



株式会社ぐるなび

2010年3月期

第2四半期 決算説明会資料

代表取締役社長 久保 征一郎

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



Section 1

決算ハイライト



2010年3月期 第2四半期

業績の概況



●売上高、経常利益の増加

売上高	11,333 百万円	前年同期比 + 23.7%
経常利益	2,113 百万円	前年同期比 + 21.7%

●飲食店販促サービス売上高の増加

不況による外食産業低迷の影響があるものの、総加盟店数、加盟店月額単価、(ARPU)ともに増加

※外食産業低迷の影響により、飲食店販促サービス売上高及び加盟店数の前年同期比伸び率は例年より低調

飲食店販促サービス売上高	10,151 百万円	前年同期比 + 19.9%  ※
総加盟店数	49,150 店	前年同期比 + 6.3%  ※
加盟店月額単価(ARPU) (飲食店販促サービス ベース)	35,190 円/月	前年同期比 + 11.2%

●プロモーション (BtoB事業) の強化

今後の経営基盤となるBtoB事業の強化のため、生産者のネットワーク構築に注力。マルシェ・ジャポン等の大型案件受注により、売上高増加。ただし高原価率のため売上原価上昇、利益への寄与は少ない。

プロモーション売上高	708 百万円	前年同期比 + 104.9%
------------	---------	----------------



連結決算ハイライト

- 売上高 前年同期比 + 23.7%
- 経常利益 前年同期比 + 21.7%
- 当期純利益 前年同期比 + 22.2%

要約連結損益計算書 (累計期間)

(単位:百万円)	2009年3月期 第2四半期	2010年3月期 第2四半期	前年同期比	(参考) 業績見通し
売上高	9,165	11,333	+23.7%	11,060
売上原価	1,589	2,327	+46.5%	
(売上原価率)	(17.3%)	(20.5%)	+3.2p	
売上総利益	7,576	9,006	+18.9%	
販管費及び一般管理費	5,859	6,901	+17.8%	
(販管费率)	(63.9%)	(60.9%)	△3.0p	
営業利益	1,717	2,104	+22.6%	1,873
経常利益	1,736	2,113	+21.7%	1,895
税引前当期純利益	1,689	2,059	+21.9%	
当期純利益	991	1,211	+22.2%	1,055



連結決算ハイライト

売上高 内訳 (累計期間)

(単位:百万円)	2009年3月期 第2四半期	2010年3月期 第2四半期	前年同期比	内 容
売 上 高	9,165	11,333	+23.7%	
飲食店販促サービス	8,468	10,151	+19.9%	総加盟店舗数 49,150店 前年同期比+ 6.3% ARPU 35,190円/月 前年同期比+11.2%
販促パックサービス	6,654	8,110	+21.9%	販促正会員数 15,102店 前年同期比+14.7% ARPU 92,650円/月 前年同期比+ 3.2%
継続型サービス	1,490	1,691	+13.5%	スタートプラン(月額30,000円)の販売強化
スポット型サービス	324	349	+7.8%	
プロモーション	345	708	+104.9%	マルシェ・ジャポン等の大型案件受注
関連事業	351	473	+34.8%	ぐるなび食市場、ぐるなびデリバリー、ぐるなびトラベル、 Let's Enjoy TOKYO、ぐるなびウェディング、ぐるなび上海等



連結決算ハイライト

売上原価／販管費及び一般管理費 内訳 (累計期間)

(単位:百万円)	2009年3月期 第2四半期		2010年3月期 第2四半期			内 容
	金 額	売上比	金 額	売上比	対前年同期	
売上原価	1,589	17.3%	2,327	20.5%	+3.2p	原価率の高い大型のプロモーション案件 ソフトウェアの早期償却実施 システム開発及びコンテンツ開発強化
販管費及び一般管理費	5,859	63.9%	6,901	60.9%	△3.0p	売上高増により改善
人件費	2,404	26.2%	3,033	26.8%	+0.6p	臨時従業員を含む人員 1,325名→1,599名(9月末比)
賃借料	518	5.7%	600	5.3%	△0.4p	
業務委託費	631	6.9%	692	6.1%	△0.8p	
販促・宣伝費	505	5.5%	583	5.2%	△0.3p	
その他	1,799	19.6%	1,990	17.6%	△2.0p	



