

2023年5月15日

各位

会社名 Retty株式会社
代表者名 代表取締役 執行役員CEO 武田 和也
(コード：7356 東証グロース市場)
問合せ先 取締役 執行役員CFO 土谷 祐三郎
(TEL. 03-6822-4880)

(訂正) 決算説明資料の一部訂正について

当社は、2023年5月12日に発表の「2023年9月期第2四半期決算説明資料」について、一部訂正がありましたので下記の通りお知らせいたします。なお開示済みの決算短信等の数値に訂正はありません。

記

1. 訂正の理由

P. 3、5、15～18、22～23、34、39において一部不要な文字化け情報が混在していたので、下記の通り訂正致します。

2. 訂正の内容

上述部分について削除致します。訂正後の資料については次頁以降の添付資料をご参照下さい。

以上

Retty

2023年9月期第2四半期

決算説明資料

Retty株式会社 2023年5月

目次

1. 2023年9月期 第2四半期実績

2. 成長戦略の進捗

3. 2023年9月期 通期業績見通し

(補足資料)

エグゼクティブ・サマリー

実績

- ✓ 売上は上期累計で816百万円、営業損失は322百万円で着地、保有店舗数は特定代理店での解約が継続していることなどから7,481件
- ✓ 売上の先行指標であるネット予約人数は、前年同期比で**239%実績となり大幅に成長した**

成長戦略

- ✓ FRM収益性の改善が一定程度進捗し、解約率が高く今後縮小する特定代理店を除くと、**売上は純増ペースを維持**、またARPUや継続率も改善傾向に
- ✓ オフィス移転による減損は発生したが、**コスト削減は順調に進捗し**、24百万円/月の固定費削減に成功。来年の黒字化に向けて前進した

業績見通し

- ✓ 通期業績見通しに変更なし

1. 2023年9月期 第2四半期実績

2. 成長戦略の進捗

3. 2023年9月期 通期業績見通し

(補足資料)

1 | 実績ハイライト

✓ 売上に関しては第2四半期は402百万円、上期累計816百万円。営業損益に関しては、第2四半期は-122百万円、上期累計-322百万円となり、計画通りの着地となった。

✓ 有料店舗数（固定＋従量）は四半期を通じて400件程度減少したが、これは特定代理店※領域における解約によるもの。第2章で詳述の通り、従前から今期方針としていた、契約内容の向上などにより、**注力代理店＋直販領域ではARPUの改善が進んだ。**

✓ ネット予約人数に関しては、サービス改善による利便性向上により、**前年同期比で239%の実績**となり大幅に成長した

1 | 2023年9月期第2四半期実績の概況

第2四半期の売上高は402百万円、営業損失122百万円となった。コストコントロールにより原価を最適化した結果、売上総利益・同率は改善している。

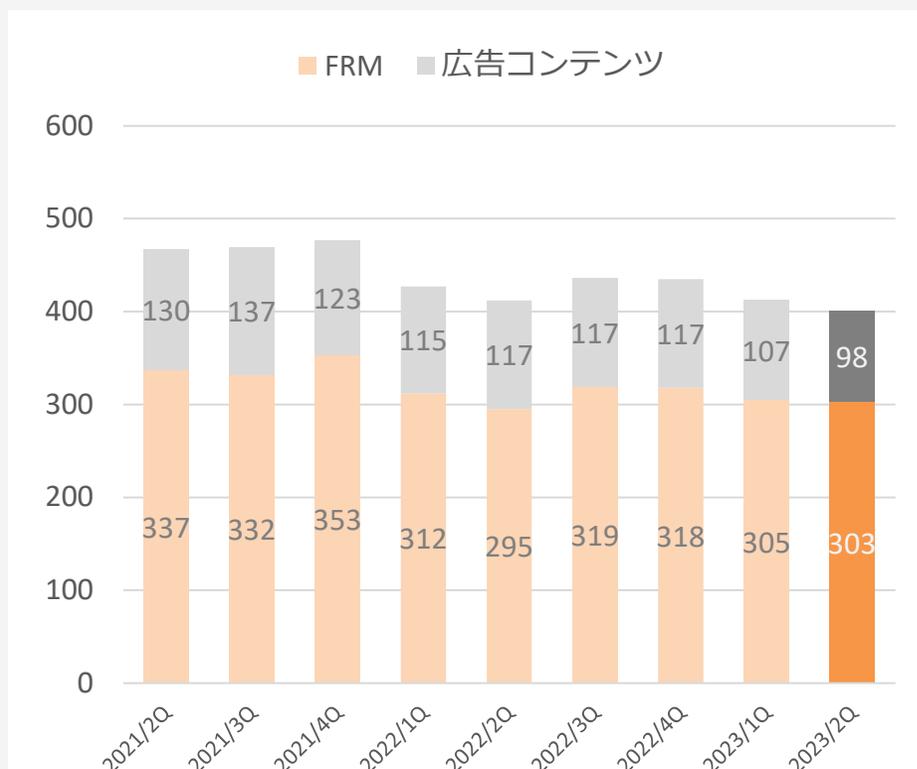
	FY2023/09				業績予想	達成率
	第2四半期	YoY	上期累計	YoY		
売上高	402	97.3%	816	96.8%	1,820	44.8%
売上総利益	252	115.5%	471	103.9%	-	-
売上総利益率	62.8%	-	57.7%	-	-	-
営業損益	-122	-	-322	-	-535	-
営業利益率	-	-	-	-	-	-
経常損失	-125	-	-326	-	-544	-
当期純損失	-181	-	-384	-	-546	-

オフィス移転に伴い、旧オフィスの原状回復費用等56百万円を減損計上

1 | 四半期別売上構成推移

FRM※の売上は第2四半期303百万円、広告コンテンツ売上は98百万円に

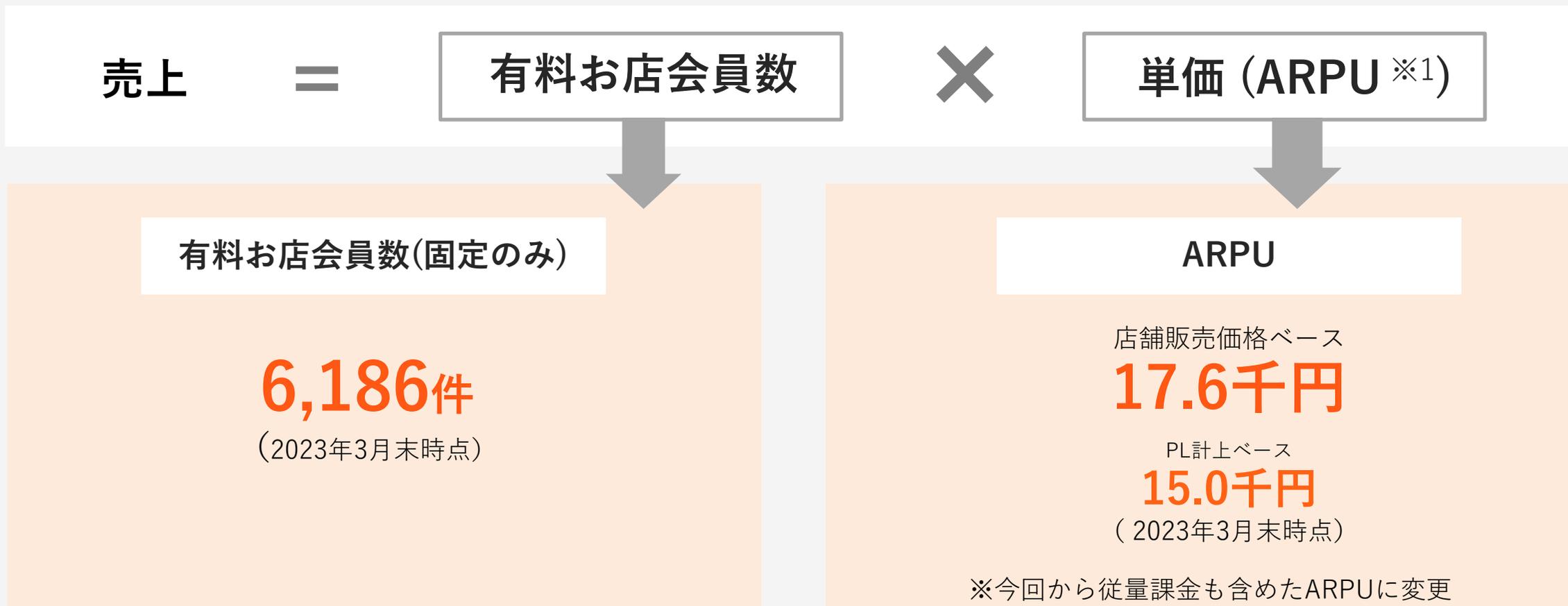
四半期売上内訳推移（百万円）



広告 コンテンツ	<ul style="list-style-type: none">• プログ広告の売上減少が継続
FRM	<ul style="list-style-type: none">• 売上は前四半期と同水準で推移• 前四半期に引き続き併売代理店の販売促進費の戻入を約16百万円計上（前四半期は13百万円）

