

ぐるなび

2024年3月期 第1四半期 決算説明会資料

株式会社ぐるなび（証券コード / 2440）



業績

前年同期比

✓ 各損失は経営資源配分の見直し等の効果により縮小

- 営業損失：67百万円（前年同期：1,027百万円）
- 四半期純損失：285百万円※（前年同期：844百万円）

※ 投資有価証券評価損212百万円を特別損失に計上

計画比

✓ 売上高**2,586**百万円は計画通り

営業損失は費用計上の時期ずれ等により想定より縮小して着地

➔ 連結業績予想を見直し（詳細：P.10）

トピックス

- ✓ モバイルオーダーサービス「ぐるなびFineOrder」の契約企業数・受注店舗数は順調に拡大
- ✓ 総有料加盟店舗の減少に底打ち感が見られる
- ✓ 楽天ID連携会員数は引き続き順調に拡大（6月末 748万人 YoY+159万人）

連結損益計算書

(単位：百万円)	2023年3月期 第1四半期	対売上高 比率	2024年3月期 第1四半期	対売上高 比率	前年同期比 変化率
売上高	2,953	100.0%	2,586	100.0%	-12.4%
売上原価	1,316	44.6%	851	32.9%	-35.3%
売上総利益	1,636	55.4%	1,735	67.1%	+6.0%
販売費及び一般管理費	2,664	90.2%	1,802	69.7%	-32.3%
営業損失	-1,027	-	-67	-	-
経常損失	-1,006	-	-68	-	-
税引前四半期純損失 [※]	-834	-	-279	-	-
親会社株主に帰属する四半期純損失	-844	-	-285	-	-

※ 当第1四半期において、保有する投資有価証券の評価損 212百万円を特別損失として計上
前年同期は、投資有価証券売却益290百万円を特別利益として計上

売上高内訳

(単位：百万円)	2023年3月期 第1四半期	2024年3月期 第1四半期	前年同期比 変化率
売上高	2,953	2,586	-12.4%
飲食店販促サービス	2,267	2,226	-1.8%
ストック型サービス	1,891	2,000	+5.8%
スポット型サービス	376	225	-40.1%
プロモーション	225	200	-11.5%
関連事業	459	160	-65.0%

ストック型サービス

- ✓ 前期における増額提案への注力等の結果、着実にベース売上が拡大し前年同期比増収

スポット型サービス

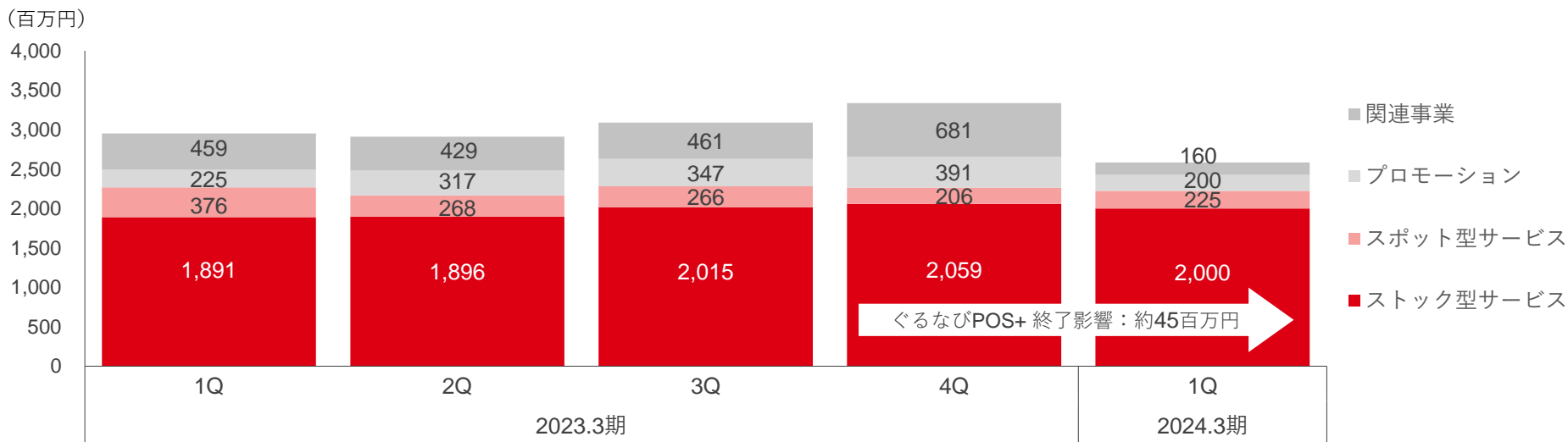
- ✓ 一部サービスの終了を主因に減少（デリバリー・テイクアウト：2022年7月終了、ぐるなびPay：2023年2月終了、ぐるなびPOS+：2023年3月終了）
- ✓ ネット予約手数料売上は、外食需要回復に伴い増加（2021年9月の手数料改定による減少影響は一巡）

プロモーション

- ✓ メーカー向け等のプロモーション売上が増加した一方、「Go To Eatキャンペーン」事業終了により運営受託収入が減少

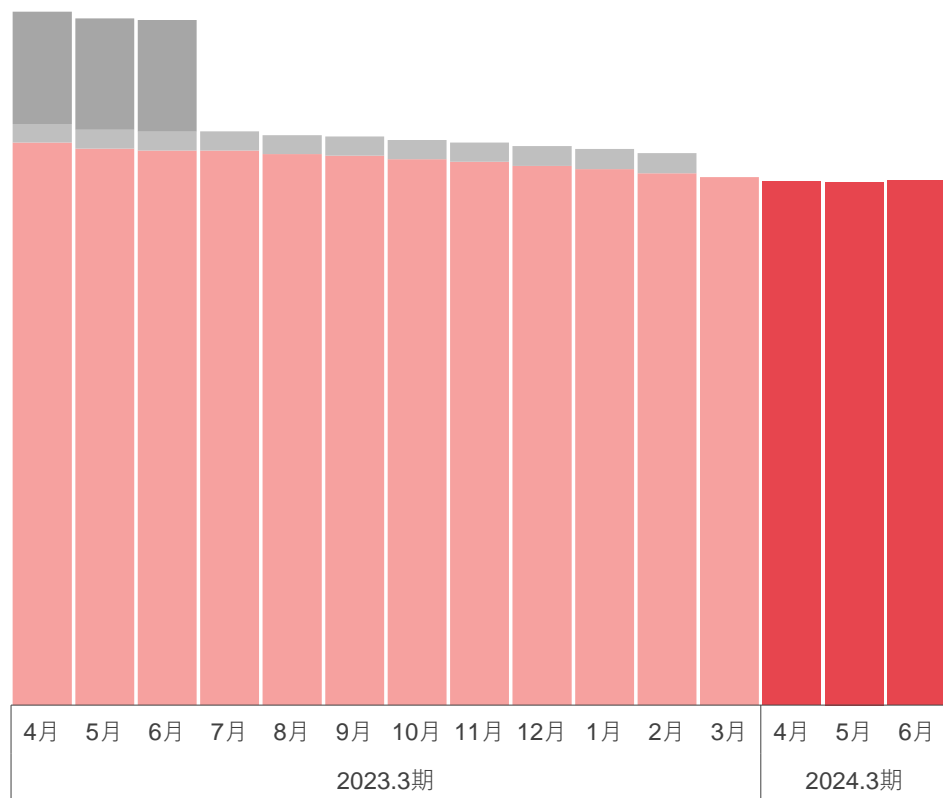
関連事業

- ✓ 楽天グループからの業務受託終了（2023年3月）
- ✓ 店舗開発事業の新規開業に係るスポット売上が減少（通期では増収の見通し）



総有料加盟店数の月次推移

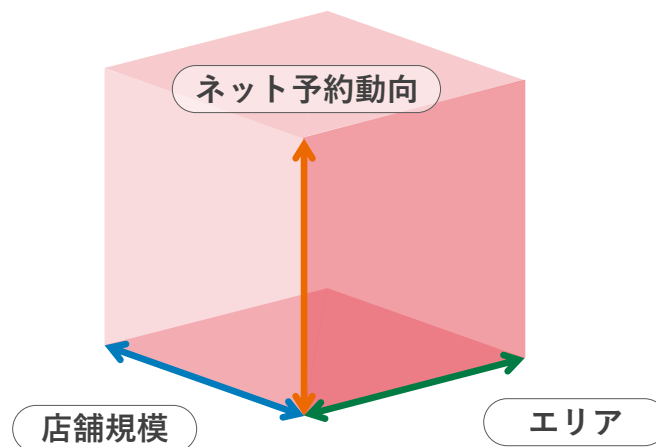
- デリバリー・テイクアウト終了影響
- ぐるなびPay終了影響
- 有料加盟店



