

こんにちは。カカクコムの畑でございます。本日もよろしくお願いいたします。

早速ではございますが、2023年3月期第2四半期決算説明会の資料にのっとってご報告申し上げます。

1. 連結経営成績

- 2. 事業別経営成績及び事業進捗
- 3. 今後の取り組み
- 4. 参考資料

Kakaku.com

2022 Kakaku.com, Inc.

2

連結経営成績 FY22/3 FY23/3 上期 Q2 YoY (単位:百万円) YoY 売上収益 11,861 23,882 14,225 +19.9% 28,240 +18.2% 64,500 43.8% 営業利益 4,109 5,533 10,906 25,900 8.121 +34.7% +34.3% 42.1% 営業利益率 34.6% 34.0% 38.9% +4.3pt 38.6% +4.6pt 40.2% 税引前利益 4,060 8,027 5,685 +40.0% 11,330 +41.1% 25,800 43.9% 親会社の 所有者に帰属 3.024 5,774 3,876 +28.2% 8,046 +39.3% 17.600 45.7%

まず資料3ページ、連結経営成績をご覧ください。

する当期利益

kakaku.com

第2クォーターは売上収益が142億2,500万円、昨対比でプラス19.9%、営業利益が55億3,300万円、昨対比でプラス34.7%、営業利益率は38.9%、昨年より4.3ポイント改善をしております。

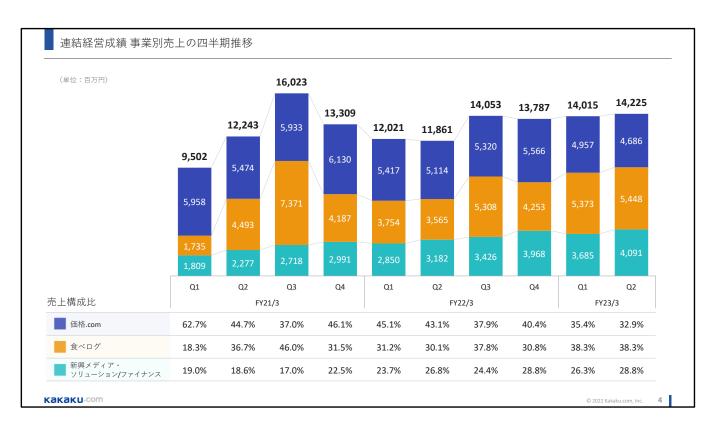
税引前利益につきましては56億8,500万円、当期利益については38億7,600万円という結果になりました。

次にその右側、上期でございますが、上期では、売上収益が282億4,000万円、昨対比でプラス18.2%、営業利益が109億600万円、対比でプラス34.3%、以下、営業利益率が38.6%、税引前利益が113億3,000万円、当期利益が80億4,600万円という結果になっております。

更にその右側は業績予想に対する進捗率ですが、売上では43.8%、営業利益では42.1%という結果になっております。

こちらの資料には、上期の予想に対する達成率は記載がございませんが、上半期の予想に対しては、売上が95.7%、営業利益が97.4%、税引前利益につきましては102.1%、当期利益では105.9%という結果になっております。

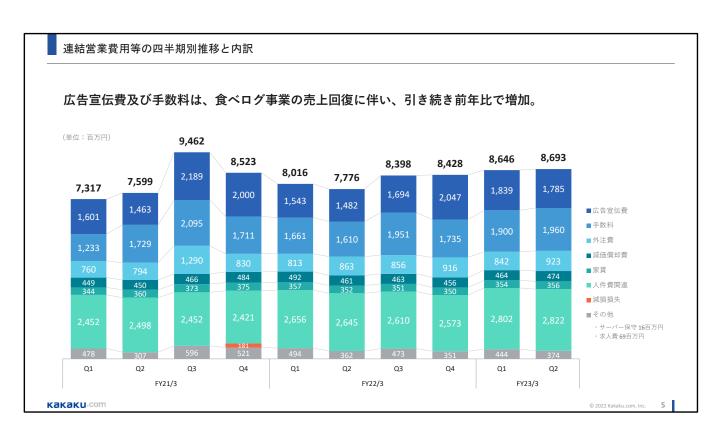
営業利益ベースでは97.4%で、若干上期の予想に達しませんでしたが、全ての指標が、おおむね計画に近い仕上がりとなっております。



次に、事業別の売上でございます。4ページをご覧ください。

第2クォーターの売上構成比は価格.comが全体の32.9%、食べ口グが38.3%、新興メディア・ソリューション/ファイナンスが28.8%となっております。

後ほど事業別のところでご説明いたしますが、価格.comが若干低調でございましたが、その分を食べ口グ及び新興メディア・ソリューション/ファイナンスでカバーしたという第2クォーターでございました。



次に5ページ、連結営業費用の内訳でございます。

昨対比で申し上げると、第2クォーターは広告宣伝費及び手数料が増加しておりますが、こちらは食べ口グ事業の売上回復に伴うものでございまして、コロナ前のお金の使い方、ビジネスモデルと大きな変化はございません。

	1. 連結経営成績	
	2. 事業別経営成績及び事業進捗	
	3. 今後の取り組み	
	4. 参考資料	
какаки.com		© 2022 Kakaku.com, Inc. 6

事業別経営成績

(単位:百万円)	Q2	YoY	上期	YoY
価格.com	4,686	-8.4%	9,643	-8.4%
ショッピング	1,910	-10.2%	4,024	-8.4%
サービス	1,891	-6.9%	3,836	-8.3%
広告	885	-7.5%	1,783	-8.7%
食べログ	5,448	+52.8%	10,821	+47.9%
飲食店販促	4,620	+67.5%	9,242	+62.4%
ユーザー会員	366	-2.4%	735	-4.2%
広告	444	+21.2%	804	+18.3%
業務受託に係る収入*	18	-	40	-
新興メディア・ソリューション/ファイナンス	4,091	+28.6%	7,776	+28.9%
新興メディア・ソリューション	3,367	+33.2%	6,329	+35.2%
ファイナンス	724	+10.7%	1,447	+7.1%

