

ぐるなび

# 2023年3月期 第2四半期 決算説明会資料

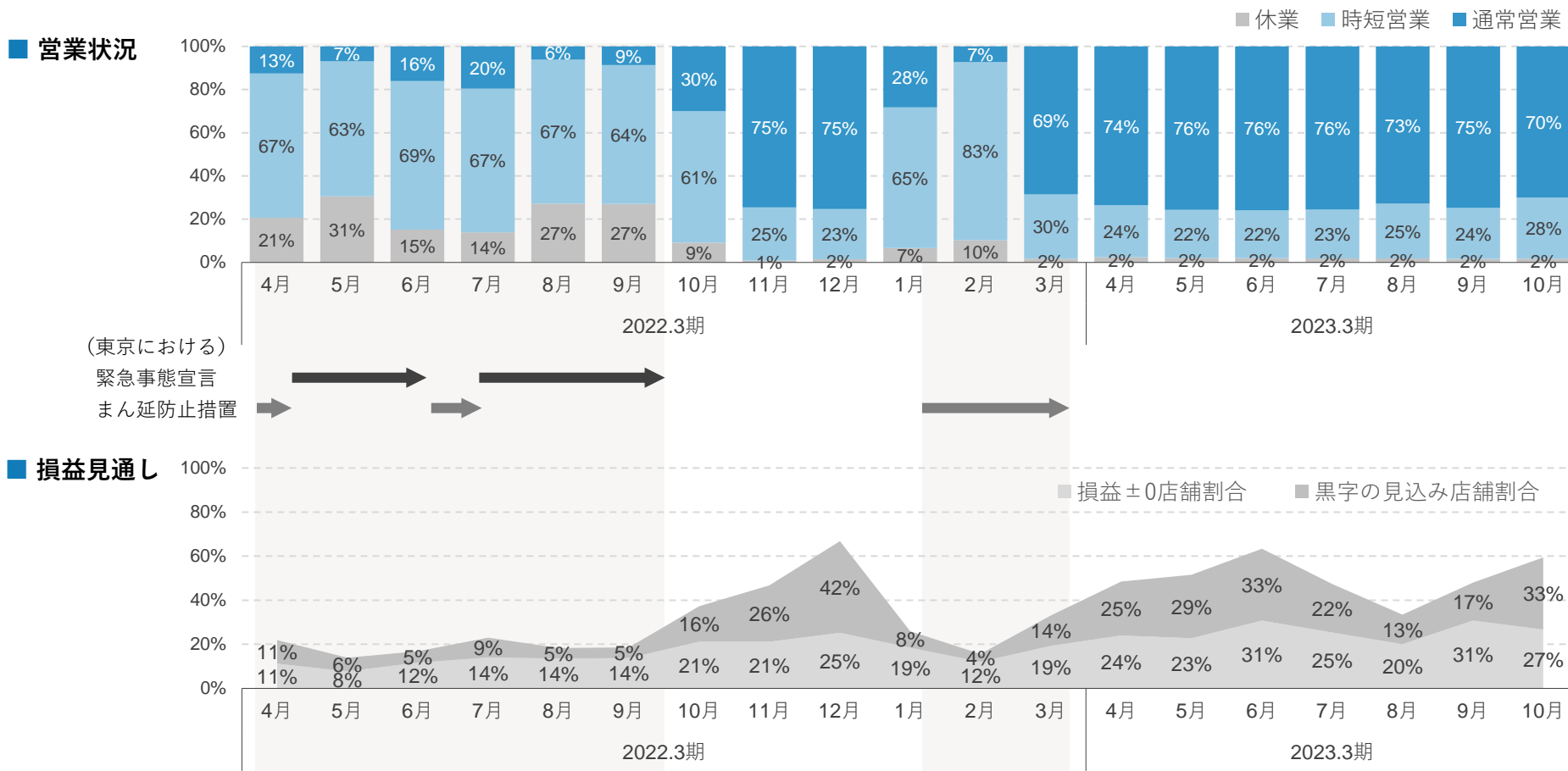
株式会社ぐるなび（証券コード / 2440）

食でつなぐ。  
人を満たす。



# はじめに ～ 飲食店の状況 ～

✓ 7～8月の飲食店の損益状況には感染拡大第7波の影響が見られたが、9月以降改善



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順調に進捗

### 第2四半期累計

- **各損失は修正予想（8月発表）より縮小して着地**
  - ✓ 売上高が、計画を上回って推移
  - ✓ 注力分野の絞り込みを通じ、コストコントロールを徹底

### 通 期

- **連結業績予想に変更なし**（詳細：P.11）
  - ✓ 飲食店販促サービスは着実に回復する見込みだが、新規サービス売上の立ち上がりに遅れが見られること等から前回予想を据え置き

# 決算概要

- ✓ 減収となったものの、経営資源配分の見直しにより損失は縮小
- ✓ 総有料加盟店舗数は、デリバリー・テイクアウト事業を終了（7/24）したことを主因に減少
- ✓ 一方、ユーザー基盤である楽天ID連携会員数は、感染拡大第7波においても拡大  
前年同期末比136万人増加し620万人超へ

	第2四半期累計	
	2022年3月期	2023年3月期
売上高	6,105 百万円	5,865 百万円 ↓
営業損失	-2,170 百万円	-1,609 百万円 ↑
親会社株主に帰属する四半期純損失	-2,240 百万円	-1,405 百万円 ↑
総有料加盟店舗数（2022年9月末）	61,107 店	46,222 店 ↓
楽天ID連携会員数（2022年9月末）	485 万人	621 万人 ↑

# 連結損益計算書

(単位：百万円)	2022年3月期 第2四半期累計	対売上高 比率	2023年3月期 第2四半期累計	対売上高 比率	前年同期比 変化率
売上高	6,105	100.0%	<b>5,865</b>	100.0%	-3.9%
売上原価	2,450	40.1%	<b>2,493</b>	42.5%	+1.8%
売上総利益	3,654	59.9%	<b>3,371</b>	57.5%	-7.7%
販売費及び一般管理費	5,824	95.4%	<b>4,980</b>	84.9%	-14.5%
営業損失	-2,170	-	<b>-1,609</b>	-	-
経常損失	-2,176	-	<b>-1,565</b>	-	-
税引前四半期純損失	-2,230	-	<b>-1,390</b>	-	-
親会社株主に帰属する四半期純損失	-2,240	-	<b>-1,405</b>	-	-

# 売上高内訳

(単位：百万円)	2022年3月期 第2四半期累計	2023年3月期 第2四半期累計	前年同期比 変化率
売上高	6,105	<b>5,865</b>	-3.9%
飲食店販促サービス	5,082	<b>4,433</b>	-12.8%
ストック型サービス	4,452	<b>3,788</b>	-14.9%
スポット型サービス	629	<b>644</b>	+2.4%
プロモーション	426	<b>543</b>	+27.3%
関連事業	596	<b>888</b>	+49.1%

