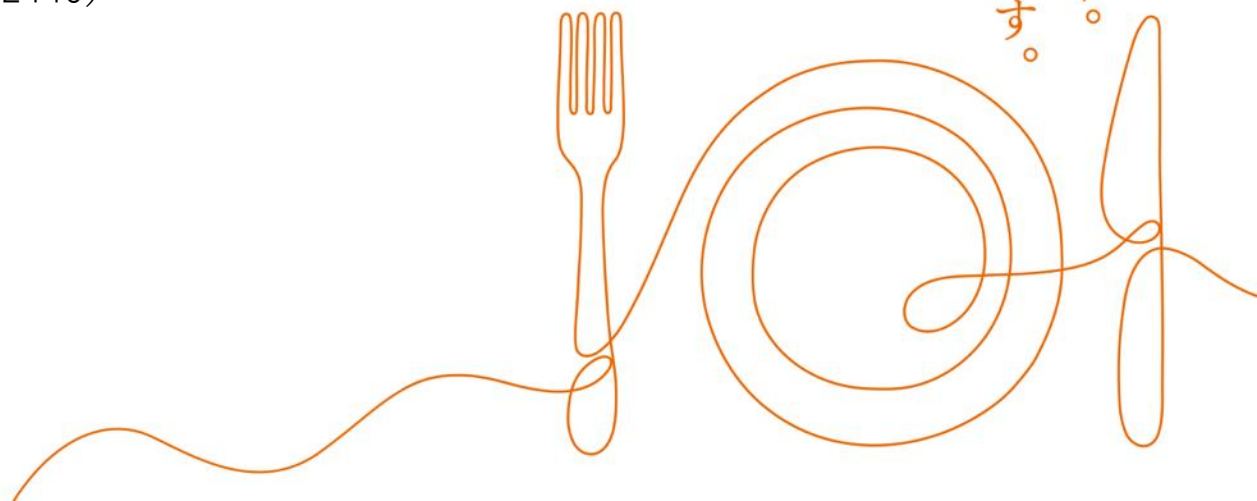


ぐるなび

2022年3月期 第3四半期 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。

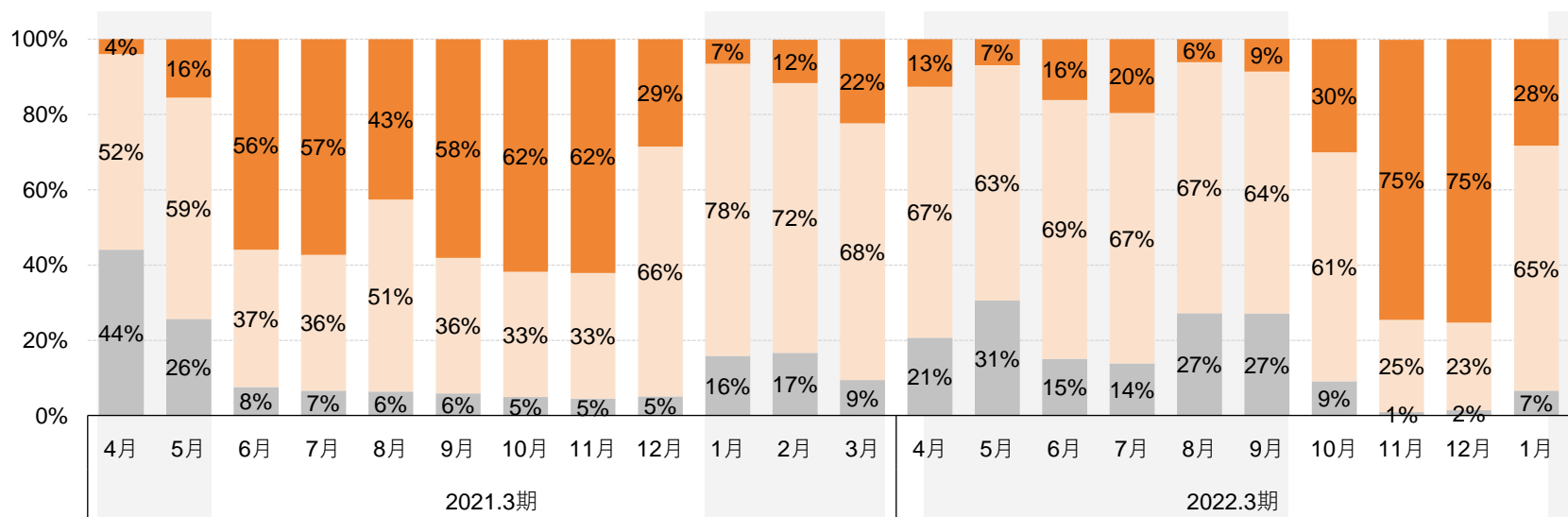


事業環境

- ✓ 当期は緊急事態宣言等に伴う営業時間短縮、酒類提供制限等により、飲食店経営は厳しい状況が続いた
→飲食店経営者の販売促進活動に対する消極的な姿勢が続く
- ✓ 10月以降、緊急事態宣言の解除に伴い外食市場に持ち直しの動きがみられる

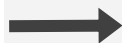
■ 加盟飲食店の営業状況（当社加盟飲食店へのWEBアンケートより）

■ 休業 ■ 時短営業 ■ 通常営業

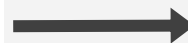


(東京における)

緊急事態宣言



まん延防止措置



決算概要

- ✓ 厳しい事業環境を背景に減収となったものの、固定費削減効果等により損失は縮小
- ✓ 緊急事態宣言が解除された10月以降は、飲食店・消費者ともに当社サービスの利用状況が好転
- ✓ 1月以降の感染者数再拡大等により外食市場の先行きは不透明、通期業績予想は未定

	第3四半期累計	
	2021年3月期	2022年3月期
売上高	12,041 百万円	9,563 百万円 ↓
営業損失	-6,235 百万円	-3,483 百万円 ↑
親会社株主に帰属する四半期純損失	-6,486 百万円	-3,606 百万円 ↑
総有料加盟店舗数 (12月末)	56,805 店	60,614 店 ↑
楽天ID連携会員数 (12月末)	434 万人	528 万人 ↑

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。

連結損益計算書

(単位：百万円)	2021年3月期 第3四半期	対売上高 比率	2022年3月期 第3四半期	対売上高 比率	前年同期比 変化率 (参考)
売上高	12,041	100.0%	9,563	100.0%	-20.6%
売上原価	5,788	48.1%	4,050	42.4%	-30.0%
売上総利益	6,253	51.9%	5,513	57.6%	-11.8%
販売費及び一般管理費	12,488	103.7%	8,997	94.1%	-28.0%
営業損失	-6,235	-	-3,483	-	-
経常損失	-6,217	-	-3,564	-	-
税引前四半期純損失	-5,939	-	-3,597	-	-
親会社株主に帰属する四半期純損失	-6,486	-	-3,606	-	-

売上高内訳

(単位：百万円)	2021年3月期 第3四半期	2022年3月期 第3四半期	前年同期比 変化率 (参考)
売上高	12,041	9,563	-20.6%
飲食店販促サービス	10,037	7,692	-23.4%
ストック型サービス	7,749	6,381	-17.7%
スポット型サービス	2,288	1,311	-42.7%
プロモーション	1,484	920	-38.0%
関連事業	519	950	+82.8%

