



- 株式会社シンクロ・フード(東証マザーズ:3963)
(飲食業向けメディアプラットフォームの運営)
- 設立2003年4月 資本金 4億99百万円
- 本社:東京都渋谷区恵比寿 社員数 47名 (2017/1/末現在)
*公募価格 2,100円 初値 2,970円 *3月24日株価終値 4,135円
*3月31日を基準日とする1:3株式分割を予定。

2016年9月29日上場

(百万円)	売上高	営業利益	経常利益	当期利益	配当金(円)	EPS (円)	株価(円)	PER (倍)
2016/3期	849	320	323	209	0.00	87.41	-	-
2017/3期(予)	1,013	366	341	221	0.00	83.78	4,135	47.95



*2015年12月11日付1:1,000の株式分割を行ったが、2016年7月16日付で1:10の割合で株式分割を実施。2016年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり純資産額及び1株当たり当期純利益金額を算出。*PER:2017/3/24 株価終値ベース。会社予想当期純利益を期中平均株式数で除して算出。

■ 代表取締役兼執行役員社長 藤代真一氏 略歴

1973年7月5日生まれ。1999年アンダーセンコンサルティング(現アクセンチュア株式会社)入社。2003年当社設立、代表取締役現任。

■ 「シンクロ・フード」 起業の経緯

代表取締役兼執行役員社長の藤代真一氏は、大学院で化学を専攻。アクセンチュア入社後、ITウェブ戦略立案・構築、プログラミングに従事。30歳までには起業したいという強い思いがあった。実家は横浜で、50名ほどの従業員を抱え、ホテルや飲食店へ野菜を卸す、青果卸売事業を営んでいた。

当時はウェブが発達していない時代であり、野菜の仕入れを飲食店、ホテル等と新規に取引を開始するためには、飲食店やホテルがいつ、どの場所にオープンするかという情報を誰よりも早く聞きつけることが重要であった。これをITの力で、ホテルや飲食店がオープンする情報や、店舗の空き物件情報、仕入れ業者の情報など、ウェブ上で全ての情報を集約することができれば、飲食店も様々な業者も、ウェブ上で効率的に情報収集ができる。飲食業に関わる各事業者と飲食店との取引機会をウェブで結びつけることができれば非常に意義がある。このアイデアを形にしたのが、「シンクロ・フード」の始まりである。

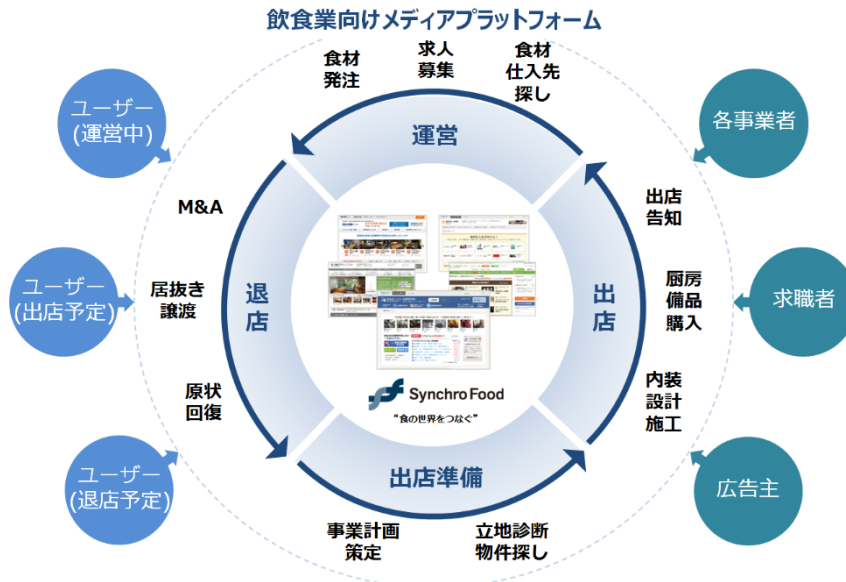


図1: 飲食業向けメディアプラットフォーム
出所: 会社資料より抜粋

■ ビジネスモデル (Business Model at a Glance)

