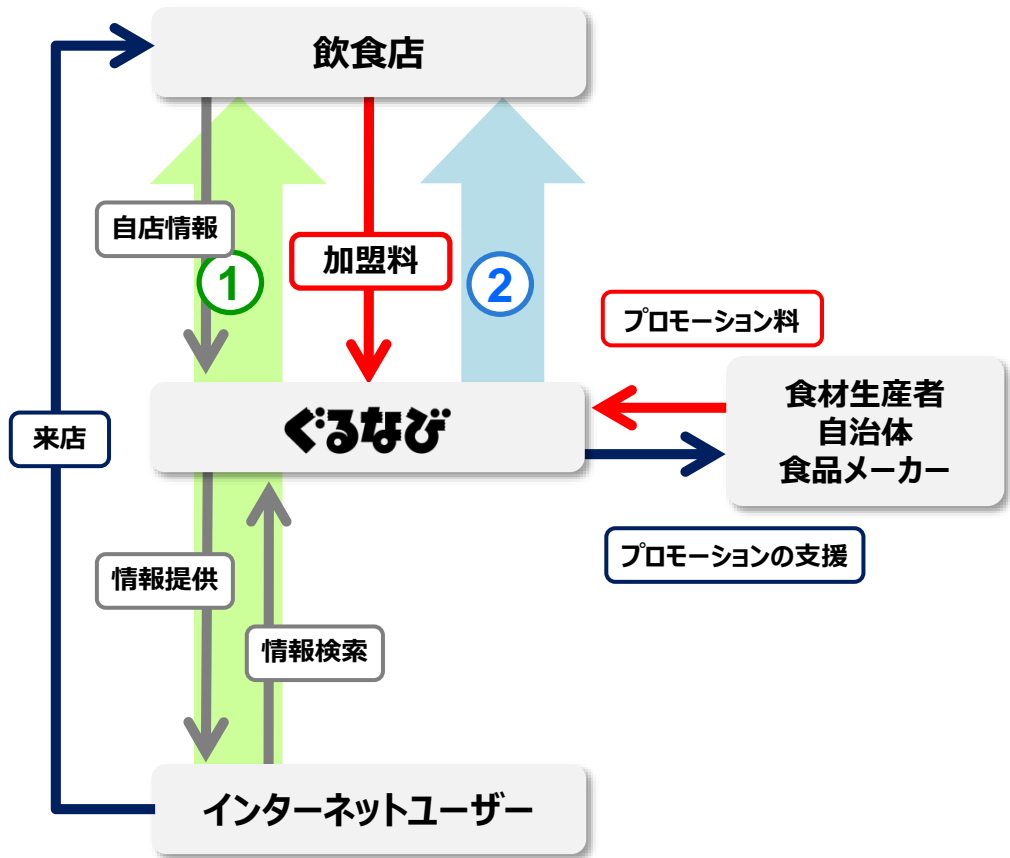
新規顧客の獲得のみならず、リピーターづくりが重要に

**厳しい環境の中でも売上を増加させた飲食店は、
「料理や飲み物の質向上、内容充実」を行っている**

《 ぐるなび加盟店へのアンケート調査(2017年7月実施)より 》

■ 2つの強固な事業基盤を構築し、一体となって飲食店を支援

- ① ITを用いた事業基盤（オンラインのインフラ）による飲食店支援
- ② 1,000人の人的サポート体制（オフラインのインフラ）による飲食店支援



1日最大10,000店舗にアプローチ

多面的な支援により飲食店と深い関係を構築



販売促進をはじめとしたお店が抱える課題の
解決案をアドバイスする、コンサルタント的役割
加盟店営業 500人



定期的に飲食店を訪問
疑問点を聞き取り、加盟店をきめ細かくサポート
巡回スタッフ 300人



飲食店向け月刊情報誌
成功事例の共有
ぐるなび通信



飲食店が困ったときにすぐに相談できる
外食に特化したスキルを持つ
コールセンター 150人



成功事例を中心とした講座を
飲食店経営者や店長に向け年間3,000回以上開催
ぐるなび大学 50人

シェフを表舞台に

11/6

新時代の若き才能を発掘する
日本最大級の料理人コンペティション
「RED U-35 2017」開催



偉大な料理人になることを目指す若手料理人支援

- 新しい世代の、新しい価値観を持つ料理人を日本の食業界の総力を挙げて発掘・支援
- 本大会を通し、未来を担う料理人たちが鼓舞され、大きな目標を抱き、これからの日本の料理界全体の価値向上に繋がることを目指す