ストック型サービス

- ✓ 上期の受注低調+新加盟プランのディスカウントキャンペーン（9～1月）の影響により前年同期比減少
- ✓ 外部環境改善により12月より回復に向かう

スポット型サービス

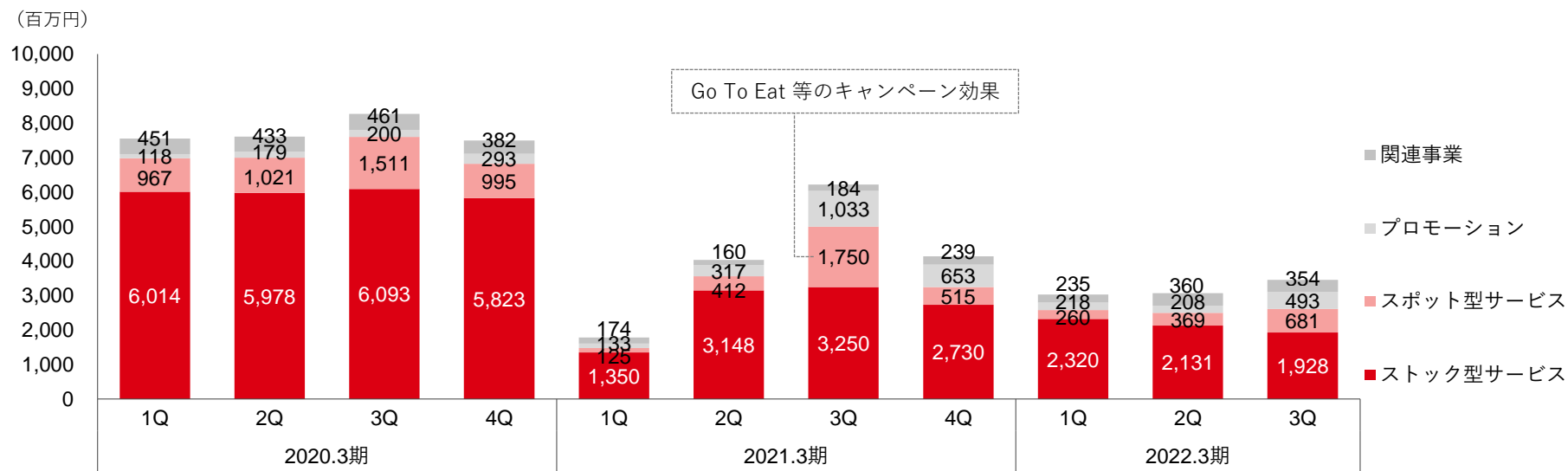
- ✓ 前期のネット予約手数料売上が「Go To Eatキャンペーン」効果により押し上げられていたため、前年同期比減少

プロモーション

- ✓ 「Go To Eatキャンペーン事業」及び「ぐるなびFOODMALL（2021.3期4Q終了）」の運営受託収入が縮小・解消

関連事業

- ✓ 楽天グループからの業務受託収入を計上

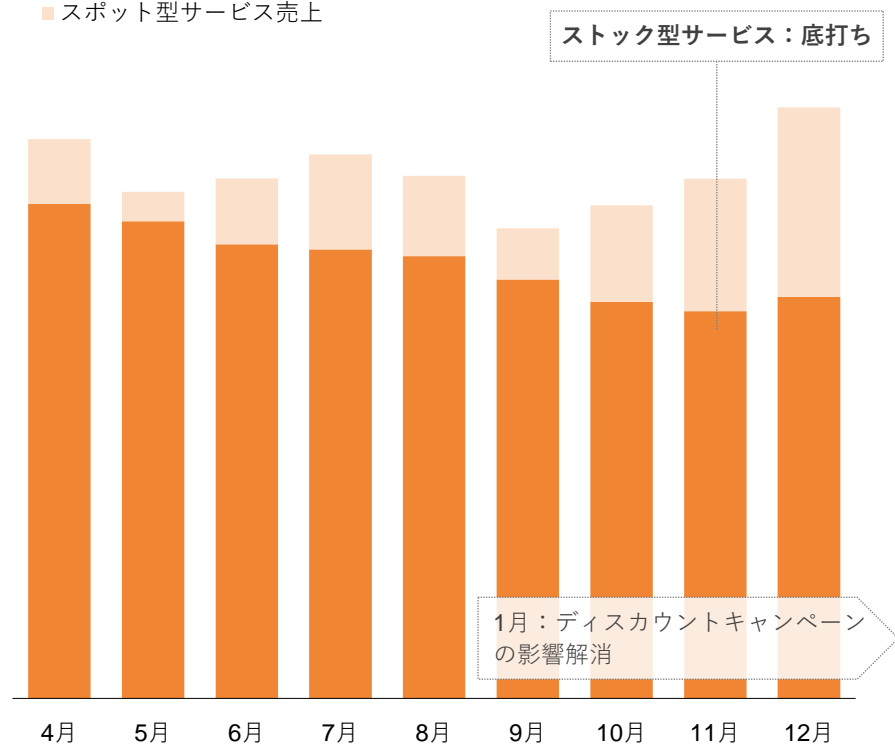


飲食店販促サービスの月次推移

✓ 3Qにおいて、売上・店舗数ともに回復に向かう

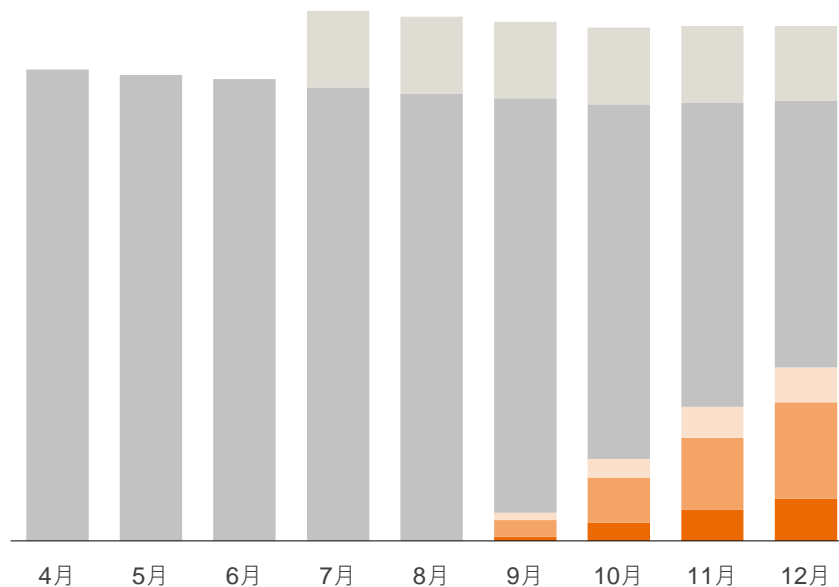
飲食店販促サービス売上の月次推移

- ストック型サービス売上
- スポット型サービス売上



総有料加盟店舗数の月次推移

- デリバリーのみ加盟 ※1
- 旧プラン
- 新プラン_スタート (月額0円) ※2
- 新プラン_ライト (月額1万円)
- 新プラン_ベーシック (月額3万円)



