

# Retty

2024年9月期

## 決算説明資料

Retty株式会社 2024年11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



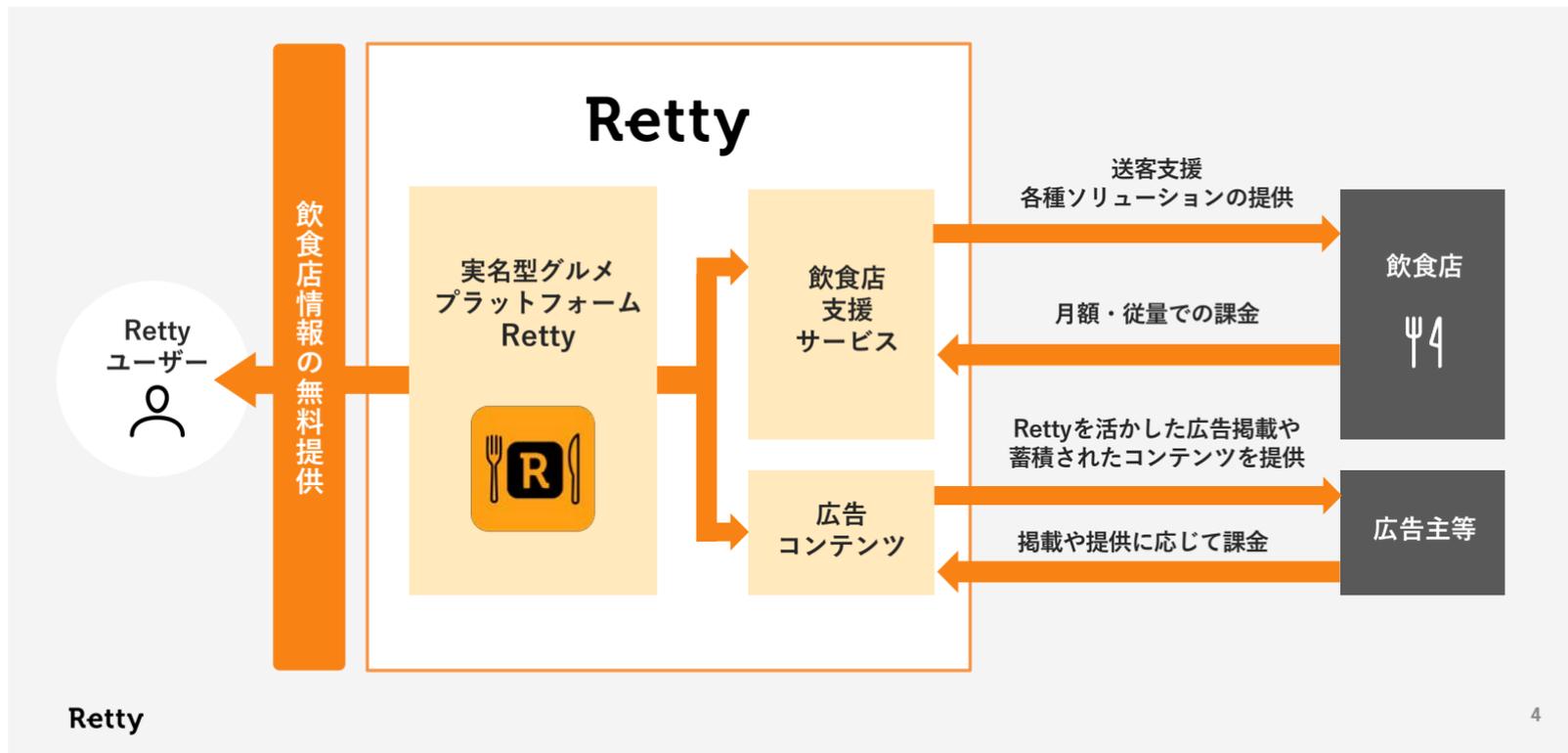
点数評価のない  
おすすめの口コミ



「ヒト」から探す



# ビジネスモデル



## 目次

1. 2024年9月期 実績
2. 今後の成長に向けて
3. 2025年9月期 通期業績見通し

## エグゼクティブサマリー

### 実績

- ✓ 売上・営業利益は、修正後の業績見通しに対してほぼ見通し通りの着地となり、**第4四半期は黒字化を実現**
- ✓ 最重要KPIである有料お店会員店舗数は2024年5月以降**5ヶ月連続で純増**に転じた

