

Retty

2022年9月期第3四半期

決算説明資料

Retty株式会社 2022年8月

目次

1. 2022年9月期 第3四半期実績
2. 2022年9月期 通期業績見通し
3. 今後の成長戦略
(補足資料)

エグゼクティブ・サマリー

実績


- ✓ 第3四半期においては売上が415百万円と対前四半期比で増加に
- ✓ 累計の営業損失は526百万円となり、コストコントロールによって計画達成ペースを維持
- ✓ 保有件数に関しては、テイクアウトプランの解約率悪化により横ばいだが、**新規参画店舗数に関しては、400件台を回復**

通期業績見通し

- ✓ 足元の感染拡大は計画策定時の想定とは異なるものの、通期業績見通しに変更無し

成長戦略

- ✓ 400件台を回復し、上向き始めた新規参画店舗数の回復・成長を促進する
- ✓ 外部環境の変化に機動的に対応しつつ、黒字化の実現と長期的な成長最大化を見据えて、投資対効果の高いものに絞って投資していく



1. 2022年9月期 第3四半期実績

2. 2022年9月期 通期業績見通し

3. 今後の成長戦略

(補足資料)

1 | 実績ハイライト

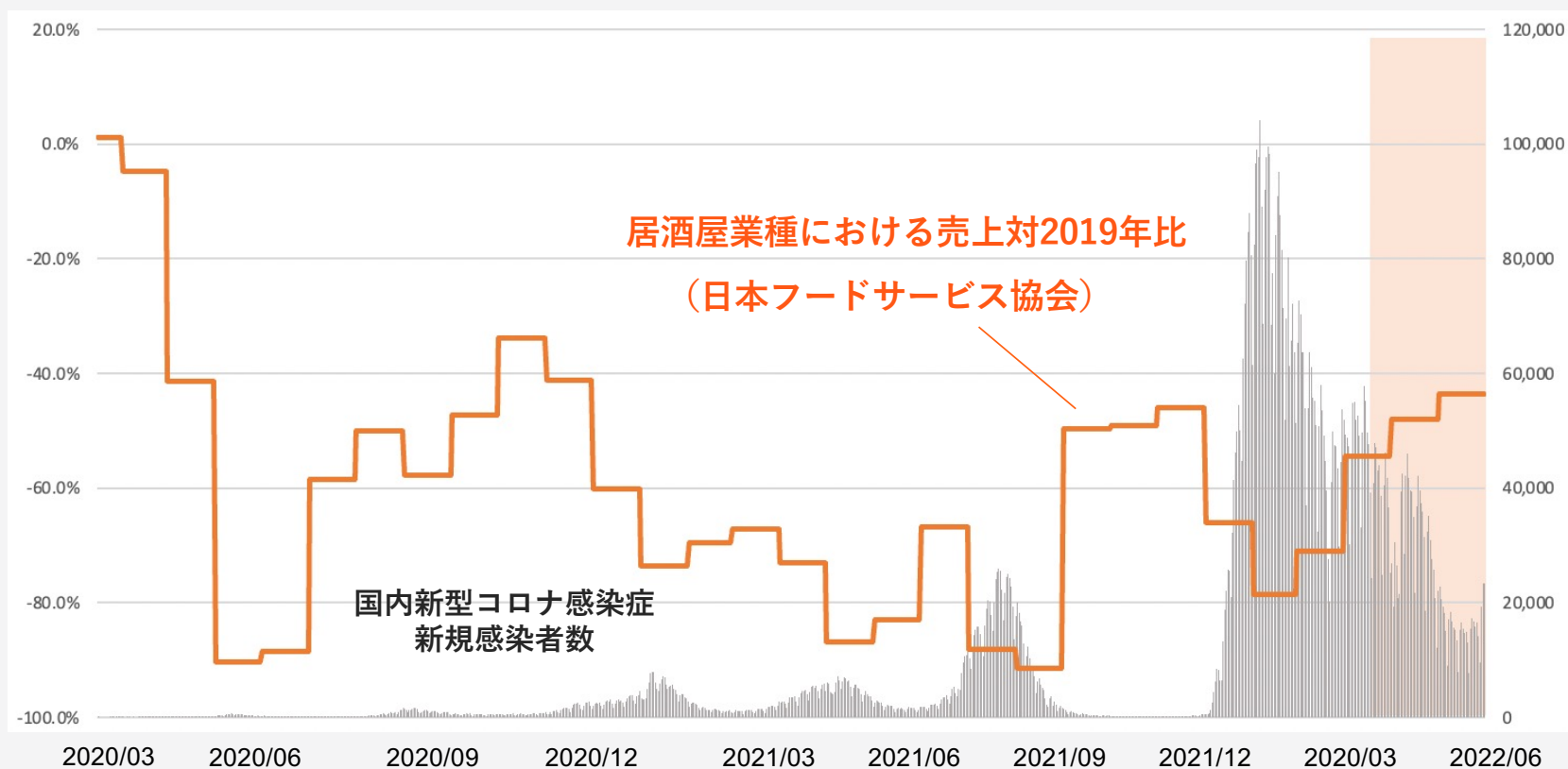
✓ 第3四半期の売上高は436百万円、営業損失201百万円となり、その結果第3四半期累計での売上高は1,279百万円、営業損失は526百万円となり、計画通り進捗

✓ 四半期の売上実績は対前四半期比で増加へと転じた

✓ お店会員数（固定＋従量）に関しては、テイクアウトプラン等、一部プランの解約率が高いことにより保有件数は伸び悩み、合計で8,320件と前四半期比でほぼ横ばいの推移。一方で、新規参画店舗に関しては400件/月の大台に乗り、回復の兆しも。

1 | オミクロン株を中心とするコロナ影響について

当該四半期においては、緊急事態宣言等の宣言下にはなかったものの、下記グラフの通り第3四半期もオミクロン株の感染拡大の影響を受けて、飲食店の売上が回復しきっていないことから各種KPIの回復の重荷となった



