

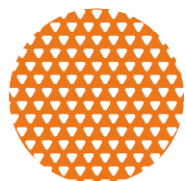


Synchro  
Food

# 個人投資家向けオンライン決算説明会

株式会社シンクロ・フード（東証プライム市場：3963）

2025年9月2日



## Vision

(わたしたちが目指す世界)

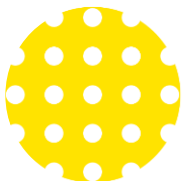
多様な飲食体験から生まれるしあわせを、  
日本中に、そして世界へと広げる。



## Mission

(わたしたちが顧客に果たす使命)

飲食業にチャレンジしている人が、  
その想いを実現できるプラットフォームをつくる。



## Mission

(メンバーに約束すること)

チャレンジを応援する仕事に夢中になれる環境、  
自分らしく成長できる機会をつくる。



## Value

(シンクロ・フードの価値の基盤)

新しい価値を創造し、シンプル、スピーディに提供する。

蓄積したデータを土台に、  
課題を解決する革新的サービスをつくる。

飲食業のチャレンジに役立つ、多様な選択肢を提供する。



## 2026年3月期 第1四半期 連結業績

- 売上高は943百万円(前年同期比▲6.6%)、営業利益は183百万円(同▲38.7%)となった。前年同期の大型M&A案件の反動が主な減収要因であり、主力の求人広告サービスは市場の逆風下で堅調に推移し、通期計画に対し順調に進捗している。
- 営業利益については、上記の減収影響に加え、将来の成長加速に向けた戦略的投資(採用強化・広告投資)を計画通り実行したことが変動要因。事業拡大に向けた人員体制の強化や、成長領域・AI活用への投資を受け、中長期的な成長基盤の構築を着実に進めている。
- 前年の一過性要因を除けば業績は堅調に推移しており、積極的な投資フェーズに移行している。下半期以降はこれらの投資効果が寄与し、収益性の改善を見込む。

## トピックス

### 1. 主力事業の堅調さとアプリシフトの加速

飲食業界の求人市場が減速基調にある中、主力の求人広告サービスは市場を上回る水準で堅調に推移。また、アプリへのシフトが加速し、累計インストール数、ならびにアプリ経由の応募数シェアが着実に伸長した。

### 2. 成長事業の育成が順調に進捗

キッチンカーマッチング「モビマル」ではサブスク登録数が1,000件を突破し、総出店台数も前年同期比で大幅に増加。また、SNSショート動画求人「グルメバイトちゃん」も総フォロワー数が6.7万人に達する等、新たな収益の柱となる成長ドライバーの育成は順調に進んでいる。

### 3. AI活用による生産性向上が本格化

全社横断でAI活用プロジェクトを推進し、生産性向上を加速。第1四半期末時点で年間約9,560時間相当の業務時間削減効果を見込んでおり、創出したリソースを顧客への価値提供や戦略的業務へ再配分している。



1

## 2026年3月期第1四半期 決算概要

2

各事業セグメントの業績、重要指標

3

2026年3月期第1四半期 トピックス

4

参考資料



## 1 2026年3月期第1四半期 業績ハイライト

前年の大型M&A案件(52百万円)による一過性の反動がありながらも、主力の求人広告サービスは逆風下でも堅調に推移。戦略的投資(採用強化や広告投資)に伴い利益・生産性は一時的に低下するも、下半期以降は改善を見込む。

売上高

943百万円

前年同期比 ▲6.6%  
前四半期比 ▲8.3%

営業利益

183百万円

前年同期比 ▲38.7%  
前四半期比 ▲28.4%

営業利益率

19.5%

前年同期比 ▲10.2pt  
前四半期比 ▲5.4pt

売上高広告宣伝費比率

5.9%

前年同期比 +0.8pt  
前四半期比 ▲0.1pt

従業員数

219人

前年同期比 +7.4%  
前四半期比 +7.9%

過去  
最大

営業1名あたり売上高

10.3百万円

前年同期比 ▲13.7%  
前四半期比 ▲16.3%

販管費比率は一時的に60.9%と高水準になるも、その内容は中長期の売上成長を見据えた採用強化・広告投資・AI強化であり、成長ドライバーと位置付け。中期的にレバレッジ(売上成長>費用増)が効き、事業拡大と収益回復の原動力を得る見立て。

| (百万円)               | 2026年3月期 1Q(連結) |        | 2025年3月期 1Q(連結) |        | 2026年3月期通期業績予想(連結) |        |       |
|---------------------|-----------------|--------|-----------------|--------|--------------------|--------|-------|
|                     | 実績              | 構成比    | 実績              | 前年同期比  | 業績予想               | 前年同期比  | 進捗率   |
| 売上高                 | 943             | 100.0% | 1,010           | ▲6.6%  | 4,100              | 3.8%   | 23.0% |
| 売上総利益               | 758             | 80.3%  | 844             | ▲10.2% | -                  | -      | -     |
| 販管費                 | 574             | 60.9%  | 544             | 5.5%   | -                  | -      | -     |
| － 人件費               | 345             | 36.6%  | 312             | 10.5%  | -                  | -      | -     |
| － 広告宣伝費             | 55              | 5.9%   | 51              | 7.5%   | -                  | -      | -     |
| － 地代家賃              | 32              | 3.5%   | 32              | 1.7%   | -                  | -      | -     |
| － 外注費               | 16              | 1.8%   | 16              | ▲2.2%  | -                  | -      | -     |
| － その他               | 124             | 13.2%  | 131             | ▲5.2%  | -                  | -      | -     |
| 営業利益                | 183             | 19.5%  | 299             | ▲38.7% | 820                | ▲25.3% | 22.4% |
| 経常利益                | 181             | 19.2%  | 301             | ▲39.8% | 820                | ▲24.5% | 22.1% |
| 親会社株主に<br>帰属する当期純利益 | 123             | 13.1%  | 201             | ▲38.6% | 574                | ▲12.9% | 21.5% |

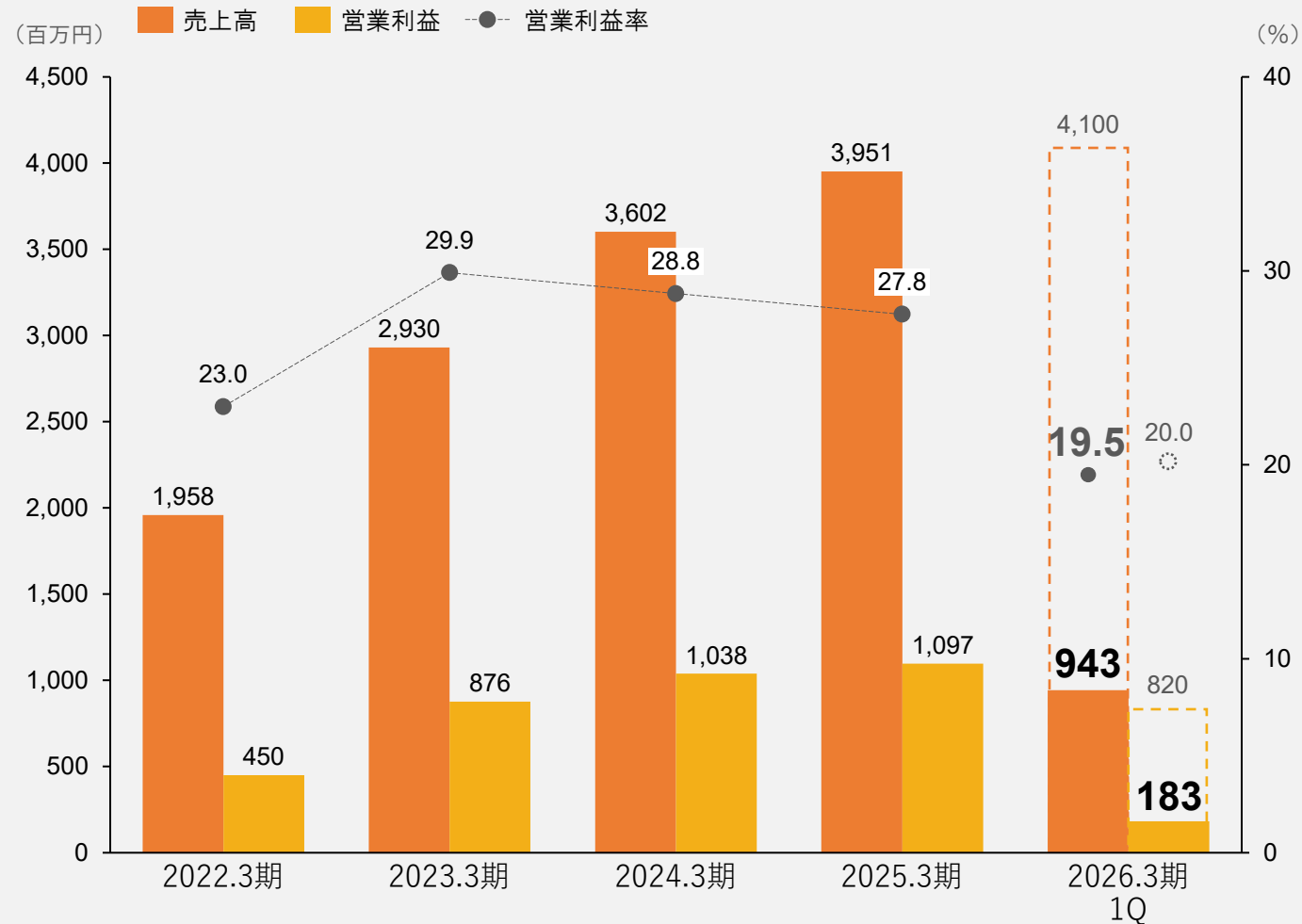
※ 2025年3月期第2四半期連結会計期間において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、2024年3月期連結会計年度に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定内容を反映させております。

