

Retty

成長可能性に関する説明資料

Retty株式会社 2024年12月
証券コード：7356

目次

1. **ビジネスモデル・実績**
2. **今後の成長戦略**
3. **業績計画**
4. **主要なリスクと対応策**

目次

1. **ビジネスモデル・実績**
2. 今後の成長戦略
3. 業績計画
4. 主要なリスクと対応策

1 | ビジョン

新たな食体験を創り上げ、 人生をもっとHappyに。



食にはたくさんの可能性が秘められている
美味しさによる感動や楽しい食事の空間は人生をよりHappyにする力がある

その食の力を最大限に引き出すべくテクノロジーの力でアップデートしていこう
たくさんの人生をもっとHappyにするためにまだまだできることがあるはずだ

TeamRetty一丸となって食を支えるたくさんの人たちと共に10年後のスタンダードとなる
「食体験」を創っていこう

1 | 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

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

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

執行役員
事業統括



長井 寛徳

大手IT企業で営業/CS/経営企画を経て、Rettyへ入社し、事業統括として全社の予算編成及び予実管理を担当。

社外取締役
監査等委員



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。



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。



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。



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 | サービスイメージ



あなたにBESTな
お店が見つかる



1 | サービスの特徴

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



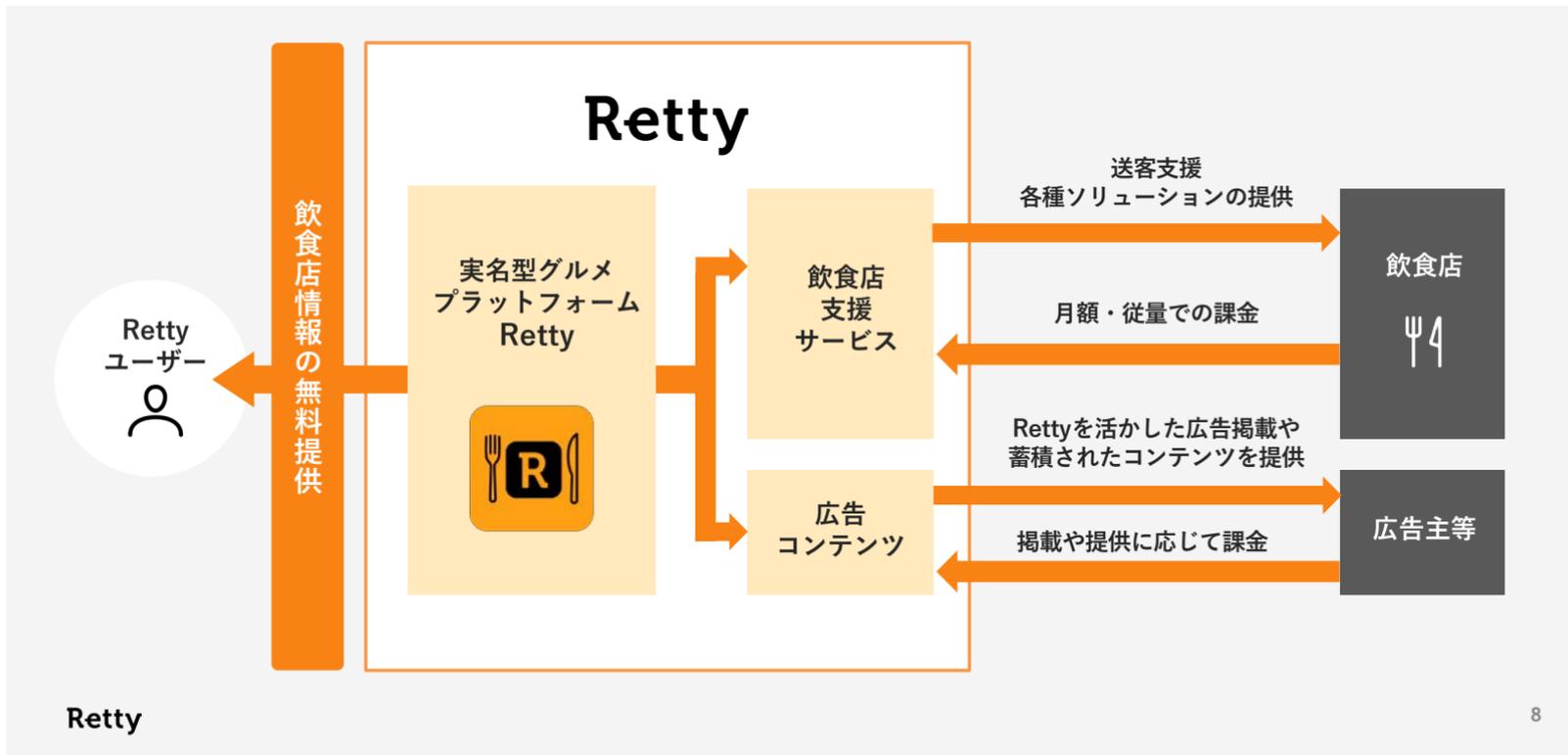
点数評価のない
おすすめの口コミ



「ヒト」から探す



1 | ビジネスモデル



1 | At a Glance

売上高

(2024年9月期)

1,562
百万円

ストック型収益^{※1}

1,177
百万円

比率^{※1}

75.4
%

ネット予約数成長率

(2024年9月期4Q前年同期比)

+25.6
%

有料店舗数

(2024年9月末)

7,003
店舗

ARPU^{※2}

(2024年9月末時点)

18,800
円程度

従業員数^{※3}

(2024年9月末)

