

2022年3月期 第3四半期
決算説明会

2022.02.03

kakaku.com

株式会社カカコム 証券コード：2371

© 2022 Kakaku.com, Inc.

カカコムの畑でございます。皆さん、ご参加いただきありがとうございます。
早速ではございますが、第3四半期の決算について概要をご説明いたします。



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

連結経営成績

(単位：百万円)	FY21/3		FY22/3				業績予想	進捗率
	3Q	累計	3Q	YoY	累計	YoY		
売上収益	16,023	37,768	14,053	-12.3%	37,935	+0.4%	55,800	68.0%
営業利益	6,592	13,469	5,662	-14.1%	13,782	+2.3%	21,500	64.1%
営業利益率	41.1%	35.7%	40.3%	-0.8pt	36.3%	+0.6pt	38.5%	-
税引前利益	6,537	13,116	6,786	+3.8%	14,813	+12.9%	21,300	69.5%
親会社の 所有者に帰属 する当期利益	4,448	8,889	4,673	+5.1%	10,448	+17.5%	14,600	71.6%

まず、連結経営成績についてご説明いたします。

この第3クォーターは売上が140億5,300万円、営業利益が56億6,200万円、税引前利益が67億8,600万円、当期利益が46億7,300万円、それぞれ昨対比でマイナス12.3%、マイナス14.1%、税引前利益はプラス3.8%、当期利益はプラス5.1%という結果になりました。

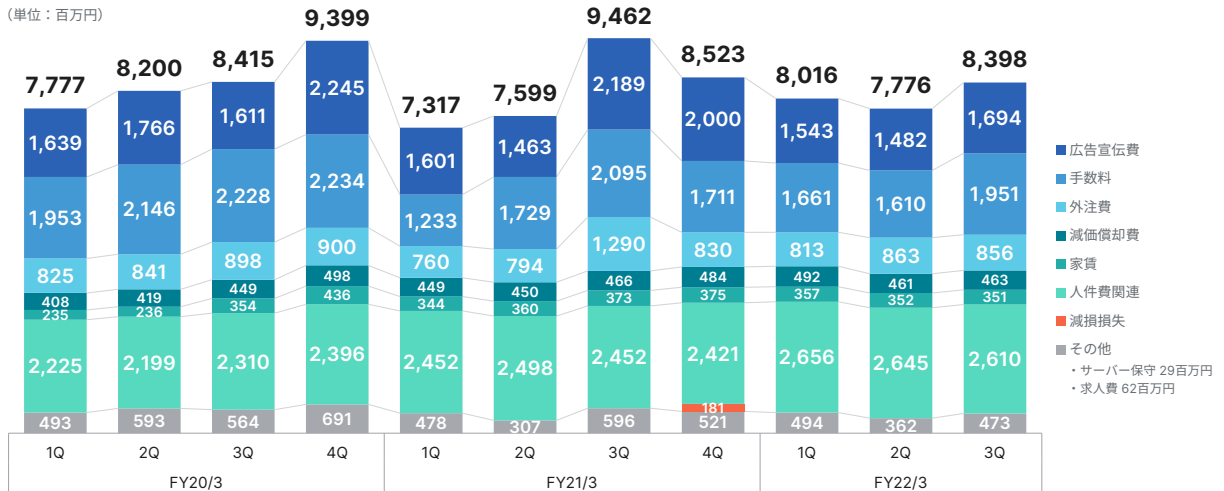
また、この第3クォーターまでの累計ですが、売上が379億3,500万円、昨対比でプラス0.4%。営業利益は137億8,200万円、昨対比でプラス2.3%、税引前利益が148億1,300万円、昨対比でプラス12.9%、当期利益が104億4,800万円、プラス17.5%という結果になっております。

通期の業績予想に対する進捗率は、売上が68.0%、営業利益が64.1%、税引前利益が69.5%、当期利益は71.6%という結果になっております。それぞれの要因については、以降でご説明いたします。

連結営業費用等の四半期別推移と内訳


広告宣伝費・手数料・外注費は、Go To Eat キャンペーンへの参加に伴い一時的に増加していた昨年と比べて減少。

(単位：百万円)



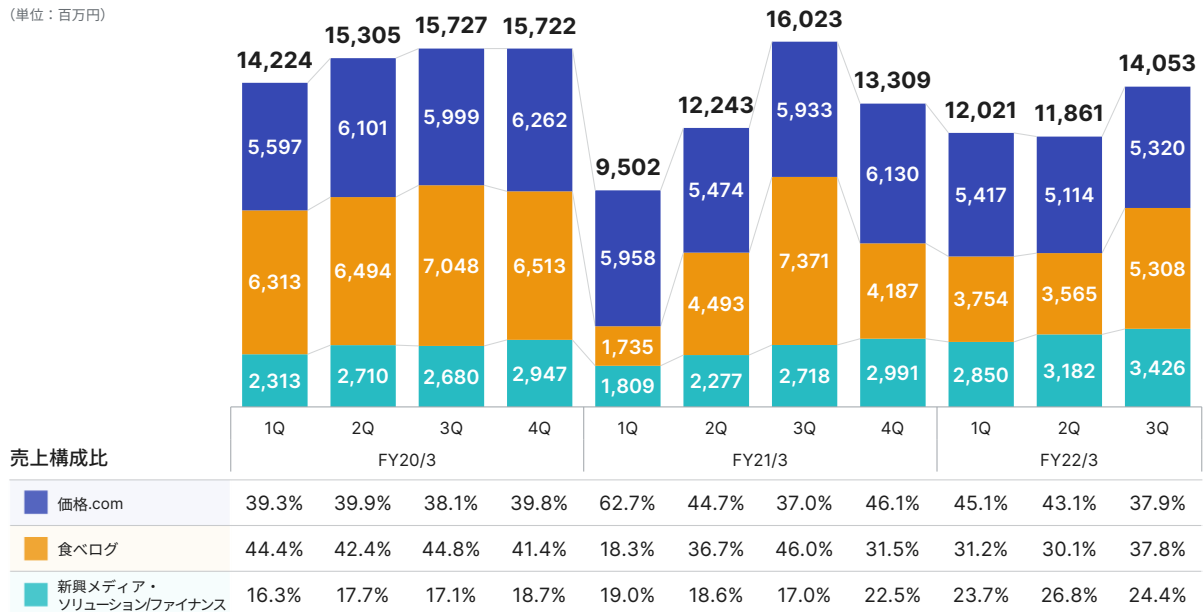
次に連結営業費用等の四半期別推移と内訳をご覧ください。

クォーターごとの費用の大きな構造は、この2年間でほとんど変わっておりませんが、この第3クォーターは、広告宣伝費、手数料、外注費の比率が例年どおりに戻っております。Go To Eatキャンペーンに増加していた昨年と比べると、宣伝費、手数料、外注費は減少しております。

- 
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. 参考資料

事業別経営成績の四半期推移

(単位：百万円)



kakaku.com

© 2022 Kakaku.com, Inc. 6

次に事業別経営成績の四半期推移でございます。

売上構成比を価格.com、食べログ、新興メディア・ソリューション/ファイナンスと三つに分けております。食べログは、第3クォーター、緊急事態宣言が解除されたことによって、11月の初旬からの2か月で業績が戻り、全体の売上構成比も37.8%まで戻しております。

また、新興メディア・ソリューション/ファイナンスにつきましては、第2クォーターとの比較だと、食べログが戻った分、構成比は26.8%から24.4%に落ちていますが、絶対比の成長は非常に順調で、昨年の第3クォーター、それから昨年の平均と比べても構成比を伸ばしております。

事業別経営成績

(単位：百万円)	3Q	YoY	累計	YoY
価格.com	5,320	-10.3%	15,851	-8.7%
ショッピング	2,207	-7.8%	6,601	-13.6%
サービス	1,811	-12.8%	5,995	-6.9%
広告	1,302	-11.0%	3,256	-1.0%
食べログ	5,308	-28.0%	12,626	-7.2%
飲食店販促	4,407	-17.3%	10,098	+0.7%
ユーザー会員	374	-11.5%	1,141	-11.1%
広告	500	-35.3%	1,179	-17.7%
業務受託に係る収入*	27	-	207	-
新興メディア・ソリューション/ファイナンス	3,426	+26.0%	9,458	+39.0%
新興メディア・ソリューション	2,778	+31.8%	7,459	+48.8%
ファイナンス	648	+6.1%	2,000	+11.5%

* 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、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。

次に第3クォーターまでの細分化した経営成績をご説明いたします。

価格.comにつきましては、累計で昨対比マイナス8.7%、ショッピング事業がマイナス13.6%、サービス事業がマイナス6.9%、広告事業がマイナス1.0%という結果になりました。

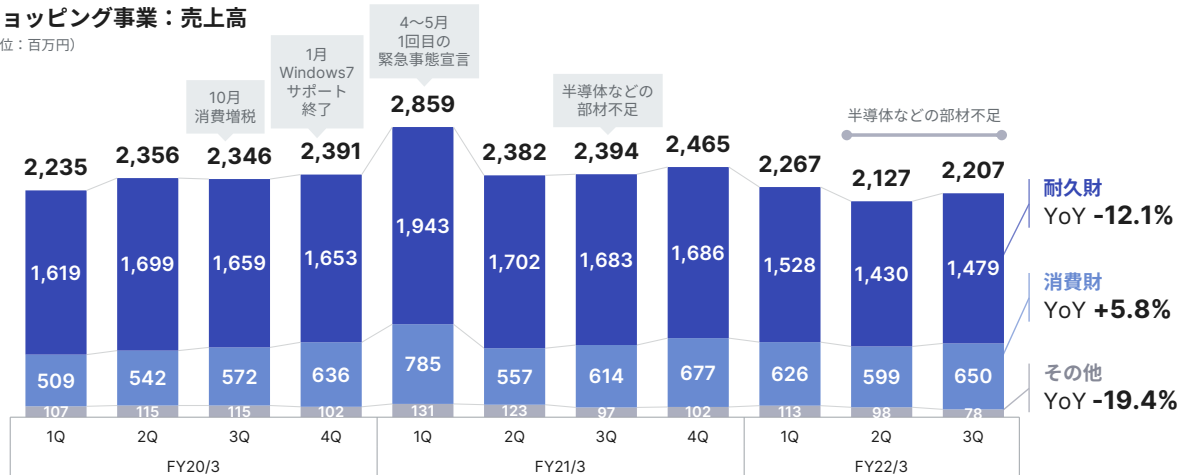
それから、食べログにつきましては、累計で昨対比マイナス7.2%、飲食店販促事業はプラス0.7%、ユーザー会員事業がマイナス11.1%、広告事業につきましては、マイナス17.7%となりました。