日本の食文化を後世に

12/4

日本の優れた食文化を共通の遺産として
記録に残し、保護・継承するために
「今年の一皿」発表



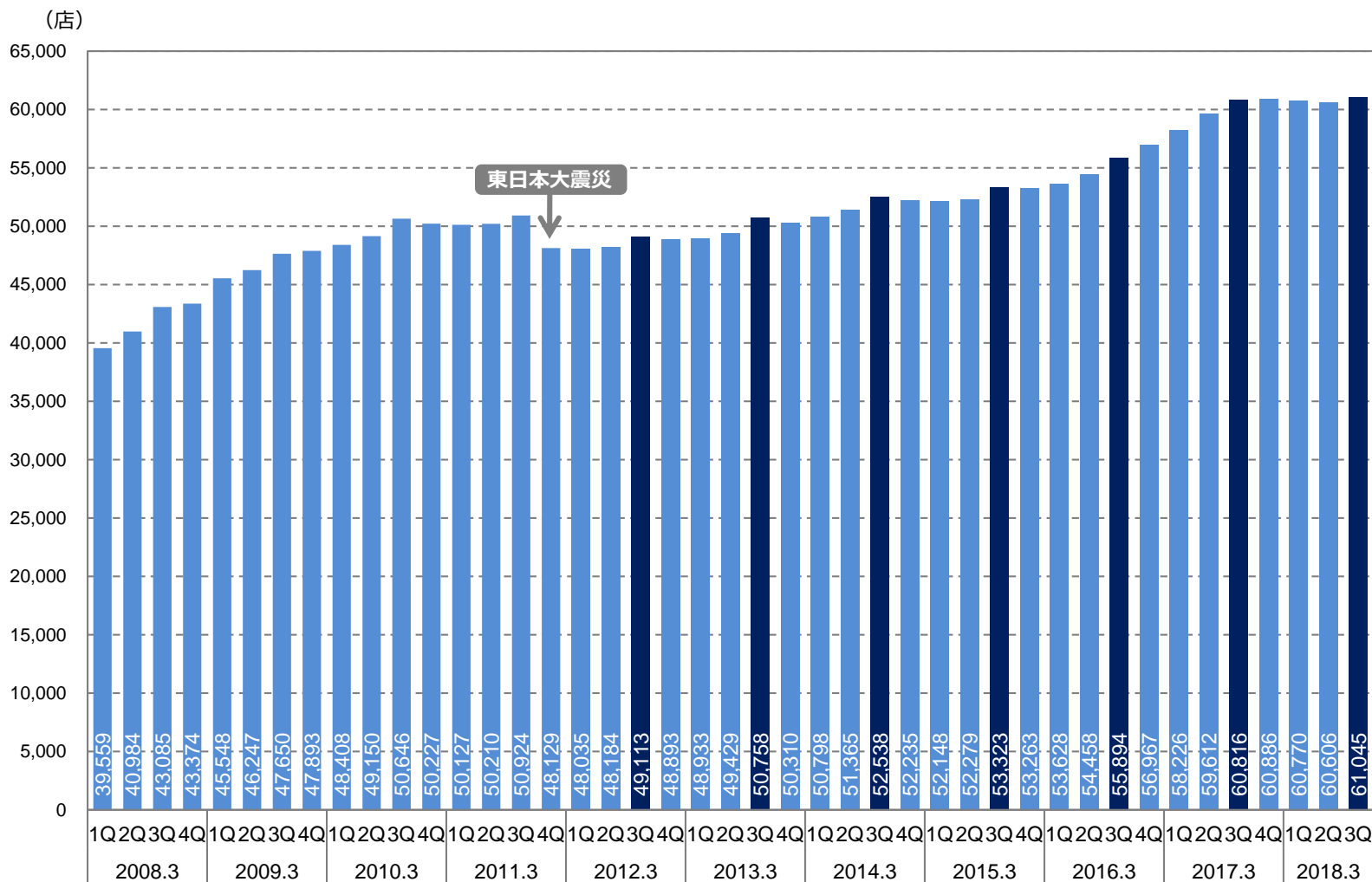
日本の食文化のさらなる発展に貢献

- ぐるなびの持つ食のビッグデータ※を活用し、ぐるなび会員アンケート・メディア関係者による審査を経て、その年の世相を反映した「食」が決定
- 日本の優れた食文化を国内外に向けて発信

※ 飲食店情報サイト「ぐるなび」を通じて発信される飲食店の一次情報およびぐるなびユーザーの閲覧・行動履歴データ等

2018年3月期 第3四半期 実績

有料加盟 61,045店 (前年同期末比 +229店 +0.4%)



