

Retty

2023年9月期第3四半期

決算説明資料

Retty株式会社 2023年8月

目次

1. 2023年9月期 第3四半期実績
2. 2023年9月期 通期業績見通し
3. 成長戦略の進捗
(補足資料)

エグゼクティブ・サマリー

実績

- ✓ 売上は第3四半期累計で1,180百万円、営業損失は472百万円で着地、保有店舗数は特定代理店での解約が継続していることなどから7,050件の着地
- ✓ 売上の先行指標であるネット予約人数は、前年同期比で**158%の実績となり力強い回復を継続**

業績見通し

- ✓ 特定代理店※の高い解約率や、当該代理店の整理による新規参画店舗数の減少から売上が減少したため業績見通しを変更、**営業損益は維持**

成長戦略

- ✓ FRM収益性の改善が進捗、また解約率が高い特定代理店の整理が進捗、ARPUや継続率も改善が進み今後売上が積み上がる基礎を確立
- ✓ オフィス移転による減損は発生したが、**コスト削減は順調に進捗し**、41百万円/月（3Q平均）の固定費削減に成功。来年の黒字化に向けて前進した。

早期黒字化に向けた2023年9月期の位置づけ

改めて、今期は2024年9月期の黒字化実現に向けて、コスト削減を徹底し、商品戦略や代理店の整理により収益構造の改善にフォーカスするフェーズ

2022年9月期

コロナへの対応期間

- コロナの影響や、解約率の高い一部商品や一部代理店の影響もあり有料お店会員数は漸減
- 当初はアフターコロナにむけての投資期間としていたが、想定以上にコロナの影響が長引いたため、投資は効率の良いものを厳選して部分的に実施

2023年9月期

早期黒字化に向けた 収益構造の改革期

- コストを徹底して削減し、月次コストを46百万円程度削減し、月次黒字化しやすい状態に
- 代理店・直販共に収益性を重視して整理・再構築するため新規参画店舗数の積み上げは限定的
- 商品戦略に関しても、LTVの高いものを集中的に販売する体制に

2024年9月期以降

黒字化実現 売上成長期

- 23年9月期の徹底したコスト削減により固定費が非常に抑えられた状態
- 収益性を高めた状態の販売チャネルを拡大し、有料お店会員数の積み上げを効率的に実施
- 黒字化の実現と長期的な売上成長を継続して実現

収益構造の改善とコスト削減の進捗

特定代理店の整理が進んだ（今四半期売上の13%）ことにより今後の売上積み上げが進む土台を確立し、また月次のコストも41百万円/月削減(-23%)が進んだことと合わせて、月次ベースの黒字化に近づいた

FRM収益性の改善
特定代理店整理がほぼ終了し
売上が積み上がる状態に

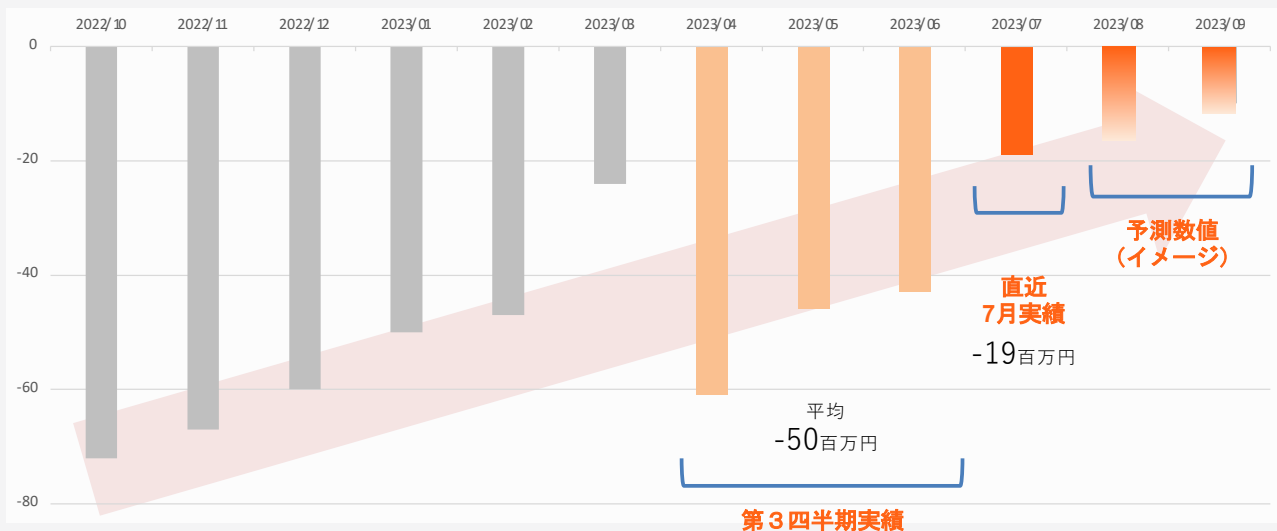



月次コスト削減
第3四半期平均で
41百万円/月※削減

月次営業損益の推移

その結果、月次の営業損失は4月に新卒社員の入社があり一時的に拡大したものの、**その後も継続的に改善し、月次の黒字化が見える状態を実現**（詳細は3章）

月次営業損益推移（百万円）



- 
1. 2023年9月期 第3四半期実績
 2. 2023年9月期 通期業績見通し
 3. 成長戦略の進捗
(補足資料)

