

ぐるなび

2019年3月期 第1四半期

決算補足説明資料

株式会社ぐるなび (証券コード/2440)

日本の食文化を
守り育てる。



事業の状況

- **楽天株式会社との間で、資本業務提携契約を締結** (2018年7月30日発表)
- **2Qをボトムに再成長軌道に乗せるべく、リカバリー策を推進** (詳細：P.11～P.32 参照)

決算サマリ

- **当初計画を上回る利益**
- **1Qの進捗を受け、上期業績予想を上方修正** (2018年7月30日発表)
- **通期連結業績予想に変更なし** (詳細：P.10 参照)

資本業務提携の内容

- ① **ぐるなび会員およびぐるなびポイントの、楽天会員および楽天スーパーポイントへの段階的統合**
- ② **楽天のユーザーに対するぐるなびのネット予約の利用促進に向けた施策の実行**
- ③ **ぐるなびおよび楽天それぞれのサイト上の広告枠の販売における協業**
- ④ **ぐるなびの加盟飲食店においてユーザーが利用できる決済方法のPRにおける楽天カードおよび楽天ペイの表示**
- ⑤ **ぐるなびおよび楽天の運営するサービスについてのそれぞれの顧客および加盟店への販売促進**

この他、両社のブランドや蓄積するデータを活用した協業および相互の商材の販売促進等について検討

2019年3月期における取り組み

① ネット予約サービスにおける提携の一層強化

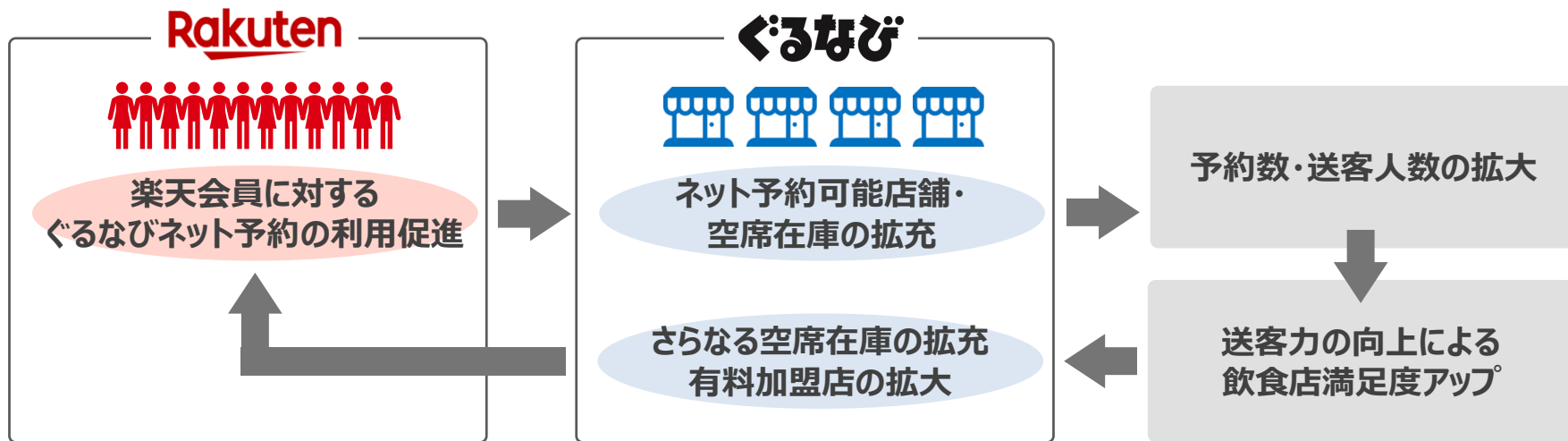
会員ID数9,690万※の顧客基盤によるぐるなびネット予約の利用促進に向けて

会員ID連携
(楽天会員IDによるぐるなびログインを可能に)

ポイント連携
(ぐるなびネット予約で楽天スーパーポイントを付与)

ぐるなび会員およびぐるなびポイントの、楽天会員および楽天スーパーポイントへの段階的な統合を予定

※2018年3月末時点



② 両社のブランドや蓄積データを活用した販促商品の販売

売上高	8,209百万円	前年同期比	-6.6%
営業利益	598百万円	前年同期比	-57.3%
営業利益率	7.3%	前年同期比	-8.6 ポイント
親会社株主に帰属する四半期純利益	400百万円	前年同期比	-58.1%
1株当たり四半期純利益 (EPS)	8.56円	前年同期比	-58.1%

有料加盟店舗数	59,452店 (2018年6月末)	前年同期末比	-2.2%
月間ユニークユーザー数	6,500万人	(2017年12月現在、2016年12月は6,100万人)	
ぐるなび会員数	1,605万人	(2018年7月1日現在、2017年7月は1,512万人)	

(単位：百万円)	2018年3月期 第1四半期	対売上高 比率	2019年3月期 第1四半期	対売上高 比率	前年同期比 増加率
売上高	8,791	100.0%	8,209	100.0%	-6.6%
売上原価	2,252	25.6%	2,385	29.1%	+5.9%
売上総利益	6,538	74.4%	5,823	70.9%	-10.9%
販売費及び一般管理費	5,138	58.5%	5,225	63.7%	+1.7%
営業利益	1,399	15.9%	598	7.3%	-57.3%
経常利益	1,405	16.0%	602	7.3%	-57.1%
税引前四半期純利益	1,405	16.0%	602	7.3%	-57.1%
親会社株主に帰属する四半期純利益	955	10.9%	400	4.9%	-58.1%

(単位：百万円)	2018年3月期 第1四半期	2019年3月期 第1四半期	前年同期比 増加率
売上高	8,791	8,209	-6.6%
飲食店販促サービス	8,123	7,530	-7.3%
ストック型サービス	7,518	6,778	-9.8%
スポット型サービス	604	751	+24.3%
プロモーション	152	144	-5.2%
関連事業	515	534	+3.7%

【飲食店販促サービス】

・ストック型サービス

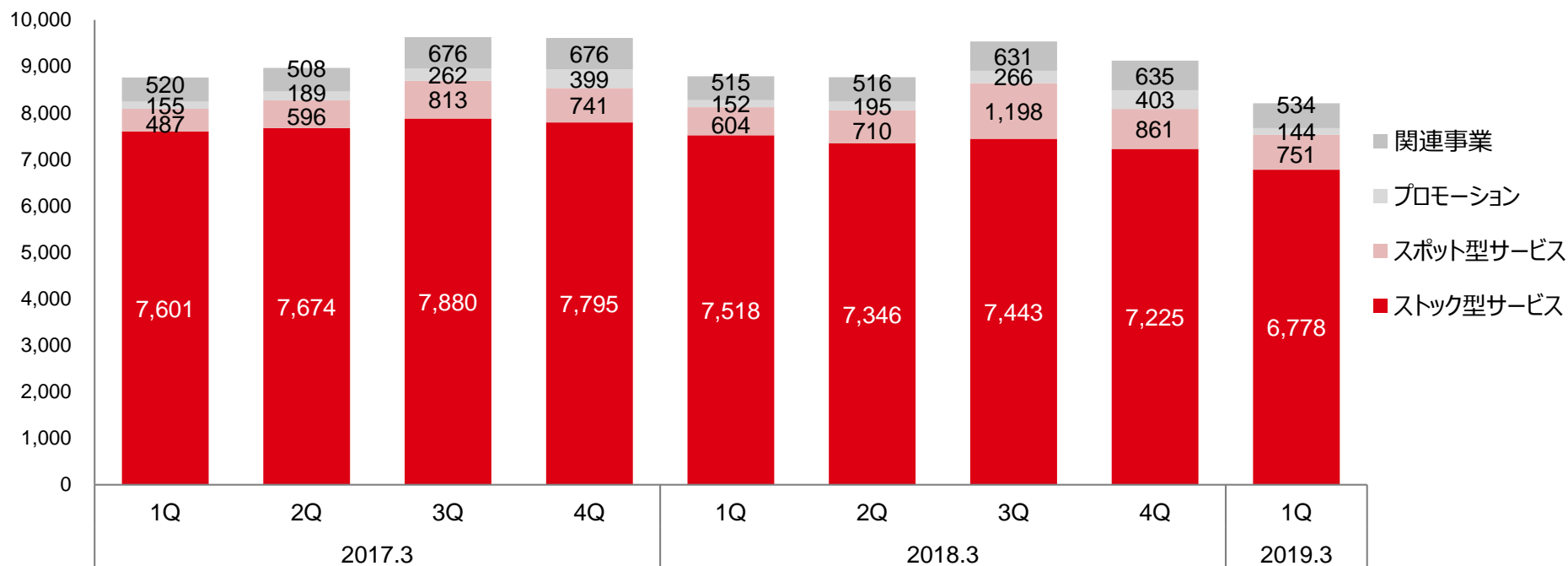
└ 前期より発生している大幅な減額の影響および受注が低調に推移したことから減収

(ただし、会社計画に対しては計画通りに進捗)

・スポット型サービス

└ ネット予約手数料、業務支援サービスが寄与

(百万円)



(単位: 百万円)	2018年3月期 第1四半期	対売上高 比率	2019年3月期 第1四半期	対売上高 比率	対売上高 比率増減
総費用	7,391	84.1%	7,610	92.7%	+8.6 p
売上原価	2,252	25.6%	2,385	29.1%	+3.5 p
販売費及び一般管理費	5,138	58.5%	5,225	63.7%	+5.2 p
人件費	2,582	29.4%	2,528	30.8%	+1.4 p
賃借料	412	4.7%	512	6.2%	+1.5 p
業務委託費	565	6.4%	550	6.7%	+0.3 p
広宣・販促費	474	5.4%	367	4.5%	-0.9 p
その他	1,103	12.6%	1,267	15.4%	+2.8 p