1 | お店会員（固定）の主要KPI

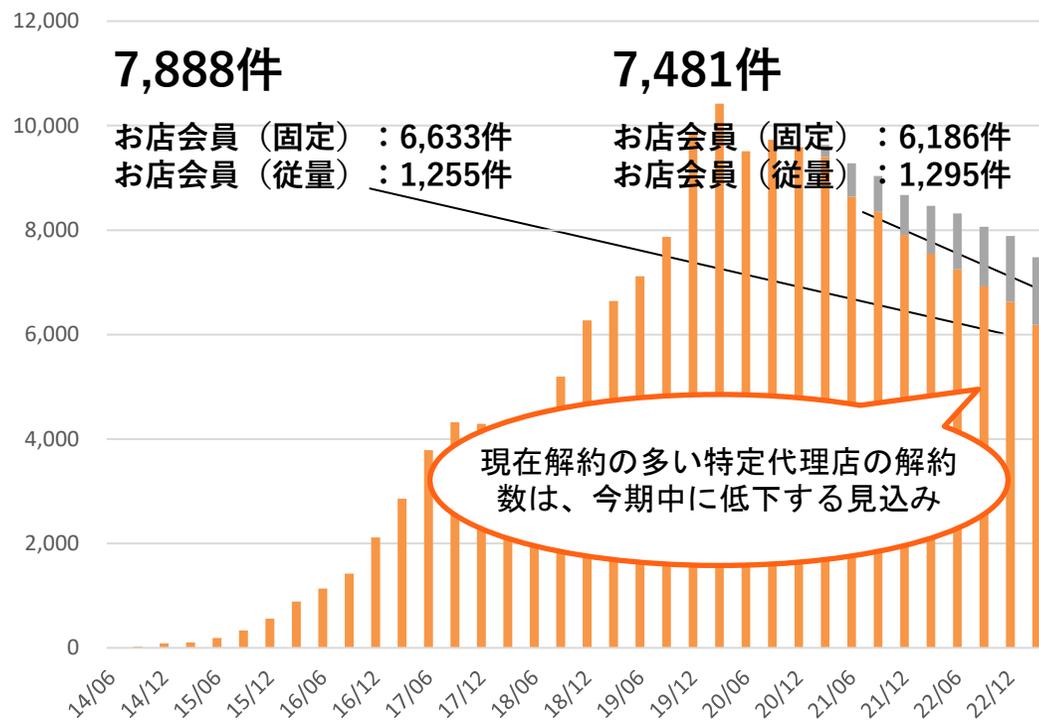
お店会員数は、特定代理店における解約の継続などを主要因として、7,481件の着地となった。また、ARPUに関しては高価格帯のプランの契約などにより増加した。



