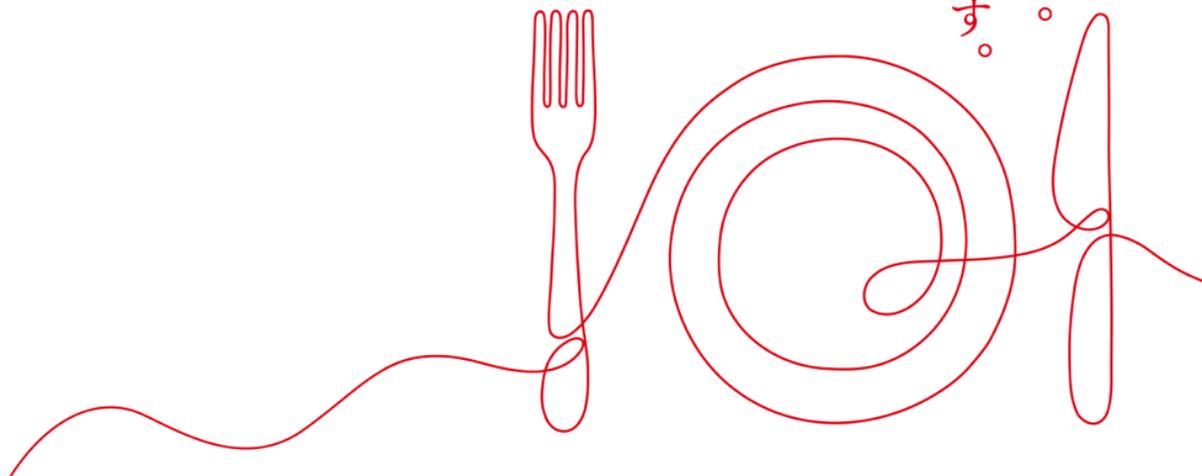


ぐるなび

2022年3月期 第1四半期 決算説明会資料

株式会社ぐるなび (証券コード / 2440)

食でつなぐ。
人を満たす。



施策進捗

- ✓ ワクチン接種の進展等による外食需要および飲食店経営者の販促意識の好転期における積極営業に備え、新たな加盟プラン・販売手法を構築 (P.16~18)
- ✓ 7/1より「楽天ぐるなびデリバリー」「楽天ぐるなびテイクアウト」の運営を開始 (P.19)

業績

- ✓ 第1四半期については、売上高が計画を下回った一方、営業損失はコストコントロールの徹底等により想定よりも縮小して着地
- ✓ 足元の外食需要の回復状況に当初想定※から乖離が生じていること、今後の事業環境が流動的であることを踏まえ、業績予想を修正 (P.10)

※ 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くものの、6月以降段階的に社会経済活動レベルが引き上げられることにより一定程度回復すると想定

決算概要

売上高	3,034 百万円	前年同期比 (参考)	+70.2 %
営業損失	-1,363 百万円		
親会社株主に帰属する四半期純損失	-1,353 百万円		
総有料加盟店舗数 (2021年6月末)	54,342 店	前年同期比	+5.2 %
楽天ID連携会員数 (2021年6月末)	469 万人	前年同期比	+76.1 %

2022年3月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用。
本資料において、2021年3月期以前の数値は適用前の開示済み数値を記載。

連結損益計算書

(単位：百万円)	2021年3月期 第1四半期	対売上高 比率	2022年3月期 第1四半期	対売上高 比率	前年同期比 変化率 (参考)
売上高	1,783	100.0%	3,034	100.0%	+70.2%
売上原価	1,738	97.5%	1,239	40.9%	-28.7%
売上総利益	45	2.5%	1,794	59.1%	+3879.9%
販売費及び一般管理費	3,865	216.8%	3,157	104.1%	-18.3%
営業損失	-3,820	-	-1,363	-	-
経常損失	-3,815	-	-1,337	-	-
税引前四半期純損失	-3,767	-	-1,343	-	-
親会社株主に帰属する四半期純損失	-3,777	-	-1,353	-	-

売上高内訳

(単位：百万円)	2021年3月期 第1四半期	2022年3月期 第1四半期	前年同期比 変化率 (参考)
売上高	1,783	3,034	+70.2%
飲食店販促サービス	1,475	2,581	+74.9%
ストック型サービス	1,350	2,320	+71.8%
スポット型サービス	125	260	+108.2%
プロモーション	133	218	+64.0%
関連事業	174	235	+34.7%

ストック型サービス

- ✓ 前期1Qは休会措置を実施。
- ✓ 3回目の緊急事態宣言が発令される中、契約金額の減額・解約は低位に推移。一方、受注が低調であったことからQoQ減少

スポット型サービス

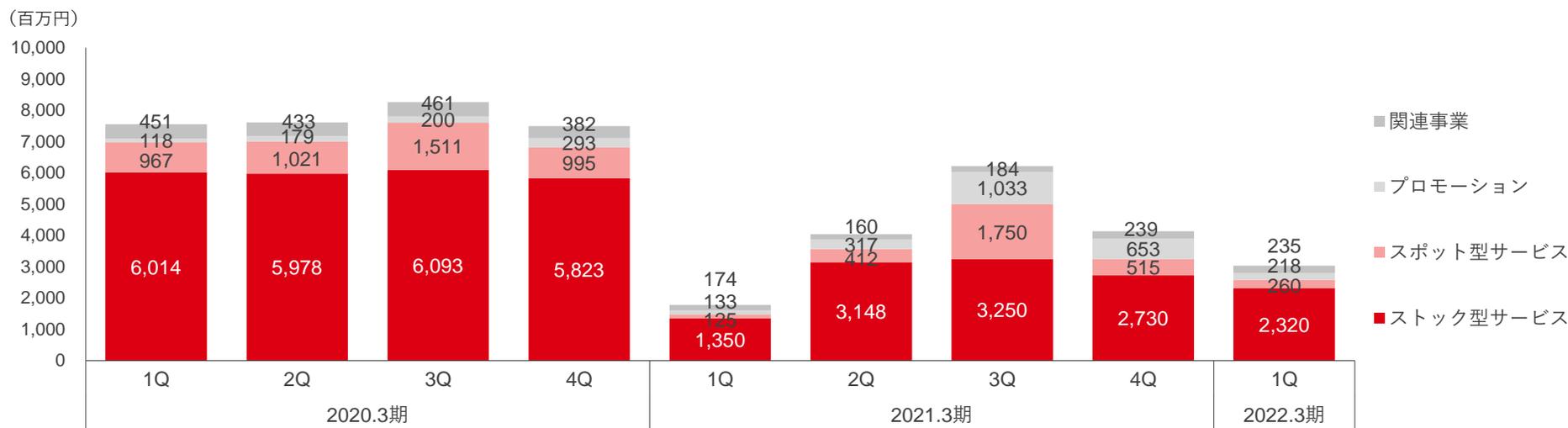
- ✓ 短期間での販促商品等の利用、ネット予約手数料売上ともに前年同期比増加。
(ネット予約手数料売上が低水準に推移したことからQoQ減少)

プロモーション

- ✓ 「Go To Eatキャンペーン」の運営受託収入を計上。
(Go To Eatポイントの有効期限を2021年12月末まで延長)