2025年3月期末比で、配当支払と自己株式取得等により純資産合計は740百万円減少、前年同期比では13.9%減少。  
株主還元を実行しつつも、自己資本比率は86.7%と盤石。

| (百万円)    | 2025年<br>6月期末 | 2025年<br>3月期末 | 前四半期末比 |        | 2024年<br>6月期末 | 前年同期末比 |        |
|----------|---------------|---------------|--------|--------|---------------|--------|--------|
|          |               |               | 金額     | 増減率    |               | 金額     | 増減率    |
| 流動資産合計   | 4,867         | 5,683         | ▲815   | ▲14.4% | 4,434         | 433    | 9.8%   |
| 現金及び預金   | 4,634         | 4,997         | ▲363   | ▲7.3%  | 4,239         | 394    | 9.3%   |
| 固定資産合計   | 419           | 447           | ▲28    | ▲6.3%  | 618           | ▲199   | ▲32.2% |
| 資産合計     | 5,286         | 6,130         | ▲843   | ▲13.8% | 5,052         | 234    | 4.6%   |
| 流動負債合計   | 669           | 772           | ▲103   | ▲13.4% | 741           | ▲72    | ▲9.7%  |
| 固定負債合計   | 31            | 31            | 0      | 0.0%   | 31            | 0      | 0.1%   |
| 純資産合計    | 4,585         | 5,326         | ▲740   | ▲13.9% | 4,279         | 306    | 7.2%   |
| 負債・純資産合計 | 5,286         | 6,130         | ▲843   | ▲13.8% | 5,052         | 234    | 4.6%   |

## 1 売上高・営業利益・営業利益率の年度推移

主力事業である求人広告サービスは、飲食関連の採用市況が減速する中でも健闘。通期予算に対する進捗率は計画通りに推移しており、堅調な進捗。



2026.3期 1Q 進捗率

売上高

23.0 %

(943 百万円 / 4,100 百万円)

営業利益

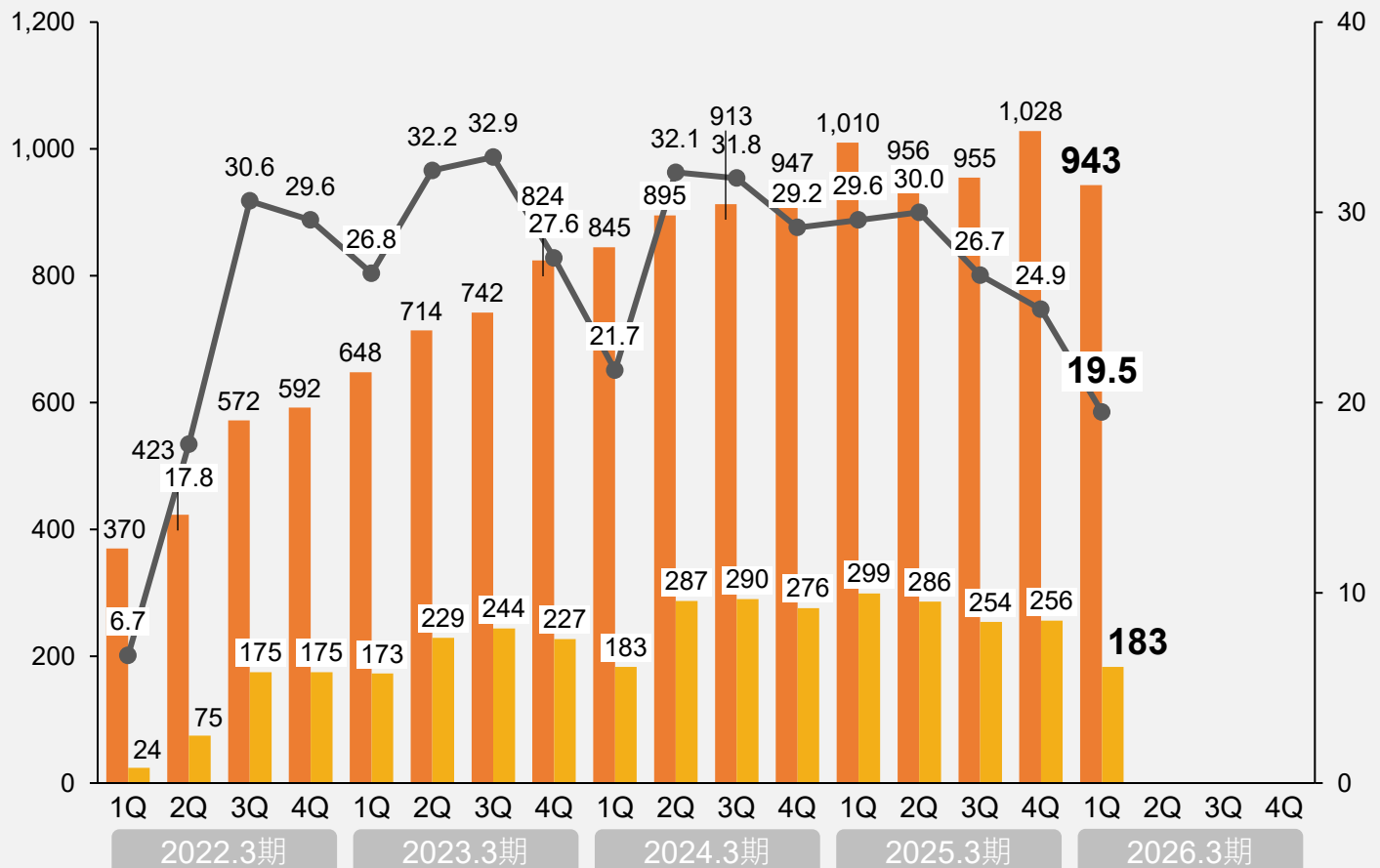
22.4 %

(183 百万円 / 820 百万円)

# 1 売上高・営業利益・営業利益率の四半期推移

直近3四半期の営業利益率低下は、立上げ期にある新規事業の売上貢献度の高まりと、収益性の高い既存事業が市況の逆風を受けたことに加え、戦略的投資の実行に起因。中長期的にはポートフォリオ転換による収益基盤の再強化を見込む。

(百万円) 売上高 営業利益 営業利益率



売上高

943 百万円

前年同期比  
▲6.6%

前四半期比  
▲8.3%

営業利益

183 百万円

前年同期比  
▲38.7%

前四半期比  
▲28.4%

営業利益率

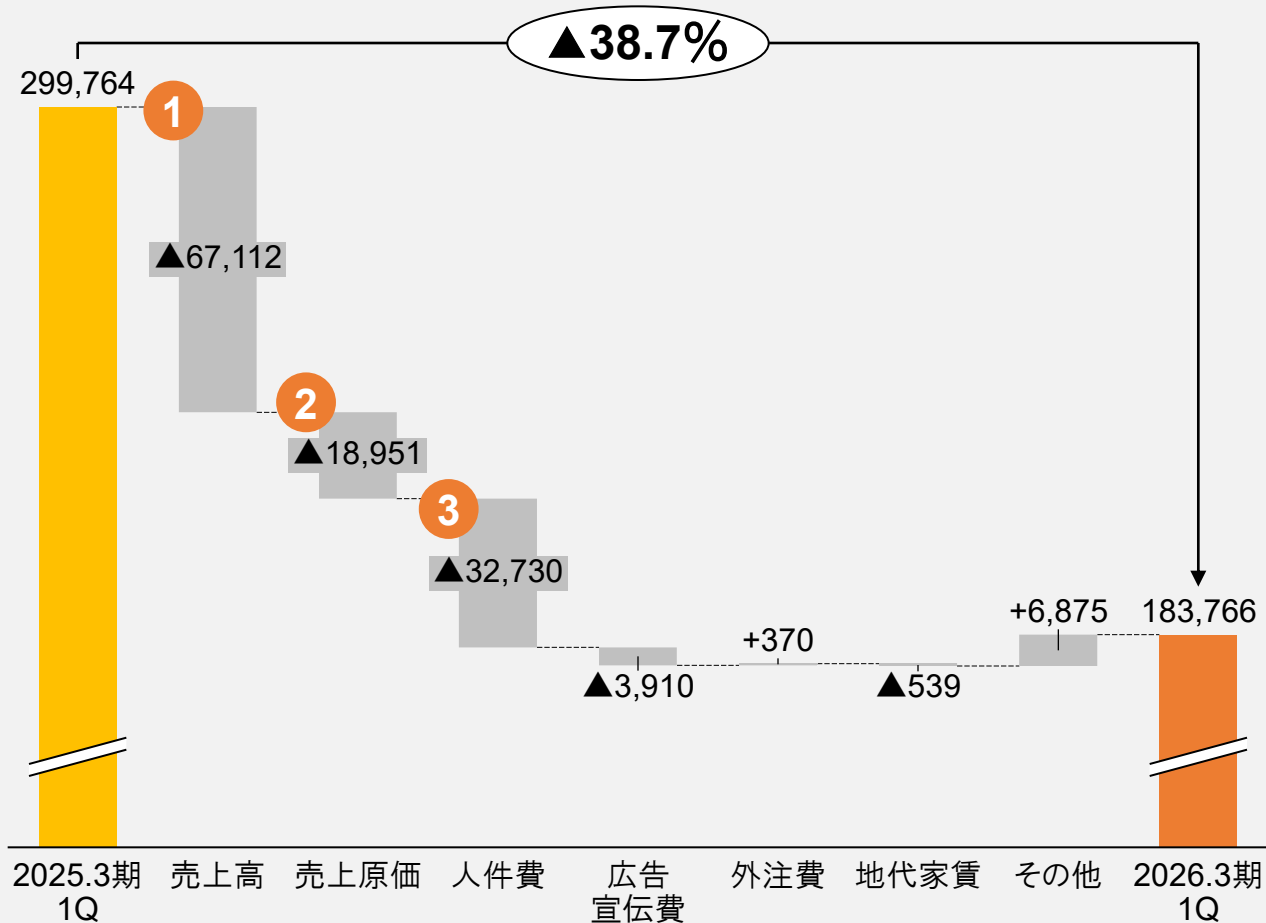
19.5 %

前年同期比  
▲10.2pt

前四半期比  
▲5.4pt

# 1 営業利益の増減分析（前年同四半期比）

営業利益は183百万円となり、前年同期比では38.7%減少。  
影響額上位は、売上高、人件費、売上原価。



1

## 売上高: 67百万円減少

- 大型M&Aの前年実績影響が大半
- 求人広告サービスは健闘するも昨対割れ

2

## 売上原価: 18百万円増加

- モビマルの大幅伸長(イベント場所代)
- 車両販売の純増(仕入車両)