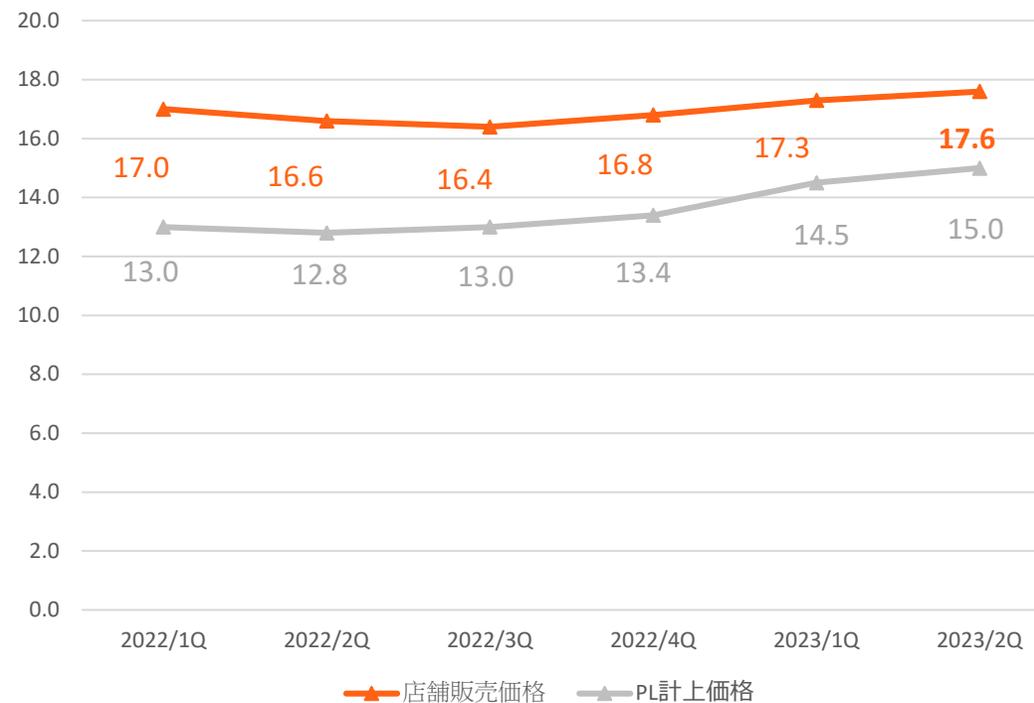
1 | 有料お店会員数推移

2023年3月末時点の有料お店会員数（固定＋従量）は7,481件となった。ARPUは増加傾向に。

お店会員数（固定＋従量）四半期推移（件）



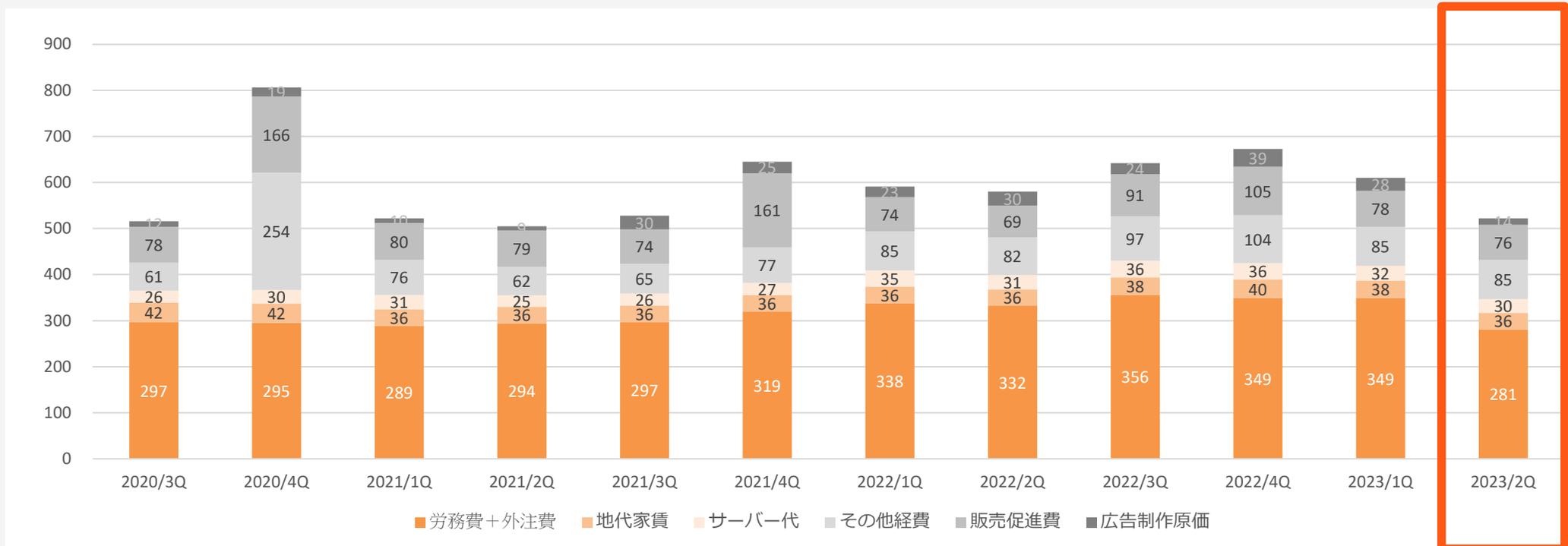
ARPU（千円）※



1 | コスト構造の推移

コストは、リソースの絞り込みにより、固定費が圧縮。今後オフィス移転などにより固定費が更に低下する見込み。

四半期コスト推移（百万円）



1 | ネット予約人数の推移

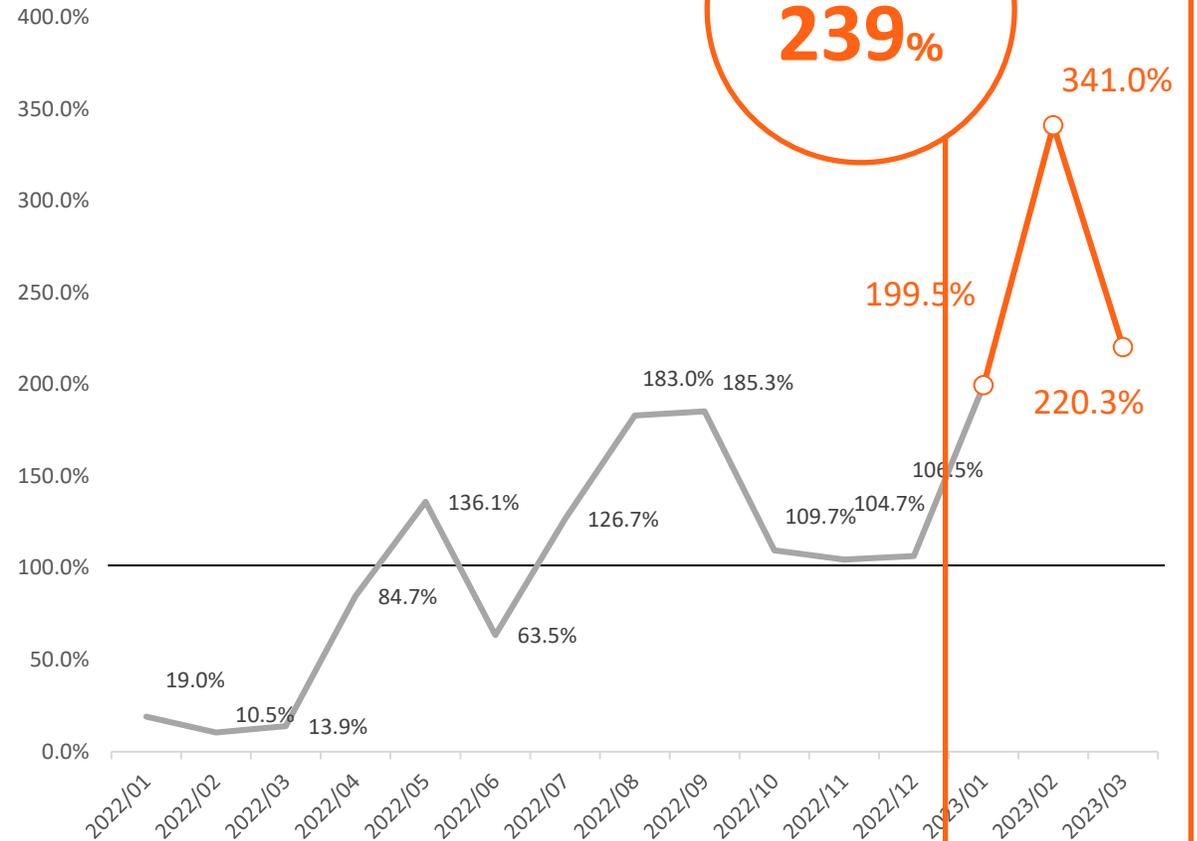
当社の最重要KPIであるネット予約人数は、サービス改善による利便性向上の影響により、前年同期比で平均239%の水準となり、**増加傾向にある**

サービスの改善

ネット予約を利用するユーザーの利便性最大化を狙ったUIの改善を多数実施



ネット予約人数の推移(前年同月比)



- 
1. 2023年9月期 第2四半期実績
 2. 成長戦略の進捗
 3. 2023年9月期 通期業績見通し
(補足資料)

2 | 2023年5月より新型コロナが5類へ

新型コロナが5月8日から感染症法上の位置付けが2類相当から5類へと変更になり、外食を中心に経済活動の正常化・活性化に向けた大きな区切りとなることが予想される

新型コロナ、インフル同等扱いに 8日、「5類」移行 国内初確認から3年余

5/8(月) 0:07 配信 2027



厚生労働省 = 東京都千代田区

新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが8日、これまでの「2類相当」から季節性インフルエンザと同じ「5類」に移行した。

【図解】新型コロナウイルス「2類相当」と「5類」の違い

行動制限に関する法的根拠がなくなり、感染対策は個人の判断に委ねられる。感染者の国内初確認から約3年4カ月。コロナ禍から脱却し、社会・経済活動の正常化に向けた大きな区切りとなる。

出典：JIJI.com



【詳しく】新型コロナ きょうから「5類」に移行 何が変わる

2023年5月8日 16時55分

新型コロナウイルス

出典：NHK

2 | 今期の成長戦略の骨子

徹底したとコスト削減やFRMの収益改善で、2024年度の黒字化を目指す方針においては一定の成果も見え始めた。また、現在じげんとの新規事業の創出など各種取り組みも進行中。

今期の方針

FRM収益性
の改善

商品戦略の見直し、代理店体制の再構築、直販営業のコスト効率改善を行い、収益力の改善を目指す

徹底した
コスト削減

リモート活用によるオフィスの縮小移転や余剰工数削減により**46百万円/月レベルの固定費削減**を実施

じげんととの業務提携

グロースノウハウの共有や、共同新規事業のローンチ

売上増加とコスト削減で
2024年度の黒字化
を目指す

長期での成長
を目指す
(現在各種取り組みが進行中)

2 | 営業効率改善による収益性の改善

従前から掲げている通り、今期の計画では有料お店会員数の積み上げは限定的であるものの、狙い通りLTVが高い商品の販売が進んだ結果としてARPUの向上に一定程度成功している

売上増加のための
商品戦略の見直し

- ・ 先述の通り、解約率が悪化している **テイクアウトプラン**については非注力化し
今後はプランをゼロに
- ・ 営業方針の変更により、**LTVの高い商品**の販売を奨励

代理店の強化

- ・ 解約率が高止まりしている一部代理店についての関係性を再検討し、代理店
チャネルの生産性を高める方向で**代理店戦略や支援体制を再構築**

直販営業の
コスト効率改善

- ・ リードの獲得コストや獲得したリードのナーチャリングコストの最適化
- ・ 一部にバラツキの見られるクローザーの生産性の向上

2 | 代理店の再編成による注力代理店 + 直販/特定代理店の区分

前回決算発表で記載の通り、一部代理店についての関係性を再検討し、代理店戦略や支援体制を再構築することに伴い、**特定代理店を除いた数値でも管理し実力値を把握**。特定代理店に関しては、整理が進み2Qでは15%程度に。

注力代理店 + 直販

- 今後関係性を強化していく代理店、及び当社直販
- FY23-2Qの売上ベースで約85%を占める、今後は増加

特定代理店

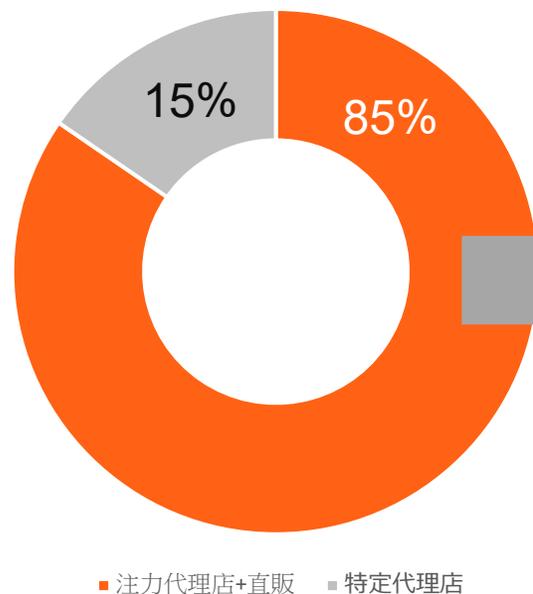
- 解約率が高く、関係性を見直し縮小する代理店
- FY23-2Qの売上ベースで約15%を占める、今後は減少