※1：2021年7月に楽天グループ(株)より承継したデリバリー加盟店舗

※2：ネット予約掲出/オプション商品購入店のみ

(参考) 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

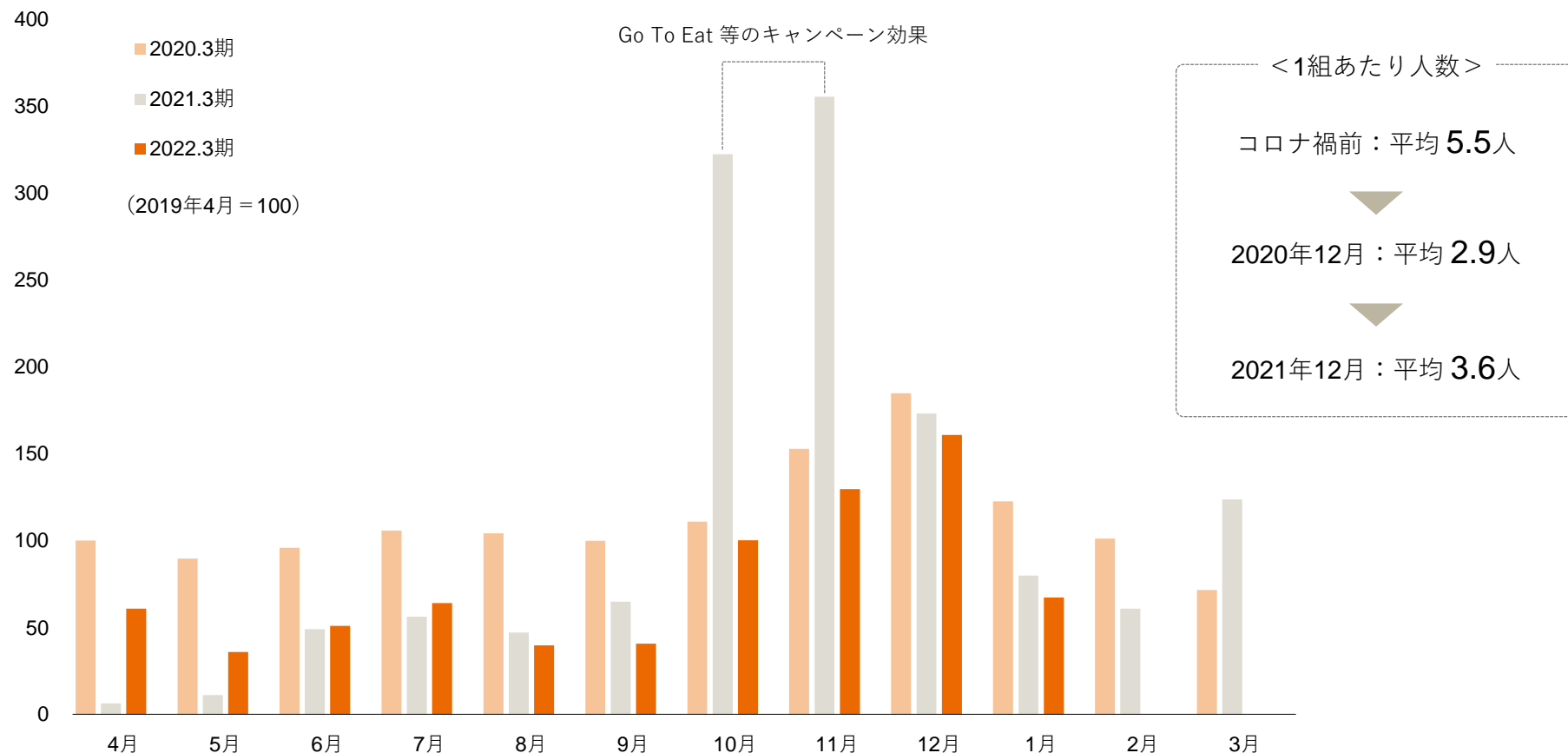
■ 販促プラン（店舗ページの掲載を前提としたプラン）

	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 デイナー：50～200円/人		手数料固定 ランチ：40円/人 デイナー：200円/人
ぐるなび台帳 （アプリ版）	○	○	×
クーポン活用 （詳細はP.12参照）	○	○	×
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

ネット予約件数の月次推移

- ✓ 外部環境改善、コンバージョンレート向上（P.13 参照）等により
12月のネット予約件数はコロナ禍前（2019年12月）の87%まで回復
- ✓ 1組あたりの人数は回復が見られるものの、少人数傾向が継続



原価・費用内訳

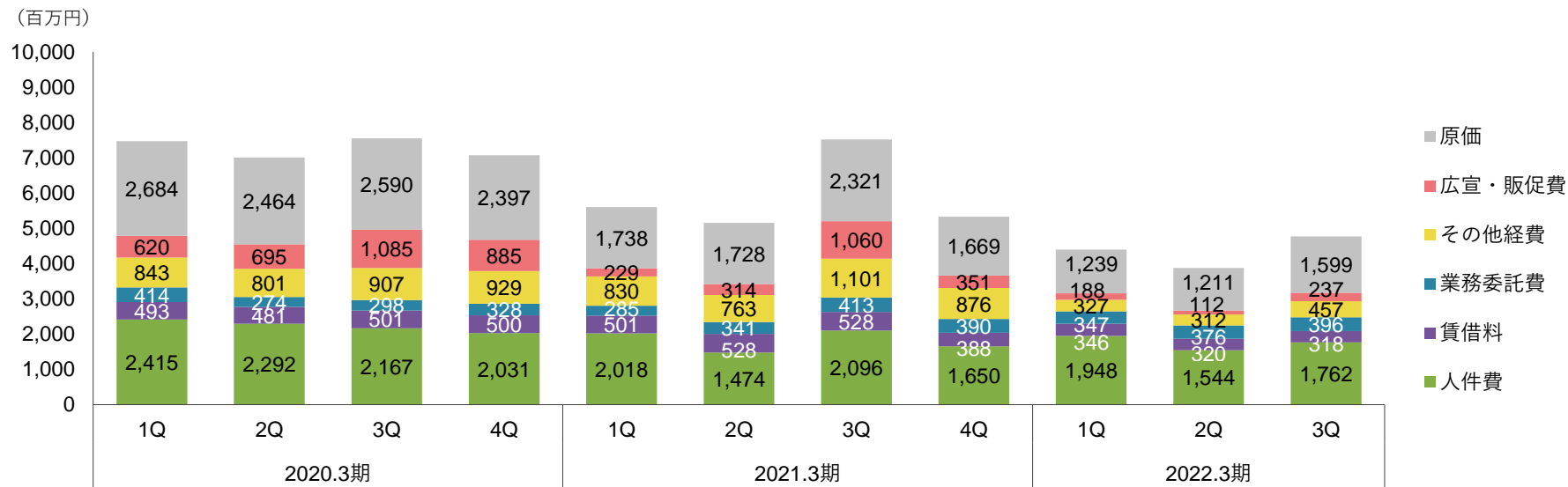
(単位：百万円)	2021年3月期 第3四半期	2022年3月期 第3四半期	前年同期比 変化率 (参考)
総費用	18,277	13,047	-28.6%
売上原価	5,788	4,050	-30.0%
販売費及び一般管理費	12,488	8,997	-28.0%
人件費	5,590	5,255	-6.0%
賃借料	1,558	985	-36.8%
業務委託費	1,040	1,120	+7.6%
広宣・販促費	1,604	537	-66.5%
その他	2,694	1,097	-59.3%

売上原価

- ✓ 前期末に実施した減損処理に伴い減価償却費が減少
- ✓ 「Go To Eatキャンペーン事業」の運営費用が縮小

販売費及び一般管理費

- ✓ 賃借料
オフィススペースの削減や営業所の移転・縮小により、事務所賃借料が減少
- ✓ 広宣・販促費
「Go To Eatキャンペーン」を契機とした外食需要喚起費用、ネット予約ポイント費用が縮小
- ✓ その他
主に、貸倒引当金戻入の影響と、前期末に実施した減損処理に伴う減価償却費の縮小により、前年同期比減少



連結貸借対照表

✓ 第三者割当による普通株式発行（33億円）、A種優先株式発行（17億円）により、50億円を調達

（単位：百万円）	2021年3月末	2021年12月末	前期末比	（単位：百万円）	2021年3月末	2021年12月末	前期末比
流動資産合計	11,664	11,573	-90	流動負債合計	4,024	2,902	-1,121
現金・預金※	7,507	7,246	-260	未払金	1,482	1,348	-133
受取手形及び売掛金	2,741	3,413	671	預り金※	1,675	803	-872
未収入金	1,154	657	-497	未払法人税等	57	2	-54
前払費用	480	685	204	賞与引当金	247	286	39
貸倒引当金	-581	-546	34	ポイント引当金	158	30	-128
その他	362	119	-243	その他	402	430	28
固定資産合計	1,903	2,814	910	固定負債合計	168	235	66
有形固定資産	-	95	95	負債合計	4,192	3,137	-1,054
無形固定資産	-	793	793	純資産合計	9,375	11,250	1,875
投資その他の資産	1,903	1,925	21	自己資本	9,290	11,145	1,854
資産合計	13,567	14,388	820	負債純資産合計	13,567	14,388	820

2021年12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（2021年3月末：各1,508百万円、2021年12月末：各600百万円）

飲食店の「販促支援企業」から「経営サポート企業」へと進化 規模や業態、立地を問わず全ての飲食店を対象に価値を提供

これまで 販促支援企業

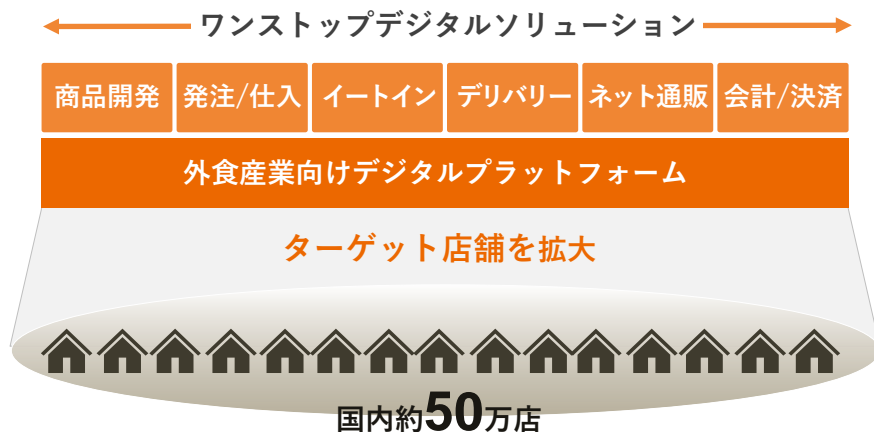
事業領域	
(市場)	(提供サービス)
外食	販促支援
中食	業務・経営支援
内食	商品開発支援



