

Retty

2022年9月期第2四半期
決算説明資料

Retty株式会社

2022年5月

目次

- 1** 2022年9月期 第2四半期実績
- 2** 2022年9月期 通期業績見通し
- 3** 今後の成長戦略

(補足資料)

エグゼクティブ・サマリー

実績

- ✓ 第2四半期はまん延防止等重点措置の影響下にあったが計画通りの進捗
- ✓ 第2四半期累計の実績においては、売上は年間計画の47%と予定通りの進捗

通期業績見通し

- ✓ 2022年1月-3月発令の『まん延防止等重点措置』は想定内であり、通期業績見通しに変更無し

成長戦略

- ✓ 4月に新卒計20名がセールス人材として入社、また代理店も新規に数社稼働開始し、今後の回復に向けた足場固めが進む
- ✓ 社内データや飲食店の声を通して、今後の販促意欲の回復基調を確認し投資を継続

目次

- 1** 2022年9月期 第2四半期実績
- 2 2022年9月期 通期業績見通し
- 3 今後の成長戦略

(補足資料)

1 実績ハイライト

- ▶ 第2四半期の売上高は414百万円、営業損失-160百万円となり、その結果第2四半期累計での売上高は842百万円、営業損失は-324百万円となり、計画通りの進捗
- ▶ 有料お店会員店舗数 + プレミアム予約店舗数は合計で8,382件
- ▶ 今後の成長の足場固めのための投資を計画通り実施し、コストもコントロール下に

1 第2四半期累計実績の概況

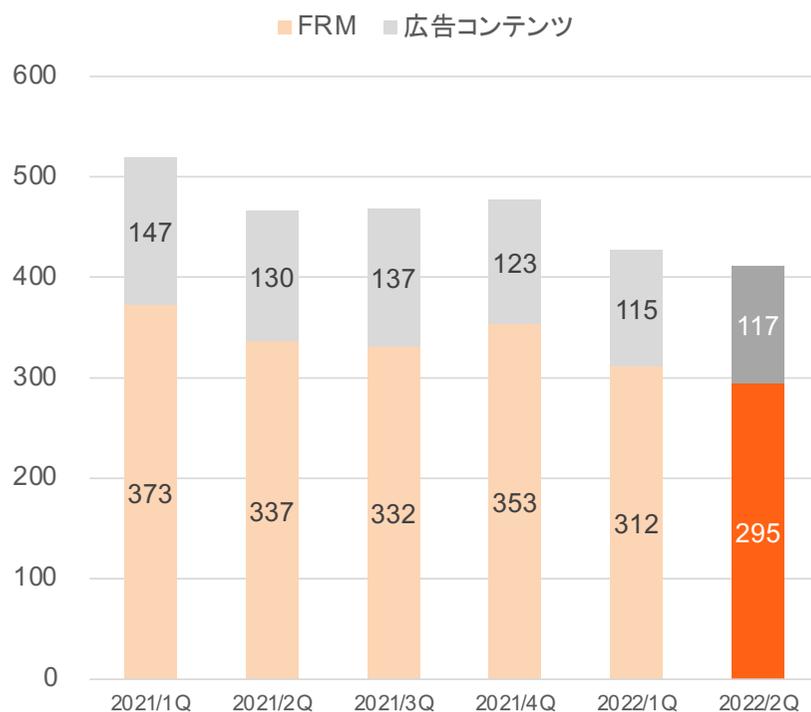
第2四半期の売上高は414百万円、営業損失-160百万円となった。結果、累計での売上高は842百万円、営業損失は-324百万円となり予定通りに進捗

(百万円)	2022年9月期	
	第2四半期累計実績	通期見通し
売上高	842	1,810
売上総利益	457	-
売上総利益率		-
営業損失	-324	-764
営業利益率	-	-
経常損失	-325	-
当期純損失	-326	-

1 四半期別売上構成推移

FRM※の売上は第2四半期で295百万円、広告コンテンツ売上は117百万円に

四半期売上内訳推移（百万円）



広告
コンテンツ

- 一部、前四半期からのスライド案件あったものの概ね計画通りに推移し順調に着地。

FRM

- 休業店舗に対し支払免除を第2四半期で6百万円実施
- 第2四半期における新規参画店舗数は、緊急事態宣言・まん延防止等重点措置宣言下にはなかったが大きく回復はせず、本格的な回復は4月以降に持ち越された。

※ 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

1 有料お店会員（通常契約）の1-3月の主要KPI

1 - 3月はまん延防止等重点措置の発令下にあったものの新規参画店舗数は徐々に増加



※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。

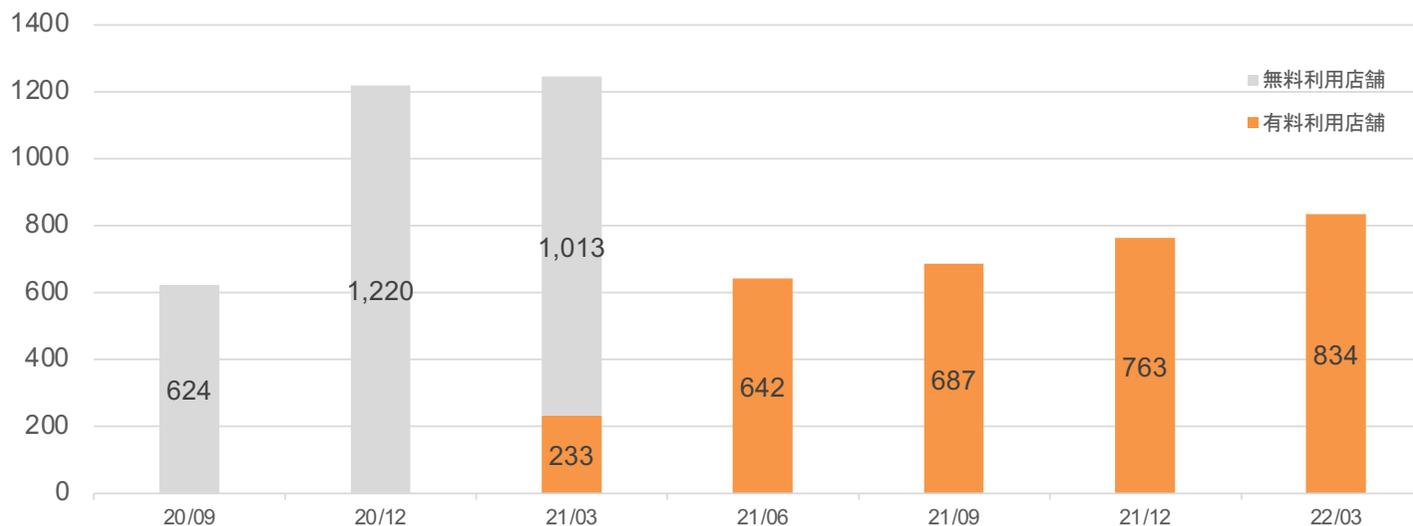
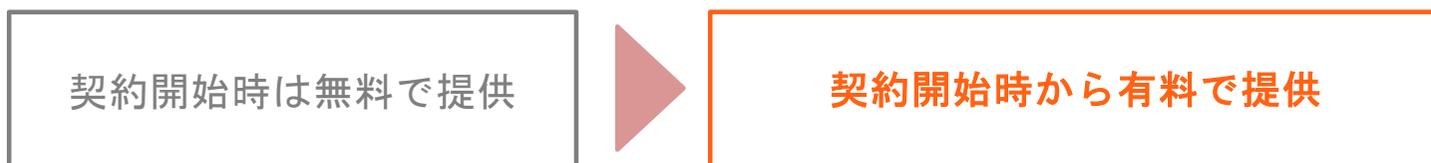
※2 チェーン店舗向けトライアル契約（大手飲食法人向けに多数の店舗を安価かつ一括でトライアルとして受注する形式）を除く、店舗請求ベースのARPU（オプションも含む）としております。

