

Retty

2026年9月期第1四半期

決算説明資料

Retty株式会社 2026年2月
証券コード：7356

Service Image



あなたにBESTな
お店が見つかる



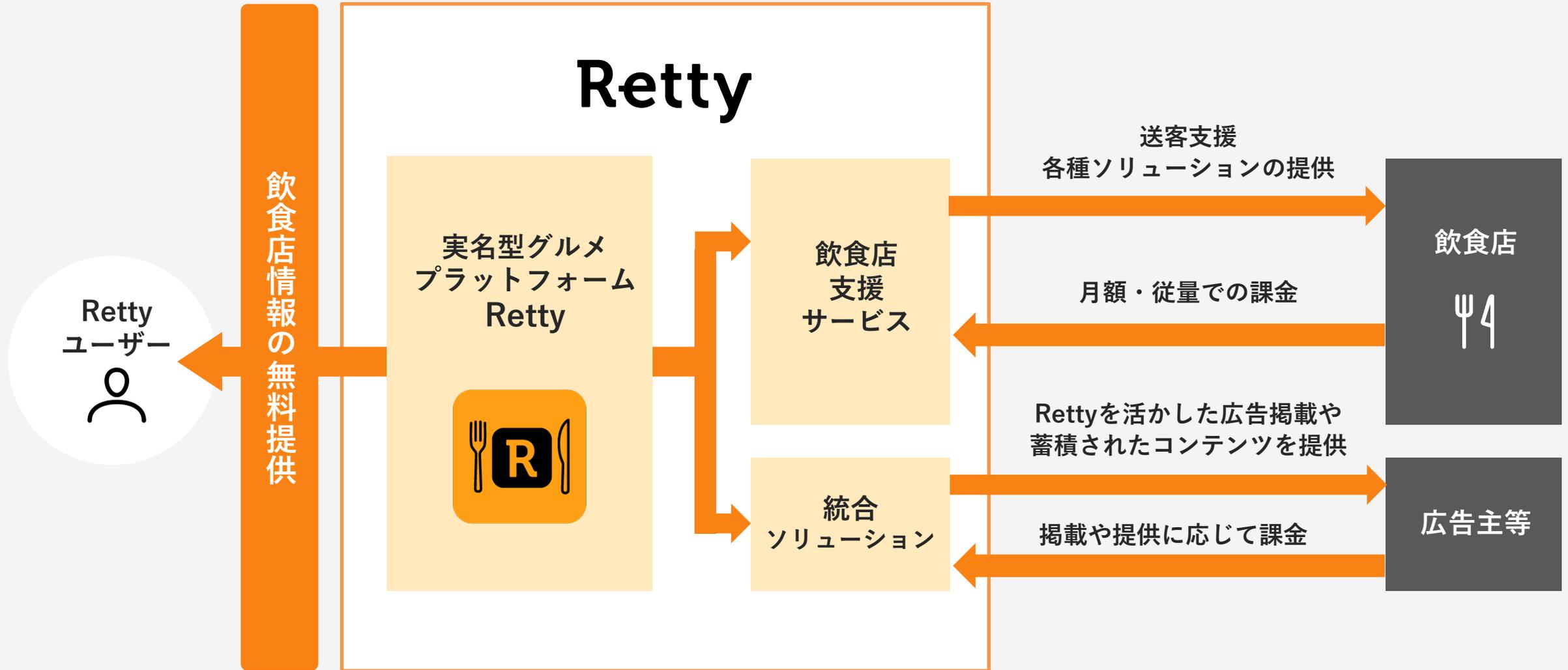
Rettyの特徴

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



ビジネスモデル



新代表取締役ご挨拶

代表取締役社長
平野雅也



メッセージ

当社の新卒1期生としてエンジニア職で入社以来、開発部門や営業部門において重要な役割を担うとともに、事業戦略部門担当執行役員としてデータ分析やテクノロジーへの理解をベースに業務を進めてまいりました。今後もAIを中心としたテクノロジーを用いて当社のさらなる企業価値向上を実現すべく経営に邁進いたします。

経歴

- 2014年4月 ● 当社入社（エンジニア）
- 2018年7月 ● マネージャー就任・データ分析組織立上げ
- 2024年10月 ● 事業戦略・データ推進部部長就任
- 2025年11月 ● 執行役員就任（現任）
- 2025年12月 ● 代表取締役就任（現任）

