

TOPICS 地方展開の強化



京都市での締結の様子(2014年8月)



新潟市での締結の様子(2015年2月)

京都市、新潟市と「地域活性化包括連携協定」を締結
食文化振興・観光振興等の分野で、双方の資源・ノウハウを有効に活用および連携

当社は、2014年8月8日京都市と、そして2015年2月10日新潟市とそれぞれ地域経済の活性化を図ることを目的とした「地域活性化包括連携協定」を締結しました。当社はこの包括連携協定に基づき、それぞれの市の食文化振興・観光振興等に向けて、当社の事業インフラやノウハウを総合的に提供していきます。食文化振興では、地元食材・清酒等の消費拡大を目指したイベントや、市内外の飲食店への普及促進に向けた季節限定フェアの実施、飲食店向けの啓発講座などを開催します。観光振興では、食に関連した行事のPR等、観光に役立つ情報発信や、飲食店情報の外国語による発信など、飲食店の外国人客受入態勢整備の支援に取り組みます。当社は今後も、日本全国の自治体と連携しながら食を通じた地域活性化を進めていきます。

第27期 ぐるなび営業所をさらに拡大予定

全国各地に存在する多彩な食文化や優れた食材の認知拡大・魅力再発見は、日本の外食文化を守り育てるうえで重要であると考えています。今後さらに営業所を新設し、また自治体との連携を強化しながら、各地の食の魅力を国内のみならず海外に向けても積極的に発信していきます。

株主還元

◆ 利益配分に関する基本方針

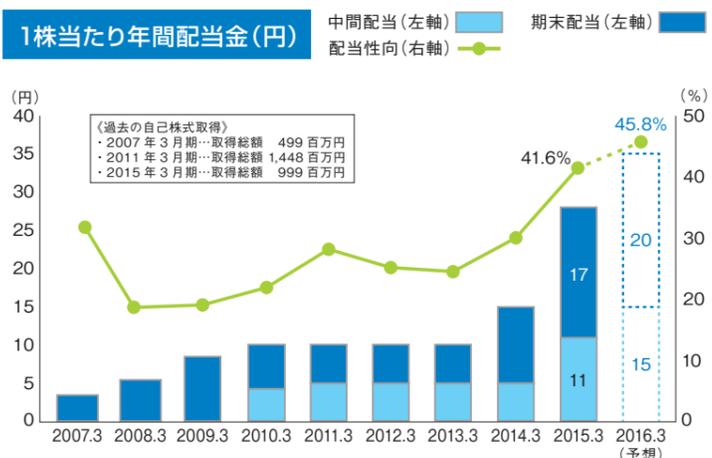
当社は、株主の皆様への利益配分を経営の重要課題として捉えており、企業価値の最大化を念頭に、健全な財務体質の維持及び積極的な事業展開に備えるための内部留保の充実等を勘案しつつ、収益状況に応じた利益還元を実施することを基本方針としております。当期並びに今後については、連結業績並びに株主資本利益率(ROE)などを勘案しつつ、連結配当性向40%程度を基準とし、継続的な利益配分に取り組むこととしております。

◆ 配当金について

第26期実績 28円(中間:11円、期末17円)
第27期予想 35円(中間:15円、期末20円)

◆ 自己株式の取得について

資本効率の向上と1株当たり株主価値の向上を目的に、2014年11月に自己株式の取得を実施いたしました。



※2011年4月1日に100分割、2014年4月1日に2分割の株式分割を実施しており、上記グラフでは比較を容易にするため、2007年3月期の期首にこれらの株式分割が行われたものとして表示しております。

当社ホームページのご紹介

ホームページの「投資家情報」では、決算情報やIR資料、最新のニュースリリースなどを掲載しております。



URL <http://www.gnavi.co.jp/company/ir/>

ぐるなびIR 検索

(将来情報に関する注記)本報告書に記載されている内容は種々の前提に基づいたものであり、将来の計画数値、施策などに関する記載については、不確定な要素を含んだものであることをご理解ください。