2 | FRMの売上が注力代理店 + 直販ベースで改善

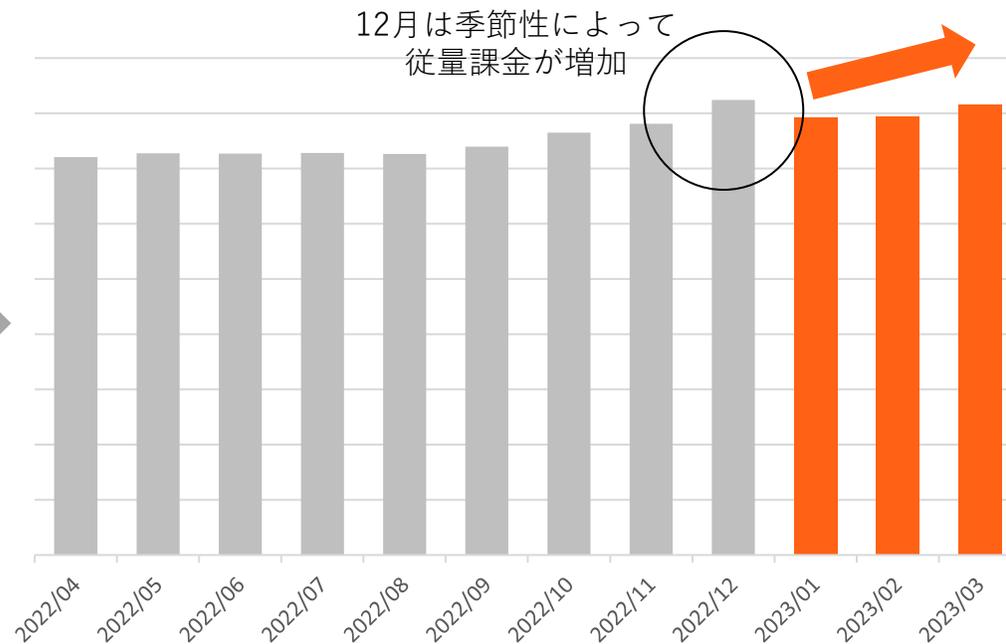
FRMの注力代理店 + 直販ベースでの売上は、12月の季節性（忘年会・新年会需要）による従量課金の増加を除けば**順調に増加傾向に**

特定代理店を除いた売上は月次で増加傾向に

売上(1月～3月)に占める注力/特定代理店の割合



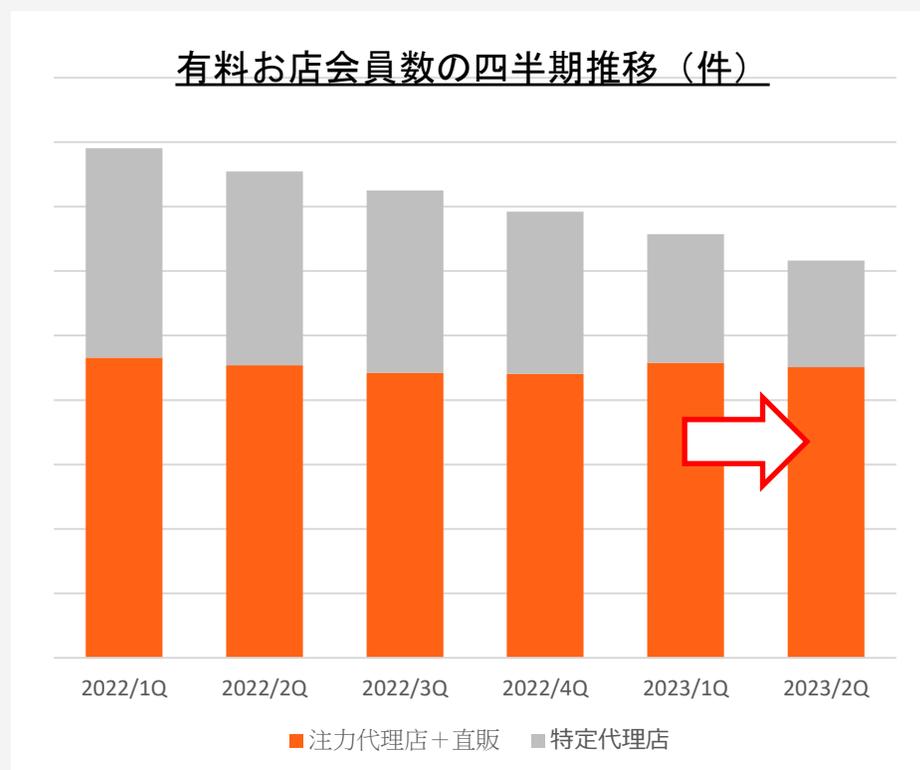
特定代理店を除いた月次売上推移



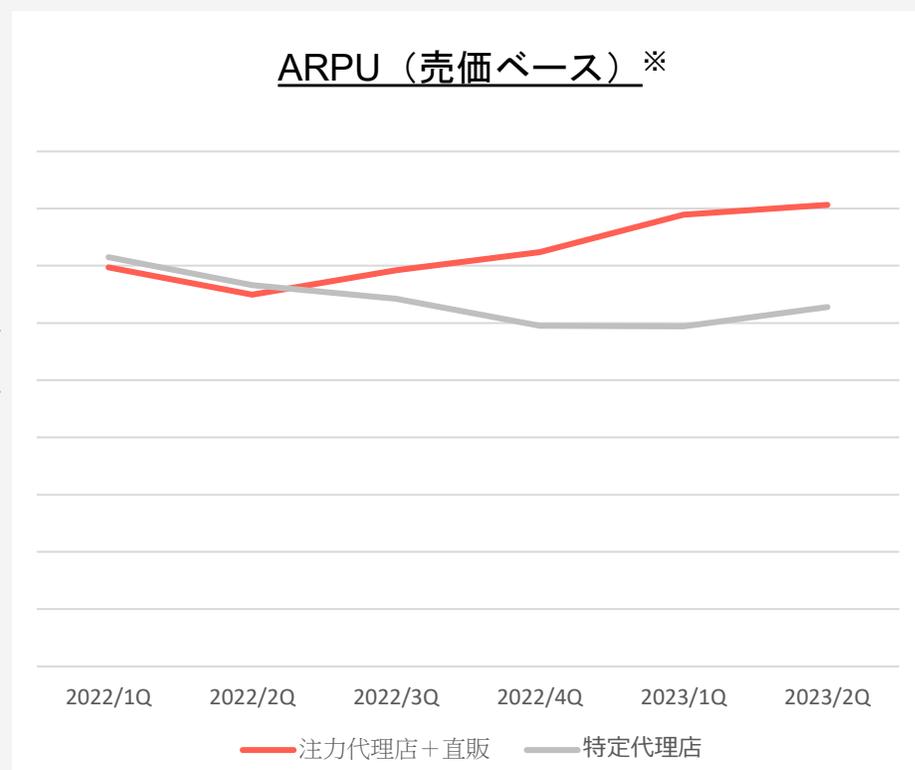
2 | 有料お店会員数及びARPU

有料お店会員数は、注力代理店+直販ベースでは前四半期増加に転じたが、今四半期は横ばいとなった。また、ARPUに関しては注力代理店+直販ベースでは、提案内容の改善などにより増加傾向にある。

保有店舗数は、注力代理店+直販ベースでは横ばい



ARPU (計上ベース) に関しては、注力代理店+直販ベースでは増加傾向に



2 | 徹底的なコスト削減の進捗（月次固定費ベース）

外注やアルバイトの工数見直しなどの人件費の削減が12月末で完了、第2四半期のPLにインパクトした結果、前四半期比で24百万円/月の固定費削減。今期末までに固定費を46百万円/月削減し、来期通期での利益インパクト5.5億円を目指す。

