

2024年3月期第1四半期決算説明資料

2023年8月9日

株式会社シンクロ・フード <3963>



1. 2024年3月期第1四半期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 年度方針に対する進捗と各種取り組み
4. 参考資料

1. 2024年3月期第1四半期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 年度方針に対する進捗と各種取り組み
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	177名(連結ベース/正社員/2023年6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。



エグゼクティブサマリ

今期・来期の事業成長のため1Qも戦略投資を継続 四半期売上高は過去最高を更新

前年同期比

連結業績
ハイライト
(1Q累計)

売上高	:	845 百万円	+ 30.3%
営業利益	:	184 百万円	+ 6.2%

主なトピックス (1Q)

事業戦略・
年度方針上の分類

- ✓ シェルフィー株式会社より内装建築マッチング事業「内装建築.com」を譲受(4月) 非連続成長
- ✓ 「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(4月) 非連続成長
- ✓ (調査配信)飲食店の98%が物価高騰を実感。68%がメニューを値上げも、客足への影響はほぼなし(4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(5月) SNSショート
- ✓ 連結子会社ウィットが一般社団法人フードアカウンティング協会の事業を譲受(5月) 非連続成長
- ✓ 列車荷物輸送「はこビュン」を展開するJR東日本など3社と連携。キッチンカーを活用した高鮮度産直品のマチナカ販売実証実験を開始(5月) モビリティ
- ✓ 採用強化に向けて採用サイトをリニューアル(6月) 戦略投資
- ✓ 三郷中央駅高架下でキッチンカーを活用したにぎわい創出プロジェクトを開始(6月) モビリティ
- ✓ 上場維持基準の適合に向けた計画に基づく進捗について(6月)
- ✓ (調査配信)人手不足で飲食店の6割が運営上に影響。コロナ前より利益が増えた店舗は25%(6月)

2024年3月期第1四半期決算概要

2件の事業譲受も含む戦略投資を行いながら、
売上高・各段階利益は概ね想定通り進捗

(単位:百万円)

	2024年3月期 1Q累計(連結)	2023年3月期 1Q累計(連結)	前年 同期比	2024年3月期 通期業績予想 (連結)	進捗率
売上高	845	648	+30.3%	3,500	24.2%
売上総利益	694	573	+21.0%	-	-
販管費	509	399	+27.4%	-	-
営業利益	184	173	+6.2%	1,000	18.5%
営業利益率	21.8%	26.8%	▲5.0pt	28.6%	-
経常利益	183	175	+4.5%	1,000	18.4%
親会社株主に帰属 する当期純利益	116	118	▲1.4%	700	16.7%

1 M&A仲介で譲渡時期の
後ろ倒し(成約手数料約
30百万円)が発生する
も、求人広告が伸長し
て売上高を牽引

2 2件の事業譲受や23名
の採用が進捗した等、
成長のための戦略投資
が進み、販管費は増加

3 投資先行するも、コロ
ナ前水準の各段階利益
は確保

売上高の状況

1Q売上高は引き続き四半期売上高の過去最高を更新
(前年同期比+30.3%)

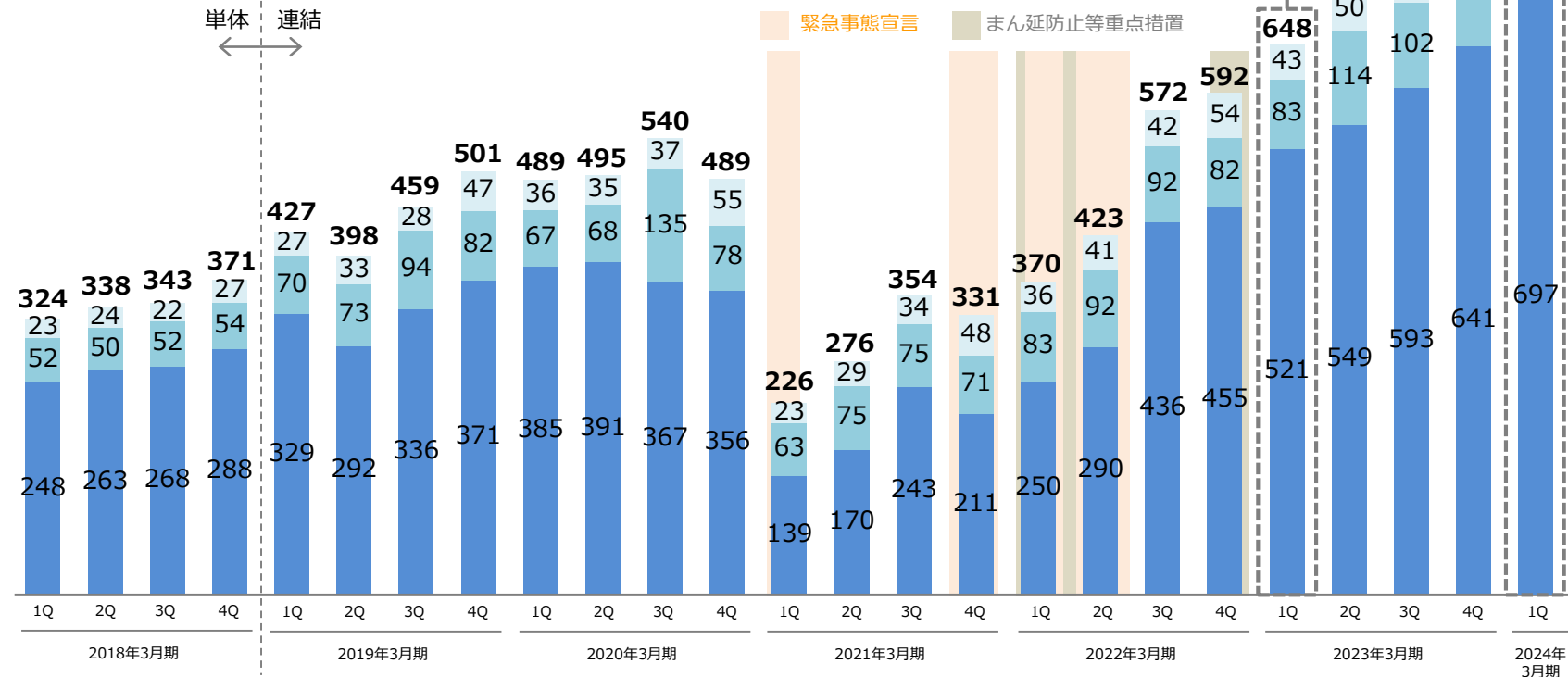
(単位:百万円)

売上高の四半期推移

- 運営サービス
- 出退店サービス
- その他サービス

主な1Q売上高伸長の要因

- ・ 求人広告サービス(売上分類：運営サービス)が牽引
 - ✓ 直販は前年同期比+19.3%、代理店は2021年3月期から推進しているチャンネル政策の進展により前年同期比+136.5%



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	<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) グルメバイトちゃん 	<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 内装建築※1 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 	
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) 	
	ウィット		<ul style="list-style-type: none"> フードアカウンティング協会※2 	

