Retty

個人株主説明会資料

Retty株式会社

2021年6月

Key Message

- 信頼性の高いグルメサービスRetty
- 主力となるFRM（飲食店支援事業）のビジネスモデル
- アフターコロナにおける成長戦略

Key Message

信頼性の高いグルメサービスRetty

主力となるFRM（飲食店支援事業）のビジネスモデル

アフターコロナにおける成長戦略

ミッション

食を通じて
世界中の人々を
Happyに。

世界に誇る日本の文化であり、世界中の人々の暮らしの中心でもある、「食」という分野で、お店を探す人とお店の人の双方がHappyになれる、そんな世界を実現したい。その為に、お店をオススメするというポジティブな感情で人をつなぐ事がRettyの目標です。

役員紹介

代表取締役
武田和也

FRM部門
部門長
安東太郎

プロダクト部門
部門長
野口大貴

広告・コンテンツ部門
部門長
梅田亮

コーポレート部門
部門長/CFO
土谷祐三郎

エンジニアリング部門
部門長/VPoE
小迫明弘

RiL室長
樽石将人

武田和也（代表取締役）

青山学院大学を卒業後、ネットエイジ（現ユナイテッド）に入社、退社後1年間起業準備のために西海岸に滞在し、帰国後共同創業者の長束と共にRettyを創業、代表取締役を務める。

安東太郎（営業部門）
リクルートでホットペッパーグルメの首都圏責任者、ベルシステム24を経て、営業部門部門長としてRettyに参画。

土谷祐三郎（CFO）
慶應義塾大学を卒業後、公認会計士、戦略コンサルファーム、PEファンド、ファンドからの事業会社への出向（取締役）を経てRettyに参画。

樽石将人
Google、Redhat、楽天のインフラ構築など大規模システムのエンジニアリングに従事したのち、Rettyの技術革新を推進する部署の責任者に。

本田浩之（社外取締役）
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。現在はリブセンスをはじめ多くのIT企業にて社外取締役。

サービスイメージ

あなたにBESTな
お店が見つかる

Rettyの特徴

実名型

点数評価のない
おすすめの口コミ

「ヒト」から探す

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

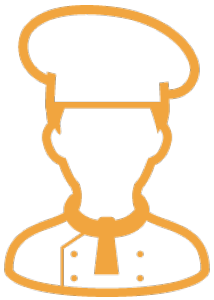
実名型グルメプラットフォーム

実際のユーザー及び飲食店からの声（抜粋）

- ✓ 実名制だから信頼できる
- ✓ ランキングではなく、自分にあったお店が見つかる
- ✓ オススメの投稿ばかりで、ポジティブな世界観が良い

利用しているユーザーからの声

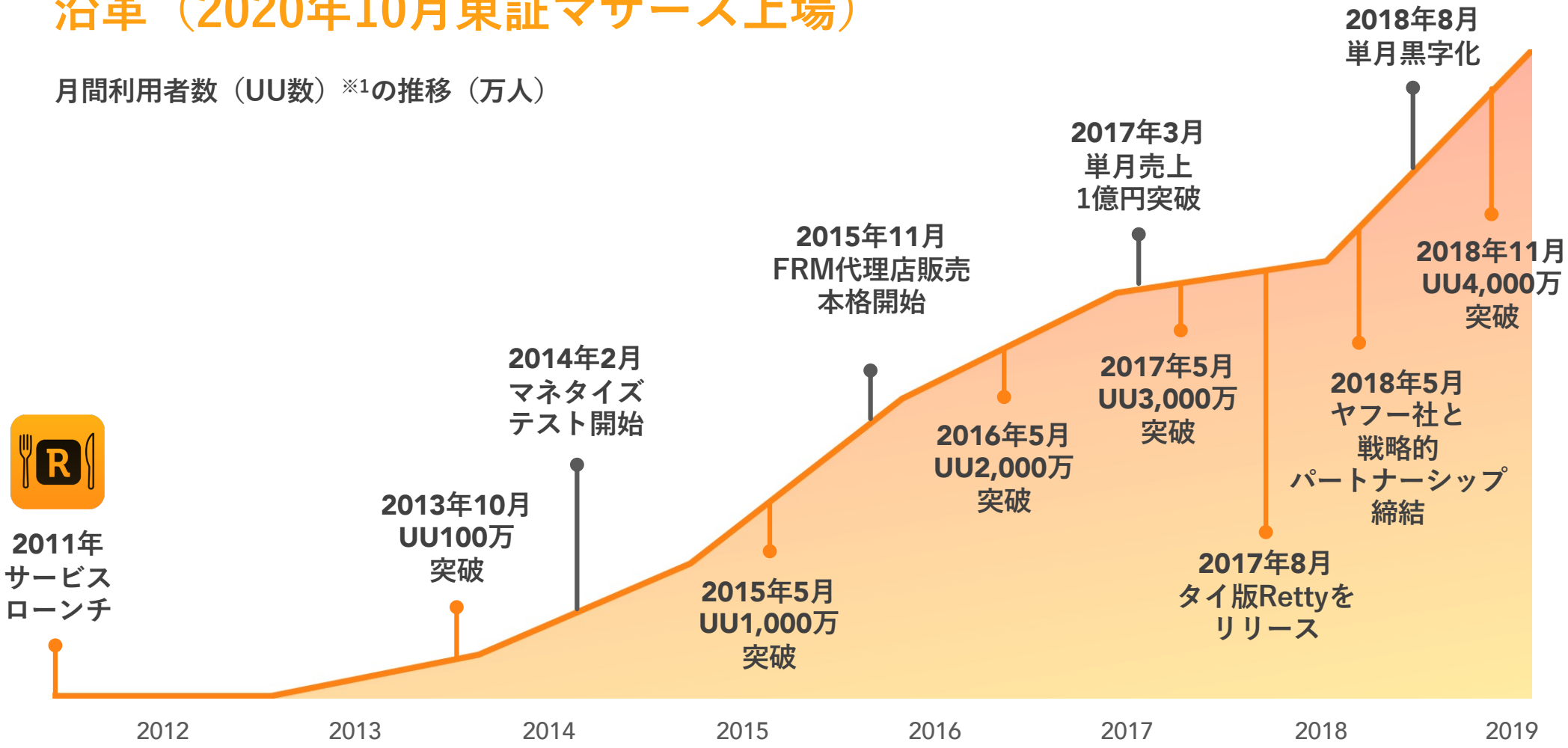
- ✓ Rettyは常連さんに強い媒体
- ✓ 勝手に点数を付けられなくて良い
- ✓ ポジティブなコメントが多く、元気付けられる



