

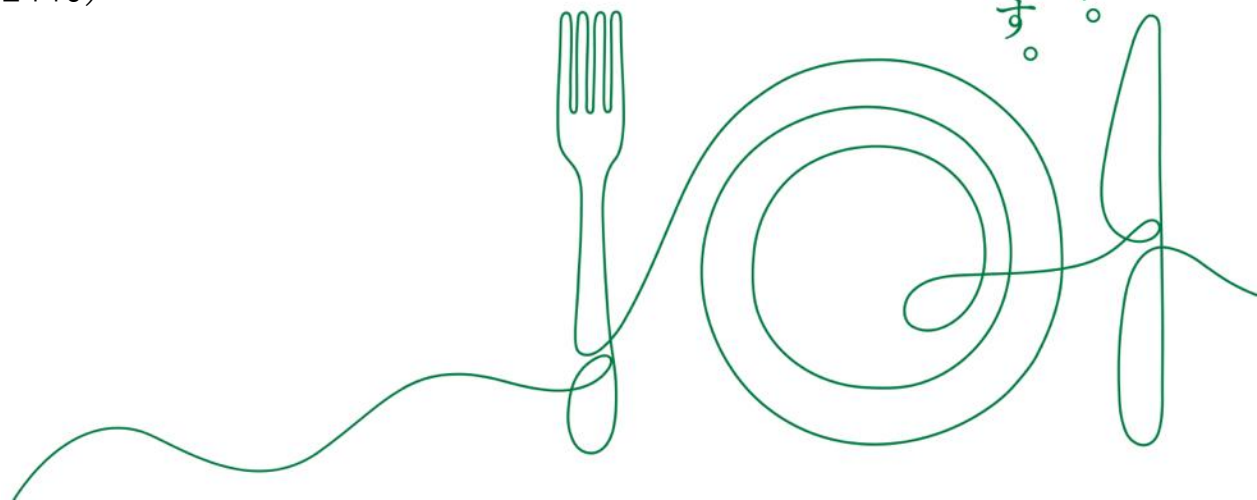
ぐるなび

2022年3月期

決算説明会資料

株式会社ぐるなび（証券コード / 2440）

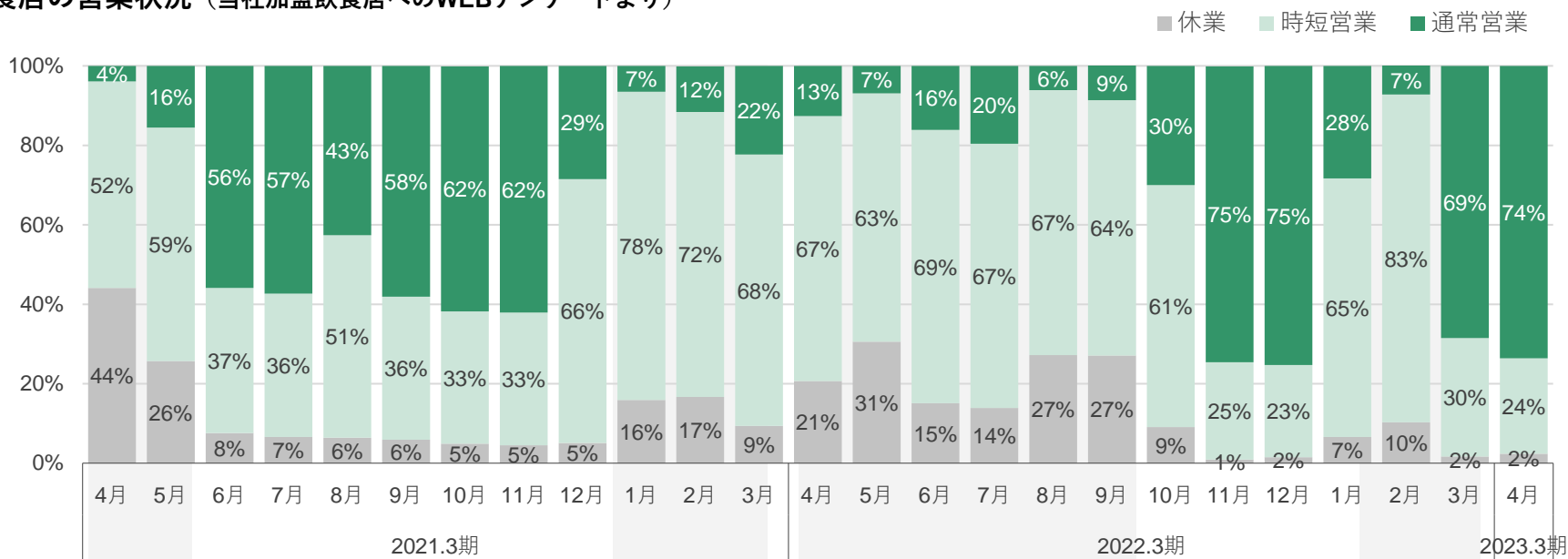
食でつなぐ。
人を満たす。



事業環境

- ✓ 当期は、緊急事態宣言等が解除された時期において外食市場に持ち直しの動きがみられたが、総じて飲食店経営は厳しい状況が続いた

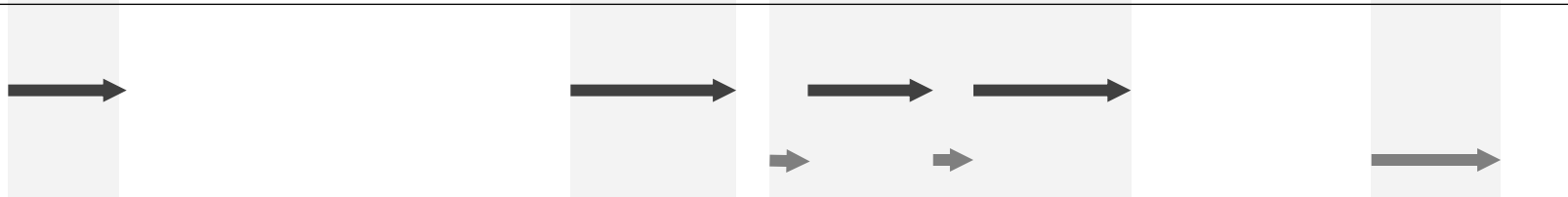
■ 加盟飲食店の営業状況（当社加盟飲食店へのWEBアンケートより）



(東京における)

緊急事態宣言

まん延防止措置



2022年3月期 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・業務効率化等により損失は縮小
- ✓ 減損損失を計上
- ✓ ユーザー基盤である楽天ID連携会員は550万人超へ

	2021年3月期	2022年3月期
売上高	16,181 百万円	12,852 百万円
営業損失	-7,423 百万円	-4,786 百万円
親会社株主に帰属する当期純損失	-9,704 百万円	-5,768 百万円
総有料加盟店舗数（2022年3月末） デリバリー・テイクアウトサービスのみ加盟店含む	55,763 店	58,286 店
楽天ID連携会員数（2022年3月末）	455 万人	554 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	対売上高 比率	2022年3月期	対売上高 比率	前期比 変化率 (参考)
売上高	16,181	100.0%	12,852	100.0%	-20.6%
売上原価	7,458	46.1%	5,759	44.8%	-22.8%
売上総利益	8,722	53.9%	7,092	55.2%	-18.7%
販売費及び一般管理費	16,146	99.8%	11,878	92.4%	-26.4%
営業損失	-7,423	-	-4,786	-	-
経常損失	-7,269	-	-4,692	-	-
税引前当期純損失	-8,774	-	-5,729	-	-
親会社株主に帰属する当期純損失	-9,704	-	-5,768	-	-

2022年3月期において減損損失1,140百万円を計上（2021年3月期：1,982百万円）

売上高内訳

(単位：百万円)	2021年3月期	2022年3月期	前期比 変化率 (参考)
売上高	16,181	12,852	-20.6%
飲食店販促サービス	13,283	9,991	-24.8%
ストック型サービス	10,480	8,412	-19.7%
スポット型サービス	2,803	1,579	-43.7%
プロモーション	2,137	1,361	-36.3%
関連事業	759	1,499	+97.4%

