

2023年3月期 第3四半期  
**決算説明会**

2023.02.02

**kakaku.com**  
株式会社カカコム 証券コード: 2371

© 2023 Kakaku.com, Inc.

株式会社カカコム、畑でございます。

本日は、第3クォーターの決算説明会にご参加いただきありがとうございます。  
それでは資料に沿ってご説明いたします。

## 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)	FY22/3		FY23/3				業績予想	進捗率
	Q3	累計	Q3	YoY	累計	YoY		
売上収益	14,053	37,935	16,321	+16.1%	44,561	+17.5%	64,500	69.1%
営業利益	5,662	13,782	7,020	+24.0%	17,927	+30.1%	25,900	69.2%
営業利益率	40.3%	36.3%	43.0%	+2.7pt	40.2%	+3.6pt	40.2%	-
税引前利益	6,786	14,813	7,045	+3.8%	18,375	+24.0%	25,800	71.2%
親会社の 所有者に帰属 する当期利益	4,673	10,448	4,791	+2.5%	12,837	+22.9%	17,600	72.9%

kakaku.com

© 2023 Kakaku.com, Inc.

3

まず、3ページ、連結経営成績でございます。

真ん中の「FY23/3」の「Q3」のところをご覧ください。

売上収益は163億2,100万円、昨対比プラス16.1%。営業利益は70億2,000万円、昨対比プラス24.0%、営業利益率は43.0%。税引前利益は70億4,500万円、昨対比プラス3.8%。当期利益は47億9,100万円、昨対比プラス2.5%という結果になりました。

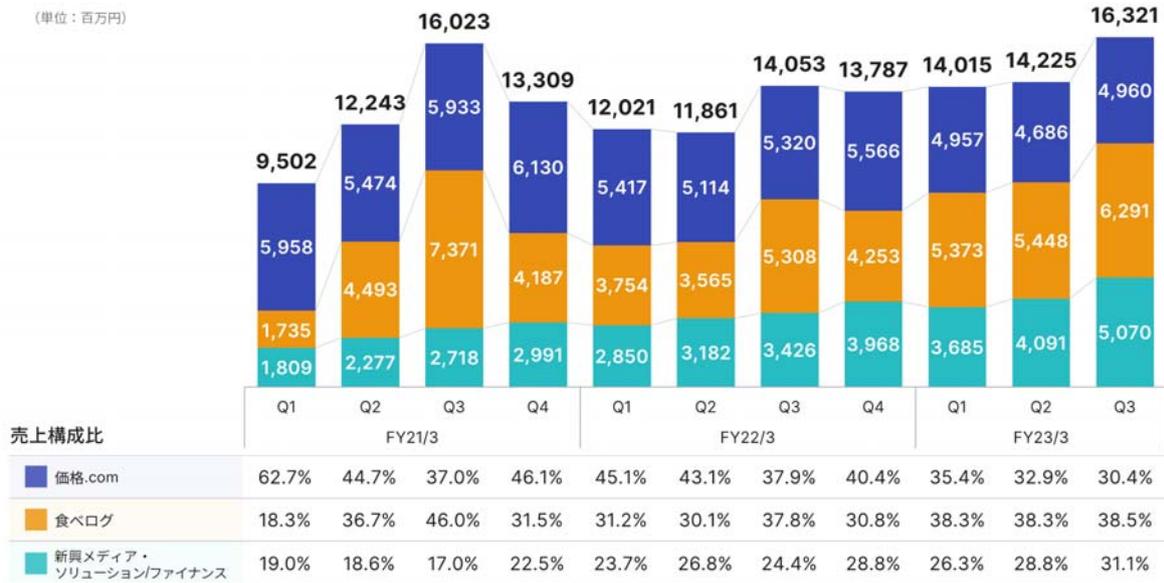
続いて第3クォーターまでの累計（FY23/3「上期」）でございます。

売上収益が445億6,100万円、昨対比プラス17.5%。営業利益が179億2,700万円、昨対比プラス30.1%。営業利益率は40.2%、税引前利益は183億7,500万円、昨対比プラス24.0%。当期利益は128億3,700万円、昨対比プラス22.9%という進捗になっております。

右端にございます通期の業績予想と比べますと、第3クォーターまでの進捗率は売上収益が69.1%、営業利益が69.2%、税引前利益が71.2%、当期利益が72.9%という結果になっております。

## 連結経営成績 事業別売上の四半期推移

(単位：百万円)



\*ファイナンス事業における生命保険の一部代理店手数料について、収益認識の見積りに関する変更がありました。詳細は23ページをご参照ください。  
 なお、2022年5月11日の「2022年3月期決算短信」で公表いたしました通期の連結業績予想に変更はありません。

kakaku.com

© 2023 Kakaku.com, Inc. 4

次に、事業別の売上構成比でございます。4ページ、「事業別売上の四半期推移」のグラフをご覧ください。

それぞれの事業の売上につきましては、後ほど説明させていただきますが、構成比としては、価格.comが30.4%、食べログが38.5%、その他、新興メディア・ソリューション/ファイナンスが31.1%となっております。

連結営業費用等の四半期別推移と内訳

広告宣伝費は、食べログのTポイント関連費用や、価格.com（サービス事業）と求人ボックスの広告に関する費用が増加。  
 手数料は、食べログ事業の代理店手数料が増加。

(単位：百万円)



各事業の売上についてご説明する前に、連結営業費用等の内訳と推移についてご説明いたします。

広告宣伝費は、食べログの進展に伴うTポイント関連費用、価格.comのサービス事業、求人ボックスの広告に関する費用が売上の増加とともに増加をしております。手数料につきましては、食べログの代理店手数料が増加しております。

この第3クォーターの特殊要因はかなり少なく、ほとんど例年と同じ構成でございます。

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

## 事業別経営成績

(単位：百万円)	Q3	YoY	累計	YoY
<b>価格.com</b>	<b>4,960</b>	<b>-6.8%</b>	<b>14,603</b>	<b>-7.9%</b>
ショッピング	2,023	-8.3%	6,046	-8.4%
サービス	1,885	+4.1%	5,721	-4.6%
広告	1,052	-19.2%	2,835	-12.9%
<b>食べログ</b>	<b>6,291</b>	<b>+18.5%</b>	<b>17,112</b>	<b>+35.5%</b>
飲食店販促	5,475	+24.2%	14,717	+45.7%
ユーザー会員	372	-0.7%	1,106	-3.1%
広告	448	-10.3%	1,252	+6.2%
業務受託に係る収入*1	2	-	37	-
<b>新興メディア・ソリューション/ファイナンス</b>	<b>5,070</b>	<b>+48.0%</b>	<b>12,846</b>	<b>+35.8%</b>
新興メディア・ソリューション	3,390	+22.0%	9,719	+30.3%
ファイナンス*2	1,680	+159.1%	3,127	+56.4%

\*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。  
なお、当該事業が2023年1月に終了することに伴う精算手続の過程において発生した当期分の調整（▲6百万円）は、上記のQ3売上（2百万円）に含んでおりません。

\*2 ファイナンス事業における生命保険の一部代理店手数料について、収益認識の見積りに関する変更がありました。詳細は23ページをご参照ください。  
なお、2022年5月11日の「2022年3月期決算短信」で公表いたしました通期の連結業績予想に変更はありません。

kakaku.com

© 2023 Kakaku.com, Inc.