*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。

kakaku.com

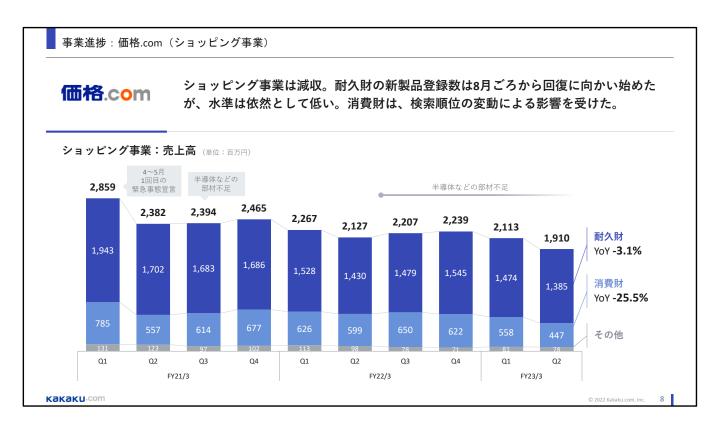
© 2022 Kakaku.com, Inc.

次に、もう少し詳しく、事業別の経営成績、上期トータルでの数字についてご説明いたします。

価格.comにつきましては、ショッピング、サービス、広告ともに、昨対比でマイナス8%台の結果になりました。

食べ口グの飲食店販促事業はプラス62.4%、食べ口グ全体でも昨対比でプラス47.9%という結果でございました。

それから、新興メディア・ソリューション/ファイナンスは、昨対比プラス28.9% で、おおむね計画どおりでございます。



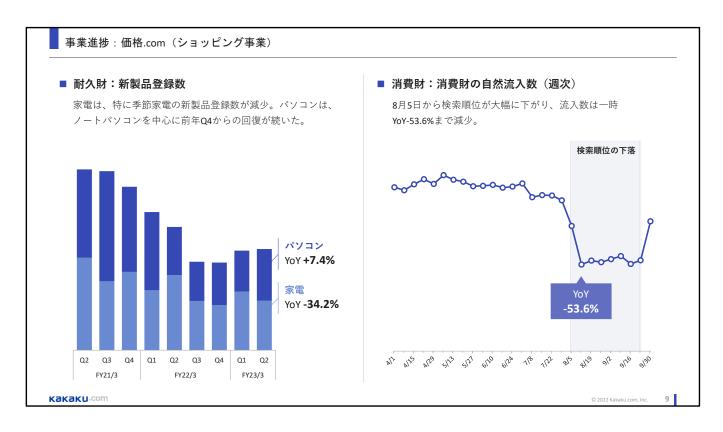
それでは、個別の事業について、まず価格.comのショッピング事業からご説明いたします。

8ページが、一昨年の第1クォーターからの売上の推移ございますが、この第2 クォーターは耐久財で昨対比マイナス3.1%、消費財で昨対比マイナス25.5%という結果でございました。

特に耐久財につきましては、新製品登録数が8月頃から回復に向かい始めているものの、依然として水準は低い、新製品がなかなか出ないという結果となりました。

こちらは主に半導体などの部材不足であるとか、原材料費の高騰によるものが非常に大きい要因でございます。

消費財につきましては、検索順位の変動による影響を受けておりまして、これは続く9ページでご説明を申し上げます。



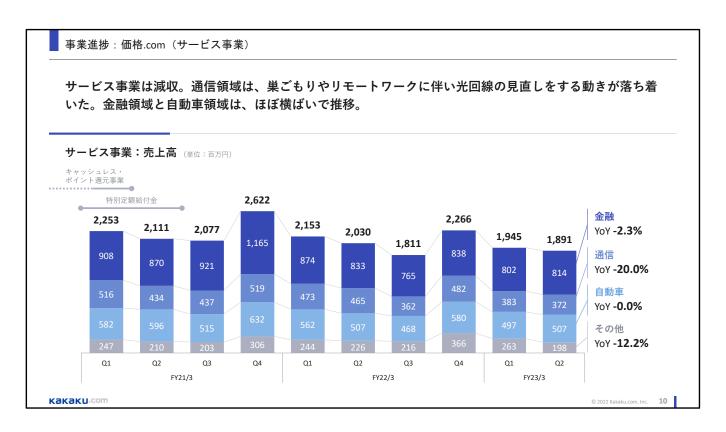
まず左側、耐久財の新製品登録数でございますが、パソコン関連製品は昨対比プラス7.4%で回復傾向にあるものの、家電製品におきましては昨対比マイナス34.2%で、新製品登録数はパソコンと家電を合わせると第1クォーターよりは増えているものの、まだ回復途中であるという状況でございます。

次に、右側、消費財における検索エンジンからの自然流入数を示しておりますが、 8月5日頃からアルゴリズムの変更であるとか、そういった要因もあり、大幅に検 索順位が下がり、自然流入数が減少しました。

8月の中頃には昨対比マイナス53.6%と非常に落ち込みまして、こちらが第2クォーターの消費財の売上、マイナス25.5%の直接的な要因でございます。

今現在、まだ戻り切ってはいないものの、こちらのグラフで示しているとおり、 9月の最終週で急激に自然流入数を上げております。

元の水準に戻る時期などについて明確なことは申し上げられませんが、いったん 下がった順位はおおむね回復しつつあるという状況でございます。



次に、価格.comのサービス事業について、10ページをご覧ください。

こちらは金融、通信、自動車、その他という区分をしております。

金融につきましては昨対比マイナス2.3%、通信につきましては昨対比マイナス20%、自動車につきましては昨対比横ばい、その他は昨対比マイナス12.2%という結果でございました。

