

ぐるなび

2021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)



はじめに

- ✓ 2021年3月期において、飲食店は厳しい経営状況の中でも外部環境に改善の動きがみられた際、当社サービスの積極活用に転じることを確認。
- ✓ 新型コロナウイルス感染拡大が収束に向かい、社会経済活動レベルが引き上げられれば、当社中核事業である飲食店販促サービスの回復は可能。
- ✓ さらに、外食市場の変化に即した新規ビジネスを創出することで、再び当社業績を成長軌道へ乗せることができると確信。

2021年3月期 決算概要

- ✓ 営業損失は想定よりも縮小して着地
- ✓ 減損損失を計上

売上高	16,181 百万円	前期比	-47.7 %
営業損失	-7,423 百万円		
親会社株主に帰属する当期純損失	-9,704 百万円		
総有料加盟店舗数 (2021年3月末)	55,763 店	前期末比	-5.8 %
楽天ID連携会員数 (2021年3月末)	455 万人	前期末比	+79.3 %

連結損益計算書

(単位：百万円)	2020年3月期	対売上高 比率	2021年3月期	対売上高 比率	前期比 変化率
売上高	30,927	100.0%	16,181	100.0%	-47.7%
売上原価	10,136	32.8%	7,458	46.1%	-26.4%
売上総利益	20,790	67.2%	8,722	53.9%	-58.0%
販売費及び一般管理費	18,968	61.3%	16,146	99.8%	-14.9%
営業利益又は営業損失	1,821	5.9%	-7,423	-	-
経常利益又は経常損失	1,894	6.1%	-7,269	-	-
税引前当期純利益又は税引前当期純損失	1,649	5.3%	-8,774	-	-
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	3.1%	-9,704	-	-

減損損失1,982百万円を計上

繰延税金資産を取り崩し863百万円を法人税等調整額に計上

売上高内訳

(単位：百万円)	2020年3月期	2021年3月期	前期比 変化率
売上高	30,927	16,181	-47.7%
飲食店販促サービス	28,406	13,283	-53.2%
ストック型サービス	23,909	10,480	-56.2%
スポット型サービス	4,496	2,803	-37.7%
プロモーション	792	2,137	+169.9%
関連事業	1,729	759	-56.1%

ストック型サービス

- ✓ 多くの加盟飲食店が休会措置(1Q)からの復帰の際、一旦契約金額を減額し、サービス利用を再開
- ✓ 緊急事態宣言が再発令された4Qは、休会措置は行わず柔軟に契約金額の見直しに対応

スポット型サービス

- ✓ 3Qにおいて「Go To Eatキャンペーン」等の需要喚起策の効果が見られたものの、総じてコロナ禍に伴う外食需要低下により、ネット予約手数料売上が減少

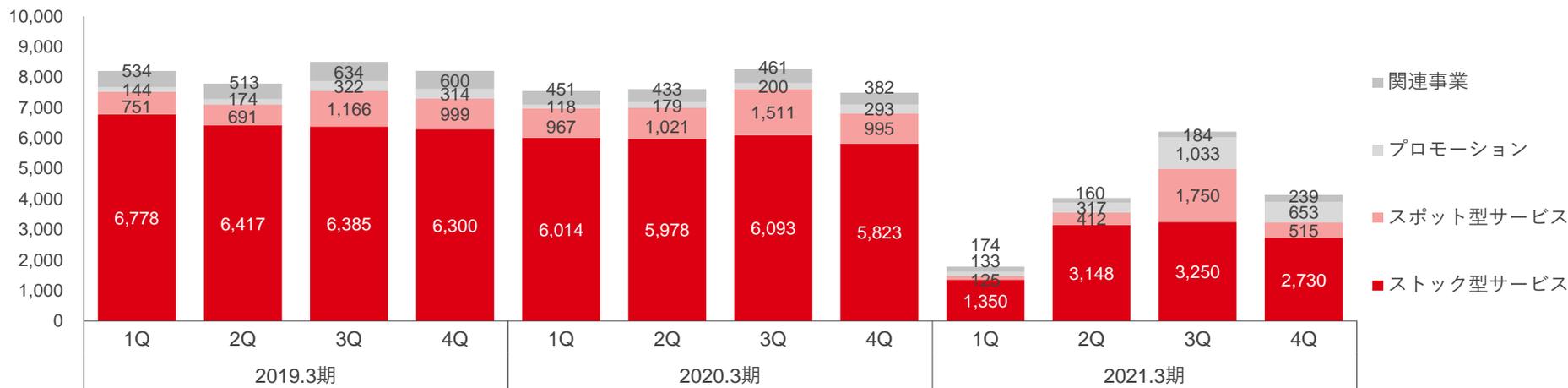
プロモーション

- ✓ 「Go To Eatキャンペーン」の運営受託収入および「ぐるなびFOODMALL」の運営に係る費用補助収入を計上

関連事業

- ✓ 前期にレッツエンジョイ東京事業、法人向けデリバリー事業を譲渡

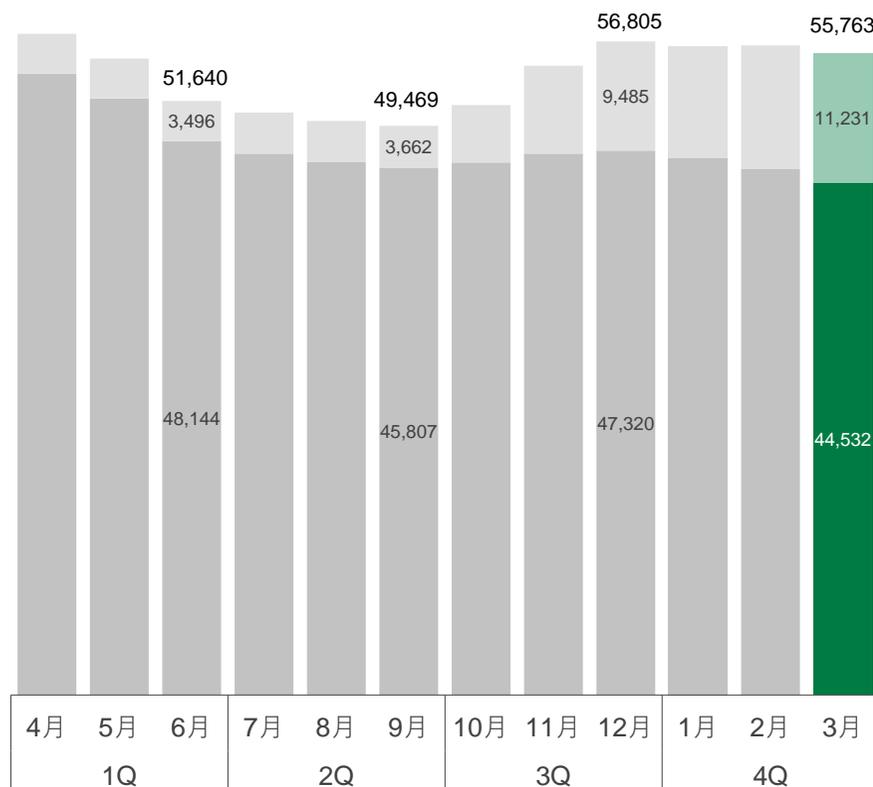
(百万円)



飲食店販促サービスの状況

■ 総有料加盟店舗数の推移

● 有料加盟店 ● その他の有料加盟店

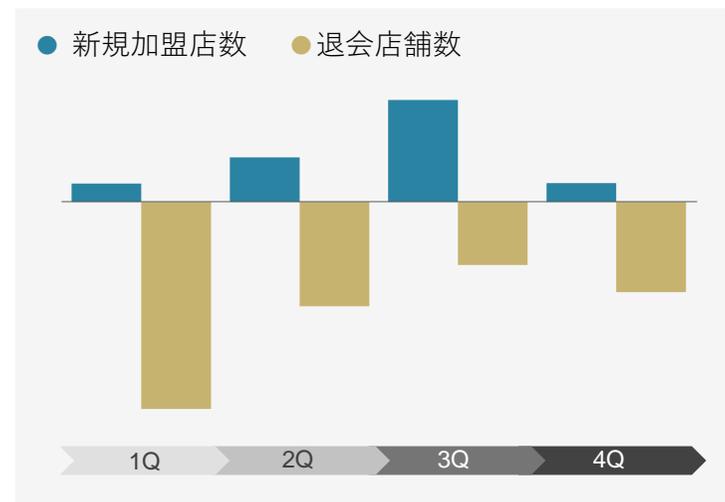


その他の有料加盟店

引き続き、Go To Eatキャンペーンプラン店舗が増加

有料加盟店

緊急事態宣言の再発令を受け、新規加盟獲得が急減速
退会店舗数を補えずQoQ減少



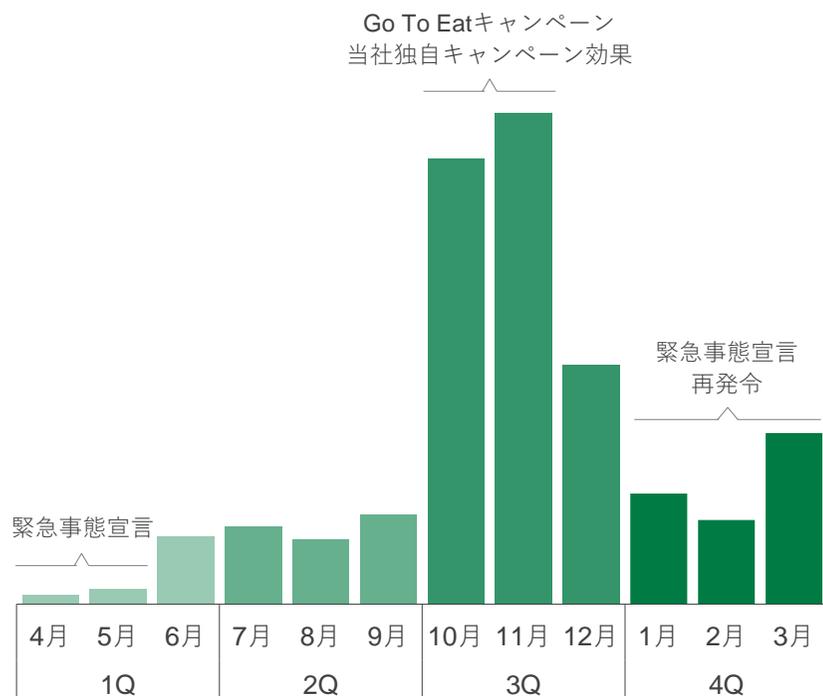
Go To Eatキャンペーンプラン店舗は「その他の有料加盟店」にカウント (予約掲出完了店のみ)

