Retty

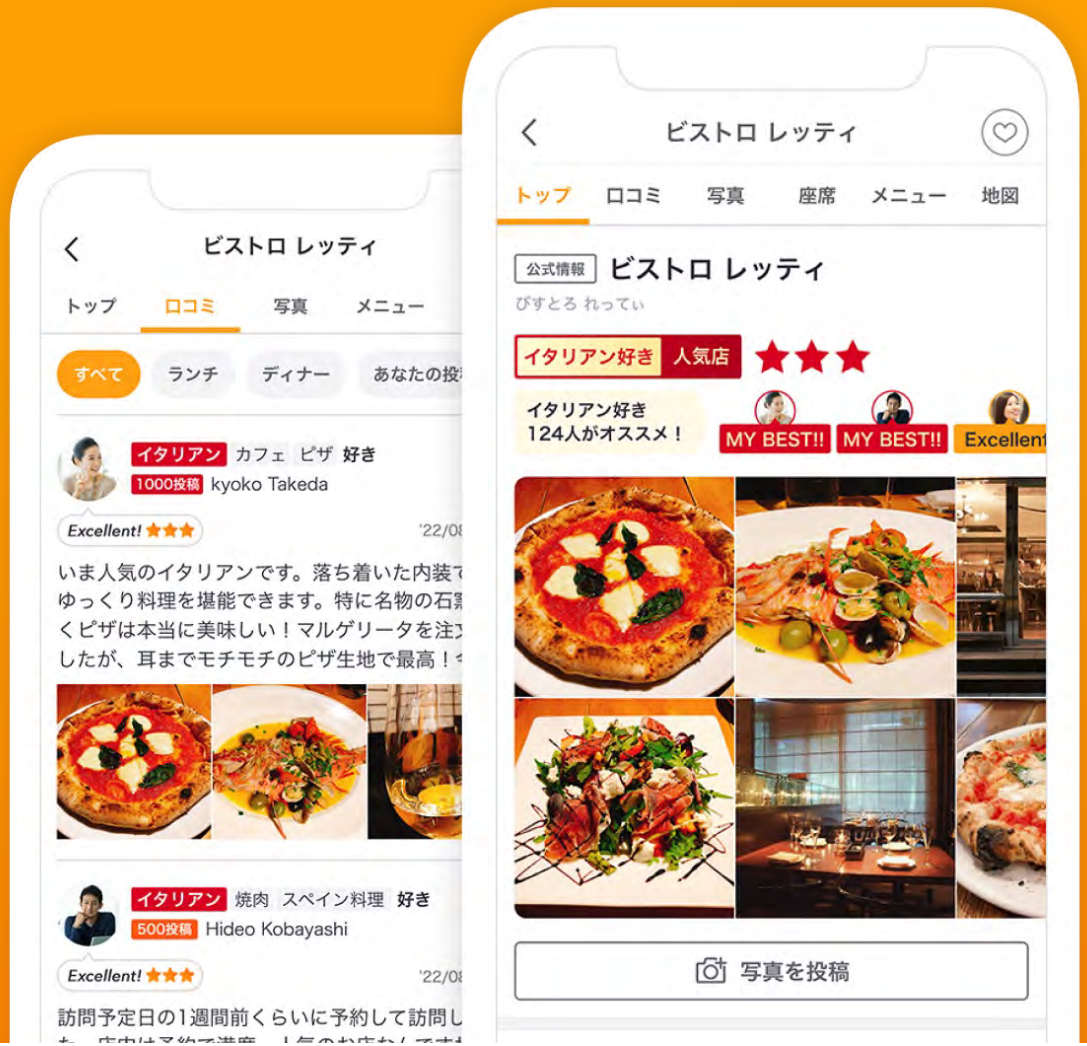
2025年9月期

第２四半期決算説明資料

Retty株式会社 2025年5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

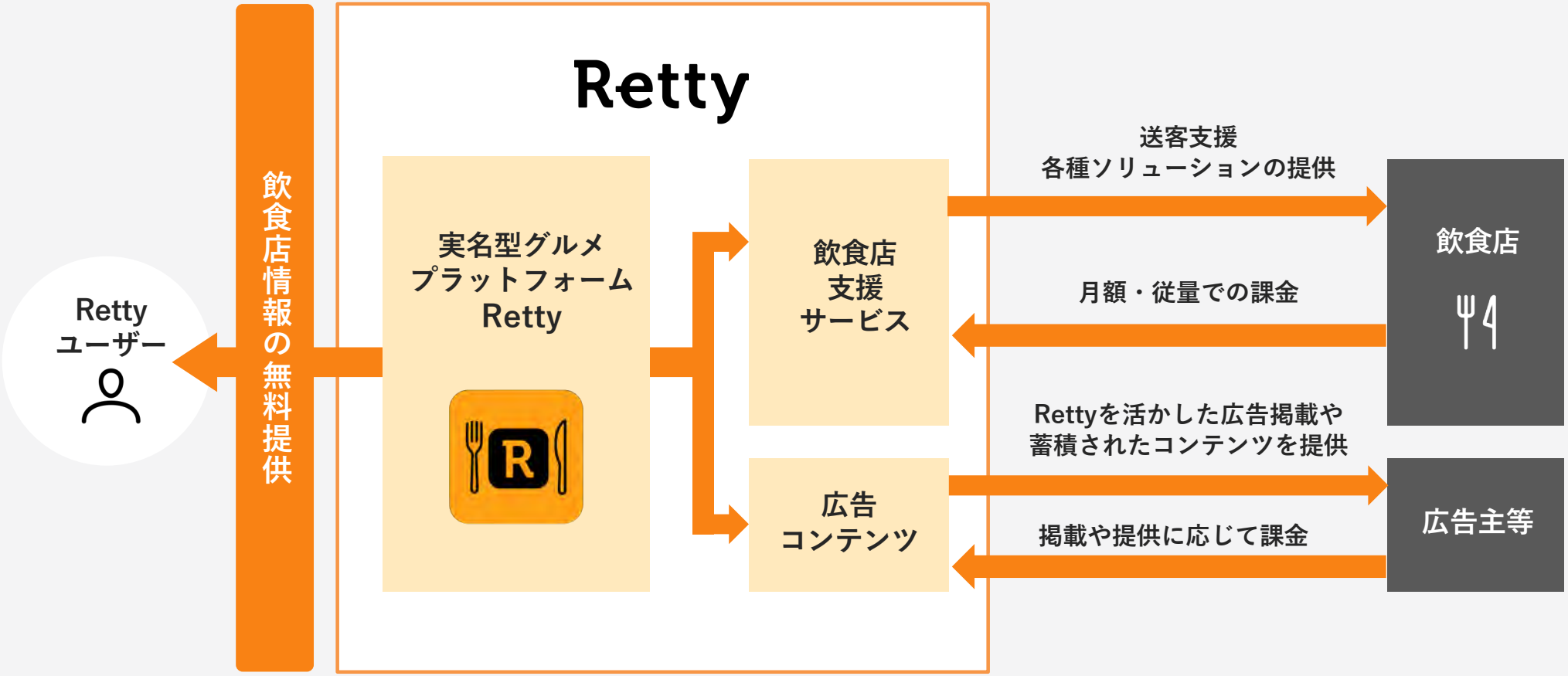
実名型グルメプラットフォーム

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


Retty
Retty
ユーザー
飲食店情報の無料提供
実名型グルメ
プラットフォーム
Retty
飲食店
支援
サービス
広告
コンテンツ
送客支援
各種ソリューションの提供
月額・従量での課金
Rettyを活かした広告掲載や
蓄積されたコンテンツを提供
掲載や提供に応じて課金
飲食店
広告主等