### 今後の成長に向けて

- ✓ Rettyユーザーのニーズに沿った飲食店の予約在庫を増加させると同時にお店発見・予約体験の磨き込みを進める
- ✓ 特定代理店の整理が終了し積上げやすい状態にある飲食店支援事業に関して**直販等の強化によって売上増加**を目指す

### 業績見通し

- ✓ 再度の黒字化実現期と位置付け、売上は1,698百万円、営業損益は29百万円を見込む

## 目次

1. 2024年9月期 実績
2. 今後の成長に向けて
3. 2025年9月期 通期業績見通し

## 1 | 2024年9月期第4四半期実績の概況

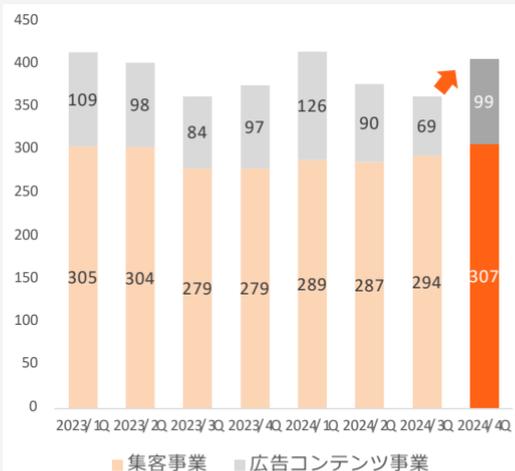
第4四半期の売上実績は406百万円となり、営業損益は1百万円の着地となった。通期では、売上1,562百万円となり修正後の業績予想に対して99.5%の達成率、営業損益は-91百万円となった。

	FY2024/09					
	第4四半期	YoY	通期累計	YoY	業績予想	達成率
売上高	406	108.1%	1,562	100.4%	1,570	99.5%
売上総利益	287	110.1%	1,096	115.7%	-	-
売上総利益率	70.7%	-	70.2%	-	-	-
営業損益	1	-	-91	-	-85	-
営業利益率	0.4%	-	-	-	-	-
経常損益	1	-	-94	-	-90	-
当期純損益	21	-	-76	-	-95	-

## 1 | 全社売上の推移

飲食店支援サービスの売上は第4四半期307百万円、広告コンテンツの売上は99百万円となった。

四半期売上内訳推移（百万円）



広告  
コンテンツ

- 大型案件の獲得が進んだことにより売上が回復した

飲食店支援  
サービス

- お店会員店舗数が純増したことにより売上が増加した
- ネット予約の増加によって従量売上が増加した

## 1 | 有料お店会員数推移

特定代理店の整理が大幅に進んだ結果解約が低減し、有料お店会員数は、5月以降固定プラン・従量プランともに5ヶ月連続で純増に転じており、継続してお店会員数を積み上げる状態を回復

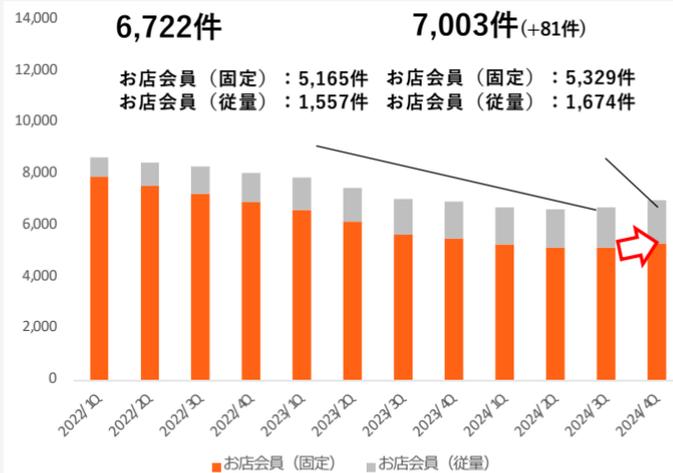
有料お店会員数推移 (件)