飲食店販促サービスの状況

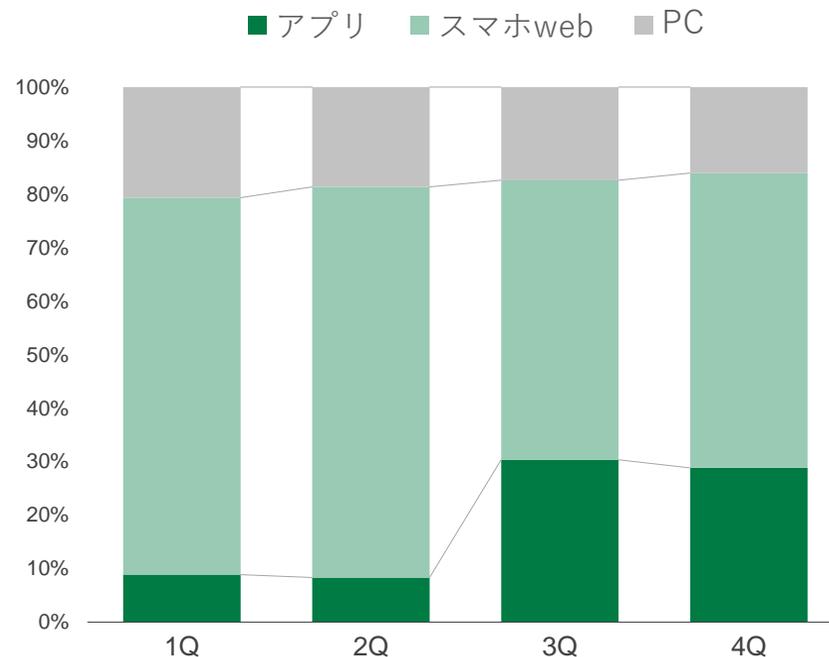
■ ネット予約の状況

- ✓ Go To Eatキャンペーンを機に高まったアプリによる利用割合は概ね3Q水準を維持

ネット予約件数の推移



経路別 ネット予約比率



原価・費用内訳

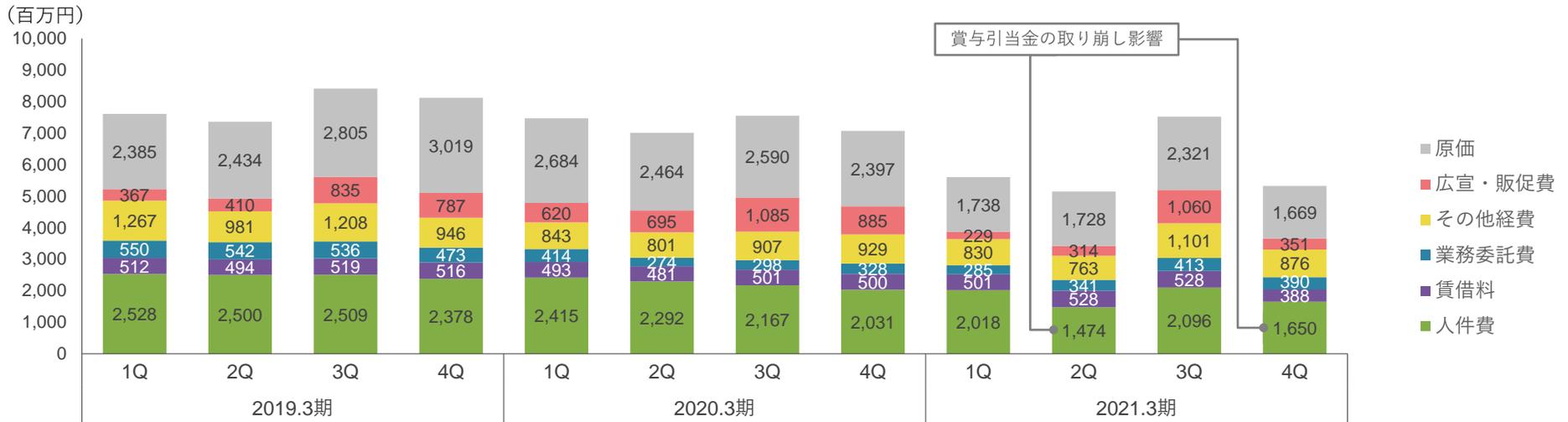
(単位：百万円)	2020年3月期	2021年3月期	前期比 変化率
総費用	29,105	23,604	-18.9%
売上原価	10,136	7,458	-26.4%
販売費及び一般管理費	18,968	16,146	-14.9%
人件費	8,906	7,240	-18.7%
賃借料	1,976	1,947	-1.5%
業務委託費	1,315	1,431	+8.8%
広宣・販促費	3,287	1,955	-40.5%
その他	3,482	3,570	+2.5%

売上原価

- ✓ コロナ影響によるサービス利用の減少を主因にコンテンツ制作費、サービス運用費用が減少
- ✓ 注力サービスの選択を通じた投資の抑制により、減価償却費が減少

販売費及び一般管理費

- ✓ 人件費
前期実施した業務効率化策の効果ならびに賞与の減額により減少
- ✓ 広宣・販促費
ネット予約利用減少によりポイント費用が縮小
サービス利用促進に係る広告展開も抑制
- ✓ 業務委託費、その他経費
主にオフィスの返却等に係る一時費用を3Qに計上したことにより増加



連結貸借対照表

- ✓ 当期純損失の計上により、自己資本が減少
- ✓ 減損処理および繰延税金資産の取り崩しを実施したことから固定資産が減少

(単位：百万円)	2020年3月末	2021年3月末	前期末比	(単位：百万円)	2020年3月末	2021年3月末	前期末比
流動資産合計	18,002	11,664	-6,337	流動負債合計	4,449	4,024	-425
現金・預金 ※	11,653	7,507	-4,145	未払金	2,154	1,482	-672
受取手形及び売掛金	4,172	2,741	-1,430	預り金 ※	315	1,675	1,359
未収入金	1,511	1,154	-356	未払法人税等	505	57	-447
前払費用	443	480	36	賞与引当金	587	247	-340
貸倒引当金	-205	-581	-376	ポイント引当金	209	158	-50
その他	427	362	-65	その他	677	402	-275
固定資産合計	5,977	1,903	-4,073	固定負債合計	259	168	-90
有形固定資産	844	-	-844	負債合計	4,709	4,192	-516
無形固定資産	1,823	-	-1,823	純資産合計	19,270	9,375	-9,895
投資その他の資産	3,309	1,903	-1,406	自己資本	19,211	9,290	-9,920
資産合計	23,979	13,567	-10,411	負債純資産合計	23,979	13,567	-10,411

2021年3月末コミットメントライン契約の総額 15,000百万円
(借入実行残高 ())

※ 2021年3月末において農林水産省からの受託事業(Go To Eatキャンペーン)の運営に関連し、現預金および預り金にそれぞれ1,508百万円を計上

厳しい事業環境の中、未来につながる事業資産を獲得

ネットワーク

ユーザー

楽天ID連携会員
455万人
前期末比+200万人

飲食店

GoToEatプラン
新規加盟店
13,000店舗超
(受注獲得)

サプライヤー

FOODMALL
登録事業者
1,000社超

販売網

代理店
(エリアパートナー)
約50社

新サービス

販売
チャンネル

テイクアウト
サービス

販売
チャンネル

デリバリー
サービス

販売
チャンネル

ミールキット
サービス

情報
発信

飲食店LIVEカメラ
(混雑状況の可視化)

新しい仕組み

システム

新バックオフィス
システム

ツール

オンライン
コミュニケーション
ツール

働き方

フレックスタイム
遠隔勤務制度

スキーム

店舗開発
ビジネススキーム

2022年3月期 通期業績予想・重点施策

4Qに黒字転換を図り、次期以降の利益創出につなげる

(単位：百万円)	2021年3月期（実績）			2022年3月期（予想）		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	5,824	10,357	16,181	8,000	11,400	19,400
営業利益 又は 営業損失	-4,939	-2,483	-7,423	-2,950	50	-2,900
経常利益 又は 経常損失	-4,927	-2,341	-7,269	-2,950	50	-2,900
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	-5,446	-4,257	-9,704	-2,970	-30	-3,000
1株当たり当期純利益 又は1株当たり当期純損失（EPS）：円	-116.16	-90.75	-206.90	-63.30	-0.64	-63.94

予想の前提

新型コロナウイルスの感染状況は、変異株による感染再拡大やワクチン供給の遅れ等の懸念から不透明感は払拭されず、消費者の外食需要はコロナ前と比較し縮小した状態が続き、飲食店にとって厳しい経営環境が継続

✓ 飲食店支援事業の再成長に向けて、サービス拡充および営業活動の見直しを推進

- ・ 既存加盟店に対する営業活動は、ストック型で年間予算獲得を図ることを基本としつつ、飲食店の厳しい経営状況に鑑み、スポット型の提案も柔軟に行う方針
- ・ 新サービスの本格的な業績寄与は次期以降