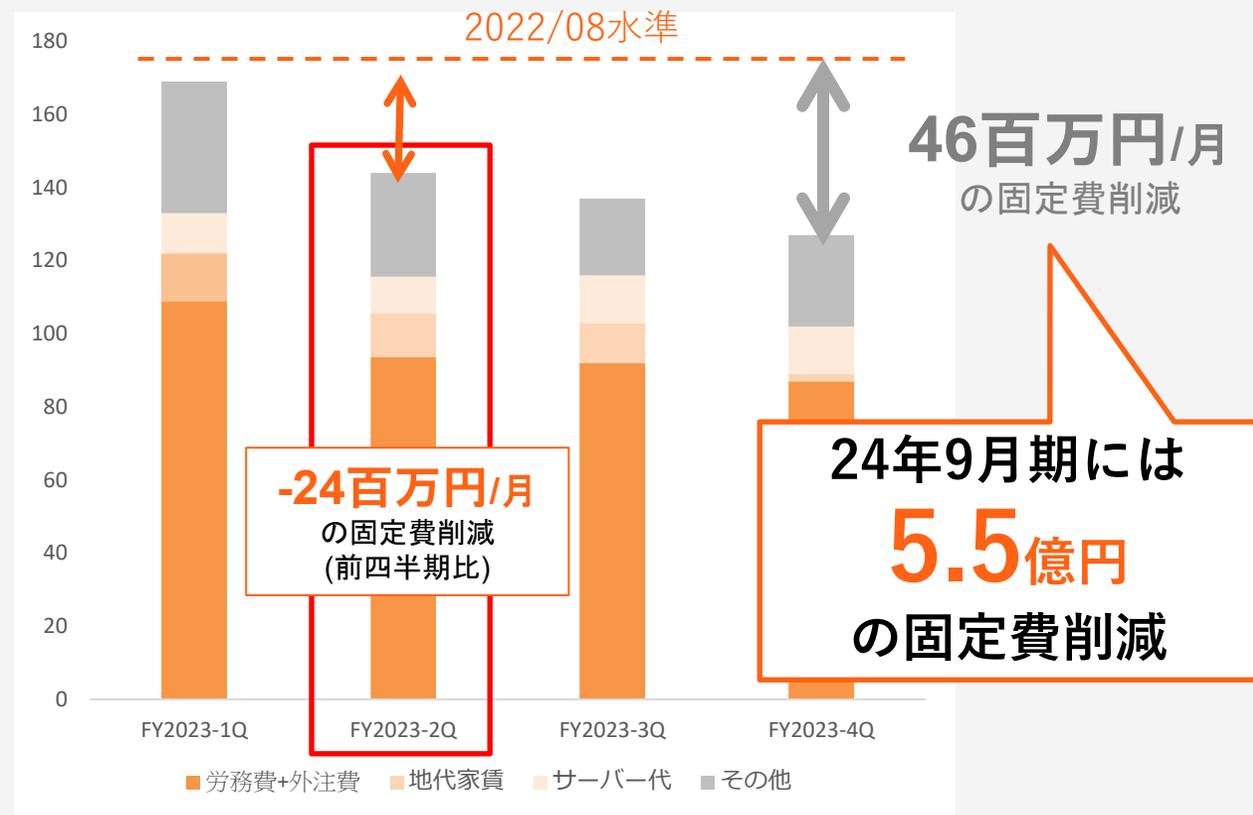
今四半期行ったコスト削減

- 第1四半期に実行した外注やアルバイトの工数見直しが、第2四半期からPLにインパクト

来四半期以降に行うコスト削減

- 人員の最適配置などによるさらなる余剰工数の削減
- オフィス移転による固定費削減（10百万円程度/月）は第4四半期にインパクト

今後の固定費削減イメージ（百万円/月）



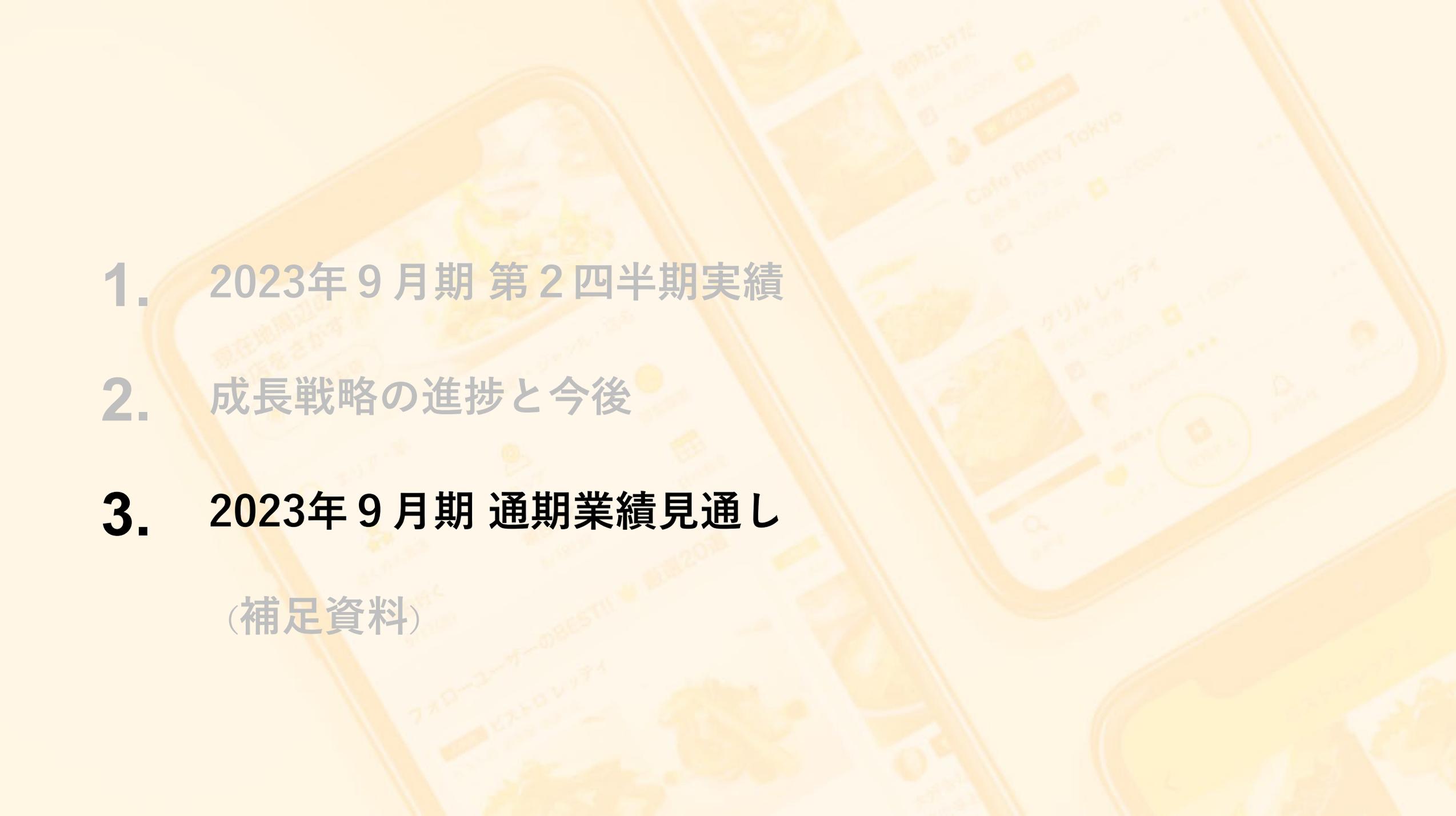
2 | オフィスの移転

現在の麻布十番オフィスから芝園オフィスへの移転により、固定費が月額10百万円程度圧縮。従来からのリモート勤務もあり、業務遂行上の問題はなし。



移転先：住友不動産芝園ビル

- 住友不動産麻布十番ビルから住友不動産芝園ビルへの移転により **賃料が10百万円/月程度圧縮可能**
- エンジニアなどは従前からリモートベースでの勤務も多く、業務遂行上の大きな問題はなし
- 移転に伴い、原状回復費用が発生したため、これを修正後発事象として旧オフィスの原状回復費用54百万円を減損計上

- 
1. 2023年9月期 第2四半期実績
 2. 成長戦略の進捗と今後
 3. 2023年9月期 通期業績見通し

(補足資料)