1 プレミアム予約店舗数の増加

プレミアム予約店舗は、当初利用を無料化し順次有料化する戦略としていたが、契約開始時から有料化する戦略に変更し、**有料店舗数の順調な増加を実現**

プレミアム予約店舗数推移

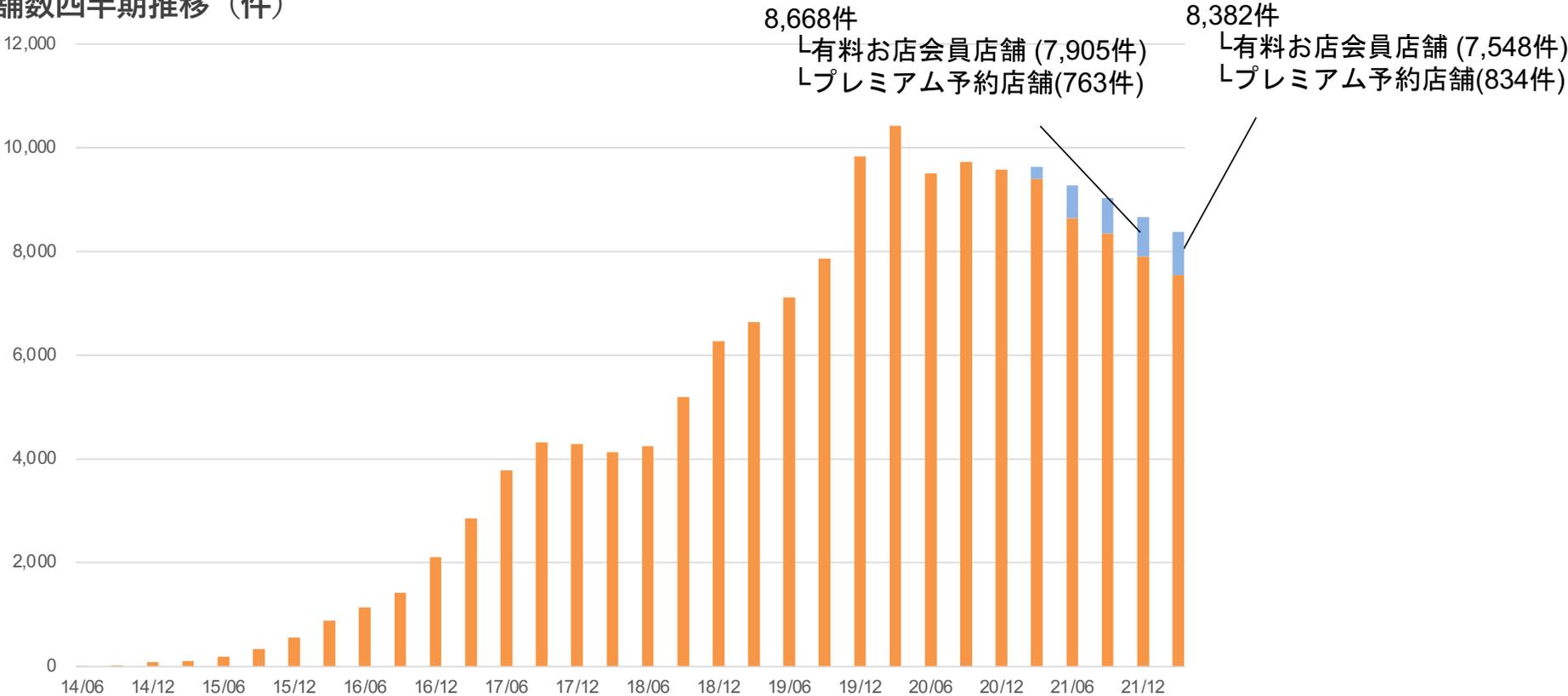
戦略変更



1 有料店舗数推移

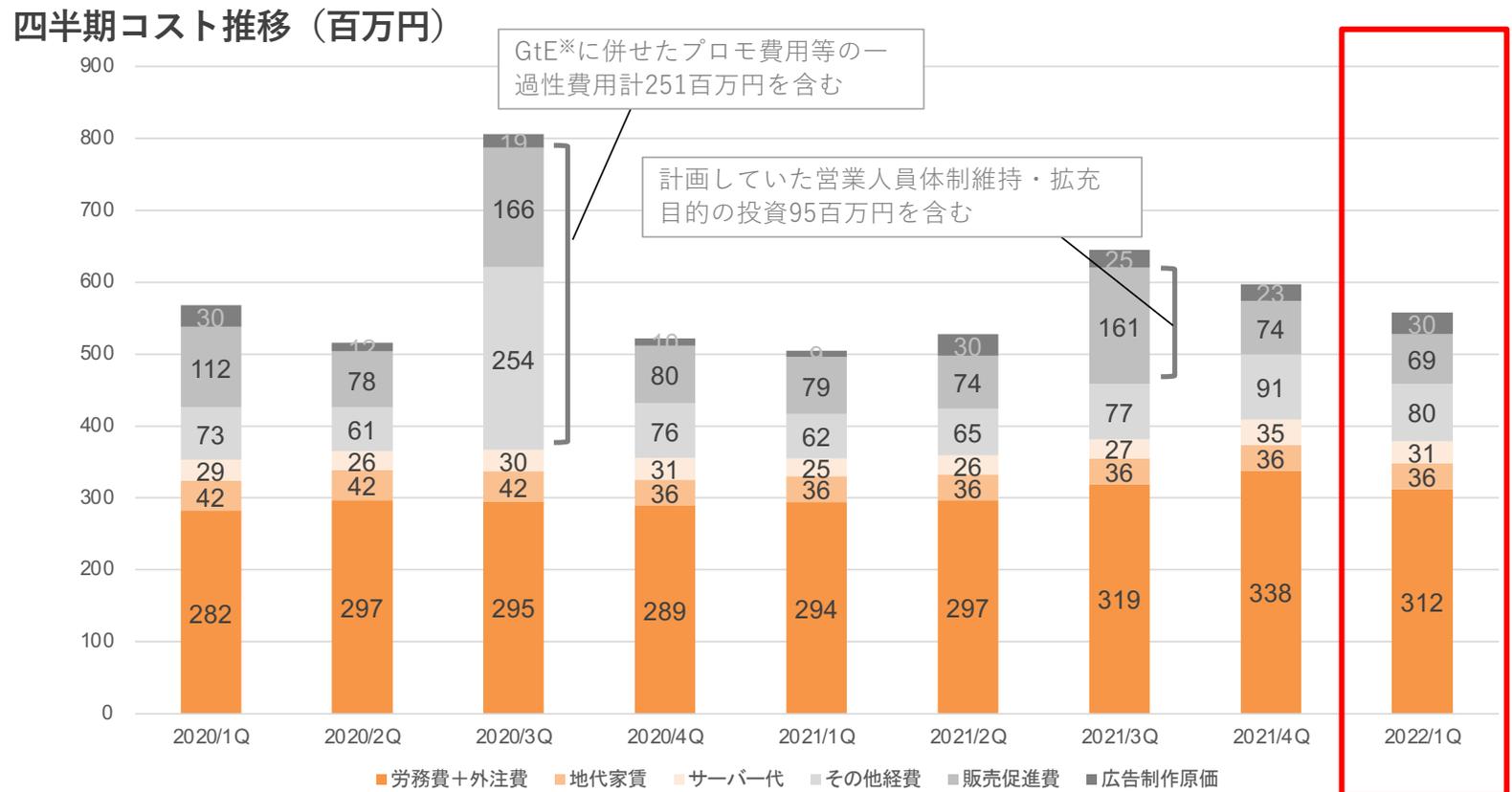
2022年第2四半期の有料お店会員店舗数+プレミアム予約店舗数は8,382件となった