飲食店を立ち上げるためには、まず店舗物件、立地の選定が最初に必要となる。そのニーズに応える飲食店の出店開業・運営支援サイトが「飲食店.COM」である。

設立当初は飲食店など店舗を専門に取り扱う不動産事業者にアプローチする所から開始。創業時の2003年より現在に至るまで、同社のセールスが手で稼いで、「飲食店.COM」へ店舗物件情報を提供・広告出稿をしてくれる不動産事業者を開拓し、現在では全国約1,900社の不動産事業者とパートナーの関係を構築している。

いまでは積極的な営業活動をしなくとも、インバウンドで自然とユーザーとなるべく、飲食店をこれから開業しようという方や飲食店を運営している方から、同社へ問い合わせが入ってくる。それは、「飲食店.COM」のサイトの存在が創業以降、広く認知され、定着してきた証左と言える。

まずは飲食店などの店舗物件情報の掲載からスタートしたが、次に、内装事業者、デザイン会社など、店舗の内装に関する情報を掲載する、「店舗デザイン.COM」というメディアをプラットフォーム上にスタートした。情報を掲載する内装事業者、デザイン会社は、ターゲット先であるユーザーに提案およびコンペ等を行ない、内装・デザインを頼みたいユーザーが自由に内装事業者、デザイン会社を選択できる仕組みになっている。

また、現在、同社の売上構成比の約7割を占めるのは、飲食店専門求人サイトの「求人@飲食店.COM」である。「シンクロ・フード」の名前に体现されるように、次々と飲食店ユーザー向けにメディアを立ち上げ、同社は飲食店経営に関わるあらゆるニーズをビジネスマッチングさせるべく、飲食をテーマにしたプラットフォームを提供している。

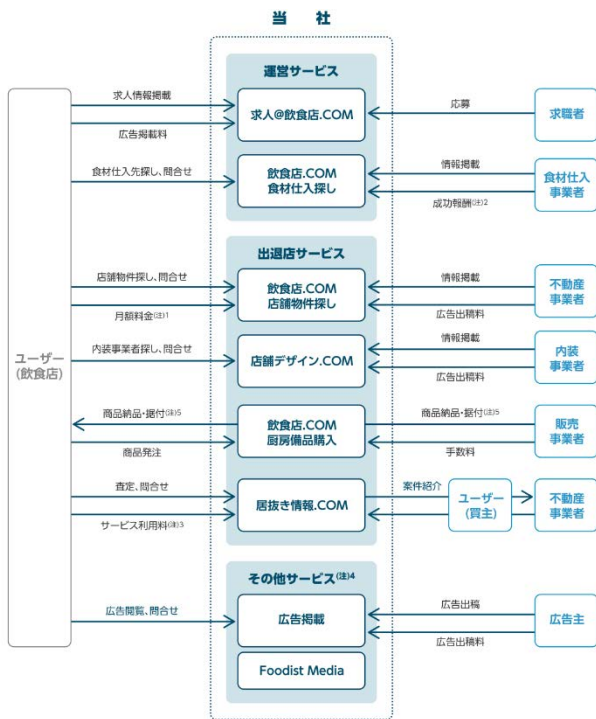


図2: ビジネスモデルシステム図
出所: 会社資料より抜粋

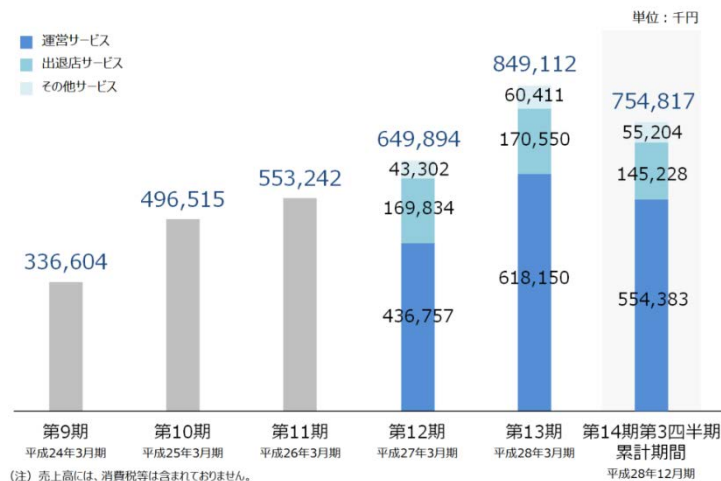


図3: サービス別売上構成
出所: 会社資料より抜粋

■ 売上構成比・事業セグメント

前述のとおり、同社は飲食店出店・開業者及び飲食店運営者と飲食店に関わる各事業者とを繋ぐ、「飲食店.COM」をベースとしたマッチングサービスを提供する「メディアプラットフォーム」である。

