

2023年3月期 第1四半期
決 算 説 明 会

2022.08.03

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。
本日は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、この第1四半期の決算につい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

(単位：百万円)	FY22/3	FY23/3		業績予想	進捗率
	Q1	Q1	YoY		
売上収益	12,021	14,015	+16.6%	64,500	21.7%
営業利益	4,012	5,374	+33.9%	25,900	20.7%
営業利益率	33.4%	38.3%	+4.9pt	40.2%	-
税引前利益	3,967	5,645	+42.3%	25,800	21.9%
親会社の所有者に帰属する当期利益	2,750	4,170	+51.6%	17,600	23.7%

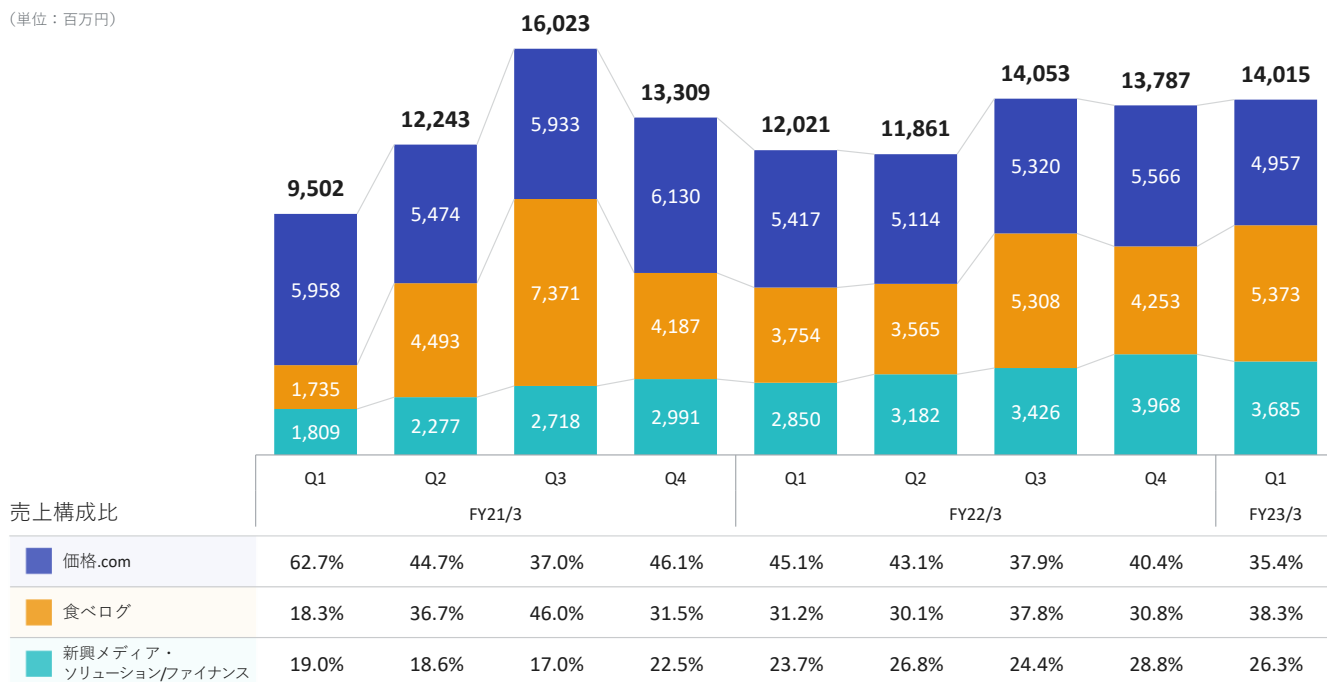
まず3ページ、連結経営成績でございます。

第1クォーターの売上収益は140億1,500万円、昨対比でプラス16.6%。営業利益は53億7,400万円、昨対比でプラス33.9%。営業利益率は38.3%、税引前利益が56億4,500万円、昨対比でプラス42.3%。当期利益につきましては41億7,000万円、昨対比でプラス51.6%という結果になりました。

今期の業績予想に対して、売上で進捗率が21.7%、営業利益が20.7%という結果でございます。

また、上期の業績予想（売上収益295億円、営業利益112億円）に対しては、売上、営業利益も47%台ということで、おおよそ社内計画どおりの結果になっております。

(単位：百万円)



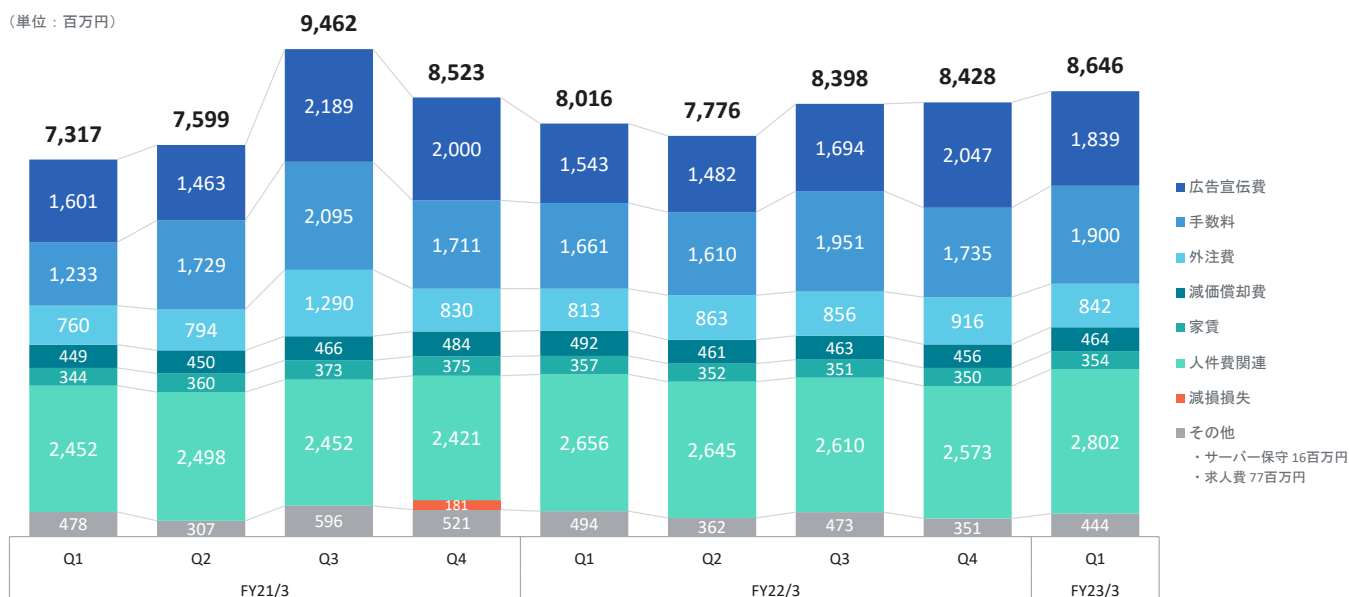
それでは、続いて事業別売上の四半期推移、4ページをご覧ください。

価格.comにつきましては、売上が49億5,700万円、構成比で35.4%、食べログは53億7,300万円、構成比で38.3%、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36億8,500万円、構成比で26.3%となっております。

後ほど事業別の報告でも申し上げますが、社内の計画に対して価格.comは若干ではございますが下回ったものの、新興メディアにつきましては若干上回りました。また、食べログについては概ね予算どおり、計画どおりの仕上がりでございます。

広告宣伝費及び手数料は、食べログ事業の売上回復に伴い増加。

(単位：百万円)



kakaku.com

© 2022 Kakaku.com, Inc.

5

続いて、5ページ、連結営業費用でございます。

広告宣伝費が18億3,900万円、手数料が19億円と、昨対比で伸びております。こちらにつきましては、食べログの売上が回復したことに伴うポイント費用の増加や、営業代理店の費用の増加によるものでございます。

また、人件費が増加しているのは、大卒の新入社員に加えて中途採用も概ね計画どおりにいったということで、第4クォーターと比較しても人件費関連の支出が増えています。その他、賞与の支払によるところも若干ございます。

- 
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)	Q1	YoY
価格.com		4,957	-8.5%
ショッピング		2,113	-6.8%
サービス		1,945	-9.7%
広告		898	-9.9%
食べログ		5,373	+43.1%
飲食店販促		4,621	+57.6%
ユーザー会員		369	-6.0%
広告		360	+14.8%
業務受託に係る収入*		23	-
新興メディア・ソリューション/ファイナンス		3,685	+29.3%
新興メディア・ソリューション		2,962	+37.6%
ファイナンス		723	+3.8%

* 業務受託に係る収入：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。

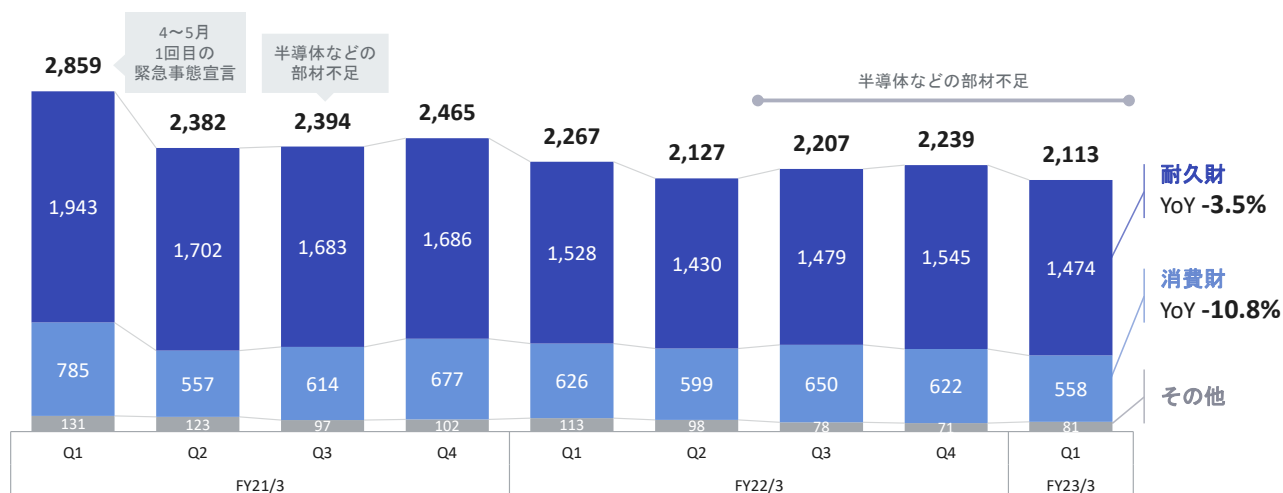
続いて、事業別の経営成績、7ページでございます。

それぞれ詳細は次ページ以降で申し上げますが、価格.comが昨対比マイナス8.5%、食べログについてはプラス43.1%、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プラス29.3%という結果になっております。



ショッピング事業は減収。耐久財は、部材不足に加え中国のロックダウンにより更なる製造・輸送遅延が生じるなど、供給面の問題が長期化している。
消費財は、家具などの巣ごもり需要の高まりが落ち着いた。

ショッピング事業：売上高（単位：百万円）



kakaku.com

© 2022 Kakaku.com, Inc.