飲食店からの声

沿革（2020年10月東証マザーズ上場）

月間利用者数（UU数）※1の推移（万人）

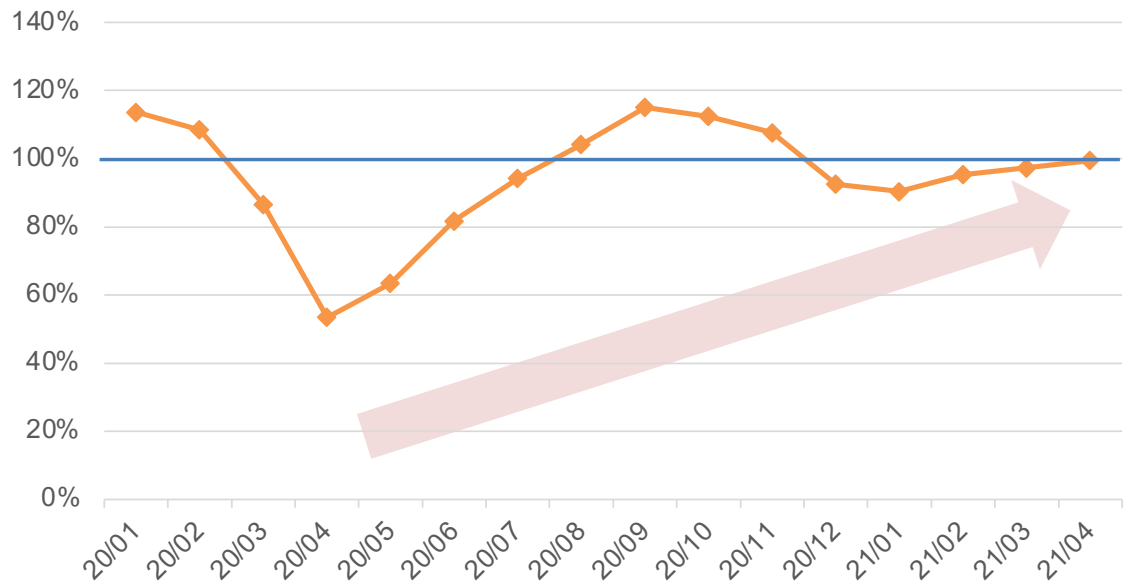


※1 「Retty」のサイトを訪問した人をブラウザベースで数えた人数（延べ人数ではない）としています。2020年はCOVID-19（新型コロナ感染症）の影響から減少しております。

