

2023年3月期第2四半期決算説明資料

2022年11月14日

株式会社シンクロ・フード <3963>



1. 2023年3月期第2四半期決算概要
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. 2023年3月期第2四半期決算概要
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 146名(連結ベース/正社員/2022年9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。



売上高、営業利益ともに好調を維持し、 通期業績予想を上方修正

※ 2022年11月14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を上方修正しております

		前年同期比
連結業績 ハイライト (2Q累計)	売上高	： 1,363 百万円 +71.7%
	営業利益	： 403 百万円 +304.2%
主なトピックス (2Q)	✓	愛知県安城市×モビマル×豊田通商「協創のまちづくり マチナカプレイスメイキング」を使った社会実験を7月より実施(7月)
	✓	こだわり飲食店と協働した“体験型”プロモーションサービス「E-Promo@飲食店.COM(β版)」の提供開始(7月)
	✓	京急電鉄×モビマル 京急沿線エリアマネジメント構想「COCOONプロジェクト」第一弾として賑わい創出事業を開始(8月)
	✓	三井住友海上×モビマル 地域創生と移動販売における包括連携協定を締結(8月)
	✓	食品ロスをアップサイクルするシンガポールのフードテックカンパニー CRUST Groupに出資(9月)
	✓	(調査配信)飲食店におけるSDGsの意識調査、53.2%が節電を実施。フードロスを減らす努力も(9月)
	✓	三井住友海上×モビマル キッチンカー(移動販売車)専用「モビマル保険制度」の提供開始(9月)

2023年3月期第2四半期決算概要

コロナ第7波の影響下にありながら
過去最高の上半期売上高、営業利益を達成

(単位:百万円)

	2023年3月期 2Q累計(連結)	2022年3月期 2Q累計(連結)	前年 同期比	2023年3月期 通期業績予想 (連結)※	進捗率
売上高	1,363	794	+71.7%	2,760	49.4%
売上総利益	1,199	678	+76.7%	-	-
販管費	795	578	+37.5%	-	-
営業利益	403	99	+304.2%	730	55.3%
営業利益率	29.6%	12.6%	+17.0pt	26.4%	-
経常利益	405	101	+300.1%	730	55.6%
親会社株主に帰属 する当期純利益	272	74	+266.6%	511	53.4%

1
主に求人広告サービスが伸長、M&A仲介も成約が進捗し、過去最高の売上高を達成

2
積極採用により人件費が増加、市況の回復に合わせて広告宣伝費が増加

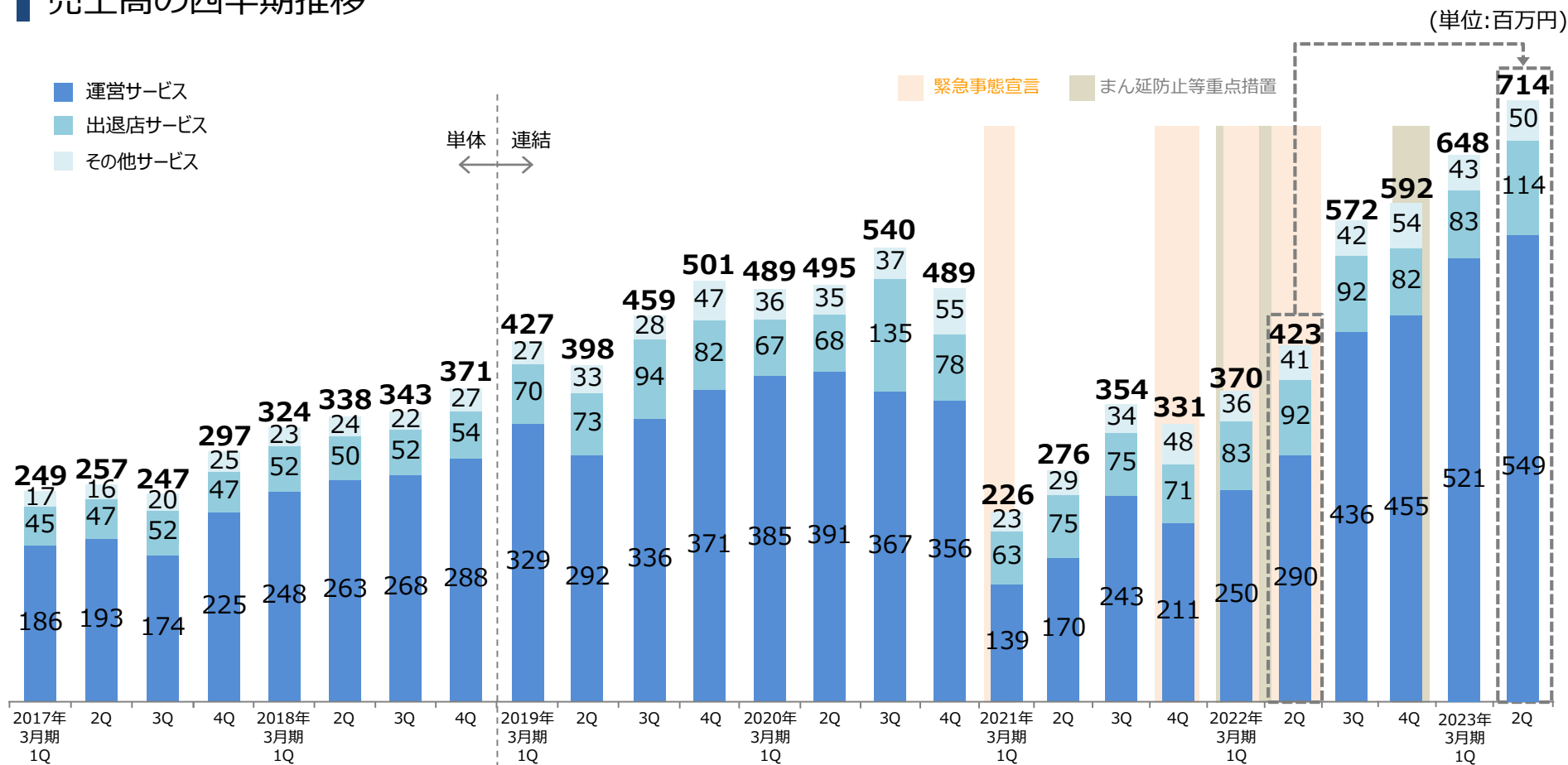
3
投資を行いながらも、過去最高の各段階利益を達成

※ 2022年11月14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を上方修正しております。

売上高の状況

2Q売上高は、1Qに引き続き過去最高を更新
(前年同期比+68.6%)

