

2025年3月期第2四半期決算説明資料

2024年11月14日

株式会社シンクロ・フード <3963>



1. 2025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

※2025年3月期第2四半期連結会計期間において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、2024年3月期連結会計年度に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定内容を反映させております。

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：大阪府大阪市北区梅田3-4-5 毎日新聞ビル8階 名古屋支社：愛知県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 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1番地 サンシャインビル2階 HRサービス本部(2023年11月開設)：東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー13階 ※横浜営業所はHRサービス本部へ統合
資本金	5億6,201万円
従業員	202名(連結ベース/正社員/2024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)

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

連結業績(2Q累計)

- 売上高 1,967百万円(前年同期比+13.0%)、営業利益 585百万円(前年同期比+24.4%)、営業利益率 29.8%(前年同期比+2.7pt)
- 2Qの四半期売上高は、1Q大型M&A案件の影響を除くと1Qとほぼ同水準となり、従来の4Q偏重の売上高の季節トレンドに回帰
 - ✓ **メディアプラットフォーム事業**
 - 求人広告サービスは、採用市況は一定の落ち着きはあるものの、直販・代理店ともに売上高は伸長
 - デザイン会社向けサービスは引き続き順調に推移
 - ✓ **M&A仲介事業**
 - 中規模M&A案件の成約が後ろ倒しとなったものの、小規模なM&A案件や居抜きの成約を着実に積み上げ
- ベースアップや社内マネジメント/リーダー研修等の人的資本投資を継続しながらも、2Qも効率的なコスト運用を継続
 - ✓ 売上高に対する人件費率(2Q)は前年同期比で2.3ptの増加(31.2%→33.5%)
 - ✓ 売上高に対する広告宣伝費率(2Q)は前年同期比で0.6ptの減少(5.9%→5.3%)

主なトピックス

- **モビリティサービス**：サブスクサービスの登録件数が900件を突破し、安定収益を確保 (→ 21頁)
- **求人広告サービス**：「求人飲食店ドットコム」北陸・甲信越版を10月1日にリリース (→ 22頁)
- **保険サービス**：飲食店のあらゆるリスクに備える「事業をおまもりする保険」を10月1日より販売開始 (→ 23頁)
- **農業ジョブ**：農業・食品特化の合同企業説明会「食品・農業就活サミット」が来年2月21日に開催決定、求人検索において生産品目で検索できる新機能をリリース (→ 24頁)
- **SNSショート動画**：「グルメバイトちゃん」掲載店舗数が400店を突破

2025年3月期第2四半期決算概要

売上高は4Q偏重の季節トレンド通りに推移
通期業績予想に対しても、前期2Q進捗実績と遜色ない水準

(単位:百万円)	2025年3月期 2Q累計(連結)	2024年3月期 2Q累計(連結)	前年 同期比	2025年3月期 通期業績予想(連結)		進捗率	
					成長率	2025年3月期2Q (対通期業績予想)	2024年3月期2Q (対前期通期実績)
売上高	1,967	1,741	+13.0%	4,200	+16.6%	46.8%	48.3%
売上総利益	1,649	1,452	+13.6%	-	-	-	-
販管費	1,063	981	+8.5%	-	-	-	-
営業利益	585	471	+24.4%	1,260	+21.4%	46.5%	45.4%
営業利益率	29.8%	27.1%	+2.7pt	30.0%	-	-	-
経常利益	586	470	+24.7%	1,260	+21.6%	46.5%	45.4%
親会社株主に帰属 する当期純利益	394	321	+22.5%	882	+25.3%	44.7%	45.7%

売上高の状況

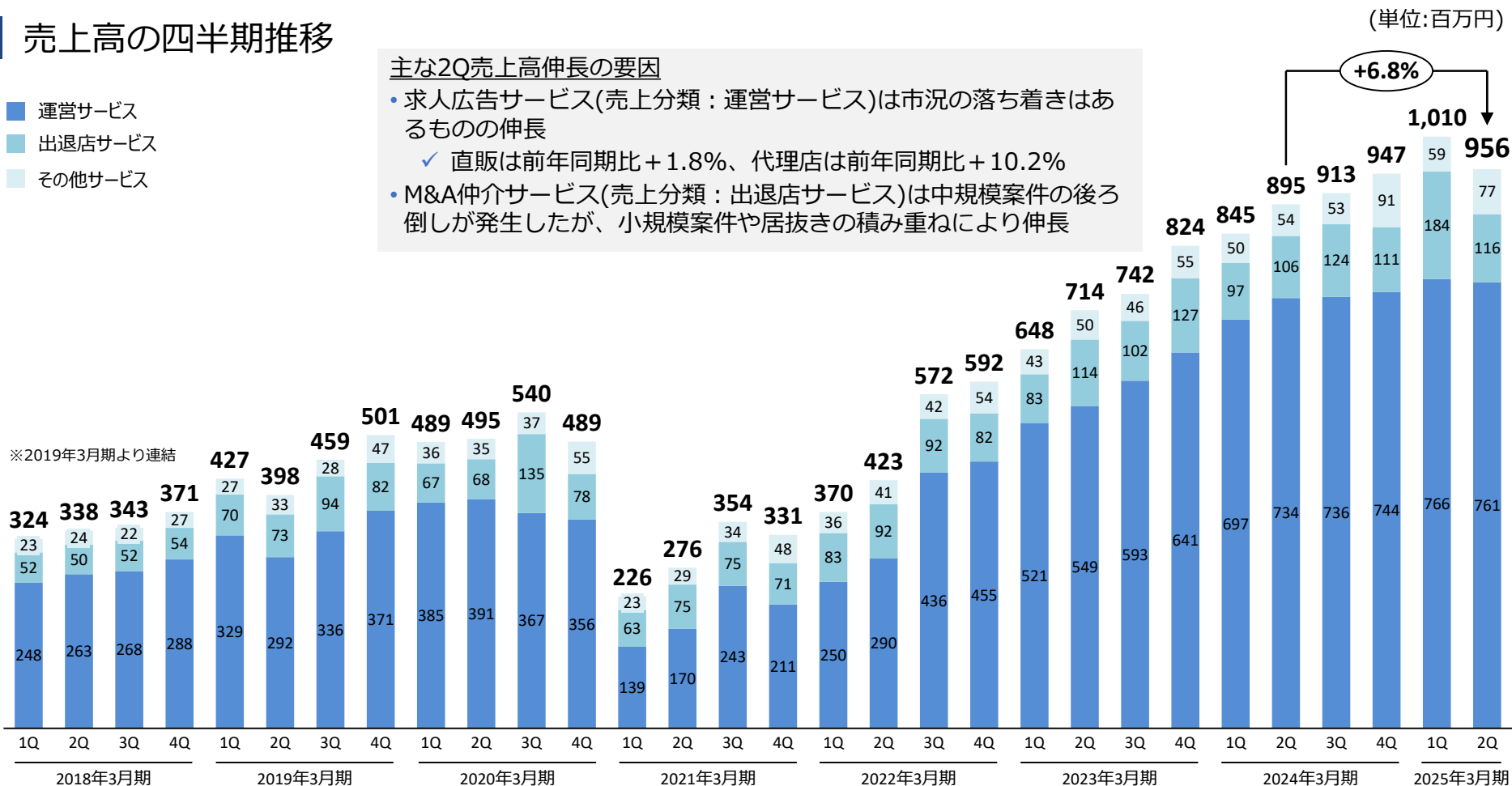
2Q売上高は、1Q大型M&A案件の影響を除くと1Qとほぼ同水準
(前年同期比+6.8%)

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2Q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)は市況の落ち着きはあるものの伸長
 - ✓ 直販は前年同期比+1.8%、代理店は前年同期比+10.2%
- M&A仲介サービス(売上分類：出退店サービス)は中規模案件の後ろ倒しが発生したが、小規模案件や居抜き積み重ねにより伸長



補足.売上高の季節トレンドについて

例年4Qに偏重するが、コロナ以前は1Q-3Qの売上高は同程度で推移
2025年3月期も従来のトレンドに戻る見込み

通期売上高に対する四半期売上高の割合

	1Q	2Q	3Q	4Q
2018年3月期	23.5%	24.5%	24.9%	27.2%
2019年3月期	23.9%	22.3%	25.7%	28.0%
2022年3月期	18.9%	21.6%	29.2%	30.2%
2023年3月期	22.1%	24.4%	25.3%	28.1%
2024年3月期	23.5%	24.9%	25.4%	26.3%

1Q-3Qは同程度で推移

※ コロナ影響を受け始めた2020年3月期、及び影響を大きく受けた2021年3月期は除く

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(モバイル) 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
	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 不動産物件 	
出退店サービス	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
	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) 農業ジョブ 	
その他サービス	ウィット		<ul style="list-style-type: none"> フードアカウンティング協会 	

販売費及び一般管理費の状況

人的資本への投資を進める一方で、広告宣伝費を中心に
効率的なコスト運用を継続(前年同期比+10.3%)

