

2019年7月4日（木）



社長就任記者会見レポート

2019年6月19日（水）開催

株式会社ぐるなび（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：杉原章郎 以下、ぐるなび）は、2019年6月19日（水）に、杉原章郎の代表取締役社長就任に伴い、記者会見を執り行いました。

【社長就任記者会見・骨子】

●社長就任にあたってのミッション

社長に就任するにあたり、ぐるなびの現状を踏まえて、業績回復はもちろんのこと、あらためてこの会社を成長軌道に乗せていくことこそが私のミッションだと捉えている。

業績回復のための道筋には、大きく2つの課題がある。1つは、飲食店への送客を極大化してトップラインを回復させること。もう1つは会社の資源を適切に配分し、収益を出し続けられる企業体質に変革していくこと。これらの課題を、楽天から来た私が、ぐるなびと楽天の強みや資源を活かし、成長に結び付けていきたいと思う。

●これまでの経歴

1997年に創業メンバーとして楽天株式会社に参画。楽天市場の立ち上げ、出店店舗の獲得や店舗サポートなどの営業部隊を率いた後、数々の新しいサービスの立ち上げに携わり、楽天エコシステムの礎を築く。その後、開発部門の統括を経て、2012年より8年間人事総務部門を統括。営業、開発、管理部門と様々な経験を経てぐるなびの社長に就任することとなった。

●ぐるなび・楽天両社の共通の想い

ぐるなびの企業使命は「日本の食文化を守り育てる。」、楽天のミッションは「イノベーションを通じて、人々と社会をエンパワーメントする」。“地域から全国へ、日本から世界へ”の視点を持ち、ひとつひとつの事業社の成長をサポートしながら自分たちも一緒に成長していくという、ぐるなびと楽天の想いには共通点がある。私も楽天の創業以来、同じ想いをもって多くの店舗の皆さまをサポートさせていただいてきた。このやり方にさらに磨きをかけて、ぐるなびの加盟店へのサポートにつなげていきたい。

●ぐるなびの強み

ぐるなびの強みをあらためて整理してみると、大きく4つあると考えている。

①人×ITのサポート体制と飲食店ネットワーク

ITを駆使した加盟店への人的なサポート体制は、ぐるなびが創業以来培ってきた独自の最も重要な資源で、ぐるなびの飲食店ネットワークを強固に支えている。

②「食文化」を軸としたプレゼンスの高い取り組み

「今年の一皿」、「RED U-35」、「こちら秘書室」等、「食」や「食文化」にまつわる様々な価値ある取り組みを継続して実行。

③1,700万人を超えるぐるなびの会員ユーザー

④店内ICT化支援ツール

「ぐるなび台帳」を中心に、「ぐるなびPOS+（ポスタス）」や「ぐるなびpay」など、2017年より、店内ICT支援ツールの開発に注力し、飲食店の効率化に寄与してきた。

さらに、これらの強みをベースに、情報の信頼性に評価をいただき、数々のグローバル企業との連携を押し進め、これが新たな強みにもつながっている。

●楽天の強み

楽天グループは、国内外においてEコマースを中核に多岐にわたる分野でサービスを提供し、これらサービスを楽天会員を中心としたメンバーシップを軸に有機的に結びつけることで、他にはない独自の「楽天エコシステム（経済圏）」を形成している。現在国内で1億以上を誇る楽天会員は、共通のIDでエコシステム内の複数のサービスを利用できるとともに、「楽天スーパーポイント」を買い物やサービス利用時に貯めたり使ったりすることができ、ライフシーンを幅広くカバーする利便性の高いサービスを提供することで、顧客のエコシステム内への流入拡大やグループサービスの複数利用、回遊的・継続的なサービス利用を促進している。

この強みこそが今ぐるなびにとって必要とされていることであり、また、双方の強みを足し合わせていくことで相乗効果をもたらすと考えている。

●楽天との連携の効果・様々な世界的企業との連携とさらなる強化拡大

ぐるなびと楽天とは2018年7月に資本業務提携を締結し、同年10月よりID連携を開始している。ID連携数は同年10月からの累計で今年の4月に100万を超え、目標を上回る形で推移。ぐるなび会員の増加に寄与している。ネット予約数についても、連携を開始した10月以降、毎月前年比120%超えで送客に貢献し、2019年4月以降については前年比140%台で大きく推移している。

ID連携は着実に効果を見せており、今後もポイントキャンペーンなどを通じた徹底的な認知拡大によって、さらなる会員増や予約増につながっていくだろうと考えている。

その他のサイトとの連携も、送客の拡大のために非常に重要である。ぐるなびは、2015年のTripAdvisorとの連携を皮切りに、ミシュランガイド唯一のオフィシャルサイトである「CLUB MICHELIN」を開設、2018年には楽天との連携のほかに、Instagramとの連携やGoogleへの飲食店情報の提供に取り組んできた。今後もこれらの連携先を通じて飲食店への送客の拡大につなげていくと共に、強力なサイトパワーを持つ連携先の開拓、拡大も引き続き模索していきたい。

●結び

ぐるなびが持つ、強固な飲食店ネットワーク、食文化活動、グローバル企業との連携など豊富な資源をベースに、社内のリソースの総点検をして送客の極大化に早期に着手し、数年後にはネット予約No.1のプラットフォーム、そして飲食店総合情報サイトとしての圧倒的な地位をあらためて取り戻すことで、会社を再び成長軌道に乗せていく。

さらに、私が楽天創業以来たくさんの成功と失敗の中から培ってきた知見・ノウハウを活かしていくことで、世界へ誇れる日本の食文化の更なる発展に寄与するとともに、ぐるなびの理念である「日本発、世界へ」を実現させていきたい。



▲プレゼンテーションの様子



▲質疑応答の様子