

2022年3月期決算説明資料

2022年5月13日
株式会社シンクロ・フード <3963>



1 2022年3月期決算概要

2 各事業セグメントの概況

3 Vision/Missionの再定義

4 新中期経営計画

5 2023年3月期業績予想

6 参考資料

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
資本金	5億1,051万円
従業員	129名(連結ベース/正社員/2022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月末に精算終了予定 ※株式会社シンクロ・キャリア(飲食業、給食業特化の人材紹介事業)は 2021年7月1日に吸収合併済み

通期でコロナ影響を受けながらも、
売上高、営業利益ともに前期から大きくV字回復

		前年同期比
連結業績 ハイライト (通期)	売上高	+64.8%
	営業利益	-
主なトピックス (下期)	✓ 移動販売(キッチンカー)で地域創生を行うモビマルが大阪府門真市と社会実験イベント「LUNCH PARK」を開催(10月)	
	✓ フランチャイズ比較サイト「飲食FC比較」の提供開始(10月)	
	✓ 新市場区分「プライム市場」の選択申請及び上場維持基準の適合に向けた計画書提出(12月)	
	✓ 通期連結業績予想の上方修正(2月)	
	✓ 株式の立会外分売の実施(2月)	

下半期も好調を維持し、 全ての四半期会計期間で営業黒字を達成

(単位:百万円)

	2022年3月期 通期累計(連結)	2021年3月期 通期累計(連結)	前年 同期比	2022年3月期 通期業績予想 (連結)※	対 予想比※
売上高	1,958	1,188	+64.8%	1,955	+0.2%
売上総利益	1,688	962	+75.4%	-	-
販管費	1,237	1,131	+9.4%	-	-
営業利益	450	▲169	-	445	+1.3%
営業利益率	23.0%	-	-	22.8%	+0.2pt
経常利益	452	▲156	-	447	+1.3%
親会社株主に帰属 する当期純利益	339	▲177	-	333	+2.0%

1 求人広告サービスが売上高を牽引、下半期の全社売上高は過去最高

2 下半期から採用を再開、市況の回復・他社媒体の出稿増に伴い広告宣伝費も増加

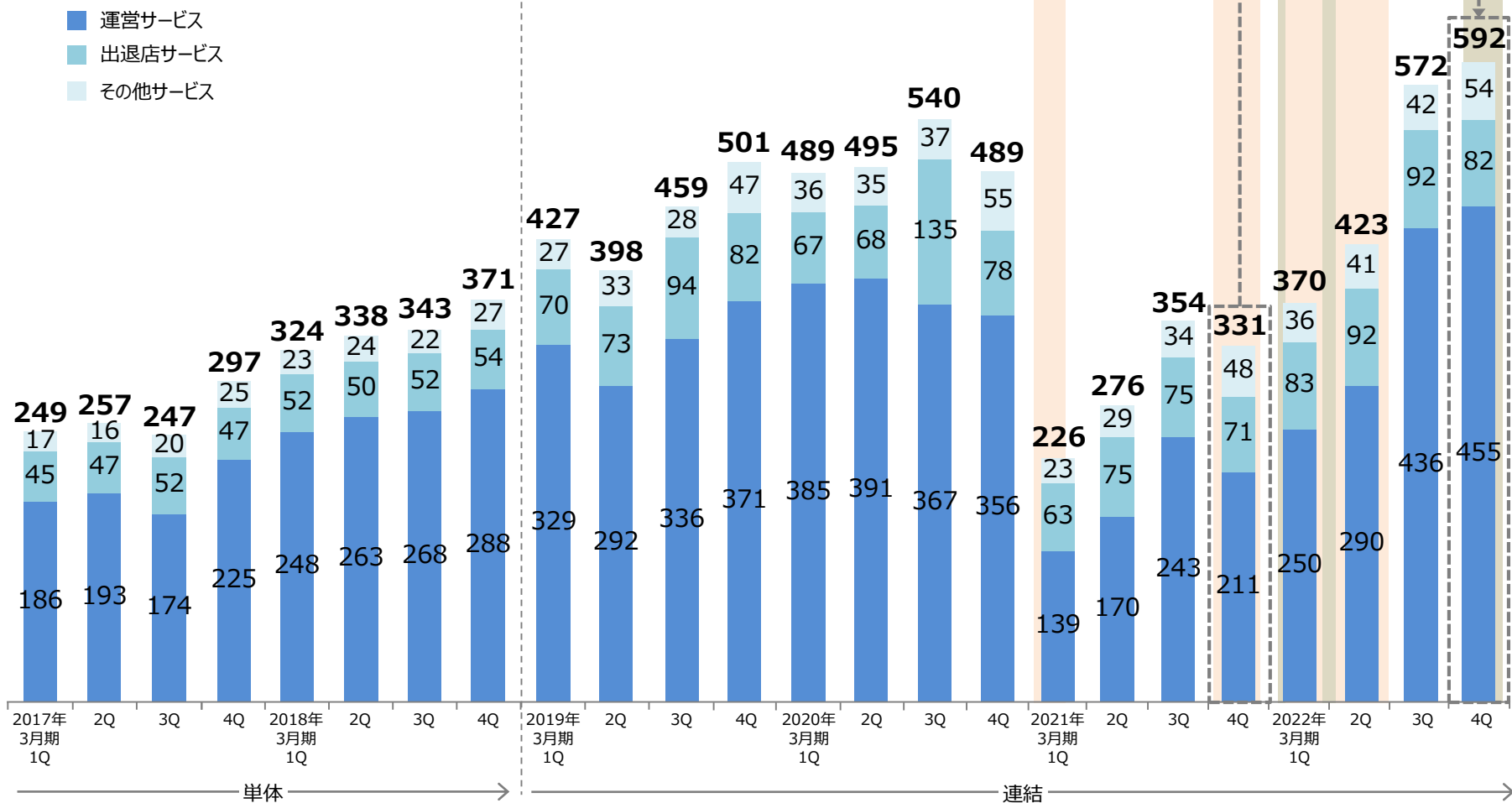
3 前年通期赤字から大幅に回復、下半期はコロナ前の利益水準

※ 2022年4月28日付「業績予想の修正に関するお知らせ」の通り、2022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。

まん延防止等重点措置期間にありながら、4Q売上高は過去最高
(前年同期比+78.8%)

売上高の四半期推移

緊急事態宣言 まん延防止等重点措置 (単位:百万円)



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 Food Job Japan※2 PlaceOrders キッチンカーシェア・マッチング(モバイル) 	<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
	シンクロ・キャリア	<ul style="list-style-type: none"> 人材紹介(飲食)※1 		
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 	M&A仲介事業
	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 	その他事業※1(人材紹介事業)
	シンクロ・キャリア		<ul style="list-style-type: none"> 人材紹介(給食)※1 	
	ニコシゴト		<ul style="list-style-type: none"> 副業マッチング※3 	

※1 2021年7月1日付で連結子会社であった株式会社シンクロ・キャリアは株式会社シンクロ・フードを存続会社とする吸収合併により消滅したため、従来「人材紹介事業」の区分にて表示しておりましたセグメント名称を「その他事業」へ変更しております。

※2 Food Job Japanは2022年1月31日をもってサービスの提供を休止

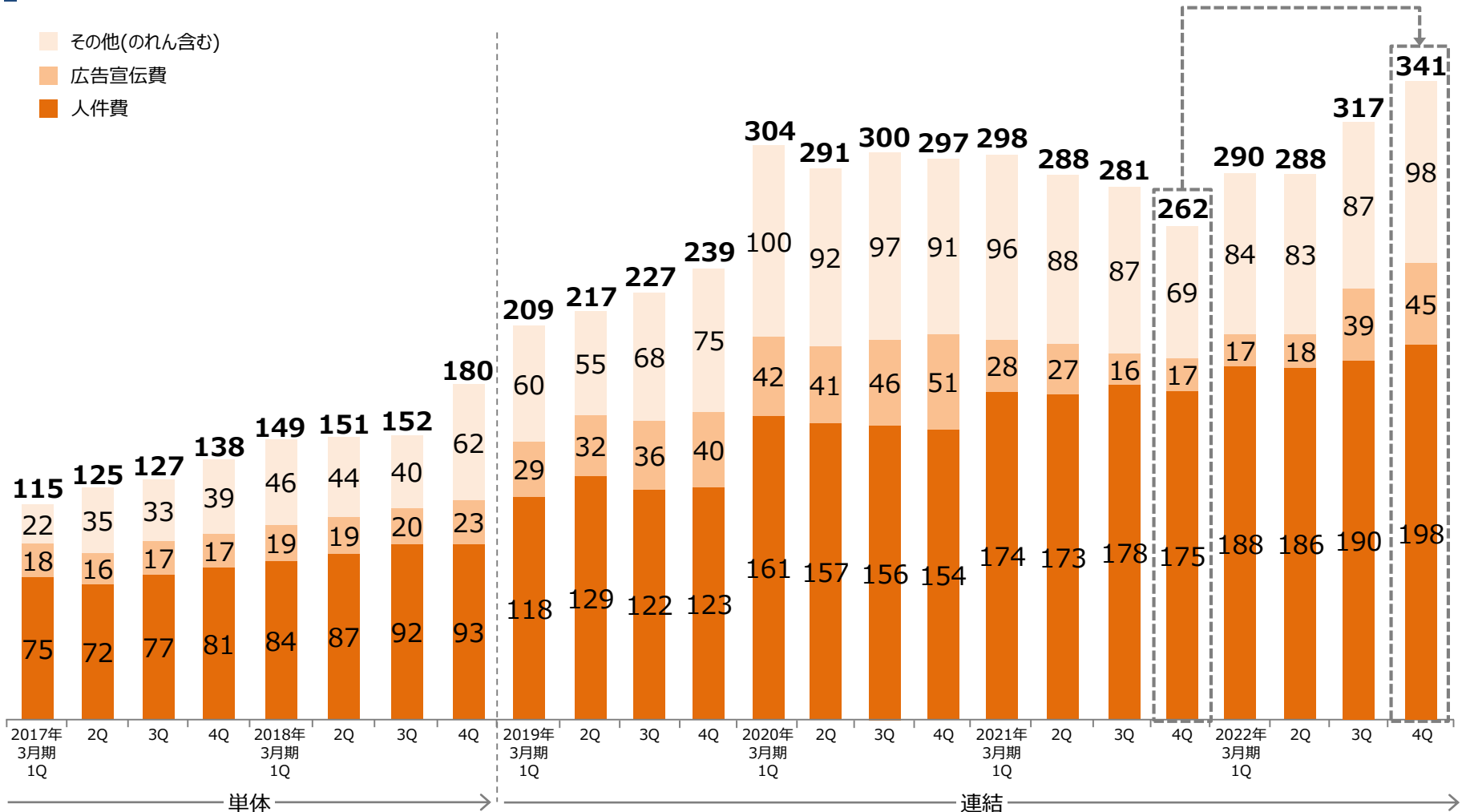
※3 株式会社ニコシゴト(副業マッチング事業)は2022年2月14日付で解散、2022年5月末に精算終了予定