飲食店の販促活動・消費者の外出行動を変革

今後 経営サポート企業

事業領域	
(市場)	(提供サービス)
外食	販促支援
中食	業務・経営支援
内食	商品開発支援

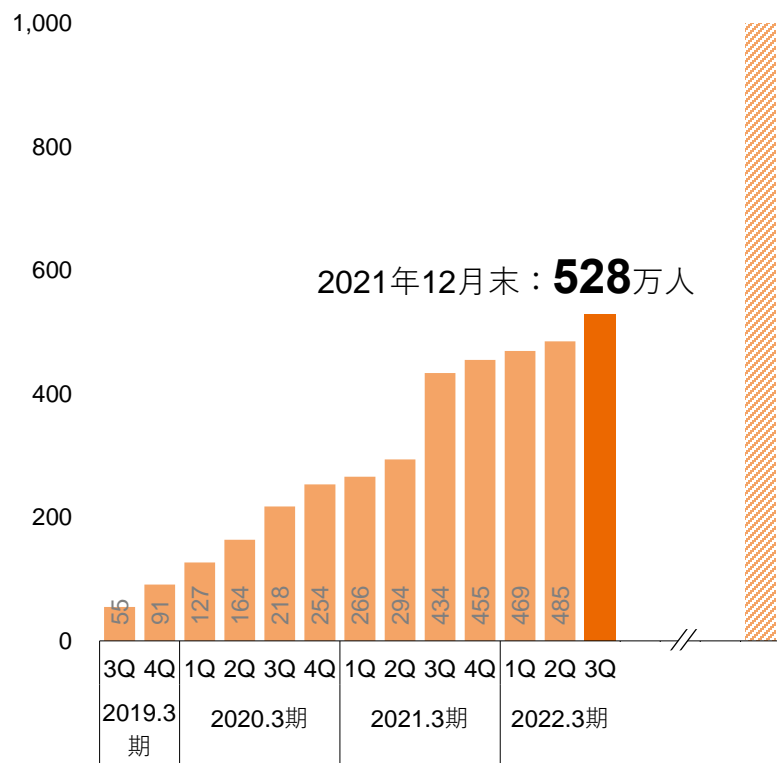


飲食店の経営全体をデジタルの力で変革
消費者のあらゆる食体験価値を高める

強化施策進捗：イートイン送客の強化 ①

- ✓ 楽天ID連携数会員数が500万人を突破
- ✓ 「ぐるなびネット予約クーポン」開始、楽天会員（1億以上）に向けたネット予約促進を強化
→ 利便性・利得性の継続的な向上により、楽天ID連携会員基盤を1,000万人規模へ

■ 楽天ID連携会員数



■ ぐるなびネット予約クーポン

(2021年12月 トライアル、2022年1月 本格リリース)

- 楽天ID連携会員の予約行動を分析し、会員ごとに最適な割引クーポン（ネット予約で利用可能）を発行
- 当社、楽天両社のWEBサイト、メールマガジン等でクーポン利用を促進

加盟飲食店

(割引額は当社負担のため) コスト負担なくクーポンをフックとした集客が可能

→ 加盟満足度の向上、解約率の低減へ

当社

従来と比較し少ないリソースで柔軟なインセンティブ付与が可能

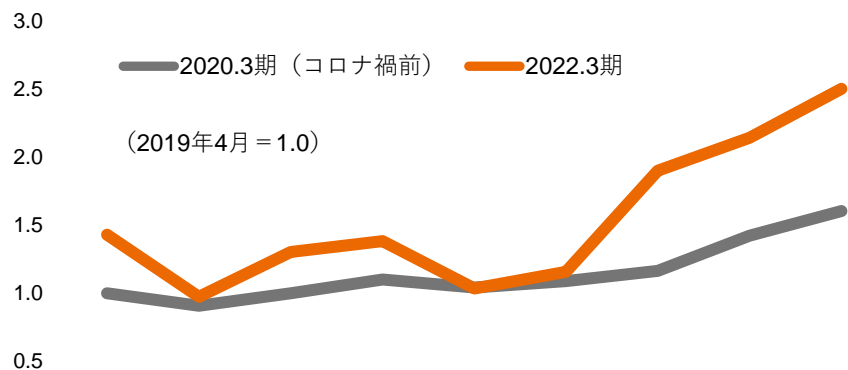
→ 新規会員の獲得、既存会員のリピート利用促進等のマーケティングをより効率的に



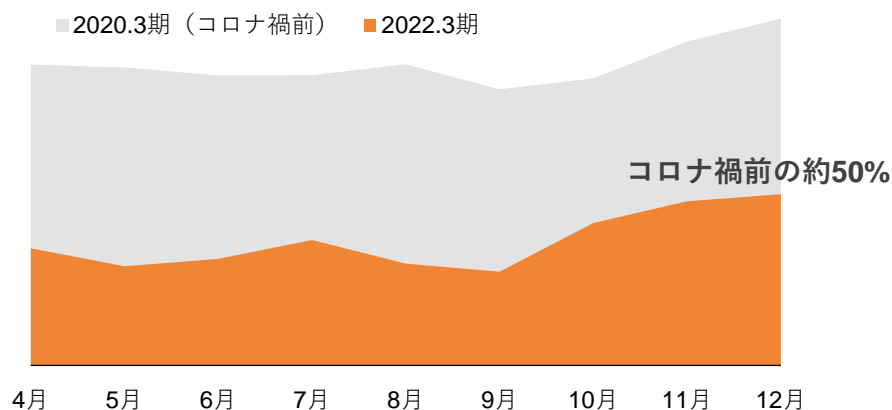
強化施策進捗：イートイン送客の強化 ②

- ✓ 継続的なUI・UX改善が奏功し、コンバージョンレートが向上
- ✓ 今後、外部環境改善等によるセッション数回復により、更なる予約送客拡大へ

予約コンバージョンレート



ぐるなびサイト訪問数



これまでの主なUI・UX改善施策

2020.3期	
4Q	<ul style="list-style-type: none"> ぐるなびサイト TOPページリニューアル
2021.3期	
1Q	<ul style="list-style-type: none"> 予約フォーム改善
2Q	<ul style="list-style-type: none"> 店舗ページ「新型コロナ対策」表示追加 スマホ版 店舗ページリニューアル 第1弾
3Q	<ul style="list-style-type: none"> レストラン検索 UI改善 スマホ版 店舗ページリニューアル 第2弾
4Q	<ul style="list-style-type: none"> アプリ版 地図検索機能改善
2022.3期	
3Q	<ul style="list-style-type: none"> レストラン検索サービスリニューアル 店舗ページ「新型コロナ対策」表示拡充

お店の取り組み 14/14件実施中 (2021/12/21更新)

全スタッフワクチン接種済

店内や設備等の消毒・除菌・洗浄

上記のほか、予約導線、検索機能、店舗ページUIの改善を多数実施

強化施策進捗：食材等受発注支援サービスの構築

- ✓ 飲食店向け業務用食材・資材仕入れ専用ECサイト「ぐるなび仕入モール」先行オープン
→ 飲食店への提供価値拡充 + 新たな収益源（出店業者への販売手数料課金）の構築へ

