



2026年3月期 第2四半期

決算説明会資料

2Q

株式会社ぐるなび (証券コード / 2440)



2026年3月期 通期業績予想

各利益は、通期予想に対して好調に進捗

(単位：百万円)	2026年3月期		通期予想
	第2四半期累計		
	期初予想	実績	
売上高	6,520	6,374	14,900
営業利益	60	105	300
経常利益※	22	101	210
親会社株主に帰属する当期純利益	49	128	234
1株当たり当期純利益 (EPS)：円	0.87	2.28	4.15

※ 2022年8月に調達した借入金2,200百万円の利率が黒字転換に伴い上昇、2025年2月に調達した借入金1,200百万円の支払利息が発生

第2四半期累計実績

- ✓ 飲食店支援事業の強化に向けた体制増強による人員関連費用（採用費含む）の増加、固定資産の積み上がりに伴う減価償却費の増加等を背景に、前年同期比減益ではあるが計画を上回って着地

< 連結総人員数 >

2025.3期2Q末：874名 → 2026.3期2Q末：912名（+38名） ※ 含む役員・アルバイト、除く外部出向者

今後の見通し

- ✓ 体制増強の成果を創出拡大し、次期にはその効果を本格的に発揮することで、飲食店支援事業の成長力を高める

決算概要

✓ 順調なARPUの上昇に加え、ストック型有料加盟店舗数が僅かながらも増加

➡ ARPU・店舗数双方の拡大による中長期的な売上成長へ

売上高	6,374 百万円	前年同期比	+6.6 %
営業利益	105 百万円	前年同期比	-62.3 %
親会社株主に帰属する中間純利益 [※]	128 百万円	前年同期比	-48.0 %
ストック型サービスARPU（2026年3月期2Q）	23,943 円	前年同期比	+7.3 %
ストック型有料加盟店舗数（2025年9月末）	33,903 店	前年同期末比	+1.0 %
楽天ID連携会員数（2025年9月末）	1,060 万人	前年同期末比	+12.3 %

※ 投資有価証券売却益 30百万円を特別利益として計上

連結損益計算書

(単位：百万円)	2025年3月期 第2四半期累計	対売上高 比率	2026年3月期 第2四半期累計	対売上高 比率	前年同期比 変化率
売上高	5,978	100.0%	6,374	100.0%	+6.6%
売上原価	1,933	32.3%	2,447	38.4%	+26.6%
売上総利益	4,045	67.7%	3,926	61.6%	-2.9%
販売費及び一般管理費	3,767	63.0%	3,821	60.0%	+1.5%
営業利益	278	4.7%	105	1.6%	-62.3%
経常利益	266	4.5%	101	1.6%	-62.0%
税引前中間純利益	265	4.4%	133	2.1%	-49.8%
親会社株主に帰属する中間純利益	247	4.1%	128	2.0%	-48.0%

売上高内訳

(単位：百万円)	2025年3月期 第2四半期累計	2026年3月期 第2四半期累計	前年同期比 変化率
売上高	5,978	6,374	+6.6%
飲食店販促サービス	5,090	5,358	+5.3%
ストック型サービス	4,436	4,799	+8.2%
スポット型サービス	653	558	-14.5%
プロモーション	385	415	+8.0%
関連事業	503	600	+19.3%

ストック型サービス

- ✓ 着実な拡大基調を継続
(ARPU・店舗数双方の拡大による中長期的な成長へ)

スポット型サービス

- ✓ 年間を通じた伴走型サポートの観点から、ストック型受注に注力

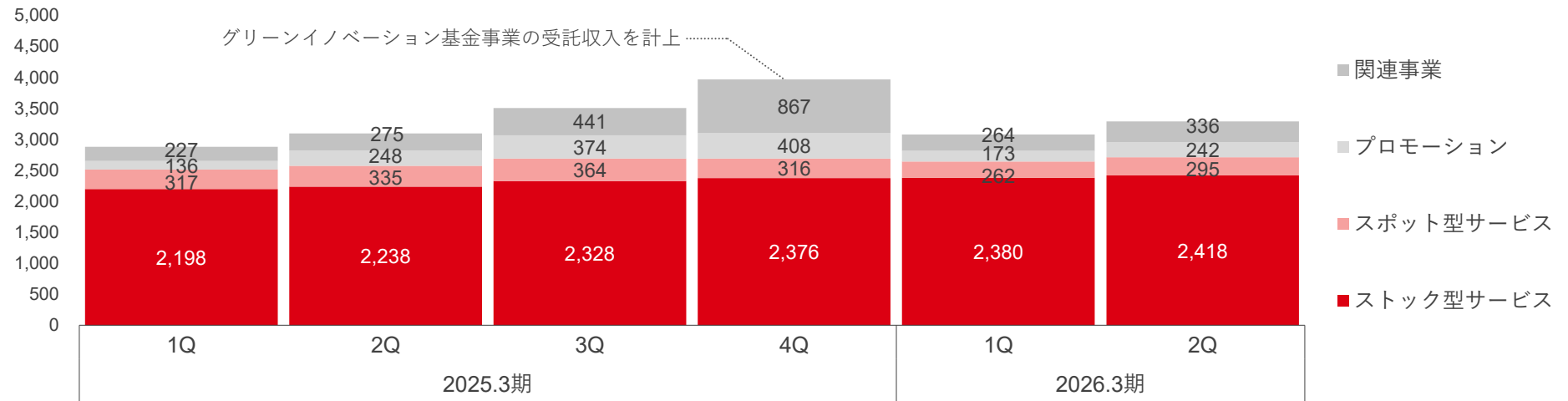
プロモーション

- ✓ 主に、省庁・自治体等向けプロモーション売上が拡大

関連事業

- ✓ 厨房機器販売店「テンポスぐるなび」の売上が拡大

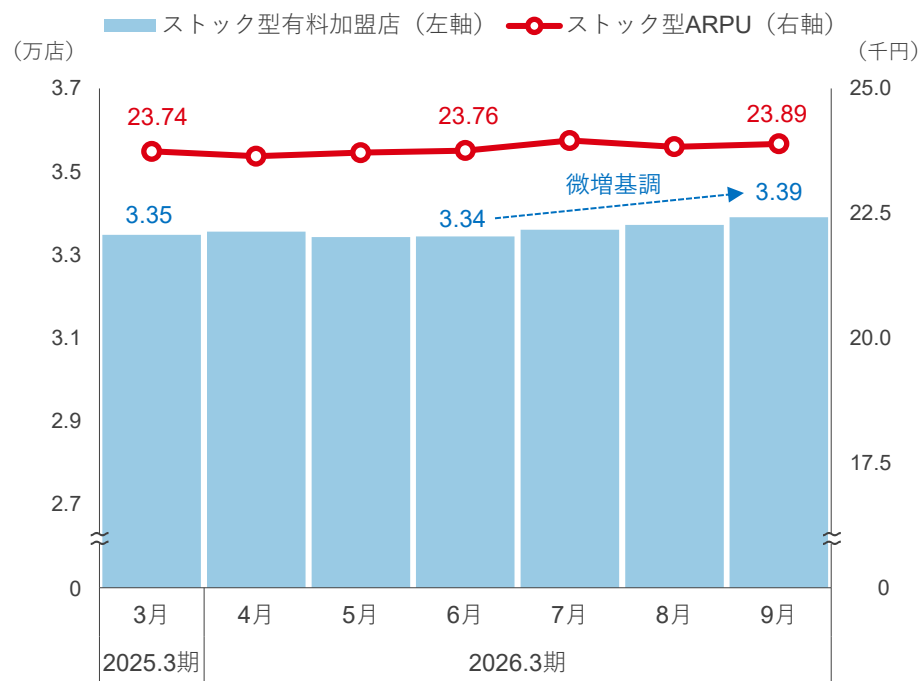
(百万円)



