

ぐるなび

2019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)

日本の食文化を
守り育てる。



- 通期業績予想に対し、概ね計画通りの進捗
- 飲食店支援事業の回復に向けた施策は堅調な滑り出し (詳細 P.8 - P.18 参照)

売上高	24,513 百万円	前年同期比	-9.5%
営業利益	1,124 百万円	前年同期比	-71.8%
営業利益率	4.6 %	前年同期比	-10.1 ポイント
親会社株主に帰属する四半期純利益	754 百万円	前年同期比	-72.2%
1株当たり四半期純利益 (EPS)	16.13 円	前年同期比	-72.2%
総有料加盟店舗数 (含むその他の有料加盟店舗 [※])	60,712 店 (2018年12月末)	前年同期末比	-2.1%
└ 有料加盟店舗数	58,608 店 (2018年12月末)	前年同期末比	-4.0%
月間ユニークユーザー数	6,100 万人	(2018年12月現在、2017年12月は6,500万人)	
ぐるなび会員数	1,677 万人	(2019年1月1日現在、2018年1月は1,579万人)	

※ P.30参照

(単位：百万円)	2018年3月期 第3四半期累計	対売上高 比率	2019年3月期 第3四半期累計	対売上高 比率	前年同期比 増加率
売上高	27,100	100.0%	24,513	100.0%	-9.5%
売上原価	7,356	27.1%	7,625	31.1%	+3.7%
売上総利益	19,743	72.9%	16,887	68.9%	-14.5%
販売費及び一般管理費	15,758	58.1%	15,763	64.3%	+0.0%
営業利益	3,985	14.7%	1,124	4.6%	-71.8%
経常利益	4,002	14.8%	1,148	4.7%	-71.3%
税引前四半期純利益	4,002	14.8%	1,125	4.6%	-71.9%
親会社株主に帰属する四半期純利益	2,713	10.0%	754	3.1%	-72.2%

(単位：百万円)	2018年3月期 第3四半期累計	2019年3月期 第3四半期累計	前年同期比 増加率
売上高	27,100	24,513	-9.5%
飲食店販促サービス	24,821	22,190	-10.6%
ストック型サービス	22,308	19,581	-12.2%
スポット型サービス	2,513	2,609	+3.8%
プロモーション	615	641	+4.3%
関連事業	1,663	1,681	+1.1%

【飲食店販促サービス】

・ストック型サービス

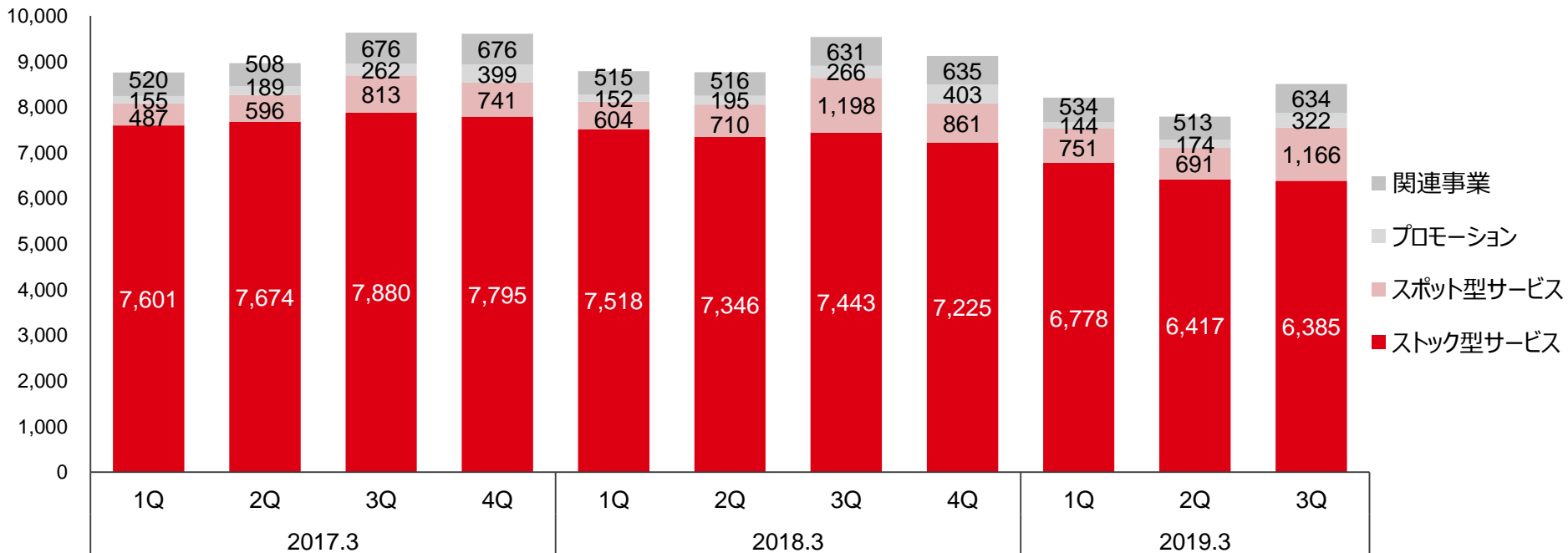
↳ 前期より発生している大幅な減額の影響および受注が低調に推移したことから前年同期比減収
 (3Qにおいては、減額・解約の金額の減少および受注の改善が見られ、月次ベースでは増加)

↳ 規模は小さいながら、業務支援サービスの売上が立ち始めている

・スポット型サービス

↳ ネット予約手数料が拡大(販促商品のスポット売上等は減少)

(百万円)



(単位：百万円)	2018年3月期 第3四半期累計	2019年3月期 第3四半期累計	前年同期比 増加率
総費用	23,114	23,389	+1.2%
売上原価	7,356	7,625	+3.7%
販売費及び一般管理費	15,758	15,763	+0.0%
人件費	7,613	7,537	-1.0%
賃借料	1,218	1,525	+25.3%
業務委託費	1,638	1,629	-0.5%
広宣・販促費	2,043	1,613	-21.0%
その他	3,244	3,457	+6.6%