また、新興メディア・ソリューション/ファイナンスですが、新興メディア・ソリューションは累計で昨年比プラス48.8%、ファイナンスにつきましてはプラス11.5%という進捗でございます。

ショッピング事業は減収。耐久財は、パソコン・大型家電における新製品の減少や供給面の影響が続き、売上が減少。消費財は、着実に売上が増加。

ショッピング事業：売上高

(単位：百万円)



それでは、次にそれぞれの事業につきまして、まず価格.comのショッピング事業からご説明いたします。

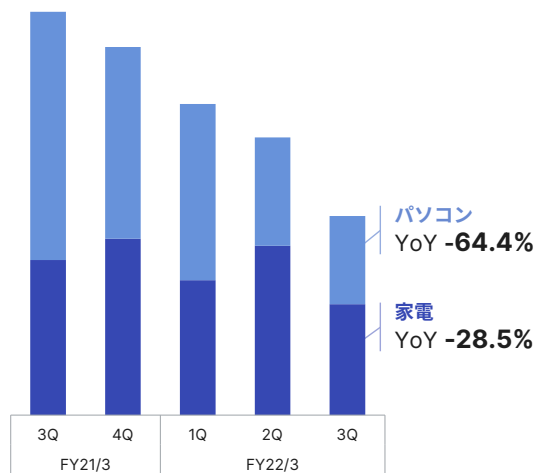
ショッピング事業は全体として減収しております。この第3クォーターは、耐久財はマイナスの12.1%、消費財はプラス5.8%という結果になりました。

耐久財が減少した主な要因としては、パソコン・大型家電における半導体不足、それからコロナによる流通への影響によって、新製品の減少、供給不足が続き、売上が大きく減少しております。

また、消費財につきましては、着実に売上が増加し、昨対比でも、第2クォーターとの比較でも、数字を伸ばすことができました。

■ 耐久財：新製品登録数の減少

パソコン・家電の各メーカーによる新製品の発表は、長引く部材不足の影響により、減少が続いている。



■ 消費財：期間別ランキングページのリリース

「デイリー」「週間」など、人気商品が期間ごとに絞り込まれて表示されるページをリリース。商品の特徴に関する情報も参照できる。



続いて、ショッピング事業の詳細でございます。

耐久財の新製品がどれくらい減っているかですが、左側に当社の売上データということではなく、メーカーさんが発表している新製品数の推移を記載しています。[補足：こちらのグラフは価格.comのサイトにおける新製品の登録数の推移になります]

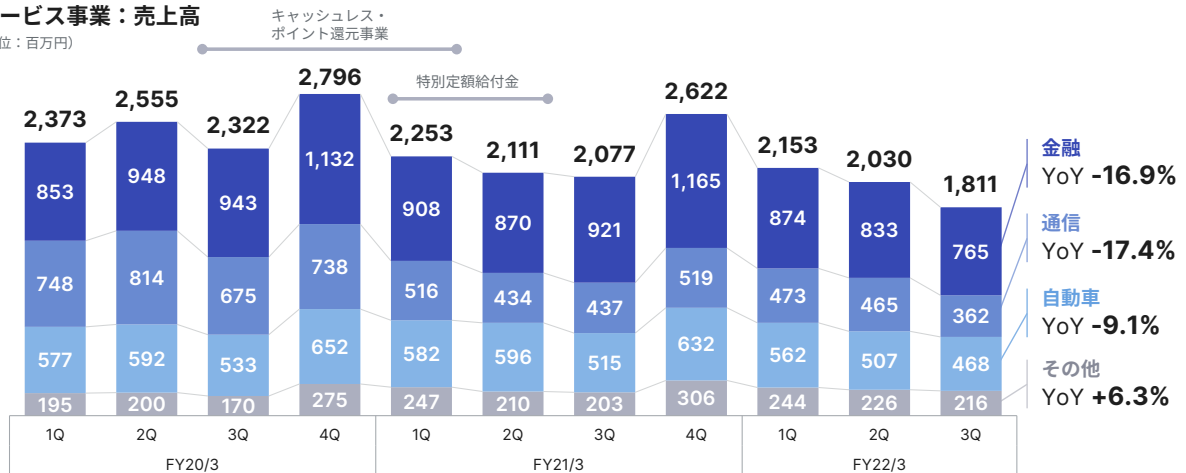
パソコン関連は、昨年第3クォーターに比べて新製品の数がマイナス64.4%、家電はマイナス28.5%となり、パソコンと家電を合わせると昨年の約半分減少しており、供給がかなり止まっていることを表しております。

また、消費財につきましては順調に数字を伸ばしておりますが、右側に載せておりますように、それぞれの詳細ページに人気商品を期間ごとに識別できるような機能をつけ、さらにユーザーの利便性を高めていくといった取り組みを続けております。

事業進捗：価格.com（サービス事業）

サービス事業は減収。金融、通信及び自動車の各領域で売上が減少。特に金融領域において消費動向の低調な推移による影響が続いている。

サービス事業：売上高
(単位：百万円)



次に、価格.comのサービス事業についてご説明いたします。

金融、通信、それから自動車の各領域で売上が減少しております。

金融領域につきましては、消費動向が低く、クレジットカード、その他ローンへの申込が減ったことによる影響が強く出ております。

また、自動車領域につきましては、新車、中古車を通じて、やはり半導体不足による供給不足の影響が大きかった3か月でございました。

■ 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

光回線の申込件数は減少。海外Wi-Fiの申込件数は引き続き低い水準で推移。

自動車

中古車の在庫確認・見積り申込件数及び自動車保険の見積り件数は減少。

その他

エネルギー、英会話の申込件数は引き続き高い水準で推移。

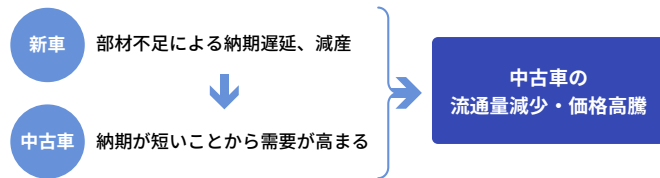
■ 金融領域：クレジットカードのランキングページ（SP版）における表示項目の最適化



券面画像の大型化
国際ブランドを
ロゴで表示

紹介文章の追加

■ 自動車領域：中古車を取り巻く環境



次に、サービス事業の各領域のトレンドを示しております。

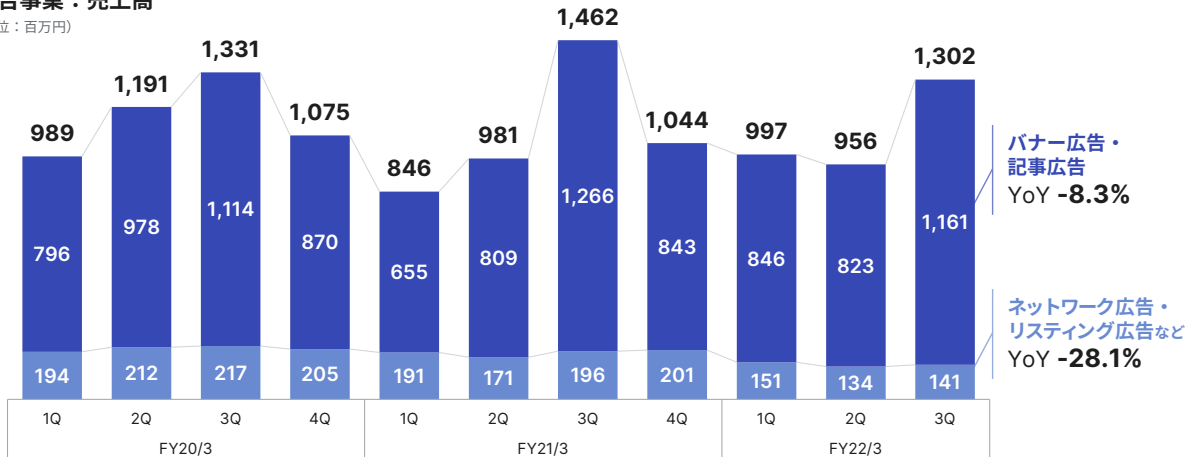
繰り返しのようになりますが、金融領域につきましては、クレジットカードの発券数、カードローンの申し込み数が減少しております。通信につきましては、海外渡航はまだほとんどないため、海外Wi-Fiは低い水準で推移をしております。

自動車につきましては、部材不足による納期遅延の影響が大きく出ています。その他においては、エネルギー、つまり電力・ガスの小売の比較、オンライン英会話の申込件数は引き続き高い水準で成長しております

広告は減収。部材不足による新製品の減少や生産調整が続き、主に家電・自動車メーカーの広告出稿が減少。

広告事業：売上高

(単位：百万円)