2024.3期

営業活動方針

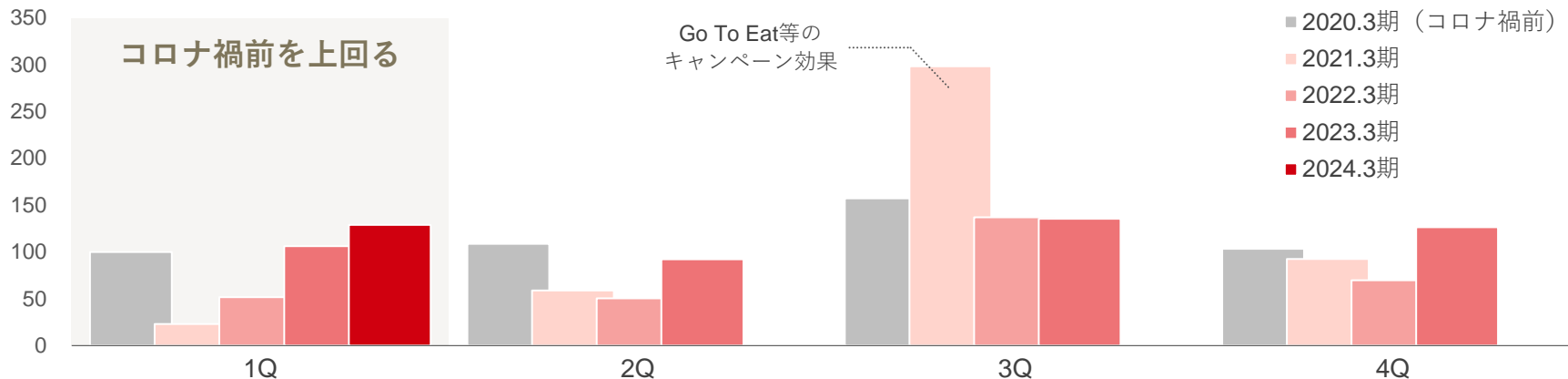
顧客特性・エリア特性等に応じた
最適な営業・サポート体制を構築



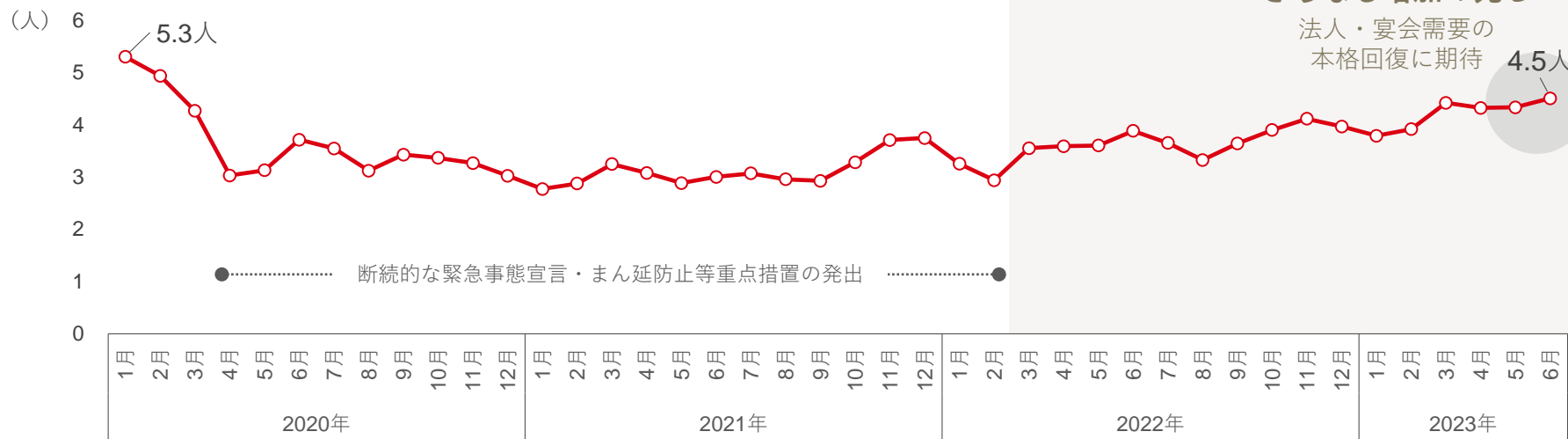
新規獲得・既存店サポートのバランスの取れた
効率的かつ柔軟な営業活動を推進

ネット予約サービス ①

■ ネット予約件数の推移 (2020年3月期1Q = 100)

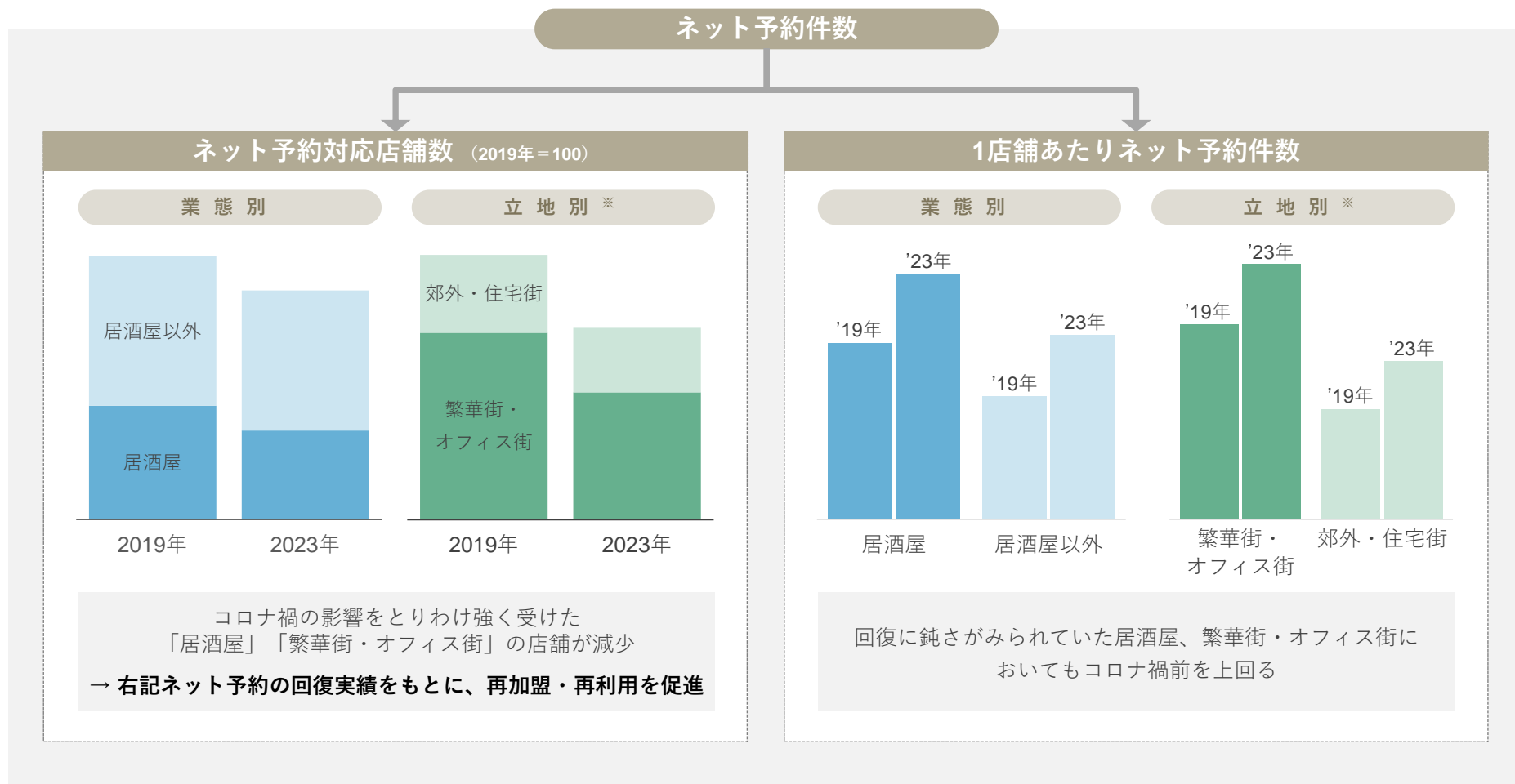


■ 一組あたり人数の推移 (ディナータイム予約)



ネット予約サービス ②

■ 6月ネット予約数のコロナ禍前比較



※ 東京都の加盟飲食店をもとに集計

原価・費用内訳

(単位：百万円)	2023年3月期 第1四半期	2024年3月期 第1四半期	前年同期比 変化率
総費用	3,980	2,654	-33.3%
売上原価	1,316	851	-35.3%
販売費及び一般管理費	2,664	1,802	-32.3%
人件費	1,708	1,249	-26.9%
賃借料	328	222	-32.4%
業務委託費	251	154	-38.8%
広宣・販促費	66	63	-5.0%
その他	308	113	-63.1%

