

2024年3月期決算説明資料

2024年5月15日

株式会社シンクロ・フード <3963>



1. 2024年3月期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 2024年3月期の振り返り
4. 2025年3月期方針と通期業績予想
5. 長期的に目指す姿
6. 参考資料

会社概要

| | |
|------|--|
| 会社名 | 株式会社シンクロ・フード |
| 代表者 | 藤代 真一 |
| 設立日 | 2003年4月 |
| 所在地 | 本社：東京都渋谷区恵比寿南1-7-8 恵比寿サウスワン 大阪支社：大阪府大阪市北区梅田3-4-5 毎日新聞ビル8階 名古屋支社：愛知県名古屋市中村区名駅3-12-12 竹生ビル3階 福岡支社(2022年4月開設)：福岡県福岡市中央区天神4-8-2 天神ビルプラス 札幌支社(2022年7月開設)：北海道札幌市中央区南2条東2丁目1番地 サンシャインビル2階 HRサービス本部(2023年11月開設)：東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー13階 ※横浜営業所はHRサービス本部へ統合 |
| 資本金 | 5億3,505万円 |
| 従業員 | 187名(連結ベース/正社員/2024年3月末時点) |
| 事業内容 | 飲食業向けメディアプラットフォームの運営 |
| 子会社 | 株式会社ウィット (飲食業特化のM&A仲介事業) |

Vision · Mission · Value



Vision (わたしたちが目指す世界)

多様な飲食体験から生まれるしあわせを、日本中に、そして世界へと広げる。



Mission (わたしたちが顧客に果たす使命)

飲食業にチャレンジしている人が、その想いを実現できるプラットフォームをつくる。

Mission (メンバーに約束すること)

チャレンジを応援する仕事に夢中になれる環境、自分らしく成長できる機会をつくる。

Value (シンクロ・フードの価値の基盤)

新しい価値を創造し、シンプル、スピーディに提供する。

蓄積したデータを土台に、課題を解決する革新的サービスをつくる。

飲食業のチャレンジに役立つ、多様な選択肢を提供する。



エグゼクティブサマリ

連結業績(4Q累計)

- **売上高 3,602百万円(前年同期比+22.9%)、営業利益 1,038百万円(前年同期比+18.5%)**
- **4Qの四半期売上高は10四半期連続で過去最高を更新し、通期連結業績予想を達成**
 - ✓ **メディアプラットフォーム事業**
 - 求人広告サービスが直販・代理店ともに順調に推移
 - デザイン会社向けサービスが引き続き順調に推移
 - ✓ **M&A仲介事業**
 - 成約時期の遅れにより売上高は想定を下回るものの、案件数は蓄積
 - 売上最大化に向けたオペレーション/体制変更の準備は完了
- **4Qも効率的なコスト運用を継続し、通期で事業成長の原資(人件費、広告宣伝費)を戦略的に投入**
 - ✓ 売上高に対する人件費率(4Q)は前年同期比で低下(31.8%→30.4%)
 - ✓ 売上高に対する広告宣伝費率(4Q)は前年同期比で低下(8.8%→6.7%)

主なトピックス

- **モビリティサービス**：玉川大学と連携し地域活性イベントを実施、「モビマル」登録事業者が5,000を突破、大規模イベント「桜まつり2024」への出店支援
- **SNSショート動画**：「グルメバイトちゃん」掲載店舗数が200店を突破
- **M&A戦略**：譲受事業である「農業ジョブ」にて、農業・食品特化の合同企業説明会「食品・農業就活サミット」を3月に実施

2024年3月期決算概要

通期売上高・各段階利益ともに過去最高を達成し、
通期業績予想を上回って着地

| (単位:百万円) | 2024年3月期 4Q累計(連結) | 2023年3月期 4Q累計(連結) | 前年 同期比 | 2024年3月期 通期業績予想(連結) | | 対 予想比 |
|---------------------|----------------------|----------------------|-----------|------------------------|--------|----------|
| | | | | | 成長率 | |
| 売上高 | 3,602 | 2,930 | +22.9% | 3,500 | +19.4% | +2.9% |
| 売上総利益 | 3,022 | 2,543 | +18.9% | - | - | - |
| 販管費 | 1,983 | 1,666 | +19.0% | - | - | - |
| 営業利益 | 1,038 | 876 | +18.5% | 1,000 | +14.1% | +3.9% |
| 営業利益率 | 28.8% | 29.9% | ▲1.1pt | 28.6% | - | - |
| 経常利益 | 1,036 | 878 | +18.0% | 1,000 | +13.9% | +3.7% |
| 親会社株主に帰属 する当期純利益 | 704 | 628 | +12.2% | 700 | +11.4% | +0.7% |

売上高の状況

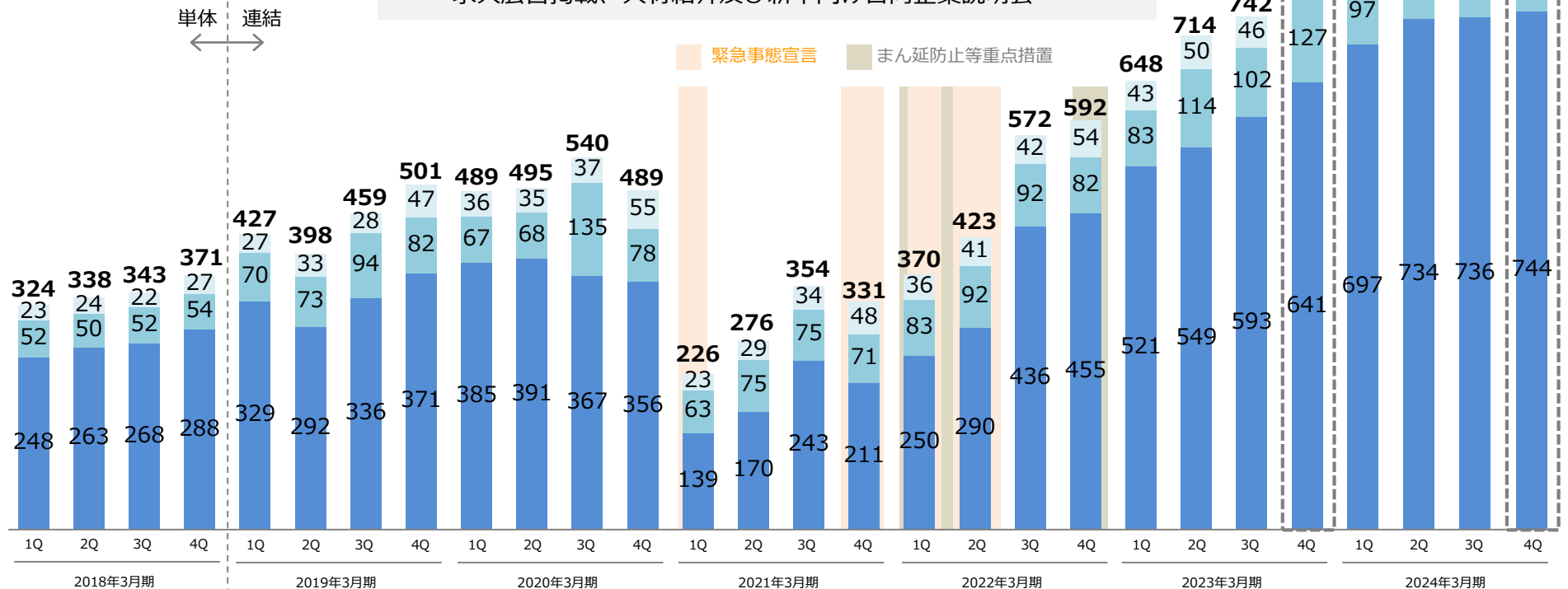
4Q売上高は伸長、10四半期連続で過去最高を更新
(前年同期比+14.9%)

売上高の四半期推移

- 運営サービス
- 出退店サービス
- その他サービス

主な4Q売上高伸長の要因

- 求人広告サービス(売上分類：運営サービス)は順調に推移
 - ✓ 直販は前年同期比+12.1%、代理店は前年同期比+71.9%
- 農業ジョブ(売上分類：その他)の事業譲受による売上高計上
 - ✓ 求人広告掲載、人材紹介及び新卒向け合同企業説明会



補足.売上分類について

各サービスの売上高を以下分類で計上

| 売上分類 | ユーザー | 関連事業者等 | 報告セグメント | |
|---------|----------|---|--|----------------|
| 運営サービス | シンクロ・フード | <ul style="list-style-type: none"> 求人広告 PlaceOrders キッチンカーシェア・マッチング(モバイル) グルメバイトちゃん | <ul style="list-style-type: none"> 仕入先探し | メディアプラットフォーム事業 |
| | シンクロ・フード | <ul style="list-style-type: none"> 飲食店プレミアム(月額定額制) 厨房備品(EC) | <ul style="list-style-type: none"> 店舗デザイン 内装建築※1 不動産物件 | |
| 出退店サービス | ウィット | <ul style="list-style-type: none"> M&A仲介 | <ul style="list-style-type: none"> 居抜き譲渡 | M&A仲介事業 |
| | シンクロ・フード | | <ul style="list-style-type: none"> 飲食店リサーチ 広告掲載・メルマガ 求人インテリア 比較サービス(POS/FC) 農業ジョブ※3 | |
| その他サービス | ウィット | | <ul style="list-style-type: none"> フードアカウンティング協会※2 | |

※1 2023年4月17日公表の「事業の譲受に関するお知らせ」の通り、2023年4月20日付で内装マッチング事業を譲受しております。

※2 2023年5月12日公表の「当社連結子会社における事業の譲受に関するお知らせ」の通り、2023年6月1日付で税理士事務所顧問先向けの販促物作成支援・コンサルティング事業を譲受しております。

※3 2023年12月25日公表の「事業の譲受に関するお知らせ」の通り、2024年1月31日付で農林水産業専門の人材マッチング事業を譲受しております。

販売費及び一般管理費の状況

4Qにおける売上高人件費率は1.4pt、売上高広告宣伝費率は2.1pt低下し、
効率的なコスト運用により戦略投資をカバー(前年同期比+11.7%)

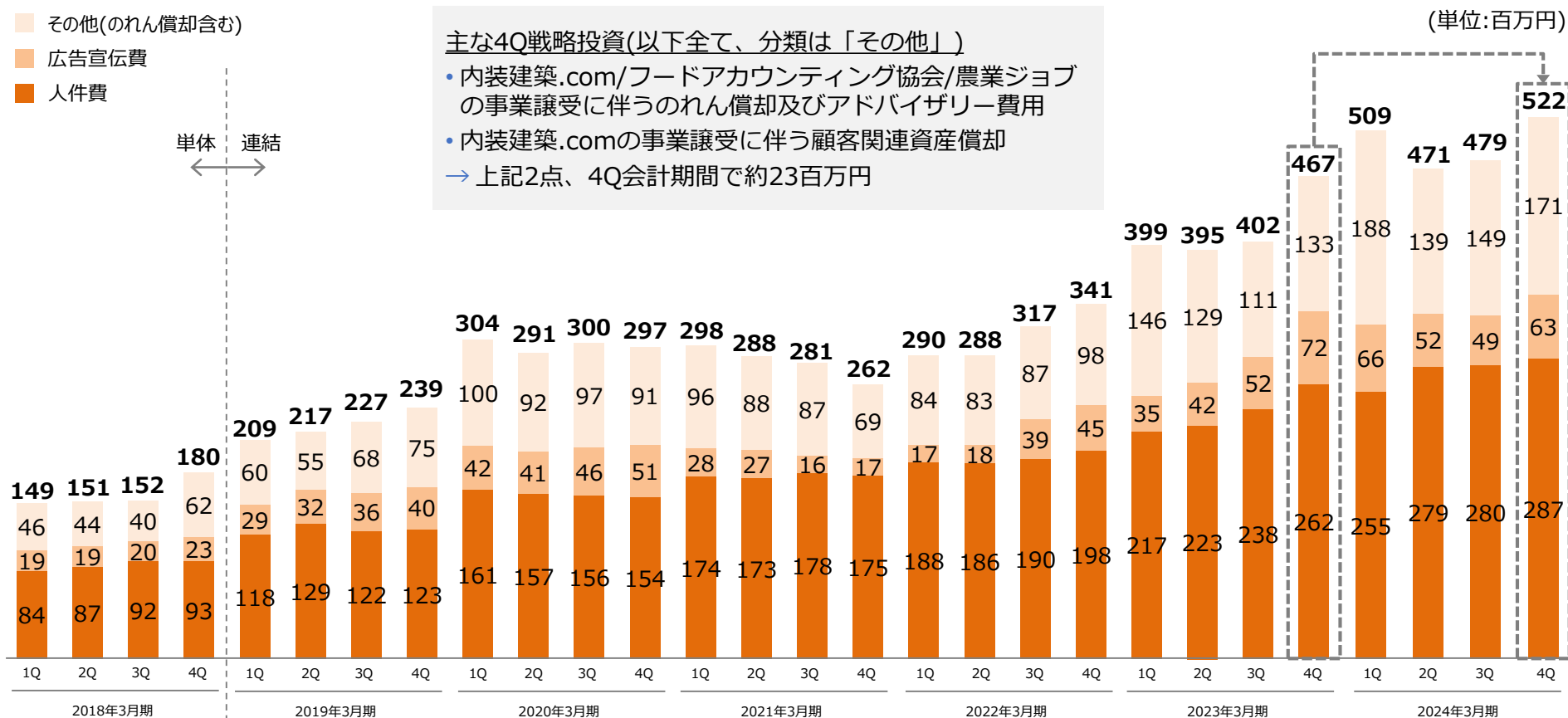
販売費及び一般管理費の四半期推移

- その他(のれん償却含む)
- 広告宣伝費
- 人件費

単体 ← 連結 →

主な4Q戦略投資(以下全て、分類は「その他」)