連結決算ハイライト

要約連結貸借対照表（会計年度末/会計期間末）

(単位:百万円)	2009年3月期 年度末 (2009.3.31)	2010年3月期 第2四半期 (2009.9.30)		2009年3月期 年度末 (2009.3.31)	2010年3月期 第2四半期 (2009.9.30)
流動資産合計	8,709	9,058	流動負債合計	2,968	2,522
現金及び預金	4,711	4,831	支払手形及び 買掛金	118	299
受取手形及び 売掛金	3,131	3,358	未払法人税等	1,130	883
未収入金	805	853	ポイント引当金	23	27
その他	60	14	未払金	1,128	822
固定資産合計	4,219	4,202	その他	567	489
有形固定資産	653	660	固定負債計	222	211
無形固定資産	2,411	2,386	負債合計	3,191	2,734
投資その他の 資産	1,154	1,155	純資産合計	9,738	10,526
資産合計	12,929	13,260	負債純資産 合計	12,929	13,260

要約連結キャッシュ・フロー計算書(累計期間)

(単位:百万円)	2009年3月期 第2四半期	2010年3月期 第2四半期
営業活動 C F	453	1,362
投資活動 C F	△1,049	△799
財務活動 C F	△180	△445
現金及び現金同等 物の増減額	△774	119
現金及び現金同等 物の中間期末残高	3,547	4,781

【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

税金等調整前四半期純利益 2,059百万円

減価償却費 663百万円

法人税等の支払額 △1,093百万円

売上債権の増加額 △226百万円

○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 636百万円

有形固定資産の取得による支出 108百万円

子会社出資金の取得による支出 30百万円

○財務活動によるキャッシュ・フロー

配当金の支払額 432百万円



単体・連結子会社決算ハイライト

- (株)ぐるなび(単体): 売上高 23.4%増、経常利益 17.5%増、当期純利益 22.4%増
- (株)ぐるなびPC : 売上高 23.6%増、経常利益 49.9%増、当期純利益 19.1%増
- ジョイジョイ(株) : 売上高 38.7%増、経常利益 78.5%増、当期純利益 78.8%増
- ぐるなび上海社 : メディアパワー向上に注力

要約損益計算書 (累計期間) (単位:百万円)

ぐるなび	2009年3月期 第2四半期	2010年3月期 第2四半期	前年同期比
売上高	9,033	11,145	+23.4%
売上原価	1,759	2,538	+44.2%
(売上原価率)	(19.5%)	(22.8%)	+3.3p
売上総利益	7,273	8,607	+18.3%
販管費及び一般管理費	5,569	6,600	+18.5%
(販管費率)	(61.7%)	(59.2%)	△2.5p
営業利益	1,703	2,006	+17.8%
経常利益	1,725	2,026	+17.5%
税引前当期純利益	1,552	1,902	+22.6%
当期純利益	902	1,104	+22.4%

ぐるなび プロモーションコミュニティ	2009年3月期 第2四半期	2010年3月期 第2四半期	前年同期比
売上高	297	367	+23.6%
経常利益	36	54	+49.9%
当期純利益	26	31	+19.1%

ジョイジョイ(株)	2009年3月期 第2四半期	2010年3月期 第2四半期	前年同期比
売上高	302	419	+38.7%
経常利益	41	74	+78.5%
当期純利益	41	73	+78.8%