1 | 第3四半期実績の概況

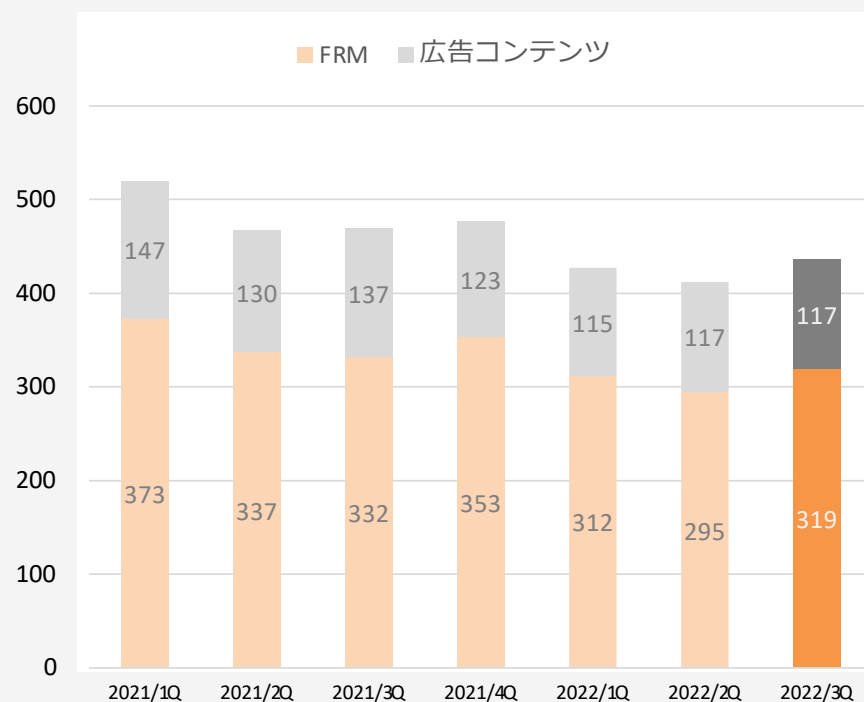
第3四半期の売上高は436百万円、営業損失201百万円となった。結果、累計での売上高は1,279百万円、営業損失は526百万円となり、コストコントロールによって**計画達成ペースを維持**

(百万円)	2022年9月期		
	第3四半期実績	第3四半期累計実績	通期見通し
売上高	436	1,279	1,810
売上総利益	235	692	-
売上総利益率	53.9%	54.1%	-
営業損失	-201	-526	-764
営業利益率	-	-	-
経常損失	-202	-527	-770
当期純損失	-202	-529	-772

1 | 四半期別売上構成推移

FRM※の売上は第3四半期319百万円、広告コンテンツ売上は117百万円に

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">計画通りに推移し、前四半期と同水準で着地
FRM	<ul style="list-style-type: none">休業店舗に対し支払免除を第3四半期で1百万円実施併売代理店の販売促進費の戻入 20百万円を売上計上

1 | FRM商品区分とKPIの定義変更

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） <small>従量と固定両方の課金が発生するプランも含む</small>• お店会員（従量） <small>プレミアム予約と、従量のみプランの総称とする</small>
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

1 | 1 お店会員（固定）の4-6月の主要KPI（定義変更反映後）

解約率はテイクアウトプランの影響で悪化、新規参画店舗数は6月に400件台を回復



※1 全有料店舗数に占める、契約期間が終了し更新タイミングにて解約した店舗数の割合の平均値となります。

※2 一部の代理店契約では、手数料支払い後の数値を売上として計上しているため、ここでは店舗請求ベースのARPUとPL計上ベースのARPUを併記しています。

1 | 満期解約率漸増の原因と対策

緊急事態宣言の解除や、脱コロナに向け解約されやすい廉価なテイクアウトプランの割合がコロナ禍で増加しているため、解約率もそれに合わせて漸増。足元では営業方針を転換し販売を縮小、7月の営業実績では販売商品構成にポジティブな効果が見られた。

高いテイクアウトプランの解約率 (2021/07-2022/06平均)

