

2025年3月期通期決算説明資料

2025年5月14日

株式会社シンクロ・フード <3963>



1. 2025年3月期通期決算
 - 1-1. 通期決算概要
 - 1-2. 各事業セグメントの概況
 - 1-3. 年度方針に対する進捗と各種取り組み
2. 中期経営計画の振り返り
3. 2026年3月期業績目標
4. 参考資料

会社概要

会社名	株式会社シンクロ・フード
代表者	藤代 真一
設立日	2003年4月
所在地	本社：東京都渋谷区恵比寿南1-7-8 恵比寿サウスワン 大阪支社：大阪府大阪市北区梅田3-4-5 毎日新聞ビル8階 名古屋支社：愛知県名古屋市中村区名駅3-12-12 竹生ビル3階 福岡支社(2022年4月開設)：福岡県福岡市中央区天神4-8-2 天神ビルプラス 札幌支社(2022年7月開設)：北海道札幌市中央区南2条東2丁目1番地 サンシャインビル2階 HRサービス本部(2023年11月開設)：東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー13階 ※横浜営業所はHRサービス本部へ統合
資本金	8億8,230万円
従業員	203名(連結ベース/正社員/2025年3月末時点)
事業内容	飲食業向けメディアプラットフォームの運営
子会社	株式会社ウィット (飲食業特化のM&A仲介事業)

Vision・Mission・Value



Vision (わたしたちが目指す世界)

多様な飲食体験から生まれるしあわせを、日本中に、そして世界へと広げる。



Mission (わたしたちが顧客に果たす使命)

飲食業にチャレンジしている人が、その想いを実現できるプラットフォームをつくる。

Mission (メンバーに約束すること)

チャレンジを応援する仕事に夢中になれる環境、自分らしく成長できる機会をつくる。

Value (シンクロ・フードの価値の基盤)

新しい価値を創造し、シンプル、スピーディに提供する。

蓄積したデータを土台に、課題を解決する革新的サービスをつくる。

飲食業のチャレンジに役立つ、多様な選択肢を提供する。



1. 2025年3月期通期決算

1-1. 通期決算概要

1-2. 各事業セグメントの概況

1-3. 年度方針に対する進捗と各種取り組み

2. 中期経営計画の振り返り

3. 2026年3月期業績目標

4. 参考資料

エグゼクティブサマリ

連結業績(4Q累計)

- 売上高 3,951百万円(前年同期比+9.7%)、営業利益 1,097百万円(前年同期比+5.7%)、営業利益率 27.8%(前年同期比▲1.0pt)
- 4Qの四半期売上高は、市況影響を受けるも過去最高を更新、通期売上高も過去最高を達成
 - ✓ **メディアプラットフォーム事業**
 - 求人広告サービスは、3Qに引き続き4Qも、採用市況をアウトパフォームする売上高を維持
 - デザイン会社向けサービスは、引き続き安定的に推移
 - ✓ **M&A仲介事業**
 - 4Qは小規模・中規模M&A案件を中心に、安定的に成約が進捗
 - 通期では過去最高の売上高・セグメント利益を達成
- 通期を通して人的資本投資を継続、4Qも広告宣伝費を中心に効率的にコスト運用
 - ✓ 売上高に対する人件費率(4Q)は前年同期比で1.5ptの増加(30.4%→31.9%)
 - ✓ 売上高に対する広告宣伝費率(4Q)は前年同期比で0.7ptの減少(6.7%→6.0%)
- 譲受した内装建築.com、農業ジョブの2事業の業績進捗を勘案し、減損損失を162百万円計上

主なトピックス

- モビリティサービス「モビマル」：2025年2月より北陸エリアにもサービス展開を開始、サブスクサービスの登録数が3月末で998件まで増加 (→ 25頁)
- 農業ジョブ：農業・食品特化の合同企業説明会「食品・農業就活サミット」を2025年2月に東京国際フォーラムで実施、2025年3月に「歓迎資格から探す」「農業・畜産の特徴から探す」機能をリリース (→ 26頁)
- SNSショート動画：「グルメバイトちゃん」掲載店舗数が500店を突破

2025年3月期第3四半期決算概要

市況の減速影響を受け通期業績予想は未達ながらも
過去最高の通期売上高、営業利益、経常利益を更新

(単位:百万円)	2025年3月期 4Q累計(連結)	2024年3月期 4Q累計(連結)	前年 同期比	2025年3月期 通期業績予想(連結)		対予想比
					成長率	
売上高	3,951	3,602	+9.7%	4,200	+16.6%	94.1%
売上総利益	3,239	3,022	+7.2%	-	-	-
販管費	2,142	1,984	+8.0%	-	-	-
営業利益	1,097	1,038	+5.7%	1,260	+21.4%	87.1%
営業利益率	27.8%	28.8%	▲1.0pt	30.0%	-	-
経常利益	1,086	1,036	+4.8%	1,260	+21.6%	86.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	659	704	▲6.4%	882	+25.3%	74.7%

※1 2025年3月期第2四半期連結会計期間において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、2024年3月期連結会計年度に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定内容を反映させております。

※2 2025年3月期第4四半期連結会計期間において、内装建築.com、農業ジョブに係る減損損失(特別損失)が162百万円計上されております。詳細については、2025年5月14日公表の「特別損失の計上に関するお知らせ」をご参照下さい。

売上高の状況

市況の影響を受けながらも、4Q売上高は過去最高を更新
(前年同期比+8.6%)

売上高の四半期推移

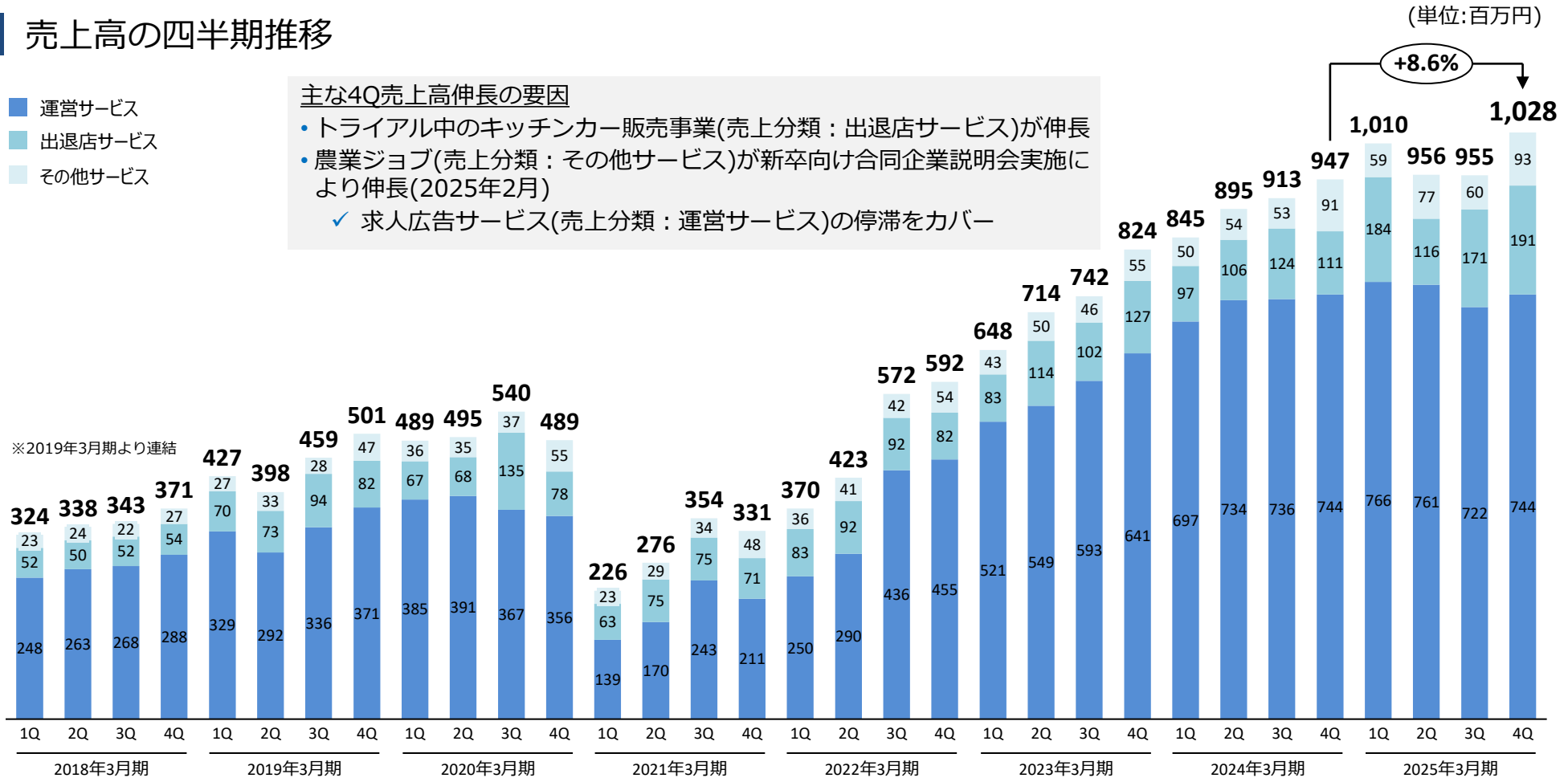
(単位:百万円)

- 運営サービス
- 出退店サービス
- その他サービス

主な4Q売上高伸長の要因

- ・トライアル中のキッチンカー販売事業(売上分類：出退店サービス)が伸長
- ・農業ジョブ(売上分類：その他サービス)が新卒向け合同企業説明会実施により伸長(2025年2月)
- ✓ 求人広告サービス(売上分類：運営サービス)の停滞をカバー

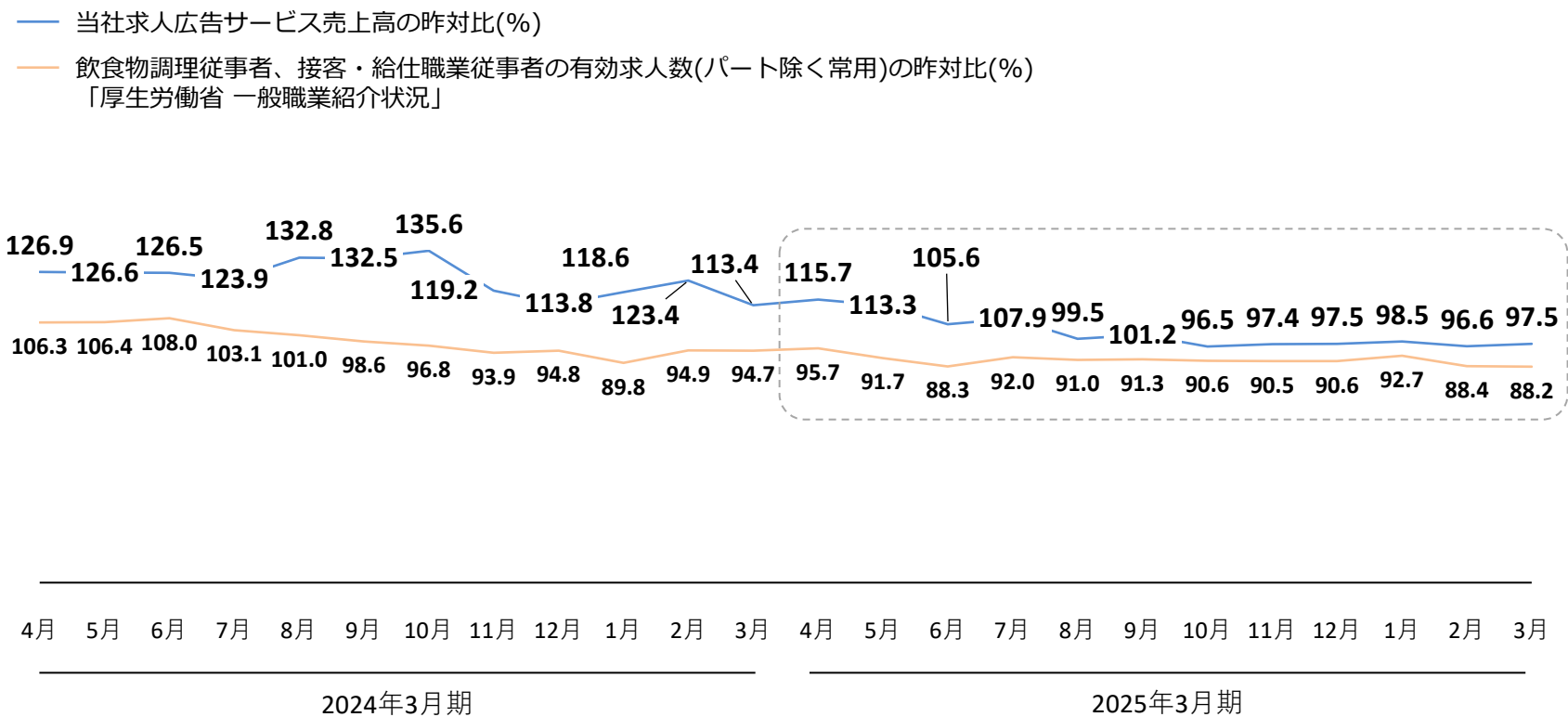
※2019年3月期より連結



補足.採用市況と当社求人広告サービスについて

2025年3月期通期では、飲食関連の有効求人数が昨対比90%に留まる一方で、当社の求人広告サービスは、顧客対応力・営業力の向上等もあり売上高が2.0%増加

求人広告サービス売上高と有効求人数の昨対比の推移



補足.売上高の季節トレンドについて

2025年3月期は市況影響により
従来の4Q偏重の季節トレンドに戻り切れず

通期売上高に対する四半期売上高の割合

	1Q	2Q	3Q	4Q
2018年3月期	23.5%	24.5%	24.9%	27.2%
2019年3月期	23.9%	22.3%	25.7%	28.0%
2022年3月期	18.9%	21.6%	29.2%	30.2%
2023年3月期	22.1%	24.4%	25.3%	28.1%
2024年3月期	23.5%	24.9%	25.4%	26.3%
2025年3月期	25.6%	24.2%	24.2%	26.0%

1Q-3Qは同程度
で推移

※ コロナ影響を受け始めた2020年3月期、及び影響を大きく受けた2021年3月期は除く

補足.売上分類について

各サービスの売上高を以下分類で計上

売上分類		ユーザー	関連事業者等	報告セグメント
運営サービス	シンクロ・フード	- 求人広告 - PlaceOrders - キッチンカーシェア・マッチング(モバイル) - グルメバイトちゃん	仕入先探し	メディアプラットフォーム事業
出退店サービス	シンクロ・フード	- 飲食店プレミアム(月額定額制) - 厨房備品(EC)	- 店舗デザイン - 内装建築 - 不動産物件	
	ウィット	M&A仲介	居抜き譲渡	M&A仲介事業
その他サービス	シンクロ・フード		- 飲食店リサーチ - 広告掲載・メルマガ - 求人インテリア - 比較サービス(POS/FC) - 農業ジョブ	
	ウィット		フードアカウンティング協会	

