

2022年3月期 第2四半期
決 算 説 明 会

2021.11.05

KAKAKU.com

株式会社カカクコム 証券コード：2371

© 2021 Kakaku.com, Inc.

こんにちは。畠でございます。
本日もお時間頂戴いたしまして、ありがとうございます。

2022年3月期第2クォーターの決算についてご報告を申し上げます。

- 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. 参考資料

連結経営成績

(単位：百万円)	FY21/3		FY22/3				業績予想	進捗率
	2Q	上期	2Q	YoY	上期	YoY		
売上収益	12,243	21,746	11,861	-3.1%	23,882	+9.8%	55,800	42.8%
営業利益	4,667	6,877	4,109	-12.0%	8,121	+18.1%	21,500	37.8%
営業利益率	38.1%	31.6%	34.6%	-3.5pt	34.0%	+2.4pt	38.5%	-
税引前利益	4,422	6,579	4,060	-8.2%	8,027	+22.0%	21,300	37.7%
親会社の所有者に帰属する当期利益	3,024	4,442	3,024	+0.0%	5,774	+30.0%	14,600	39.5%

まず、連結経営成績についてご報告いたします。

2022年3月期の上期は、売上が238億8,200万円で昨対比 プラス9.8%。営業利益が81億2,100万円で昨対比 プラス18.1%。税引前利益が80億2,700万円で昨対比 プラス22%。当期利益が57億7,400万円で昨対比 プラス30%という結果になりました。

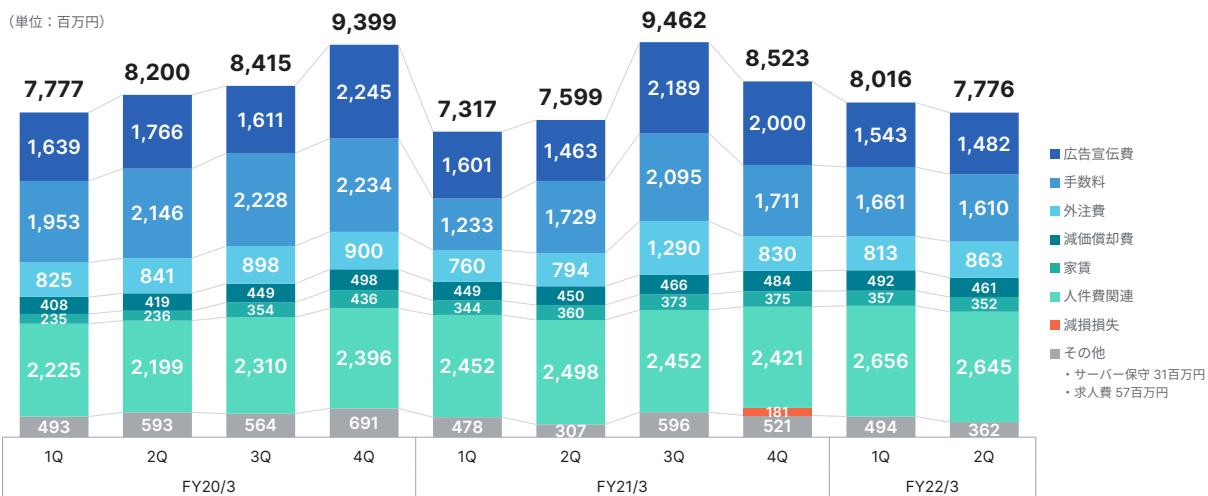
昨対比では伸びているものの、この上期は緊急事態宣言の影響を受けて、通期の業績予想に対する進捗率で申し上げますと、売上が42.8%、営業利益が37.8%という結果になっております。

連結営業費用等の四半期別推移と内訳

広告宣伝費は、価格.comの広告宣伝費が減少した一方で、新興メディアの広告宣伝費が増加。

手数料は、食べログの代理店手数料が飲食店の休会によって減少。

外注費は、食べログの新規事業関連の開発コストを中心に増加。



次に、連結営業費用等の四半期別推移と内訳をご報告いたします。

広告宣伝費につきましては、価格.comの広告宣伝費が減少した一方、売上収益が増加している新興メディアの広告宣伝費が増加いたしました。

手数料につきましては、食べログの代理店手数料が飲食店の休会によって減少。

外注費につきましては、食べログの新規事業関連の開発コストを中心に増加いたしました。

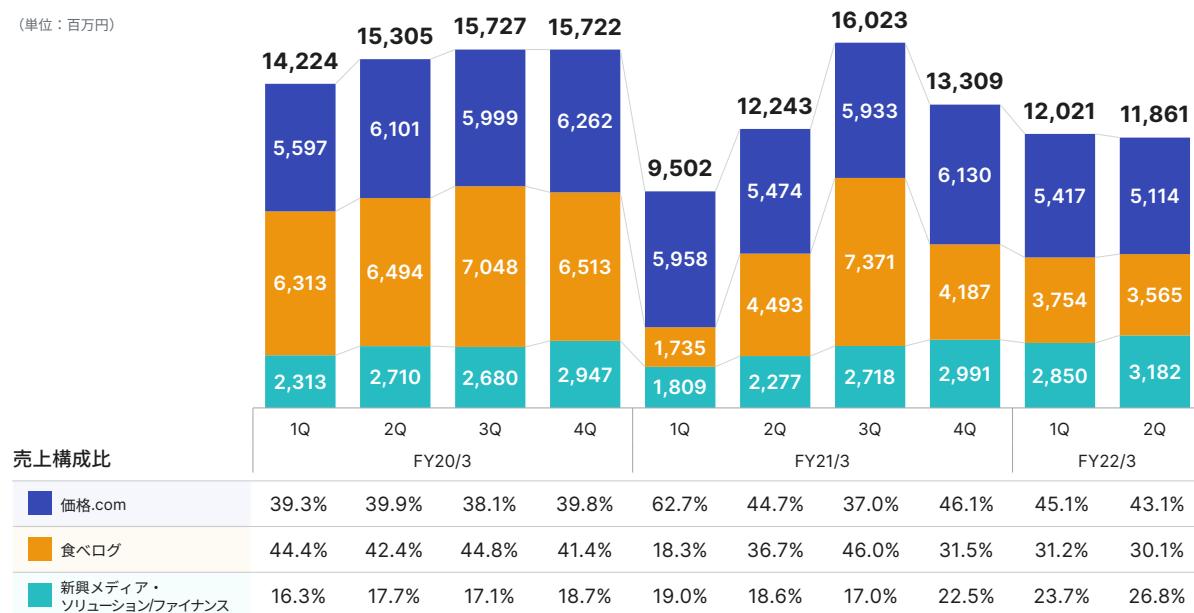
下のグラフ一番右側、22年3月期の第1クオーター、第2クオーターをご覧ください。

第1クオーターと第2クオーターでは、費用の構造に大きな変化はございませんでした。

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

事業別経営成績の四半期推移

(単位：百万円)



続いて、事業別の経営成績および事業進捗でございます。

事業別経営成績の四半期推移をご覧ください。

この2022年3月期の第2クオーターでございますが、売上の構成比といたしましては価格.comが43.1%、食べログが30.1%、その他新興メディア・ソリューション/ファイナンスが26.8%という結果になっております。

食べログ事業がコロナによる緊急事態宣言の影響を最も受けており、食べログの売上構成比が第1クオーター同様、30%強という結果になっております。こちらの詳細は次ページ以降でご報告いたします。

事業別売上

(単位：百万円)	2Q売上収益	YoY	上期売上収益	YoY
価格.com	5,114	-6.6%	10,531	-7.9%
ショッピング	2,127	-10.7%	4,394	-16.2%
サービス	2,030	-3.8%	4,184	-4.1%
広告	956	-2.5%	1,954	+6.9%
食べログ	3,565	-20.7%	7,318	+17.5%
飲食店販促	2,759	-24.5%	5,691	+21.3%
ユーザー会員	375	-11.3%	767	-10.9%
広告	366	-11.5%	680	+1.1%
業務受託に係る収入*	64	-	180	-
新興メディア・ソリューション/ファイナンス	3,182	+39.8%	6,032	+47.6%
新興メディア・ソリューション	2,528	+51.6%	4,681	+61.2%
ファイナンス	654	+7.4%	1,351	+14.2%

* 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、当該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。

次に、事業別の売上をご報告いたします。

こちらでは価格.com、食べログ、及び新興メディア・ソリューション/ファイナンスにおけるそれぞれの内訳について、第2クォーター及び上期の売上、昨対比を載せております。