※1 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日付で内装マッチング事業を譲受しております。

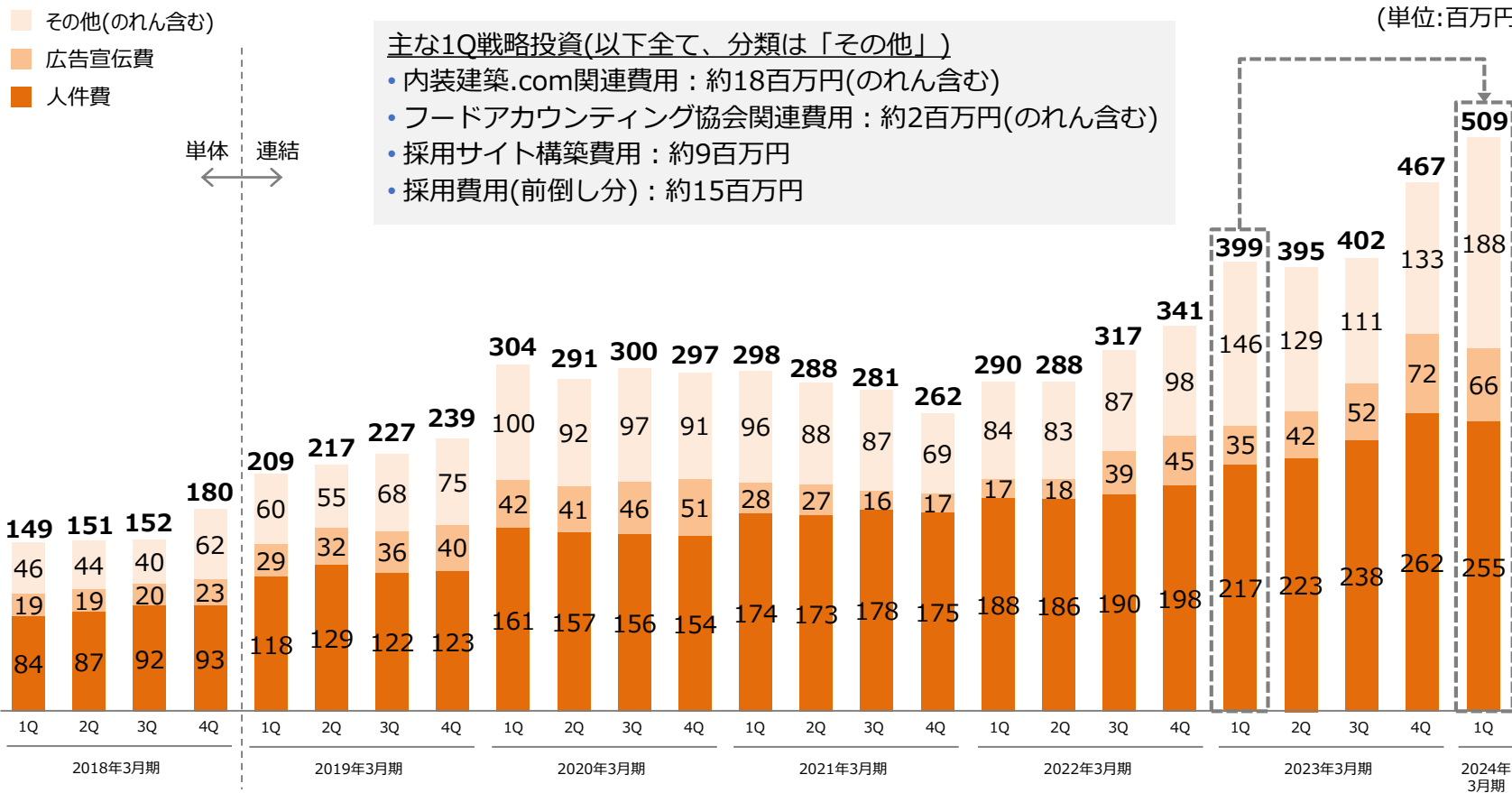
※2 2023年5月12日公表の「当社連結子会社における事業の譲受に関するお知らせ」の通り、2023年6月1日付で税理士事務所顧問先向けの販促物作成支援・コンサルティング事業を譲受しております。

販売費及び一般管理費の状況

効率的な広告運用の一方で、2件の事業譲受や採用サイト構築・採用前倒し等により販管費が増加(前年同期比+27.4%)

販売費及び一般管理費の四半期推移

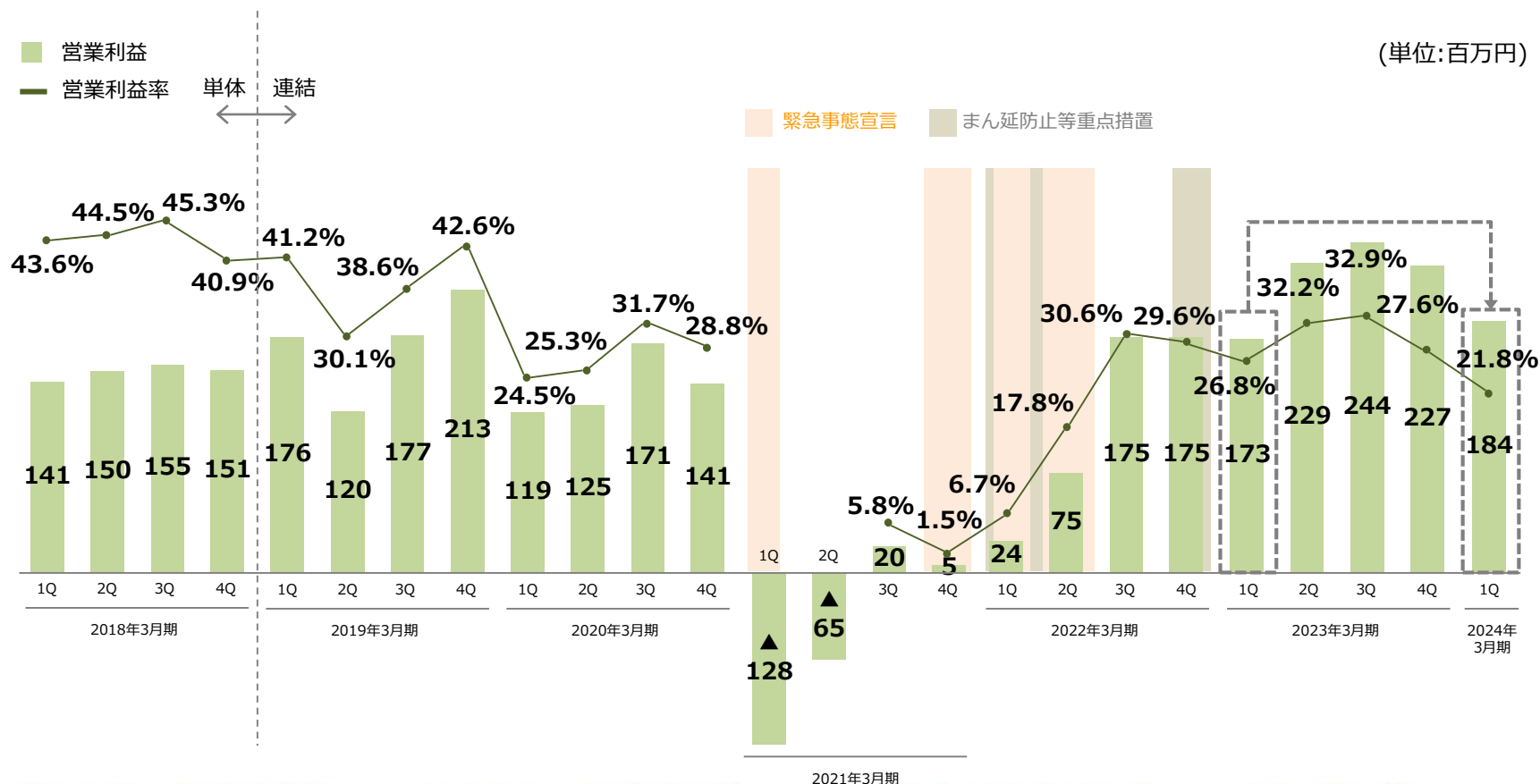
(単位:百万円)



営業利益の状況

1Q営業利益はコロナ前を上回る水準は確保
(前年同期比+6.2%)

営業利益の四半期推移



連結貸借対照表

事業譲受によるのれんの発生等により固定資産が307百万円増加、利益剰余金の増加により純資産が117百万円増加(2023年3月期末比)

(単位:百万円)	2023年6月期末	前四半期末比	2023年3月期末
流動資産合計	3,822	▲7.1%	4,116
現金及び預金	3,667	▲6.8%	3,933
固定資産合計	466	+193.7%	158
資産合計	4,288	+0.3%	4,274
流動負債合計	613	▲14.5%	717
固定負債合計	22	+0.2%	22
純資産合計	3,652	+3.3%	3,534

1. 2024年3月期第1四半期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 年度方針に対する進捗と各種取り組み
4. 参考資料

