

2023年3月期決算説明資料

2023年5月12日

株式会社シンクロ・フード <3963>



1. 2023年3月期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 2023年3月期の振り返り
4. 中期経営計画のアップデートについて
5. 参考資料

1. 2023年3月期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 2023年3月期の振り返り
4. 中期経営計画のアップデートについて
5. 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：大阪市北区梅田3-4-5 毎日新聞ビル8階
名古屋支社：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
横浜営業所(2022年5月開設)：神奈川県横浜市中区常盤町3-30-1 SOLACUBE横濱関内
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16番地 掘尾ビル3階

資本金 5億1,051万円

従業員 158名(連結ベース/正社員/2023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)

※株式会社ニコシゴト(副業マッチング事業)は2022年2月14日付で解散、2022年5月末に清算終了

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。



エグゼクティブサマリ

4Qに戦略投資を行いながらも
通期売上高、営業利益ともに過去最高を更新

		前年同期比
連結業績 ハイライト (4Q累計)	売上高	2,930 百万円 +49.6%
	営業利益	876 百万円 +94.5%

主なトピックス (4Q)

- ✓ 名古屋鉄道 x モビマル キッチンカーを活用した地域の活性化企画を開始(1月)
- ✓ 食品ロス削減アプリYindiiを提供するシンガポールのフードテックカンパニWATAWASTEに出資(1月)
- ✓ (調査配信)飲食店の海外出店に対する意識調査を実施。出店希望エリアとして、タイ・ベトナムの人气が上昇(1月)
- ✓ キッチンカーを活用した移動型体験プロモーション「モビキチ」提供開始 第一弾としてカゴメのプラントベース食品商品の体験イベントを実施(2月)
- ✓ (調査配信)飲食店の41.7%がインスタ・Googleビジネスで集客効果を実感。予約サイトを抑えて同率最多(2月)
- ✓ 東急xモビマル モビリティ・教育・ウェルネスをテーマに nexusチャレンジパーク早野にて移動販売マルシェを開催(2月)
- ✓ 壱岐市とシンクロ・フードが持続可能な未来を目指して「壱岐市エンゲージメントパートナー協定」を締結(3月)
- ✓ 昆虫由来の動物飼料を開発するシンガポールのインセクトフードテックカンパニFlylabに出資(3月)
- ✓ 「求人飲食店ドットコム」の掲載店舗数が5万件を突破(3月)

2023年3月期通期決算概要

売上高、各段階利益ともにコロナ前水準を大幅に上回り、
中期経営計画を大きく前倒して進捗

(単位:百万円)

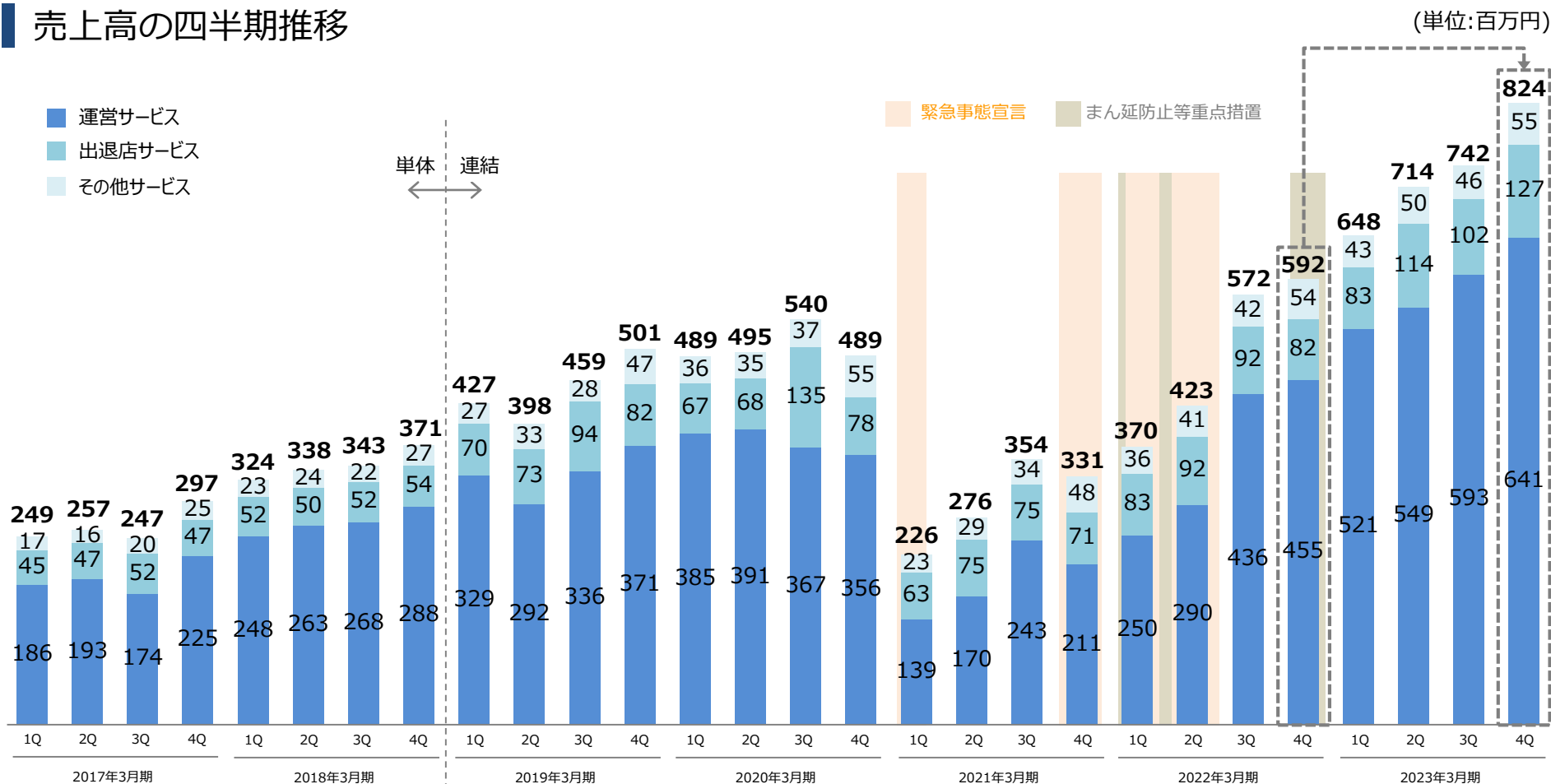
	2023年3月期 通期累計(連結)	2022年3月期 通期累計(連結)	前年 同期比	2023年3月期 通期業績予想 (連結)※	対 予想比※	
売上高	2,930	1,958	+49.6%	2,880	+1.7%	1 求人広告、M&A仲介サービスの伸長により売上高が大幅に増加
売上総利益	2,543	1,688	+50.6%	-	-	
販管費	1,666	1,237	+34.6%	-	-	2 主に広告宣伝費・人件費・外注費において来期の成長を見据えた戦略投資の実施により販管費は増加
営業利益	876	450	+94.5%	830	+5.6%	
営業利益率	29.9%	23.0%	+6.9pt	28.8%	-	3 各段階利益は大幅に増加、投資先に対する特別損失を計上するも、税控除の影響で当期純利益は大きく上振れ
経常利益	878	452	+94.0%	830	+5.8%	
親会社株主に帰属する当期純利益	628	339	+85.0%	581	+8.2%	

※ 2023年3月15日付「業績予想の修正に関するお知らせ」の通り、2023年3月期の通期連結業績予想について2回目の修正をいたしました。

売上高の状況

4Q売上高は大きく伸長し、過去最高を更新
(前年同期比+39.3%)

売上高の四半期推移



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※2	
運営サービス	シンクロ・フード	<ul style="list-style-type: none"> 求人広告 PlaceOrders キッチンカーシェア・マッチング(モビマル) 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 飲食店プレミアム(月額定額制) 厨房備品(EC) 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗デザイン 不動産物件 	
	ウィット	<ul style="list-style-type: none"> M&A仲介 	<ul style="list-style-type: none"> 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		<ul style="list-style-type: none"> 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) 	
	ニコシゴト※1		<ul style="list-style-type: none"> 副業マッチング 	

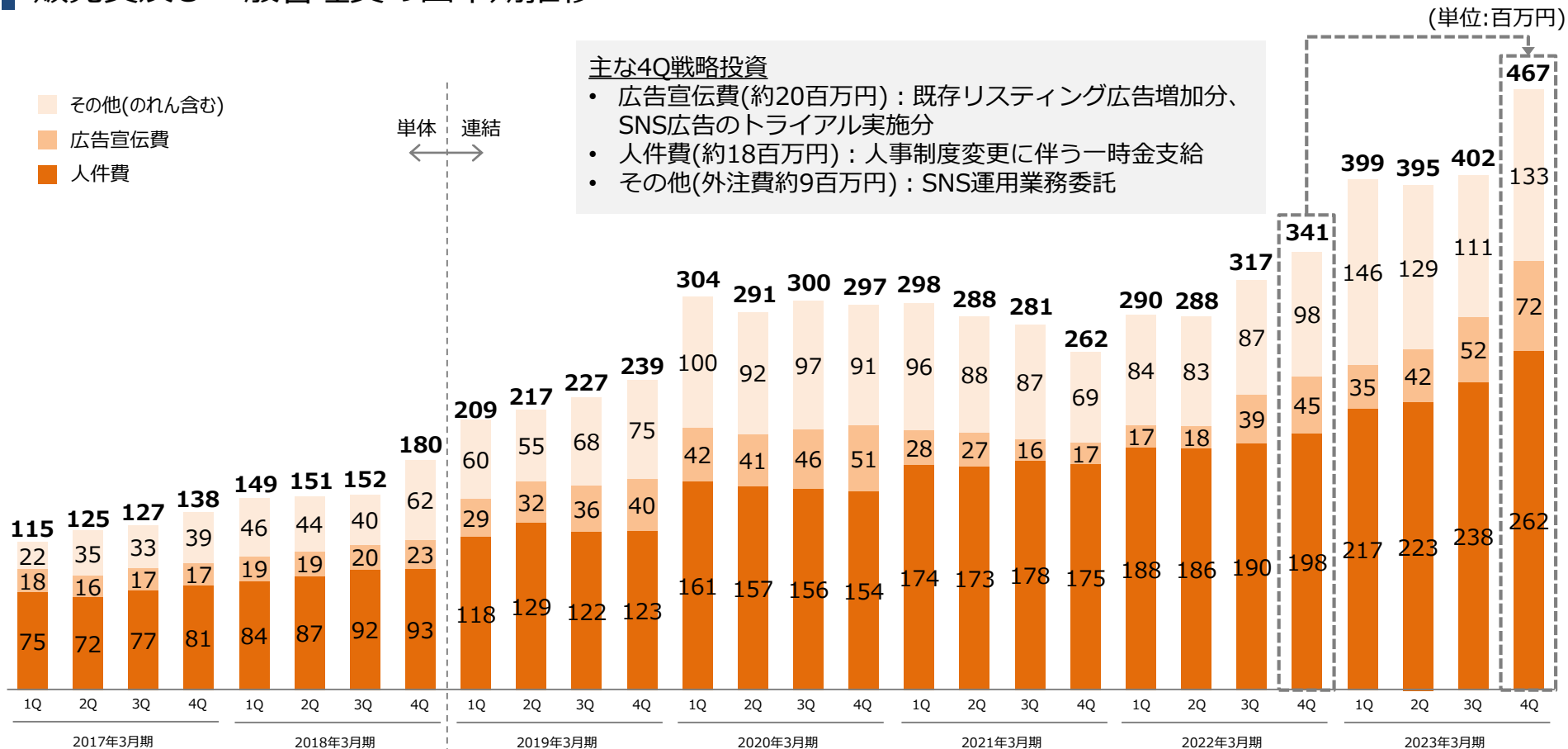
※1 株式会社ニコシゴト(副業マッチング事業)は2022年2月14日付で解散、2022年5月末に清算終了

※2 当社グループの報告セグメントは、従来「メディアプラットフォーム事業」「M&A仲介事業」「その他事業」の3区分としておりましたが、「その他事業」の主体であった株式会社シンクロ・キャリアは2021年7月1日付で当社を存続会社とする吸収合併により消滅しております。これに伴い、当第1四半期連結累計期間より報告セグメントを「メディアプラットフォーム事業」「M&A仲介事業」の2区分へ変更しております。

販売費及び一般管理費の状況

4Qにおいて来期以降の成長を見据えた戦略投資を実行し
販管費が大きく増加(前年同期比+36.9%)

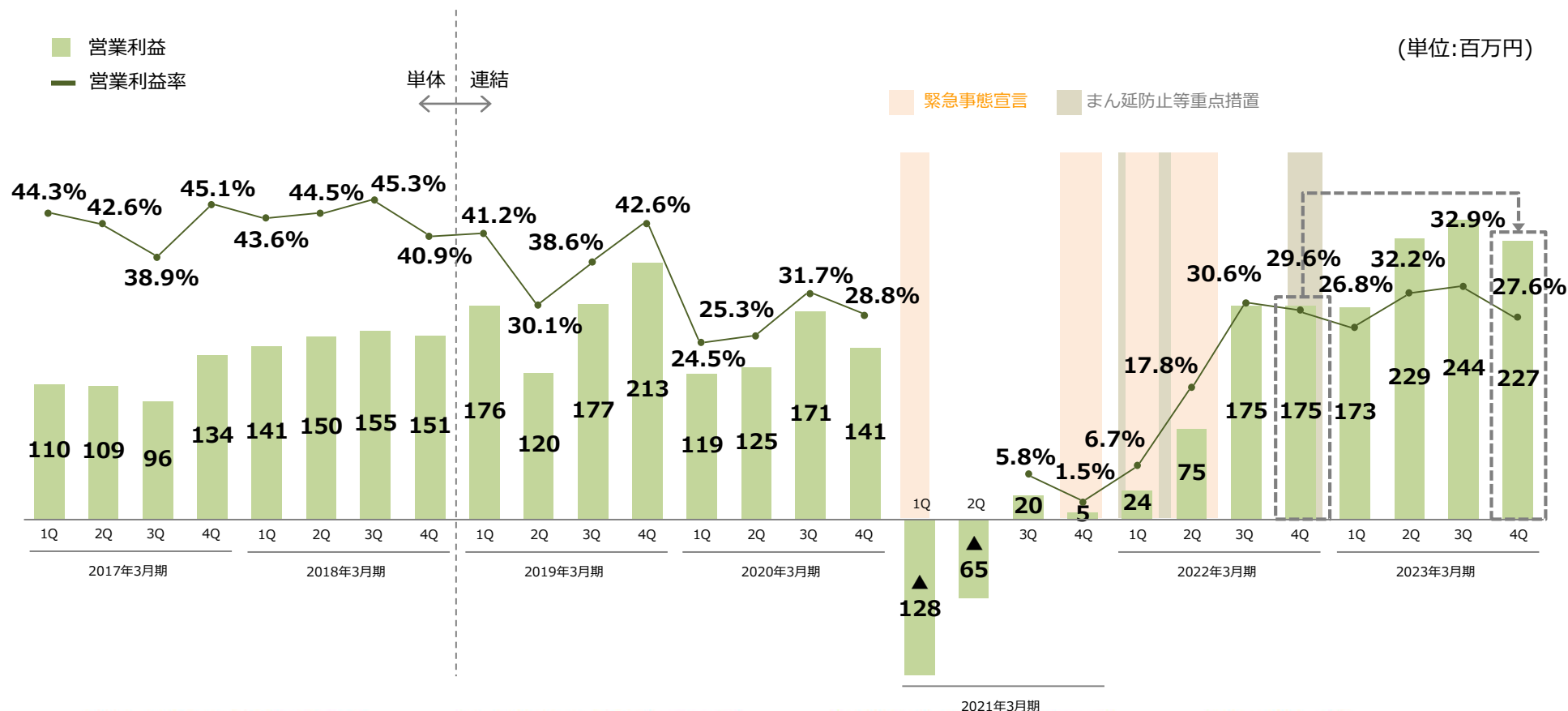
販売費及び一般管理費の四半期推移



営業利益の状況

戦略投資を行うも、4Q営業利益はコロナ前を上回る水準を確保
(前年同期比+29.8%)