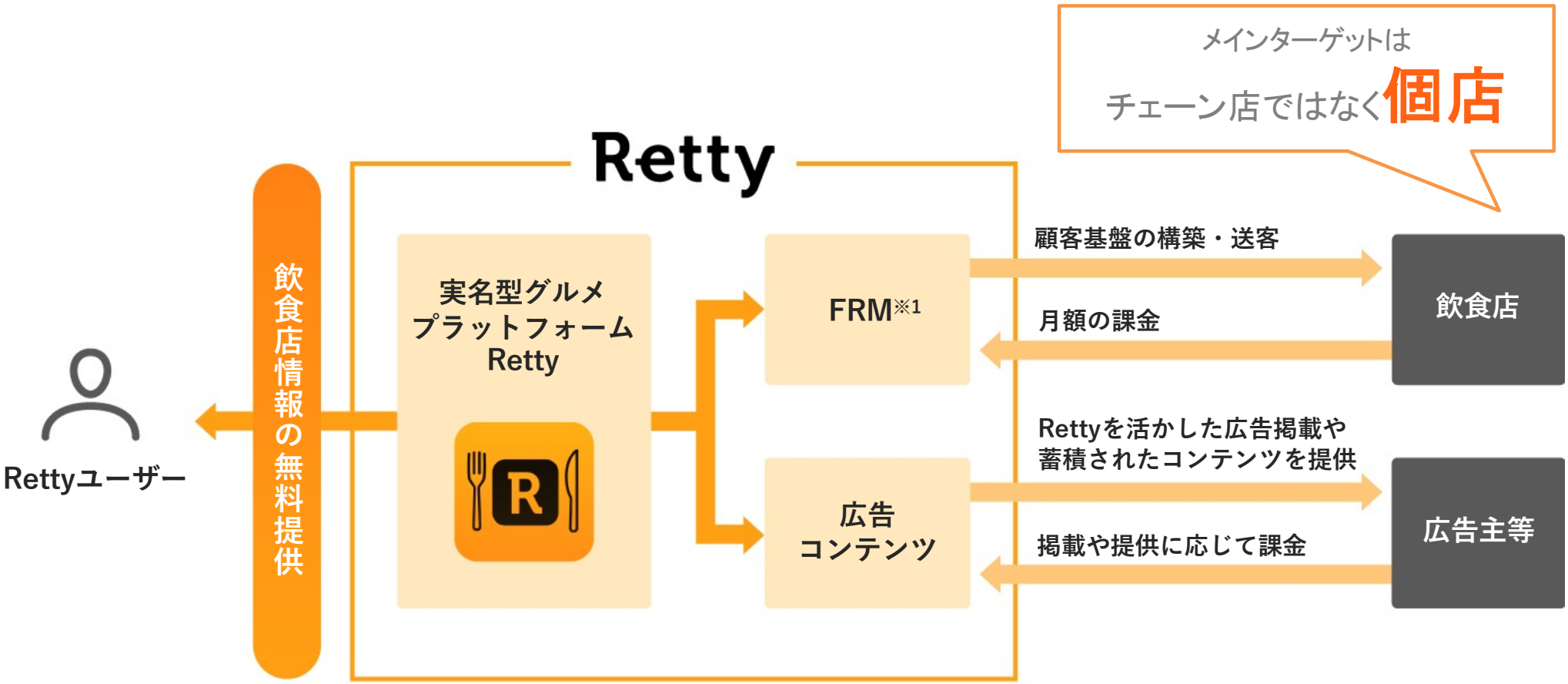
2020年1月以降の月間利用者数推移

COVID-19の感染拡大に伴い、昨年4月に月間利用者数は大幅に落ち込んだが、
足元では2019年同月比で100%に近い水準を回復

Retty月間利用者数推移（対2019年同月比）



ビジネスモデル



※1 FRMは、Fan Relationship Managementの略称です。飲食店向けに月額にて集客機能や顧客管理機能を備えたソリューションを提供するビジネスになります。

