

# Retty

2021年9月期第2四半期  
決算説明資料

Retty株式会社

2021年5月

## 目次

- 1** 2021年9月期 第2四半期実績
- 2** 2021年9月期 通期業績
- 3** 今後の成長戦略

(補足資料)

# エグゼクティブ・サマリー

## 第2四半期実績

FRM※における支払免除や新規参画店舗数の低下があったため、売上・利益共に低下したものの、1度目の緊急事態宣言該当四半期と比較して影響は限定的な結果に

## 業績見通し

緊急事態宣言下での新規参画店舗数の低下や飲食店への支払免除を織り込み、通期業績見通しを修正

## 成長戦略

アフターコロナでの速やかな成長回復に向けて、営業人員体制維持・拡充のための追加投資を実施、また長期的な成長のための仕込みも継続

※ FRMは、Fan Relationship Managementの略称です。飲食店向けに月額にて集客機能や顧客管理機能を備えたソリューションを提供するビジネスになります。

## 目次

- 1** 2021年9月期 第2四半期実績
- 2 2021年9月期 通期業績
- 3 今後の成長戦略

(補足資料)

## 1 第2四半期実績ハイライト

### ▶ 第2四半期累計売上は989百万円、累計営業損失は-43百万円

- ・FRM売上は緊急事態宣言による影響を受け第2四半期は前期比で減少
- ・広告コンテンツ売上に関しては、半期累計で計画通りの進捗

### ▶ FRMにおける支払免除や新規参画店舗数の低下があったものの、1回目の緊急事態宣言該当四半期に比べ影響は限定的

- ・1回目の緊急事態宣言における支払免除額105百万円に比べて、当四半期の支払免除は24百万円と限定的
- ・新規参画店舗数に関しては1回目の緊急事態宣言時と同水準まで低下

### ▶ 4月の新規参画店舗数は回復したが、今後の緊急事態宣言の動向に注視が必要

- ・4月の新規参画店舗数（3月活動分）は、約500件/月と回復傾向
- ・4月25日に3回目の緊急事態宣言が発令され現在継続中のため、5月以降の新規参画店舗数は低調になる可能性も

## 1 第2四半期実績の概況

第2四半期累計での売上は989百万円、営業利益は-43百万円

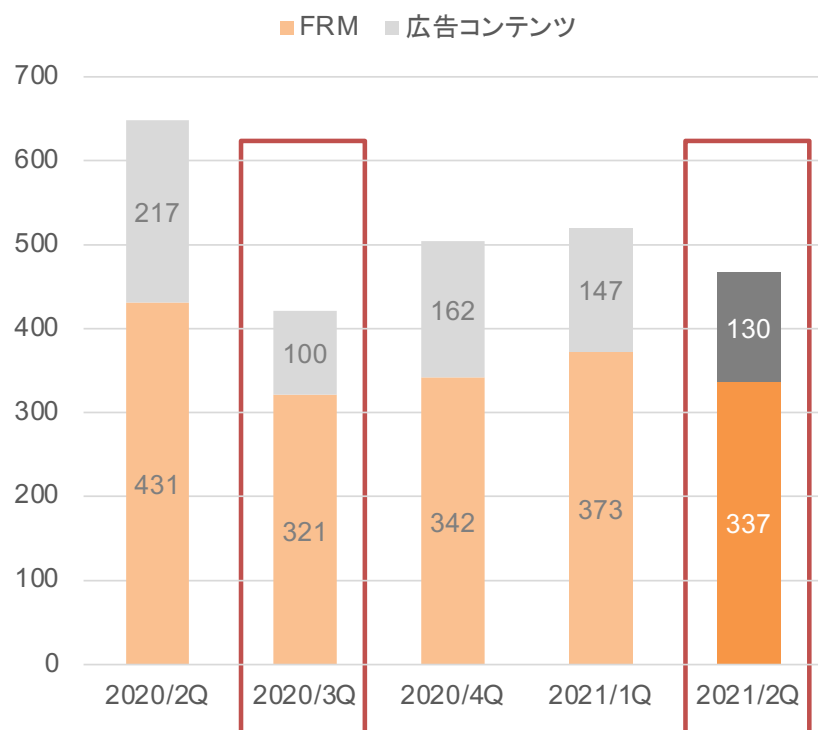
(百万円)	2021年9月期	
	第2四半期実績	第2四半期累計実績
売上高	467	989
売上総利益	314	676
売上総利益率	67.2%	68.3%
営業利益	-40	-43
営業利益率	-	-
経常利益	-97	-114
当期純利益	-100	-115

営業外費用に貸倒引当金繰入  
55百万円を含む

# 1 四半期別売上構成推移

1回目より長期間に渡る緊急事態宣言を内包する四半期ながらも、FRMの支払免除が限定的なこともあり、売上はFRM・広告コンテンツ共に1回目の緊急事態宣言時を上回る水準で着地

四半期売上内訳推移（百万円）



広告  
コンテンツ

- ・アドテクノロジーは月間利用者数減により売上減少したが、コンテンツ売上で補完し、2Q累計では計画通りの進捗

FRM

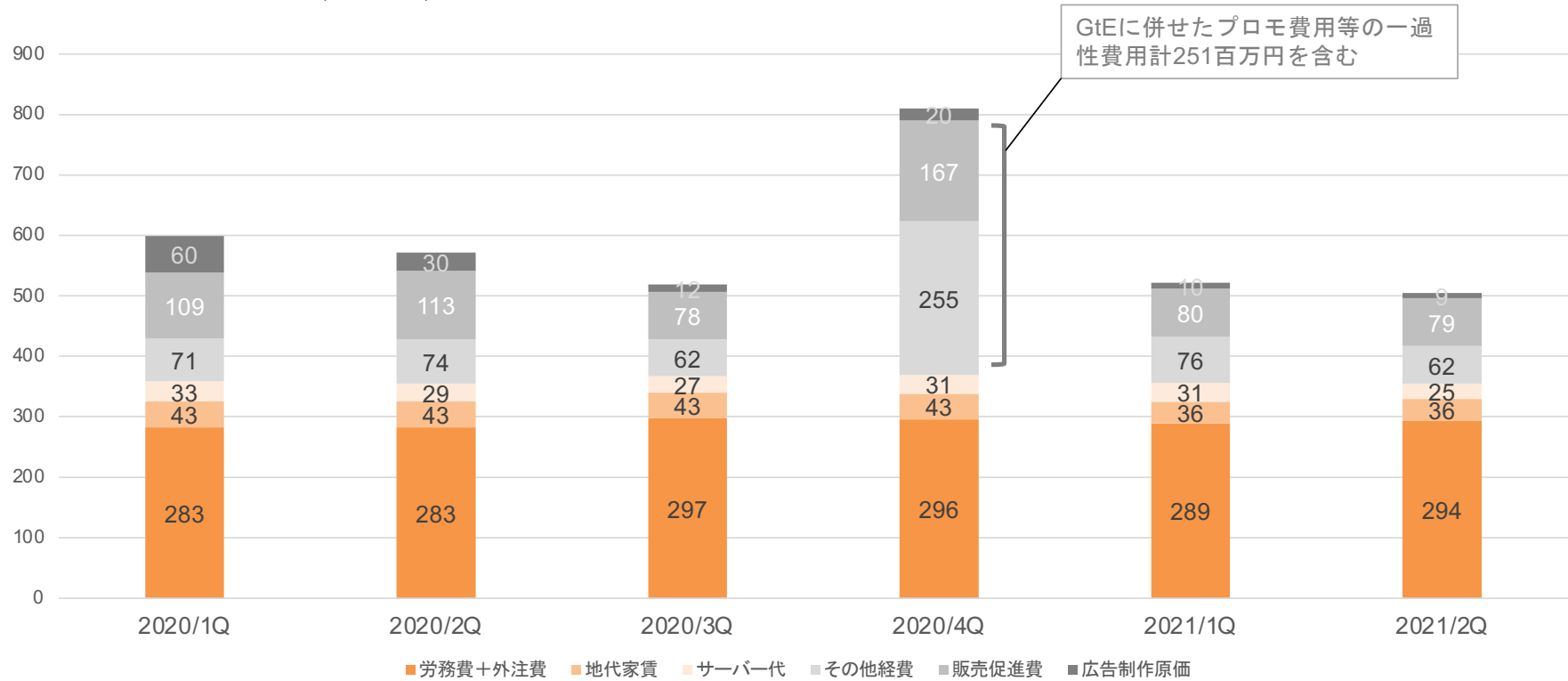
- ・休業店舗に対し支払免除（合計24百万円）を実施
- ・新規参画店舗数が1回目の緊急事態宣言期間中と同程度の四半期平均322件/月まで低下
- ・トライアル契約\*1店舗（チェーン店中心）の閉店等によるイレギュラー解約もあり、上記新規参画店舗数の低下と併せて、有料店舗が9,586件（12月）→9,399件（3月）と減少した