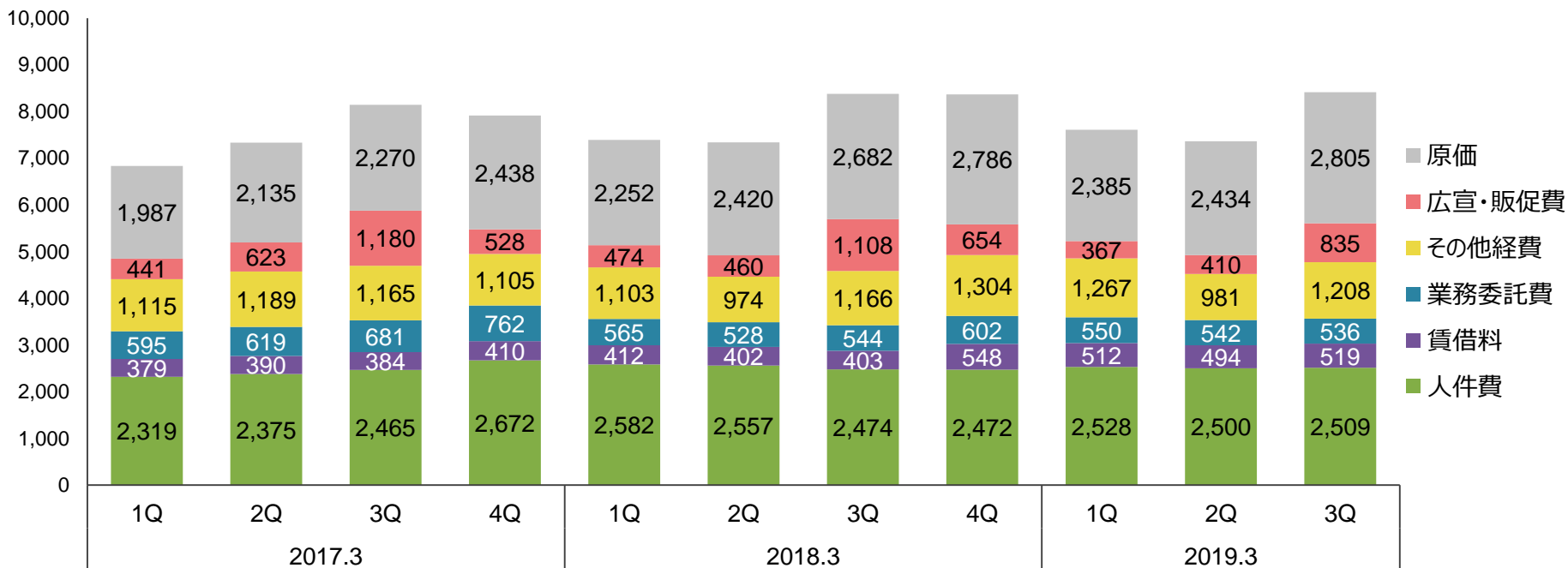
【売上原価】

- ・業務支援サービスおよびWeb広告出稿代行サービスに係る費用が増加
- ・一方、人員再配置による内製化を進めたことで業務委託費は減少

【販売費及び一般管理費】

- ・新オフィス契約に伴い、事務所賃借料が増加（2箇所の旧オフィスは8月に退去）
- ・広宣・販促費は、ぐるなび会員拡大・ネット予約促進のためのキャンペーン等の施策に積極投下する一方、その他の分野において効果に留意した投下を徹底
- ・新オフィス入居に係る費用が発生したこと等からその他費用が増加

(百万円)



(単位：百万円)	2018年3月末	2018年12月末	前期末比	(単位：百万円)	2018年3月末	2018年12月末	前期末比
流動資産合計	15,084	14,231	△ 852	流動負債合計	6,028	4,975	△ 1,053
現金・有価証券	8,000	6,972	△ 1,028	未払金	2,607	2,678	70
受取手形及び売掛金	4,860	4,593	△ 267	未払法人税等	926	98	△ 828
未収入金	1,764	1,859	94	賞与引当金	695	416	△ 279
貸倒引当金	△ 277	△ 295	△ 18	ポイント引当金	358	444	85
その他	735	1,101	366	その他	1,439	1,337	△ 102
固定資産合計	10,373	9,713	△ 659	固定負債合計	241	246	5
有形固定資産	1,108	1,104	△ 3	負債合計	6,270	5,222	△ 1,048
無形固定資産	5,257	4,397	△ 860	純資産合計	19,186	18,722	△ 464
投資その他の資産	4,007	4,212	204	自己資本	19,166	18,689	△ 477
資産合計	25,457	23,945	△ 1,512	負債純資産合計	25,457	23,945	△ 1,512

『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2019年3月期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。

■ 通期連結業績予想に変更なし

- リカバリー策の成果が出始めていることから、受注金額は中期的回復が見込まれる
一方、契約の減額・解約については、例年4Qに膨らむ傾向があるため予断は許さない状況
- 飲食店に対する支援領域の拡大に向けて拡充を進める業務代行サービスや他社連携商品等には、従来の販促商品と比較し、利益率の低い商品が多く含まれる

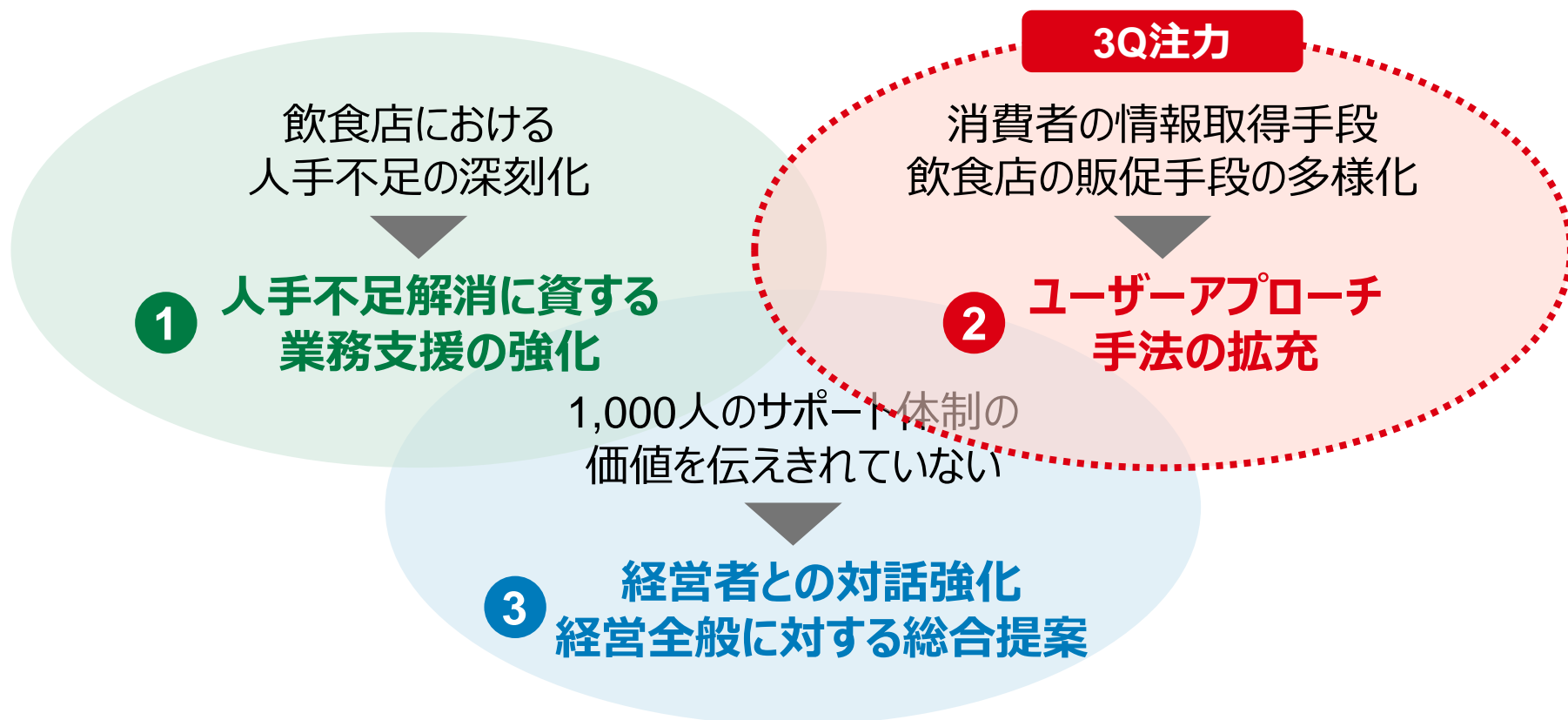
(システム化による運用効率の向上等、収益性改善ならびに全社的な経費削減を中期的視点で推進)

(単位：百万円)	2018年3月期 (実績)	2019年3月期 (予想)	増加率
売上高	36,226	33,000	-8.9%
営業利益	4,742	1,300	-72.6%
営業利益率	13.1%	3.9%	-9.2ポイント
経常利益	4,809	1,300	-73.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,192	900	-71.8%
1株当たり当期純利益 (EPS)：円	68.27	19.23	-71.8%
1株当たり配当金：円	44.00	13.00	-70.5%
自己資本当期純利益率 (ROE)	17.2%		

(2018年5月9日公表)