有料加盟店舗数と店舗当たり月間契約高の変化

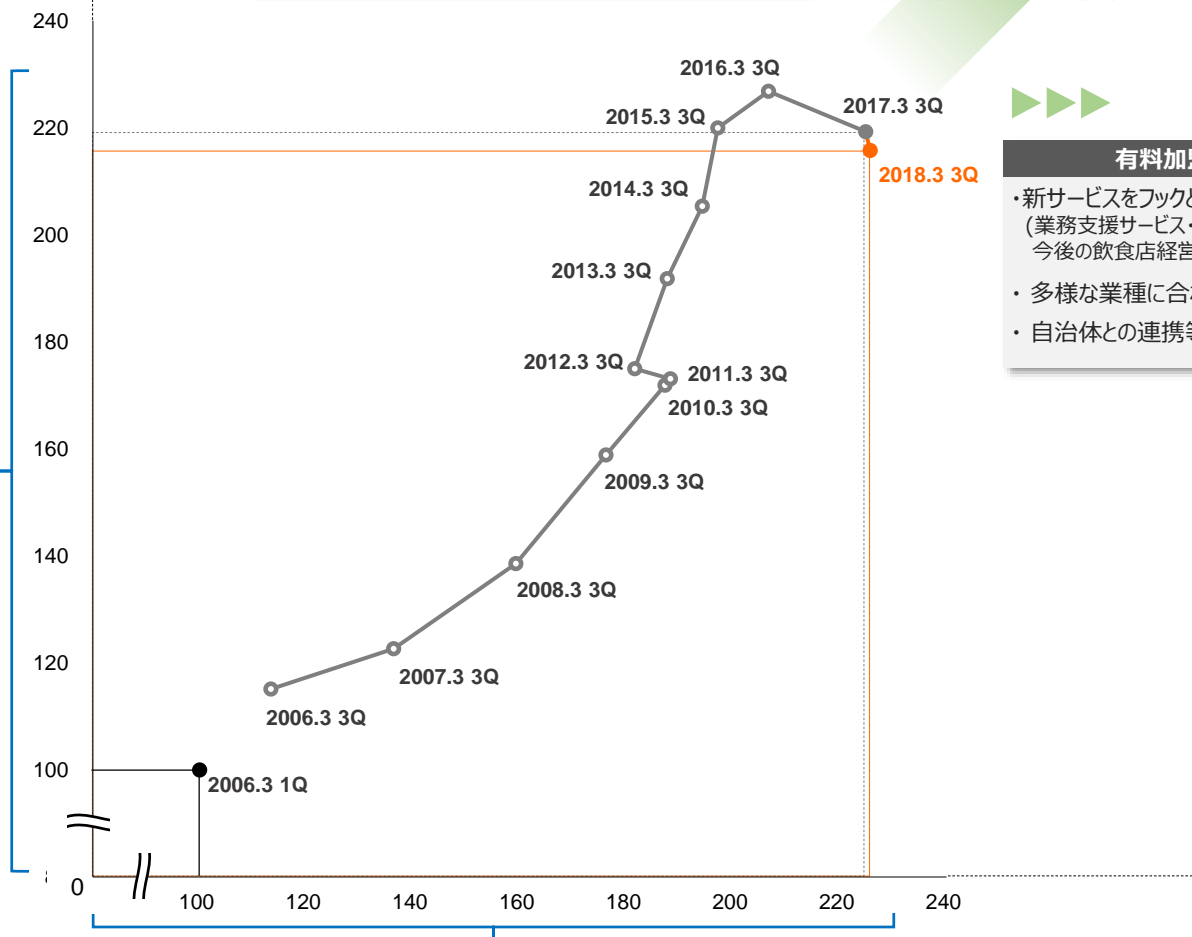
- ### 店舗当たり月額契約高の拡大
- ・ 販促以外の業務支援領域でのサービス拡充
 - ・ 店内業務ツールが集積する情報を活用した販促サービス
 - ・ 外国語版有料サービスの拡充
 - ・ 成果報酬型手数料課金 (外国語版予約、法人会食予約、eコマース等) etc

中長期的 変化イメージ



- ### 有料加盟店舗数の拡大
- ・ 新サービスをフックとした加盟促進 (業務支援サービス・インバウンドサービス等、今後の飲食店経営に役立つサービス拡充)
 - ・ 多様な業種に合わせた加盟プランの拡充
 - ・ 自治体との連携等地域展開の強化 etc

**飲食店販促サービス
店舗当たり月間契約高**
(2006年3月期第1四半期の
21,950円を100とする指数)



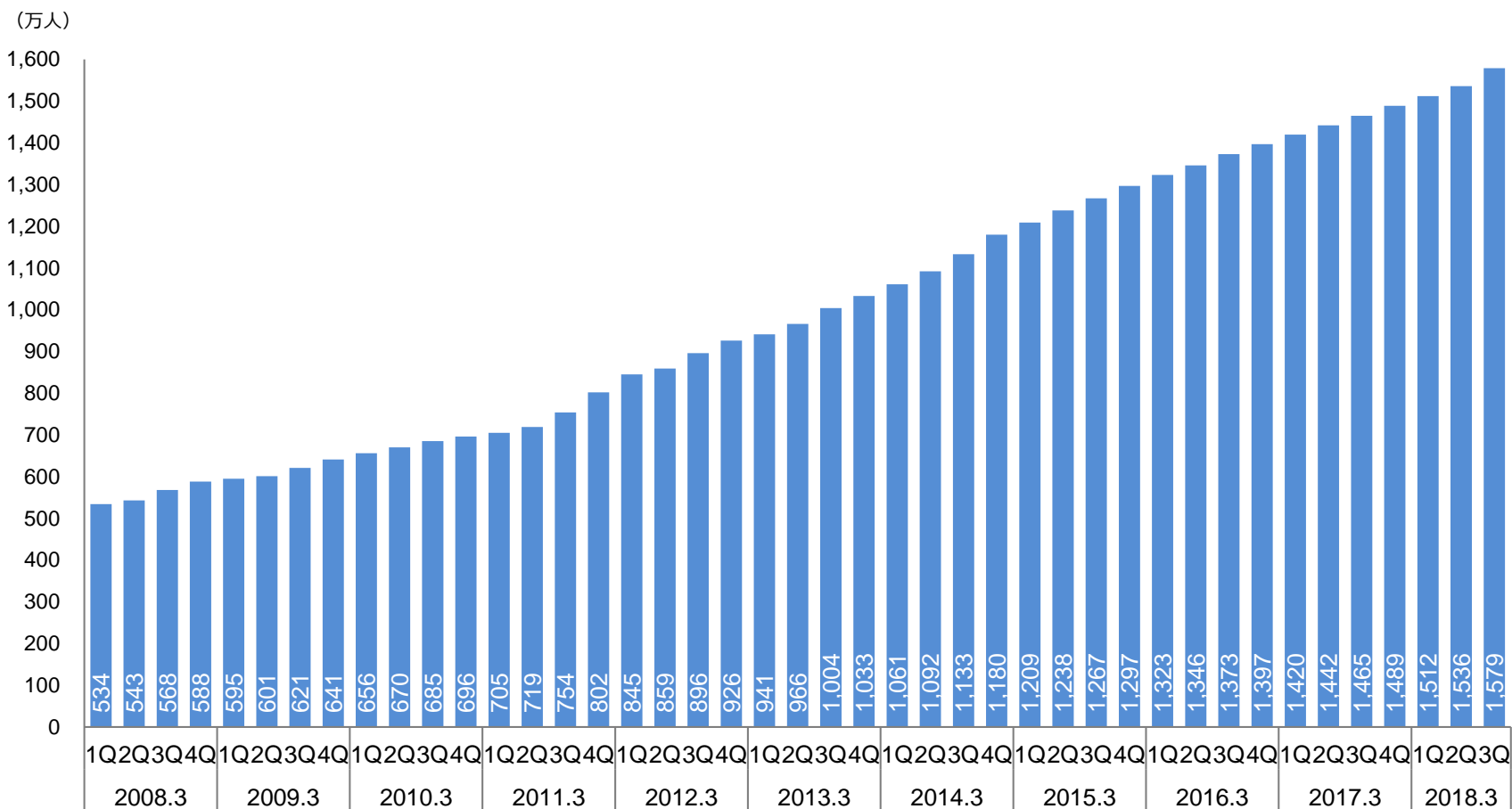
有料加盟店舗数 (2006年3月期第1四半期の27,050店を100とする指数)

