



2020年10月30日

各 位

会 社 名 R e t t y 株 式 会 社
 代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 武 田 和 也
 (コード番号：7356 東証マザーズ)
 問 合 せ 先 執 行 役 員 コーポレート 土 谷 祐 三 郎
 部 門 担 当
 TEL. 03-6852-1287

東京証券取引所マザーズへの上場に伴う当社決算情報等のお知らせ

当社は、本日、2020年10月30日に東京証券取引所マザーズに上場いたしました。今後とも、なお一層のご指導ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願ひ申し上げます。

なお、2020年9月期（2019年10月1日から2020年9月30日）における当社の業績予想は、次のとおりであり、また最近の決算情報等につきましては別添のとおりであります。

【個別】

(単位：百万円、%)

項 目	2020年9月期 (予想)			2020年9月期 第3四半期累計期間 (実績)		2019年9月期 (実績)	
	対売上 高比率	対2019年 9月期増 減率		対売上 高比率		対売上 高比率	
売 上 高	2,213	100.0	97.6	1,711	100.0	2,268	100.0
営 業 利 益 又 は 営 業 損 失 (△)	△286	—	—	22	1.3	100	4.4
経 常 利 益 又 は 経 常 損 失 (△)	△282	—	—	20	1.2	99	4.4
当 期 (四 半 期) 純 利 益 又 は 純 損 失 (△)	△332	—	—	△46	—	155	6.9
1 株 当 た り 当 期 (四 半 期) 純 利 益 又 は 純 損 失 (△)	△34 円 10 銭			△ 4 円 86 銭		16 円 68 銭	
1 株 当 た り 配 当 金	0 円 00 銭			—		0 円 00 銭	

- (注) 1. 当社は、連結財務諸表及び四半期連結財務諸表を作成しておりません。
2. 2019年9月期(実績)及び2020年9月期第3四半期累計期間(実績)の1株当たり当期(四半期)純利益又は純損失は期中平均発行済株式数により算出しております。
3. 2020年9月期(予想)の1株当たり当期純損失は、予定期中平均発行済株式数により算出しております。
4. 2020年3月10日付で普通株式1株につき8株の株式分割を行っております。上記では、2019年9月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期(四半期)純利益又は純損失及び1株当たり配当金を算出しております。
5. 2020年9月期第3四半期においては、緊急事態宣言期間中の月額利用料の免除施策により、売上減少が発生しております。
6. 2020年9月期においては、Go To Eat キャンペーンの開始に伴うキャンペーンの周知に向けたCMやWebプロモーションなどの広告宣伝費(100百万円)及び飲食店の会員獲得に向けたインフラ増強のための広告宣伝費(91百万円)及び販売促進費(64百万円)を第4四半期に計上する見込みであり、また、上場関連費用の一部を見込んでおります。詳細は下記「【2020年9月期業績予想の前提条件】」をご参照ください。なお、上場関連費用とは、上場準備費用、上場準備に関する外部コンサルタント費用、上場審査に係る費用など上場後には発生が見込まれない一時的な費用であります。

【2020年9月期業績予想の前提条件】

現在、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の感染拡大及び4月から5月にかけて発令された緊急事態宣言により社会経済には様々な影響があり、先行きが不透明となっております。そのような事業環境の中、Fun Relationship Management (FRM)サービスにおける顧客である飲食店においては、休業要請や外出自粛要請等による大きな影響があり、当社としても新規案件獲得の営業活動への影響、解約の増加、休業飲食店に対する月額利用料免除の実施等の影響がございました。しかしながら、足元では、感染予防策を講じた段階的な営業が飲食店で開始され、また、COVID-19を契機とした飲食店のデジタルトランスフォーメーション(DX)が進展するなど、飲食店の景況感は回復基調に転じております。当社においてもオンラインを通じた営業活動の再開や当社の営業手法の見直し、また、テイクアウトプランやモバイルオーダーといった新商品投入など、様々な施策を実施しております。2020年7月には有料店舗数について獲得件数が解約件数を上回るなど、感染拡大前の水準に回復しております。一方、広告コンテンツサービスにおいては、当社の実名型グルメプラットフォーム「Retty」を利用するユーザー数の減少や広告市場全体の投稿意欲の減退による広告単価の下落による影響を受けており、今年度中はCOVID-19の感染拡大の影響が残ることを想定しております。

