

ぐるなび

2023年3月期 第1四半期 決算説明会資料

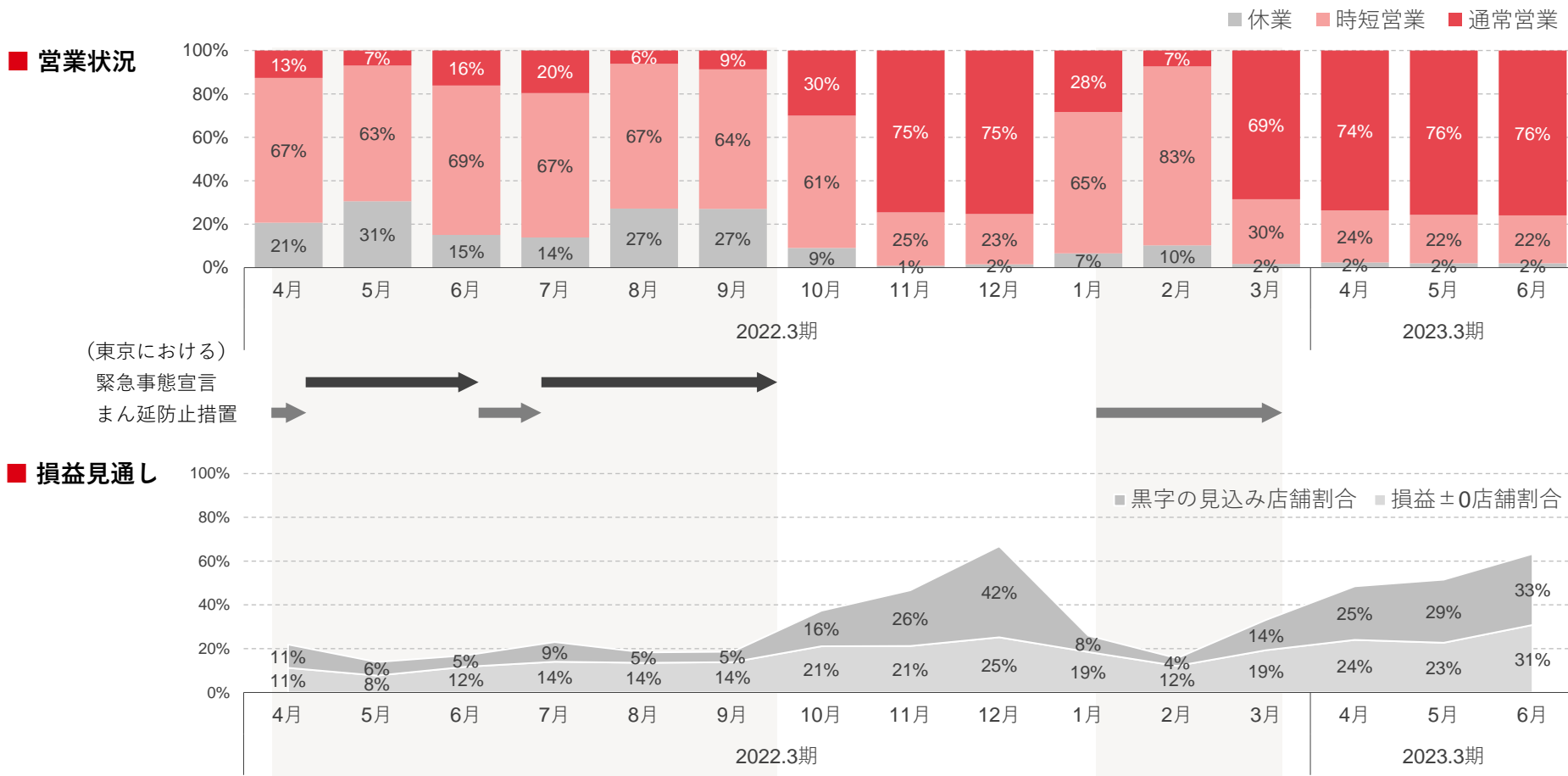
株式会社ぐるなび（証券コード / 2440）

食でつなぐ。
人を満たす。



はじめに ～ 飲食店の状況 ～

✓ 2022年3月以降通常営業を再開する飲食店が徐々に増加、飲食店の経営状況に改善が見られる



当社加盟飲食店へのWEBアンケートより

第4四半期での黒字転換に向けて良好な滑り出し

第1四半期実績

- ✓ 売上高は、飲食店販促サービスが順調に推移したほか、プロモーション売上が前倒しで発生
- ✓ 加えて、徹底したコストコントロール等により損失は想定よりも大幅に縮小して着地

事業環境

- ✓ ネット予約件数はコロナ禍前を上回って推移
- ✓ 予約1組当たり平均人数の増加傾向や法人・宴会需要の回復兆候が見られる
- ✓ 一方、感染拡大第7波による外食需要の一時的な低迷が懸念される

上期および通期業績予想を修正（詳細：P.12参照）

売上高

- ✓ 流動的な事業環境に鑑み、前回予想を据え置き

各損益

- ✓ 費用が計画を下回る見込みであることから上方修正

決算概要

	2022年3月期 第1四半期	2023年3月期 第1四半期
売上高	3,034 百万円	2,953 百万円
営業損失	-1,363 百万円	-1,027 百万円
親会社株主に帰属する四半期純損失	-1,353 百万円	-844 百万円
総有料加盟店舗数（2022年6月末） デリバリー・テイクアウトサービスのみ加盟店含む	54,342 店	55,699 店
楽天ID連携会員数（2022年6月末）	469 万人	589 万人

連結損益計算書

(単位：百万円)	2022年3月期 第1四半期	対売上高 比率	2023年3月期 第1四半期	対売上高 比率	前年同期比 変化率
売上高	3,034	100.0%	2,953	100.0%	-2.7%
売上原価	1,239	40.9%	1,316	44.6%	+6.2%
売上総利益	1,794	59.1%	1,636	55.4%	-8.8%
販売費及び一般管理費	3,157	104.1%	2,664	90.2%	-15.6%
営業損失	-1,363	-	-1,027	-	-
経常損失	-1,337	-	-1,006	-	-
税引前四半期純損失	-1,343	-	-834	-	-
親会社株主に帰属する四半期純損失	-1,353	-	-844	-	-

売上高内訳

(単位：百万円)	2022年3月期 第1四半期	2023年3月期 第1四半期	前年同期比 変化率
売上高	3,034	2,953	-2.7%
飲食店販促サービス	2,581	2,267	-12.1%
ストック型サービス	2,320	1,891	-18.5%
スポット型サービス	260	376	+44.4%
プロモーション	218	225	+3.6%
関連事業	235	459	+95.4%

ストック型サービス

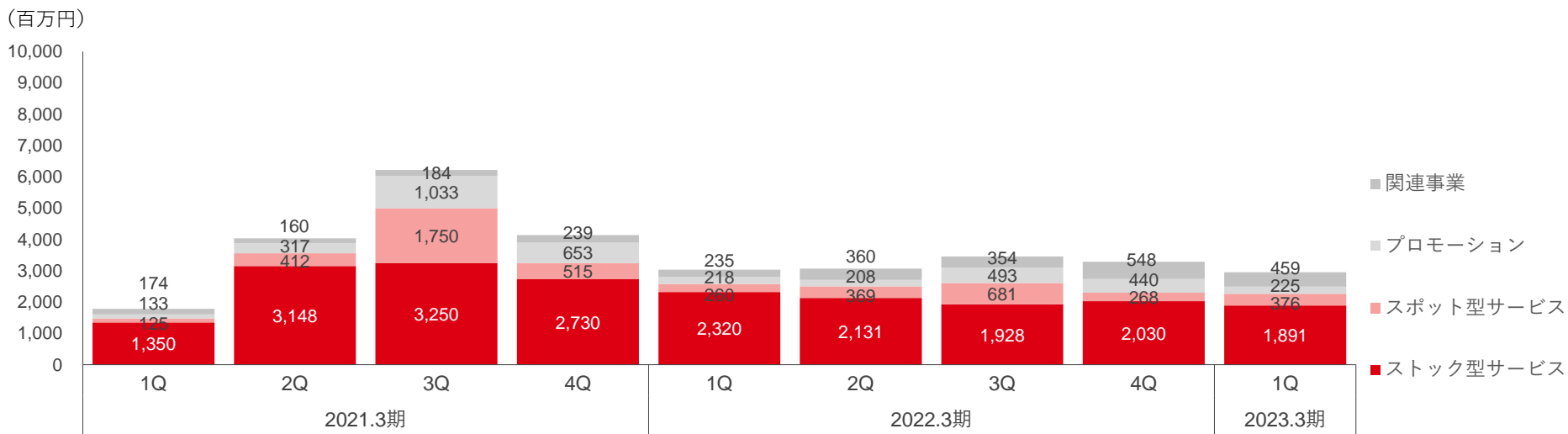
- ✓ 前期において断続的に発出された緊急事態宣言・まん延防止等重点措置の影響により、期初におけるベース売上が低下したことから前年同期比減少
- ✓ 外部環境改善により4月をボトムに回復に向かう