関連事業

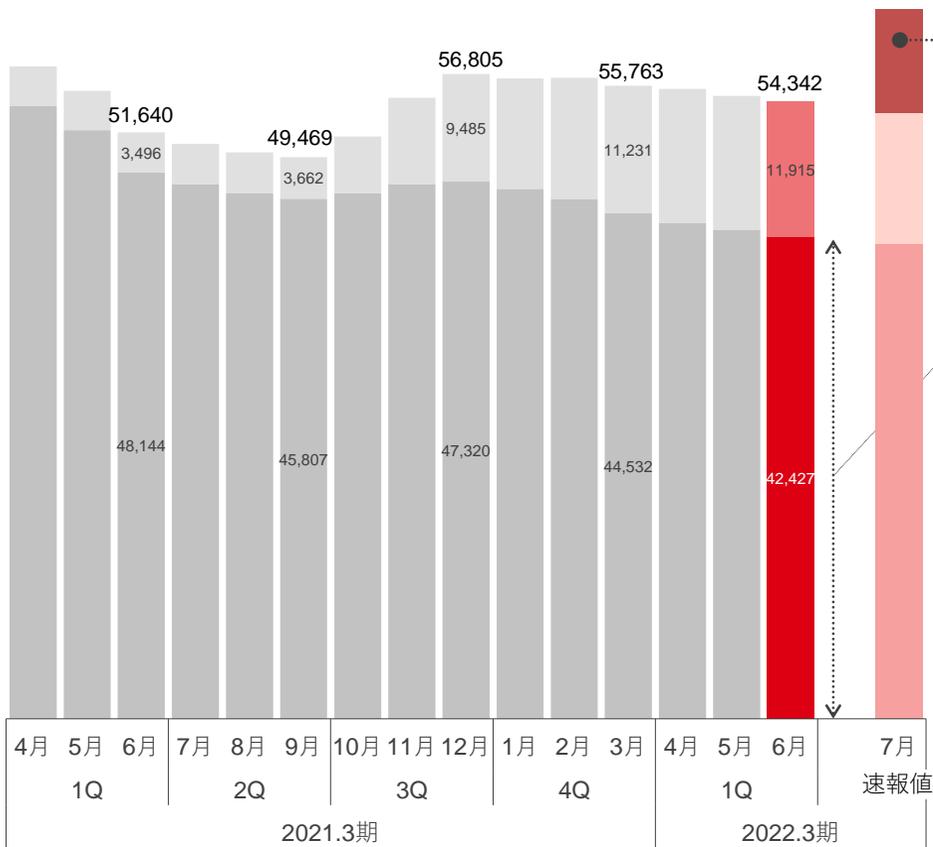
- ✓ 楽天グループからの業務受託収入を計上。



飲食店販促サービスの状況 ①

■ 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

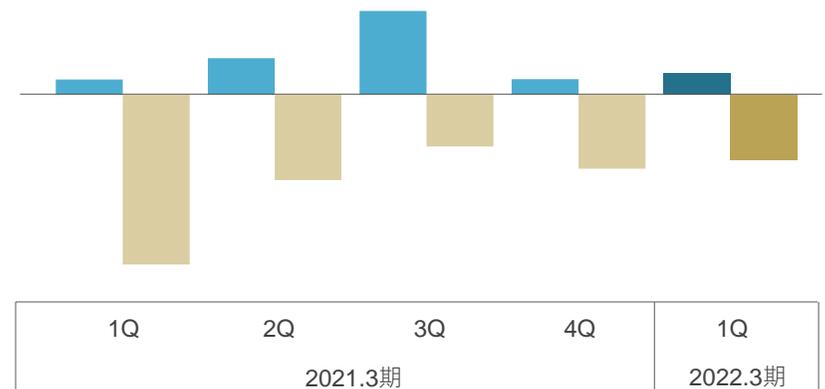


デリバリー加盟店（宅配専門事業者含む）を
楽天グループより承継

新規加盟店舗数・退会店舗数の推移

飲食店にとって導入しやすく継続しやすい
加盟プラン・販売手法の導入により退会抑制・新規拡大へ

● 新規加盟店数 ● 退会店舗数



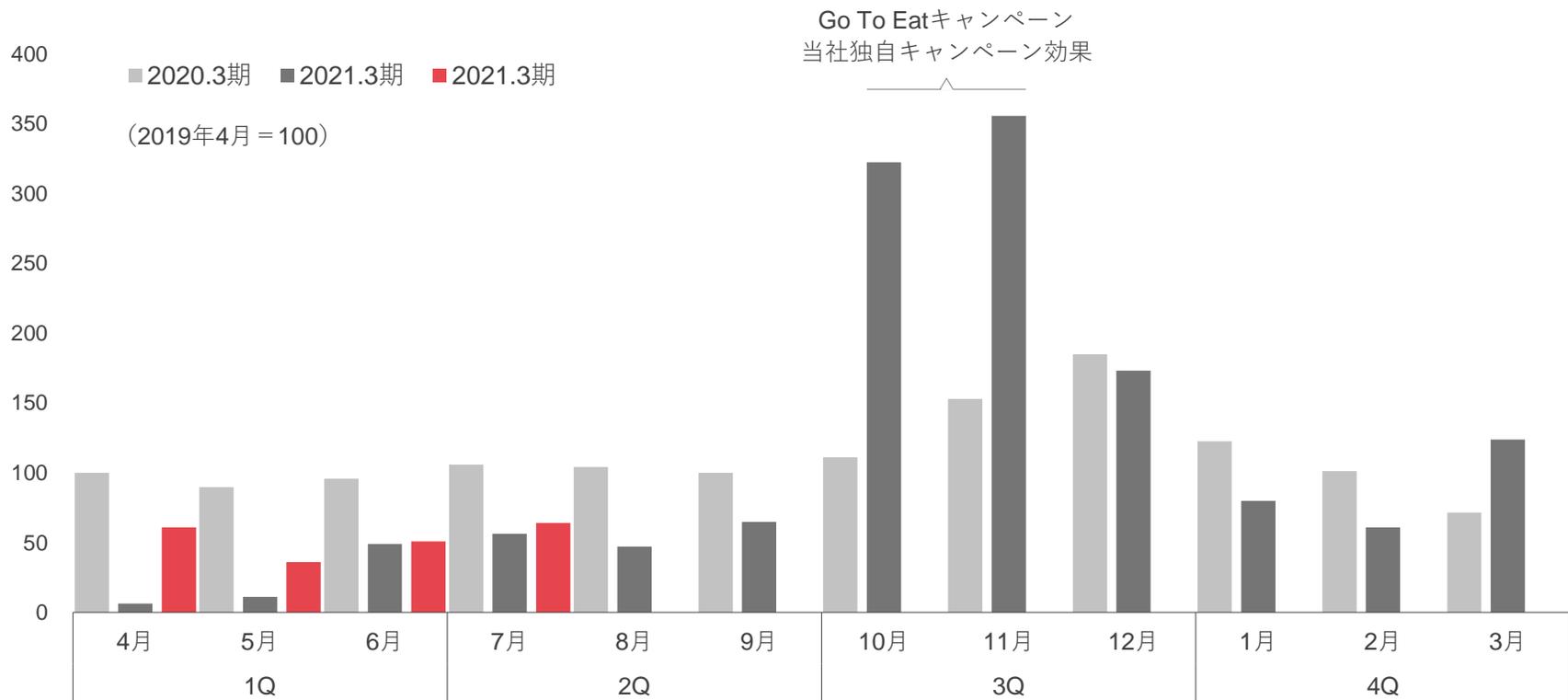
Go To Eatキャンペーンプラン店舗は「その他の有料加盟店」にカウント（予約掲出完了店のみ）

飲食店販促サービスの状況 ②

■ ネット予約の状況

- ✓ 足元7月の予約数は、コロナ禍前2019年7月のおよそ6割の水準

ネット予約件数の推移



原価・費用内訳

(単位：百万円)	2021年3月期 第1四半期	2022年3月期 第1四半期	前年同期比 変化率 (参考)
総費用	5,604	4,397	-21.5%
売上原価	1,738	1,239	-28.7%
販売費及び一般管理費	3,865	3,157	-18.3%
人件費	2,018	1,948	-3.5%
賃借料	501	346	-30.8%
業務委託費	285	347	+21.4%
広宣・販促費	229	188	-18.0%
その他	830	327	-60.6%

売上原価

✓ 前期4Qに実施した減損処理に伴い減価償却費が減少。

販売費及び一般管理費

✓ 賃借料

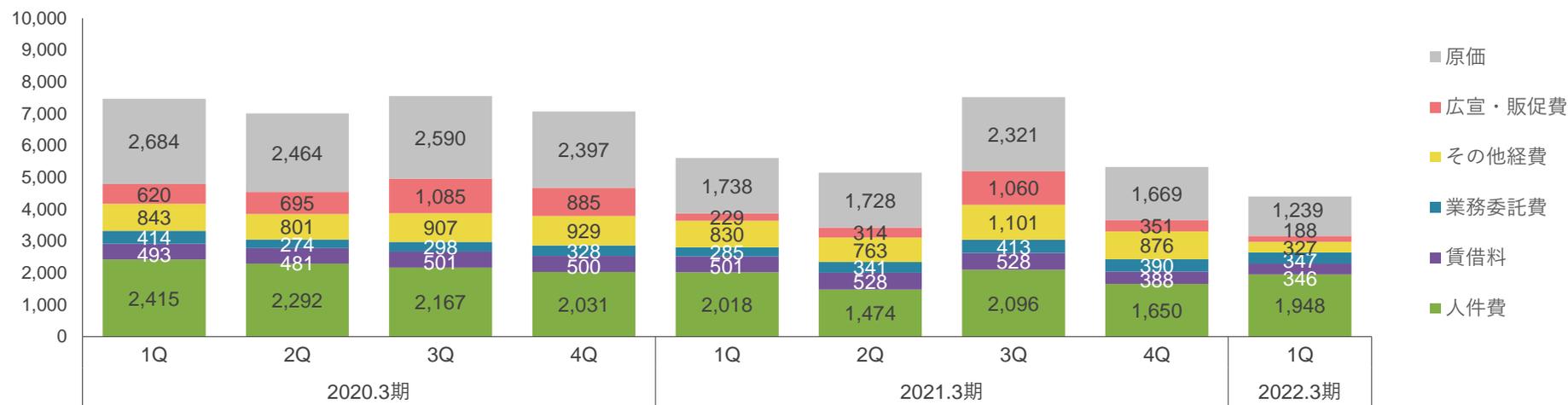
前期3Qより段階的に実施しているオフィススペースの削減や営業所の移転・縮小により、事務所賃借料が減少。

✓ 業務委託費

新規サービスの構築に関連する費用が増加。

✓ その他

- ・貸倒引当金戻入の影響。
- ・テレワーク標準化に伴い前期発生した一時費用(ノートPC等の購入費用)が解消。
- ・前期4Qに実施した減損処理に伴い減価償却費が減少。



連結貸借対照表

✓ 四半期純損失の計上により自己資本は減少。6月末自己資本比率72.0%（3月末：68.5%）

（単位：百万円）	2021年3月末	2021年6月末	前期末比	（単位：百万円）	2021年3月末	2021年6月末	前期末比
流動資産合計	11,664	8,883	-2,781	流動負債合計	4,024	2,840	-1,183
現金・預金※	7,507	5,587	-1,919	未払金	1,482	1,164	-317
受取手形及び売掛金	2,741	2,226	-514	預り金※	1,675	979	-696
未収入金	1,154	793	-361	未払法人税等	57	8	-48
前払費用	480	475	-4	賞与引当金	247	279	32
貸倒引当金	-581	-381	200	ポイント引当金	158	29	-129
その他	362	180	-181	その他	402	379	-23
固定資産合計	1,903	2,171	268	固定負債合計	168	168	0
有形固定資産	-	37	37	負債合計	4,192	3,009	-1,183
無形固定資産	-	323	323	純資産合計	9,375	8,045	-1,329
投資その他の資産	1,903	1,810	-92	自己資本	9,290	7,954	-1,336
資産合計	13,567	11,054	-2,512	負債純資産合計	13,567	11,054	-2,512

