Retty

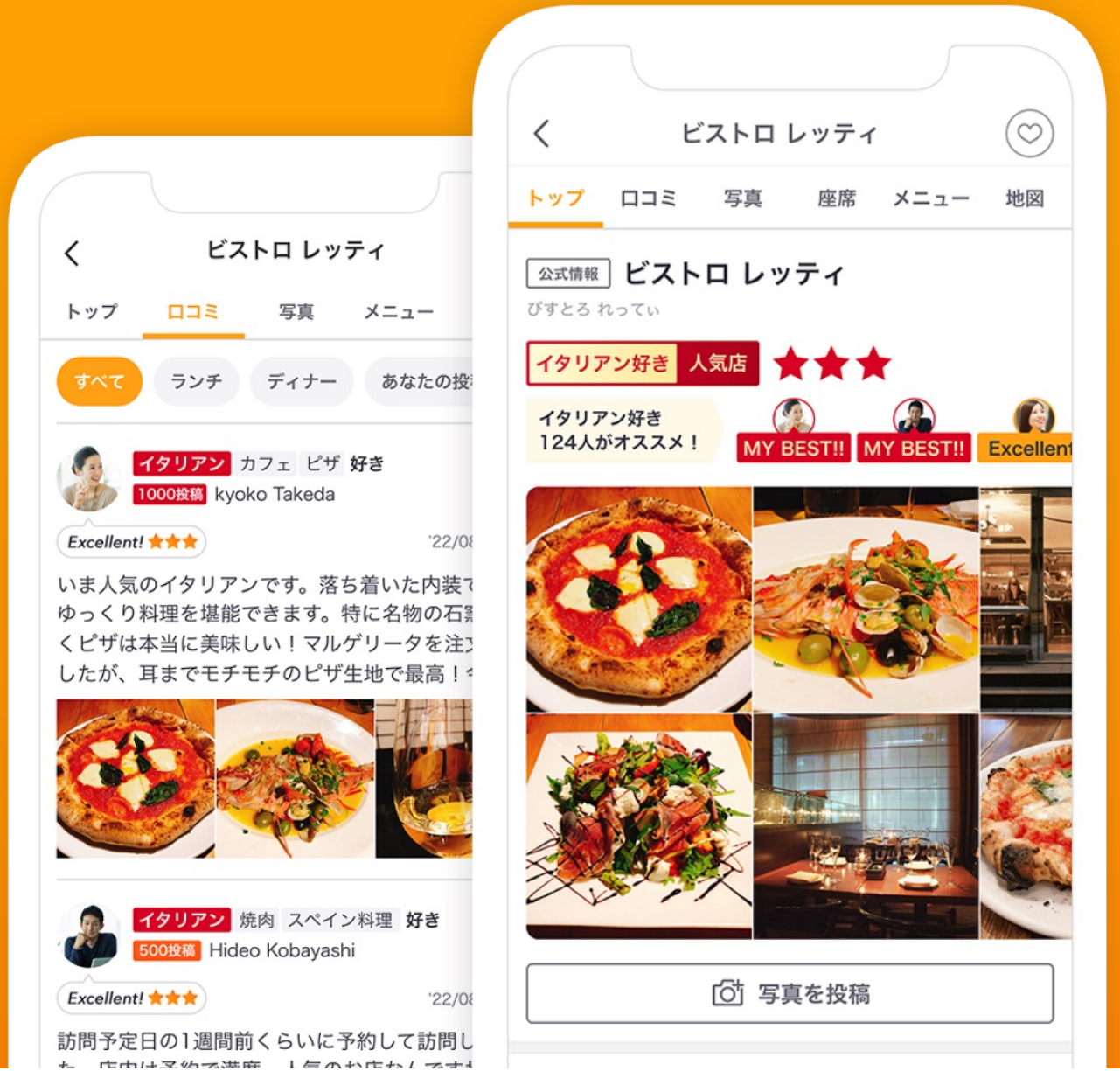
2026年9月期

決算説明資料

Retty株式会社 2026年11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

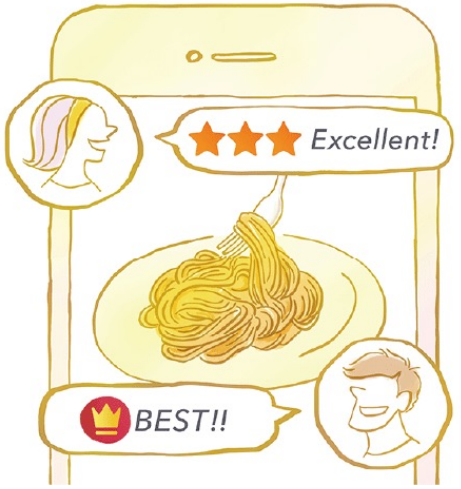
信頼できるヒトから、自分にあったお店を見つけることができる

実名型グルメプラットフォーム

実名型



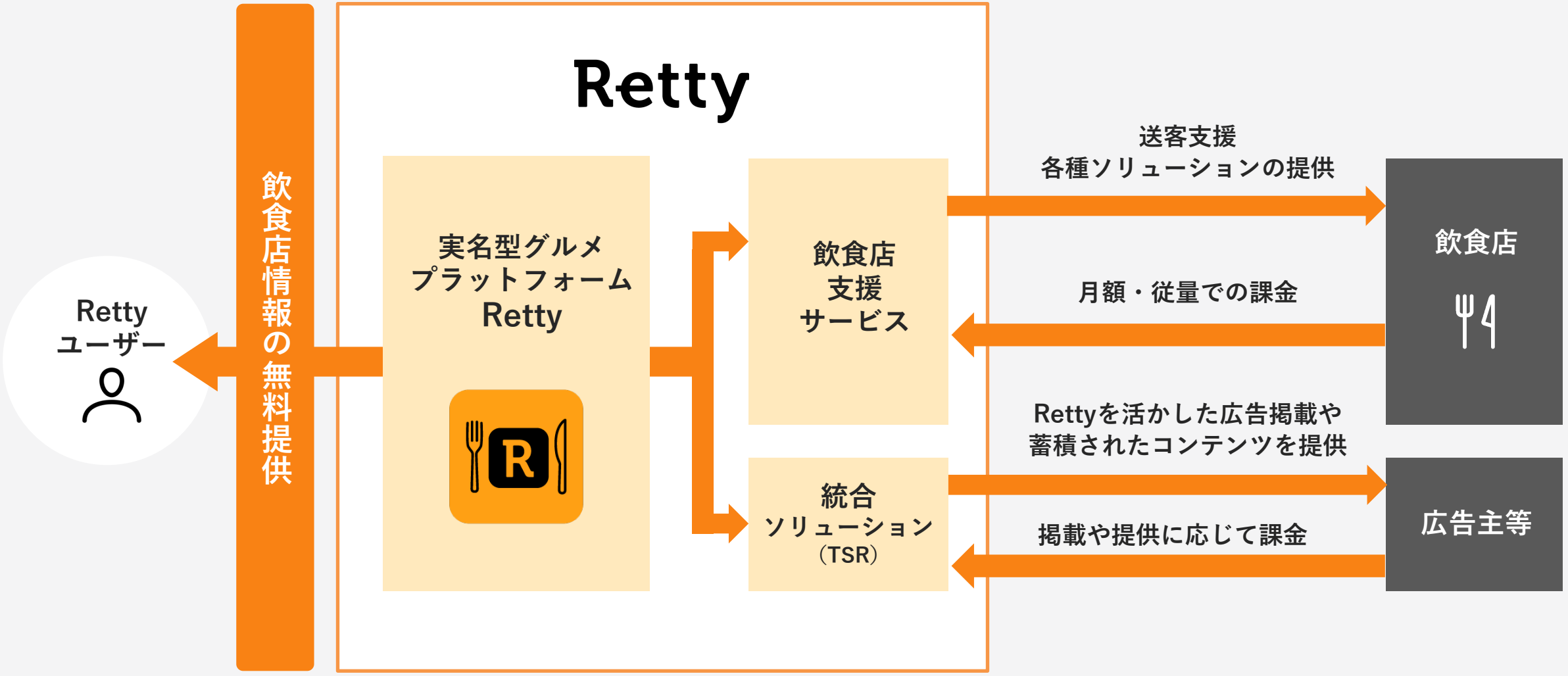
点数評価のない おすすめの口コミ



「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
統合
ソリューション
(TSR)
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

- 通期売上は1,505百万円（前期比▲7.6%）、営業利益は14百万円（同▲24.6%）、当期純利益は85百万円（投資有価証券売却益92百万円を計上）。減収の主因は統合ソリューションの減収（広告連携契約の終了・運用型広告の単価下落・大型案件の失注）と飲食店支援の代理店チャネルの売上減。販管費を前期比▲9.0%に抑え、第４四半期は売上375百万円・営業利益32百万円と当期で最も高い四半期利益
- 有料お店会員数は7,019件（前四半期末比+285件）と７月以降は純増に転換。飲食店支援サービスの第４四半期売上は前年同期並みまで回復し、ARPUは20,477円（前年同期比+12%）

業績見通し

- 2027年９月期は売上1,493百万円（前期比▲0.8%）、営業利益93百万円（営業利益率6.2%）を計画
