



株式会社ぐるなび
2010年3月期
決算説明会資料

代表取締役社長 久保 征一郎

<http://www.gnavi.co.jp/>



2010年3月期

Section 1

決算ハイライト



2010年3月期

業績の概況

●売上高 +20.8%増、経常利益+14.9%増、当期純利益+2.9%増

→P.4

- ・当初業績見通しどおり3期連続で増収増益達成。
- ・外食産業低迷の影響はあるものの、ストック型売上であるため年間では着実に積み上げ、飲食店販促サービス売上高+16.2%増。
- ・データセンター移転(2010.1実施)に伴う一時費用105百万円、及び本社移転(2010.10予定)に伴う一時費用423百万円を特別損失に計上。

●期末加盟店舗数 50,227店+4.9%増、ARPU 36,504円+5.2%増

→P.11

- ・不況により、飲食店の廃退店が増加したものの販促需要増による受注も増加。
- ・外食産業低迷に加え、1~2月に廃退店が増加する飲食店の季節特性により、加盟店舗数において、2010.3期4Qが2010.3期3Qに比べ減少。
- ・引き続き飲食店の販促費節減マインドが強く、ARPUにおいても、2010.3期4Qが2010.3期3Qに比べ減少。

●プロモーション(BtoB事業)の強化

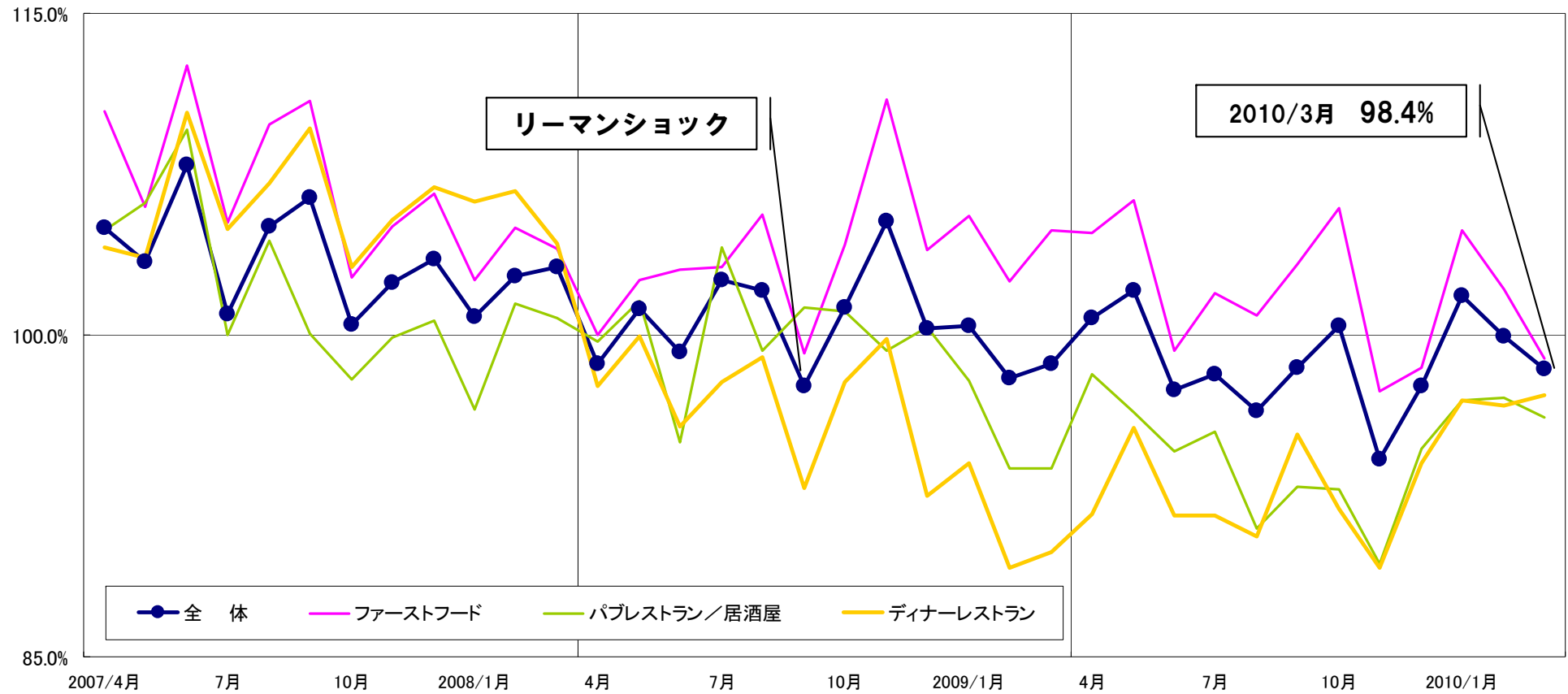
- ・生産者のネットワーク構築に注力。大型案件受注により売上高増収、原価率上昇。



日本の外食産業動向

リーマンショック以降の不況により外食産業低迷

外食産業業態別売上前年同月比推移 直近3年間の動き



(出典: 外食産業全店データ前年同月比 社団法人日本フードサービス協会「市場動向調査」より)



2010年3月期 損益計算書（連結）

要約損益計算書

(単位:百万円)	累計期間(2009.4~2010.3)			(参 考) 業績見通し	会計期間(2010.1~2010.3)		
	2009年3月期	2010年3月期	前年同期比		2009年3月期 第4四半期	2010年3月期 第4四半期	前年同期比
売 上 高	20,011	24,175	+20.8%	23,482	5,544	6,348	+14.5%
売 上 原 価	3,542	5,398			1,020	1,558	
売 上 総 利 益	16,468	18,777	+14.0%	—	4,523	4,790	+5.9%
(売 上 総 利 益 率)	(82.3%)	(77.7%)			(81.6%)	(75.5%)	
販 売 費 一 般 管 理 費	12,555	14,232			3,402	3,666	
営 業 利 益	3,913	4,545	+16.1%	4,512	1,121	1,123	+0.2%
(営 業 利 益 率)	(19.5%)	(18.8%)			(20.2%)	(17.7%)	
経 常 利 益	3,984	4,578	+14.9%	4,555	1,161	1,133	-2.4%
(経 常 利 益 率)	(19.9%)	(18.9%)			(20.9%)	(17.9%)	
特 別 損 失	101	596			40	415	
(内本社・DC移転関連)	(—)	(528)			(—)	(414)	
税引前当期純利益	3,882	3,992	+2.8%	—	1,121	719	-35.9%
当 期 純 利 益	2,259	2,323	+2.9%	2,583	644	422	-34.4%
(当 期 純 利 益 率)	(11.3%)	(9.6%)			(11.6%)	(6.7%)	



2010年3月期

売上高内訳（連結）

売上高内訳

(単位:百万円)	累計期間(2009.4~2010.3)			内 容	会計期間(2010.1~2010.3)		
	2009年3月期	2010年3月期	前年同期比		2009年3月期 第4四半期	2010年3月期 第4四半期	前年同期比
売 上 高	20,011	24,175	+20.8%		5,544	6,348	+14.5%
飲食店販促サービス	18,352	21,322	+16.2%		4,974	5,523	+11.0%
販促パックサービス	14,265	16,767	+17.5%		3,879	4,319	+11.3%
継続型サービス	3,081	3,545	+15.1%	※スタートプラン(月額3万円) の販売強化	806	936	+16.1%
スポット型サービス	1,006	1,008	+0.2%		287	267	-6.9%
プロモーション	827	1,820	+120.1%	※マルシェジャポン等の大型 案件受注による増	303	522	+72.1%
関連事業	832	1,033	+24.4%	※食市場、デリバリー、トラベル、 Let's Enjoy TOKYO、上海等	266	302	+13.5%
期末加盟店舗数	47,893店	50,227店	+4.9%		47,893店	50,227店	+4.9%
ARPU	-	-	-		34,709円	36,504円	+5.2%