株主名簿管理人及び特別口座の口座管理機関及び連絡先

三菱UFJ信託銀行株式会社
〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
TEL 0120-232-7111(通話料無料)
URL <http://www.tr.mufg.jp/daikou/>

- (ご注意)
- 株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっておりますので、ご不明な点は口座を開設されている証券会社等にお問い合わせください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
 - 特別口座に登録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問い合わせください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取り扱いいたします。
 - 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

GURUNAVI
IR REPORT 2015

つくる人も、食べる人も、
みんな幸せにしたい、
ぐるなびです。

第26期 2014.4.1-2015.3.31

株式会社 ぐるなび 証券コード:2440



株主の皆様へ

株主の皆様におかれましては、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

当社は、「世界に誇れる日本の外食文化を守り育てたい。そのために食材をも守り育てたい。」との考えのもと、外食文化の担い手である飲食店やシェフ、そして食材の生産者を支援すべく、事業に取り組んでおります。

第26期においては、引き続き「外食のオフィシャルサイト」として、より多くの生活者により頻りに必要「正確・詳細・最新」の飲食店情報の充実およびインターネットによる飲食店予約の利便性向上を図りました。これらの取り組みにより、当社成長の原動力であるメディアパワーはさらに向上したと認識しております。

また、鹿児島、新潟、金沢に営業所を新設したほか、京都市、新潟市と「地域活性化包括連携協定」を締結するなど、当社サービスの提供エリア拡大、自治体との連携強化にも取り組みました。

この他、訪日外国人客に対して飲食店がメニュー情報を容易に正しく外国語で発信できる機能を搭載することで、外国人客を受け入れやすくするために、「ぐるなび外国語版」のリニューアルを実施いたしました(※詳細は中面をご覧ください)。

今後も、株主の皆様、また生活者、飲食店、生産者の皆様のご期待に応えるべく全社一丸となって取り組んでまいります。株主の皆様には引き続きご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

代表取締役社長 久保 征一郎

第26期 決算概要 / 売上高、利益ともに過去最高を記録

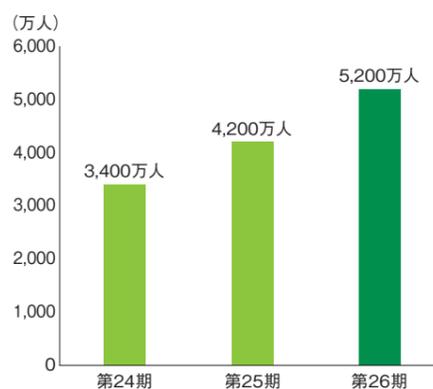
第26期実績 売上高326億円(前期比6.9%増)、営業利益50億円(前期比22.9%増)、当期純利益32億円(前期比35.5%増)
第27期予想 売上高344億円(前期比5.4%増)、営業利益57億円(前期比11.8%増)、当期純利益37億円(前期比12.8%増)

第26期の詳細な業績につきましては、こちらをご覧ください。
→IR資料室 <http://www.gnavi.co.jp/company/ir/library/>

