

Retty

2025年9月期

決算説明資料

Retty株式会社 2025年2月
証券コード：7356

Service Image



あなたにBESTな
お店が見つかる



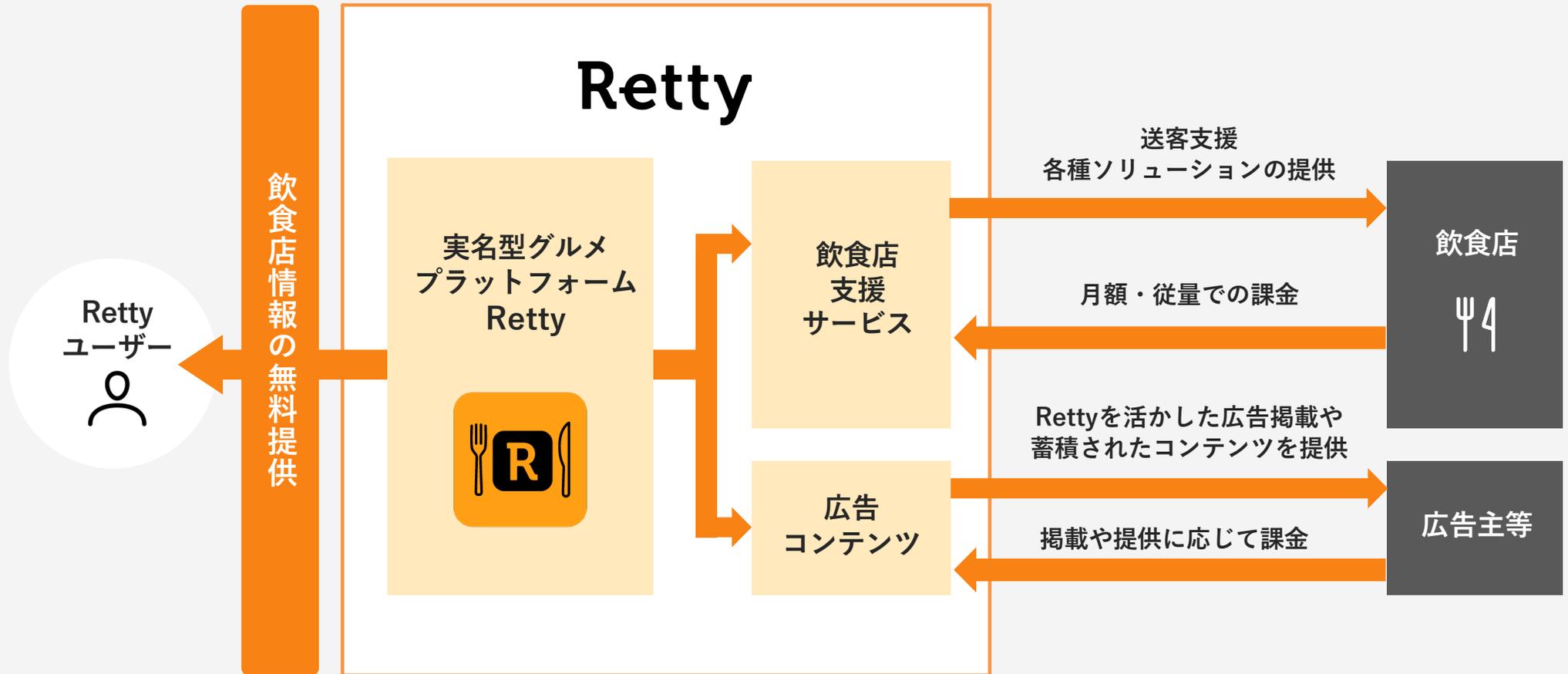
Rettyの特徴

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



ビジネスモデル



目次

1. 2025年9月期第1四半期実績
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

- ✓ 営業利益は、業績見通しに対してほぼ見通し通りの着地となったが株主総会費用など一時的な費用で1百万円の赤字
- ✓ 売上は、飲食店支援サービスにおける従量課金の増加及びARPUの増加、並びに、広告コンテンツにおける大型案件の追加発注により回復・増加傾向に