※1 トライアル契約は大手飲食法人向けに多数の店舗を安価かつ一括でトライアルとして受注する形式になります。

# 1 コスト構造の推移

コスト構造は大きく変わらず、筋肉質な構造を維持

四半期コスト推移（百万円）

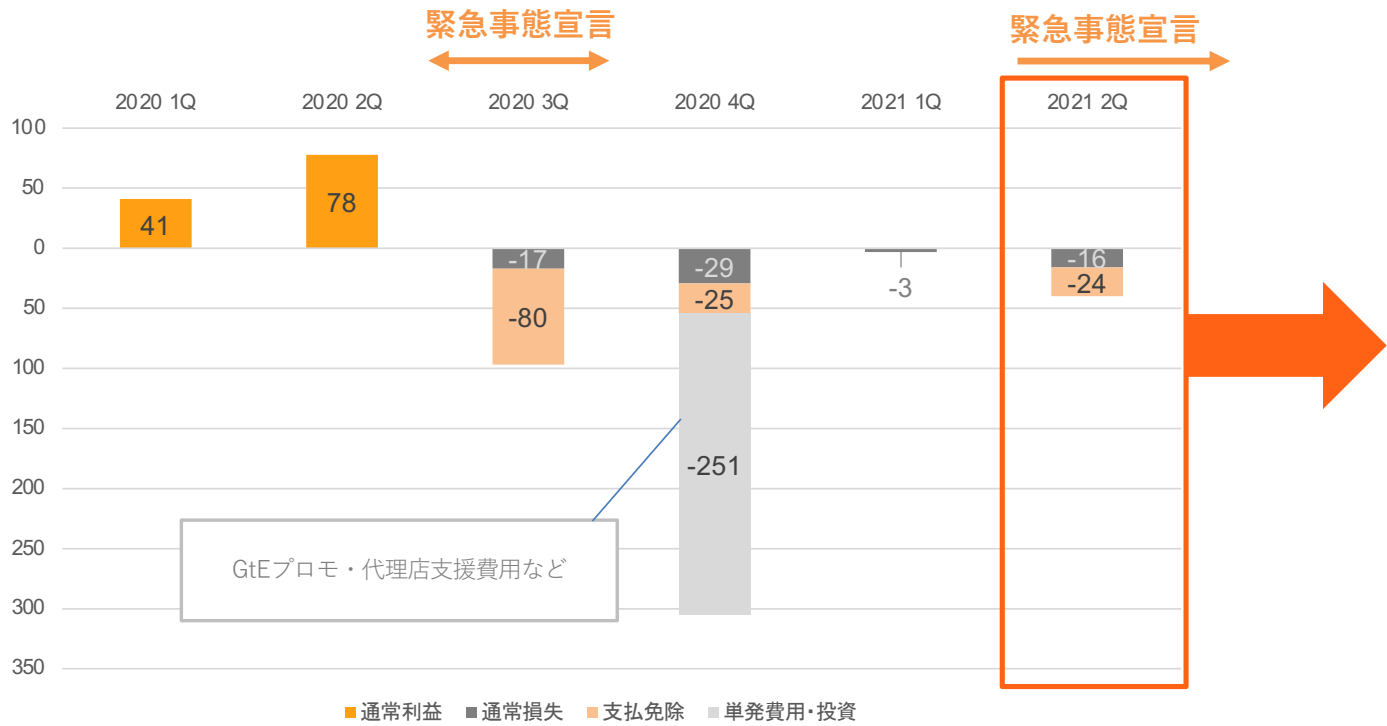




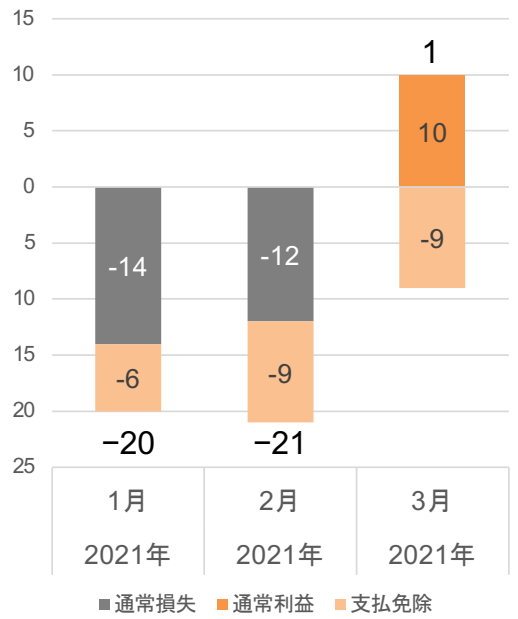
# 1 営業利益推移

月次ベースでは、3月は広告コンテンツにおいて周辺業界による飲食店支援ニーズなどを捉えることで売上が増加し、一時的に月次黒字化へ

営業利益四半期推移（百万円）



営業利益月次推移（百万円）

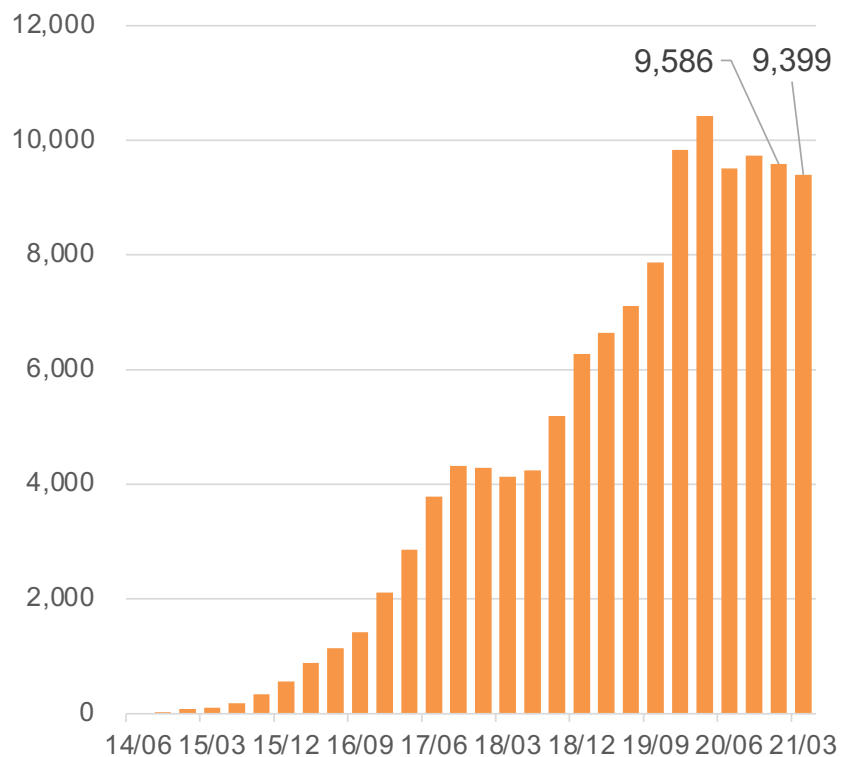


※ 通常利益 通常損失は、営業損益から支払免除および単発費用 投資を除いたものになります。

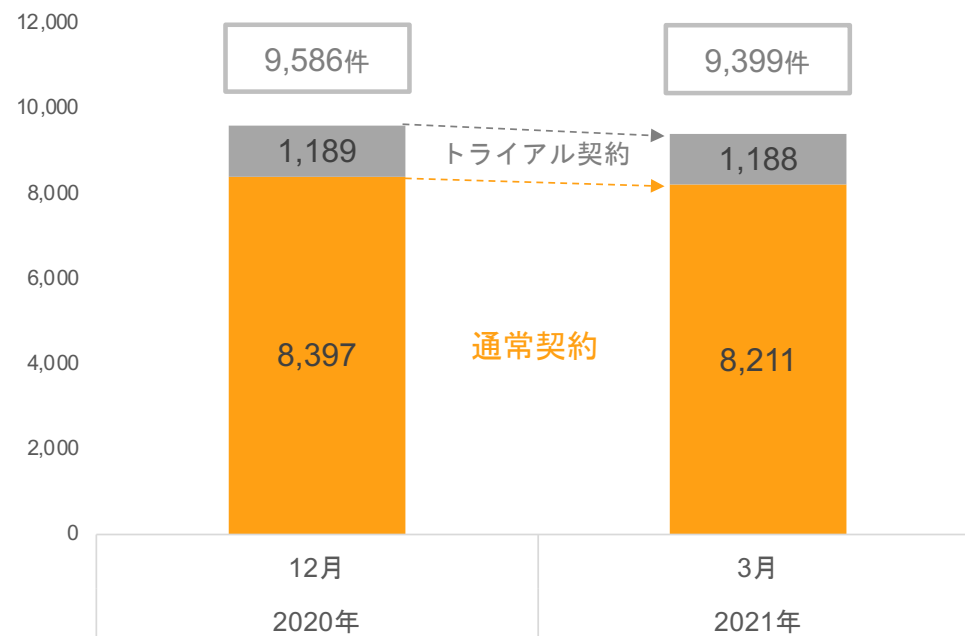
# 1 FRM有料店舗数推移

当四半期において解約率に大きな変動はなかったが、新規参画店舗数が1回目の緊急事態宣言期間中と同程度の平均322件/月であったことが主な要因となり、有料店舗数は9,399件に減少

有料店舗数四半期推移 (件)



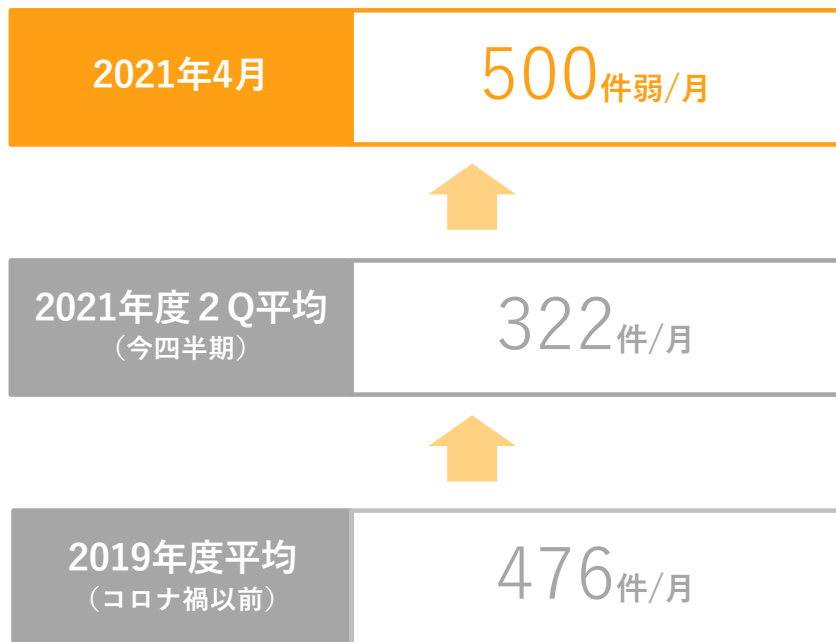
有料店舗数内訳月次比較 (件)



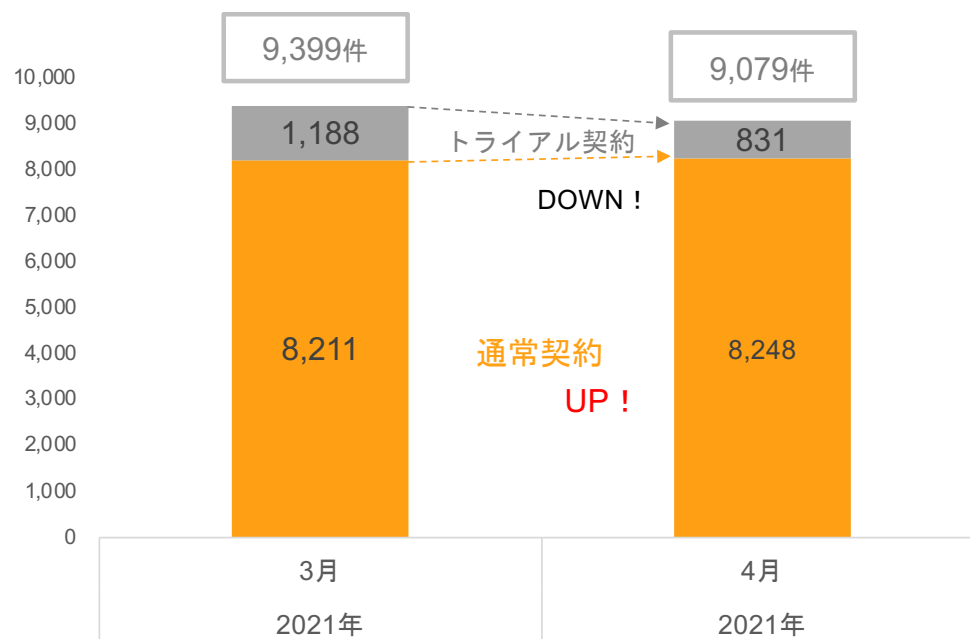
## 1 直近数値（4月）の推移

4月の新規参画店舗数は500件弱となり、感染減少後を見据えた飲食店の販促ニーズを受けてコロナ禍以前の水準を回復、一方足元では3度目の緊急事態宣言が発令中であり今後の動向に注視が必要。保有件数は、通常契約は増加、チェーン店の解約によりトライアル契約が減少し、9,079件に。