事業進捗:価格.com(サービス事業) ■ 各領域のトレンド ■ 海外Wi-Fiの申込件数と海外渡航者数の推移 帰国時の水際対策の緩和に伴い、渡航者数とともに、海外Wi-Fiレンタルの申込 金融 件数も、韓国やハワイなど人気の高い渡航先での利用を中心に増加傾向。 住宅ローンの申込件数及びクレジット カードの発券数は減少。カードローン 海外Wi-Fiの申込件数はコロナ前同期 (FY20/3 Q2) の の申込件数は、QoQでみると3四半期 13.7%まで回復 連続で回復。 通信 光回線及び格安SIMの申込件数は減少。 海外Wi-Fi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。 Q1 02 03 04 Q1 FY22/3 FY23/3 渡航者数* ◆ 海外Wi-Fiの申込件数 エネルギーの申込件数及びオンライン

次に、11ページ、各領域のトレンドでございます。

英会話の申込件数は減少。

kakaku.com

金融領域につきましては、住宅ローンの申込件数、クレジットカードの発券数が減少しております。ただ、カードローンの申込件数は3四半期連続で回復し、こちらはコロナの回復とともにますます上がっていく傾向にあると考えております。

* 法務省「出入国管理統計統計表、出入(帰) 国者数」より

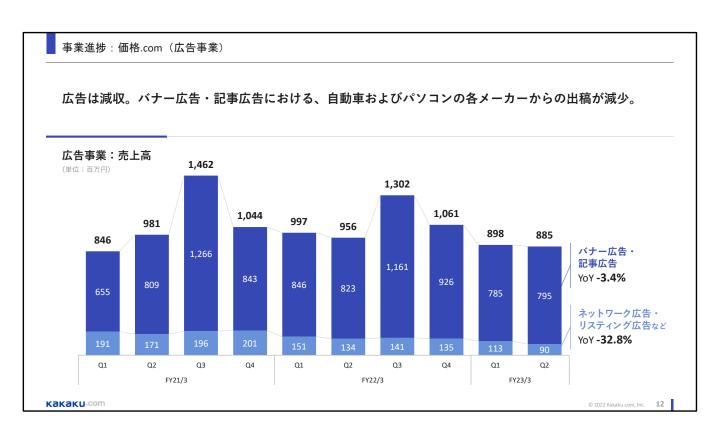
それから、通信につきましては、光回線及び格安SIMの申込件数が非常に減少しております。市場全体において、光回線、それから格安SIMの申込件数が減っているという傾向を当社も受けております。

一方で、コロナの収束とともに、特にアウトバウンドの旅行が増えつつあるということで、海外Wi-Fiの申込件数は増加傾向にございます。

そちらにつきまして、右側のグラフで示しております。

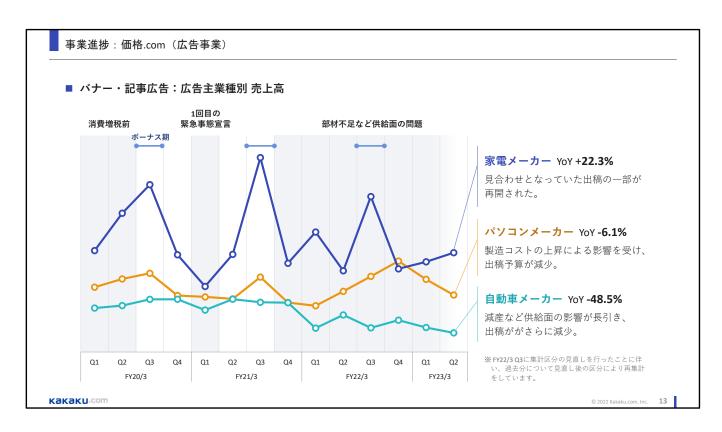
海外Wi-Fiの申込件数は、コロナの期間はほぼゼロに近いような数字で推移をしておりましたが、この第2クォーターにつきましては、コロナ前同期の13.7%まで回復しております。

こちらは海外への渡航者数の戻りとほぼ一致した数字でございます。



続きまして、12ページ、価格.comの広告事業でございます。

広告収入は、昨対比では減少しておりまして、バナー広告・記事広告は昨対比マイナス3.4%で、減少とは言いながらもほぼ横ばいということでございましたが、ネットワーク広告、リスティング広告等がマイナス32.8%で、全体的にはマイナス8%台という結果でございます。



次に、13ページ、広告事業の中身でございますが、当社の主なクライアントの領域である家電メーカー、パソコンメーカー、自動車メーカーの傾向について記載をしております。

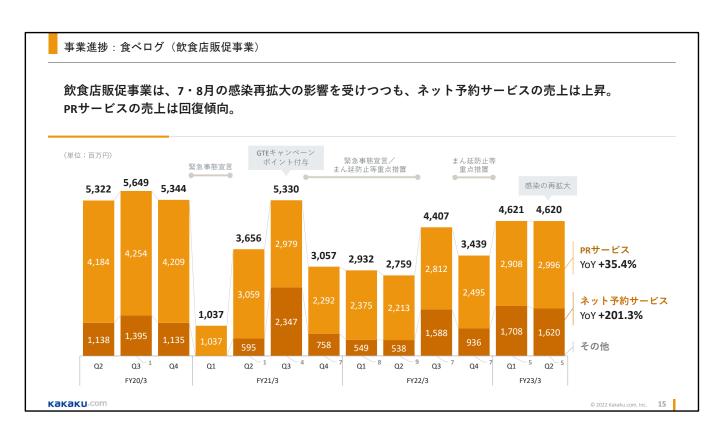
昨対比で見ますと、家電メーカーについてはプラス22.3%、パソコンメーカーはマイナス6.1%で、家電とパソコンを合わせたところでは昨対比ではプラスになっておりますが、自動車メーカーからの出稿がマイナス48.5%と非常に減少したこともあって、こういった数字になっております。