3

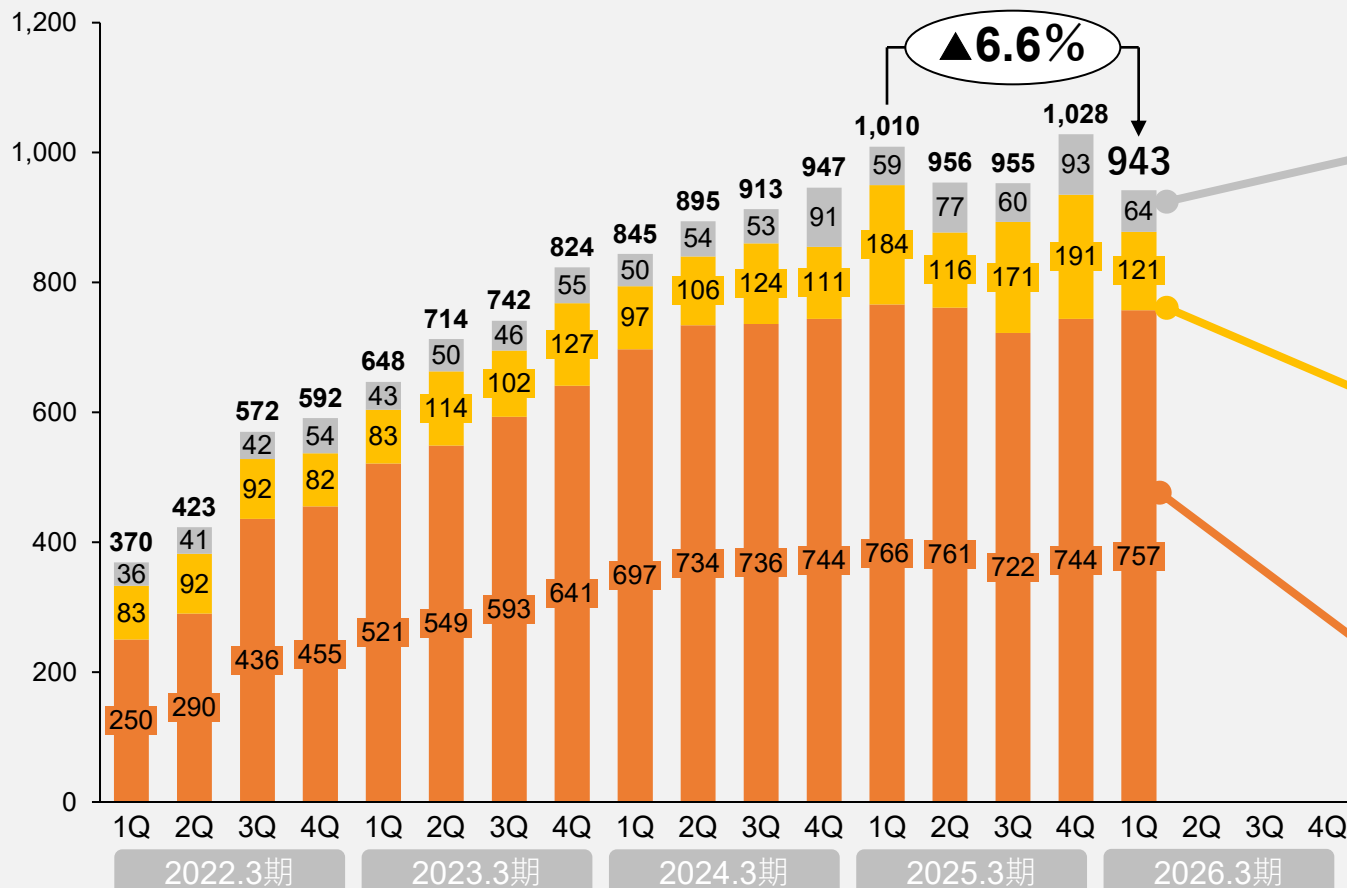
## 人件費: 32百万円増加

- 成長を見据えた人員増強
- 新卒18名、中途4名が入社

売上高は943百万円で、前年同期比では6.6%減少。

出退店サービス、運営サービスは前年同期比で減少、その他サービスは昨年同期を上回る着地となった。

(百万円) ■ その他サービス ■ 出退店サービス ■ 運営サービス



その他サービス: 5百万円増加

- ・ 農業ジョブの大幅伸長
- ・ 求人インテリアサービスの2桁成長

出退店サービス: 63百万円減少

- ・ 大型M&Aの前年実績影響が大半
- ・ 車両販売(トライアル)の純増

運営サービス: 9百万円減少

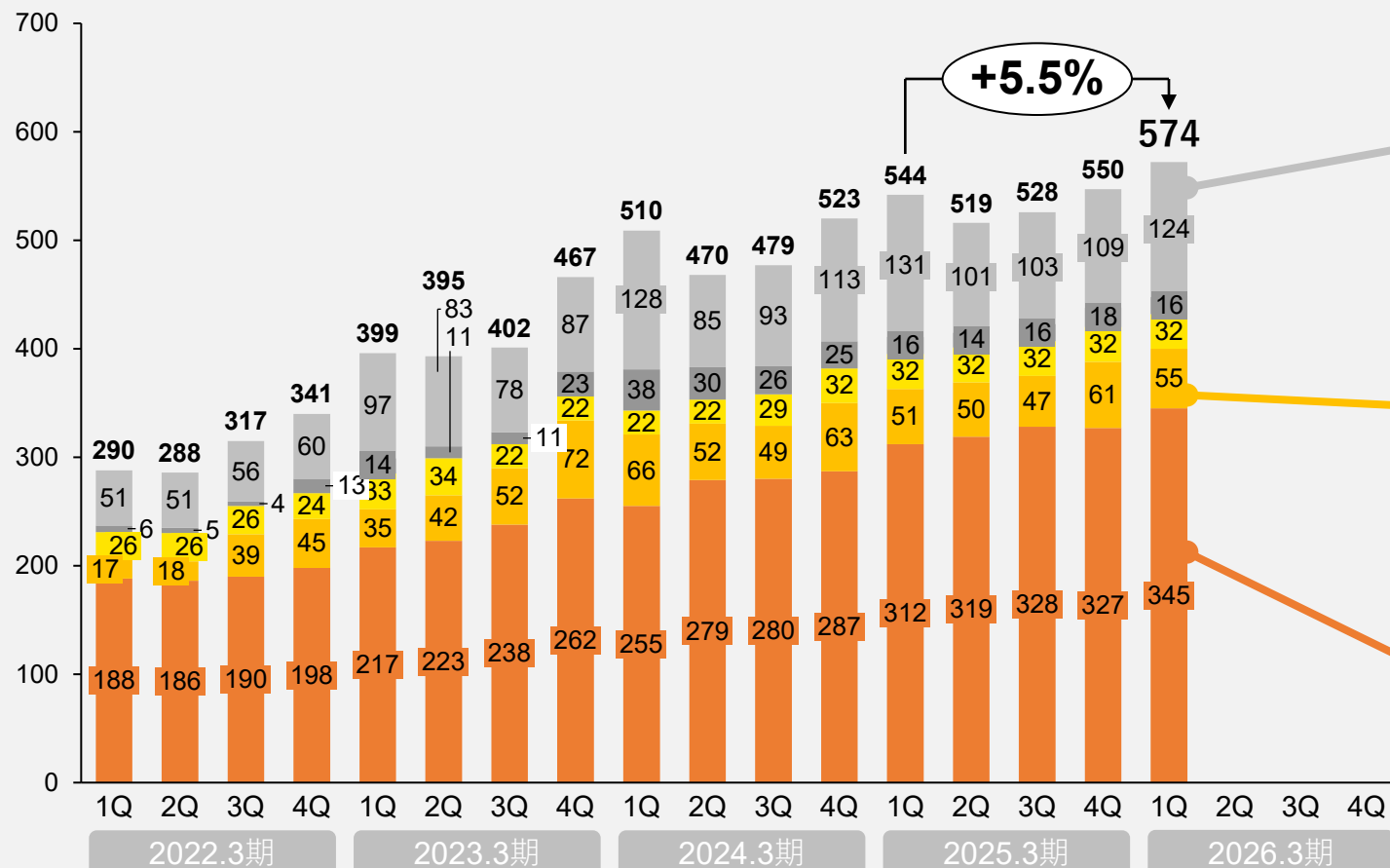
- ・ 求人広告サービスは健闘するも昨対割れ(直販: ▲6.5%、代理店: ▲5.1%)
- ・ モビマルの大幅伸長