営業利益の四半期推移



連結キャッシュフロー計算書

通期で営業キャッシュフローを大きく積上げ

(単位:百万円)	2023年3月期 通期累計期間	2022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	3,037	2,173	864
営業活動によるキャッシュフロー	850	744	105
投資活動によるキャッシュフロー	▲4	119	▲124
財務活動によるキャッシュフロー	-	-	-
現金及び現金同等物の増減額	845	864	▲18
現金及び現金同等物の期末残高	3,883	3,037	845

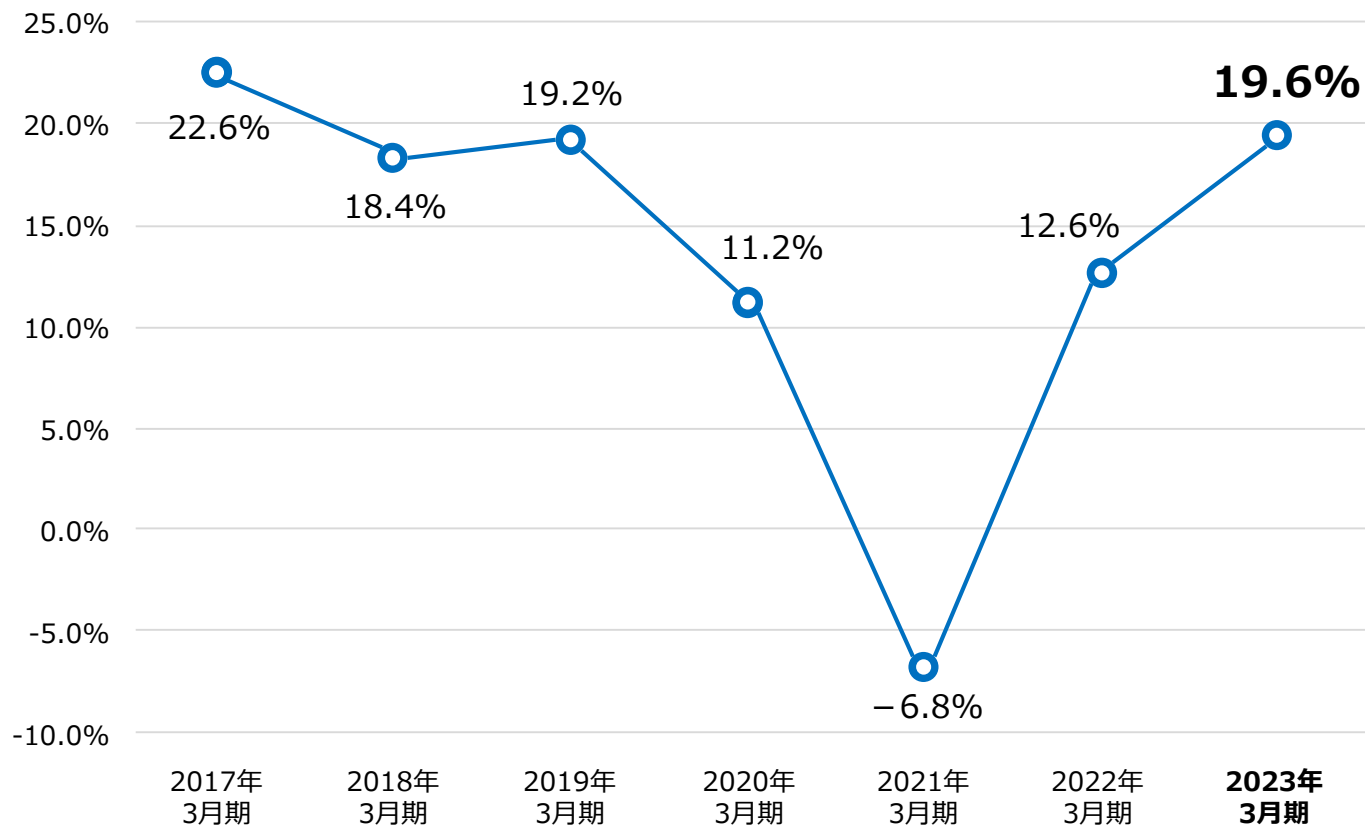
連結貸借対照表

利益剰余金の増加により純資産が189百万円増加
(2022年12月期末比)

(単位:百万円)	2023年3月期末	前四半期末比	2022年12月期末
流動資産合計	4,116	+8.3%	3,800
現金及び預金	3,933	+8.0%	3,643
固定資産合計	158	+17.8%	134
資産合計	4,274	+8.6%	3,934
流動負債合計	717	+24.8%	575
固定負債合計	22	+57.9%	14
純資産合計	3,534	+5.7%	3,345

ROEの推移状況

2023年3月期のROEは赤字の2021年3月期から大きく回復
今後も資本効率を意識した事業運営を推進



1. 2023年3月期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 2023年3月期の振り返り
4. 中期経営計画のアップデートについて
5. 参考資料

メディアプラットフォーム事業

4Q売上高は大きく伸長(前年同期比+34.7%)
 戦略投資をこなしながらセグメント利益も増加(前年同期比+13.9%)

売上高及び利益又は損失の四半期推移

(単位:千円)

	2021年3月期				2022年3月期				2023年3月期			
	1Q 会計期間	2Q 会計期間	3Q 会計期間	4Q 会計期間	1Q 会計期間	2Q 会計期間	3Q 会計期間	4Q 会計期間	1Q 会計期間	2Q 会計期間	3Q 会計期間	4Q 会計期間
売上高	193,376	234,868	321,271	303,224	336,320	382,672	532,303	562,894	618,838	656,011	695,732	758,461
外部顧客への売上	191,312	232,804	318,219	299,970	336,317	382,672	532,303	562,894	618,838	656,011	695,732	758,461
セグメント間内部売上	2,064	2,064	3,052	3,254	2	-	-	-	-	-	-	-
セグメント利益又は 損失(▲)	▲96,111	▲51,833	37,906	31,402	27,168	65,570	175,998	177,837	179,188	207,170	234,933	202,567

- ✓ 求人広告は直販・代理店ともに引き続き伸長
- ✓ デザイン会社向けサービスはプラン変更・追加が順調、物件広告サービス等も安定成長
- ✓ 登録ユーザー数、事業者数、求職者数も順調に増加

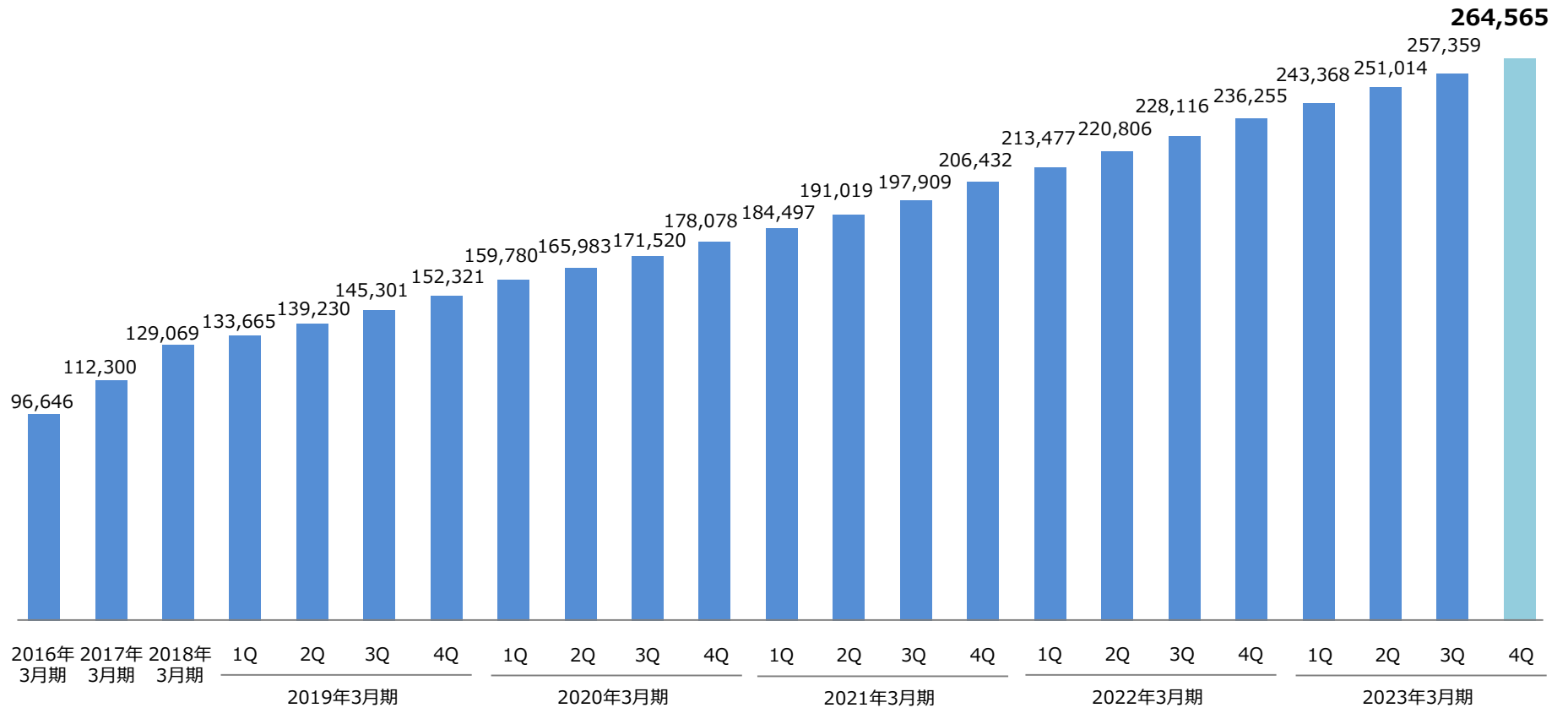
メディアプラットフォーム事業 ~ ユーザー数の状況

ユーザー数は順調に増加し、26万件を突破
(前年同期比+12.0%)

飲食店ドットコムของผู้ユーザー数の推移

※期末日

(単位:件)