103人
開発者比率^{※4}
40.6
%

※1 飲食店支援サービスの売上高をストック型収益と定義しております。

※2 お店会員店舗（固定）のARPUとしております。

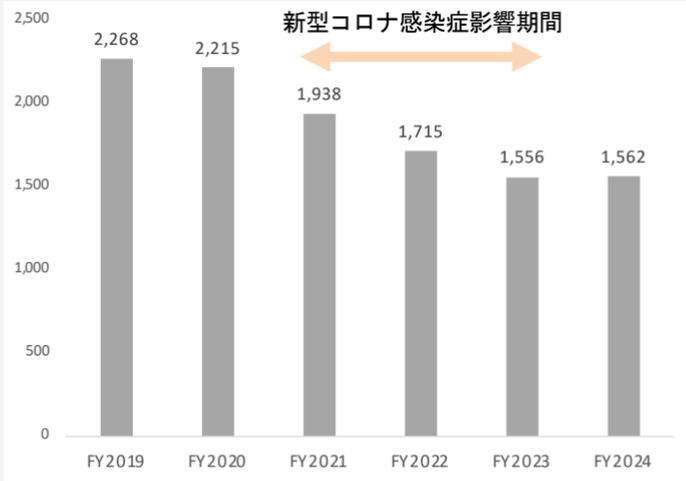
※3 正社員の人数をカウントしております。

※4 開発者比率は、デザイナー・エンジニア・プログラマーの全社員数を従業員数で除した数値です。

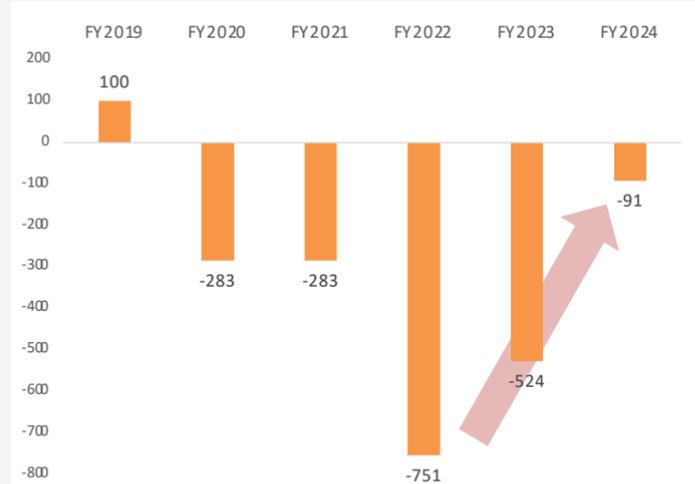
1 | 売上・営業損益推移

売上は横ばいではあるが、営業損益に関しては大幅に改善

売上推移（百万円）



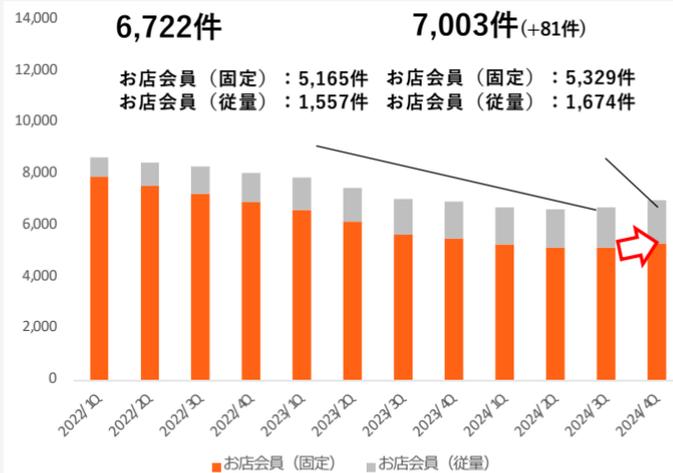