# 販売費及び一般管理費の四半期推移

販管費は574百万円で、前年同期比では5.5%増加。

最も増加したのは人件費で、次いで広告宣伝費。また、内装建築と農業ジョブの減損計上により、のれん償却費は減少。

(百万円) ■ その他(のれん償却含) ■ 外注費 ■ 地代家賃 ■ 広告宣伝費 ■ 人件費



+5.5%

その他(のれん償却含): 6百万円減少

- ・ 2025年3月期末の減損計上による影響

広告宣伝費: 3百万円増加

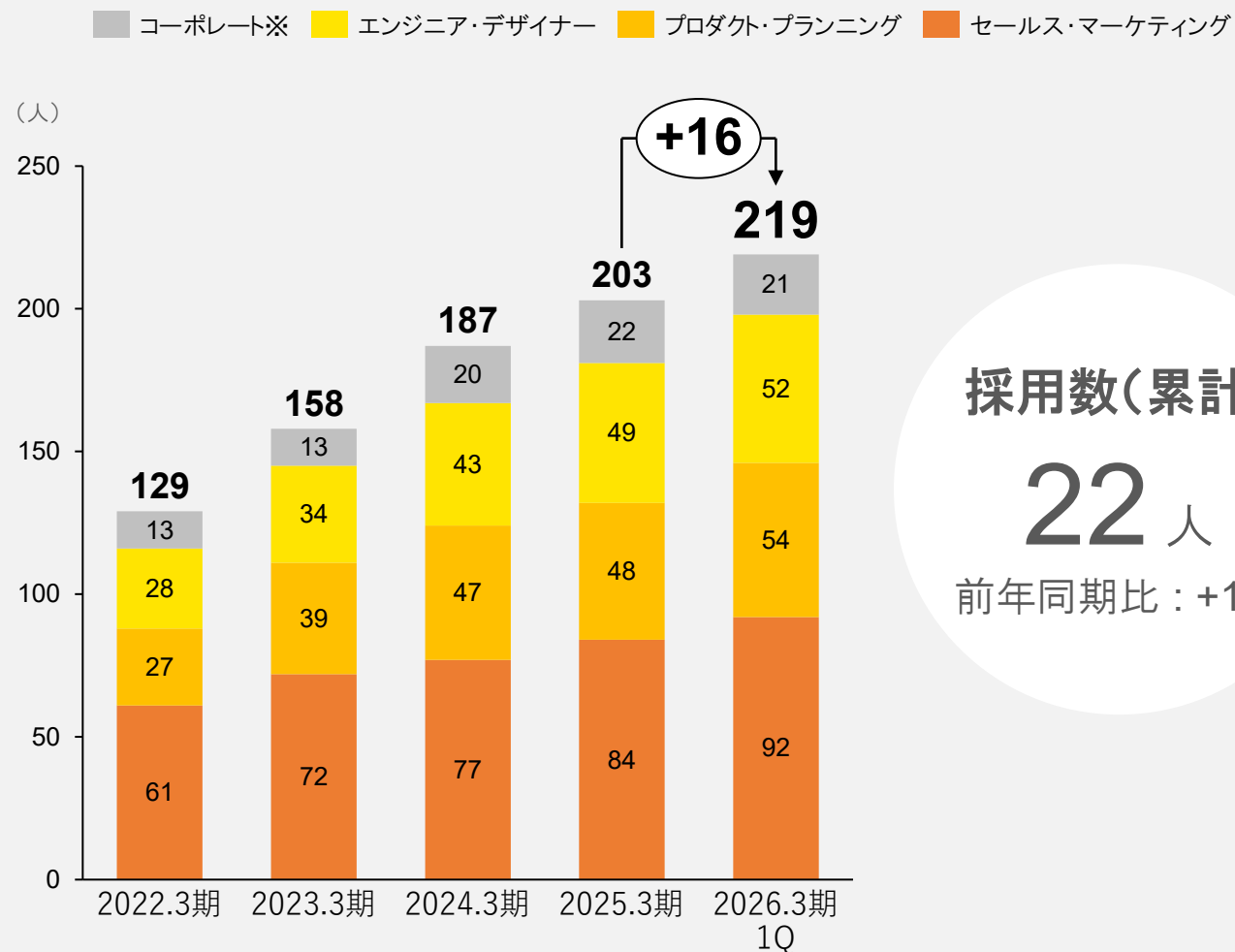
- ・ アプリ等、成長領域への広告費積み増し

人件費: 32百万円増加

- ・ 成長を見据えた人員増強
- ・ 新卒18名、中途4名が入社

積極的な人材投資は継続。

競争環境の急速な変化に対応すべく積極採用を継続し、全職種にて人員を増加。



- 全体  
セールス・マーケティングを中心に全職種で増員、うち新卒は18名
- 中途採用  
AI活用を推進すべくエンジニアを採用
- 新卒採用  
全職種合計で18名（前年同期比：+4名）
- その他  
残業時間を抑え、働きやすい環境を維持。今後もAI活用を通じて、更なる削減を目指す

1

2026年3月期第1四半期決算概要

2

各事業セグメントの業績、重要指標

3

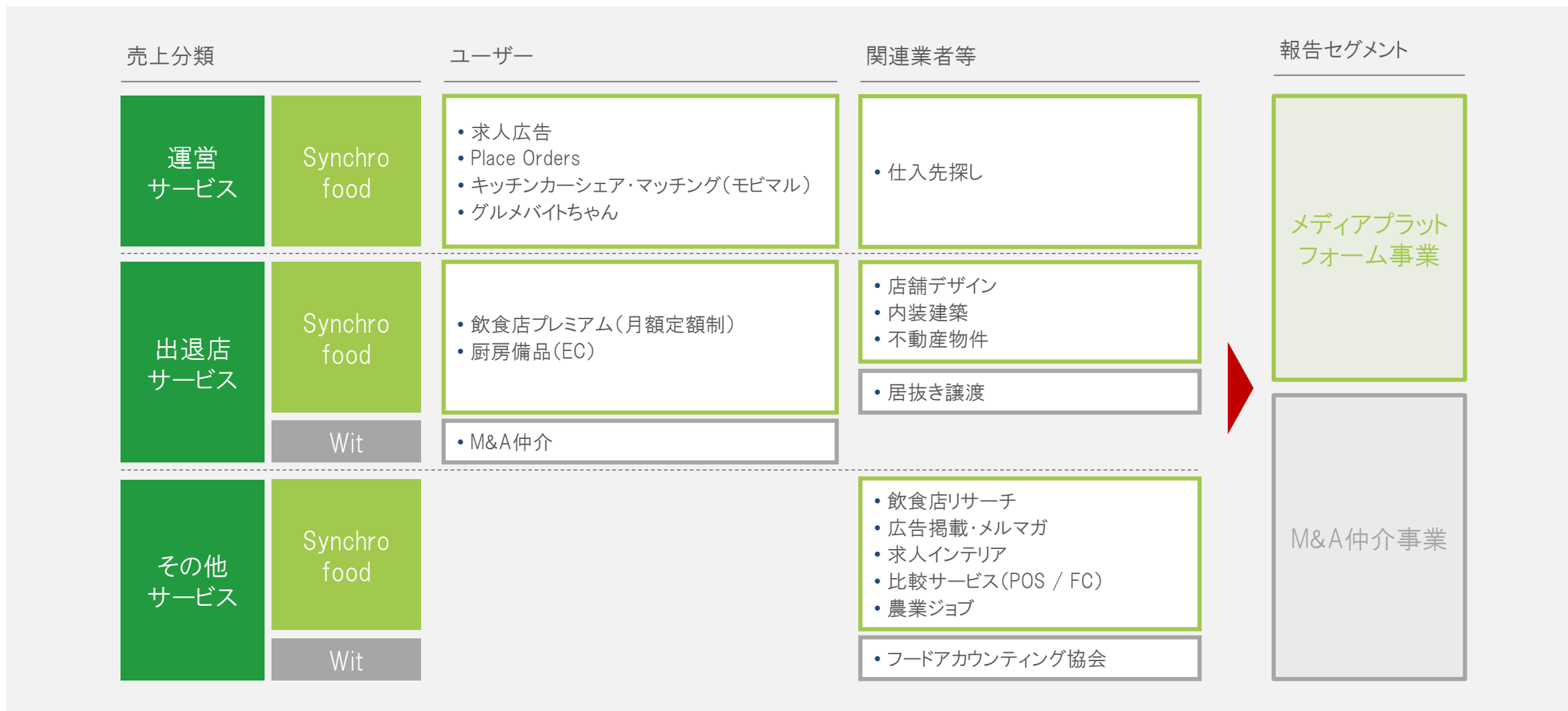
2026年3月期第1四半期 トピックス

4

参考資料



売上を「運営」「出退店」「その他」の3サービスに分類。セグメントは、メディアプラットフォーム事業とM&A仲介事業として報告。  
求人広告からM&A仲介まで、飲食店の運営・出店・成長を一気通貫で支援する構造を構築。



主力の求人広告サービスは厳しい環境下でも堅調に推移し、事業全体としては増収。飲食店会員や事業者、求職者ともに着実に増加しており、回復局面における成長ポテンシャルを裏付ける結果に。