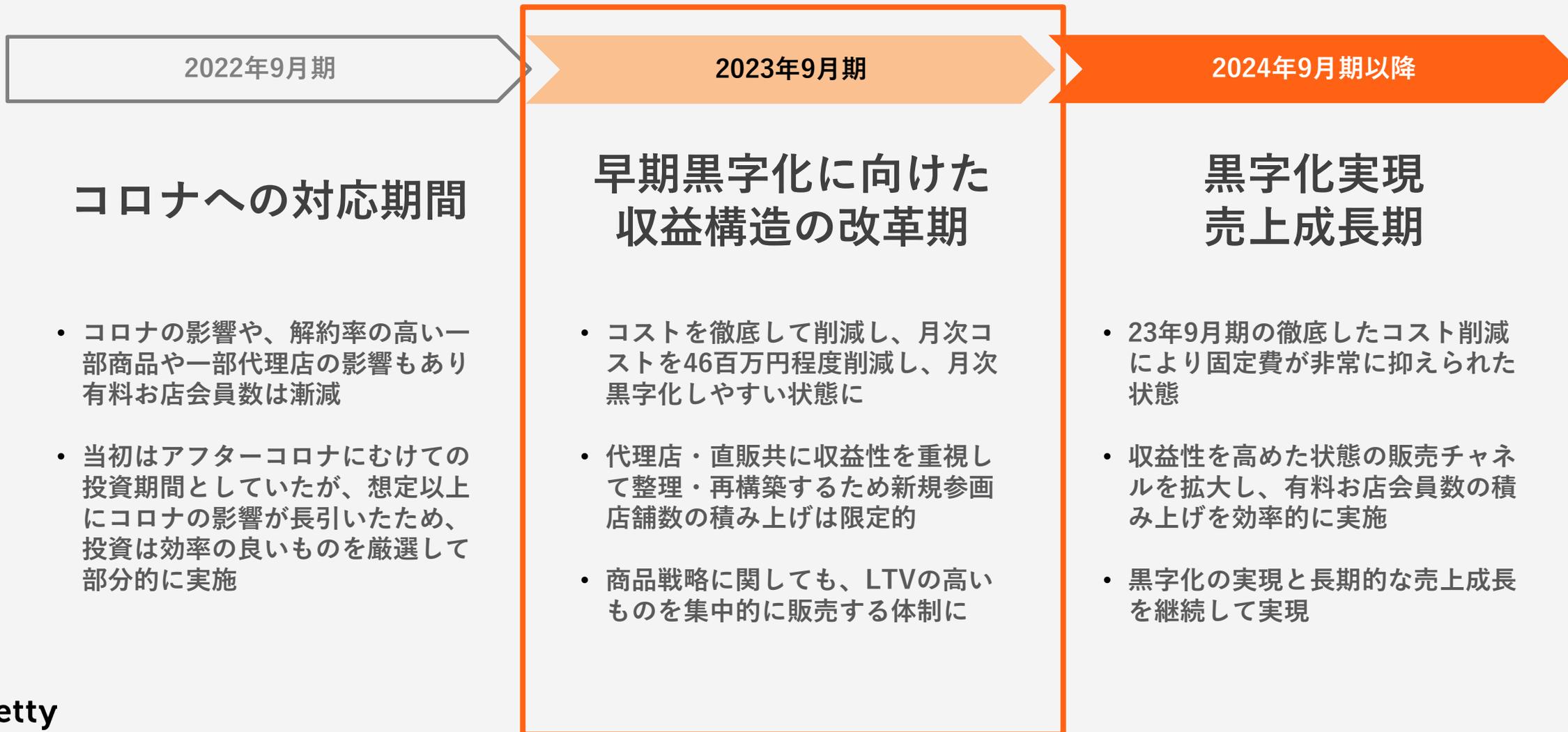
3 | 2023年9月期 通期業績見通し

通期業績見通しは、1,820百万円、営業損失は535百万円を維持

2022年9月期 実績	計画の前提	2023年9月期 業績見通し
<p>売上 1,715百万円</p> <p>営業損失 -748百万円</p>	<p>早期黒字化に向けた 収益構造の改革期</p> <ul style="list-style-type: none">• 徹底したコスト削減により月次のコストを46百万円程度削減する• 営業効率を改善し、収益性を高めることを主眼に置くため、有料お店会員数（固定）の積み上げは限定的• 収益性を高めた状態で、2024年期の成長、及び黒字化を目指す	<p>売上 1,820百万円</p> <p>営業損失 -535百万円</p>

3 | 早期黒字化に向けた2023年9月期の位置づけ

昨期の期初に設定した2024年9月期での黒字化目標は、コロナ影響などの前提条件変化したものの追加のコスト削減などにより維持。今期は収益構造の再構築に集中する期間としているため、売上成長は限定的だが、コスト削減や収益性が高い状態を実現し、2024年9月期の躍進につなげる



補足資料



1 | マネジメント紹介（取締役）

代表取締役
執行役員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（コーポレート管掌）
執行役員CFO



土谷祐三郎

公認会計士、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。

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務める。

取締役（セールス管掌）
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。

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社の社外役員を務める。

社外取締役



平尾 丈

2005年リクルート入社。じげんの前身となる企業を設立し、MBOを経て独立。2013年東証マザーズ上場、現在は東証プライム市場。

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。

1 | マネジメント紹介（執行役員）

執行役員
セールス部門長



日高忍

大手IT系企業を経て、インターネットメディア運営会社にて代理店営業・渉外業務を経て2015年にRettyへ入社。

執行役員VPoE
プロダクト部門長



常松祐一

キャノン株式会社での研究開発員を経て、2019年にRettyへ入社。開発責任者を勤めた後、現職。

執行役員
IR・経営企画担当



奥田健太

三菱商事株式会社にて投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へ入社。

執行役員
HR担当



長束鉄也

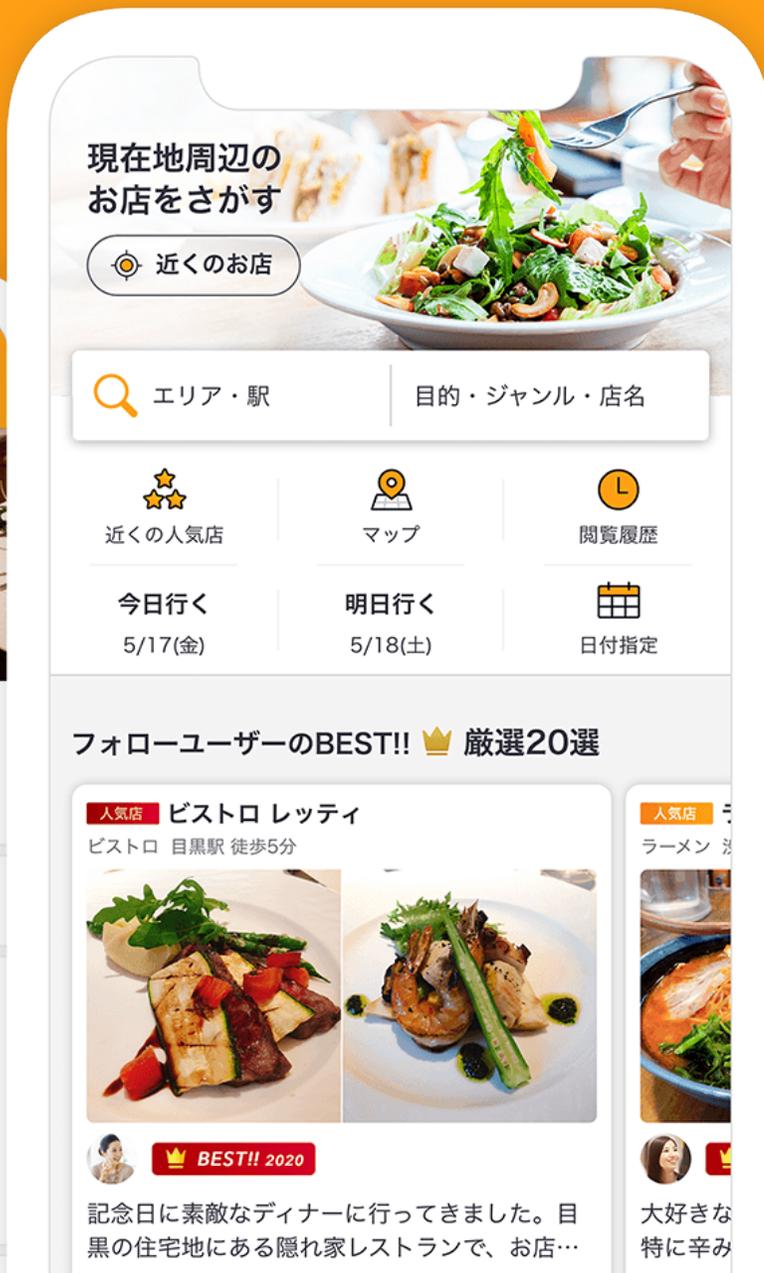
Retty共同創業者。開発と初期グロースを担当後は、ガバナンス強化とHR領域を担当。

