

ぐるなび

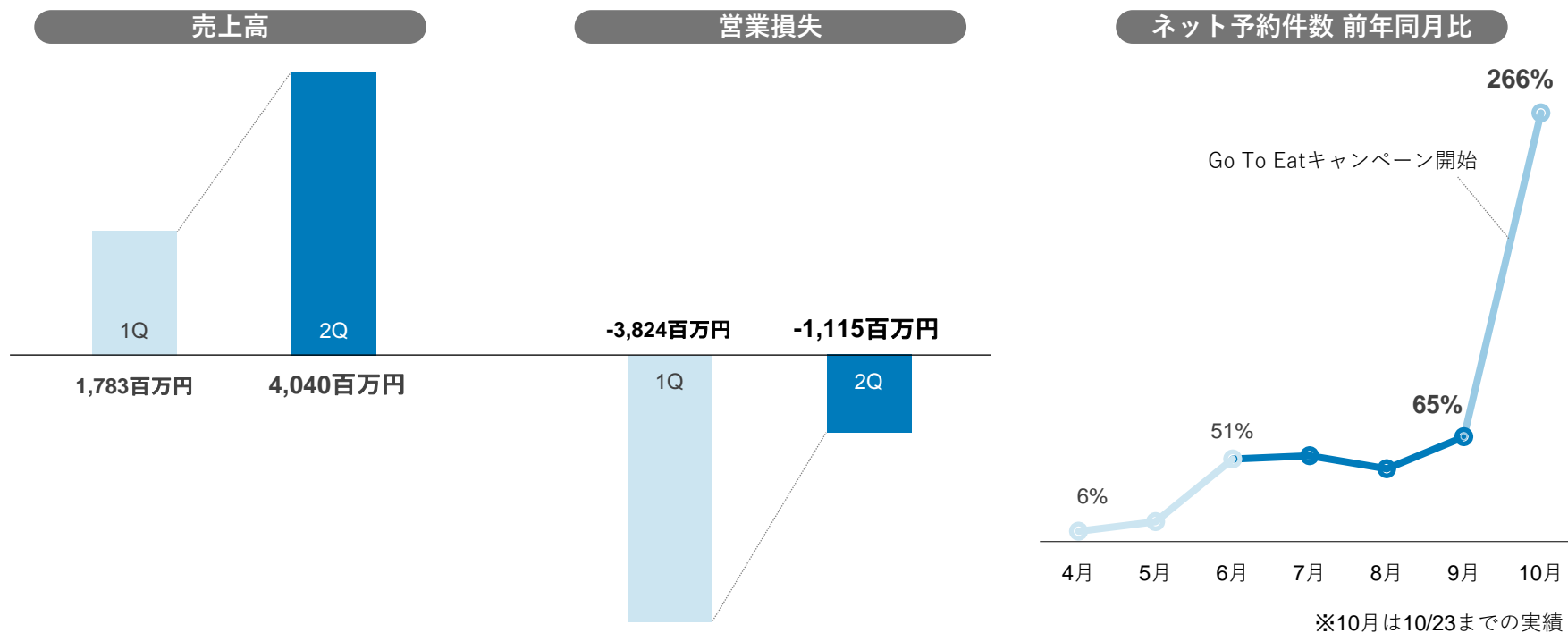
# 2021年3月期 第2四半期 決算説明会資料

株式会社ぐるなび (証券コード / 2440)



## 業績は1Qをボトムとし最悪期を脱す 外食需要の回復を追い風に、回復加速の兆しがみられる

- ✓ 休会対応を終了し請求を再開したことにより、売上・利益は1Qをボトムに回復
- ✓ 感染症再拡大等により売上の回復ペースは停滞
- ✓ 外食需要の回復に伴い、9月以降は飲食店やユーザーによる当社サービス利用の回復に加速感がみられる



# 決算概要（第2四半期累計）

売上高	<b>5,824</b> 百万円	前年同期比	<b>-61.6 %</b>
営業損失	<b>-4,939</b> 百万円		
親会社株主に帰属する四半期純損失	<b>-5,446</b> 百万円		
1株当たり四半期純損失（EPS）	<b>-116.16</b> 円		
総有料加盟店舗数（2020年9月末）	<b>49,469</b> 店	前年同期末比	<b>-16.1 %</b>
楽天ID連携会員数（2020年9月末）	<b>294</b> 万人	前年同期末比	<b>+79.5 %</b>

# 売上高内訳

(単位：百万円)	2020年3月期 第2四半期累計	2021年3月期 第2四半期累計	前年同期比 変化率
売上高	15,163	5,824	-61.6%
飲食店販促サービス	13,981	5,037	-64.0%
ストック型サービス	11,992	4,499	-62.5%
スポット型サービス	1,988	538	-72.9%
プロモーション	297	450	+51.6%
関連事業	884	335	-62.1%

## ストック型サービス

- ✓ 新型コロナ感染拡大を受けての休会対応は6月で終了。飲食店の経営環境は依然厳しく、退会や契約額の減額が発生。

## スポット型サービス

- ✓ 感染症再拡大に伴う外食需要の回復停滞により、ネット予約手数料売上の前年比減少が続く。

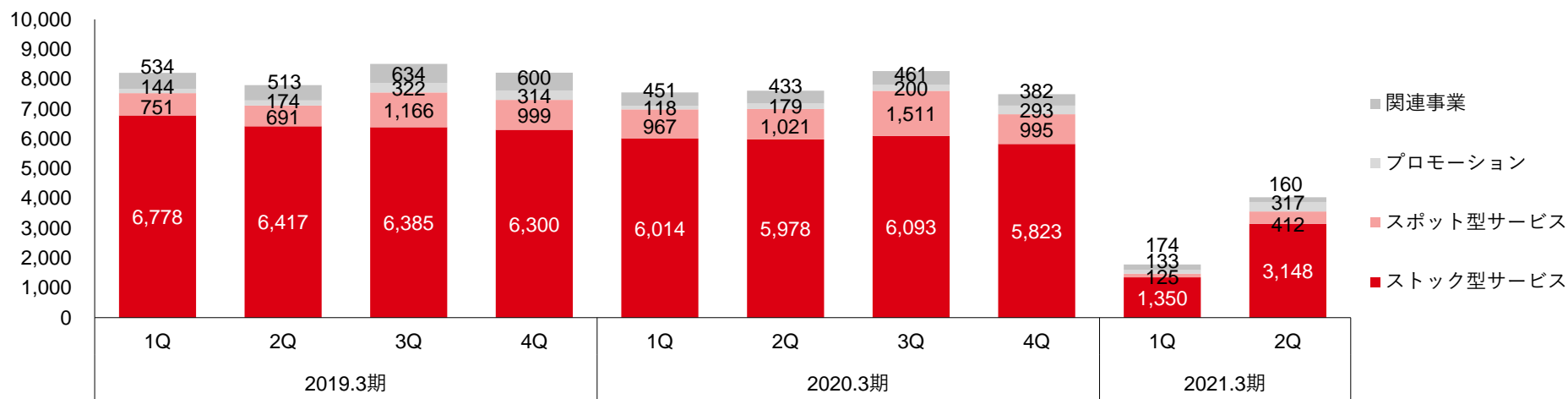
## プロモーション

- ✓ 「ぐるなびFOODMALL」(P.19参照)の運営受託費を計上

## 関連事業

- ✓ 2019年9月にレッツエンジョイ東京事業、2020年1月に法人向けデリバリー事業を譲渡。

(百万円)



# 原価・費用内訳

(単位：百万円)	2020年3月期 第2四半期累計	2021年3月期 第2四半期累計	前年同期比 変化率
総費用	14,482	10,764	-25.7%
売上原価	5,149	3,466	-32.7%
販売費及び一般管理費	9,333	7,297	-21.8%
人件費	4,707	3,493	-25.8%
賃借料	974	1,030	+5.7%
業務委託費	688	627	-9.0%
広宣・販促費	1,316	543	-58.7%
その他	1,645	1,603	-2.6%

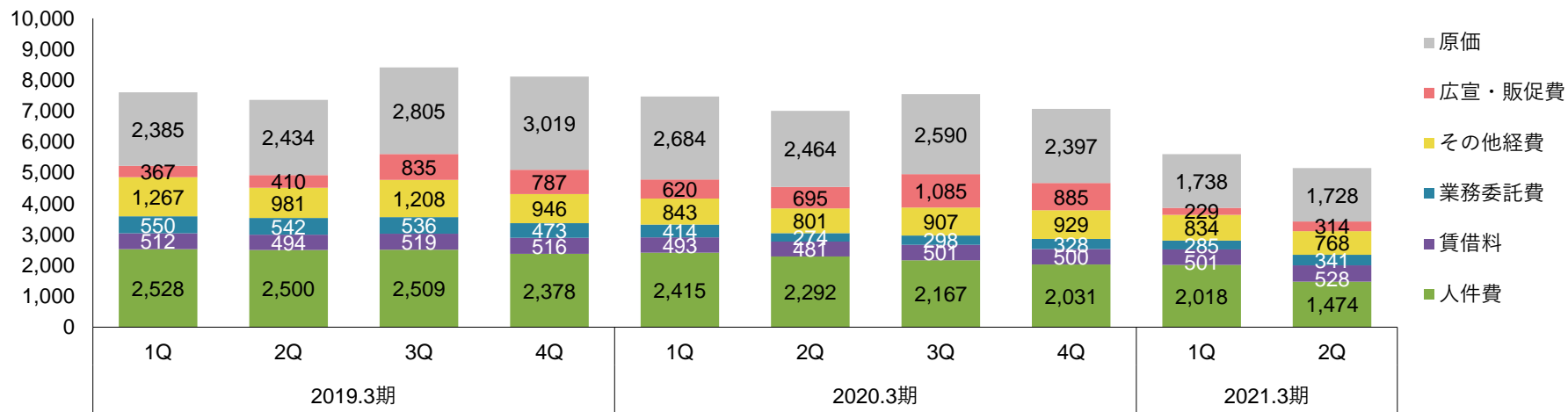
## 売上原価

- ✓ 前期実施した業務効率化施策の効果により人材関連コスト、開発費用が低減。
- ✓ 加えて、コロナ影響によるサービス利用の減少や新規加盟の減少により、コンテンツ制作費、サービス運用費用が縮小。

## 販売費及び一般管理費

- ✓ 人件費／業務委託費  
前期実施した業務効率化施策の効果によりコスト低減。
- ✓ 広宣・販促費  
ネット予約利用減少によりポイント費用縮小、サービス利用促進に係る広告展開も抑制。

