

2022年3月期 第2四半期
決算説明会

2021.11.05

kakaku.com

株式会社カカコム 証券コード：2371



1. 連結経営成績

2. 事業別経営成績及び事業進捗

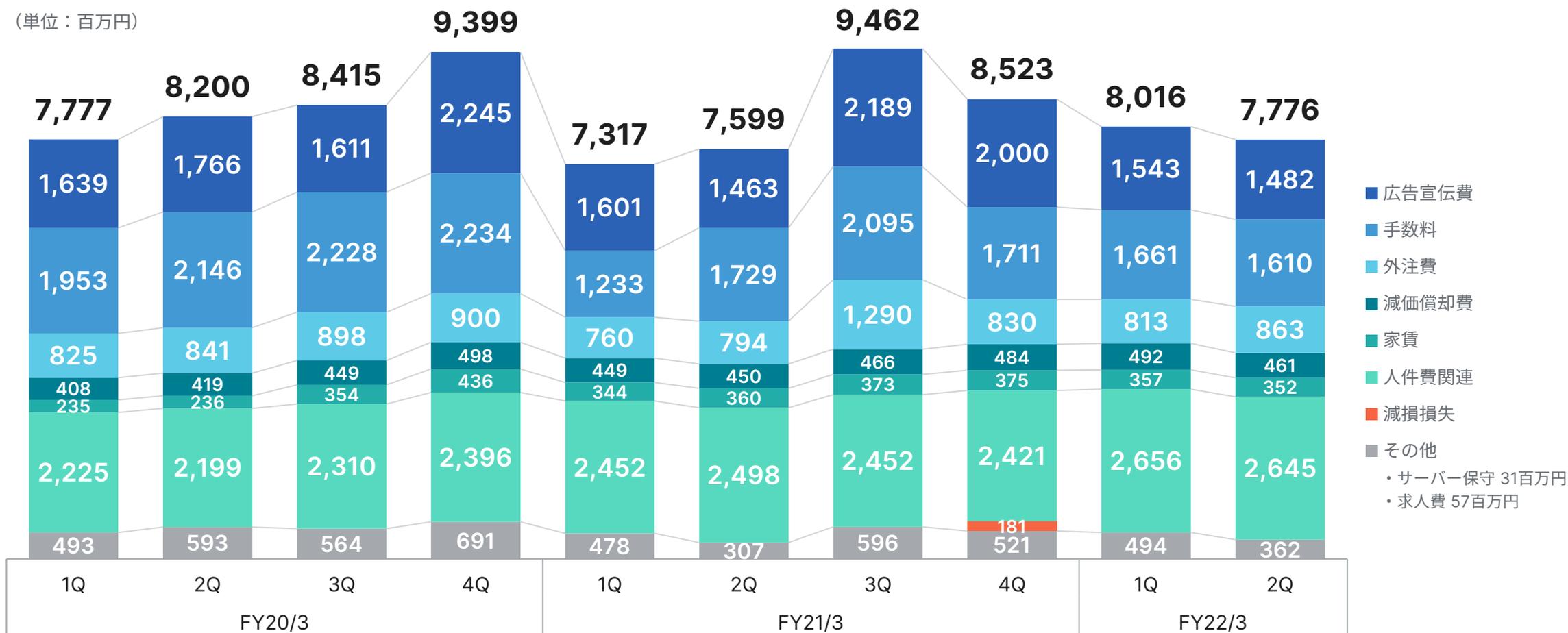
3. 今後の取り組み

4. 参考資料

	FY21/3		FY22/3				業績予想	進捗率
	2Q	上期	2Q	YoY	上期	YoY		
(単位：百万円)								
売上収益	12,243	21,746	11,861	-3.1%	23,882	+9.8%	55,800	42.8%
営業利益	4,667	6,877	4,109	-12.0%	8,121	+18.1%	21,500	37.8%
営業利益率	38.1%	31.6%	34.6%	-3.5pt	34.0%	+2.4pt	38.5%	-
税引前利益	4,422	6,579	4,060	-8.2%	8,027	+22.0%	21,300	37.7%
親会社の 所有者に帰属 する当期利益	3,024	4,442	3,024	+0.0%	5,774	+30.0%	14,600	39.5%

広告宣伝費は、価格.comの広告宣伝費が減少した一方で、新興メディアの広告宣伝費が増加。
 手数料は、食べログの代理店手数料が飲食店の休会によって減少。
 外注費は、食べログの新規事業関連の開発コストを中心に増加。

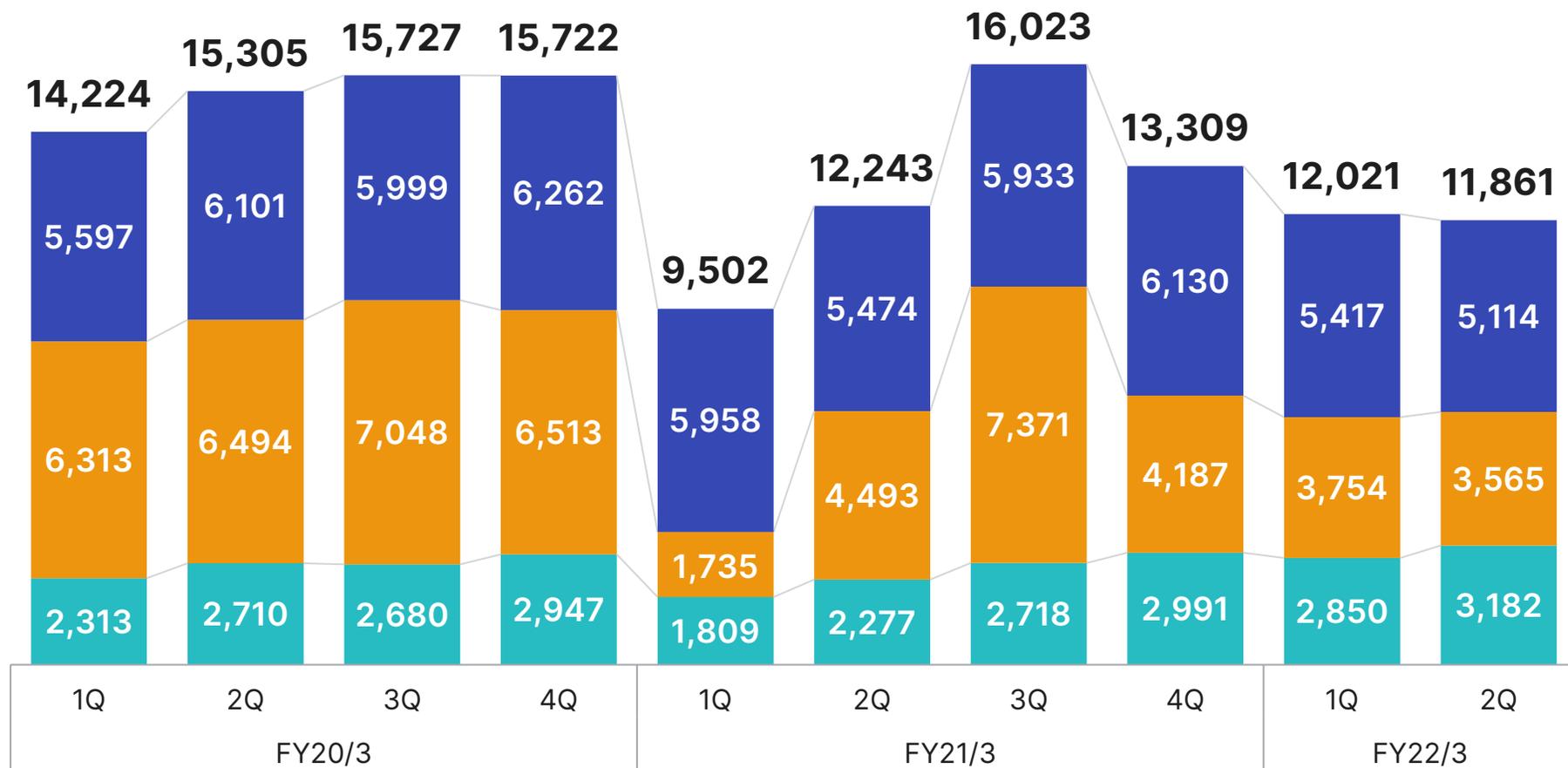
(単位：百万円)



1. 連結経営成績
- 2. 事業別経営成績及び事業進捗**
3. 今後の取り組み
4. 参考資料

事業別経営成績の四半期推移

(単位：百万円)



売上構成比

価格.com	39.3%	39.9%	38.1%	39.8%	62.7%	44.7%	37.0%	46.1%	45.1%	43.1%
食べログ	44.4%	42.4%	44.8%	41.4%	18.3%	36.7%	46.0%	31.5%	31.2%	30.1%
新興メディア・ソリューション/ファイナンス	16.3%	17.7%	17.1%	18.7%	19.0%	18.6%	17.0%	22.5%	23.7%	26.8%

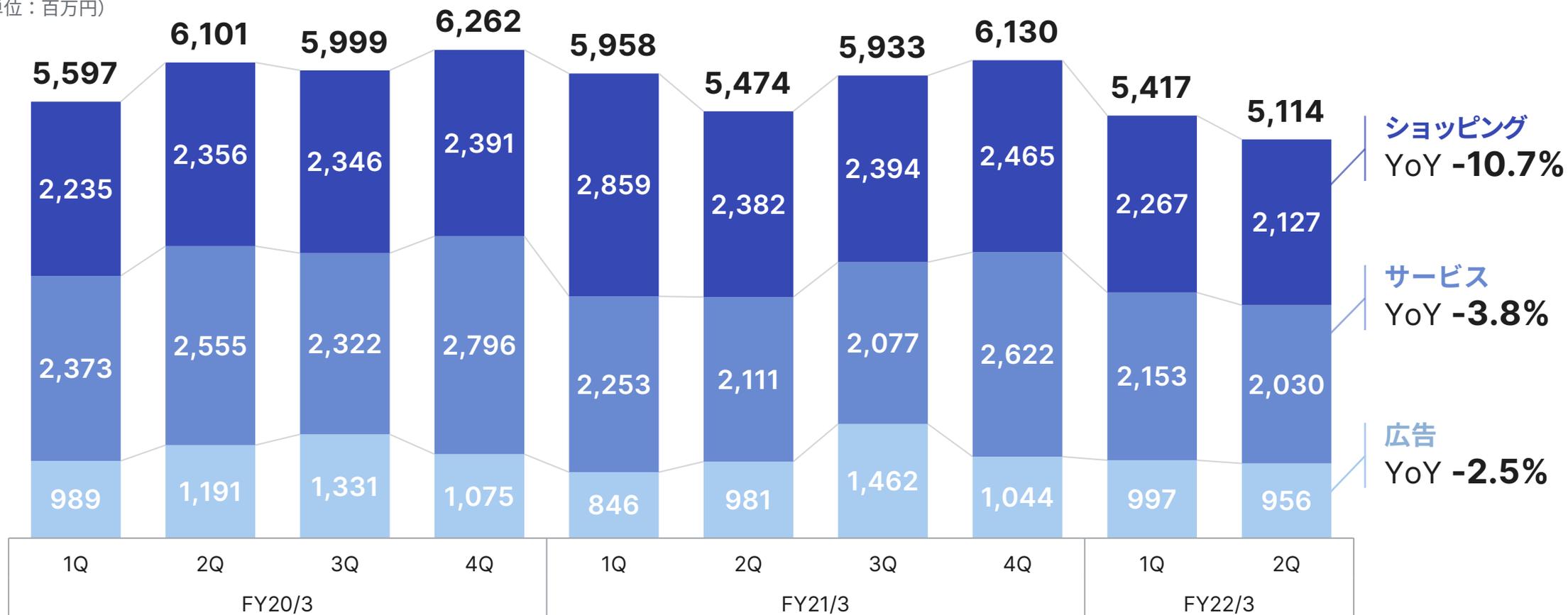
	(単位：百万円)	2Q売上収益	YoY	上期売上収益	YoY
価格.com		5,114	-6.6%	10,531	-7.9%
ショッピング		2,127	-10.7%	4,394	-16.2%
サービス		2,030	-3.8%	4,184	-4.1%
広告		956	-2.5%	1,954	+6.9%
食べログ		3,565	-20.7%	7,318	+17.5%
飲食店販促		2,759	-24.5%	5,691	+21.3%
ユーザー会員		375	-11.3%	767	-10.9%
広告		366	-11.5%	680	+1.1%
業務受託に係る収入*		64	-	180	-
新興メディア・ソリューション／ファイナンス		3,182	+39.8%	6,032	+47.6%
新興メディア・ソリューション		2,528	+51.6%	4,681	+61.2%
ファイナンス		654	+7.4%	1,351	+14.2%

