

ぐるなび

# 2025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）



- 売上高は、飲食店支援事業を中心に順調な滑り出し
- コストコントロールの徹底等により、各利益は当初想定を上回る
- 1Qの進捗を踏まえ、業績予想を上方修正（詳細：P.10）

# 連結損益計算書

(単位：百万円)	2024年3月期 第1四半期	対売上高 比率	2025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	2,586	100.0%	<b>2,879</b>	100.0%	+11.3%
売上原価	851	32.9%	<b>896</b>	31.1%	+5.4%
売上総利益	1,735	67.1%	<b>1,983</b>	68.9%	+14.3%
販売費及び一般管理費	1,802	69.7%	<b>1,838</b>	63.8%	+2.0%
営業利益又は営業損失	-67	-	<b>144</b>	5.0%	-
経常利益又は経常損失	-68	-	<b>130</b>	4.5%	-
税引前四半期純利益又は税引前四半期純損失	-279	-	<b>129</b>	4.5%	-
親会社株主に帰属する四半期純利益 又は親会社株主に帰属する四半期純損失	-285	-	<b>115</b>	4.0%	-

# 売上高内訳

(単位：百万円)	2024年3月期 第1四半期	2025年3月期 第1四半期	前年同期比 変化率
売上高	2,586	<b>2,879</b>	+11.3%
飲食店販促サービス	2,226	<b>2,515</b>	+13.0%
ストック型サービス	2,000	<b>2,198</b>	+9.9%
スポット型サービス	225	<b>317</b>	+41.1%
プロモーション	200	<b>136</b>	-32.0%
関連事業	160	<b>227</b>	+41.8%

## ストック型サービス

✓ 堅実な受注獲得と減解約の低減により、着実な拡大基調を継続

## スポット型サービス

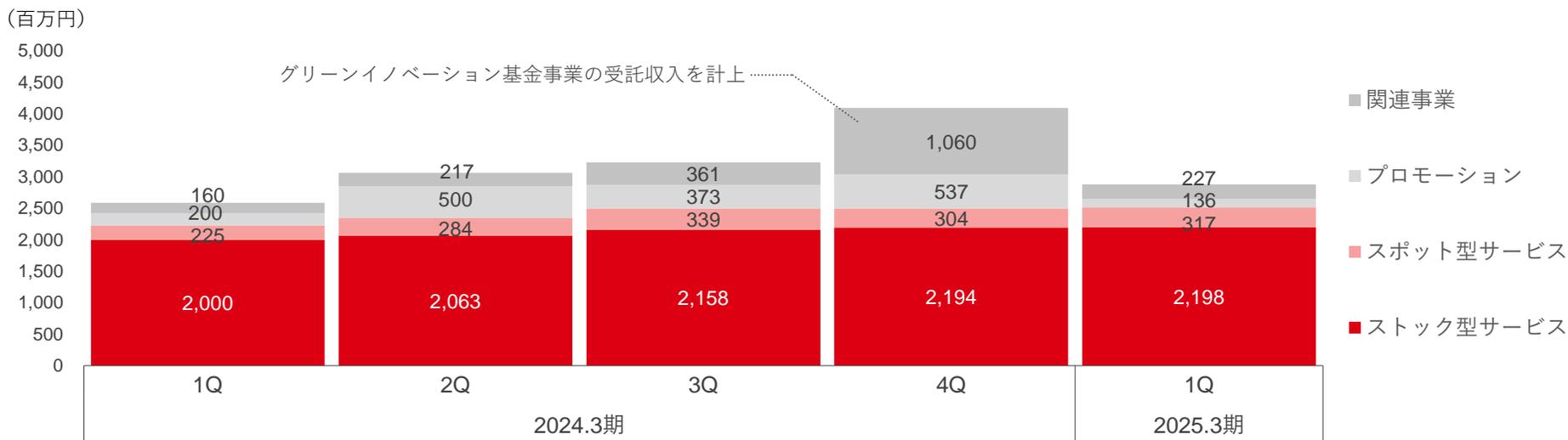
✓ 短期間での販促商品等の利用、ネット予約手数料売上ともに前年同期比増加  
(2023年3月期に実施した一部サービス終了による押し下げ影響は一巡)

## プロモーション

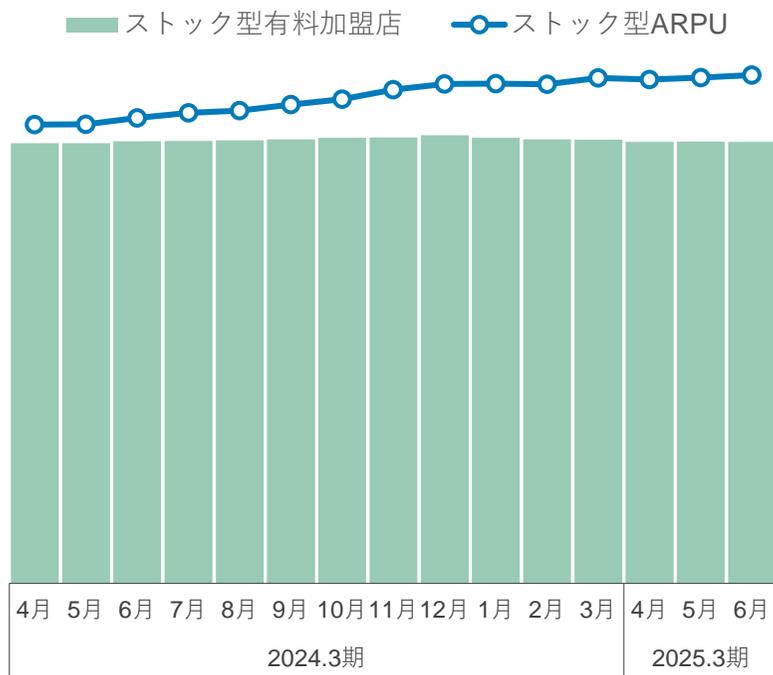
✓ 今期計画に対して順調に進捗

## 関連事業

✓ 店舗開発事業における新規開業に係るスポット収入、直営店売上等が増加  
✓ 厨房機器販売店「テンポスぐるなび」の売上を計上 (2024年4月5日グランドオープン)



## 店舗数拡大に向けた販売手法の改善・強化に着手



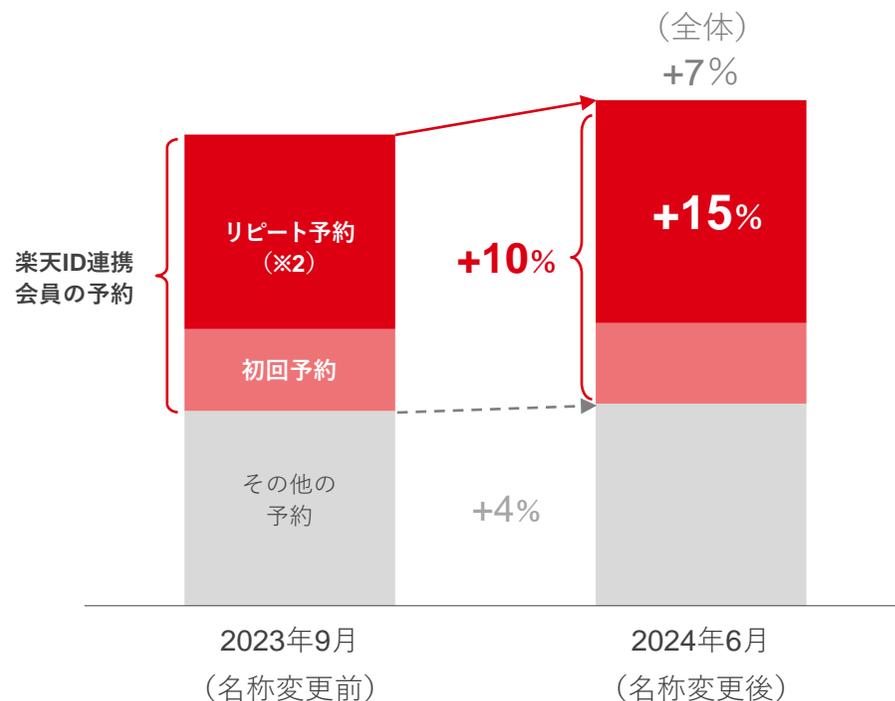
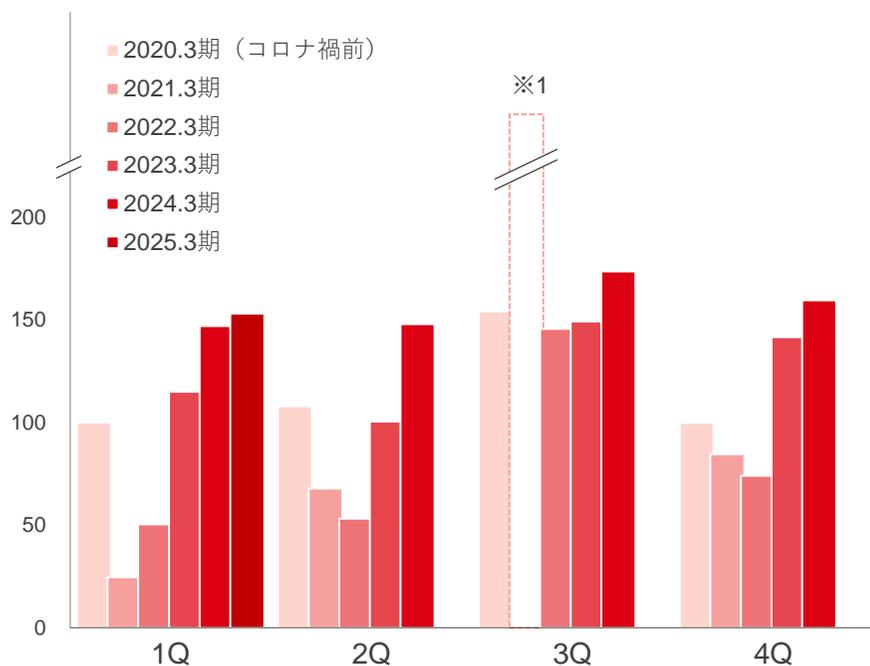
ARPUの上昇がストック売上成長を牽引  
店舗数拡大が課題との認識



