

Retty

成長可能性に関する説明資料

Retty株式会社 2025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 | サービスイメージ



あなたにBESTな
お店が見つかる



1 | マネジメント紹介（執行体制）

代表取締役 社長
執行役員 事業戦略部門担当



平野雅也

大学卒業後、2014年に当社の新卒一期生として入社。ユーザーグロースの牽引やデータ分析組織の立ち上げを経て、事業戦略部門の執行役員に。

取締役 会長
執行役員 事業開発部門担当



武田和也

Retty創業者。大学卒業後、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したのち当社を創業。

執行役員 予算統括担当



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算管理を担当。

取締役
執行役員 コーポレート部門担当



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。

執行役員 プロダクト部門担当



飯田悠斗

2019年に新卒で当社入社。データアナリスト/PdMとして、プロダクト戦略の立案から施策実行までをリード。

執行役員 セールス部門担当



赤松朝子

ソフトバンク株式会社、楽天株式会社を経て2017年に当社入社。代理店開拓や直販営業組織の責任者として勤務。

執行役員 カスタマーサクセス部門担当



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。

1 | マネジメント紹介（社外取締役）

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。

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。

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。

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。

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



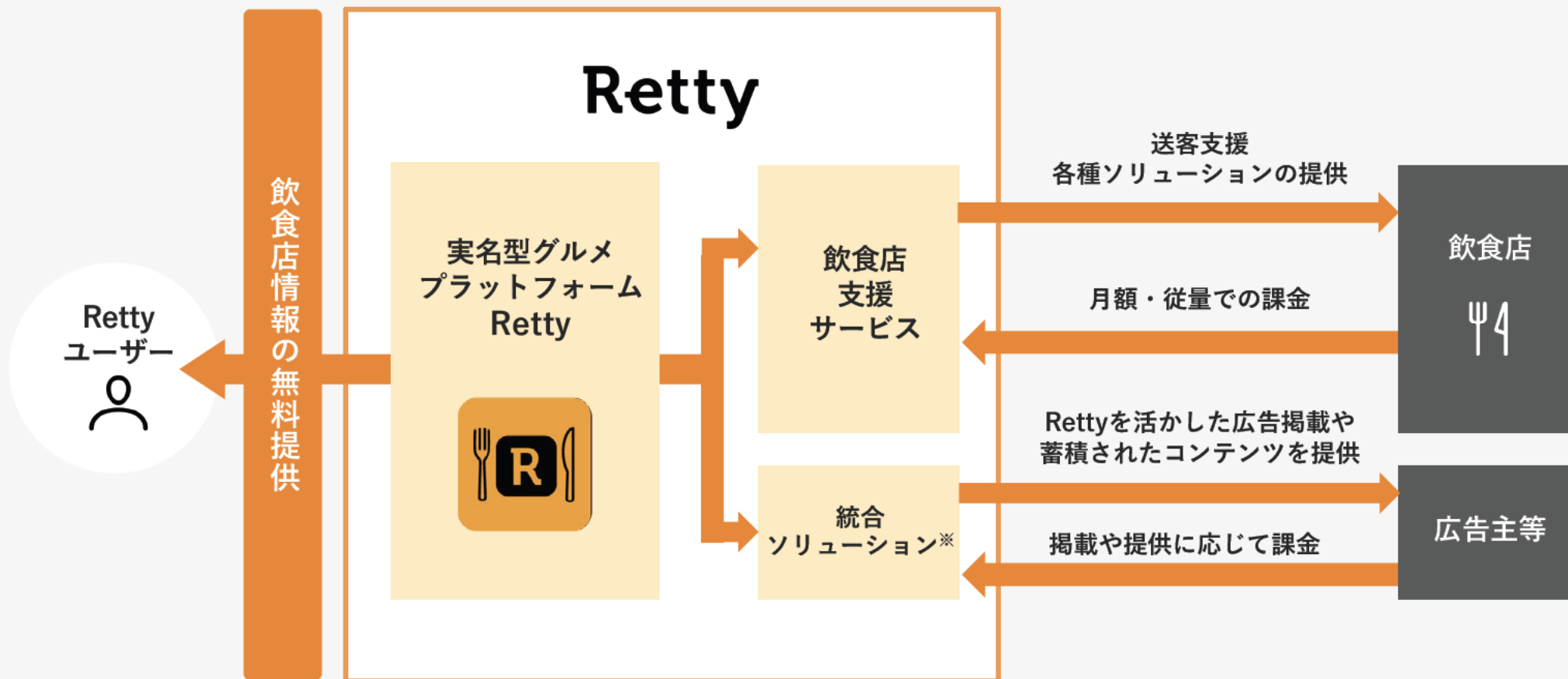
点数評価のない
おすすめの口コミ



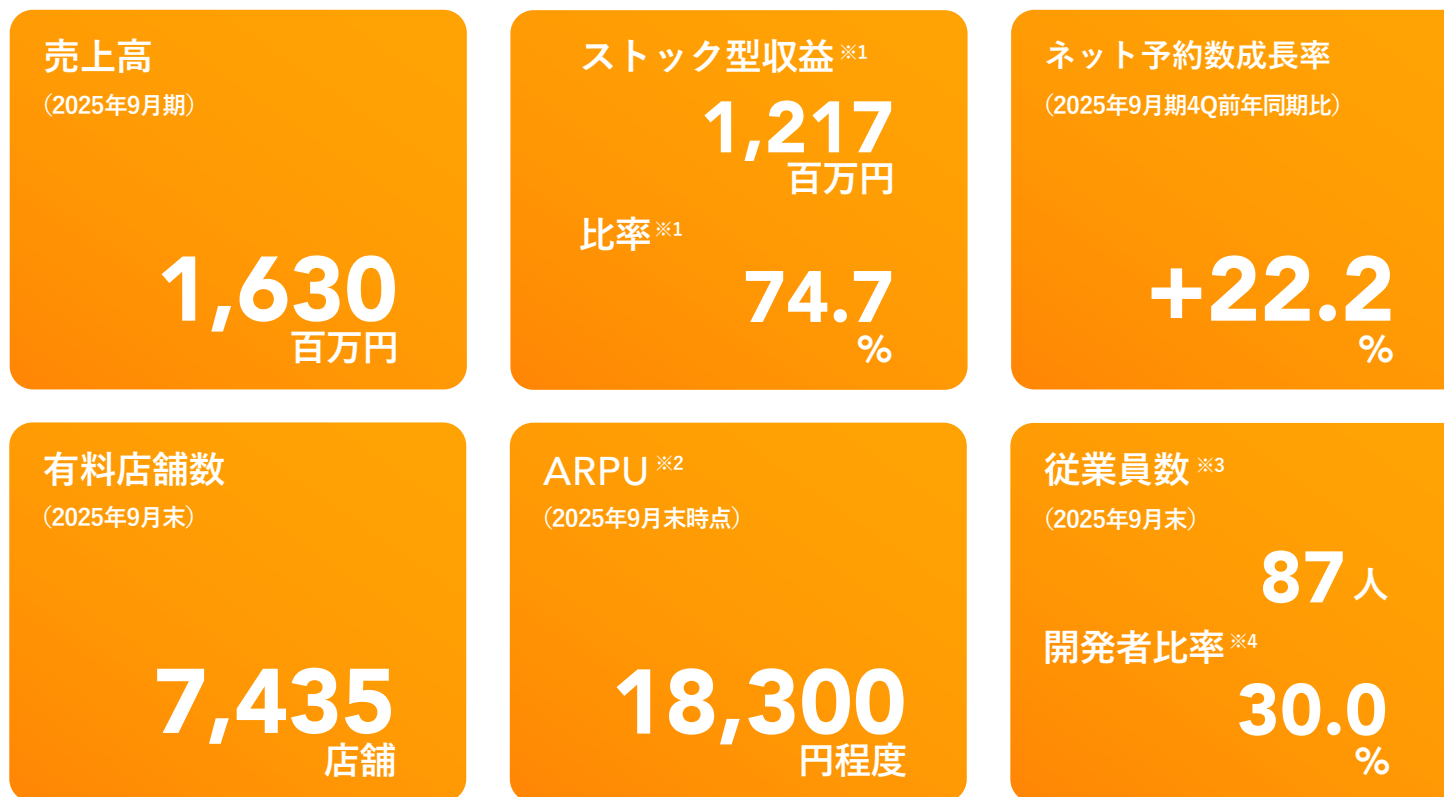
「ヒト」から探す



1 | ビジネスモデル



1 | At a Glance

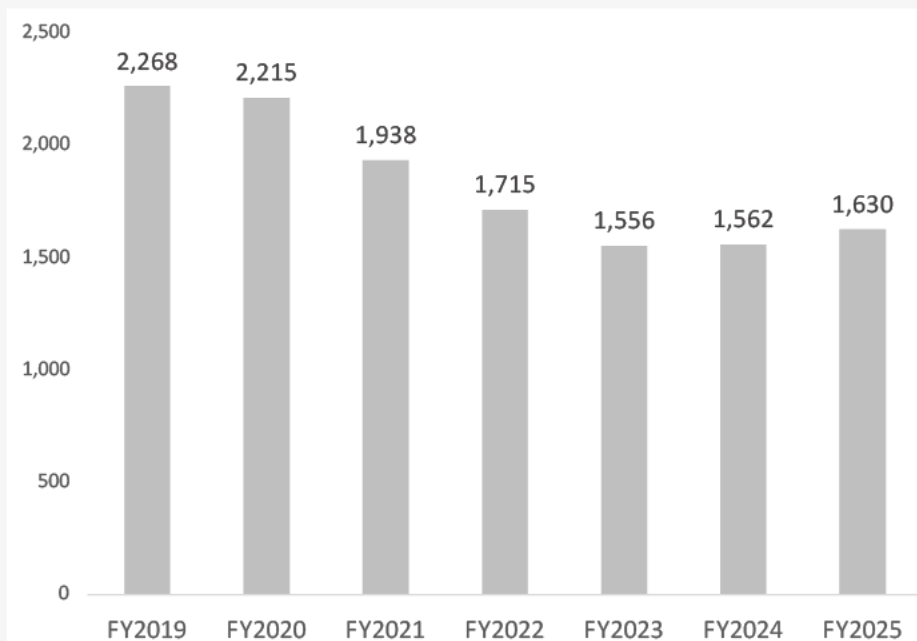


※1 飲食店支援サービスの売上高をストック型収益と定義しております。
※2 お店会員店舗（固定）のARPUとしております。
※3 正社員の人数をカウントしております。
※4 開発者比率は、プロダクト部門の全社員数を従業員数で除した数値です。