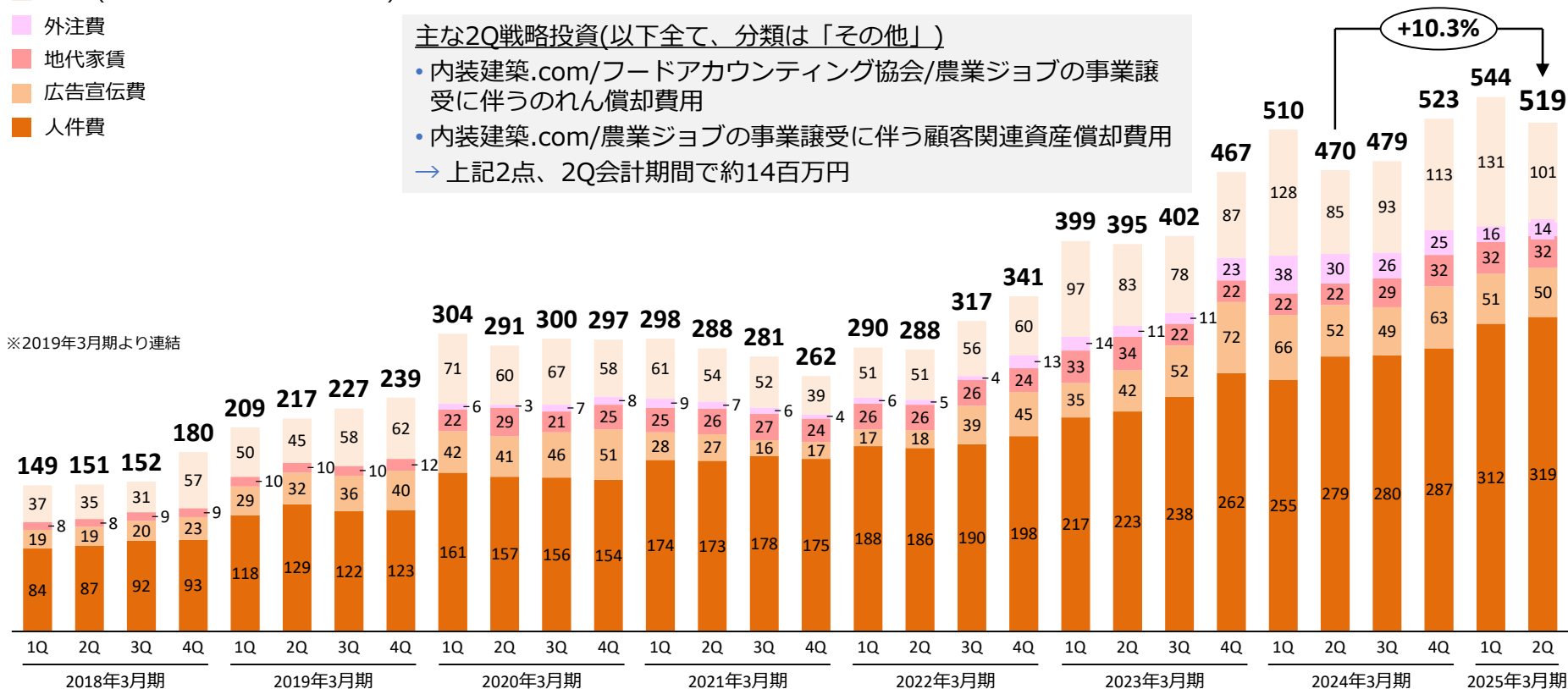
販売費及び一般管理費の四半期推移

- その他(のれん・顧客関連資産償却費含む)
- 外注費
- 地代家賃
- 広告宣伝費
- 人件費

主な2Q戦略投資(以下全て、分類は「その他」)

- ・内装建築.com/フードアカウンティング協会/農業ジョブの事業譲受に伴うのれん償却費用
 - ・内装建築.com/農業ジョブの事業譲受に伴う顧客関連資産償却費用
- 上記2点、2Q会計期間で約14百万円

(単位:百万円)



※2019年3月期より連結

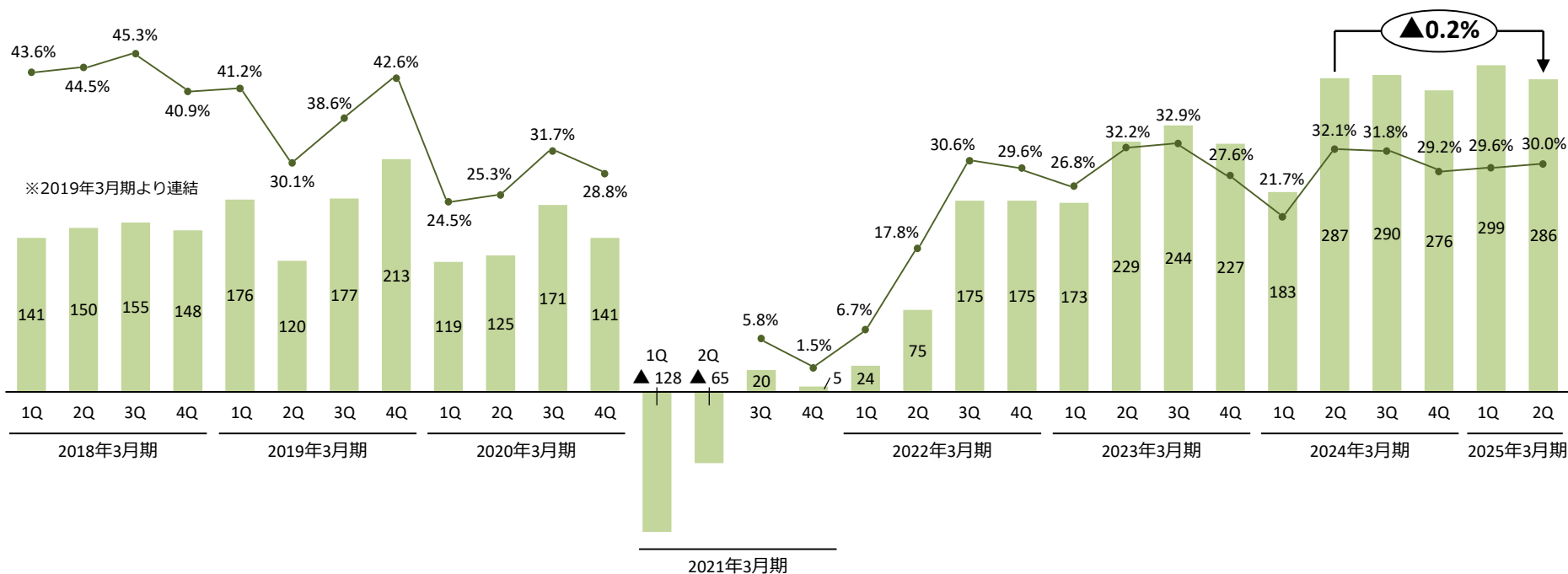
営業利益の状況

戦略投資を行いながらも、2Q営業利益は高水準を維持(前年同期比▲0.2%)
2Q営業利益率は30%に到達

営業利益の四半期推移

■ 営業利益
— 営業利益率

(単位:百万円)



連結キャッシュ・フロー計算書

配当を実施しながらも
順調に営業キャッシュ・フローを積上げ

(単位:百万円)	2025年3月期 第2四半期累計期間	2024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	4,144	3,883	260
営業活動によるキャッシュフロー	412	241	170
投資活動によるキャッシュフロー	▲1	▲285	284
財務活動によるキャッシュフロー	▲185 ※1	-	▲185
現金及び現金同等物の増減額	225	▲43	269
現金及び現金同等物の期末残高	4,369	3,839	530

※1 新株予約権の行使による株式の発行による収入、配当金の支払等

連結貸借対照表

利益剰余金の増加等により 純資産が209百万円増加(2024年6月期末比)

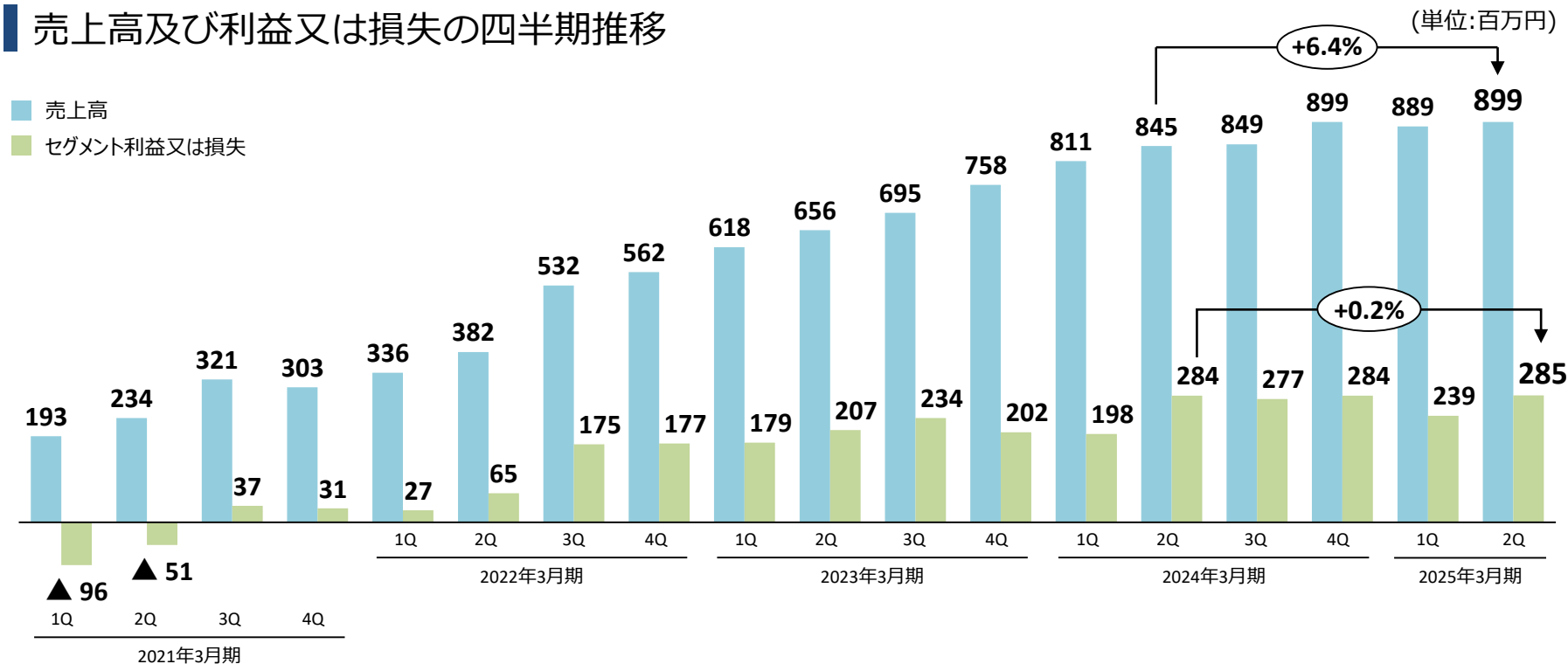
(単位:百万円)	2024年9月期末	前四半期末比 上段:金額、下段:増減率	2024年6月期末
流動資産合計	4,684	+250 (+5.6%)	4,434
現金及び預金	4,419	+180 (+4.2%)	4,239
固定資産合計	602	▲16 (▲2.7%)	618
資産合計	5,286	+233 (+4.6%)	5,053
流動負債合計	765	+24 (+3.3%)	741
固定負債合計	31	+0.007 (+0.0%)	31
純資産合計	4,488	+209 (+4.9%)	4,279

1. 2025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

求人広告市況の落ち着きはあるものの、2Q売上高は着実に伸長(前年同期比+6.4%)
セグメント利益も高水準を維持(前年同期比+0.2%)

売上高及び利益又は損失の四半期推移



求人広告サービス

- ✓ 採用市況に一定の落ち着きはあるものの、直販(前年同期比+1.8%)、代理店(前年同期比+10.2%)ともに売上高は伸長

デザイン会社向けサービス

- ✓ 店舗デザイン、求人インテリアともに順調に推移し、デザイン会社向けサービスは大きく伸長(前年同期比+29.6%)