新規参画店舗数水準の推移



有料店舗数内訳月次比較 (件)



## 目次

- 1 2021年9月期 第2四半期実績
- 2 2021年9月期 通期業績**
- 3 今後の成長戦略

(補足資料)

## 2 2021年9月期 通期業績見通し修正

緊急事態宣言下での新規参画店舗数の低下や飲食店への支払免除を織り込み、通期業績見通しを売上1,950～1,999百万円、営業利益-303～-254百万円に修正

(百万円)	2021年9月期	
	通期見通し (修正前)	通期見通し (修正後)
売上高	2,270 ～2,380	1,950 ～1,999
営業利益	50 ～200	-303 ～-254

2021年9月期	
通期見通し (修正後)	前年比
1,950 ～1,999	-12.0% ～-9.7%
-303 ～-254	-

## 2 2021年9月期 通期業績見通し修正の前提

修正前には織り込んでいなかった2度に渡る緊急事態宣言発令の影響を織り込む。また、営業人員体制維持・拡充を目的とした追加投資を実行予定

修正前の前提（2020年11月公表）

上限

FRMの新規参画店舗数や解約率、広告単価などは、2020年11月以降、COVID-19の感染拡大前の水準に回復することを前提

下限

上記に比べ、回復が遅れる前提

今回の修正

織り込んだインパクト

- ✓ 新規参画店舗数の計画比減少
- ✓ トライアル契約の解約※
- ✓ 飲食店向け支払免除 等  
**売上減**
- ✓ 営業人員体制維持・拡充の投資 等  
**投資：合計約100百万円**