ストック型サービス

- ✓ 飲食店からの受注は、3Qに緊急事態宣言等の解除により改善を見せたものの、総じて低調に推移

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ことのほか、収益認識基準適用により縮小

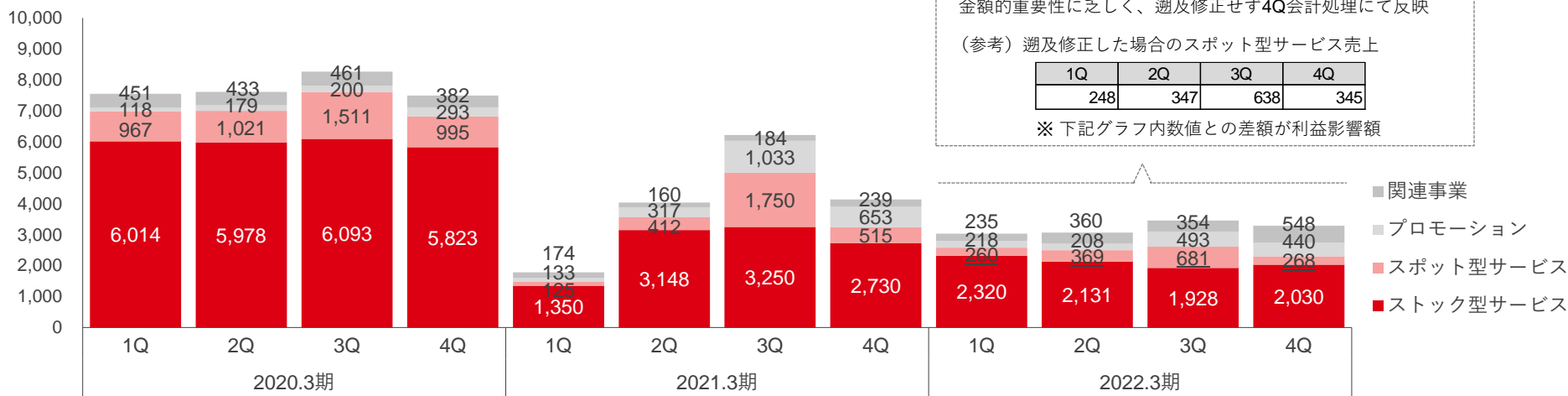
プロモーション

- ✓ 「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

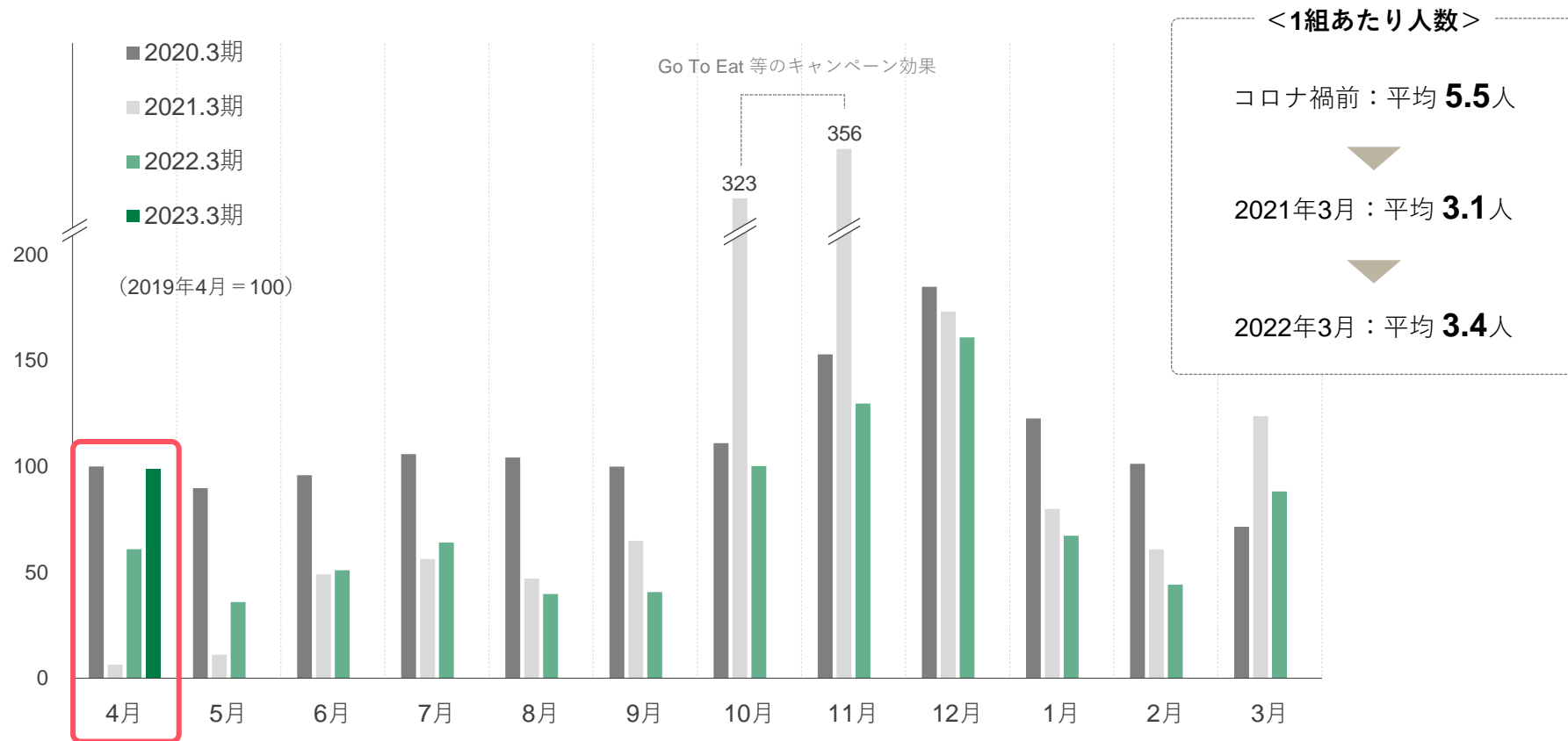
- ✓ 楽天グループからの業務受託収入を計上

(百万円)



ネット予約件数の月次推移

- ✓ 足元4月の予約件数は、コロナ禍前（2019年4月）の99%まで回復
- ✓ 1組あたりの人数は少人数傾向が継続



原価・費用内訳

(単位：百万円)	2021年3月期	2022年3月期	前期比 変化率 (参考)
総費用	23,604	17,638	-25.3%
売上原価	7,458	5,759	-22.8%
販売費及び一般管理費	16,146	11,878	-26.4%
人件費	7,240	6,736	-7.0%
賃借料	1,947	1,300	-33.2%
業務委託費	1,431	1,545	+8.0%
広宣・販促費	1,955	730	-62.7%
その他	3,570	1,564	-56.2%

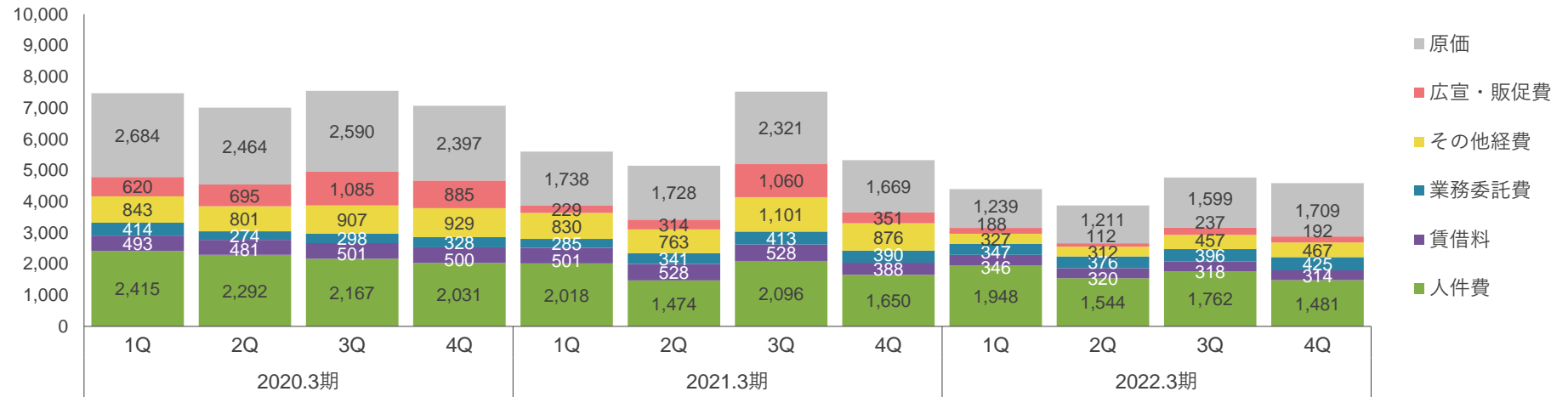
売上原価

- ✓ 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

(百万円)



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
- ✓ 2022年3月末自己資本比率72.4%（2021年3月末：68.5%）

（単位：百万円）	2021年3月末	2022年3月末	前期末比	（単位：百万円）	2021年3月末	2022年3月末	前期末比
流動資産合計	11,664	10,691	-972	流動負債合計	4,024	3,134	-889
現金・預金※	7,507	6,962	-544	未払金	1,482	1,302	-179
受取手形及び売掛金	2,741	2,661	-80	預り金※	1,675	1,040	-635
未収入金	1,154	740	-414	未払法人税等	57	34	-23
前払費用	480	379	-100	賞与引当金	247	239	-8
貸倒引当金	-581	-139	441	ポイント引当金	158	19	-139
その他	362	87	-274	その他	402	498	96
固定資産合計	1,903	1,415	-487	固定負債合計	168	121	-46
有形固定資産	-	-	-	負債合計	4,192	3,255	-936
無形固定資産	-	-	-	純資産合計	9,375	8,851	-523
投資その他の資産	1,903	1,415	-487	自己資本	9,290	8,767	-522
資産合計	13,567	12,107	-1,460	負債純資産合計	13,567	12,107	-1,460

