

ぐるなび

2019年3月期

決算説明会資料

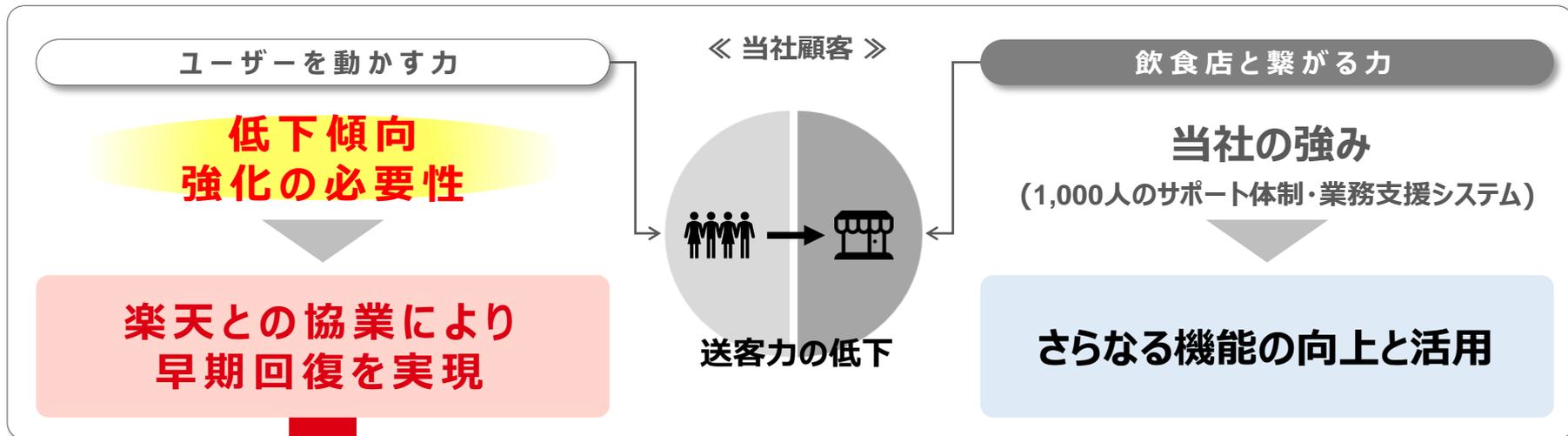
株式会社ぐるなび (証券コード/2440)

日本の食文化を
守り育てる。



- **楽天株式会社との資本業務提携の強化ならびに経営体制の強化**
- **2019年3月期 通期連結業績**
- **回復ならびに中長期の成長に向けて**
- **2020年3月期 通期連結業績予想**
- **ネット予約サービスにおける楽天との取り組み進捗**
- **参考資料**

ユーザーを動かす力の回復が最重要課題



業務提携の強化

楽天経済圏・消費者向けサービスノウハウ等の活用

1. ネット予約の拡大に向けた協業の強化
2. ぐるなびブランドの価値向上を目指した協業
3. 両社の収集・蓄積するデータの相互活用 等

役員派遣、経営体制の強化

- ・ 楽天より取締役を招聘
- ・ 業務執行取締役の廃止
執行役員への権限移譲

楽天出資比率の引上げ

詳細は、2019年5月13日に公表いたしました「資本業務提携の強化に向けた協議開始のお知らせ」をご参照ください。

売上高	32,728 百万円	前期比	-9.7%
営業利益	1,216 百万円	前期比	-74.4%
営業利益率	3.7 %	前期比	-9.4 ポイント
親会社株主に帰属する当期純利益	581 百万円	前期比	-81.8%
1株当たり当期純利益 (EPS)	12.42 円	前期比	-81.8%
総有料加盟店舗数 (含む、その他の有料加盟店舗)	59,660 店 (2019年3月末)	前期末比	-3.0%
└ 有料加盟店舗数	57,465 店 (2019年3月末)	前期末比	-4.4%
月間ユニークユーザー数	6,100 万人	(2018年12月現在、2017年12月は6,500万人)	
ぐるなび会員数	1,718 万人	(2019年4月1日現在、2018年4月は1,586万人)	

(単位：百万円)	2018年3月期	対売上高 比率	2019年3月期	対売上高 比率	前年同期比 増加率
売上高	36,226	100.0%	32,728	100.0%	-9.7%
売上原価	10,142	28.0%	10,645	32.5%	+5.0%
売上総利益	26,083	72.0%	22,083	67.5%	-15.3%
販売費及び一般管理費	21,341	58.9%	20,867	63.8%	-2.2%
営業利益	4,742	13.1%	1,216	3.7%	-74.4%
経常利益	4,809	13.3%	1,289	3.9%	-73.2%
税引前当期純利益	4,751	13.1%	1,267	3.9%	-73.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,192	8.8%	581	1.8%	-81.8%

(単位：百万円)	2018年3月期	2019年3月期	前期比 増加率
売上高	36,226	32,728	-9.7%
飲食店販促サービス	32,908	29,490	-10.4%
ストック型サービス	29,534	25,881	-12.4%
スポット型サービス	3,374	3,609	+6.9%
プロモーション	1,018	956	-6.1%
関連事業	2,298	2,282	-0.7%

【飲食店販促サービス】

・ストック型サービス

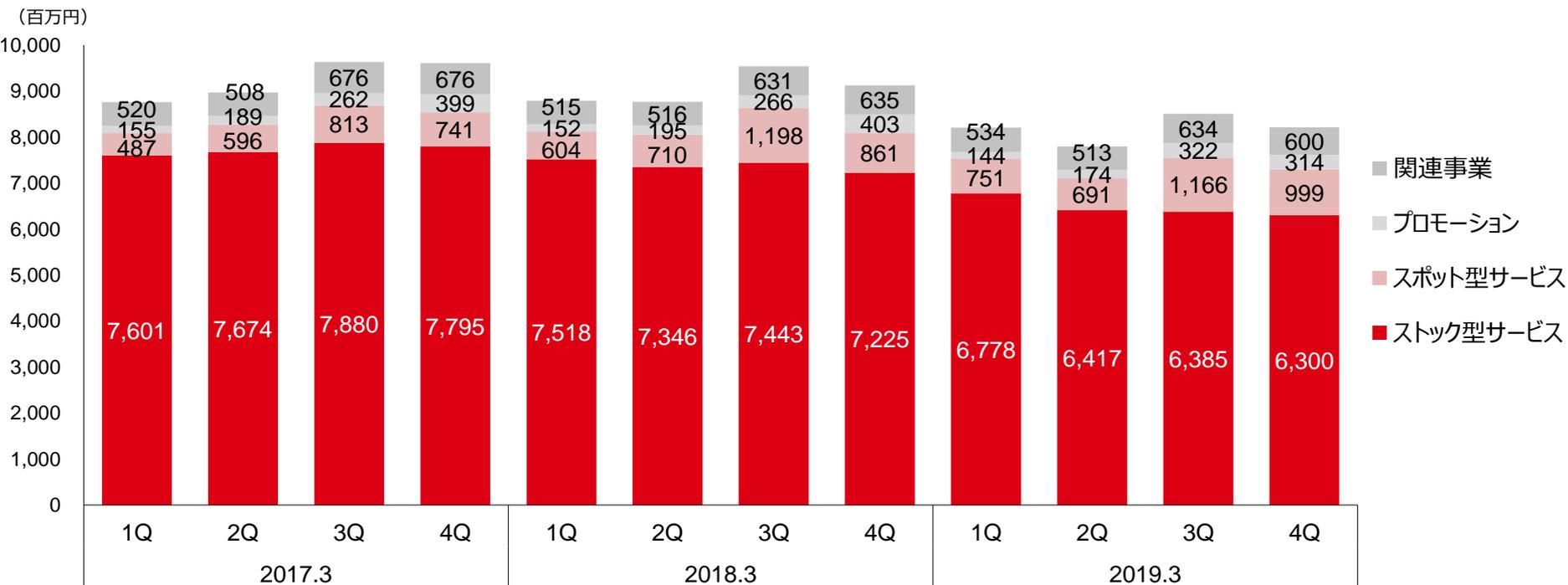
↳ 前期より想定を上回り発生している契約の減額・解約の影響および受注が低調に推移したことから減収

(ただし、減額・解約は前期比縮小、また受注は下期以降改善が見られる)

↳ 規模は小さいながら、業務支援サービスの売上が立ち始めている

・スポット型サービス

↳ ネット予約手数料が拡大 (販促商品のスポット売上等は減少)



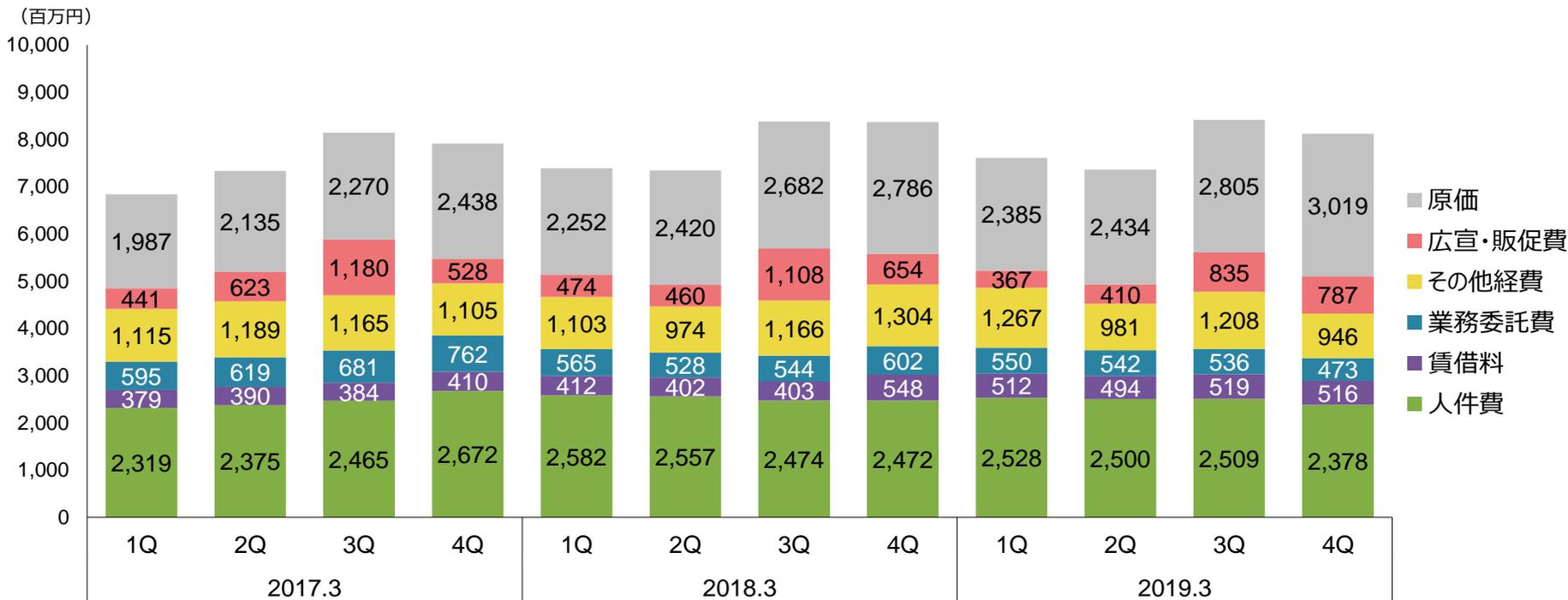
(単位：百万円)	2018年3月期	2019年3月期	前期比 増加率
総費用	31,484	31,512	+0.1%
売上原価	10,142	10,645	+5.0%
販売費及び一般管理費	21,341	20,867	-2.2%
人件費	10,086	9,916	-1.7%
賃借料	1,766	2,042	+15.6%
業務委託費	2,240	2,103	-6.1%
広宣・販促費	2,697	2,400	-11.0%
その他	4,549	4,403	-3.2%