販売費及び一般管理費の状況

4Qも広告宣伝費を中心に
効率的なコスト運用を継続(前年同期比+5.2%)

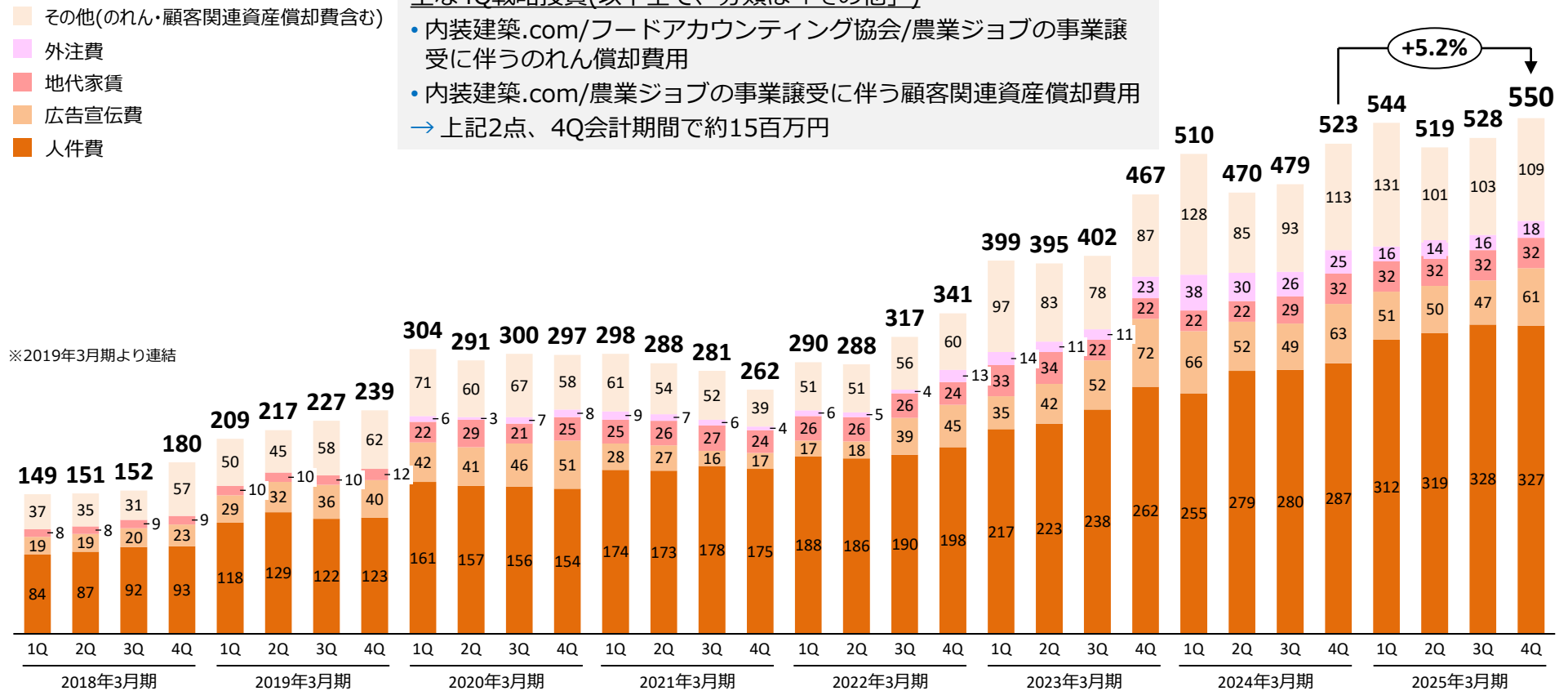
販売費及び一般管理費の四半期推移

- その他(のれん・顧客関連資産償却費含む)
- 外注費
- 地代家賃
- 広告宣伝費
- 人件費

主な4Q戦略投資(以下全て、分類は「その他」)

- 内装建築.com/フードアカウンティング協会/農業ジョブの事業譲受に伴うのれん償却費用
 - 内装建築.com/農業ジョブの事業譲受に伴う顧客関連資産償却費用
- 上記2点、4Q会計期間で約15百万円

(単位:百万円)



営業利益の状況

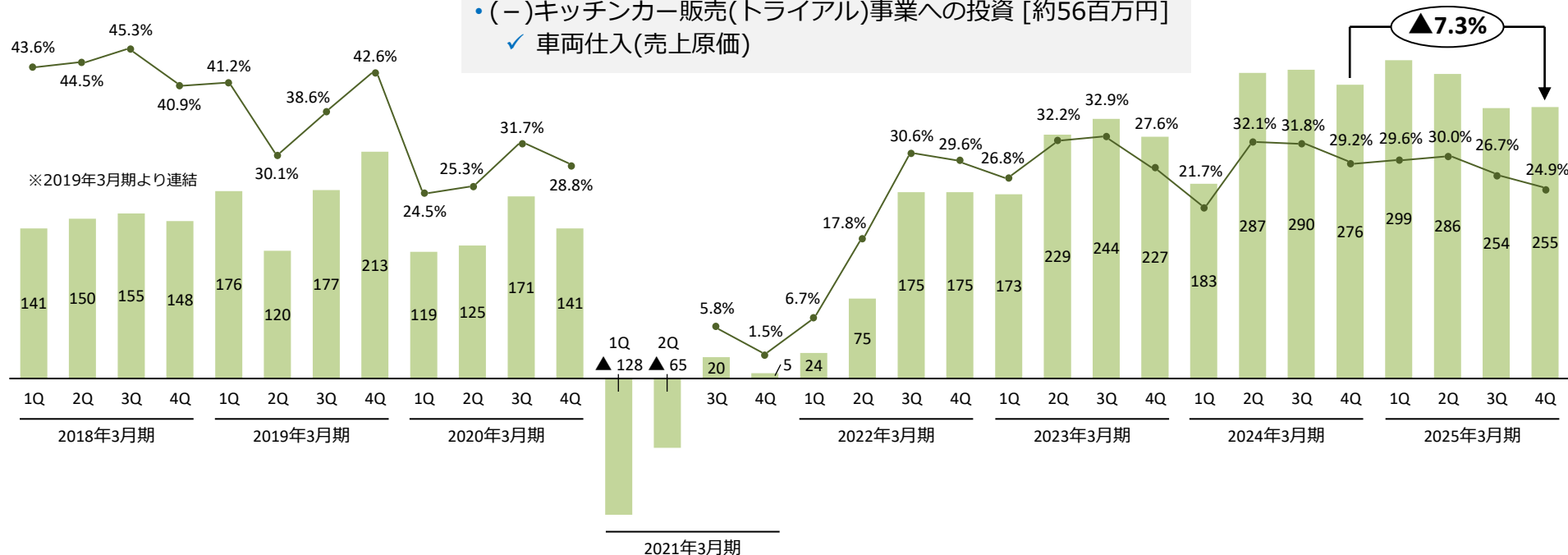
3Qに引き続き人的資本・新規事業投資を行いながらも
4Q営業利益は一定程度のボリュームを確保(前年同期比▲7.3%)

営業利益の四半期推移

主な前年同期比での営業利益の増減要因

- ・ (+) 売上高の増加 [約81百万円]
- ・ (-) 人的資本投資 [約54百万円]
 - ✓ 期首からのベースアップ
 - ✓ 新規・既存事業における人員増強 等
- ・ (-) キッチンカー販売(トライアル)事業への投資 [約56百万円]
 - ✓ 車両仕入(売上原価)

(単位:百万円)



連結キャッシュフロー計算書

自己株式取得を実行しながらも
営業キャッシュフローを順調に積み上げ

(単位:百万円)	2025年3月期 通期累計期間	2024年3月期 通期累計期間	増減
現金及び現金同等物の期首残高	4,144	3,883	260
営業活動によるキャッシュフロー	439 ※1	742	▲303
投資活動によるキャッシュフロー	▲10	▲530 ※2	519
財務活動によるキャッシュフロー	374 ※3	49	325
現金及び現金同等物の増減額	803	260	542
現金及び現金同等物の期末残高	4,947	4,144	803

※1 自己株式取得のための預け金の増加等の影響

※2 2024年3月期は3件の事業譲受に伴う支出増加の影響

※3 株式の発行による収入、自己株式の取得による支出、配当金の支払額等の影響

連結貸借対照表

利益剰余金の増加等により
純資産が34百万円増加(2024年12月期末比)

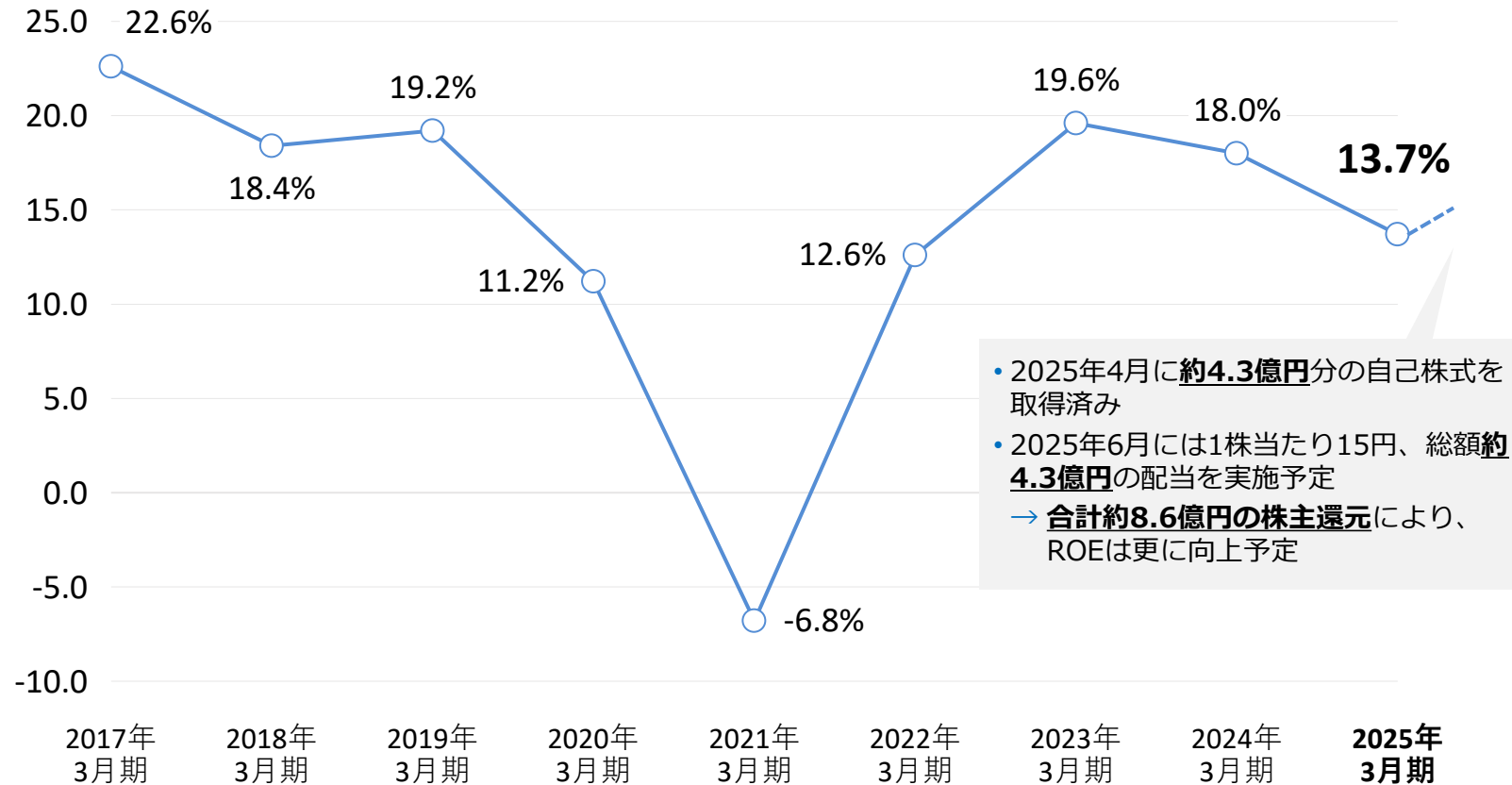
(単位:百万円)	2025年3月期末	前四半期末比 上段:金額、下段:増減率	2024年12月期末
流動資産合計	5,683	+224 (+4.1%)	5,458
現金及び預金	4,997	▲144 (▲2.8%)	5,142
固定資産合計	447	▲126 (▲22.0%)	573
資産合計	6,130	+98 (+1.6%)	6,032
流動負債合計	772	+63 (+8.9%)	709
固定負債合計	31	+0.007 (+0.02%)	31
純資産合計	5,326	+34 (+0.7%)	5,291