スポット型サービス

- ✓ 2021年7月より運営を開始したデリバリーおよびテイクアウト事業の売上を計上（競合環境・収益性等に鑑み、2022年7月終了）
- ✓ 販促商品等のスポット販売売上が増加
- ✓ ネット予約手数料売上は2021年9月に開始した新加盟プランにおける手数料改定影響により減少

関連事業

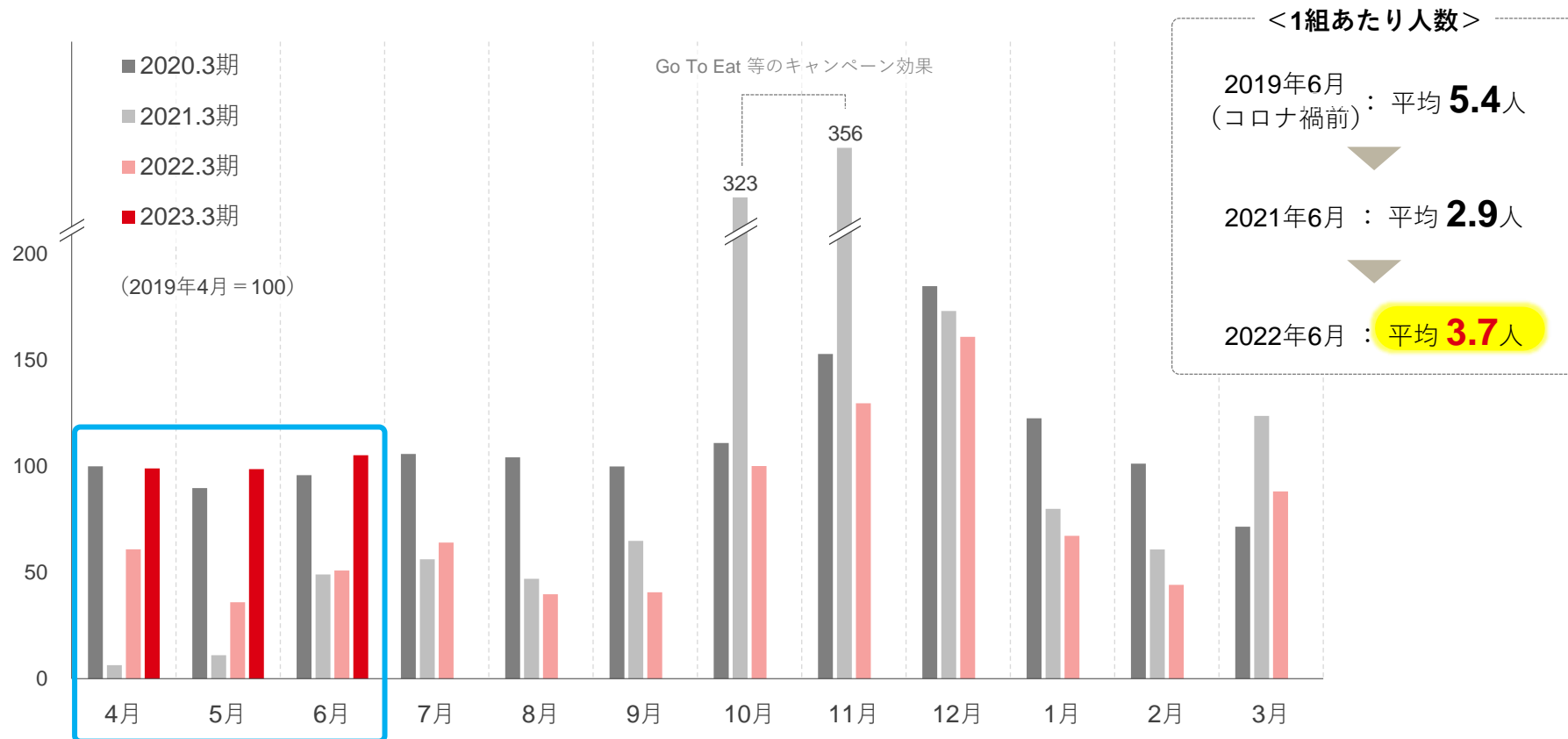
- ✓ 新規事業の一つである店舗開発事業における商業施設からの収益を計上
- ✓ 楽天グループからの業務受託収入が拡大



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。

ネット予約件数の月次推移

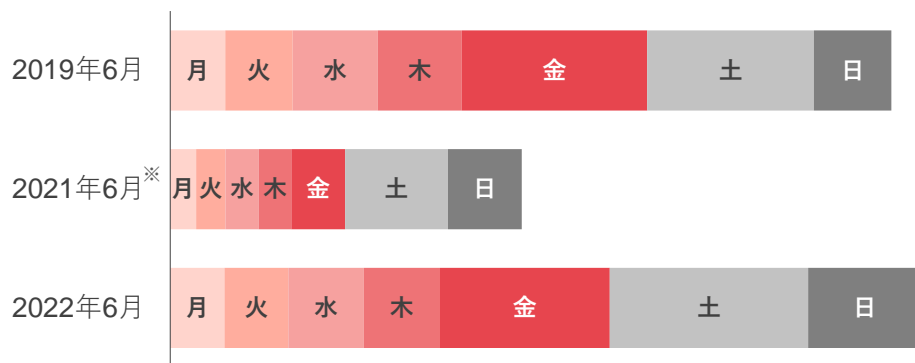
- ✓ 予約件数はコロナ禍前を上回る
- ✓ 1組あたりの人数は引き続き少人数ではあるものの、増加傾向が見られる