今後の成長に向けて

- ✓ 中長期の利益成長を目的に、今期の業績予想で開示している営業利益を下回らない範囲でセールス組織への投資を行う

業績見通し

- ✓ 引き続き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29百万円を維持

目次

1. 2025年9月期第1四半期実績
2. 今後の成長に向けて
3. 2025年9月期通期業績見通し

2 | 2025年9月期第1四半期実績の概況

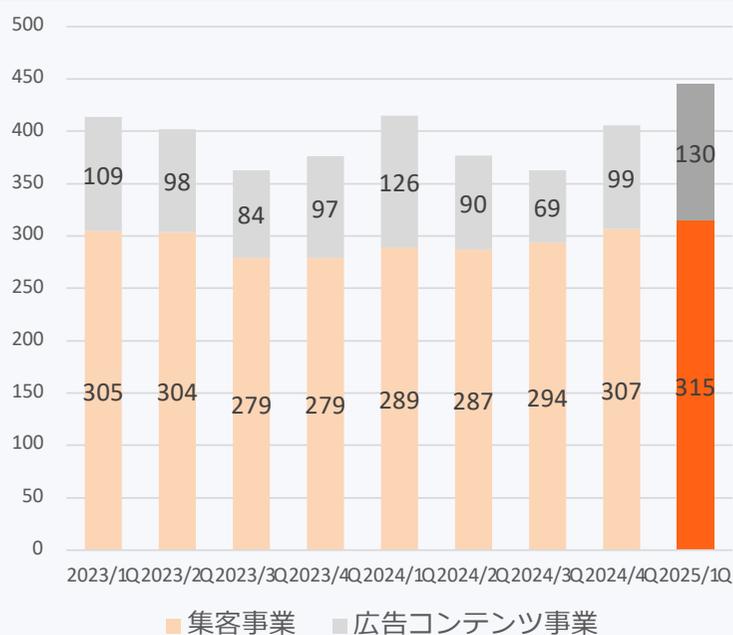
第1四半期の売上実績は446百万円となり、営業損益は-1百万円の着地となった

	FY2025/09			
	第1四半期	YoY	業績予想	達成率
売上高	446	107.2%	1,698	26.3%
売上総利益	286	93.4%	-	-
売上総利益率	64.1%	-	-	-
営業損益	-1	-	-	-
営業利益率	-	-	-	-
経常損益	-3	-	18	-
当期純損益	-3	-	16	-

1 | 全社売上の推移

飲食店支援サービスの売上は第1四半期315百万円、広告コンテンツの売上は130百万円となった

四半期売上内訳推移（百万円）



広告
コンテンツ

- 大型案件の追加発注などにより売上が増加

飲食店支援
サービス

- 従量課金の増加により売上が増加
- ARPUの増加により売上が増加

1 | 有料お店会員数推移

お店会員数に関しては、固定 + 重量プランの合計で前四半期末に比べて微増となった

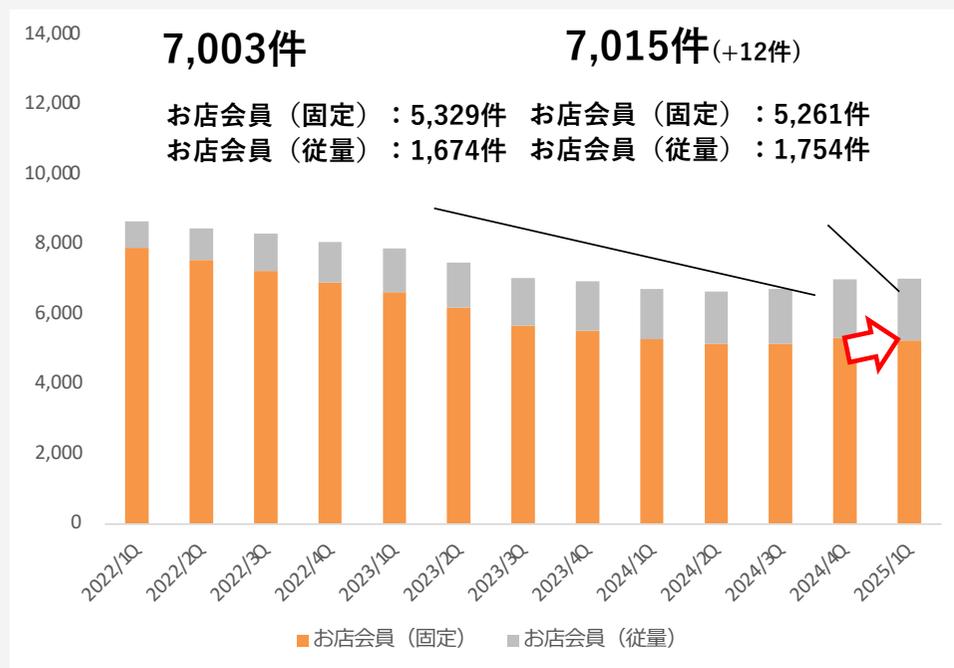
有料お店会員数推移 (件)