上期の売上につきまして、価格.comは、ショッピング事業が昨対比でマイナス16.2%、サービス事業がマイナス4.1%、広告事業がプラス6.9%。

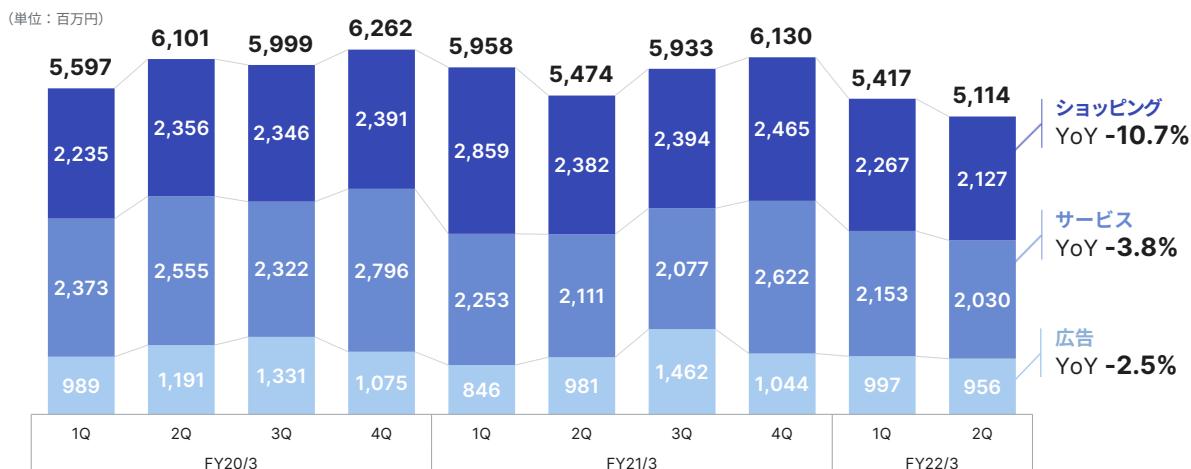
食べログは、飲食店販促事業が昨対比でプラス21.3%、ユーザー会員事業がマイナス10.9%、広告事業がプラス1.1%。

新興メディア・ソリューション/ファイナンスは、新興メディア・ソリューションが昨対比でプラス61.2%、ファイナンスが昨対比でプラス14.2%という結果になっております。

事業進捗：価格.com



ショッピング事業においては製品の発売延期その他の供給面における影響、サービス事業においては外出を伴う消費動向の低調な推移などの影響を受け、価格.comは減収。



KAKAKU.COM

© 2021 Kakaku.com, Inc.

8

価格.comの事業進捗についてご報告いたします。

ショッピング事業につきましては、第2クオーターはマイナス10.7%という結果になっております。

半導体不足、それからコロナにより流通がうまくいっていないことに伴い、製品の発売延期など供給面が整わなかった影響を受けまして、耐久財を中心に若干売上を減少させております。

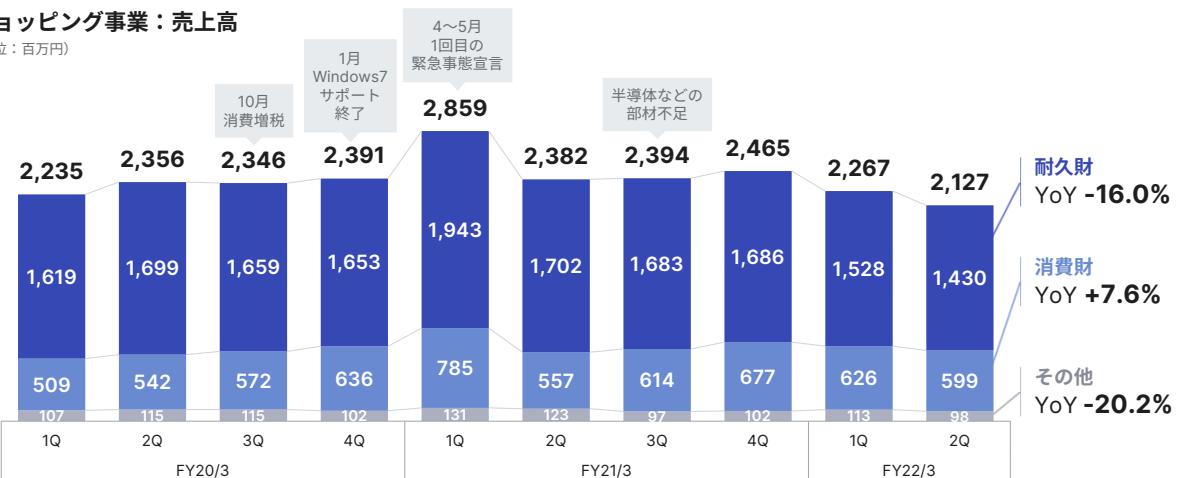
また、サービス事業につきましては、外出を伴う消費が低調だということを受けて、クレジットカード、カードローンが若干マイナスで、マイナス3.8%という結果になっております。

広告事業につきましては、上期全体では昨対比が増えたものの、第2クオーター単体ではマイナス2.5%ということで、こちらも、半導体不足に伴うパソコン、家電の新製品の発売の延期等の影響を若干受けた結果になっております。

耐久財は、主にパソコン、大型家電において製品の発売延期、生産調整の影響を受けて売上が減少。
消費財は、EC化の定着がみられ着実に売上が伸長。

ショッピング事業：売上高

(単位：百万円)



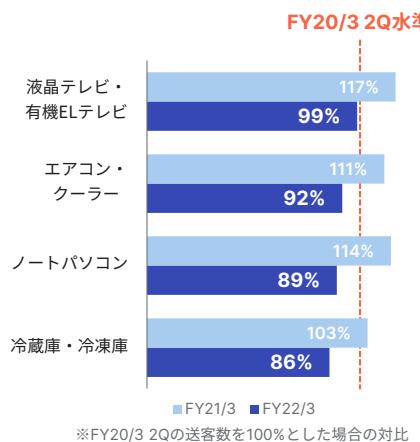
次に、ショッピング事業の詳細でございます。

耐久財につきましては、パソコン、大型家電の製品の発売延期、生産調整の影響を受けまして、耐久財はマイナス16%という結果だったものの、消費財につきましては、EC化の定着も含めてプラス7.6%という結果になりました。

事業進捗：価格.com

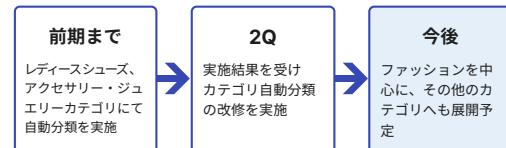
■ 耐久財：送客数の対比

特に大型家電やノートパソコンは、製品の発売延期や納期遅延、減産などによってサイト上で比較・検討できる製品が減少し、送客数の伸びに影響が生じた。



■ 消費財：カテゴリ自動分類

機械学習を活用した、商品データのカテゴリ分類の最適化について下期以降も展開予定。



■ 消費財：価格のボリュームゾーンの見える化

商品の価格分布を見ながら、目的に合った商品をスマートに探すことができる。



次に、価格.comショッピングの詳細の動向をご案内しております。

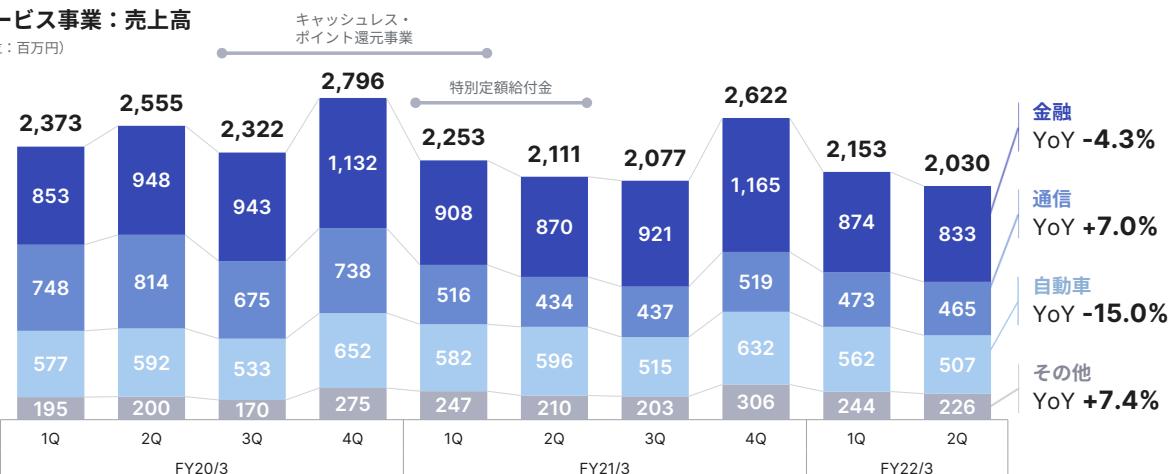
左側の「耐久財：送客数の対比」というグラフのとおり、液晶テレビ、エアコン・クーラー、ノートパソコン、冷蔵庫・冷凍庫などの大型家電を中心に、減産によって比較検討できる製品が減少して、送客数の伸びに影響が生じております。