1 | 実績ハイライト

✓ 売上に関しては第3四半期は363百万円、累計1,180百万円。営業損益に関しては、第3四半期は-150百万円、累計-472百万円となった。

✓ 有料店舗数（固定＋従量）は四半期を通じて430件程度減少したが、これは特定代理店領域における解約によるもの。第3章で詳述の通り、特定代理店領域の売上に占める割合は13%まで低下し、**整理に目処がついた。**

✓ ネット予約人数に関しては、継続したサービス改善による利便性向上により、**前年同期比で158%の実績**となり継続して回復している。

1 | 2023年9月期第3四半期実績の概況

第3四半期の売上高は363百万円、営業損失150百万円となった

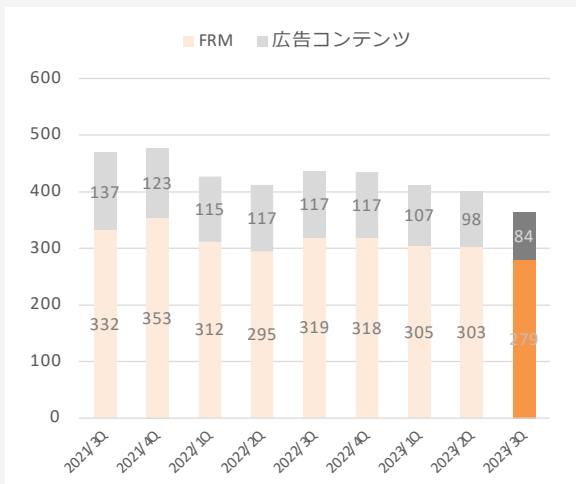
	FY2023/09				業績予想※	
	第3四半期	YoY	第3四半期 累計	YoY		達成率
売上高	363	83.2%	1,180	92.2%	1,820	64.8%
売上総利益	214	91.2%	686	99.0%	-	-
売上総利益率	59.1%	-	58.2%	-	-	-
営業損益	-150	-	-472	-	-535	-
営業利益率	-	-	-	-	-	-
経常損失	-154	-	-480	-	-544	-
当期純損失	-172	-	-556	-	-546	-

オフィス移転に伴い、旧オフィスの原状回復費用等の特別損失を74百万円計上

1 | 四半期別売上構成推移

FRM※の売上は第3四半期279百万円、広告コンテンツ売上は84百万円となった

四半期売上内訳推移（百万円）



広告 コンテンツ

- 大規模案件がなく、コンテンツ売上が減少

FRM

- 売上は店舗数の減少により減少
- 前四半期に計上していた併売代理店の販売促進費の戻入（約16百万円計上）が今四半期は計上なし

1 | お店会員（固定）の主要KPI

お店会員数は、特定代理店における解約の継続などを主要因として、7,050件の着地となった。
また、ARPUに関しては高価格帯のプランの契約などにより増加した。

売上

=

有料お店会員数

×

単価 (ARPU ※)

有料お店会員数(固定のみ)

5,676件

(2023年6月末時点)

ARPU

店舗販売価格ベース

17.8千円

PL計上ベース

15.7千円

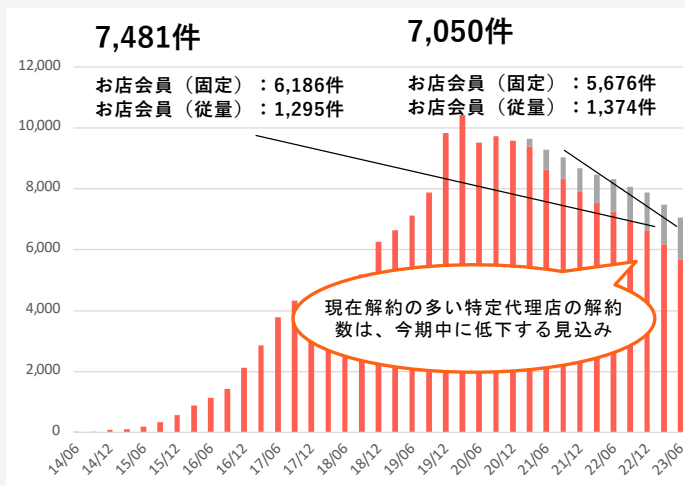
(2023年6月末時点)