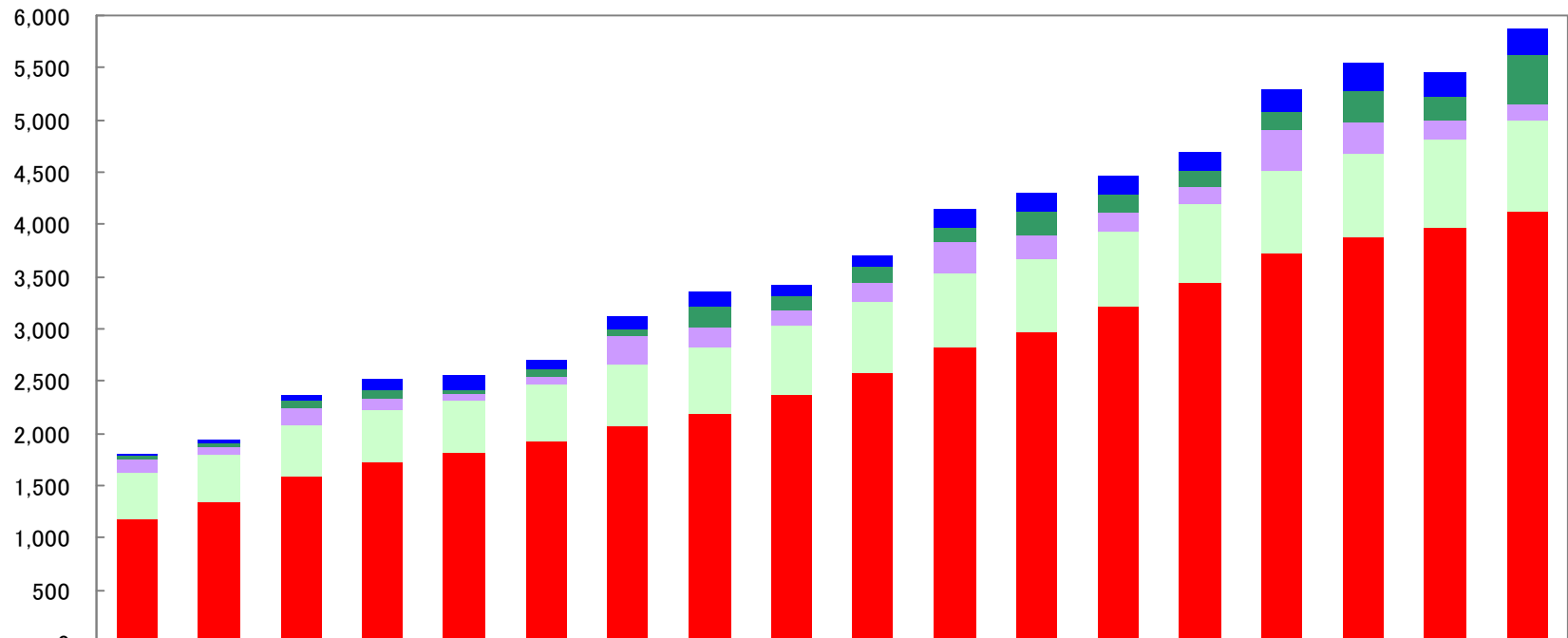
ぐるなび上海社	2009年3月期 第2四半期	2010年3月期 第2四半期	前年同期比
売上高	16	28	+71.8%
経常利益	△58	△62	—
当期純利益	△58	△62	—



四半期別 カテゴリー別売上推移（連結）

販促パックサービス・継続型サービス ⇒ 加盟店舗数及びARPUの増加による売上増加
スポット型サービス ⇒ 季節要因による売上減少
プロモーション ⇒ マルシェ・ジャポン等の大型案件受注による売上増加

(百万円)



	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
■ 関連事業	30	41	52	113	130	88	127	141	108	115	177	188	173	178	213	266	231	242
■ 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
■ 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
■ 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
■ 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