■ 当社の食材等受発注支援サービス

定期発注機能

ぐるなび 発注

✓ トライアル継続中



モール型食材EC機能

ぐるなび 仕入モール

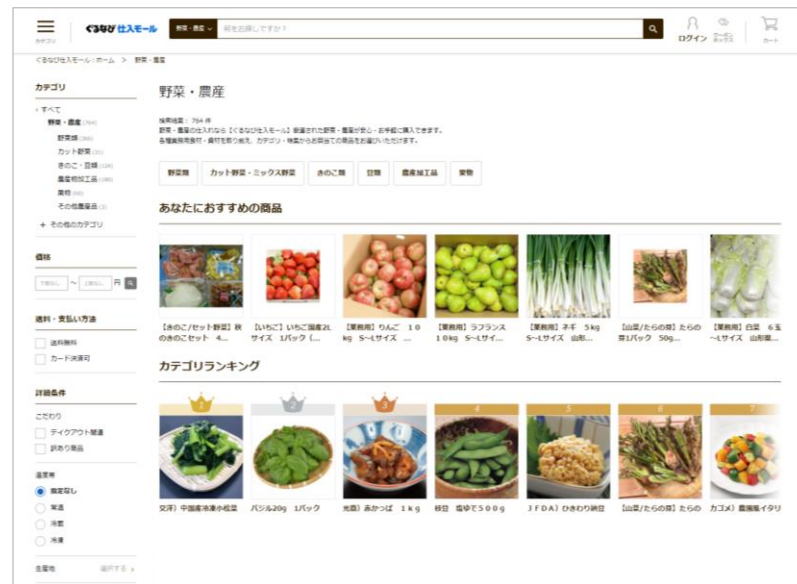
✓ 2021年11月先行オープン

「ぐるなび仕入モール」主な特長

1. 食材～テイクアウト資材まで、豊富な商品ラインナップ
✓ 掲載商品数：17,000点超（2021年12月末時点）
2. 探しやすく、見つけやすいサイト構成、検索機能
✓ 送料、温度帯、価格、支払方法、生産／加工地、総容量 等
細かな絞り込みが可能

飲食店の新たな仕入先・食材開拓、サプライヤーの新規顧客開拓に寄与

2022年4月の本格オープンに向け、
飲食店ニーズに即した商品ラインナップ整備、UI・UX改善を継続



新たな取り組み

多様な事業・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、持続的な食文化の発展に寄与する

■ 飲食店LIVEカメラを活用した実証実験「AKIBAのアキバ」を実施

(2021年11月～2022年1月)

1. 飲食店内の様子を撮影した画像を特設サイト上で1分おきに更新
混雑状況をリアルタイム配信し、コロナ禍の安心安全なお店選びをサポート
2. 席キープ (空席を15分間キープ)、ライブクーポン (空席時のみ発行されるクーポン) の機能を搭載し、消費者へ利便性・利得性も提供



※AIが画像を解析し、自動判別で人物を匿名化

■ 東京工業大学・不二製油株式会社と共同で豆乳チーズ「ソイデリス麴」を開発、商品化

(2021年12月 業務用として販売開始)

1. 2016年より実施する発酵をテーマとした東京工業大学との共同研究結果を活かした商品開発
2. 低脂肪豆乳を乳酸菌と麴菌でダブル発酵、健康や環境保護、食の多様性に配慮したプラントベースフード (植物性の食材からなる食品)
3. 今後も発酵食の科学的解析による日本食の新たな価値発見、商品開発を通じたブランド価値向上を目指す

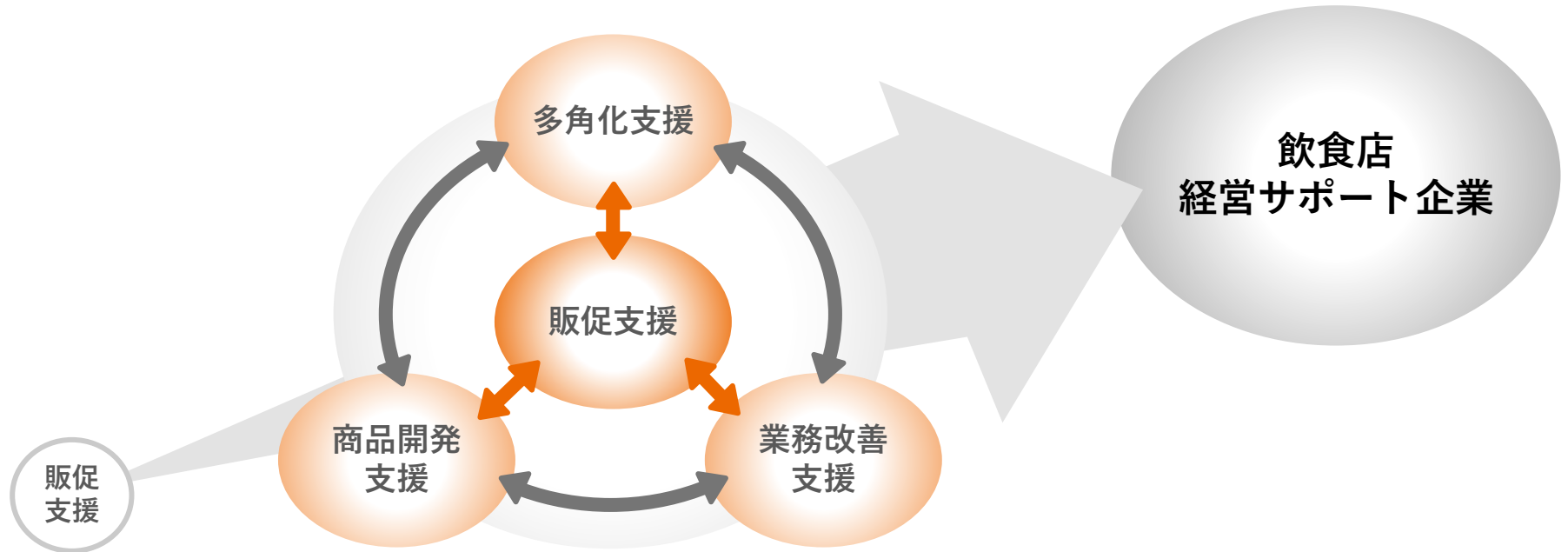
■ 人気飲食店の味を自宅で再現できる「ぐるなびPremium Meal Kit」販売

(2022年1月～)

1. 厳選された食材・調味料と、シェフ自らが解説する調理方法動画により人気飲食店の味を再現するミールキット
2. 飲食店を“食事をする場”から“新たな食の魅力の創造・発信基地”へ消費者に対し、多彩な飲食店の楽しみ方、豊かな食生活を提案