エグゼクティブサマリー

実績

- 営業利益は、第２四半期単体では20百万円の黒字、累計でも19百万円の黒字となった
- 売上（累計）は、飲食店支援サービスにおいては、前年同期比108%、広告コンテンツにおいては同103%となった

今後の成長に向けて

- 中長期での営業利益最大化を目的としたセールス組織拡充に伴う採用活動は好調（進捗率100%）
- 今後も業績予想の営業利益を下回らない範囲で投資を行う

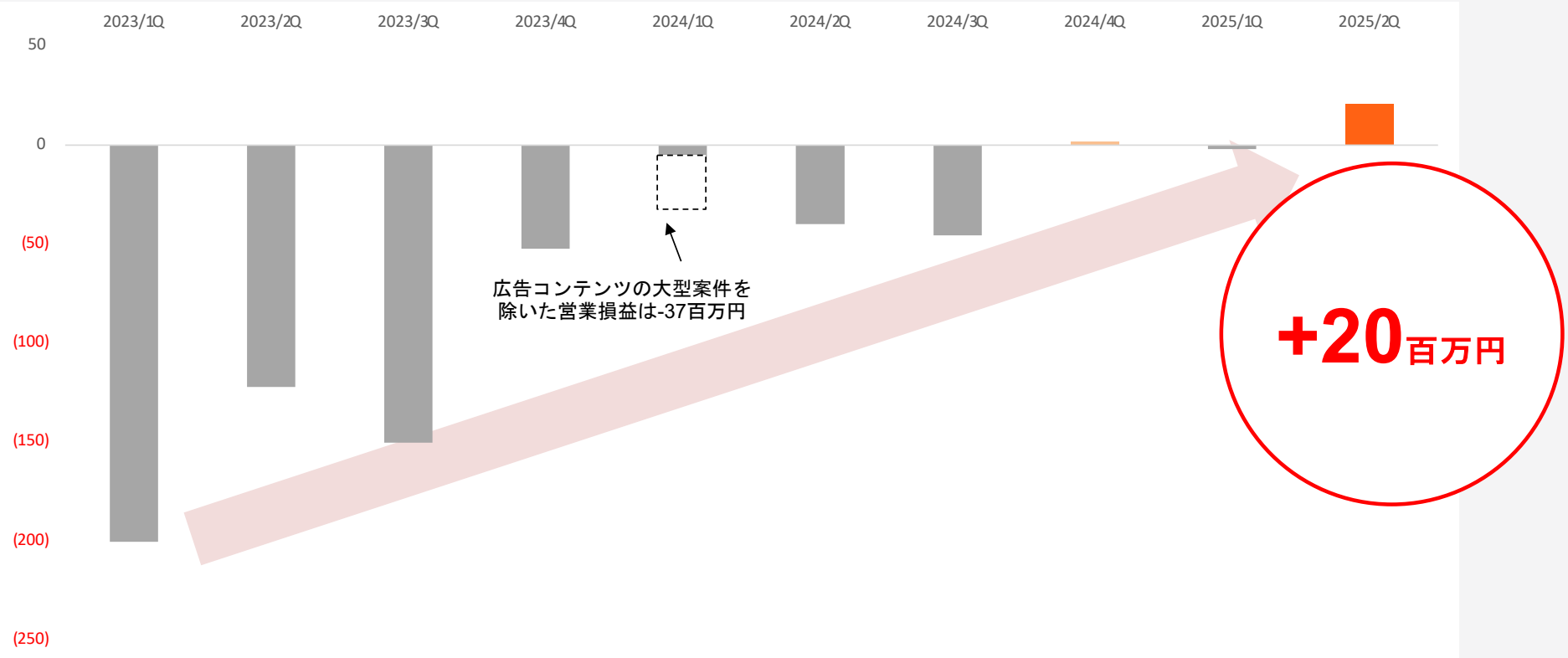
業績見通し

- 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

四半期営業利益推移

ネット予約の増加によるLTVの向上、固定費の削減、飲食店支援サービスにおける特定代理店の整理の成果により、営業利益に関しては、第２四半期においては20百万円の営業黒字となった

