

Retty

2024年9月期第2四半期

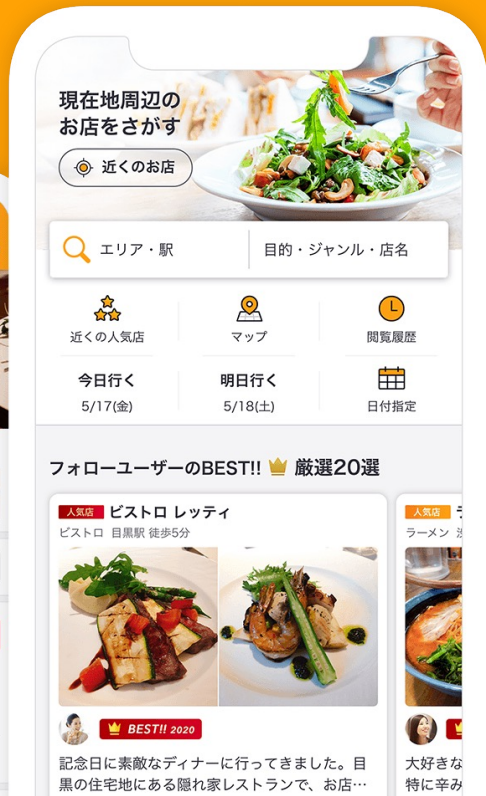
決算説明資料

Retty株式会社 2024年5月
証券コード：7356

Service Image



あなたにBESTな
お店が見つかる



Rettyの特徴

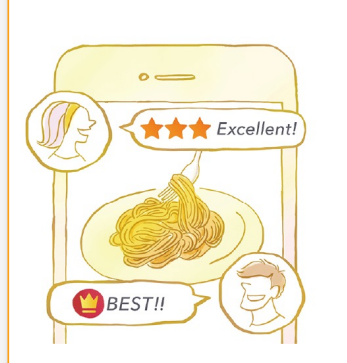
信頼できるヒトから、自分にあったお店を見つけることができる

実名型グルメプラットフォーム

実名型



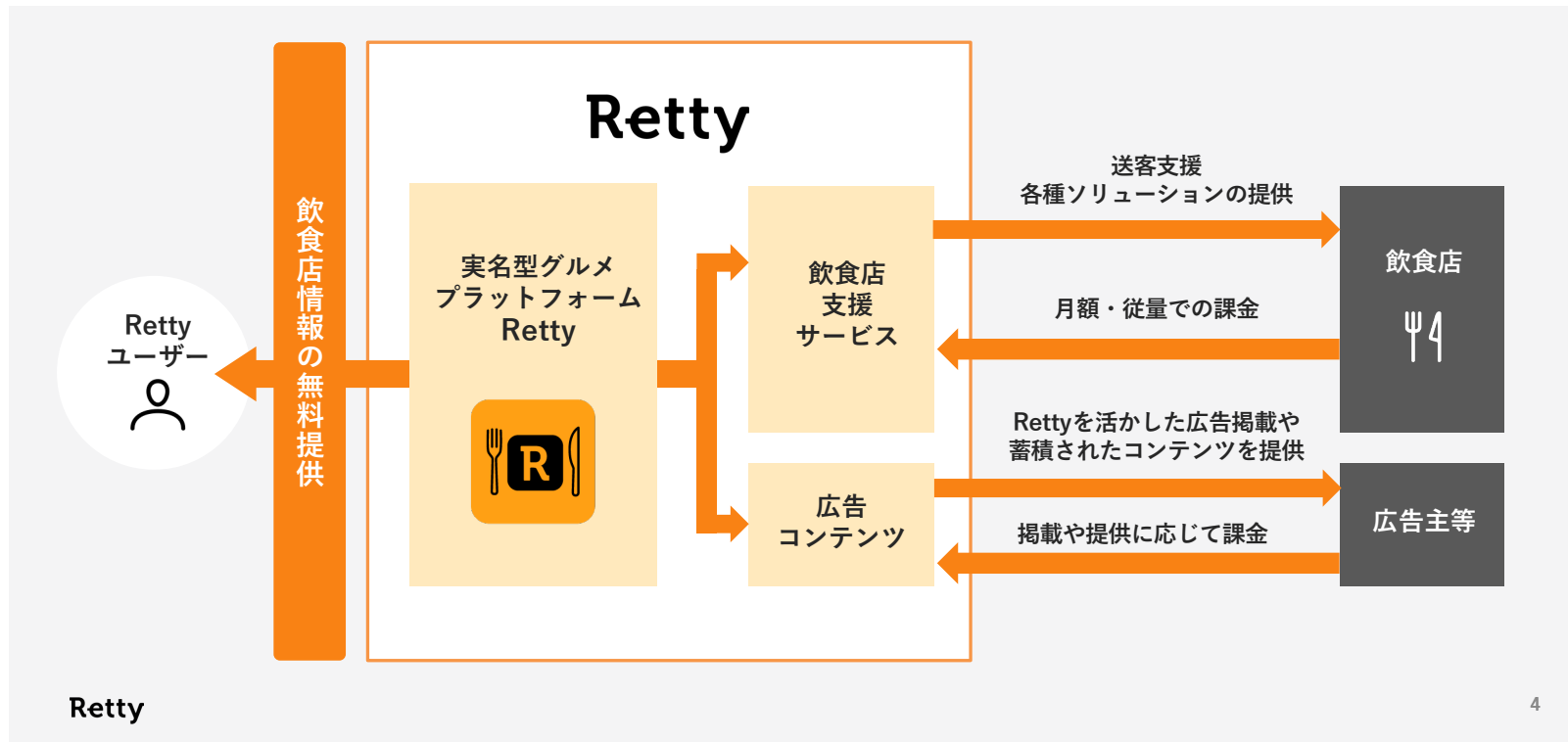
点数評価のない
おすすめの口コミ



「ヒト」から探す



ビジネスモデル



目次

1. サマリー
2. 2024年9月期 第2四半期 実績
3. 2024年9月期 通期業績見通し
(補足資料)