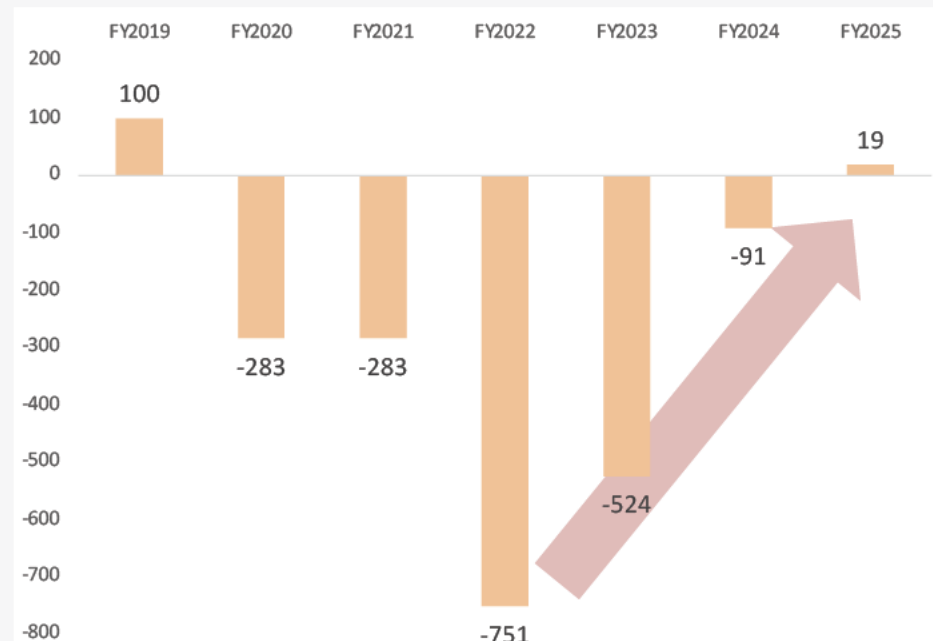
1 | 売上・営業損益推移

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し営業黒字化を達成

売上推移（百万円）



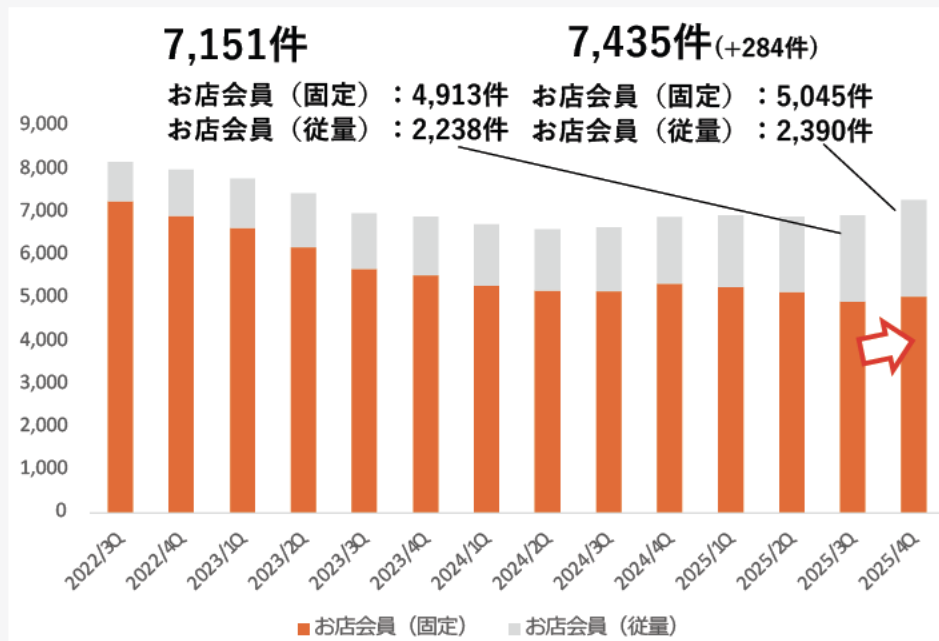
営業損益推移（百万円）



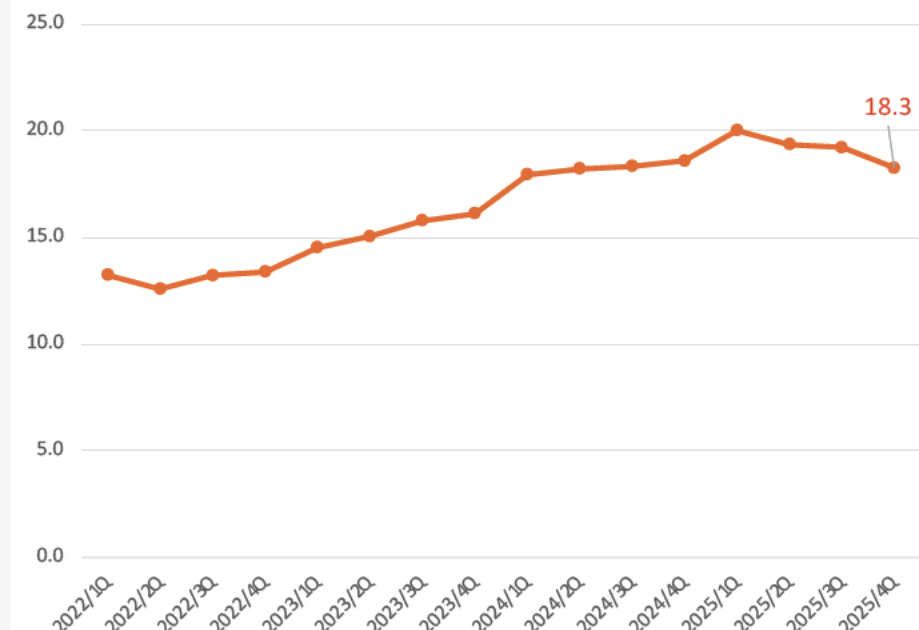
1 | 有料お店会員数推移

2025年9月末時点の有料お店会員数（固定＋従量）は7,435件と前四半期末と比較して284件増加した。廉価な法人プランが一時的に増加したことがARPU上昇の抑制原因に。