本資料に記載の2020年9月期の業績予想数値は、2019年10月から2020年8月までの実績数値に、2020年9月の予想数値を合算して策定した数値となっております。

(当社全体の見直し)

当社は、「食を通じて世界中の人々をHappyに。」をビジョンに掲げ、各ユーザーの好みに合わせて個別最適化された飲食店情報を提供するよう、ユーザーの実名に基づく飲食店オスメロコミ情報及び全国の飲食店情報等を蓄積した実名型グルメプラットフォーム「Retty」(※)を運営しております。

現在、インターネットメディアにおいて情報の信頼性が求められており、「誰が」書いたのかという視点も重要になってきております。これは飲食においても同様で、飲食店探しにおいて「友人・知人からの口コミ」が最も参考にされる情報源と当社は考えております。当社は、「食」の好みは人により千差万別であり、信頼できる「ヒト」から飲食店を探すのがベストであるという考えに基づいて「Retty」を設計・運用しております。

(※)当社における「実名型」とは、利用者全員に対して本人確認をとっている状態を指すものではありませんが、Facebookアカウント等との連携により、個人がインターネット上において発信に責任が持てる環境を指しております。

国内における飲食店市場は、一般社団法人日本フードサービス協会「平成30年外食産業市場規模推計について」によると19兆6,699億円(飲食店、宿泊施設、喫茶・居酒屋等、料亭の合計)の市場規模と推計されております。飲食店における販促費市場は、飲食市場全体の3%程度と言われており、6,000億円程度がFRMの市場規模と当社は見込んでおります。

一方、株式会社電通「2019年日本の広告費(2020年3月11日)」において日本の総広告費は6兆9,381億円(前年比106.2%)に対して、インターネット広告費は2兆1,048億円(前年比119.7%)となっております。このうち、当社の対象となる業種に絞り込むと、7,500億円程度(インターネット広告市場x業種別構成比にて市場規模を試算(4マス媒体の業種別広告費率を引用))が広告コンテンツにおける市場規模と当社は見込んでおります。

今後、当社は、FRMを中核にしつつ、食データを活用した広告コンテンツの大幅な成長、飲食店との良好な関係を元に飲食店の課題を解決していく新たな事業領域の展開、更には海外展開についても加速していきたいと考えております。

もともとCOVID-19の拡大により、当社が属する外食産業は未曾有の事態に遭遇しております。飲食店では外出自粛要請による短縮営業を余儀なくされており、客足の鈍化から事業の継続が困難となる飲食店が増えております。このような環境下において、飲食店では常連客・固定客を拡大する仕組みや新たな事業領域の展開が急務となっており、当社が提供するソリューションの価値が高まっております。当社では、外食産業における特にオンラインを中心とした販促市場や新たな事業領域の拡大に向けたDXに関連するニーズは今後も増大していくものと見込んでおり、外食産業における新常態の確立に向け取り組んでいく方針です。

このような状況の下、当社の2020年9月期の業績予想は売上高2,213百万円(2019年9月期比97.6%)、営業損失△286百万円、経常損失△282百万円、2020年9月期純損失△332百万円を見込んでおります。

(売上高)

当社は実名型グルメプラットフォーム「Retty」運営事業の単一セグメントではありますが、「FRM」、
「広告コンテンツ」の2つの売上に区分して予測数値を算出しております。

(単位：百万円、%)

項目	決算期	2020年9月期 (予想)		2019年9月期 (実績)		
		対売上高 比率	対2019年 9月期増 減率		対売上 高比率	
FRM		1,502	67.9	114.5	1,311	57.8
広告コンテンツ		710	32.1	74.3	956	42.2
合計		2,213	100.0	97.6	2,268	100.0