ROEの推移状況

2025年3月期のROEは13.7%で着地

※2026年3月期1Qは自己株式取得・配当実施により更なるROE向上を見込む



1. 2025年3月期通期決算

1-1. 通期決算概要

1-2. 各事業セグメントの概況

1-3. 年度方針に対する進捗と各種取り組み

2. 中期経営計画の振り返り

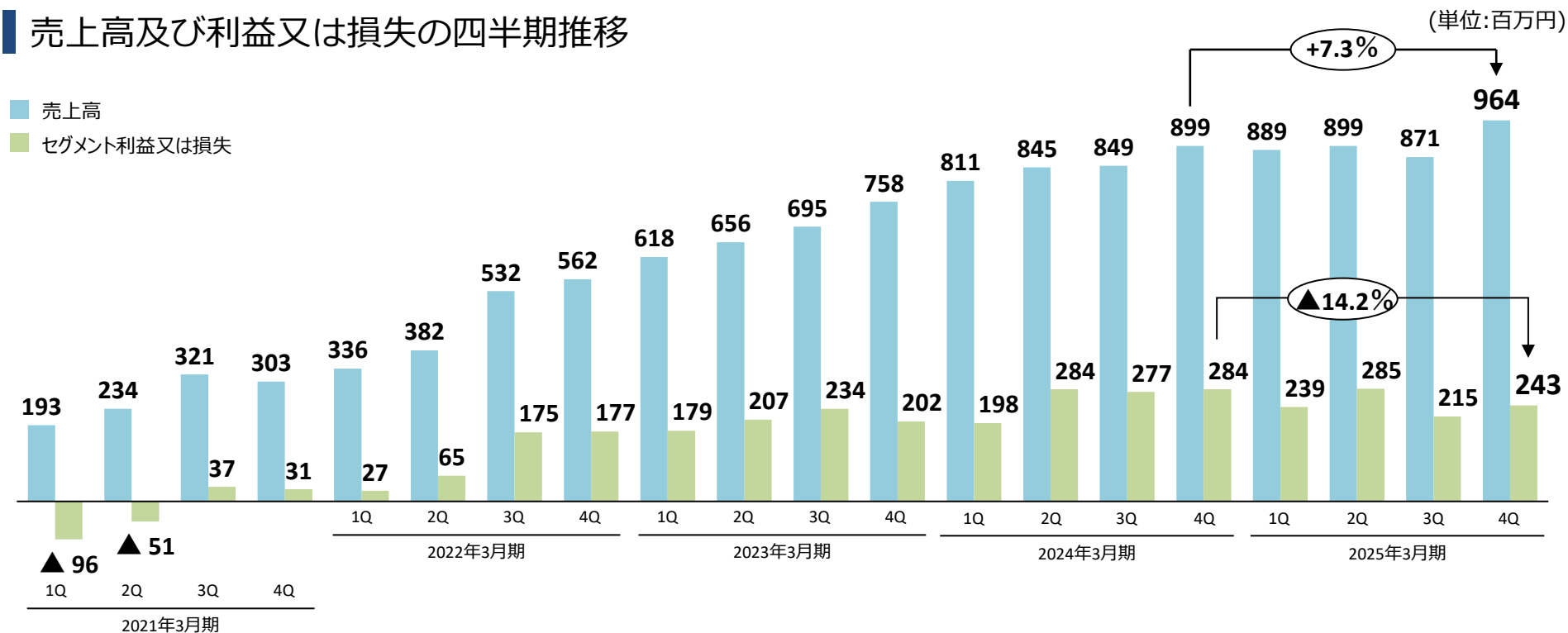
3. 2026年3月期業績目標

4. 参考資料

メディアプラットフォーム事業

車両販売事業の伸長もあり4Q売上高は大きく増加(前年同期比+7.3%)
セグメント利益は減少(前年同期比▲14.2%)

売上高及び利益又は損失の四半期推移



求人広告サービス

- 有効求人数が減少する状況下でも、直販(前年同期比▲0.5%)、代理店(前年同期比▲13.5%)ともに売上高は一定程度維持

デザイン会社向けサービス

- ✓ デザイン会社向けサービスは安定的に推移(前年同期比+3.2%)
※内装建築.comを除く

各種指標

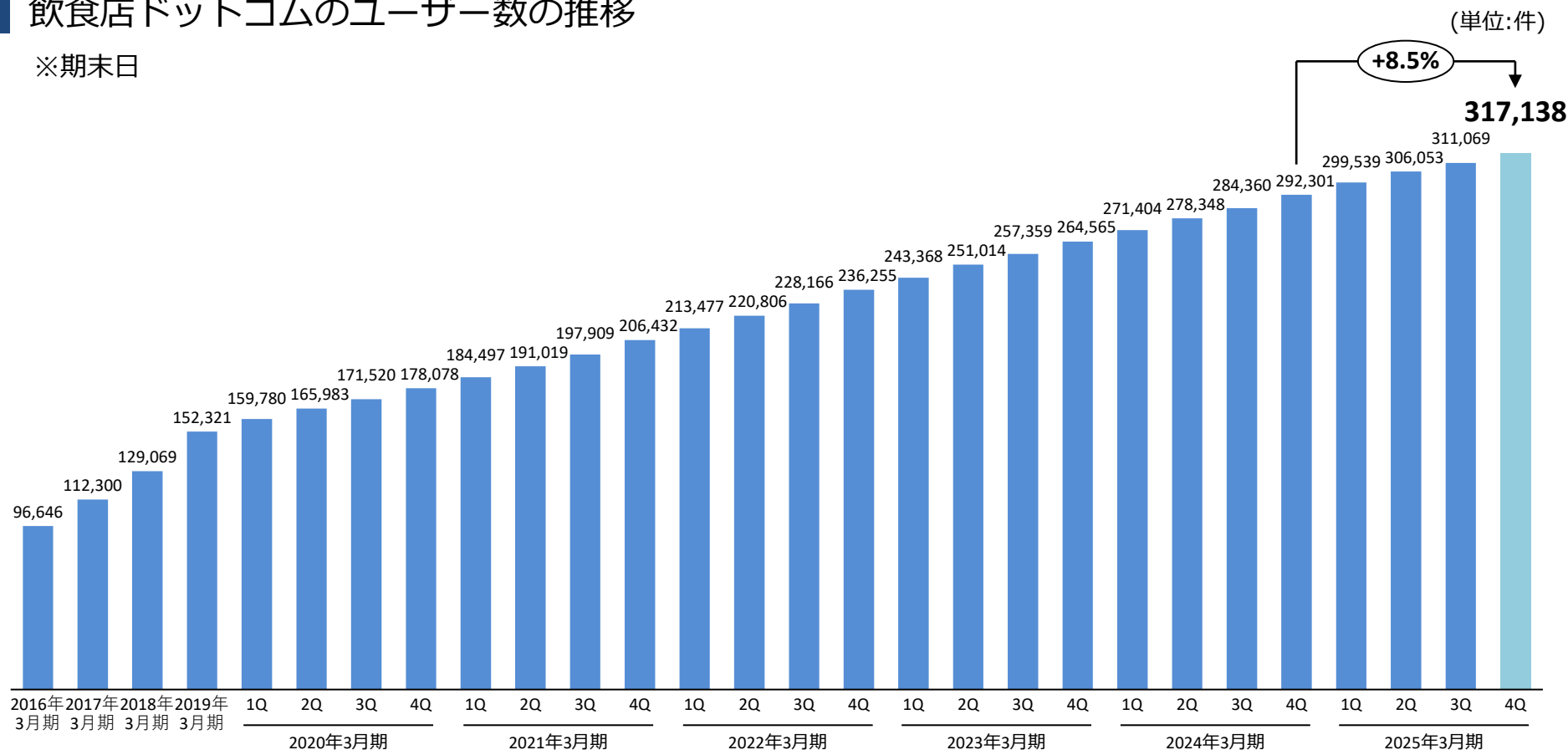
- ✓ 登録ユーザー数、事業者数、求職者数も順調に増加

メディアプラットフォーム事業 ～ ユーザー数の状況

ユーザー数は順調に増加(前年同期比+8.5%)

飲食店ドットコムของผู้ユーザー数の推移

※期末日



メディアプラットフォーム事業 ～ 有料ユーザー数の状況

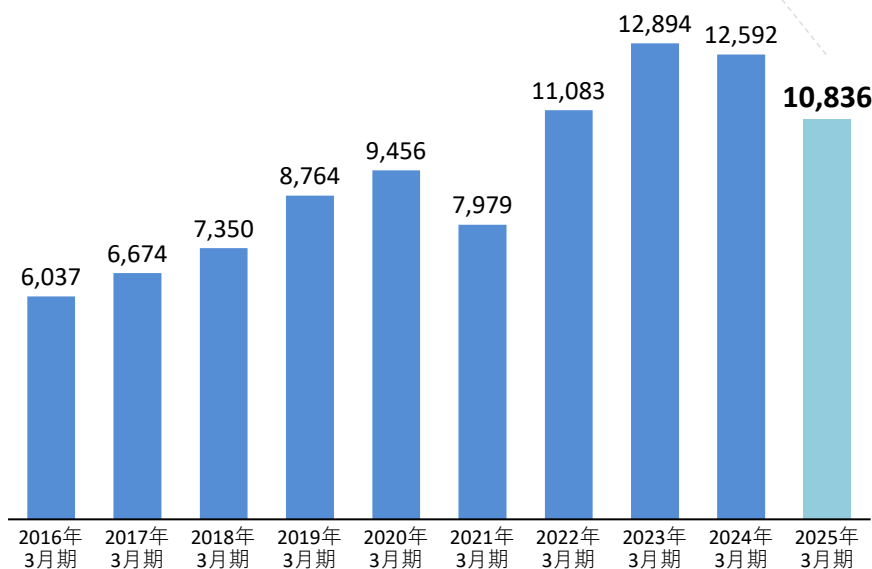
有料ユーザー数は市況影響を受けて減少(前年同期比▲13.9%)
一方で期間単価は大きく増加(前年同期比+18.5%)

有料ユーザー数の推移(1-4Q累計)

※期中累計

- 減少分の大半は厨房備品購入ユーザー、求人広告サービス利用のユーザーはやや減少

(単位:件)



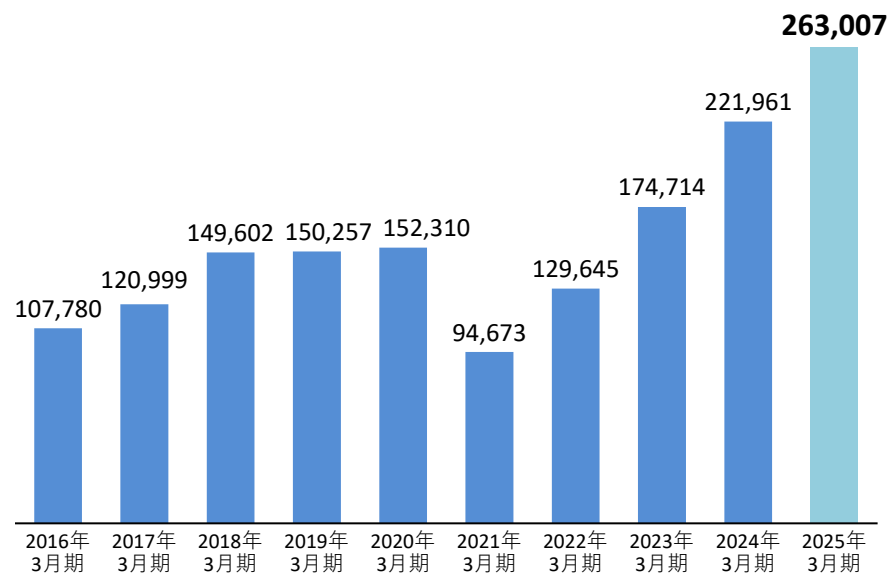
(注)求人飲食店ドットコム、店舗物件探し、厨房備品購入、Food Job Japan(2018年9月より有料化、現在休止中)、PlaceOrders(2019年1月より有料化)、グルメバイトちゃんの有料サービスを利用したユニークユーザー数

有料ユーザーの期間単価の推移(1-4Q累計)

※期中累計

- 比較的単価の低い厨房備品売上の減少と求人広告売上高の増加により期間単価が大きく増加

(単位:円)



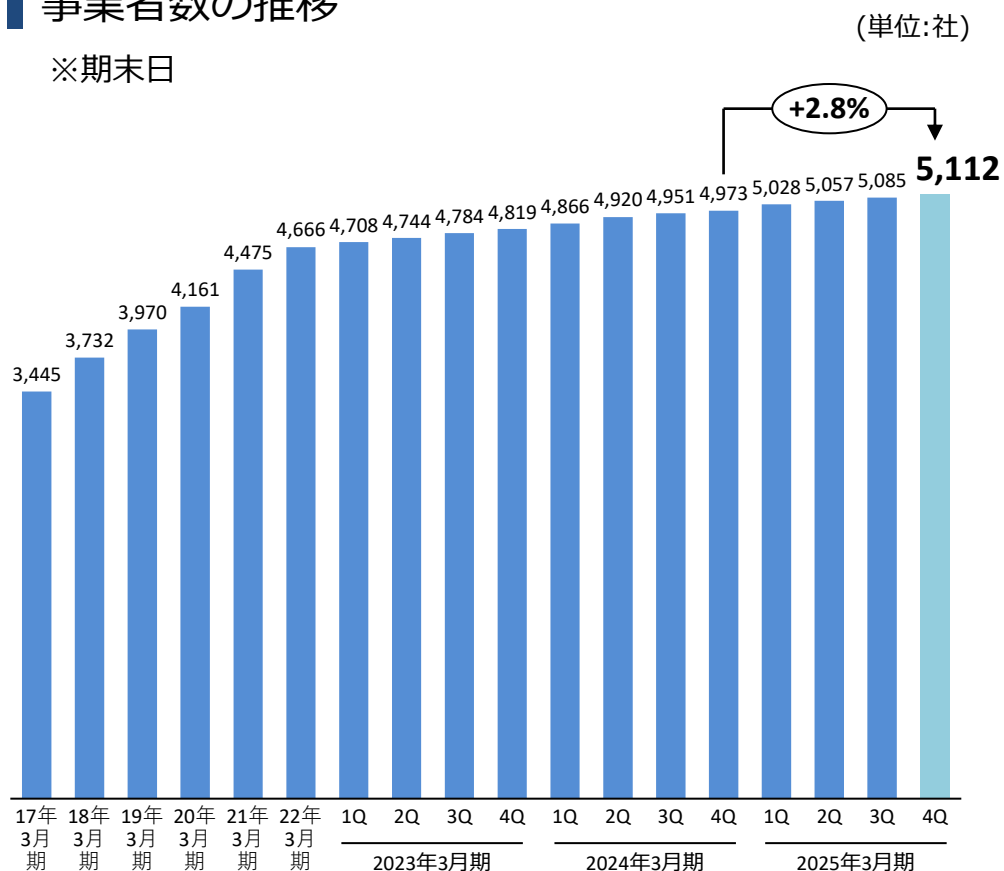
(注)有料ユーザーの利用金額の合計

メディアプラットフォーム事業 ～ 事業者数・求職者数の状況

事業者数・求職者数も順調に増加
(事業者数：前年同期比+2.8%、求職者数：前年同期比+17.4%)

