

2022年3月期
第1四半期
決算説明会

こんにちは。カカクコムのお畑でございます。

それでは、この第1クォーターの決算についてご説明します。

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 参考資料

(単位：百万円)	FY21/3 1Q	FY22/3 1Q	YoY	業績予想	達成率
売上収益	9,502	12,021	+ 26.5%	59,000	20.4%
営業利益	2,209	4,012	+ 81.6%	23,600	17.0%
営業利益率	23.2%	33.4%	+ 10.2pt	40.0%	—
税引前利益	2,156	3,967	+ 84.0%	23,500	16.9%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	1,418	2,750	+ 93.9%	16,100	17.1%

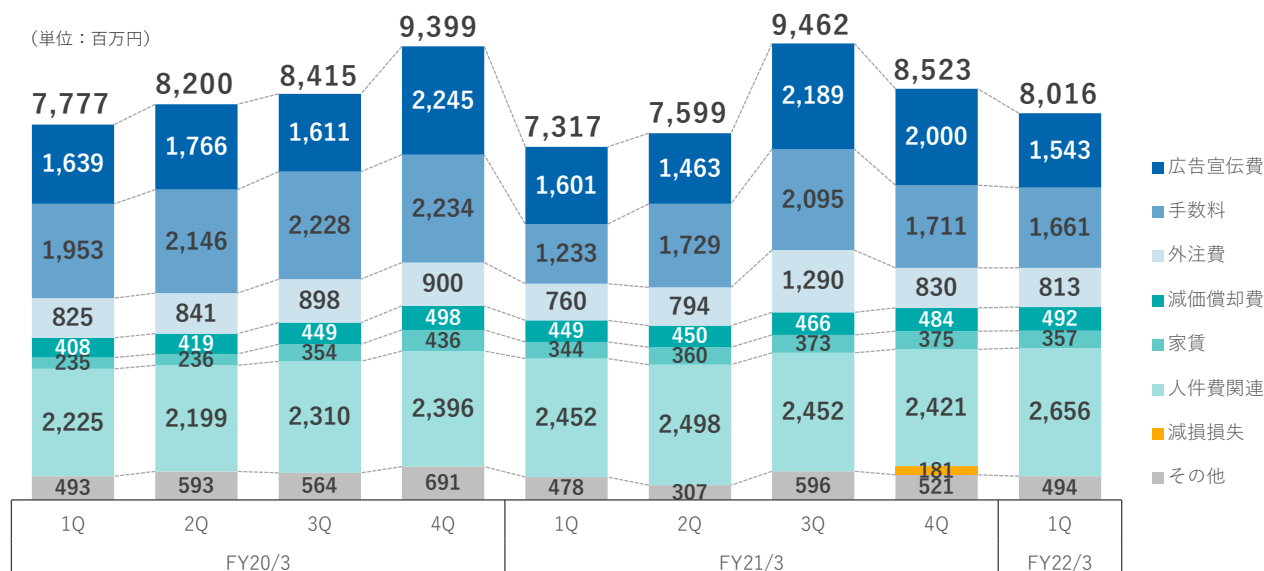
まず、この第1クォーターの連結経営成績の概要をご報告いたします。

売上が120億2,100万円、営業利益が40億1,200万円と、昨対比では売上がプラス26.5%、営業利益がプラス81.6%という結果になりました。

また、当期利益につきましては27億5,000万円、昨対比でプラス93.9%という結果になっております。昨年の第1クォーターはコロナの影響を非常に強く受けましたので、昨対比では参考になる数字が少ないですが、今期の業績予想に対しましては、売上は第1クォーターで進捗率が20.4%、営業利益の進捗率は17.0%という結果でございました。

セグメントごとの売上につきましては、後ほどご説明いたします。

- 広告宣伝費は、食べログ事業のTポイント関連費用が増加。価格.com事業の広告宣伝費が減少。
- 手数料は、食べログ事業において、飲食店販促サービスの無償化を実施した前年と比較して、営業代理店への手数料が増加。
- その他：求人費 65百万円、サーバー保守 41百万円



©2021 Kakaku.com, Inc.

続いて、連結営業費用等でございます。

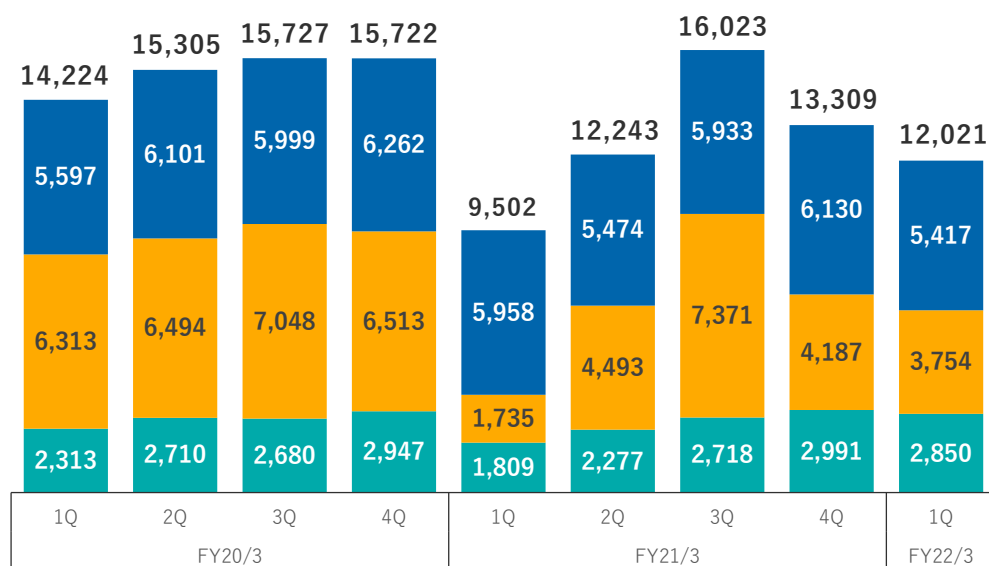
まず1番目に、広告宣伝費は、食べログ事業のTポイント関連費用が増加、価格.com事業の広告宣伝費が減少とあります。

こちらにつきましては、主に昨年の第1クォーターとの比較で書いておりますが、終わった期の第3クォーター、第4クォーターと比較していただくと、広告宣伝費、手数料ともに、食べログの売上の減少に伴って減少しております。

また、この第1クォーターは人件費が若干増加しております。こちらは、こういった状況の中でも、新卒採用を含めて採用が順調に推移した結果でございます。

- 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 参考資料

(単位：百万円)



売上構成比（単位：％）

■ 価格.com	39.3%	39.9%	38.1%	39.8%	62.7%	44.7%	37.0%	46.1%	45.1%
■ 食べログ	44.4%	42.4%	44.8%	41.4%	18.3%	36.7%	46.0%	31.5%	31.2%
■ 新興メディア・ソリューション/ファイナンス	16.3%	17.7%	17.1%	18.7%	19.0%	18.6%	17.0%	22.5%	23.7%

©2021 Kakaku.com, Inc.

6

続いて、事業別経営成績の四半期推移をご覧ください。

後ほど、それぞれの売上についてはご報告申し上げますが、新興メディア・ソリューション/ファイナンスの全体の売上構成比が、この第1クォーターは23.7%で、構成比を伸ばしております。

ただ、新興メディア・ソリューション/ファイナンスの売上が飛躍的に伸びたということではなく、主に食べログの売上の減少も相まって、こういった構成比になっております。

(単位：百万円)

	1Q 売上収益	YoY
価格.com	5,417	－9.1%
ショッピング	2,267	－20.7%
サービス	2,153	－4.4%
広告	997	＋17.8%
食べログ	3,754	＋116.4%
飲食店販促	2,932	＋182.7%
ユーザー会員	392	－10.5%
広告	313	＋21.0%
業務受託に係る収入*	116	－
新興メディア・ソリューション/ファイナンス	2,850	＋57.5%
新興メディア・ソリューション	2,153	＋74.2%
ファイナンス	697	＋21.5%