セグメント売上高

895 百万円

前年同期比 +0.7%  
前四半期比 ▲7.2%

セグメント利益

181 百万円

前年同期比 ▲24.1%  
前四半期比 ▲25.5%

セグメント利益率

20.3 %

前年同期比 ▲6.6pt  
前四半期比 ▲6.8pt

飲食店ドットコム会員数

32.2 万件

前年同期比 +7.6%  
前四半期比 +1.7%

過去  
最高

事業者数

5,203 社

前年同期比 +3.5%  
前四半期比 +1.8%

過去  
最高

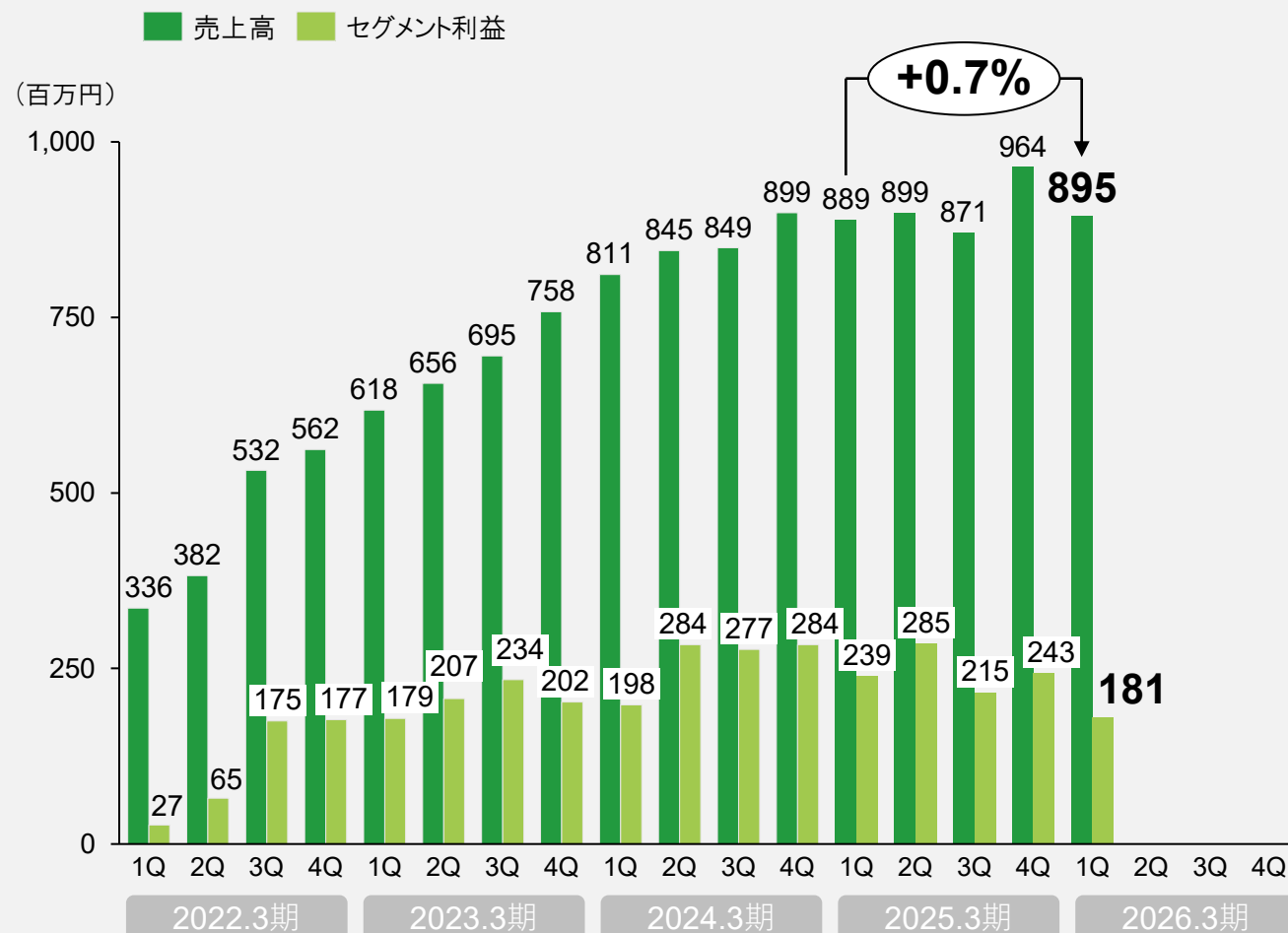
求職者数

38.3 万人

前年同期比 +17.8%  
前四半期比 +5.2%

過去  
最高

増収減益での着地。主力である求人広告事業が市場の逆風下でも堅調に推移するとともに、周辺事業が着実に伸長した。戦略投資と成長領域へのポートフォリオ転換により、今期は一時的な減益となる計画だが、中期的な収益最大化を目指す。



### ➤ 増収の要因

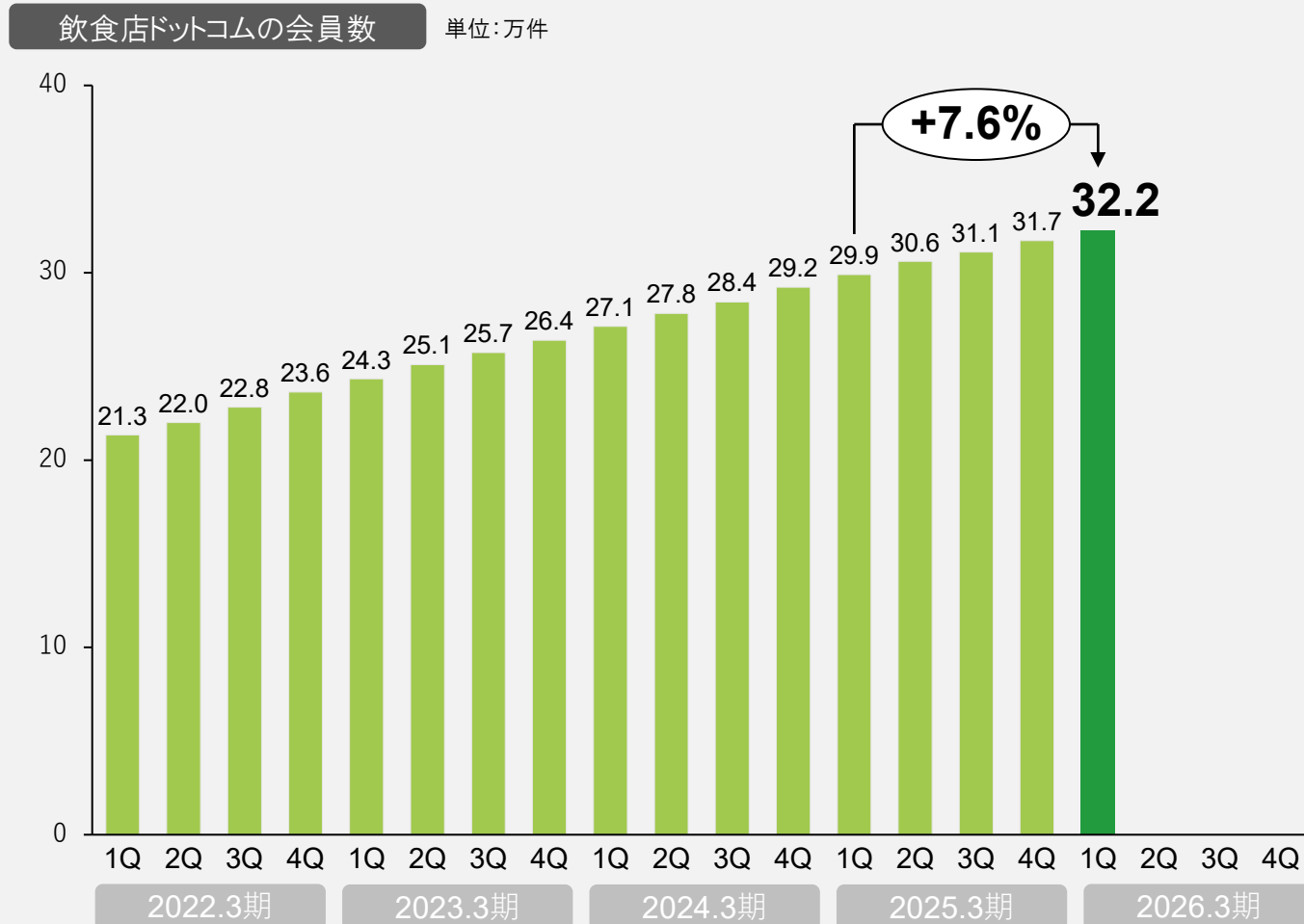
- 求人インテリアは2桁成長
- モビマルは3桁に迫る勢いで成長
- 農業ジョブは3桁成長
- 車両販売(トライアル)分は純増

### ➤ 減益の要因

- 人件費増加  
(前年同期比: +16名)
- 広告宣伝費の積み増し
- 成長領域事業の拡大  
(事業フェーズ面で相対的に利益率は低め)

中期的な収益最大化

会員数は32万件を突破し、顧客基盤拡大が加速。求人広告市場の減速を補完するとともに、クロスセルや新規事業の収益化に向けた重要なアセットとして成長ドライバーの役割を担う。



➤ 第1四半期の振り返り

- ・ 検索アルゴリズムの影響を受け伸びが鈍化した前四半期の傾向から脱却

➤ 成功要因

- ・ 物件掲載数の増加
- ・ SEO施策を高速で大量投下

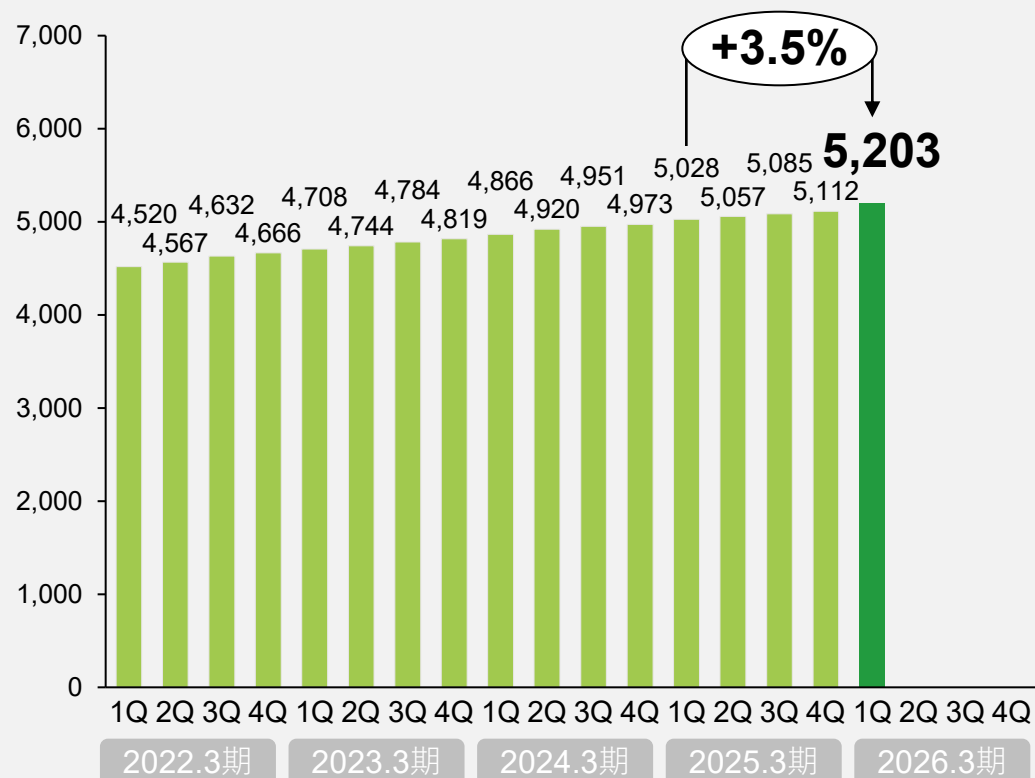


盤石な成長ドライバーへ

今後のマッチング精度向上やクロスセル戦略の展開に向けた重要なアクティブ基盤として、中期成長を支える重要KPIとなる事業者数・求職者数は、ともに安定した成長を継続。プラットフォームのネットワーク価値が着実に積み上がっている。