修正後の前提（今回公表）

上限

緊急事態宣言又はまん延防止等重点措置が6月以降継続しないまたは発令されない前提

下限

緊急事態宣言又はまん延防止等重点措置が、6月以降も2ヶ月間程度に渡って再度発令される前提

※ これらの新規参画店舗数の減少とトライアル契約の解約により、修正前比で3,300店舗の保有店舗数が減少を織り込んでいます。

## 目次

- 1 2021年9月期 第2四半期実績
- 2 2021年9月期 通期業績
- 3 今後の成長戦略**

(補足資料)

### 3 今後の成長に関するハイライト

緊急事態宣言などで飲食店への人出は抑制されているものの、解除後にはワクチン普及などによって回復が見込まれるため、解除後の成長に向けた仕込みを実行

#### ▶ 支払免除などで保有件数の維持を最優先

- ・緊急事態宣言中は、休業している店舗を対象とした支払免除を継続

#### ▶ 宣言解除後の速やかな有料店舗数増加に向けた投資を実行

- ・緊急事態宣言解除後には、飲食店の販促意欲も回復が予想されるため、今後通期合計100百万円を投じて営業体制の維持・拡充を図る

#### ▶ その他にも長期的な成長のために積極的な仕込みを展開

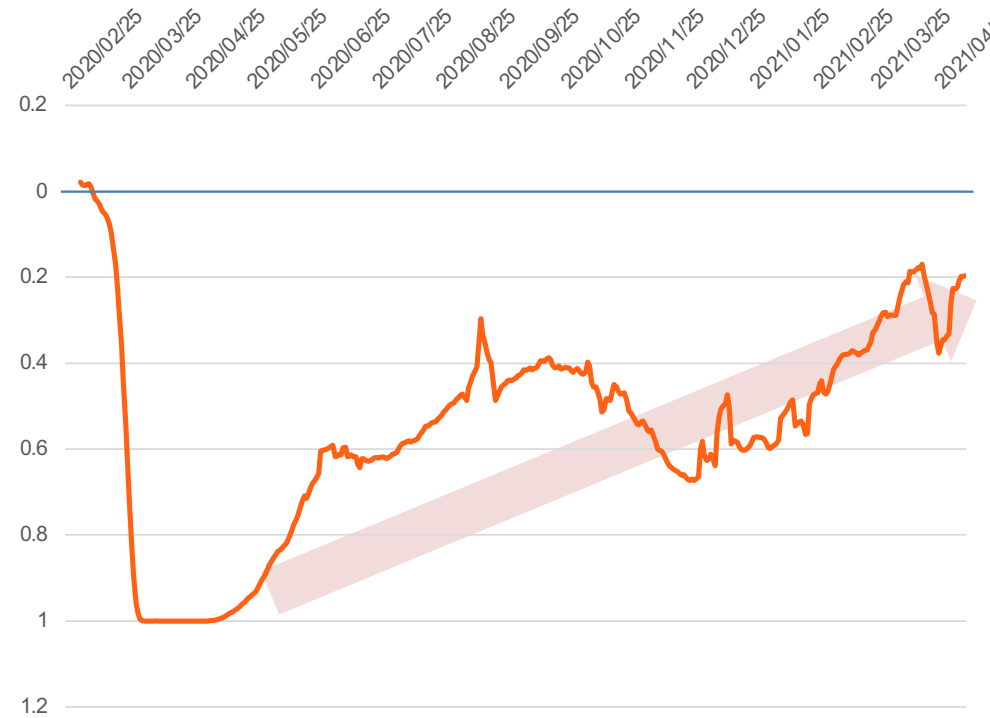
- ・PayPayボーナスの導入により、ユーザーは対象の飲食店をネット予約することでポイントが獲得可能となり、利便性や利用インセンティブが強化
- ・モバイルオーダーも本格リリース後、飲食店からの問い合わせも増加傾向
- ・どちらも短期的なインパクトは限定的だが長期的には成長への大きな貢献を期待



### 3 ワクチン接種による飲食業界の急激な回復

米国における飲食店の予約状況は全米では前年度の8割程度まで回復。地域差はあるものの、コロナ感染減やワクチン接種進展により営業規制が緩和され今後も回復が期待されている

米国における飲食店予約数推移（対2019年同日比、7日間移動平均）



出典：OpenTable

### 3 財務体力の健全性

コロナ感染拡大が収まらず、仮に緊急事態宣言が2021年10月から2023年9月まで24ヶ月間継続するという最悪なシナリオを想定した場合においても、財務体力的に耐えられることを確認

#### シミュレーションの前提

##### 来期以降2023年9月まで24ヶ月間緊急事態宣言が継続

- ✓ 新規参画店舗数水準は緊急事態宣言実績水準(300件/月)に低下
- ✓ 売上免除も緊急事態宣言実績水準(1,000万円/月)が継続
- ✓ 固定費は据え置き

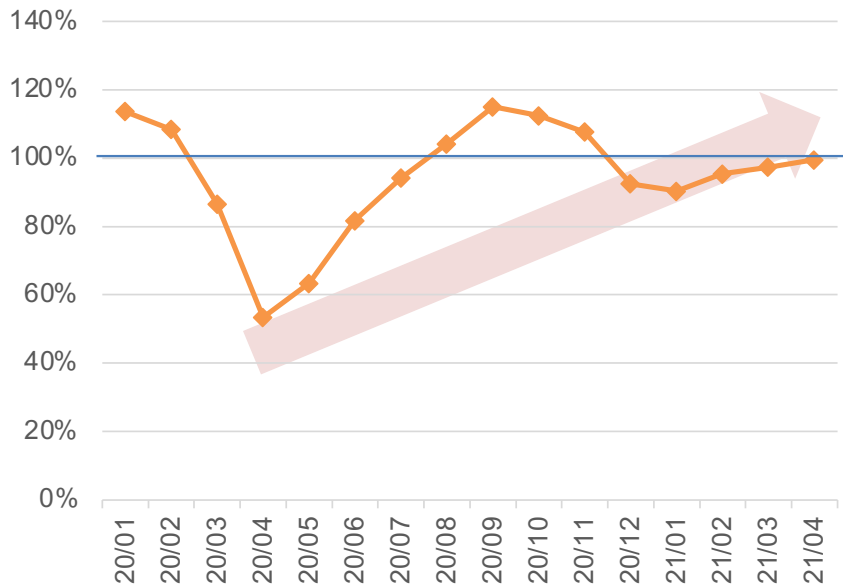
累計損失  
**1,200**百万円  
(2021/4~2023/9)

現預金  
**1,447**百万円  
(2021/3月末時点)

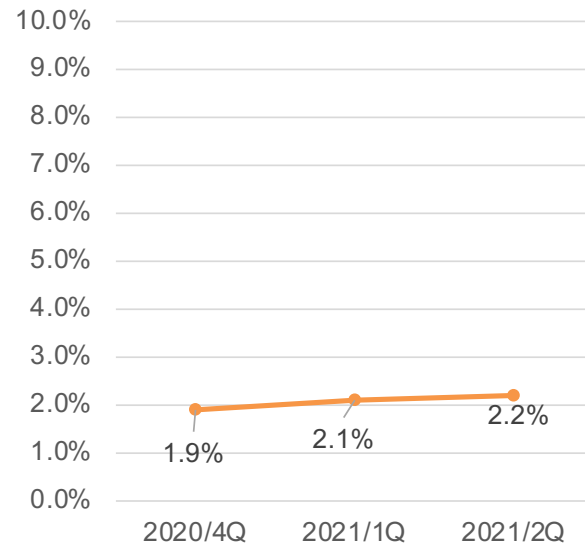
### 3 アフターコロナにおける成長

月間利用者数の低下は限定的であるため集客支援余力は健在であり、有料店舗の満期解約率は約2%で一定。アフターコロナにおいては、これらの低い解約率と新規参画店舗数の回復により力強い成長を実現していく。

Retty月間利用者数推移（対2019年同月比）



満期解約率推移



### 3 PayPayボーナスの導入による利便性向上

PayPayボーナスを導入開始。ユーザーは、対象店舗へのネット予約でポイントが獲得可能となり、利便性や利用動機が強化。ボーナス原資は飲食店が負担するスキーム※。

Rettyのネット予約で  
**PayPayボーナス**  
がもらえる!!  
Rettyで対象のお店をネット予約・来店して  
**PayPayボーナス**を獲得しよう!