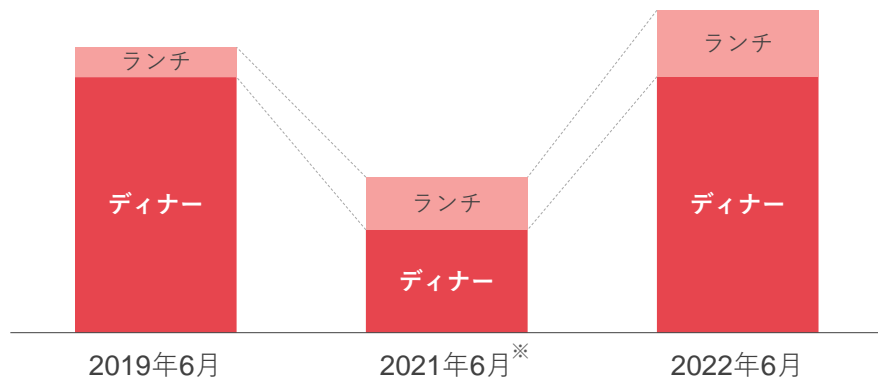
飲食店の来店客層の変化

- ✓ 金曜日ならびにディナータイムの予約件数は概ねコロナ禍前の水準
- ✓ 行動制限・各種要請等が解除され、法人需要および宴会需要に回復の兆し

■ 曜日別予約内訳（来店日ベース・2019年6月＝100）

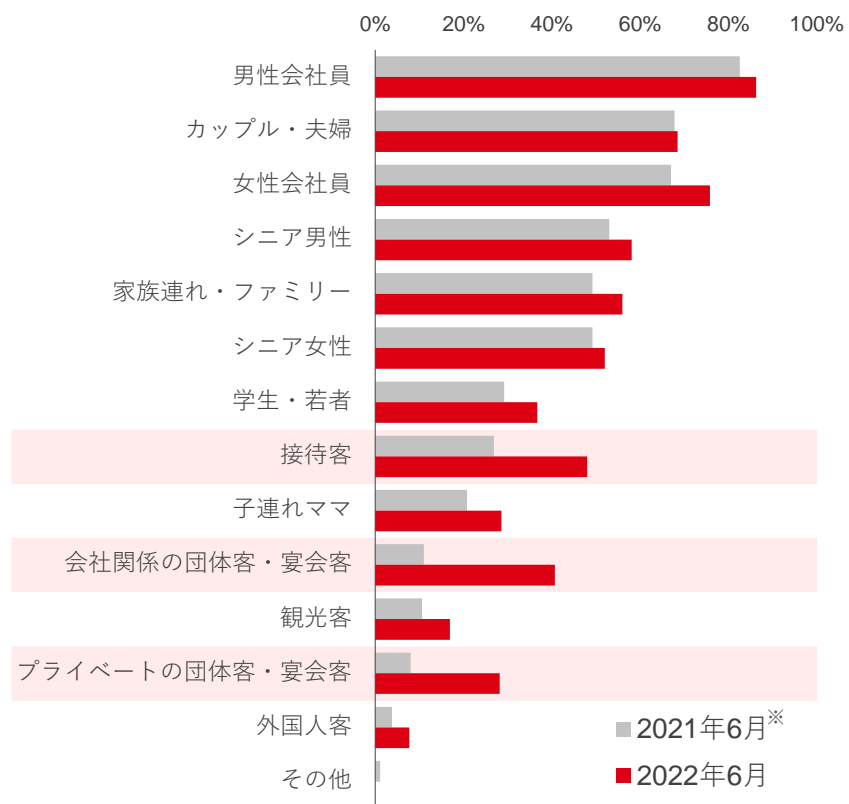


■ ランチ・ディナー予約内訳（受付日ベース・2019年6月＝100）



※ 緊急事態宣言/まん延防止等重点措置発出期間

各客層を受け入れた飲食店の割合

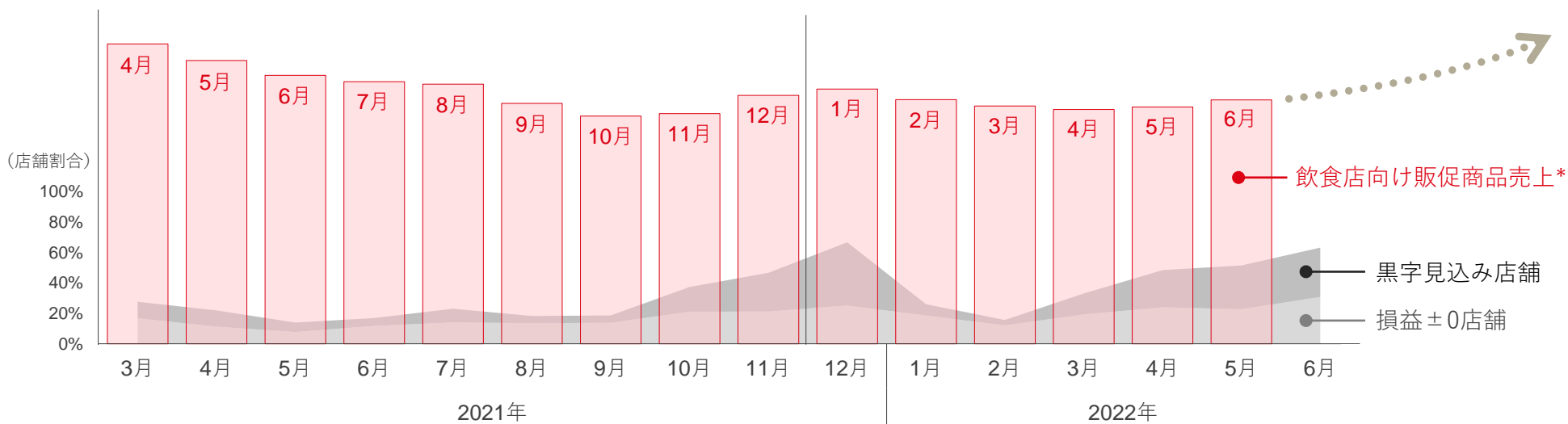


当社加盟飲食店へのWEBアンケートより

飲食店向け販促商品の月次販売動向

- ✓ 感染第7波が外食市場に及ぼす影響が懸念されるが、飲食店の損益状況は昨年と比べ総じて改善
- ✓ プランアップおよび増額提案の本格化により、飲食店の経営体力回復を後押しすると同時に、当社売上の回復につなげる

※ 飲食店の経営状態変化と当社販促商品売上の動向との間に1か月のタイムラグ



横軸：飲食店損益見通しグラフ

厳しい外部環境に鑑み
柔軟に契約金額の見直しに対応

新加盟プランへの
切り替え提案・作業

販促意識変化に
留意した提案

プランアップ
増額提案の本格化

*ネット予約手数料売上、デリバリー・テイクアウト売上を除く

原価・費用内訳

(単位：百万円)	2022年3月期 第1四半期	2023年3月期 第1四半期	前年同期比 変化率
総費用	4,397	3,980	-9.5%
売上原価	1,239	1,316	+6.2%
販売費及び一般管理費	3,157	2,664	-15.6%
人件費	1,948	1,708	-12.3%
賃借料	346	328	-5.2%
業務委託費	347	251	-27.5%
広宣・販促費	188	66	-64.6%
その他	327	308	-5.8%

✓ 人件費

コロナ禍による厳しい業績を背景とした採用の抑制および自然減による従業員数の減少

✓ 業務委託費

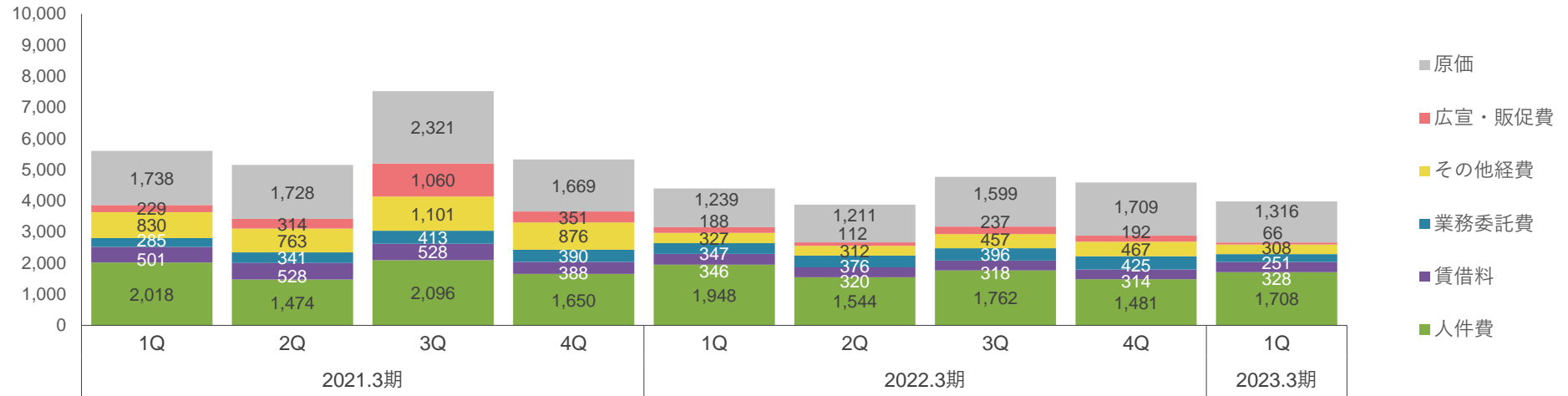
注力サービスの絞り込み等を通じ前年同期比減少

✓ 広宣・販促費

「ネット予約クーポン」を活かしたマーケティングを展開することによりネット予約利用促進に係る広告費を抑制

また、注力サービスの絞り込み等を通じ販促費を低減

(百万円)



