



平成19年3月期 決算説明会

株式会社ぐるなび(ヘラクレス:2440)

代表取締役社長 久保 征一郎

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

May 11, 2007



目 次

- 1 . 平成19年3月期 決算概要 P 3 ~ P 7
- 2 . 平成20年3月期 業績予想 P 8
- 3 . 平成19年3月期 実行施策 P 9 ~ P 15
- 4 . 平成20年3月期 事業戦略 P 16 ~ P 29
- 5 . 会社概要 P 30



決算ハイライト（連結）

売上高 対前期比： **35.8%増**
経常利益 対前期比：子会社の業績が影響し減益
当期純利益 対前期比：子会社の業績が影響し減益

要約連結損益計算書

【単位：百万円】	平成18年3月期	平成19年3月期	平成19年3月期 予想	前期比	予想比
売上高	8,649	11,746	11,700	+35.8%	+0.4%
売上原価	1,584	2,225		+40.4%	
（売上原価率）	（18.3%）	（18.9%）		+0.6%	
売上総利益	7,065	9,520		+34.8%	
販管費及び一般管理費	5,710	8,277		+45.0%	
（販管費率）	（66.0%）	（70.5%）		+4.5%	
営業利益	1,354	1,243		8.2%	
経常利益	1,321	1,240	1,060	6.1%	+17.0%
税引前当期純利益	1,283	1,157		9.8%	
当期純利益	665	565	450	15.1%	+25.6%



決算ハイライト（単体）

売上高 対前期比：34.1%増
 経常利益 対前期比：5.1%増
 当期純利益 対前期比：特別損失の計上により減益

要約損益計算書

【単位：百万円】	平成18年3月期	平成19年3月期	平成19年3月期 予想	前期比	予想比
売上高	8,605	11,543	11,500	+34.1%	+0.4%
売上原価	1,545	2,278		+47.4%	
（売上原価率）	（18.0%）	（19.7%）		+1.7%	
売上総利益	7,059	9,265		+31.3%	
販管費及び一般管理費	5,571	7,739		+38.9%	
（販管費率）	（64.7%）	（67.1%）		+2.3%	
営業利益	1,487	1,526		+2.6%	
経常利益	1,453	1,527	1,430	+5.1%	+6.8%
税引前当期純利益	1,415	1,322		6.6%	
当期純利益	793	712	730	10.2%	2.4%



決算ハイライト（単体）

売上原価率：1.7ポイント上昇
 販管費率：2.4ポイント上昇

3ヶ月無料会員ページ制作費用の増加等
 ぐるなびプロモーションコミュニティへの業務委託費の増加等

	平成18年3月期 単体		平成19年3月期 単体		内 容
	金 額	売上比	金 額	売上比	
売 上 高	8,605	100.0%	11,543	100.0%	
売 上 原 価	1,545	18.0%	2,278	19.7%	3ヶ月無料会員ページ制作の増加等
販管費及び一般管理費	5,571	64.7%	7,739	67.1%	
人 件 費	2,215	25.7%	2,732	23.7%	人員：576名 693名
賃 借 料	428	5.0%	547	4.7%	
業務委託費	532	6.2%	1,204	10.4%	ぐるなびプロモーションコミュニティへの業務委託費の増加等
販促・宣伝費	619	7.2%	856	7.4%	ぐるなびユーザー拡大施策 100百万円 モバイルユーザー拡大施策 100百万円



決算ハイライト（連結子会社）

子会社は計画通りに推移

要約損益計算書（連結）

【単位：百万円】				平成19年3月期	
売	上	高		11,746	
営	業	利	益	1,243	
経	常	利	益	1,240	
当	期	純	利	益	565

連結子会社

ぐるなび上海社

PV数と店舗数の増加によりサイトを構築
上海オンラインと業務提携
第三者割当増資（200百万円）の引受

売上高	経常利益	当期利益
8	182	182

ジョイジョイ(株)

ぐるなびウェディング関西版をスタート
掲載店舗数、PVともに計画通りに推移

売上高	経常利益	当期利益
363	91	92

(株)ぐるなびプロモーションコミュニティ

加盟店への巡回、プロモーション活動を行う

売上高	経常利益	当期利益
376	26	26



決算ハイライト（連結）

要約貸借対照表（連結）

【単位：百万円】	平成19年3月期 期 末	平成19年3月期 期 末
流動資産合計	5,292	流動負債合計 1,473
現金及び預金	3,010	支払手形及び買掛金 70
受取手形及び売掛金	1,849	未 払 金 675
未 収 入 金	463	前 受 金 254
そ の 他	30	そ の 他 472
固定資産合計	2,744	固定負債計 9
有形固定資産	511	純資産合計 6,553
無形固定資産	1,697	株主資本合計 8,037
投資その他の資産	535	
資産合計	8,037	

要約キャッシュ・フロー計算書（連結）

【単位：百万円】	平成19年3月期 期 末
営業活動 C F	507
投資活動 C F	1,413
財務活動 C F	325
現金及び現金同等物の増減額	1,236
現金及び現金同等物の期末残高	2,960

【キャッシュフローの内訳】

営業活動によるキャッシュ・フロー
主に、税金等調整前当期純利益が1,157百万円、未払金の増加額が147百万円あったものの、法人税等の支払額832百万円があったこと等による。

投資活動によるキャッシュ・フロー
主に、ソフトウェアの取得による支出1,062百万円、有形固定資産の取得369百万円があったこと等による。

財務活動によるキャッシュ・フロー
主に、自己株式の取得による支出502百万円、少数株主からの払込みによる収入160百万円があったこと等による。



平成20年3月期 業績予想

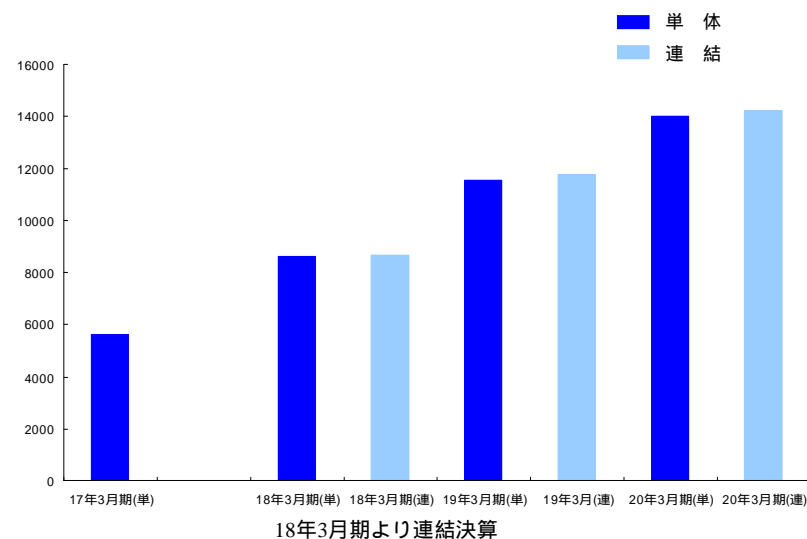
【 連 結 】

【単位：百万円】	平成19年 3月期	平成20年 3月期	前期比
売 上 高	11,746	14,250	+ 21.3%
営 業 利 益	1,243	1,650	+ 32.7%
経 常 利 益	1,240	1,650	+ 33.1%
当 期 純 利 益	565	700	+ 23.9%