8

続いて事業別に、まず価格.comからご説明させていただきます。
価格.comはショッピング、サービス、広告と3つに分類をしております。まず
ショッピング事業の全体について8ページをご覧ください。

第1クォーターは売上が21億1,300万円、耐久財については昨対比でマイナス3.5%、
消費財については昨対比でマイナス10.8%という結果でございます。

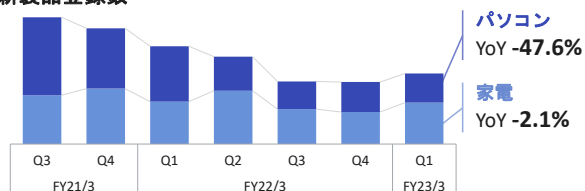
耐久財につきましては、従来からの部材不足に加えて、中国のロックダウンにより
サプライチェーンが若干崩れているということで、供給面の問題が昨年に引き続いて
長期化している傾向がございます。

それから、消費財につきましても、巣ごもり需要の高まりが落ち着いたということ
で、この第1クォーターについてはマイナス10%という結果になっております。

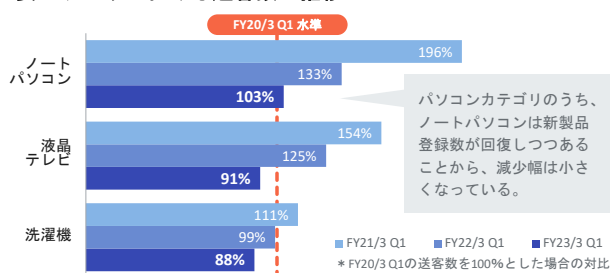
■ 耐久財

パソコン・家電共に新製品の登録数は低水準での推移が続き、送客数がその影響を受けている。

新製品登録数



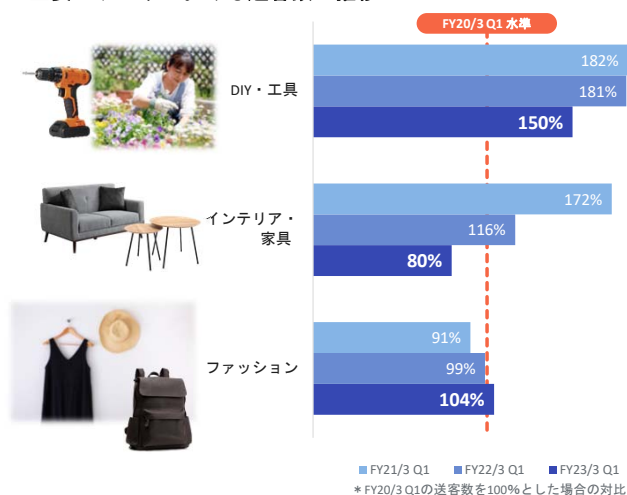
主要カテゴリにおける送客数の推移



■ 消費財

コロナ禍で伸びたガーデニング用品やソファなどの需要は落ち着いた。一方、外出の機会が増えたことにより、ファッションカテゴリはレディースファッションやバッグを中心に回復。

主要カテゴリにおける送客数の推移



ショッピング事業のさらなる詳細について、9ページをご覧ください。

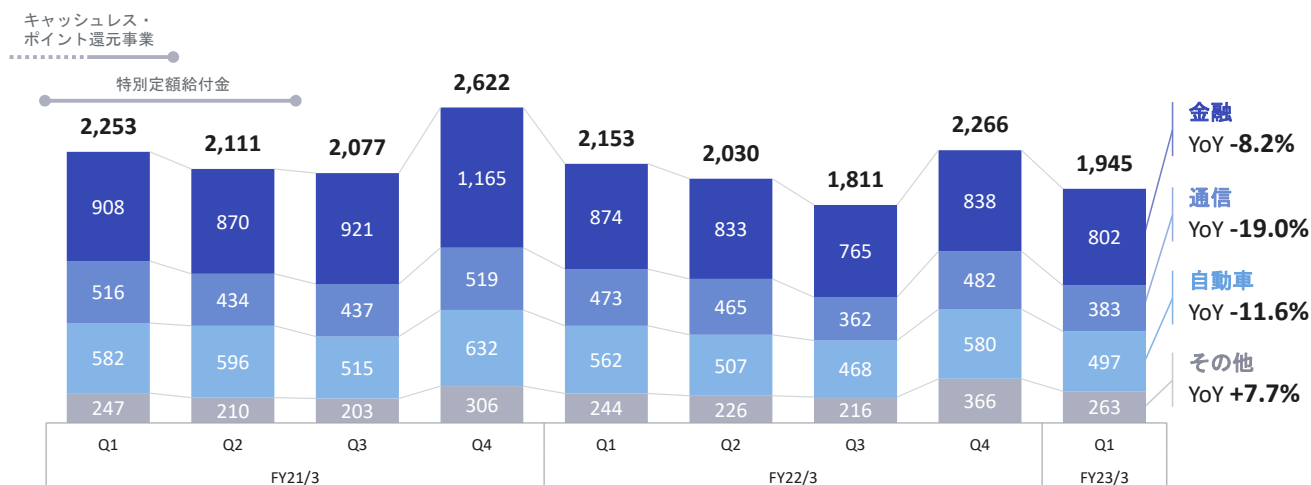
耐久財につきましては、供給面の問題ということを申し上げましたが、新製品登録数に如実に現れております。昨年の第3クォーター、第4クォーターよりは若干多かったのですが、昨年の第1クォーターとの比較で申し上げますと、新製品登録数はパソコンで昨対比マイナス47.6%、家電製品でマイナス2.1%という結果でございました。

昨年、一昨年はコロナの特需を含めたいろいろな影響がありますので、コロナ前の水準で比較いたしますと、送客数の推移が、ノートパソコンは103%、液晶テレビが91%、洗濯機が88%ということで、特に家電製品においてはコロナ前より供給面の問題で送客数も若干マイナスという結果でございます。

それから、9ページ右側、消費財ですが、コロナ中に伸びたガーデニング用品やソファの需要は落ち着いております。今後の見通しは、コロナの回復次第というところもありますけれども、外出の機会が増えたことによって、ファッションカテゴリは回復しております。コロナ前に比べても104%、それからコロナ中の、昨年、一昨年に比べても送客数が増加しております。

サービス事業は減収。金融領域は、一部に持ち直しの動きがあるものの、低い水準で推移。
自動車領域は、引き続き減産や納期遅延など供給面の影響を受けた。

サービス事業：売上高（単位：百万円）



続きまして、価格.comのサービス事業でございます。10ページをご覧ください。

サービス事業の中でも4つに分類しておりますが、クレジットカード、ローンなどの金融領域につきましては昨対比でマイナス8.2%、通信領域におきましては昨対比でマイナス19%、自動車領域はマイナス11.6%、「その他」領域はプラス7.7%という結果でございました。

■ 各領域のトレンド

金融

クレジットカードの発券数は減少。カードローンの申込件数は増加傾向。

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

エネルギーの申込件数、引越しの見積もり件数は増加。

■ 自分に合ったサービスを選びやすくする取り組み例

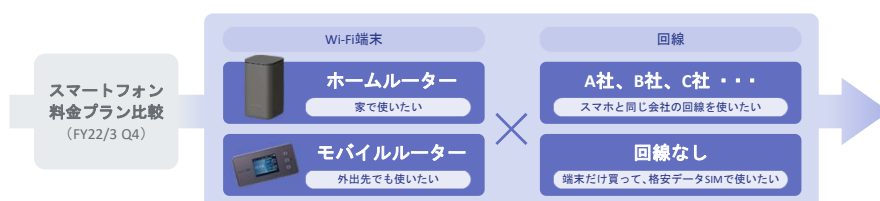
金融：カードローン比較ページ（SP版）

選ぶ時の主なポイントとなる審査時間・融資スピード・実質年率を簡潔に記載。各サービスの特徴も一目で分かるようにアイコンで表示。



通信：Wi-Fi端末×回線の検索がしやすく

ニーズに合った組み合わせを、Wi-Fi端末と回線どちらからも絞り込むことができる。



続いて、サービス事業の各領域については11ページをご覧ください。

まず左側にトレンドを要約しておりますが、金融領域につきましては、クレジットカードの発券数は依然として減少しているものの、カードローンの申込件数は増加傾向にあります。

通信領域は、光回線の申込件数が減少、海外Wi-Fiは若干の売上が生まれているものの、引き続き低い水準で推移をしておりました。こちらにつきましては、コロナのさらなる収束とともに上がっていくと見込んでおります。

次に自動車領域ですが、中古車の在庫確認、見積もりの申込件数および自動車保険の見積もり件数は減少しました。広告事業のパートにおいても申し上げますが、自動車産業が一番部材不足の減産などの供給面の問題の影響が色濃く出ております。それから、「その他」領域ですが、エネルギーの申込件数、引越しの見積もり件数は増加しております。特に、エネルギーにつきましては節電の要請などを受けて、若干申込件数が増えております。

続いて右側、第1クォーター以前に既に終了しているものもありますが、取り組みの進捗についてご説明申し上げます。

まず、金融領域についてはカードローンの比較ページですが、スマートフォン版においてはなかなか比較しにくかったところを、審査時間、融資スピードといった項目を追加することで、より利用していただきやすいサービスになるよう改善しております。

それから、次に通信領域につきましては、ニーズに合った組み合わせをということで、ご自宅の光回線、Wi-Fiルーターに加えて、ホームルーター、モバイルルーター、それからスマホの回線と同じものを使うことによる割引なども含めて、より詳細に検索できるようにという改善を重ねております。

価格.comサイト内に「旅行・トラベル」カテゴリを新設し、国内の宿泊施設が一括で検索・比較できるサービスを開始（6月20日）。

「価格.com 旅行・トラベル」の特長：

- 旅行サイト9社、約2万施設の宿泊プランからの一括検索が可能
- エリア・宿タイプ・こだわり条件（露天風呂付、プール付など）など、多様なニーズやシーンに合わせた検索が可能
- 宿泊プラン一覧、料金表カレンダー、基本情報、口コミ、満足度など豊富な情報を、施設の詳細ページで提供



kakaku.com

© 2022 Kakaku.com, Inc. 12

次に、12ページをご覧ください。

6月20日にリリースした、「価格.com旅行・トラベル」というカテゴリでございます。リリース直後であり売上、利益、その他のKPIのご案内はしていませんが、どのようなサービスを始めたかについてご説明いたします。

旅行サイト9社、約2万施設の宿泊プランからの一括検索が可能ということで、消費財をはじめとする価格.comの他のカテゴリにもあるような、ネットのいろんな情報をアグリゲートしたサービスです。それから、価格.comの特徴でもある「より詳細に、より見やすく」というところで、エリア、宿タイプ、こだわり条件など、いろんなニーズに合わせた検索が可能です。