下半期からの採用再開により4Q人件費が増加、
市況の回復に合わせて広告宣伝費も増加(前年同期比+30.1%)

販売費及び一般管理費の四半期推移

(単位:百万円)

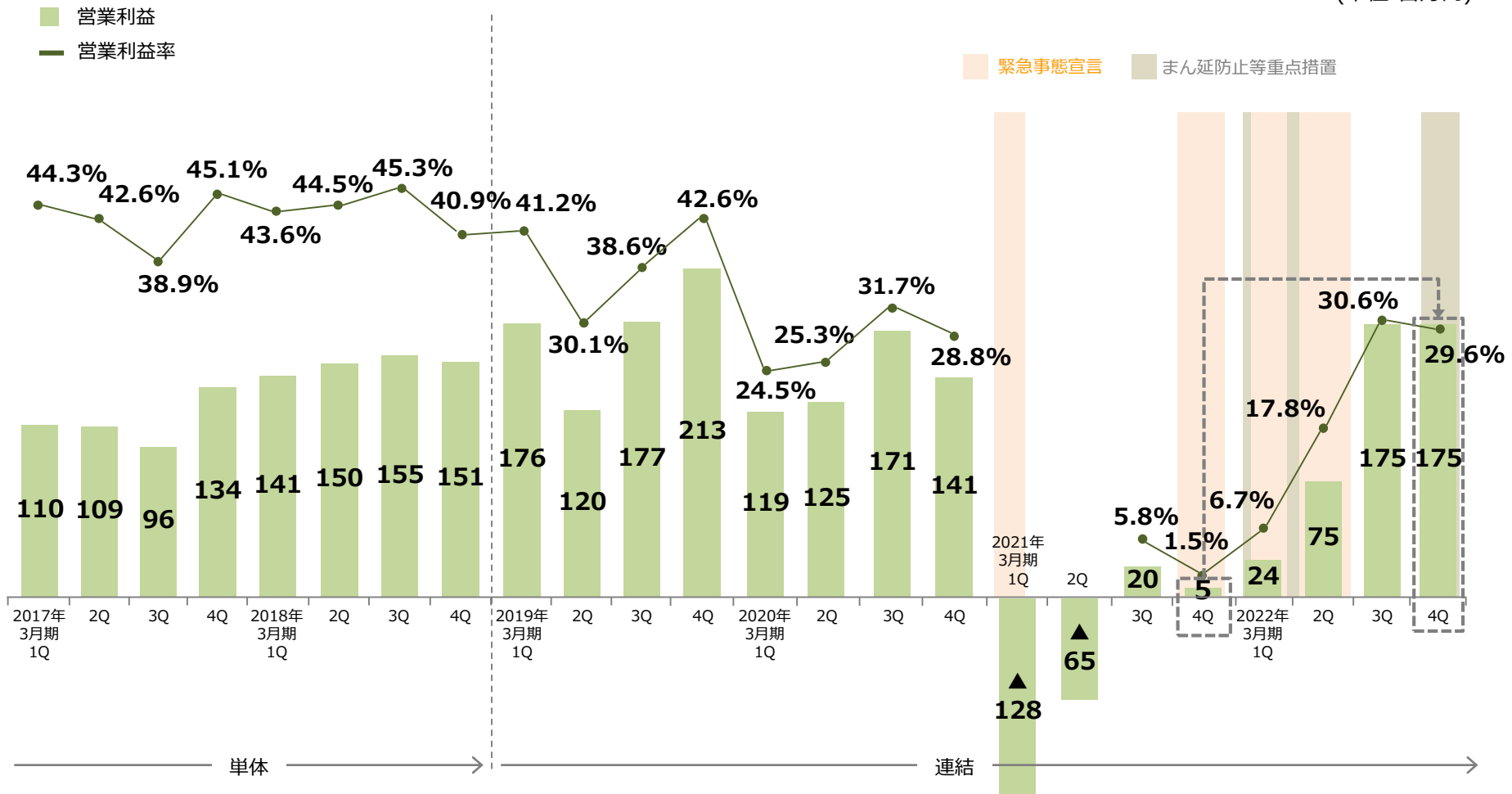
- その他(のれん含む)
- 広告宣伝費
- 人件費



3Qに引き続き、4Q営業利益も大きく回復 (前年同期比+3344.8%)

営業利益の四半期推移

(単位:百万円)



利益剰余金の増加等により純資産が160百万円増加 (2021年12月期末比)

(単位:百万円)	2022年3月期末	前四半期末比	2021年12月期末
流動資産合計	3,217	+7.1%	3,004
現金及び預金	3,087	+7.1%	2,882
固定資産合計	185	+9.0%	170
資産合計	3,403	+7.2%	3,174
流動負債合計	517	+17.2%	441
固定負債合計	14	▲38.4%	23
純資産合計	2,871	+5.9%	2,710

営業活動によるキャッシュフローが11.5億円改善 (2021年3月期比)

(単位:百万円)	2022年3月期	2021年3月期	増減
現金及び現金同等物の期首残高	2,173	2,658	▲485
営業活動によるキャッシュフロー	744	▲405	1,150
投資活動によるキャッシュフロー	119	▲28	147
財務活動によるキャッシュフロー	0	▲51	51
現金及び現金同等物の増減額	864	▲485	1,349
現金及び現金同等物の期末残高	3,037	2,173	864

コストコントロールについては下半期から軌道修正、 他の施策は計画通りに進捗

2022年3月期の方針 ※

結果

1			評価	
コロナ 前提での 施策推進	コスト コントロール の継続	<ul style="list-style-type: none"> ● 2021年3月期に引き続き、グループ全社でコスト抑制を継続 	—	<ul style="list-style-type: none"> ● 上半期販管費は、前年同期比1.5%減と抑制 ● 下半期販管費は、市況の回復に合わせて採用再開・広告宣伝費増加の投資判断を行った結果、前年同期比21.0%増
	代理店営業 の更なる強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 代理店渉外活動及び啓蒙・教育活動を強化 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 受注実績のある営業人員数(ユニーク)が2021年9月末の50名から69名へ順調に推移 ● 専属代理店、一般代理店合わせて22社と契約(2022年3月末時点)
	キッチンカー シェア・マッチング 事業の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業推進体制を拡充、関東・関西エリアでのキッチンカー常設場所数を拡大 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 自治体/鉄道会社/商業施設等との取組みにより常設場所が拡大、イベントも通常実施が可能となり幕張メッセでの大型イベント開催 ● 出店場所182箇所(年間実績ユニーク)、登録台数793台(2022年3月末時点、仮登録除く)
2	更なる成長に向けた準備	<ul style="list-style-type: none"> ● 人材紹介事業を含めた事業ポートフォリオの見直し、前期に取り下げた中期経営計画の再策定 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 株式会社シンクロ・キャリアの吸収合併、株式会社ニコシゴトの解散も含め、グループ全体での事業ポートフォリオの見直しを実施 ● 2023年3月期～2025年3月期の3ヶ年の新中期経営計画を策定

※ 2021年3月期決算説明会資料より(2021年5月14日発表)

- 1 2022年3月期決算概要
- 2 各事業セグメントの概況**
- 3 Vision/Missionの再定義
- 4 新中期経営計画
- 5 2023年3月期業績予想
- 6 参考資料

求人広告が大きく回復し4Q売上高が伸長(前年同期比+87.7%)、
セグメント利益も大幅に増加(前年同期比+466.3%)

売上高及び利益又は損失の四半期推移

(単位:千円)