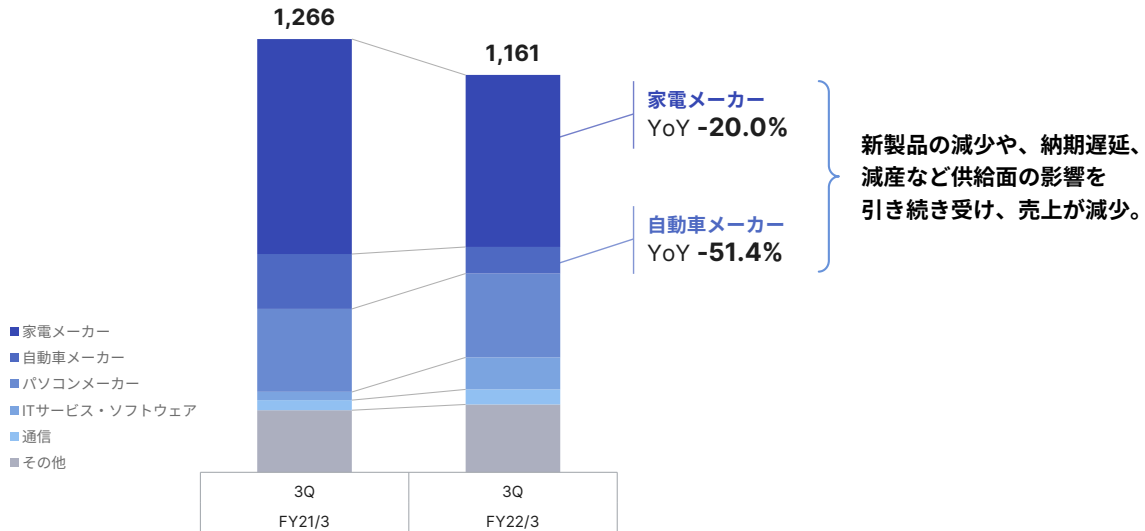


続いて、価格.comの広告事業についてご説明いたします。

広告は、バナー広告・記事広告が昨対比でマイナス8.3%、ネットワーク広告・リスティング広告がマイナス28.1%ということで、主に家電メーカー、自動車メーカーの新製品の発売が減少したことによって広告出稿が減少しております。

■ バナー・記事広告：広告主業種別 売上高

（単位：百万円）



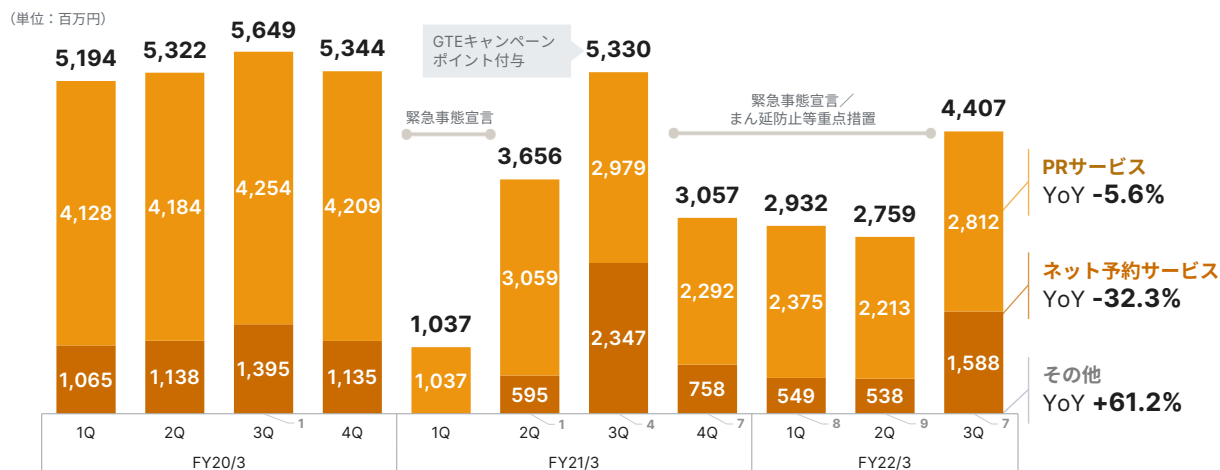
次に、バナー広告・記事広告の詳細でございます。

家電メーカーによる売上が昨対比でマイナス20.0%、自動車メーカーが昨対比でマイナス51.4%ということで、大きく数字を落としております。ITサービス・ソフトウェア、通信、その他の広告売上は、昨対比で増加しておりますので、ネット広告全体のトレンドというよりも、主にパソコン、家電メーカーの供給不足による影響が大きく出たということでございます。

ここまで、価格.comの事業についてご説明いたしました。



飲食店販促事業は、緊急事態宣言の解除に伴い、ネット予約サービスを中心にQoQで増収。外食需要が急拡大した昨年との比較においては減収。



次に、食べログ事業についてご説明申し上げます。

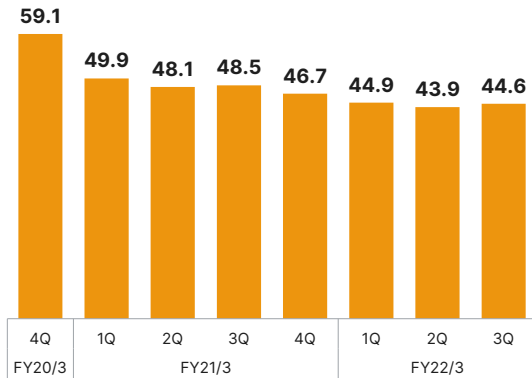
食べログは、緊急事態宣言の解除に伴い、ネット予約サービスが大きく回復し、QoQでは増収をしております。ただ、昨年の第3クォーター、Go To Eatキャンペーンに参加していた時期に比べると、まだ低い水準となっております。PRサービス、固定の月額（飲食店向けの）広告サービスは昨対比でマイナス5.6%、ネット予約サービスの成果報酬による売上についてはマイナス32.3%という結果になっておりますが、2Qから3Qにかけてネット予約サービスの売上は約3倍近くになっておりますので、11月、12月だけでも、ネット予約サービスは元に戻り、オンライン予約の数はコロナ前の水準を超えるような数字まで回復しました。

PRサービス：

緊急事態宣言の解除に伴い飲食店の集客意欲が高まり、契約店舗数は純増。1か月当たりのARPUは上昇。

PRサービスの契約店舗数（四半期末時点）

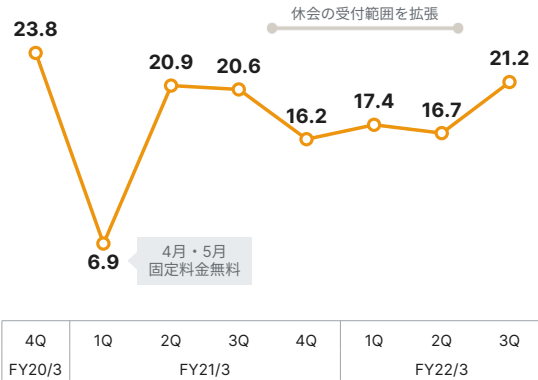
（単位：千店）



*PRサービス契約店舗数は休会店舗含む

PRサービスのARPU（1か月当たり、固定料金）

（単位：千円）



*PRサービスのARPU = 「当月のPRサービス売上 ÷ 当月のPRサービス契約店舗数（休会店舗含む）」の3か月平均

次に、月額固定で料金をいただいているPRサービスでございます。

契約店舗数は緊急事態宣言が続く中でずっと下降トレンドにありましたが、この第3クォーターは4万4,600店舗ということで、第2クォーターから約1,000店舗弱を増やすことができました。

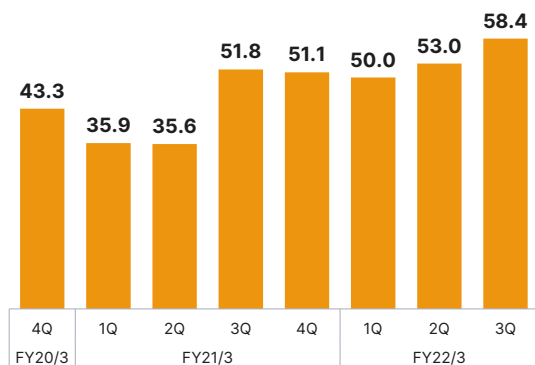
また、PRサービスのARPUですが、こちらはコロナ前まで5万円、10万円のプランに契約されていたお店が途中でプランダウンをしたことによる影響も出ていますが、この1Q、2Q、3Qでは、そのようなプランの変更よりも、一時休会をされていた店舗さんが減ったことによる影響が大きく、今年の第4クォーターから第2クォーターは緊急事態宣言が出ている中で休会の受付範囲を広げておりましたが、第3クォーターにはそこが戻ってきて、店舗数自体に対する単価は2万1,200円まで戻っております。

ネット予約サービス：

契約店舗数の増加傾向は加速。ネット予約人数の増加により、1か月当たりのARPUは上昇。

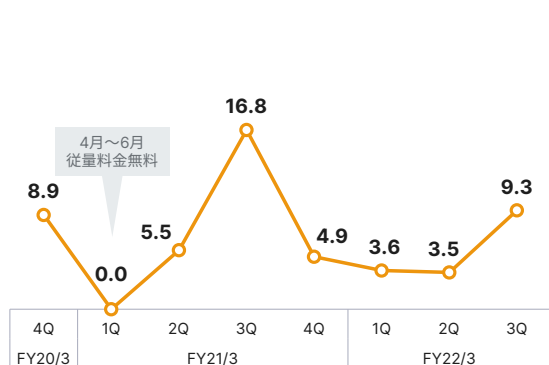
ネット予約サービスの契約店舗数（四半期末時点）

(単位：千店)



ネット予約サービスのARPU（1か月当たり、従量料金）

(単位：千円)



*ネット予約サービスのARPU = 「当月のネット予約サービス売上÷当月のネット予約サービス契約店舗数」の3か月平均

次にネット予約サービスについてご説明いたします。

ネット予約サービスはディナーで200円、ランチで100円の成果報酬をいただいております。PRサービスによって固定費をいただいているお店も含めて、ネット予約サービスをご利用されているレストランさんの数を左側のグラフにしております。