* Go To Eatキャンペーン事業（農林水産省）の受託による収入。ただし、当該事業の受託による広告宣伝に係る収入（広告事業に計上）を除く。



ショッピング事業においては製品の発売延期その他の供給面における影響、サービス事業においては外出を伴う消費動向の低調な推移などの影響を受け、価格.comは減収。

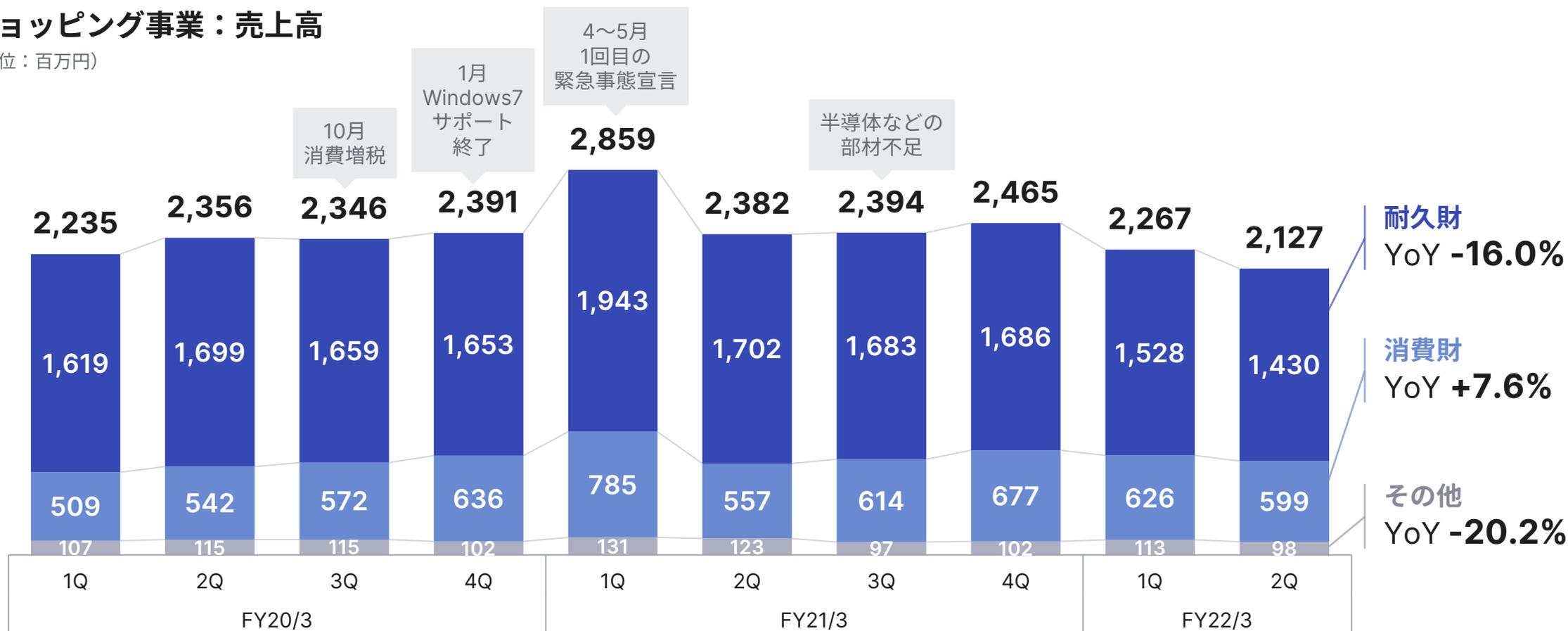
(単位：百万円)



耐久財は、主にパソコン、大型家電において製品の発売延期、生産調整の影響を受けて売上が減少。
消費財は、EC化の定着がみられ着実に売上が伸長。

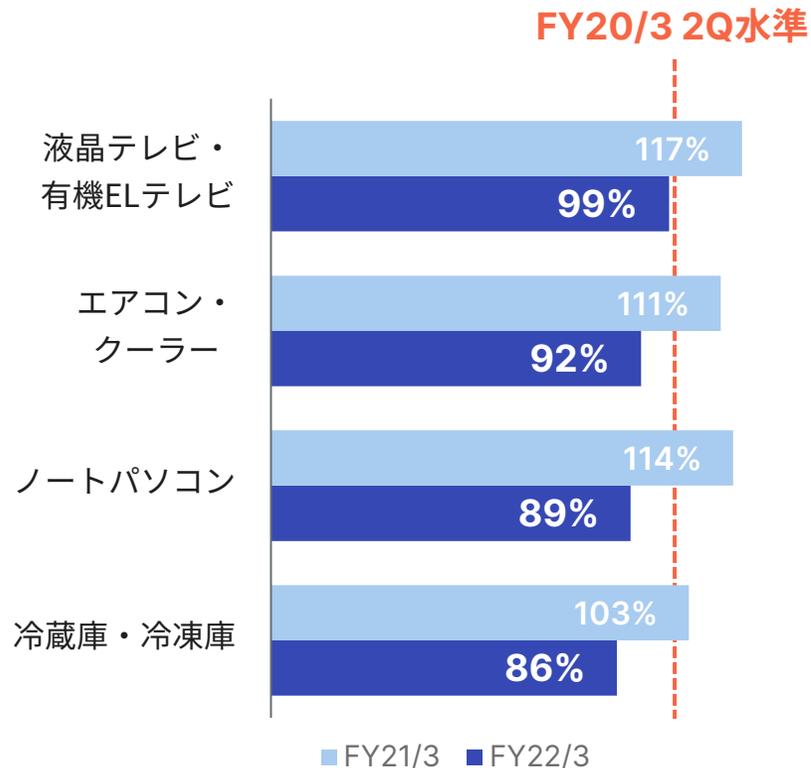
ショッピング事業：売上高

(単位：百万円)



■ 耐久財：送客数の対比

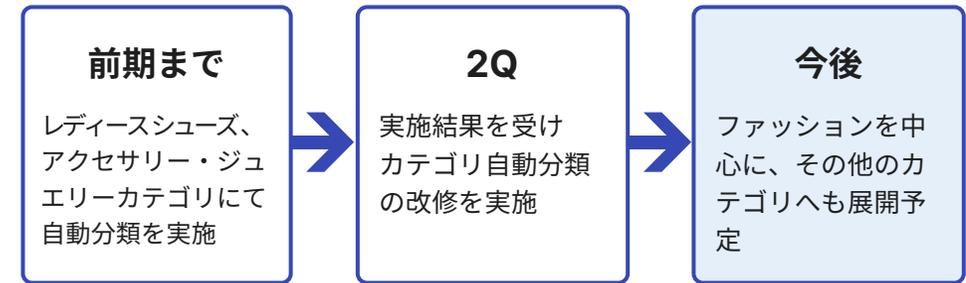
特に大型家電やノートパソコンは、製品の発売延期や納期遅延、減産などによってサイト上で比較・検討できる製品が減少し、送客数の伸びに影響が生じた。



※FY20/3 2Qの送客数を100%とした場合の対比

■ 消費財：カテゴリ自動分類

機械学習を活用した、商品データのカテゴリ分類の最適化について下期以降も展開予定。



■ 消費財：価格のボリュームゾーンの見える化

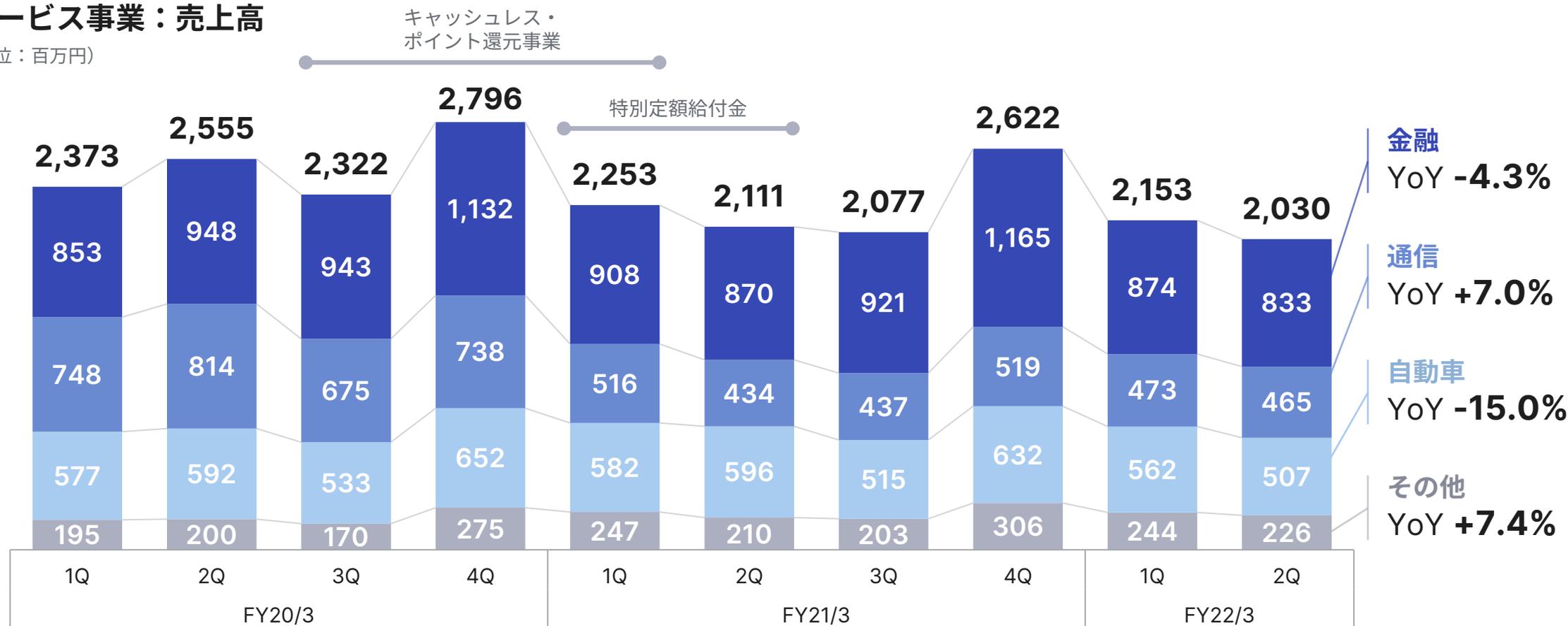
商品の価格分布を見ながら、目的に合った商品をスマートに探すことができる。



消費動向の低調な推移により、金融、自動車の各領域で売上が減少、通信領域は低い水準で推移。

サービス事業：売上高

(単位：百万円)



