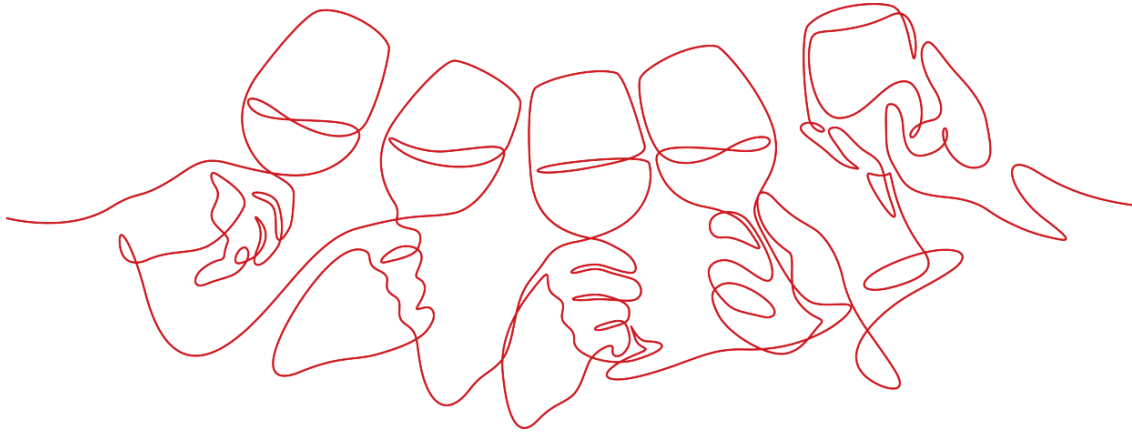
2027年3月期 第2四半期
決算説明会資料 2Q

株式会社ぐるなび（証券コード / 2440）



中期経営計画2028　～ 全体像 ～

中期経営計画より抜粋

― ビジョン ―

“真の” 飲食店のサポーター

― 全社方針 ―

「提供価値の変革」と「飲食店ネットワークの拡大」

当社に対する顧客認識を『経営サポーター』へ　　『顧客基盤の再構築』『情報資産の拡充』による新たな成長の礎構築

― 事業戦略 ―

サービス

B2C ---------- B2B領域への「飲食店経営プラットフォーム」の機能拡充 ----------▶ B2B

- A メディア・会員サービスの強化
- B エージェント事業の確立
- C 加盟価値の拡充

体制

- D 営業体制の強化・活動プロセスの改善
- E AI時代に即したデータ基盤の構築・活用

― 経営基盤 ―

コーポレートガバナンスの強化	人的資本経営の推進	財務戦略の強化

数値計画2028			
	✓ 売 上 高 ／ 189億円　CAGR (25-28) 10%	✓ 有料加盟店舗数 ／　60,000店舗	✓ ROE（自己資本利益率）／ 21%
	✓ 営業利益 ／　13億円　OPM 7%	✓ 総加盟店舗数　／ 100,000店舗	✓ ROIC（投下資本利益率）／ 16%

中期経営計画2028：https://ssl4.eir-parts.net/doc/2440/tdnet/2807982/00.pdf

サマリ

今期計画していた営業スタッフ採用を上期で完遂
中期経営計画の推進人員を早期に充足

上期業績

- **売上高は、比較的好調に推移**
- **損失は、費用低減を背景に想定より大幅縮小して着地**
  - ✓ コスト管理の徹底
  - ✓ 業務効率の向上等を背景とした飲食店支援領域以外の採用コントロール
  - ✓ 一部費用の下期への計上時期ずれ

通　期

- **通期業績予想に変更なし**
  - ✓ 中計初年度である当期は、Jカーブ成長に向けた投資の一年
  - ✓ 来期以降の売上・利益の拡大に資する施策を柔軟かつ迅速に実行

決算概要

■ 第2四半期累計 業績概要

売上高	7,032 百万円	YoY	+10.3 %
営業損失	-25 百万円	YoY	―
親会社株主に帰属する中間純利益	0 百万円	YoY	-99.7 %

■ 主要KPI

総有料加盟店舗数（2027年3月期2Q末）	43,558 店	YoY	+2.7 %	QoQ	+1.0 %
飲食店支援サービスARPU（2027年3月期2Q）	22,570 円	YoY	+5.2 %	QoQ	+1.0 %
ストック型有料加盟店舗数（2027年3月期2Q末）	33,724 店	YoY	-0.5 %	QoQ	+0.5 %
ストック型サービスARPU（2027年3月期2Q）	26,492 円	YoY	+10.6 %	QoQ	+2.2 %
楽天ID連携会員数（2027年3月期2Q末）	1,162 万人	YoY	+9.7 %		

連結損益計算書

（単位：百万円）	2026年3月期 第2四半期	対売上高 比率	2027年3月期 第2四半期	対売上高 比率	前年同期比 変化率
売上高	6,374	100.0%	**7,032**	100.0%	+10.3%
売上原価	2,447	38.4%	**3,021**	43.0%	+23.4%
売上総利益	3,926	61.6%	**4,010**	57.0%	+2.1%
販売費及び一般管理費	3,821	60.0%	**4,036**	57.4%	+5.6%
営業利益（損失）	105	1.6%	**-25**	-	-
経常利益（損失）	101	1.6%	**-48**	-	-
税引前中間純利益（損失）	133	2.1%	**-0**	-	-
親会社株主に帰属する中間純利益※	128	2.0%	**0**	0.0%	-99.7%

※ 第1四半期において投資有価証券売却益47百万円を特別利益として計上（前年同四半期：30百万円）

売上高内訳

（単位：百万円）	2026年3月期 第2四半期	2027年3月期 第2四半期	前年同期比 変化率
売上高	6,374	**7,032**	+10.3%
飲食店支援サービス	5,358	**5,819**	+8.6%
ストック型サービス	4,799	**5,294**	+10.3%
スポット型サービス	558	**524**	-6.1%
プロモーション	415	**516**	+24.2%
関連事業	600	**696**	+15.9%

飲食店支援サービス

✓ 伴走型サポートの観点から年間契約型受注に注力した結果、ストック型サービス売上が計画を上回る

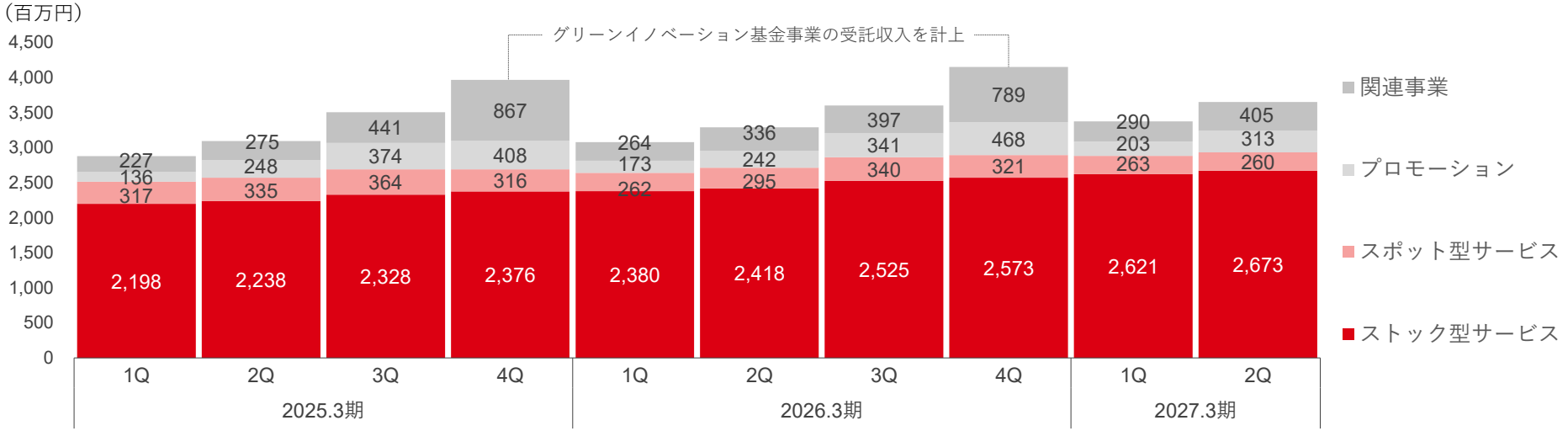
飲食店に対する提供サービスの領域が販促支援から業務・経営支援へと拡大している実態を反映するとともに、「中期経営計画2028」に基づく今後のさらなる支援領域の拡大を見据え、今期より「飲食店販促サービス」の名称を「飲食店支援サービス」に変更。名称のみの変更であり集計範囲に変更はないため、前年同期の数値も変更後の名称で記載。