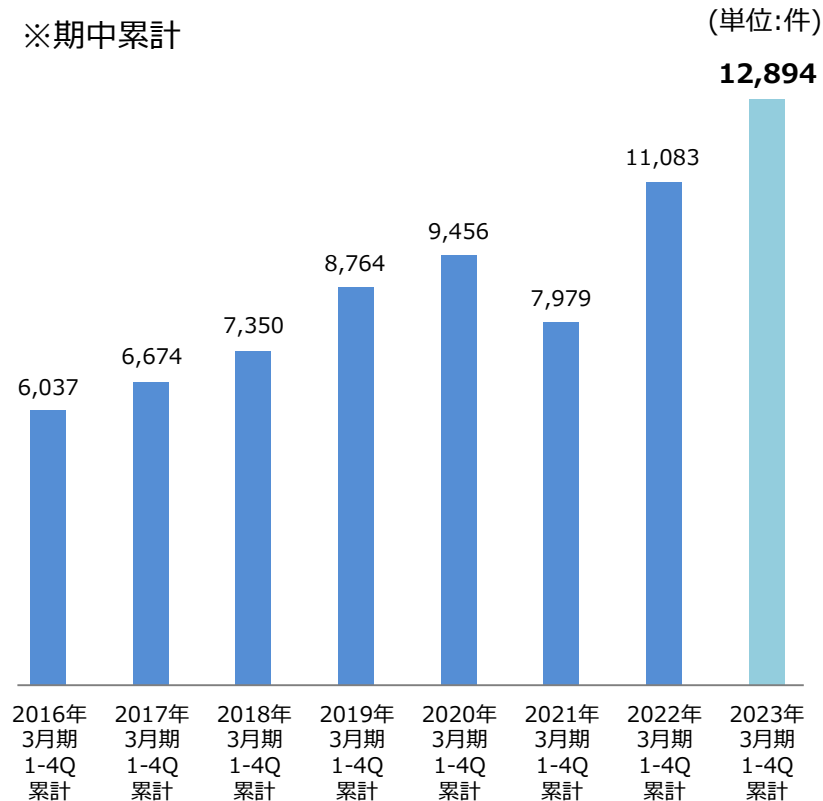


メディアプラットフォーム事業 ～ 有料ユーザー数の状況

有料ユーザー数(前年同期比16.3%増)
 期間単価(前年同期比34.8%増)ともに大きく増加

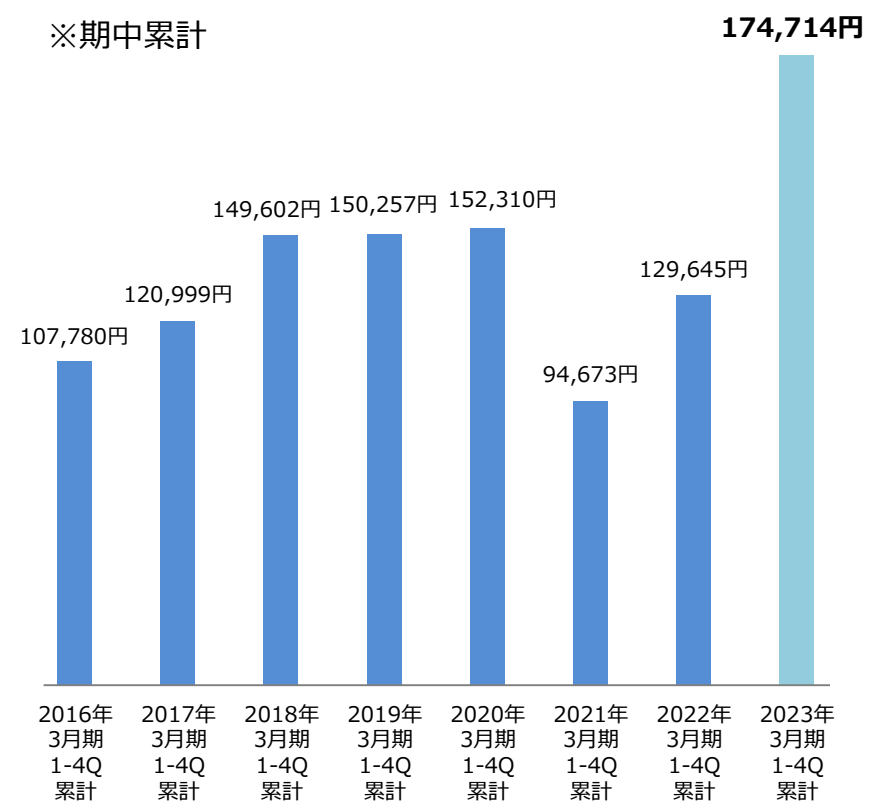
有料ユーザー数の推移

※期中累計



有料ユーザーの期間単価の推移

※期中累計



(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)の有料サービスを利用したユニークユーザー数

(注)有料ユーザーの利用金額の合計



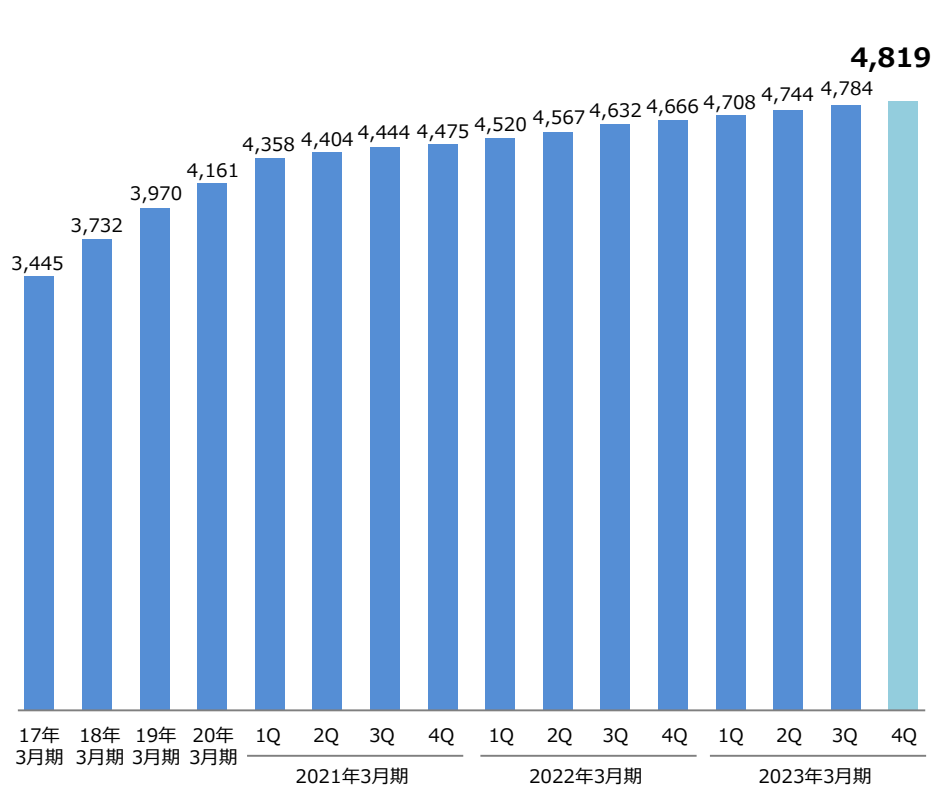
メディアプラットフォーム事業 ～ 事業者数・求職者数の状況

事業者数・求職者数も順調に増加
 (事業者数：前年同期比+3.3%、求職者数：前年同期比+16.9%)

事業者数の推移

※期末日

(単位:社)

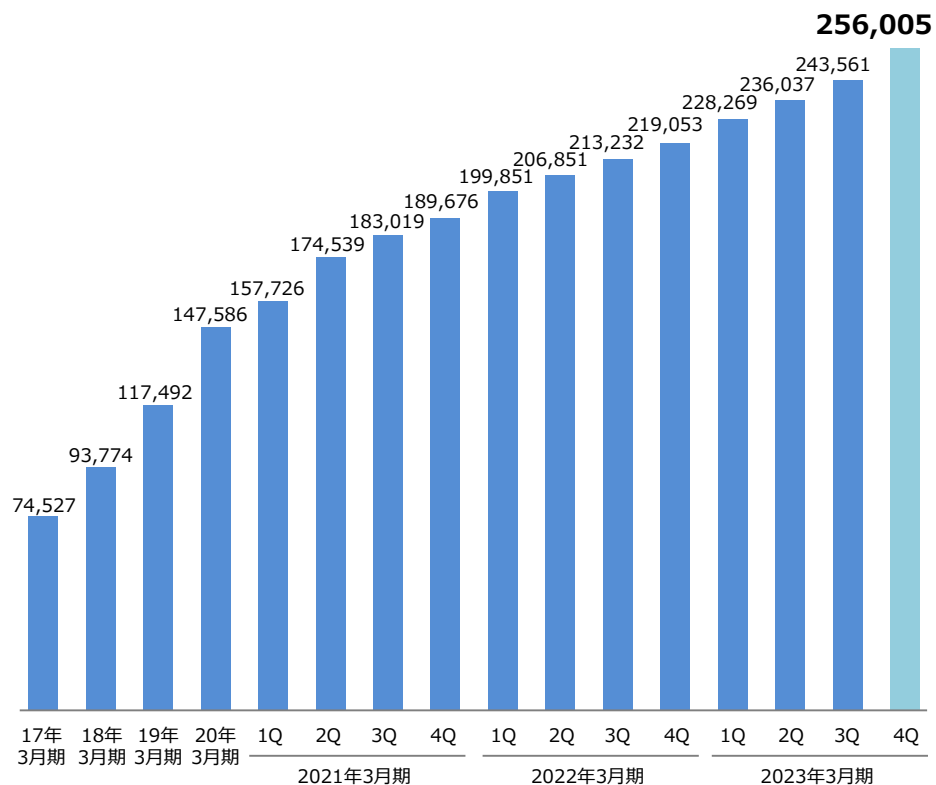


(注)月末時点で登録している不動産会社・デザイン会社・食材仕入会社の合計

求職者数の推移

※期末日

(単位:件)



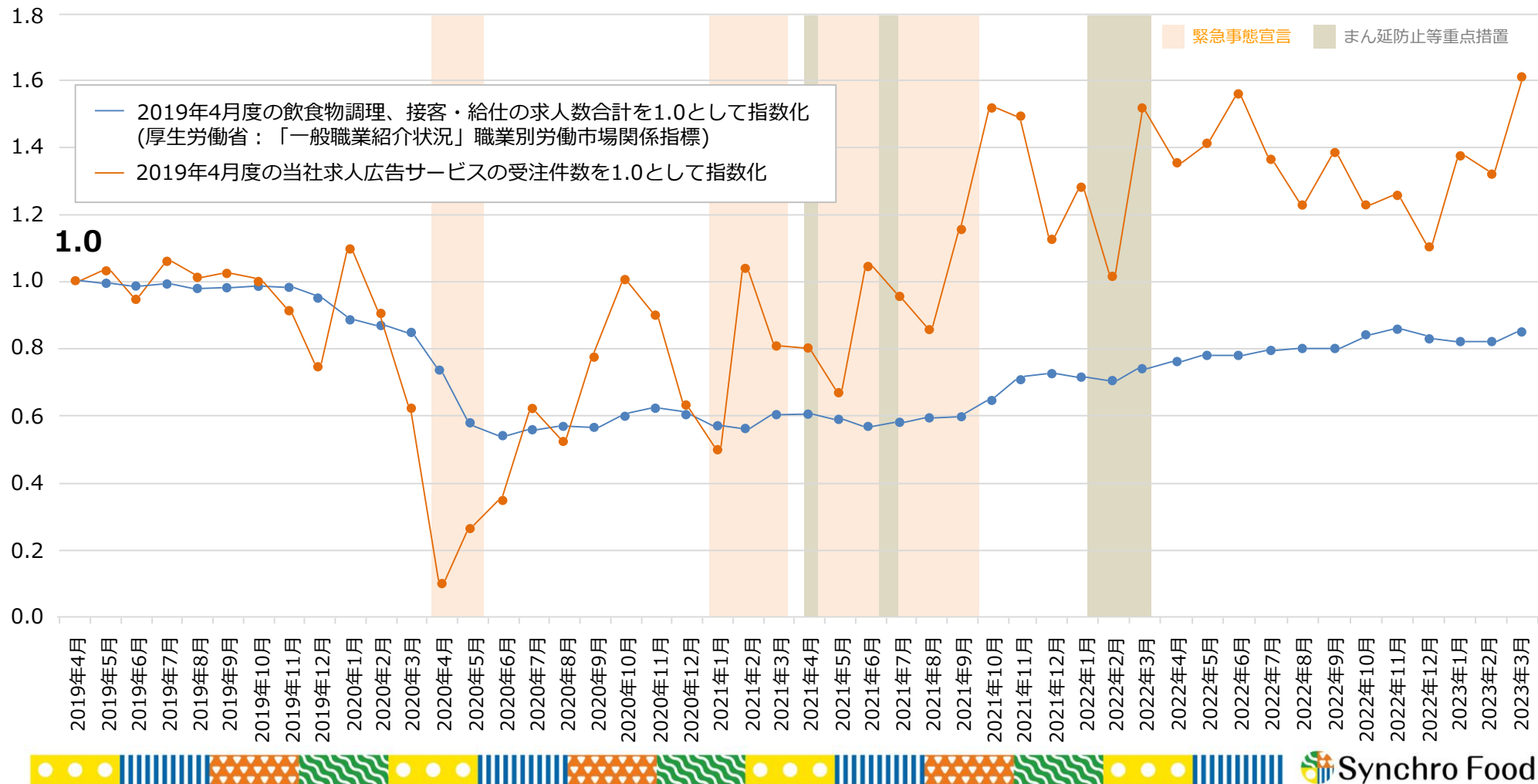
(注)求人飲食店ドットコムに求職者として会員登録した人数(仮会員登録と退会者を除く)



メディアプラットフォーム事業 ～ 求人広告サービスの状況

飲食関連有効求人件数の推移を大きく上回って着地

飲食関連有効求人件数と当社求人広告受注件数



4Q売上高は大きく進捗(前年同期比+125.7%)
セグメント利益も大きく増加(前年同期はセグメント赤字)

売上高及び利益又は損失の四半期推移

(単位:千円)

	2021年3月期				2022年3月期				2023年3月期			
	1Q 会計期間	2Q 会計期間	3Q 会計期間	4Q 会計期間	1Q 会計期間	2Q 会計期間	3Q 会計期間	4Q 会計期間	1Q 会計期間	2Q 会計期間	3Q 会計期間	4Q 会計期間
売上高	17,986	28,935	27,507	21,342	31,557	40,960	39,748	29,348	30,012	58,232	46,681	66,234
外部顧客への売上	17,986	28,935	27,507	21,342	31,557	40,960	39,748	29,348	30,012	58,232	46,681	66,234
セグメント間内部売上	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
セグメント利益 又は損失(▲)	▲13,450	178	▲1,085	▲14,036	343	7,957	▲1,101	▲2,729	▲5,487	22,581	9,435	25,070

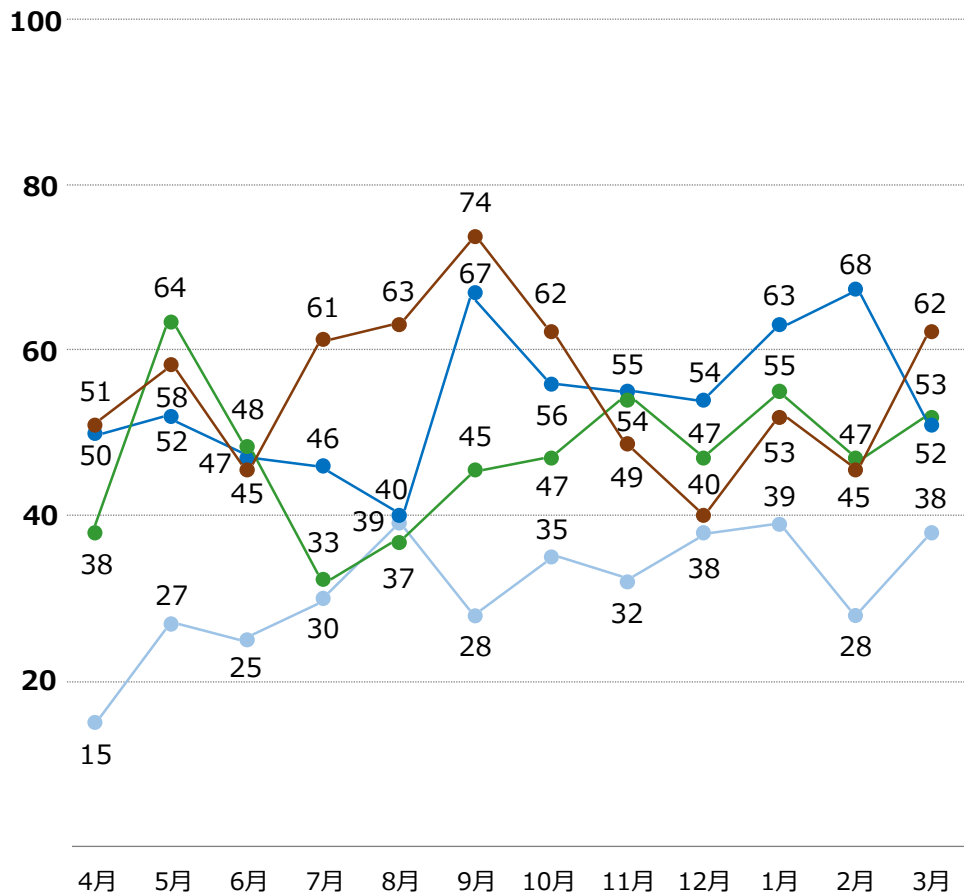
- ✓ M&A仲介、居抜きともに案件化数は引き続き高水準
- ✓ M&Aは3Qからの後ろ倒し案件も成約し、大きく売上伸長、居抜きも好調に推移