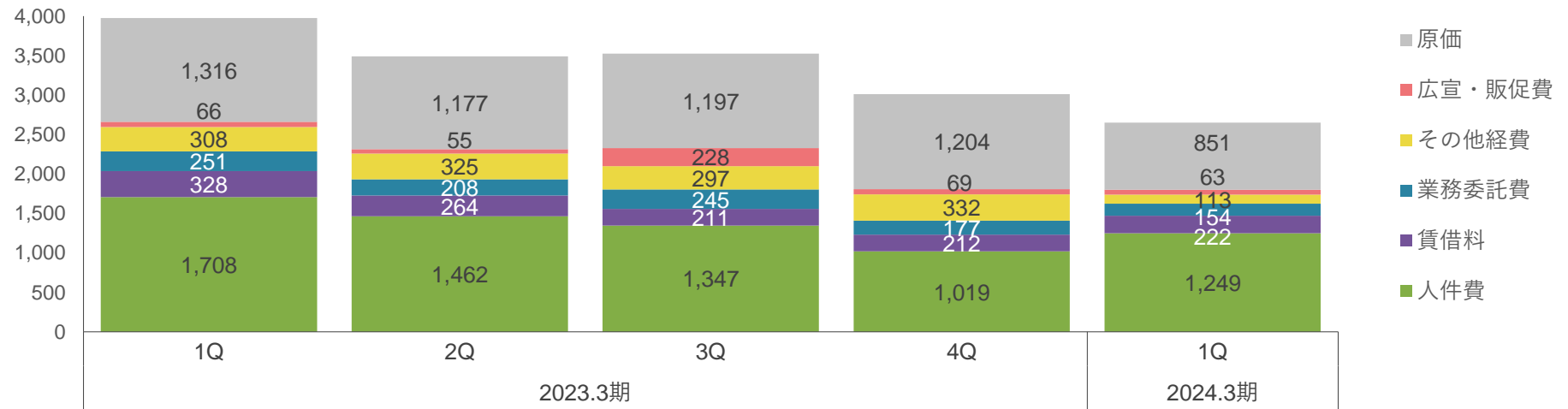
売上原価

- ✓ 採用の抑制および自然減による従業員数の減少ならびに協業先企業への出向拡大により労務費が減少
- ✓ 注力サービスの絞り込み等を通じ業務委託費を低減

販売費及び一般管理費

- ✓ 人件費
売上原価と同様の理由により減少
- ✓ 業務委託費
注力サービスの絞り込み等を通じ低減
- ✓ その他
主に、貸倒引当金戻入の影響により減少

(百万円)



連結貸借対照表

- ✓ 農林水産省からの受託事業（Go To Eatキャンペーン）の終了に伴い、本事業に関連する現金・預金ならびに未払金および預り金が解消

（2023年3月末／現金・預金：1,607百万円、未払金：736百万円、預り金：870百万円）

（単位：百万円）	2023年3月末	2023年6月末	前期末比	（単位：百万円）	2023年3月末	2023年6月末	前期末比
流動資産合計	12,061	9,691	-2,369	流動負債合計	3,657	1,525	-2,131
現金・預金	8,266	6,888	-1,378	未払金	2,031	1,025	-1,005
受取手形及び売掛金	2,871	1,625	-1,245	預り金	920	111	-809
未収入金	813	772	-40	未払法人税等	22	6	-16
前払費用	267	382	115	賞与引当金	178	95	-83
貸倒引当金	-197	-75	122	ポイント引当金	15	17	1
その他	40	97	57	その他	488	269	-218
固定資産合計	939	904	-35	固定負債合計	2,445	2,455	10
有形固定資産	-	43	43	長期借入金	2,200	2,200	-
無形固定資産	-	132	132	その他	245	255	10
投資その他の資産	939	728	-211	負債合計	6,102	3,981	-2,121
				純資産合計	6,898	6,614	-284
				自己資本	6,821	6,539	-282
資産合計	13,001	10,595	-2,405	負債純資産合計	13,001	10,595	-2,405

2023年6月末コミットメントライン契約の総額 4,000百万円
（借入実行残高 - ）

2024年3月期 業績予想

第1四半期の実績を踏まえ、上期業績見通しを上方修正
通期業績予想については変更なし

(単位：百万円)	前回発表予想			今回発表予想					
	上期	下期	通期	上期	増減	下期	増減	通期	増減
売上高	5,600	8,100	13,700	5,600	-	8,100	-	13,700	-
営業損益	-1,100	400	-700	-500	+600	-200	-600	-700	-
経常損益	-1,130	380	-750	-540	+590	-210	-590	-750	-
親会社株主に帰属する当期純損益	-1,150	380	-770	-550	+600	-220	-600	-770	-

< 下期見通しの背景 >

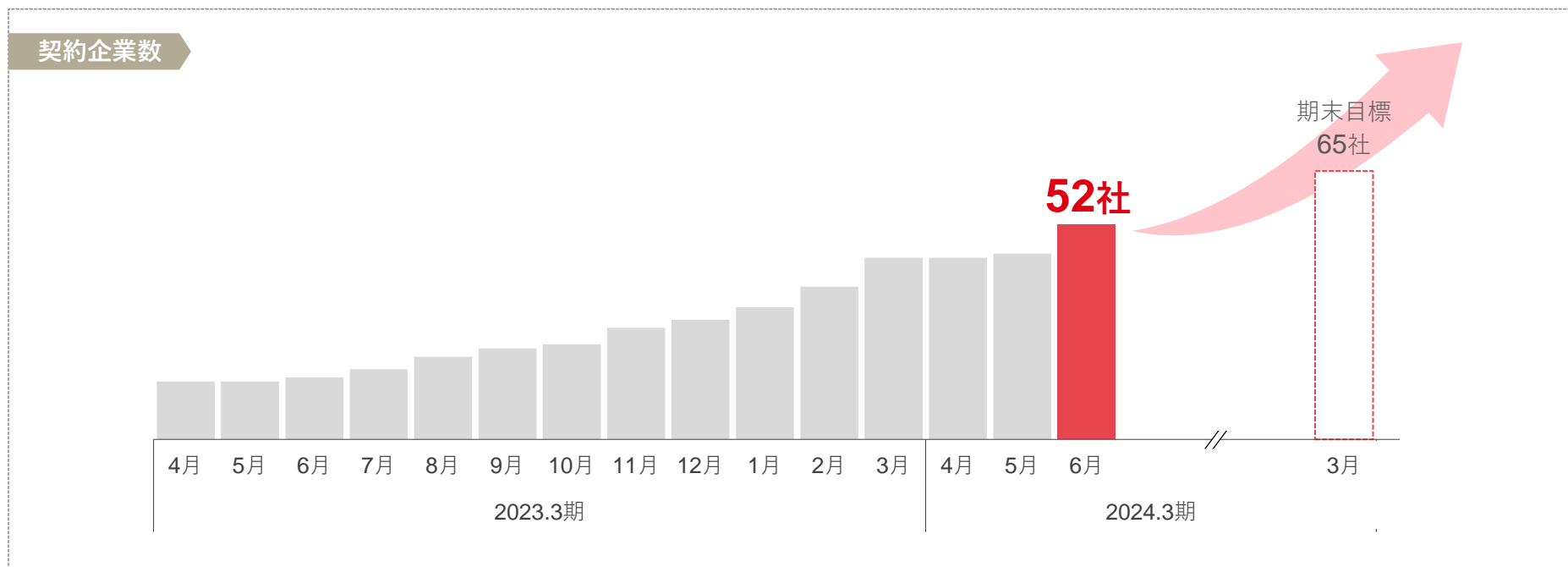
- ✓ グリーンイノベーション基金事業やプロモーション等において発生した費用計上の時期ずれ影響
- ✓ モバイルオーダーサービスの運営体制強化等を目的とした先行投資費用の追加

施策進捗

モバイルオーダーサービス ～ぐるなびFineOrder～ ①

トピックス

- ✓ チムニー(株)の導入拡大（全国100店舗超）に続き、SFPホールディングス(株)において全国約170店舗への導入拡大が決定する等、先行導入での成果を踏まえた契約企業内での導入店舗拡大が活発化
 - ➔ さらなる受注拡大とスムーズなオンボーディングを可能とする体制強化等を目的に先行投資費用を追加
- ✓ 中小規模飲食店向けのテスト販売に向けた準備が進捗



費用追加について

契約企業・稼働店舗の拡大、開発スピードの向上を目的に費用を追加

1

営業・サポート体制の強化

増員すると共に分業体制（契約獲得 → オンボーディング → カスタマーサクセス）を整備

→ 新規提案機会の拡大と、より円滑なオンボーディングを実現

2

開発プロジェクト体制の強化

ディレクター・デザイナー等の増員

→ 開発スピードの向上、サービステストの迅速化・品質向上

3

連携先POSベンダーの追加

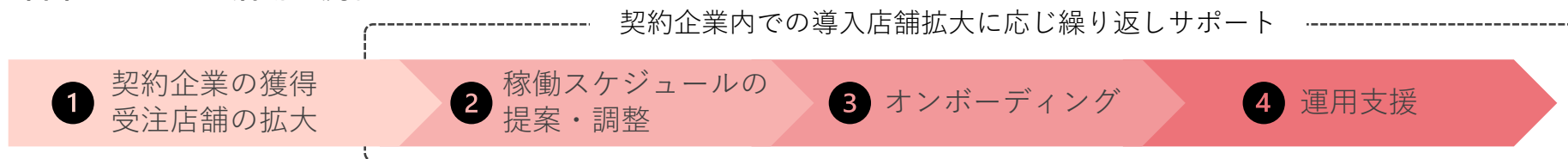
約7,000店の導入実績を持つPOSベンダーとのシステム連携を推進（来春稼働予定）