インターネットメディア事業のみの単一セグメントではあるが、提供するサービスは、大きく3つ。「運営サービス」・「出退店サービス」・「その他サービス」に分類される。(上記図3を参照)主に飲食店求人情報掲載の「求人@飲食店.COM」、食材仕入先探し・問合せの「飲食店.COM 食材仕入探し」等の「運営サービス」が、全売上高の約70%超を占め、次に、「店舗デザイン.COM」、「飲食店.COM 厨房備品購入」、「居抜き情報.COM」などの「出退店サービス」が約20%以上、残りが「その他サービス」(会員向け広告掲載、メルマガ等)で構成される。

■事業戦略

全国の飲食店数は51.6万事業所(総務省「平成26年経済センサス基礎調査」)存在する。

「飲食店.COM」のユーザー数は、下記グラフを参照。

毎年1万から1万3千ほど会員数は純増。売上高の約7%を目安に広告宣伝費を投下。当面、売上の増加に伴い、広告宣伝費も徐々に増やしなが、自社運営の飲食業界専門オウンドメディア「Foodist Media」を活用し、口コミによる紹介件数を増やす戦略をとっている。また、有料ユーザー数は6,000件を超え、(求人@飲食店COM等)を利用するユニークユーザー数。2016/3期末ベース)。退会率は僅か1%未満のストック型ビジネスモデルである。

主力の「求人@飲食店.COM」は成功報酬型ではなく、月額で広告掲載料を収受するモデルであり、1ヶ月¥19,800から正社員・アルバイトの求人募集広告の掲載が可能であり、求職者数は全国で約70,000人を超える登録がある。飲食特化型の求人サイトを運営する同業他社と比較しても価格が圧倒的に安いこと、飲食店・求職者双方の特徴を踏まえたマッチングができることが掲載者側のメリットであり、コスト競争力が高く、独自のマッチングの工夫が、同社の強みといえる。その他、オプションメニューとして、特集ページ、別枠の宣伝ページや新着表示、スカウトメール30通で¥30,000など。

飲食店.COMのユーザー数の推移

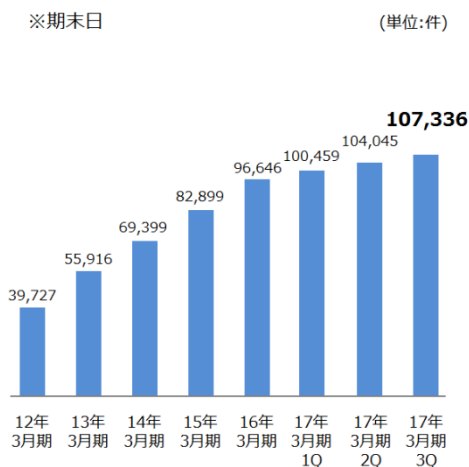


図4 出所:会社資料より抜粋

有料ユーザー数の推移



(注)求人@飲食店.COM、店舗物件探し、厨房備品購入の有料サービスを利用したユーザー数

図5 出所:会社資料より抜粋

■同業他社比較・競合優位性

①.圧倒的な価格優位性

飲食特化型の求人サイトは、例えば、リクルートHD(6098)、ディップ(2379)、グルメキャリー(未上場)などがある。各社ホームページ等の公開情報から取得した求人掲載の価格目安は、リクルート社提供のタウンワークの場合は、掲載期間1週間で基本掲載¥19,000~(関東)がベースとなる。

グルメキャリー(未上場)は、掲載期間2週間で¥47,000(税別)。プラス¥10,800(税込)で、グルメキャリーwebに掲載が可能。ディップ社が提供するバイトルについてもアルバイト求人の掲載期間1週間で基本掲載¥30,000(首都圏・東日本)~といったような価格帯が標準となっている模様。

同社の強みは、特定のサービスでユーザーを獲得しているわけではなく、飲食に関わるプラットフォーム全体で掲載側と求職者側の両ユーザーを獲得しているため、営業にかかる費用は平準化され、低コストで営業が可能であるため、正社員・アルバイト求人の月額広告掲載料が¥19,800であり、他と比較して圧倒的に低価格であり、顧客を囲い込むことができる。

②.低コストで効率化された営業

前述の通り、コストをかけない営業手法が同社の強みであり、効率性をメインにITをフルに活用している。あくまでも、ウェブの作り込みと導線、ユーザービリティ向上を優先し、インバウンドで集客している。