飲食店販促サービス ～ストック型有料加盟店舗数・ARPU～

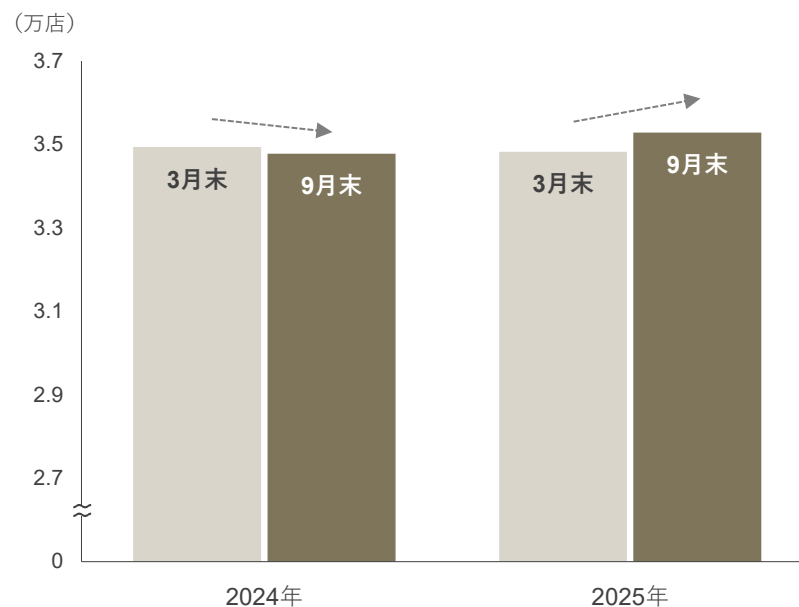
インサイドセールス・カスタマーサポート強化に成果の兆し

■ ストック型有料加盟店舗数・ARPU



ARPU・有料加盟店数双方の拡大による売上成長へ

■ ネット予約対応店舗数



席在庫拡充を通じた予約送客力の向上へ

原価・費用内訳

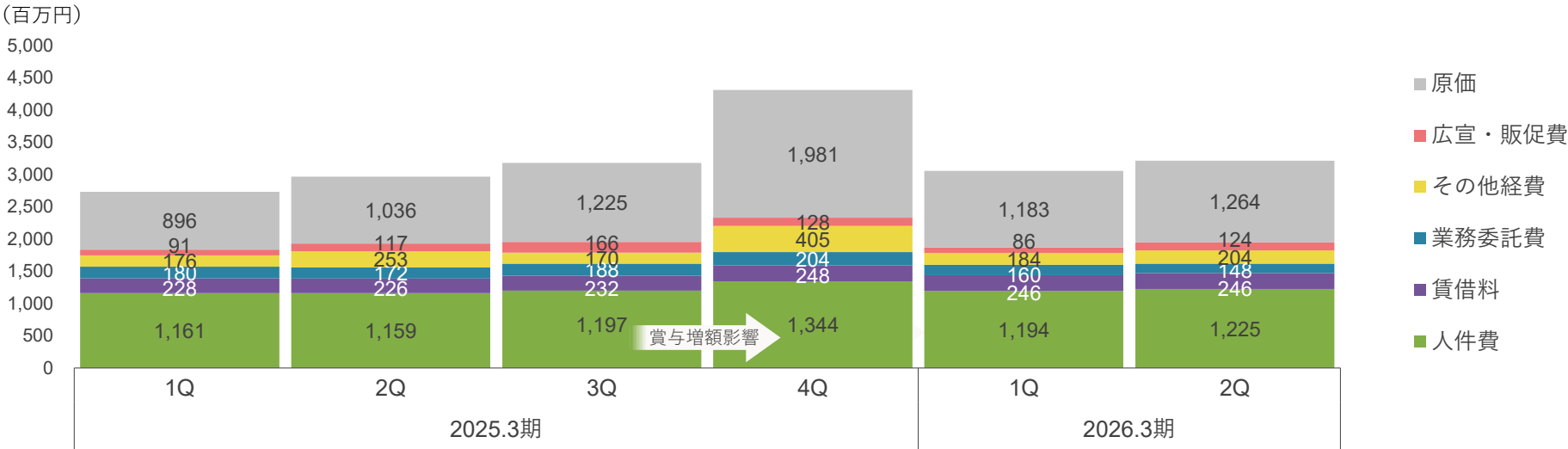
(単位：百万円)	2025年3月期 第2四半期累計	2026年3月期 第2四半期累計	前年同期比 変化率
総費用	5,700	6,269	+10.0%
売上原価	1,933	2,447	+26.6%
販売費及び一般管理費	3,767	3,821	+1.5%
人件費	2,320	2,419	+4.3%
賃借料	454	493	+8.4%
業務委託費	352	308	-12.4%
広宣・販促費	208	211	+1.6%
その他	429	388	-9.7%

売上原価

- ✓ 売上拡大を主因とした外注費の増加
- ✓ 固定資産の積み上がりに伴う減価償却費の増加
- ✓ 飲食店支援事業強化のための積極採用に伴う労務費の増加

販売費及び一般管理費

- ✓ 売上原価と同様の理由により人件費が増加
- ✓ システム賃借における使用量の拡大および価格改定等を背景に、賃借料が増加
- ✓ 内製化の推進により業務委託費が減少



連結貸借対照表

< 前期での黒字転換を踏まえた財務面での取り組み >

- ✓ 2025年2月に調達した短期借入金（12億円）を、長期借入金へ借換
- ✓ 2024年9月に設定したコミットメントライン（30億円）を、アンコミットメントラインへ変更

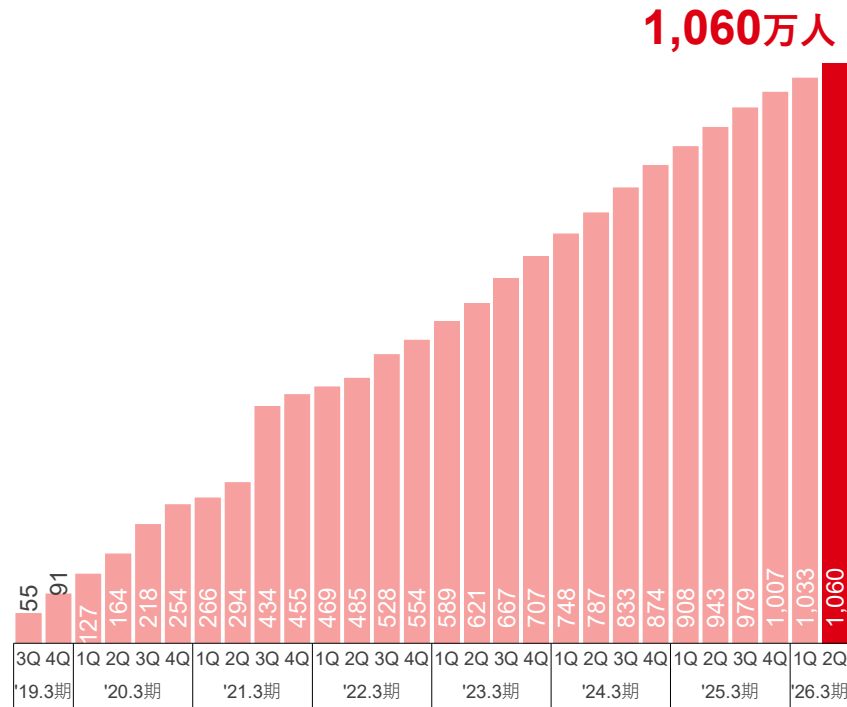
（単位：百万円）	2025年3月末	2025年9月末	前期末比	（単位：百万円）	2025年3月末	2025年9月末	前期末比
流動資産合計	8,644	8,037	-606	流動負債合計	3,647	2,190	-1,457
現金・預金	5,042	4,482	-559	未払金	1,450	1,209	-241
受取手形及び売掛金	2,452	1,910	-542	預り金	72	48	-23
未収入金	797	933	+136	未払法人税等	5	3	-1
前払費用	362	490	+128	賞与引当金	443	330	-112
貸倒引当金	-68	-54	+14	ポイント引当金	7	12	+4
その他	59	274	+215	短期借入金	1,200	-	-1,200
				その他	468	585	+117
固定資産合計	2,484	3,077	+592	固定負債合計	2,503	3,743	+1,240
有形固定資産	491	503	+11	長期借入金	2,200	3,400	+1,200
無形固定資産	983	1,463	+480	その他	303	343	+40
投資その他の資産	1,009	1,109	+100	負債合計	6,150	5,933	-217
				純資産合計	4,978	5,181	+203
				自己資本	4,926	5,145	+218
資産合計	11,128	11,114	-13	負債純資産合計	11,128	11,114	-13

