

2021年3月期
決算説明資料

カカクコムの畑でございます。

2021年3月期の決算について、決算説明資料を用いて概要をご報告申し上げます。

- ① 連結経営成績
- ② 事業別経営成績及び事業進捗
- ③ 今後の取り組み
- ④ 業績予想
- ⑤ 参考資料

(単位：百万円)	4Q			通期				
	FY20/3	FY21/3	YoY	FY20/3	FY21/3	YoY	業績予想	達成率
売上収益	15,722	13,309	- 15.3%	60,978	51,077	- 16.2%	-	-
営業利益	6,333	4,826	- 23.8%	27,217	18,295	- 32.8%	-	-
営業利益率	40.3%	36.3%	- 4.0pt	44.6%	35.8%	- 8.8pt	-	-
税引前利益	6,085	4,789	- 21.3%	26,619	17,904	- 32.7%	-	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	4,369	2,873	- 34.2%	18,348	11,763	- 35.9%	-	-

©2021 Kakaku.com, Inc.

3

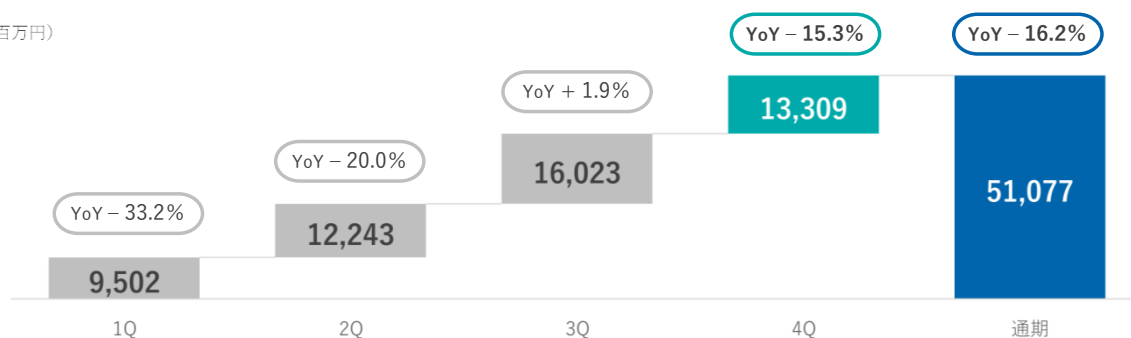
この第4クォーターは売上が133億900万円、営業利益が48億2,600万円、それぞれ昨対比でマイナス15.3%、マイナス23.8%という結果となりました。当期利益につきましては28億7,300万円、昨対比でマイナス34.2%になっております。

21年3月期通期は売上収益が510億7,700万円、昨対比でマイナス16.2%。営業利益が182億9,500万円、昨対比でマイナス32.8%。当期利益が117億6,300万円、昨対比でマイナス35.9%。また21年3月期の営業利益率は、35.8%という結果になりました。

売上および費用の内訳については、後程のスライドでご説明申し上げます。

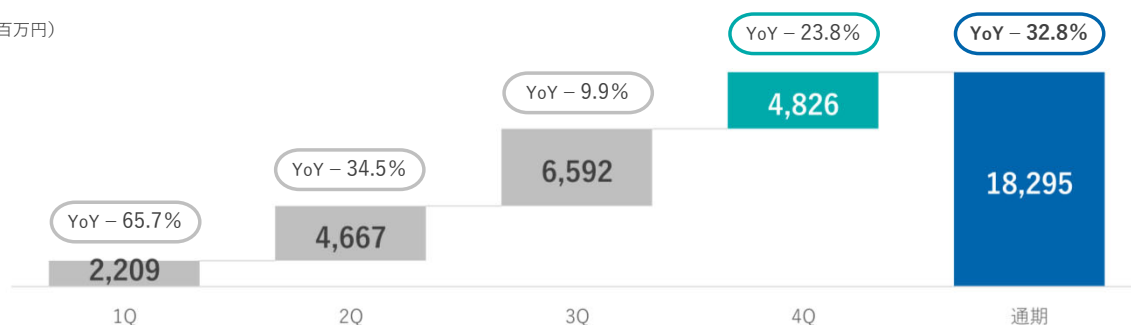
連結売上収益の四半期推移

(単位：百万円)



連結営業利益の四半期推移

(単位：百万円)

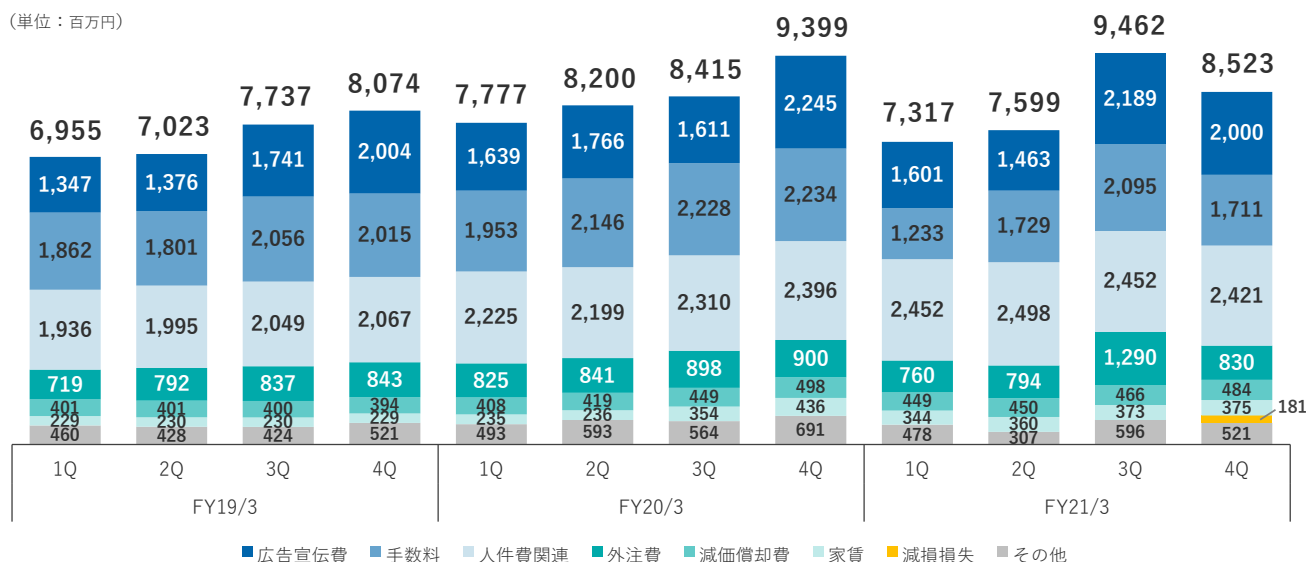


第1クォーター、第2クォーター、第3クォーター、第4クォーターと分解した収益、それから利益の四半期ごとの推移でございます。

合計の数字につきましては、先程ご報告申し上げたとおりです。

- 広告宣伝費：Tポイント関連費用は微増したが、大規模な広告出稿がなく、全体としては減少。
- 手数料：食べログの飲食店販促事業の売上減少に伴い、営業代理店への手数料が減少。
- 減損損失：のれん及び子会社の固定資産 181百万円。
- その他費用：求人費 69百万円、サーバー保守 33百万円。

(単位：百万円)



©2021 Kakaku.com, Inc.

続きまして、連結営業費用の内訳、それから四半期推移のグラフをお示ししております。

この第4クォーターについてでございますが、広告宣伝費につきましてはTポイント関連費用が微増したものの、大規模な広告出稿がなく、全体としては昨年の第4クォーターより減少しております。

また手数料につきましても、食べログの飲食店販促事業の売上の減少に伴い、代理店手数料が減少しております。

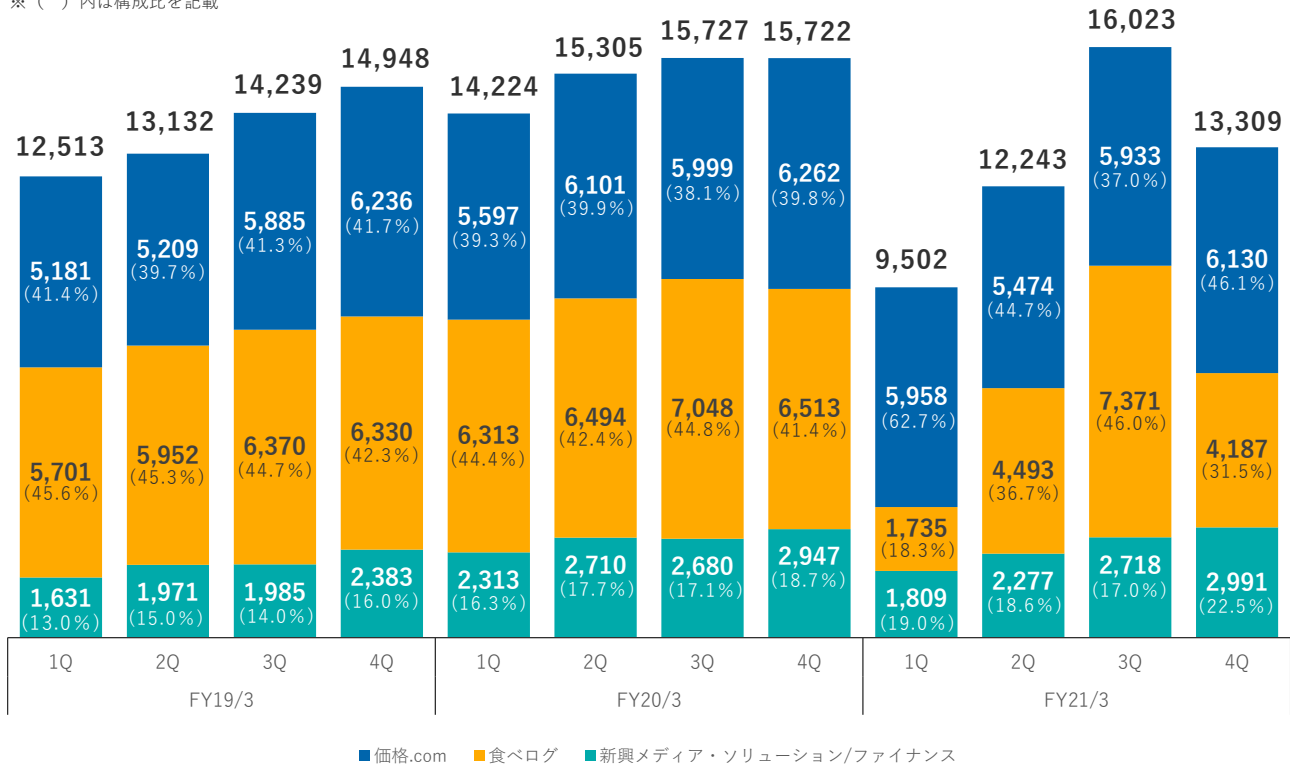
それから棒グラフの右端、21年3月期の第4クォーターの中で下から2番目、黄色くハイライトされた部分でございますが、この第4クォーターは、のれんおよび子会社の固定資産の減損が発生しております、こちらが