独自性の高いデータを利用したAIによるRettyの進化

実名制をはじめとする詳細なデータの蓄積が作り出す「信頼構造」を起点とした、個別最適化されたAIプロダクトの創出を目指す

AIと相性の良い独自データの蓄積



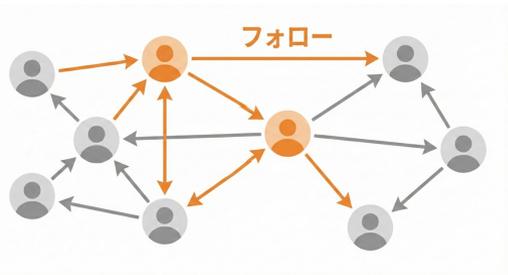
一般的な匿名データ



Rettyの実名データ

権威性 (誰が言ってるか)

信頼性 (発信の責任)

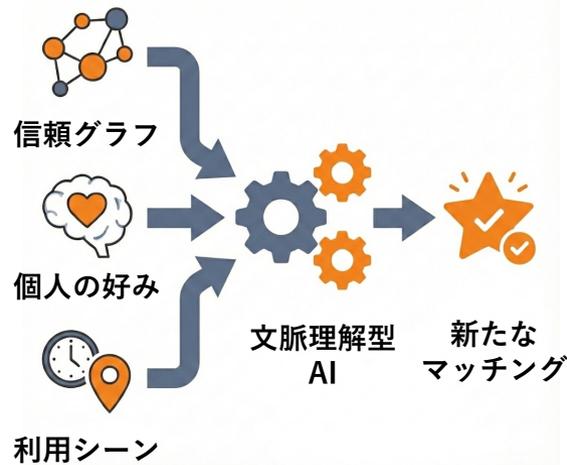


繋がり

行動履歴

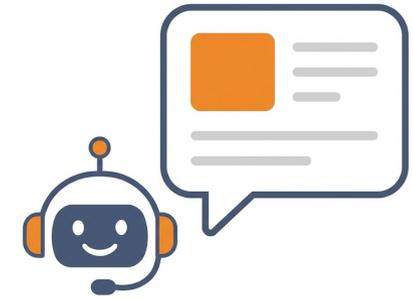
...

文脈を理解するAIによる 新たなマッチング



人気の店を出すのではなく「どういう好みがあるか」「どういうシーンなのか」を統合的に理解

AI主体の新たな体験



ユーザーが条件を言語化する必要がなく、
AIが主体的に提案・説明し、
ユーザーは最終判断 (確認・承認)
を行う

エグゼクティブサマリー

実績

- ✓ 売上に関しては前四半期比で順調に増加し、424百万円となった。また営業利益は12百万円となり黒字を維持。
- ✓ 有料お店会員数（固定＋従量）に関しては、前四半期に比べ121件減少し、7,314件となった。
- ✓ ネット予約送客人数は、前年同期比で平均+27%の水準となり、継続した増加傾向に

今後の成長に向けて

- ✓ 直販の体制強化に加え、データ及びAIを活用したプロダクト体験の向上を目指す
- ✓ 平野が代表取締役社長に就任し、武田は取締役会長に就任しオンボーディングも順調

業績見通し

- ✓ 2026年9月期の業績見込みは、売上1,603百万円、営業利益47百万円を維持

目次

1. 2026年9月期第1四半期実績
2. 2026年9月期 通期業績見通し
3. 今後の成長に向けて

目次

1. 2026年9月期第1四半期実績
2. 2026年9月期 通期業績見通し
3. 今後の成長に向けて

1 | 2026年9月期第1四半期実績の概況

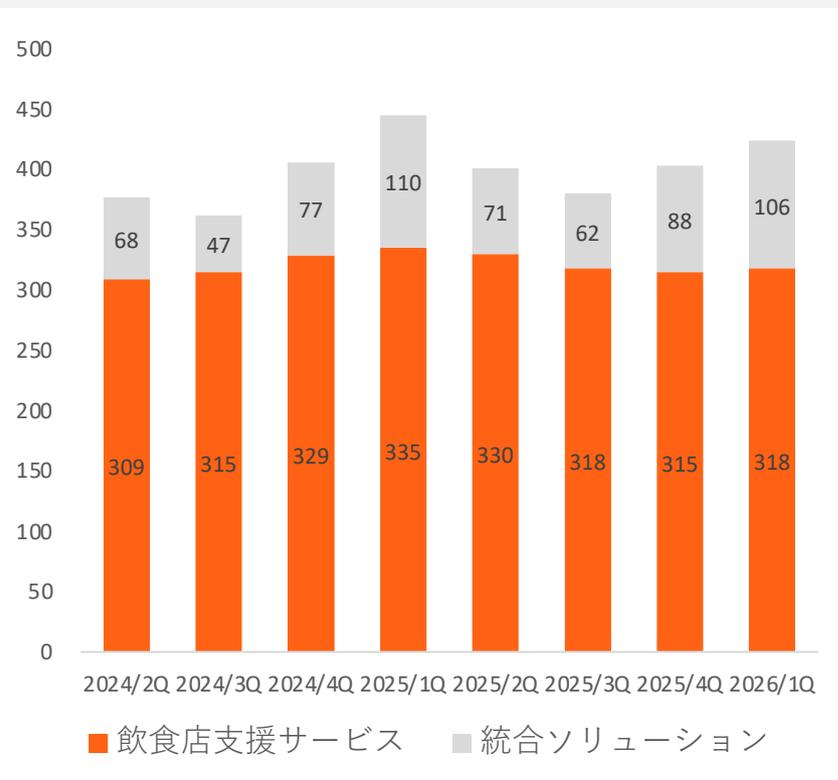
第1四半期の売上実績は424百万円となり、営業利益は12百万円の着地となり、両指標とも計画通りの着地となった