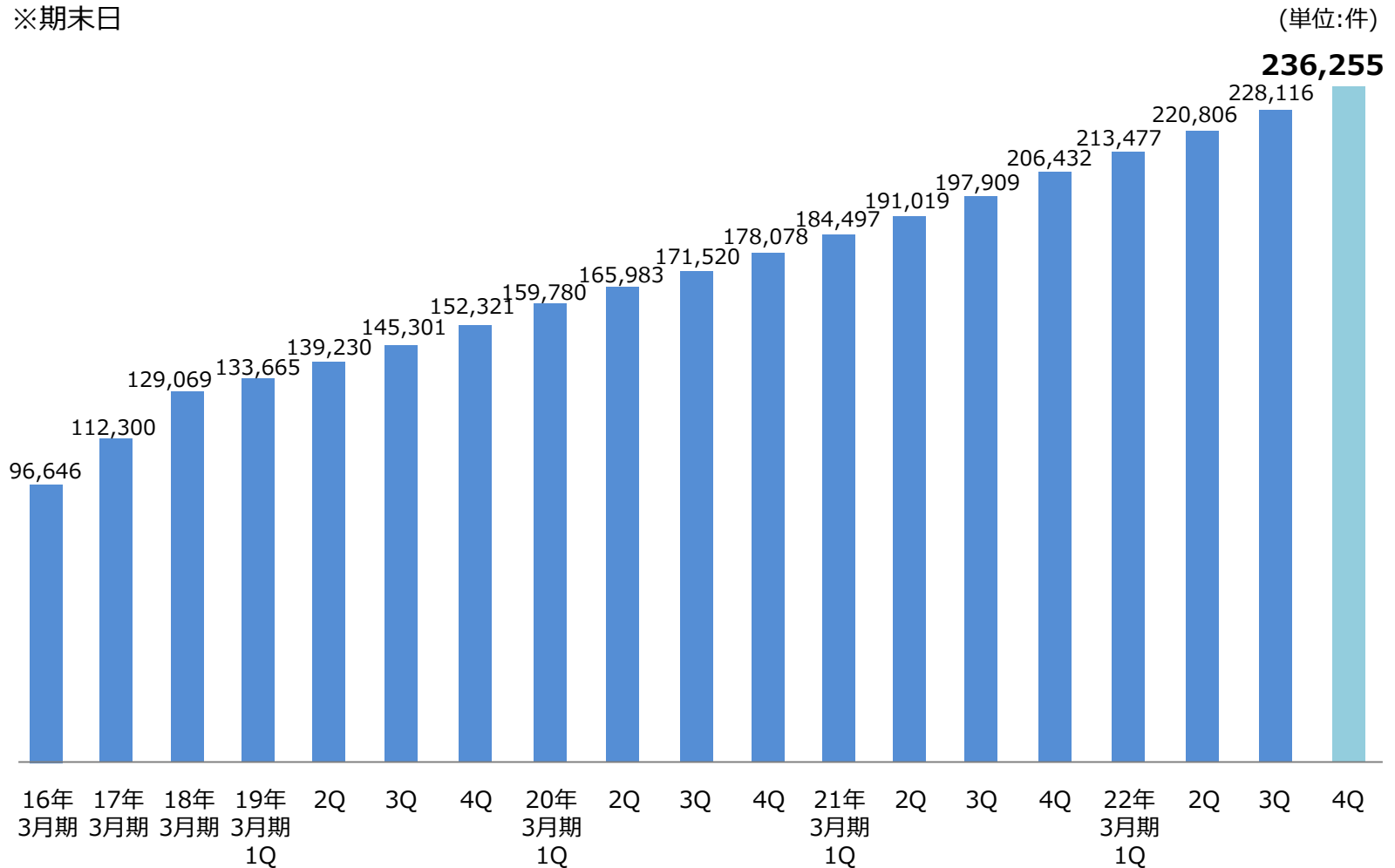
	2021年3月期				2022年3月期			
	1Q 会計期間	2Q 会計期間	3Q 会計期間	4Q 会計期間	1Q 会計期間	2Q 会計期間	3Q 会計期間	4Q 会計期間
売上高	193,376	234,868	321,271	303,224	336,320	382,672	532,303	562,894
外部顧客への売上	191,312	232,804	318,219	299,970	336,317	382,672	532,303	562,894
セグメント間内部売上	2,064	2,064	3,052	3,254	2	-	-	-
セグメント利益又は 損失(▲)	▲96,111	▲51,833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

- ✓ 求人広告は市況の回復に伴い、直販・代理店ともに大幅に伸長
- ✓ 店舗デザインやリサーチサービス等は継続安定
- ✓ 登録ユーザー数、事業者数、求職者数も順調に増加

ユーザー数は順調に増加し、23万件を突破 (前年同期比+14.4%)

飲食店.COMのユーザー数の推移

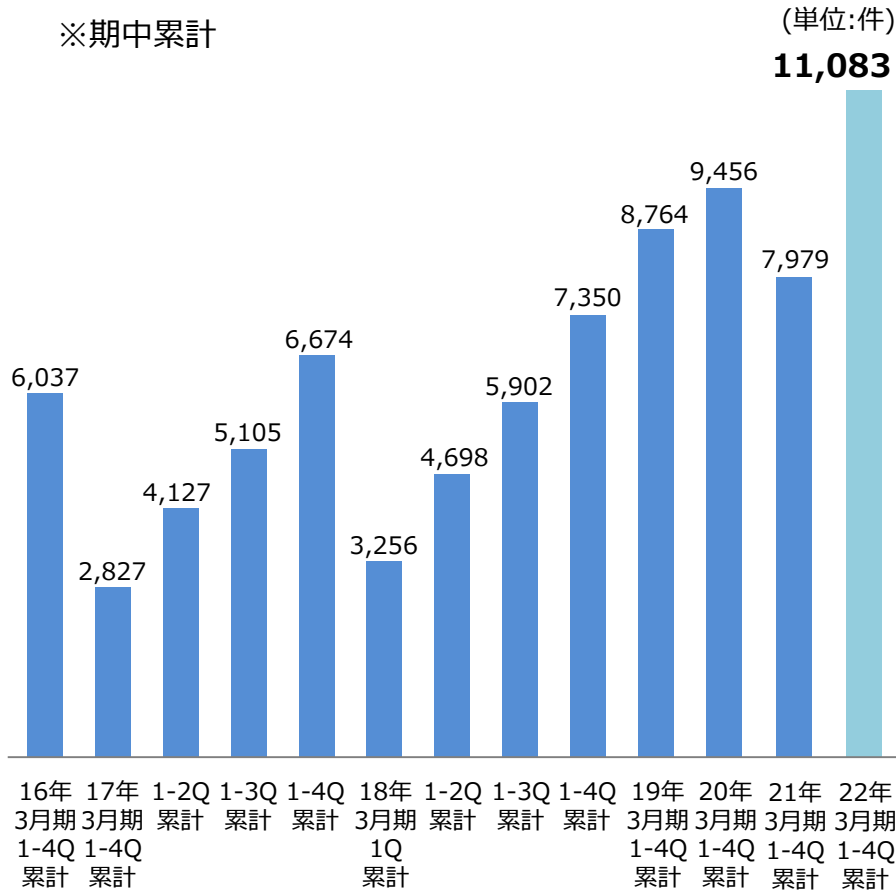
※期末日



有料ユーザー数(前年同期比38.9%増)、 期間単価(前年同期比36.9%増)ともに増加

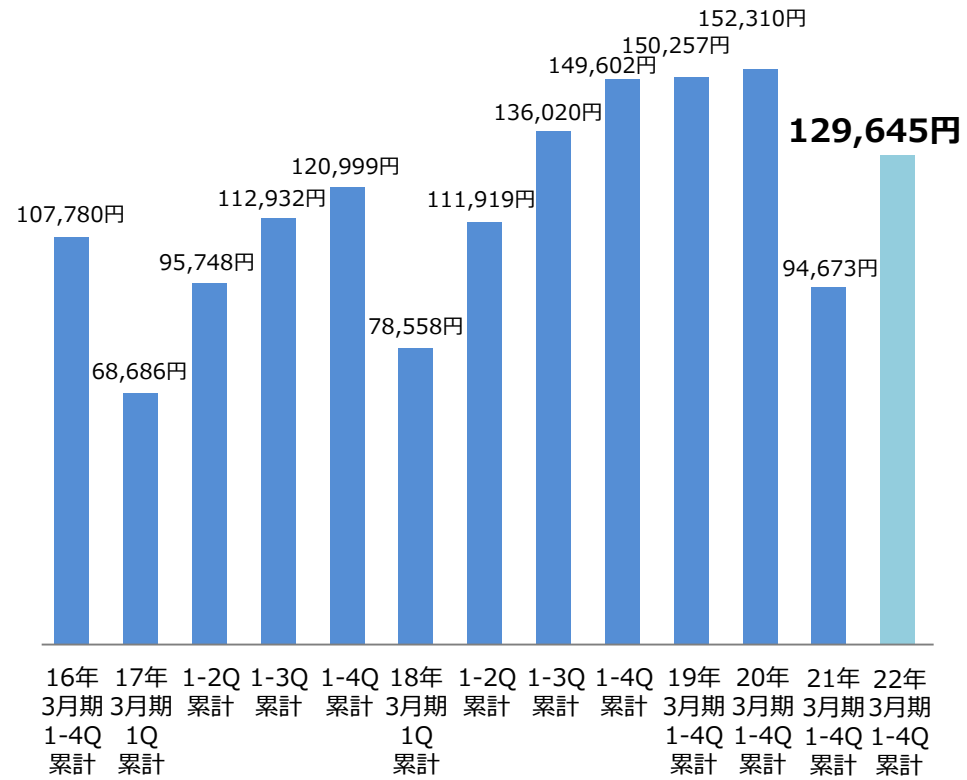
有料ユーザー数の推移

※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.COM、店舗物件探し、厨房備品購入、Food Job Japan(2018年9月より有料化)、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

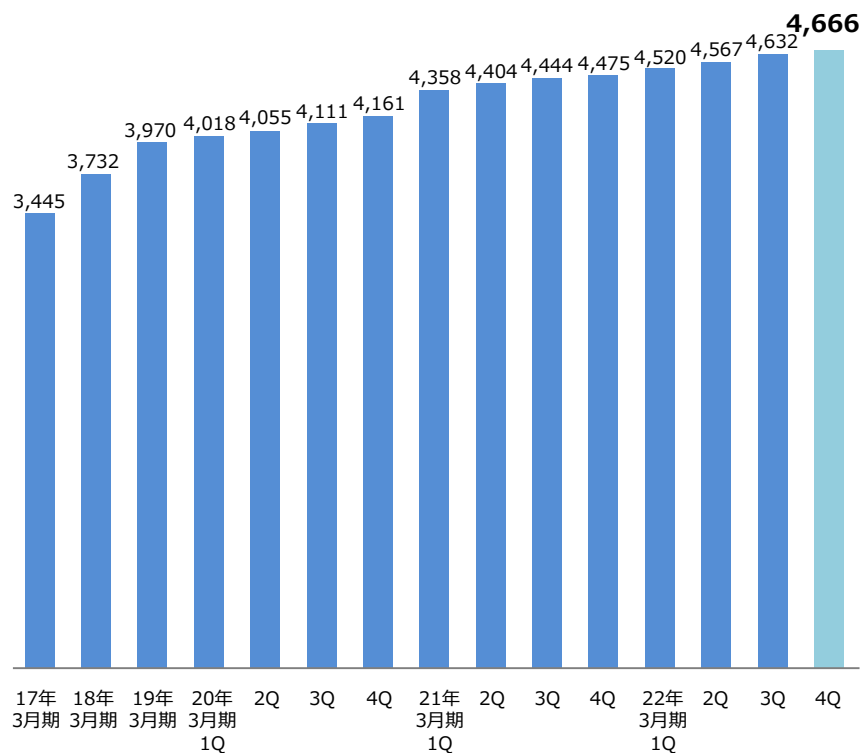
事業者数・求職者数も順調に増加

(事業者数：前年同期比+4.3%、求職者数：前年同期比+15.5%)