施策進捗

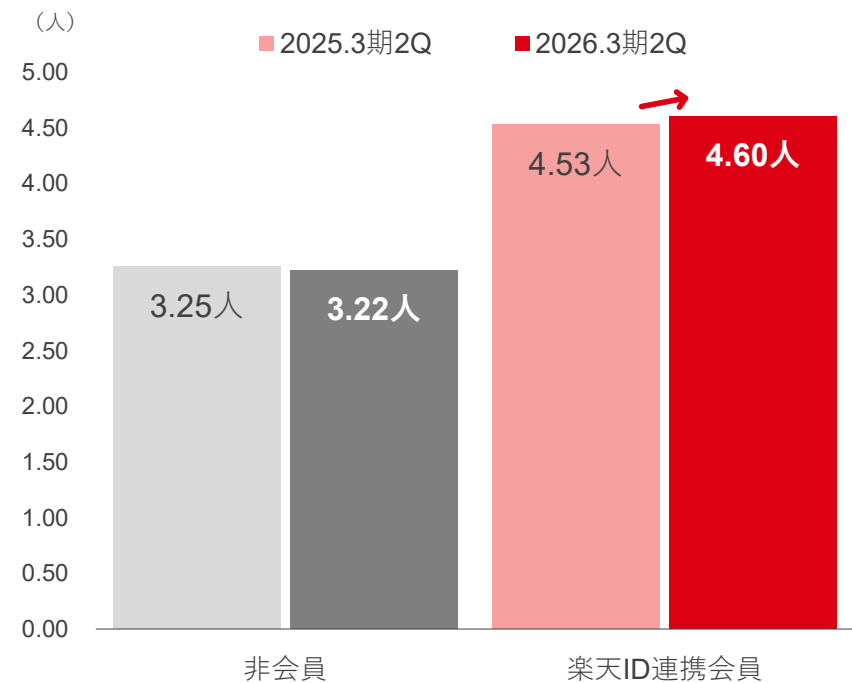
楽天ぐるなびの強化（1）～ユーザー動向～

楽天会員に対する予約促進により
「外食機会の拡大」と「外食人口の増加」のダブル効果を狙う

■ 楽天ID連携会員数（万人）



■ ユーザー属性別 1組当たりネット予約平均人数



楽天ぐるなびの強化（２）～ 注力施策 ～

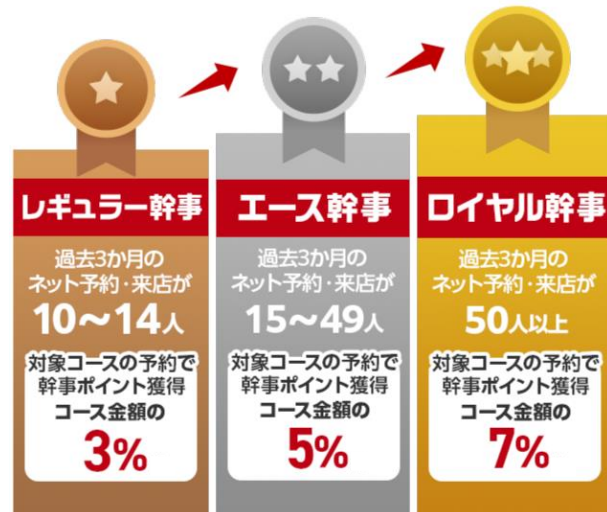
楽天グループとの協業強化に加え、
外部サービス連携等による流入拡大・利用促進を展開



楽天ぐるなびの強化（3）～新たな取り組み～

第1弾施策「楽天カードプレミアムプログラム」との連携を開始（10/1～）
幹事会員数は、想定通りに拡大

幹事ランク制度



Rakuten Card

楽天ブラックカード



エース幹事ランクを付帯

コース金額の**5%**



楽天プレミアムカード



レギュラー幹事ランクを付帯

コース金額の**3%**

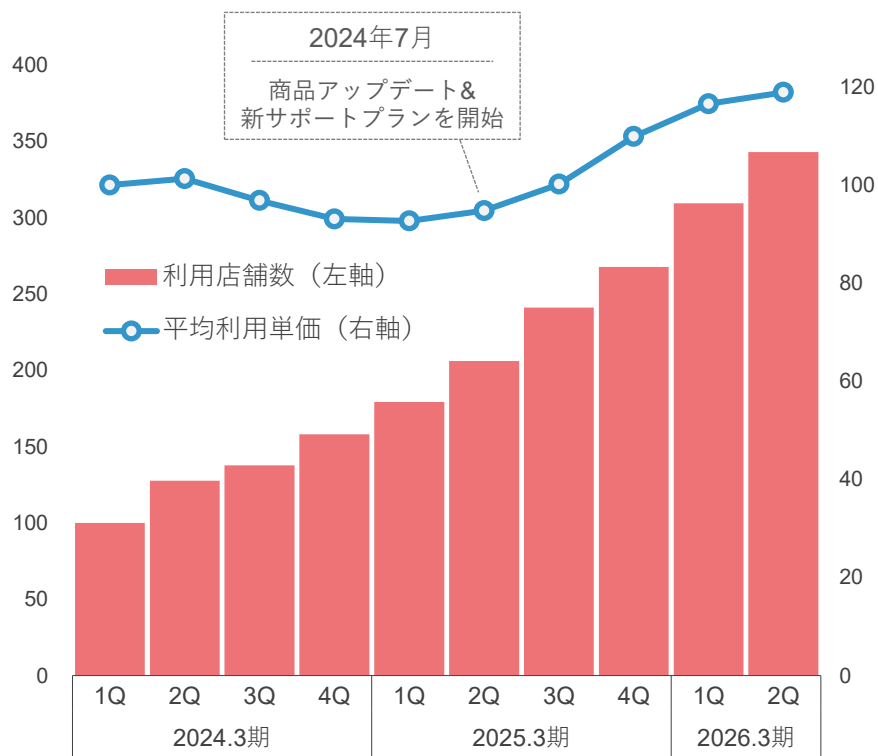


さらなる連携強化に向けて、**楽天ペイメント(株)**との協議を開始

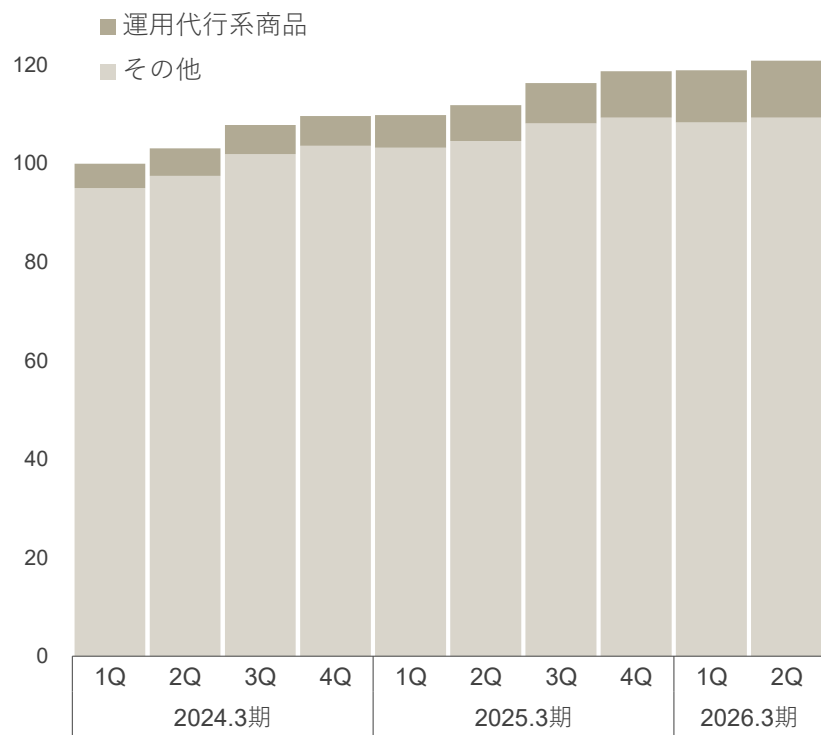
マーケティングエージェント（1）～運用代行系商品～

マーケティングエージェント領域における「運用代行系商品」の状況

■ Google ビジネスプロフィール（GBP）運用支援商品の状況 (2024.3期1Qを100とする指数)



■ スtock型サービスにおける運用代行系商品売上の状況 (2024.3期1Qのストック型サービス売上を100とする指数)



マーケティングエージェント（2）～主な新サポート商品～

インフルエンサーマッチングサービス

特徴

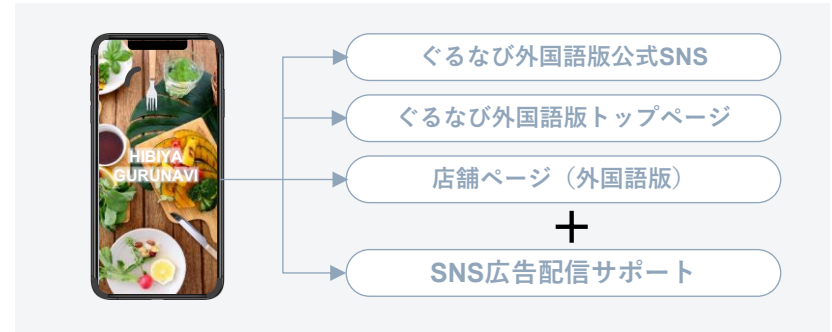
- ✓ 飲食ジャンルに特化したインフルエンサー1.2万人超
- ✓ サブスクリプション型サービス