「飲食店経営サポート企業」への進化



飲食店を“外食事業者”から、
消費者のあらゆるニーズを満たす“複合飲食サービス事業者”へ

参考資料

有料加盟店舗数

2022年3月期 第3四半期実績

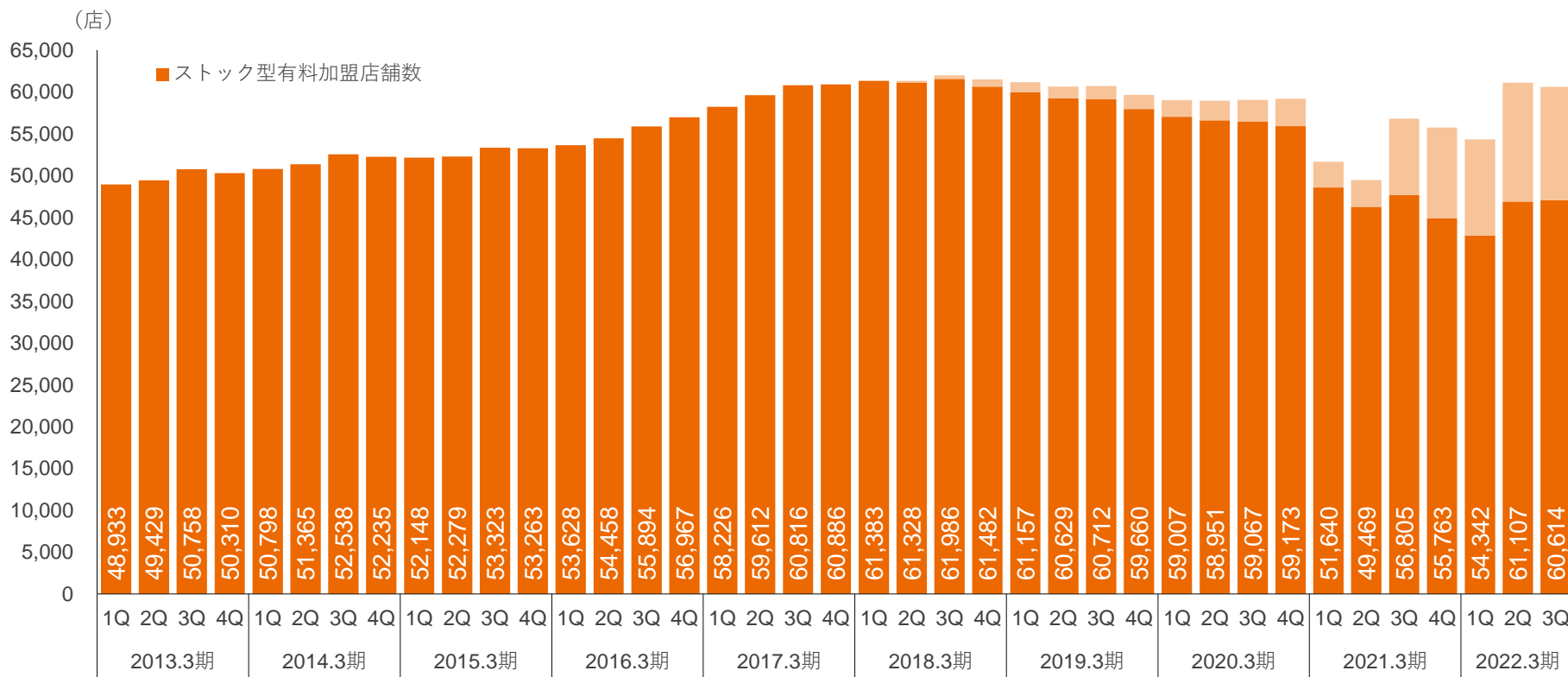
総有料加盟

60,614 店 (前年同期末比 +3,809店 +6.7%)

うちストック型有料加盟

47,050 店 (前年同期末比 ▲644店 ▲1.4%)

(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 : **528万人**

(2021年12月末、2020年12月末は434万人)

■ ぐるなび会員数 : **2,204万人**

(2022年1月1日時点、2021年1月は2,091万人)

■ 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）		2019.3期				2020.3期				2021.3期				2022.3期		
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
ストック型サービス	a	6,778	6,417	6,385	6,300	6,014	5,978	6,093	5,823	1,350	3,148	3,250	2,730	2,320	2,131	1,928
スポット型サービス	b	751	691	1,166	999	967	1,021	1,511	995	125	412	1,750	515	260	369	681
飲食店販促サービス	c= a+b	7,530	7,108	7,552	7,299	6,982	6,999	7,605	6,819	1,475	3,561	5,000	3,245	2,581	2,501	2,610
プロモーション	d	144	174	322	314	118	179	200	293	133	317	1,033	653	218	208	493
基盤事業計	e= c+d	7,674	7,282	7,874	7,614	7,100	7,178	7,805	7,113	1,608	3,879	6,033	3,899	2,799	2,709	3,104
関連事業	f	534	513	634	600	451	433	461	382	174	160	184	239	235	360	354
合計	g= e+f	8,209	7,795	8,509	8,214	7,551	7,611	8,267	7,495	1,783	4,040	6,217	4,139	3,034	3,070	3,458

(単位：円/月)		2019.3期				2020.3期				2021.3期				2022.3期		
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU)	h *1	40,933	38,911	41,493	40,430	39,227	39,557	42,961	38,449	8,878	23,486	31,367	19,224	15,628	14,442	14,298
ストック型サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU)	i *2	37,466	35,876	35,963	35,872	34,872	35,071	35,924	34,547	8,617	22,136	23,064	19,657	17,631	15,838	13,687

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

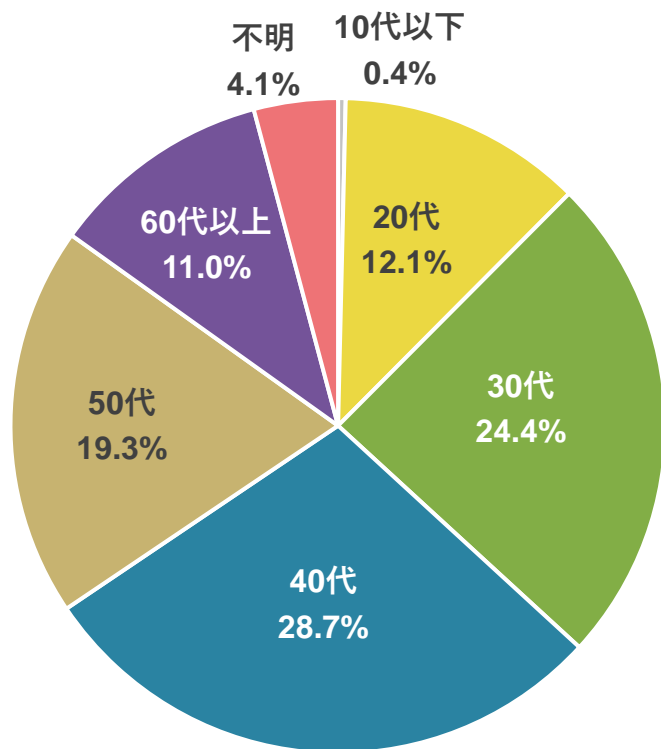
2022年3月期第1四半期以前の開示済み数値との乖離は、下記*3)の定義によるストック型有料加盟店舗数に基づき再算出したことによる

(単位：店)		2019.3期				2020.3期				2021.3期				2022.3期		
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
総有料加盟店舗数	j	61,157	60,629	60,712	59,660	59,007	58,951	59,067	59,173	51,640	49,469	56,805	55,763	54,342	61,107	60,614
うちストック型有料加盟店舗数 k*3		59,973	59,264	59,125	57,960	57,027	56,612	56,469	55,910	48,580	46,256	47,694	44,917	42,830	46,904	47,050

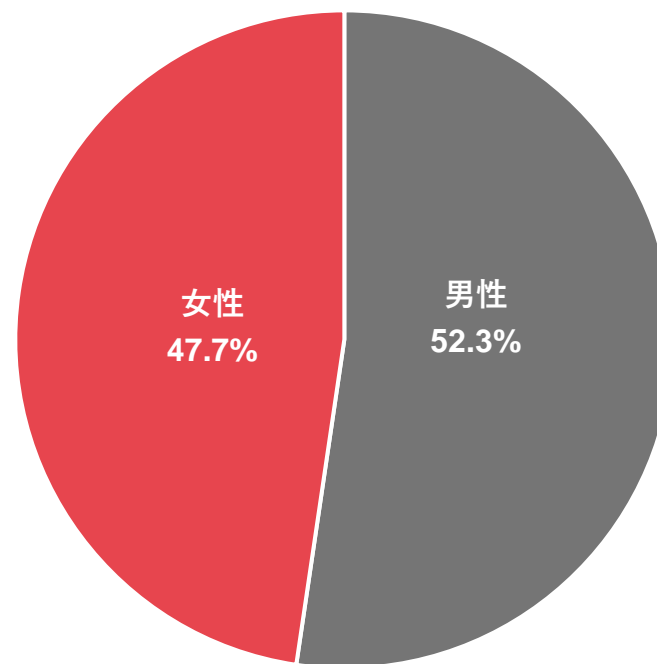
*3) 月額固定課金サービスの利用店舗（ぐるなびサイトの有料掲載契約の有無問わず）