事業者数の推移

※期末日

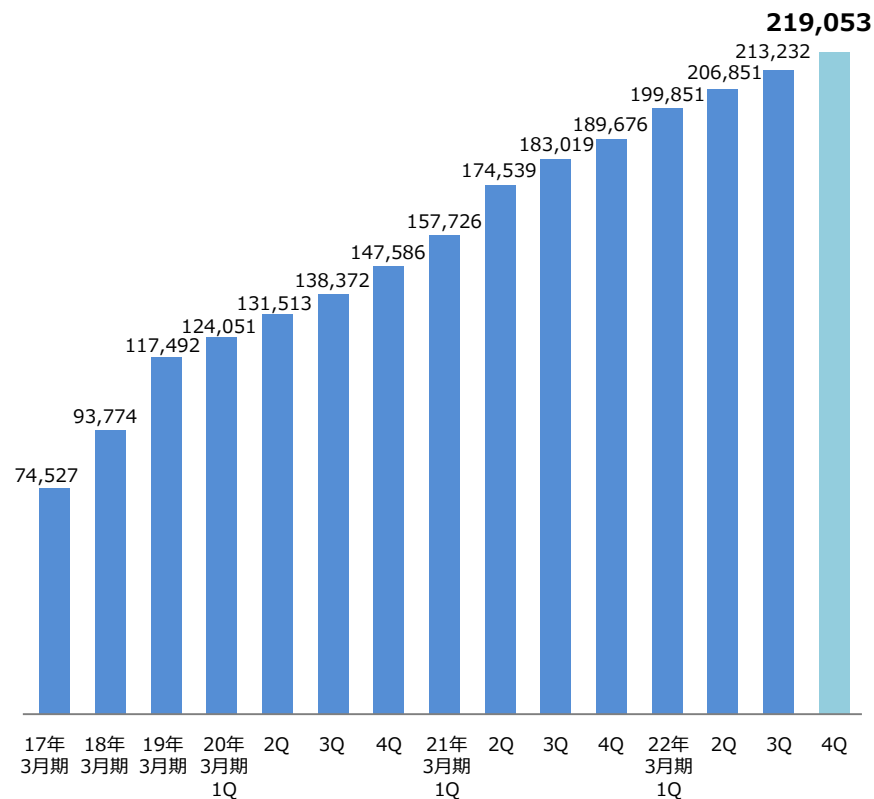
(単位:社)



求職者数の推移

※期末日

(単位:件)

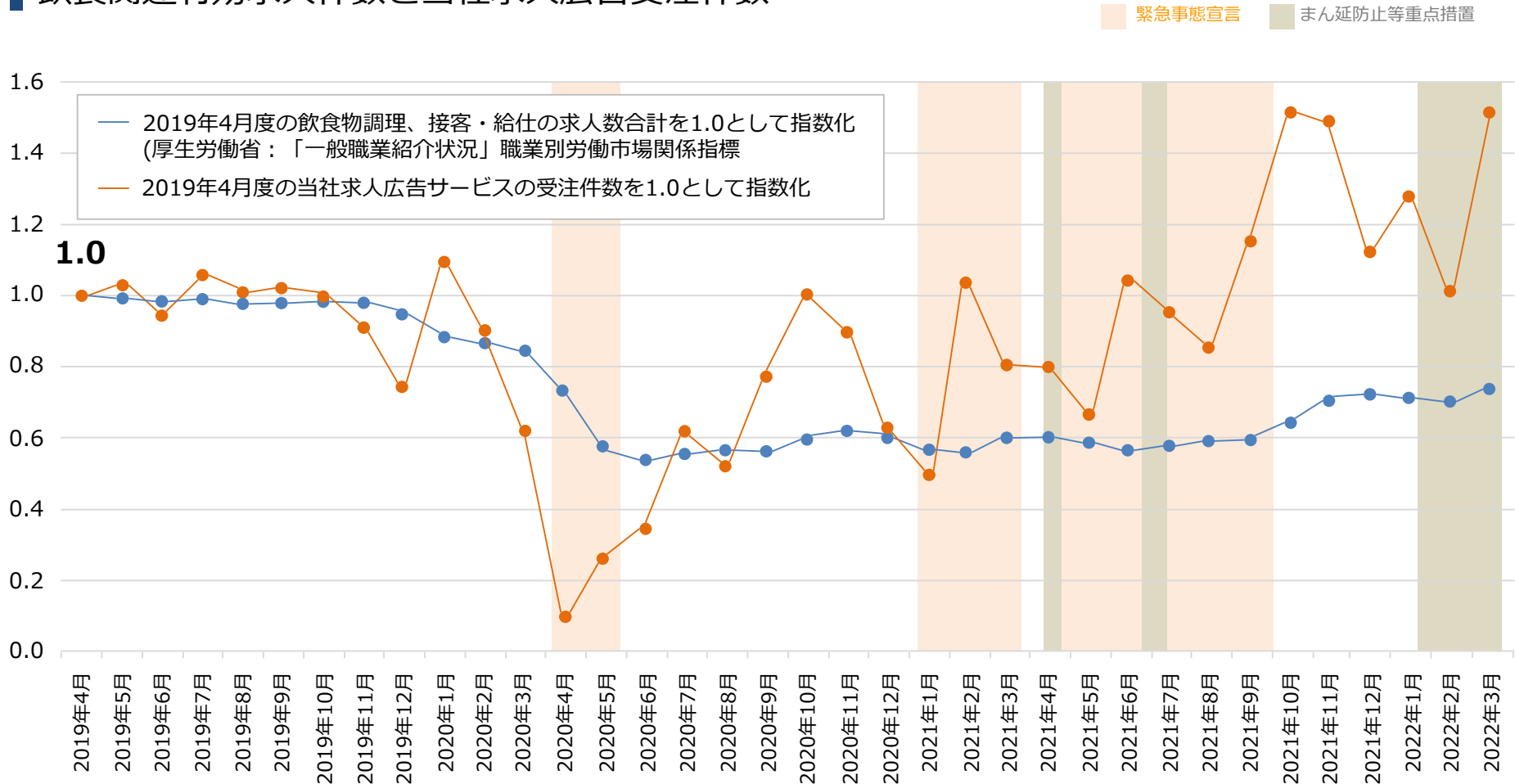


(注)月末時点で登録している不動産会社・デザイン会社・食材仕入会社の合計

(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)

飲食関連有効求人件数の推移に対して、 当社求人広告サービスは市況の回復を上回る水準で伸長

飲食関連有効求人件数と当社求人広告受注件数



売り手の売却意欲鈍化により4Q売上高は停滞 (前年同期比+37.5%)

売上高及び利益又は損失の四半期推移

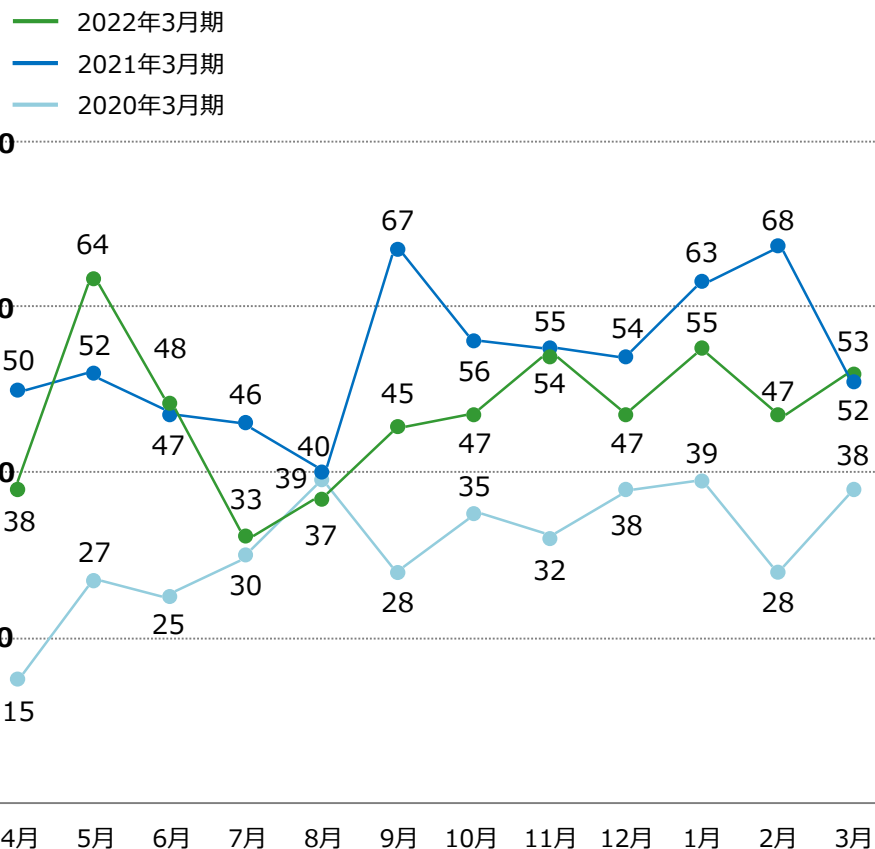
(単位:千円)

	2021年3月期				2022年3月期			
	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
外部顧客への売上	17,986	28,935	27,507	21,342	31,557	40,960	39,748	29,348
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