(百万円)



# 連結損益計算書

(単位：百万円)	前期（2020年3月期）		今期（2021年3月期）				
	第2四半期 累計	売上高 比率	第2四半期		第2四半期 累計	売上高 比率	前年同期比 変化率
			第1四半期	第2四半期			
売上高	15,163	100.0%	1,783	4,040	<b>5,824</b>	100.0%	-61.6%
売上原価	5,149	34.0%	1,738	1,728	<b>3,466</b>	59.5%	-32.7%
売上総利益	10,014	66.0%	45	2,312	<b>2,357</b>	40.5%	-76.5%
販売費及び一般管理費	9,333	61.5%	3,869	3,427	<b>7,297</b>	125.3%	-21.8%
営業利益又は営業損失	681	4.5%	-3,824	-1,115	<b>-4,939</b>	-	-
経常利益又は経常損失	700	4.6%	-3,815	-1,112	<b>-4,927</b>	-	-
税引前四半期純利益 又は税引前四半期純損失	700	4.6%	-3,767	-1,147	<b>-4,915</b>	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益 又は親会社株主に帰属する四半期純損失	484	3.2%	-3,777	-1,668	<b>-5,446</b>	-	-

✓ 当第2四半期において繰延税金資産を取崩し511百万円を法人税等調整額に計上

# 連結貸借対照表

- ✓ 新型コロナウイルスの感染再拡大、影響長期化に備え資金調達手段を強化  
コミットメントラインを60億円から120億円へ増額

(単位：百万円)	2020年3月末	2020年9月末	前期末比	(単位：百万円)	2020年3月末	2020年9月末	前期末比
流動資産合計	18,002	<b>12,362</b>	-5,639	流動負債合計	4,449	<b>3,621</b>	-828
現金・有価証券	11,653	<b>7,631</b>	-4,021	未払金	2,154	<b>2,705</b>	551
受取手形及び売掛金	4,172	<b>2,425</b>	-1,746	未払法人税等	505	<b>74</b>	-430
未収入金	1,511	<b>1,741</b>	230	賞与引当金	587	-	-587
貸倒引当金	-205	<b>-470</b>	-264	ポイント引当金	209	<b>137</b>	-71
その他	871	<b>1,033</b>	162	その他	993	<b>702</b>	-290
固定資産合計	5,977	<b>5,369</b>	-607	固定負債合計	259	<b>185</b>	-73
有形固定資産	844	<b>908</b>	64	負債合計	4,709	<b>3,806</b>	-902
無形固定資産	1,823	<b>1,334</b>	-488	純資産合計	19,270	<b>13,925</b>	-5,344
投資その他の資産	3,309	<b>3,126</b>	-183	自己資本	19,211	<b>13,857</b>	-5,354
資産合計	23,979	<b>17,732</b>	-6,247	負債純資産合計	23,979	<b>17,732</b>	-6,247

# 2021年3月期 通期業績予想

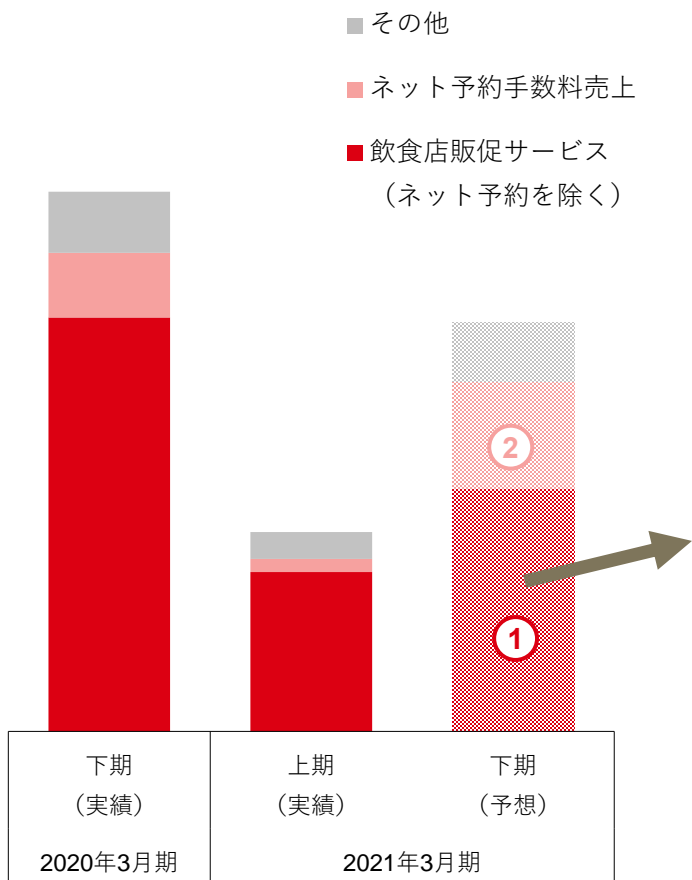
## 飲食店への送客強化に注力し、着実な売上回復を図る 今期をボトムとし、来期以降、大幅な利益改善を目指す

- ✓ 新型コロナウイルスの感染状況は、足元（9~10月）の状況が継続するとの前提のもと、Go To Eatキャンペーンなどの喚起策の効果により外食需要の一定程度の回復を期待
- ✓ 需要回復に伴い、ストック型売上の緩やかな回復、ネット予約手数料売上の拡大を見込む
- ✓ 変動費率の高いサービスの売上伸長により利益は緩やかな改善となるが、次期以降、収益性の高いサービスの売上拡大、本格的な固定費削減効果の創出により大幅な利益改善を目指す

(単位：百万円)	2020.3期	2021.3期	
	通期 (実績)	第2四半累計 (実績)	通期 (予想)
売上高	30,927	5,824	<b>17,800</b>
営業利益 又は 営業損失	1,821	-4,939	<b>-9,200</b>
経常利益 又は 経常損失	1,894	-4,927	<b>-9,200</b>
親会社株主に帰属する当期純利益 又は 親会社株主に帰属する当期純損失	949	-5,446	<b>-9,500</b>
1株当たり当期純利益 又は 1株当たり当期純損失 (EPS) : 円	20.26	-116.16	<b>-202.54</b>



## ■ 売上高予想



### 飲食店販促サービス

#### ① 外食需要喚起策を追い風に、緩やかな回復

Go To Eatキャンペーンを契機とした加盟店舗数の拡大  
販促マインドの回復に伴う減解約の水準低下

#### ② ネット予約手数料売上的大幅拡大

Go To Eatキャンペーン等の効果により、  
下期のネット予約手数料売上は上期と比較し+27億円を見込む

#### (次期以降の見通し)

- 飲食店への多面的な支援を通じ、  
**加盟店舗数の維持・拡大、店舗当たり契約高の回復**を図る
- 同時にUI・UXの改善を続け、**ネット予約利用者の定着・拡大**を図る

### その他

- Go To Eatキャンペーン、ぐるなびFOODMALLの運営を受託

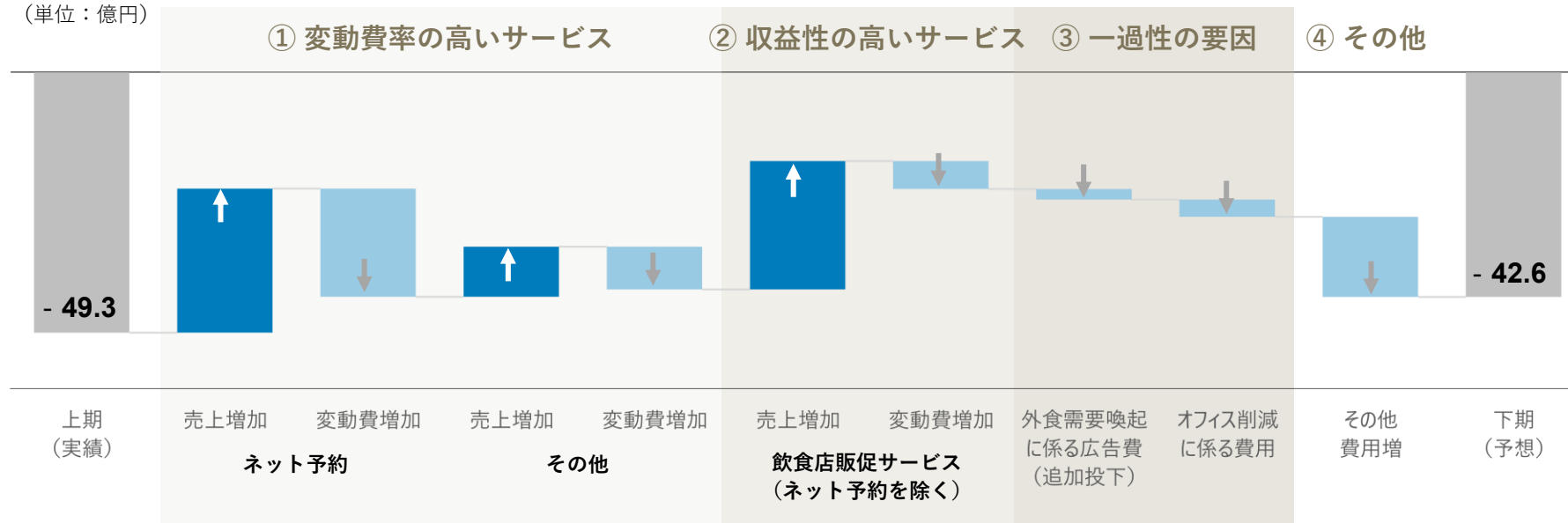
#### (次期以降の見通し)

今期低迷した企業・自治体等によるプロモーション案件の回復を見込む

# 2021年3月期 通期業績予想

## ■ 営業利益増減要因

(単位：億円)



	下期 緩やかな利益改善にとどまる
① 変動費率の高いサービス	・ ネット予約を中心に大幅な売上伸長
② 収益性の高いサービス	・ 売上は緩やかな回復にとどまる
③ 一過性の要因	・ 外食需要喚起に係る広告費を追加 ・ オフィス集約・削減を推進
④ その他	・ 社内システムの刷新、導入 など

	次期以降 利益の大幅な改善を目指す
	・ 予約獲得コスト効率化しつつ売上拡大
	・ 本格的な売上回復・拡大へ
	・ 一時費用は解消 → オフィス家賃の削減効果
	・ 業務効率化、生産性向上+更なる固定費削減策の推進