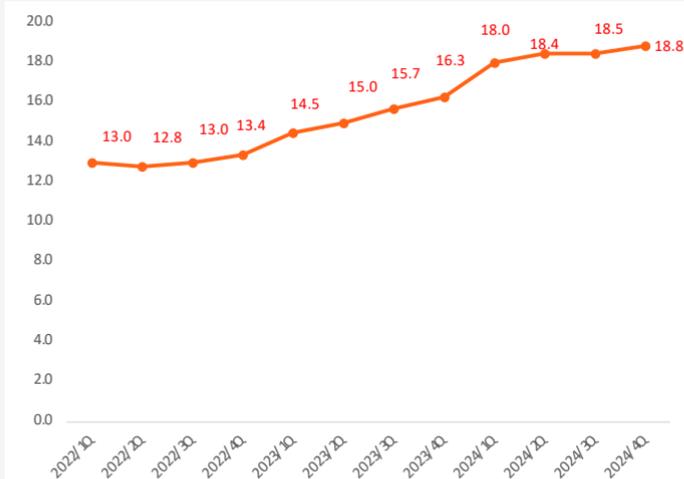
## 1 | 有料お店会員数推移

2024年9月末時点の有料お店会員数（固定＋従量）は7,003件と前四半期末と比較して増加した。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（固定プラン・PL計上価格/千円）※