# 飲食店販促サービス（2）～ ネット予約サービス ～

■ 1店舗当たりネット予約件数の推移（2020年3月期1Q = 100）

■ ネット予約全体に占める楽天ID連携会員の予約



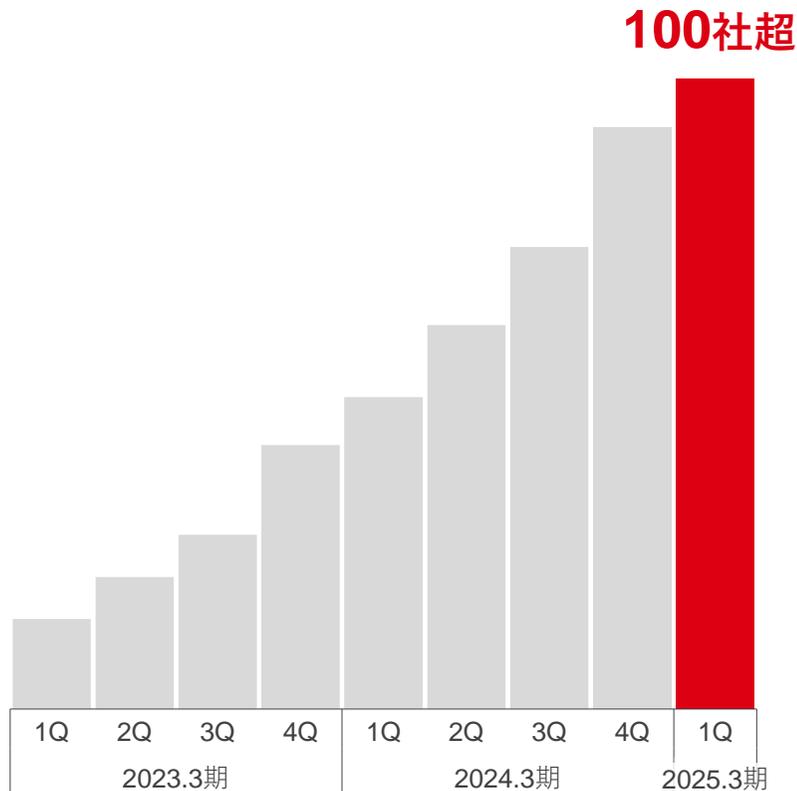
一つひとつのお店に対する送客力は着実に向上

「楽天ぐるなび強化」を通じて更なるリピート利用を目指す

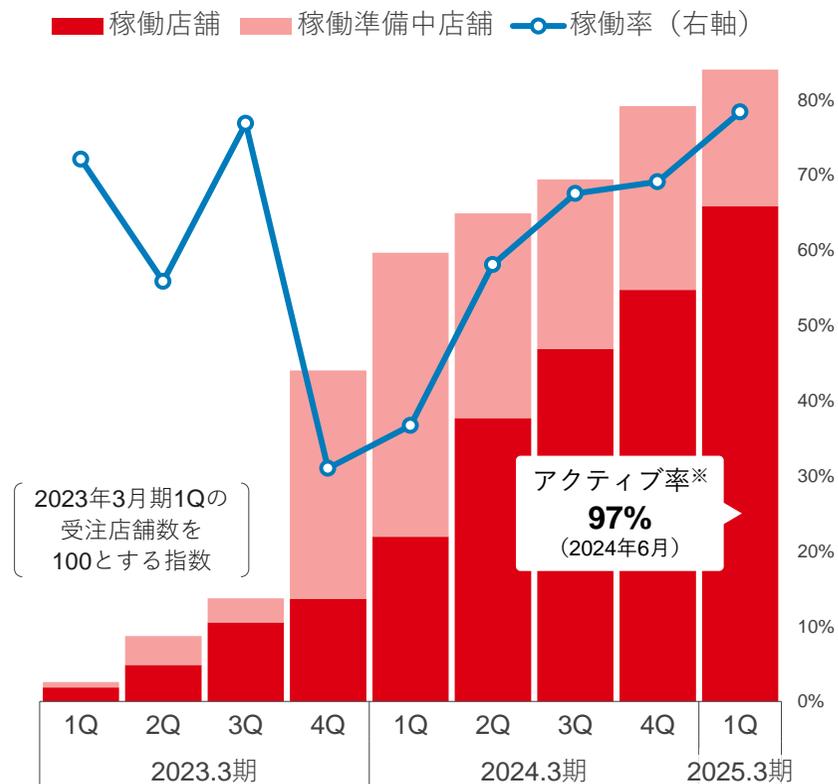
※1：Go To Eat等のキャンペーン効果  
 ※2：ぐるなび会員IDでの2回目以降の予約のうち、楽天ID連携している会員による予約

# モバイルオーダーサービス “ぐるなびFineOrder”

## ■ 契約企業数の推移



## ■ 受注店舗における稼働状況



※ 稼働店舗のうち、ぐるなびFineOrderを利用して注文が行われている店舗の割合

# 原価・費用内訳

(単位：百万円)	2024年3月期 第1四半期	2025年3月期 第1四半期	前年同期比 変化率
総費用	2,654	<b>2,735</b>	+3.1%
売上原価	851	<b>896</b>	+5.4%
販売費及び一般管理費	1,802	<b>1,838</b>	+2.0%
人件費	1,249	<b>1,161</b>	-7.0%
賃借料	222	<b>228</b>	+2.6%
業務委託費	154	<b>180</b>	+16.9%
広宣・販促費	63	<b>91</b>	+44.6%
その他	113	<b>176</b>	+55.3%

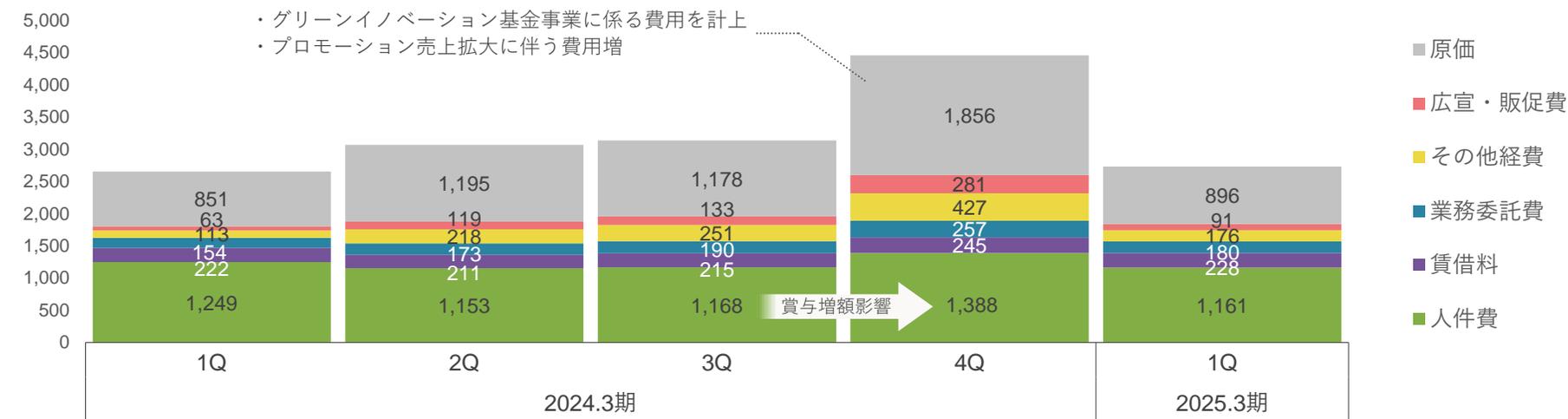
## 売上原価

- ✓ 売上拡大に伴い増加

## 販売費及び一般管理費

- ✓ 人件費  
業務の効率化・人材配置の最適化等を背景とした従業員数減により減少
- ✓ 業務委託費  
効果や効率性に留意しつつ、飲食店支援事業の強化策を推進
- ✓ 広宣・販促費  
「楽天ぐるなびの強化」施策の始動に伴い、主にポイント費用が増加
- ✓ その他  
貸倒引当金が、前期に発生した戻入りの影響解消により増加

(百万円)



# 連結貸借対照表

(単位：百万円)	2024年3月末	2024年6月末	前期末比	(単位：百万円)	2024年3月末	2024年6月末	前期末比
流動資産合計	9,591	<b>8,634</b>	-956	流動負債合計	2,768	<b>2,091</b>	-677
現金・預金	5,368	<b>5,578</b>	210	未払金	1,841	<b>1,198</b>	-643
受取手形及び売掛金	2,968	<b>1,668</b>	-1,299	預り金	103	<b>188</b>	84
未収入金	890	<b>876</b>	-13	未払法人税等	2	<b>3</b>	1
前払費用	359	<b>430</b>	70	賞与引当金	390	<b>126</b>	-263
貸倒引当金	-76	<b>-55</b>	20	ポイント引当金	27	<b>22</b>	-4
その他	81	<b>136</b>	54	その他	402	<b>552</b>	149
固定資産合計	1,819	<b>2,180</b>	360	固定負債合計	2,505	<b>2,492</b>	-13
有形固定資産	154	<b>372</b>	217	長期借入金	2,200	<b>2,200</b>	-
無形固定資産	531	<b>724</b>	193	その他	305	<b>292</b>	-13
投資その他の資産	1,133	<b>1,083</b>	-49	負債合計	5,273	<b>4,583</b>	-690
				純資産合計	6,137	<b>6,231</b>	94
				自己資本	6,118	<b>6,213</b>	94
資産合計	11,411	<b>10,815</b>	-595	負債純資産合計	11,411	<b>10,815</b>	-595