1億8,100万円。営業費用にヒットする減損損失は、この3期で初めて発生しております。

- ① 連結経営成績
- ② 事業別経営成績及び事業進捗
- ③ 今後の取り組み
- ④ 業績予想
- ⑤ 参考資料

(単位：百万円)

※ () 内は構成比を記載



ここでは、価格.com、それから食べログ、新興メディア・ソリューション/ファイナンスという、三つの部門に分けてグラフを作っております。

この第4クォーターは価格.comの売上が61億3,000万円、食べログ事業の売上が41億8,700万円、新興メディア・ソリューション/ファイナンスの売上が29億9,100万円となりまして、この第4クォーター、3か月単体では、新興メディア・ソリューション/ファイナンスの売上構成比が22.5%という割合まで上昇しております。

(単位：百万円)

	4Q 売上収益	YoY	通期 売上収益	YoY
価格.com	6,130	- 2.1%	23,496	- 1.9%
ショッピング	2,465	+ 3.1%	10,100	+ 8.3%
サービス	2,622	- 6.2%	9,063	- 9.8%
広告	1,044	- 2.9%	4,333	- 5.5%
食べログ	4,187	- 35.7%	17,786	- 32.5%
飲食店販促	3,057	- 42.8%	13,081	- 39.2%
ユーザー会員	409	- 25.4%	1,693	- 27.5%
広告	488	- 21.4%	1,921	- 23.8%
業務受託に係る収入*	233	-	1,091	-
新興メディア・ソリューション/ファイナンス	2,991	+ 1.5%	9,796	- 8.0%
新興メディア・ソリューション	2,291	- 0.7%	7,302	- 13.3%
ファイナンス	700	+ 9.3%	2,494	+ 12.2%

* Go To Eatキャンペーン事業（農林水産省）、大阪府 少人数利用 飲食店応援キャンペーン事業（大阪府）の受託による収入。
ただし、両事業の受託による広告宣伝に係る収入（広告事業に計上）を除く。

©2021 Kakaku.com, Inc.

8

続いて、さらにその中を少し細かく分類した、第4クォーターおよび通期の結果でございます。

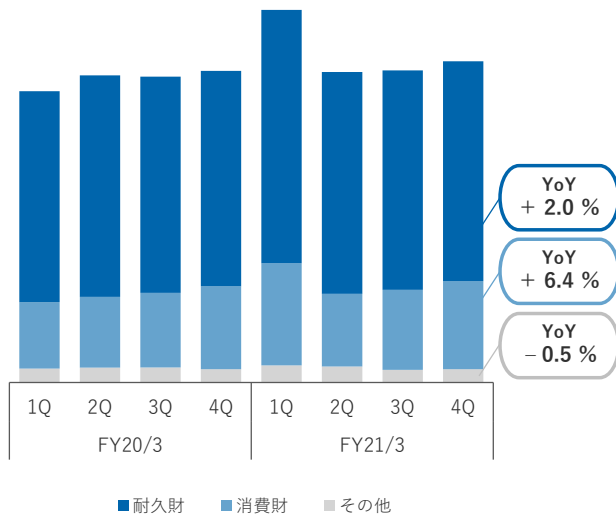
価格.com事業は第4クォーターが昨対比でマイナス2.1%、通期ではマイナス1.9%という結果になりました。

続いて、食べログ事業でございますが、この第4クォーターは昨対比がマイナス35.7%、通期ではマイナス32.5%という結果になりました。

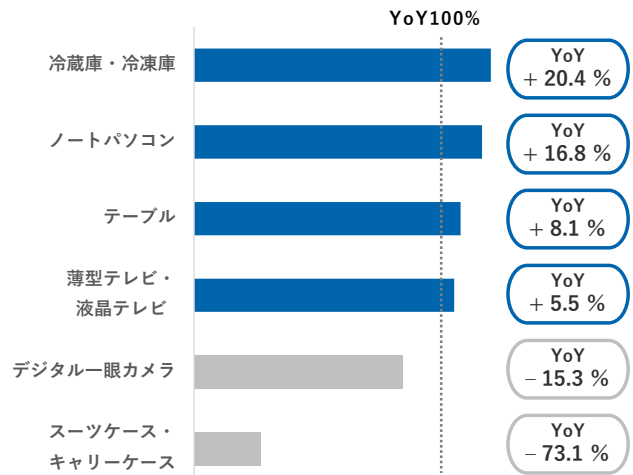
また新興メディア・ソリューション/ファイナンスは、この第4クォーターは昨対比でプラス1.5%、通期ではマイナス8%という結果になっております。

- ショッピング事業は耐久財・消費財共に前年同期比で増収。
- 外出に関連する商品カテゴリにおいては引き続き減収となったが、家電やパソコン、インテリアなどのカテゴリは増収。

ショッピング事業：売上高



ショッピング事業：4Qの送客数



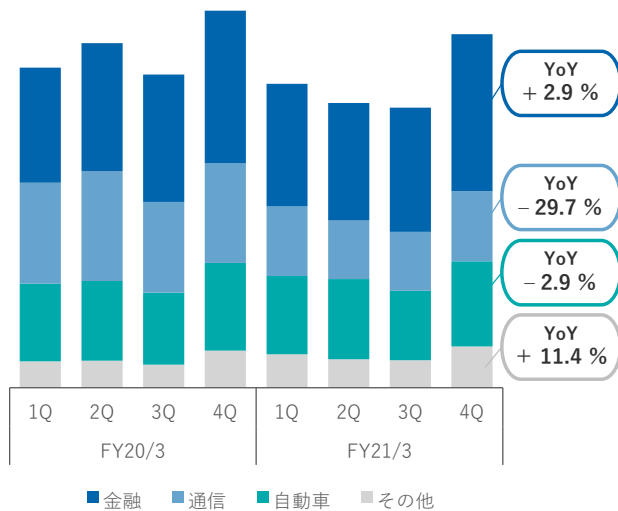
続きまして、価格.comの詳細でございます。

まずショッピング事業ですが、第4クォーターは昨対比でプラス8.3%という結果になっております。その内訳でございますが、左側の棒グラフ、耐久財が昨対比でプラス2.0%、消費財においては昨対比でプラス6.4%という結果になりました。ともに前年同期比では増収をしております。

右側のグラフでございますが、家電、パソコン、インテリアなどのカテゴリはおおむね増収したものの、デジタル一眼カメラであるとかスーツケースのような、外出に関連する商品カテゴリにおいては昨対比で減収しております。

- サービス事業は減収。通信領域では海外Wi-Fiレンタルが引き続き減収。金融領域は、外出を伴う消費機会の減少などの影響を受けてきたが、回復基調。

サービス事業：売上高



各領域のトレンド

金融	カードローンの申込数は、消費マインドの持ち直しの動きが続いており、前四半期比で増加。
通信	海外Wi-Fiの申込件数は、引き続き低い水準で推移。光回線や国内Wi-Fiの申込件数は増加。
自動車	自動車保険の見積もり件数、中古車の在庫確認・見積もりの申込件数はいずれも減少。
その他	エネルギーは、燃料単価高騰による乗り換え需要が発生し申込件数が増加。

続いて、価格.comのうちサービス事業でございます。

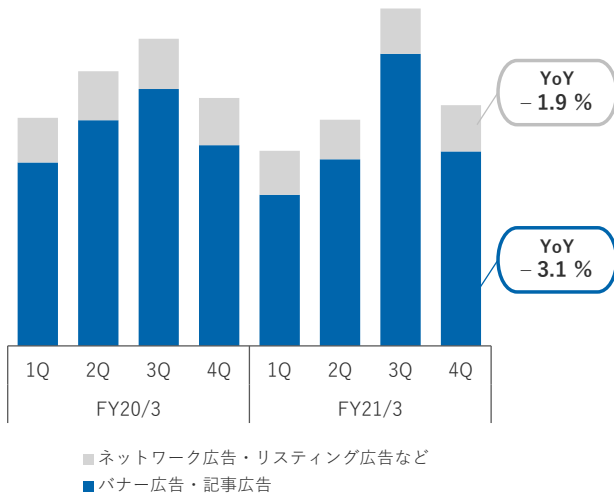
サービス事業全体としては、通信領域で引き続きコロナの影響で海外Wi-Fiレンタルの売上がほとんどゼロになっておりますので、通信領域ではマイナス29.7%という昨対比でございましたが、金融領域につきましてははやや消費の持ち直しを受けて、プラス2.9%という結果になりました。