※内装建築.comを除く

各種指標

- ✓ 登録ユーザー数、事業者数、求職者数も順調に増加

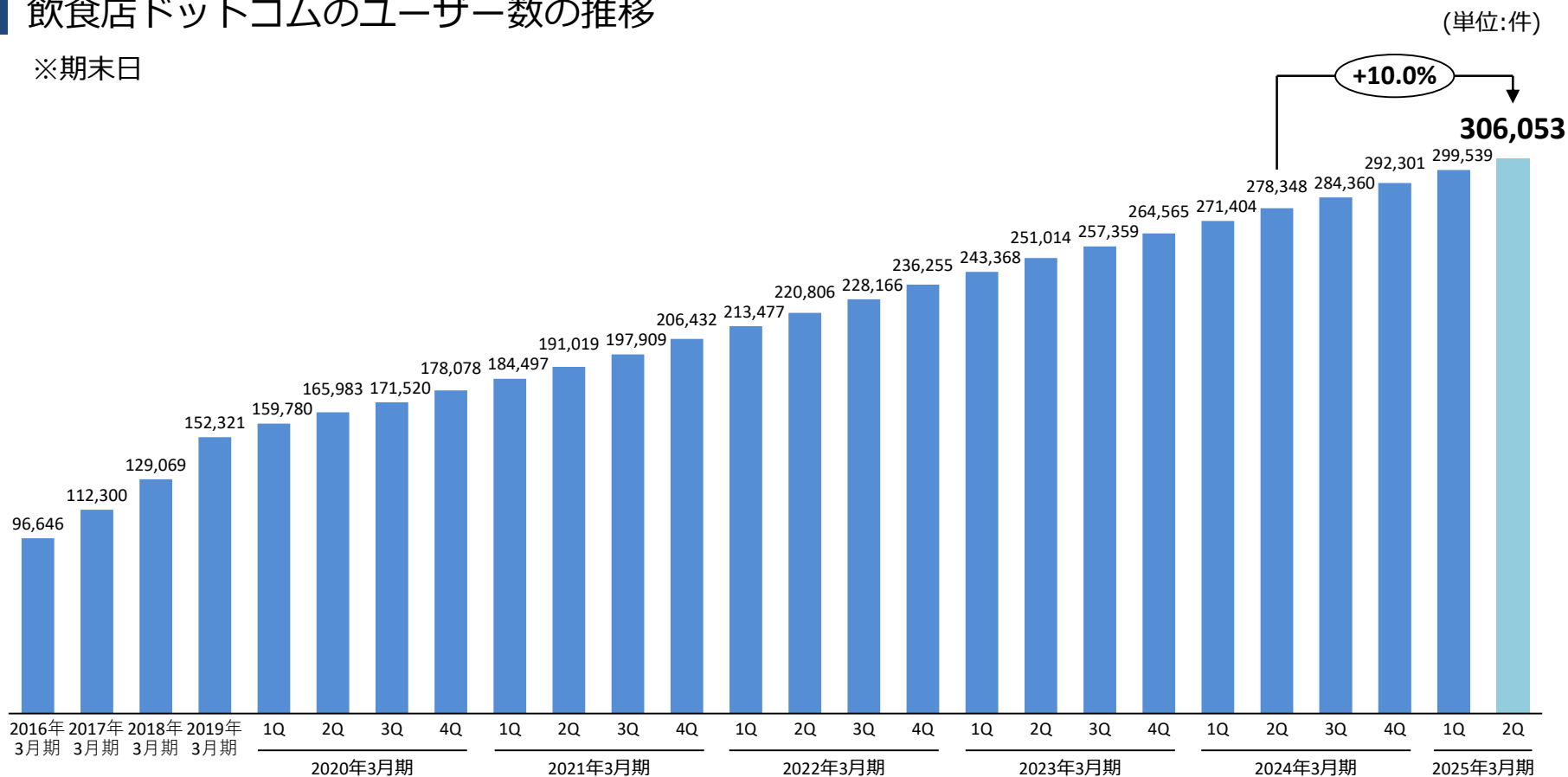


メディアプラットフォーム事業 ～ ユーザー数の状況

ユーザー数は順調に増加し、30万件を突破(前年同期比+10.0%)

飲食店ドットコムของผู้ーザー数の推移

※期末日

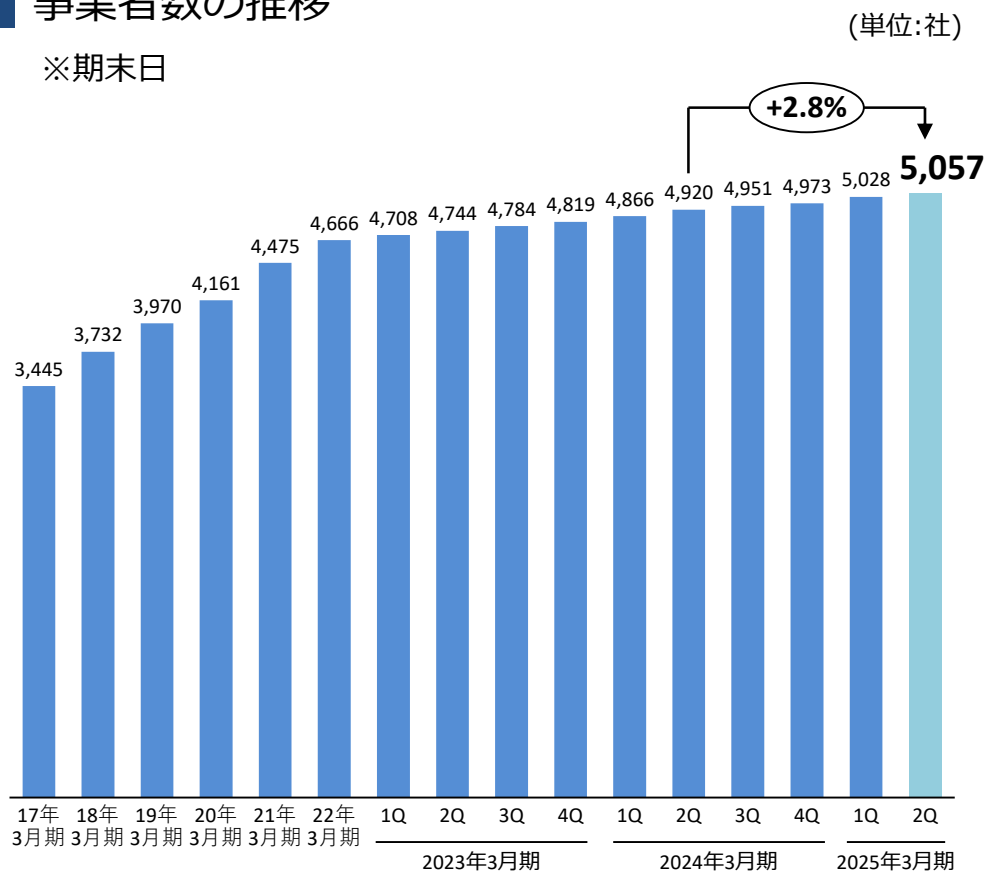


メディアプラットフォーム事業 ～ 事業者数・求職者数の状況

事業者数・求職者数も順調に増加
 (事業者数：前年同期比+2.8%、求職者数：前年同期比+19.0%)

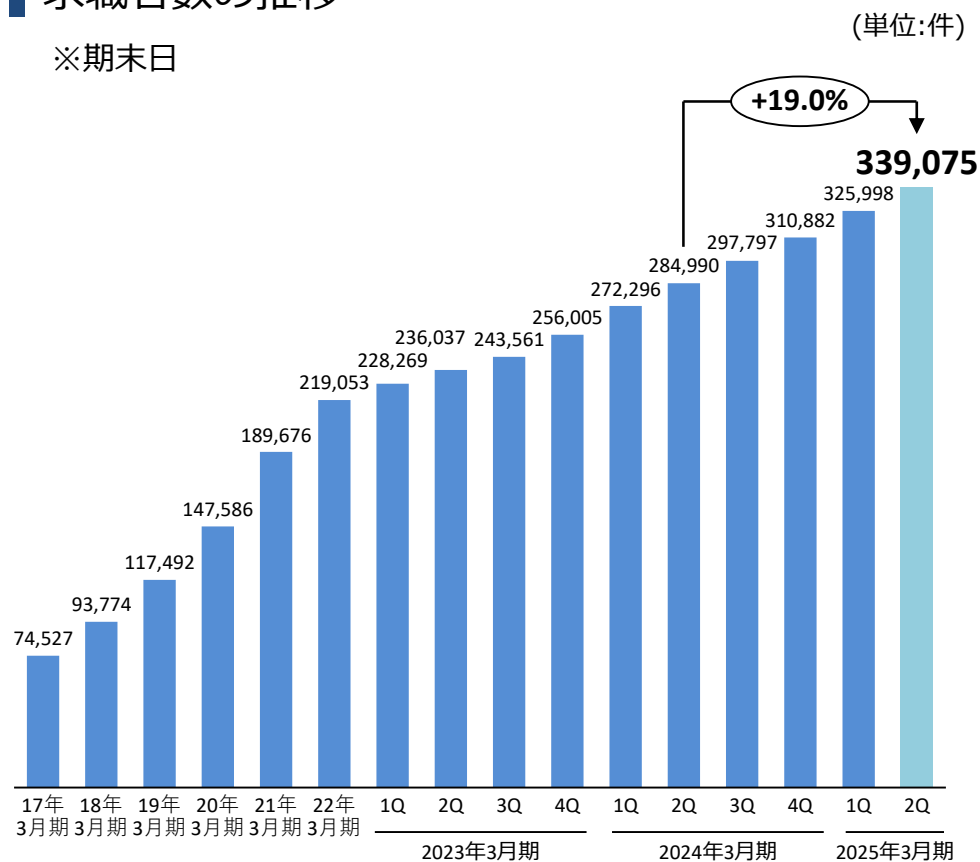
事業者数の推移

※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
 (内装建築.comにおける設計・施工会社登録数は除く)