M&A仲介事業 ～ 売却相談件数の状況

M&A、居抜きともに3月に入って急増

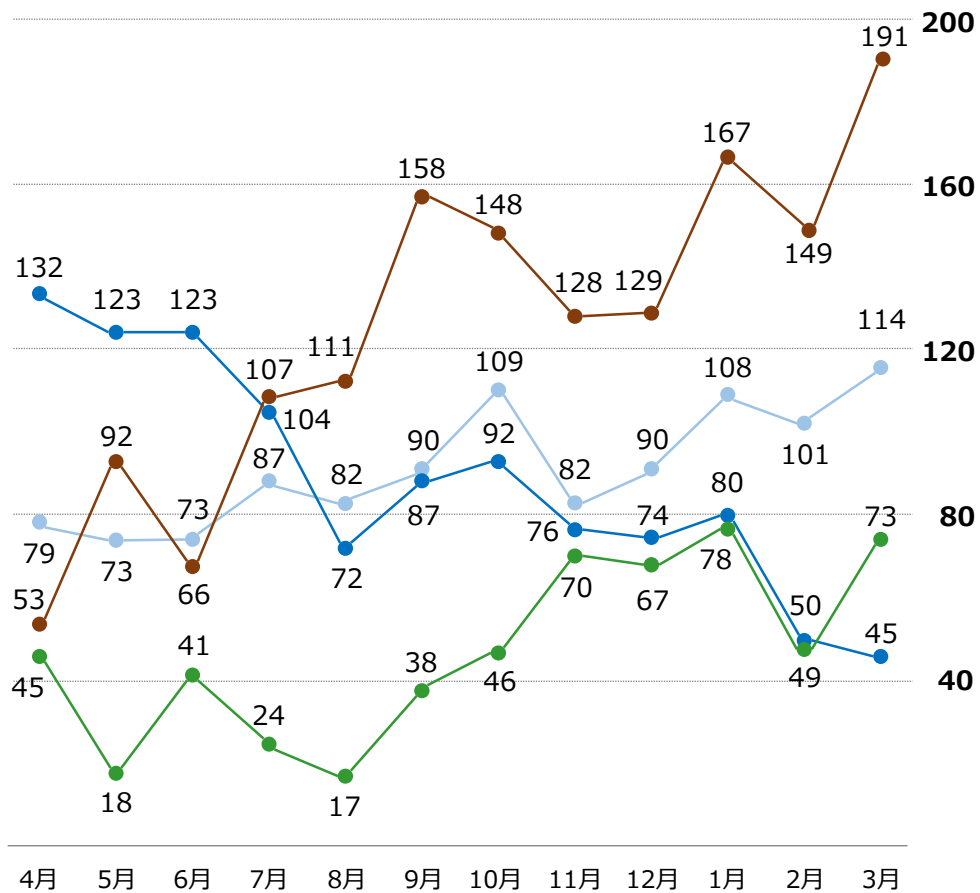
売却相談件数(M&A)の推移

2023年3月期 2022年3月期 2021年3月期 2020年3月期



売却相談件数(居抜き)の推移

2023年3月期 2022年3月期 2021年3月期 2020年3月期



1. 2023年3月期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 2023年3月期の振り返り
4. 中期経営計画のアップデートについて
5. 参考資料

2023年3月期の方針に対する結果

データサービス以外は、概ね計画通りに進捗

2023年3月期の方針※

結果

1 新中期経営 計画 初年度の 着実な実行	4つの 事業戦略 の推進	求人広告サービスの 全国展開	評価 ○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 直販：本社・支社全てのエリアで大きく伸長 ✓ 代理店：受注実績のある営業人員数(ユニーク)が118名、契約代理店は26社(3Q末比+2社) 	→ 24頁
		プラットフォーム サービスの拡大	評価 ○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ デザイン会社向けサービスはプラン変更が順調 ✓ M&A仲介は3Qからの後倒し案件が順調に成約 	→ 25頁 → 26頁
		モビリティサービスの 推進・拡大	評価 ○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 出店場所625箇所(通期実績ユニーク)、登録台数1,979台(仮登録除く)と順調に増加 	→ 27頁
		会員基盤を活用した データサービスの展開	評価 △	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 会員接点創出・メディア化のための検討を継続するも、サービスリリースには至らず 	
	戦略投資とコストコントロールの両立	評価 ○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 採用活動を継続、4Qで5名純増(連結) ✓ 本社オフィス集約によるコスト削減効果を下半期で約24百万円創出 		
2 リブラン ディング の推進	飲食店ドットコム のサービス全体 のリブランディング	評価 ○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 個別サービスブランドへのリニューアル反映が概ね完了 ✓ リブランディングを反映した採用サイトの準備が概ね完了(リリースは2023年5月末予定) 	→ 28頁 → 29頁	

※ 2022年3月期決算説明会資料より(2022年5月13日発表)

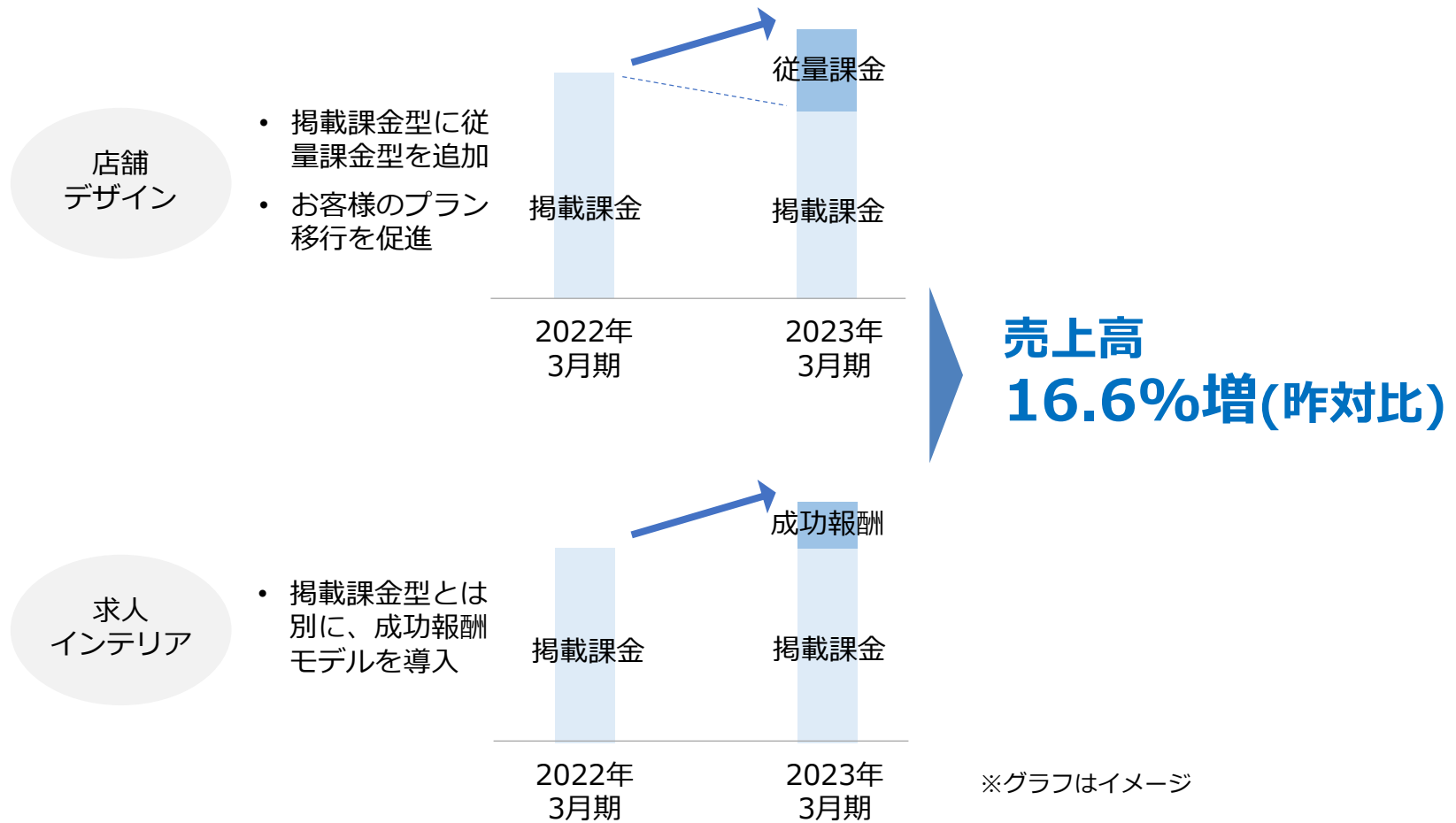
求人広告サービスの状況

直販、代理店ともに営業体制が拡大
生産性も向上しながら売上高が大きく伸長



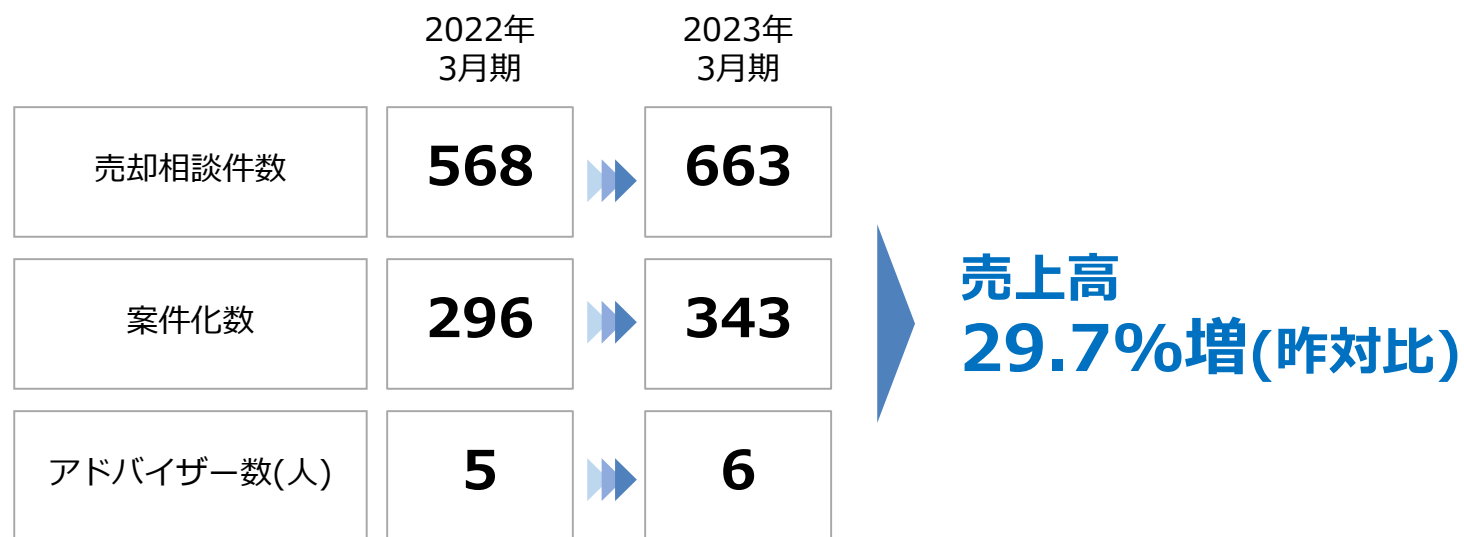
デザイン会社向けサービスの状況

店舗デザイン、求人インテリアの両サービスが
プラン変更・追加による収益機会の拡大に成功



M&A仲介サービスの状況

案件成約の後ろ倒しが発生しながらも、アドバイザーの増加や
習熟度の向上により通期では大きく売上伸長

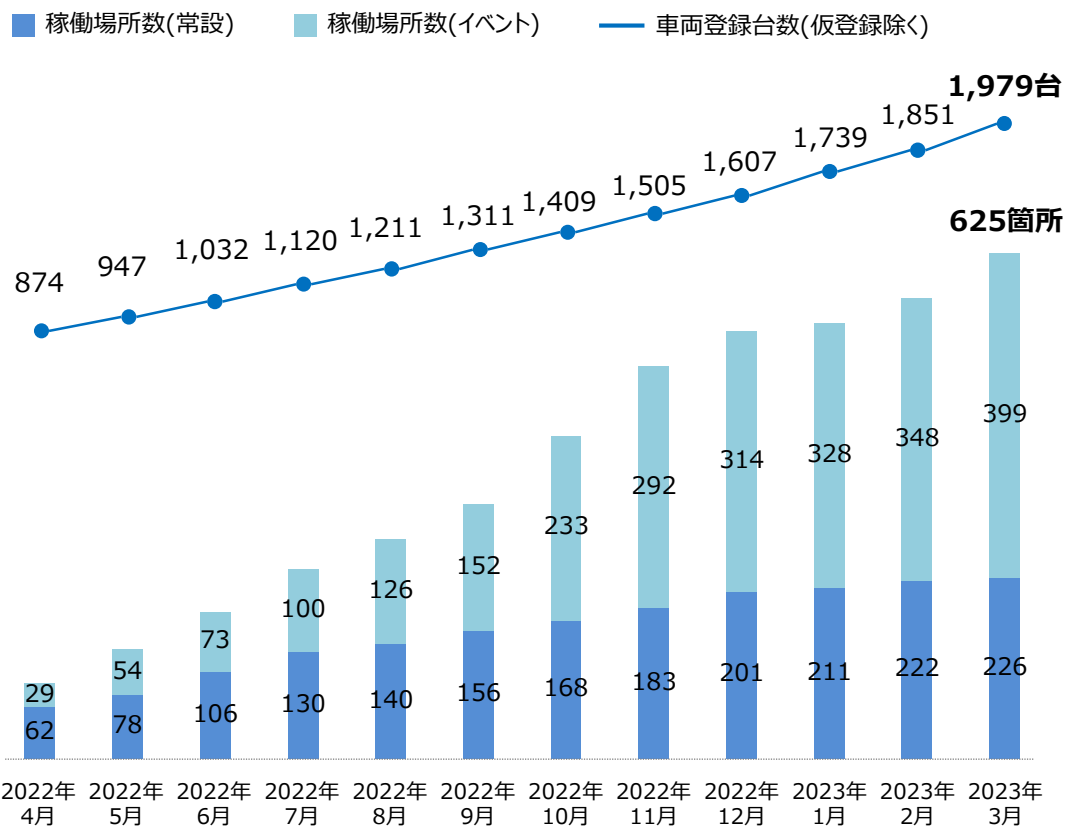


※ 居抜きサービスは含まずM&A仲介サービスのみの値

モビリティサービスの状況

場所と移動販売事業者は大きく増加
サブスクや保険等の新しいマネタイズ手法についても展開中

稼働場所数(当期ユニーク累計)と車両登録台数の推移



売上高
168.8%増(昨対比)