✓ 次の展開のために必要な人材を維持しつつ、収益の確保・改善を図る

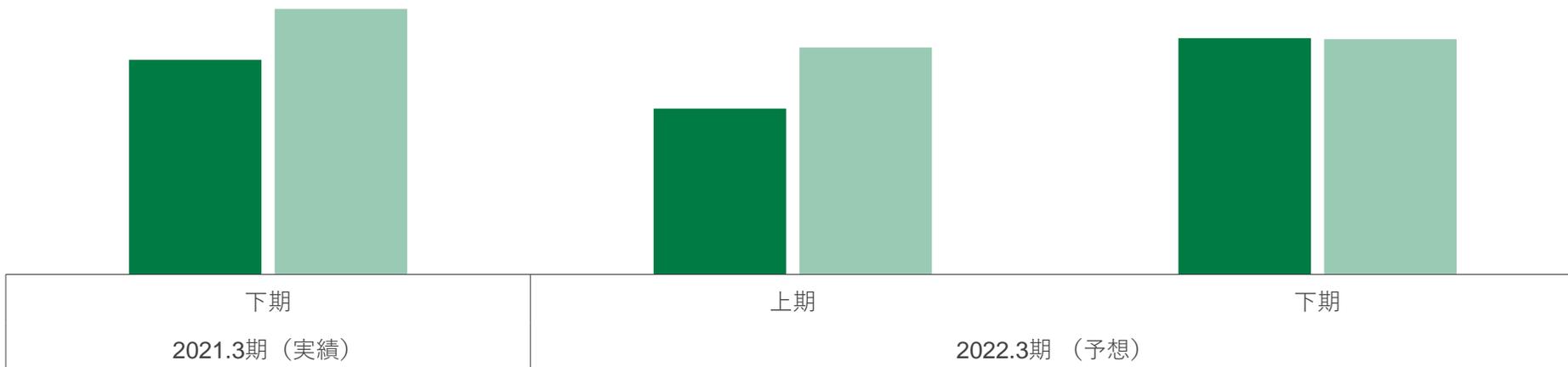
- ・ 楽天グループからの業務受託を計画
- ・ オフィス集約による賃料削減や減価償却費の減少のほか、広告費の効率的な運用等を通じコストを抑制

（株主還元）今後の安定的な経営のためには手元資金の確保および内部留保の充実が重要であり、配当は見送る所存

2022年3月期 通期業績予想

飲食店に対する柔軟な提案、楽天との連携により下期に損失を解消

■ 売上高 ■ 総費用



2021.3期 下期 → 2022.3期 上期

2022.3期 上期 → 2022.3期 下期

売上高



- ・ 2021.3期4Qにおけるストック型売上のベース低下影響
- ・ 季節性およびGo To Eatキャンペーンのポイント付与終了によるスポット型売上の減少
- ・ 農林水産省からの事業受託収入の解消



- ・ 柔軟にスポット型受注にも対応することで、飲食店向け既存サービスの売上回復を図る
- ・ デリバリーサービス等の開始による売上づくり
- ・ 楽天からの業務受託による売上確保

総費用



- ・ オフィス返却関連費用の解消ならびに賃料削減効果
- ・ 減価償却費の減少
- ・ 農林水産省からの受託事業に係る運営費用の解消
- ・ 予約ポイント費用の縮小および広告費の効率化



- ・ 引き続き、業務の効率化を推進
- ・ 楽天ID連携会員基盤を生かし、ネット予約利用促進等に係る広告費の効率的な運用を徹底

事業環境認識・当社取り組みの方針

新型コロナウイルス感染拡大の影響

■ ポストコロナに見込まれる変化



消費者

- ✓ テレワークの普及等による**外食需要の縮小懸念**
- ✓ **テイクアウトやデリバリー**の定着・浸透
- ✓ **快適（高安全性・高利便性）な店内環境**に対する意識の高まり

■ ポストコロナに求められる変化



飲食店

- ✓ 売上の維持・向上のための**販売チャネルの多角化**
- ✓ デジタル活用による店舗運営の**生産性向上**
- ✓ **快適（高安全性・高利便性）な店内環境の整備**



食関連事業者

- ✓ 外食市場の構造的**変化に即した**、
商品開発やマーケティングプランの再構築

当社取り組みの方針

1 飲食店支援事業の再成長

消費者の需要を確実に掴み
加盟飲食店へ送客

飲食店の課題変容に応じた
サービス拡充

多面的な飲食店支援の構築と
食関連事業者への価値提供

2 新規ビジネスの創出

2022年3月期 重点施策

1 業務基盤

新しい働き方の
推進

オフィス改革

楽天との連携

営業・サポート活動の見直し

2 事業基盤

食の総合サービス展開
(テイクアウト、デリバリー強化)

食材受発注支援の本格化

外食市場のネットワーク化による新規ビジネスの創出

3 システム基盤

新バックオフィス
システムの活用

外食向け業務
プラットフォーム
(ぐるなびPRO)
の整備・強化

新しい働き方の推進

● 場所や時間にとらわれない働き方の推進による価値創造性・生産性の向上

- ・ 社内手続きをオンライン化し、出社を前提としない業務プロセスへ
- ・ フレックスタイム、遠隔勤務の導入等人事制度の整備
- ・ オンラインコミュニケーションツールの導入と普及 etc.

オフィス改革

● オフィススペースを「作業の場」から「価値を共創する空間」へ

- ・ 東京本社、大阪営業所：オフィスの一部返却による面積削減
- ・ 神戸営業所：大阪営業所へ統合
- ・ その他営業所：オフィスの移転・縮小（※ 除く名古屋、福岡）

楽天との連携

● 楽天との間における人的資源の相互融通

- ・ 雇用を維持しつつ収益を確保

3 システム基盤

新バックオフィス
システムの活用

ビジネスプロセスの改善・社内業務のスリム化を通じ、
社員が適切に能力を発揮できる職場環境づくり、最適な人員配置を実現

背景 1

飲食店の非対面営業に対する理解浸透

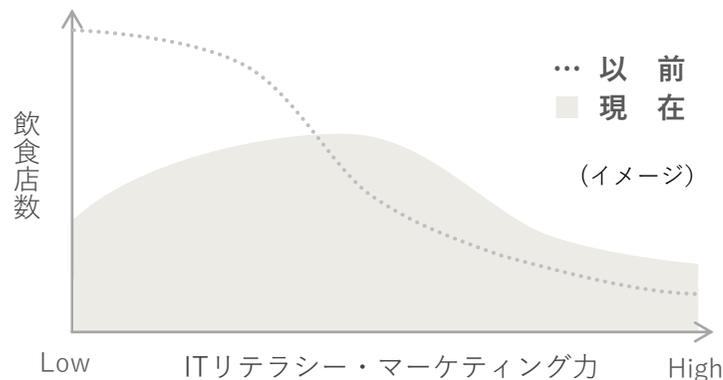
緊急事態宣言の発令により店舗訪問が困難に
リモート商談を積極的に推進



コミュニケーション機会の拡大に努める中
リモート商談におけるノウハウを蓄積

背景 2

飲食店におけるITリテラシーの変化



依然、サポートを要する飲食店が多数存在するが
総じて飲食店のITリテラシー・マーケティング力は向上

背景 3

飲食店が抱える経営課題の多様化



営業効率およびサポートの質向上を目的に分業体制へ変更
ターゲット店舗の拡大と成約率向上を図り加盟飲食店数の拡大へ

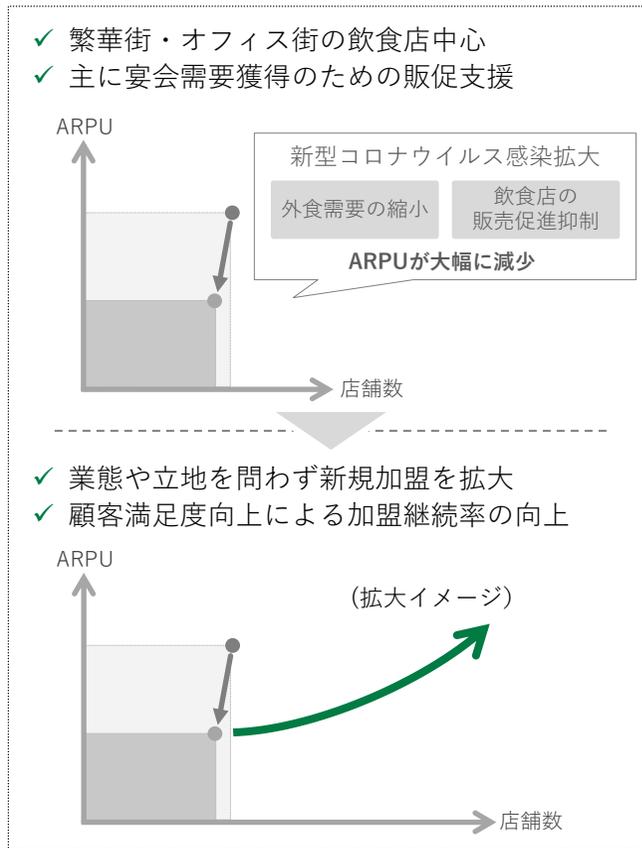
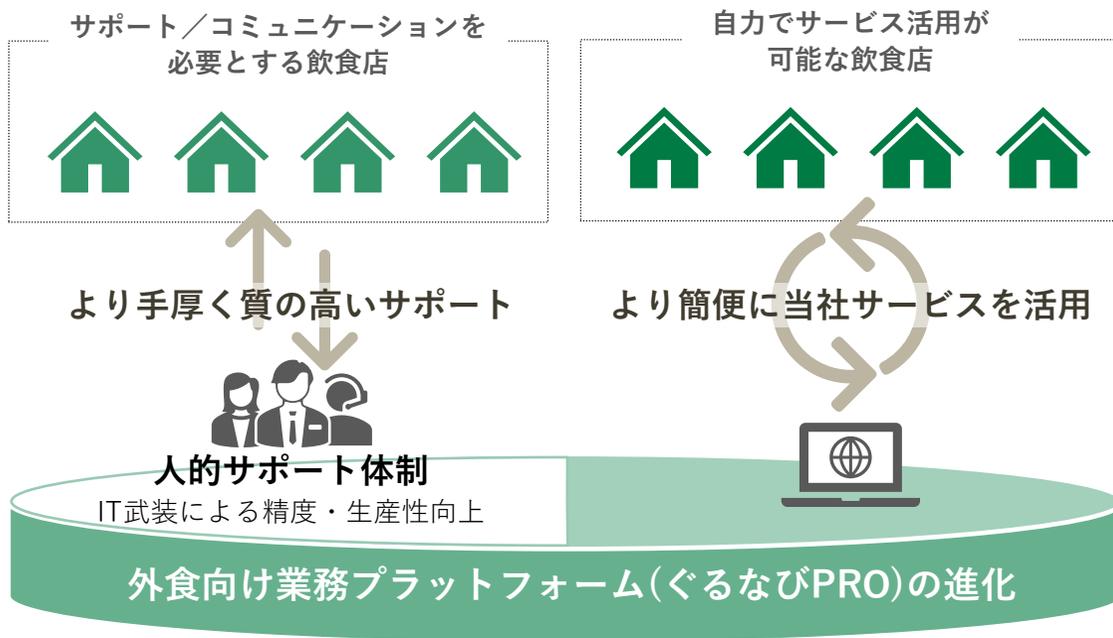