有料店舗数四半期推移 (件)



1 コスト構造の推移

投資による人件費増・採用コスト増であり、計画通りの進捗でコントロール下にある



※ GtEは、Go To Eatキャンペーンの略になります。

目次

- 1 2022年9月期 通期実績
- 2 2022年9月期 通期業績見通し**
- 3 今後の成長戦略

(補足資料)

2 今後のコロナの状況と業績の関係性

足元の感染状況に関しては、計画に織り込んでいた通りのシナリオで推移。
今後の外部環境に関しては注視が必要。

- ✓ 既に終了している緊急事態宣言・まん延防止等重点措置に関しては、計画策定時から一定程度の影響を想定しており、計画には既に織り込み済み
- ✓ 今後の更なる緊急事態宣言・まん延防止重点措置の発令は計画においては見込んでおらず、再度発令された場合には計画の見直しが必要になる場合も

2 2022年9月期 通期業績見通し

2022年1月～3月発令のまん延防止等重点措置は計画に織り込んでいたため、通期業績見通しは維持

2021年9月期
実績

売上
1,938百万円

営業損失
-283百万円

計画の前提

2022年春
本格的な販促回復

- 足元で飲食店の来店者数は回復を開始
- 一方、今冬にかけて新型コロナウイルス感染症の再拡大の可能性を織り込む
- それらに伴い、22年春頃から飲食店の販促意欲が本格的に回復と仮定

2022年9月期
業績見通し

売上
1,810百万円

営業損失
-764百万円

投資471百万円を含む

目次

- 1 2022年9月期 通期実績
- 2 2022年9月期 通期業績見通し
- 3 今後の成長戦略**

(補足資料)

3 今期の投資の目的

現状の外部環境は弊社想定シナリオに織り込み済みであり、今後の販促意欲の回復も見込まれるため、予定通り今期の投資を実行中

飲食店販売チャンネル
への投資 **1.5**億円

直販人員採用

外部販売
体制構築

新規参画店舗数増

DXプロダクト
への投資 **3.2**億円

既存サービス
利便性改善

新規プロダクト
開発

利便性向上
ARPU向上

3 飲食店販売チャネルへの投資進捗

飲食店販売チャネルへの投資は、直販人員の入社や新たな代理店の立ち上げ成功など投資が順調に進捗し、回復のための足場固めが着々と進む

直販人員への投資（73百万円）

- 1人あたり獲得数が非常に高い
- 今期は新卒で年間30人程度を採用

外部販売体制構築への投資（80百万円）

- 新たな前払い形式の業務委託契約※の導入により大きく規模拡大を狙う

4月に20名が入社

平均3ヶ月で戦力化へ

複数社稼働開始

計画通りの進捗

※ 従来の手数料を永続的に支払うモデルと異なり、コストは一括で支払うためフロントヘビーになるが、契約が継続するほど利益率が高くなる契約形式になります。

3 飲食店販売チャネルへの投資進捗

4月に20名の新卒が営業として入社、10日間の研修の後に平均2.6ヶ月の期間を経て戦力化へ



20名

新入社員の平均戦力化期間※

2.6ヶ月

※ 新卒新入社員が営業活動を開始してから、社員平均と同等の営業結果数値が出せるようになるまでの平均期間を過去実績をもとに計算しています。

3 有料お店会員店舗における従量課金対象店舗の増加

有料お店会員店舗における従量課金対象店舗数（定額課金＋従量課金）は拡大し、約3,100店舗と順調に増加。今後の利用者数増押し上げによって、売上のアップサイド要因となる。

概要

- 固定価格に上乗せする仕組み
- 単価はディナー予約で200円
- 対象店舗数はグラフの通り約3,119店舗

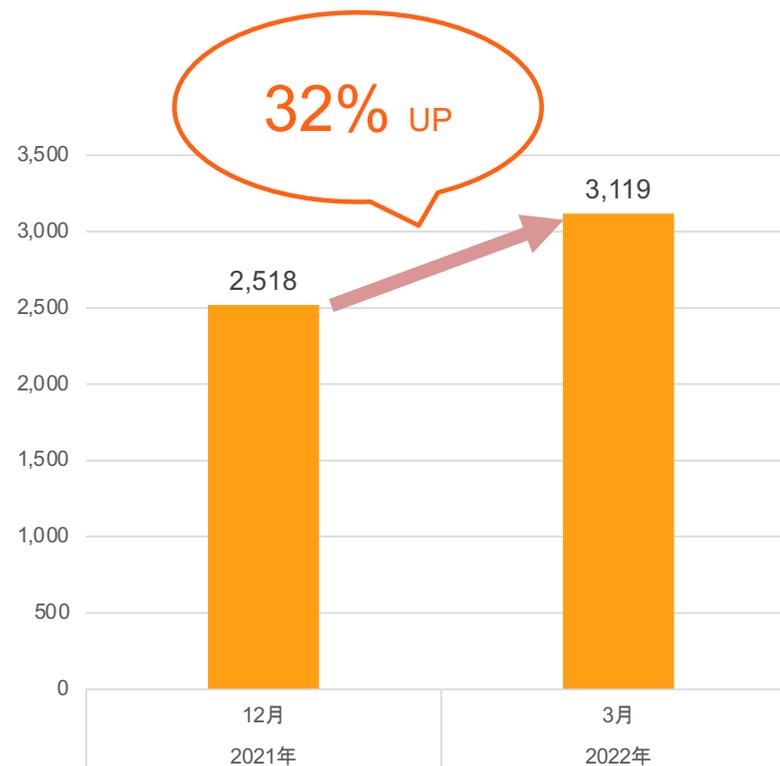
利用者

- ユーザーは対象店舗をネット予約するとPayPayボーナスが付与される

飲食店

- PayPayボーナス連動のため、飲食店はPayPay経済圏からの集客を見込む

従量課金対象店舗数推移（件）



3 第2四半期におけるプロダクト開発の進捗(一部抜粋)