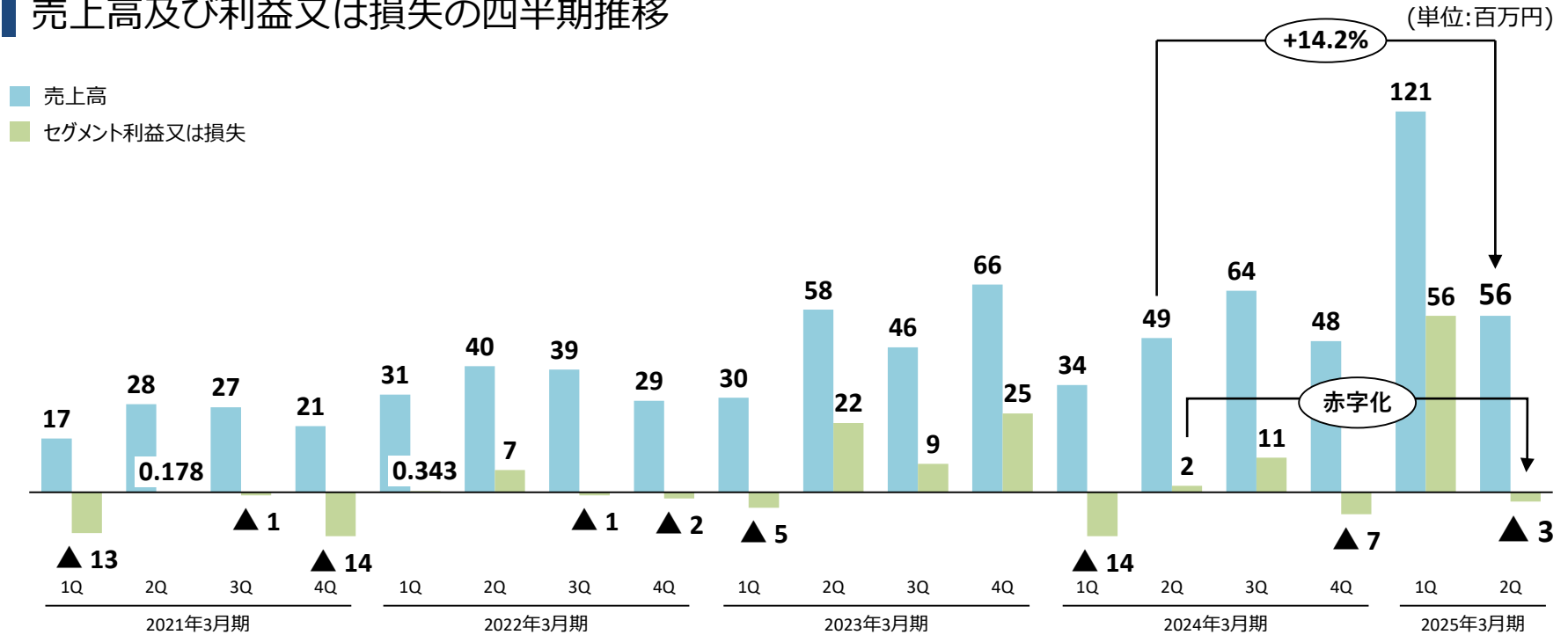
(注)求人飲食店ドットコムに求職者として会員登録した人数(仮会員登録と退会者を除く)



M&A仲介事業

中規模M&A案件の成約が後ろ倒しとなったものの、2Q売上高は
小規模M&A案件や居抜きの成約を着実に積み上げ(前年同期比+14.2%)
セグメント利益は若干の赤字

売上高及び利益又は損失の四半期推移



M&A仲介サービス

- ✓ 比較的小規模なM&A案件やM&Aライト案件の売上高は伸長(前年同期比+9.7%)

居抜きサービス

- ✓ 売却相談件数、案件化数ともに高水準を維持し、売上高は伸長(前年同期比+35.1%)

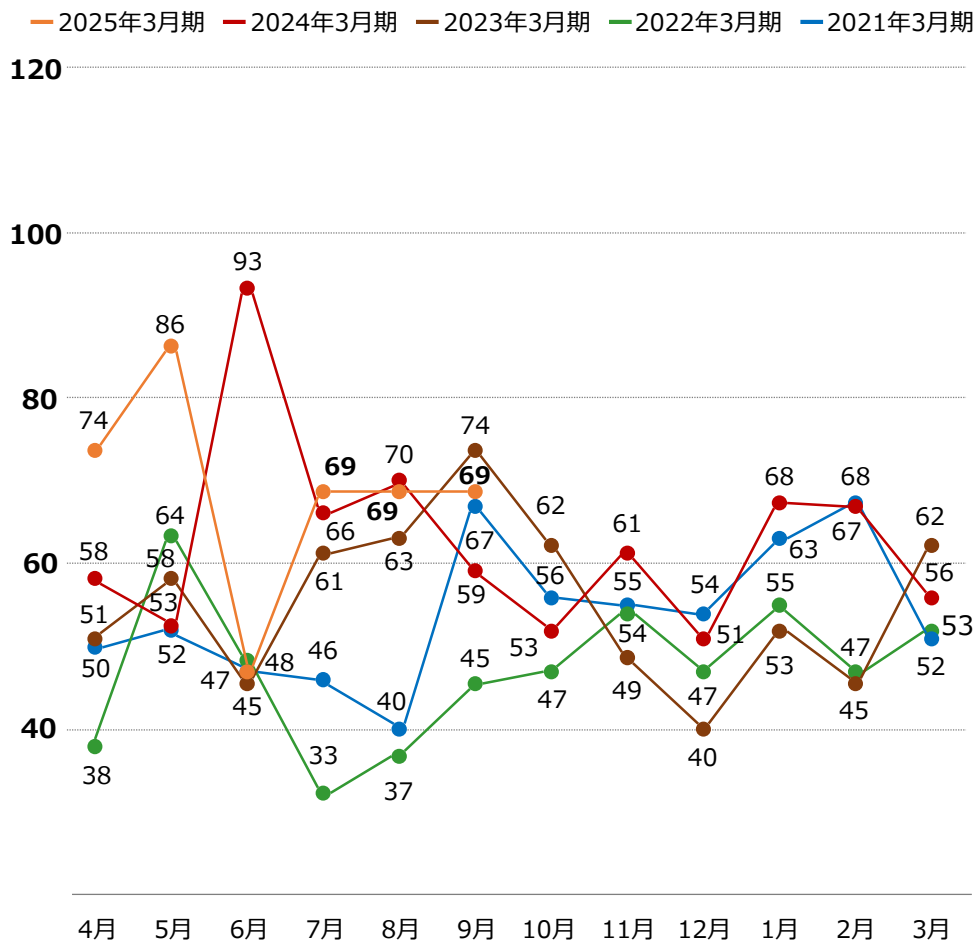
その他

- ✓ 企業価値査定サービスを7月に開始以降、会計事務所から多数の問合せがあり、順調な滑り出し

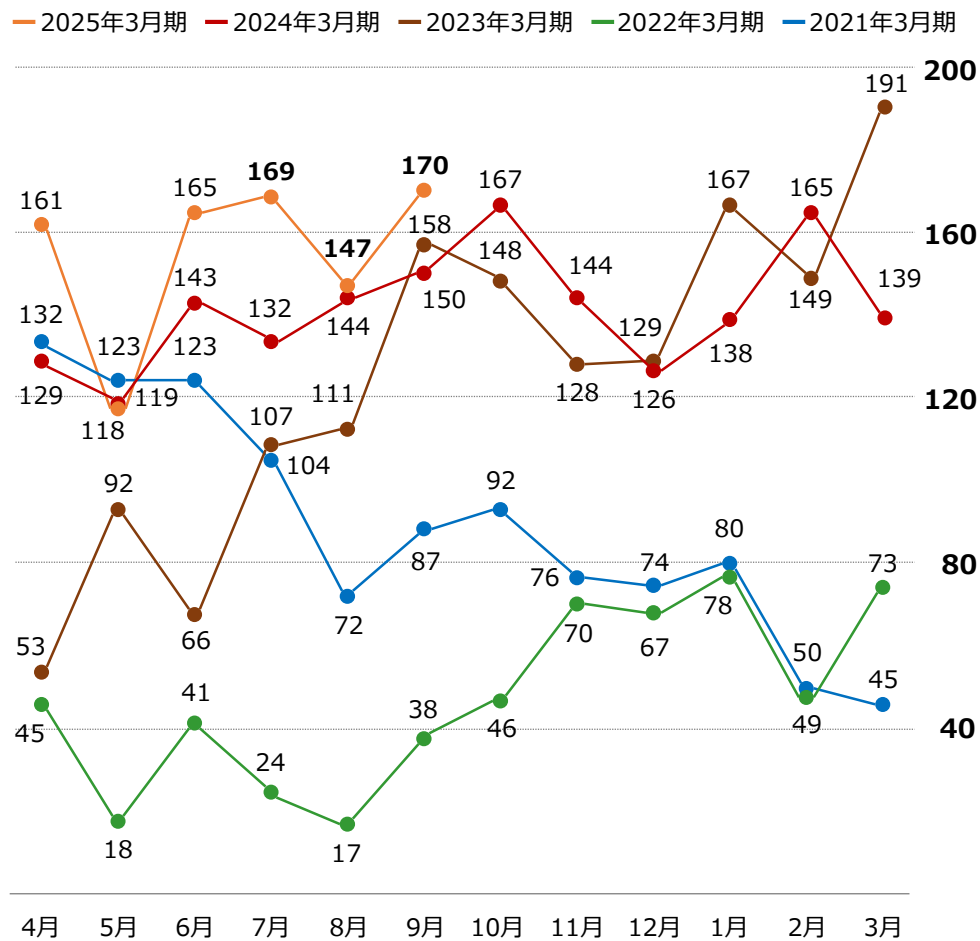
M&A仲介事業 ～ 売却相談件数の状況

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. 2025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

2025年3月期の方針に対する進捗

M&A仲介は成約に遅れがあるものの、それ以外の領域では順調に進捗

2025年3月期の方針※1

2Q終了時点での進捗

1 新中期経営計画の完遂	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：採用市況の落ち着きは見られるものの、全てのエリアで順調に推移 ✓ 代理店：受注実績のある営業人員数(ユニーク)が316名(1Q末比+41名)、契約代理店は39社(1Q末比+1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(店舗デザイン・求人インテリア)は大きく伸長 ✓ 中規模M&A案件の成約が後ろ倒しになるも、小規模案件や居抜きの成約は積み上げ
		モビリティサービスの推進・拡大	評価 ○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 常設場所延べ稼働9,545台、イベント延べ稼働4,039台(ともに2Q累計)、登録台数4,213台(仮登録除く)と順調に増加 ✓ サブスク登録台数は909台(2024年9月30日時点、1Q末比+245台)
		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"> ✓ 飲食店特化型の保険サービスとして、日新火災と連携し「事業をおまもりする保険」を10月1日にリリース
		SNSショート動画を活用した収益拡大	評価 ○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 求人掲載数を拡大中(413店舗、1Q末比+81店舗) ✓ アルバイト動画は2Qで184本作成・投稿 ✓ 特定エリアにおける無料撮影・制作キャンペーンを実施(第一弾～第三弾)
	戦略投資とコストコントロールの両立	評価 ○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2Qにおける売上高人件費率は2.3pt増加したものの、売上高広告宣伝費率は0.6pt低下し(昨対比)、引き続き戦略投資をカバー 	
2 非連続成長に向けた取組みの継続	M&A戦略の推進 次期中期経営計画の策定	評価 ○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ M&A戦略及び長期的な事業の方向性に沿ったソーシング活動を継続 ✓ 事業譲受した「農業ジョブ」のサイト改善や新機能リリース、就活サミット開催決定 	
	生成型AIプロジェクトの継続推進	評価 ○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 求人インテリアの履歴書自動作成、物件領域の登録アシスタントに引き続き、GPTを活用した求人原稿自動作成機能を開発中 	