通信領域につきましては、この21年3月期の通期を通して見ると、ほとんど安定した売上となっております。

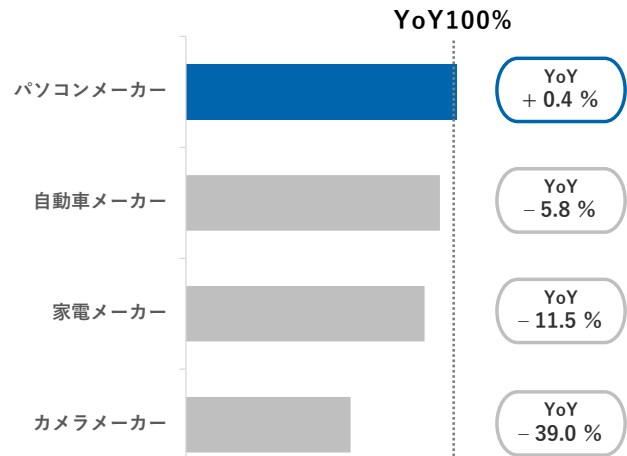
またエネルギーを含めたその他の領域で、第4クォーターは昨対比でプラス11.4%という結果になっております。

- 広告事業は、部材不足による新製品の発売延期や減産に伴い広告出稿数が減少したため減収。

広告事業：売上高



バナー広告・記事広告：4Qの業種別売上高



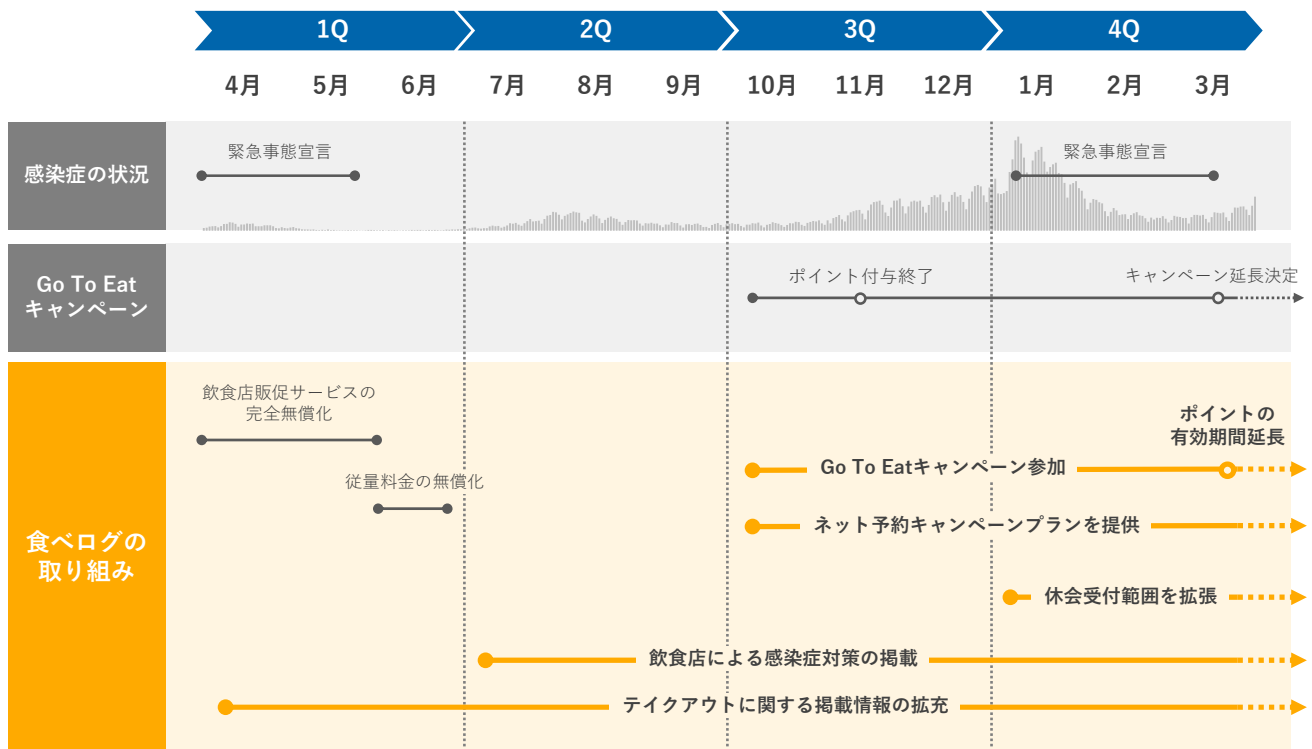
続いて、価格.comの広告事業でございます。

広告事業は部材不足による新製品の発売延期や減産に伴い、広告出稿数が減少したため、減収しております。

ただ第3クォーターについては非常に好調で、第3クォーター、第4クォーターを合わせるとおおむね目論見どおり、あるいは若干それを上回るような数字になっております。

右側で第4クォーターの業種別の売上高を示しておりますが、パソコンメーカーからの出稿がほぼ昨対比並みに戻ったものの、自動車メーカー、家電メーカー、カメラメーカーの出稿が昨対比で見ると若干減少しております。

FY21/3の主なトピックスと食べログの取り組み



©2021 Kakaku.com, Inc.

12

続いて、食べログ事業についてご報告いたします。

こちらは通期を通じた外食産業にかかわるトピックスを1年分振り返っております。

一番上、「感染症の状況」では、主に緊急事態宣言が出ているかどうか外食の営業状況にかなり起因しておりますが、第1クォーターの4月、5月、それから第4クォーターについては1月初旬から現在も続く緊急事態宣言、もしくは、まん延防止等重点措置の各都道府県の対策はご存じのとおりでございます。

続いて、その中でも外食産業が少し活況となったGo To Eatキャンペーンでございます。10月から始まりポイント付与については11月に終了しておりますが、ポイント利用は現在も続けております。当初3月に終了する予定でしたが、この緊急事態宣言を受けて延長が行われている状況でございます。

それに対して当社、食べログがどういう取り組みをしてきたかを申し上げますと、黄色い部分の一番左、4月、5月はまず飲食店販促サービス事業の完全無償化、また6月については従量料金の無償化を行いました。

それから右側、10月からは当社もGo To Eatキャンペーンに参加しておりまして、さらにその下、ネット予約キャンペーンプランを固定費無料で飲食店様に提供しております。また下から3行目の棒線でございますが、この緊急事態宣言で都道府県によってそれぞれ外食の環境が異なりますが、休会の受付範囲を拡張しております。

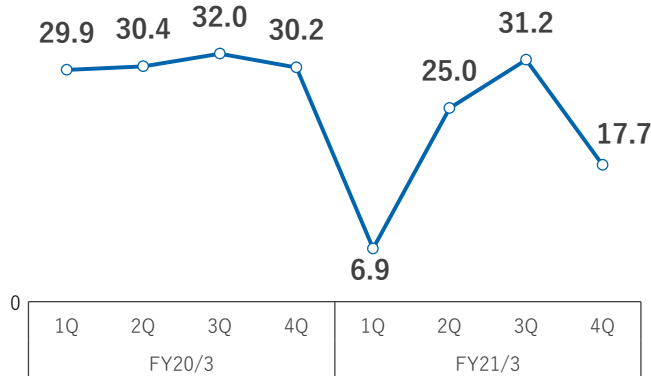
それから下から2番目と一番下につきましては、飲食店による感染症対策の掲載は、現在もその情報の充実を図ることを含めてコンテンツを拡張しております。それから一番下、テイクアウトに関する掲載情報も食べログのテイクアウトアプリとは別に、食べログ（サイト）の中で情報拡充しております。

- 1店舗当たりの月額料金（ARPU）は、ネット予約人数の減少及び受付対象範囲を拡張したことによる休会店舗の増加に伴い、17.7千円。
- 有料プラン契約店舗数は、緊急事態宣言の発出に伴い新規獲得が減少したことにより、57,000店舗。

ARPUの四半期平均

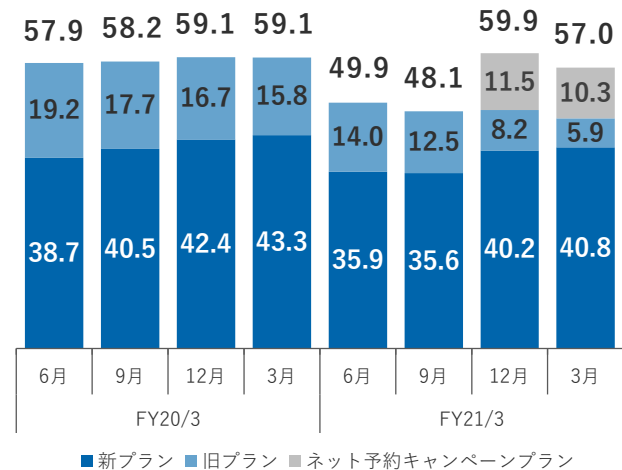
ネット予約キャンペーンプラン契約店舗を含む

(単位：千円)



有料プラン契約店舗数

(単位：千店)