7

次に、事業別の経営成績について、7ページのスライドをご覧ください。

まず、価格.comでございます。ショッピング、サービス、広告における第3クォーターの売上の合計が49億6,000万円ということで昨対比マイナス6.8%、累計では146億300万円、昨対比マイナス7.9%。

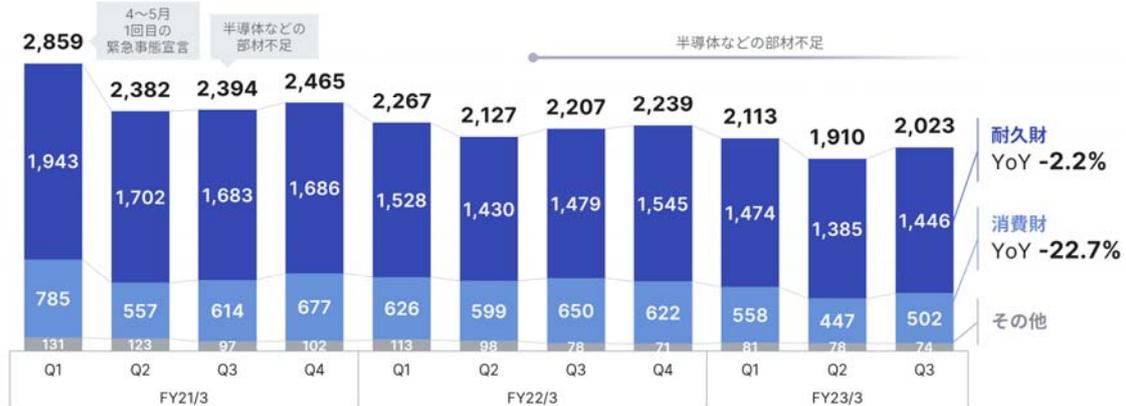
次に食べログは、第3クォーターの売上が62億9,100万円、昨対比プラス18.5%、第3クォーターまでの累計は171億1,200万円、昨対比プラス35.5%という結果になりました。

次に新興メディア・ソリューション/ファイナンスですが、第3クォーターは売上が50億7,000万円、昨対比プラス48.0%、第3クォーターまでの累計で128億4,600万円、昨対比プラス35.8%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、新製品登録数の減少や、為替の変動などによる製品値上がりの影響を受けた。消費財は、検索順位の変動による影響が残っている。

ショッピング事業：売上高（単位：百万円）



それではまず、価格.comのそれぞれの売上についてご説明いたします。

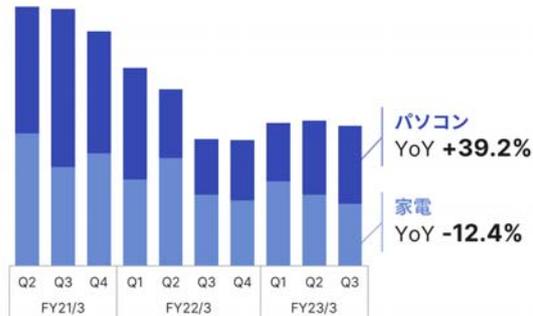
まず、価格.comのショッピング事業でございますが、ショッピング事業は減収。

耐久財は、新製品登録数の減少や為替の変動などによる製品値上がりの影響を受けまして、耐久財は昨対比マイナス2.2%という結果になっております。

また、消費財は、前クォーターからやや回復はしているものの、検索順位の変動による影響が残っておりまして、昨対比マイナス22.7%という結果になりました。

■ 耐久財：新製品登録数

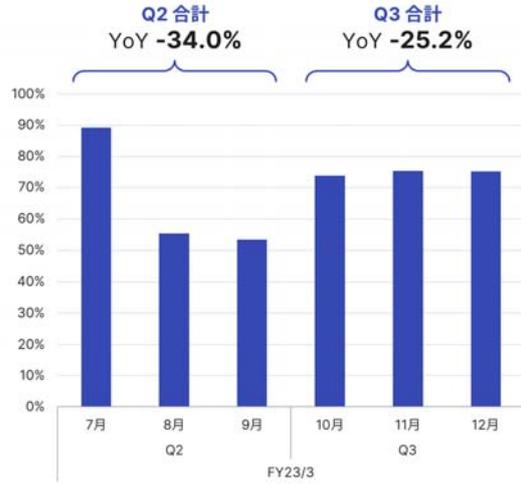
パソコン、家電の新製品登録数は、低い水準で推移している。



- パソコンは、主にタブレットPCが増加。  
\*無線LAN (Wi-Fi) ルーターなどの周辺機器も増加。
- 家電は、特に薄型テレビや冷蔵庫などの大型製品が減少。  
なお、オーディオ機器は、イヤホンを中心に3四半期連続で増加し、前年を超える水準まで回復。

■ 消費財：自然流入数（前年同期比）

自然流入数は、8月上旬の検索順位変動の影響が残っている。



次に耐久財、消費財それぞれの事業進捗の要因についてご説明いたします。

まず、耐久財でございますが、依然として新製品登録数は非常に少ない状況でして、パソコンは昨対比プラス39.2%とやや回復しているものの、家電は昨対比マイナス12.4%、パソコン、家電の新製品登録数の合計は第2クォーターよりも若干少なかったというクォーターになっております。

パソコンは、主にタブレットPCが増加しておりますが、無線LAN(Wi-Fi)ルーターなどの周辺機器も新製品登録が増加をしております。一方で家電は、特に薄型テレビ、冷蔵庫などの大型製品が減少しております。ただし、オーディオ機器は、イヤホンを中心に3クォーター連続で増加して前年を超える水準まで回復しております。