また右側においては、消費財は第2クオーターも引き続き伸ばしておりますが、どんなことに注力をしているか、その具体例を載せておりますので、ご覧いただければと思います。

消費動向の低調な推移により、金融、自動車の各領域で売上が減少、通信領域は低い水準で推移。

サービス事業：売上高

(単位：百万円)



次に、サービス事業のそれぞれのカテゴリーの結果について記載をしております。

金融はマイナス4.3%、通信はプラス7.0%、自動車がマイナス15%、その他がプラス7.4%という結果になっております。

金融につきましては、外出を伴う消費、旅行などにおいて景気が低調であったということを受け、クレジットカードの発券、カードローンの申し込みに影響が生じて、若干マイナスになりました。

自動車につきましては、中古車検索、新車の検索、自動車の売却も含んでおりますが、こちらはマイナス15%となりました。
新車の減産の影響を強く受けているものと分析をしております。

■ 各領域のトレンド

金融

クレジットカードの発券枚数は減少。
カードローンの申込件数は増加。

通信

海外Wi-Fiの申込件数は引き続き低い水準で推移。
光回線の申込件数は増加。

自動車

中古車の在庫確認・見積もりの申込件数及び
自動車保険の見積もり件数は減少。

その他

引越しの申込件数は減少。
エネルギーは引き続き申込件数が高い水準で推移。

■ 主な取り組み例

1. クレジットカード：比較・検討/申込みができる券種の拡充



2. 格安スマホ：比較・検討/申込みがしやすいサイトづくり



左側に、サービス事業に関するトレンドを金融、通信、自動車、その他の領域ごとに記載をしております。

通信は、海外Wi-Fiの申込件数がコロナの影響を受けて引き続きかなり低くほぼゼロに近い水準で推移しておりますが、国内の光回線の申込件数は増加しております。

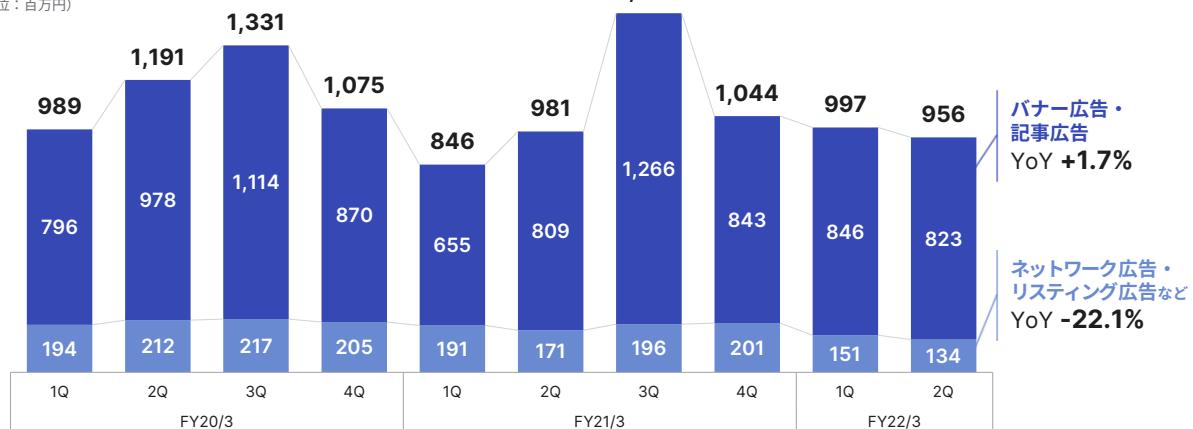
それから右側の「主な取り組み例」をご覧ください。

クレジットカードにつきましては、コロナの影響を受けて発券枚数が微減しており低調ですが、サイトの中では、比較・検討/申し込みができるカードの種類をかなり増やしており、昨年から約2.3倍になっております。

新製品の発売延期や生産調整に伴い、主に家電・自動車メーカーにおいて広告の出稿が減少。

広告事業：売上高

(単位：百万円)



続きまして、価格.comの広告事業についてご報告いたします。

広告事業につきましては、第2クオーターは昨対比から若干マイナスだったものの、ほぼ横ばいという結果になっております。

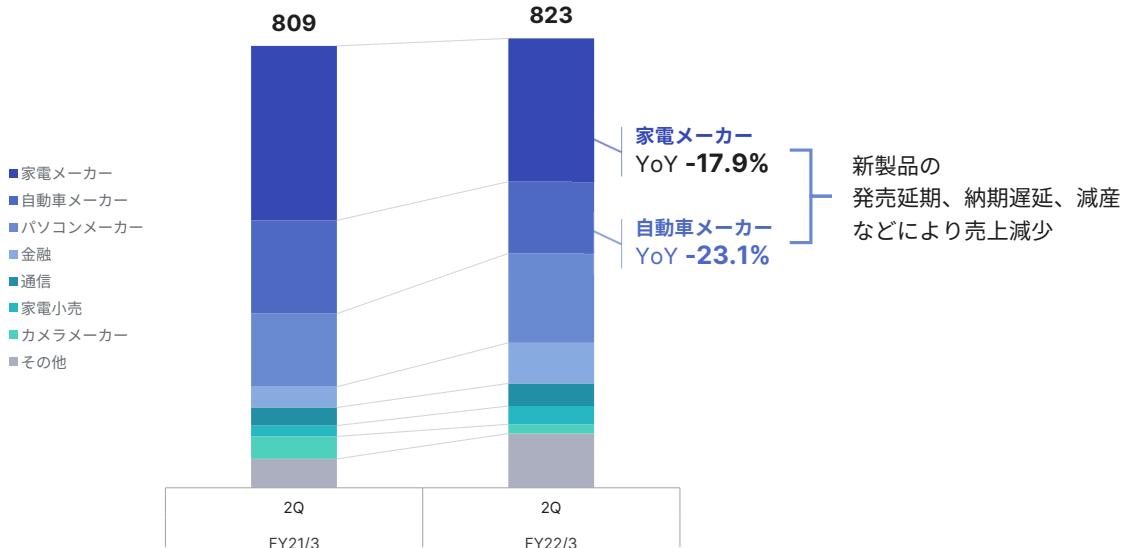
ページの上部にも記載をしてありますとおり、新製品の発売延期、生産調整がございまして、もう少し本来は高い数字を目標にしておりましたが、若干社内計画を下回るような数字になりました。

ただ、この中でバナー広告・記事広告という、自社の営業、もしくは代理店さんの営業によって、クライアントさんから直接に出稿をいただいているところにつきましては、この状況の中でもプラス1.7%と、若干微増という結果になりました。

ネットワーク広告・リスティング広告は若干減って、こういった結果になっております。

■ バナー・記事広告：広告主業種別 売上高

(単位：百万円)