ユーザーの利便性向上や、それに伴う予約の増加に向けた様々な開発が進捗



ネット予約数増加のための
PayPay連携キャンペーン

飲食店検索強化のための
TOP USER121名の認定

飲食店検索強化のための
人気店ラベルのリニューアル

ネット予約体験強化のための
アプリの機能改善

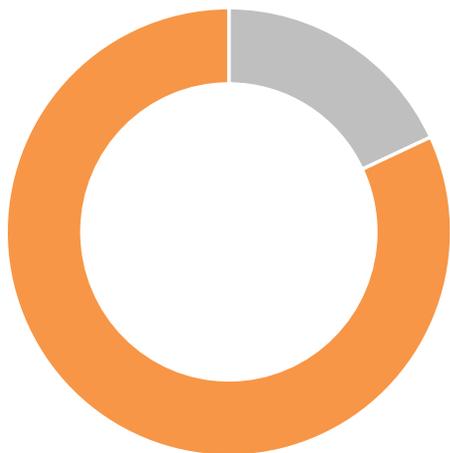


3 外食業界における販促市場の現状

下記の通り、飲食業界の現場からは今後の販売促進強化への強いニーズを確認※。当社としても実行中の投資により当該ニーズをとらまえて、力強い回復へと繋げていく。

今後新規集客に力を入れていきたい

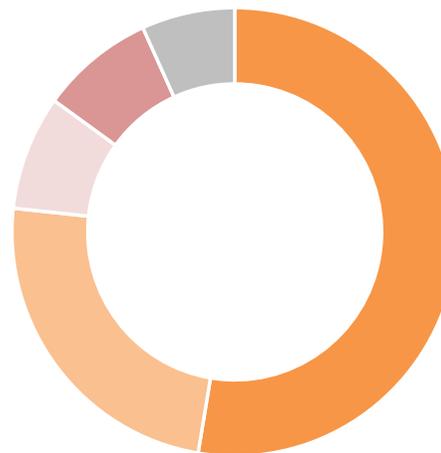
飲食店は**82%**に達する



■ 新規顧客に対する集客意欲はない ■ 積極的に新規顧客に対して集客を行いたい

今後新規集客に力を入れるタイミングは

3ヶ月以内が**77%**



■ 今すぐ ■ 3ヶ月以内 ■ 半年以内 ■ 半年以降 ■ 予定はない

※ 2022年5月に当社の有料 無料のお店会員に向けてアンケートを実施しております。

3 外部環境の変化による後押し

飲食業界を取り巻く外部環境に関しては、新型コロナウイルスの分類変更の議論活発化や、訪日外国人観光客の受け入れ再開見通しなどポジティブな変化も

新型コロナウイルスの分類変更の議論も活発化

コロナの分類引き下げを インフル並み妥当—自民・安倍氏

2022年05月09日17時14分



安倍晋三元首相=21年12月

自民党の安倍晋三元首相は9日、大分市で開かれた同党関係者の会合で、新型コロナウイルスの感染症法上の扱いに関し、現在の「2類」相当から季節性インフルエンザと同等の「5類」に引き下げる方向で検討するよう訴えた。「オミクロン株において重症化率は下がっている。(分類変更の)議論を本格化すべきだ」と語った。