回復ならびに中長期の成長に向けて





展開する上での基本戦略

「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 ～

2018.3期

2019.3期

商品についてはリリース日

4Q 1Q 2Q 3Q 4Q

1
人手不足解消に
資する業務支援
の強化

採用育成	●「ぐるなびPROアルバイト確約面接」			●「顧客・従業員満足度向上プログラム」本格開始	
業務代行		●フェイスブックページファン獲得代行 ●Web広告出稿代行 ●ぐるなび動画再生数アップ代行	●SNS投稿代行 ●「メディア更新代行年間プラン」	●「予約受付代行サービス」	
店内ICT化			●「マルチ決済サービス(ぐるなびPay)」リニューアル ●「ぐるなび台帳」機能拡張		

2
ユーザーアプローチ
手法の拡充

楽天協業	●ポイント交換		●資本業務提携	●会員ID連携 ●位置情報連動アプリ広告(トライアル) ●ネット予約キャンペーン	
他サービス連携		●NTTドコモ「my daiz™」 ●「Google アシスタント」		●楽天会員向けメール配信サービス ●「Instagram」 ●「Google で予約」 ●「SmartNews」	
アプリ				●直前ネット予約「イマノモ」	
インバウンド		●インバウンド加盟プラン ●「LIVE JAPAN 北海道版」		●「樂吃購(ラーチーゴー)!日本タイアップ記事広告」 ●「トリップアドバイザー 上位表示商品」	

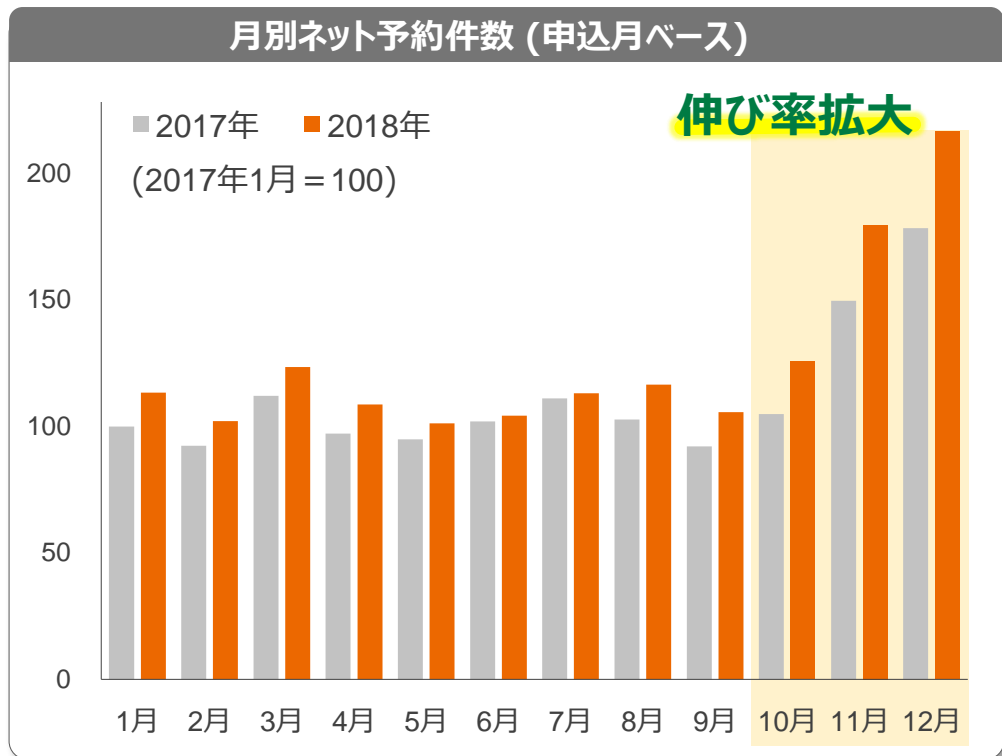
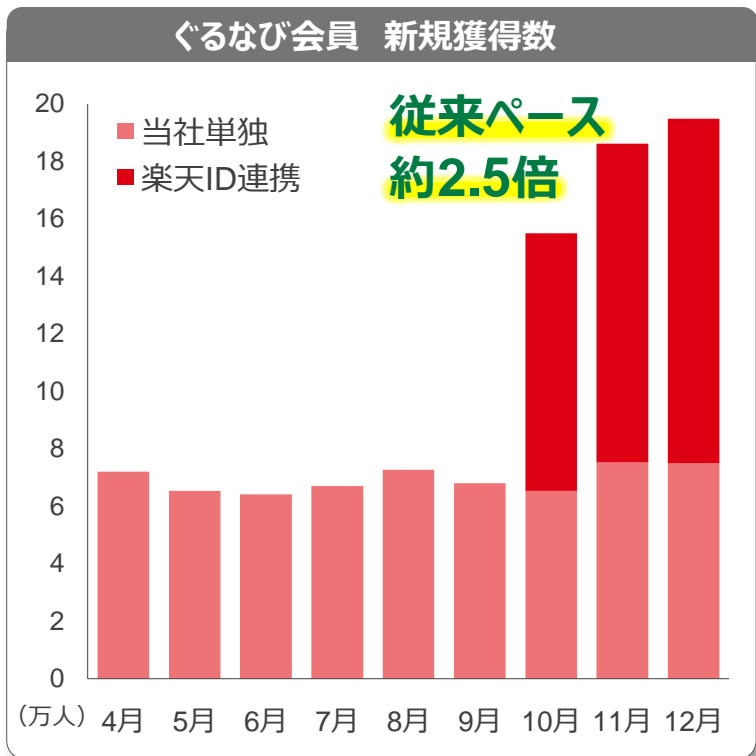
3
経営者との対話強化
経営全般に対する総合提案