続きまして「バナー・記事広告：広告主業種別 売上高」というグラフをご覧ください。

家電メーカーが昨対比でマイナス17.9%、自動車メーカーが昨対比でマイナス23.1%という結果になりました。

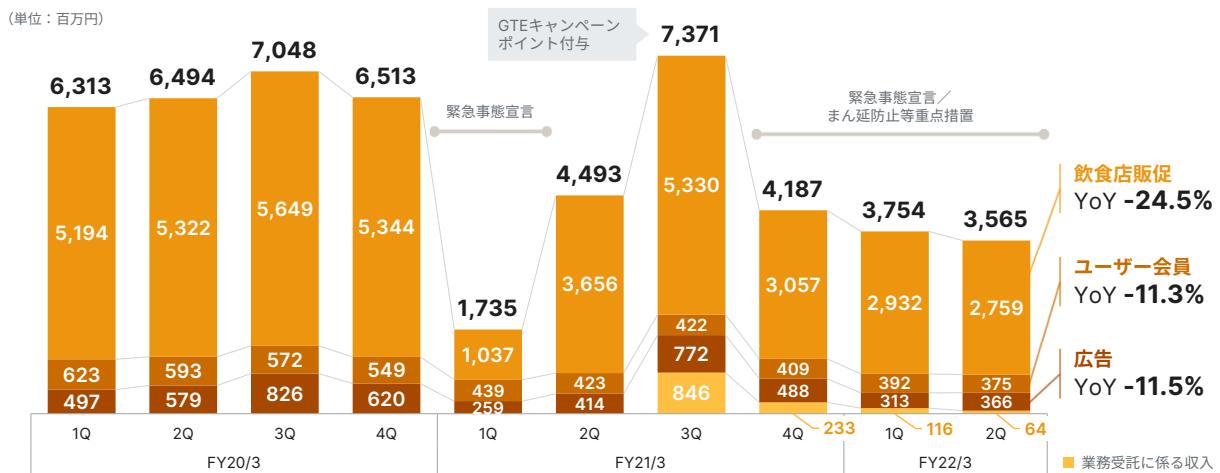
ただ一方で、耐久財を除くその他の広告の出稿が増えて、第2クォーター単体では、バナー・記事広告が総額では昨年より微増という結果になっております。

価格.comの事業の結果についてご説明させていただきました。

事業進捗：食べログ



ネット予約人数の減少、及び有料プラン契約店舗の一部休会により、飲食店販促事業が減収。



KAKAKU.com

© 2021 Kakaku.com, Inc. 15

続いて、食べログの事業進捗について少し分解した数字をご説明いたします。

ネット予約人数は、やはりこの緊急事態宣言の中、減少しております。

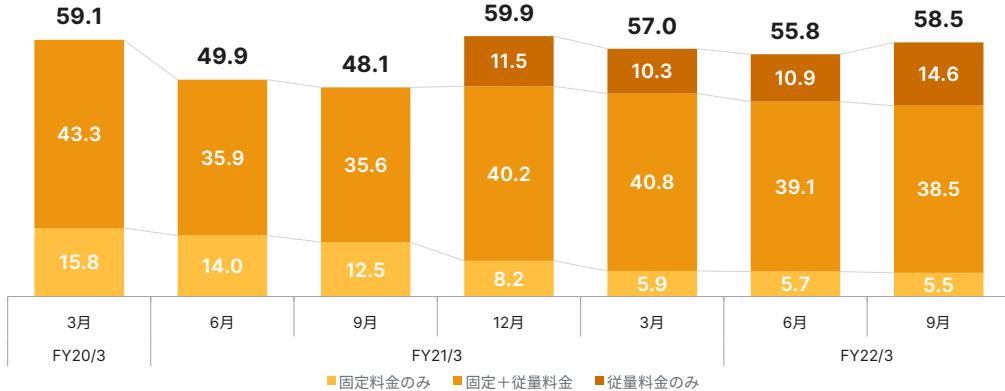
有料プラン契約店舗も営業をできないという状況の中で、一部休会店舗があつたということで、飲食店販促事業の売上は昨年の緊急事態宣言が明けていた第2クオーターと比べても減少しております。

事業進捗：食べログ

有料プラン契約店舗数は「固定料金あり」の店舗数は微減した一方で、「従量料金のみ」の店舗数は増加。

有料プラン契約店舗数

(単位:千店)



続きまして、契約店舗数をグラフにしております。

この9月では5万8,500店舗で、第1クオーター終わりの6月からはだいぶ進捗しまして、2,700店舗ほど契約店舗数が増加しております。

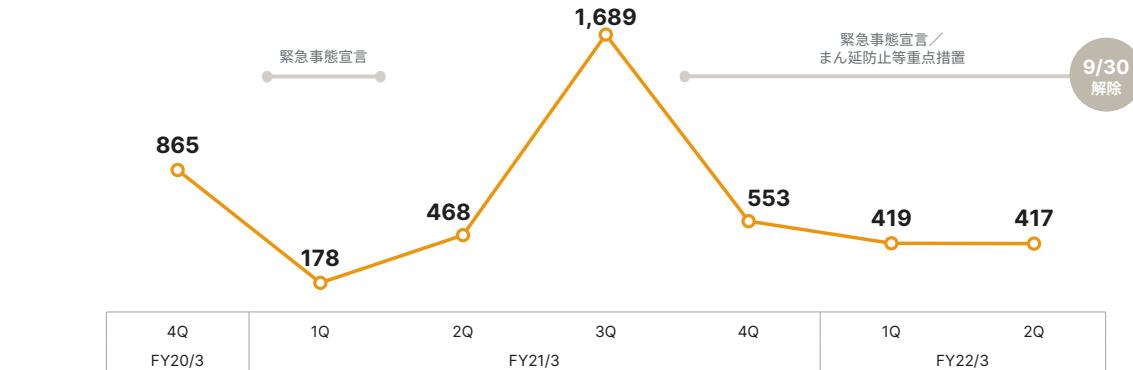
その内訳でございますが、グラフの一番上にございます濃いオレンジの部分、従量料金のみのプランの営業が1万4,600店舗と非常に好調であったという結果でございました。

事業進捗：食べログ

ネット予約人数は引き続き低い水準ではあるものの、8月に底打ち。9月から回復傾向。

ネット予約人数（四半期累計）

(単位：万人)



KAKAKU.com

© 2021 Kakaku.com, Inc.

17

続いて、ネット予約人数(四半期累計)をグラフにしております。

この第2クオーターは、第1クオーターとほぼ傾向は変わらずに、コロナによる緊急事態宣言のもと、累計で417万人という、ほとんど第1クオーターと変わらないような人数になっております。

一昨年の第4クオーターからの連続したグラフで示しておりますが、一昨年の、第4クオーターというコロナの影響が見えはじめた期間から見ても、半数以下であったという結果でございます。

事業進捗：食べログ

固定ARPUは、休会店舗の影響が続き、QoQで微減。従量ARPUは、対象店舗が増加したものの、ネット予約人数の減少により微減。

固定ARPU（1か月当たり）(単位：千店、千円)



従量ARPU（1か月当たり）(単位：千店、千円)



続きまして、それぞれのレストランさんからいただいている1か月あたりの料金についてご報告いたします。

左側は、固定料金の1店舗当たりの平均の月額料金でございます。

この第2クオーターは、全部で4万3,900店舗のレストランさんが固定の契約をしておりまして、その平均の月額料金の額は、1万6,700円という結果になっております。

こちらは月額料金が変わったというよりも、休会されている店舗も含む契約店舗数を基にしていることから、1店舗当たりの平均の月額料金が下がっているという結果でございます。

続いて右側、従量部分の1店舗当たりの1か月の平均料金を載せております。第2クオーターは5万3,000店舗で、従量料金の店舗数は過去最大となっております。

一方で、1か月の平均料金につきましては、1店舗当たり3,500円ということで、ネット予約人数と割り算をした同水準の数字ということで第1クオーターと似たような傾向が出ております。