訪日外国人向け動画商品

特徴

- ✓ SNSに最適な縦型ショート動画を店舗取材の上作成
- ✓ 各種SNSでの広告配信までサポート（別途追加販売）



今後の展開

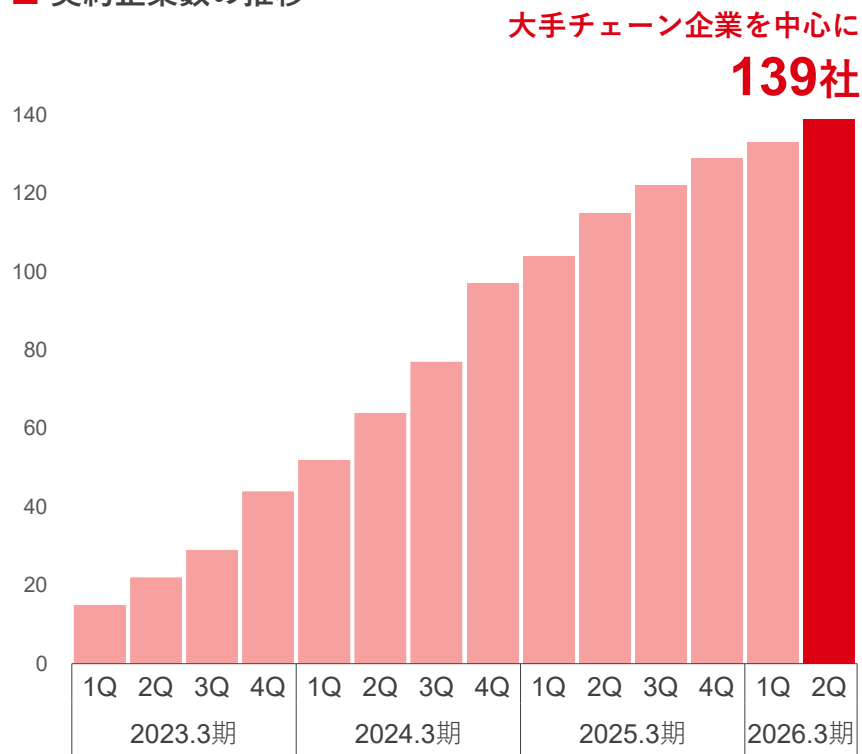
- ✓ 非イートイン業態向けエージェント商品の造成 → 有料加盟店舗数の拡大
- ✓ AI活用による代行業務オペレーションの効率化 → サポート可能店舗数の拡大・収益性の向上

モバイルオーダーサービス “ぐるなびFineOrder” (1) ～ 導入進捗 ～

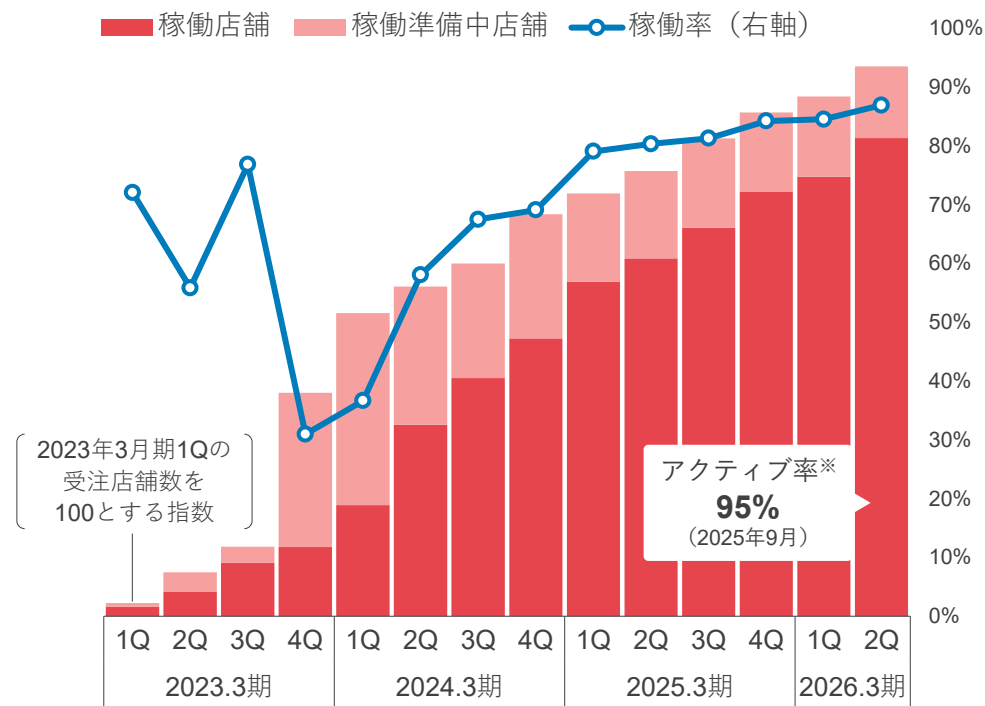
直近の動向

✓ コロワイドグループが展開する主要ブランドへの提案・先行導入を推進

■ 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

モバイルオーダーサービス “ぐるなびFineOrder” (2) ～ 今後の展開 ～

独自のサポート力・機能性を武器に
パートナーシップを活かした展開を推進



新規契約企業の開拓



既存契約企業内
グループ店舗への導入



集客機能の強化
平均契約単価の向上



新領域の拡大
(ホテルルームサービス等)