コロナ分類変更に否定的 無料検査「全国で体制確保」—衆院代表質問で岸田首相

※出典：時事ドットコムニュース

訪日観光客の受け入れは再開の見通し

訪日観光客6月にも再開 小規模ツアー先行実施

2022/5/6 20:14

政治 | 政策 ライフ | からだ



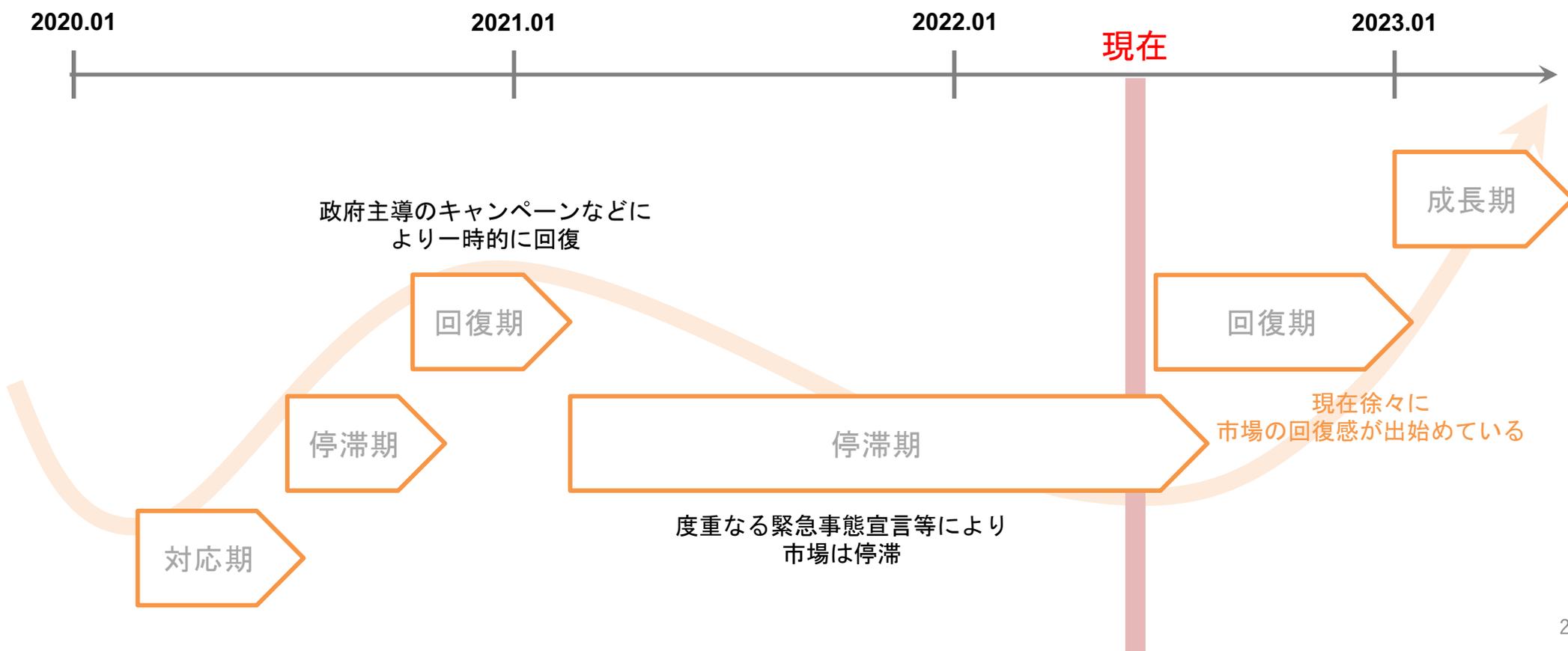
5日、英ロンドンで記者会見する岸田首相（代表撮影・共同）

政府は6日、訪日外国人観光客の受け入れを6月にも再開する方向で調整に入った。これに先立ち、小規模な訪日ツアーを早ければ5月中に試行することを検討。新型コロナウイルス感染拡大を防ぐ対策の有効性を確認する。訪日客が途絶えたことで国内の旅行消費は大幅に落ち込んでいる。政府は国内外の感染状況を見極めつつ、地域経済の回復に向け、訪日観光客の受け入れ枠を段階的に広げたい考えだ。

※出典：THE SANKEI NEWS

3 来たる回復・成長直前フェーズを見据えた足場固めを重視

先述の飲食店の販促意欲回復タイミングや、当社内の営業KPIの推移から、現在は回復期の直前に位置しており、回復期や通常成長期を見据えた足場固めを着々と進める



3 FRM集客支援商品のターゲットとなる市場について

顕在化している6万店舗の速やかな有料店舗化を狙う



※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2021年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 足元の資金余裕度

資本性劣後ローンや当座貸越枠の増額によって、今後の成長への投資に対しての資金的余裕を維持

[3月末時点、単位百万円]

借入枠
(22年3月末時点)
4.2億円



現預金	1,219	流動負債	779
その他流動資産	606	固定負債	544
固定資産	313	純資産	814

資産

負債・純資産

3 RettyにおけるESGへの取り組み

有識者からのアドバイスも踏まえ、当社のESGに対する考え方や取り組みをまとめ、コーポレートページ上で公開

当社のESGに対する考え方

当社の「新たな『食体験』を創り上げ、人生をもっとHappyに。」というビジョンに基づいて事業活動を推し進めていくことが、環境問題や社会課題の解決に貢献できるものと考えております。全ての人々に深くかかわる食という領域をテクノロジーによってアップデートすることで、サステナブルな社会を実現してまいります。



<https://corp.retty.me/esg/>

3 ビジョンアップデートに伴うイメージビデオの作成



新たな「食体験」を創り上げ、人生をもっとHappyに。



<https://www.youtube.com/watch?v=DEjr2bWpili>

補足資料

マネジメント紹介（取締役）

代表取締役CEO



武田和也

2010年にRetty株式会社を創業。創業前は、株式会社ネットエイジ（現ユナイテッド株式会社）にて、インターネット広告の販売などマーケティング関連事業に従事。退社後起業準備のために米国西海岸に滞在。帰国後日本が世界に誇る食文化の興隆に貢献すべく、共同創業者の長束と共にRetty株式会社を創業。