プロモーション

✓ 主に、省庁・自治体向けプロモーション売上が拡大

関連事業

✓ 主に、厨房機器販売店「テンポスぐるなび」の売上が拡大



原価・費用内訳

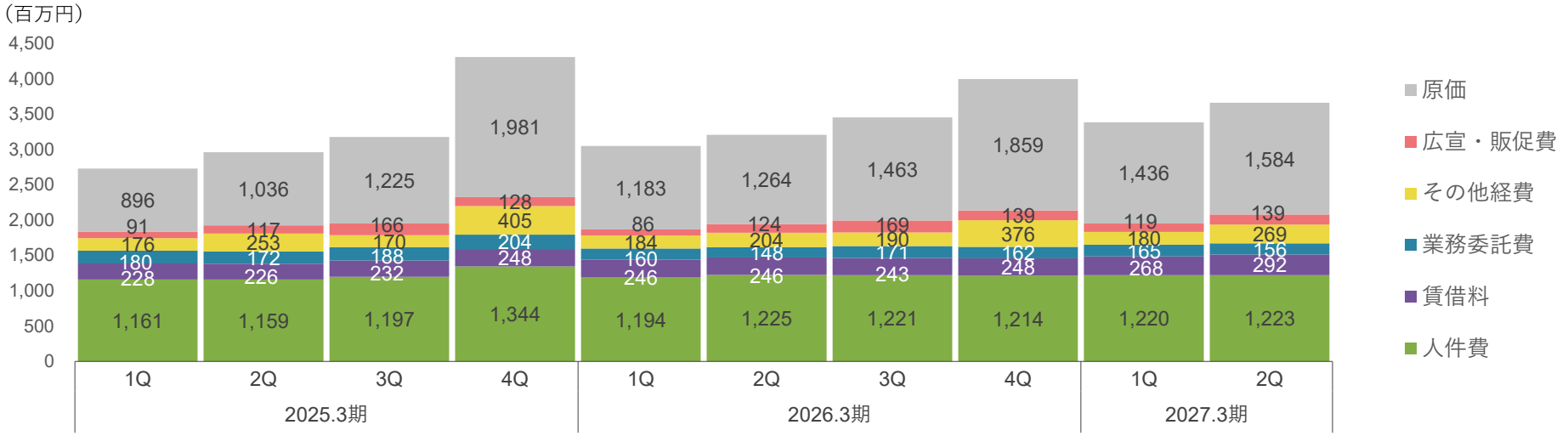
（単位：百万円）	2026年3月期 第2四半期	2027年3月期 第2四半期	前年同期比 変化率
総費用	6,269	**7,057**	+12.6%
売上原価	2,447	**3,021**	+23.4%
販売費及び一般管理費	3,821	**4,036**	+5.6%
人件費	2,419	**2,444**	+1.0%
賃借料	493	**560**	+13.8%
業務委託費	308	**321**	+4.2%
広宣・販促費	211	**258**	+22.0%
その他	388	**450**	+16.0%

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

販売費及び一般管理費

- ✓ 飲食店支援事業の営業増員を図る一方、業務効率の向上等を背景にその他領域の採用を抑制したことから、人件費は微増に留まる
- ✓ システム賃借における使用量拡大および価格改定等の影響のほか、本社移転等に伴う一過性要因により賃借料が増加
- ✓ 各種キャンペーンの実施のほか、新規加盟の見込み客づくりに係る広宣・販促費が増加



連結貸借対照表

✓「資本コストの低減」と「財務の健全性」を両立すべく、3つの財務指標を総合的に勘案したバランスシートマネジメントを推進

（①D／Eレシオ0.5倍、②自己資本比率40～50％程度、③手元流動性2か月分以上の現預金）

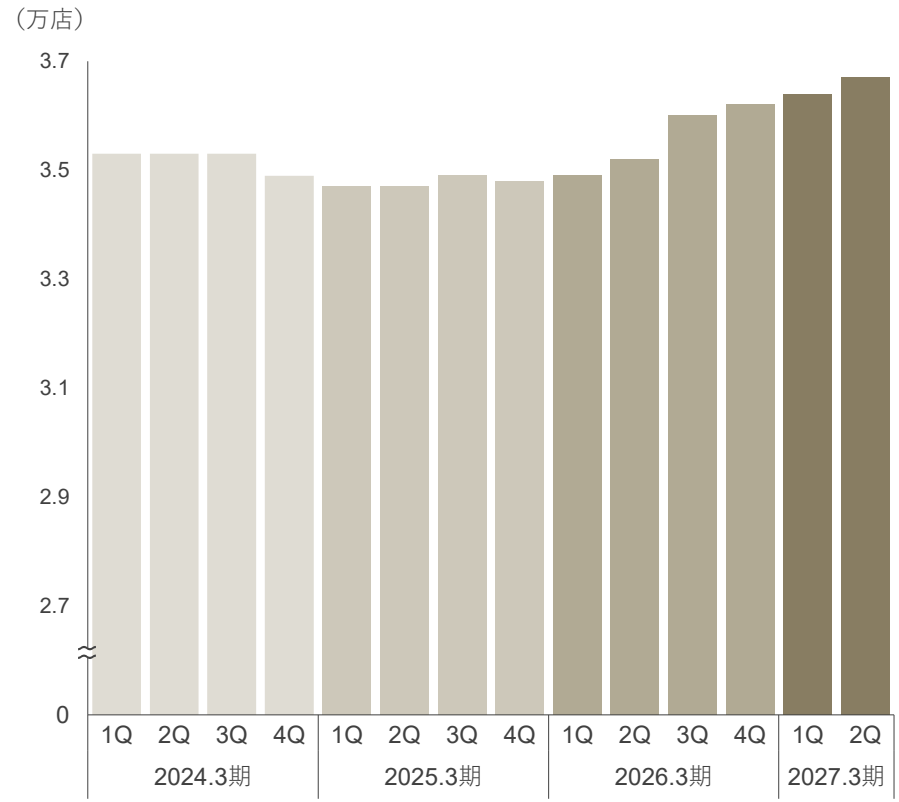
（単位：百万円）	2026年3月末	2026年9月末	前期末比	（単位：百万円）	2026年3月末	2026年9月末	前期末比
流動資産合計	7,987	**7,796**	-191	流動負債合計	2,411	**2,533**	+121
現金・預金	3,300	**3,724**	+423	未払金	1,257	**1,126**	-131
受取手形及び売掛金	2,527	**2,166**	-361	預り金	40	**61**	+21
未収入金	1,525	**834**	-690	未払法人税等	4	**2**	-1
前払費用	365	**594**	+228	賞与引当金	336	**332**	-3
貸倒引当金	-60	**-70**	-9	ポイント引当金	5	**5**	+0
その他	327	**546**	+218	その他	767	**1,004**	+236
固定資産合計	2,924	**3,061**	+137	固定負債合計	3,256	**3,116**	-139
有形固定資産	244	**385**	+141	長期借入金	3,034	**2,912**	-121
無形固定資産	1,870	**1,906**	+35	その他	222	**204**	-17
投資その他の資産	809	**769**	-39	負債合計	5,667	**5,649**	-17
				純資産合計	5,243	**5,208**	-35
				自己資本	5,206	**5,172**	-33
資産合計	10,911	**10,857**	-53	負債純資産合計	10,911	**10,857**	-53