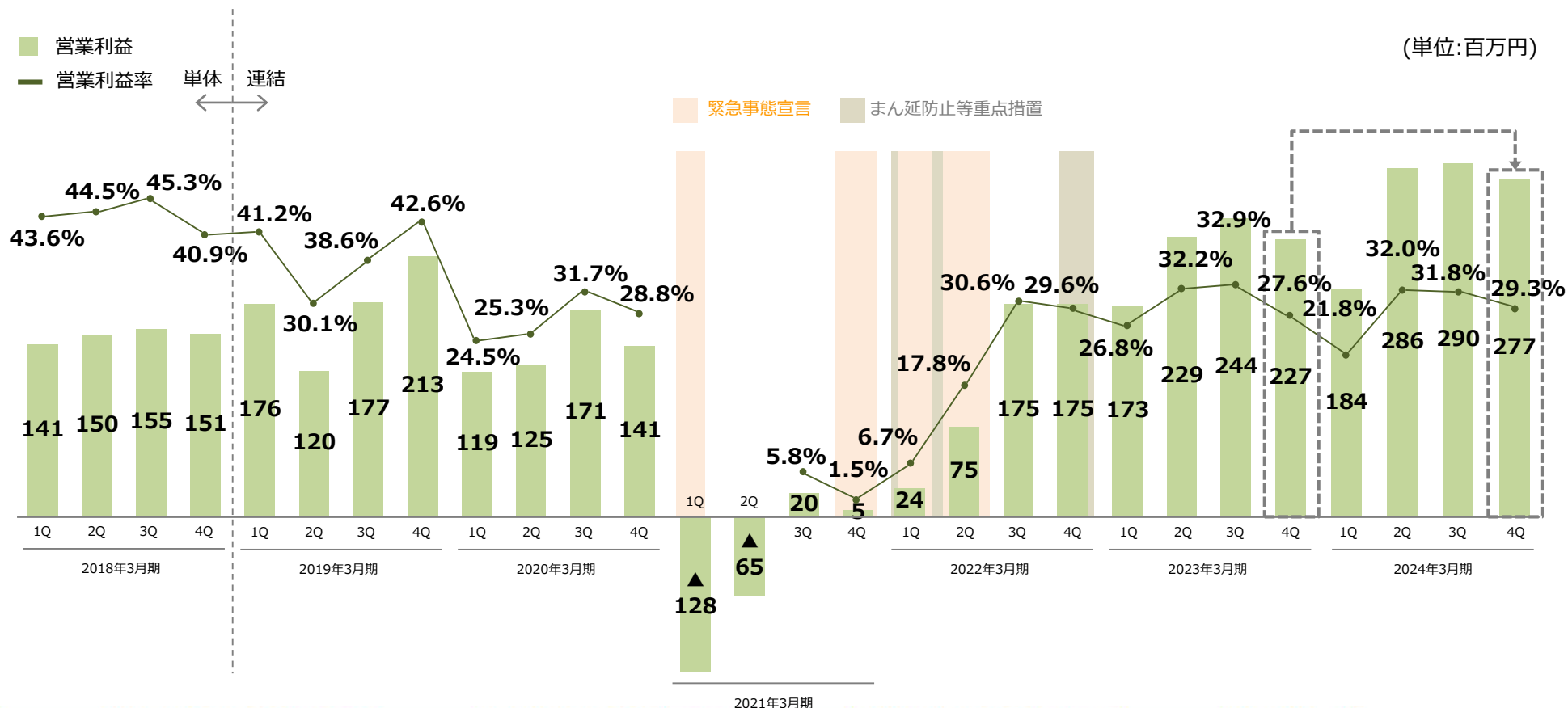
- 内装建築.com/フードアカウンティング協会/農業ジョブの事業譲受に伴うのれん償却及びアドバイザー費用
 - 内装建築.comの事業譲受に伴う顧客関連資産償却
- 上記2点、4Q会計期間で約23百万円



営業利益の状況

4Qも戦略投資を吸収しながら、着実に営業利益を創出
(前年同期比+21.7%)

営業利益の四半期推移



連結キャッシュフロー計算書

3件の事業譲受を実施しながらも
通期で営業キャッシュフローを積上げ

| (単位:百万円) | 2024年3月期 通期累計期間 | 2023年3月期 通期累計期間 | 増減 |
|-----------------|--------------------|--------------------|------|
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 3,883 | 3,037 | 845 |
| 営業活動によるキャッシュフロー | 736 ※1 | 850 | ▲114 |
| 投資活動によるキャッシュフロー | ▲530 ※2 | ▲4 | ▲525 |
| 財務活動によるキャッシュフロー | 49 ※3 | - | 49 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | 254 | 845 | ▲591 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 4,138 | 3,883 | 254 |

※1 法人税支払額の増加等の影響

※2 3件の事業譲受に伴う支出増加の影響

※3 新株予約権の行使による株式発行に伴う収入増加の影響

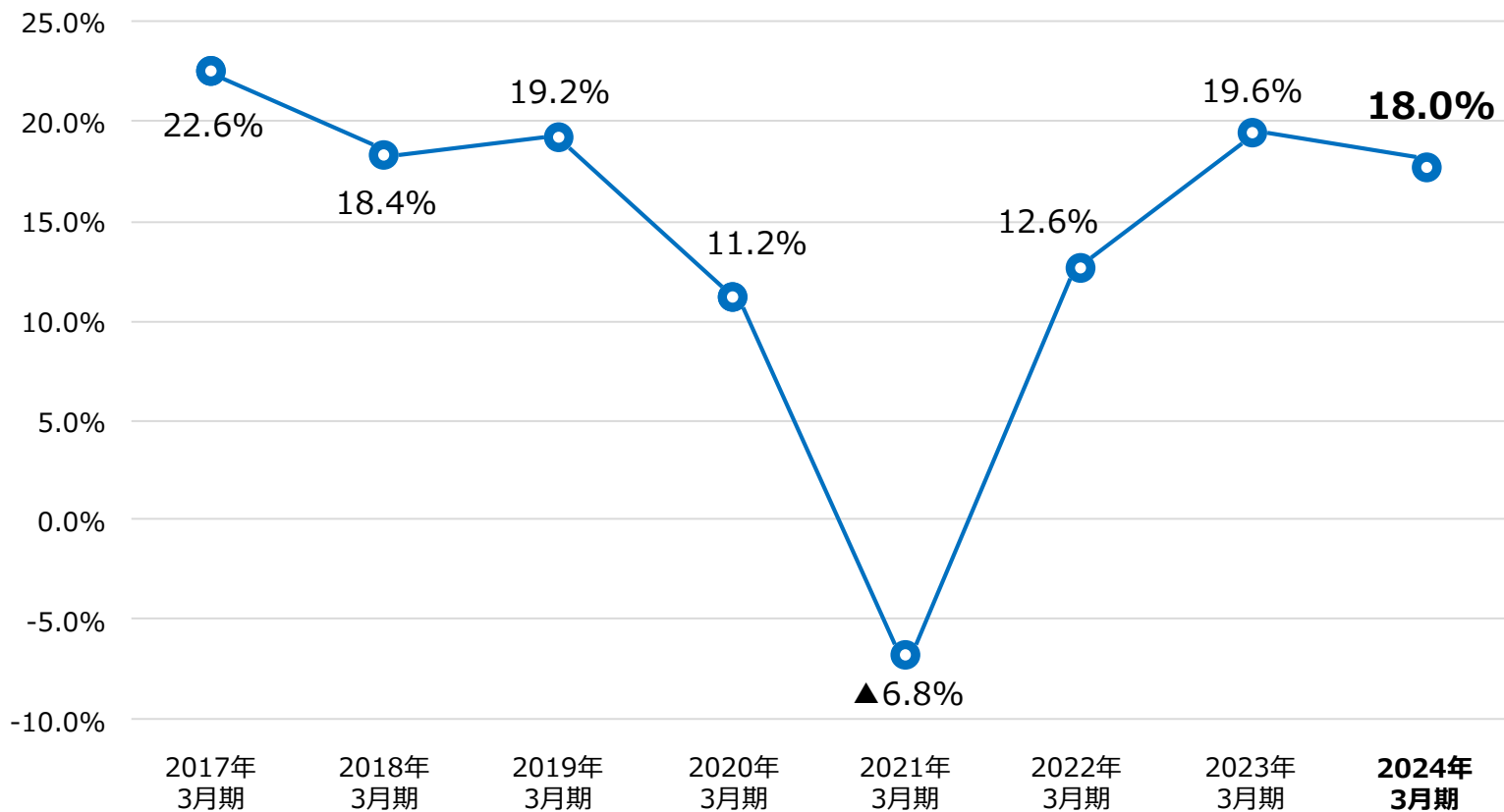
連結貸借対照表

新株予約権の行使や利益剰余金の増加により純資産が235百万円増加
(2023年12月期末比)

| (単位:百万円) | 2024年3月期末 | 前四半期末比 上段:金額、下段:増減率 | 2023年12月期末 |
|----------|--------------|------------------------|------------|
| 流動資産合計 | 4,411 | +208 (+5.0%) | 4,202 |
| 現金及び預金 | 4,194 | +190 (+4.8%) | 4,003 |
| 固定資産合計 | 659 | +155 (+30.9%) | 503 |
| 資産合計 | 5,070 | +364 (+7.7%) | 4,706 |
| 流動負債合計 | 746 | +119 (+19.1%) | 627 |
| 固定負債合計 | 31 | +9 (+40.8%) | 22 |
| 純資産合計 | 4,292 | +235 (+5.8%) | 4,056 |

ROEの推移状況

2024年3月期も高水準のROEで推移
今後も資本効率を考慮して成長投資や株主還元を継続



1. 2024年3月期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 2024年3月期の振り返り
4. 2025年3月期方針と通期業績予想
5. 長期的に目指す姿
6. 参考資料

メディアプラットフォーム事業

4Qも売上高は好調を維持(前年同期比+18.6%)
セグメント利益も順調に増加(前年同期比+40.4%)

売上高及び利益又は損失の四半期推移

(単位:千円)

| | 2021年3月期 | | | | 2022年3月期 | | | | 2023年3月期 | | | | 2024年3月期 | | | |
|--------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 1Q 会計期間 | 2Q 会計期間 | 3Q 会計期間 | 4Q 会計期間 | 1Q 会計期間 | 2Q 会計期間 | 3Q 会計期間 | 4Q 会計期間 | 1Q 会計期間 | 2Q 会計期間 | 3Q 会計期間 | 4Q 会計期間 | 1Q 会計期間 | 2Q 会計期間 | 3Q 会計期間 | 4Q 会計期間 |
| 売上高 | 193,376 | 234,868 | 321,271 | 303,224 | 336,320 | 382,672 | 532,303 | 562,894 | 618,838 | 656,011 | 695,732 | 758,461 | 811,611 | 845,840 | 849,553 | 899,297 |
| 外部顧客への売上 | 191,312 | 232,804 | 318,219 | 299,970 | 336,317 | 382,672 | 532,303 | 562,894 | 618,838 | 656,011 | 695,732 | 758,461 | 811,611 | 845,840 | 849,553 | 899,297 |
| セグメント間内部売上 | 2,064 | 2,064 | 3,052 | 3,254 | 2 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| セグメント利益又は 損失(▲) | ▲96,111 | ▲51,833 | 37,906 | 31,402 | 27,168 | 65,570 | 175,998 | 177,837 | 179,188 | 207,170 | 234,933 | 202,567 | 199,354 | 283,395 | 277,933 | 284,428 |

求人広告サービス

- ✓ 直販(前年同期比+12.1%)、
代理店(前年同期比+71.9%)、
両チャネルともに伸長

デザイン会社向けサービス

- ✓ デザイン会社向け全体として
は順調に伸長
(前年同期比+5.8%)
※内装建築.comを除く

各種指標

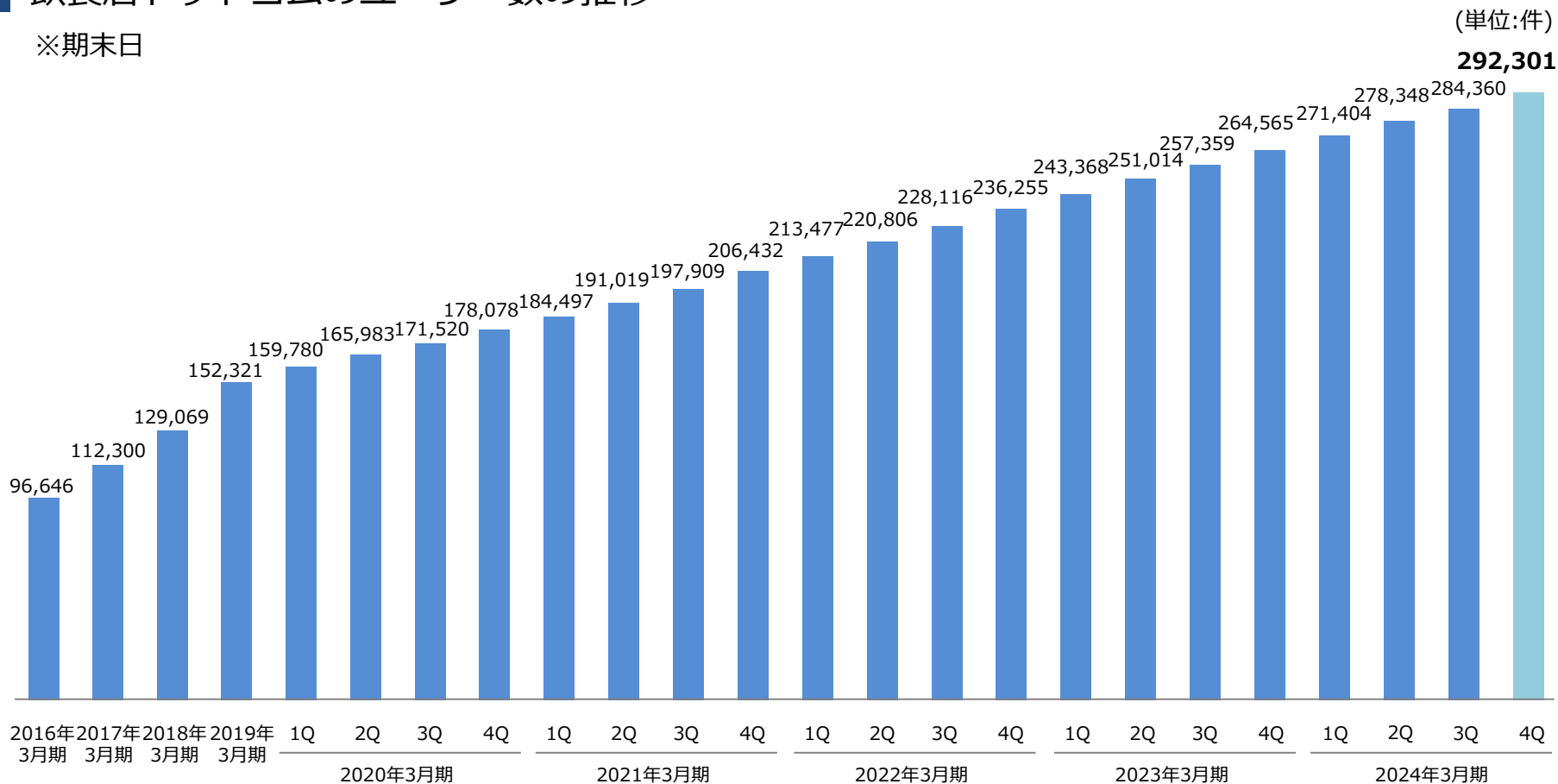
- ✓ 登録ユーザー数、事業者数、
求職者数も順調に増加

メディアプラットフォーム事業 ~ ユーザー数の状況

ユーザー数は順調に増加
(前年同期比+10.5%)

飲食店ドットコムของผู้ユーザー数の推移

※期末日



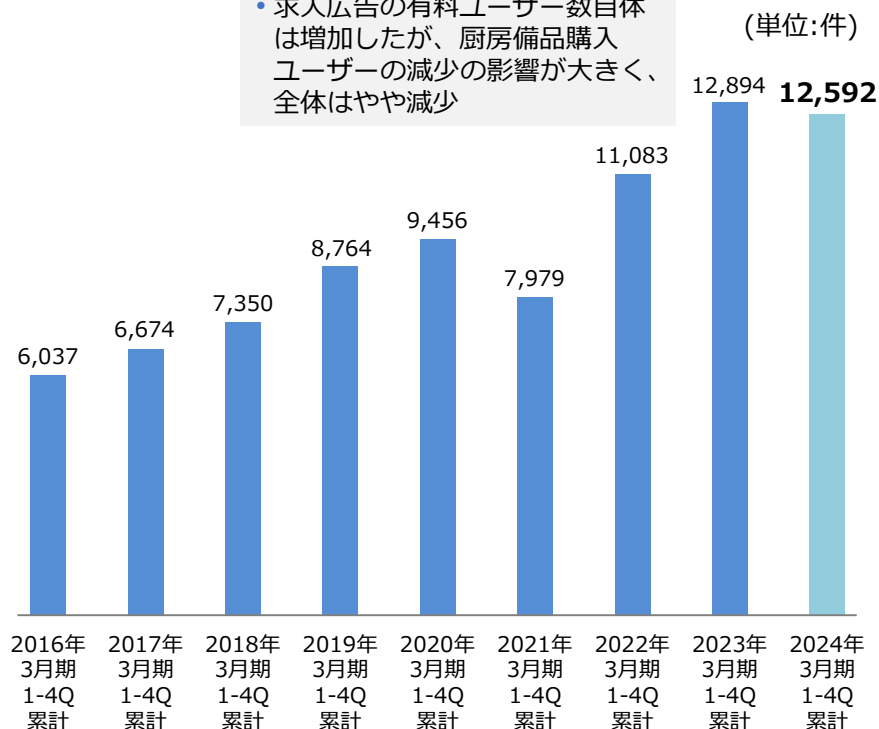
メディアプラットフォーム事業 ～ 有料ユーザー数の状況

有料ユーザー数はやや減少(前年同期比▲2.3%)
 期間単価は求人広告の売上高増加により増加(前年同期比+27.0%)