お店会員数（固定＋従量）四半期推移（件）



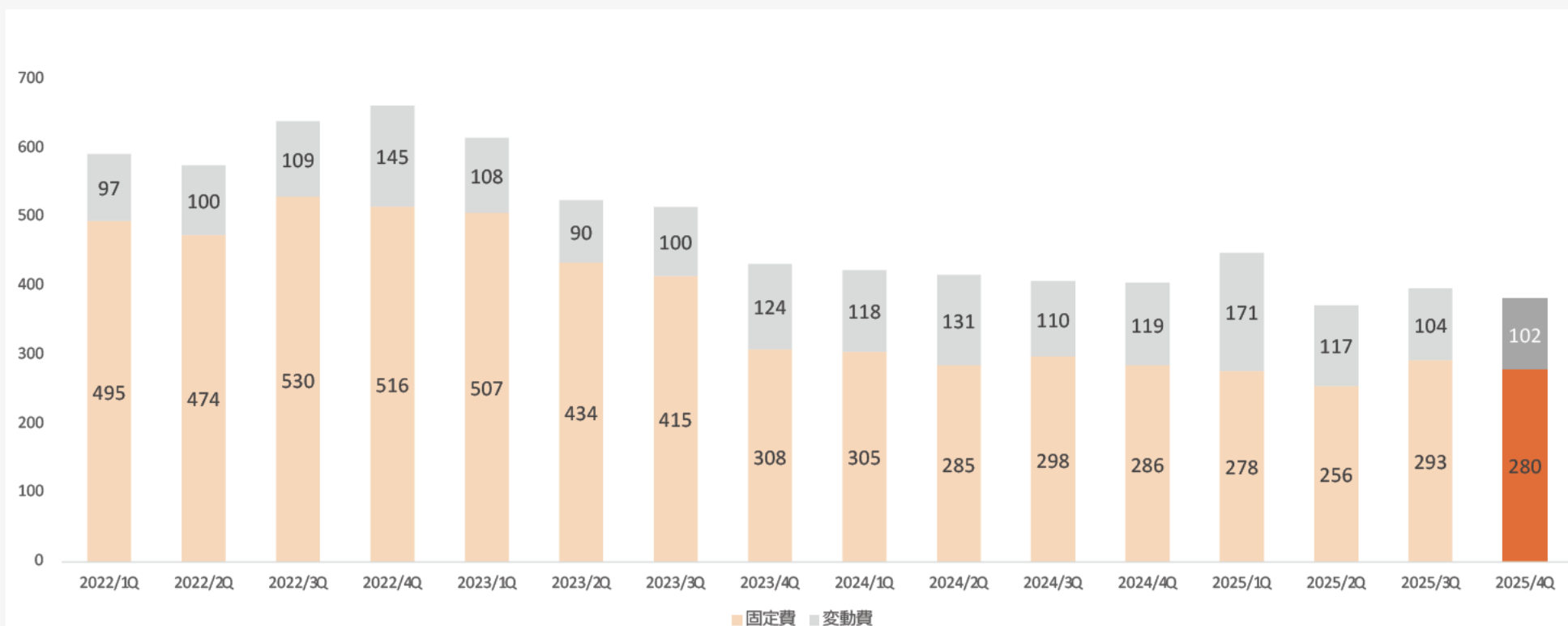
ARPU（固定プラン・PL計上価格/千円）※



1 | 固定費の維持

引き続き人件費の適正化や徹底したコスト管理により、固定費削減を実現し、筋肉質な経営体制を維持

四半期コスト推移（百万円）



1 | ネット予約送客人数の推移

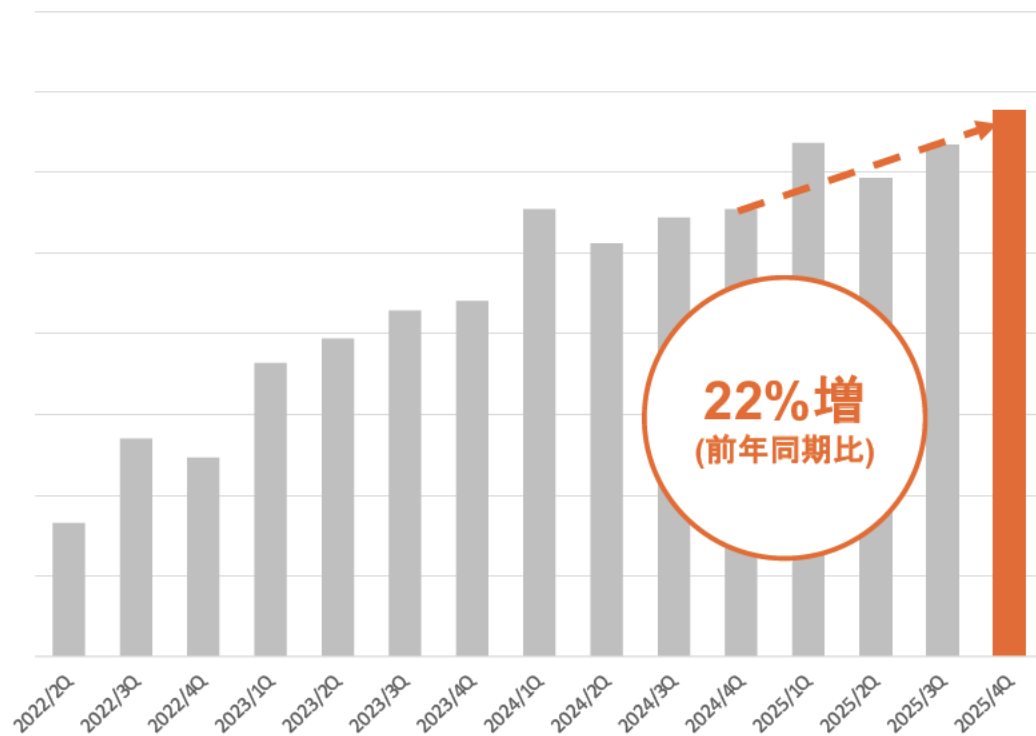
当社の最重要KPIであるネット予約送客人数は、運用コストを抑制する一方で戦略的な開発投資も行い、前年同期比で平均+22%の水準となり、継続した増加傾向にある

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



ネット予約送客人数の推移



1 | 2025年9月期の成長戦略の振り返り

ネット予約を中心としたLTV※の向上や広告コンテンツにおいては一定程度成果が出た一方で、お店会員店舗数（特に固定）の積み上げには苦戦

2025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の向上

- お店発見・予約体験の磨き込みによる先行指標としてのネット予約人数成長の維持・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

- ネット予約は前年同四半期比+22%増加
- ARPUは法人プランの影響もあり前年同四半期比で横ばい

セールス組織への投資
による新規参画店舗数増加

- 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

- 直販チャンネルは順調に売上を増加させることに成功
- 一方で、代理店チャンネルに関しては計画よりもビハインド

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、大型受注につながったナショナルクライアントとの関係を強化し、当社アセットを活用した取り組みを推進