2022年3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、2022年3月末：各873百万円）

2023年3月期 基本方針・通期業績予想

振り返り

2021.3期 方針

① 既存事業の回復

消費者の需要を確実に掴み
加盟飲食店へ送客

飲食店の課題変容に応じた
サービス拡充・強化

② 新たな売上づくり

多面的な飲食店支援の構築と
食関連事業者への価値提供

コロナ禍長期化

2022.3期 方針

2021.3期方針をベースに、業績回復・再成長に向けた「攻め」と「守り」を展開

協業体制の強化

攻

- ✓ 新たな加盟プランの開始
- ✓ モバイルオーダーサービスの構築
- ✓ 食材受発注支援サービスの構築
- ✓ その他様々な新規サービスを試行

守

- ✓ オフィス縮小をはじめとする固定費削減施策
- ✓ 生産性向上に向けた働き方改革の推進
- ✓ 第三者割当増資による資金調達
- ✓ 楽天グループからの業務受託

厳しい事業環境を背景に大きな成果には至らなかったものの
成長可能性が見込まれる新規サービスを計画通りに進捗

本業回復に時間を要する中
固定費削減策により赤字幅を縮小

外部環境

----- 外食市場を取り巻く環境は、依然先行き不透明 -----

- ✓ 感染拡大防止と社会経済活動の両立が図られ、外食需要は一定程度回復することが期待される
- ✓ 一方、新たな変異株の出現や治療薬の活用遅滞等の恐れから、感染再拡大懸念は拭いきれない
- ✓ 加えて、ウクライナ情勢に起因する原材料価格高騰等、さらなる飲食店経営の圧迫要因の発生

～ 3つの課題～

短期視点

1 期中黒字化に向けた
収益構造の転換

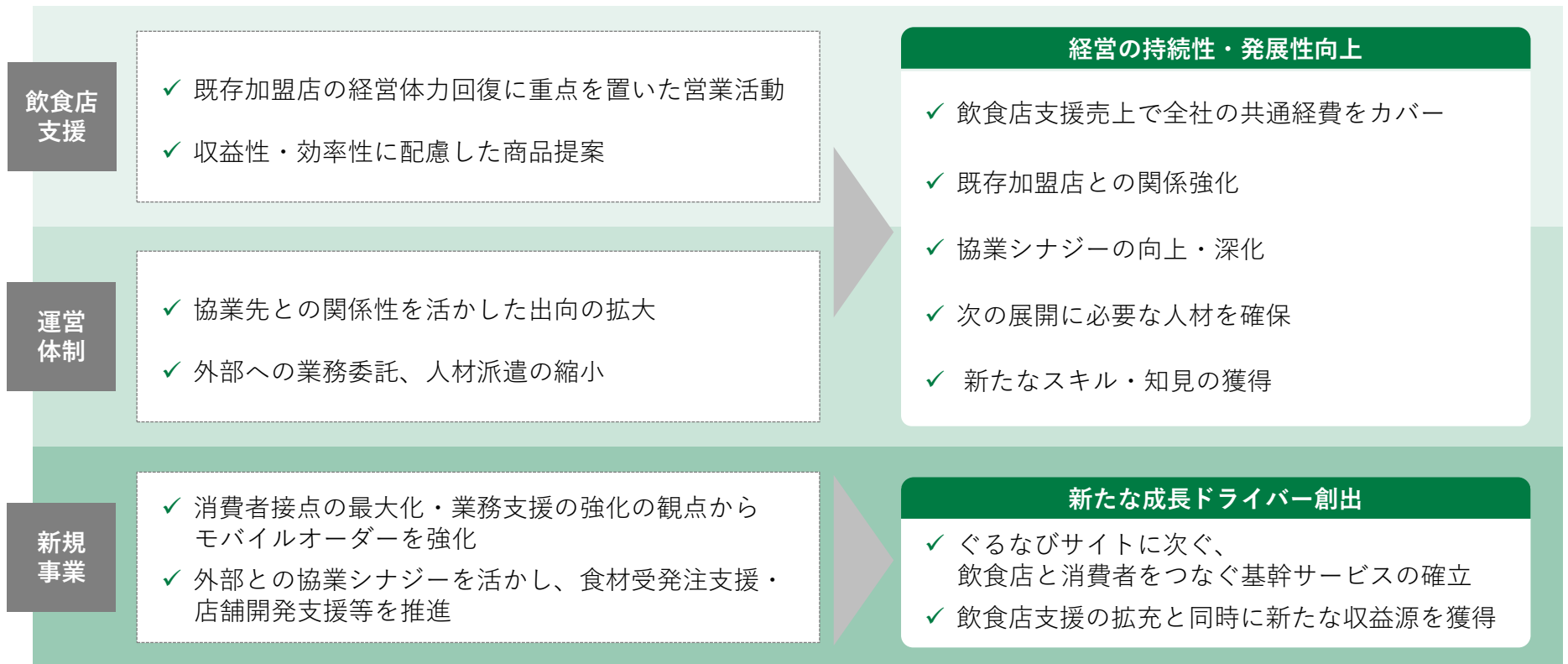
中長期視点

2 将来に向けた
先行投資の継続

3 再成長を支える
経営基盤の強化

■ 全社方針：

注力分野を絞り込むことで経営資源配分を見直し “経営の持続性・発展性向上”と“新たな成長ドライバー創出”を図る



4Qには黒字転換し、次期以降の利益創出につなげる

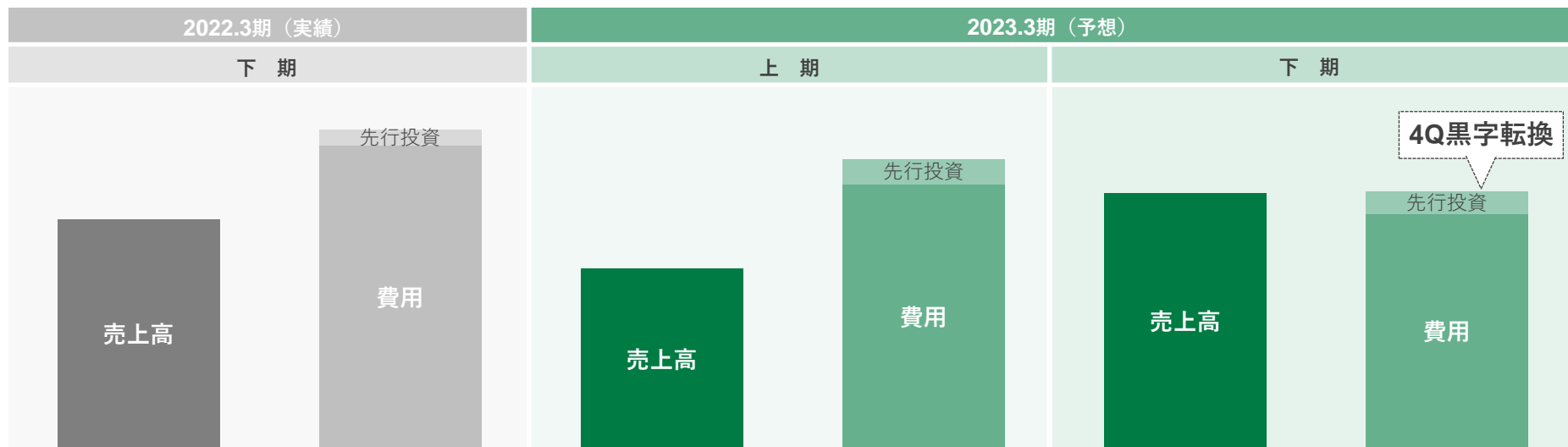
(単位：百万円)	2022年3月期（実績）			2023年3月期（予想）		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	6,105	6,747	12,852	5,300	7,500	12,800
営業損失	-2,170	-2,615	-4,786	-3,200	-50	-3,250
経常損失	-2,176	-2,515	-4,692	-3,200	-50	-3,250
親会社株主に帰属する当期純損失	-2,240	-3,528	-5,768	-3,230	-70	-3,300

- ✓ 飲食店支援売上は、緩やかながらも1Qをボトムに着実な回復を見込む。
- ✓ 社員の外部出向の拡大（1Q中に実施予定）、業務委託・人材派遣の縮小等により固定費を低減。
- ✓ モバイルオーダーを中心に、新規領域での先行投資を継続。