Rettyで対象のお店をネット予約・来店すると  
**PayPayボーナス**※が獲得できます!

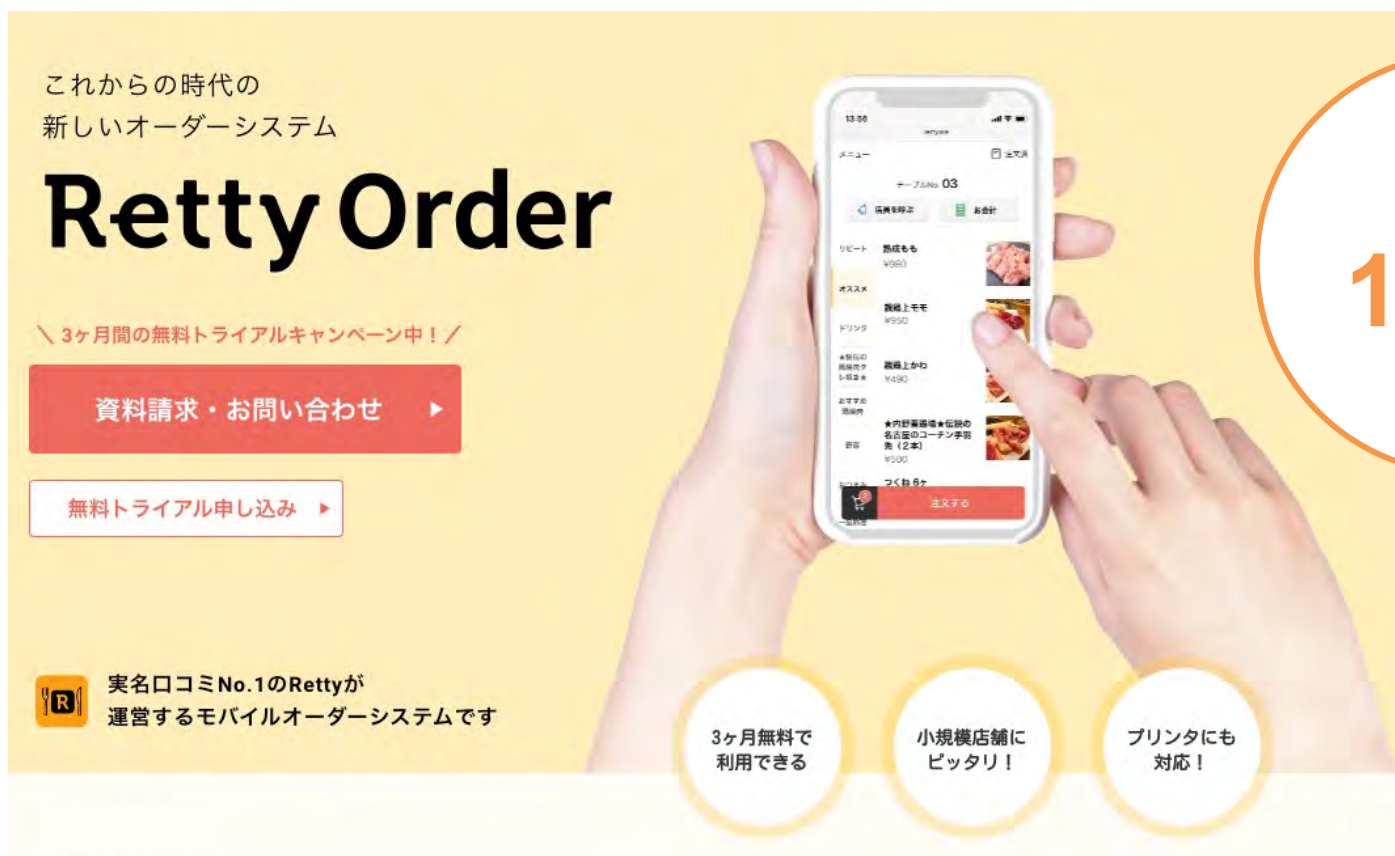
ランチ(6:00~14:59)の予約で	ディナー(15:00~)の予約で
PayPayボーナス 予約人数	PayPayボーナス 予約人数
<b>10円</b> 相当 ×	<b>50円</b> 相当 ×

※ PayPayボーナスの獲得にはPayPay連携が必要です  
※ 対象となるのは即予約です。リクエスト予約は含まれません  
※ PayPayボーナスの付与上限は、1ヶ月あたり3,000円相当です  
※ キャンペーン等により、対象の店舗や付与金額が変動する場合があります  
※ PayPayボーナスは出金・譲渡はできません。PayPay公式ストアでも利用可能です

※ PayPayボーナスを利用するプランを導入する場合、飲食店側が支払う基本料金は一定数の送客に関して原資を含めた価格設定になっております。一定数の送客を超える場合は、当該部分に関しては飲食店側に送客数に応じた当社への支払が発生します。