次に消費財ですが、右側のグラフをご覧ください。

検索エンジンからの自然流入数は、8月に順位の変動によって大きく下がったところからはやや回復しているものの、第3クォーターにおいてもまだ昨対比マイナス25.2%ということで、依然として回復途中の状況でございます。

サービス事業は増収。金融領域及び通信領域は売上が増加、自動車領域は引き続き横ばいで推移。

サービス事業：売上高（単位：百万円）



次に、価格.comのサービス事業でございます。

サービス事業は増収しております。昨対比でそれぞれ金融領域がプラス7.0%、通信領域がプラス10.3%ですが、自動車領域は引き続き横ばいという進捗となっております。

■ 各領域のトレンド

金融

カードローンの申込件数及びクレジットカードの発券数は増加。

通信

光回線の申込件数は減少。モバイル回線及び海外Wi-Fiの申込件数は増加。

自動車

中古車の在庫確認及び自動車保険の見積もり件数は減少。自動車の買取価格の見積もり件数は増加。

その他

エネルギー及び引越しの申込件数は減少。

■ 海外Wi-Fiの申込件数と海外渡航者数の推移



海外Wi-Fiの申込件数は  
コロナ前同期（FY20/3 Q3）の  
16.4%まで回復

■ サポートコンテンツ例：住宅ローンプラン選択ガイド

2月中リリース予定

- 予備知識がなくても、チャット形式で質問に答えていくと住宅ローンのプランを絞り込むことができる
- 団体信用生命保険の保障内容でも絞り込むことができる

次に、サービス事業の各領域のトレンドでございます。

まず、金融領域は、カードローンの申込件数とクレジットカードの発券数が増加したということで、昨対比プラス7.0%という結果でございます。

次に通信領域は、光回線の申込件数が減少しているものの、モバイル回線及び海外Wi-Fiの申込件数が増加しているということで、昨対比プラス10.3%という結果になっております。

また、自動車領域は、中古車の在庫確認及び自動車保険の見積もり件数が減少しております。一方で自動車の買取価格の見積もり件数は、若干増加しております。結果として、自動車領域全体はまだ依然低い水準ではあるものの、昨対比プラス1.1%という結果ございました。

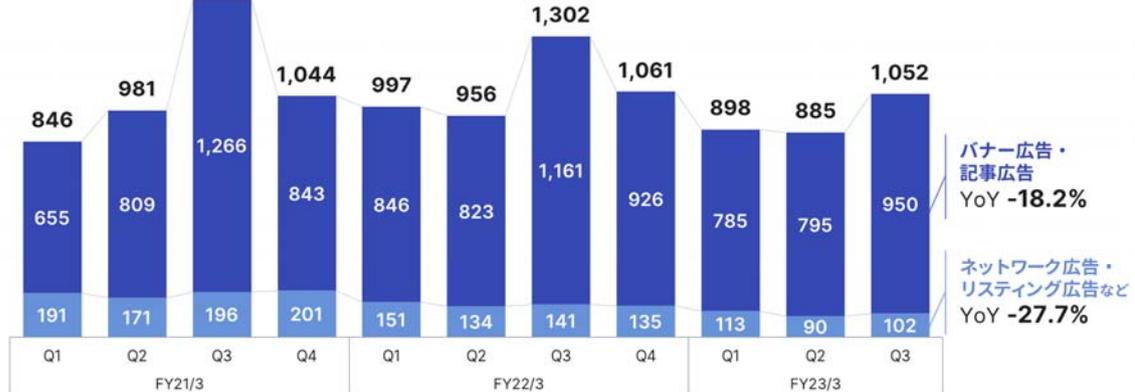
続いて、右上のグラフをご覧ください。海外Wi-Fiの申込件数が、海外渡航者数の推移とほぼ比例関係をもって増加しておりまして、海外Wi-Fiの申込件数は依然少ないものの、コロナ前の16.4%まで回復してきております。

また、右下には各事業のサポートコンテンツ例で載せております。住宅ローンのサービスを進化させておりまして、例えば団体信用生命保険の保障の内容、例えばがん特約が挙げられますですが、そういった細かい条件にも合ったものをきちんと選択できるようにしております。特に住宅ローンは市場の関心が高く当社の中でも伸びしろのあるコンテンツなので、そういったところをきっちり伸ばしていくことをやっております。

広告は減収。パソコンメーカーからの出稿は増加。家電メーカーからの出稿は、ボーナス期に向けた出稿の動きはあったものの、新製品が少ない状況が続いており減少。

広告事業：売上高

(単位：百万円)

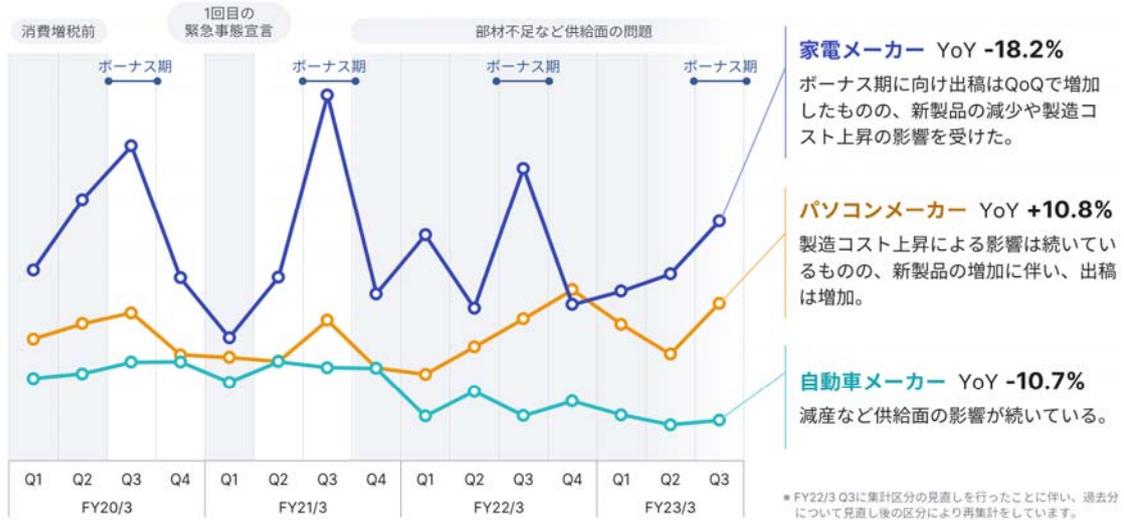


価格.comの中では次、最後になりますが、12ページ、広告事業でございます。

この第3クォーターは、パソコンメーカーさんからの出稿は増加したものの、家電メーカーさんからの出稿については、新製品が依然として少ないということで減少しておりまして、バナー広告・記事広告の合計では、昨対比マイナス18.2%、9億5,000万円という結果になっております。