メディアプラットフォーム事業

前期4Qに引き続き1Qも好調(前年同期比+31.2%)
投資を行いながらもセグメント利益は増加(前年同期比+11.3%)

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				2024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	1Q 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	811,611
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	811,611
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	199,354

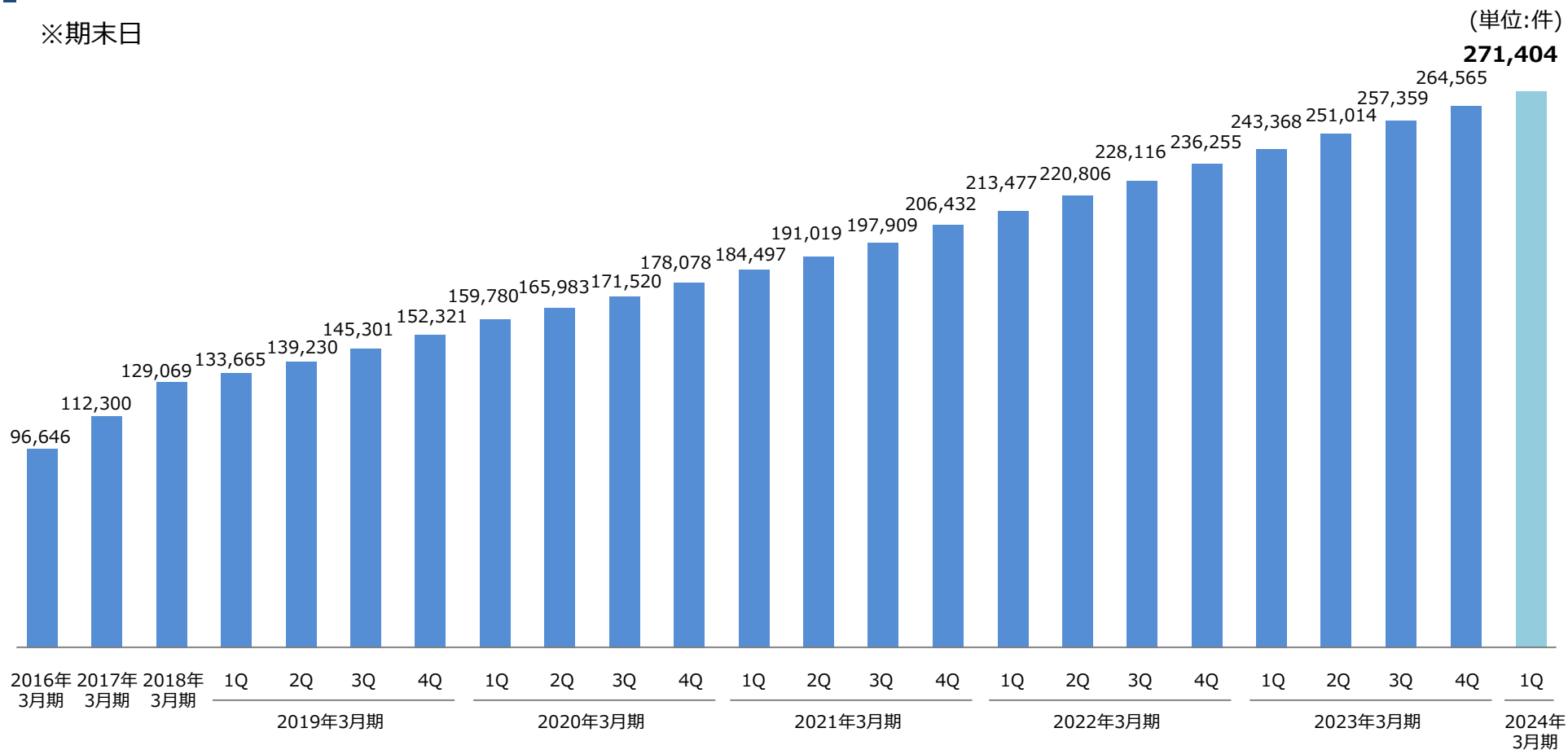
- ✓ 求人広告は直販(前年同期比+19.3%)、代理店(前年同期比+136.5%)の両チャンネルともに伸長
- ✓ デザイン会社向けサービスはプラン変更・追加後も好調に推移(前年同期比+14.2%)
- ✓ 登録ユーザー数、事業者数、求職者数も順調に増加
- ✓ 戦略投資として、内装建築.com関連費用(約18百万円)、採用サイト構築費用(約9百万円)、採用前倒し費用(約15百万円)

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、27万件を突破
(前年同期比+11.5%)

飲食店ドットコムของผู้ユーザー数の推移

※期末日

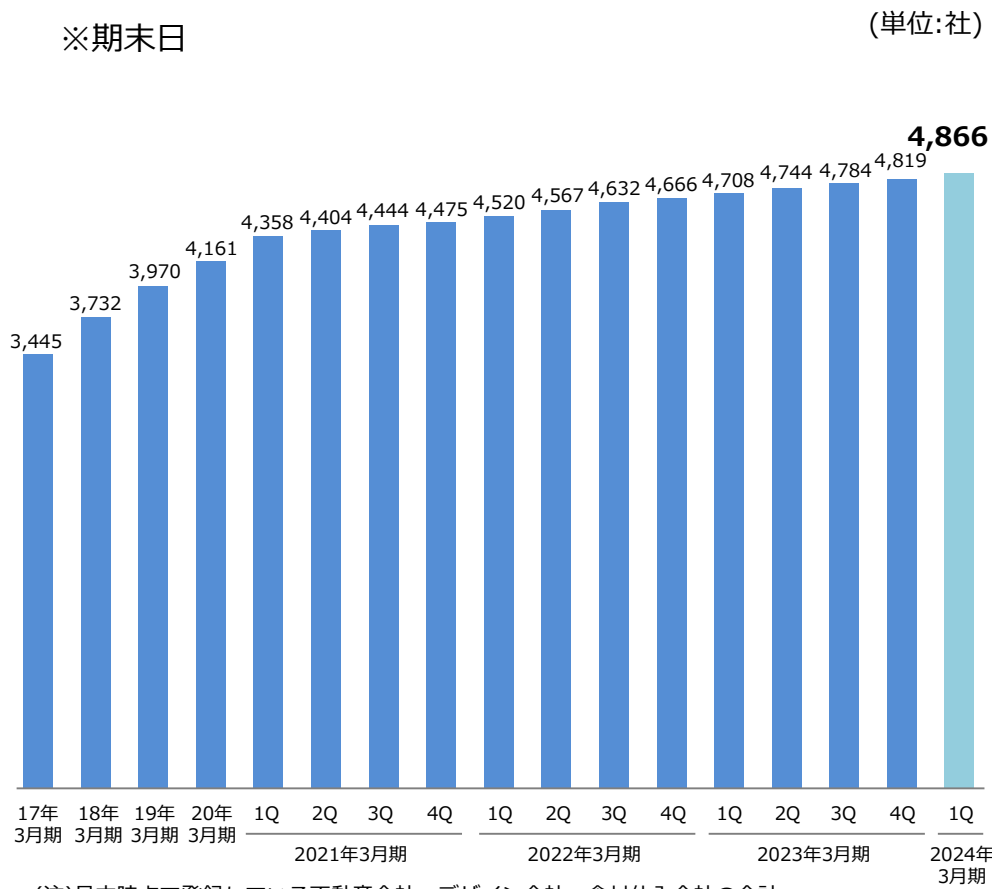


メディアプラットフォーム事業 ～ 事業者数・求職者数の状況

事業者数・求職者数も順調に増加
 (事業者数：前年同期比+3.4%、求職者数：前年同期比+19.3%)