* Go To Eatキャンペーン事業（農林水産省）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。

続いて、事業別の経営成績の概要でございます。

昨対比では価格.comがマイナス9.1%、食べログがプラス116.4%、新興メディア・ソリューション/ファイナンスがプラス57.5%という結果になっております。

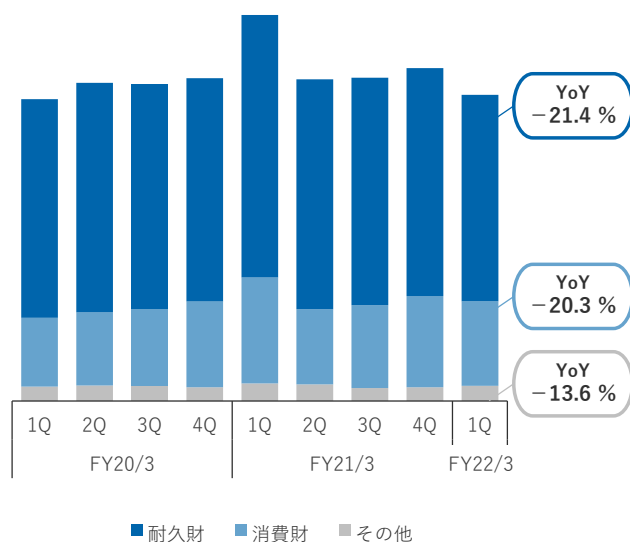
価格.comにつきましては、初めての緊急事態宣言に伴う特需により通販が非常に伸びました昨年の第1クォーターと比べると、9.1%減少しております。

食べログにつきましては、昨年の4月、5月は、飲食店との契約による収入がほぼゼロだったため、昨対比ではプラス116.4%という結果になっております。

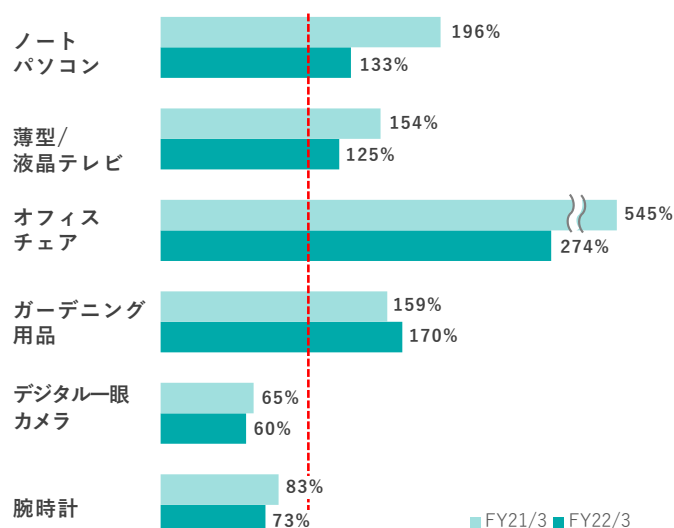
また、新興メディア・ソリューション/ファイナンスは、この第1クォーターも、求人、不動産が非常に好調だったという結果でございます。

- ・ショッピング事業は、大きく伸長した前年との比較において耐久財・消費財共に減収。
- ・外出に関連するカテゴリの売上は引き続き低い水準にあるが、柔軟な働き方・居住環境の充実化のための需要は、コロナ前よりも高い水準で継続。

ショッピング事業：売上高



ショッピング事業：送客数の対比



※FY20/3 1Qの送客数を100%とした場合の対比

続いて、価格.com事業の詳細でございます。

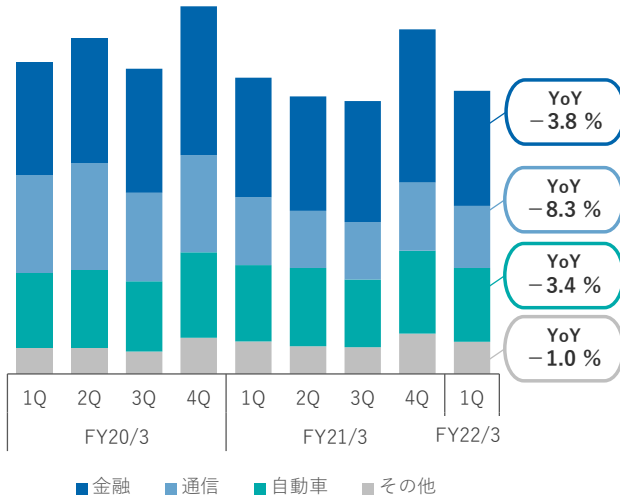
まずはショッピング事業の売上ですが、この第1クォーターは、耐久財・消費財がそれぞれ、特需があった昨年との対比でマイナス21.4%、マイナス20.3%という結果になっております。

右側に、「ショッピング事業：送客数の対比」を掲載しております。こちらは、点線で示されているコロナ前（一昨年前）の需要と、昨年の第1クォーターとこの第1クォーターの需要の比較でございます。

特徴的なのは、ノートパソコンが今も半導体不足が続いていることもあり送客数が減っているところと、オフィスチェアのような昨年のコロナの初期に特需があったものについては、売上を減らしているところと。

- サービス事業は減収。主に、金融領域はFX、通信領域は光回線及びSIMにおいて売上が減少。一方、金融領域のクレジットカード及びカードローンの売上は増加。

サービス事業：売上高



各領域のトレンド

金融

クレジットカードの発券数及びカードローンの申込件数は減少。

通信

海外Wi-Fiの申込件数は引き続き低い水準で推移。光回線及びSIMの申込件数は減少。

自動車

中古車の在庫確認・見積もりの申込件数は減少。自動車保険の見積もり件数は僅かに増加。

その他

引越しは見積もり件数が減少。エネルギーは申込件数が増加。

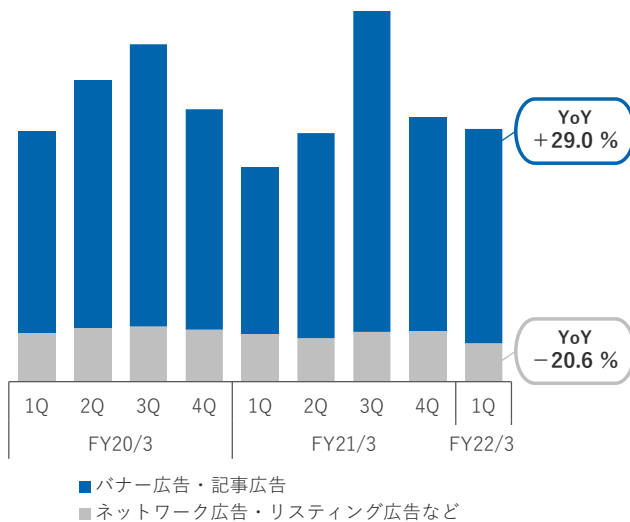
続きまして、サービス事業でございます。

こちらは、この第1クォーターは金融でマイナス3.8%、通信でマイナス8.3%、自動車関連でマイナス3.4%という結果となっております。

自治体ごとに異なりますが、現在も続く緊急事態宣言の影響を強く受けており、なかなか外出消費に伴う売上が伸びていないという状況が続いております。

- ・ 広告事業は、家電・パソコンメーカーの出稿延期/中止により低調であった前年に対し、増収。部材不足の影響は家電・パソコンなどにおいて若干残るも、売上は回復基調にある。

広告事業：売上高



バナー・記事：メーカー別 売上成長率

家電 +36.0%	・ 広告の出稿時期は例年並みに ・ 家電は前年来の新規顧客開拓により出稿社数が増加
パソコン +11.0%	
自動車 -39.3%	部材不足による生産減の影響を受け、売上が減少
カメラ -14.6%	外出機会やイベント減少の影響を受け、売上が減少

©2021 Kakaku.com, Inc.