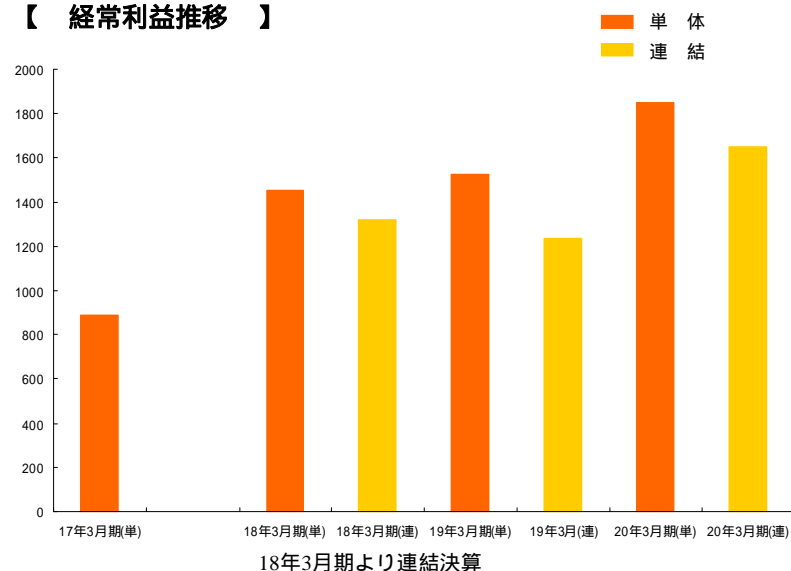
【 単 体 】

【単位：百万円】	平成19年 3月期	平成20年 3月期	前期比
売 上 高	11,543	14,000	+ 21.3%
営 業 利 益	1,526	1,850	+ 21.2%
経 常 利 益	1,527	1,850	+ 21.2%
当 期 純 利 益	712	850	+ 19.4%

【 売上高推移 】



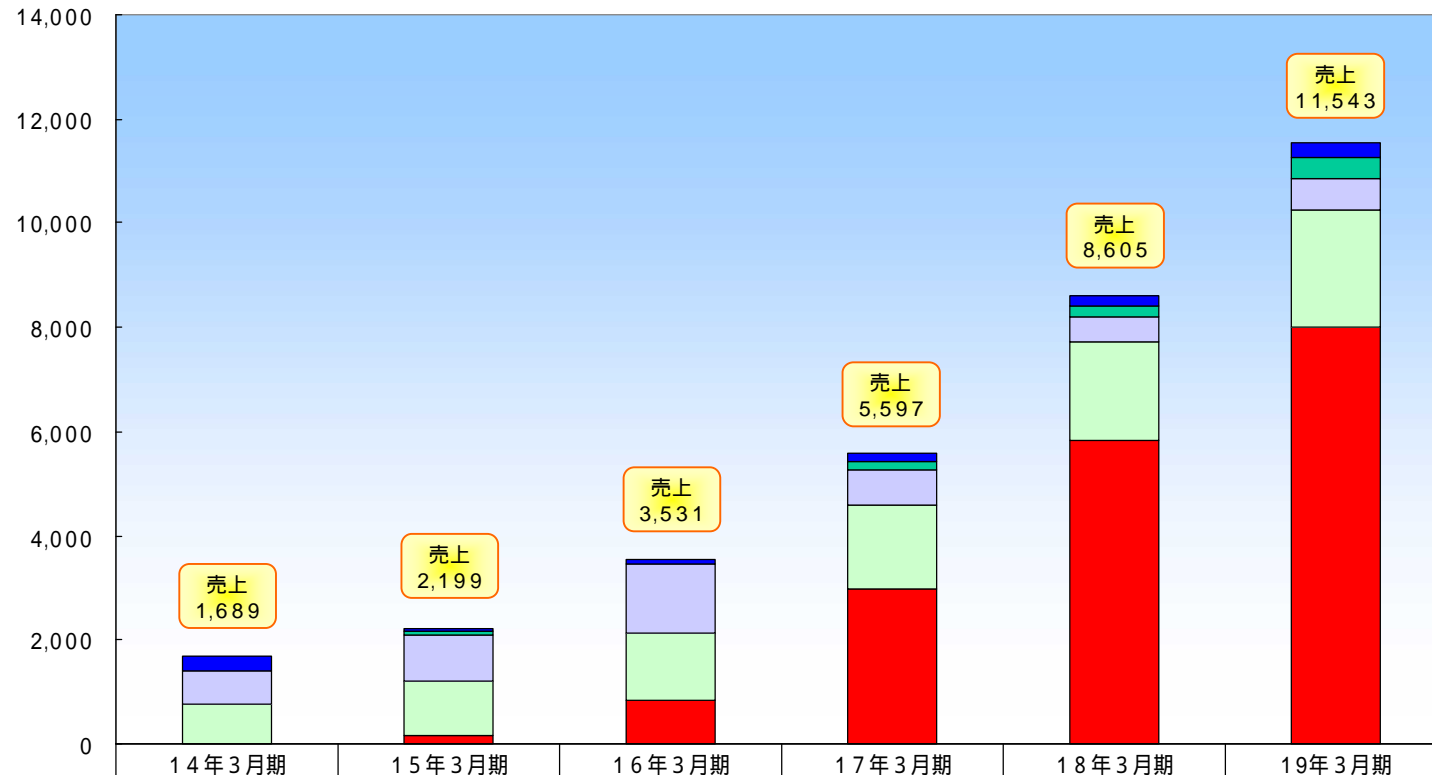
【 経常利益推移 】



カテゴリー別売上推移（単体）

販促パック・継続型サービス等、ストック型サービスの売上が順調に増加
 法人営業部門を新設し、プロモーションの基盤となる営業体制を構築、BtoB事業に本格的に取り組む

（百万円）



■ 関連事業	285	37	52	156	193	284
■ プロモーション	9	57	34	157	209	382
■ スポット型サービス計	638	892	1,313	704	466	599
■ 継続型サービス計	755	1,040	1,268	1,611	1,902	2,289
■ 販促パックサービス	-	173	864	2,969	5,834	7,988