販売パートナー（連携先POSベンダー）との連携強化 **+** 当社直接営業の強化

新規導入キャンペーンの推進

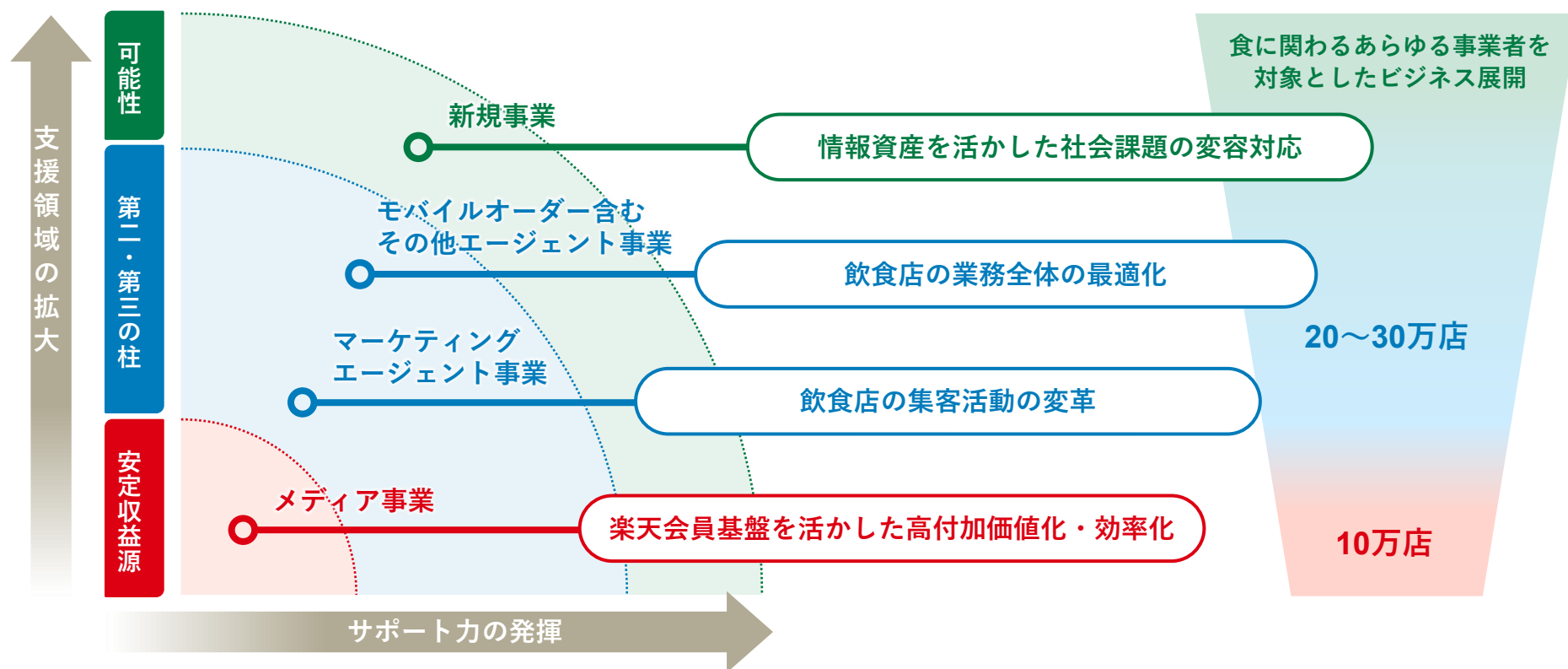
楽天トラベルとの連携

テイクアウト業態への展開

CRM機能の開発・強化

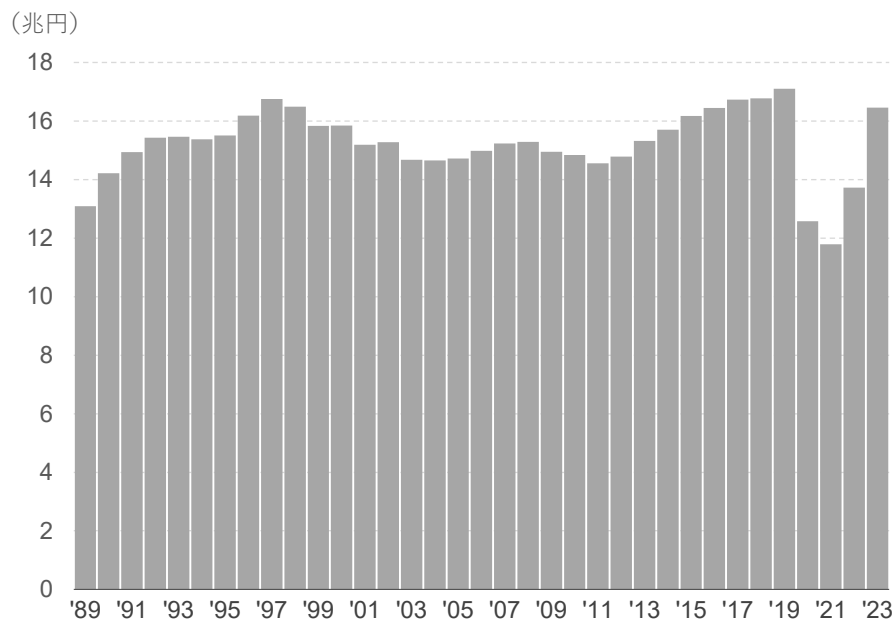
提供価値の拡充

「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

■ 外食市場規模

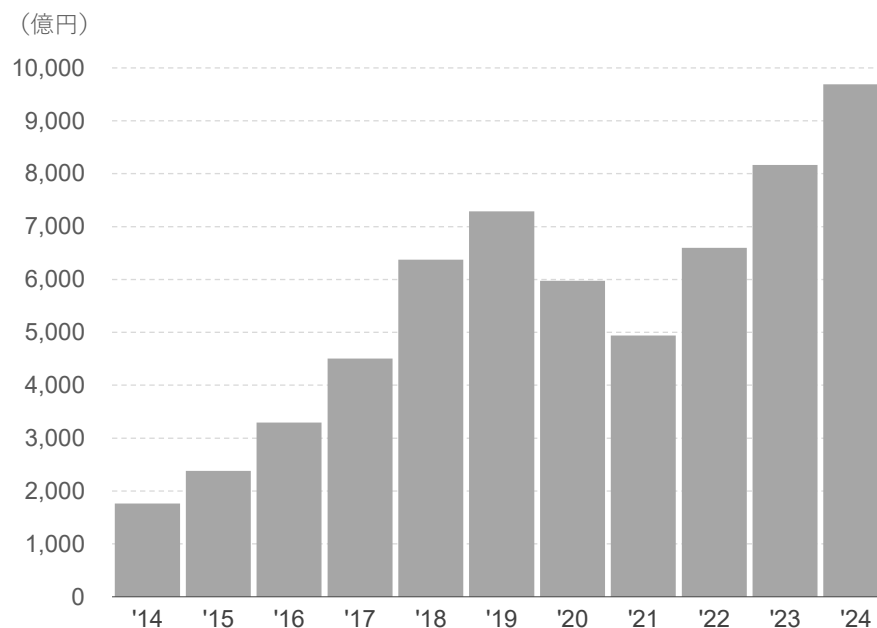


(財) 食の安全安心財団「外食産業市場規模推移」より

* 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「電子商取引に関する市場調査」より

2024年は前年比19%の増加

有料加盟店舗数

2026年3月期 第2四半期実績

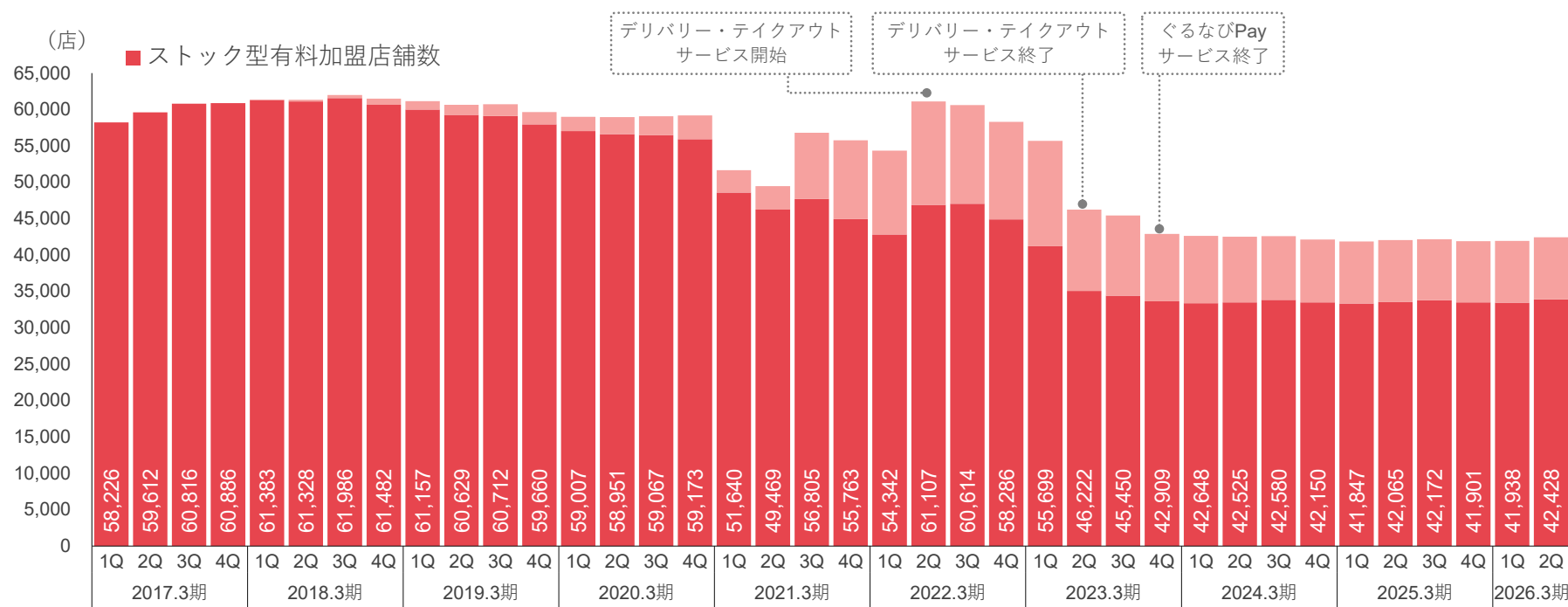
総有料加盟

42,428 店 (前年同期末比 +363店 +0.9%)

うちストック型有料加盟

(月額固定課金サービスの利用店舗)

33,903 店 (前年同期末比 +333店 +1.0%)



※グラフ内の数値は総有料加盟店舗数

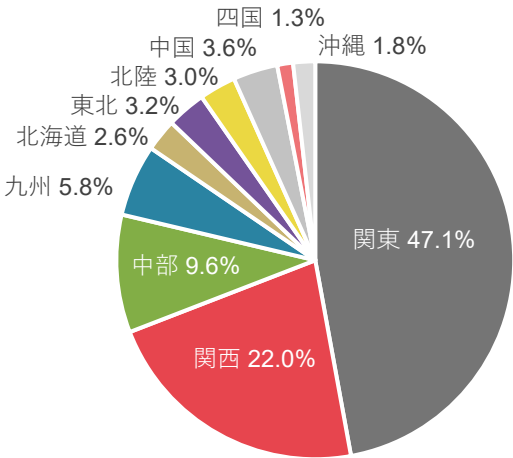
地域展開と加盟飲食店の属性

営業在籍エリア（21都道府県）

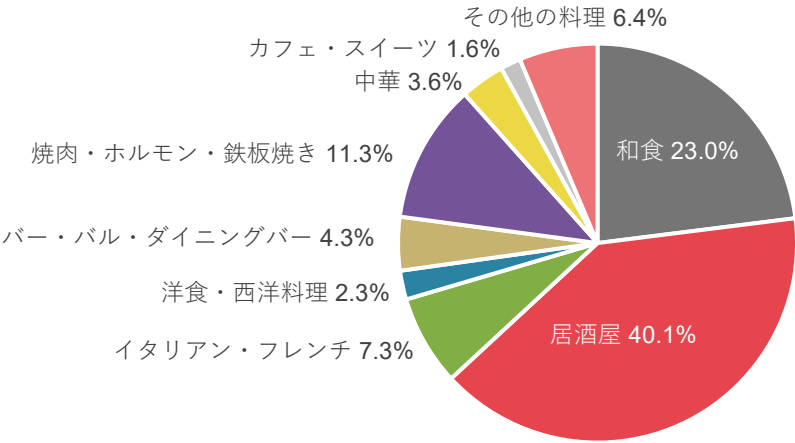
北海道	神奈川	兵庫
宮城	静岡	岡山
茨城	愛知	広島
栃木	新潟	愛媛
埼玉	石川	福岡
千葉	大阪	鹿児島
東京	京都	沖縄



