

ぐるなび

2025年3月期

# 決算説明会資料

株式会社ぐるなび（証券コード / 2440）



# 2025年3月期 事業の概況

## 業績

- ✓ 飲食店支援売上は、ストック型サービス・スポット型サービス双方が拡大し、前期比**9.5%**成長
- ✓ 中期事業方針に掲げる**2025年3月期**での黒字転換を達成

## 施策進捗

- ✓ 楽天ID連携会員向けロイヤリティプログラム「幹事ランク制度」を構築
- ✓ 「**Google** ビジネスプロフィール」運用支援商品の利用店舗が、飲食店のニーズを捉え順調に拡大
- ✓ モバイルオーダーについて、飲食店領域での着実な進捗に加え、ホテルや社員食堂等への領域拡大が進展

## サステナビリティ

- ✓ マテリアリティの特定をはじめとする「サステナビリティ」に関する方針を策定（**P.25～32**参照）
- ✓ **NEDO** グリーンイノベーション基金事業（以下、**GI**基金事業）を推進

# 連結損益計算書

(単位：百万円)	2024年3月期	対売上高 比率	2025年3月期	対売上高 比率	前期比 変化率
売上高	12,982	100.0%	<b>13,458</b>	100.0%	+3.7%
売上原価	5,081	39.1%	<b>5,140</b>	38.2%	+1.2%
売上総利益	7,901	60.9%	<b>8,317</b>	61.8%	+5.3%
販売費及び一般管理費	8,240	63.5%	<b>8,055</b>	59.9%	-2.2%
営業利益又は営業損失	-339	-	<b>262</b>	2.0%	-
経常利益又は経常損失	-277	-	<b>261</b>	1.9%	-
税引前当期純利益又は税引前当期純損失	-360	-	<b>226</b> <sup>※</sup>	1.7%	-
親会社株主に帰属する当期純利益 又は親会社株主に帰属する当期純損失	-363	-	<b>211</b>	1.6%	-

※ 投資有価証券売却益157百万円を特別利益として計上。一方で、店舗開発事業における一部施設の撤退費用50百万円及び一部施設に係る固定資産の減損処理に伴う減損損失65百万円、並びにぐるなび上海社の構造改革に係る費用42百万円を特別損失として計上。

# 売上高内訳

(単位：百万円)	2024年3月期	2025年3月期	前期比 変化率
売上高	12,982	<b>13,458</b>	+3.7%
飲食店販促サービス	9,570	<b>10,477</b>	+9.5%
ストック型サービス	8,416	<b>9,142</b>	+8.6%
スポット型サービス	1,154	<b>1,335</b>	+15.7%
プロモーション	1,611	<b>1,168</b>	-27.5%
関連事業	1,800	<b>1,812</b>	+0.7%

## ストック型サービス

✓ 堅実な受注獲得と減解約の低減により、着実な拡大基調を継続

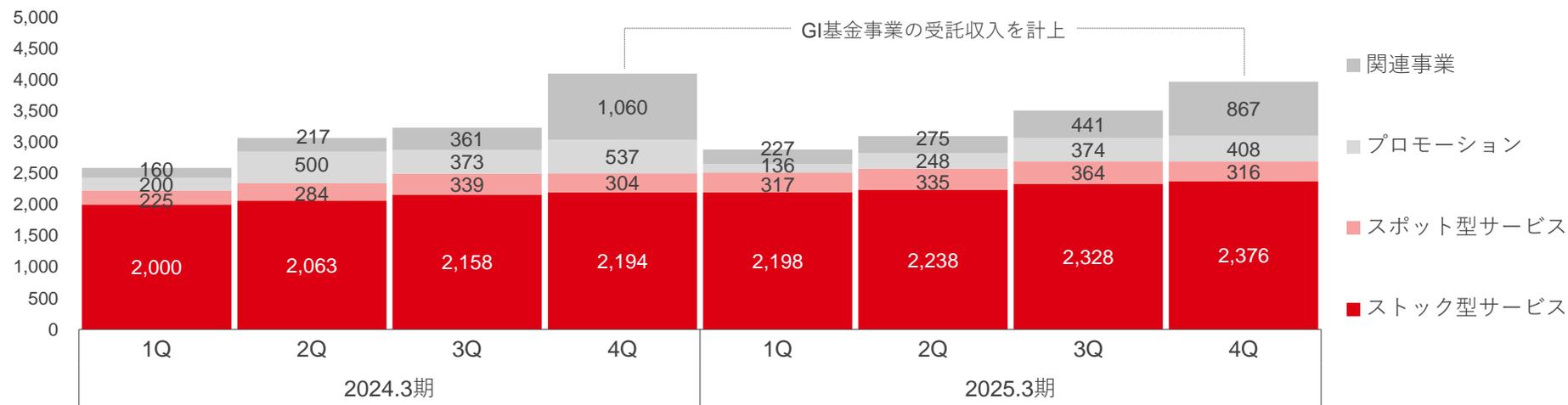
## スポット型サービス

✓ 短期間での販促商品等の利用、ネット予約手数料売上ともに前期比増加

## プロモーション

✓ 前期の売上を押し上げていた農林水産省案件の規模縮小を主因に前期を下回ったが、今期計画通りの着地

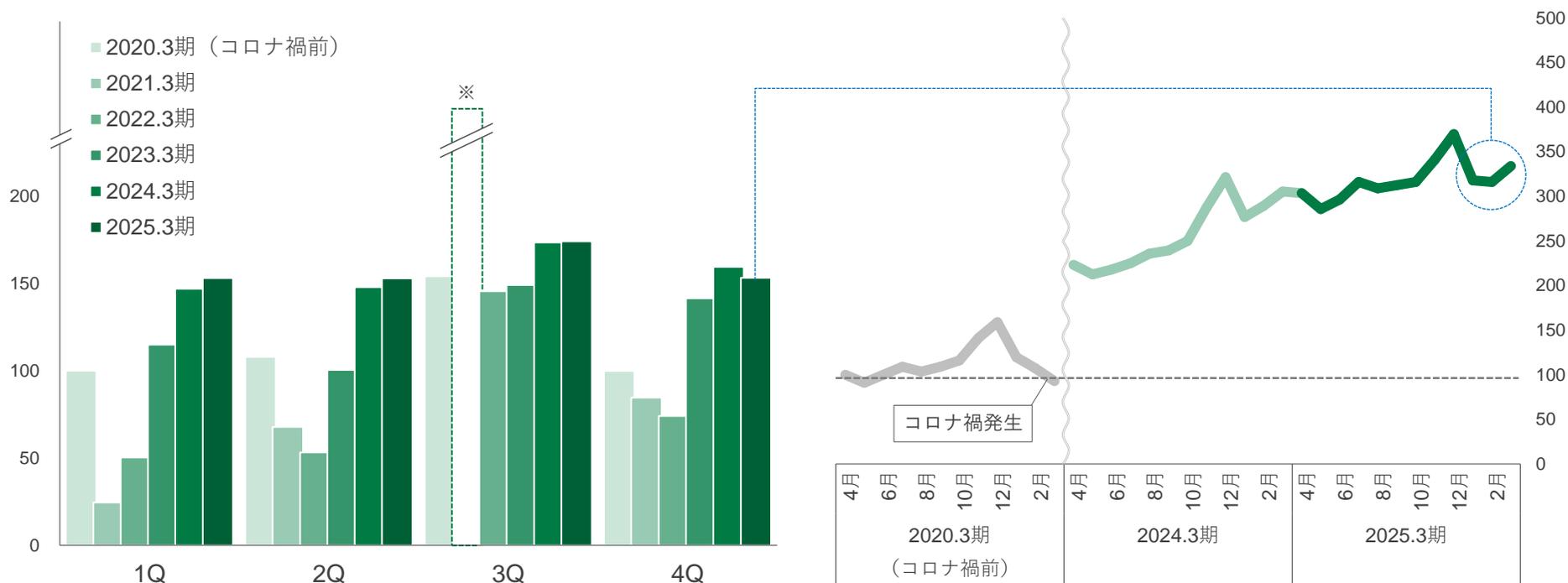
(百万円)



# 飲食店販促サービス（1）～ネット予約サービス①～

予約コンバージョンレートは順調に向上  
ネット予約拡大に向けて流入数の拡大施策を推進（P. 20参照）

■ 1店舗当たりネット予約件数の推移（2020年3月期1Q = 100）    ■ 予約コンバージョンレート（2019年4月 = 100）



※ Go To Eat等のキャンペーン効果

# 飲食店販促サービス（1）～ ネット予約サービス②～

忘年会シーズン終了後においても  
大人数需要・ロイヤリティの高い会員の存在感の向上を確認

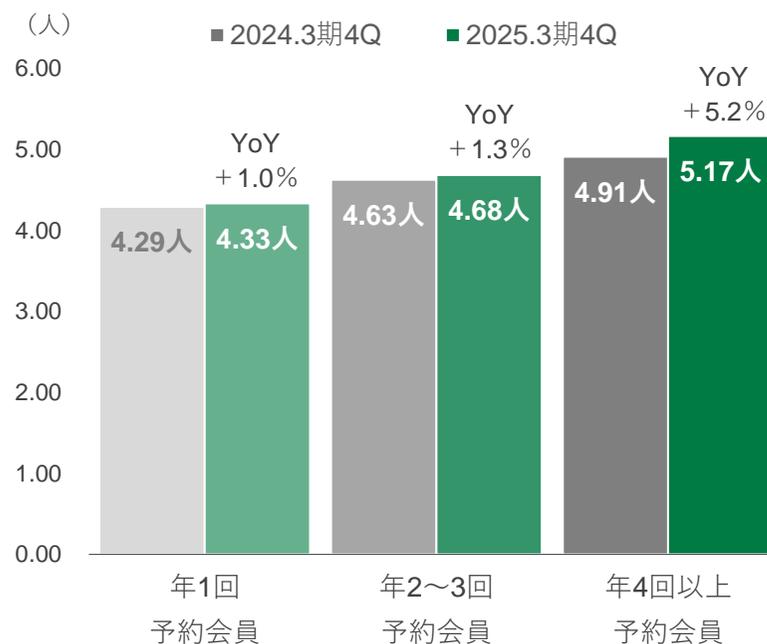
1組当たり人数規模別ネット予約数※の構成比

	2024.3期4Q	2025.3期4Q	変化
1～4人	70.0%	<b>69.4%</b>	-0.6pt ↓
5～14人	26.6%	<b>26.9%</b>	+0.3pt ↑
15人以上	3.4%	<b>3.7%</b>	+0.3pt ↑

リピート予約状況別 ネット予約数※の構成比

	2024.3期4Q	2025.3期4Q	変化
<b>年1回</b> 予約会員	42.1%	<b>42.1%</b>	±0.0pt
<b>年2～3回</b> 予約会員	30.1%	<b>29.5%</b>	-0.6pt ↓
<b>年4回以上</b> 予約会員	27.8%	<b>28.4%</b>	+0.6pt ↑