ただ、第1クオーターと少し違うところは、契約店舗数が増えていますので、平均料金は少し下がっているという傾向でございます。

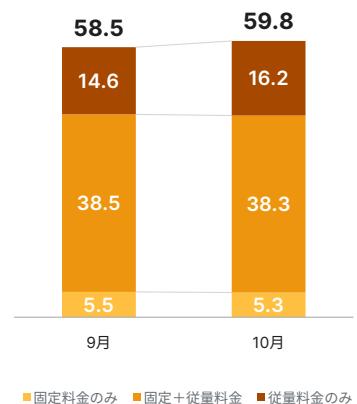
現在の状況：食べログ

緊急事態宣言の解除に伴いネット予約人数は回復が進み、10月25日週時点においてはコロナ前の87.6%。飲食店の集客意欲も高まり、有料プラン契約店舗数は増加傾向。

ネット予約人数（週次）



有料プラン契約店舗数（単位：千店）



KAKAKU.com

© 2021 Kakaku.com, Inc. 19

続いて10月より緊急事態宣言が解除されている状況の中における、足もとの数字についてご説明いたします。

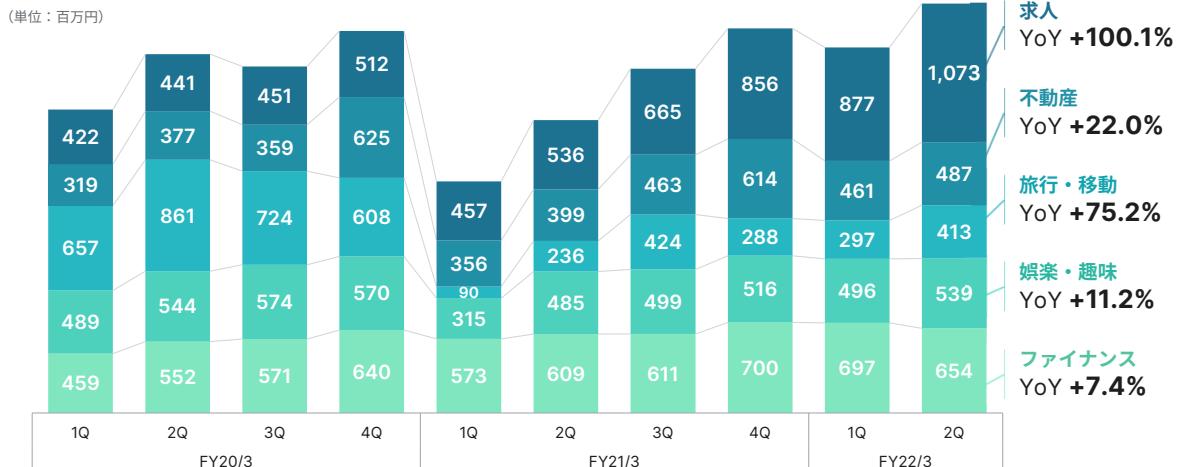
10月25日週でほぼ最新の数字をとっておりますが、ネット予約の人数はコロナ前の87.6%ということで、じわじわと9月の最終週から上がっておりました。このまま右肩上がりに上がっていけば100%を超しますが、2020年2月初旬というコロナの影響がまだ出ていていなかった時と比べると、まだそこには至っていないという状況でございます。

また右側に、当社の有料プランの契約店舗数を記載しております。10月は9月よりもさらに伸長して5万9,800店舗ということで、このままだともう6万店舗を超えるというような水準までしております。

ここまで、食べログ事業についてご説明いたしました。

事業進捗：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／ファイナンス事業は、求人、不動産及びファイナンス領域が引き続き好調に推移。



次に、新興メディア・ソリューション／ファイナンスの結果についてご説明いたします。

それぞれ、新興メディア・ソリューション事業のところを、求人、不動産、旅行・移動、娯楽・趣味という四つのジャンルに分けております。

まず一番上、求人につきましては、求人ボックスが非常にこの第2クオーターも好調だったということで、昨対比でプラス100%、ほぼ2倍という売上になりました。

不動産につきましても好調のトレンドは変わらず、昨対比でプラス22.0%。

それから旅行・移動につきましては、昨対比でプラス75.2%という結果になりましたが、こちらについては、昨年の第1クオーターの旅行・移動が非常に落ち込んでいた影響を受けた結果でございます。

次の娯楽・趣味も、特にほとんどの映画館が閉鎖され、公開作品がなかった昨年に比べると、若干復調してきており、昨対比でプラス11.2%。

それから、ファイナンス事業です。こちらはカカクコム・インシュアランス、保険の代理店でございますが、依然として好調なトレンドのまま、この第2クオーターもプラス7.4%という結果になっております。

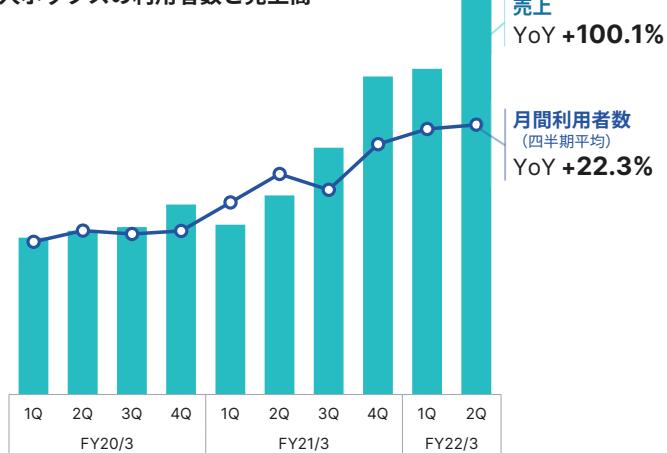
事業進捗：新興メディア・ソリューション／ファイナンス



【求人】求人ボックス

求人ボックスは、引き続き掲載求人広告数が増加し、増収。

求人ボックスの利用者数と売上高



ユーザー動向：よく検索される求人

雇用形態別の構成比



地域別の構成比



次に、求人ボックスの事業進捗です。

売上は昨対比でほぼ2倍という結果でございますが、月間利用者数につきましても、この第2クォーターは昨対比でプラス22.3%ということで、引き続き好調なトレンドを維持しております。

それから、右側に求人ボックスにおいてよく検索される求人情報をグラフにしております。

上は雇用形態別の構成比ということで、左から正社員が32%、アルバイト・パートが31%、派遣社員が12%。右側の25%不明・その他となっております。この「不明・その他」でございますが、これはその他の部分もあるのですけれども、一つの求人で正社員、パート、派遣社員が出ているような場合もございますので、分類しきれなかったところも含めて25%という数字になっております。

下には地域別の構成比でございます。こちらにつきましては、若干都心部に集中しているものの、そんなに大きな傾向は見られないかなと思っております。

こちらの内容につきましては、また隨時ご報告をしてまいります。求人ボックスは、全ての求人を差別なく、正社員もパートも派遣社員も載せておりますので、年ごとの変遷といったところを何らかご参考にいただければいいのではないかと思っております。

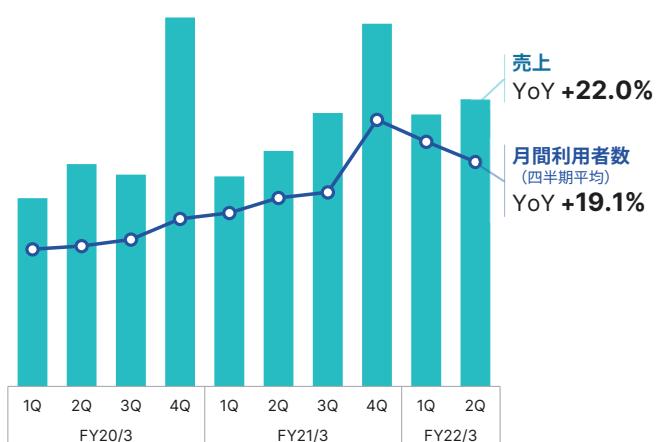
事業進捗：新興メディア・ソリューション／ファイナンス



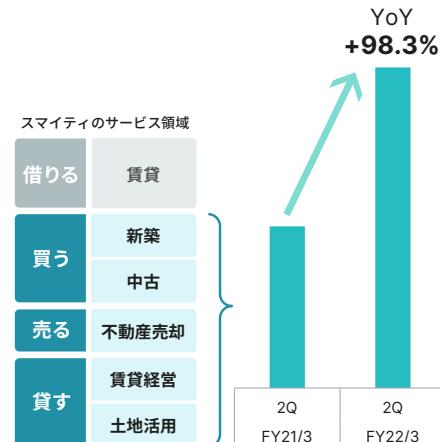
【不動産】スマイティ

スマイティは、賃貸以外の領域を含め、取引先の幅が拡大したことによって増収。

スマイティの利用者数と売上高



賃貸以外の売上高



KAKAKU.COM

© 2021 Kakaku.com, Inc. 22

続いて、スマイティについてご報告いたします。

スマイティは、売上が昨対比でプラス22.0%、月間利用者数についても昨対比でプラス19.1%ということで、こちらも好調でございました。

右側に「賃貸以外の売上高」を載せております。

買う、売る、貸すというところを含めて、今、その領域を強化しております。絶対数がまだ少ないのでけれども、賃貸以外の領域が昨対比でおよそ2倍になった第2クオーターでございました。