→ チェーン店領域におけるターゲット企業を広げ、2025.3期以降の契約企業数拡大へ

費用追加について

シェア拡大加速を可能とする「分業体制」を構築

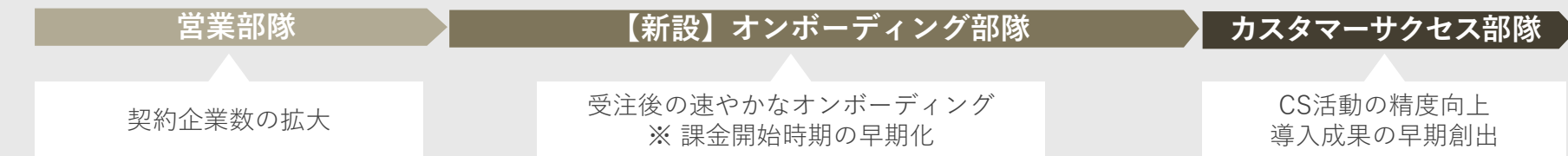
■ 営業・サポート活動の流れ



現状



今後

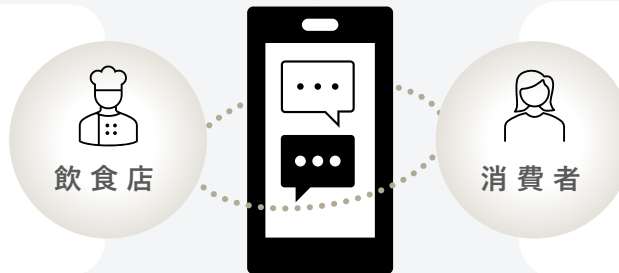


ChatGPTを活用したAIチャットボットの実証実験

飲食店と共に“次世代の接客のカタチ”の創造を目指す

店舗の雰囲気やスタイルに合わせた口調設定等を通じ、
お店の魅力となるオリジナルキャラクターへ育てつつ、「省人化」と「接客の充実」を両立

- ✓ 熟練スタッフのように来店客の要望に応える
- ✓ メニュー提案の活発化により注文点数および注文内容の幅を拡大
- ✓ ワイン等深い商品知識の追加学習によりコンシェルジュ機能を強化



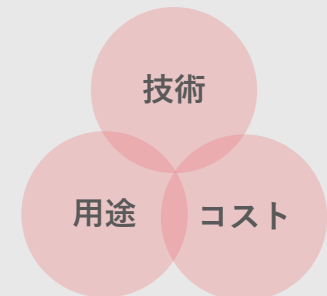
- ✓ その時々気分や予算等に応じたメニュー提案を楽しむ
- ✓ 使うほどに自身の好みを把握したきめ細かな外食体験を享受
- ✓ はじめてのお店や不慣れな業態でも気兼ねや気後れなく質問・相談可能

店舗に対する親しみ・信頼感を醸成し、客単価向上やリピーター獲得へ

現況

- 1 複数の外食企業よりサービスコンセプトへの賛同と、テスト導入への参画意向を確認
- 2 当社グループが運営する実験店舗において実証実験を実施（2023年6月14日～7月2日）
→ 「技術」「用途」「コスト」3つの観点での分析・検証作業を推進中

技術の発展状況等も見極めつつ、慎重かつ丁寧にサービス開発を進める



マーケティングエージェント

■ 機能確立のためのステップ

ステップ1

ぐるなびサイトに限らない
情報発信・更新サポート

ステップ2

多様なWebツールを用いた
集客戦略の立案・検証

ステップ3

マーケティング支援を軸とした
経営コンサルティング



専門
サイト

ぐるなび

サイトB

サイトC

Google

LINE

トリップ
アドバイザー

...

ステップ1

飲食店の代理人として、情報発信・更新を一括支援

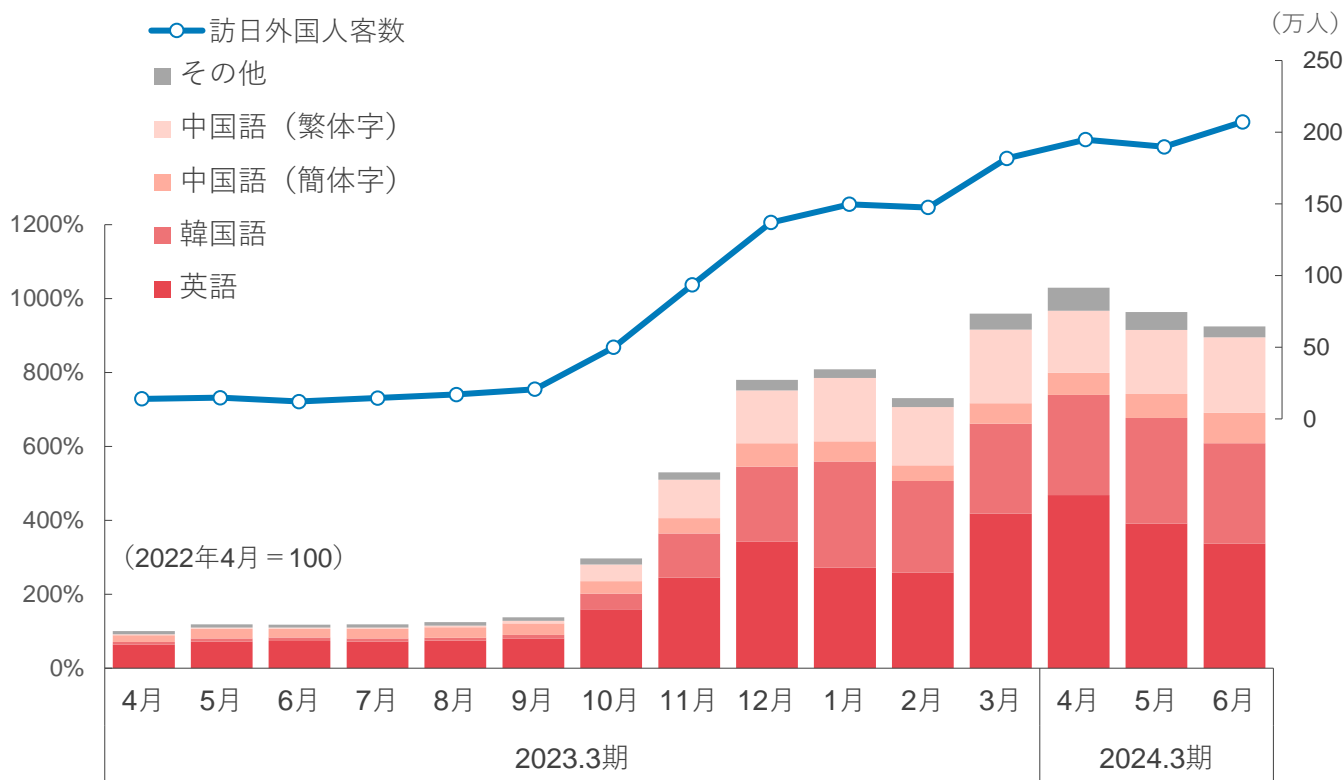
飲食店



Webマーケティングに関する知見・ノウハウの拡充を図り
『ステップ2』への速やかな移行へ

訪日外国人客数の回復に伴い、“Google で予約”経路の予約が拡大

■ 「訪日外国人客数」と「ブラウザ言語別に見る“Google で予約”経路の予約数」の推移



インバウンド需要の回復を踏まえ Google ビジネスプロフィール(GBP)運用支援商品の多言語対応を強化

GBP 運用支援商品について

初期登録・基本情報管理<無料>から
情報リッチ化・投稿(情報発信)・クチコミ管理等<有料>
まで幅広くサポート

“ GBP ”基本情報管理の
サポート店舗数

約1万店

“ Google で予約”
インテグレーション店舗数

約2.5万店

Google 活用に意欲的な店舗ネットワーク

主な変更点 (抜粋)

◎ 新規対応

	英語	中国語 (簡体字)	中国語 (繁体字)	韓国語
ビジネス名 (店名)	●	◎	◎	◎
クチコミ 対応	◎	◎	◎	◎
ビジネス情報 (店舗紹介文)	◎	ぐるなび外国版との情報連携		
メニュー	◎			
投稿	◎			