（株主還元）

今後の安定的な経営のためには手元資金の確保および内部留保の充実が重要であり、普通株式に係る配当については見送る所存

2023年3月期 通期業績予想



2022.3期 下期 → 2023.3期 上期

2023.3期 上期 → 2023.3期 下期

売上高



- ・ 3/21まで発令されたまん延防止等重点措置の影響によりストック型売上のベースが低下
- ・ 季節性および新加盟プランにおけるネット予約手数料改定影響によるスポット型売上の減少
- ・ プロモーション売上の減少 (季節性)



- ・ 個々の加盟店の経営状態に即した適切な契約見直しにより、飲食店向け既存サービスの売上回復を図る
- ・ プロモーション売上の拡大
- ・ 一部の新規サービス売上の立ち上がりを見込む

総費用



- ・ 外部出向施策により2Q以降人件費が減少
- ・ 業務委託、人材派遣の縮小



- ・ 外部出向施策のフル寄与
- ・ 業務委託、人材派遣の縮小
- ・ 本社オフィスの縮小 (9月一部返却予定)
 - 2023.3期削減効果：約1億円強
 - 2024.3期削減効果：年間約5億円

2023年3月期 ～ サービスの絞り込み ～

予約送客と消費者接点の最大化に焦点を当てつつ
飲食店以外の収益源獲得に資するサービス強化を継続

既存サービス

継続 ぐるなびメディア販促

休止 インバウンド関連サービス

終了 CLUB MICHELIN (ミシュランガイド公式会員制サイト)

継続 ぐるなび台帳 — 新プランに内包 —

終了 ぐるなびPOS+

終了 ぐるなびPay

縮小 代行サービス

新規サービス

継続 ネット予約クーポン

継続 販促パッケージ商品 (店舗ページ露出強化商品)

休止 飲食店LIVEカメラ

継続 モバイルオーダー

継続 食材等受発注支援

継続 店舗開発支援

終了 デリバリー・テイクアウト 競合環境・収益性等に鑑み、7月終了

販促支援領域

業務支援領域

モバイルオーダー ①

ポテンシャル

市場拡大

人手不足の深刻化、非接触型接客の浸透等を背景とした市場拡大期待

シナジー創出

イートイン予約をはじめとする既存サービスとの高い親和性

販売力強化

システム連携先POSベンダーとの販売協力体制

中長期的成果

消費者接点増大

ぐるなびサイト検索・予約に留まらない消費者接点の獲得

ユーザー拡大

ターゲット顧客拡大

非予約業態、非テーブルサービス業態へと提案対象を拡大

加盟店舗拡大

飲食店多面的支援

売上向上・業務改善の両面から支援可能

ARPU上昇

蓄積データ活用

喫食データを活用した商品開発
データビジネス展開

新規ビジネス創出

市場は形成期にありデファクトスタンダードを狙える領域
導入店から高い評価を得る商品力で、早期黒字化を目指す

モバイルオーダー ②

5つの価値を確立・提供

省人化

客単価向上

新規集客

リピート促進

衛生強化

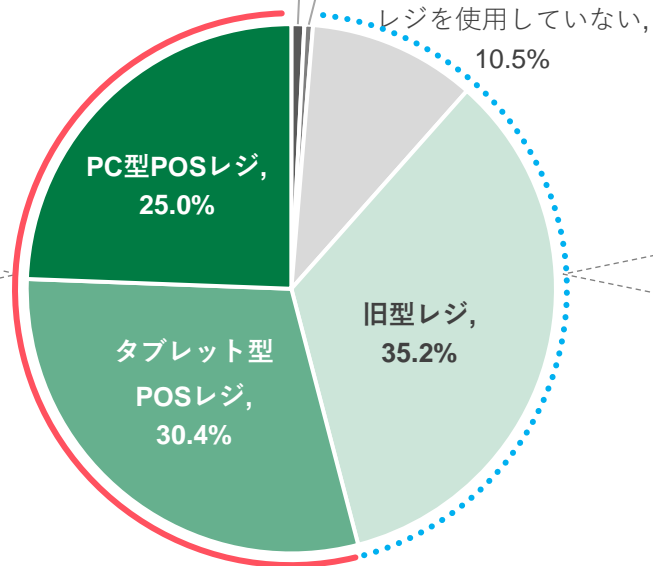
～ 売上向上・業務改善の両面から、飲食店のニーズに応える ～

(参考) 飲食店における使用レジスターの状況

不明, 0.8%
その他, 0.5%
レジを使用していない,
10.5%

当面のターゲット

様々なPOSベンダーとの
サービス・営業連携を推進

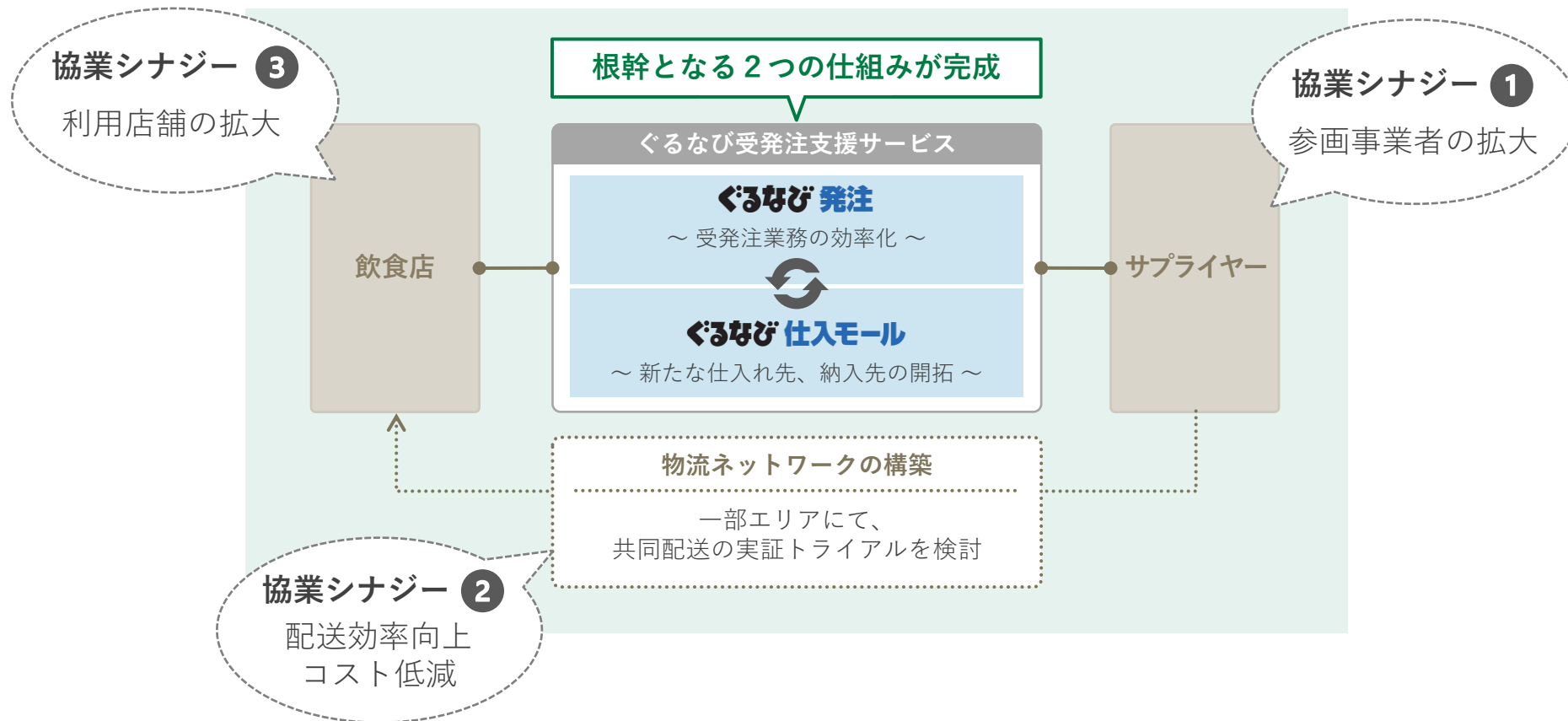


中長期的ターゲット

POS非連動モデルを投入し
ターゲットを拡大

加盟飲食店 WEBアンケートより
2020/2/14～26実施 (n=372)

外部企業等との協業により、さらなるサービス拡充を図る



商業施設の賑わい創出支援により新たな収益獲得を図る

2022年4月

CenTerrace TENMONKAN



ぐるなびDining Park

鹿児島県鹿児島市

出店店舗数：3店舗

2022年5月（予定）

Maruei Galleria



GURUNABI FOODHALL WYE

愛知県名古屋市

出店店舗数：10店舗

当社事業資産

飲食店・料理人 ネットワーク ICT ツール 外食に関する データベース プロモーション ノウハウ ...

分析 ↓ 活用

コンセプト・フロア 設計 飲食店 誘致 プロモーション 支援 ...