<FRM>

多くの飲食店は稼働率の向上を通じた売上の増加及び採算の改善による利益率の向上を至上命題としており、当社は「Retty」を通じたオンラインでの販促を提供することで、飲食店から毎月定額のサービス利用料収入を得ております。具体的には、契約した飲食店（以下、「有料店舗」といいます。）に対して、「Retty」内で上位に表示される仕組みや有料店舗の広告を掲載するサービスを提供するほか、飲食店に訪れたことがあるユーザーや当該ユーザーのオススメ口コミ情報及び当該ユーザーをフォローしているユーザーなど、多種にわたるユーザー情報を管理できる顧客管理システムを提供しております。当該顧客管理システムでは、ユーザーとコミュニケーションをとることができる当社独自の仕様となっているため、単なる広告を掲載するのみの販促ではなく、双方向型の販促を提供し、常連客作りに資する継続的な送客を有料店舗に提供しております。

「Retty」には多くのユーザー情報が蓄積されており、ユーザーに対しては最適化された飲食店情報を、有料店舗に対しては二次集客・三次集客につながる販促ツールを提供することで、飲食業界の大きな課題である低い利益率、及びそれに伴う高い廃業率などの改善に大きく貢献できるものと考えております。なお、その想いを込めて当該サービスをFun Relationship Management (FRM)と名付けております。当該サービスは、毎月定額の料金を有料店舗より頂くサブスクリプション型のビジネスモデルとなっており、当社は持続的かつ継続的に売上が積み重なっていくストック型の売上と位置づけております。

FRMの販売チャネルは当社営業人員による直販のほか、当社の商品のみを扱う専売代理店及び当社以外の商品も扱う併売代理店（以下、総称して「代理店」といいます。）による販売があり、代理店が保有する有料店舗数は2020年8月末時点で全体の有料店舗数の約80%となっております。FRMの売上高の予想は、専売代理店、併売代理店、直販といった販売チャネル別に「有料店舗数」に「ARPU」（一店舗当たり売上高）を乗じることにより算定しております。「有料店舗数」は「既存店舗数」、「新規契約店舗数」、「解約店舗数」に区分した上で、「新規契約店舗数」は「営業人員数」に「一人当たり獲得件数」を乗じ、また「解約店舗数」は「既存店舗数」に「満期解約率」（満期での解約件数（閉店などのイレギュラーな要因によって契約期間の満期を迎える前に解約に至った店舗及び大手飲食法人向けに多数の店舗を安価かつ一括で受注するトライアル契約による解約店舗を除いた件数）を、前月末の保有店舗数で除した解約率）を乗じた満期解約店舗数に「イレギュラー解約及びトライアル契約による解約件数」を加えることでそれぞれ算定しております。

COVID-19の影響が大きい首都圏以外の飲食店に対する非対面営業の強化や初月利用料の無料化などによって獲得店舗数の維持を図ると共に、緊急事態宣言期間中に月額利用料の免除施策を実施するなどによって有料店舗の解約率上昇を抑制することで2020年7月以降は保有店舗数が純増に転じるなど、感染拡大前の水準に向けて回復傾向にあります。しかしながら、今後の見通しに関しましては、2020年9月期はCOVID-19の感染拡大の影響が残ることを想定しているため、全体として直近実績値の推移を元に感染拡大の影響を考慮した保守的な設定にしております。

「新規契約店舗数」について、その構成要素である「一人当たり獲得件数」及び「営業人員数」は下記の設定としております。「一人当たり獲得件数」は、2019年9月期の実績が平均3.3件に対して、COVID-19の影響を受けて非対面営業や初月無料などの施策を導入したことに加え、直近において感染拡大前の水準以上に増加していることに加えて、飲食店の会員獲得に向けたインフラ増強のための広告宣伝費及び販売促進費（156百万円）を投資することを踏まえて2020年9月期は3.8件と見込んでおります。「営業人員数」は、2020年9月期において代理店において積極的な人員採用が行われたことや当社において営業人員の新卒採用を始めたことによる営業人員が増加したものの、COVID-19の影響による代理店の営業人員の休業などによって2019年9月期が平均127名に対して2020年9月期は平均124名と見込んでおります。しかしながら、2020年9月期以降について代理店における人員の増加に加えて、当社の営業人員も増加させていく方針であり、営業人員数及び有料店舗数の獲得は拡大傾向を維持できるものと考えております。