### 3 モバイルオーダーの進捗

当社の業務支援領域進出に向けた新規事業であるモバイルオーダーを4月に本格リリースし、飲食店からの問い合わせも増加傾向



これからの時代の  
新しいオーダーシステム

# Retty Order

＼ 3ヶ月間の無料トライアルキャンペーン中！ ＼

資料請求・お問い合わせ ▶

無料トライアル申し込み ▶

実名口コミNo.1のRettyが  
運営するモバイルオーダーシステムです

3ヶ月無料で利用できる

小規模店舗にピッタリ！

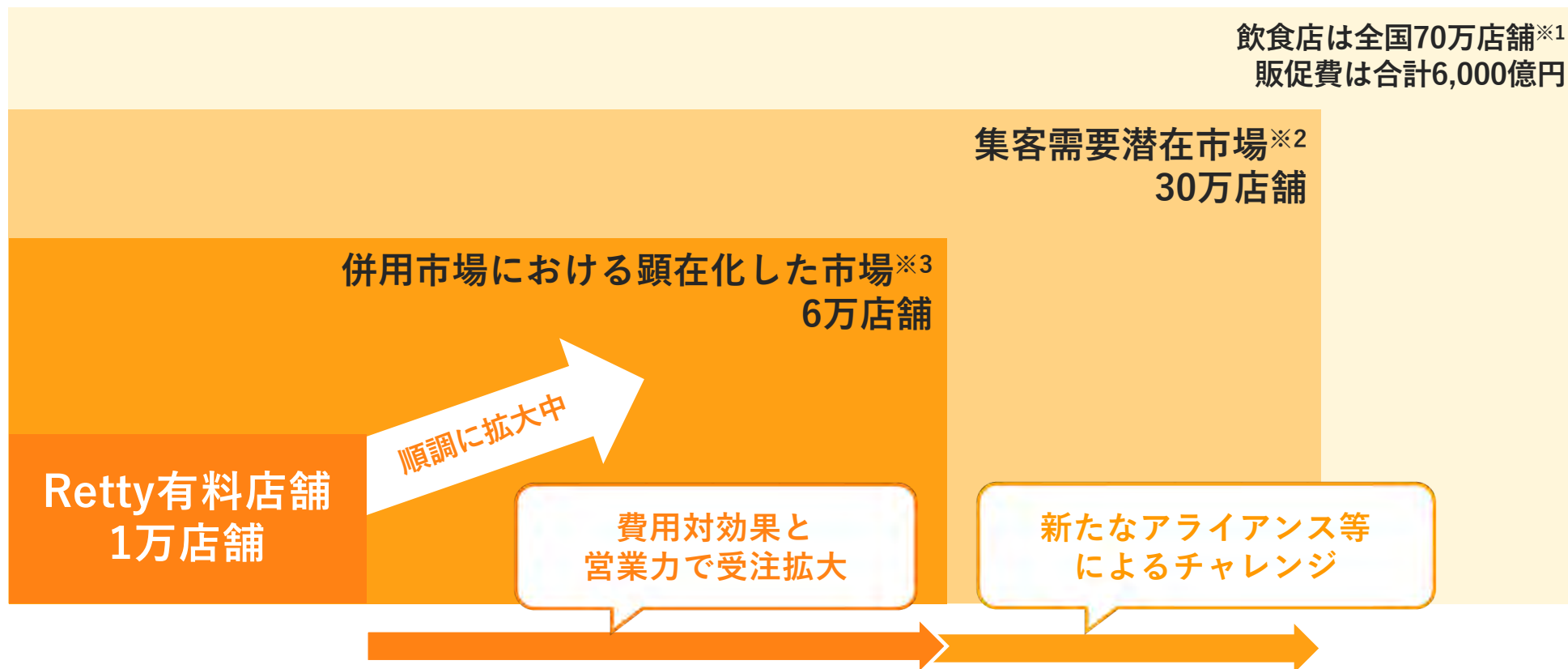
プリンタにも対応！

月額  
1.5万円

The advertisement features a central image of a hand holding a smartphone displaying the Retty Order app interface. The app screen shows a menu with items like 'リポート ¥980', 'オース× ¥990', 'ドリンク ¥990', 'おすす× ¥490', and 'おすす× ¥500'. A large orange circle on the right highlights the monthly fee of 1.5万円. Three yellow circles at the bottom list key features: 3-month free trial, suitability for small businesses, and printer compatibility.

### 3 FRMのターゲットとなる市場について

宣言解除後は、顕在化している6万店舗を速やかに有料店舗化することに注力



※1 経済産業省：飲食関連産業の動向(2016)における「飲食サービス業事業所（2014年時点）」数値を参照しております。

※2 東京+政令指定都市の存在する都道府県に位置する飲食店舗数を母数に、LINE社アンケート（2018年3月、販売促進に関するアンケート）中の「新規集客やリピート対策にかかる月間の費用が5千円以上」の店舗の割合を参考に計算した数値です。

※3 他社グルメサービスの決算資料より6月末時点の有料会員数を元に、併用率を考慮して弊社にて算出した数値です。

### 3 集客 + 業務効率のハイブリッドモデルで安定収益を積み上げ



補足資料



ミッション

# 食を通じて 世界中の人々を Happyに。

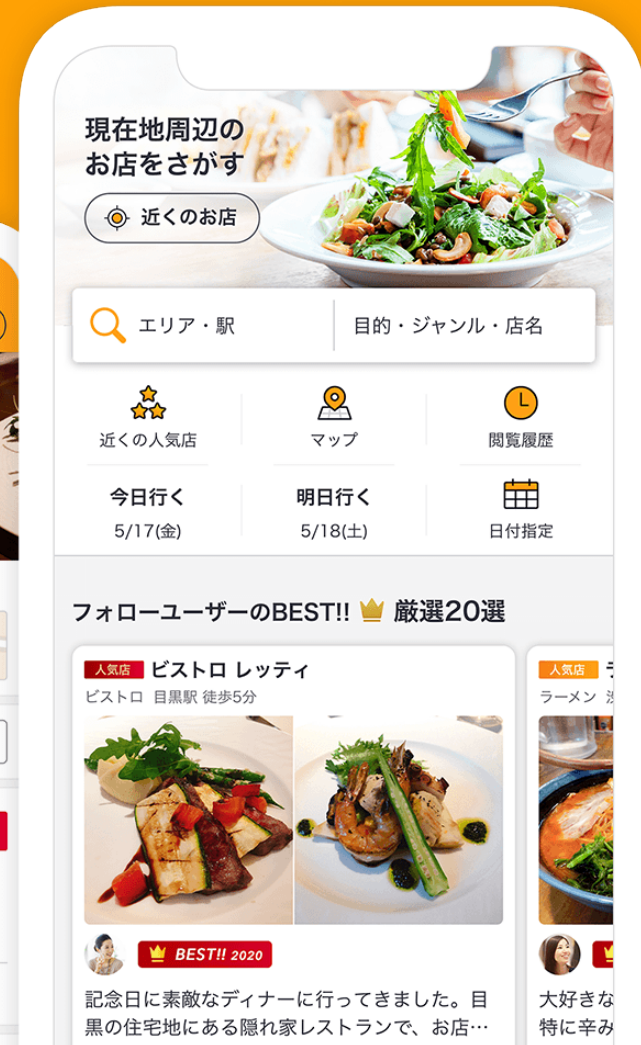


世界に誇る日本の文化であり、世界中の人々の暮らしの中心でもある、「食」という分野で、お店を探す人とお店の人の双方がHappyになれる、そんな世界を実現したい。その為に、お店をオススメするというポジティブな感情で人をつなぐ事がRettyの目標です。

# サービスイメージ



あなたにBESTな  
お店が見つかる



## Rettyの特徴

実名型



点数評価のない  
おすすめの口コミ



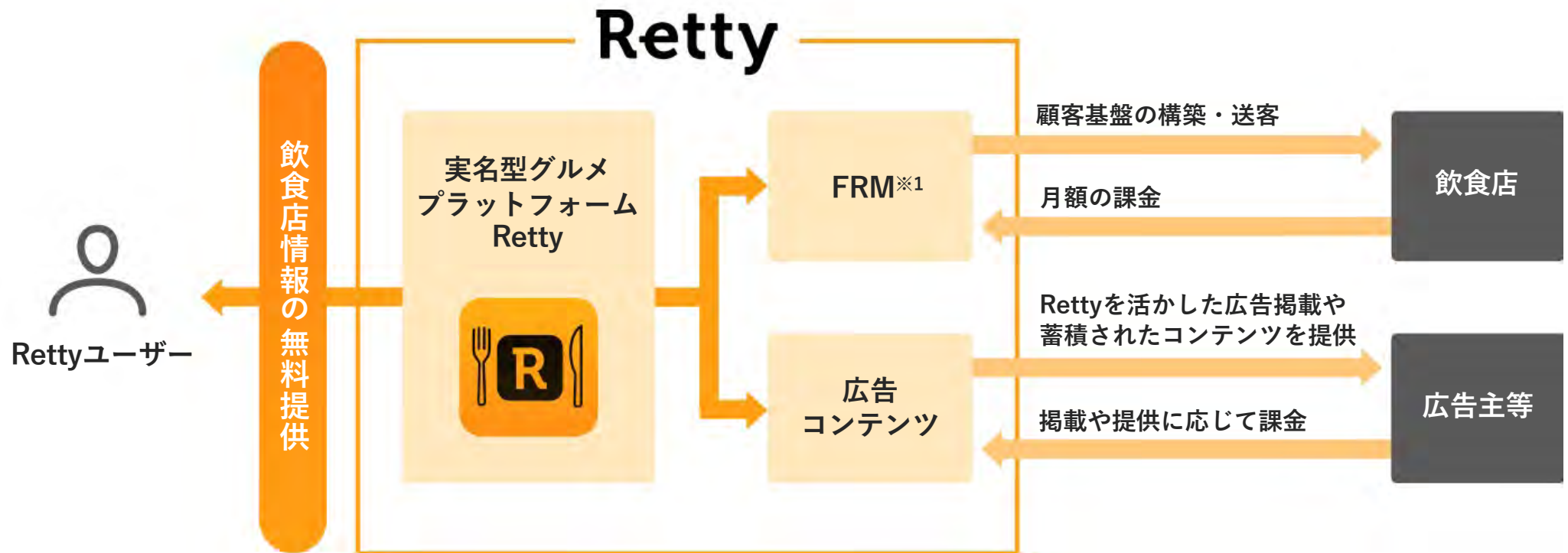
「ヒト」から探す



信頼できるヒトから、自分にあったお店を見つけることができる

## 実名型グルメプラットフォーム

# ビジネスモデル



※1 FRMは、Fun Relationship Managementの略称です。飲食店向けに月額にて集客機能や顧客管理機能を備えたソリューションを提供するビジネスになります。