【売上原価】

- ・業務支援サービスおよびWeb広告出稿代行サービスに係る費用が増加
- ・一方、人員再配置による内製化を進めたことで業務委託費および人材派遣費は減少

【販売費及び一般管理費】

- ・新オフィス契約に伴い、事務所賃借料が増加（旧オフィスは2018年8月に退去）
- ・売上原価同様、内製化推進により業務委託費が減少
- ・広宣・販促費は、ネット予約促進のためのキャンペーン等の施策に積極投下する一方、それ以外の分野において効果に留意した投下を徹底
- ・ネット予約における「楽天スーパーポイント」の付与開始に伴い「ぐるなびポイント」の引当金が減少、また全社的なコストの効率化の実施によりその他費用が減少
(※ 楽天スーパーポイントに係る費用は広宣・販促費に計上)



連結貸借対照表

(単位：百万円)	2018年3月末	2019年3月末	前期末比	(単位：百万円)	2018年3月末	2019年3月末	前期末比
流動資産合計	15,084	14,603	△ 480	流動負債合計	6,028	4,779	△ 1,248
現金・有価証券	8,000	7,630	△ 370	未払金	2,607	2,416	△ 191
受取手形及び売掛金	4,860	4,536	△ 324	未払法人税等	926	168	△ 758
未収入金	1,764	1,636	△ 128	賞与引当金	695	709	14
貸倒引当金	△ 277	△ 298	△ 21	ポイント引当金	358	328	△ 29
その他	735	1,099	364	その他	1,439	1,155	△ 283
固定資産合計	10,373	9,194	△ 1,179	固定負債合計	241	314	72
有形固定資産	1,108	1,163	54	負債合計	6,270	5,093	△ 1,176
無形固定資産	5,257	3,950	△ 1,307	純資産合計	19,186	18,704	△ 482
投資その他の資産	4,007	4,080	73	自己資本	19,166	18,662	△ 503
資産合計	25,457	23,797	△ 1,659	負債純資産合計	25,457	23,797	△ 1,659

「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」（企業会計基準第28号 平成30年2月16日）等を2019年3月期の期首から適用しており、繰延税金資産は投資その他の資産の区分に表示し、繰延税金負債は固定負債の区分に表示。

回復ならびに中長期の成長に向けて



3つの対応遅れ

■ 市場環境の変化への対応：

- ① ネット予約・ポイントに対するニーズの高まりへの対応遅れ
- ② 情報検索手段・販促手段の多様化への対応遅れ

⇒ 送客力の著しい低下

■ 飲食店のサポーターとして目指すべき姿との乖離：

- ③ 幅広いお店に対する自社メディア商品に留まらない総合提案型営業へのシフト遅れ
 - 一部の取引先の増額に頼った受注
 - 自社メディア商品提案中心の対話

⇒ 自社メディアの送客力を拠り所にした高額取引先への売上依存

高水準な減額・解約、低調な受注を引き起こす

① ネット予約・ポイントに対するニーズの高まり

② 情報検索手段・販促手段の多様化

対応の遅れが送客力低下を招く

楽天(株)との
資本業務提携

Rakuten

ぐるなび台帳
リリース



外部サービス
との連携

Googleで予約
Instagram
: etc.

業務代行
サービス

メディア更新代行
予約受付代行
: etc.

2018.3期－2019.3期：当社の強みを活かしたリカバリー策を推進
(当社の持つ飲食店とのリアルな接点・充実した飲食店情報により外部連携が実現)

施策成果

2020年3月期

予約手数料売上の拡大

2021年3月期

ストック型売上の回復

(送客力向上による減額・解約の抑制、受注の改善)

2022年3月期以降

飲食店支援事業の
本格的な再成長

③ 幅広いお店に対する自社メディア商品に留まらない総合提案型営業へのシフト遅れ

● 一部の取引先の増額に頼った受注

● 自社メディア商品提案中心の対話

楽天(株)との
資本業務提携

Rakuten

ぐるなび台帳
他 店内ICTツール



外部サービス
との連携

Googleで予約
Instagram
: etc.

業務代行
サービス

メディア更新代行
予約受付代行
: etc.

人材関連
サービス

アルバイト採用支援
従業員育成支援
: etc.

ぐるなびサイト
集客支援

他社連携
集客支援

インバウンド
集客支援

業務代行
支援

店内ICT化
支援

人材採用
育成支援

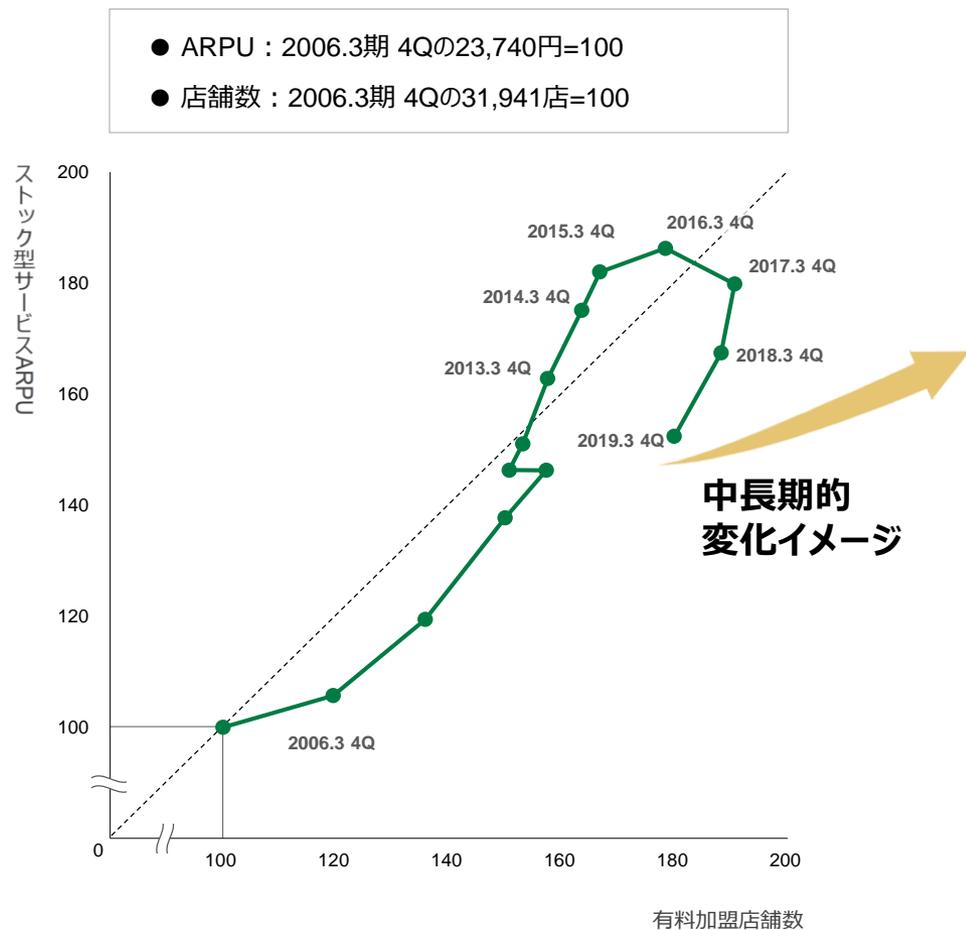
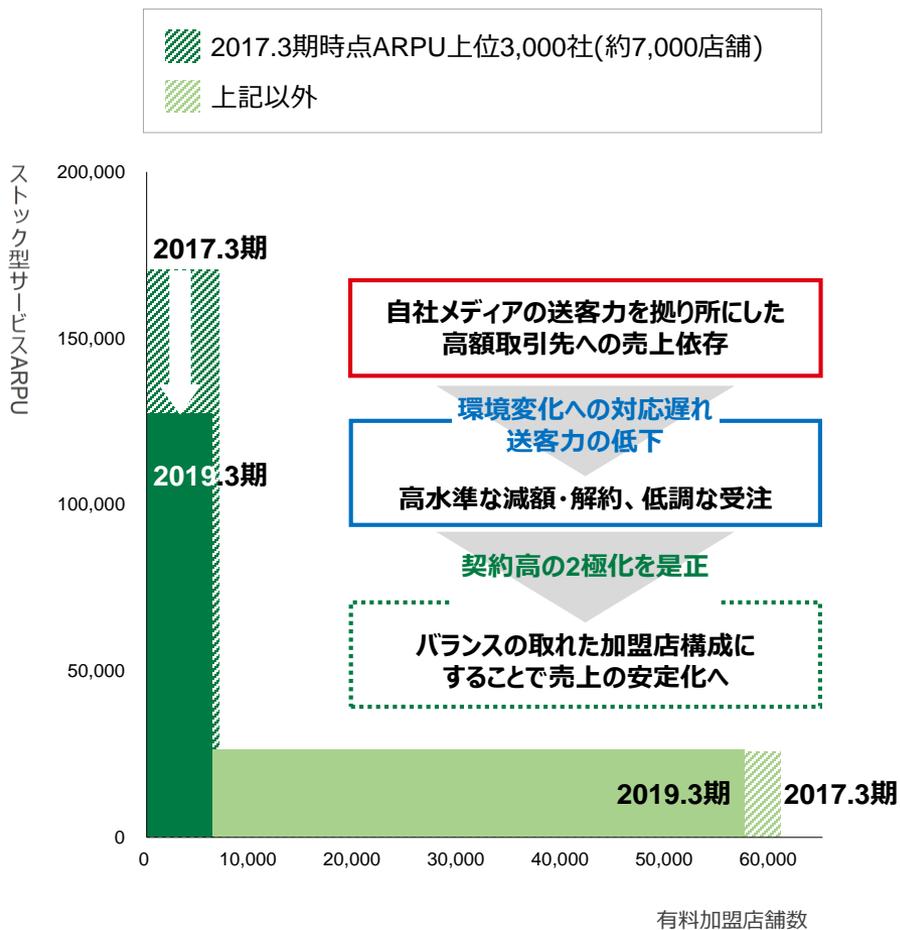
1,000人のサポート体制