## 1 | 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、大幅に固定費を削減し筋肉質な体制を維持

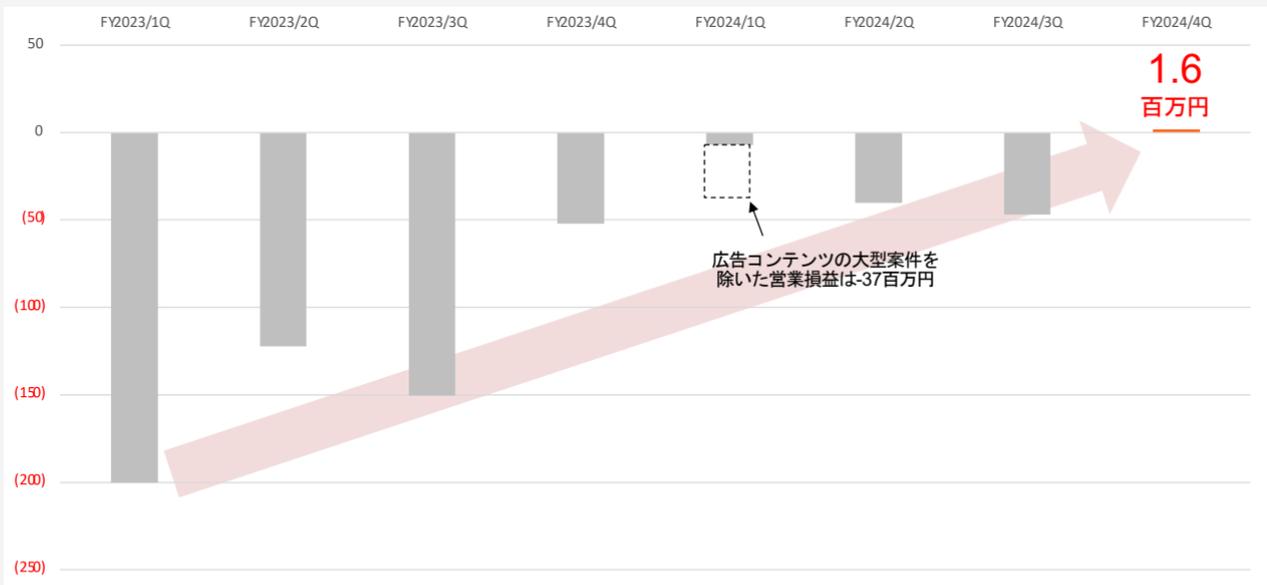
四半期コスト推移（百万円）



## 1 | 四半期営業利益推移

営業利益に関しては、第4四半期において1.6百万円の黒字化を実現

四半期営業損益推移（百万円）



## 1 | ネット予約人数の推移

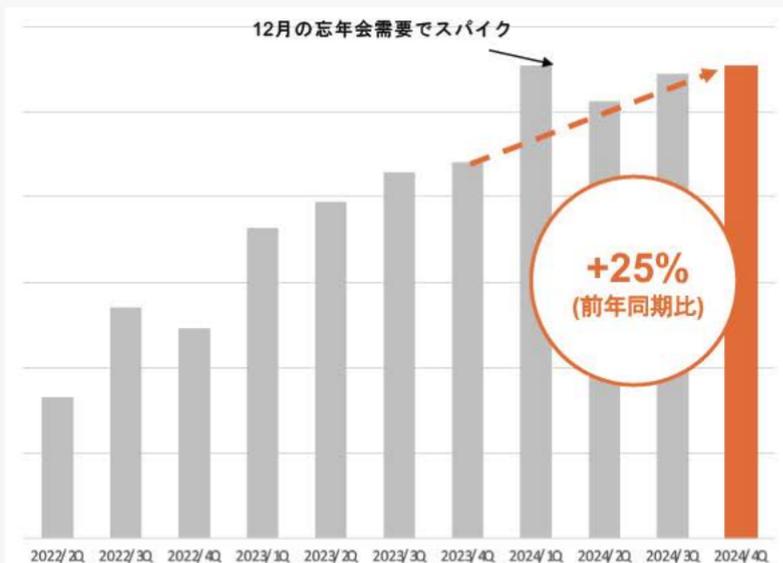
当社の最重要KPIであるネット予約人数は、サービス改善による利便性向上、その結果のUU増により、**投資や人件費を抑制しながらも前年同期比で平均+25%の水準となり、継続した増加傾向にある**

### 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



### ネット予約人数の推移



## 1 | プロダクトに関するTOPIC

ぴあ株式会社の『東京最高のレストラン』と共同で、「**後世に残したい 東京最高の名物料理レストランウィーク**」を企画。当該期間中、多くの名店の予約がRetty上で可能に。