有料ユーザー数の推移

※期中累計

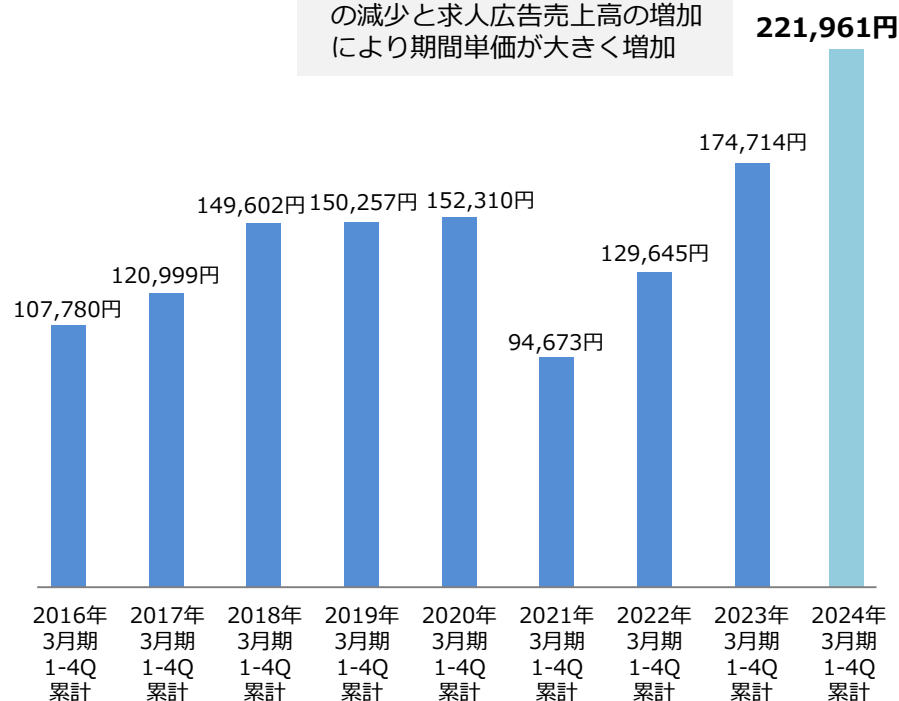
- 求人広告の有料ユーザー数自体は増加したが、厨房備品購入ユーザーの減少の影響が大きく、全体はやや減少



有料ユーザーの期間単価の推移

※期中累計

- 比較的単価の低い厨房備品売上の減少と求人広告売上高の増加により期間単価が大きく増加



(注)求人飲食店ドットコム、店舗物件探し、厨房備品購入、Food Job Japan(2018年9月より有料化、現在休止中)、PlaceOrders(2019年1月より有料化)の有料サービスを利用したユニークユーザー数

(注)有料ユーザーの利用金額の合計



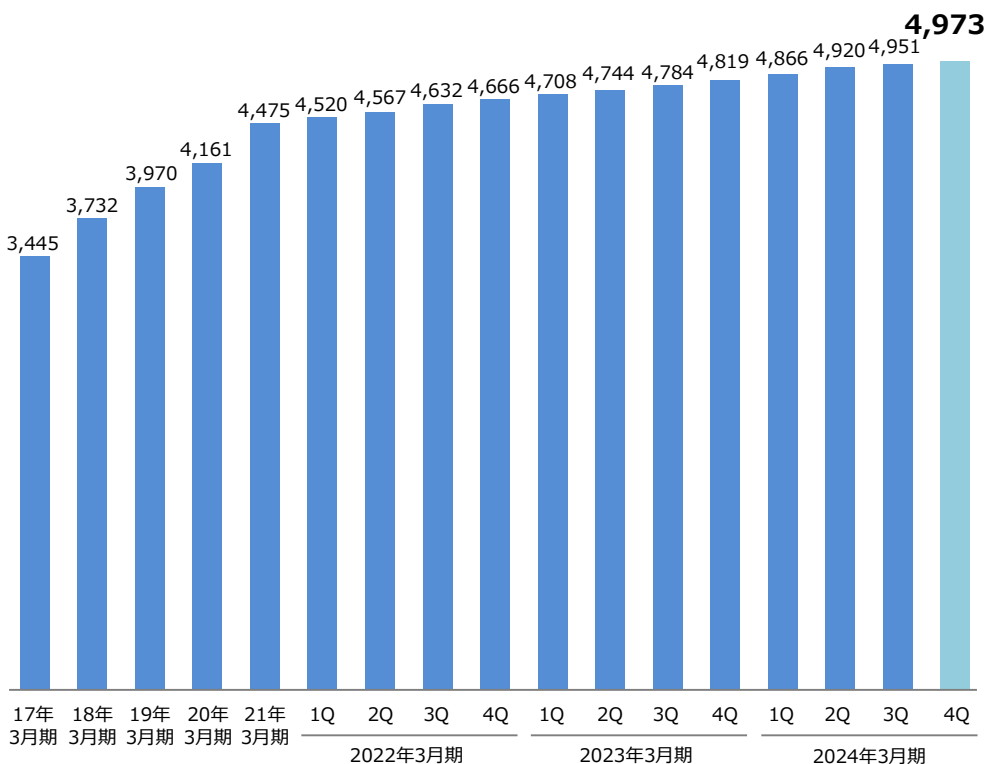
メディアプラットフォーム事業 ～ 事業者数・求職者数の状況

事業者数・求職者数も順調に増加
 (事業者数：前年同期比+3.2%、求職者数：前年同期比+21.4%)

事業者数の推移

※期末日

(単位:社)

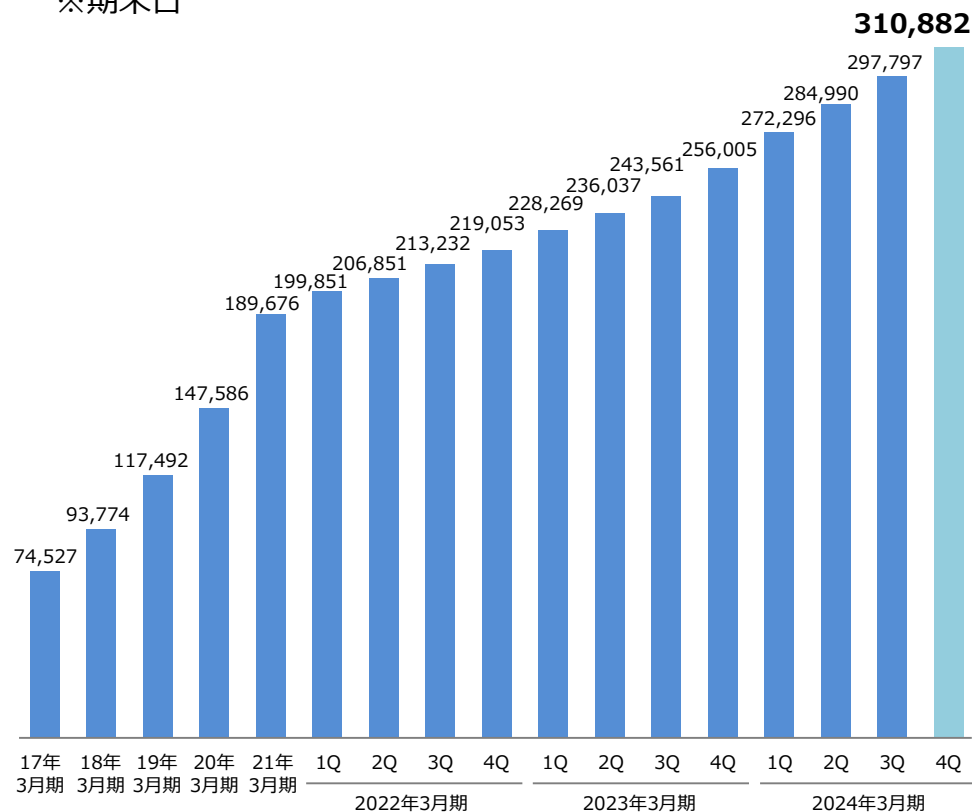


(注)月末時点で登録している不動産会社・デザイン会社・食材仕入会社の合計
 (内装建築.comにおける設計・施工会社登録数は除く)

求職者数の推移

※期末日

(単位:件)



(注)求人飲食店ドットコムに求職者として会員登録した人数(仮会員登録と退会者を除く)



成約時期の遅れにより売上高は想定を下回って推移(前年同期比▲27.0%)
セグメント利益は赤字

売上高及び利益又は損失の四半期推移

(単位:千円)

| | 2021年3月期 | | | | 2022年3月期 | | | | 2023年3月期 | | | | 2024年3月期 | | | |
|--------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 1Q 会計期間 | 2Q 会計期間 | 3Q 会計期間 | 4Q 会計期間 | 1Q 会計期間 | 2Q 会計期間 | 3Q 会計期間 | 4Q 会計期間 | 1Q 会計期間 | 2Q 会計期間 | 3Q 会計期間 | 4Q 会計期間 | 1Q 会計期間 | 2Q 会計期間 | 3Q 会計期間 | 4Q 会計期間 |
| 売上高 | 17,986 | 28,935 | 27,507 | 21,342 | 31,557 | 40,960 | 39,748 | 29,348 | 30,012 | 58,232 | 46,681 | 66,234 | 34,040 | 49,549 | 64,375 | 48,366 |
| 外部顧客への売上 | 17,986 | 28,935 | 27,507 | 21,342 | 31,557 | 40,960 | 39,748 | 29,348 | 30,012 | 58,232 | 46,681 | 66,234 | 34,040 | 49,549 | 64,375 | 48,366 |
| セグメント間内部売上 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| セグメント利益又は 損失(▲) | ▲13,450 | 178 | ▲1,085 | ▲14,036 | 343 | 7,957 | ▲1,101 | ▲2,729 | ▲5,487 | 22,581 | 9,435 | 25,070 | ▲14,932 | 2,688 | 11,983 | ▲7,502 |

M&A仲介サービス

- ✓ 案件は蓄積されているものの、成約時期遅れの影響で売上高は停滞気味(前年同期比▲36.0%)

居抜きサービス

- ✓ 売却相談件数、案件数は高水準を維持

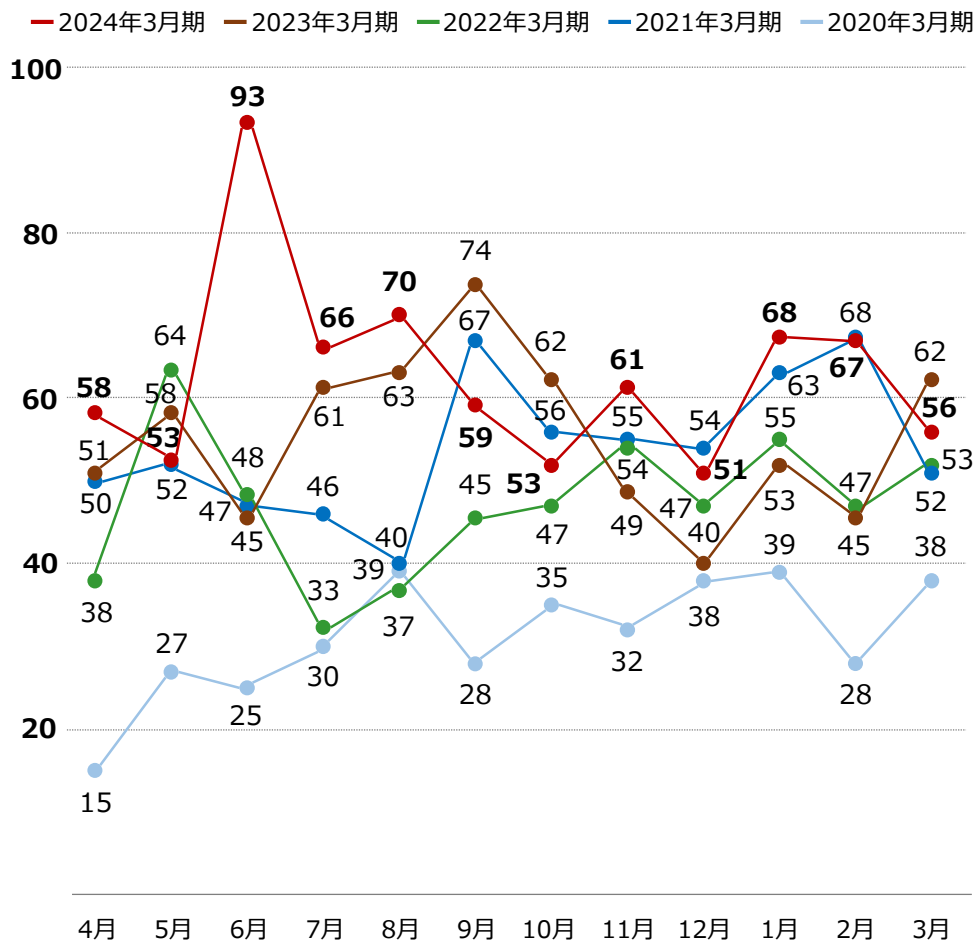
その他

- ✓ フードアカウンティング協会・税理士マッチングサービスは堅調に推移

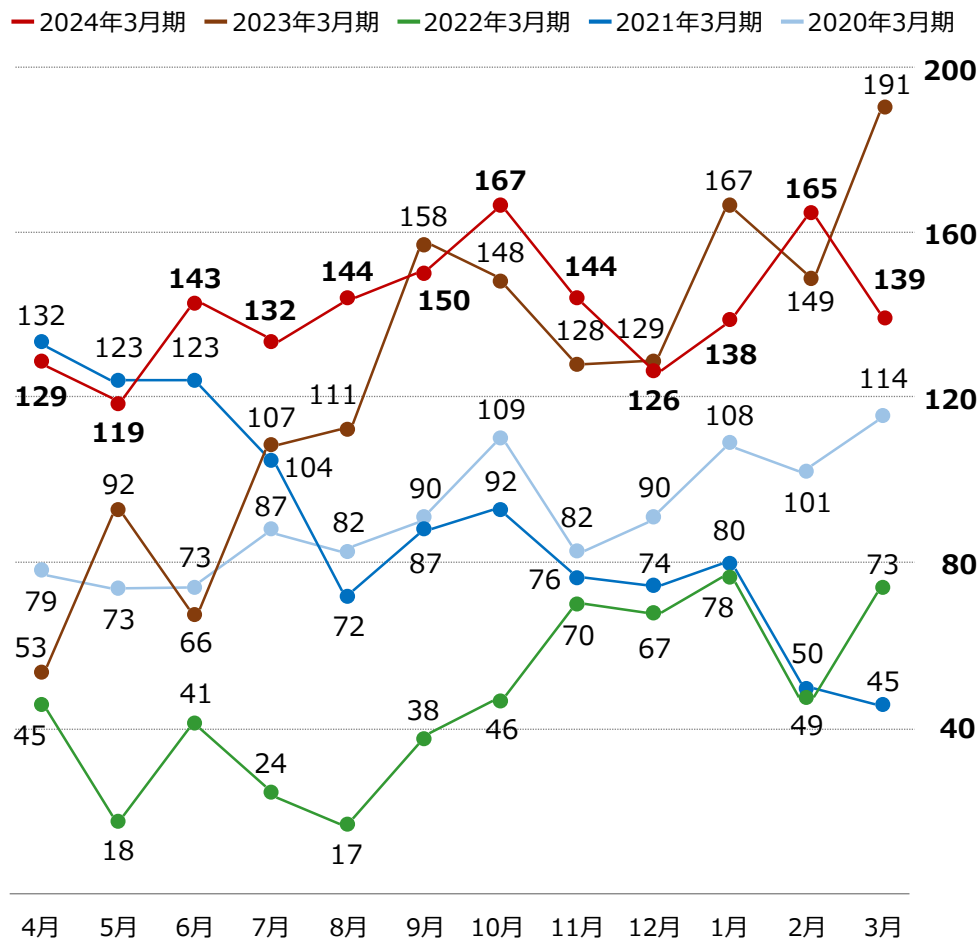
M&A仲介事業 ～ 売却相談件数の状況

M&A、居抜きともに高水準の相談件数を維持

売却相談件数(M&A)の推移



売却相談件数(居抜き)の推移



1. 2024年3月期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 2024年3月期の振り返り
4. 2025年3月期方針と通期業績予想
5. 長期的に目指す姿
6. 参考資料