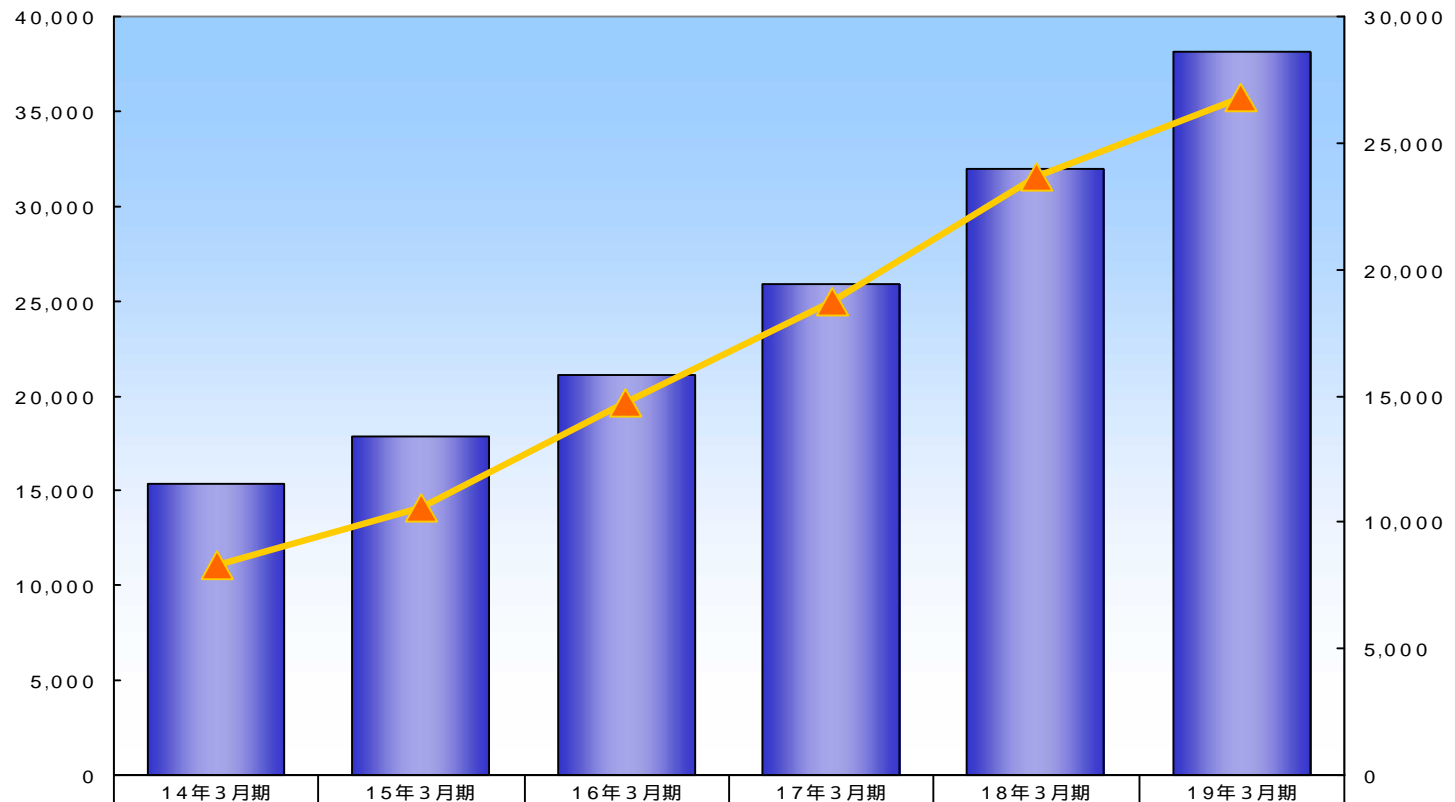


加盟店数の伸びとA R P Uの伸び

総加盟店数 : 3ヶ月無料会員の有料化に伴い増加
 総加盟店単価 : 販促正会員の順調な増加により単価が上昇

(加盟店数：店)

(単価：円 / 月額)



■ 総加盟店数	15,392	17,848	21,102	25,865	31,941	38,168
▲ 単価 (ARPU)	8,273	10,556	14,741	18,752	23,649	26,765

: 月額加盟店単価



カテゴリー別情報（単体）

		14年 3月期	15年 3月期	16年 3月期	17年 3月期	18年 3月期	19年 3月期
販促パックサービス （販促正会員）	売上（百万円）	-	173	864	2,969	5,834	7,988
	月額販促会員単価（円） 販促正会員数（期末）	@ - -店	@139,388 207店	@72,415 1,781店	@81,253 4,309店	@82,357 7,498店	@79,044 9,345店
継続型サービス計 （販促会員/ビギナー）	売上（百万円）	755	1,040	1,268	1,611	1,902	2,289
スポット型サービス計	売上（百万円）	638	892	1,313	704	466	599
プロモーション	売上（百万円）	9	57	34	157	209	382
小 計	売上（百万円）	1,403	2,162	3,478	5,441	8,411	11,258
基 盤 事 業	月額加盟店単価（円） 加盟店総数（期末）	@8,273 15,392店	@10,556 17,848店	@14,741 21,102店	@18,752 25,865店	@23,649 31,941店	@26,765 38,168店
関 連 事 業		285	37	52	156	193	284
合 計		1,689	2,199	3,531	5,597	8,605	11,543

月額単価の算出について

月額売上高 ÷ ((前期末店舗数 + 当期末店舗数) ÷ 2)



参考 カテゴリー別情報（単体）：四半期

		18/1Q	18/2Q	18/3Q	18/4Q	19/1Q	19/2Q	19/3Q	19/4Q
販促パックサービス （販促正会員）	売上（百万円）	1,180	1,334	1,594	1,724	1,813	1,923	2,063	2,188
	月額販促会員単価（円） 販促正会員数（期末）	@85,381 4,911店	@81,394 6,020店	@79,958 7,273店	@77,837 7,498店	@79,174 7,769店	@80,009 8,256店	@80,441 8,844店	@80,210 9,345店
継続型サービス計 （販促会員/ビギナー）	売上（百万円）	448	461	487	504	502	545	604	636
スポット型サービス計	売上（百万円）	112	83	162	108	66	70	262	199
プロモーション	売上（百万円）	35	30	67	76	44	73	75	189
小 計	売上（百万円）	1,777	1,909	2,311	2,413	2,427	2,612	3,004	3,214
基 盤 事 業	月額加盟店単価（円） 加盟店総数（期末）	@22,396 27,050店	@22,901 28,541店	@26,027 30,663店	@25,697 31,941店	@25,245 32,154店	@25,682 35,667店	@27,611 36,885店	@28,551 38,168店
関 連 事 業		30	41	52	69	55	73	70	84
合 計		1,808	1,951	2,363	2,482	2,482	2,685	3,075	3,299

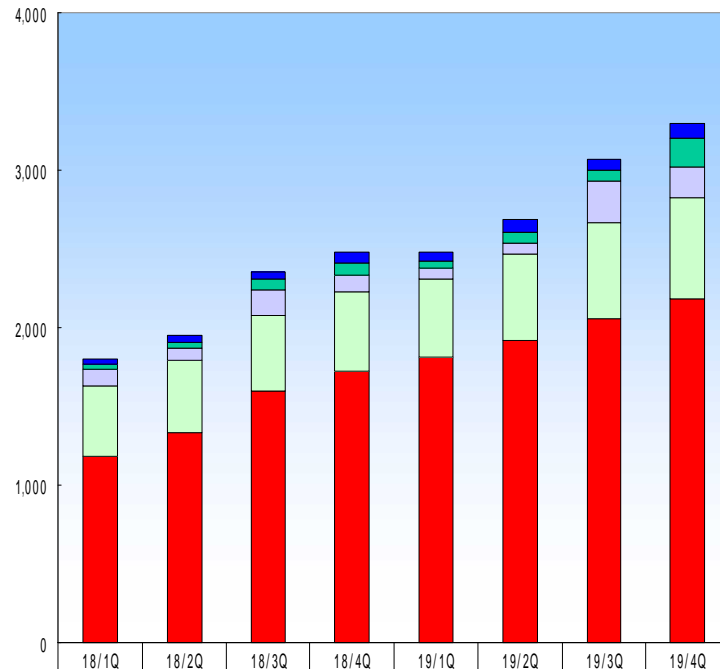


月額単価の算出について

月額売上高 ÷ ((前四半期末店舗数 + 当四半期末店舗数) ÷ 2)