Retty

### 開催期間

2025年1月27日（月）  
～ 2月15日（土）

### 予約方法

2024年12月3日 15時より  
Retty限定でオンライン予約開始

### 対象店舗

東京を代表する約100店舗を  
「東京最高のレストラン」の  
書籍メンバーが選出

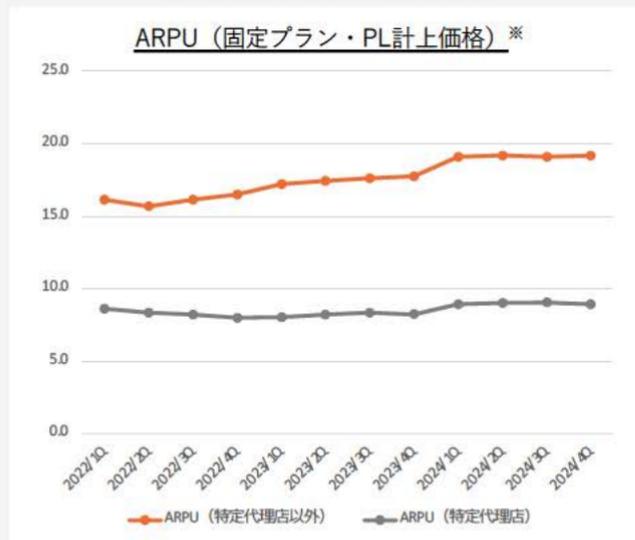
## 1 | 特定代理店以外におけるお店会員数とARPU

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、特定代理店の整理が終わり増加傾向に



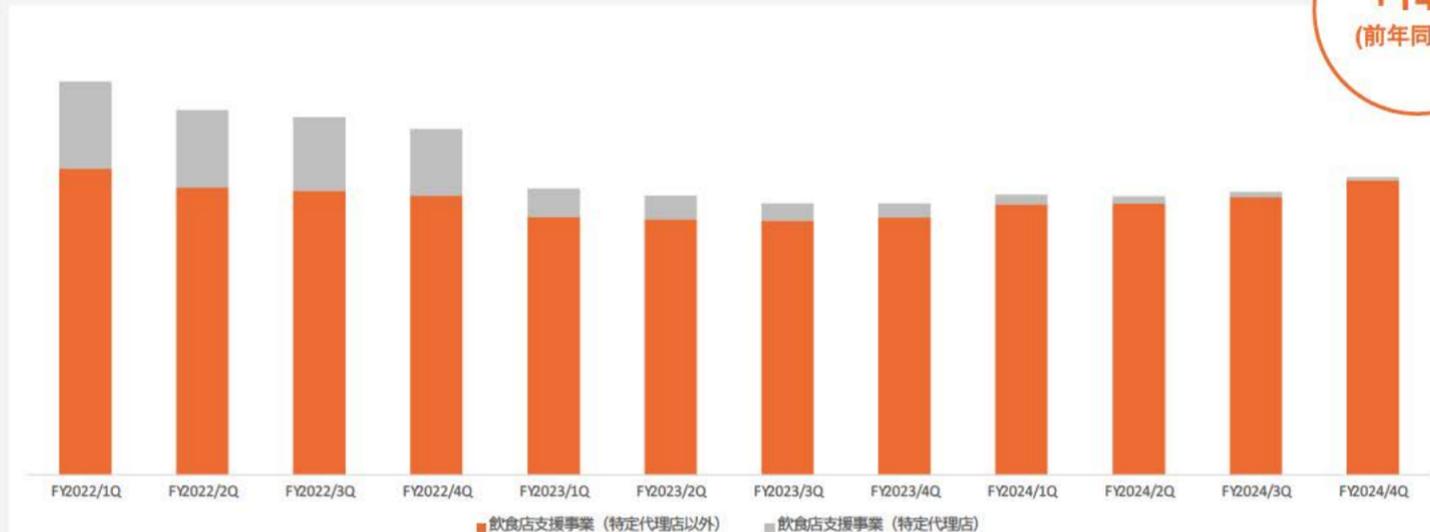
ARPU (PL計上価格) に関しては、特定代理店以外では増加傾向に



## 1 | 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



+14%  
(前年同期比)

## 1 | 2024年9月期の黒字化に向けた成長戦略の振り返り

ネット予約を中心としたLTVの増加は明らかに成果が出た一方で、その他事業の成長を創出することはできなかった

### 2024年9月期の方針

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

### 振り返り

- ネット予約は前年同四半期比+25%増加
- その結果として、ARPUも前年同月比で+16%増加

- 特定代理店保有の店舗の整理はほぼ完了したが、想定以上に多く解約が出た。一方で、ほぼ全て解約となったため今後の解約への影響はなし。

- 従量課金を中心にトライアル行ったが、収益化までは至らず、インサイトを元に形を変えて再度トライ

## 目次

1. 2024年9月期 実績
- 2. 今後の成長に向けて**
3. 2025年9月期 通期業績見通し

## 2 | 今後の成長に向けた方針

継続してネット予約人数の増加を中心としたLTVの増加を狙いつつ、2024年9月期に伸びた直販チャンネルの強化を継続して行い、売上増加を目指す

### 2025年9月期の方針

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、今後もお店発見・予約体験の磨き込みによりこの成長を維持・加速
- Rettyのコアユーザーが求めるジャンル・エリアでの予約可能店舗の増加