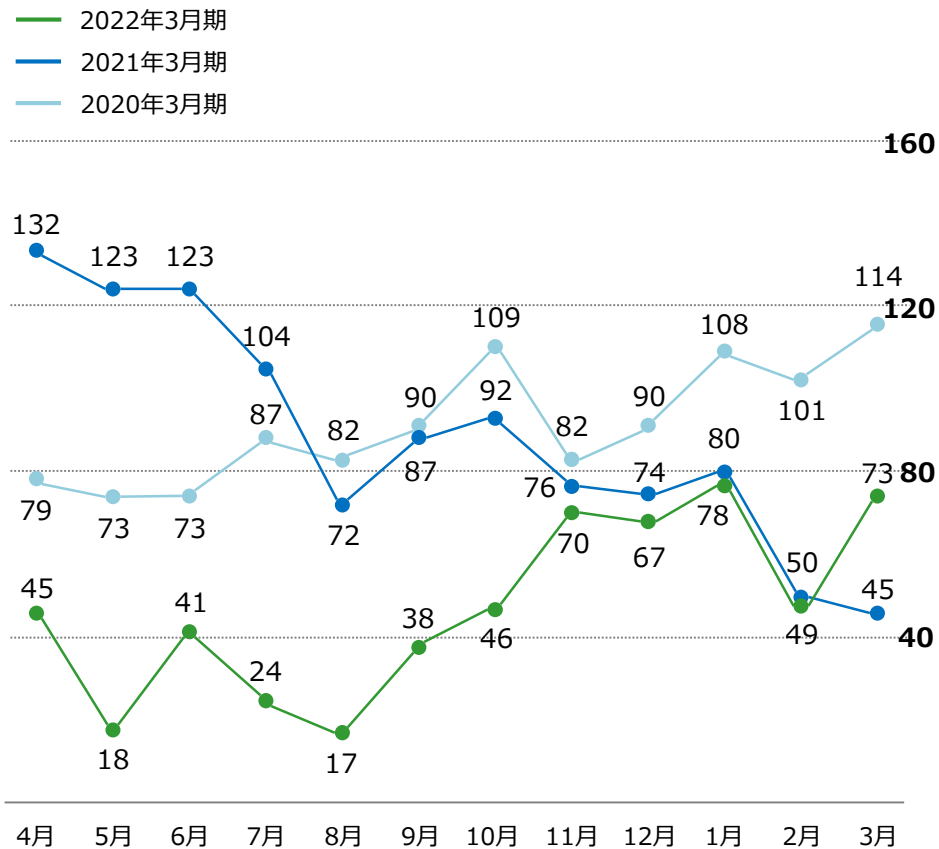
- ✓ 特に4Qでまん延防止等重点措置の影響を大きく受け、M&A仲介、居抜きともに売り手の売却意欲の鈍化により案件が停滞
- ✓ 一方で、アドバイザー体制の強化、成熟度の向上により、M&A通常案件の成約単価はアップ

M&Aは下半期から増加傾向、
居抜きは2022年2月に一時的に落ち込んだが3月に回復

売却相談件数(M&A)の推移



売却相談件数(居抜き)の推移



株式会社シンクロ・キャリアは吸収合併済み セグメント計上無し

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			
	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	17,535	14,482	8,574	9,949	2,418	117	-	-
外部顧客への売上	17,535	14,482	8,574	9,949	2,418	-	-	-
セグメント間内部売上	-	-	-	-	-	-	-	-
セグメント利益又は 損失(▲)	▲19,830	▲14,673	▲16,978	▲13,891	▲2,182	117	-	-

✓ 特記事項無し

※ 2021年7月1日付で連結子会社であった株式会社シンクロ・キャリアは株式会社シンクロ・フードを存続会社とする吸収合併により消滅したため、従来「人材紹介事業」の区分にて表示しておりましたセグメント名称を「その他事業」へ変更しております。

- 1 2022年3月期決算概要
- 2 各事業セグメントの概況
- 3 Vision/Missionの再定義**
- 4 新中期経営計画
- 5 2023年3月期業績予想
- 6 参考資料

- 会社設立以来、飲食店経営を支援する様々なサービスを提供
- 当社の取組みは、これまでに多様な飲食店を誕生させ、消費者の多様な飲食体験を創り出すことに貢献してきたと自負
- 改めてこれまでの取組みを振り返り、会社設立20周年目の節目に、Vision/Missionを再定義(2022年7月から適用)
 - ✓ 飲食店.COMのサービス全体のリブランディングも合わせて実施
 - ✓ 統一感のある新ロゴ・新サービス名称を2022年8月より反映予定

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。**

Message

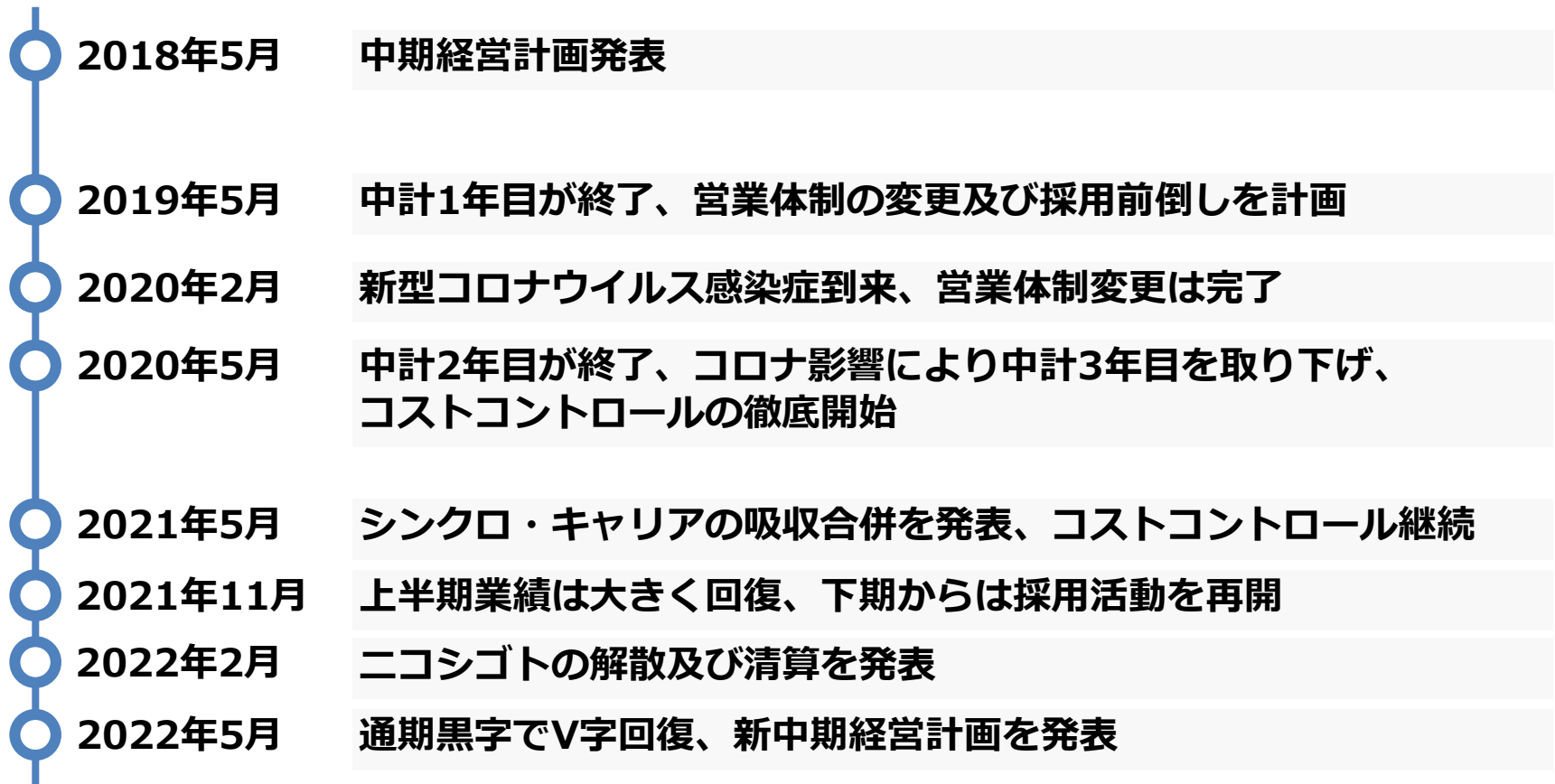
多様な飲食体験を、もっと世界に増やしたい。

私たちは、創業以来、数多くの飲食店の誕生をサポートしてきた。
バラエティ豊かな食の体験が選べる社会は、どんな人にもリアルな喜びを提供し、
日々のしあわせを生み出す社会だと信じている。

だから、わたしたちは飲食業に挑戦する人を応援する。
テクノロジーを駆使して新しい価値を創造し続ける。
業界を盛り上げ、飲食のプレイヤーがより豊かになれるよう行動し、
飲食業に夢と志を持つ人が、その想いを実現できるプラットフォームをつくる。

飲食に関わるすべての人と場をつなぎ、
多種多様な飲食体験から生まれる日々のしあわせを、日本だけでなく世界へと広げる。
それが、シンクロ・フードの存在理由だ。

- 1 2022年3月期決算概要
- 2 各事業セグメントの概況
- 3 Vision/Missionの再定義
- 4 新中期経営計画**
- 5 2023年3月期業績予想
- 6 参考資料



1 飲食業界への関心度の高さ

- 出店意欲のあるユーザーが多く、新規会員登録数が伸長

2 当社既存コア事業の強さ

- 求人広告サービスの回復が市況の戻りよりも早く、コロナ以前の水準以上に成長
- 物件探しやデザイン会社探し等の出店時サービスが堅調

3 当社会員基盤の強さ

- 会員基盤をもとにしたリサーチサービス、比較系サービスが好調

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

- 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

	2021.3期	2022.3期
全国	4.5%	8.4%
東京都	15.2%	26.4%
大阪府	7.2%	13.7%
愛知県	3.1%	6.2%
神奈川県	7.7%	13.7%
福岡県	1.1%	4.3%
兵庫県	3.6%	8.9%
北海道	0.4%	0.7%

※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人未満の店舗を母数として当社試算

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

20億円

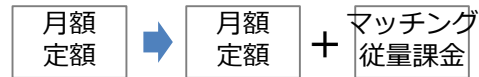
- コロナ禍にあっても新規出店の会員登録が伸長
 - ✓ デザイン会社探し等の出店時サービスは安定的に引合いが強い
 - ✓ 売却相談件数・承継案件数も増加しており、M&A仲介サービスはアドバイザー増強により売上拡大の余地あり

- 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



2.0億円

M&A仲介、
居抜き
サービス強化

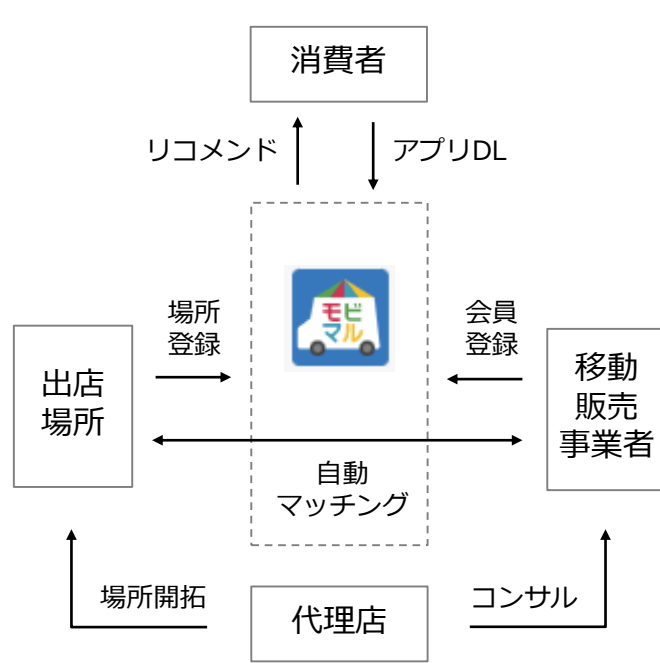
- Webマーケティング強化による案件獲得の加速
 - ✓ コンテンツ充実化、会員向けセミナー、提携先FA・不動産会社の拡充
- 提携を含むアドバイザー体制の更なる強化と成約率向上による売上拡大