「解約店舗数」について、その構成要素である「既存店舗数」、「満期解約率」、「イレギュラー解約及びトライアル契約による解約件数」は下記の設定としております。「既存店舗数」については、2019年9月期末7,868店舗に毎月の「新規契約店舗数」及び「解約店舗数」を加減させることによって月次で算出しております。「満期解約率」について、FRMは毎月定額の料金を有料店舗より頂くサブスクリプションモデルであるため、これまでこちらを重要指標として低減させていくための施策を行ってまいりました。その結果、COVID-19拡大前の2020年3月まで満期解約率は2%程度で推移しておりました。COVID-19に伴う緊急事態宣言の影響で飲食店の経営環境が悪化したことから一時的に「満期解約率」は上昇しましたが、月額利用料の免除施策などを通じて、2020年7月以降においては正常状態である2%程度に戻っております。一方、「イレギュラー解約及びトライアル契約による解約件数」については、COVID-19により大きな影響を受けた居酒屋チェーンを中心とする大規模飲食店の閉店に伴うイレギュラー解約が多く発生したため、2020年9月期で3,205件と見込んでおります。なお、「イレギュラー解約及びトライアル契約による解約件数」は緊急事態宣言の影響を受けて5月及び6月に増加致しましたが、7月以降の実績は徐々に減少してきております。

「ARPU」は、直近においてCOVID-19の感染拡大の影響が大きい首都圏より相対的に影響が小さい地方を中心に営業活動を行っていることから安価なプランを提供している地方の構成比が高まった結果、2019年9月期実績が約21,000円(※)から2020年9月期は約20,000円(※)と若干の減少を見込んでおります。

(※) 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（主要商品プランのみならずオプション商品にも含めたARPU）としております。

以上の結果、有料店舗数は2019年9月期末7,868店舗に対して、2020年9月期末は9,733店舗と増加を見込んでおり、FRMの2020年9月期の売上は1,502百万円（2019年9月期比114.5%）を見込んでおります。

<広告コンテンツ>

当社の広告コンテンツは、①実名型グルメプラットフォーム「Retty」を活用した広告ソリューション、②当社がこれまで実名型グルメプラットフォーム「Retty」を運営、拡大してきた中で蓄積してきたコンテンツを活用したコンテンツソリューションの2つから成り立っております。

①広告ソリューションは「Retty」の利用者数を飲食店以外の顧客に送客するサービスです。具体的には下記の3つから成り立っております。

(1) タイアップ

「Retty」を積極的に利用するユーザーを対象にブランド認知向上等のプロモーションを行いたい広告主に対して「Retty」内にタイアップ広告を掲載することで収入を得ております。

(2) アドテクノロジー

「Retty」上の広告枠を、テクノロジーを活かして効率的に運用することで広告掲載収入を得ております。当社にはユーザーの属性データ及び行動データが蓄積されていることから、これを活かした効果的な広告配信が可能となっております。また、当社では専属のデータアナリストによるデータ分析の実施や、自社サーバーによる機械学習を活かした効率的な広告配信を追求しております。

(3) アライアンス

「Retty」上において同業他社の飲食店予約サービス機能との連携をするなど他社とアライアンスを組むことで送客手数料収入を得ております。

②コンテンツソリューション

当社には、79万店（2020年8月時点）に及ぶ店舗データや写真データ、実名口コミデータ、ユーザーログなどのコンテンツが蓄積されており、これをRettyのデータベースである「Food Data Platform」としてクライアントに継続的に提供することで、月額の利用料を頂いております。飲食業界以外の化粧品業界、アパレル業界、旅行業、不動産業といった幅広い業界のクライアントに向けて当社のコンテンツを提供することで、例えば自社の旅行サイトに当社の飲食店情報と口コミ情報を掲載する、当社の口コミ情報から外食トレンドの分析をするなど、自社サイトのコンテンツ制作、マーケティング、データ分析などに活用して頂いております。