2026年9月末アンコミットメントライン契約の総額　3,000百万円
（借入実行残高　－　）

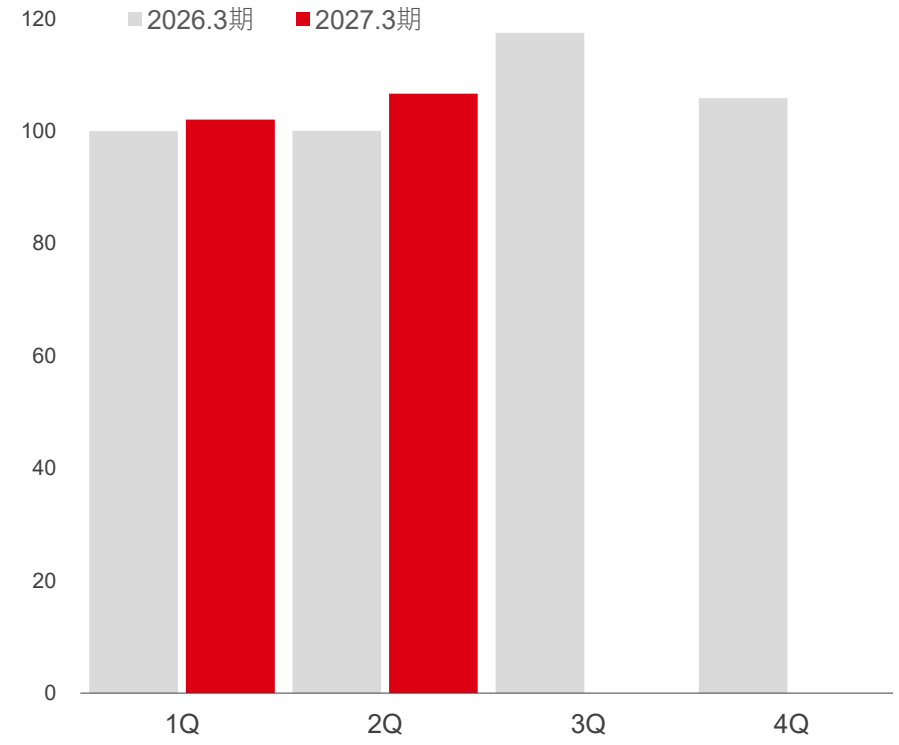
施策進捗：メディア・会員サービスの強化（ネット予約サービスの状況）

✓ ネット予約対応店舗数の拡大が奏功し、ネット予約数は前年同期比増加傾向

■ ネット予約対応店舗数の推移



■ ネット予約件数の推移（2026.3期1Q＝100）

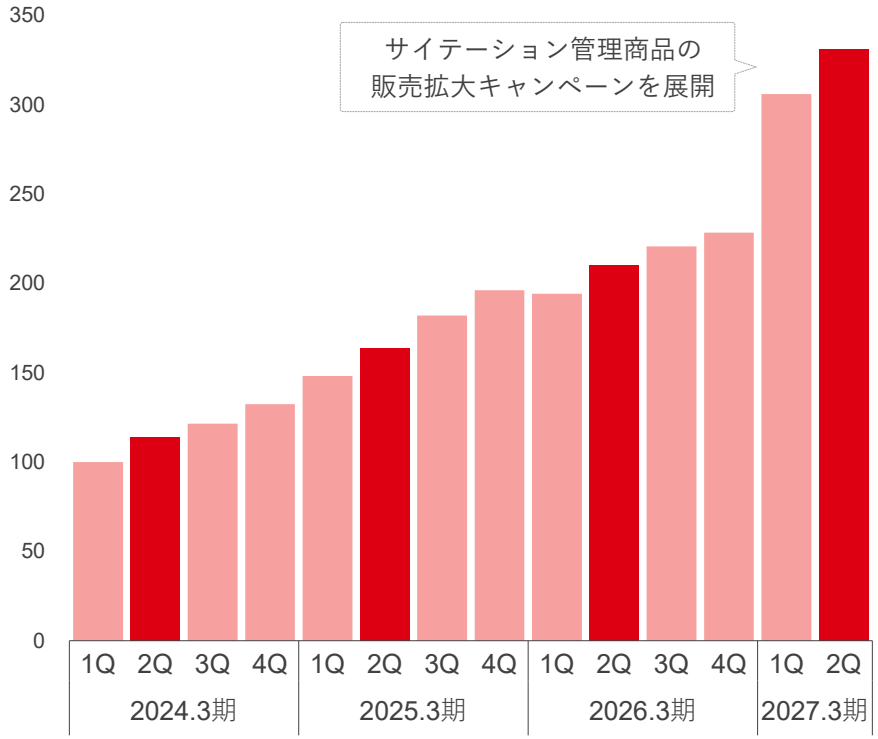


施策進捗：エージェント事業の確立（運用代行系商品）

✓ Google ビジネスプロフィール運用支援を主軸に、ストック型サービス売上の成長をけん引する存在へ

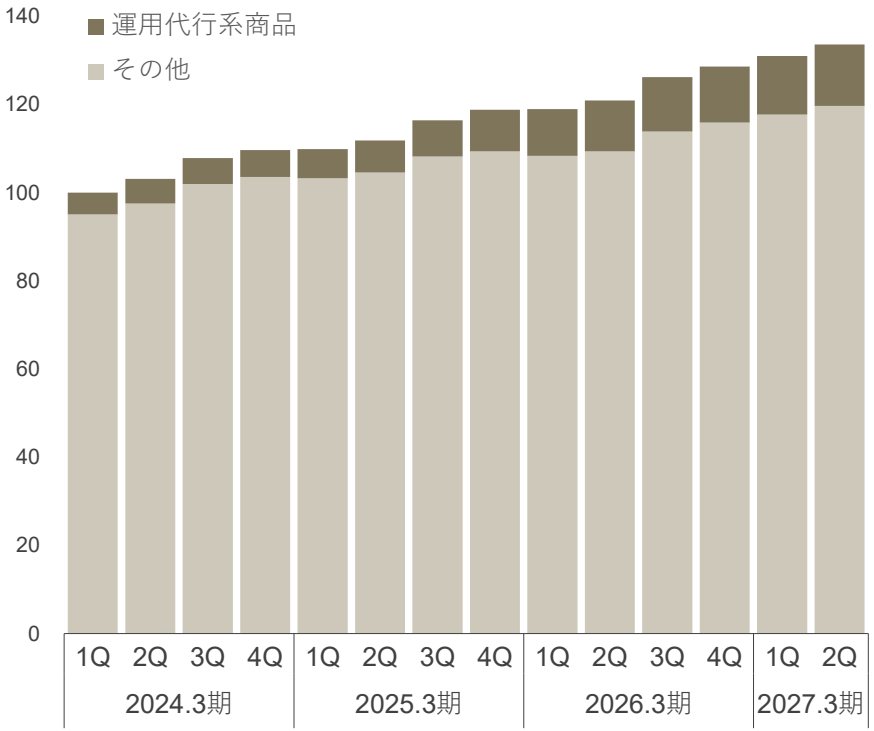
■ 運用代行系商品の延べ利用店舗数

（2024.3期1Qを100とする指数）



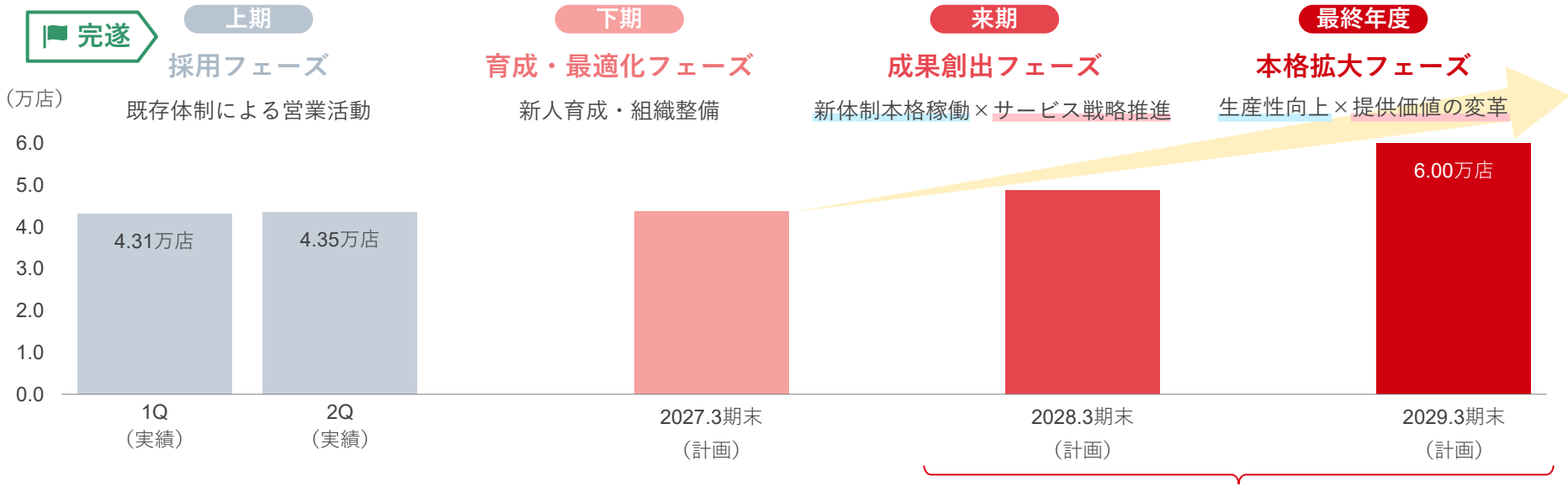
■ ストック型サービスにおける運用代行系商品売上の状況

（2024.3期1Qのストック型サービス売上を100とする指数）



施策進捗：営業体制の強化

■ **飲食店ネットワーク拡大ロードマップ** ／ サービス戦略との相乗効果により来期以降店舗数拡大ペースを加速



事業戦略シナジー

体制戦略

D **営業体制の強化**

- ✓ 初年度での集中採用
- ✓ AI活用によるプロセス改善

×

サービス戦略

A **メディア・会員サービスの強化**

B **エージェント事業の確立**

C **加盟価値の拡充**

2027年3月期 通期業績予想

2027年3月期 方針・通期業績予想

方針 **Jカーブ成長の「礎」を築く、戦略投資と事業整備の推進**

- **戦略投資** 飲食店ネットワークの拡大に向けた営業体制の増強、トスアップパートナーの拡充等
- **収益改善** 全社利益の最大化に向けたその他事業領域における収益改善施策の実行
- **AI活用** 将来的な情報資産の本格活用に備えた、「AIフレンドリー」化の推進

■ 通期業績予想に変更なし　～ 来期以降の売上・利益の拡大に資する施策を柔軟かつ迅速に実行 ～

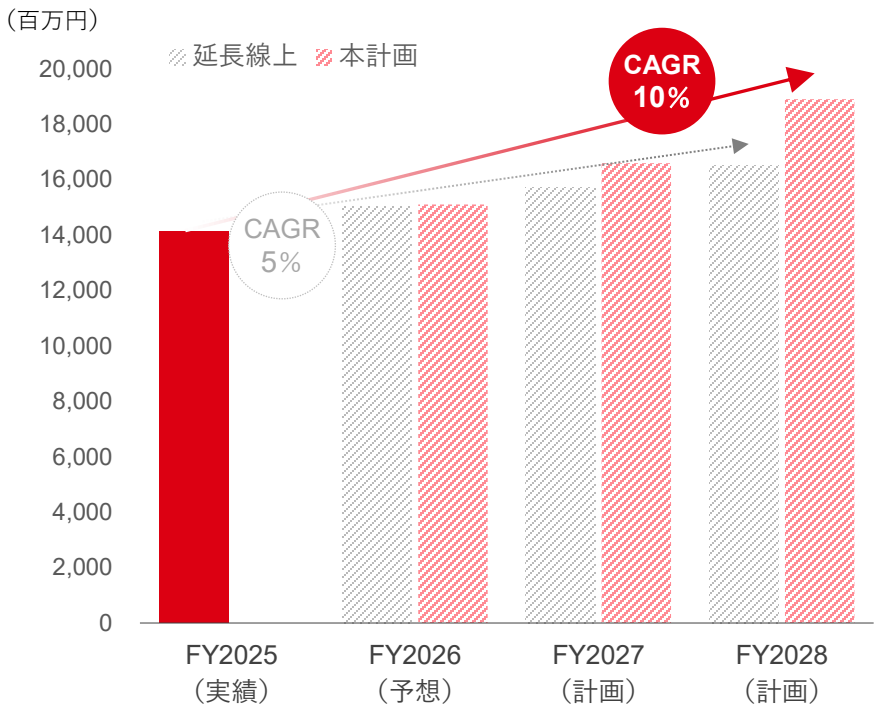
（単位：百万円）	2026年3月期（実績）	2027年3月期（予想）	変化率
売上高	14,132	**15,100**	+6.8%
営業利益（損失）	400	**-830**	-
経常利益（損失）	368	**-920**	-
親会社株主に帰属する当期純利益（損失）	236	**-1,000**	-