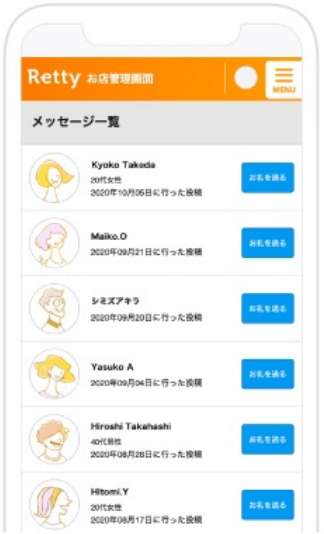
Key Message

信頼性の高いグルメサービスRetty

主力となるFRM（飲食店支援事業）のビジネスモデル

アフターコロナにおける成長戦略

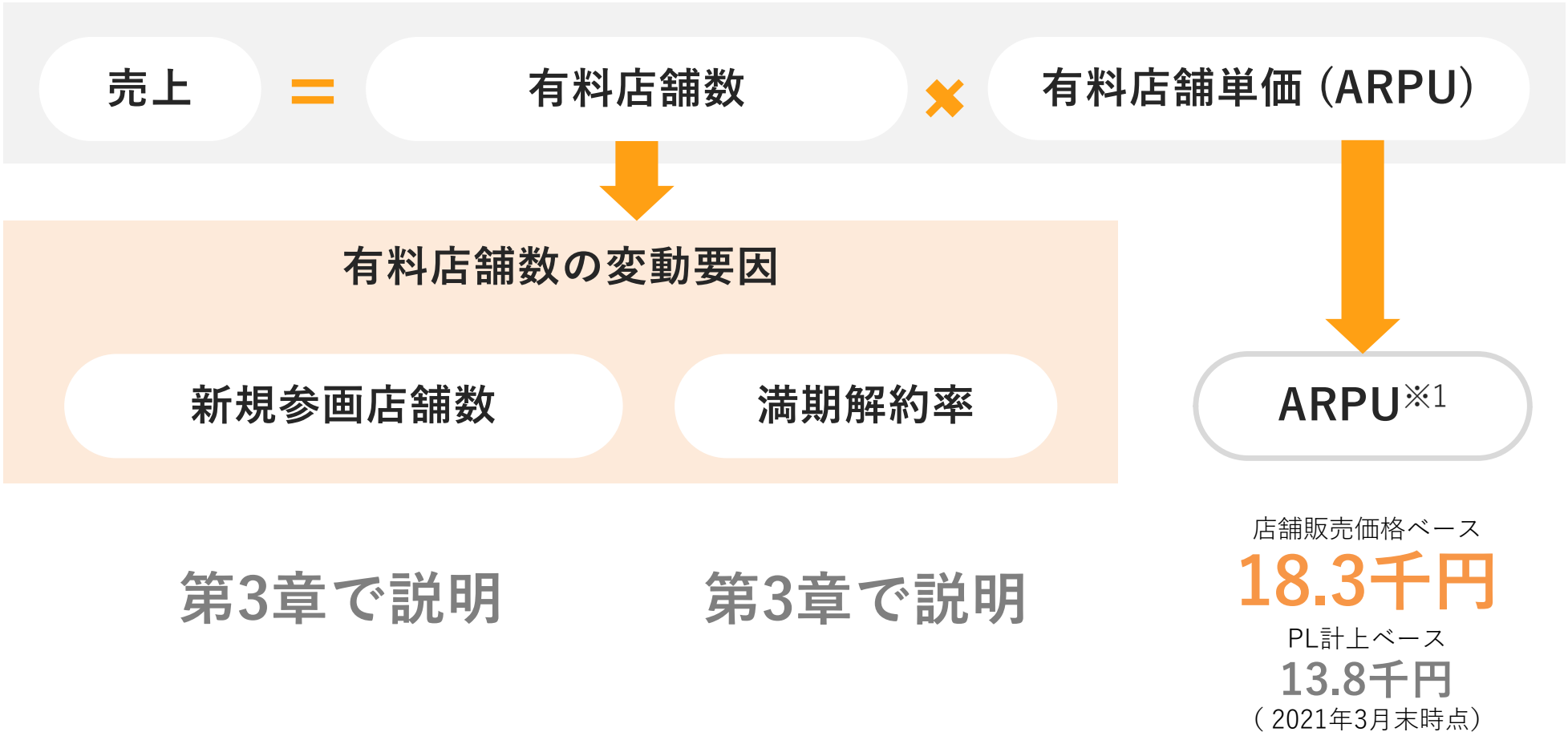
個店を中心とした飲食店に提供する顧客基盤構築を可能とするソリューション



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

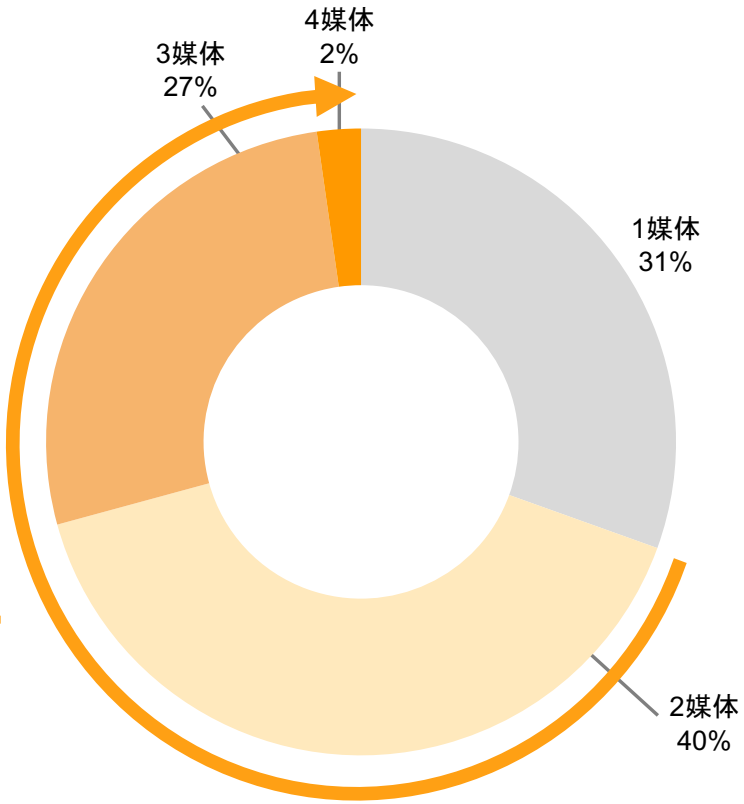
FRM売上を構成する要素



※1 トライアル店舗（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。

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 ※1