2024年6月末コミットメントライン契約の総額 5,000百万円  
 (借入実行残高 - )

## 第1四半期の実績を踏まえ、上期および通期業績予想を上方修正

(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	6,000	8,250	14,250	<b>6,000</b>	—	<b>8,250</b>	—	<b>14,250</b>	—
営業損益	-330	480	150	<b>10</b>	+340	<b>210</b>	-270	<b>220</b>	+70
経常損益	-340	470	130	<b>-30</b>	+310	<b>190</b>	-280	<b>160</b>	+30
親会社株主に帰属する当期純損益	-350	460	110	<b>-50</b>	+300	<b>180</b>	-280	<b>130</b>	+20

### 上期見通しの背景

- ✓ 第2四半期に想定していた店舗開発事業の売上の一部が下期へ後ろ倒しとなる見込み

### 下期見通しの背景

- ✓ 新たなネット予約促進プロジェクトをはじめとする「楽天ぐるなびの強化」のための費用を機動的に投下できるよう追加予算を確保
- ✓ 上期からの期ズレ費用の発生を見込む

# 施策進捗

# 当社ビジネスモデルの磨き上げ

ビジネスモデルの本領を発揮し、飲食店支援事業の成長力を引き上げる

**3** 「創って、作って、売る」

目指す姿

**1** 楽天ぐるなびの強化

ネット予約とシナジーを生む  
新たな販促商品づくり

ネット予約送客の拡大（=販売環境の改善）を図り  
「攻めの営業」への転換につなげる

ネット予約送客力

自社商品

外部

サポート力

アップセル・クロスセルによる増幅

当社売上

**2** マーケティングエージェント  
の本格化

飲食店が取り組む  
Web販促の一括支援の本格化

既存の営業体制が持つ  
サポート力を最大限に発揮

## 飲食店に集い、絆を深める宴会需要の活性化に向けて 新たに「幹事ガンバレプロジェクト」を始動

### 概要

#### 楽天会員向け“ロイヤリティプログラム”

- ✓ 3つの幹事ランクを設け、所定期間※における累計来店人数により判定
- ✓ 幹事ランクに応じ、通常のポイントに加えボーナスポイントを進呈

繰り返し、大勢で集まりたくなるネット予約サービスへ



飲食店への送客力の向上ひいては宴会文化の振興へ

先行施策 2024年6月3日～7月31日

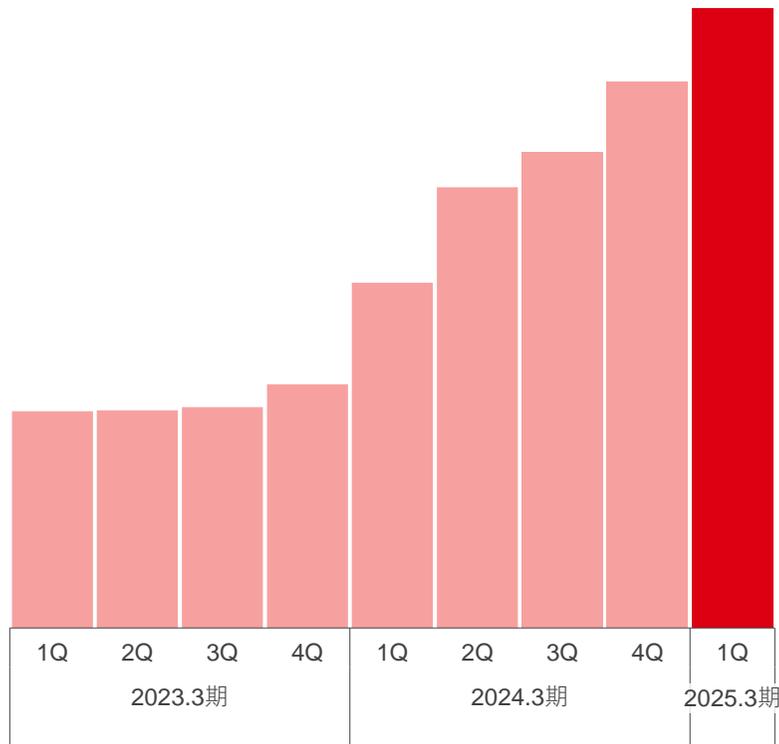
#### 幹事ボーナスポイントキャンペーン

※ 今回のキャンペーンでは「ひと月」

# マーケティングエージェントの本格化

## マーケティングエージェントサービスの状況（一例）

- Google ビジネスプロフィール（GBP）運用支援商品  
利用店舗数推移（2023.3期1Qの店舗数を100とする指数）



# その他の取り組み ～ 主なインバウンド支援サービスの現状 ～

行ってみたいニッポン。もう一度行きたいニッポンへ。

楽天ぐるなび外国語版

## Rakuten GURUNAVI

メニュー情報一元変換システム



外国人向けネット予約サービス

店頭決済型

事前決済型

< 予約連携先 >

- ・ Tripadvisor 等、海外大手旅行系サイト
- ・ 日本政府観光局 (JNTO)

トピック

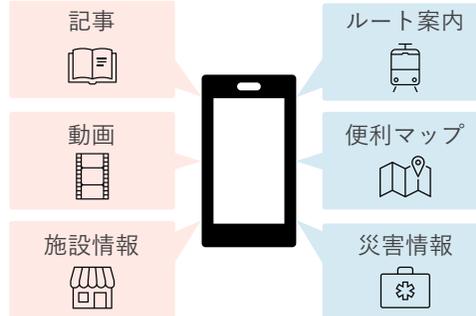
- ✓ 店舗の課題に合わせて選べる2種のパッケージ商品をリリース
- ✓ 今秋でのTOPページおよび商品のリニューアルに向けた準備を推進

訪日外国人向け観光情報サービス

## LIVE JAPAN PERFECT GUIDE

旅をより豊かに

不安・不便を軽減



トピック

- ✓ 2024年3月 楽天トラベルとの連携を開始
- ✓ 2024年7月現在 全国67の企業・団体からなるコンソーシアムに拡大

モバイルオーダーサービス

## ぐるなび FineOrder

多言語表示機能によるスムーズな注文受付



▲ぐるなびFineOrder案内POP (英語版)

利用者の声



ルーマニア人  
女性 20代

- ✓ メニューブックでも、英語表記があれば注文はできますが、スマホでの注文のほうが断然便利。
- ✓ 訪日旅行者にとって親しみやすいツールだと思います。

「**企業活動はすなわち社会貢献**」であるべきとの考えのもと創業

創業からつなぐ想い

日本の食文化を守り育てる

存在意義

食でつなぐ。人を満たす。

「食」が持つあらゆる可能性を模索し、  
「食」を通じてあらゆるヒト・モノ・コトをつなぎ合わせることで、  
世の中に対して新たな価値を提供し続け、  
持続可能なよりよい社会の実現に貢献していく企業であり続ける。