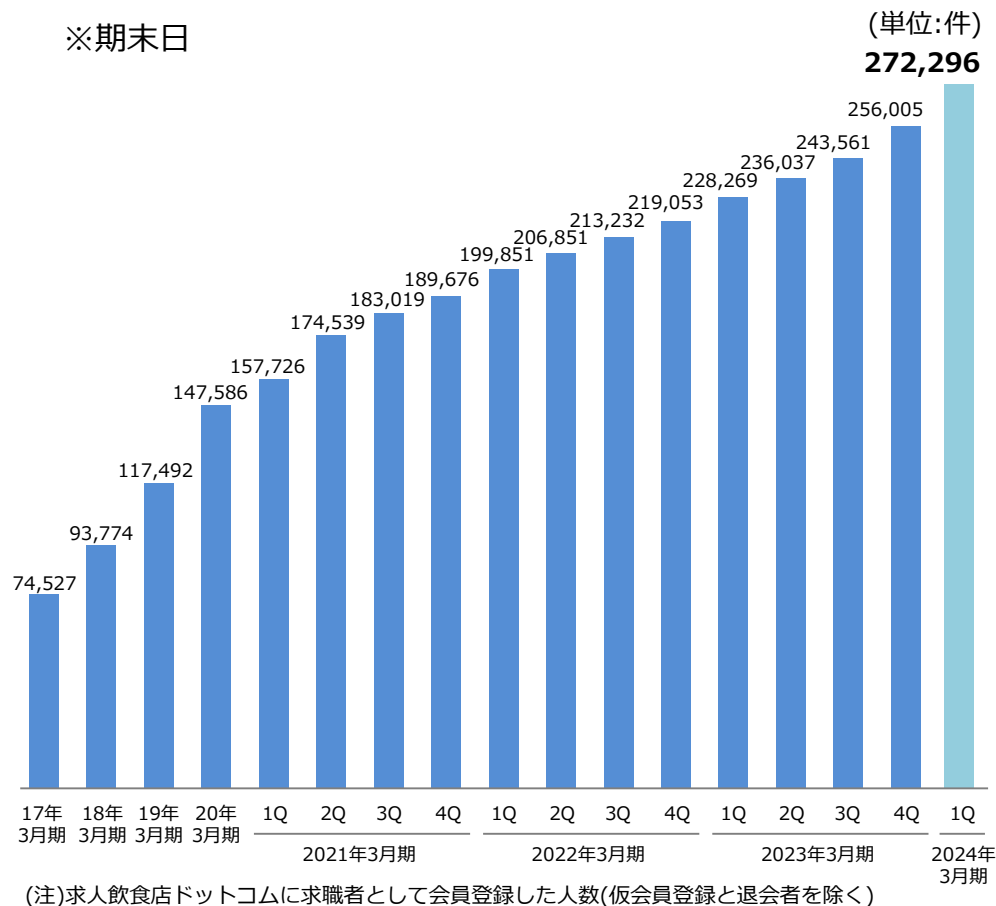
事業者数の推移

※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

(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)



1Q売上高は案件の譲渡時期の後ろ倒しにより停滞(前年同期比+13.4%)
セグメント利益も大きく赤字(前年同期もセグメント赤字)

売上高及び利益又は損失の四半期推移

(単位:千円)

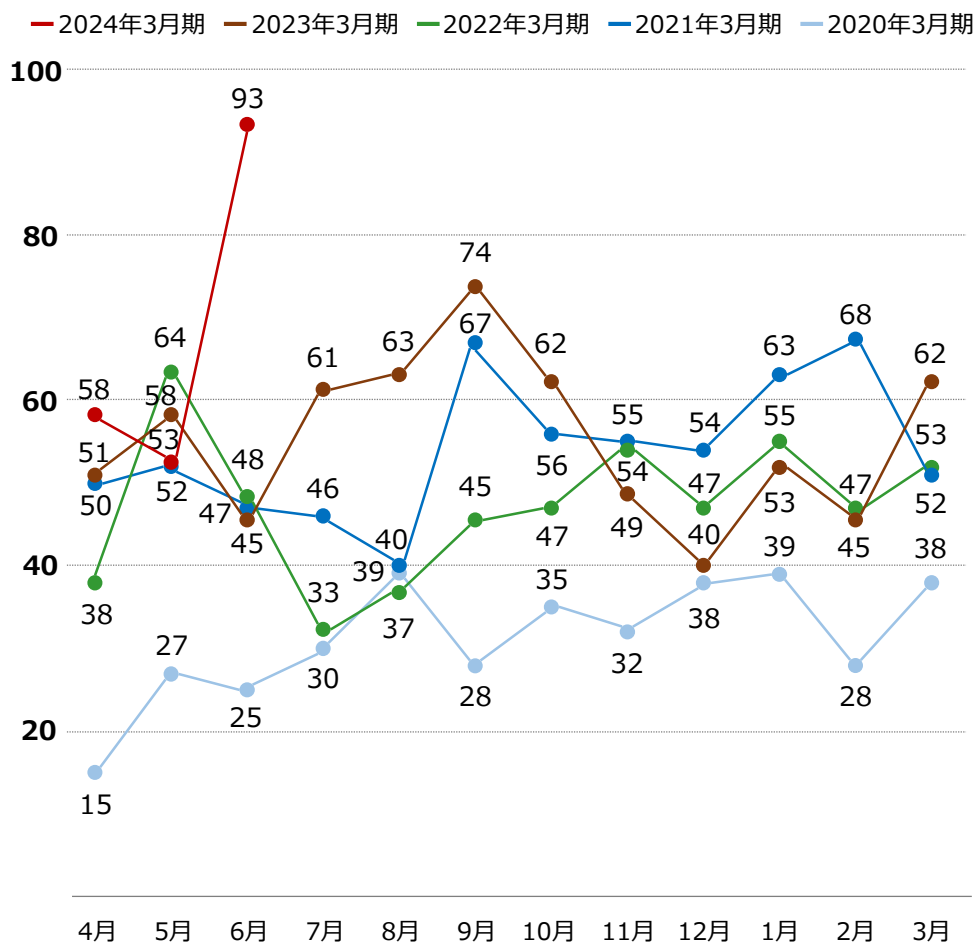
	2021年3月期				2022年3月期				2023年3月期				2024年 3月期
	1Q 会計期間	2Q 会計期間	3Q 会計期間	4Q 会計期間	1Q 会計期間	2Q 会計期間	3Q 会計期間	4Q 会計期間	1Q 会計期間	2Q 会計期間	3Q 会計期間	4Q 会計期間	1Q 会計期間
売上高	17,986	28,935	27,507	21,342	31,557	40,960	39,748	29,348	30,012	58,232	46,681	66,234	34,040
外部顧客への売上	17,986	28,935	27,507	21,342	31,557	40,960	39,748	29,348	30,012	58,232	46,681	66,234	34,040
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	▲14,932

- ✓ M&A仲介、居抜きともに案件化数は高水準で推移
- ✓ 一方で、M&A仲介は案件の譲渡時期の後ろ倒しが発生(手数料約30百万円)、セグメント赤字
- ✓ 戦略投資として、フードアカウンティング協会関連費用(約2百万円)