2021年6月末コミットメントライン契約の総額 7,000百万円
（借入実行残高 - ）

※ 農林水産省からの受託事業（Go To Eatキャンペーン）の運営に関連する現預金および預り金を計上（2021年3月末：各1,508百万円、2021年6月末：各780百万円）

2022年3月期 上期予想の修正および通期予想の取り下げ

■ 上期業績予想を下方修正

- ✓ 緊急事態宣言の延長・再発令等により外食需要の停滞が想定以上に続くと思われ、売上高を下方修正
- ✓ 費用削減を進めることから、各損失は前回予想を据え置き
 - ・ 事業環境に鑑みた広告費の投下抑制
 - ・ リモート商談の活用強化による旅費交通費の縮小、採用抑制等による人員関連費用の低減

■ 通期業績予想を取り下げ

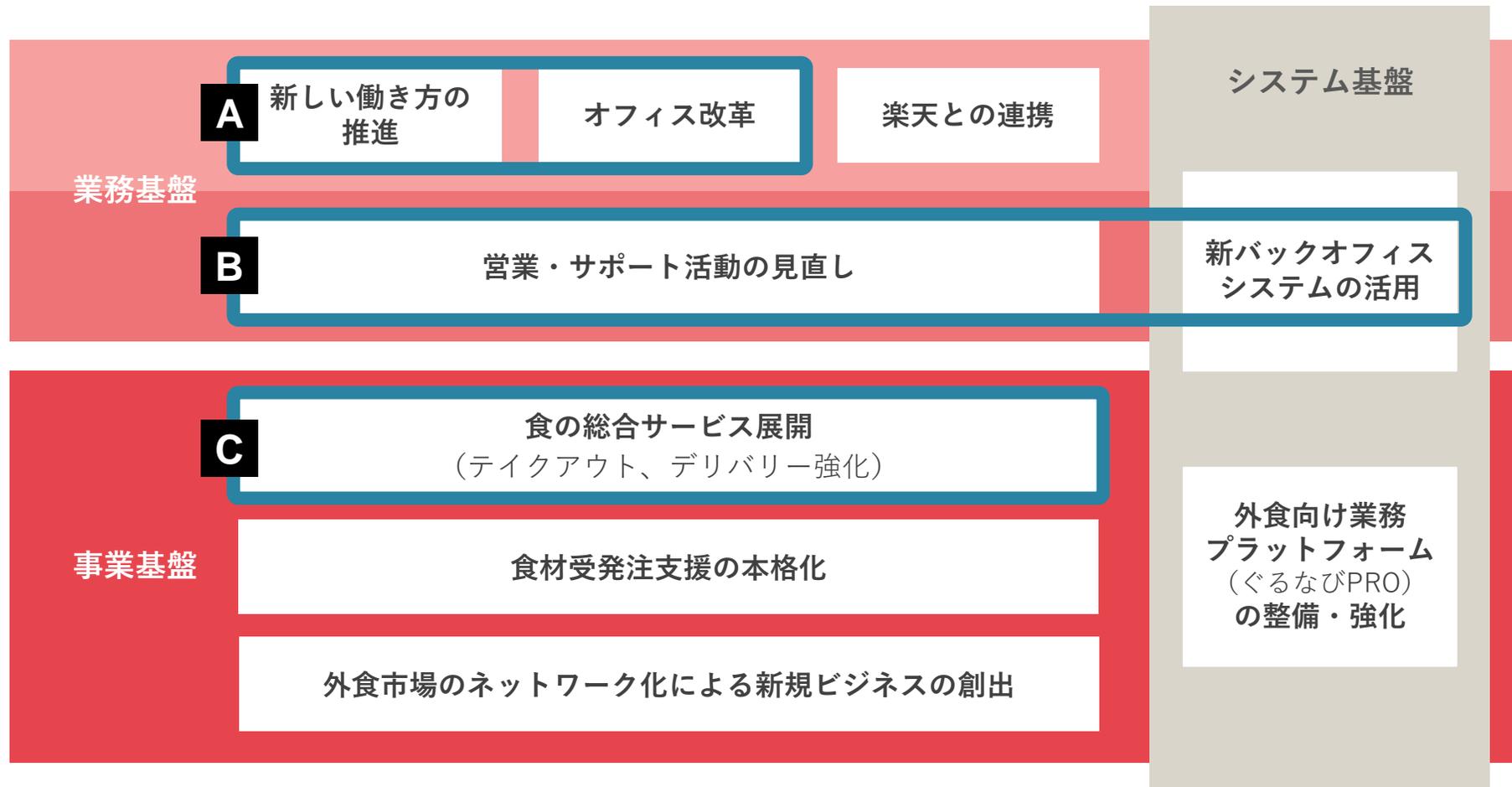
- ✓ 緊急事態宣言の再発令等が飲食店経営に及ぼす影響の長期化懸念と、ワクチン接種の進展等による外食需要回復の期待が混在するなど、外食市場を取り巻く環境を見通しづらい状況
- ✓ 下期の業績見通しの前提となる事業環境の仮定を置くことが困難なことから、通期業績予想を取り下げ

(単位：百万円)	2021年3月期 通期 実績	2022年3月期					
		上期			通期		
		前回発表予想 (2021年5月12日)	今回発表予想 (2021年8月4日)	差異	前回発表予想 (2021年5月12日)	今回発表予想 (2021年8月4日)	差異
売上高	16,181	8,000	6,200	-1,800	19,400	未定	—
営業損失	-7,423	-2,950	-2,950	—	-2,900	未定	—
経常損失	-7,269	-2,950	-2,950	—	-2,900	未定	—
親会社株主に帰属する当期純損失	-9,704	-2,970	-2,970	—	-3,000	未定	—
1株当たり当期純損失 (EPS)：円	-206.90	-63.30	-63.30	—	-63.94	未定	—