2010年3月期

売上原価／販売費一般管理費内訳（連結）

売上高/販売費一般管理費内訳

(単位:百万円) ※下段は対売上高比率	累計期間(2009.4~2010.3)			内 容	会計期間(2010.1~2010.3)		
	2009年3月期	2010年3月期	前年同期比		2009年3月期 第4四半期	2010年3月期 第4四半期	前年同期比
売上高	20,011	24,175	+20.8%		5,544	6,348	+14.5%
売上原価	3,542 (17.7%)	5,398 (22.3%)	+52.4%	※原価率の高い大型のプロ モーション案件実施 ※ソフトウェア早期償却実施	1,020 (18.4%)	1,558 (24.5%)	+52.7%
販売費一般管理費	12,555 (62.7%)	14,232 (58.9%)	+13.4%	※今後の事業展開に向けて、 人員増強等を実施 ※売上高増加により、対売 上高比率は改善	3,402 (61.4%)	3,666 (57.8%)	+7.8%
人件費	5,109	6,279	+22.9%		1,404	1,623	+15.6%
賃借料	1,097	1,227	+11.9%		294	325	+10.5%
業務委託費	1,283	1,326	+3.3%		334	331	-1.1%
販促・宣伝費	1,295	1,393	+7.5%		355	376	+5.8%
その他	3,769	4,004	+6.2%		1,013	1,010	-0.3%
期末従業員数(人)	1,432	1,596	+11.5%		1,432	1,596	+11.5%



2010年3月期

貸借対照表/キャッシュ・フロー計算書 (連結)

要約貸借対照表

(単位:百万円)	2009年3月期 (2009.3.31)	2010年3月期 (2010.3.31)	比較増減		2009年3月期 (2009.3.31)	2010年3月期 (2010.3.31)	比較増減
流動資産合計	8,709	11,048	+2,338	流動負債合計	2,968	3,560	+591
現金及び預金	4,711	5,531	+819	支払手形及び買掛金	118	242	+124
受取手形及び売掛金	3,131	4,299	+1,167	未払金	1,128	1,038	△89
未収入金	805	932	+127	未払法人税等	1,130	1,137	+7
繰延税金資産	257	437	+180	ポイント引当金	23	25	+2
貸倒引当金	△420	△401	+19	賞与引当金	—	70	+70
その他	223	249	+25	事務所移転引当金	—	423	+423
固定資産合計	4,219	4,260	+41	その他	567	621	+53
有形固定資産	653	795	+142	固定負債計	222	335	+112
無形固定資産	2,411	2,205	△205	負債合計	3,191	3,895	+704
投資その他の資産	1,154	1,259	+104	純資産合計	9,738	11,413	+1,675
資産合計	12,929	15,309	+2,379	負債純資産合計	12,929	15,309	+2,379

要約キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)	2009年3月期	2010年3月期
営業活動CF	2,503	2,872
投資活動CF	△1,852	△1,349
財務活動CF	△299	△701
現金及び現金同等物の増減額	339	819
現金及び現金同等物の期末残高	4,661	5,481

【キャッシュ・フローの主な内訳】

○営業活動によるキャッシュ・フロー

税金等調整前当期純利益3,992百万円、
減価償却費1,428百万円、
本社移転引当金423百万円、
法人税等の支払額△1,971百万円、
売上債権の増加額△1,167百万円

○投資活動によるキャッシュ・フロー

ソフトウェアの取得による支出△1,106百万円、
有形固定資産の取得による支出△194百万円

○財務活動によるキャッシュ・フロー

配当金の支払額△649百万円



2010年3月期

損益計算書（単体・連結子会社）

要約損益計算書

(株)ぐるなび(単位:百万円)	2009年3月期	2010年3月期	前年同期比
売上高	19,740	23,835	+20.7%
売上原価	3,895	5,884	
売上総利益	15,844	17,951	+13.3%
(売上総利益率)	(80.3%)	(75.3%)	
販売費一般管理費	11,911	13,585	
営業利益	3,933	4,366	+11.0%
(営業利益率)	(19.9%)	(18.3%)	
経常利益	3,975	4,407	+10.9%
(経常利益率)	(20.1%)	(18.5%)	
特別損失	296	668	
税引前当期純利益	3,679	3,749	+1.9%
当期純利益	2,139	2,175	+1.7%
(当期利益率)	(10.8%)	(9.1%)	

(株)ぐるなび フ・ロモーションコミュニティ	2009年3月期	2010年3月期	前年同期比
売上高	645	804	+24.6%
経常利益	53	156	+192.2%
当期純利益	35	89	+156.4%

※飲食店との絆の強化のため、巡回スタッフ人員増強

ジョイジョイ(株)	2009年3月期	2010年3月期	前年同期比
売上高	627	828	+32.0%
経常利益	65	65	+0.0%
当期純利益	64	64	+0.0%

※PCサイト、モバイルサイトのリニューアル実施

ぐるなび上海社	2009年3月期	2010年3月期	前年同期比
売上高	45	118	+161.0%
経常利益	△88	△57	-
当期純利益	△88	△57	-

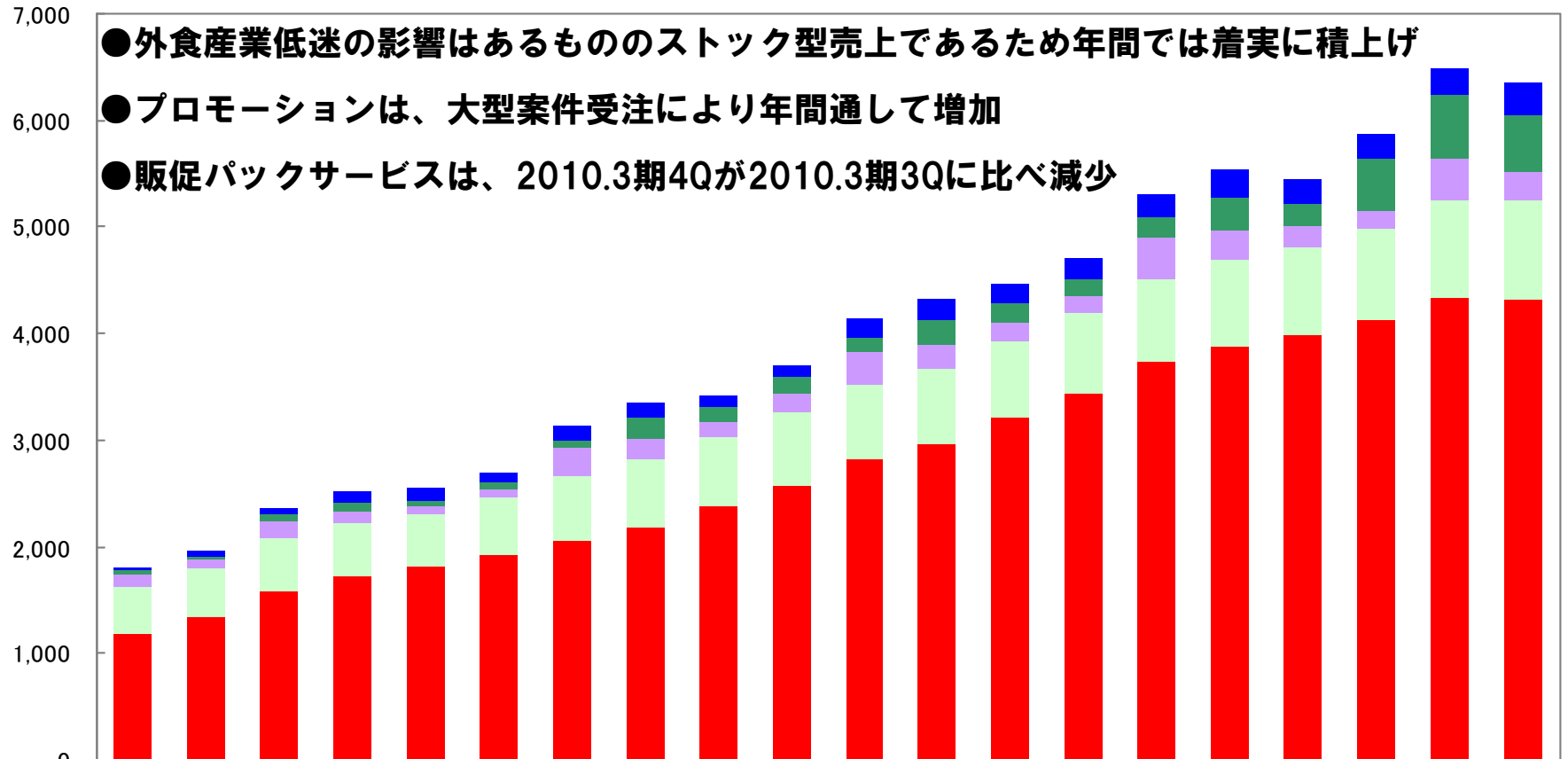
※情報掲載を従来2都市(上海、北京)から13都市に拡大



四半期別 売上高（連結）

（百万円）

- 外食産業低迷の影響はあるもののストック型売上であるため年間では着実に積上げ
- プロモーションは、大型案件受注により年間通して増加
- 販促パックサービスは、2010.3期4Qが2010.3期3Qに比べ減少