ここまでは価格.com事業についてご説明いたしました。



次に、食べ口グ事業につきましてご説明いたします。

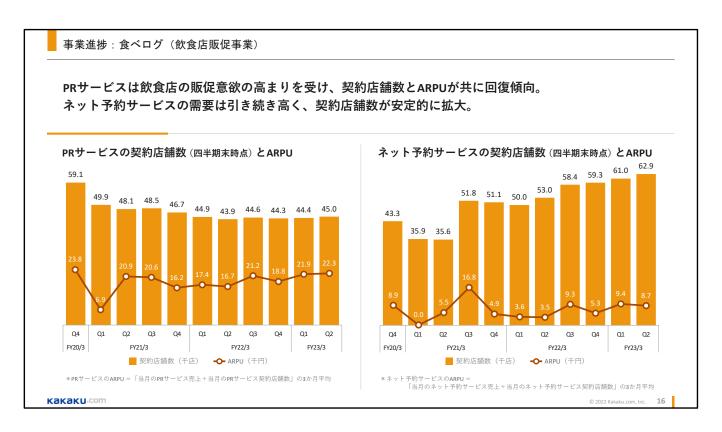
14ページは、食べ口グ事業全体の数字でございます。 飲食店販促事業が昨対比プラス67.5%、ユーザー会員事業が昨対比マイナス2.4%、 広告事業が昨対比プラス21.2%という結果になっております。



次に、飲食店販促事業をだけを切り出したものが15ページでございます。

PRサービスにつきましては昨対比プラス35.4%、ネット予約サービスは昨対比プラス201.3%という結果になりました。

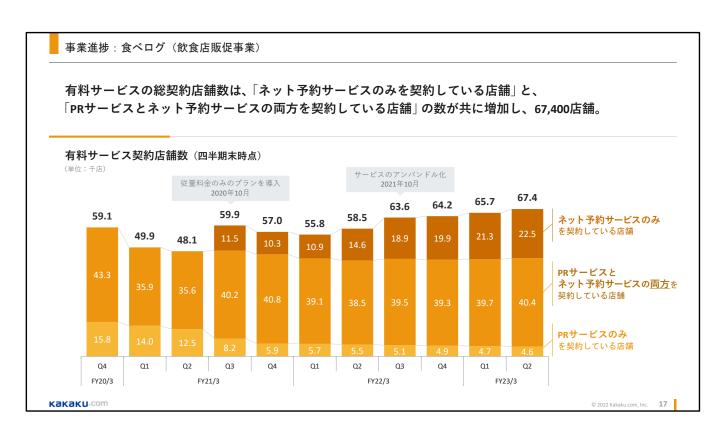
昨年の第2クォーターは、緊急事態宣言ならびにまん延防止等重点措置が取られて飲食店は営業時間が制限されるなど、通常の営業ができなかった時期なので、昨対比の数字はあまり参考にはならないですが、第1クォーターとの比較で見ていただくと、契約店舗数、それから予約数を順調に増やしていたところ、第2クォーターの2か月弱ぐらいの間は、コロナの第7波、感染の再拡大と、それに伴う飲食店における営業の自粛や外出の自粛で伸び切れなかったというのがこの第2クォーターの結果でございます。



次に16ページ、こちらはPRサービスの契約店舗数とネット予約サービスの契約店舗数をグラフにしております。

どちらも営業は順調で、第2クォーターのPRサービスの契約店舗数は、 4万5,000店舗、それからネット予約サービスの契約店舗数は6万2,900店舗と増加 しております。

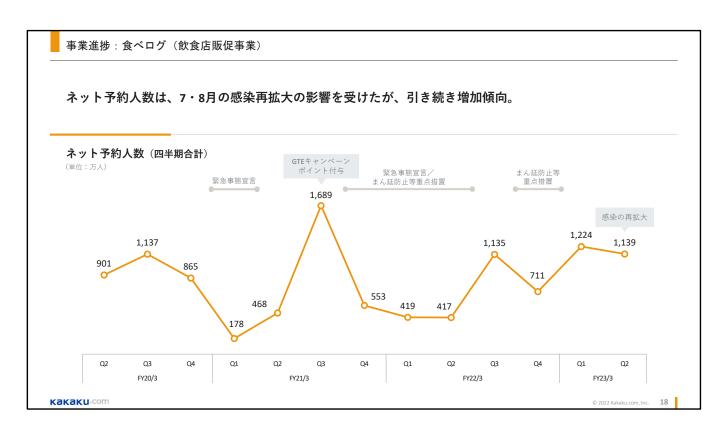
それから、PRサービスのARPUですが、こちらも2万2,300円で、より高額なプランに、わずかではありますが近づいており、順調だったと振り返っております。



次に、PRサービスとネット予約サービスのどちらのサービスも契約している店舗数がどのくらいあるのかということを見ていただけるよう、「PRサービスのみ」「ネット予約サービスのみ」と合わせて三つの色で総契約店舗数の内訳を載せております。