テイクアウトプランの増加（コロナ明けなどで解約されやすい）により解約率が漸増

テイクアウトプラン満期解約率

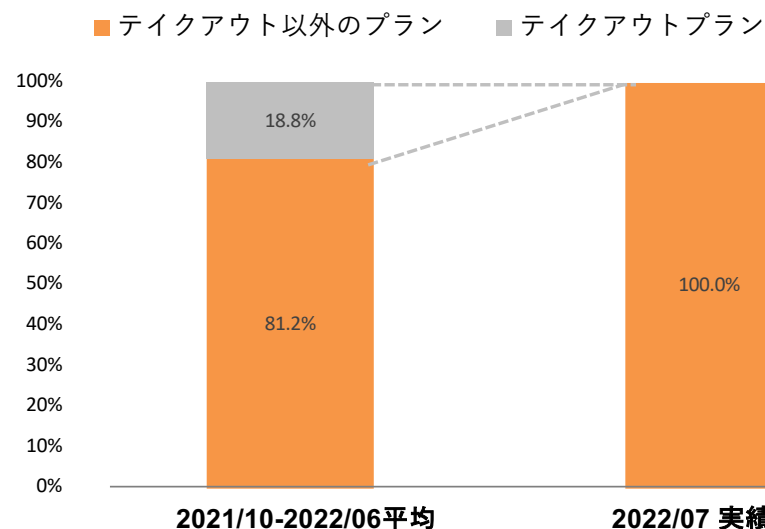
7.9%

その他のプランの満期解約率

3.1%

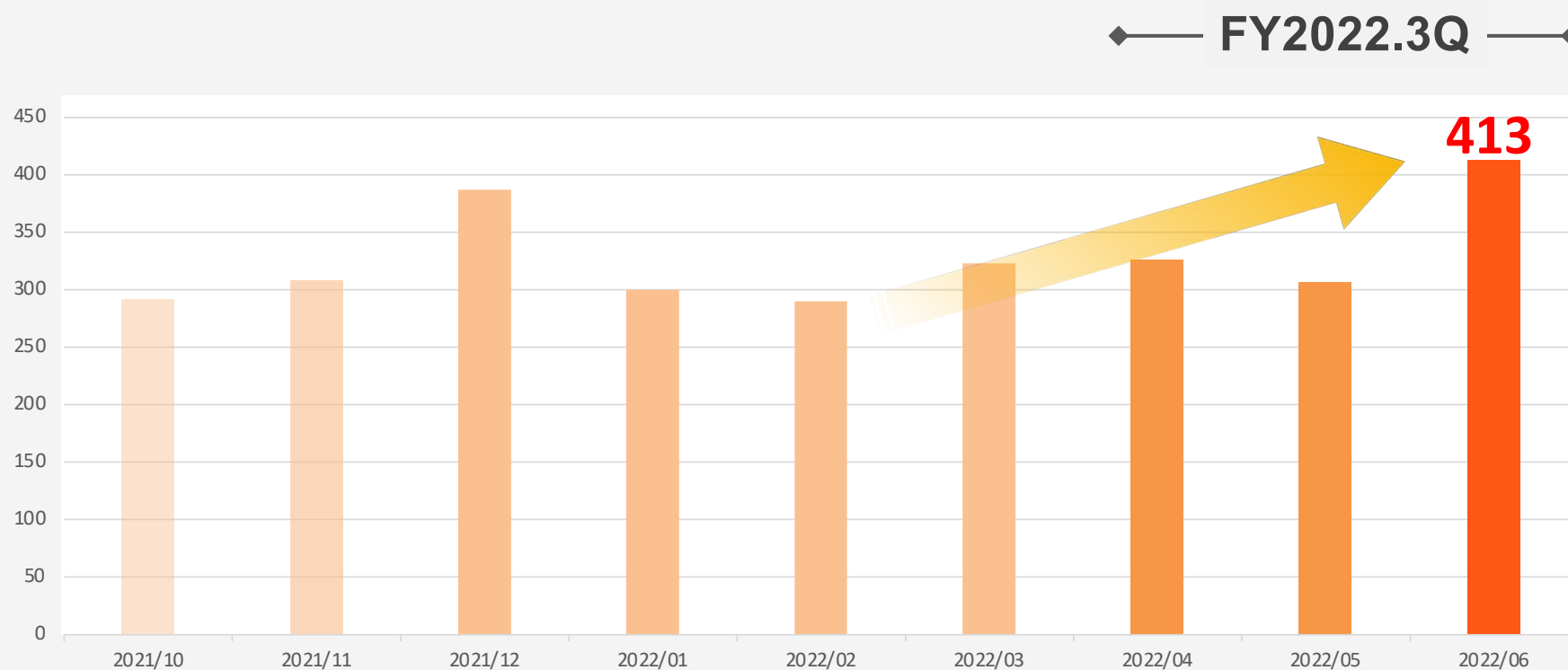
獲得構成比の変化

テイクアウトプランを非注力化した結果



1 | 新規参画店舗数の増加傾向

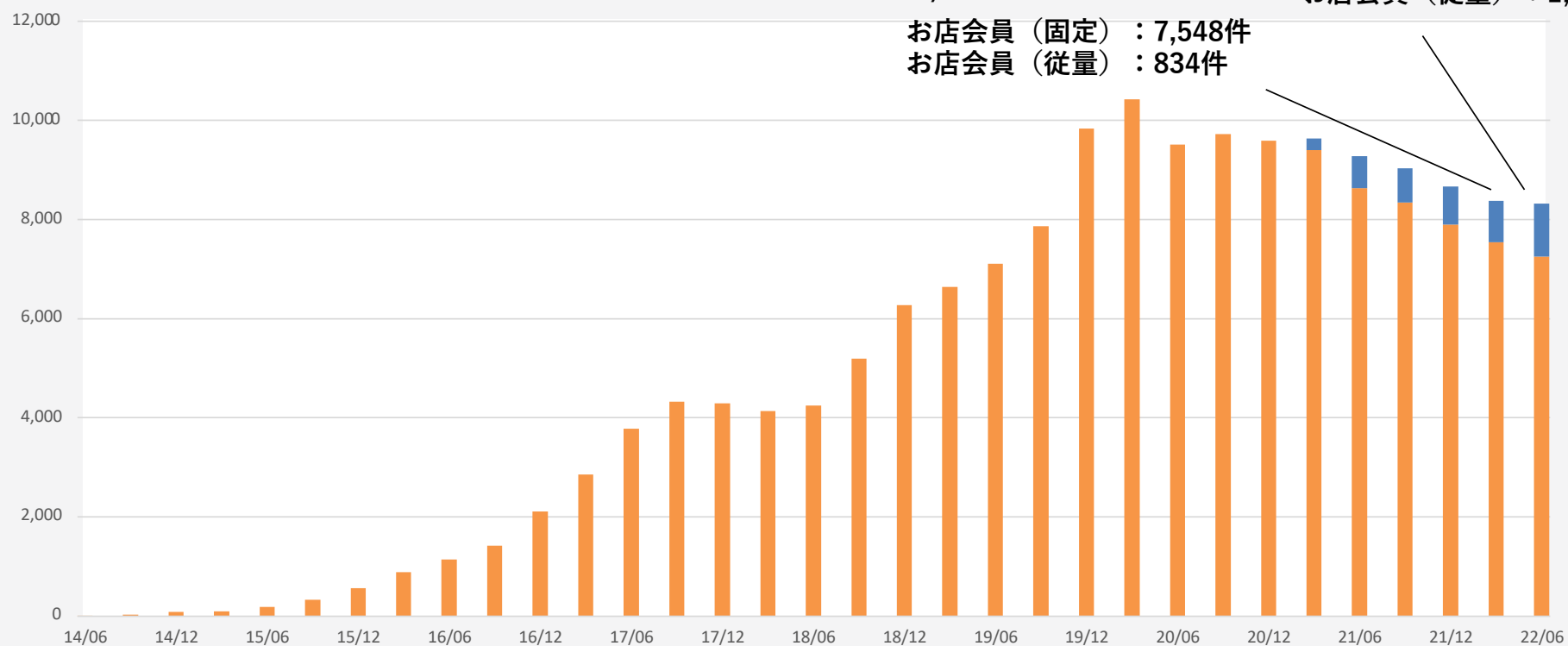
2022年年明けから続くオミクロン株の感染拡大の影響を受けながらも、新規参画店舗数は緩やかに回復し、6月には400件台に乗り回復の兆しを見せる