	2006.3 1Q	2006.3 2Q	2006.3 3Q	2006.3 4Q	2007.3 1Q	2007.3 2Q	2007.3 3Q	2007.3 4Q	2008.3 1Q	2008.3 2Q	2008.3 3Q	2008.3 4Q	2009.3 1Q	2009.3 2Q	2009.3 3Q	2009.3 4Q	2010.3 1Q	2010.3 2Q	2010.3 3Q	2010.3 4Q
■ 関連事業	30	41	52	113	130	88	127	141	108	115	177	188	173	178	213	266	231	242	257	302
■ プロモーション	35	30	67	76	44	73	75	189	139	159	141	227	180	164	177	303	218	490	589	522
■ スポット型サービス	112	83	162	108	66	70	262	199	138	169	309	222	169	154	394	287	192	156	390	267
■ 継続型サービス	448	461	487	504	502	545	604	636	664	687	704	715	729	760	785	806	830	861	917	936
■ 販促パックサービス	1,180	1,334	1,594	1,724	1,813	1,923	2,063	2,188	2,372	2,578	2,821	2,961	3,210	3,443	3,731	3,879	3,979	4,131	4,338	4,319

※飲食店販促サービス = ■ 販促パックサービス + ■ 継続型サービス + ■ スポット型サービス

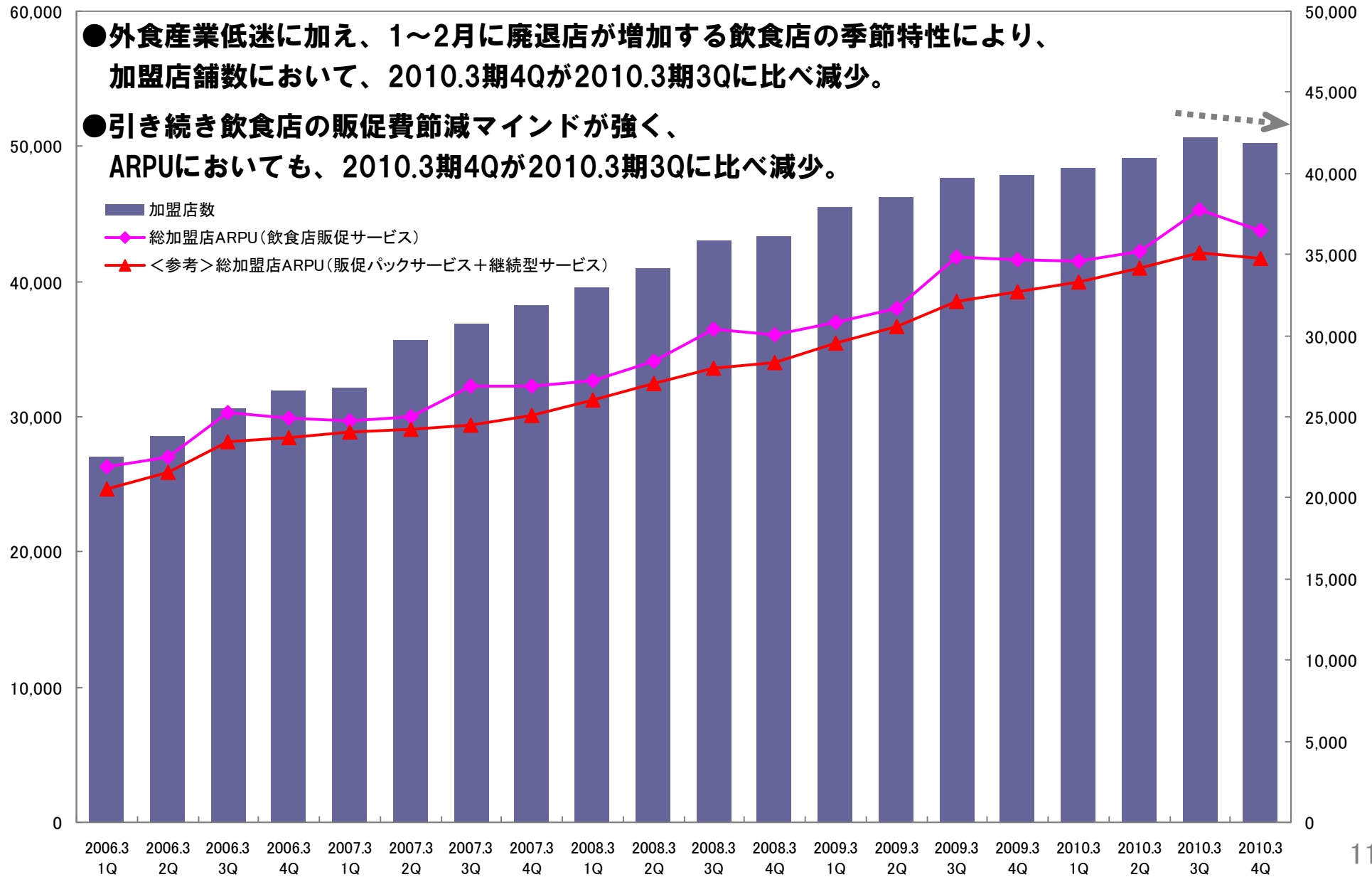
※当社は2006年3月期より連結決算を行っており、2006年3月期3Q以前は参考として単体数値を掲載しております。



四半期別 加盟店数・ARPU（連結）

（加盟店数：店）

（単価：円 / 月額）





四半期別 売上高データ（連結）

売上高（単位：百万円）	2008.3 3Q	2008.3 4Q	2009.3 1Q	2009.3 2Q	2009.3 3Q	2009.3 4Q	2010.3 1Q	2010.3 2Q	2010.3 3Q	2010.3 4Q
販促パックサービス	2,821	2,961	3,210	3,443	3,731	3,879	3,979	4,131	4,338	4,319
継続型サービス	704	715	729	760	785	806	830	861	917	936
スポット型サービス	309	222	169	154	394	287	192	156	390	267
飲食店販促サービス計	3,834	3,899	4,109	4,358	4,910	4,974	5,002	5,149	5,647	5,523
プロモーション	141	227	180	164	177	303	218	490	589	522
基盤事業計	3,976	4,127	4,290	4,523	5,088	5,278	5,220	5,640	6,236	6,046
関連事業	177	188	173	178	213	266	231	242	257	302
合計	4,153	4,316	4,463	4,701	5,301	5,544	5,451	5,882	6,493	6,348

月額単価（単位：円）	2008.3 3Q	2008.3 4Q	2009.3 1Q	2009.3 2Q	2009.3 3Q	2009.3 4Q	2010.3 1Q	2010.3 2Q	2010.3 3Q	2010.3 4Q
販促正会員 ARPU	86,280	85,636	88,696	89,779	91,109	91,116	91,850	92,650	93,481	92,189
総加盟店 ARPU (販促パック+継続型サービス) ★	27,956	28,356	29,537	30,535	32,066	32,701	33,295	34,119	35,112	34,733
総加盟店 ARPU (飲食店販促サービス) ◆	30,411	30,068	30,811	31,655	34,866	34,709	34,628	35,190	37,724	36,504