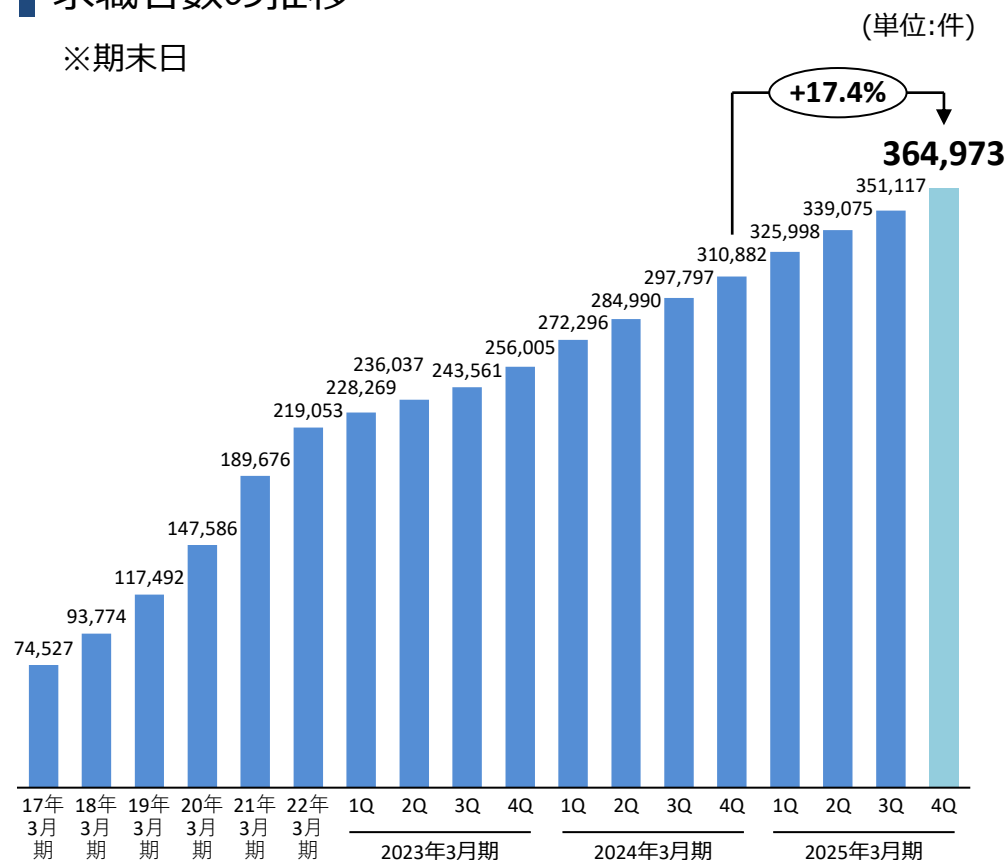
事業者数の推移

※期末日



求職者数の推移

※期末日



(注)月末時点で登録している不動産会社・デザイン会社・食材仕入会社の合計
(内装建築.comにおける設計・施工会社登録数は除く)

(注)求人飲食店ドットコムに求職者として会員登録した人数(仮会員登録と退会者を除く)

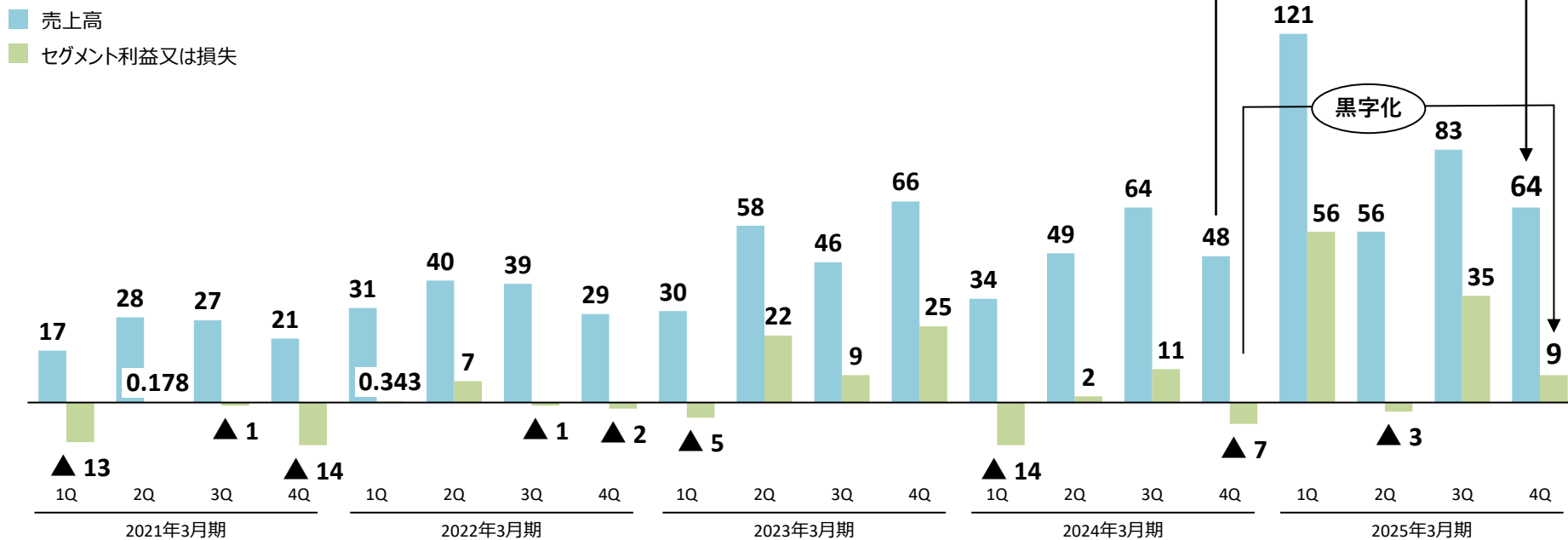


M&A仲介事業

小規模・中規模M&A案件が安定的に成約し、売上高は伸長(前年同期比+32.7%)
セグメント利益も増加(黒字化)

売上高及び利益又は損失の四半期推移

(単位:百万円)



M&A仲介サービス

- ✓ 小規模なM&Aライト案件、中規模のM&A案件を安定的に成約し、売上高は伸長
(前年同期比+33.5%)

居抜きサービス

- ✓ 売却相談件数、案件化数ともに
高水準を維持し、売上高は伸長
(前年同期比+29.8%)

その他

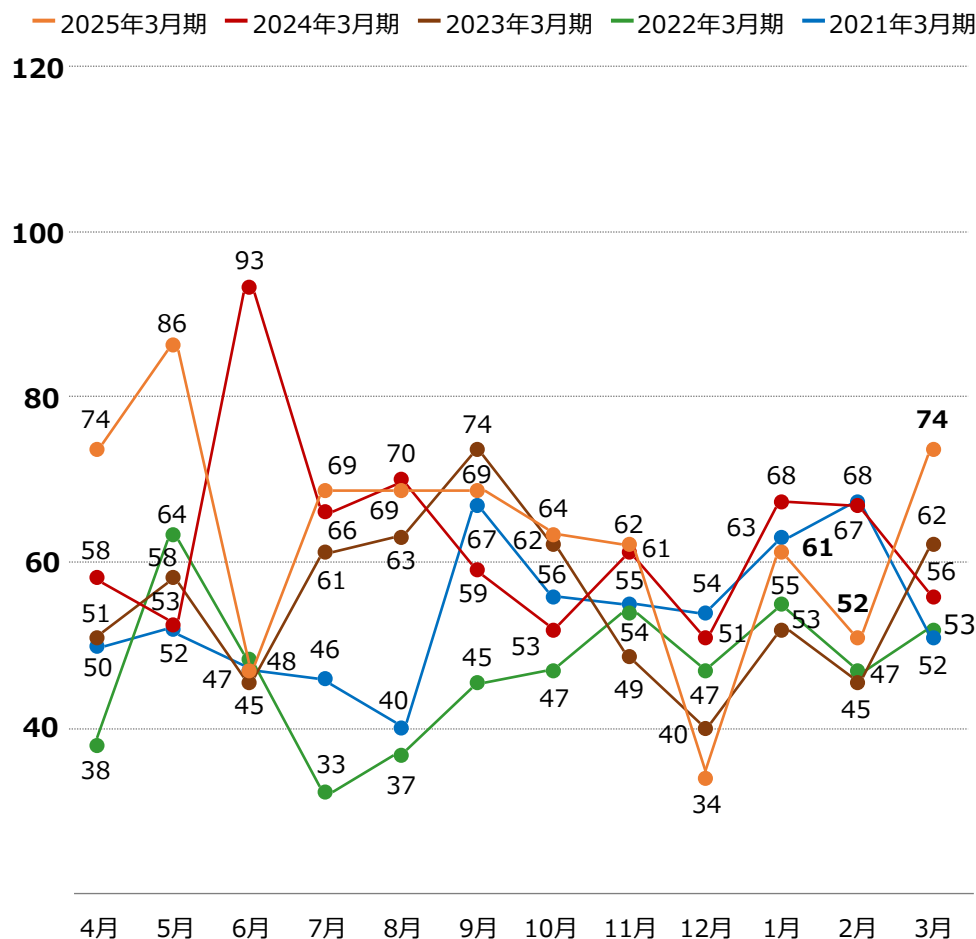
- ✓ フードアカウンティング協会
サービスの会員数がセミナー等
により順調に増加



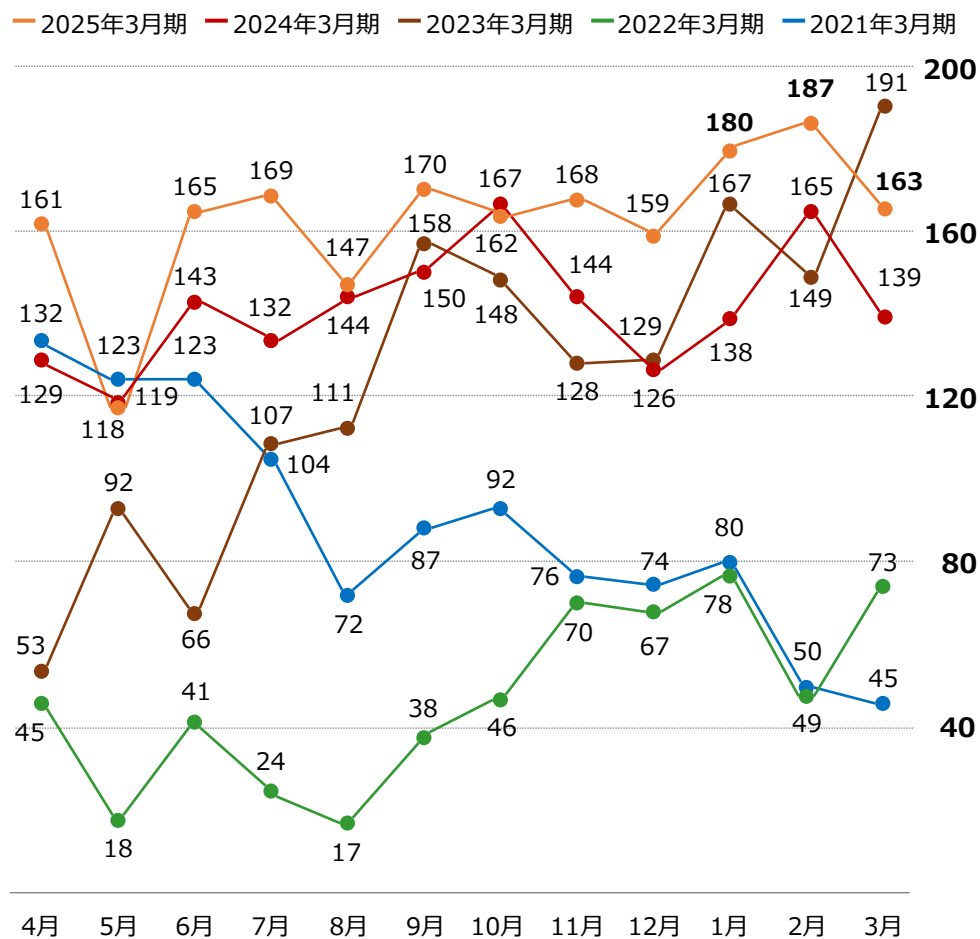
M&A仲介事業 ～ 売却相談件数の状況

M&Aは3月に急増、居抜きは高水準の相談件数を維持

売却相談件数(M&A)の推移



売却相談件数(居抜き)の推移



1. 2025年3月期通期決算
 - 1-1. 通期決算概要
 - 1-2. 各事業セグメントの概況
 - 1-3. 年度方針に対する進捗と各種取り組み
2. 中期経営計画の振り返り
3. 2026年3月期業績目標
4. 参考資料

2025年3月期の方針に対する結果

求人広告サービスは市況影響を受けたものの、全体的に通期を通して順調に進捗

2025年3月期の方針※1

結果

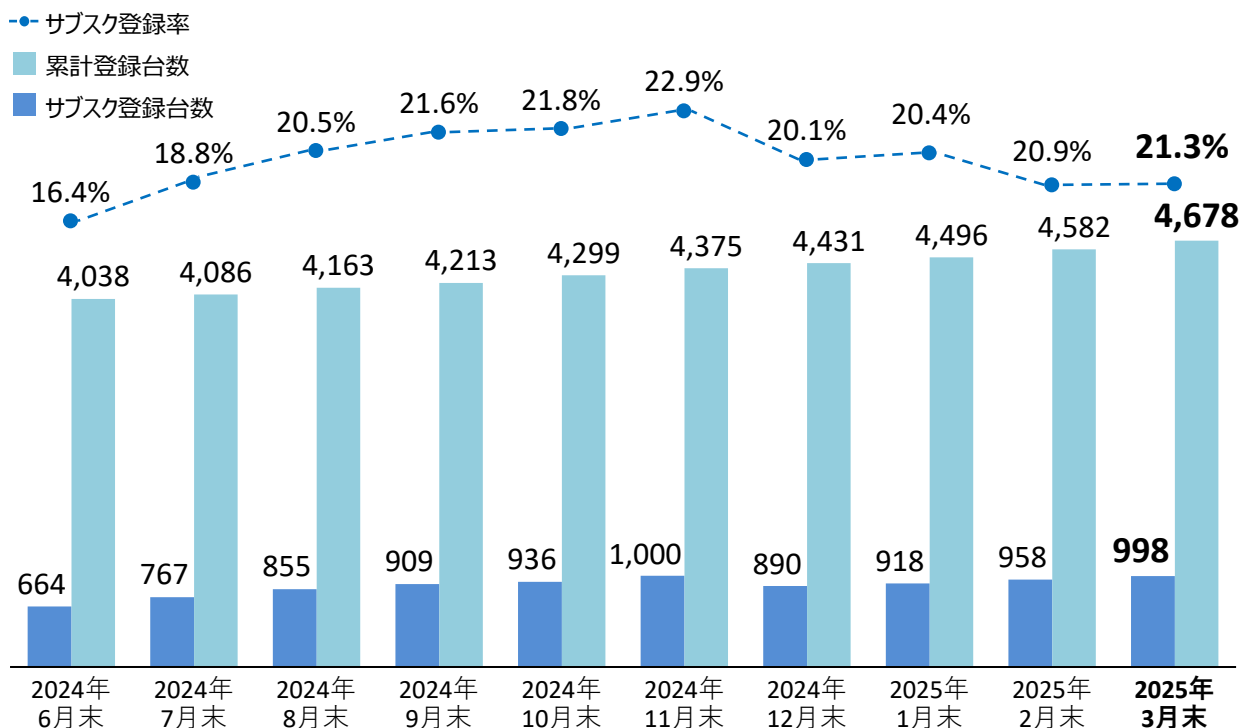
1	新中期経営計画の完遂	5つの事業戦略の推進	求人広告サービスの全国展開	評価 △	✓ 直販：採用市況の影響を受けるも、顧客セグメントに合わせた一部営業組織の細分化等顧客対応力・営業力の向上により、市況をアウトパフォームする売上高を維持 ✓ 代理店：受注実績のある営業人員数(ユニーク)が357名(3Q末比+27名)、契約代理店は41社(3Q末比+1社)
			プラットフォームサービスの拡大	評価 ○	✓ デザイン会社向けサービス(店舗デザイン・求人インテリア)は順調 ✓ M&A仲介は小規模・中規模M&A案件を中心に、安定的に成約が進捗
			モビリティサービス「モビマル」の推進・拡大	評価 ○	✓ 常設場所延べ稼働17,908台、イベント延べ稼働8,389台(ともに4Q累計)、登録台数4,678台(仮登録除く)と順調に増加 ✓ サブスク登録台数は998台(2025年3月31日時点、3Q末比+108台)
			会員基盤を活用したデータサービスの展開	評価 ○	✓ 飲食店特化型の保険サービス「事業をおまもりする保険」の申込は継続して順調に増加 ✓ 飲食業界へのマーケティングを希望するメーカー等からの飲食店リサーチの受注も増加
			SNSショート動画を活用した収益拡大	評価 ○	✓ 求人掲載数は順調に増加(518店舗、3Q末比+73店舗) ✓ アルバイト動画は4Qで159本作成・投稿 ✓ 顧客満足度調査：4Q中に掲載終了した有料利用店舗の内92%が次回利用を検討
			戦略投資とコストコントロールの両立	評価 ○	✓ 4Qにおける売上高人件費率は1.5pt増加したものの、売上高広告宣伝費率は0.7pt低下し(昨対比)、引き続き戦略投資をカバー
	2	非連続成長に向けた取組みの継続	M&A戦略の推進 次期中期経営計画の策定	評価 ○	✓ M&A戦略に沿って積極的なソーシング活動を継続 ✓ 投資領域を明確化、2026年3月期からの3ヶ年の次期中期経営計画を策定済み
生成型AIプロジェクトの継続推進			評価 ○	✓ 生成AIを活用した求人原稿及び業務支援システムを開発、複数サービスで運用中 ✓ 全社のAI推進に向けたツール選定・計画策定を実施、4月からAI推進PJTを開始	