直販チャンネルへの投資  
による新規参画店舗数増加

- 2024年9月期において、再現性のある形で伸ばすことに成功した直販チャンネルに関して、今後も継続して強化し、有料お店会員数の積み上げを目指す

広告コンテンツにおける  
ナショナルクライアント  
との取り組み強化

- 2024年9月期において、大型の受注につながったナショナルクライアントとの当社アセットを活かした取り組みを強化する

## 2 | ネット予約人数の増加を中心としたLTVの増加

Rettyユーザーに特に求められるジャンル・エリア・特徴のある店舗の予約在庫を増やすことと、  
お店発見・予約体験の磨き込みの両軸でネット予約数の増加を目指す



発見・予約体験  
の磨き込み

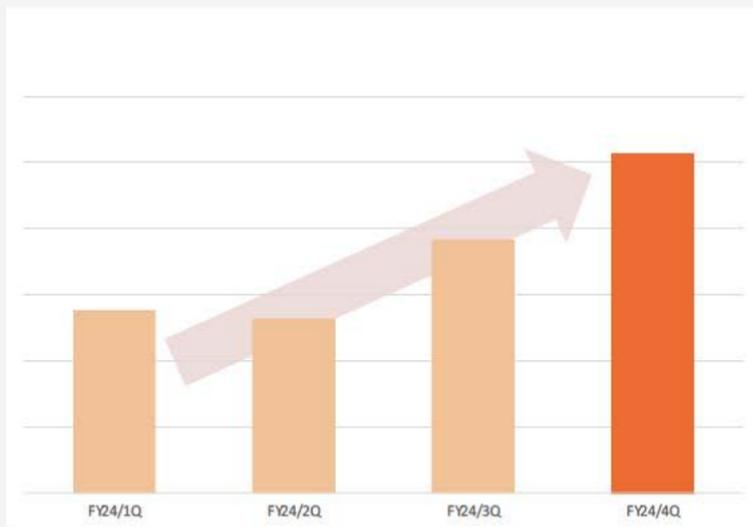


予約可能店舗数  
の増加

## 2 | 直販の成功と今後の投資

2024年9月期に大幅に伸ばすことに成功した直販チャンネルに関して、再現性を活かして今後も継続的に強化し、お店会員店舗数の増加、および売上の増加を目指す

直販チャンネルによる新規参画店舗数推移（月次）



成長要因

新卒入社社員の早期戦力化成功

アライアンスなどによる  
効率的なリード獲得体制の実現

複数店舗運営法人からの  
コンスタントな受注積み上げ

## 2 | 広告コンテンツにおけるナショナルクライアントとの取り組み強化

FY24に成果の出たナショナルクライアントに対する多様な価値（データ提供・飲食店アセット活用・サービス開発等）を組み合わせたソリューションを今後も継続して強化

実績のあるナショナルクライアント例（業界）

不動産ディベロッパー

飲料メーカー

鉄道会社

カード会社

アミューズメント会社

（一部抜粋）

Rettyの提供価値

データ提供

飲食店アセット活用

サービス開発



## 目次

1. 2024年9月期 実績
2. 今後の成長に向けて
- 3. 2025年9月期 通期業績見通し**

### 3 | 通期業績見通しのハイライト

2024年9月期を黒字化実現期と位置付けていたが、結果は最終四半期のみの黒字化にとどまったため、再度2025年9月期は通期黒字化にフォーカスする



主力の飲食店支援事業においては、直販チャネルの強化を行い、有料お店会員を伸ばす予定だが、計画上是保守的に7,200店舗水準を期末時点で見込む



コストに関しては、厳格な規律のもと上記直販チャネル強化など一部通期黒字化を維持できる範囲内で投資を行う



第1四半期は株主総会など一時的な費用により営業損益の改善は限定的だが、第2四半期以降売上・営業利益共に成長・黒字化継続を見込む

### 3 | 2025年9月期 通期業績見通し

通期業績見通しは、1,698百万円、営業利益は29百万円を見込む

2024年9月期 実績

売上  
**1,562**百万円

営業損失  
**-91**百万円

2025年9月期  
業績見通し

売上  
**1,698**百万円

営業利益  
**29**百万円



The background features three smartphones arranged diagonally, displaying various food delivery app interfaces. The screens show menu items, restaurant names like 'Cafe Betty Tokyo', and search bars. The overall color scheme is a warm, light yellow.

補足資料

## マネジメント紹介

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複数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。