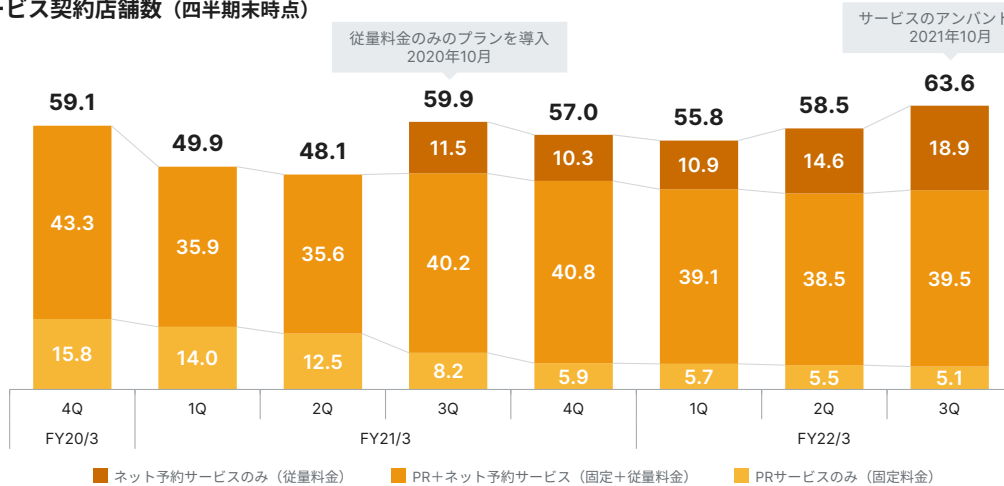
この第3クォーターは、かなり営業状況も回復してきて、第2クォーターが5万3,000店舗であったのに対して、5万8,400店舗ということで店舗数を大きく増やしております。

右側は、ネット予約サービスのARPUのグラフです。店舗さん自体の数も増えていきますので、1店舗当たりの売上をどう見るかはなかなか難しく、後ほどご説明いたしますネット予約の総数の方が分かりやすいと思います。こちらのARPUに関しては、この第3クォーターは去年のGo To Eatの時の水準には至らないものの、コロナ前の水準よりも高いARPU、1店舗当たり9,300円という数字まで回復することができました。

有料サービス契約店舗数は、ネット予約サービスにおいて大幅に増加。

有料サービス契約店舗数（四半期末時点）

（単位：千店）



次に、PRサービスとネット予約サービスを併せた、我々が契約をしているレストランの数でございます。

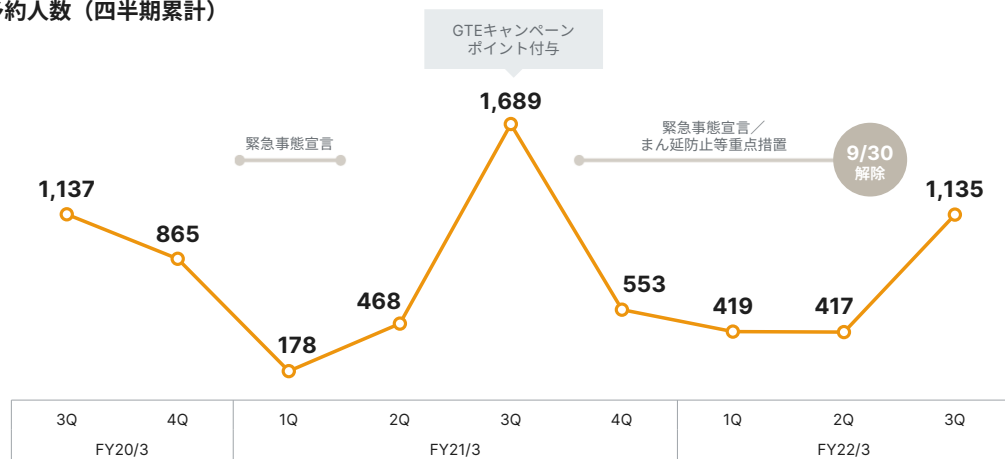
こちらはかなり良い成績を残せまして、全体で6万3,600店舗となっております。

その内訳は、オレンジ色の最も濃いものがネット予約サービスのみ、次に薄いものが（PRサービスとネット予約サービスを）どちらも契約している店舗、最も薄いものがPRサービスのみの店舗ということで、三つに分けてお示ししております。

飲食店への時短要請やアルコール提供の制限が全面的に解除され、ネット予約人数は大幅に増加し、2年前とほぼ同水準。

ネット予約人数（四半期累計）

（単位：万人）



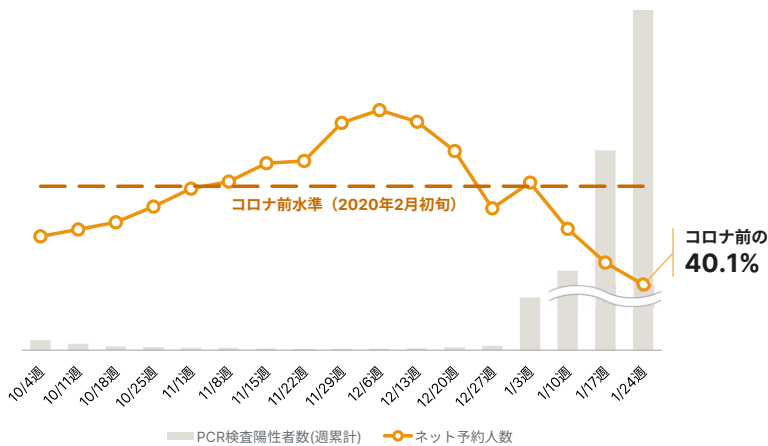
続いて、ネット予約人数の四半期累計の数でございます。

この第3クォーターは、一昨年の数字と、ほぼ同水準に戻っておりました。ただ、10月はまだ緊急事態宣言が続いて、11月の初めまで影響が出ていましたので、11月の途中から12月、およそ2か月で一昨年の水準に3か月トータルで戻した、つまり2か月間を比べると一昨年よりもネット予約人数が多い、というところまで戻すことができました。

現在の状況：食ベログ（飲食店販促事業）

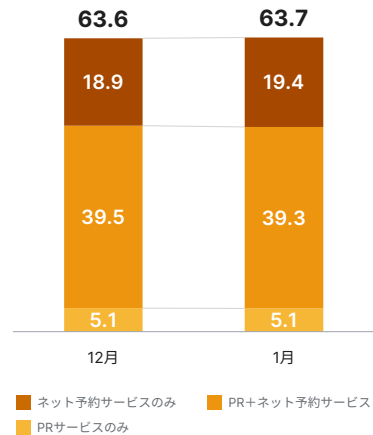
感染者数の増加及びまん延防止等重点措置の適用により、ネット予約人数は減少。
集客に慎重な動きがみられ、有料サービス契約店舗数は横ばい。

ネット予約人数（週次）



有料サービス契約店舗数

(単位：千店)



kakaku.com

© 2022 Kakaku.com, Inc. 19

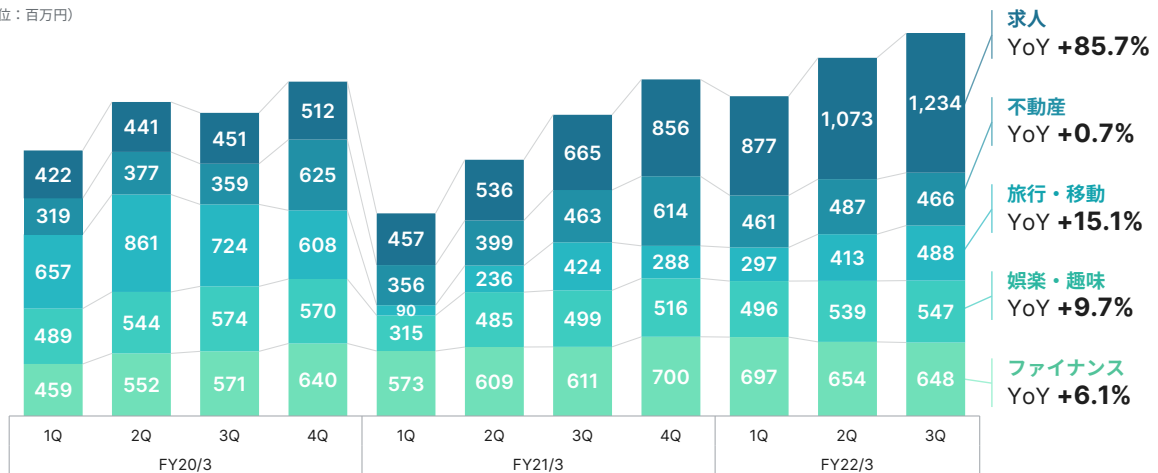
次に、足元の状況をご説明いたします。

（左側のグラフ中の）折れ線グラフがネット予約人数を示しております。（新型コロナウイルス感染症の）第6波に伴い、まん延防止等重点措置が適用されました。棒グラフはコロナの陽性者数です。1月24日週まで示しておりますが、まん延防止等重点措置の適用で、ネット予約人数はコロナ前の40%に下がっております。

こちらにつきましては、今月、今後も、まん延防止等重点措置の延長、打切り、緊急事態宣言が出るかどうかを受けた飲食店の営業状況によって、また数値は大きく変わってくるのではないかと考えております。

新興メディア・ソリューション／ファイナンス事業は、求人及びファイナンス領域が引き続き好調に推移。旅行・移動及び娯楽・趣味の各領域は回復しつつある。

(単位：百万円)