- 増益の主因は、AIを前提とした組織への転換による人件費を中心とした固定費の圧縮。営業利益率は1.0%から6.2%へ

今後の成長に向けて

- **事業戦略：**AIで集客に関わる運用を束ね、成果を予約・来店の実数で報告する「集客パートナー」へ転換。提供価値を高めて1店舗あたりの売上（ARPU）を伸ばす
- **事業構造改革：**業務のAI化を起点にミッション型組織へ移り、固定費を圧縮。これをベースに売上を伸ばし、利益を加速させる

目次

1. 2026年９月期実績

2. 業績見通し

3. 今後の成長に向けて

目次

1. 2026年９月期実績

2. 業績見通し

3. 今後の成長に向けて

1 | 2026年９月期第４四半期実績の概況

第４四半期単体の売上は375百万円、営業利益は32百万円、通期では売上1,505百万円、営業利益14百万円。なお、将来の収益に貢献するシステム投資の開発費用44百万円をソフトウェア資産として計上している。

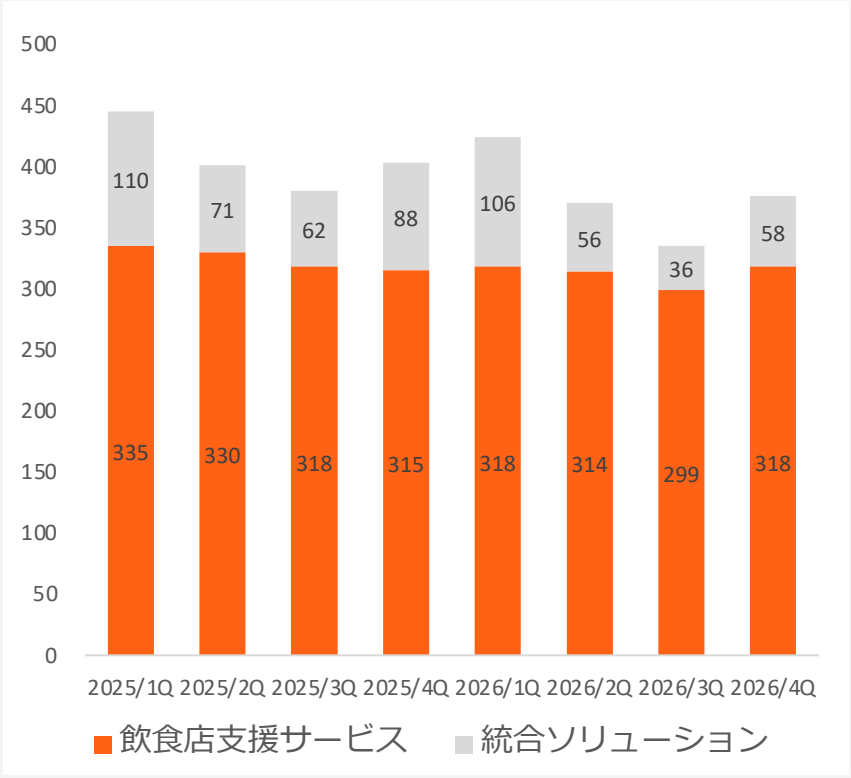
	FY2026/09					
	第４四半期	YoY	通期累計	YoY	業績予想（修正後）	達成率
売上高	375	93.2%	1,505	92.4%	1,496	100.6%
売上総利益	272	91.6%	1,036	90.7%	1,029	100.8%
売上総利益率	72.5%	-	68.9%	-	-	-
営業利益	32	170.1%	14	-	10	145.4%
営業利益率	8.7%	-	1.0%	-	-	-
経常利益	30	167.7%	5	-	0	605.3%
当期純利益	31	168.9%	85	-	79	106.9%