参考 カテゴリー別推移（単体）：四半期

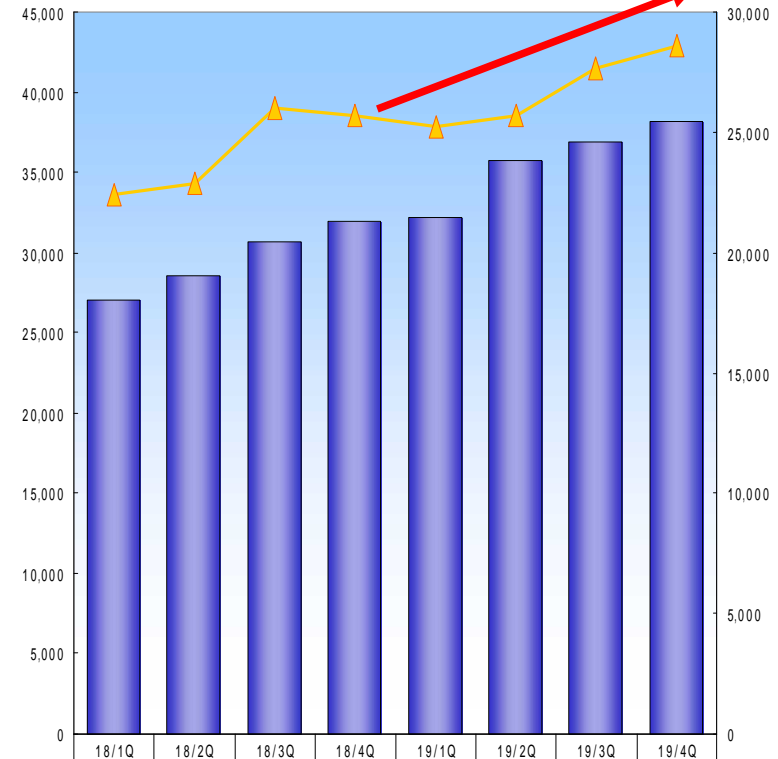
（百万円）



	18/1Q	18/2Q	18/3Q	18/4Q	19/1Q	19/2Q	19/3Q	19/4Q
■ 関連事業	30	41	52	69	55	73	70	84
■ プロモーション	35	30	67	76	44	73	75	189
□ スポット型サービス計	112	83	162	108	66	70	262	199
□ 継続型サービス計	448	461	487	504	502	545	604	636
■ 販売パックサービス	1,180	1,334	1,594	1,724	1,813	1,923	2,063	2,188

（加盟店数：店）

（単価：円 / 月額）



	18/1Q	18/2Q	18/3Q	18/4Q	19/1Q	19/2Q	19/3Q	19/4Q
■ 総加盟店数	27,050	28,541	30,663	31,941	32,154	35,667	36,885	38,168
▲ 単価 (ARPU)	22,396	22,901	26,027	25,697	25,245	25,682	27,611	28,551





平成19年3月期施策まとめ

メディアパワーの向上

PC・モバイルともに機能強化・情報の充実・提携強化などを行い、サイトパワーによる誘導を図る。

無料加盟店施策

加盟店10万店体制の確立へ向けて、3ヶ月無料会員を実施。

営業体制の変更

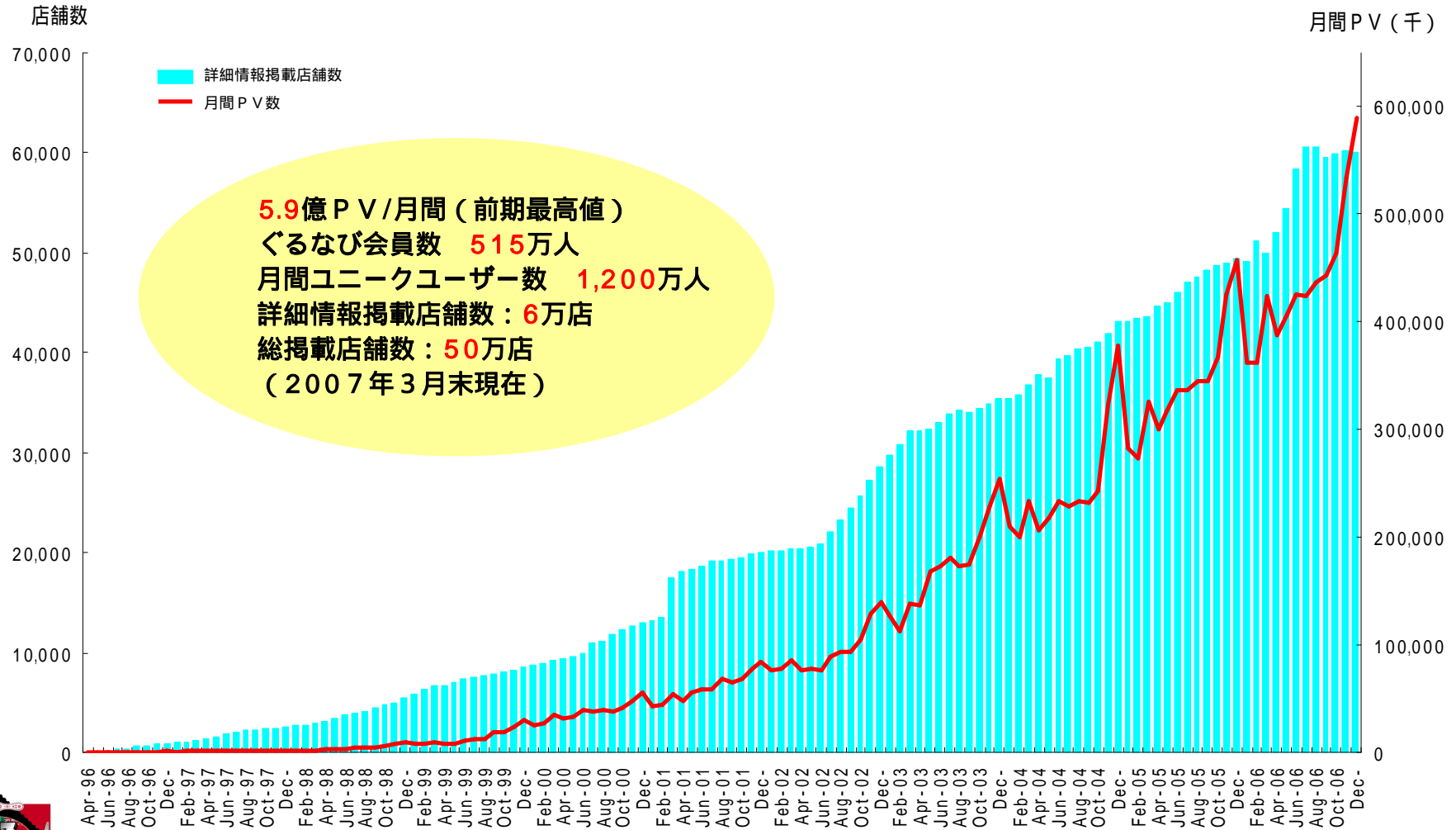
個人主体の営業活動からチーム体制での営業活動へと変更し、顧客満足度の向上を図る。