ここからは、新興メディア・ソリューション／ファイナンスについてご説明を申し上げます。

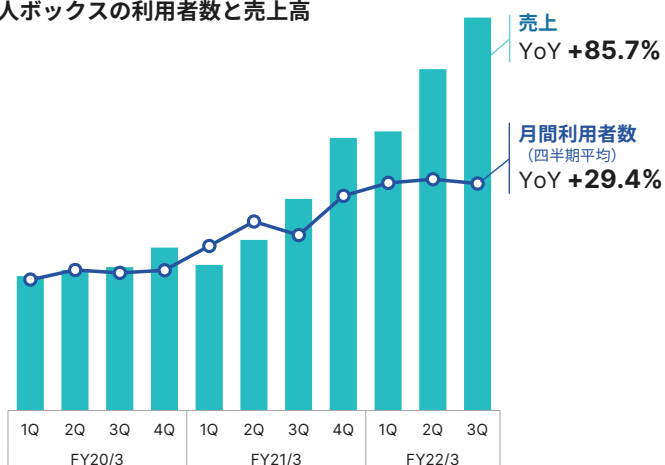
新興メディア・ソリューション／ファイナンス事業は、全体的にどのカテゴリーにつきましても、昨対比ではプラスになっておりまして、特に求人ボックスにつきましても、昨対比でプラス85.7%という高い数字を示しました。その他、不動産につきましてもプラス0.7%、旅行・移動という領域につきましてもプラス15.1%、娯楽・趣味ではプラス9.7%、ファイナンスはカカクコム・インシュアランスの事業でございますが、プラス6.1%という数字になっております。

求人ボックス

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



求職者の利便性を高めるための取り組み

検索結果を絞り込む
こだわり条件の項目を拡充

11項目 → 43項目

- 待遇
 - 交通費支給
 - 研修あり
 - 託児所あり
 - など
- 働く時間
 - 短期・単発
 - 残業なし
 - など
- 勤務条件
 - WワークOK
 - 在宅勤務可
 - など

SNSを活用した
新着求人の通知機能



続きまして、それぞれのメディアについてご説明を申し上げます。まず、求人ボックスでございます。

こちらは、引き続き掲載求人広告数が増加し、増収しております。月間利用者数では昨対比でプラス29.4%という、ほぼ予定どおりの伸びを示しましたが、売上につきましては、求人広告数の増加、単価の増加も含めて非常に高い数字に結果を残すことができました。

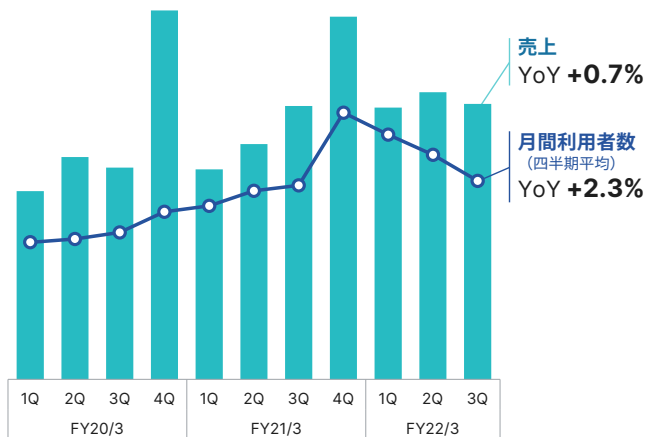
右側は、求人ボックスにおける取り組みの中身でございます。検索結果を絞り込む条件の項目を拡充する、新着の求人を通知するというような、よりユーザーにとって便利で探しやすいサイト、使いやすいサイトを目指して、サイトの改善を進めております。



スマイティ

オンラインによる物件探し/選びのニーズの急拡大が落ち着き、売上は微増。

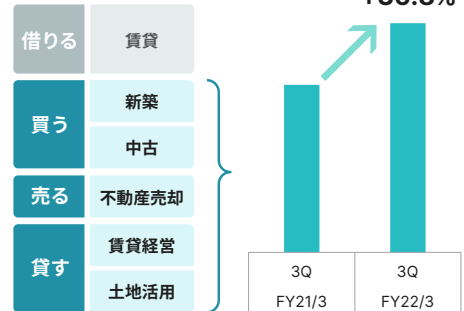
スマイティの利用者数と売上高



賃貸以外の領域

ライフスタイルや契約条件などの切り口で物件を探しやすくするためのコンテンツの拡充などにより、賃貸以外の売上は継続的に増加。

スマイティのサービス領域



次に、スマイティの事業進捗でございます。

スマイティにつきましては、月間利用者数がプラス2.3%、売上がプラス0.7%ということで、昨年に対しては微増しておりますが、この1Q、2Qの高い水準から申し上げますと、オンラインによる物件探しが少し落ち着きました。これは緊急事態宣言の解除に伴って、デジタルではなくて、アナログに不動産を探すという活動が少し増えてきているという影響もあるのかなと考えております。

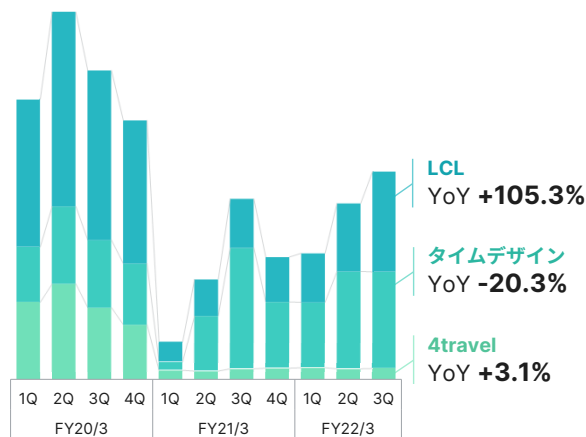
また、今まで賃貸に重きを置いてきましたが、賃貸だけではなく、購入する、売るというようなところも含めた賃貸以外の領域を伸ばすということを今重点的にやっております。こちらは昨対比でプラス36.8%ということで、まだ絶対値は小さいですが、順調に成長した第3クォーターでございました。



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、緊急事態宣言の解除によって国内旅行需要が回復傾向。

「旅行・移動」関連事業の売上高



各事業の状況

タイムデザイン

ダイナミックパッケージプラットフォームの導入施設数は引き続き増加。

国内DP 2,950施設、YoY+18.7%

海外DP 420施設、YoY+27.1%

*「海外DP」の導入施設数は、海外からの旅行者に向けて宿泊プランと航空券をセットで販売している国内施設も含む

LCL

引き続き低い水準で推移しているが、国内旅行需要が戻りつつあるため、売上は回復基調。

4travel

昨年同期比で微増しているが、引き続き低い水準で推移。

次に、旅行領域でございます。

旅行領域は非常に急回復しておりますが、左側の棒グラフを見ていただいても分かる通り、一昨年の水準にはまだ達しておりません。ただ、高速バスの比較検索サイトなどを運営するLCLの事業については回復してきているものの一昨年には及んでいないのですが、タイムデザインの事業につきましては、ほぼコロナ前を超えるような昨対比マイナス20.3%という成績であり、昨年はGo Toトラベルの影響で非常に売上を伸ばしたという一時的な要因がありましたけれども、それを除けば、コロナの低調からほぼ回復してきていると言っても良いような状況かと考えております。

右側は、各事業の状況でございます。まず、タイムデザインにつきましては、このコロナの影響で海外のダイナミックパッケージ（以下DP）は数字がなかなか上がっていない状況ですが、契約数やシステムの導入数は増やしております。国内DPで昨対比プラス18.7%、海外DPでプラス27.1%ということで、タイムデザインの事業は順調に拡大していると考えております。

次にLCLです。売上はかなり回復基調にございまして、昨年1年間の状況からす

ると、ほぼ2倍の売上まで回復しております。



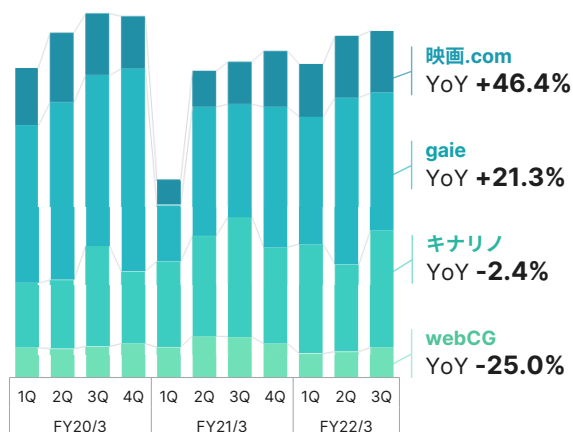
映画.com、gaie、キナリノ、webCG

キナリノ



映画.com及びgaieは、新作映画の広告出稿が引き続き回復基調。

「娯楽・趣味」関連事業の売上高



各事業の状況

キナリノ

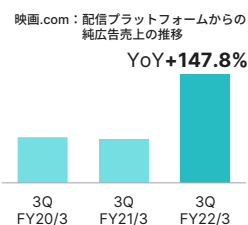
出店店舗数の増加、アパレル関連の需要回復によって、キナリノモールの売上は高い水準を維持。

webCG

引き続き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

新作映画の広告出稿は回復傾向、動画配信プラットフォームからの広告出稿は高い水準を維持。



次に、娯楽・趣味という領域でございます。

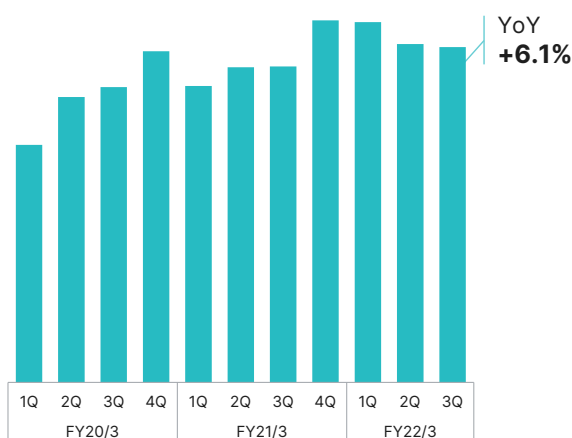
こちらにつきましては、特に映画.comという映画関連のサイト、それからgaieのPR事業でございますが、若干のこぼこはありますけれども、昨年の1Q、2Qといった、映画館にもなかなか行けない、大作も公開されないという状況からはかなり回復しております。計画どおりではないものの、ほぼ売上としては一昨年のレベルに近づいてきております。