2024年3月期の方針に対する結果

M&A仲介サービスは想定を下回って推移したが、全体的には計画通りに進捗

2024年3月期の方針※1

結果

| | | | | |
|----------------------|------------------|-----------------------------|---|---|
| 1 新中期経営計画の着実な実行 | 5つの事業戦略の推進 | 求人広告サービスの全国展開 | 評価 ○ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 直販：全てのエリアで順調に推移 ✓ 代理店：受注実績のある営業人員数(ユニーク)が242名(3Q末比+29名)、契約代理店は38社(3Q末比+3社) |
| | | プラットフォームサービスの拡大 | 評価 △ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ デザイン会社向けサービスは順調に推移 ✓ M&A仲介サービスは、成約時期の遅れにより売上高は想定を下回るものの、案件数は蓄積 |
| | | モビリティサービスの推進・拡大 | 評価 ○ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 出店場所1,115箇所(1Q-4Q実績ユニーク、昨対比+490箇所)、登録台数3,619台(仮登録除く)と大きく増加 |
| | | 会員基盤を活用したデータサービスの展開 | 評価 ○ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 2025年3月期上期中のリリースに向け、飲食店特化型の保険サービスの準備に着手 |
| | | SNSショート動画を活用した集客・求人領域での収益拡大 | 評価 ○ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 求人掲載数を拡大中(211店舗、3Q末比+66店舗) ✓ アルバイト動画は4Qで210本作成・投稿(グルメバイトちゃん・プチブラグルメ合計) |
| 2 非連続成長に向けた取組みの推進 | 長期戦略・M&A戦略の策定・推進 | 評価 ○ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 2024年1月31日に譲受した「農業ジョブ」にて、農業・食品特化の合同企業説明会「食品・農業就活サミット」を3月に実施 | |
| | 生成型AIプロジェクトの推進 | 評価 ○ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 物件領域でGPTを活用するためのフィジビリティ調査を完了、プロダクトへの導入準備中 | |

※1 2023年3月期決算説明会資料より(2023年5月12日発表)

求人広告サービスの状況

直販を伸ばしながら、代理店チャネルを強化
2025年3月期における売上拡大のための準備を完了

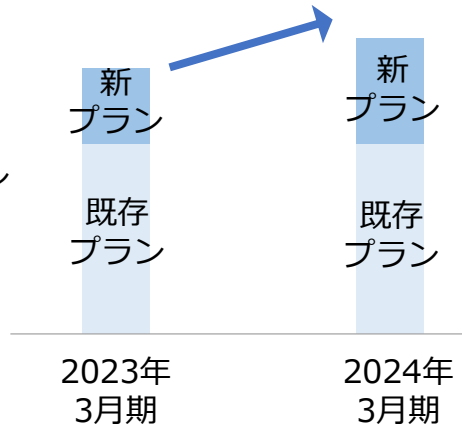


デザイン会社向けサービスの状況

デザイン会社向けサービスは新プラン追加による成長を実現
内装建築も大きな問題なくPMIが完了

店舗デザイン
求人インテリア

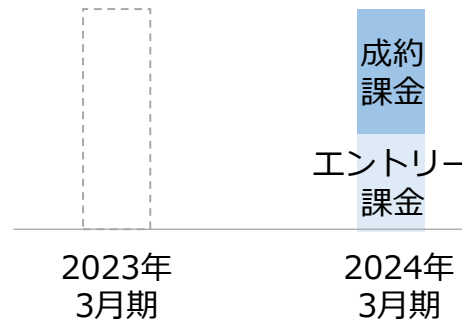
- 掲載課金型に、従量課金型や成功報酬モデルを追加導入
- 導入2年目も順調に進捗



売上高
11.4%増(昨対比)

内装建築.com

- 2024年4月に事業譲受



初年度は譲受前と同等
水準の売上高を維持

※グラフはイメージ

M&A仲介サービスの状況

通常規模のM&A案件の成約遅れにより売上高は減少
一方でM&Aライト^(※1)は案件化数も大きく増加し、2025年3月期の
売上最大化に向けたオペレーション/体制変更の準備は完了

| | | 2023年 3月期 | 2024年 3月期 |
|--------------------------|------------|--------------|--------------|
| 売却相談 件数 ^{※2} | M&A | 211 | 182 |
| | M&A ライト | 452 | 573 |
| 案件化数 ^{※2} | M&A | 128 | 72 |
| | M&A ライト | 215 | 275 |
| アドバイザー数(人) | | 6 | 8 |

売上高
13.4%減(昨対比)

✓ 通常M&Aの案件化数の減少は、比較的サイズの小さい案件を、M&Aライト案件としてスピーディーに成約することを優先した影響

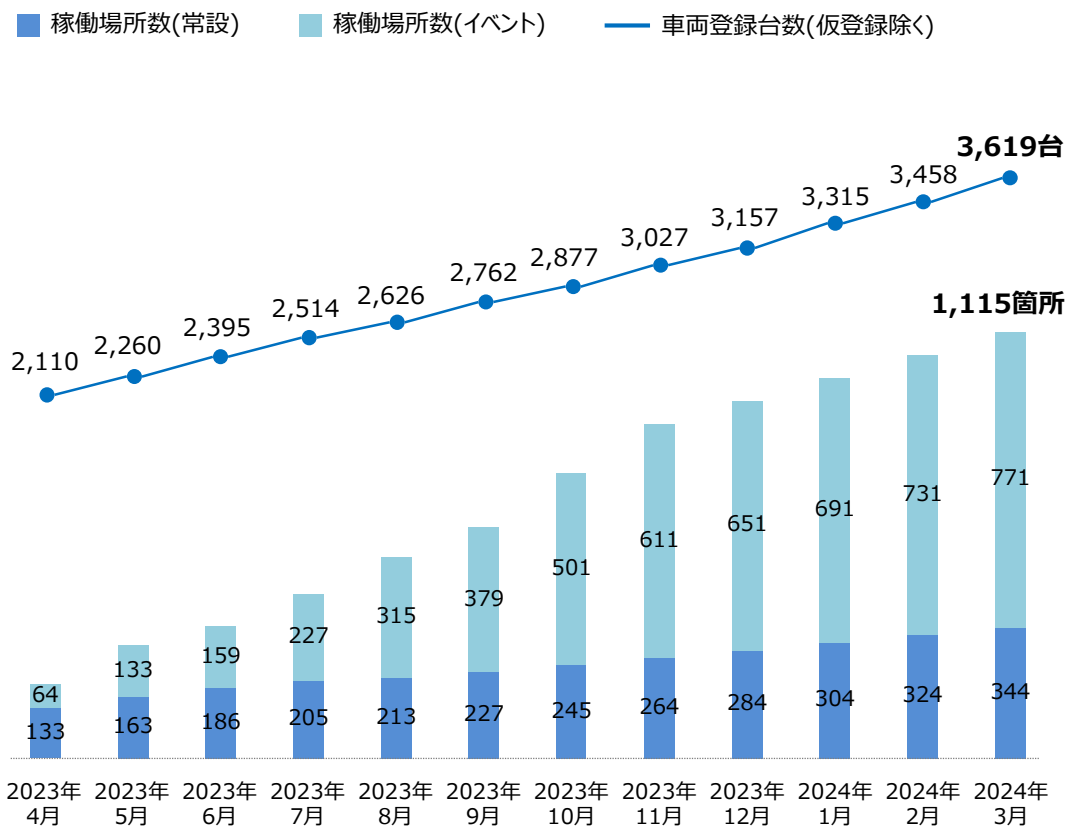
※1 M&Aライト案件は、1店舗・譲渡金額300万円～1,000万円・仲介手数料200万円の小規模M&A案件を指す

※2 上記売却相談件数、案件化数は、居抜きサービスは含まずM&A仲介サービスのみの値

モビリティサービスの状況

稼働場所と移動販売事業者は大きく増加
 移動販売事業者向けサブスクサービスの開始に向けて順調に推移

稼働場所数(当期ユニーク累計)と車両登録台数の推移



売上高
71.7%増(昨対比)

稼働場所数
 約**1.8倍(昨対比)**

車両登録台数
 約**1.8倍(昨対比)**

トピックス ～ モビリティサービス「鶴舞公園 桜まつり2024」

名古屋市鶴舞公園で開催された「桜まつり2024」にてキッチンカー出店支援を実施
大規模イベントでの実績積上げにより、サブスクサービスへの誘導を促進

概要

- イベント名
 - ✓ 桜まつり2024
- 開催日時
 - ✓ 2024年3月15日～4月14日(前期)
※後期として4月27日～6月9日も開催予定
- 開催場所
 - ✓ 鶴舞公園名古屋市緑化センター

<モビリティサービス出店支援実績>
※2024年4月14日集計時点

- キッチンカー稼働確保台数(/日・台)
 - ✓ 約1,200台
- キッチンカー最高売上高(/日・台)
 - ✓ 約170万円
- キッチンカー売上高100万円超(/日・台)の台数
 - ✓ 28台

実際の様子



昼間の様子



夜の様子

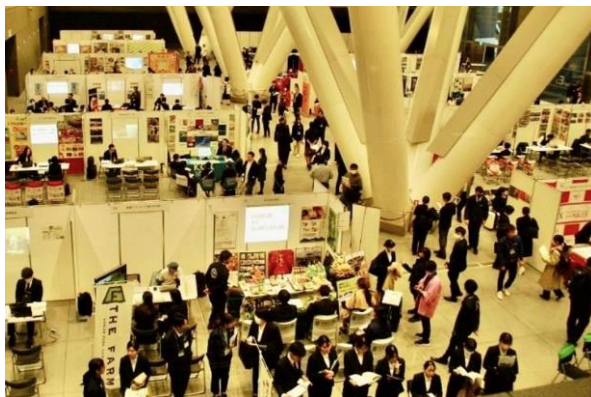
トピックス ～ 農業・食品特化の合同企業説明会「食品・農業就活サミット」

2025年新卒の学生を対象に、11回目となる「食品・農業就活サミット」を開催
今後も継続的に開催、食品・農業人材市場における更なる貢献を目指す

概要

- 開催日時
 - ✓ 2024年3月21日
- 開催場所
 - ✓ 東京国際フォーラム ホールE2
- 参加対象者
 - ✓ 2025年春に大学、大学院、短大、専門学校、農業大学校等を卒業予定の学生 約450名
- 参加企業
 - ✓ 農業・アグリビジネス・食品業界のリーディングカンパニー72社
- 主催
 - ✓ 農業ジョブ(株式会社シンクロ・フード)
- 後援
 - ✓ 農林水産省

当日の様子



会場(東京国際フォーラム)



企業出展ブース

参加者からの声

<学生の声>

- 食や農に絞った合同説明会はほとんど開催がなかったため、自身の興味のある農業分野の企業の説明会を一気に、対面で参加することができ、効率や対面ならではの良さを感じた。
- 一日で複数の企業を知ることができるという点で満足度が高かったです。
- 農業に関連する就職というと生産現場が主に出るが、本イベントでは、農業業界に様々な面で関わる仕事が一挙に集まり説明されていてとても参考になった。

<出展企業の声>

- 食や農へ強い思いをもった学生と多く接触することができた。
- 参加学生の農業業界への興味関心が非常に高く、当社に興味を持って説明を聞いていただいた。
- 着席して下さった学生の方は特に畜産に興味のある方ばかりでしたので、説明にも積極的な姿勢を示してくださりました。農業サミットに参加した学生の方がご応募もくださっているので大変感謝しております。

1. 2024年3月期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 2024年3月期の振り返り
4. 2025年3月期方針と通期業績予想
5. 長期的に目指す姿
6. 参考資料

中期経営計画の最終年度を完遂するとともに 次の成長を見据えた取組みを着実に推進

1

新中期経営計画 の完遂

- 5つの事業戦略の着実な実行
- 戦略投資の実行とコストコントロールの両立
 - ✓ 新規領域へのリソース充当と事業拡大 (→30~32頁)
 - ✓ 広告宣伝費の前期比並みの効率運用の継続

2

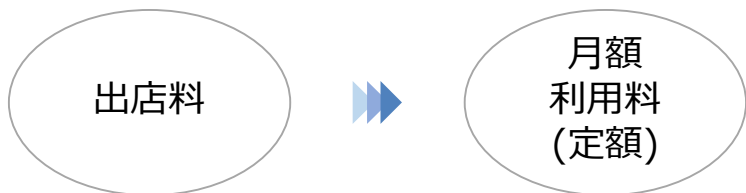
非連続成長に向けた 取組みの継続

- M&A戦略の推進、次期中期経営計画の策定
- 生成型AIプロジェクトの継続推進
 - ✓ サービス適用範囲の拡大

新規領域における取組み ～ モビリティサービス

2024年7月よりサブスクサービスを開始
業界初のスキームを武器に、更なる事業拡大を目指す

常設場所において 移動販売事業者が当社に支払う費用



- 従来：移動販売事業者の1日の売上高に対して、場所に応じて取り決められた比率を乗じて出店料を算出・支払
- 今後：選択したプランに応じて毎月定額の利用料を支払

3つの定額プラン

Free

Light

Basic

| 月額利用料※1 | | 無料 | 4,980円 | 9,800円 |
|------------|-------|------|--------|--------|
| 常設場所※2 | エントリー | 閲覧のみ | ○ | ○ |
| | 出店回数 | — | 5回まで※4 | 無制限 |
| | 出店手数料 | — | 無料※5 | 無料※5 |
| イベント※3への参加 | エントリー | 閲覧のみ | ○ | ○ |
| | 出店回数 | — | 無制限 | 無制限 |

※1 税抜き価格

※2 定期的に出店可能な場所(駅、学校、スーパー等)

※3 不定期に開催される出店場所(スポーツイベント、お祭り、展示会等)