「1,000人のサポート体制」の機能の向上と一層の活用

● **楽天株式会社との協業** ～ネット予約サービスにおける連携①～

**会員ID連携・楽天スーパーポイント付与施策は堅調な滑り出し
 ぐるなび会員数・ネット予約件数に拡大の兆し**

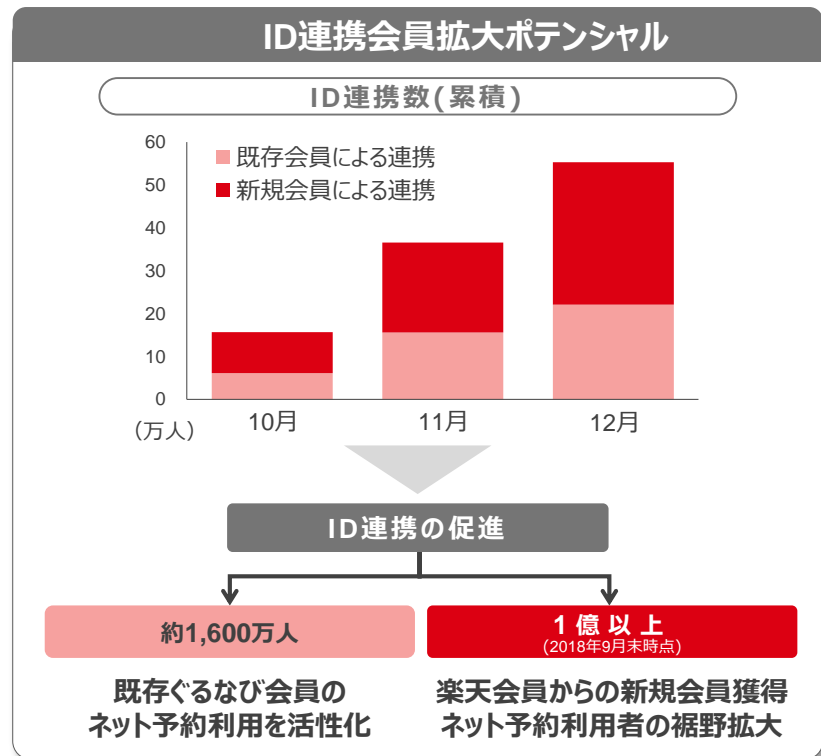
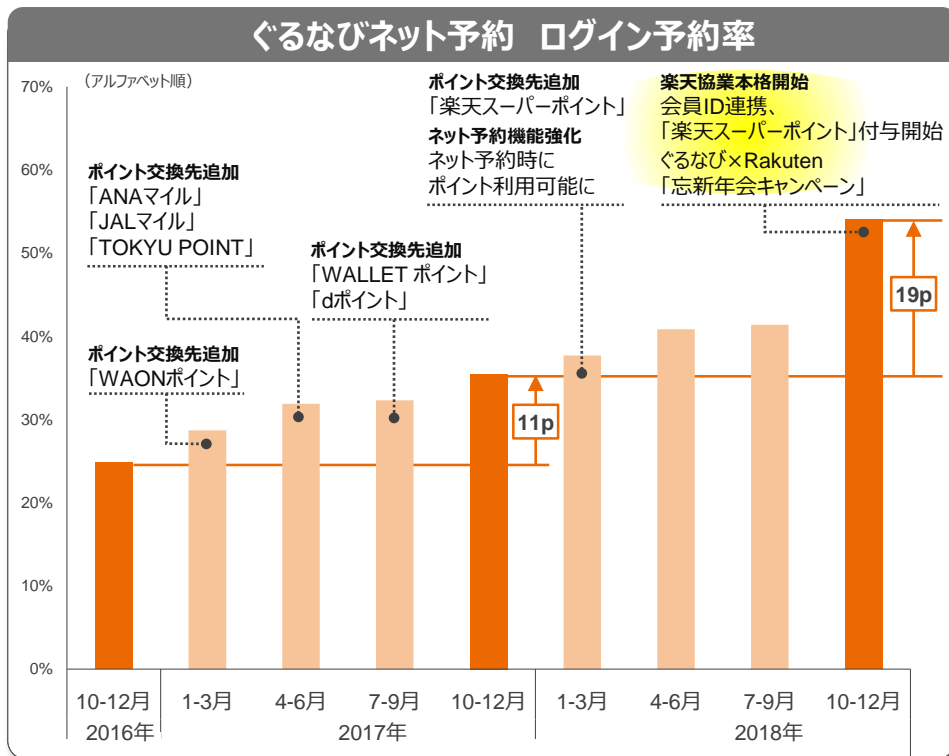


**会員ID連携を促進し、ネット予約を一層拡大
 送客力・加盟店満足度の向上を通して契約の減額・解約を抑制**

● 楽天株式会社との協業 ～ネット予約サービスにおける連携②～

ログイン利用の増加
 蓄積データの質向上へ

ID連携は着実に進捗
 さらなる拡大を目指す



ログイン利用者の拡大により行動履歴データを拡充
 蓄積データを活用したサービスの改善ならびに新商品を開発

●他サービスとの連携

当社の持つ飲食店情報・システムを有効活用

(アルファベット順)

「Instagram」

10/23

▼Instagramビジネスプロフィール



▼ぐるなび予約ページ



国内初のパートナーとしてレストラン予約システムを提供
Instagramビジネスプロフィールから、ネット予約が可能に

「Google で予約」

10/23



即予約可能な席在庫情報を提供 Googleの検索結果
やGoogle Mapsから、ぐるなび加盟店へ直接予約

活用店舗は着実に拡大、加盟飲食店への予約送客の強化へ

● 他サービスとの連携

当社の持つ飲食店情報・システムを有効活用

12/3

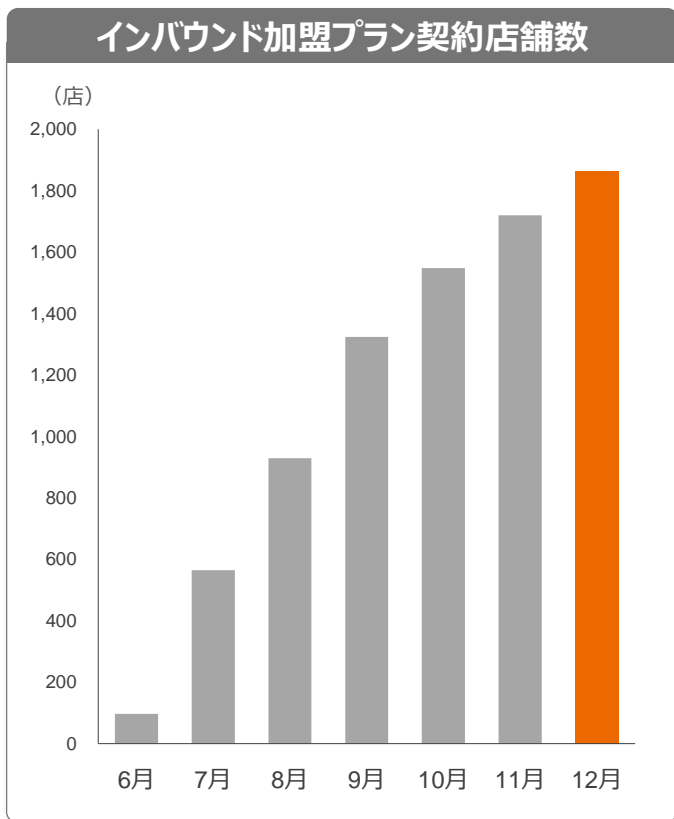
「SmartNews グルメガイドAd」(掲載課金型)



加盟飲食店ページへの流入拡大ならびに送客を強化

●インバウンド対策

ぐるなび外国語版を軸に、インバウンド需要の取り込みを支援



楽吃購!日本
TRAVEL GUIDE

台湾、香港において多くのユーザーを擁する日本観光情報サイト「楽吃購(ラーチーゴ)！日本 タイアップ記事広告」

1 台湾・香港人のライターが直接取材・執筆

「日本のトレンド」「旅行者のニーズ」を把握したライターが執筆
 日本側の「伝えたい情報」を旅行者が「欲しい情報」に変換して発信



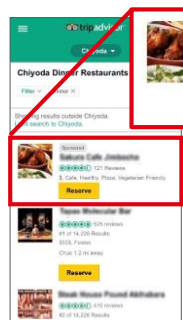
2 記事ページ上にはチャット予約機能

チャットボット機能により、希望日時や人数等を把握
 予約内容を確認後、予約事務局のオペレーターがお店へ電話にて予約依頼

10/30

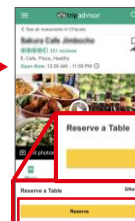


「トリップアドバイザー 上位表示商品」



1 各種検索結果において上位表示

該当店舗が複数の場合ローテーション表示



2 ネット予約は、ぐるなび外国語版店舗ページと連携



▲ぐるなび外国語版店舗ページ

12/18

オプション商品の拡充を進め、
 インバウンド加盟プラン契約店の単価アップを図る

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**

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

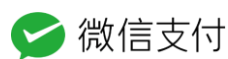


1,000人のサポート体制をベースに事業を展開

連携・協業
の推進



楽吃購!日本
TRAVEL GUIDE



(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



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／2017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、6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