10

続いて、価格.com関連の広告事業でございます。

こちらにつきましては、かなり回復傾向にあります。

バナー広告・記事広告に関しましてはプラス29.0%。ネットワーク広告はマイナス20.6%ですが、これを合わせても昨対比ではプラス17.8%という結果になっております。

右側の「メーカー別 売上成長率」をご覧ください。

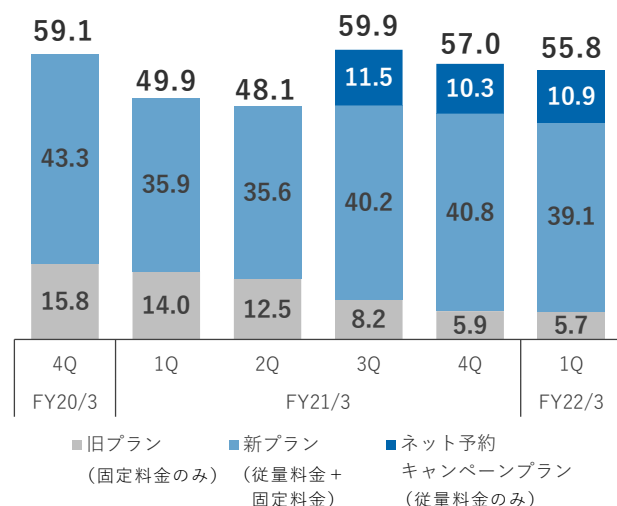
昨年第1クォーターと比べると家電関連がプラス36%、パソコン関連がプラス11.0%という結果になっております。

ただ、パソコンや家電を中心とした半導体不足、商品の欠品は続いておりますので、こちらの傾向については予断を許さない状況かと見通しております。

- 緊急事態宣言の影響が続き、有料プラン契約店舗数は新規獲得が減少し、55,800店舗。ネット予約人数は419万人。

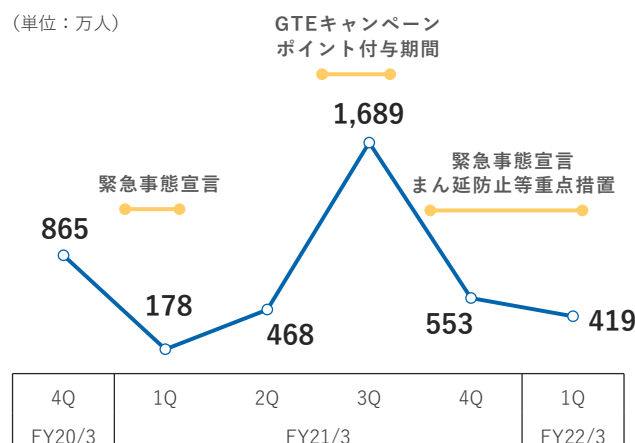
有料プラン契約店舗数

(単位：千店)



ネット予約人数 (四半期累計)

(単位：万人)



©2021 Kakaku.com, Inc.

11

続きまして、食べログ事業についてご報告いたします。

まず、有料プラン契約店舗数でございますが、この第1クォーターも緊急事態宣言の影響を受けておりまして、主に契約満了も含めてですが、全体の契約店舗数は若干減少しております。

ただ、(左側のグラフの) 内訳の一番上の青いところを見ていただくと、ネット予約キャンペーンプランにつきましては、昨年の第4クォーターからこの第1クォーターにかけて、順調に1万300店舗から1万900店舗に増加しております。

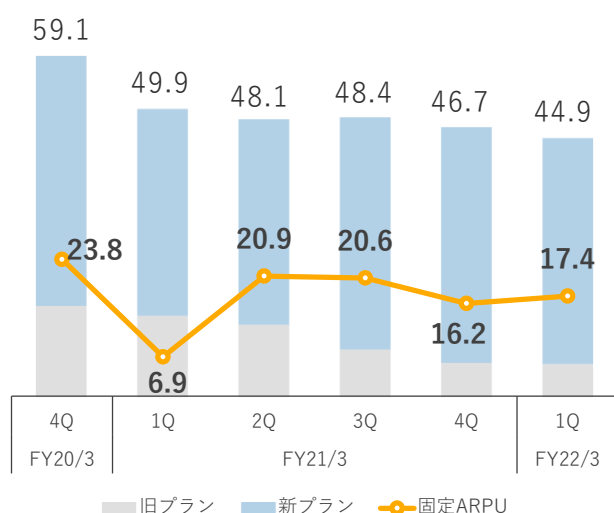
右側のネット予約人数(四半期累計)でございますが、この第1クォーターは419万人。緊急事態宣言、それから感染者数の増加に伴い、外食を控える人が増えて昨年の第4クォーターよりも若干減少しております。

これは季節性もありますので一概に比較はできませんが、依然低調な状態でございます。昨年の第1クォーターよりは2倍以上のネット予約がございますが、昨年の第2クォーターと比べても若干人数が少なかったという結果でございました。

- ・ 固定ARPUは、休会店舗の減少により前四半期から微増し、17.4千円。
- ・ 従量ARPUは、ネット予約人数の減少により、3.6千円

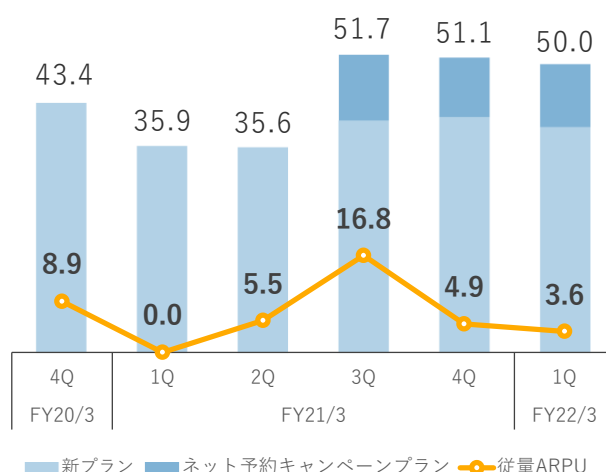
固定ARPUと対象契約店舗数（四半期平均）

（単位：千店、千円）



従量ARPUと対象契約店舗数（四半期平均）

（単位：千店、千円）



©2021 Kakaku.com, Inc.

12

続きまして、固定料金、従量料金の、それぞれのARPUと対象契約店舗数を示しております。

契約店舗数につきましては、先ほど11ページでお見せした有料プラン契約店舗数を、固定料金をお支払いいただいているプランの契約店舗、従量料金をお支払いいただいているプランの契約店舗に分解して示しております。

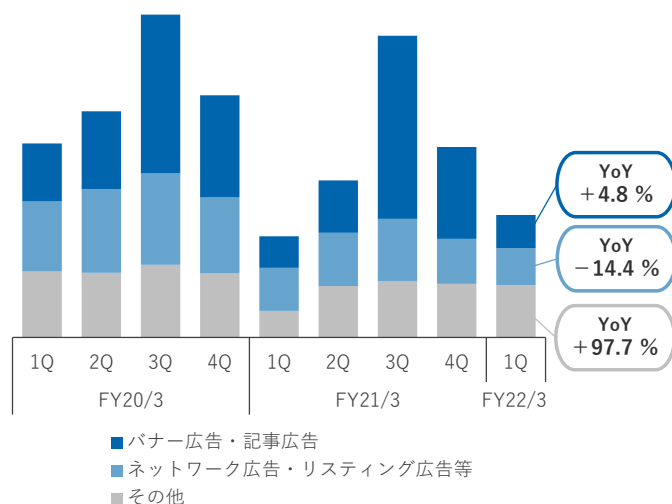
右側の「従量ARPUと対象契約店舗数」でお示ししている従量ARPUは、若干母数は違うものの、11ページでお見せしたネット予約人数とほぼ比例する数字になっております。

また、左側の固定ARPUが、昨年第4クォーターからすると、この第1クォーターは若干上昇しております。

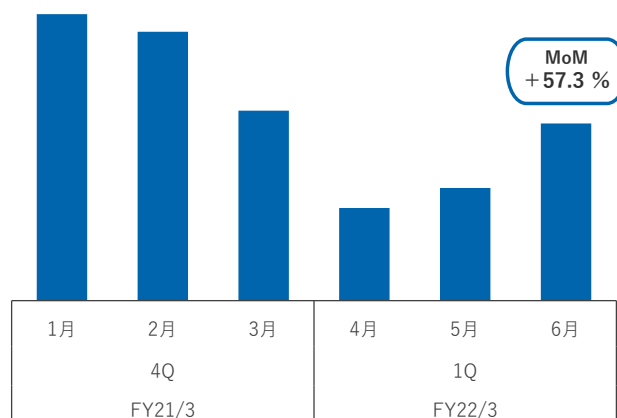
これにつきましては、5万円、10万円という固定料金をお支払いいただいているプランの契約店舗の解約やプランダウンが、昨年まででいったん落ち着いた水準にあって、新規の契約店舗は1万円のプランよりも2万5,000円のプランのほうが増加分は多いという結果を示しております。

- 広告事業は、パートナーサイトとの連携による売上が増加し、増収。
- 緊急事態宣言に伴い減少傾向が続いていたバナー広告・記事広告は、1社当たりの売上が回復しつつある。

広告事業：売上高



バナー広告・記事広告の1社当たり売上高



©2021 Kakaku.com, Inc.