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

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 | | ● 周辺住民告知やアプリ登録の促進 |

2025.3期
売上高

3.0億円

運営

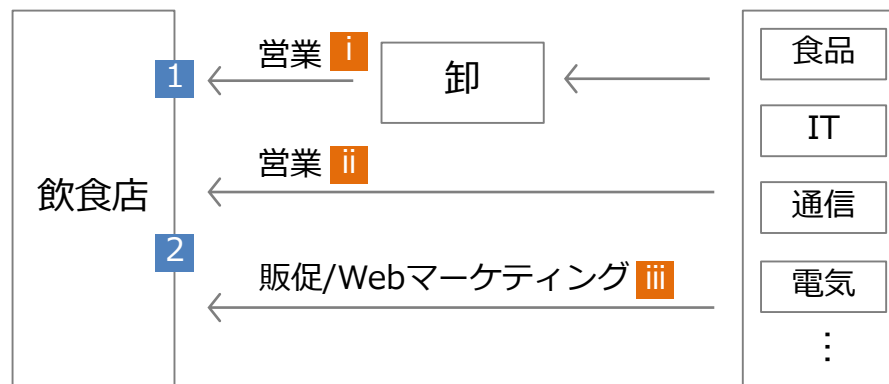
出退店

その他

- 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、23万件を超える会員基盤を有する飲食店.COMの媒介価値は大きい

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.COMの強み

- 23万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

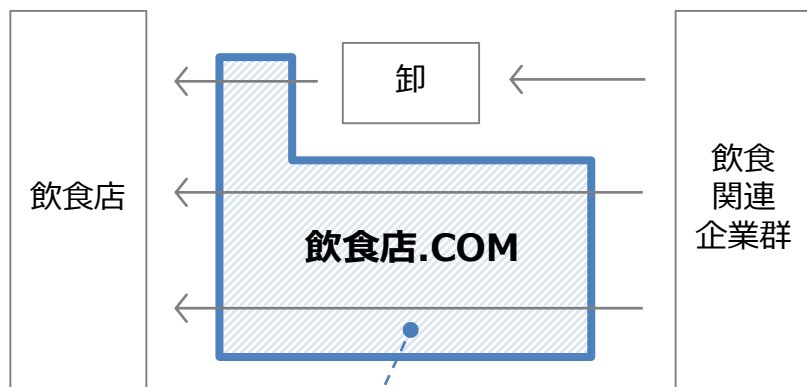
- 飲食店には商品・サービスの選択機会を、飲食関連企業には飲食店への直接販促の機会を提供
 - ✓ 飲食店側：最適な商品・サービスを効率的に選択可能
 - ✓ 飲食関連企業側：飲食店へ直接販促・マーケティングが可能

- 運営
- 出退店
- その他

目指す姿

2025.3期
売上高

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

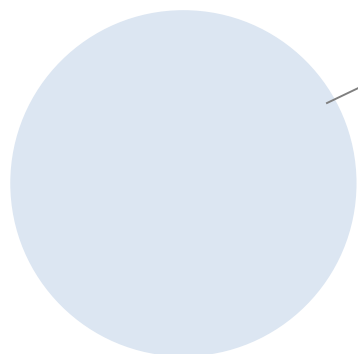
- | | |
|-------------|-------------------------------------|
| メールプロモ/リサーチ | ● モニター会員増加による会員価値向上、代理店による販売チャネル強化 |
| 比較系サービス | ● POSレジ/フランチャイズ比較サービスを他領域へ横展開 |
| メディア化 | ● 飲食店.COMのメディア化により、広告出稿含む更なる販促手段を提供 |

2.0億円

*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

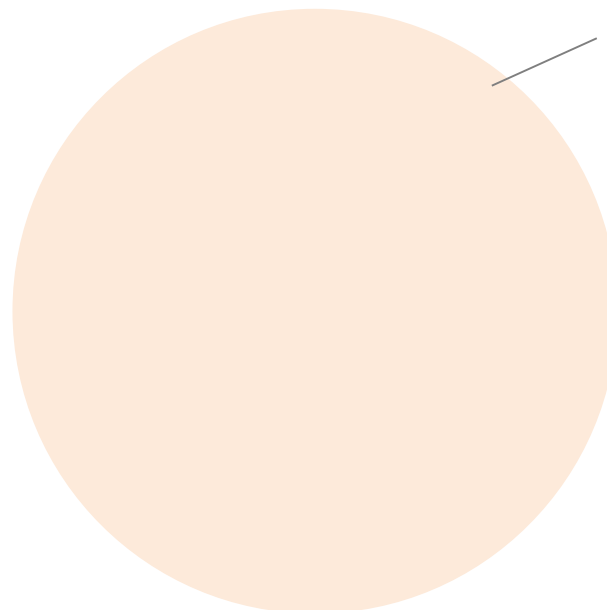
- 求人広告領域の成長余地は大きい
- 最も市場規模が大きいのはデータサービス領域。当社ビジョン実現時には売上高数十億円規模のポテンシャルあり

求人広告サービス領域 210億円



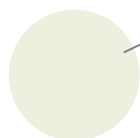
個人企業経営調査(2018年度、総務省)資料から常用雇用者規模5人以上1,000人未満の店舗を母数として当社試算

データサービス領域 640億円



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)及び広告宣伝費率の推計、データサービス対象となる首都圏企業数等から当社試算

プラットフォームサービス領域 30億円



デザイン会社・建築設計会社等の母数(平成28年経済センサス活動調査)における当社登録シェア及び中小企業の経営資源集約化等に関する検討会(中小企業庁、2021年)資料等から当社試算

モビリティサービス領域

※現段階では試算困難

- 3年間で、大きくは2領域において戦略的に投資
 - ✓ エンジニア・ディレクター、営業人員の採用により、**2025年3月期末までに60名前後の人員増**を想定(2022年3月期末との比較)

新規領域における サービス開発

- エンジニア・ディレクター採用費・人件費
 - ✓ モビリティサービス
 - ✓ データサービス
 - ✓ R&D投資(SNS動画集客サービス、インバウンド対応 等)

求人広告サービス 全国展開

- 新エリアにおける拠点開設・運営費、営業人員採用費・人件費
 - ✓ 福岡市、横浜市、札幌市
- 既存エリア(東京/大阪/名古屋)における営業人員採用費・人件費

- プライム市場の上場維持基準の適合を念頭に、「**最終年度である2025年3月期の当期純利益の最大化**」を目指す
 - ✓ その実現のために、前述の戦略投資を行う
 - ✓ 年度別の各段階利益金額は必達ラインとする

	新中期経営計画		
	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
(単位:百万円)			
売上高	2,300	2,600	※ 3,000
営業利益	470	585	750
営業利益率	20.4%	22.5%	25.0%
経常利益	470	585	750
親会社株主に帰属する 当期純利益	340	415	532

※ 事業戦略①～④合計売上高29.5億円の他は、PlaceOrders/飲食店プレミアム/不動産物件/厨房備品(EC)

- 1 2022年3月期決算概要
- 2 各事業セグメントの概況
- 3 Vision/Missionの再定義
- 4 新中期経営計画
- 5 2023年3月期業績予想**
- 6 参考資料

新中期経営計画の実行と並行して 飲食店.COMのリブランディングを推進

1

新中期経営計画
初年度の着実な実行

- 4つの事業戦略を遅滞なく遂行
- 戦略投資とコストコントロールを両立
 - ✓ 事業成長の前提となる人員の確保
 - ✓ 状況に応じて柔軟なコスト調整を実施

2

リブランディングの推進

- 飲食店.COMのサービス全体のリブランディングを実施
 - ✓ 新ロゴ・新サービス名称の反映
 - ✓ 会社HP改修等含む社外浸透策の推進

コロナによる先行きの不透明感は残るものの
新中期経営計画初年度の着実な実行と業績達成を目指す

(単位:百万円)	2022年3月期 通期実績 (連結)	2023年3月期 通期業績 予想(連結)	前期比
売上高	1,958	2,300	+17.4%
営業利益	450	470	+4.3%
経常利益	452	470	+3.8%
親会社株主に帰属 する当期純利益	339	340	+0.1%

- 1 2022年3月期決算概要
- 2 各事業セグメントの概況
- 3 Vision/Missionの再定義
- 4 新中期経営計画
- 5 2023年3月期業績予想
- 6 参考資料**

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

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)