※1 2024年3月期決算説明会資料より(2024年5月15日発表)

トピックス ～ モビリティサービスにおけるサブスク登録数が順調に拡大

6月の申込開始から順調にサブスク登録数が増加
9月末時点で900台を突破し、安定収益の確保に貢献

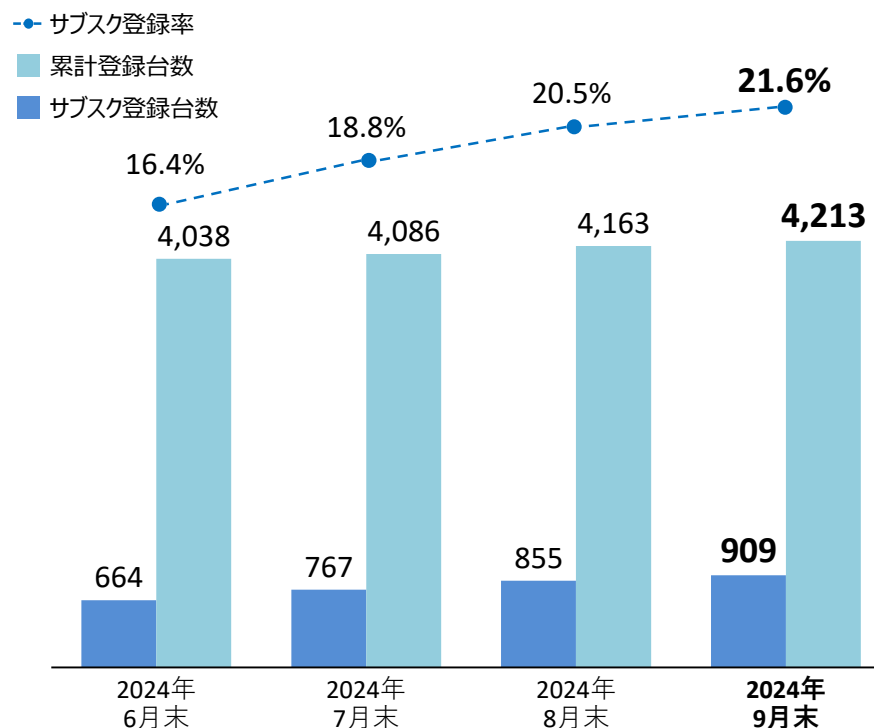
※ 契約更新時に一定数の解約を見込むため、年度末目標の850台は維持

サブスクサービスの期末目標



※ 2025年3月期第1四半期決算説明資料(2024年8月9日公表)より抜粋

累計登録台数・サブスク登録台数の推移



※ サブスクは契約期間6ヶ月の自動更新

トピックス ～ 求人飲食店ドットコム「北陸・甲信越」版をリリース

求人飲食店ドットコムの北陸・甲信越版サービスを10月1日にリリース
今後もサービス改善を継続し、掲載企業・求職者の双方に更なる価値を提供

※ 2024年10月1日公表の「求人飲食店ドットコム 北陸・甲信越版のサービス提供を開始」参照

求人飲食店ドットコム

- ✓ 飲食店専門求人サイトの中で**最大級**の掲載数
- ✓ 登録している求職者は**90%以上**が**飲食店経験者**
- ✓ 掲載求人案件のうち**90%以上**が**独占掲載***



*独占掲載：当サイトのみで求人募集すること

「北陸・甲信越版」

- ✓ 従来の「関東版」「関西版」「東海版」「九州版」「北海道版」に「北陸・甲信越版」エリアが追加
- ✓ 長野/新潟/山梨/石川/富山/福井の6県が対象



トピックス ～ 「事業をおまもりする保険」の販売開始

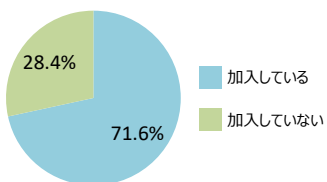
日新火災と連携し、飲食店のあらゆるリスクに備える保険の販売を開始

※ 2024年9月30日公表の「日新火災と連携、飲食店のあらゆるリスクに備える「事業をおまもりする保険」の販売を開始」参照

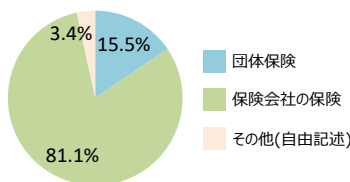
背景

- 飲食店ドットコム会員向けに、加入している保険に関するアンケートを実施 (N=370)
- 飲食店の保険加入について取得情報が不足していることが明確に
 - ✓ 火災保険以外の損害保険に加入していない飲食店が30%弱
 - ✓ 保険加入のきっかけは50%超が知り合いの紹介 等

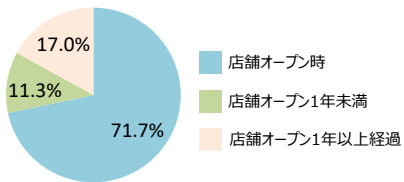
Q1.火災保険以外の損害保険の加入(N=370)



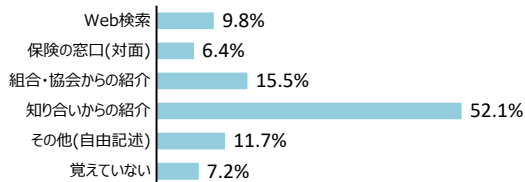
Q2.加入している損害保険の種類(N=265)



Q3.保険の加入タイミング(N=265)



Q4.加入のきっかけ(N=272)



「事業をおまもりする保険」の特徴

1. 飲食業ならではの損害賠償リスクを補償 (施設管理・業務上の賠償、食中毒等の賠償)
2. 申込・契約手続きがWeb上で完結
3. 保険料金が一律(売上高1億円以下)、契約更新の手間を省力化



トピックス ～ 農業ジョブの取組み状況

12回目となる「食品・農業就活サミット」の2025年2月開催が決定
求人サイト「農業ジョブ」の新機能を10月にリリース、
今後も更なるユーザービリティの向上により応募効果の拡大を目指す

食品・農業就活サミットの実施概要

- 開催日時
 - ✓ 2025年2月21日(金)
- 開催場所
 - ✓ 東京国際フォーラム
ホールB7
- 参加対象者
 - ✓ 2026年春に大学、大学院、短大、専門学校、農業大学
校等を卒業予定の学生(想定参加人数：500名)
- 参加企業
 - ✓ 農業・アグリビジネス・食品業界のリーディング
カンパニー最大66社
- 主催
 - ✓ 農業ジョブ(株式会社シンクロ・フード)



求人サイト「農業ジョブ」の新機能

業界初*の「生産品目から探す」機能をリリース！

*当社調べ(2024年10月時点)



- 特定の生産品目に絞って転職活動をしている一定数のユーザー向けにUI/UXを改善、応募効果拡大へ
 - ✓ 生産品目を果物系→野菜系→植物系等、大カテゴリで分けて表示
 - ✓ フリーワード検索において検索件数が多いものから順に配置

1. 2025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)
2024年3月 株式会社ブロードリーフ監査役(現任)

沿革

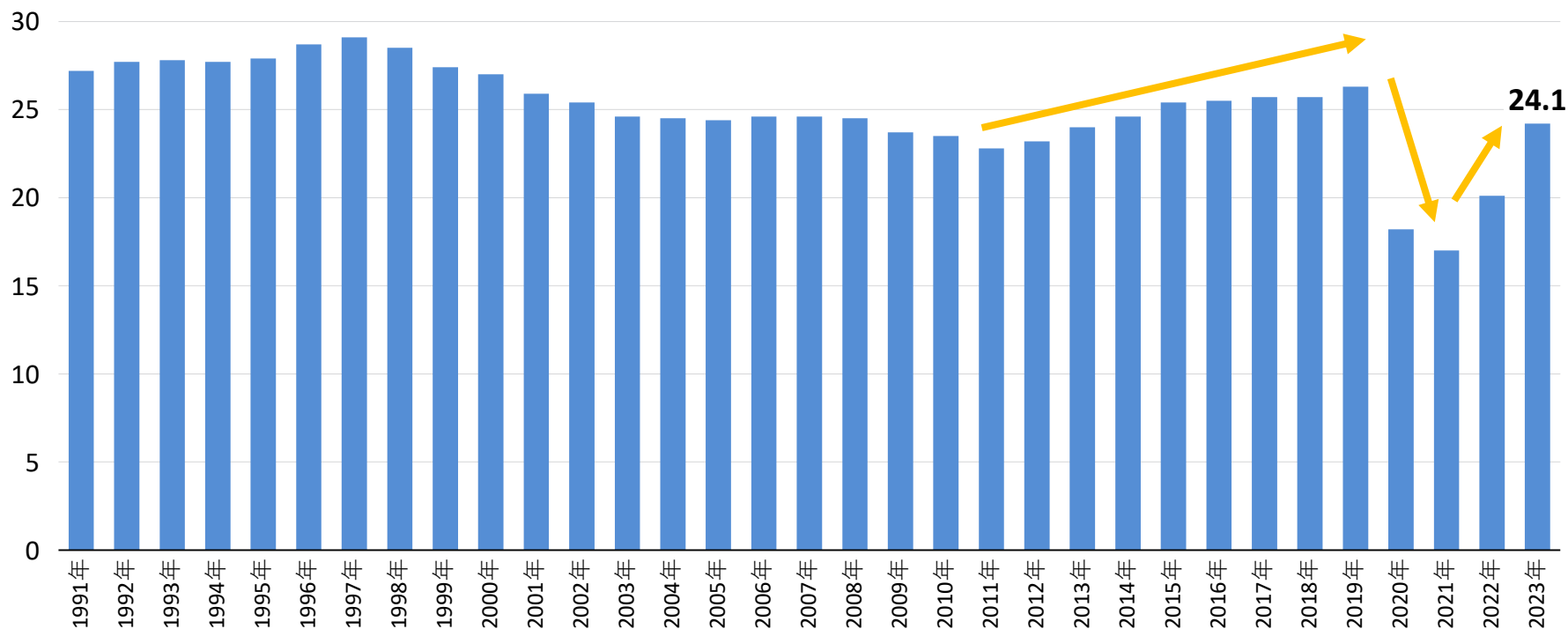
2003年	4月	株式会社シンクロ・フードを設立
	9月	飲食店の出店開業・運営支援サイト「飲食店.COM」を開設
2005年	3月	店舗の内装会社を探すことができるマッチングサイト「店舗デザイン.COM」を開設
	11月	インテリア業界の求人情報サイト「求人@インテリアデザイン」を開設
2006年	10月	飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」を開設
2007年	9月	居抜き店舗物件の買取査定サイト「居抜き情報.COM」を開設
2011年	5月	飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」の関西版を開設
2013年	9月	飲食店.COMに食材仕入先を探すことができるコーナー「食材仕入先探し」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(プレースオーダーズ)」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)
	5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
	9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」Web版をリリース
	10月	飲食店と税理士事務所のマッチングサービス「飲食店ドットコム 税理士探し」をリリース
	12月	飲食のプロが商品を試して評価する「飲食店ドットコム認証マーク」サービスを提供開始
2024年	7月	キッチンカーのプラットフォーム「モビマル」のサブスクサービス開始
	10月	飲食店のあらゆるリスクに備える「事業をおまもりする保険」の販売を開始 飲食店の求人情報サイト「求人飲食店ドットコム」の北陸・甲信越版を開設