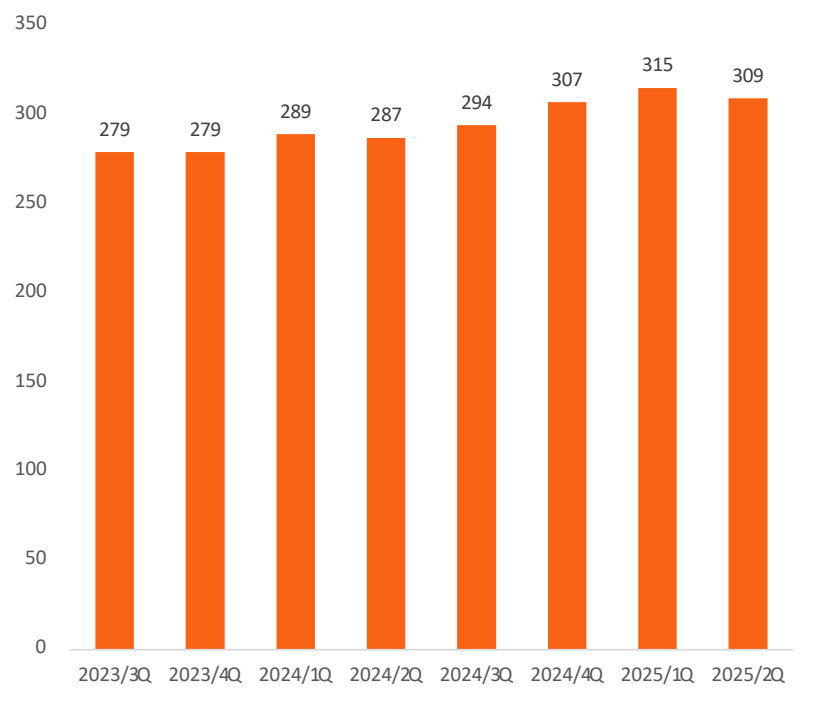
四半期営業損益推移（百万円）



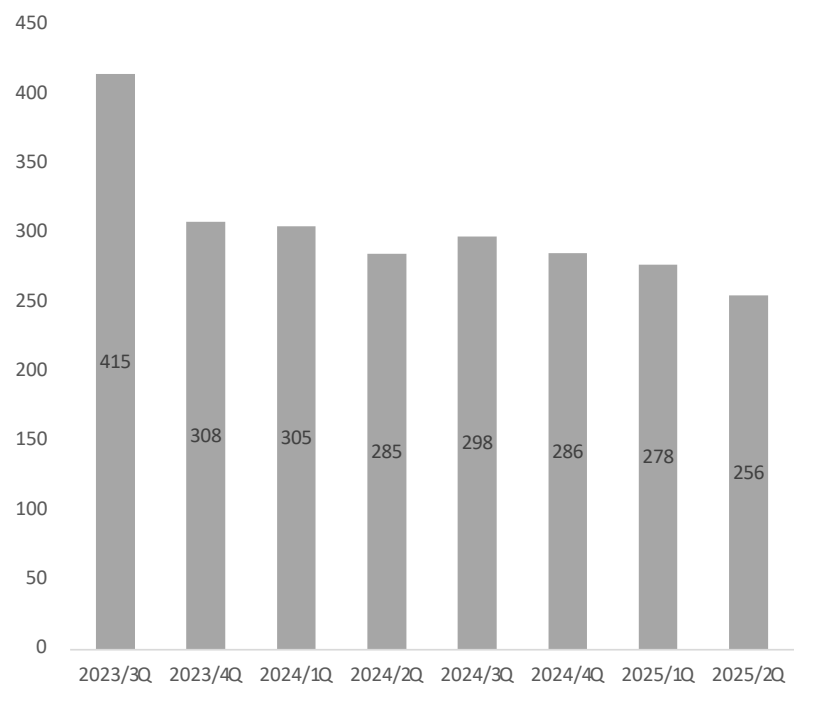
収益構造の改善

売上の大部分を占めるFRM売上は増加傾向を維持し、また固定費も低水準を維持していることにより黒字化継続の蓋然性が向上

FRM売上の四半期推移



固定費の四半期推移



今後のIR方針

今後は投資家との対話機会を増やすために、SNSでの発信強化やコンテンツの拡充などIRの充実化を図る

決算説明会のオープン化

-決算説明会の個人投資家への開放
-個人投資家説明会の実施

SNS・メディア運用強化

-「IR noteマガジン」への参画
-決算発表解説noteの発信

コンテンツの充実化

-ログミーFinanceへの掲載

目次

1. 2025年９月期第２四半期 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

1 | 2025年９月期第２四半期実績の概況

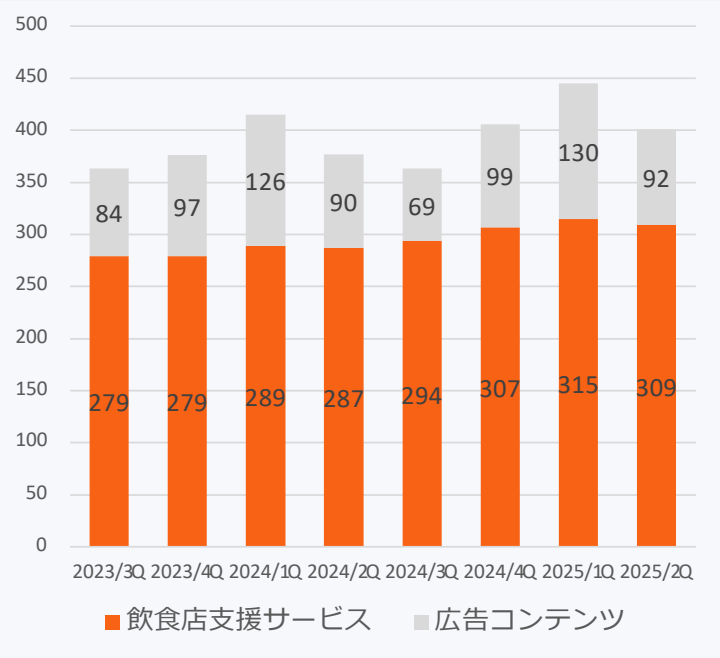
第２四半期単体の売上は400百万円となり、営業損益は20百万円の黒字着地となった

	FY2024/09					
	第２四半期	YoY	第２四半期累計	YoY	業績予想	達成率
売上高	400	107.2%	847	106.7%	1,698	49.9%
売上総利益	288	113.0%	574	102.3%	-	-
売上総利益率	70.7%	-	67.8%	-	-	-
営業損益	20	-	19	-	29	65.6%
営業利益率	5.2%	-	2.2%	-	-	-
経常損益	18	-	14	-	18	83.3%
中間純損益	17	-	13	-	16	86.5%