※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。



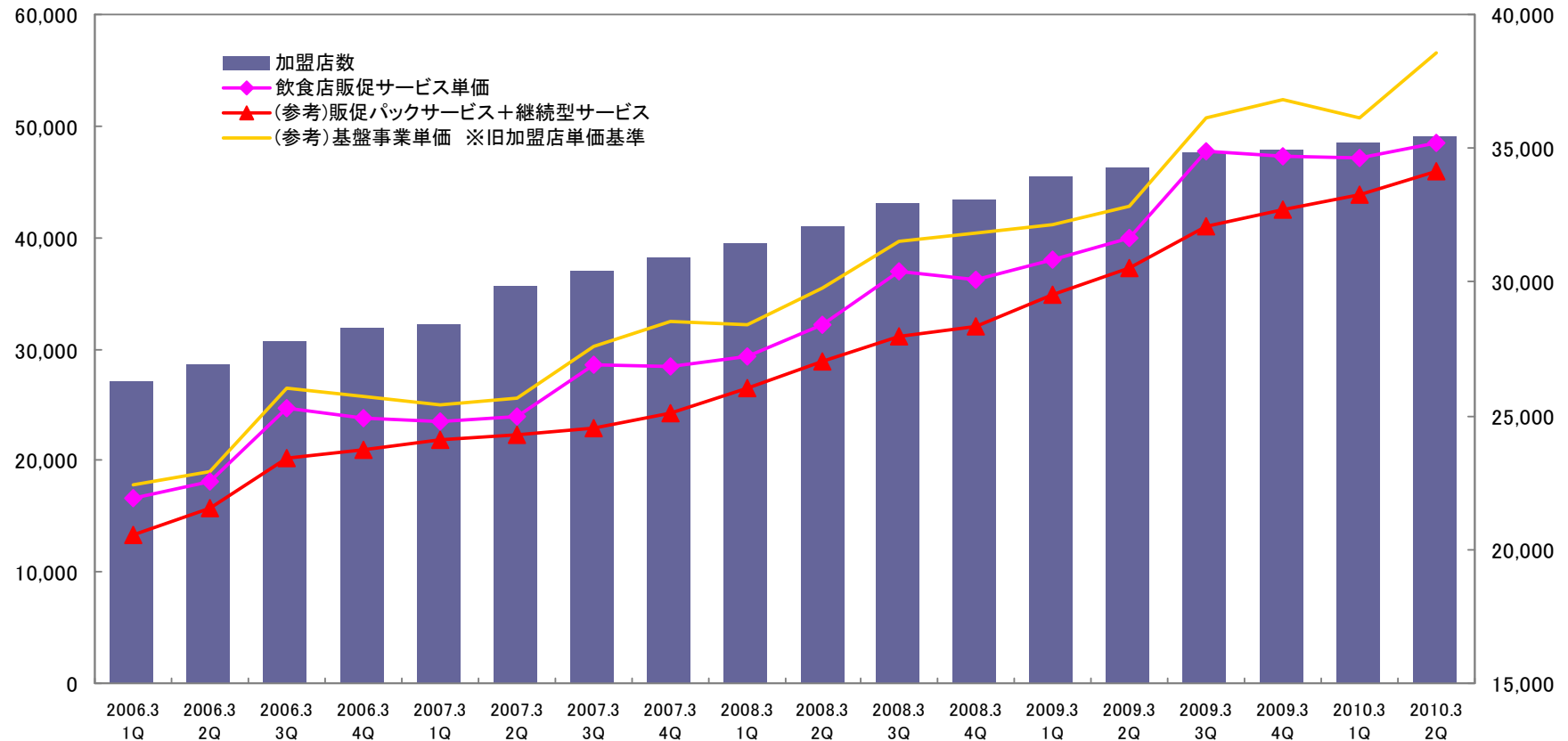
四半期別 加盟店数・ARPU推移

加盟店数・ARPU：不況による外食産業低迷の影響あるものの増加

※今期よりサービスの対象が飲食店である「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)」を開示区分へ追加しており、また対象が法人企業であるプロモーションの売上高が増加していることから、ARPUの母数を基盤事業売上高から飲食店販促サービスへと変更しております。

(加盟店数:店)

(単価:円 / 月額)





四半期別 カテゴリー別情報（連結）

売上高（単位：百万円）	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
販促パックサービス	2,372	2,578	2,821	2,961	3,210	3,443	3,731	3,879	3,979	4,131
継続型サービス	664	687	704	715	729	760	785	806	830	861
スポット型サービス	138	169	309	222	169	154	394	287	192	156
飲食店販促サービス計	3,175	3,435	3,834	3,899	4,109	4,358	4,910	4,974	5,002	5,149
プロモーション	139	159	141	227	180	164	177	303	218	490
基盤事業計	3,314	3,595	3,976	4,127	4,290	4,523	5,088	5,278	5,220	5,640
関連事業	108	115	177	188	173	178	213	266	231	242
合計	3,422	3,709	4,153	4,316	4,463	4,701	5,301	5,544	5,451	5,882