■ 各領域のトレンド

金融

クレジットカードの発券数は減少。
カードローンの申込件数は増加。

通信

海外Wi-Fiの申込件数は引き続き低い水準で推移。
光回線の申込件数は増加。

自動車

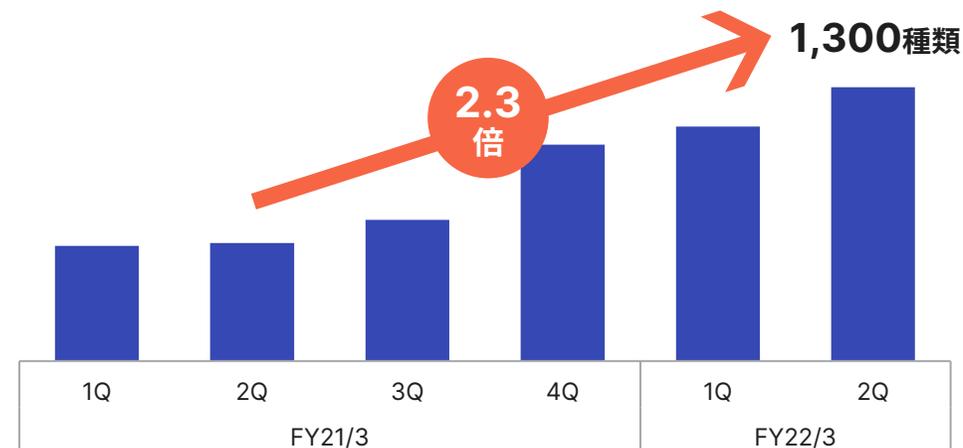
中古車の在庫確認・見積もりの申込件数及び
自動車保険の見積もり件数は減少。

その他

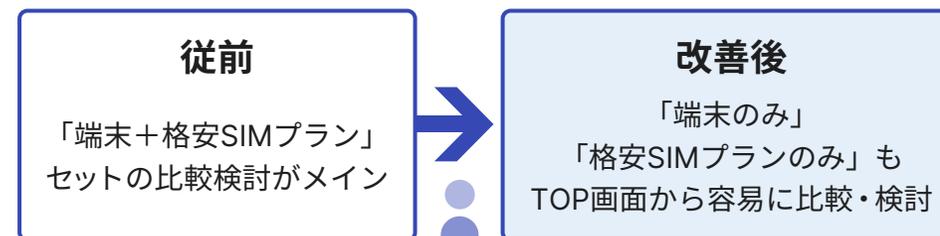
引越しの申込件数は減少。
エネルギーは引き続き申込件数が高い水準で推移。

■ 主な取り組み例

1. クレジットカード：比較・検討/申込ができる券種の拡充



2. 格安スマホ：比較・検討/申込みがしやすいサイトづくり

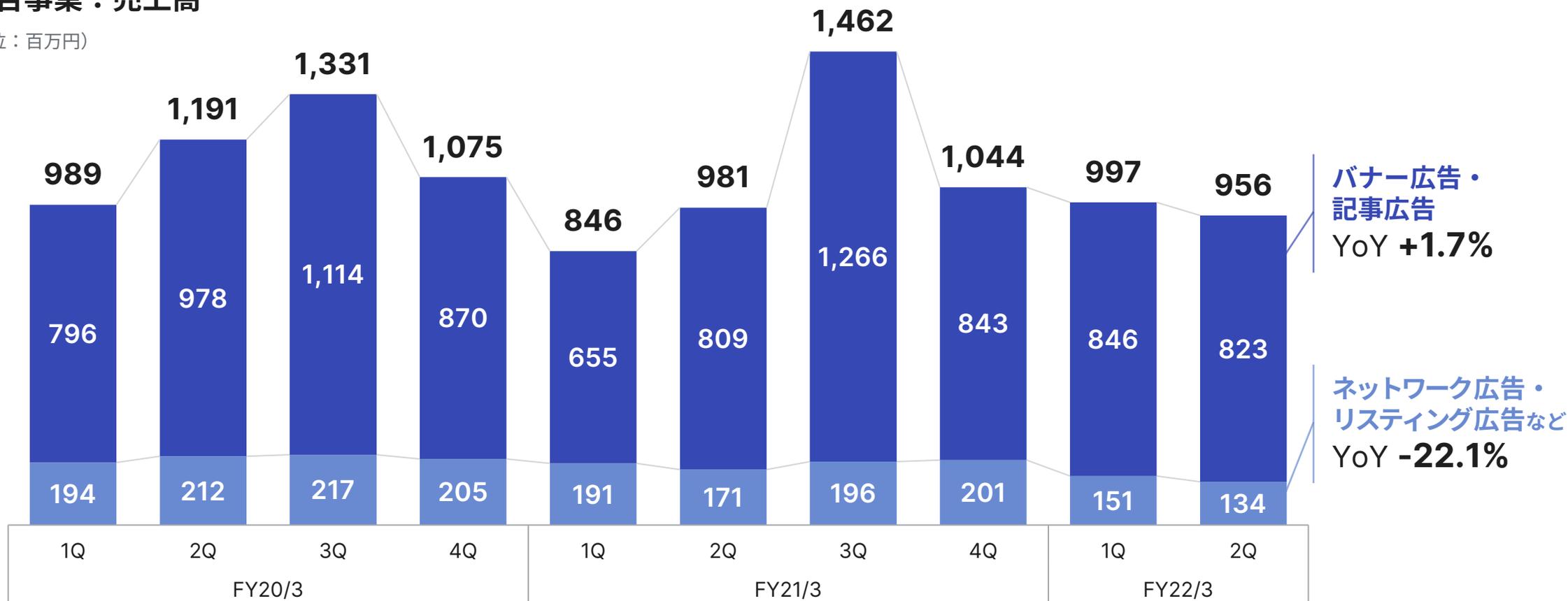


「端末を先に選びたい」
「端末は持っているから格安SIMプランだけ申し込みたい」

新製品の発売延期や生産調整に伴い、主に家電・自動車メーカーにおいて広告の出稿が減少。

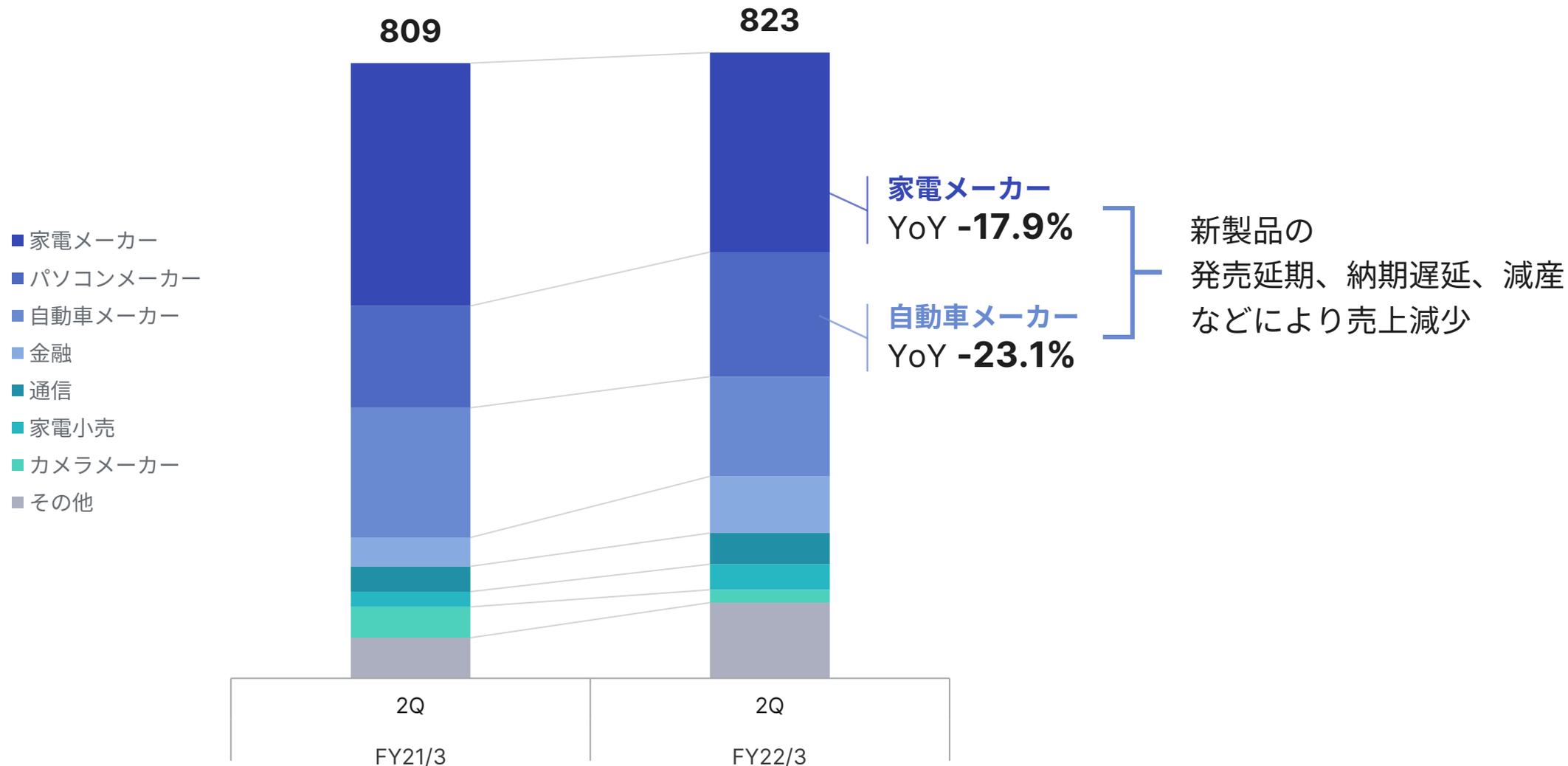
広告事業：売上高

(単位：百万円)



■ バナー・記事広告：広告主業種別 売上高

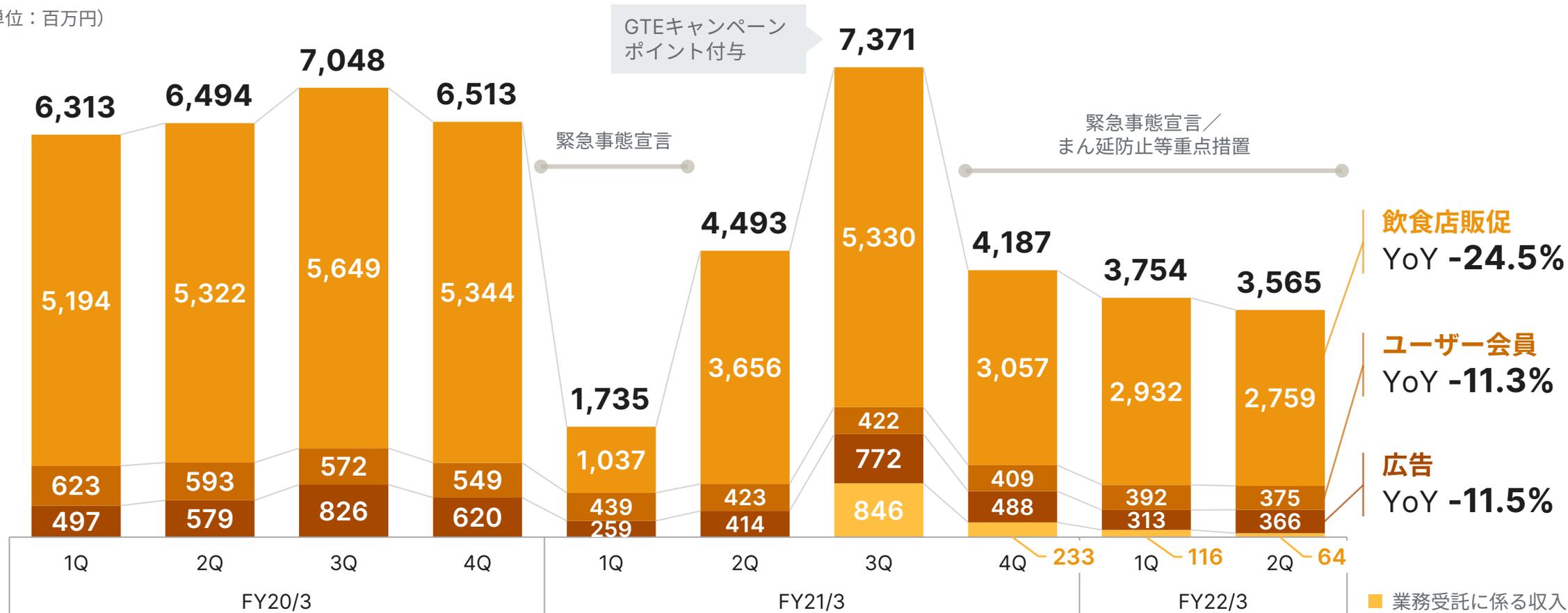
(単位：百万円)





ネット予約人数の減少、及び有料プラン契約店舗の一部休会により、飲食店販促事業が減収。

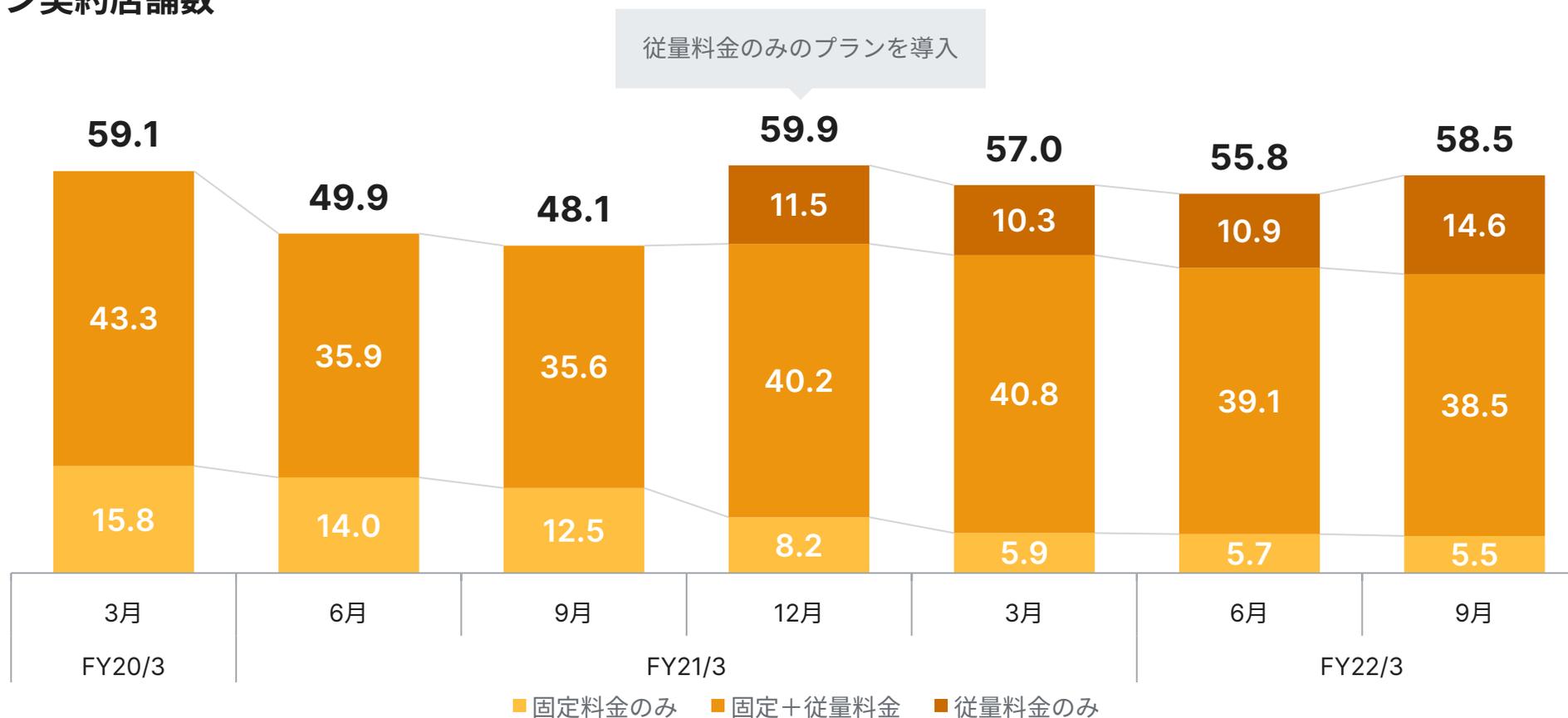
(単位：百万円)



有料プラン契約店舗数は「固定料金あり」の店舗数は微減した一方で、「従量料金のみ」の店舗数は増加。

有料プラン契約店舗数

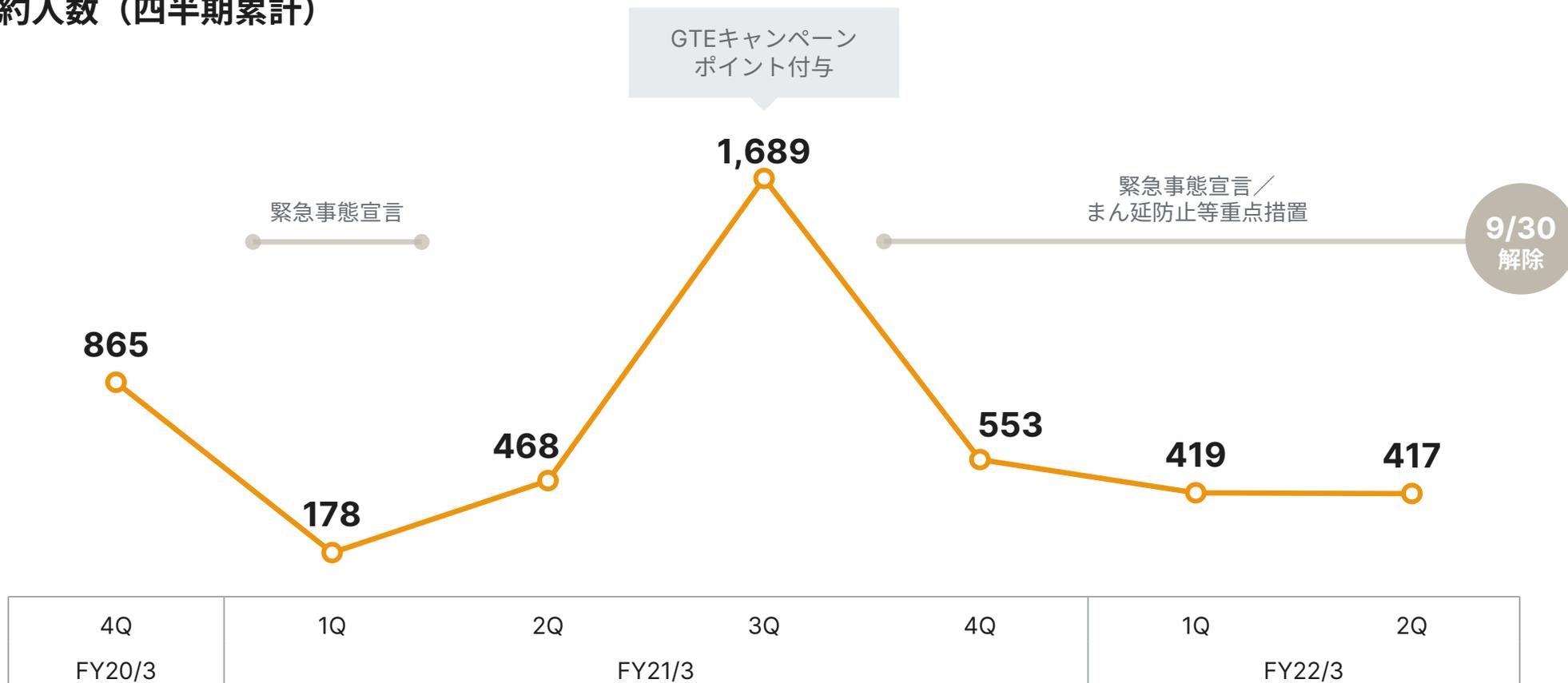
(単位：千店)