そのような環境の中、食べログ事業の通期のKPIについて左側に折れ線グラフ、右側に棒グラフを載せております。

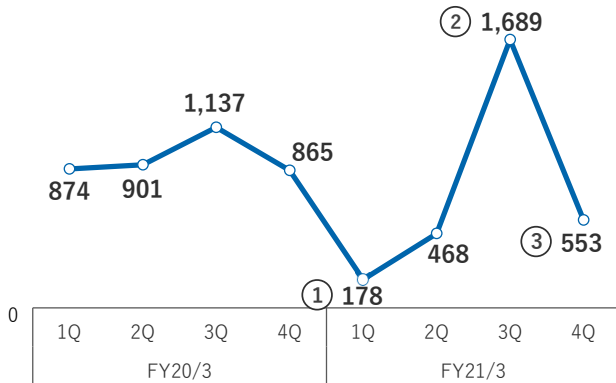
まず左側でございますが、このARPUという一つのレストランさん当たりの月額料金の平均は、非常にこの第4クォーターは下がっております。こちらにつきましては契約されている店舗さんが休会されていることも含めて、店舗数に含めておりますので、その割り算では1店舗当たり1万7,700円という結果になりました。

また右側、契約店舗数の総数でございますが、この3月では5万7,000店ということで、12月の5万9,900店から少し減っております。

- ネット予約人数は、新型コロナウイルス感染症の再拡大の影響を受け、四半期累計で553万人。なお、期末時点においてはコロナ前（前年2月初旬）の73.8%。
- 2月から3月にかけてのネット予約人数は、GTEキャンペーンで付与されたポイントの利用を伴う予約が集中し、増加した。

ネット予約人数の推移（四半期累計）

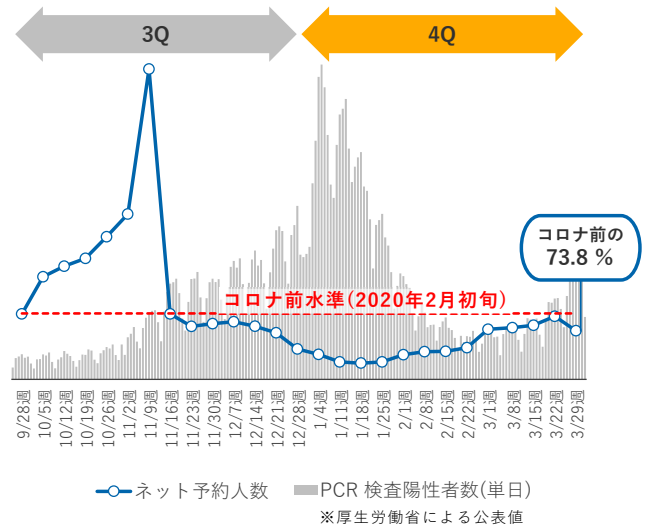
（単位：万人）



- ① 緊急事態宣言の発出（4月～5月）
- ② Go To Eatキャンペーンのポイント付与期間（10/1～11/15）
- ③ 緊急事態宣言の発出（1月～3月）

©2021 Kakaku.com, Inc.

ネット予約人数の推移（週次）



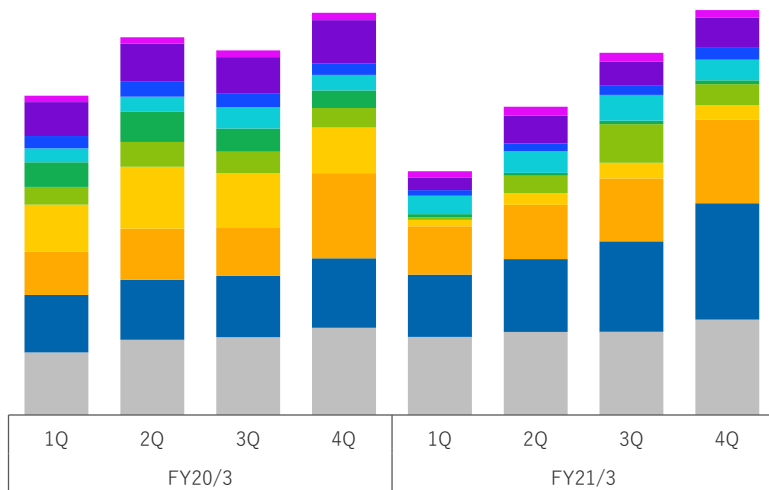
続いて、食べログにおけるオンライン予約、ネット予約の人数を記載しております。

まずこの第4クォーターですが、合計で553万人ということございまして、第3クォーター、Go To Eatキャンペーンが行われていた時より、緊急事態宣言の環境の中、こういった数字になりました。また2月から3月にかけてのネット予約につきましては、ポイントの利用期限もありまして、予約が集中して少し増加した傾向がございました。

右側、ネット予約人数の推移、週次というグラフでございますが、この3月最終週につきましてはコロナ前、昨年の2月初旬と比べて、オンライン予約の総数は73.8%ということで、コロナ前より減っているのですが、世間で持たれている印象よりは、オンライン予約そのものは多少入っているのかなという印象を受けております。

- 新興メディア・ソリューション/ファイナンス事業は、求人ボックス及びカカコム・インシュアランスが引き続き好調に推移。
- 旅行・移動領域の事業は引き続き厳しい状況にあるが、タイムデザインは増収。

各領域の売上推移



	4Q YoY	通期 YoY
娯楽・趣味	- 9.5%	- 16.7%
web CG	- 0.5%	+ 17.5%
gaie	- 30.4%	- 37.8%
映画.com	+ 7.0%	- 33.3%
キナリノ	+ 32.8%	+ 31.3%
旅行・移動	- 52.6%	- 63.6%
4travel	- 78.5%	- 86.1%
タイムデザイン	+ 8.0%	- 4.2%
LCL	- 68.6%	- 76.9%
不動産	- 1.7%	+ 9.1%
スマイティ	- 1.7%	+ 9.1%
求人	+ 67.4%	+ 37.7%
求人ボックス	+ 67.4%	+ 37.7%
ファイナンス	+ 9.3%	+ 12.2%
カカコム・インシュアランス	+ 9.3%	+ 12.2%

©2021 Kakaku.com, Inc.

続いて、新興メディア・ソリューション/ファイナンスについてご報告申し上げます。

ファイナンス、カカコム・インシュアランスを含めた、その他事業の売上の推移を示しております。

この中で右側の表の中では娯楽・趣味、旅行・移動、不動産、求人、ファイナンスという五つの領域に分けておりますが、まず映画、車を中心とした娯楽・趣味はこの第4クォーターの売上が昨対比でマイナス9.5%、通期ではマイナス16.7%という結果になりました。

旅行・移動につきましては、この第4クォーターは昨対比でマイナス52.6%、通期ではマイナス63.6%という結果になっております。

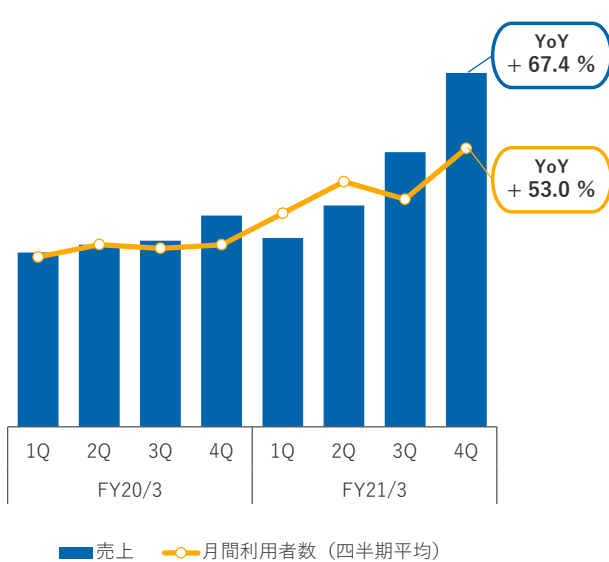
続いて、不動産ですが、第4クォーターでは昨対比でマイナス1.7%、通期ではプラス9.1%という数字でございました。

それから求人につきましては、第4クォーターでは昨対比でプラス67.4%、通期ではプラス37.7%という結果でございました。

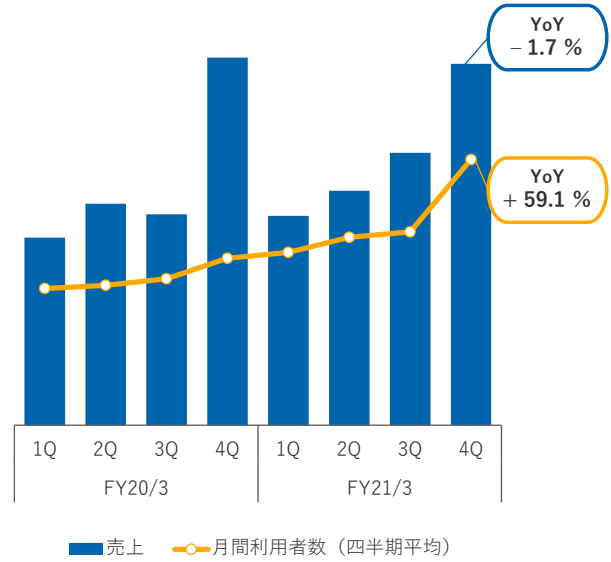
それからカカコム・インシュアランスのファイナンスでございますが、第4クォーターはプラス9.3%、通期ではプラス12.2%という結果になりました。

- 求人ボックスは、利用者数及び広告出稿数がいずれも増加し、増収。
- スマイティは、売上は微減したものの、継続的なコンテンツ改善により利用者数は増加。

求人ボックス：利用者数と売上の推移



スマイティ：利用者数と売上の推移



©2021 Kakaku.com, Inc.