# 株主還元

外食産業の復興に向けた積極的な事業展開に備え内部留保を確保するため、今期の配当は、誠に遺憾ながら**中間・期末ともに無配**とさせていただきます。

次ページ以降に記載の方針のもと、全社一丸となり事業に取り組むことで、当社業績の回復・再成長へとつなげてまいります。

(単位：円)	1株当たり配当金			配当性向
	中間	期末	通期	
2021年3月期	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	—
2020年3月期（実績）	4.00	4.00	8.00	39.5%

## 役員報酬の一部自主返上について

厳しい事業環境に鑑み、以下のとおり役員報酬の一部を自主返上することといたしました。

取締役（社外役員を除く）  
常勤監査役

年間固定基本報酬の2割相当を返上  
年間固定基本報酬の1割相当を返上

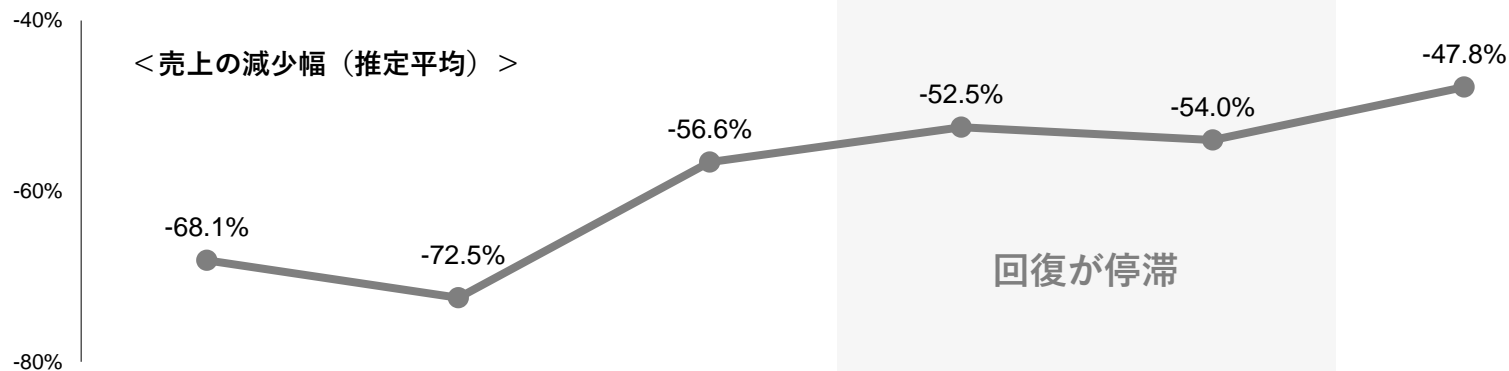
# 業績の回復・再成長に向けて

## ■ 加盟飲食店の状況

加盟飲食店の売上動向（前年同月比較）

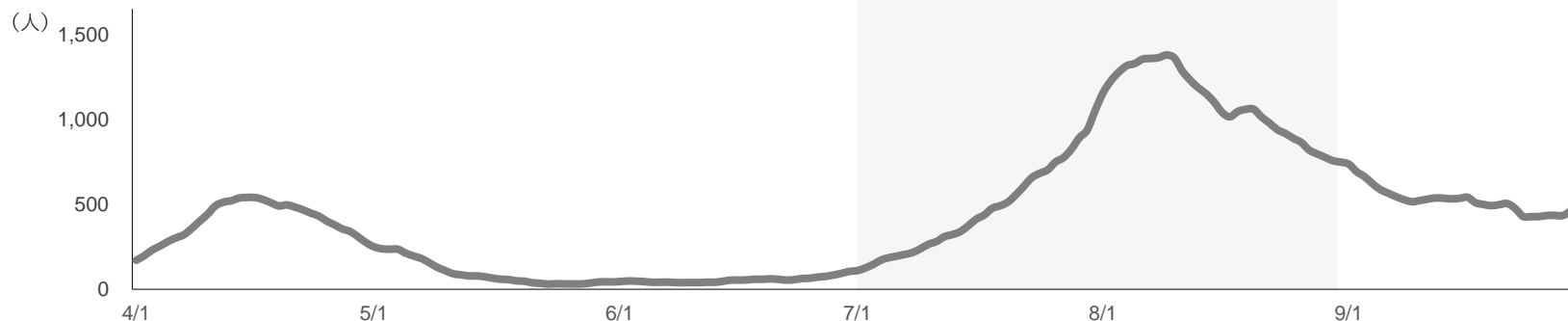
\* 加盟飲食店へのWEB調査より

売上が減少した店舗の割合	4月	5月	6月	7月	8月	9月
	96.1%	98.0%	92.1%	92.0%	94.7%	92.6%



国内の新型コロナウイルス感染者数推移（7日移動平均）

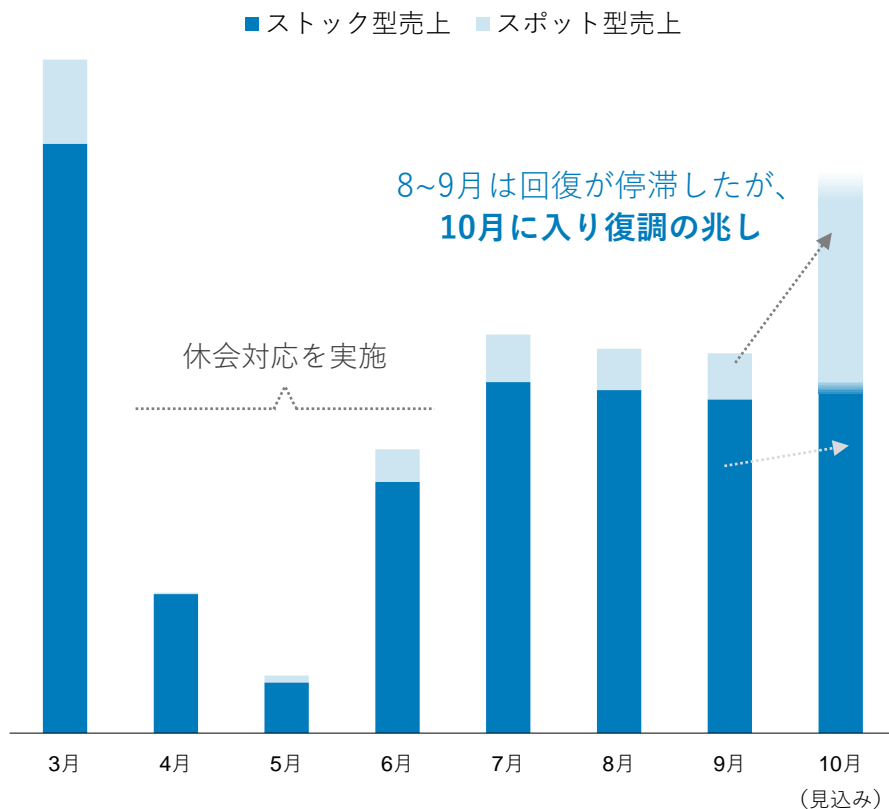
\* NHK 新型コロナウイルス特設サイトより



# 業績の回復・再成長に向けて

## ■ 当社の飲食店販促サービス売上の状況

飲食店販促サービス売上（月次）の推移



### ● ストック型売上回復のシナリオ

飲食店の経営体力回復を最優先し、拙速な増額提案ではなく着実な回復を図る

飲食店の資金繰り悪化

飲食店の経営体力回復が最優先課題