1 | 全社売上の推移

飲食店支援サービスの売上は第２四半期309百万円（YoY108%）、広告コンテンツの売上は92百万円（YoY102%）となった

四半期売上内訳推移（百万円）

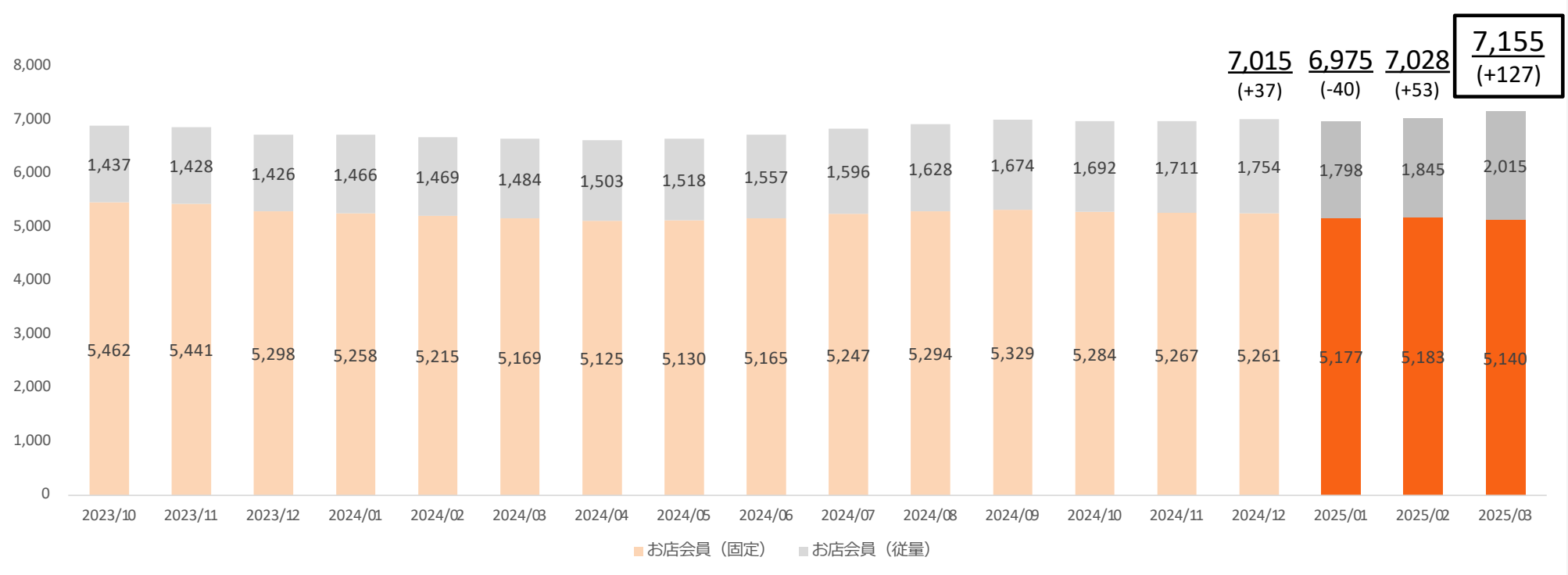


広告コンテンツ	• 前四半期の大型受受注に比べると減少しているが、YoYでほぼ同水準の推移
飲食店支援サービス	• 前四半期は12月の忘年会需要で従量売上が一時的に増加しているが、その影響を除くと順調に増加

1 | 有料お店会員数推移（月次）

お店会員数に関しては、固定＋従量プランの合計で前四半期末に比べて+140件増加した

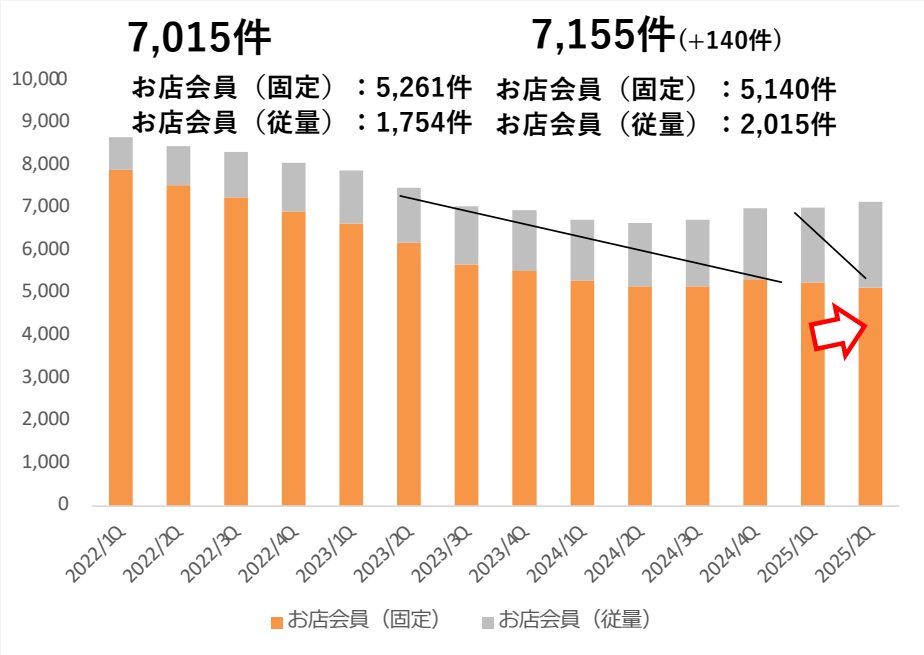
有料お店会員数推移（件）



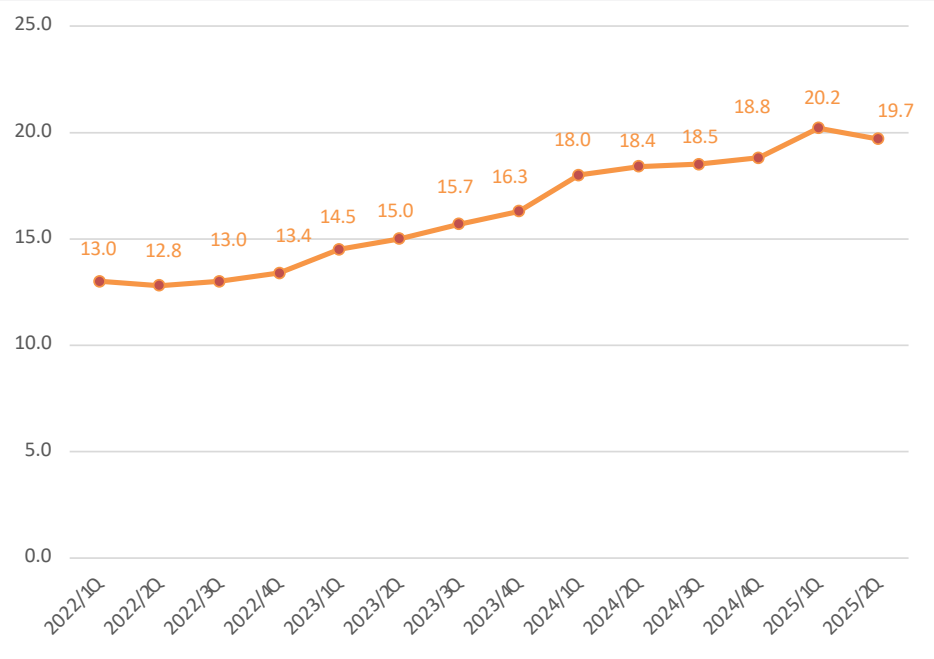
1 | 有料お店会員数推移

2025年3月末時点の有料お店会員数（固定＋従量）は7,155件と前四半期末と比較して140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）※