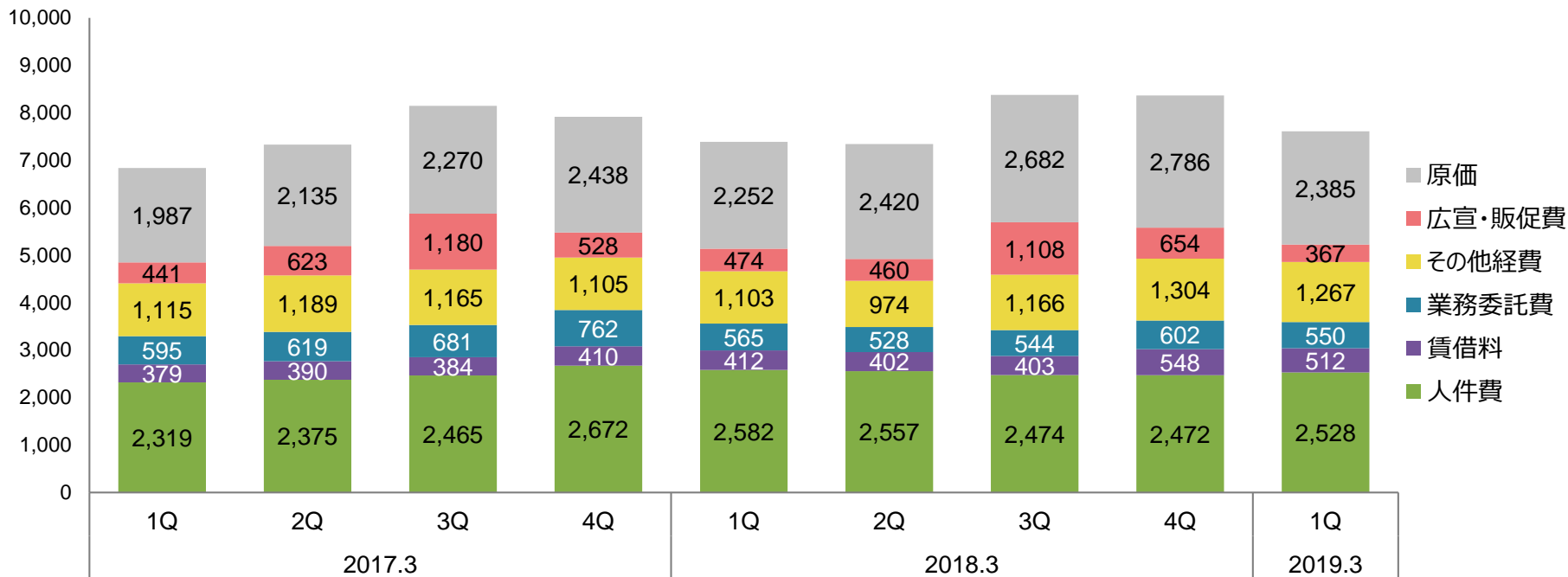
【売上原価】

- ・業務支援サービス向けの販売用機器の仕入れコスト等が増加
- ・減価償却費が増加

【販売費及び一般管理費】

- ・新オフィス契約に伴い、賃借料が増加 (2箇所の旧オフィスは8月に退去)
- ・広宣・販促費については、その効果に留意した投下を徹底
- ・ネット予約の利用促進に向けたキャンペーンやポイント交換先拡大によるポイント引当金の増加ならびに新オフィス入居に係る費用により、その他費用が増加

(百万円)



連結貸借対照表

(単位：百万円)	2018年3月末	2018年6月末	前期末比	(単位：百万円)	2018年3月末	2018年6月末	前期末比
流動資産合計	15,084	13,535	△ 1,548	流動負債合計	6,028	5,048	△ 980
現金・有価証券	8,000	7,093	△ 906	未払金	2,607	2,269	△ 337
受取手形及び売掛金	4,860	4,062	△ 797	未払法人税等	926	258	△ 668
未収入金	1,764	1,684	△ 80	賞与引当金	695	398	△ 297
貸倒引当金	△ 277	△ 255	21	ポイント引当金	358	423	64
その他	735	950	215	その他	1,439	1,698	259
固定資産合計	10,373	10,452	78	固定負債合計	241	317	75
有形固定資産	1,108	1,203	94	負債合計	6,270	5,365	△ 904
無形固定資産	5,257	4,952	△ 305	純資産合計	19,186	18,621	△ 565
投資その他の資産	4,007	4,296	289	自己資本	19,166	18,592	△ 574
資産合計	25,457	23,987	△ 1,469	負債純資産合計	25,457	23,987	△ 1,469

『税効果会計に係る会計基準』の一部改正（企業会計基準第28号 平成30年2月16日）等を当第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、繰延税金資産は投資その他の資産の区分に表示し、繰延税金負債は固定負債の区分に表示。

■ 第2四半期累計予想を上方修正、通期連結業績予想は変更なし

(単位：百万円)	2018年3月期 通期	2019年3月期			
		第2四半期(累計)		通期	
	(実績)	前回発表予想 (2018年5月9日)	今回修正予想 (2018年7月30日)	前回発表予想 (変更なし)	増加率
売上高	36,226	15,700	16,000	33,000	-8.9%
営業利益	4,742	400	700	1,300	-72.6%
営業利益率	13.1%	2.5%	4.4%	3.9%	-9.2 ポイント
経常利益	4,809	400	700	1,300	-73.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,192	280	490	900	-71.8%
1株当たり当期純利益 (EPS) : 円	68.27	5.99	10.47	19.24	-71.8%
1株当たり配当金: 円	44.00	5.00	5.00	13.00	-70.5%
自己資本当期純利益率 (ROE)	17.2%				

- 第1四半期において、ネット予約手数料売上が計画を上回ったこと、プロモーション事業の売上が前倒しで発生したことから利益が当初計画を上回る。これを踏まえ、第2四半期(累計)の業績予想を上記の通り修正。
- 下期においては、楽天株式会社との業務提携による飲食店支援の推進に向けた費用を追加的に投下する見込みであり、通期業績予想については変更なし。

力強い成長に向けて



飲食店における
人手不足の深刻化

消費者ニーズ
飲食店の販促手段の多様化

① 人手不足解消に資する
業務支援の強化

② ユーザーアプローチ
手法の拡充

1,000人のサポート体制の
価値を伝えきれていない

③ 飲食店経営者との
コミュニケーション強化

展開する上での重点戦略

「1,000人のサポート体制」の機能の向上と一層の活用

～ 外部とのコラボレーションによりサポート領域の拡大を加速 ～

● 飲食店の生産性向上に向けた店内業務ICT化支援

「ぐるなび台帳」を中心に提案 着実に導入を推進

店内業務ICT化サービス契約台数 (累計)



今後の展開 ～ぐるなび台帳の機能拡張～

● 台帳上の席情報を
ネット予約に自動反映



● 電話予約代行サービス



予約電話を当社コールセンターが
受付け、台帳に反映

● 音声自動予約



音声ガイダンスによる予約受付等

● 入電時に顧客情報を自動取込



着信時に来店履歴等、顧客情報を自動表示

満空情報のリアルタイム把握

空席在庫・即予約対応店の
充実、ネット予約の活性化

空席情報を活用した
リアルタイム集客ツールの提供

ネット予約とのシナジー創出・顧客DB活用によるリピート販促強化へ

● 飲食店の生産性向上に向けた店内業務ICT化支援

マルチ決済サービス「ぐるなびPay」リニューアル **2Q**

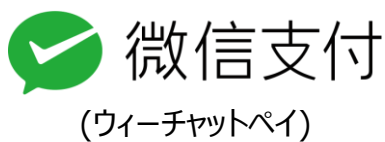
QRコード決済

中国2大モバイル決済に対応



※QRコードは(株)デンソーウェブの登録商標です。

対応決済 ※ 国内モバイル決済にも順次対応予定



Alipayアプリ内でぐるなびPay導入店の情報を発信
Alipay決済から飲食店情報登録までを行うサービスは国内初

クレジットカード決済

かざすだけのタッチ決済に対応



対応決済 ※ 他ブランドにも順次対応予定



モバイル決済端末でのVisaタッチ決済の採用は、
ぐるなびPayが日本初

飲食店業界におけるキャッシュレス化の推進、訪日中国人対応の強化

● 飲食店の生産性向上に向けた店内業務ICT化支援

予約



注文



会計



決済



導入促進

+

活用サポート

「1,000人のサポート体制」によるアドバイス

～いかに飲食店にうまく使いこなしてもらうかが重要～

- ▶ 店舗運営のローコストオペレーション化による飲食店の成長投資促進
- ▶ 飲食店の利用履歴(予約・注文・決済等)を活用した販促商品の開発
- ▶ 日々の店舗運営に役立つツール提供を通じた加盟継続率の向上

飲食店における
人手不足の深刻化

① 人手不足解消に資する
業務支援の強化

消費者ニーズ
飲食店の販促手段の多様化

② ユーザーアプローチ
手法の拡充

1,000人のサポート体制の
価値を伝えきれていない

③ 飲食店経営者との
コミュニケーション強化

展開する上での重点戦略

「1,000人のサポート体制」の機能の向上と一層の活用

～ 外部とのコラボレーションによりサポート領域の拡大を加速 ～

- 【A】 他社サービスとの連携**
- 【B】 予約サービスの強化**
- 【C】 業務代行サービスの拡充**
- 【D】 インバウンド支援事業の本格化**

【A】 他社サービスとの連携 ～ 楽天株式会社との資本業務提携 ～

2019年3月期における取り組み

① ネット予約サービスにおける提携の一層強化

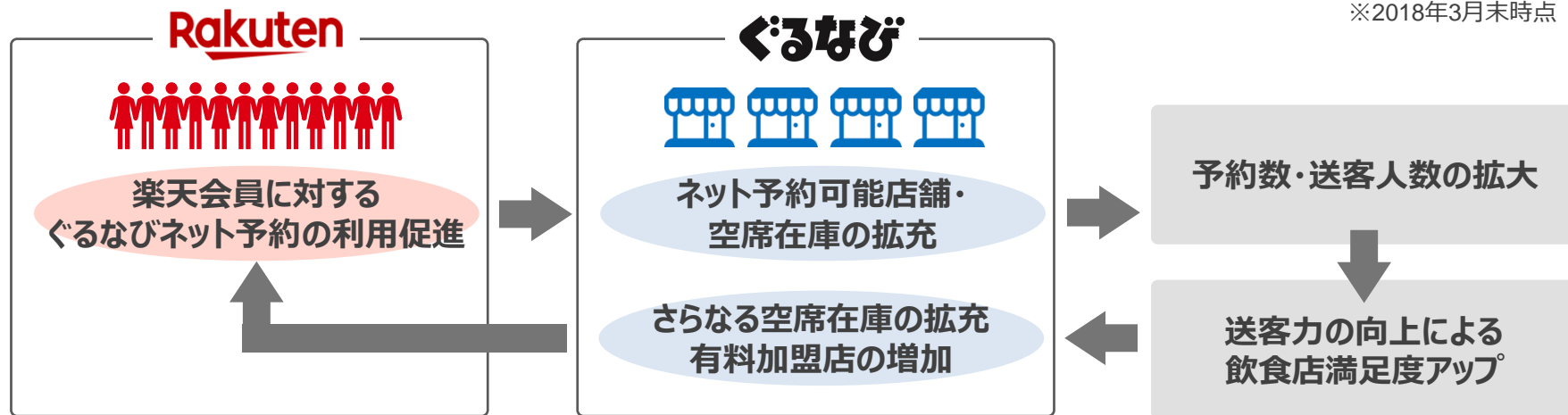
会員ID数9,690万※の顧客基盤によるぐるなびネット予約の利用促進に向けて

会員ID連携
(楽天会員IDによるぐるなびログインを可能に)

ポイント連携
(ぐるなびネット予約で楽天スーパーポイントを付与)