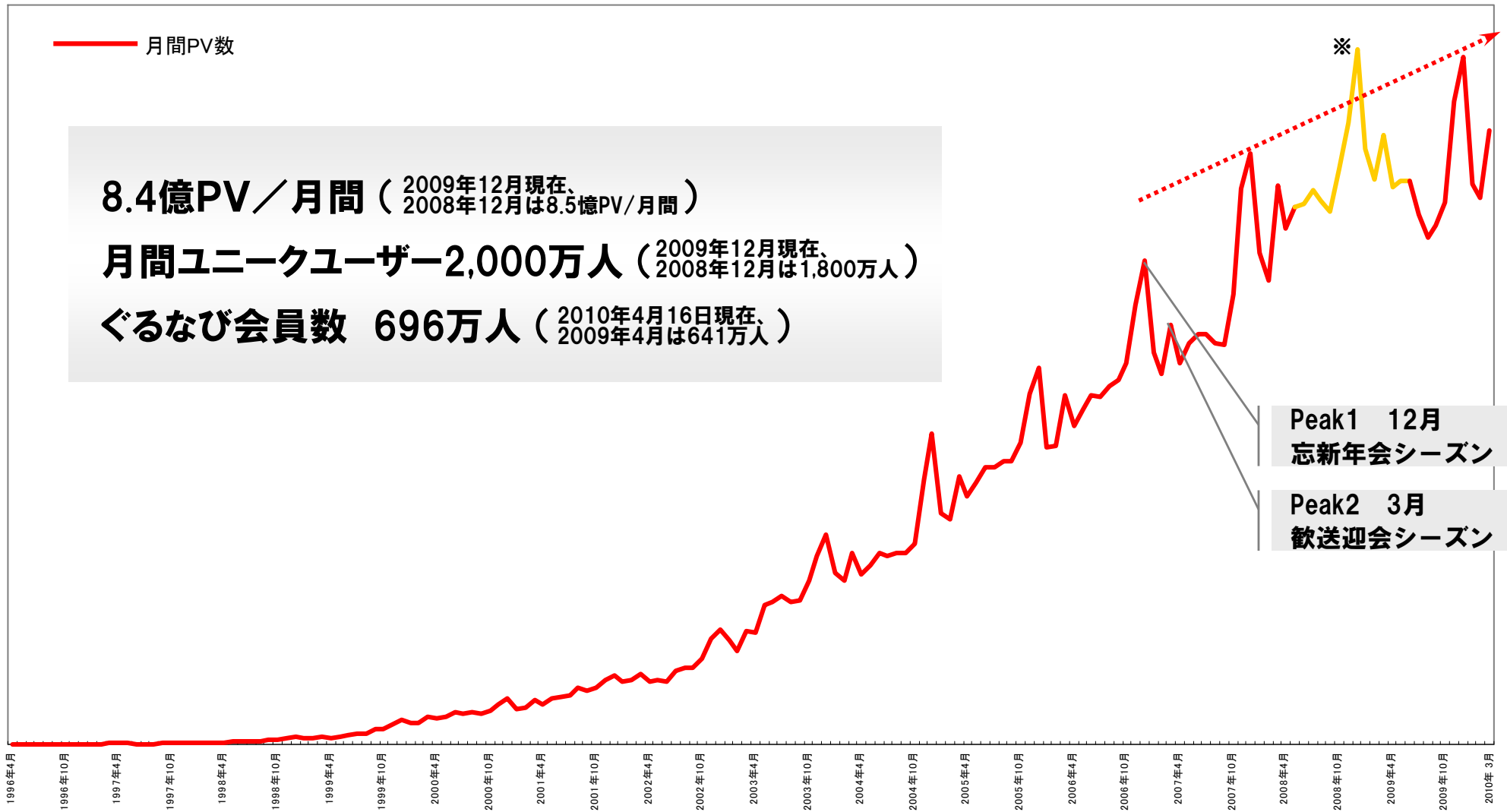
<参考> 総加盟店 ARPU (基盤事業) 31,531 31,825 32,167 32,852 36,127 36,829 36,138 38,541 41,659 39,933

※月額単価の算出方法 期中平均月額売上高÷期中平均加盟店数

加盟店数（単位：店）	2008.3 3Q	2008.3 4Q	2009.3 1Q	2009.3 2Q	2009.3 3Q	2009.3 4Q	2010.3 1Q	2010.3 2Q	2010.3 3Q	2010.3 4Q
販促正会員数	11,328	11,729	12,401	13,171	14,131	14,256	14,625	15,102	15,838	15,396
ビギナー会員数	31,757	31,645	33,147	33,076	33,519	33,637	33,783	34,048	34,808	34,831
総加盟店数	43,085	43,374	45,548	46,247	47,650	47,893	48,408	49,150	50,646	50,227



メディアパワー推移



※ ————— ⇒ 2008年6月～2009年6月においてクローラーのアクセスが大幅に増加したことによる影響



2010年3月期 TOPICS

当社サイトの 価値を高める ための活動

データセンター移行（2010年1月実施 今後の事業展開を見据え大容量化）
ユーザーからの意見を反映したコンテンツ拡充（「ぐるなびテレビに出たお店」「ぐるなびランキング」他）
MobilePhone向け対応強化（コンシェル及びオートGPS等の新機能対応、モバイル限定クーポン他）
SmartPhone向け対応強化（iPhone向けアプリケーション及びWebサイト強化他）
ソーシャルメディアとの連携強化（Twitterと店舗ページとの連動他）

基盤事業の 拡大

飲食店への多面的サポート体制強化
（営業チーム・巡回スタッフ・コールセンターの拡充、ぐるなびPRO for 飲食店機能強化、従業員教育制度の拡充他）
BtoB事業強化
（生産者ネットワーク構築を目的にマルシェ・ジャパン事業実行、飲食店向け食材情報誌「食材クーポンカタログ」創刊他）
大規模チェーン、ファミリーレストラン・ファーストフード店への対応強化（特設ページリニューアル他）

関連事業の 推進

「ぐるなび食市場」強化（オリジナルブランド「ぐるなび印」商品拡充、業務用商品販売拡充他）
「ぐるなびデリバリー」強化（「ぐるなびデリバリー出前注文」ウィジェット等のMobilePhone向け機能強化他）
中国サイト「gudumami.cn」上海版、北京版を始め主要13都市にてサービス開始

新たな 取り組み

「ぐるなびレストランカード」販売開始（第1弾 1/下旬～3/31 中国人観光客向けサービス実施）
（株）タスカルとの業務提携（飲食店向け仕入総合カタログ「ぐるなび×タスカルプロカタログ」4/20共同創刊）
「地産他消ナビ」「援農・援売.jp」開始
総合政策室を新設（社内シンクタンク機能強化のため、2009/6付で組織改訂実施）



マルシェ・ジャポン



農林水産省の助成を受け、ぐるなびが全国事務局を務める仮設型直売システム普及事業。生産者と消費者が出会う産直市場を運営。

ぐるなび地産他消ナビ

東京でふる里を食べる。ぐるなびは、新しい食の楽しみ方を提案します。

ぐるなび地産他消ナビ

ぐるなびHOME > 地産他消ナビ

ぐるなびHOME - ぐるなびサイトマップ
New! [必見] タッチで¥2,000引き!! になるお店を捜そう

地産他消
ぐるなび ちさんたしょう

新鮮な情報で産地と東京をつなぎ
新しい食の楽しみ方を提案します

物産展ニュース 旬展!2010年4月21日(水)~2010年4月27日(火) 西武船橋店 7階 催事場 【おいよ長野~長野の春をお届け】 もっと見る >

地産他消(ちさんたしょう)... 東京でふる里を食べる。ぐるなびは、新しい食の楽しみ方を提案します。

ニッポンの各地には、世界中の人にも自慢したい食材や味わいがあります。だから、最大の消費地である東京の人たちへ、ニッポン各地の食材や味覚をご紹介します。産地の人口は、消費の拡大と安定化によって、ついに安心して生産できる環境をお手伝いしたい。ぐるなびは、ふる里と東京をネットワークし、ふる里を味わい、楽しむための情報を発信。ニッポンの食文化をいっしょに育てます。

観光食材レストラン
全国各地の食材を東京で味わう

お知らせ

- ▶ こだわりの食材とメニュー、大公開
- ▶ ぐるなび情報Style~地産他消情報
- ▶ 随れ名産をお取り寄せ!
- ▶ 東京で楽しむ地方産品

都道府県別れた名産品リレー
県民がこっそり教える! 東京人が知らない名産品情報をぐるなびがレポート!