それから、宿泊プラン一覧、料金表、カレンダー、基本情報、口コミ。特に口コミ、満足度についてはカカコムグループで運営している4travelや他社さんで表示している評価も織り込んだ上で、より深い情報を見られるように、ということでサービスを始めております。

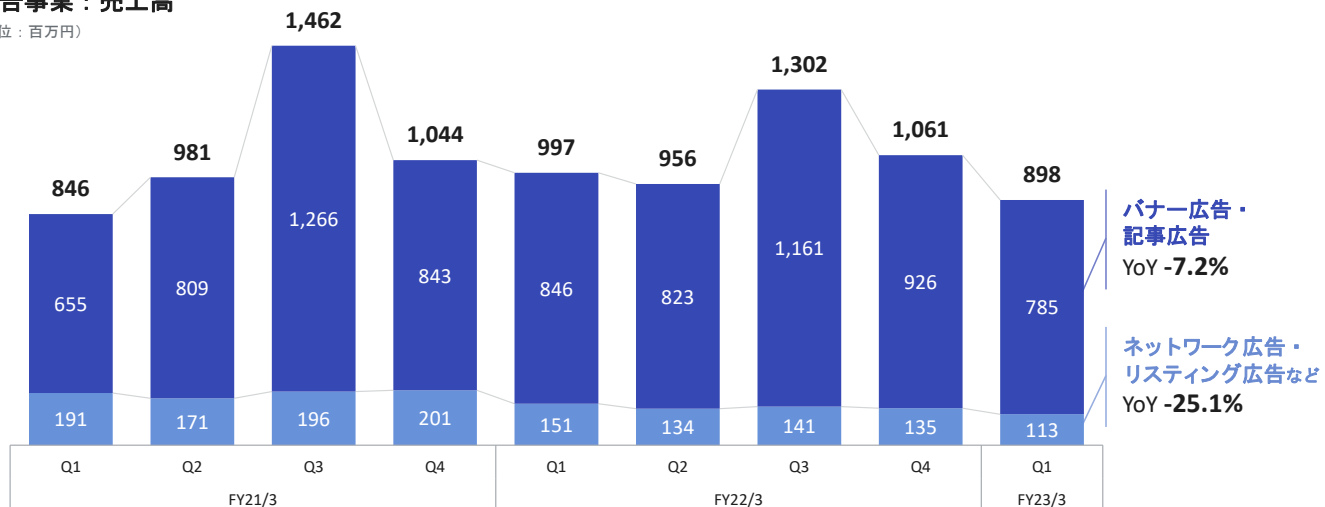
一部キャプチャでご案内をしておりますが、特に地図検索においてはほかにはないほどかなり見やすいものができていると思います。また、ホテル詳細についても多くの写真をはじめ深い情報までお見せすることで、ユーザーさんに満足していただけるサービスを、他の旅行サイトに負けないような情報量とインターフェースで展開してまいります。

※説明の途中で音声が途切れたため、該当部分につき改めて説明を行いました。その際の説明内容の一部を加えております。

広告事業は減収。家電および自動車メーカーの出稿は、部材不足など供給面の問題が長期化し、低調に推移。

広告事業：売上高

（単位：百万円）

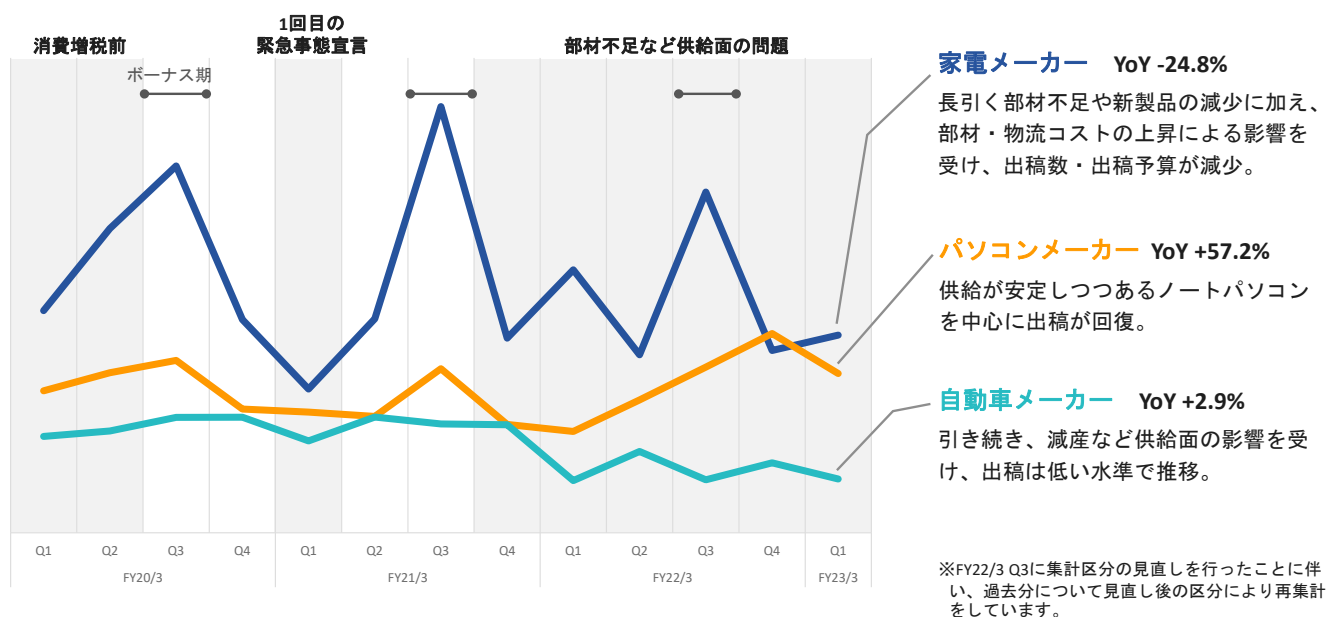


価格.comの最後の部分、広告事業でございます。13ページをご覧ください。

家電および自動車メーカーの出稿は、部材不足など供給面の問題で低調でございました。その結果、この第1クォーターは、バナー広告・記事広告が昨対比でマイナス7.2%となりました。

それから、ネットワーク広告・リスティング広告という、直接営業を伴わないGoogle社の広告を中心にした広告につきましては、マイナス25.1%となりました。ネット広告全体が少し低調であったということは言えるかなと思います。

■ バナー・記事広告：広告主業種別 売上高



kakaku.com

© 2022 Kakaku.com, Inc.

14

続いて14ページには、広告事業における広告主業種別の売上高を示しております。

家電メーカーさんにつきましては、昨対比でマイナス24.8%ということで、特に新製品の減少が広告出稿の予算の減少に強く出ております。

次に、パソコンメーカーさんの広告は昨対比でプラス57.2%ということで、かなり順調に回復しております。先ほど新製品が少ないというお話をさせていただいたんですけれども、ノートパソコンを中心に少しずつ供給量も増えております。パソコンメーカーさんに関しては家電メーカーさんよりも新製品か旧製品かの差別化も少ないことや、需要の高まりもあって、広告についてはかなり回復してきました。

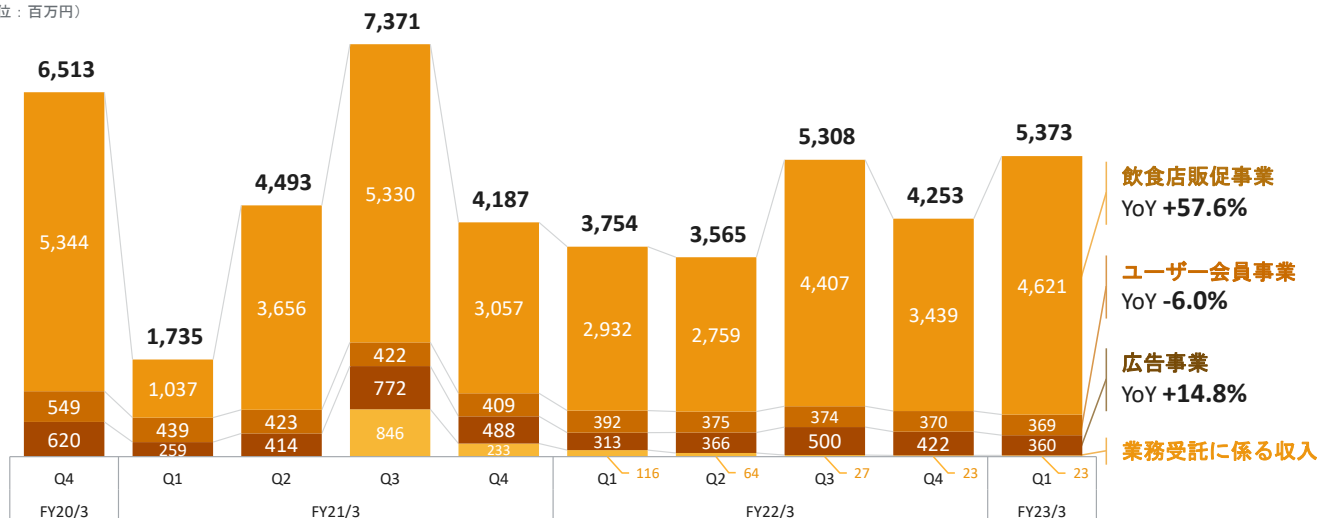
自動車メーカーさんにつきましては、昨対比ではプラス2.9%と微増しているものの、引き続き昨年同様低い水準で推移をしております。



食べログ

食べログ事業は、飲食店販促事業と広告事業が増収。

（単位：百万円）

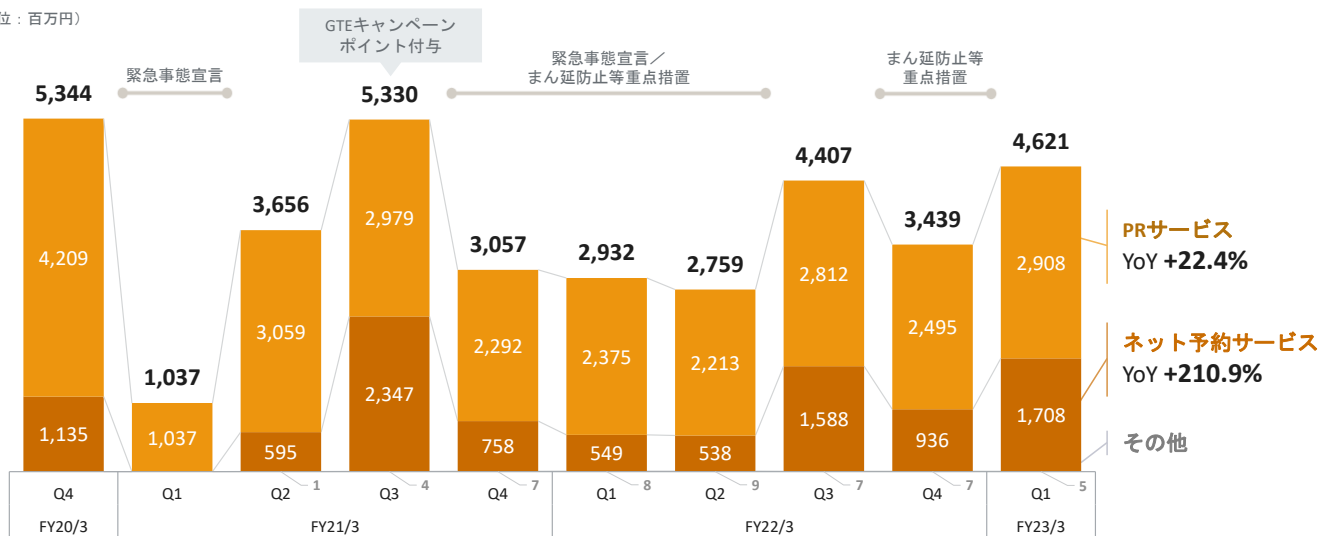


続いて、食べログ事業についてご説明いたします。15ページをご覧ください。

食べログ事業につきましては、全体として概ね社内計画どおりの着地となりました。飲食店販促事業は昨対比でプラス57.6%、ユーザー会員事業がマイナス6%、広告事業については昨対比でプラス14.8%という結果になっております。

飲食店販促事業は、PRサービスとネット予約サービスが共に伸長。

（単位：百万円）



kakaku.com

© 2022 Kakaku.com, Inc.