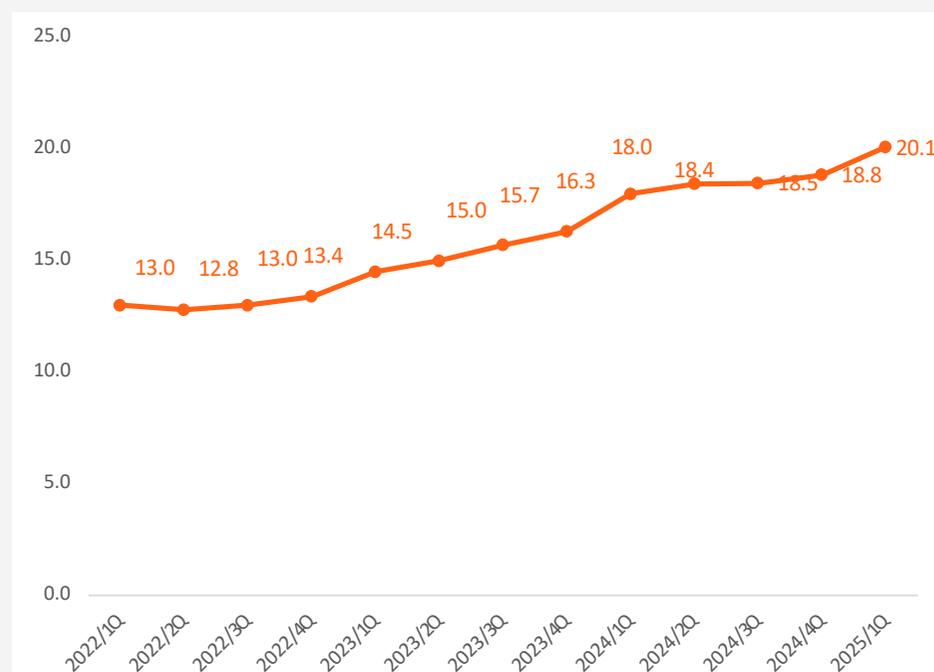
1 | 有料お店会員数推移

2024年12月末時点の有料お店会員数（固定＋従量）は7,015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）