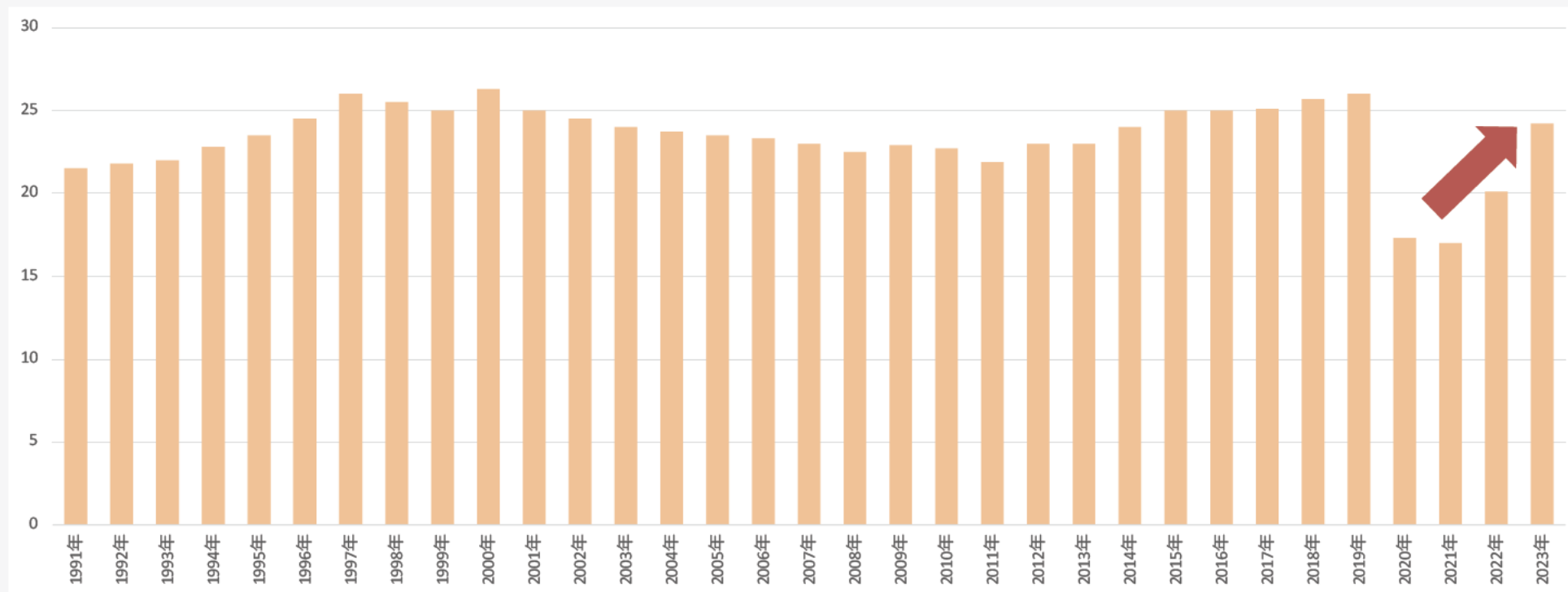
- ナショナルクライアントを中心に受注が進み計画に対して順調な結果に

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

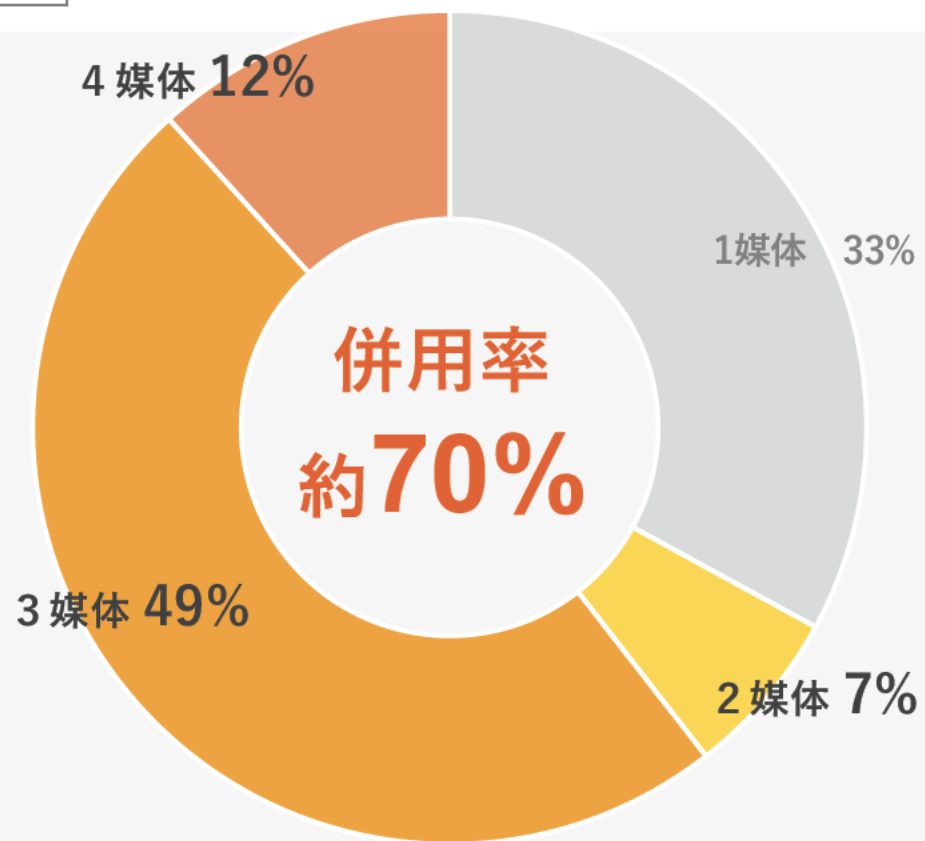
2 | 外食市場の回復

外食市場は新型コロナウイルスの影響もあり2020年に急落したものの、2023年にコロナ前の水準近くまで回復し、市場規模は約24兆円に



2 | 併用される集客支援サービス

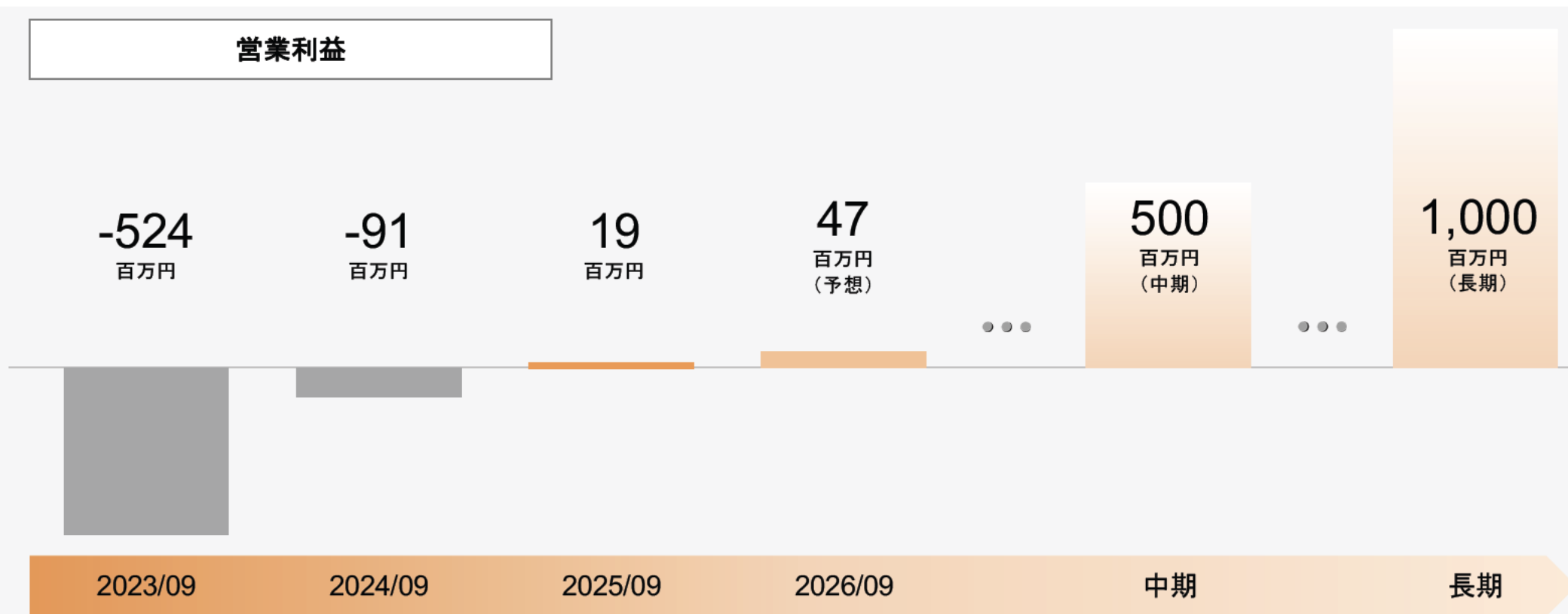
飲食店における集客サービス導入数※



2 | フェーズの変遷

2025年9月期に実現した通期黒字化を維持し、2027年以降の中長期での利益最大化を目指す

営業利益



2 | 成長戦略のグランドデザイン

2026年9月期は安定した黒字体質の構築を目指す期として位置付ける。また、2027年9月期以降はサービスの独自ポジションを確立し、収益拡大を目指す。

		短期（FY2026）	中期（FY2027~29）	長期（FY2030~）
テーマ		安定した黒字体質の構築	独自ポジションでのグロースと収益源の拡張	独自ポジションの確立と収益ポートフォリオの多軸化
事業方針	飲食店支援サービス	保有売上の純増と独自ポジションでのPMF <ul style="list-style-type: none"> 直販組織の強化 商品/メディアの独自性構築 	特定販促領域における独自ポジションでのグロース <ul style="list-style-type: none"> 商品独自性の磨き込み/保有積み上げ加速 	販促領域全体における独自ポジションの確立 <ul style="list-style-type: none"> 商品独自性の磨き込み/保有積み上げ加速