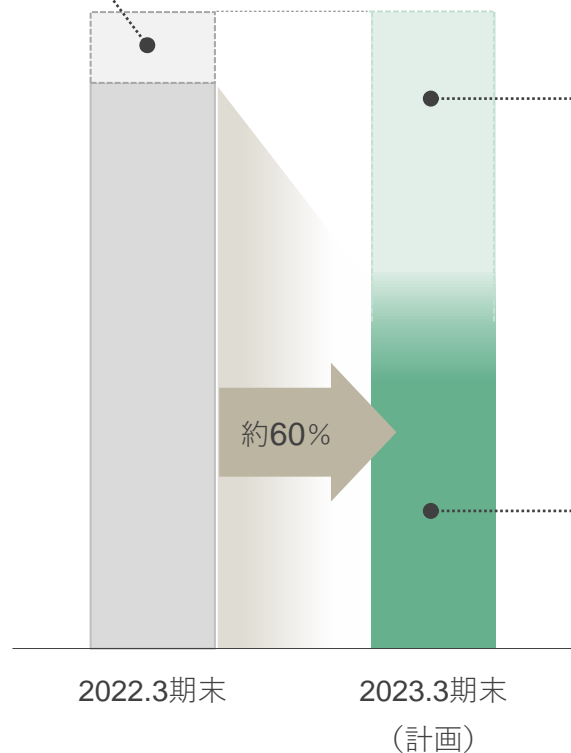
商業施設等の“食”による賑わいを創出

飲食店支援サービスやプロモーション事業等
既存事業とのシナジーを創出

「飲食店経営サポート企業への進化」を支える強固な経営基盤を築く

■ 人員計画

外部出向者
業務受託対応者



施策 ① 外部出向の拡大

短期

- ✓ 雇用の確保
- ✓ 協業シナジーの向上
- ✓ 見込み顧客の相互案内
- ✓ クロスセリング

中期

- ✓ さらなる協業企画の探索
- ✓ 新たなスキル・知見の獲得
- ✓ 社外ネットワークの構築

施策 ② 生産性向上・筋肉質化

- ✓ 4Q黒字転換の実現
- ✓ 新たな成長ドライバーの創出
- ✓ 既存加盟店に対するサポート強化による絆の深化

経営基盤の強化

人材

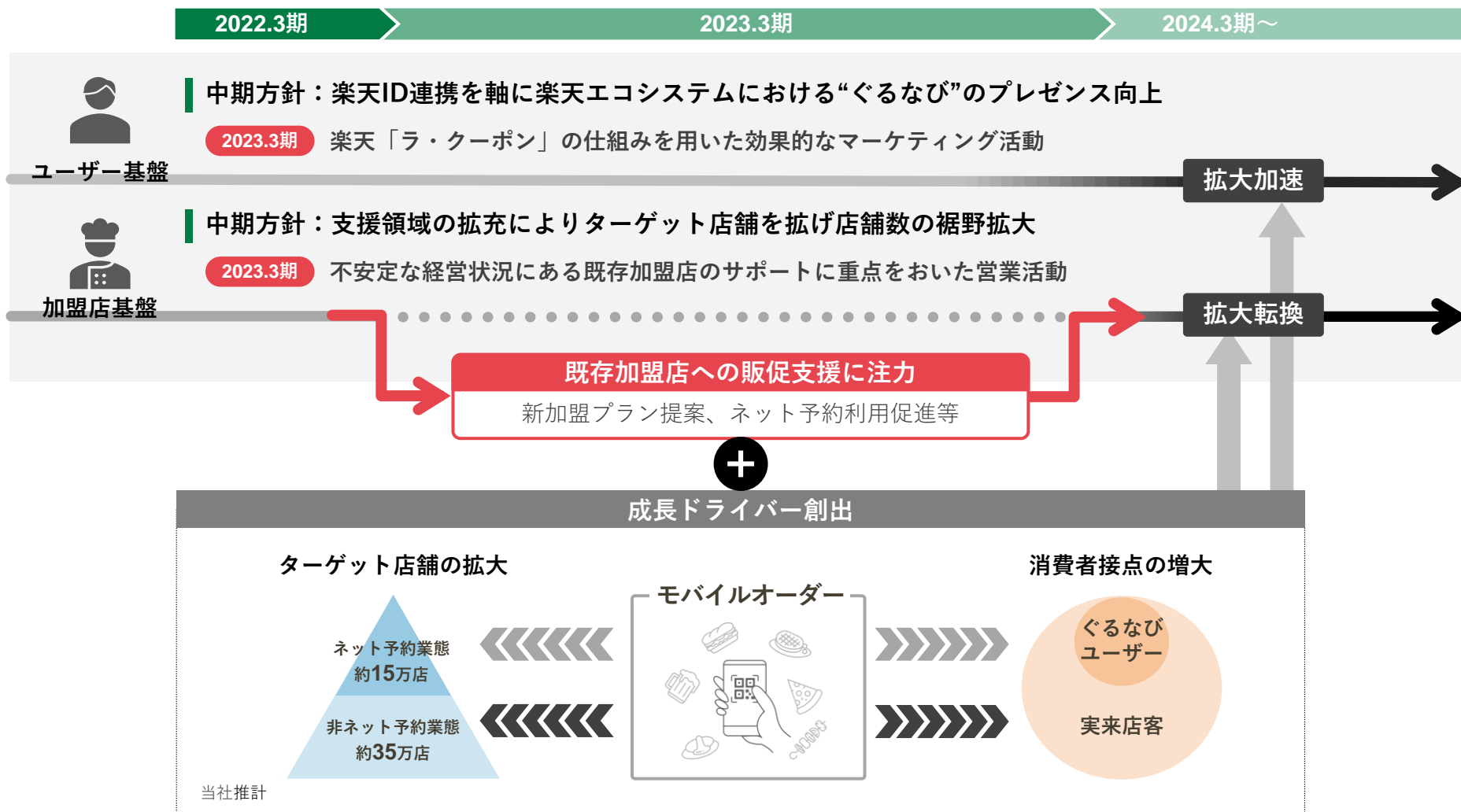
顧客

財務

サービス

協業体制

飲食店支援の方向性 ①



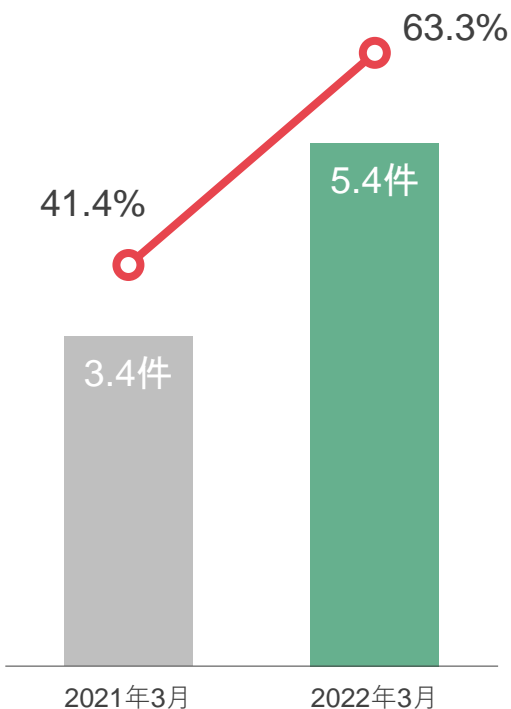
飲食店支援の方向性 ②

■ 営業活動の現状と今後