今後予想の開示が可能となった時点で速やかに開示いたします

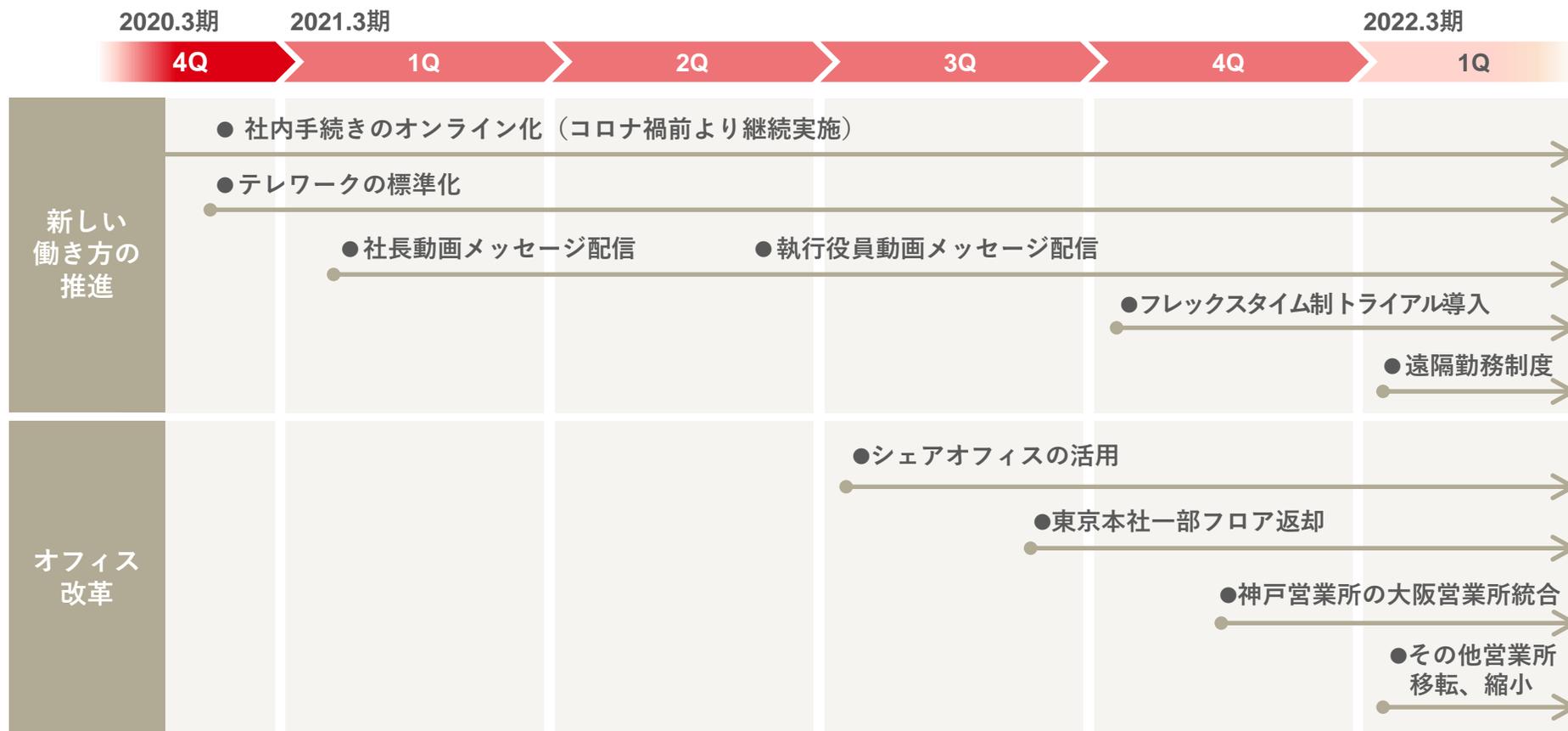
業績の回復・再成長に向けて

2022年3月期 重点施策



A 新しい働き方の推進・オフィス改革 ①

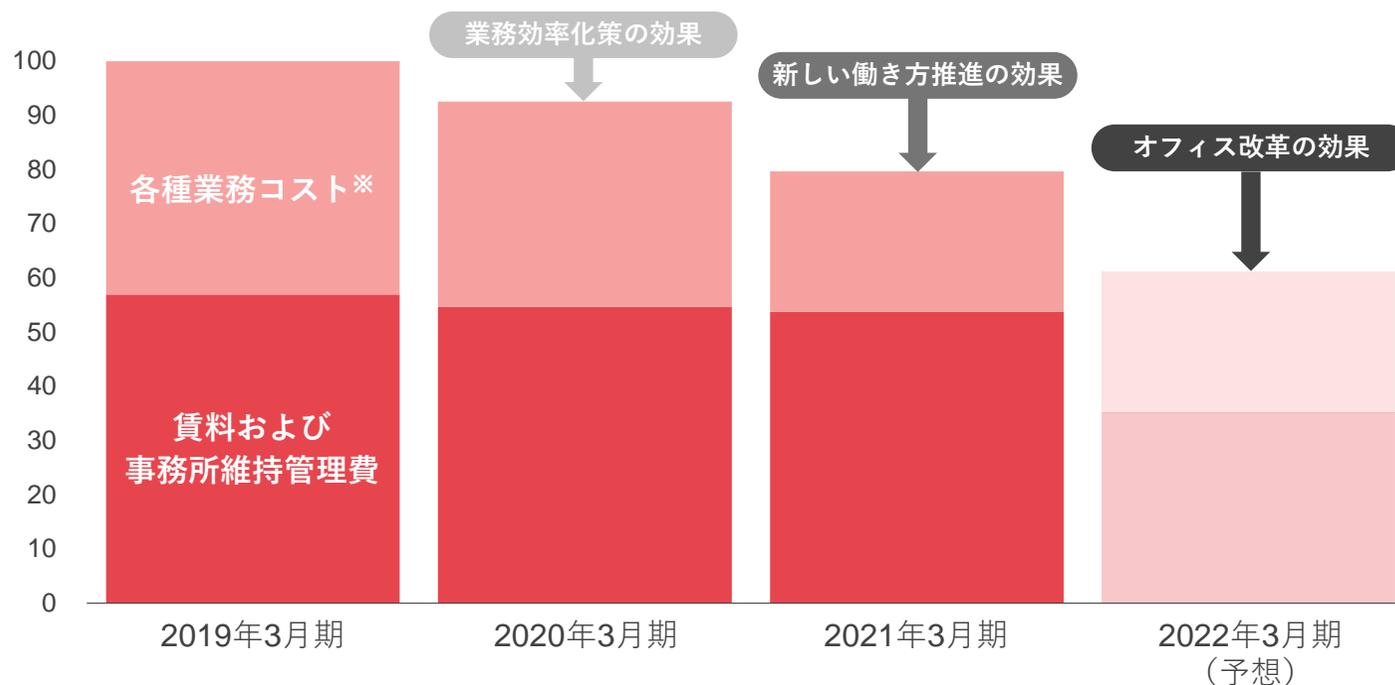
社員の一層の価値創造性・生産性向上のための働く環境整備



A 新しい働き方の推進・オフィス改革 ②

事業推進力の維持・向上を図りつつ、業務にかかるコストを低減

■ 連結人員1人当たり業務コスト (2019年3月期を100とする指数、連結人員数は各年度期首期末平均)

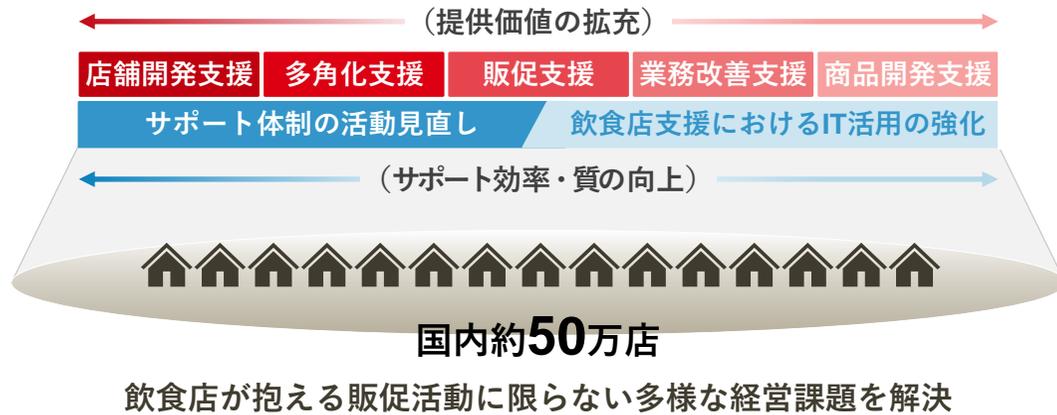
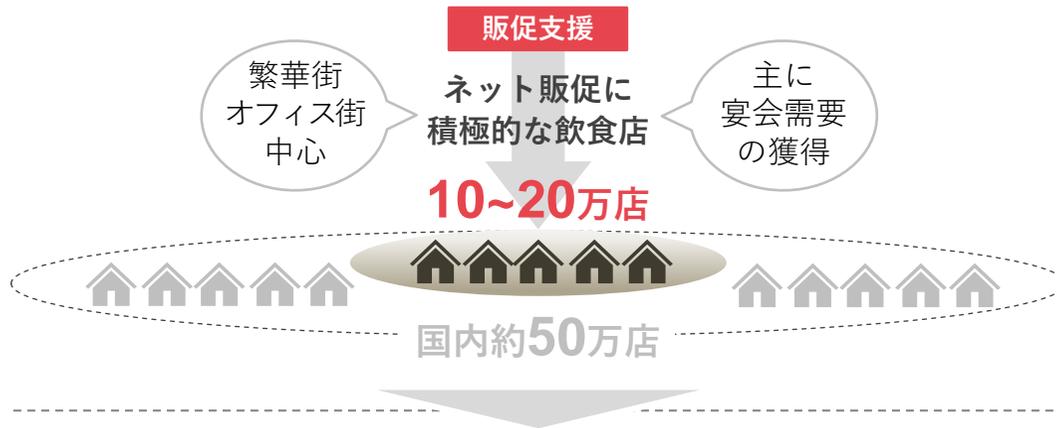


※ 通勤・旅費交通費、通信費、備品消耗費、新聞図書費、テレワーク手当

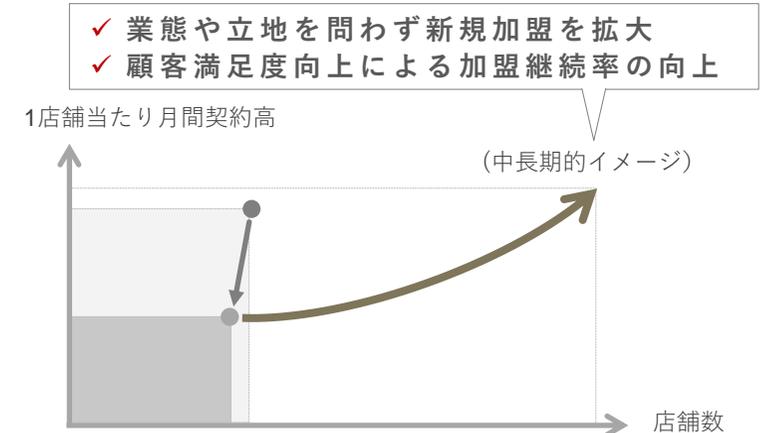
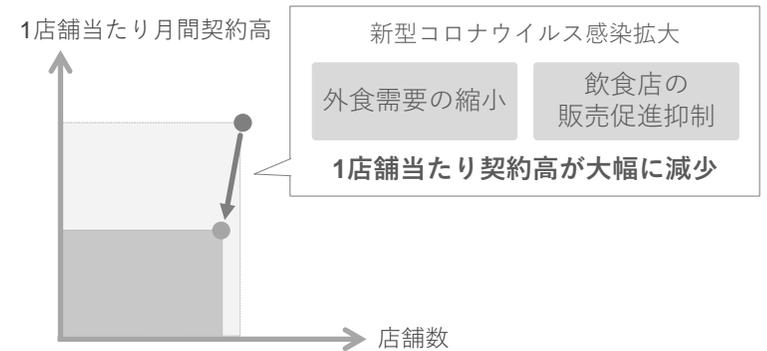
B 営業・サポート活動の見直し/新バックオフィスシステムの活用 ①

目指す将来像 / 規模や業態、立地を問わず全ての飲食店を対象に価値を提供

経営サポート企業への進化



売上回復・再成長イメージ



新規加盟拡大と加盟継続率向上を目的に幅広い飲食店が
“導入しやすく・継続しやすい” 加盟プラン・販売手法への見直しを推進

■ 見直しの背景

既存プラン・販売手法の課題

- ✓ 不十分な選択肢 (月額1万円 or 月額5万円以上)
- ✓ 年間での予算確保が必要
- ✓ 老朽化した社内システムへの依存
 - ・ 高い業務負荷から機動的な商品提供・入替えが困難
 - ・ 店舗ページの掲出・活用に主眼をおいた仕組み

コロナ禍を機とした飲食店の意識変化

- ✓ 販促費の固定化に対する慎重姿勢の高まり
- ✓ 外部環境の変化に即した柔軟な販促活動に対するニーズの高まり

新バックオフィスシステムの導入

- ✓ 受注や制作管理等のオンライン化により、業務のスリム化および迅速なサービス提供が可能に
- ✓ 店舗が必要とする商品の柔軟なパッケージング・提供期間の設定・変更が容易に