# 飲食店に提供する顧客基盤構築を可能とするソリューション



新規集客

ストック

アクセスアップ

来店

顧客管理

リピート集客



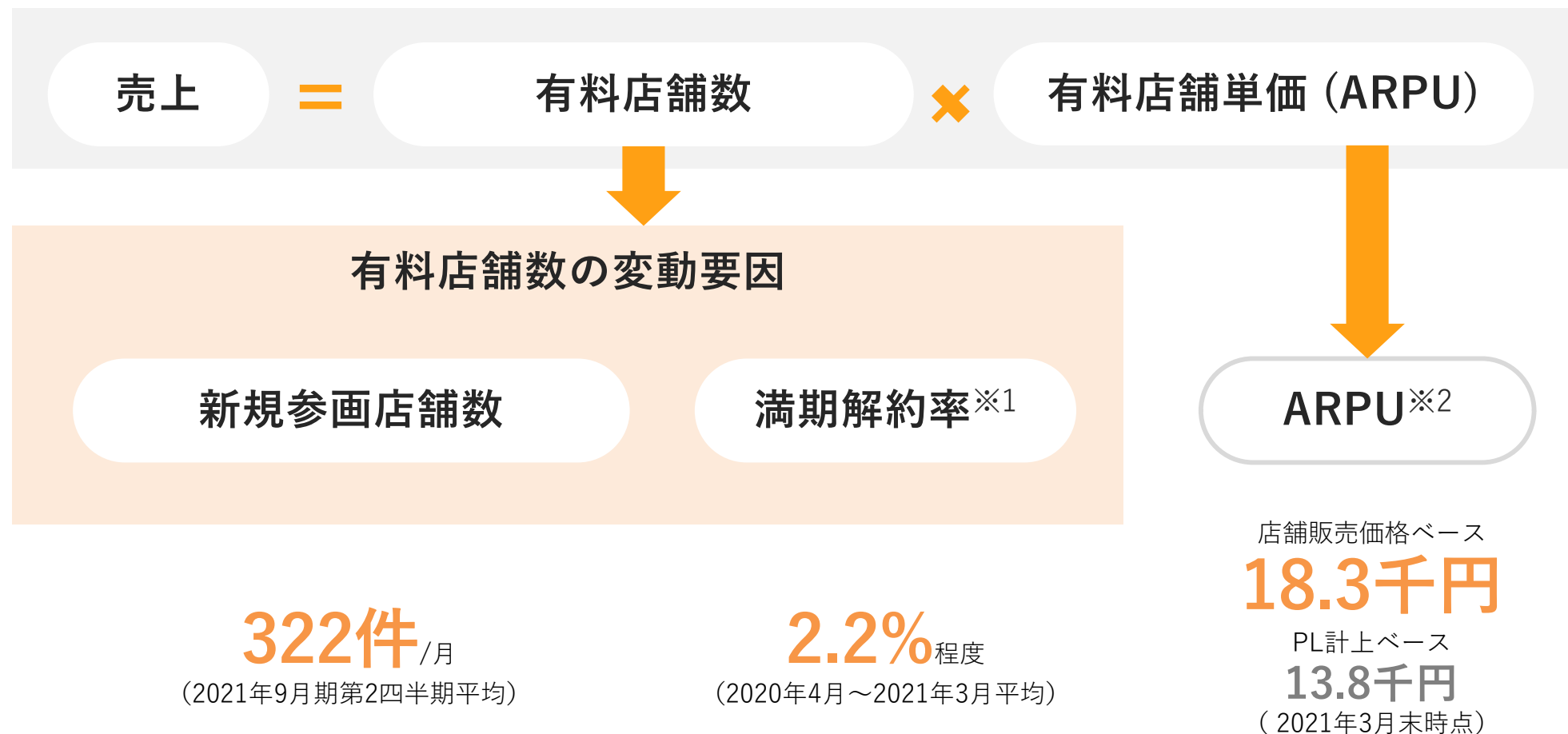
# コロナ禍における飲食業界に対する考え方と取り組み

最優先事項を「**飲食業界の復活**」とし、下記の取り組みを実施

- Go to イートにおける**飲食店手数料の無料化**
- 広報施策としての**飲食店応援プロジェクト**のSNSでの展開
- CAMPFIREと共同での飲食店の**クラウドファンディング手数料無料化**
- 飲食店の要望を受けての「**テイクアウト**」商品のローンチ
- コロナ禍の飲食店業務に最適化した「**モバイルオーダー**」商品の開発



## FRM売上を構成する要素

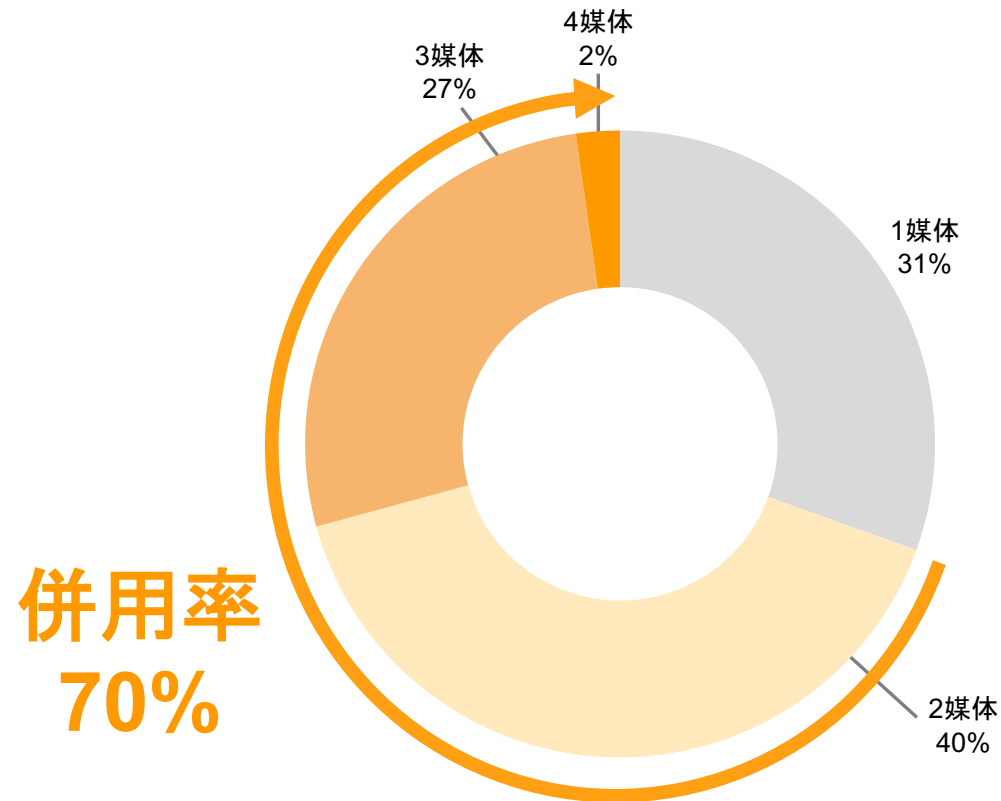


※1 全有料店舗数に占める、契約期間が終了し更新タイミングにて解約した店舗数の割合の平均値となります。

※2 トライアル店舗（大手飲食法人向けに多数の店舗を安価かつ一括でトライアルとして受注する形式）を除く、店舗請求ベースのARPU（オプションも含む）としております。