段階的にぐるなび会員およびぐるなびポイントの、楽天会員および楽天スーパーポイントへの統合を予定

※2018年3月末時点



② 両社のブランドや蓄積データを活用した販促商品の販売

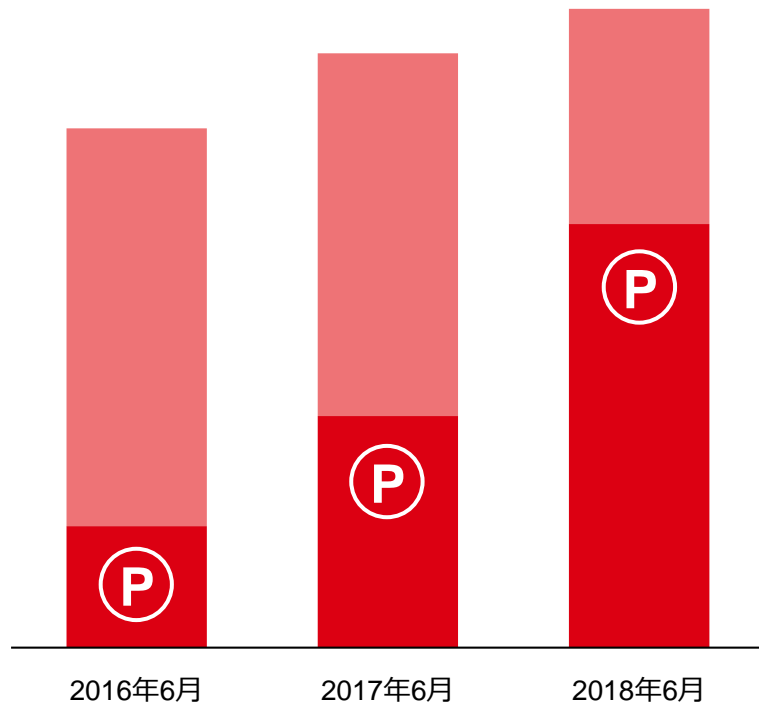
【B】予約サービスの強化

ユーザーの利便性・利得性を向上

ネット予約でポイントが貯まる店舗を拡大

予約システム利用店舗数の推移 (2016年6月を100とする指数)

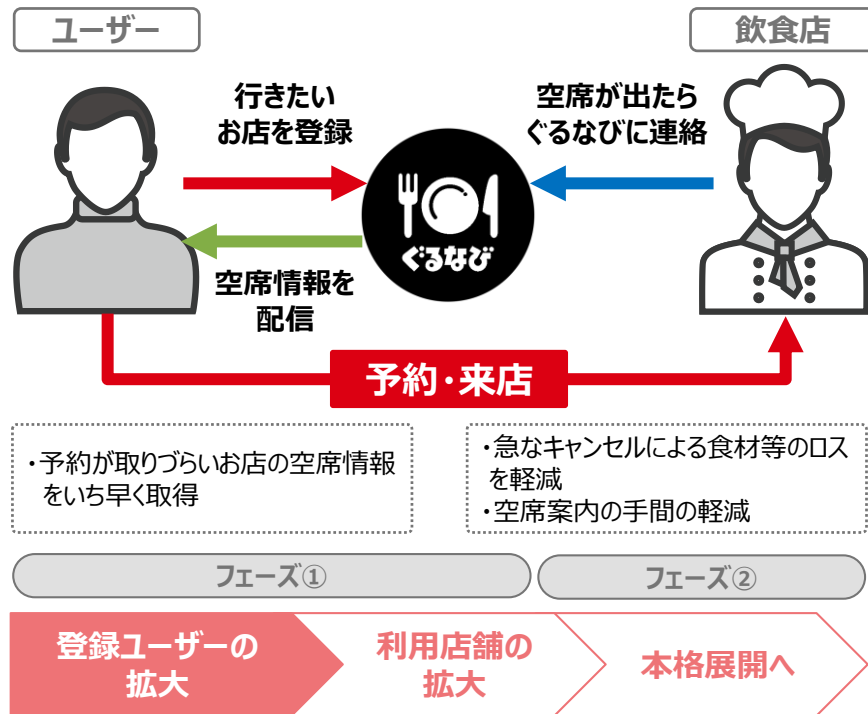
■ポイントが貯まる店舗



ウェーティングサービス (空席案内)

ミシュラン公式サイト「Club Michelin」で実施していたサービスをぐるなび全体に拡充

7/9



当社加盟店への予約送客を促進

【B】予約サービスの強化

音声対話による飲食店検索から予約までを可能に



my daiz内 ぐるなび





マイデイズ
my daiz

5/30

▼対話画面



初期パートナー企業として参画
飲食店情報の提供やネット予約プラットフォームを連携



Google アシスタント

6/5





Googleが公開したAPI機能を活用
飲食店検索サイトを開くことなく予約することが可能

当社の持つ飲食店情報・システムを活かし

外部サービスを利用する消費者による当社加盟店への予約送客を促進

【C】業務代行サービスの拡充

オフィシャルページ制作代行 ～ ページ制作から効率的な運用をサポート～



スマートフォンにも最適な表示が可能



ぐるなびPRO (管理画面)

ぐるなび店舗ページの更新内容を反映
オフィシャルサイト管理業務の手間を軽減

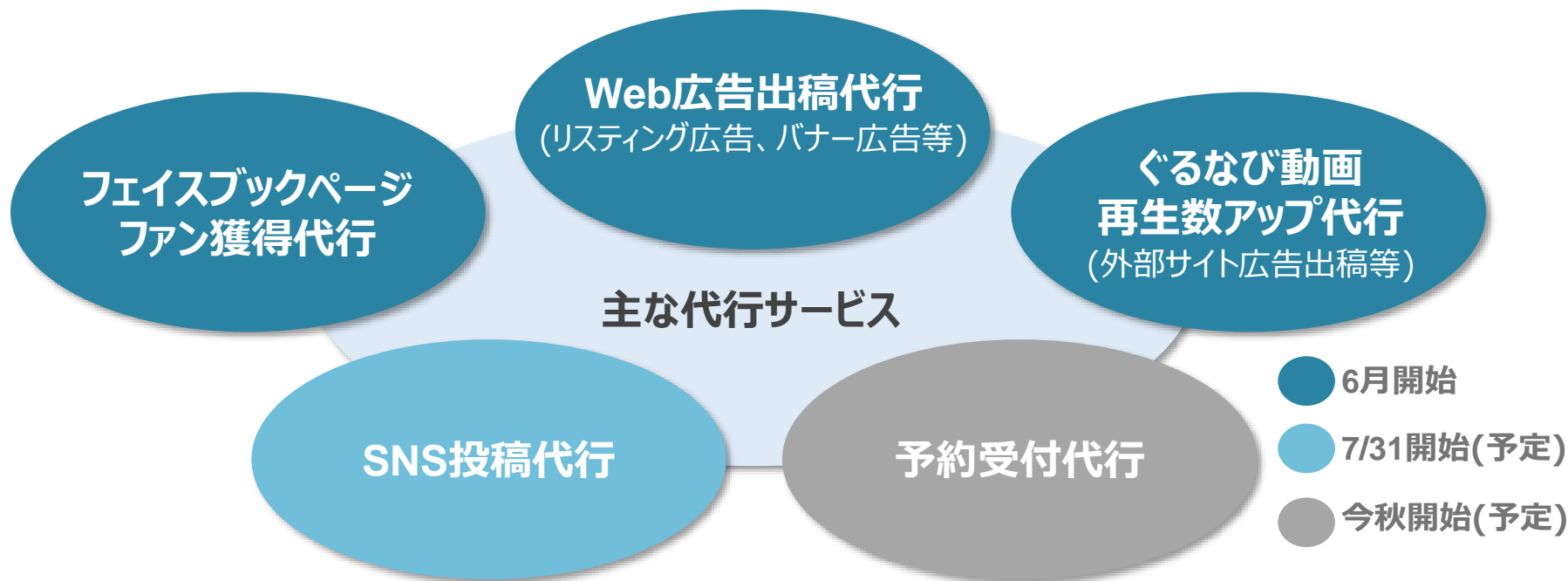
ネット予約の獲得機会を拡大

ぐるなびで掲載中のネット予約ページへ誘導。オフィシャルページ経由の予約も「ぐるなびPRO(管理画面)」で管理。

**Googleマイビジネスのリンク先ページとしても有効活用
外部流入の拡大により、加盟飲食店への送客を強化**

【C】 業務代行サービスの拡充

外部サイト・サービスを通じた露出強化・来店喚起



消費者の情報取得手段の多様化への対応による送客力の向上

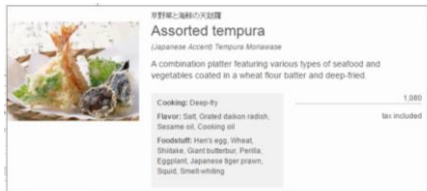


人手不足に悩む飲食店の販促活動に関する業務負担を軽減

【D】インバウンド支援事業の本格化

訪日旅行者の集客に役立つ様々な仕組みを構築

- メニュー情報一元変換システム



27,000店超の
インバウンド対応店ネットワーク



- LIVE JAPAN



7/12 北海道版を開始

- ぐるなび外国語版の進化



- 外国人向けコンシェルジュ
(予約相談コールセンター)



- 動画サービス



- 事前決済型予約システム



- 海外企業連携



etc.

- 多言語対応注文システム



- 中国モバイル決済対応



【D】インバウンド支援事業の本格化

本格的なマネタイズを開始 ～ 6月中旬より提案スタート～

あなたのための **ぐるなび**

ぐるなびインバウンド大作戦

「観光」は日本のもっとも期待できる成長産業です。

日本が目指す2020年にインバウンド4000万人、その実現に必要なのは個人旅行のリピーター。彼らが日本でもっとも期待するのは「食」であり、もっとも困っているのは日本の「食」のメニューでした。さらに、彼らは訪日旅行者による「クチコミ」情報もほしがっていました。

トリップアドバイザーとぐるなびが連携、訪日外国人の「食」の満足度を大きくアップ!

The World's Largest Travel Site™
tripadvisor®

The Most Trusted Restaurants Search Site in Japan™
ぐるなび
GURUNAVI.com

ぐるなびインバウンド大作戦にご参加ください! (参加費2万円)

本資料で使えるサービス

おトクに使えるオプションサービス

GURUNAVI.com

日本経済新聞 掲載広告
2018年6月20日 (朝刊)

参加費：月額2万円 (ぐるなび基本加盟料含む)

無料で使えるサービス

- 外国語メニューブック・POP(4言語対応)
- 店舗ページ(日本語版・外国語版)
- ぐるなびPRO(飲食店業務システム)



特別料金で使えるサービス

- LIVE JAPAN掲載費
- ぐるなび動画制作費
- 決済手数料優遇(AliPay、WeChatPay)
- 事前決済型ネット予約手数料優遇
- 電話予約代行

etc.