B to B 事業の本格稼働

日本の外食産業およびそれを取りまく産業を活性化すべく、法人営業部門を新設。



メディアパワーの向上





平成20年3月期 事業戦略



ぐるなびが目指す企業像

ネットユーザーからも、
ビジネスパートナーからも、
飲食店からも、

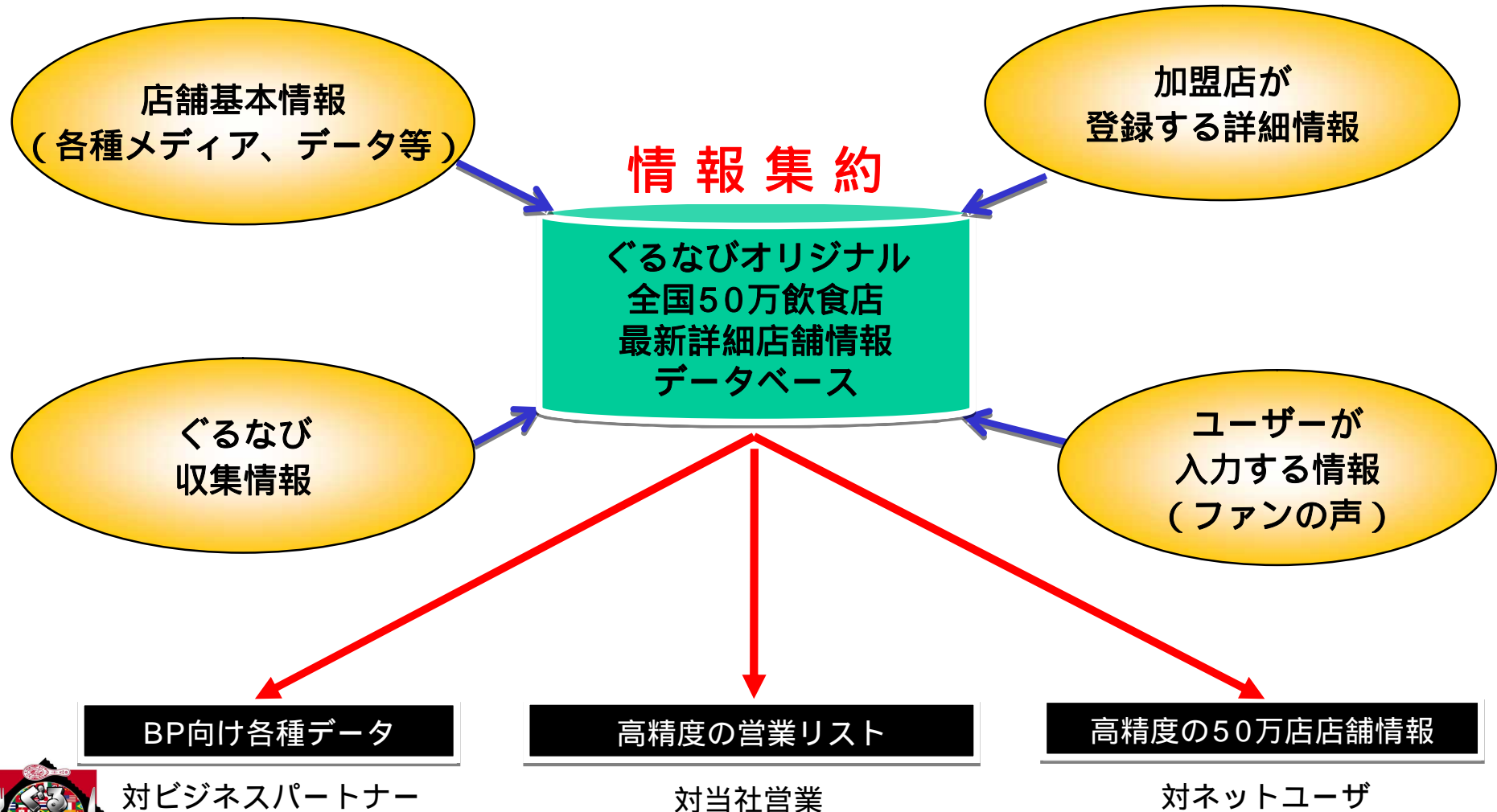
『飲食店のことはぐるなびに聞け！！』

と云われる企業へ！！



飲食店に関する情報を『ぐるなび』が把握

50万店の店舗データベースを充実させ、最新の状態へ更新。さらに情報の活用を図る。





『ぐるなび』の成長戦略

1 . 基盤事業

- (1) 店舗加盟店の構成像
- (2) 飲食店が利益を出せる来店促進の支援
 - 1 店舗当りのPV拡大・収益拡大
- (3) 飲食店を中心としたコミュニティの活性化
 - 来店客の満足度把握、飲食店が抱える問題点の解決
- (4) 飲食店との絆を強化
 - 顧客満足度向上

2 . オリジナルBtoB事業

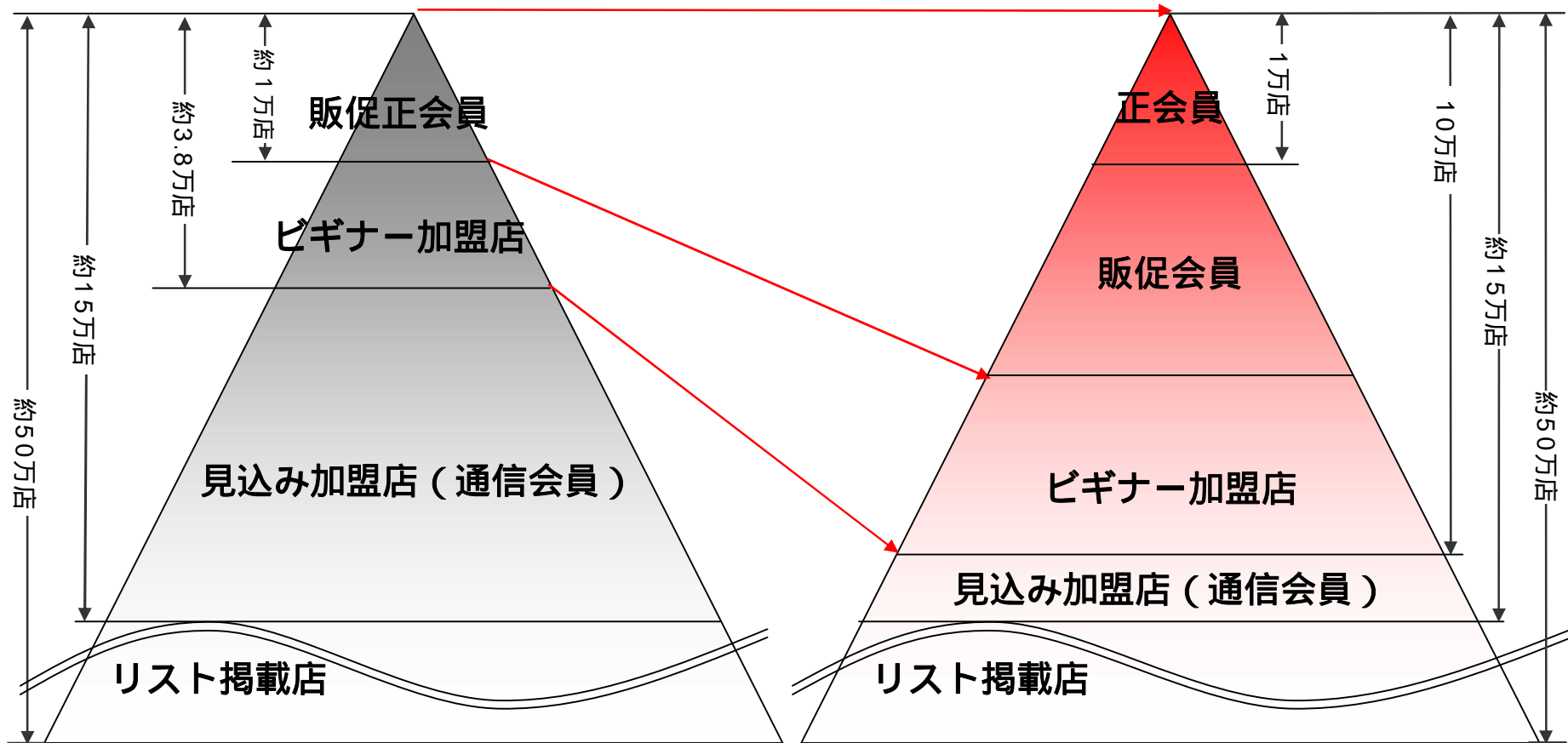
- (1) ぐるなびオリジナルコミュニケーション力の活用
- (2) オリジナルB toB事業の営業方針