	FY2026/09			
	第1四半期	YoY	業績予想	達成率
売上高	424	95.2%	1,603	26.3%
売上総利益	286	100.0%	1,170	-
売上総利益率	67.4%	-	-	-
営業利益	12	-	47	26.8%
営業利益率	3.0%	-	-	-
経常利益	7	-	34	22.4%
当期純利益	7	-	32	22.0%

1 | 全社売上の推移

飲食店支援サービスの売上は第1四半期318百万円（YoY95%）、統合ソリューションの売上は106百万円（YoY96%）となった

四半期売上内訳※推移（百万円）



統合
ソリューション

- 既存の大型案件の追加発注により前四半期比較で増加

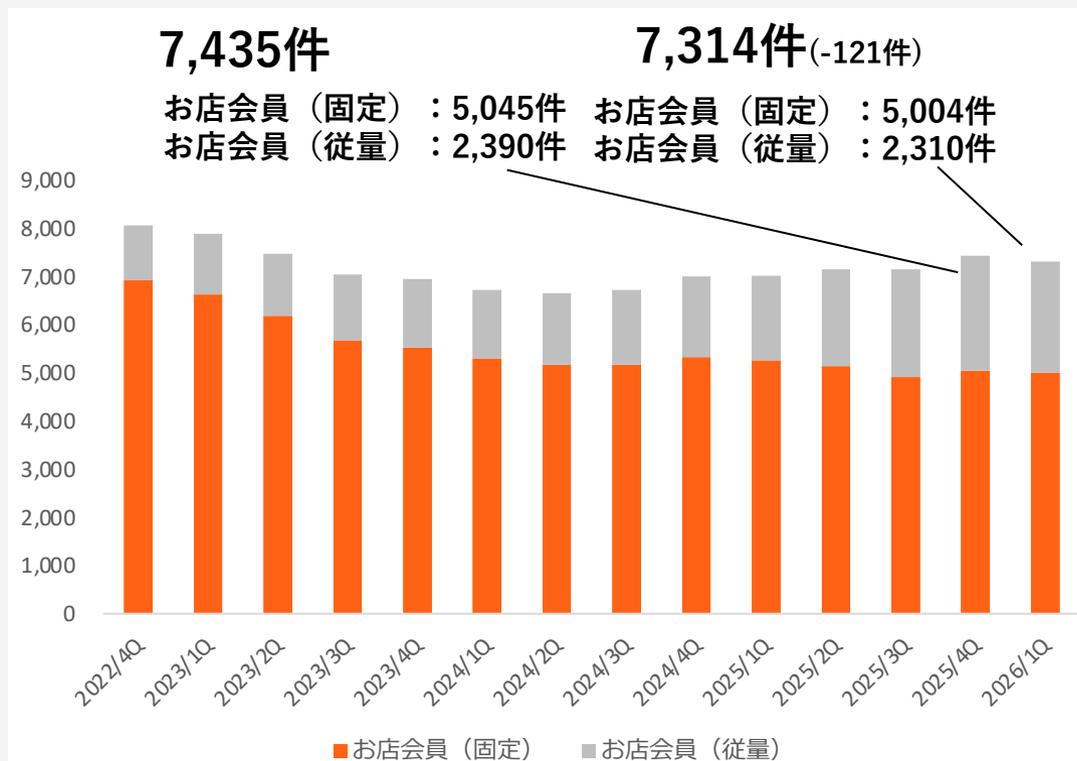
飲食店支援
サービス

- 直販チャネルは好調に推移
- 飲食店支援サービス全体としてはほぼ計画通りの着地

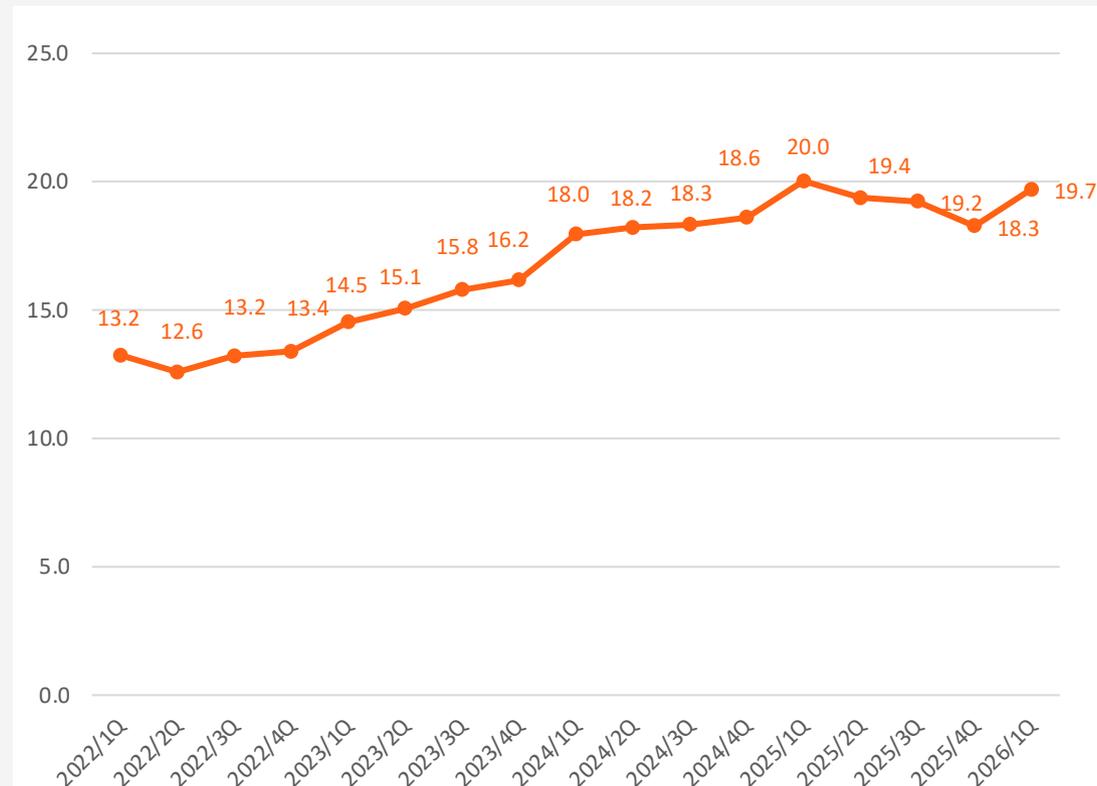
1 | 有料お店会員数推移

2025年12月末時点の有料お店会員数（固定＋従量）は7,314件と前四半期末と比較して121件減少した。ARPUは12月の季節要因による従量売上の増加で1Qは上昇傾向に。