# サステナビリティ経営について（2） ～ 取り組み概要 ～

## サステナビリティに関する体制整備

経営企画部を主幹とする  
全社横断的な推進体制



## 重要課題の特定

サステナビリティに関する  
マテリアリティを特定

## リスク・機会の特定

「1.5℃/2℃」「4℃」2つのシナリオ  
に基づき重要なリスク・機会を特定

## 人事ポリシーの制定

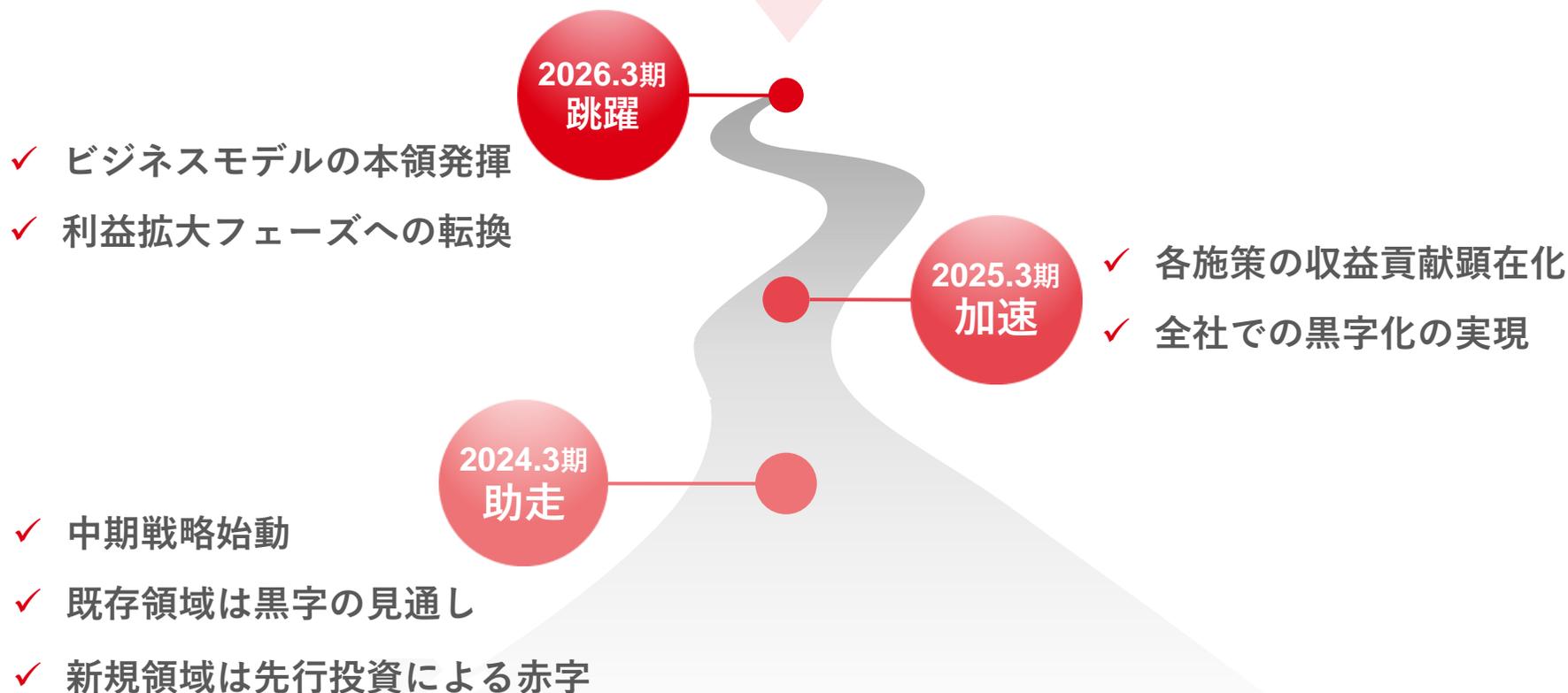
人的資本経営に対する考え方の明確化  
取り組みの一層強化へ

（詳細：有価証券報告書P.9～14）

[https://ssl4.eir-parts.net/doc/2440/yuho\\_pdf/S100TV5O/00.pdf](https://ssl4.eir-parts.net/doc/2440/yuho_pdf/S100TV5O/00.pdf)

最終年度に当たる2026年3月期はサービス開始30年目の節目

事業環境変化に強いビジネスモデルへの進化を遂げ、新たな成長軌道を描く



## 参考資料

# 「サステナビリティ」に関する取り組み（1） ～ 基本方針 ～

当社は創業時より企業活動はすなわち社会貢献であるべきとの考えのもと、  
外食市場を中心とした社会への価値提供を通じた企業価値の向上に努めております。

従ってサステナビリティについても経営方針と同じく、  
創業からつなぐ「日本の食文化を守り育てる」との想いを礎とした  
パーパス（存在意義）「食でつなぐ。人を満たす。」のもと、  
「食」が持つあらゆる可能性を模索し、  
「食」を通じてあらゆるヒト・モノ・コトをつなぎ合わせることで、  
世の中に対して新たな価値を提供し続け、  
持続可能なよりよい社会の実現に貢献していく企業であり続けることを  
基本方針としております。

# 「サステナビリティ」に関する取り組み（2） ～ 取り組み概要 ～

## サステナビリティに関する体制整備

経営企画部を主幹とする  
全社横断的な推進体制

## 重要課題の特定

サステナビリティに関する  
マテリアリティの特定



## リスク・機会の特定

「1.5℃/2℃」「4℃」2つのシナリオ  
に基づき重要なリスク・機会を特定

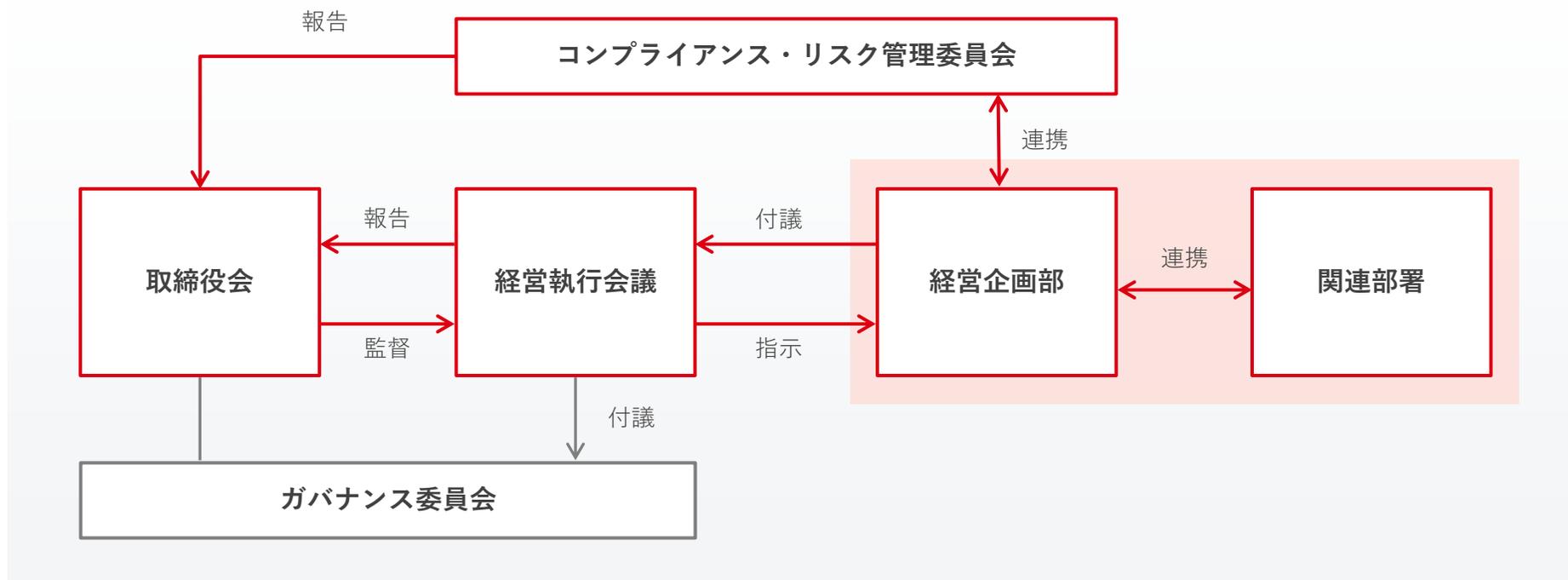
## 人事ポリシーの制定

人的資本経営に対する考え方の明確化  
取り組みの一層強化へ

# 「サステナビリティ」に関する取り組み（3） ～体制整備～

## ■ ガバナンス・リスク監理に関する体制

サステナビリティに関する重要課題の特定、リスクの抽出や識別等、それらに対する対応策の検討および実行等について、経営企画部を主幹とし、コンプライアンス・リスク管理委員会をはじめとする関連部署と連携しながら全社横断的に取り組んでおります。