1 | 有料お店会員数推移

2022年第3四半期のお店会員数（固定+従量）は8,320件となった

お店会員数（固定+従量）四半期推移（件）



8,382件

お店会員（固定）：7,548件
お店会員（従量）：834件

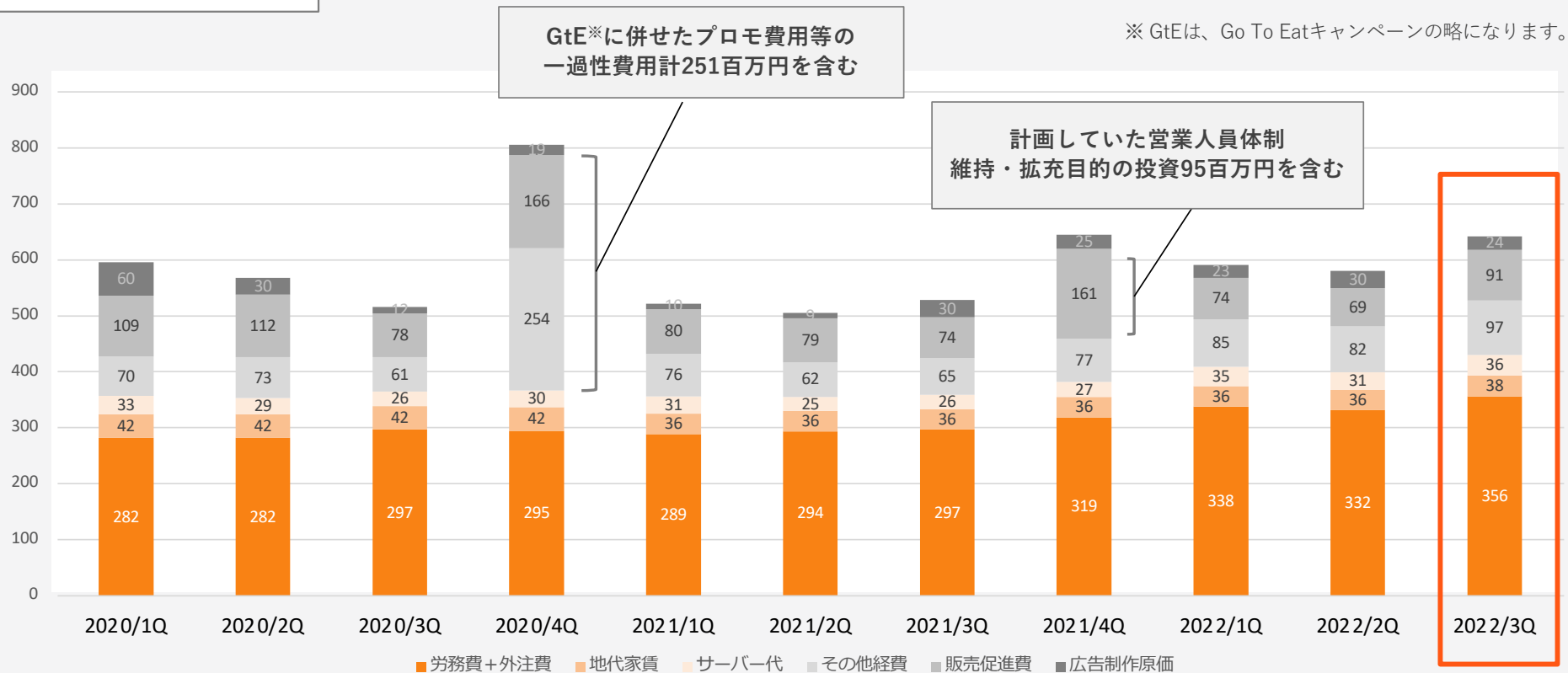
8,320件


お店会員（固定）：7,251件
お店会員（従量）：1,069件

1 | コスト構造の推移

投資による人件費増・採用コスト増が増減のメインであり計画通りの進捗で、コントロール下にある

四半期コスト推移（百万円）



- 
1. 2022年9月期 第3四半期実績
 2. 2022年9月期 通期業績見通し
 3. 今後の成長戦略
(補足資料)

2 | 今後のコロナの状況と業績の関係性

既に終了した緊急事態宣言は計画に織り込んでいるものの、足元の感染拡大は織り込んでいないため注視が必要



既に終了している緊急事態宣言・まん延防止等重点措置に関しては、計画策定時から一定程度の影響を想定しており、計画には既に織り込み済み



一方で、足元感染拡大の懸念が増大している**第7波**に関しては、**その影響を計画には織り込んでいない**ため、今後感染拡大状況やそれにとまなう外食機会の減少などに注視が必要



現時点では、開示している**通期業績見通し**を維持

2 | 2022年9月期 通期業績見通し

通期業績見通しは維持

2021年9月期 実績	計画の前提	2022年9月期 業績見通し
<p>売上 1,938百万円</p> <p>営業損失 -283百万円</p>	<p>2022年春 本格的な販促回復</p> <ul style="list-style-type: none">• 足元で飲食店の来店者数は回復を開始• 一方、今冬にかけて新型コロナウイルス感染症の再拡大の可能性を織り込む• それらに伴い、22年春頃から飲食店の販促意欲が本格的に回復と仮定	<p>売上 1,810百万円</p> <p>営業損失 -764百万円</p>
		<p>投資 471百万円 を含む</p>



1. 2022年9月期 第3四半期実績

2. 2022年9月期 通期業績見通し

3. 今後の成長戦略

(補足資料)

3 | 今期の投資の方針

外部環境の変化に機動的に対応しつつ、黒字化の実現と長期的な成長最大化を見据えて、投資対効果の高いものに絞って投資していく

外部環境に応じて投資のスコープを随時見直し

飲食店販売チャネルへの投資

直販人員採用

外部販売
体制構築

今年度の採用は完了
外部販売体制は効果の高い
ものに絞って投資

DXプロダクトへの投資

既存サービス
利便性改善

新規プロダクト
開発

集客力強化にインパクトし
効果の高いものを**選択的に実施**

3 | 第3四半期におけるプロダクト開発の進捗(一部抜粋)

ユーザーの利便性向上や、それに伴う予約の増加に向けた様々な開発が進捗



ネット予約数増加のための
PayPay連携キャンペーン

飲食店検索強化のための
ネット予約ステッカーの配布

飲食店検索強化のための
検索基盤のリニューアル

ネット予約体験強化のための
アプリの機能改善



3 | ネット予約促進のためのPayPayキャンペーンを実施

Rettyでのネット予約数増加を狙い、顧客満足度の高いPayPayポイントキャンペーンを展開



夏のPayPayポイントキャンペーン

Retty全ネット予約可能店舗で
ネット予約・来店すると

もれなく **500円** 相当

PayPayポイントがもらえる!

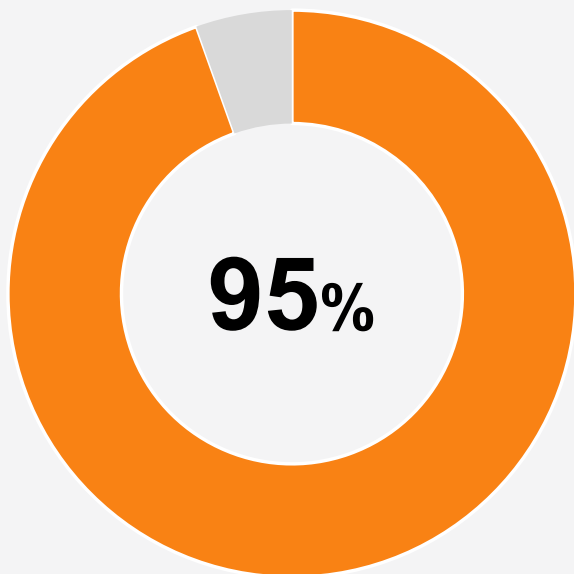
※期間中お一人様1回まで

キャンペーン期間：2022年7月25日(月)00:00～9月25日(日)23:59

3 | 採用競争力は健在

採用競争力は依然健在であり、今年度予定の採用は95%完了。今後も事業の進展状況などに合わせて機動的に採用活動を展開可能。

本年度採用予定数に対して
6月末時点で95%を完了



エンジニアインターンにおいては、
サポーターズ社のランキングに掲載



3 | 今後の新型コロナウイルス感染症拡大の影響

国内でも、諸外国同様に新型コロナウイルス感染症に対する認識を改める動きが見られ、今後は外食業界の活性化が見込まれる

新型コロナウイルスの分類引き下げの動きも

新型コロナ「2類」からの引き下げを検討 岸田首相、第7波収束後に

新型コロナウィルス

松山紫乃 2022年7月31日 20時06分

シェア ツイート BIブックマーク メール 印刷

list

コメントプラス

牧原出さんのコメント



新型コロナ対策などについて、取材に応じる岸田文雄首相=2022年7月29日午後7時18分、首相官邸、上田幸一撮影

岸田文雄 首相は7月31日、新型コロナウイルスについて、感染者が急増している「第7波」の収束後に感染症法上の扱いを、現行の「2類相当」から引き下げる検討を進める考えを示した。現在、感染者の全数を把握するなど厳格な措置が取られており、保健所などの業務の圧迫が指摘されていた。