業務支援加盟の本格化 メディア掲載（＝販促基本加盟）を必須としない業務支援サービスのみの加盟を可能に

3 システム基盤 新バックオフィスシステムの活用 社内に散在していた店舗データを整備し、マーケティング精度を向上
契約や受注、請求手続きに係る業務のオンライン化

規模や業態、立地を問わず全ての飲食店の経営支援を可能とする “サポートシステム”へバージョンアップ

目指す姿

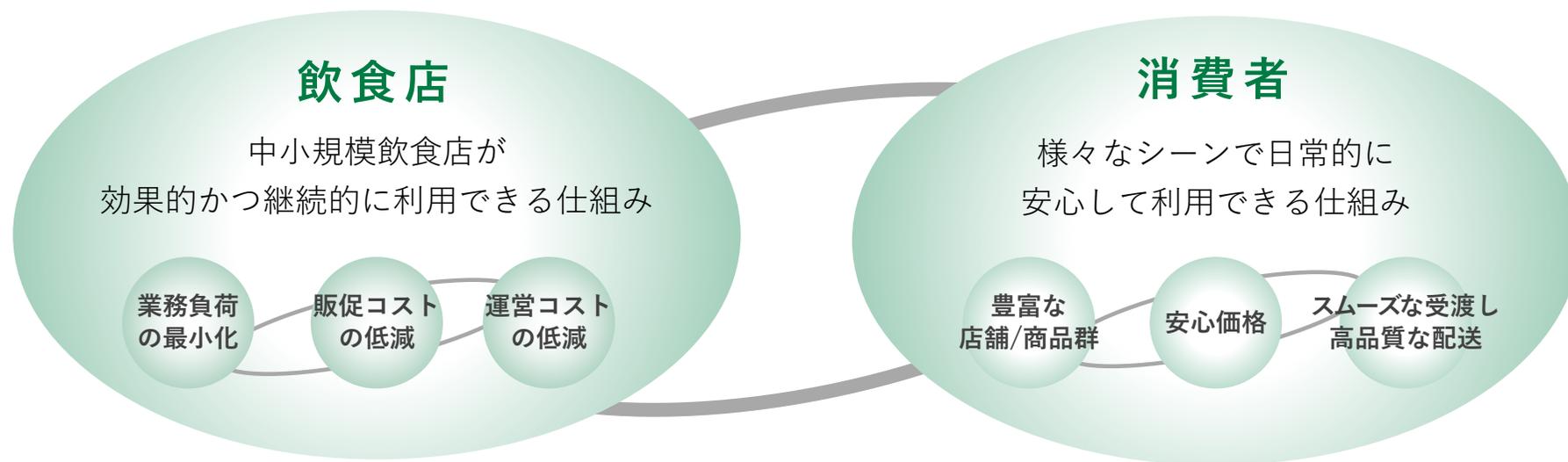


3 システム基盤

外食向け業務プラットフォームの整備・強化

必要なサービスをオンライン上で選択・導入、活用可能に

外食に限らない食需要の獲得、持続可能な繁盛モデル構築を支援



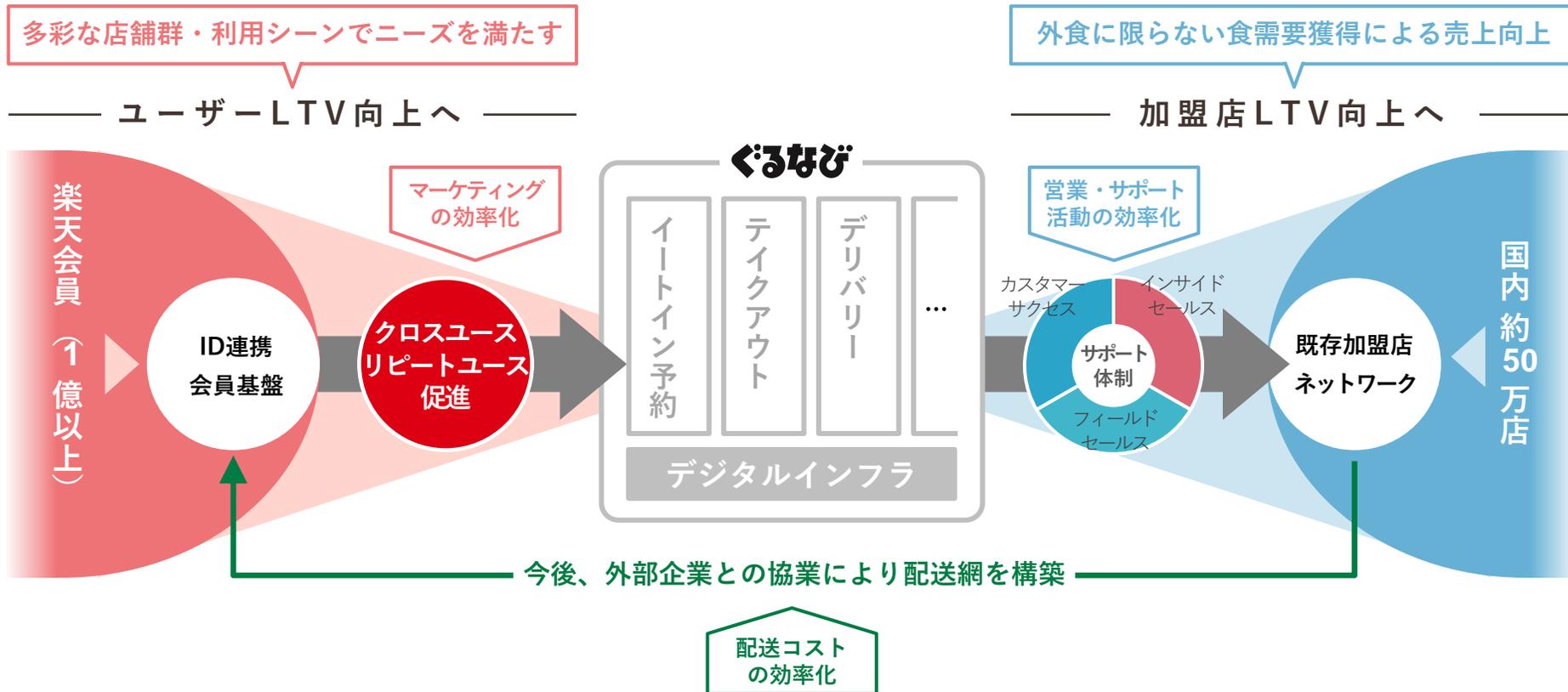
ぐるなび × 楽天グループ

飲食店・消費者双方にとって有益な事業展開に向けて食サービスの統合を開始

2 事業基盤 - 1 食の総合サービス展開

1 飲食店支援事業の再成長

2 新規ビジネスの創出



当社の店舗サポート力・楽天のマーケティング力を組み合わせた独自モデルで先行投資を抑制

3 システム基盤

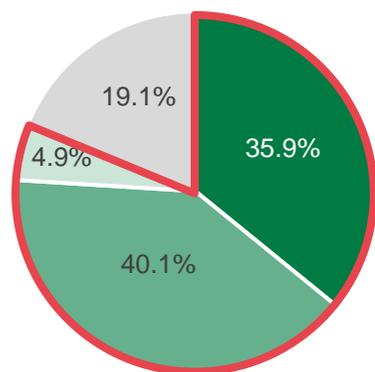
外食向け業務プラットフォーム
の整備・強化

柔軟な機能拡張や飲食店内ICTツール、外部サービス等との
シームレスなデータ連携を可能に

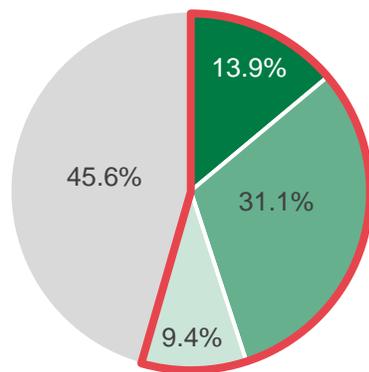
(参考1) 飲食店の状況

テイクアウト・デリバリーへの参入状況

〈テイクアウト〉



〈デリバリー〉



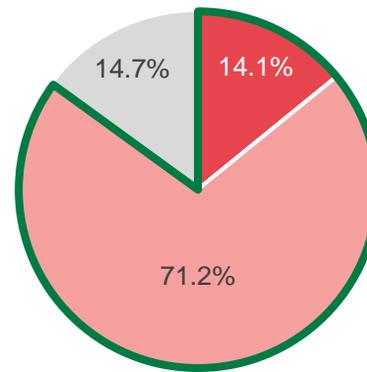
■ コロナ前から実施 ■ コロナを受けて実施
■ 実施検討中 ■ 実施予定なし

* 加盟飲食店 WEBアンケートより
2021/3/22~29実施 (n=309)