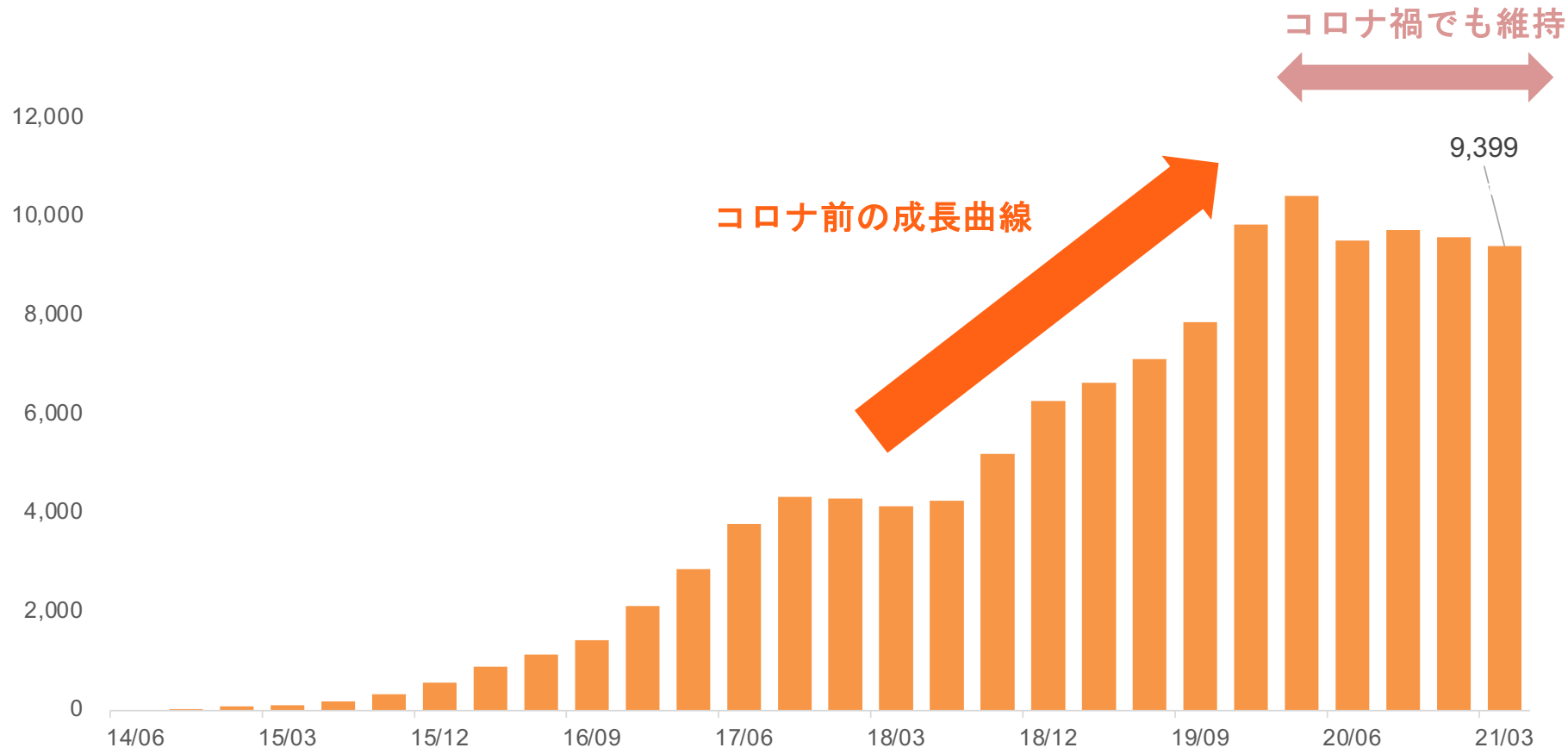


併用率
70%

※1　Rettyを利用していない飲食店も含めて、2017年7月・8月に代理店によるアンケートを実施しております。

FRM有料店舗数推移

コロナ前においては店舗数が急成長、足元のコロナ禍では、数を大きく減らさずに、耐えている状態。アフターコロナでは再び大きな成長を目指す。



Key Message

信頼性の高いグルメサービスRetty

主力となるFRM（飲食店支援事業）のビジネスモデル

アフターコロナにおける成長戦略

ワクチン接種による飲食業界の急激な回復（USA）

米国における飲食店の予約状況は全米では前年度の8割程度まで回復。地域差はあるものの、
コロナ感染減やワクチン接種進展により営業規制が緩和され今後も回復が期待されている