リピート予約状況別 1組当たり平均人数

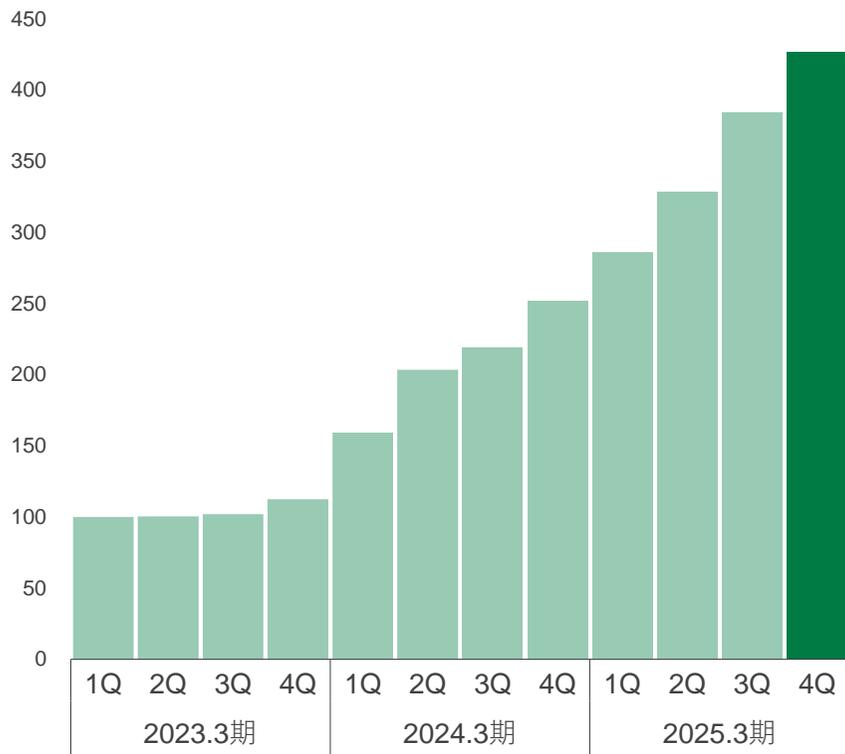


※ 会員ユーザーによる予約

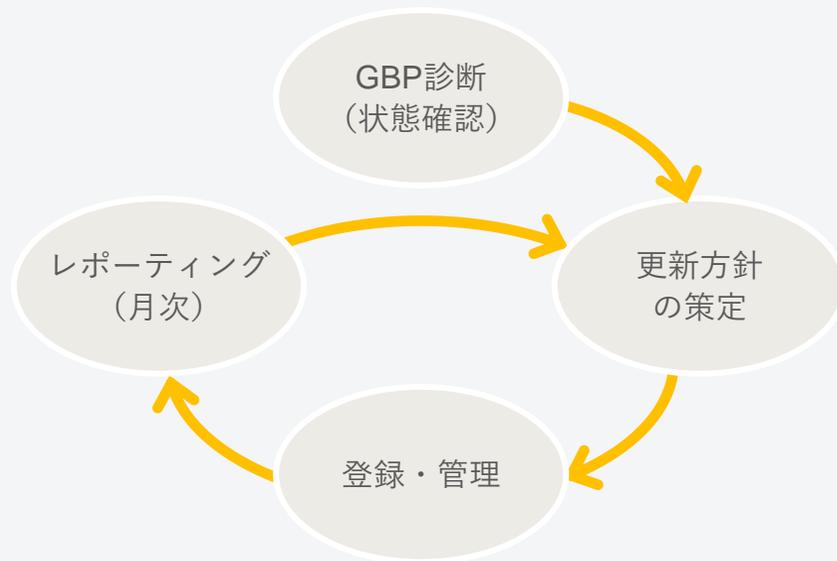
# 飲食店販促サービス（2）～マーケティングエージェント～

## 飲食店のニーズを捉え、順調に拡大

■ Google ビジネスプロフィール（GBP）運用支援商品  
利用店舗数推移（2023.3期1Qの店舗数を100とする指数）



情報更新や投稿、MEO対策等をまるごとサポート

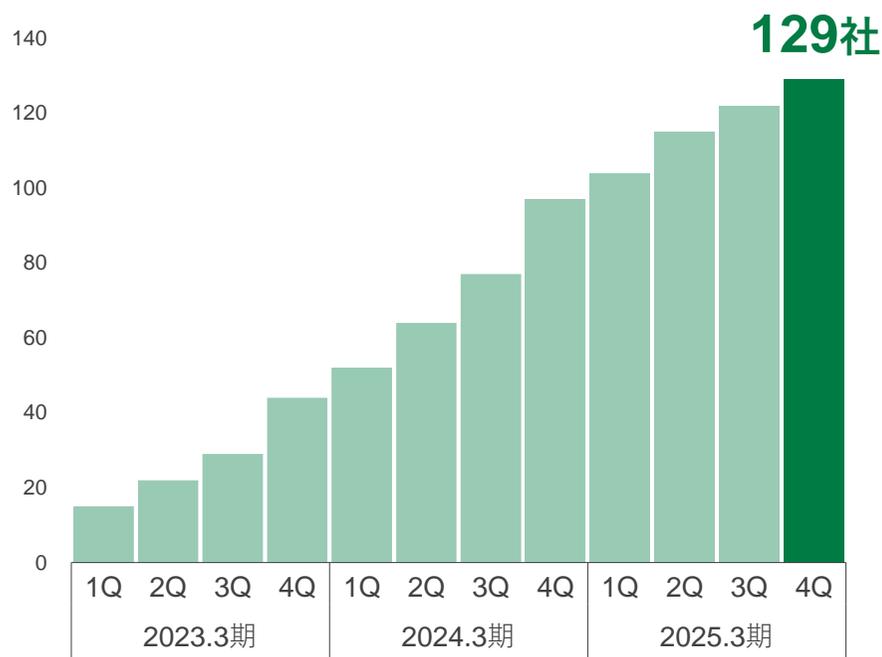


今後一層の利用店拡大に備え、  
オペレーションモデルおよび社内システムの改善を推進

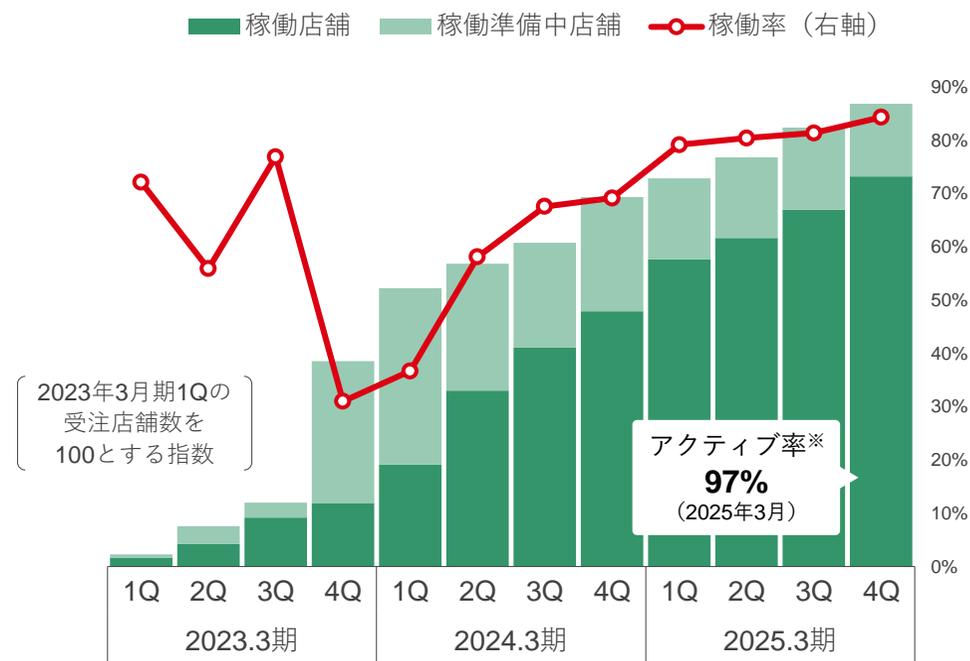
# 飲食店販促サービス（3）～モバイルオーダーサービス～

飲食店領域での着実な進捗に加え、  
ホテルや社員食堂等新たな領域への提案・導入が進展

■ 契約企業数の推移



■ 受注店舗における稼働状況



※ 稼働店舗のうち、ぐるなびFineOrderを利用して注文が行われている店舗の割合

# 原価・費用内訳

(単位：百万円)	2024年3月期	2025年3月期	前期比 変化率
総費用	13,321	<b>13,195</b>	-0.9%
売上原価	5,081	<b>5,140</b>	+1.2%
販売費及び一般管理費	8,240	<b>8,055</b>	-2.2%
人件費	4,960	<b>4,863</b>	-2.0%
賃借料	895	<b>936</b>	+4.5%
業務委託費	775	<b>745</b>	-3.8%
広宣・販促費	598	<b>503</b>	-15.8%
その他	1,010	<b>1,005</b>	-0.5%

## 売上原価

✓ 減価償却費および業務委託費が増加した一方、プロモーション売上に係る費用が減少

## 販売費及び一般管理費

### ✓ 人件費

業務の効率化・人材配置の最適化等を背景とした従業員数減により減少  
(2026年3月期において増員予定)

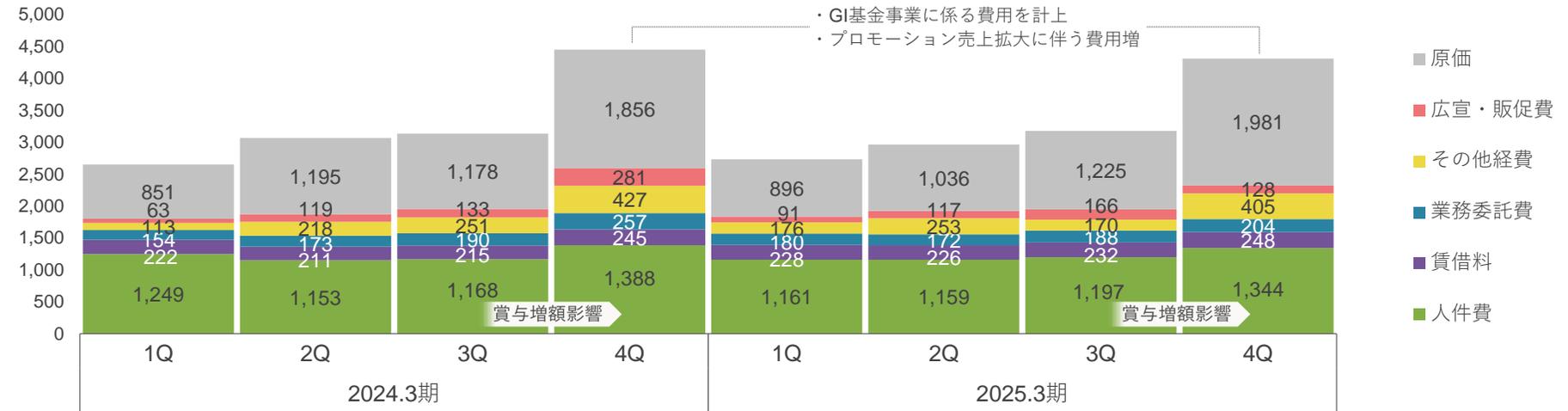
### ✓ 賃借料

店舗開発事業における直営店舗数が増加

### ✓ 広宣・販促費

効果・効率性に留意した投下を徹底

(百万円)



# 連結貸借対照表

- ✓ A種優先株式に係る優先配当の支払負担を低減するため、当第4四半期に全部取得・消却を実施（1,297百万円）
- ✓ 当該株式の取得資金を短期借入により調達

(単位：百万円)	2024年3月末	2025年3月末	前期末比	(単位：百万円)	2024年3月末	2025年3月末	前期末比
流動資産合計	9,591	<b>8,644</b>	-946	流動負債合計	2,768	<b>3,647</b>	+879
現金・預金	5,368	<b>5,042</b>	-325	未払金	1,841	<b>1,450</b>	-390
受取手形及び売掛金	2,968	<b>2,452</b>	-516	預り金	103	<b>72</b>	-31
未収入金	890	<b>797</b>	-93	未払法人税等	2	<b>5</b>	+2
前払費用	359	<b>362</b>	+2	賞与引当金	390	<b>443</b>	+52
貸倒引当金	-76	<b>-68</b>	+7	ポイント引当金	27	<b>7</b>	-19
その他	81	<b>59</b>	-22	短期借入金	0	<b>1,200</b>	+1,200
固定資産合計	1,819	<b>2,484</b>	+664	その他	402	<b>468</b>	+65
有形固定資産	154	<b>491</b>	+336	固定負債合計	2,505	<b>2,503</b>	-1
無形固定資産	531	<b>983</b>	+451	長期借入金	2,200	<b>2,200</b>	-
投資その他の資産	1,133	<b>1,009</b>	-124	その他	305	<b>303</b>	-1
資産合計	11,411	<b>11,128</b>	-282	負債合計	5,273	<b>6,150</b>	+877
				純資産合計	6,137	<b>4,978</b>	-1,159
				自己資本	6,118	<b>4,926</b>	-1,192
				負債純資産合計	11,411	<b>11,128</b>	-282

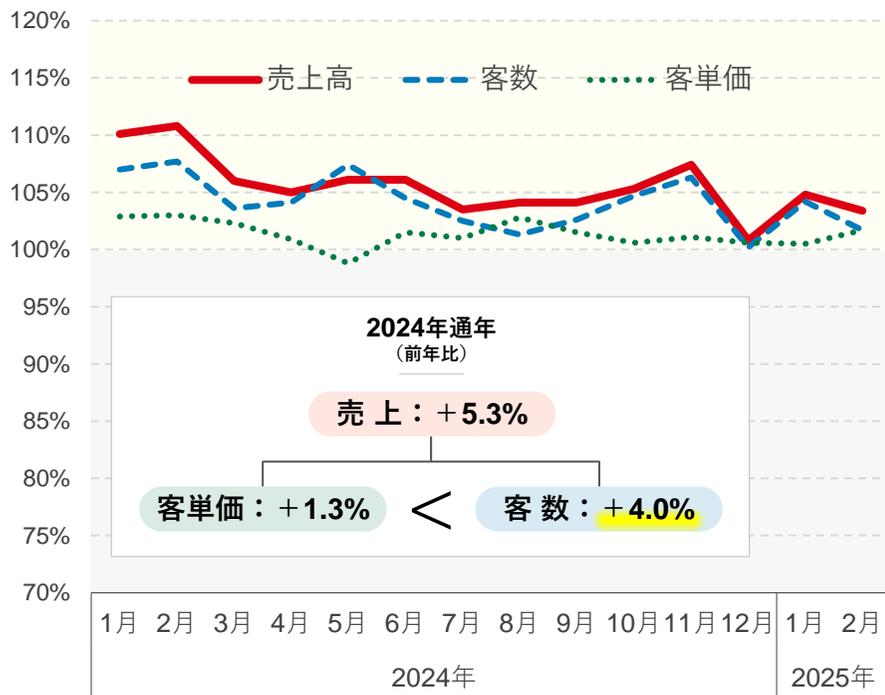
2025年3月末コミットメントライン契約の総額 3,000百万円  
 (借入実行残高 ( ) )