「 Google ビジネスプロフィール運用支援商品」と合わせ「外国語プラン(有料)※」を販売強化

※ぐるなび外国語版におけるメニュー情報一元変換システムの利用や検索結果での上位表示等

国内外の旅行者等に向けた情報発信・集客支援

トリップアドバイザーへの
掲載効果を高めるサービス提供

～ 2019年より随時サービス拡充～



詳細情報発信

お店の魅力を伝える
ページのリッチ化

ユーザー獲得

トリップアドバイザー内での
露出強化

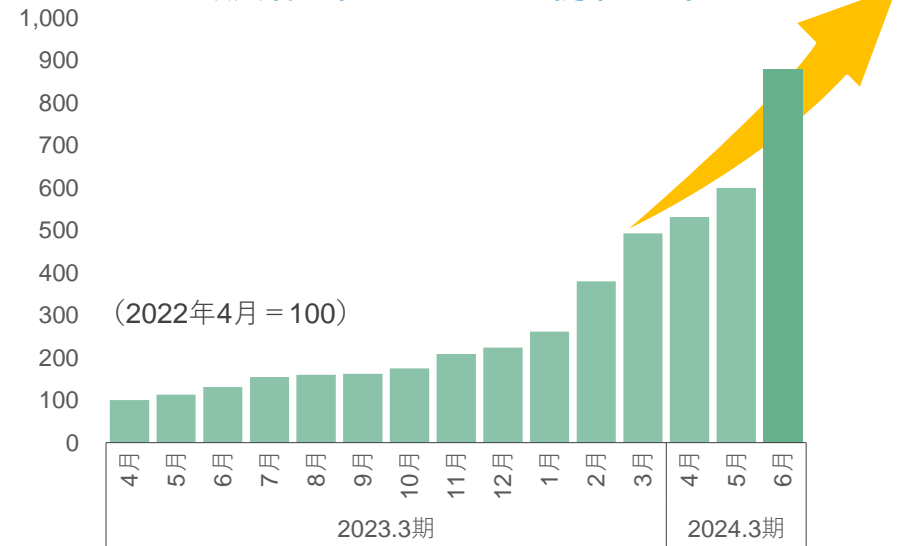


ぐるなびネット予約連携

トリップアドバイザー内
3ステップで予約完結
(参考) 約2万店が連携済み

トリップアドバイザー関連商品の利用店舗数推移

回復傾向にある観光需要を
飲食店が取り込めるよう提案を強化



さらなる受注拡大を見込み、ページ制作等の自動化を推進

「情報発信」に関する取り組み

ぐるなび公式note

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

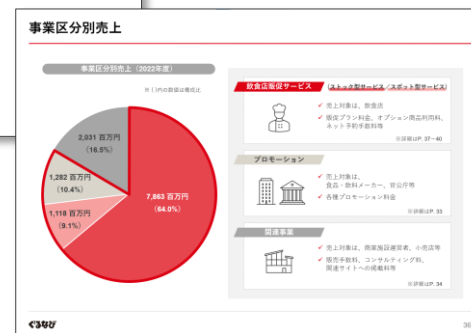


▲記事の一例

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



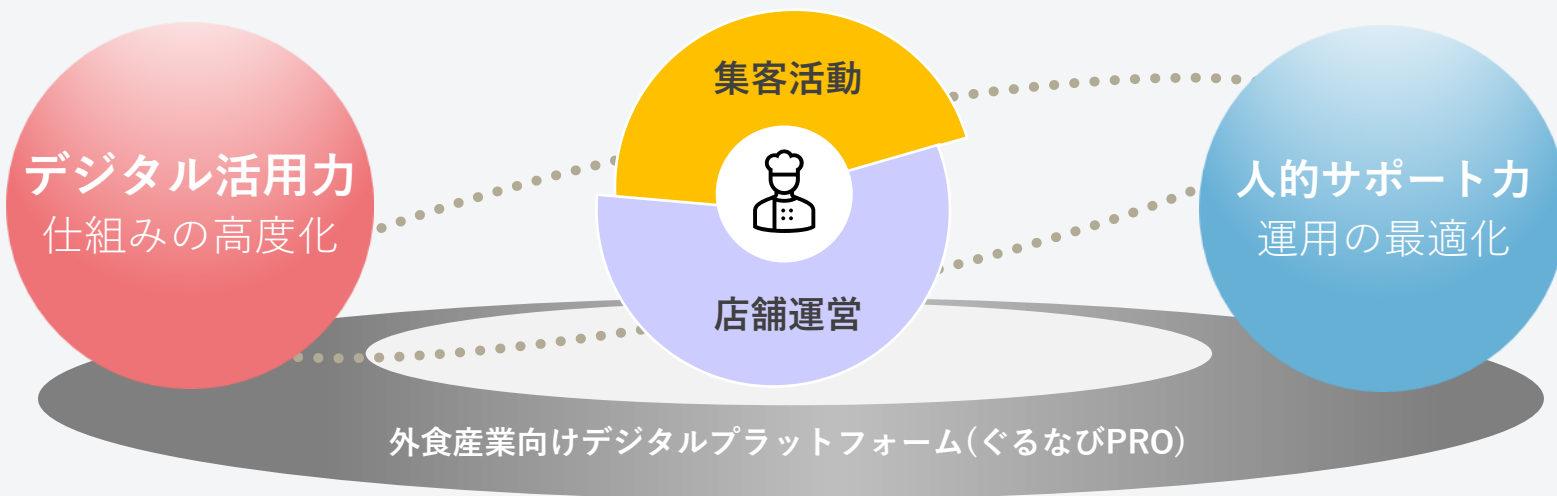
Purpose

食でつなぐ。人を満たす。

Vision 2025

飲食店DXのベストパートナー

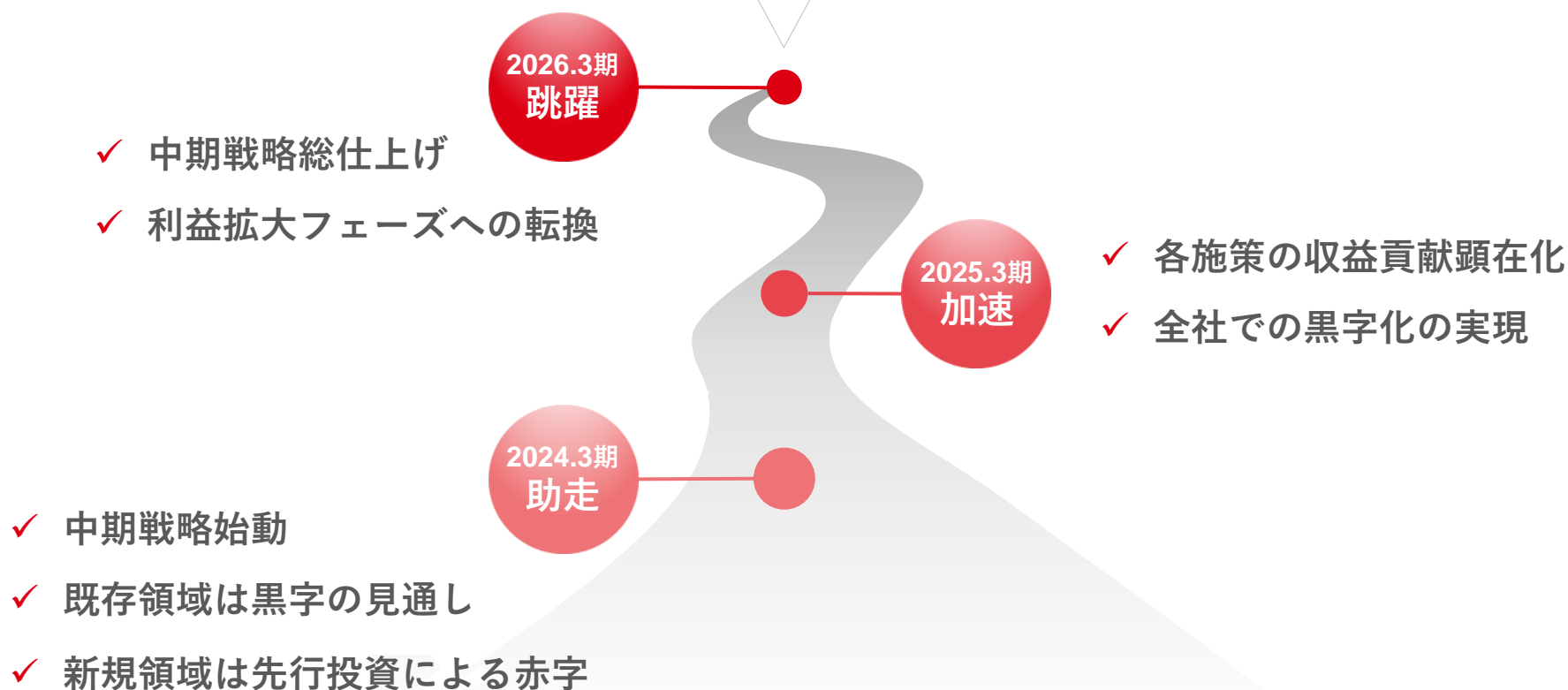
“販促分野に留まらず経営全体を支援”との従前からのコンセプトを継承しつつ、飲食店運営の生産性向上に直結する「集客活動」と「店舗運営」の2つのDX支援にフォーカス