※今回から従量課金も含めたARPUに変更

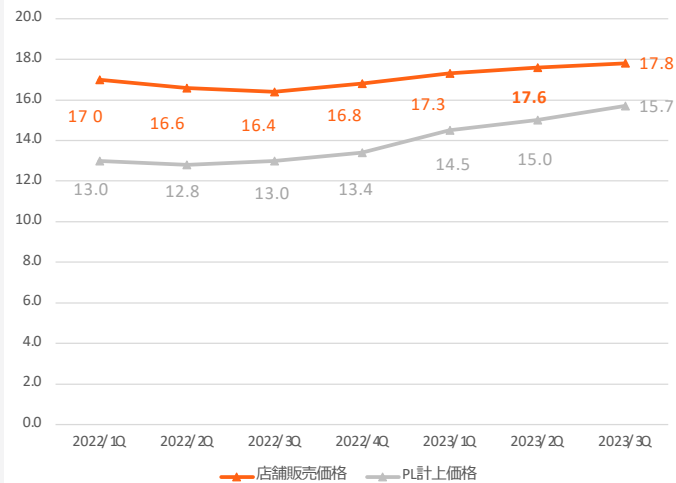
1 | 有料お店会員数推移

2023年6月末時点の有料お店会員数（固定＋従量）は7,050件となった。ARPUは継続して増加傾向。

お店会員数（固定＋従量）四半期推移（件）



ARPU（千円）※



1 | ネット予約人数の推移

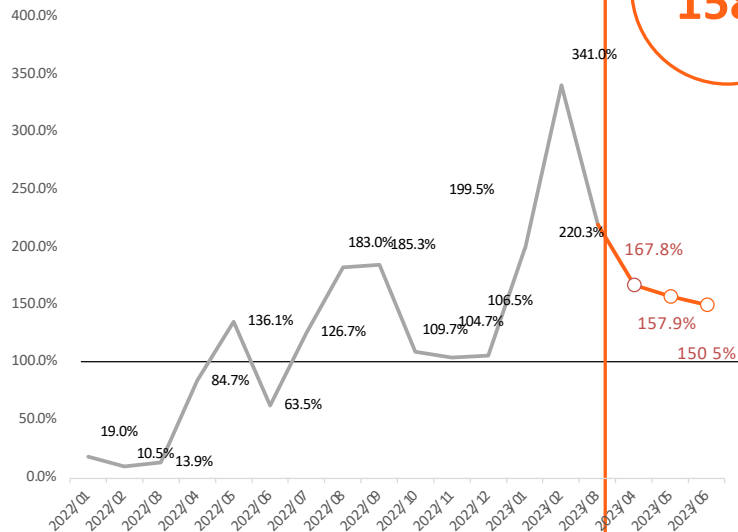
社の最重要KPIであるネット予約人数は、サービス改善による利便性向上の影響により、前年同期比で平均158%の水準となり、**継続した増加傾向にある**

サービスの改善

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



ネット予約人数の推移(前年同月比)



平均
158%

1 | 「LINEで予約」と連携を開始

Rettyは飲食店の席在庫情報を「LINEで予約」に提供することにより、LINE上の店舗情報ページやお店のLINE公式アカウントから、アプリ外へ遷移することなく予約を完結できるようになりユーザーの利便性が向上

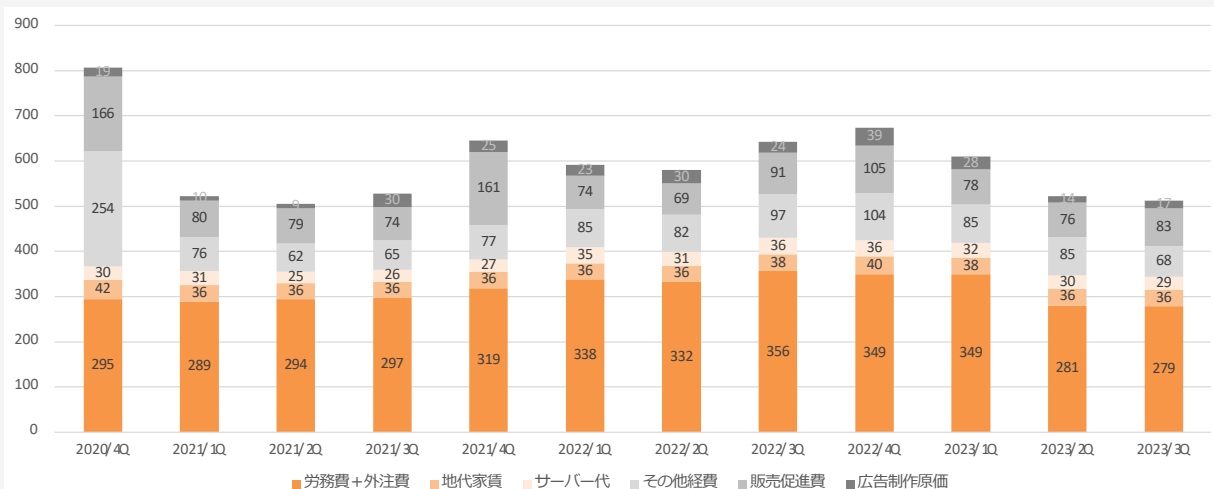
Rettyの飲食店をLINEで直接予約できる！




1 | コスト構造の推移

コストは、アルバイトや外注工数の見直しにより低減した水準で推移

四半期コスト推移

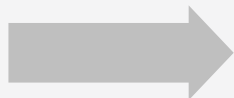


- 
1. 2023年9月期 第3四半期実績
 2. 2023年9月期 通期業績見通し
 3. 成長戦略の進捗
(補足資料)