営業損益推移（百万円）



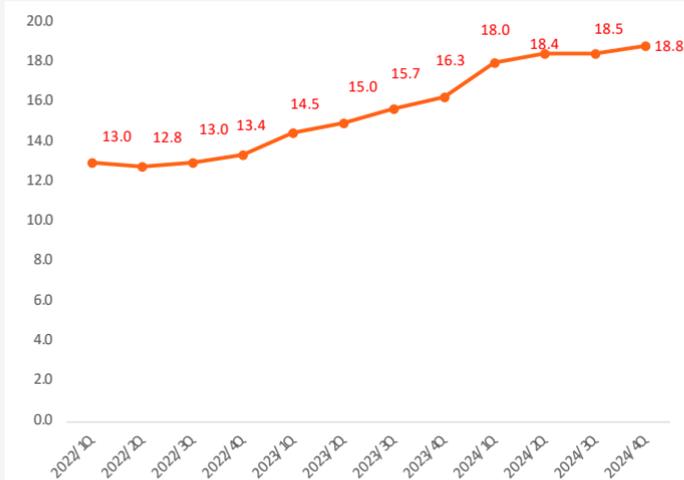
1 | 有料お店会員数推移

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）



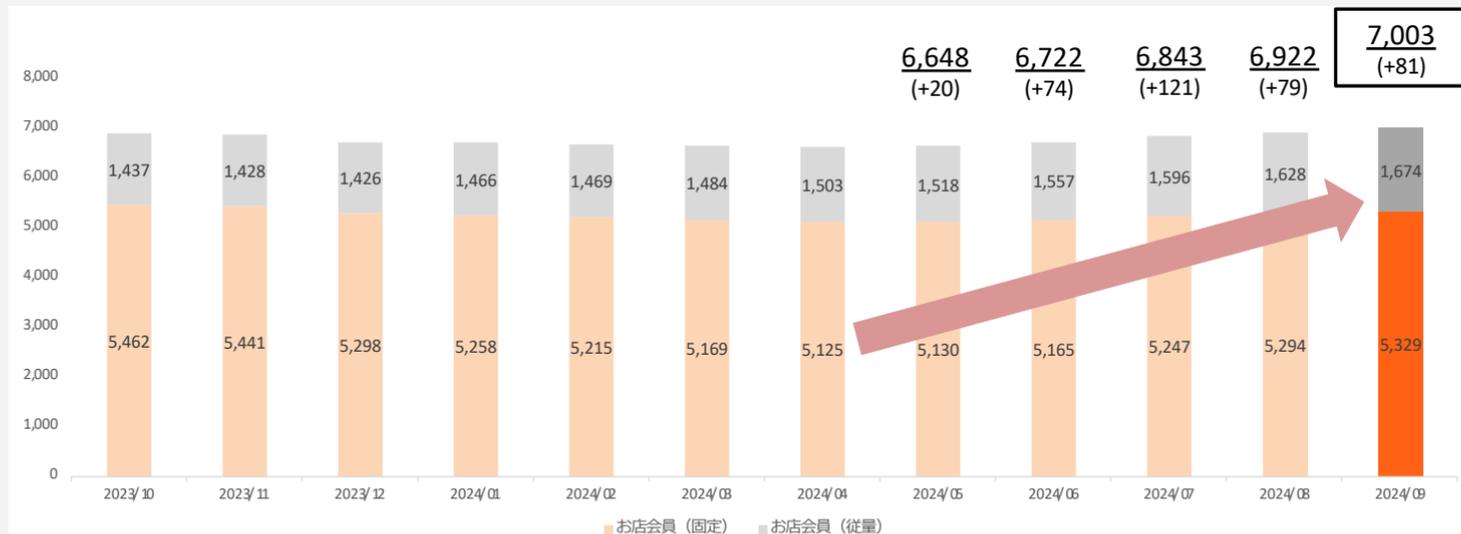
ARPU（固定プラン・PL計上価格/千円）※



1 | 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 | 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