16

続きまして、16ページをご覧ください。

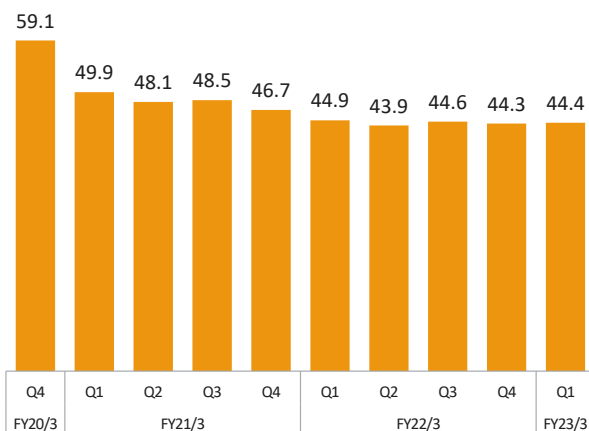
食べログの飲食店販促事業につきましては、PRサービスが昨対比でプラス22.4%、ネット予約サービスにおきましては昨対比でプラス210.9%という結果となっております。

PRサービス：

契約店舗数は微増。まん延防止等重点措置の解除に伴い休会店舗によるPRサービスの利用が再開され、ARPUは回復。

PRサービスの契約店舗数（四半期末時点）

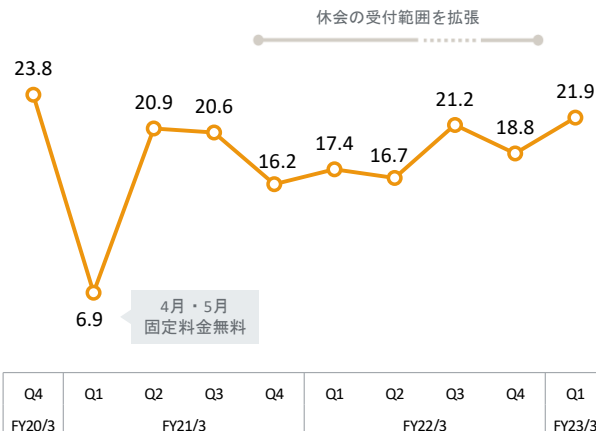
（単位：千店）



* 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

PRサービスにつきまして、その詳細をご説明いたします。17ページをご覧ください。

PRサービスの契約店舗数につきましては、第1クォーター終了時点では4万4,400店舗ということで、第4クォーターよりも若干増えております。

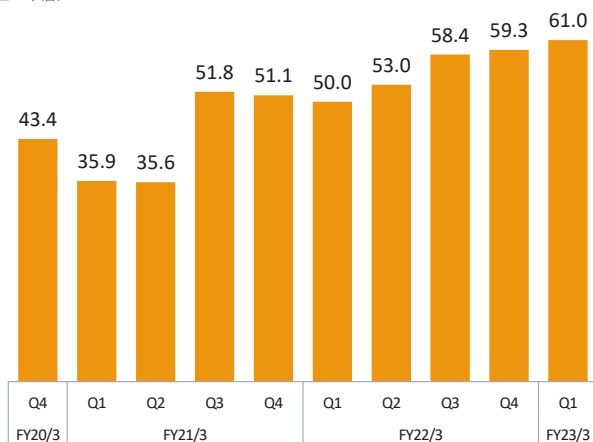
また、右側にございますARPUにつきましては、第1クォーターは緊急事態宣言の発出がなく、休会店舗がなかったことでARPUが上がり、2万1,900円という結果でございました。

ネット予約サービス：

人出の増加に伴い、ネット予約サービスの需要は引き続き高く、契約店舗数はさらに拡大。

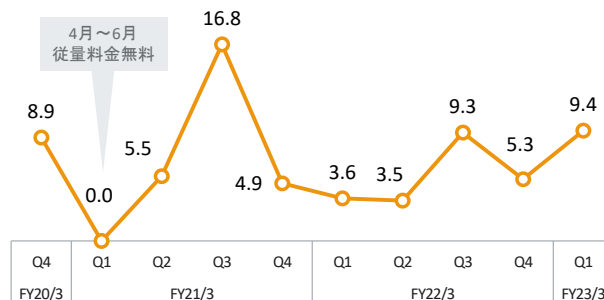
ネット予約サービスの契約店舗数（四半期末時点）

（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、18ページをご覧ください。

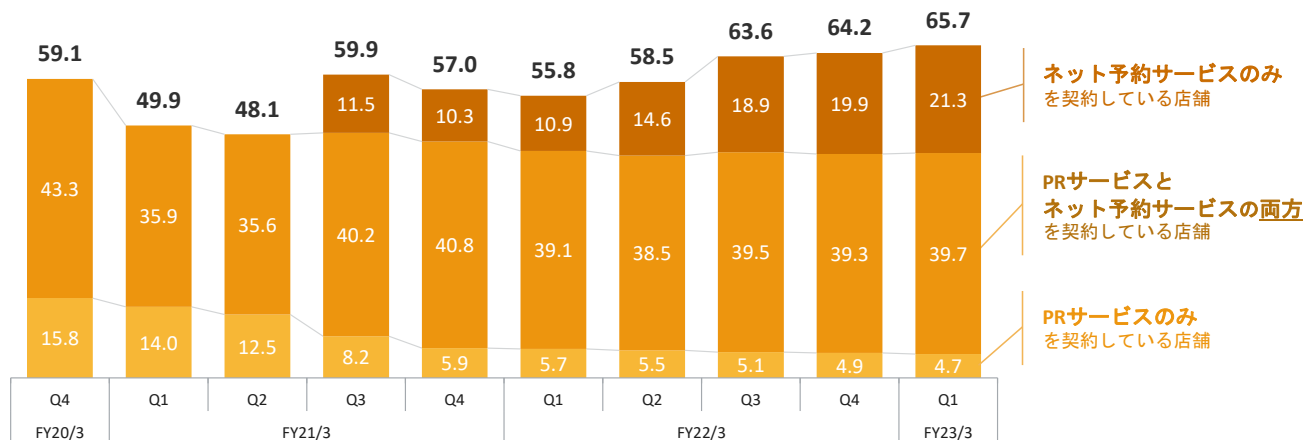
この第1クォーターはコロナからの回復という段階ではございますが、ネット予約サービスの契約店舗数も順調に増えており、第1クォーター終了時点では6万1,000店舗という結果になりました。

また、ネット予約サービスのARPUにつきましては、ネット予約サービス自体の総量が増えているということで、9,400円という結果になっております。去年の第3クォーターと比べると、100円しか増えていないように見えますが、契約店舗数さんが増えていることからARPU自体はこの程度の伸びですが、掛け算としては予定どおりの進捗ができました。

有料サービス契約店舗数は、ネット予約サービスの契約店舗が引き続き増加し、65,700店舗。

有料サービス契約店舗数（四半期末時点）

（単位：千店）



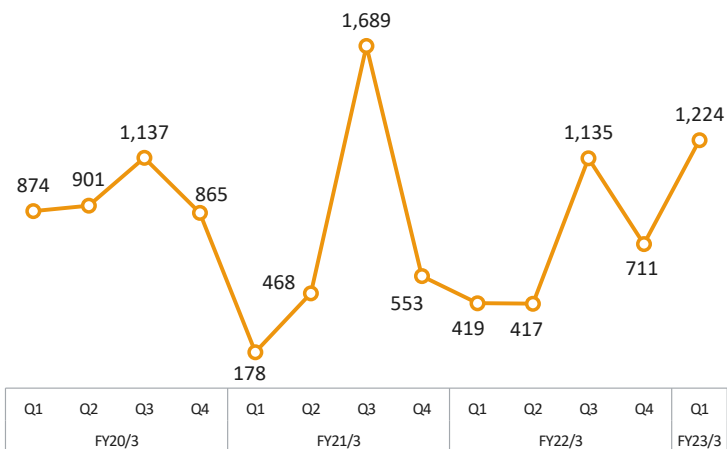
それから、19ページは、ネット予約サービスとPRサービスを合わせた、契約店舗数の全体でございます。

この第1クォーター終了時点の契約店舗数は、6万5,700店舗となりました。

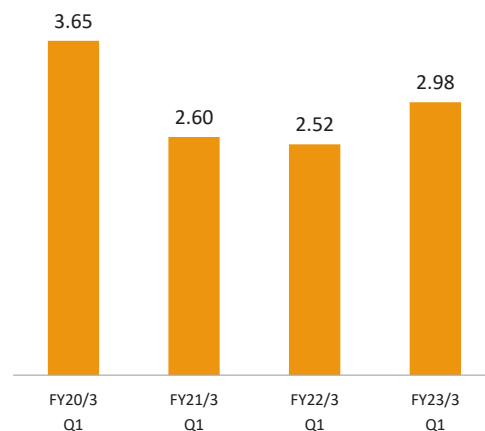
飲食店への時短要請や人数制限が解除されたことによって、ネット予約人数は伸長し、コロナ前（FY20/3）の同期比で40.0%増。また、一組当たり人数は緩やかに回復しつつある。