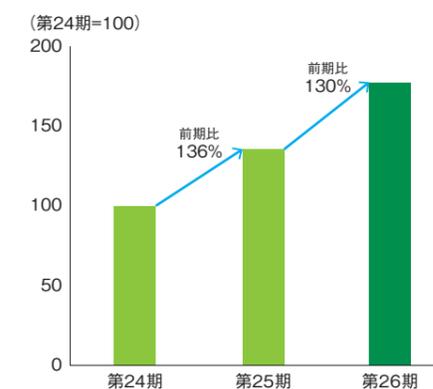
ぐるなびIR資料室 検索

生活者からの支持を得て、拡大する「ぐるなび」の利用状況

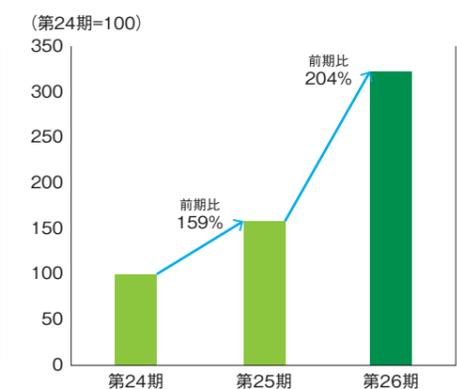
ぐるなびサイトの月間利用者数



飲食店ページへのアクセス数



ぐるなび経由のネット予約件数



訪日外国人客数の増加は大きなビジネスチャンス
充実した日本食体験を通し、訪日リピーターになってもらいたい

Q. 訪日外国人客数は昨年1,300万人を超えました。政府は2020年までに2,000万人とする目標を掲げていますが、外食産業にはどのような影響がありますか？

観光庁の調査によると、訪日の際にしたいことの第1位は食事を楽しむこととされており、すでに団体向けの大規模飲食店だけでなく、街の個人経営の飲食店にも多くの外国人が訪れるようになってきました。今後、さらに訪日外国人客が増加することで、これまで以上に外国人が街の飲食店を訪れるでしょう。これは外食産業にとって大きなビジネスチャンスです。しかし一方で、外国人の受け入れにあたり、飲食店の態勢が整っていないとはいえないのが実情です。

Q. ぐるなびとしては、どのような対応をしていますか？

当社は「日本の食文化を守り育て、世界に発信する」ことを企業理念に掲げており、外食産業の活性化はもちろんのこと、訪日外国人に充実した日本での食体験を通して訪日リピーターになってもらいたいと考えています。こうした考えのもと、飲食店の外国人受入態勢整備の支援を強化しています。

日本語メニューを外国語へ自動変換するシステムを開発
言葉や文化の壁を乗り越えるコミュニケーションの手段に

Q. とはいえ言葉の壁は高く、飲食店にとって外国人対応は一筋縄ではいかないのではないですか？

その通りです。異なる食文化を持つ外国の人に対し、日本の料理を適切に表現するのは、その国の言葉でもとても難しいことで、その料理を食べたことも見たこともない外国の人は一体何を食べさせられるのだろうかという不安を感じています。この不安を少しでも和らげたいと考え、今年1月に「ぐるなび外国語版」を一新しました。飲食店が自分のお店で提供している一つひとつの料理について、使用している食材や調理の方法、そして味つけなどを日本語で登録すると、直ちにそれらを4言語に自動変換する仕組みです。これにより飲食店は「正確・詳細・最新」なメニュー情報を容易に外国語で発信することができるようになりました。



代表取締役社長 久保 征一郎

Q. 言葉の通じない飲食店の現場で、突然来店する外国人にはどう対応するのですか？

「ぐるなび外国語版」は、印刷すれば外国語メニューブックとして使えますし、タブレットがあればその場で見せることもできます。飲食店のスタッフが外国語を話せなくてもスムーズに注文を受けられますので、外国人のお客様を安心してお迎えすることができます。つまり「ぐるなび外国語版」自体が、言葉や文化の壁を乗り越えるコミュニケーションの手段となる業務用ツールでもあります。

これにより、「食べてみたいけれど、何が入っているかわからない。」という外国人の不安と、「外国人に来てもらいたいけれど、来てもらうと困る。」という飲食店のジレンマの双方を同時に解消できると考えています。

多彩な「食」の魅力を世界に発信
日本の食文化を守り育てる

Q. 今後の展望をお聞かせください。

人口減少、少子高齢化などによりマーケットが縮小傾向にある外食産業にとって、今後も増加が見込まれる訪日外国人は外食需要を補う大きな存在になるでしょう。「ぐるなび外国語版」は今後の飲食店経営に欠かせないサービスであると自負しております。昨今、東京・大阪・京都といった主要な観光スポットだけでなく、地方都市を訪れる外国人が増えており、「ぐるなび外国語版」は全国各地の飲食店からますます必要とされるでしょう。当社としては全国の飲食店とともに各地域の多彩な「食」の魅力を世界に発信し、日本の食文化を守り育てていきたいと考えています。