※1 2024年3月期決算説明会資料より(2024年5月15日発表)

4Qトピックス ～ モビリティサービス「モビマル」におけるサブスク登録数が順調に拡大

サブスク登録数は順調に増加し、1,000台目前にまで到達
今後も離脱を防ぎながら登録数を増加させ、更なる収益力の拡大を目指す

累計登録台数・サブスク登録台数の推移



※ サブスクは契約期間6ヶ月の自動更新

- ✓ 申込後、6ヶ月後の契約更新タイミングで一定程度の解約は発生
- ✓ 一方で、毎月の新規申込数が増加しているため、全体としてサブスク登録台数は伸長し、通期で安定的な収益貢献を実現

4Qトピックス ～ 12回目の「食品・農業就活サミット」を実施

2026年新卒の学生を対象に12回目となる「食品・農業就活サミット」を開催
今後も食品・農業企業と学生のマッチング最大化に向けて継続的に開催

概要

- 開催日時
 - ✓ 2025年2月21日(金)
- 開催場所
 - ✓ 東京国際フォーラム ホールB7
- 参加対象者
 - ✓ 2026年春に大学、大学院、短大、専門学校、農業大学校等を卒業予定の学生 約450名
- 参加企業
 - ✓ 農業・アグリビジネス・食品業界のリーディングカンパニー66社
- 主催
 - ✓ 農業ジョブ(株式会社シンクロ・フード)

当日の様子



セミナーの様子



企業出展ブース

参加者からの声

<学生>

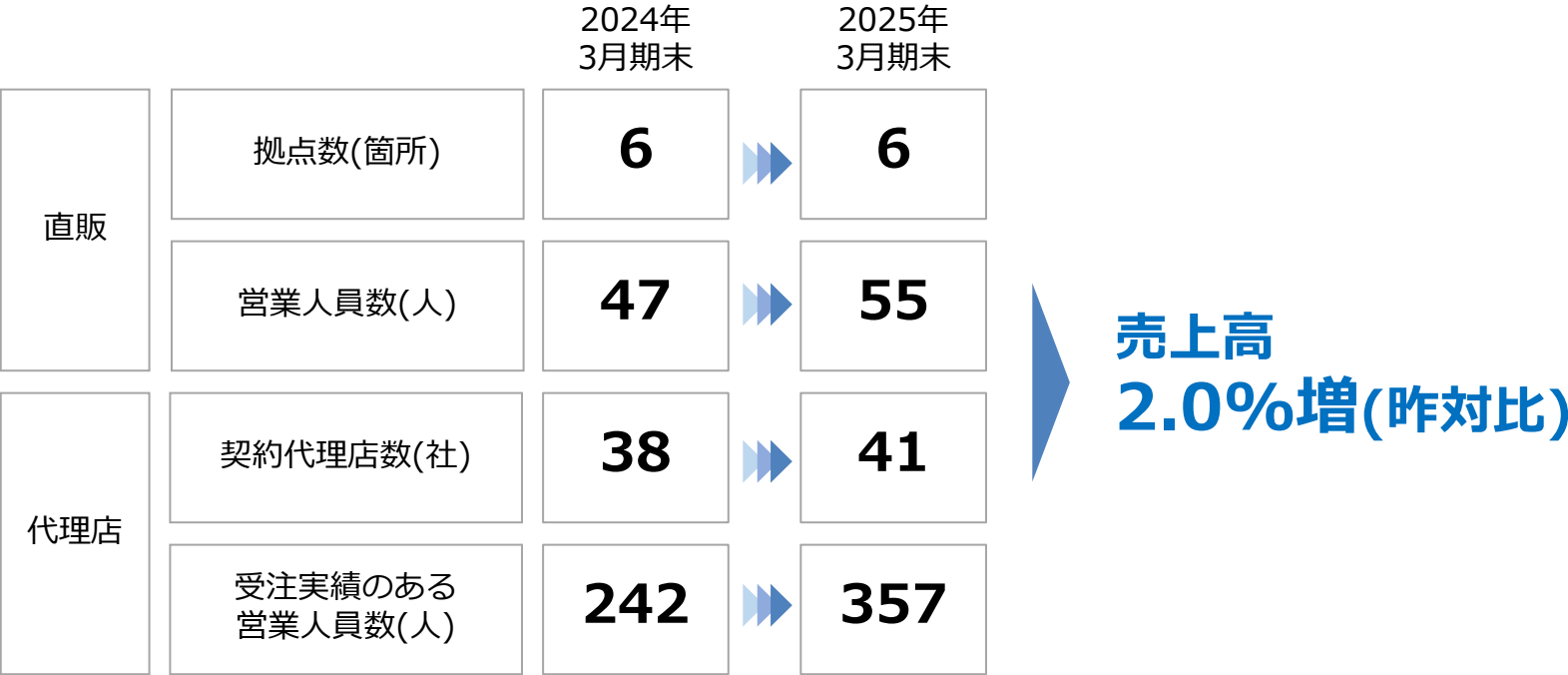
- 食品・農業のみに注目したイベントはかなり珍しく大変貴重な機会だった。
- スタッフの方に自分の関心に合った企業をピックアップして頂いたことで、有意義な時間を過ごすことができた。
- 実際に企業の方とお話することで、疑問に思っていることや聞きたい内容を直接聞き、実際の会社の雰囲気を感じ取ることができた。

<出展企業>

- 純粋な着座数も多かったが、こちらの話を熱心に聞いてくださった学生が多かった。(アグリビジネス)
- 農業界への志望がある学生と出会える場であると感じました。(耕種)
- 業種・職種に関心の高い学生が多く来場され、非常に有意義なものであったと感じます。(畜産)

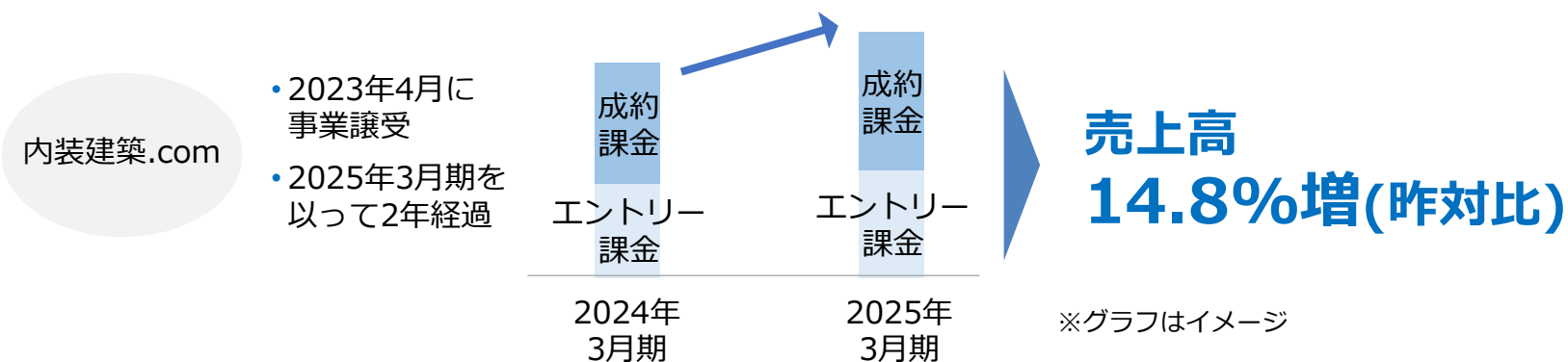
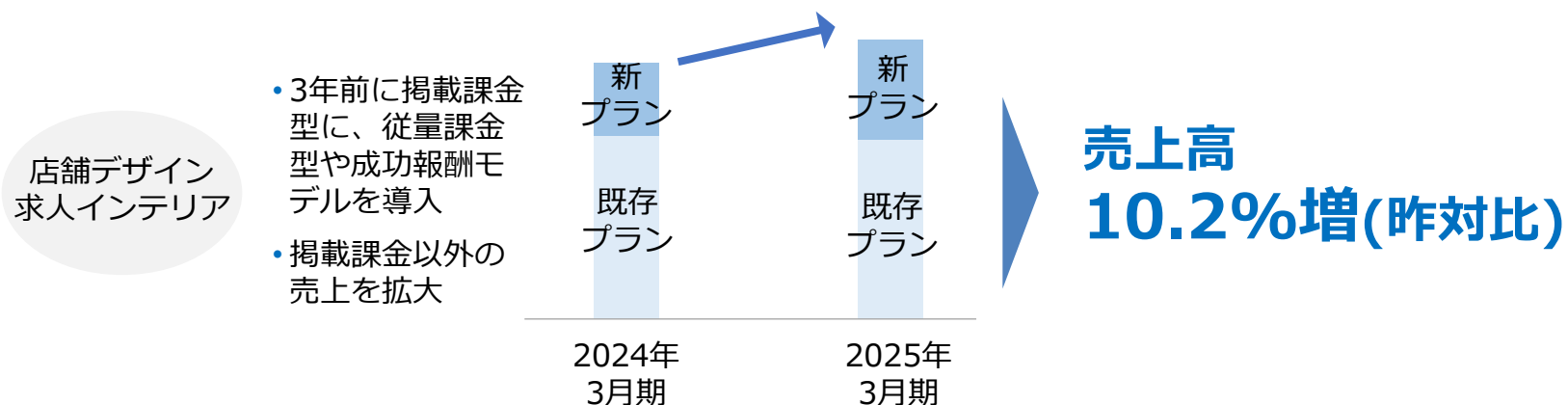
通期 ～ 求人広告サービスの状況

下半期から市況の影響を大きく受けながらも、売上高は通期では増加
生産性を向上させながら、市況回復時の更なる売上拡大を目指す



通期 ～ デザイン会社向けサービスの状況

デザイン会社向けサービスの売上高は通期で伸長
店舗デザインと内装建築.comの一体運営により更なる事業成長を実現



※グラフはイメージ

通期 ～ M&A仲介サービスの状況

中規模・小規模のM&A案件の積み上げを大方針としながらも
大型M&A案件の成約も加わり売上高は大きく伸長

※ 2025年4月よりM&Aライトプランは、「居抜きプラスプラン」へ名称変更

		2024年 3月期	2025年 3月期	売上高 88.4%増(昨対比) ✓ 前期に引き続き、比較的サイズの小さい案件を、M&Aライト案件としてスピーディーに成約することを優先し、通常M&Aの案件化数は減少
売却相談 件数※2	M&A	182	114	
	M&A ライト ※1	573	647	
案件化数 ※2	M&A	72	54	
	M&A ライト ※1	275	303	
アドバイザー数(人)		8	8	

※1 M&Aライト案件は、1店舗・譲渡金額300万円～1,000万円・仲介手数料200万円の小規模M&A案件を指す

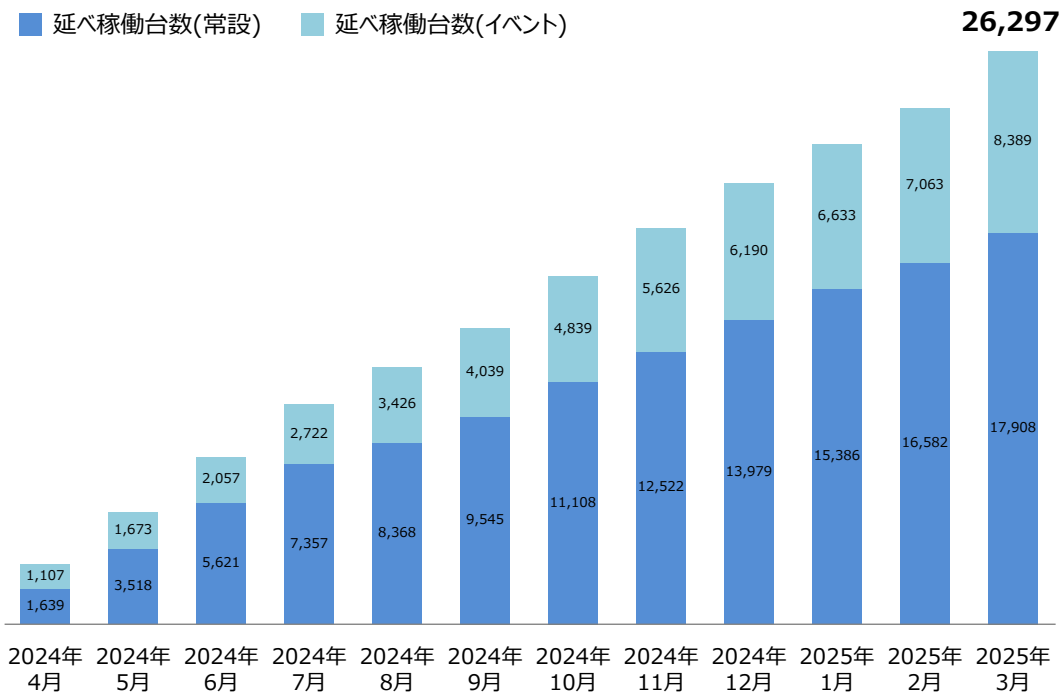
※2 上記売却相談件数、案件化数は、居抜きサービスは含まずM&A仲介サービスのみの値