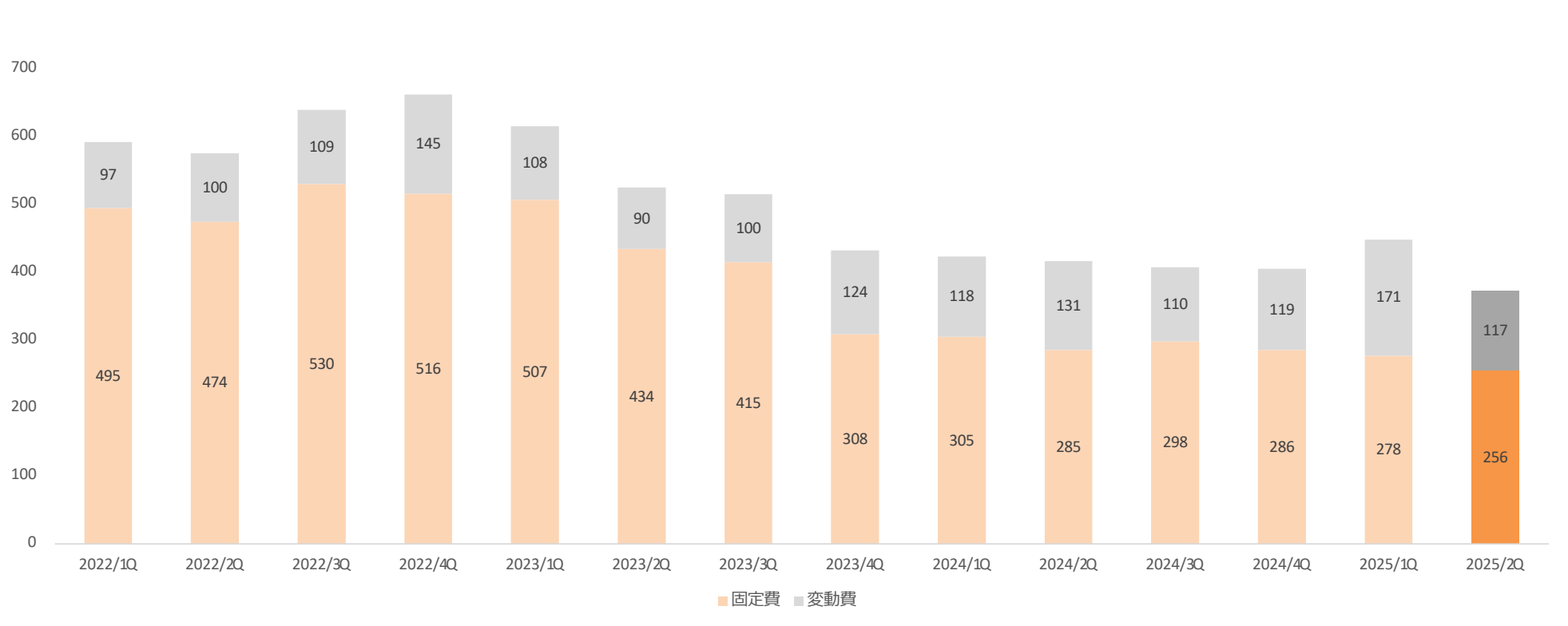


※ 従量課金分を含めたARPU

1 | 固定費の維持

アルバイト人員の見直しや正社員の出向、オフィス移転などの抜本的な施策により固定費削減を実現し、筋肉質な経営体制を維持

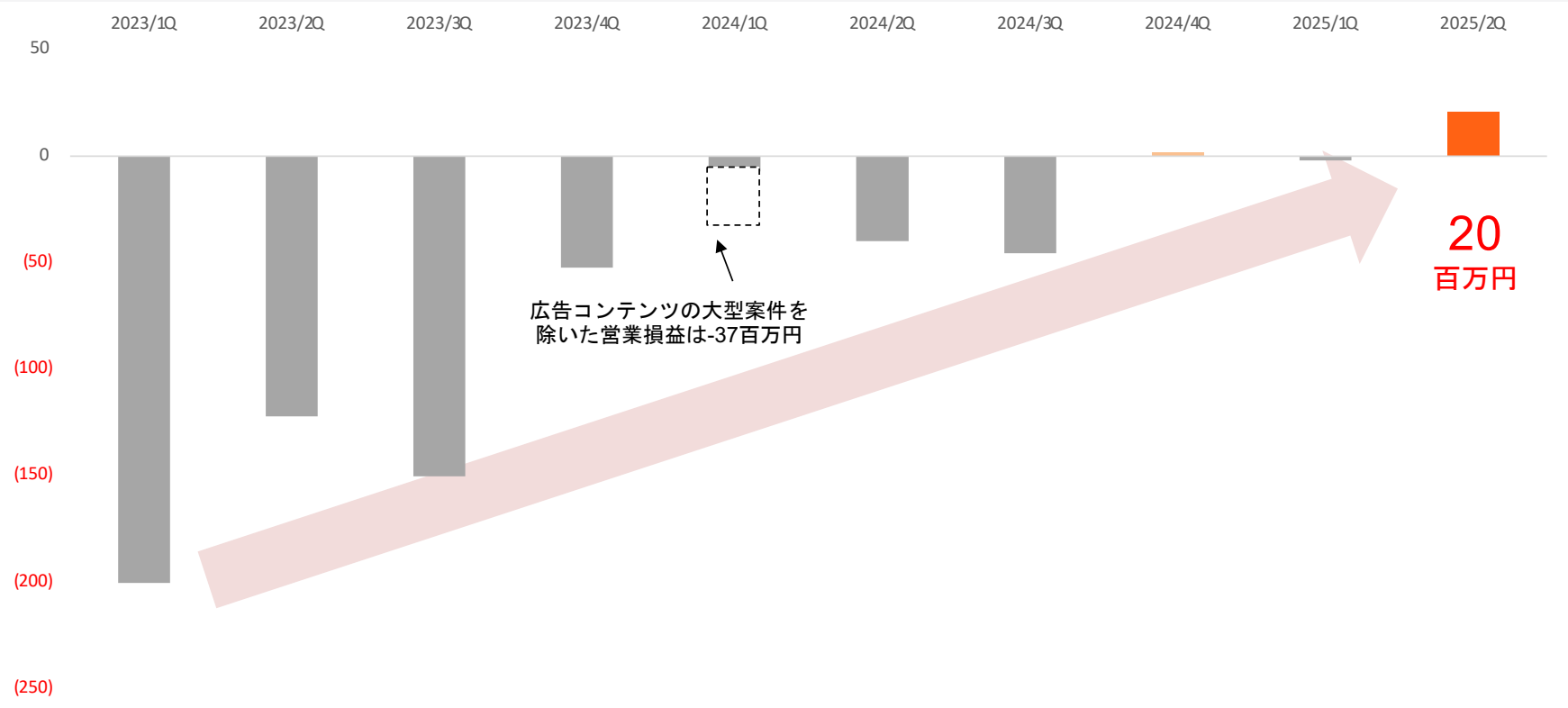
四半期コスト推移（百万円）



1 | 四半期営業利益推移

営業利益に関しては、第２四半期においては20百万円の営業黒字となった