集客（売上）の回復・拡大

業務効率向上  
コスト抑制

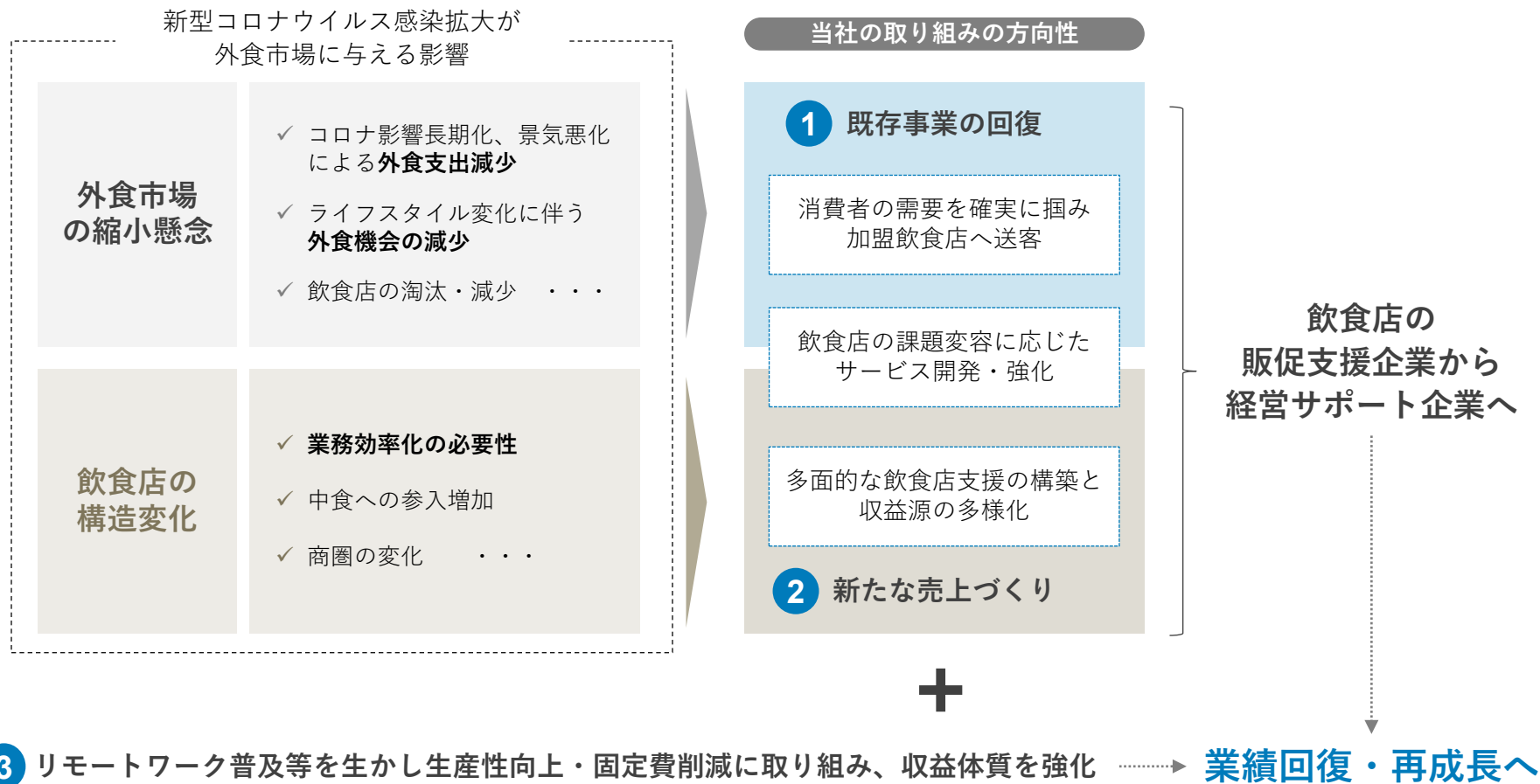
販促マインド向上

ストック型売上の本格回復・再成長

# 業績の回復・再成長に向けて

## ■ 業績回復に向けた今後の取り組みの方向性

※2021.3期 1Q決算説明会資料の再掲



# 業績の回復・再成長へ向けた取り組みの進捗

## ■ 送客の強化 ①

需要喚起の本格化に備え、送客効果を最大化するためのサイト改善を継続

CVR  
向上

### 2Qの取り組み

#### ● スマートフォン版店舗ページの刷新

- ・メニューなどユーザーの重視する情報への導線簡略化
- ・回遊しやすさを高めるページ設計の見直し
- ・情報の読みやすさを高めるデザイン変更

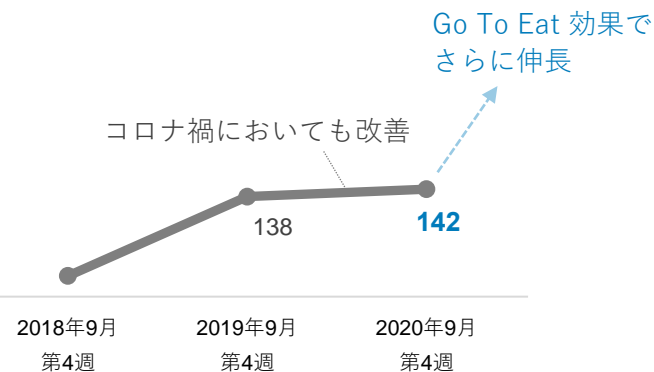
#### ● 感染症対策情報の発信強化

- ・店舗ページへの「コロナ対策」実施状況表示を開始
- ・検索で「コロナ対策実施店舗」の絞り込みを可能に

継続的なUI・UX改善により、CVRは着実に向上

### CVR (スマホ版店舗ページ流入 → 予約)

\* 2018年9月第4週を100とする指数



流入  
拡大

### 今後の取り組み

「LINEで予約」との連携決定 当社加盟飲食店へのオンライン予約がLINEアプリ上で可能に

LINEアプリでの飲食店検索・予約機能にファーストパートナーとして加盟飲食店の席在庫情報を提供

# 業績の回復・再成長へ向けた取り組みの進捗

## ■ 送客の強化 ②

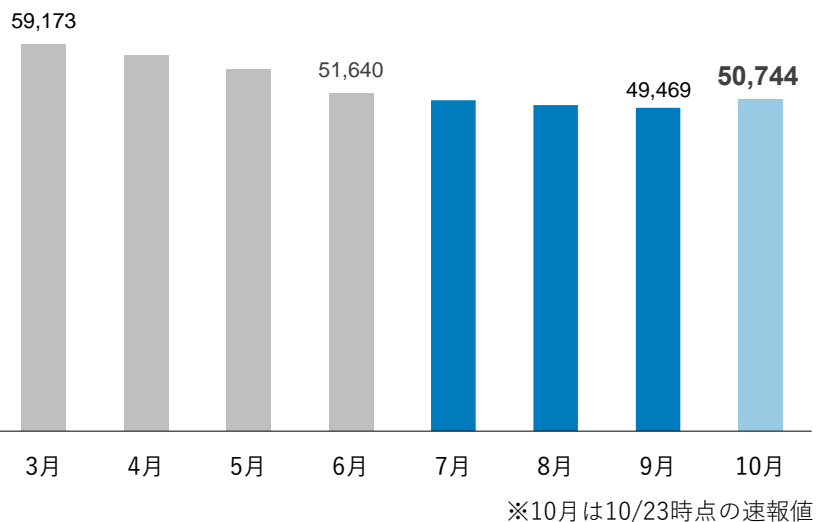
需要喚起

10月からの取り組み

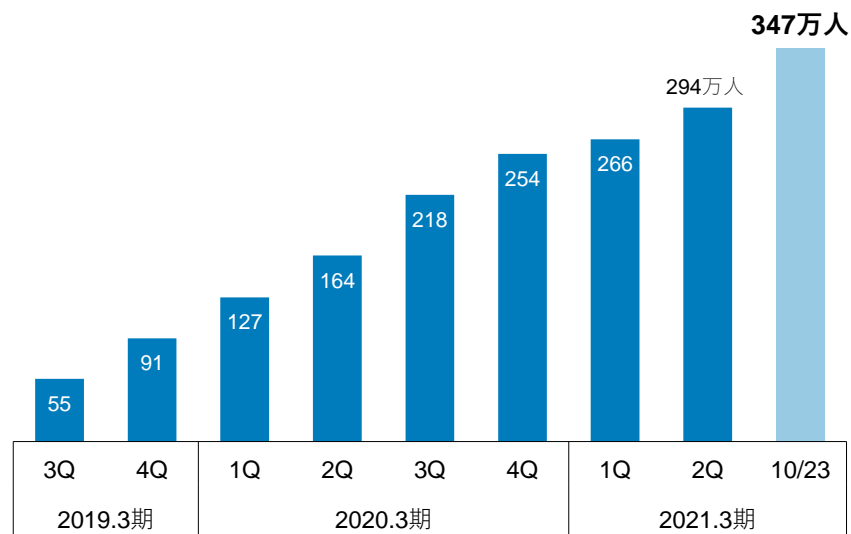
- Go to Eatキャンペーンへオンライン飲食予約事業者として参画
- 楽天ポイントをフックとした当社独自キャンペーンを開催