結果的に、この第2クォーター、総契約店舗数は6万7,400店舗で、こちらは過去 最高をまた更新しております。

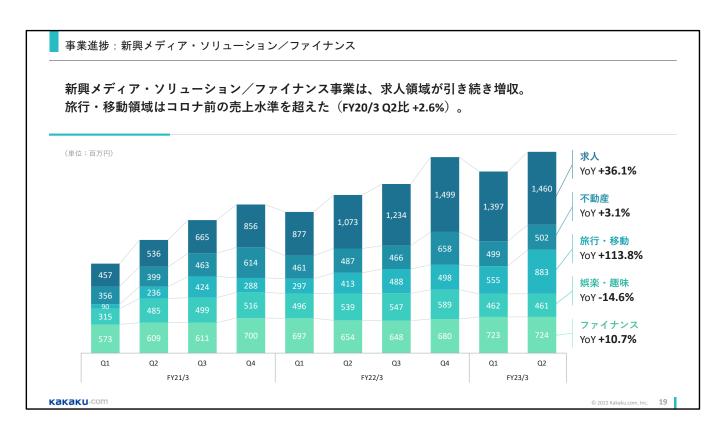
順調に営業を続けていきたいと考えています。



次に、18ページ目、こちらは結果に反映されるKPIとして一番重視しているネット予約人数について、その推移を示したグラフです。

この第2クォーターのネット予約人数は1,139万人ということで、感染の再拡大を受けて、第1クォーターよりやや少ないという結果になっておりますが、今現在、かなり感染が収まっているということと、特に営業自粛もほぼないというところで、ますます回復していくと期待をしております。

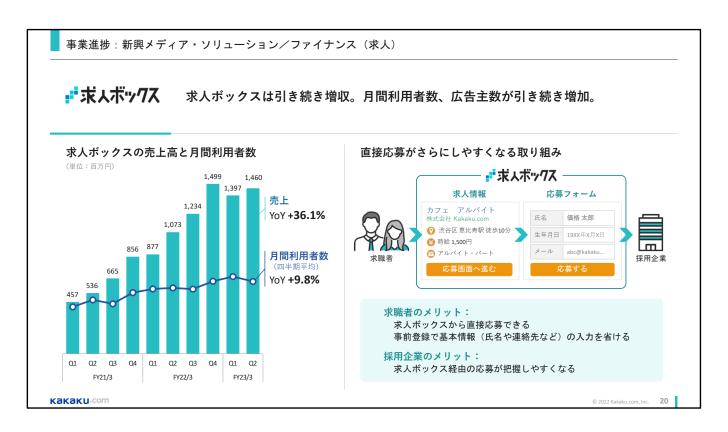
ここまで、食べ口グについてご説明いたしました。



次に、新興メディア・ソリューション/ファイナンスの事業進捗をご説明いたします。

まず、全体でございますが、19ページのグラフをご覧ください。

求人分野につきましては、昨対比プラス36.1%、不動産が昨対比プラス3.1%、旅行・移動が昨対比プラス113%、趣味・娯楽が昨対比マイナス14.6%、ファイナンスについては昨対比プラス10.7%という結果になりました。



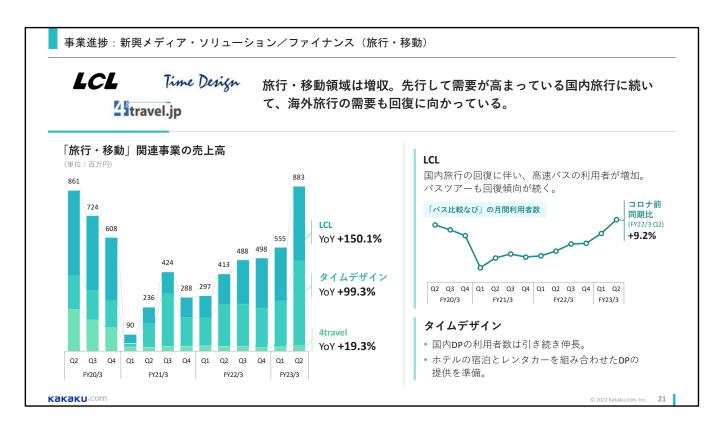
その中でも一番売上の絶対値の伸びが大きい求人ボックスを20ページで抜き出しております。

求人ボックスは、この第2クォーターは売上で昨対比プラス36.1%、月間利用者数が昨対比プラス9.8%で、こちらも期待どおりの増収を図ることができました。

その右側に、求人ボックスの取り組みを載せております。

求人ボックス内に応募フォームを設けておりますが、こちらをより積極的に使っていただくことで、クリックを何度もすることなく、つまり画面遷移数の少ない中でコンバージョンを上げていくことができますし、ユーザーにとっても同じ応募フォームで安心感がある。

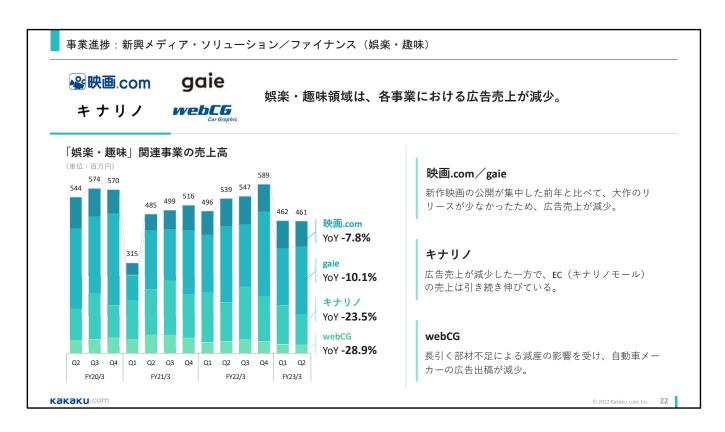
それから、こちらのフォームを使うことで、(求人広告の)出稿主である企業さんに対して、求人ボックス経由でどれだけの応募があったかということを、クリックをして企業の求人広告のページを訪れるだけではなくて、もう少し成果に近いようなところまで把握していただけることで広告の継続、それから拡大につなげていきたいと考えております。