稼働場所数
約3.4倍(昨対比)

車両登録台数
約2.5倍(昨対比)

リブランディングの状況(1/2)

各サービスブランドのロゴを統一化 飲食店ドットコムホームリニューアルも完了

● ファーストビュー

- ✓ プラットフォームとしての一通貫したサービスや利便性を訴求

● カルーセル

- ✓ 各サービスの魅力やキャンペーンを訴求し、ユーザーのサービス横断での利用を促進

● サービスロゴ

- ✓ 多様性を包み込むプラットフォーム・オリジナリティを表現したロゴで各サービスロゴを統一化



● ページ下部

- ✓ 更新性の高い記事やイベント情報等を配置



リブランディングの状況(2/2)

ビジョン・ミッション・バリューを体現する人材の採用
に向けた準備が概ね完了(採用サイトのリリースは2023年5月末予定)



● コンセプト

- ✓ 当社の企業としての価値観や社会のニーズから採用コンセプトを設定

” 飲食業の未来に足りないもの、なんでもつくれ ”

● サイト

- ✓ 採用コンセプトに沿ってデザインやコンテンツ、メッセージを刷新

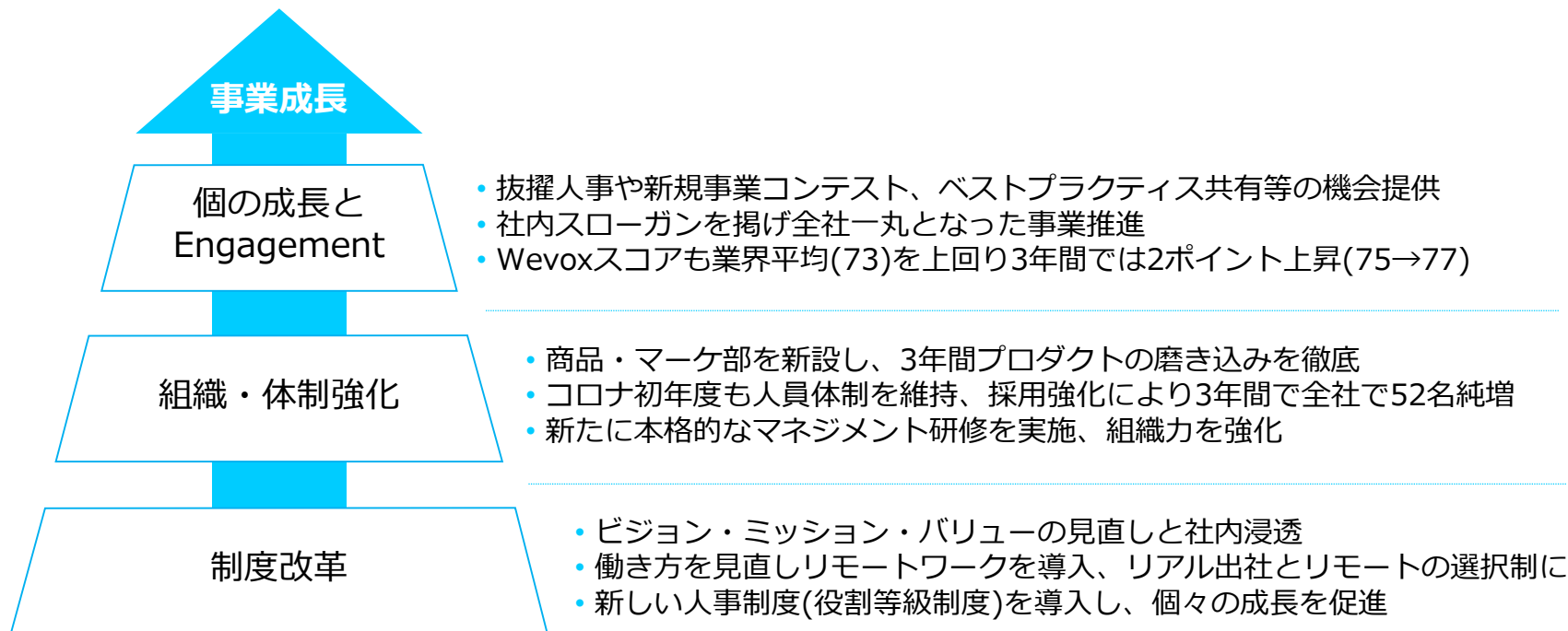


● ブランディング

- ✓ 成長戦略実現に向けて採用力強化を継続
- ✓ ブランド力を高めるため積極的な外部発信を実施

総括 ～ なぜコロナ前を上回る成長を実現できたのか

3年間の「人的資本への投資」が大きな事業成長に結実
(新人事制度・働きやすい環境作り・成長機会の提供・組織強化・研修制度)



1. 2023年3月期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 2023年3月期の振り返り
4. 中期経営計画のアップデートについて
5. 参考資料

業績目標のアップデート

2023年3月期の大幅な業績進捗のため、中期経営計画2年目・3年目を見直し
 (※2025年3月期の当期純利益は、プライム市場への適合基準を十分充足する水準)

新中計発表時の業績目標

新しい業績目標

(単位:百万円)	新中計発表時の業績目標			新しい業績目標				
	2023年 3月期	2024年 3月期	2025年 3月期	2023年 3月期(実績)	2024年3月期		2025年3月期	
						成長率		成長率
売上高	2,300	2,600	3,000	2,930	3,500	+19.4%	4,200	+20.0%
営業利益	470	585	750	876	1,000	+14.1%	1,260	+26.0%
営業利益率	20.4%	22.5%	25.0%	29.9%	28.6%	-	30.0%	-
経常利益	470	585	750	878	1,000	+13.9%	1,260	+26.0%
親会社株主に帰属 する当期純利益	340	415	532	628	700	+11.4%	882	+26.0%

※ 2021年12月15日公表の「新市場区分「プライム市場」の選択申請および上場維持基準の適合に向けた計画書に関するお知らせ」に記載している過去3期分のPER(株価収益率)理論値50.1倍の、約半分のPER約25倍を前提としても、流通株式時価総額100億円の達成は実現可能と見込んでおります。

事業戦略のアップデート

従来から掲げる4つの事業戦略に変更無し
大きな可能性を確認できたSNSショート動画事業を新たに追加

		25年3月期 売上高目標※1		23年3月期における 事業の状況と方向性	25年3月期 売上高目標※2	新旧対比
既存コア事業の 強化・拡大	求人広告サービスの 全国展開	20.0億円	▶▶	<ul style="list-style-type: none"> 業績拡大順調、伸び代が大きい 戦略変更無し 	30.5億円	+52.5% ↑
	プラットフォーム サービスの 拡大	2.0億円	▶▶	<ul style="list-style-type: none"> プラン変更・追加順調 戦略変更無し 	2.5億円	+25.0% ↑
	デザイン 会社向け M&A仲介	2.5億円	▶▶	<ul style="list-style-type: none"> 成約の後倒しが発生するも通期では着実に進捗 戦略変更無し 	2.5億円	目標維持 →
新規領域への挑戦	モビリティサービスの 推進・拡大	3.0億円	▶▶	<ul style="list-style-type: none"> 稼働場所数・車両登録台数ともに拡大 戦略変更無し 	3.0億円	目標維持 →
	会員基盤を活用した データサービスの展開	2.0億円	▶▶	<ul style="list-style-type: none"> 新サービス創出に至らず 戦略変更無し、トライアンドエラーを継続 	2.0億円	目標維持 →
				<ul style="list-style-type: none"> SNSショート動画による集客/求人サービスを検証 優位性、伸び代を確認 	1.0億円	—

※1 2022年3月期決算説明会資料より(2022年5月13日発表)

※2 5つの事業戦略の合計売上高41.5億円の他は、PlaceOrders/
飲食店プレミアム/不動産物件/厨房備品(EC)

NEW

市場規模のアップデート

事業戦略の追加により、最も市場規模の大きい集客領域に参入
 これまではリーチできなかった、大手も含めた飲食企業アルバイト領域も追加

	市場規模※1	アップデートの考え方	新市場規模	
求人広告 サービス領域	210億円	<ul style="list-style-type: none"> ・常用雇用者規模5名以上1,000人未満の店舗数を母数とした当社年間ユニーク掲載店舗数シェアによる算出から、飲食企業の求人広告媒体予算による算出へ見直し※2 	580億円	SAM
プラットフォーム サービス領域	30億円	デザイン 会社向け <ul style="list-style-type: none"> ・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見直し※3 	25億円	SAM
		M&A仲介 <ul style="list-style-type: none"> ・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見直し※4 	20億円	SAM
データサービス領域	640億円	<ul style="list-style-type: none"> ・変更無し 	640億円	TAM
モビリティ サービス領域	— (試算困難)	<ul style="list-style-type: none"> ・変更無し 	—	
SNSショート 動画領域	—	アルバイト 求人 <ul style="list-style-type: none"> ・大手も含めて全職種・全事業規模の飲食店アルバイト採用市場へ参入 	1,430億円 ※2	TAM
		集客 <ul style="list-style-type: none"> ・インフルエンサーマッチングによる集客支援サービスで参入 	5,080億円 ※5	TAM

※1 2022年3月期決算説明会資料より(2022年5月13日発表)

※2 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FROG提供)を用いて当社算出

※3 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

※4 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

※5 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」より公表されている2021年度の市場規模の約3%と仮定

TAM : Total Addressable Market

SAM : Serviceable Available Market

事業戦略：SNSショート動画を活用した集客・求人領域での収益拡大(1/2)

2021年よりSNSショート動画領域の市場調査を実施し、事業性を検証
本格的にSNSショート動画アルバイト求人サービスを開始

※ 2023年5月12日公表の「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」参照

背景

- Z世代を中心に、テキストベースからTikTokやInstagramリール等のショート動画での情報収集へシフト
- エンタメから飲食店選び、賃貸物件探し等ビジネスへの影響が徐々に大きくなる
- 2021年よりグルメやアルバイト募集を中心としたショート動画アカウントを試験運用※

- ✓ 実際のアルバイト求人に対して、Z世代の応募が99%を占め、アルバイト領域における事業性を検証

当社の強み



<SNSショート動画>

- ✓ アルバイト募集ショート動画撮影・制作ノウハウ
- ✓ グルメアカウント運用ノウハウ



<飲食店ドットコム>

- ✓ 26万件を超える飲食店経営者・出店予定会員
- ✓ 飲食店の求人募集におけるノウハウ
- ✓ 飲食店向け営業体制

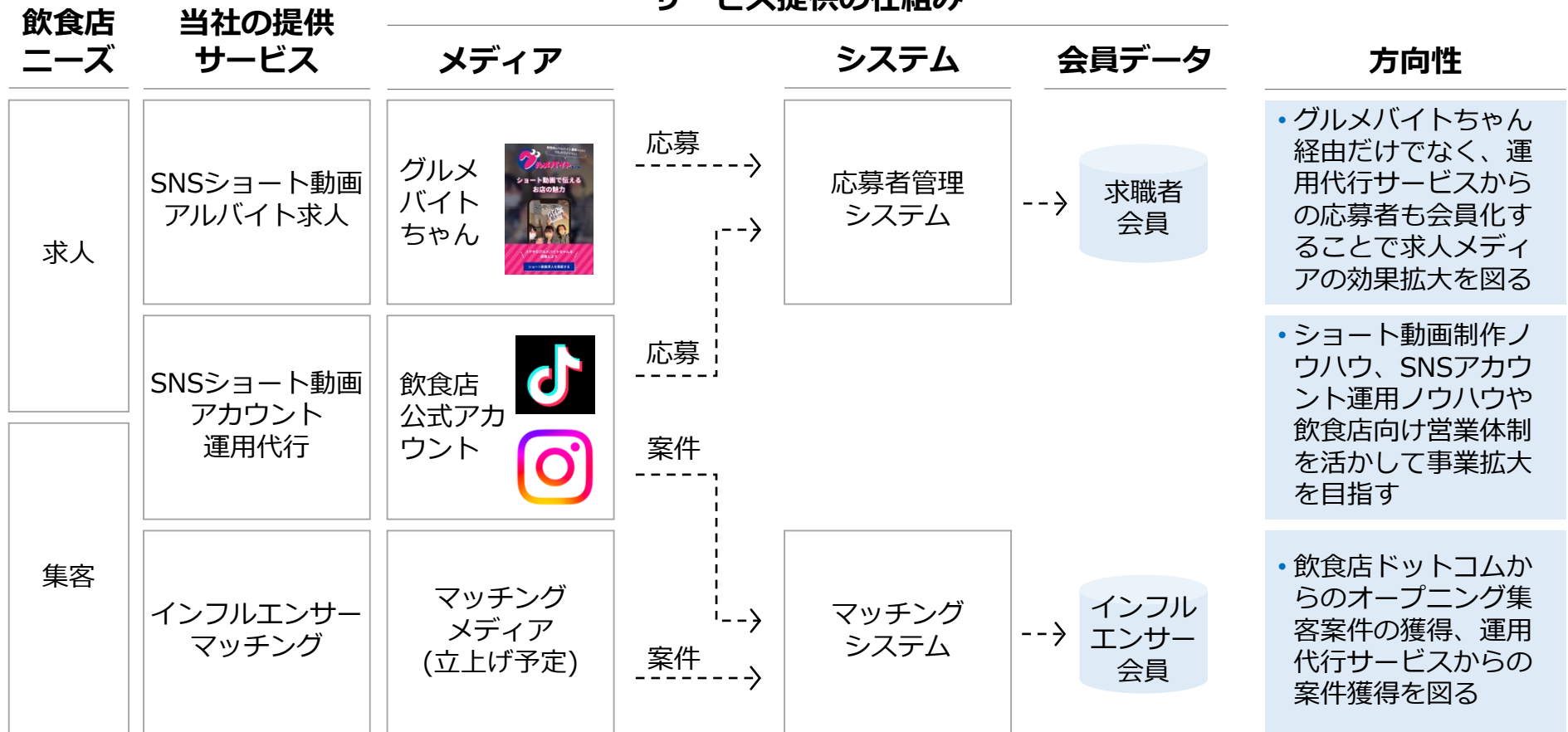
全職種・全
事業規模の
アルバイト
採用市場へ

※ 自社SNSアカウントとして、若年層向けグルメアカウント「プチブラグルメ」(2021年12月開設)、飲食店アルバイト探しアカウント「グルメバイトちゃん」(2022年9月開設)の2つのアカウントをTikTok、Instagramで運営中