通期～モビリティサービス「モビマル」の状況

稼働台数は増加し、サブスクサービスの想定以上の進展により
売上高は微増に留まるも収益性が飛躍的に向上※

※ 売上計上方法が「売上高＝場所へ支払う売上原価＋手数料」から「売上高＝サブスク利用料」へ移行

延べ稼働台数(当期ユニーク累計)の推移



売上高
3.7%増(昨対比)
※車両販売含まず

延べ稼働台数(常設/イベント)
10.4%増(昨対比)

通期 ～ グルメバイトちゃんの状態

特に直近1年間で商品の競合優位性を確認
商品力を武器に「動画×バイト」の領域で大きな成長を目指す

検証・確認できた強み

商品力

- 応募率
 - ✓ 1週間以内応募率が**91%**と圧倒的
- 利用店舗の満足度
 - ✓ 2025年3Q以降に終了した有料利用店舗の**82.5%**が「また利用を検討」と高い満足度

独自の 撮影ノウハウ

- 動画フォーマット
 - ✓ 再現性が高く独自性のあるフォーマットを確立し、高い露出を安定的に獲得(vlog形式等)
- 撮影工数
 - ✓ 再掲載時の撮影が不要(動画再利用)、内製した撮影調整システム等の工夫により最小限の撮影工数を実現

認知度

- SNS認知
 - ✓ TikTok3.5万、Instagram1.3万、Youtube1万と**SNS総フォロワー数5.8万**(2025年5月時点)
 - ✓ **月間平均1,000万再生**(TikTok/Instagram)を獲得しており、Z世代認知度が高い

売上高
6.9倍(昨対比)

総フォロワー数
2.5倍(昨対比)

1. 2025年3月期通期決算
 - 1-1. 通期決算概要
 - 1-2. 各事業セグメントの概況
 - 1-3. 年度方針に対する進捗と各種取り組み
2. 中期経営計画3年間の振り返り
3. 2026年3月期業績目標
4. 参考資料

中期経営計画3年間の振り返り ～ サマリ

3年目は業績目標に届かなかったものの、今後の成長に向けた基盤作りは進捗
飲食領域でのプレゼンスも向上し、3年間で打つべき施策は実行した状況

業績

- 1年目、2年目は業績目標をクリアし、順調に伸長して推移
- 3年目は、コロナ明けの採用市況に一服感が見られたことにより、求人広告領域で売上高が減速、全体として業績目標にやや届かず

投資

- 今後の成長に向けた経営・事業基盤の構築は3年間で順調に進捗
 - ✓ M&Aによる事業領域の拡大
 - ✓ 人的資本への投資(採用、研修・育成、ベースアップ)
 - ✓ 新規事業への投資

飲食領域の プラットフォームと してのプレゼンス

- 安定的なメディア露出により、認知度が大きく向上
- マテリアリティに対して設定した各種重要指標も拡大し、社会に対する影響力が増加

中期経営計画3年間の振り返り ～ 個別業績

最終年度の業績目標は全社としては未達だったものの
多くの事業が3年間で着実に伸長し、今後の将来性・成長性を確認

		2025年3月期 売上高(実績)	3年間の総括	2022年3月期 からの伸長率
既存コア 事業の 強化・拡大	求人広告サービスの 全国展開	27.7億円	✓ 1年目・2年目と着実に売上高が伸長、3年目は市況影響を受けながらも微増 ✓ 有力な代理店を開拓して関係性を深め、直販・代理店合わせて営業組織を全国で大きく拡大	2.0倍
	プラットフォーム サービスの 拡大	2.4億円	✓ 新しい成約課金や成功報酬モデルは3年間で順調に拡大、従来の掲載型を超えるまでに成長 ※内装建築.comを除く	1.4倍
	デザイン 会社向け M&A仲介	2.9億円	✓ 中規模・小規模の案件を着実に積み上げるオペレーション・体制を確立し、安定成長を実現 ※フードアカウンティング協会を除く	2.1倍
新規領域へ の挑戦	モビリティサービス 「モビマル」 の推進・拡大	2.8億円	✓ 3年間で常設・イベントともに大きく拡大し、民間企業・自治体等との協業も多数実現 ✓ サブスクが順調に増加し、派生サービスである車両販売事業(トライアル)も一定の実績	7.3倍
	会員基盤を活用した データサービスの展開	0.8億円	✓ メディア化には至らず、収益拡大化は難航 ✓ メルマガや飲食店リサーチ等の会員サービスは安定的に推移するも、大幅な伸長には至らず	28%減
	SNSショート動画を 活用した集客・求人 領域での収益拡大	0.2億円	✓ グルメバイトちゃん(アルバイト求人)に最大限注力し、商品の優位性を検証・確認 ✓ 一方で、SNSアカウント運用代行、インフルエンサーマッチング等のサービス開発は断念	—

中期経営計画3年間の振り返り ～ 投資

人的資本、事業資本に対して積極的に投資
今後の成長拡大に向けた基盤作りは着実に進捗

3年間の取組み内容

人的資本	従業員数	✓ 積極的な新卒・中途採用や事業譲受等により、連結従業員数は2022年3月末の129名から、2025年3月末の203名へ大きく増加	従業員数 1.6倍
	研修・育成	✓ 全社表彰、ベストプラクティス共有、マネージャー/リーダー研修等を運営事務局を立ち上げて推進 ✓ 経営視点を養う合宿形式での幹部研修を四半期に1回実施	研修延べ工数 7,000時間
	ベース・等級アップ	✓ 報酬テーブルの見直し(3年間で2回)により、テーブル自体は全等級平均で大幅にアップ	テーブル 16%UP
事業資本	支社・拠点	✓ 東京・大阪・名古屋の3拠点体制から、福岡支社・札幌支社・HRサービス本部(東京)を新たに設置してこの3年間で全国に拡大	全国 6拠点
	代理店	✓ 求人広告サービスの代理店及び受注実績のある営業人員数は、2022年3月末の22社/69名から2025年3月末の41社/357名へ大きく増加	営業人員数 5.2倍
	M&A	✓ 内装建築.com(2023年4月)、フードアカウンティング協会サービス(2023年6月)、農業ジョブ(2024年1月)を譲受	事業譲受 3件
	新規事業開発	✓ グルメバイトちゃん(SNSショート動画求人サービス)、モビリティサービス「モビマル」、譲受3事業に対して十分なリソースを充当	開発総工数 12,000時間

中期経営計画3年間の振り返り ～ 広報・認知

独自データを武器に安定的なメディア露出を獲得

広報・マーケティング調査の内容	露出媒体	露出回数
当社独自保有の 飲食店データの提供	✓ 全国紙 ✓ ニュース番組	3年間で 209回 プレスリ リースは 164本
業界動向・サービス 開発背景の情報提供	✓ 業界専門誌 (飲食/リフォーム/ 商業施設/農業 等)	
一般消費者向け飲食 店データの提供	✓ バラエティ番組 ✓ ワイドショー番組	

中期経営計画3年間の振り返り ～ 社会への影響

マテリアリティに対して設定した重要指標も順調に拡大し
社会に与える影響力が増加

重要指標	2025年3月期実績	2022年3月期 からの伸長率
飲食店ドットコムของผู้ใช้จำนวน “飲食店の経営効率化と飲食業界の生産性向上”	317,138件	1.3倍
モビリティサービスの出店場所数 “多様な飲食の場提供を通じた、地域創生への貢献”	26,297台 延べ稼働台数	2.2倍
求人飲食店ドットコムの掲載数 “多様な就業機会の提供による、ミスマッチ最小化”	7,101件	1.5倍
売却相談件数 “飲食店承継支援を通じた、循環型経済の推進”	2,710件	2.4倍

中期経営計画3年間の振り返り ～ 今後の課題

3年間で大きく事業環境は変化
AI技術を最大限に活用、市況変化に耐え得る企業になることが必須

取り巻く事業環境の主な変化

AI技術の進化

- 2022年のChat GPT(GPT-3.5)のリリース以降、生成AIは加速度的スピードで進化
- ユーザーの指示が無い自律型のAIエージェントも登場し、幅広い領域で利用が活発化
- AIを活用した圧倒的な生産性向上事例も多く創出され、AIを活用できる企業が競争優位に



経営戦略上の課題

● AI活用の加速

- ✓ 生産性の向上
- ✓ 時代のニーズを捉えた新しい事業・サービスの開発

飲食関連 採用市況の変化

- コロナ明けの2022年から約3年間続いた採用過熱化は一旦落ち着き、市場に一服感
- AIマッチングの進化により採用の課金形態が掲載型から成功報酬型・従量型へ徐々に変化
- 求職者が仕事を検索するPULL型から、仕事をレコメンドされるPUSH型へユーザー行動も変化



● 市況変化への耐性強化

- ✓ 成功報酬型・従量型ビジネスモデルの導入推進
- ✓ 事業ポートフォリオの強化

1. 2025年3月期通期決算
 - 1-1. 通期決算概要
 - 1-2. 各事業セグメントの概況
 - 1-3. 年度方針に対する進捗と各種取り組み
2. 中期経営計画の振り返り
3. 2026年3月期業績目標
4. 参考資料

2026年3月期業績目標

長期的な事業成長の実現のために、2026年3月期は成長準備期(Phase1)として
AI・成長領域・事業拡大領域に大きく投資

※ 次期中期経営計画については、2025年5月14日公表の「中期経営計画(2026年3月期～2028年3月期)」参照

(単位:百万円)	2025年3月期 通期実績(連結)	2026年3月期 通期業績予想(連結)	前期比
売上高	3,951	4,100	+3.8%
営業利益	1,097	820	▲25.3%
経常利益	1,086	820	▲24.5%
親会社株主に帰属 する当期純利益	659	574	▲12.9%

1. 2025年3月期通期決算
 - 1-1. 通期決算概要
 - 1-2. 各事業セグメントの概況
 - 1-3. 年度方針に対する進捗と各種取り組み
2. 中期経営計画の振り返り
3. 2026年3月期業績目標
4. 参考資料

役員プロフィール

代表取締役 兼 執行役員社長 兼 事業部長

藤代 真一

1997年3月 東京理科大学 理工学部 卒業
1999年3月 東京工業大学 総合理工学研究科 修士課程修了
1999年6月 アンダーセンコンサルティング
(現アクセンチュア株式会社)入社
2003年4月 当社設立 代表取締役(現任)

取締役 兼 執行役員管理部長

森田 勝樹

1999年5月 アンダーセンコンサルティング
(現アクセンチュア株式会社)入社
2003年4月 当社社外取締役
2015年4月 当社取締役(現任)

取締役 兼 執行役員開発部長

大久保 俊

2005年4月 株式会社ミツカングループ本社入社
2008年4月 当社入社
2015年4月 当社執行役員開発部長
2018年6月 当社取締役(現任)

社外監査役(常勤監査役)

牧野 隆一

社外監査役

井上 康知

社外監査役

中山 寿英

取締役

中川 二博

1984年4月 株式会社リクルート(現株式会社リクルートホールディングス)入社
1998年10月 株式会社東海カーセンサー代表取締役
1999年6月 株式会社九州カーセンサー代表取締役
2003年4月 株式会社リクルートHRマーケティング関西代表取締役
2006年4月 株式会社リクルート(現株式会社リクルートホールディングス)
執行役員、株式会社リクルートスタッフィング常務執行役員
2012年10月 株式会社リクルートマーケティングパートナーズ執行役員
2013年6月 株式会社JCM取締役
2014年10月 株式会社リクルートカーセンサー代表取締役
2016年4月 株式会社リクルートマーケティングパートナーズ顧問
2017年6月 当社社外取締役、プレミアグループ株式会社取締役(現任)
2019年6月 当社取締役(現任)

社外取締役

松崎 良太

1991年4月 株式会社日本興業銀行(現株式会社みずほフィナンシャルグループ)入行
2000年2月 楽天株式会社入社
2011年2月 サードギア株式会社設立 代表取締役(現任)
2011年11月 株式会社クラウドワークス取締役
2013年2月 きびだんご株式会社設立 代表取締役(現任)
2016年1月 当社取締役(現任)
2019年9月 株式会社ユーザーローカル取締役(現任)

社外取締役

永井 美保子

1988年4月 株式会社資生堂入社
1988年10月 同社ビューティーサイエンス研究所
2015年4月 同社コーポレートコミュニケーション本部長
2019年7月 一般社団法人日本ユマニチュード学会理事兼事務局長(現任)
2019年12月 株式会社マミーマート取締役(現任)
2022年6月 当社取締役(現任)
2024年3月 株式会社ブロードリーフ監査役(現任)