飲食店に対する提供価値をアップデート

最終年度に当たる2026年3月期はサービス開始30年目の節目

事業環境変化に強いビジネスモデルへの進化を遂げ、新たな成長軌道を描く



参考資料

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

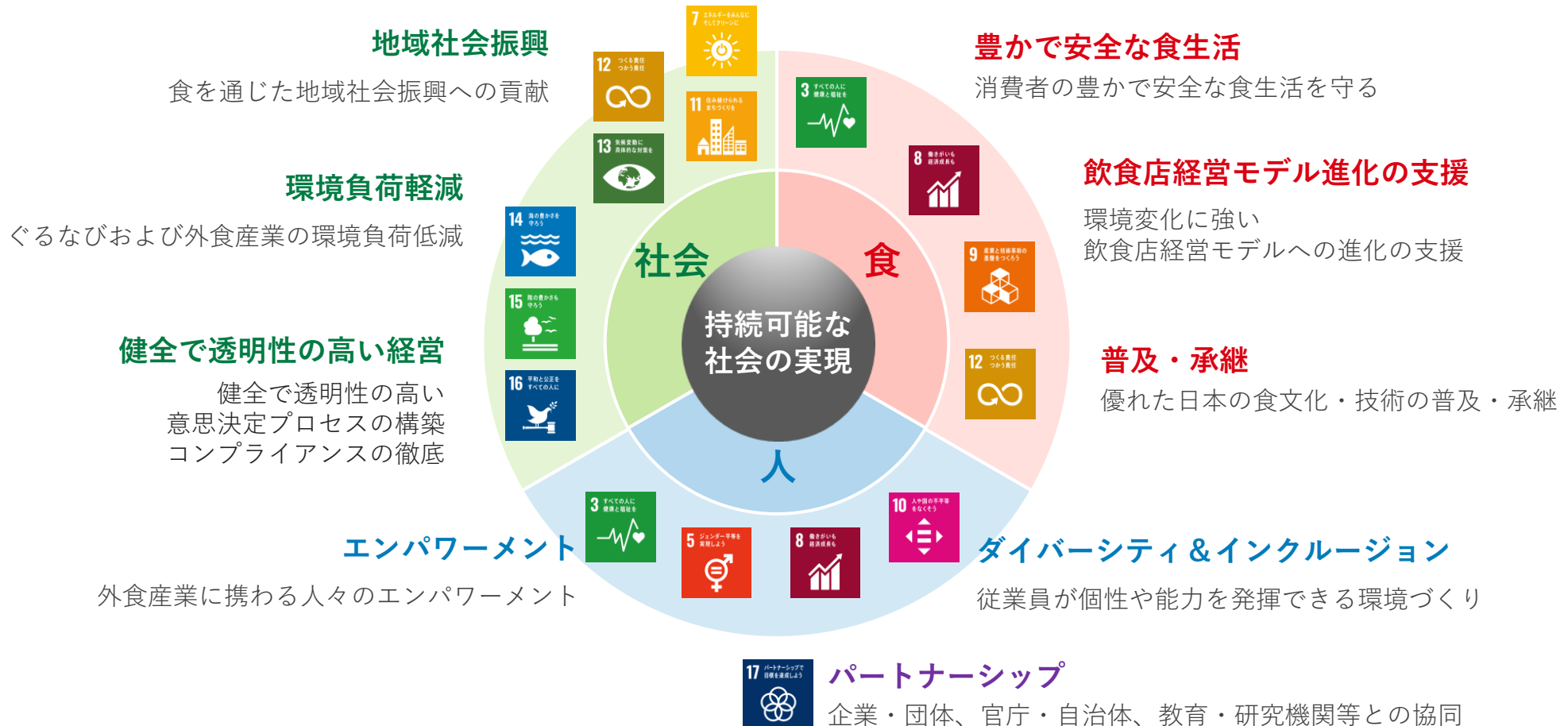
TENPos
Dr.テンポス

新規加盟店の拡大
ソリューション拡充

「サステナビリティ」に関する取り組み

「食」「人」「社会」が豊かであり続けるために

<https://corporate.gnavi.co.jp/profile/sustainability/>



新加盟プラン ※ 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

2024年3月期 第1四半期実績

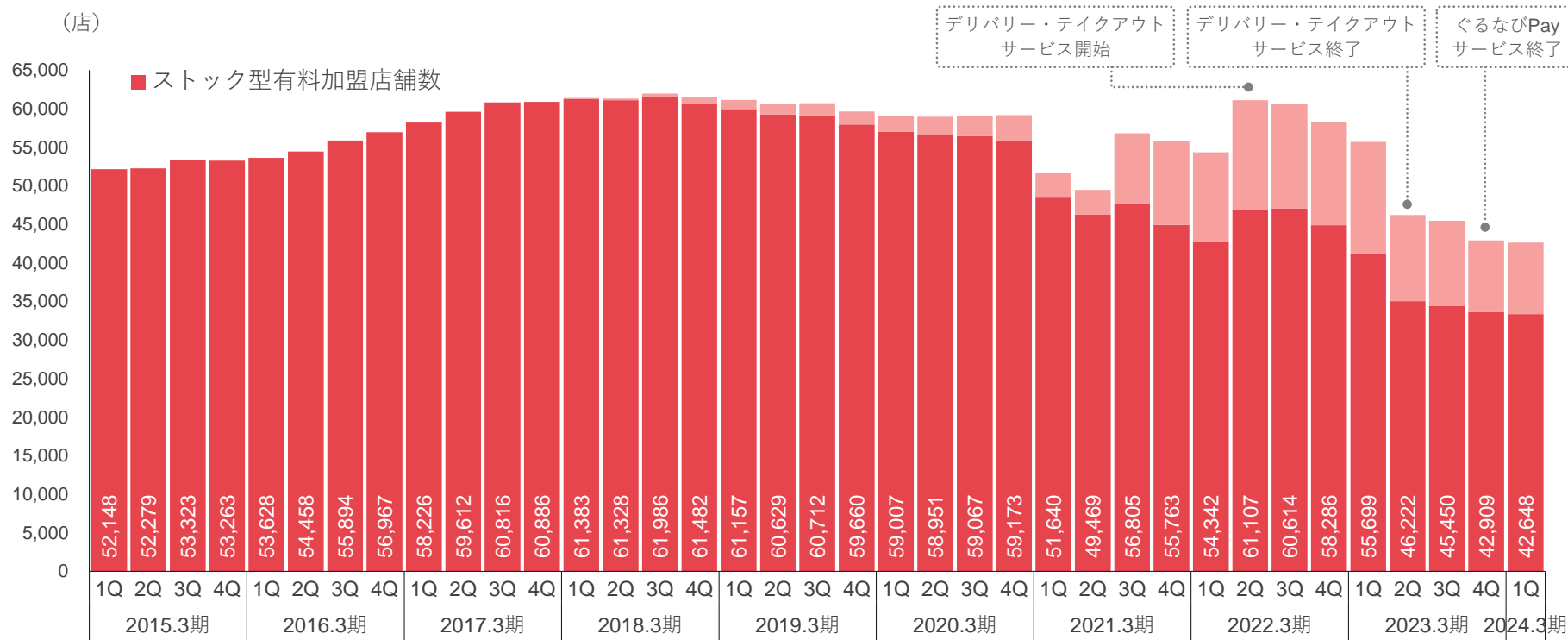
総有料加盟

42,648 店 (前年同期末比 ▲13,051店 ▲23.4%)

うちストック型有料加盟

33,363 店 (前年同期末比 ▲7,832店 ▲19.0%)

(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

ユーザー数

■ 楽天ID連携会員数 : 748万人

(2023年6月末、2022年6月末は589万人)

■ ぐるなび会員数 : 2,455万人

(2023年7月1日時点、2022年7月は2,271万人)

■ 月間ユニークユーザー数 : 3,800万人

(2022年12月、2021年12月は4,100万人)

※ 月間ユニークユーザー : 月間で「ぐるなび」を見たブラウザー数

※ ぐるなび会員数 : 「ぐるなび」に登録しているユーザー数

四半期別データ（連結）

売上高（単位：百万円）	2021.3期				2022.3期				2023.3期				2024.3期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
ストック型サービス a	1,350	3,148	3,250	2,730	2,320	2,131	1,928	2,030	1,891	1,896	2,015	2,059	2,000
スポット型サービス b	125	412	1,750	515	260	369	681	268	376	268	266	206	225
飲食店販促サービス c= a+b	1,475	3,561	5,000	3,245	2,581	2,501	2,610	2,299	2,267	2,165	2,282	2,266	2,226
プロモーション d	133	317	1,033	653	218	208	493	440	225	317	347	391	200
基盤事業計 e= c+d	1,608	3,879	6,033	3,899	2,799	2,709	3,104	2,739	2,493	2,482	2,630	2,657	2,426
関連事業 f	174	160	184	239	235	360	354	548	459	429	461	681	160
合計 g= e+f	1,783	4,040	6,217	4,139	3,034	3,070	3,458	3,288	2,953	2,911	3,091	3,339	2,586

（単位：円/月）	2021.3期				2022.3期				2023.3期				2024.3期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高（ARPU） h*1	8,878	23,486	31,367	19,224	15,628	14,442	14,298	12,892	13,263	14,164	16,600	17,101	17,345
ストック型サービスの 店舗当たり契約高（ARPU） i*2	8,617	22,136	23,064	19,657	17,631	15,838	13,687	14,724	14,646	16,585	19,347	20,177	19,903