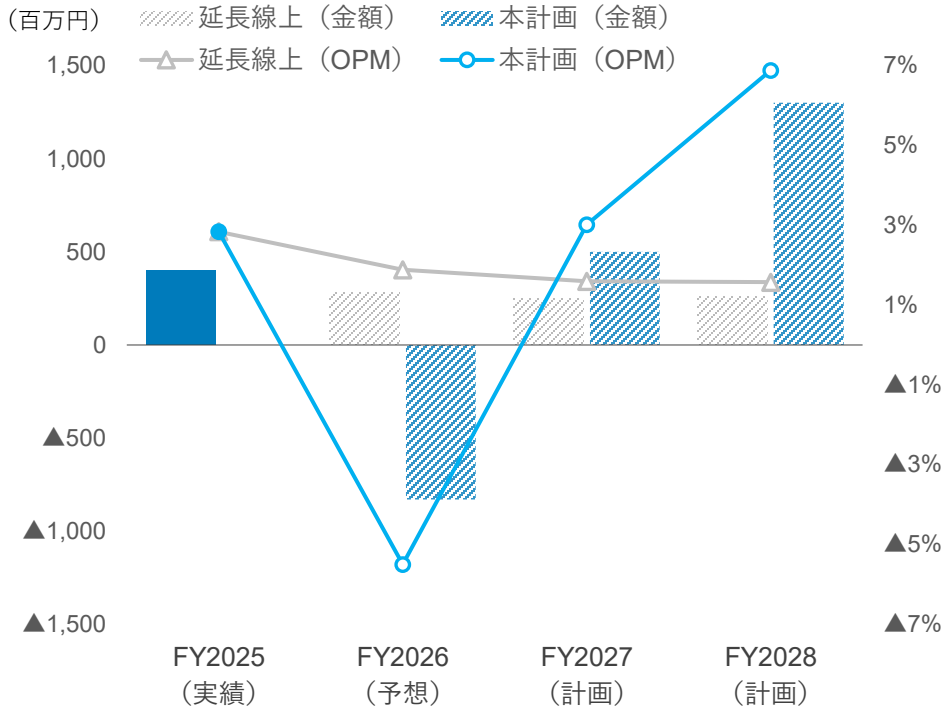
- ✓ 戦略投資 ： 上期からの期ずれ費用の確実な投下、広宣・販促費等の追加
- ✓ 収益改善 ： 来期以降の利益拡大に向けた一部事業の見直し
- ✓ 経営基盤 ： セキュリティ対策費用の追加