Service Image



あなたにBESTな
お店が見つかる

Retty



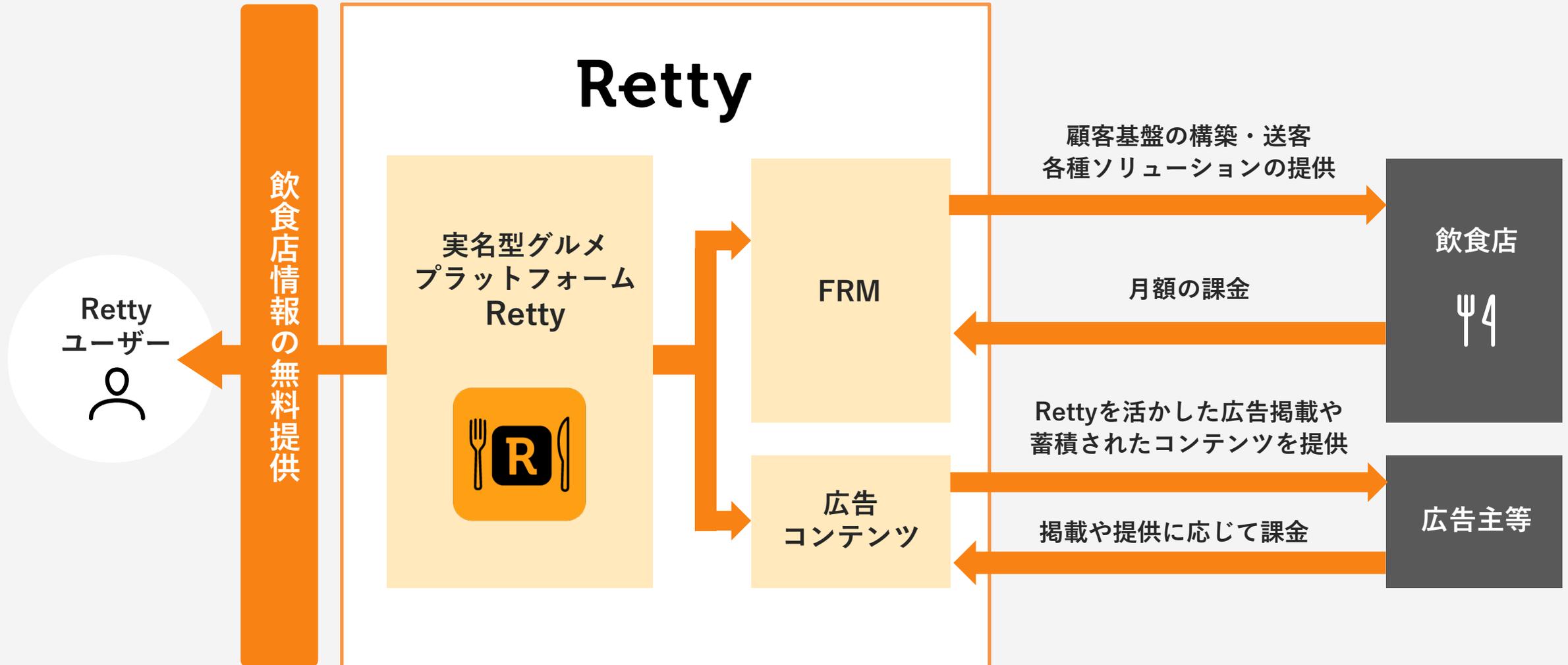
Rettyの特徴

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



Go To Eatで飲食店を本当に応援する「Retty」の取り組みは何か違う？

2020/10/15(木) 7:11 配信 43



マイナビニュース



飲食店応援のために選ぶべきグルメサイトとは？

10月1日から「Go To Eatキャンペーン」が開始された。コロナ禍の中で苦しい状況にある飲食店の活性化を狙ったキャンペーンは、利用する消費者側にも少し注意が必要となる。

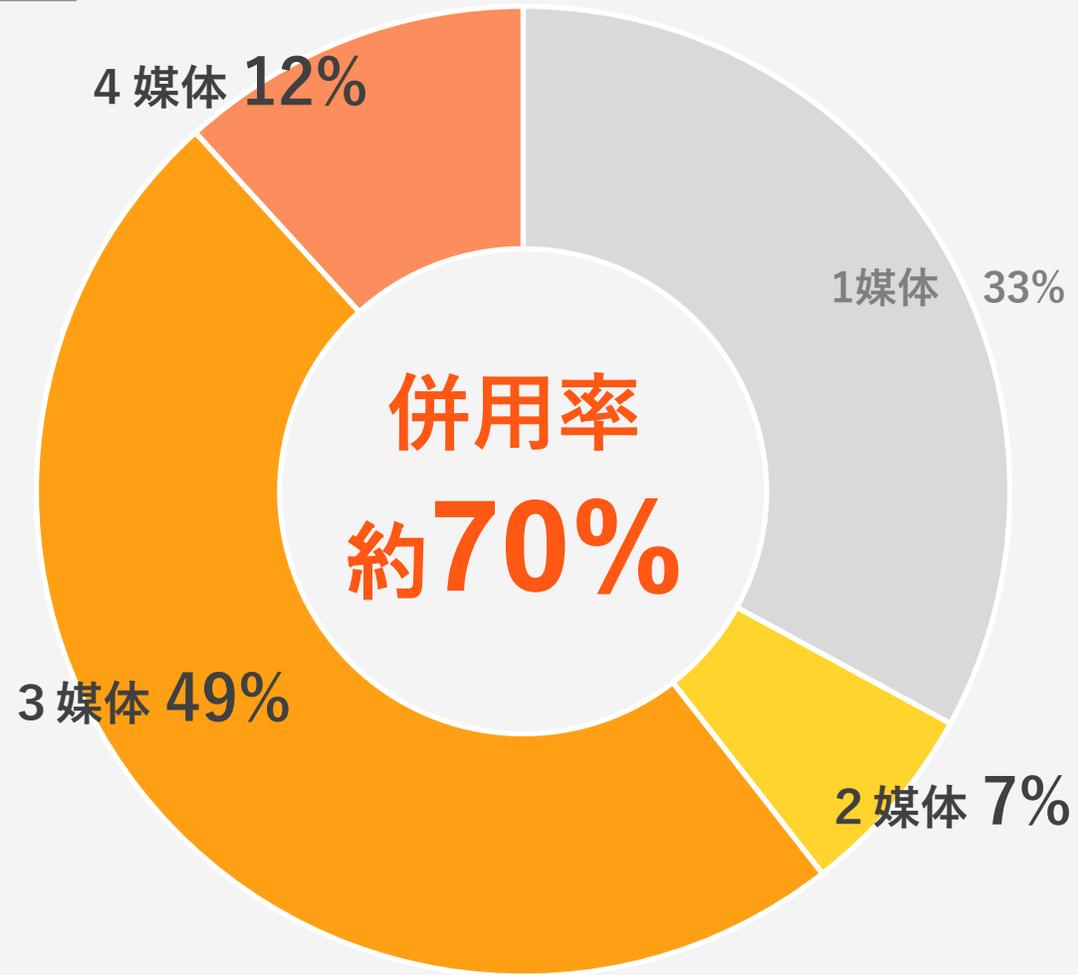
飲食店応援を掲げる、Go To Eat対応予約サイト Retty 代表取締役 武田和也氏