目次

1. サマリー
2. 2024年9月期 第2四半期 実績
3. 2024年9月期 通期業績見通し
(補足資料)

1 | エグゼクティブサマリー

実績

- ✓ 売上は第2四半期累計で793百万円で着地し、業績見通しに対して49.6%~46.7%の達成率となった
- ✓ 営業損益は第2四半期累計で-47百万円で着地。今期の四半期平均営業損益は-24百万円となり、**2023年9月期平均と比較して100百万円以上改善し、財務健全性の向上に寄与。**

黒字化に向けた 売上成長

- ✓ ネット予約人数は、サービス改善による利便性向上、その結果のUU増により、投資や人件費を抑制しながらも**前年同期比で平均+30%の水準**
- ✓ 特定代理店[※]の整理が進み売上の4%程度まで縮小、店舗数・売上ともに増加傾向を継続

業績見通し

- ✓ 売上、固定費の削減は順調に推移、変動費で一部一時的な支払が発生しているが、業績見通しに変更はなく維持

目次

1. サマリー
2. 2024年9月期 第2四半期 実績
3. 2024年9月期 通期業績見通し
(補足資料)

2 | 2024年9月期第2四半期実績の概況

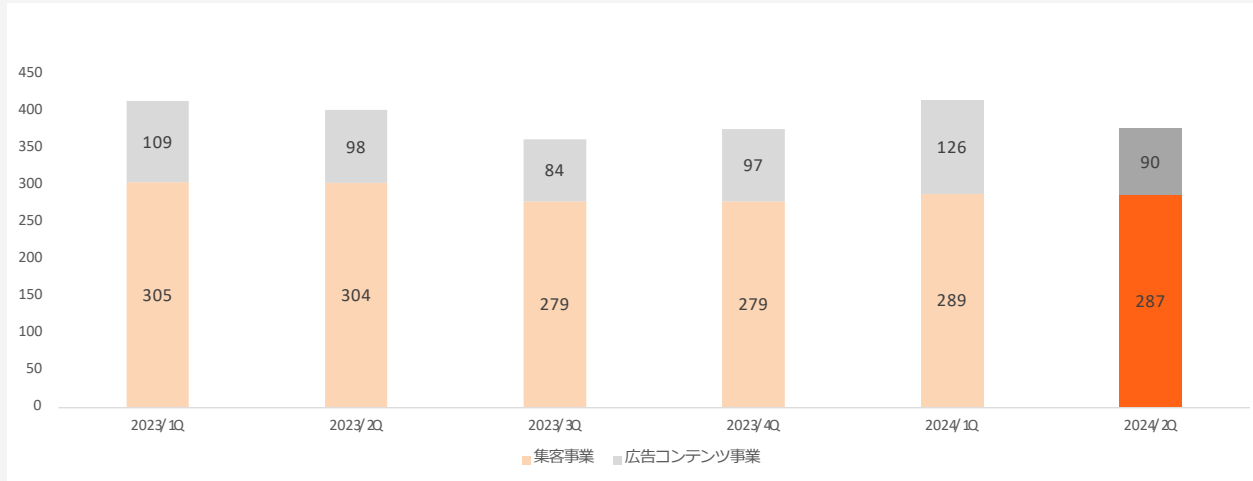
第2四半期の売上実績は377百万円となり、営業損失は-39百万円の着地となった

	FY2024/09					
	第2四半期	YoY	上期累計	YoY	業績予想	達成率
売上高	377	93.8%	793	97.2%	1,600 ~1,700	49.6% ~46.7%
売上総利益	254	100.9%	561	119.1%	-	-
売上総利益率	67.5%	-	70.7%	-	-	-
営業損益	-39	-	-47	-	8~20	-
営業利益率	-	-	-	-	-	-
経常損失	-41	-	-49	-	6~18	-
当期純損失	-42	-	-50	-	1~12	-