四半期営業損益推移（百万円）

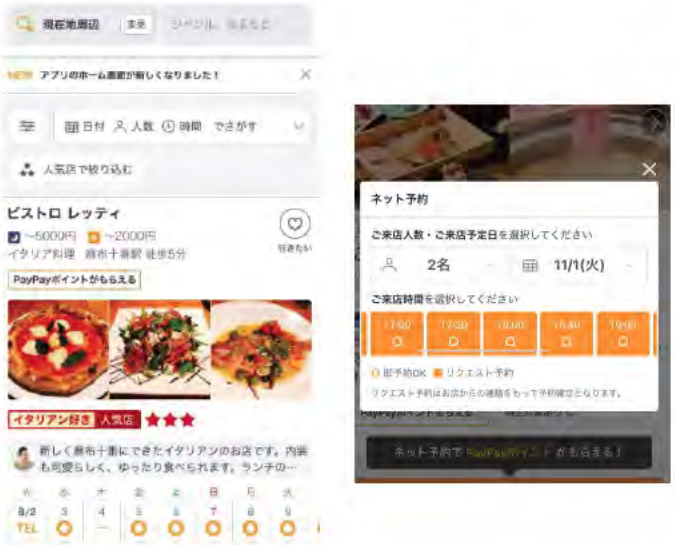


1 | ネット予約送客人数の推移

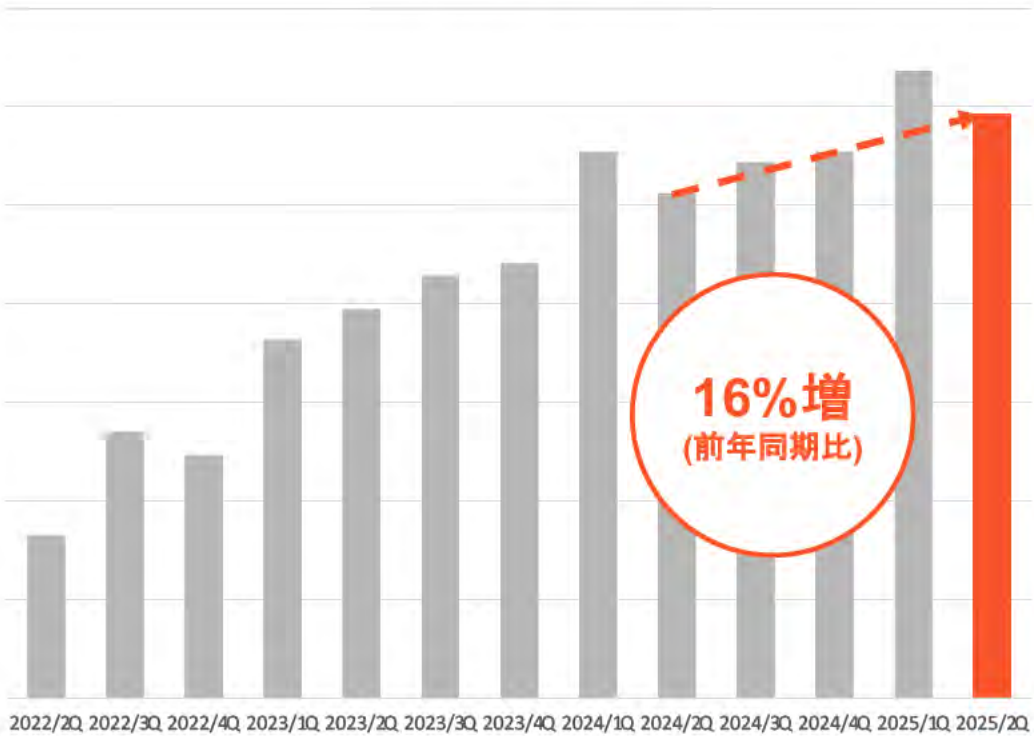
当社の最重要KPIであるネット予約送客人数は、サービス改善による利便性向上等により、投資や人件費を抑制しながらも前年同期比で平均+16%の水準となり、継続した増加傾向にある