ネット予約人数は引き続き低い水準ではあるものの、8月に底打ち。9月から回復傾向。

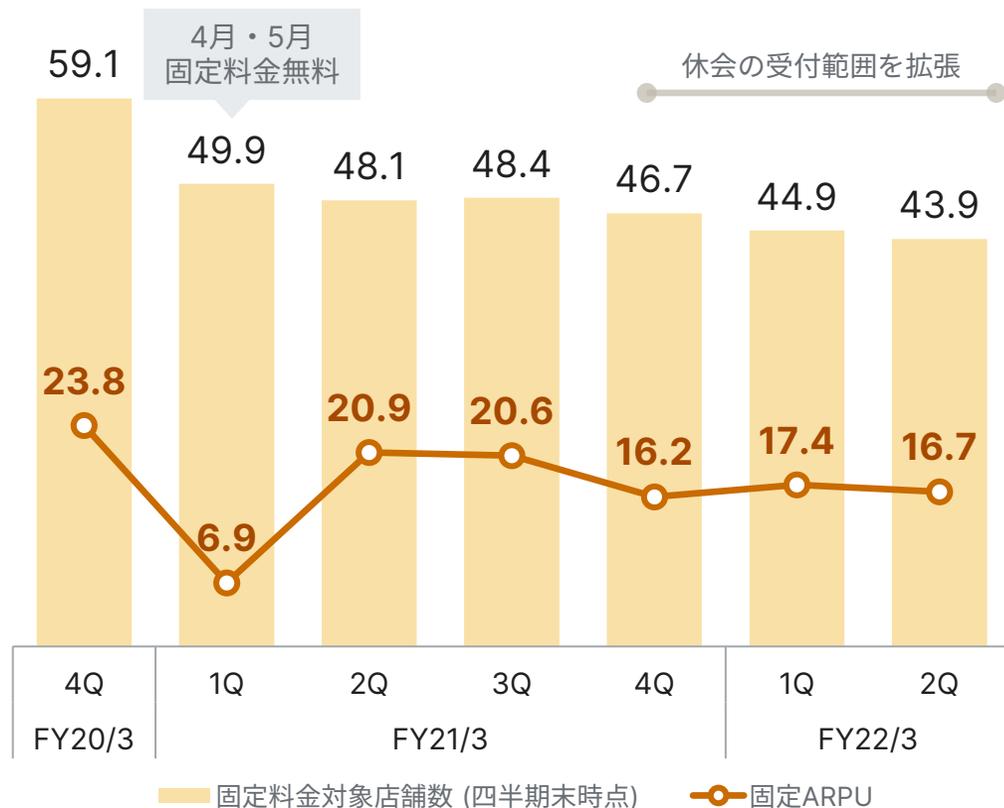
ネット予約人数（四半期累計）

(単位：万人)

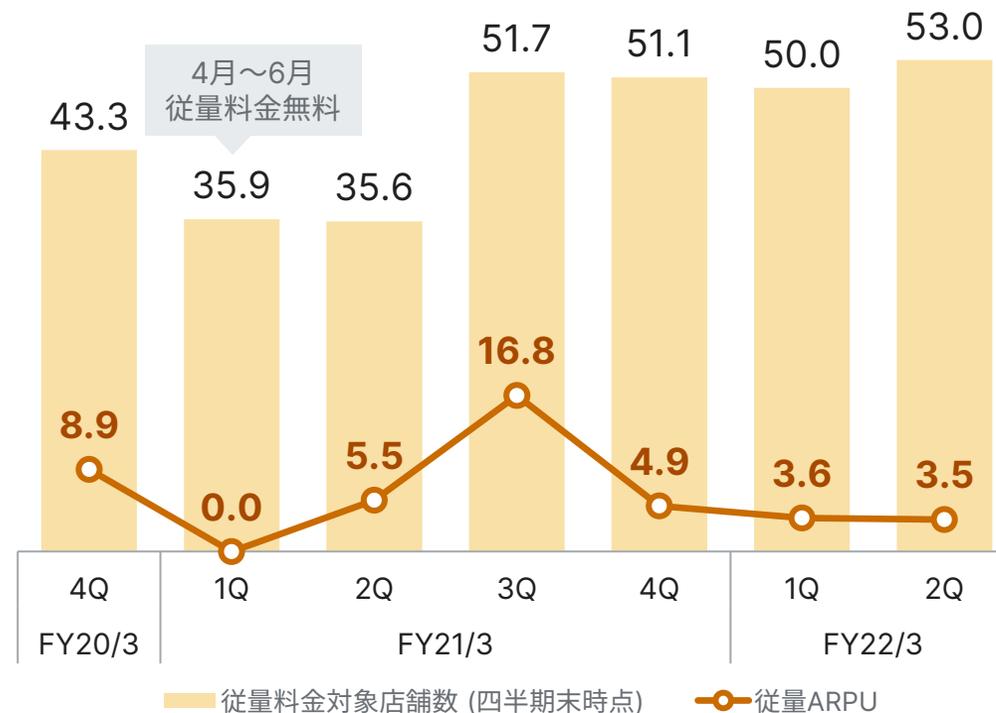


固定ARPUは、休会店舗の影響が続き、QoQで微減。従量ARPUは、対象店舗が増加したものの、ネット予約人数の減少により微減。

固定ARPU（1か月当たり）（単位：千店、千円）

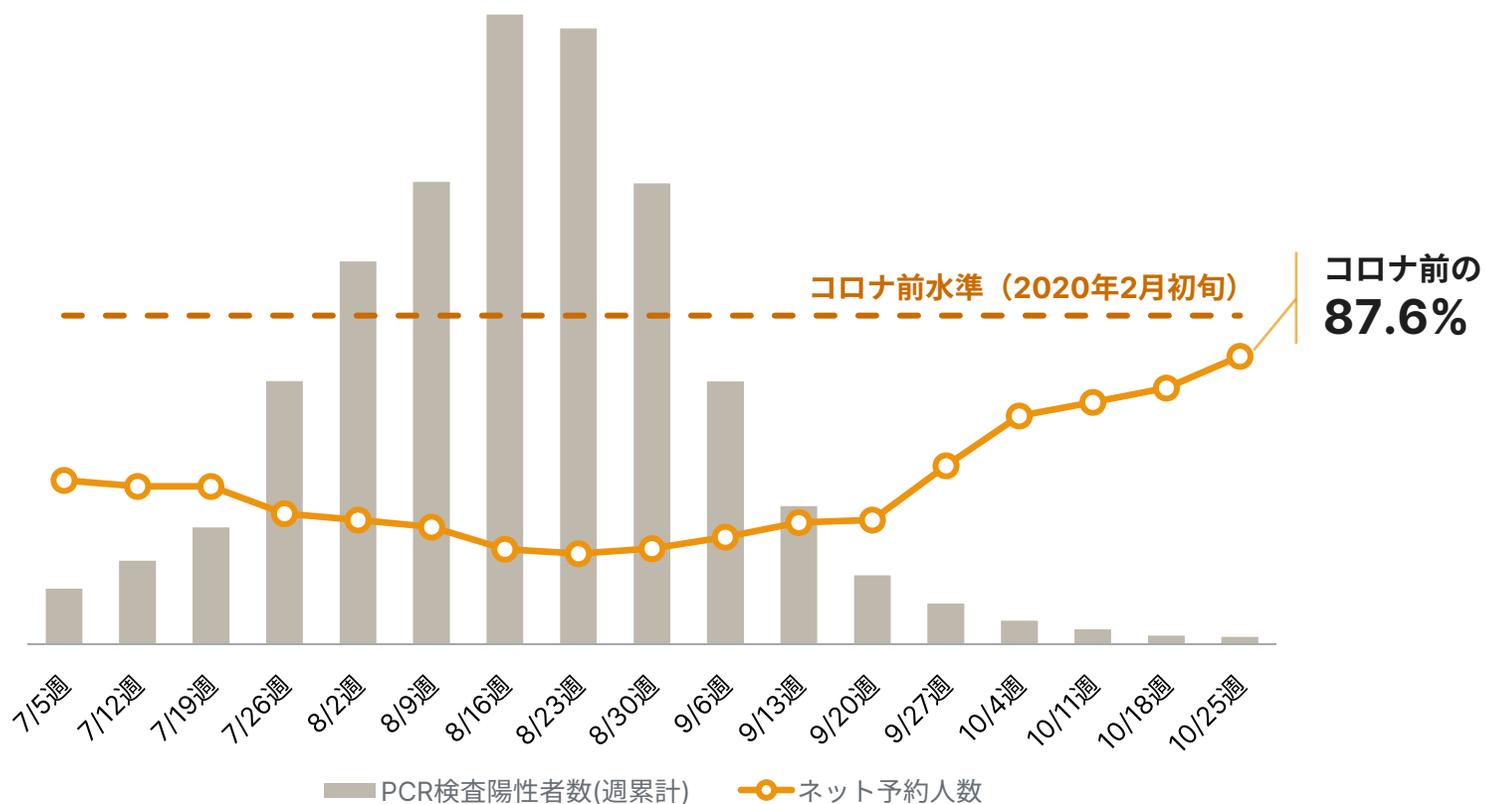


従量ARPU（1か月当たり）（単位：千店、千円）

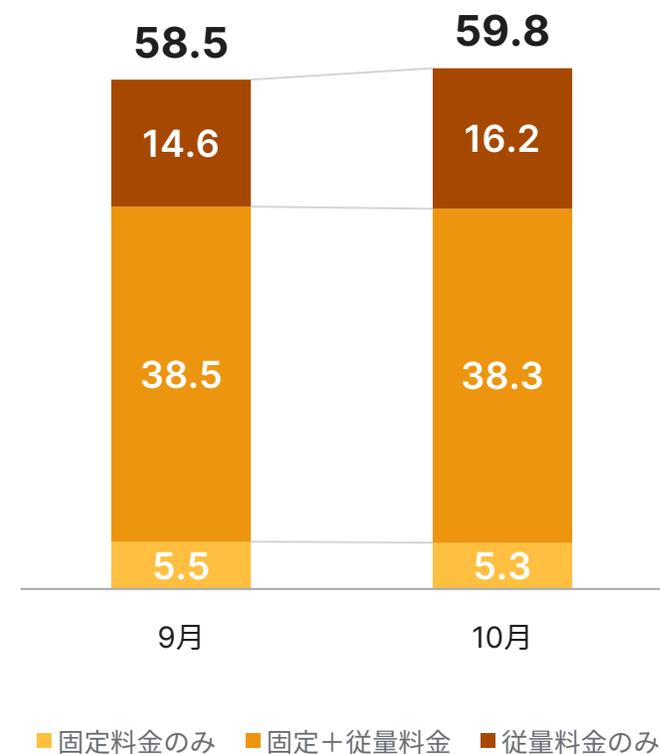


緊急事態宣言の解除に伴いネット予約人数は回復が進み、10月25日週時点においてはコロナ前の87.6%。
飲食店の集客意欲も高まり、有料プラン契約店舗数は増加傾向。

ネット予約人数（週次）

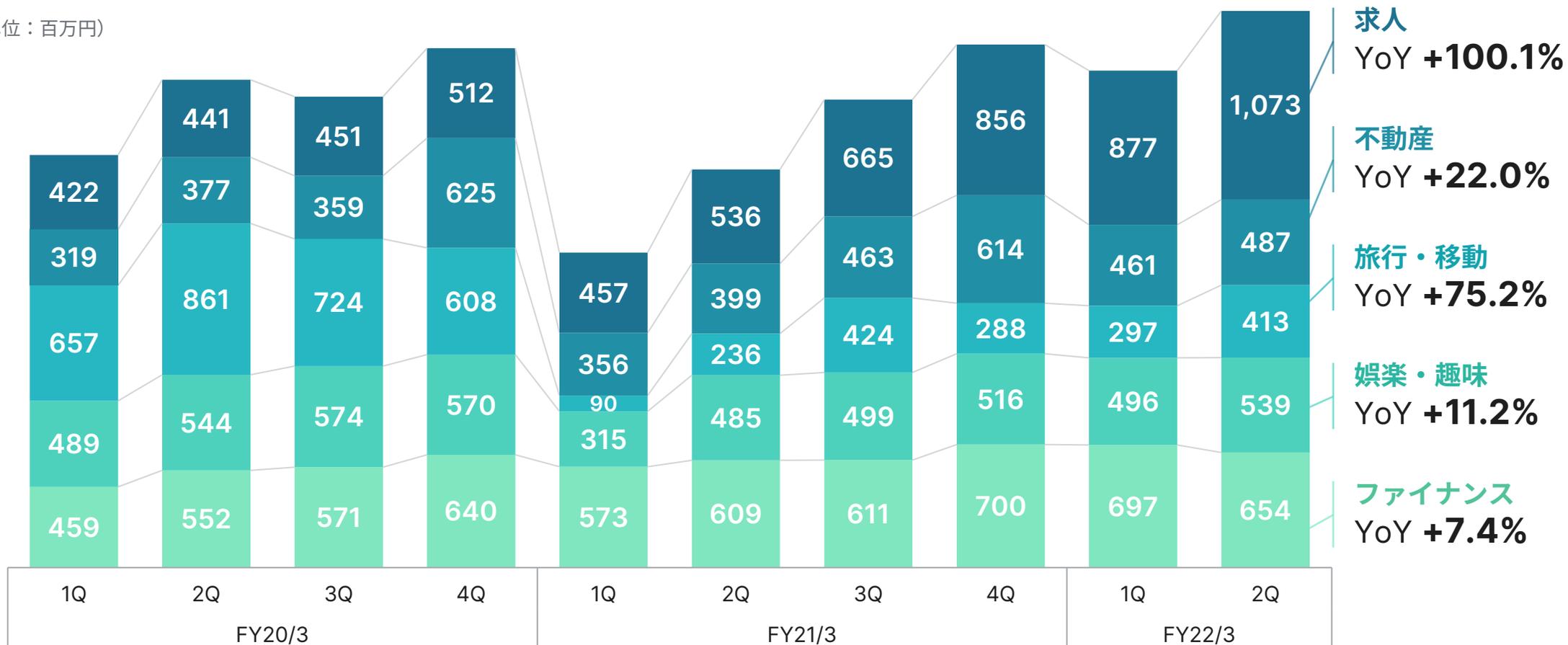


有料プラン契約店舗数（単位：千店）



新興メディア・ソリューション／ファイナンス事業は、求人、不動産及びファイナンス領域が引き続き好調に推移。

(単位：百万円)