## 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
- ✓ 月次では、4月をボトムに回復に向かう

## スポット型サービス

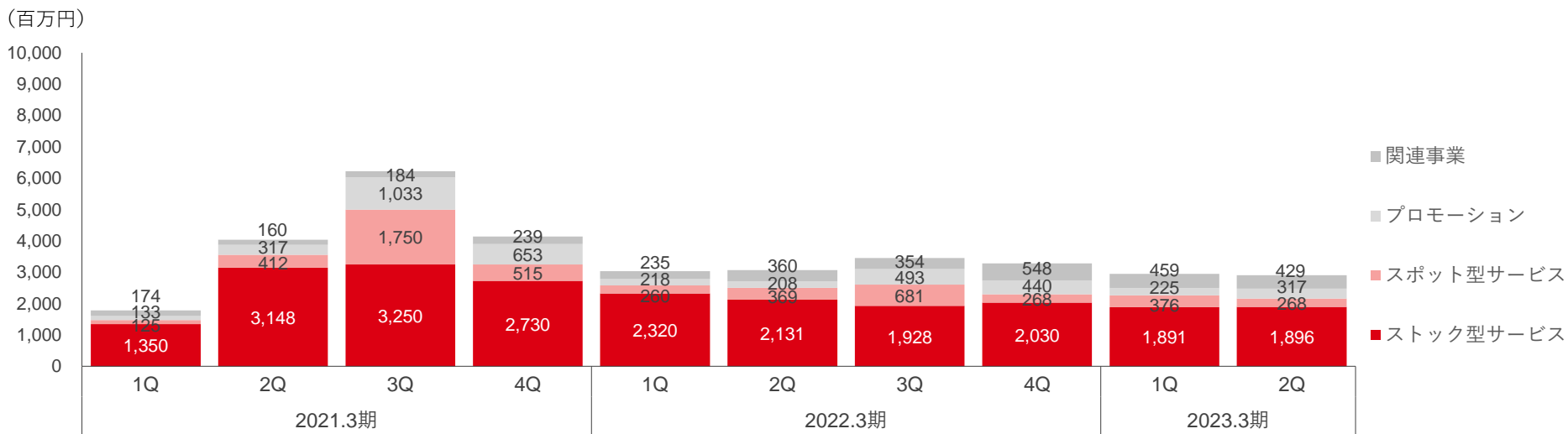
- ✓ 販促商品等のスポット販売売上が増加
- ✓ ネット予約手数料売上は2021年9月に開始した新加盟プランにおける手数料改定影響により減少

## プロモーション

- ✓ 継続的な営業活動の体制・手法の見直し効果に加え、外部環境の改善が背景となり、法人・自治体等向けプロモーションが拡大

## 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

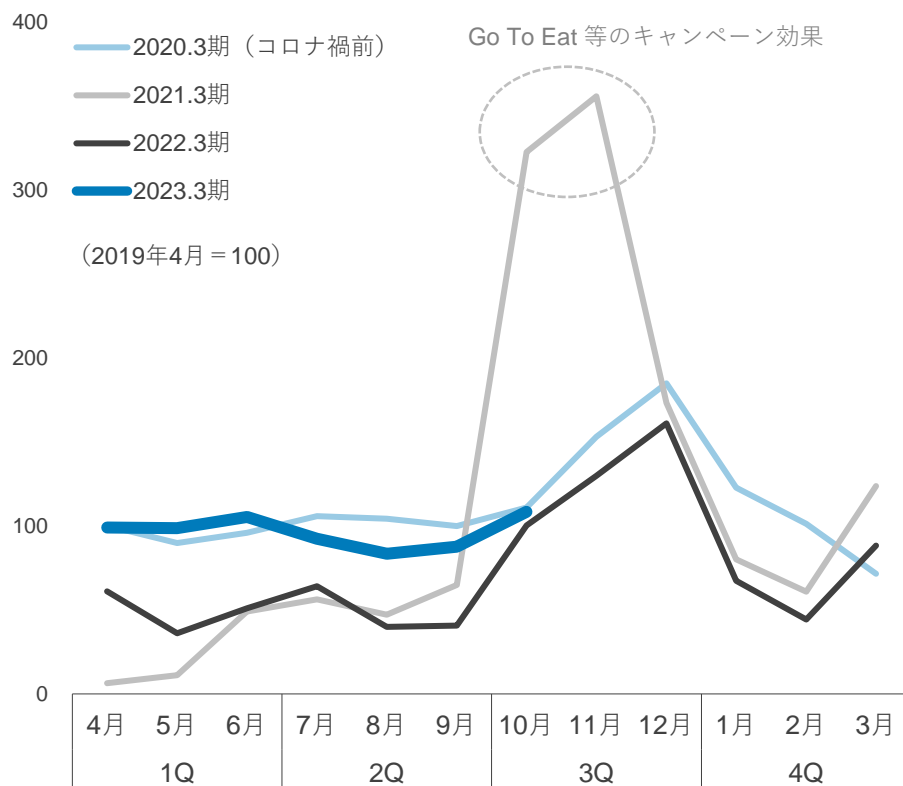


2022年3月期の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用。本資料において、2021年3月期以前の数値は適用前の開示済み数値を記載。