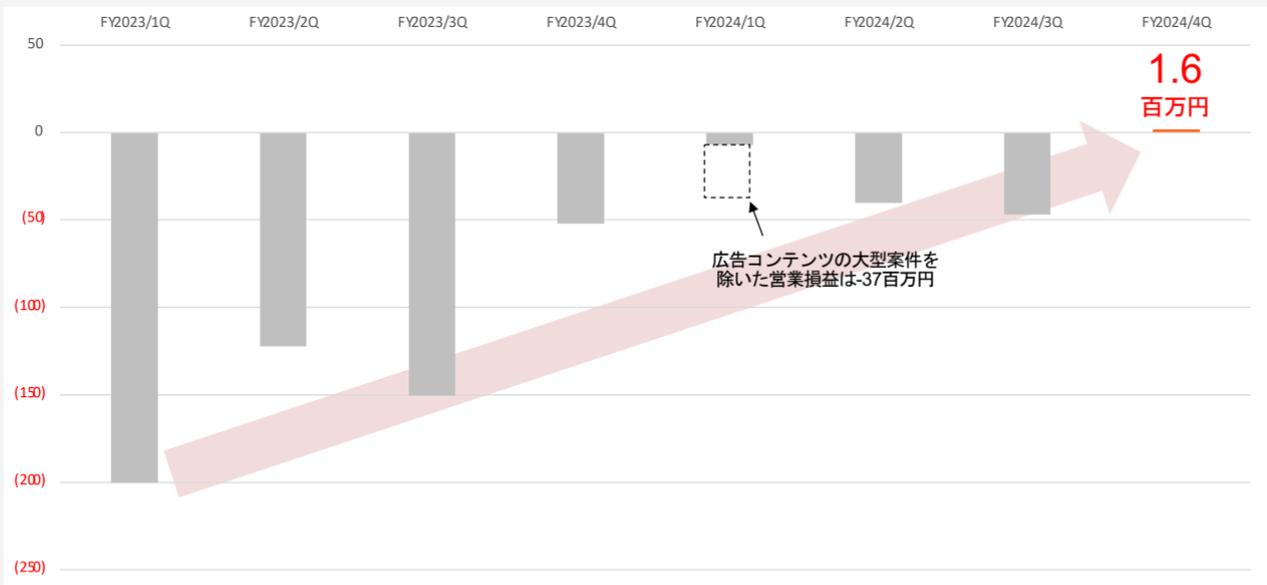
四半期コスト推移（百万円）



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

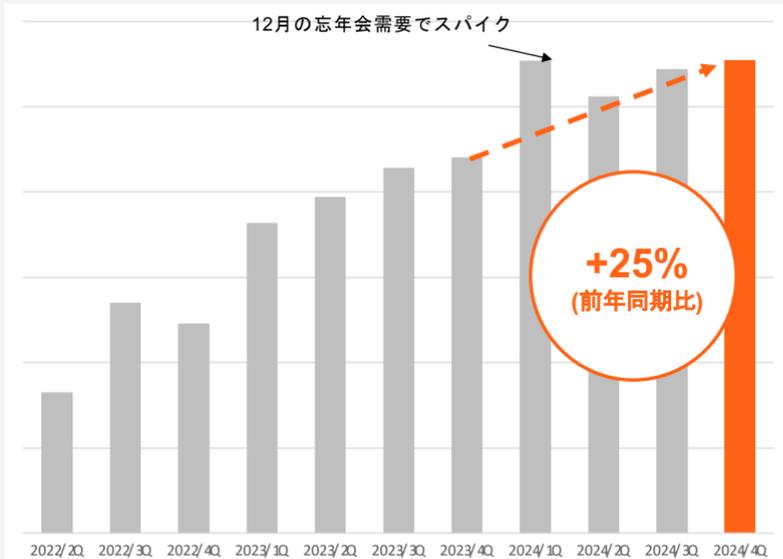
当社の最重要KPIであるネット予約人数は、サービス改善による利便性向上、その結果のUU増により、**投資や人件費を抑制しながらも前年同期比で平均+25%の水準となり、継続した増加傾向にある**

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 | 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

振り返り

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

- 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

- 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。