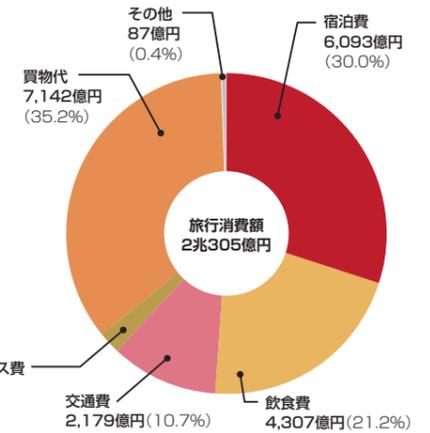
訪日外国人客数の推移 出典/日本政府観光局(JNTO)

2020年には2,000万人へ



訪日外国人の旅行消費額 出典/観光庁

外国人8人の訪日で日本人1人の年間消費額に相当
2014年の訪日外国人1人当たりの旅行消費額は、前年比11%増の約15万円(推計)。外国人8人の訪日で日本人1人の年間消費額(約120万円)に相当。また、訪日外国人の旅行消費総額約2兆305億円のうち飲食費は前年比48%増の約4,300億円と大幅に増加。



POINT ぐるなび外国語版が、訪日外国人・飲食店 双方の悩みを解決します！

日本での外食は楽しみだけど、行きたいお店が見つからない…

食べてみたいけれど、何が入っているかわからない…不安だな…

訪日外国人

ぐるなび外国語版

ぐるなびメニューデータベース

翻訳を必要としない外食専門メニュー辞書機能

- 日本語登録するだけで、4言語に自動変換!
- 食材、調味料、調理法まで詳細に発信!
- 印刷すれば、外国語メニューブックに!
- タブレットがあれば、そのまま見せるだけ!

外国人のお客様…来てもらいたいけれど、来てもらうと困る…

英語に中国語…外国人用のメニューブックなんて準備できない

飲食店

「ぐるなび外国語版」が、言葉や文化の壁を乗り越えるコミュニケーションの手段に

訪日外国人

- 訪日前に、インターネットで希望通りのお店選びが可能!
- 来店時には、安心して注文ができる!

充実の食体験。また行きたい日本へ!

Thank You!

お待たせしました!

飲食店

- 外国語が話せなくても大丈夫!
- タブレットや、印刷したメニューを活用すれば問題なくスムーズ接客が可能!

訪日外国人からも支持されるお店へ!

CHECK 全国各地で開催中!
飲食店向けぐるなび訪日外国人対策セミナー

ぐるなびでは、飲食店向けに「訪日外国人対策セミナー」を全国各地で開催。外国人を集客するためのポイントや、接客に役立つ簡単英会話、知っておくべき食習慣の違いなどを伝えるとともに、「ぐるなび外国語版」の活用法を解説する内容で参加者の満足度は高く、各回多くの飲食店関係者が来場しています。



2015年2月18日「新潟市ぐるなび地域活性化包括連携協定」の締結を記念し、新潟市で開催されたセミナーの様子。簡単な英会話フレーズ集も配布された。



執行役員
海外拠点事業推進室長
杉山 尚美

▶メッセージ

「ぐるなび外国語版」で飲食店の売上向上へ!

東京オリンピック・パラリンピック開催決定、和食の無形文化遺産登録以降、訪日外国人の受け入れに対する飲食店の意識が変わったと感じています。今年の2月は中国の春節(旧正月)にあたり、多くの中国人が訪日しました。その受け入れに積極的に対応した飲食店では創業以来最高の売上を達成したとのこと。受け入れ準備が十分ではない飲食店でも「ぐるなび外国語版」を売上拡大に生かしてほしいと思います。さらに、これが外食産業全体の活性化につながればと考えています。