ネット予約人数（四半期合計）

（単位：万人）



ネット予約における一組当たり人数（四半期平均）



次に、ネット予約の人数の詳細を20ページに記載しております。

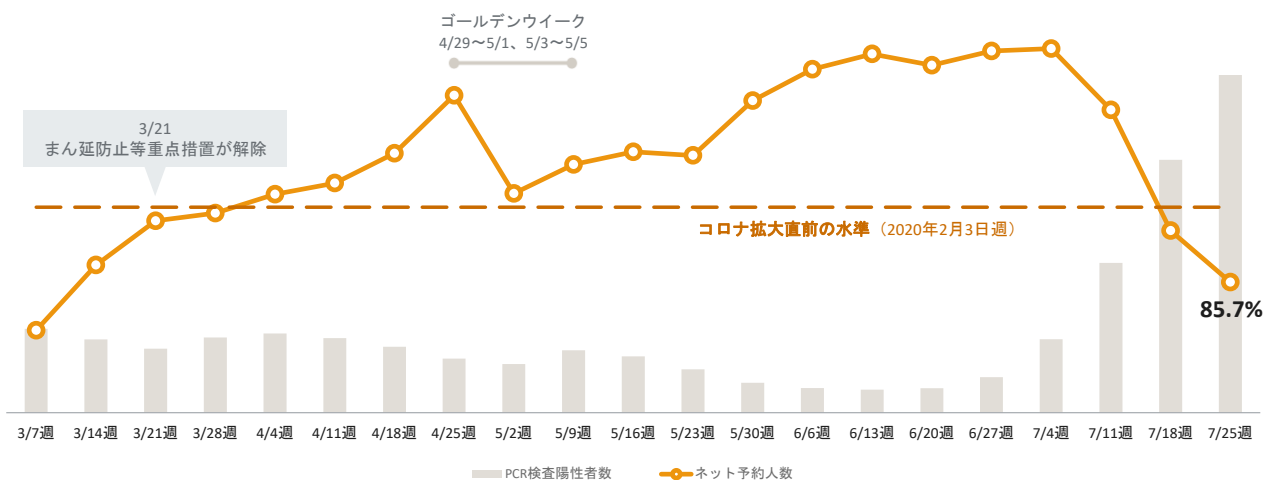
この第1クォーターは、四半期合計でネット予約人数が1,224万人ということで、コロナ前と比べても40%増とかなりの回復を見せております。

また、一組当たりの人数につきましては、コロナ前の水準に戻っているということではないのですが、昨年、一昨年と比べてもかなり増えてきており、この第1クォーターの平均では約3人となりました。

ここまで第1クォーターの食べログの進捗についてご報告いたしました。

足元のネット予約人数は、コロナの感染再拡大によって減少傾向。7月25日週は2年前のコロナ拡大直前の時期の水準を下回っている。

ネット予約人数と感染者数の推移（週合計）



kakaku.com

© 2022 Kakaku.com, Inc.

21

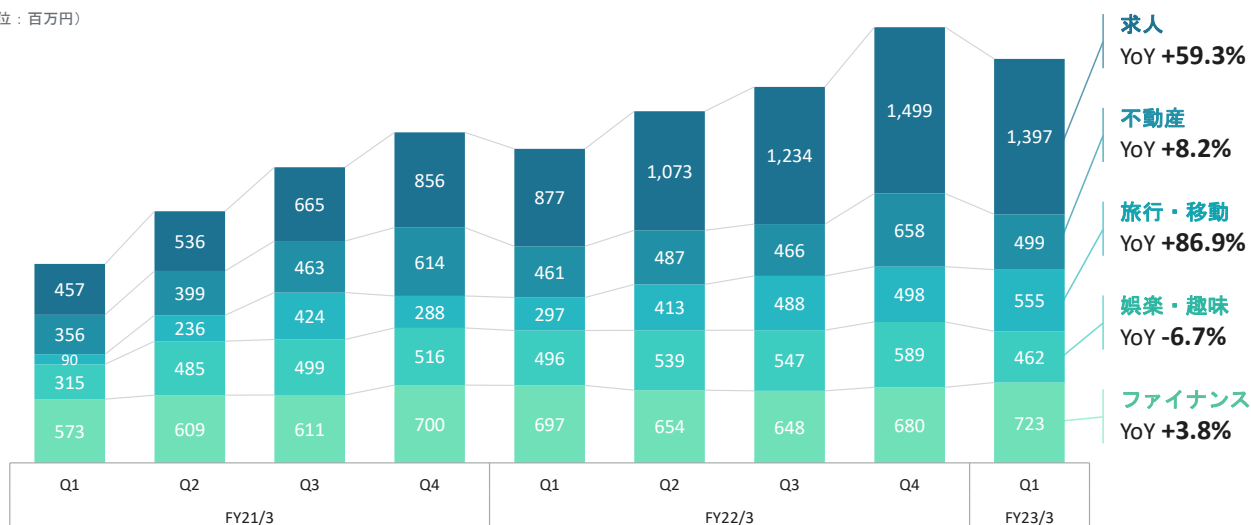
次に、21ページでは、食べログの足元の状況をご報告させていただきます。

足元のネット予約人数は、コロナの感染再拡大によって減少傾向にございます。6月最終週までは増え続けていたものの、7月に入ってから若干減少しておりまして、7月の25日週ではコロナ拡大直前よりも少し少ない85.7%となりました。

ただ、感染者数の伸びとの比較で申し上げるならば、もちろんコロナに感染した、濃厚接触者になった、そういった事情も含めてキャンセル、予約の減少はあるものの、体感よりは実際はそんなに減ってないということは言えるのかなと考えております。

新興メディア・ソリューション／ファイナンス事業は、求人領域が継続的に成長。
旅行・移動領域は回復傾向が続いている。

(単位：百万円)



kakaku.com

© 2022 Kakaku.com, Inc.

22

22ページ以降では、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いたします。

まず、新興メディア・ソリューション／ファイナンスの内訳でございます。

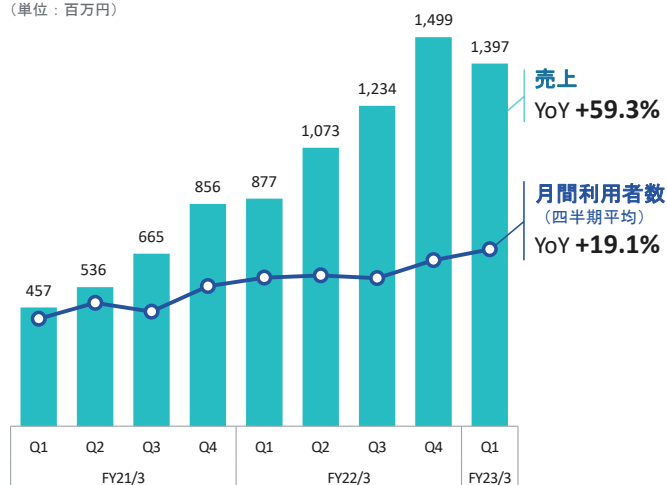
求人につきましては昨対比でプラス59.3%、不動産はプラス8.2%、旅行・移動がプラス86.9%、娯楽・趣味がマイナス6.7%、ファイナンスにつきましてはプラス3.8%という結果でございました。

求人ボックス

求人ボックスは増収。採用市場の回復需要は落ち着きつつあるが、月間利用者数及び広告主数は引き続き伸長。

求人ボックスの売上高と月間利用者数

（単位：百万円）



求人ボックス

アプリのリリース

- 豊富な求人情報や高い検索精度に加えて、アプリならではの機能を提供。
- 6月9日にAndroid版をリリース済み。今期中にiOSアプリもリリース予定。



23ページは、求人でございます。

こちらにつきましては、左のグラフで月間利用者数と売上の推移を示しております。月間利用者数は昨対比でプラス19.1%、また、売上につきましてはコンバージョン、単価の上昇によりプラス59.3%という結果になっております。こちらは社内計画を若干上回る、計画どおりの順調な成長でございました。

右側には、求人ボックスのトピックスとしてアプリのリリースについて記載させていただきました。6月9日に先行してAndroid版をリリースいたしました。今期中にiOSアプリもリリース予定でございます。アプリの利用者を増やすことで、単価、コンバージョンも含めた総合的なKPIをより伸ばしていきたいと考えております。

LCL

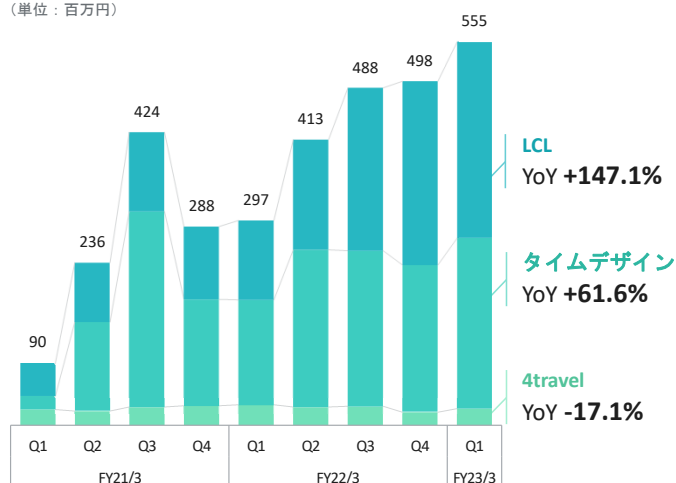
Time Design

4travel.jp

旅行・移動領域は、国内における旅行需要が堅調に回復。

「旅行・移動」関連事業の売上高

（単位：百万円）



各事業の状況

LCL

高速バスの利用者が引き続き増加。祭事など、イベントを楽しむ各地域のバスツアーも復調し、売上はコロナ前水準の8割まで回復。

タイムデザイン

- ・行動制限の解除により、国内DPの利用者数は大幅に伸長し、売上はコロナ前水準を上回った。
- ・国内DP・海外DPの導入施設数は、継続的に増加。

4travel

海外旅行需要の回復が遅れているため、引き続き低い水準で推移。

kakaku.com

© 2022 Kakaku.com, Inc.