中期経営計画より抜粋

FY2026での戦略投資を通じ、売上・利益の成長力を高める

売上高	189億円	CAGR(25-28) 10%	営業利益	13億円	OPM 7%

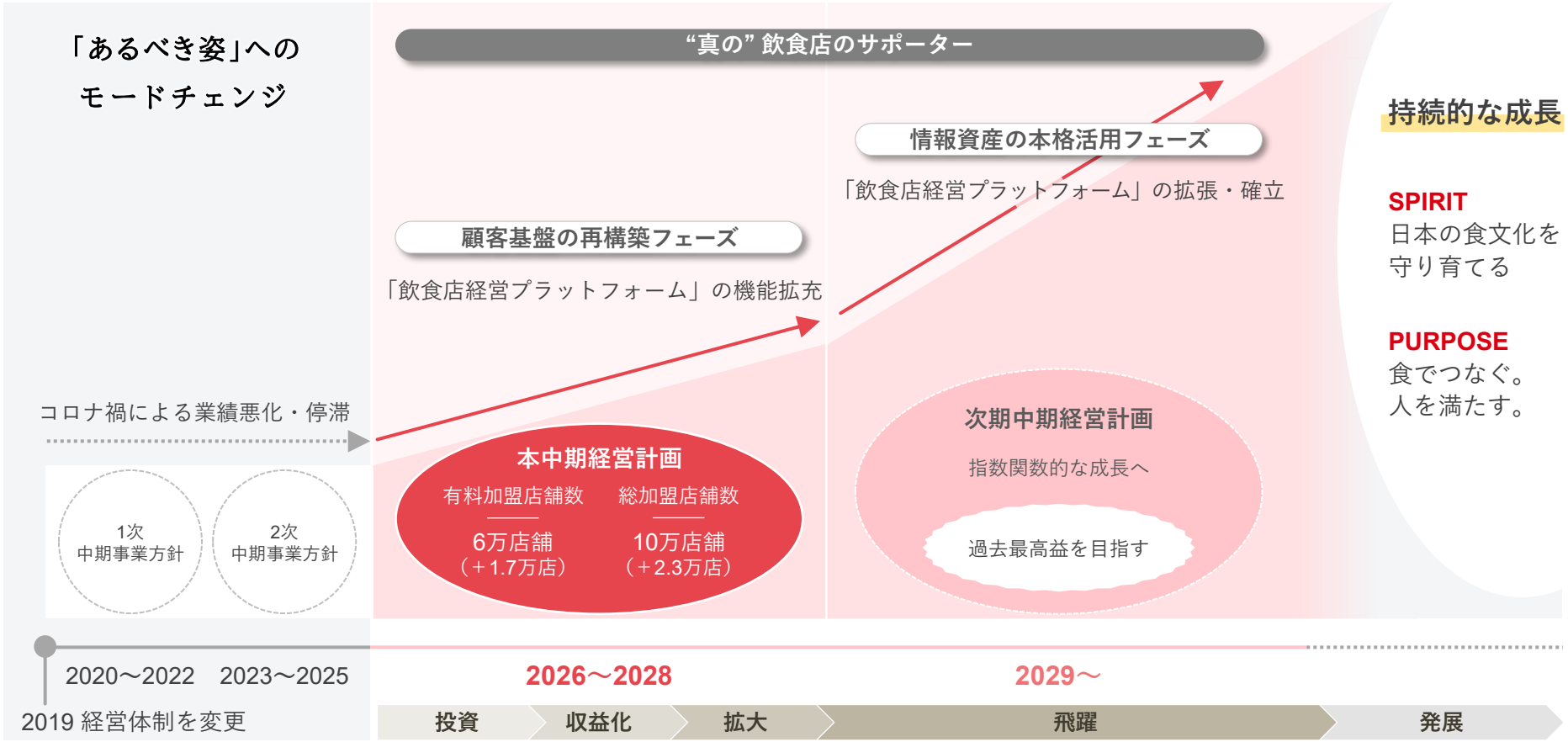




最後に　～ 中長期ビジョン ～

中期経営計画より抜粋

新たな成長を支える礎を築き、飲食店情報ネットワークNo.1企業へ



参考資料

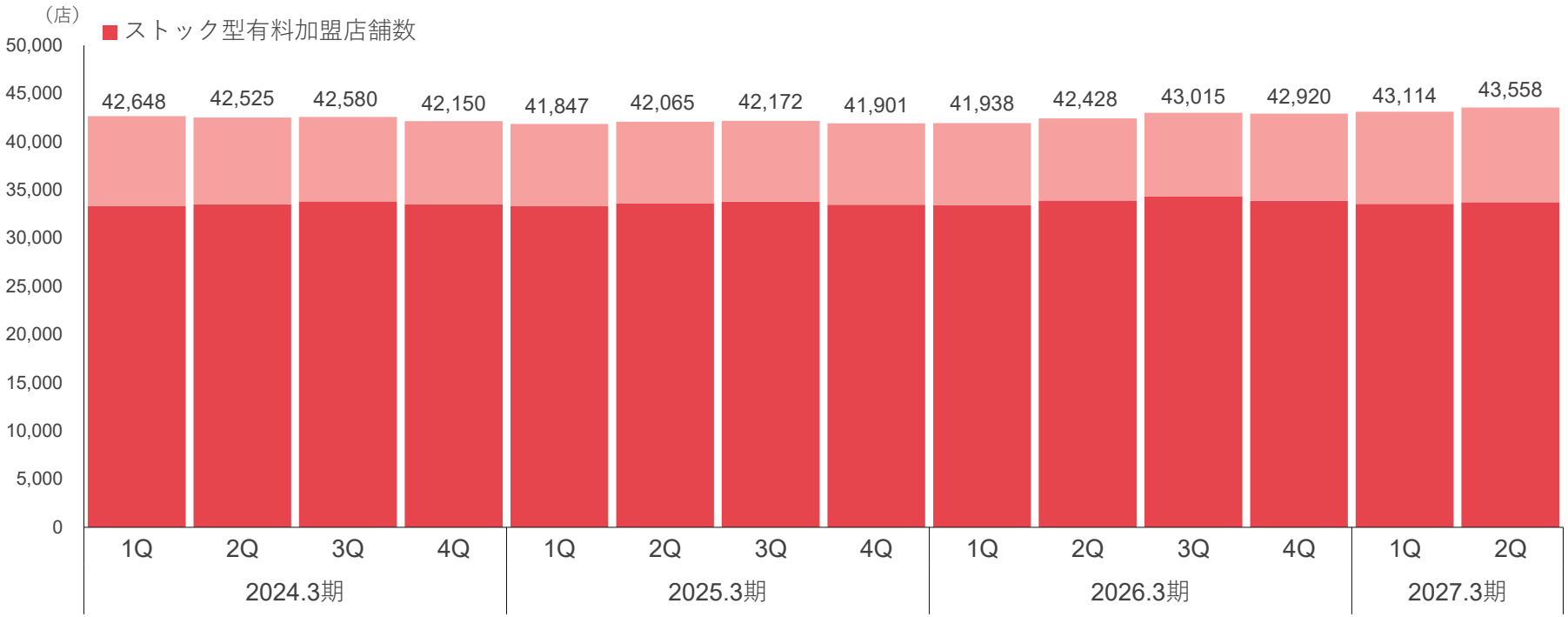
有料加盟店舗数

2027年3月期 第2四半期実績

総有料加盟 **43,558店** （QoQ：＋444店、 YoY：＋1,130店）

うちストック型有料加盟 **33,724店** （QoQ：＋169店、 YoY： ▲179店）

（月額固定課金サービスの利用店舗）

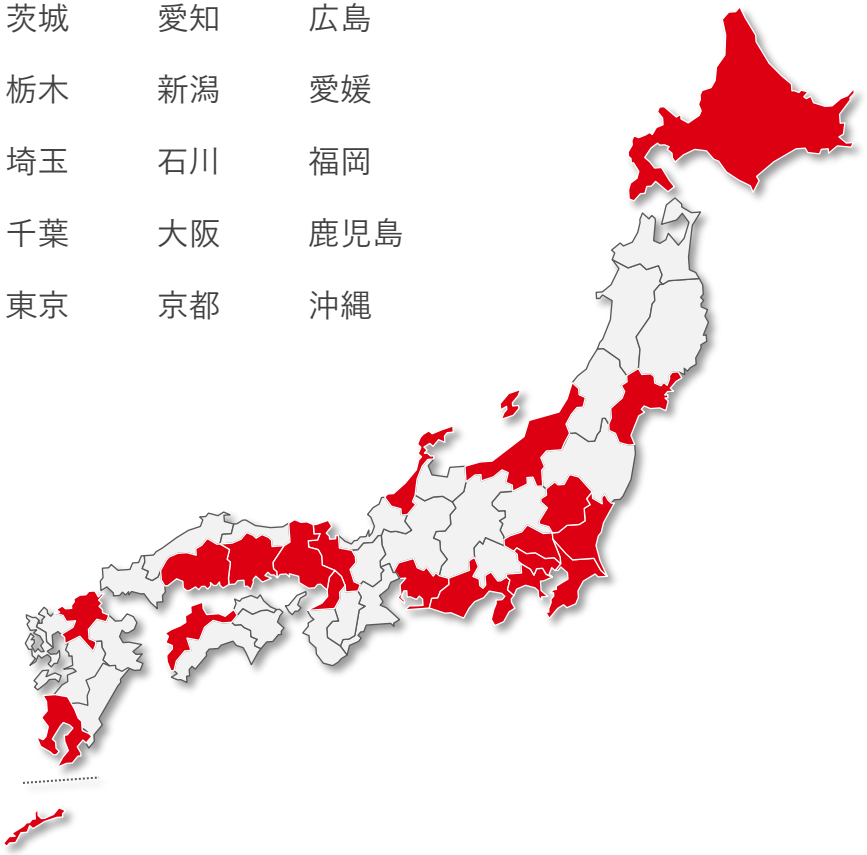


※グラフ上の数値は総有料加盟店舗数

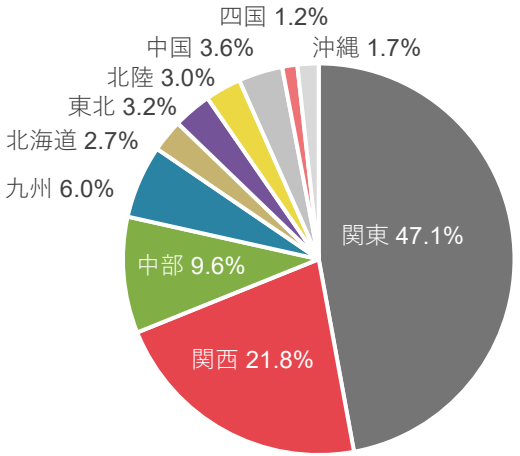
地域展開と加盟飲食店の属性

営業在籍エリア（21都道府県）

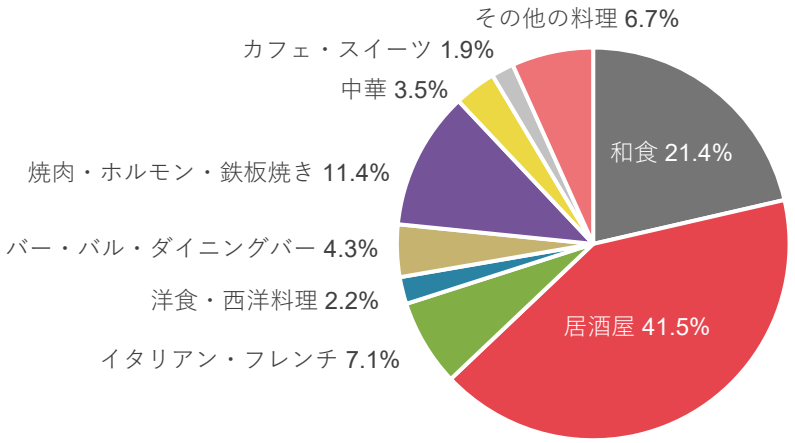
北海道	神奈川	兵庫
宮城	静岡	岡山
茨城	愛知	広島
栃木	新潟	愛媛
埼玉	石川	福岡
千葉	大阪	鹿児島
東京	京都	沖縄