お店会員数（固定＋従量）四半期推移（件）



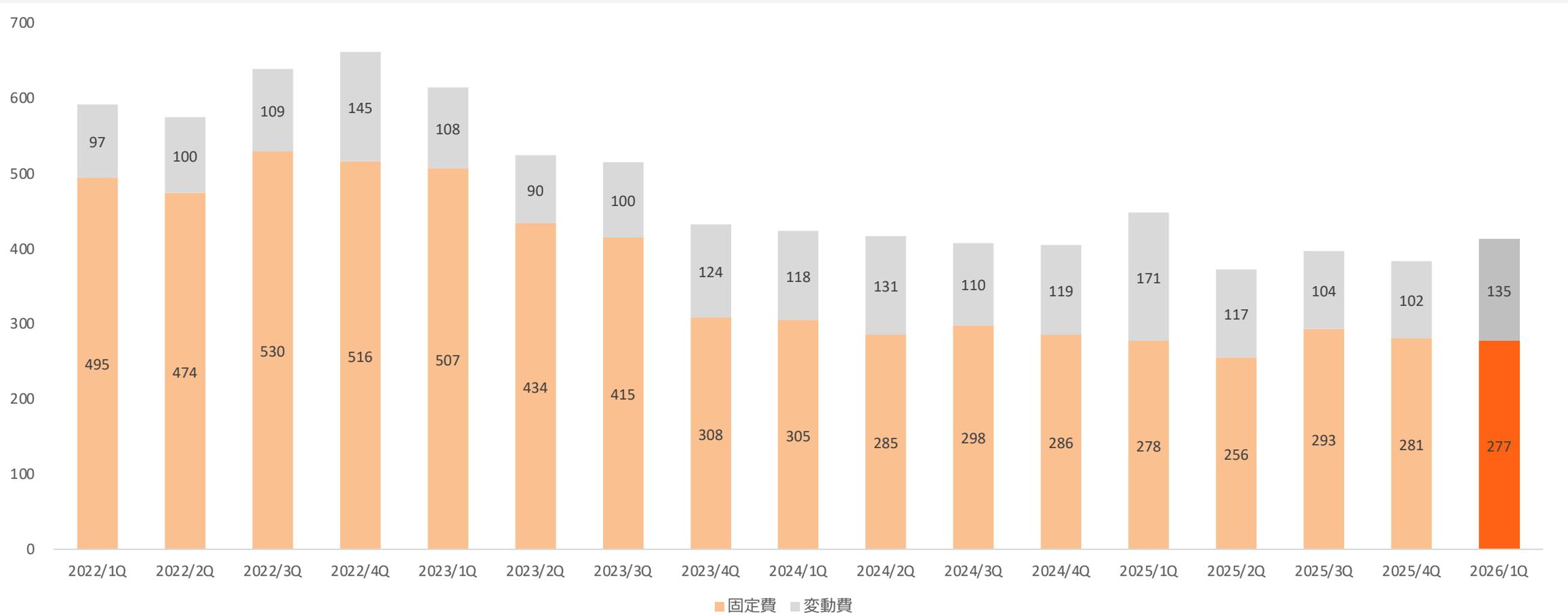
ARPU（固定プラン・PL計上価格/千円）※



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。変動費に関しては統合ソリューションの大型案件の継続受注により原価が増加。