2003年	4月	株式会社シンクロ・フードを設立
	9月	飲食店の出店開業・運営支援サイト「飲食店.COM」を開設
2005年	3月	店舗の内装会社を探すことができるマッチングサイト「店舗デザイン.COM」を開設
	11月	インテリア業界の求人情報サイト「求人@インテリアデザイン」を開設
2006年	10月	飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」を開設
2007年	9月	居抜き店舗物件の買取査定サイト「居抜き情報.COM」を開設
2011年	5月	飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」の関西版を開設
2013年	9月	飲食店.COMに食材仕入先を探すことができるコーナー「食材仕入先探し」を開設
2015年	5月	食の世界をつなぐWEBマガジン「Foodist Media(フーディストメディア)」を創刊
	10月	店舗物件情報サイト「飲食店.COM 店舗物件探し」の関西版を開設
2016年	3月	飲食店に特化した食材発注ツール「PlaceOrders(プレイスオーダーズ)」をリリース
	12月	飲食店のM&Aをサポートする「飲食M&A by飲食店.COM」をリリース 飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」の東海版を開設
2017年	5月	飲食店に特化したリサーチサービス「飲食店リサーチ」をリリース
	6月	店舗物件情報サイト「飲食店.COM 店舗物件探し」の東海版を開設
	9月	飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」の九州版を開設
	12月	飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」の北海道・東北版を開設
2018年	4月	外国人特化の飲食店の求人情報サイト「Food Job Japan」を開設
	6月	顔認証勤怠管理「飲食店タイムカード」スマホアプリの提供開始
	9月	店舗物件情報サイト「飲食店.COM 店舗物件探し」の九州版を開設
2019年	1月	食材発注ツール「PlaceOrders」のリニューアルおよび有料プラン提供開始
2020年	3月	食材受注管理システム「ReceiveOrders」をリリース
	5月	月額定額制サービス「飲食店.COM プレミアム」の提供開始
	8月	キッチンカーシェア・マッチングサイト「モビマル」の提供開始
		副業マッチングサイト「ニコシゴト」の提供開始
2021年	10月	フランチャイズ比較サイト「飲食FC比較」の提供開始
2022年	10月	飲食店の求人情報サイト「求人飲食店ドットコム」スカウトサービスをリニューアル
2023年	3月	主要サービスブランドのリニューアルを完了(上記各サービス名称はリリース時)
	5月	SNSショート動画アルバイト求人サービス「グルメバイトちゃん」の提供開始
	9月	SNSショート動画アルバイト求人サービス「グルメバイトちゃん」Web版をリリース
	10月	飲食店と税理士事務所のマッチングサービス「飲食店ドットコム 税理士探し」をリリース
	12月	飲食のプロが商品を試して評価する「飲食店ドットコム認証マーク」サービスを提供開始
2024年	7月	キッチンカーのプラットフォーム「モビマル」のサブスクサービス開始
	10月	飲食店のあらゆるリスクに備える「事業をおまもりする保険」の販売を開始
	12月	飲食店の求人情報サイト「求人飲食店ドットコム」の北陸・甲信越版を開設 飲食店ドットコム「店舗物件探し」をリニューアル

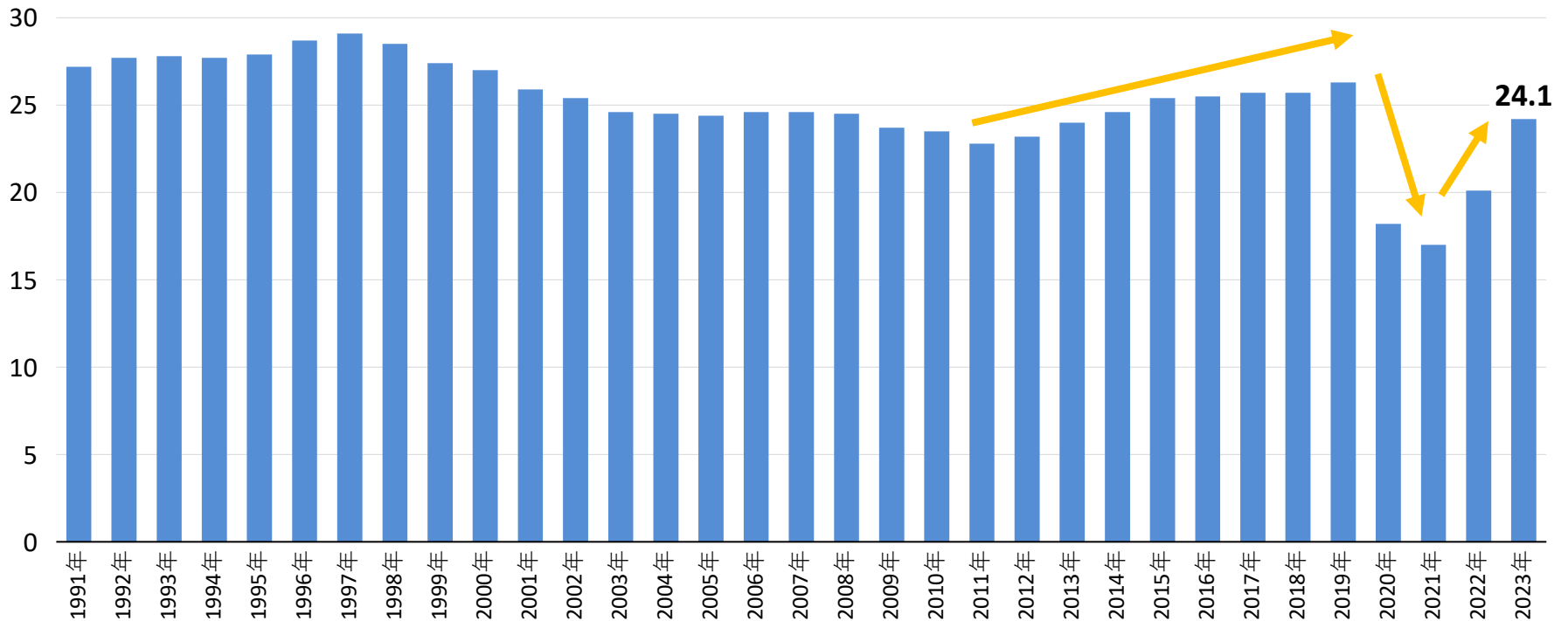


外食産業規模

外食産業はコロナ影響により2020年～2021年にかけて縮小したものの
行動制限の解除や5類への移行を機に、2023年には24兆円にまで回復

外食産業市場規模推計の推移

単位：兆円



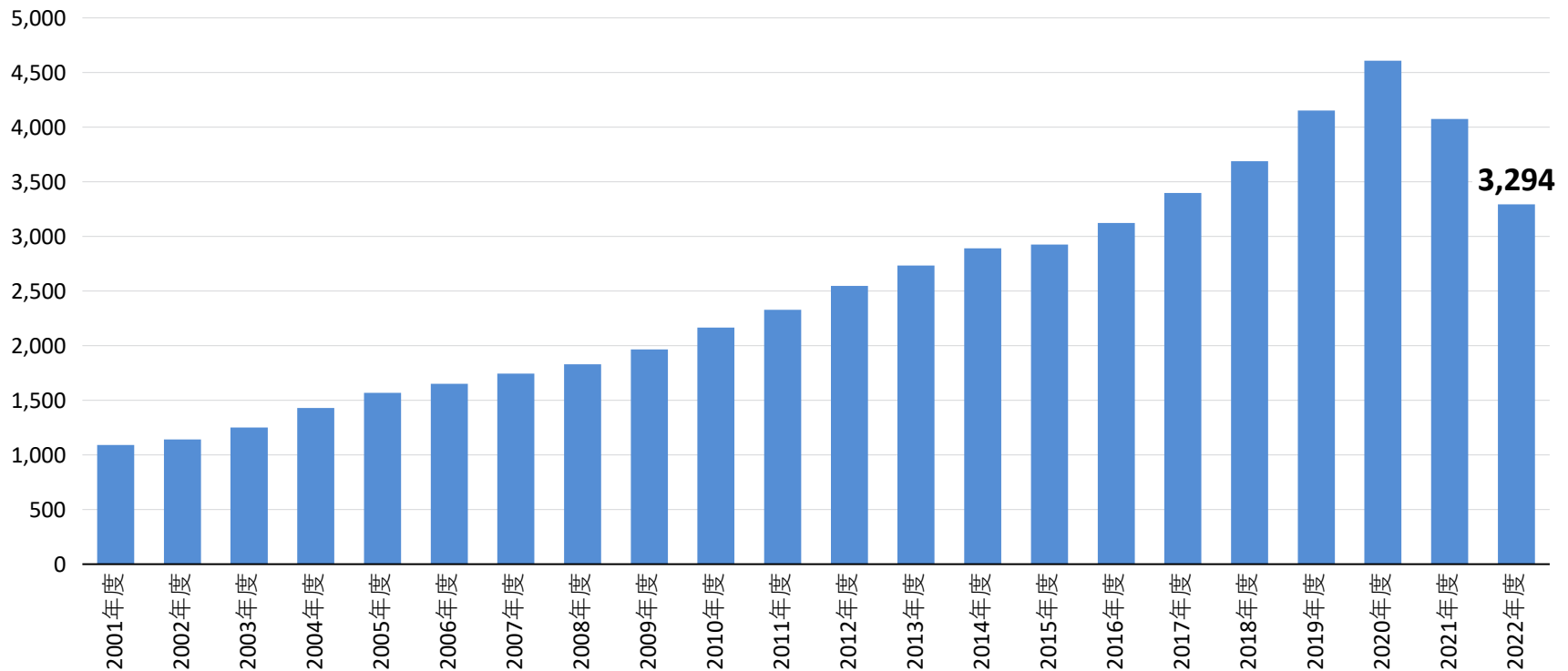
出所：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場規模推計の推移」

移動販売車の営業許可件数

移動販売車による営業は毎年増加してきたが
コロナ影響により2021年以降は減少傾向

東京都における移動販売車の営業許可件数の推移

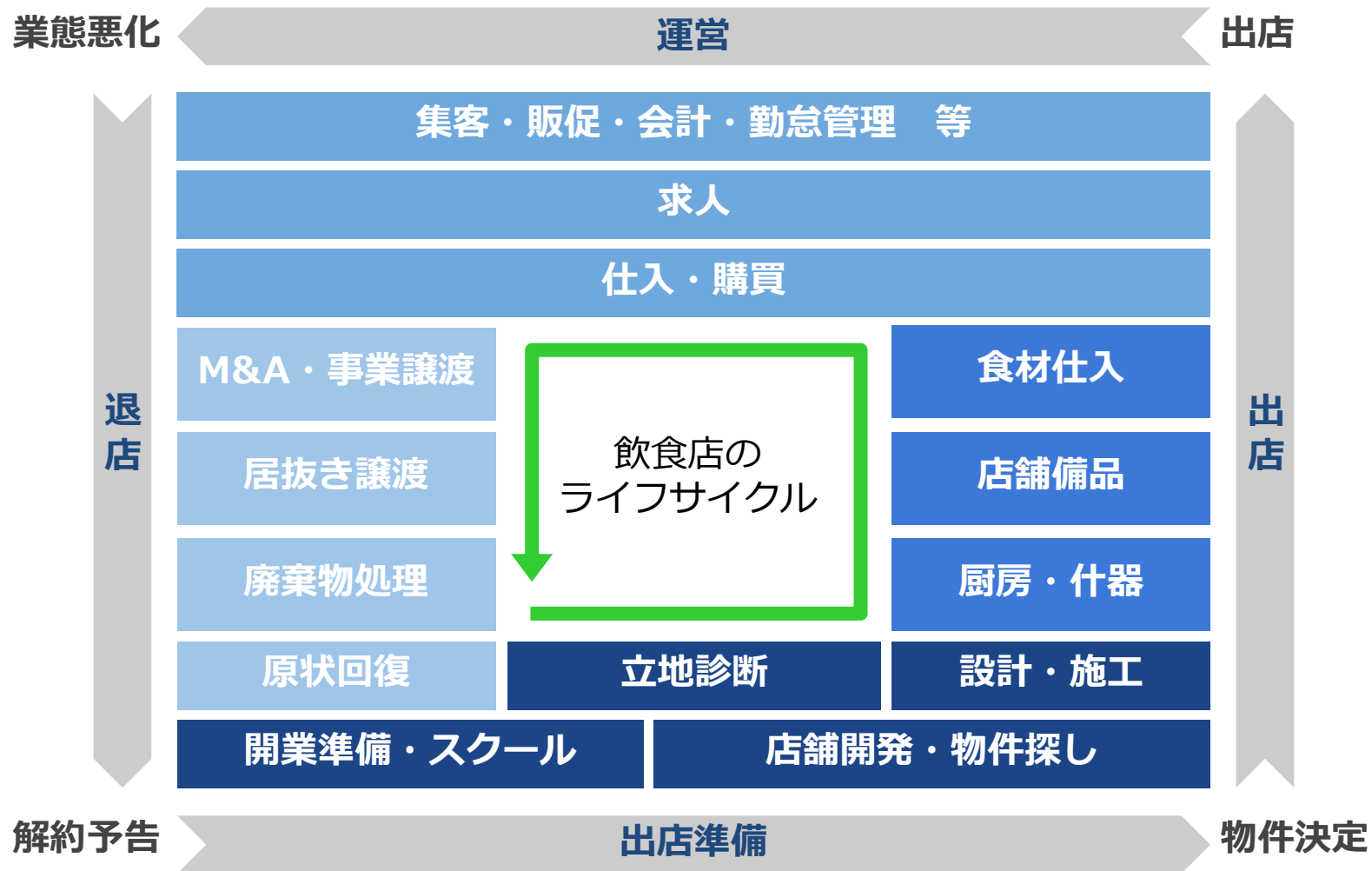
(単位：台)



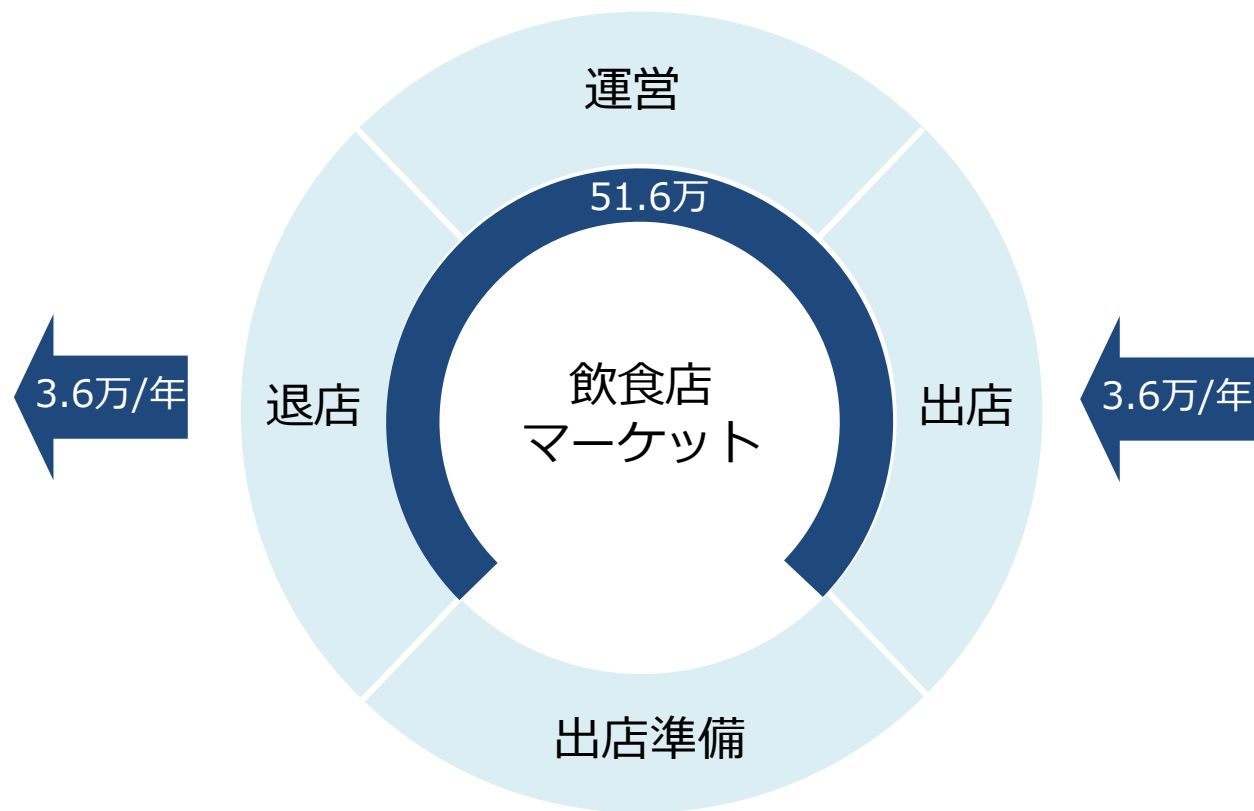
出所：東京都福祉保健局「食品衛生関係事業報告」

飲食店のライフサイクル

出店準備から出店、運営、退店の4フェーズ



飲食店マーケットは、全国の飲食店51.6万事業所^{*1}のうち
年間3.6万事業所^{*2}が入れ替わるマーケット



*1 出所：総務省「平成26年経済センサス基礎調査」(「バー、キャバレー、ナイトクラブ」に該当する事業所数を除外しております)