まず求人ボックスでございますが、左側の棒グラフ、折れ線グラフをご覧ください。月間の利用者数はこの第4クォーターは昨対比でプラス53%、売上につきましては昨対比でプラス67.4%で、いずれも好調で増収いたしました。

それから右側のグラフは、スマイティでございますが、利用者数は昨対比でプラス59.1%と非常に好調だったものの、売上についてはマイナス1.7%で微減をしております。

こちらはスマイティの対象となるクライアントの単価が、この第4クォーターは若干予算不足で減少したことが要因となっておりますが、大きな流れにあまり変わりはなく、こちらの方はまた通常どおり、ユーザー数に対する売上が上がってくる予定でございます。

- キナリノは、生活雑貨を中心にEC（キナリノモール）の売上が緩やかな成長に変化。
- 映画.com及びgaieは、公開延期により海外作品の広告出稿が引き続き低調。
- webCGは、自動車メーカーの広告出稿が回復しつつある。

キナリノ

- 生活雑貨や美容のコンテンツと品揃えを引き続き強化しつつ、大手ブランドや季節性の強いストアの獲得の強化及び海外からの購入を可能とする施策を実施

webCG

Car Graphic

- 月間利用者数は引き続き安定
- 自動車メーカーの広告出稿は回復傾向にある

gaie

- 映画領域におけるノウハウの横展開を継続（企業や教育機関向けの動画制作、オンラインイベントの配信など）

映画.com

- オンライン試写プラットフォーム「スクリーニングマスター」によるサービスを映画配給会社に向け展開中



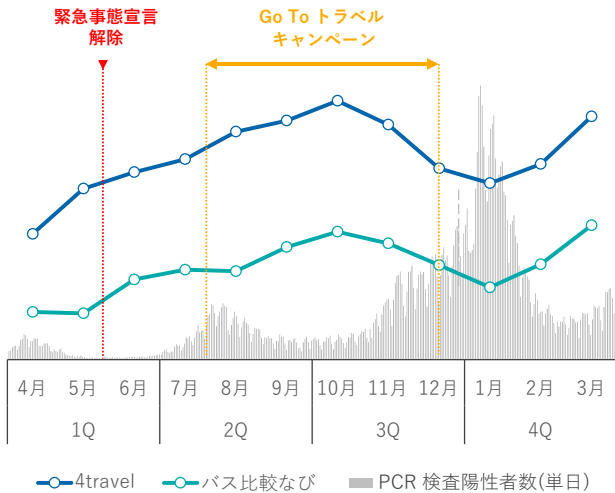
キナリノ、webCG、gaie、映画.comという娯楽領域についてのご説明でございます。

キナリノにつきましては生活雑貨を中心にECの売上が緩やかに成長しておりまして、この第4クォーターで昨対比プラス32.8%。通期でもプラス31.3%という結果になりました。

一方でgaie、映画.comという映画の広告、それから映画の広告代理業という領域は、やはり21年3月期は大作の公開延期、映画館そのものの収容人数の低下の影響が出まして、それぞれマイナス30%台の売上という結果になりました。

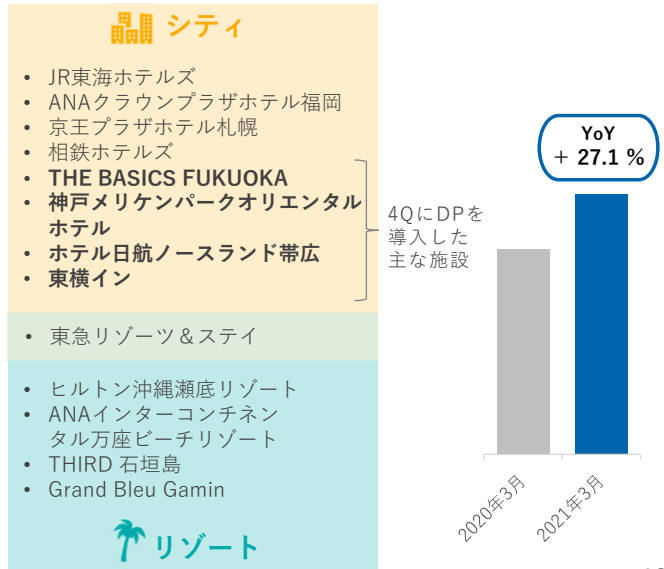
- 旅行・移動領域は引き続き厳しい状況にあるが、新型コロナウイルス感染症の拡大が収束しはじめた1月後半以降の月間利用者数は増加。
- タイムデザインは、新たなパートナーシップにより、国内DP（ダイナミック・パッケージ）の導入施設数が引き続き増加。

旅行・移動関連サービスの月間利用者数



©2021 Kakaku.com, Inc.

タイムデザイン：国内DPの導入施設数増加



続いて、旅行・移動領域についてでございます。

旅行・移動領域は最も苦しい領域でございまして、4travelについては通期でマイナス86.1%の売上、LCLというバスの移動については昨対比でマイナス76.9%という通期の結果になっております。

一方で比較的好調なのがタイムデザインでございまして、右下いくつかトピックスを載せておりますが、国内ホテルとの契約がこのコロナの環境の中でもかなり進んでございまして、契約数を増やしております。

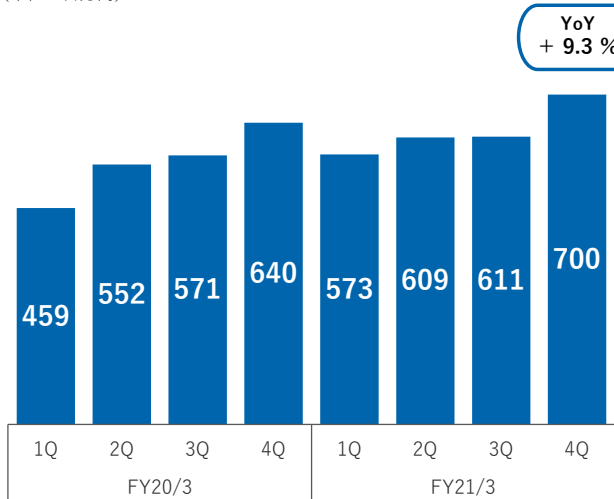
それから左側のグラフにつきましては、旅行・移動関連サービスの月間利用者数を示しております。4travel、LCLともに売上不振、特に4travelは広告メディア型のビジネスモデルなので売上が不振なのですが、国内に関連しましては旅行・移動のマインドはそんなに落ち込んでいなくて、Go Toトラベルが終わった後も1月、2月、3月にかけて、旅行関連のメディアの利用者数は増加している傾向にございます。

- カカクコム・インシュアランスは、引き続きオンラインによる保険契約の検討・申込の需要が高まり、増収。
- マンション向け火災保険の比較ページを新設し、条件に合った保険商品の比較から申込までをオンラインで完結できるサービスを開始。

カカクコム・インシュアランス：売上の推移

火災保険：比較から申込までをオンラインで

(単位：百万円)



©2021 Kakaku.com, Inc.

最後に、ファイナンスの領域でございます。

カカクコム・インシュアランスは引き続きオンラインによる保険契約の検討、申込の需要が高まって増収しております、この第4クォーターも昨対比でプラス9.3%で非常に良い結果になりました。

また右側、「火災保険、比較から申込までをオンラインで」という具体的な例を記載しておりますが、保険につきましてはオンラインで申込までが完結するモデルが進んでおりますので、これからも売上が増える期待をしております。

ここまで第4クォーター、および一部通期の数字の結果についてご報告申し上げます。

- ① 連結経営成績
- ② 事業別経営成績及び事業進捗
- ③ 今後の取り組み
- ④ 業績予想
- ⑤ 参考資料

納得感のある購買・消費行動のために、サイトの改善と情報の拡充を重ね、有意義な情報を提供する。

「買ってよかった」をすべての人に。

サイトの改善

AI・機械学習などを活用した サイト改善

取り組み例

- エクステリアカテゴリにおいて、サイズを自動抽出し製品を絞り込む機能を追加
- 話題のクチコミを抽出しカテゴリ内に配置することで、情報収集/比較検討のきっかけづくりを強化

情報の拡充

比較検討に必要な 情報の網羅性を高める

取り組み例

- SDGsに関する情報や環境ラベルを取得している製品に関する情報を追加
- スマートフォン（携帯電話）料金プランのシミュレーション及び比較に関するコンテンツを追加

まず、価格.comでございますが、こちらは有意義なコンテンツを拡充していく、情報を増やしていく、というポリシーに全く変わりはありませんが、左側、「サイトの改善」とオレンジで書いているところではAI、機械学習など内部でやっているもの、それからアライアンスすることを含め、あらゆるものを活用したサイト改善に取り組んでおります。

それから右側、「情報の拡充」というところでは、新しい時代に必要な情報、それから製品の進化に伴う情報をさらに拡充していくことを記載しています。

取り組みの例としては一部、SDGsに関する情報であるとか環境問題に配慮した情報ということで、消費生活の中にも環境問題をきちんとユーザーの興味に沿える情報を増やしていくことを予定しております。

飲食店の検索・予約サイトとしてユーザーに選ばれる存在であり続けると共に、「ユーザーと飲食店をつなぐ」というコンセプトのもとで様々なサービスを展開していく。



続いて、食ベログの取り組みでございます。

食ベログにつきましては店内飲食の情報に加えて、テイクアウト、デリバリーそれからモールであるとか、いくつかの情報、アプリを増やしてきていて、こちらをさらに強化していく、それからページの下の部分でございますが、飲食店さんの営業活動に役に立つサービスをとということで、食ベログの仕入れを始めております。