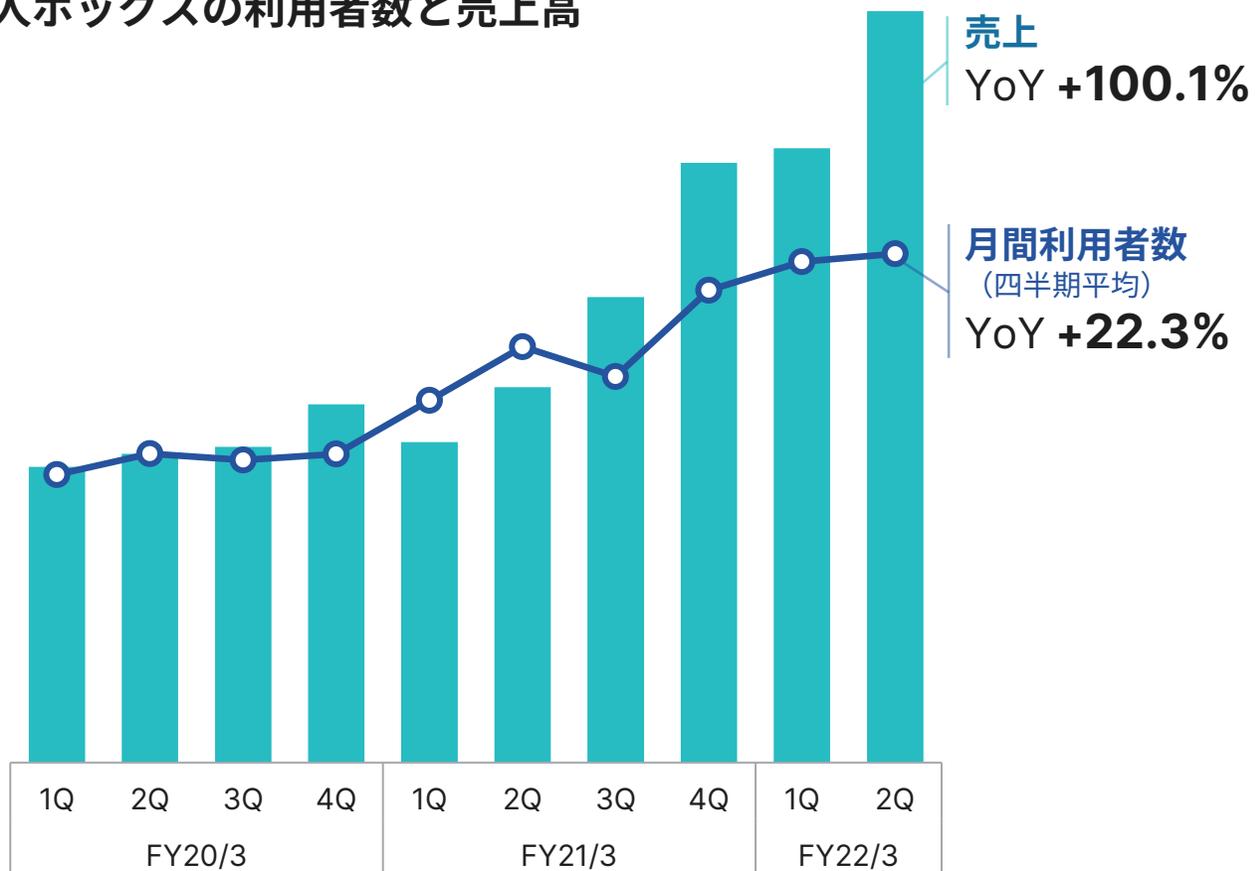


求人ボックス

【求人】 求人ボックス

求人ボックスは、引き続き掲載求人広告数が増加し、増収。

求人ボックスの利用者数と売上高



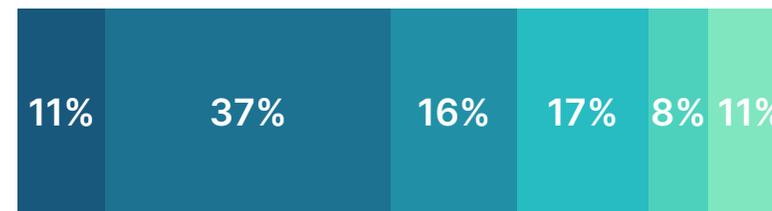
ユーザー動向：よく検索される求人

雇用形態別の構成比



■正社員 ■アルバイト・パート ■派遣社員 ■不明・その他

地域別の構成比



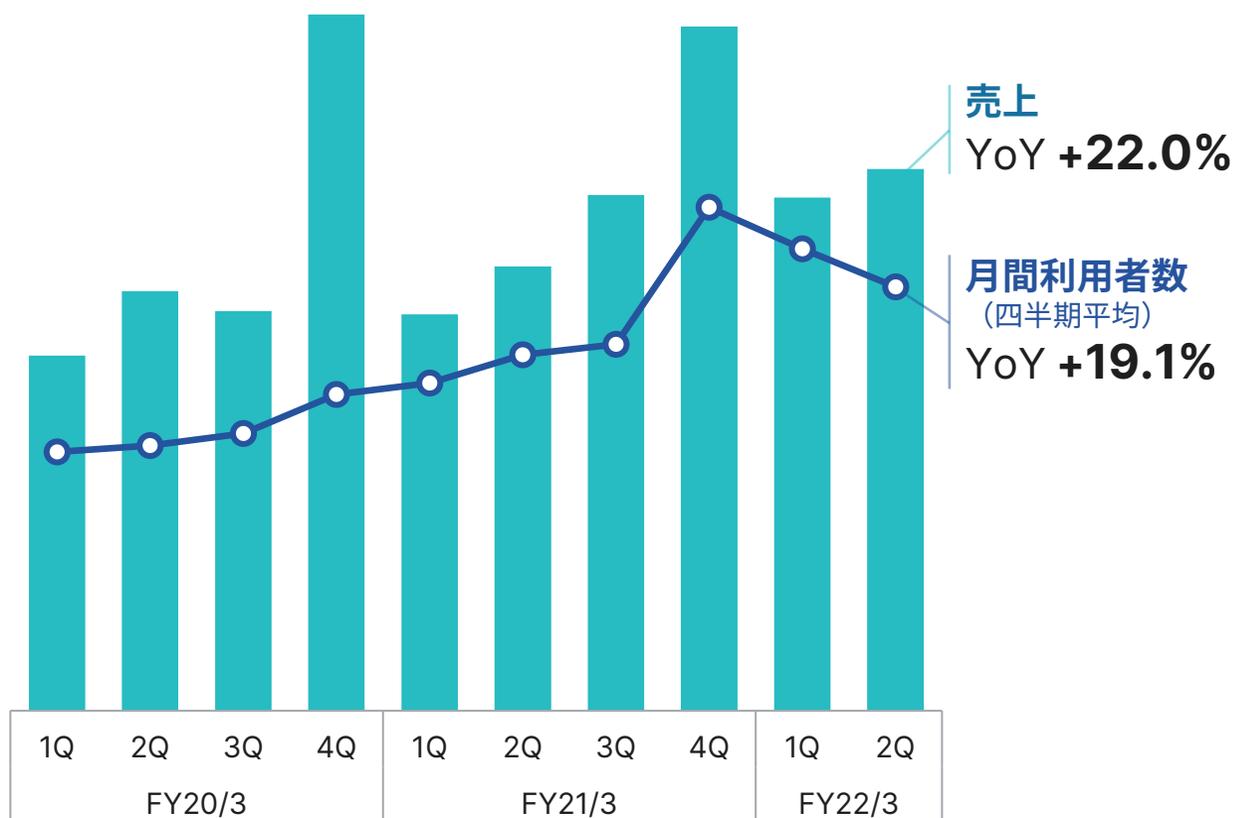
■北海道・東北 ■関東 ■中部・北陸 ■関西 ■中国・四国 ■九州・沖縄



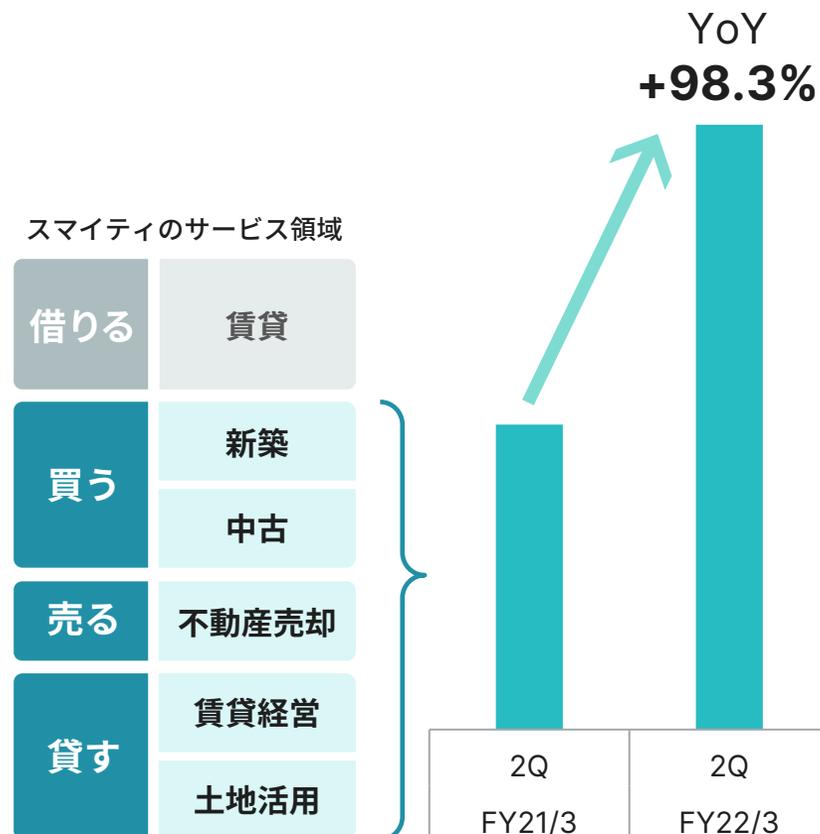
【不動産】スマイティ

スマイティは、賃貸以外の領域を含め、取引先の幅が拡大したことによって増収。

スマイティの利用者数と売上高



賃貸以外の売上高



LCL

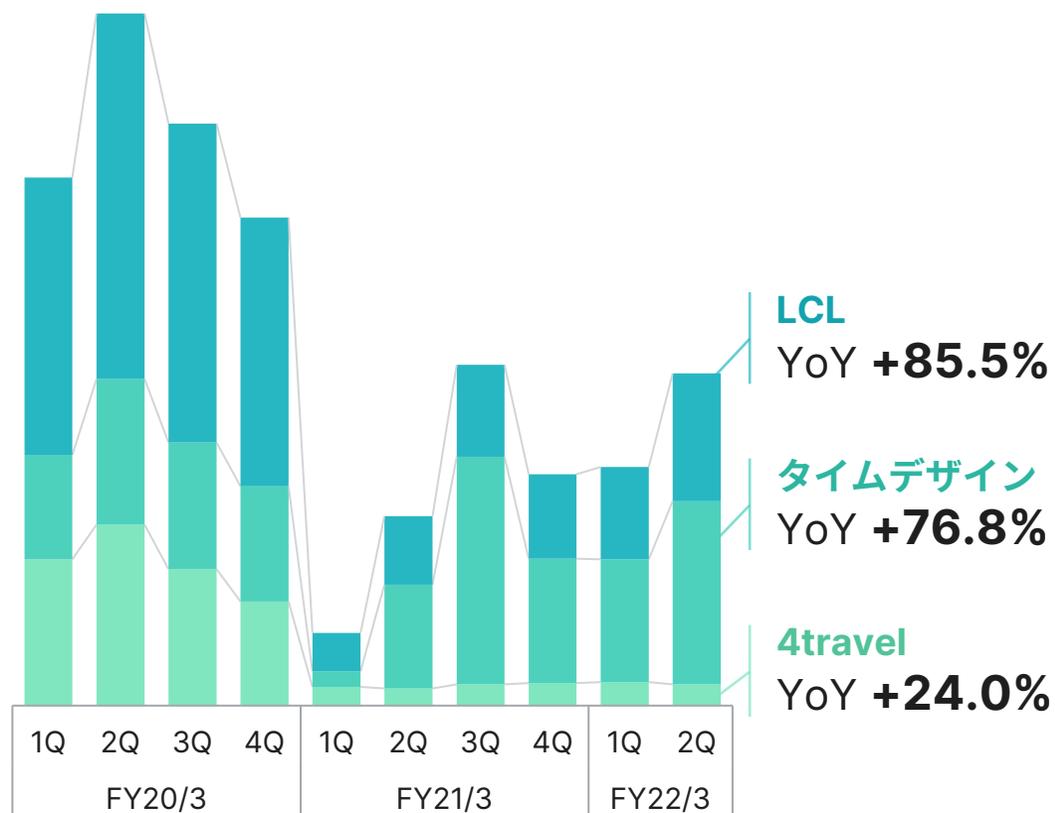
Time Design

4travel.jp

【旅行・移動】LCL、タイムデザイン、4travel

旅行・移動領域は、全体としては低調な推移であるものの、国内旅行需要は回復基調。

「旅行・移動」関連事業の売上高



バス比較なび (LCL)：トラフィックの回復傾向は続く



タイムデザイン：周遊機能をリリース

複数のホテルを一括で予約可能。



周遊イメージ (北海道) (t)