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 	

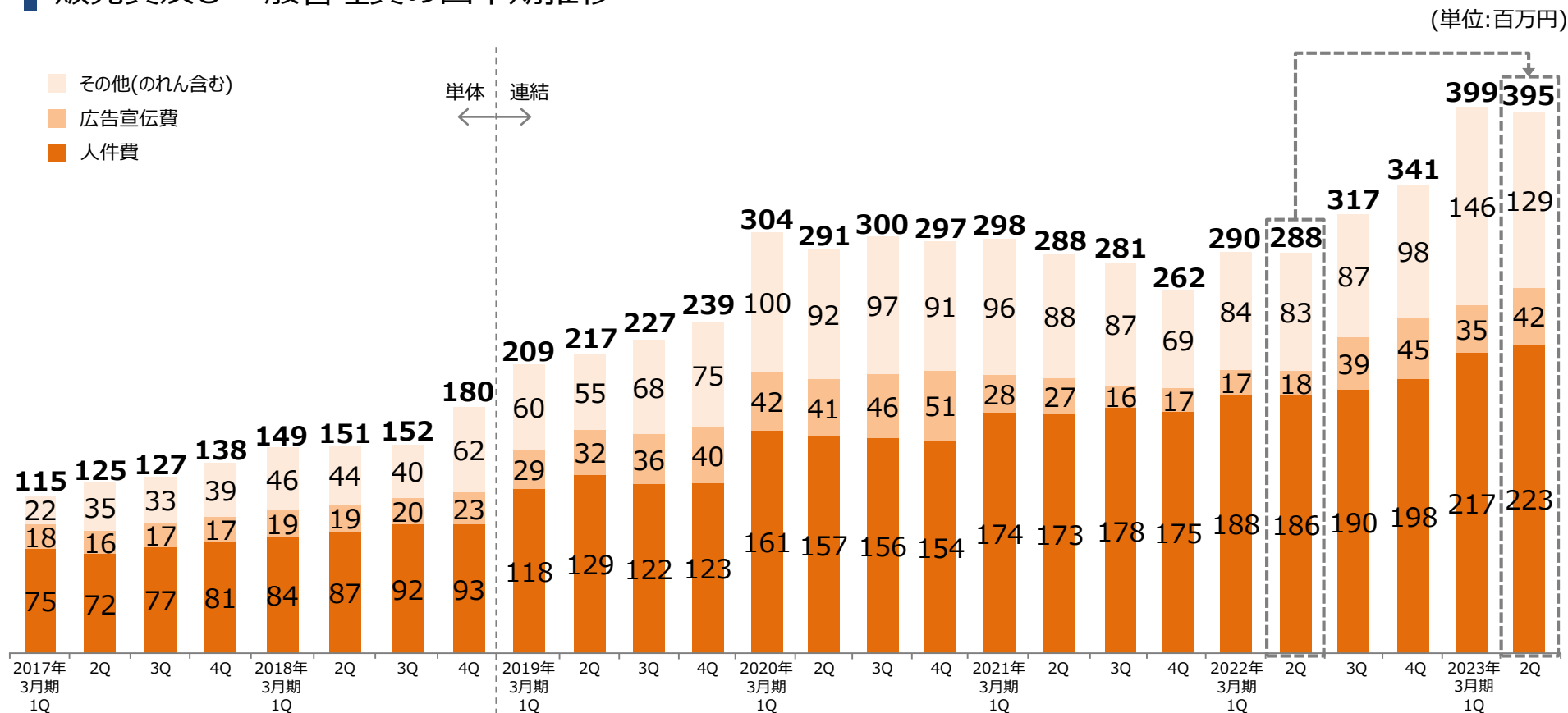
※1 株式会社ニコシゴト(副業マッチング事業)は2022年2月14日付で解散、2022年5月末に清算終了

※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

積極採用により人件費が増加、市況の回復に合わせて広告宣伝費が増加
(前年同期比+37.2%)

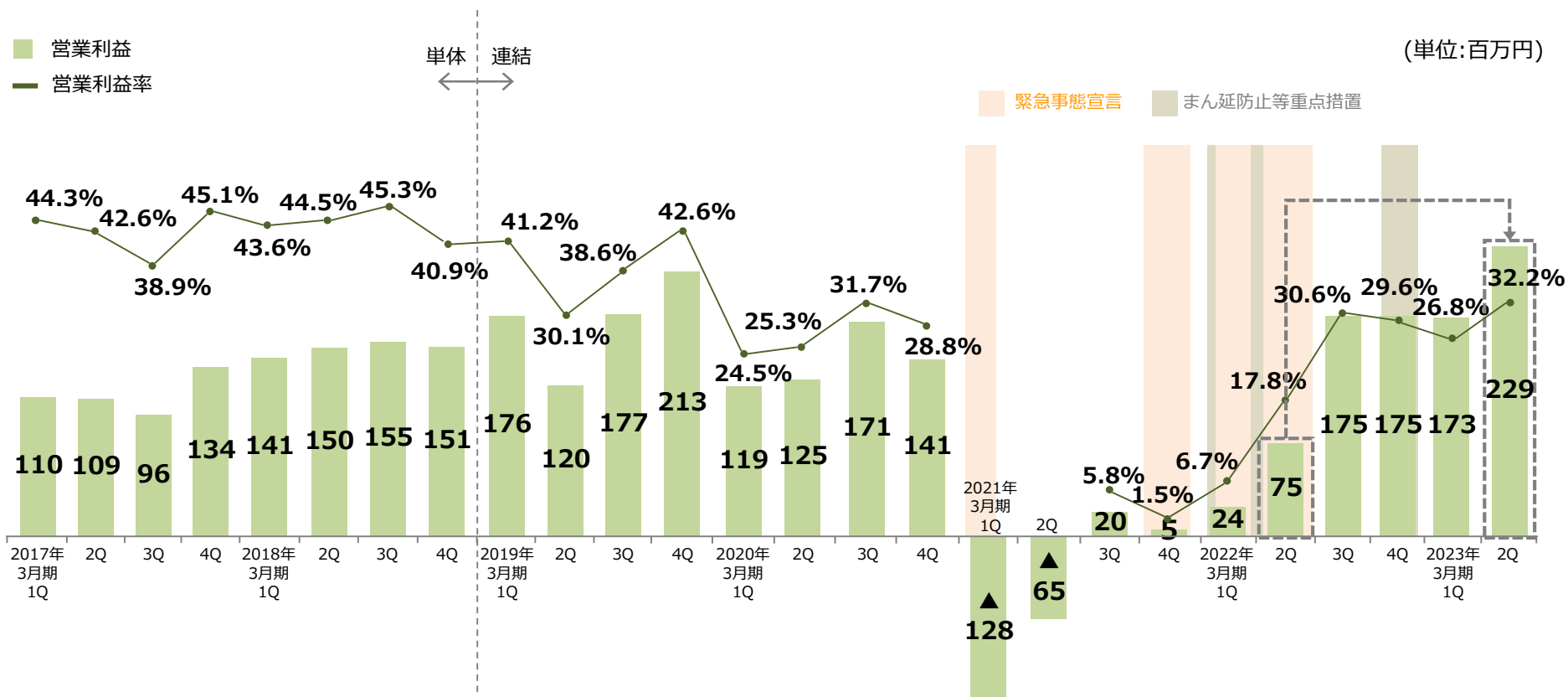
販売費及び一般管理費の四半期推移



営業利益の状況

2Q営業利益は過去最高
(前年同期比+205.7%)

営業利益の四半期推移



連結キャッシュフロー計算書

上半期も順調に営業キャッシュフローを積上げ

(単位:百万円)	2023年3月期 第2四半期累計期間	2022年3月期 第2四半期累計期間	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	296	288	※ 8
投資活動によるキャッシュフロー	▲23	120	▲143
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	273	408	▲135
現金及び現金同等物の期末残高	3,311	2,581	729

※ 2023年3月期第2四半期累計期間は2022年3月期決算に係る税金支払がある一方で、2022年3月期第2四半期累計期間は2021年3月期決算が赤字であったことにより税金支払が大幅縮小していること等に起因

連結貸借対照表

利益剰余金の増加、自己株式の処分により純資産が189百万円増加
(2022年6月期末比)

(単位:百万円)	2022年9月期末	前四半期末比	2022年6月期末
流動資産合計	3,513	+7.1%	3,279
現金及び預金	3,361	+6.2%	3,166
固定資産合計	182	+7.3%	170
資産合計	3,696	+7.2%	3,449
流動負債合計	501	+12.8%	445
固定負債合計	14	+0.6%	14
純資産合計	3,180	+6.3%	2,990

1. 2023年3月期第2四半期決算概要
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

2Q売上高は求人広告を中心に伸長(前年同期比+71.4%)、
セグメント利益も大幅に増加(前年同期比+215.9%)

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
売上高	193,376	234,868	321,271	303,224	336,320	382,672	532,303	562,894	618,838	656,011
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
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