*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 $h=2/3*c/(t-1+jt)$

*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 $i=2/3*a/(kt-1+kt)$

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

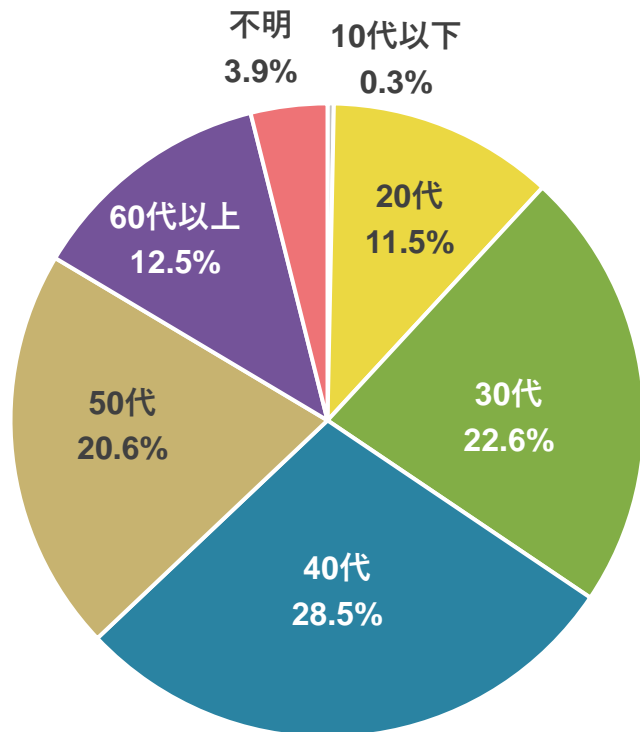
（単位：店）	2021.3期				2022.3期				2023.3期				2024.3期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
総有料加盟店舗数 j	51,640	49,469	56,805	55,763	54,342	61,107	60,614	58,286	55,699	46,222	45,450	42,909	42,648
うちストック型有料加盟店舗数 k*3	48,580	46,256	47,694	44,917	42,830	46,904	47,050	44,906	41,195	35,052	34,406	33,656	33,363

*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）

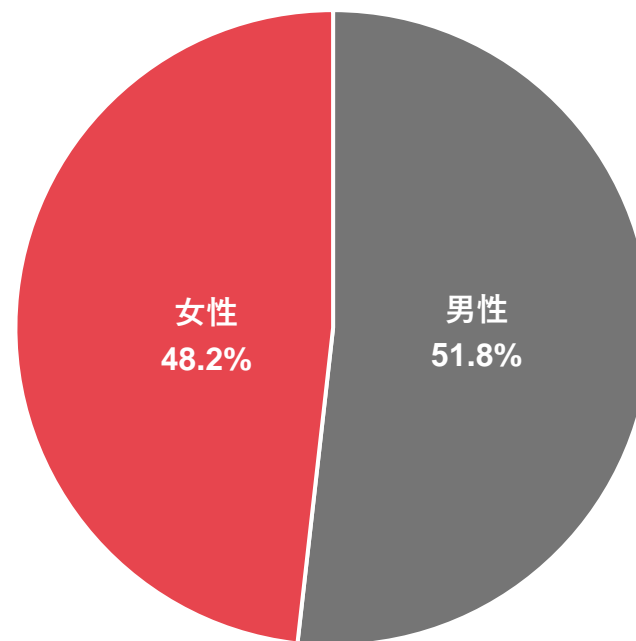
2022年3月期の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用。本資料において、2021年3月期の数値は適用前の開示済み数値を記載。

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（2023年6月時点）

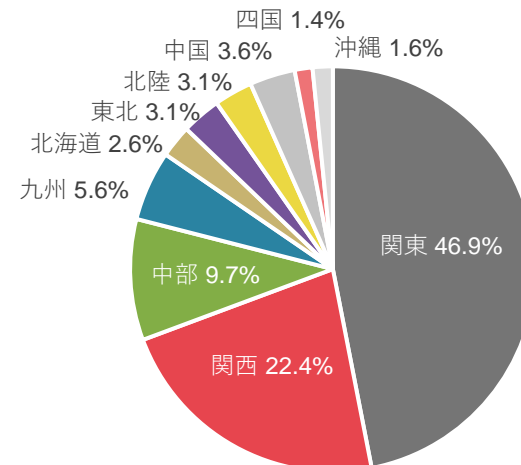
地域展開と加盟飲食店の属性

営業在籍エリア（21都道府県）

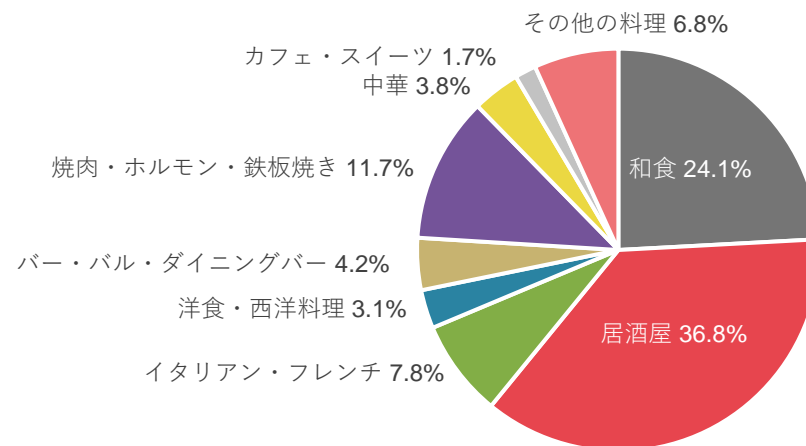
北海道	神奈川	兵庫
宮城	静岡	岡山
茨城	愛知	広島
栃木	新潟	愛媛
埼玉	石川	福岡
千葉	大阪	鹿児島
東京	京都	沖縄