米国における飲食店予約数推移（対2019年同日比、7日間移動平均）

出典：OpenTable

アフターコロナにおいて有料店舗が急回復・成長する理由

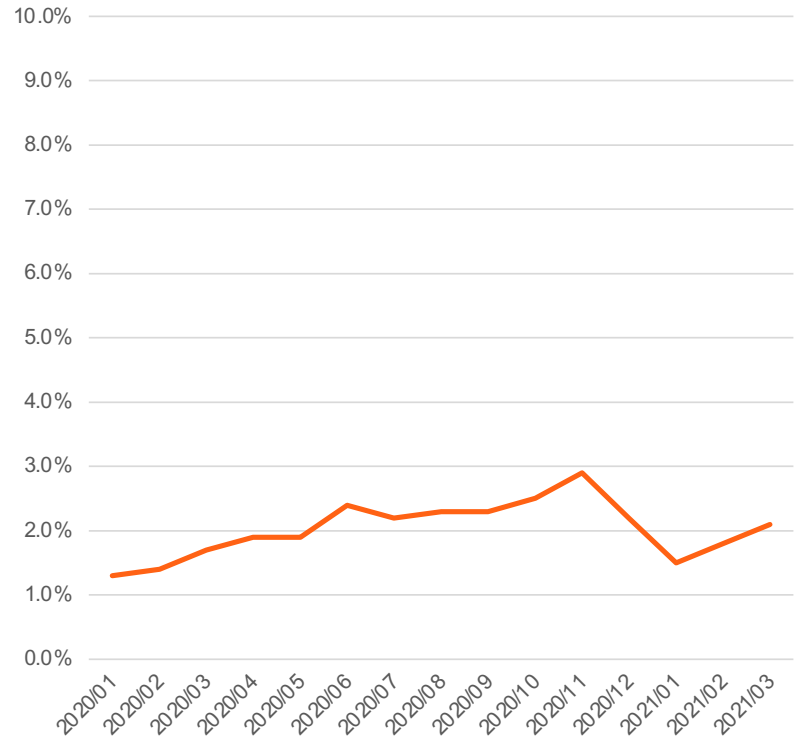
緊急事態宣言が明ければ即時に回復する

新規獲得数

※1 通常時とは、2019年10月以降で緊急事態宣言の発令がない月になります。
※2 緊急事態宣言該当四半期以外は四半期平均値となります。

コロナ禍でも低位安定している

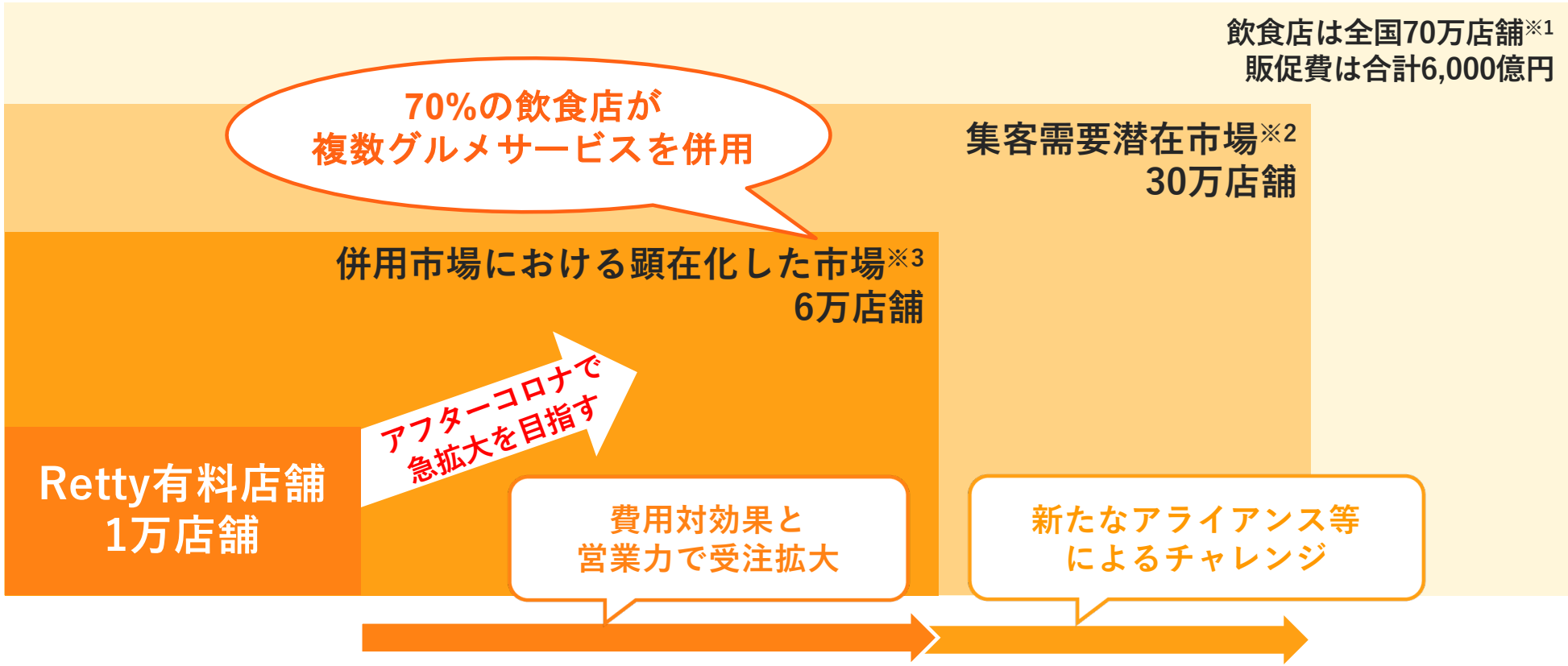
満期解約率



※ 該当月末時の満期更新対象店舗におけるの解約件数をその時点での総保有件数で除した数値であり、閉店などによるイレギュラーな解約を除いた数値となります。

FRMのターゲットとなる市場について

宣言解除後は、顕在化している6万店舗を速やかに有料店舗化することに注力



※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ける月間の費用が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。