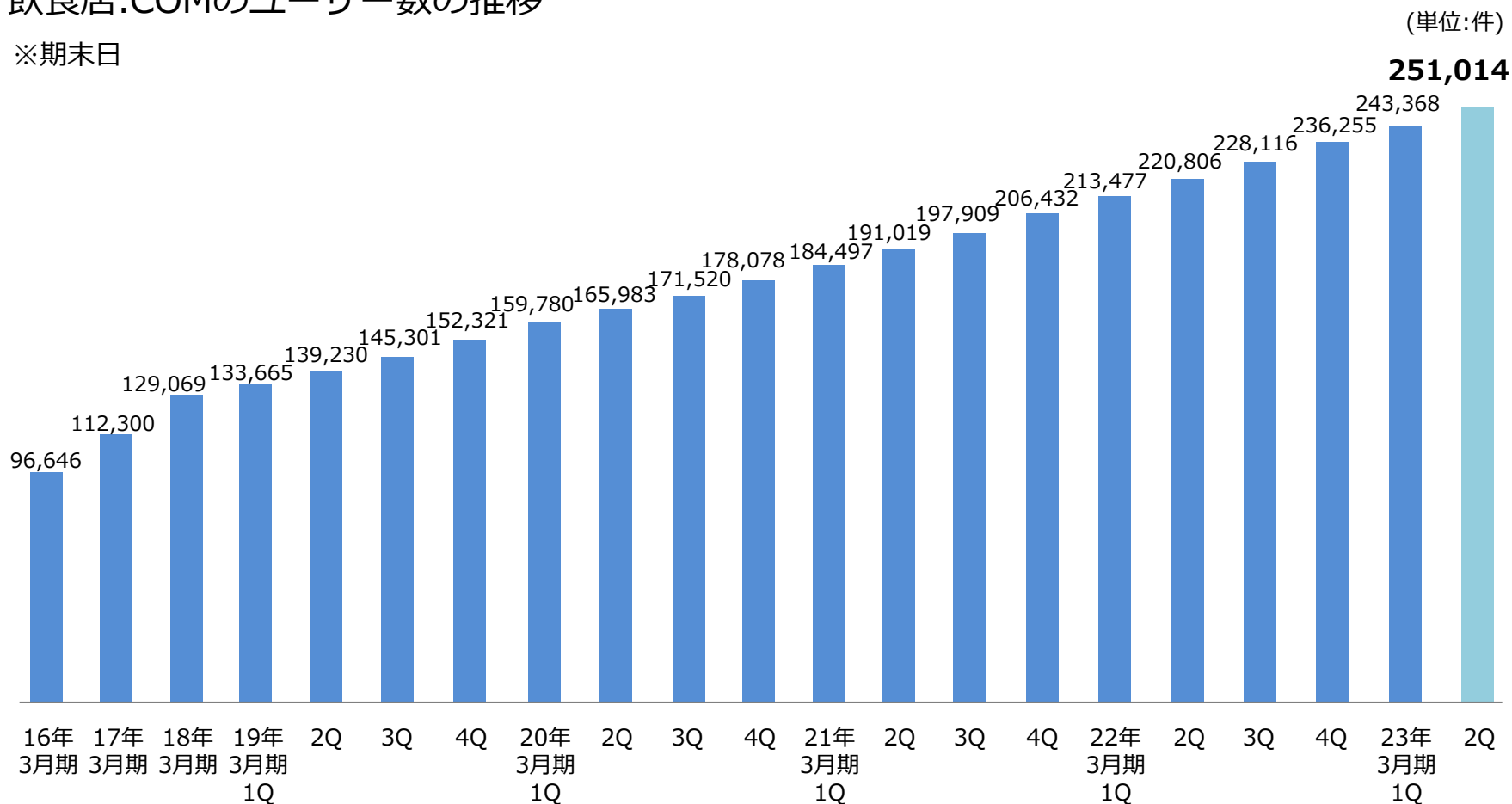
- ✓ 求人広告はコロナ第7波の影響を受けながらも、直販・代理店ともに伸長
- ✓ デザイン会社向けプラン変更も順調に進捗し売上貢献、物件広告等も安定
- ✓ 登録ユーザー数、事業者数、求職者数も順調に増加

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、25万件を突破
(前年同期比+13.7%)

飲食店.COMのユーザー数の推移

※期末日



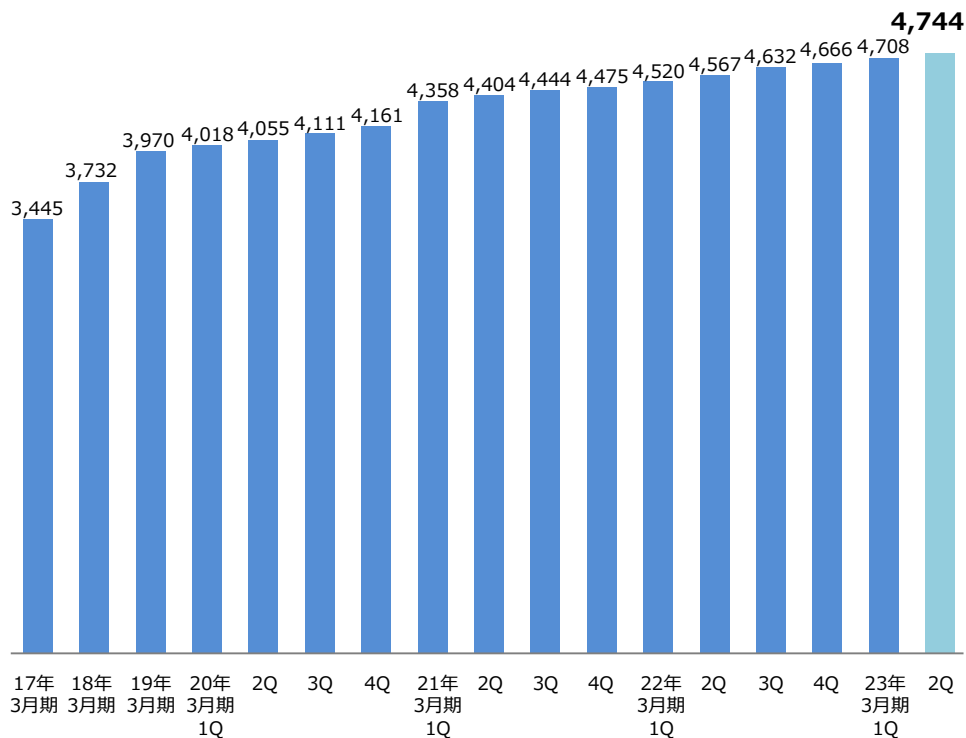
メディアプラットフォーム事業 ～ 事業者数・求職者数の状況

事業者数・求職者数も順調に増加
 (事業者数：前年同期比+3.9%、求職者数：前年同期比+14.1%)

事業者数の推移

※期末日

(単位:社)