飲食店・ユーザー共にキャンペーンへの参加意欲は高く、10月以降、顧客基盤の拡大ペースが加速

総有料加盟店舗数の推移



楽天ID連携数の推移



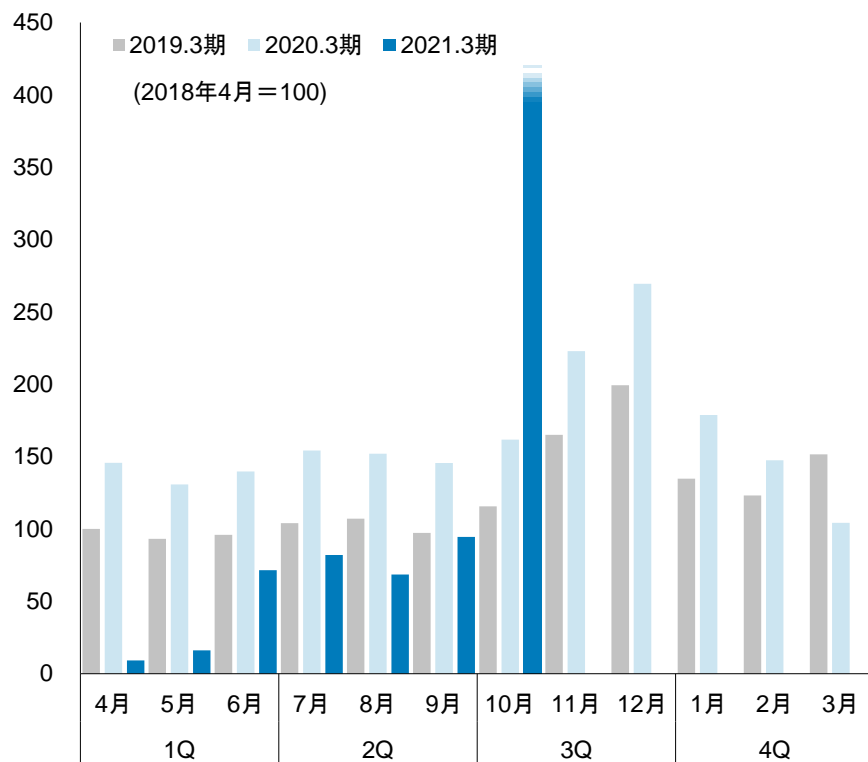


# 業績の回復・再成長へ向けた取り組みの進捗

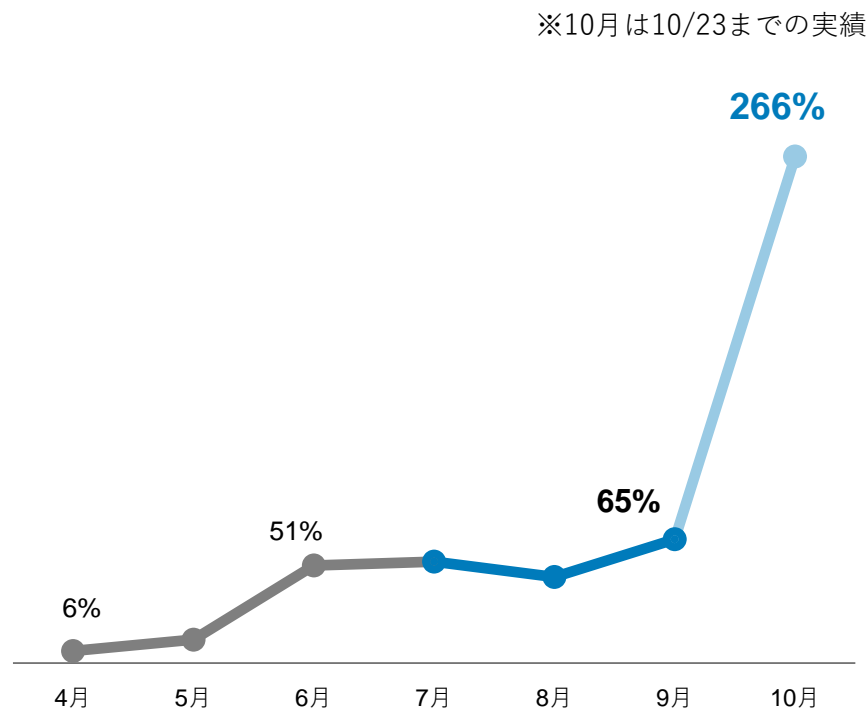
## ■ 送客の強化 ③

顧客基盤の拡大と同時にサイト改善も奏功し、キャンペーン開始以降、ネット予約件数は大幅に拡大

ネット予約件数 推移



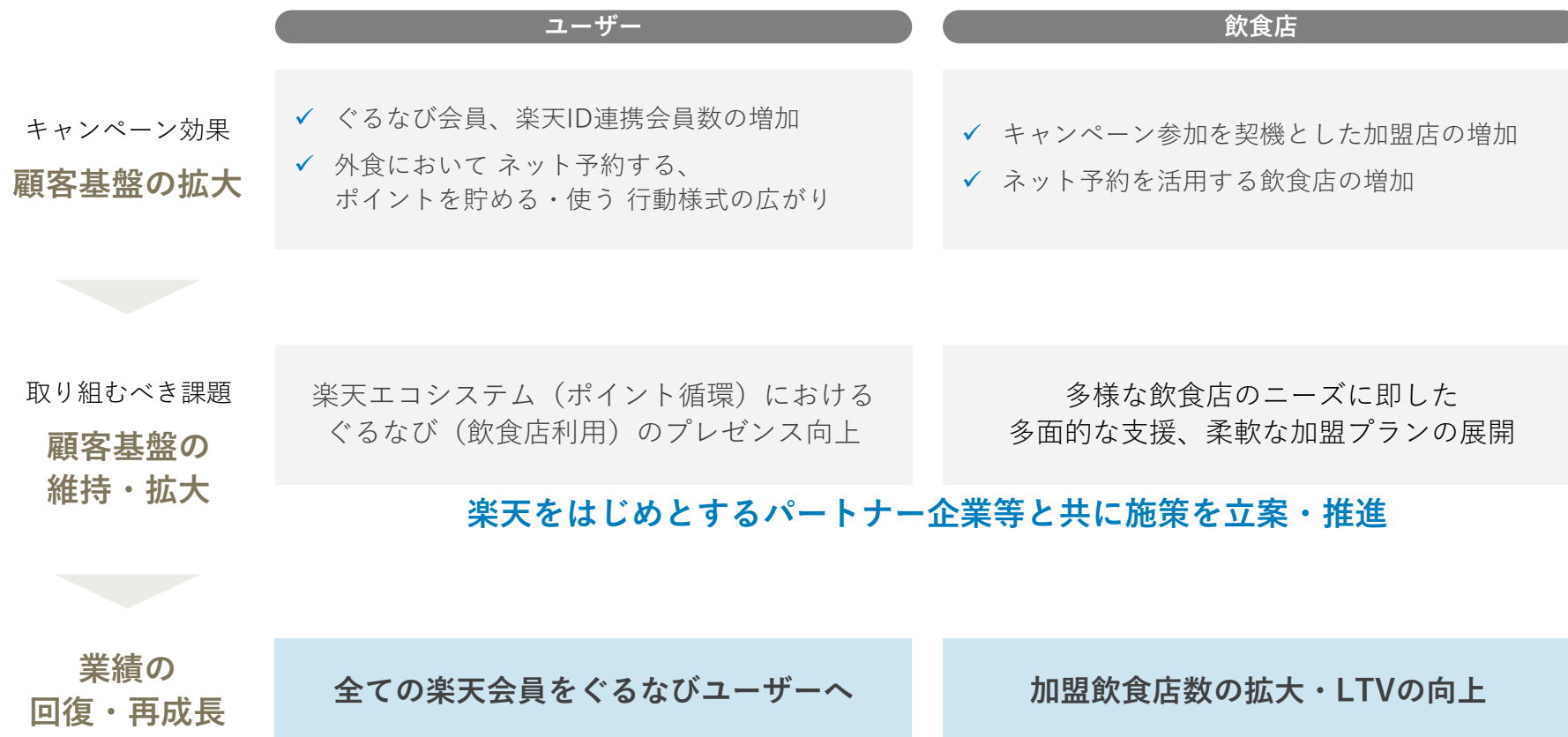
ネット予約件数 前年同月比



# 業績の回復・再成長へ向けた取り組みの進捗

## ■ 送客の強化 ④

キャンペーン効果で拡大した顧客基盤を維持・拡大し、本質的な業績回復・再成長へ



# 業績の回復・再成長へ向けた取り組みの進捗

## ■ 業務支援の拡充 ①

食材等の受発注支援への本格参入へ向け、顧客基盤の構築、ノウハウの蓄積を推進

コロナ影響を受ける生産者・卸と  
飲食店をつなぐECサイト

**ぐるなびFODMALL**  
- Farm to Restaurant to Table -

✓ 7月のサービス開始から短期間で利用飲食店・事業者数が伸長

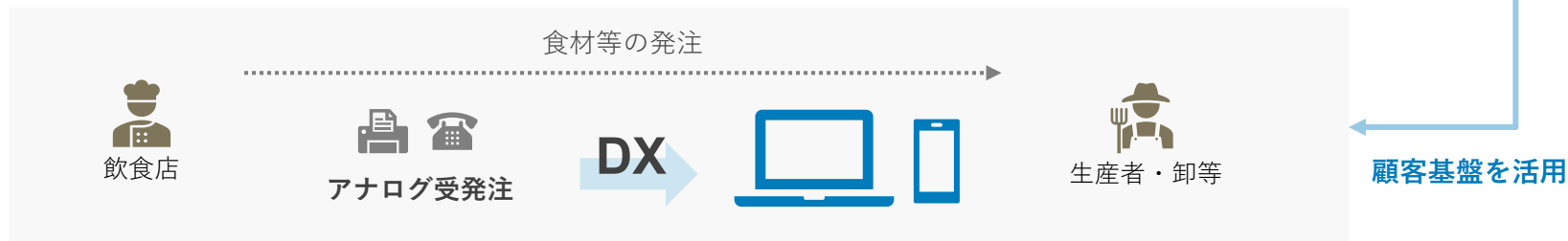
飲食店 約**6,500**店舗  
+ チェーン企業 数社

事業者 約**680**社 (出品準備中を含む)

※9月末時点

### 中期ビジョン

外食産業における受発注を含む業務のデジタルトランスフォーメーションを促進



受発注業務の簡略化

仕入れ先・販路の多様化 (拡大)

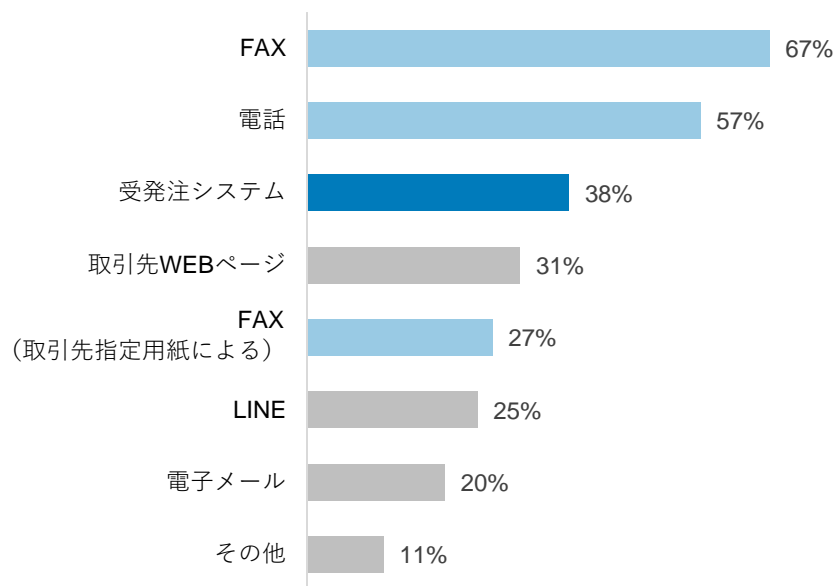
データ活用 (フードロス削減等)

・・・への寄与

# 業績の回復・再成長へ向けた取り組みの進捗

## (参考) 飲食店の食材発注手段と収益構造

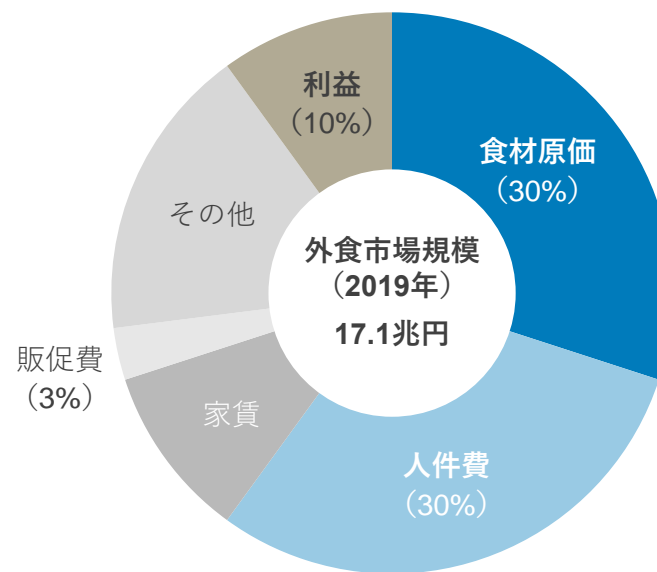
飲食店の食材等発注手段 (複数回答)



FAX、電話のアナログな手段が上位を占める

\* 加盟飲食店調査より 2020/9/17~10/9実施 (n=554)