# 「サステナビリティ」に関する取り組み（4） ～ 重要課題の特定 ～

パーパスの体現  
食でつなく。人を満たす。

社会  
への影響

サービスを通じて  
創出する事業価値

価値創造を支える  
経営・組織基盤

## 8つのマテリアリティ（重要課題）

**7 当社および外食産業の  
環境負荷低減**



食材ロス低減や資源の保全等に寄与することで  
地球環境への負荷を低減

**8 優れた日本の食文化・技術の  
普及・承継**



日本の食文化とその文化を支える技術を普及・承継  
することで、食を通じた豊かな社会の実現に貢献

**5 外食産業における  
バリューチェーン全体最適化**



気候変動を含む社会環境変化の中で、  
外食産業の持続的発展を実現

**6 食を通じた地域社会振興**



食を通じて地域の魅力を発掘し、広く発信

**3 飲食店の持続可能な  
経営モデルへの進化支援**



飲食店の持続的な利益創出と労働環境の改善を  
支える提供価値・サービスの拡充

**4 消費者の安全・安心で  
充実した食体験を守る**



消費者が利便性高く安心してお店選びができる状態  
を作り出すと同時に多様な食の楽しみ方を提案

**1 コーポレートガバナンスの強化**



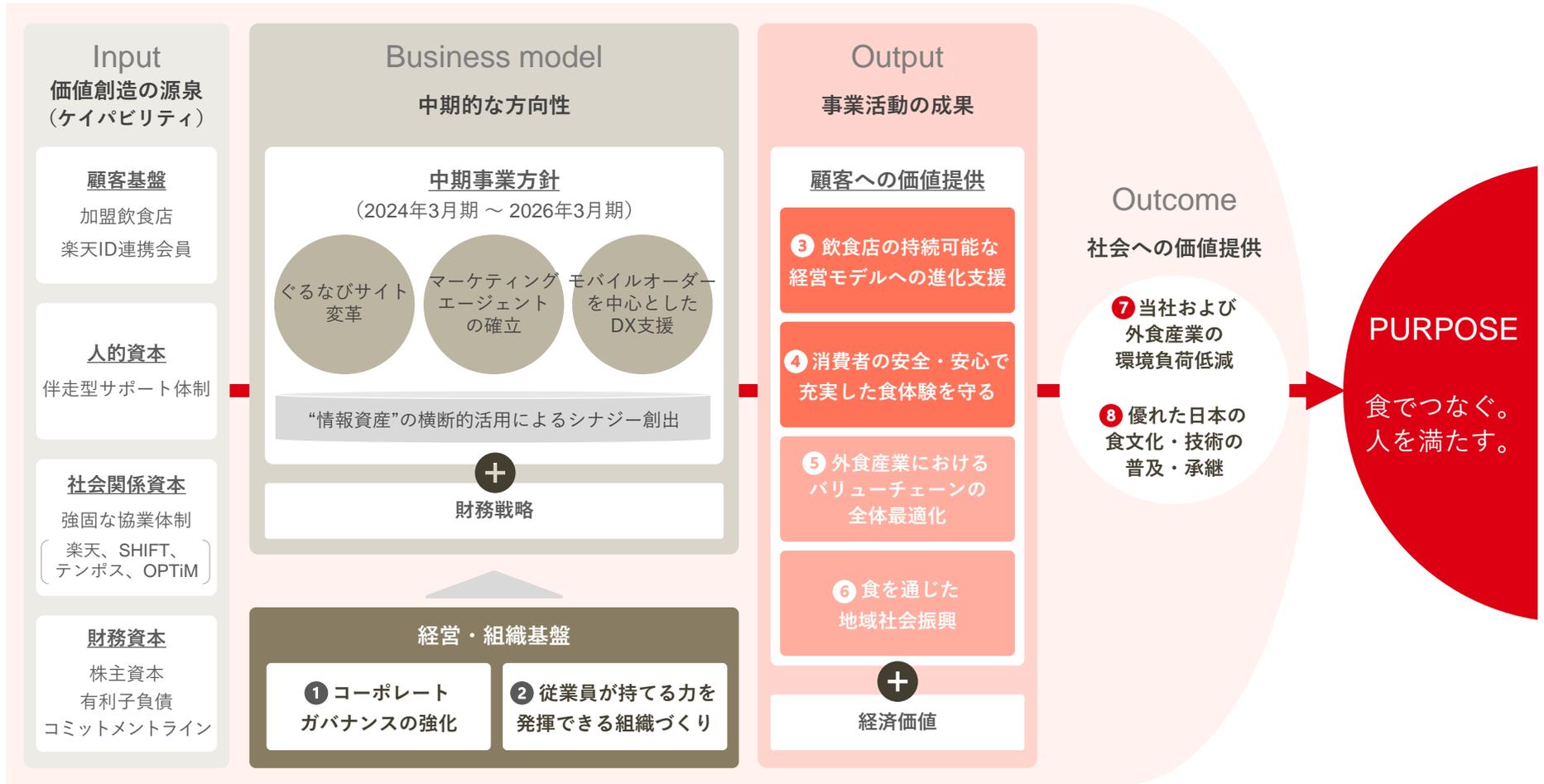
すべてのステークホルダーからの信頼に応える

**2 従業員が持てる力を  
発揮できる組織づくり**



社内環境整備と人材育成に取り組む

# 「サステナビリティ」に関する取り組み (5) ～ 価値創造プロセス ～



# 「サステナビリティ」に関する取り組み（6） ～リスク・機会の特定～

「1.5℃/2℃シナリオ」と「4℃シナリオ」について検討を行い、その結果、以下のとおり当社の気候変動に関する主なリスクと機会を認識し、またそれらに対する取り組みを検討・実行しております。

分類		リスクと機会の概要	主な取り組み	
リスク	移行	政策・法規制	CO2排出量に関する規制強化に伴うコストの増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>当事業業の特性上、本リスクによる影響は限定的と認識</li> <li>オフィスやデータセンターにおける省エネルギー運営のほか「Hybridな働き方」によりCO2排出量抑制を図る</li> </ul>
		市場	消費者の環境意識の高まりに伴う当社サービスの需要の低下	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者ニーズに即した掲載情報やコンテンツの継続的な見直し</li> <li>日本の外食産業の全体最適化に資する事業等の構築に着手</li> </ul>
		評判	気候変動への対応遅れに伴うステークホルダーからのレピュテーションの低下	<ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動対応情報の開示の充実に継続的に取り組む</li> </ul>
	物理的	急性	台風や洪水等の自然災害の激甚化による当社事業運営への影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>就業場所に捉われないリモートワークの仕組や環境を構築済み</li> <li>データセンターは複数拠点の利用により影響の軽減を図る</li> <li>事業内容、環境変化に応じ、適宜BCPの見直しの検討を進める</li> </ul>
		急性	台風や洪水等の自然災害の激甚化による当社サービスの需要の低下	<ul style="list-style-type: none"> <li>最適な事業ポートフォリオ構築（飲食店支援以外の収益源の獲得）の必要性を認識</li> </ul>
		慢性	温暖化の進行に伴う当社サービスの需要の低下	<ul style="list-style-type: none"> <li>農業生産、流通の最適化に資する事業の構築に着手</li> <li>飲食店の仕入れ効率化に資するサービスの構築を検討中</li> <li>内食、中食の楽しみの醸成に関するサービスの構築に着手</li> </ul>
機会	製品・サービス	環境意識の高まりに伴う外食市場の担い手の価値観や取り組みの変容に応じた新商品・サービスの開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者ニーズに即した掲載情報、コンテンツの継続的な見直し</li> <li>日本の外食産業の全体最適化に資する事業等の構築に着手</li> <li>飲食店の業務効率化、省人化に資するサービスの提供を拡充</li> </ul>	
	市場	環境課題解決に向けた取り組みによるステークホルダーからのレピュテーションの向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動対応情報の開示の充実に継続的に取り組む</li> </ul>	