エリア別 有料加盟店割合



業態別有料加盟店割合



（2025年9月時点）

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

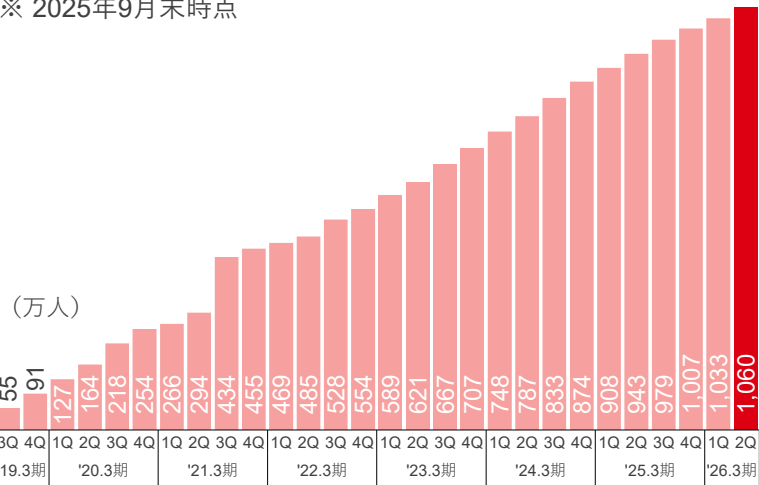
ユーザー利用動向

ぐるなび会員数 : 2,850 万人

※ 「楽天ぐるなび」に登録しているユーザー数
※ 2025年10月1日時点

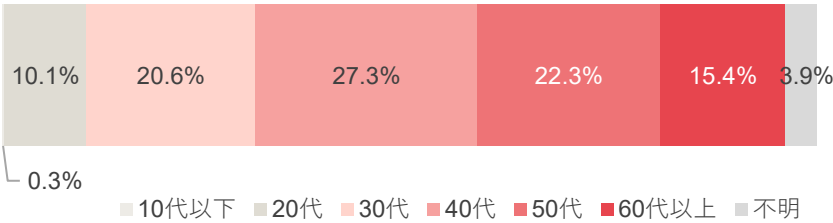
楽天ID連携会員数 : 1,060 万人

※ ぐるなび会員IDと楽天IDを連携している会員数
※ 2025年9月末時点



年齢別利用属性

※ぐるなび会員情報 (2025年9月)



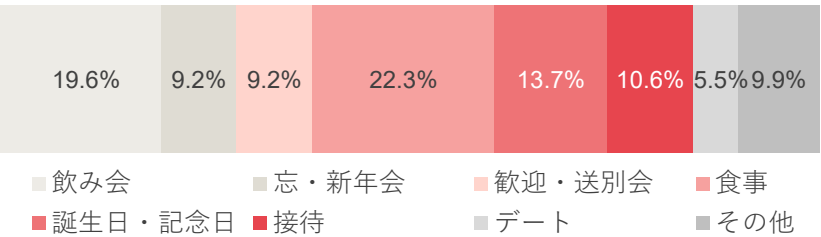
デバイス別利用属性

※ユニークユーザー情報 (2025年9月)



利用目的

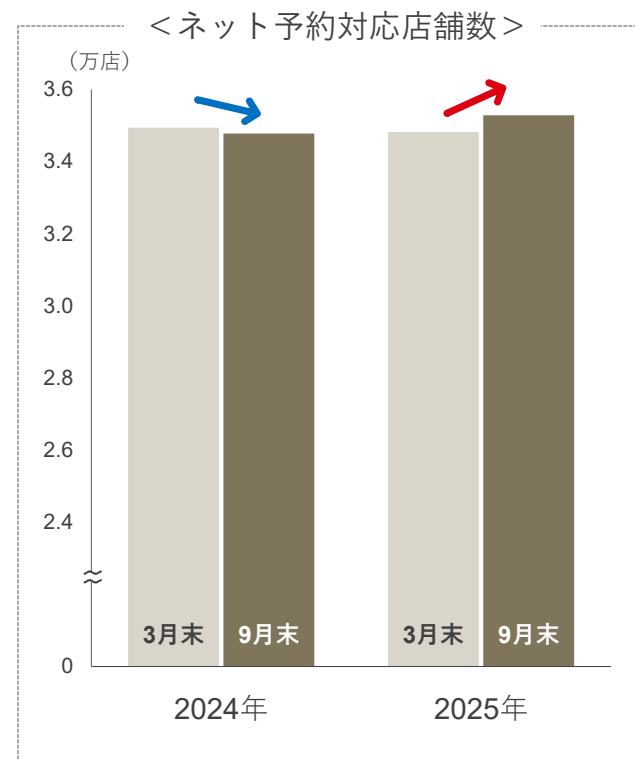
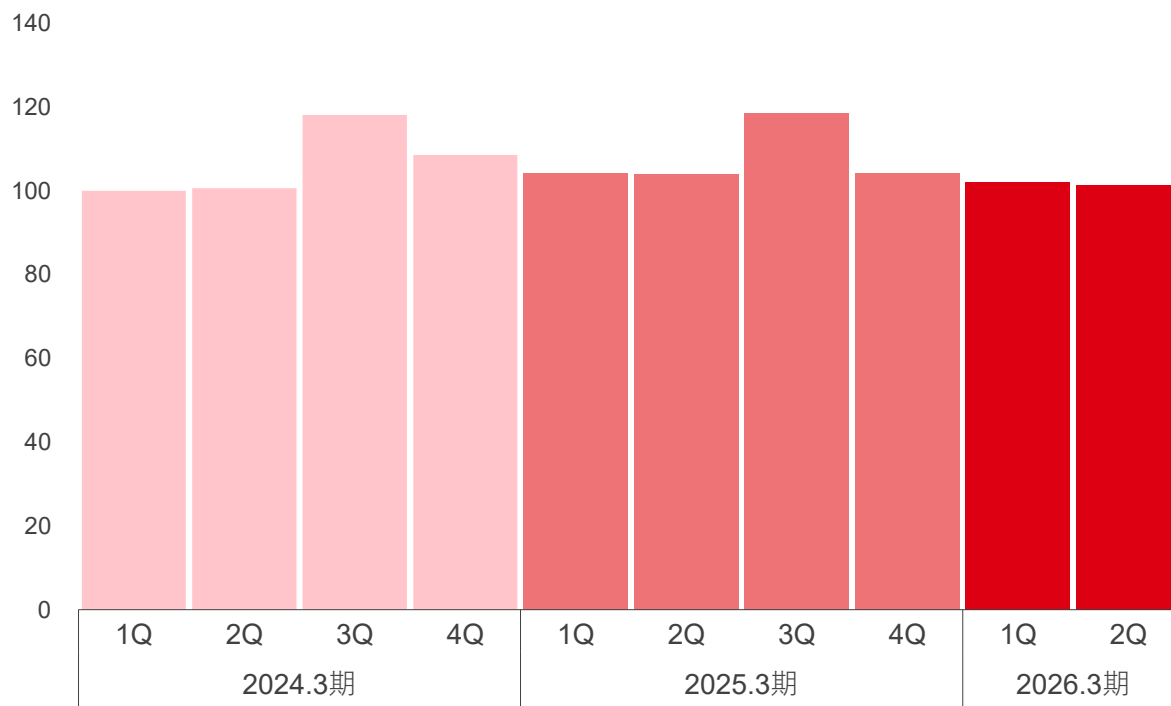
※ぐるなびネット予約情報 (2024年)



ネット予約サービスの状況

ネット予約対応店舗数が拡大基調に転換
ネット予約拡大に向けて楽天会員の利用促進施策を推進

■ 1店舗当たりネット予約件数の推移（2024.3期1Q = 100）



四半期別データ（連結）

売上高（単位：百万円）			2023.3期				2024.3期				2025.3期				2026.3期	
			1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
	ストック型サービス	a	1,891	1,896	2,015	2,059	2,000	2,063	2,158	2,194	2,198	2,238	2,328	2,376	2,380	2,418
	スポット型サービス	b	376	268	266	206	225	284	339	304	317	335	364	316	262	295
	飲食店販促サービス	c= a+b	2,267	2,165	2,282	2,266	2,226	2,347	2,498	2,498	2,515	2,574	2,693	2,693	2,643	2,714
	プロモーション	d	225	317	347	391	200	500	373	537	136	248	374	408	173	242
	基盤事業計	e= c+d	2,493	2,482	2,630	2,657	2,426	2,847	2,872	3,035	2,651	2,823	3,068	3,101	2,817	2,956
	関連事業	f	459	429	461	681	160	217	361	1,060	227	275	441	867	264	336
	合計	g= e+f	2,953	2,911	3,091	3,339	2,586	3,065	3,234	4,096	2,879	3,098	3,510	3,969	3,081	3,293

(単位：円/月)			2023.3期				2024.3期				2025.3期				2026.3期	
			1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
	飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高（ARPU）	h*1	13,263	14,164	16,600	17,101	17,345	18,376	19,572	19,658	19,968	20,453	21,318	21,358	21,021	21,450
	ストック型サービスの 店舗当たり契約高（ARPU）	i*2	14,646	16,585	19,347	20,177	19,903	20,567	21,371	21,729	21,932	22,311	23,045	23,553	23,715	23,943

*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 $h=2/3*c/(j(t-1+jt))$
*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 $i=2/3*a/(kt-1+kt)$