事業戦略：SNSショート動画を活用した集客・求人領域での収益拡大(2/2)

SNSショート動画アカウント運用代行、インフルエンサーマッチングサービスも展開し、飲食店の求人・集客ニーズに複合的に対応

サービス提供の仕組み



今後2年間の投資方針

2年間で全社で約50名前後の純増を予定
広告宣伝費については連結売上比率10%~15%へ上昇する想定

新規領域	SNSショート動画領域へのリソース投入	<ul style="list-style-type: none">大手飲食企業向け営業人員、動画作成・編集スタッフの採用SNS外部コンサル・業務委託の活用
	開発・プロダクト体制強化	<ul style="list-style-type: none">エンジニア・ディレクター・デザイナーが2年間で合計20名程度純増予定オフショア開発も含む柔軟な開発体制構築費用
既存領域	営業体制強化	<ul style="list-style-type: none">営業人員が2年間で合計20名程度純増予定
	広告宣伝費の更なる投入	<ul style="list-style-type: none">他社広告出稿の激増に伴う広告宣伝費の大幅増求職者獲得のための新たなSNS広告の活用

事業譲受の概要① ～ 内装建築.com

シェルフィー株式会社より内装建築.com事業を譲受
当社店舗デザインサービスとの親和性が高く、更なる事業拡大を目指す


※ 2023年4月17日公表の「事業の譲受に関するお知らせ」の通り、2023年4月20日付で内装マッキング事業を譲受しております

事業譲受の概要

会社名	シェルフィー株式会社
譲渡対象事業	・開店・改装したい施主と設計・施工の内装会社をマッキングするプラットフォームである内装建築.com及びオウンドメディアである店舗HACKS 内装建築.com <small>テンポハックス</small> 店舗HACKS
代表者	呂 俊輝
設立	2014年6月
スケジュール	事業譲受日：2023年4月20日

ビジネスモデルと当社サービスとの違い

- 開店・改装したい施主側がマッキングプラットフォームに出店計画を登録
- 内装建築.comにおいて要件整理後、設計・施工の内装会社に配信・連絡
- 案件に対するエントリー料、成約料を内装会社から頂く(案件金額の1～3%)

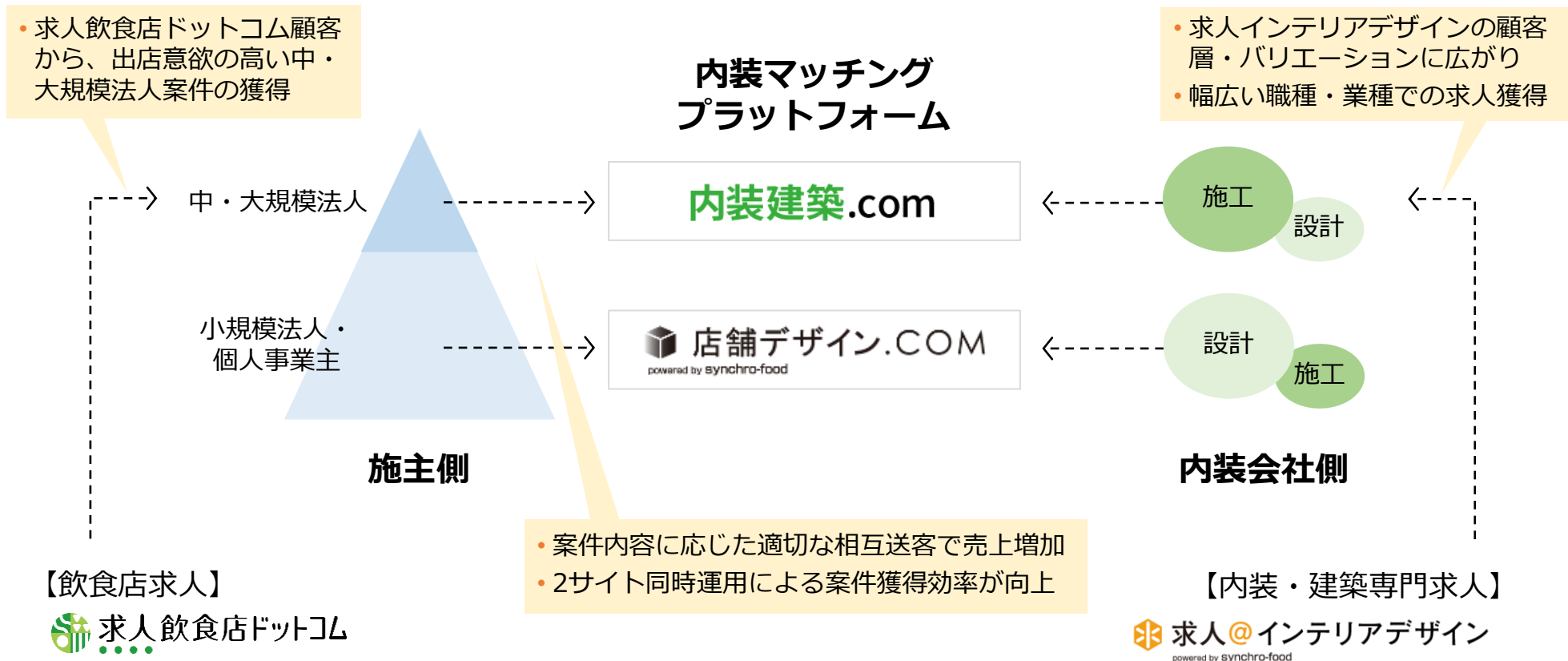
 店舗デザイン.COM
powered by synchro-food

内装建築.com

施主	個人事業主・小規模法人が中心	中・大規模法人が中心
案件規模	1,000万円未満が多い	1,000万円以上が約半分
案件獲得経路	100%ウェブサイト経由	紹介・営業経由
登録内装会社の特徴	設計会社に強い	施工会社に強い

事業譲受の概要① ～ 想定されるシナジー

内装マッチングにおける相互送客や案件獲得の効率化だけでなく
当社の求人サービスとのシナジーも大きい



事業譲受の概要② ～ フードアカウンティング協会

一般社団法人フードアカウンティング協会の事業の全部を株式会社ウィットが譲受 税理士事務所ネットワークを背景にシナジー創出を図る

※ 2023年5月12日公表の「当社連結子会社における事業の譲受に関するお知らせ」の通り、2023年6月1日付での事業譲受を予定しております

事業譲受の概要

名称	一般社団法人フードアカウンティング協会
協会概要	<ul style="list-style-type: none">飲食店の繁盛化をサポートする全国の税理士事務所にて会員を構成税理士事務所顧問先向けの販促物作成支援やセミナー/相談会の実施
代表者	若尾 秀樹
設立	2016年1月
スケジュール	事業譲受日：2023年6月1日(予定)

事業内容と今後の展望

事業内容

- 販促物作成(税理士事務所顧問先向け)
 - ✓ メニュー、チラシ・フライヤー等
- 税理士事務所顧問先開拓サポート
- セミナー・相談会実施
 - ✓ 税理士事務所顧問先向け
 - ✓ 金融機関顧客向け

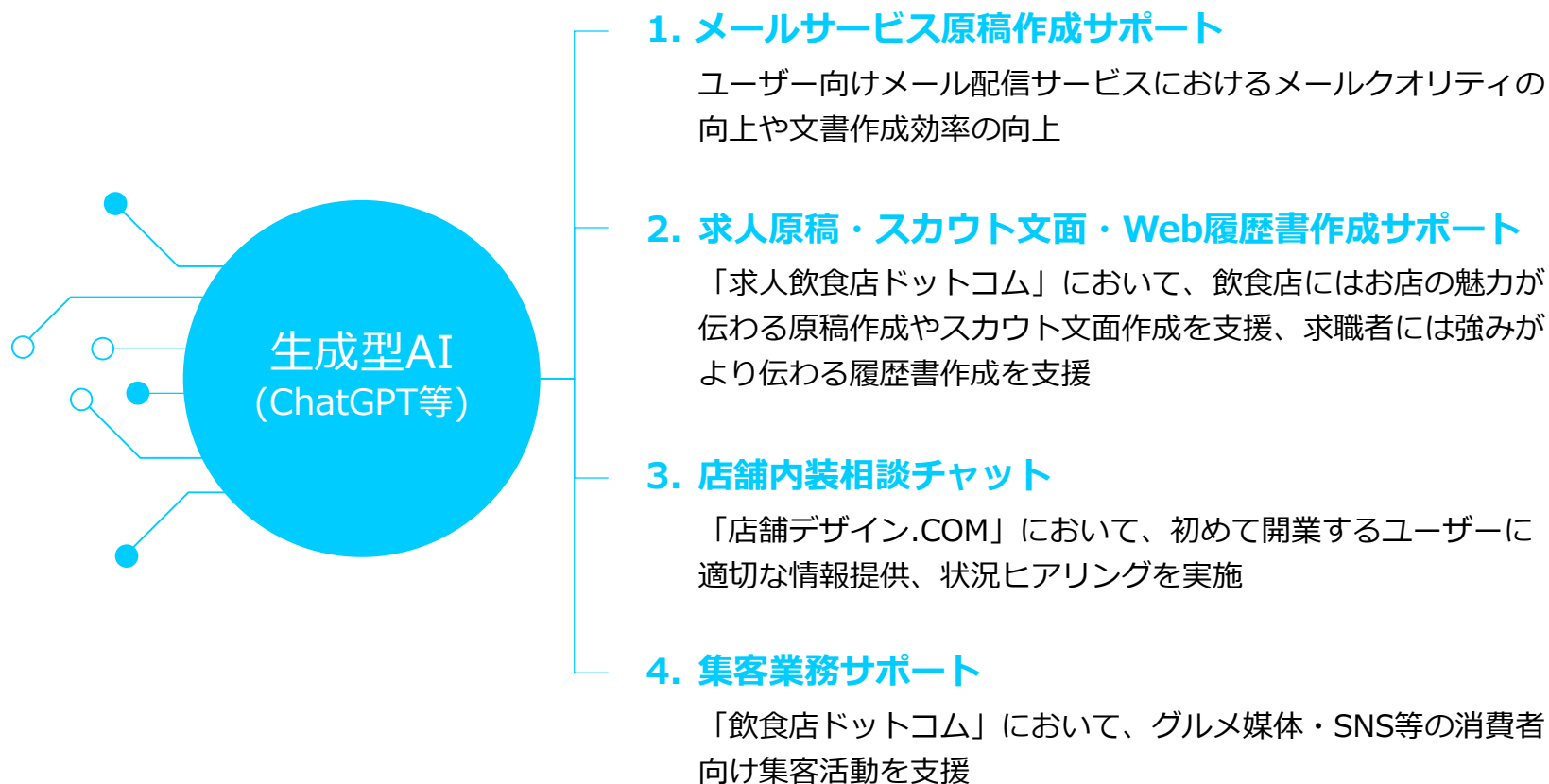
今後の展望

- 顧客相互紹介スキームの拡大
 1. 税理士事務所 → ウィット
 - ✓ M&A案件の連携・成約
 2. ウィット → 税理士事務所
 - ✓ 「飲食店ドットコム 税理士探し(β版)」サービスの開始
- 登録会員数の拡大

生成型AIを活用したサービス開発

生成型AIを活用したサービス開発のため、プロジェクトチームを2023年4月よりCTO直下に新設し、4つのテーマについて検討予定

※ 2023年4月21日公表の「飲食店ドットコムが生成型AIを活用したサービス開発を開始」参照



5つの事業戦略を着実に実行する 事業譲受した2事業についてもシナジー創出に注力

1

新中期経営計画 の着実な実行

- アップデートした5つの事業戦略を遅滞なく実行
- 戦略投資の確実な実行
 - ✓ 事業成長の前提となる採用や各種リソースの投入
 - ✓ 但し、高騰する広告宣伝費のモニタリングは徹底

2

非連続成長に向けた 取組みの推進

- 長期戦略・M&A戦略策定の専任担当を設置・推進
 - ✓ M&A・提携におけるソーシング、実行、PMI強化
- 生成型AIに関する検討プロジェクトの推進
 - ✓ サービス適用、社内業務効率化の実現を目指す

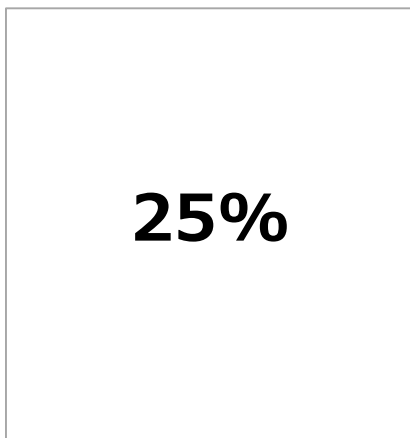
2024年3月期業績予想

積極投資を行いながらも業績予想の達成を目指す
プライム市場への適合基準の充足を考慮し、各段階利益金額は死守

(単位:百万円)	2023年3月期 通期実績 (連結)	2024年3月期 通期業績 予想(連結)	前期比
売上高	2,930	3,500	+19.4%
営業利益	876	1,000	+14.1%
経常利益	878	1,000	+13.9%
親会社株主に帰属 する当期純利益	628	700	+11.4%

新たに中長期的なROE目安を経営指標として掲げ、
成長投資と株主還元のバランスを考慮して事業を推進

中長期的なROEの目安



成長投資

- 既存事業拡大のための投資
- 新規事業検討・推進のための投資
- M&Aや事業提携のための投資



株主還元(上記成長投資後の内部留保)

- 自己株式の取得
- 配当

1. 2023年3月期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 2023年3月期の振り返り
4. 中期経営計画のアップデートについて
5. 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)