また、ネットワーク広告・リスティング広告などは減少傾向が続き、昨対比マイナス27.7%となりました。売上の絶対額が少ないものではありませんが、第3クォーターも、第1クォーター、第2クォーターに続いて、そういった結果となっております。

■ バナー・記事広告：広告主業種別 売上高



13ページには、バナー記事広告における広告主業種別の売上推移を、グラフで載せております。

まず、青い線は家電メーカーさんからの出稿による売上でございます。第3クォーターは、ボーナス期に向けた出稿によって第2クォーターより増加したものの、新製品の減少や製造コストの上昇の影響も受けて、繁忙期ではありますけれども昨対比では広告が伸びなかった期間でした。

また、パソコンメーカーさんは昨対比プラス10.8%ということで、コロナ前よりも数字を伸ばしております。これは、先ほどもご説明申し上げた新製品の増加トレンドを受けて数字が伸びたということでございます。

また、自動車メーカーさんからの広告出稿による売上でございますが、こちらは減産や出荷遅れ、納車待ちというようなことも受けて、供給面での影響が続いており、昨対比マイナス10.7%となりました。半導体不足も含めた影響をまだ色濃く残しております。

ここまで、価格.com事業についてご説明いたしました。



食ベログ

食ベログ事業は、外食需要が高まったことによって、飲食店販促事業が増収。

(単位：百万円)



次に、食ベログ事業についてご説明をいたします。  
14ページは全体像でございます。

飲食店販促事業は、昨対比プラス24.2%ということで、概ね目論見どおり順調だったかなと考えております。

また、ユーザー会員事業は、ほぼ横ばいではあるものの昨対比マイナス0.7%という結果でございました。

それから広告事業は昨対比マイナス10.3%となりました。絶対額が少ないということもあって、いろいろな大手クライアントの変動の影響を受けやすく、伸ばしきれずに横ばいという3か月になりました。

飲食店販促事業は、ネット予約サービスを中心に増収。



続きまして、食べログの飲食店販促事業の各KPIをご報告いたします。  
15ページは、飲食店販促事業の内訳でございます。

まず、PRサービスは、昨対比プラス11.6%ということで、コロナ初期の売上減少から徐々に数字を伸ばしております。

次にネット予約サービスでございますが、第3クォーターは繁忙期ということで絶対額は大きくなるのですが、今年の第3クォーターと比べてもプラス47.0%ということで、比較的順調な3か月だったかなと思っております。

PRサービスは、年末に向けて飲食店の販促意欲が高まり、契約店舗とARPUが共にQoQで増加。  
ネット予約サービスの契約店舗数は横ばい。

PRサービスの契約店舗数（四半期末時点）とARPU



\*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」の3か月平均

ネット予約サービスの契約店舗数（四半期末時点）とARPU



\*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、16ページはPRサービス、ネット予約サービスそれぞれのKPIでございます。

まず左側、PRサービスの契約店舗数とARPUでございますが、契約店舗数は、第3クォーターは4万6,100店舗ということで、3か月前（12月）と比べて1,100店の純増を達成することができました。過去からの推移を見ますと、まだ絶対数はコロナ前より少ないですけれども、純増数ではかなり順調な3か月でした。

それからARPUは2万2,800円となりました。高額プランへのシフト、もしくは再契約も含めて、若干ではございますがARPUも少し増やせたということでございます。

次に右側、ネット予約サービスですが、まずARPUは、実際第3クォーターは予約が多い3か月でございますので、1万2,300円ということで第2クォーターと比べても非常に良い数字だったと考えております。

また契約店舗数でございますが、第3クォーターは第2クォーターの6万2,900店舗から100店舗減っております。こちらはGo To Eatキャンペーン当初に予約業態ではないお店が契約をして、それ以降、この第1クォーター、第2クォーターも契約が続いているもののサービスを使っていなかった、そういったお店との契約が切れたということもございまして、こういった数字になっております。特殊要因のお店を除けば、2,000店舗以上増えておりますので、純増数もほぼ計画どおりだったかなと見ております。

ネット予約サービスのみを契約している店舗が減少した一方で、PRサービスとネット予約サービスの両方を契約している店舗はQoQで増加。

有料サービス契約店舗数（四半期末時点）

（単位：千店）



次に17ページでございますが、こちらは、総契約店舗数の推移と内訳を示したグラフで、PRサービスとネット予約サービスの両方を契約している店舗さんの数の推移もご覧いただけるものでございます。

PRサービスとネット予約サービス、それぞれの契約店舗数は先ほど16ページにおいてご説明したとおりでございますが、PRサービスとネット予約サービスの両方を契約している店舗さんが4万1,600店舗という結果でございました。

年末の外出需要の高まりに伴い、ネット予約人数は増加。1月以降もコロナ前の水準を上回っている。

ネット予約人数（四半期合計）

(単位：万人)



食べログ事業の進捗について、最後に、18ページでネット予約人数をご報告させていただきます。

第2クォーターにおいては感染の再拡大ということもあって少し短期間ではありますが数字を減らしたのですが、この第3クォーターは非常に順調で、3か月間の累計のネット予約人数が1,656万人と、一昨年の、Go To Eatキャンペーンのポイントを付与していた時期とほぼ同水準まで数字を伸ばしております。

ここまで食べログ事業についてご説明をいたしました。

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、旅行・移動及びファイナンスの各領域において増収。なお、ファイナンス領域は、生命保険の代理店手数料の収益認識に関する見積りの変更による影響を受けた。

(単位：百万円)



\*ファイナンス事業における生命保険の一部代理店手数料について、収益認識の見積りに関する変更がありました。詳細は23ページをご参照ください。  
 なお、2022年5月11日の「2022年3月期決算短信」で公表いたしました通期の連結業績予想に変更はありません。

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でございます。

まず、各領域における売上の昨対比でございますが、求人ボックスは昨対比プラス23.8%、不動産領域のスマイティは昨対比プラス12.2%、それから旅行・移動領域は主にタイムデザインそれからLCLというサービスでございますが、昨対比プラス50.4%ということで非常に順調でございました。