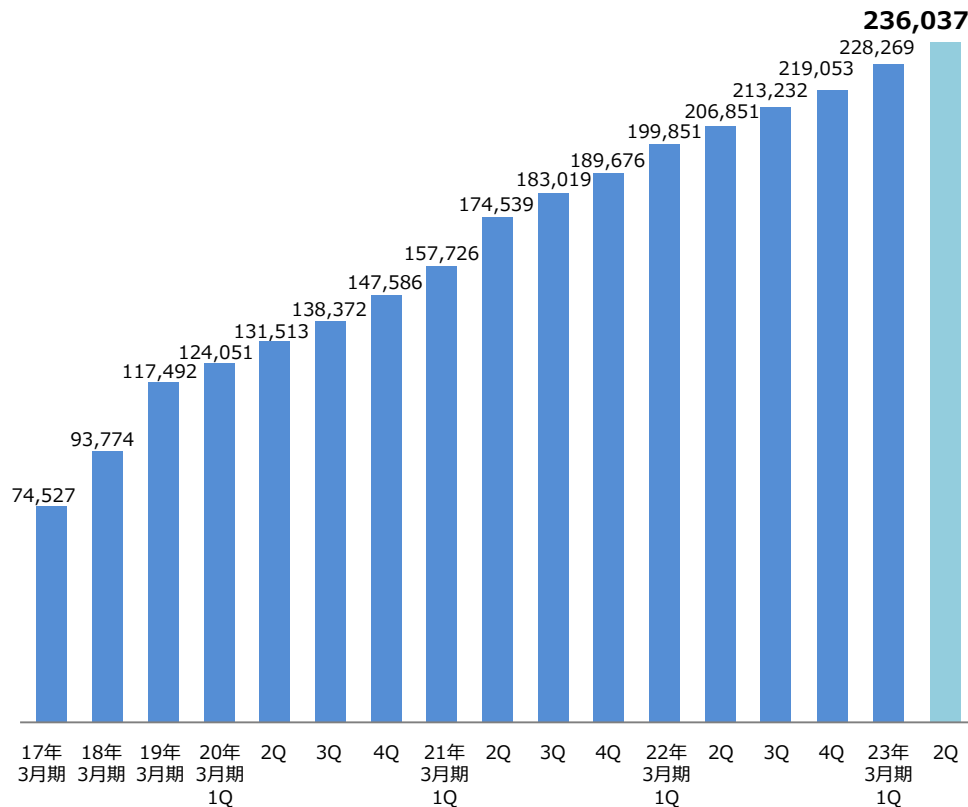


(注)月末時点で登録している不動産会社・デザイン会社・食材仕入会社の合計

求職者数の推移

※期末日

(単位:件)



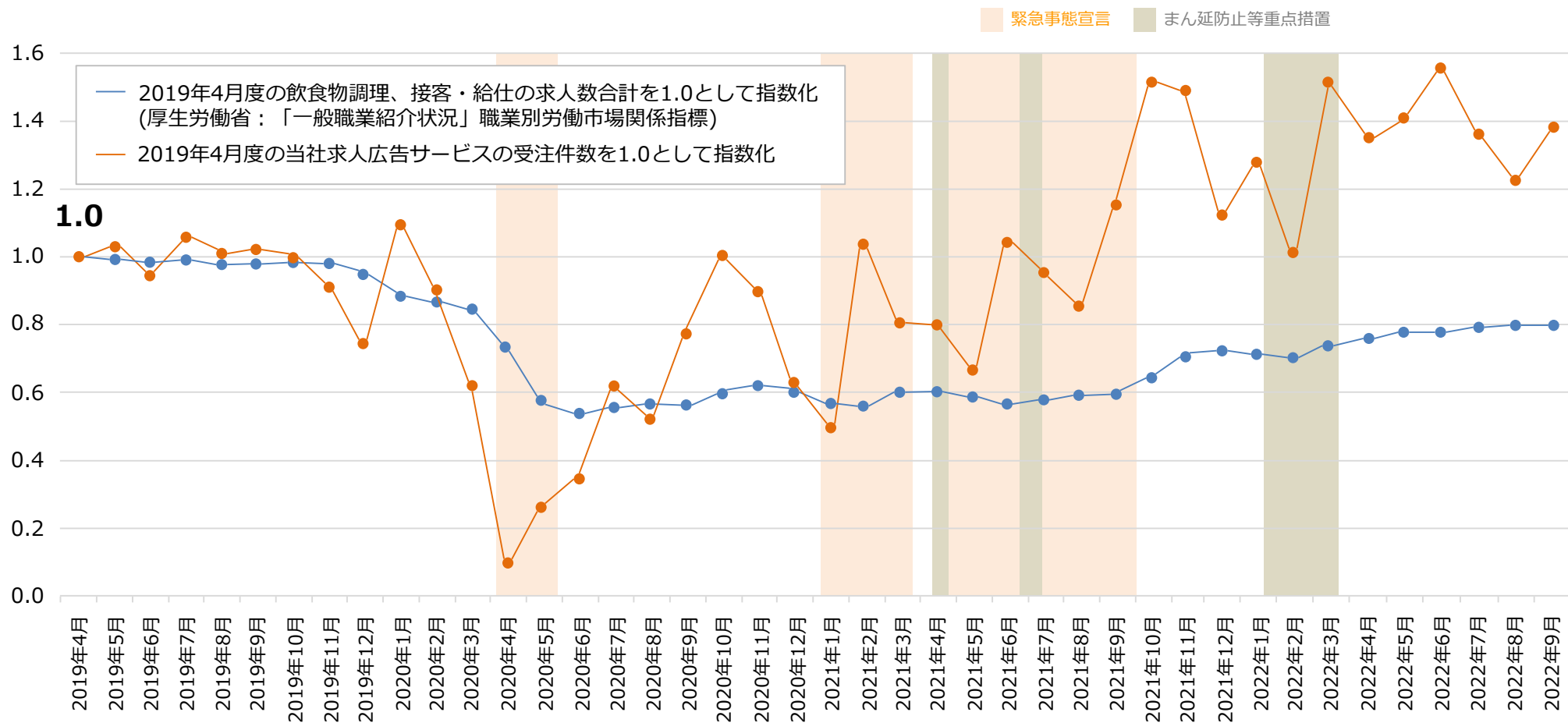
(注)求人@飲食店に求職者として会員登録した人数(仮会員登録と退会者を除く)



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

第7波の影響下でも、飲食関連有効求人件数の推移に対して上回る水準を維持

飲食関連有効求人件数と当社求人広告受注件数



成約が進捗して2Q売上高が伸長(前年同期比+42.2%)、
セグメント利益も大きく増加(前年同期比+183.8%)

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
売上高	17,986	28,935	27,507	21,342	31,557	40,960	39,748	29,348	30,012	58,232
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
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

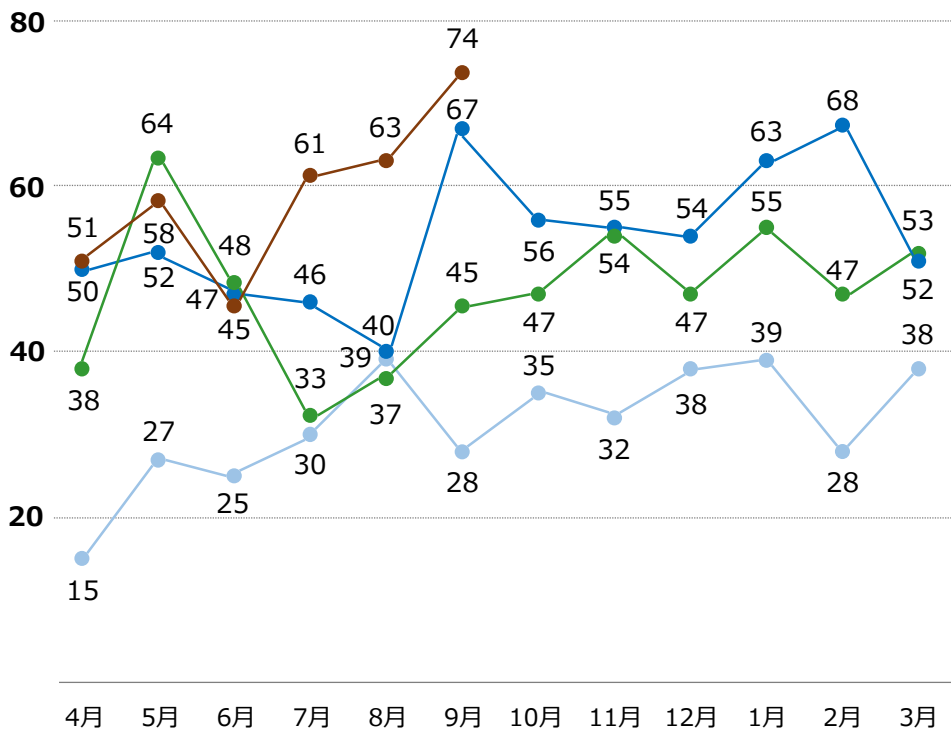
- ✓ 1Qに引き続き、M&A仲介、居抜きともに案件化数が増加
- ✓ 譲渡時期が後ろ倒しになっていた案件等が2Qで成約し、大きくセグメント黒字