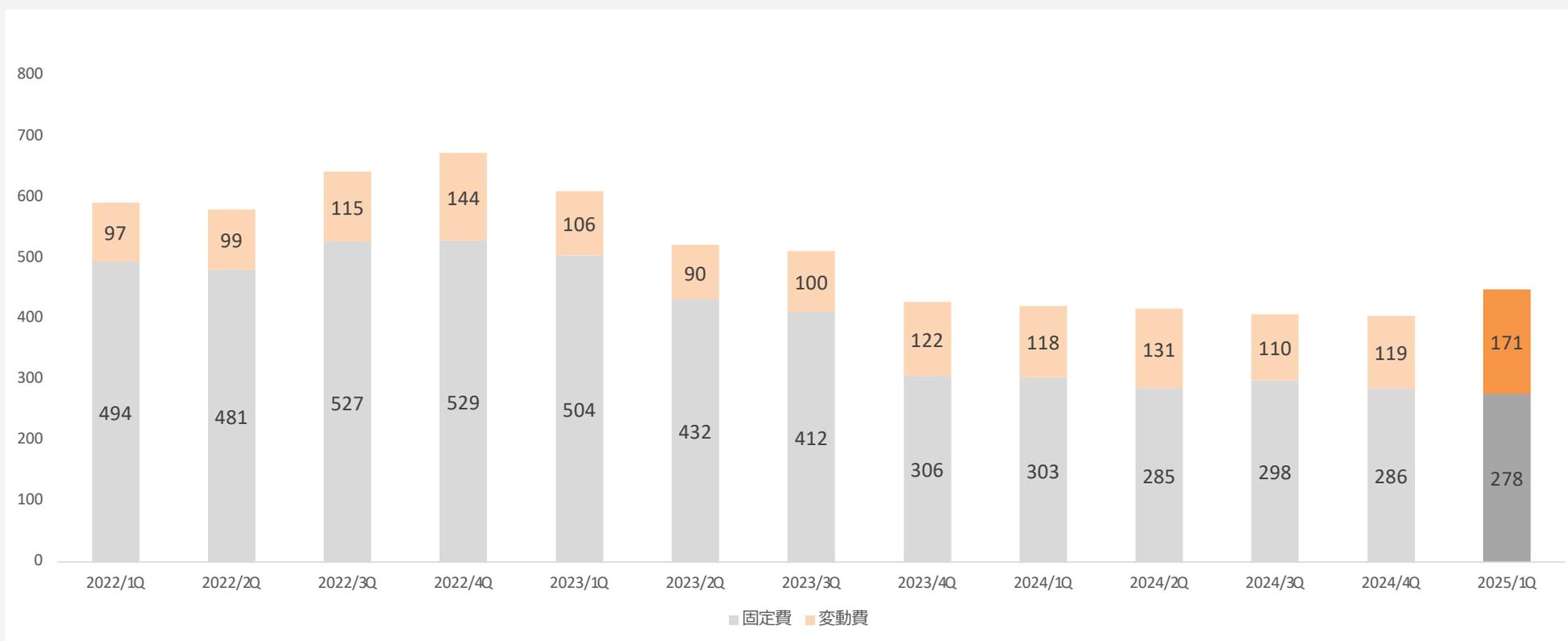
ARPU（固定プラン・PL計上価格/千円）※



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。変動費は広告コンテンツの大型案件の影響で原価が増加。

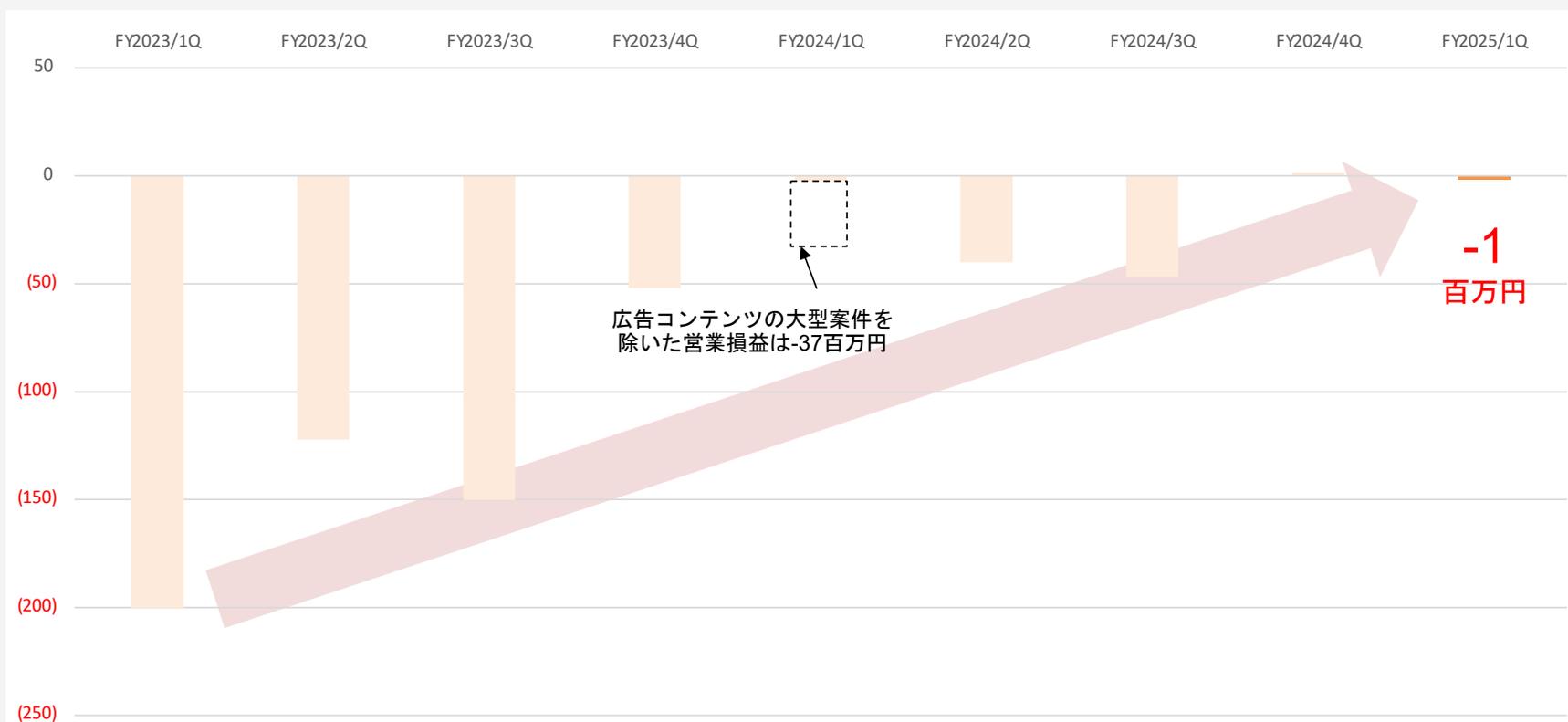
四半期コスト推移（百万円）



1 | 四半期営業利益推移

営業利益に関しては、第1四半期においては株主総会などの一時的費用発生により-1百万円の赤字

四半期営業損益推移（百万円）



1 | ネット予約人数の推移

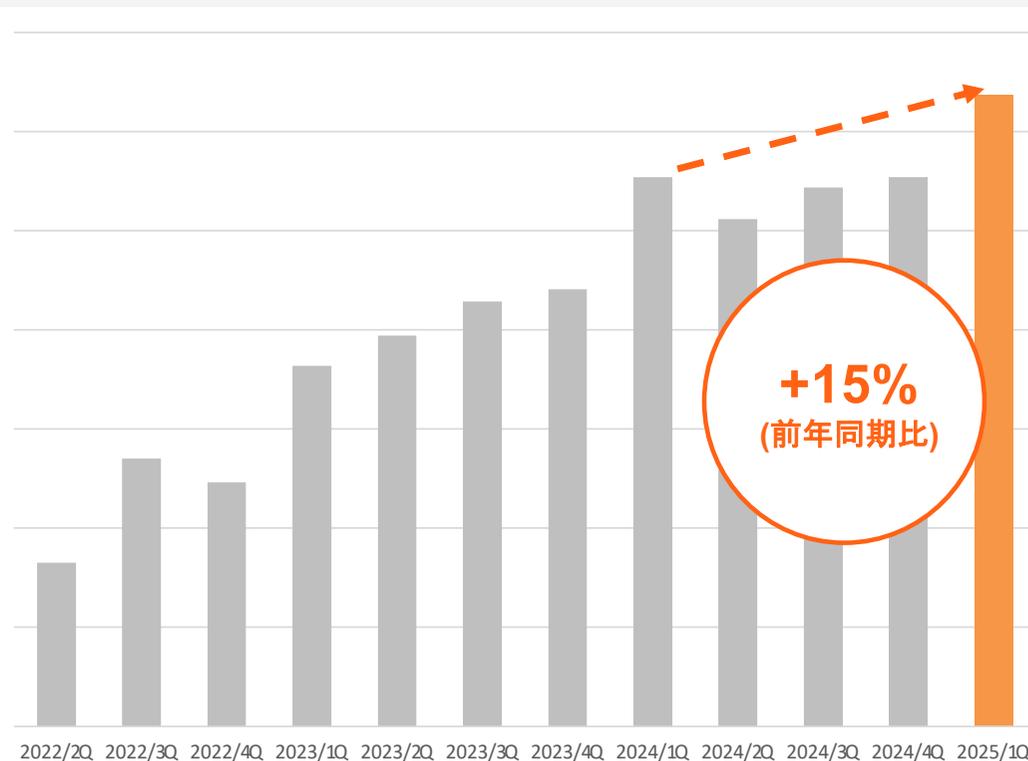
当社の最重要KPIであるネット予約人数は、サービス改善による利便性向上、その結果のUU増により、**投資や人件費を抑制しながらも前年同期比で平均+15%の水準となり、継続した増加傾向にある**

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 | PayPayキャンペーンの実施

獲得ポイントが通常の2倍になる「Retty忘年会ネット予約キャンペーン」を2024年11月1日から2024年12月31日まで開催