- **月間ユニークユーザー数** : **6,500万人** 2017年12月現在、・2016年12月は6,100万人
- **ぐるなび会員数** : **1,579万人** 2018年1月1日現在、・2017年1月は1,465万人

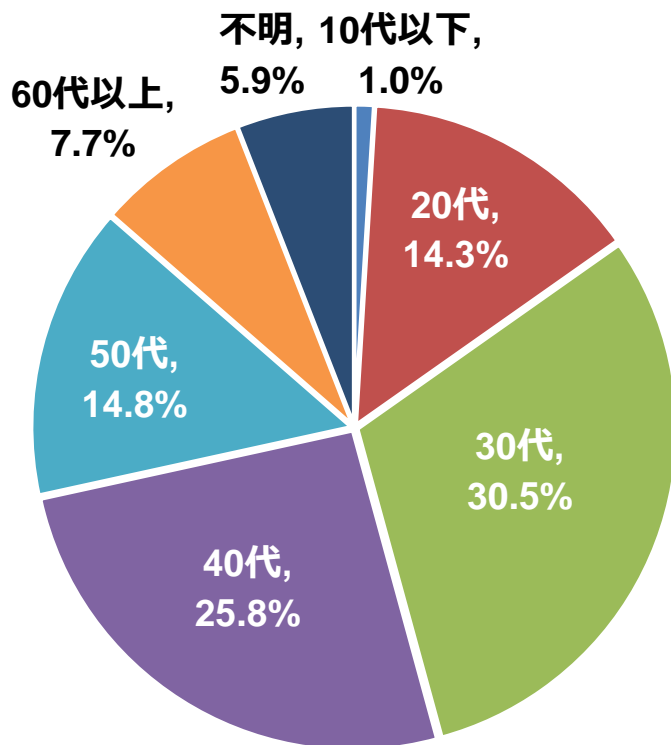
※ 月間ユニークユーザー : 月間で「ぐるなび」を見たブラウザ数

※ ぐるなび会員数 : 「ぐるなび」に登録しているユーザー数

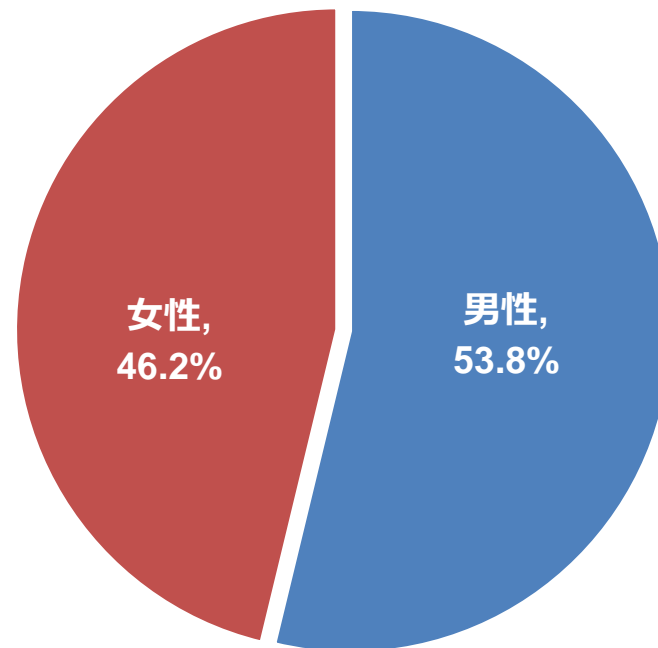
ぐるなび会員数の推移



年代別利用属性



性別利用属性

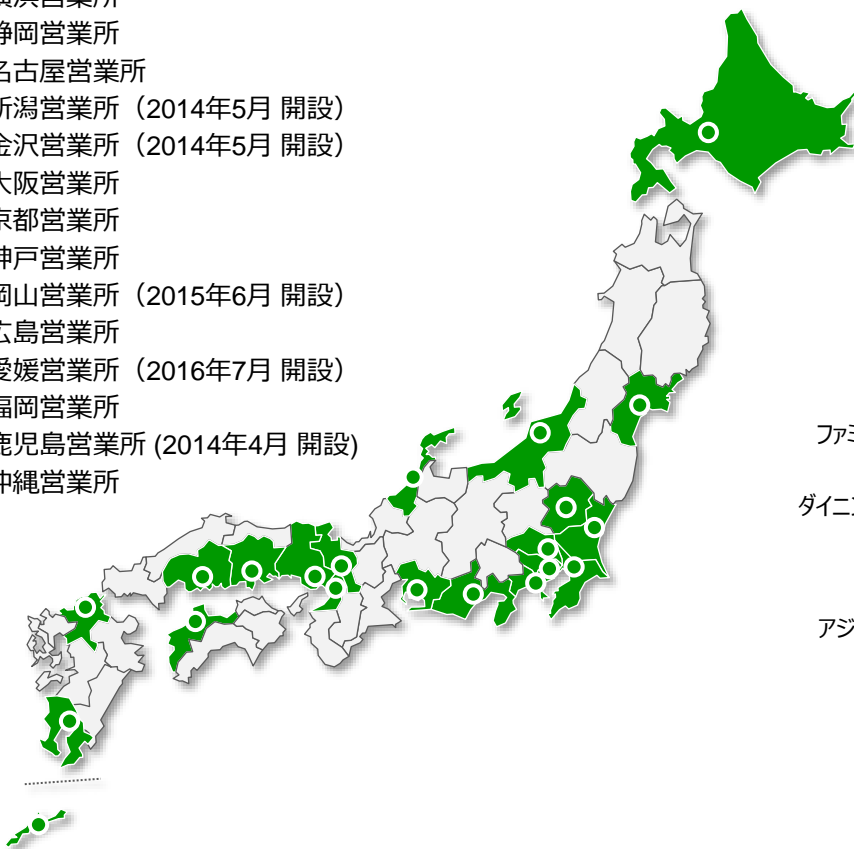


出典：ぐるなび会員情報
(2017年12月時点)

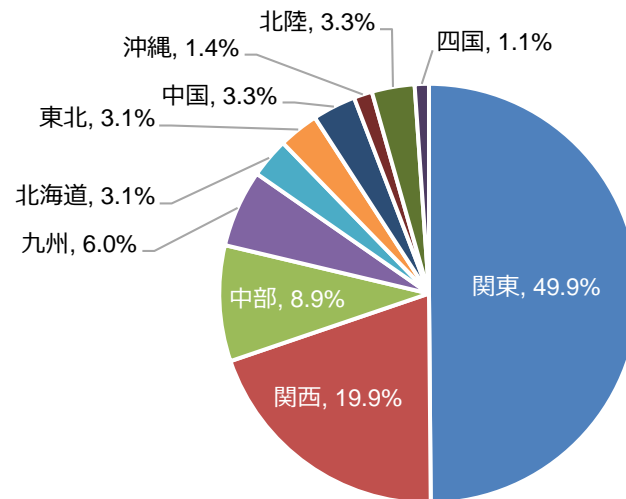