事業者数

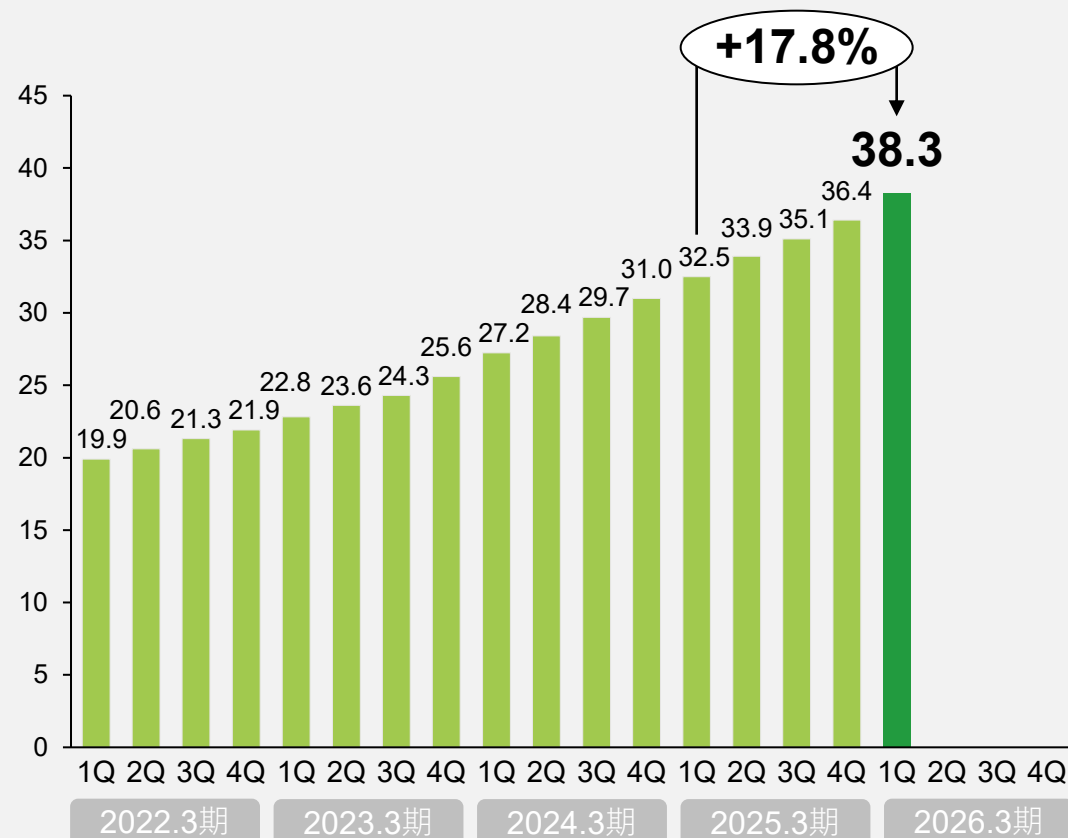
単位：社



注：月末時点で登録している不動産会社・デザイン会社・食材仕入会社の合計

求職者数

単位：万件

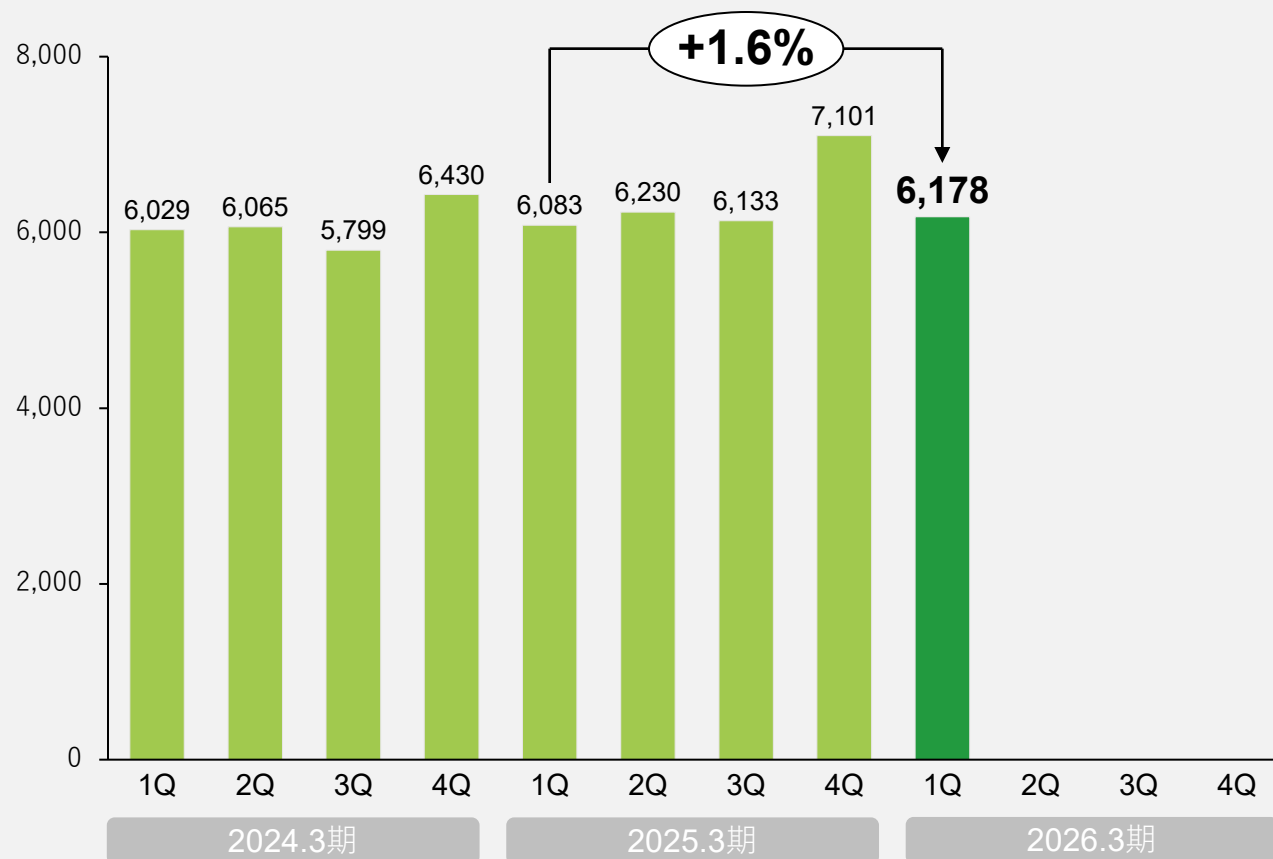


注：求人飲食店ドットコムに求職者として会員登録した人数(仮会員登録と退会者を除く)

採用手段の多様化やコスト意識の変化にも対応しながら、戦略的に伸び代へアプローチすることで、掲載数を着実に積み上げた。結果、飲食求人市場全体が縮小傾向にある中でも、当社の売上高は相対的に下落幅が小さく、市場を上回る健闘を継続。

総掲載店舗数（四半期末時点）

単位：件



求人広告サービス売上高と有効求人数の昨対比

- 求人広告サービス売上高の昨対比の3ヶ月(1Q)平均 93.7%



- 飲食関連有効求人数\*の昨対比の3ヶ月(1Q)平均 90.4%

\* 飲食物調理従事者、接客・給仕職業従事者の有効求人数  
(パート除く常用)「厚生労働省 一般職業紹介状況」

前年同時期の大型案件反動やM&A成約の後ろ倒し等により、前年同期比での収益は減少し厳しい着地に。  
一方、インサイドセールスにより売却相談から案件化のCVRは改善し、今後の効率的な案件化に向けた基盤は着実に構築中。