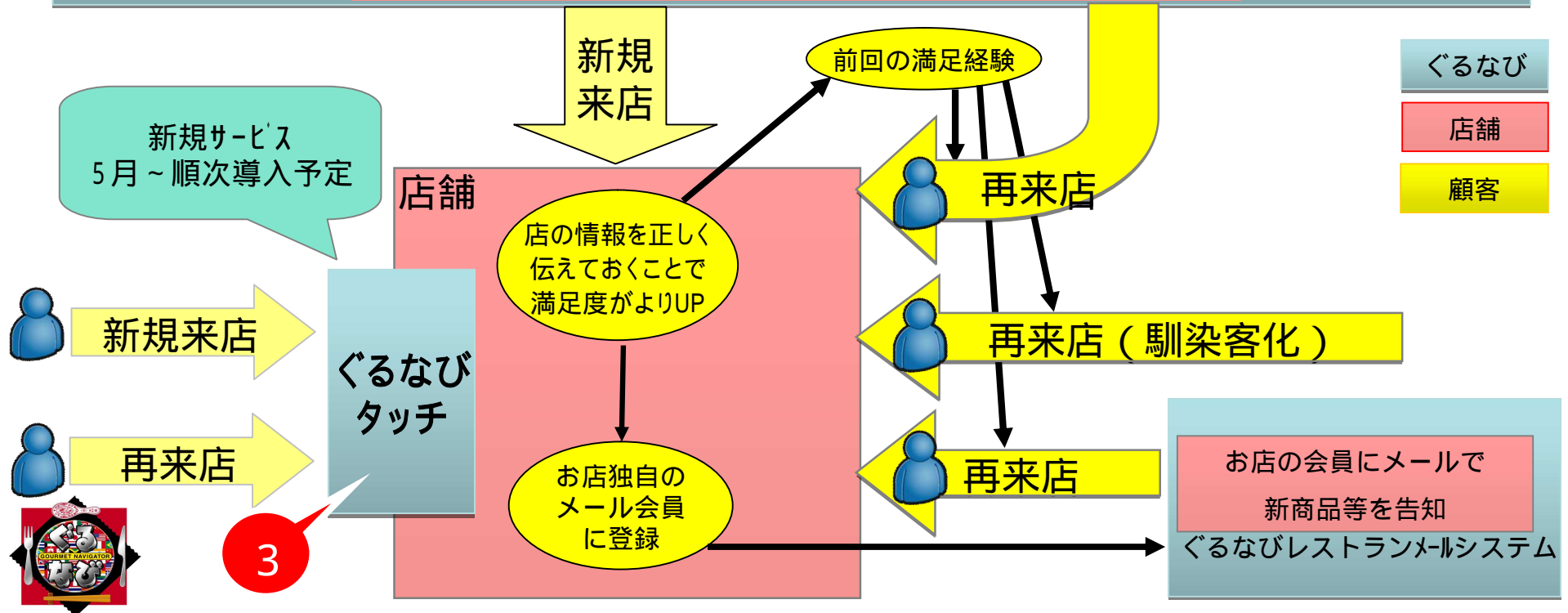
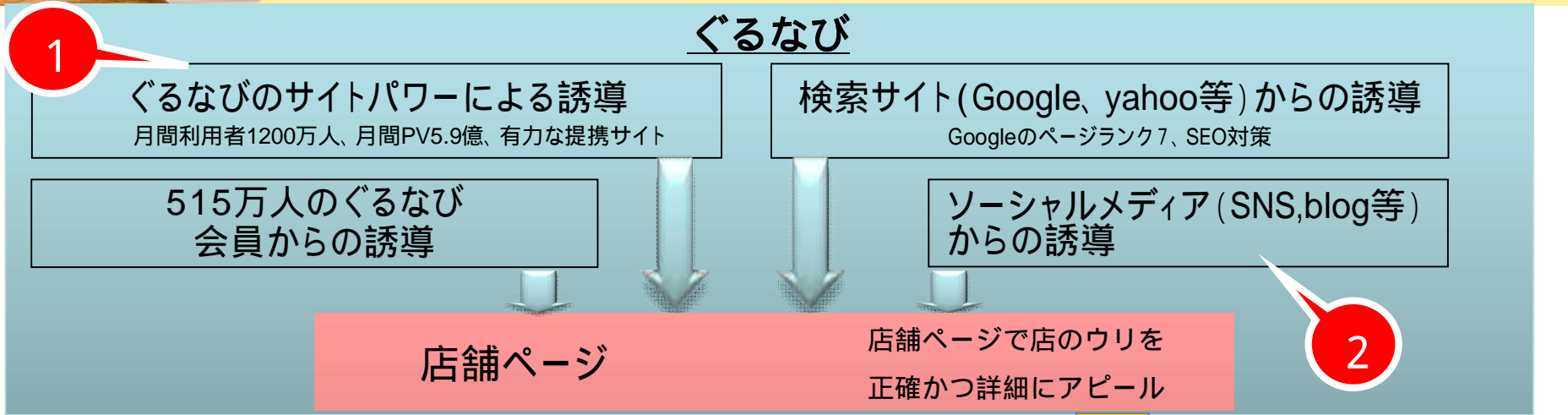
1 - (1) 店舗加盟店の構成像