タイアップについては相手先別に売上を見込んで積上げて算出しております。2019年9月期においてタイアップは広告ソリューション売上のうち、約4割を占めておりましたが、2020年9月期においてCOVID-19の影響を受けたことに加えて、将来的な成長に向けて高い成長率が見込めない案件や利益率が

低い案件を整理するビジネスポートフォリオの再編を実施したことにより、2019年9月期より33.3%程度減少した204百万円と見込んでおります。

アライアンスについても相手先別に売上を見込んで積上げて算出してしております。アライアンスは、毎月、安定した収入を頂けるサービスであり、連携先が増えると売上が積み重なっていくビジネスモデルですが、2020年9月期においてはCOVID-19の影響に伴って連携先が減少したため、2019年9月期より42.7%減少した81百万円と見込んでおります。なお、現時点においては連携先が徐々に回復傾向にあります。

アドテクノロジーについては「利用者数」に「利用者数当たり単価」を乗じることで算定しております。2020年9月期はCOVID-19の影響によって「利用者数」及び「利用者数当たり単価」が一時的に減少した結果、2019年9月期より8%減少した250百万円と見込んでおります。なお、月間利用者数は回復傾向にあり、2020年8月時点で4,393万人と前年同月より4%程度増加しております。

コンテンツソリューションは、導入先数に導入単価を乗じることで算出してしております。2020年9月期においては、COVID-19の影響を受けたことに加えて、将来的な成長に向けて高い成長率が見込めない案件や利益率が低い案件を整理するビジネスポートフォリオの再編を実施したことにより、既存導入先数が大きく減少したため、2019年9月期より25.8%減少した174百万円と見込んでおります。なお、今後は「Food Data Platform」という新たな商品によって新規の導入先が徐々に増加していくものと想定しております。

以上の結果、広告コンテンツの2020年9月期の売上はビジネスポートフォリオの整理による売上減少及びCOVID-19による売上減少の影響が大きいと見込んでおり、710百万円（2019年9月期比74.3%）を見込んでおります。

（売上原価）

売上原価は、主に広告ソリューション及びコンテンツソリューションの制作に伴う原材料仕入、各サービスを開発するエンジニア・デザイナーに係る労務費及び経費、サーバー費用等の通信費により構成されております。

原材料仕入については、広告ソリューションについては広告売上高に要する制作費を過年度の実績値の推移を参考に算出し、コンテンツソリューションについてはツール利用料などを個別に見積もって積み上げて算出してしております。2020年9月期の原材料仕入れは、広告コンテンツの売上減少に伴って2019年9月期より10.5%減少した121百万円と見込んでおります。

人件費については、採用計画に基づいて算定しております。2020年9月期の人件費は、新卒採用等による人員増加に伴って2019年9月期より10.1%増加した373百万円と見込んでおります。

通信費はサーバーの利用料金が従量課金制であるため、利用者数の推移を基に算出してしております。2020年9月期の通信費は、COVID-19の影響によって利用者数が減少したため、2019年9月期より18.3%減少した119百万円と見込んでおります。

以上の結果、2020年9月期の売上原価は799百万円（2019年9月期比100.8%）、売上総利益は1,413百万円（2019年9月期比95.9%）を見込んでおります。

（販売費及び一般管理費、営業利益）

販売費及び一般管理費は、主に人件費、代理店に対する手数料である販売促進費、事務所費用である地代家賃で構成されております。

人件費については、採用計画に基づいて算定しております。2020年9月期の人件費は、新卒採用等による人員増加に伴って2019年9月期より13.4%増加した704百万円と見込んでおります。

販売促進費については、チャンネル別のFRM売上高に代理店手数料率を乗じることで算出してしております。2020年9月期の販売促進費は、FRM売上増加による販売代理店に対する手数料の増加に加えて飲食店の会員獲得に向けたインフラ増強のための投資（91百万円）に伴って2019年9月期より11.2%増加した475百万円と見込んでおります。