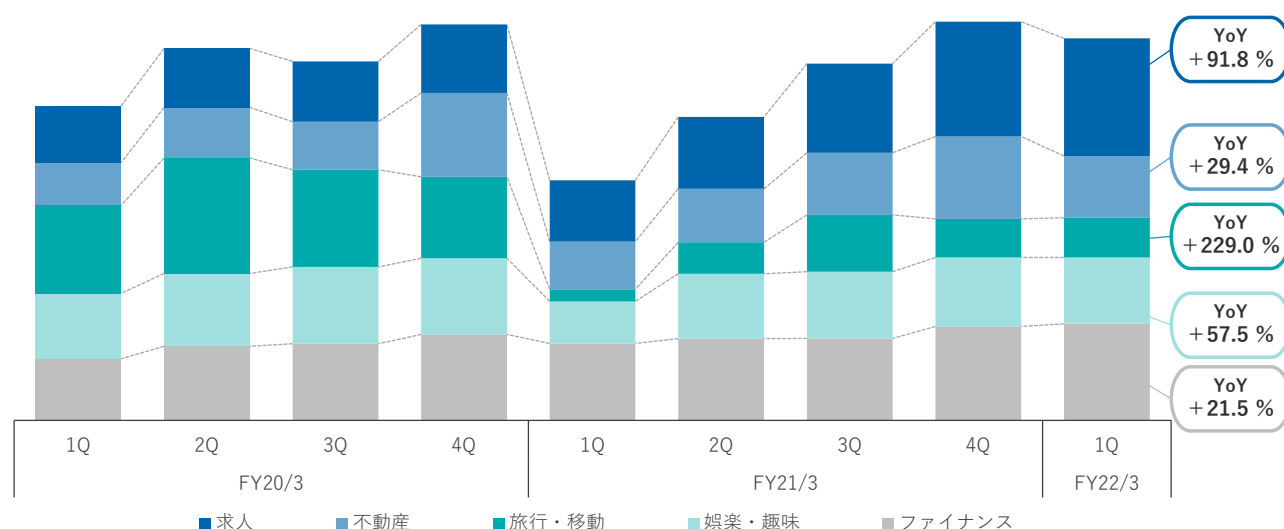
13

続いて、食べログの広告事業ですが、この第1クォーターにつきましては、昨対比で見ますとプラス21.0%ということで、昨年の第1クォーターよりはいい傾向にございました。

しかし昨年の第2クォーター、第3クォーター、第4クォーターよりは広告出稿が少なかったということで、依然として食べログのメディアもそうですが、やはり外食産業全体の盛り上がり、回復をまだ待っているとご理解いただければと思います。

- ・新興メディア・ソリューション/ファイナンス事業は、求人、不動産とファイナンス領域が引き続き好調に推移。
- ・旅行・移動領域は、前年同期比で回復しているが引き続き厳しい状況。

各領域の売上高



©2021 Kakaku.com, Inc.

14

続きまして、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。

こちらにつきましては、全体的に好調です。まずグラフの一番上、青い部分ですが、求人につきましては昨対比でプラス91.8%、不動産につきましても昨対比でプラス29.4%となりました。

旅行・移動については、まだ全く完全回復には程遠い状態ですが、昨年年第1クォーターとの比較で見えていただくと、プラス229.0%ということで、徐々にではございますが戻りつつある状態です。

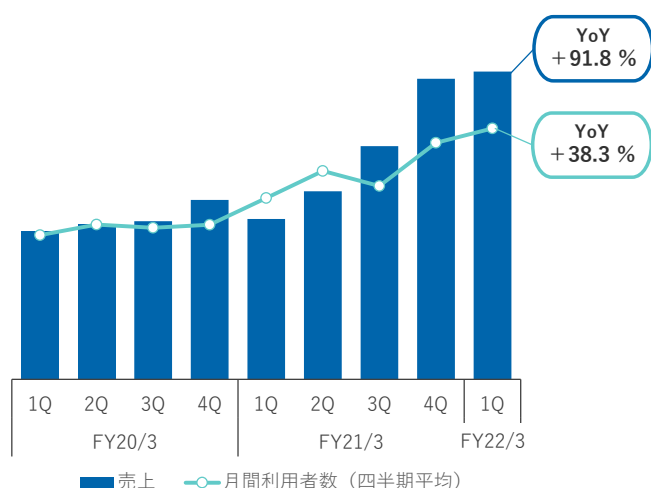
次に、趣味・娯楽ですが、こちらも映画を含めた娯楽産業の復活がまだ道半ばではあるものの、昨対比でプラス57.5%ということで、例年の水準から見ても100%とはいかないまでも、徐々に回復をしております。

それから一番下、ファイナンス。カカコム・インシュアランスの保険事業ですが、こちらは引き続き好調で、昨対比でプラス21.5%という結果でした。

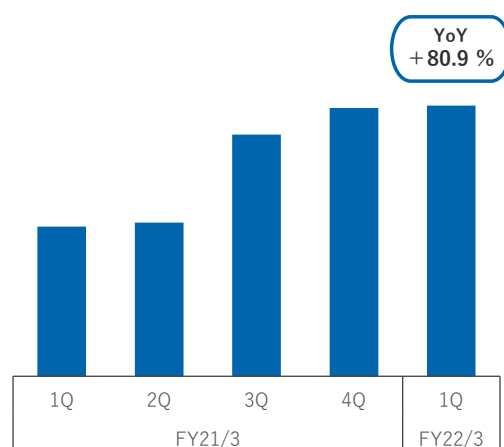
【求人】：求人ボックス

- 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。

求人ボックス：利用者数と売上高



求人ボックス：広告求人数



©2021 Kakaku.com, Inc.

15

まずは、求人ボックス事業について説明申し上げます。

左側の「利用者数と売上高」というグラフでございますが、こちらは昨対比というだけではなくて、クォーター比でも依然伸びております。

ただ、第4クォーターはすごく求人の需要が多いところですので、そこに比べると上昇幅は若干ではあります。

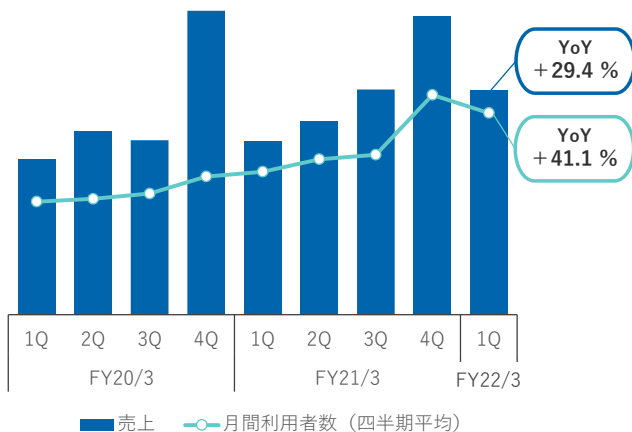
一昨年の第4クォーターと昨年の第1クォーターとは明らかに違って、季節性を超えてまだ伸びているという傾向にあります。

右側の広告求人数も、昨対比プラス80.9%で、ここはさまざまな要素がありますが、営業活動やクライアントの獲得も非常に順調であると思っております。

【不動産】：スマイティ

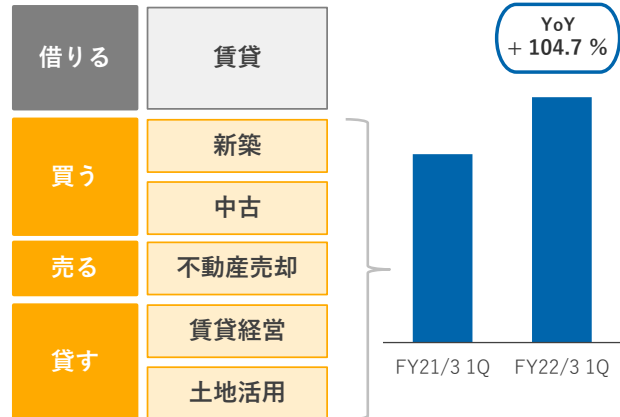
- ・スマイティは、賃貸以外の領域も含めたコンテンツ改善及び取引先の拡張により、利用者数と売上が共に増加。

スマイティ：利用者数と売上高



スマイティ：賃貸以外の売上高

スマイティのサービス領域



©2021 Kakaku.com, Inc.