2007年3月末現在の会員構成像

当社が目指す会員構成像



1-(2) 飲食店が利益を出せる来店促進の支援



1-(2)飲食店が利益を出せる来店促進の支援

サイトパワーによる誘導

機能強化

パーソナライズ
リコメンド
検索機能リニューアル

情報の充実化

50万店対応
コンテンツ増加

提携強化

auグルメ
au・ナビタイム
AD乗換案内

プロモーション

リスティング広告
検索機能リニューアル

予約コンテンツの拡充

スーパーらくらく幹事さん
バリュープラン

特別クーポン

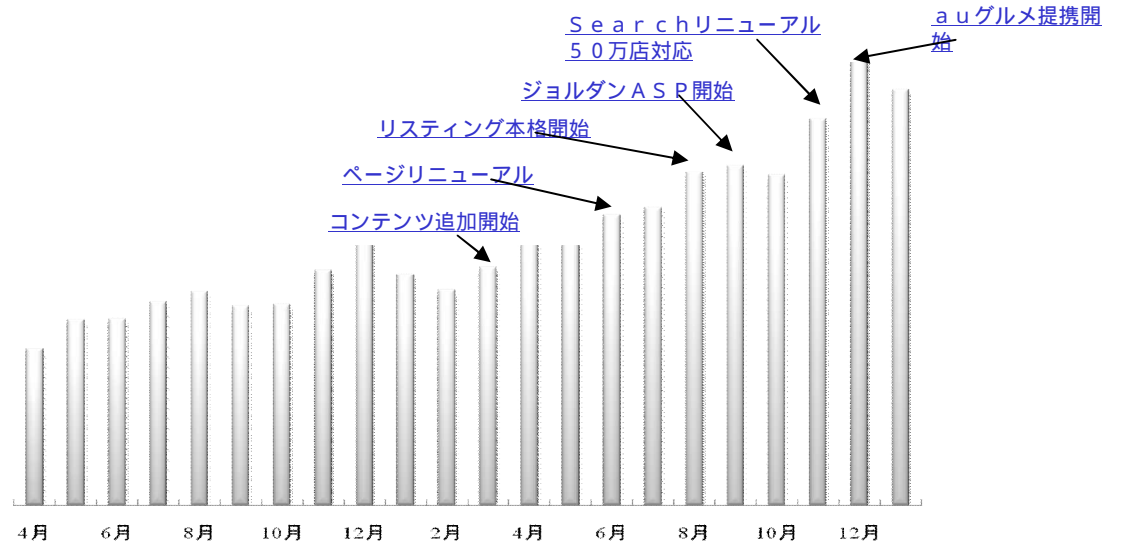
モバイル固有の良さを積極的に取り入れる

GPS (Global Positioning System)

特定の位置にいる人に対するプッシュ型広告
ぐるなびMAP (auとのコラボレーション)

モバイルFeliCa

おサイフケータイを使った決済の普及
新サービスを提供



ソーシャルメディアからの誘導

今までの流れ：ぐるなびから店舗ページへ



サイト
訪問



店舗ページ

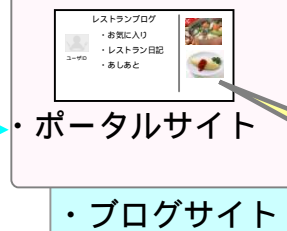


新しい流れ：ぐるなび以外からも店舗ページへ

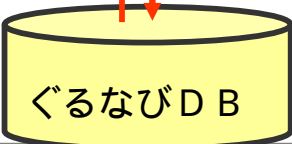


サイト
訪問

A P I 利用サイト



簡易店舗情報送信



簡易店舗情報

ぐるなびタッチ

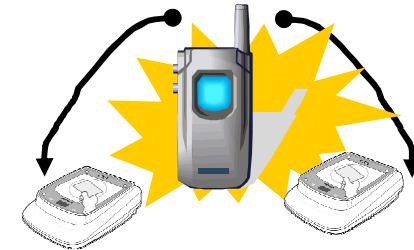
ぐるなびタッチとは

- おサイフケータイを各お店のスタンプカードにするサービス
- ユーザーは来店するだけで、ぐるなび提供のデジタルコンテンツサービス（おみくじや、着メロなど）を受けられる
- お店は、多様なスタンプカードを作れる