*2 上記「平成26年経済センサス基礎調査」の新設事業所、廃業事業所をもとに算出

飲食店ドットコムは、店舗物件情報の提供、厨房備品の販売、食材仕入先の選定支援、求人募集の管理など、飲食店開業・出店・運営に役立つサービスをワンストップで提供しています。

求人飲食店ドットコム

求人飲食店ドットコムは、飲食店に特化した正社員・アルバイト求人情報サイトとして、首都圏と関西圏を中心に、飲食店の求人ニーズに対応した、専門の求人サービスを提供しています。

飲食店ユーザーは、求人飲食店ドットコムに有料で求人情報を掲載できます。求職者は、無料で求人情報の閲覧や応募をすることができます。

飲食店ドットコム 仕入れ先探し

飲食店ドットコム 仕入れ先探しは、業務用食材や酒類を取り扱う食材仕入事業者を探しているユーザーに、食材仕入事業者の情報を提供するサービスです。

食材仕入事業者は飲食店ドットコム 食材仕入れ先探しに登録することで、会社情報・取り扱い商品の掲載や、ユーザーからの食材仕入れ先探しのマッチング案件に対してエントリーを行うことができます。ユーザーは無料で食材仕入事業者情報の検索やマッチングを利用することができます。



当社のインターネットメディア事業(2/3)

PlaceOrders

PlaceOrders(プレイスオーダーズ)は、飲食店ドットコムが提供する飲食店に特化したWeb発注サービスです。

ユーザーは、スマートフォンから発注内容を送信するだけで、FAXまたはメール宛に自動変換された発注書が食材・酒の食材仕入事業者に送信することができます。また、発注履歴もスマートフォンで確認することが可能です。



店舗デザイン.COM

店舗デザイン.COMは、店舗の出店・改装を考えているユーザーに、店舗のデザインや施工を行う内装事業者の情報を提供するサービスです。

内装事業者は有料で店舗デザイン.COMに登録することで、過去の施工事例の掲載や、ユーザーからのデザイン・施工のマッチング案件に対してエントリーを行うことができます。ユーザーは無料で内装事業者情報の検索やマッチングを利用することができます。



飲食店ドットコム ジャーナル

飲食店ドットコム ジャーナルは、飲食業界に携わる様々な方々へ参考情報を配信する当社のオウンドメディアです。

当メディアで掲載する記事は、当社専属のライターが執筆をしています。ユーザーを始めとして、当メディアの記事はすべて無料で閲覧することができます。



従来の店舗出店型のフランチャイズ情報だけでなく、デリバリーやテイクアウトに特化したブランドも多数掲載しています。フランチャイズのブランドにおける様々な情報を整理し比較することで、優良なブランドを探すことができます。



ビジネスモデル

「一気通貫のプラットフォーム」を提供



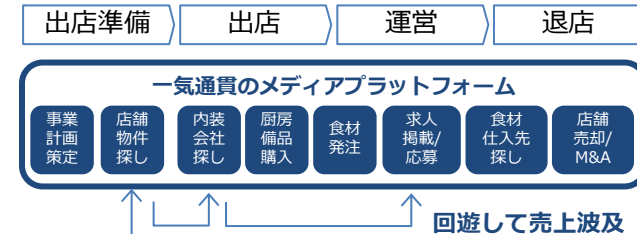
ビジネスモデルの強み

独自性・収益性・安定性に強み

1

独自性

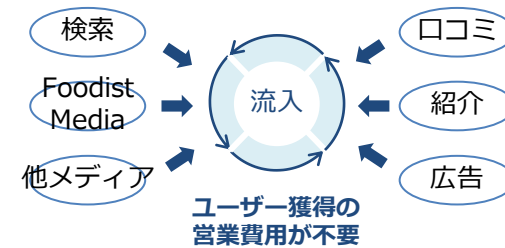
- ✓ 飲食店のライフサイクルにおける、独自の一気通貫のプラットフォーム
- ✓ トータルサービスゆえの回遊効果



2

収益性

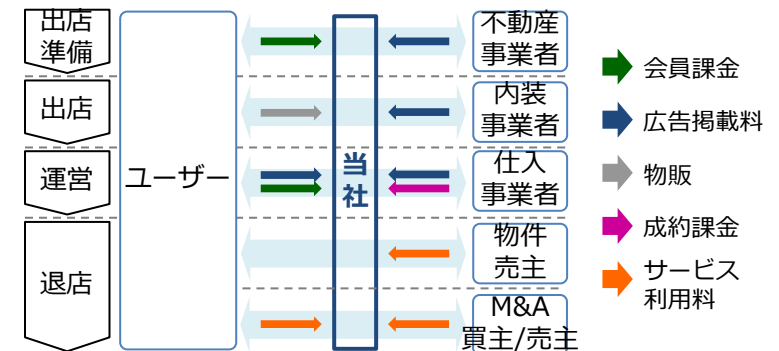
- ✓ 多様なチャネルからユーザーが流入し、ユーザー獲得コストが低い
- ✓ 月額課金モデルと合わせ、高い利益率



3

安定性

- ✓ ユーザー/事業者の双方から収益を得る マルチマネタイズ
- ✓ 景気低迷時にも収益を得ることが可能 (居抜き、M&A)



中期経営計画に合わせて、HR人材紹介サービス領域を追加・修正

サービス領域		算出方法	市場規模	
HR求人広告サービス領域		・飲食企業の求人広告媒体各社の掲載情報から広告予算(正社員)を算出※1	580億円	SAM
プラットフォームサービス領域	デザイン会社向け	・顧客規模別予算ヒアリング及びデザイン会社・建築設計会社数におけるシェアより算出※2	25億円	SAM
	M&A仲介	・事業承継も含めたスモールM&A市場の年間案件数の増加トレンドにより算出※3	20億円	SAM
HR人材紹介サービス領域		・職業紹介事業報告書の集計結果における手数料徴収状況より算出※4	175億円	SAM
モビリティサービス領域		— (試算困難)	—	
SNSショート動画領域	アルバイト求人	・飲食企業の求人広告媒体各社の掲載情報から広告予算(アルバイト)を算出※1	1,430億円	TAM

※1 正社員、アルバイト採用市場については2022年1月～2022年12月の求人広告媒体各社の掲載情報(株式会社フロッグ提供)を用いて当社算出

※2 平成28年経済センサス活動調査におけるデザイン会社・建築設計会社数を元に当社算出

※3 株式会社レコフデータによる2022年1月～12月M&A動向調査や大手上場M&A仲介会社各社の決算説明資料等より当社算出

※4 厚生労働省「令和5年度職業紹介事業報告書の集計結果(速報)」における「飲食物調理の職業」「接客・給仕の職業」の手数料の合計

TAM : Total Addressable Market

SAM : Serviceable Available Market

長期的に目指す姿 ～ 当社の成功モデル

飲食店支援領域でのこれまでの事業運営を通じて
成功したビジネスモデルを確立し、多様な能力を獲得

これまでの事業運営を通じて実現してきたこと・獲得してきた能力

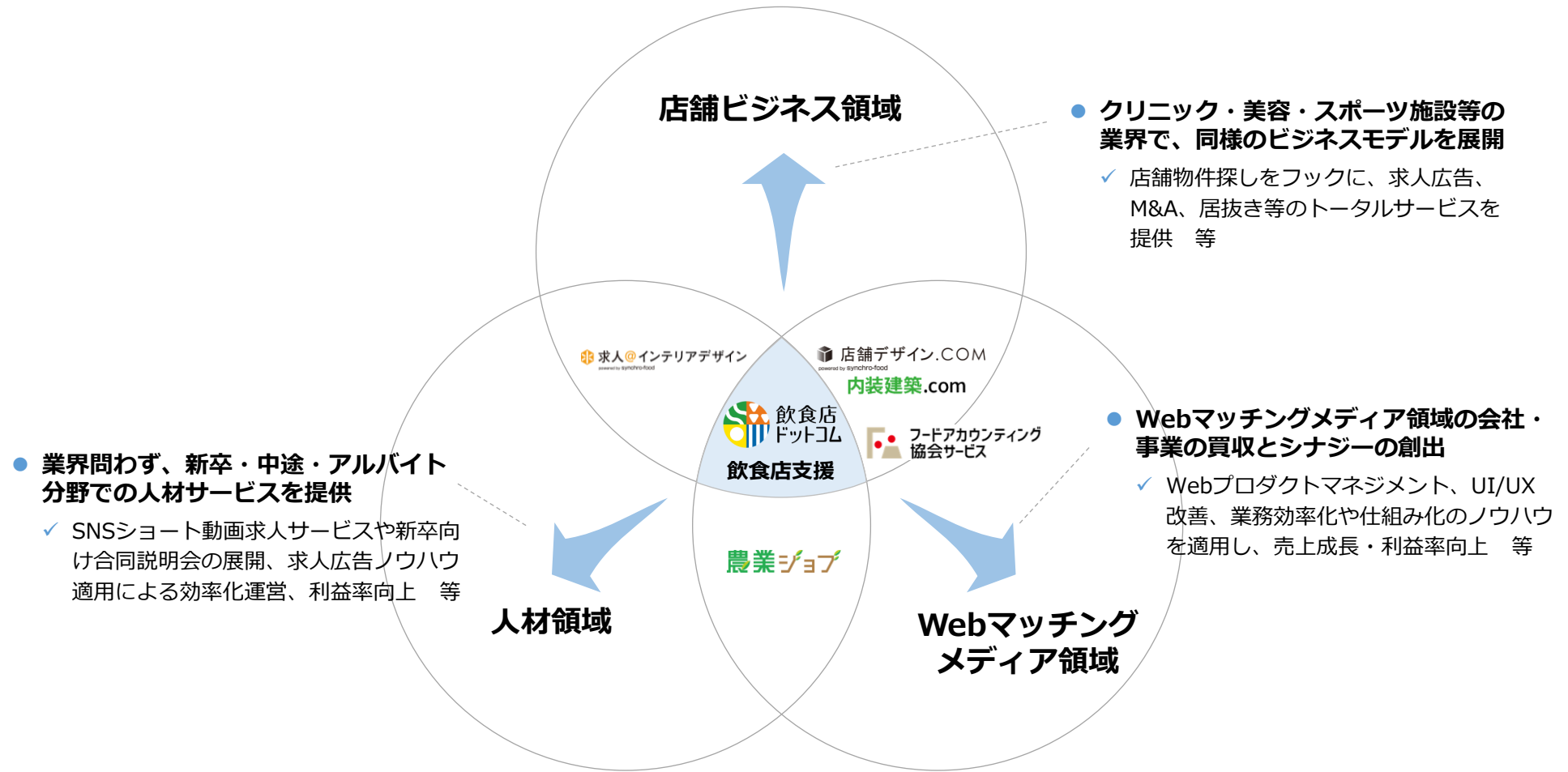


＜飲食店向けメディアプラットフォームの運営＞

- 物件探しをフックに低コストでユーザーを集め、求人広告で大きくマネタイズするビジネスモデル
- スピーディーなシステム開発により次々とサービスをリリース、一気通貫のトータルサービスを提供
- 多数のWebマッチングサービスにおけるプロダクトマネジメント経験及びUI/UX改善力
- 各種データ分析に基づいた業務改善・効率化・仕組み化、譲受事業への適用力
- リテール顧客(小規模飲食店)に対する営業活動の徹底的な効率化・仕組み化

長期的に目指す姿 ～ 事業拡大の方向性

飲食店支援の成功モデルを人材・店舗ビジネス・Webマッチングメディアの3領域に適用し、長期的な事業成長・拡大を狙う



サステナビリティ方針

サステナビリティ基本方針に則り、重点テーマをアップデート
今後、KPI設定と実現のための取組みを推進予定

基本方針

- ・ シンクロ・フードの原点には、**志と想いを持って飲食の世界で挑戦する人を応援したい**、という考えがあります。物件や人材との最適な出会い、経営の効率化、無駄なコストの削減等々。
- ・ 飲食店の出店準備から運営、退店まで、その一連の流れにおいて起きてくる課題の解決方法や、選択肢を提示することで、**経営の持続可能性を高めるためのサポート**をしてきました。
- ・ 世の中の変化に応じて、経営者が必要とするサービスも変わってきます。わたしたちはその変化を敏感に感じ取りながら、新しい事業にも積極的に取り組みます。**食品ロス、食糧生産、地球環境への配慮等、食の側面からSDGsへの意識を高める**ことにも、意欲的に取り組んでいきます。
- ・ **飲食業の課題に真剣に向き合い、事業を通して持続可能な世の中をつくっていきます。**

6つの重点テーマ(マテリアリティ)

- 飲食店の経営効率化と飲食業界の生産性向上
- 多様な飲食の場提供を通じた、地域創生への貢献
- 多様な就業機会の提供による、ミスマッチ最小化
- 飲食店承継支援を通じた、循環型経済の推進
- データセキュリティとプライバシー保護
- 多様な人材の活躍、働きがいのある職場づくり

関連するSDGs目標



本資料の取り扱いについて

本資料において提供される情報は、現時点における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因により変動する可能性があります。

従いまして、本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等とは異なる結果を招くリスクや不確実性を含んでおります。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本資料において提供される情報を更新・修正する義務を負うものではありません。