24

続きまして、24ページ、旅行・移動でございます。

ゴールデンウィーク、夏休みを含めた旅行需要が堅調に回復しておりまして、バスの比較のLCLについては昨対比でプラス147.1%となりました。右側に記載しておりますように、コロナ前水準の8割まで回復をしております。

タイムデザインにつきましては、国内旅行の利用者数が大幅に伸びておりまして、売上高は昨対比で61.6%、コロナ前水準も上回っております。

それから、4travelは主に海外旅行関連の広告が入るサイトでございますが、海外旅行需要はまだこれからというところもあって、引き続き低い水準で推移をしております。

コロナの再拡大を受けての足元の状況と今後の見通しでございますが、バス旅行についてはなかなか見通しを立てづらいところではございます。タイムデザインの国内ダイナミックパッケージにつきましては、高級リゾートの需要はほぼ施設も満員で減っておりませんので、今のところコロナの再拡大の影響はほとんど出ていないという状況でございます。



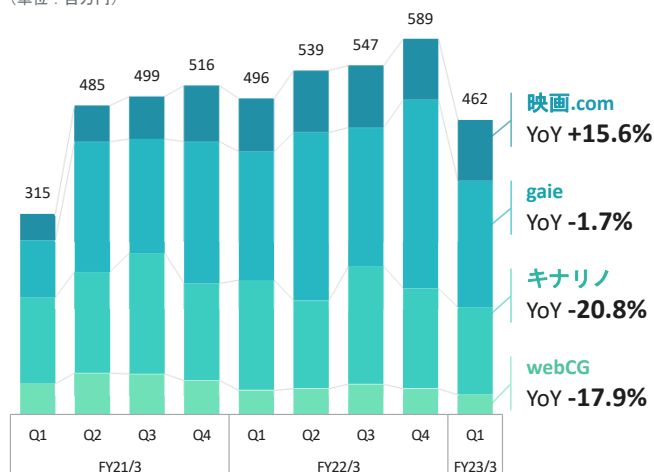
キナリノ



映画.comとgaieは、新作映画の公開が進み、広告出稿が回復。
キナリノは、広告出稿が減少。

「娯楽・趣味」関連事業の売上高

（単位：百万円）



映画.com / gaie

これまで延期されていた大作を含め、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。

動画配信プラットフォームによる広告出稿も継続的に増加。

gaieで宣伝を手掛けた作品の例



続いて、25ページ、娯楽・趣味でございます。

映画.comが昨対比でプラス15.6%、gaieがマイナス1.7%、キナリノが昨対比でマイナス20.8%、webCGについては昨対比でマイナス17.9%という結果になっております。キナリノのマイナス20.8%という結果につきましては、広告市場全体がこの第1クォーターはかなり低調であったということを反映しております。

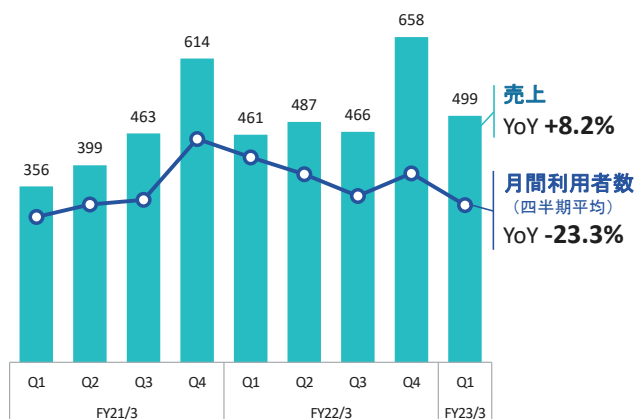
映画につきましては、昨年、一昨年はコロナ禍を受けて大作が少なかったんですが、この第1クォーターにつきましては、広告出稿がかなり回復しました。右側にも三つ記載をしておりますが、これらをはじめとする話題の大作、特にトップガンのヒットもあって、売上が増加いたしました。



スマイティは、細かなサイト改善の積み重ねにより、売上が着実に伸長。

スマイティの売上高と月間利用者数

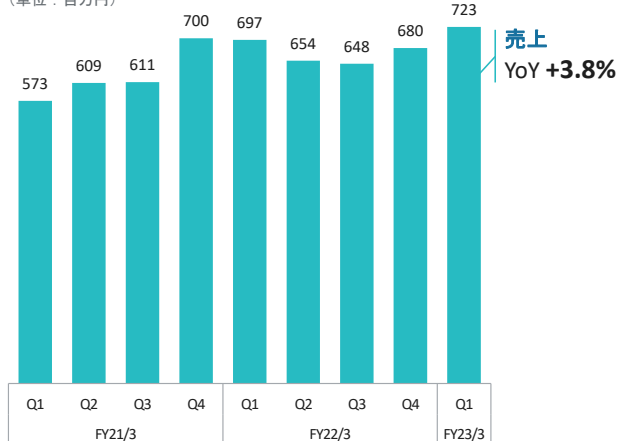
（単位：百万円）



カカコム・インシュアランスは、生命保険の需要の落ち着きを受け、緩やかに成長。なお、契約のオンライン比率は高まっている。

カカコム・インシュアランスの売上高

（単位：百万円）



続いて、最後に26ページ、不動産／ファイナンスでございます。

左側、スマイティについては月間利用者数がマイナス23.3%と減少いたしました。売上はプラス8.2%ということで、概ね社内計画とおりの着地だったかなという感想でございます。

それから右側、カカコム・インシュアランスですが、こちらは一昨年、もしくはその前の年からかなり順調に成長しております。この第1クォーターにつきましても売上は昨対比でプラス3.8%と順調な結果でございました。

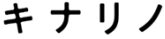
ここまで、事業別の進捗、それから第1クォーターの結果についてご説明いたしました。

- 
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

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	■ 比較検討に必要な情報の網羅性を高める ■ 検索性と機能を改善し、必要な情報を見つけやすく、自分に合ったサービスを選びやすくする
	「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	■ 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	■ 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	■ 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

次に、今後の取り組みについて、いくつかトピックスをご説明させていただきます。

28ページ、29ページは、方針、それから全体的な施策を書かせていただいています
が、具体的な取り組みにつきまして、まず30ページをご覧ください。

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



サービス事業：情報が多く複雑なサービスが選びやすくなるサポートコンテンツの強化
ユーザーの目的・ニーズを入り口として条件を整理し、サービスが探しやすくなるようナビゲーション



価格.comにおいて今、最も注力することということで、中古車、格安SIM、住宅ローンと三つ挙げさせていただいております。

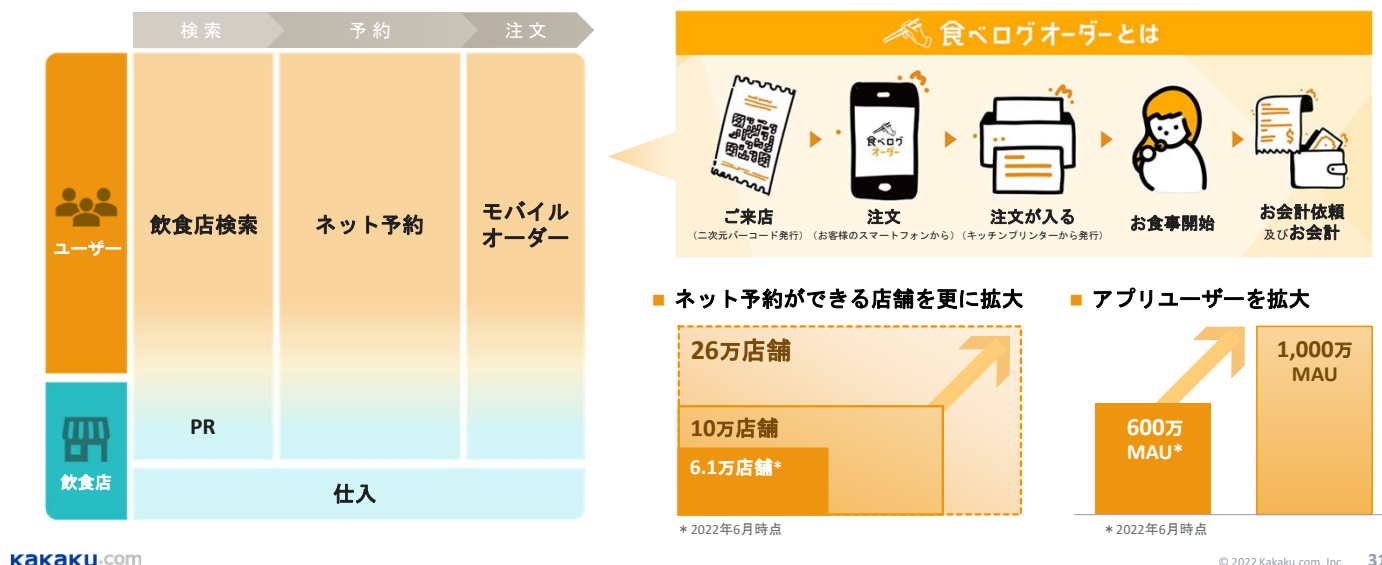
消費者にとっては商品選び、サービス選びが難しい、複雑化しているようなコンテンツについて、例えば中古車につきましてはチャットボット機能を導入するということ、誰にでも絞りやすくなるよう取り組んでまいりました。

それから、格安SIM、住宅ローン、これらにつきましては、やはり全体的な数字、スペックを載せるだけでは読み取りづらいところを、いろいろなガイドを付け加えたり、絞り込みをすることで、もっともっと使いやすく、商品選びをしていただきやすくなるよう取り組んでまいります。

こうした取り組みは今期だけではございません。サービスが複雑化しておりますので、きちんと消費者のニーズに応えられるようなコンテンツを今後も追求していきたいと考えております。



「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



続いて31ページでは、食べログの今後の取り組みをご案内させていただいております。

左側の表ですが、ユーザーさんにとっても、飲食店さんを探す、予約するという機能をよりハイブリッドにしていきます。それから、飲食店さんに対しても、主にDX化を進めることで、もしくは食べログの広告サービスを使っていただくことで、より効率的に運営していただく。これらを合わせて、外食産業の更なる活性化の一助になればと考えております。

この中で一つ、7月26日にプレスリリースをいたしました、モバイルオーダーをピックアップしております。

本番の営業、運用はこれからでございますが、サービスを開始させていただいております。既に大手のチェーン店さんにおいては（同様のサービスが）導入されていますが、今回食べログにおいて提供するサービスの特長としては、店員さんにアナログで注文をしてアナログで決済をするということではなくて、お店に置いてあるタブレットではなく、ご自身のスマホから注文をして決済まで終わらせることができるという点が挙げられます。

ユーザーさんにとっては店員さんと呼ぶ手間といったところをより効率化してご注文いただけるように、それから飲食店さんにとっても人件費の削減を含め更に効率的に店舗を運営していただくことができるように、こうしたことを含めて、もっともっと外食が豊かになるように、ということでこちらのサービスをリリースしております。

それから、ページの下にございます表は、前回お示ししているものと同じでございます。今、6万1,000店舗の飲食店さんと契約をさせていただいておりますが、こちらを26万店舗の食べログと契約する可能性がある店舗さんに向けて、より一層拡大していきたいと考えております。

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

仕事選びのための情報充実と機能改善

- 引き続き、見やすさ・探しやすさを追求
- 求人情報の正確性・最新性を保つ取り組みを継続
- 仕事探しに関する記事など、独自コンテンツを拡充
- 求人への応募をサポートする機能などの拡張

取引先を拡張し、仕事選びの選択肢を増やす

- 求人広告の柔軟な運用をサポートする機能や仕組みを拡張



32ページは求人ボックスの説明をしております。

左側では、我々がどういうコンテンツを追求しているかということをご説明しております。右側は前回も載せていた画ですけれども、もっともっと認知を高める、もしくは求人ボックスをご利用いただいているユーザーさんにもイメージを高めていただくということを目的として、一部動画広告の配信を、YouTubeさんを中心に始めていまして、これは今後も続けていく予定でございます。