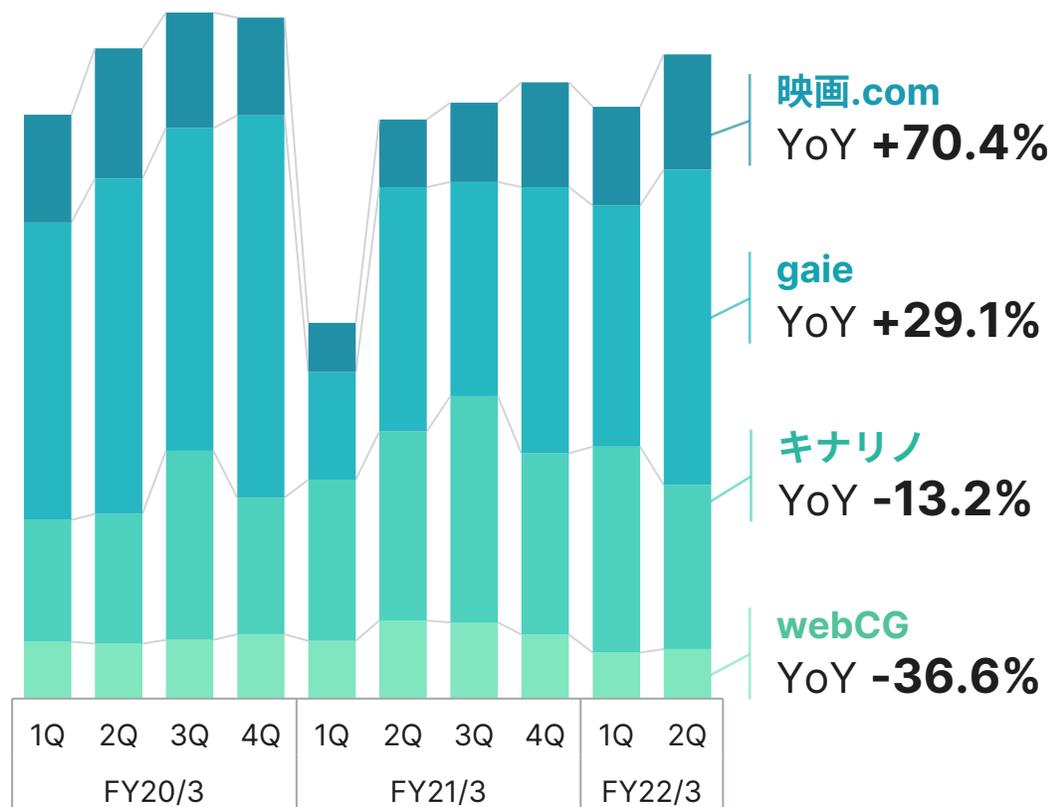
【娯楽・趣味】映画.com、gaie、キナリノ、webCG

キナリノ



映画.com及びgaieは新作映画の広告出稿が回復基調。

「娯楽・趣味」関連事業の売上高



各事業の状況

キナリノ

広告売上は減少したものの、EC（キナリノモール）の売上は生活雑貨を中心に高い水準を維持。

webCG

部材不足による減産の影響を受け自動車メーカーの広告出稿は減少。

映画.com／gaie

これまで延期されてきた新作映画の公開が進んでいることによって、広告出稿は回復基調。

gaieで宣伝を手掛けた作品の例

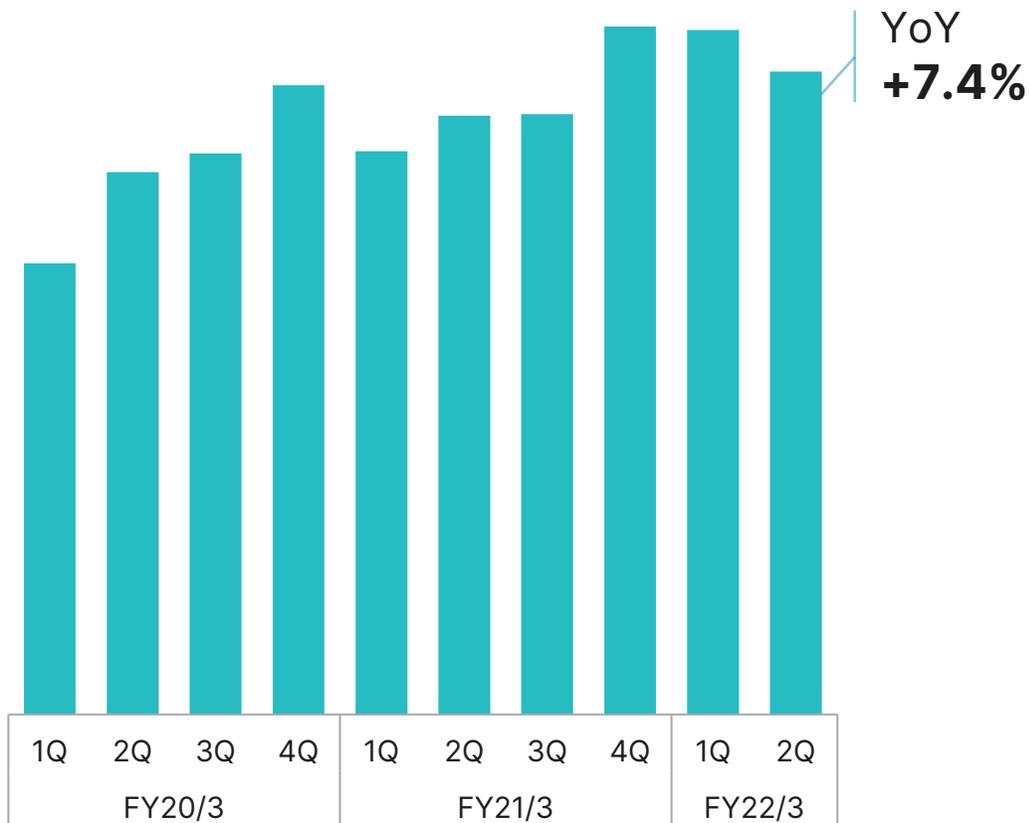




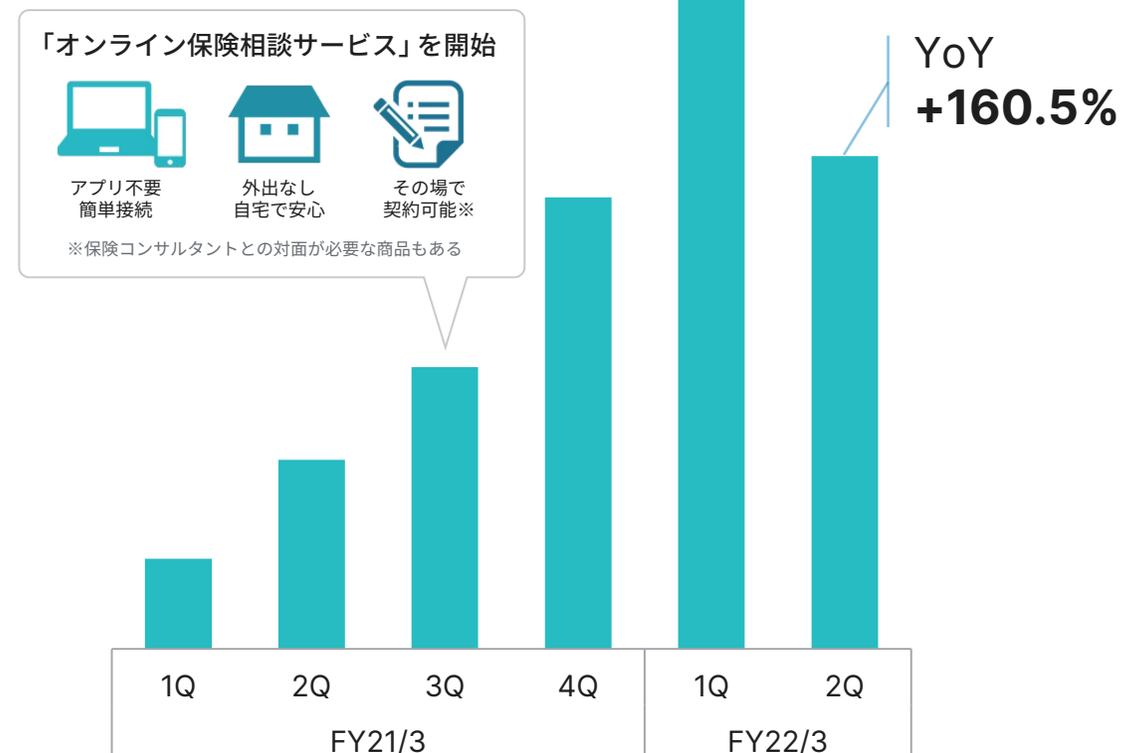
【ファイナンス】カカクコム・インシュアランス

カカクコム・インシュアランスは、サービスの強化によってオンライン保険相談が好調に推移。

カカクコム・インシュアランスの売上高



オンライン保険相談の件数



1. 連結経営成績
2. 事業別経営成績及び事業進捗
- 3. 今後の取り組み**
4. 参考資料

事業	方針	施策
	納得感のある購買・消費行動に 有意義な情報を提供する	<ul style="list-style-type: none">■ 検索性と機能を改善し、必要な情報を見つけやすくする■ 比較検討に必要な情報の網羅性を高める
	「ユーザーと飲食店をつなぐ」 様々なサービスを展開していく	<ul style="list-style-type: none">■ より多くの確かな情報から行きたいお店を見つけやすくする■ 様々な形で飲食店の料理を楽しむやすくする■ 飲食店の業務課題解決に向けた総合DXサービスを展開
	より多くの求人情報から よりニーズに合った仕事探しを	<ul style="list-style-type: none">■ 仕事選びのための独自コンテンツなどの情報充実と機能改善■ 取引先を拡張し、仕事選びの選択肢を増やす
	保険提案をオンラインでも実現	<ul style="list-style-type: none">■ 分かりやすく：保険の特徴や最新動向など情報の充実■ 選びやすく：ランキングやシミュレーション、オンライン相談など機能の充実■ 手続きしやすく：オンライン保険商品の充実、各種手続きのオンライン化

事業

方針



より多くの不動産物件情報から
より納得のいく住まい探しを

LCL

バス関連情報の拡充により、
利用者の拡大を行う



映画.comブランドの動画配信
サービスなど、多様化する映画
鑑賞方法に対応した事業を展開

事業

方針

Time Design

ホテル公式サイト内を中心にダイナ
ミックパッケージプラットフォーム
を提供+手配旅行による宿泊単体販
売を実現するソリューションの提供

キナリノ

コンテンツの品質向上、モール出
店ストアの拡大などにより、利用
者ならびに利用機会を増やす



投稿機能改善、フォトコンテスト
開催などにより、良質なガイドコ
ンテンツを提供する

価格.com

価格.comのサイト改善：スマートフォン料金プランシミュレーション

多様化・複雑化するスマートフォンの料金プランについて、
希望条件を入力すると適したプランの比較ができるシミュレーションコンテンツを追加。

課題

料金プランの増加・複雑化
割引など条件の複雑化

どれを選ばよいか？

- 通信方式
- データ通信量
- 通話オプション
etc.



希望条件から料金プランのシミュレーションを実施、シミュレーション結果から料金プランを比較しやすく



食ベログ

より多くの情報から行きたいお店を見つけやすくするための改善を継続。



会社全体として安定的な成長を維持しながら、新興メディア・ソリューション/ファイナンスの売上構成比を20%以上に上げる。

価格.com

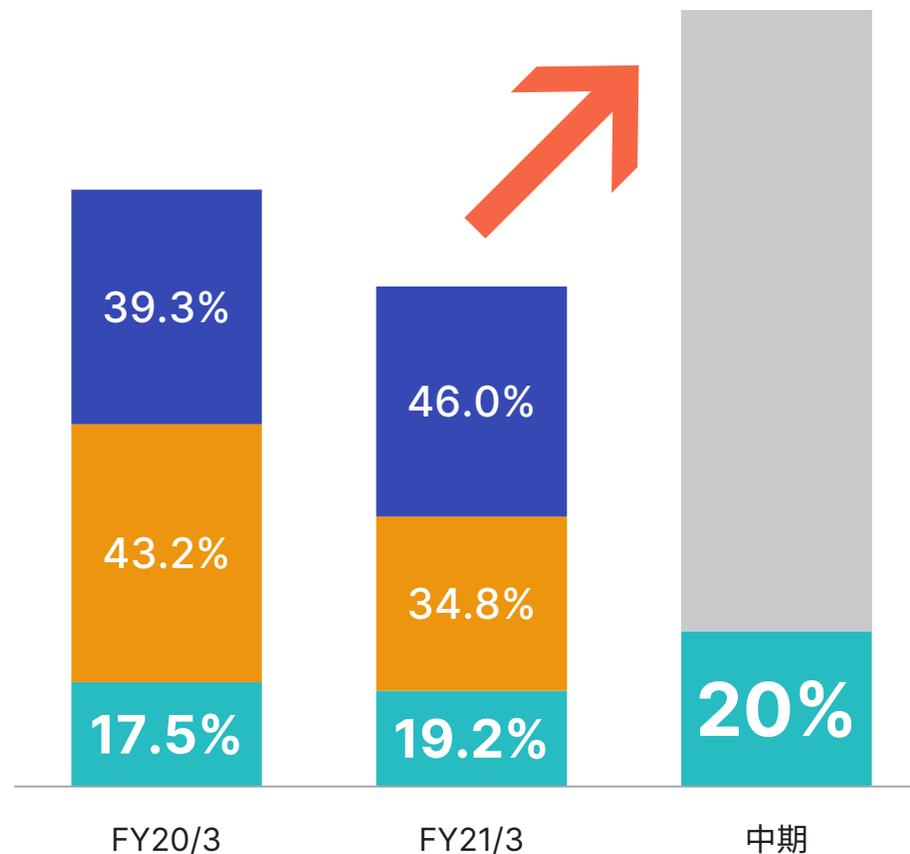
納得感のある購買・消費行動のために、サイトの改善と情報の拡充を重ね、有意義な情報を提供。