月額単価（単位：円）	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
販促パックサービス	82,762	84,949	86,280	85,636	88,696	89,779	91,109	91,116	91,850	92,650
販促パックサービス +継続型サービス ▲	26,047	27,035	27,956	28,356	29,537	30,535	32,066	32,701	33,295	34,119
飲食店販促サービス ▼	27,235	28,434	30,411	30,068	30,811	31,655	34,866	34,709	34,628	35,190

(参考)基盤事業 28,429 29,759 31,531 31,825 32,167 32,852 36,127 36,829 36,138 38,541
 ※月額単価の算出方法 月額売上高÷((前四半期末店舗数+当四半期末店舗数)÷2)

加盟店数（単位：店）	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
販促正会員数	9,764	10,470	11,328	11,729	12,401	13,171	14,131	14,256	14,625	15,102
ビギナー会員数	29,795	30,514	31,757	31,645	33,147	33,076	33,519	33,637	33,783	34,048
総加盟店数	39,559	40,984	43,085	43,374	45,548	46,247	47,650	47,893	48,408	49,150



メディアパワー推移

— 月間PV数

8.5億PV／月間 (2008年12月
前期は7.2億PV/月間)

月間ユニークユーザー1,800万人 (2008年12月
前期は1,400万人)

ぐるなび会員数 670万人 (2009年10月13日現在)
前期は601万人)

Peak1

忘新年会シーズン

Peak2

歓送迎会シーズン

2009年7月～9月 PV数対前年同月比マイナス

- ・2008年6月～2009年6月において、クローラーによるアクセスが大幅に増加していたことによる影響
⇒2009年9月PV数(除くクローラー影響)前年同月比104%
- ・景気低迷による外食ユーザーのマインドの冷え込みに伴うPV数伸び率鈍化

- 忘新年会シーズンにおいて広告宣伝強化
- コンテンツ開発の強化(ユーザー参加型コンテンツ他)



2010年3月期 第2四半期

Section 2

TOPICS



TOPICS

当社サイトの 価値を高める ための活動

- PC 4月にエリア版及び都道府県版リニューアル
- PC HOMEに「人気急上昇ランキング」「今日の12星座占い」を掲載し利用頻度向上を図る
- 携帯 4月にiPhone/iPod touch 向けアプリケーション・Webサイト提供開始
- 携帯 「ぐるなびウィジェット」NTTドコモに続きソフトバンクモバイルに対応

基盤事業の 拡大

- 全国13箇所において「GONミーティング(戦略共有会議)」開催(4月、9月に実施)
- ぐるなびタッチハンディ導入
- ぐるなびPRO for 飲食店 モバイル版開始
- モール向け 専用の管理画面提供、エリア版及び都道府県版にユーザー誘導口設置
- BtoB事業 予算外のプロジェクト受注(マルシェ・ジャポン 農林水産省/ソコココ 経済産業省)

関連事業の 推進

- 「ぐるなび食市場」ぐるなび印商品拡充
- 中国サイト「gudumami.cn」上海版、北京版に加え主要8都市にてサービス開始

社会的な 取り組み

- ぐるなびタッチを活用した助成金プログラム「タッチでエコ！」開始
- 「ぐるなび食市場」エコポイント交換対象商品紹介
- 「ぐるなびシェフ フェスティバル」開催
- 「地産他消ナビ」開始



TOPICS

日本の食生活を豊かにするための取組み

「**地産他消**」の推進を通じて、産地の活性化と食の新しい楽しみ方を提案します。

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。

◆マルシェ・ジャポンの目指すもの

- 「作って語る生産者」と「買って食べる生活者」とが交流する場を創出します。
- 「農と食の知恵」や「参加して体験する喜び」の共有がある場を創出します。
- マルシェ・ジャポンが「コミュニティ」となり、街の新しい文化となることを目指します。