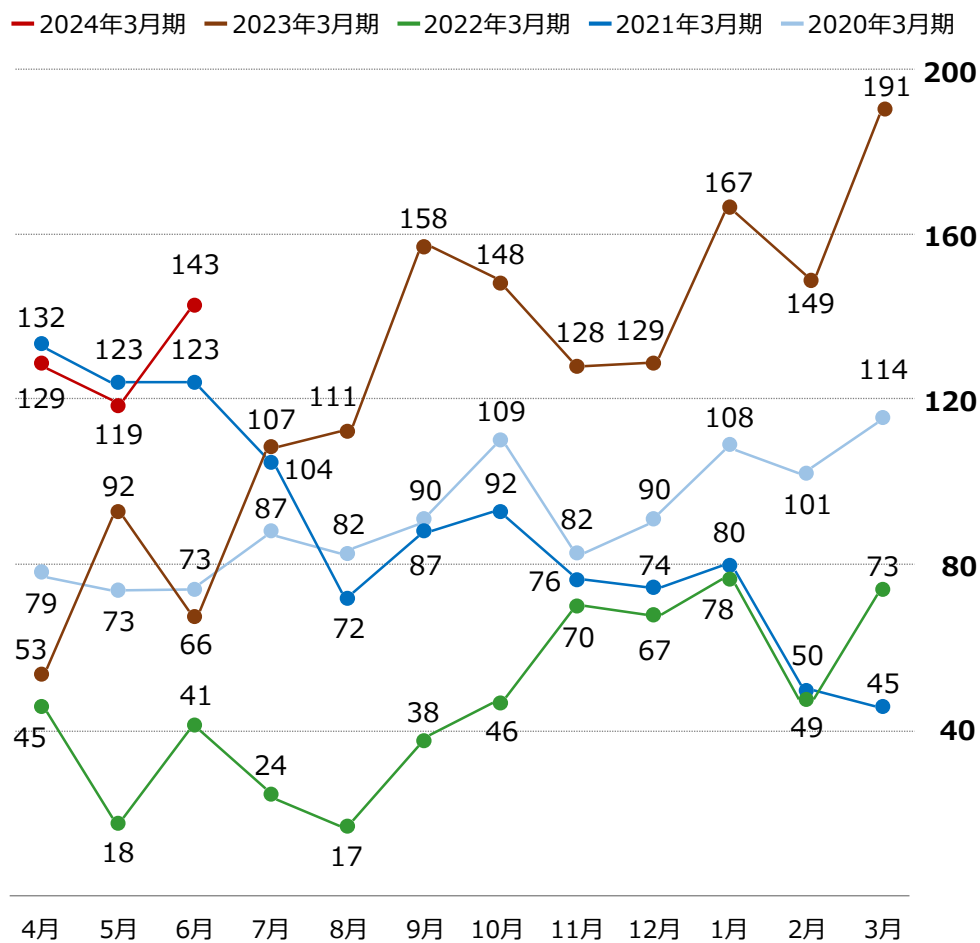
M&A仲介事業 ～ 売却相談件数の状況

M&A、居抜きともに高水準の売却相談件数を維持

売却相談件数(M&A)の推移



売却相談件数(居抜き)の推移



1. 2024年3月期第1四半期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 年度方針に対する進捗と各種取り組み
4. 参考資料

2024年3月期の方針に対する進捗

M&A仲介サービスの停滞を除くと、1Q出だしは概ね計画通り

2024年3月期の方針※

1Q時点での進捗

1 新中期経営計画の着実な実行	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 ○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 直販：全てのエリアで順調に伸長 ✓ 代理店：受注実績のある営業人員数(ユニーク)が145名(4Q末比+27名)、契約代理店は29社(4Q末比+3社)
		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・追加後も順調 ✓ M&A仲介は譲渡時期の後倒しが発生し、売上進捗は停滞
		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345箇所(1Q実績ユニーク、昨対比+166箇所)、登録台数2,395台(仮登録除く)と順調に増加
		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"> ✓ フードアカウンティング協会の事業譲受後、飲食店ドットコム 税理士探し(β版)を6月にリリース
		SNSショート動画を活用した集客・求人領域での収益拡大	評価 ○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 求人掲載数を拡大中(34店舗、2023年6月末時点) ✓ アルバイト動画投稿数は89本(グルメバイトちゃん、プチプラグルメ合計) ✓ 飲食企業向け応募者情報閲覧システムをリリース
2 非連続成長に向けた取組みの推進	長期戦略・M&A戦略の策定・推進	評価 ○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2件の事業譲受については、合流後の滑り出し順調 ✓ 改めて定義したM&A方針に則り、ソーシング実施中 → 20頁 	
	生成型AIプロジェクトの推進	評価 ○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ChatGPTを組み込んだ社内向けツールを複数作成し、運用を開始 ✓ 外部向けサービスへの適用について開発中 	

※ 2022年3月期決算説明会資料より(2023年5月12日発表)

M&A方針(1/2) ~ 当社のアセット・強み

会員基盤とマッチングサービス運営経験が、当社のアセットであり強み

会員・顧客基盤※1

飲食店
ドットコム
会員数

27万件

求人飲食店
ドットコム
求職者数

27万件

デザイン・
内装建築関連
3サービス※2の
取引顧客数

2,500社

求人@
インテリアデザイン
求職者数

2.5万件

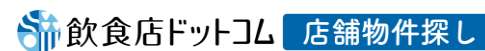
- ✓ 領域特化型
- ✓ 継続的に会員数・取引顧客数が増加していく強固な会員・顧客基盤

※1 2023年6月末時点

※2 店舗デザイン.COM、内装建築.com、求人@インテリアデザイン

多数のマッチングサービスの運営経験

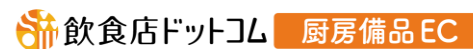
不動産・物件
検索サイト



求人サイト



ECサイト



比較サイト



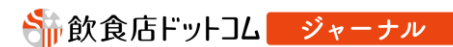
ビジネス
マッチング



業務支援SaaS



Webメディア



- ✓ 社員の4割強がエンジニア、企画・クリエイター職で構成され、企画・開発等の全工程を内製化
- ✓ データ分析を行いながら継続改善、効率的に運営

M&A方針(2/2) ~ ソーシング対象

当社の強みを活かし、シナジーを発揮できる対象案件として
3つの類型を定義してソーシングを実施

ソーシング対象

M&A・提携を考慮した場合の当社強み

I. 領域特化(飲食店/内装建築)の顧客基盤

II. スピーディーなシステム開発

III. Webプロダクトマネジメント・UI/UX改善

IV. データに基づいた業務改善・効率化

1 飲食店を顧客とする事業・企業

2 内装・建築会社を顧客とする事業・企業

**3 Webメディア・プラットフォーム、
マッチング関連の事業・企業**

1. 2024年3月期第1四半期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 年度方針に対する進捗と各種取り組み
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)



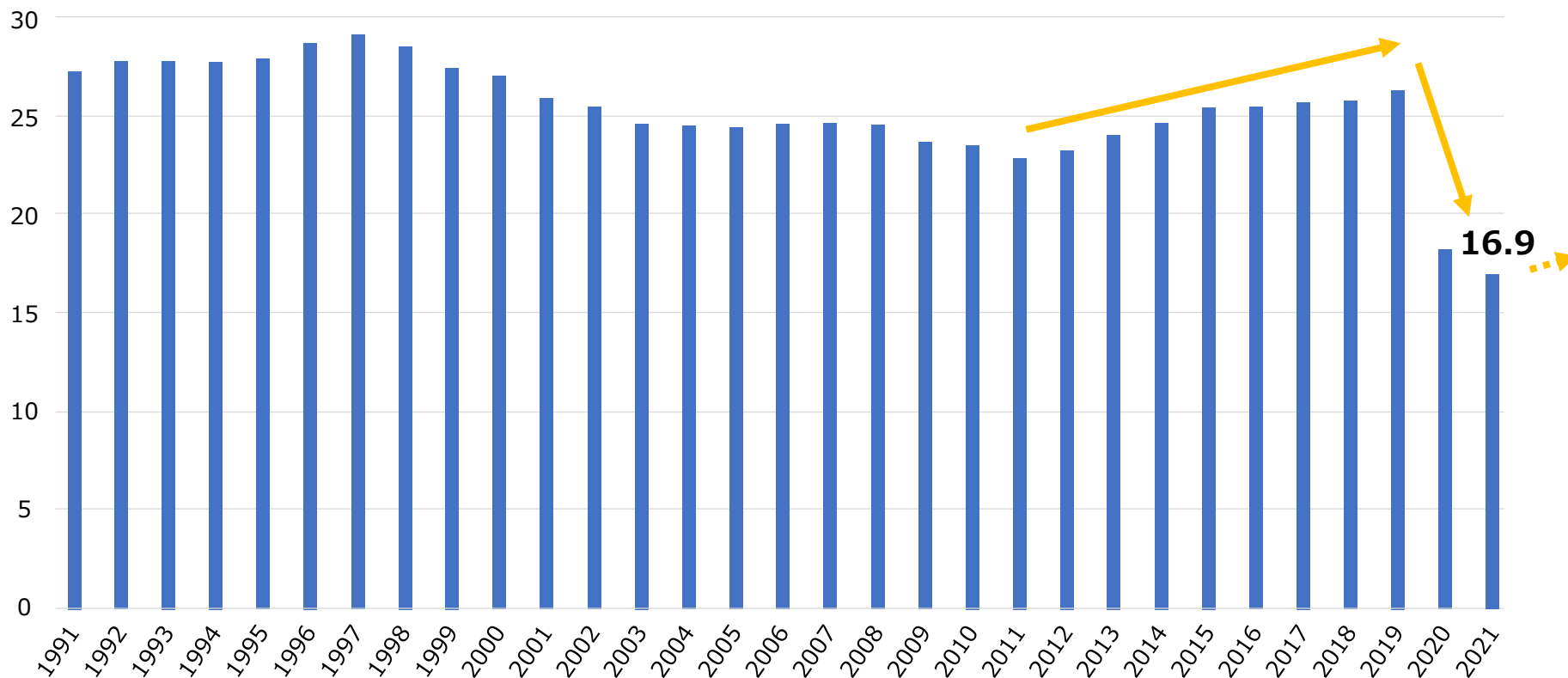
2003年	4月	株式会社シンクロ・フードを設立
	9月	飲食店の出店開業・運営支援サイト「飲食店.COM」を開設
2005年	3月	店舗の内装会社を探すことができるマッチングサイト「店舗デザイン.COM」を開設
	11月	インテリア業界の求人情報サイト「求人@インテリアデザイン」を開設
2006年	10月	飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」を開設
2007年	9月	居抜き店舗物件の買取査定サイト「居抜き情報.COM」を開設
2011年	5月	飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」の関西版を開設
2013年	9月	飲食店.COMに食材仕入先を探すことができるコーナー「食材仕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