ぐるなびの利用属性は男女差が少なく、幅広い年代から利用されています。また当社アンケートによると、お店を選ぶ際に、メニューや雰囲気を選ぶ傾向にあり、割引目当てでない優良顧客が多いという結果が出ています。

全国21箇所の営業所を拠点に事業を推進

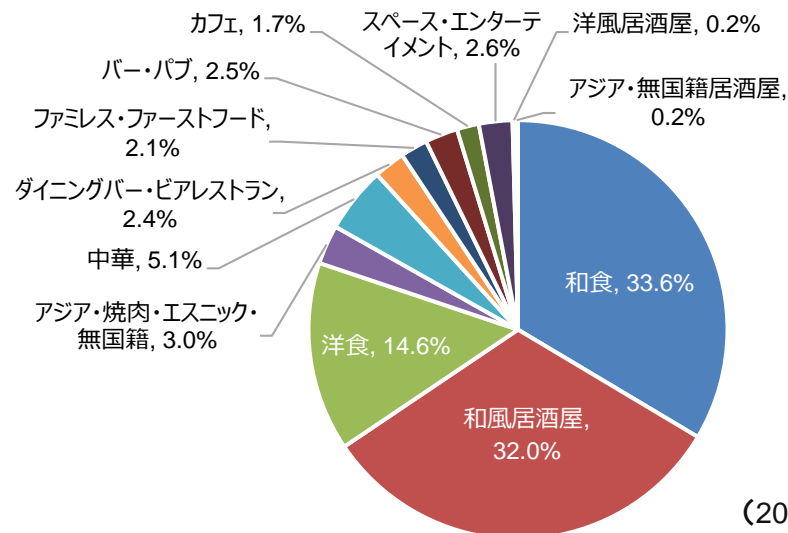
- 東京本社
- 北海道営業所
- 仙台営業所
- 茨城営業所 (2015年8月 開設)
- 栃木営業所 (2016年9月 開設)
- 埼玉営業所
- 千葉営業所
- 横浜営業所
- 静岡営業所
- 名古屋営業所
- 新潟営業所 (2014年5月 開設)
- 金沢営業所 (2014年5月 開設)
- 大阪営業所
- 京都営業所
- 神戸営業所
- 岡山営業所 (2015年6月 開設)
- 広島営業所
- 愛媛営業所 (2016年7月 開設)
- 福岡営業所
- 鹿児島営業所 (2014年4月 開設)
- 沖縄営業所