※増減額および増減率は、千円単位の数値により算出しております

1 | 全社売上の推移

飲食店支援サービスの売上は第４四半期318百万円（YoY101%）、統合ソリューションの売上は58百万円（YoY66%）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

- ･第４四半期は58百万円（YoY66%）。広告連携契約の終了（2026年3月）と運用型広告の単価下落が響いた
- 一方、期ずれ案件の計上により前四半期比では増収

飲食店支援サービス

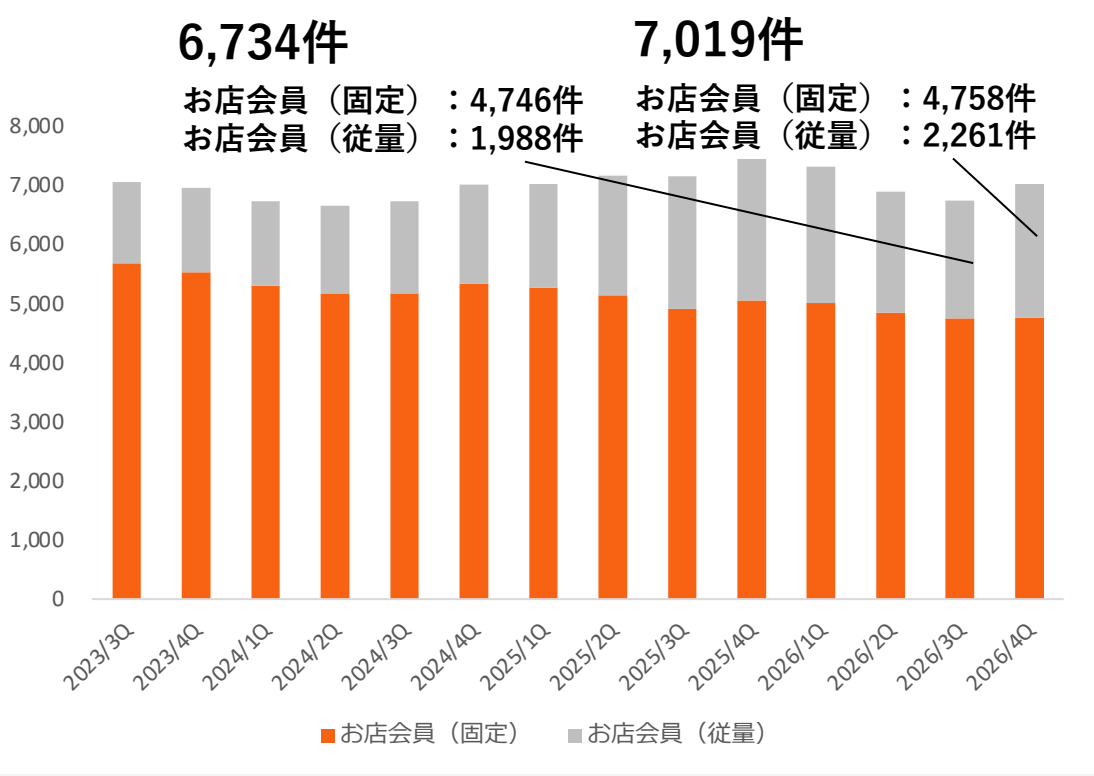
- 第４四半期は317百万円（YoY101%）と前年同期並みまで回復
- 直販中心の獲得体制への転換と従量から固定プランへの移行により、有料お店会員数は７月以降純増に転換