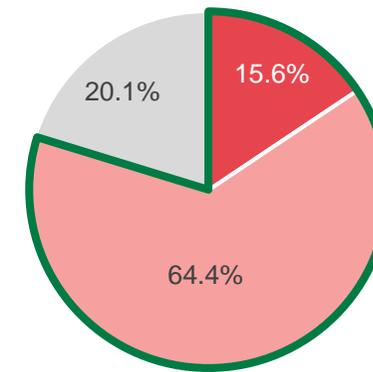
(参考2) 消費者の意識

コロナ収束後のテイクアウト・デリバリー利用意向

〈テイクアウト〉



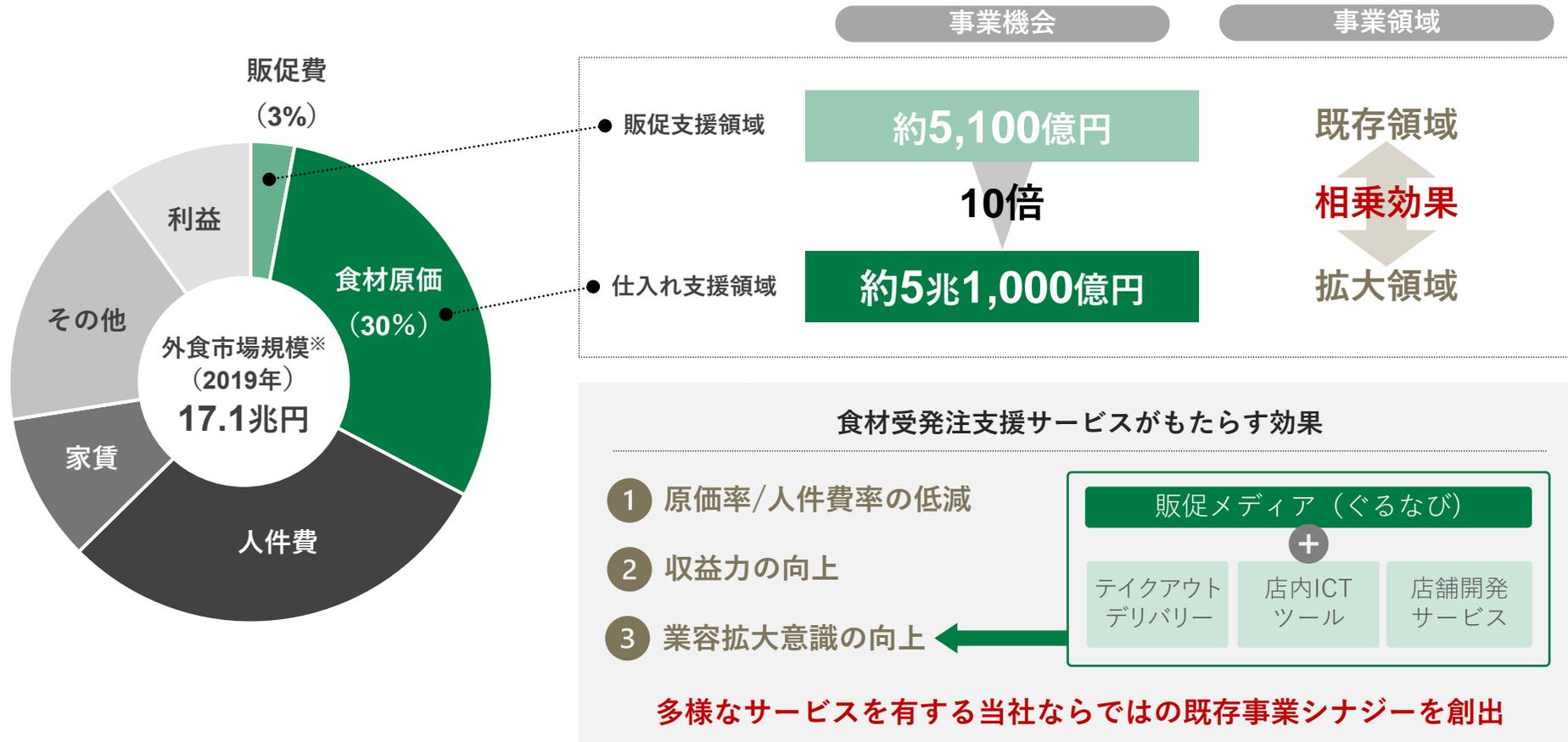
〈デリバリー〉



■ 増えると思う ■ 変わらないと思う ■ 減ると思う

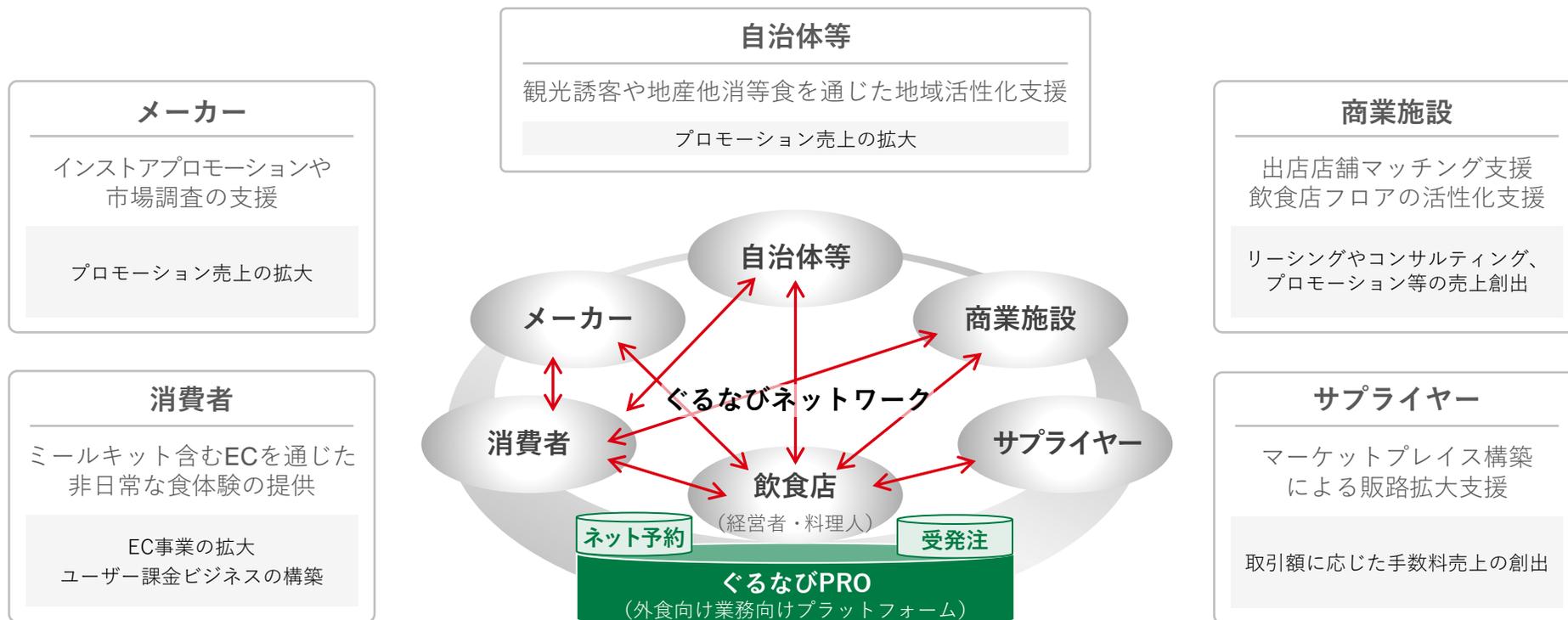
* ぐるなび会員（ユーザー）WEBアンケートより
2021/3/22~24実施（テイクアウト：n=767、デリバリー：n=418）

食材受発注支援は大きな事業機会と既存事業シナジーの可能性を持つ



※ (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)

独自ネットワークを強化・活用し、新たな収益源の獲得を図る



3 システム基盤

外食向け業務プラットフォームの整備・強化

柔軟な機能拡張や飲食店内ICTツール、外部サービス等とのシームレスなデータ連携を可能に

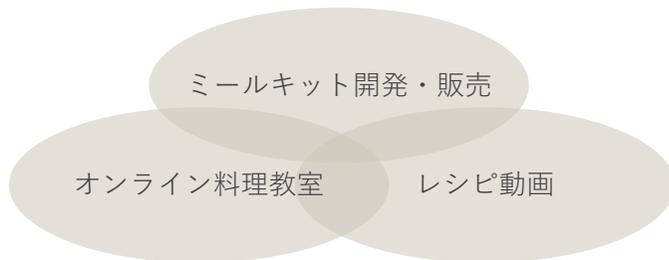
ミールキット販売サービス

4/26～ トライアル

高い技術力を持つ料理人のネットワークを活かし
非日常的な食体験を家庭へ届ける

中長期ビジョン

料理人が活躍する
ぐるなびオリジナルなユーザー会員ビジネスへ



新たな収益源を創出すると同時に
レシピを蓄積し優れた料理を後世へつなぐ

店舗開発支援事業

来春、第1号案件オープン予定

飲食店支援の拡充と同時に
商業施設の賑わい創出支援により新たな収益獲得を図る

当社事業資産

外食に関するデータベース
飲食店・料理人ネットワーク
ICT ツール
プロモーションノウハウ ...