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

- 従量課金を中心にトライアル行っただが、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. ビジネスモデル・実績
- 2. 今後の成長戦略**
3. 業績計画
4. 主要なリスクと対応策

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

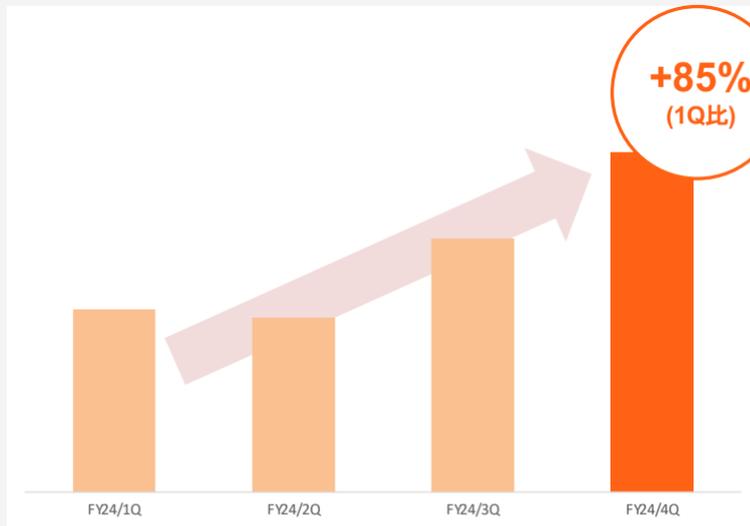


予約可能店舗数
の増加

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. **ビジネスモデル・実績**
2. **今後の成長戦略**
3. **業績計画**
4. **主要なリスクと対応策**

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、計画上は保守的に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