エリア別加盟店割合

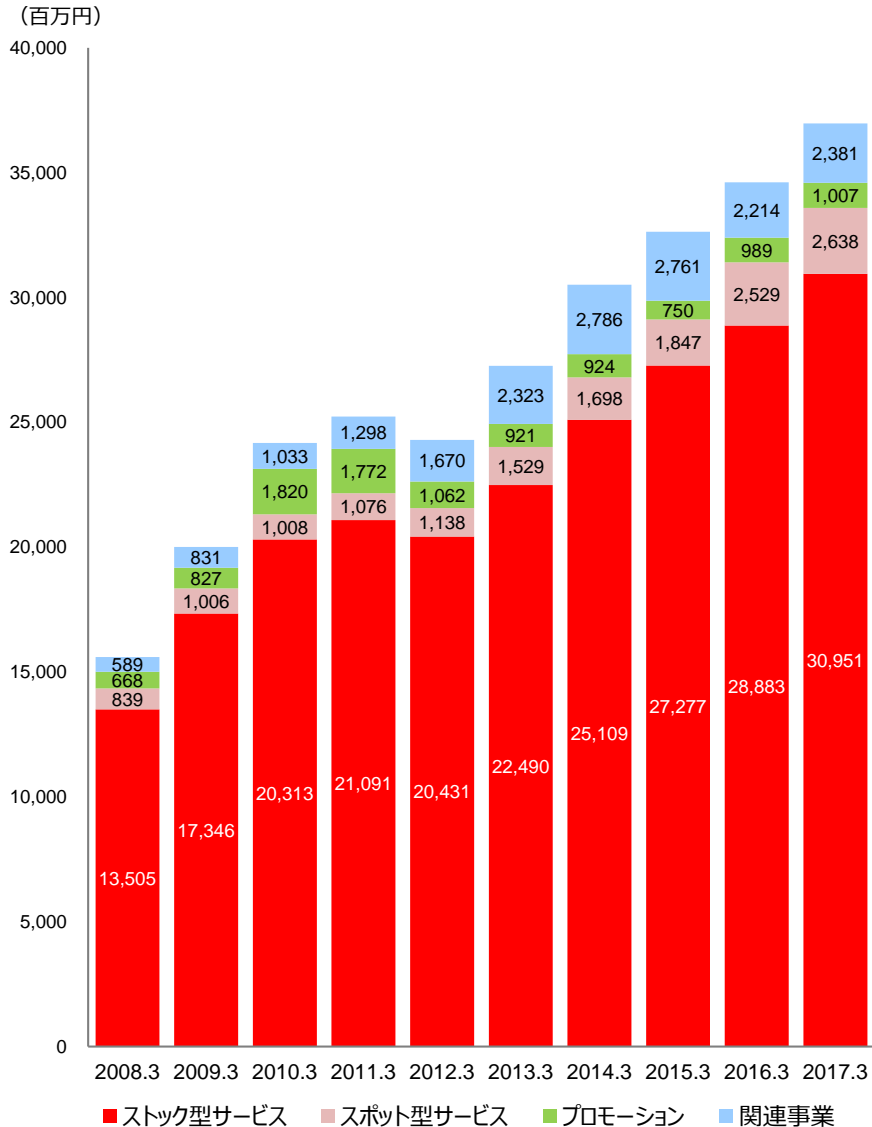


業態別加盟店割合

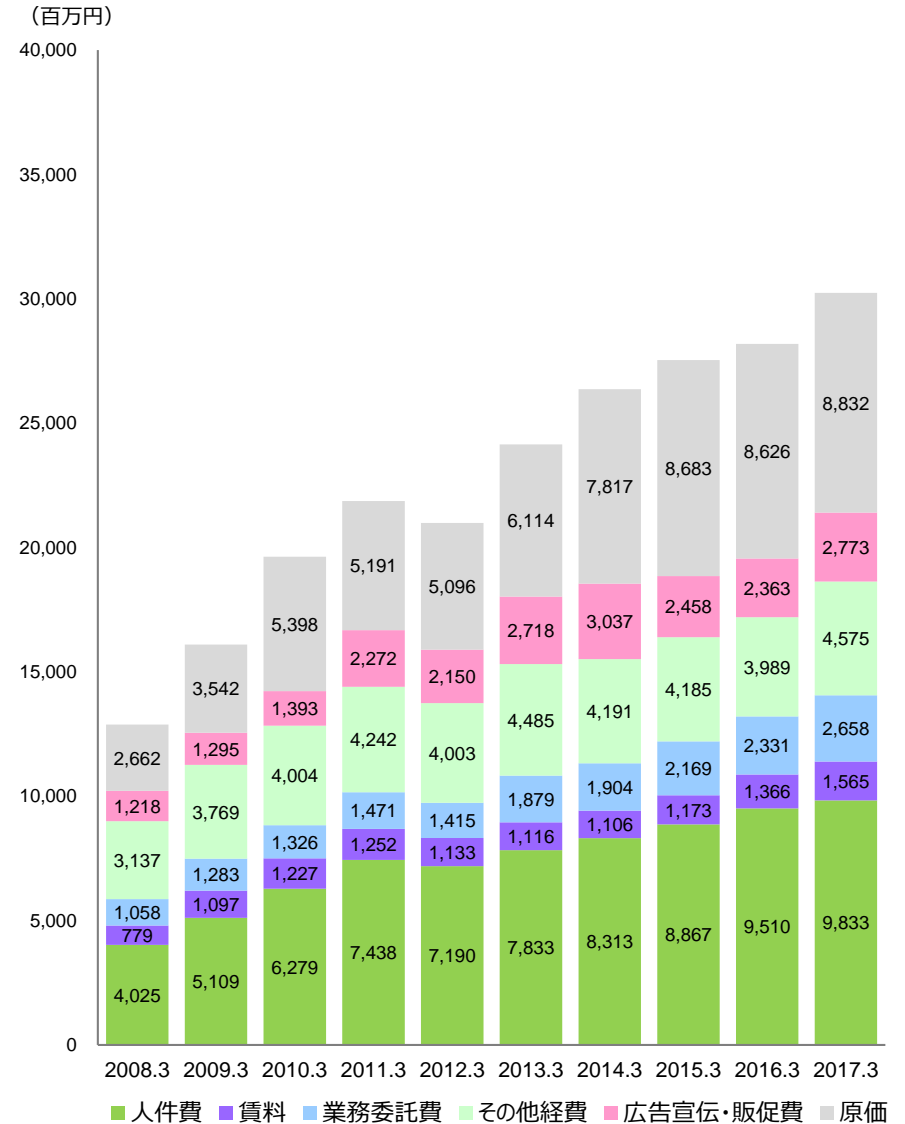


(2017年12月時点)

売上高



原価・費用



四半期別 データ (連結)

売上高 (単位: 百万円)	2015.3 Q1	2015.3 Q2	2015.3 Q3	2015.3 Q4	2016.3 Q1	2016.3 Q2	2016.3 Q3	2016.3 Q4	2017.3 Q1	2017.3 Q2	2017.3 Q3	2017.3 Q4	2018.3 Q1	2018.3 Q2	2018.3 Q3
ストック型サービス <i>a</i>	6,674	6,728	6,964	6,909	6,973	7,077	7,344	7,487	7,601	7,674	7,880	7,795	7,518	7,346	7,443
スポット型サービス <i>b</i>	278	312	682	573	455	492	895	686	487	596	813	741	604	710	1,198
飲食店販促サービス $c = a+b$	6,953	7,041	7,647	7,482	7,429	7,569	8,240	8,173	8,088	8,271	8,693	8,536	8,123	8,056	8,641
プロモーション <i>d</i>	128	161	177	282	152	213	307	315	155	189	262	399	152	195	266
基盤事業計 $e = c+d$	7,082	7,203	7,824	7,765	7,582	7,783	8,547	8,489	8,243	8,460	8,956	8,936	8,276	8,252	8,908
関連事業 <i>f</i>	566	744	829	620	493	494	632	594	520	508	676	676	515	516	631
合計 $g = e+f$	7,649	7,947	8,653	8,386	8,075	8,278	9,179	9,083	8,763	8,968	9,633	9,613	8,791	8,769	9,539