また映画関連、それからwebCGという車の趣味のサイトにより構成される娯楽・趣味領域でございますが、こちらは昨対比マイナス6.7%という結果でございました。

それから、後ほど詳細を説明いたしますが、ファイナンスは昨対比プラス159.1%ということで、こちらは収益認識の見積りの変更という特殊な要因で売上の数字を伸ばしております。

## 求人ボックス

求人ボックスは、広告主及び有料求人広告の増加によって引き続き増収。

### 求人ボックスの売上高と月間利用者数

（単位：百万円）



### 求人ボックス利用者の特徴

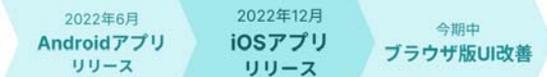
デバイス別の比率（2022年12月時点）



日別UU当たり求人閲覧数（Q3平均）



### スマホでの使いやすさを継続的に強化



kakaku.com

© 2023 Kakaku.com, Inc. 20

20ページ、求人ボックスでございます。

求人ボックスは、広告主及び有料求人広告の増加によって引き続き増収をしております。売上が昨対比プラス23.8%、月間利用者数は昨対比プラス3.9%という結果になっております。

それから求人ボックスを利用される方の特徴について右側のパートでご説明をしております。今まで個別にはご説明したことがありますが、決算説明会資料には載せることができませんでした。

まずデバイス別の比率でございますが、パソコンで閲覧される方が14.5%、スマホが85.5%ということで、大半の利用者さんにスマホから閲覧いただいているということを示しております。

それから日別のUU当たりの求人閲覧数ということで、WEBとAndroidアプリ（2022年7月にリリース）を比較しております。

Androidアプリの方がブラウザで見るWEBの1.8倍ぐらい閲覧数が多く、これはCTRを示しているわけではありませんけれども、求人閲覧数でみるとアプリの利用者の方が、かなり収益に近い、利益率が高いということを示しております。

なお、iOSアプリもリリースしていますので、iOSアプリの閲覧数も合算した数字を今後どこかでお示しするとともに、さらにコンバージョンを上げていきたいと考えております。



旅行・移動領域は国内旅行に続いて海外旅行の回復が続き、増収。

「旅行・移動」関連事業の売上高  
(単位：百万円)



**LCL**  
高速バスの利用者は引き続き増加傾向にある。



**タイムデザイン**  
国内及びグローバルDPの導入施設数は増加傾向が続いている。

**4travel**  
月間利用者数及び海外Wi-Fiレンタルの申込数が徐々に増えている。

次に、21ページ、旅行・移動領域の事業進捗です。

国内旅行が引き続き伸びているところに加えて、海外旅行の回復も若干出てきておりまして、旅行・移動はそれぞれ増収しております。

バスの比較のLCLは昨対比プラス52.8%で、コロナからの回復が順調に進んでいるということと、ダイナミックパッケージのタイムデザインも昨対比プラス48.3%で、非常に好調でございました。

4travelも、昨対比プラス48.2%という結果でございます。

また、タイムデザインにおけるグローバルDPと国内DPの導入施設数ですが、このコロナの期間にも海外のホテルへのDP導入は非常に増えておりまして、昨対比7.9%増、一昨年と比べるとさらに高い伸びを示しております。コロナからの回復、アウトバウンド、それから第3国間の移動も含めて、準備を着々と進めております。



スマイティは、月間利用者数の変動が落ち着きつつある。売上は引き続き増加。

スマイティの売上高と月間利用者数

(単位：百万円)



gaie

キナリノ



gaieはハリウッド映画の公開が減少した影響を受けた。一方で、映画.comはアニメのヒット作や動画配信プラットフォームの広告出稿が増加。

「娯楽・趣味」関連事業の売上高

(単位：百万円)



次に、スマイティは、月間利用者数の変動はかなり落ち着いて横ばいにあるものの、売上については引き続き増加しておりまして、昨対比プラス12.2%という結果になりました。

それから右側、映画.com、gaie、キナリノ、webCGですが、gaieは、ハリウッド映画の公開が減少した影響で売上を減らしておりますが、一方で、映画.comは、国内アニメのヒット作がいくつかあったということもあり、昨対比プラス13.7%という結果になっております。

### カカコム・インシュアランスの売上高

(単位：百万円)



### 一部代理店手数料の収益認識に関する見積りの変更

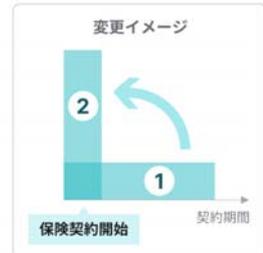
#### 1 従来

代理店契約の期間において、代理店手数料の重大な戻し入れが生じなくなった時点で収益認識。

#### 2 今後

代理店手数料の合理的な見積りに必要なデータ（過去実績など）を保険会社から取得することが可能となったため、収益の重大な戻し入れが生じない範囲で代理店手数料の額を見積り、保険契約開始時点で収益認識。

なお、今回の変更に伴い、Q2以前に締結した保険契約についても、上記の方法に準じて見積り、Q3に収益認識。



それではファイナンス事業について23ページをご覧ください。

カカコム・インシュアランスによるファイナンス事業でございますが、こちらは収益認識に関する見積りの変更を10月に行っておりまして、第3クォーターの売上が増加しております。

従来、生命保険については、保険代理店であるカカコム・インシュアランスが得る収益の認識を、「収益の重大な戻し入れが生じなくなった」時点（具体的には、顧客である保険会社に代理店手数料を請求する時点）で行ってまいりました。

2022年10月からは、代理店手数料の合理的な見積りに必要なデータを保険会社さんから取得することが可能になりましたため、「収益の重大な戻し入れが生じない範囲」で代理店手数料の額を見積り、保険契約開始時点で収益を認識しております。

なお、第2クォーター以前に締結された保険契約の代理店手数料についても、この方法に準じて見積り、第3クォーターに一括で計上しています。

したがって、第4クォーター以降は、こういった過去のものの一括での収益認識はなくなり、第4クォーターに締結した保険契約についての代理店手数料が、該当する保険契約の締結時点において収益として認識されることとなります。

この第3クォーターだけがちょっと特別な数字が上がっているとご理解、ご認識いただければと思います。

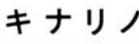
1. 連結経営成績
2. 事業別経営成績及び事業進捗
- 3. 今後の取り組み**
4. 参考資料