取締役
HR室室長



長束鉄也

Retty共同創業者。開発と初期グロースを担当後は、ガバナンス強化とHR領域を担当。

社外取締役



本田 浩之

株式会社リクルート（現株式会社リクルートホールディングス）にて取締役兼専務執行役員を経験。多くのIT企業にて社外取締役を勤める。

社外取締役
監査等委員



大杉泉

公認会計士。あずさ監査法人、複数企業の社外役員を経て現職。現在は複数の上場企業の社外監査役を勤める。

社外取締役
監査等委員



森一生

代官山綜合法律事務所の代表弁護士として、スタートアップ・ベンチャー企業法務に特化。株式会社出前館ほか上場企業4社の社外役員を勤める。

社外取締役
監査等委員



上原祐香

メリルリンチを始めとする日米複数の証券会社にてIPO、株式市場等を活用した資金調達を担当する部署の責任者を歴任。

マネジメント紹介（執行役員）

執行役員
セールス部門長



安東太郎

株式会社リクルート(現株式会社リクルートホールディングス)にてホットペッパーグルメ首都圏責任者、ベルシステム24を経て、Rettyに入社。

執行役員
エンジニアリング部門長



小迫明弘

エンジニアとして、複数回の起業で企画やデザイン等も経験した後、Rettyに入社。現在はVPoEを務める。

執行役員
プロダクト部門長



野口大貴

京都大学卒。株式会社Speeeを経て、2015年にRettyに入社。グロースチームマネージャーや新卒採用責任者を経て現職。

執行役員
CFO/コーポレート部門長



土谷祐三郎

監査法人、戦略コンサルティングファーム、PEファンド、株式会社ホットランドへの出向（取締役）を経てRettyに入社。

執行役員
IR・経営企画室室長



奥田健太

三菱商事株式会社にて融資案件の審査業務に従事した後、創業初期にCFOとしてRettyに入社。

執行役員
事業統括室室長



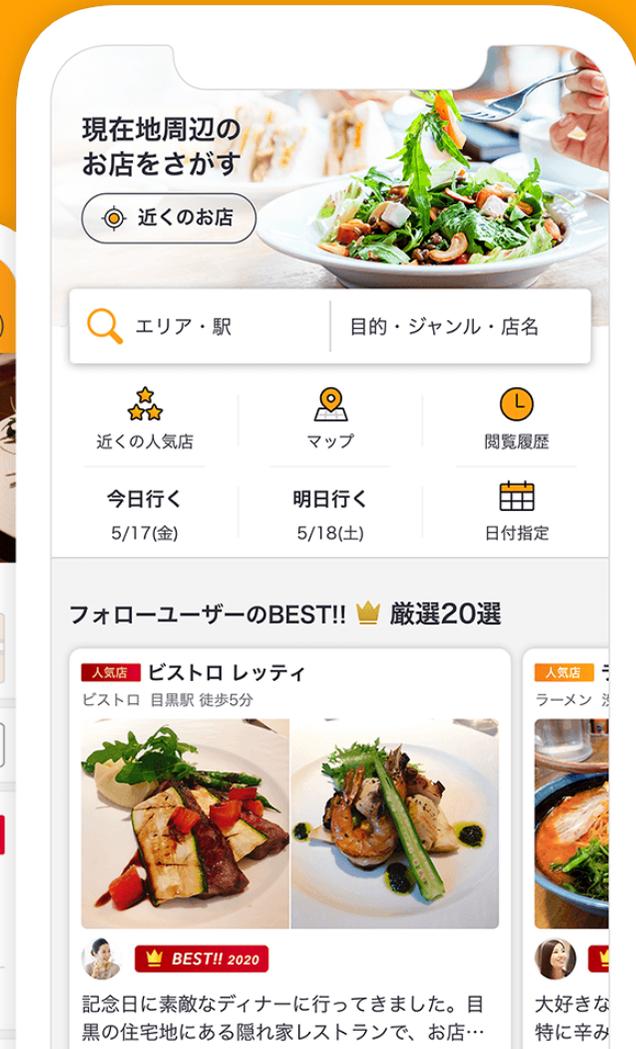
川野寛治

ホームページ制作・運営会社で営業部門の責任者や複数部門の部長を経て、2016年Rettyに入社。

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



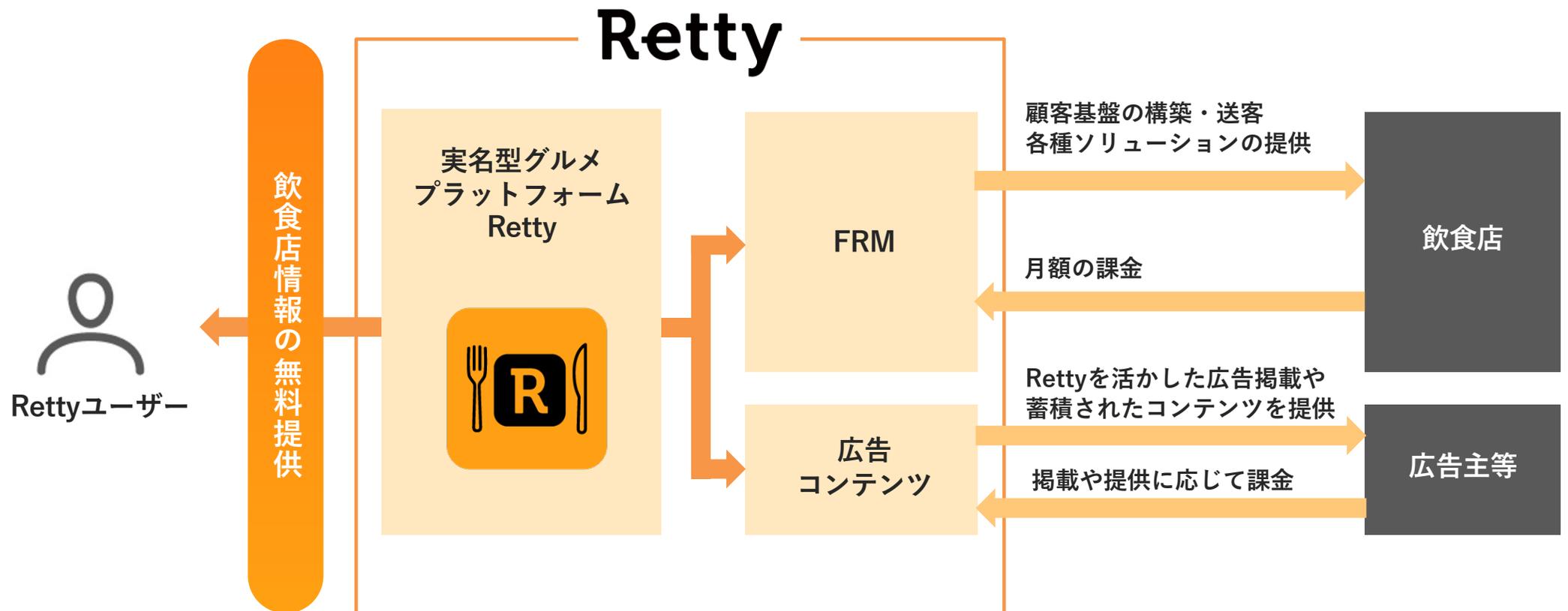
「ヒト」から探す



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



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

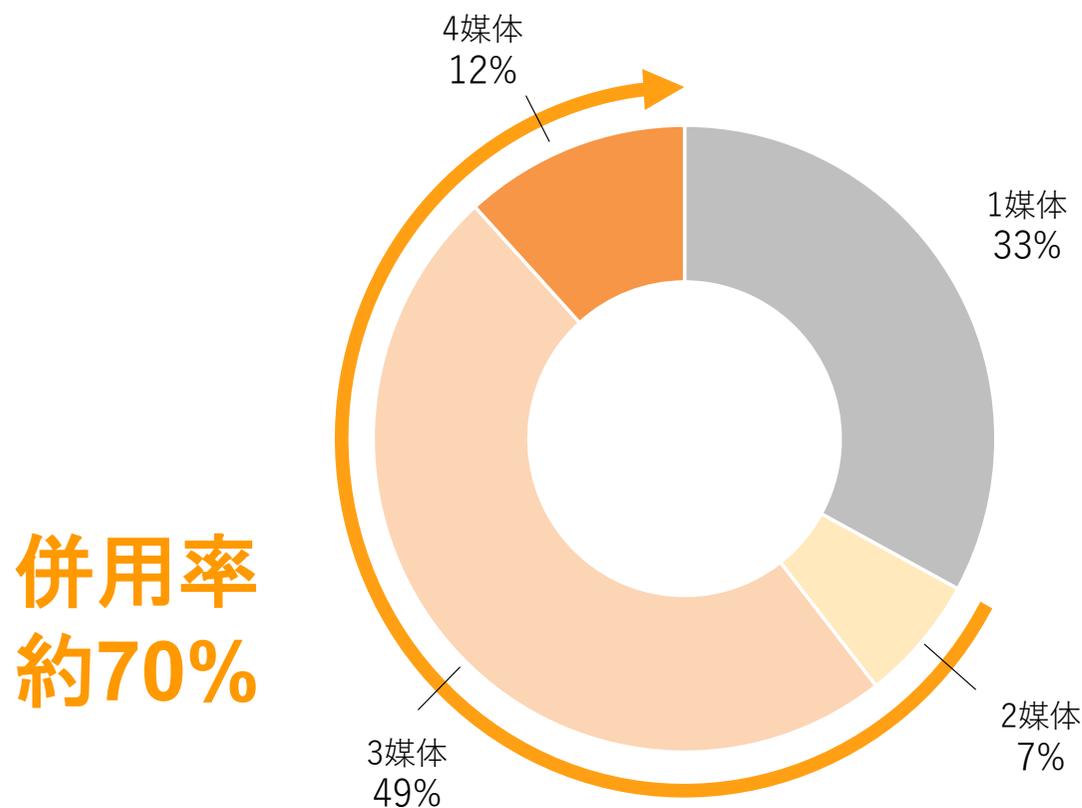
最優先事項を「**飲食業界の復活**」とし、下記の取り組みを実施

- 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



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※



※ Rettyを利用していない飲食店も含めて、2021年に弊社によるアンケート及び調査を実施しております。

FRMの商品の内訳

商品概要

対象となる店舗
(ターゲット顧客店舗数)

有料店舗

有料 お店会員	「通常契約」	<div data-bbox="745 507 1106 628" data-label="Text"> <p>従量課金対象</p> </div> <p>個店を主な対象とした、定額+従量課金の集客商品、今後の新たな通常契約はこの商品</p>
		<div data-bbox="745 660 1106 782" data-label="Text"> <p>従量課金無し</p> </div> <p>現在は、基本販売していない旧来型の月額固定価格のみの集客商品</p>
	「チェーン店舗向け トライアル契約」	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、定額の集客商品
プレミアム 予約	一部の人気店、高級店に向けた月額固定なし、完全従量課金制の集客商品 今四半期から新たに開示	
無料 お店会員	Retty上での基本情報を修正など最低限の機能が利用可能な商品。当社にとっては有料お店会員への潜在的な顧客と位置付けている。	