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 | 新機能リリース

過去に投稿した写真を、アルバムのように眺めることができ、指先でピンチイン／アウト可能なアプリ利用者/投稿者向けの機能をリリース

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

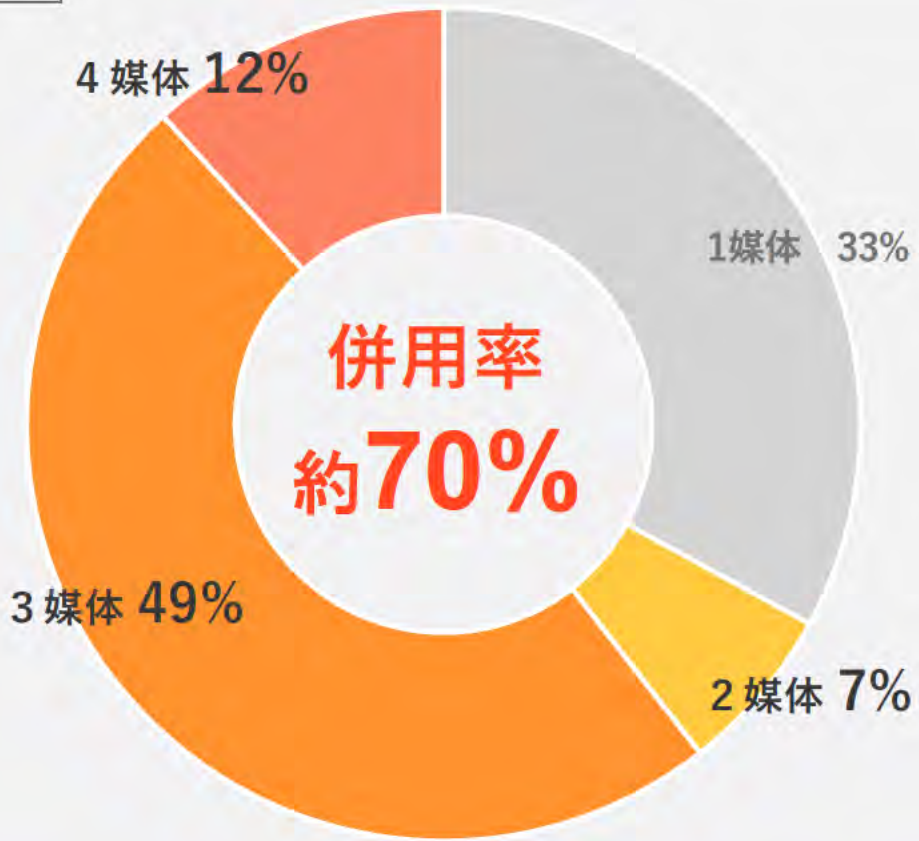
2 | 外食市場の回復

外食市場は新型コロナ感染症の影響もあり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

※ 出典：日本フードサービス協会

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※



※ Rettyを利用していない飲食店も含めて、2021年に弊社によるアンケート及び調査を実施しております。

2 | 今後の成長に向けた方針

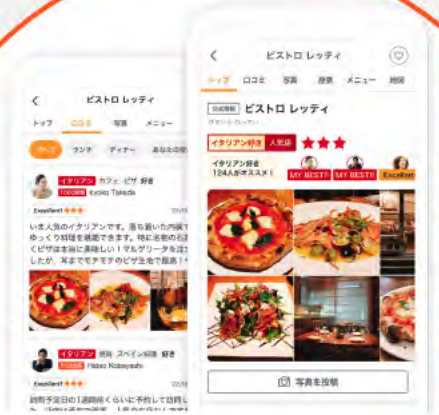
今後は投資タイミングにより四半期単位での営業利益のボラティリティは発生する可能性もあるが、中長期での営業利益最大化のためセールス組織への投資を業績予想の範囲で実施していく

	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

※「顧客生涯価値」を意味するLife Time Valueの略称。飲食店１件当たり、当社と取引を開始してから終了する までの期間にどれだけの売上をもたらすかを表す指標のこと。

2 | ネット予約送客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送客人数の増加を目指す



発見・予約体験
の磨き込み

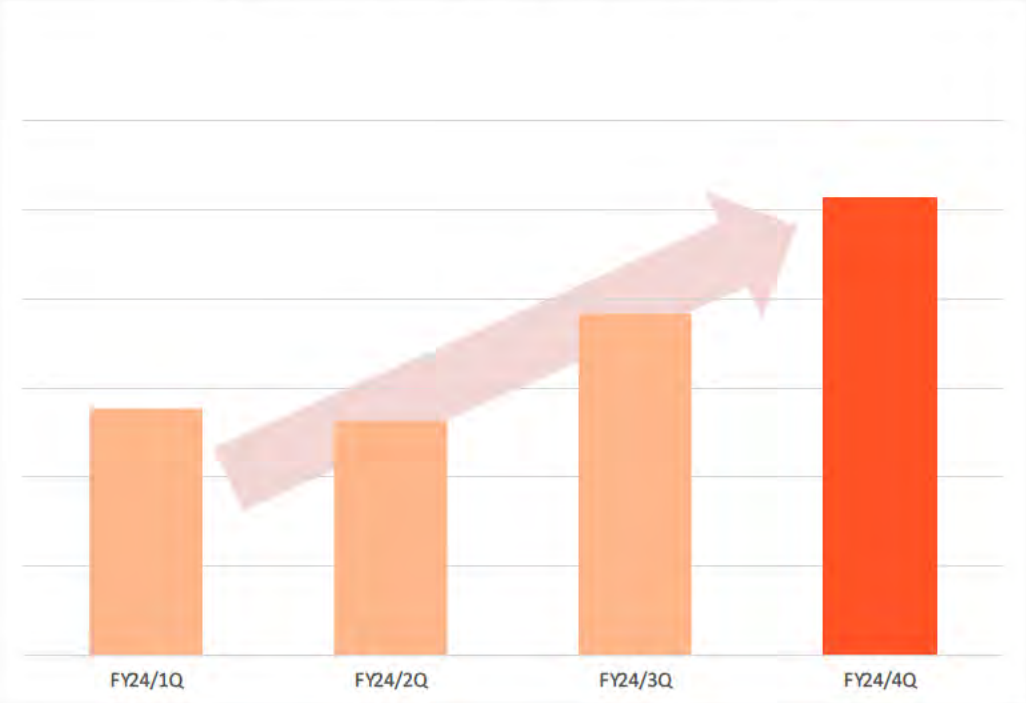
×

予約可能店舗数
の増加

2 | 直販の成功と今後の投資

24年9月期に伸ばすことに成功した直販チャネルに関しては、1年ユニットエコノミクスでも目標基準※以上に転じており、再現性を活かして今後も強化し、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

※ 目標基準は1年ユニットエコノミクス（1年間の売上/獲得コスト）が1.0を超えることとしている

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方針だが、採用活動は好調

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

進捗率
100%

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。その上で来期以降の営業利益のさらなる成長を目指して上期に取り組んだ収益改善をスケールアップさせるための投資を行っていく。