2 | 2023年9月期 通期業績見通しの変更

通期業績見通しは、FRM事業において収益性の改善は進んでいる一方で、特定代理店における解約率の悪化や当該代理店の整理による新規参画店舗数の伸び悩みを受け、業績見通しを修正。営業利益・経常利益に関しては当初業績見通しの数値を維持。

2023年9月期 業績見通し（修正前）	
売上	1,820百万円
営業利益	-535百万円
経常利益	-544百万円
当期純利益	-546百万円



2023年9月期 業績見通し（修正後）	
売上	1,552百万円
営業利益	-535百万円
経常利益	-544百万円
当期純利益	-626百万円

- 
1. 2023年9月期 第3四半期実績
 2. 2023年9月期 通期業績見通し
 3. **成長戦略の進捗**

(補足資料)

3 | 今期の成長戦略の骨子

徹底したとコスト削減は大幅に進捗、またFRMの収益改善に関しても特定代理店の整理が進み、2024年9月期の黒字化を目指す方針自体が進捗した

今期の方針

FRM収益性の改善

商品戦略の見直し、代理店体制の再構築、直販営業のコスト効率改善を行い、収益力の改善を目指す

徹底したコスト削減

リモート活用によるオフィスの縮小移転や余剰工数削減により**46百万円/月レベルの固定費削減**を実施

じげんととの業務提携

グロースノウハウの共有や、共同新規事業のローンチ

売上増加とコスト削減で
2024年9月期の黒字化
を目指す

長期での成長
を目指す
(現在各種取り組みが進行中)

3 | 営業効率改善による収益性の改善

従前から掲げている通り、今期の計画では有料お店会員数の積み上げは限定的であるものの、狙い通りLTVが高い商品の販売が進んだ結果としてARPUの向上に成功している

売上増加のための
商品戦略の見直し

- ・先述の通り、解約率が悪化している**テイクアウトプラン**については**非注力化**し
今後は**プランをゼロ**に
- ・営業方針の変更により、**LTVの高い商品**の販売を奨励

代理店の強化

- ・解約率が高止まりしている一部代理店についての関係性を再検討し、代理店
チャンネルの生産性を高める方向で**代理店戦略**や**支援体制**を再構築

直販営業の
コスト効率改善

- ・リードの獲得コストや獲得したリードのナーチャリングコストの最適化
- ・一部にバラツキの見られるクローザーの生産性の向上

3 | 代理店の再編成による注力代理店 + 直販/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**。特定代理店に関しては、整理が進み3QではFRM売上高の13%程度まで縮小。

注力代理店 + 直販

- 今後関係性を強化していく代理店、及び当社直販
- FY23-3Qの売上ベースで約87%を占める、今後は増加

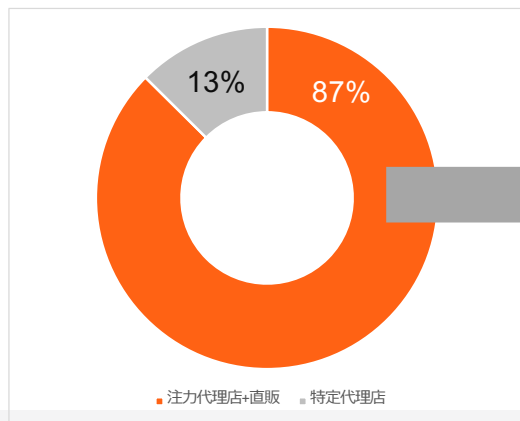
特定代理店

- 解約率が高く、関係性を見直し縮小する代理店
- FY23-3Qの売上ベースで約13%を占める、今後は減少

3 | 注力代理店 + 直販ベースでのFRMの売上

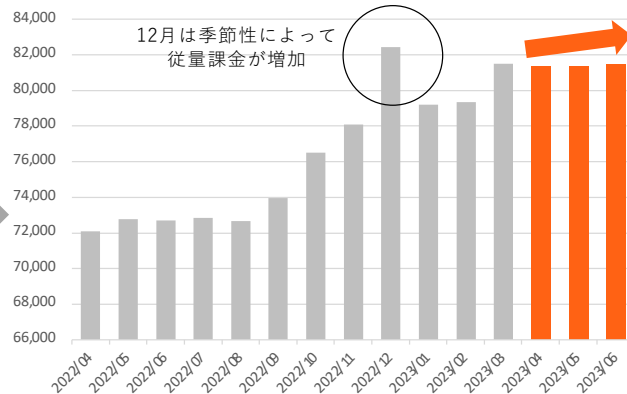
FRM全体での売上は前四半期比で減少しているが、注力代理店 + 直販ベースでは売上は増加傾向にある