M&A仲介事業 ～ 売却相談件数の状況

M&A、居抜きともに売却相談件数は急増

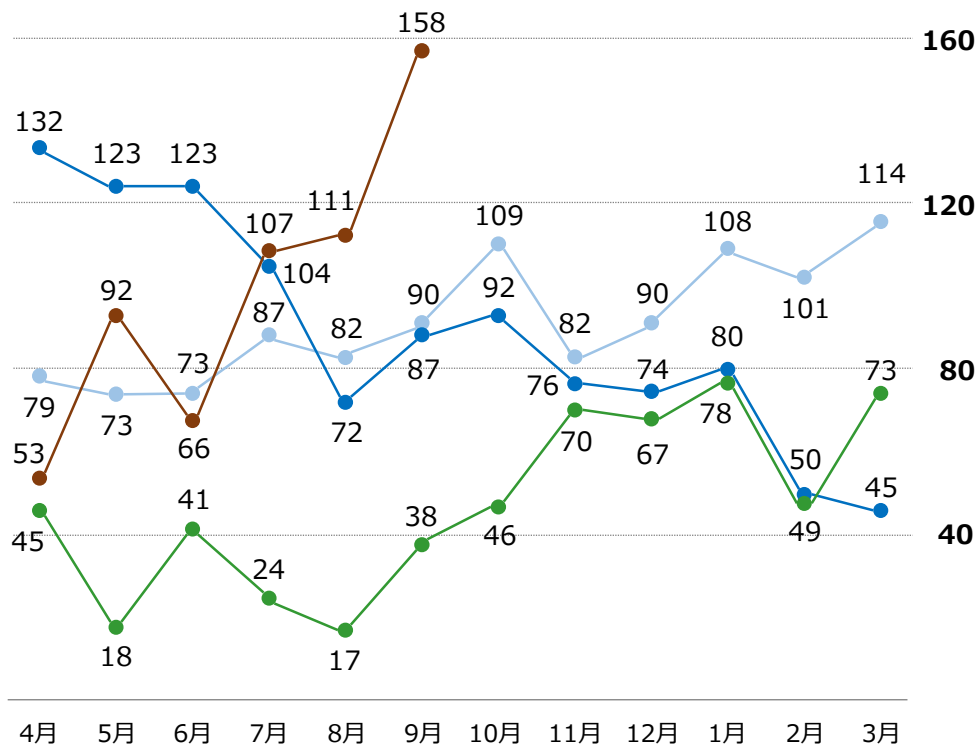
売却相談件数(M&A)の推移

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月期第2四半期決算概要
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

2023年3月期の方針に対する現在の進捗

2Q終了時点では、全項目で順調に進捗

2023年3月期の方針 ※

2Q終了時点での進捗

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 ○	✓ 直販：札幌拠点の立上が完了し、営業開始 ✓ 代理店：受注実績のある営業人員数(ユニーク)が83名、契約代理店は24社に増加
		プラットフォーム サービスの拡大	評価 ○	✓ デザイン会社向けのプラン移行は引き続き順調 ✓ M&A仲介は遅延案件も含めて成約が進捗
		モビリティサービスの 推進・拡大	評価 ○	✓ 出店場所308箇所(1Q-2Q実績ユニーク)、登録台数1,311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 ○	✓ 会員とのタッチポイント創出のためのメディア化や更なる付加サービス追加の検討を推進
	戦略投資とコストコントロールの両立	評価 ○	✓ 採用活動を継続、2Qで6名純増(連結) ✓ 本社オフィスの集約が9月末で完了、下半期よりコスト削減効果を創出	
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 ○	✓ 個別サービスブランドのリニューアル準備を実施(2022年10月より順次切替中) ✓ サステナビリティ方針に則り、シンガポールのフードテックカンパニーCrust Groupに出資	

※ 2022年3月期決算説明会資料より(2022年5月13日発表)

プライム市場への適合状況と取組みについて

流通株式時価総額基準を充たすための取組みを推進予定

プライム市場の上場維持基準の適合状況の推移

		流通株式数 (単位)	流通株式時価 総額(億円)	流通株式 比率(%)	1日平均売買 代金(億円)
当社の適合 状況及び その進捗	2021年6月 30日時点※1	118,212単位	46.0億円	43.9%	0.3億円
	2022年3月 31日時点※2	129,139単位	37.1億円	48.0%	0.4億円
	2022年9月 30日時点※3	127,135単位	53.8億円	47.3%	0.9億円
	上場維持基準	20,000単位	100億円	—	0.2億円
	適合状況	○	×	—	○

※1 株式会社東京証券取引所が移行基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出を行ったものです。

※2 当社が2022年3月31日時点での当社の株券等の分布状況等をもとに算出を行ったものです。また、当社流通株式時価総額は、流通株式数に2022年1月から3月の日々の株価の最終価格の平均値を乗じて算出しております。なお、2022年1月から3月の日々の株価の最終価格の平均値は287.5円です。

※3 当社が2022年9月30日時点での当社の株券等の分布状況等をもとに算出を行ったものです。また、当社流通株式時価総額は、流通株式数に2022年7月から9月の日々の株価の最終価格の平均値を乗じて算出しております。なお、2022年7月から9月の日々の株価の最終価格の平均値は423.0円です。

取組み

1. 中期経営計画の業績目標の前倒し達成
 - ✓ 2023年3月期通期業績を踏まえて2年目・3年目の計画を修正予定
2. 流通株式比率を向上させる資本政策の実施 ※4
 - ✓ 実施後は、流通株式比率が52.1%となる見込み

※4 2022年11月14日付「株式の立会外分売に関するお知らせ」の通り、当社株式の分布状況の改善及び流動性向上を図り、流通株式時価総額の拡大によりプライム市場の上場維持基準への適合を実現することを目的としております。

なお、株式市場の急激な変動等により実施が困難となった場合には、中止または延期する可能性があります。

通期業績予想の修正について

下半期に戦略投資も行いながら
修正業績予想の達成を目指す

下半期計画の前提

- 売上高
 - ✓ 行動制限を伴う緊急事態宣言やまん延防止等重点措置等が発令されない前提
- 販管費
 - ✓ 下半期で20名前後の純増を目指して、採用を加速
 - ✓ 市況の回復に合わせて当初計画よりも広告宣伝費を積増し
 - ✓ その他戦略投資として、求職者獲得のための新たなマーケティング手法や新サービス開発等に投資

通期業績予想の修正

(単位:百万円)	修正前 2023年3月期 通期業績予想(連結)	修正後 2023年3月期 通期業績予想(連結)	増減額	増減率
売上高	2,300	2,760	+460	20.0%
営業利益	470	730	+260	55.3%
経常利益	470	730	+260	55.3%
親会社株主に帰属 する当期純利益	340	511	+171	50.3%

1. 2023年3月期第2四半期決算概要
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)