## 2026年3月期 基本方針・通期業績予想

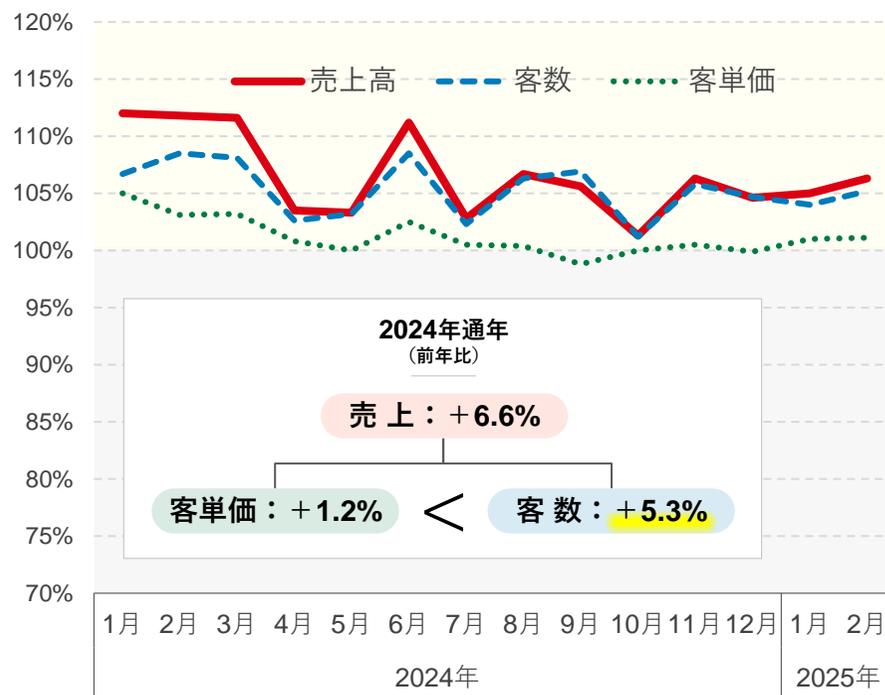
# 飲食店の経営環境（1）

売上は客数の増加を主因とした健全な回復傾向

## ■ 居酒屋（対前年同月比）



## ■ ディナーレストラン（対前年同月比）

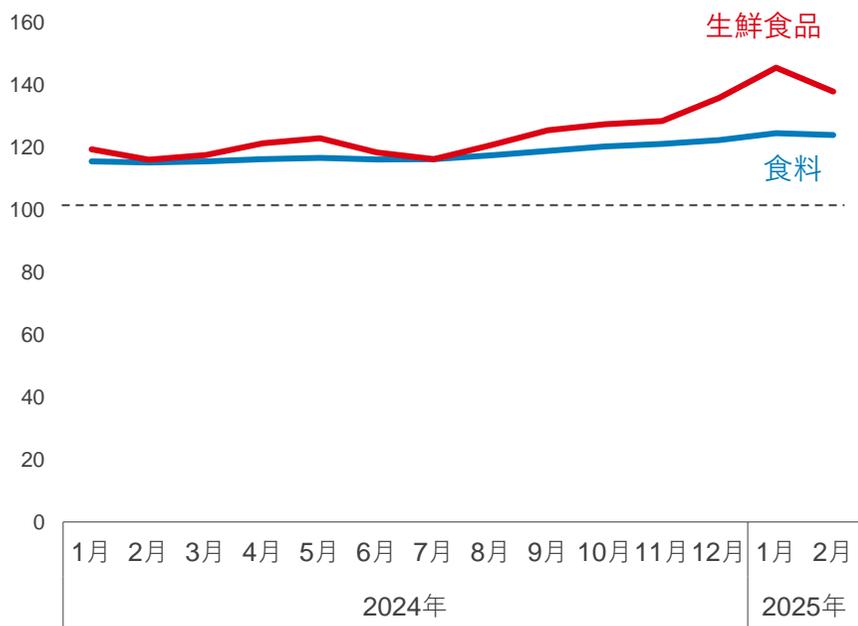


出典：日本フードサービス協会

# 飲食店の経営環境（2）

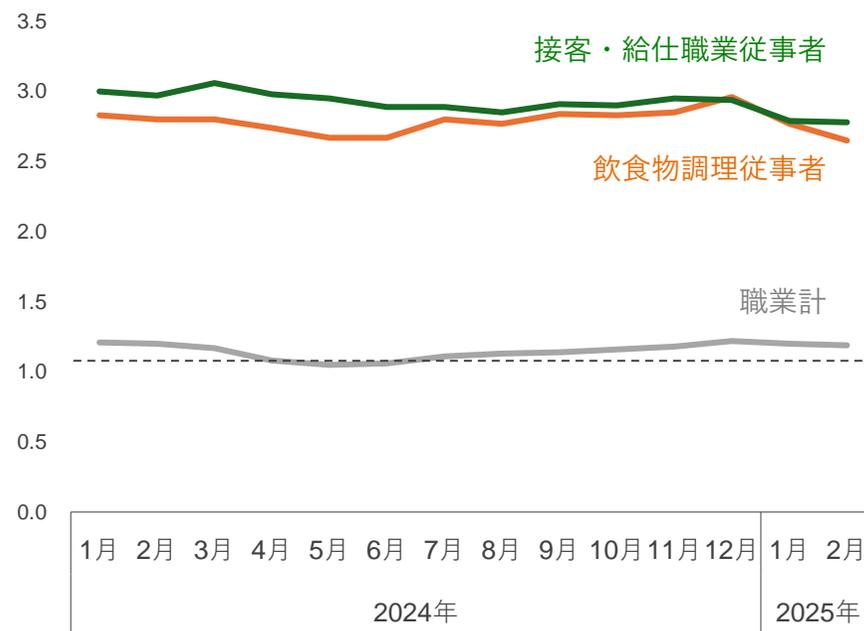
物価高や慢性的な人手不足が経営の重荷  
飲食店の期待は、業務負荷を増やすことのない効率的・効果的な集客支援

消費者物価指数（基準年：2020年平均）



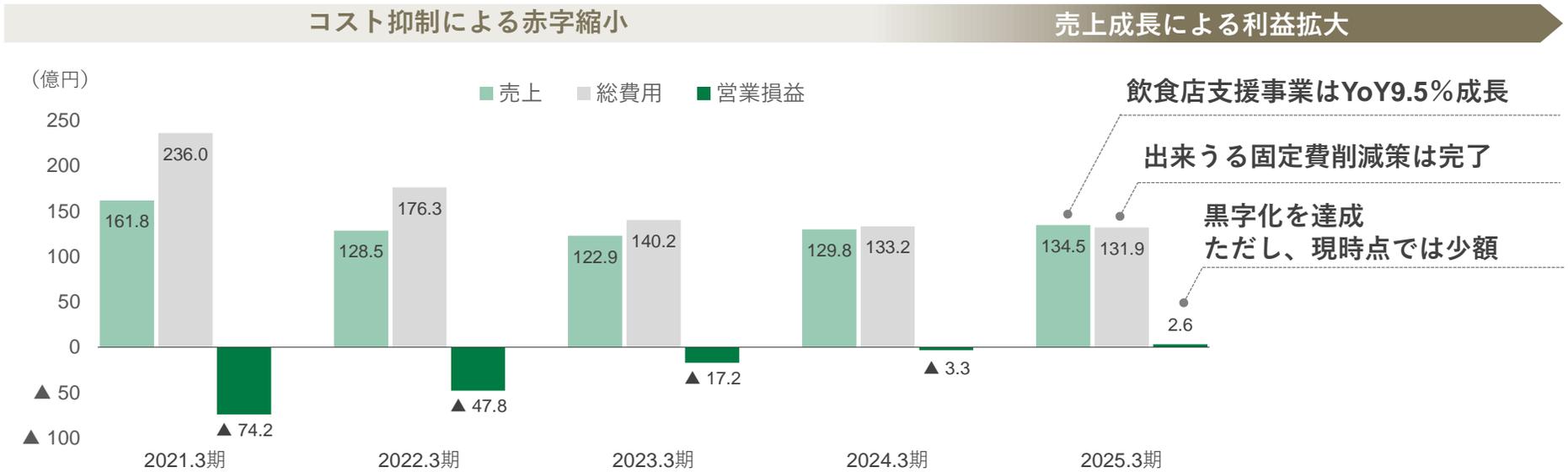
出典：総務省「消費者物価指数」

有効求人倍率：倍



出典：厚生労働省「一般職業紹介状況」

# 当社の現状と課題



〈 現状課題 〉

売上成長による利益拡大ペースの加速

〈 中長期的課題 〉

新たな価値創造に向けた挑戦の継続

株主還元の実現

企業価値  
の拡大

2025年3月期に整えた仕組みの本格展開による「飲食店支援事業」の成長力引上げ

売上成長による利益拡大ペースの加速に向けて  
サポート力を最大限発揮できる飲食店支援事業への注力を継続

## サポート力の最大発揮

1

### 楽天ぐるなびの強化

- ✓ 「幹事ランク制度」の本格稼働
- ✓ 楽天を中心とした協業による流入拡大・商品造成

2

### マーケティングエージェントの拡大

- ✓ エージェント対応サービスの拡充
- ✓ 拡販スキームの試行・構築

## 営業人員・企画／運用体制の増強

### 商品造成力の向上

- ✓ 営業・企画・開発が一体となった「創って、作って、売る。」の加速

+

### モバイルオーダーサービスの推進

- ✓ 129社の既存契約企業が保有するグループ店への横展開と、ホテル・社員食堂等の新領域展開による導入拡大

**ARPU・有料加盟店舗数 双方の拡大**による持続可能な売上成長へ

# 2026年3月期 通期業績予想（1）

人員体制強化をはじめとする成長投資を行いつつ、増益を計画

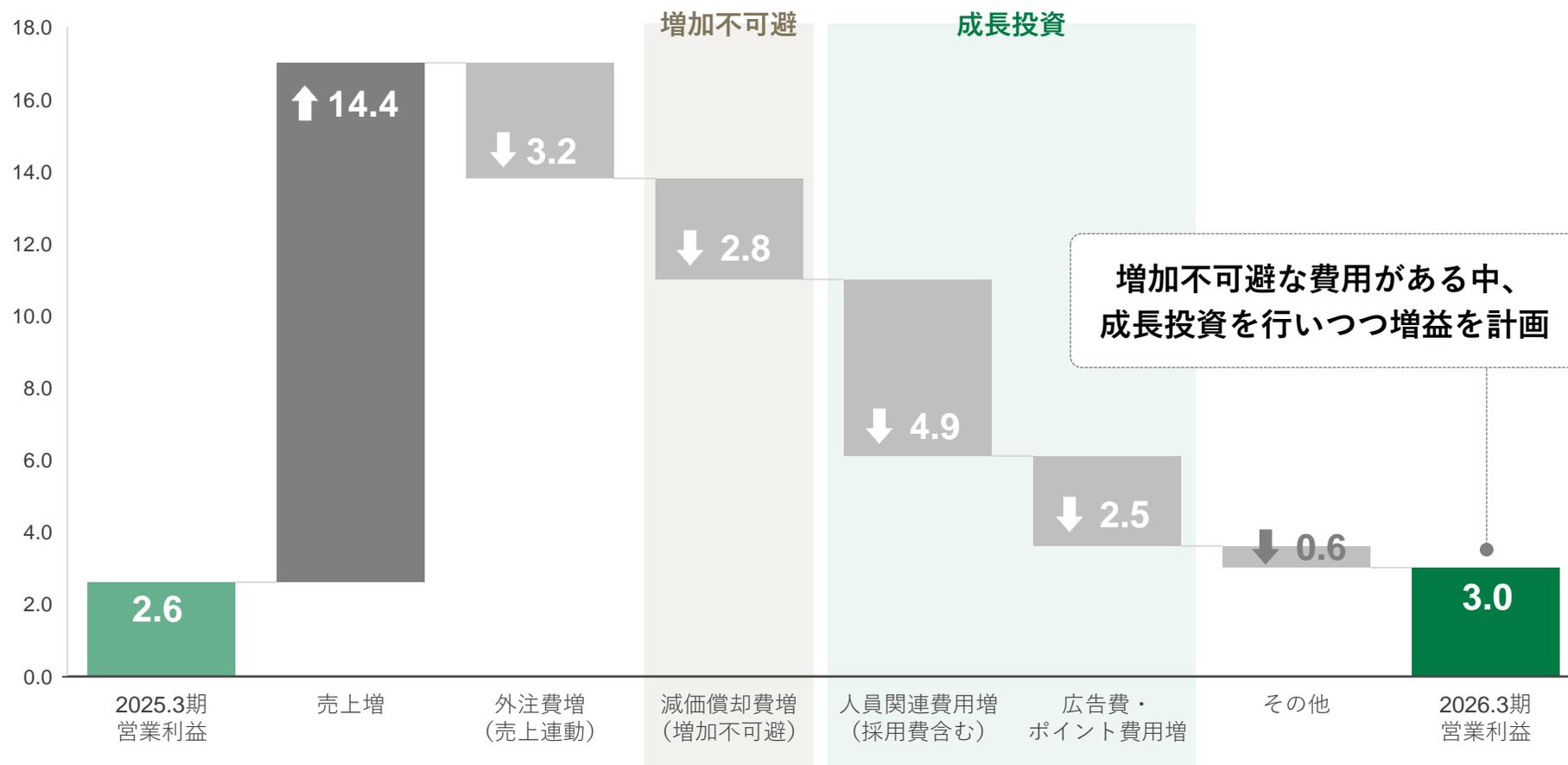
（単位：百万円）	2025年3月期（実績）	2026年3月期（予想）	変化率
売上高	13,458	<b>14,900</b>	<b>+10.7%</b>
営業利益	262	<b>300</b>	<b>+14.3%</b>
経常利益	261	<b>210</b> <sup>※</sup>	<b>-19.7%</b>
親会社株主に帰属する当期純利益	211	<b>234</b>	<b>+10.9%</b>
1株当たり当期純利益（EPS）：円	2.00	<b>4.15</b>	<b>+107.5%</b>