# 「サステナビリティ」に関する取り組み（7） ～ 人的資本経営の推進① ～

## 2020年に発足した「働き方進化プロジェクト」のもと 3つのシフトを軸に人的資本経営の基礎を強化

### Smart Work Shift

生産性高く、主体的かつ効率的な働き方

### Workstyle Shift

個人にあった働き方

### Ownership Shift

一人ひとりが主役

### Management Shift

生産性向上、価値創造の促進

### 働きがいの向上

#### 働きやすさの向上

##### 働き方の柔軟性 多様性の向上

- ✓ 就業場所の拡大
- ✓ 遠隔勤務制度の導入
- ✓ フレックスタイム制度の導入
- ✓ 出社とリモートワークを併用する「Hybridな働き方」の導入

##### 仕事のしやすさの向上

- ✓ リモートワーク下におけるコミュニケーションガイドの作成
- ✓ マネジメントハンドブックの作成
- ✓ 全社朝礼の見直し等社内コミュニケーションの活性化

#### やりがいの向上

##### 成長実感の向上

- ✓ 社内公募制度の強化
- ✓ 全社員および役職、職種毎の役割定義の明確化
- ✓ e-ラーニングシステムの全社導入

##### 貢献実感の向上

- ✓ 表彰制度の見直し
- ✓ 人事制度の改定
  - ・グレード制度
  - ・報酬制度
  - ・評価制度

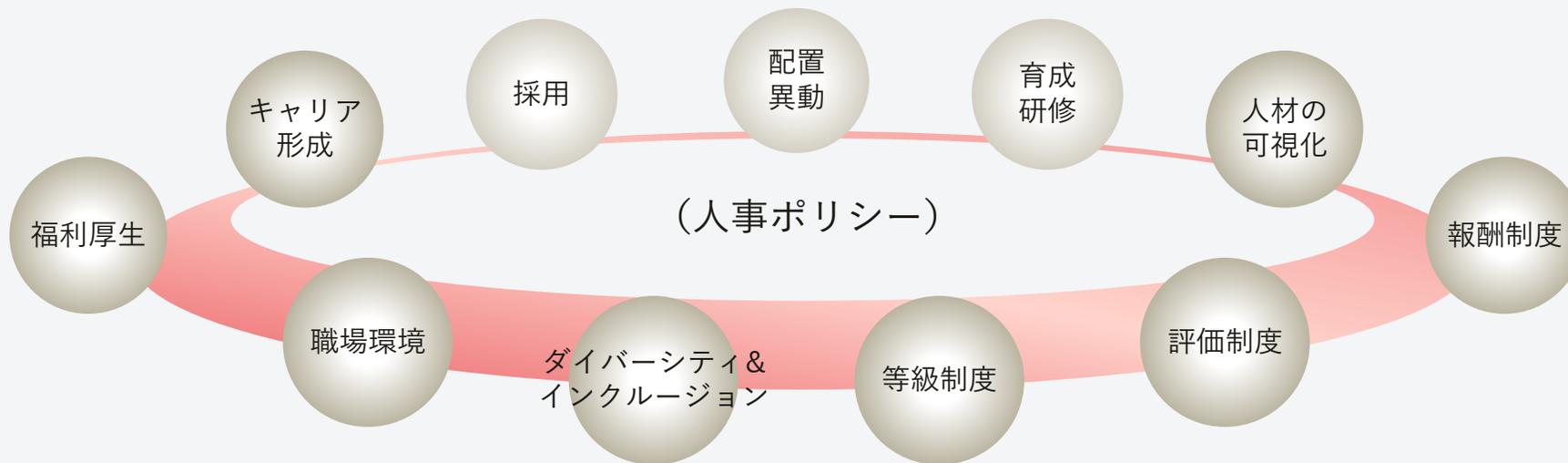
支える仕組みとして、タレントマネジメントシステムを活用

人的資本経営の基本方針となる「人事ポリシー」を新たに制定（2024年4月）

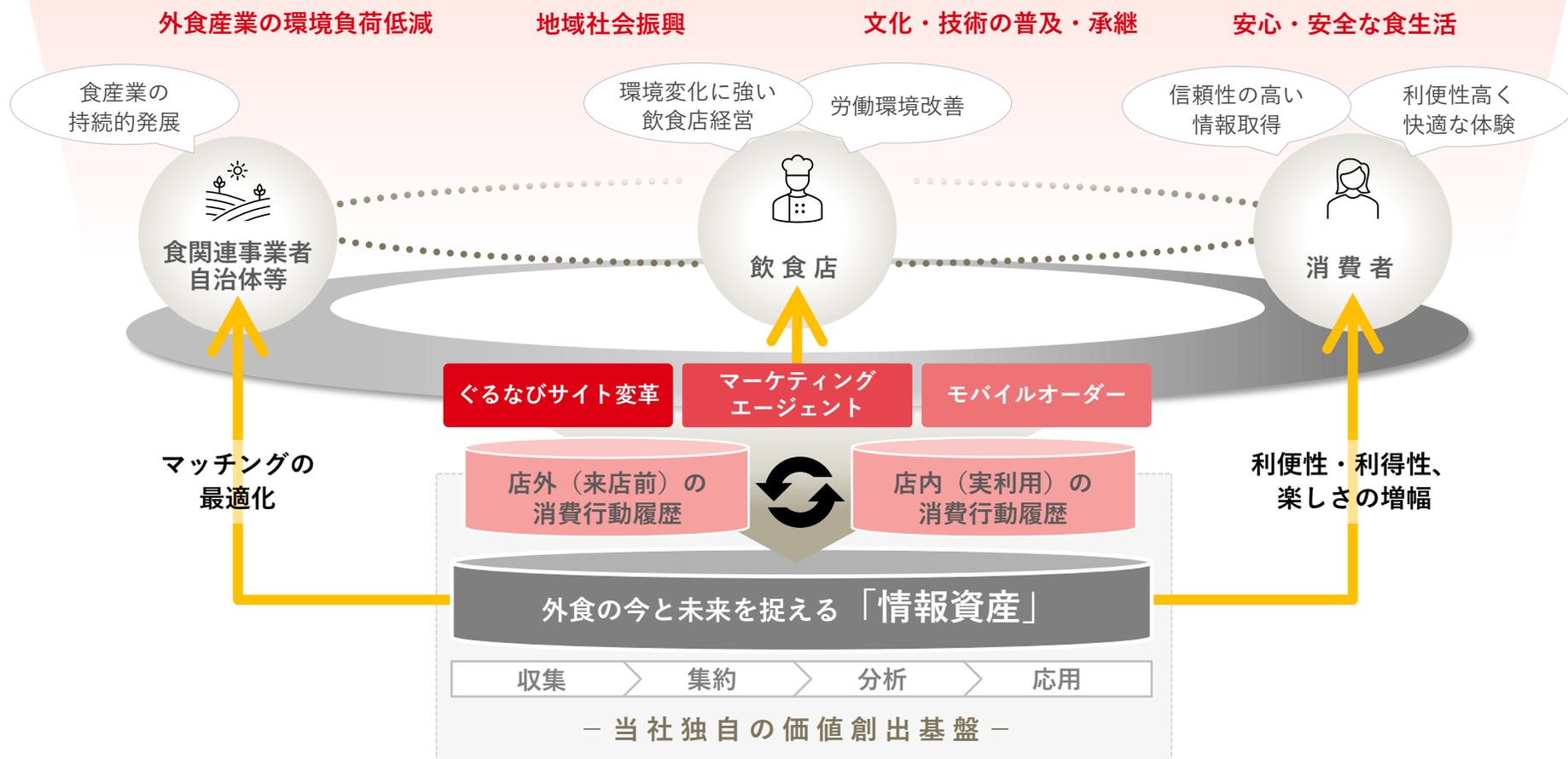
人事ポリシー

## 『私たちの成長』がつなぐ「食の未来」

自ら考え、学び、形にする一人ひとりの成長が、豊かな食の未来を切り拓く強いぐるなびを作る。  
この信念のもと、意欲に溢れ食が持つ可能性に真摯に向き合う人材が「集まり・育つ」企業へと進化し続けるため、あらゆる側面から社員の「挑戦」に寄り添い「成長」を支え、個の力を結集します。



## 当社独自の情報資産を活かし、豊かな食の未来の実現に貢献



## 当社事業の推進に不可欠な3つの力を強化・拡大



消費者とつながる力

**Rakuten**

楽天エコシステムにおける  
“外食”のプレゼンス向上



プラットフォーム構築力

その常識、変えてみせる。

**SHIFT**

システム開発の  
迅速化と品質向上

**OPTiM®**

AI・IoT活用等の推進



飲食店とつながる力

**TENPos**  
Dr.テンポス

新規加盟店の拡大  
ソリューション拡充

# 「情報発信」に関する取り組み

## ぐるなび公式note

[https://note.com/gnavi\\_official](https://note.com/gnavi_official)

事業やサービスに取り組む従業員の様子や進捗状況、  
当社サービスを利用されるお客様の声等の非財務情報の発信強化



▲ぐるなび公式noteホーム

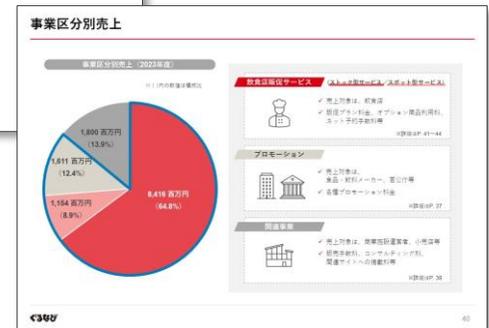


▲記事の一例

## インベスターズガイド

<https://corporate.gnavi.co.jp/ir/library/investorsguide/>

当社のこれまでの歩みや事業内容、  
業績推移等の基礎情報をご確認いただけます



# 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

2025年3月期 第1四半期実績

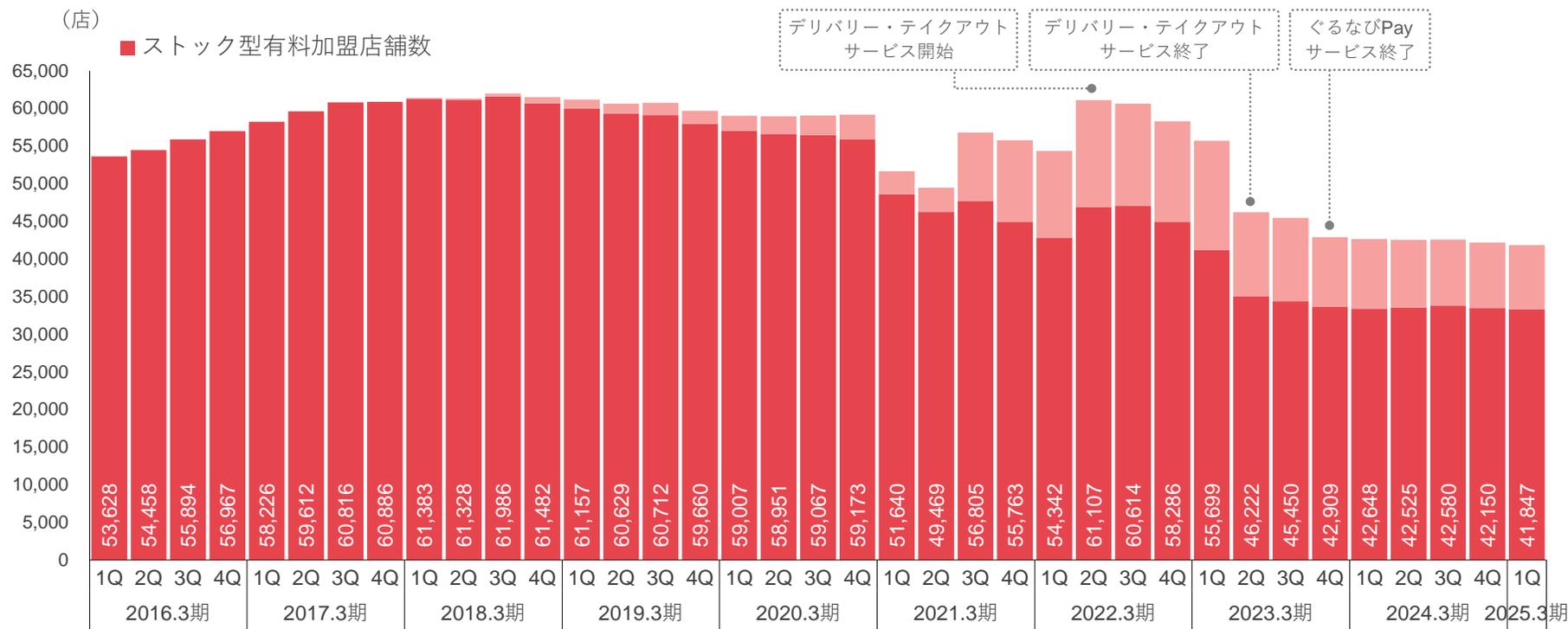
総有料加盟

**41,847** 店 (前年同期末比 ▲801店 ▲1.9%)

うちストック型有料加盟

**33,319** 店 (前年同期末比 ▲44店 ▲0.1%)

(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 : 908万人

---

(2024年6月末、2023年6月末は748万人)

■ ぐるなび会員数 : 2,657万人

---

(2024年7月1日時点、2023年7月は2,455万人)

■ 月間ユニークユーザー数 : 3,200万人

---

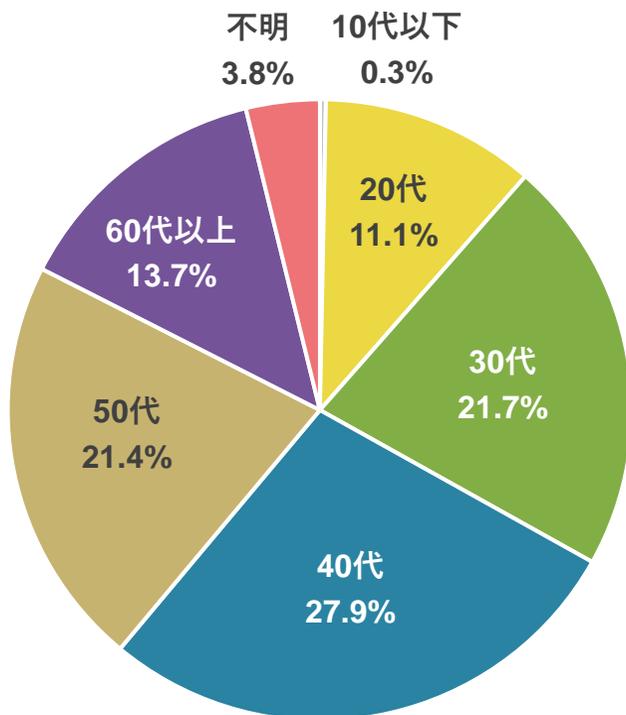
(2023年12月、2022年12月は3,800万人)