それ以外にもデリバリー、テイクアウトを含めたさらに機能を拡充したツール、アプリの導入であるとか、それからオンライン予約に必要な在庫の管理、それをさらにメディアに掲載することも含めて、増々食ベログとして出来ることを増やしていく、ということをご記載しております。

求人ボックス及びスマイティは、それぞれの領域において情報充実と機能改善に加えて取引先の拡張を進め、多くの情報からのニーズに合った選択を可能にする。

求人ボックス

<p>仕事選びのための 情報充実と 機能改善</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 仕事探しに関する記事など、オリジナルコンテンツの拡充 • 求人情報のキーワード検索の精度向上
<p>取引先を拡張し、 選択肢を増やす</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 柔軟な求人広告運用をサポートする機能や仕組みを構築

スマイティ

<p>物件選びのための 情報充実と 機能改善</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 物件情報の名寄せによる識別性の向上 • 地域情報や記事など、オリジナルコンテンツの拡充
<p>取引先を拡張し、 選択肢を増やす</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 取り扱う不動産領域ごとの取引先を拡張

こちらでは求人ボックス、それからスマイティについての今後の取り組みを記載しております。

左側の求人ボックスにつきましては、クライアントの拡張、それから料金の柔軟性を含めて、こちらはまだ昨年、一昨年と新しい取り組みを始めたばかりですので、これを軸にクライアントを増やしていくこと。

それから検索精度の向上を含めたコンテンツ力の向上、それから記事などのオリジナルコンテンツの拡充をさらに強めていくことをやってまいります。

スマイティにつきましては今、不動産サイトで一番ユーザーが不便と感じている、同じ物件が複数出てくることに対する取り組みで、物件情報の名寄せに力を入れてやっていきたいと思っております。

それからスマイティにつきましては賃貸の情報を中心にやってまいりましたが、今後は賃貸以外、中古物件の購入であるとか売却を含めて、総合不動産サイトとしてさらに良いポートフォリオを作りたいと考えております。

- タイムデザインは、引き続きDP（ダイナミック・パッケージ）システムの提供範囲を拡大。
- カカクコム・インシュアランスは、保険提案をオンラインでも実現できるように、必要な情報や保険診断・提案機能を拡充。

Time Design

kakaku.com
insurance

宿泊施設の
選択肢を増やす

- 新規顧客との取引開始
- 予約プラットフォームとの連携
- 海外における利用可能地域の拡大

宿泊予約との組み
合わせの拡充

- 組み合わせられる交通手段の選択肢を増やす
- アクティビティや保険など、付帯商品を増やす

情報の充実で
保険を
分かりやすく

- 各保険の特徴の解説や専門家による保険の最新動向に関する記事など、情報の拡充

検討・相談機能
の拡充で保険を
選びやすく

- 人気ランキングやシミュレーションなど、比較機能の拡充
- オンラインでの相談サービスの拡充
- 保険診断機能の導入

タイムデザインおよびカカクコム・インシュアランスの取り組みについて記載をしております。

まず、タイムデザインにつきましては現在も営業が非常に好調ですが、国内外併せて契約するホテルを増やして、あらゆるホテルにホテルと飛行機の組合せのツアーを提供することを続けていきたいと考えております。

それから左下、組み合わせられる交通手段の選択肢を増やすと書いておりますが、飛行機だけではなく、あらゆる交通手段に広げていきたいと考えております。

カカクコム・インシュアランスにつきましては、今期やってきたことの延長で、さらに便利に保険契約を進めることに取り組んでいきたいと考えております。

会社全体として安定的な成長を維持しながら、新興メディア・ソリューション/ファイナンスの売上構成比を20%まで引上げる。

価格.com

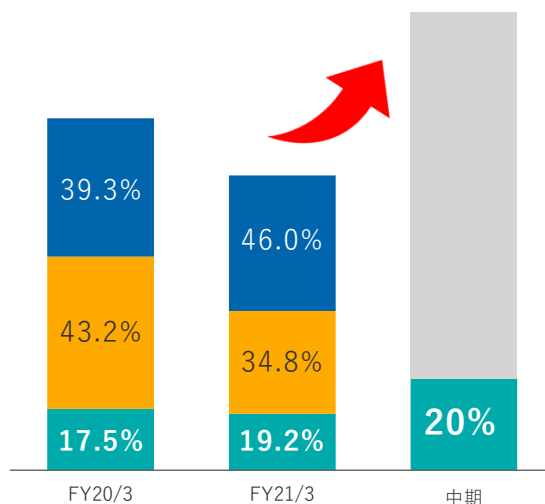
納得感のある購買・消費行動のために、サイトの改善と情報の拡充を重ね、有意義な情報を提供。

食べログ

飲食店の検索・予約サイトとしてユーザーに選ばれる存在であり続けると共に、「ユーザーと飲食店をつなぐ」というコンセプトのもとで様々なサービスを展開。

新興メディア・ソリューション/ファイナンス

既存事業のコンテンツ充実による利用者数拡大と成長ステージに合った積極的な投資。



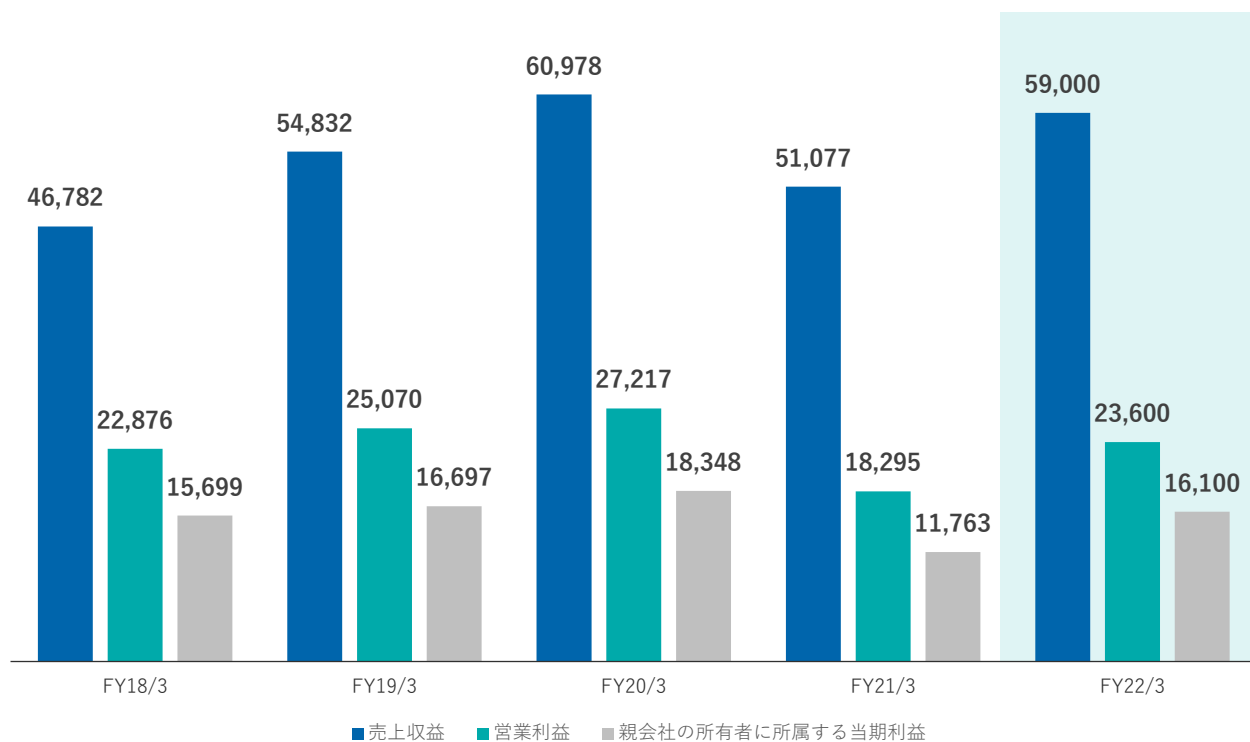
事業全体のまとめとして、今後の事業方針を記載しております。

こちらはやはりノウハウを拡大して、価格.com、食べログ、それ以外というポートフォリオのバランスをさらに拡大していくことは今までと同じでございますが、中長期的に第3の柱の売上構成比を20%まで引き上げることについては目標を変えておりません。

こちらは第4クォーターで既に達成しておりますし、今期もこの20%を超える目標を掲げてやっておりますが、今は、食べログの緊急事態宣言の中での不調を含めた構成比でございますので、この数字はいったんこの数字のまま、特に今期は20%という数字にこだわることなくやっていきますが、20%からさらに広げていく目標に変わりはありません。

- ① 連結経営成績
- ② 事業別経営成績及び事業進捗
- ③ 今後の取り組み
- ④ 業績予想**
- ⑤ 参考資料

(単位：百万円)