2 | 全社売上の推移

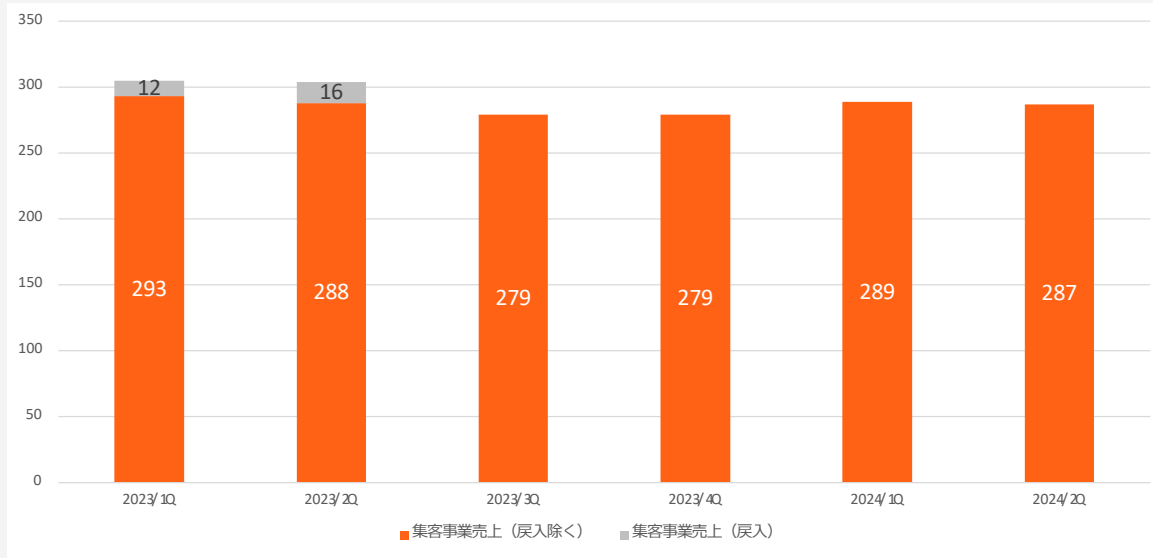
飲食店支援サービスの売上は第2四半期287百万円、広告コンテンツの売上は90百万円となった