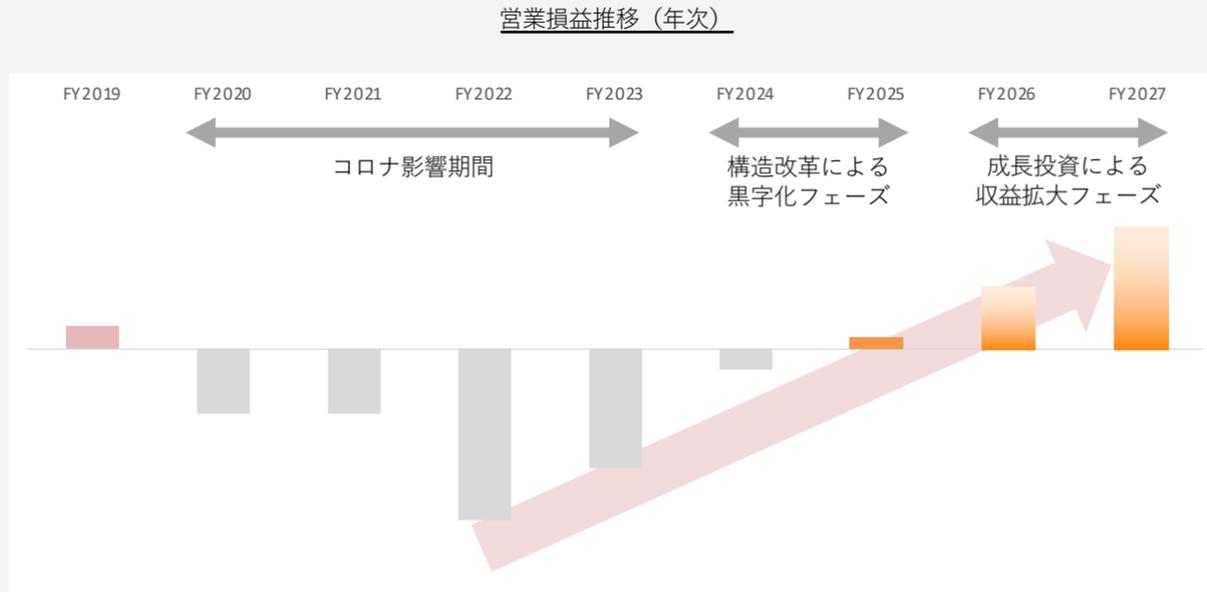
3 | 2025年9月期 通期業績見通し

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



3| 今後の利益成長イメージ

2025年は通期での黒字化を予定している。2026年9月期以降は成長投資による収益拡大フェーズと位置づけ、営業利益の継続的拡大を目指す。



目次

1. **ビジネスモデル・実績**
2. **今後の成長戦略**
3. **業績計画**
4. **主要なリスクと対応策**

4 | 主要リスクへの対応（1）

特筆すべき事項のみを抜粋しています。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照ください。

主要リスクとその概要	対応策
<p>競合他社の動向についてのリスク</p> <p>現在、国内でグルメ情報サービスを提供する競合企業が複数存在しております。また、新規参入を含むこれら競合企業との競争激化に伴い、有料店舗数や広告関連の受注が減少した場合、当社の事業及び業績並びに財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>影響度：中 時期：不明 可能性：小</p>	<p>当社は、実名型を前提にサービスを提供することにより、ユーザーから実名での口コミの投稿を受け、信頼性の高いデータを蓄積・提供することで、競争力の向上を図っております。また、飲食店向けの商品の改善・新規開発を進めることによっても競争力の向上を図っております。</p>
<p>検索エンジンへの対応について</p> <p>「Retty」のWebサイト利用者の多くは、Google等の検索エンジンを経由して訪問しています。検索エンジンのロジックの変化等の要因により、これまでの当社の施策が有効でなくなった場合、当社プラットフォームの集客力が低下し、当社の事業及び業績並びに財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>影響度：中 時期：不明 可能性：小</p>	<p>当社では、SEO(検索エンジン最適化)による集客力強化に加え、アプリ利用への誘導をはじめとする多様な施策によりリスク分散を図っております。</p>

4 | 主要リスクへの対応（2）

特筆すべき事項のみを抜粋しています。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照ください。

主要リスクとその概要

対応策

継続企業の前提に関する重要事象等

新型コロナウイルス感染症による当事業への影響は徐々に小さくなっている中、当事業年度においては解約率の高い特定代理店の整理が進んだものの、事業年度を通じては当該有料お店会員店舗数は減少しており、その結果として当事業年度の売上高は前事業年度と概ね横ばい、またそれに伴い営業損失及び当期純損失を計上しており、継続企業の前提に重要な疑義を生じさせるような状況が存在しております。
影響度：大 時期：不明 可能性：小