次に21ページ、こちらは旅行・移動分野でございます。

主にLCLという高速バスの比較サイト、それからタイムデザインによる航空券と宿泊を含めたダイナミックパッケージの販売に関するソリューション事業でございますが、非常に需要は回復しておりまして、こちらについては第7波の影響を受けることもほとんどなく、バスの市場も復活しておりますし、高級リゾートを中心にした国内旅行も、第2クォーターは夏休みという季節性もあり、非常にいい結果になりました。

右側にいくつかトピックスを載せておりますが、バスにつきましては、売上ではコロナ前にまだ少し足りないところがありますが、月間利用者数では既にコロナ前の同期比を超えてプラス9.2%という数字まで回復しております。

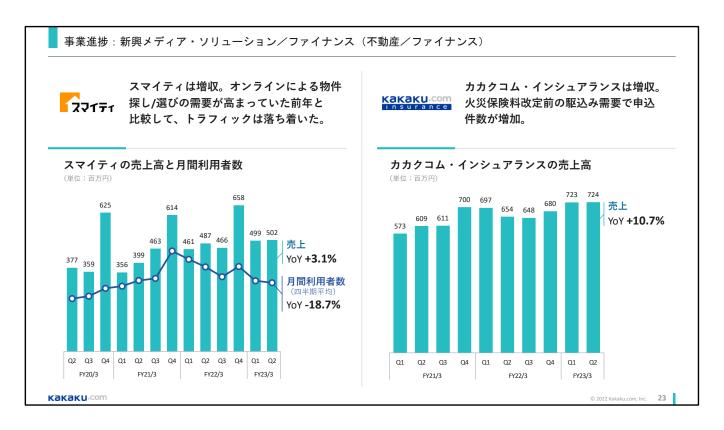


22ページでは映画.com、gaie、キナリノ、webCGという、当社では「娯楽・趣味」と呼んでいる領域でございます。

映画関連は、映画.comがマイナス7.8%、gaieがマイナス10.1%という結果になっております。

準大作のようなものが複数本数出ると映画の広告市況自体が盛り上がり、映画.comやgaieの売上にも反映されますので、そういった意味では、あまりいい3か月ではなかったかなという結果でございます。

それからwebCGでございますが、こちらは価格.comの自動車の広告の売上と同様に、やはり供給が安定していないということで、広告出稿が減少しております。



23ページの左側はスマイティでございますが、昨対比プラス3.1%と、売上についてはおおむね順調な結果になっております。

一方でトラフィックはマイナス18.7%で少し落ちております。 いろいろな複合的な要因はあるものの、コロナが回復したことで、不動産屋さん に訪問できる環境が整ったということで、その分月間利用者数が少し減ったと分 析をしております。

それからその右側、カカクコム・インシュアランスは昨対比でプラス10.7%の増収で非常に順調な結果になっております。こちらは、10月からの火災保険料改定前の駆け込み需要が非常に大きかったと見ております。

ここまで、第2四半期ならびに上期の各事業の結果についてご報告させていただきました。

	1. 連結経	Y
	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	子料
какаки.com		© 2022 Kakaku.com, Inc. 24



次に、各事業の今後の取り組みについて、いくつかピックアップしたものをご説明させていただきます。

25ページ、26ページは、それぞれの事業の特徴、方針なので、27ページからご覧ください。

各事業の今後の取り組み

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 Time Design ミックバッケーンノフットノォーム 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

コンテンツの品質向上、モール出 キナリノ 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 ₩ 映画.COM 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 **Titravel.jp** 開催などにより、良質なガイドコ ンテンツを提供する

kakaku.com

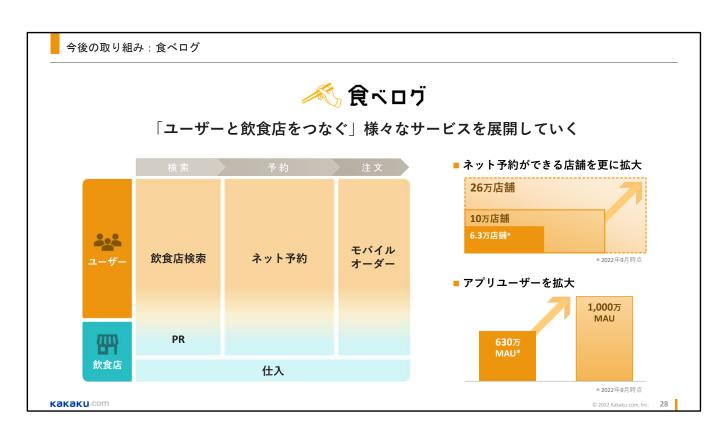


まず、27ページ、価格.comについてです。

左側はショッピング事業につきまして、ふるさと納税のコンテンツを紹介しております。年末にかけて、これから非常に市場が盛り上がりますので、こういうコンテンツを展開しております。

ふるさと納税につきましては色々なサイトがありますが、それを横断検索できる コンテンツはなかなかないので、今年これを始めて、サイトも大きくしていきた いと考えております。

次に、右側はサービス事業の取り組みです。中古車、それから格安SIMのサポートコンテンツをリリースしておりますが、12月頃は住宅ローンにつきまして、もう少し詳しいコンテンツ、それから見るだけではなくて、自分に合ったものを探しやすいコンテンツということで、新しい機能をリリースする予定でございます。



続いて、28ページ、食べ口グでございます。

特に大きな変更はないですけれども、左側は展開するサービスの全体像を表した ものです。

飲食店検索、それからネット予約、それからPR、仕入に加えて、(今年6月に) リリースしたモバイルオーダーの仕組みで、ユーザーにとっては、これはお店さ んにとってもそうですが、注文までをDX化された状態で、もう少し効率的に運用、 もしくは利用することで、外食をもう少し盛り上げていきたいと考えております。