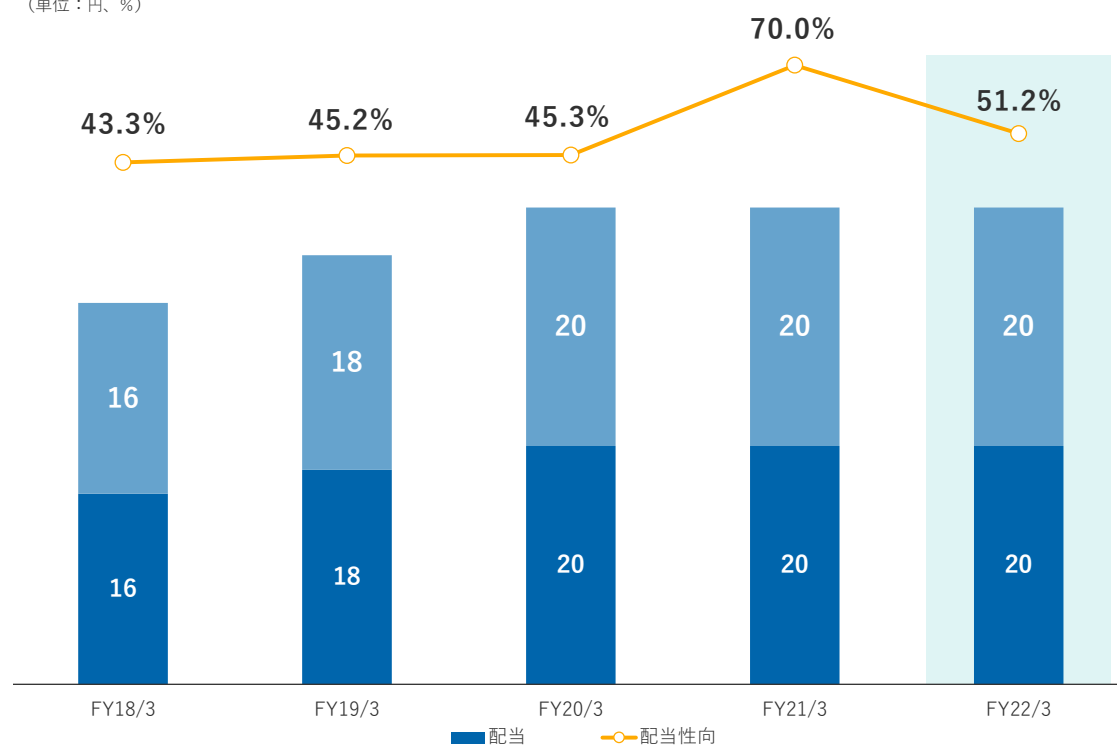
©2021 Kakaku.com, Inc.

27

続いて、業績予想でございます。

こちらは既にリリースしている決算短信の中にも書いておりますが、この22年3月期は連結で売上590億円、営業利益で236億円、当期利益で161億円、営業利益率40%という業績予想でございます。

(単位：円、%)



©2021 Kakaku.com, Inc.

28

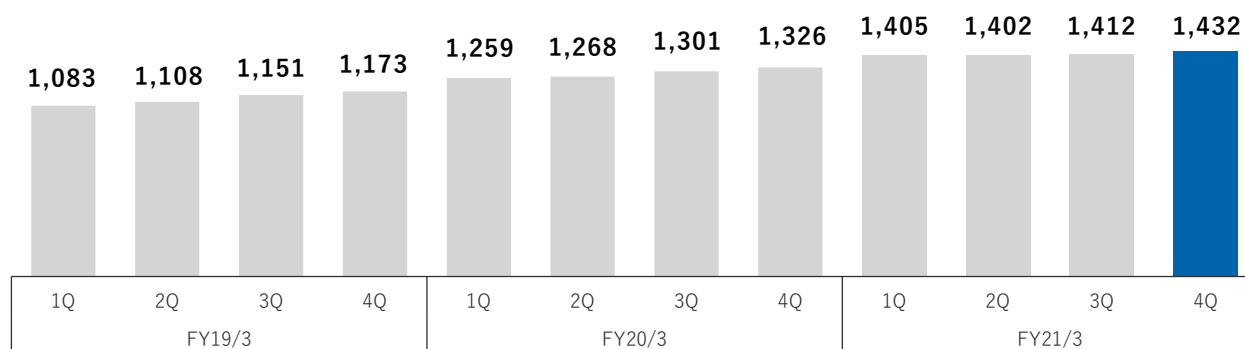
配当予想でございますが、こちらにつきましても短信に記載のとおりでございますが、21年3月期は株主総会の決議を経て、中間20円、期末20円、合わせて40円、それから22年3月期の配当につきましても20円、20円の40円ということで予想を開示させていただいております。

- ① 連結経営成績
- ② 事業別経営成績及び事業進捗
- ③ 今後の取り組み
- ④ 業績予想
- ⑤ 参考資料

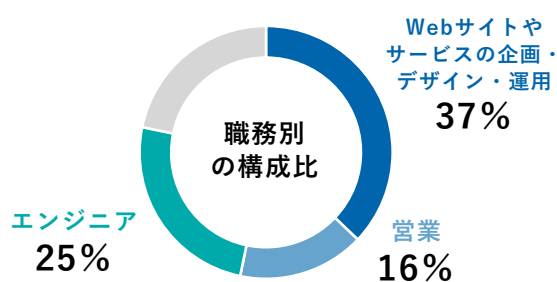
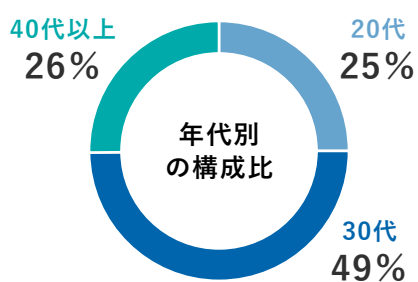
そのほか、会社、それからサイトにかかわるKPIや財務指標につきましては、30ページ目以降の参考資料をご覧ください。

以上、簡単ではございましたが、21年3月期の決算の概要についてご説明いたしました。ありがとうございました。

直接雇用の従業員数（連結ベース・臨時従業員を含む。）



年代及び職務別の構成比 ※カカコム単体 正社員の構成比（2021年3月時点）



インターネット・メディア	価格.com	ショッピング クリック数や販売実績に応じた手数料収入	サービス 通信、金融サービス等の申込件数等に応じた手数料収入	広告 バナー、テキスト広告、検索連動広告等の広告収入
		【取引先】ECモール、ECショップ、家電量販店 など	【取引先】サービス事業者 など	【取引先】メーカー、サービス事業者 など
インターネット・メディア	食べログ	飲食店販促 販促サービス(月額固定)とネット予約(従量)による手数料収入	ユーザー会員 コンテンツ利用に応じた手数料収入	広告 バナー、テキスト広告、企画型広告等の広告収入
		【取引先】飲食店	【取引先】ユーザー	【取引先】メーカー、自治体 など
ファイナンス	新興メディア・ソリューション/ファイナンス	新興メディア・ソリューション		
		“求人ボックス”、“スマイティ”、“キナリノ”、連結子会社(株)LCL運営の“バス比較ナビ”、連結子会社(株)タイムデザイン提供のダイナミックパッケージ予約システム等のサイト及びサービスによる収入		
		ファイナンス		
		連結子会社(株)カカコム・インシュアランス提供の生命保険、損害保険等の保険総合乗合代理店業務による手数料収入		