※出典：朝日新聞デジタル

欧米比で回復が遅れている 国内の外食需要の復活が見込まれる

飲食店予約、欧米はコロナ前超え 日本は回復遅れ

新型コロナ +フォローする

2022年6月11日 19:30 (2022年6月11日 22:57更新) [有料会員限定]

保存

メール 共有 ツイート Facebook 共有

新型コロナウイルス禍での行動制限が緩和されたことを受け、日米欧の夕食時間帯の飲食店の利用に変化が見られ始めている。5月末の英国などではディナーの予約件数はコロナ前の水準を大きく上回る水準に復調し、米国では深夜帯の客足が戻りきらない。脱巣ごもり消費の追いすが問われることになる。

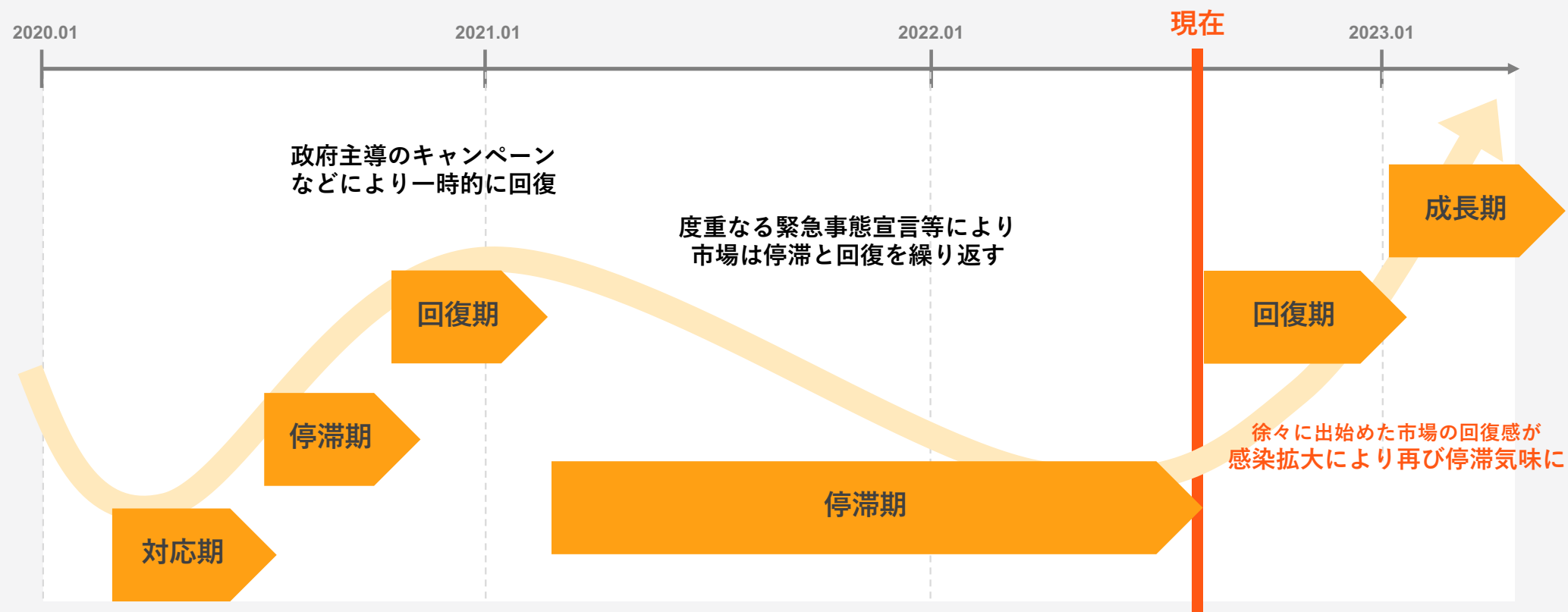
人気レストランが集まるロンドンぎっての繁華街、メイ

69.5%
7/18~7/24
国内飲食店予約数の回復率^{※1}
(2019年同時期比)

※出典：日経電子版

3 | 来たる回復・成長直前フェーズを見据えた足場固めを重視

回復の兆しは、足元での感染者数拡大によりやや足踏みしている状態に。焦らずに回復期や通常成長期を見据えた足場固めを着々と進める。



3 | FRM集客支援商品のターゲットとなる市場について

顕在化している6万店舗の速やかな有料店舗化を狙う



※1 経済産業省：飲食関連産業の動向(2016)における「飲食サービス業事業所（2014年時点）」数値を参照しております。

※2 東京+政令指定都市の存在する都道府県に位置する飲食店舗数を母数に、LINE社アンケート（2018年3月、販売促進に関するアンケート）中の「新規集客やリピート対策にかかる月間の費用が5千円以上」の店舗の割合を参考に計算した数値です。

※3 他社グルメサービスの決算資料より2021年6月末時点の有料会員数を元に、併用率を考慮して弊社にて算出した数値です。

3 | 足元の資金余裕度

資本性劣後ローンや当座貸越枠などにより、今後の成長への投資に対しての資金的余裕を維持

[6月末時点、単位百万円]



補足資料



マネジメント紹介（取締役）



代表取締役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 HR室室長
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。