連結貸借対照表

✓ 資本性劣後ローンによる資金調達22億円を予定（8月）

（単位：百万円）	2022年3月末	2022年6月末	前期末比	（単位：百万円）	2022年3月末	2022年6月末	前期末比
流動資産合計	10,691	10,143	-548	流動負債合計	3,134	3,571	437
現金・預金※	6,962	6,764	-198	未払金	1,302	1,007	-295
受取手形及び売掛金	2,661	2,283	-378	預り金※	1,040	1,850	810
未収入金	740	643	-96	未払法人税等	34	6	-27
前払費用	379	439	59	賞与引当金	239	262	23
貸倒引当金	-139	-79	60	ポイント引当金	19	13	-5
その他	87	92	4	その他	498	431	-67
固定資産合計	1,415	1,645	229	固定負債合計	121	182	61
有形固定資産	-	310	310	負債合計	3,255	3,754	498
無形固定資産	-	125	125	純資産合計	8,851	8,033	-817
投資その他の資産	1,415	1,209	-206	自己資本	8,767	7,951	-816
資産合計	12,107	11,788	-319	負債純資産合計	12,107	11,788	-319

2022年6月末コミットメントライン契約の総額 4,000百万円
（借入実行残高 ー ）

※ 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（2022年3月末：各873百万円、2022年6月末：各1,689百万円）

2023年3月期 通期業績予想

■ 上期および通期業績予想を上方修正（2022年8月3日発表）

- ✓ 売上高については、第1四半期において比較的好調に推移したが、感染拡大第7波が外食市場に及ぼす影響が不透明なことから、前回予想を据え置き
- ✓ 他方、費用が第1四半期における経費圧縮を主因に計画を下回る見込みであることから、各損益については上方修正
- ✓ 第4四半期での黒字転換を果たし、次期以降の利益創出につなげる

(単位：百万円)	前回発表予想			今回修正予想					
	上期	下期	通期	上期	増減	下期	増減	通期	増減
売上高	5,300	7,500	12,800	5,300	—	7,500	—	12,800	—
営業損失	-3,200	-50	-3,250	-2,500	+700	-50	—	-2,550	+700
経常損失	-3,200	-50	-3,250	-2,500	+700	-50	—	-2,550	+700
親会社株主に帰属する当期純損失	-3,230	-70	-3,300	-2,330	+900	-70	—	-2,400	+900

プランアップ・増額提案を通じ飲食店の経営体力回復を後押し、さらなる業績改善を目指す

協業体制の強化・拡大

2022年5月25日

(株)テンポスホールディングスとの間で業務提携契約を締結

中古厨房機器販売におけるリーディングカンパニー

飲食店に対する
出店・退店フェーズでの支援に強み

販促を中心とした経営サポートサービス

飲食店に対する
運営フェーズでの支援に強み



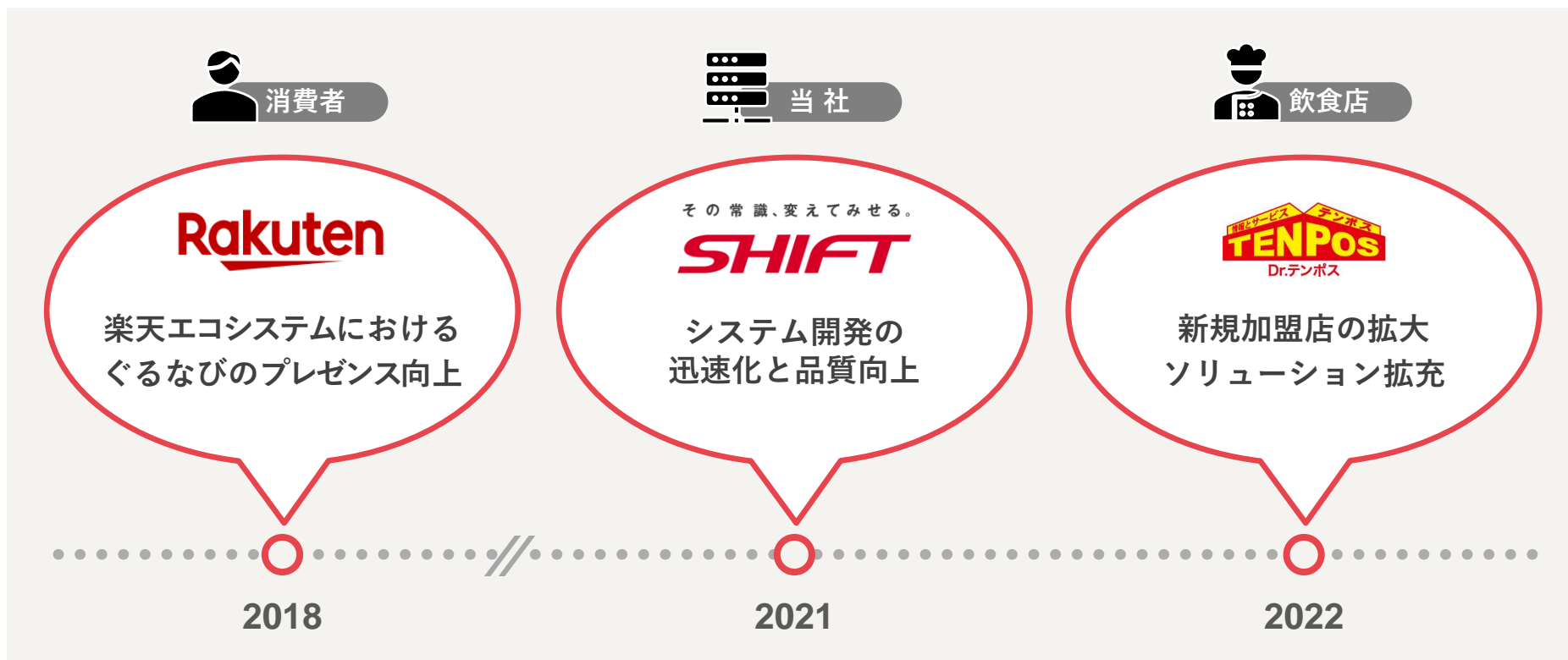
6つの中長期的効果

1 新規加盟店の拡大 テンポスバスターズの来店客に対する加盟提案・当社商品販売等	2 課題解決力の向上 テンポス各社の豊富なサービスの取扱いを通じたソリューションの拡充	3 新規事業の加速 POSレジ、モバイルオーダー等の連携による新規サービスの推進
4 人材育成 出向等の人材交流を通じた新たな知見・ノウハウの習得 社外ネットワークの構築	5 共同商品開発 両社の強みの融合による飲食店に対する提供価値の拡大	6 子会社を活かした事業展開 ぐるなびプロモーションコミュニティ 巡回スタッフによるテンポス会員への訪問チェック等の業務受託 ぐるなびサポートアソシエ 両社の障がい者雇用に関する取組み強化