(単位: 円/月)	2015.3 Q1	2015.3 Q2	2015.3 Q3	2015.3 Q4	2016.3 Q1	2016.3 Q2	2016.3 Q3	2016.3 Q4	2017.3 Q1	2017.3 Q2	2017.3 Q3	2017.3 Q4	2018.3 Q1	2018.3 Q2	2018.3 Q3
ストック型サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU) $h * 1$	42,630	42,955	43,970	43,216	43,493	43,654	44,368	44,230	43,990	43,420	43,625	42,700	41,202	40,352	40,791
飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU) $i * 2$	44,411	44,951	48,276	46,804	46,335	46,690	49,780	48,283	46,811	46,793	48,126	46,763	44,515	44,253	47,357

*1) ストック型サービスの店舗当たり契約高 (ARPU): $h = 2/3 * a / (j - 1 + jt)$

*2) 飲食店販促サービスの店舗当たり契約高 (ARPU): $i = 2/3 * c / (j - 1 + jt)$

(単位: 店)	2015.3 Q1	2015.3 Q2	2015.3 Q3	2015.3 Q4	2016.3 Q1	2016.3 Q2	2016.3 Q3	2016.3 Q4	2017.3 Q1	2017.3 Q2	2017.3 Q3	2017.3 Q4	2018.3 Q1	2018.3 Q2	2018.3 Q3
有料加盟店舗数 <i>j</i>	52,148	52,279	53,323	53,263	53,628	54,458	55,894	56,967	58,226	59,612	60,816	60,886	60,770	60,606	61,045
無料加盟店舗数 <i>k</i>	73,795	74,438	75,531	77,039	76,834	77,287	77,098	81,826	81,529	83,182	82,466	87,019	86,536	86,679	87,665