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、生命保険の契約検討・申込の需要が落ち着きつつあり、緩やかに成長。

カカクコム・インシュアランスの売上高



保険商品別の状況

保険商品	トレンド	詳細
生命保険	➔	緊急事態宣言の解除に伴い、生命保険の検討・申込の需要は落ち着きつつある
火災保険	➔	オンラインでの一括比較など、コンテンツの改善により申込数は増加傾向
ペット保険	⬆	新商品掲載など、コンテンツの改善により申込数は堅調に推移
海外旅行保険	➔	海外旅行の需要が回復せず、申込数は低い水準が続く

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ファイナンス事業についてご説明いたします。

カカクコム・インシュアランスは非常に順調でございまして、昨対比でプラス6.1%ということで、おおよそ会社の計画どおりの実績を上げることができました。

右側でございしますが、保険商品別の状況です。生命保険につきましては、緊急事態宣言の解除に伴って、生命保険の検討、申し込みという需要は若干落ち着きつつあるというか、横ばいのような状況でございまして。

また、火災保険につきましてはオンラインでの一括比較であるとか、コンテンツの改善によって申込数は増加しております。また、ペット保険につきましては、ペット市場の拡大ということもあります。また、保険商品の充実に伴って申込数が堅調に推移をしております。

以上、ここまで第3クォーター及び第3クォーターまでの累計の各事業の状況に

つきましてご説明申し上げます。

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

次に、各事業の今後の取り組みを少し紹介させていただきます。

各事業の今後の取り組み

事業	方針	施策
	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
	「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"> ■ ネット予約ができる店舗を更に拡大 ■ アプリユーザーを拡大 ■ 飲食店の業務課題解決に向けた総合DXサービスを展開
	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
	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

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		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
	バス関連情報の拡充により、利用者の拡大を行う		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		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

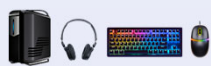
新しい機能や切り口が多く、製品選びに選択肢が多い領域



ゲーム/
ゲーミングPC

eスポーツの市場拡大を見据え、ゲーム初心者が迷わず製品を選べるようにしたい

- 一式が揃うパッケージ情報など初心者向けの情報を拡充
- 買い物シミュレーションコンテンツを提供



合計 ¥XX,XXX

⋮



キッチン家電

これまでにないタイプの製品の魅力や利便性を伝え、購入のきっかけをつくりたい

- 製品ラインナップ、レビューを充実
- 家電のサブスクリプションなど関連サービスの情報を提供
- 関連コンテンツから製品検索ページへの連携を強化

⋮

趣味嗜好及びこだわりが多い領域



自転車

電動自転車など高価格帯の需要拡大に合わせ、本体購入からメンテナンス、売却まで一貫して支援したい

- 製品、付属品の情報を充実
- 掲載される自転車専門店を拡充
- 買取についての情報を提供

本体の比較検討・購入

付属品など関連製品の比較検討・購入

メンテナンス

製品の買取

⋮



ゴルフ


アイアンなど、種類・バリエーションの多いゴルフ用品をまとめ、簡単に比較できるようにしたい

- 同一シリーズの製品情報を集約化、特長情報を充実
- 製品情報ページのUIを改善、検索性を向上
- レビュー、クチコミなどの情報を整理、集約化

⋮

まず価格.com事業ですが、ショッピング事業において次なる強みとなる領域を伸ばすと記載をしております。新しい機能や切り口が多い、また製品自体が新しいとか、キッチン関連のように今までは種類が少なかったものがよりバリエーションが増えていって、選択肢が多くなっているというところにつきましては、製品ラインナップ、レビューを充実させることに加えて、一式が揃うパッケージ情報によってゲーミングPCを買っていただくであるとか、買い物シミュレーションコンテンツというのを提供しまして、どういう買い物をするか総額で幾らかかるというようなことも、ユーザーの利便性を上げるコンテンツとして、改善して力を入れていきたいと考えております。

それから、右側に自転車、ゴルフと二つのカテゴリーを挙げさせていただきました。趣味嗜好、こだわりが多い領域で、今のままのコンテンツではまだまだ買い物しづらい部分がある。そういうところにつきましては、それぞれの領域に特化した検索、ページUI、若しくは口コミの集約も、より買い物がしやすいようなハイブリッドなかたちに変更していくということをやりたいと考えております。

 **食ベログ** 「レストラン検索・予約サービスといえば食ベログ」を目指して



次に、食ベログ事業の目指すべき方向全般を記載しております。

コロナ禍でも、特にネット予約ができる店舗をさらに拡大していくということを、再三言い続けていることではありますけれども掲げています。ネット予約サービスという月額固定費がかからないプラン単体の販売を開始したことで、今まで固定費（PRサービス）と成果報酬（ネット予約サービス）をセットで売っていくという中では、10万店舗ぐらいがターゲット市場だと思っていたところが、予約業態のレストラン全般が営業ターゲットになります。

26万店舗というのは試算でございますが、今までよりも営業活動ができる領域が広がっているということで、新たにもう少しターゲットを広げて、営業活動に加速をかけ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

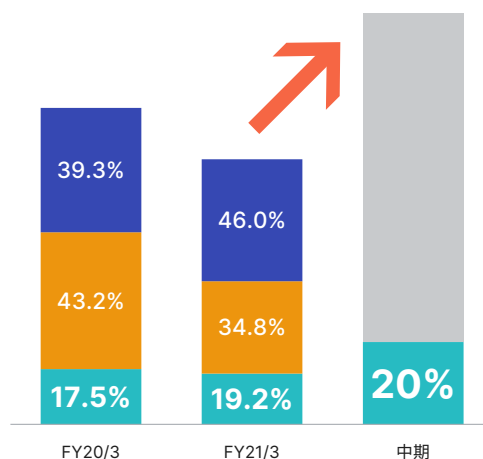
納得感のある購買・消費行動のために、サイトの改善と情報の拡充を重ね、有意義な情報を提供。

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、会社全体の事業方針でございます。

ここは今までと同様、価格.com、食べログ以外の事業で、求人ボックスは少し数字になりつつありますが、もっともっとポートフォリオのバランスを良くしていったって、幅広い事業でバランスのとれた構成にしていきたいと考えております。

- 
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**

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

- 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、資料にはご参考として、ESGの取り組みと、その他、会社のさまざまなKPIを記載しています。この中で少しESGについてだけ、ご説明、ご報告いたします。

まず、取り組みに関する基本方針です。我々が生活とともにある企業として、ESGに対して経済分野、社会、環境という三つの局面でどんなことができるかを目指すというところは、昨年来ご説明させていただいているとおりでございます。

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
- インターネット広告の品質保全

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

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

災害復興支援

- 震災その他の災害からの復興支援

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

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

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

次に、例えばどのようなことをしているかということについて、経済、社会、環境に分けてそれぞれ取り組みを記載しております。

■ 環境分野

環境DNAを用いた魚類調査プロジェクトの支援

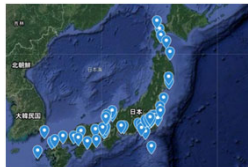
海水に含まれる魚類の「環境DNA」を分析し、日本沿岸の魚の生態系を観測する調査。調査活動は市民と研究者の協働により実施。
(運営元：認定特定非営利活動法人アースウォッチ・ジャパン)

目的

- 日本沿岸の魚の生態系観測
- 研究者が自由に利用できるデータベースづくり
- 日本沿岸域の保全・利用を考える足掛かり

環境DNAとは

水、土壌、空気などの環境中に存在する生物の排泄物や組織片などに由来するDNAの総称



採水箇所：全国63地点



採水時の様子

■ 社会分野

ベビーシッターサービスの利用支援

仕事と子育ての両立支援の一環として、ベビーシッター派遣サービスを利用する従業員について、利用料金の一部を会社が負担* (2021年10月～)。

*内閣府の「ベビーシッター派遣事業」を利用
https://www8.cao.go.jp/shoushi/shinseido/outline/sitter_atasukai.html

eスポーツイベントの開催

eスポーツの普及を目的として、障がい者自立支援施設 (3施設：大阪府2、岡山県1) 対抗のeスポーツイベントを開催。

イベントの開催は、一般社団法人障がい者自立推進機構の協働にて実施 (2021年10月)。

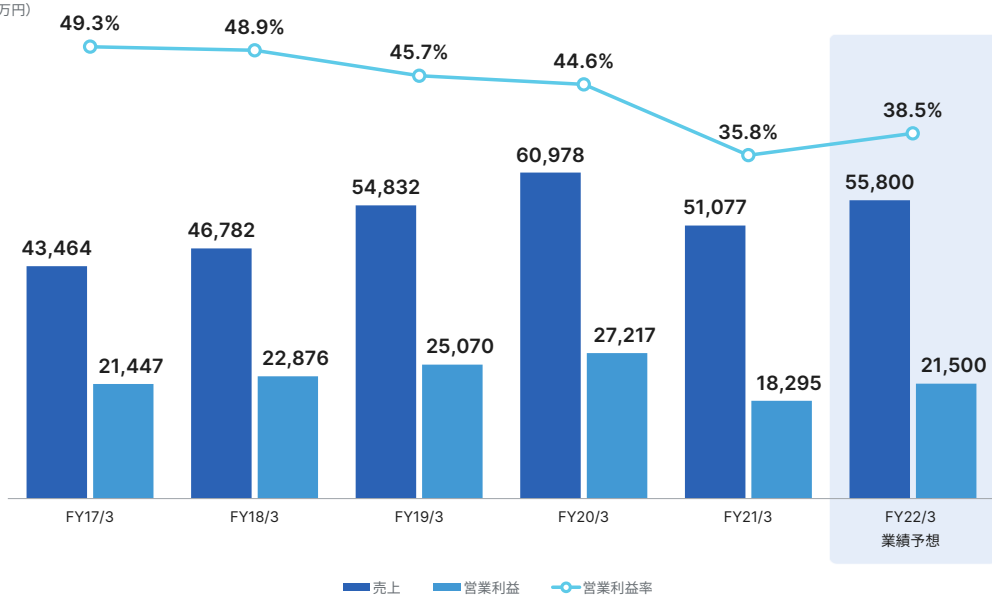
これらは一つの例ですが、環境分野では、食ベログという事業をしていることもあり、食に対するアプローチも含めて、魚類の環境を守るという課題に対して何ができるかというところで、海水に含まれる魚類の環境DNA分析を、アースウォッチ・ジャパンさんに協力をして行い、データベース化に協力するということを今やっております。