- ✓ 飲食店支援事業の成長を中心に、売上二桁成長を見込む
- ✓ 飲食店支援事業の強化策に係る営業人員、企画／運用体制を增強
- ✓ 「幹事ランク制度」の推進に係る広告費・ポイント費用の増加を見込む
- ✓ 2023年3月末に実施した減損処理により低減されていた減価償却費が固定資産の積み上がりに伴い増加  
（株主還元）今後の安定的な経営のためには手元資金の確保および内部留保の充実が重要であり、配当は見送る所存

※ 黒字転換に伴う長期借入金2,200百万円（2022年8月調達）の利率上昇、短期借入金1,200百万円（2025年2月調達）の支払利息が発生

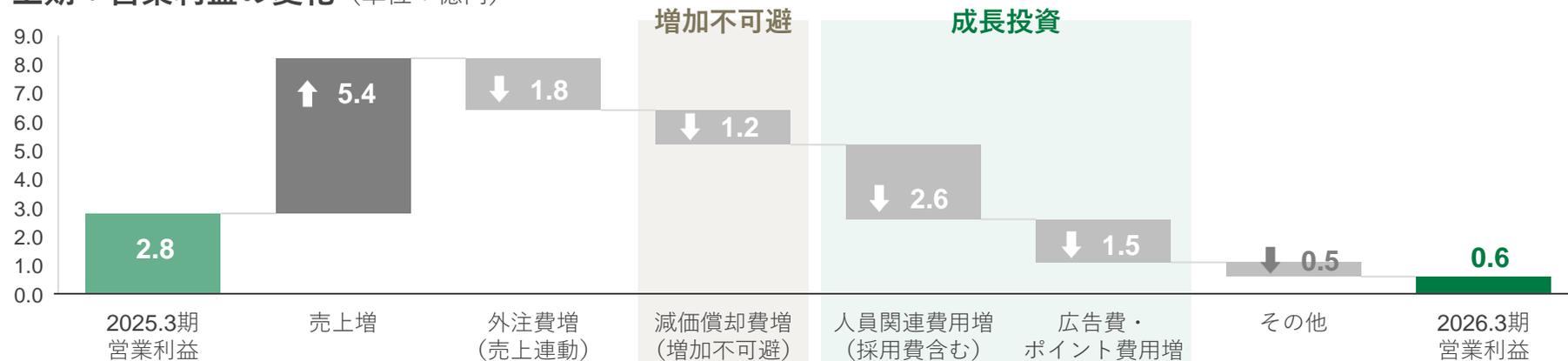
# 2026年3月期 通期業績予想 (2)

## ■ 通期：営業利益の変化 (単位：億円)



# 2026年3月期 通期業績予想 (3)

## ■ 上期：営業利益の変化 (単位：億円)

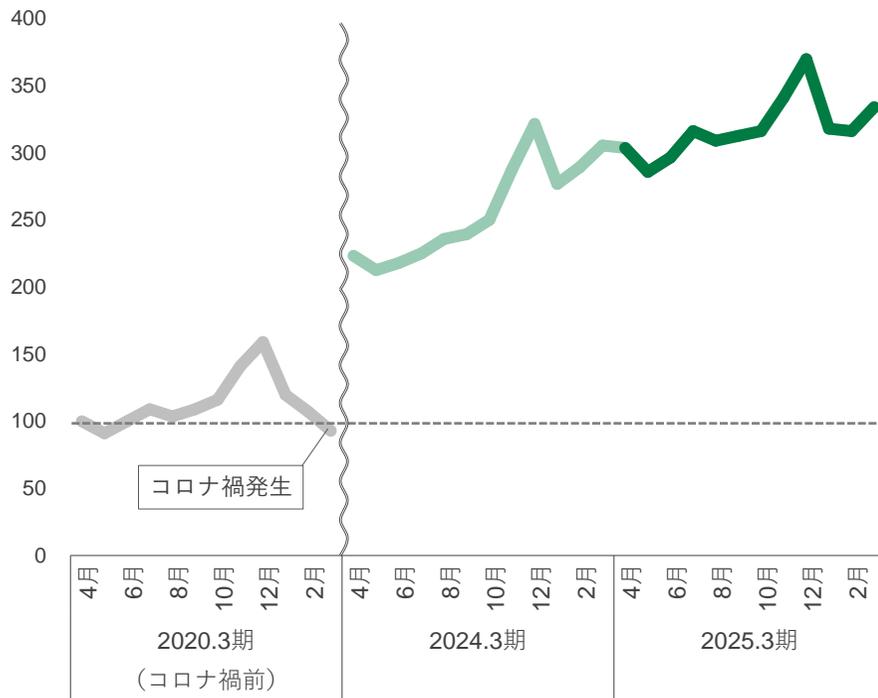


## ■ 下期：営業利益の変化 (単位：億円)



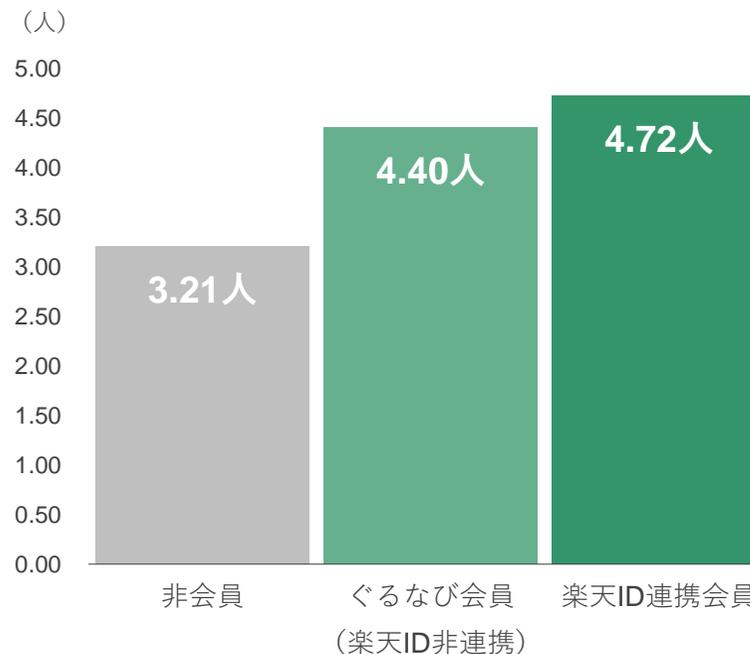
# 1 楽天ぐるなびの強化 (1)

■ 予約コンバージョンレート (2019年4月 = 100)



CVRはコロナ禍前を大幅に上回り順調に向上  
流入数増加を図ることで、効果的なネット予約拡大が可能

ユーザー属性別 1組当たり平均人数 (2025.3期4Q)



来店人数に応じたポイント付与の仕組みが奏功し  
楽天ID連携会員ほど大人数で外食を楽しむ傾向

# ① 楽天ぐるなびの強化 (2)

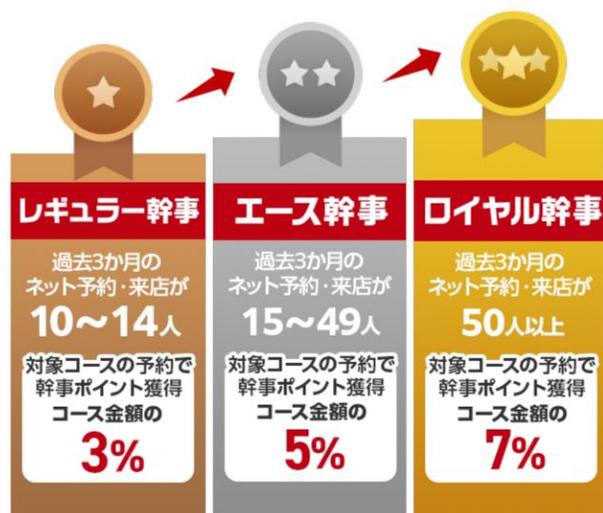
楽天グループとの協業強化に加え、  
外部サービス連携等による流入拡大・利用促進を展開