四半期コスト推移（百万円）



1 | ネット予約送客人数の推移

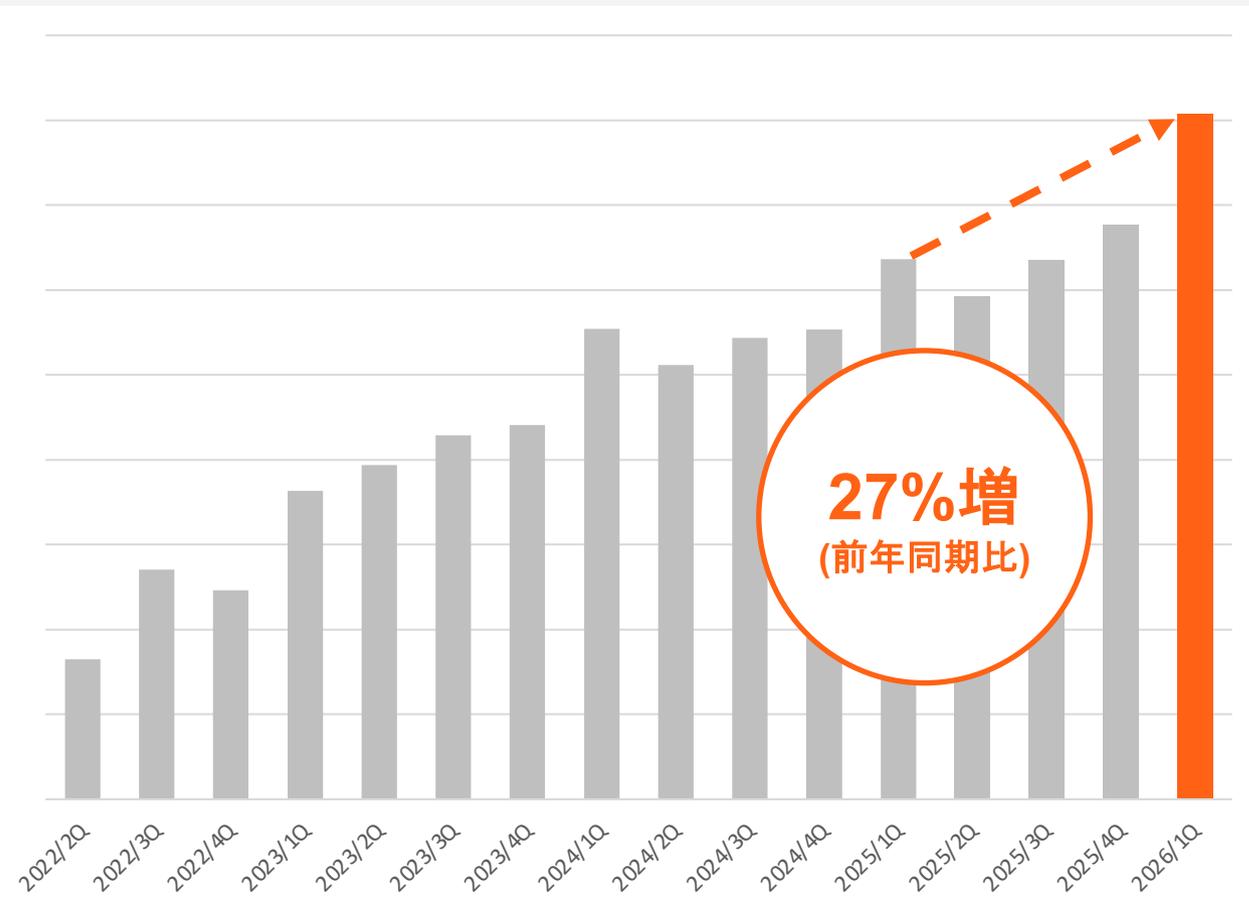
当社の最重要KPIであるネット予約送客人数は、運用コストを抑制する一方で戦略的な開発投資も行い、前年同期比で平均+27%の水準となり、継続した増加傾向にある