5月よりテンポスホールディングスへの出向を開始
7月よりテンポスバスターズ来店者に対する新規加盟提案を開始

協業体制の強化・拡大

消費者・飲食店とつながる力
外食産業を支えるプラットフォーム構築力が向上



多様なサービスを試行し新たな収益源の獲得を目指すと同時に
さらなる日本の食文化の発展に寄与

6月14日 「食事券型ふるさと納税サービス」開始

第1弾 和歌山市より始動

全国の自治体・飲食店等のネットワークを
有効活用した当社独自の返礼品の企画を推進

主な特徴

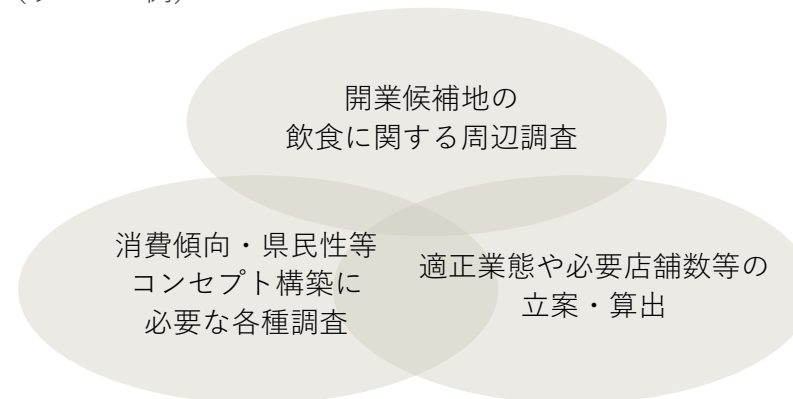
- 1 食を通じた地域振興を目指す自治体と連携
- 2 返礼品は地域産品を活かした飲食店のコース料理
- 3 食材仕入れ等の体験と共に料理を楽しむ「ガストロノミー型」を展開



6月27日 「フィージビリティ・スタディサービス」開始

飲食店や商業施設の開業・リニューアルにおける 調査・検証・企画立案サービス

(サービス例)

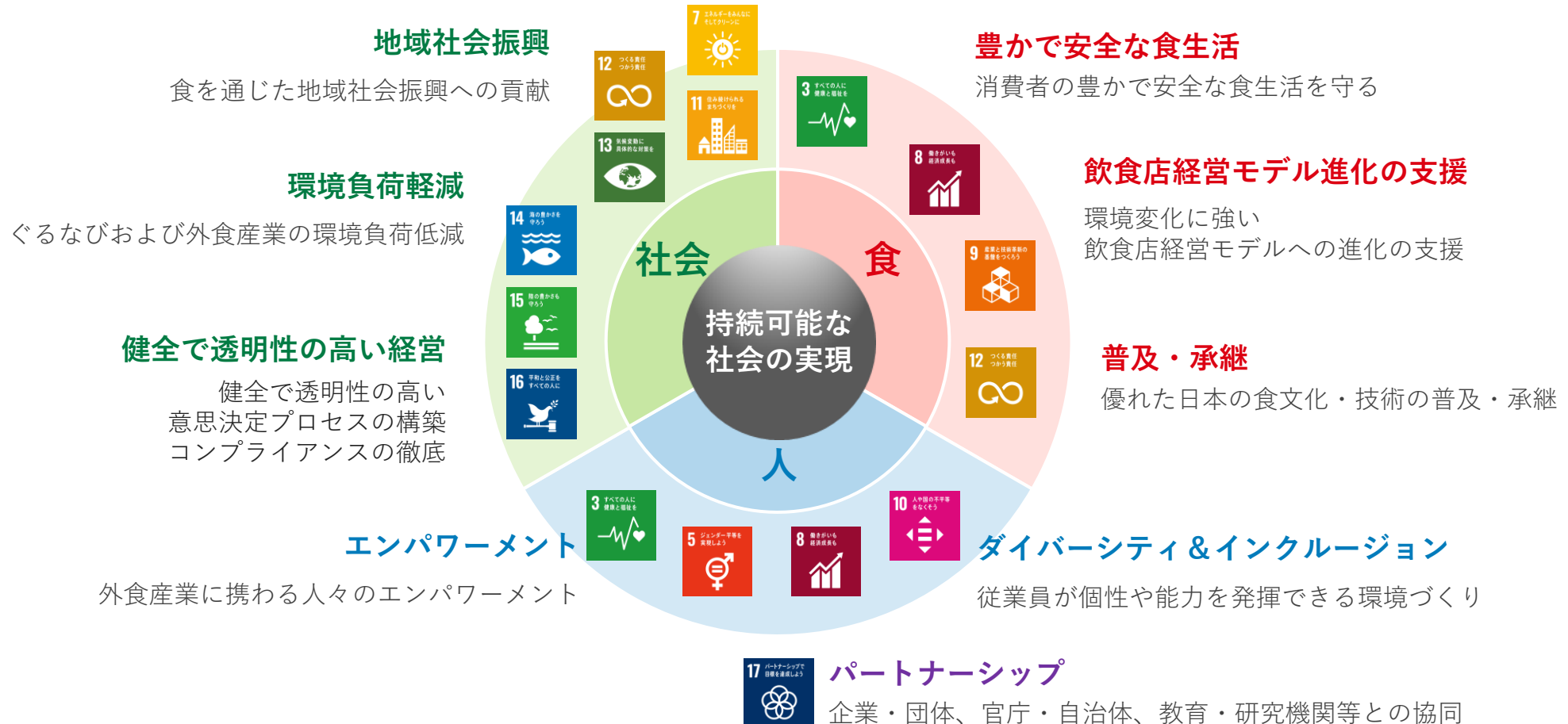


“食”による賑わい創出を強力にサポート

6月8日 「サステナビリティに関する取組み」 ページを開設

「食」「人」「社会」が豊かであり続けるために

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



<創業からつなぐ想い>

日本の食文化を守り育てる

<パーパス（存在意義）>

食でつなぐ。人を満たす。

<中期ビジョン>

飲食店経営サポート企業への進化

参考資料

新加盟プラン ※ 2021年9月～提供開始

- ✓ 旧プランと比較し、月額固定費負担の軽いプランを新設
 - ✓ 繁盛店など販促支援を必要としない飲食店は、ネット予約機能、業務支援商品のみの活用も可能
- **ターゲットとなる飲食店の拡大、解約率低減とそれに伴う営業効率の向上により、加盟店舗数の拡大、新規事業へのリソース再配分が可能に**

■ 販促プラン（店舗ページの掲載を前提としたプラン）

	ベーシックプラン	ライトプラン	スタートプラン
基本加盟料	30,000円/月	10,000円/月	0円/月
担当営業	○	×	×
ネット予約	手数料選択可能（手数料に応じてポイント還元） ランチ：10～40円/人 ディナー：50～200円/人		手数料固定 ランチ：40円/人 ディナー：200円/人
ぐるなび台帳（アプリ版）	○	○	×
クーポン活用	○	○	×
露出強化 （広告枠、特設ページ掲載）	○	×	×
+			
オプション商品（露出強化、業務代行、店内ICT化、経営支援等）を購入可能			

■ 販促プラン未加盟（店舗ページ無し）で、店内ICT化／経営支援／業務代行等の商品のみ購入も可能

有料加盟店舗数

(デリバリー・テイクアウトサービスのみ契約する加盟店含む)