◆生産者のメリット

- 都市の消費者と直接ふれあい、販売できる場を得られます。
- 新規ファンの獲得により、所得向上の機会が増えます。
- 生産者同士のネットワークができます。



ぐるなび地産他消ナビ

地域活性化サービスをまとめたポータルサイト。ふるり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。



SOCO COCO

経済産業省中小企業庁の地域産品販路拡大のための販売スペース設置事業「SOCO COCO(ソコココ)」を受託し、運営。

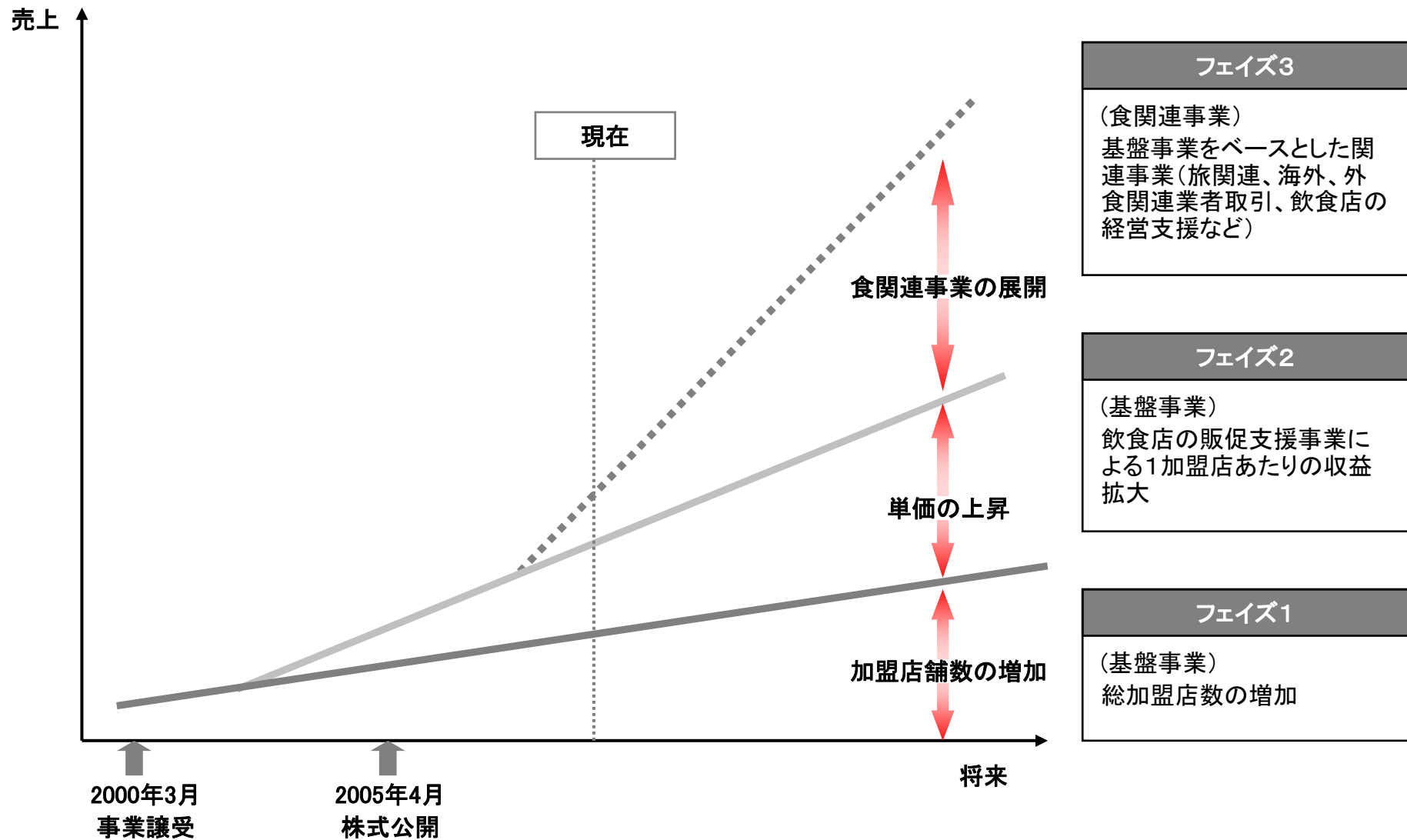


Section 3

ぐるなびの成長戦略



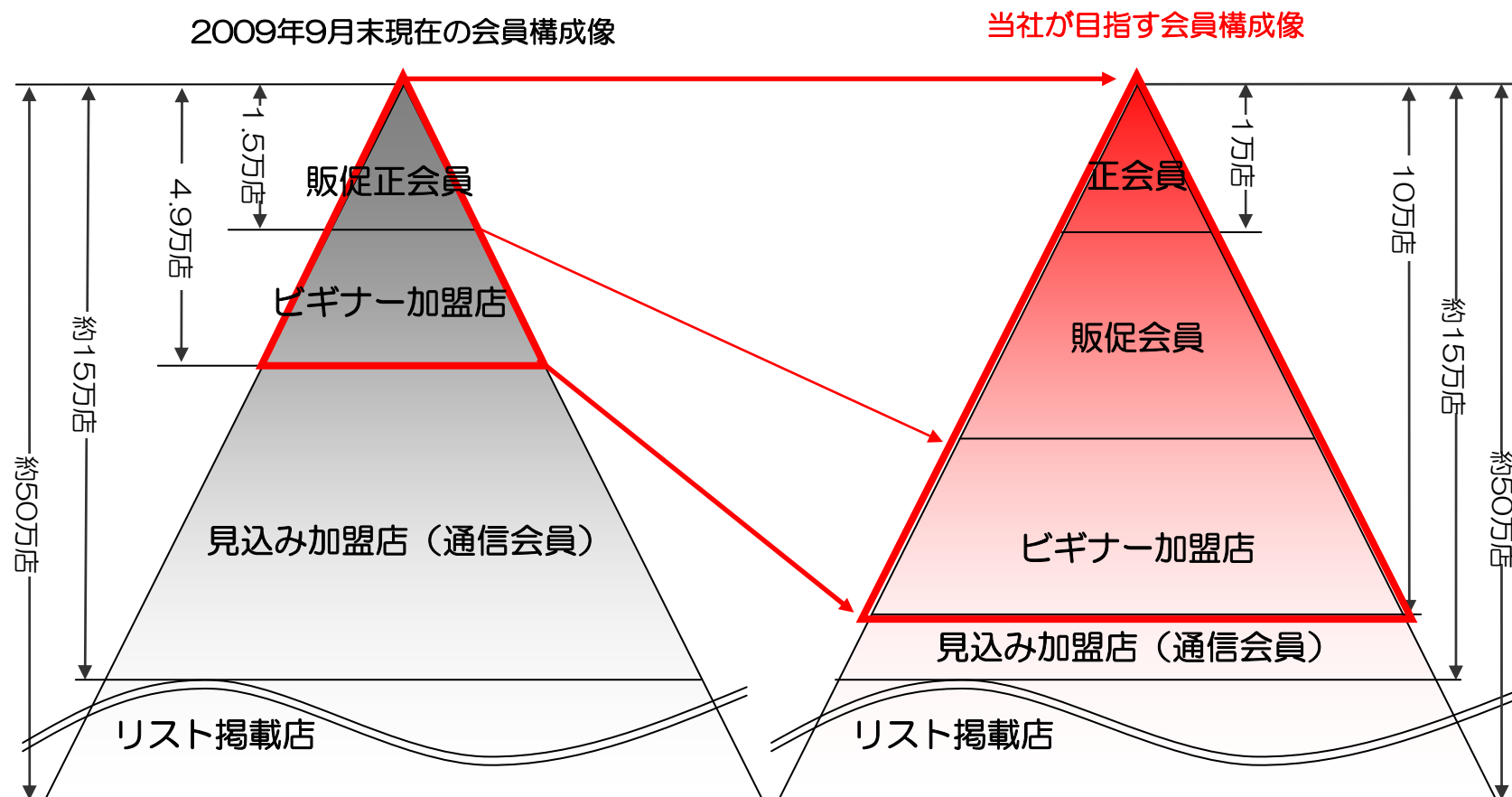
成長戦略における事業展開の位置づけ





加盟店の成長戦略

2009年9月末データ：総掲載店舗数 50万店、詳細情報掲載店舗数 64,000店
加盟店舗数 49,150店、販促正会員数 15,102店、ビギナー会員数 34,048店





ぐるなびの事業領域 (安全、安心、健康、食育、食文化、環境)