社外監査役

中山 寿英

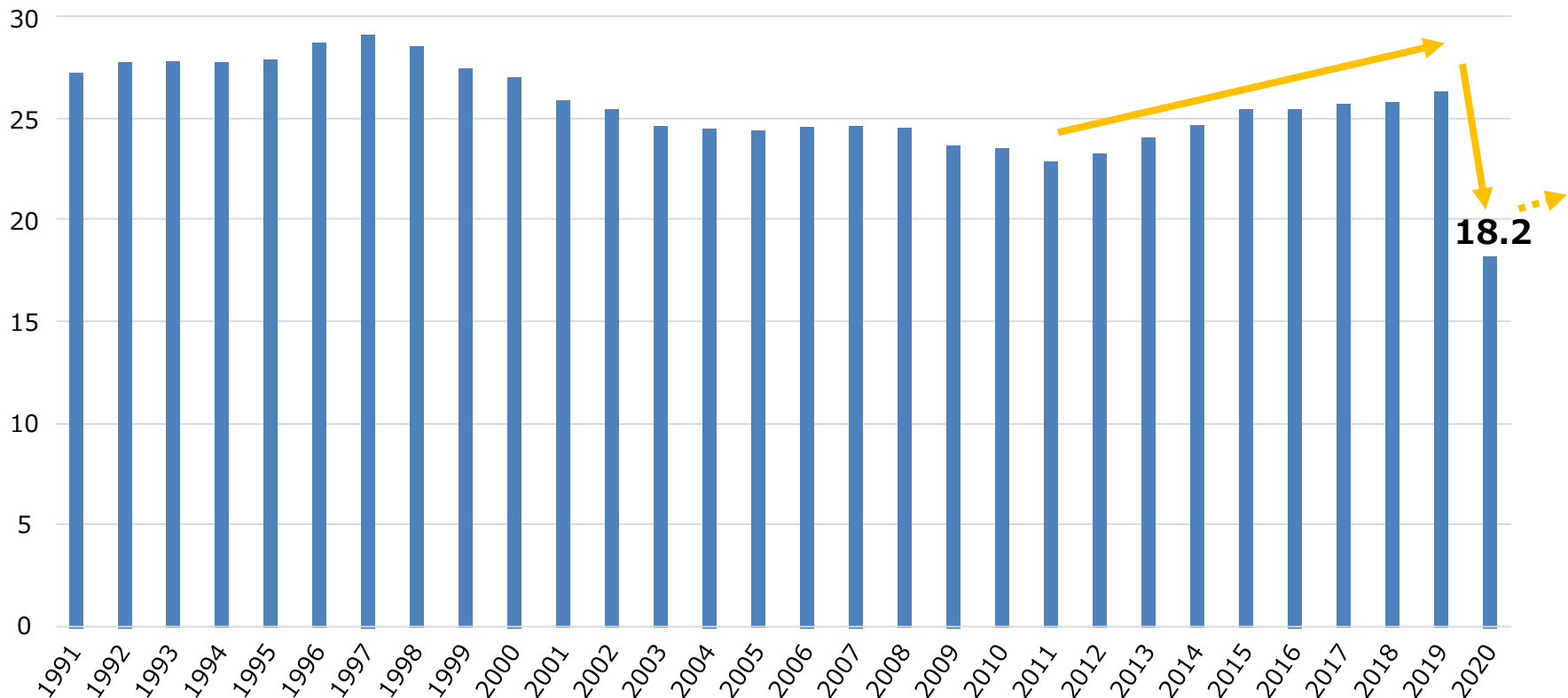
設立以来、段階的にメディアを立上げ、 様々なサービスを展開しております

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

外食産業は2011年から2019年にかけて拡大傾向にありましたが
 コロナ影響で2020年は一時的に大きく縮小しています

外食産業市場規模推計の推移

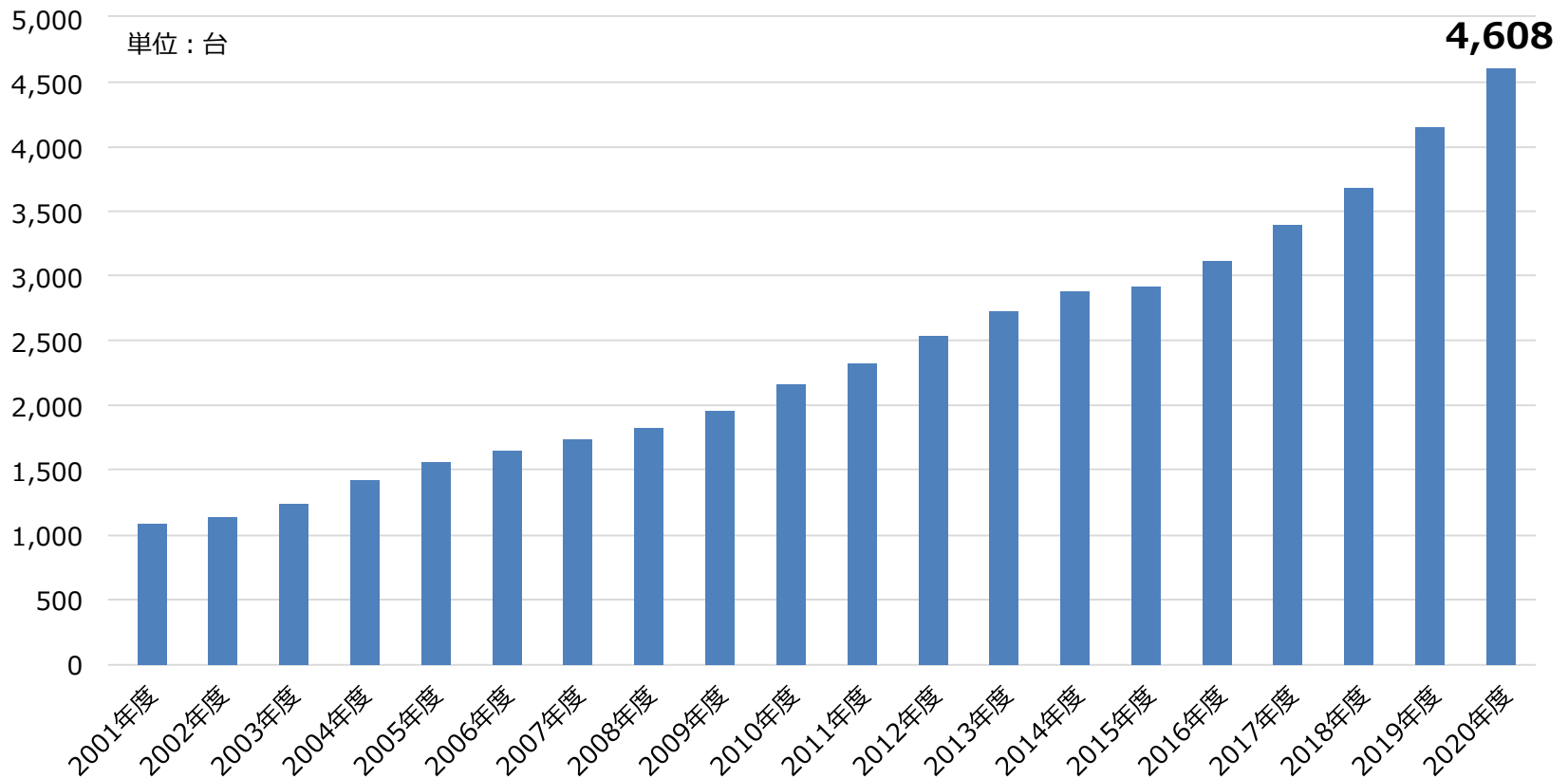
単位：兆円



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」

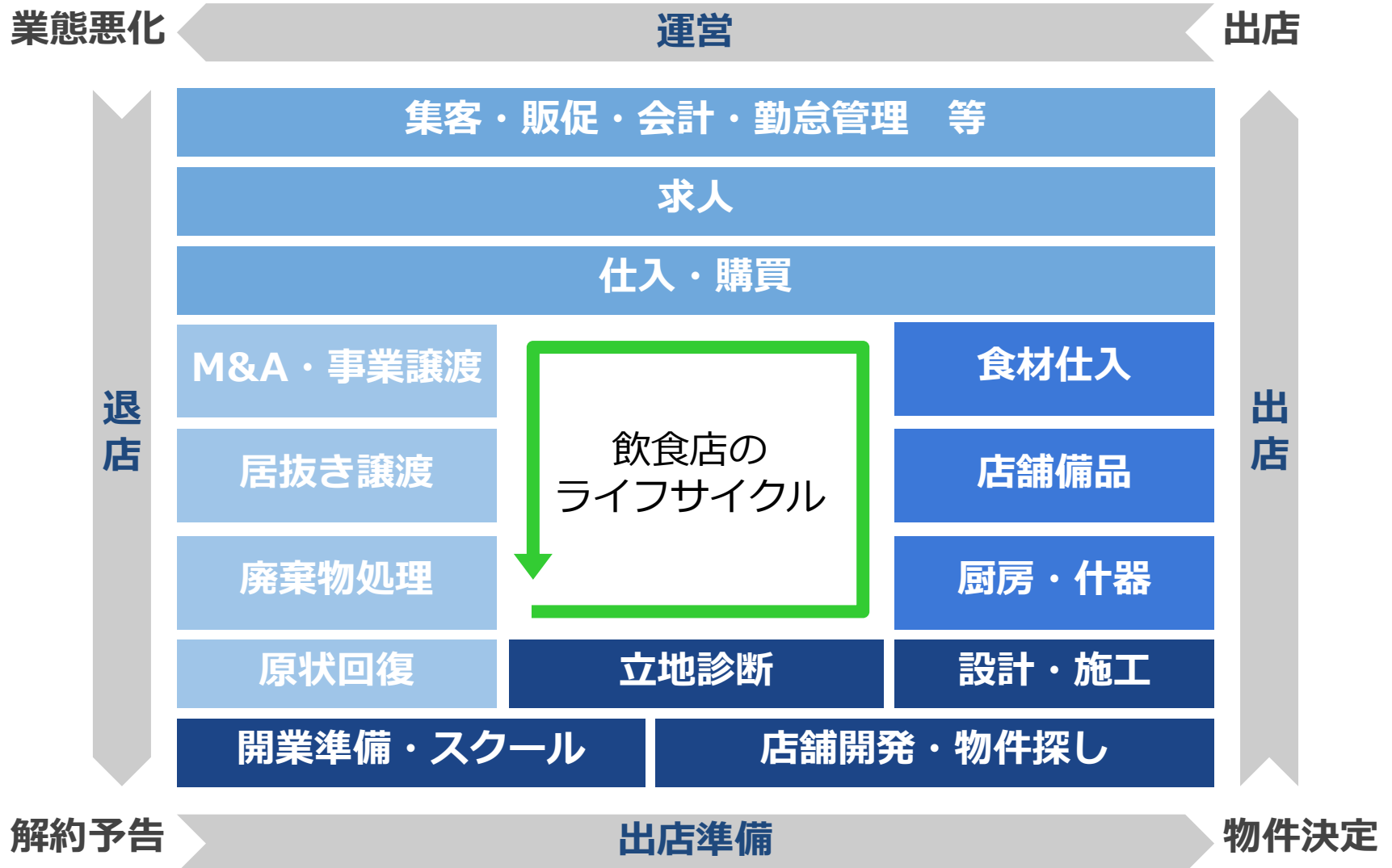
移動販売車による営業は毎年増加し、空きスペースや遊休地の有効活用手法として拡大傾向にあります