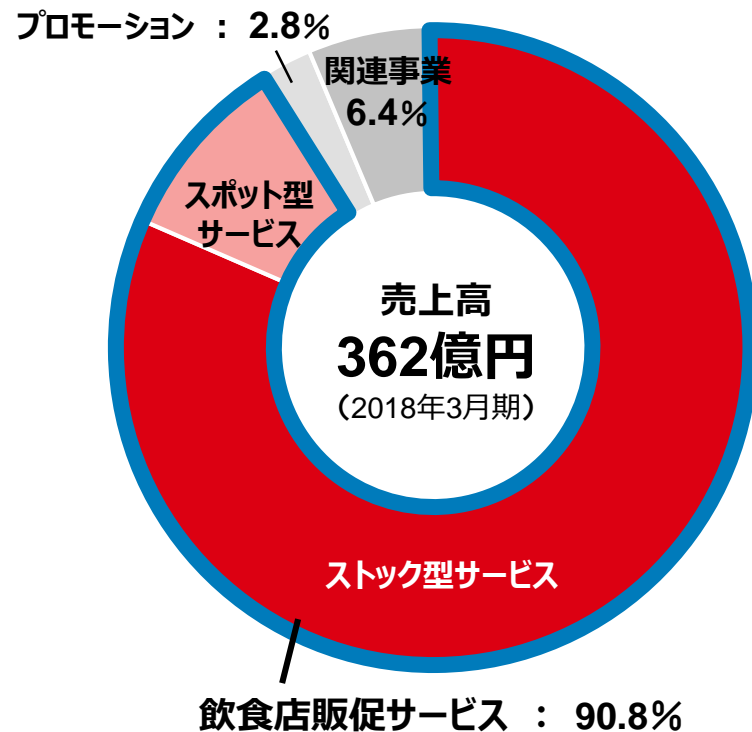
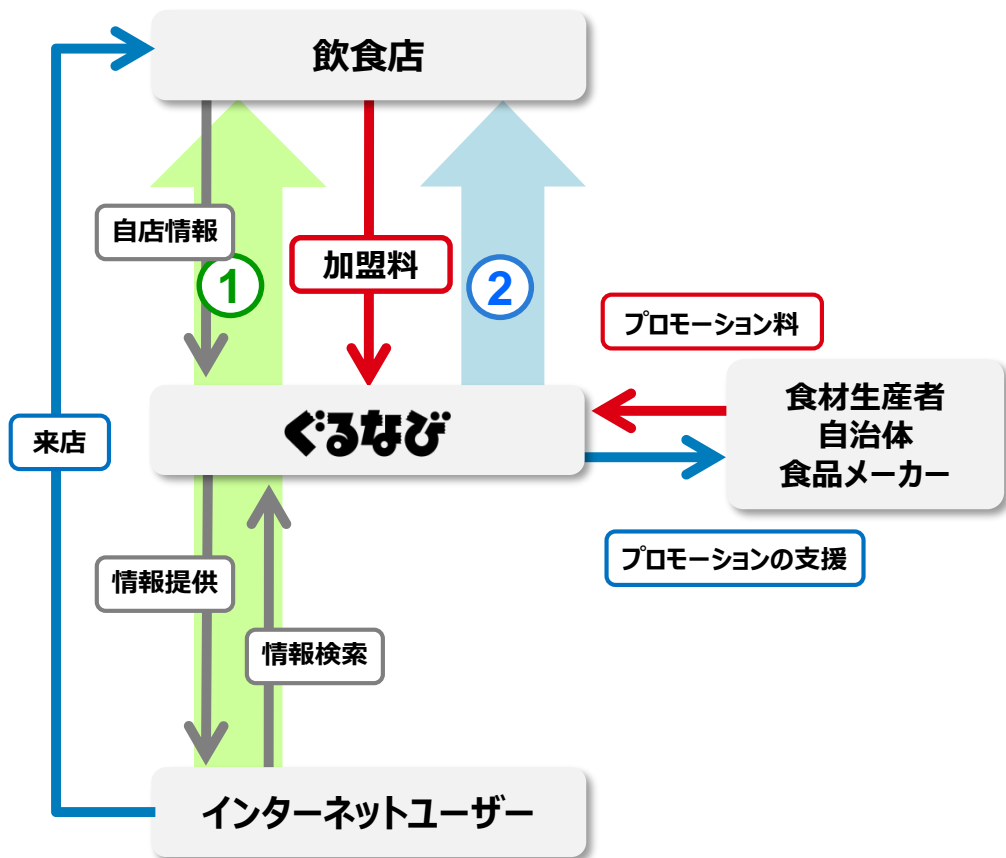
新規顧客の獲得のみならず、リピーターづくりが重要に

**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**

シェフを表舞台に

11/4

新時代の若き才能を発掘する
日本最大級の料理人コンペティション
「RED U-35 2018」開催



偉大な料理人になることを目指す若手料理人の支援

- 新しい世代の、新しい価値観を持つ料理人を日本の食業界の総力を挙げて発掘・支援
- 本大会を通し、未来を担う料理人たちが鼓舞され、大きな目標を抱き、これからの日本の料理界全体の価値向上に繋がることを目指す

日本の食文化を後世に

12/6

優れた日本の食文化を人々の共通の
遺産として記録に残し、保護・継承するために
「今年の一皿」発表



日本の食文化のさらなる発展に貢献

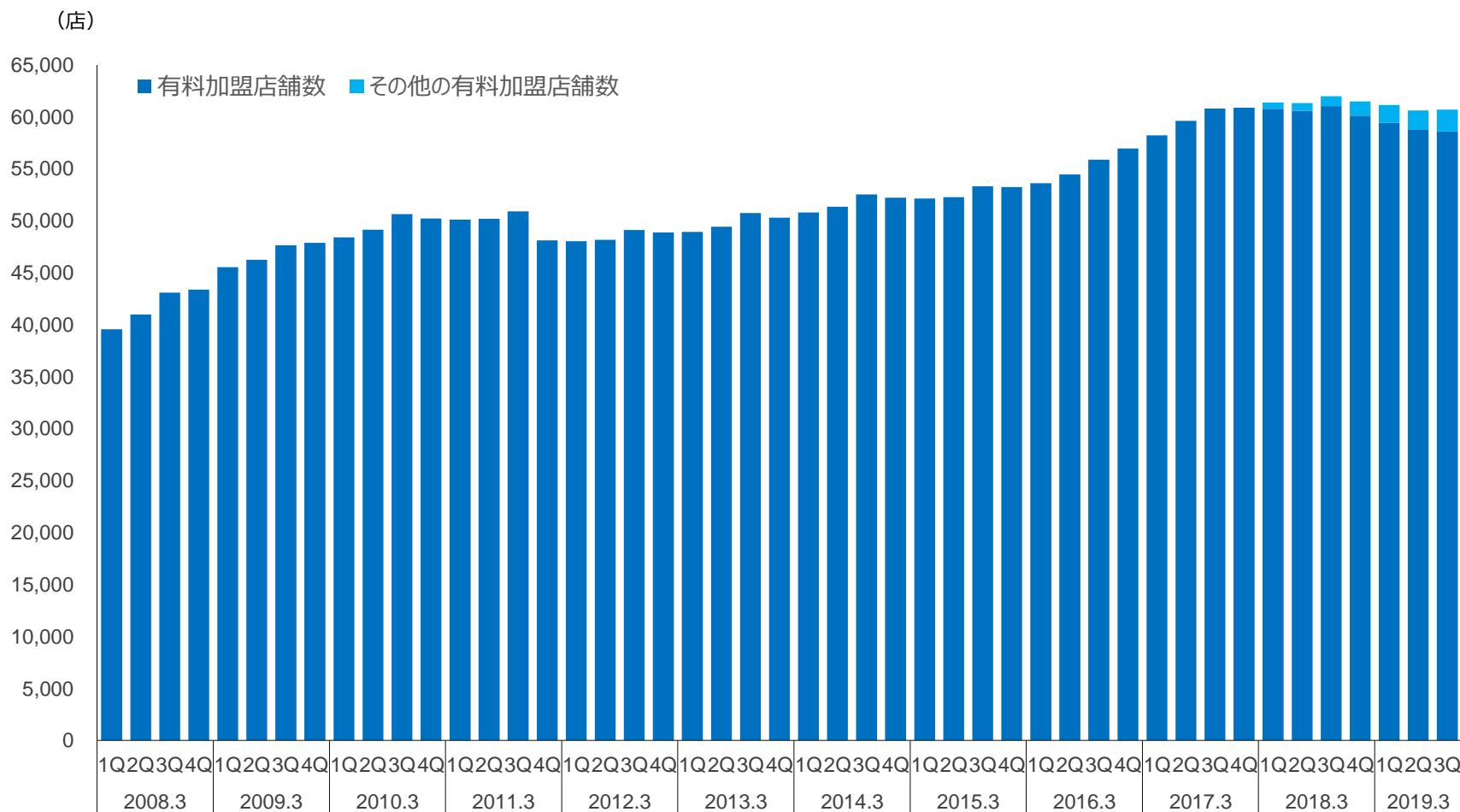
- ぐるなびの持つ食のビッグデータ※を活用し、ぐるなび会員アンケート、メディア関係者による審査を経て、その年の世相を反映した「食」を決定
- 日本の優れた食文化を国内外に向けて発信