16

続いて不動産サイトのスマイティでございます。

スマイティにつきましては、左のグラフにありますように、昨対比で売上がプラス29.4%となっております。

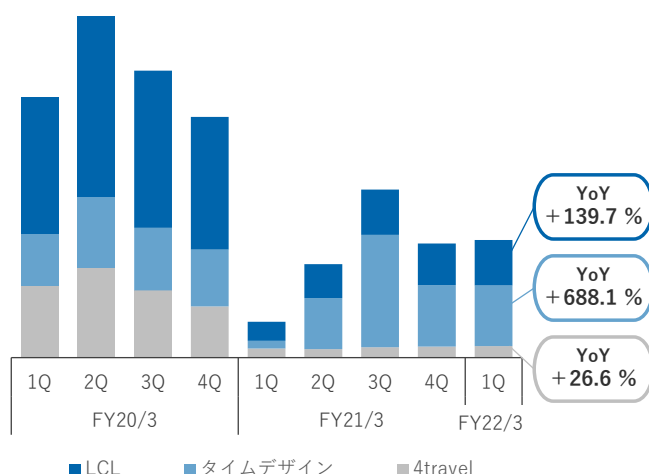
特に第4クォーターの特需が不動産業界についてはかなり大きいので、第4クォーターよりも第1クォーターのほうが売上は少ないですが、例年の比率よりも減少幅は狭く、この点からも第1クォーターも非常に順調であったと思います。

また、スマイティは賃貸が売上のほとんどを占めますが、新築の住居を買う、中古の住居を買う、それから売却、賃貸経営、土地活用も含めて、賃貸以外のカテゴリについても強化をしております、こちらの売上については、昨対比でプラス104.7%という結果となっております。

【旅行・移動】：LCL、タイムデザイン、4travel

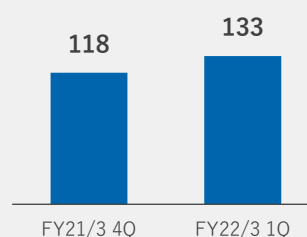
- 旅行・移動領域全体としては、厳しい状況が続いている。
- タイムデザインは、国内旅行者の増加により増収。また、ダイナミック・パッケージ (DP) プラットフォームのホテルへの導入は、海外においても伸張。

「旅行・移動」関連事業の売上推移



タイムデザイン：海外ホテルにおけるDPプラットフォームの導入

- 導入している海外ホテルは増加。



- 新たなホテル向け予約システムプロバイダーとのパートナーシップを開始。

続いて旅行事業でございます。

旅行事業は、バスの比較のLCL、ホテル・飛行機のダイナミック・パッケージのタイムデザイン、旅行メディアの4travelと、三つに分けて、左側の表でそれぞれの売上の推移を示しております。

昨年の第1クォーターよりはそれぞれ飛躍的に伸びておりますが、一昨年との比較で見ますと、旅行関連については、まだ市場が半分も戻っていないことを示しております。

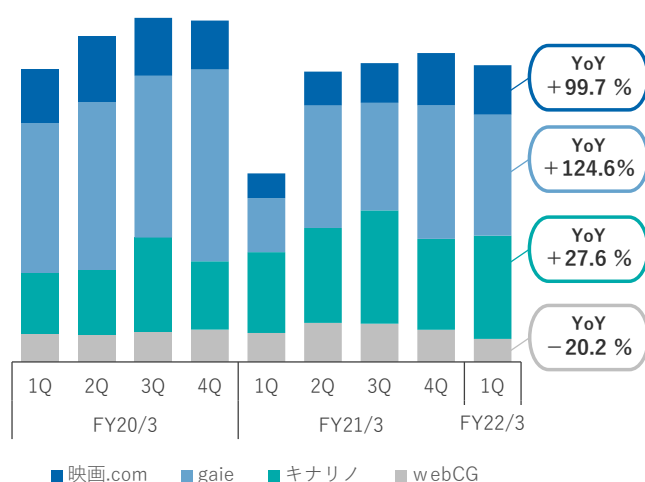
その中で右側、タイムデザインでございますが、この第1クォーターの間も海外ホテルとの契約は順調に増加をしております。

第4クォーターの契約ホテルは118でしたが、この第1クォーターで15増加して、133の海外ホテルとの契約を済ませております。

【娯楽・趣味】：映画.com、gaie、キナリノ、webCG

- ・映画.com及びgaieにおける広告出稿は、動画配信プラットフォームを中心に回復傾向。
- ・キナリノは、広告売上の増加により継続的に増収。

「娯楽・趣味」関連事業の売上推移



©2021 Kakaku.com, Inc.

各サービスの状況

キナリノ

- ・広告主の業種の幅が拡大。
- ・生活雑貨を中心にEC（キナリノモール）は落ち着きつつあるが、引き続き高い水準を維持。

webCG

- ・月間利用者数は安定。部材不足による生産減の影響を受け自動車メーカーの広告出稿は減少。

映画.com / gaie

- ・新作映画の広告出稿は回復基調。
- ・動画配信プラットフォームによる売上は増加。

gaie：配給会社以外のクライアントによる売上の伸長



続きまして、新興メディアの中の、映画.com、gaie、キナリノ、webCGの娯楽・趣味カテゴリでございます。

こちらは、左側のグラフ、下から2番目のキナリノは、昨対比でプラス27.6%ということで、非常に順調でございました。

上の濃い青、薄い青の、映画.com、gaieでございますが、合わせると、昨対比でそれぞれプラス99.7%、プラス124.6%ということで2倍以上になっております。

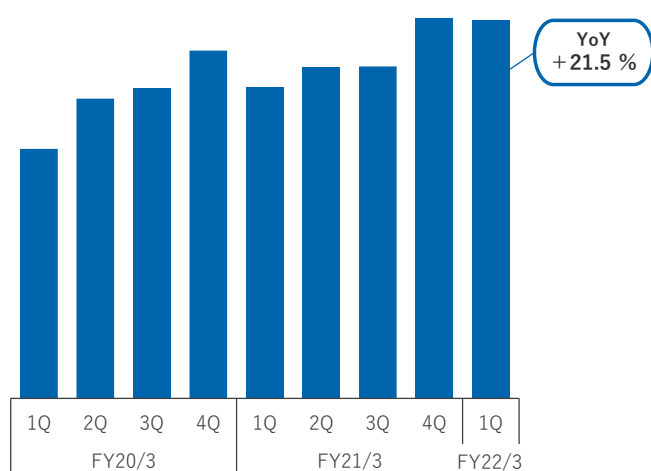
ただ、一昨年比で見ると、まだ回復しきってはいない状況です。

特に映画につきましては、今期も大作の公開がかなり延期されておりますので、まだまだ具現化していない広告が多く残っているという状態でございます。

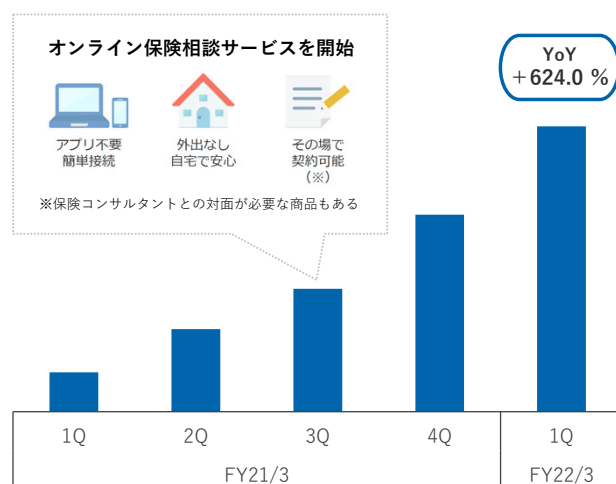
【ファイナンス】：カカコム・インシュアランス

- ・カカコム・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。
- ・オンライン保険相談サービスの強化により、オンライン保険相談が増加傾向。

カカコム・インシュアランス：売上高



オンライン保険相談の件数



©2021 Kakaku.com, Inc.

19

最後に、カカコム・インシュアランスでございますが、引き続きオンラインの保険契約の検討、そこからの申し込みの需要が非常に高まっており、昨対比で売上がプラス21.5%という結果になっております。

右側のグラフは、オンラインでの保険相談の件数を示しております。

こちらは、コロナ期間ということと、DX化ということも含めて、昨対比で約7倍という大きな成長を遂げております。

ここまで、第1クォーターの結果の概要についてご説明をさせていただきました。

- 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 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

情報を探しやすくなるよう
ユーザーインターフェースを改善

情報の拡充

比較検討に必要な
情報の網羅性を高める

エコ・サステナブルに関する情報や
環境ラベルの情報を追加し、
環境に配慮した製品を探しやすく

The screenshot shows a product page for a refrigerator (冷蔵庫 RE-50XX) priced at ¥157,800. It features two environmental labels: '環境ラベルA' (Environment Label A) with a green leaf icon and '環境ラベルB' (Environment Label B) with a blue leaf icon. Below the labels, there are comparison metrics for '環境ラベルA' and '環境ラベルB' across four categories: 3.0, 2.0, 2.5, and 1.0. The page also displays a review score of 4.8 stars and a 'クチコミ' (Review) button.