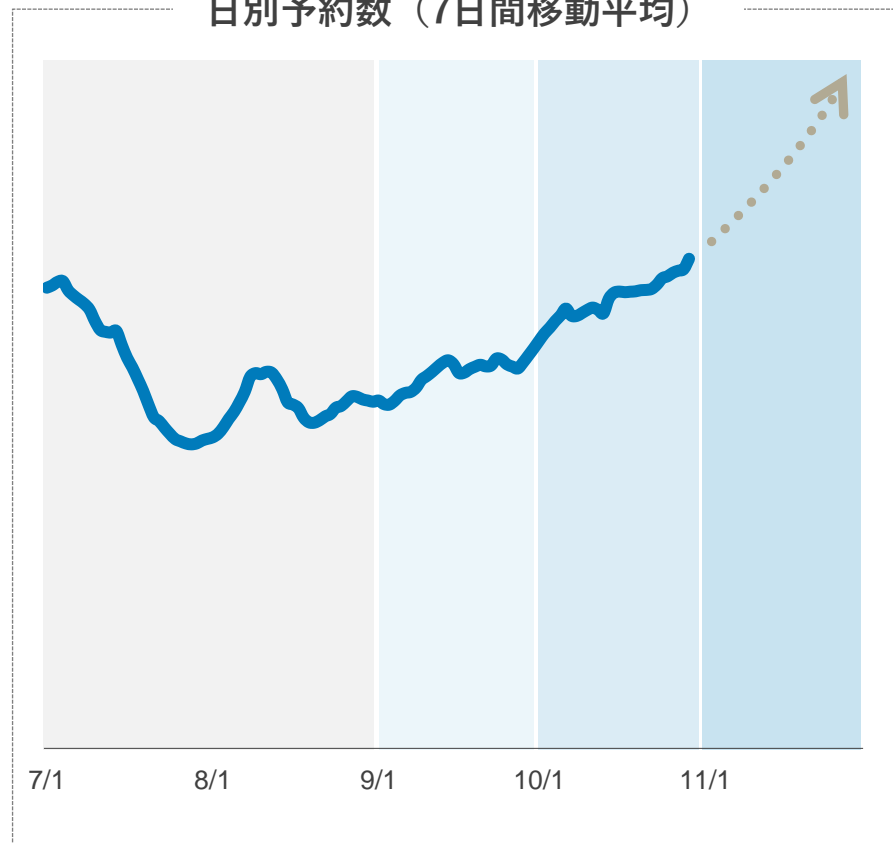
# ネット予約サービスの状況

- ✓ 予約件数は9月より増加に転じ、忘年会シーズンでの更なる回復・拡大が期待される

## ■ ネット予約件数の月次推移



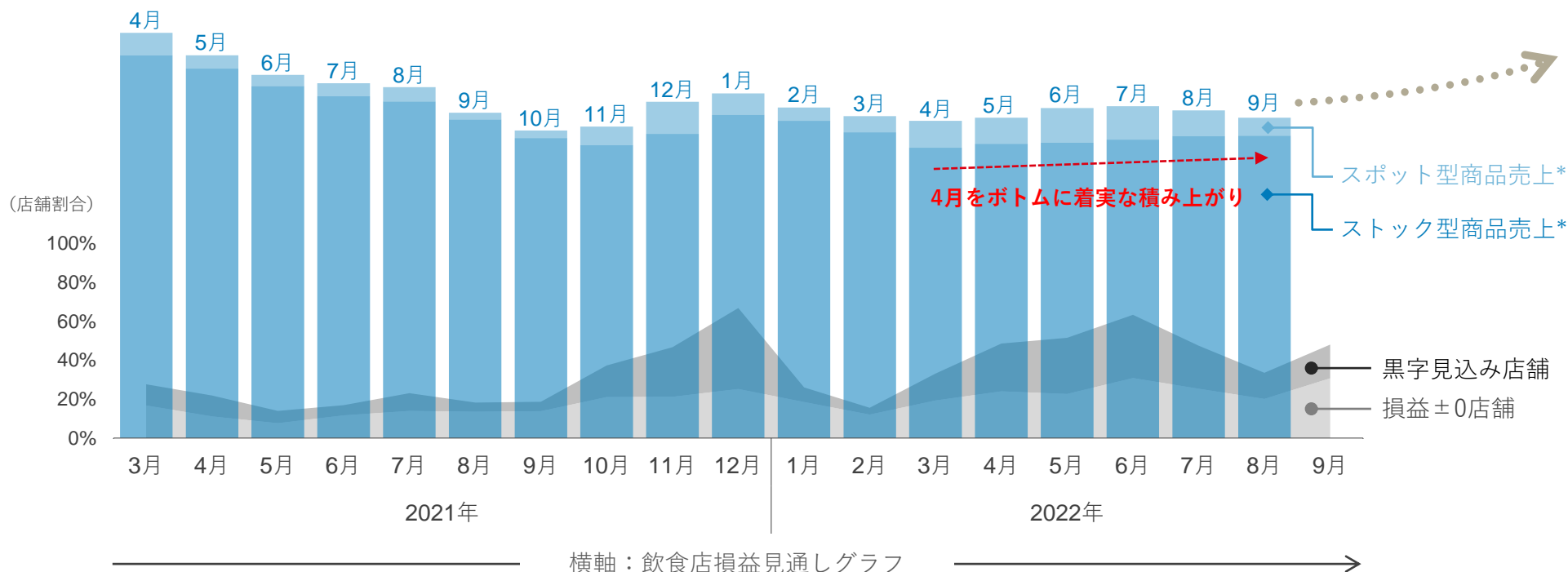
## 日別予約数 (7日間移動平均)



# 飲食店向け販促商品の月次販売動向

- ✓ 感染拡大第7波を受け7～8月の飲食店の損益状況に厳しさが見られたが、ストック型売上は堅調を維持
- ✓ 忘年会シーズンに向けたプランアップ・増額提案により、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



\*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2四半期累計	2023年3月期 第2四半期累計	前年同期比 変化率
総費用	8,275	7,474	-9.7%
売上原価	2,450	2,493	+1.8%
販売費及び一般管理費	5,824	4,980	-14.5%
人件費	3,493	3,170	-9.2%
賃借料	667	593	-11.1%
業務委託費	723	460	-36.4%
広宣・販促費	300	122	-59.4%
その他	639	634	-0.9%

## ✓ 人件費

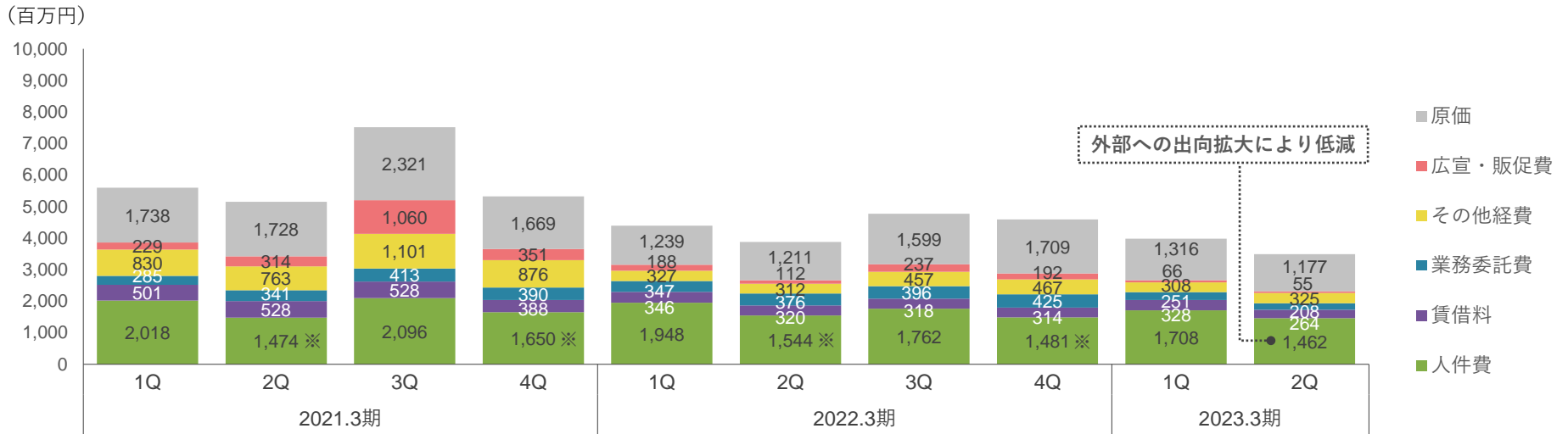
- ・ コロナ禍による厳しい業績を背景とした採用の抑制および自然減により、従業員数が減少
- ・ 協業先企業への出向は、5月より順次拡大し7月に実施完了

## ✓ 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」等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
- ・ 注力サービスの絞り込み等を通じ販促費を低減



# 連結貸借対照表

✓ 2022年8月 資本性劣後ローンによる資金調達22億円を実施

(単位：百万円)	2022年3月末	2022年9月末	前期末比	(単位：百万円)	2022年3月末	2022年9月末	前期末比
流動資産合計	10,691	<b>11,928</b>	1,236	流動負債合計	3,134	<b>3,628</b>	493
現金・預金※	6,962	<b>8,809</b>	1,846	未払金	1,302	<b>930</b>	-372
受取手形及び売掛金	2,661	<b>1,995</b>	-666	預り金※	1,040	<b>1,738</b>	698
未収入金	740	<b>762</b>	22	未払法人税等	34	<b>12</b>	-21
前払費用	379	<b>374</b>	-5	賞与引当金	239	<b>471</b>	232
貸倒引当金	-139	<b>-65</b>	74	ポイント引当金	19	<b>14</b>	-5
その他	87	<b>51</b>	-35	その他	498	<b>460</b>	-37
固定資産合計	1,415	<b>1,574</b>	158	固定負債合計	121	<b>2,382</b>	2,260
有形固定資産	-	<b>306</b>	306	長期借入金	-	<b>2,200</b>	2,200
無形固定資産	-	<b>222</b>	222	その他	121	<b>182</b>	60
投資その他の資産	1,415	<b>1,044</b>	-371	負債合計	3,255	<b>6,010</b>	2,754
				純資産合計	8,851	<b>7,491</b>	-1,360
				自己資本	8,767	<b>7,413</b>	-1,354
資産合計	12,107	<b>13,502</b>	1,394	負債純資産合計	12,107	<b>13,502</b>	1,394