※ 飲食店情報サイト「ぐるなび」を通じて発信される飲食店の一次情報およびぐるなびユーザーの閲覧・行動履歴データ等

2019年3月期 第3四半期 実績

総有料加盟 (含むその他の有料加盟) **60,712店** (前年同期末比 ▲1,274店 ▲2.1%)

有料加盟 **58,608店** (前年同期末比 ▲2,437店 ▲4.0%)



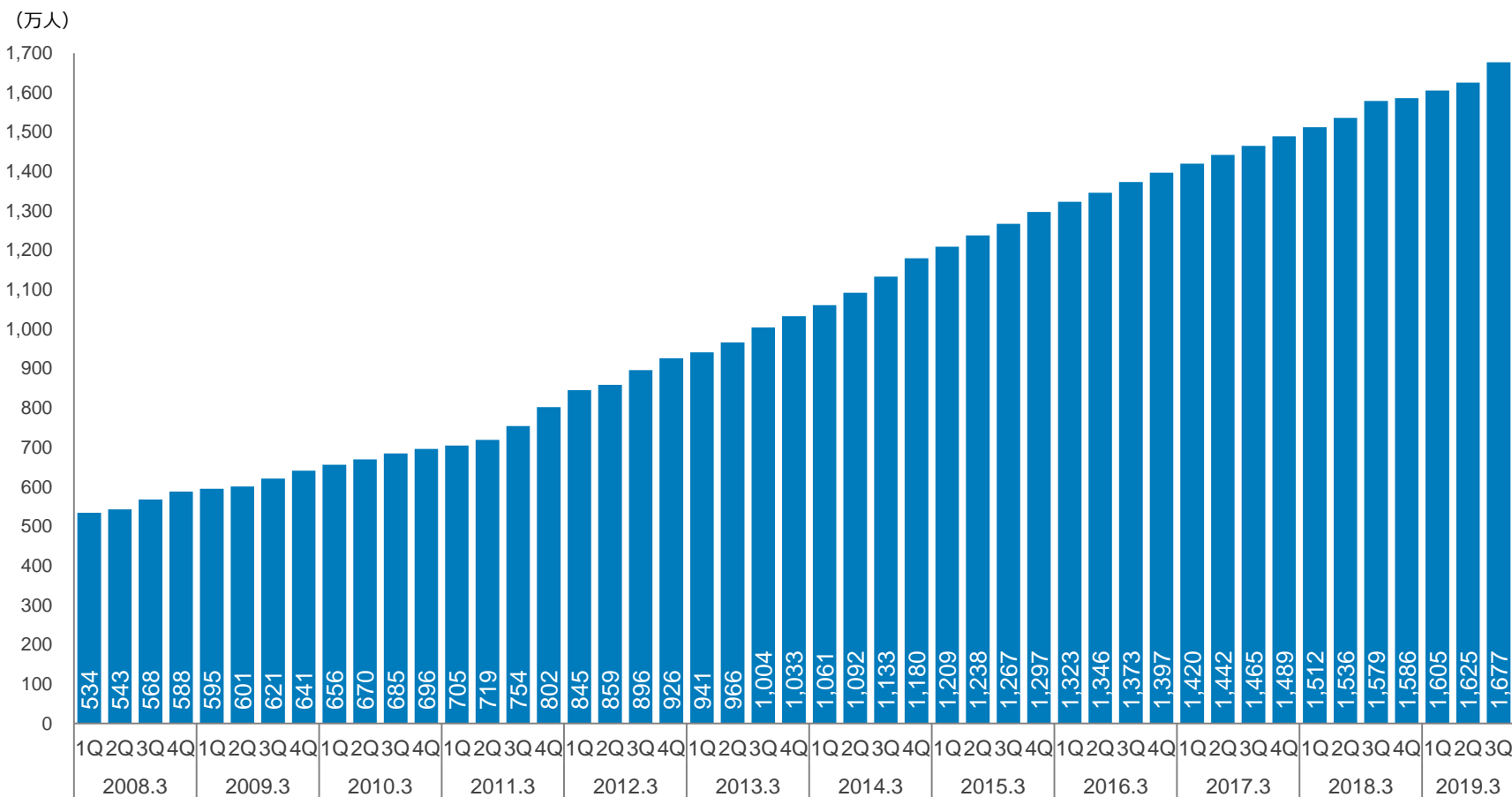
■ **月間ユニークユーザー数** : **6,100万人** 2018年12月現在、・2017年12月は6,500万人