2023年3月期 第1四半期実績

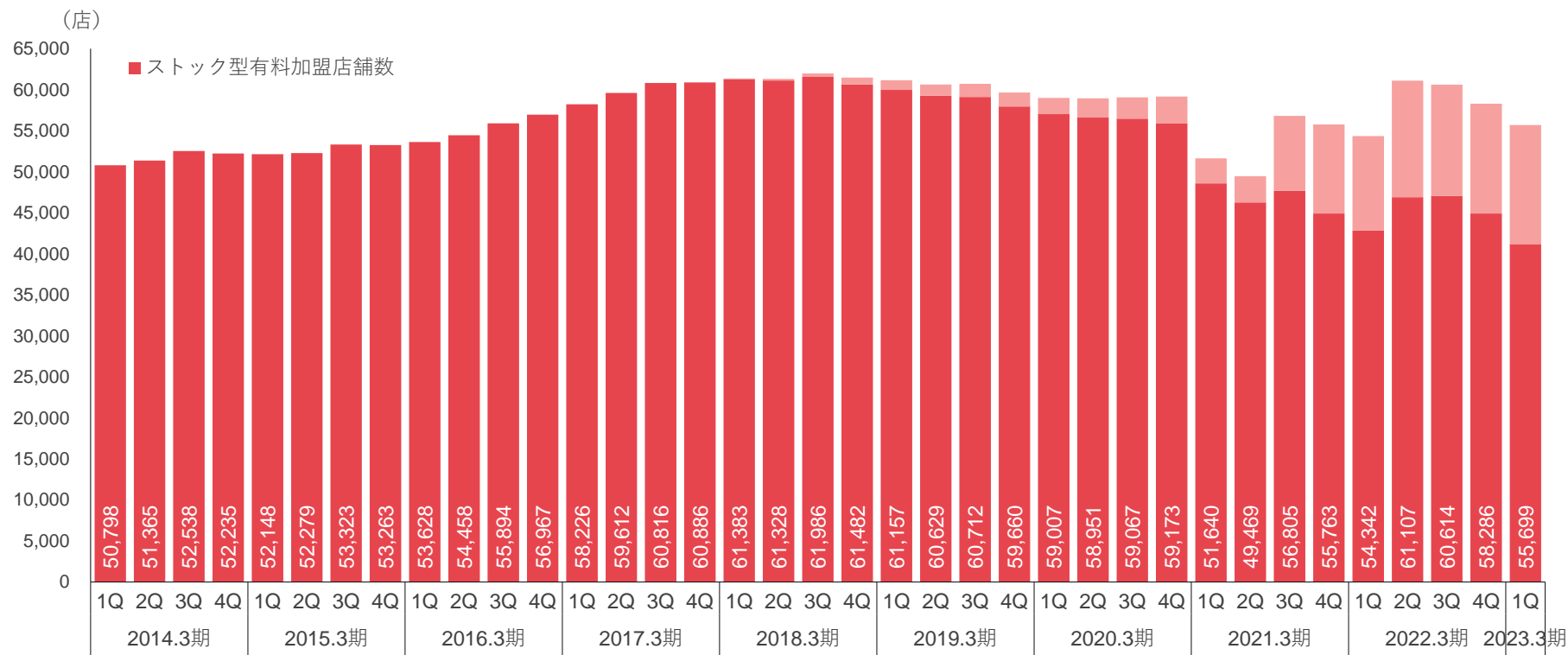
総有料加盟

55,699 店 (前年同期末比 +1,357店 +2.5%)

うちストック型有料加盟

41,195 店 (前年同期末比 ▲1,635店 ▲3.8%)

(月額固定課金サービスの利用店舗)



※グラフ内の数値は総有料加盟店舗数

ユーザー数

■ 楽天ID連携会員数 : **589万人**

(2022年6月末、2021年6月末は469万人)

■ ぐるなび会員数 : **2,271万人**

(2022年7月1日時点、2021年7月は2,134万人)

■ 月間ユニークユーザー数 : **4,100万人**

(2021年12月、2020年12月は4,400万人)

※ 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）		2020.3期				2021.3期				2022.3期				2023.3期
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
ストック型サービス	a	6,014	5,978	6,093	5,823	1,350	3,148	3,250	2,730	2,320	2,131	1,928	2,030	1,891
スポット型サービス	b	967	1,021	1,511	995	125	412	1,750	515	260	369	681	268	376
飲食店販促サービス	c= a+b	6,982	6,999	7,605	6,819	1,475	3,561	5,000	3,245	2,581	2,501	2,610	2,299	2,267
プロモーション	d	118	179	200	293	133	317	1,033	653	218	208	493	440	225
基盤事業計	e= c+d	7,100	7,178	7,805	7,113	1,608	3,879	6,033	3,899	2,799	2,709	3,104	2,739	2,493
関連事業	f	451	433	461	382	174	160	184	239	235	360	354	548	459
合計	g= e+f	7,551	7,611	8,267	7,495	1,783	4,040	6,217	4,139	3,034	3,070	3,458	3,288	2,953

(単位：円/月)		2020.3期				2021.3期				2022.3期				2023.3期
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU)	h*1	39,227	39,557	42,961	38,449	8,878	23,486	31,367	19,224	15,628	14,442	14,298	12,892	13,263
ストック型サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU)	i*2	34,872	35,071	35,924	34,547	8,617	22,136	23,064	19,657	17,631	15,838	13,687	14,724	14,646

*1) 飲食店販促サービスの店舗当たり契約高(ARPU)：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 $h=2/3*c/(jt-1+jt)$

*2) 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、ストック型有料加盟店舗数（期首期末平均）で除して算出 $i=2/3*a/(kt-1+kt)$

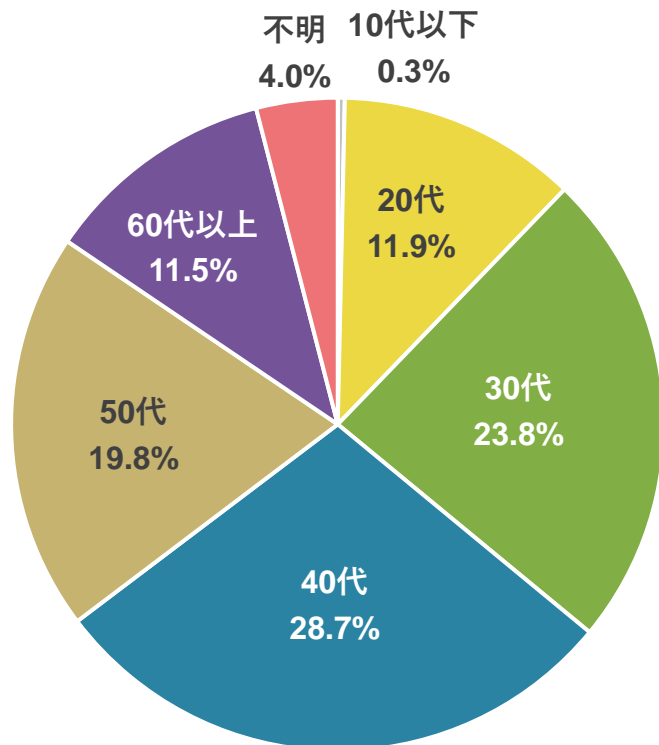
2022年3月期第1四半期以前の開示済み数値との乖離は、下記*3)の定義によるストック型有料加盟店舗数に基づき再算出したことによる

(単位：店)		2020.3期				2021.3期				2022.3期				2023.3期
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
総有料加盟店舗数	j	59,007	58,951	59,067	59,173	51,640	49,469	56,805	55,763	54,342	61,107	60,614	58,286	55,699
うちストック型有料加盟店舗数	k*3	57,027	56,612	56,469	55,910	48,580	46,256	47,694	44,917	42,830	46,904	47,050	44,906	41,195

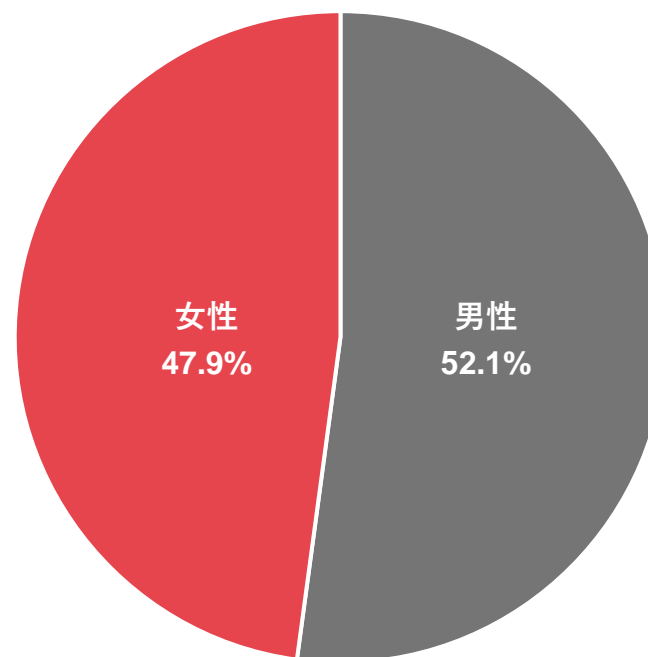
*3) 月額固定課金サービスの利用店舗（ぐるなびサイトの有料掲載契約の有無問わず）