四半期売上内訳推移（百万円）



2 | 飲食店支援サービスの売上推移

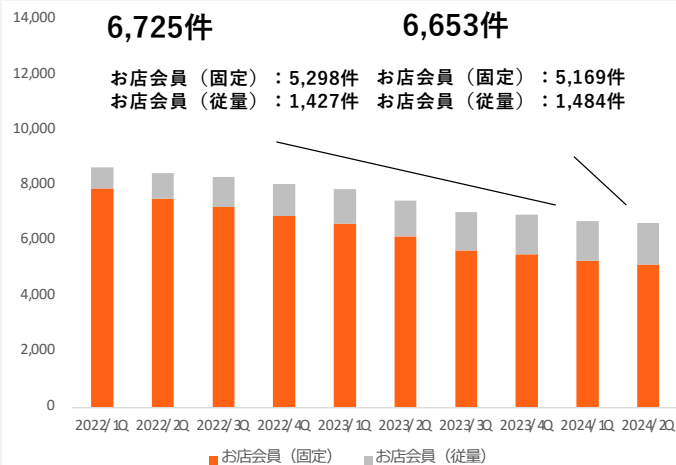
飲食店支援サービスの売上は、前四半期比で横ばいの結果となった



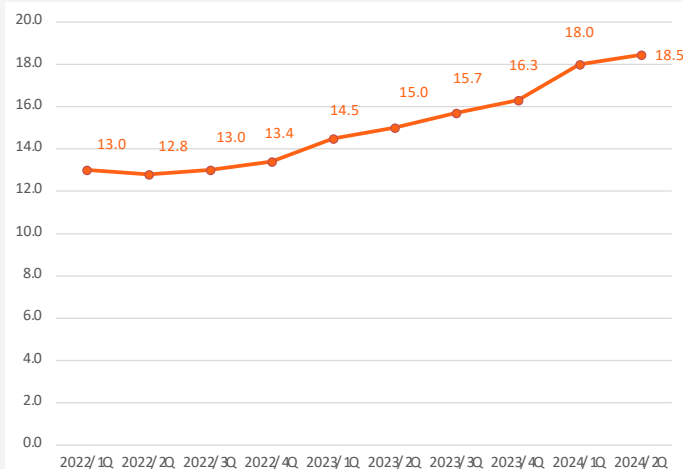
2 | 有料お店会員数推移

2024年3月末時点の有料お店会員数（固定＋従量）は6,653件となった。ARPUは商品のリニューアルなどにより継続して向上した。

お店会員数（固定＋従量）四半期推移（件）



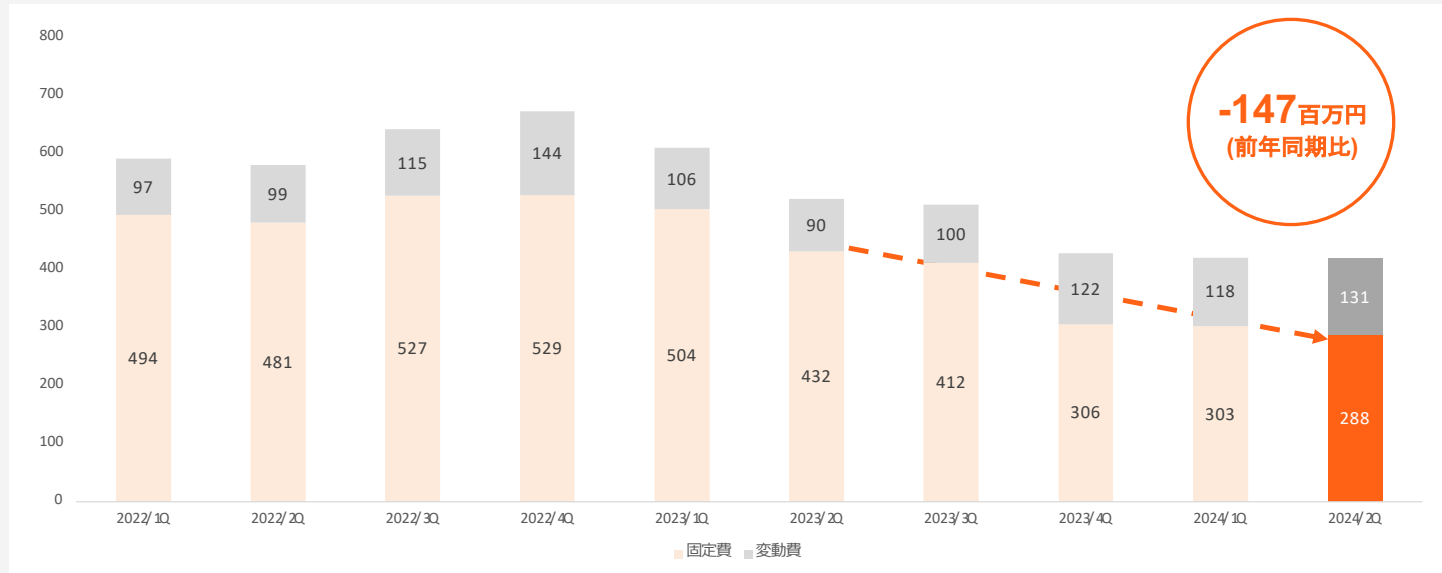
ARPU（PL計上価格/千円）※



2 | 固定費の大幅な圧縮

アルバイトの削減や正社員の出向、オフィス移転など抜本的な固定費削減を進め、四半期ベースで前年同期比-147百万円/四半期と大幅に固定費を削減し筋肉質な体制を実現

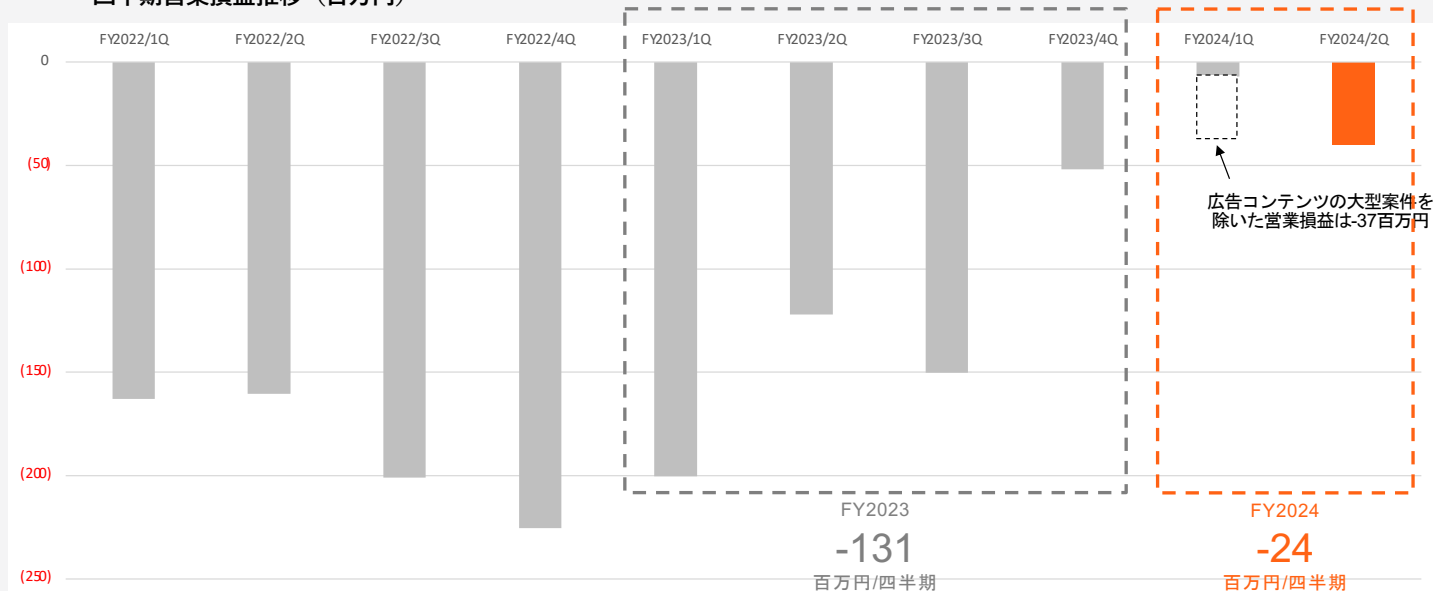
四半期コスト推移 (百万円)



2 | 営業損益の改善と財務健全性の向上

四半期営業損益は四半期平均で-24百万円となっており、2023年9月期と比較して100百万円以上改善し、財務健全性の向上に寄与。

四半期営業損益推移 (百万円)



2 | 黒字化実現に向けた売上成長

黒字化に向けて、現在成長中のネット予約人数の増加を中心としたLTVの向上・特定代理店の整理完了・その他の売上成長によって売上の成長を実現

ネット予約人数の増加
を中心としたLTVの増加

- 先行指標としてのネット予約人数は大幅に増加しており、今後もこれを加速
- 2023年10月にリリースした商品アップデートによるLTVの更なる改善

特定代理店の整理の完了
によるお店会員の積み上げ

- 解約率の高い特定代理店の整理が進み、店舗数・売上共に積み上がりやすい状態になったため、積み上げを加速

その他事業の
売上維持・成長

- 広告コンテンツの拡大やHR関連事業の立ち上げなど飲食店支援サービス以外の事業の成長

2 | 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、その結果のUU増により、**投資や人件費を抑制しながらも前年同期比で平均+30%の水準となり、継続した増加傾向にある**