それでは次に、各事業における今後の取り組みをいくつかピックアップしております。そちらをご説明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
 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"><li>■ 比較検討に必要な情報の網羅性を高める</li><li>■ 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</li></ul>
 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"><li>■ ネット予約ができる店舗を更に拡大</li><li>■ アプリユーザーを拡大</li><li>■ 飲食店の業務課題解決に向けた総合DXサービスを展開</li></ul>
 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"><li>■ 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</li><li>■ 取引先を拡張し、仕事選びの選択肢を増やす</li></ul>
 kakaku.com insurance	保険提案をオンラインでも実現	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 分かりやすく：保険の特徴や最新動向など情報の充実</li><li>■ 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</li><li>■ 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</li></ul>

## 各事業の今後の取り組み

事業	方針	事業	方針
 <b>スマイティ</b>	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	 <b>Time Design</b>	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
 <b>LCL</b>	バス関連情報の拡充により、利用者の拡大を行う	 <b>キナリノ</b>	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
 <b>映画.com</b>	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	 <b>travel.jp</b>	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

## 価格.com

### 環境の保全に役立つ 情報・サービスの拡充



資源利用を  
抑える

ごみを  
減らす

繰り返し  
使う

### 動画広告やサイトを通じて、 価格.comの特徴を紹介

- 家電、PC、クレジットカードなどの幅広い製品やサービス
- 価格やスペック、口コミなどの充実した情報



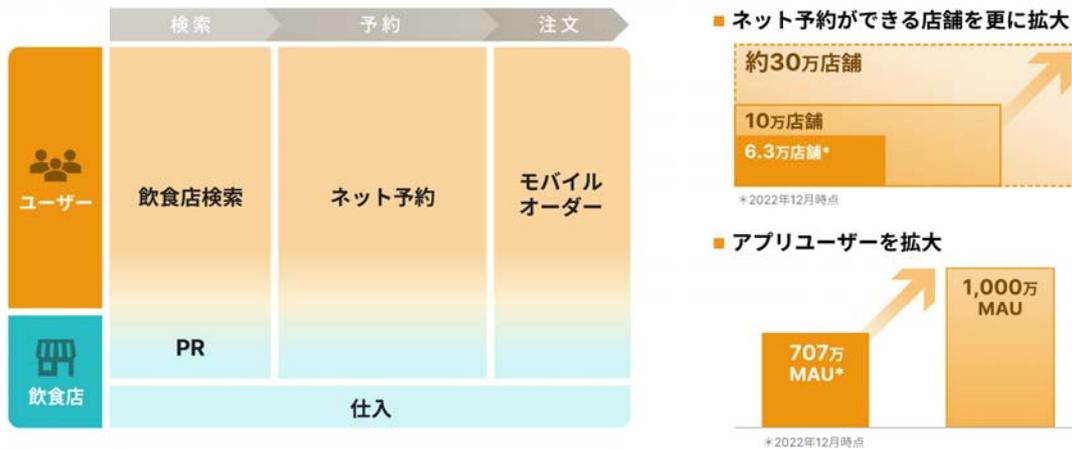
まず27ページは、価格.comの今後の取り組みでございます。

まず、左側の環境の保全に役立つ情報・サービスの拡充ですが、これは以前から計画して推し進めているのですが、これは以前から計画して推し進めているのですが、この第4クォーター、それから来期、再来期、引き続きサステナブルを意識した取り組みを増やしていこうと考えております。環境に優しい製品、それから耐久性が高い商品、それから中古品を売る、それから買う、探すというところを含めて、一層情報を充実させていく。そうして情報を充実させた結果、リデュース、リユースなど、それからエコな電化製品がより浸透していくような世の中になれば、ということを企画しています。

次に右側でございますが、価格.comは、どういうメディアであるか、どういうことができるかを、マス広告などを多用して積極的に宣伝するということは、ほぼこれまではなかったのですが、今後はやはり多少のPRが必要と考えておまして、左側の環境関連の取り組みも含めて、動画広告やサイトを通じて、価格.comの特徴であるとか良いところというのを紹介していきたいと思っております。



「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



次に、食べログの今後の取り組みでございます。

食べログについては、以前ご紹介させていただいた絵と変わっていないのですが、飲食店検索だけではなく、これは飲食店における店舗営業活動それから収益とも繋がる場所ですが、この真ん中の上にあります「ネット予約」の部分を増やしていくということに加えて、ユーザー側、飲食店さん側、両面に役立つモバイルオーダーであるとか仕入であるとか、そういったところも引き続き力を入れ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

- こだわり条件の拡張やあいまい検索の精度向上により、探しやすさを追求
- 働き方（在宅/副業）や求められるスキル（語学力）など、応募の決め手となる募集条件を一目で分かりやすく掲載
- サイト内からの直接応募など、求人への応募をサポートする機能などの拡張
- 仕事探し/転職に関するトレンド情報やアドバイスなどの独自コンテンツを拡充
- 求人審査体制の構築、一定間隔での最新情報の再取得など、求人情報の正確性・最新性を保つための取り組みを継続

#### 取引先を拡張し、仕事選びの選択肢を増やす

- 求人広告の掲載条件を細かく設定できるなど、柔軟な運用をサポートする機能や仕組みを拡張
- 採用ボードで、より多くの投稿をさらに掲載しやすくするための機能拡充（一括投稿機能の改善など）

#### 記事メディア 「求人ボックスジャーナル」をリリース（1月）



- 転職・仕事に関するトレンド情報や最新ニュース
- 仕事に役立つスキルやキャリアに関するアドバイス

#### テレビCMの実施（1/11~31）



最後、29ページ、求人ボックスでございます。

求人ボックスは、サイトとしてはひとつとおり完成したと思っているものの、まだまだ主体機能の改善点が多く残っておりますので、これを一つ一つやっていって、よりユーザーのみなさまにとって使いやすいサイトになることを目指しております。

その例としていくつかピックアップしております。こだわり条件の拡張、あいまい検索の精度向上は、求人に限らずインターネットのメディアとしてはまだまだやれることが残っているということです。次に働き方やスキルなどをきちんと検索できるようにしてより探しやすくするということ。

それから、4点目の「仕事探し/転職に関するトレンド情報やアドバイス」というのは、このページの右側で求人ボックスジャーナルのリリースについてご紹介しておりますけれども、こうした取り組みでより使っていただきやすいポータルサイトをきちんと確立していくということでございます。

それから同じくページの右側で紹介しておりますテレビCMの実施ですが、これはやはり認知度の拡大を含めて継続してやっていきたいと考えております。

ここまで、各事業の第3クォーターの結果のご報告と今後の取り組みについてお話しをさせていただきました。32ページ以降に、参考資料を載せておりますので、お時間ありましたらご覧いただければと思います。