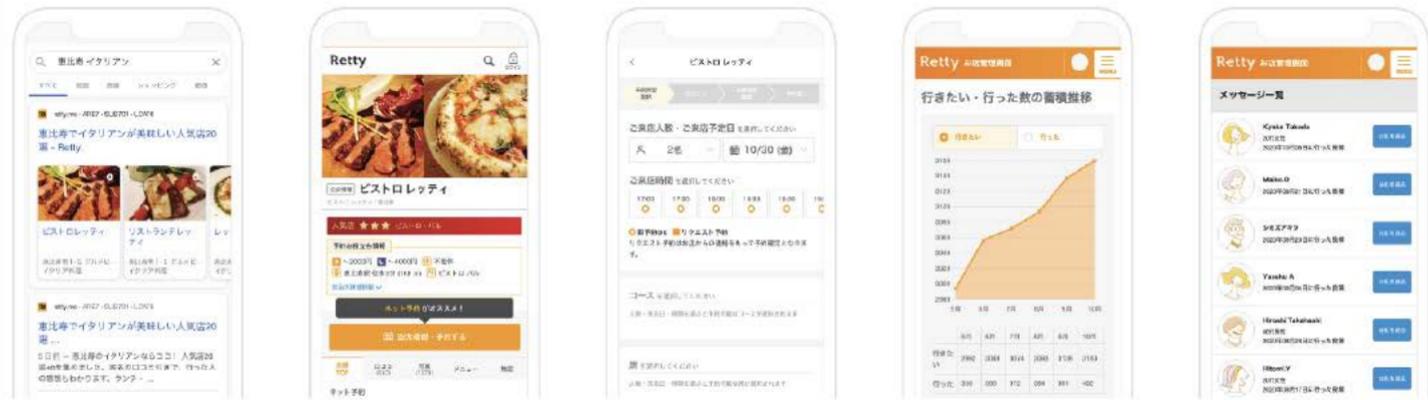
社外取締役  
監査等委員



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

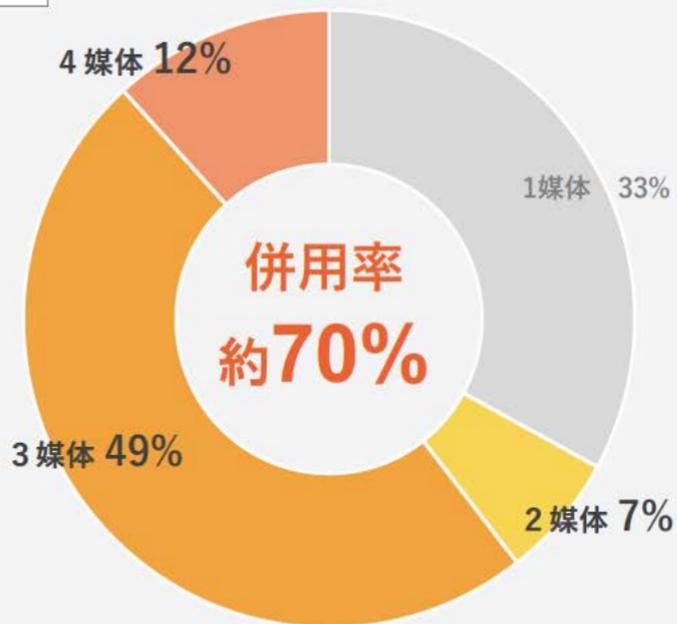
来店

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

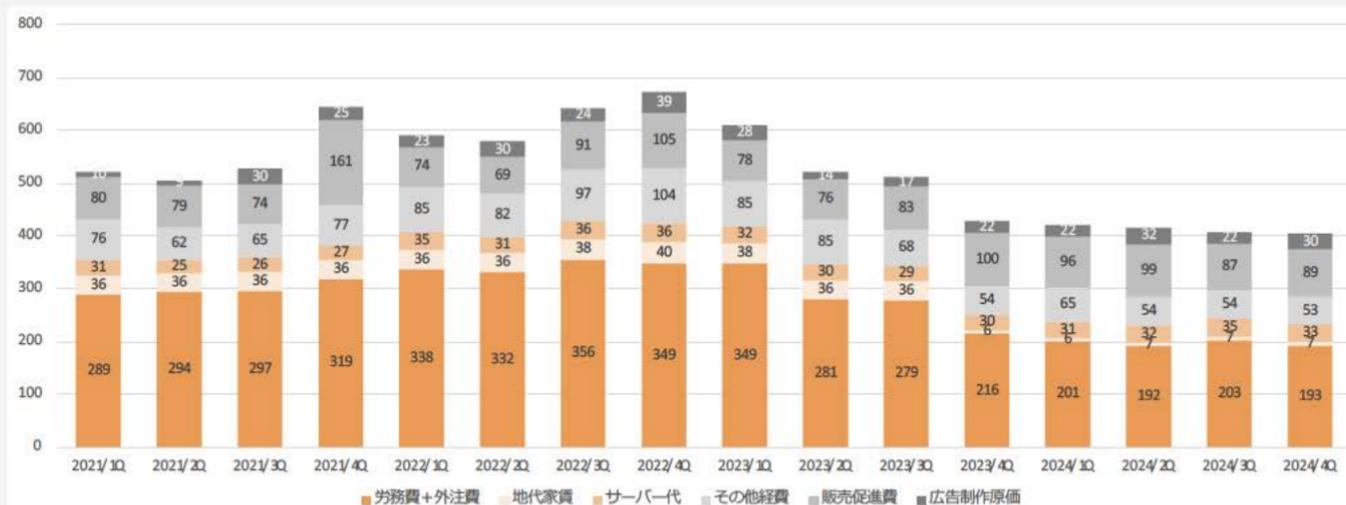
<b>お店会員 (固定)</b>	<b>通常契約</b>	<b>従量課金対象</b> 個店を主な対象とした、定額+従量課金の集客商品、今後の新たな通常契約はこの商品
	チェーン店舗向け トライアル契約	<b>従量課金無し</b> 現在は、基本販売していない旧来型の月額固定価格のみの集客商品 大手飲食法人向けに多数の店舗を安価かつ一括でトライアルとして受注する、定額の集客商品
<b>お店会員 (従量)</b>	Rettyのネット予約機能が利用できるプラン。月額固定の課金はなく、ネット予約人数に応じて従量課金。(旧プレミアム予約も含む)	