# (参考) 「幹事ランク制度」について

## 楽天ID連携会員向けロイヤリティプログラム

### 概要



- ✓ 過去3ヶ月間のネット予約による累計来店人数に応じてランクを判定
- ✓ 幹事ランク会員に付与するポイントの原資は、原則、予約対象店舗負担

### 期待成果 **1** 楽天ID連携会員によるリピート予約の活性化

楽天会員基盤を活かした送客手法を確立し  
楽天エコシステムにおけるプレゼンスを向上

**Webサービスの潮流に左右されないネット予約送客力の向上**

### 期待成果 **2** コロナ禍により縮小した宴会需要の喚起

飲食店検索手段が多様化する中  
“幹事に最も選ばれるメディア”としての個性づくり

**大人数獲得に強いぐるなびの再創出による加盟店拡大**

**飲食店に集い、絆を深める「宴会文化」の振興・承継**

## ② マーケティングエージェントの拡大

Google ビジネスプロフィール運用支援を軸としつつ  
対応サービスの拡充と拡販スキームの構築を推進

### 強み

2025.3期に整えた「創って、作って、売る。」サイクルの素地

担当営業と代行プランナーによるきめ細やかなサポート

「楽天ぐるなび」の運営で培った情報発信ノウハウ

### 支援対象

マーケティング活動に積極的な中小規模飲食店

→ 飲食店が調理や接客という本業に集中できるよう支援

### < 対応サービスの拡充 >

取り扱いサービスの拡充と  
AI等の活用による運用のリーン化・高度化



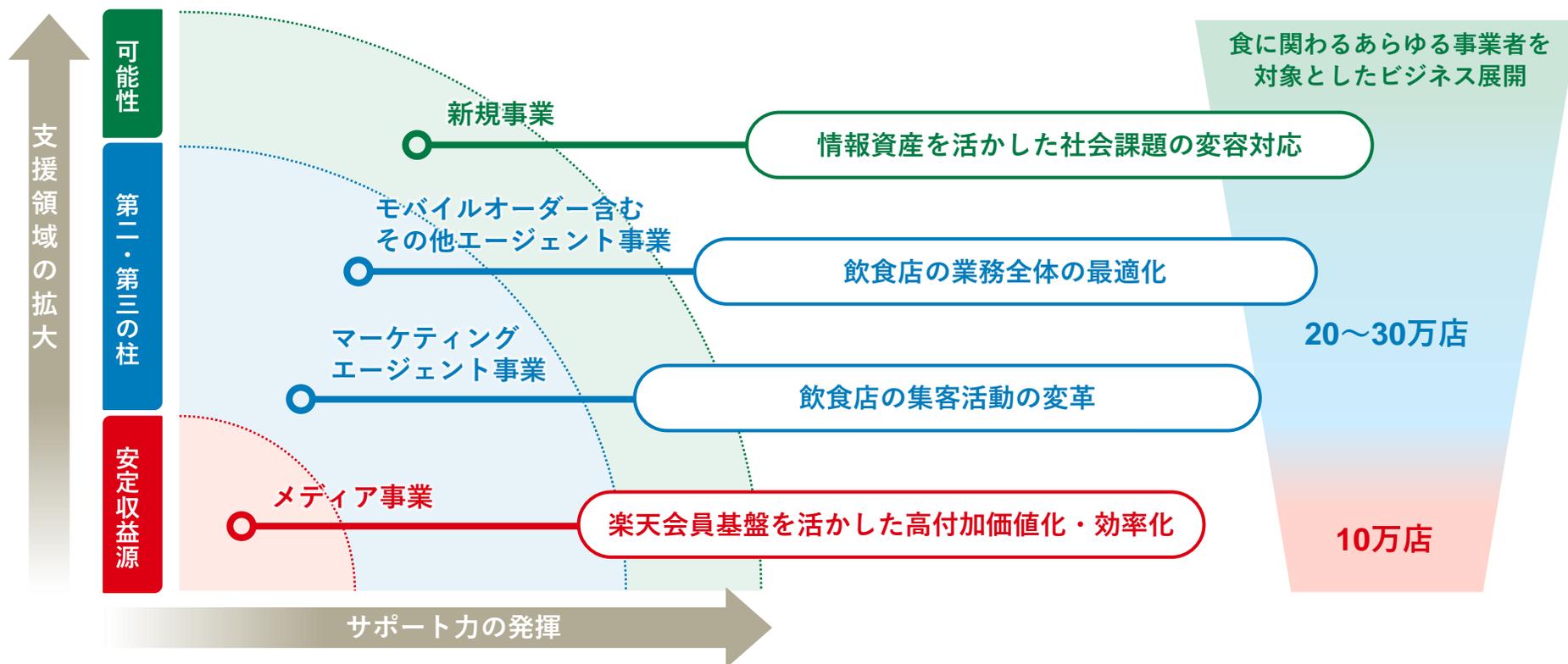
効果的・効率的な提案手法の試行

### < 拡販スキームの構築 >

飲食店の集客支援を一手に担う、独自のポジションを築く

# 提供価値の拡充

「支援領域の拡大」と「サポート力の発揮」のシナジーにより  
飲食店向けサービスポートフォリオを構築し、対象事業者を拡大



## 参考資料

# 「サステナビリティ」に関する取り組み（1） ～ 基本方針 ～

当社は創業時より企業活動はすなわち社会貢献であるべきとの考えのもと、  
外食市場を中心とした社会への価値提供を通じた企業価値の向上に努めております。

従ってサステナビリティについても経営方針と同じく、  
創業からつなぐ「日本の食文化を守り育てる」との想いを礎とした  
パーパス（存在意義）「食でつなぐ。人を満たす。」のもと、  
「食」が持つあらゆる可能性を模索し、  
「食」を通じてあらゆるヒト・モノ・コトをつなぎ合わせることで、  
世の中に対して新たな価値を提供し続け、  
持続可能なよりよい社会の実現に貢献していく企業であり続けることを  
基本方針としております。

（詳細：有価証券報告書P.9～14）

[https://ssl4.eir-parts.net/doc/2440/yo\\_ho\\_pdf/S100TV5O/00.pdf](https://ssl4.eir-parts.net/doc/2440/yo_ho_pdf/S100TV5O/00.pdf)

# 「サステナビリティ」に関する取り組み（2） ～ 取り組み概要 ～

## サステナビリティに関する体制整備

経営企画部を主幹とする  
全社横断的な推進体制

## 重要課題の特定

サステナビリティに関する  
マテリアリティの特定



## リスク・機会の特定

「1.5℃/2℃」「4℃」2つのシナリオ  
に基づき重要なリスク・機会を特定

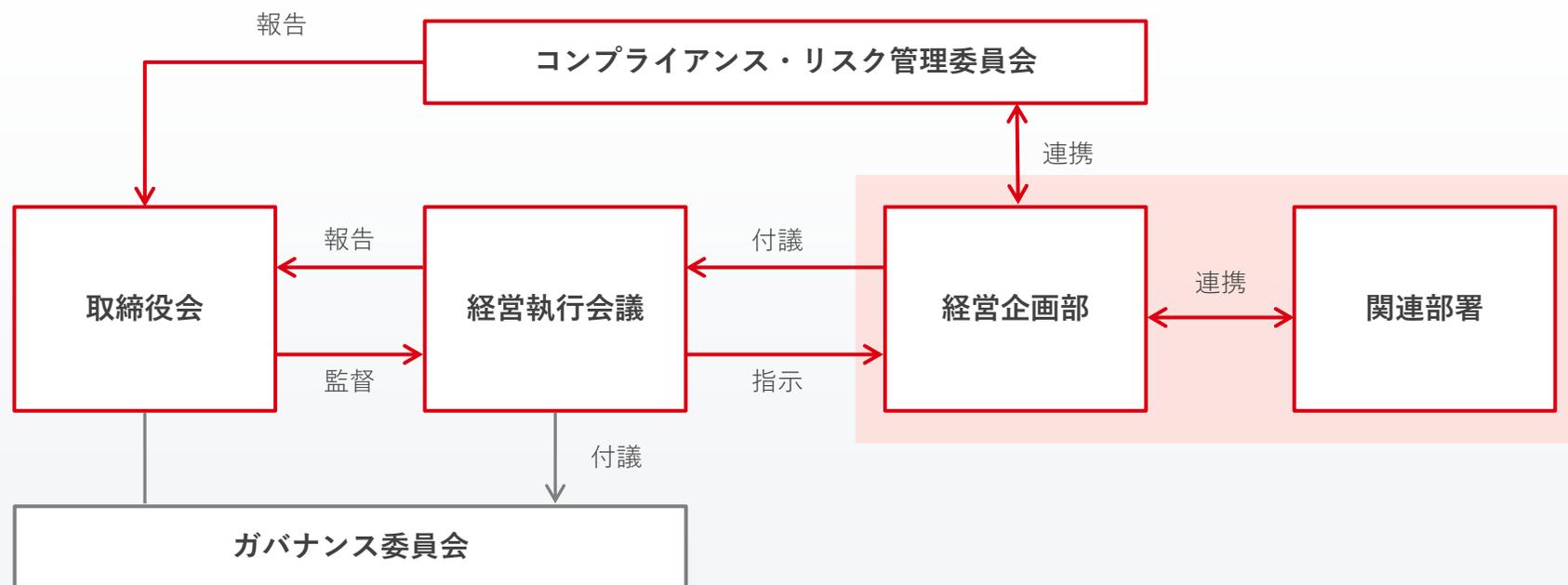
## 人事ポリシーの制定

人的資本経営に対する考え方の明確化  
取り組みの一層強化へ

# 「サステナビリティ」に関する取り組み（3） ～ 体制整備 ～

## ■ ガバナンス・リスク管理に関する体制

サステナビリティに関する重要課題の特定、リスクの抽出や識別等、それらに対する対応策の検討および実行等について、経営企画部を主幹とし、コンプライアンス・リスク管理委員会をはじめとする関連部署と連携しながら全社横断的に取り組んでおります。



# 「サステナビリティ」に関する取り組み（4） ～ 重要課題の特定 ～

パーパスの体現

食でつなぐ。人を満たす。

社会  
への影響

サービスを通じて  
創出する事業価値

価値創造を支える  
経営・組織基盤

## 8つのマテリアリティ（重要課題）

### 7 当社および外食産業の 環境負荷低減



食材ロス低減や資源の保全等に寄与することで地球環境への負荷を低減

### 8 優れた日本の食文化・技術の 普及・承継



日本の食文化とその文化を支える技術を普及・承継することで、食を通じた豊かな社会の実現に貢献

### 5 外食産業における バリューチェーン全体最適化



気候変動を含む社会環境変化の中で、外食産業の持続的発展を実現

### 6 食を通じた地域社会振興



食を通じて地域の魅力を発掘し、広く発信

### 3 飲食店の持続可能な 経営モデルへの進化支援



飲食店の持続的な利益創出と労働環境の改善を支える提供価値・サービスの拡充

### 4 消費者の安全・安心で 充実した食体験を守る



消費者が利便性高く安心してお店選びができる状態を作り出すと同時に多様な食の楽しみ方を提案

### 1 コーポレートガバナンスの強化



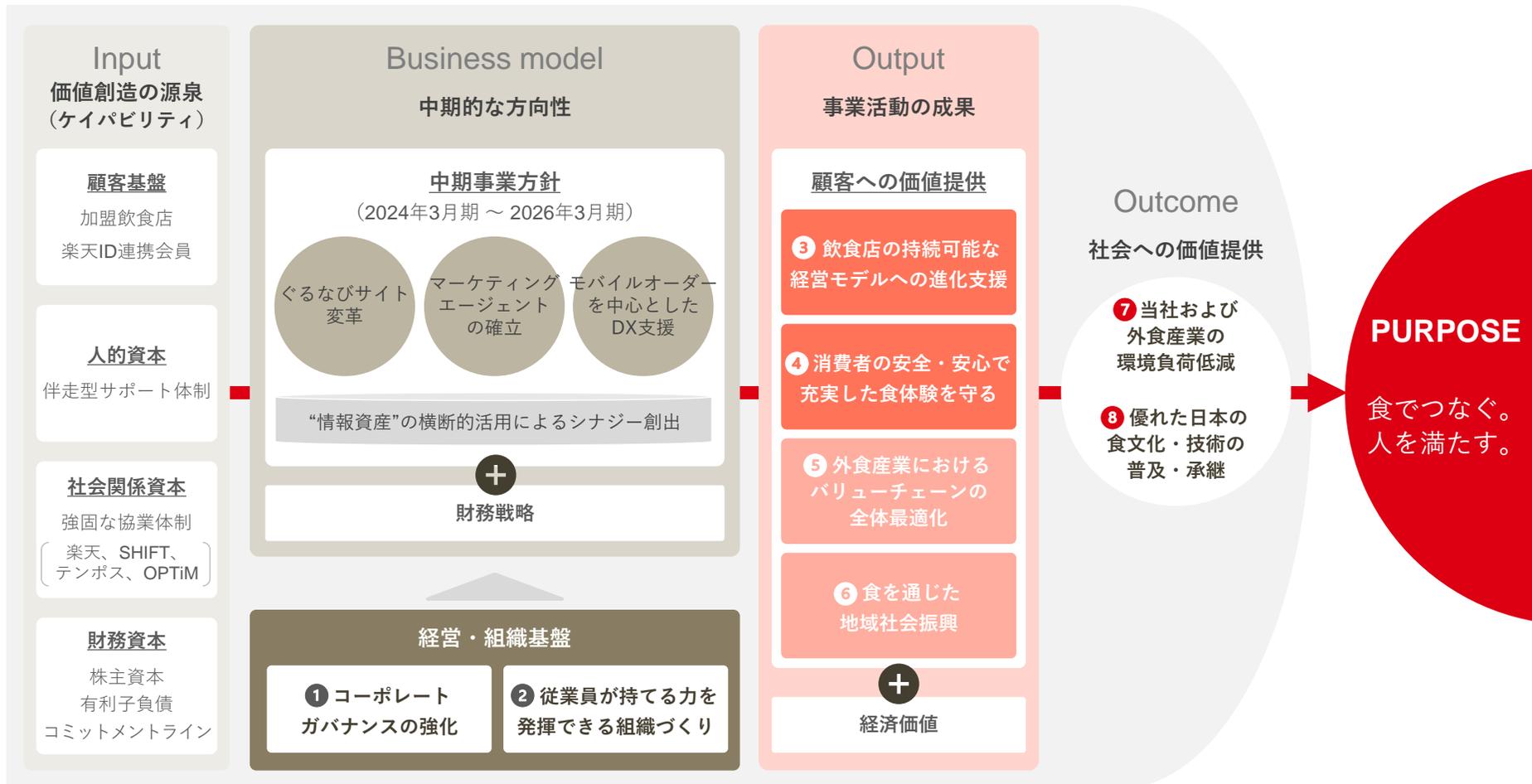
すべてのステークホルダーからの信頼に応える

### 2 従業員が持てる力を 発揮できる組織づくり



社内環境整備と人材育成に取り組む

# 「サステナビリティ」に関する取り組み（5） ～ 価値創造プロセス ～



# 「サステナビリティ」に関する取り組み（6） ～リスク・機会の特定～

「1.5℃/2℃シナリオ」と「4℃シナリオ」について検討を行い、その結果、以下のとおり当社の気候変動に関する主なリスクと機会を認識し、またそれらに対する取り組みを検討・実行しております。