【グラフ】「新型コロナウイルスが終息したらGo To Eatキャンペーンを利用したい」という回答が目立つ 資料：Retty



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※



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
お
店
会
員
↓

お店会員 (固定)	通常契約	従量課金対象 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
	チェーン店舗向け トライアル契約	従量課金無し 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 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
お店会員 (従量)	Rettyのネット予約機能が利用できるプラン。月額固定の課金はなく、ネット予約人数に応じて従量課金。(旧プレミアム予約も含む)	
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)
- 個店**
(数十万店舗)
- 高級店・人気店**
(約3万店舗)
- 全飲食店**
(約70万店舗)

1 | FRM商品区分とKPIの定義変更（再掲）

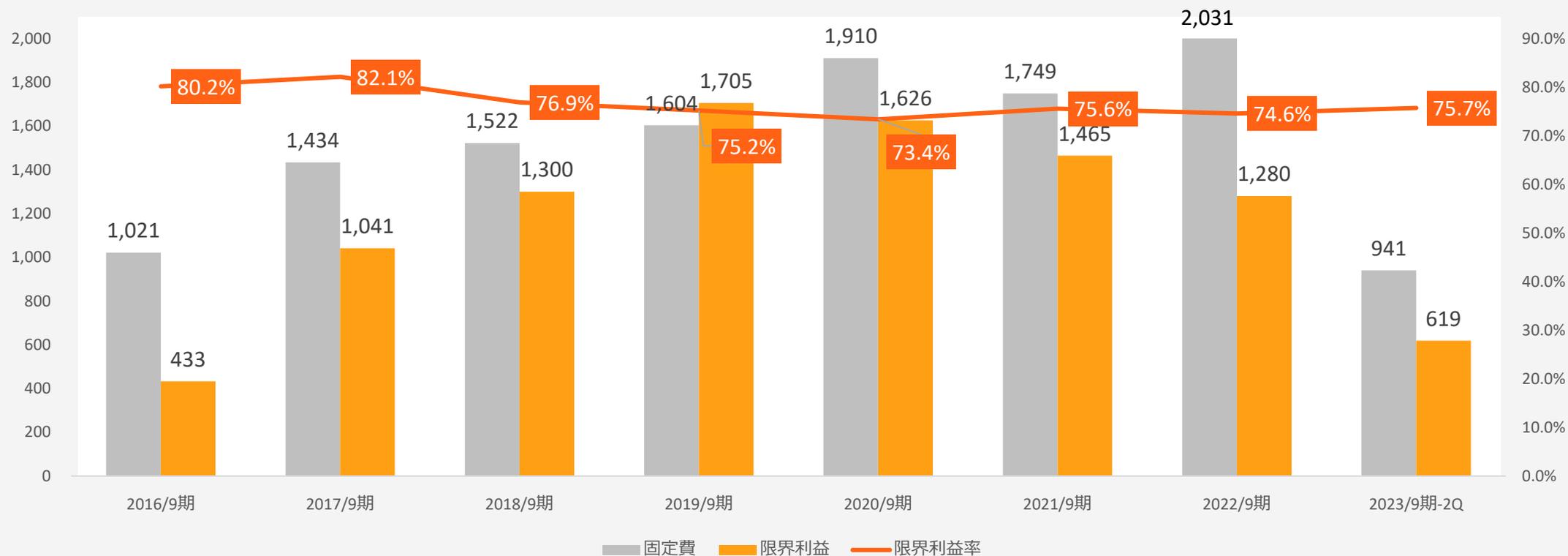
新たな商品（従量課金のみの商品）の浸透に伴い商品区分を変更、また、投資家の理解促進のために一部KPIの定義を変更

	変更前	変更後
商品の括り	変更前の商品区分 <ul style="list-style-type: none">• お店会員（固定金額のもの）• プレミアム予約	変更後の商品区分 <ul style="list-style-type: none">• お店会員（固定） 従量と固定両方の課金が発生するプランも含む• お店会員（従量） プレミアム予約と、従量のみプランの総称とする
満期解約率	<ul style="list-style-type: none">• トライアル契約を除いた満期解約率• 12ヶ月平均値	<ul style="list-style-type: none">• トライアル契約も含めた満期解約率• 12ヶ月平均値
ARPU	トライアル契約を除いたARPU	トライアル契約も含めたARPU

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

限界利益※1、固定費※2（百万円）、限界利益率の推移



※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

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

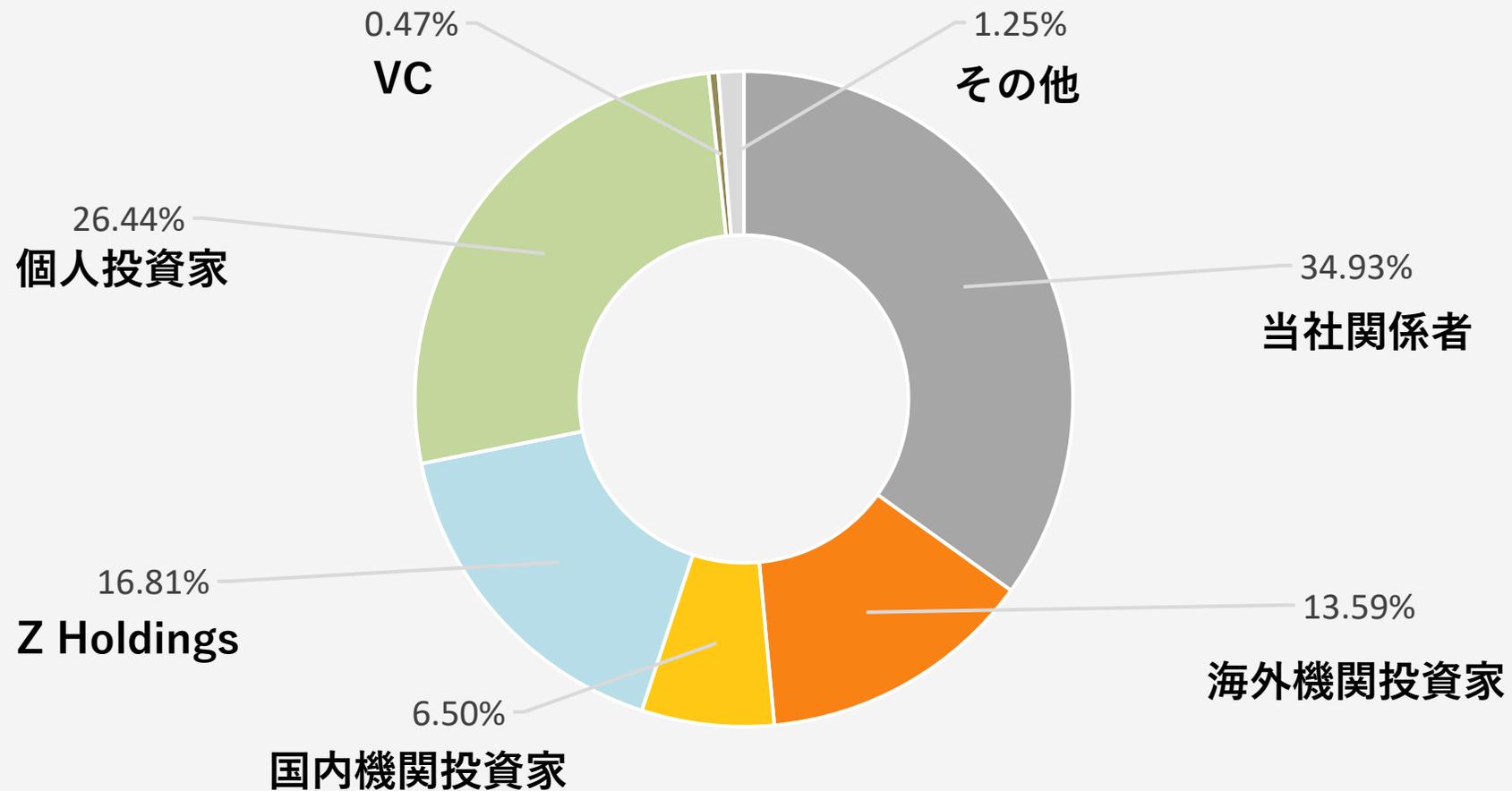
当社のESGに対する考え方

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/>

株主構成（2022年9月末時点）



会社概要(2023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	33百万円
従業員数	128名
上場取引所	東京証券取引所グロース市場
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。