## 売上高

48 百万円

前年同期比  
▲59.9%前四半期比  
▲24.0%

## セグメント利益

▲1.6 百万円

前年同期比  
▲102.9%前四半期比  
▲118.1%

## セグメント利益率

▲3.4 %

前年同期比  
▲49.9%前四半期比  
▲33.4%

## 売却相談数\*

173 件

前年同期比  
▲16.4%前四半期比  
▲7.5%

## 案件化数\*

95 件

前年同期比  
▲9.5%前四半期比  
+17.3%

## 問合せ件数\*

2,159 件

前年同期比  
▲2.1%前四半期比  
+82.5%

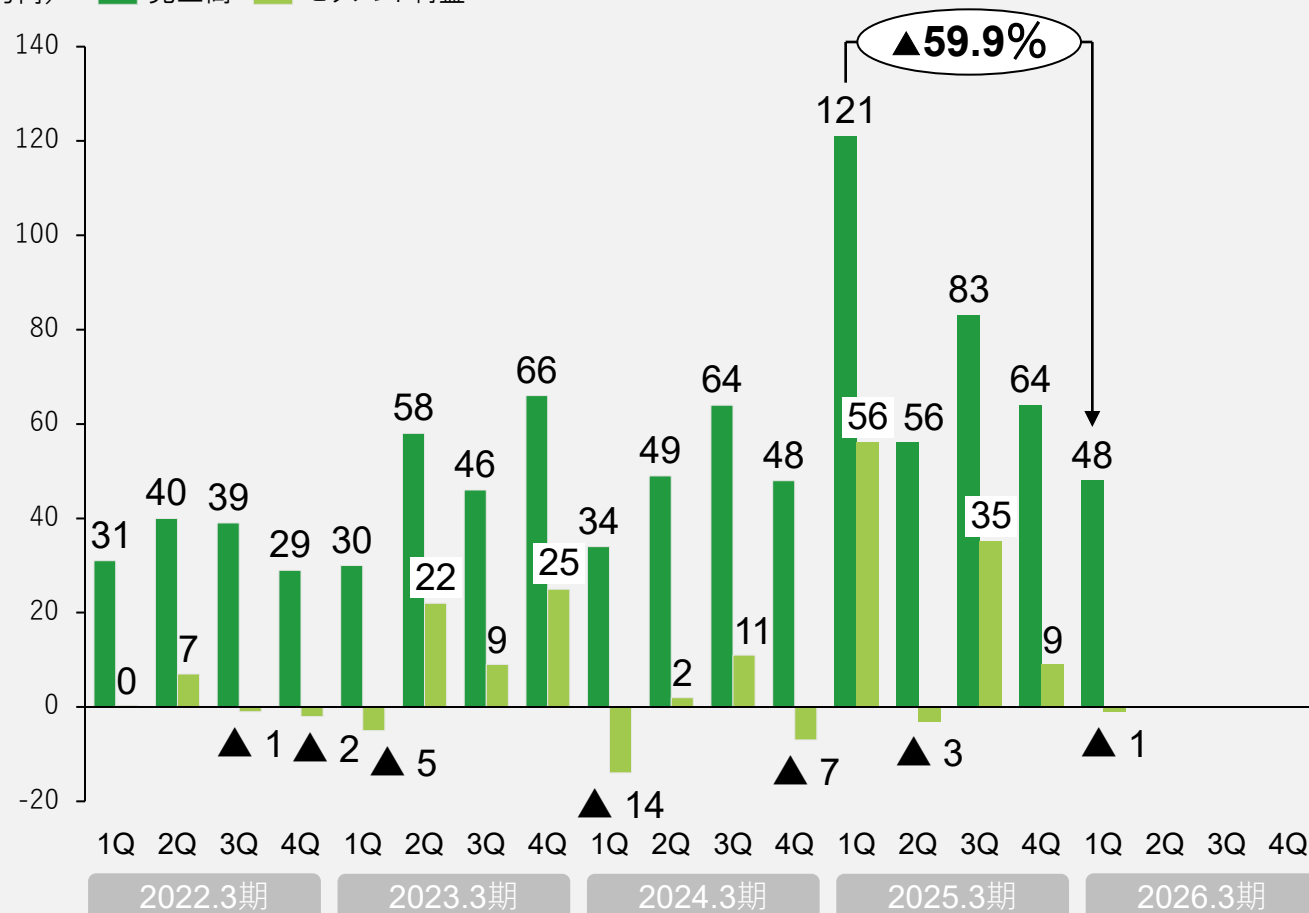
\* 株式譲渡、事業譲渡、居抜きプラスの総合計

\* 株式譲渡、事業譲渡、居抜きプラスの総合計

\* 株式譲渡、事業譲渡、居抜きプラスの総合計

1Qは前年の大型M&A案件の反動に加え、案件成約の後ろ倒しも重なり大幅な減収減益。  
これらは一過性の要因影響であることから、通期では従来水準へ回復する見立て。

(百万円) ■ 売上高 ■ セグメント利益



### ➤ 大型案件の状況

- ・ 前年同規模の大型案件の成約には至らず

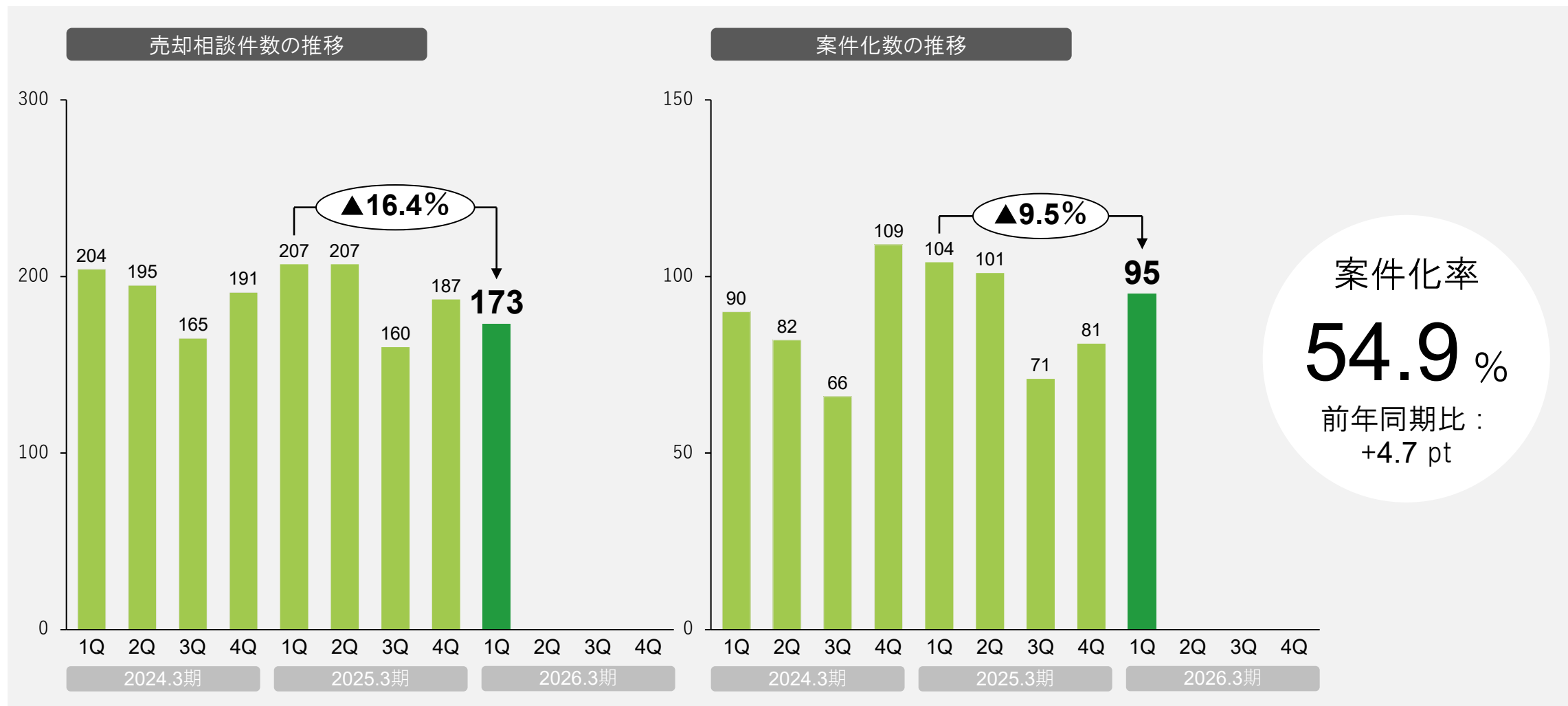
### ➤ 中小規模案件の状況

- ・ 期初の案件数は伸ばせたが、成約の後ろ倒しが重なり減収の一因に



一過性の要因が重なり  
結果として減収で着地

売却相談件数は前年同期比で減少したが、インサイドセールス強化でCVR(案件化率)が改善し、質の高い案件形成にシフト。前期3Qを底に、案件化数も回復傾向が継続しており、2Q以降の収益改善に寄与する見通し。



\* 株式譲渡、事業譲渡、居抜きプラスの総合計



1

2026年3月期第1四半期 決算概要

2

各事業セグメントの業績、重要指標

3

2026年3月期第1四半期 トピックス

4

参考資料

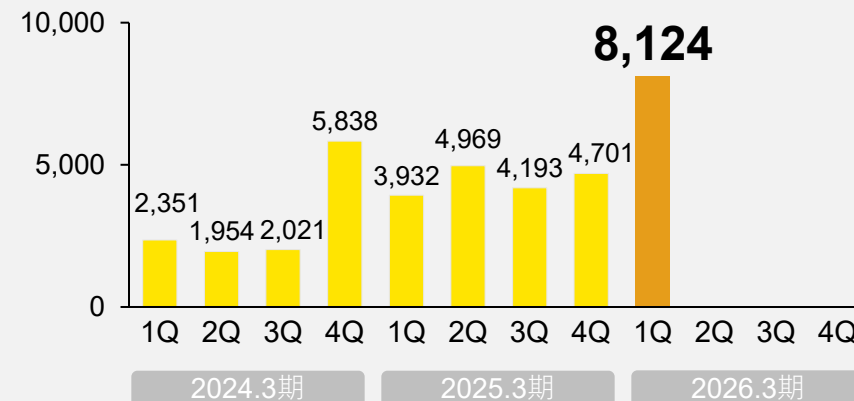


市場環境の変化(景気低迷・競争激化・AI進化)を踏まえ、アプリシフトによるユーザー基盤の拡充を推進。  
 広告・人員への先行投資が奏功し、足元では確実な成果として表れ始めている。

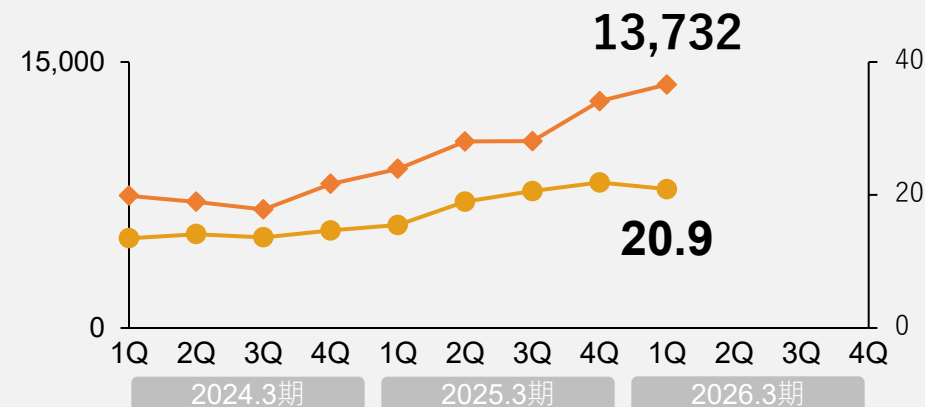


MAUの伸長率  
 (前四半期比)  
**+62.5%**

アプリインストール数 単位: 件



アプリ応募数と応募シェア 単位: 件(左軸)、%(右軸)



サブスク登録台数は1,000台を突破し、出店台数・掲載数ともに前年比で大幅に増加。  
また、大阪万博をはじめとした地方創生への取り組みも進み、事業成長とともに当社ブランド価値の向上にも確実に寄与。