次ページ以降は参考資料ということで、特に大きな変更はございませんが、いろいろな指標を載せておりますので、ご覧いただければと思います。

第1クォーターの結果および事業進捗についてご説明をさせていただきました。ありがとうございました。

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

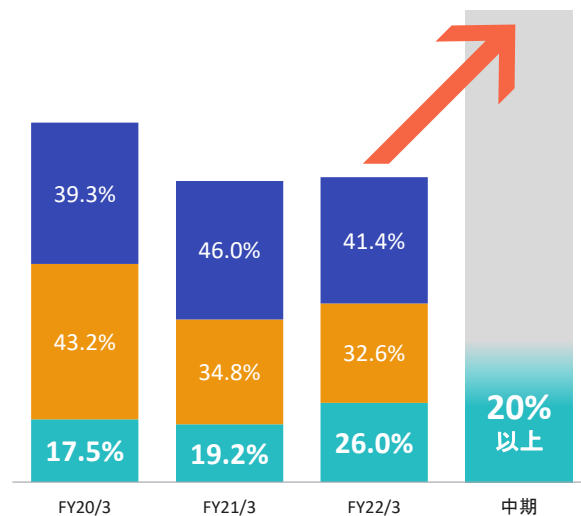
納得感のある購買・消費行動のために、サイトの改善と情報の拡充を重ね、有意義な情報を提供。

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。



- 
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

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

- 成長を促進するキャリアの開発支援
- 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

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

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

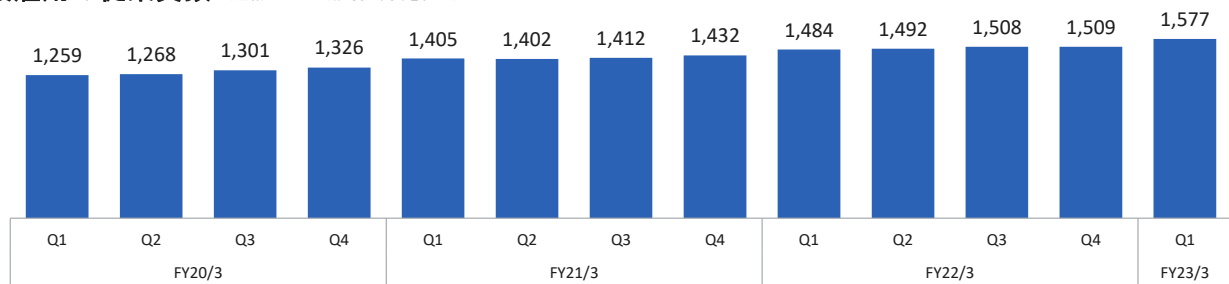
	FY18/3	FY19/3	FY20/3	FY21/3	FY22/3
自己資本比率 *1	78.5%	79.1%	67.8%	66.1%	68.0%
ROE *2	45.7%	45.1%	44.0%	26.2%	30.1%
一株当たり配当 (円)	32	36	40	40	40
配当総額 (億円)	68	75	83	82	82
配当性向	43.3%	45.2%	45.3%	70.0%	57.4%
自己株式の取得 (億円)	108	30	80	0	50
総還元性向 *3	112.2%	63.1%	88.8%	70.0%	92.3%

* 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

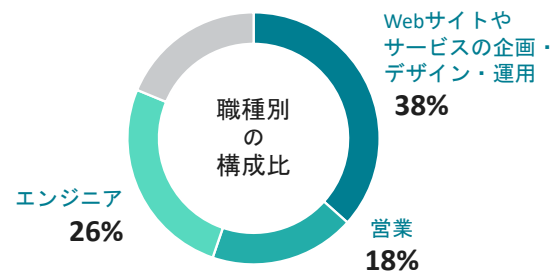
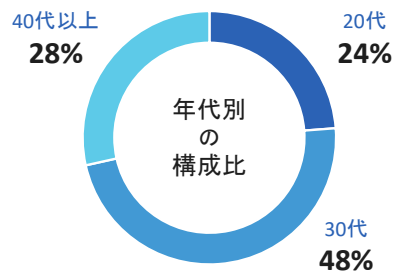
* 2 ROE(親会社所有者帰属持分当期利益率)=親会社の所有者に帰属する当期利益÷親会社の所有者に帰属する持分合計(期中平均)×100

* 3 総還元性向(配当支払総額÷自社株買い総額)÷親会社の所有者に帰属する当期利益×100。なお、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。

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 (2022年6月時点)

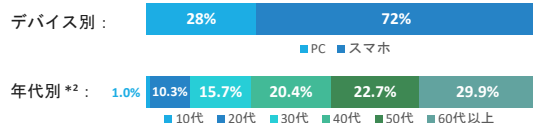


インターネット・メディア ファイナンス	価格.com	ショッピング クリック数や販売実績に応じた手数料収入 【取引先】ECモール、ECショップ、家電量販店 など	サービス 通信、金融サービス等の申込件数等に応じた手数料収入 【取引先】サービス事業者 など	広告 バナー、テキスト広告、検索連動広告等の広告収入 【取引先】メーカー、サービス事業者 など
	食べログ	飲食店販促 販促サービス(月額固定)とネット予約(従量)による手数料収入 【取引先】飲食店	ユーザー会員 コンテンツ利用に応じた手数料収入 【取引先】ユーザー	広告 バナー、テキスト広告、企画型広告等の広告収入 【取引先】メーカー など
	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*1：5,344万人（2022年6月時点）



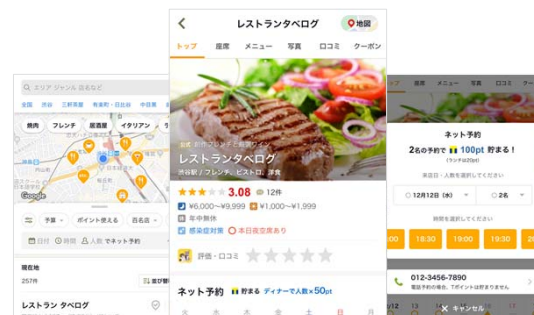
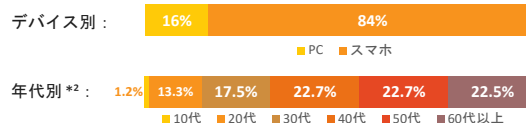
*1 月間利用者数に関して：サイトを訪れた人をブラウザベースで数えた人数であり、1か月の間に複数回訪問した人も1人と数えた場合の正味の人数です。モバイル端末のウェブページ高速表示に伴う利用者数の重複や、第三者による自動収集プログラムなどの機械的なアクセスについては可能な限り排除して計測しています。なお、2022年2月をもちまして食べログのAMP（Accelerated Mobile Pages）対応は終了しました。

*2 年代別のユーザー属性は2022年5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*1：9,325万人（2022年6月時点）



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

ライフスタイルメディア



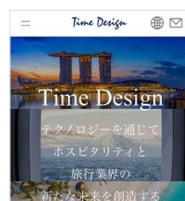
バス比較なび

全国の高速バス・夜行バス、
バスツアーの料金比較サイト



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





クルマ好きのための
情報サイト



写真共有サイト



宿泊旅行の情報メディア



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



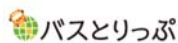
FX関連情報と為替相場
解説・予想サイト



仮想通貨とブロックチェーンに
関連する情報サイト



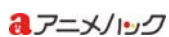
国内移動・海外航空券
最安値比較サイト



高速バス・バスツアー
お役立ち情報メディア



映画等のデジタル・
プロモーションエージェンシー

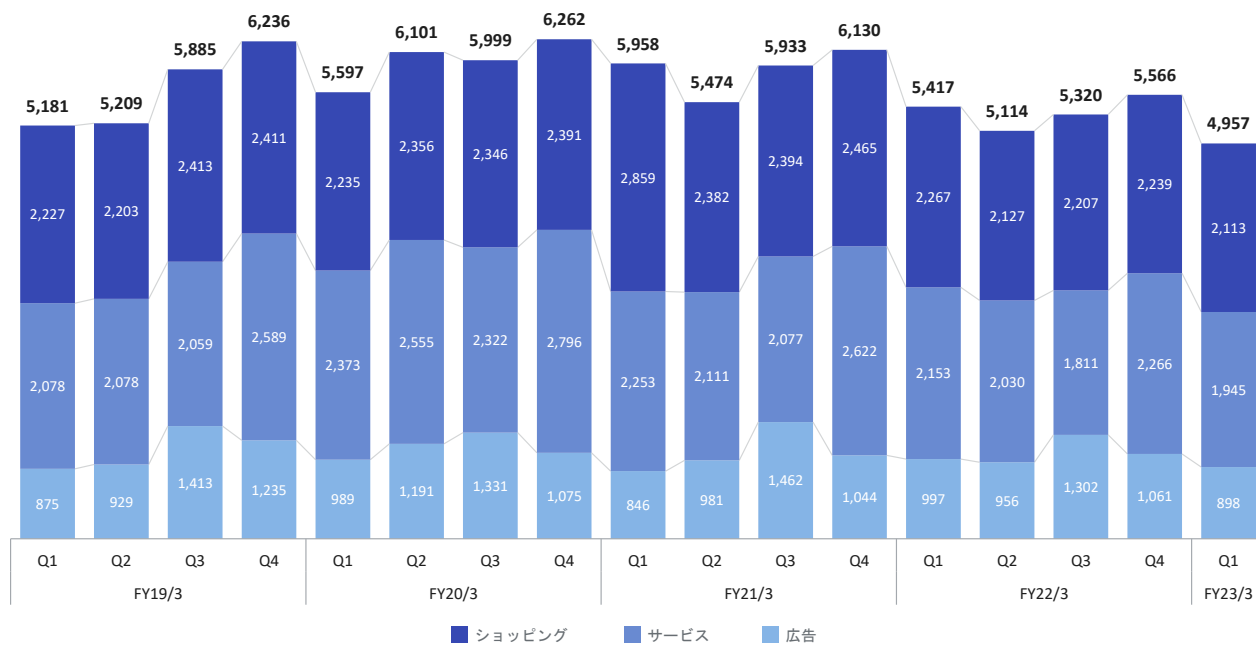


アニメの総合情報サイト



ホラー映画専門
配信サービス

(単位：百万円)