3Q以降のリリースに向けた商品トライアル

tripadvisor® トリップアドバイザーの 広告商品

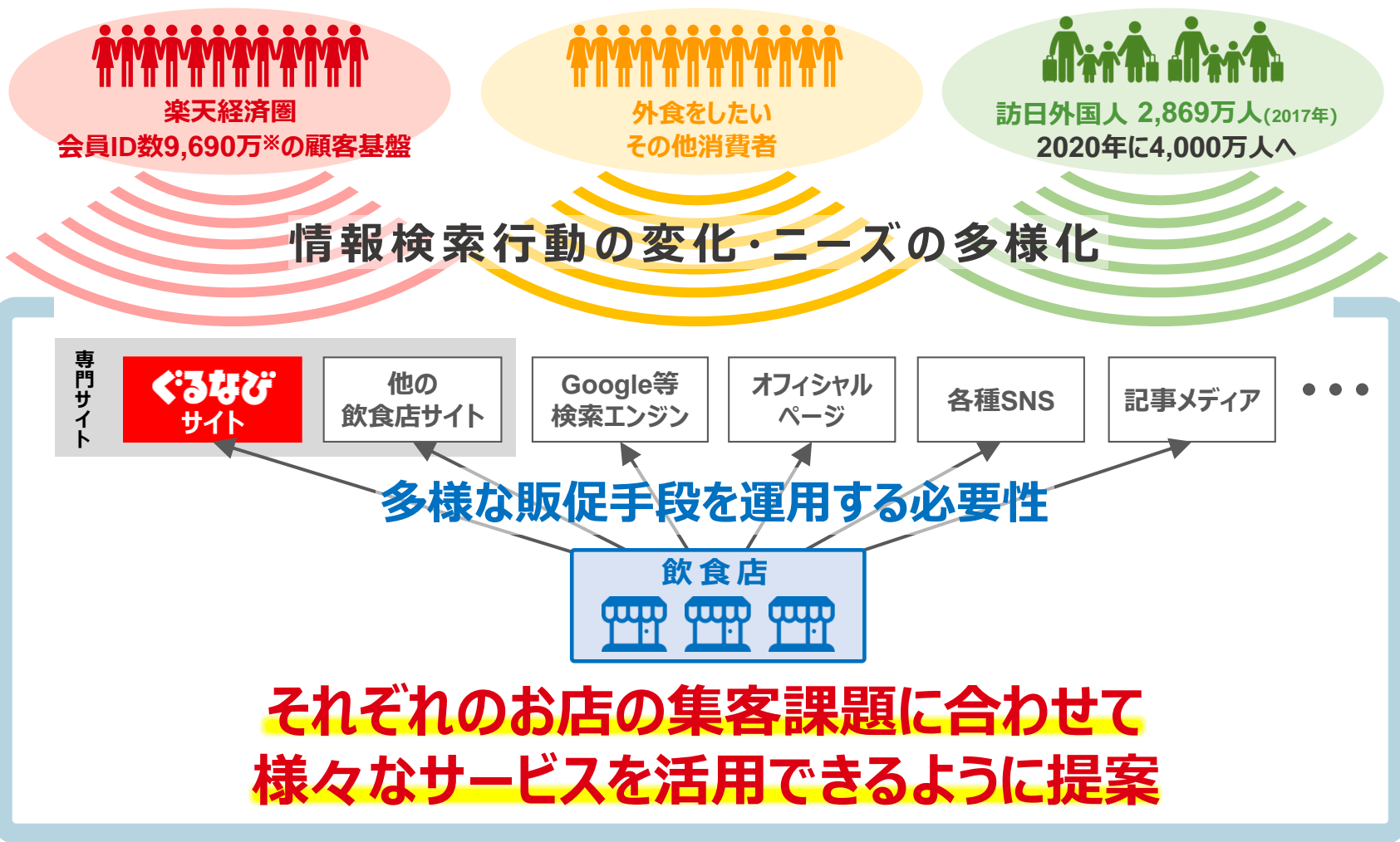
樂吃購!日本 TRAVEL GUIDE

訪日台湾人・香港人向けWEBメディア 「ラーチーゴー」タイアップ記事商品

※その他、訪日旅行者との接点を持つ海外企業とのサービス連携を準備中

情報発信から予約、そして決済に至るまでをトータルサポート
先行するインバウンド施策を新たな収益源に

「1,000人のサポート体制」により 販促効果の最大化・最適化を可能に



※2018年3月末時点

飲食店における
人手不足の深刻化

消費者ニーズ
飲食店の販促手段の多様化

① 人手不足解消に資する
業務支援の強化

② ユーザーアプローチ
手法の拡充

1,000人のサポート体制の
価値を伝えきれていない

③ 飲食店経営者との
コミュニケーション強化

展開する上での重点戦略

「1,000人のサポート体制」の機能の向上と一層の活用

～ 外部とのコラボレーションによりサポート領域の拡大を加速 ～

1,000人のサポート体制

～ 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 ～

販売促進をはじめとしたお店が抱える課題の
解決案をアドバイスするコンサルタント的役割
加盟店営業 500人

定期的に飲食店を訪問
疑問点を聞き取り、加盟店をきめ細かくサポート
巡回スタッフ 300人

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 150人

年間3,000回以上開催するセミナーを通じて
成功事例やノウハウを経営者に共有
ぐるなび大学 50人

**店舗の抱える課題の解決に向けたPDCAサイクルを共に回す
それぞれが持つ特性を活かし、多面的に飲食店をサポート**

- **業務支援サービス提案による経営者との面談機会の拡大**
～ 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 ～
- **経営全般に関する対話の充実に一定のリソースを配分**
- **各加盟店の現状把握ならびに課題の明確化の徹底**
- **アカウントエグゼクティブ向けの社内研修・教育体制の整備**
加盟店営業 500人 巡回スタッフ 300人
- **営業の活動指標、評価基準の見直しを実施**

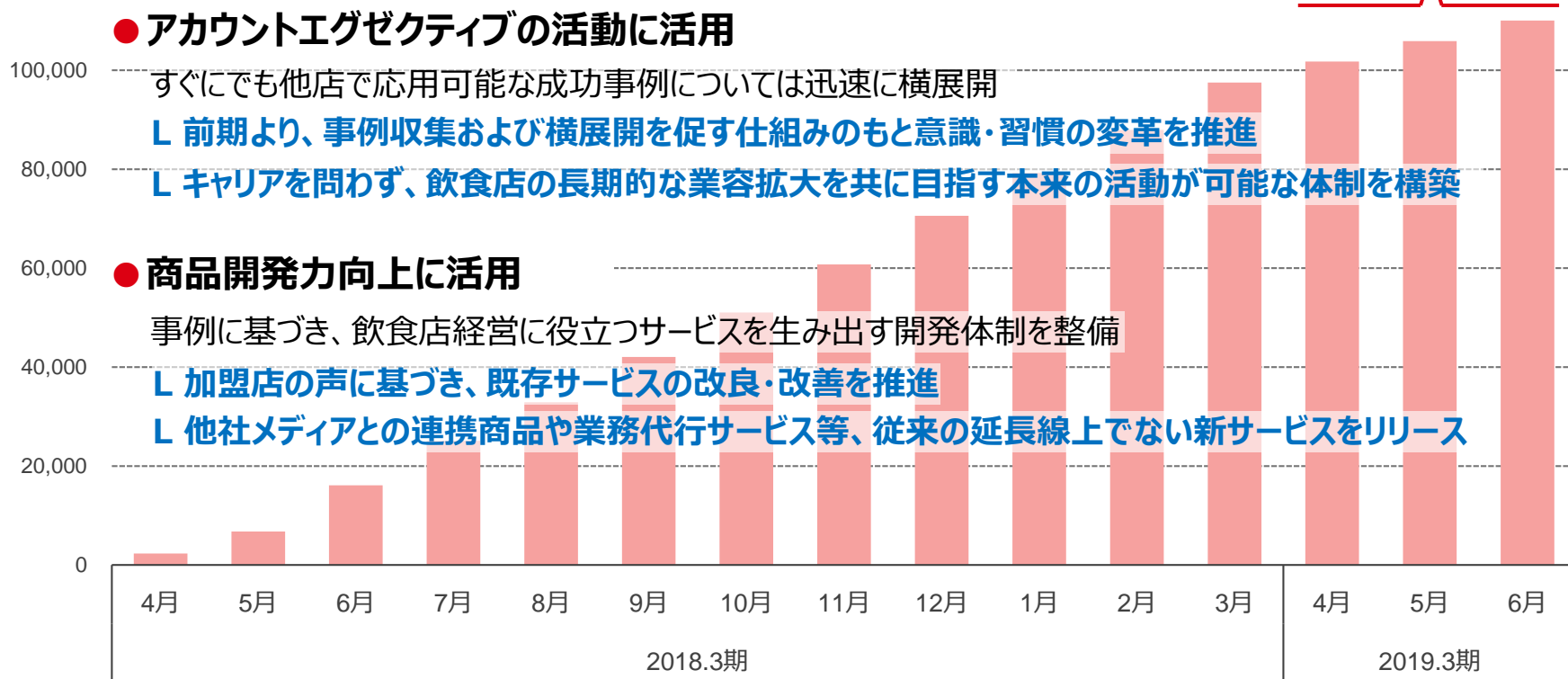
改めて、「サポート力」の価値の浸透を図るとともに、
当社の事業展開を支えるインフラとしての機能向上へ

それぞれが持つ特性を活かし、多面的に飲食店をサポート

優れた成功事例・経営ノウハウを収集 飲食店のリアルな現場を反映したマーケティングデータ

収集事例件数（累計）

今期より
さらに収集情報の質を重視



今後、減額の抑制・受注の拡大に繋げる

1,000人のサポート体制をベースに事業を展開

支援領域

ぐるなびサイト
集客支援

従来の
主な活動領域

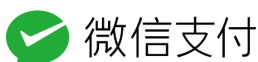
インフラ機能



1,000人のサポート体制

1,000人のサポート体制をベースに事業を展開

連携・協業
の推進



(アルファベット順)