分析 ↓ 活用

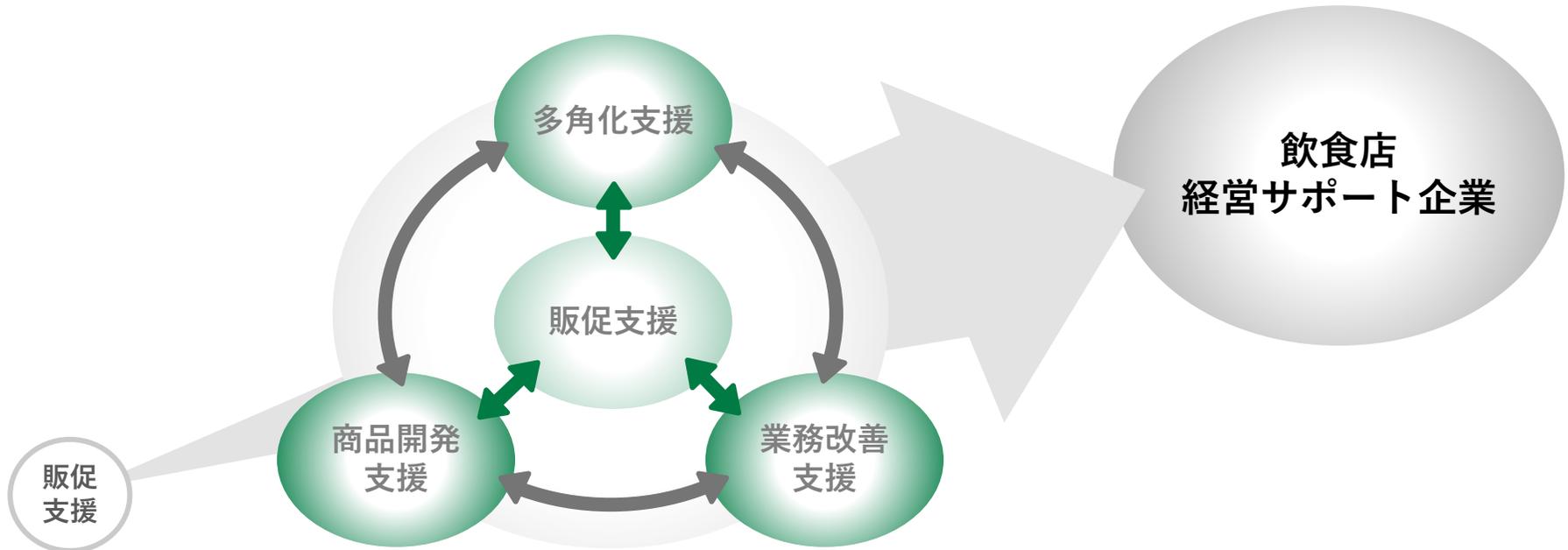
コンセプト・フロア設計
飲食店誘致
プロモーション支援 ...

商業施設等の“食”による賑わいを創出

飲食店支援サービスやプロモーション事業等
既存事業とのシナジーを創出

「飲食店経営サポート企業」への進化

飲食店を“食事をする場”から、
“新たな食の魅力の創造・発信基地”へ



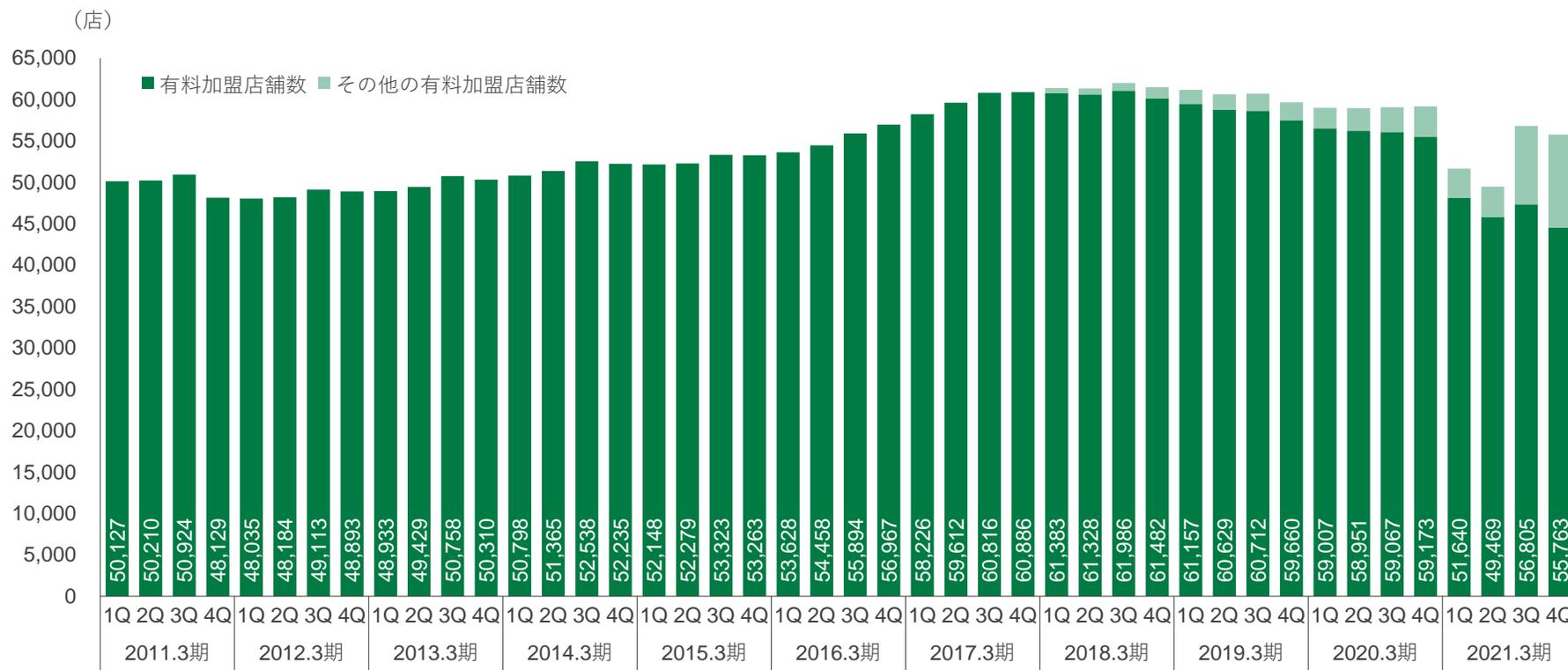
参考資料

有料加盟店舗数

2021年3月期 実績

総有料加盟 (その他の有料加盟を含む) **55,763** 店 (前期末比 ▲3,410店 ▲5.8%)

有料加盟 **44,532** 店 (前期末比 ▲10,973店 ▲19.8%)



※グラフ内の数値は総有料加盟店舗数

■ 楽天ID連携会員数 : 455万人

(2021年3月末、2020年3月末は254万人)

■ ぐるなび会員数 : 2,116万人

(2021年4月1日時点、2020年4月は1,885万人)

■ 月間ユニークユーザー数 : 4,400万人

(2020年12月、2019年12月は5,600万人)

✓ 新型コロナウイルス感染拡大を背景とした外食需要の減少により前年比で減少

※ 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												
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	3,250	2,730
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	1,750	515
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	5,000	3,245
プロモーション	d	152	195	266	403	144	174	322	314	118	179	200	293	133	317	1,033	653
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	6,033	3,899
関連事業	f	515	516	631	635	534	513	634	600	451	433	461	382	174	160	184	239
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	6,217	4,139

(単位：円/月)		2018.3期				2019.3期				2020.3期				2021.3期			
		1Q	2Q	3Q	4Q												
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	23,268	19,819
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	31,367	19,224
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	35,795	23,560

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

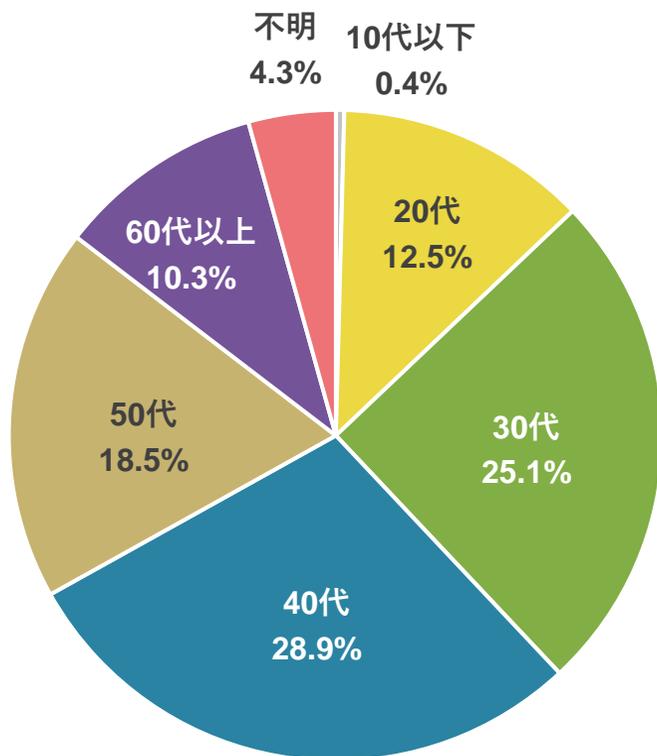
*3) 飲食店販促サービスの店舗当たり契約高 (ARPU) ②：飲食店販促サービス売上を、有料加盟店舗数（期首期末平均）で除して算出 $j=2/3*c/(lt-1+lt)$