サービスの改善によるユーザー数の増加

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の改善を継続して実施し、ユーザー数が増加

現在地周辺 変更 ジャンル、店名など

NEW アプリのホーム画面が新しくなりました！

至 前日付 人数 時間 できます

人気店で絞り込む

ビストロ レッティ

¥5000円 ~ ¥20000円

イタリア料理 最多十番 徒歩5分

PayPayポイントがもらえる



イタリアン好き 人気店 ★★★★★

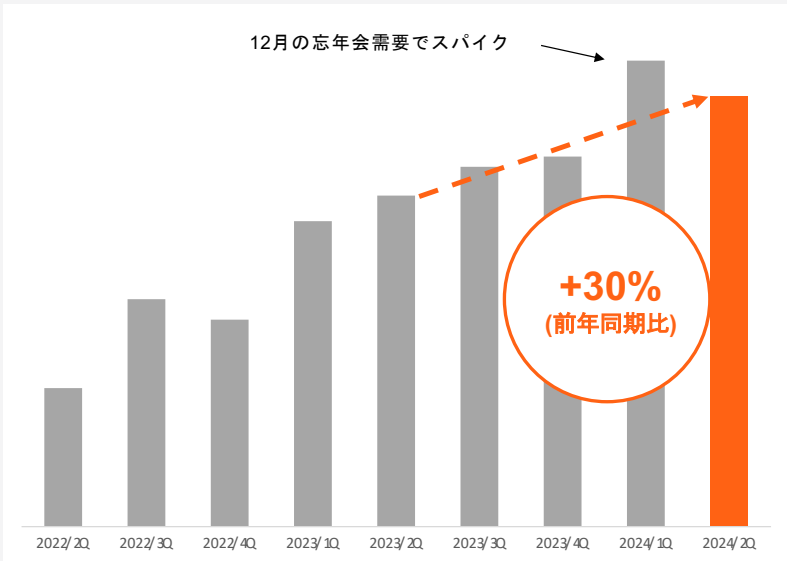
新しく麻布十番にできたイタリアンのお店です。内装も可愛らしく、ゆったり食べられます。ランチの一

火 水 木 金 土 日 月 火
8/2 3 4 5 6 7 8 9
TEL 〇 〇 〇 〇 〇 〇 〇 〇



ネット予約人数の推移

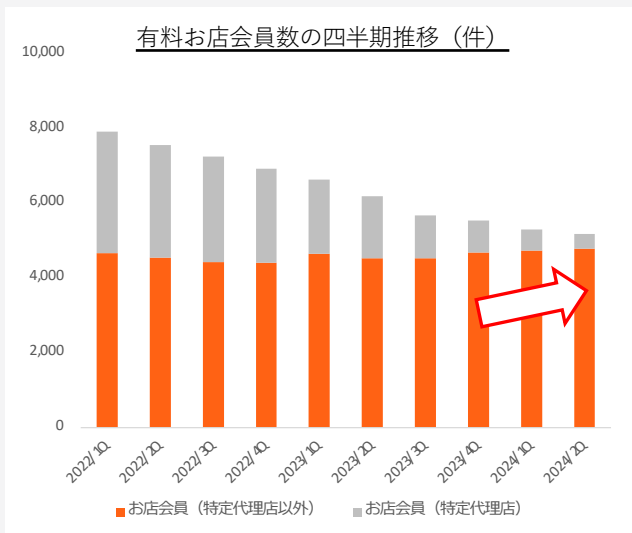
12月の忘年会需要でスパイク



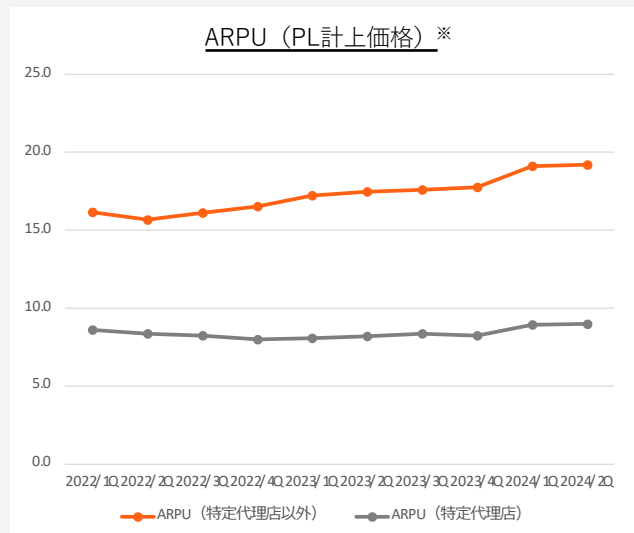
2 | 特定代理店以外におけるお店会員数とARPU

有料お店会員数は、特定代理店以外では増加へと転じており、またARPUに関しては注力代理店+直販ベースでは、提案改善に伴う高単価商品比率の向上などによって増加傾向にある