- 経営全般に関する対話の充実に一定のリソースを配分
- 優れた事例・経営ノウハウ収集ならびに横展開の強化
- 社内研修・教育体制の整備
- 営業の活動指標、評価基準の見直し

幅広い飲食店に対する総合提案活動が可能に 今後加盟店の裾野を拡大

契約高の二極化を是正 バランスの取れた加盟店構成にすることで売上の安定化へ



2019年3月期

リカバリー策の確かな手ごたえ

ネット予約の拡大・業務支援領域の
売上立ち上がり等手ごたえを実感

収益構造の変化

提供サービスの拡充に伴う売上構成の
変化により収益性の低下が顕在化

2020年3月期

収益体質の強化・経営資源の集中

- ① 安定的な利益創出を可能にするための固定費削減
- ② 売上の回復に向けて、成長が見込める分野へ経営資源を集中
- ③ 経営資源集中に向けた、不採算事業の廃止・縮小（事業整理）

2020年3月期 通期連結業績予想



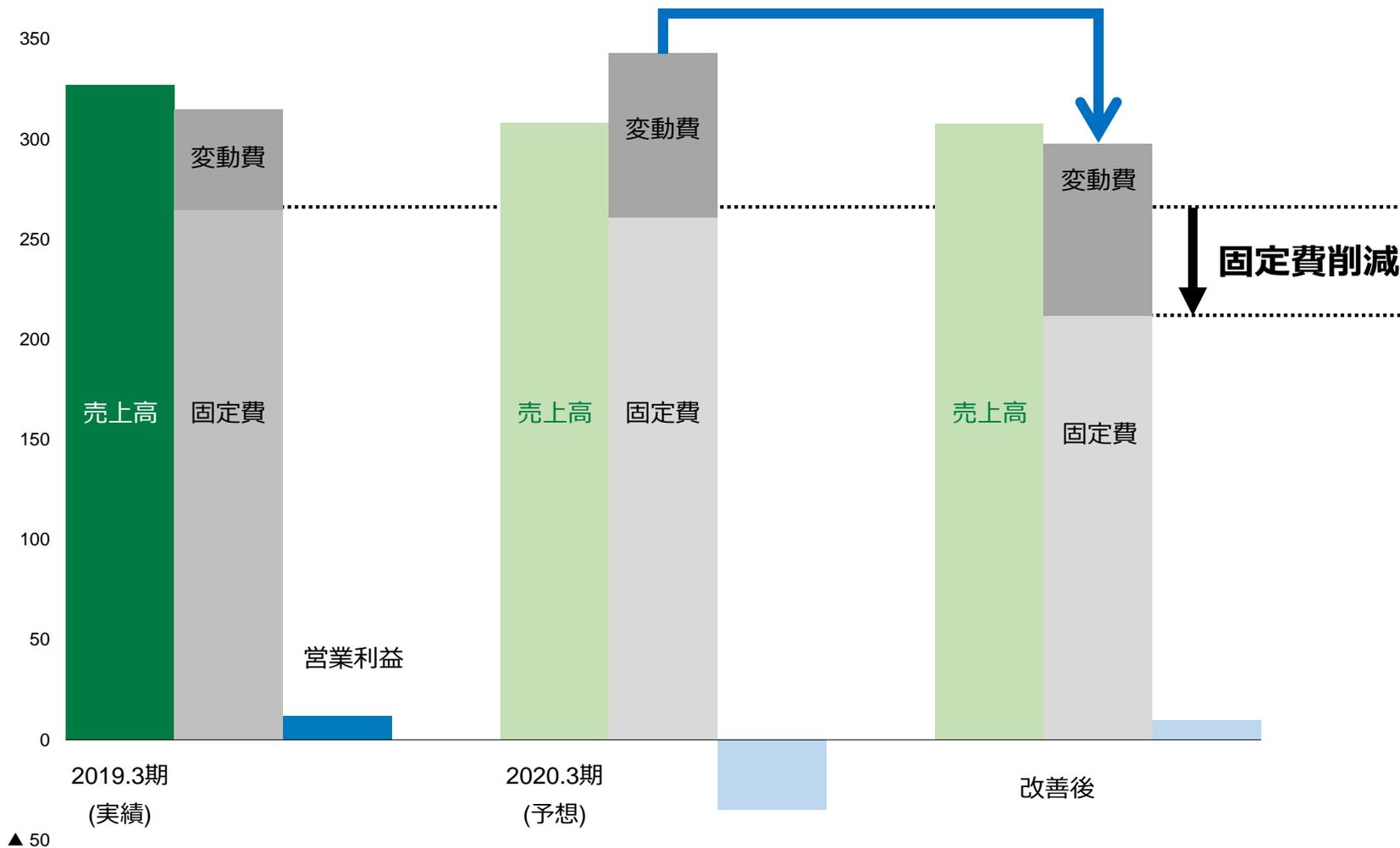
来期の黒字転換とさらなる業績回復に向けた 「収益体質の強化」「経営資源の集中」に着手

(単位：百万円)	2019年3月期 (実績)	2020年3月期 (予想)
売上高	32,728	30,800
営業利益	1,216	-3,500
営業利益率	3.7%	—
経常利益	1,289	-3,500
親会社株主に帰属する当期純利益	581	-3,550
1株当たり当期純利益 (EPS)：円	12.42	-75.80
1株当たり配当金：円	8.00	8.00
自己資本当期純利益率 (ROE)	3.1%	

- 収益体質の強化による本格的な費用削減効果は来期に現出

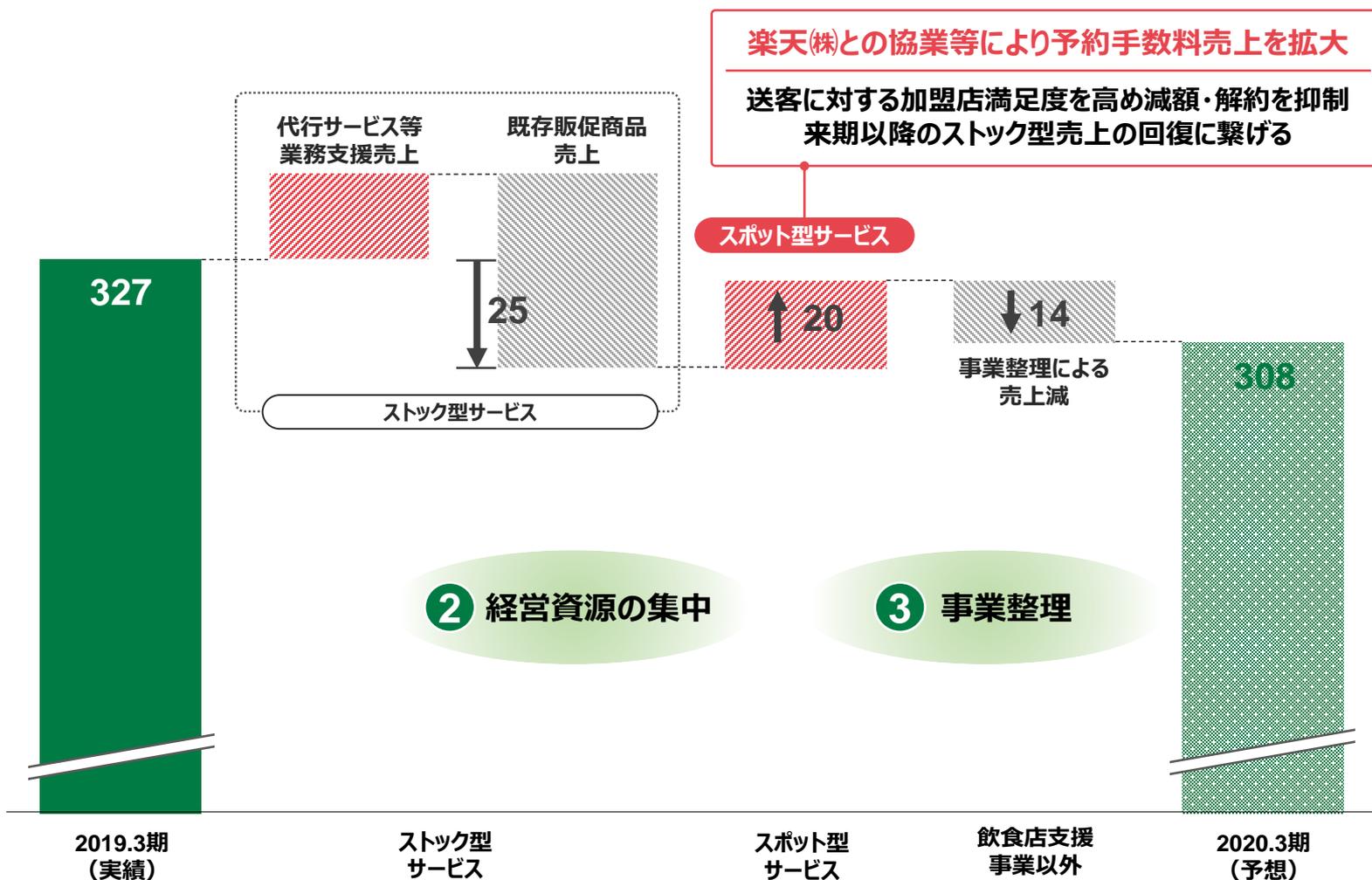
上記の業績予想は本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであります。来期の黒字転換に向けて事業整理や全社的な経費削減・効率化をより一層強化すべく引き続き検討を進めてまいります。その過程において今期見通しについて修正が必要と判断した場合には速やかに開示いたします。