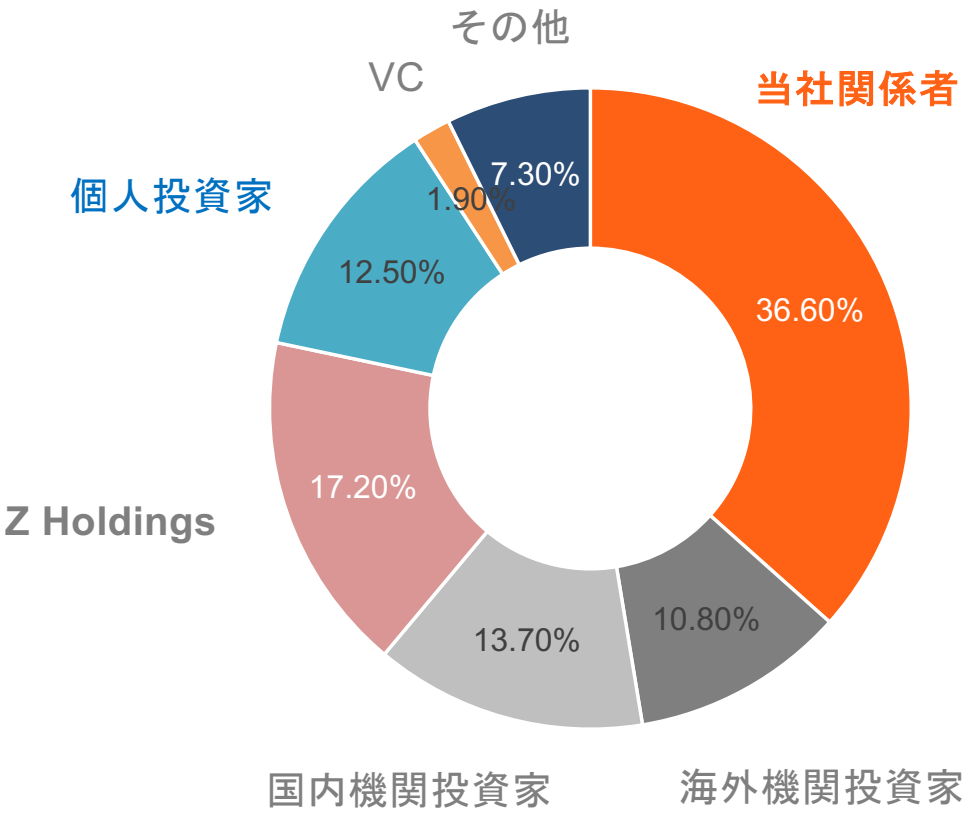
モバイルオーダーの進捗

当社の業務支援領域進出に向けた新規事業であるモバイルオーダーを4月に本格リリースし、飲食店からの問い合わせも増加傾向

集客＋業務効率のハイブリッドモデルで安定収益を積み上げ

株主構成

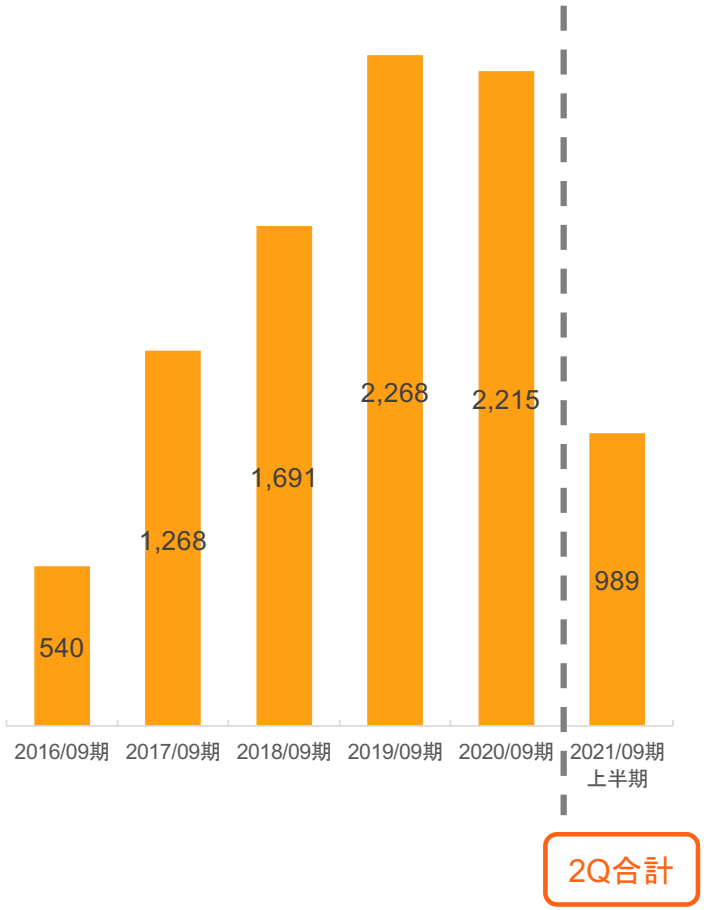
株主構成（2021年3月末時点）

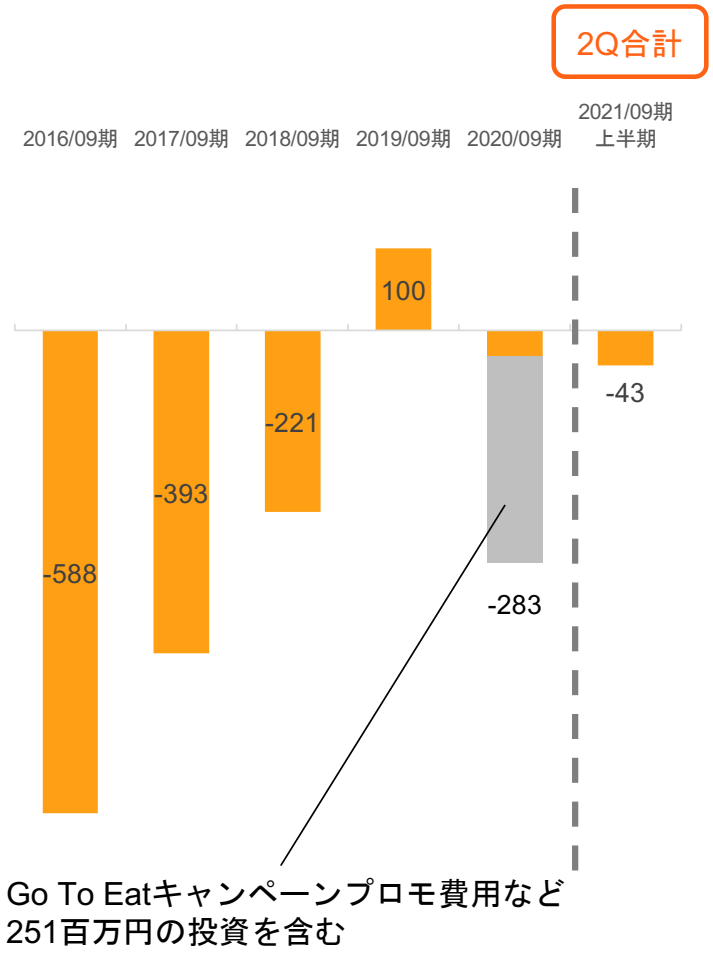


直近の大量保有報告（2021年5月末時点）

野村アセットマネジメント＋野村證券	9.2%
Jupiterアセットマネジメント	9.2%

売上・営業利益推移