一般的な飲食店の収益構造



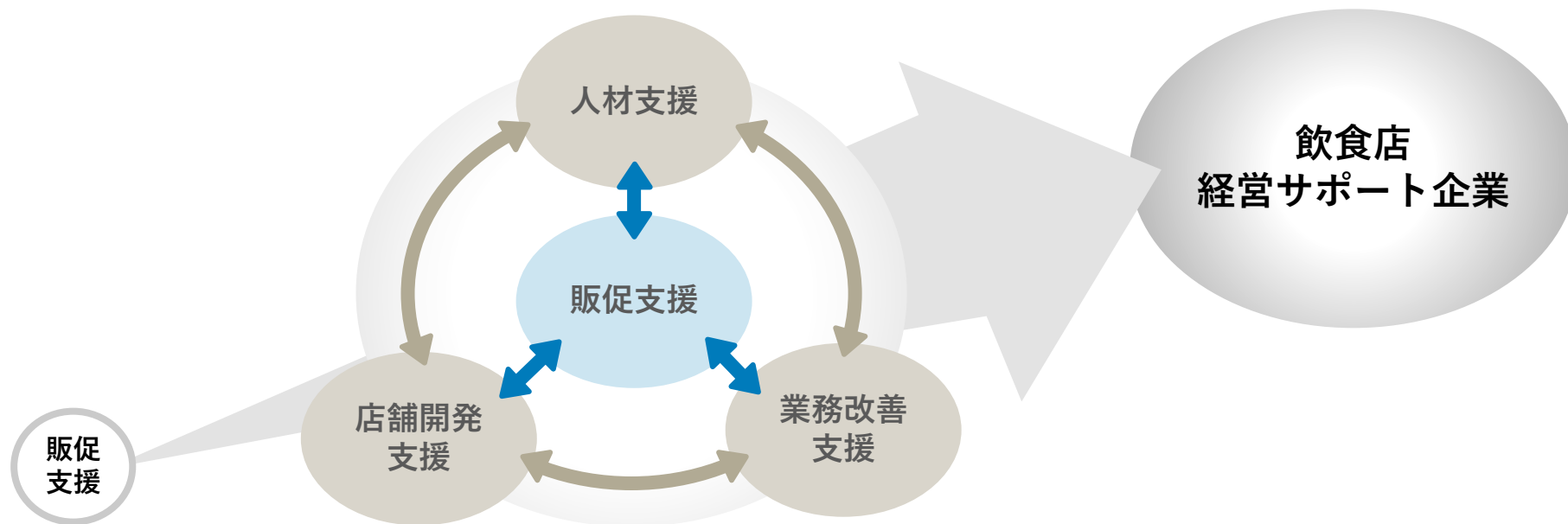
収益の大半を占める食材原価・人件費を効率化し、利益率の向上に貢献

\* 外食市場規模：(財)食の安全安心財団「外食産業市場規模推移」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)

# 業績の回復・再成長に向けて

■ 目指す将来像 昨年発表した中期事業方針のとおり

## 飲食店の「販促支援企業」から「経営サポート企業」への進化



事業規模の大小に関わらず、多様な飲食店の経営を支える独自のサポートシステムにより、日本最大級の飲食店ネットワークを構築

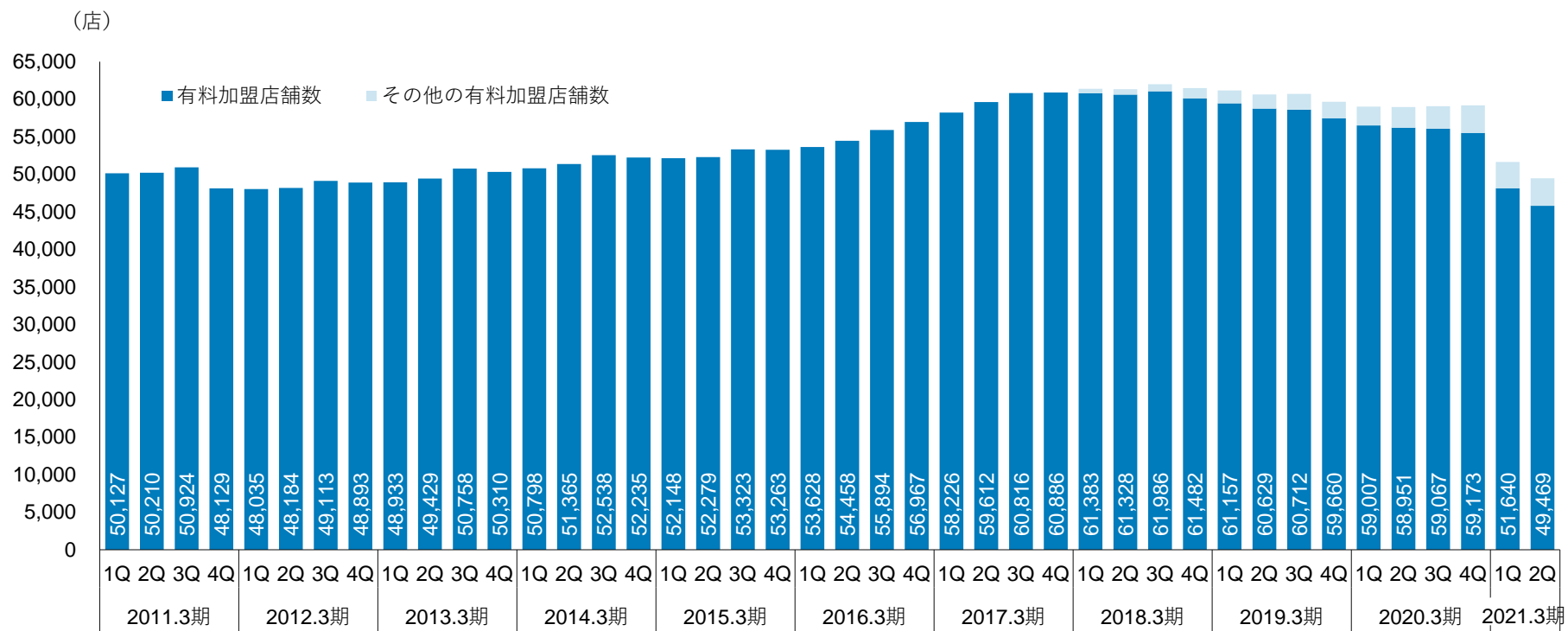
# 参考資料

# 有料加盟店舗数

2021年3月期 第2四半期 実績

**総有料加盟** (その他の有料加盟を含む) **49,469** 店 (前年同期末比 ▲9,482店 ▲16.1%)

**有料加盟** **45,807** 店 (前年同期末比 ▲10,403店 ▲18.5%)



※グラフ内の数値は総有料加盟店舗数

■ 楽天ID連携会員数 : **294万人**

---

(2020年9月末、2019年9月末は164万人)

■ ぐるなび会員数 : **1,935万人**

---

(2020年10月1日時点、2019年10月は1,796万人)

■ 月間ユニークユーザー数 : **5,600万人**

---

(2019年12月、2018年12月は6,100万人)

✓ 事業整理による関連サイトのクローズ・譲渡の影響を受け、前年比で減少

※ 月間ユニークユーザー : 月間で「ぐるなび」を見たブラウザー数

※ ぐるなび会員数 : 「ぐるなび」に登録しているユーザー数



# 四半期別データ（連結）

売上高（単位：百万円）	2018.3期				2019.3期				2020.3期				2021.3期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
ストック型サービス a	7,518	7,346	7,443	7,225	6,778	6,417	6,385	6,300	6,014	5,978	6,093	5,823	1,350	3,148
スポット型サービス b	604	710	1,198	861	751	691	1,166	999	967	1,021	1,511	995	125	412
飲食店販促サービス c= a+b	8,123	8,056	8,641	8,087	7,530	7,108	7,552	7,299	6,982	6,999	7,605	6,819	1,475	3,561
プロモーション d	152	195	266	403	144	174	322	314	118	179	200	293	133	317
基盤事業計 e= c+d	8,276	8,252	8,908	8,490	7,674	7,282	7,874	7,614	7,100	7,178	7,805	7,113	1,608	3,879
関連事業 f	515	516	631	635	534	513	634	600	451	433	461	382	174	160
合計 g= e+f	8,791	8,769	9,539	9,126	8,209	7,795	8,509	8,214	7,551	7,611	8,267	7,495	1,783	4,040

(単位：円/月)	2018.3期				2019.3期				2020.3期				2021.3期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
ストック型サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU) h *1	41,202	40,352	40,791	39,755	37,791	36,191	36,279	36,185	35,181	35,357	36,182	34,797	8,687	22,345
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	39,227	39,557	42,961	38,449	8,878	23,486
飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU) ② j *3	44,515	44,253	47,357	44,495	41,982	40,091	42,902	41,927	40,842	41,396	45,158	40,747	9,492	25,275

\*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  $h=2/3*a/(lt-1+lt)$

\*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  $i=2/3*c/(kt-1+kt)$

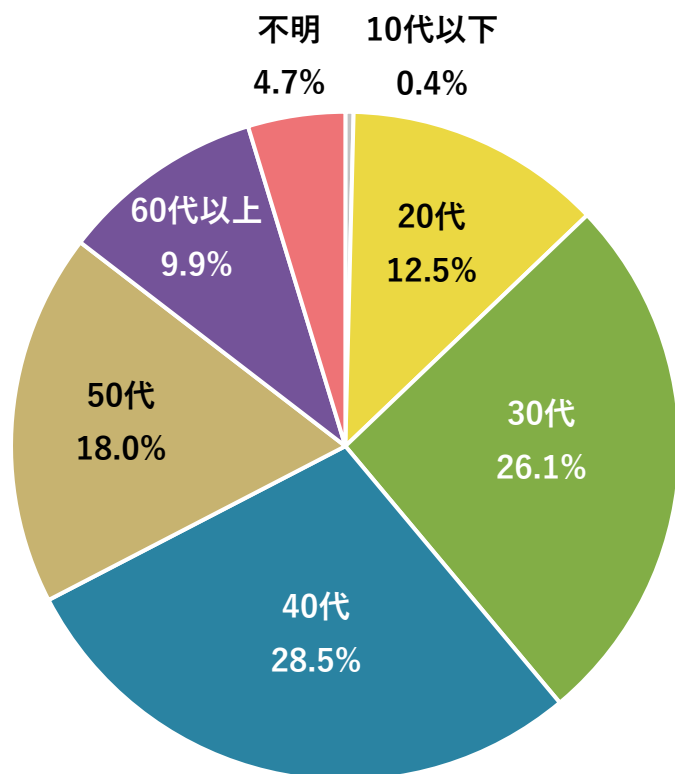
\*3) 飲食店販促サービスの店舗当たり契約高 (ARPU) ②：飲食店販促サービス売上を、有料加盟店舗数（期首期末平均）で除して算出  $j=2/3*c/(lt-1+lt)$

(単位：店)	2018.3期				2019.3期				2020.3期				2021.3期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
総有料加盟店舗数 k= l+m	61,383	61,328	61,986	61,482	61,157	60,629	60,712	59,660	59,007	58,951	59,067	59,173	51,640	49,469
有料加盟店舗数 l	60,770	60,606	61,045	60,123	59,452	58,747	58,608	57,465	56,509	56,210	56,067	55,505	48,144	45,807
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	2,498	2,741	3,000	3,668	3,496	3,662
無料加盟店舗数 n	86,536	86,679	87,665	86,607	88,078	89,927	89,584	91,405	90,345	81,586	75,763	73,978	73,399	71,783