事業進捗：新興メディア・ソリューション／ファイナンス

LCL

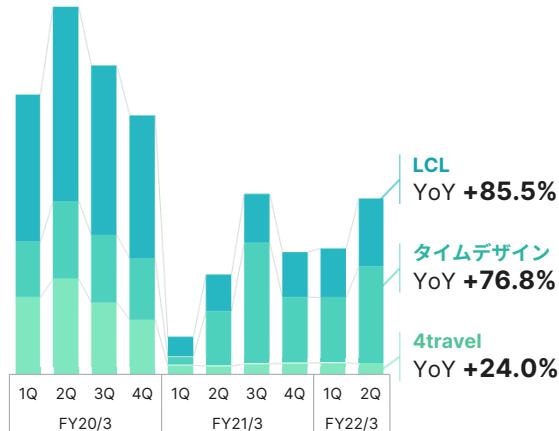
Time Design

4travel.jp

【旅行・移動】LCL、タイムデザイン、4travel

旅行・移動領域は、全体としては低調な推移であるものの、
国内旅行需要は回復基調。

「旅行・移動」関連事業の売上高



KAKAKU.com

バス比較なび（LCL）：トラフィックの回復傾向は続く



タイムデザイン：周遊機能をリリース

複数のホテルを一括で予約可能。



周遊イメージ（北海道）▶

© 2021 Kakaku.com, Inc. 23

次に、旅行・移動の結果でございます。

旅行・移動につきましては、LCLというバスの比較が昨対比でプラス85.5%。バスによる移動は昨年の緊急事態宣言下よりはかなり活発になったものの、まだ平常時からすると半分以下の売上だったかなという第2クオーターでございました。

一方、タイムデザインにつきましては、この第2クオーターは非常に好調で、昨対比でプラス76.8%という結果になりました。

国内の旅行につきましては、この緊急事態宣言の中でも、制限されている部分というのは少なく、外食に比べるとかなり復調してくる時期が早かったのかなと見ております。

右側にLCLのバス比較なびと、タイムデザインの機能の一例を載せております。タイムデザインにつきましては、今まで一つの旅行に対して一つのホテルを予約ということで提供してまいりましたが、複数のホテルを飛行機も組み合わせて、一括で予約可能な周遊機能というものをリリースしております。

事業進捗：新興メディア・ソリューション／ファイナンス



gaie

キナリノ

webCG
Car Graphic

【娯楽・趣味】映画.com、gaie、キナリノ、webCG

映画.com及びgaieは新作映画の広告出稿が回復基調。

「娯楽・趣味」関連事業の売上高



各事業の状況

キナリノ

広告売上は減少したものの、EC（キナリノモール）の売上は生活雑貨を中心高い水準を維持。

webCG

部材不足による減産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

これまで延期されてきた新作映画の公開が進んでいることによって、広告出稿は回復基調。



gaieで宣伝を手掛けた作品の例

続いて、娯楽・趣味というカテゴリーでございます。

映画関連はかなり復活してきておりまして、この第2クオーターは映画.comの売上がプラス70.4%。gaieにつきましてはプラス29.1%という結果になっております。

キナリノにつきましては、昨対比マイナス13.2%でございました。

キナリノは、キナリノモールというECの部分と、広告売上がございます。

広告売上は単一の広告主の予算に左右されるところもございましたので、この第2クオーターはマイナス13.2%という結果でございましたが、全体的な傾向としては、ほぼ横ばいの3か月だったかなと分析をしております。

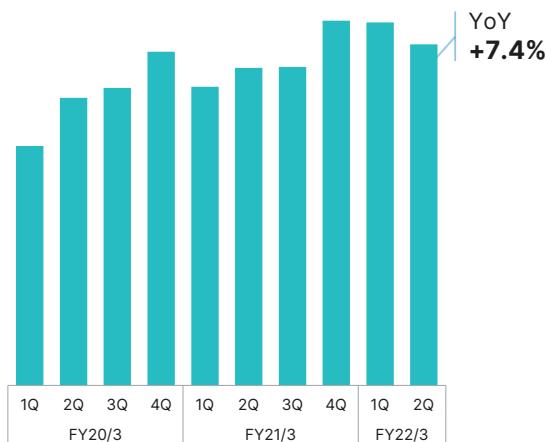
事業進捗：新興メディア・ソリューション／ファイナンス



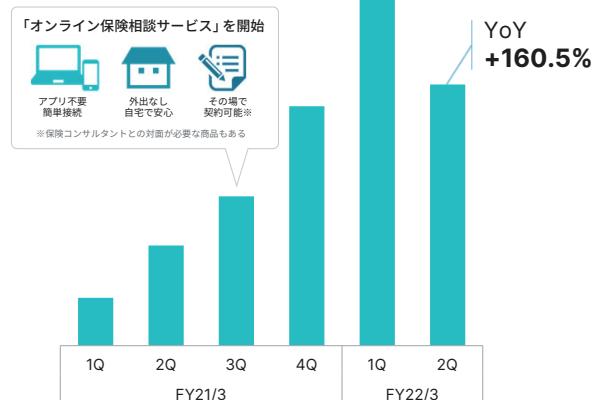
【ファイナンス】カカクコム・インシュアランス

カカクコム・インシュアランスは、サービスの強化によってオンライン保険相談が好調に推移。

カカクコム・インシュアランスの売上高



オンライン保険相談の件数



KAKAKU.com

© 2021 Kakaku.com, Inc. 25

最後に、カカクコム・インシュアランスでございます。

こちらにつきましては、売上が昨対比でプラス7.4%ということで、引き続きや好調なクオーターだったと思います。

カカクコム・インシュアランスにおいてはオンライン保険相談に力を入れており、右側のグラフは相談の件数を記載しております。こちらにつきましては、昨対比でプラス160.5%という、第1クオーターほどではなかったのですが、引き続き好調な相談件数でございました。

ここまで、上期および第2クオーターの事業進捗、経営成績をご案内いたしました。

- 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**

各事業の今後の取り組み

事業	方針	施策
価格.com	納得感のある購買・消費行動に 有意義な情報を提供する	<ul style="list-style-type: none">■ 検索性と機能を改善し、必要な情報を見つけやすくする■ 比較検討に必要な情報の網羅性を高める
食べログ	「ユーザーと飲食店をつなぐ」 様々なサービスを展開していく	<ul style="list-style-type: none">■ より多くの確かな情報から行きたいお店を見つけやすくする■ 様々な形で飲食店の料理を楽しみやすくする■ 飲食店の業務課題解決に向けた総合DXサービスを展開
求人ボックス	より多くの求人情報から よりニーズに合った仕事探しを	<ul style="list-style-type: none">■ 仕事選びのための独自コンテンツなどの情報充実と機能改善■ 取引先を拡張し、仕事選びの選択肢を増やす
KAKAKU.com insurance	保険提案をオンラインでも実現	<ul style="list-style-type: none">■ 分かりやすく：保険の特徴や最新動向など情報の充実■ 選びやすく：ランキングやシミュレーション、オンライン相談など機能の充実■ 手続きしやすく：オンライン保険商品の充実、各種手続きのオンライン化

KAKAKU.COM

© 2021 Kakaku.com, Inc. 27

それぞれの事業の方針と、直近の施策を載せておりますので、別途ご覧いただければと思います。

各事業の今後の取り組み

事業

方針

事業

方針



より多くの不動産物件情報から
より納得のいく住まい探しを

Time Design

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
を提供+手配旅行による宿泊単体販
売を実現するソリューションの提供

LCL

バス関連情報の拡充により、
利用者の拡大を行う

キナリノ

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ブランドの動画配信
サービスなど、多様化する映画
鑑賞方法に対応した事業を展開

4travel.jp

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

今後の取り組み例：価格.com



価格.comのサイト改善：スマートフォン料金プランシミュレーション

多様化・複雑化するスマートフォンの料金プランについて、希望条件を入力すると適したプランの比較ができるシミュレーションコンテンツを追加。



希望条件から料金プランのシミュレーションを実施、シミュレーション結果から料金プランを比較しやすく

KAKAKU.COM

© 2021 Kakaku.com, Inc. 29

主要な事業の中で、いくつかの例を記載しております。
まず、価格.com事業でございます。

こちらにつきましては、スマートフォン料金プランのシミュレーションについて載せております。

スマートフォンの料金プランはかなり、分かりづらいし検索しづらい。なかなかそれをソリューションしているメディアもないということで、引き続き一番得意な分野を、さらにユーザーに便利な機能を提供するということでございます。

携帯料金を含めて、いろんなプランが出て、刻々とさまざま変わっていきますので、きちんとリアルタイムに最新の情報をそれの方に合ったプランを検索できるようにということでその取り組みについて記載をしております。