当社は、当該状況の解消または改善のために、以下のような対応策を講じております。①特定代理店の整理が進み回復の兆しが見えてきた飲食店支援サービスにおいて、引き続き営業体制の増強や高単価商品比率増加によるLTVの改善、②前事業年度において実施したオフィス移転による賃料の減少及び退職による自然減や他社への出向による人件費削減により削減した固定費のコントロール。

口コミ（書き込み内容）についてのリスク

サイト内で不適切な口コミがなされ、その発見が出来なかった場合や当社対応が遅れた場合には、影響力のあるユーザーの支持が下がり、サイト運営者としての当社の信用を失い、当社の事業及び業績並びに財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
影響度：小 時期：不明 可能性：小

当社は、サイト内の利用規約において、公序良俗に反する口コミや誹謗中傷、対価を受け取ることを目的とした投稿など禁止行為を明示するとともに、投稿監視システムによる不適切投稿の抽出及び目視による確認などを行うカスタマーサポート体制を整備し、当社が不適切と判断した口コミを書き込んだユーザーに対して、その口コミを削除・修正するよう要請等を行っております。



補足資料

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

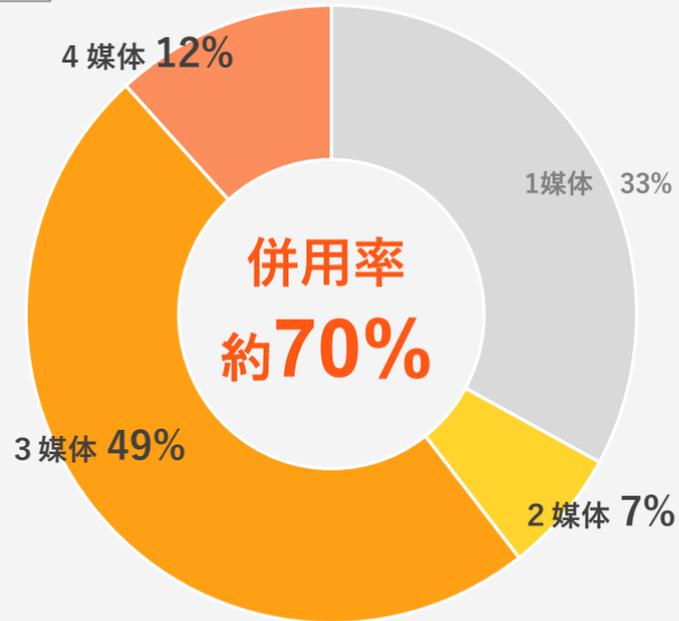
来店

顧客管理

レポート集客

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