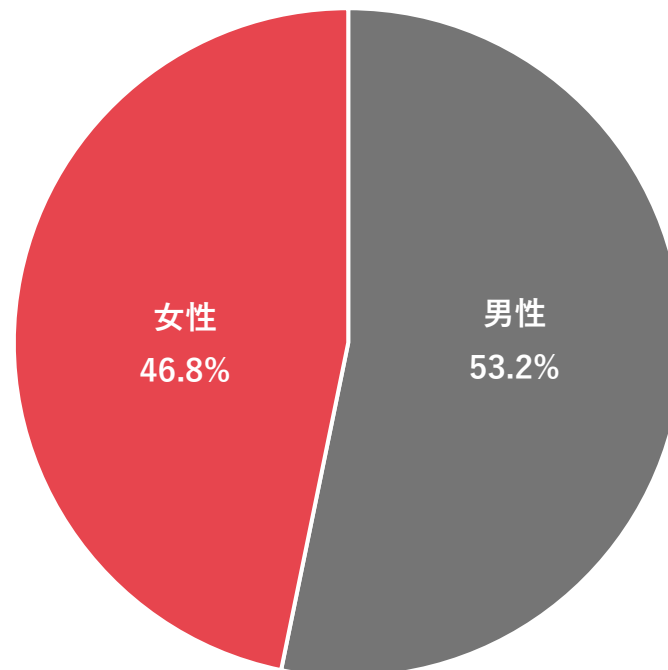
\*4) 基本加盟契約を締結していない有料加盟店

# ユーザー属性

年代別利用属性



性別利用属性

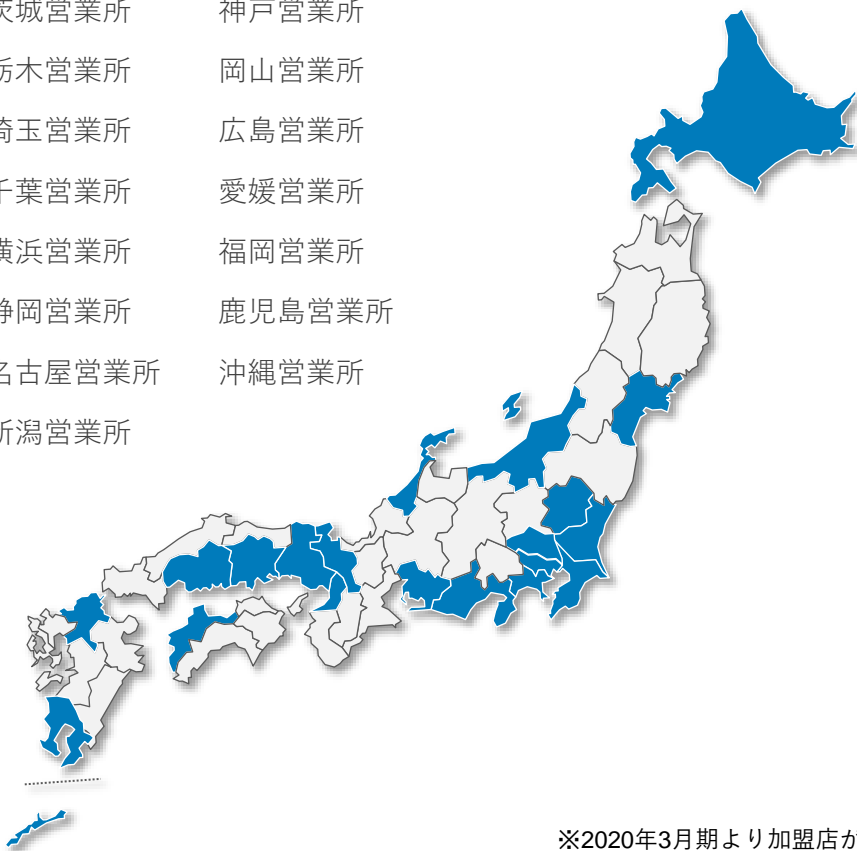


出典：ぐるなび会員情報 (2020年9月時点)

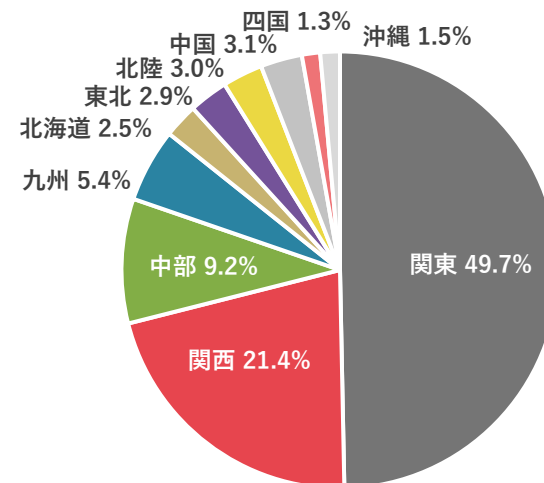
# 地域展開と加盟飲食店の属性

## 全国21箇所の営業所を拠点に事業を推進

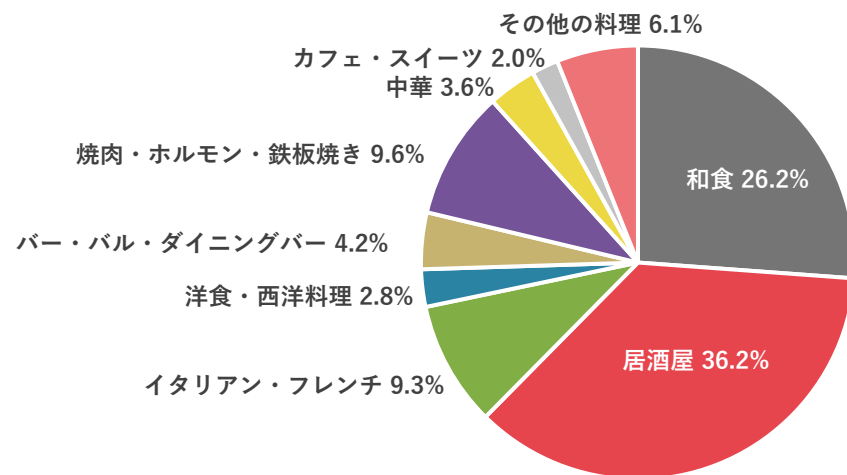
- |        |        |
|--------|--------|
| 東京本社   | 金沢営業所  |
| 北海道営業所 | 大阪営業所  |
| 仙台営業所  | 京都営業所  |
| 茨城営業所  | 神戸営業所  |
| 栃木営業所  | 岡山営業所  |
| 埼玉営業所  | 広島営業所  |
| 千葉営業所  | 愛媛営業所  |
| 横浜営業所  | 福岡営業所  |
| 静岡営業所  | 鹿児島営業所 |
| 名古屋営業所 | 沖縄営業所  |
| 新潟営業所  |        |