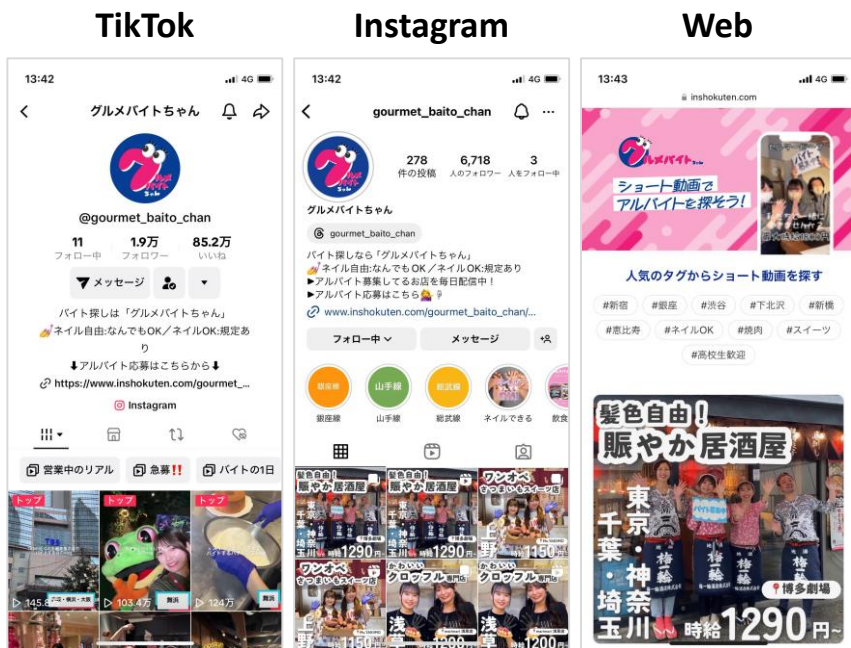
※4 6ヶ月間で30回まで(月間5回が目安)

※5 常設場所・エリアによっては、月額利用料以外に別途、募集者(場所提供者)に支払うコストが発生する場合あり

投資領域：サブスク含むシステム開発

新規領域における取組み ～ SNSショート動画求人グルメバイトちゃん

2023年5月のサービス提供開始からの1年間で得たノウハウ・強みをもとに
アルバイト求人市場(約1,480億円)におけるシェア獲得を目指す



サービス提供を通じて獲得した強み

圧倒的な露出力

- 1店舗あたり平均約12万再生を誇り、View数ではアルバイト求人媒体としては圧倒的

多様な動画表現による店舗紹介

- vlog形式※の動画はエンタメとアルバイト広告をミックスさせた手法で、再生数・応募効果ともに高い実績

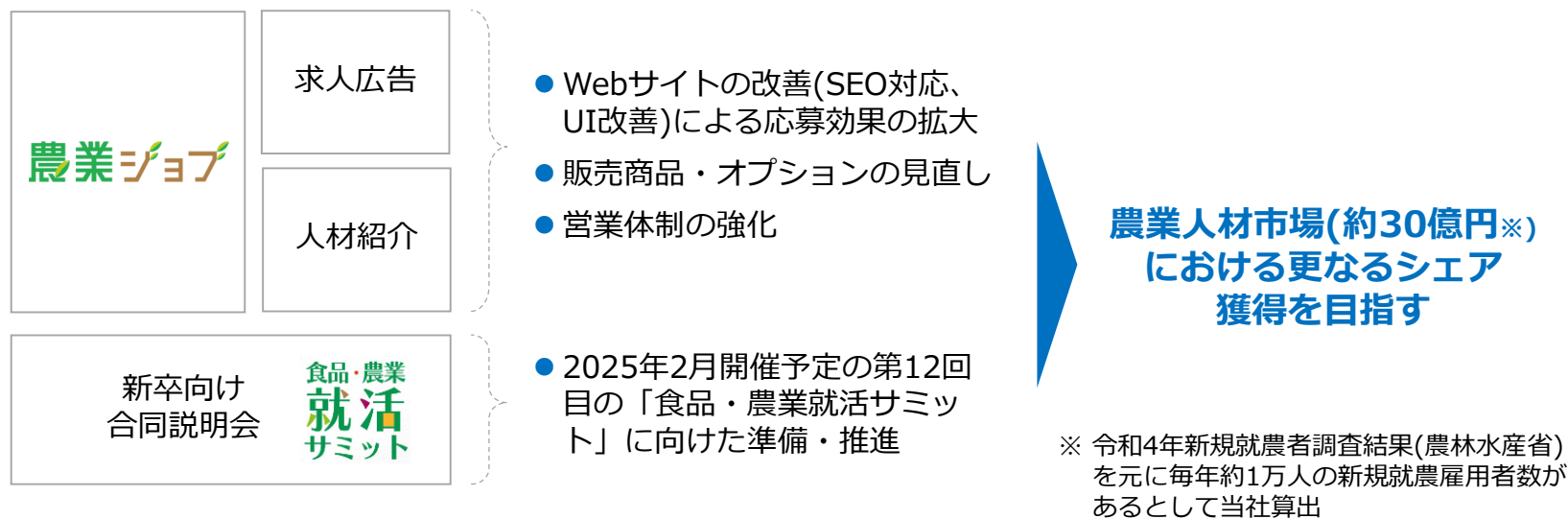
既存媒体では効果が出ないエリア・業態で高い効果を創出

※ vlog形式 : video blogの略称、日常風景を映像で記録する動画コンテンツ
グルメバイトちゃんでは、まかない等含めたアルバイトの日常動画を撮影

投資領域：営業体制、動画撮影・編集体制の強化

新規領域における取組み ～ 農業ジョブ

Webサイト改善を行いながら、営業体制を強化
当社のシステム開発・求人サービス運営ノウハウを活かして事業を拡大



投資領域：Webサイト改善、営業体制の強化

2025年3月期業績予想

中期経営計画3年目の業績目標は変更無し
 売上拡大しながらも経営効率・収益率を更に高め、持続的成長の基盤を構築

| (単位:百万円) | 2023年3月期 通期実績(連結) | | 2024年3月期 通期実績(連結) | | 2025年3月期 通期業績予想(連結) | |
|---------------------|----------------------|--------|----------------------|--------|------------------------|--------|
| | | 前期比 | | 前期比 | | 前期比 |
| 売上高 | 2,930 | +49.6% | 3,602 | +22.9% | 4,200 | +16.6% |
| 営業利益 | 876 | +94.5% | 1,038 | +18.5% | 1,260 | +21.3% |
| 営業利益率 | 29.9% | +6.9pt | 28.8% | ▲1.1pt | 30.0% | +1.2pt |
| 経常利益 | 878 | +94.0% | 1,036 | +18.0% | 1,260 | +21.6% |
| 親会社株主に帰属 する当期純利益 | 628 | +85.0% | 704 | +12.2% | 882 | +25.1% |

1. 2024年3月期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 2024年3月期の振り返り
4. 2025年3月期方針と通期業績予想
5. 長期的に目指す姿
6. 参考資料

当社の成功モデル

飲食店支援領域でのこれまでの事業運営を通じて
成功したビジネスモデルを確立し、多様な能力を獲得

これまでの事業運営を通じて実現してきたこと・獲得してきた能力

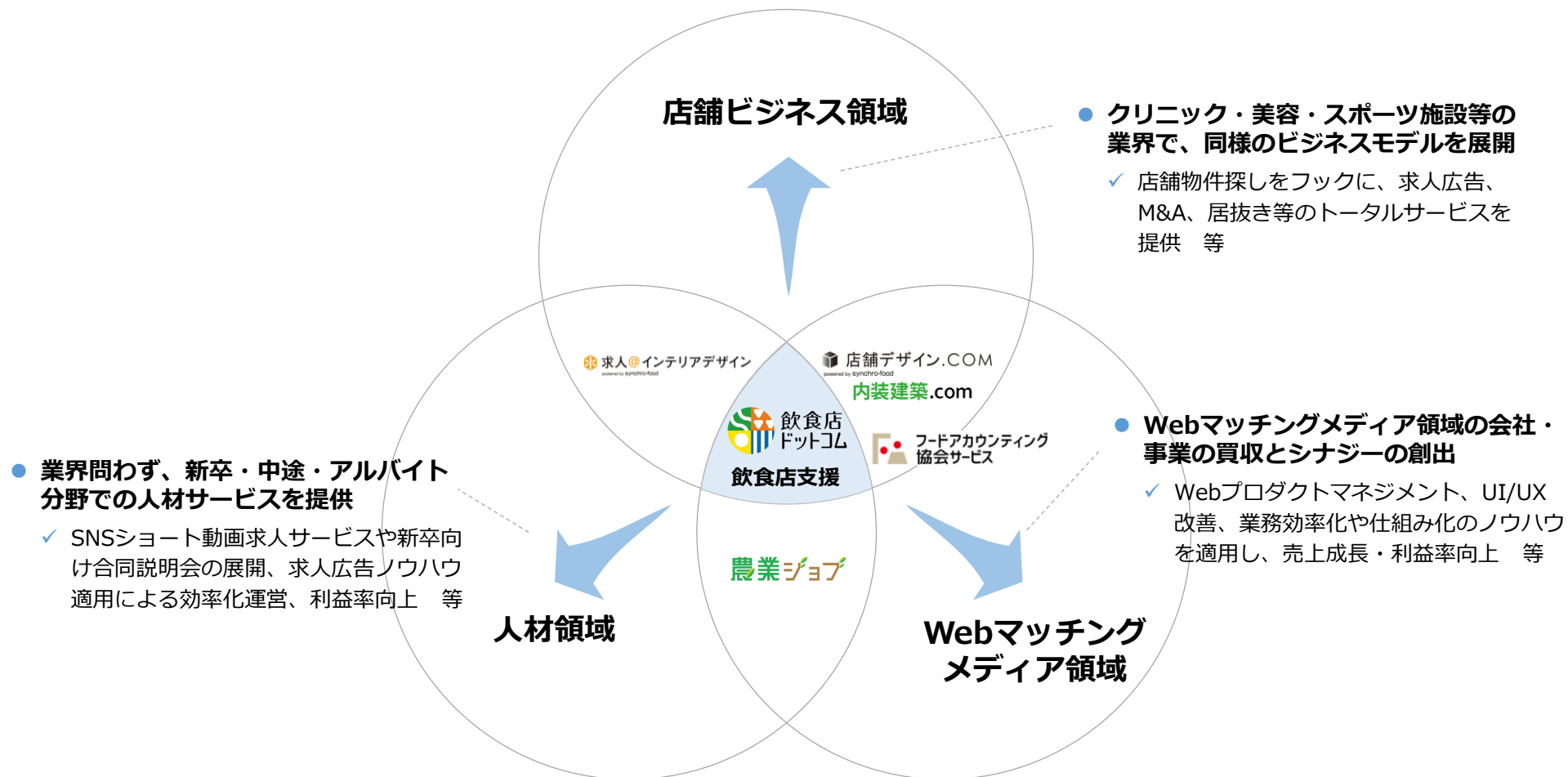


<飲食店向けメディアプラットフォームの運営>

- 物件探しをフックに低コストでユーザーを集め、求人広告で大きくマネタイズするビジネスモデル
- スピーディーなシステム開発により次々とサービスをリリース、一気通貫のトータルサービスを提供
- 多数のWebマッチングサービスにおけるプロダクトマネジメント経験及びUI/UX改善力
- 各種データ分析に基づいた業務改善・効率化・仕組み化、譲受事業への適用力
- リテール顧客(小規模飲食店)に対する営業活動の徹底的な効率化・仕組み化

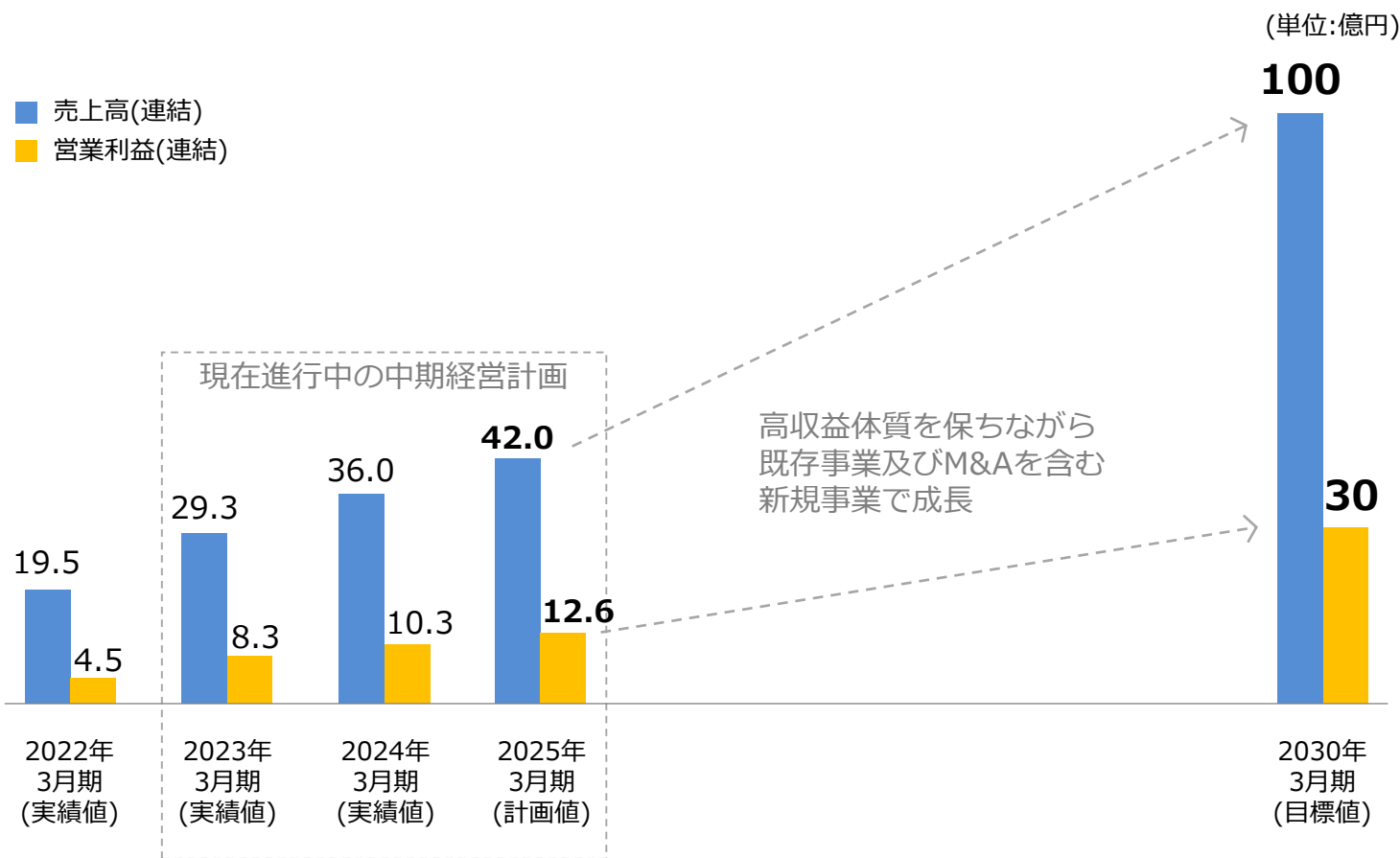
事業拡大の方向性

飲食店支援の成功モデルを人材・店舗ビジネス・Webマッチングメディアの3領域に適用し、長期的な事業成長・拡大を狙う



持続的成長の実現に向けて

2030年3月期に「売上高100億円・営業利益30億円・営業利益率30%」を目指す次期中期経営計画において、既存領域・M&A含む新規領域の成長戦略を精緻化



1. 2024年3月期決算概要
2. 各事業セグメントの概況
3. 2024年3月期の振り返り
4. 2025年3月期方針と通期業績予想
5. 長期的に目指す姿
6. 参考資料

役員プロフィール

代表取締役 兼 執行役員社長 兼 事業部長

藤代 真一

1997年3月 東京理科大学 理工学部 卒業
1999年3月 東京工業大学 総合理工学研究科 修士課程修了
1999年6月 アンダーセンコンサルティング
(現アクセンチュア株式会社)入社
2003年4月 当社設立 代表取締役(現任)

取締役 兼 執行役員管理部長

森田 勝樹

1999年5月 アンダーセンコンサルティング
(現アクセンチュア株式会社)入社
2003年4月 当社社外取締役
2015年4月 当社取締役(現任)