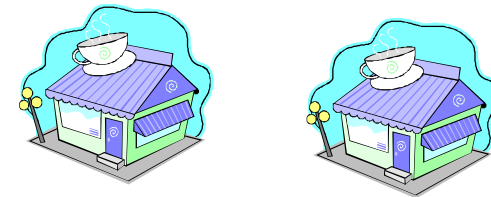
とても簡単

- ユーザーは登録不要・特別なソフトウェア不要
- お店は電源を入れるだけ

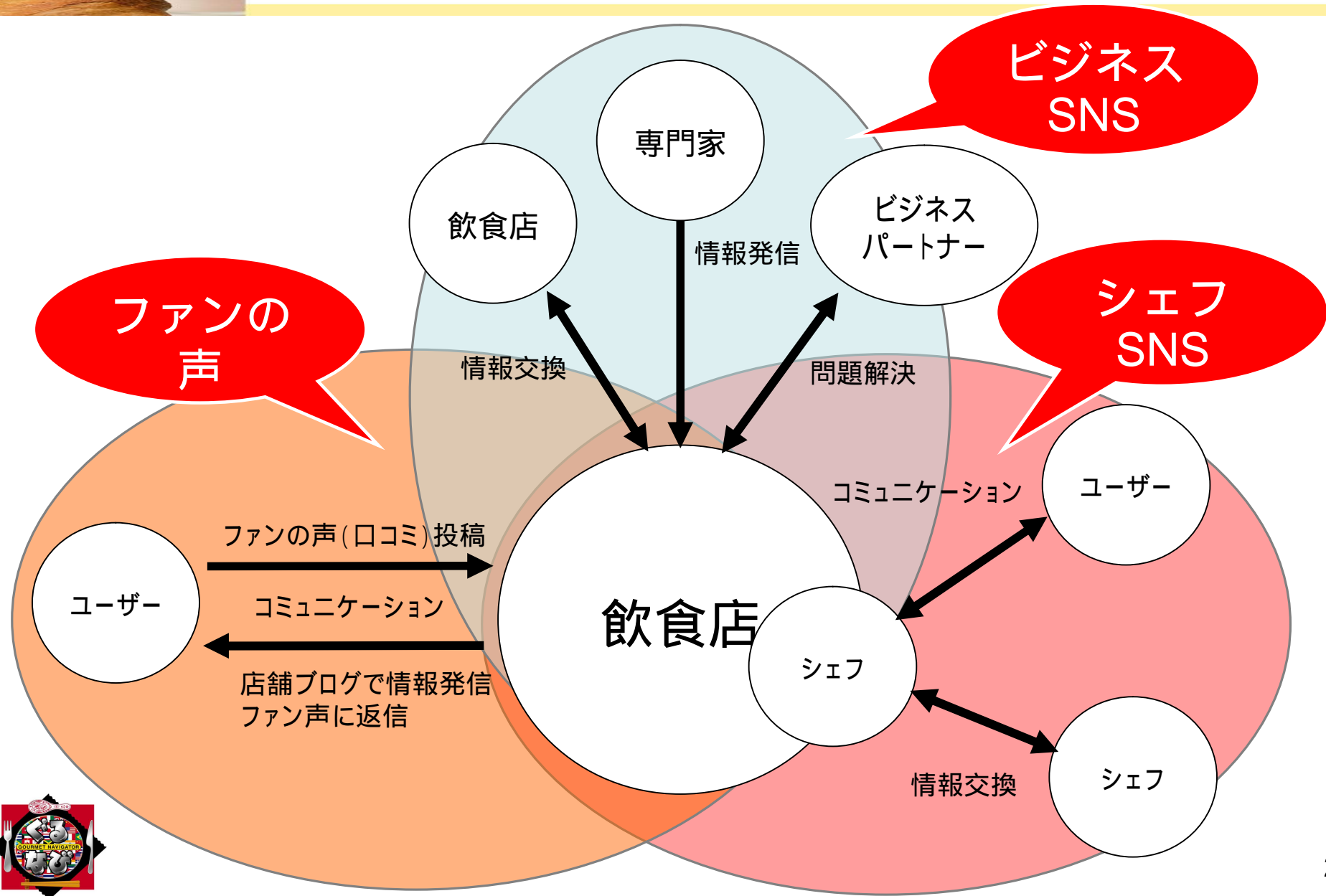


期待される効果

- ぐるなびWebサイトを經由せずにリピーターを増やす
新規来店客を増やす
- ぐるなびのユニークユーザー（モバイル）の拡大

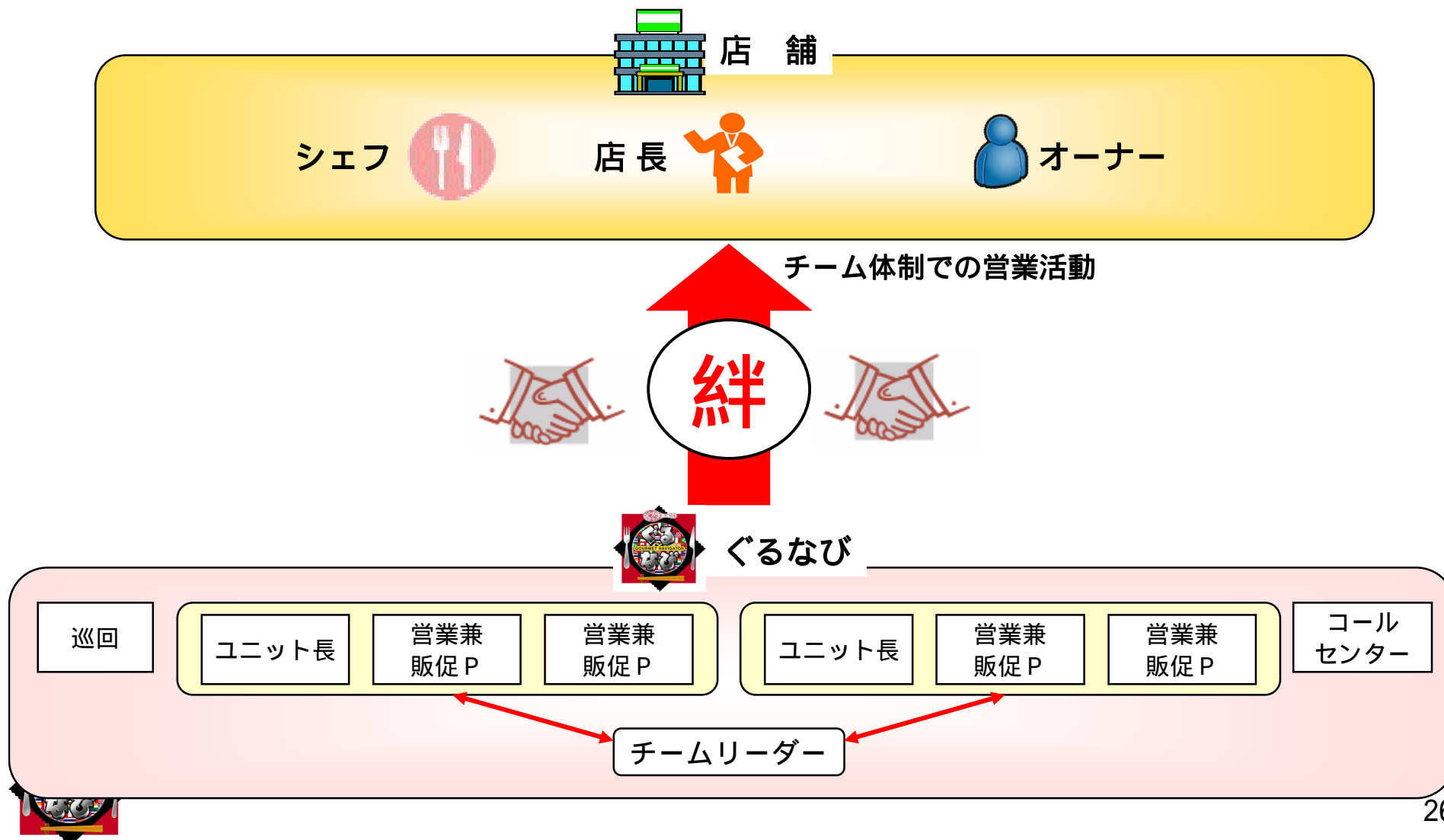


1-(3)飲食店を中心としたコミュニティの活性化



1-(4)飲食店との絆を強化

飲食店との絆をさらに深めることで、顧客満足度の向上を図る



2- (1) ぐるなびオリジナルコミュニケーション力の活用

情報問屋

- ぐるなびオリジナルDBを活用する
- コミュニティを作る
- 流通・商流にからみ利益を得ることが主目的ではない

(例) 水産庁との取り組み

地場の魚 飲食店に直送

水産庁と漁協
ぐるなびと共同で

旬の魚・直送の仕組み
ぐるなびの専用サイト

飲食店
魚 (メヒカリ)
魚 (ナメタグレ)

代金支払い

全国の旬、サイトに

日本経済新聞
2007年3月10日(土曜日)
夕刊 より

ぐるなびPROコミュニティ 広場 (ビジネスSNS)

- コミュニティ機能、ブログ機能、ビジネスメイト機能
- 飲食店、BP、ぐるなびによるクローズドなコミュニティ広場
- 飲食店同士、飲食店とBPのコミュニケーションの促進

【活用例】





2- (2) オリジナルBtoB事業の営業方針

- **B P 会員数の拡大を目指す**
 - @60万円/年・会員
 - B P 会員から見た魅力度の向上
- **B P 会員からのプロモーション受注**
 - 『オリジナルコミュニケーション力』の活用
 - メーカー・産地の販売代理店としてではなく、飲食店の購買代理店（飲食店のサポーター）として



ぐるなびの事業領域

食のトータルサイト

飲食店のサポーター

関連事業

関連事業

Web2.0対応

携帯強化

オリジナルB2B事業
ビジネスパートナー
サプライヤ

食の通販サイト

食市場

海外展開

レシピ

コンサルティング・
リサーチ・店舗診断

売上UP支援
店舗内外装
アプリケーション
サービス
メニュー
ファイナンス

紹介・教育事業

コスト削減支援
仕入コストの削減
人材確保
従業員育成

- 旅関連事業
ぐるなびトラベル
- インターネット版
旅の手帖
 - お土産
 - ぐるめツアー
 - えきから時刻表
 - ぐるなび観光・
出張お助けナビ
 - Surf&Snow

シェフ出張サービス

シェフクル

ウェディング

デリバリー

らくらく幹事さん

基盤事業

飲食店紹介
(販促支援)

販促正会員加盟店(1万店)
ビギナー会員加盟店(10万店)

ASP事業

売上管理

勤怠管理

顧客管理

受発注管理

新規出店支援
リーシング
不動産物件紹介
再生
設計施工
FC

店舗IT化支援
PCの導入
光通信

安全、安心、健康、食育、伝統、食文化、スローフード



会社概要 (2007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	2,324百万円(発行済株式数 258,930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 久保証一郎 取締役会長 滝久雄 取締役副社長 倉沢仁 他(常)取締役5名 (非)取締役1名 執行役員3名 監査役(常)1名 (非)3名 相談役1名
株主構成	(株)NKBホールディングス25.2%、滝久雄19.6%、(株)フジトラベルセンター7.8%、 小田急電鉄(株)0.8%、(株)三井住友銀行0.8%、サントリー(株)0.8%他
従業員数	単体: 693名 連結: 888名
拠点数	東京本社、北海道、仙台、埼玉、千葉、横浜、名古屋、京都、関西、神戸、広島、福岡、 沖縄 国内13ヶ所
関連企業	(株)NKBホールディングス(被所有 25.2%)、ジョイジョイ(株)(95.0%) (株)ぐるなびプロモーションコミュニティ(100.0%)、ぐるなび上海社(54.3%)





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

IRに関するお問合せ
管理部門 IRグループ
TEL:03-3215-8818

本資料は、平成19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19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。