東京都における移動販売車の営業許可件数の推移

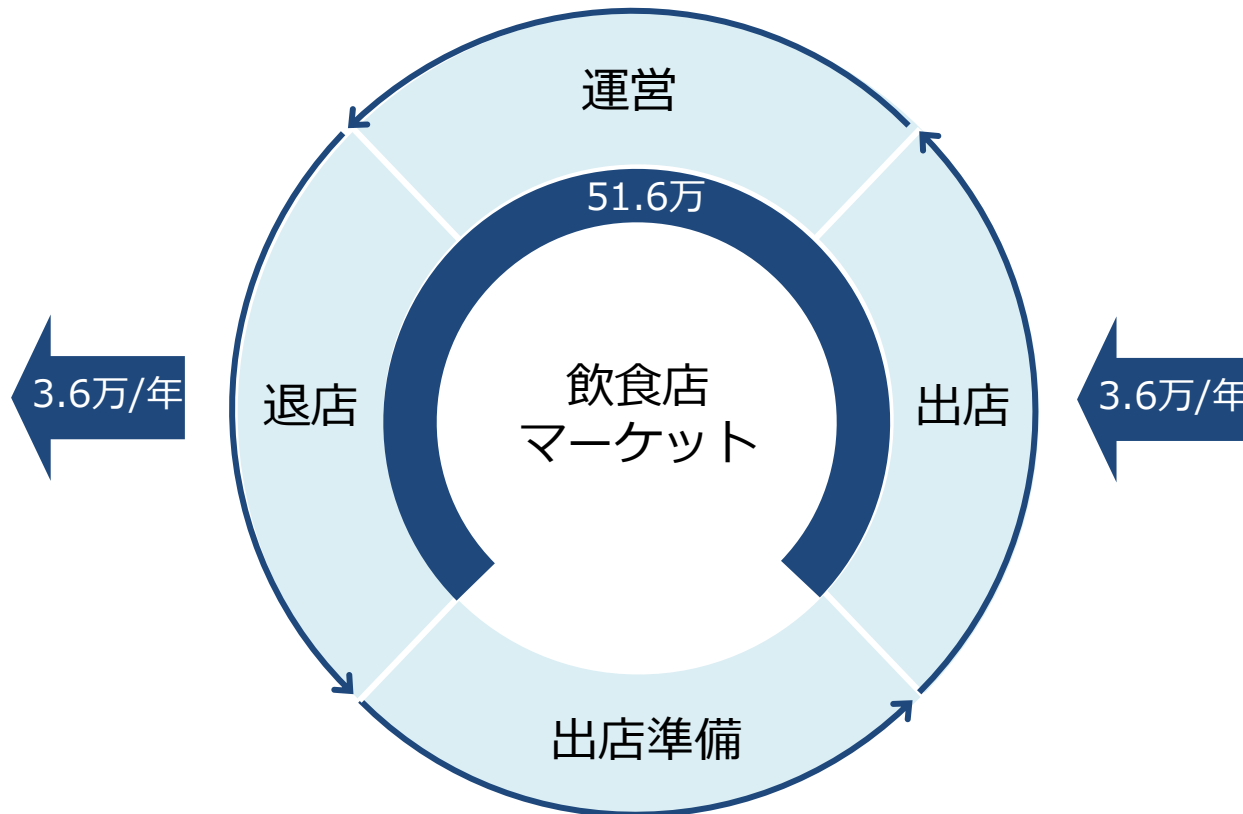


出所：東京都福祉保健局「食品衛生関係事業報告」

出店準備から出店、運営、退店の4フェーズがあります



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です



*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

飲食店.COM

飲食店.COM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.COM

求人@飲食店.COM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.COM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.COM 食材仕入先探し

飲食店.COM 食材仕入先探しは、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.COM 食材仕入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。



PlaceOrders

PlaceOrders(プレイスオーダーズ)は、飲食店.COM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。ユーザーは、全てのサービスを無料で使用することができます。



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。



Foodist Media

Foodist Media(フーディストメディア)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。



飲食M&A by 飲食店.COM

飲食M&A by飲食店.COM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。



FC(フランチャイズ)比較

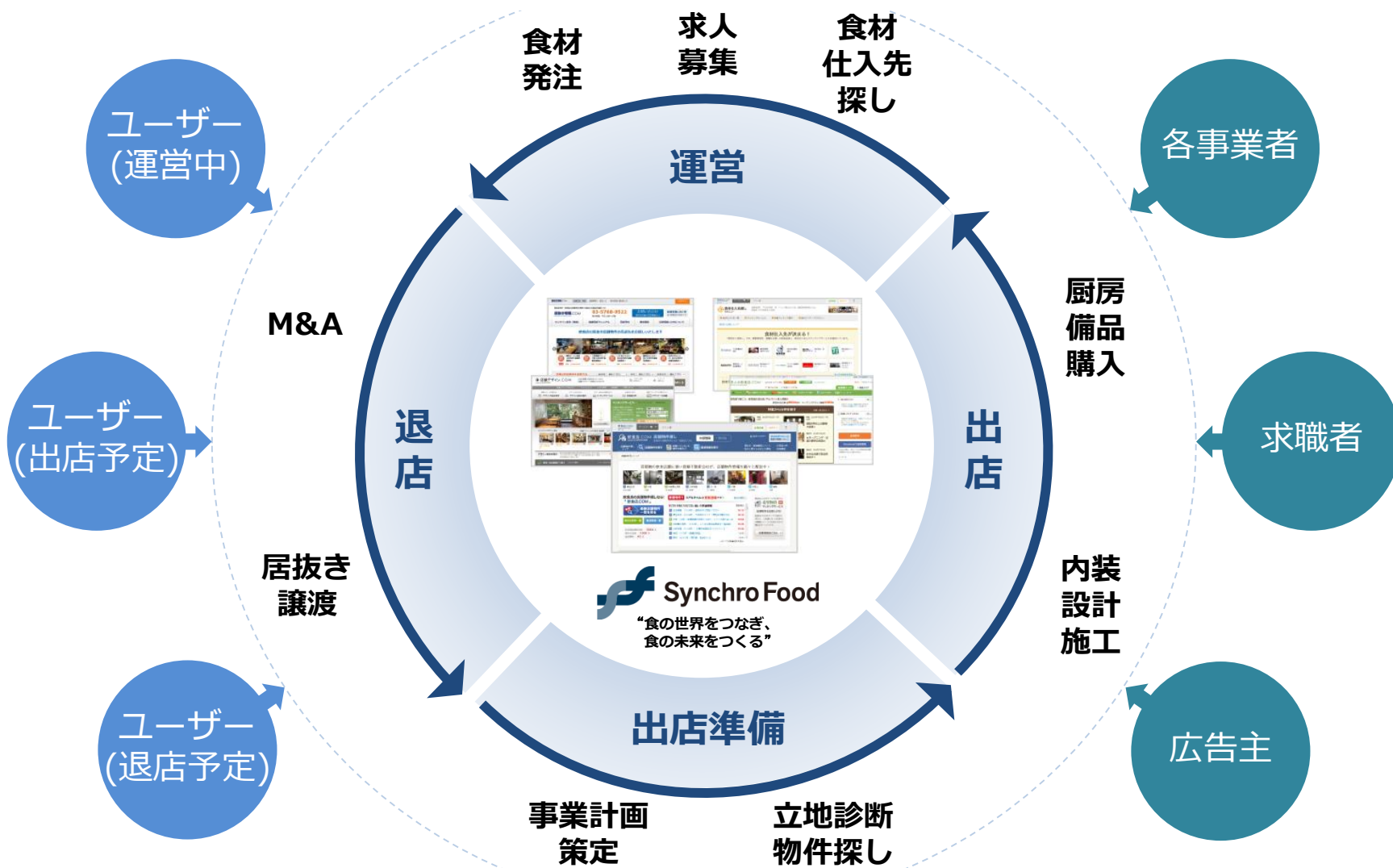
FC比較は、飲食店経営者・出店予定者と、フランチャイズ本部をマッチングするサイトです。

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ることができます。



「一気通貫のプラットフォーム」を提供しております

飲食業向けメディアプラットフォーム

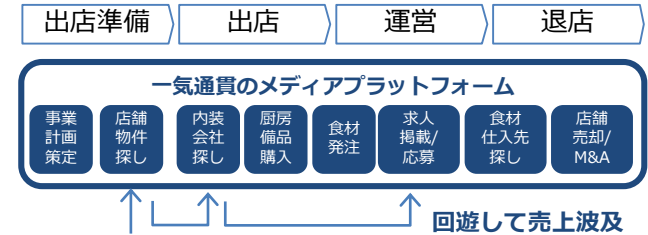


独自性・収益性・安定性の強みがあります

1

独自性

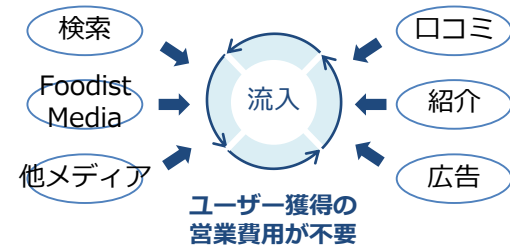
- ✓ 飲食店のライフサイクルにおける、独自の**一気通貫のプラットフォーム**
- ✓ トータルサービスゆえの**回遊効果**



2

収益性

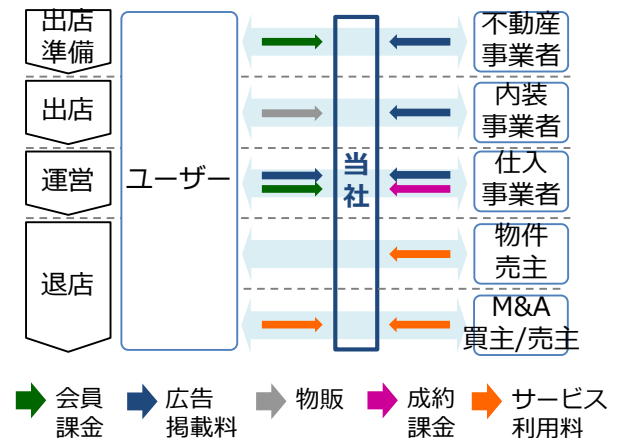
- ✓ 多様なチャネルからユーザーが流入し、**ユーザー獲得コストが低い**
- ✓ 月額課金モデルと合わせ、**高い利益率**



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)



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。