営業1人あたり店舗コンタクト数

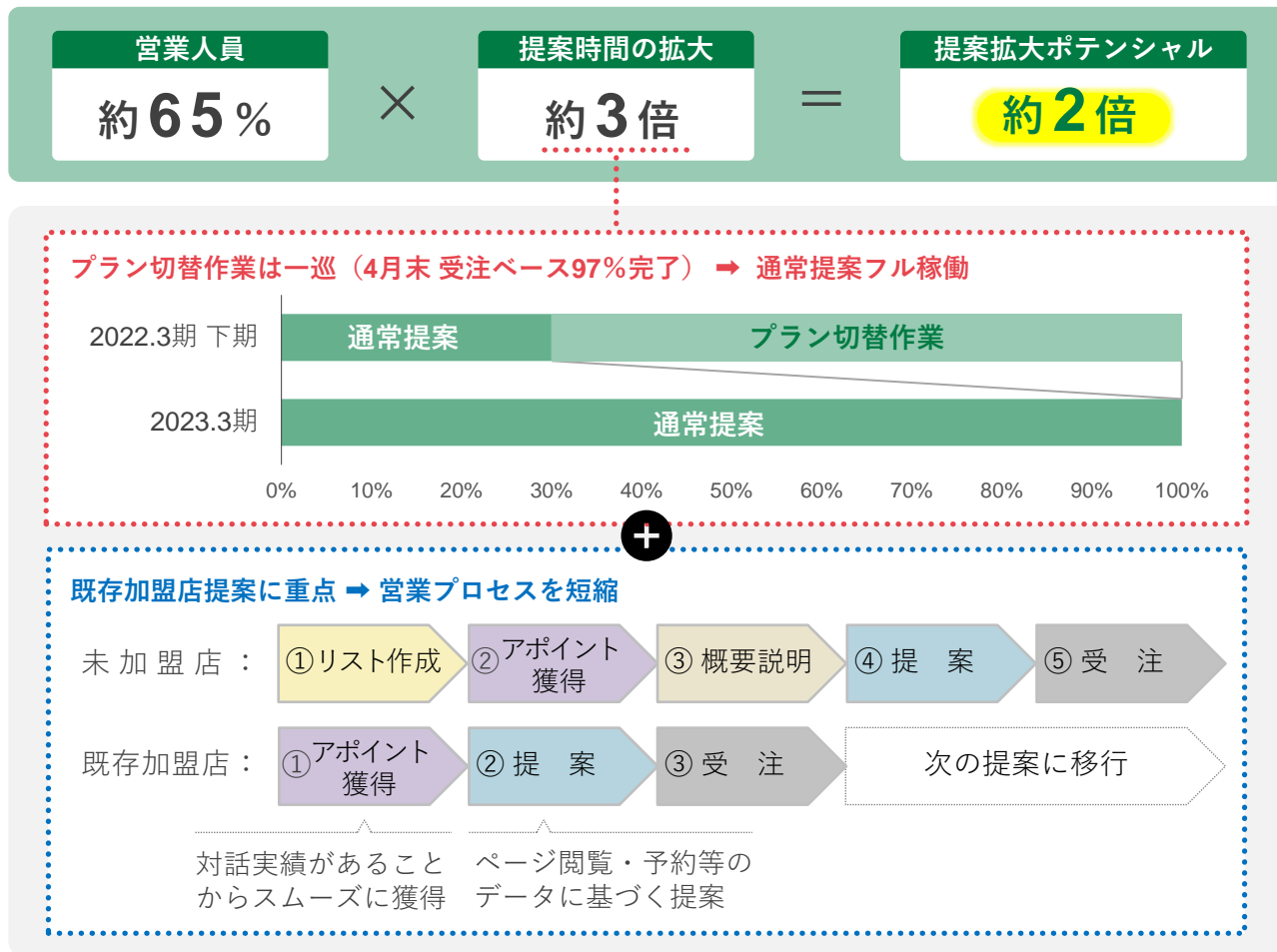
— 1日あたりの店舗コンタクト数/1人

○ 非対面率



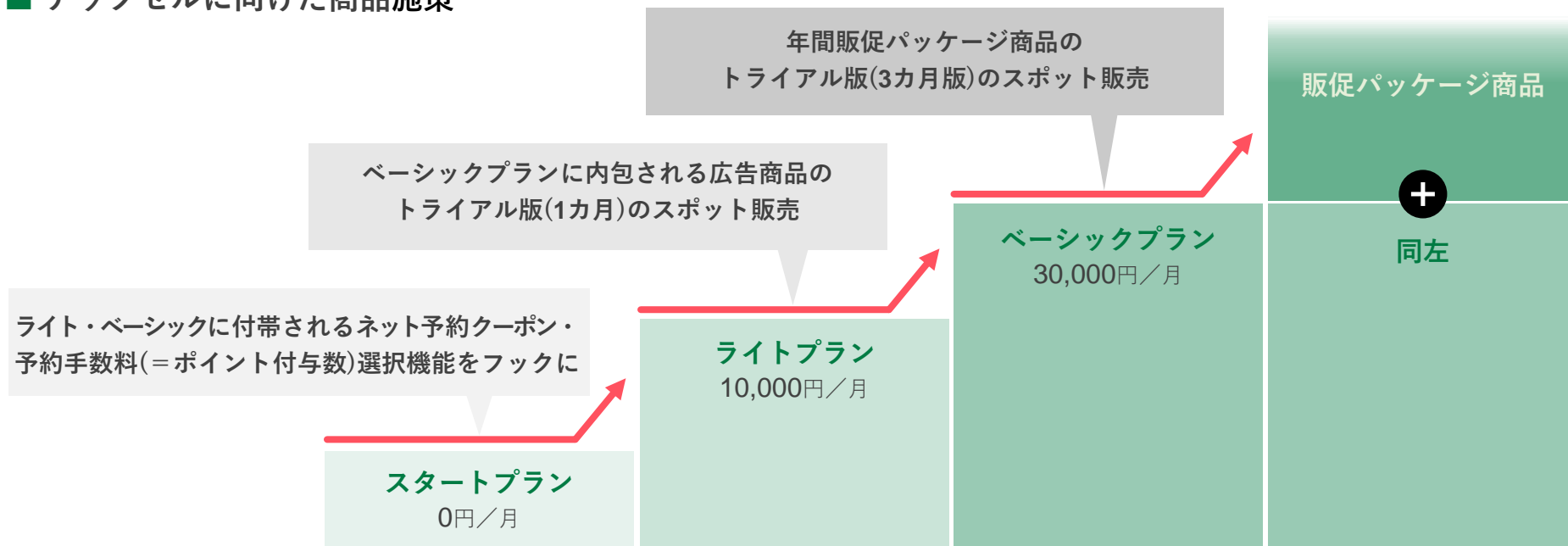
リモート商談活用が奏功

～ スリム化した体制においても、積極的な提案活動が可能 ～



飲食店支援の方向性 ③

■ アップセルに向けた商品施策



ネット予約手数料	手数料固定	手数料選択可能 (手数料に応じてポイント還元)	
ぐるなび台帳 (アプリ版)	×	○	○
ネット予約クーポン	×	○	○
プラン内露出強化商品	×	×	○
追加販促パッケージ商品	×	×	○

ネット予約の活用促進を徹底し、送客満足度を向上

新加盟プランの詳細はP.26参照

<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)

2022年3月期 実績

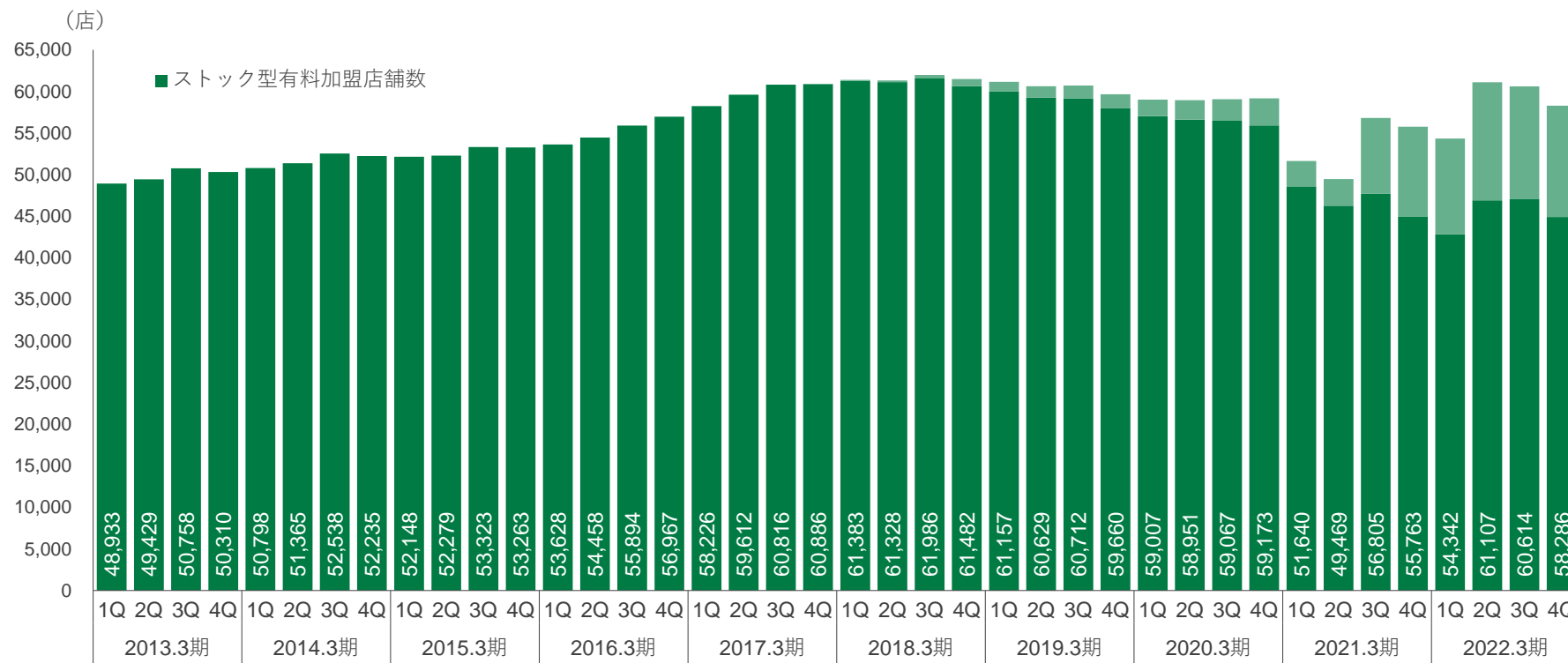
総有料加盟

58,286 店 (前期末比 +2,523店 +4.5%)