## 多くの飲食店が複数のグルメサービスを利用する併用市場

飲食店における集客サービス導入数※1



※1 Rettyを利用していない飲食店も含めて、2017年7月・8月に代理店によるアンケートを実施しております。



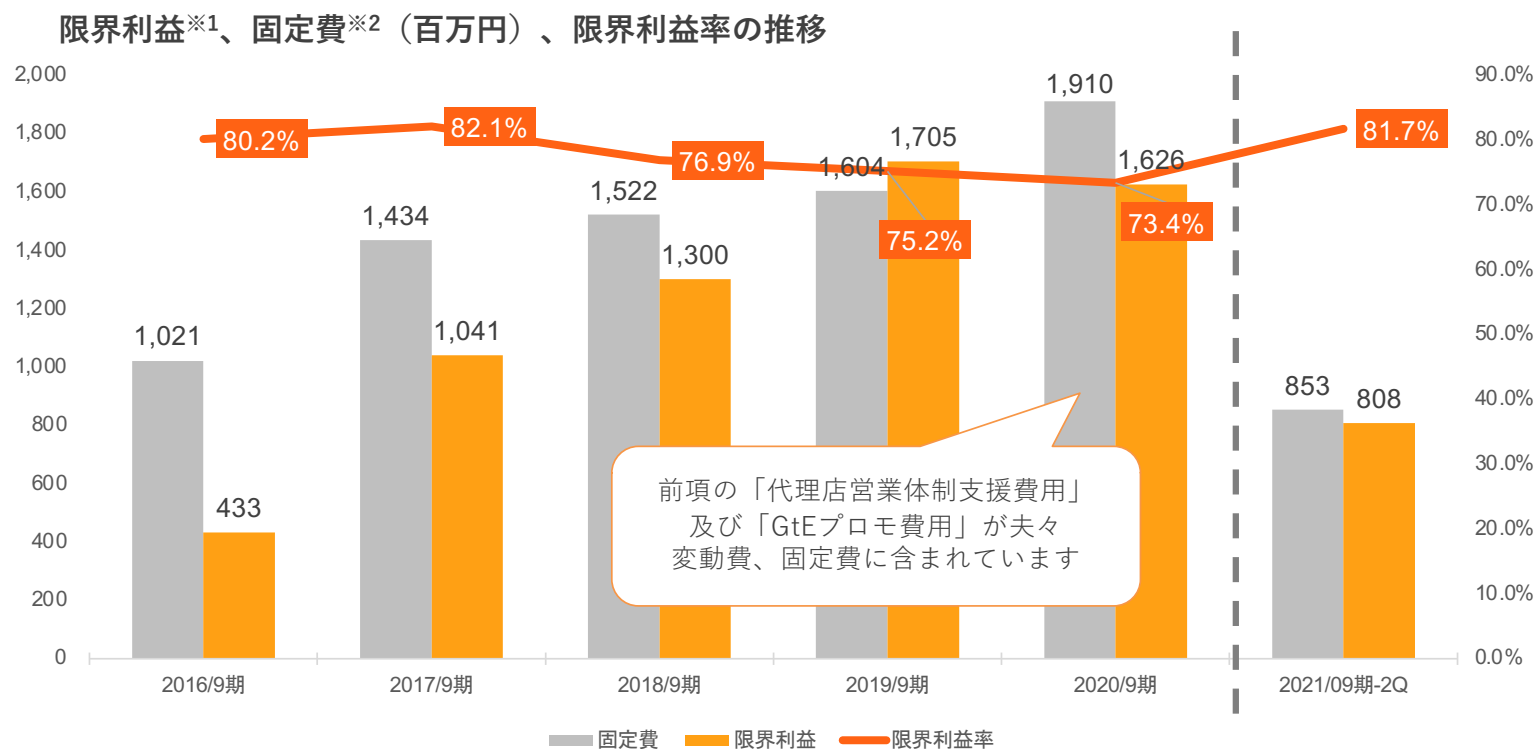
## 2021年9月期第2四半期BS

現預金が総資産の約54%を占め、また自己資本比率も約49%と財務健全性が高い状態

現預金	1,447	流動負債	991
その他流動資産	973	固定負債	383
固定資産	278	純資産	1,324
資産		負債・純資産	

# 限界利益推移

限界利益率は大きく変わらない水準を維持



※1 限界利益は、売上高から変動費を差し引いた数字となっております。変動費は、広告コンテンツの制作原価である制作費、FRMの販売代理店に対する手数料である販売促進費の合計としております。

※2 固定費は主に人件費、通信費（サーバー費用）、地代家賃などの変動費以外のコストとなっております。

## 代理店の種類

### 併売代理店

- 当社以外の他の商材も合わせて販売する営業人員を確保した代理店
- 飲食店にとっての契約先は併売代理店
- 売上は代理店手数料を控除した**ネット売上**で計上。ARPUは低く見える。

### 専売代理店

- 当社商品のみを販売する専任の営業人員を確保した代理店
- 当社が飲食店と直接契約
- 売上は**グロス計上**し、代理店への手数料が販売促進費として計上される

### 直販

- 当社の直接雇用の営業人員
- 2019年4月から営業営業専属の新卒採用を開始

# 従量課金型「プレミアム予約」と「テイクアウトプラン」の投入

プレミアム予約

オンライン予約  
完全従量課金モデル



2020年6月提供開始（課金は2021年開始予定）

テイクアウトプラン

テイクアウト集客&受付システム  
月額1万円



2020年5月提供開始



## 業務効率化支援市場の背景と参入にあたってのRettyの強み

### 市場背景



インフラとしての  
QR決済の普及



飲食業界における慢性的な  
人材不足



COVID-19による  
飲食店DXの加速



### Rettyの強み



79万店舗・4,000万人※に及ぶ  
飲食店・ユーザーデータ



AIやデータサイエンスなど  
高度なテクノロジー



無料・有料会員3万店舗に及ぶ  
飲食店接点

COVID-19の影響で加速度的に進む市場の構造変化に対し、  
Rettyがデータでレバレッジした新商品を投入し飲食店のインフラへ

※ 2019年10月～2020年3月の期間における月間利用者数の平均値より記載しております。

# モバイルオーダーにより飲食店は業務効率を向上

## モバイルオーダーの提供価値



お客様自身のスマホから注文



オフラインのデータ獲得

## 業務比較

	既存の オーダーシステム	モバイル オーダーシステム
1. オーダーをとる	👨‍🍳 お店	👤 お客様
2. 厨房に注文内容伝達	👨‍🍳 お店	🖨️ 自動
3. 料理を運ぶ	👨‍🍳 お店	👨‍🍳 お店
4. 会計処理をする	👨‍🍳 お店	👤 お客様

お店の業務が大きく減る  
( = 価格・料理品質に投資が可能に )

# モバイルオーダーから波及する価値とターゲット店舗数

モバイルオーダーから波及する価値

モバイルオーダーにより蓄積される  
オフラインのデータ

リコmend精度や利便性向上による  
ユーザー数の増加

送客量・送客価値向上による  
FRM収益の増加

新規事業であるモバイルオーダーが  
サービスや既存事業にも価値を波及

ターゲット店舗数

中国並みにモバイルオーダーが普及した場合

14万店舗 ※1

販促メディアと同程度の店舗が使った場合

6万店舗 ※2

現在のRettyの有料店舗

約1万店舗

※1 中国におけるモバイルオーダー普及率の約20%（当社調べ）を日本の全飲食店70万店に乗じて算出した数値です。  
※2 他社グルメサービスの決算資料より6月末時点の有料会員数を元に、併用率を考慮して弊社にて算出した数値です。

## 会社概要

会社名	Retty株式会社
本社所在地	東京都港区三田1-4-1住友不動産麻布十番ビル
設立	2010年11月
資本金	597百万円
従業員数	143名
上場取引所	東京証券取引所マザーズ
証券コード	7356



# Retty

## Disclaimer

本資料は、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。  
また、本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束するものではありません。実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。