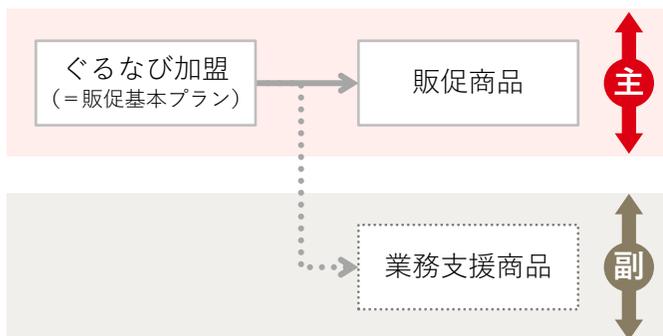
店舗の経営状態・販促意欲の変化に対し、柔軟かつ迅速にサービス提供を行う設計へ

B 営業・サポート活動の見直し/新バックオフィスシステムの活用 ③

■ 新たな加盟プラン・販売手法の概要

従 来

- ✓ 年間での予算確保が必要
- ✓ 契約内容によらず一律のネット予約手数料

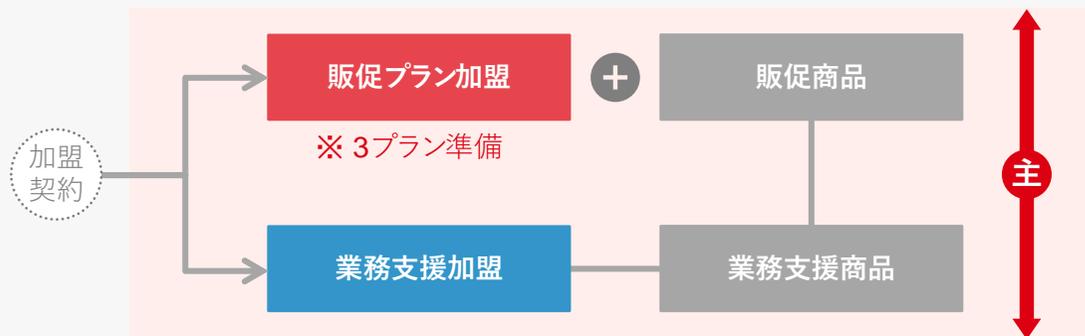


“対面”を前提とした
人的サポート

～ 1日にコンタクト可能な店舗数に限界あり ～

2022年3月期 下期以降

- ✓ 月額固定部分の負担を軽減しつつ、必要に応じ速やかな販促強化が可能
- ✓ 一部プランでネット予約ユーザーに付与するポイント数を選択可能とし、「加盟料+予約手数料」に対する飲食店の抵抗感を軽減、席在庫の拡大へ