2022年9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 - )

※ 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9月末：各1,658百万円）

## 飲食店販促サービスは着実な回復を見込む 第4四半期に黒字転換を図る計画に変更なし

### ■ 通期連結業績予想を据え置き

(単位: 百万円)	上期			下期			通期
	前回発表予想	実績	差異	従来見通し	見通し	差異	予想
売上高	5,300	5,865	+565	7,500	<b>6,934</b>	-565	<b>12,800</b>
営業損失	-2,500	-1,609	+890	-50	<b>-940</b>	-890	<b>-2,550</b>
経常損失	-2,500	-1,565	+934	-50	<b>-984</b>	-934	<b>-2,550</b>
親会社株主に帰属する当期純損失	-2,330	-1,405	+924	-70	<b>-994</b>	-924	<b>-2,400</b>

### < 下期見通しの背景 >

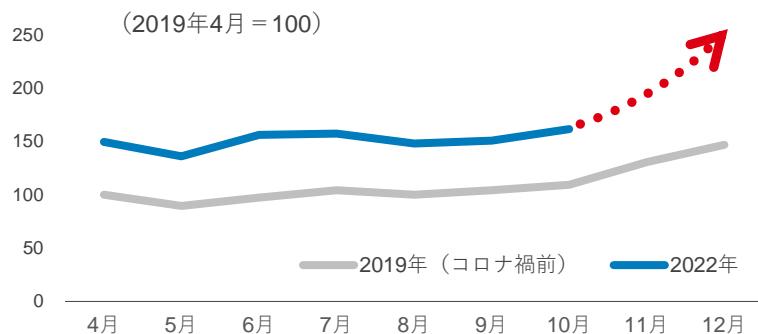
3Q	<b>損失拡大</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 新規サービス（ふるさと納税サービス等）の売上が当初想定を下回る見通し</li> <li>✓ 忘年会需要の喚起ならびに加盟飲食店への送客拡大のためのプロモーションを強化</li> </ul>
4Q	<b>黒字転換</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 売上の着実な拡大と3Qの追加コストの解消等により黒字転換</li> <li>✓ 飲食店向けストック型売上のベースを積み上げ、次期以降の利益創出につなげる</li> </ul>

## 強化施策進捗

# 強化施策進捗① イートイン送客の強化

## 楽天グループとの協業関係を活かした施策

**CVR向上** 楽天の持つノウハウを活かした継続的なUI改善



**流入拡大** 楽天会員基盤を活用した忘新年会キャンペーン

楽天ポイント増量キャンペーン	ネット予約クーポンキャンペーン
 <b>人数×最大400ポイント</b>	 <b>コース予約時に使えるクーポンを発行</b>

飲食店の経営体力回復を後押しすると共に当社送客支援に対する加盟店満足度を向上

新規加盟獲得へのリソース転換

減額・解約の低減

プランアップ・増額提案の推進

店舗数の拡大

ARPUの上昇

飲食店との絆の深化・顧客基盤の強化を通じて新規サービスの進展を図る

## カスタマーサクセス活動が導入店拡大のカギ

### 導入店舗数拡大ステップ

#### 1 契約企業数の拡大



#### 2 全体導入を見据えた先行導入



#### 3 グループ全体での活用



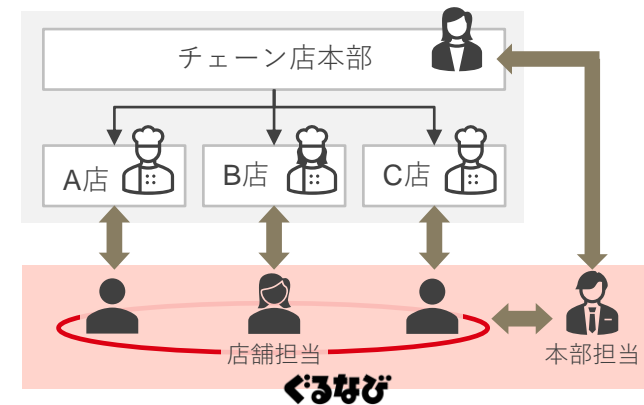
### 足元の取り組み

#### 契約社数は計画通りに拡大

- ✓ DX意識が高く、グループ店への導入拡大が見込める大手チェーンから提案
- ✓ カフェ、ファストフード等、多様な業態と契約

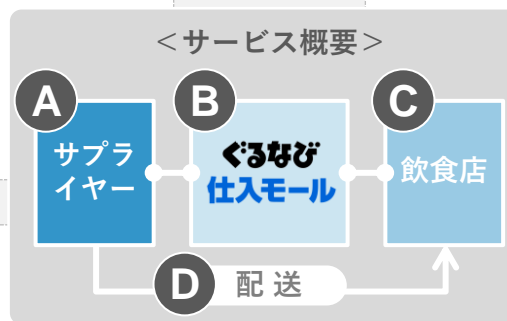
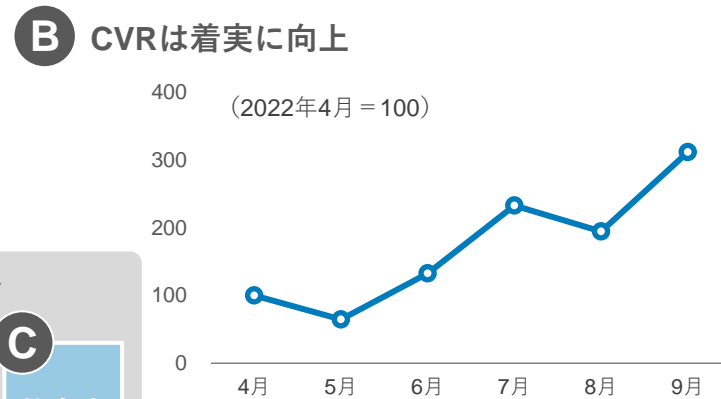
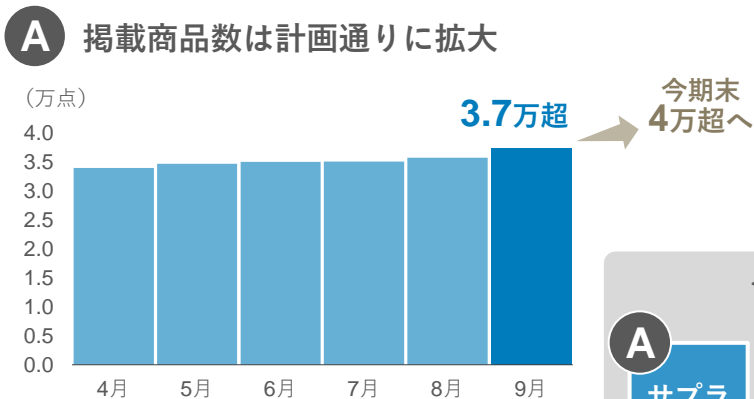
#### グループ全体への導入拡大に向けた活用支援