保有店舗数は、特定代理店以外では増加傾向
特定代理店の整理がほぼ終わり増加傾向に



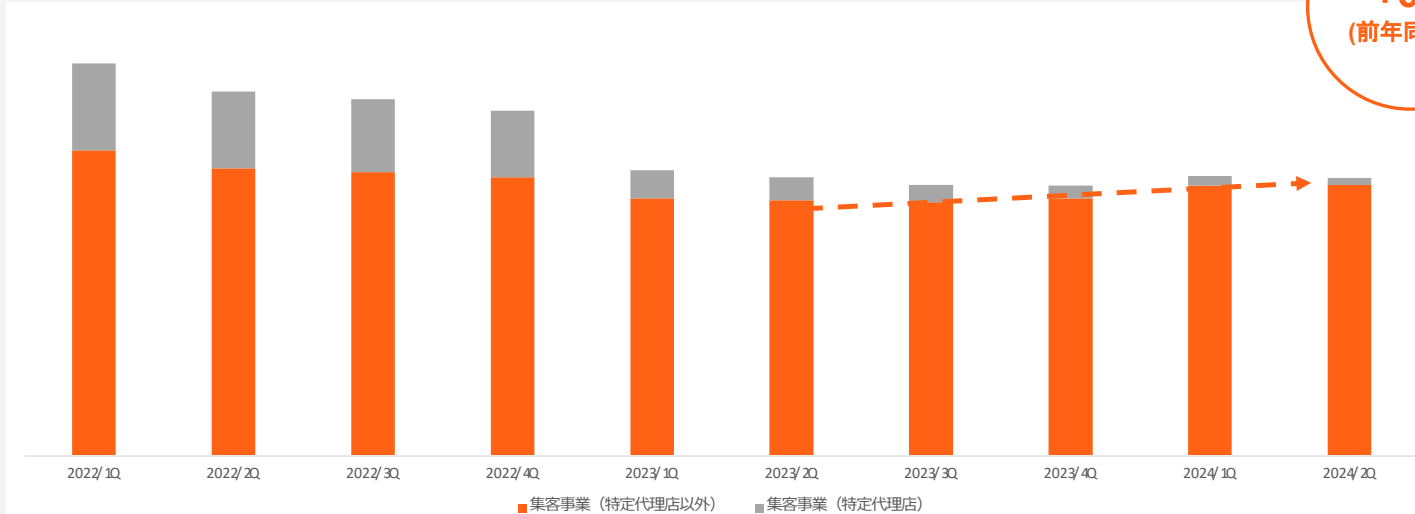
ARPU (PL計上価格) に関しては、
特定代理店以外では増加傾向に



2 | 特定代理店を除いた飲食店支援サービスの売上が増加基調を確立

特定代理店を除いた売上は回復基調に。特定代理店以外のお店会員が積み上がる状態を確立。

四半期飲食店支援サービス売上推移



+6%
(前年同期比)

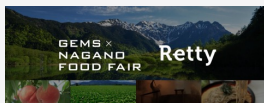
2 | 広告コンテンツやその他事業の売上成長

広告コンテンツにおいては、野村不動産コマース株式会社様と地方創生・第一次産業の活性化を目的としてコラボを展開、またユーザー数の増加を受けてプログラマティック広告売上が増加

広告コンテンツ案件紹介

野村不動産コマース株式会社様と当社で地方創生、第一次産業を担う方の後押しを目的としたコラボを実施

過去実施案件



グルメタワー「GEMS」15棟に店舗で開催
“食べて地方創生「GEMS×長野フェア」”とRettyがコラボ



グルメタワー「GEMS」酒蔵応援隊とRettyがコラボ

今回実施案件



「GEMS×高知フェア」× Retty
Rettyユーザーと飲食店・第一次産業が交流する“オフ会”を開催

Retty

プログラマティック広告売上の推移

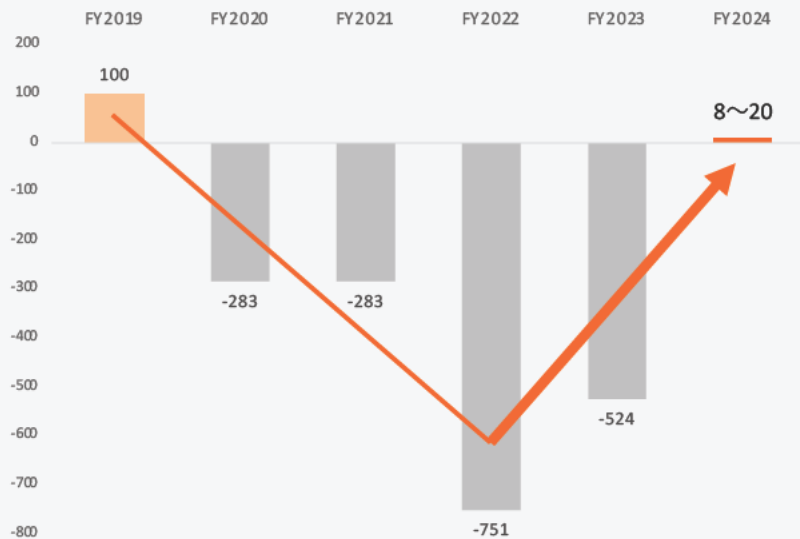


目次

1. サマリー
2. 2024年9月期 第2四半期 実績
3. 2024年9月期 通期業績見通し
(補足資料)