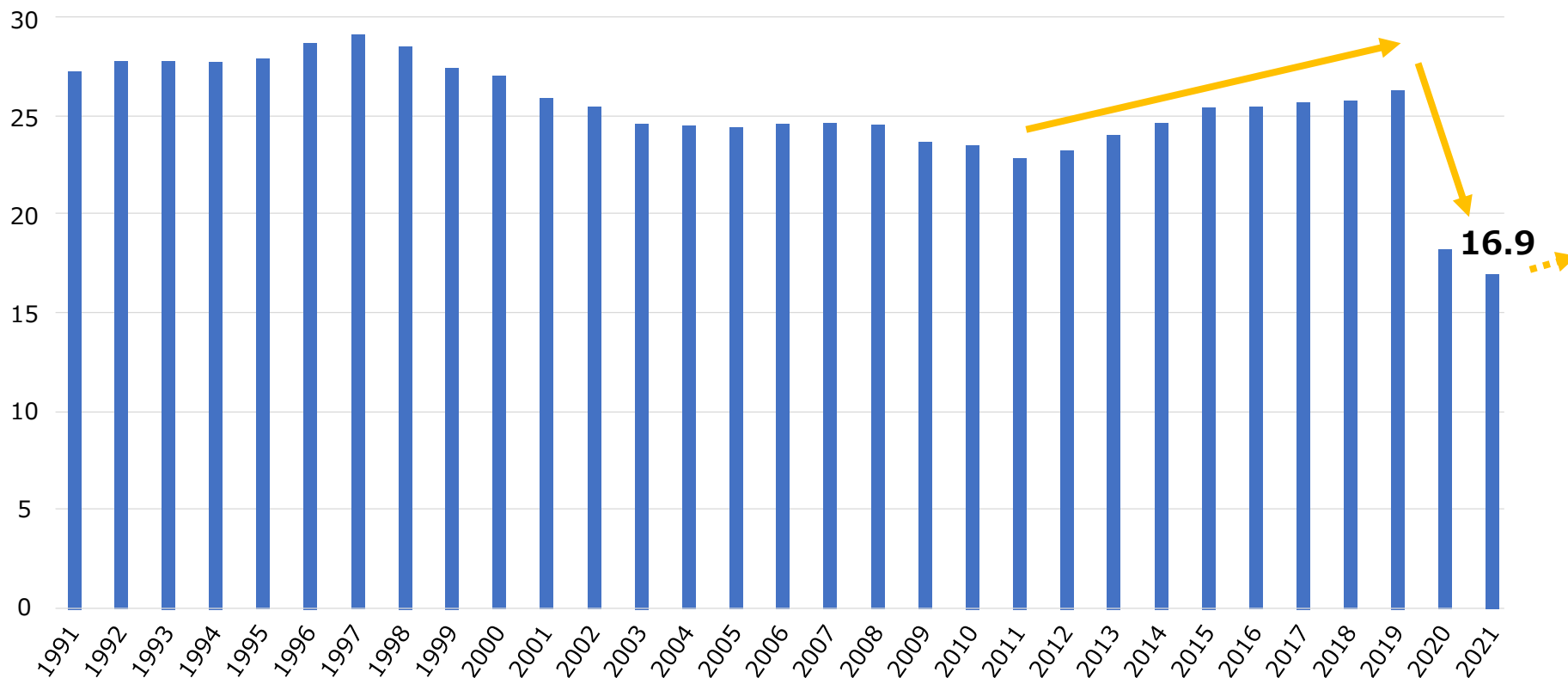
2003年	4月	株式会社シンクロ・フードを設立
	9月	飲食店の出店開業・運営支援サイト「飲食店.COM」を開設
2005年	3月	店舗の内装会社を探すことができるマッチングサイト「店舗デザイン.COM」を開設
	11月	インテリア業界の求人情報サイト「求人@インテリアデザイン」を開設
2006年	10月	飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」を開設
2007年	9月	居抜き店舗物件の買取査定サイト「居抜き情報.COM」を開設
2011年	5月	飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」の関西版を開設
2013年	9月	飲食店.COMに食材仕入先を探すことができるコーナー「食材仕入先探し」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)

外食産業規模

外食産業は2011年から2019年にかけて拡大傾向にあったが
コロナ影響により2020年、2021年にかけて縮小

外食産業市場規模推計の推移

単位：兆円



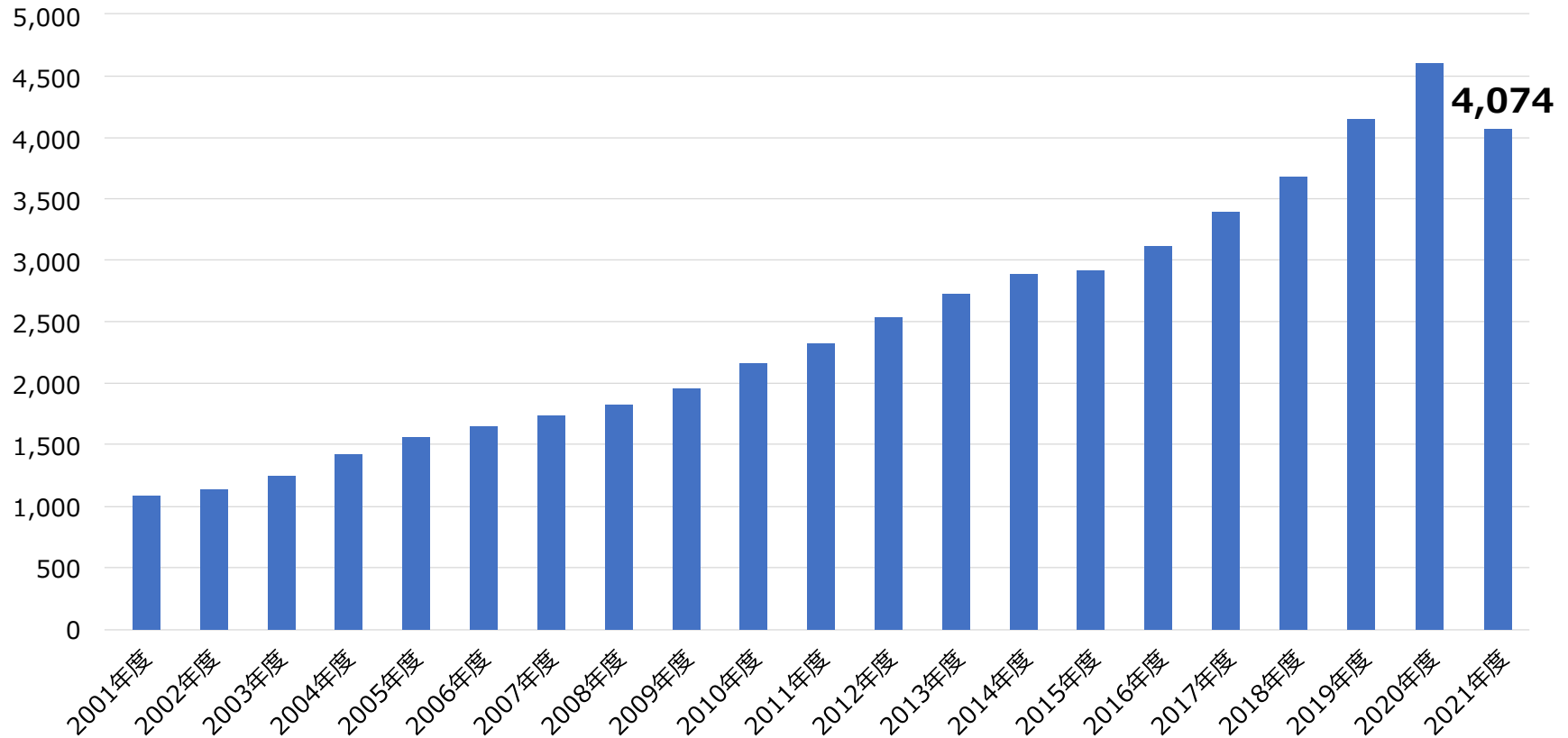
出所：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場規模推計の推移」

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年度は減少傾向

東京都における移動販売車の営業許可件数の推移

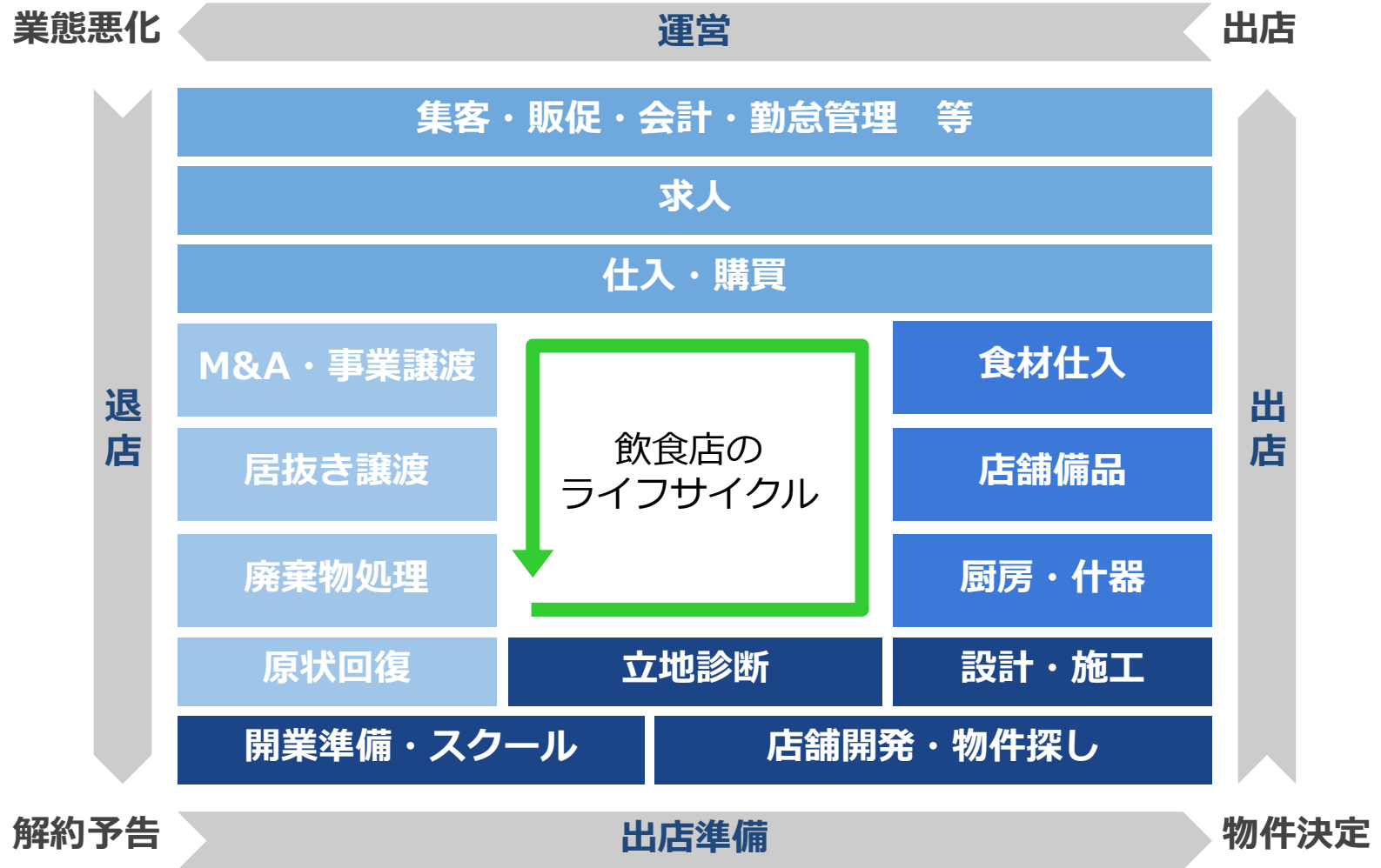
(単位：台)



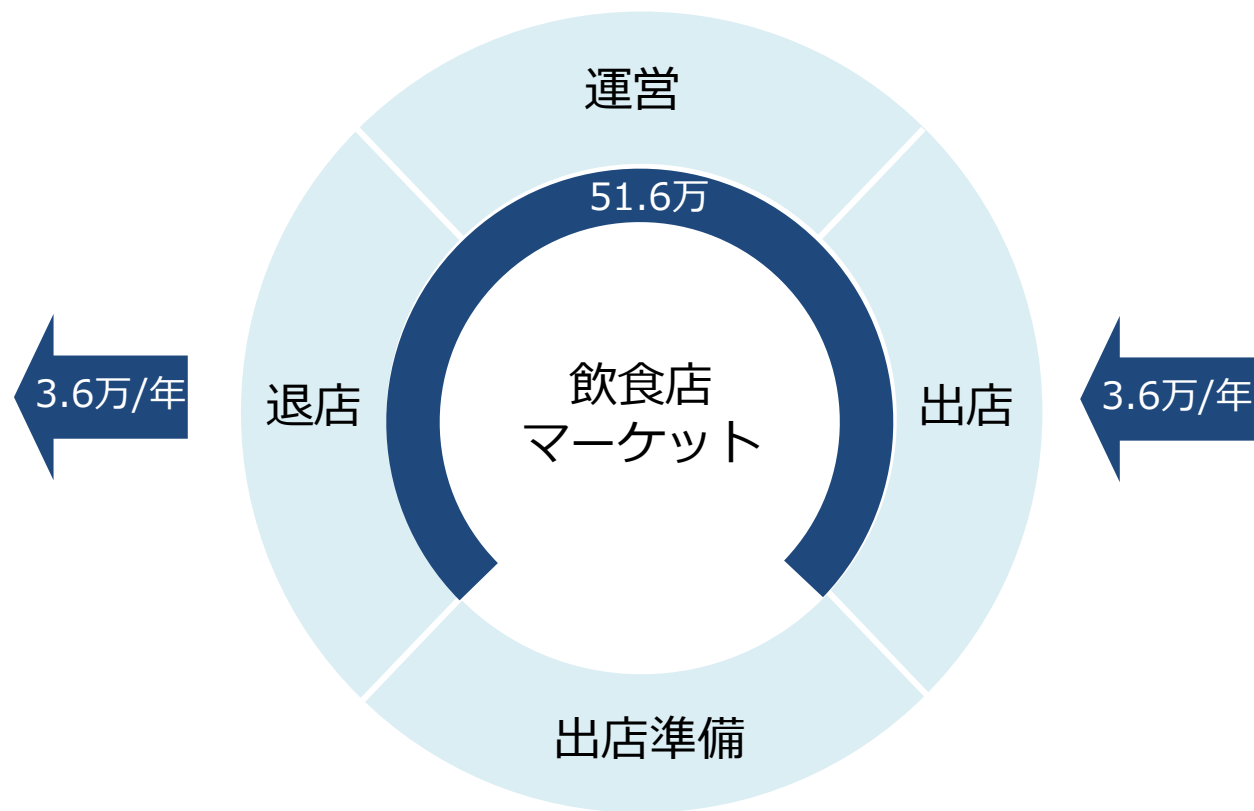
出所：東京都福祉保健局「食品衛生関係事業報告」

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

当社のインターネットメディア事業(1/3)