ユーザー属性

年代別利用属性



性別利用属性

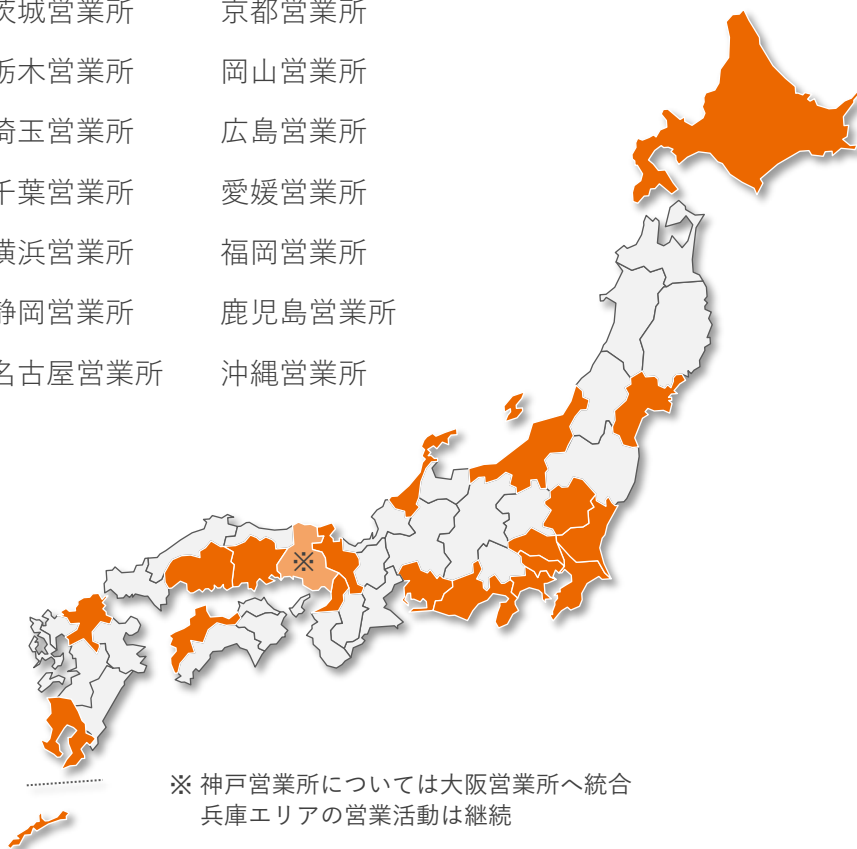


出典：ぐるなび会員情報（2021年12月時点）

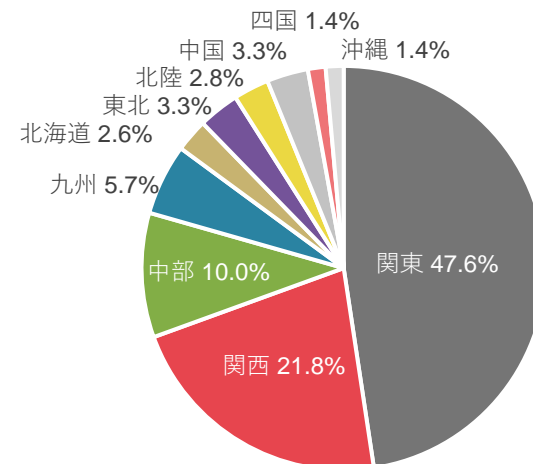
地域展開と加盟飲食店の属性

全国20箇所の営業所を拠点に事業を推進

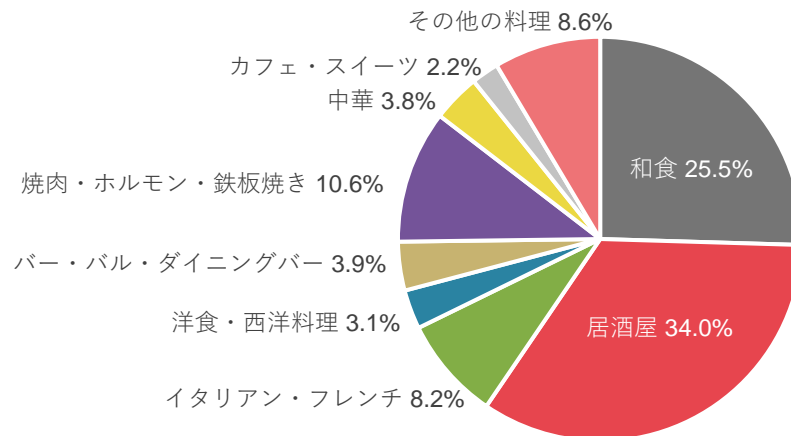
東京本社	新潟営業所
北海道営業所	金沢営業所
仙台営業所	大阪営業所
茨城営業所	京都営業所
栃木営業所	岡山営業所
埼玉営業所	広島営業所
千葉営業所	愛媛営業所
横浜営業所	福岡営業所
静岡営業所	鹿児島営業所
名古屋営業所	沖縄営業所