■ **ぐるなび会員数** : **1,677万人** 2019年1月1日現在、・2018年1月は1,579万人

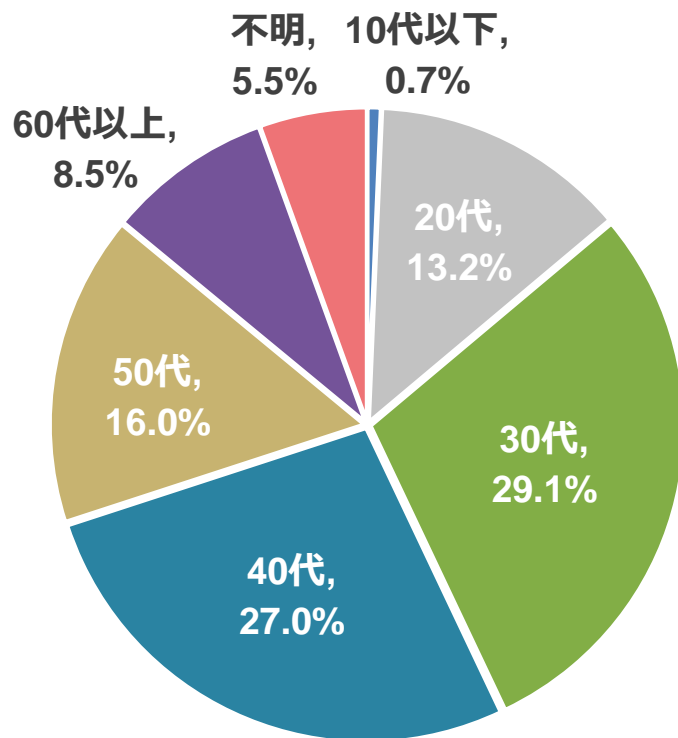
※ 月間ユニークユーザー : 月間で「ぐるなび」を見たブラウザ数

※ ぐるなび会員数 : 「ぐるなび」に登録しているユーザー数

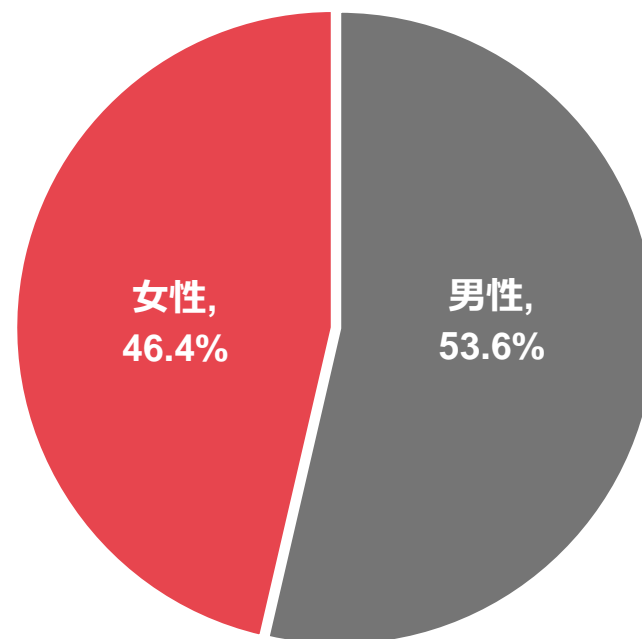
ぐるなび会員数の推移



年代別利用属性



性別利用属性

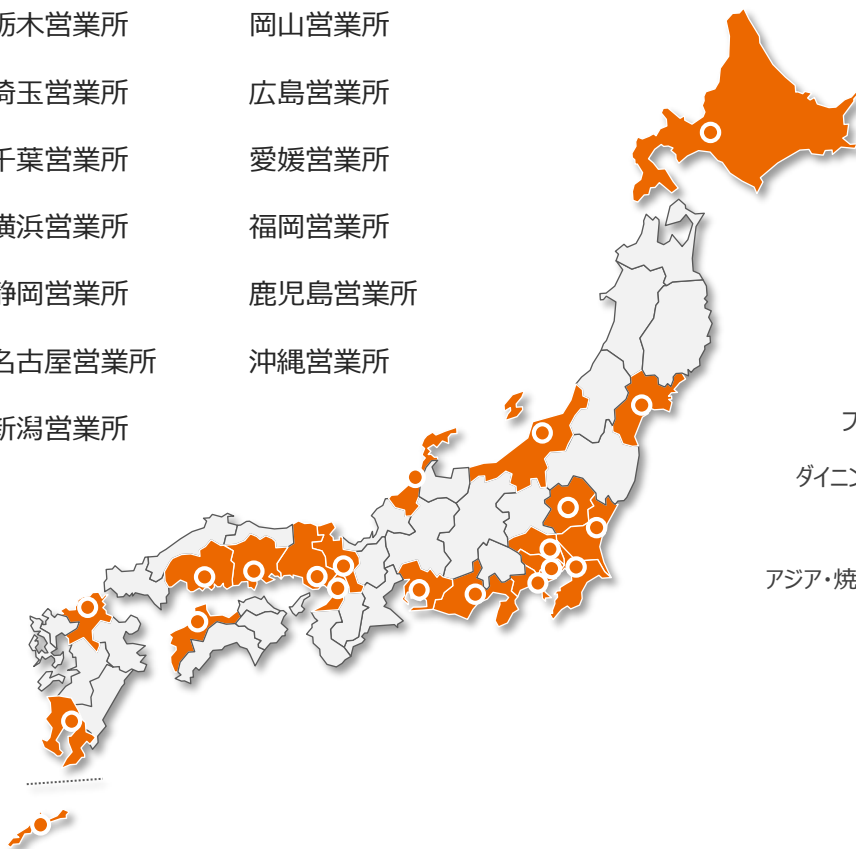


出典：ぐるなび会員情報
(2018年12月時点)

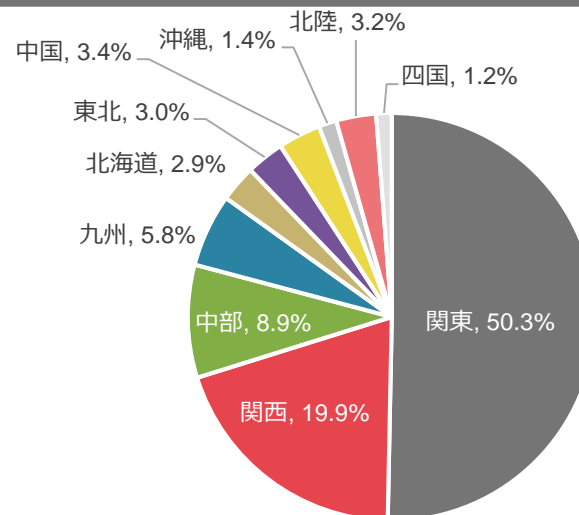
ぐるなびの利用属性は男女差が少なく、幅広い年代から利用されています。また当社アンケートによると、お店を選ぶ際に、メニューや雰囲気を選ぶ傾向にあり、割引目当てでない優良顧客が多いという結果が出ています。

全国21箇所の営業所を拠点に事業を推進

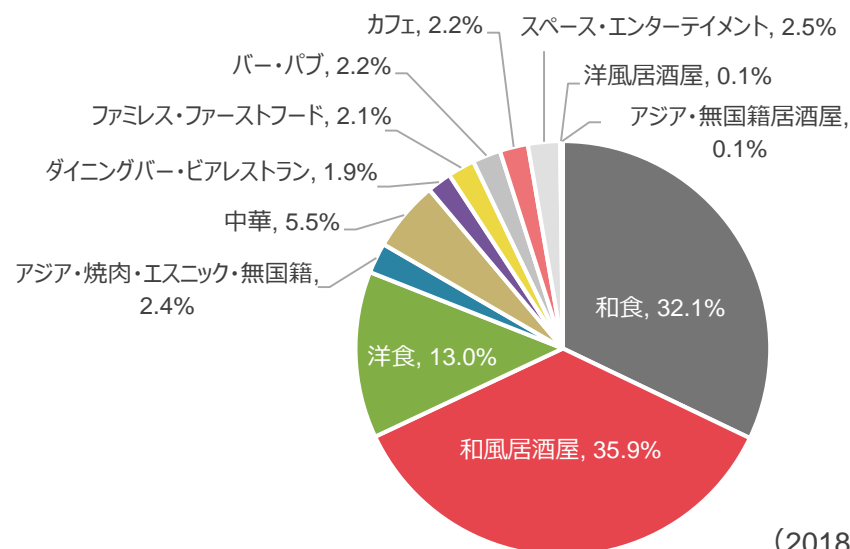
- | | |
|--------|--------|
| 東京本社 | 金沢営業所 |
| 北海道営業所 | 大阪営業所 |
| 仙台営業所 | 京都営業所 |
| 茨城営業所 | 神戸営業所 |
| 栃木営業所 | 岡山営業所 |
| 埼玉営業所 | 広島営業所 |
| 千葉営業所 | 愛媛営業所 |
| 横浜営業所 | 福岡営業所 |
| 静岡営業所 | 鹿児島営業所 |
| 名古屋営業所 | 沖縄営業所 |
| 新潟営業所 | |