地代家賃については、賃貸契約に基づく賃料を基に人員数で売上原価と販売費および一般管理費に按分して算出してしております。2020年9月期の地代家賃は、賃料総額は2019年9月期と同額だが、人員構成比の変更に伴って2019年9月期より11.9%増加した108百万円と見込んでおります。

2020年9月期において、Go To Eatキャンペーンの開始に伴い、キャンペーンの周知に向けたCMやWebプロモーション、独自ポイントの付与、Web予約対象店舗の開拓などを実施するために100百万円及び飲食店の会員獲得に向けたインフラ増強のために64百万円の広告宣伝費を見込んでおります。

以上の結果、2020年9月期の販売費および一般管理費は1,700百万円（2019年9月期比123.7%）、営業損失は△286百万円（2019年9月期100百万円）を見込んでおります。

(営業外損益、経常利益)

営業外収益については、休業手当に対する雇用調整助成金による収入が主な要素であり、2020年9月期の営業外収益として8百万円を見込んでおります。

営業外費用については、金融機関からの借入に係る支払利息及び為替差損が主な要素となっており、2020年9月期の営業外費用として4百万円を見込んでおります。

以上の結果、2020年9月期の経常損失は△282百万円(2019年9月期99百万円)を見込んでおります。

(特別損益、2020年9月期純利益)

特別損益の予想値については、業績予想作成時点で個別に見積もれるものを見込んでおります。2020年9月期においては、新株予約権の戻入益として特別利益は8百万円、特別損失は見込んでおりません。

以上の結果、2020年9月期の税金等調整前当期純損失は△273百万円(2019年9月期99百万円)となり、法人税等を差し引き、2020年9月の当期期純損失は△332百万円(2019年9月期155百万円)を見込んでおります。

【業績予想に関するご留意事項】

本資料に記載されている業績予想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、実際の業績は様々な要因によって異なる場合があります。

以上



2020年9月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕（非連結）

2020年10月30日

上場会社名 Retty株式会社 上場取引所 東
 コード番号 7356 URL http://corp.retty.me/
 代表者 (役職名) 代表取締役社長 (氏名) 武田 和也
 問合せ先責任者 (役職名) 執行役員コーポレート部門担当 (氏名) 土谷 祐三郎 TEL 03 (6852) 1287
 四半期報告書提出予定日 - 配当支払開始予定日 -
 四半期決算補足説明資料作成の有無: 無
 四半期決算説明会開催の有無: 無

(百万円未満切捨て)

1. 2020年9月期第3四半期の業績 (2019年10月1日～2020年6月30日)

(1) 経営成績 (累計)

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2020年9月期第3四半期	1,711	—	22	—	20	—	△46	—
2019年9月期第3四半期	—	—	—	—	—	—	—	—

	1株当たり 四半期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益
	円 銭	円 銭
2020年9月期第3四半期	△4.86	—
2019年9月期第3四半期	—	—

- (注) 1. 当社は2019年9月期第3四半期について四半期財務諸表を作成していないため、2019年9月期第3四半期の数値及び2020年9月期の前年同四半期増減率については記載しておりません。
 2. 当社は、2020年3月10日付で当社株式1株につき8株の株式分割を行っておりますが、当事業年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、「1株当たり四半期純利益」を算出しております。
 3. 「潜在株式調整後1株当たり四半期純利益」については、潜在株式は存在するものの、当社株式は非上場であるため、期中平均株価が把握できませんので、また、1株当たり四半期純損失であるため記載しておりません。

(2) 財政状態

	総資産		純資産		自己資本比率	
	百万円		百万円		%	
2020年9月期第3四半期	1,543		646		41.2	
2019年9月期	1,055		692		64.7	

(参考) 自己資本 2020年9月期第3四半期 636百万円 2019年9月期 682百万円

2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2019年9月期	—	—	—	0.00	0.00
2020年9月期	—	—	—	—	—
2020年9月期 (予想)	—	—	—	0.00	0.00