Retty
忘年会ネット予約キャンペーン

PayPayポイントが1人あたり
最大200円相当
もらえる!!

キャンペーン期間：2024年11月1日(金)～2024年12月31日(火)

目次

1. 2025年9月期第1四半期 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

今後は投資タイミングにより四半期単位での営業利益のボラティリティは発生する可能性もあるが、**中長期での営業利益最大化のためセールス組織への投資**を業績予想の範囲で実施していく

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

セールス組織への投資
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ネルを中心に、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

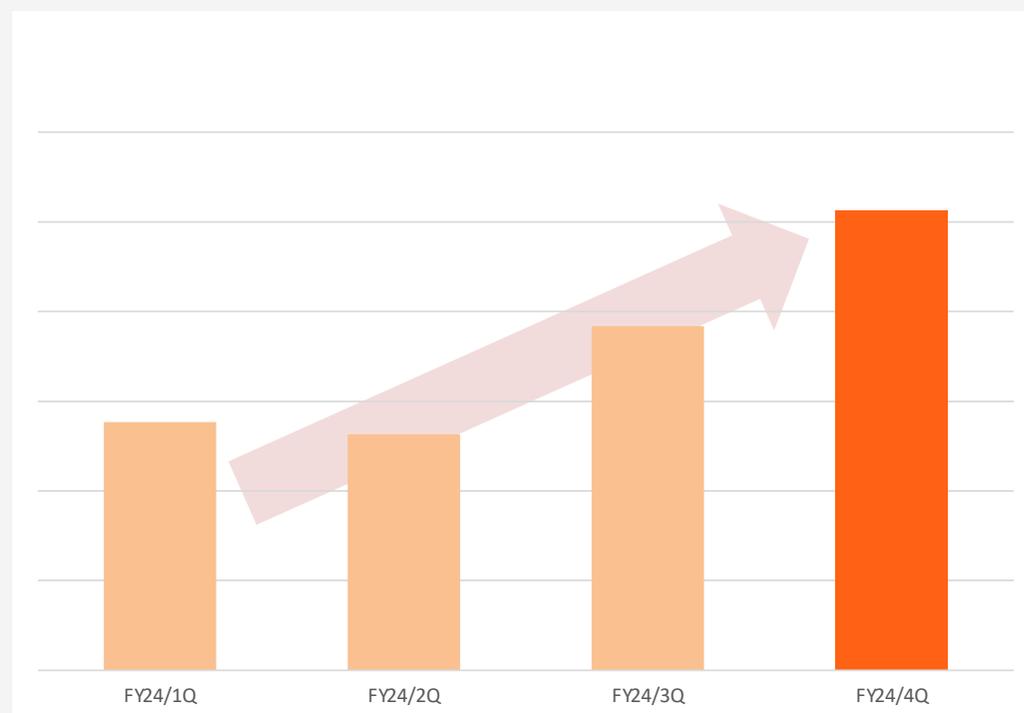
Rettyユーザーに特に求められるジャンル・エリア・特徴のある店舗の予約在庫を増やすことと、
お店発見・予約体験の磨き込みの両軸でネット予約数の増加を目指す