営業効率・サポートの質を高めた人的サポート

リモート商談の活用

機能別分業体制

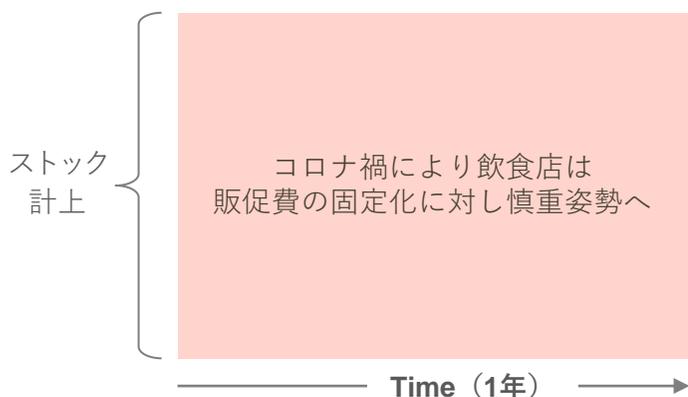
～ サポート体制の人員を増やすことなく、コンタクト店舗数を増大 ～

ターゲット店舗層・コンタクト店舗数を拡大すると同時に、
既存加盟店の加盟継続率の向上を図り、加盟店舗数の拡大を目指す

B 営業・サポート活動の見直し/新バックオフィスシステムの活用 ④

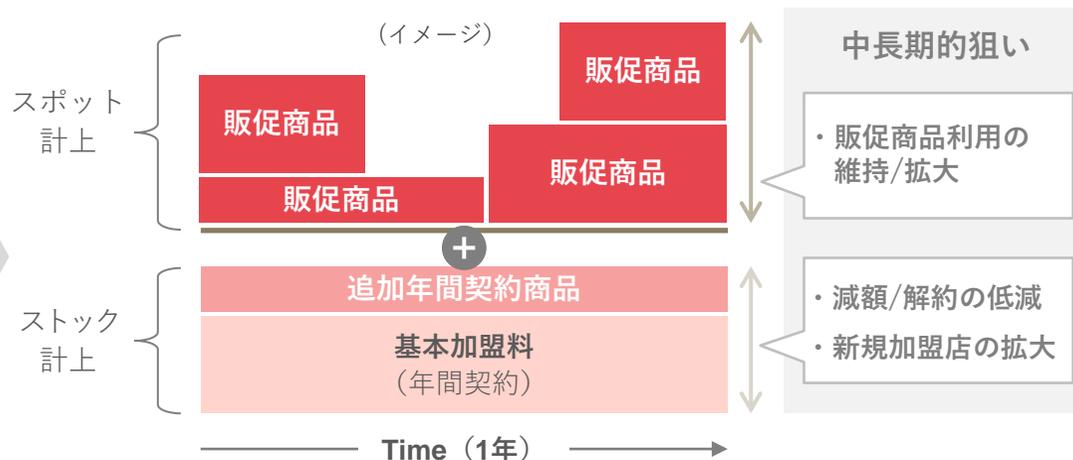
従来の「年間販促プラン（月額5万円以上）」

商品利用計画を予め立て年間契約を受注
年間契約金額を12カ月案分しストック型計上



新加盟プラン

追加の販促商品利用については、
店舗の経営状態・販促意欲の変化に即し機動的に受注しスポット型計上



柔軟かつ迅速なサービス提供を通じ、飲食店支援売上全体の回復と再成長を目指す

ネット予約手数料のみプラン（手数料一律）を戦略的に提案

退会の抑制・リレーション維持による
再獲得コストの低減

有料掲載になじまない業種・業態の新規加盟促進、
ネット予約可能店舗の拡大によるユーザビリティ向上

業務支援サービス、販促スポット商品等を用いたクロスセルを推進

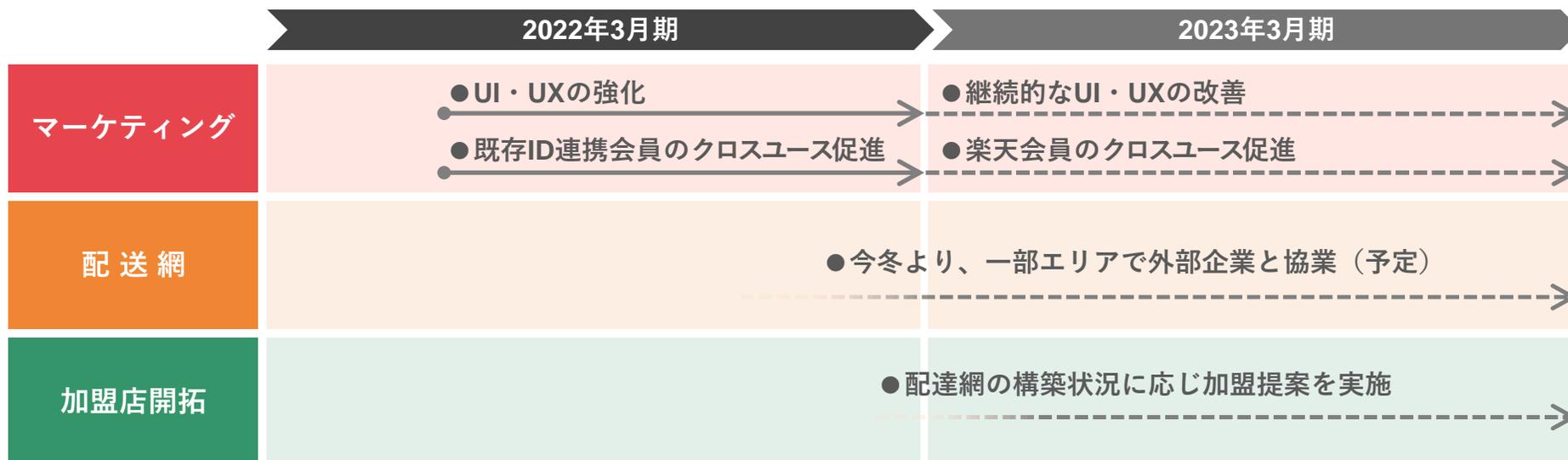
C 食の総合サービス展開 ①

Rakutenぐるなび
デリバリー

Rakutenぐるなび
テイクアウト

楽天グループより事業承継し、2021年7月より運営開始

■ デリバリーサービスの基本ロードマップ

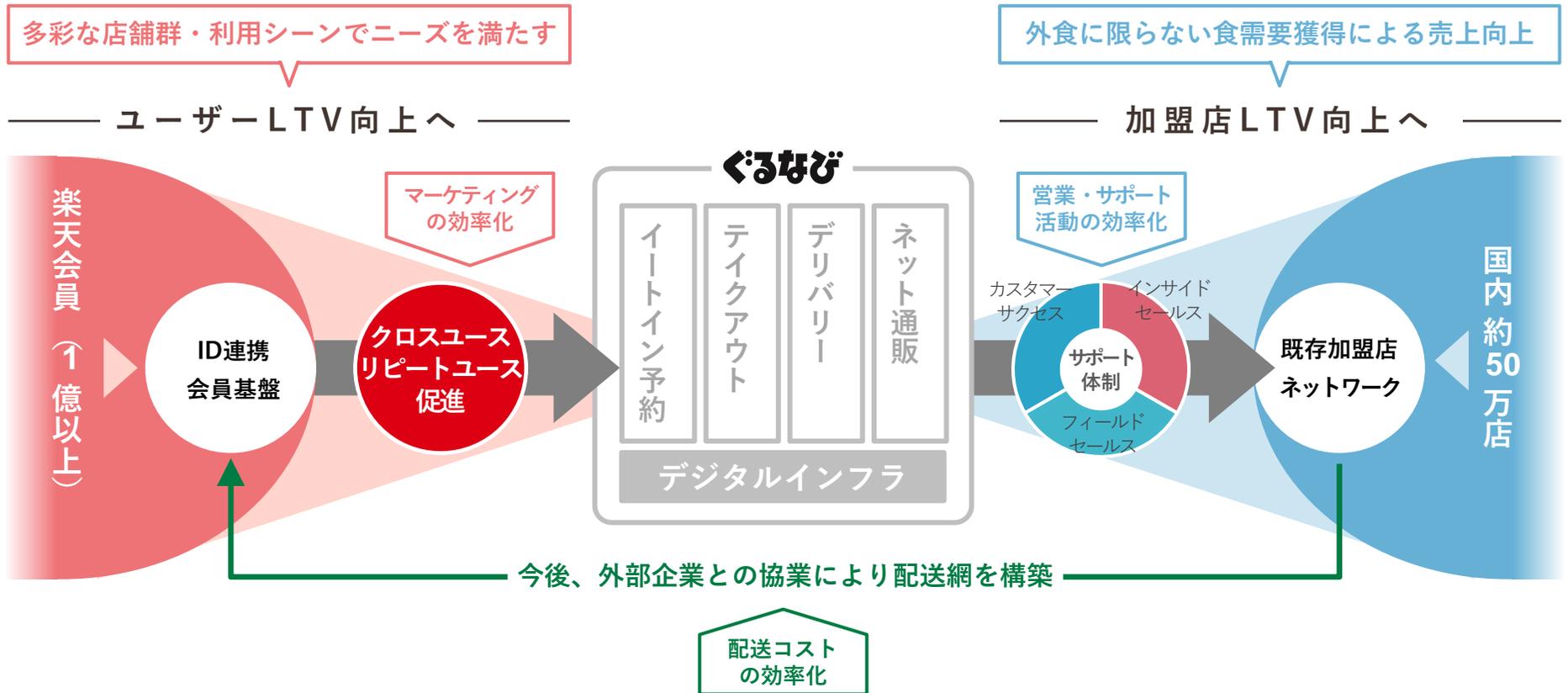


当社の店舗サポート力・楽天グループのマーケティング力を組み合わせた独自モデルを構築
競争優位性および収益性の高いビジネスを目指す

C 食の総合サービス展開 ②

(参考) 食の総合サービス展開 基本イメージ

※ 2021年3月期 本決算説明会資料の再掲



その他の取り組み：一日も早く日常を取り戻すことができるよう

飲食店従事者へのワクチン接種を支援

従業員向け

従業員が安心して業務を遂行できるよう
職域接種を実施（7-8月）

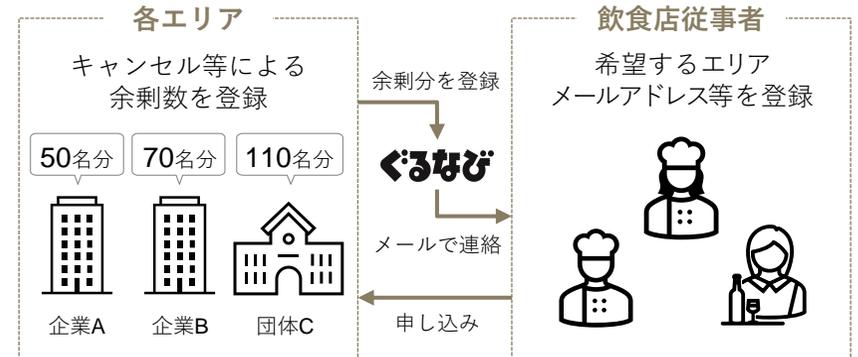
接種人数：2,000名



余剰分を、当社本社近隣の加盟店へ提供

飲食店従事者向け

7/5「つなぐワクチンプロジェクト」開始
～ ワクチンマッチングシステムの提供～

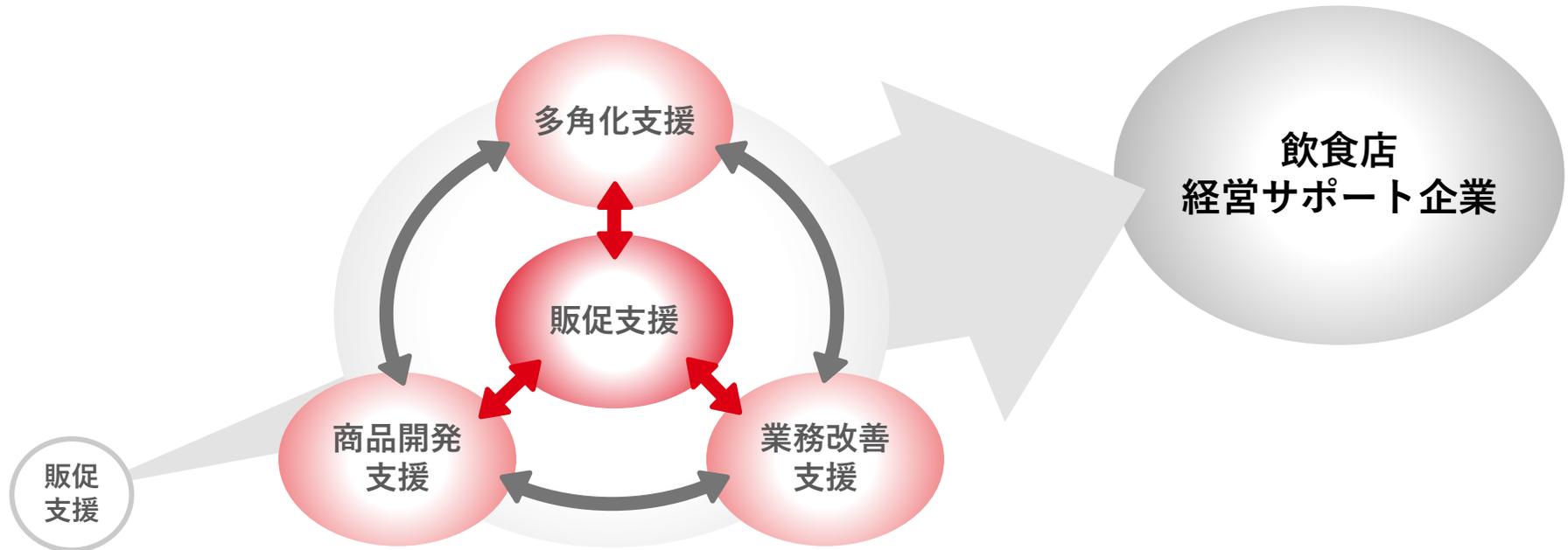


ワクチン接種証明*利用を目的に
(株)ミナケアが提供するアプリ「Health Amulet」を活用

※公的な接種記録ではありません。
また接種証明のダウンロード機能は今後実装予定です。

「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

2022年3月期 第1四半期実績

総有料加盟 (その他の有料加盟を含む) **54,342** 店 (前年同期末比 +2,702店 5.2%)

有料加盟 **42,427** 店 (前年同期末比 ▲5,717店 ▲11.9%)



※グラフ内の数値は総有料加盟店舗数

■ 楽天ID連携会員数 : **469万人**

(2021年6月末、2020年6月末は266万人)

■ ぐるなび会員数 : **2,134万人**

(2021年7月1日時点、2020年7月は1,900万人)

■ 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)	2019.3期				2020.3期				2021.3期				2022.3期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
ストック型サービス a	6,778	6,417	6,385	6,300	6,014	5,978	6,093	5,823	1,350	3,148	3,250	2,730	2,320
スポット型サービス b	751	691	1,166	999	967	1,021	1,511	995	125	412	1,750	515	260
飲食店販促サービス c= a+b	7,530	7,108	7,552	7,299	6,982	6,999	7,605	6,819	1,475	3,561	5,000	3,245	2,581
プロモーション d	144	174	322	314	118	179	200	293	133	317	1,033	653	218
基盤事業計 e= c+d	7,674	7,282	7,874	7,614	7,100	7,178	7,805	7,113	1,608	3,879	6,033	3,899	2,799
関連事業 f	534	513	634	600	451	433	461	382	174	160	184	239	235
合計 g= e+f	8,209	7,795	8,509	8,214	7,551	7,611	8,267	7,495	1,783	4,040	6,217	4,139	3,034

(単位: 円/月)	2019.3期				2020.3期				2021.3期				2022.3期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
ストック型サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU) h *1	37,791	36,191	36,279	36,185	35,181	35,357	36,182	34,797	8,687	22,345	23,268	19,819	17,790
飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU) ① i *2	40,933	38,911	41,493	40,430	39,227	39,557	42,961	38,449	8,878	23,486	31,367	19,224	15,628
飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU) ② j *3	41,982	40,091	42,902	41,927	40,842	41,396	45,158	40,747	9,492	25,275	35,795	23,560	19,787