売上(4月~6月)に占める注力/特定代理店の割合



特定代理店を除いた売上は月次で増加傾向に

特定代理店を除いた月次売上推移

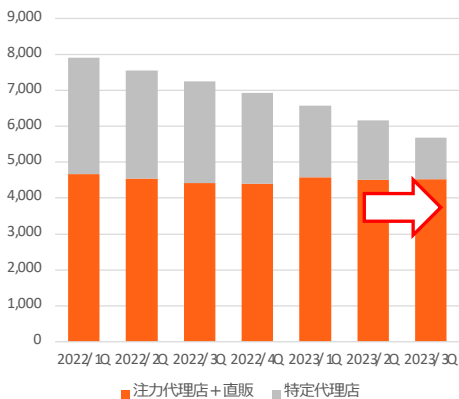


3 | 有料お店会員数及びARPU

有料お店会員数は、注力代理店+直販ベースでは、今四半期微増となった。また、ARPUに関しては注力代理店+直販ベースでは、提案内容の改善などにより増加傾向にある。

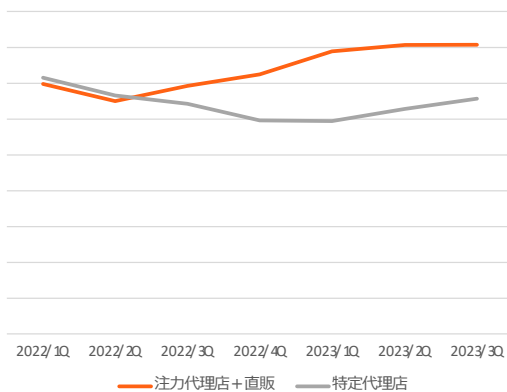
保有店舗数は、注力代理店+直販ベースでは微増
特定代理店の整理がほぼ終わり解約に歯止め

有料お店会員数の四半期推移（件）



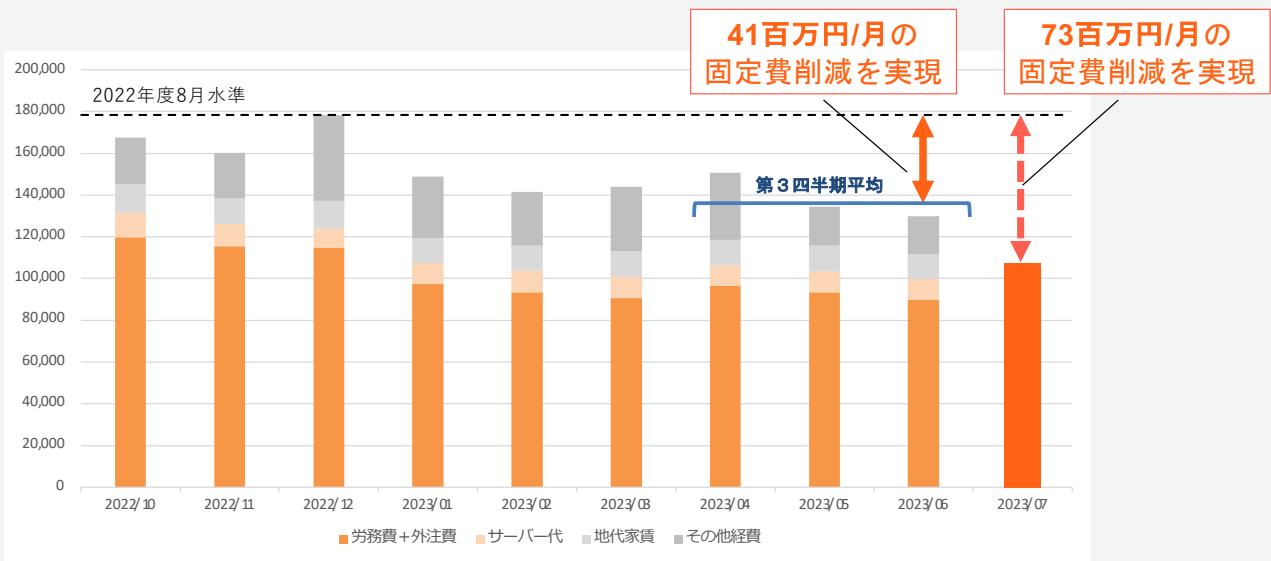
ARPU（計上ベース）に関しては、
注力代理店+直販ベースでは増加傾向に

ARPU（売価ベース）※



3 | 徹底的なコスト削減の進捗（月次固定費※ベース）

固定費に関しては、アルバイト工数の見直しや一部従業員の去向、オフィス移転などにより、2022年8月単月と比較して当初46百万円/月レベルの固定費削減を想定したことに對して、**今四半期平均で41百万円/月、7月速報値で73百万円/月**と大きく削減することに成功



3 | 収益構造の改善とコスト削減の進捗（再掲）

特定代理店の整理が進んだ（今四半期売上の13%）ことにより今後の売上積み上げが進む土台を確立し、また月次のコストも41百万円/月削減(-23%)が進んだことと合わせて、月次ベースの黒字化に近づいた