累計登録台数

5,041台

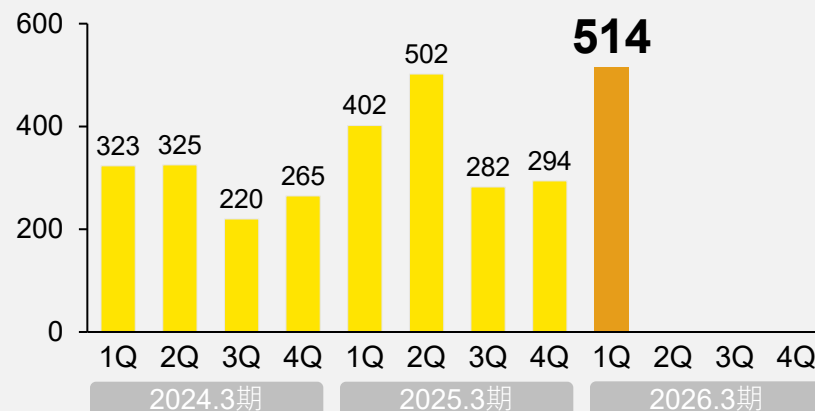
前四半期比：+7.8%

サブスク登録台数

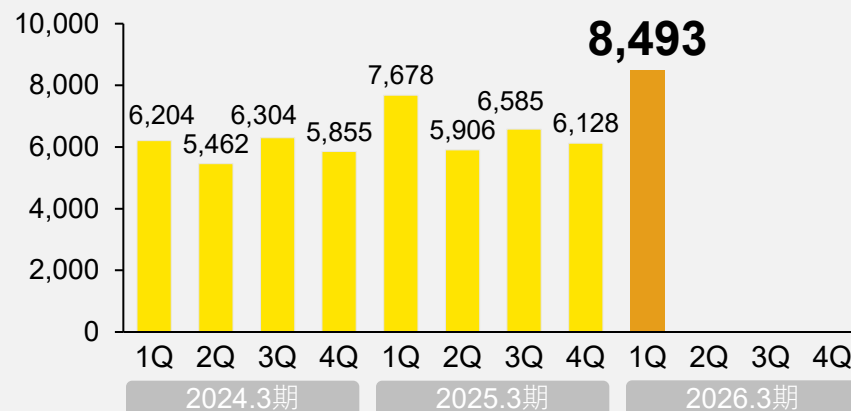
1,024台

前四半期比：+2.6%

主催者(場所)からの問合せ数 単位:件



延べ稼働台数 単位:台



## 大阪・関西万博×地域創生

### 「食」の魅力発信

地域の食材を使ったメニューを提供し  
味覚を通して地域の魅力を伝える

### 「観光」の魅力発信

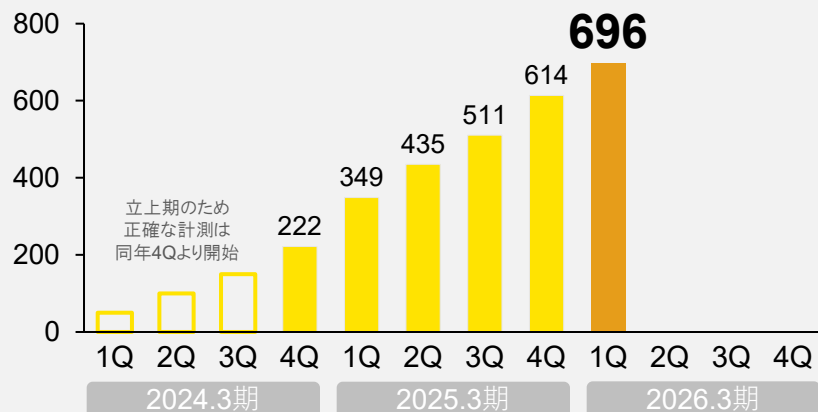
各地域の魅力が詰まった画像や映像  
をフードトラックのサイネージやタペストリーで紹介し、観光PRを実施



安定的に高再生数を記録するバズ動画を継続的に生み出すことで、フォロワー数およびユーザー接点が着実に拡大。  
さらに、独自性の高い検索軸の増設やUI改善を通じて、ユーザー体験の質を高め、定着率・回遊性の向上にも繋がっている。

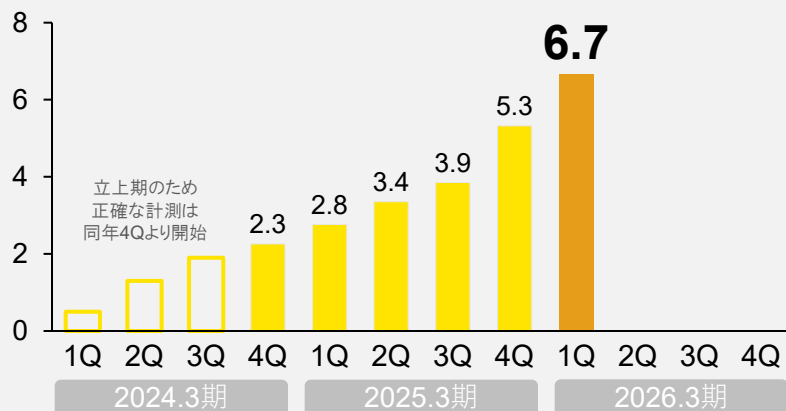
累計掲載数\*1

単位: 件



総フォロワー数\*2

単位: 万人



## 高再生数のバズ動画

### 【牛富屋】

485万回  
再生



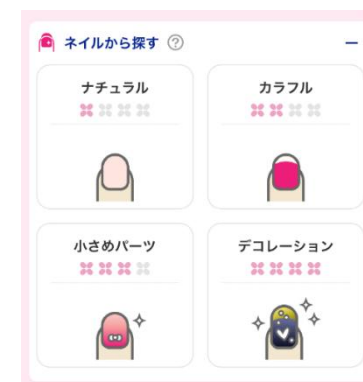
### 【スイーツパラダイス】

241万回  
再生



## 独自性の高い検索軸

「ネイルレベル」で求人を検索する機能を追加、登録済店舗数: 546件 (6月末)



### レベル別登録店舗の分布:

- デコレーション : 42.4%
- 小さめパーツ : 25.4%
- カラフル : 9.0%
- ナチュラル : 6.7%
- NG : 16.5%

\*1 リピート掲載を含む掲載件数の累計

\*2 TikTok/Instagram/YouTube

全従業員のAIリテラシー強化と、削減幅の大きな業務の積極改善を推進し、現時点で約9,560時間の業務削減を見込む。また、各現場では自律的な改善活動が継続・拡大されており、創出された時間は顧客対応や戦略業務へ再配分している。

全社共通

## 全社横断プロジェクトの推進

- 各部門から担当をアサイン、足元の工数削減を目的に業務をAIに置き換え
- 全従業員×全業務の工数計測と見える化で、構造的ボトルネックを特定

全社共通

## 社内向けAI活用の基盤構築、従業員育成

- プロンプト共有システムの開発と、安全に利用するためのルール・制度整備
- 非エンジニア社員を対象としたプロンプト・エンジニアリングの研修実施

領域特化

## 求人広告サービスの原稿制作 半自動化テストの一部終了

- 営業とライター間の制作依頼における半自動化テスト完了（関東の一部）
- 想定インパクト：年間900時間の削減（検証対象組織のみで算出）

1Q末時点の  
年間想定削減時間

9,560時間

\*目標進捗率：24.9%

価値  
創造

\* 3年後に30%、今期末に10%の削減目標（2025年3月期比）  
上位管理職を除く従業員の年間想定労働時間をベースに算出  
（200名×8時間×20日×12ヶ月＝38.4万時間）

既存事業は商品開発・組織最適化の取組みが進み、成長事業も営業体制の整備やサブスク事業の拡張等の基盤形成が進行。また、AI活用による生産性向上においても、全社共通・領域特化の双方向で確実に成果を出せている。

Phase 1(2026.3期)

成長準備期

Phase 2(2027.3期)

成長転換期

Phase 3(2028.3期)

成長加速期

|                        | セグメント / サービス |                     | テーマ                               | 評価 | 2026.3期1Q終了時点での進捗                                                |
|------------------------|--------------|---------------------|-----------------------------------|----|------------------------------------------------------------------|
| 既存事業の<br>継続的・<br>安定的成長 | MPF          | ・HR 求人広告            | ➢ 大手向け商品開発・拡販<br>➢ 構造改革による組織最適化   | ☁  | ➢ 業績は厳しい環境下で健闘、中長期商品仮説の概要設計完了<br>➢ 最適化に向けた課題設定完了、IT/AIによる業務改善に着手 |
|                        |              | ・HR 以外              | ➢ 成功報酬型での収益性up                    | ☁  | ➢ 農業ジョブの人材紹介サービスは前期比大幅伸長<br>➢ それ以外のサービスは前期並みに留まる                 |
|                        | M&A          | ・M&A仲介<br>・居抜き/FA協会 | ➢ 専門部隊での大型案件獲得<br>➢ 小規模案件獲得の成約率up | ☂  | ➢ 大型案件をはじめ案件獲得は健闘、成約率に課題を残す<br>➢ 小規模案件でも、譲渡契約締結～成約のリードタイムが長期化    |
| 新規事業の<br>成長加速          | MPF          | ・グルメバイトちゃん          | ➢ 代理店での拡販、App化推進                  | ☀  | ➢ 複数代理店との契約締結、App開発は順調に進捗(2Qリリース)                                |
|                        |              | ・HR 人材紹介            | ➢ 顧客基盤活用、AIでの効率化                  | ☀  | ➢ 運営体制が整い、営業活動がスタート                                              |
|                        |              | ・モビマル               | ➢ サブスク拡大、自動マッチング                  | ☀  | ➢ サブスクの月間新規登録数100件超、全国にチャネルを確保                                   |
| AI×価値創造<br>生産性向上       | ALL          | ・全社共通<br>・領域特化      | ➢ 全従業員のAIネイティブ化<br>➢ 特定業務の大規模な改善  | ☀  | ➢ Geminiの利用率:100%、小さな改善を量産<br>➢ 広告原稿作成の半自動化においてテストを一部完了          |

---

# 質疑応答受付中





Synchro  
Food

# 個人投資家向けオンライン決算説明会

株式会社シンクロ・フード（東証プライム市場：3963）

2025年9月2日