## エリア別 有料加盟店割合



## 業態別※ 有料加盟店割合

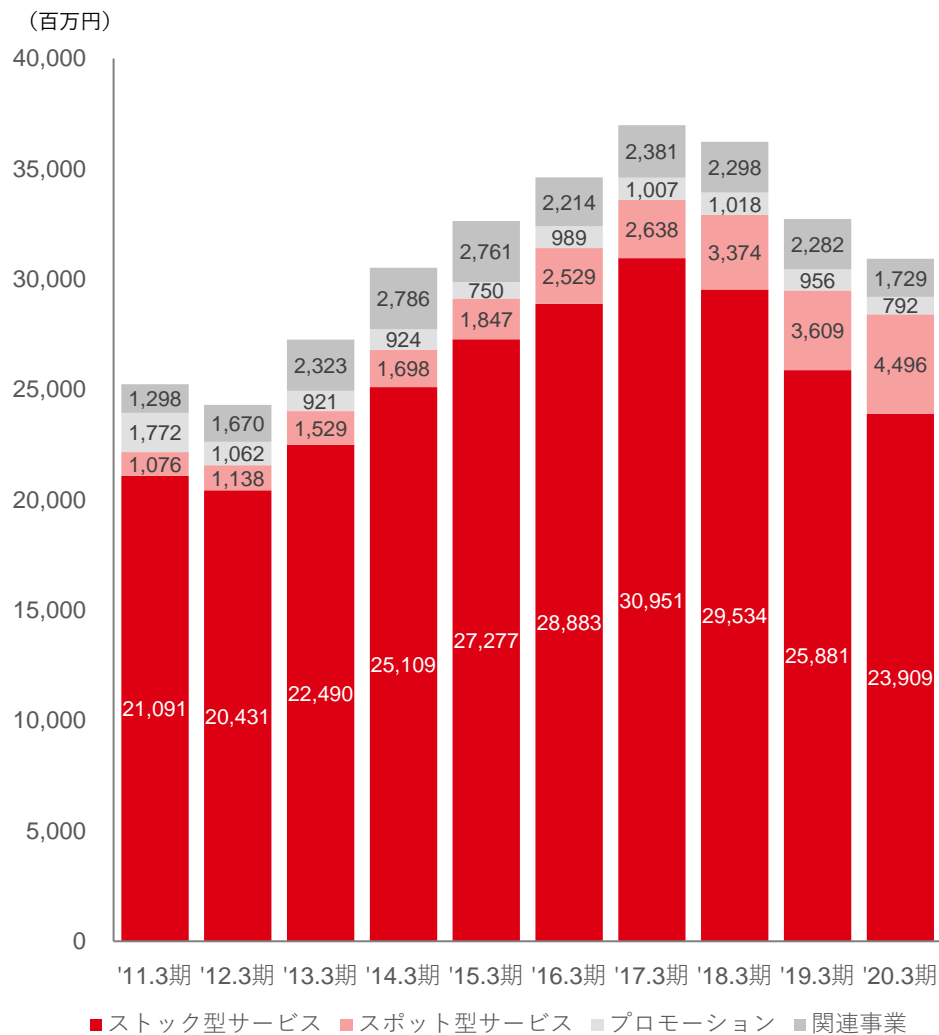


※2020年3月期より加盟店が登録する料理ジャンルに基づく区分に変更

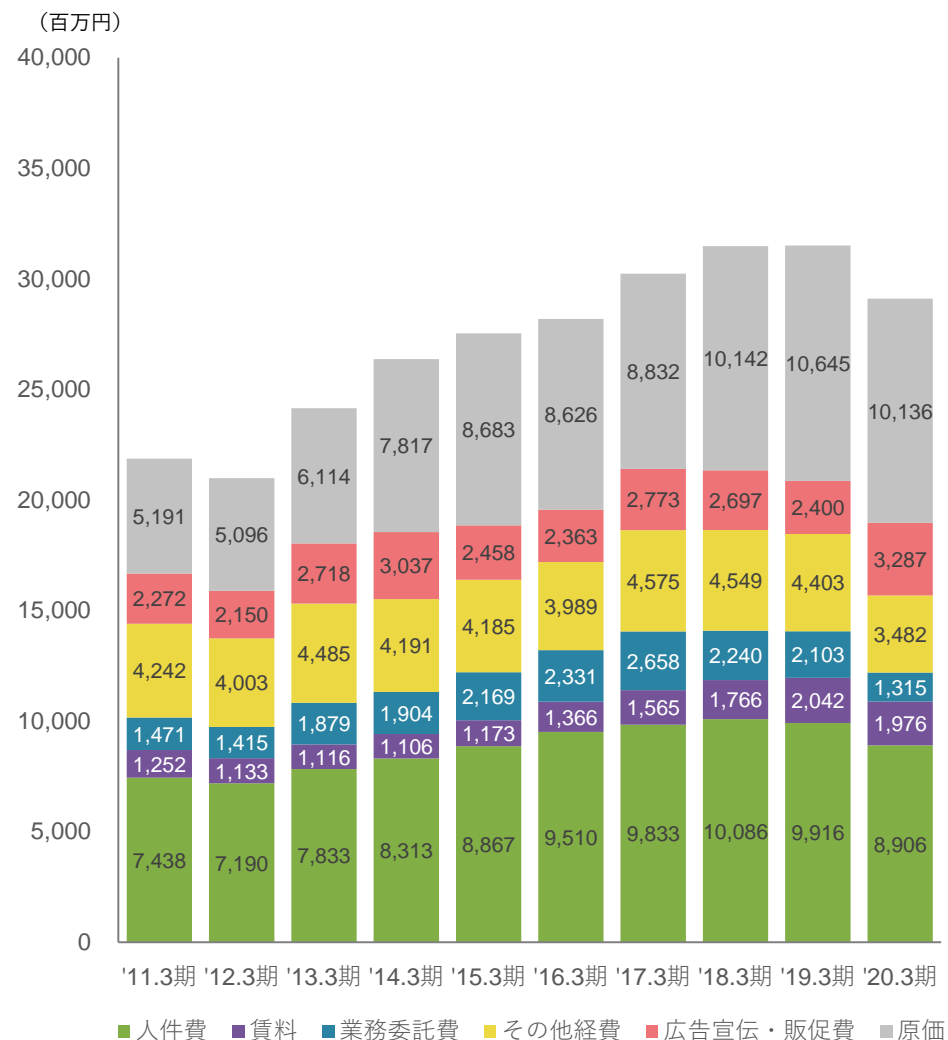
(2020年9月時点)

# 年度別 売上高と原価・費用の推移

## 売上高



## 原価・費用



# 長期データ（連結）

（単位：百万円）	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	2020年3月期
<b>営業成績</b>										
売上高	25,238	24,302	27,265	30,518	32,636	34,617	36,979	36,226	32,728	30,927
営業利益	3,369	3,312	3,116	4,147	5,099	6,429	6,740	4,742	1,216	1,821
経常利益	3,406	3,375	3,153	4,167	5,127	6,492	6,813	4,809	1,289	1,894
当期純利益	1,813	1,909	1,959	2,420	3,279	4,367	4,799	3,192	581	949
<b>資産・負債・純資産</b>										
総資産	19,653	16,951	19,103	22,071	23,665	27,322	23,917	25,457	23,797	23,979
現預金・有価証券	10,398	7,548	7,399	9,448	10,492	13,131	7,922	8,000	7,630	11,653
負債	8,519	4,381	5,005	5,926	6,201	7,026	5,878	6,270	5,093	4,709
純資産	11,133	12,569	14,098	16,145	17,464	20,296	18,038	19,186	18,704	19,270
自己資本	11,133	12,555	14,042	16,099	17,427	20,266	18,013	19,166	18,662	19,211
<b>1株当たりデータ</b>										
1株当たり当期純利益（EPS） <sup>※1</sup>	35.76	39.12	40.15	49.56	67.26	90.19	102.25	68.27	12.42	20.26
1株当たり配当金（円） <sup>※1</sup>	10	10	10	15	28	38	42	44	8	8
<b>その他</b>										
営業利益率（%）	13.4	13.6	11.4	13.6	15.6	18.6	18.2	13.1	3.7	5.9
自己資本当期純利益率（ROE,%）	16.1	16.1	14.7	16.1	19.6	23.2	25.1	17.2	3.1	5.0
総資産当期純利益率（ROA,%）	10.4	10.4	10.9	11.8	14.3	17.1	18.7	12.9	2.4	4.0
配当性向（%）	28.0	25.6	24.9	30.3	41.6	42.1	41.1	64.5	64.4	39.5
自己資本比率（%）	56.7	74.1	73.5	72.9	73.6	74.2	75.3	75.3	78.4	80.1
自己株数（株）	15,854	1,585,400	1,585,400	1,503,649	266,059	216,459	1,924,559	1,892,159	1,839,162	1,806,562
有料加盟店舗数	48,129	48,893	50,310	52,235	53,263	56,967	60,886	60,123	57,465	55,505

※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、2011年3月期の期首（2010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。

# 当社独自の事業基盤「人的サポート体制」

## 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

飲食店が抱える課題に対する解決策を  
アドバイスするコンサルタント的役割  
**加盟店営業**

定期的に飲食店を訪問  
加盟店をきめ細かくサポート  
**巡回スタッフ**

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**

セミナーや動画配信を通じ  
成功事例やノウハウを経営者に共有  
**ぐるなび大学**

## ■ 飲食店舗数

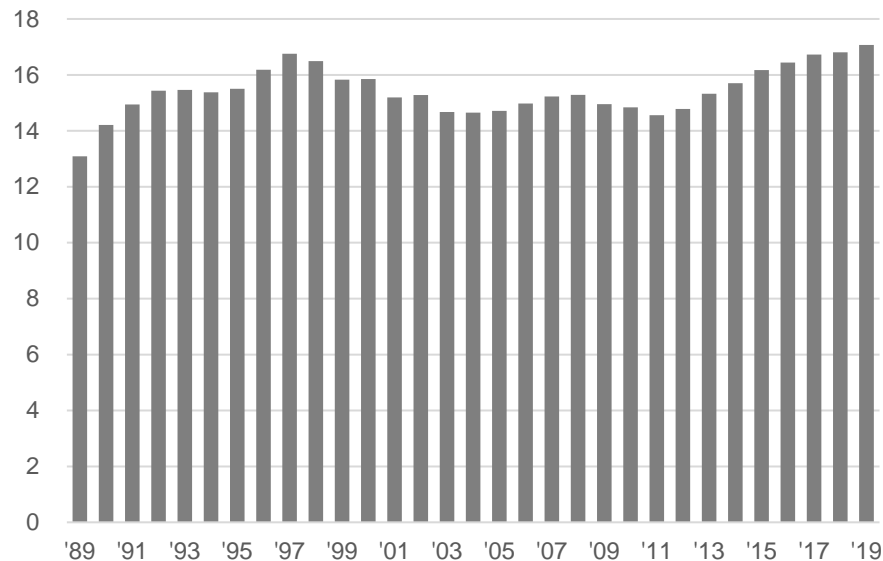
2016年：約49万店（ピーク時：1986年 約65万店）

昭和61年 事業所統計調査、平成28年経済センサス活動調査より

\* 管理、補助的経済活動を行う事業所及びバー・キャバレー・ナイトクラブを除く

## ■ 外食市場規模

(兆円)



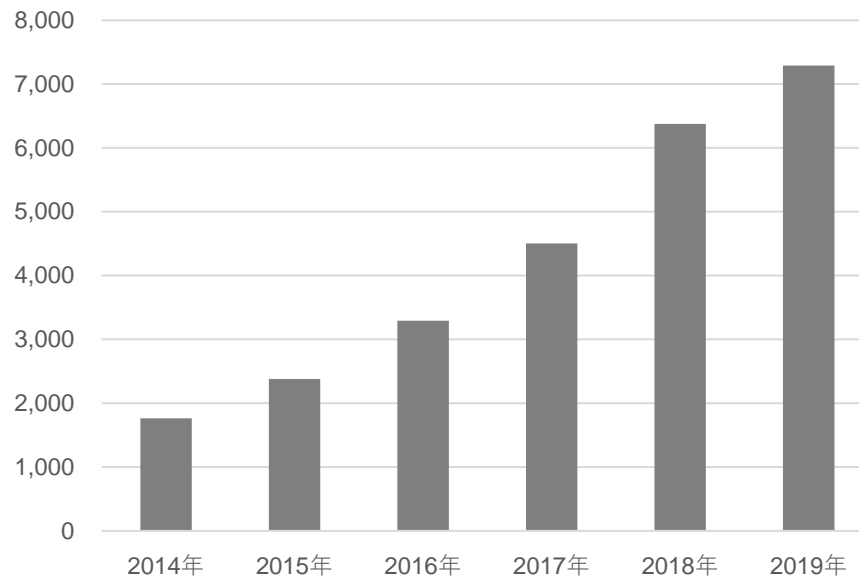
(財) 食の安全安心財団「外食産業市場規模推移」より

\* 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

訪日外国人の増加、法人交際費の増加などにより8年連続増加

## ■ 飲食店におけるネット予約 市場規模

(億円)



経済産業省「令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）」より

2019年は前年比14.3%の増加

# 会社概要 (2020年9月末)

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	取締役会長／ 滝久雄、代表取締役社長／ 杉原章郎、 社外取締役／ 月原紘一(独立社外取締役)、佐藤英彦(独立社外取締役)、藤原裕久(独立社外取締役)、武田和徳、河野奈保 執行役員8名、監査役4名 (内、社外3名)
大株主 上位10名	楽天(株) 15.0%、滝久雄 12.7%、日本マスタートラスト信託銀行(株) (信託口) 4.0%、(公財) 日本交通文化協会 4.0%、 小田急電鉄(株) 2.4%、東京地下鉄(株) 2.1%、(株)日本カストディ銀行 (信託口) 2.0%、 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 (株)日本カストディ銀行1.9%、滝裕子 1.8%、 日本マスタートラスト信託銀行(株) (退職給付信託東急(株)口) 1.5% ※ 持株比率は自己株式 (1,757,262株) を控除して計算
総株主数	17,583名
総人員数	単体：1,622名 連結：1,852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、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。