価格.com 購買支援サイト

月間利用者数：7,040万人

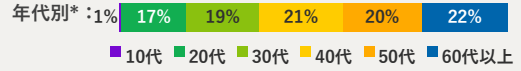


今後の取り組み

納得感のある購買・消費行動のために、サイトの改善と情報の拡充を重ね、有意義な情報を提供する。

食べログ レストラン検索・予約サイト

月間利用者数：1億1,586万人



今後の取り組み

飲食店の検索・予約サイトとしてユーザーに選ばれる存在であり続けると共に、「ユーザーと飲食店をつなぐ」というコンセプトのもとで様々なサービスを展開していく。

求人ボックス 求人情報の一括検索サイト

今後の取り組み

独自コンテンツ及び検索の精度向上により、多くの求人情報からのニーズに合った選択を可能にする。

Time Design ダイナミックパッケージ予約システム

今後の取り組み

ホテル公式サイト内を中心にダイナミックパッケージプラットフォームに加えて、手配旅行を用いた宿泊単体販売を可能とするソリューションの提供を行う。

kakaku.com insurance 保険選びのコンサルティングサービス

今後の取り組み

保険提案をオンラインでも実現できるように、必要な情報や保険診断・提案機能の拡充に取り組む。

バス比較なび 高速バス・バス旅行の比較検索サイト

今後の取り組み

バス関連情報の拡充により、利用者の拡大を行う。

*年代別のユーザー属性は2021年2月時点の比率

スマイティ 不動産住宅情報サイト

今後の取り組み

地域情報や記事などの独自コンテンツの拡充及び機能改善により、多くの情報からのニーズに合った選択を可能にする。

キナリノ 女性向けライフスタイルメディア

今後の取り組み

コンテンツの品質向上、モール出店ストアの拡大などにより、利用者ならびに利用機会を増やす。

映画.com 総合映画情報サイト

今後の取り組み

映画の鑑賞方法の多様化に対応し、映画.comブランドでの動画配信サービスへの参入にチャレンジ。

4travel.jp 旅行のクチコミと比較サイト

今後の取り組み

投稿機能改善、フォトコンテスト開催などにより、良質なガイドコンテンツを提供する。

webCG

クルマ好きのための
情報サイト

PHOTOHITO

写真共有サイト

ちくわ。

街・おでかけ情報メディア

TASCLAP

メンズファッション
Webマガジン

アキバ総研

アニメ&アキバ系
カルチャー情報

FX 羅針盤

FX関連情報と為替相場
解説・予想サイト

仮想通貨 羅針盤

仮想通貨とブロックチェーンに
関連する情報サイト

格安移動

高速バス・飛行機・新幹線の
最安値比較サイト

バスとりっぷ

高速バス・夜行バス
お役立ち情報メディア

icotto

宿泊旅行の情報メディア

アニメハック

アニメの総合情報サイト

OSORE ZONE

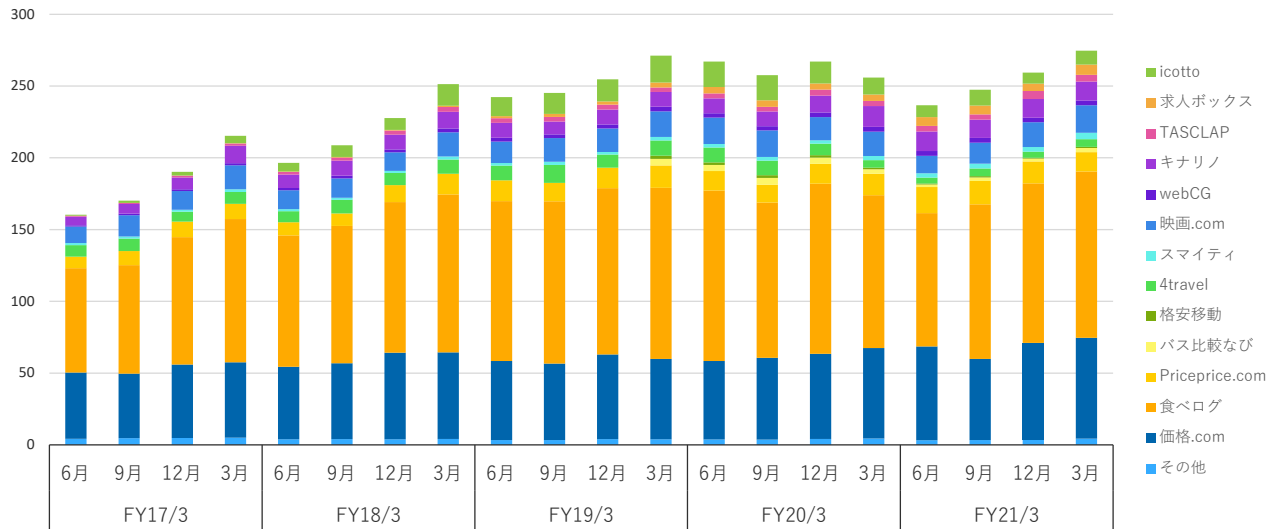
ホラー映画専門配信サービス

gaie

映画等のデジタル・
プロモーションエージェンシー

2021年3月の月間利用者数は2億7,477万（前年同月比+7.4%）。

(単位：百万UU)



月間利用者数の計測方法について

サイトを訪れた人をブラウザベースで数えた利用者数です（特定のブラウザ、OS等によっては一定期間経過後に再訪した利用者を重複計測する場合があります）。
 なお、モバイル端末のウェブページ高速表示に伴う利用者数の重複や、第三者による自動収集プログラムなどの機械的なアクセスについては可能な限り排除して計測しています。

経営指標

ROE40%を目安とする

利益成長の考え方

事業拡大と最適な資源配分を通じた、安定した利益成長の実現

経営資源配分の考え方

成長投資

- 既存事業の拡大や新規事業創出に伴う人的資源への投資
- 先端技術に関する研究開発及び事業への活用に対する投資
- 事業ポートフォリオ拡大及び成長の加速を目的としたM&Aや出資の実施

株主還元

- 既存事業の運営及び成長投資に必要な資金を手元に残し、過剰な内部留保は株主に還元
- 継続的に配当（年2回）及び自己株取得（機動的）を実施



	FY13/3	FY14/3	FY15/3	FY16/3	FY17/3	FY18/3	FY19/3	FY20/3	FY21/3
自己資本比率*1	75.3%	79.5%	78.4%	81.6%	83.1%	78.5%	79.1%	67.8%	66.1%
ROE *2	38.0%	40.4%	41.7%	45.2%	44.5%	45.7%	45.1%	44.0%	26.2%
一株当たり配当(円)	35	12.5	16	21	28	32	36	40	40
配当総額(億円)	20	28	35	46	61	68	75	83	82
配当性向	28.1%	30.9%	32.5%	35.2%	41.1%	43.3%	45.2%	45.3%	70.0%
自己株式の取得(億円)	53	0	81	50	42	108	30	80	0
総還元性向*3	103.1%	30.9%	106.7%	73.2%	69.3%	112.2%	63.1%	88.8%	70.0%

* 1 自己資本比率（親会社所有者帰属持分比率）=親会社の所有者に帰属する持分÷総資産 × 100

* 2 ROE(親会社所有者帰属持分当期利益率)=親会社の所有者に帰属する当期利益÷親会社の所有者に帰属する持分合計(期中平均) × 100

* 3 総還元性向=（配当支払総額+自社株買い総額）÷純利益 × 100。自社株買い総額は、公開買付代理人に支払う手数料その他諸経費を含まない。

生活とともにある企業として、企業活動を通して経済・社会・環境の課題に取り組む。

LIFE with -生活とともに-



©2021 Kakaku.com, Inc.

各分野の主な取り組み

経済：インターネット産業の発展

- 安全なサービス提供
- 技術発展支援
- エンジニア育成

社会：豊かな社会の実現

- 人材の育成、働く環境の整備
- スポーツ文化発展支援
- 災害復興支援
- 豊かな暮らしに関する情報発信・提供

環境：地球環境の保全

- 事業所の環境負荷低減
- 環境団体との連携
- 環境保全に関する情報発信・提供

各分野における取り組みの詳細：

経済分野	安全なサービス提供 <ul style="list-style-type: none"> 情報セキュリティ強化 個人情報保護の取り組み 	技術発展支援 <ul style="list-style-type: none"> 各種カンファレンスへの協賛 各種セキュリティ関連団体の加盟
	エンジニア育成 <ul style="list-style-type: none"> 独自カリキュラムに沿ったエンジニア育成 各種社内勉強会の開催 	
社会分野	人材の育成、働く環境の整備 <ul style="list-style-type: none"> 仕事と家庭の両立サポート 柔軟な働き方を推進する制度・環境の整備 成長を促進するキャリアの開発支援 	スポーツ文化発展支援 <ul style="list-style-type: none"> 音楽文化発展支援 eスポーツ普及発展支援
	災害復興支援 <ul style="list-style-type: none"> 震災その他の災害からの復興支援 	豊かな暮らしに関する情報発信・提供 <ul style="list-style-type: none"> 地域情報（防災・教育等） 地方の観光情報
環境分野	事業所の環境負荷低減 <ul style="list-style-type: none"> リサイクル推進 グリーン購入法適合商品への購入切替 	環境保全団体との連携 <ul style="list-style-type: none"> 生物多様性保全/環境保全を目的とするNPO法人の活動支援 社内自販機の売上に応じた植林支援
	環境保全に関する情報発信・提供 <ul style="list-style-type: none"> 省エネ・再生可能エネルギーに関する情報 中古製品（家電・スマホ・車）の情報 	

(単位：百万円)

FY19/3	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
売上収益	12,513	13,132	14,239	14,948	54,832
価格.com	5,181	5,209	5,885	6,236	22,510
食べログ	5,701	5,952	6,370	6,330	24,352
新興メディア他	1,631	1,971	1,985	2,383	7,970
営業利益	5,560	6,123	6,513	6,873	25,070
営業利益率	44.4%	46.6%	45.7%	46.0%	45.7%
ROE	-	-	-	-	45.1%
総還元性向	-	-	-	-	61.0%
FY20/3	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
売上収益	14,224	15,305	15,727	15,722	60,978
価格.com	5,597	6,101	5,999	6,262	23,960
食べログ	6,313	6,494	7,048	6,513	26,369
新興メディア他	2,313	2,710	2,680	2,947	10,649
営業利益	6,448	7,121	7,315	6,333	27,217
営業利益率	45.3%	46.5%	46.5%	40.3%	44.6%
ROE	-	-	-	-	44.0%
総還元性向	-	-	-	-	88.9%
FY21/3	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
売上収益	9,502	12,243	16,023	13,309	51,077
価格.com	5,958	5,474	5,933	6,130	23,496
食べログ	1,735	4,493	7,371	4,187	17,786
新興メディア他	1,809	2,277	2,718	2,991	9,796
営業利益	2,209	4,667	6,592	4,826	18,295
営業利益率	23.2%	38.1%	41.1%	36.3%	35.8%
ROE	-	-	-	-	26.2%
総還元性向	-	-	-	-	70.0%

©2021 Kakaku.com, Inc.

会社名	株式会社カカコム	
英文社名	Kakaku.com, Inc.	
所在地	〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南三丁目5番7号 デジタルゲートビル	
設立	1997年12月（平成9年12月）	
URL	https://corporate.kakaku.com/	
上場取引所	東京証券取引所市場第一部	
証券コード	2371	
関係会社	株式会社カカコム・インシュアランス	URL: https://kakakucom-insurance.co.jp/
	フォートラベル株式会社	URL: https://fortravel.jp/
	株式会社エイガ・ドット・コム	URL: https://eiga.com/
	株式会社タイムデザイン	URL: https://www.timedesign.co.jp/
	株式会社webCG	URL: https://www.webcg.net/
	株式会社LCL	URL: https://www.lclco.com/
	株式会社ガイエ	URL: https://gaie.jp/
	Catapult Ventures Pte. Ltd.	URL: https://www.moneysmart.sg/
	LoveBonito Holdings Pte. Ltd.	URL: https://www.lovebonito.com/
	TabSquare Pte. Ltd.	URL: https://www.tabsquare.ai/
お問い合わせ	https://corporate.kakaku.com/contact/form_ir	

本資料に記載された情報や将来の見通しは、資料作成現時点において入手可能な情報及び不確定要素に関する仮定を前提とした当社の判断が含まれております。実際の業績や結果は、今後の様々な要因により、本資料の記載とは異なる可能性があります。