取締役 兼 執行役員開発部長

大久保 俊

2005年4月 株式会社ミツカングループ本社入社
2008年4月 当社入社
2015年4月 当社執行役員開発部長
2018年6月 当社取締役(現任)

社外監査役(常勤監査役)

牧野 隆一

社外監査役

井上 康知

社外監査役

中山 寿英

取締役

中川 二博

1984年4月 株式会社リクルート(現株式会社リクルートホールディングス)入社
1998年10月 株式会社東海カーセンサー代表取締役
1999年6月 株式会社九州カーセンサー代表取締役
2003年4月 株式会社リクルートHRマーケティング関西代表取締役
2006年4月 株式会社リクルート(現株式会社リクルートホールディングス)
執行役員、株式会社リクルートスタッフィング常務執行役員
2012年10月 株式会社リクルートマーケティングパートナーズ執行役員
2013年6月 株式会社JCM取締役
2014年10月 株式会社リクルートカーセンサー代表取締役
2016年4月 株式会社リクルートマーケティングパートナーズ顧問
2017年6月 当社社外取締役、プレミアグループ株式会社取締役(現任)
2019年6月 当社取締役(現任)

社外取締役

松崎 良太

1991年4月 株式会社日本興業銀行(現株式会社みずほフィナンシャルグループ)入行
2000年2月 楽天株式会社入社
2011年2月 サードギア株式会社設立 代表取締役(現任)
2011年11月 株式会社クラウドワークス取締役
2013年2月 きびだんご株式会社設立 代表取締役(現任)
2016年1月 当社取締役(現任)
2019年9月 株式会社ユーザーローカル取締役(現任)

社外取締役

永井 美保子

1988年4月 株式会社資生堂入社
1988年10月 同社ビューティーサイエンス研究所
2015年4月 同社コーポレートコミュニケーション本部長
2019年7月 一般社団法人日本ユマニチュード学会理事兼事務局長(現任)
2019年12月 株式会社マミーマート取締役(現任)
2022年6月 当社取締役(現任)
2024年3月 株式会社ブロードリーフ監査役(現任)



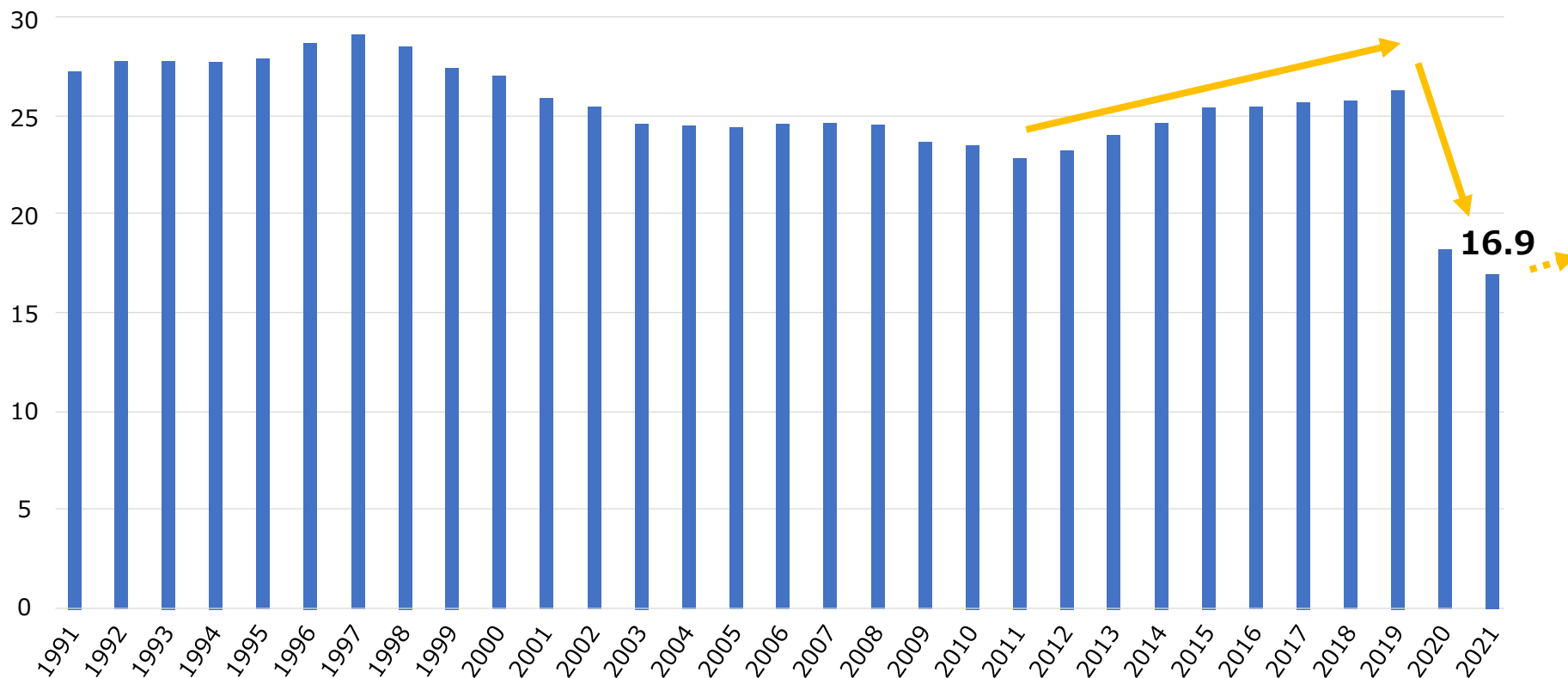
| | | |
|-------|-----|--|
| 2003年 | 4月 | 株式会社シンクロ・フードを設立 |
| | 9月 | 飲食店の出店開業・運営支援サイト「飲食店.COM」を開設 |
| 2005年 | 3月 | 店舗の内装会社を探ることができるマッチングサイト「店舗デザイン.COM」を開設 |
| | 11月 | インテリア業界の求人情報サイト「求人@インテリアデザイン」を開設 |
| 2006年 | 10月 | 飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」を開設 |
| 2007年 | 9月 | 居抜き店舗物件の買取査定サイト「居抜き情報.COM」を開設 |
| 2011年 | 5月 | 飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」の関西版を開設 |
| 2013年 | 9月 | 飲食店.COMに食材仕入先を探ることができるコーナー「食材仕入先探し」を開設 |
| 2015年 | 5月 | 食の世界をつなぐWEBマガジン「Foodist Media(フーディストメディア)」を創刊 |
| | 10月 | 店舗物件情報サイト「飲食店.COM 店舗物件探し」の関西版を開設 |
| 2016年 | 3月 | 飲食店に特化した食材発注ツール「PlaceOrders(プレイスオーダーズ)」をリリース |
| | 12月 | 飲食店のM&Aをサポートする「飲食M&A by飲食店.COM」をリリース 飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」の東海版を開設 |
| 2017年 | 5月 | 飲食店に特化したリサーチサービス「飲食店リサーチ」をリリース |
| | 6月 | 店舗物件情報サイト「飲食店.COM 店舗物件探し」の東海版を開設 |
| | 9月 | 飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」の九州版を開設 |
| | 12月 | 飲食店の求人情報サイト「求人@飲食店.COM」の北海道・東北版を開設 |
| 2018年 | 4月 | 外国人特化の飲食店の求人情報サイト「Food Job Japan」を開設 |
| | 6月 | 顔認証勤怠管理「飲食店タイムカード」スマホアプリの提供開始 |
| | 9月 | 店舗物件情報サイト「飲食店.COM 店舗物件探し」の九州版を開設 |
| 2019年 | 1月 | 食材発注ツール「PlaceOrders」のリニューアルおよび有料プラン提供開始 |
| 2020年 | 3月 | 食材受注管理システム「ReceiveOrders」をリリース |
| | 5月 | 月額定額制サービス「飲食店.COM プレミアム」の提供開始 |
| | 8月 | キッチンカーシェア・マッチングサイト「モビマル」の提供開始 副業マッチングサイト「ニコシゴト」の提供開始 |
| 2021年 | 10月 | フランチャイズ比較サイト「飲食FC比較」の提供開始 |
| 2022年 | 10月 | 飲食店の求人情報サイト「求人飲食店ドットコム」スカウトサービスをリニューアル |
| 2023年 | 3月 | 主要サービスブランドのリニューアルを完了(上記各サービス名称はリリース時) |
| | 5月 | SNSショート動画アルバイト求人サービス「グルメバイトちゃん」の提供開始 |
| | 9月 | SNSショート動画アルバイト求人サービス「グルメバイトちゃん」Web版をリリース |
| | 10月 | 飲食店と税理士事務所のマッチングサービス「飲食店ドットコム 税理士探し」をリリース |
| | 12月 | 飲食のプロが商品を試して評価する「飲食店ドットコム認証マーク」サービスを提供開始 |

外食産業規模

外食産業は2011年から2019年にかけて拡大傾向にあったが
コロナ影響により2020年、2021年にかけて縮小

外食産業市場規模推計の推移

単位：兆円



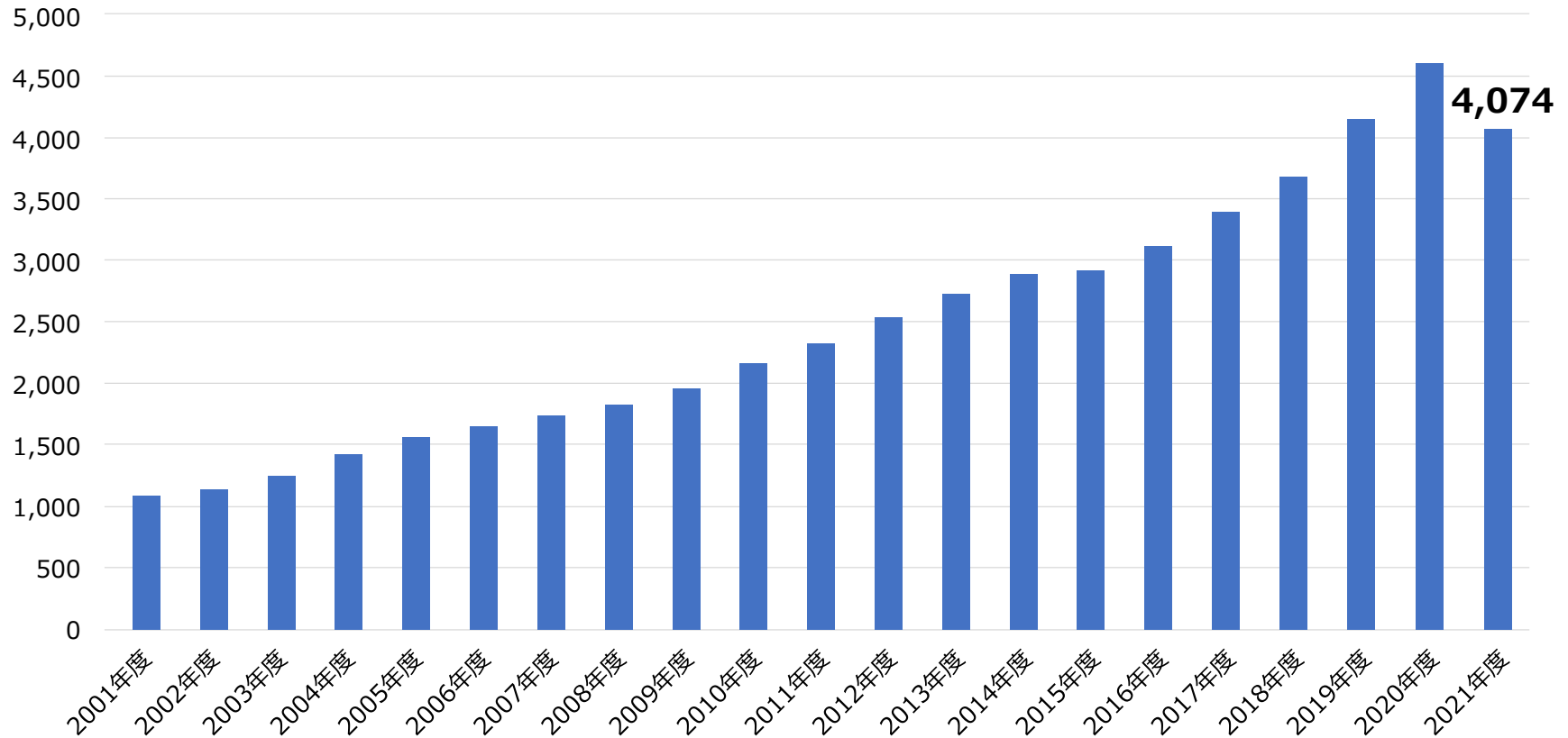
出所：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場規模推計の推移」

移動販売車の営業許可件数

移動販売車による営業は毎年増加してきたが
コロナ影響により2021年度は減少傾向

東京都における移動販売車の営業許可件数の推移

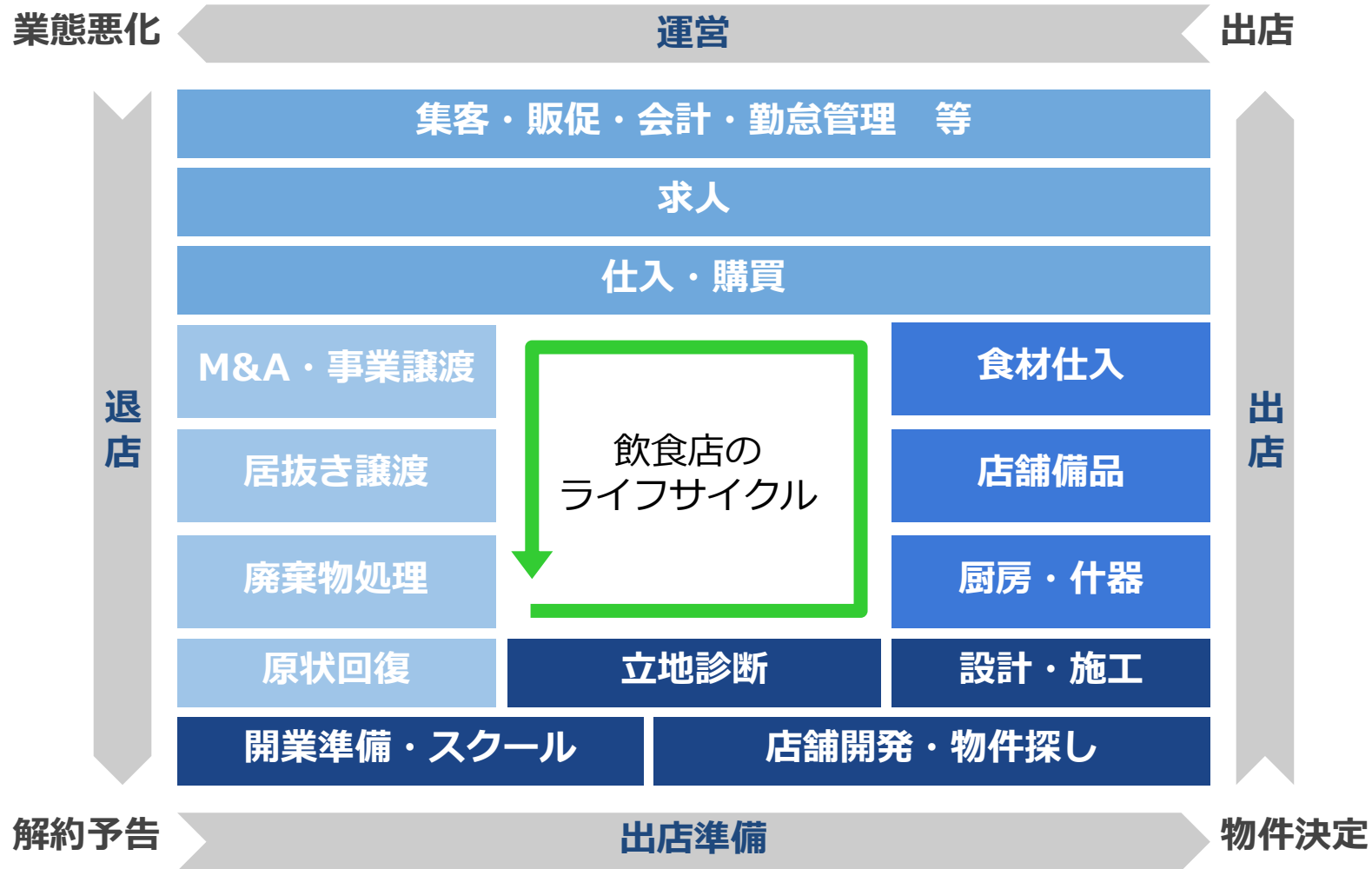
(単位：台)