2024年9月期 実績	2025年9月期 業績見通し
売上 1,562百万円	売上 1,698百万円
営業損失 -91百万円	営業利益 29百万円

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。

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。

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。

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

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。

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。

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

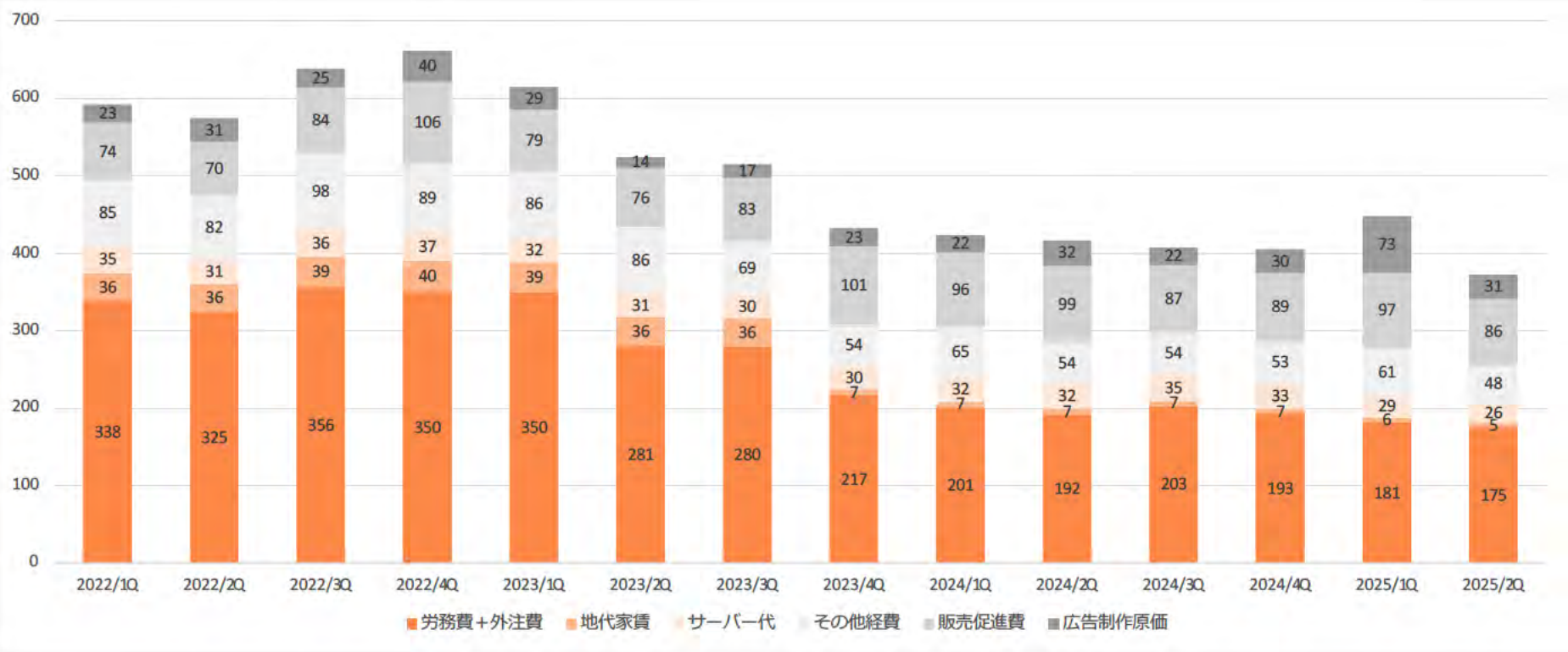
飲食店支援サービスの商品の内訳

	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	個店（数十万店舗）
			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	チェーン店（約5万店舗）
	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）		個店（数十万店舗） 高級店・人気店（約3万店舗）
	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。		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

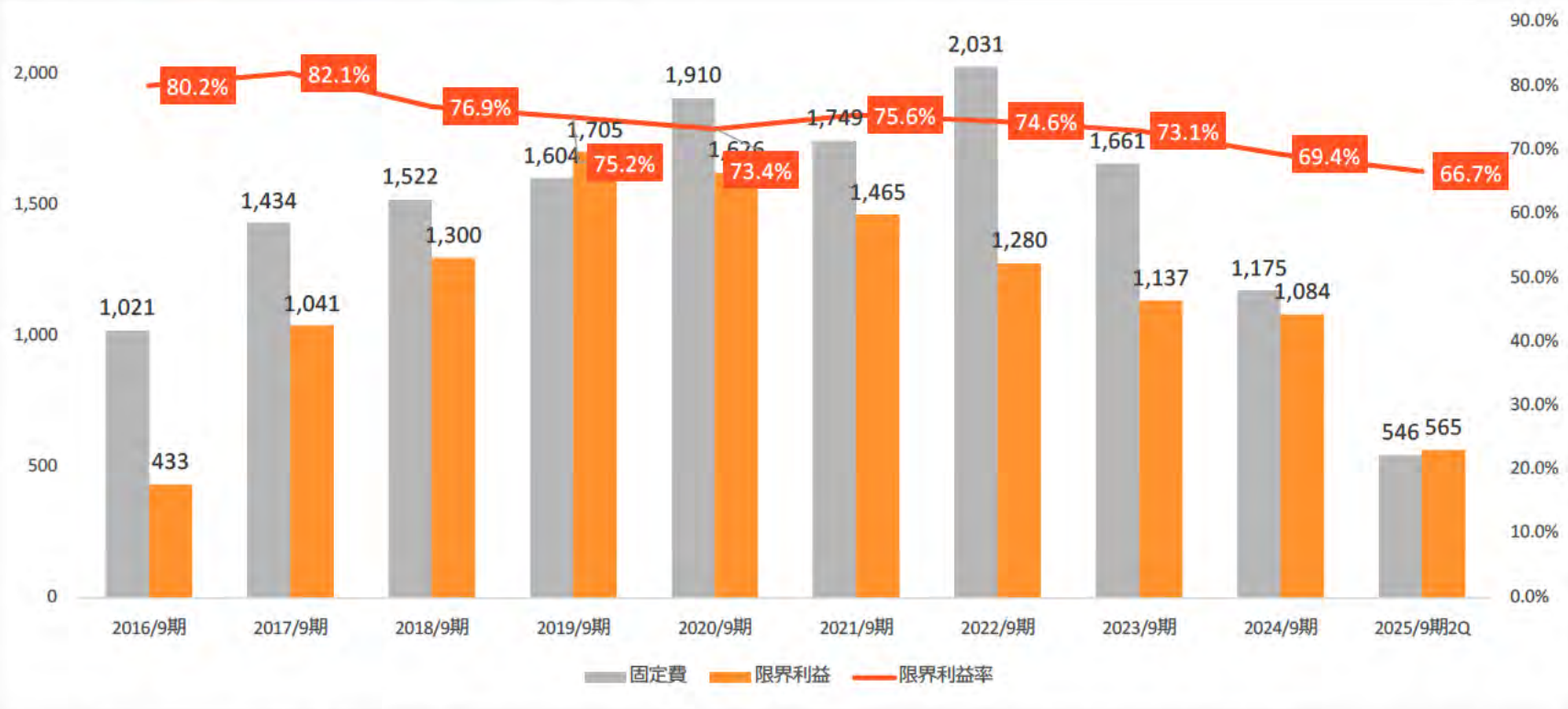
四半期コスト推移（百万円）



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、サスティ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3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	86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。