外部とのコラボレーションによりサポート領域の拡大を加速

支援領域

ぐるなびサイト
集客支援

他社連携
集客支援

インバウンド
集客支援

業務代行
支援

店内ICT化
支援

採用育成
支援

従来の
主な活動領域



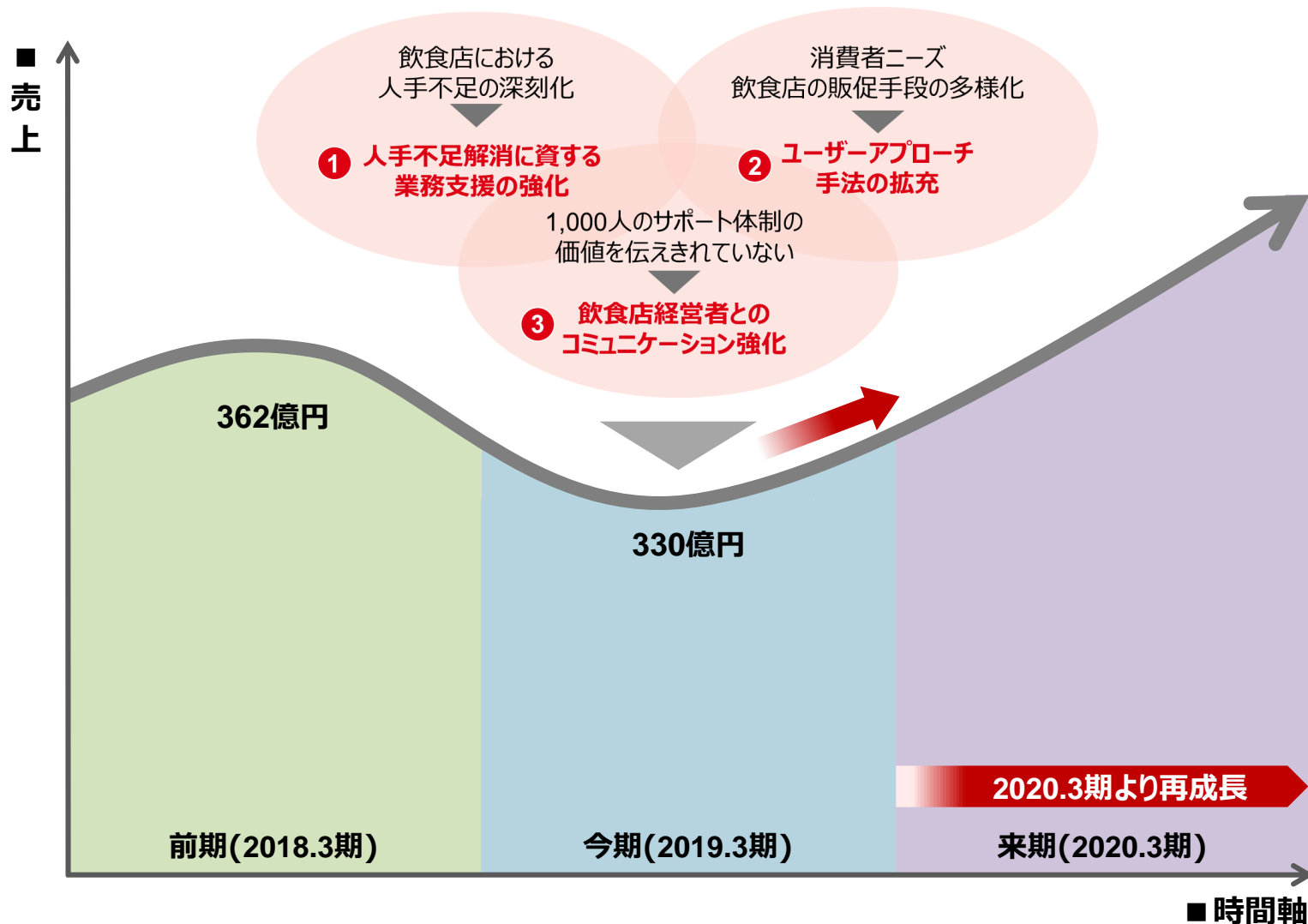
機能の向上と一層の活用

インフラ機能



1,000人のサポート体制

2Qをボトムに再成長軌道へ乗せるべく、リカバリー策を推進





ぐるなびは21世紀の食生活を
豊かにするために進化し続けます。

日本の外食産業の現状

市場規模／2016年 約16兆円（ピーク時：1997年 約17兆円）

1人当たり外食支出額の増加、訪日外国人の増加、法人交際費の増加傾向等を背景に、5年連続の増加

(財団法人食の安全安心財団「外食市場規模推移」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)

飲食店舗数／2014年 約51万店（ピーク時：1986年 約65万店）

(昭和61年 事業所統計調査、平成26年 経済センサス基礎調査より)

飲食店同士の競争が激化

日本の人口は減少傾向

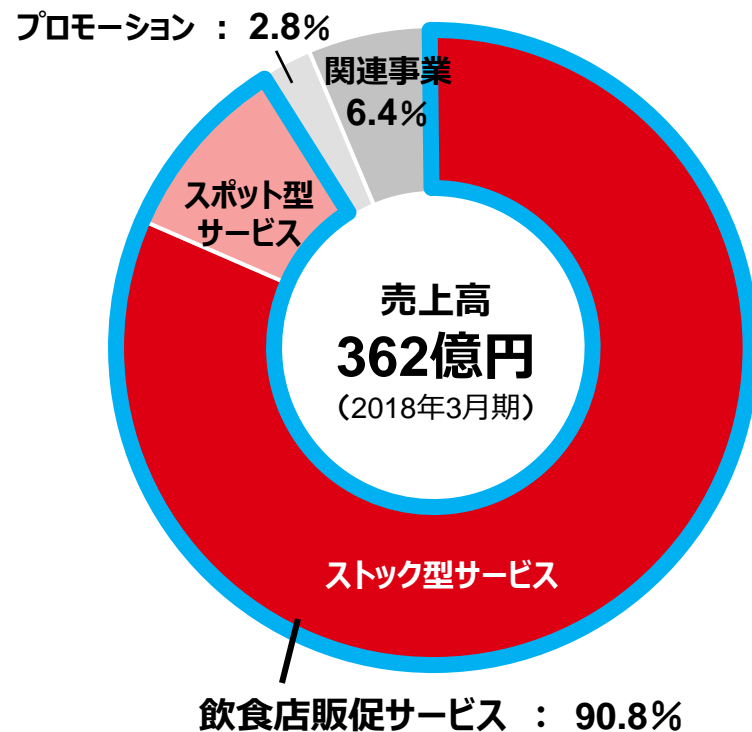
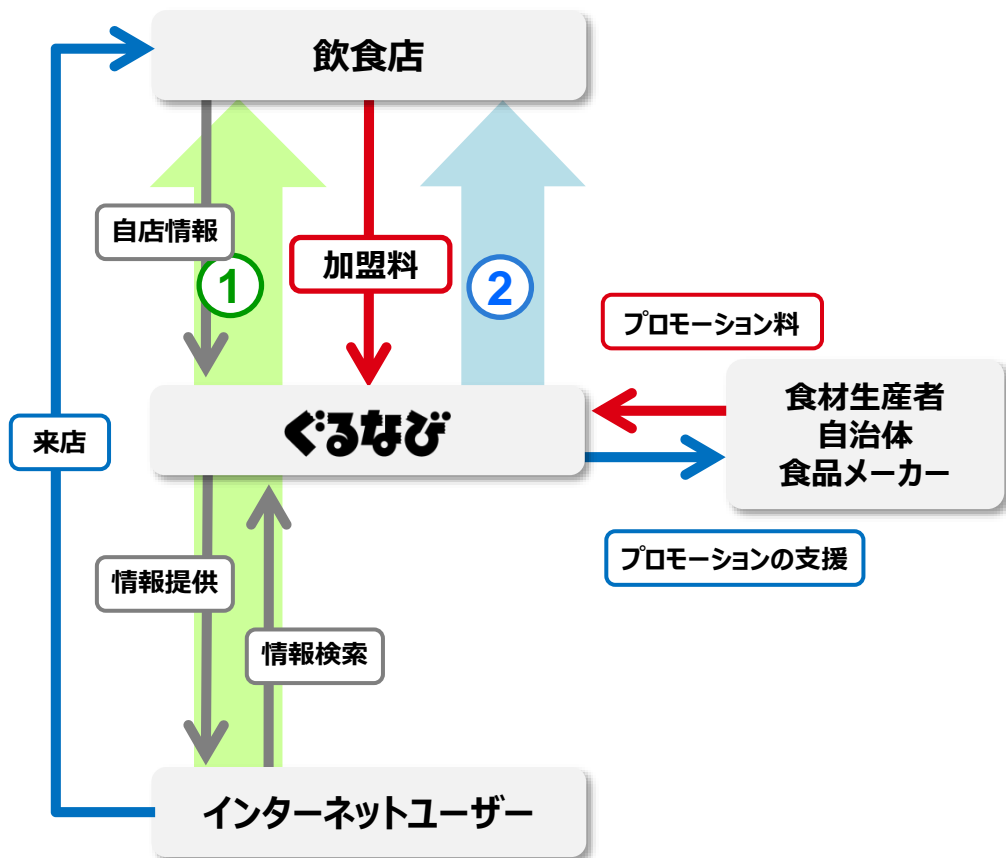
新規顧客の獲得のみならず、リピーターづくりが重要に

**厳しい環境の中でも売上を増加させた飲食店は、
「料理や飲み物の質向上、内容充実」を行っている**

《 ぐるなび加盟店へのアンケート調査(2018年7月実施)より 》

■ 2つの強固な事業基盤を構築し、一体となって飲食店を支援

- ① ITを用いた事業基盤（オンラインのインフラ）による飲食店支援
- ② 1,000人のサポート体制（オフラインのインフラ）による飲食店支援



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

販売促進をはじめとしたお店が抱える課題の
解決案をアドバイスするコンサルタント的役割
加盟店営業 500人

定期的に飲食店を訪問
疑問点を聞き取り、加盟店をきめ細かくサポート
巡回スタッフ 300人

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 150人

年間3,000回以上開催するセミナーを通じて
成功事例やノウハウを経営者に共有
ぐるなび大学 50人

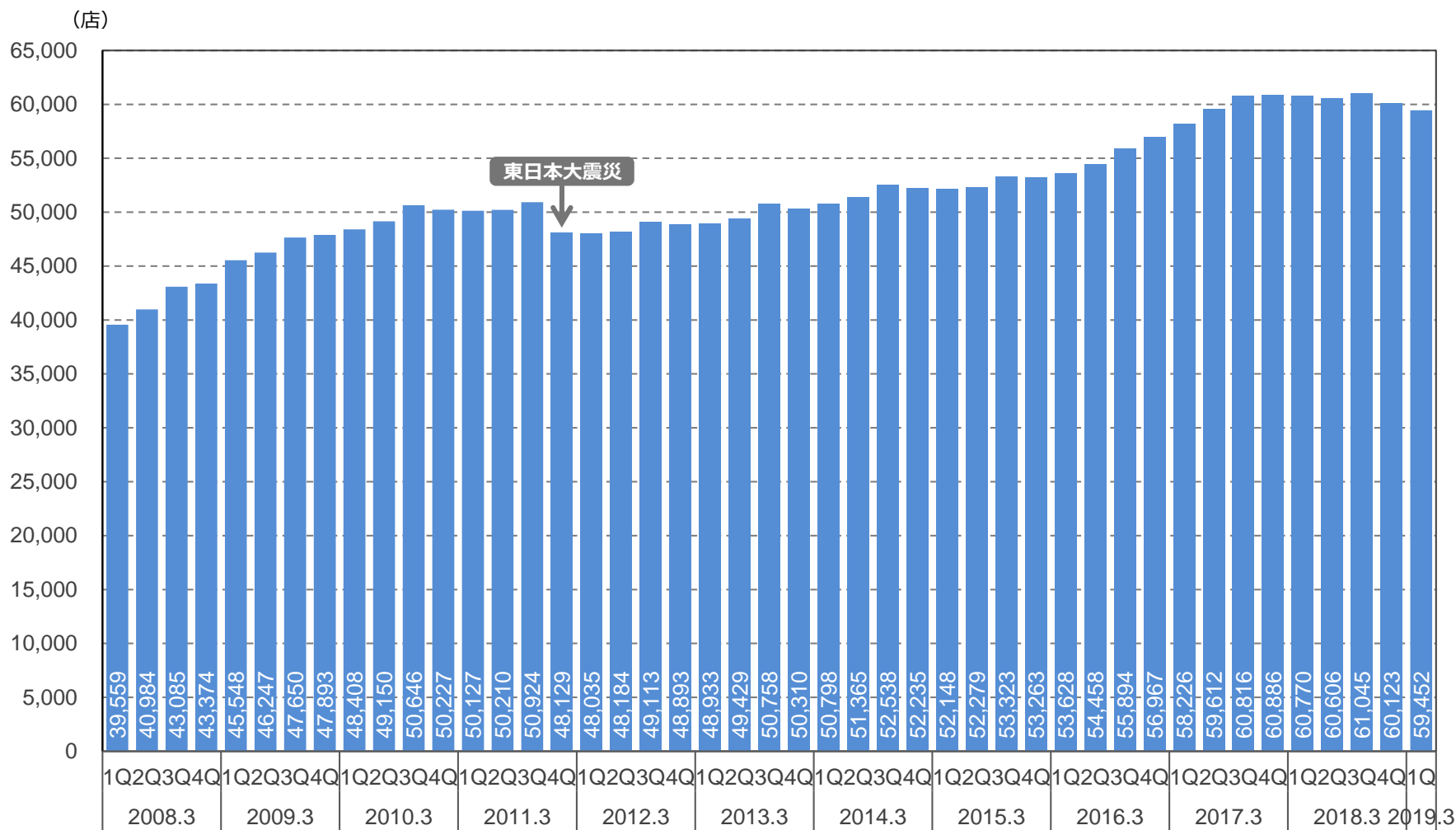
**店舗の抱える課題の解決に向けたPDCAサイクルを共に回す
それぞれが持つ特性を活かし、多面的に飲食店をサポート**