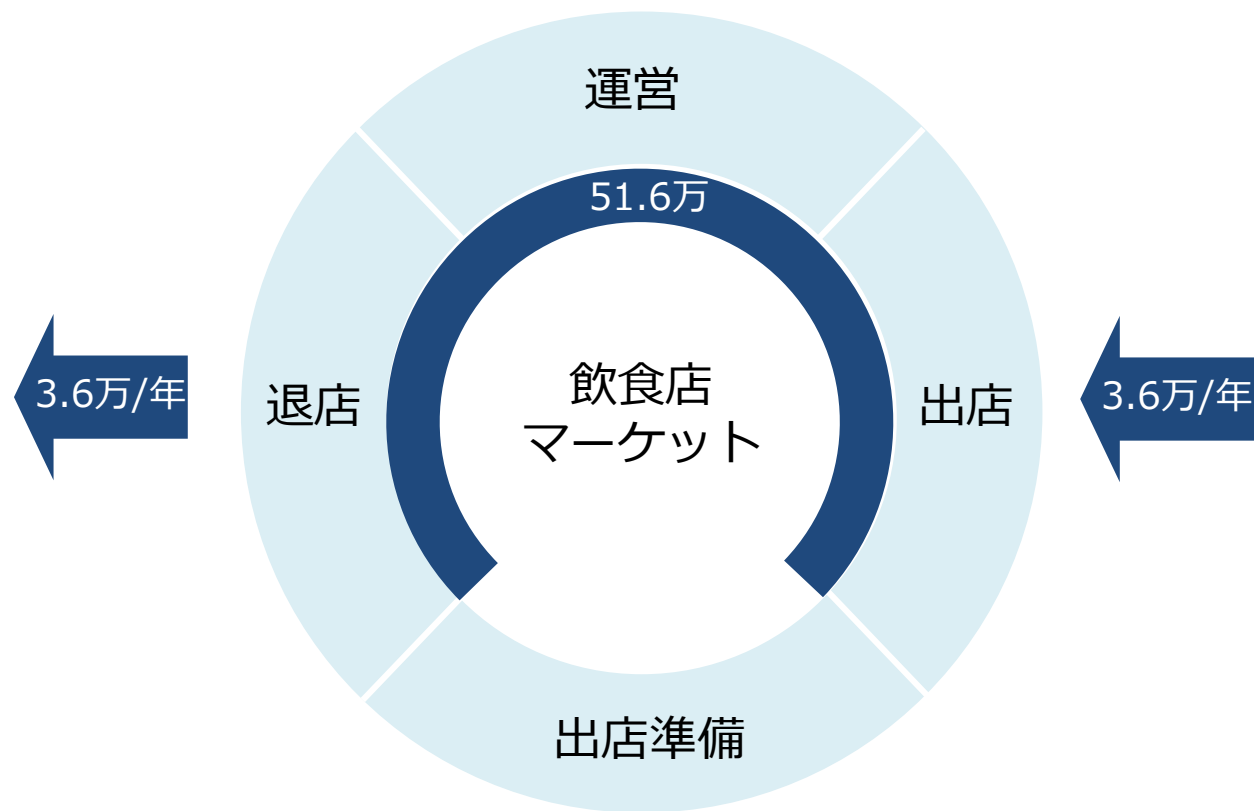
出所：東京都福祉保健局「食品衛生関係事業報告」

飲食店のライフサイクル

出店準備から出店、運営、退店の4フェーズ



飲食店マーケットは、全国の飲食店51.6万事業所*1のうち
年間3.6万事業所*2が入れ替わるマーケット



*1 出所：総務省「平成26年経済センサス基礎調査」(「バー、キャバレー、ナイトクラブ」に該当する事業所数を除外しております)

*2 上記「平成26年経済センサス基礎調査」の新設事業所、廃業事業所をもとに算出

当社のインターネットメディア事業(1/3)

飲食店ドットコム

飲食店ドットコムは、店舗物件情報の提供、厨房備品の販売、食材仕入先の選定支援、求人募集の管理など、飲食店開業・出店・運営に役立つサービスをワンストップで提供しています。

店舗物件や食材仕入、厨房備品の購入といった、出店開業・運営において必要となるサービスを、ユーザーは無料(一部有料サービスあり)で利用することができます。



求人飲食店ドットコム

求人飲食店ドットコムは、飲食店に特化した正社員・アルバイト求人情報サイトとして、首都圏と関西圏を中心に、飲食店の求人ニーズに対応した、専門の求人サービスを提供しています。

飲食店ユーザーは、求人飲食店ドットコムに有料で求人情報を掲載できます。求職者は、無料で求人情報の閲覧や応募をすることができます。



飲食店ドットコム 仕入れ先探し

飲食店ドットコム 仕入れ先探しは、業務用食材や酒類を取り扱う食材仕入事業者を探しているユーザーに、食材仕入事業者の情報を提供するサービスです。

食材仕入事業者は飲食店ドットコム 食材仕入れ先探しに登録することで、会社情報・取り扱い商品の掲載や、ユーザーからの食材仕入れ先探しのマッチング案件に対してエントリーを行うことができます。ユーザーは無料で食材仕入事業者情報の検索やマッチングを利用することができます。



当社のインターネットメディア事業(2/3)

PlaceOrders

PlaceOrders(プレイスオーダーズ)は、飲食店ドットコムが提供する飲食店に特化したWeb発注サービスです。

ユーザーは、スマートフォンから発注内容を送信するだけで、FAXまたはメール宛に自動変換された発注書が食材・酒の食材仕入事業者へ送信することができます。また、発注履歴もスマートフォンで確認することが可能です。



店舗デザイン.COM

店舗デザイン.COMは、店舗の出店・改装を考えているユーザーに、店舗のデザインや施工を行う内装事業者の情報を提供するサービスです。

内装事業者は有料で店舗デザイン.COMに登録することで、過去の施工事例の掲載や、ユーザーからのデザイン・施工のマッチング案件に対してエントリーを行うことができます。ユーザーは無料で内装事業者情報の検索やマッチングを利用することができます。



飲食店ドットコム ジャーナル

飲食店ドットコム ジャーナルは、飲食業界に携わる様々な方々へ参考情報を配信する当社のオウンドメディアです。

当メディアで掲載する記事は、当社専属のライターが執筆をしています。ユーザーを始めとして、当メディアの記事はすべて無料で閲覧をすることができます。



当社のインターネットメディア事業(3/3)

飲食M&A by 飲食店ドットコム

飲食M&A by 飲食店ドットコムは、飲食店のM&A、事業譲渡のためのプラットフォームを提供しています。

事業や店舗の買取を希望するユーザーは、サイトに登録することで、希望の情報を受け取ることができます。売却を希望するユーザーは、サイト上のオンライン査定により売却価格を試算出来る他、売却に関して無料で相談を受けることができます。また、ユーザー自身が売却情報を登録し買取希望者と直接やり取りをする「セルフプラン」を利用することができます。



飲食店ドットコム 飲食店リサーチ

飲食店リサーチは、ユーザーに、店舗運営に関する様々なアンケート調査を行い、結果やレポート記事を公開しています。ユーザーは、公開した情報を閲覧することで、店舗運営のヒントとして活用することができます。

また、食品メーカーや飲料メーカー等の事業者は、飲食店を対象とした調査やリサーチを実施することができるため、食品や飲料の開発、飲食店向けの企画時のニーズの把握等に活用することができます。



飲食店ドットコム 飲食FC比較

飲食FC比較は、飲食店経営者・出店予定者と、フランチャイズ本部をマッチングするサイトです。

従来の店舗出店型のフランチャイズ情報だけでなく、デリバリーやテイクアウトに特化したブランドも多数掲載しています。フランチャイズのブランドにおける様々な情報を整理し比較することで、優良なブランドを探すことができます。



ビジネスモデル

「一気通貫のプラットフォーム」を提供



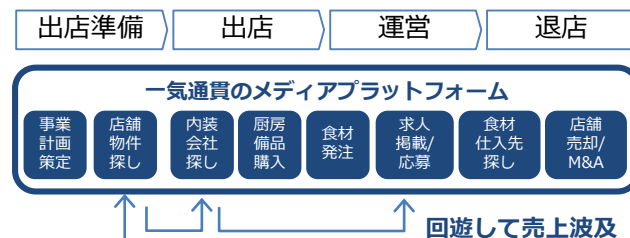
ビジネスモデルの強み

独自性・収益性・安定性に強み

1

独自性

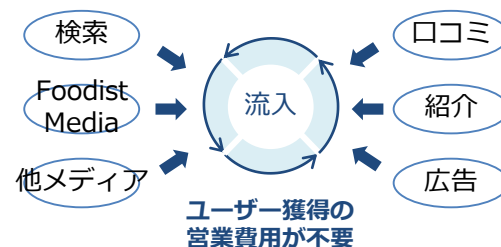
- ✓ 飲食店のライフサイクルにおける、独自の**一気通貫のプラットフォーム**
- ✓ トータルサービスゆえの**回遊効果**



2

収益性

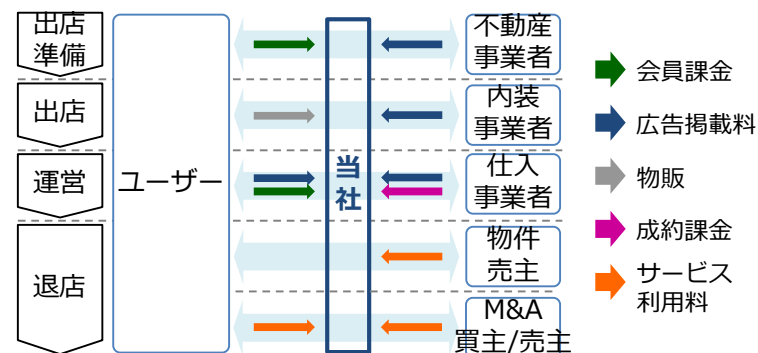
- ✓ 多様なチャネルからユーザーが流入し、**ユーザー獲得コストが低い**
- ✓ 月額課金モデルと合わせ、**高い利益率**



3

安定性

- ✓ ユーザー/事業者の双方から収益を得る**マルチマネタイズ**
- ✓ 景気低迷時にも収益を得ることが可能 (居抜き、M&A)



2023年3月期の大幅な業績進捗のため、中期経営計画2年目・3年目を見直し
 (※2025年3月期の当期純利益は、プライム市場への適合基準を十分充足する水準)

新中計発表時の業績目標

新しい業績目標

| (単位:百万円) | 新中計発表時の業績目標 | | | 新しい業績目標 | | | | |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|------------------|------------------|--------|----------|--------|
| | 2023年 3月期 | 2024年 3月期 | 2025年 3月期 | 2023年 3月期(実績) | 2024年3月期 (実績) | | 2025年3月期 | |
| | | | | | | 前期比 | | 前期比 |
| 売上高 | 2,300 | 2,600 | 3,000 | 2,930 | 3,602 | +22.9% | 4,200 | +16.6% |
| 営業利益 | 470 | 585 | 750 | 876 | 1,038 | +18.5% | 1,260 | +21.3% |
| 営業利益率 | 20.4% | 22.5% | 25.0% | 29.9% | 28.8% | ▲1.1pt | 30.0% | +1.2pt |
| 経常利益 | 470 | 585 | 750 | 878 | 1,036 | +18.0% | 1,260 | +21.6% |
| 親会社株主に帰属 する当期純利益 | 340 | 415 | 532 | 628 | 704 | +12.2% | 882 | +25.1% |

※ 2023年6月23日公表の「上場維持基準の適合に向けた計画に基づく進捗について」に記載の通り、当社は過去3期分のPER(株価収益率)理論値を50.1倍と設定しており、2025年3月期の親会社株主に帰属する当期純利益8.8億円は、理論値としては株式時価総額440億円、流通株式時価総額225億円となる水準であり、プライム市場への適合基準を十分充足するものと認識しております。

従来から掲げる4つの事業戦略に変更無し
 大きな可能性を確認できたSNSショート動画事業を新たに追加

| | | 25年3月期 売上高目標※1 | | 23年3月期における 事業の状況と方向性 | 25年3月期 売上高目標※2 | 新旧対比 |
|------------------|-------------------------|-------------------|-----|--|--|----------|
| 既存コア事業の 強化・拡大 | 求人広告サービスの 全国展開 | 20.0億円 | ▶▶▶ | <ul style="list-style-type: none"> 業績拡大順調、伸び代が大きい 戦略変更無し | 30.5億円 | +52.5% ↑ |
| | プラットフォーム サービスの 拡大 | 2.0億円 | ▶▶▶ | <ul style="list-style-type: none"> プラン変更・追加順調 戦略変更無し | 2.5億円 | +25.0% ↑ |
| | デザイン 会社向け M&A仲介 | 2.5億円 | ▶▶▶ | <ul style="list-style-type: none"> 成約の後倒しが発生するも通期では着実に進捗 戦略変更無し | 2.5億円 | 目標維持 → |
| 新規領域への挑戦 | モビリティサービスの 推進・拡大 | 3.0億円 | ▶▶▶ | <ul style="list-style-type: none"> 稼働場所数・車両登録台数ともに拡大 戦略変更無し | 3.0億円 | 目標維持 → |
| | 会員基盤を活用した データサービスの展開 | 2.0億円 | ▶▶▶ | <ul style="list-style-type: none"> 新サービス創出に至らず 戦略変更無し、トライアンドエラーを継続 | 2.0億円 | 目標維持 → |
| | | | | NEW | <ul style="list-style-type: none"> SNSショート動画による集客/求人サービスを検証 優位性、伸び代を確認 | 1.0億円 |

※1 2022年3月期決算説明会資料より(2022年5月13日発表)

※2 5つの事業戦略の合計売上高41.5億円の他は、PlaceOrders/飲食店プレミアム/不動産物件/厨房備品(EC)

事業戦略の追加により、最も市場規模の大きい集客領域に参入
 これまではリーチできなかった、大手も含めた飲食企業アルバイト領域も追加

| | 市場規模※1 | アップデートの考え方 | 新市場規模 | |
|--------------------|-------------|--|---------------|-----|
| 求人広告 サービス領域 | 210億円 | <ul style="list-style-type: none"> ・常用雇用者規模5名以上1,000人未満の店舗数を母数とした当社年間ユニーク掲載店舗数シェアによる算出から、飲食企業の求人広告媒体予算による算出へ見直し※2 | 580億円 | SAM |
| プラットフォーム サービス領域 | 30億円 | デザイン 会社向け <ul style="list-style-type: none"> ・顧客規模別予算ヒアリング及びデザイン会社・建築設計会社数におけるシェアより見直し※3 | 25億円 | SAM |
| | | M&A仲介 <ul style="list-style-type: none"> ・事業承継も含めたスモールM&A市場の年間案件数の増加トレンドにより見直し※4 | 20億円 | SAM |
| データサービス領域 | 640億円 | <ul style="list-style-type: none"> ・変更無し | 640億円 | TAM |
| モビリティ サービス領域 | — (試算困難) | <ul style="list-style-type: none"> ・変更無し | — | |
| SNSショート 動画領域 | — | アルバイト 求人 <ul style="list-style-type: none"> ・大手も含めて全職種・全事業規模の飲食店アルバイト採用市場へ参入 | 1,430億円 ※2 | TAM |
| | | 集客 <ul style="list-style-type: none"> ・インフルエンサーマッチングによる集客支援サービスで参入 | 5,080億円 ※5 | TAM |