その他二つ、記載をしておりますが、ESGの取り組みにつきましては今後もう少し開示を充実させて、開示できることは具体的な取り組みについてもお知らせしていきたいと考えております。

以上、第3クォーターまでの事業の状況と、今後の取り組みについてご説明をさせていただきます。ありがとうございました。

2022年3月期の連結業績予想

(単位：百万円)



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

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%

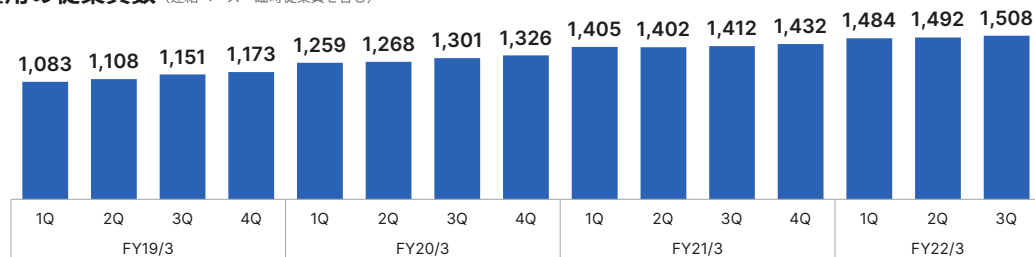
*1 自己資本比率 (親会社所有者帰属持分比率) = 親会社の所有者に帰属する持分 ÷ 総資産 × 100

*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

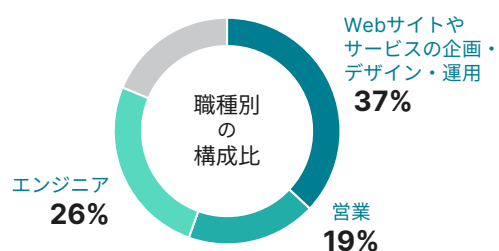
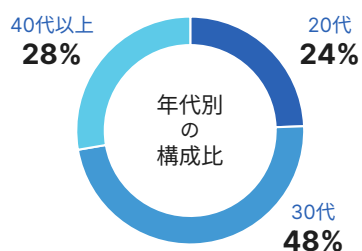
*3 総還元性向 = (配当支払総額 + 自社株買い総額) ÷ 純利益 × 100。自社株買い総額は、公開買付代理人に支払う手数料その他諸経費を含まない。

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 ※カカコム単体 正社員の構成比 (2021年12月時点)



セグメント及びビジネスモデル

インターネット・メディア	価格.com	ショッピング	サービス	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等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
ファイナンス	食べログ	飲食店販促	ユーザー会員	広告
		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 【取引先】飲食店	コンテンツ利用に応じた手数料収入 【取引先】ユーザー	バナー、テキスト広告、企画型広告等の広告収入 【取引先】メーカー、自治体など
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：6,052万人（2021年12月時点）

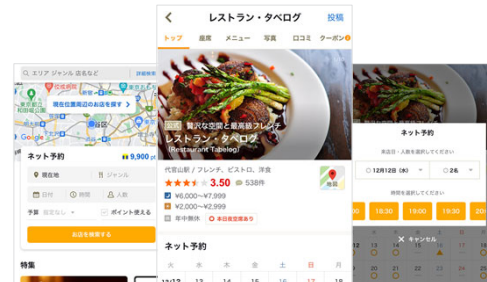
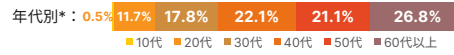


*年代別のユーザー属性は2021年11月時点の比率

食ベログ

レストラン検索・予約サイト

月間利用者数：1億3,652万人（2021年12月時点）



カカ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




バス比較ナビ
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プラットフォーム



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



カカコムグループ運営サービス紹介

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

icotto

宿泊旅行の情報メディア

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
のお役立ち情報メディア

gaie

映画等のデジタル・
プロモーションエージェンシー

アニメハック

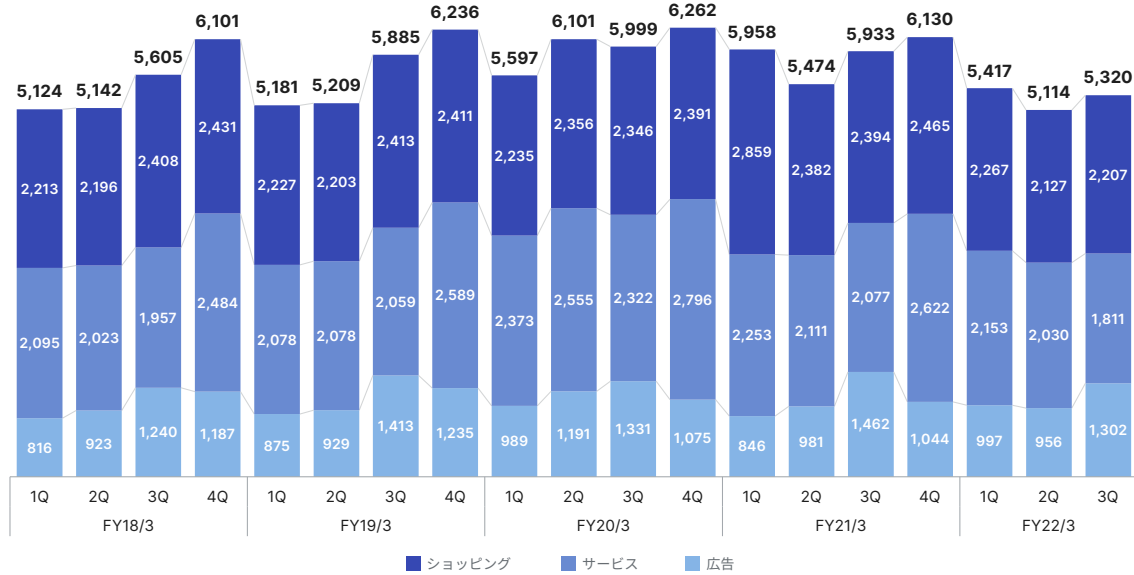
アニメの総合情報サイト

OSORE ZONE

ホラー映画専門
配信サービス

価格.com：各事業の売上推移

(単位：百万円)



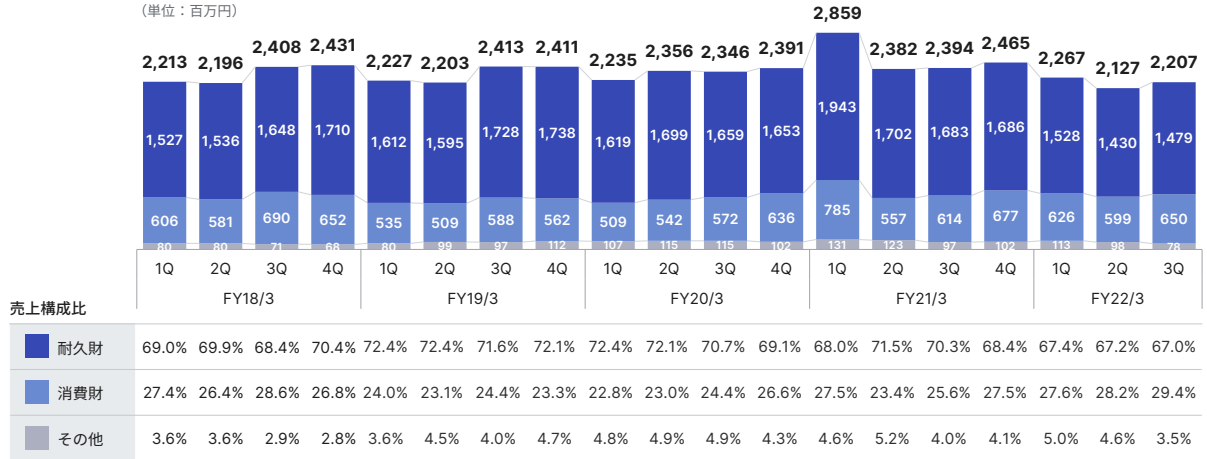
価格.com：ショッピング事業売上の内訳

ショッピングの主な商品カテゴリ

ビジネスモデル

耐久財	パソコン、家電、カメラ など	クリック数や販売実績に応じた手数料収入
消費財	インテリア・家具、ファッション、靴、アクセサリ、コスメ など	
その他	ウォーターサーバー、決済手数料 など	