エリア別加盟店割合

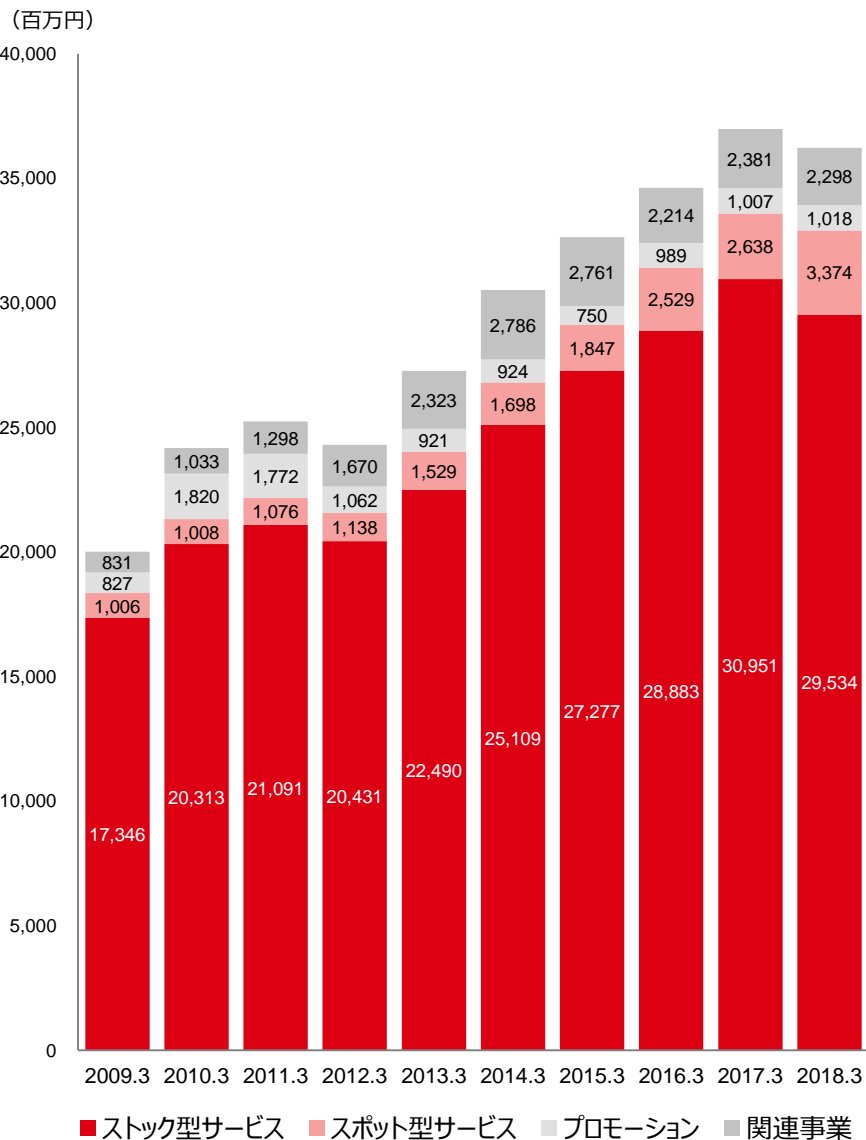


業態別加盟店割合

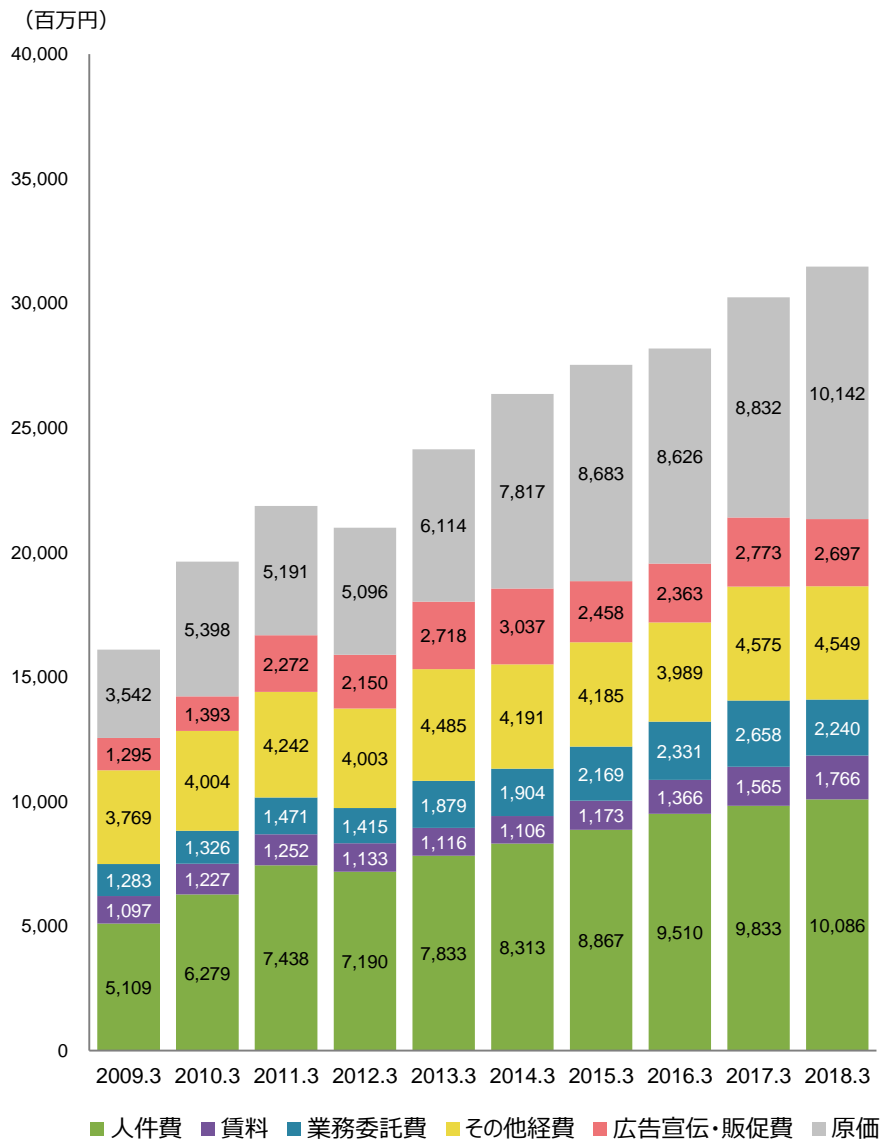


(2018年12月時点)

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	2019.3 Q2	2019.3 Q3
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	6,417	6,385
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	691	1,166
飲食店販促サービス <i>c</i> <i>a+b</i>	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	7,108	7,552
プロモーション <i>d</i>	152	213	307	315	155	189	262	399	152	195	266	403	144	174	322
基盤事業計 <i>e</i> <i>c+d</i>	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	7,282	7,874
関連事業 <i>f</i>	493	494	632	594	520	508	676	676	515	516	631	635	534	513	634
合計 <i>g</i> <i>e+f</i>	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	7,795	8,509

(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	2019.3 Q2	2019.3 Q3
ストック型サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU) <i>h</i> *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	36,191	36,279
飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU) ① <i>i</i> *2	-	-	-	-	-	-	-	-	44,292	43,772	46,718	43,667	40,933	38,911	41,493
飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU) ② <i>j</i> *3	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	40,091	42,902

*1) 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、有料加盟店舗数 (期首期末平均) で除して算出 $h=2/3*a/(l_{t-1}+l_t)$

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

*3) 飲食店販促サービスの店舗当たり契約高 (ARPU) ②: 飲食店販促サービス売上を、有料加盟店舗数 (期首期末平均) で除して算出 $j=2/3*c/(l_{t-1}+l_t)$

(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	2019.3 Q2	2019.3 Q3
総有料加盟店舗数 <i>k</i> <i>l+m</i>	53,628	54,458	55,894	56,967	58,226	59,612	60,816	60,886	61,383	61,328	61,986	61,482	61,157	60,629	60,712
有料加盟店舗数 <i>l</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	58,747	58,608
その他の有料加盟店舗数*4 <i>m</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	613	722	941	1,359	1,705	1,882	2,104
無料加盟店舗数 <i>n</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	89,927	89,584

*4) 基本加盟契約を締結していない有料加盟店

(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11名、監査役5名(内、社外4名)
大株主 上位10名 (2018年9月末)	滝 久雄 17.8%、楽天(株) 10.0%、(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%、日本トラスティ・サービス信託銀行(株)(信託口9) 1.9%、滝 裕子 1.8%、日本マスタートラスト信託銀行(株) (信託口) 1.7% 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% ※ 持株比率は自己株式(1,882,159株)を控除して計算
総株主数 (2018年9月末)	16,809名
総人員数	単体:1,879名 連結:2,153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3四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。