社外取締役
本田 浩之

株式会社リクルート（現株式会社リクルートホールディングス）にて取締役兼専務執行役員を経験。多くのIT企業にて社外取締役を勤める。



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勤める。



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社の社外役員を勤める。



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。

マネジメント紹介（執行役員）



執行役員 セールス部門長
安東太郎

株式会社リクルート(現株式会社リクルートホールディングス)にてホットペッパーグルメ首都圏責任者、ベルシステム24を経て、Rettyに入社。



執行役員 エンジニアリング部門長
小迫明弘

エンジニアとして、複数回の起業で企画やデザイン等も経験した後、Rettyに入社。現在はVPoEを務める。



執行役員 プロダクト部門長
野口大貴

京都大学卒。株式会社Speeeを経て、2015年にRettyに入社。グロースチームマネージャーや新卒採用責任者を経て現職。



執行役員 CFO/コーポレート部門長
土谷祐三郎

監査法人、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。



執行役員 IR・経営企画室室長
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に入社。



執行役員 事業統括室室長
川野寛治

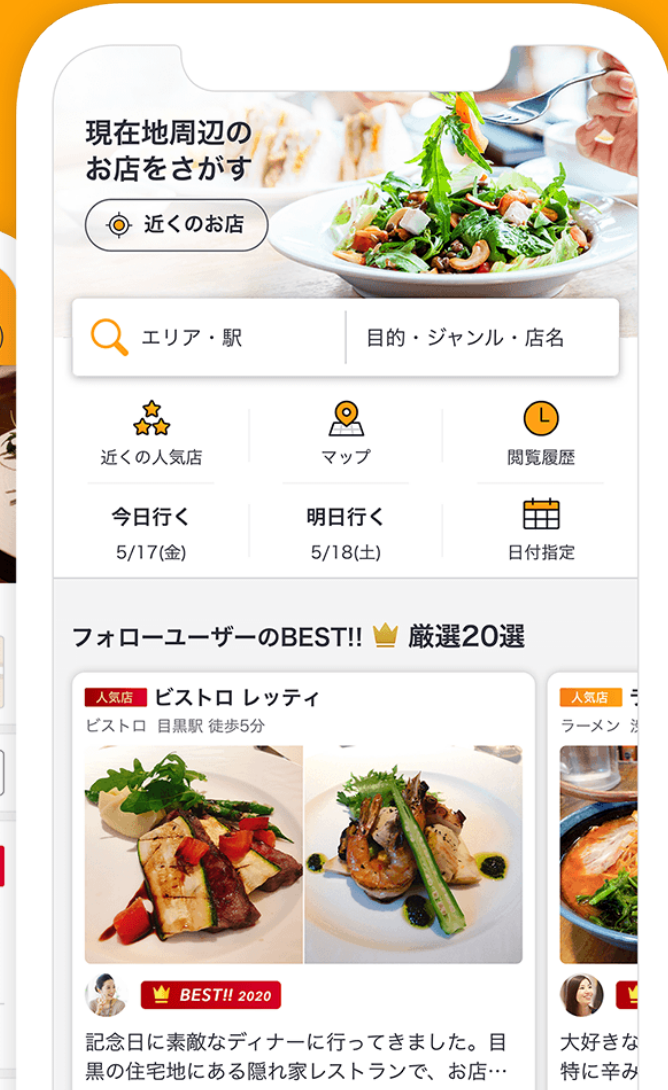
ホームページ制作・運営会社で営業部門の責任者や複数部門の部長を経て、2016年Rettyに入社。

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

実名型



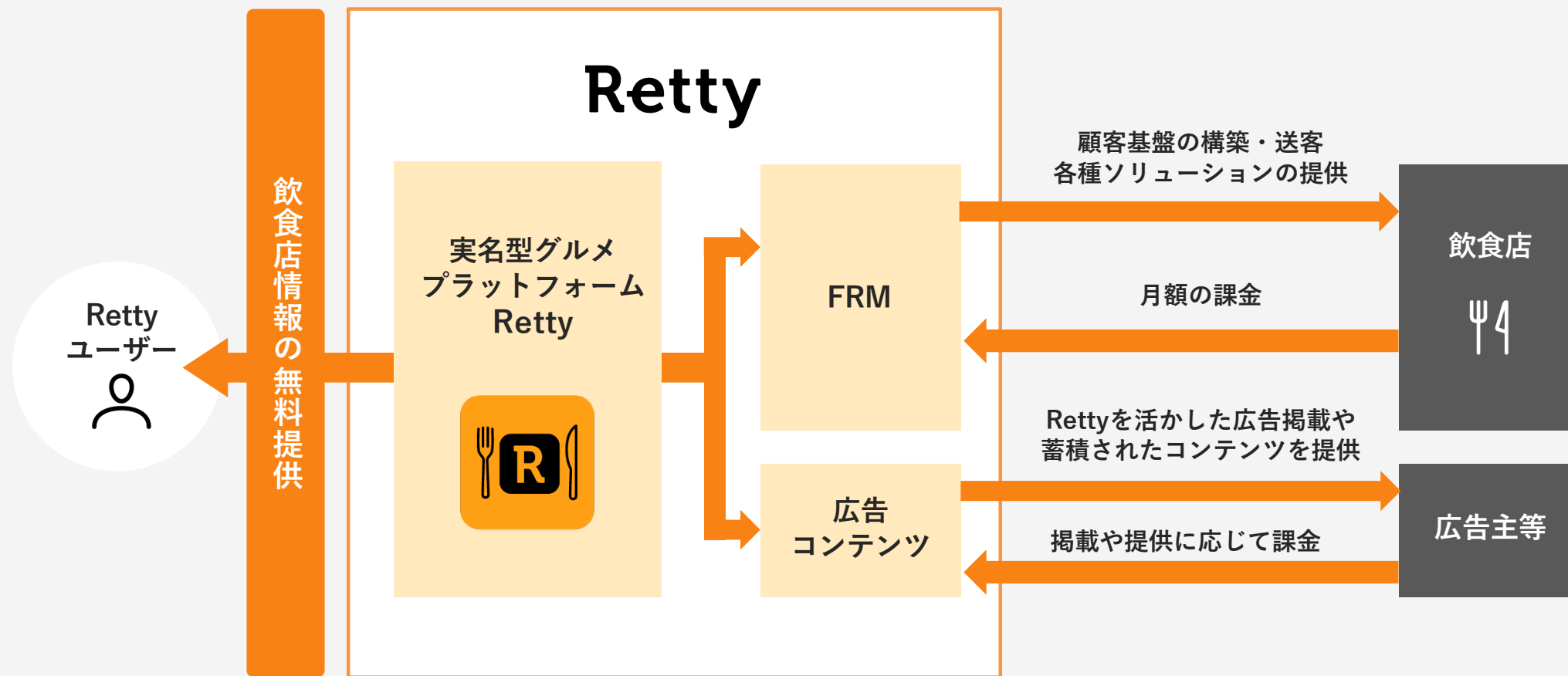
点数評価のない
おすすめの口コミ



「ヒト」から探す



ビジネスモデル



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**

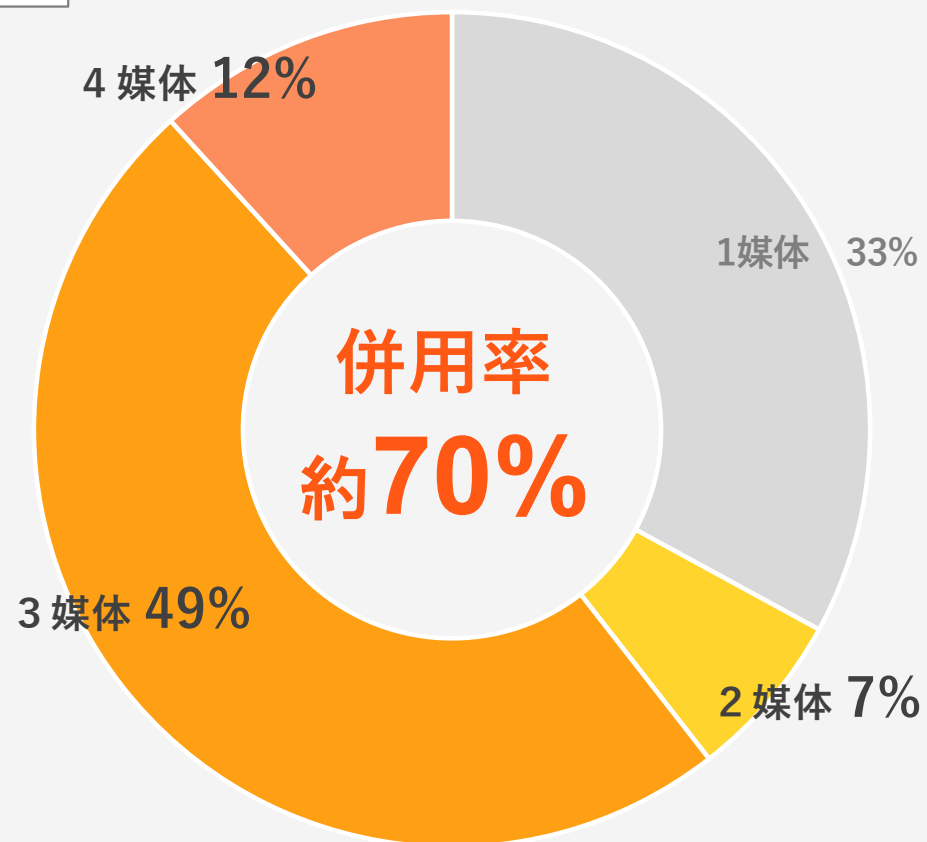
✓ 飲食店の要望を受けての「**テイクアウト**」商品のローンチ

✓ 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



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

↑
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のネット予約昨日が利用できるプラン。月額固定の課金はなく、ネット予約に応じて従量課金。(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。	