2019年3月期 第1四半期 実績

有料加盟

59,452店

(前年同期末比 ▲1,318店 ▲2.2%)



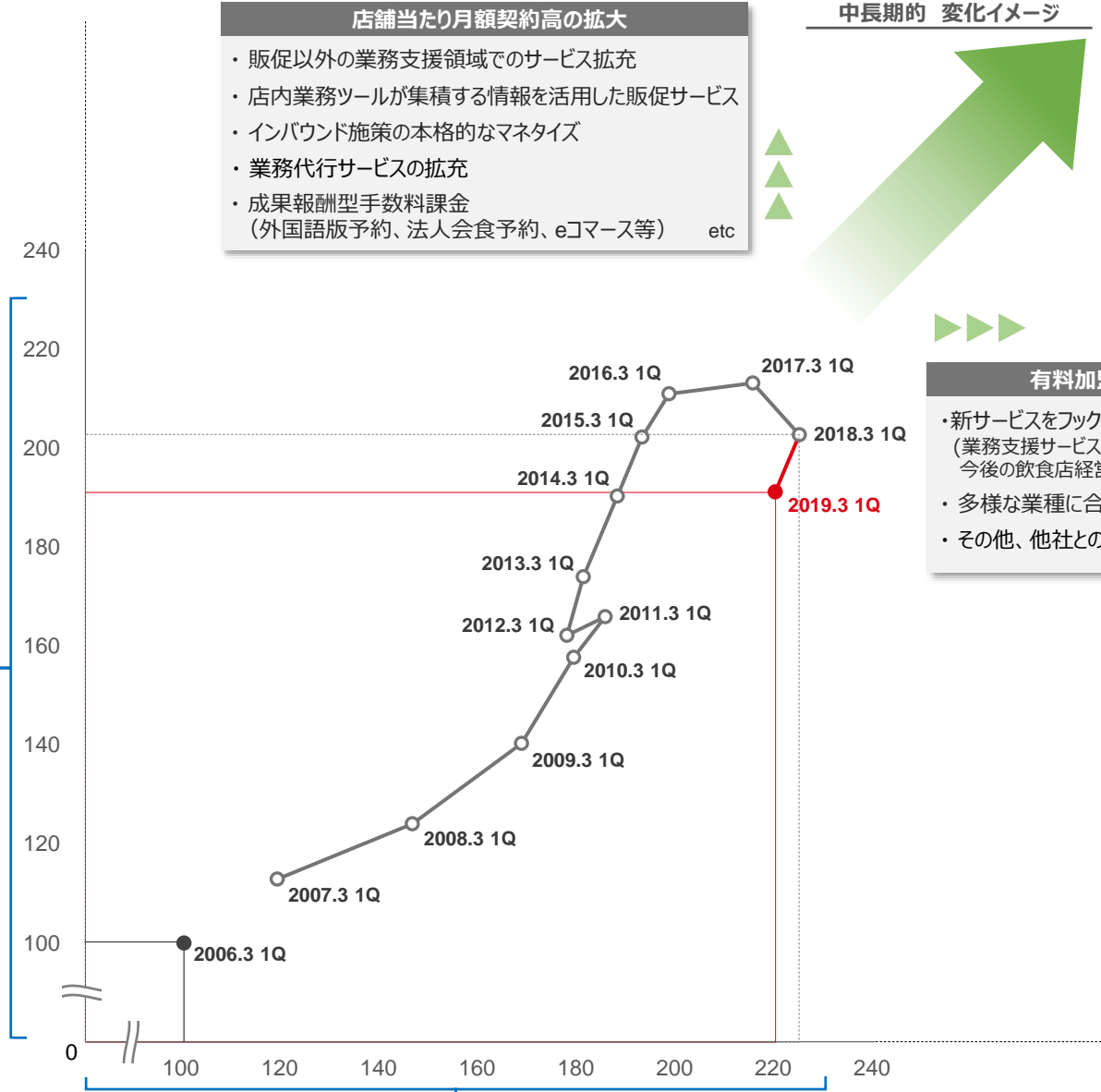
有料加盟店舗数と店舗当たり月間契約高の変化

- ### 店舗当たり月額契約高の拡大
- ・ 販促以外の業務支援領域でのサービス拡充
 - ・ 店内業務ツールが集積する情報を活用した販促サービス
 - ・ インバウンド施策の本格的なマネタイズ
 - ・ 業務代行サービスの拡充
 - ・ 成果報酬型手数料課金 (外国語版予約、法人会食予約、eコマース等) etc



- ### 有料加盟店舗数の拡大
- ・ 新サービスをフックとした加盟促進 (業務支援サービス・インバウンドサービス等、今後の飲食店経営に役立つサービス拡充)
 - ・ 多様な業種に合わせた加盟プランの拡充
 - ・ その他、他社との連携・協業 etc

**飲食店販促サービス
店舗当たり月間契約高**
(2006年3月期第1四半期の
21,950円を100とする指数)



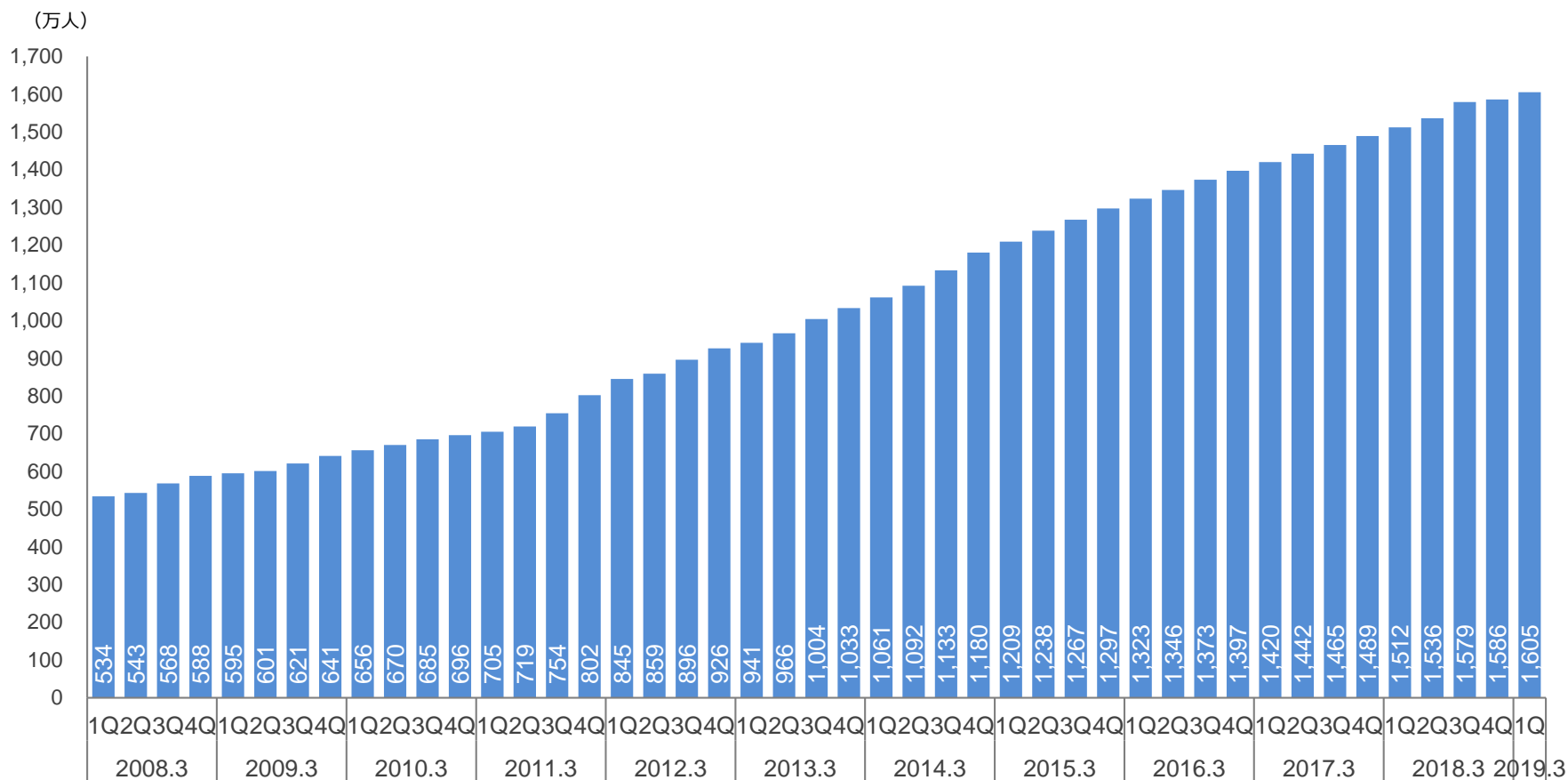
有料加盟店舗数 (2006年3月期第1四半期の27,050店を100とする指数)

- **月間ユニークユーザー数** : **6,500万人** 2017年12月現在、・2016年12月は6,100万人
- **ぐるなび会員数** : **1,605万人** 2018年7月1日現在、・2017年7月は1,512万人