*1) スtock型サービスの店舗当たり契約高 (ARPU): スtock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 $i=2/3*c/(kt-1+kt)$

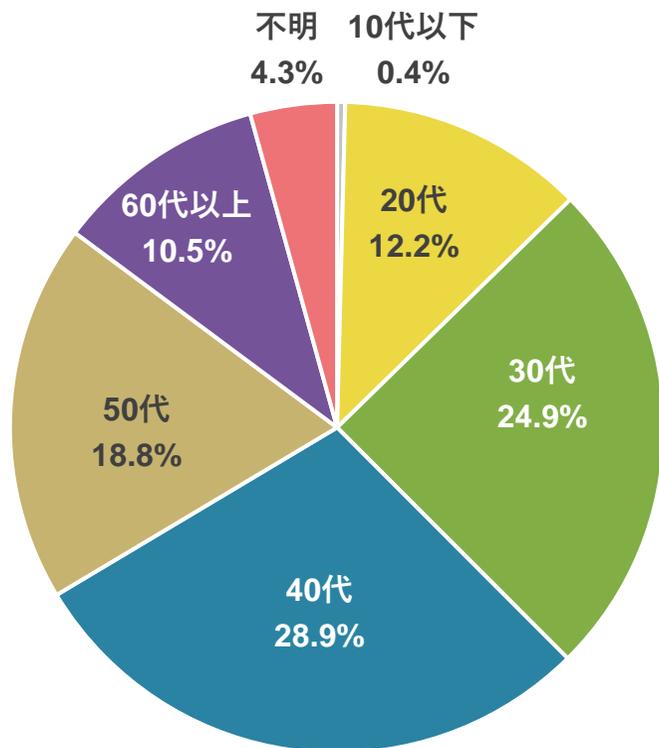
*3) 飲食店販促サービスの店舗当たり契約高 (ARPU) ②: 飲食店販促サービス売上を、有料加盟店舗数 (期首期末平均) で除して算出 $j=2/3*c/(lt-1+lt)$

(単位: 店)	2019.3期				2020.3期				2021.3期				2022.3期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
総有料加盟店舗数 k= l+m	61,157	60,629	60,712	59,660	59,007	58,951	59,067	59,173	51,640	49,469	56,805	55,763	54,342
有料加盟店舗数 l	59,452	58,747	58,608	57,465	56,509	56,210	56,067	55,505	48,144	45,807	47,320	44,532	42,427
その他の有料加盟店舗数 *4 m	1,705	1,882	2,104	2,195	2,498	2,741	3,000	3,668	3,496	3,662	9,485	11,231	11,915
無料加盟店舗数 n	88,078	89,927	89,584	91,405	90,345	81,586	75,763	73,978	73,399	71,783	67,320	65,976	63,996

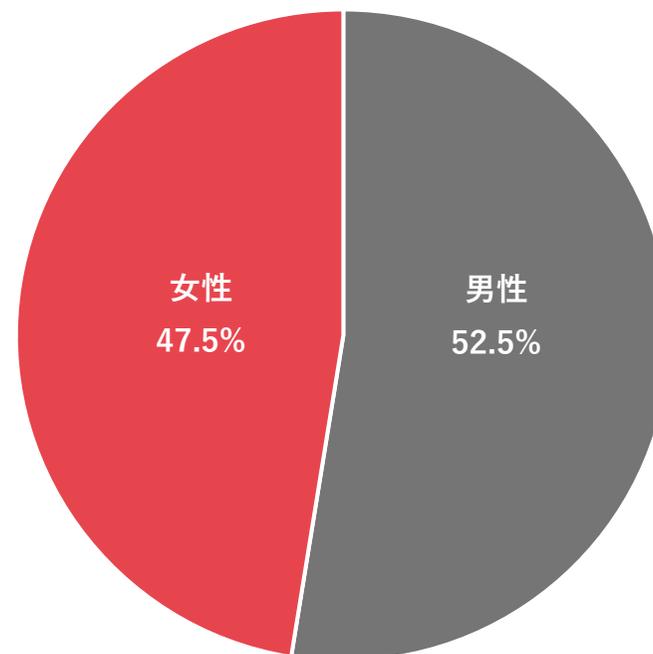
*4) 基本加盟契約を締結していない有料加盟店

ユーザー属性

年代別利用属性



性別利用属性

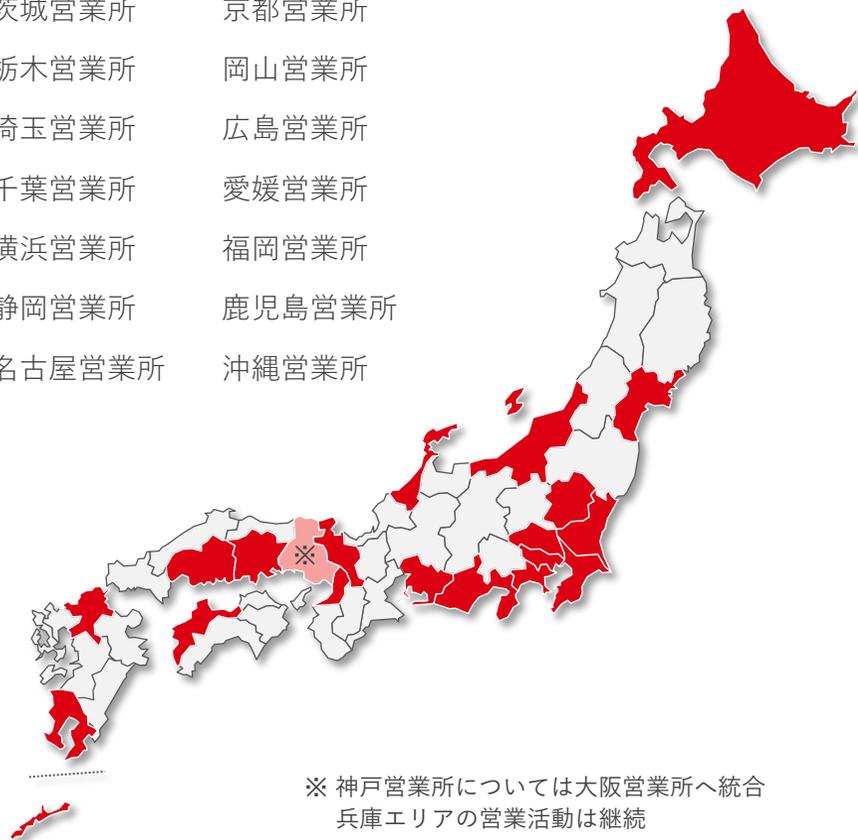


出典：ぐるなび会員情報（2021年6月時点）

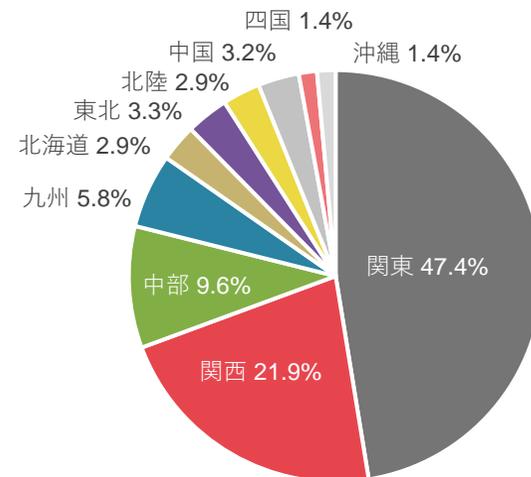
地域展開と加盟飲食店の属性

全国20箇所の営業所を拠点に事業を推進

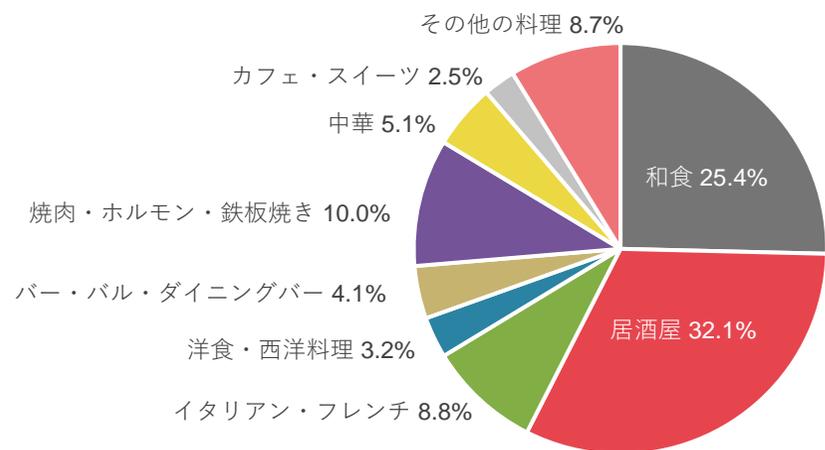
東京本社	新潟営業所
北海道営業所	金沢営業所
仙台営業所	大阪営業所
茨城営業所	京都営業所
栃木営業所	岡山営業所
埼玉営業所	広島営業所
千葉営業所	愛媛営業所
横浜営業所	福岡営業所
静岡営業所	鹿児島営業所
名古屋営業所	沖縄営業所