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



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 | 直販の成功と今後の投資

2025年9月期の業績予想で開示している営業利益を下回らない範囲でセールス組織への投資を行う

今後のセールス組織 への投資方針

- 2025年9月期の業績予想で開示している営業利益を通期で下回らない範囲で人員強化を中心とした投資を徐々に行う
- 通期でのコントロールとするため四半期によっては営業利益が低い四半期も許容する

セールス・カスタマーサクセス・アポインターなど
合計20名の採用

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 | 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29百万円を維持



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。

Retty

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 セールス部門担当



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
事業統括担当



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。



三嶋麻佑子

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

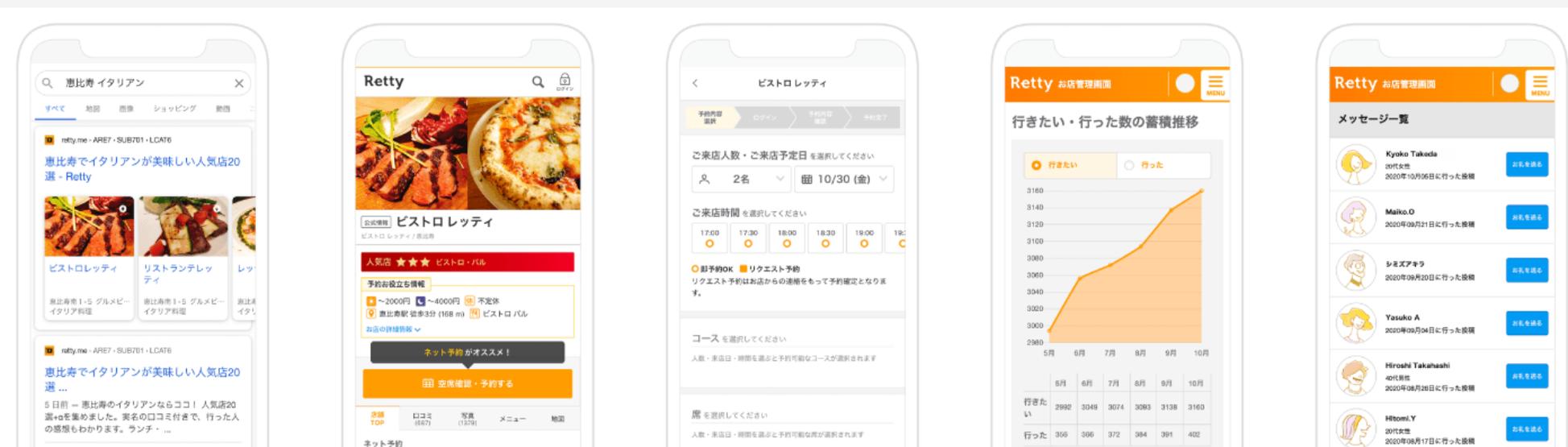
代官山綜合法律事務所の代表弁護士として、スタートアップ・ベンチャー企業法務に特化。株式会社出前館ほか複数社の社外役員を務める。