※1 2022年3月期決算説明会資料より(2022年5月13日発表)

※2 正社員、アルバイト採用市場については2022年1月～2022年12月の求人広告媒体各社の掲載情報(株式会社FROG提供)を用いて当社算出

※3 平成28年経済センサス活動調査におけるデザイン会社・建築設計会社数を元に当社算出

※4 株式会社レコフデータによる2022年1月～12月M&A動向調査や大手上場M&A仲介会社各社の決算説明資料等より当社算出

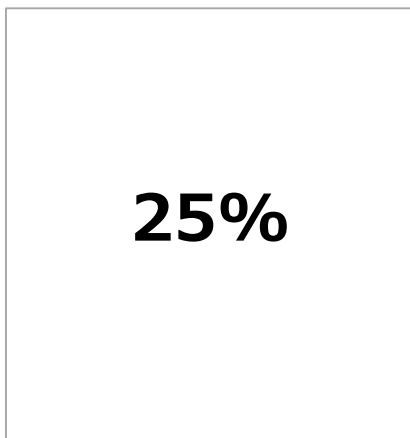
※5 一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場規模推計の推移」より公表されている2021年度の市場規模の約3%と仮定

TAM : Total Addressable Market

SAM : Serviceable Available Market

新たに中長期的なROE目安を経営指標として掲げ、
成長投資と株主還元のバランスを考慮して事業を推進

中長期的なROEの目安



成長投資

- 既存事業拡大のための投資
- 新規事業検討・推進のための投資
- M&Aや事業提携のための投資



株主還元(上記成長投資後の内部留保)

- 自己株式の取得
- 配当

事業拡大のための成長投資を優先しながらも、株主に対する継続的な利益還元は十分可能であると判断して期末配当を実施予定

※ 2023年11月13日公表の「2024年3月期配当予想の修正(初配)に関するお知らせ」参照

| | 2023年3月期 | 2024年3月期 | |
|------------|----------|---------------------------|--------------------------------------|
| 基準日 | - | 2024年3月31日 | |
| 1株当たり配当金 | - | 10円 普通配当 5円 記念配当 5円 | ✓ 普通配当に加えて、当社設立20周年を記念して、記念配当を実施 |
| 1株当たり当期純利益 | - | 26.39円 | ✓ 今後も各事業年度の経営成績を勘案しながら、配当を継続的に実施する方針 |
| 配当性向 | - | 37.9% | |
| 配当金総額 | - | 268百万円 | |

基本方針

既存コア事業を強化・拡大するとともに、
新たな成長に向けて新規領域に挑戦を続け、
更なる企業価値向上を実現する

事業戦略

既存コア事業の強化・拡大

- ① 求人広告サービスの全国展開
- ② プラットフォームサービスの拡大

新規領域への挑戦

- ③ モビリティサービスの推進・拡大
- ④ 会員基盤を活用したデータサービスの展開
- ⑤ SNSショート動画を活用した集客・求人領域での収益拡大

- 首都圏、地方都市部ともに成長余地が大きい
 - ✓ 現在の東京・大阪・名古屋以外にも拠点を設置し、直販・代理店のチャネル政策の最適化を図りながら全国展開を加速
 - ✓ 固定費(直販)と変動費(代理店)のバランスは考慮

運営

出退店

その他

主要エリアのマーケットシェア

| | 2023.3期 | 2024.3期 |
|------|---------|---------|
| 全国 | 10.7% | 11.4% |
| 東京都 | 31.8% | 33.8% |
| 大阪府 | 17.3% | 16.8% |
| 愛知県 | 8.1% | 8.3% |
| 神奈川県 | 17.9% | 18.9% |
| 福岡県 | 7.1% | 8.5% |
| 兵庫県 | 11.2% | 9.5% |
| 北海道 | 1.9% | 3.8% |

※個人企業経営調査(2018年度、総務省)をもとに、常用雇用者規模5名以上1,000人未満の店舗を分母、年間ユニーク掲載店舗数を分子、として当社試算

直販

- マーケットが大きく効率的に顧客開拓できるエリアを中心に拡大
- 福岡、札幌に直販拠点を立上げ、営業を加速

代理店

- 専属代理店は大都市中心エリア、一般代理店は大都市周辺エリアに展開
- 稼働営業人員数の更なる拡大、受注単価の向上

2025.3期
売上高

30.5億円

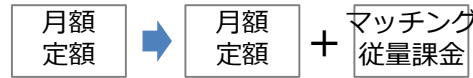
- コロナ禍にあっても新規出店の会員登録が伸長
 - ✓ デザイン会社探し等の出店時サービスは安定的に引合いが強い
 - ✓ 売却相談件数・承継案件数も増加しており、M&A仲介サービスはアドバイザー増強により売上拡大の余地あり

- 運営
- 出退店
- その他

2025.3期
売上高

デザイン
会社向け
サービス拡大

- プラン変更による収益機会の拡大
 - ✓ デザイン会社探し：従量課金の導入、求人インテリア：成功報酬モデルの導入



2.5億円

M&A仲介、
居抜き
サービス強化

- Webマーケティング強化による案件獲得の加速
 - ✓ コンテンツ充実化、会員向けセミナー、提携先FA・不動産会社の拡充
- 提携を含むアドバイザー体制の更なる強化と成約率向上による売上拡大

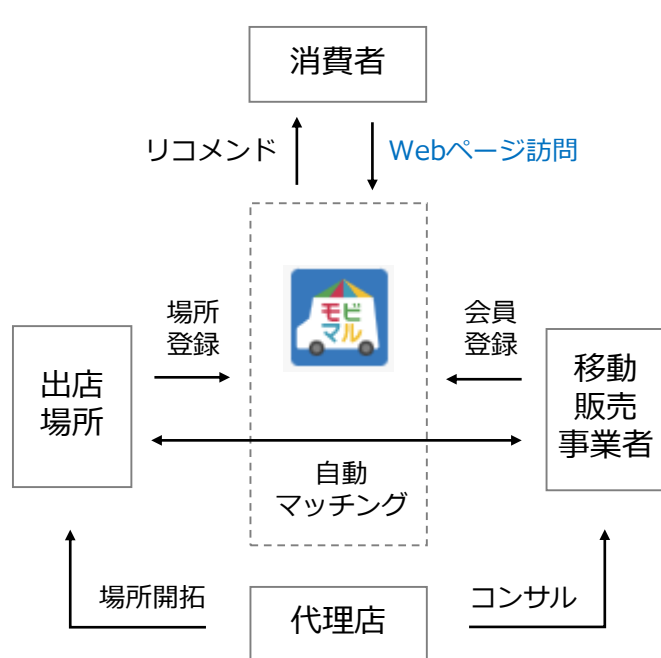
2.5億円

- 飲食業態の多様化が進み、モビリティサービスへの問合せが増加
 - ✓ 場所と移動販売事業者の自動マッチング、業界初のサブスクリプションモデルへの転換により収益を拡大
 - ✓ 「可動産」としての移動型店舗の拡大(様々な店舗ビジネスに対して販売窓口として出店場所を提供)

- 運営
- 出退店
- その他

2025.3期
売上高

目指す姿



| | | |
|---------|------|---------------------------------------|
| 出店場所 | 常設 | ● 代理店活用による常設場所の拡大、全国展開の加速 |
| | イベント | ● 幕張メッセ、スポーツ/SDGsイベント等の実績をもとに全国営業 |
| 移動販売事業者 | | ● 自動マッチングの提供、サブスクモデルの導入 ● 移動型店舗の拡大 |
| 消費者 | | ● 周辺住民告知やWebページ訪問の促進 |

3.0億円



- 飲食店へのアプローチにおいては、飲食店側・飲食関連企業側の双方に課題あり
 - ✓ プラットフォームであり、**29万件**を超える会員基盤を有する飲食店ドットコム
の媒介価値は大きい

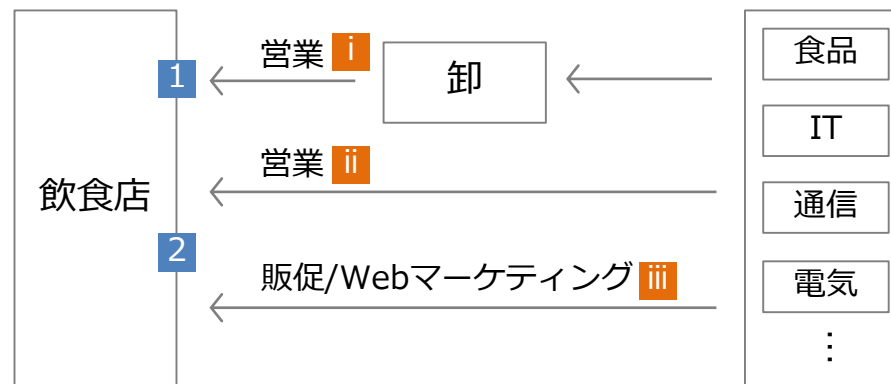
運営

出退店

その他

飲食店へのアプローチにおける課題

1. 卸会社からの食材提案やメニュー提案の機会が減少
2. ITツールやインフラ、決済端末等、無数の商品・サービスがあり選択が困難



i. 人材不足、原材料高騰を背景に卸会社の業務効率化が進み、小規模店開拓リソースは減少

ii. 直接営業の場合、高単価商材でないと営業効率が悪く、営業人員も潤沢に配置できない

iii. 飲食店への確立された販促・マーケティング手段が無く、広告出稿先も少ない

飲食店ドットコムの強み

- **29万件を超える飲食店経営者ネットワーク**
 - ✓ 出店予定者や決裁者が多く、継続的に会員数が増加
- **プラットフォーマーとしての実績**
 - ✓ 自社・他社含め多様なサービスを公平性をもって長きに渡り提供

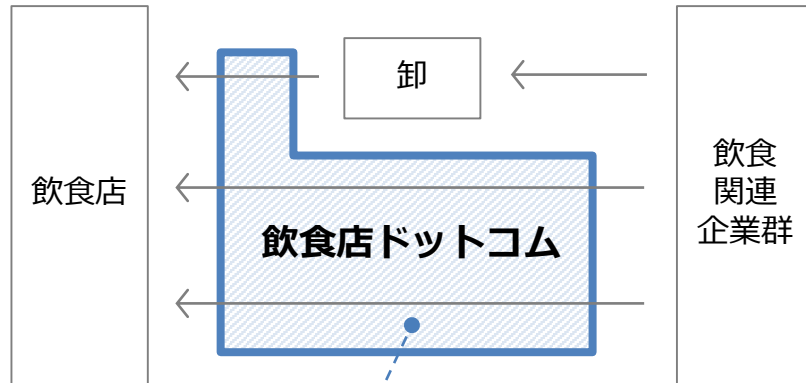
事業戦略④ 会員基盤を活用したデータサービスの展開(2/2)

- 飲食店には商品・サービスの選択機会を、飲食関連企業には飲食店への直接販促の機会を提供
 - ✓ 飲食店側：最適な商品・サービスを効率的に選択可能
 - ✓ 飲食関連企業側：飲食店へ直接販促・マーケティングが可能

- 運営
- 出退店
- その他

目指す姿

データサービスにより飲食店と飲食関連企業群の双方にメリット



卸も含む飲食関連企業群の飲食店向け年間売上高は**約8兆円***、そのための広告宣伝・販促費用がターゲット

*外食産業市場規模推計(一般社団法人日本フードサービス協会、2020年8月)をもとにして当社試算

- メールプロモ/リサーチ
 - モニター会員増加による会員価値向上、代理店による販売チャネル強化
- 比較系サービス
 - POSレジ/フランチャイズ比較サービスを他領域へ横展開
- メディア化
 - 飲食店ドットコムのメディア化により、広告出稿含む更なる販促手段を提供

2025.3期
売上高

2.0億円

事業戦略⑤ SNSショート動画を活用した集客・求人領域での収益拡大(1/2)

2021年よりSNSショート動画領域の市場調査を実施し、事業性を検証
本格的にSNSショート動画アルバイト求人サービスを開始

※ 2023年5月12日公表の「SNSショート動画アルバイト求人サービス「グルメバイトちゃん」の提供開始」参照

背景

- Z世代を中心に、テキストベースからTikTokやInstagramリール等のショート動画での情報収集へシフト
- エンタメから飲食店選び、賃貸物件探し等ビジネスへの影響が徐々に大きくなる
- 2021年よりグルメやアルバイト募集を中心としたショート動画アカウントを試験運用※

- ✓ 実際のアルバイト求人に対して、Z世代の応募が99%を占め、アルバイト領域における事業性を検証

当社の強み



<SNSショート動画>

- ✓ アルバイト募集ショート動画撮影・制作ノウハウ
- ✓ グルメアカウント運用ノウハウ



<飲食店ドットコム>

- ✓ 29万件を超える飲食店経営者・出店予定会員
- ✓ 飲食店の求人募集におけるノウハウ
- ✓ 飲食店向け営業体制

全職種・全
事業規模の
アルバイト
採用市場へ

※ 自社SNSアカウントとして、若年層向けグルメアカウント「プチブラグルメ」(2021年12月開設)、飲食店アルバイト探しアカウント「グルメバイトちゃん」(2022年9月開設)の2つのアカウントをTikTok、Instagramで運営中

事業戦略⑤ SNSショート動画を活用した集客・求人領域での収益拡大(2/2)

SNSショート動画アカウント運用代行、インフルエンサーマッチングサービスも展開し、飲食店の求人・集客ニーズに複合的に対応

サービス提供の仕組み



サステナビリティ方針

サステナビリティ基本方針に則り、重点テーマをアップデート
今後、KPI設定と実現のための取組みを推進予定

基本方針

- シンクロ・フードの原点には、**志と想いを持って飲食の世界で挑戦する人を応援したい**、という考えがあります。物件や人材との最適な出会い、経営の効率化、無駄なコストの削減等々。
- 飲食店の出店準備から運営、退店まで、その一連の流れにおいて起きてくる課題の解決方法や、選択肢を提示することで、**経営の持続可能性を高めるためのサポート**をしてきました。
- 世の中の変化に応じて、経営者が必要とするサービスも変わってきます。わたしたちはその変化を敏感に感じ取りながら、新しい事業にも積極的に取り組みます。**食品ロス、食糧生産、地球環境への配慮等、食の側面からSDGsへの意識を高める**ことにも、意欲的に取り組んでいきます。
- **飲食業の課題に真剣に向き合い、事業を通して持続可能な世の中をつくっていきます。**

6つの重点テーマ(マテリアリティ)

- 飲食店の経営効率化と飲食業界の生産性向上
- 多様な飲食の場提供を通じた、地域創生への貢献
- 多様な就業機会の提供による、ミスマッチ最小化
- 飲食店承継支援を通じた、循環型経済の推進
- データセキュリティとプライバシー保護
- 多様な人材の活躍、働きがいのある職場づくり

関連するSDGs目標



本資料の取り扱いについて

本資料において提供される情報は、現時点における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因により変動する可能性があります。

従いまして、本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等とは異なる結果を招くリスクや不確実性を含んでおります。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本資料において提供される情報を更新・修正する義務を負うものではありません。