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 (2022年6月時点)

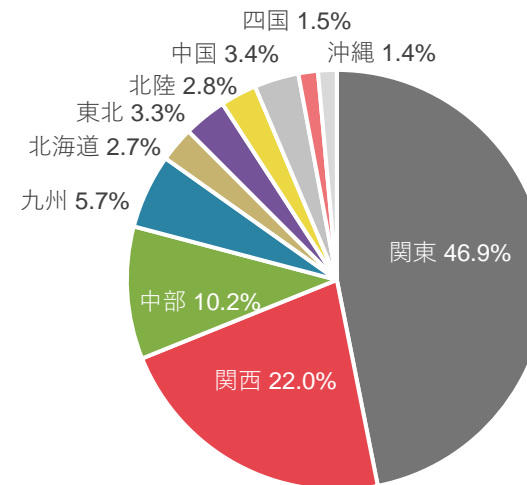
地域展開と加盟飲食店の属性

営業在籍エリア（21都道府県）

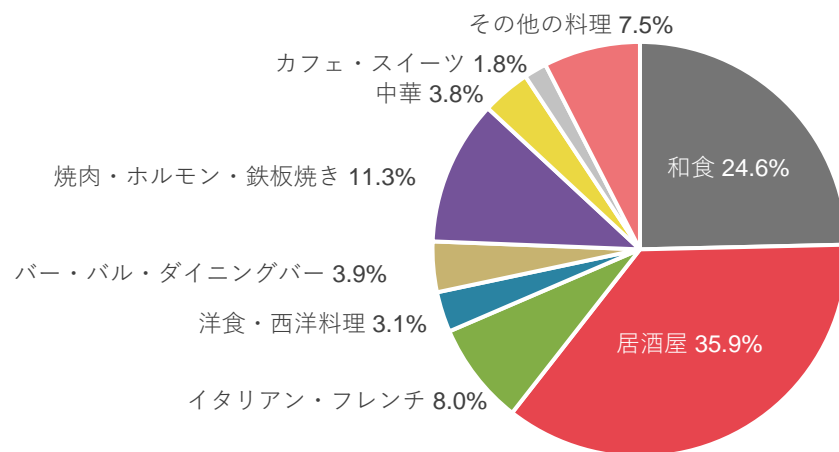
北海道	神奈川	兵庫
宮城	静岡	岡山
茨城	愛知	広島
栃木	新潟	愛媛
埼玉	石川	福岡
千葉	大阪	鹿児島
東京	京都	沖縄



エリア別 有料加盟店割合



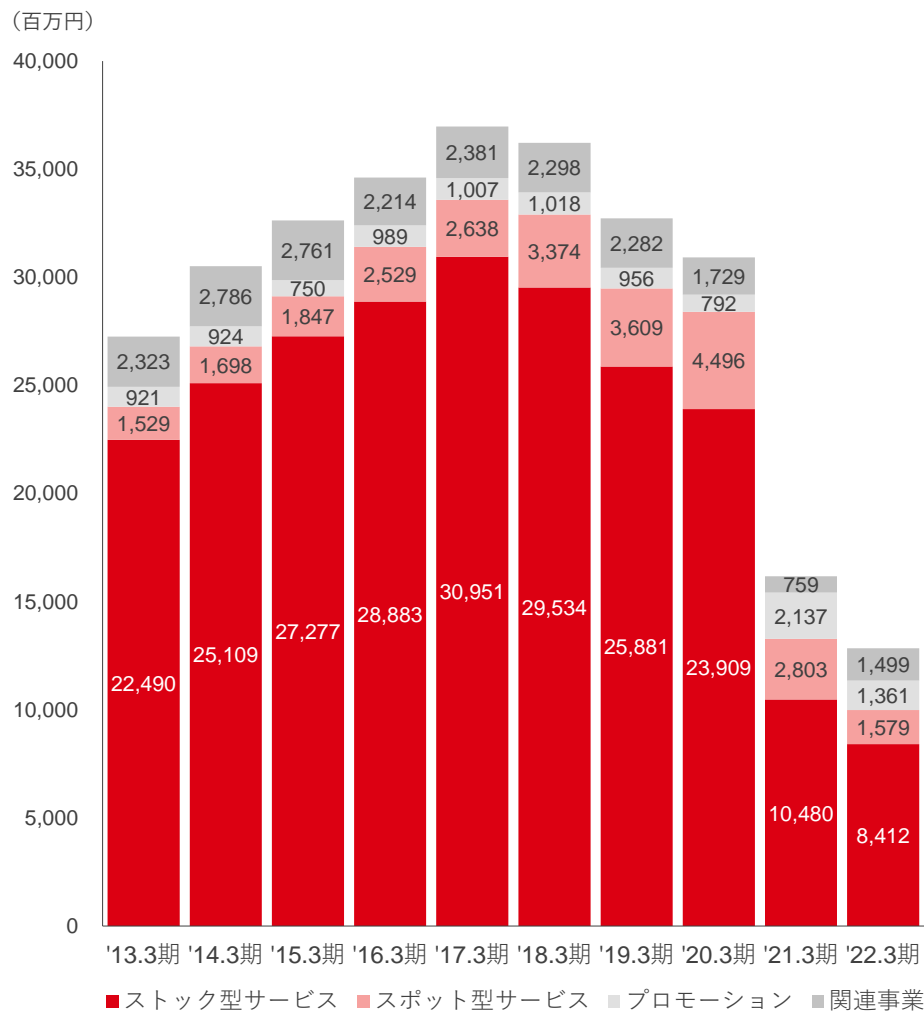
業態別有料加盟店割合



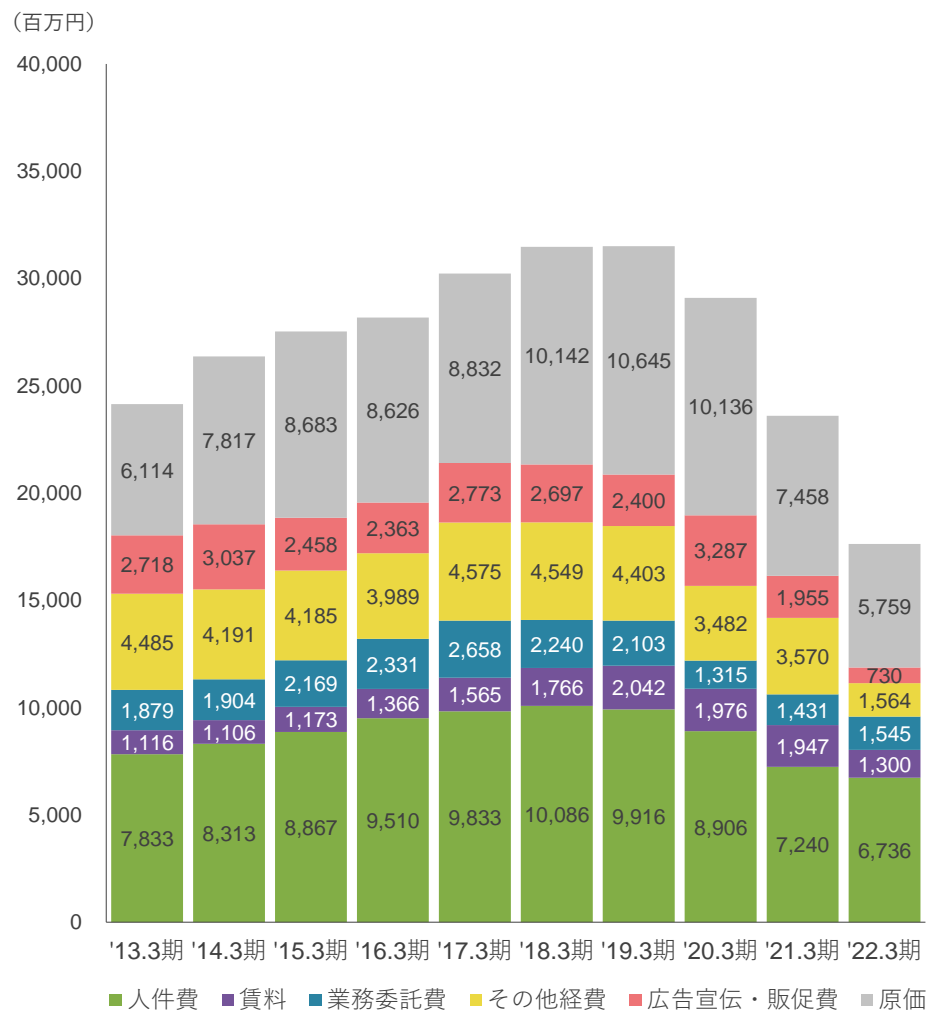
(2022年6月時点)