- ▶ 徳島は、んまいもんがたるとあぁあるじよ! (徳島県編)
- ▶ 熊本のみまかもん、おまん食べなせ! (熊本県編)
- ▶ 金沢は、めーもんいっばいあるぜ

東京でふる里の味を楽しむ

◎ 特集 東京で味わうふる里の味

ケンミンがおすすめ! 日本全国の食材が集まる東京では、郷土の味を楽しむレストランがいっぱい! 郷土の味を楽しむ東京のレストラン、都道府県ゆかりの方々がおススメです。地産他消(ちさんたしょう)を東京で楽しむ!

北海道	北海道	関東	大阪	京都	兵庫	滋賀	奈良	和歌山		
東北	青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島	中部	広島	岡山	山口	鳥取	徳島	香川	愛媛	高知
関東	東京 神奈川 千葉 埼玉 群馬 栃木 茨城	四国	福岡	佐賀	長崎	熊本	大分	宮崎	鹿児島	
北陸	新潟 石川 福井 富山	九州	沖縄	沖縄						
中部	愛知 三重 岐阜 静岡 山梨 長野									

地域活性化サービスをまとめたポータルサイト。ふる里の食情報やアンテナショップ、旅情報の紹介を通じて都心での国内農産物の消費拡大と、産地の活性化を目指す。



2010年3月期 TOPICS

ぐるなびが指定する加盟店で使えるプリペイドカード 「ぐるなびレストランカード」



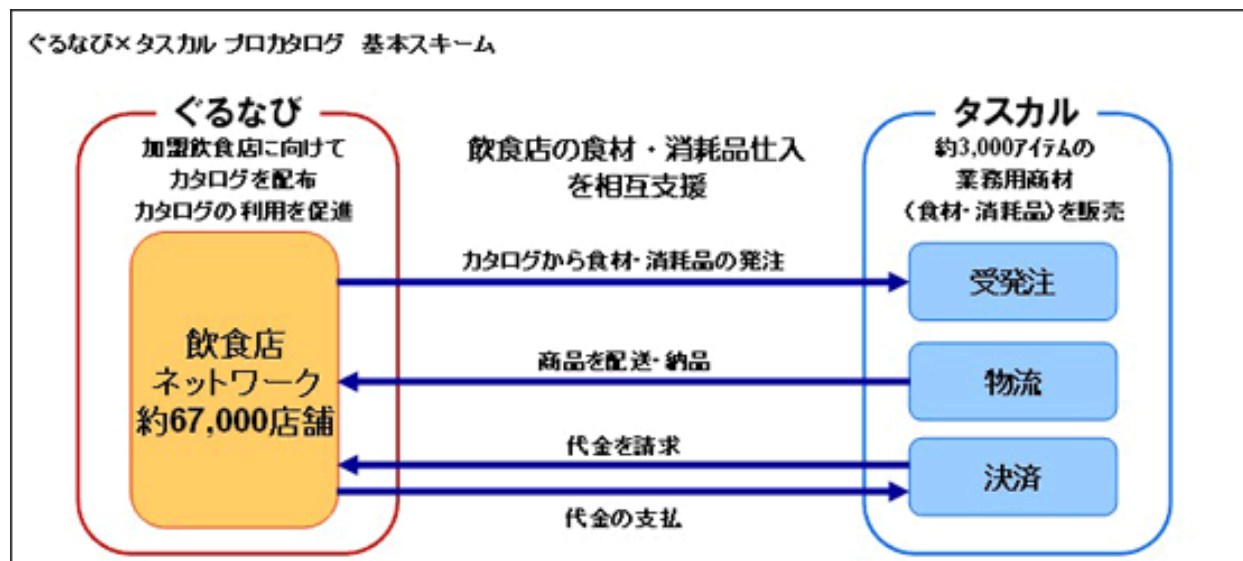
第一弾として、三井住友カード、近畿日本ツーリストなどと提携し、東京を訪れる中国人観光客を対象にしたサービスを2010年1月下旬から3月31日まで実施。

銀聯カード決済導入について

当社と三井住友カードは、外食産業に適した決済手段提供に向け包括的業務提携の検討を行うことで合意いたしました。同社は「銀聯カード」を運営する中国銀聯と提携しており、本提携により当社加盟店に対しても「銀聯カード」決済サービスの導入をご案内していく予定です。



(株)タスカルとの業務提携



当社は、株式会社タスカルと業務提携を行い、食材・消耗品・キッチン用品などを中心とした、ぐるなび加盟飲食店向けの通信販売を行うことで合意いたしました。
第1弾として、飲食店向け仕入総合カタログ「ぐるなび×タスカル プロカタログ」を2010.4.20に共同創刊いたしました。

2011年3月期

Section 2

今期の業績及び配当見通し



2011年3月期

今期の業績見通し

今期業績見通しの前提

1. 景気：不況による外食産業低迷については今期中は持ち直さないと想定。
2. 飲食店販促サービス売上高：新規受注額及び解約率は前期並みとし、対前期比で約+9%程度で見込む。
3. プロモーション売上高：大型案件（前期実績マルシェ・ジャポン等約9億円）の受注は見込まず。
4. 要員：営業を中心に約100名程度増員を見込む。
5. 設備投資：ソフトウェア投資を中心に前期比+20%程度を見込む。
6. 今期取組みを行うための戦略的経費として約13億円を見込む。
7. より一層の経費効率化、業務効率化を推し進める。