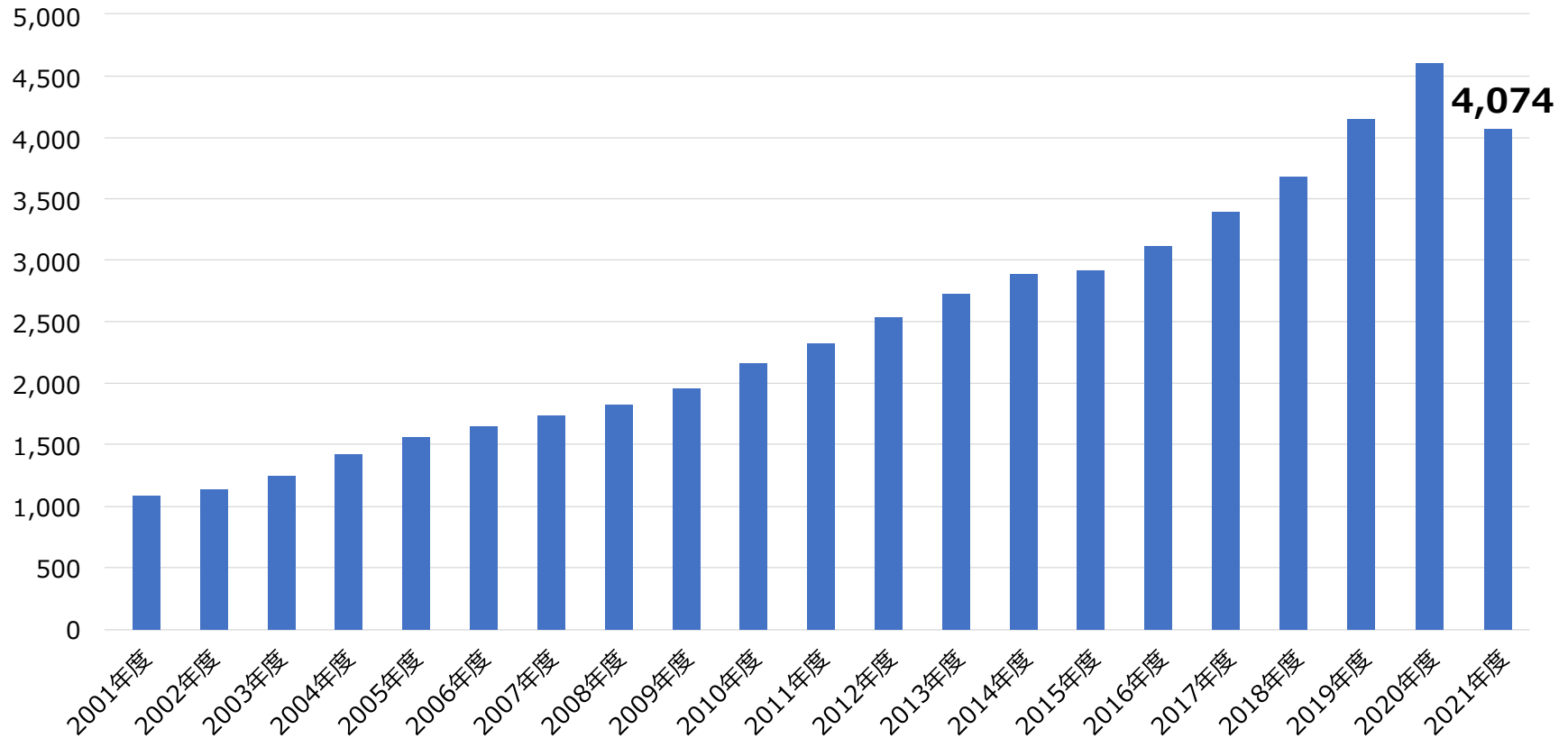
出所：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場規模推計の推移」

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

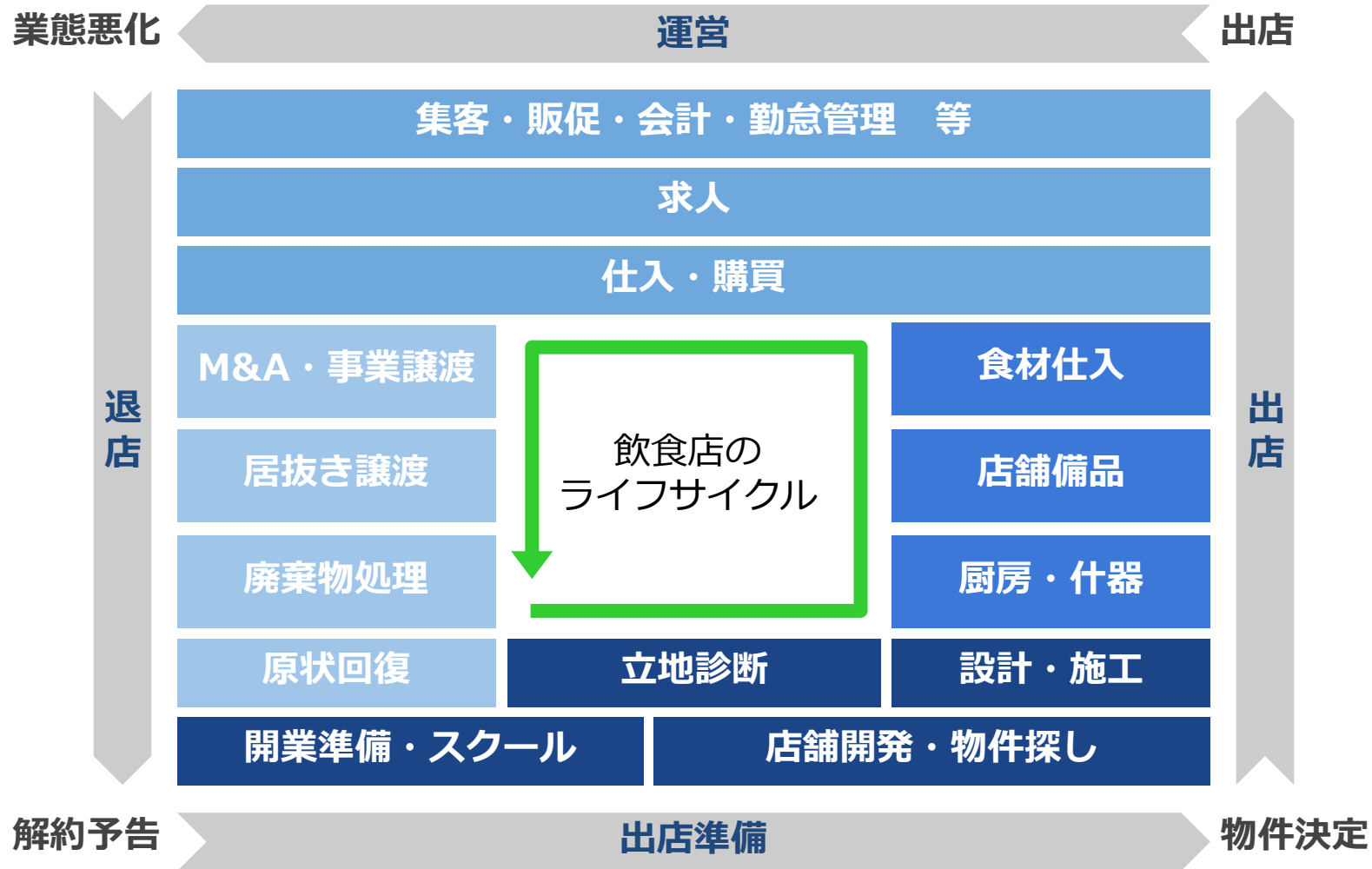
(単位：台)