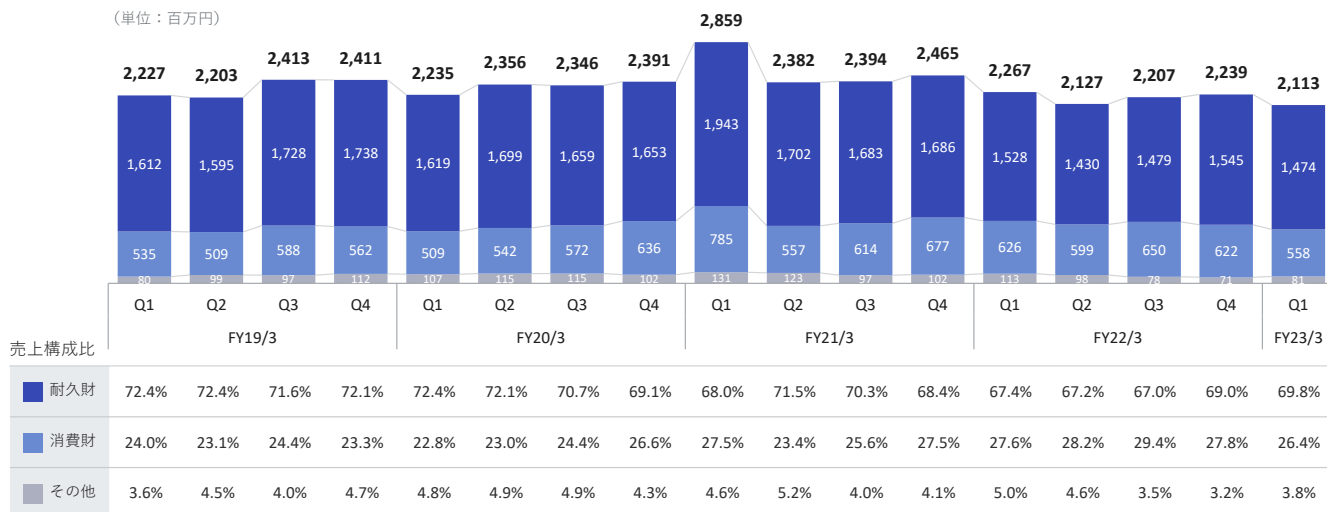
ショッピングの主な商品カテゴリ

ビジネスモデル

耐久財	パソコン、家電、カメラ など
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

クリック数や販売実績に
応じた手数料収入

(単位：百万円)



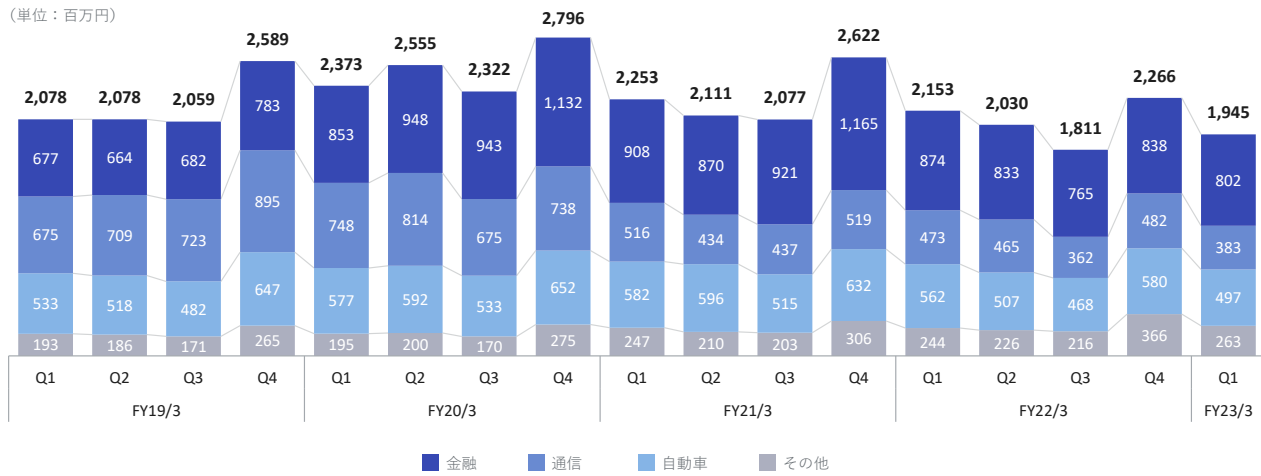
サービスの主なカテゴリ

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
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

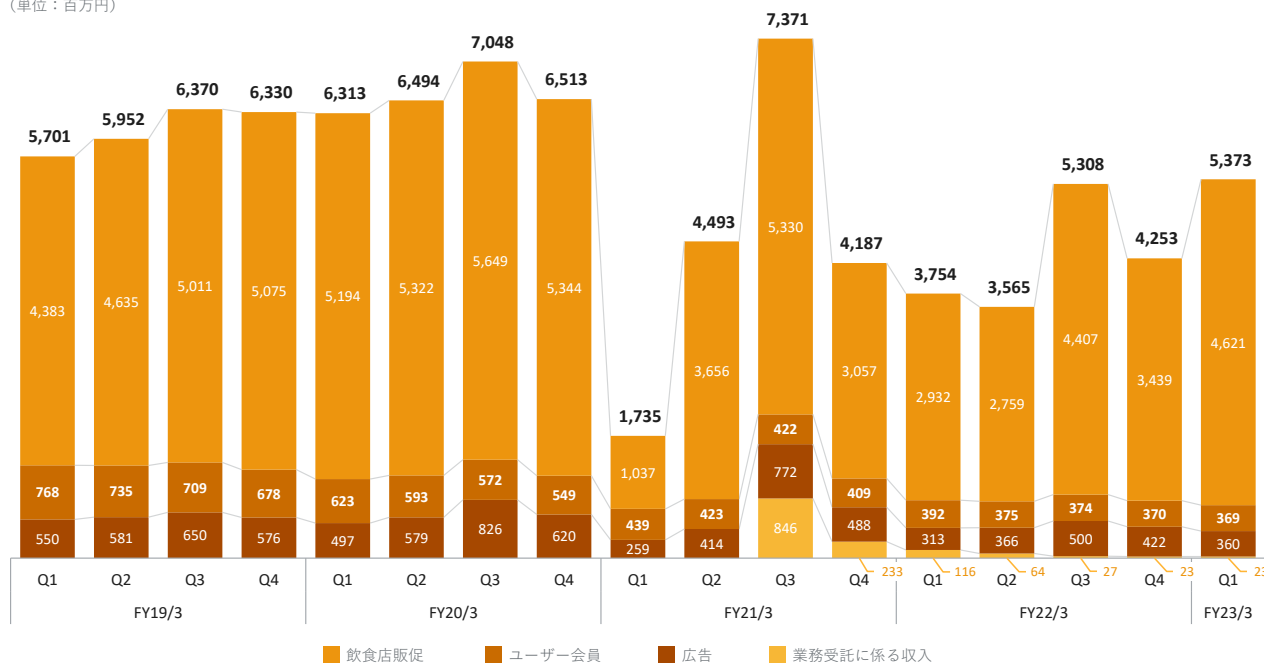
問合せや申込件数等に応じた
手数料収入

(単位：百万円)



食べログ：各事業の売上推移

(単位：百万円)



PR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

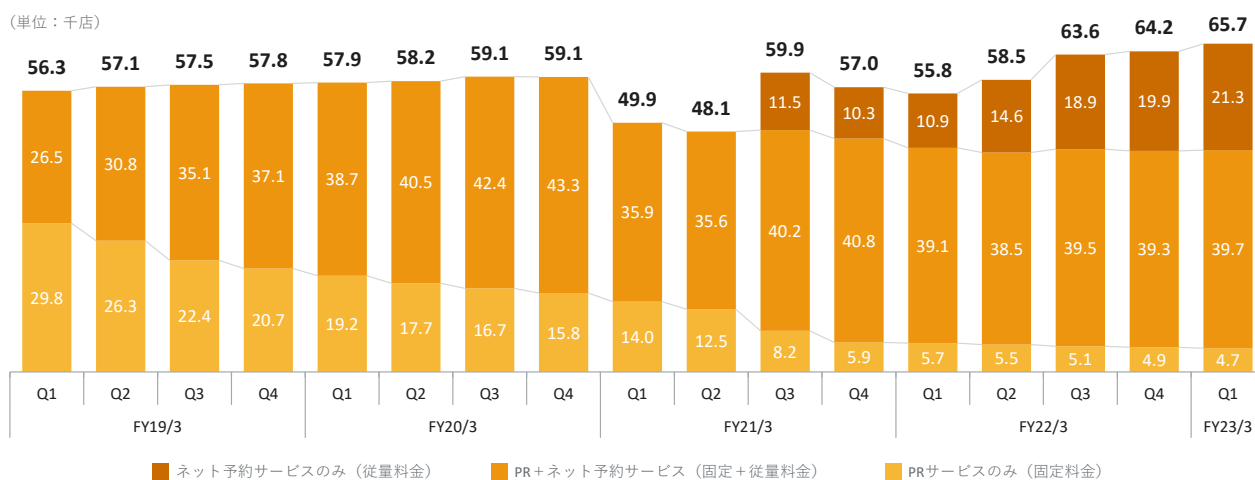
ネット予約サービス

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

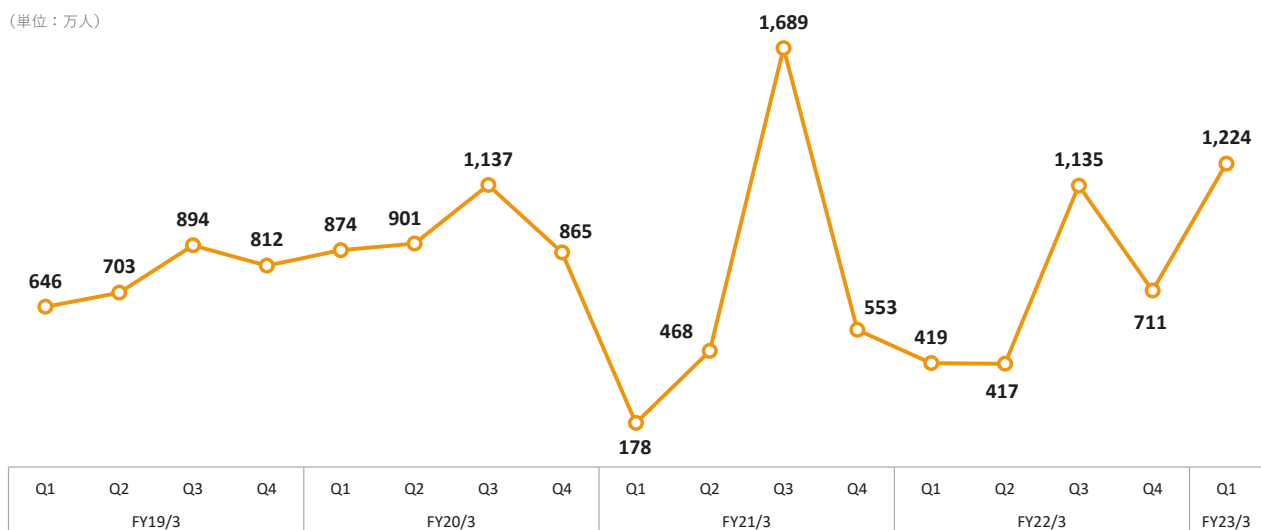
- ランチ：100円×来店人数
- ディナー：200円×来店人数

（単位：千店）



食べログ：ネット予約人数（四半期合計）

（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 プライム市場	
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_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。