※ 本社移転（2010/10月予定）：

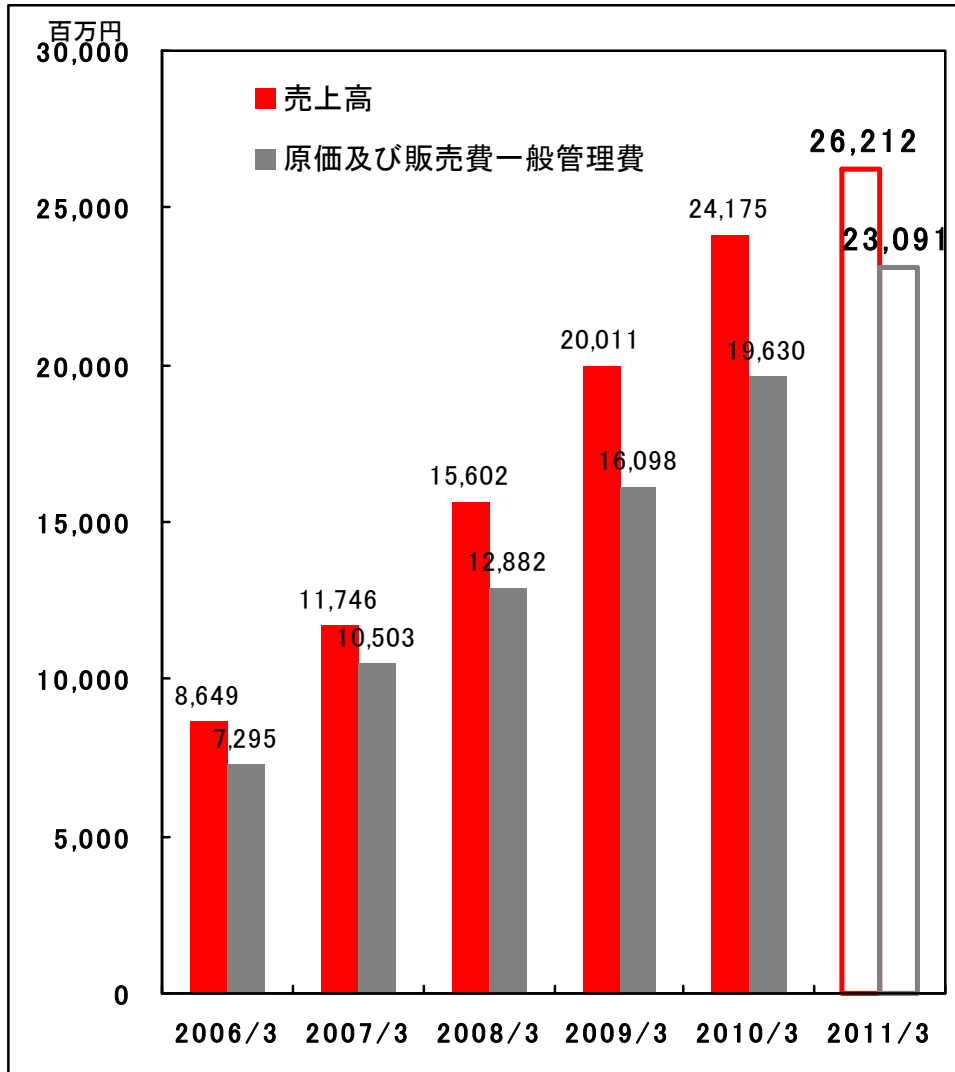
現在3箇所に分散している本社事務所を1箇所に集約することにより、業務効率の改善、スペースの有効利用を図るとともに賃借料の削減。移転費用及び固定資産除却損などの一時費用423百万円を2010.3期の特別損失に引当計上。賃借料の削減により、2012.3月期以降の年度において年間約2億円の経費削減。