右側は、第1四半期の決算説明会資料にも載せさせていただいたネット予約ができる店舗の拡大、アプリユーザーの拡大について、目標とするところを表しております。

特に右上の、ネット予約ができる店舗をというところは、今現在6.3万店舗ですが、 10万店舗という第1段階に向けて、営業状況は非常に順調だと感じております。 今後の取り組み: 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

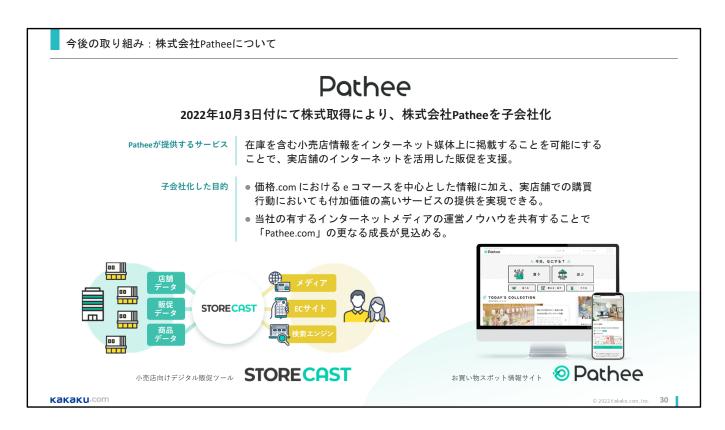


■ 求人広告の柔軟な運用をサポートする機能や 仕組みを拡張



© 2022 Yakaku.com, Inc.

それから29ページは、求人ボックスの説明でございますが、こちらは割愛させていただきます。



次に、30ページをご覧ください。

これは後発事象でございますが、10月3日付にて、株式会社Patheeを子会社化しております。

こちらについては、リリースにも載せておりますが、実店舗の在庫を探すであるとか、EC以外のところもきちんとデータベースを管理することでDX化して、店舗さんにとっても消費者にとっても、より買い物を便利にしていくということを目指します。

価格.comにはないというか、少し薄い機能でございますので、こちらの会社と一緒になることで今まで以上に、消費者のあらゆる購買シーンに付加価値の高いサービスを提供するということを、グループとしてやっていきたいと考えております。

その後の資料については、参考資料でございますので、お時間があるときにご覧いただければと考えております。

以上、第2四半期の決算について、私から簡単にご説明をさせていただきました。

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

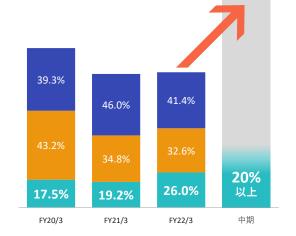
納得感のある購買・消費行動のために、サイトの改善と 情報の拡充を重ね、有意義な情報を提供。

食ベログ

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ともに、「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。



kakaku.com

連結経営成績
 事業別経営成績及び事業進捗
 今後の取り組み
 参考資料

ESGへの取り組み

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

какаки.com

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

社会分野

環境分野

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

- 各種社内勉強会の開催
- エンジニア育成体制の強化

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

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

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

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

kakaku.com

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

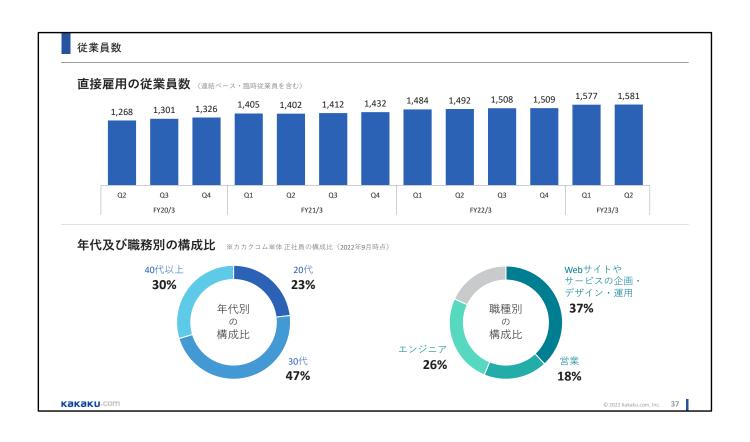
- ■既存事業の運営及び成長投資に必要な資金を手元に残し、過剰な内部留保は株主に還元
- ■継続的に配当(年2回)及び自己株取得(機動的)を実施

各種財務指標の推移

	FY18/3	FY19/3	FY20/3	FY21/3	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%

kakaku.com

^{*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。

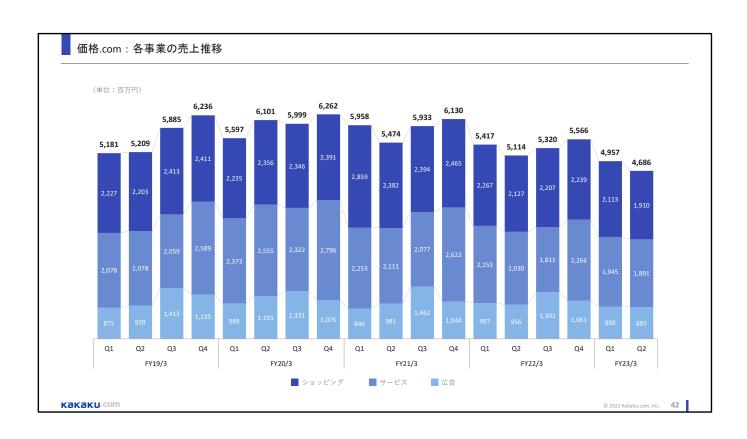


		ショッピング	サービス	広告
	価格.com	クリック数や販売実績に 応じた手数料収入	通信、金融サービス等の 申込件数等に応じた手数料収入	バナー、テキスト広告、 検索連動広告等の広告収入
ディア		【取引先】ECモール、 ECショップ、家電量販店 など	【取引先】サービス事業者 など	【取引先】メーカー、 サービス事業者 など
×	食べログ	飲食店販促	ユーザー会員	広告
イッドー		販促サービス(月額固定)と ネット予約(従量)による手数料収入	コンテンツ利用に応じた 手数料収入	バナー、テキスト広告、 企画型広告等の広告収入
ダン		【取引先】飲食店	【取引先】ユーザー	【取引先】メーカー など
7		新興メディア・ソリューション		
	新興メディア・ ソリューション/ ファイナンス	"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"バス比較なび"、 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		
K		ファイナンス		
アイナンス		連結子会社(株)カカクコム・インシュアランス提供の		