エリア別 有料加盟店割合



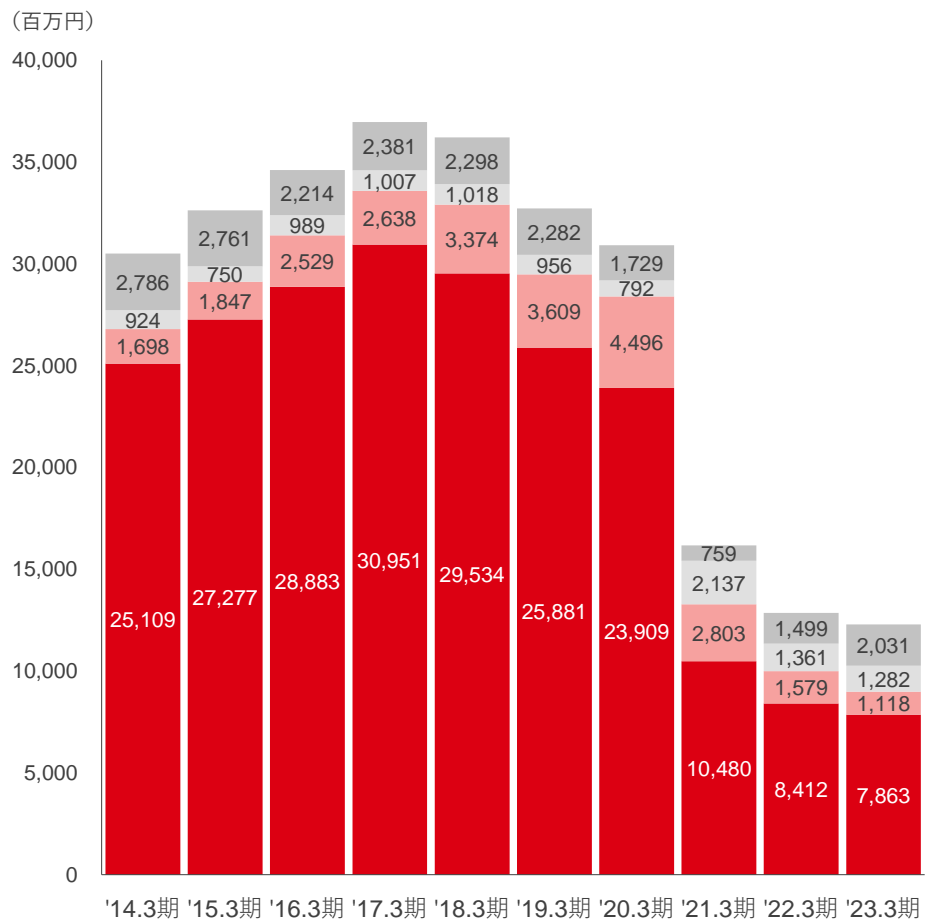
業態別有料加盟店割合



（2023年6月時点）

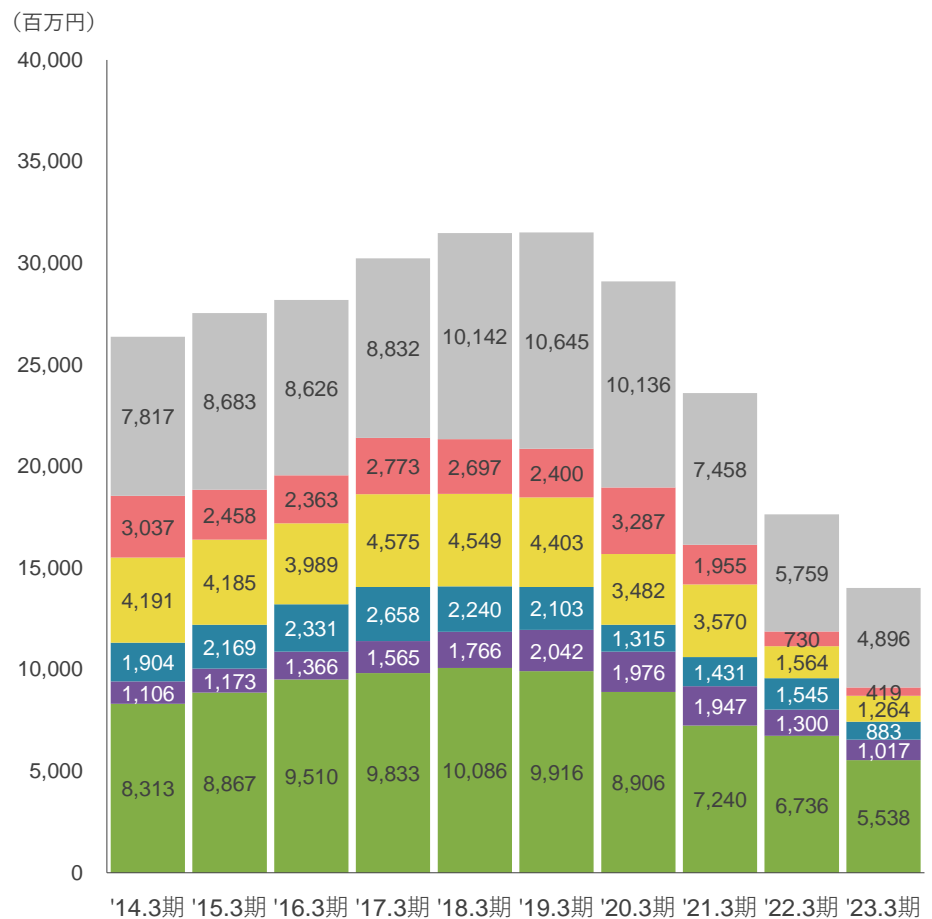
年度別 売上高と原価・費用の推移

売上高



■ ストック型サービス ■ スポット型サービス ■ プロモーション ■ 関連事業

原価・費用



■ 人件費 ■ 賃料 ■ 業務委託費 ■ その他経費 ■ 広告宣伝・販促費 ■ 原価

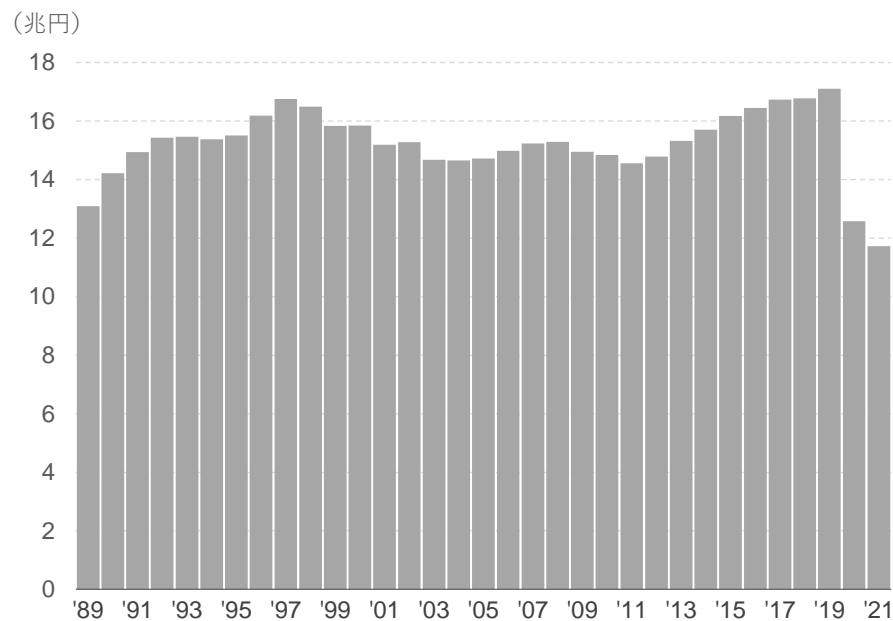
長期データ (連結)

(単位: 百万円)	2014年3月期	2015年3月期	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
営業成績										
売上高	30,518	32,636	34,617	36,979	36,226	32,728	30,927	16,181	12,852	12,296
営業利益 又は 営業損失 ^{※1}	4,147	5,099	6,429	6,740	4,742	1,216	1,821	-7,423	-4,786	-1,724
経常利益 又は 経常損失	4,167	5,127	6,492	6,813	4,809	1,289	1,894	-7,269	-4,692	-1,664
当期純利益 又は 当期純損失	2,420	3,279	4,367	4,799	3,192	581	949	-9,704	-5,768	-2,286
資産・負債・純資産										
総資産	22,071	23,665	27,322	23,917	25,457	23,797	23,979	13,567	12,107	13,001
現金・預金	9,448	10,492	13,131	7,922	8,000	7,630	11,653	7,507	6,962	8,266
負債	5,926	6,201	7,026	5,878	6,270	5,093	4,709	4,192	3,255	6,102
純資産	16,145	17,464	20,296	18,038	19,186	18,704	19,270	9,375	8,851	6,898
自己資本	16,099	17,427	20,266	18,013	19,166	18,662	19,211	9,290	8,767	6,821
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) ^{※2}	49.56	67.26	90.19	102.25	68.27	12.42	20.26	-206.90	-114.46	-44.25
1株当たり配当金 (円)										
普通株式 ^{※2}	15	28	38	42	44	8	8	-	-	-
A種優先株式	-	-	-	-	-	-	-	-	13,808	45,000
その他										
営業利益率 (%)	13.6	15.6	18.6	18.2	13.1	3.7	5.9	-	-	-
自己資本当期純利益率 (ROE,%)	16.1	19.6	23.2	25.1	17.2	3.1	5.0	-	-	-
総資産当期純利益率 (ROA,%)	11.8	14.3	17.1	18.7	12.9	2.4	4.0	-	-	-
配当性向 (%)	30.3	41.6	42.1	41.1	64.5	64.4	39.5	-	-	-
自己資本比率 (%)	72.9	73.6	74.2	75.3	75.3	78.4	80.1	68.5	72.4	52.5
自己株数 (株)	1,503,649	266,059	216,459	1,924,559	1,892,159	1,839,162	1,806,562	1,757,262	1,128,462	1,128,462
総有料加盟店舗数	52,235	53,263	56,967	60,886	61,482	59,660	59,173	55,763	58,286	42,909

※1：2020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。

※2：2014年4月1日を効力発生日として1株につき2株の株式分割を実施しているため、2014年3月期の期首（2013年4月1日）に当該株式分割が行われたと仮定して算定した数値。

■ 外食市場規模

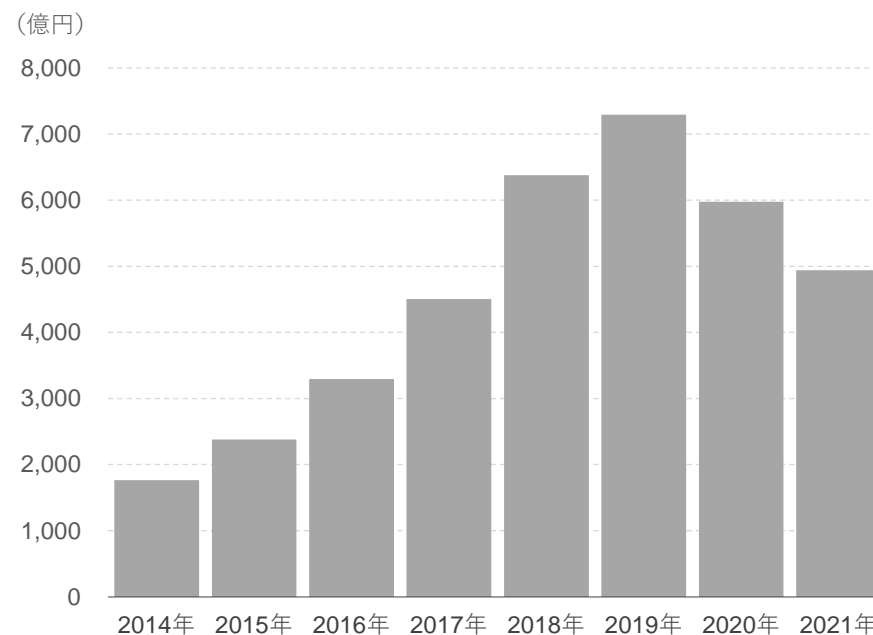


(財)食の安全安心財団「外食産業市場規模推移」より

* 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

2021年は前年比7%減の11.7兆円

■ 飲食店におけるネット予約 市場規模



経済産業省「令和3年度 電子商取引に関する市場調査」より

2021年は前年比17%の減少

会社概要 (2023年6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 A種優先株式: 3,400,000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 / 月原紘一 (社外・独立)、藤原裕久 (社外・独立)、武田和徳 (社外)、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11名
大株主 上位10名 (2023年3月末)	楽天グループ(株) 16.6%、滝久雄 12.7%、日本マスタートラスト信託銀行(株) (信託口) 7.5%、(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 (1,128,462株) を控除して計算
総人員数	単体: 1,062名 連結: 1,129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 (100%)、(株)ぐるなび総研 (100%)、(株)ぐるなびサポートアソシエ (100%)、(株)Gダイニング (100%)

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。