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)	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	2022年3月期
営業成績										
売上高	27,265	30,518	32,636	34,617	36,979	36,226	32,728	30,927	16,181	12,852
営業利益又は営業損失※ ¹	3,116	4,147	5,099	6,429	6,740	4,742	1,216	1,821	-7,423	-4,786
経常利益又は経常損失	3,153	4,167	5,127	6,492	6,813	4,809	1,289	1,894	-7,269	-4,692
当期純利益又は当期純損失	1,959	2,420	3,279	4,367	4,799	3,192	581	949	-9,704	-5,768
資産・負債・純資産										
総資産	19,103	22,071	23,665	27,322	23,917	25,457	23,797	23,979	13,567	12,107
現金・預金	7,399	9,448	10,492	13,131	7,922	8,000	7,630	11,653	7,507	6,962
負債	5,005	5,926	6,201	7,026	5,878	6,270	5,093	4,709	4,192	3,255
純資産	14,098	16,145	17,464	20,296	18,038	19,186	18,704	19,270	9,375	8,851
自己資本	14,042	16,099	17,427	20,266	18,013	19,166	18,662	19,211	9,290	8,767
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	40.15	49.56	67.26	90.19	102.25	68.27	12.42	20.26	-206.90	-114.46
1株当たり配当金 (円)※ ²	10	15	28	38	42	44	8	8	-	-
その他										
営業利益率 (%)	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,%)	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,%)	10.9	11.8	14.3	17.1	18.7	12.9	2.4	4.0	-	-
配当性向 (%)	24.9	30.3	41.6	42.1	41.1	64.5	64.4	39.5	-	-
自己資本比率 (%)	73.5	72.9	73.6	74.2	75.3	75.3	78.4	80.1	68.5	72.4
自己株数 (株)	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	1,128,462
総有料加盟店舗数	50,310	52,235	53,263	56,967	60,886	61,482	59,660	59,173	55,763	58,286

※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行っていない。

※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、2013年3月期の期首（2012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。

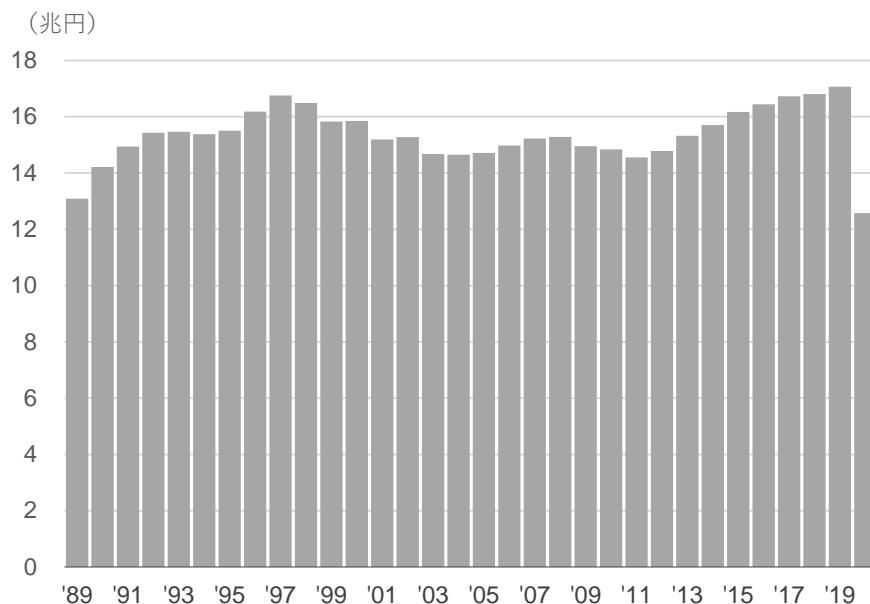
■ 飲食店舗数

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およびバー・キャバレー・ナイトクラブを除く

■ 外食市場規模

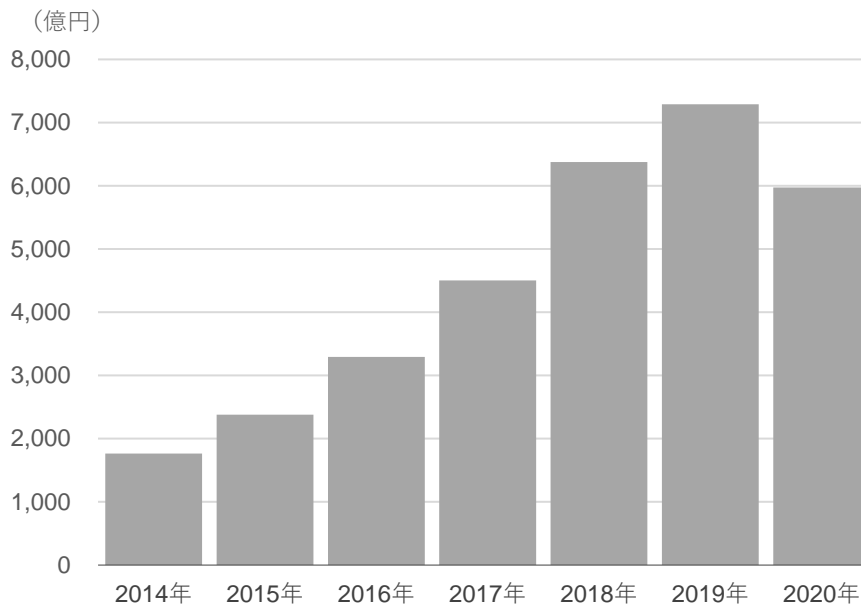


(財)食の安全安心財団「外食産業市場規模推移」より

* 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

2020年は前年比26%減の12.6兆円

■ 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%の減少

会社概要 (2022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1-1-2 日比谷三井タワー11F
資本金	100百万円
発行済株式数	普通株式:56,124,500株 A種優先株式:3,400,000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、小野由衣 執行役員12名、監査役4名(内、社外3名)
大株主 上位10名 (2022年3月末)	楽天グループ(株) 16.9%、滝久雄 12.9%、日本マスタートラスト信託銀行(株)(信託口) 6.7%、(株)SHIFT 4.1%、 (公財)日本交通文化協会 3.4%、杉原章郎 2.3%、小田急電鉄(株) 2.1%、東京地下鉄(株) 1.8%、滝裕子 1.5%、 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) 1.3% ※持株比率は自己株式(1,128,462株)を控除して計算
総人員数	単体:1,320名 連結:1,542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%)、(株)Gダイニング(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およ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。