- ✓ 導入サポート体制を構築
- ✓ 各種店舗データ分析等による導入効果の可視化



中小規模店舗への導入に向けて連携先POSベンダー・販売パートナーの拡大を推進

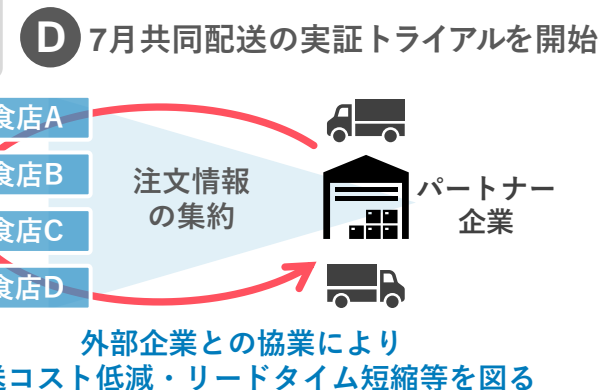
## 4つの施策の相乗効果により、流通総額拡大を図る



**C サービスの認知・利用拡大施策**

**主な施策**

- ✓ メールマガジン配信体制の整備
- ✓ LINE公式アカウントの運用  
(+準備中)
- ✓ 紙カタログの発刊  
(卸・メーカー等への掲載料課金)
- ✓ テンポスバスターズとの連携



# トピック：新たな取り組み

## 食を通じた地域社会振興への貢献

当社社員を  
『地域活性化起業人』として地方自治体へ派遣※

食文化振興・観光振興等を目指した連携



地域の魅力の発掘・再発見

商品・サービスの開発

情報発信・プロモーション

「ふるさと納税返礼品」等の開発・販路開拓を推進

※ 総務省による企業人材派遣制度を活用し、2022年10月現在10エリアに派遣

## 全国の“おいしい”との出会いを提供

有料会員制サービス  
「PREMIUM GOURMET CLUB™」を開始（9/1～）



この国には  
こんなにおいしいがある

[premium-gourmet.com](https://premium-gourmet.com)



### 1. コンシェルジュ

全国の名店から要望のお店を提案＆予約代行



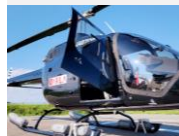
### 2. リザーブ

予約困難なお店の座席をリザーブし提供



### 3. ショッピング

全国の逸品・ふるさと納税返礼品等の提供



### 4. エクスペリエンス

ヘリコプター＆食体験ツアー等の感動体験の提供



<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>

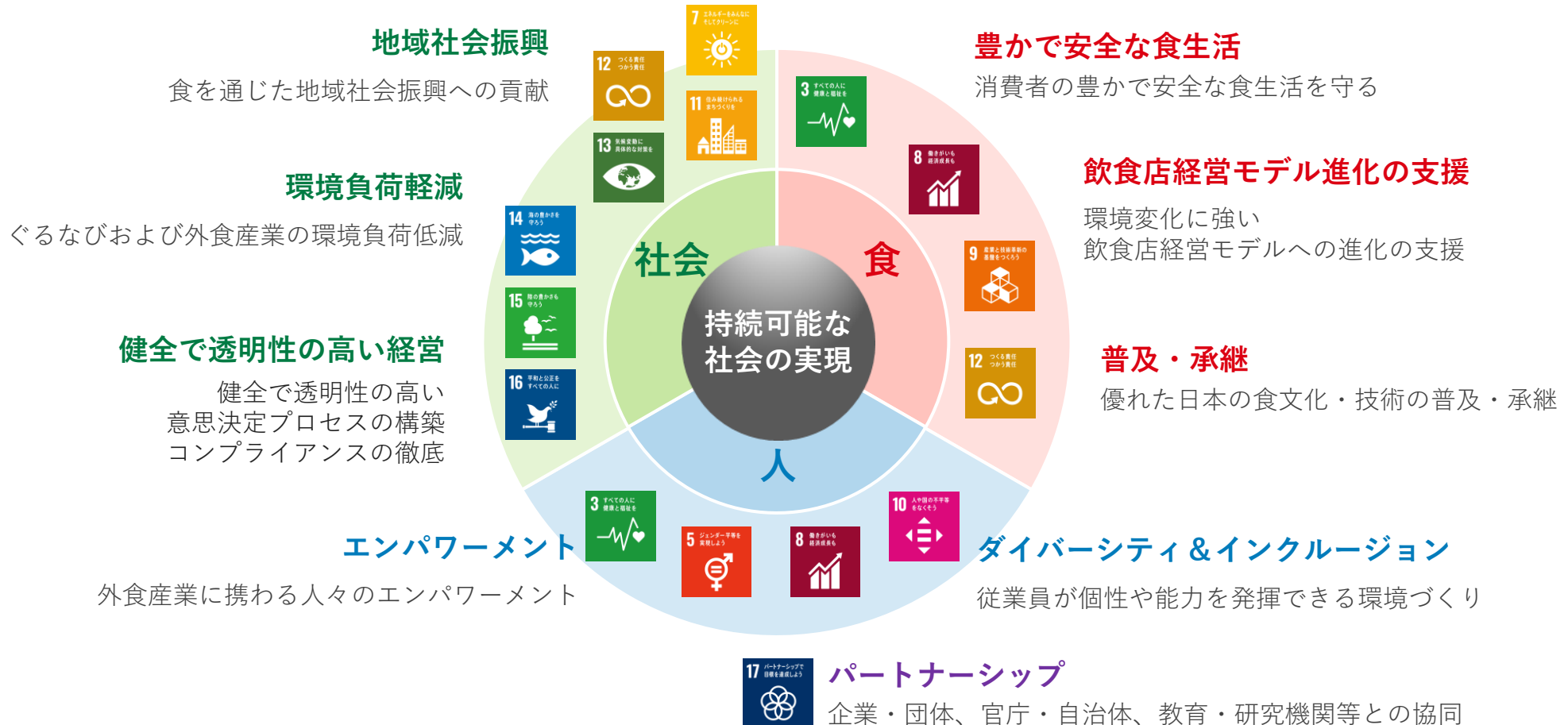
飲食店経営サポート企業への進化

## 参考資料

# 「サステナビリティ」に関する取り組み

「食」「人」「社会」が豊かであり続けるために

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



# 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	付与ポイント数選択可能（ポイント数に応じて課金） ランチ：11～41円/人 ディナー：55～205円/人		付与ポイント数固定 ランチ：41円/人 ディナー：205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