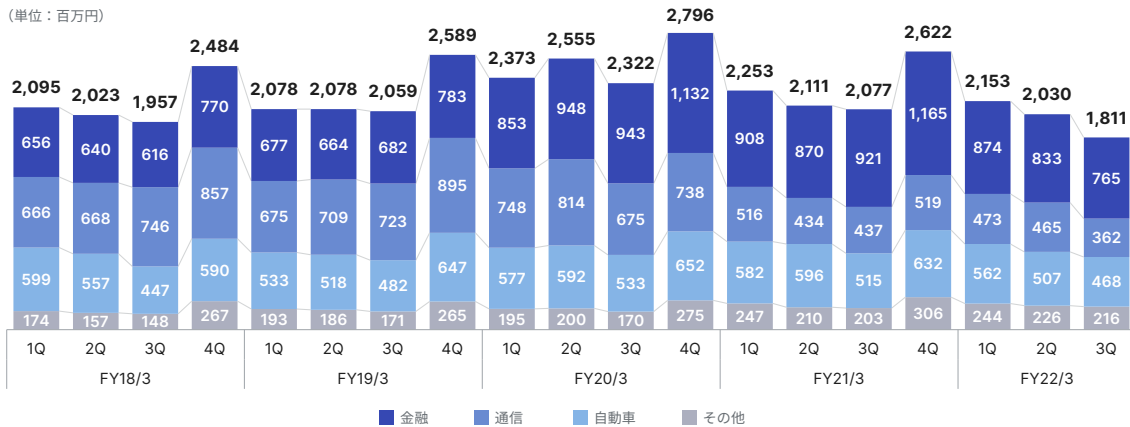
(単位：百万円)



価格.com：サービス事業売上の内訳

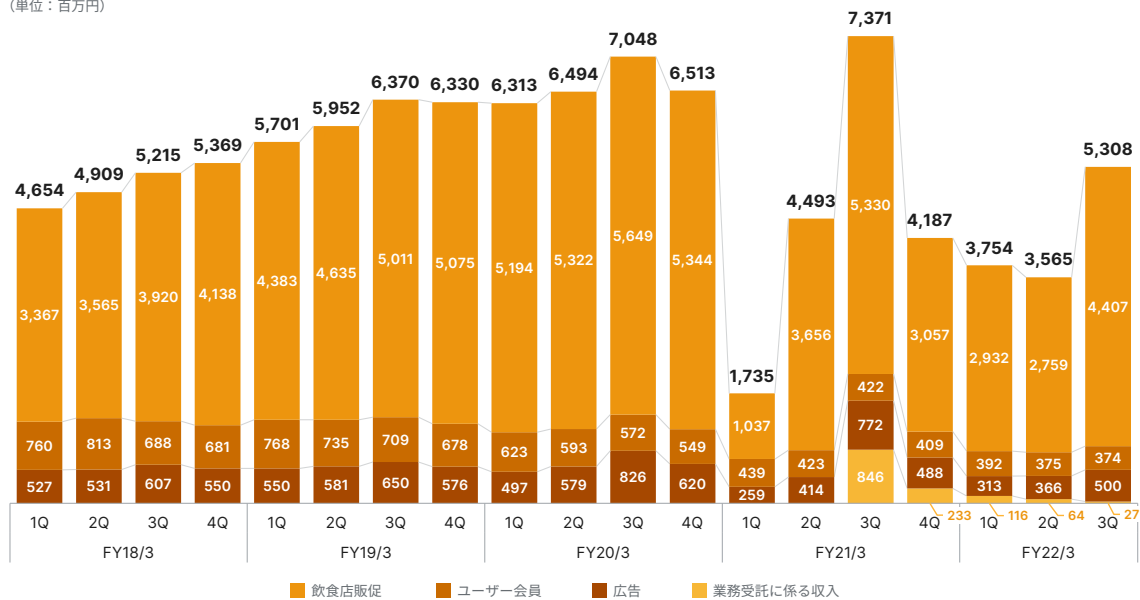
	サービスの主なカテゴリ	ビジネスモデル
金融	クレジットカード、ローン、投資・資産運用、FX など	問合せや申込件数等に応じた 手数料収入
通信	Wi-Fiレンタル、格安SIM、プロバイダー など	
自動車	自動車保険、中古車検索 など	
その他	英会話、エネルギー（電気・ガス） など	

(単位：百万円)



食べログ：各事業の売上推移

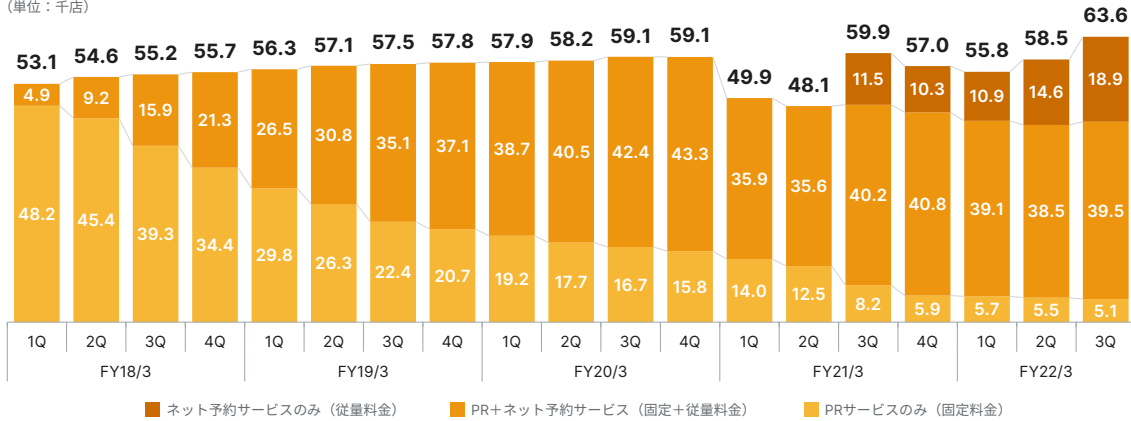
(単位：百万円)



食べログ：有料サービス契約店舗数（四半期末時点）

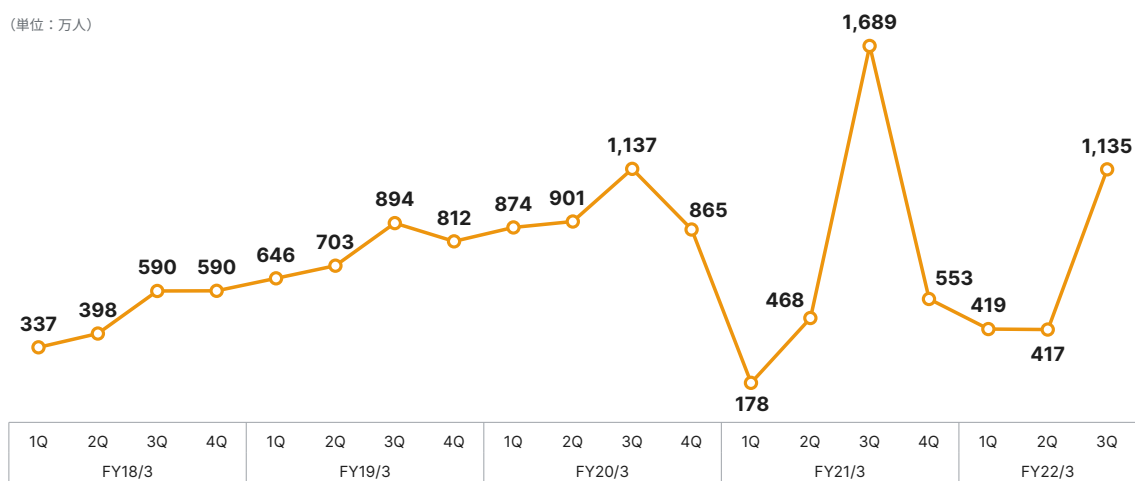
PRサービス	ネット予約サービス
サービス内容：食べログの販促機能の利用 ・大きな写真の掲載、お店のこだわりやコースの紹介 ・食べログ内の標準検索結果における優先表示 手数料：月額固定 ・10,000円、25,000円、50,000円、100,000円	サービス内容：食べログのネット予約機能の利用 手数料：従量 ・ランチ：100円×来店人数 ・ディナー：200円×来店人数

(単位：千店)



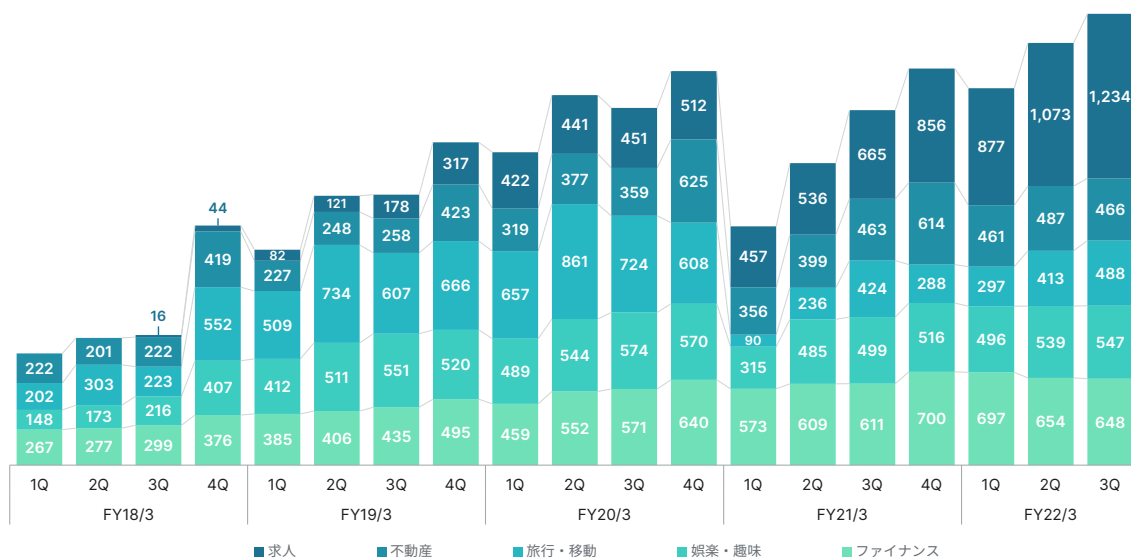
食べログ：ネット予約人数（四半期累計）

(単位：万人)



新興メディア・ソリューション／ファイナンス：各領域の売上推移

(単位：百万円)



会社概要

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	
主な関係会社	株式会社カカコム・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://gaie.jp/
お問い合わせ	https://corporate.kakaku.com/contact/form_jr	

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。