食べログ

飲食店の検索・予約サイトとしてユーザーに選ばれる存在であり続けると共に、「ユーザーと飲食店をつなぐ」というコンセプトのもとで様々なサービスを展開。

新興メディア・ソリューション/ファイナンス

既存事業のコンテンツ充実による利用者数拡大と成長ステージに合った積極的な投資。



1. 連結経営成績
2. 事業別経営成績及び事業進捗
3. 今後の取り組み
- 4. 参考資料**

生活とともにある企業として、企業活動を通して経済・社会・環境の課題に取り組む。

LIFE with - 生活とともに -



各分野の主な取り組み

経済：インターネット産業の発展

- 安全なサービス提供
- 技術発展支援
- エンジニア育成

社会：豊かな社会の実現

- 人材の育成、働く環境の整備
- スポーツ文化発展支援
- 災害復興支援
- 豊かな暮らしに関する情報発信・提供

環境：地球環境の保全

- 環境団体との連携
- 環境保全に関する情報発信・提供
- 事業所の環境負荷低減

各分野における取り組みの詳細

経済分野

安全なサービス提供

- 情報セキュリティ強化
- 個人情報保護の取り組み

エンジニア育成

- 独自カリキュラムに沿ったエンジニア育成
- 各種社内勉強会の開催

技術発展支援

- 各種カンファレンスへの協賛
- 各種セキュリティ関連団体の加盟

社会分野

人材の育成、働く環境の整備

- 仕事と家庭の両立サポート
- 柔軟な働き方を推進する制度・環境の整備
- 成長を促進するキャリアの開発支援

災害復興支援

- 震災その他の災害からの復興支援

スポーツ文化発展支援

- 音楽文化発展支援
- eスポーツ普及発展支援

豊かな暮らしに関する情報発信・提供

- 地域情報（防災・教育等）
- 地方の観光情報

環境分野

環境保全団体との連携

- 生物多様性保全/環境保全を行うNPO法人の支援
- 社内自販機の売上に応じた植林支援

事業所の環境負荷低減

- リサイクル推進
- グリーン購入法適合商品への購入切替

環境保全に関する情報発信・提供

- 環境ラベルを取得している製品の情報
- 省エネ・再生可能エネルギーに関する情報
- 中古製品（家電・スマホ・車）の情報

環境ラベル取得製品に関する情報の提供

- 家電・パソコンカテゴリの製品情報ページに環境ラベルを表示、ラベル取得製品を検索可能に

「エコマーク」「省エネ性マーク（緑）」取得製品について、価格.comの製品情報ページで各マークを掲載するとともに、検索の絞り込み条件として両ラベルを追加。



- エコ・サステナブル解説コンテンツを掲載

エコ・サステナブルに注目が集まっている背景や、エコ・サステナブルを意識した買い物のポイントなどについて分かりやすく解説。また環境ラベルの評価項目に関する説明などを掲載。

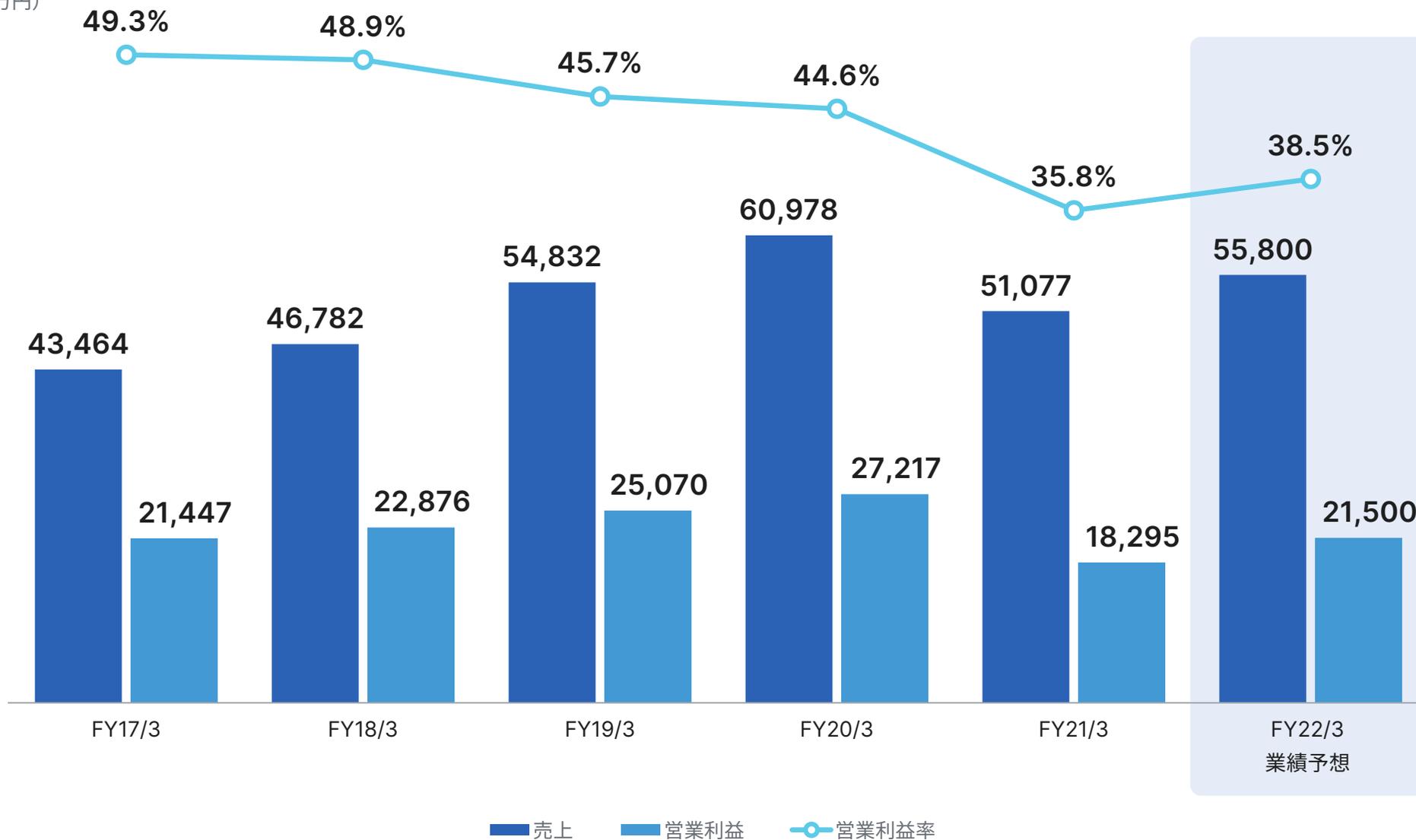


持続可能なよりよい未来を築くために

私たち人類は、環境・社会・経済に関わる様々な問題を抱えており、人類を含む生物が生活・生存するための地球のシステムが存続の危機にある

2022年3月期の連結業績予想

(単位：百万円)



経営指標

ROE40%を目安とする

利益成長の考え方

事業拡大と最適な資源配分を通じた、安定した利益成長の実現

経営資源配分の考え方

成長投資

- 既存事業の拡大や新規事業創出に伴う人的資源への投資
- 先端技術に関する研究開発及び事業への活用に対する投資
- 事業ポートフォリオ拡大及び成長の加速を目的としたM&Aや出資の実施

株主還元

- 既存事業の運営及び成長投資に必要な資金を手元に残し、過剰な内部留保は株主に還元
- 継続的に配当（年2回）及び自己株取得（機動的）を実施

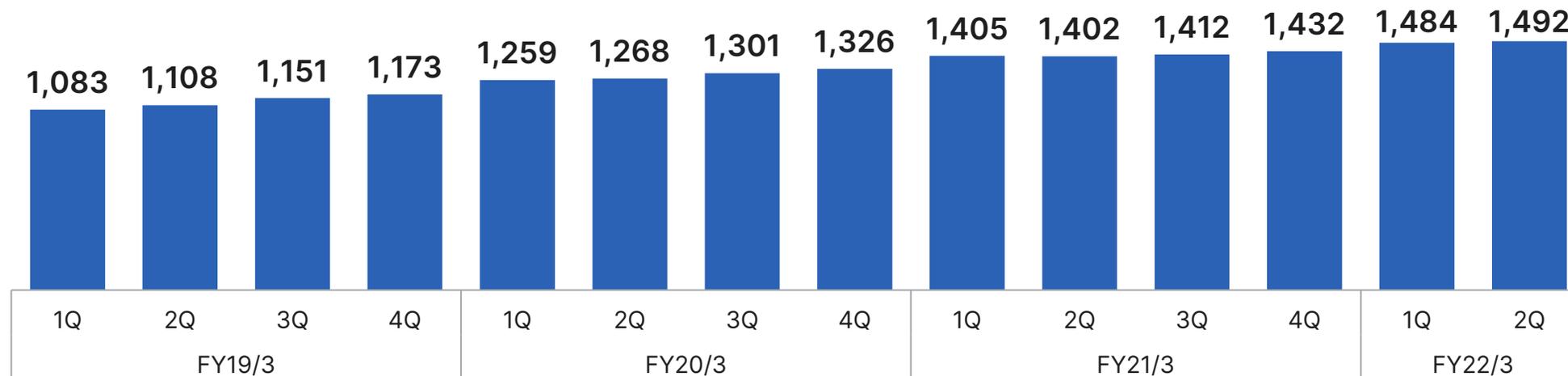
	FY18/3	FY19/3	FY20/3	FY21/3
自己資本比率 *1	78.5%	79.1%	67.8%	66.1%
ROE *2	45.7%	45.1%	44.0%	26.2%
一株当たり配当 (円)	32	36	40	40
配当総額 (億円)	68	75	83	82
配当性向	43.3%	45.2%	45.3%	70.0%
自己株式の取得 (億円)	108	30	80	0
総還元性向 *3	112.2%	63.1%	88.8%	70.0%

*1 自己資本比率（親会社所有者帰属持分比率）=親会社の所有者に帰属する持分÷総資産×100

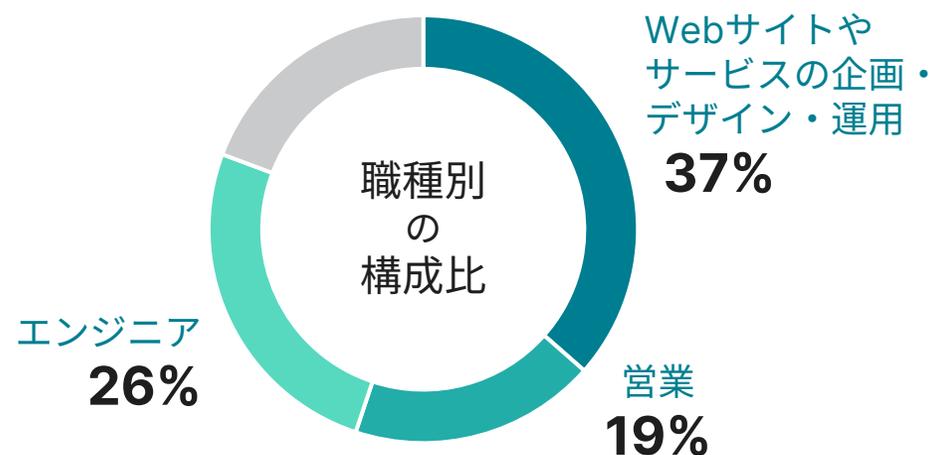
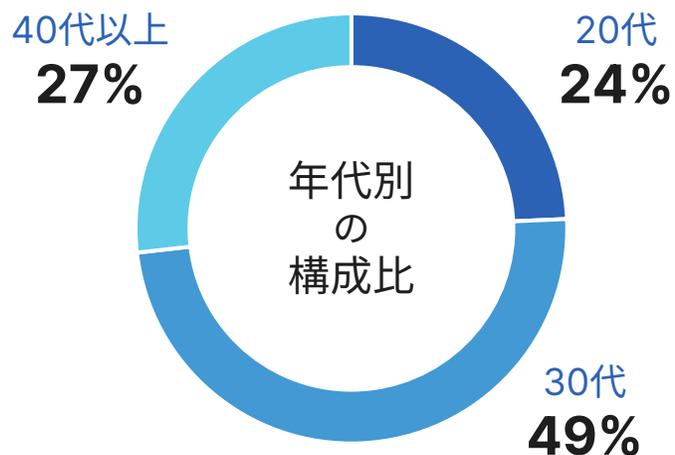
*2 ROE(親会社所有者帰属持分当期利益率)=親会社の所有者に帰属する当期利益÷親会社の所有者に帰属する持分合計(期中平均) ×100

*3 総還元性向=（配当支払総額+自社株買い総額）÷純利益×100。自社株買い総額は、公開買付代理人に支払う手数料その他諸経費を含まない。

直接雇用の従業員数 (連結ベース・臨時従業員を含む)



年代及び職務別の構成比 ※カカコム単体 正社員の構成比 (2021年9月時点)



インターネット・メディア	価格.com	ショッピング	サービス	広告
		<p>クリック数や販売実績に応じた手数料収入</p> <p>【取引先】ECモール、ECショップ、家電量販店 など</p>	<p>通信、金融サービス等の申込件数等に応じた手数料収入</p> <p>【取引先】サービス事業者 など</p>	<p>バナー、テキスト広告、検索連動広告等の広告収入</p> <p>【取引先】メーカー、サービス事業者 など</p>
ファイナンス	食ベログ	飲食店販促	ユーザー会員	広告
		<p>販促サービス(月額固定)とネット予約(従量)による手数料収入</p> <p>【取引先】飲食店</p>	<p>コンテンツ利用に応じた手数料収入</p> <p>【取引先】ユーザー</p>	<p>バナー、テキスト広告、企画型広告等の広告収入</p> <p>【取引先】メーカー、自治体など</p>
ファイナンス	新興メディア・ソリューション／ファイナンス	新興メディア・ソリューション		
		<p>“求人ボックス”、“スマイティ”、“キナリノ”、連結子会社(株)LCL運営の“バス比較なび”、連結子会社(株)タイムデザイン提供のダイナミックパッケージ予約システム等のサイト及びサービスによる収入</p>		
		ファイナンス		
		<p>連結子会社(株)カカコム・インシュアランス提供の生命保険、損害保険等の保険総合乗合代理店業務による手数料収入</p>		