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。

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

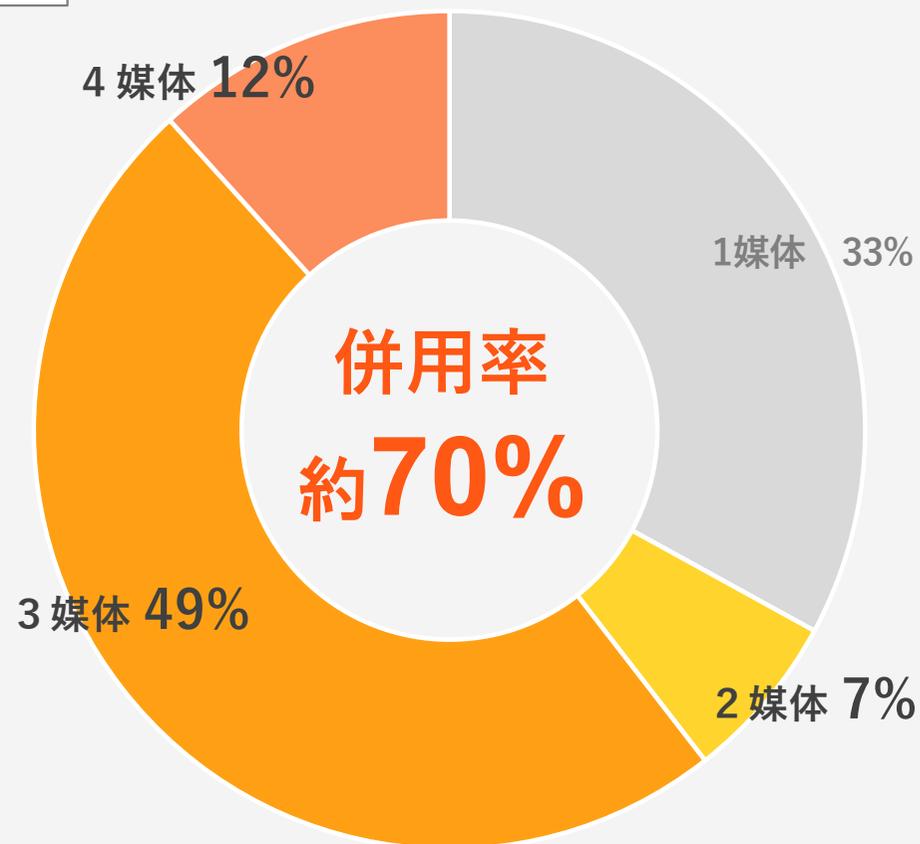
来店

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 ↓	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)

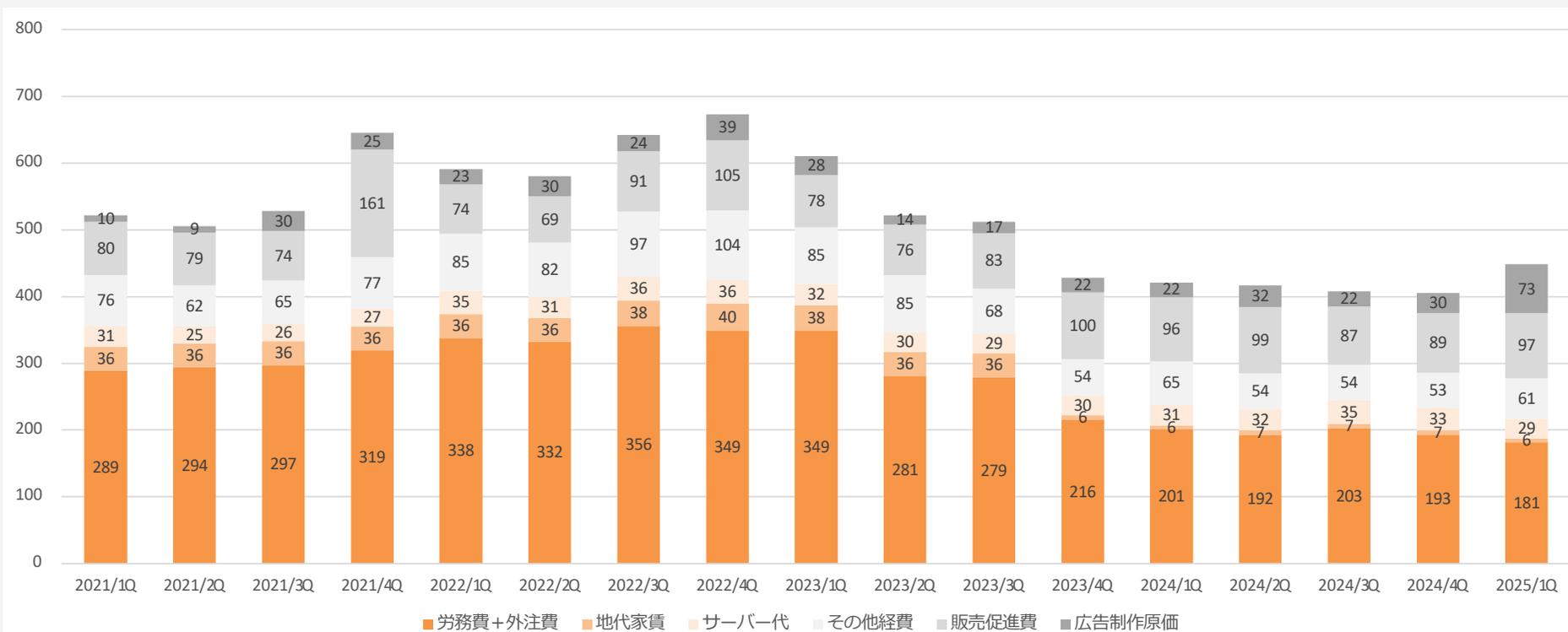
高級店・人気店
(約3万店舗)