(単位：百万円)	2008年3月期	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期
営業成績										
売上高	15,602	20,011	24,175	25,238	24,302	27,265	30,518	32,636	34,617	36,979
営業利益	2,720	3,913	4,545	3,369	3,312	3,116	4,147	5,099	6,429	6,740
経常利益	2,742	3,984	4,578	3,406	3,375	3,153	4,167	5,127	6,492	6,813
当期純利益	1,505	2,259	2,323	1,813	1,909	1,959	2,420	3,279	4,367	4,799
資産・負債・純資産										
総資産	10,709	12,929	15,309	19,653	16,951	19,103	22,071	23,665	27,322	23,917
現金・有価証券	4,371	4,711	5,531	10,398	7,548	7,399	9,448	10,492	13,131	7,922
負債	2,906	3,191	3,895	8,519	4,381	5,005	5,926	6,201	7,026	5,878
純資産	7,802	9,738	11,413	11,133	12,569	14,098	16,145	17,464	20,296	18,038
自己資本	7,791	9,729	11,413	11,133	12,555	14,042	16,099	17,427	20,266	18,013
1株当たりデータ										
1株当たり当期純利益 (EPS) ※1	29.36	44.03	45.20	35.76	39.12	40.15	49.56	67.26	90.19	102.25
1株当たり配当金 (円) ※1	5.5	8.5	10	10	10	10	15	28	38	42
その他										
営業利益率 (%)	17.4	19.6	18.8	13.4	13.6	11.4	13.6	15.6	18.6	18.2
自己資本当期純利益率 (ROE,%)	21.1	25.8	22.0	16.1	16.1	14.7	16.1	19.6	23.2	25.1
総資産当期純利益率 (ROA,%)	16.1	17.9	16.5	10.4	10.4	10.9	11.8	14.3	17.1	18.7
配当性向 (%)	18.7	19.3	22.1	28.0	25.6	24.9	30.3	41.6	42.1	41.1
自己資本比率 (%)	72.8	75.2	74.6	56.7	74.1	73.5	72.9	73.6	74.2	75.3
自己株数 (株)	2,779	2,779	2,779	15,854	1,585,400	1,585,400	1,503,649	266,059	216,459	1,924,559
有料加盟店舗数	43,374	47,893	50,227	48,129	48,893	50,310	52,235	53,263	56,967	60,886

※1：2011年4月1日を効力発生日として1株につき100株、2014年4月1日を効力発生日として1株につき2株の株式分割を実施しているため、2008年3月期の期首（2007年4月1日）に当該株式分割が行われたと仮定して算定した数値。



<https://www.gnavi.co.jp/>



<https://gurunavi.com/>



<https://livejapan.com/>



<https://www.enjoytokyo.jp/>



<https://gurutabi.gnavi.co.jp/>



<https://snow.gnavi.co.jp/>



<https://clubmichelin.jp/>



<https://secretary.gnavi.co.jp/>



<http://r.gnavi.co.jp/premium/>



<https://nikkei.gnavi.co.jp/>



<https://gurusuguri.com/>



<https://temiyage.gnavi.co.jp/>



<https://ippin.gnavi.co.jp/>



<https://shop.gnavi.co.jp/>



<https://delivery.gnavi.co.jp/premium/>



<https://wedding.gnavi.co.jp/>



<https://pro.gnavi.co.jp/>



<https://mecicolle.gnavi.co.jp/>



<https://www.gnavi.co.jp/dressing/>



<http://www.redu35.jp/>

社名	株式会社ぐるなび (証券コード:2440)
設立年月日	1989年10月2日 (会社設立) 2000年2月29日 (株式会社ぐるなび発足)
本社所在地	東京都千代田区有楽町1-2-2 東宝日比谷ビル6F
資本金	2,334百万円 (発行済株式数 48,675,100株)
事業内容	インターネットを活用した飲食店向けPR・販売促進支援等のサービス事業
役員	代表取締役会長／滝 久雄、代表取締役社長／久保 征一郎、取締役／飯塚 久夫、齊藤 美保、山田 晃久、垣内 美都里、中森 慶、越川 直紀、臼井 めぐみ、月原 紘一 (社外)、見並 陽一 (社外) 執行役員13名、監査役5名(内、社外4名)
大株主 上位10名 (2017年9月末)	滝 久雄 26.68%、日本トラスティ・サービス信託銀行(株) (信託口) 4.74%、(公財)日本交通文化協会 3.83%、 日本マスタートラスト信託銀行(株) (信託口) 2.80%、小田急電鉄(株) 2.32%、東京地下鉄(株) 2.00%、 STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 1.90%、みずほ信託銀行(株) 退職給付信託 京浜急行電鉄口 再信 託受託者 資産管理サービス信託銀行(株) 1.85%、滝 裕子 1.74%、日本マスタートラスト信託銀行(株) (退職給付信託東 京急行電鉄口) 1.44% ※ 当社が保有する自己株式 3.92%
総株主数 (2017年9月末)	13,718名
総人員数	単体:1,904名 連結:2,194名 ※ 役員、アルバイトを含む総人員数
連結子会社	(株)ぐるなびプロモーションコミュニティ(100%)、ぐるなび上海社(100%) (株)ぐるなび総研(100%)、(株)ぐるなびサポートアソシエ(100%)

株式会社 **ぐるなび**

<http://www.gnavi.co.jp/>

IRに関するお問合せ

<https://ssl.gnavi.co.jp/company/contact/?page=ir>

Disclaimer:

本資料は、2018年3月期第3四半期累計期間の業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する主旨のものではありません。実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