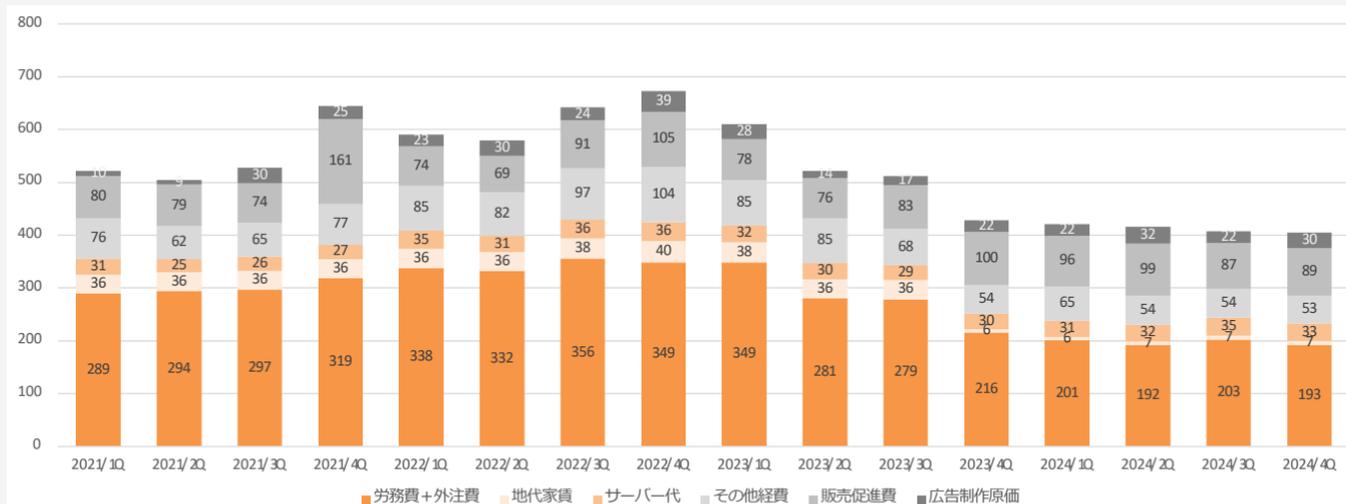
お店会員 (固定)	通常契約	従量課金対象 個店を主な対象とした、定額+従量課金の集客商品、今後の新たな通常契約はこの商品
	チェーン店舗向け トライアル契約	従量課金無し 現在は、基本販売していない旧来型の月額固定価格のみの集客商品 大手飲食法人向けに多数の店舗を安価かつ一括でトライアルとして受注する、定額の集客商品
お店会員 (従量)	Rettyのネット予約機能が利用できるプラン。月額固定の課金はなく、ネット予約人数に応じて従量課金。(旧プレミアム予約も含む)	
無料 お店会員	Retty上での基本情報を修正など最低限の機能が利用可能な商品。 当社にとっては有料お店会員への潜在的な顧客と位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

- 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

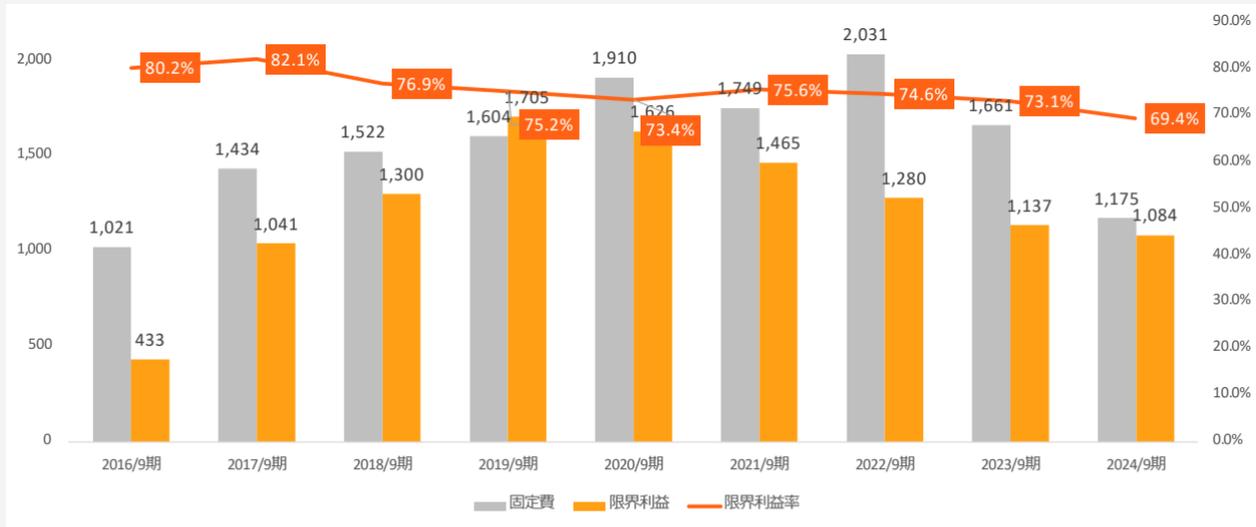
四半期コスト推移



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。

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

96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。