うちストック型有料加盟

44,906 店 (前期末比 ▲11店 ▲0.0%)

(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 : **554万人**

(2022年3月末、2021年3月末は455万人)

■ ぐるなび会員数 : **2,233万人**

(2022年4月1日時点、2021年4月は2,116万人)

■ 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）		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	4Q
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	2,030
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	268
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	2,299
プロモーション	d	144	174	322	314	118	179	200	293	133	317	1,033	653	218	208	493	440
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	2,739
関連事業	f	534	513	634	600	451	433	461	382	174	160	184	239	235	360	354	548
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	3,288

(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	4Q
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	12,892
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	14,724

*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 $h=2/3*c/(jt-1+jt)$

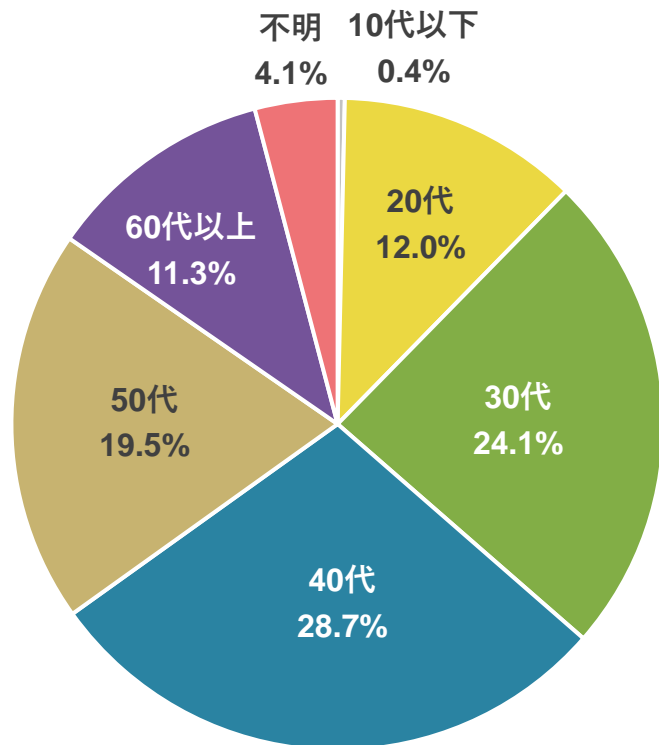
*2) ストック型サービスの店舗当たり契約高(ARPU)：ストック型サービス売上を、ストック型有料加盟店舗数（期首期末平均）で除して算出 $i=2/3*a/(kt-1+kt)$
2022年3月期第1四半期以前の開示済み数値との乖離は、下記*3)の定義によるストック型有料加盟店舗数に基づき再算出したことによる

(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	4Q
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	58,286
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	44,906

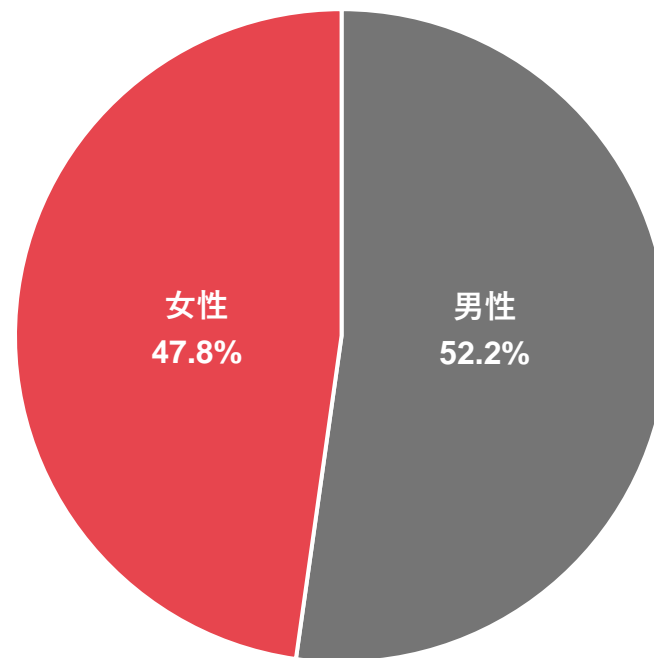
*3) 月額固定課金サービスの利用店舗（ぐるなびサイトの有料掲載契約の有無問わず）

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3月時点)

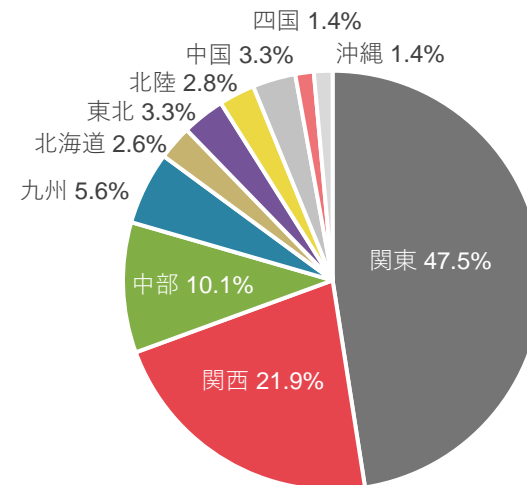
地域展開と加盟飲食店の属性

全国20箇所の営業所を拠点に事業を推進

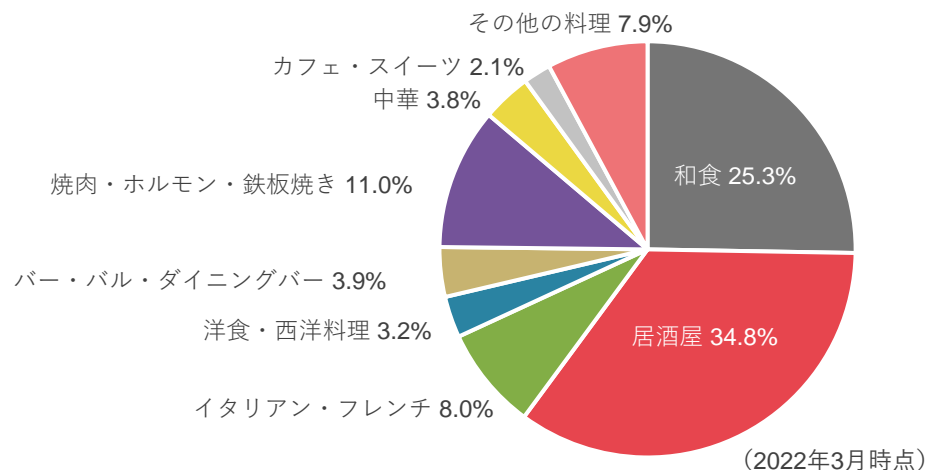
東京本社	新潟営業所
北海道営業所	金沢営業所
仙台営業所	大阪営業所
茨城営業所	京都営業所
栃木営業所	岡山営業所
埼玉営業所	広島営業所
千葉営業所	愛媛営業所
横浜営業所	福岡営業所
静岡営業所	鹿児島営業所
名古屋営業所	沖縄営業所