	統合ソリューション※	<ul style="list-style-type: none"> 既存顧客の強化と既存ソリューションを活用した新規開拓 既存アセットを活用し周辺領域における新たなビジネスの創出 	<ul style="list-style-type: none"> 既存顧客の強化と既存ソリューションを活用した新規開拓 周辺領域の収益化 	<ul style="list-style-type: none"> 既存顧客の強化と既存ソリューションを活用した新規開拓 周辺領域から収益柱を複数確立

2 | 2026年9月期の取り組み方針

直販組織の強化を中心に、飲食店支援サービスの売上拡大を目指す。プロダクトに関しては、飲食店の特性と、顧客の趣味趣向・シーンを適切にマッチングするために、データやAIを活用。

2026年9月期の方針

販売チャネル
(直販組織への投資)

- 飲食店支援サービスにおいては、従来通り、再現性のある形で伸ばすことに成功している直販チャネルに関して、今後も継続して強化し、有料お店会員数及び売上の積み上げを目指す

プロダクト
(個別最適化の推進)

- 幅広い飲食店の特性と個別化の進む顧客の趣味趣向・シーンを適切にマッチングするために当社のデータやAIを活用してサービスの利便性向上を目指す

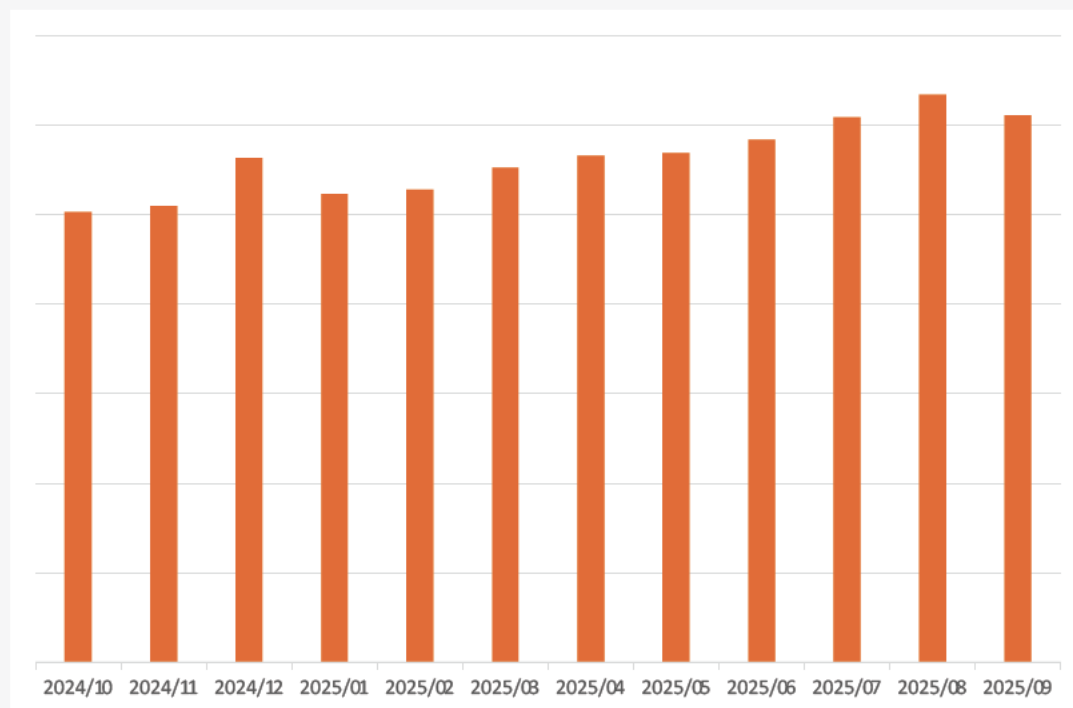
統合ソリューション

- 広告コンテンツの名称を、広告・コンテンツに加えシステム開発・飲食店開拓・調査など統合的なソリューションを提供している実態に鑑みて「**統合ソリューション**」に変更し、従来通りナショナルクライアントへの注力を継続