FRM収益性の改善
特定代理店整理がほぼ終了し
売上が積み上がる状態に

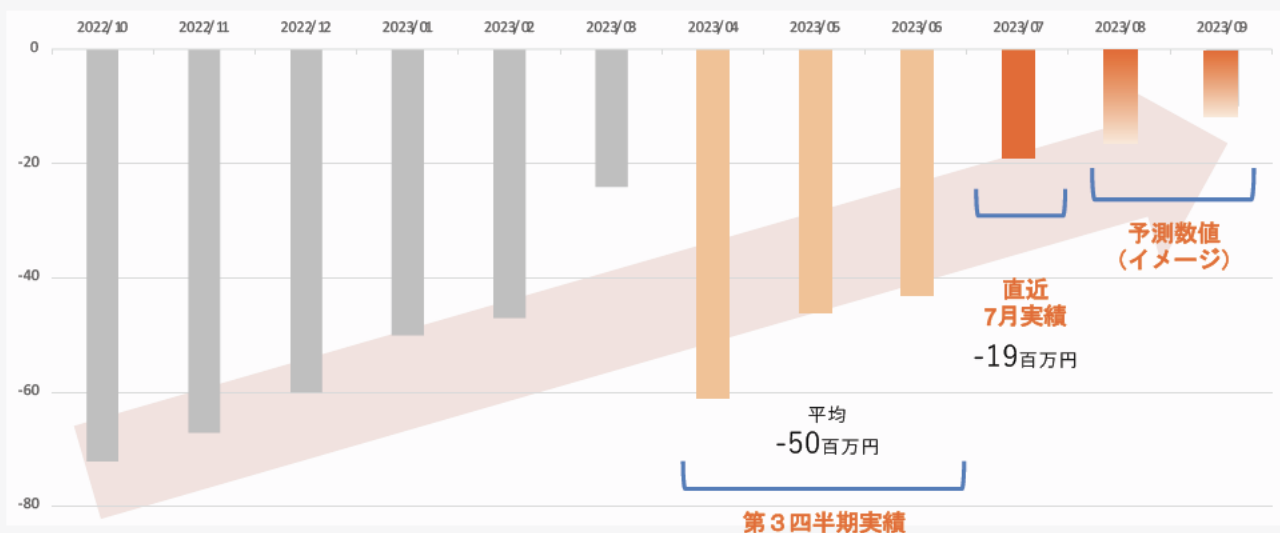


月次コスト削減
第三四半期平均で
41百万円/月*削減

3 | 月次損益の推移（再掲）

その結果、月次の営業損失は4月に新卒社員の入社があり一時的に拡大したものの、**その後も継続的に改善し、月次の黒字化が見える状態を実現**

月次営業損益推移（百万円）



3 | 早期黒字化に向けた2024年9月期の位置づけ

今期の売上見込みは修正したものの、特定代理店の見直しやコスト削減が大幅に進み、来期に向けて売上・利益が積み重なる構造を一定程度確立できたため、引き続き2024年9月期の黒字化を目指す

2022年9月期

コロナへの対応期間

- コロナの影響や、解約率の高い一部商品や一部代理店の影響もあり有料お店会員数は漸減
- 当初はアフターコロナにむけての投資期間としていたが、想定以上にコロナの影響が長引いたため、投資は効率の良いものを厳選して部分的に実施

2023年9月期

早期黒字化に向けた 収益構造の改革期

- コストを徹底して削減し、月次コストを46百万円程度削減し、月次黒字化しやすい状態に
- 代理店・直販共に収益性を重視して整理・再構築するため新規参画店舗数の積み上げは限定的
- 商品戦略に関しても、LTVの高いものを集中的に販売する体制に

2024年9月期以降

黒字化実現 売上成長期

- 2023年9月期の徹底したコスト削減の成功により**利益が出やすい状態を実現**
- 継続率が低い代理店を整理し、同時にARPUの改善が進捗したことにより、**保有店舗数の積みあがると同時にLTVも向上する状態を実現**
- 結果として、獲得を増やすことで、**黒字化の実現とその先の長期的な売上成長の実現が可能に**



補足資料

マネジメント紹介（取締役）

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（コーポレート管掌）
執行役員CFO



土谷祐三郎

公認会計士、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。

社外取締役
監査等委員

取締役（セールス管掌）
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。

社外取締役
監査等委員

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



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上場企業4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。