2023年3月期 第2四半期実績

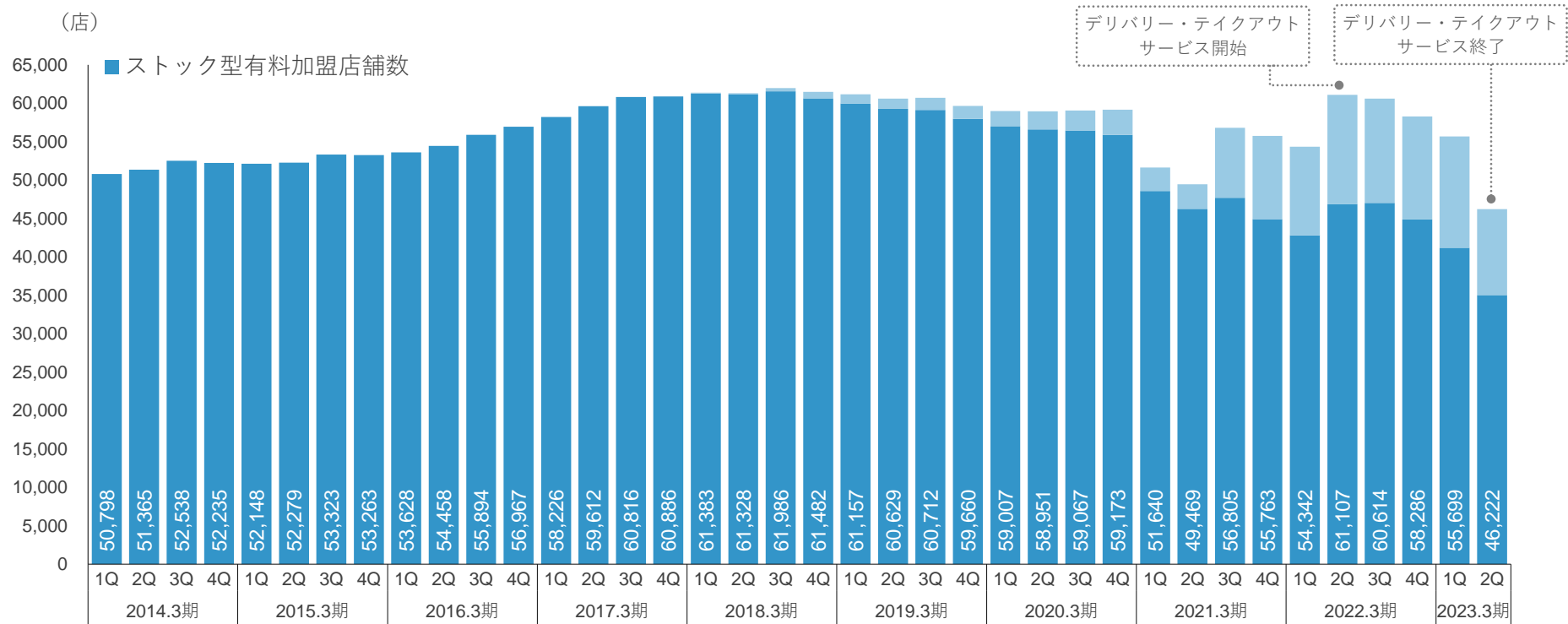
総有料加盟

**46,222** 店 (前年同期末比 ▲14,885店 ▲24.4%)

うちストック型有料加盟

**35,052** 店 (前年同期末比 ▲11,852店 ▲25.3%)

(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

■ 楽天ID連携会員数 : **621万人**

---

(2022年9月末、2021年9月末は485万人)

■ ぐるなび会員数 : **2,304万人**

---

(2022年10月1日時点、2021年10月は2,154万人)

■ 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	2Q
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	1,896
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	268
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	2,165
プロモーション	d	118	179	200	293	133	317	1,033	653	218	208	493	440	225	317
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	2,482
関連事業	f	451	433	461	382	174	160	184	239	235	360	354	548	459	429
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	2,911

(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	2Q
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	14,164
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	16,585

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

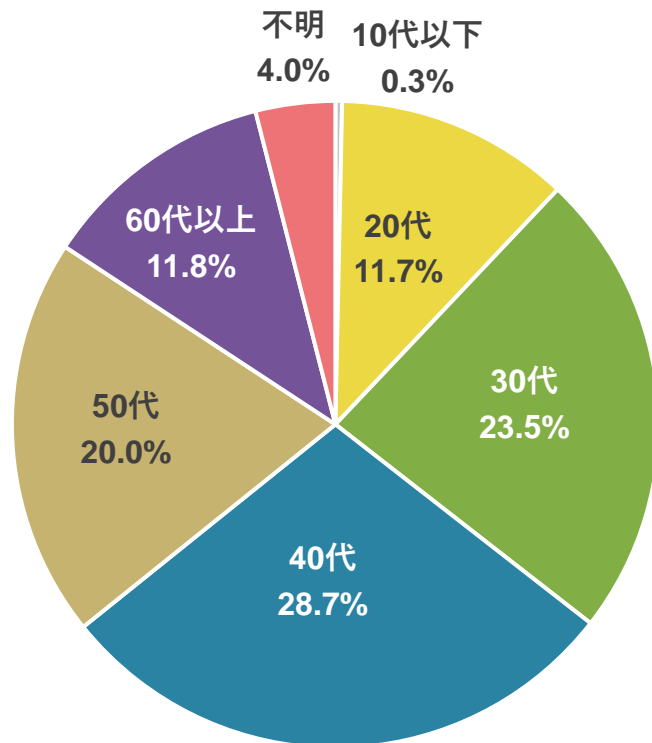
2022年3月期第1四半期以前の開示済み数値との乖離は、下記\*3)の定義によるストック型有料加盟店舗数に基づき再算出したことによる

(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	2Q
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	46,222
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	35,052

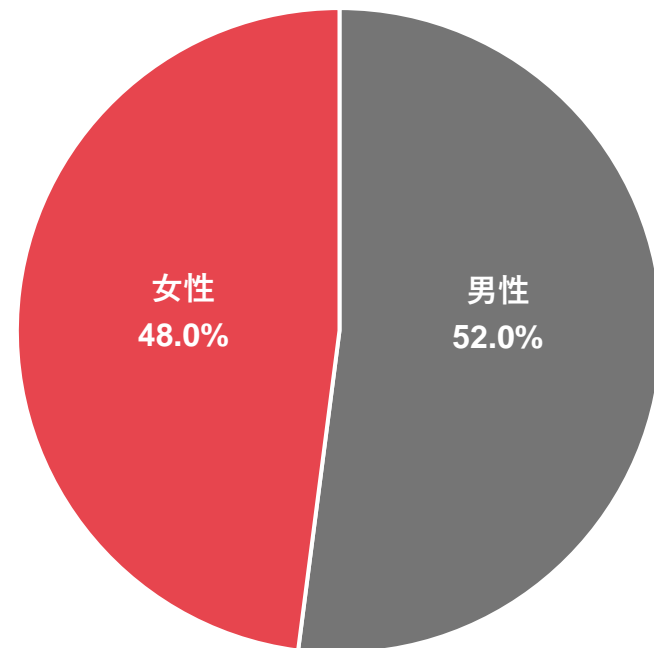
\*3) 月額固定課金サービスの利用店舗（ぐるなびサイトの有料掲載契約の有無問わず）