製品情報ページでの
環境ラベル情報の追加

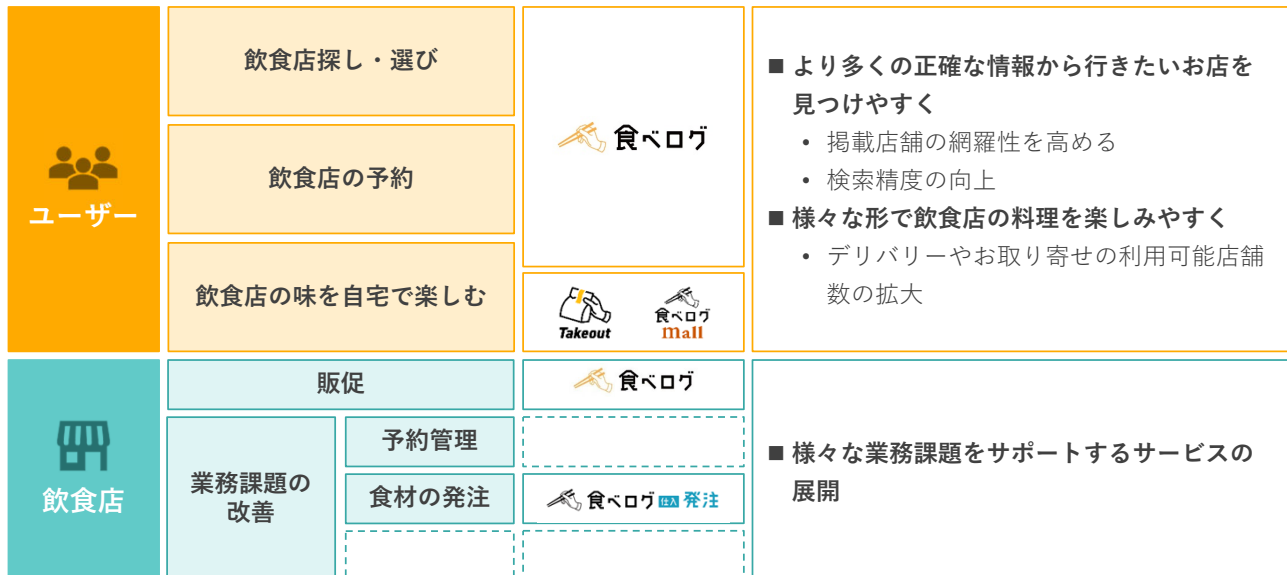
環境に関連する性能や
ラベル情報を軸とした比較

続いて、価格.comの今後の取り組みについてでございます。

価格.comは、サイトの改善、情報の拡大によって、今期もより使いやすいサイトに、情報量の多いサイトに、と改善を重ねております。

特に右側に示しております、エコ・サステナブルに関する情報、環境ラベルの情報など、さまざまな情報を追加して環境に配慮した商品をより選びやすくなるように、ということでサイトの機能の強化をしてまいります。

- 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。



©2021 Kakaku.com, Inc.

22

続いて食べログの今後の取り組みでございます。

こちらは、昨年までお見せしていた表と同じでございますが、食べログのテイクアウト、デリバリー、食べログモールはテストがかなり進んできており、領域を拡大していける体制が整いつつあります。

それから、飲食店向けの仕入・発注につきましては、利用店舗数も増えておりまして、このコロナ期間を含めて順調に事業が拡大しております。

- 求人ボックスは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

仕事選びのための 情報充実と 機能改善	• 見やすさ、探しやすさの追求 • 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	<u>取り組み例</u> 画面の表示速度の高速化を展開
取引先を拡張し、 選択肢を増やす	• 求人広告の柔軟な運用をサポートする機能や仕組みの構築	転職に続き、アルバイト関連 の記事コンテンツを展開
		求人情報のリッチ化 (広告主による写真掲載など)

続いて、求人ボックスの今後の取り組みでございます。

求人ボックスにつきましては、こういった状況の中においても、ユーザー数が非常に伸びておりますが、サイト自体は作りたいコンテンツに対して未完成というところもありますので、より見やすく、より情報が充実したサイトに、ということと機能の改善ということで、まだまだやることがたくさんあるということを示しております。

- ・スマイティは、賃貸以外の領域についても情報充実及び機能改善、並びに取引先の拡張を進め、多くの情報から納得のいく住まい探しを可能にする。
- ・タイムデザインは、引き続きDP（ダイナミック・パッケージ）プラットフォームの導入ホテル等を拡張。

スマイティ

住まい探しのための 情報充実と 機能改善	・ 物件情報の名寄せによる識別性の向上 ・ 賃貸以外の不動産情報の拡充 ・ 地域情報や記事など、オリジナルコンテンツの拡充
取引先を拡張し、 選択肢を増やす	・ 物件を「買う」「売る」など、「借りる」以外の領域についても取引先を拡張

Time Design

宿泊施設の 選択肢を増やす	・ 国内・海外のホテル等との取引拡張のために、ホテル向け予約システムプロバイダーとの提携を強化
宿泊予約との組み 合わせの拡充	・ 飛行機以外に加えて、鉄道やバスなど、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

続いてスマイティ、タイムデザインについての今後の取り組みでございます。

まず左側。スマイティにつきましては、引き続き賃貸領域以外の不動産情報の拡充をして、そちら側でも売上をつくっていく。それから物件情報の名寄せ等、さらに使いやすく、無駄のないサイトに、というコンテンツの改善に努めてまいります。

ページの右側。タイムデザインについては、先ほど申し上げた海外ホテルを含めた契約先の増加以外にも、今は単一のホテルと飛行機というダイナミック・パッケージの商品しかございませんが、それに加えて、鉄道やバスなどの他の交通手段との組み合わせも増やしてまいります。

加えて、単一のホテルだけではなく、近い土地に連泊される場合に、異なるホテルの組み合わせの旅行商品を販売できるというようなバリエーションを広げていきたいと考えております。

- ・ カカクコム・インシュアランスは引き続き、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。



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
オンラインでも手 続きしやすく	・ オンライン保険商品の充実 ・ 申込・更新時の書類提出などの各種手続きのオンライン化

パーソナル保険診断機能（2Q中リリース）

オンラインで質問に答えると、最適な保険商品が診断結果として表示されるコンテンツを提供。

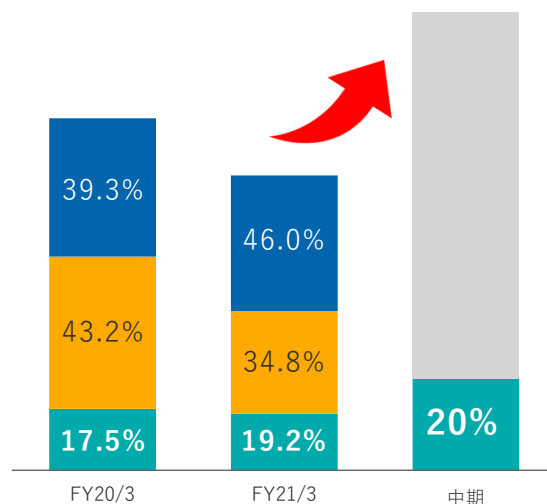


最後に、新興メディア・ソリューション/ファイナンスのうち、カカクコム・インシュアランスの今後の取り組みについてでございます。

こちらは、第2クォーター中にリリース予定のパーソナル保険診断機能といった、よりDX化を促進させるために、ユーザーが使いやすいコンテンツ、アプリ、機能を、どんどん追加して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%以上に引上げる。

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。



今後の事業方針でございます。事業方針はこれだけではないですが、今までと同じように、新興メディア・ソリューション/ファイナンスのポートフォリオを増やしてまいります。

今、既に売上構成比は20%を超えておりますが、コロナが収束して食べログ事業も旅行事業も含めて事業全体が回復すれば、まだ20%に若干満たないぐらいの構成比でございますので、コロナ禍からの回復の折にも、20%を超える規模まで、新興メディア・ソリューション/ファイナンス事業の売上を、主に求人ボックス、スマイティを中心に増やしていきたいと考えております。