今後の取り組み例：食べログ



続いて、食べログの今後の取り組み例を記載しております。

こちらにつきましては、前回の決算説明でもご説明いたしましたように、メディアに力を入れていくというところに加えて、飲食店向けのソリューションについても併せて取り組み、より外食が活性化する一助になればと考えております。

今後の事業方針

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

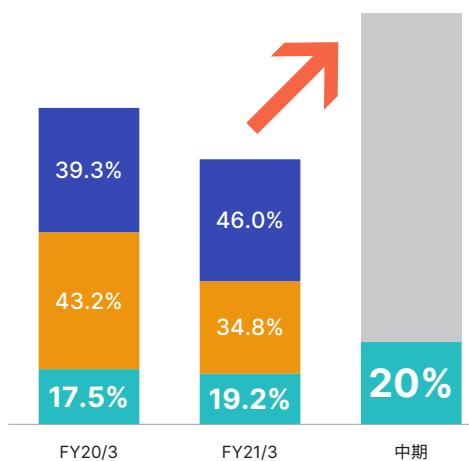
納得感のある購買・消費行動のために、サイトの改善と情報の拡充を重ね、有意義な情報を提供。

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。



続いて、今後の事業方針でございます。

昨年とこの上期は、コロナの中でそれぞれの事業において様々な影響がありました。

そのため売上構成比は分かりづらくなっているのですが、今後も引き続き新興メディアを含めた新規事業の売上を増やしていく、そしてより最適なポートフォリオを作っていくということをやっていきたいと思っております。

- 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. 参考資料**

ESGへの取り組み

生活とともににある企業として、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

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

最後に参考資料でございますが、ESGへの取り組みを記載しております。

ESGへの取り組み

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

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

環境保全団体との連携

- 生物多様性保全/環境保全を行うNPO法人の支援
- 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

- 環境ラベルを取得している製品の情報
- 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

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

ESGへの取り組み

環境ラベル取得製品に関する情報の提供

- 家電・パソコンカテゴリの製品情報ページに
環境ラベルを表示、ラベル取得製品を検索可能に

「エコマーク」「省エネ性マーク（緑）」取得製品について、価格.comの製品情報ページで各マークを掲載するとともに、検索の絞り込み条件として両ラベルを追加。



- エコ・サステナブル解説コンテンツを掲載

エコ・サステナブルに注目が集まっている背景や、エコ・サステナブルを意識した買い物のポイントなどについて分かりやすく解説。

また環境ラベルの評価項目に関する説明などを掲載。



KAKAKU.COM

© 2021 Kakaku.com, Inc. 35

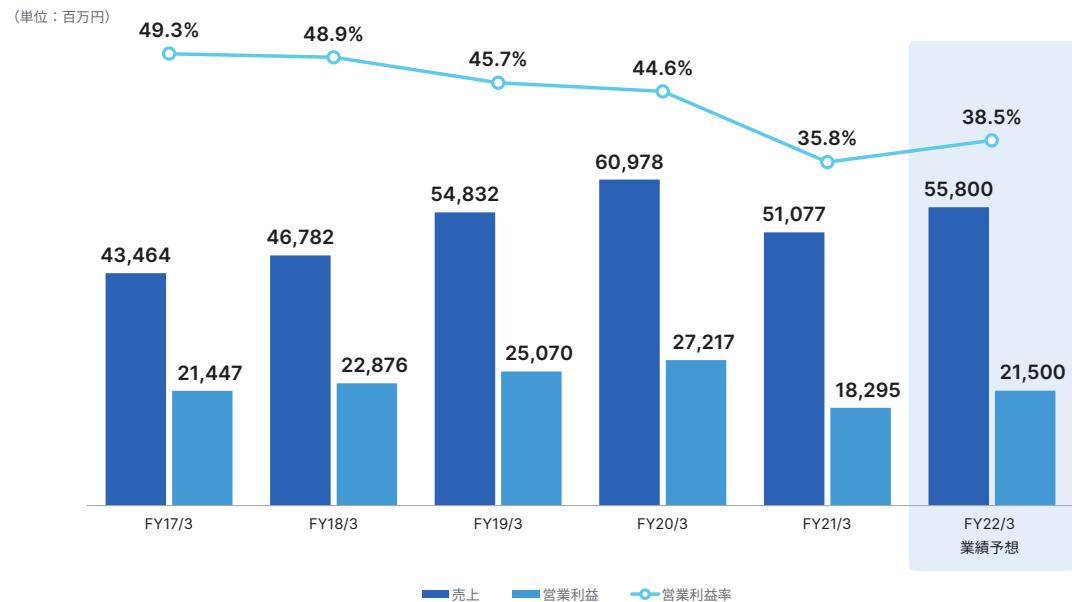
価格.comのサイト内で行っているESGへの取り組みをご案内しております。

価格.comにおいては、耐久財を中心に、エコマークや省エネマークといったもの分かりやすく記載することで、ESGに資する買い物も提供できるという機能をより強めていきたいと考えております。

以降も、同じく参考資料でございます。ご覧いただければと思います。

以上、簡単ではございましたが、この第2四半期の決算についてご説明させていただきました。

2022年3月期の連結業績予想



経営指標と財務方針

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
- 繼続的に配当（年2回）及び自己株取得（機動的）を実施

各種財務指標の推移

	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%

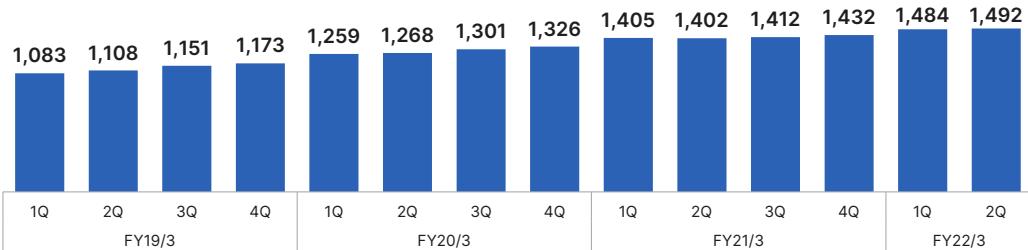
*1 自己資本比率（親会社所有者帰属持分比率）=親会社の所有者に帰属する持分÷総資産×100

*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

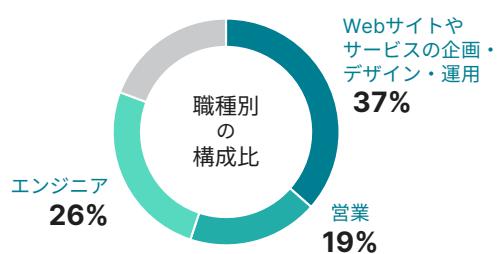
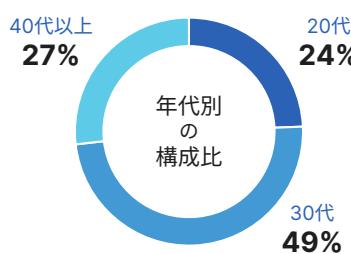
*3 総還元性向=（配当支払総額+自社株買い総額）÷純利益×100。自社株買い総額は、公開買付代理人に支払う手数料その他諸経費を含まない。

従業員数

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 ※カカクコム単体 正社員の構成比 (2021年9月時点)



セグメント及びビジネスモデル

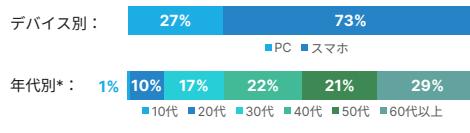
	価格.com	ショッピング	サービス	広告	
インターネット・メディア ファイナンス	食べログ	飲食店販促	ユーザー会員	広告	
	クリック数や販売実績に応じた手数料収入 【取引先】ECモール、ECショップ、家電量販店など	通信、金融サービス等の申込件数に応じた手数料収入 【取引先】サービス事業者など	バナー、テキスト広告、検索連動広告等の広告収入 【取引先】メーカー、サービス事業者など		
新興メディア・ソリューション／ファイナンス				新興メディア・ソリューション “求人ボックス”、“スマティ”、“キナリノ”、連結子会社(株)LCL運営の“バス比較なび”、連結子会社(株)タイムデザイン提供的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)カカクコム・インシュアランス提供的生命保険、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	