※ 管理方針の変更に伴い2025年9月期までは統合ソリューション領域に含めていた「アライアンス売上」を、本資料より遡及的に飲食店支援サービスに包含する形に変更

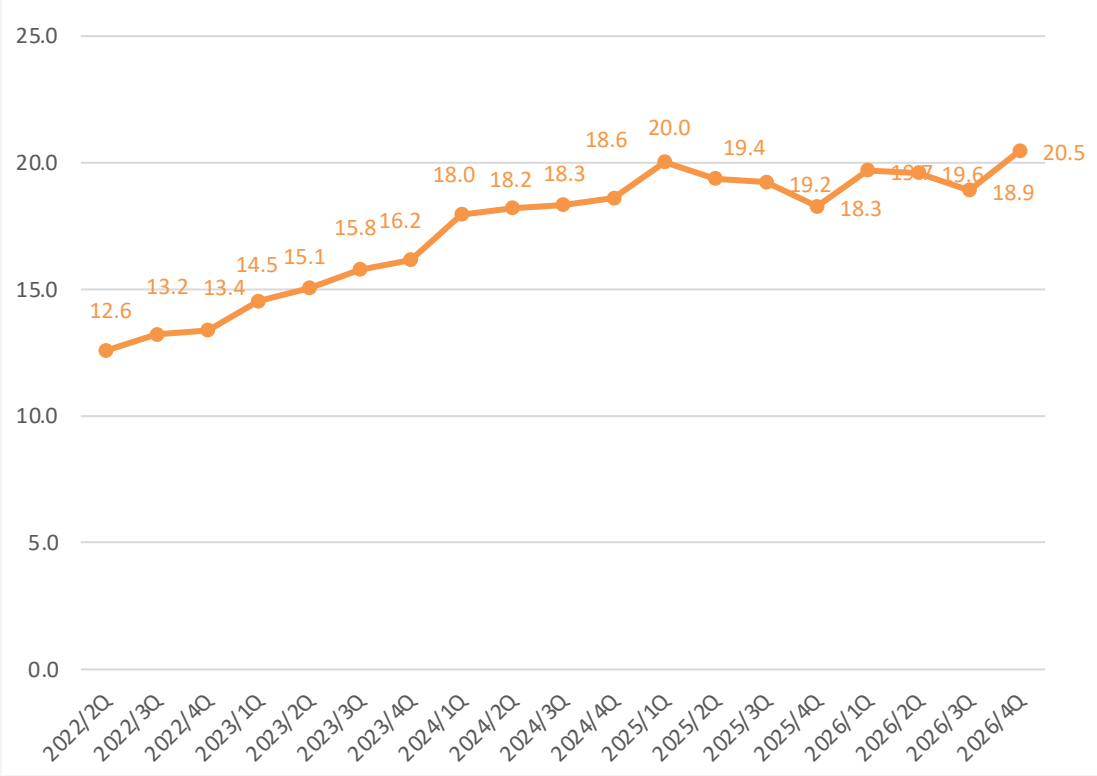
1 | 有料お店会員数推移

9月末時点の有料お店会員数（固定＋従量）は前四半期末と比較し285件増加した。

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）※

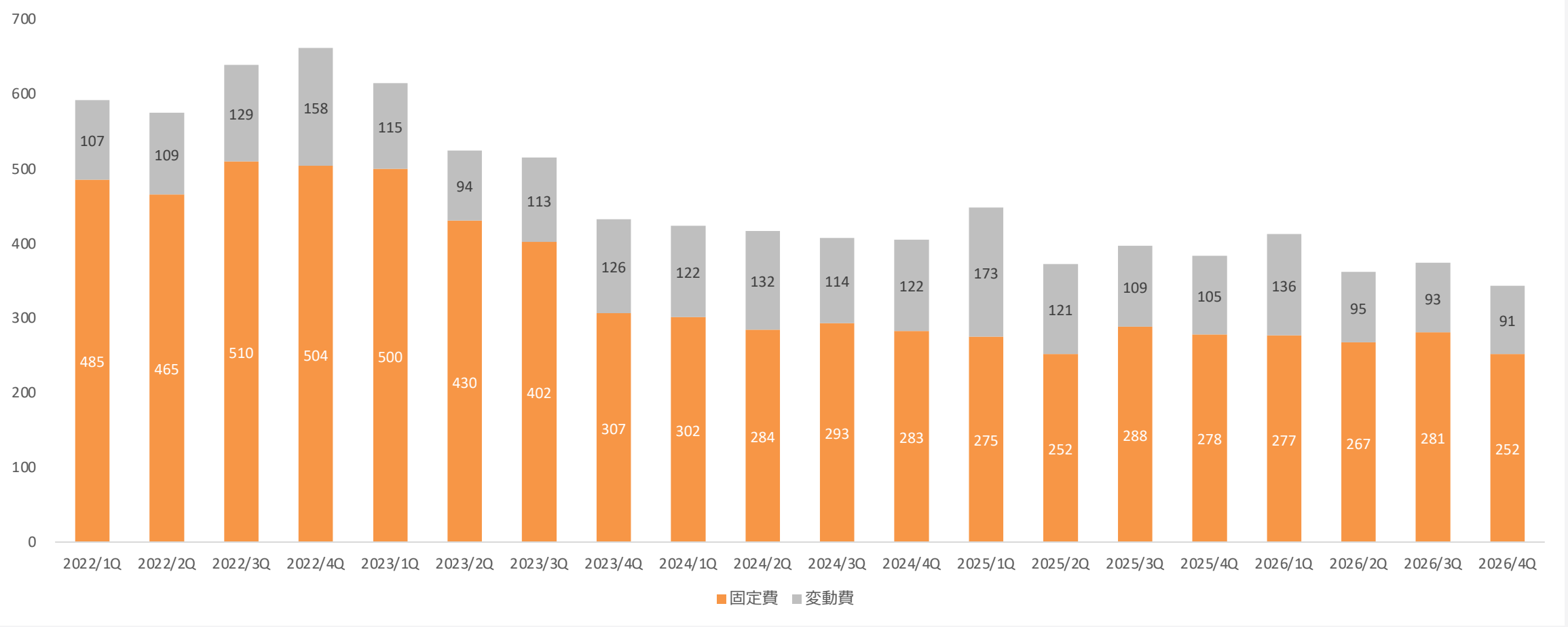


※ 従量課金分を含めたARPU

1 | 固定費

第４四半期の固定費は252百万円と前四半期比▲29百万円。６月に実施した事業構造改革により労務費・外注費が約26百万円減少し、固定費削減効果が発現。

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+24%の水準となり、継続した増加傾向にある

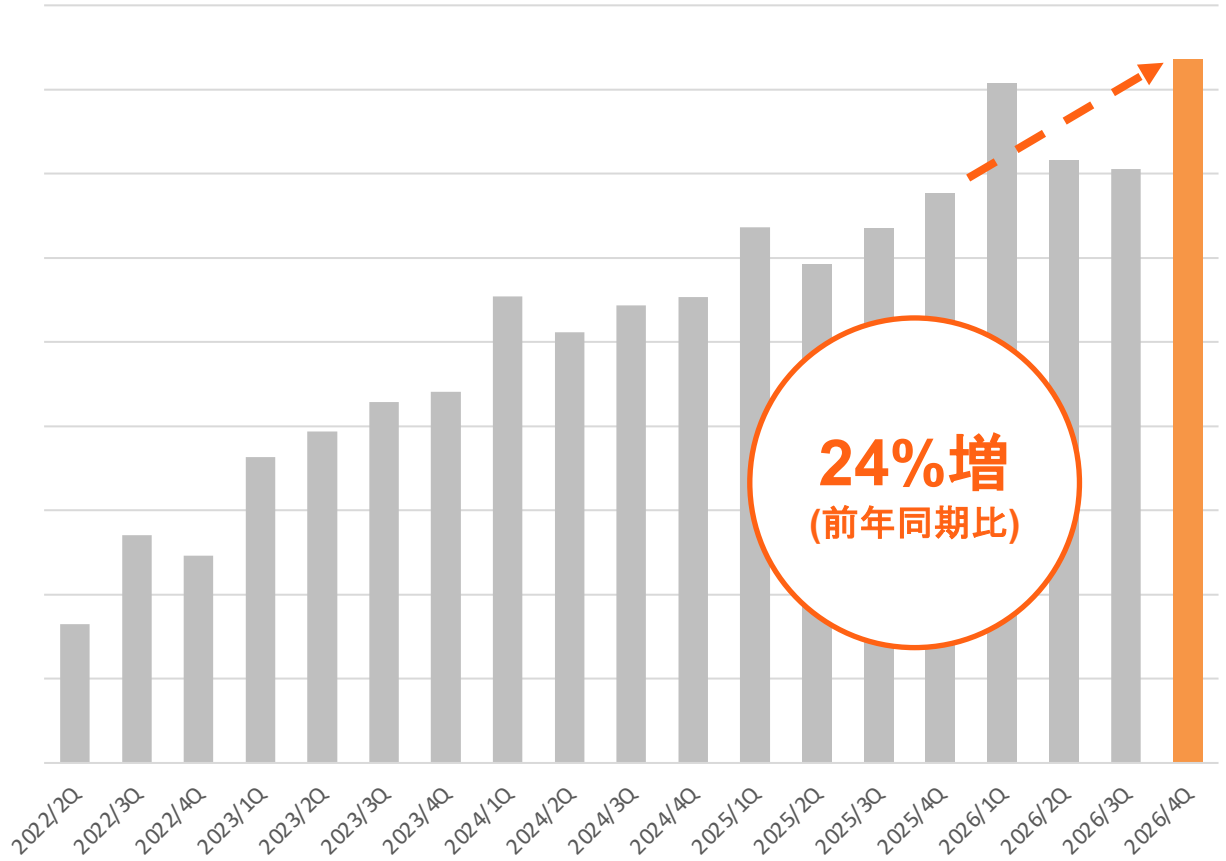
サービスの改善によるユーザー数の増加

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 | ホテル向けサービス「Retty for Hotels」を開始

宿泊客がホテル周辺の飲食店を実名口コミから検索・予約できるページをホテルに代わって提供。第一弾として「変なホテル」全国22施設に導入（2026年10月30日より順次）



出典：当社プレスリリース（2026年10月30日・PR TIMES）

サービス概要

ホテルごとにカスタマイズしたRettyページを提供。宿泊客は客室・館内のQRコードから、周辺のおすすめ飲食店を5言語（日本語・英語・韓国語・簡体字・繁体字）で検索・予約できる

ホテルにとっての導入メリット

1. 業務効率化と人手不足の緩和
2. 宿泊体験・顧客満足度の向上
3. 地域の活性化への貢献

目次

