

経営方針と対処すべき課題（有価証券報告書より）

① 目指す姿と数値目標

パーパス（存在意義）

食でつなぐ。人を満たす。日本の食文化を守り育て、食を通じてヒト・モノ・コトをつなぎ合わせ、持続可能な社会に貢献

黒字転換
2025年3月期

ぐるなびFineOr
129社

② 中長期の経営戦略

1. 楽天ぐるなびの強化

幹事ランク制度の本格稼働でリピート予約と大人数での外食喚起を促進。楽天エコシステムでの送客力向上と加盟飲食店数拡大を推進

3. 商品造成力の向上

営業・企画・開発が一体となり迅速にサイクルを回す。飲食店経営者との直接対話で得た課題・ニーズ情報を商品化し施策の推進力を高める

2. マーケティングエージェント本格化

Googleビジネスプロフィール運用支援等で中小飲食店のWeb集客を一括支援。SNS対策やAI活用で店舗業務負荷を軽減し外食体験価値づくりに集中させる

4. ぐるなびFineOrder展開拡大

既存129社のグループ店への横展開とホテル・社員食堂等新領域への提案で、中長期的なDX支援の顧客基盤を構築

③ 対処すべき課題

① 飲食店経営課題への対応

- ・ 人手不足・人件費上昇・原材料価格高騰が重荷。集客と店舗運営効率化に同時に取り組む必要
- ・ 多様な販促手法活用をサポートし、営業スタッフの人的サポート体制を活かす環境整備が必須

② 消費者検索行動の多様化

- ・ GoogleやSNSなど従来サイト以外の検索手段増加。楽天エコシステムでの存在感向上が課題

③ 外食需要取り込みと収益確保

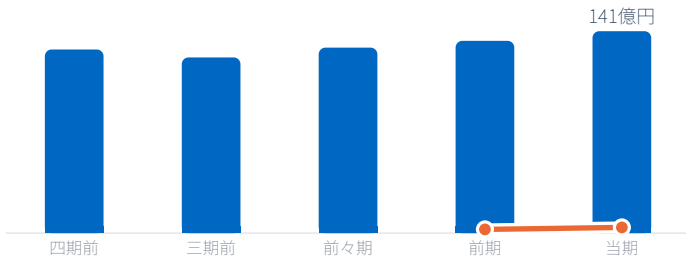
- ・ 訪日外国人観光客拡大と消費者の値上げ理解進展で需要活性化見込み。限られたリソースで対応する効率化が重要

面接で使えるポイント

- ・ 楽天グループとの協業で日本最大級の経済圏を活用し、幹事ランク制度で大人数での外食喚起を実現する取り組みに共感する
- ・ Googleビジネスプロフィール運用支援などで中小飲食店のマーケティング課題解決し…
- ・ 営業スタッフが得た飲食店の課題情報を基に商品企画・開発・販売を迅速に回す独自のビジネスモデル構築に興味がある

証券コード 2440

業績の推移（売上＝棒 / 営業利益＝線）



※営業利益は直近2期のみ開示（有報の様式変更による）

要するに
インターネットを利用した飲食店情報提供サービスを
主力事業とする情報通信・サービス

主力事業・セグメント

- ・サービス業（セグメント未開示）

強み・特徴（公開データから）

- ・－（判定に必要な数値が未開示）

※要約はAI生成のため誤りを含む可能性があります

暗記する数字3つ

連結売上高
141億円営業利益率
2.8%財務健康度
31点 / 100点

将来性 曇り時々雨 / 就活偏差値 42.5（当サイト算出の参考指標）

平均年収
636万円

サービス業内 205位/524社

平均年齢
40.5歳

サービス業内 177位/527社

平均勤続
10.0年

サービス業内 137位/527社

女性管理職
19.9%

サービス業内 183位/371社

男性育休
84.2%

サービス業内 134位/311社

※平均年収は提出会社単体・有価証券報告書ベース。順位は同33業種内の掲載企業での比較。

ここから下は自分で書く（面接で話すこと）

志望動機の核

上の数字・事業と接続して書く

自分の経験との接点

逆質問メモ

※1つはデータ起点で（例：勤続年数が長い要因は…）

直近ニュース十一言

参考：【ぐるなび×まつや】コラボ企画第2弾「みそから揚げフェア」を