外食産業規模

外食産業はコロナ影響により2020年～2021年にかけて縮小したものの、行動制限の解除や5類への移行を機に、2023年には24兆円にまで回復

外食産業市場規模推計の推移

単位：兆円



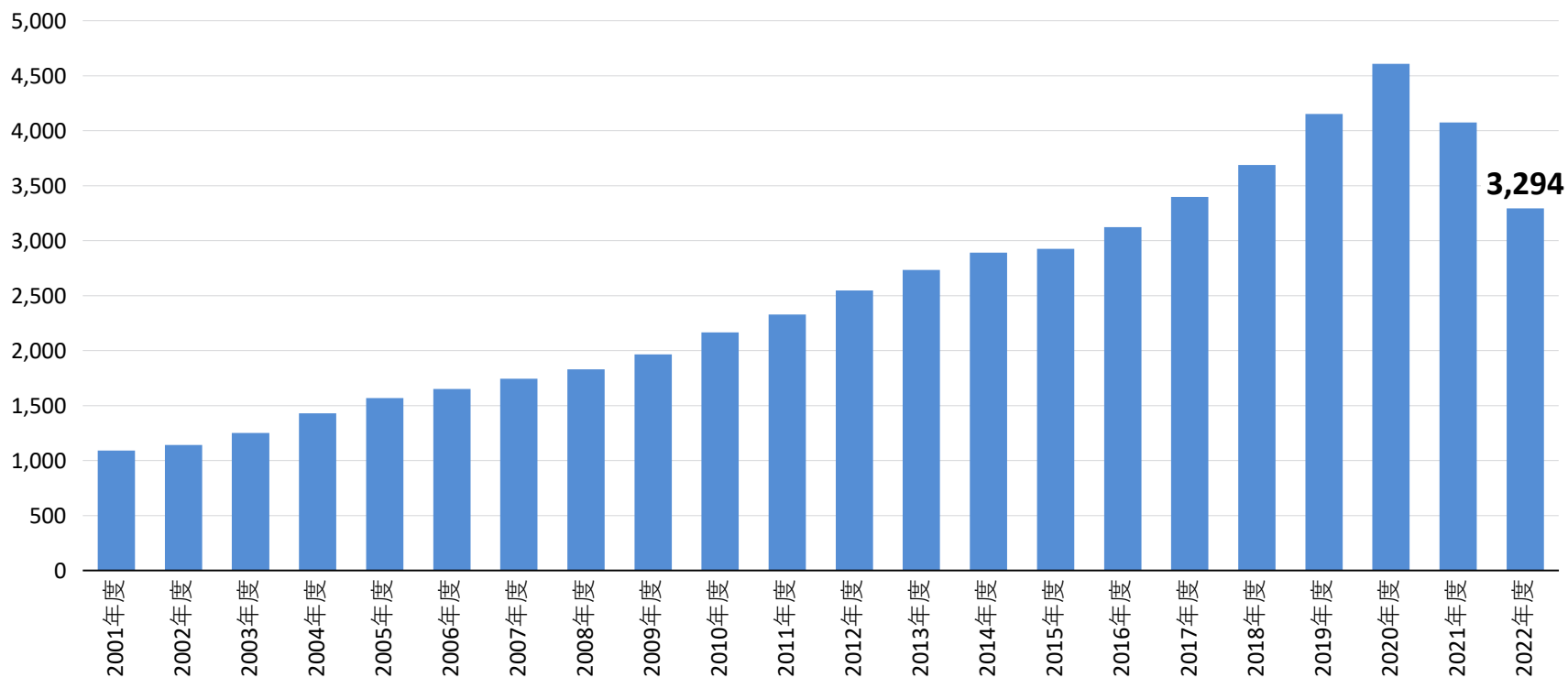
出所：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場規模推計の推移」

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年以降は減少傾向

東京都における移動販売車の営業許可件数の推移

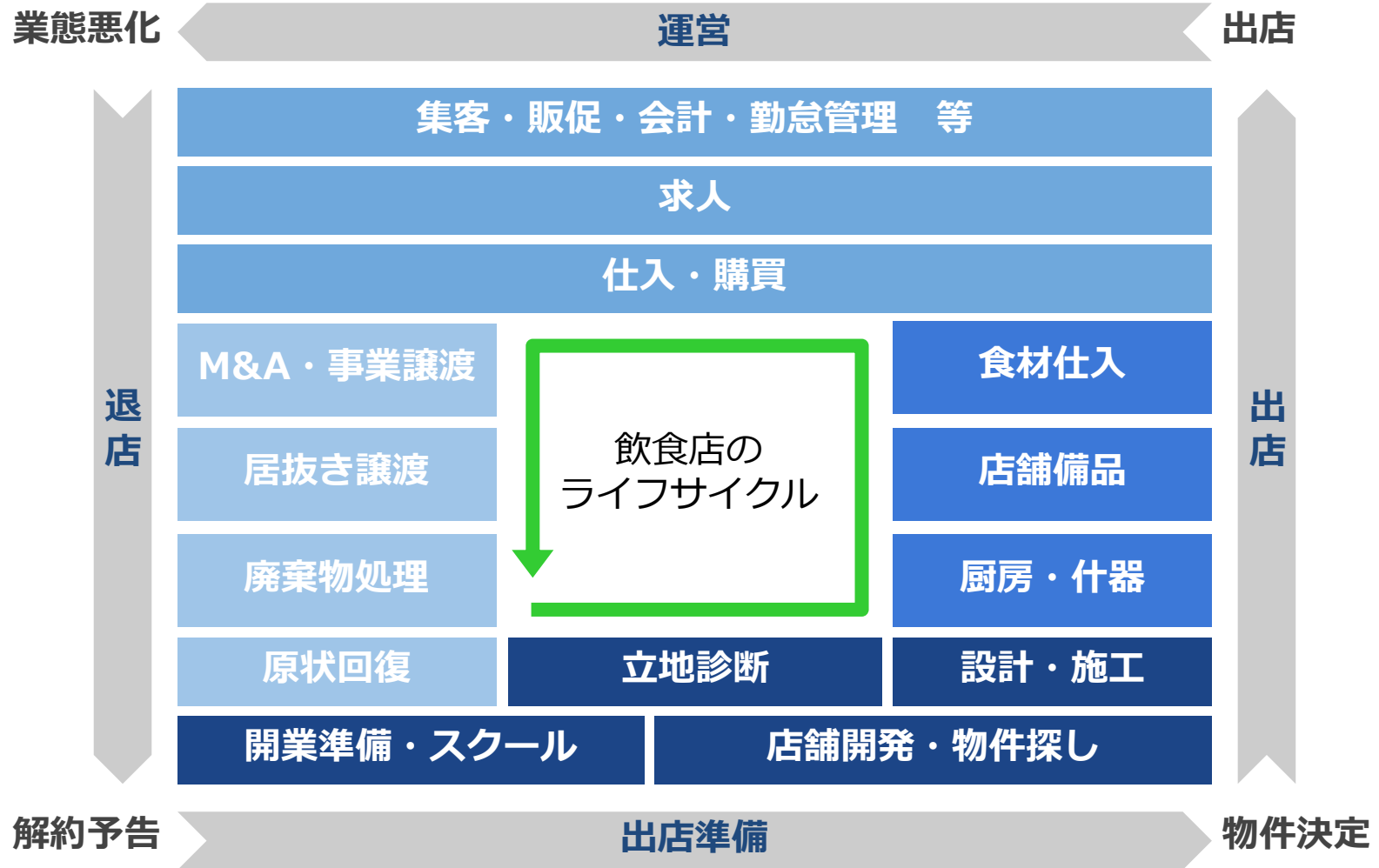
(単位：台)