口コミによる紹介、リスティング広告、Foodist Mediaからの流入によりインバウンドで新規ユーザーを獲得しており、特にFoodist Mediaは、飲食店のオーナーや働く人々、そして開業希望者まで、飲食業界に携わる様々な方へ役立つ情報を配信するオウンドメディアであり、このような特化型のメディア自体が世に多くは存在しない。全国の飲食店の事業所数は約51.6万件(出所:総務省「平成26年経済センサス基礎調査」)であり、宿泊業、飲食サービス業における就業者数は387万人(出所:総務省「平成26年雇用動向調査結果の概況」)といった市場規模がビジネスチャンスとなっている。

③.店舗運営の入り口から出口まで。 「飲食のオールラウンドでのビジネスチャンス！」

全国の飲食店は51.6万事業所(総務省「平成26年経済センサス基礎調査」)のうち、年間約3.6万事業所が入れ替わるマーケットと同社は試算するが、同社が提供する飲食のオールラウンド・メディアプラットフォームでは、出店準備から出店、運営、退店の4つのフェーズでのビジネスチャンスがある。例え景気がどのように振れたとしてもどこかのフェーズでビジネスチャンスがあることが魅力的である。退店のニーズがあれば、居抜き店舗物件買取査定サイト「居抜き情報.COM」の利用や、「飲食M&A by飲食店.COM」を通して、事業自体のM&Aをネット上でマッチングさせるサービスを利用することができる。同サービスは、2016年12月より開始した。「飲食M&A」では、飲食店.COMの運営で蓄積した「ヒト・モノ・サービス」に関わる独自のビッグデータを有効活用し、飲食店や飲食関連企業のM&Aに特化したM&A仲介サービスである。具体的には、お店が退店するとなった際に、その場所に来ていた常連の顧客や、アルバイト、店舗・立地をそのままにM&A案件として取り扱い、買い手とマッチングさせる。同社によると、飲食店に特化した1億円未満の小規模なM&Aマーケットは仲介業者も少なく、このブルーオーシャンを開拓することで、既存の大手M&A仲介コンペティターとは競合しないとのことである。事業のM&Aはさすがにプラットフォーム上だけで完結できるものではないため、M&A事業経験者を採用し、専任化することで成功率を高める。おおよそ、案件が1件成立するまでの時間的な目安は、早くも3ヶ月から半年かかるという長いスパンであるが、ヒットした場合の収益期待は大きいものと想像される。

●「飲食M&Aサービスの特長」(2016年12月よりサービス提供開始)

1. 10万人以上の飲食店ユーザーと多数の飲食関連事業者が構築する飲食店.COMのネットワークを活用し、より高精度・早期のマッチングが可能。
2. 物件および周辺客層・競合店、求人情報などの当社独自のビッグデータを活用し、地域の潜在的価値までを考慮した適正評価の実施が可能。
3. 相談無料。完全成功報酬で飲食やM&Aに精通したスタッフによる、事業継承方法や譲渡規模に応じた最適な譲渡・売却方法の提案が可能。

■今後の成長ビジョン

飲食店.COMの既存ビジネスをベースに積極的な技術投資により新サービスの開発に注力する。また、東京、大阪、名古屋と大都市圏から徐々に成功事例を全国展開させることでの成長余地、また、直近で提供を開始した「飲食M&A」による売上、利益の規模拡大を目指す。

免責

東京IPOに掲載されている情報は、データ及び記事の内容、正確さに細心の注意を払い、万全を期しておりますが、人為的なミスや機械的なミス、取材過程におけるミスなどにより誤りが混入する可能性があり、情報の真偽、株式の評価に関する正確性・信頼性等については一切保証されておりません。

また、東京IPOに掲載されている情報は、投資判断の参考として投資一般に関する情報提供を目的とするものであり、投資の勧誘を目的とするものではありません。東京IPOに掲載されている情報に基づいて被ったいかなる損害についても、運営者及び情報提供者は一切の責任を負いません。提供する情報等は作成時現在のものであり、今後予告なしに変更又は削除されることがございます。

本書の内容に関する一切の権利は当社にありますので、当社の事前の書面による了解なしに転用・複製・配布することはできません。内容に関するご質問・ご照会等にはお応え致しかねますので、あらかじめご容赦ください。