安定した利益を生み出せるよう収益体質を改善



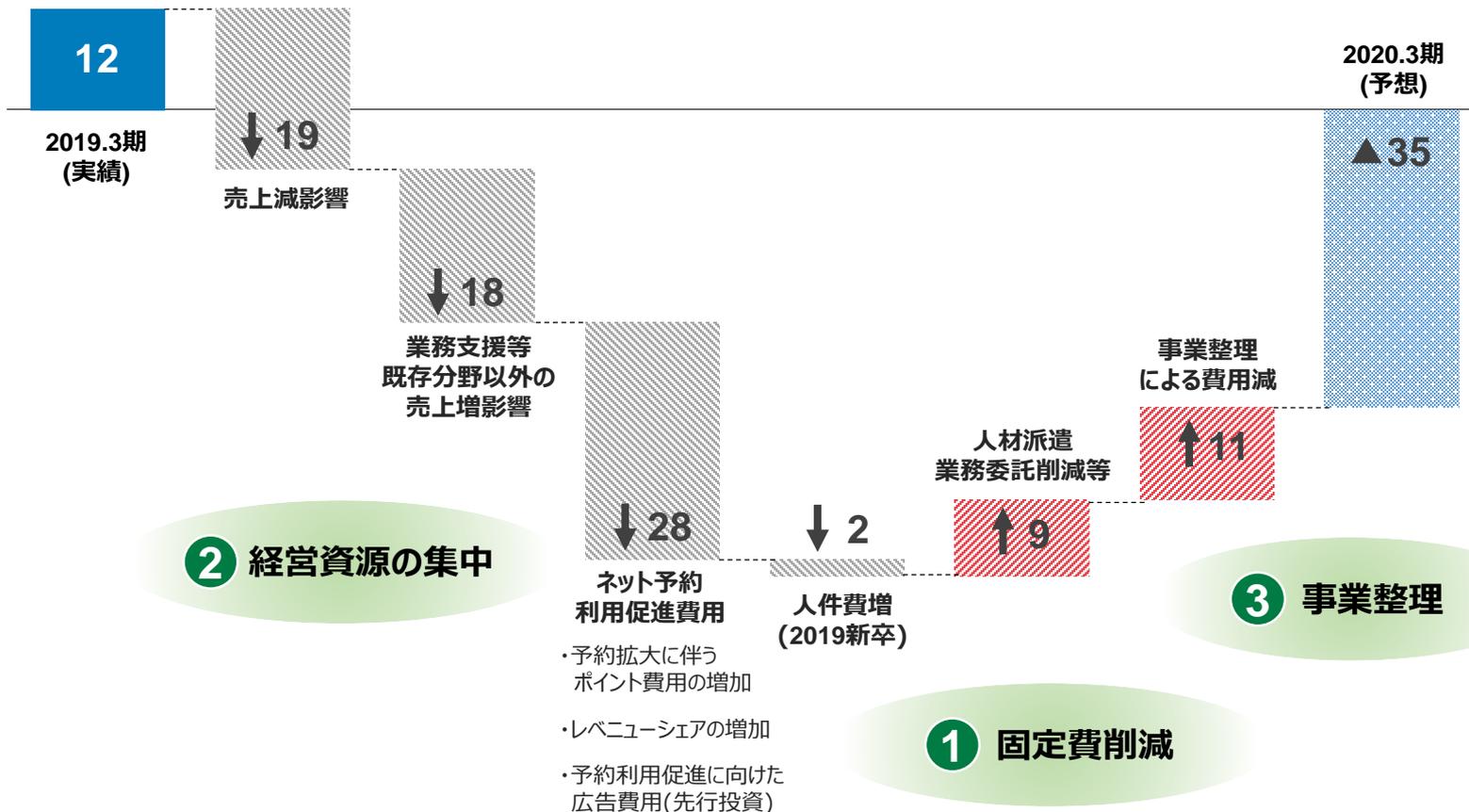
売上高予想

今期は、送客力向上を目的に「ネット予約」「業務支援」に注力



営業利益予想

追加削減施策を検討の上実施



業務支援サービスの成果を予約の拡大に繋げる

《 主な業務支援サービス 》

予約台帳システム

予約受付代行

メディア更新代行

Web広告出稿代行

リアルタイム空席情報発信
効率的な予約管理・配席管理

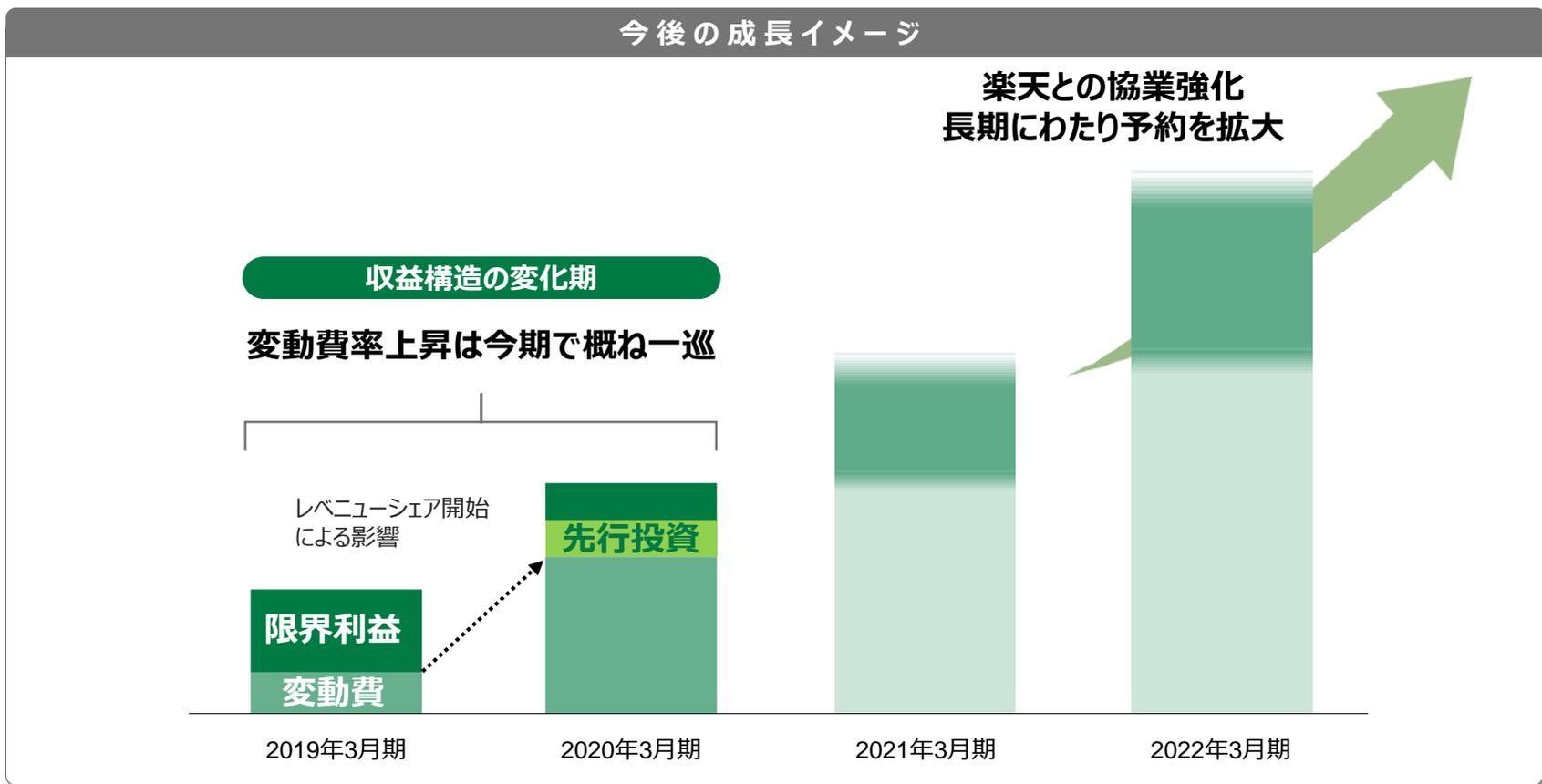
ページオリエティアップ[®]
による予約獲得率向上

外部サービス利用者の
予約利用促進・会員化

飲食店の抱える人手不足に関する課題解決に資するだけでなく
効果的な販促活動の実施・予約拡大による売上増をもたらす

**業務支援サービスには利益率の低いものも含まれるが
ネット予約とのシナジーを創出し、成果の最大化を図る**

2020年3月期は、予約手数料の収益構造の変化期



量の拡大を加速させることで利益の成長を図る

全社的な再構築を2カ年で完了し、 2022年3月期より本格的な成長転換を図る

再構築

2020.3 ▶ 2021.3

- 収益体質の強化
- 経営資源の集中

拡大・転換

2022.3

- 売上拡大の本格化
- 獲得資産の活用

持続的成長

2023.3 ~

- 新サービスの投入
- 新たな成長ステージへ

1株当たり配当金について

	中間	期末	通期	配当性向
2019年3月期	5円	3円	8円	64.4%
2020年3月期 (予想)	4円	4円	8円	—

2019年3月期

- 期末配当金を当初計画より5円減の1株当たり3円とし、1株当たり年間配当金を8円へ修正
 - － 繰延税金資産の一部取崩しの影響により、1株当たり当期純利益が12.42円に減少
(前回発表予想：19.23円)
 - － 業績回復に向けた取り組み強化の局面にあること