以上、簡単でございましたが、この第3クォーター及び第3クォーターまでの累計の決算についてご説明させていただきました。

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

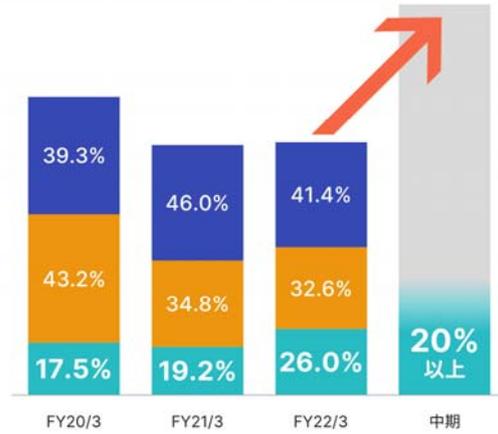
納得感のある購買・消費行動のために、サイトの改善と情報の拡充を重ね、有意義な情報を提供。

### 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。



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

- 各種社内勉強会の開催
- エンジニア育成体制の強化

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

## 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%

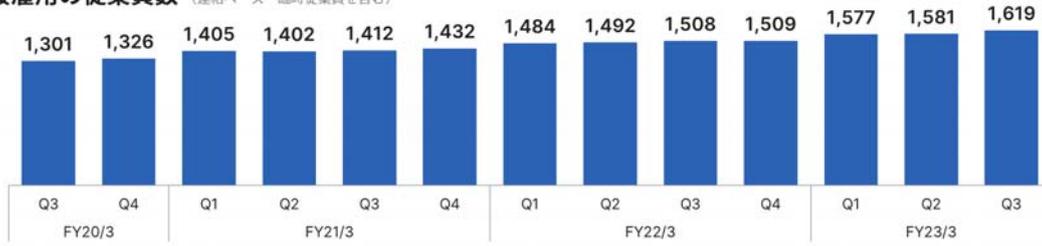
\*1 自己資本比率(親会社所有者帰属持分比率)=親会社の所有者に帰属する持分÷総資産×100

\*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

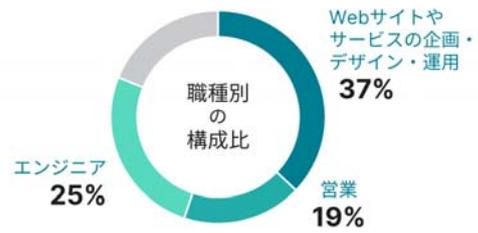
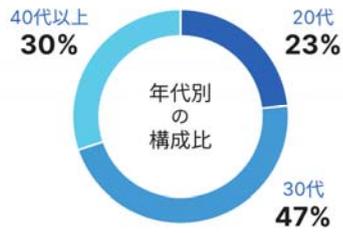
\*3 総還元性向(配当支払総額+自己株式買い総額)÷親会社の所有者に帰属する当期利益×100。なお、自己株式買い総額は、公開買付代理人に支払う手数料その他諸経費を含まない。

## 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 (2022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 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\*1: 4,808万人 (2022年12月時点)



## 食べログ

レストラン検索・予約サイト

月間利用者数\*1: 9,487万人 (2022年12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11月時点の比率

**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



**Time Design**  
ダイナミックパッケージ予約プラットフォーム



**バス比較なび**  
全国の高速バス・夜行バス、バスターの料金比較サイト



**travel.jp**  
旅行のクチコミと比較サイト



**映画.com**  
総合映画情報サイト



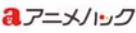
**キナリノ**  
ライフスタイルメディア



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

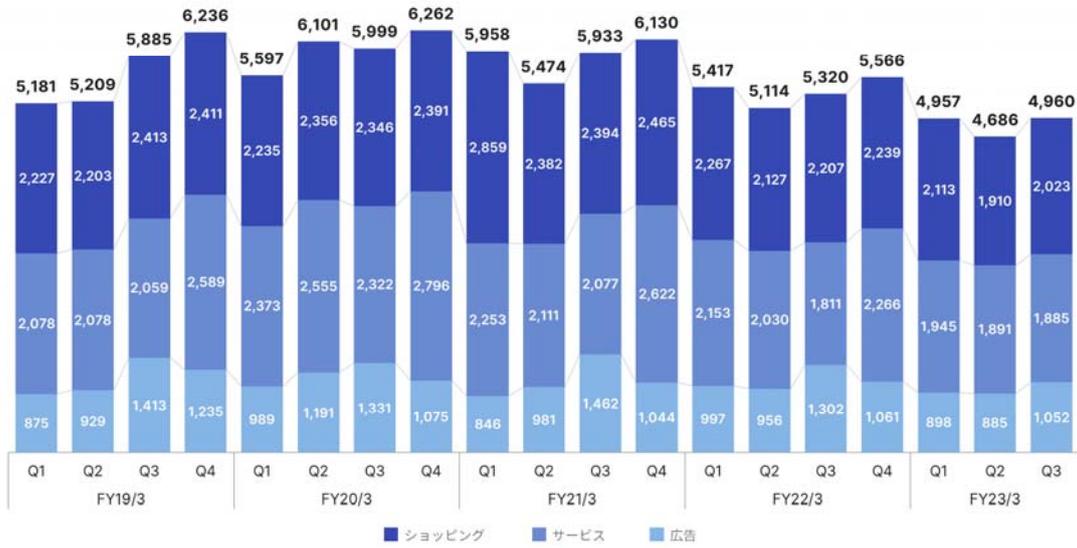


## カカコムグループ運営サービス紹介

 <p><b>格安移動</b></p> <p>国内移動・海外航空券 最安値比較サイト</p>	 <p><b>バスとりっぷ</b></p> <p>高速バス・バスツアー お役立ち情報メディア</p>	 <p><b>オソレゾーン</b> OSOREZOU</p> <p>ホラー映画専門 配信サービス</p>	 <p><b>gaie</b></p> <p>映画等のデジタル・ プロモーションエージェンシー</p>	 <p><b>webCG</b> Car Graphic</p> <p>クルマ好きのための 情報サイト</p>
 <p><b>Pathee</b></p> <p>お買い物スポット 情報サイト</p>	 <p><b>STORECAST</b></p> <p>小売店向けの デジタル販促ツール</p>	 <p><b>icotto</b></p> <p>宿泊旅行の情報メディア</p>	 <p><b>TASCLAP</b></p> <p>メンズファッション Webマガジン</p>	 <p><b>FX 羅針盤</b></p> <p>FX関連情報と為替相場 解説・予想サイト</p>
 <p><b>暗号資産 羅針盤</b></p> <p>暗号資産とブロックチェーンに 関連する情報サイト</p>	 <p><b>a.アニメログ</b></p> <p>アニメの総合情報サイト</p>	 <p><b>PHOTOHITO</b></p> <p>写真共有サイト</p>	 <p><b>アキバ総研</b></p> <p>アニメ&amp;アキバ系 カルチャー情報</p>	