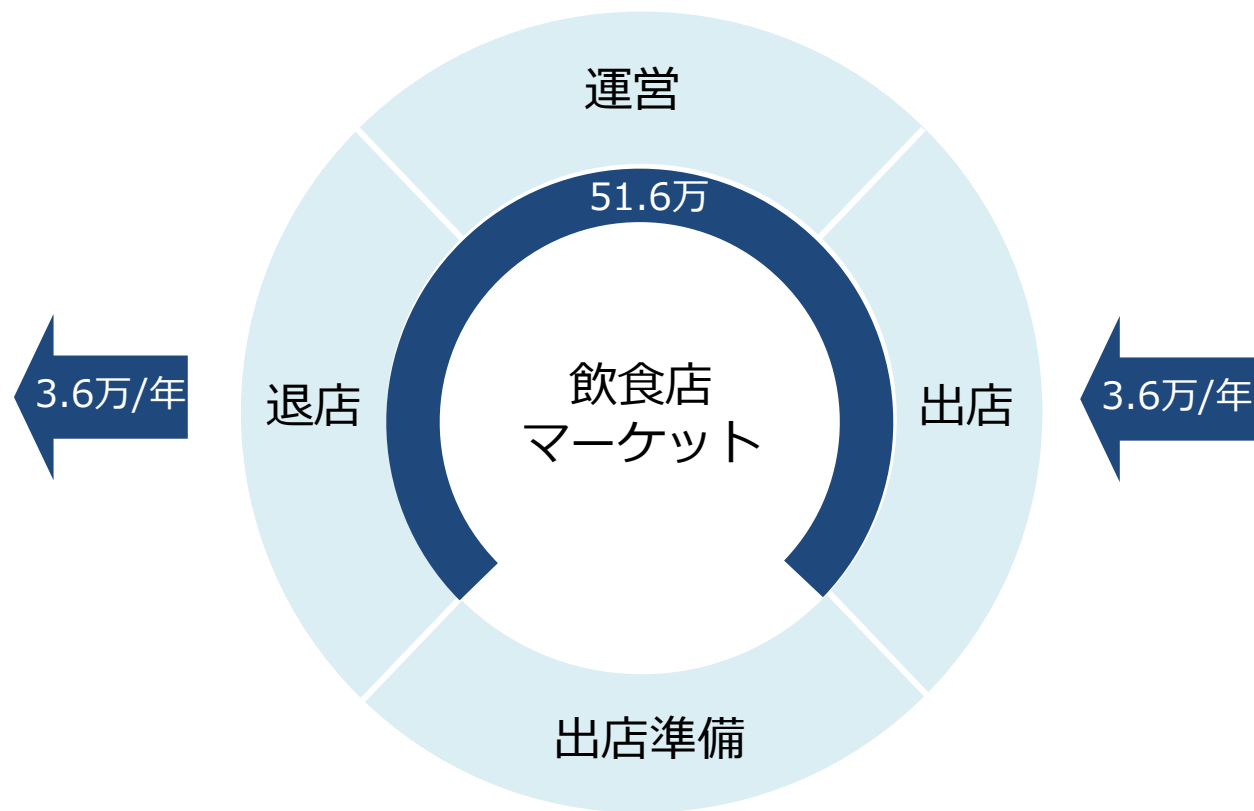
出所：東京都福祉保健局「食品衛生関係事業報告」

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



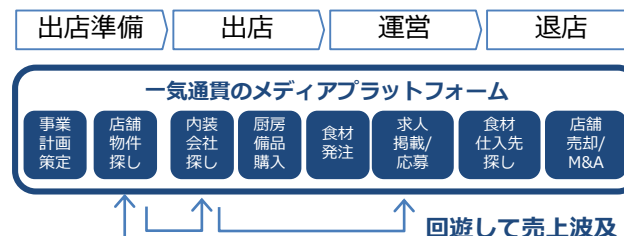
強み

独自性・収益性・安定性に強み

1

独自性

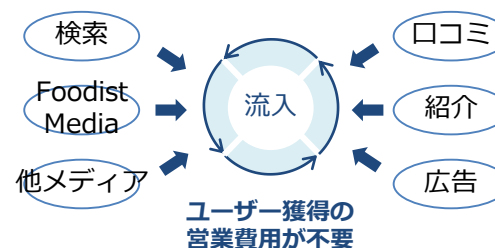
- ✓ 飲食店のライフサイクルにおける、独自の**一気通貫のプラットフォーム**
- ✓ トータルサービスゆえの**回遊効果**



2

収益性

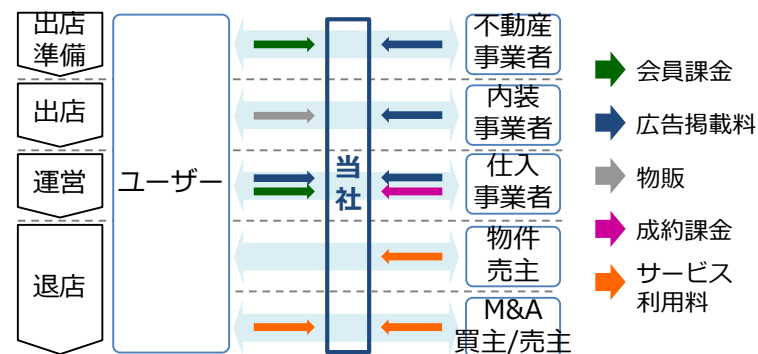
- ✓ 多様なチャネルからユーザーが流入し、**ユーザー獲得コストが低い**
- ✓ 月額課金モデルと合わせ、**高い利益率**



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)



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%

※ 2023年6月23日公表の「上場維持基準の適合に向けた計画に基づく進捗について」に記載の通り、当社は過去3期分のPER(株価収益率)理論値を50.1倍と設定しており、2025年3月期の親会社株主に帰属する当期純利益8.8億円は、理論値としては株式時価総額440億円、流通株式時価総額225億円となる水準であり、プライム市場への適合基準を十分充足するものと認識しております。

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 →
				NEW	<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)

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

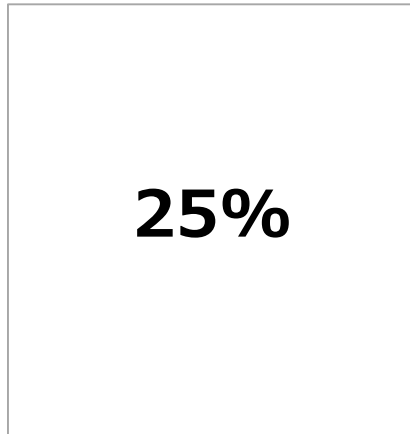
今後2年間の投資方針

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

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

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

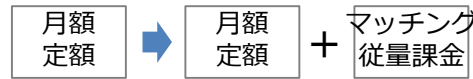
- コロナ禍にあっても新規出店の会員登録が伸長
 - ✓ デザイン会社探し等の出店時サービスは安定的に引合いが強い
 - ✓ 売却相談件数・承継案件数も増加しており、M&A仲介サービスはアドバイザー増強により売上拡大の余地あり