2020年3月期

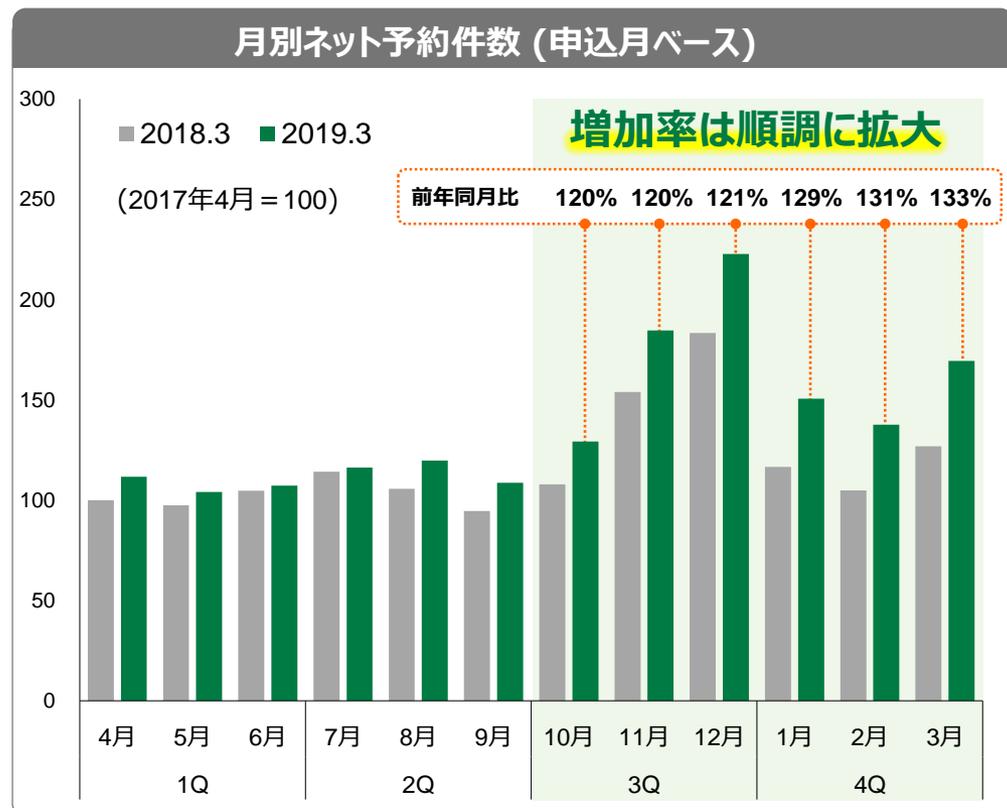
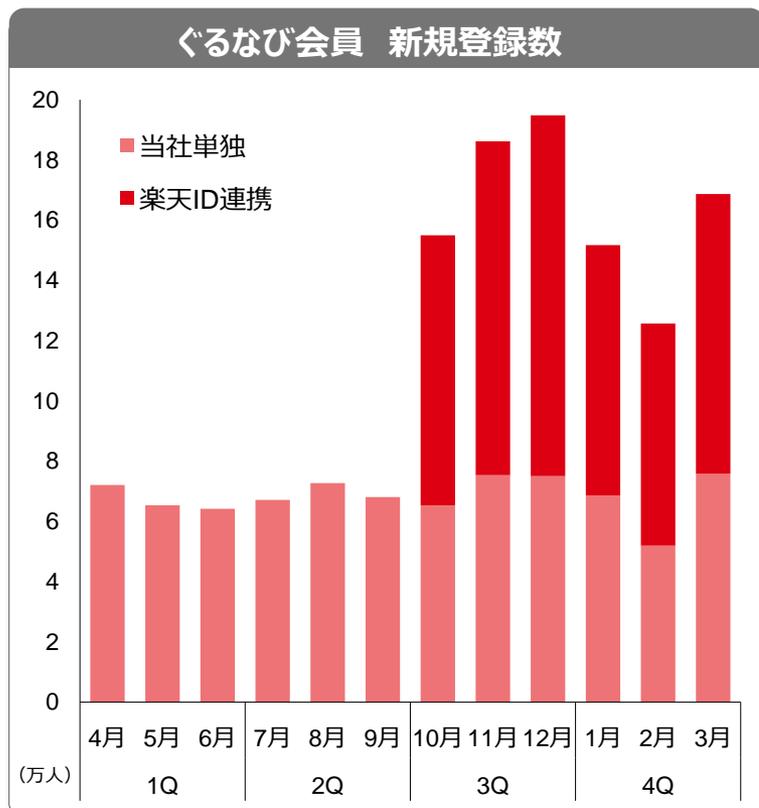
- 収益体質の強化による2021年3月期以降の業績回復に鑑み、配当維持を予定

ネット予約サービスにおける楽天(株)との取り組み進捗



● 楽天株式会社との協業 ～ネット予約サービスにおける連携①～

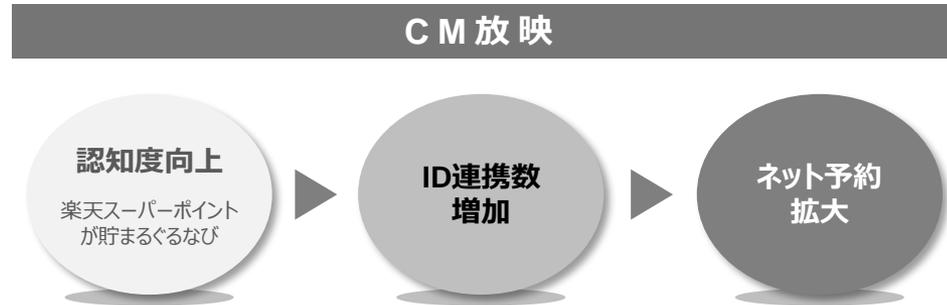
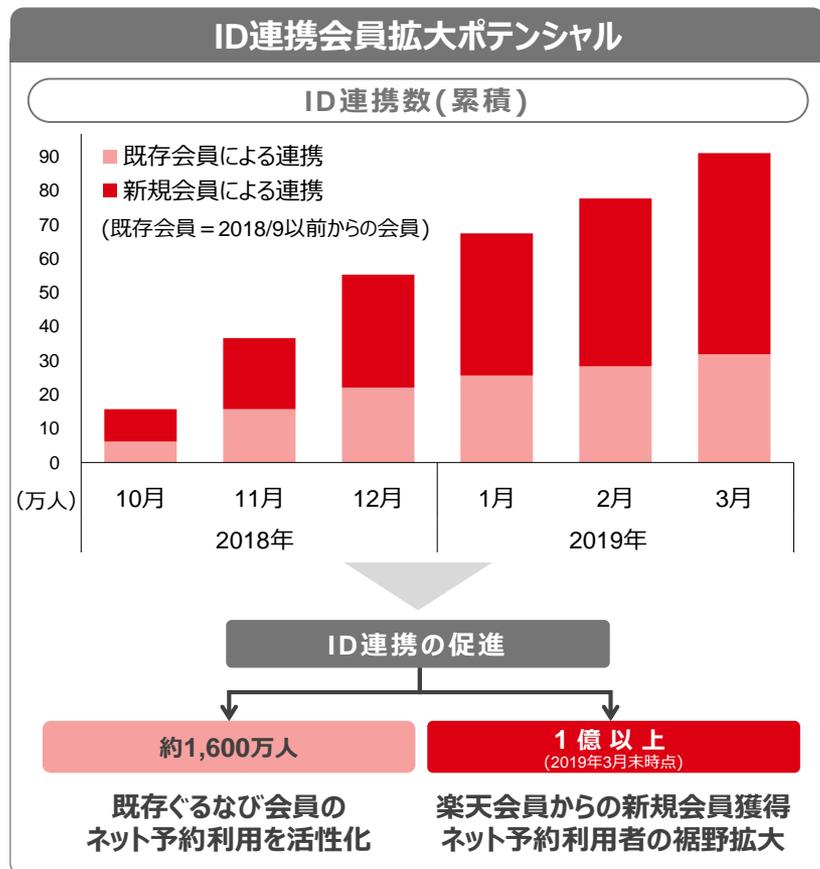
会員ID連携・楽天スーパーポイント付与施策により
ぐるなび会員数・ネット予約件数は順調に拡大



送客力向上を通して契約の減額・解約を抑制、手数料売上を拡大

● 楽天株式会社との協業 ～ネット予約サービスにおける連携②～

ID連携は着実に進捗 認知度向上を図りさらなる拡大を目指す



テレビCM(トライアル)
 関東および宮城(仙台)で実施

関東 : 2019/4/8 ~ 4/15
 仙台 : 2019/4/8 ~ 4/22

タクシー内動画広告
 東京・大阪・札幌・福岡・神奈川・埼玉・神戸・京都で実施

期間① : 2019/4/15 ~ 4/21
 期間② : 2019/4/22 ~ 4/28

送客力向上を通して契約の減額・解約を抑制、手数料売上を拡大



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／2017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、6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

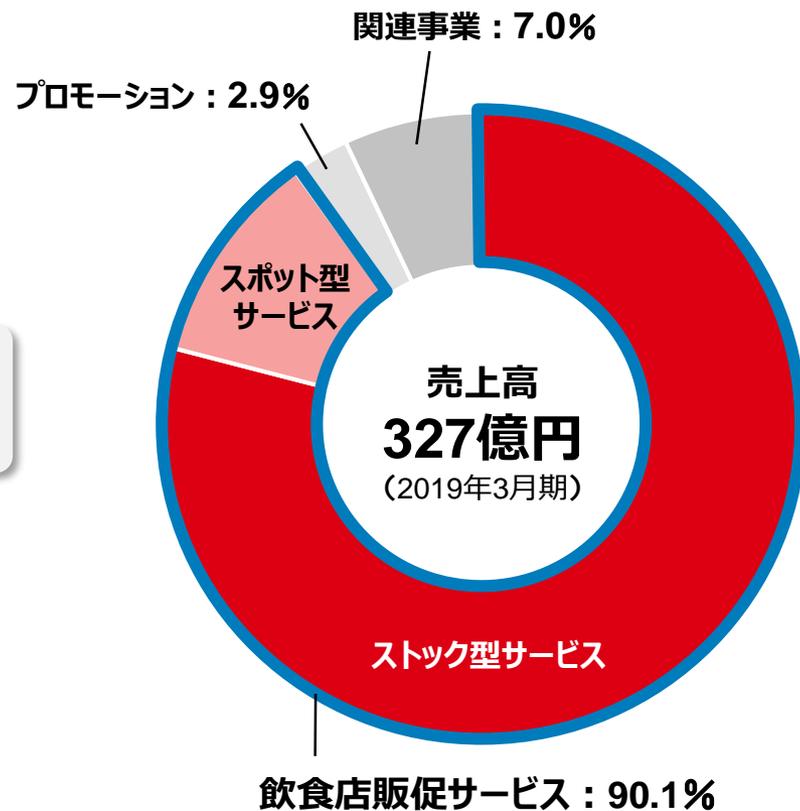
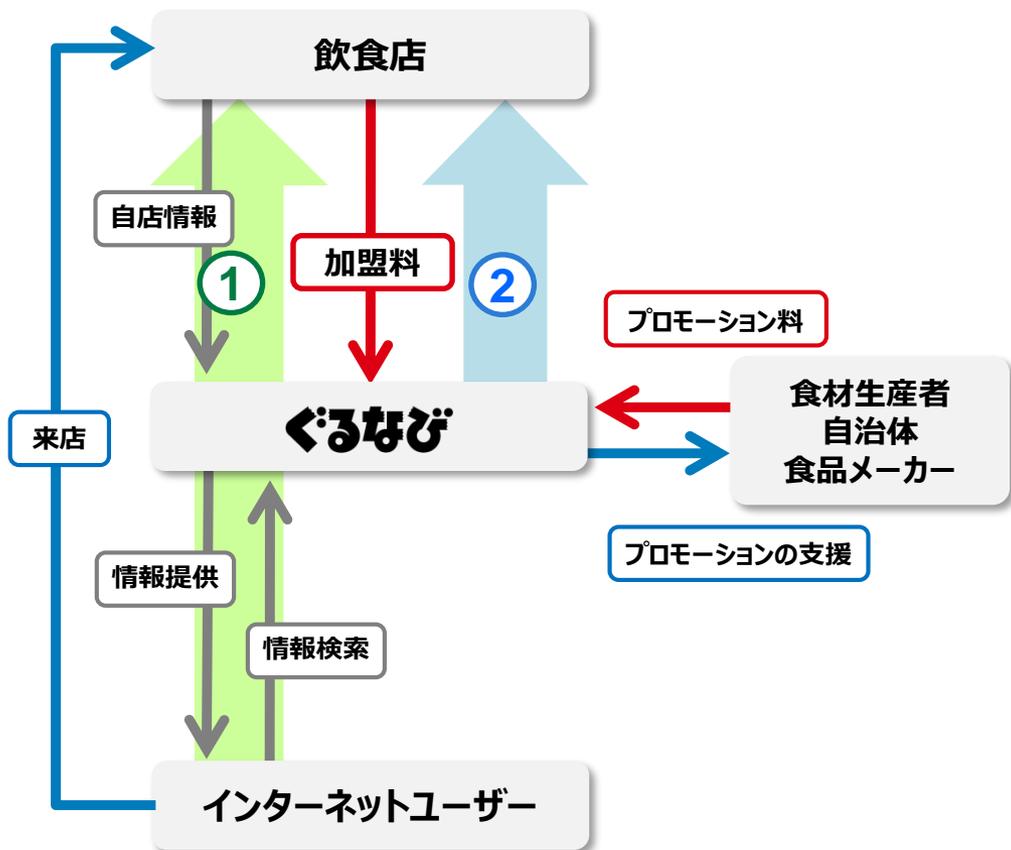
新規顧客の獲得のみならず、リピーターづくりが重要に