エリア別 有料加盟店割合



業態別有料加盟店割合

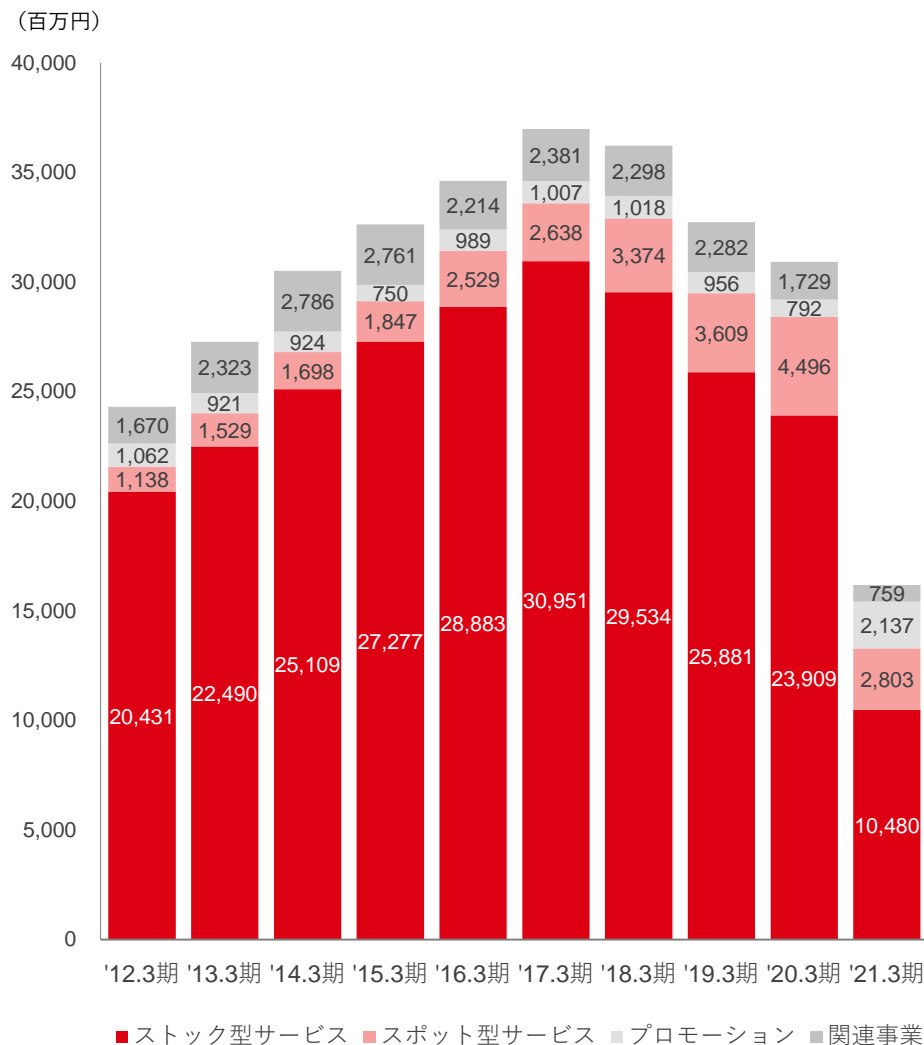


加盟店がぐるなびサイトに登録する料理ジャンルに基づく

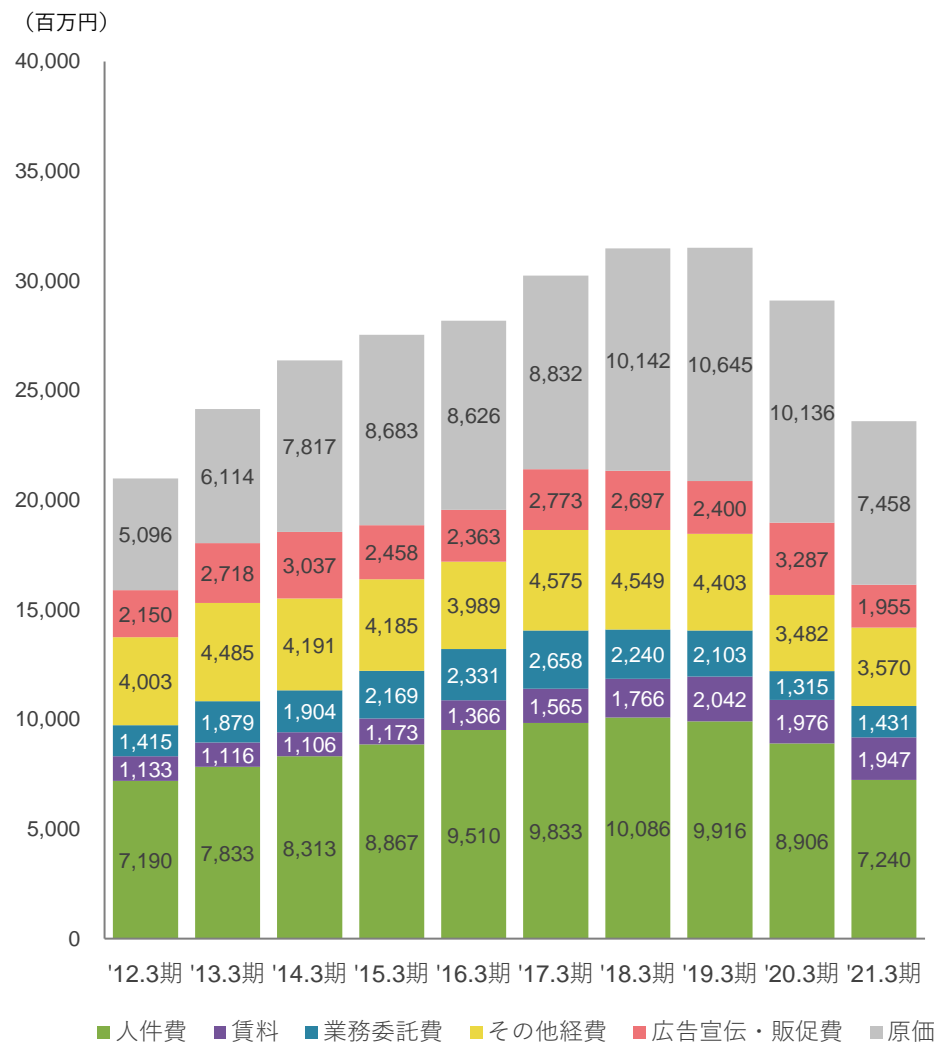
(2021年12月時点)

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)	2012年3月期	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
営業成績										
売上高	24,302	27,265	30,518	32,636	34,617	36,979	36,226	32,728	30,927	16,181
営業利益 又は 営業損失 ※1	3,312	3,116	4,147	5,099	6,429	6,740	4,742	1,216	1,821	-7,423
経常利益 又は 経常損失	3,375	3,153	4,167	5,127	6,492	6,813	4,809	1,289	1,894	-7,269
当期純利益 又は 当期純損失	1,909	1,959	2,420	3,279	4,367	4,799	3,192	581	949	-9,704
資産・負債・純資産										
総資産	16,951	19,103	22,071	23,665	27,322	23,917	25,457	23,797	23,979	13,567
現金・預金	7,548	7,399	9,448	10,492	13,131	7,922	8,000	7,630	11,653	7,507
負債	4,381	5,005	5,926	6,201	7,026	5,878	6,270	5,093	4,709	4,192
純資産	12,569	14,098	16,145	17,464	20,296	18,038	19,186	18,704	19,270	9,375
自己資本	12,555	14,042	16,099	17,427	20,266	18,013	19,166	18,662	19,211	9,290
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	39.12	40.15	49.56	67.26	90.19	102.25	68.27	12.42	20.26	-206.90
1株当たり配当金 (円) ※1	10	10	15	28	38	42	44	8	8	-
その他										
営業利益率 (%)	13.6	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,%)	16.1	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,%)	10.4	10.9	11.8	14.3	17.1	18.7	12.9	2.4	4.0	-
配当性向 (%)	25.6	24.9	30.3	41.6	42.1	41.1	64.5	64.4	39.5	-
自己資本比率 (%)	74.1	73.5	72.9	73.6	74.2	75.3	75.3	78.4	80.1	68.5
自己株数 (株)	1,585,400	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
総有料加盟店舗数	48,893	50,310	52,235	53,263	56,967	60,886	61,482	59,660	59,173	55,763

※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、2012年3月期の期首（2011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。

当社独自の事業基盤「人的サポート体制」

経営者と共に店舗の長期的な業容拡大を目指すパートナー



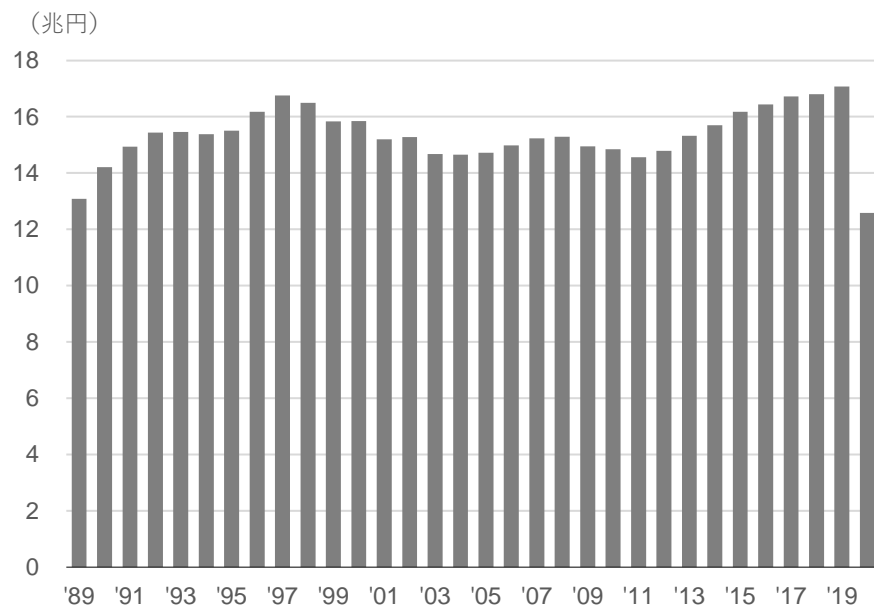
■ 飲食店舗数

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及びバー・キャバレー・ナイトクラブを除く

■ 外食市場規模

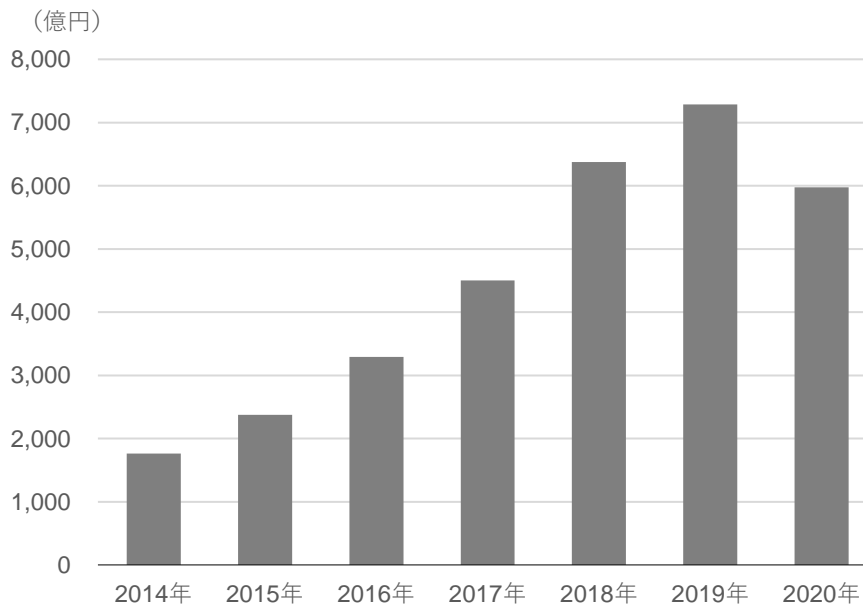


(財)食の安全安心財団「外食産業市場規模推移」より

* 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 (2021年12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1-2-2 東宝日比谷ビル6F
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、河野奈保 執行役員8名、監査役4名(内、社外3名)
大株主 上位10名 (2021年10月20日時点)	楽天グループ(株)17.1%、滝久雄13.1%、日本マスタートラスト信託銀行(株)(信託口)6.3%、(株)SHIFT4.2%、 (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1.6%、 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(1,757,262株)を控除して計算
総人員数	単体:1,466名 連結:1,669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%)

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及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。