



2026 年 9 月 15 日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 ぐ る な び
代 表 者 名 代表取締役社長 杉 原 章 郎
(コード番号：2440 東証スタンダード)
問 合 せ 先 専務執行役員 山 田 晃 久
(TEL：03-6744-6463)

2027 年 3 月期第 1 四半期決算に関する主な質疑応答（要旨）

2026 年 8 月 3 日に公表した当社の 2027 年 3 月期 第 1 四半期決算に関し、機関投資家・アナリストの皆さまからいただいた主なご質問と、それに対する当社の回答をまとめましたので、下記のとおりお知らせいたします。なお、ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っております。

投資家の皆さまに当社へのご理解を深めていただく一助となれば幸いです。

記

1. 営業体制強化の進捗と投資回収のタイミング

- Q1 営業体制の強化について、フィールドセールス（FS）とインサイドセールス（IS）の具体的な採用計画と 1Q 終了時点での進捗は？
- A1 営業全体で 50 名強の採用を計画しており、FS と IS の割合は概ね半々です。1Q 終了時点で FS は今期計画していた採用を完了いたしました。IS は出足に一部遅れが見られたものの、上期中には完了する見通しです。なお、1Q 中に採用が完了したものの、入社時期が 2Q 以降となる人員も一定数存在します。
- Q2 増員によるオフィススペースへの影響は？
- A2 以前よりリモートワークを主体としているため、オフィススペースの不足等の問題は生じておりません。新入社員研修は対面でも実施しており、社内に活気が見られる状況です。
- Q3 新たに入社した人員は、どのようなエリアや役割に割り当てられるのか？
- A3 営業活動エリア自体の拡大は行わず、既存の活動エリアの中で関東・関西エリアを中心に人員を強化しております。「中期経営計画 2028」における売上拡大のドライバーを「加盟店舗数の増加」と位置付けているため、新規アポイントを獲得する IS と、店舗課題に応じた提案・コンサルティングを担う FS の両輪を拡充しております。
- Q4 増員の成果はいつ頃から、どのような指標に表れるのか？
- A4 新入社員の育成期間として半年～9 ヶ月程度を見込んでおります。そのため今期の下期より順次兆候が現れ始め、本格的には来期以降、新規獲得数および加盟店舗数の拡大という形で成果が顕在化する見通しです。

2. 第1四半期決算と今期の損益見通しについて

Q5 1Qの営業損失が想定よりも縮小して着地した要因と、2Q以降のコストの見通しは？

A5 営業損失が想定を下回った主な要因は、採用内定者の入社時期が2Q以降へずれ込んだこと、非営業領域での採用を慎重に進めたことにより、人件費や採用費が計画を下回ったためです。また、広告宣伝費等も費用対効果を鑑み慎重に投下いたしました。なお、今後の人員関連費用については、1Qからずれ込んだ採用費の計上を2Qに見込んでおります。また、月次の人件費が計画水準に達するのは、採用人員の入社が完了する3Q以降となる予定です。

Q6 1Qの営業損失は想定よりも縮小しての着地となったが、上期および通期の営業損失の見通しは？

A6 採用から入社までのタイムラグ等により人件費が想定を下回っており、上期・通期の営業損益が計画より縮小する可能性はございます。一方で、営業体制はもとより全社的な事業運営体制の強化に向けた柔軟な採用活動や、中期経営計画の達成に向けた機動的な投資を継続する方針であることから、現時点で計画は据え置いております。当社では「2027年度からの売上、利益の成長力引き上げ」と「2028年度の営業利益13億円」の達成を重視しており、そのために必要なコストは機動的に投下する方針です。

3. 楽天との連携をはじめとした新サービスについて

Q7 楽天との連携に進展はあるか。

A7 従来のメディア領域での連携に加え、現在は当社の加盟価値向上に向けた多面的な連携協議を進めております。特に、キャッシュレス決済の普及に伴う手数料負担や資金繰り悪化といった飲食店の課題に対し、決済面等での連携を通じたソリューション構築を目指しております。

Q8 新たにリリースした「Uberall（ウーバーオール）連携」による「サイテーション管理商品」の業績貢献は？

A8 飲食店に対する多角的な集客支援の一環として、Uberallとの連携によるAI検索対応商品をリリースいたしました。まずは幅広くご利用いただくため、お試し期間や各種キャンペーンを展開しながら導入拡大を図っており、既存のGoogleビジネスプロフィール運用支援商品の利用店舗だけでなく新規店舗を含め、導入数は増加しております。キャンペーン等の実施により直近の売上貢献は限定的ですが、AI検索対応は必須課題であり、先んじて商品化した点は今後の成長要因として期待できます。

4. 中期経営計画2028について

Q9 中計最終年度（2028年度）の営業利益13億円という目標に対し、今期の先行投資はどのように位置づけられ、どのような投資を行うのか？また来期以降も投資（主に人員増）は続くのか？

A9 従来の延長線では、売上は年率5%程度の安定成長は見込めますが、他方、営業利益が停滞する恐れがあります。こうした延長線上から脱却し、利益創出力を高めるべく、「店舗数の拡大」を軸とした売上成長に向けた営業体制の再構築を行っております。今期はそのための採用投資を集中して実施する期間と位置付けており、一時的に先行投資による赤字となる計画です。ただし増員は今期上期で目処が立つ予定であり、来期以降も同様のペースで拡大を続けるわけではございません。今期中に体制を整え、2027年度の黒字化、2028年度の営業利益13億円達成を目指すシナリオです。

Q10 「中期経営計画 2028」の次の3年間では、どのような姿（プラットフォームとしての立ち位置や、売上・利益の規模感）を目指しているのか。

A10 次の3年間では、外食産業全体の最適化を支援するプラットフォームへの進化を目指したいと考えております。メディア事業で集まる「来店前のネット情報」だけでなく、決済やモバイルオーダー、CRM等を通じて「店舗現場のデータ（喫食データ等）」が集まる体制を構築いたします。現中計はその基盤となる「AI データ基盤」の整備期間でもあります。売上高で過去最高水準へ即座に回帰することは容易ではありませんが、収益体質の改善が進んでいるため、次期中計期間中には「過去最高益」の更新を狙える水準を目指してまいります。

以上