- 運営
- 出退店
- その他

2025.3期
売上高

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



2.5億円

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

2.5億円

- 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)

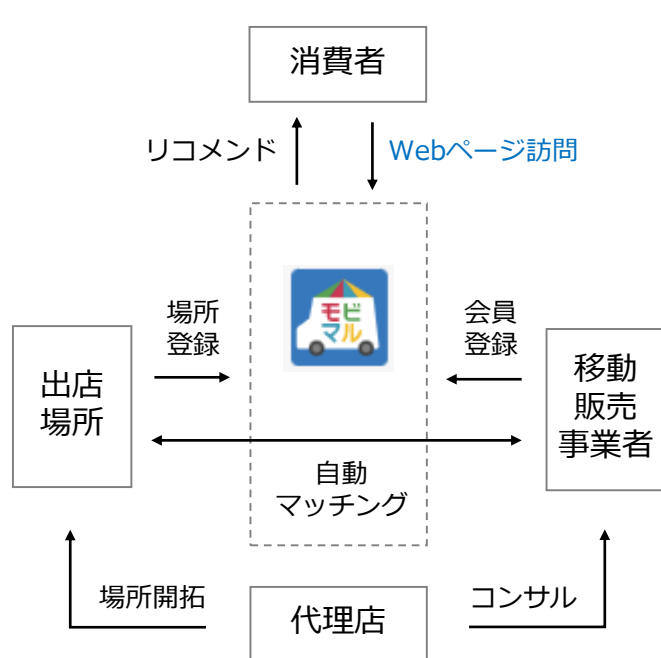
運営

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

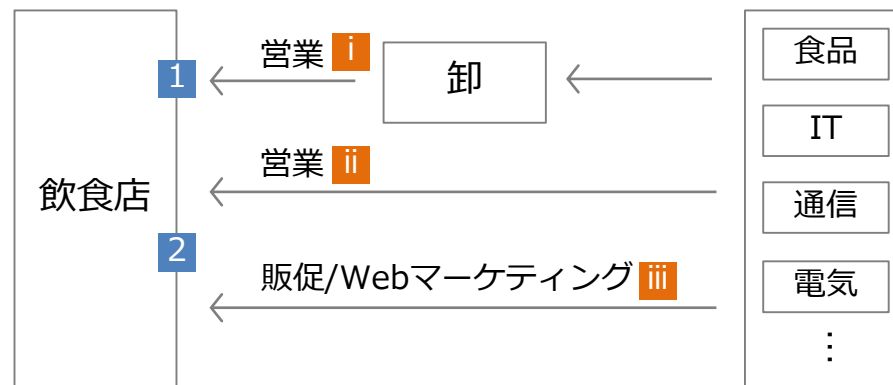
3.0億円

- 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、**27万件**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

- **27万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
- **プラットフォームとしての実績**
 - ✓ 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

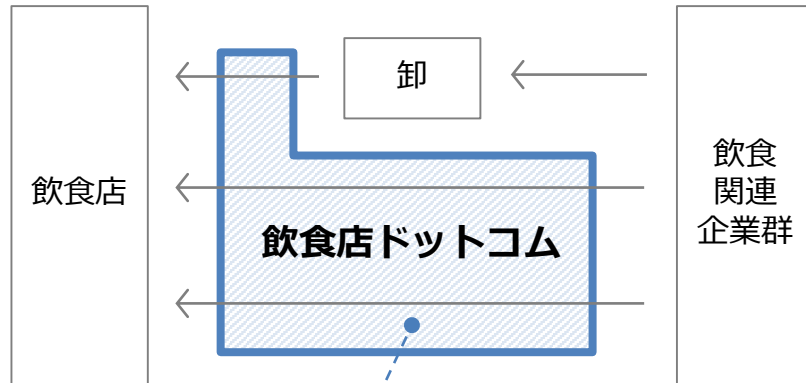
事業戦略④ 会員基盤を活用したデータサービスの展開(2/2)

- 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

事業戦略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(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>

- ✓ 27万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

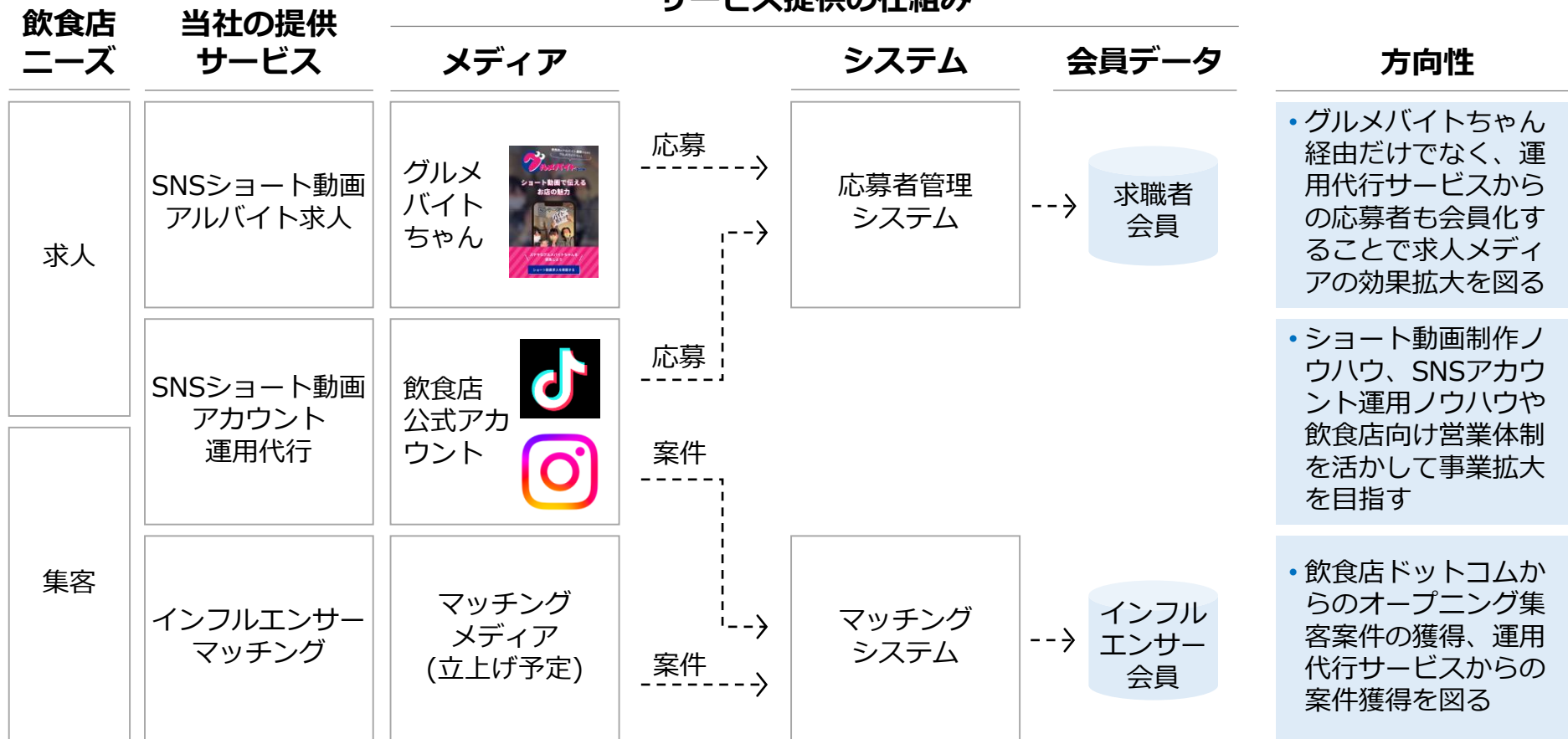
全職種・全
事業規模の
アルバイト
採用市場へ

※ 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(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



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。