沿革

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.COM」スカウトサービスをリニューアル

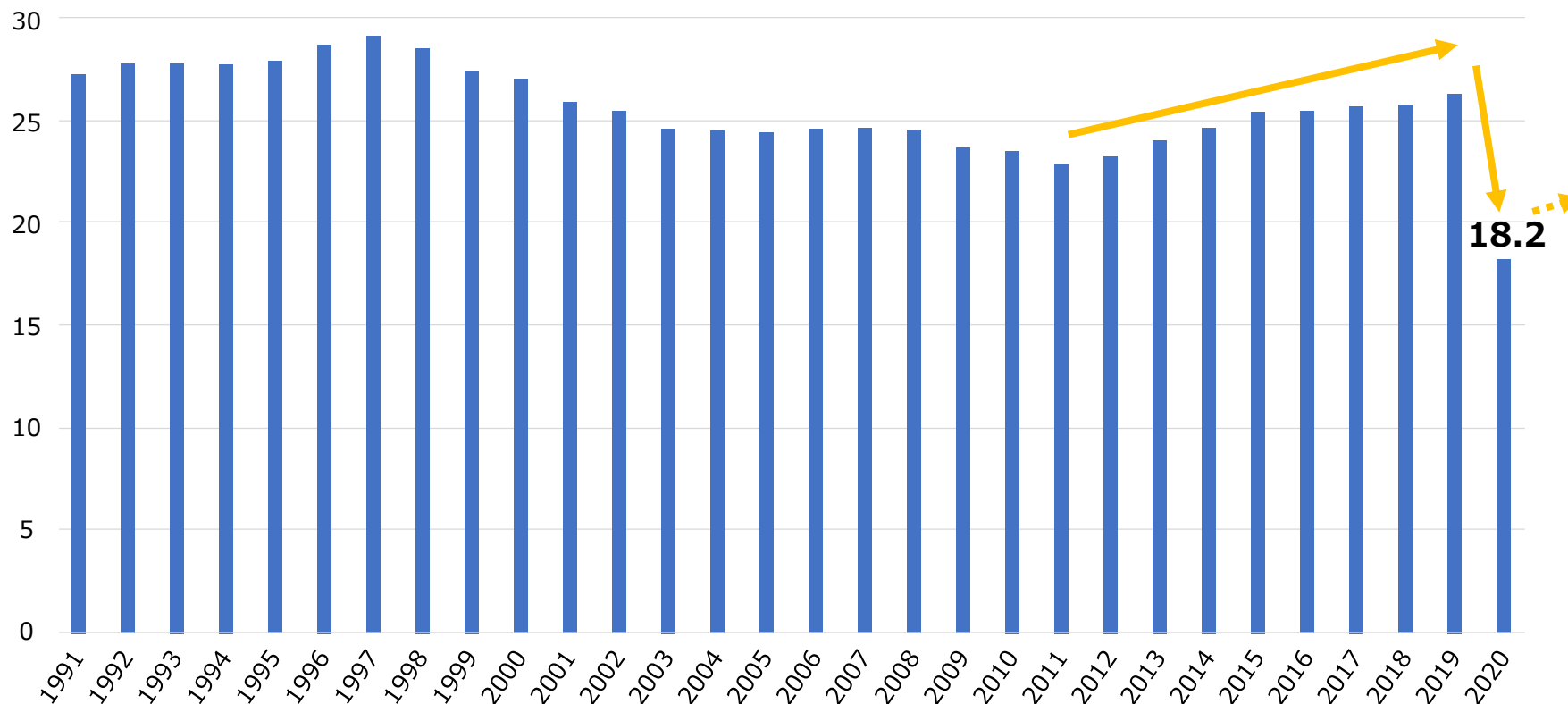


外食産業規模

外食産業は2011年から2019年にかけて拡大傾向にあったが
コロナ影響で2020年は一時的に大きく縮小

外食産業市場規模推計の推移

単位：兆円

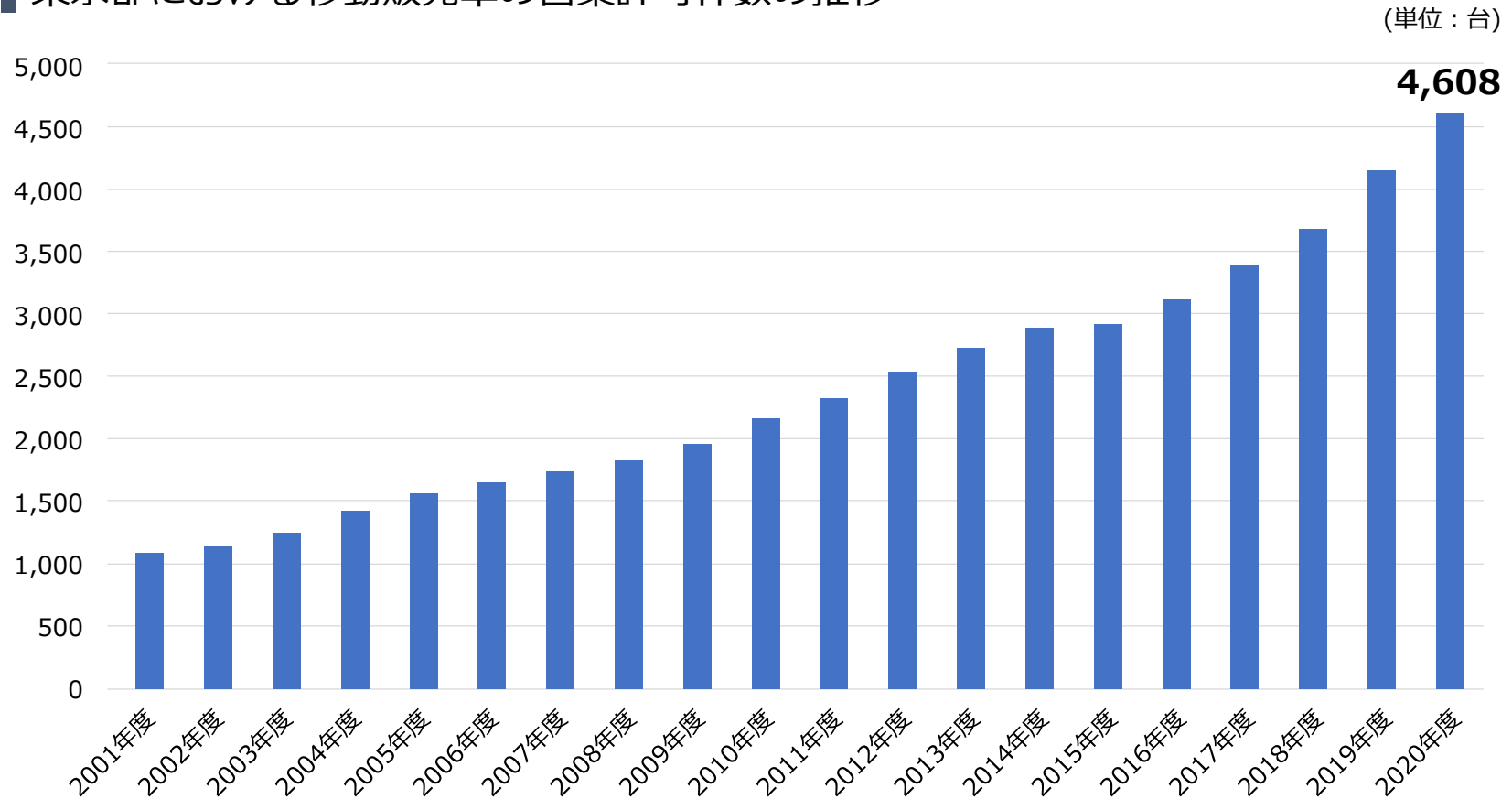


出所：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場規模推計の推移」

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、空きスペースや遊休地の有効活用手法として拡大傾向

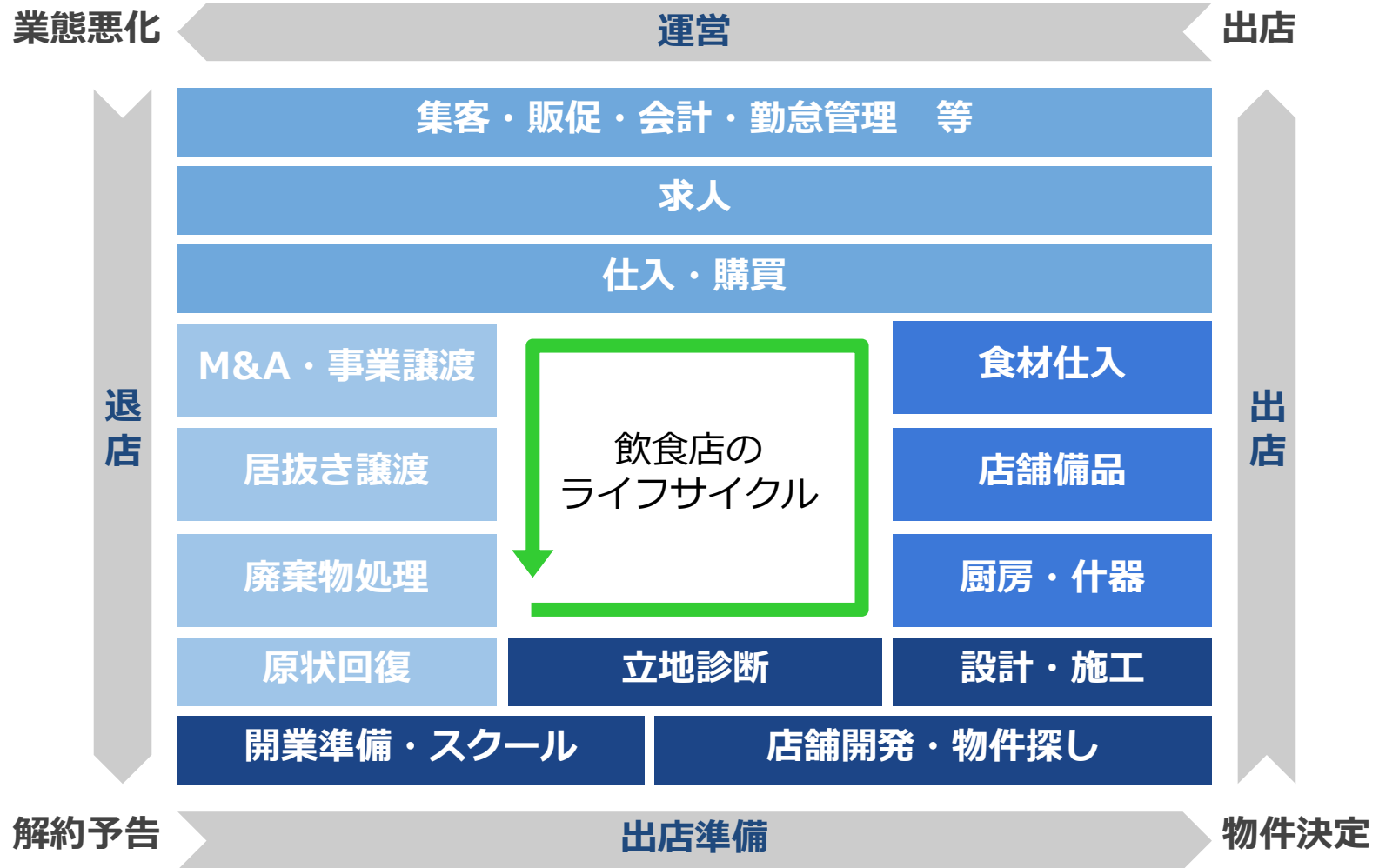
東京都における移動販売車の営業許可件数の推移



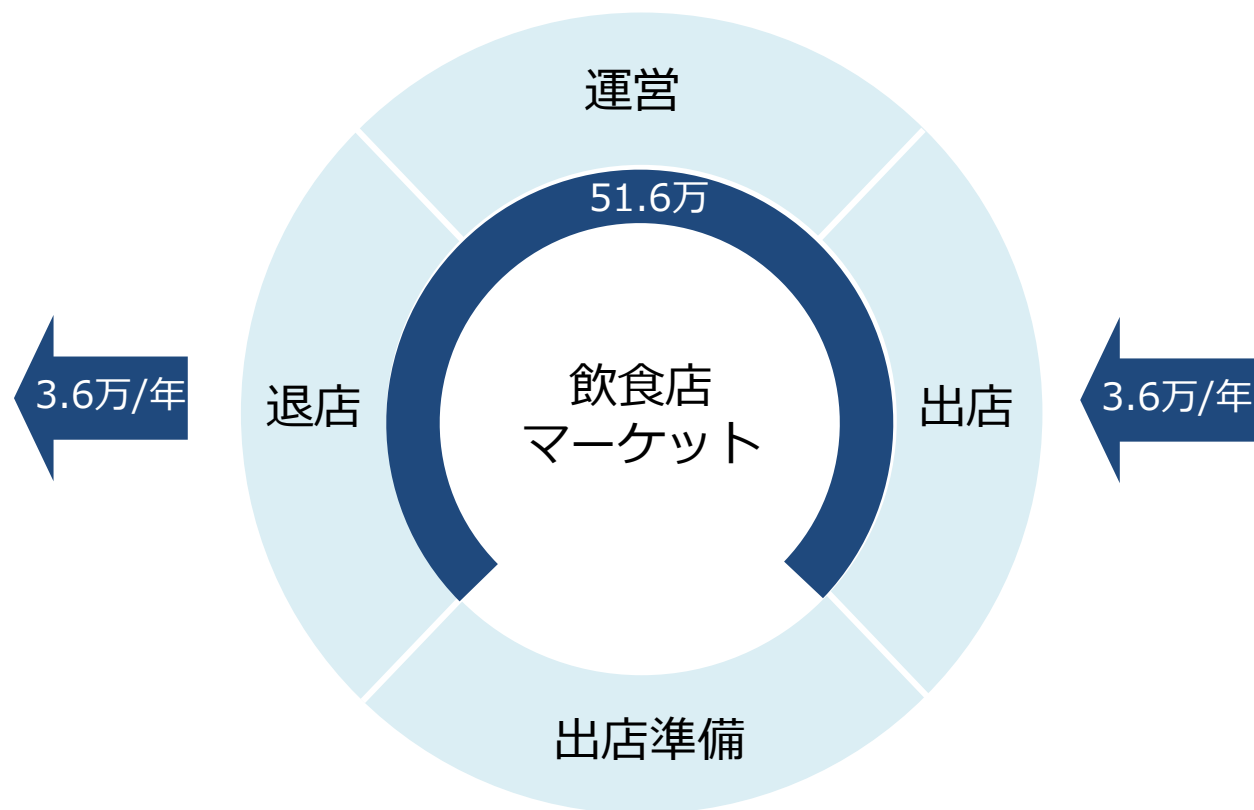
出所：東京都福祉保健局「食品衛生関係事業報告」

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.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。



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.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。



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.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



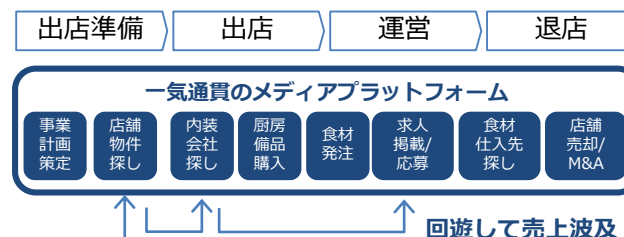
強み

独自性・収益性・安定性に強み

1

独自性

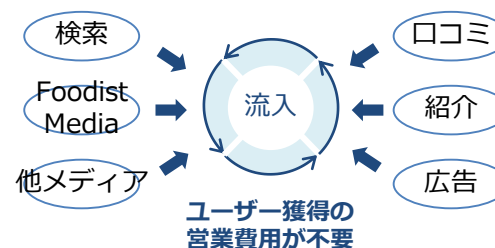
- ✓ 飲食店のライフサイクルにおける、独自の**一気通貫のプラットフォーム**
- ✓ トータルサービスゆえの**回遊効果**