マネジメント紹介（執行役員）

執行役員
セールス部門長



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。

執行役員VPoE
プロダクト部門長



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。

執行役員
IR・経営企画担当



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へ入社。

執行役員
HR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、ガバナンス強化とHR領域を担当。

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



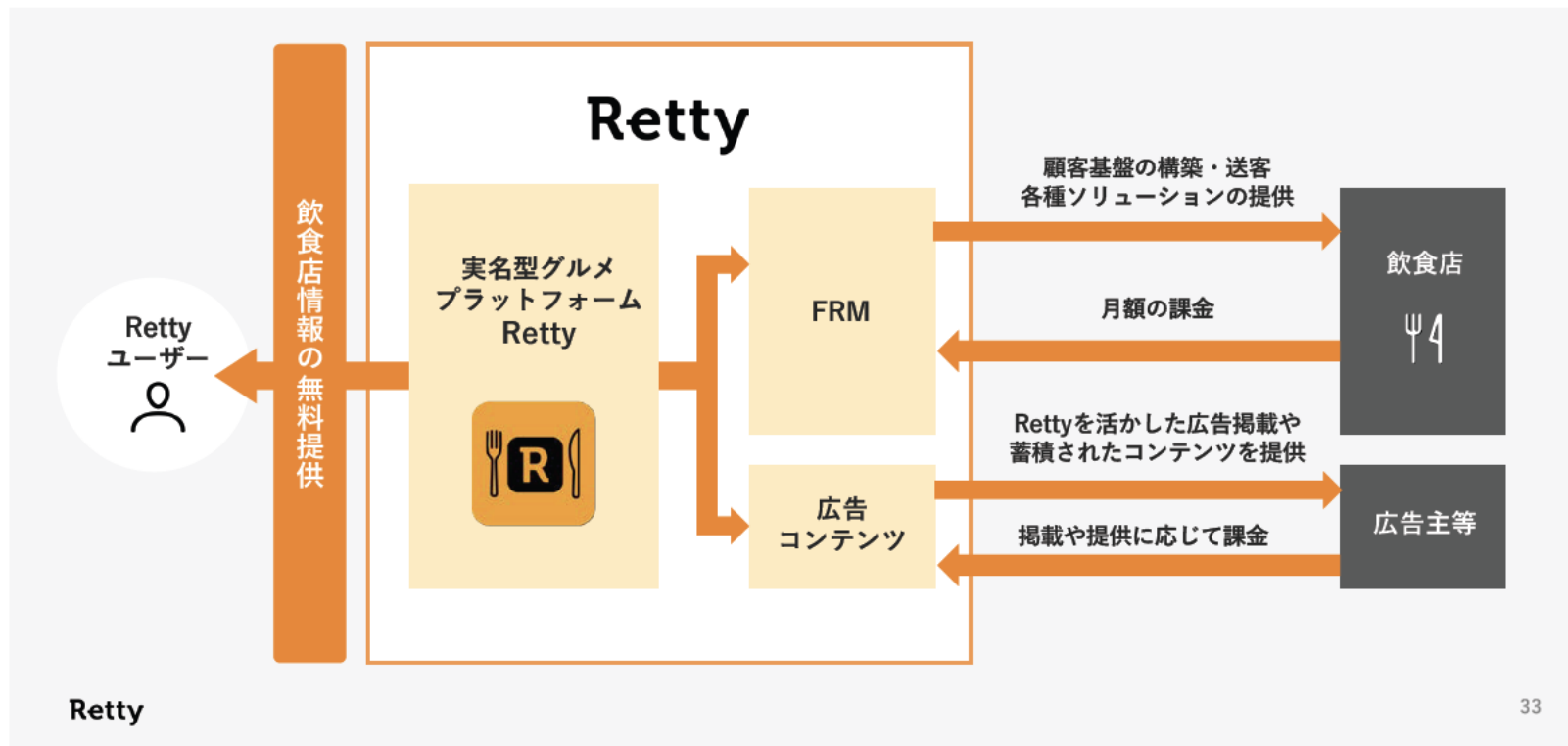
点数評価のない
おすすめの口コミ



「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



コロナ禍における飲食業界に対する考え方と取り組み

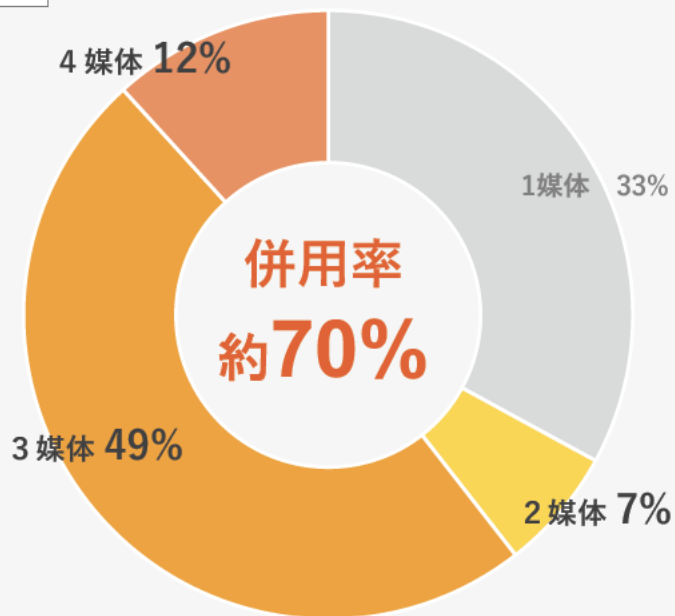
最優先事項を「**飲食業界の復活**」とし、下記の取り組みを実施

- ✓ 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

対象となる店舗
(ターゲット顧客店舗数)

有料
お
店
会
員
↓
↑
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)