エリア別 有料加盟店割合



業態別有料加盟店割合



（2026年9月時点）

加盟プラン

■ **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**

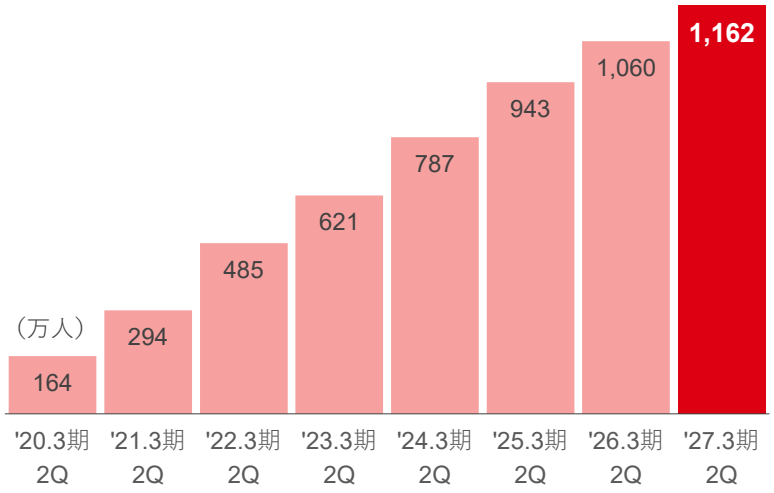
ユーザー利用動向

ぐるなび会員数 ：**2,977** 万人

※ 「楽天ぐるなび」 に登録しているユーザー数
※ 2026年9月1日時点

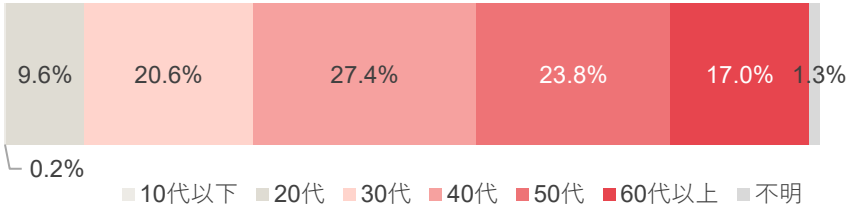
楽天ID連携会員数 ：**1,162** 万人

※ ぐるなび会員IDと楽天IDを連携している会員数



年齢別利用属性

ぐるなび会員情報（2026年9月）



デバイス別利用属性

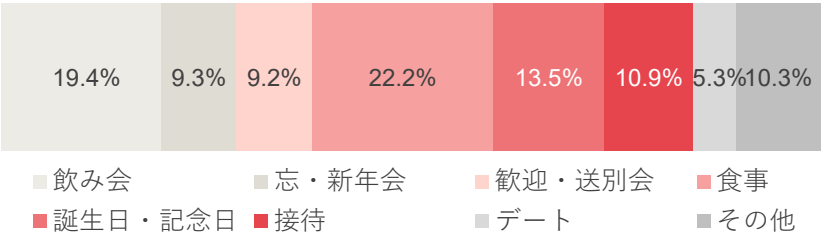
ユニークユーザー情報（2026年9月）



※ 2026年9月集計分よりbot（自動プログラム）によるアクセスを除外

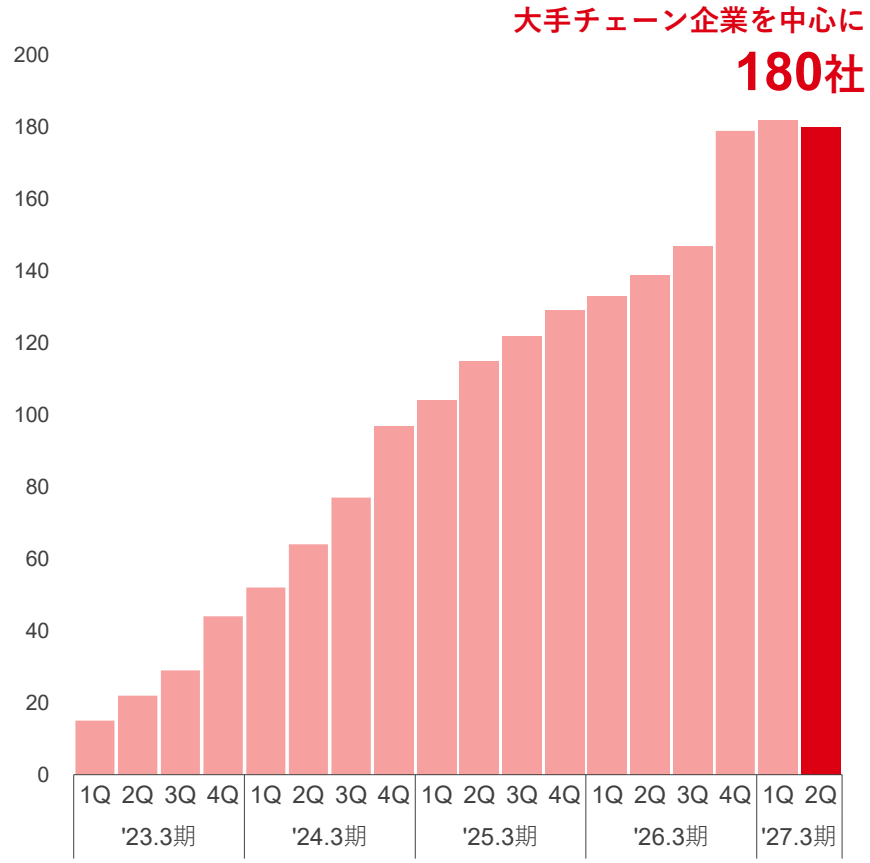
利用目的

ぐるなびネット予約情報（2025年）

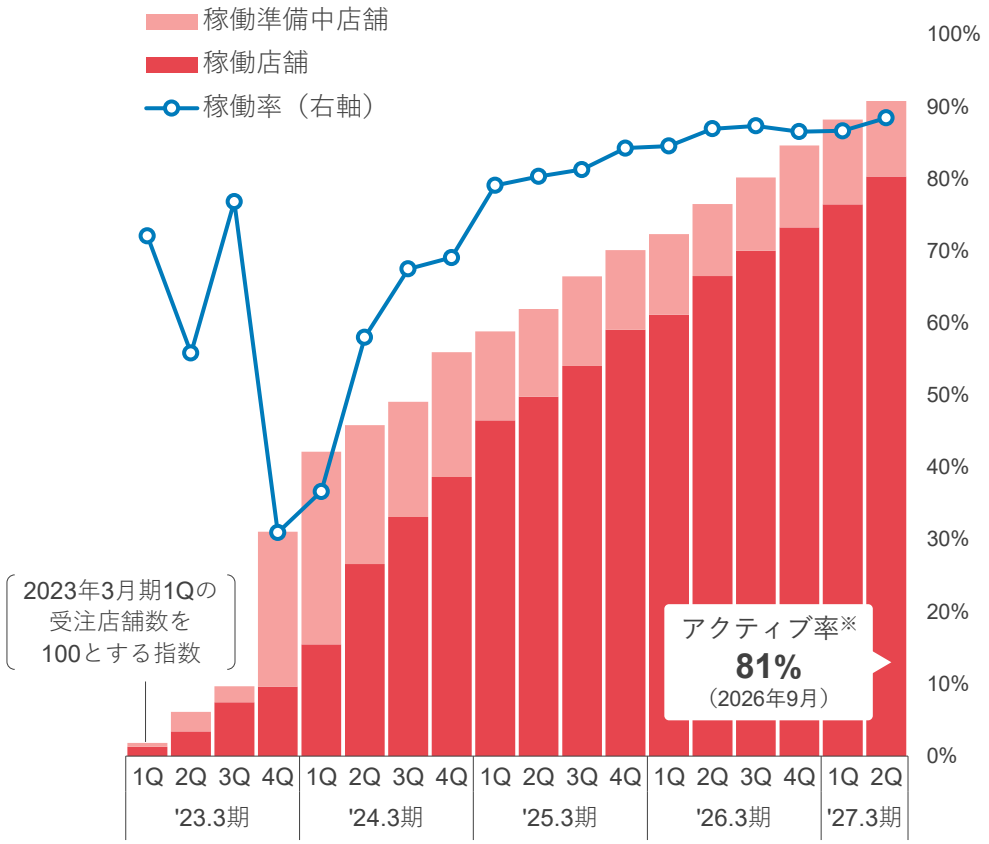


モバイルオーダーサービス（ぐるなびFineOrder）

■ 契約企業数の推移



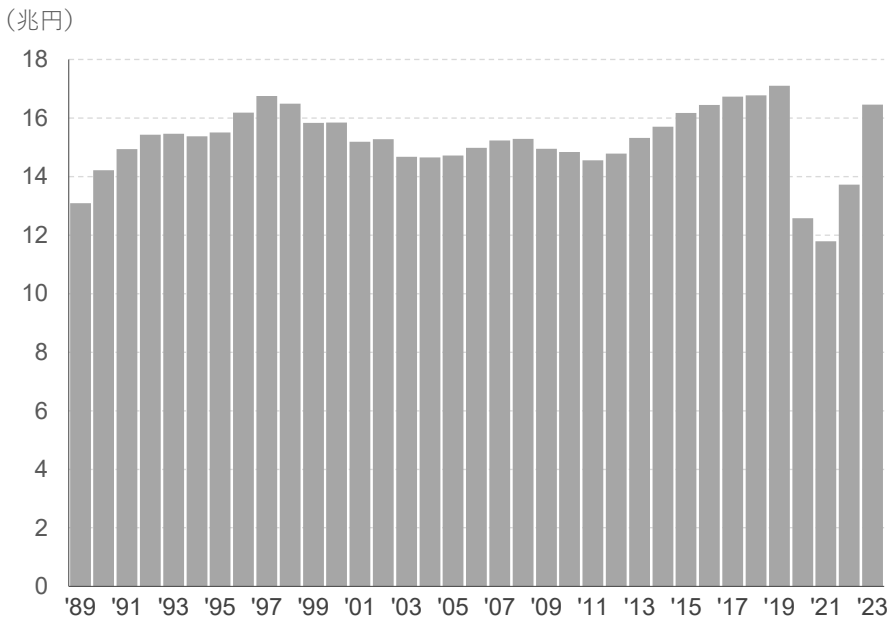
■ 受注店舗における稼働状況



※ 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

事業環境

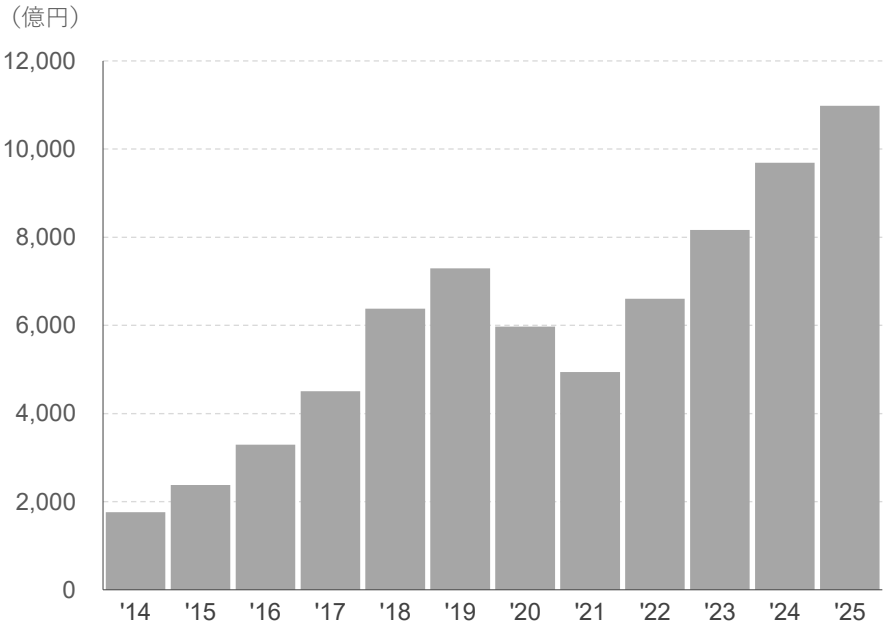
■ 外食市場規模



日本フードサービス協会「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

2025年は前年比13%の増加

四半期別データ（連結）

売上高　（単位：百万円）		2024.3期				2025.3期				2026.3期				2027.3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	2,000	2,063	2,158	2,194	2,198	2,238	2,328	2,376	2,380	2,418	2,525	2,573	2,621	2,673
スポット型サービス	b	225	284	339	304	317	335	364	316	262	295	340	321	263	260
飲食店支援サービス	c=a+b	2,226	2,347	2,498	2,498	2,515	2,574	2,693	2,693	2,643	2,714	2,866	2,895	2,884	2,934
プロモーション	d	200	500	373	537	136	248	374	408	173	242	341	468	203	313
基盤事業計	e=c+d	2,426	2,847	2,872	3,035	2,651	2,823	3,068	3,101	2,817	2,956	3,208	3,363	3,088	3,247
関連事業	f	160	217	361	1,060	227	275	441	867	264	336	397	789	290	405
合計	g=e+f	2,586	3,065	3,234	4,096	2,879	3,098	3,510	3,969	3,081	3,293	3,605	4,152	3,378	3,653

（単位：円/月）		2024.3期				2025.3期				2026.3期				2027.3期	
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
飲食店支援サービスの店舗当たり契約高（ARPU）	h *1	17,345	18,376	19,572	19,658	19,968	20,453	21,318	21,358	21,021	21,450	22,366	22,460	22,355	22,570
ストック型サービスの店舗当たり契約高（ARPU）	i *2	19,903	20,567	21,371	21,729	21,932	22,311	23,045	23,553	23,715	23,943	24,688	25,164	25,913	26,492

*1）飲食店支援サービスの店舗当たり契約高(ARPU)：飲食店支援サービス売上を、総有料加盟店舗数（期首期末平均）で除して算出　h=2/3*c/(jt-1+jt)

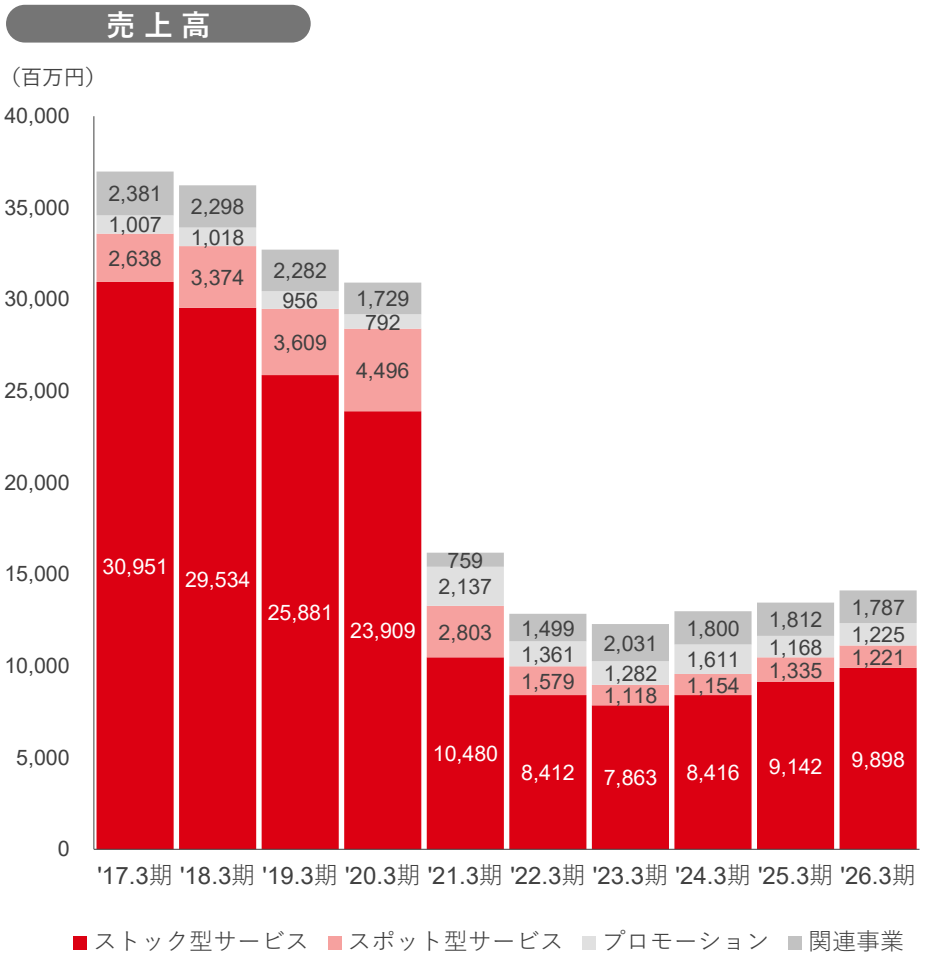
*2）ストック型サービスの店舗当たり契約高(ARPU)：ストック型サービス売上を、ストック型有料加盟店舗数（期首期末平均）で除して算出　i=2/3*a/(kt-1+kt)