分類		リスクと機会の概要		主な取り組み
リスク	移行	政策・法規制	CO2排出量に関する規制強化に伴うコストの増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>当事業の特性上、本リスクによる影響は限定的と認識</li> <li>オフィスやデータセンターにおける省エネルギー運営のほか「Hybridな働き方」によりCO2排出量抑制を図る</li> </ul>
		市場	消費者の環境意識の高まりに伴う当社サービスの需要の低下	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者ニーズに即した掲載情報やコンテンツの継続的な見直し</li> <li>日本の外食産業の全体最適化に資する事業等の構築に着手</li> </ul>
		評判	気候変動への対応遅れに伴うステークホルダーからのレピュテーションの低下	<ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動対応情報の開示の充実に継続的に取り組む</li> </ul>
	物理的	急性	台風や洪水等の自然災害の激甚化による当社事業運営への影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>就業場所に捉われないリモートワークの仕組や環境を構築済み</li> <li>データセンターは複数拠点の利用により影響の軽減を図る</li> <li>事業内容、環境変化に応じ、適宜BCPの見直しの検討を進める</li> </ul>
		急性	台風や洪水等の自然災害の激甚化による当社サービスの需要の低下	<ul style="list-style-type: none"> <li>最適な事業ポートフォリオ構築（飲食店支援以外の収益源の獲得）の必要性を認識</li> </ul>
		慢性	温暖化の進行に伴う当社サービスの需要の低下	<ul style="list-style-type: none"> <li>農業生産、流通の最適化に資する事業の構築に着手</li> <li>飲食店の仕入れ効率化に資するサービスの構築を検討中</li> <li>内食、中食の楽しみの醸成に関するサービスの構築に着手</li> </ul>
機会	製品・サービス	環境意識の高まりに伴う外食市場の担い手の価値観や取り組みの変容に応じた新商品・サービスの開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者ニーズに即した掲載情報、コンテンツの継続的な見直し</li> <li>日本の外食産業の全体最適化に資する事業等の構築に着手</li> <li>飲食店の業務効率化、省人化に資するサービスの提供を拡充</li> </ul>	
	市場	環境課題解決に向けた取り組みによるステークホルダーからのレピュテーションの向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動対応情報の開示の充実に継続的に取り組む</li> </ul>	

# 「サステナビリティ」に関する取り組み（7）～ 人的資本経営の推進①～

2020年に発足した「働き方進化プロジェクト」のもと  
3つのシフトを軸に人的資本経営の基礎を強化

## Smart Work Shift

生産性高く、主体的かつ効率的な働き方

### Workstyle Shift

個人にあった働き方

### Ownership Shift

一人ひとりが主役

### Management Shift

生産性向上、価値創造の促進

## 働きがいの向上

### 働きやすさの向上

#### 働き方の柔軟性 多様性の向上

- ✓ 就業場所の拡大
- ✓ 遠隔勤務制度の導入
- ✓ フレックスタイム制度の導入
- ✓ 出社とリモートワークを併用する「Hybridな働き方」の導入

#### 仕事のしやすさの向上

- ✓ リモートワーク下におけるコミュニケーションガイドの作成
- ✓ マネジメントハンドブックの作成
- ✓ 全社朝礼の見直し等社内コミュニケーションの活性化

### やりがいの向上

#### 成長実感の向上

- ✓ 社内公募制度の強化
- ✓ 全社員および役職、職種毎の役割定義の明確化
- ✓ e-ラーニングシステムの全社導入

#### 貢献実感の向上

- ✓ 表彰制度の見直し
- ✓ 人事制度の改定
  - ・グレード制度
  - ・報酬制度
  - ・評価制度

支える仕組みとして、タレントマネジメントシステムを活用

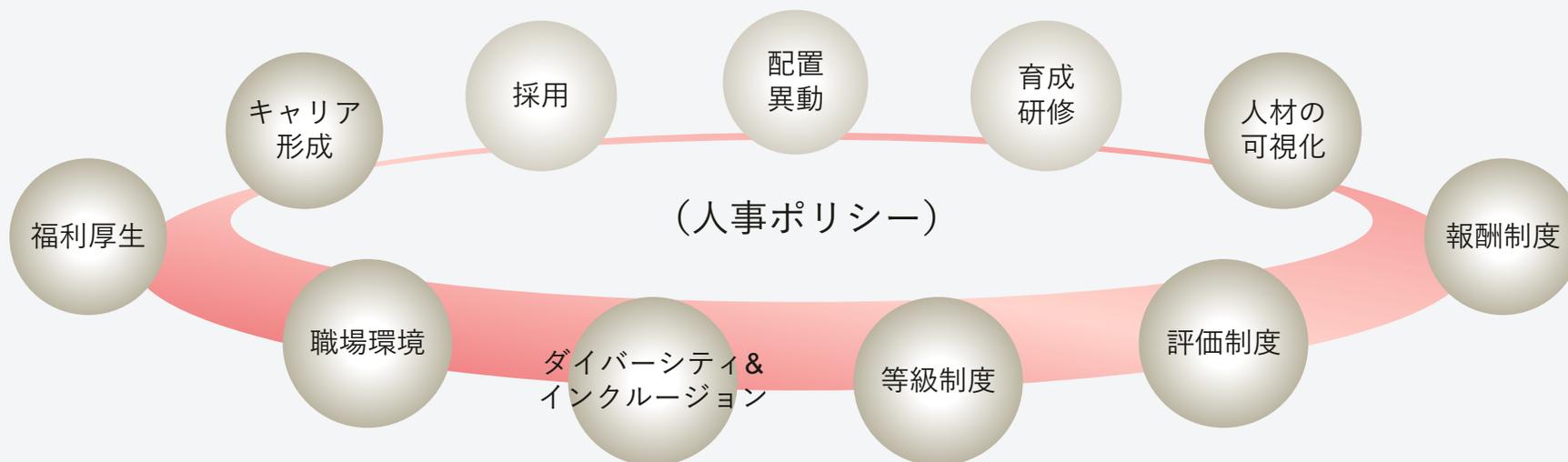
# 「サステナビリティ」に関する取り組み（8）～ 人的資本経営の推進②～

人的資本経営の基本方針となる「人事ポリシー」を新たに制定（2024年4月）

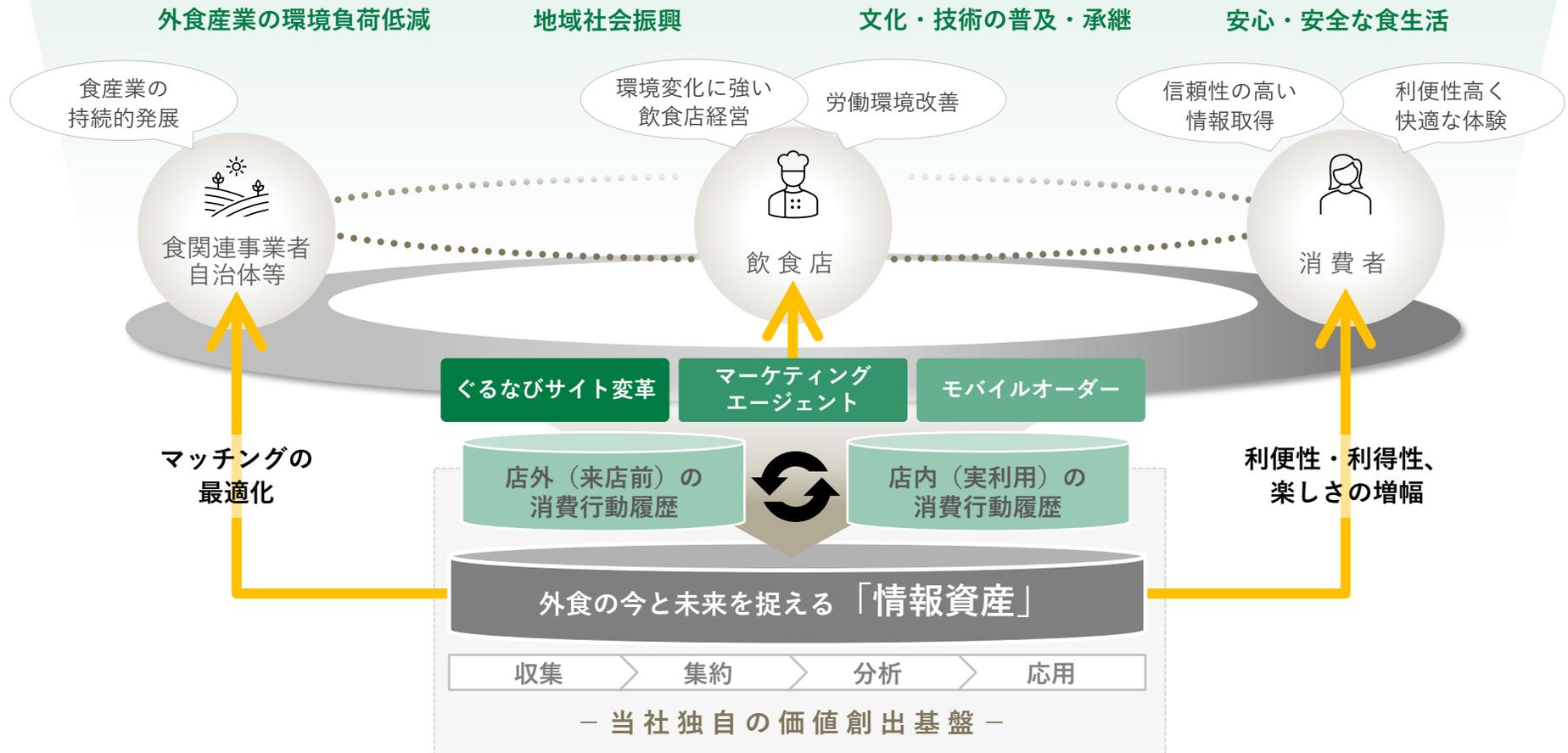
人事ポリシー

## 『私たちの成長』がつなぐ「食の未来」

自ら考え、学び、形にする一人ひとりの成長が、豊かな食の未来を切り拓く強いぐるなびを作る。  
この信念のもと、意欲に溢れ食が持つ可能性に真摯に向き合う人材が「集まり・育つ」企業へと進化し続けるため、あらゆる側面から社員の「挑戦」に寄り添い「成長」を支え、個の力を結集します。



## 当社独自の情報資産を活かし、豊かな食の未来の実現に貢献



## 当社事業の推進に不可欠な3つの力を強化・拡大



消費者とつながる力

**Rakuten**

楽天エコシステムにおける  
“外食”のプレゼンス向上



プラットフォーム構築力

その常識、変えてみせる。

**SHIFT**

システム開発の  
迅速化と品質向上

**OPTiM®**

AI・IoT活用等の推進



飲食店とつながる力

**TENPos**  
Dr.テンポス

新規加盟店の拡大  
ソリューション拡充

# 「情報発信」に関する取り組み

## ぐるなび公式note

[https://note.com/gnavi\\_official](https://note.com/gnavi_official)

事業やサービスに取り組む従業員の様子や進捗状況、  
当社サービスを利用されるお客様の声等の非財務情報の発信強化



▲ぐるなび公式noteホーム

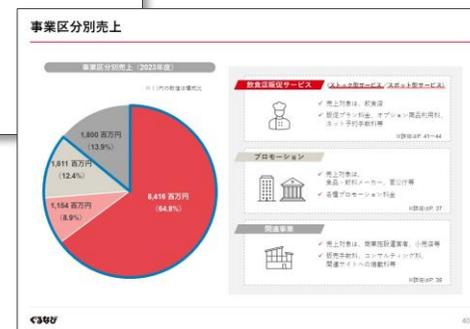


▲記事の一例

## インベスターズガイド

<https://corporate.gnavi.co.jp/ir/library/investorsguide/>

当社のこれまでの歩みや事業内容、  
業績推移等の基礎情報をご確認いただけます



# 加盟プラン ※ 2021年9月提供開始

- ✓ 旧プランと比較し、月額固定費負担の軽いプランを新設
  - ✓ 繁盛店など販促支援を必要としない飲食店は、ネット予約機能、業務支援商品のみの活用も可能
- ターゲットとなる飲食店の拡大、解約率低減とそれに伴う営業効率の向上により、加盟店舗数の拡大、新規事業へのリソース再配分が可能に

## ■ 販促プラン（店舗ページの掲載を前提としたプラン）

	ベーシックプラン	ライトプラン	スタートプラン
基本加盟料	30,000円/月	10,000円/月	0円/月
担当営業	○	×	×
ネット予約	付与ポイント数選択可能（ポイント数に応じて課金） ランチ：11～41円/人 ディナー：55～205円/人		付与ポイント数固定 ランチ：41円/人 ディナー：205円/人
ぐるなび台帳（アプリ版）	○	○	×
クーポン活用	○	○	×
露出強化 （広告枠、特設ページ掲載）	○	×	×
+			
オプション商品（露出強化、業務代行、店内ICT化、経営支援等）を購入可能			