# ユーザー属性

年代別利用属性



性別利用属性



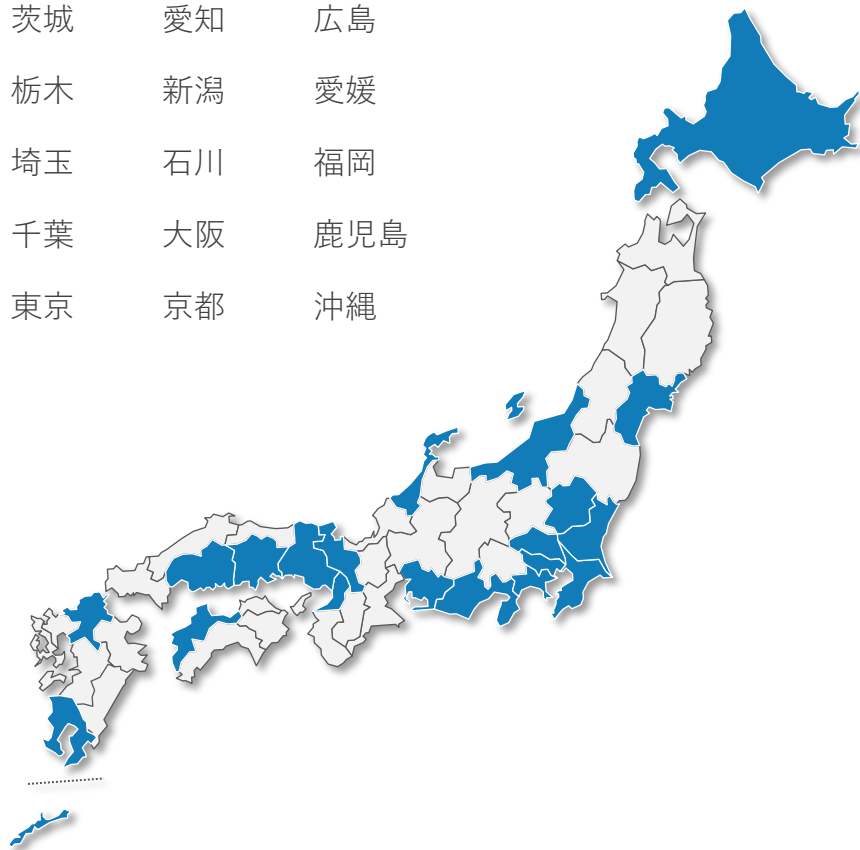
出典：ぐるなび会員情報（2022年9月時点）



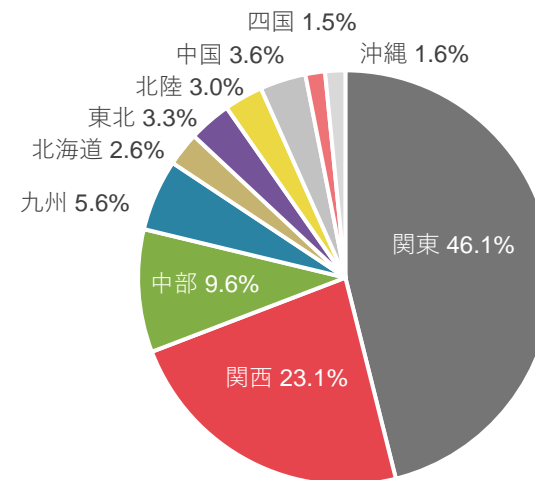
# 地域展開と加盟飲食店の属性

## 営業在籍エリア（21都道府県）

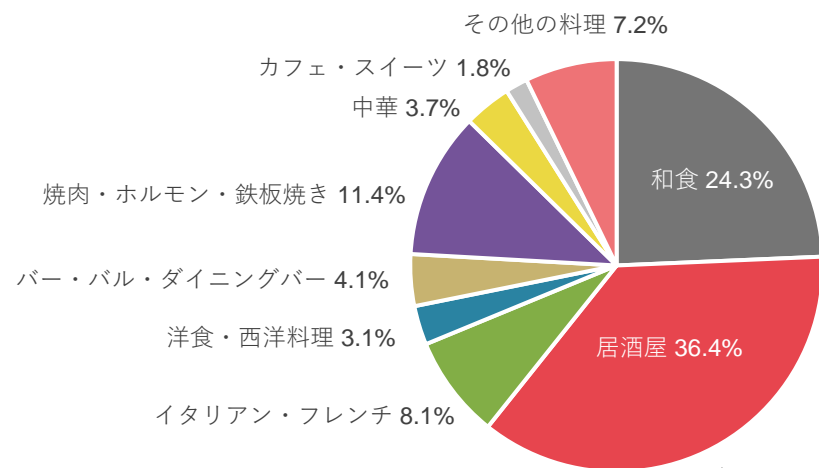
北海道	神奈川	兵庫
宮城	静岡	岡山
茨城	愛知	広島
栃木	新潟	愛媛
埼玉	石川	福岡
千葉	大阪	鹿児島
東京	京都	沖縄