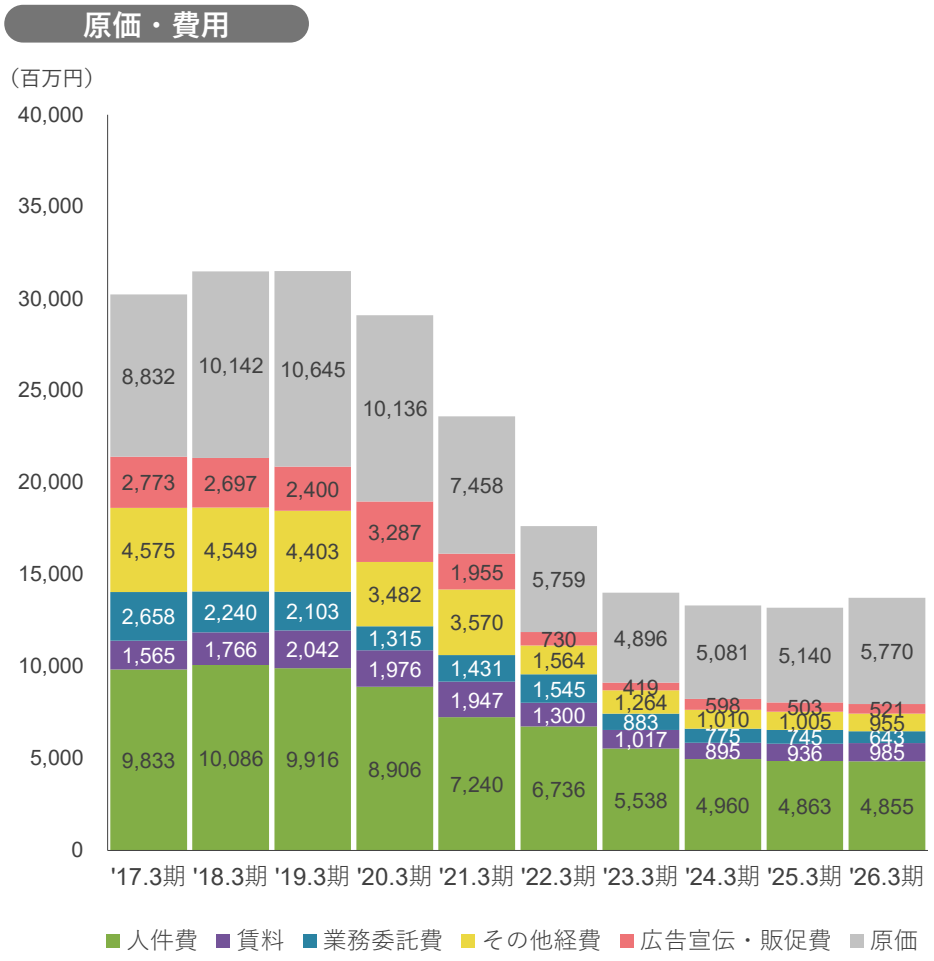
（単位：店）		2024.3期				2025.3期				2026.3期				2027.3期	
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
総有料加盟店舗数	j	42,648	42,525	42,580	42,150	41,847	42,065	42,172	41,901	41,938	42,428	43,015	42,920	43,114	43,558
うちストック型有料加盟店舗数	k*3	33,363	33,507	33,827	33,498	33,319	33,570	33,797	33,481	33,442	33,903	34,300	33,881	33,555	33,724

*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）

飲食店に対する提供サービスの領域が販促支援から業務・経営支援へと拡大している実態を反映するとともに、「中期経営計画2028」に基づく今後のさらなる支援領域の拡大を見据え、2027年3月期より「飲食店販促サービス」の名称を「飲食店支援サービス」に変更。名称のみの変更であり集計範囲に変更はないため、2026年3月期以前の数値も変更後の名称で記載。

年度別　売上高と原価・費用の推移





長期データ（連結）

（単位：百万円）	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	2026年3月期
営業成績										
売上高	36,979	36,226	32,728	30,927	16,181	12,852	12,296	12,982	13,458	14,132
営業利益 又は 営業損失 ※	6,740	4,742	1,216	1,821	-7,423	-4,786	-1,724	-339	262	400
経常利益 又は 経常損失	6,813	4,809	1,289	1,894	-7,269	-4,692	-1,664	-277	261	368
当期純利益 又は 当期純損失	4,799	3,192	581	949	-9,704	-5,768	-2,286	-363	211	236
資産・負債・純資産										
総資産	23,917	25,457	23,797	23,979	13,567	12,107	13,001	11,411	11,128	10,911
現金・預金	7,922	8,000	7,630	11,653	7,507	6,962	8,266	5,368	5,042	3,300
負債	5,878	6,270	5,093	4,709	4,192	3,255	6,102	5,273	6,150	5,667
純資産	18,038	19,186	18,704	19,270	9,375	8,851	6,898	6,137	4,978	5,243
自己資本	18,013	19,166	18,662	19,211	9,290	8,767	6,821	6,118	4,926	5,206
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）	102.25	68.27	12.42	20.26	-206.90	-114.46	-44.25	-8.98	2.00	4.18
1株当たり配当金（円）										
普通株式	42	44	8	8	-	-	-	-	-	-
A種優先株式	-	-	-	-	-	13.808	45.000	45.000	-	-
その他										
営業利益率（%）	18.2	13.1	3.7	5.9	-	-	-	-	2.0	2.8
自己資本当期純利益率（ROE,%）	25.1	17.2	3.1	5.0	-	-	-	-	3.8	4.7
総資産当期純利益率（ROA,%）	18.7	12.9	2.4	4.0	-	-	-	-	1.9	2.1
配当性向（%）	41.1	64.5	64.4	39.5	-	-	-	-	-	-
自己資本比率（%）	75.3	75.3	78.4	80.1	68.5	72.4	52.5	53.6	44.3	47.7
自己株数（株）	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	526,662
総有料加盟店舗数	60,886	61,482	59,660	59,173	55,763	58,286	42,909	42,150	41,901	42,920

※ 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.9～13）
https://ssl4.eir-parts.net/doc/2440/yuho_pdf/S100YJQU/00.pdf