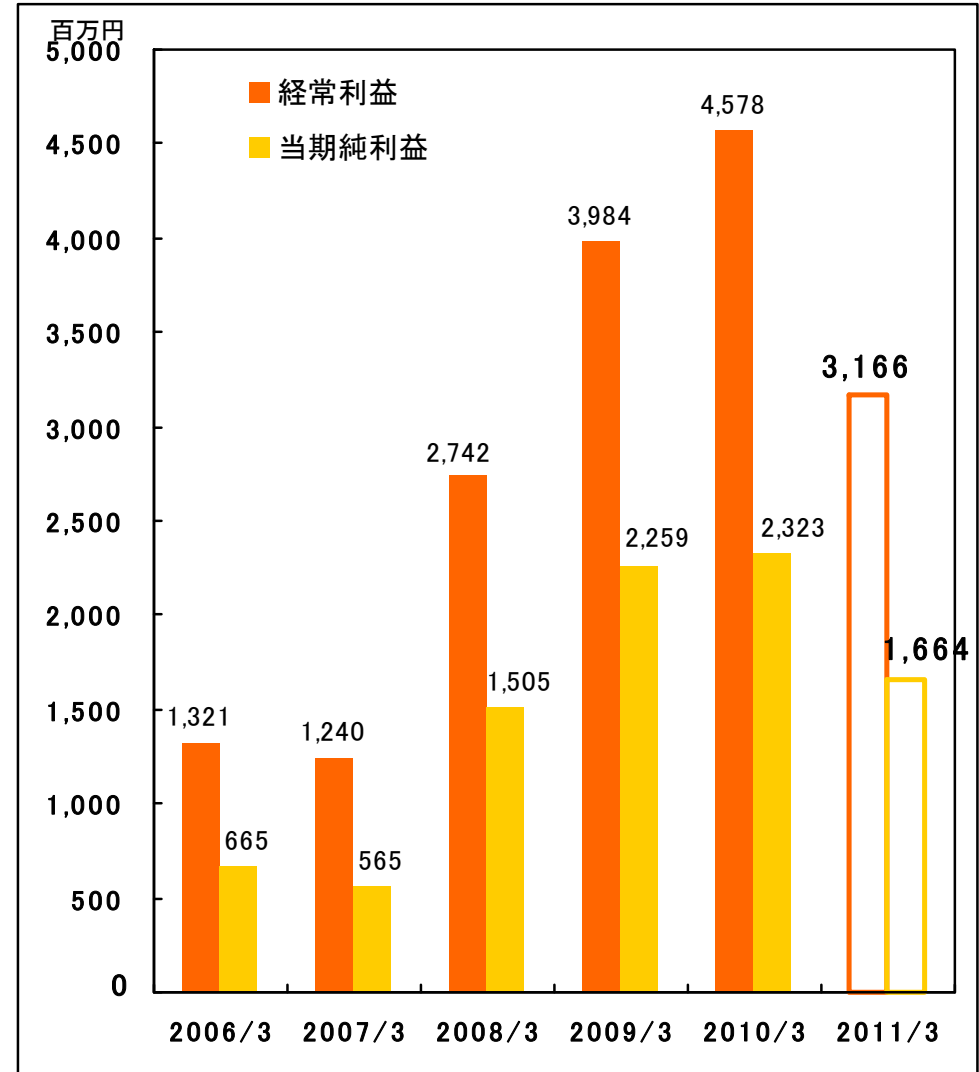
2011年3月期

今期の業績見通し

売上高・原価及び販売費一般管理費



経常利益・当期純利益



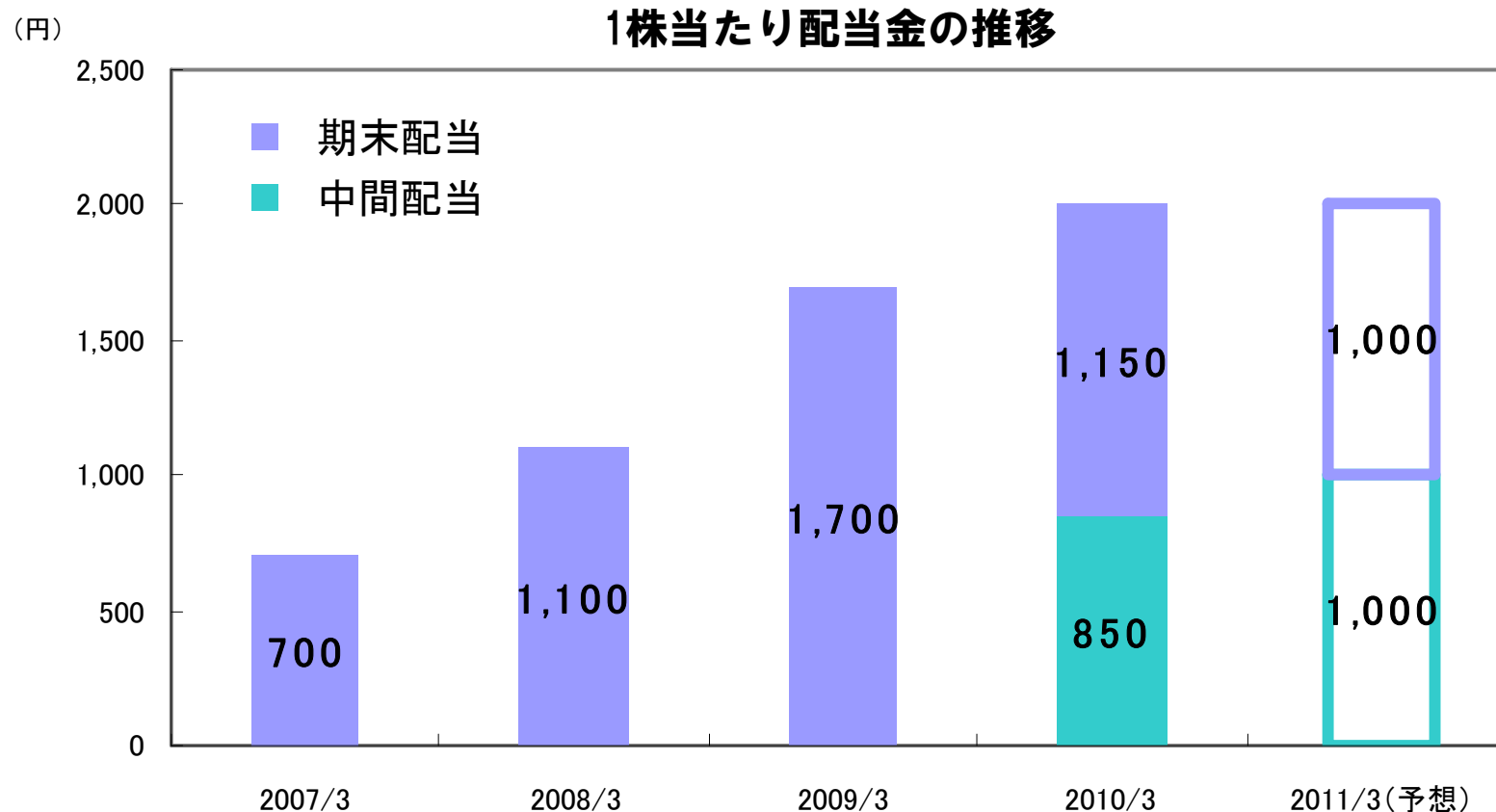


2011年3月期

今期の配当見通し

2010年3月期は、厳しい経済環境の中、売上高20.8%増収、経常利益14.9%増益と当初業績見通しを上回る結果となりましたことを受け、総合的に勘案し、1株当たり配当金2,000円（中間配当として850円、期末配当として1,150円）に**増配**いたしました。

2011年3月期は、**中長期的に成長を継続していくための施策を積極的に打っていくため、業績見通しにおいて前年度を下回る利益を予想しておりますが、配当につきましては、1株当たり配当金2,000円（中間配当として1,000円、期末配当として1,000円）と前年度同額を維持する予定であります。**



2011年3月期

Section 3

今期の取組み



ぐるなび 第2創業期 ～新しいステージへ～

企業理念の実現のため

- 1. ユーザーとの絆のさらなる強化 – サイト価値の向上 –**
- 2. 飲食店との絆のさらなる強化 – AE型営業へ –**
- 3. ぐるなび独自の新サービスの開発**



1. ユーザーとの絆のさらなる強化 – サイト価値向上 –

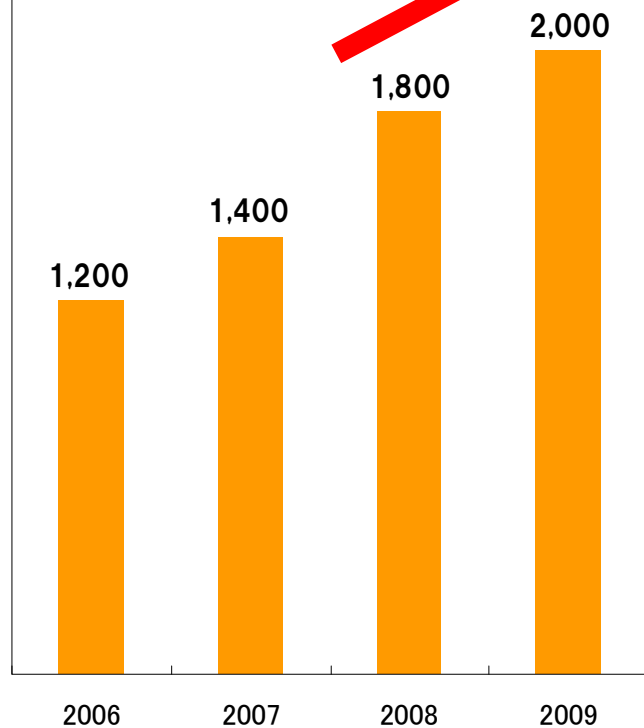
■ 目的

1. ユニークユーザー数の増加
2. ユーザー層（年代・性別）の拡大
3. ユーザーの使用頻度、使用場面の拡大

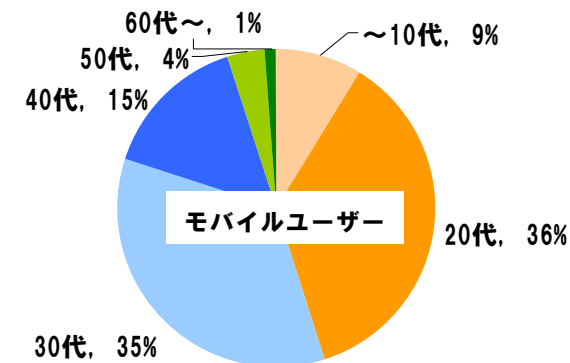
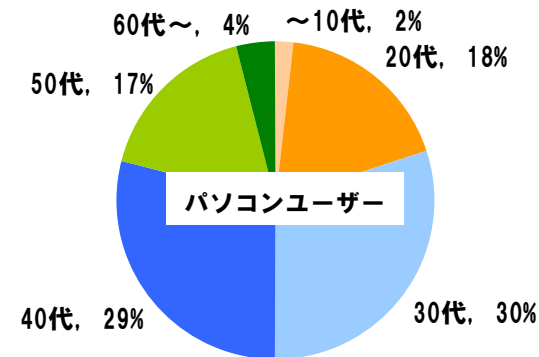
(万人)

ユニークユーザー数

2,000万人
(2009年12月現在)



ユーザー年代別比率



※2010年3月現在 ぐるなび会員データ



1. ユーザーとの絆のさらなる強化 –サイト価値向上–

■ コンセプト

探せないお店はない、
お店を決められるぐるなび。

- 1.ユーザーの利便性を向上させます。
- 2.ユーザー参加型ツールを提供します。

■ 今期施策

ユーザーの不満

- これだ！というお店がすぐに出てこない。
- お店の特徴がよくわからない。
- 何か食べたいけど、お店が思いつかない・・・
- このお店の人気メニューって何だろう？
- ハンバーグが食べたい。どのお店が美味しいんだろう。
- 探しても載っていない店がたくさんある。