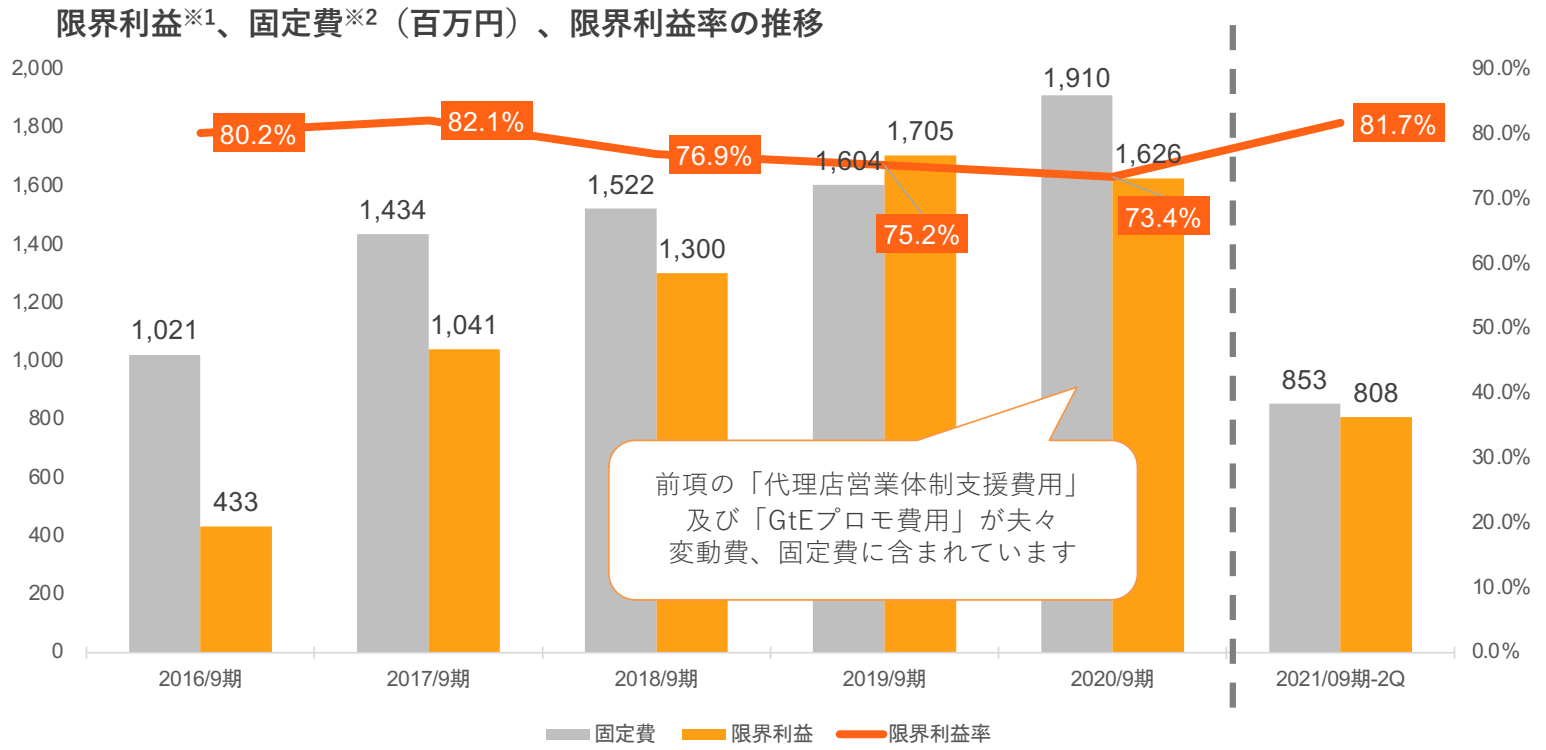




Go To Eatキャンペーンプロモ費用など
251百万円の投資を含む

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



※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。

会社概要

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	600百万円
従業員数	143名
上場取引所	東京証券取引所マザーズ
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。