(単位：店)		2018.3期				2019.3期				2020.3期				2021.3期			
		1Q	2Q	3Q	4Q												
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	56,805	55,763
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	47,320	44,532
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	9,485	11,231
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	67,320	65,976

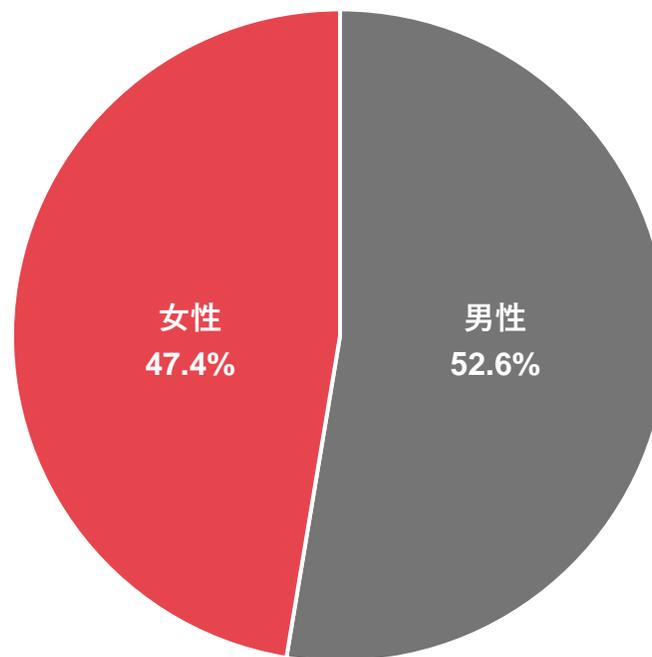
*4) 基本加盟契約を締結していない有料加盟店

ユーザー属性

年代別利用属性



性別利用属性

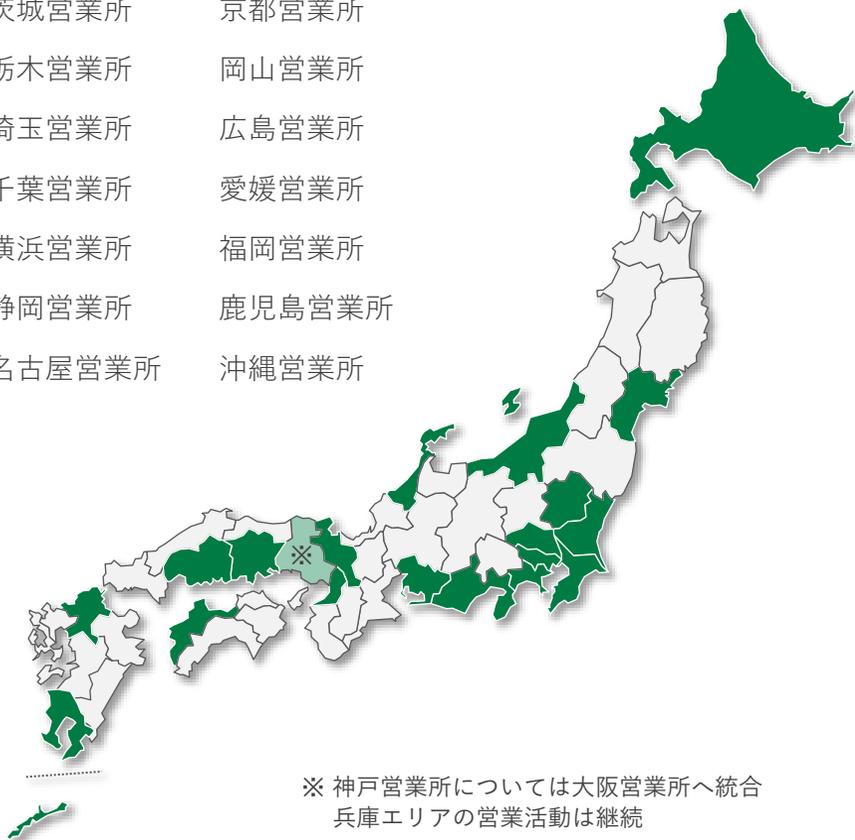


出典：ぐるなび会員情報 (2021年3月時点)

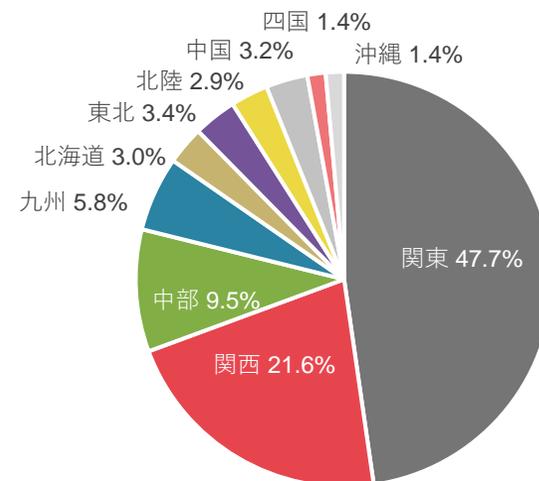
地域展開と加盟飲食店の属性

全国20箇所の営業所を拠点に事業を推進

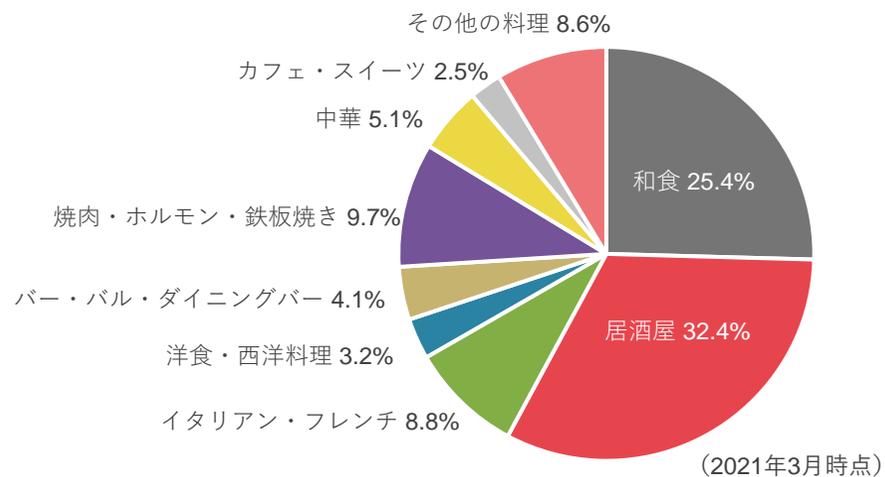
東京本社	新潟営業所
北海道営業所	金沢営業所
仙台営業所	大阪営業所
茨城営業所	京都営業所
栃木営業所	岡山営業所
埼玉営業所	広島営業所
千葉営業所	愛媛営業所
横浜営業所	福岡営業所
静岡営業所	鹿児島営業所
名古屋営業所	沖縄営業所