※ 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

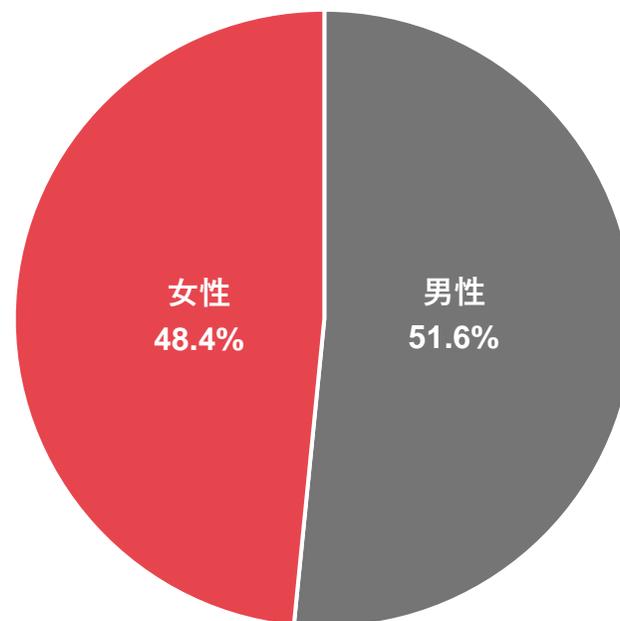
※ ぐるなび会員数 : 「ぐるなび」に登録しているユーザー数

# 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（2024年6月時点）

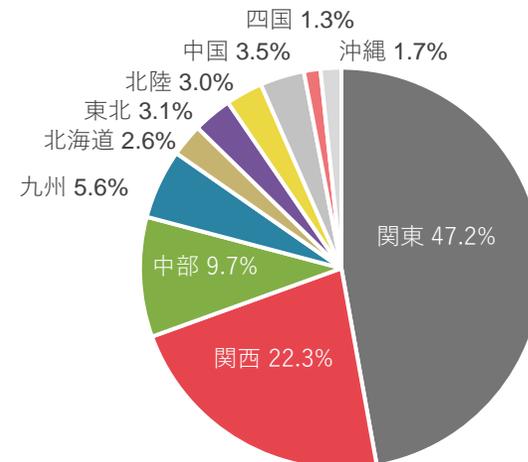
# 地域展開と加盟飲食店の属性

## 営業在籍エリア（21都道府県）

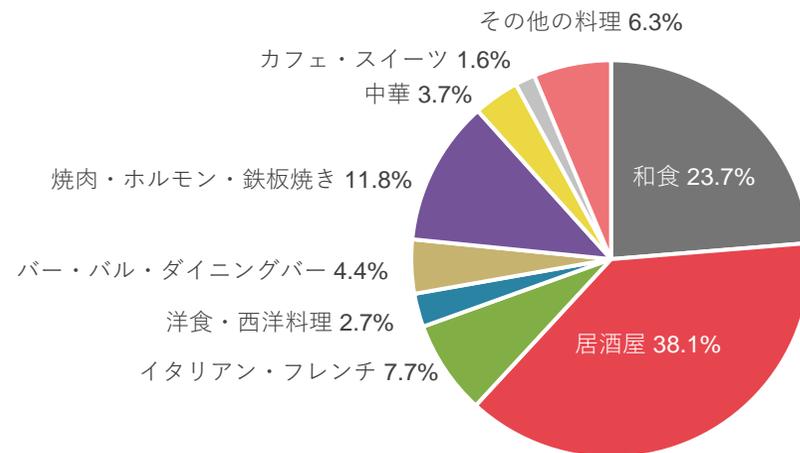
北海道	神奈川	兵庫
宮城	静岡	岡山
茨城	愛知	広島
栃木	新潟	愛媛
埼玉	石川	福岡
千葉	大阪	鹿児島
東京	京都	沖縄



## エリア別 有料加盟店割合



## 業態別有料加盟店割合



（2024年6月時点）

# 四半期別データ（連結）

売上高（単位：百万円）		2022.3期				2023.3期				2024.3期				2025.3期
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
ストック型サービス	a	2,320	2,131	1,928	2,030	1,891	1,896	2,015	2,059	2,000	2,063	2,158	2,194	2,198
スポット型サービス	b	260	369	681	268	376	268	266	206	225	284	339	304	317
飲食店販促サービス	c= a+b	2,581	2,501	2,610	2,299	2,267	2,165	2,282	2,266	2,226	2,347	2,498	2,498	2,515
プロモーション	d	218	208	493	440	225	317	347	391	200	500	373	537	136
基盤事業計	e= c+d	2,799	2,709	3,104	2,739	2,493	2,482	2,630	2,657	2,426	2,847	2,872	3,035	2,651
関連事業	f	235	360	354	548	459	429	461	681	160	217	361	1,060	227
合計	g= e+f	3,034	3,070	3,458	3,288	2,953	2,911	3,091	3,339	2,586	3,065	3,234	4,096	2,879

(単位：円/月)		2022.3期				2023.3期				2024.3期				2025.3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	15,628	14,442	14,298	12,892	13,263	14,164	16,600	17,101	17,345	18,376	19,572	19,658	19,968
ストック型サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU)	i*2	17,631	15,838	13,687	14,724	14,646	16,585	19,347	20,177	19,903	20,567	21,371	21,729	21,932

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

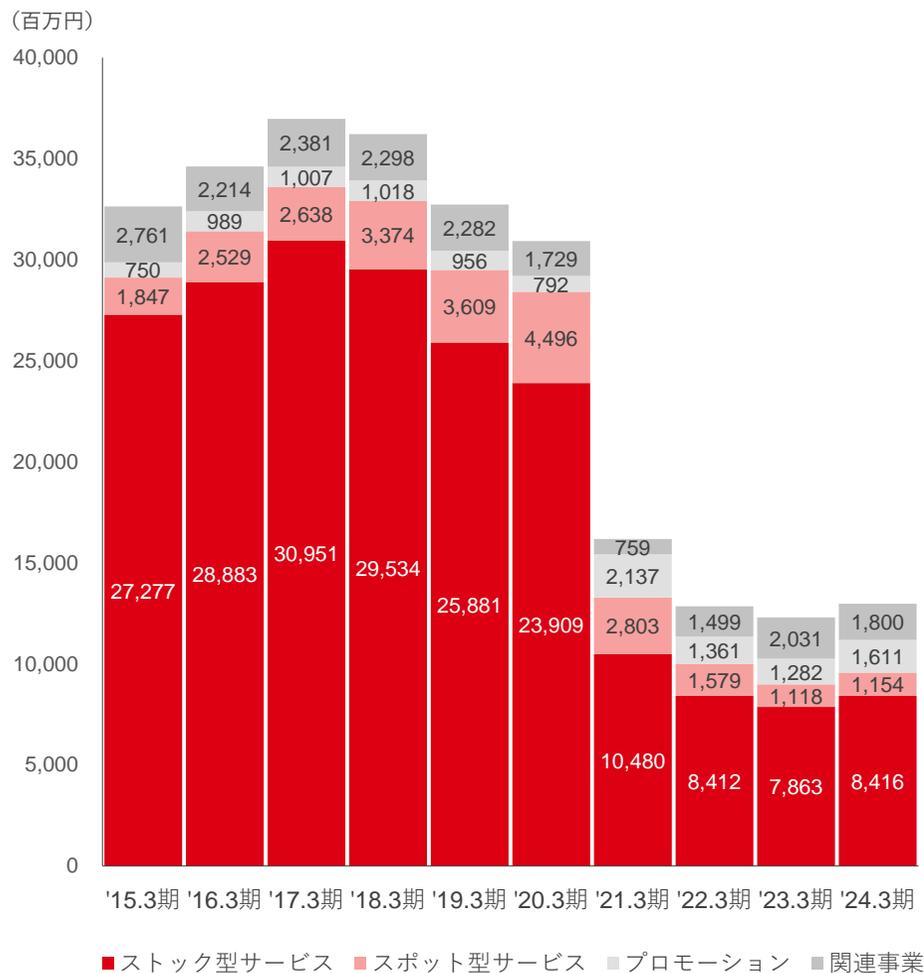
2022年3月期第1四半期以前の開示済み数値との乖離は、下記\*3) の定義によるストック型有料加盟店舗数に基づき再算出したことによる

(単位：店)		2022.3期				2023.3期				2024.3期				2025.3期
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
総有料加盟店舗数	j	54,342	61,107	60,614	58,286	55,699	46,222	45,450	42,909	42,648	42,525	42,580	42,150	41,847
うちストック型有料加盟店舗数	k*3	42,830	46,904	47,050	44,906	41,195	35,052	34,406	33,656	33,363	33,507	33,827	33,498	33,319