価格.com

購買支援サイト

月間利用者数：6,314万人

デバイス別：

27%

73%

■ PC ■ スマホ

年代別*：

1%

10%

17%

22%

21%

29%

■ 10代 ■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代以上



食べログ

レストラン検索・予約サイト

月間利用者数：9,985万人

デバイス別：

12%

88%

■ PC ■ スマホ

年代別*：

2%

15%

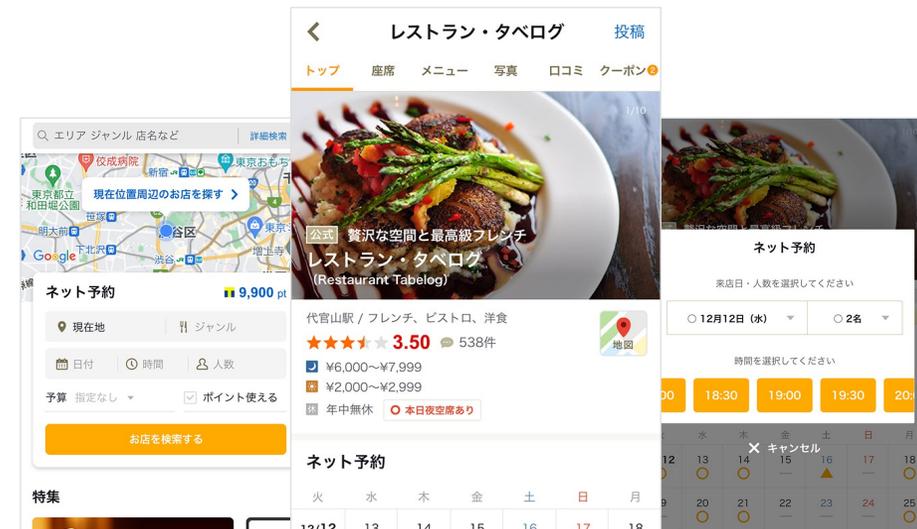
19%

23%

20%

21%

■ 10代 ■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代以上



*年代別のユーザー属性は2021年8月時点の比率

求人ボックス

求人情報の一括検索サイト



スマイティ

不動産住宅情報サイト



kakaku.com insurance

保険選びのコンサルティングサービス



キナリノ

女性向けライフスタイルメディア



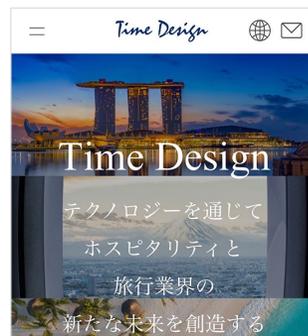
バス比較なび

高速バス・バス旅行の比較検索サイト



Time Design

ダイナミックパッケージ予約システム



映画.com

総合映画情報サイト



4for travel.jp

旅行のクチコミと比較サイト



webCG
Car Graphic

クルマ好きのための
情報サイト

PHOTOHITO

写真共有サイト

ちくわ。
CHIKU-WA

街・おでかけ情報
メディア

TASCLAP

メンズファッション
Webマガジン

アキバ総研

アニメ&アキバ系
カルチャー情報

FX 羅針盤

FX関連情報と為替相場
解説・予想サイト

仮想通貨 羅針盤

仮想通貨とブロックチェーンに
関連する情報サイト

格安移動

高速バス・飛行機・新幹線
の最安値比較サイト

バスとりっぷ

高速バス・夜行バス
のお役立ち情報メディア

icotta

宿泊旅行の情報メディア

アニメハック

アニメの総合情報サイト

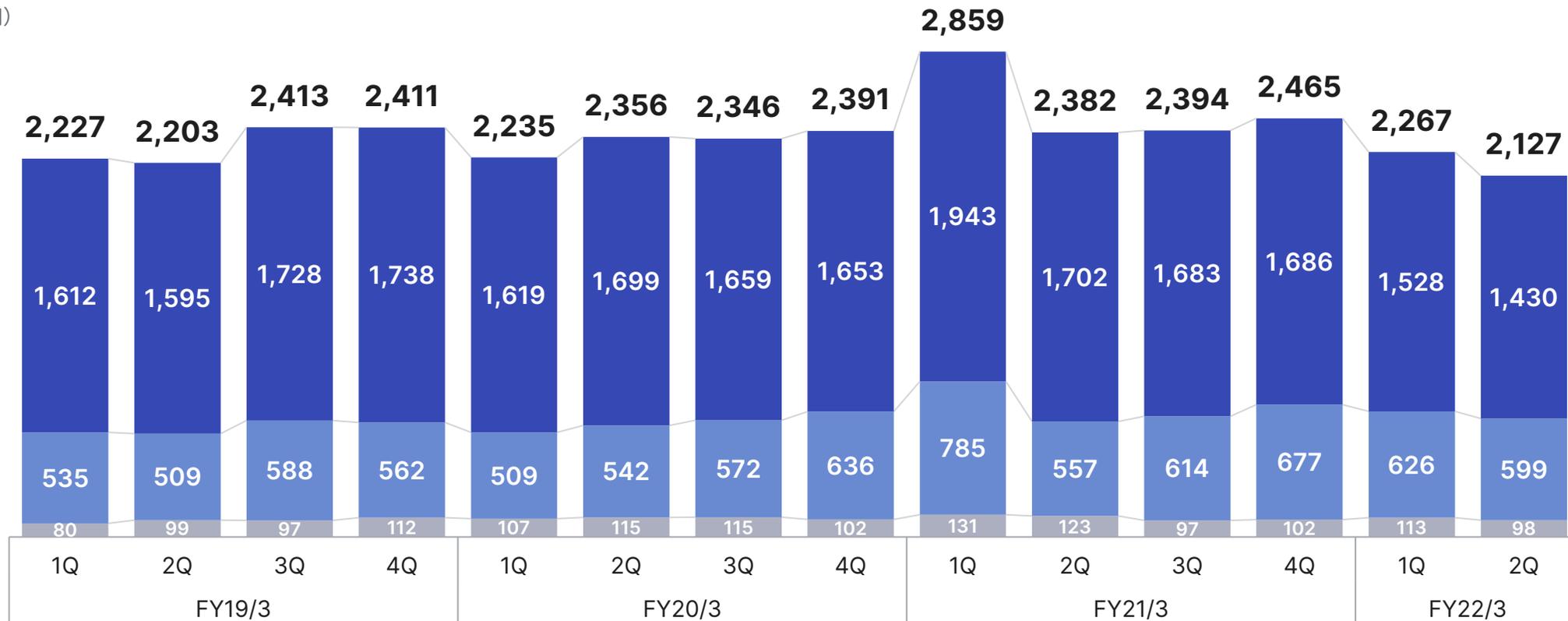
OSORE ZONE

ホラー映画専門
配信サービス

gaie

映画等のデジタル・
プロモーションエージェンシー

(単位：百万円)

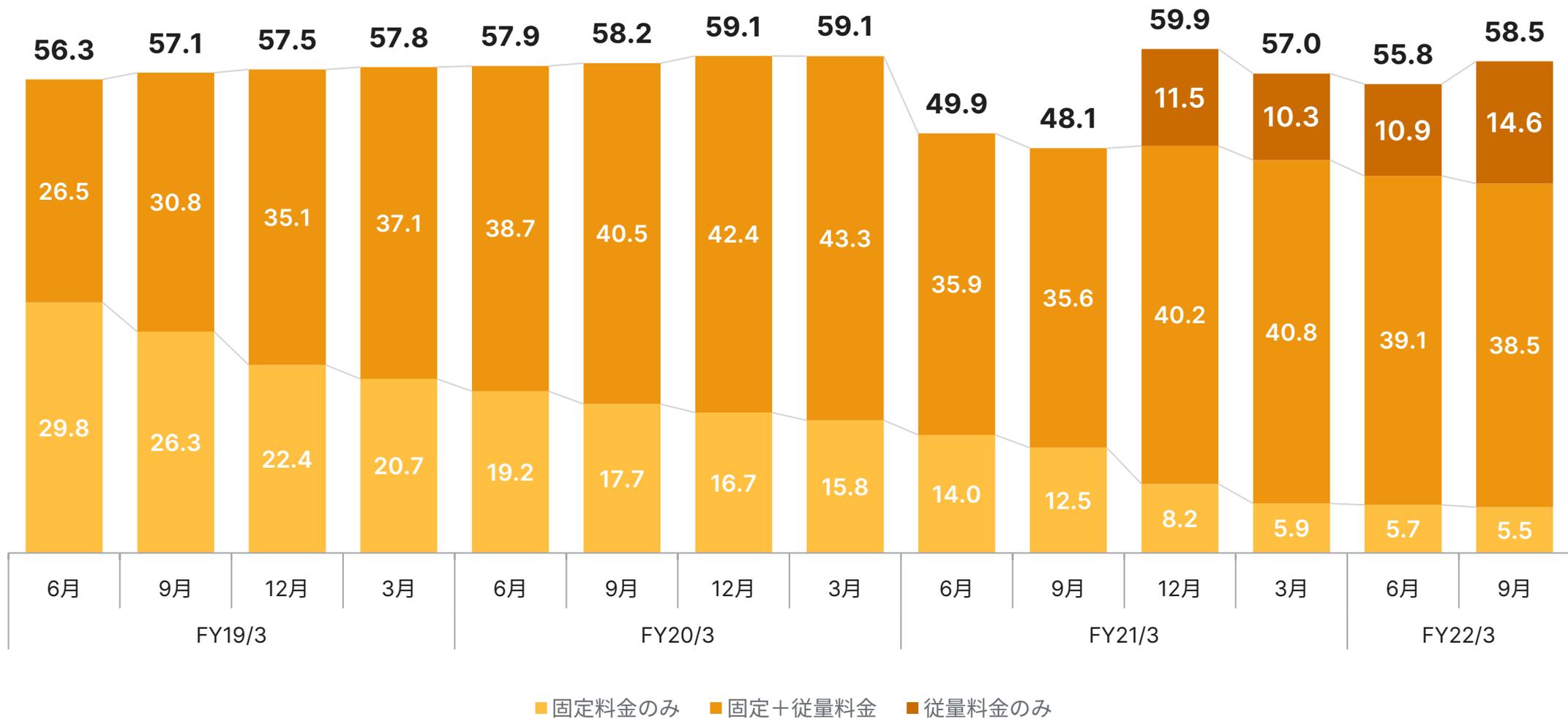


売上構成比

	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
耐久財	72.4%	72.4%	71.6%	72.1%	72.4%	72.1%	70.7%	69.1%	68.0%	71.5%	70.3%	68.4%	67.4%	67.2%
消費財	24.0%	23.1%	24.4%	23.3%	22.8%	23.0%	24.4%	26.6%	27.5%	23.4%	25.6%	27.5%	27.6%	28.2%
その他	3.6%	4.5%	4.0%	4.7%	4.8%	4.9%	4.9%	4.3%	4.6%	5.2%	4.0%	4.1%	5.0%	4.6%

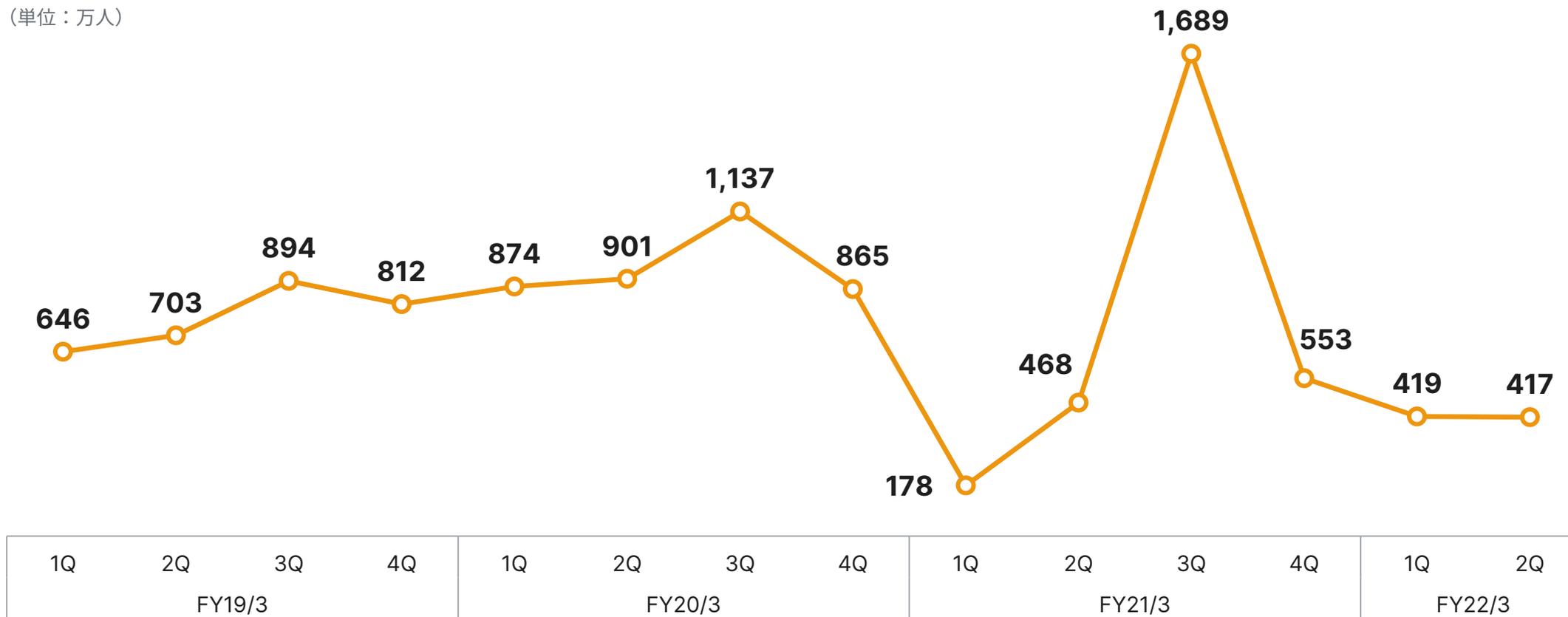
食べログ：有料プラン契約店舗数

(単位：千店)



食べログ：ネット予約人数（四半期累計）

(単位：万人)



会社名	株式会社カカコム	
英文社名	Kakaku.com, Inc.	
所在地	〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南三丁目5番7号デジタルゲートビル	
設立	1997年12月（平成9年12月）	
URL	https://corporate.kakaku.com/	
上場取引所	東京証券取引所市場第一部	
証券コード	2371	
関係会社	株式会社カカコム・インシュアランス	https://kakakucom-insurance.co.jp/
	株式会社エイガ・ドット・コム	https://eiga.com/
	株式会社タイムデザイン	https://www.timedesign.co.jp/
	株式会社webCG	https://www.webcg.net/
	株式会社LCL	https://www.lclco.com/
	株式会社ガイエ	https://gaie.jp/
	Catapult Ventures Pte. Ltd.	https://www.moneysmart.sg/
	LoveBonitoHoldings Pte. Ltd.	https://www.lovebonito.com/
	TabSquarePte. Ltd.	https://www.tabsquare.ai/
お問い合わせ	https://corporate.kakaku.com/contact/form_ir	

本資料に記載された情報や将来の見通しは、資料作成現時点において入手可能な情報及び不確定要素に関するの仮定を前提とした当社の判断が含まれております。実際の業績や結果は、今後の様々な要因により、本資料の記載とは異なる可能性があります。