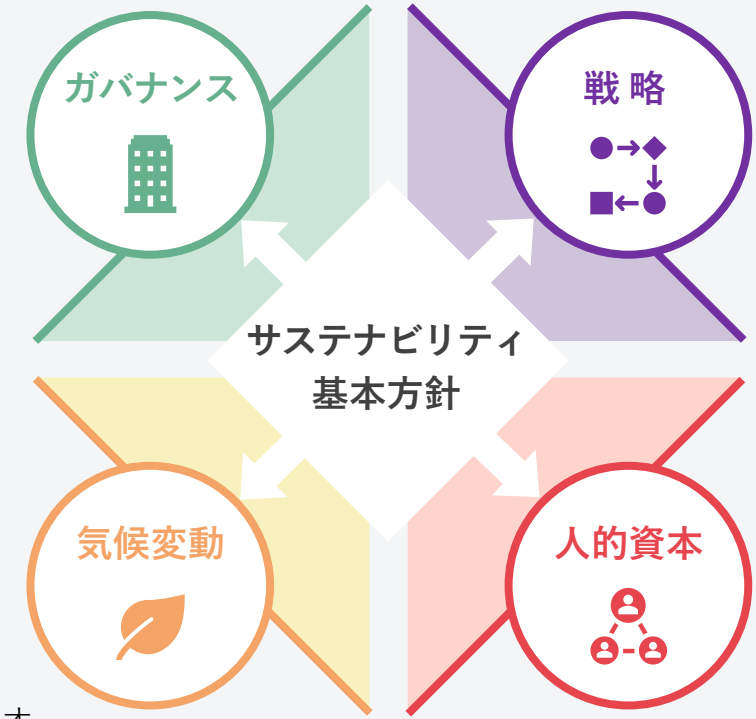
「サステナビリティ」に関する取り組み（2） ～ 取り組み概要 ～

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

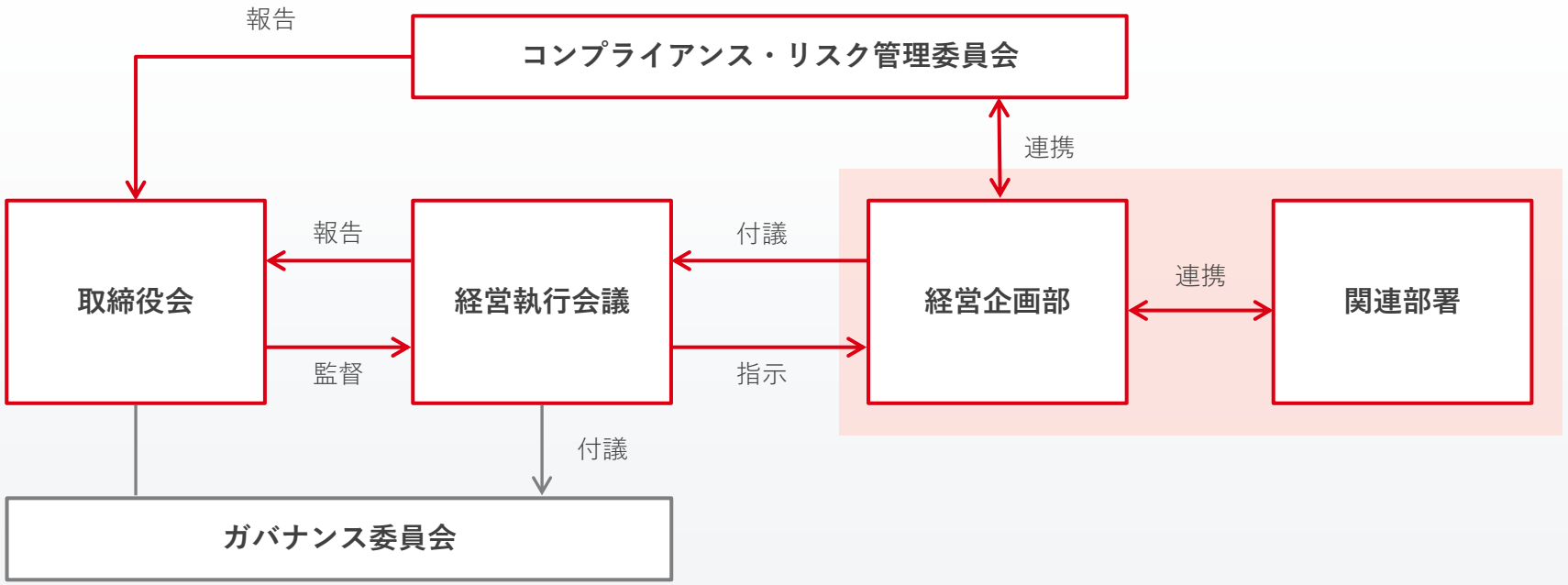
人事ポリシーの制定

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）

❼ 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

❽ 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

❺ 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

❻ 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

❸ 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

❹ 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

❶ コーポレートガバナンスの強化



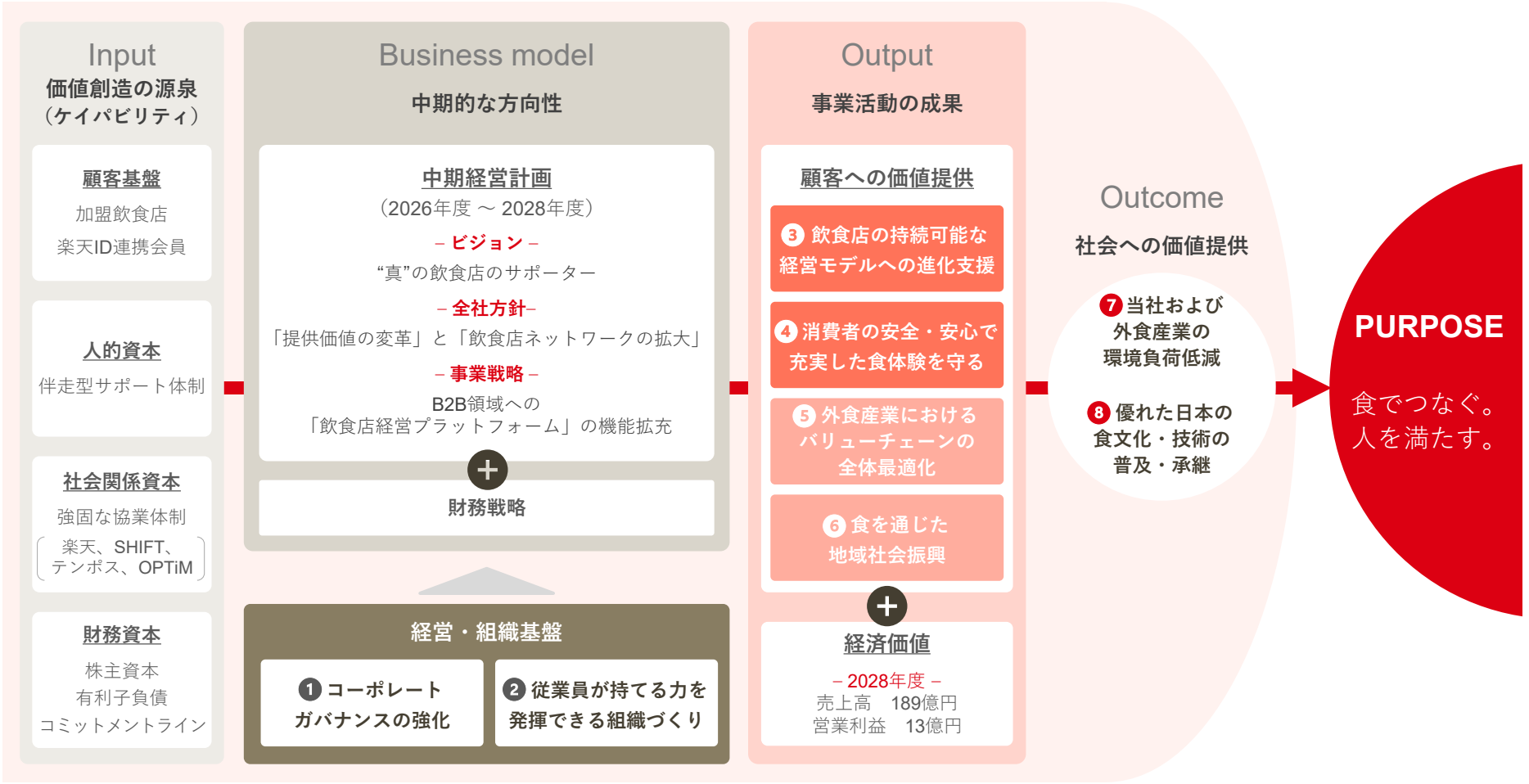
すべてのステークホルダーからの信頼に応える

❷ 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	• 当社事業の特性上、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	Ownership Shift	Management Shift
個人にあった働き方	一人ひとりが主役	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
- ✓ 自律的キャリア形成の促進
- ✓ 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
- ✓ マネジメント強化施策の促進

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

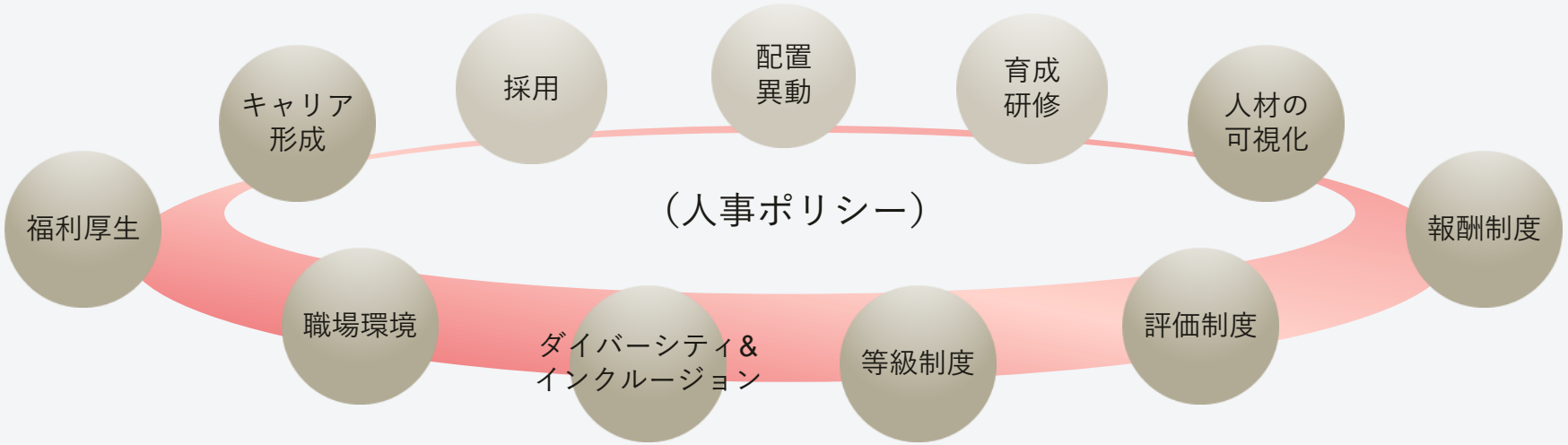
「サステナビリティ」に関する取り組み（8） ～ 人的資本経営の推進② ～

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。



「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

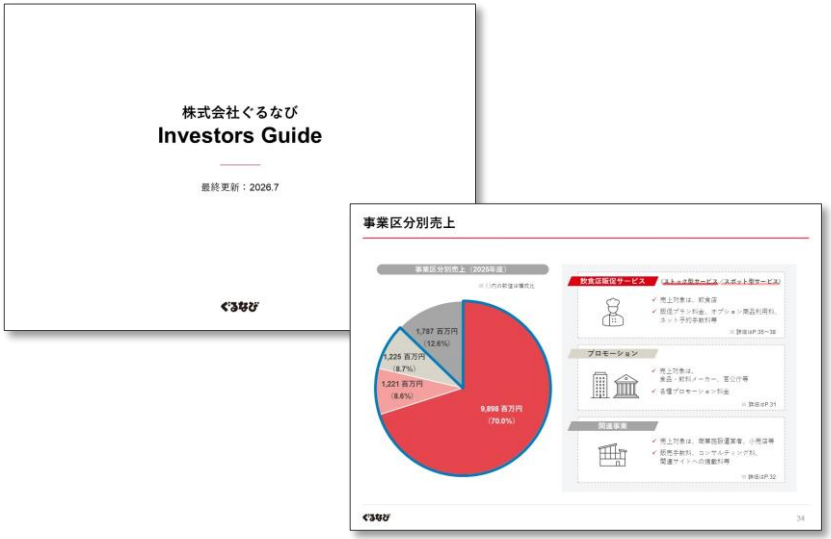


▲記事の一例

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



会社概要（2026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	東京都千代田区内幸町一丁目1番1号　帝国ホテルタワー 13階（2026年10月13日付）
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12名
大株主	楽天グループ㈱ 16.5%、滝 久雄 12.6%、日本マスタートラスト信託銀行㈱（信託口）5.0%、㈱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㈱ 2.0%、東京地下鉄㈱ 1.7%、滝 裕子 1.5%、 ㈱オプティム 1.4% ※ 持株比率は自己株式（532,662株）を控除して計算
総人員数	単体：890名　　連結：954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%）、㈱ぐるなびサポートアソシエ（100%）、㈱Gダイニング（100%）

食でつなぐ。人を満たす。

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。