3 | 2024年9月期の位置付け

2024年9月期は、コロナ前の2019年9月期以来の通期黒字化を目指す



コロナ禍を乗り越え
通期黒字化
を目指す

3 | 通期予想に対する振り返り

売上や固定費の削減に関しては順調に進捗している。一方で広告コンテンツ原価や代理店販促費用が一部想定以上に発生したため、第2四半期時点で営業利益は赤字。

	計画/第2四半期実績	進捗率	振り返りと今後の見通し
売上	計画 1,600～ 1,700百万円 第2四半期実績 793百万円	49.6～ 46.7%	<ul style="list-style-type: none">売上は計画に対して47～50%の達成率で計画と大きな乖離なし飲食店支援サービスに関しては、ネット予約人数の増加を受けた従量課金やARPUは好調を維持、一方新規参画店舗数はややビハインドだが、地方新規代理店の立ち上がりなど良い材料も広告コンテンツに関しては予算通りの進捗
営業利益	計画 8～ 20百万円 第2四半期実績 -47百万円	-	<ul style="list-style-type: none">予定していたコスト削減を徹底して実行し、固定費の水準は前年同期比-147百万円/四半期削減し、計画に対し順調な進捗一方で変動費については、広告コンテンツにおいて原価の上昇が発生、今後は内製化でコントロール。また飲食店支援サービスにおいて代理店への販売促進費用の支払が一時的に発生。

3 | 2024年9月期 通期業績見通し

通期業績見通しは、売上は1,600～1,700百万円、営業利益は8百万円～20百万円のレンジでの開示とし、変更なし

2023年9月期 実績	計画の前提	2024年9月期 業績見通し
<p>売上 1,556百万円</p> <p>営業損失 -524百万円</p>	<p>黒字化実現期</p> <ul style="list-style-type: none">• お店会員数は純増に転じる見込みだが、ストックビジネスであるがゆえに店舗数の回復に時間がかかるため、保守的に見て通期での売上成長は限定的な数値としている• コスト削減がほぼ終わり損益分岐点が低下しており、営業損益は500百万円以上の改善を見込む• 広告コンテンツ領域においては、第1四半期で1社から30百万円の受注をしており、計画に反映している	<p>売上 1,600 ～1,700百万円</p> <p>営業利益 8～20百万円</p>

3 | 2024年9月期の位置づけ

2024年9月期は黒字化実現期と位置付け、黒字化実現に徹底してフォーカスする

2023年9月期

早期黒字化に向けた 収益構造の改革期

- コストを徹底して削減し、四半期コストの245百万円削減を実施、黒字化しやすい状態を実現
- 代理店・直販共に収益性を重視して整理・再構築するため新規参画店舗数の積み上げは限定的
- 商品戦略に関しても、LTVの高いものを集中的に販売する体制に移行し、収益性を改善

2024年9月期

黒字化実現期

- 2023年9月期の徹底したコスト削減からしっかりとコストコントロールを実施することで損益分岐点を維持させる
- 解約率が高い特定代理店を整理し終え、注力代理店及び直販を強化することで、保有店舗数全体が積み上がる状態を実現
- 上記の状態を早期に達成することで、通期黒字化を実現

2025年9月期以降

売上成長期

- 引き続き、プロダクトの改善を進め、ネット予約数の大幅な成長を目指す
- 飲食店支援サービスにおいて保有しているお店会員店舗のLTVが高く、安定した売上成長を実現できる状態を目指す
- HR領域など新たな領域での事業も収益の柱として売上成長をドライブしている状態を目指す