飲食店ドットコム

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。

店舗物件や食材仕入、厨房備品の購入といった、出店開業・運営において必要となるサービスを、ユーザーは無料(一部有料サービスあり)で利用することができます。



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へ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を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(3/3)

飲食M&A by 飲食店ドットコム

飲食M&A by 飲食店ドットコムは、飲食店のM&A、事業譲渡のためのプラットフォームを提供しています。

事業や店舗の買取を希望するユーザーは、サイトに登録することで、希望の情報を受け取ることができます。売却を希望するユーザーは、サイト上のオンライン査定により売却価格を試算出来る他、売却に関して無料で相談を受けることができます。また、ユーザー自身が売却情報を登録し買取希望者と直接やり取りをする「セルフプラン」を利用することができます。



飲食店ドットコム 飲食店リサーチ

飲食店リサーチは、ユーザーに、店舗運営に関する様々なアンケート調査を行い、結果やレポート記事を公開しています。ユーザーは、公開した情報を閲覧することで、店舗運営のヒントとして活用することができます。

また、食品メーカーや飲料メーカー等の事業者は、飲食店を対象とした調査やリサーチを実施することができるため、食品や飲料の開発、飲食店向けの企画時のニーズの把握等に活用することができます。



飲食店ドットコム 飲食FC比較

飲食FC比較は、飲食店経営者・出店予定者と、フランチャイズ本部をマッチングするサイトです。

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



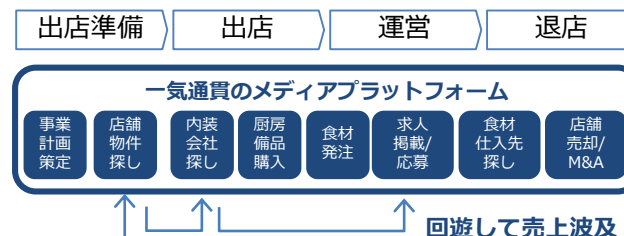
強み

独自性・収益性・安定性に強み

1

独自性

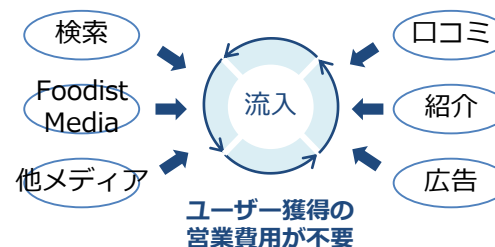
- ✓ 飲食店のライフサイクルにおける、独自の**一気通貫のプラットフォーム**
- ✓ トータルサービスゆえの**回遊効果**



2

収益性

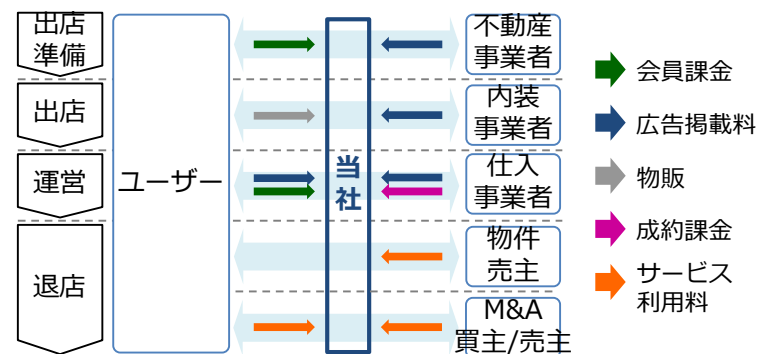
- ✓ 多様なチャネルからユーザーが流入し、**ユーザー獲得コストが低い**
- ✓ 月額課金モデルと合わせ、**高い利益率**



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)



サステナビリティ方針

コーポレートHPを全面刷新、当社のサステナビリティ方針を掲載
<https://www.synchro-food.co.jp/sustainability>

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。

社会に果たす役割

地方創生への取り組み

働きがいのある職場づくり

環境負荷低減への取り組み

重点テーマとSDGs目標

- 飲食店のチャレンジする機会を開放

- ✓ 店舗物件探し
- ✓ 店舗デザイン.COM
- ✓ 求人飲食店ドットコム
- ✓ 居抜き情報.COM



- キッチンカーを利用した地方創生

- ✓ モビマル



- 人材こそが重要な経営資源
- 性別・年齢問わず、多様な人材が活躍できる会社を目指す



- 環境負荷低減施策、持続可能な飲食店経営をサポート

- ✓ ペーパーレス
- ✓ CO2削減
- ✓ 居抜き情報.COM
- ✓ 飲食M&A



基本方針

既存コア事業を強化・拡大するとともに、
新たな成長に向けて新規領域に挑戦を続け、
更なる企業価値向上を実現する

事業戦略

既存コア事業の強化・拡大

- ① 求人広告サービスの全国展開
- ② プラットフォームサービスの拡大

新規領域への挑戦

- ③ モビリティサービスの推進・拡大
- ④ 会員基盤を活用したデータサービスの展開
- ⑤ SNSショート動画を活用した集客・求人領域での収益拡大

- 首都圏、地方都市部ともに成長余地が大きい
 - ✓ 現在の東京・大阪・名古屋以外にも拠点を設置し、直販・代理店のチャネル政策の最適化を図りながら全国展開を加速
 - ✓ 固定費(直販)と変動費(代理店)のバランスは考慮

運営

出退店

その他

主要エリアのマーケットシェア

	2022.3期	2023.3期
全国	8.4%	10.7%
東京都	26.4%	31.8%
大阪府	13.7%	17.3%
愛知県	6.2%	8.1%
神奈川県	13.7%	17.9%
福岡県	4.3%	7.1%
兵庫県	8.9%	11.2%
北海道	0.7%	1.9%

※個人企業経営調査(2018年度、総務省)をもとに、常用雇用者規模5名以上1,000人未満の店舗を分母、年間ユニーク掲載店舗数を分子、として当社試算

直販

- マーケットが大きく効率的に顧客開拓できるエリアを中心に拡大
- 福岡、横浜、札幌に直販拠点を立上げ、営業を加速

代理店

- 専属代理店は大都市中心エリア、一般代理店は大都市周辺エリアに展開
- 稼働営業人員数の更なる拡大、受注単価の向上

2025.3期
売上高

30.5億円

- コロナ禍にあっても新規出店の会員登録が伸長
 - ✓ デザイン会社探し等の出店時サービスは安定的に引合いが強い
 - ✓ 売却相談件数・承継案件数も増加しており、M&A仲介サービスはアドバイザー増強により売上拡大の余地あり

運営

出退店

その他

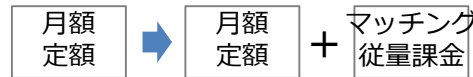
2025.3期
売上高

2.5億円

2.5億円

デザイン
会社向け
サービス拡大

- プラン変更による収益機会の拡大
 - ✓ デザイン会社探し：従量課金の導入、求人インテリア：成功報酬モデルの導入



M&A仲介、
居抜き
サービス強化

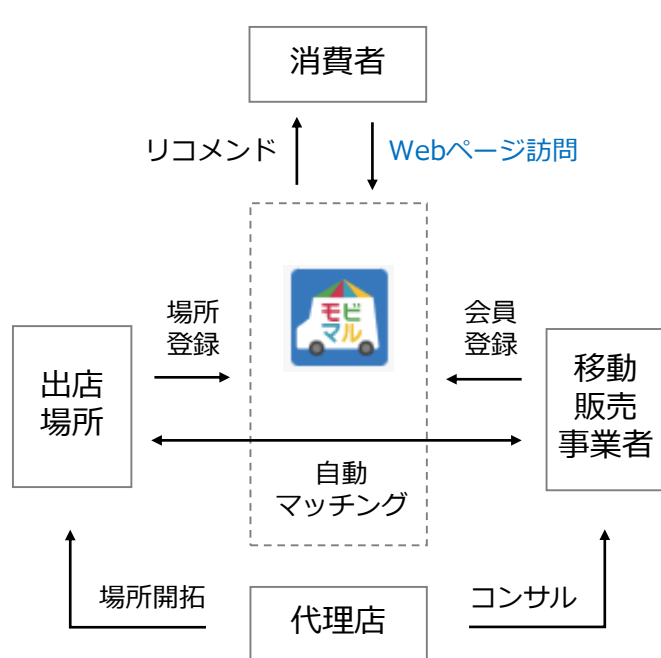
- Webマーケティング強化による案件獲得の加速
 - ✓ コンテンツ充実化、会員向けセミナー、提携先FA・不動産会社の拡充
- 提携を含むアドバイザー体制の更なる強化と成約率向上による売上拡大

- 飲食業態の多様化が進み、モビリティサービスへの問合せが増加
 - ✓ 場所と移動販売事業者の自動マッチング、業界初のサブスクリプションモデルへの転換により収益を拡大
 - ✓ 「可動産」としての移動型店舗の拡大(様々な店舗ビジネスに対して販売窓口として出店場所を提供)

- 運営
- 出退店
- その他

2025.3期
売上高

目指す姿



出店場所	常設	● 代理店活用による常設場所の拡大、全国展開の加速
	イベント	● 幕張メッセ、スポーツ/SDGsイベント等の実績をもとに全国営業
移動販売事業者		● 自動マッチングの提供、サブスクモデルの導入 ● 移動型店舗の拡大
消費者		● 周辺住民告知やWebページ訪問の促進

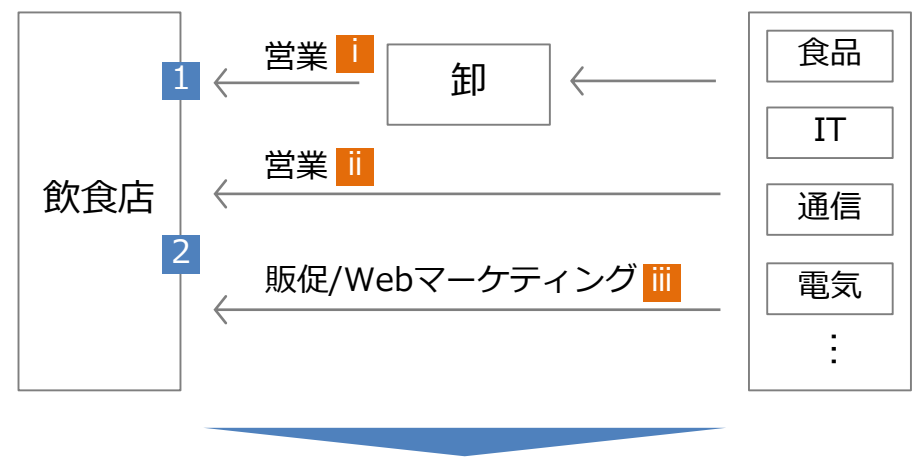
3.0億円

- 飲食店へのアプローチにおいては、飲食店側・飲食関連企業側の双方に課題あり
 - ✓ プラットフォームであり、**26万件**を超える会員基盤を有する飲食店ドットコム
の媒介価値は大きい

- 運営
- 出退店
- その他

飲食店へのアプローチにおける課題

- 1. 卸会社からの食材提案やメニュー提案の機会が減少
- 2. ITツールやインフラ、決済端末等、無数の商品・サービスがあり選択が困難



- i. 人材不足、原材料高騰を背景に卸会社の業務効率化が進み、小規模店開拓リソースは減少
- ii. 直接営業の場合、高単価商材でないと営業効率が悪く、営業人員も潤沢に配置できない
- iii. 飲食店への確立された販促・マーケティング手段が無く、広告出稿先も少ない

飲食店ドットコムの強み

- **26万件を超える飲食店経営者ネットワーク**
 - ✓ 出店予定者や決裁者が多く、継続的に会員数が増加
- **プラットフォーマーとしての実績**
 - ✓ 自社・他社含め多様なサービスを公平性をもって長きに渡り提供



事業戦略④ 会員基盤を活用したデータサービスの展開(2/2)

- 飲食店には商品・サービスの選択機会を、飲食関連企業には飲食店への直接販促の機会を提供
 - ✓ 飲食店側：最適な商品・サービスを効率的に選択可能
 - ✓ 飲食関連企業側：飲食店へ直接販促・マーケティングが可能

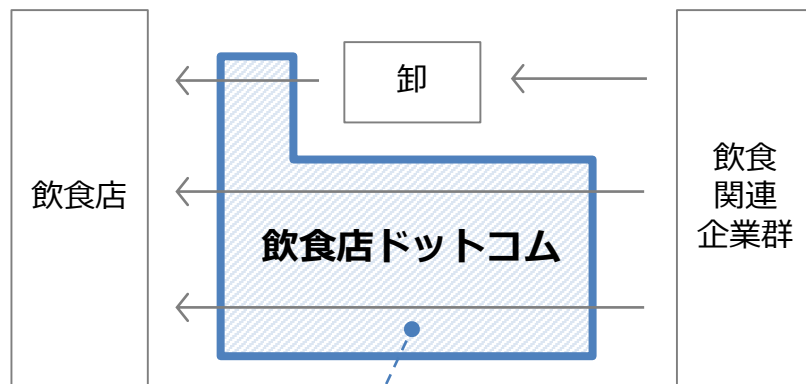
運営

出退店

その他

目指す姿

データサービスにより飲食店と飲食関連企業群の双方にメリット



卸も含む飲食関連企業群の飲食店向け年間売上高は**約8兆円***、そのための広告宣伝・販促費用がターゲット

*外食産業市場規模推計(一般社団法人日本フードサービス協会、2020年8月)をもとにして当社試算

メール
プロモ/
リサーチ

- モニター会員増加による会員価値向上、代理店による販売チャネル強化

比較系
サービス

- POSレジ/フランチャイズ比較サービスを他領域へ横展開

メディア
化

- 飲食店ドットコムのメディア化により、広告出稿含む更なる販促手段を提供

2025.3期
売上高

2.0億円

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。