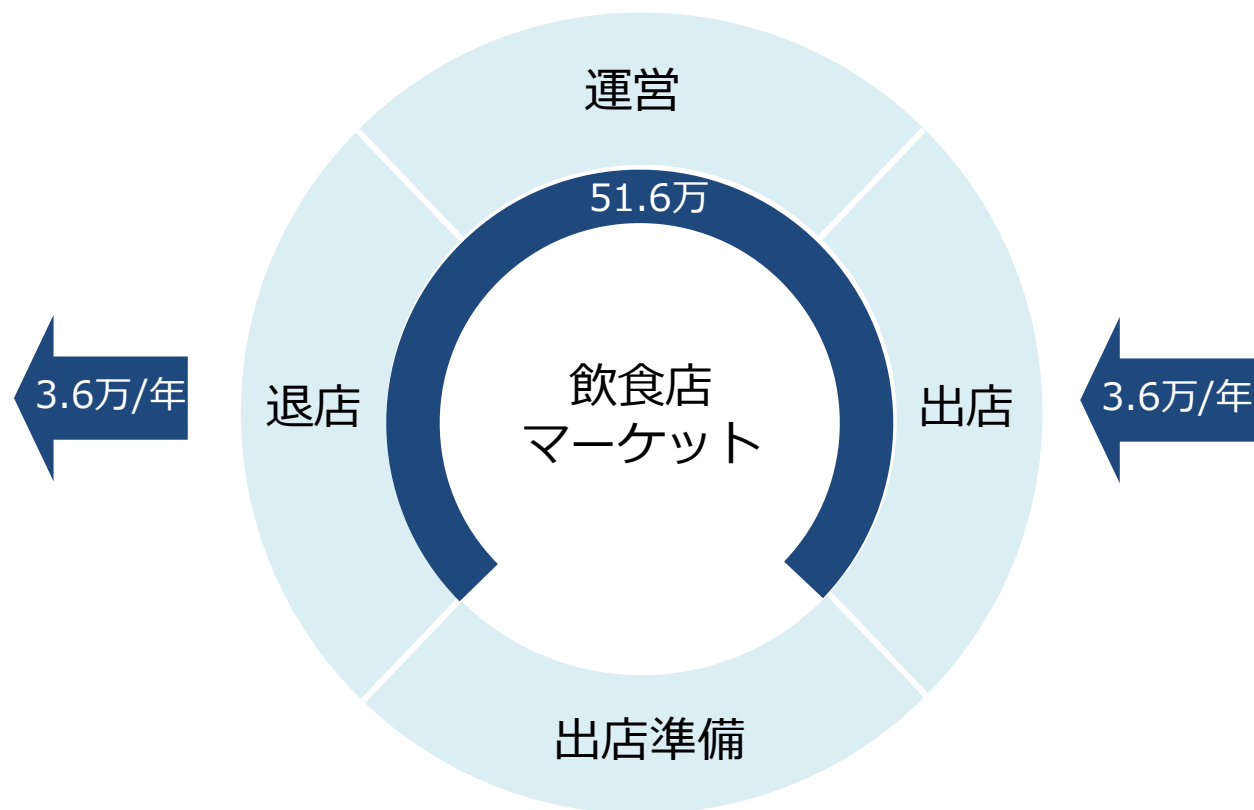
出所：東京都福祉保健局「食品衛生関係事業報告」

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



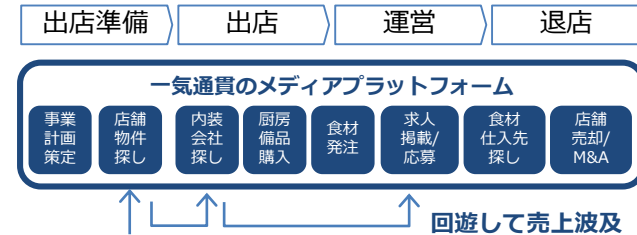
ビジネスモデルの強み

独自性・収益性・安定性に強み

1

独自性

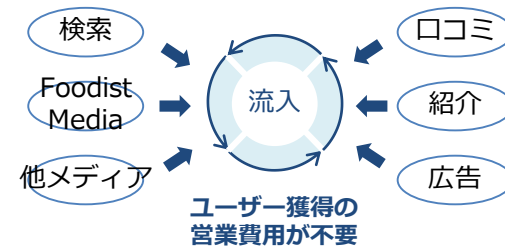
- ✓ 飲食店のライフサイクルにおける、独自の**一気通貫のプラットフォーム**
- ✓ トータルサービスゆえの**回遊効果**



2

収益性

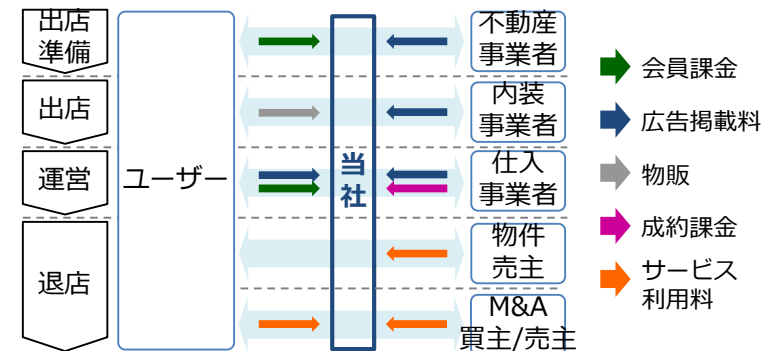
- ✓ 多様なチャネルからユーザーが流入し、**ユーザー獲得コストが低い**
- ✓ 月額課金モデルと合わせ、**高い利益率**



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 (実績)		2025年3月期	
						前期比		前期比
売上高	2,300	2,600	3,000	2,930	3,602	+22.9%	4,200	+16.6%
営業利益	470	585	750	876	1,038	+18.5%	1,260	+21.4%
営業利益率	20.4%	22.5%	25.0%	29.9%	28.8%	▲1.1pt	30.0%	+1.2pt
経常利益	470	585	750	878	1,036	+18.0%	1,260	+21.6%
親会社株主に帰属 する当期純利益	340	415	532	628	704	+12.1%	882	+25.3%

※ 2024年6月25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230億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(株式会社フロッグ提供)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

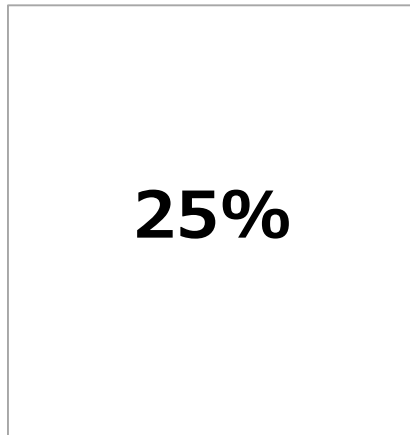
TAM : Total Addressable Market

SAM : Serviceable Available Market



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

	2023.3期	2024.3期
全国	10.7%	11.4%
東京都	31.8%	33.8%
大阪府	17.3%	16.8%
愛知県	8.1%	8.3%
神奈川県	17.9%	18.9%
福岡県	7.1%	8.5%
兵庫県	11.2%	9.5%
北海道	1.9%	3.8%

※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、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

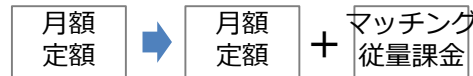
2025.3期
売上高

2.5億円

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

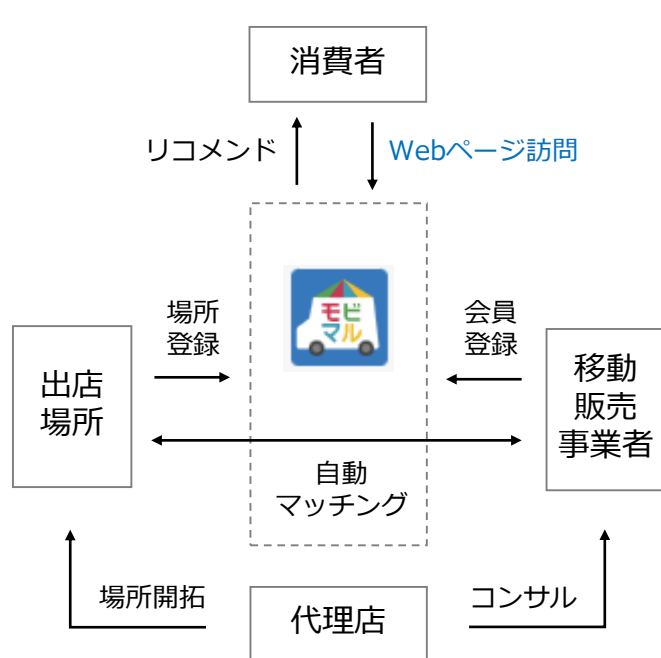
- Webマーケティング強化による案件獲得の加速
 - ✓ コンテンツ充実化、会員向けセミナー、提携先FA・不動産会社の拡充
- 提携を含むアドバイザー体制の更なる強化と成約率向上による売上拡大

- 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		<ul style="list-style-type: none"> ● 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、**30万件**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

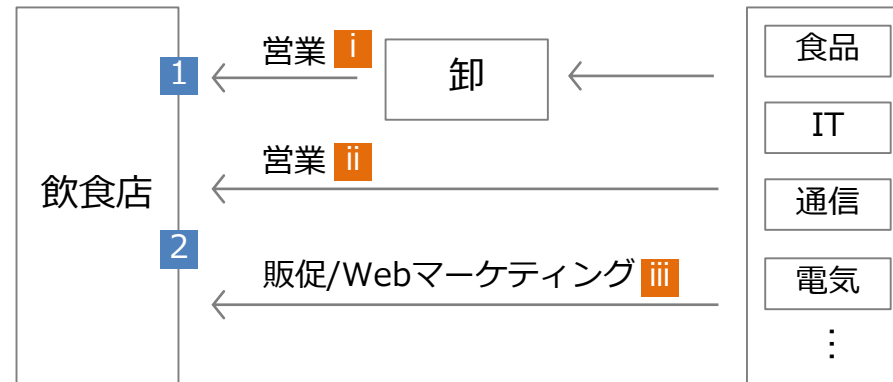
運営

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

- **30万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

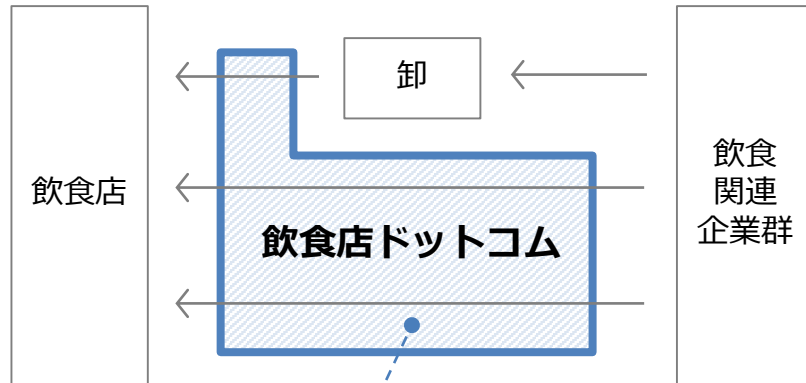
事業戦略④ 会員基盤を活用したデータサービスの展開(2/2)