1. 2026年９月期実績

2. 業績見通し

3. 今後の成長に向けて

2027年9月期 通期業績見通し

売上は前期比微減ながら、売上総利益は増加。AIを前提とした組織への転換で営業利益は93百万円（営業利益率6.2%）を計画

2026年9月期 実績	
売上	1,505百万円
売上総利益	1,036百万円
営業利益	14百万円

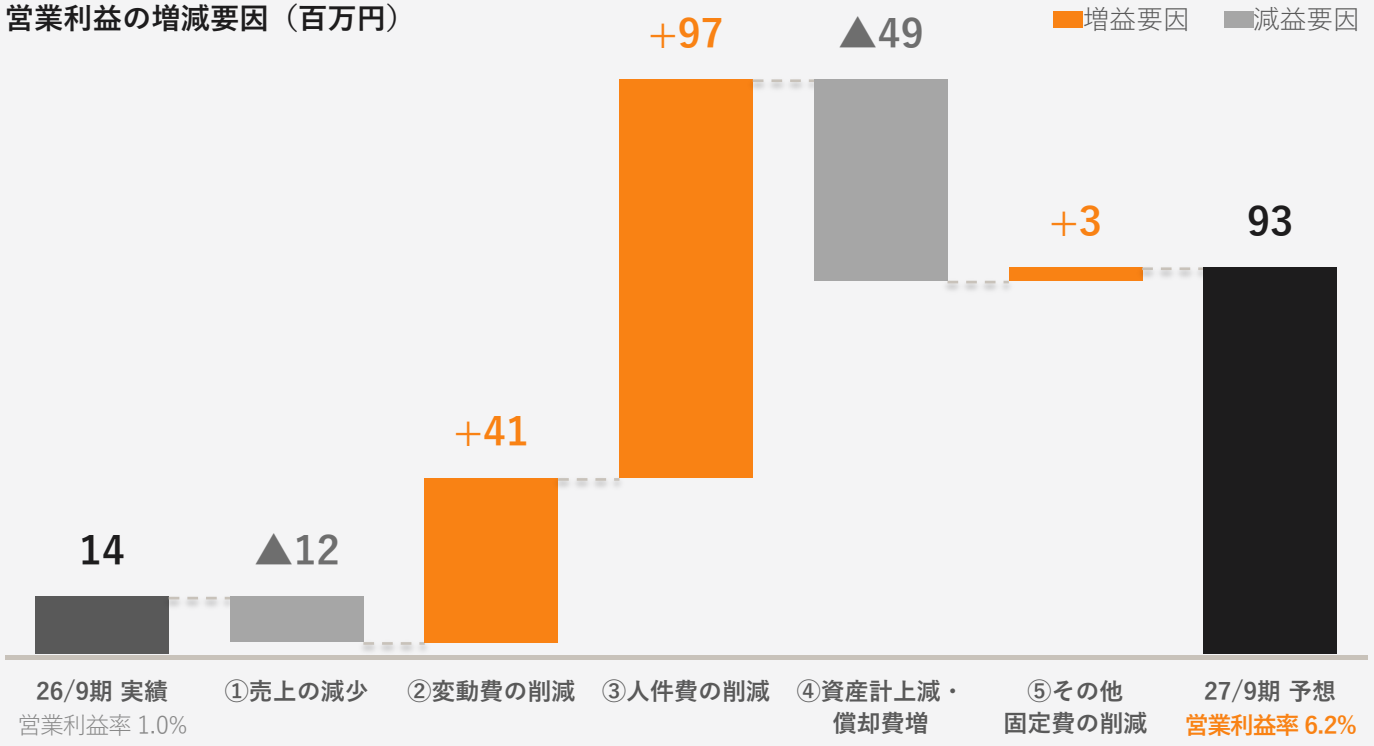


2027年9月期 業績見通し	
売上	1,493百万円
売上総利益	1,050百万円
営業利益	93百万円

2 | 2027年9月期 通期業績見通し

固定費の圧縮（人件費▲97百万円）が、売上減・資産計上減等のマイナス要因を上回り、営業利益は14百万円から93百万円へ改善

営業利益の増減要因（百万円）



※増減要因は管理会計ベースの計画値を百万円未満で四捨五入しており、合計は一致しない場合があります

増減要因の内容

① 売上の減少 ▲12

飲食店支援は、既存会員の継続率を直近実績で見直した上でも会員積み上げにより増収となるものの、統合ソリューションの減収が上回る

② 変動費の削減 +41

データ仕入等の原価と外注費の見直し。保有売上の減少に伴う代理店手数料の減少を含む

③ 人件費の削減 +97

業務のAI化と開発体制の集中による削減。約3分の2は前期下期の体制見直しの通年化と決定済みの人員減によるもので、新たに実行する分は約3分の1。

④ 開発費の資産計上減・償却費増 ▲49

資産計上の減少による費用増と、減価償却費の増加

⑤ その他固定費の削減 +3

インフラ・通信費、代理店向け支援金等の見直し。未収入金の増加に伴う貸倒引当金繰入額とサイバーセキュリティ対策費用の増加を差し引いた純額

業績予想の前提

- 有料お店会員数は7月以降の純増基調が継続
- 構造改革は上期に移行し、効果は下期に本格化
- 統合ソリューションは一部の広告連携終了を織り込み、選別を継続
- 営業投資は当期は現状規模を維持し、商品開発を優先

