



2025年5月23日

各 位

会社名 株式会社ぐるなび
代表者名 代表取締役社長 杉原 章郎
(コード番号：2440 東証プライム)
問合せ先 専務執行役員 山田 晃久
(TEL：03-6744-6463)

上場維持基準の適合に向けた計画に基づく進捗状況及び計画期間の変更について

当社は、2023年6月21日に、「上場維持基準の適合に向けた計画書」を提出し、その内容について開示しております。基準日（2025年3月31日）時点における計画の進捗状況及び計画期間の変更について、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 当社の上場維持基準の適合状況の推移及び計画期間

当社の基準日（2025年3月31日）時点におけるプライム市場の上場維持基準への適合状況は、その推移を含め下表のとおりとなっており、流通株式時価総額について基準に適合しておりません。当社は、適合に向けた計画期間を2025年3月末までとしておりましたが、計画期間を延長し、2026年3月末までに上場維持基準に適合するべく、引き続き各種取組を進めてまいります。

		株主数	流通株式数	流通株式時価総額	流通株式比率	1日平均売買代金
当社の 適合状況 及び その推移	2023年3月末 時点	20,831人	269,900単位	98.0億円	47.4%	2.3億円
	2024年3月末 時点	18,393人	277,470単位	77.6億円	48.7%	1.0億円
	2025年3月末 時点	16,654人	279,443単位	82.2億円	49.1%	0.9億円
上場維持基準		800人	20,000単位	100億円	35.0%	0.2億円
適合状況		○	○	×	○	○
当初の計画期間				2025年3月末		
変更後の計画期間				2026年3月末		

※1 当社の適合状況は、東京証券取引所が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出を行ったものです。

※2 1日平均売買代金は、2022年1月1日から2022年12月31日及び2023年1月1日から2023年12月31日及び2024年1月1日から2024年12月31日における当社の1日平均売買代金について東京証券取引所が算出を行ったものです。

2. 上場維持基準への適合に向けた取組の実施状況及び評価（2024年6月～2025年5月）

当社は2023年6月21日に開示した計画書において、流通株式時価総額がプライム市場の上場維持基準に適合しなかった要因は、コロナ禍による厳しい事業環境を背景とした業績悪化と先行きの不透明感による株価低迷と認識し、2023年5月11日発表の中期事業方針（2024年3月期～2026年3月期）に基づき事業の再成長ひいては時価総額の増大を図ることで、プライム市場の上場維持基準への適合を目指す方針を公表いたしました。この方針に基づく具体的な取組の実施状況とその評価については、以下のとおりです。

（1）中期事業方針に基づくビジネスモデルの進化を通じた業績回復・再成長の実現

当社は上述の中期事業方針に基づき、飲食店への送客力を高める「ぐるなびサイト変革」、当社サイトに限らず多様な販促・集客手法を飲食店が効果的に活用できるよう支援する「マーケティングエージェントの確立」、モバイルオーダーサービス「ぐるなびFineOrder」を中心とした「飲食店運営のDX支援」に重点的に取組むことで、業績を回復させ、その後の再成長の実現可能性を示すことを目指しております。

2025年3月期においては、「ぐるなびサイト変革」の一環として、ユーザー基盤である楽天ID連携会員によるリピート予約を促進するとともに、多くの飲食店が求める宴会需要を喚起するべく、楽天会員向けロイヤリティプログラム「幹事ランク制度」を2024年11月にスタートいたしました。こうした新たな施策も作用し、楽天ID連携会員数は2025年3月末時点で1,007万人（2024年3月末は874万人）へと拡大いたしました。

「マーケティングエージェント」領域においては、主力商品であるGoogleビジネスプロフィールの運用支援サービスについて、さらなる獲得強化に向けたサービス品質及び運用効率の向上を軸とする商品リニューアルを実施するとともに、新たな支援プランを開始いたしました。同時に、営業スタッフを中心とした人的サポート体制による提案を推進した結果、その利用店舗数は順調に拡大しております。

加えて、飲食店のインバウンド需要の取込み支援として提供する海外メディア等への広告配信サポート商品において、対応言語や対応メディア・ツールを追加する等、エージェント活動領域の拡充に取り組ましました。

また、「ぐるなびFineOrder」については、業態を問わず多くの外食企業が導入するクオリカ株式会社のPOSシステムとの連携を新たに開始し、2025年3月末時点での契約企業数は129社（2024年3月末時点では97社）となりました。店舗ベースでは、契約企業が保有するグループ店への導入店拡大を順次進めているほか、飲食店同様に注文・決済の業務効率化への寄与が見込めるホテルのルームサービスや社員食堂といった新たな領域への提案に着手いたしました。なお、当社の強みである人的サポート体制による運用・活用支援に取り組んだ結果、システム導入済み店舗における稼働率は97%※となる等、「ぐるなびFineOrder」

はアクティブに利用されております。

※システム稼働店舗のうち「ぐるなび FineOrder」を利用して注文が行われている店舗の割合（2025年3月時点）

上記の重点施策の着実な進展を通じて、中核事業である飲食店支援事業を中心に売上を拡大させると同時に、コストコントロールの徹底に取り組むことにより、2025年3月期の営業利益は期初における予想値1.5億円を上回る2.6億円での着地となり、中期事業方針に掲げる2年目での黒字転換を果たしました。