エリア別 有料加盟店割合



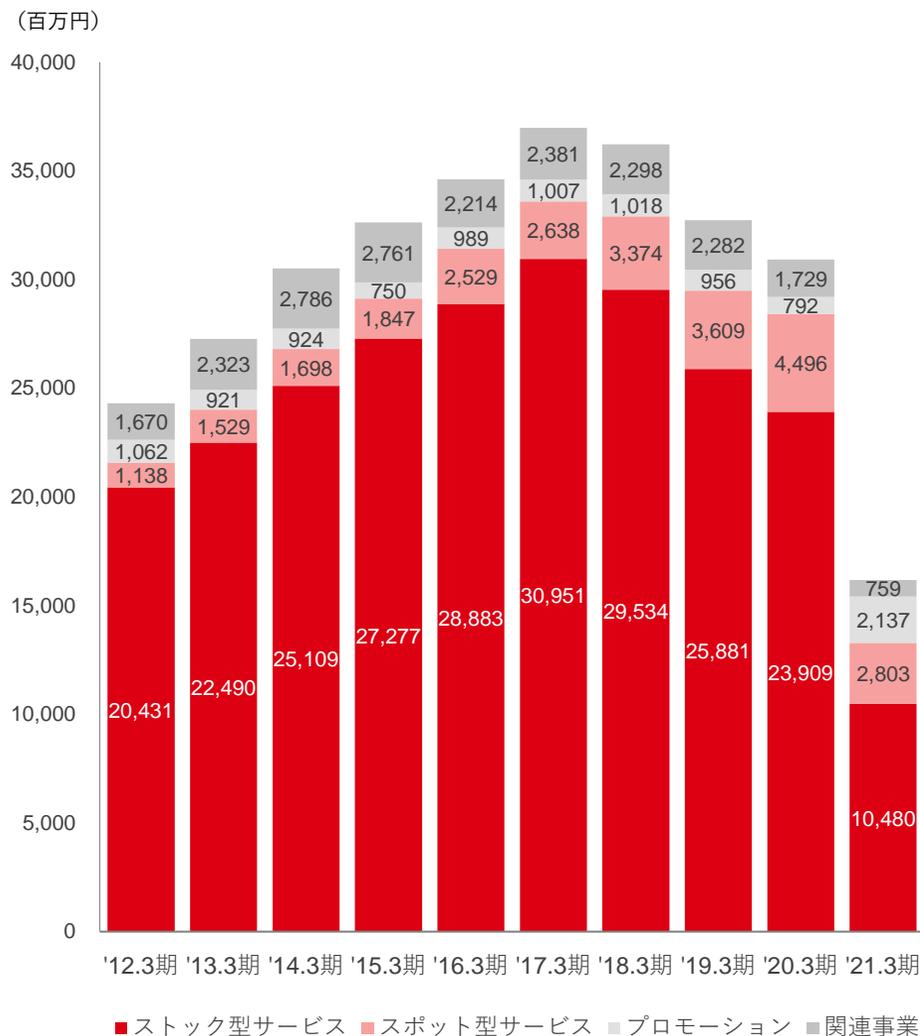
業態別有料加盟店割合



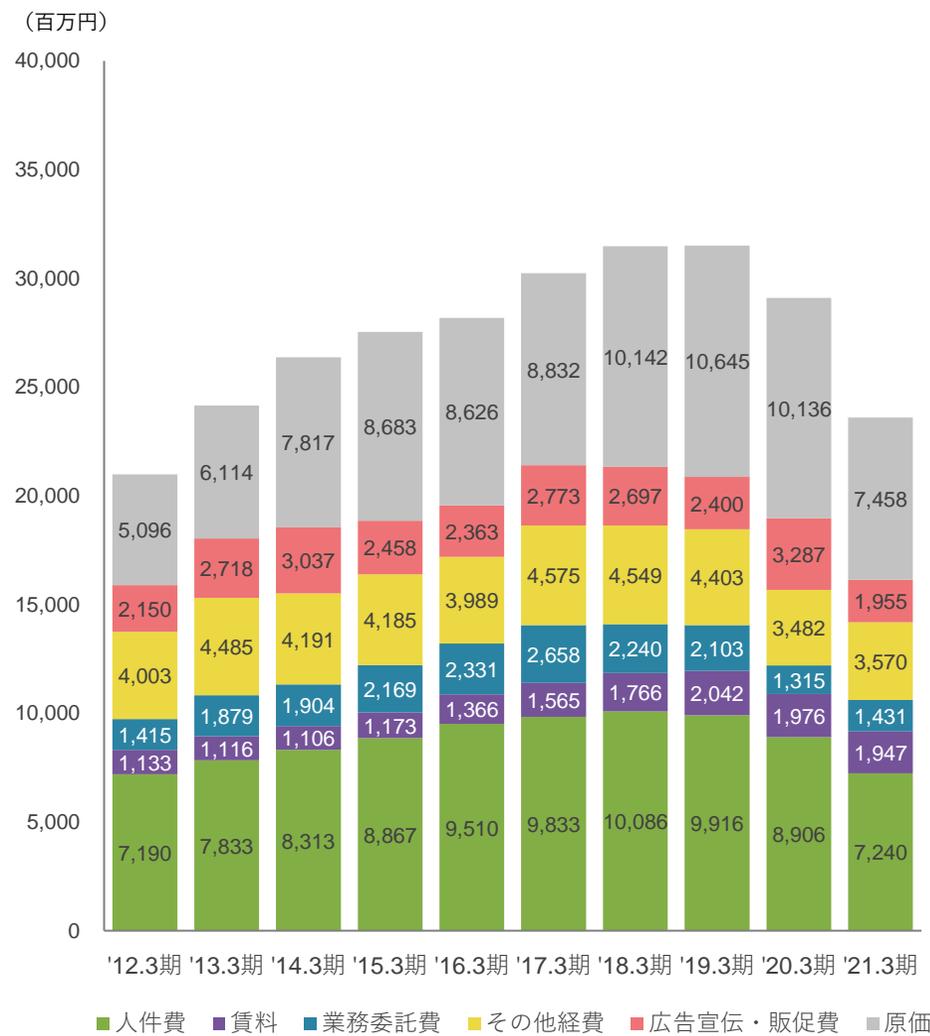
(2021年6月時点)

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)	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

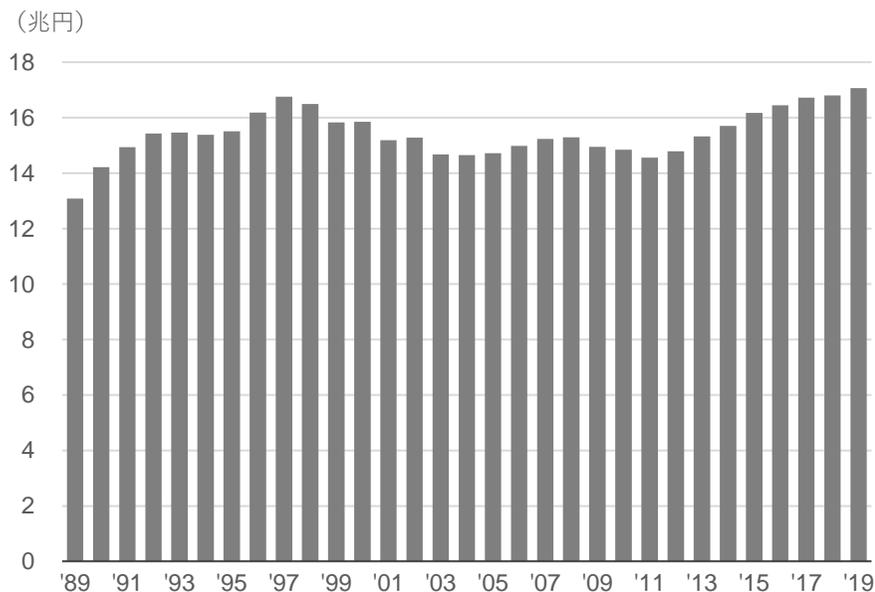
■ 飲食店舗数

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

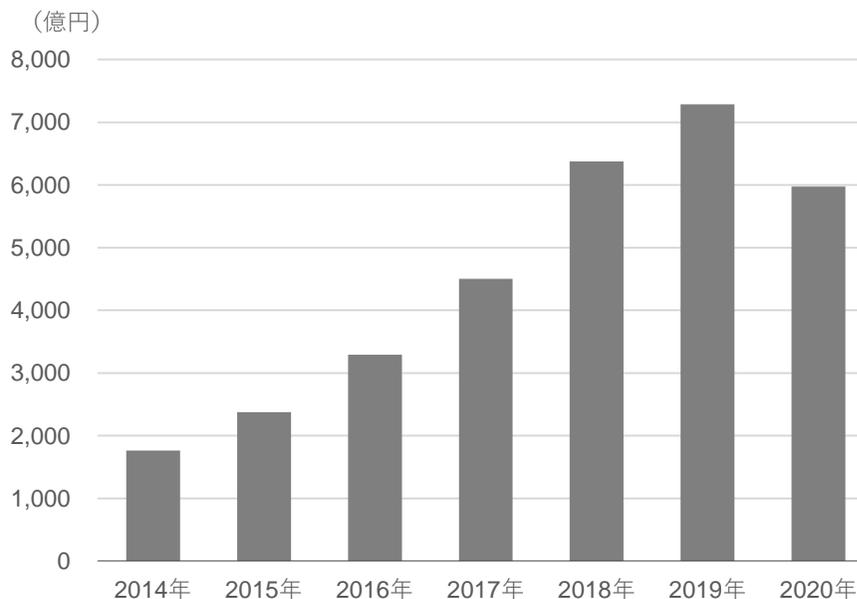


(財) 食の安全安心財団「外食産業市場規模推移」より

* 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



経済産業省「令和2年度 電子商取引に関する市場調査」より

2020年は前年比18.0%の減少

会社概要 (2021年6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 (2021年3月末)	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 (2021年3月末)	18,600名
総人員数	単体:1,559名 連結:1,774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。