FRM商品区分とKPIの定義変更（再掲）

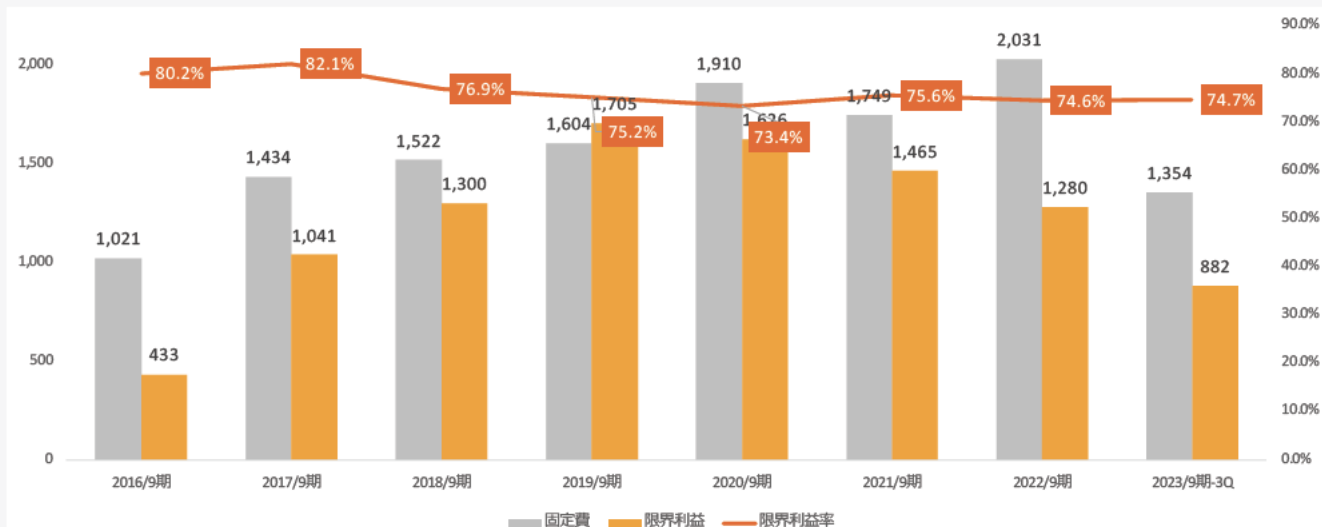
新たな商品（従量課金のみの商品）の浸透に伴い商品区分を変更、また、投資家の理解促進のために一部KPIの定義を変更

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

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をとして計上される

直販

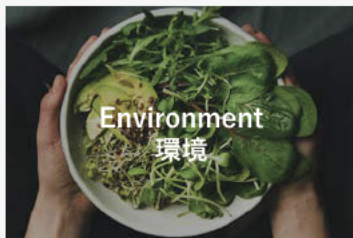
- 当社の直接雇用の営業人員
- 2019年4月から営業専属の新卒採用を開始

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

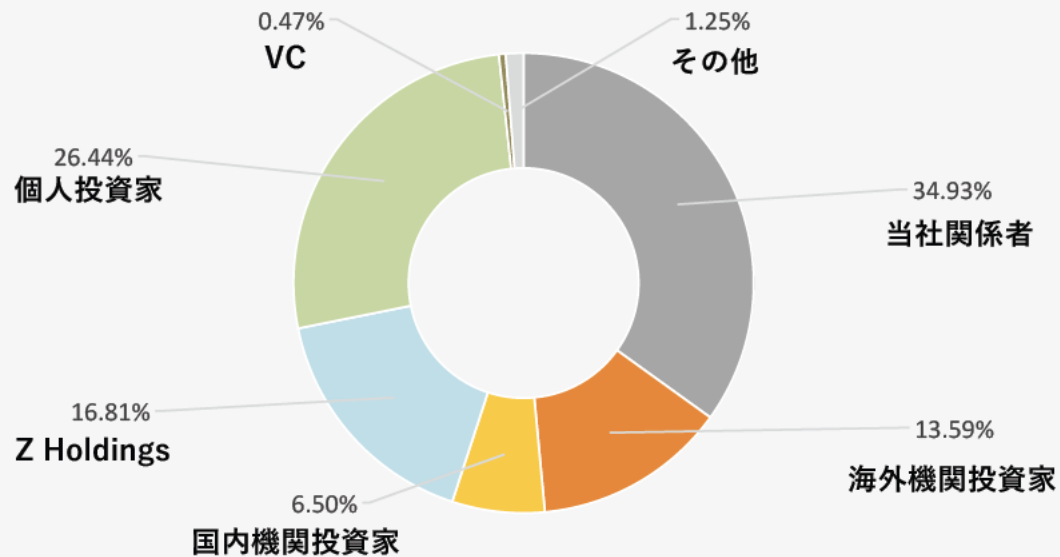
当社のESGに対する考え方

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/>

株主構成（2022年9月末時点）



会社概要(2023年6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 丁目10-1 住友不動産芝園ビル 2階

設立

2010年11月

資本金

33百万円

従業員数

141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。