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
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



価格.com：サービス事業売上の内訳

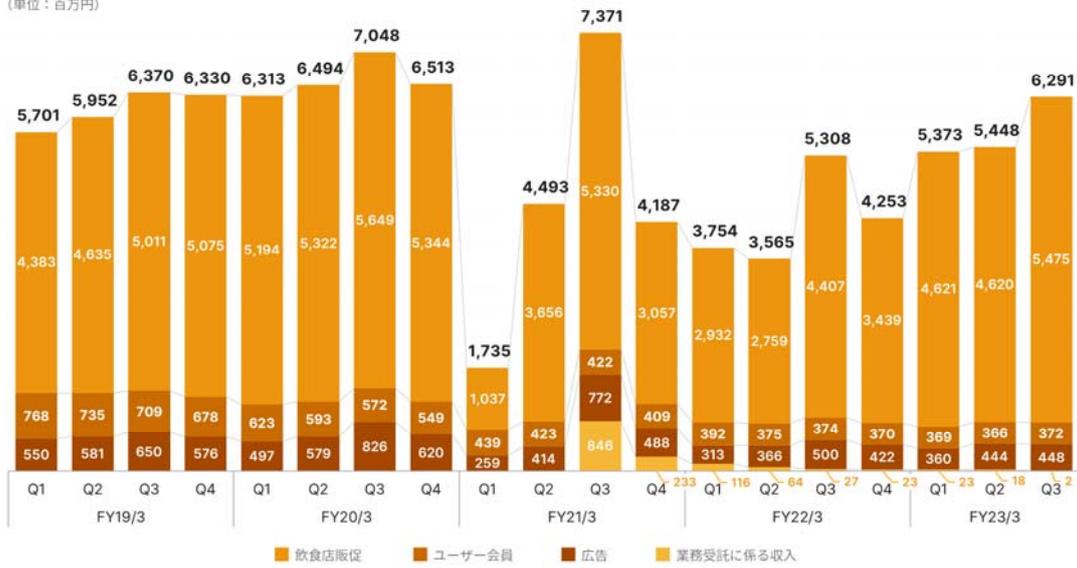
	サービスの主なカテゴリ	ビジネスモデル
金融	クレジットカード、ローン、投資・資産運用、FX など	問合せや申込件数等に応じた 手数料収入
通信	Wi-Fiレンタル、格安SIM、プロバイダー など	
自動車	自動車保険、中古車検索 など	
その他	英会話、エネルギー（電気・ガス）など	

(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）

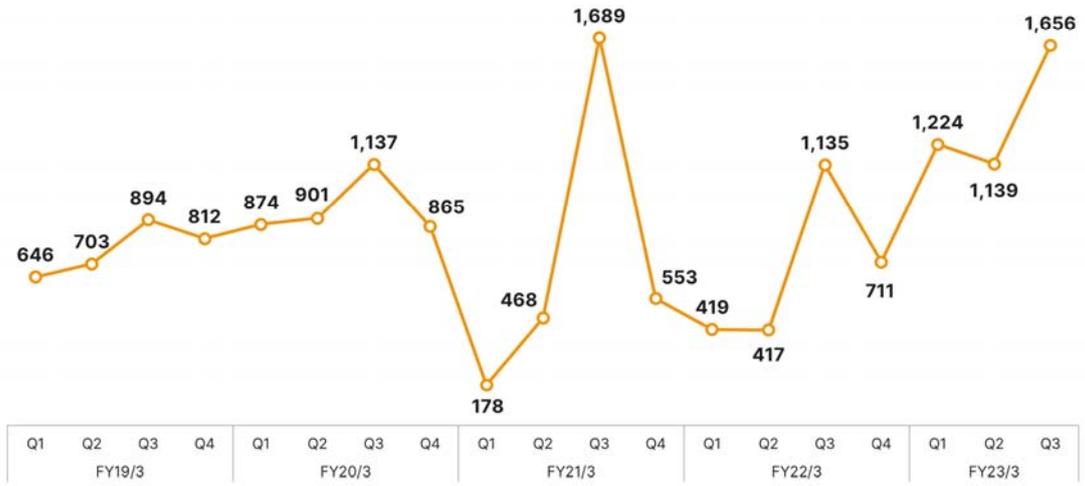
PRサービス	ネット予約サービス
<p>サービス内容：食べログの販促機能の利用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大きな写真の掲載、お店のこだわりやコースの紹介</li> <li>食べログ内の標準検索結果における優先表示</li> </ul> <p>手数料：月額固定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>10,000円、25,000円、50,000円、100,000円</li> </ul>	<p>サービス内容：食べログのネット予約機能の利用</p> <p>手数料：従量</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ランチ：100円×来店人数</li> <li>ディナー：200円×来店人数</li> </ul>

(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)



\*ファイナンス事業における生命保険の一部代理店手数料について、収益認識の見積りに関する変更がありました。詳細は23ページをご参照ください。  
 なお、2022年5月11日の「2022年3月期決算短信」で公表いたしました通期の連結業績予想に変更はありません。

## 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	<a href="https://corporate.kakaku.com/">https://corporate.kakaku.com/</a>	
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	<a href="https://kakakucom-insurance.co.jp/">https://kakakucom-insurance.co.jp/</a>
	株式会社エイガ・ドット・コム	<a href="https://eiga.com/">https://eiga.com/</a>
	株式会社タイムデザイン	<a href="https://www.timedesign.co.jp/">https://www.timedesign.co.jp/</a>
	株式会社webCG	<a href="https://www.webcg.net/">https://www.webcg.net/</a>
	株式会社LCL	<a href="https://www.lclco.com/">https://www.lclco.com/</a>
	株式会社ガイエ	<a href="https://gaie.jp/">https://gaie.jp/</a>
	株式会社Pathee	<a href="https://corp.pathee.com">https://corp.pathee.com</a>
お問い合わせ	<a href="https://corporate.kakaku.com/contact/form_ir">https://corporate.kakaku.com/contact/form_ir</a>	

本資料に記載された情報や将来の見通しは、資料作成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。