（2）上記（1）に関する株式市場との積極的な対話の実施

当社は上述の中期事業方針に基づく事業の進捗について、四半期毎の決算発表において、決算短信や決算説明会資料、決算説明会の動画配信及び質疑応答記録の掲出等を通じ、株式市場の皆様へ積極的に情報発信しております。加えて、直接対話の機会を持つことの少ない個人投資家の皆様へ向けてタイムリーにわかりやすく事業の進捗をお伝えすることを目的に、PRリリースや決算説明会書き起こし記事メディアを活用した情報発信の強化に取り組んでまいりました。

なお、業績予想につきまして、黒字転換の実現性及び当社事業のコンディション等に対する理解を深めていただけるよう、開示基準による開示要否によらず、3度にわたり上方修正を発表いたしました。

（3）非財務情報の発信強化

当社の成長可能性をご評価いただくにあたって、当社の強みやケイパビリティをご理解いただくために、非財務情報の発信強化にも取り組んでまいりました。具体的には、2023年3月より開始した「ぐるなび公式note」において、事業やサービスに取り組む従業員の様子や当社サービスを利用される顧客の声等を紹介する記事を定期的に公開したほか、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網羅的にまとめた「インベスターズガイド」を作成・公表しております。

加えて、サステナビリティ基本方針を定めるとともに、サステナビリティに関する「ガバナンス及びリスク管理体制の整備」、「マテリアリティの特定」、「気候変動に関するリスクと機会の特定」を実施したほか、人的資本経営の基本方針となる「人事ポリシー」を新たに制定し、公表いたしました。

- ・ぐるなび公式note https://note.com/gnavi_official
- ・インベスターズガイド <https://corporate.gnavi.co.jp/ir/library/investorsguide/>
- ・サステナビリティ <https://corporate.gnavi.co.jp/profile/sustainability/>

3. 上場維持基準に適合していない項目ごとのこれまでの状況を踏まえた今後の課題と取組内容

当社は上記1. のとおり、基準日（2025年3月31日）時点において流通株式時価総額がプライム市場の上場維持基準に適合しておりません。当社は2023年6月21日公表の計画書に基づき、引き続き業績の回復と先行き不透明感の払拭を通じた株価の向上による「時価総額」の増大を図ることで、2026年3月末までの基準への適合を目指します。

（1）中期事方針に基づくビジネスモデルの進化を通じた業績回復・再成長の実現

中期事業方針に掲げる2025年3月期での黒字転換を果たし、当社業績は再成長への大きな転換点を迎えたところ、「食でつなぐ。人を満たす。」とのパーパス（存在意義）のもと、豊かな食の未来の実現に向

けた積極的な事業展開を継続すると同時に、中長期にわたる株主還元の充実を図るには、利益創出力を一段と高めることが重要との考えであります。

そこで、当期におきましては、安定収益源である飲食店支援事業の成長力を一層引き上げることを目的に、以下の取組みに注力しております。

①「楽天ぐるなび」の強化

楽天グループ株式会社との協業強化はもとより、優良な会員基盤を持つ外部メディア・サービスとの連携についても検討・実施することで、当社サイトへのユーザー流入数の拡大を図ってまいります。同時に、「幹事ランク制度」によるリピート予約促進及び大人数での外食喚起を図ることで、Webサービスの潮流に左右されない中長期にわたるネット予約送客力の向上に繋げてまいります。

②「マーケティングエージェント」の拡大

担当営業と代行プランナーによるきめ細やかなサポート、「楽天ぐるなび」の運営で培った情報発信ノウハウ等を強みに、マーケティング人材が十分でない中小規模飲食店を主な支援対象に展開してまいります。推進にあたっては、取扱いサービスの拡充、AI活用等によるエージェント活動のリーン化・高度化に取り組むほか、より効果的・効率的な提案手法についても試行してまいります。

③「商品造成力」の向上

飲食店・消費者双方のニーズに即した有用な新商品を的確に企画、開発、提供する「創って、作って、売る。」サイクルを迅速に回すため、営業・企画・開発の連携を強化し、商品戦略及び販売戦略の一体的な立案、プロダクト開発業務の効率化に取り組んでまいります。これにより、上記①②の推進力や実効性を高めてまいります。

これらの取組を通じて、中核事業である飲食店支援事業の成長力を引き上げ、新たな成長軌道の実現性をお示しすることで、株価の向上へと繋げてまいります。

(2) 上記(1)に関する株式市場との積極的な対話の実施

当社は現在、中期視点での定性的な事業方針については公表しているものの、数値目標を含む経営計画についてはお示しできていないため、株式市場の皆様にご評価いただきづらい状況にあると認識しております。数値目標を含む中期の経営計画については、中期事業方針に基づく重点施策の進捗等を勘案した上で、策定・公表を検討してまいります。

(3) 非財務情報の発信強化

当社の成長可能性をご評価いただくため、引き続き「ぐるなび公式 note」やPRリリース等を通じ、財務情報に留まらない非財務情報のタイムリー且つわかりやすい発信に努めると同時に、サステナビリティや人的資本に関する方針・取組についても、制度開示に加えてコーポレートサイトにおける情報発信等を強化してまいります。

他方、流通株式時価総額の構成要素の一つである流通株式比率につきましては、プライム市場の上場維持基準を充たしておりますが、上記(1)(2)(3)の取組を補完する策であることを念頭に、必要に応じて

その向上についても、検討を進めてまいります。

また当社は、2026年3月末までにプライム市場の上場維持基準に適合するべく、上述の各種取組を進めてまいります。また、内外の環境変化や市況の影響等により計画期間内に適合しない場合を考慮し、スタンダード市場への市場区分変更に必要な対応について、適宜検討・実行してまいります。

以上