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

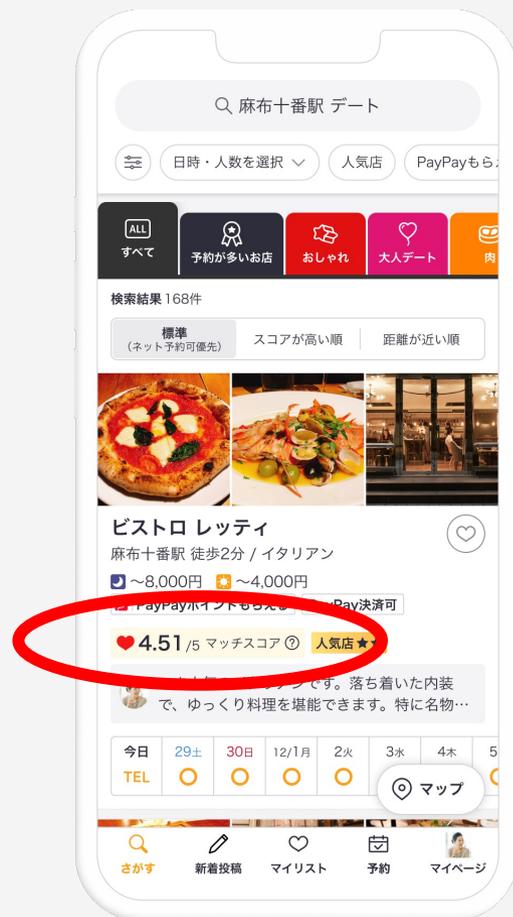


ネット予約送客人数の推移



1 | マッチスコアの導入

検索条件や利用シーンに応じて変化し、ユーザーごとの個人最適を目指したスコアが店舗に表示される「マッチスコア」を導入。既存の「Retty人気店」とならび、お店選びの指標に。



目次

1. 2026年9月期第1四半期実績
2. 2026年9月期 通期業績見通し
3. 今後の成長に向けて

2 | 2026年9月期 通期業績見通し

通期業績見通しに関しては現状のものを維持

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. 2026年9月期第1四半期実績
2. 2026年9月期 通期業績見通し
3. 今後の成長に向けて

3 | 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

-524
百万円

-91
百万円

19
百万円

47
百万円
(予想)

500
百万円
(中期)

1,000
百万円
(長期)