■ 販促プラン未加盟（店舗ページ無し）で、店内ICT化／経営支援／業務代行等の商品のみ購入も可能

# 有料加盟店舗数

2025年3月期 実績

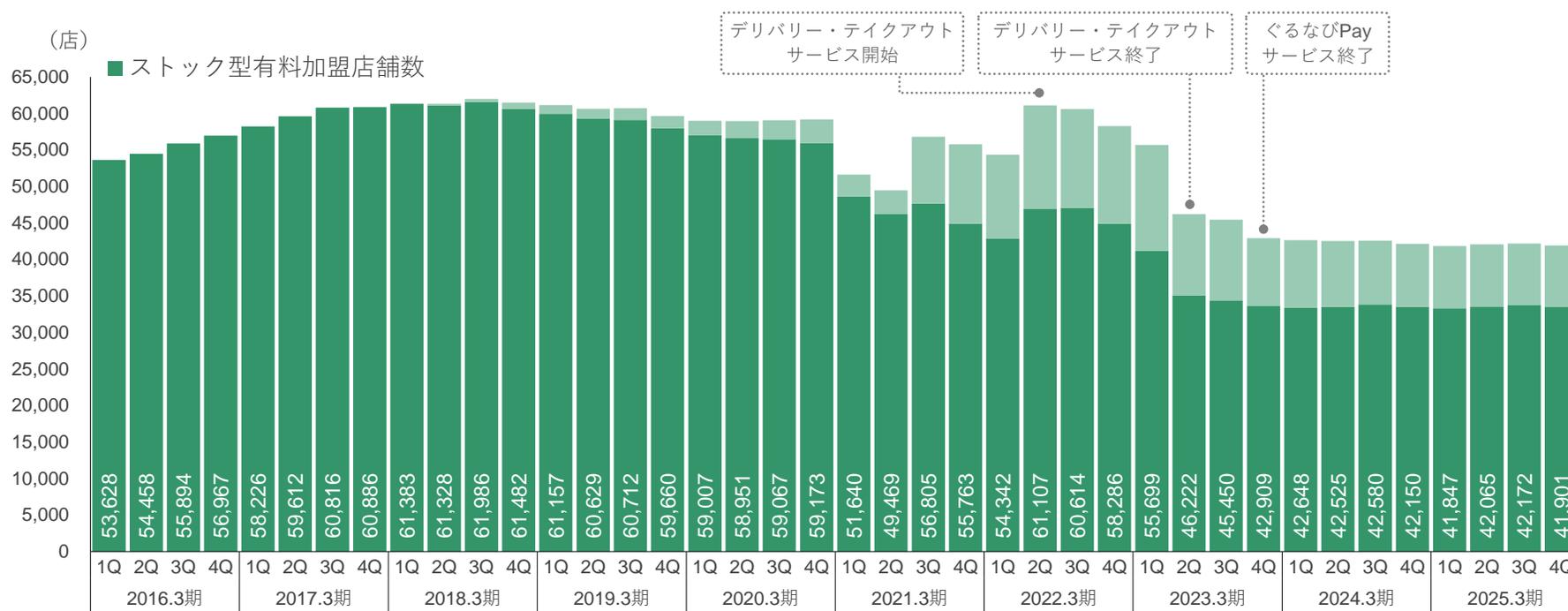
総有料加盟

**41,901** 店 (前期末比 ▲249店 ▲0.6%)

うちストック型有料加盟

**33,481** 店 (前期末比 ▲17店 ▲0.1%)

(月額固定課金サービスの利用店舗)



※グラフ内の数値は総有料加盟店舗数

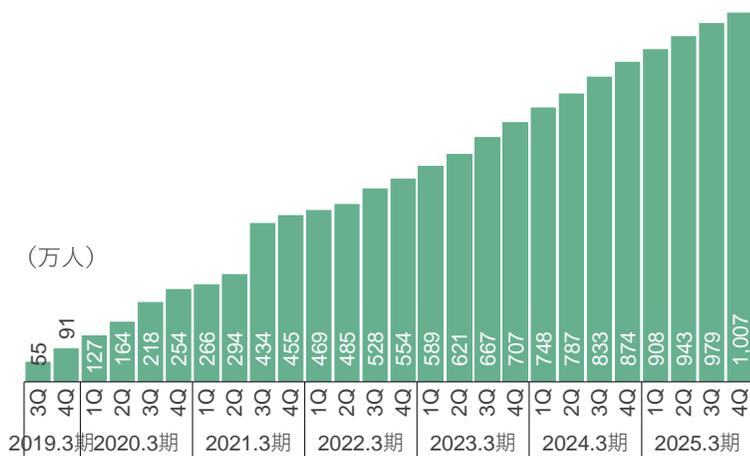
# ユーザー利用動向

ぐるなび会員数 : **2,782** 万人

※ 「ぐるなび」に登録しているユーザー数  
 ※ 2025年4月1日時点

楽天ID連携会員数 : **1,007** 万人

※ ぐるなび会員IDと楽天IDを連携している会員数  
 ※ 2025年3月末時点



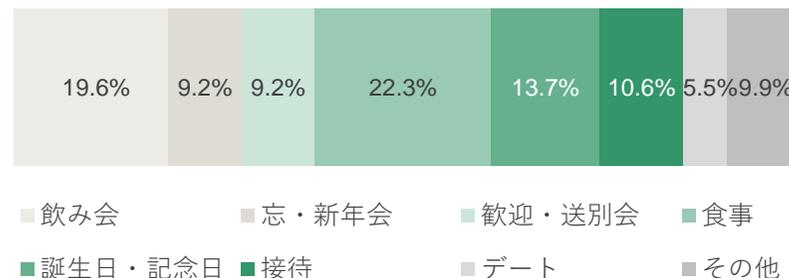
## デバイス別利用属性

※ユニークユーザー情報 (2025年3月)



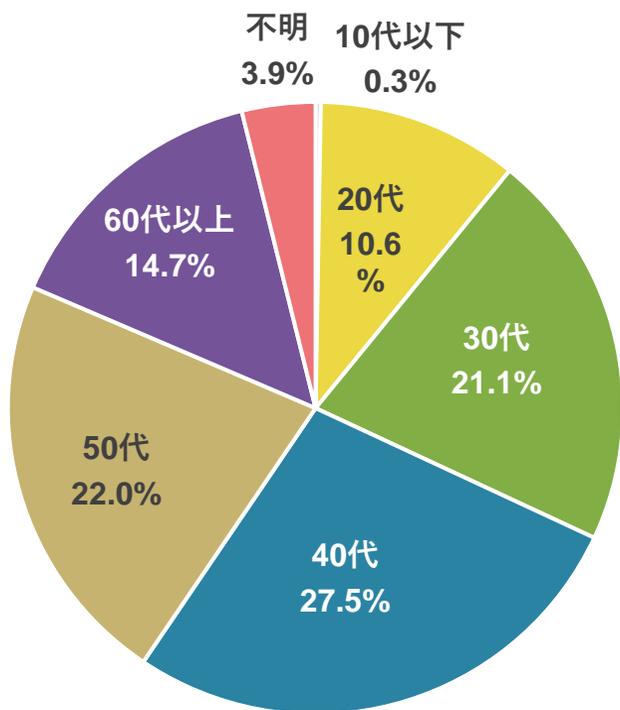
## 利用目的

※ぐるなびネット予約情報 (2024年)

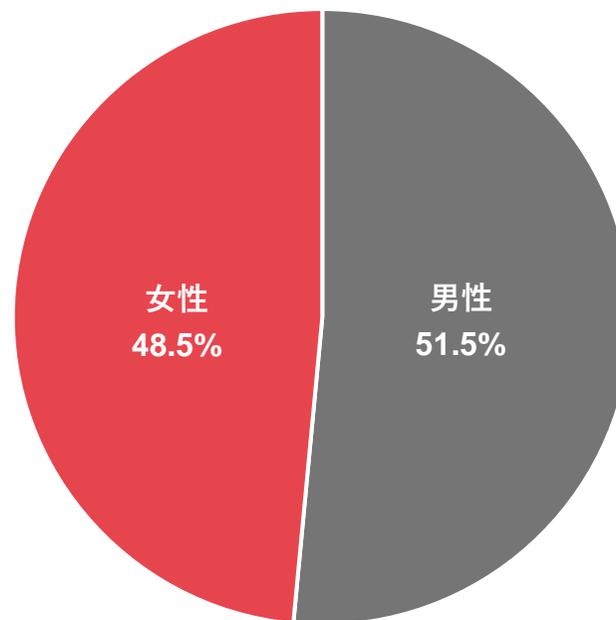


# ユーザー属性

年代別利用属性



性別利用属性



出典：ぐるなび会員情報（2025年3月時点）

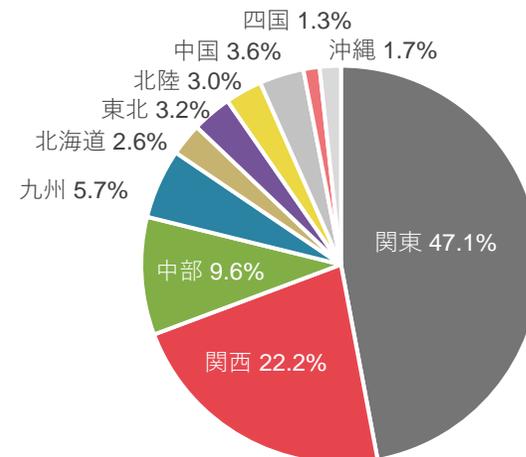
# 地域展開と加盟飲食店の属性

## 営業在籍エリア（21都道府県）

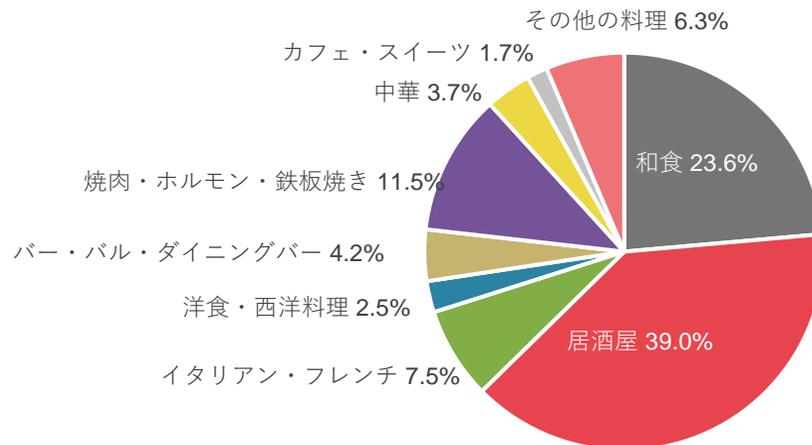
北海道	神奈川	兵庫
宮城	静岡	岡山
茨城	愛知	広島
栃木	新潟	愛媛
埼玉	石川	福岡
千葉	大阪	鹿児島
東京	京都	沖縄



## エリア別 有料加盟店割合



## 業態別有料加盟店割合



（2025年3月時点）

# 四半期別データ（連結）

売上高（単位：百万円）		2022.3期				2023.3期				2024.3期				2025.3期			
		1Q	2Q	3Q	4Q												
ストック型サービス	a	2,320	2,131	1,928	2,030	1,891	1,896	2,015	2,059	2,000	2,063	2,158	2,194	2,198	2,238	2,328	2,376
スポット型サービス	b	260	369	681	268	376	268	266	206	225	284	339	304	317	335	364	316
飲食店販促サービス	c= a+b	2,581	2,501	2,610	2,299	2,267	2,165	2,282	2,266	2,226	2,347	2,498	2,498	2,515	2,574	2,693	2,693
プロモーション	d	218	208	493	440	225	317	347	391	200	500	373	537	136	248	374	408
基盤事業計	e= c+d	2,799	2,709	3,104	2,739	2,493	2,482	2,630	2,657	2,426	2,847	2,872	3,035	2,651	2,823	3,068	3,101
関連事業	f	235	360	354	548	459	429	461	681	160	217	361	1,060	227	275	441	867
合計	g= e+f	3,034	3,070	3,458	3,288	2,953	2,911	3,091	3,339	2,586	3,065	3,234	4,096	2,879	3,098	3,510	3,969

(単位：円/月)		2022.3期				2023.3期				2024.3期				2025.3期			
		1Q	2Q	3Q	4Q												
飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU)	h*1	15,628	14,442	14,298	12,892	13,263	14,164	16,600	17,101	17,345	18,376	19,572	19,658	19,968	20,453	21,318	21,358
ストック型サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU)	i*2	17,631	15,838	13,687	14,724	14,646	16,585	19,347	20,177	19,903	20,567	21,371	21,729	21,932	22,311	23,045	23,553

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

\*2) 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、ストック型有料加盟店舗数（期首期末平均）で除して算出  $i=2/3*a/(kt-1+kt)$