**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(2018年7月実施)より 》

■ 2つの事業基盤が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人のサポート体制（オフラインのインフラ）による飲食店支援



経営者と共に店舗の長期的な業容拡大を目指すパートナー



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



飲食店が困ったときにすぐに相談でき
経営に役立つ情報提供も行う外食に特化したスキルを持つ
コールセンター 150人



年間3,000回以上開催するセミナーを通じて
成功事例やノウハウを経営者に共有
ぐるなび大学 50人

店舗の抱える課題の解決に向けたPDCAサイクルを共に回す それぞれが持つ特性を活かし、多面的に飲食店をサポート

1,000人のサポート体制をベースに事業を展開

連携・協業
の推進



外部とのコラボレーションによりサポート領域の拡大を加速

支援領域

ぐるなびサイト
集客支援

他社連携
集客支援

インバウンド
集客支援

業務代行
支援

店内ICT化
支援

採用育成
支援

従来の
主な活動領域



機能の向上と一層の活用

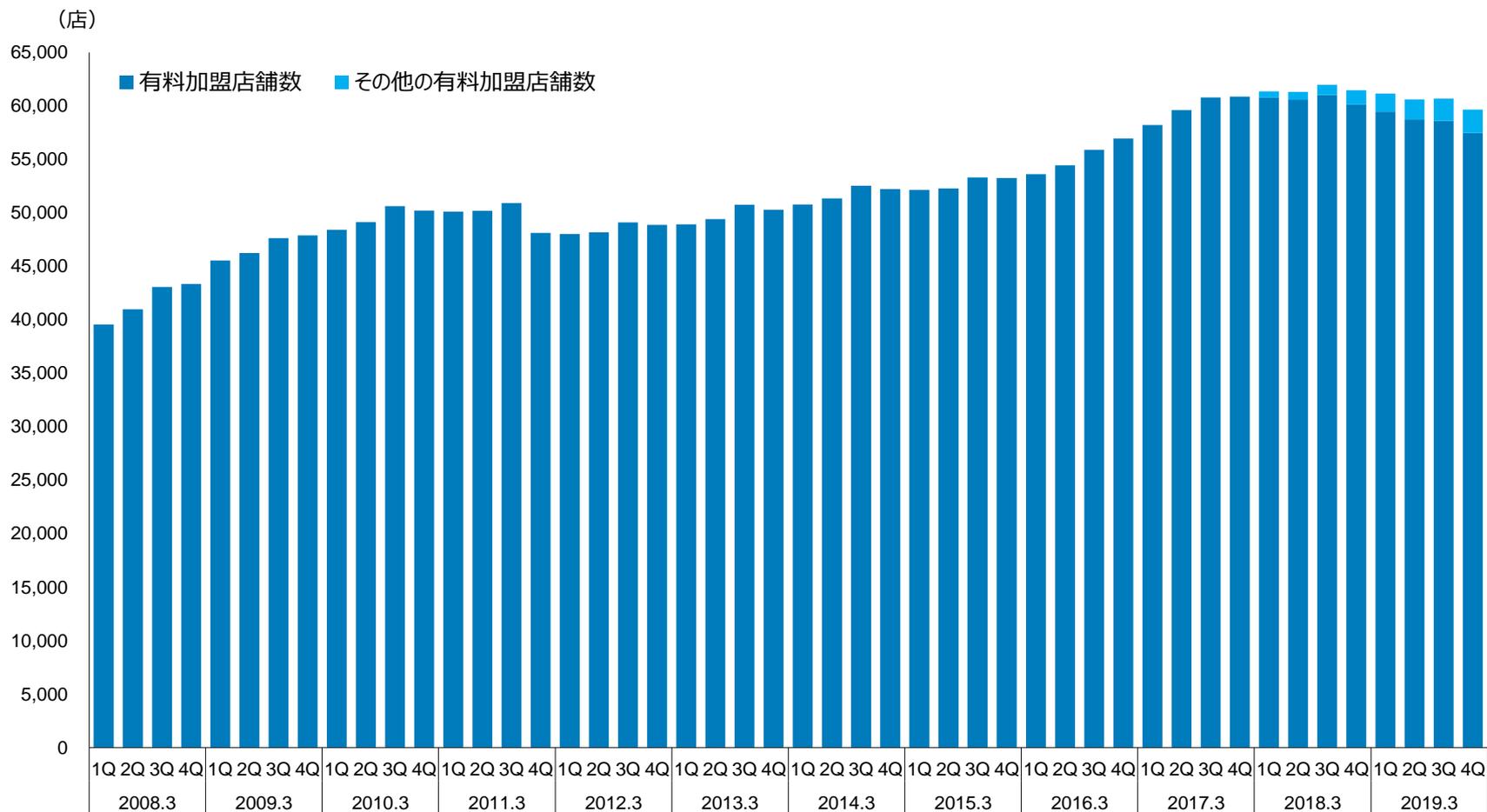
インフラ機能



2019年3月期 実績

総有料加盟 (含むその他の有料加盟) **59,660店** (前年同期末比 ▲1,822店 ▲3.0%)

有料加盟 **57,465店** (前年同期末比 ▲2,658店 ▲4.4%)



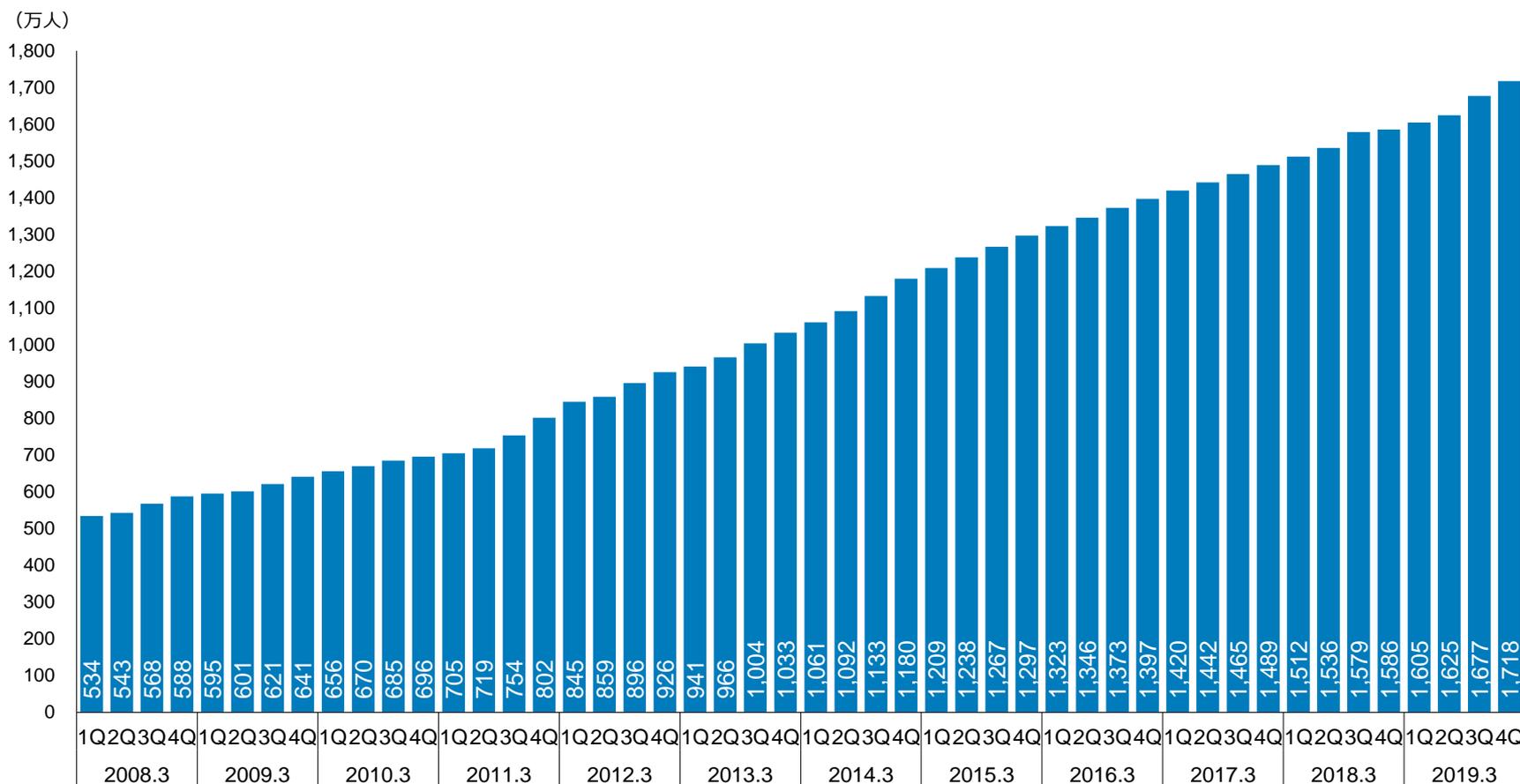
■ **月間ユニークユーザー数** : **6,100万人** 2018年12月現在、・2017年12月は6,500万人