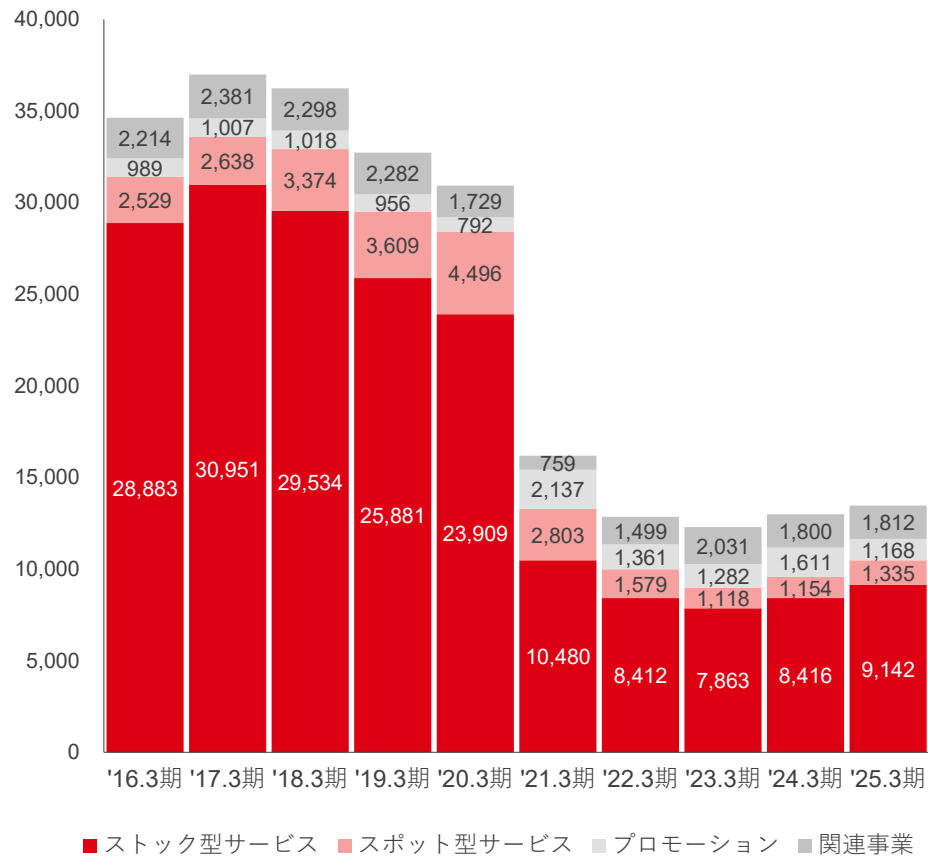
(単位：店)			2023.3期				2024.3期				2025.3期				2026.3期	
			1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
	総有料加盟店舗数	j	55,699	46,222	45,450	42,909	42,648	42,525	42,580	42,150	41,847	42,065	42,172	41,901	41,938	42,428
	うちストック型有料加盟店舗数	k*3	41,195	35,052	34,406	33,656	33,363	33,507	33,827	33,498	33,319	33,570	33,797	33,481	33,442	33,903

*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

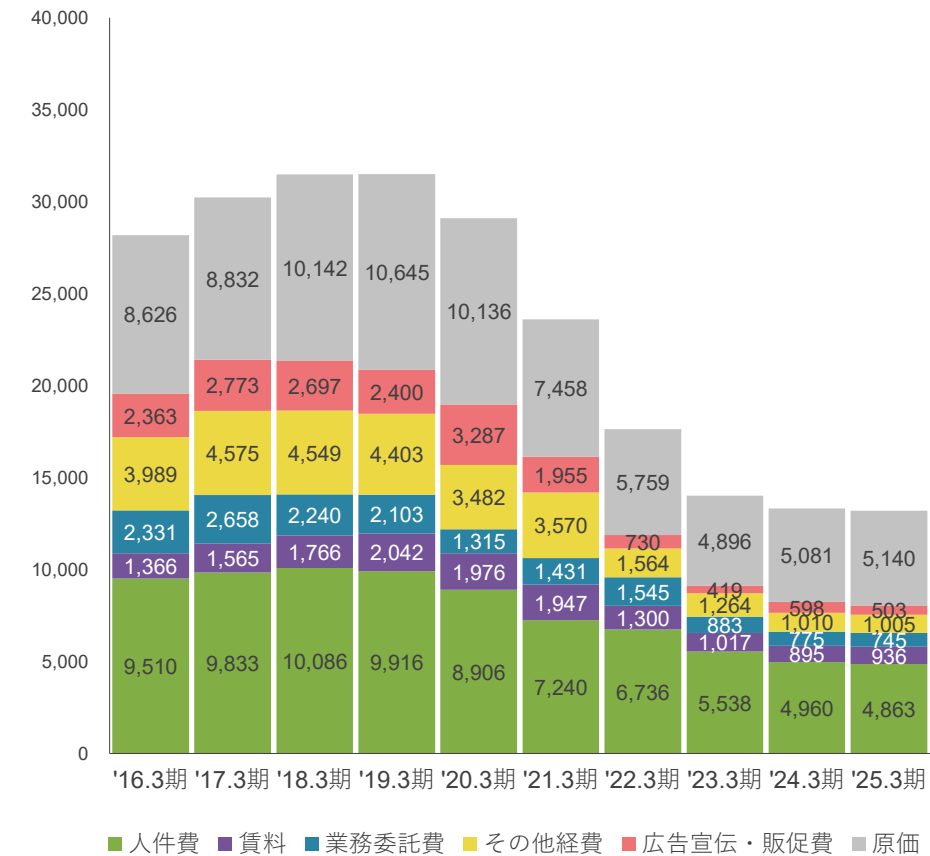
売上高

(百万円)



原価・費用

(百万円)



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 ※	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は行っていない。

「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/yocho_pdf/S100W3UG/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