<b>無料 お店会員</b>	Retty上での基本情報を修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

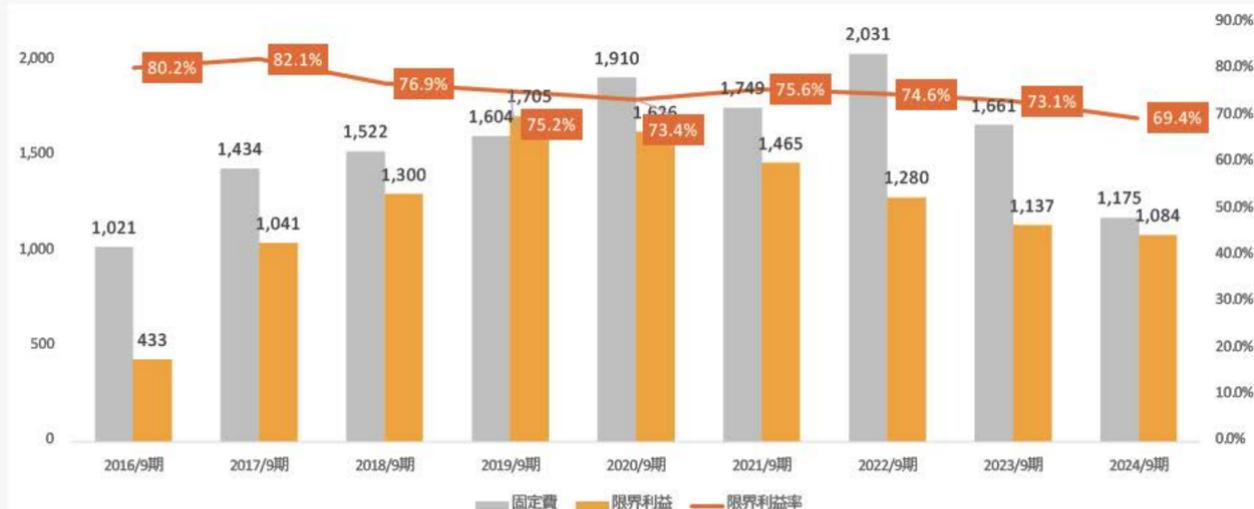
四半期コスト推移



## 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<sup>※1</sup>、固定費<sup>※2</sup>（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
- FY24-3Qの売上ベースで約98%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
- FY24-3Qの売上ベースで約2%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9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

103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。