■ **ぐるなび会員数** : **1,718万人** 2019年4月1日現在、・2018年4月は1,586万人

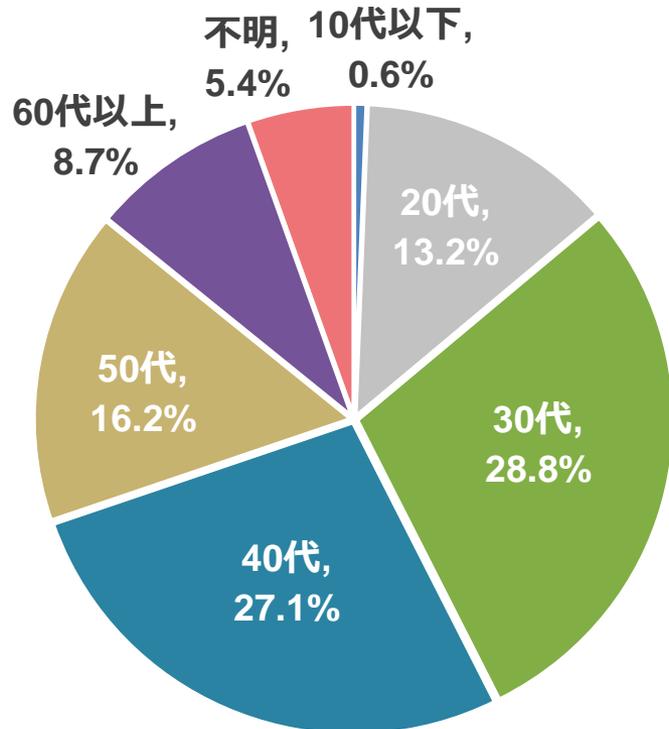
※ 月間ユニークユーザー : 月間で「ぐるなび」を見たブラウザ数

※ ぐるなび会員数 : 「ぐるなび」に登録しているユーザー数

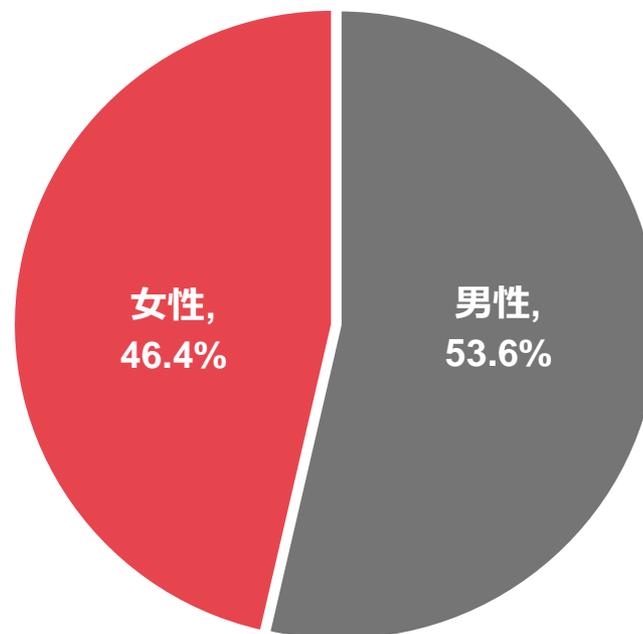
ぐるなび会員数の推移



年代別利用属性



性別利用属性

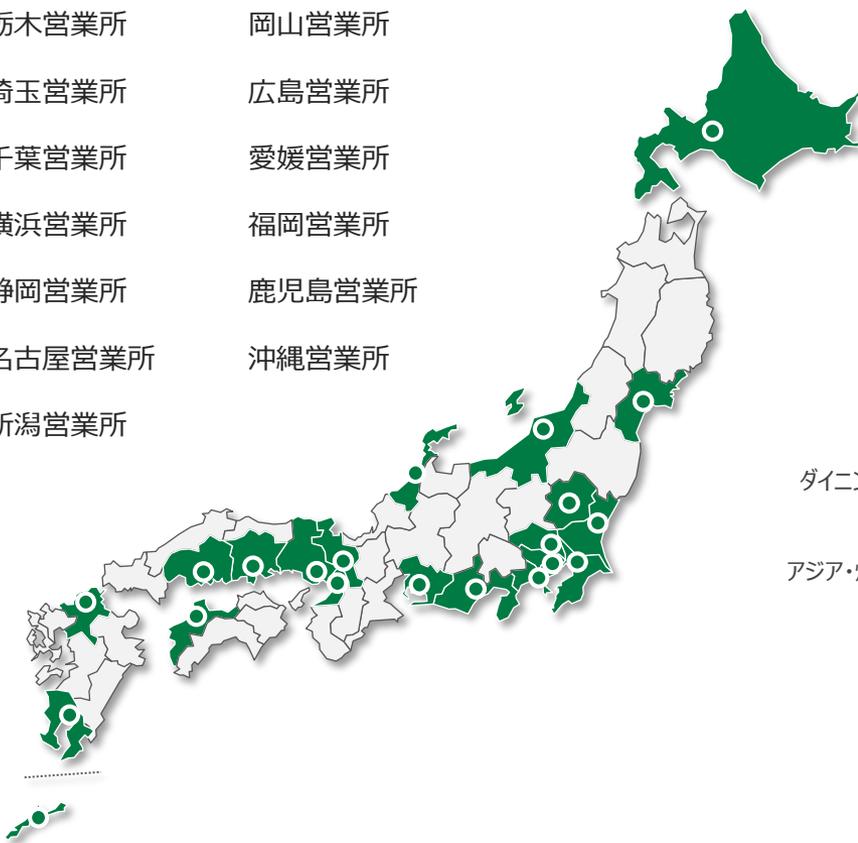


出典：ぐるなび会員情報
(2019年3月時点)

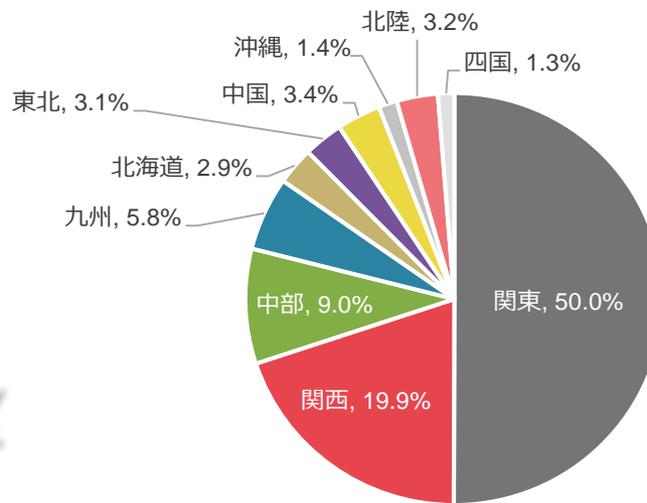
ぐるなびの利用属性は男女差が少なく、幅広い年代から利用されています。また当社アンケートによると、お店を選ぶ際に、メニューや雰囲気を選ぶ傾向にあり、割引目当てでない優良顧客が多いという結果が出ています。

全国21箇所の営業所を拠点に事業を推進

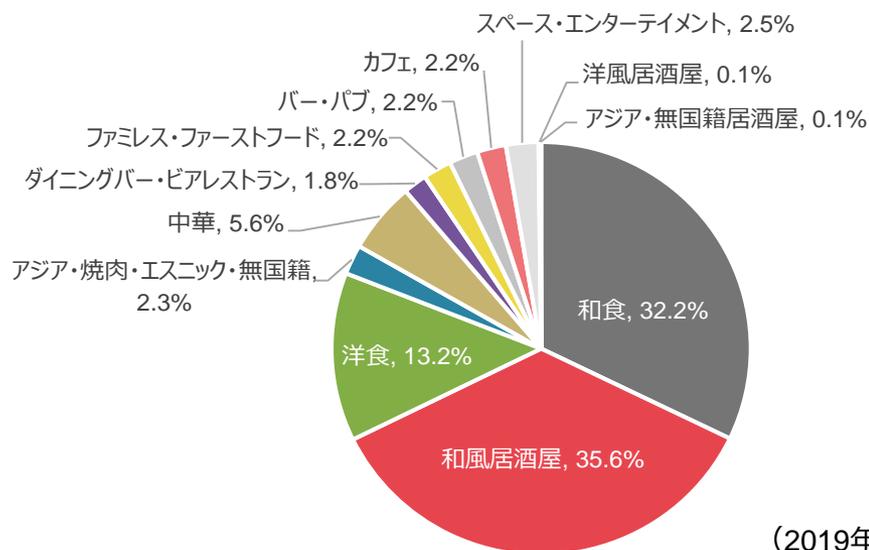
- | | |
|--------|--------|
| 東京本社 | 金沢営業所 |
| 北海道営業所 | 大阪営業所 |
| 仙台営業所 | 京都営業所 |
| 茨城営業所 | 神戸営業所 |
| 栃木営業所 | 岡山営業所 |
| 埼玉営業所 | 広島営業所 |
| 千葉営業所 | 愛媛営業所 |
| 横浜営業所 | 福岡営業所 |
| 静岡営業所 | 鹿児島営業所 |
| 名古屋営業所 | 沖縄営業所 |
| 新潟営業所 | |