エリア別 有料加盟店割合

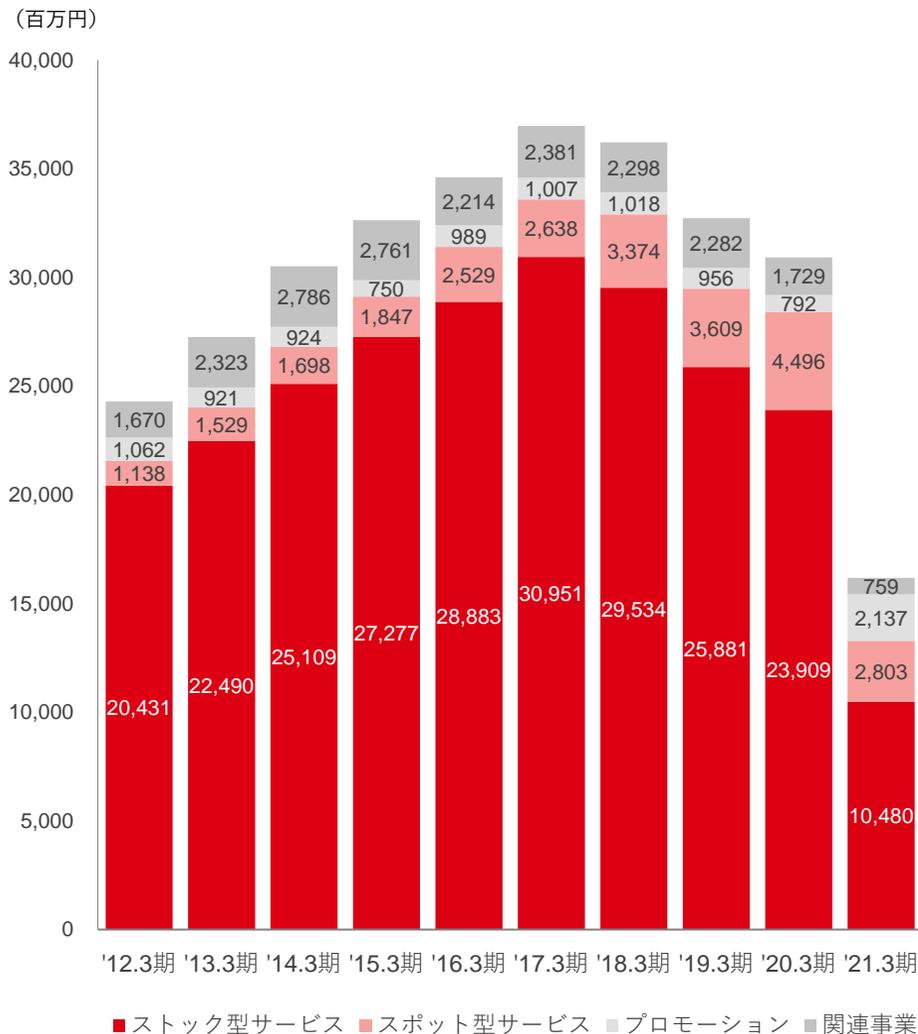


業態別有料加盟店割合

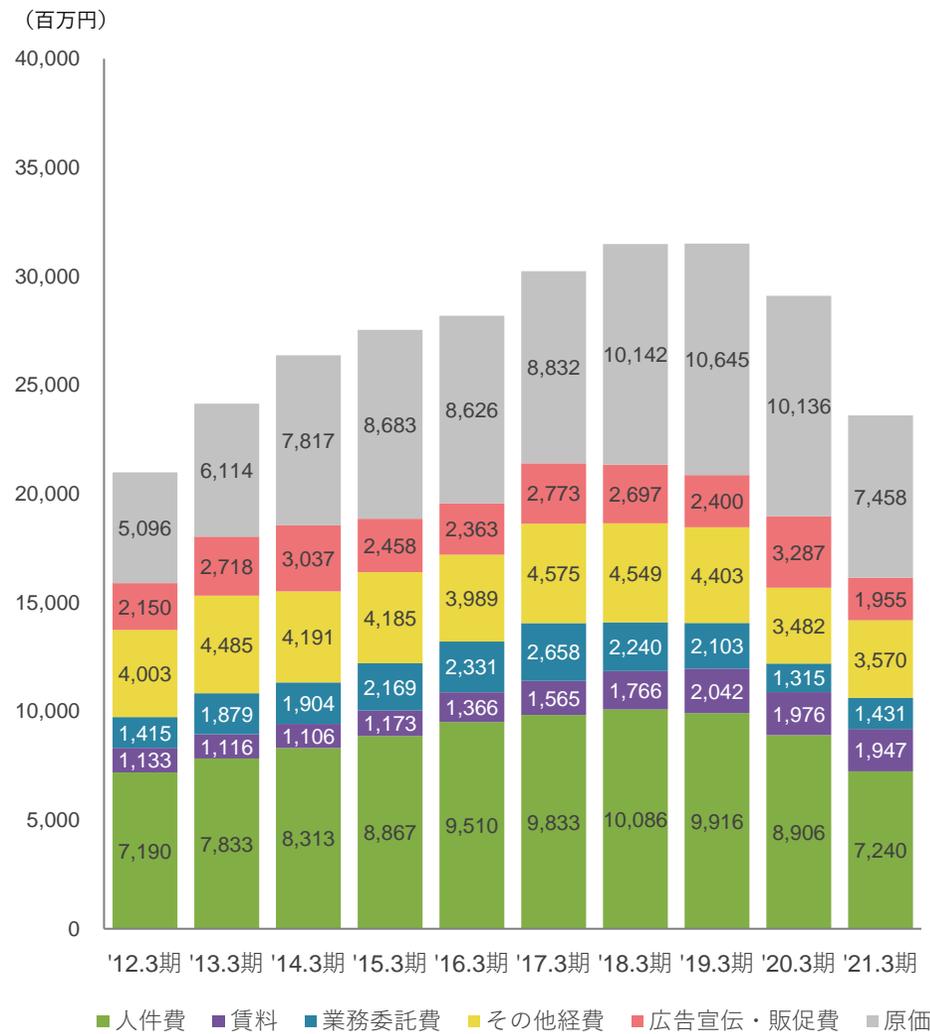


年度別 売上高と原価・費用の推移

売上高



原価・費用



長期データ（連結）

(単位：百万円)	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	2021年3月期
営業成績										
売上高	24,302	27,265	30,518	32,636	34,617	36,979	36,226	32,728	30,927	16,181
営業利益 又は 営業損失 ※1	3,312	3,116	4,147	5,099	6,429	6,740	4,742	1,216	1,821	-7,423
経常利益 又は 経常損失	3,375	3,153	4,167	5,127	6,492	6,813	4,809	1,289	1,894	-7,269
当期純利益 又は 当期純損失	1,909	1,959	2,420	3,279	4,367	4,799	3,192	581	949	-9,704
資産・負債・純資産										
総資産	16,951	19,103	22,071	23,665	27,322	23,917	25,457	23,797	23,979	13,567
現金・預金	7,548	7,399	9,448	10,492	13,131	7,922	8,000	7,630	11,653	7,507
負債	4,381	5,005	5,926	6,201	7,026	5,878	6,270	5,093	4,709	4,192
純資産	12,569	14,098	16,145	17,464	20,296	18,038	19,186	18,704	19,270	9,375
自己資本	12,555	14,042	16,099	17,427	20,266	18,013	19,166	18,662	19,211	9,290
1株当たりデータ										
1株当たり当期純利益 又は 当期純損失 (EPS,円) ※2	39.12	40.15	49.56	67.26	90.19	102.25	68.27	12.42	20.26	-206.90
1株当たり配当金 (円) ※1	10	10	15	28	38	42	44	8	8	-
その他										
営業利益率 (%)	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	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	10.9	11.8	14.3	17.1	18.7	12.9	2.4	4.0	-
配当性向 (%)	25.6	24.9	30.3	41.6	42.1	41.1	64.5	64.4	39.5	-
自己資本比率 (%)	74.1	73.5	72.9	73.6	74.2	75.3	75.3	78.4	80.1	68.5
自己株数 (株)	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	1,757,262
総有料加盟店舗数	48,893	50,310	52,235	53,263	56,967	60,886	61,482	59,660	59,173	55,763

※1：2020年3月期まで販売費及び一般管理費の「支払手数料」に含めていたコミットメントフィーは、2021年3月期より営業外費用の「コミットメントフィー」にその表示を変更（2021年3月期決算短信連結財務諸表に関する注記事項参照）。本表において2020年3月期以前の数値の組替え等はない。

※2：2014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、2012年3月期の期首（2011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

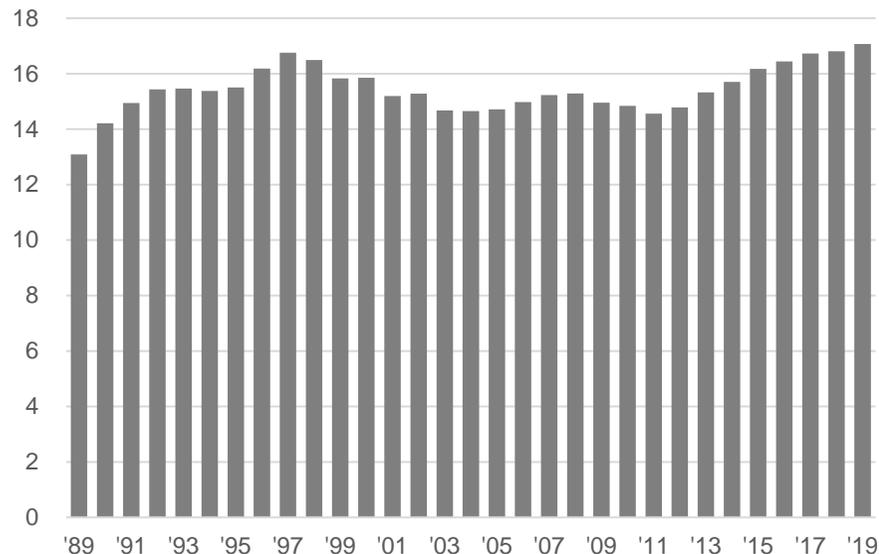
2016年：約49万店（ピーク時：1986年 約65万店）

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)



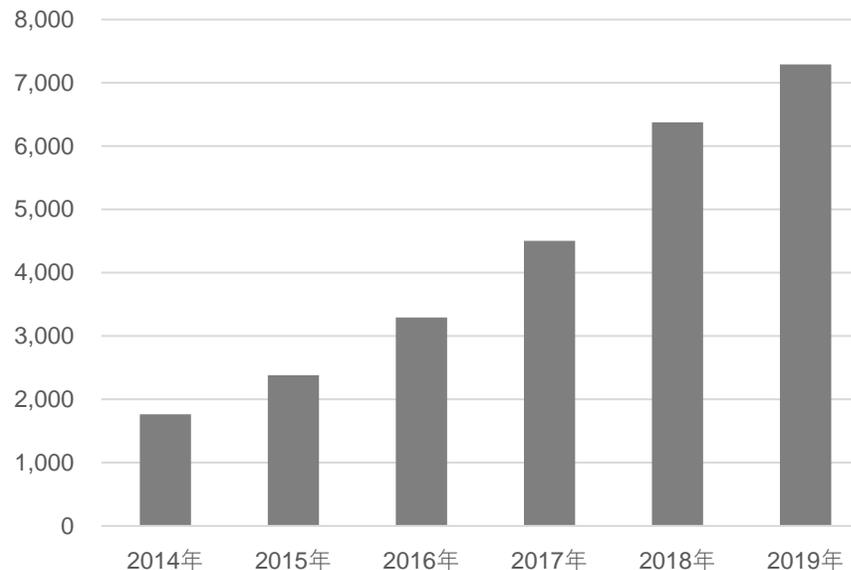
(財) 食の安全安心財団「外食産業市場規模推移」より

* 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、法人交際費の増加等により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 (2021年3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	楽天グループ(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) 4.2%、(公財)日本交通文化協会 4.0%、 小田急電鉄(株) 2.4%、(株)日本カストディ銀行(信託口) 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 (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	18,600名
総人員数	単体：1,570名 連結：1,791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。