概要でございましたが、この第1クォーターの決算の結果、事業の報告、今後の取り組みについてご説明申し上げます。

ありがとうございました。

- 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 参考資料

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：6,421万人

デバイス別： 28% 72%
PC スマホ

年代別*：1% 10% 17% 24% 23% 25%
10代 20代 30代 40代 50代 60代以上

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：1億392万人

デバイス別： 12% 88%
PC スマホ

年代別*：1% 16% 17% 22% 21% 23%
10代 20代 30代 40代 50代 60代以上

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。

バス比較ナビ 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5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

賃貸以外の領域についても情報充実及び機能改善、並びに取引先の拡張を進め、多くの情報から納得のいく住まい探しを可能にする。

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
Car Graphic
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
CHIKUWA
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

バスとりっぴ
高速バス・夜行バス
のお役立ち情報メディア

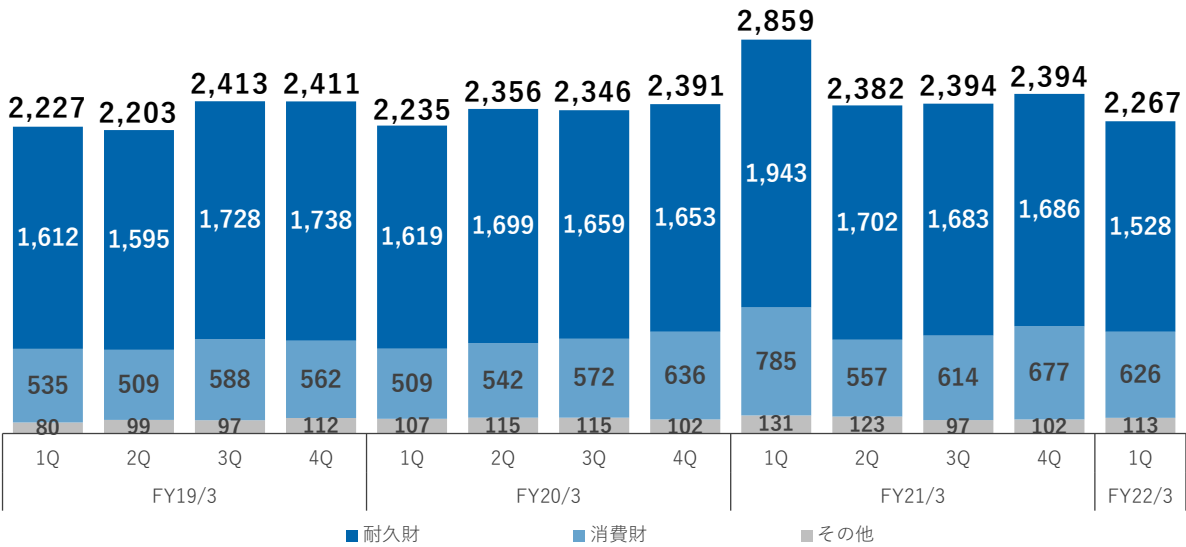
icotto
宿泊旅行の情報メディア

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

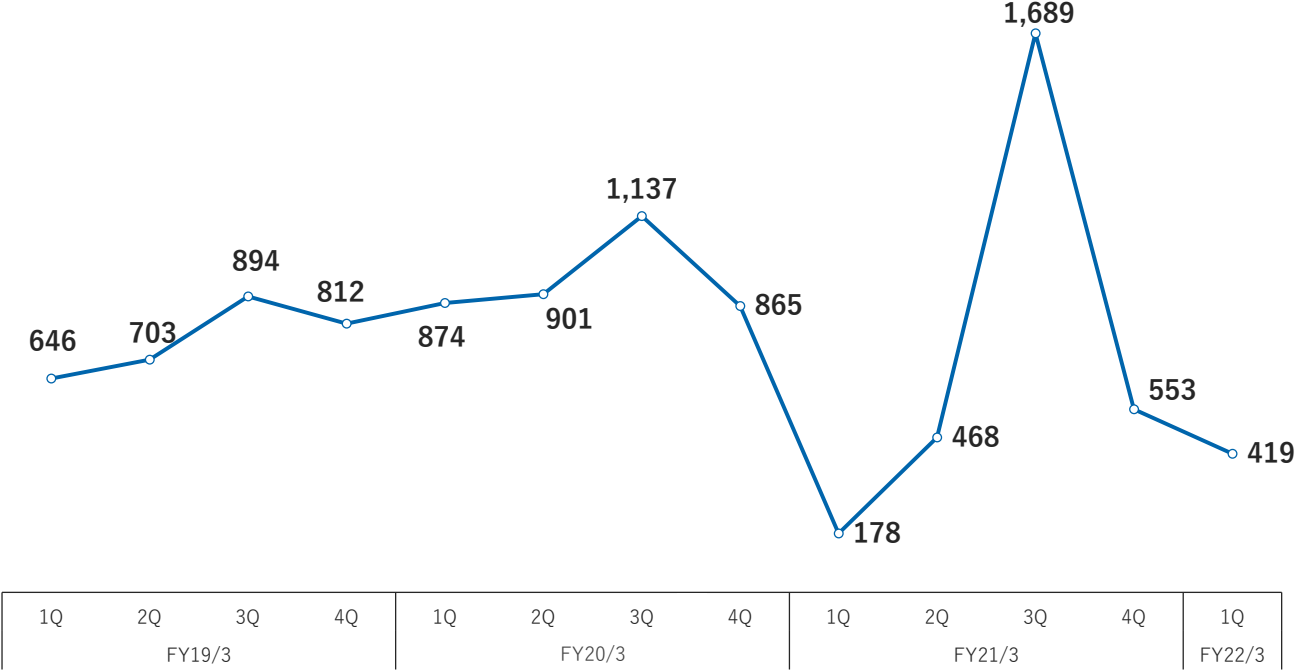
(単位：百万円)



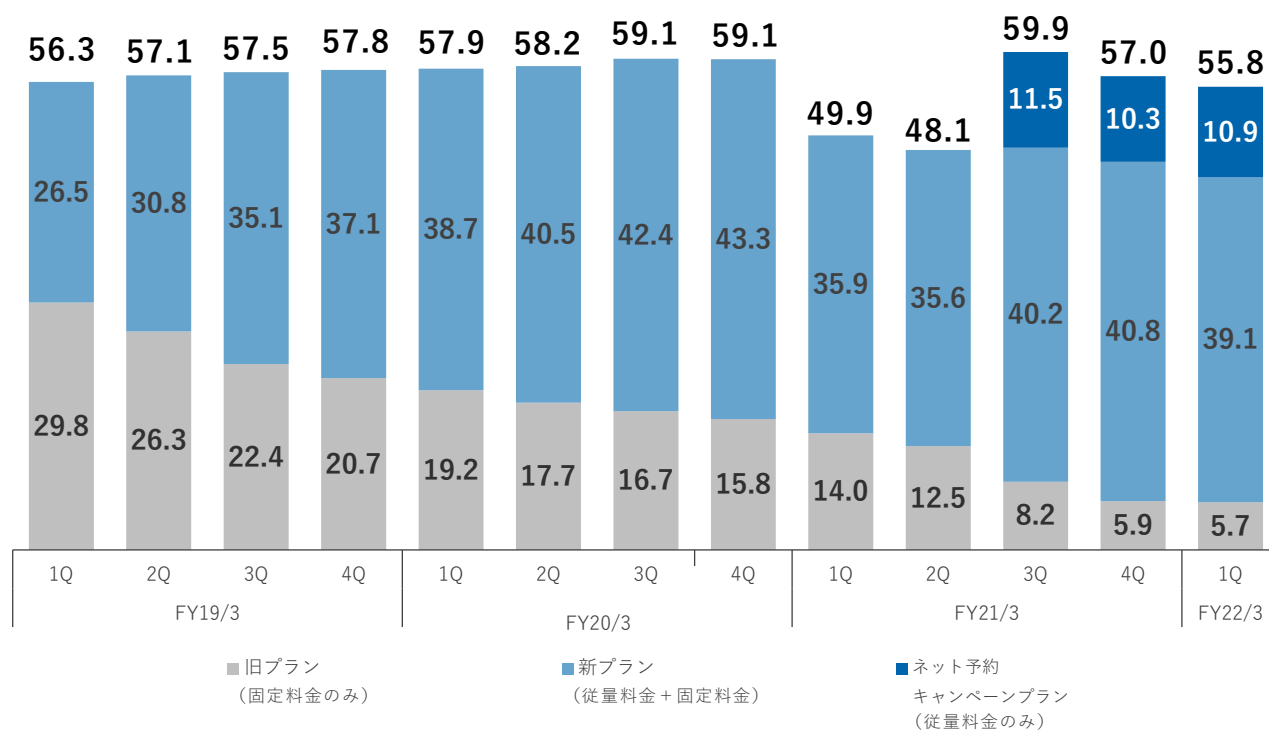
売上構成比（単位：％）

■ 耐久財	72.4%	72.4%	71.6%	72.1%	72.4%	72.1%	70.7%	69.1%	68.0%	71.5%	70.3%	68.4%	67.4%
■ 消費財	24.0%	23.1%	24.4%	23.3%	22.8%	23.0%	24.4%	26.6%	27.5%	23.4%	25.6%	27.5%	27.6%
■ その他	3.6%	4.5%	4.0%	4.7%	4.8%	4.9%	4.9%	4.3%	4.6%	5.2%	4.0%	4.1%	5.0%