目次

1. 2026年９月期実績

2. 今後の成長に向けて

3. 業績見通し

3 | 2027年9月期の取り組み方針

お店に向けてはAIで集客を束ね、社内はAIを前提に運営する。AIを軸に両輪を噛み合わせ、持続的に利益を生む会社への変革を目指す

目指す姿：持続的に利益を生み、成長に再投資できる会社

事業戦略

AIドリブンな集客パートナーへ

- AIが集客全体を束ね、一気通貫で運用
- 提供価値はコストの最適化と来店の増加
- 成果は予約・来店の実数で報告

資源を成長領域へ集中

AI前提の低コストな提供体制

事業構造改革

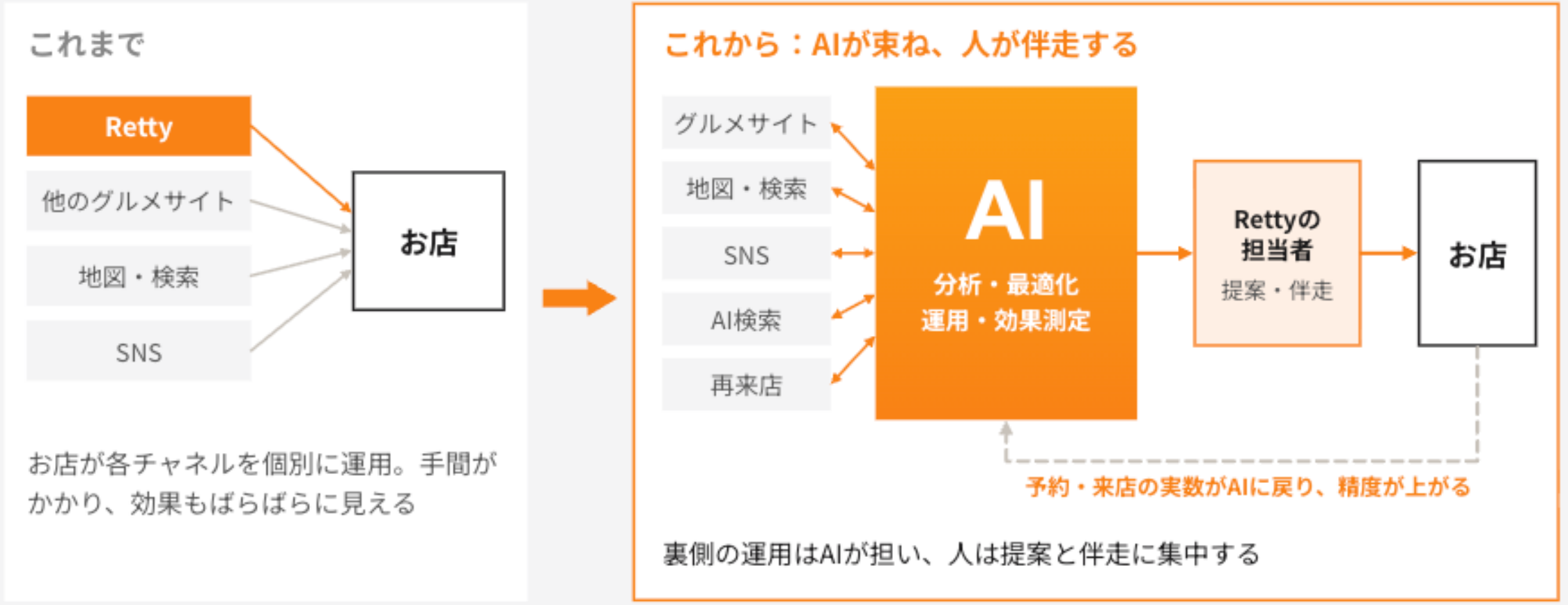
AIを前提とした事業運営

- 業務をAIで代替・標準化
- 成果に責任を持つミッション型組織へ
- 生まれた余力を成長領域へ再配分

土台：実名口コミ・予約基盤・店舗公式HP・顧客基盤と販売網

2027年9月期の取り組み方針（成長戦略）

「数ある集客チャネルの一つ」から、「AIで集客全体を束ねて運用し、成果まで報告する担当」へ



3 | 2027年9月期の取り組み方針（事業構造改革）

AIで業務を軽くすることを起点に、組織と資源配分を順に組み替え、2028年9月期以降も利益を生み出せる体制をつくる

	① 業務のAI化	② 組織の転換	③ 資源の再配分
取り組み	顧客対応・店舗情報・契約管理などのオペレーションを、AIで代替・標準化する	職種ごとの部門から、成果に責任を持つミッション型チームへ移る	生まれた人員と費用の余力を、集客パートナーなどの成長領域に集中する
生まれるもの	**少人数でも品質を保てる運営**	**判断の速さと、一人あたりの生産性**	**持続的な利益成長**

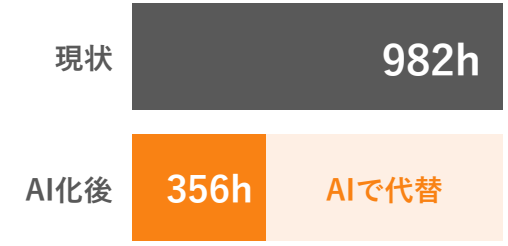
※AIへの移行は既存業務と並行して進め、顧客対応の品質と継続率を確かめながら段階的に切り替える