カカクコムグループ運営サービス紹介

価格.com

購買支援サイト

月間利用者数：6,314万人

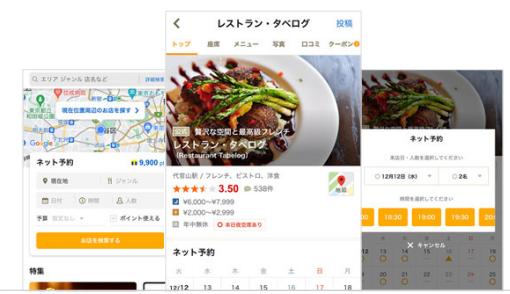
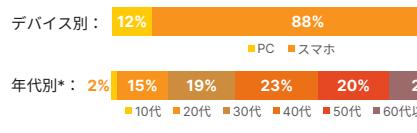


*年代別のユーザー属性は2021年8月時点の比率

食べログ

レストラン検索・予約サイト

月間利用者数：9,985万人



カカクコムグループ運営サービス紹介

求人ボックス
求人情報の一括検索サイト



スマイティ
不動産住宅情報サイト



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



キナリノ
女性向けライフスタイルメディア



バス比較なび
高速バス・バス旅行の比較検索サイト



Time Design
ダイナミックパッケージ予約システム



映画.com
総合映画情報サイト



travel.jp
旅行のクチコミと比較サイト



カカクコムグループ運営サービス紹介



くるま好きのための
情報サイト



写真共有サイト



街・おでかけ情報
メディア



メンズファッション
Webマガジン



アニメ&アキバ系
カルチャー情報



FX関連情報と為替相場
解説・予想サイト



仮想通貨とブロックチェーンに
関連する情報サイト



高速バス・飛行機・新幹線
の最安値比較サイト



高速バス・夜行バスの
お役立ち情報メディア



宿泊旅行の情報メディア



アニメの総合情報サイト



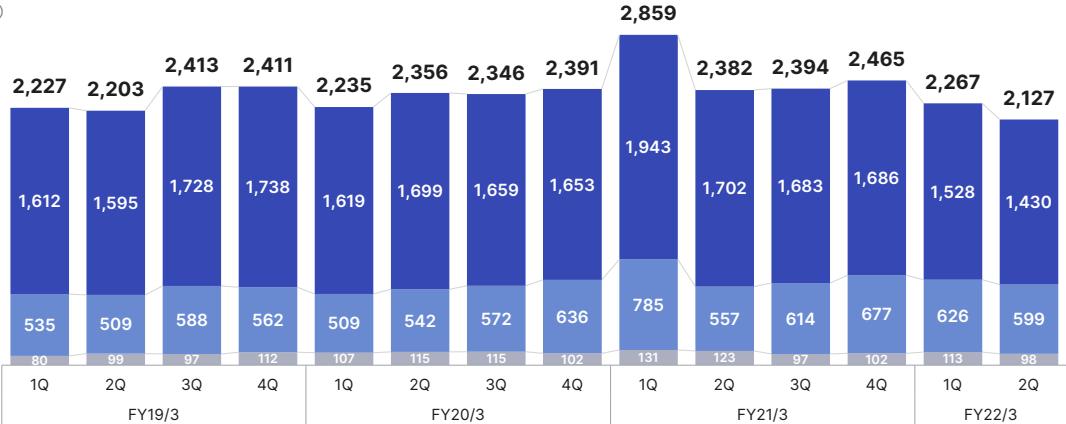
ホラー映画専門
配信サービス



映画等のデジタル・
プロモーションエージェンシー

価格.com：ショッピング事業売上の内訳

(単位：百万円)

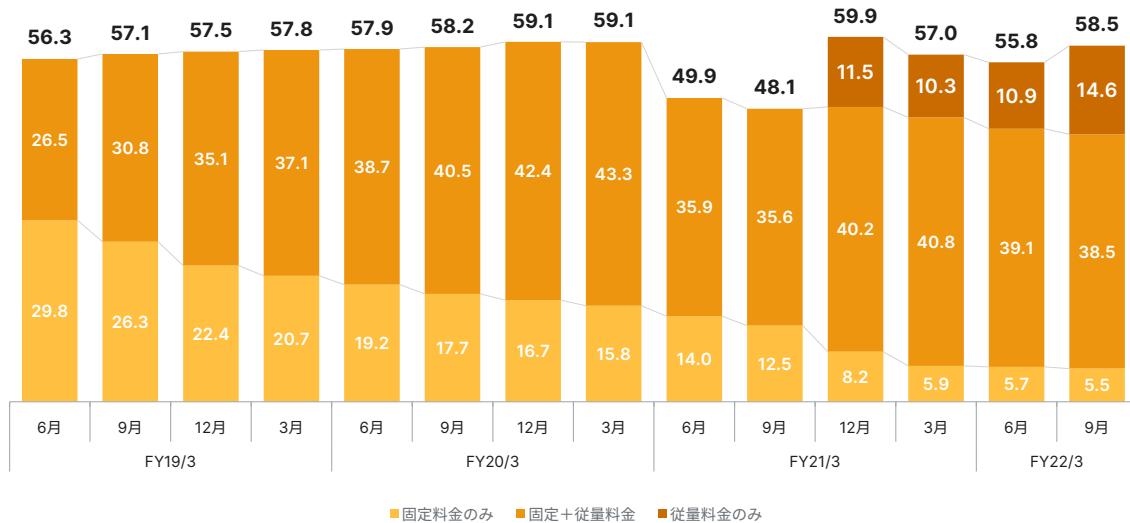


売上構成比

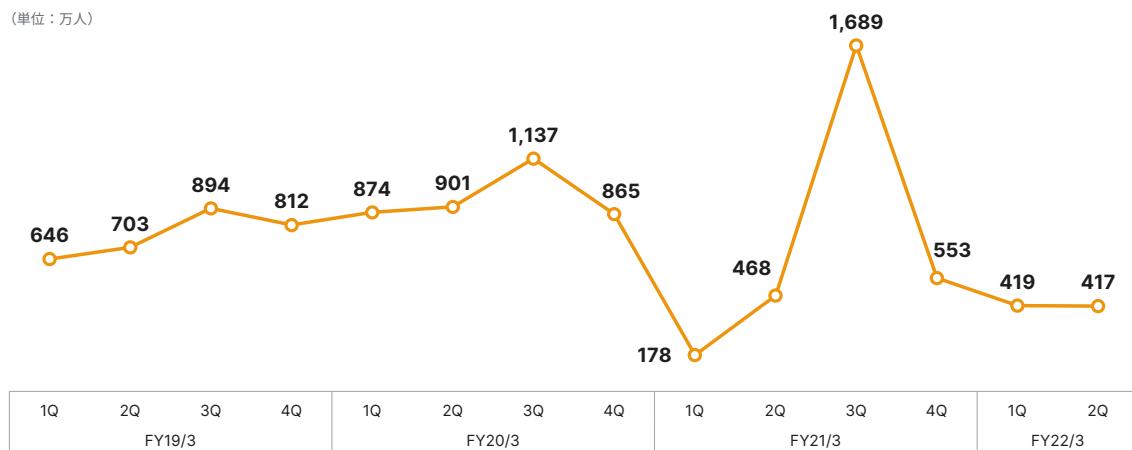
耐久財	72.4%	72.4%	71.6%	72.1%	72.4%	72.1%	70.7%	69.1%	68.0%	71.5%	70.3%	68.4%	67.4%	67.2%
消費財	24.0%	23.1%	24.4%	23.3%	22.8%	23.0%	24.4%	26.6%	27.5%	23.4%	25.6%	27.5%	27.6%	28.2%
その他	3.6%	4.5%	4.0%	4.7%	4.8%	4.9%	4.9%	4.3%	4.6%	5.2%	4.0%	4.1%	5.0%	4.6%

食べログ：有料プラン契約店舗数

(単位：千店)



食べログ：ネット予約人数（四半期累計）



会社概要

会社名	株式会社カカクコム
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	株式会社カカクコム・インシュアランス https://kakakucom-insurance.co.jp/ 株式会社エイガ・ドット・コム https://eiga.com/ 株式会社タイムデザイン https://www.timedesign.co.jp/ 株式会社webCG https://www.webcg.net/ 株式会社LCL https://www.lclco.com/ 株式会社ガイエ https://gai.e.jp/ Catapult Ventures Pte. Ltd. https://www.moneysmart.sg/ LoveBonitoHoldings Pte. Ltd. https://www.lovebonito.com/ TabSquarePte. Ltd. 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しての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。