2023/09

2024/09

2025/09

2026/09

中期

長期

3 | 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

3 | 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

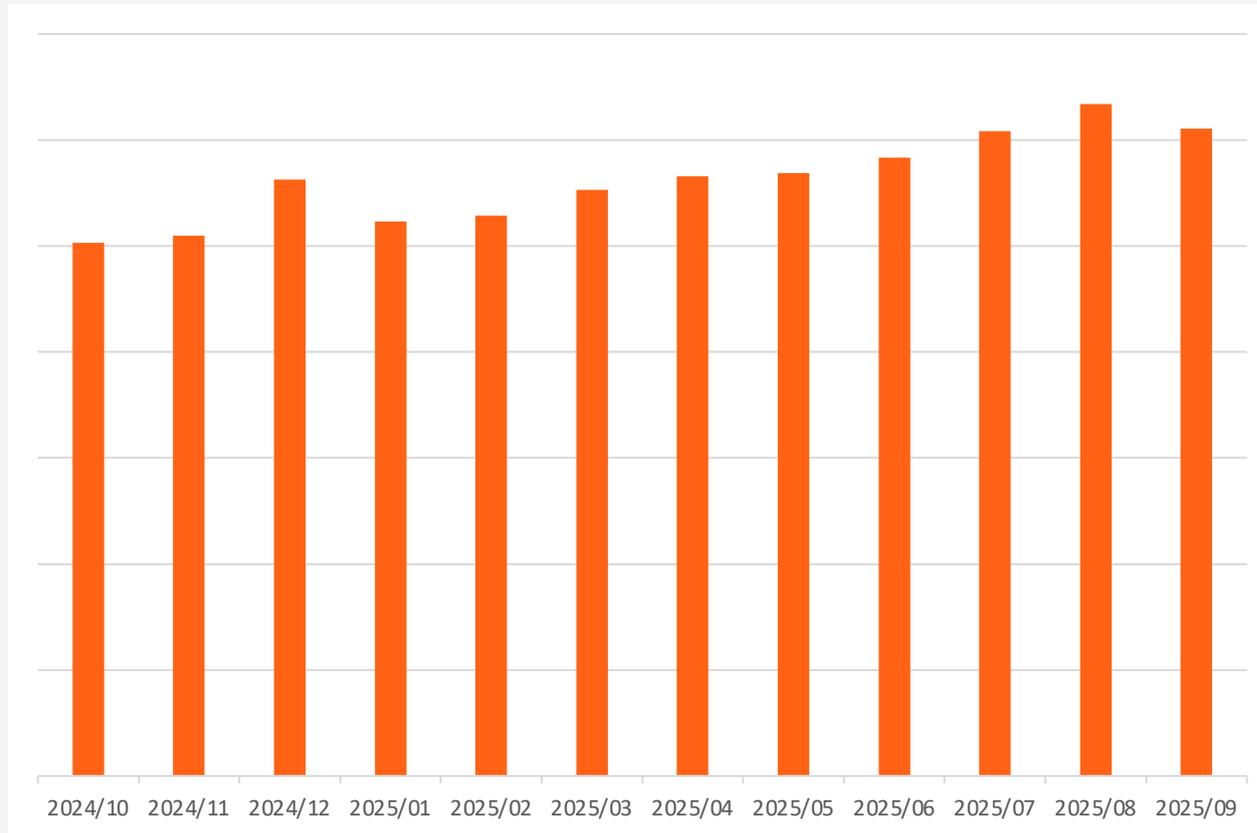
統合ソリューション

- 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

3 | 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ンネルに関しては、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

直販チャン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
組織の強化

マーケ手法の活用による
商談数の最大化

3 | 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



補足資料



マネジメント紹介（執行体制）

代表取締役 社長
執行役員



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。2025年12月より代表取締役に就任

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実管理を担当。

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 事業戦略部門担当



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。

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



三嶋麻佑子

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)