補足資料

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
執行役員 コーポレート担当



長束鉄也

Retty共同創業者。開発と初期グロースを担当後は、HR領域を担当し、現在はコーポレート全般を管掌。

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。

取締役
執行役員 事業開発部門担当



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



三鴨麻佑子

公認会計士。大手監査法人を経て、個人事務所を開設。複数社の社外役員を務める。

執行役員VPoE
プロダクト部門担当



常松祐一

キヤ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。

社外取締役
監査等委員



森一生

代官山総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。

執行役員
飲食店支援サービス担当



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。

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。

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

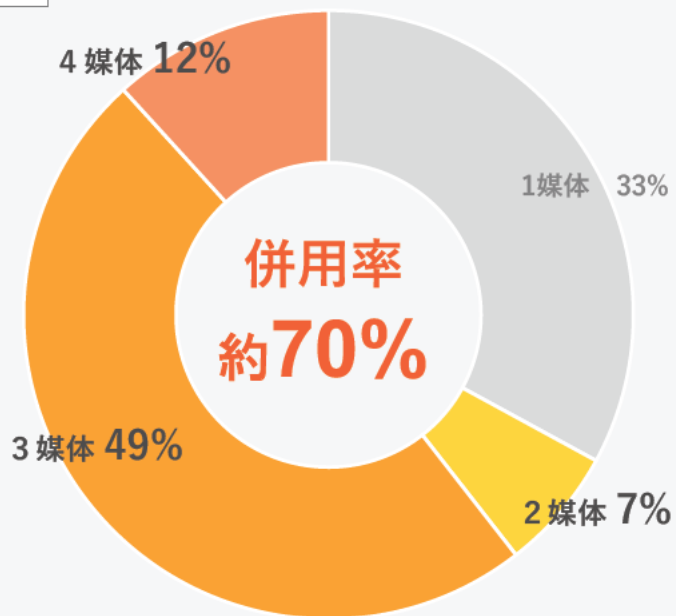
来店

顧客管理

リピート集客

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※



飲食店支援サービスの商品の内訳

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
↓
無料
お店会員

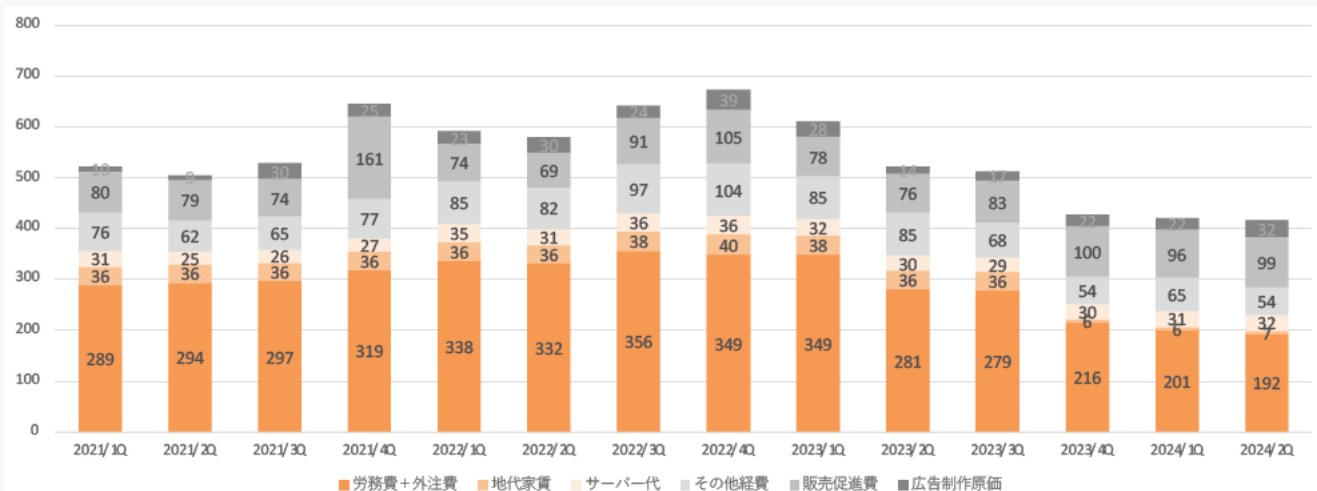
お店会員 (固定)	通常契約	従量課金対象 個店を主な対象とした、定額+従量課金の集客商品、今後の新たな通常契約はこの商品
	チェーン店舗向け トライアル契約	従量課金無し 現在は、基本販売していない旧来型の月額固定価格のみの集客商品 大手飲食法人向けに多数の店舗を安価かつ一括でトライアルとして受注する、定額の集客商品
お店会員 (従量)	Rettyのネット予約機能が利用できるプラン。月額固定の課金はなく、ネット予約人数に応じて従量課金。(旧プレミアム予約も含む)	
無料 お店会員	Retty上での基本情報を修正など最低限の機能が利用可能な商品。 当社にとっては有料お店会員への潜在的な顧客と位置付けている。	

- 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)

コスト構造の推移

コストは徹底したコントロールを継続し、大きく削減した水準を維持

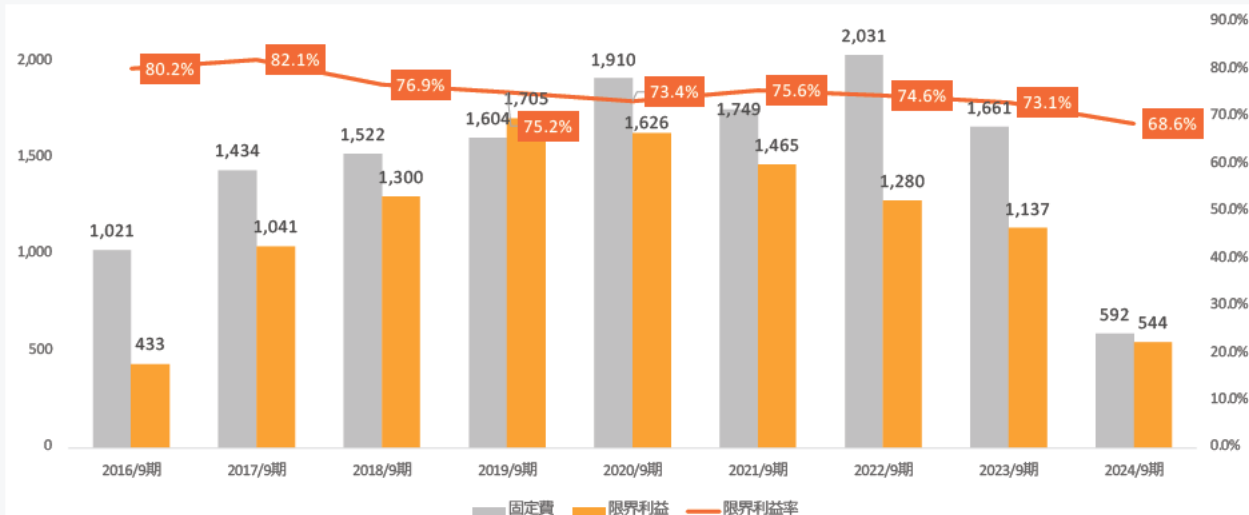
四半期コスト推移



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、飲食店支援サービス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。

代理店の再編成による特定代理店以外/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。**

特定代理店以外

- 今後関係性を強化していく代理店、及び当社直販
- FY24-1Qの売上ベースで約96%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
- FY24-1Qの売上ベースで約4%を占める、今後は減少

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/>

会社概要(2024年3月末現在)

会社名

Retty株式会社

本社所在地

東京都港区芝公園2-10-1住友不動産芝園ビル

設立

2010年11月

資本金

33百万円

従業員数

112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。