- 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>

- ✓ 30万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

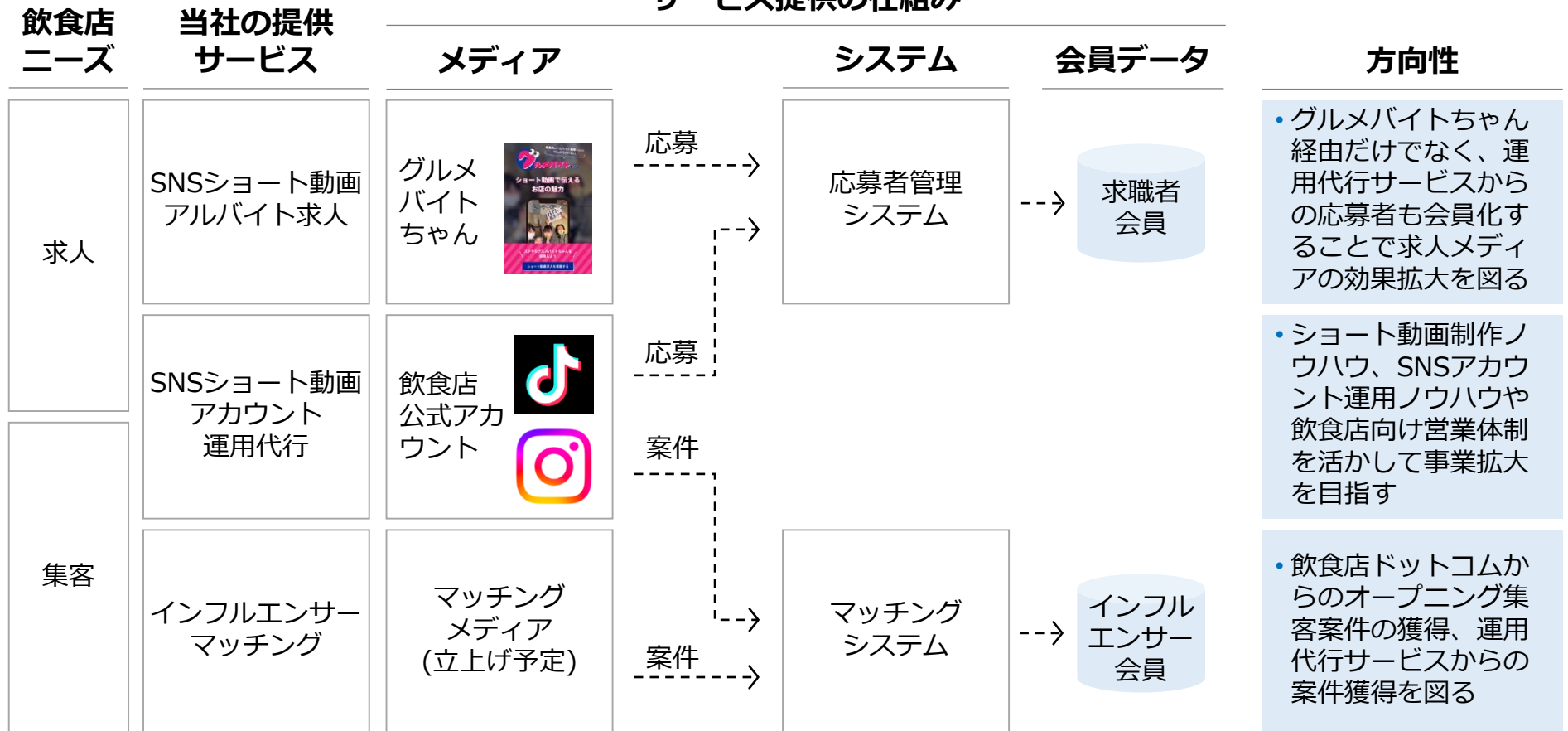
全職種・全
事業規模の
アルバイト
採用市場へ

※ 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



長期的に目指す姿 ～ 当社の成功モデル

飲食店支援領域でのこれまでの事業運営を通じて
成功したビジネスモデルを確立し、多様な能力を獲得

これまでの事業運営を通じて実現してきたこと・獲得してきた能力

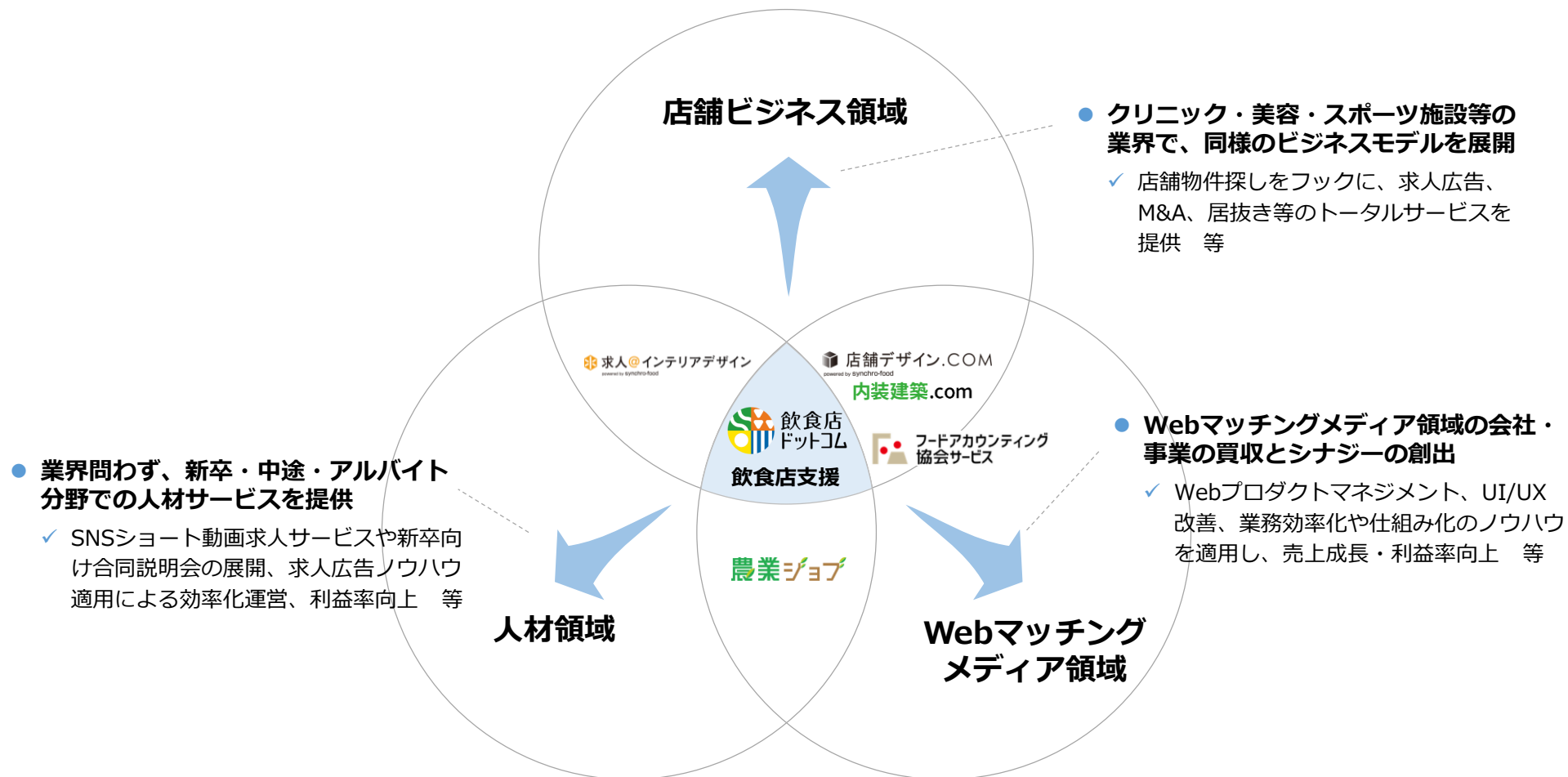


<飲食店向けメディアプラットフォームの運営>

- 物件探しをフックに低コストでユーザーを集め、求人広告で大きくマネタイズするビジネスモデル
- スピーディーなシステム開発により次々とサービスをリリース、一気通貫のトータルサービスを提供
- 多数のWebマッチングサービスにおけるプロダクトマネジメント経験及びUI/UX改善力
- 各種データ分析に基づいた業務改善・効率化・仕組み化、譲受事業への適用力
- リテール顧客(小規模飲食店)に対する営業活動の徹底的な効率化・仕組み化

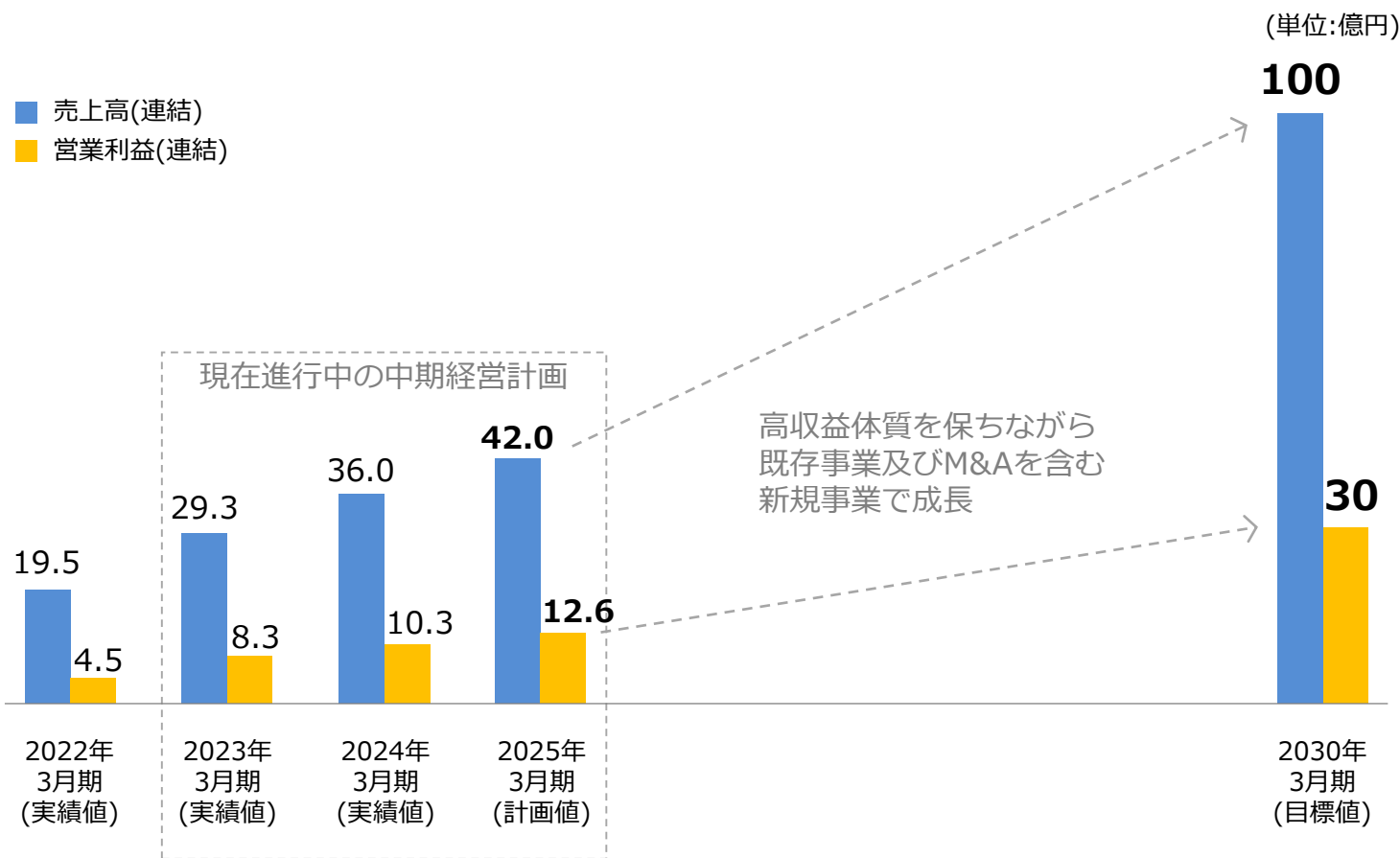
長期的に目指す姿 ～ 事業拡大の方向性

飲食店支援の成功モデルを人材・店舗ビジネス・Webマッチングメディアの3領域に適用し、長期的な事業成長・拡大を狙う



長期的に目指す姿 ～ 持続的成長の実現に向けて

2030年3月期に「売上高100億円・営業利益30億円・営業利益率30%」を目指す次期中期経営計画において、既存領域・M&A含む新規領域の成長戦略を精緻化



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。