個店
(数十万店舗)

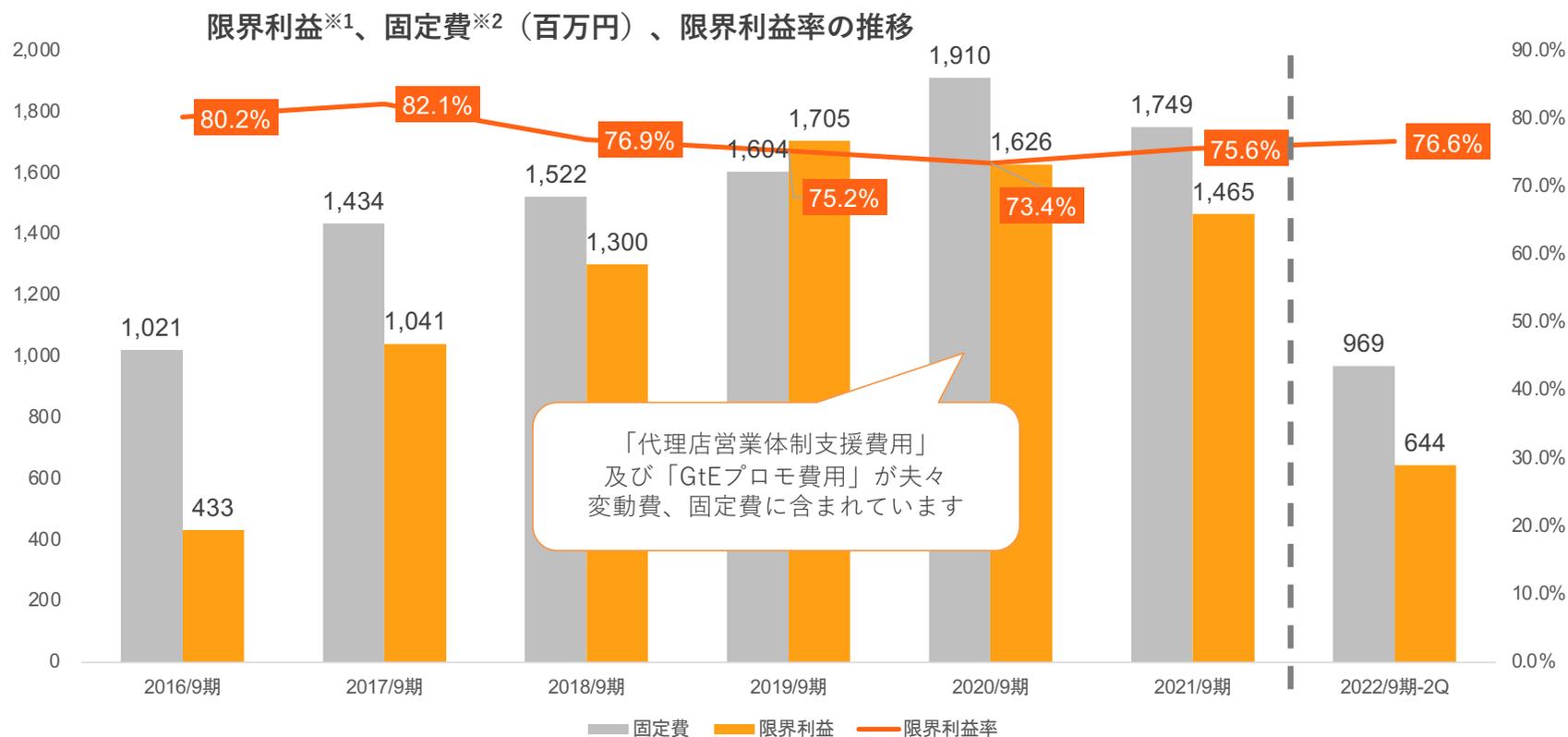
チェーン店
(約5万店舗)

高級店・人気店
(約3万店舗)

全飲食店
(約70万店舗)

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。

販売チャネルの種類

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

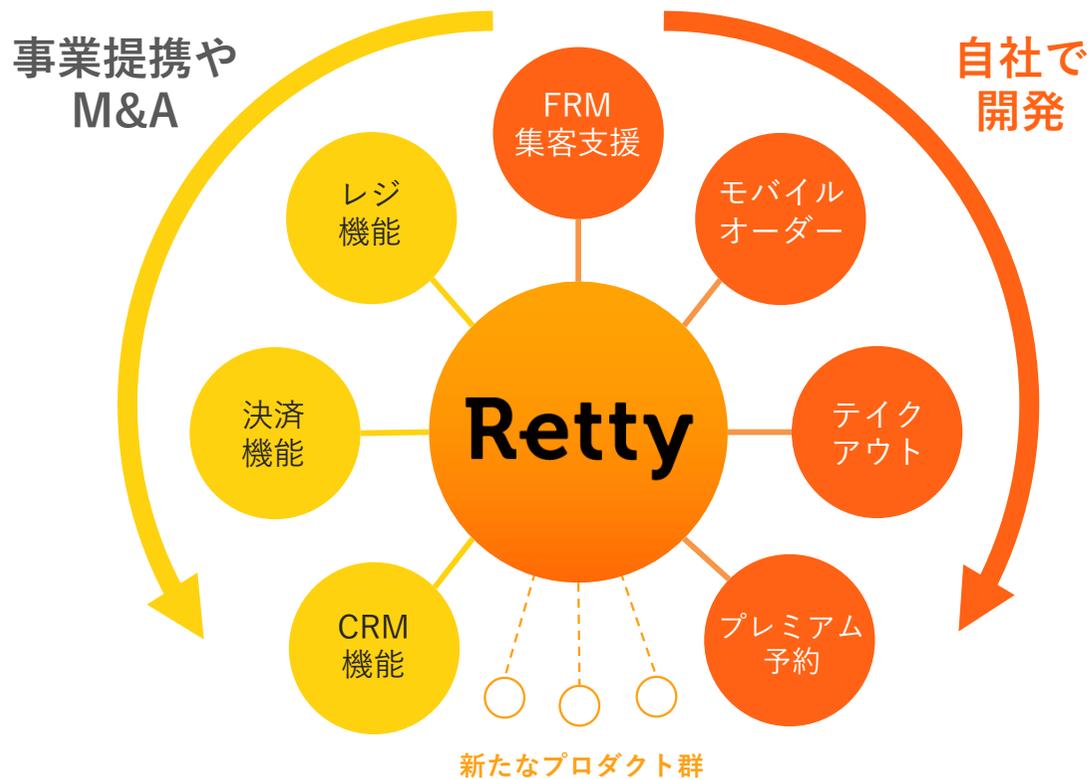
- 当社商品のみを販売する専任の営業人員を確保した代理店
- 当社が飲食店と直接契約
- 売上は**グロス計上**し、代理店への手数料が販売促進費として計上される