2

収益性

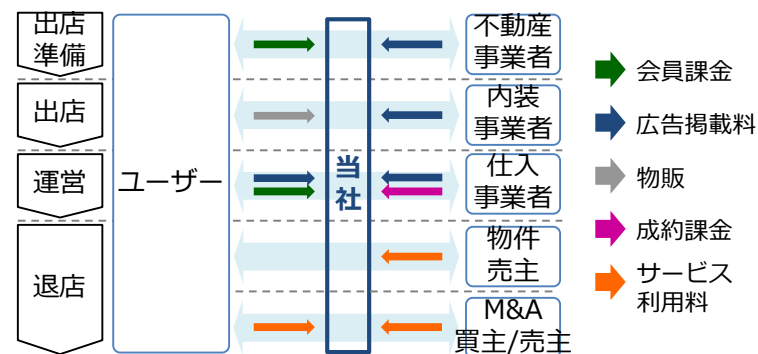
- ✓ 多様なチャネルからユーザーが流入し、**ユーザー獲得コストが低い**
- ✓ 月額課金モデルと合わせ、**高い利益率**



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)



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

事業戦略① 求人広告サービスの全国展開

- 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

事業戦略②プラットフォームサービスの拡大

- 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

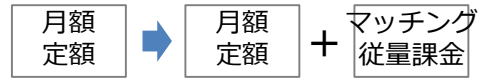
2025.3期
売上高

2.0億円

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

事業戦略③モビリティサービスの推進・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)

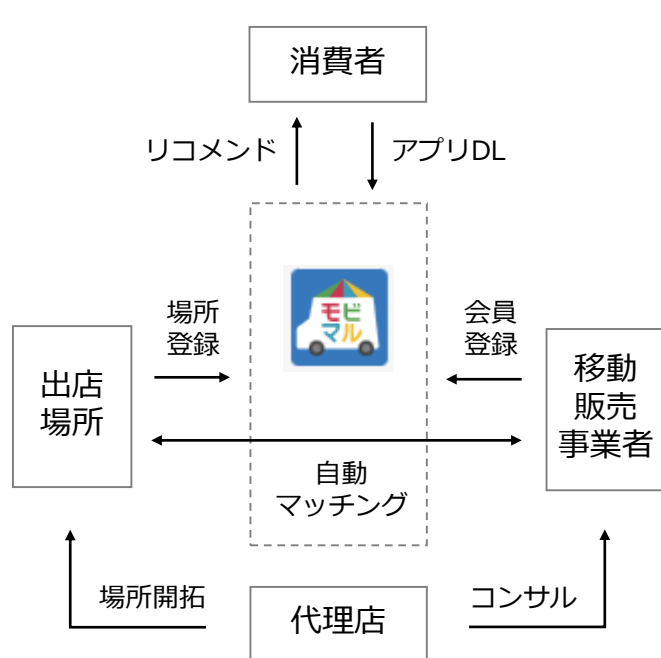
運営

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		● 周辺住民告知やアプリ登録の促進

3.0億円

事業戦略④ 会員基盤を活用したデータサービスの展開(1/2)

- 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

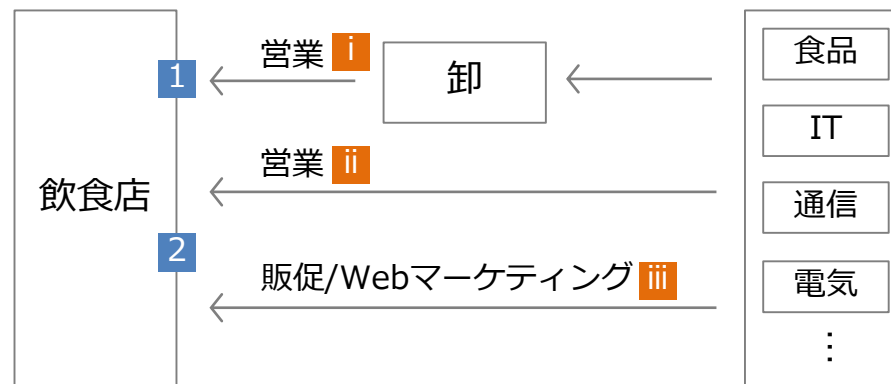
運営

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.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

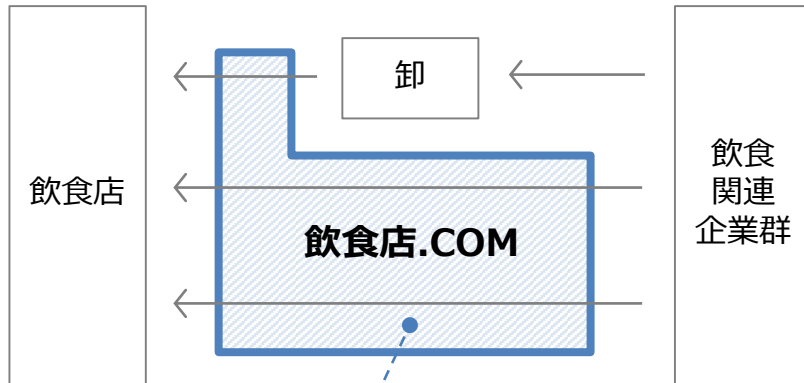
事業戦略④ 会員基盤を活用したデータサービスの展開(2/2)

- 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.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

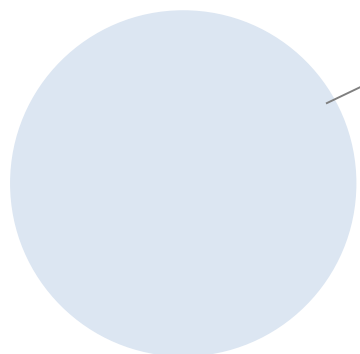
2025.3期
売上高

2.0億円

各サービスの市場規模

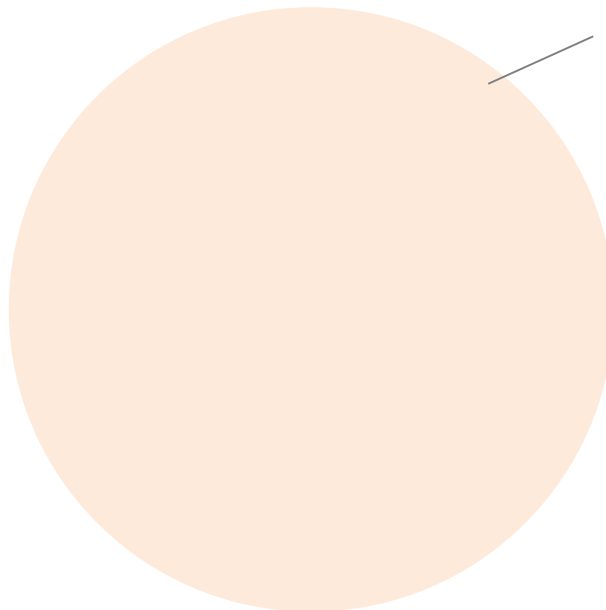
- 求人広告領域の成長余地は大きい
- 最も市場規模が大きいのはデータサービス領域。当社ビジョン実現時には売上高数十億円規模のポテンシャルあり

求人広告サービス領域 210億円



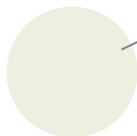
個人企業経営調査(2018年度、総務省)資料から常用雇用者規模5人以上1,000人未満の店舗を母数として当社試算

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

投資方針

- 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

年度別業績目標

- 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

(単位:百万円)	新中期経営計画			
	2023年3月期		2024年3月期	2025年3月期
	修正前	修正後 ※2		
売上高	2,300	2,760	2,600	※1 3,000
営業利益	470	730	585	750
営業利益率	20.4%	26.4%	22.5%	25.0%
経常利益	470	730	585	750
親会社株主に帰属する当期純利益	340	511	415	532

2023年3月期通期連結業績を踏まえて修正予定

※1 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)

※2 2022年11月14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を上方修正しております。

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。