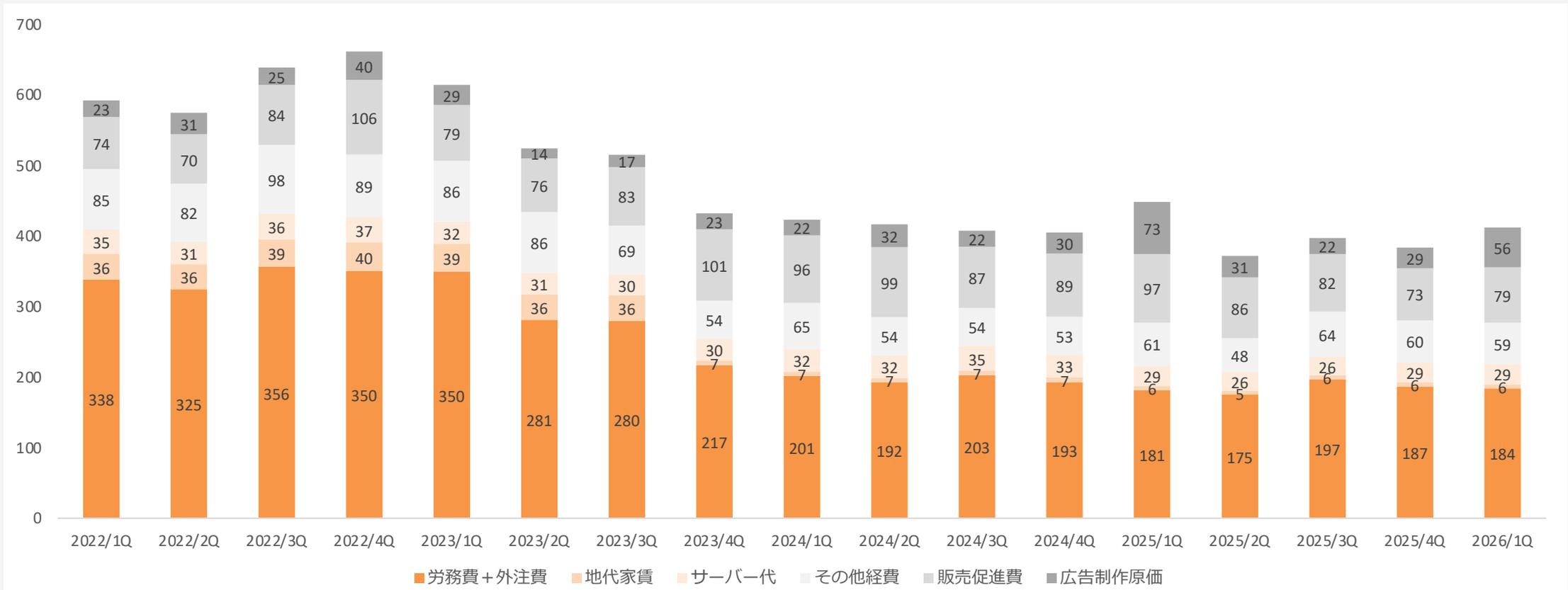
↑
有料
お
店
会
員
↓

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
	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)

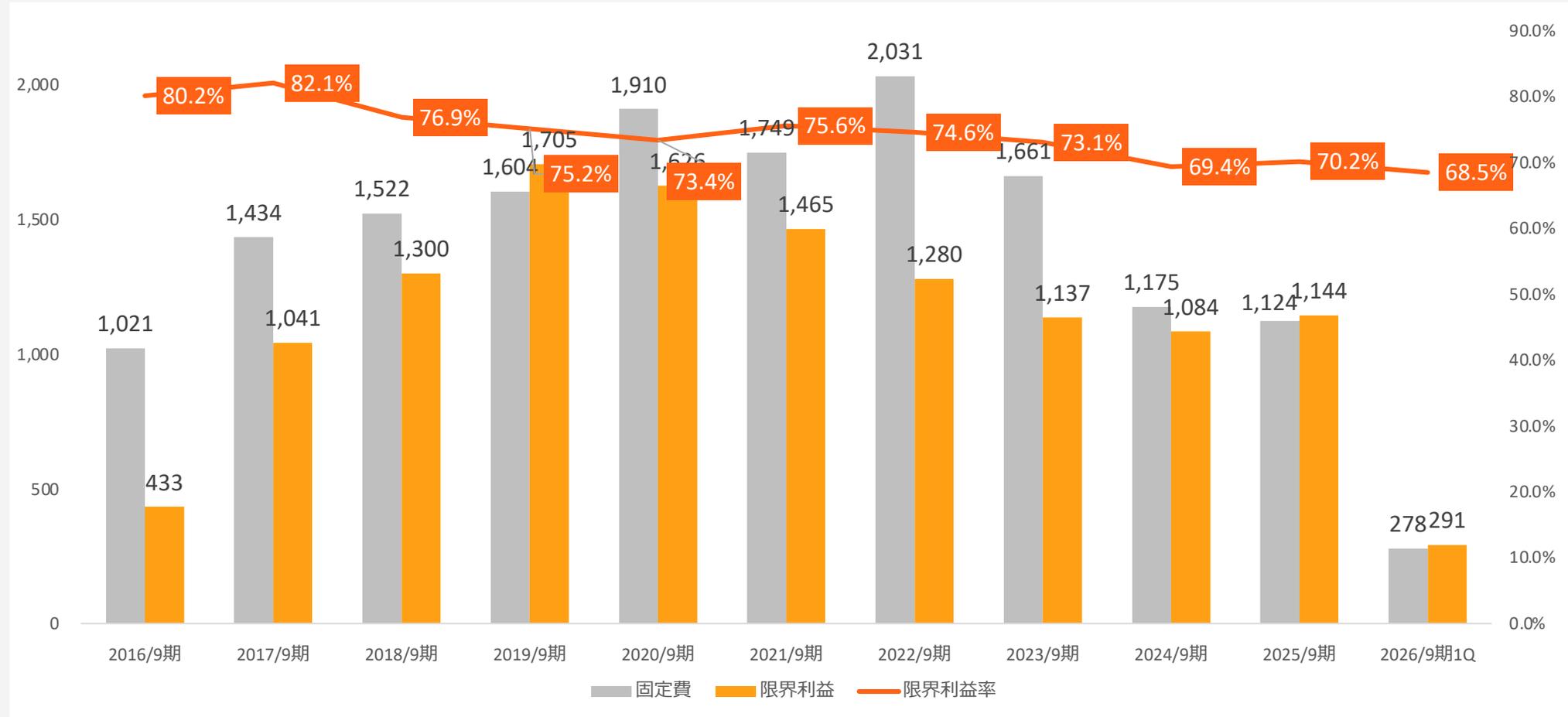
コスト構造の推移

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、統合ソリューション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12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。