直販

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

DXプロダクトを拡充し、飲食店への価値提供範囲を拡大

約3.2億円を投資して、モバイルオーダーやテイクアウトなどDXプロダクトの開発を進め、飲食店がニーズに合わせてカスタマイズできるプロダクト群として提供し、ARPUの重層化を狙う



飲食店経営をDXする
統合的なプロダクト群
としての提供を目指す

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



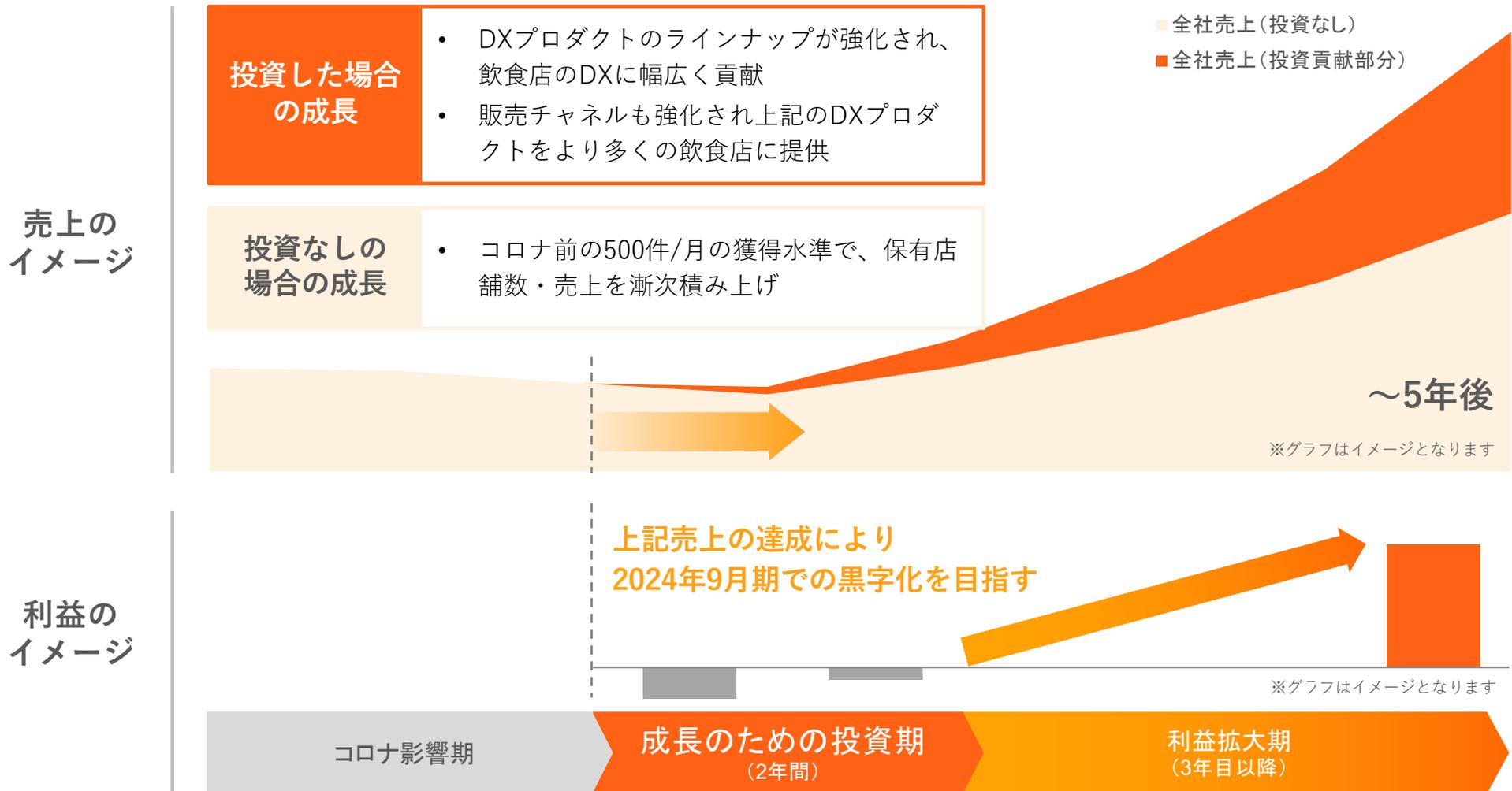
オフラインのデータ獲得

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

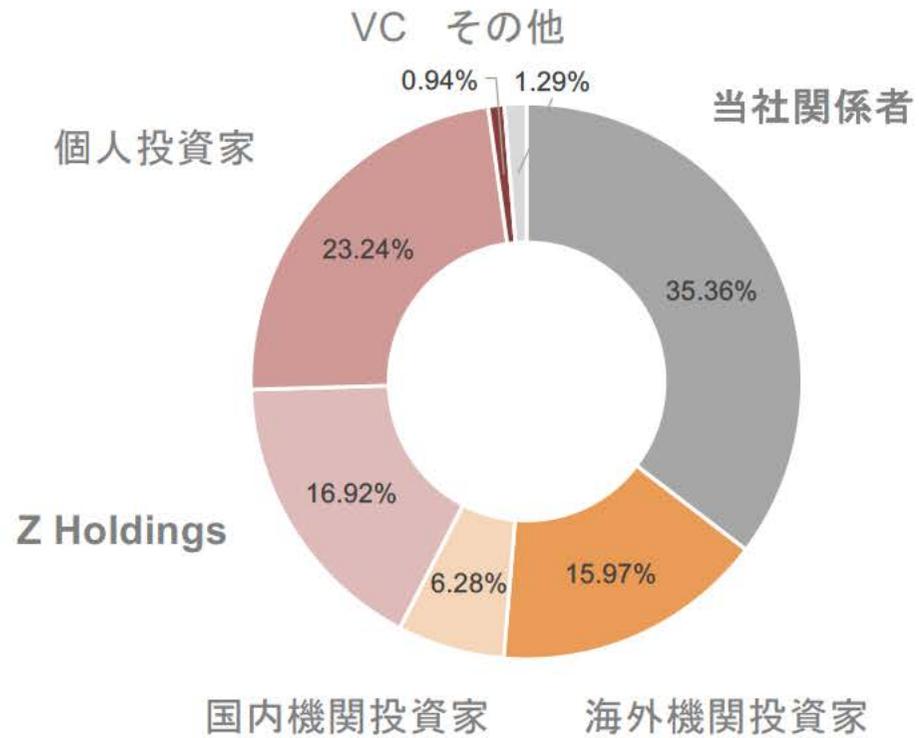
お店の業務が大きく減る
(= 価格・料理品質に投資が可能に)

今回の投資により実現したい成長イメージ



株主構成

株主構成（2022年3月末時点）



会社概要(2022年3月末現在)

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	630百万円
従業員数	129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。