飲食店及びネットユーザーに向けたITを核とした戦略

ネットユーザー向け事業戦略

食のトータルサイト

関連事業

- ぐるなび
トラベル
- お土産
- ぐるなび観光・
出張お助けナビ
- えきから時刻表
- Surf&Snow

ウェディング

デリバリー

らくらく幹事さん

Let's Enjoy TOKYO

食市場

レシピ

テイクアウト

海外展開

基盤事業

飲食店紹介
(販促支援)

飲食店向け事業戦略

飲食店のサポーター

関連事業

ビジネスSNS

旬魚市場

未利用資源

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
ファイナンス

仕入れ支援
受発注管理

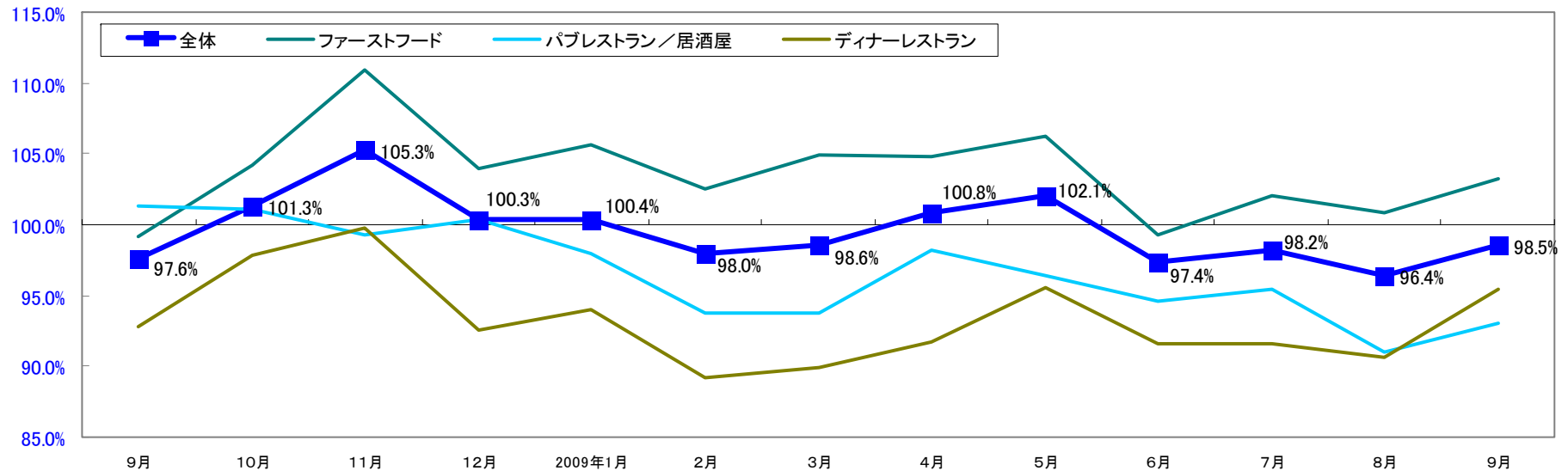
人材支援
新規採用
従業員育成
勤怠管理

売上UP支援
店舗内外装
サービス
メニュー
顧客管理



(参考)日本の外食産業動向

外食産業業態別売上前年同月比推移 【直近1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)

現状

- 全体は、9月に98.5%と前年を下回って推移している
- ファーストフード業態は、9月に103.3%と前年を上回った
- ディナーレストラン業態は、2月の89.2%を底に、9月に95.4%と前年を下回って推移している
- パブレストラン/居酒屋は、2月・3月の93.8%を底に、9月に93.0%と前年を下回って推移している



会社概要（2009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、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、他(常)取締役4名、(非)取締役1名、執行役員4名、監査役(常)1名(非)3名
株主構成	滝 久雄 35.03%、日本トラスティ・サービス信託銀行(株) 5.11%、日本マスタートラスト信託銀行(株) 2.36%、(財)日本交通文化協会2.23%、菊池 俊彦 2.02%、小田急電鉄(株) 1.77%、他
株主数	13,367名
従業員数	単体:1,225名 連結:1,599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)(100.0%)、(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(100.0%)



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

IRに関するお問合せ

<https://ssl.gnavi.co.jp/ir/webmaster/>

Disclaimer:本資料は、平成22年3月期第2四半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21年9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。