対象となる店舗
(ターゲット顧客店舗数)

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)

お店会員（固定）の4-6月の主要KPI（定義変更反映前）

解約率はテイクアウトプランの影響で悪化、新規参画店舗数は6月に400件台を回復

売上

=

有料お店会員数

×

単価 (ARPU ※2)

有料お店会員の変動要因

新規参画店舗数

307~413件/月
(月次で増加傾向)

満期解約率※1

3.1%程度
(2021年7月~2022年6月平均)

店舗販売価格ベース

16.9千円

PL計上ベース

13.1千円

(2022年3月末時点)

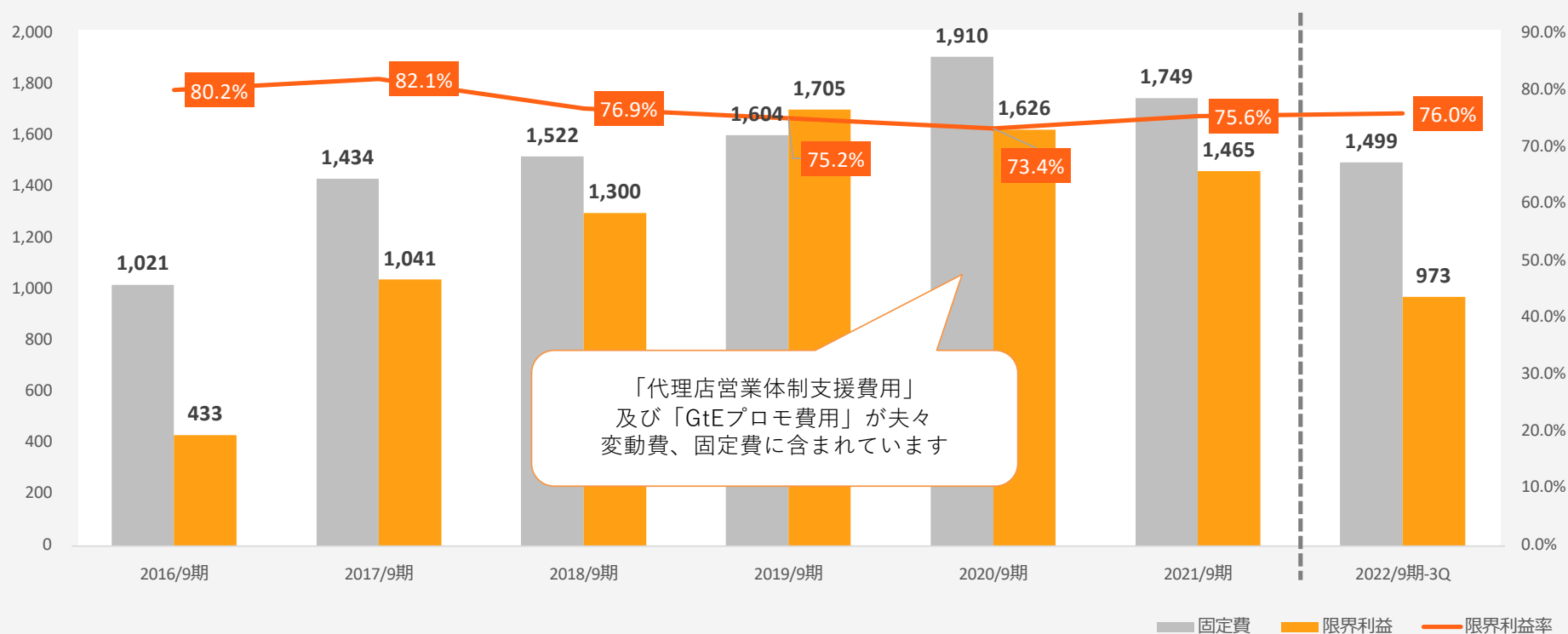
※1 全有料店舗数に占める、契約期間が終了し更新タイミングにて解約した店舗数の割合の平均値となります。

※2 チェーン店舗向けトライアル契約（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形式）を除く、店舗請求ベースのARPU（オプションも含む）としております。