トレンドランキング
検索結果並べ替え
新検索ロジック
パーソナライズ
ユーザー投票
新店舗ページ
お店のウリ
高精度な50万店DB

目指すべきユーザーの声

行きたいお店がすぐ見つかる。

このお店は食材にこだわりがあって安心できる。

このお店も自分好みだ。

この店はこのメニューがおススメなんだ。

横浜でハンバーグと言えばこの店なんだ。

あのお店も、このお店も載っている。

他の人にもおススメ！

ユーザー投票しよう！



1. ユーザーとの絆のさらなる強化 –サイト価値向上–

■ 今期ロードマップ

4/1&4/22

第一弾サイトリニューアル



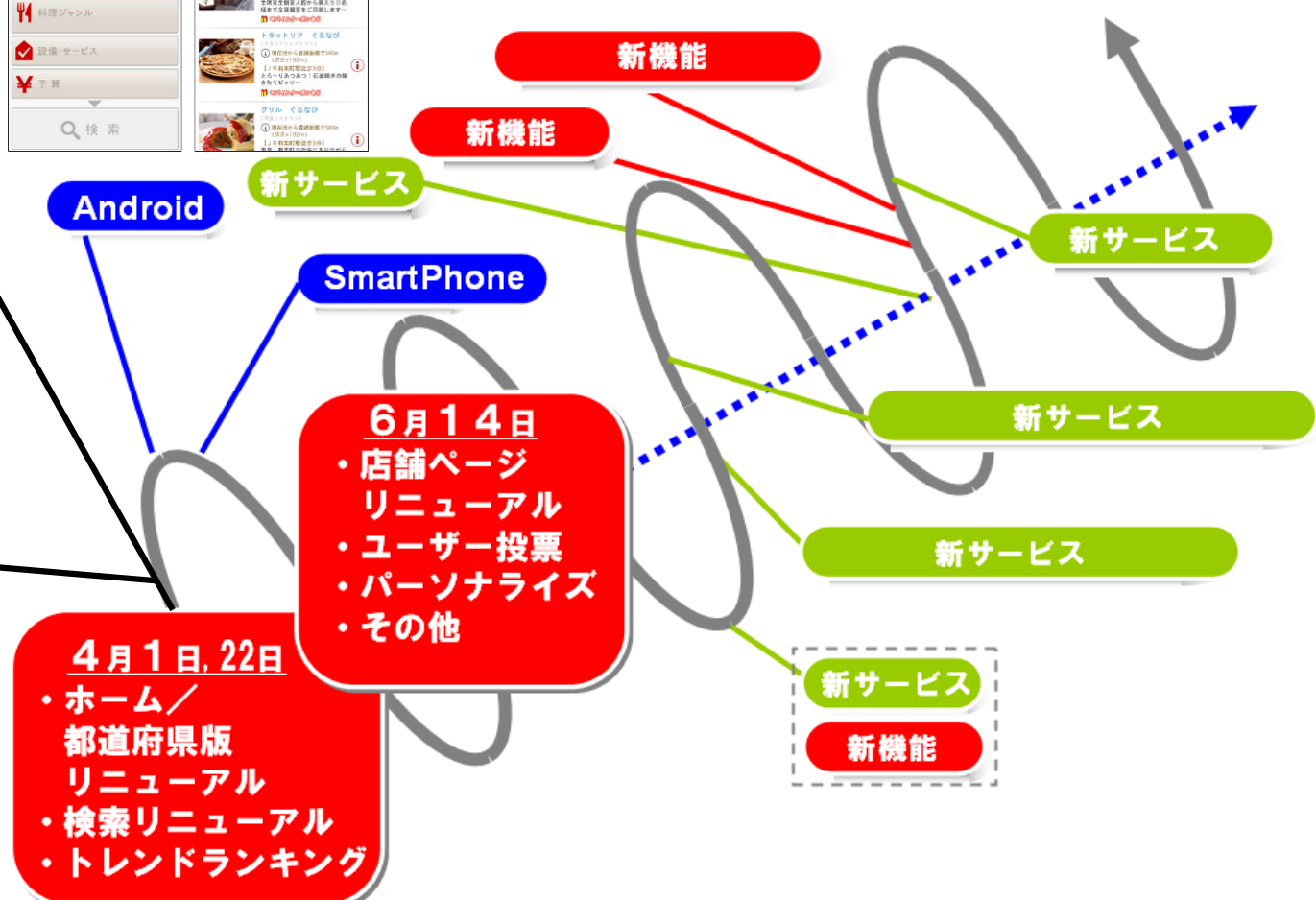
4/27

Androidアプリケーション



4/22~5/2

全国で車内広告PR





2. 飲食店との絆のさらなる強化 – A E 型営業へ –

■ 目的

1. 飲食店の顧客満足度の向上
⇒新規受注増大、増額受注増大、継続率向上
2. 法人営業のストックビジネス化推進

■ コンセプト

販促・集客支援以外のサービスを拡大し、A E 型営業へ

※
ぐるなびの A E とは
店の売り上げを上げ、利益を上げるための
情報提供・ノウハウ提供など、提案型営業
を行い、オーナー・店長から信頼、頼りに
される存在。

具体的には、
集客・販売促進
外販支援（テイクアウト、お土産、デリバリー等）
メニュー開発・新しい食材の情報提供
人材採用支援
その他店舗経営の全領域

※Account Executive



2. 飲食店との絆のさらなる強化 - A E 型営業へ -

■コンセプト

販促・集客支援以外のサービスを拡大し、AE型営業へ

■今期施策

販促・集客支援強化

- 店のウリ
- 新店舗ページ
- 外販支援
- テイクアウト
- お土産
- デリバリー

メニュー開発・食材情報

- 新しい食材の情報提供
- 食材カタログ

その他サポート

- 人材採用支援





3. ぐるなび独自の新サービスの開発

基盤事業で培ったネットワークとICTを活用し、食に関わるオリジナリティーのある新サービスを開発いたします。

■ 現在検討している新サービス

新しいタイプのポイントサービス

ギフトカード

決済周りのインフラサービス

ぐるなび総合研究所（仮称）

求人

オンライン予約

・
・



来年は○○○料理が
トレンドです。



ぐるなび総研



マスコミ

来年のトレンド料理は？



企業

ユーザーと飲食店を対象に
食に関する意識調査やって
ください。

Section 4

成長戦略



企業理念

1 私たちは**顧客の満足**を第一に考えます。

飲食店をはじめとする食関連事業者に対して、データベースをフルに機能させた有益なサービスを提供します。

ネットユーザーに対して、楽しさあふれる「食」の最新情報を日々提供します。

2 私たちは**社員**が夢を持って働ける職場環境を考えます。

常に社員が進化（4つの進化）しながら、夢を持って働ける職場をつくります。
家族に対する責任を十分に果たすことができるよう配慮します。
成果と能力が公正に評価され、自由に提案できる環境をつくります。

3 私たちは常に**社会性**を重んじ、**社会**への貢献を考えます。

社会に向けて、楽しく、豊かな食生活を提案します。
世界に向けて、日本からの新しい食文化を発信します。
ネット事業を通して、社会の発展に貢献します。

4 私たちは健全な事業利益と**株主**への正当な報酬を考えます。

革新的な研究開発・企画開発を行い、新たな試みを実践し、失敗は必ず償います。
新サービスを次々に市場に導入し、逆境に備えての蓄積を行います。
その結果として、株主への正当な報酬を約束します。



ぐるなびの3つの事業領域とサービスラインナップ

— 基盤事業で培ったネットワークとICTを活用した多彩な戦略 —

生産者・メーカー・自治体向け事業戦略

生産者ネットワーク

情報問屋

事業展開

ネットユーザー向け事業戦略

食のトータルサイト

事業展開

マルシェ

植物工場

飲食店向け事業戦略

飲食店のサポーター

事業展開

メニュー開発

食材探し

不動産

調査・サンプリング

新規出店

店舗内・外装

Wedding

レシピ

働く

食材カタログ

福利厚生

求人・人材

お出かけ

レストランカード

シェフコミュニティ

観光・出張

食市場

受発注

POS

トラベル

お土産

健康・エコ

海外展開
(In&Out)

デリバリー

基盤事業
(販促・集客支援)

勤怠管理



会社概要 (2010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	東京都千代田区丸の内三丁目4番1号 新国際ビル
資 本 金	2,334百万円(発行済株式数 259,840株)
事 業 内 容	インターネットを活用した飲食店向けPR・販売促進支援等のサービス事業
役 員	代表取締役社長 久保 征一郎、代表取締役会長 滝 久雄、取締役副社長 倉沢 仁 常務取締役 香月 壯一、常務取締役 菊池 俊彦、他(常)取締役3名、(非)取締役1名 執行役員5名、監査役(常)1名(非)3名
株 主 構 成	滝 久雄 35.40%、日本トラスティサービス信託銀行(株) 6.29%、日本マスタートラスト信託銀行(株) 3.43%、(財)日本交通文化協会2.25%、菊池 俊彦 2.04%、小田急電鉄(株) 1.78%、他
株 主 数	14,274名 (2010年3月末)
従 業 員 数	単体:1,227名 連結:1,596名 ※役員、アルバイトを含む総人員数
拠 点 数	国内13ヶ所:東京本社、北海道、仙台、埼玉、千葉、横浜、名古屋、京都、大阪、神戸、広島 福岡、沖縄 海外2ヶ所:ぐるなび上海社本社、ぐるなび上海社北京支社
連 結 子 会 社	ジョイジョイ(株)(100%)、(株)ぐるなびプロモーションコミュニティ(100%) ぐるなび上海社(100%)



<http://www.gnavi.co.jp/>

IRに関するお問合せ

<https://ssl.gnavi.co.jp/company/contact/?page=ir/>

Disclaimer:本資料は、平成22年3月期の業績に関する情報の提供を目的としたものであり、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。又、本資料は平成22年3月末日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性・完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後予告なしに変更されることがあります。