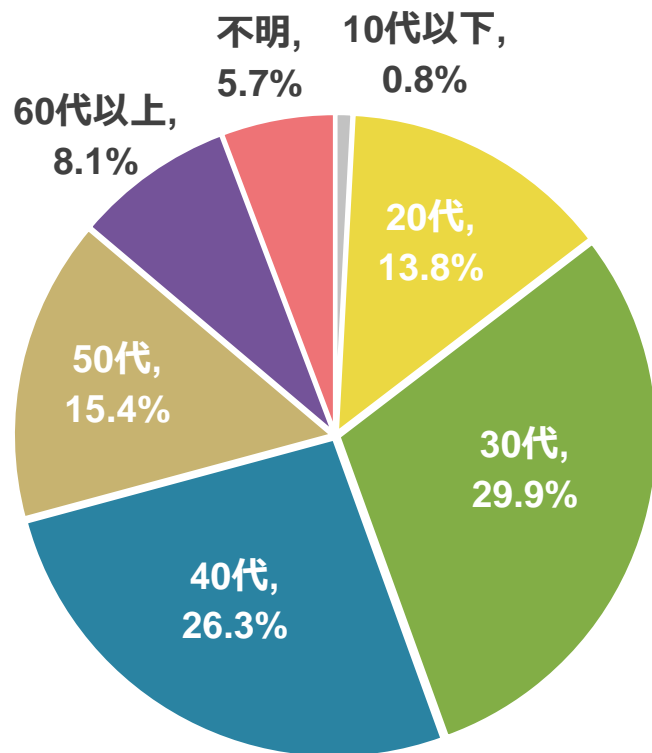
※ 月間ユニークユーザー : 月間で「ぐるなび」を見たブラウザ数

※ ぐるなび会員数 : 「ぐるなび」に登録しているユーザー数

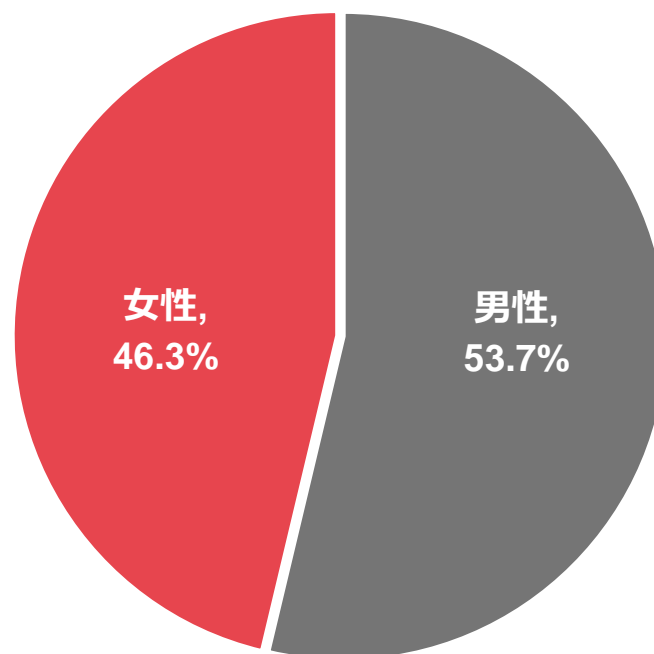
ぐるなび会員数の推移



年代別利用属性



性別利用属性

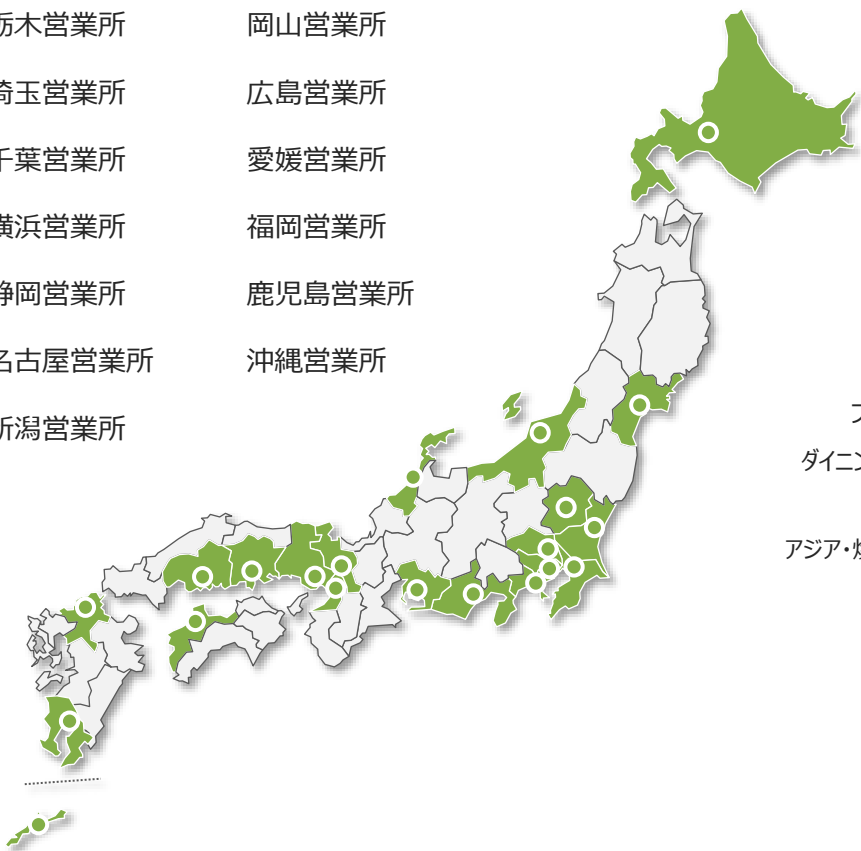


出典：ぐるなび会員情報
(2018年6月時点)

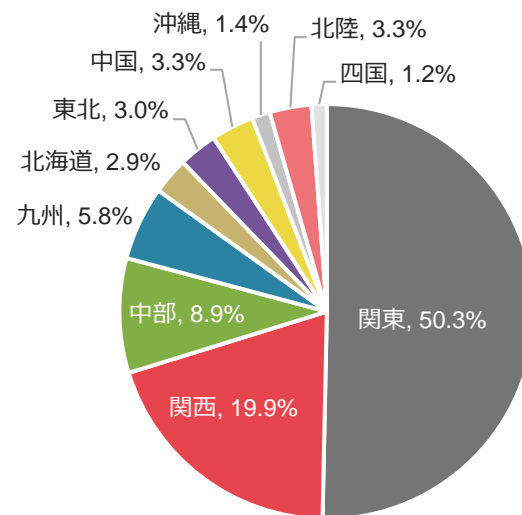
ぐるなびの利用属性は男女差が少なく、幅広い年代から利用されています。
また当社アンケートによると、お店を選ぶ際に、メニューや雰囲気を選ぶ傾向にあり、
割引目当てでない優良顧客が多いという結果が出ています。

全国21箇所の営業所を拠点に事業を推進

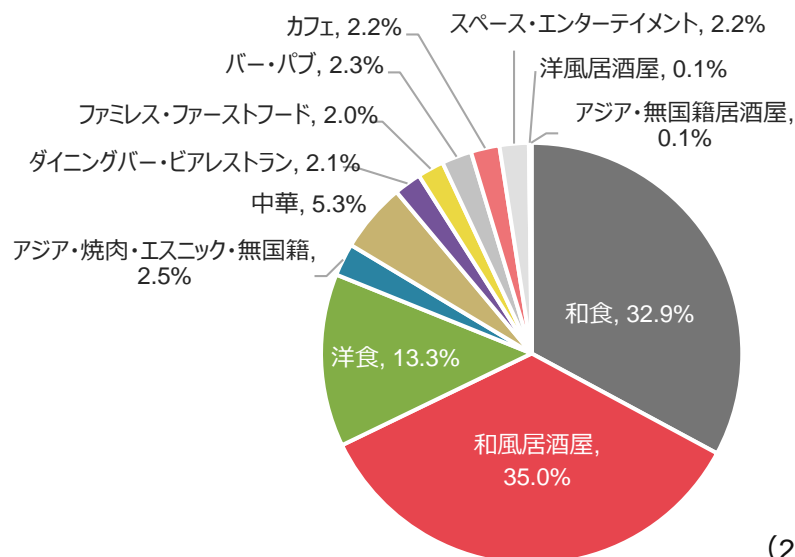
東京本社	金沢営業所
北海道営業所	大阪営業所
仙台営業所	京都営業所
茨城営業所	神戸営業所
栃木営業所	岡山営業所
埼玉営業所	広島営業所
千葉営業所	愛媛営業所
横浜営業所	福岡営業所
静岡営業所	鹿児島営業所
名古屋営業所	沖縄営業所
新潟営業所	