（単位：万人）

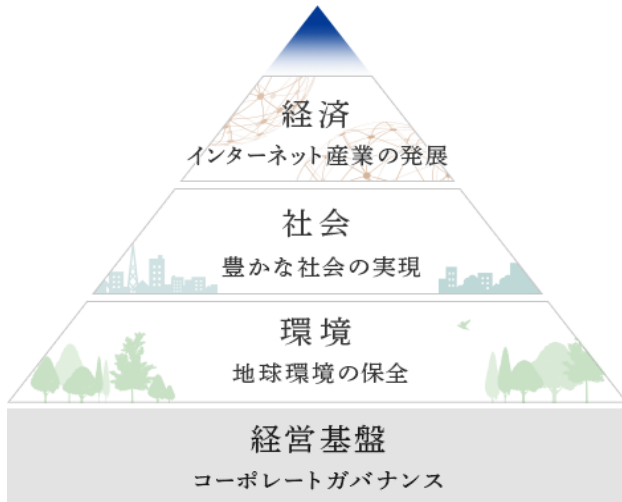


(単位：千店)



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 -



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

- ・ 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

- ・ 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

- ・ 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

- ・ 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

- ・ 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

- ・ 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

- ・ 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

- ・ 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

- ・ 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

- ・ 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

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

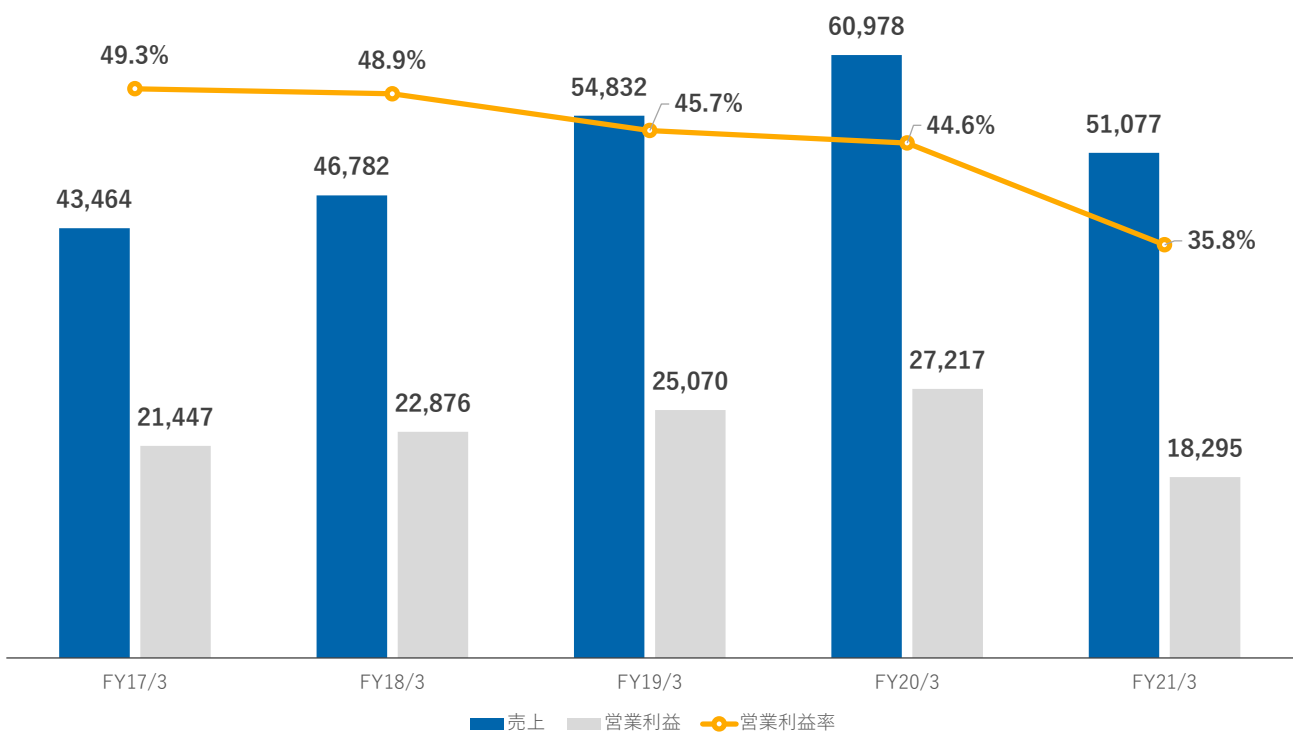
	FY18/3	FY19/3	FY20/3	FY21/3
自己資本比率*1	78.5%	79.1%	67.8%	66.1%
ROE *2	45.7%	45.1%	44.0%	26.2%
一株当たり配当(円)	32	36	40	40
配当総額(億円)	68	75	83	82
配当性向	43.3%	45.2%	45.3%	70.0%
自己株式の取得(億円)	108	30	80	0
総還元性向*3	112.2%	63.1%	88.8%	70.0%

* 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

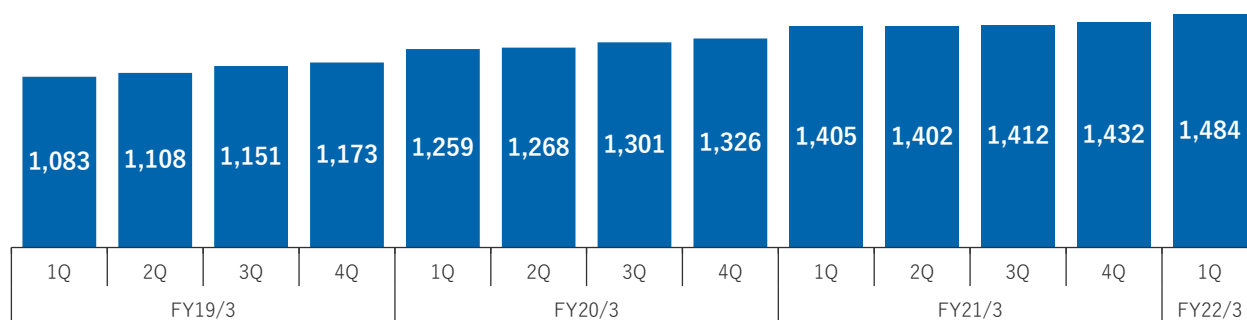
* 2 ROE(親会社所有者帰属持分当期利益率)＝親会社の所有者に帰属する当期利益÷親会社の所有者に帰属する持分合計(期中平均) × 100

* 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。

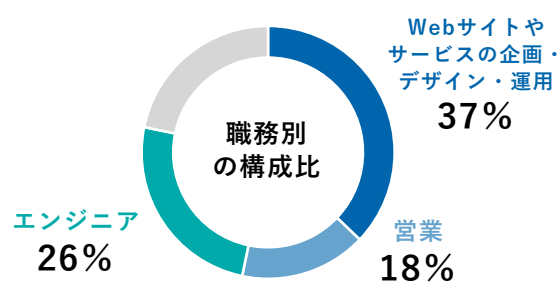
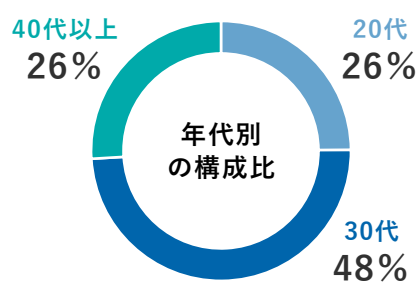
(単位：百万円)



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6月時点）



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。