2 | 直販組織への投資

2023年9月期以降、継続して伸ばすことに成功した直販チャネルに関しては、再現性を活かして今後も継続して強化し、お店会員店舗数・売上の増加を目指す

直販チャネルによる売上の月次推移



投資の方向性

クローザーの新規採用

アルバイトアポインター組織の
大幅増強

マーケ手法の活用による
商談数の最大化

2 | 統合ソリューションにおけるナショナルクライアントとの取り組み強化

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

飲食店支援事業のストック構造、および統合ソリューションの売上総利益重視のスタンスにより、今期の売上は微減、売上総利益は微増、営業利益は+143%の成長を見込む。



飲食店支援事業に関しては、直販を中心に売上を伸ばしていく見込みだが、当期期初の有料会員店舗数（固定）が前年度期初に比べて減少していることから、今期の売上の増加は限定的



統合ソリューションに関しては、売上総利益率を重視した営業戦略で臨むため、売上総利益は成長を見込むが、売上は10%程度の減少となる見込み



上記の結果として、売上はほぼ横ばいの1,603百万円、**営業利益は+143%成長の47百万円**を見込む

3 | 2026年9月期 通期業績見通し

2025年9月期 実績

売上

1,630百万円

売上総利益

1,142百万円

営業利益

19百万円

2026年9月期
業績見通し

売上

1,603百万円

売上総利益

1,170百万円

営業利益

47百万円



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

競合他社の動向についてのリスク

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。

影響度：中 時期：不明 可能性：小

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。

検索エンジンへの対応について

「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。

影響度：中 時期：不明 可能性：小

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。

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

有料お店会員店舗数（固定＋従量）は当事業年度を通じて増加している一方、より単価の高いプランであるお店会員店舗数（固定）は当事業年度を通じて減少しており、いまだお店会員店舗数が力強く増えていく状態ではなく、その結果として当事業年度は営業利益を19百万円計上したものの、営業キャッシュ・フローが継続してマイナスであることを鑑み、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足元では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強化及び生産性の向上による売上の純増、②過去に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

リピート集客

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
			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
		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、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)

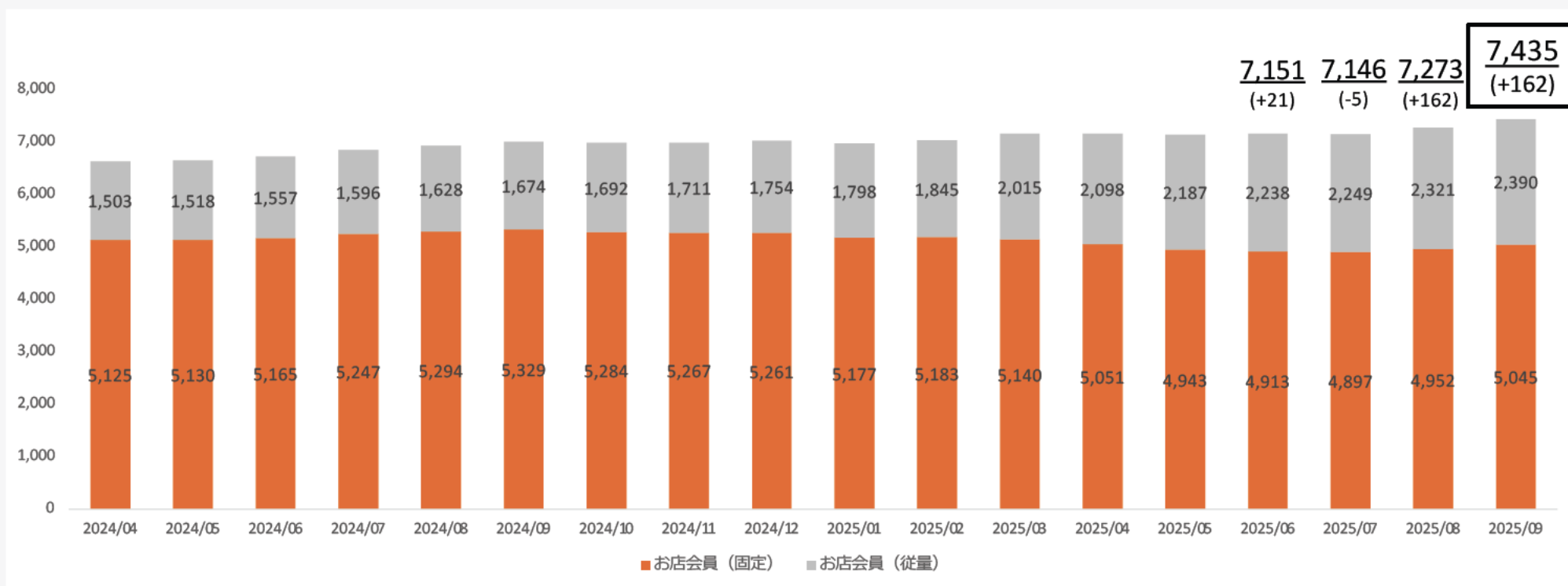
個店
(数十万店舗)

高級店・人気店
(約3万店舗)

全飲食店
(約70万店舗)