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

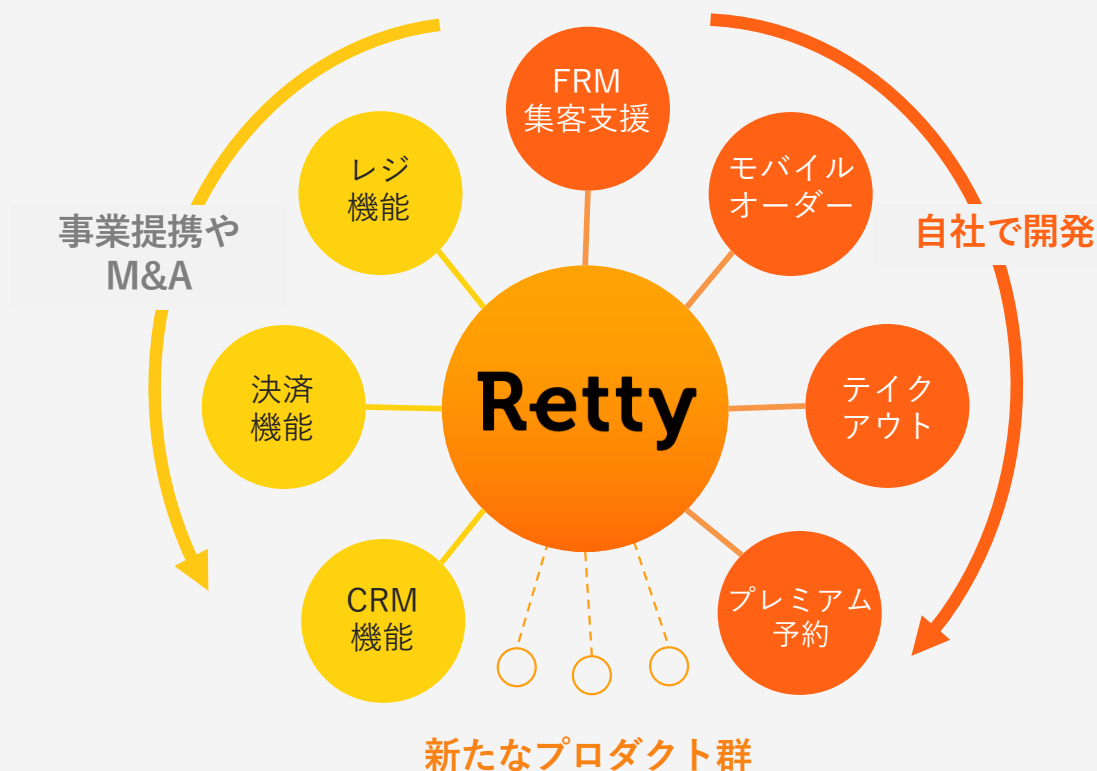
DXプロダクトを拡充し、飲食店への価値提供範囲を拡大

約3.2億円を投資して、モバイルオーダーやテイクアウトなどDXプロダクトの開発を進め、飲食店がニーズに合わせてカスタマイズできるプロダクト群として提供し、ARPUの重層化を狙う

飲食店経営をDXする

統合的なプロダクト群

としての提供を目指す



モバイルオーダーにより飲食店は業務効率を向上

モバイルオーダーの提供価値

オフラインのデータ獲得

お客様自身のスマホから注文



Retty

業務比較

お店の業務が大きく減る (= 価格・料理品質に投資が可能に)

	既存の オーダーシステム	モバイル オーダーシステム
1. オーダーをとる	 お店	 お客様
2. 厨房に注文内容伝達	 お店	 自動
3. 料理を運ぶ	 お店	 お店
4. 会計処理をする	 お店	 お客様

今回の投資により実現したい成長イメージ

売上の
イメージ

投資した場合の成長

- DXプロダクトのラインナップが強化され、飲食店のDXに幅広く貢献
- 販売チャネルも強化され上記のDXプロダクトをより多くの飲食店に提供

投資なしの場合の成長

- コロナ前の500件/月の獲得水準で、保有店舗数・売上を漸次積み上げ

■ 全社売上（投資なし）
■ 全社売上（投資貢献部分）

～5年後

※グラフはイメージとなります

利益の
イメージ

上記売上の達成により
2024年9月期での黒字化を目指す

※グラフはイメージとなります

コロナ影響期

成長のための投資期
(2年間)

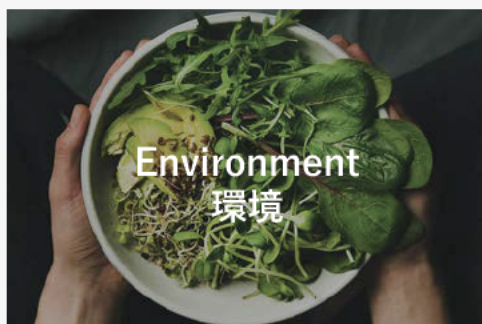
利益拡大期
(3年目以降)

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/>

ビジョンアップデートに伴うイメージビデオの作成

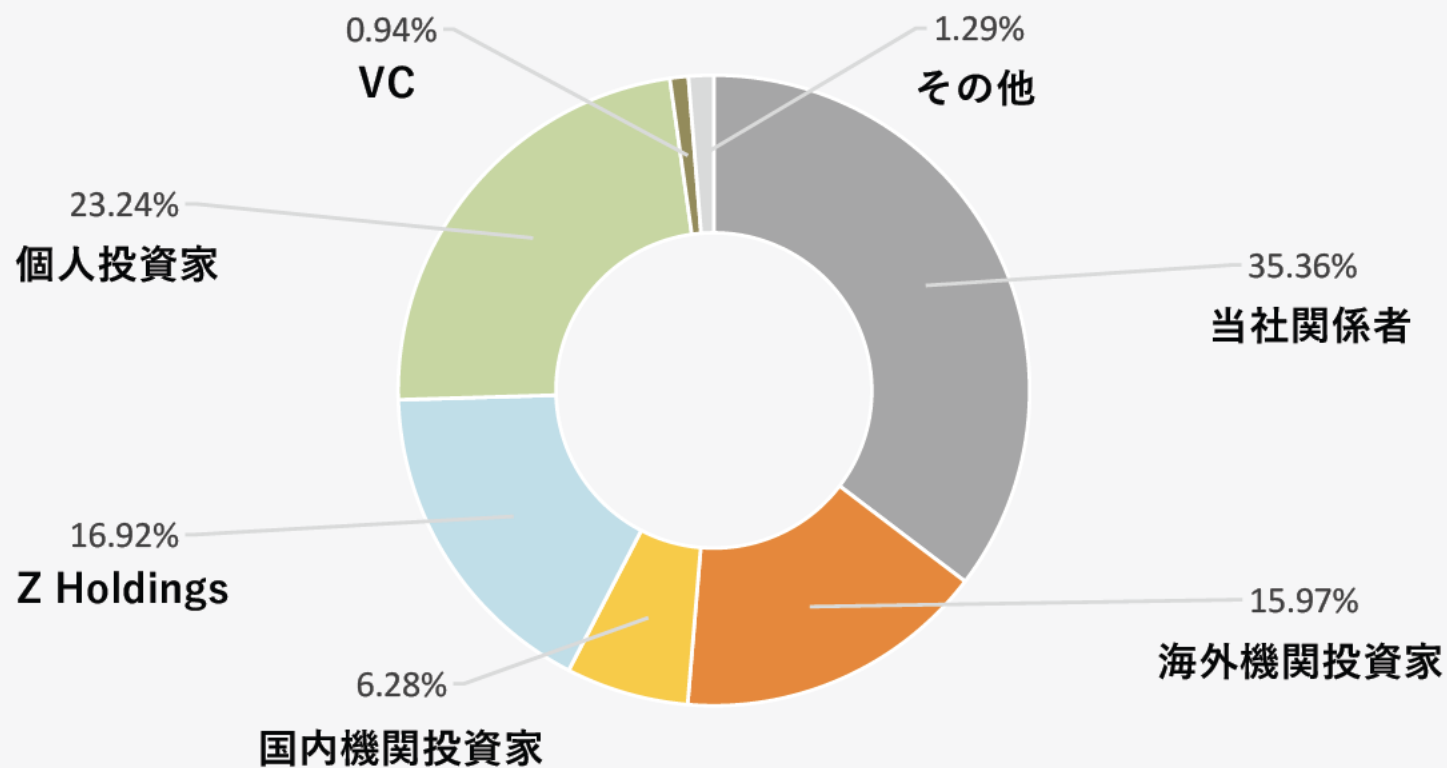


新たな「食体験」を創り上げ、人生をもっとHappyに。

<https://www.youtube.com/watch?v=DEjr2bWp1l>



株主構成（2022年3月末時点）



会社概要(2022年6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

630百万円

従業員数

149名

ユーザー数

2,600万人 (2022年5月末時点)

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。