エリア別加盟店割合

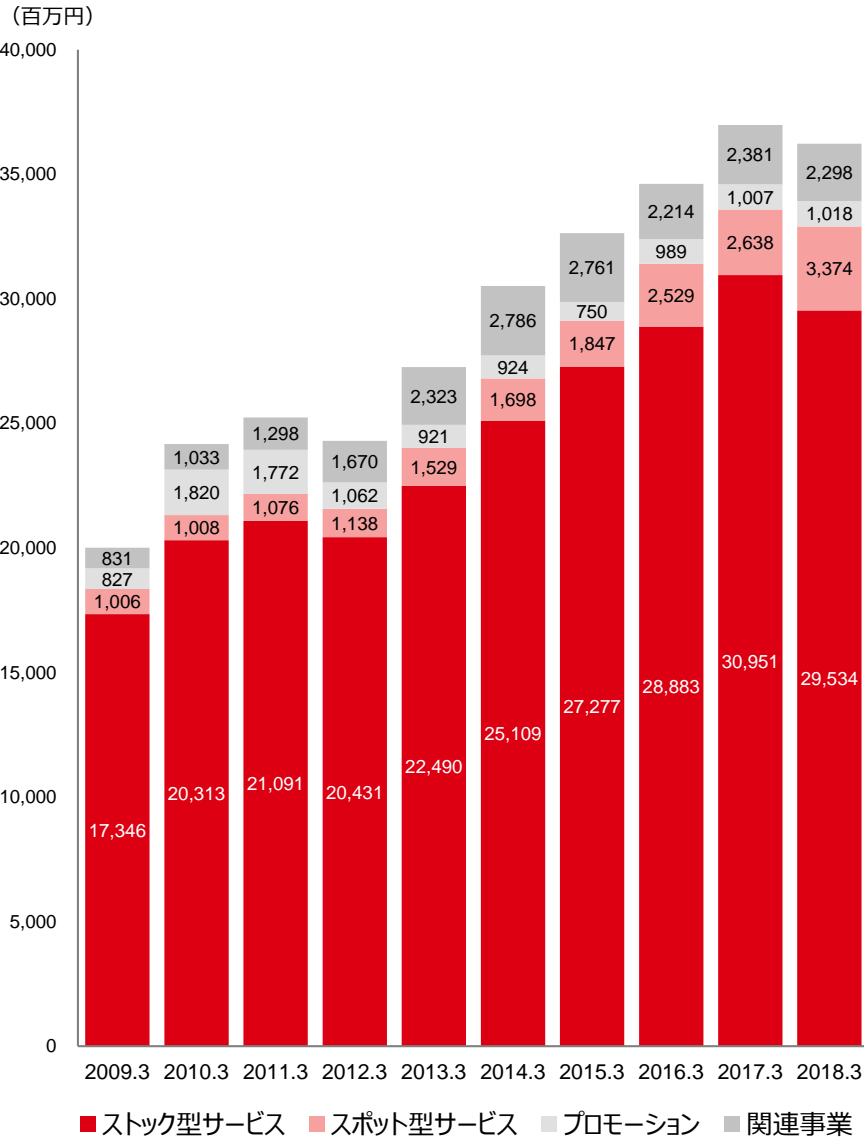


業態別加盟店割合

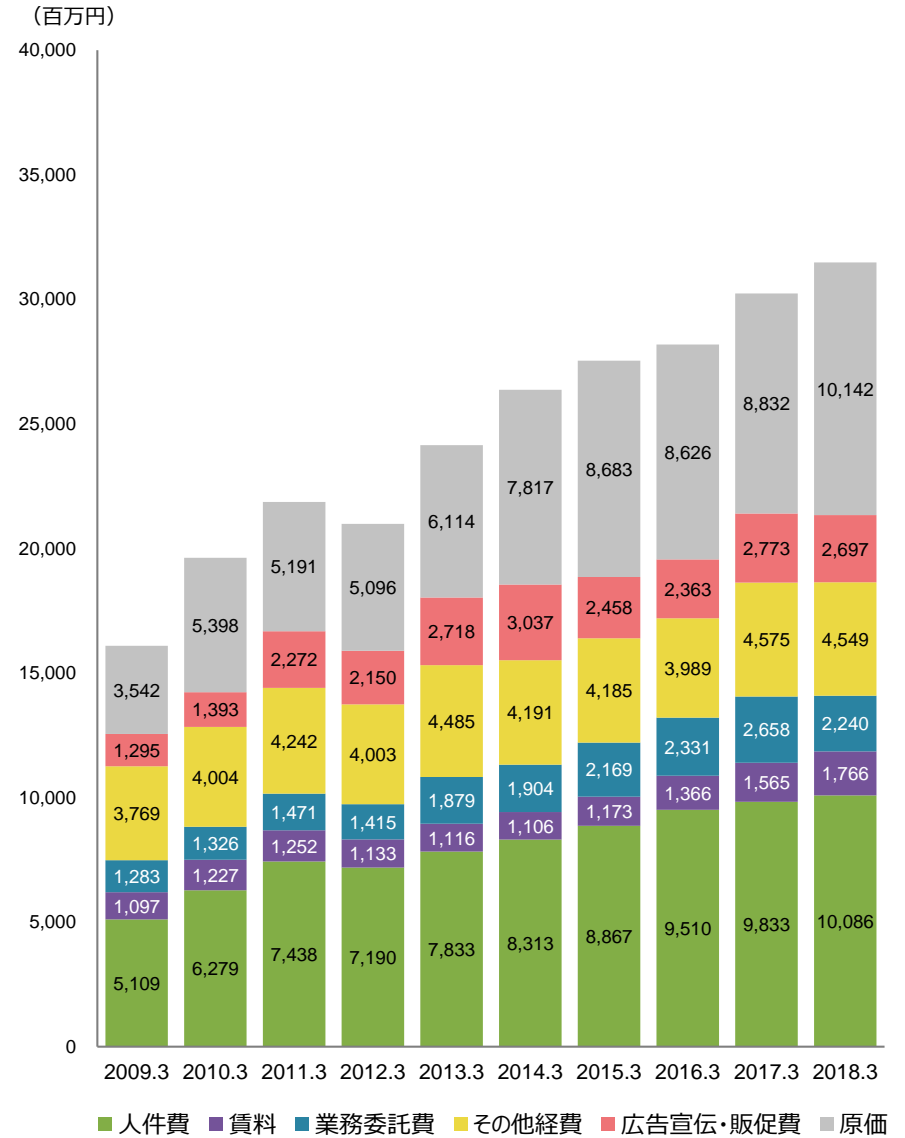


(2018年6月時点)

売上高



原価・費用



売上高 (単位: 百万円)	2016.3 Q1	2016.3 Q2	2016.3 Q3	2016.3 Q4	2017.3 Q1	2017.3 Q2	2017.3 Q3	2017.3 Q4	2018.3 Q1	2018.3 Q2	2018.3 Q3	2018.3 Q4	2019.3 Q1
ストック型サービス <i>a</i>	6,973	7,077	7,344	7,487	7,601	7,674	7,880	7,795	7,518	7,346	7,443	7,225	6,778
スポット型サービス <i>b</i>	455	492	895	686	487	596	813	741	604	710	1,198	861	751
飲食店販促サービス $c = a+b$	7,429	7,569	8,240	8,173	8,088	8,271	8,693	8,536	8,123	8,056	8,641	8,087	7,530
プロモーション <i>d</i>	152	213	307	315	155	189	262	399	152	195	266	403	144
基盤事業計 $e = c+d$	7,582	7,783	8,547	8,489	8,243	8,460	8,956	8,936	8,276	8,252	8,908	8,490	7,674
関連事業 <i>f</i>	493	494	632	594	520	508	676	676	515	516	631	635	534
合計 $g = e+f$	8,075	8,278	9,179	9,083	8,763	8,968	9,633	9,613	8,791	8,769	9,539	9,126	8,209

(単位: 円/月)	2016.3 Q1	2016.3 Q2	2016.3 Q3	2016.3 Q4	2017.3 Q1	2017.3 Q2	2017.3 Q3	2017.3 Q4	2018.3 Q1	2018.3 Q2	2018.3 Q3	2018.3 Q4	2019.3 Q1
ストック型サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU) $h * 1$	43,493	43,654	44,368	44,230	43,990	43,420	43,625	42,700	41,202	40,352	40,791	39,755	37,791
飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU) $i * 2$	46,335	46,690	49,780	48,283	46,811	46,793	48,126	46,763	44,515	44,253	47,357	44,495	41,982

*1) ストック型サービスの店舗当たり契約高 (ARPU): $h=2/3*a/(jt-1+jt)$

*2) 飲食店販促サービスの店舗当たり契約高 (ARPU): $i=2/3*c/(jt-1+jt)$

(単位: 店)	2016.3 Q1	2016.3 Q2	2016.3 Q3	2016.3 Q4	2017.3 Q1	2017.3 Q2	2017.3 Q3	2017.3 Q4	2018.3 Q1	2018.3 Q2	2018.3 Q3	2018.3 Q4	2019.3 Q1
有料加盟店舗数 <i>j</i>	53,628	54,458	55,894	56,967	58,226	59,612	60,816	60,886	60,770	60,606	61,045	60,123	59,452
無料加盟店舗数 <i>k</i>	76,834	77,287	77,098	81,826	81,529	83,182	82,466	87,019	86,536	86,679	87,665	86,607	88,078

(単位：百万円)	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期	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
営業成績										
売上高	20,011	24,175	25,238	24,302	27,265	30,518	32,636	34,617	36,979	36,226
営業利益	3,913	4,545	3,369	3,312	3,116	4,147	5,099	6,429	6,740	4,742
経常利益	3,984	4,578	3,406	3,375	3,153	4,167	5,127	6,492	6,813	4,809
当期純利益	2,259	2,323	1,813	1,909	1,959	2,420	3,279	4,367	4,799	3,192
資産・負債・純資産										
総資産	12,929	15,309	19,653	16,951	19,103	22,071	23,665	27,322	23,917	25,457
現預金・有価証券	4,711	5,531	10,398	7,548	7,399	9,448	10,492	13,131	7,922	8,000
負債	3,191	3,895	8,519	4,381	5,005	5,926	6,201	7,026	5,878	6,270
純資産	9,738	11,413	11,133	12,569	14,098	16,145	17,464	20,296	18,038	19,186
自己資本	9,729	11,413	11,133	12,555	14,042	16,099	17,427	20,266	18,013	19,166
1株当たりデータ										
1株当たり当期純利益 (EPS) ※1	44.03	45.20	35.76	39.12	40.15	49.56	67.26	90.19	102.25	68.27
1株当たり配当金 (円) ※1	8.5	10	10	10	10	15	28	38	42	44
その他										
営業利益率 (%)	19.6	18.8	13.4	13.6	11.4	13.6	15.6	18.6	18.2	13.1
自己資本当期純利益率 (ROE,%)	25.8	22.0	16.1	16.1	14.7	16.1	19.6	23.2	25.1	17.2
総資産当期純利益率 (ROA,%)	17.9	16.5	10.4	10.4	10.9	11.8	14.3	17.1	18.7	12.9
配当性向 (%)	19.3	22.1	28.0	25.6	24.9	30.3	41.6	42.1	41.1	64.5
自己資本比率 (%)	75.2	74.6	56.7	74.1	73.5	72.9	73.6	74.2	75.3	75.3
自己株数 (株)	2,779	2,779	15,854	1,585,400	1,585,400	1,503,649	266,059	216,459	1,924,559	1,892,159
有料加盟店舗数	47,893	50,227	48,129	48,893	50,310	52,235	53,263	56,967	60,886	60,123

※1：2011年4月1日を効力発生日として1株につき100株、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、2009年3月期の期首（2008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。



<https://www.gnavi.co.jp/>



<https://gurunavi.com/>



PERFECT GUIDE TOKYO

<https://livejapan.com/>



<https://www.enjoytokyo.jp/>



<https://gurutabi.gnavi.co.jp/>



<https://snow.gnavi.co.jp/>



<https://clubmichelin.jp/>



<https://secretary.gnavi.co.jp/>



<http://r.gnavi.co.jp/premium/>



<https://nikkei.gnavi.co.jp/>



<https://gurusuguri.com/>



<https://temiyage.gnavi.co.jp/>



<https://ippin.gnavi.co.jp/>



<https://shop.gnavi.co.jp/>



<https://delivery.gnavi.co.jp/premium/>



<https://wedding.gnavi.co.jp/>



<https://pro.gnavi.co.jp/>



<https://mecicolle.gnavi.co.jp/>



<https://www.gnavi.co.jp/dressing/>



<https://chefgohan.gnavi.co.jp/>



<http://www.redu35.jp/>

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	2,334百万円 (発行済株式数 48,675,100株)
事業内容	インターネットを活用した飲食店向けPR・販売促進支援等のサービス事業
役員	代表取締役会長／滝 久雄、代表取締役社長／久保 征一郎、取締役／飯塚 久夫、鷹野 正明、齊藤 美保、山田 晃久、垣内 美都里、越川 直紀、徳丸 啓、臼井 めぐみ、犬塚 祥敬、月原 紘一 (社外)、見並 陽一 (社外) 執行役員10名、監査役5名(内、社外4名)
大株主 上位10名 (2018年3月末)	滝 久雄 27.8%、日本トラスティ・サービス信託銀行(株)(信託口) 6.8%、日本マスタートラスト信託銀行(株) (信託口) 4.1%、 (公財)日本交通文化協会 4.0%、小田急電鉄(株) 2.4%、東京地下鉄(株) 2.1%、 みずほ信託銀行(株) 退職給付信託 京浜急行電鉄口 再信託受託者 資産管理サービス信託銀行(株) 1.9%、 滝 裕子 1.8%、日本マスタートラスト信託銀行(株) (退職給付信託東京急行電鉄口) 1.5%、 日本トラスティ・サービス信託銀行(株)(信託口5) 1.2% ※ 持株比率は自己株式(1,892,159株)を控除して計算
総株主数 (2018年3月末)	14,986名
総人員数	単体:1,907名 連結:2,184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、2019年3月期第1四半期の業績に関する情報の提供を目的としたものであり、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。