3 | 2027年9月期の取り組み方針（事業構造改革）

固定費の比率を下げ、売上の伸びが利益として残りやすく、成長投資にも回せる構造へ

オペレーション業務の作業時間

月間・人手で行っている時間



▲627時間/月

削減率 64%（見込み）

件数と1件あたりの作業時間から算出した計画値であり、実測値ではありません

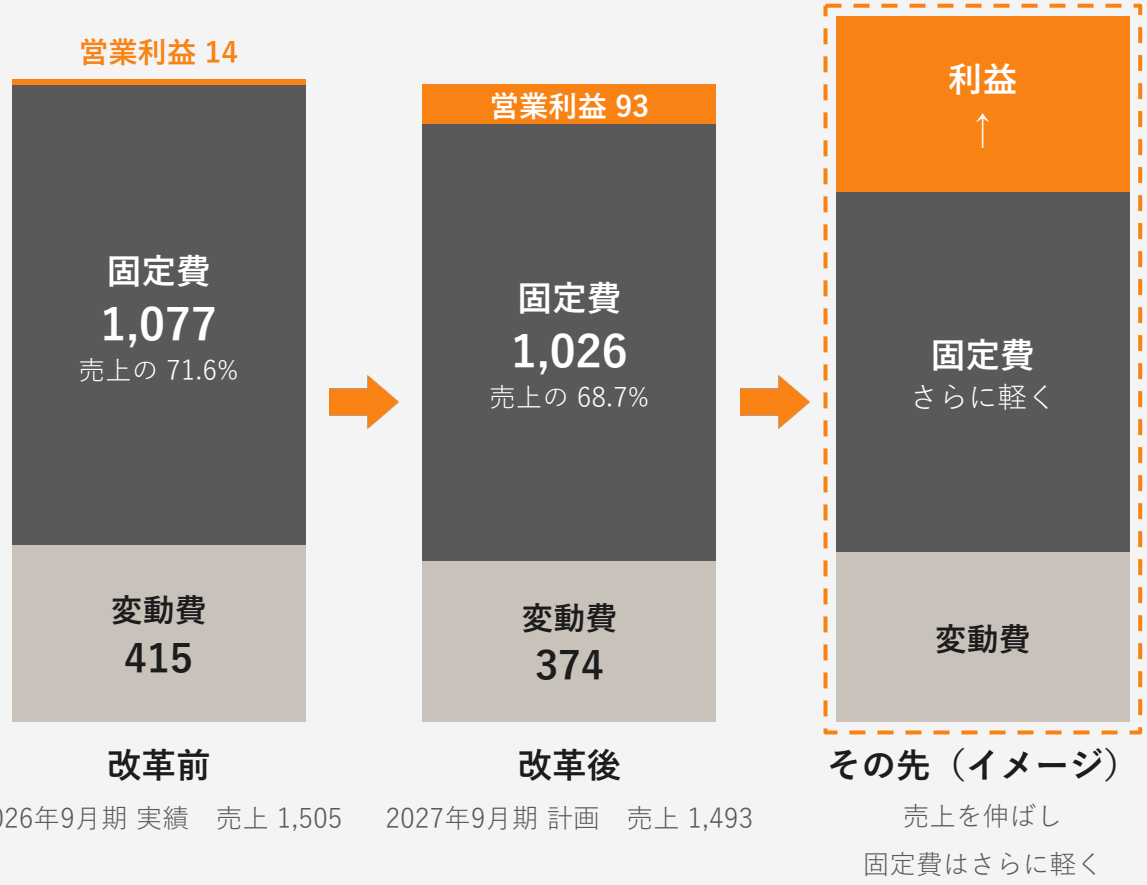
タスクの種類	月間作業時間（現状 / AI化後）	削減率	AIの役割
問い合わせの受付・振り分け・一次対応	502h / 159h	▲68%（▲343h/月）	AIエージェント：分類と回答案の作成をAIが行い、人は確認と例外対応
店舗データ・ページの登録・編集	332h / 121h	▲64%（▲212h/月）	MCPによる業務システム操作：依頼の読み取りから更新までAIが実行、人は承認のみ
集計・請求・連絡などの事務	79h / 27h	▲66%（▲53h/月）	定型業務のAIエージェント：照合・集計・定型文書の作成を自動化
投稿・画像の監視、確認作業	69h / 50h	▲28%（▲20h/月）	AIによる一次スクリーニング：候補抽出はAI、判断は人。品質優先で削減幅は小さめ

※AI化後の時間は、人が担い続ける確認・例外対応の比率を置いて算出した計画値です。　※MCP（Model Context Protocol）＝AIが業務システムを操作するための接続規格

3 | 2027年9月期の取り組み方針（事業構造改革）

固定費を51百万円軽くして営業利益は14百万円から93百万円へ。今期に効く改革効果は半期分。これをベースに売上を伸ばし、利益をより加速させる

売上の内訳（管理会計ベース・百万円）



改革前
2026年9月期 実績　売上 1,505

改革後
2027年9月期 計画　売上 1,493

その先（イメージ）
売上を伸ばし
固定費はさらに軽く

1. 固定費が軽くなる　1,077 → 1,026

オペレーションのAI化と組織の転換で、人手に依存した固定費を51百万円減らす

2. 今期に効く効果は半期分　14 → 93

構造改革は上期に移行し、効果は下期から本格化。半期分の効果でも営業利益率は1.0%から6.2%へ

3. これをベースに売上を伸ばし、利益を加速

効果が通年で効く2028年9月期以降は、固定費をさらに軽くしながら売上を伸ばし、利益の伸びを加速させる

進め方

2027年9月期 上期	2027年9月期 下期	2028年9月期 以降
新体制へ移行	改革効果が本格化	通年で効果が続く

※固定費・変動費の区分はp.11「四半期コスト推移」と同じ管理会計ベース。
※3本目は金額を示すものではなく、売上を伸ばし、固定費をさらに抑えた場合の構造のイメージ