エリア別加盟店割合

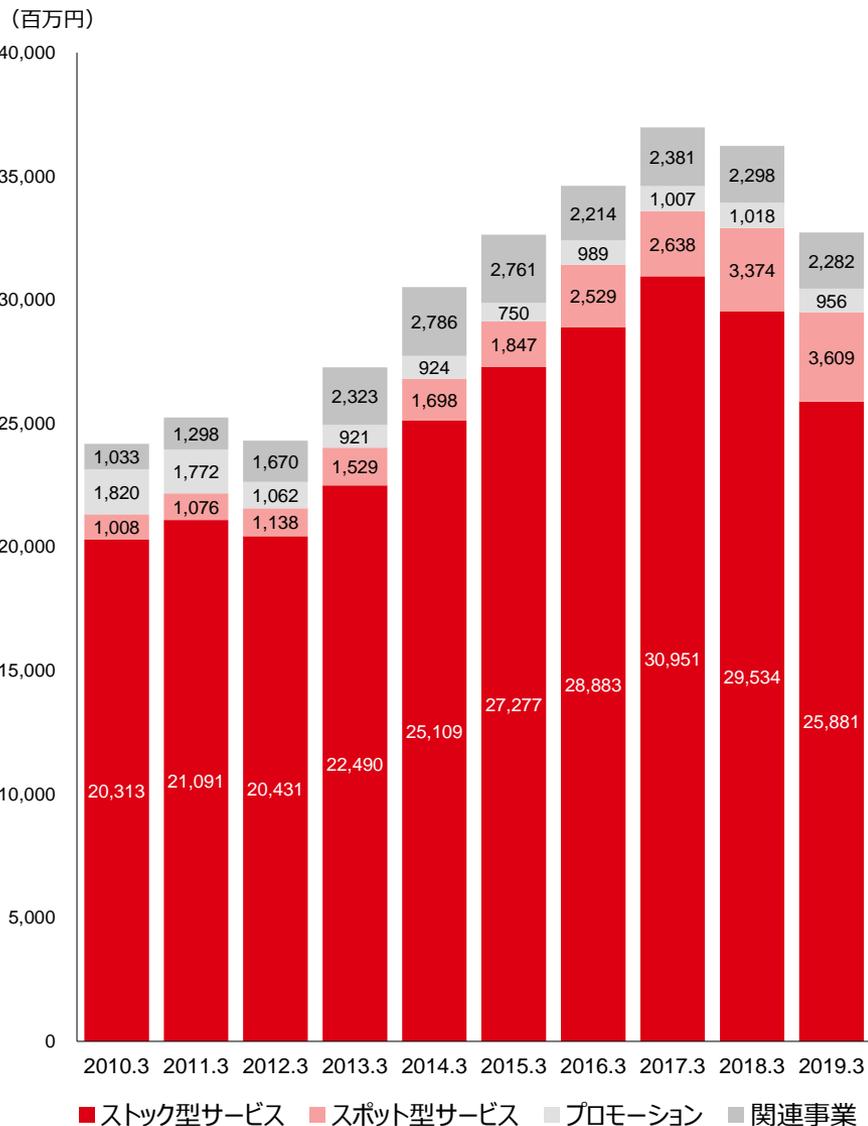


業態別加盟店割合

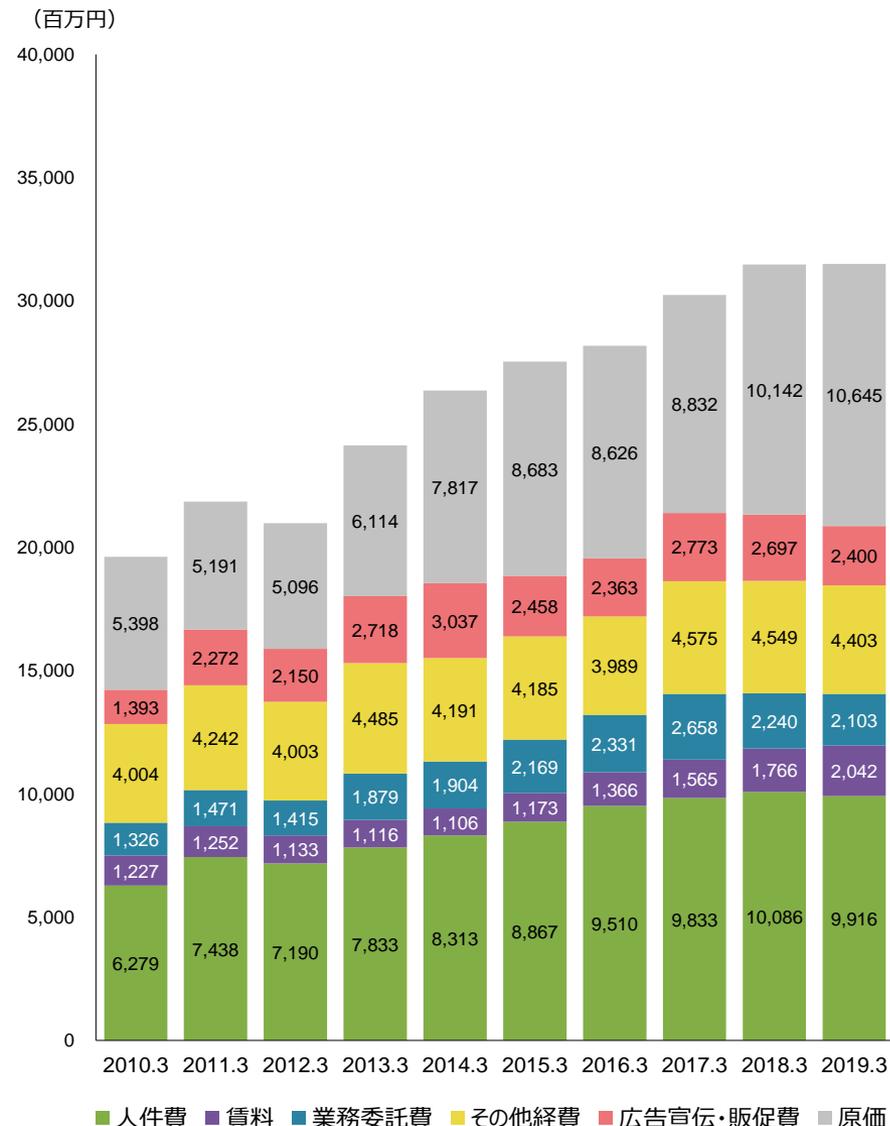


(2019年3月時点)

売上高



原価・費用



四半期別 データ (連結)

売上高 (単位: 百万円)		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	2018.3 Q4	2019.3 Q1	2019.3 Q2	2019.3 Q3	2019.3 Q4
ストック型サービス	a	6,973	7,077	7,344	7,487	7,601	7,674	7,880	7,795	7,518	7,346	7,443	7,225	6,778	6,417	6,385	6,300
スポット型サービス	b	455	492	895	686	487	596	813	741	604	710	1,198	861	751	691	1,166	999
飲食店販促サービス	$c = a+b$	7,429	7,569	8,240	8,173	8,088	8,271	8,693	8,536	8,123	8,056	8,641	8,087	7,530	7,108	7,552	7,299
プロモーション	d	152	213	307	315	155	189	262	399	152	195	266	403	144	174	322	314
基盤事業計	$e = c+d$	7,582	7,783	8,547	8,489	8,243	8,460	8,956	8,936	8,276	8,252	8,908	8,490	7,674	7,282	7,874	7,614
関連事業	f	493	494	632	594	520	508	676	676	515	516	631	635	534	513	634	600
合計	$g = e+f$	8,075	8,278	9,179	9,083	8,763	8,968	9,633	9,613	8,791	8,769	9,539	9,126	8,209	7,795	8,509	8,214

(単位: 円/月)		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	2018.3 Q4	2019.3 Q1	2019.3 Q2	2019.3 Q3	2019.3 Q4
ストック型サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU)	$h * 1$	43,493	43,654	44,368	44,230	43,990	43,420	43,625	42,700	41,202	40,352	40,791	39,755	37,791	36,191	36,279	36,185
飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU) ①	$i * 2$	-	-	-	-	-	-	-	-	44,292	43,772	46,718	43,667	40,933	38,911	41,493	40,430
飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU) ②	$j * 3$	46,335	46,690	49,780	48,283	46,811	46,793	48,126	46,763	44,515	44,253	47,357	44,495	41,982	40,091	42,902	41,927

*1) ストック型サービスの店舗当たり契約高 (ARPU): ストック型サービス売上を、有料加盟店舗数 (期首期末平均) で除して算出 $h=2/3*a/(l_{t-1}+l_t)$

*2) 飲食店販促サービスの店舗当たり契約高 (ARPU) ①: 飲食店販促サービス売上を、総有料加盟店舗数 (期首期末平均) で除して算出 $i=2/3*c/(k_{t-1}+k_t)$

*3) 飲食店販促サービスの店舗当たり契約高 (ARPU) ②: 飲食店販促サービス売上を、有料加盟店舗数 (期首期末平均) で除して算出 $j=2/3*c/(l_{t-1}+l_t)$

(単位: 店)		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	2018.3 Q4	2019.3 Q1	2019.3 Q2	2019.3 Q3	2019.3 Q4
総有料加盟店舗数	$k = l+m$	53,628	54,458	55,894	56,967	58,226	59,612	60,816	60,886	61,383	61,328	61,986	61,482	61,157	60,629	60,712	59,660
有料加盟店舗数	l	53,628	54,458	55,894	56,967	58,226	59,612	60,816	60,886	60,770	60,606	61,045	60,123	59,452	58,747	58,608	57,465
その他の有料加盟店舗数*4	m	-	-	-	-	-	-	-	-	613	722	941	1,359	1,705	1,882	2,104	2,195
無料加盟店舗数	n	76,834	77,287	77,098	81,826	81,529	83,182	82,466	87,019	86,536	86,679	87,665	86,607	88,078	89,927	89,584	91,405

*4) 基本加盟契約を締結していない有料加盟店

（単位：百万円）	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	2018年3月期	2019年3月期
営業成績										
売上高	24,175	25,238	24,302	27,265	30,518	32,636	34,617	36,979	36,226	32,728
営業利益	4,545	3,369	3,312	3,116	4,147	5,099	6,429	6,740	4,742	1,216
経常利益	4,578	3,406	3,375	3,153	4,167	5,127	6,492	6,813	4,809	1,289
当期純利益	2,323	1,813	1,909	1,959	2,420	3,279	4,367	4,799	3,192	581
資産・負債・純資産										
総資産	15,309	19,653	16,951	19,103	22,071	23,665	27,322	23,917	25,457	23,797
現預金・有価証券	5,531	10,398	7,548	7,399	9,448	10,492	13,131	7,922	8,000	7,630
負債	3,895	8,519	4,381	5,005	5,926	6,201	7,026	5,878	6,270	5,093
純資産	11,413	11,133	12,569	14,098	16,145	17,464	20,296	18,038	19,186	18,704
自己資本	11,413	11,133	12,555	14,042	16,099	17,427	20,266	18,013	19,166	18,662
1株当たりデータ										
1株当たり当期純利益（EPS）※1	45.20	35.76	39.12	40.15	49.56	67.26	90.19	102.25	68.27	12.42
1株当たり配当金（円）※1	10	10	10	10	15	28	38	42	44	8
その他										
営業利益率（%）	18.8	13.4	13.6	11.4	13.6	15.6	18.6	18.2	13.1	3.7
自己資本当期純利益率（ROE,%）	22.0	16.1	16.1	14.7	16.1	19.6	23.2	25.1	17.2	3.1
総資産当期純利益率（ROA,%）	16.5	10.4	10.4	10.9	11.8	14.3	17.1	18.7	12.9	2.4
配当性向（%）	22.1	28.0	25.6	24.9	30.3	41.6	42.1	41.1	64.5	64.4
自己資本比率（%）	74.6	56.7	74.1	73.5	72.9	73.6	74.2	75.3	75.3	78.4
自己株数（株）	2,779	15,854	1,585,400	1,585,400	1,503,649	266,059	216,459	1,924,559	1,892,159	1,839,162
有料加盟店舗数	50,227	48,129	48,893	50,310	52,235	53,263	56,967	60,886	60,123	57,465

※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、2010年3月期の期首（2008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。

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	パソコン・スマートフォン等による飲食店等の情報提供サービス、飲食店等の経営に関わる各種業務支援サービスの提供その他関連する事業
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、越川 直紀、犬塚 祥敬、臼井 めぐみ、月原 紘一 (社外)、見並 陽一 (社外) 執行役員10名、監査役5名 (内、社外4名)
大株主 上位10名	滝 久雄 17.7%、楽天(株) 10.0%、(公財)日本交通文化協会 4.0%、日本マスタートラスト信託銀行(株) (信託口) 3.5% 小田急電鉄(株) 2.4%、東京地下鉄(株) 2.1%、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) 1.9%、日本トラスティ・サービス信託銀行(株) (信託口9) 1.9%、BARCLAYS BANK PLC A/C CLIENT SEGREGATED A/C PB CAYMAN CLIENTS 1.8%、滝 裕子 1.8% ※ 持株比率は自己株式(1,839,162株)を控除して計算
総株主数	15,224名
総人員数	単体:1,851名 連結:2,119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%)

ぐるなび

企業情報

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

IRに関するお問い合わせ

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

Disclaimer

本資料は、2019年3月期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。