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

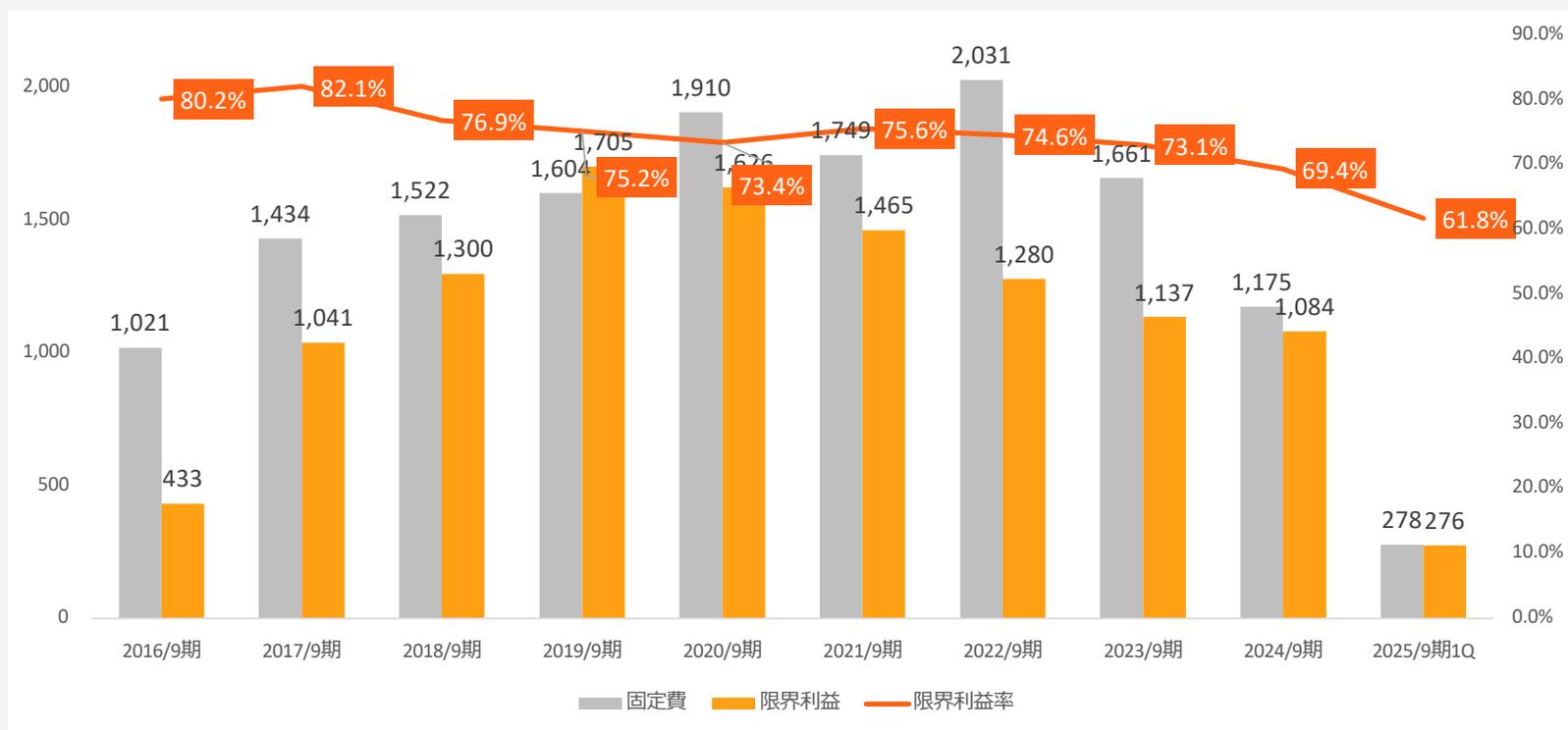
四半期コスト推移



限界利益推移

限界利益率は、広告案件の原価率の上昇によりやや低下

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12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

93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。