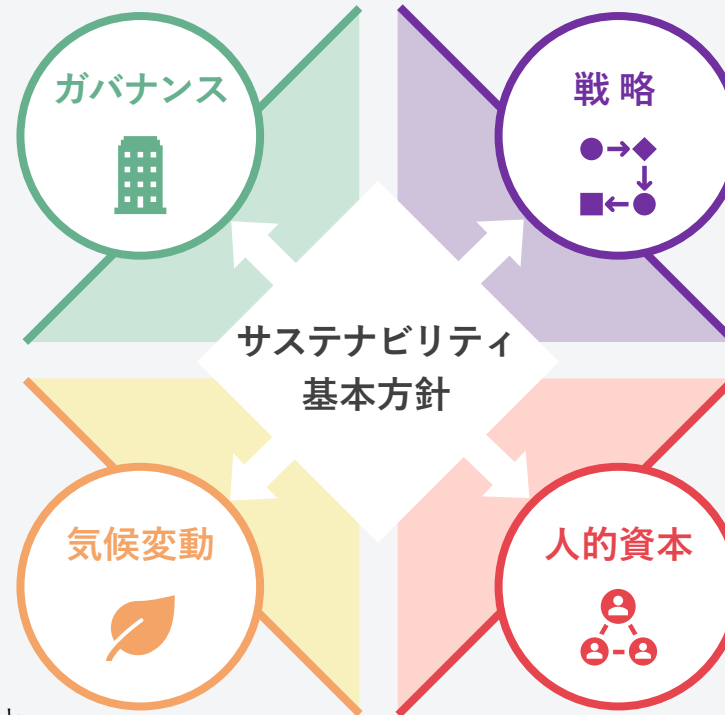
サステナビリティに関する
マテリアリティの特定

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

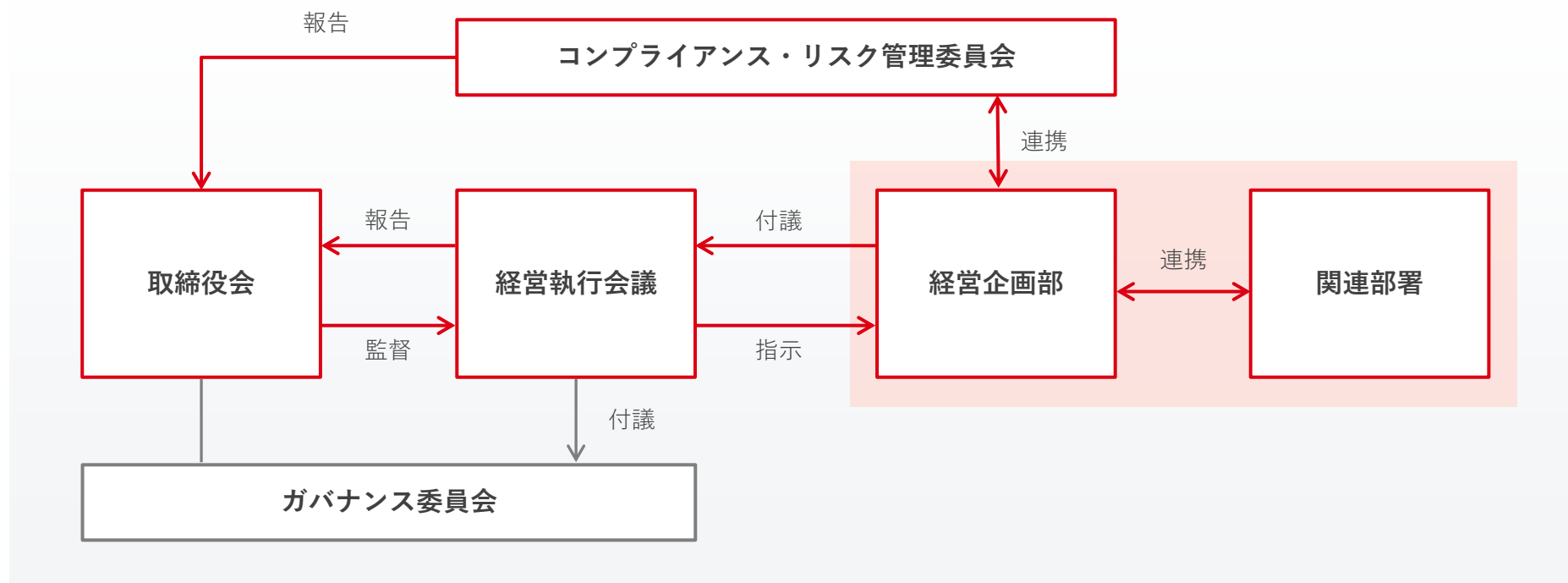
人的資本経営に対する考え方の明確化
取り組みの一層強化へ



「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

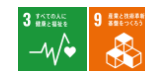
8つのマテリアリティ（重要課題）

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



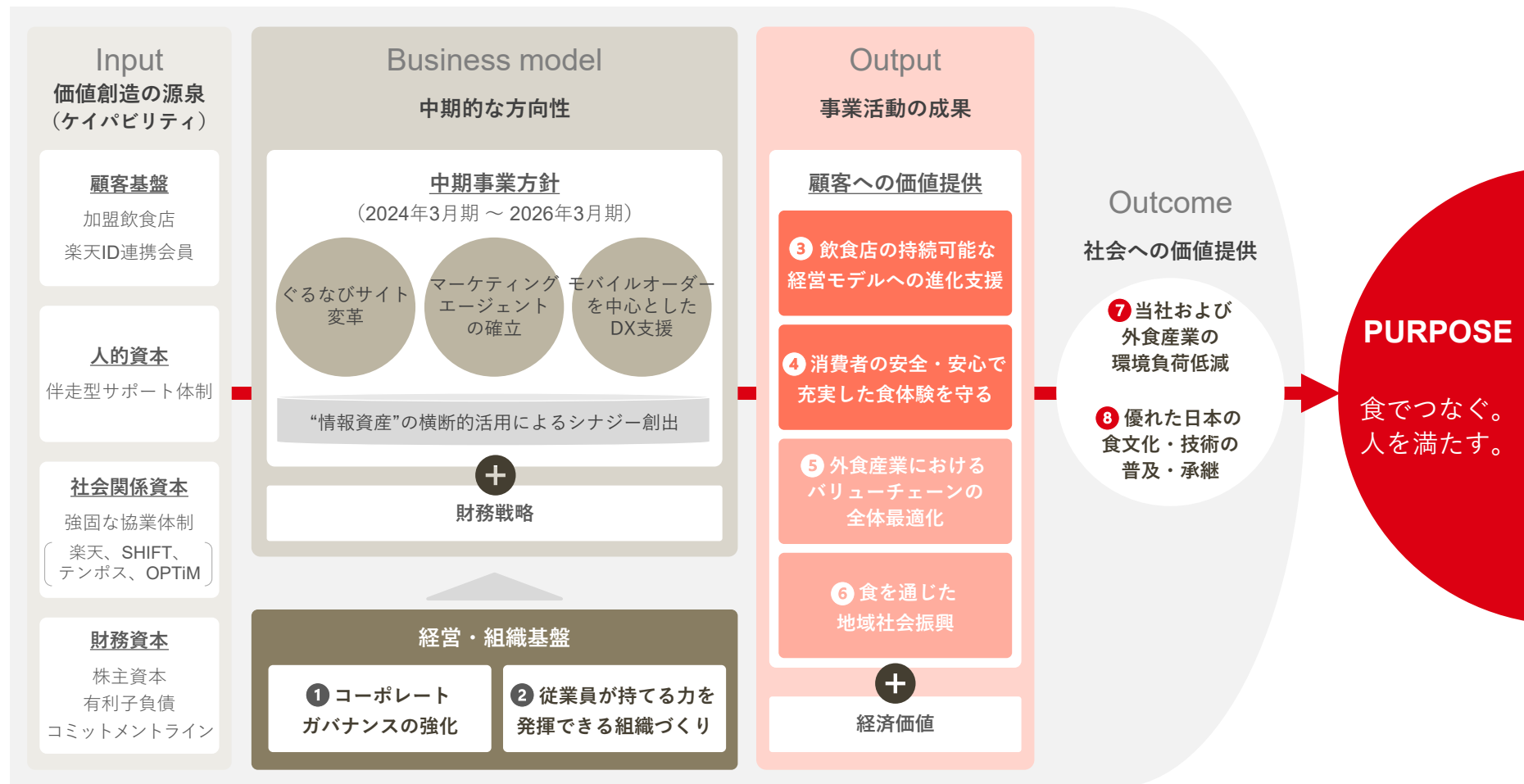
すべてのステークホルダーからの信頼に応える

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	- 当事業の特性上、本リスクによる影響は限定的と認識 - 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
		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	- 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 - 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
		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	気候変動対応情報の開示の充実に継続的に取り組む
	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	- 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 - 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 - 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
		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	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
		慢性	温暖化の進行に伴う当社サービスの需要の低下	- 農業生産、流通の最適化に資する事業の構築に着手 - 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 - 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
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	- 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 - 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 - 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
	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	気候変動対応情報の開示の充実に継続的に取り組む

「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

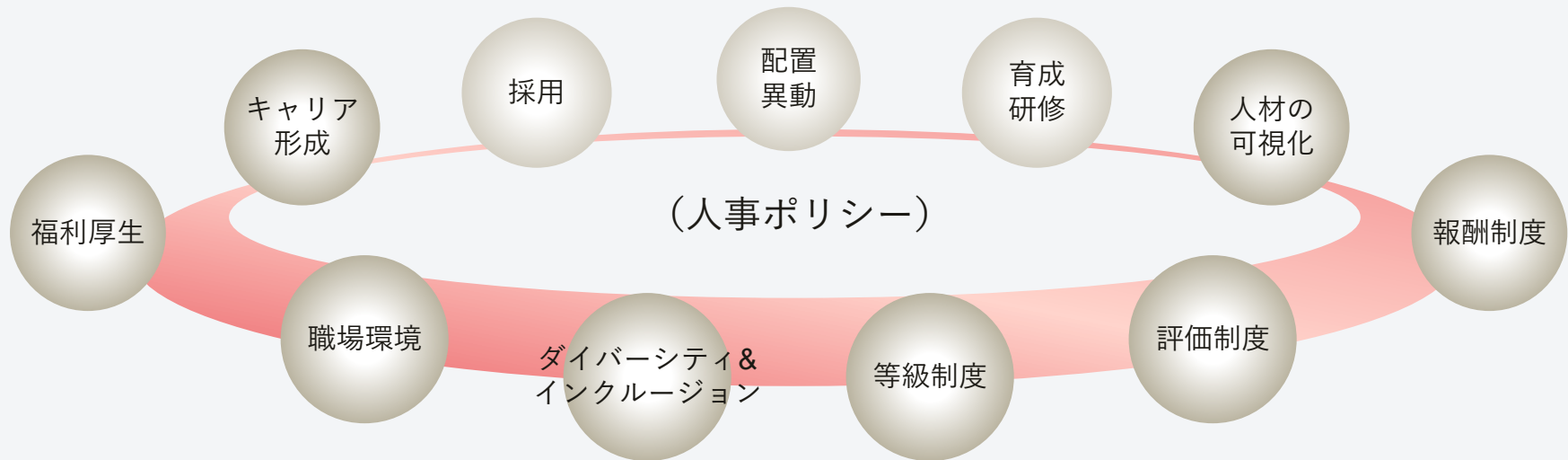
「サステナビリティ」に関する取り組み（8）～ 人的資本経営の推進②～

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。



トピック ～ サステナビリティに関する取り組み ～

「サステナブルな食の実現」に向けた
行政や自治体等との連携施策を紹介する情報サイトを公開

https://note.com/gnavi_official/p/sustainability

食生活

eating habits



地域

region



食文化

food culture

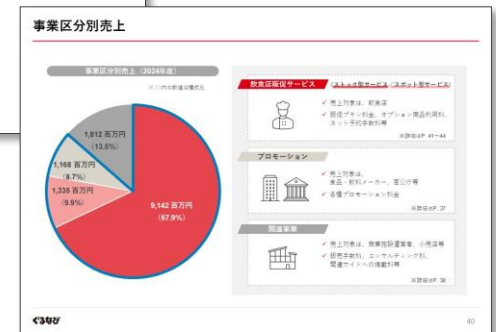


環境

environment



ぐるなび



会社概要（2025年9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）、笠原 和彦（社外）、安藤 公二（社外）、松村 亮（社外） 取締役（監査等委員）／鈴木 清司（常勤）、 佐藤 英彦（社外・独立）、 石田 義雄（社外・独立）、南木 みお（社外・独立） 執行役員11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） 7.2%、(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)オプティム 1.4% ※ 持株比率は自己株式（505,662株）を控除して計算
総 人 員 数	単体：873名 連結：956名 ※ 役員、アルバイトのほか、休職者、外部出向者を含む総人員数
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。



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。