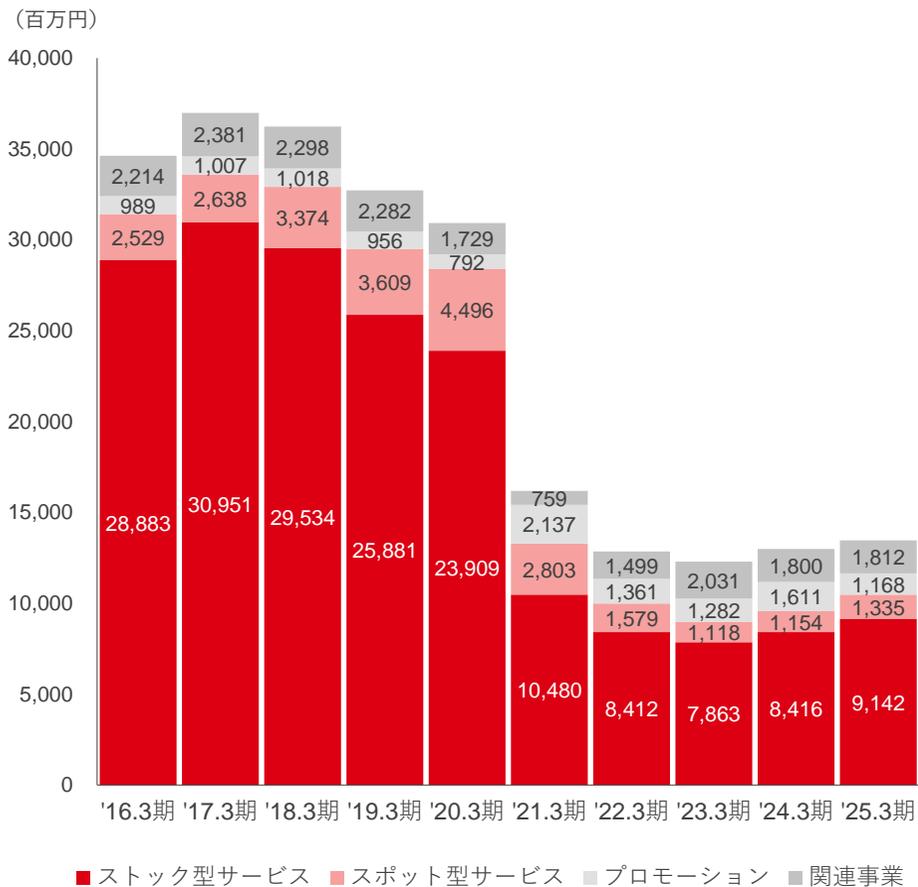
2022年3月期第1四半期以前の開示済み数値との乖離は、下記\*3)の定義によるストック型有料加盟店舗数に基づき再算出したことによる

(単位：店)		2022.3期				2023.3期				2024.3期				2025.3期			
		1Q	2Q	3Q	4Q												
総有料加盟店舗数	j	54,342	61,107	60,614	58,286	55,699	46,222	45,450	42,909	42,648	42,525	42,580	42,150	41,847	42,065	42,172	41,901
うちストック型有料加盟店舗数	k*3	42,830	46,904	47,050	44,906	41,195	35,052	34,406	33,656	33,363	33,507	33,827	33,498	33,319	33,570	33,797	33,481

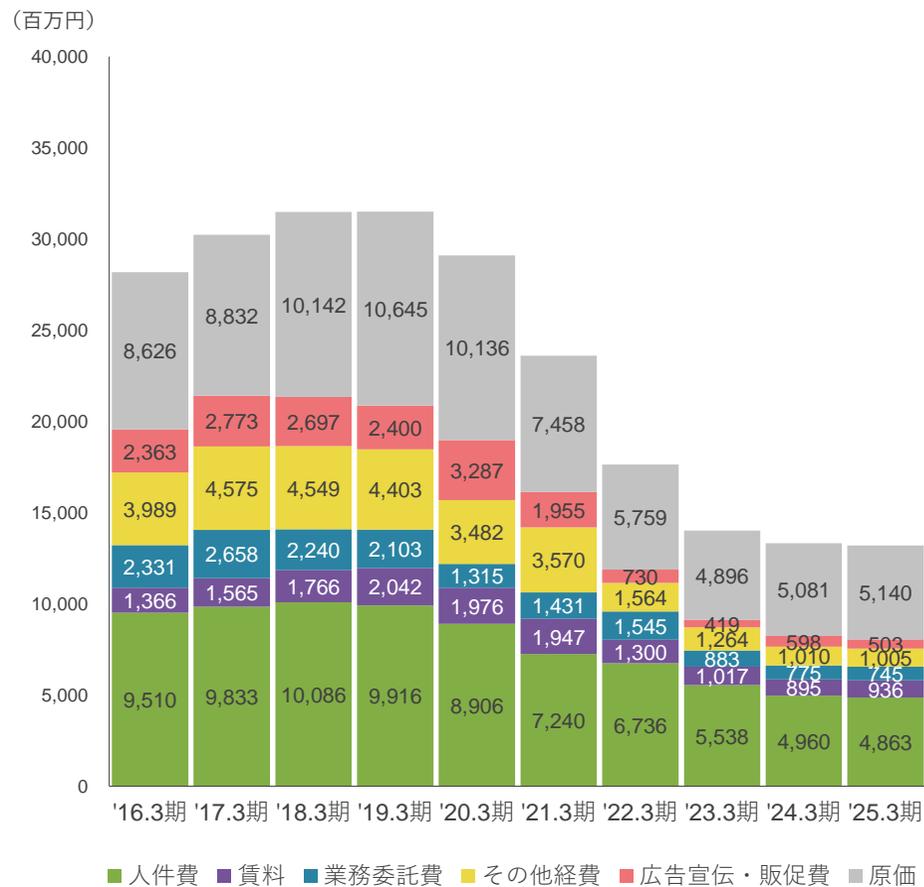
\*3) 月額固定課金サービスの利用店舗（ぐるなびサイトの有料掲載契約の有無問わず）

# 年度別 売上高と原価・費用の推移

## 売上高



## 原価・費用

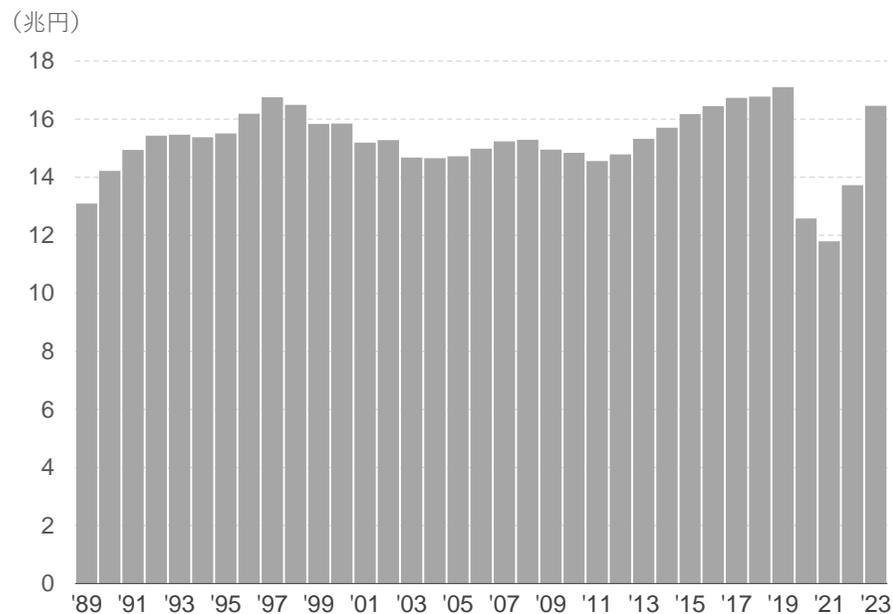


# 長期データ（連結）

（単位：百万円）	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
営業成績										
売上高	34,617	36,979	36,226	32,728	30,927	16,181	12,852	12,296	12,982	13,458
営業利益 又は 営業損失 <sup>※</sup>	6,429	6,740	4,742	1,216	1,821	-7,423	-4,786	-1,724	-339	262
経常利益 又は 経常損失	6,492	6,813	4,809	1,289	1,894	-7,269	-4,692	-1,664	-277	261
当期純利益 又は 当期純損失	4,367	4,799	3,192	581	949	-9,704	-5,768	-2,286	-363	211
資産・負債・純資産										
総資産	27,322	23,917	25,457	23,797	23,979	13,567	12,107	13,001	11,411	11,128
現金・預金	13,131	7,922	8,000	7,630	11,653	7,507	6,962	8,266	5,368	5,042
負債	7,026	5,878	6,270	5,093	4,709	4,192	3,255	6,102	5,273	6,150
純資産	20,296	18,038	19,186	18,704	19,270	9,375	8,851	6,898	6,137	4,978
自己資本	20,266	18,013	19,166	18,662	19,211	9,290	8,767	6,821	6,118	4,926
1株当たりデータ										
1株当たり当期純利益 又は 当期純損失（EPS,円）	90.19	102.25	68.27	12.42	20.26	-206.90	-114.46	-44.25	-8.98	2.00
1株当たり配当金（円）										
普通株式	38	42	44	8	8	-	-	-	-	-
A種優先株式	-	-	-	-	-	-	13.808	45.000	45.000	-
その他										
営業利益率（%）	18.6	18.2	13.1	3.7	5.9	-	-	-	-	2.0
自己資本当期純利益率（ROE,%）	23.2	25.1	17.2	3.1	5.0	-	-	-	-	3.8
総資産当期純利益率（ROA,%）	17.1	18.7	12.9	2.4	4.0	-	-	-	-	1.9
配当性向（%）	42.1	41.1	64.5	64.4	39.5	-	-	-	-	-
自己資本比率（%）	74.2	75.3	75.3	78.4	80.1	68.5	72.4	52.5	53.6	44.3
自己株数（株）	216,459	1,924,559	1,892,159	1,839,162	1,806,562	1,757,262	1,128,462	1,128,462	412,962	501,462
総有料加盟店舗数	56,967	60,886	61,482	59,660	59,173	55,763	58,286	42,909	42,150	41,901

※ 2020年3月期まで販売費及び一般管理費の「支払手数料」に含めていたコミットメントフィーは、2021年3月期より営業外費用の「コミットメントフィー」にその表示を変更（2021年3月期決算短信連結財務諸表に関する注記事項参照）。本表において2020年3月期以前の数値の組替え等を行っていない。

## ■ 外食市場規模

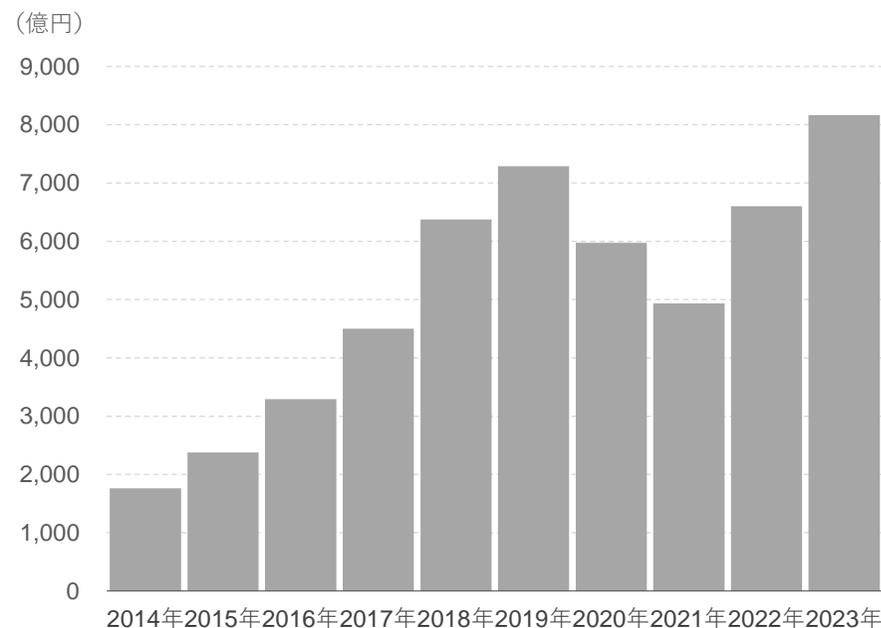


(財)食の安全安心財団「外食産業市場規模推移」より

\* 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

2023年は前年比20%増の16.4兆円

## ■ 飲食店におけるネット予約 市場規模



経済産業省「令和5年度 電子商取引に関する市場調査」より

2023年は前年比24%の増加

# 会社概要（2025年3月末）

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1-1-2 日比谷三井タワー11F
資本金	100百万円
発行済株式数	普通株式：56,903,800株
事業内容	パソコン・スマートフォン等による飲食店等の情報提供サービス、飲食店等の経営に関わる各種業務支援サービスの提供 その他関連する事業
役員	取締役会長／滝久雄、代表取締役社長／杉原章郎 取締役／藤原裕久（社外・独立）、小野由衣（社外） 取締役（監査等委員）／鈴木清司（常勤）、南木武輝（社外・独立）、佐藤英彦（社外・独立）、石田義雄（社外・独立） 執行役員10名
大株主	楽天グループ(株) 16.4%、滝久雄 12.6%、日本マスタートラスト信託銀行(株)（信託口）9.0%、(株)SHIFT 4.0%、 （公財）日本交通文化協会 3.3%、杉原章郎 2.3%、小田急電鉄(株) 2.0%、東京地下鉄(株) 1.7%、滝裕子 1.5%、 (株)日本カストディ銀行（信託口）1.5% ※ 持株比率は自己株式（501,462株）を控除して計算
総人員数	単体：888名 連結：962名 ※ 役員、アルバイトを含む総人員数
連結子会社	ぐるなび上海社（80%）、(株)ぐるなびサポートアソシエ（100%）、(株)Gダイニング（100%）

食でつなぐ。人を満たす。

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、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およ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。