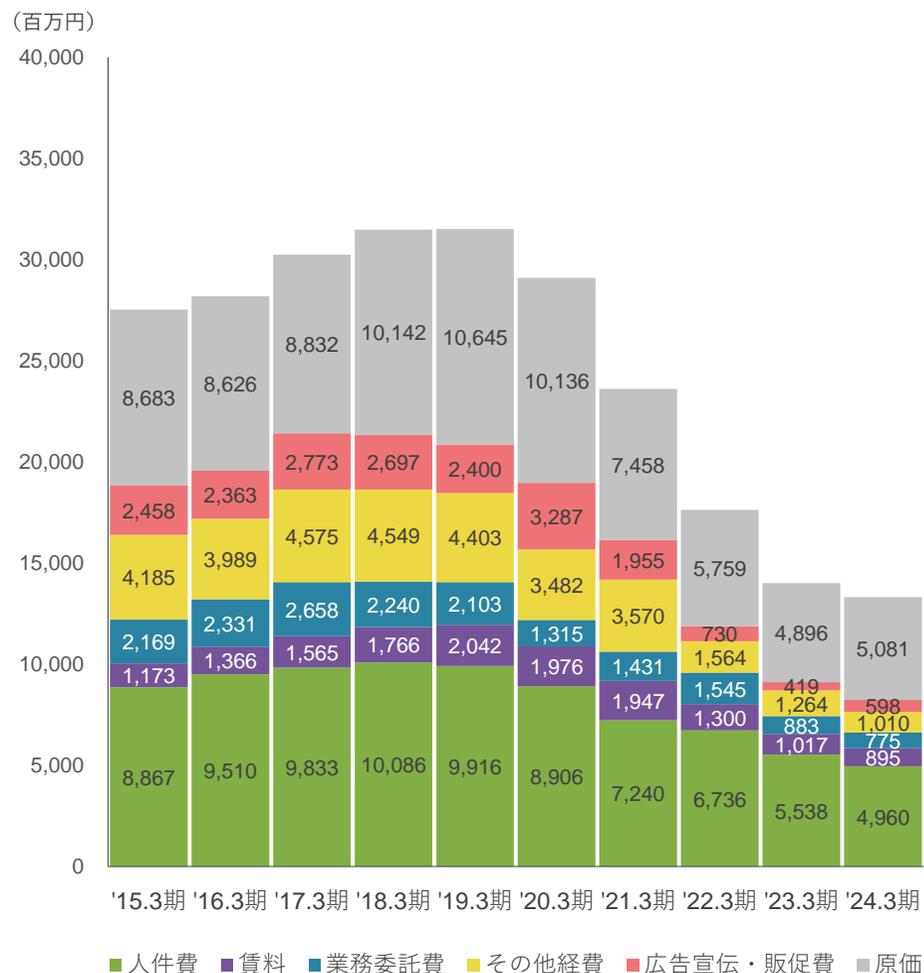
\*3) 月額固定課金サービスの利用店舗（ぐるなびサイトの有料掲載契約の有無問わず）

# 年度別 売上高と原価・費用の推移

## 売上高



## 原価・費用

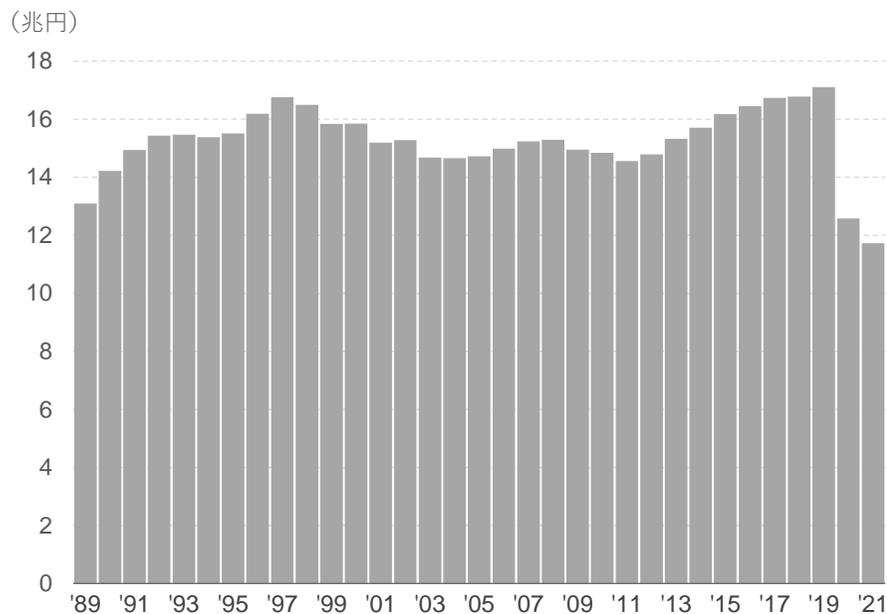


# 長期データ (連結)

(単位:百万円)	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	2023年3月期	2024年3月期
<b>営業成績</b>										
売上高	32,636	34,617	36,979	36,226	32,728	30,927	16,181	12,852	12,296	12,982
営業利益 又は 営業損失 ※	5,099	6,429	6,740	4,742	1,216	1,821	-7,423	-4,786	-1,724	-339
経常利益 又は 経常損失	5,127	6,492	6,813	4,809	1,289	1,894	-7,269	-4,692	-1,664	-277
当期純利益 又は 当期純損失	3,279	4,367	4,799	3,192	581	949	-9,704	-5,768	-2,286	-363
<b>資産・負債・純資産</b>										
総資産	23,665	27,322	23,917	25,457	23,797	23,979	13,567	12,107	13,001	11,411
現金・預金	10,492	13,131	7,922	8,000	7,630	11,653	7,507	6,962	8,266	5,368
負債	6,201	7,026	5,878	6,270	5,093	4,709	4,192	3,255	6,102	5,273
純資産	17,464	20,296	18,038	19,186	18,704	19,270	9,375	8,851	6,898	6,137
自己資本	17,427	20,266	18,013	19,166	18,662	19,211	9,290	8,767	6,821	6,118
<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)	67.26	90.19	102.25	68.27	12.42	20.26	-206.90	-114.46	-44.25	-8.98
1株当たり配当金 (円)										
普通株式	28	38	42	44	8	8	-	-	-	-
A種優先株式	-	-	-	-	-	-	-	13,808	45,000	45,000
<b>その他</b>										
営業利益率 (%)	15.6	18.6	18.2	13.1	3.7	5.9	-	-	-	-
自己資本当期純利益率 (ROE,%)	19.6	23.2	25.1	17.2	3.1	5.0	-	-	-	-
総資産当期純利益率 (ROA,%)	14.3	17.1	18.7	12.9	2.4	4.0	-	-	-	-
配当性向 (%)	41.6	42.1	41.1	64.5	64.4	39.5	-	-	-	-
自己資本比率 (%)	73.6	74.2	75.3	75.3	78.4	80.1	68.5	72.4	52.5	53.6
自己株数 (株)	266,059	216,459	1,924,559	1,892,159	1,839,162	1,806,562	1,757,262	1,128,462	1,128,462	412,962
総有料加盟店舗数	53,263	56,967	60,886	61,482	59,660	59,173	55,763	58,286	42,909	42,150

※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。

## ■ 外食市場規模

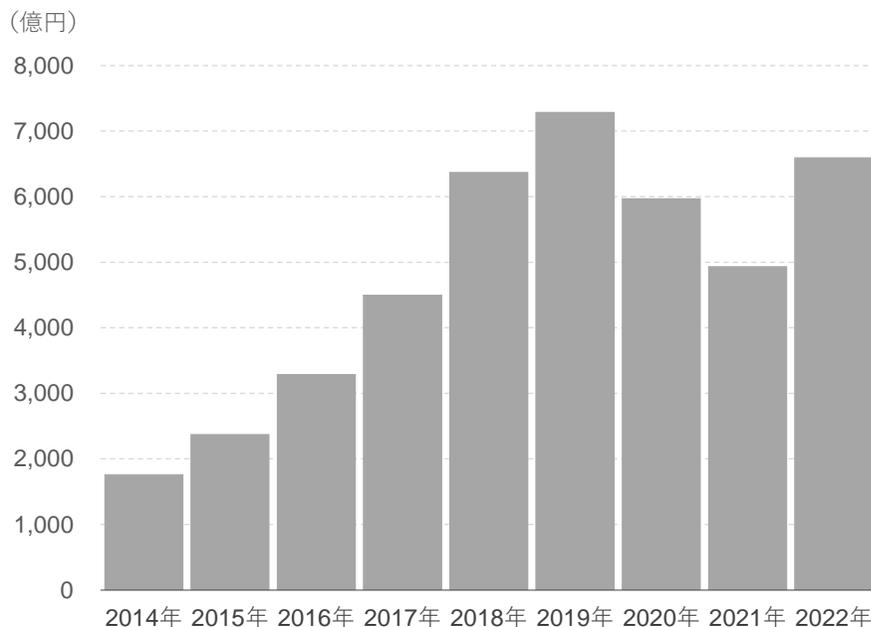


(財)食の安全安心財団「外食産業市場規模推移」より

\* 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

2021年は前年比7%減の11.7兆円

## ■ 飲食店におけるネット予約 市場規模



経済産業省「令和4年度 電子商取引に関する市場調査」より

2022年は前年比34%の増加

# 会社概要 (2024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：56,903,800株 A種優先株式：2,400,000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 取締役 / 藤原裕久 (社外・独立)、武田和徳 (社外)、小野由衣 (社外) 取締役 (監査等委員) / 鈴木清司 (常勤)、南木武輝 (社外・独立)、佐藤英彦 (社外・独立)、石田義雄 (社外・独立) 執行役員11名
大株主	楽天グループ(株) 16.4%、滝久雄 12.6%、日本マスタートラスト信託銀行(株) (信託口) 6.4%、(株)SHIFT 4.0%、 (公財)日本交通文化協会 3.3%、杉原章郎 2.3%、小田急電鉄(株) 2.0%、東京地下鉄(株) 1.7%、 JP MORGAN CHASE BANK 385781 1.6%、滝裕子 1.5% ※持株比率は自己株式 (427,962株) を控除して計算
総人員数	単体：952名 連結：1,012名 ※役員、アルバイトを含む総人員数
連結子会社	ぐるなび上海社 (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。