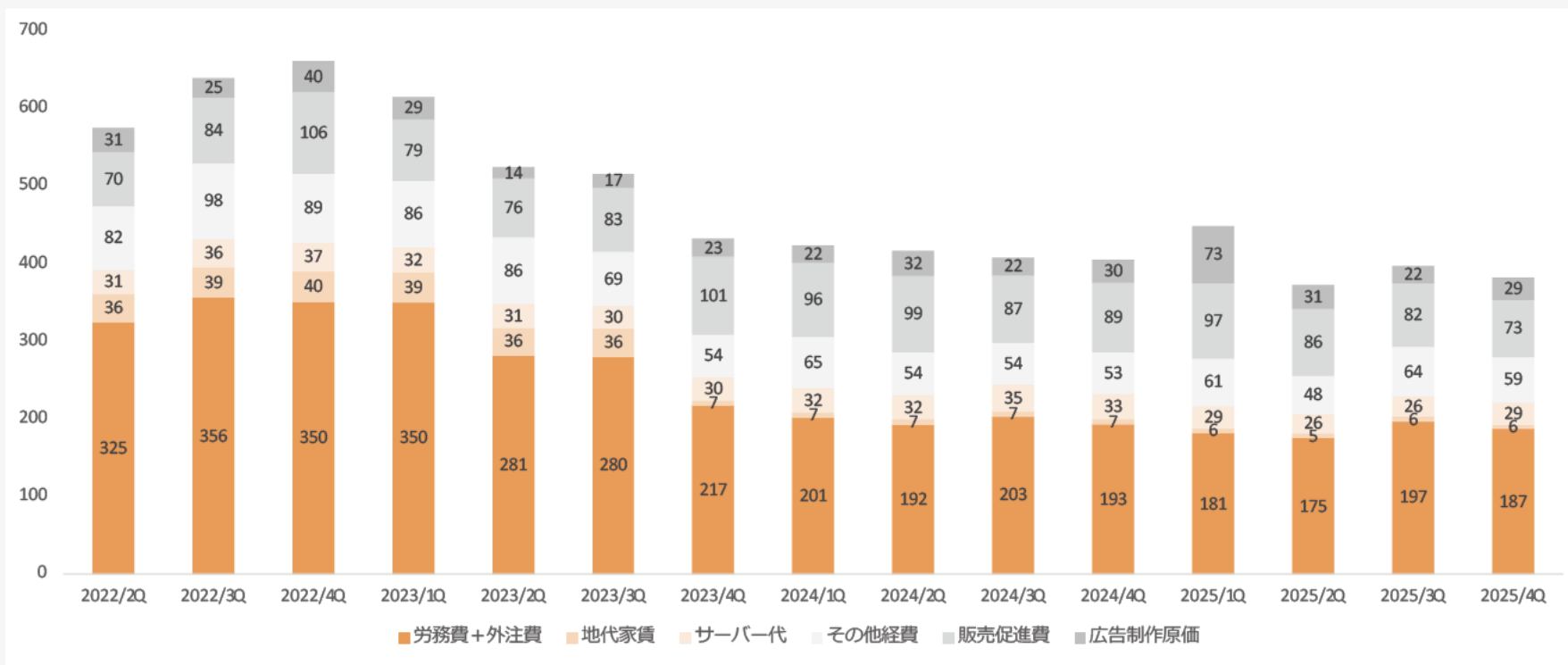
有料お店会員数推移（月次）

有料お店会員数推移（件）



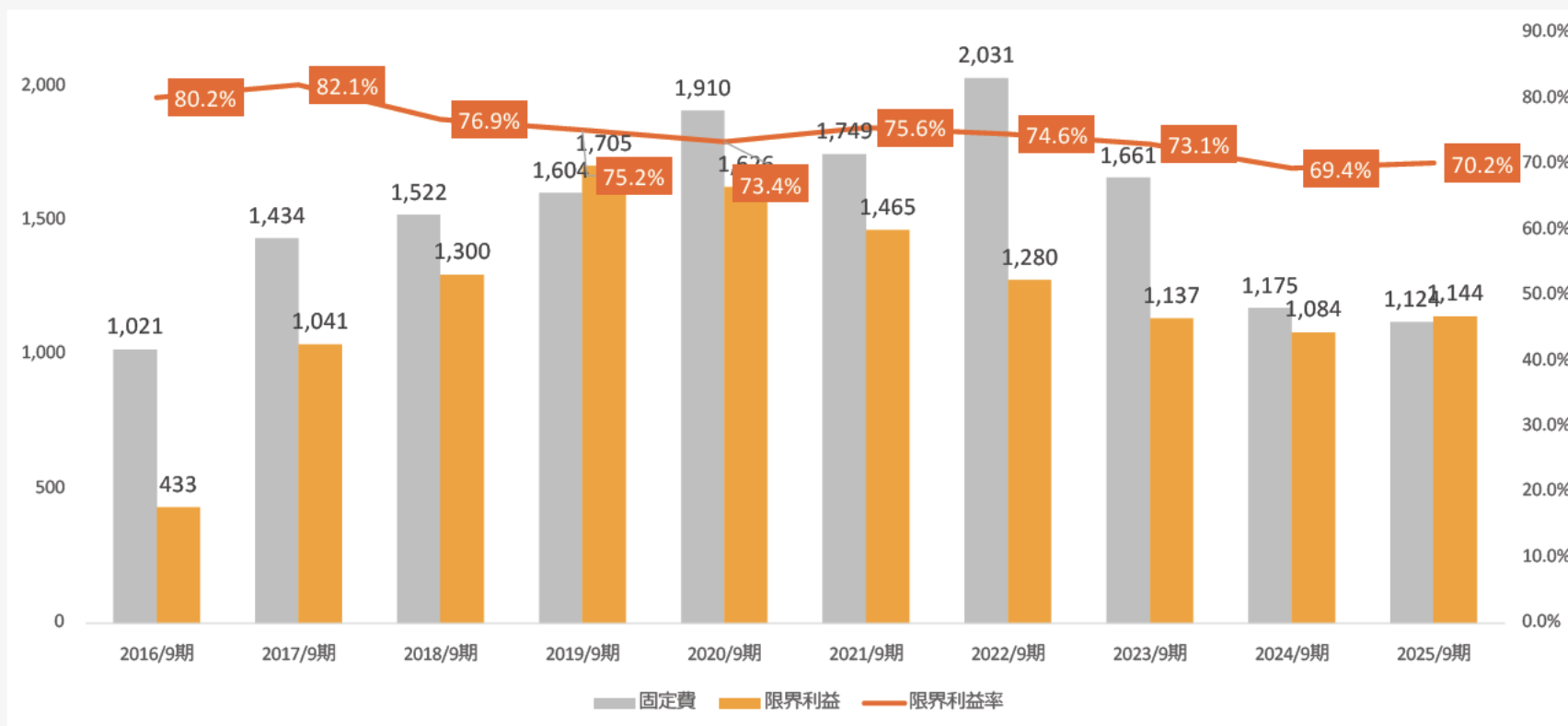
コスト構造の推移

四半期コスト推移（百万円）



限界利益推移

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。

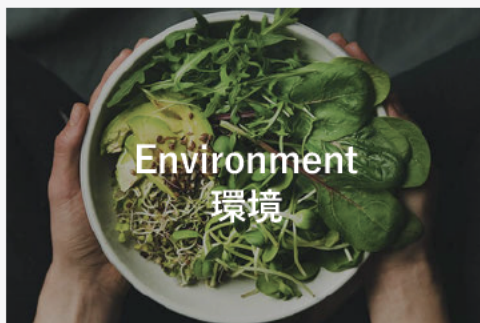
※2 固定費は主に人件費、通信費（サーバー費用）、地代家賃などの変動費以外のコストとなっております。

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(2025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	39百万円
従業員数	87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。
当資料のアップデートは今後1年に1回を行うものとし、12月頃を目途として開示を行う予定です。