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。

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 セールス部門担当



宇佐美礼仁

中小企業向けITサービス企業や販促支援企業を経て当社入社。セールス部門渉外グループの責任者として勤務。

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

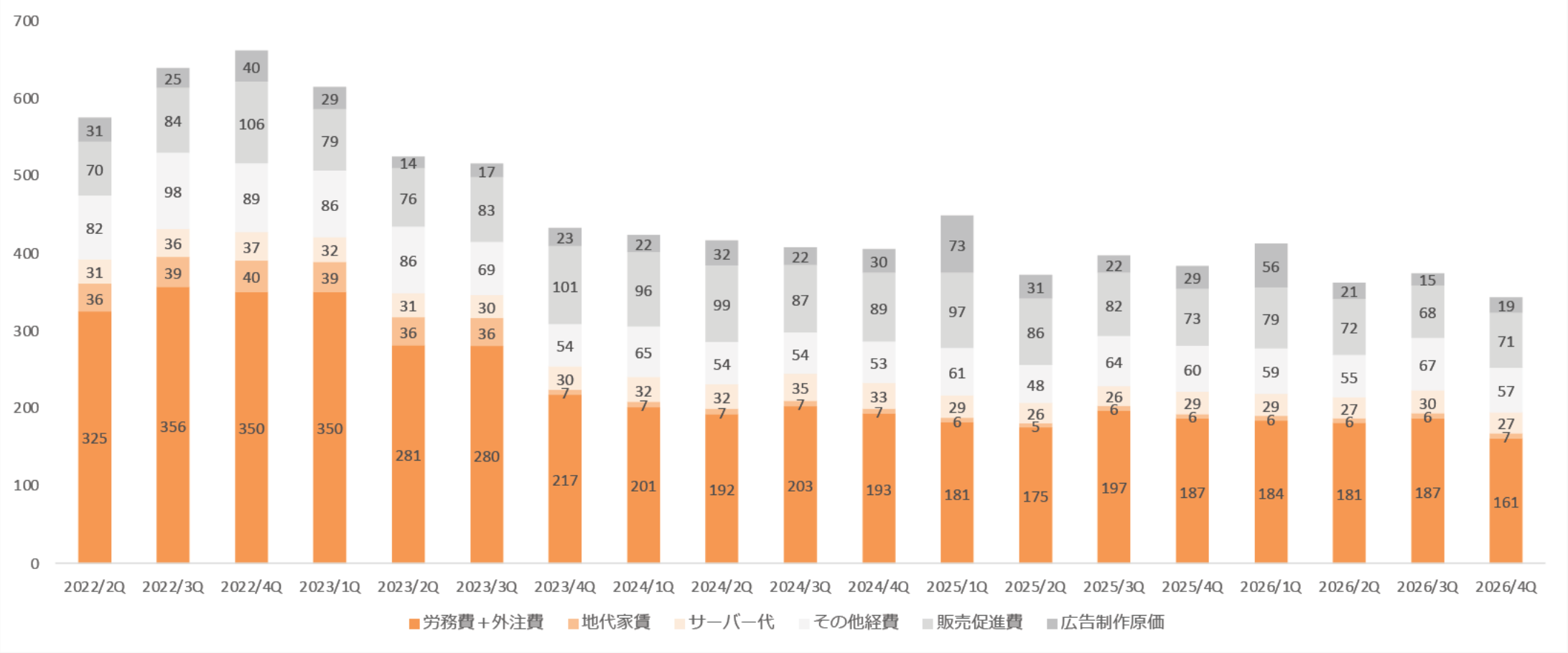
アクセスアップ → 来店 → 顧客管理 → リピート集客

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）

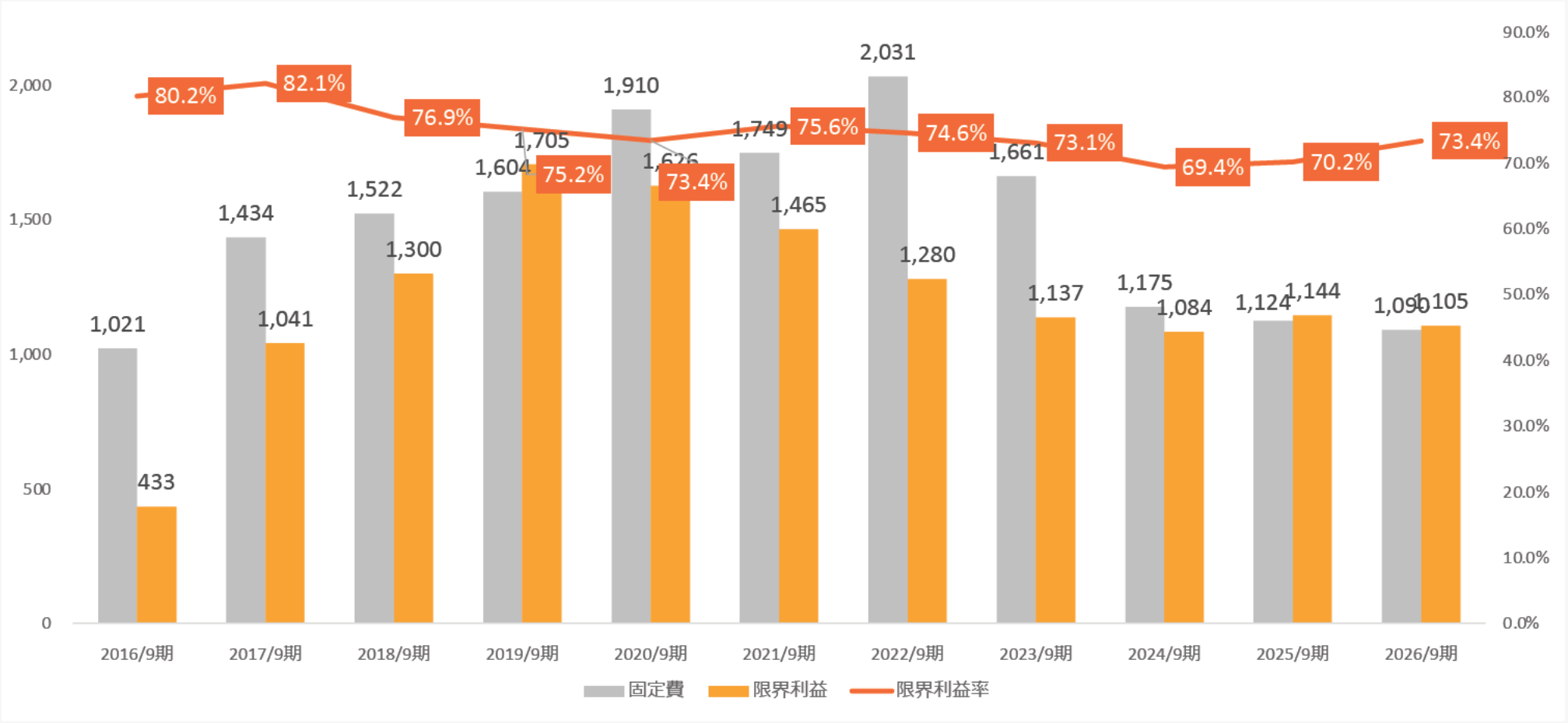
コスト構造の推移

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(2026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	80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。