エリア別 有料加盟店割合

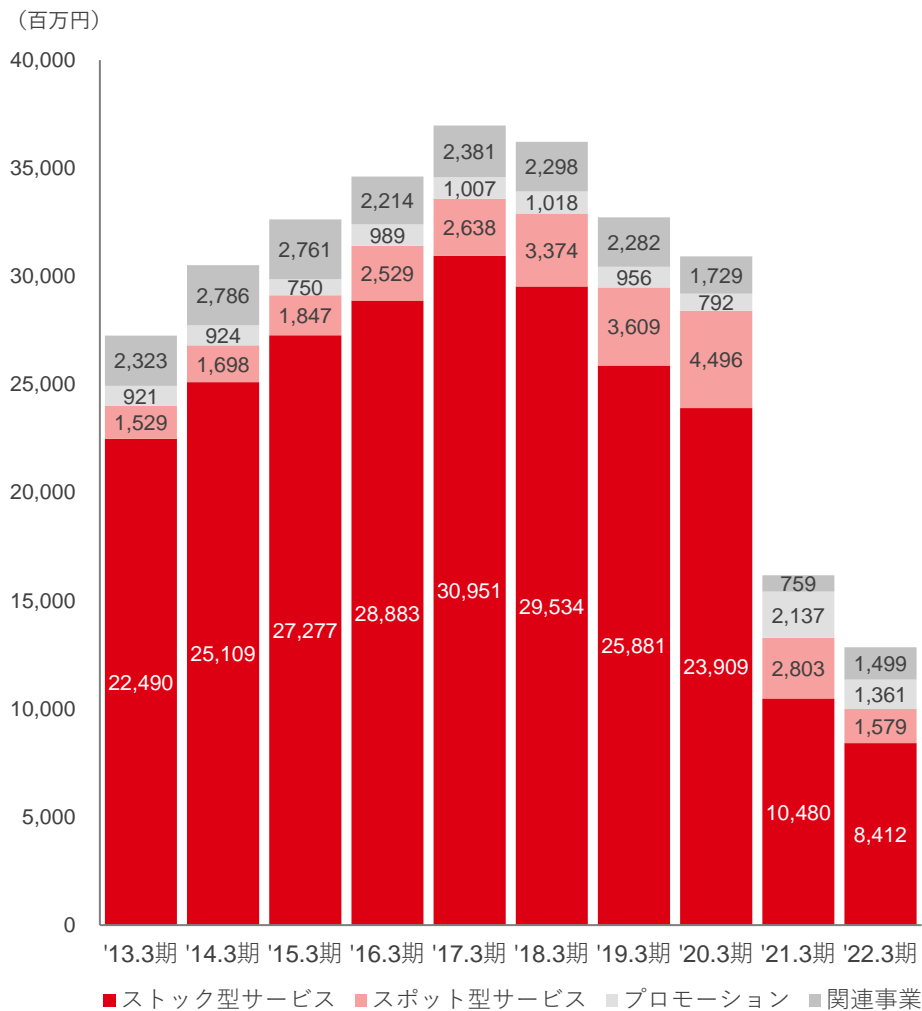


業態別有料加盟店割合

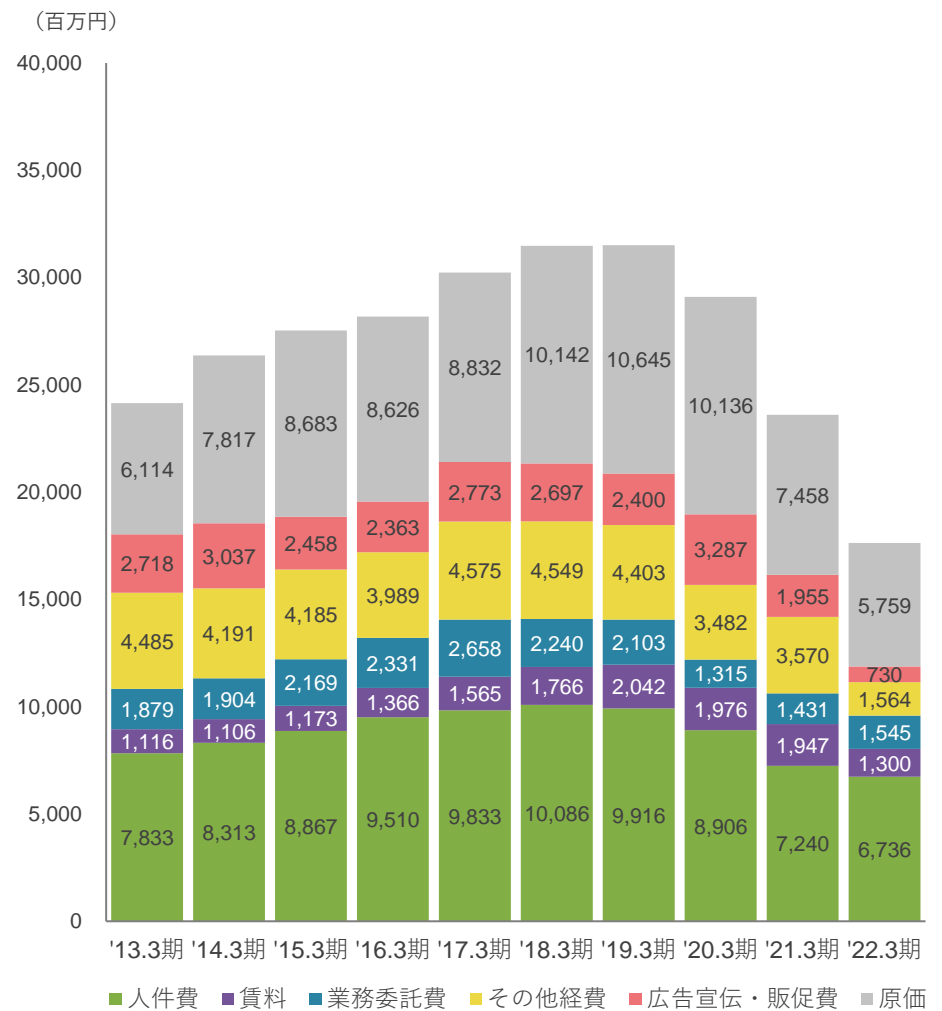


年度別 売上高と原価・費用の推移

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。

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

飲食店が抱える課題に対する解決策を
アドバイスするコンサルタント的役割
加盟店営業

定期的に飲食店を訪問
加盟店をきめ細かくサポート
巡回スタッフ

飲食店が困ったときにすぐに相談でき
経営に役立つ情報提供も行う外食に特化したスキルを持つ
コールセンター

セミナーや動画配信を通じ
成功事例やノウハウを経営者に共有
ぐるなび大学

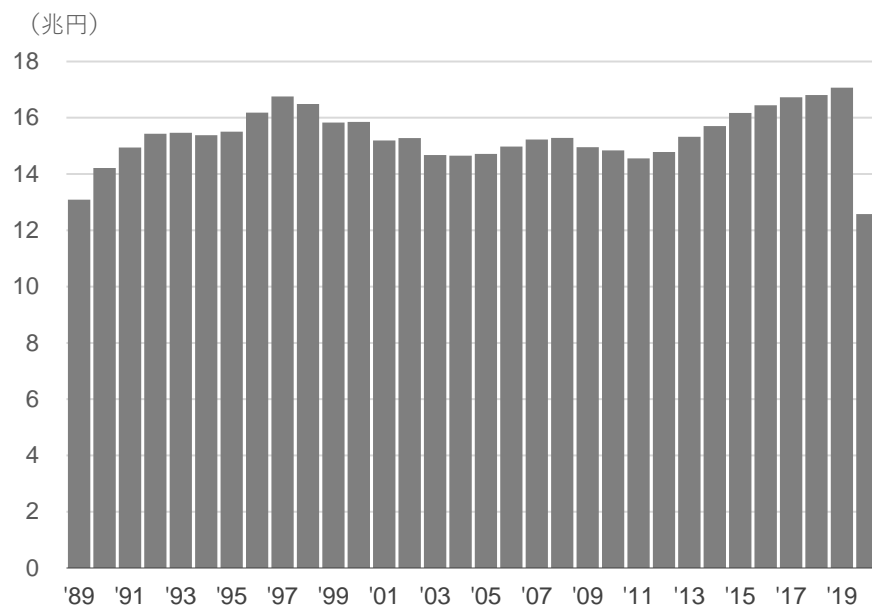
■ 飲食店舗数

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

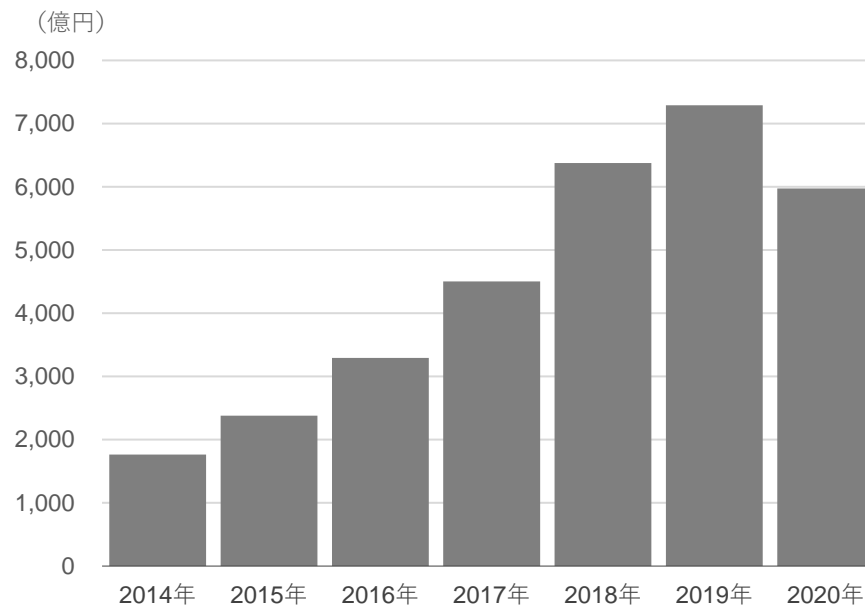


(財)食の安全安心財団「外食産業市場規模推移」より

* 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 (2022年3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	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:1,431名 連結:1,607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。