## エリア別 有料加盟店割合



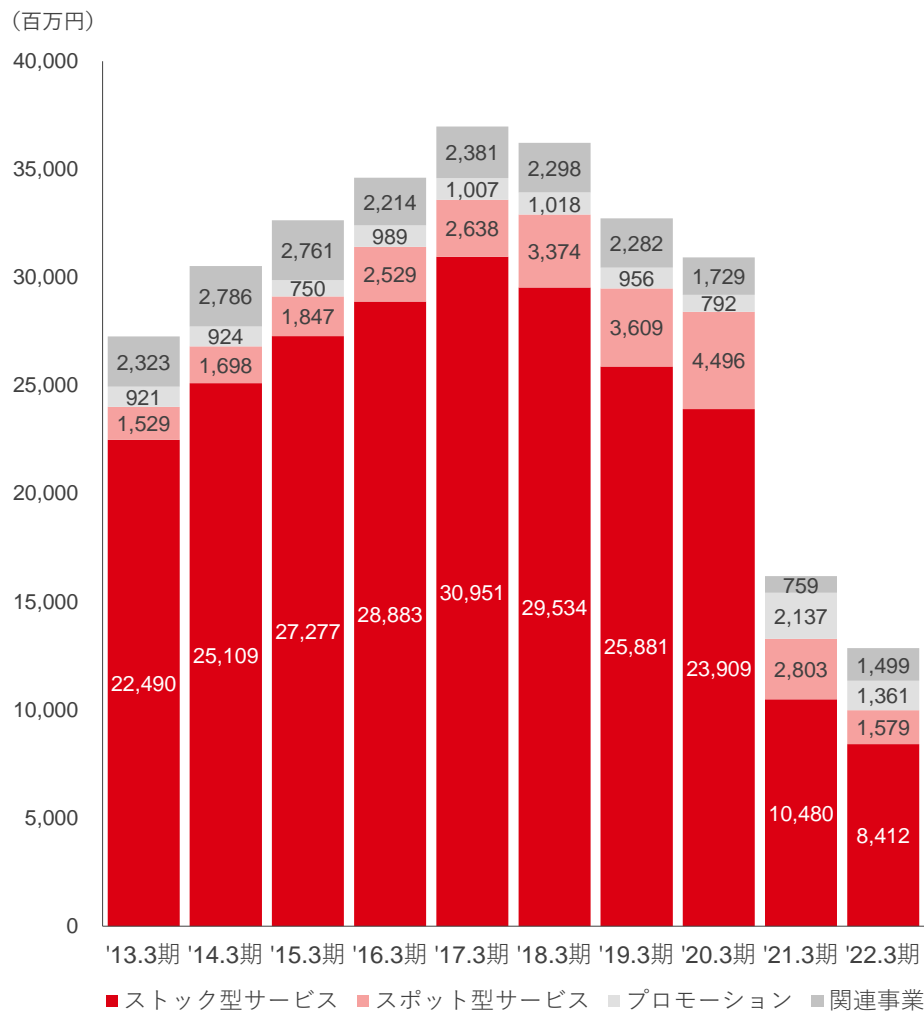
## 業態別有料加盟店割合



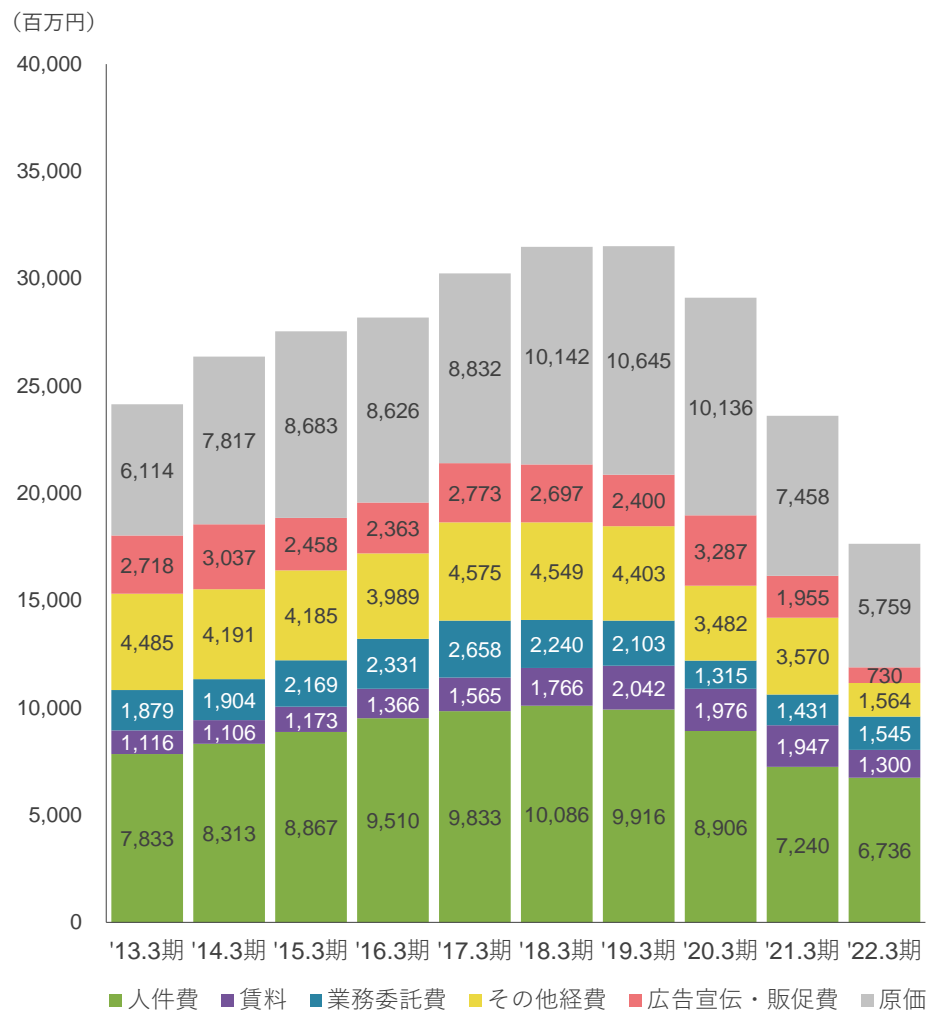
(2022年9月時点)

# 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)	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
<b>営業成績</b>										
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※ <sup>1</sup>	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
<b>資産・負債・純資産</b>										
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
<b>1株当たりデータ</b>										
1株当たり当期純利益又は当期純損失 (EPS,円)※ <sup>2</sup>	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)※ <sup>2</sup>	10	15	28	38	42	44	8	8	-	-
<b>その他</b>										
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。

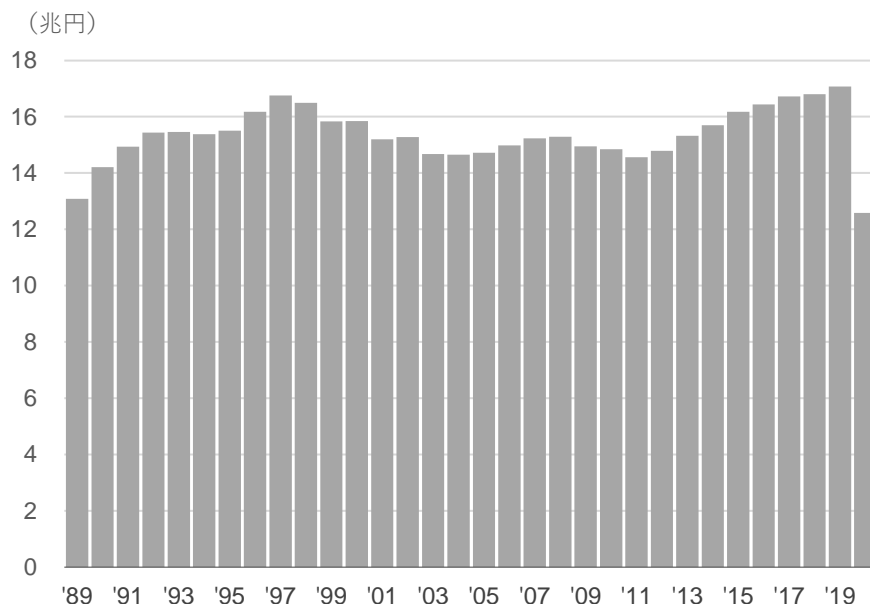
## ■ 飲食店舗数

**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

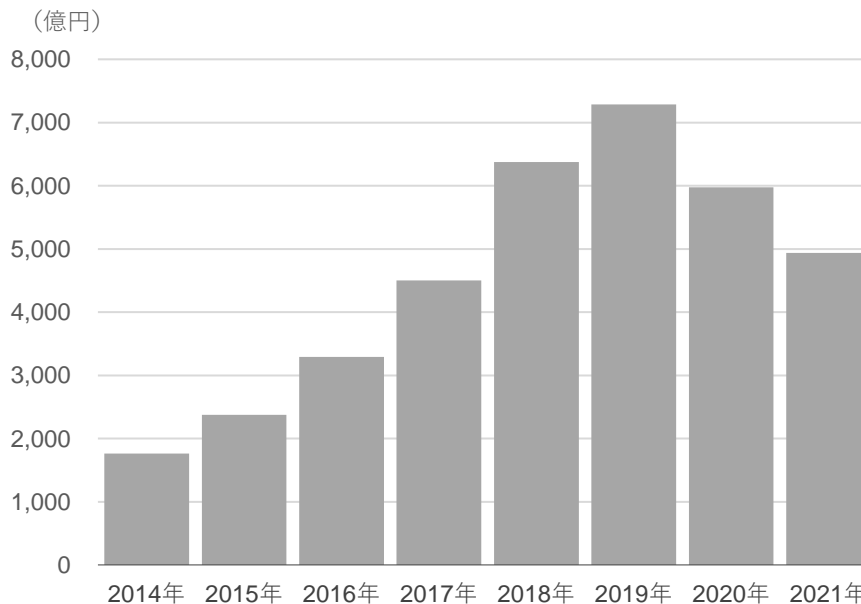


(財)食の安全安心財団「外食産業市場規模推移」より

\* 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3年度 電子商取引に関する市場調査」より

**2021年は前年比17%の減少**

# 会社概要 (2022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1-1-2 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	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)7.0%、(株)SHIFT4.1%、 (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%、 BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC)1.4% ※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:1,235名 連結:1,441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。