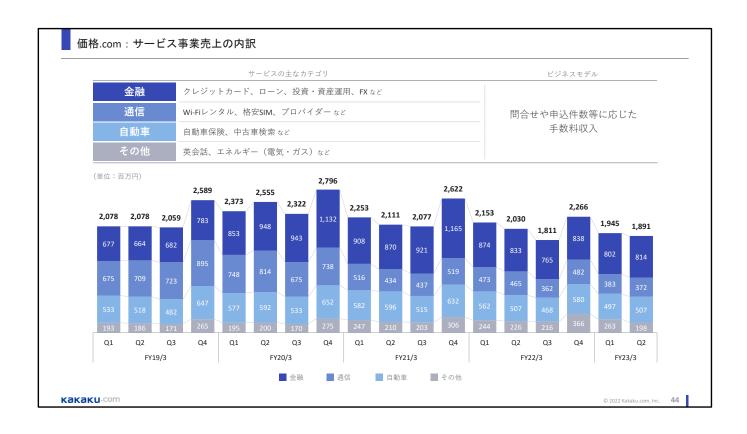


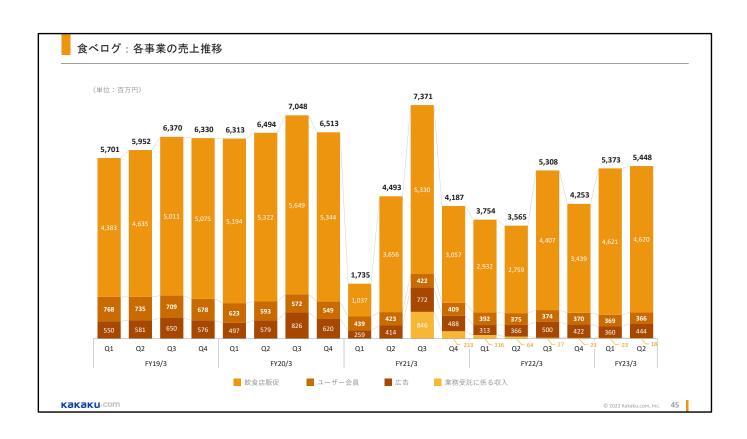




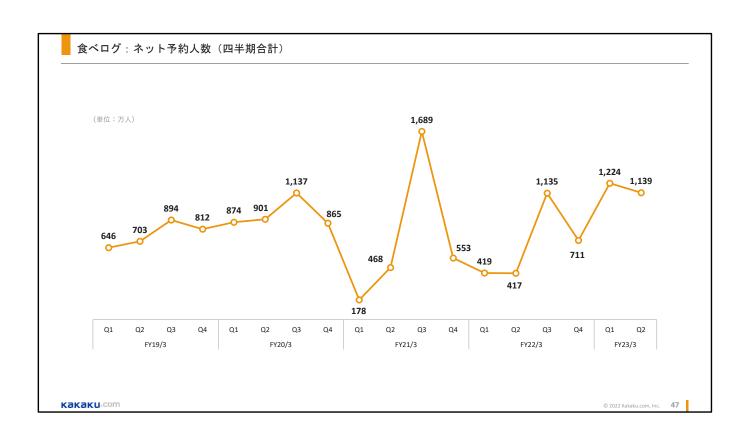


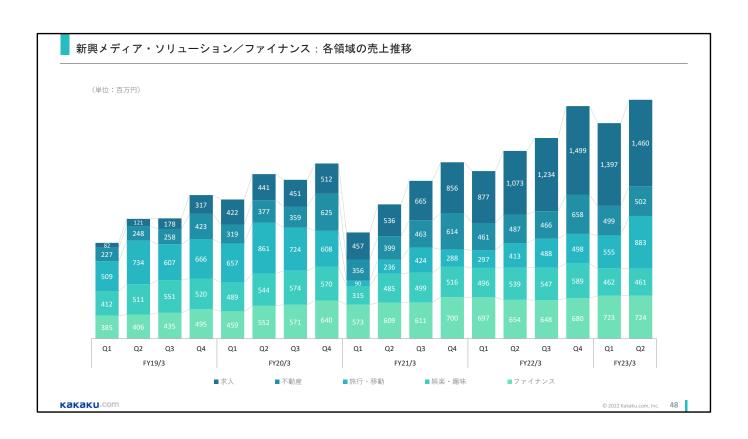












会社概要

会社名	株式会社カカクコム			
英文社名	Kakaku.com, Inc.			
所在地	セ 〒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) https://corporate.kakaku.com/			
URL				
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	株式会社カカクコム・インシュアランス 株式会社エイガ・ドット・コム 株式会社タイムデザイン 株式会社webCG 株式会社にLL 株式会社ガイエ 株式会社Pathee	https://kakaucom-insurance.co.jp/ https://eiga.com/ https://www.timedesign.co.jp/ https://www.webcg.net/ https://www.lclco.com/ https://gaie.jp/ https://corp.pathee.com		
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。

какаки.com

© 2022 Kakaku.com, Inc.

49