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無: 無

3. 2020年9月期の業績予想（2019年10月1日～2020年9月30日）

（%表示は、対前期増減率）

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	2,213	△2.4	△286	—	△282	—	△332	—	△34.10

（注）1. 直近に公表されている業績予想からの修正の有無：無

2. 当社は、2020年3月10日付で当社株式1株につき8株の株式分割を行っておりますが、当事業年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、「1株当たり当期純利益」を算出しております。

※ 注記事項

（1）四半期財務諸表の作成に特有の会計処理の適用：有

（2）会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

- ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更 : 無
- ② ①以外の会計方針の変更 : 無
- ③ 会計上の見積りの変更 : 無
- ④ 修正再表示 : 無

（3）発行済株式数（普通株式）

① 期末発行済株式数（自己株式を含む）	2020年9月期3Q	9,812,504株	2019年9月期	9,343,384株
② 期末自己株式数	2020年9月期3Q	—株	2019年9月期	—株
③ 期中平均株式数（四半期累計）	2020年9月期3Q	9,551,882株	2019年9月期3Q	—株

（注）当社は、2020年3月10日付で当社株式1株につき8株の割合で株式分割を行っております。前事業年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、「期末発行済株式数」、「期末自己株式数」、「期中平均株式数」を算定しております。

※ 四半期決算短信は公認会計士又は監査法人の四半期レビューの対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

（将来に関する記述等についてのご注意）

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趣旨のものではありません。また、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。

○添付資料の目次

1. 当四半期決算に関する定性的情報	2
(1) 経営成績に関する説明	2
(2) 財政状態に関する説明	2
(3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明	3
2. 四半期財務諸表及び主な注記	4
(1) 四半期貸借対照表	4
(2) 四半期損益計算書	6
第3四半期累計期間	6
(3) 四半期財務諸表に関する注記事項	7
(追加情報)	7
(継続企業の前提に関する注記)	7
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	7
(四半期財務諸表の作成に特有の会計処理の適用)	7
(セグメント情報等)	7
(重要な後発事象)	7

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

当社を取り巻く事業環境は、消費税増税直後においてインターネット広告市場全体が一時的な需要の落ち込みを見せたものの、その後は徐々に回復傾向にあり、前事業年度に引き続き堅調に推移しておりました。しかしながら、2019年末頃の新型コロナウイルス感染症(COVID-19)発生、その後の感染拡大及び拡大防止のための緊急事態宣言の発令により我が国経済は大きな打撃を受けております。緊急事態宣言が2020年5月下旬に解除されて以降、一定の回復の兆しは見せているものの依然として先行きは不透明な状態にあります。

上記の緊急事態宣言期間中、外出の自粛が要請されたことにより、当社の顧客である飲食店の業績が大幅に悪化したこと等から、当第3四半期累計期間の当社の経営成績にも影響が生じております。このような状況下においても、当社の運営する実名型グルメプラットフォーム「Retty」では、より多くの飲食店や広告主を選ばれるサービスとなるために、飲食店舗の集客効果増進のためのインターネット予約機能の強化や、飲食店の業績回復に資するための各種のキャンペーン施策を実施してまいりました。

FRM(Fun Relationship Managementの略称)については、当第3四半期累計期間において、緊急事態宣言期間中の休業を余儀なくされた一部の飲食店に対し、月額利用料の免除を行ないました。また閉店等による突発的な解約により、収益基盤となる有料会員店舗数が一時的に減少しております。しかしながら、緊急事態宣言の解除以降、有料会員申込数や解約率などの指標は、直近において緊急事態宣言発令前の水準まで回復しつつあります。広告については、当第3四半期累計期間において、緊急事態宣言の発令に起因したユーザー数の急激な落ち込みにより受注額が一時的に減少しました。しかしながら、緊急事態宣言の解除以降はユーザー数も回復基調にあります。コンテンツソリューションについては、「Retty」に蓄積された食領域のビッグデータ連携基盤「Food Data Platform」の提供を開始しておりますが、COVID-19の影響により、新たなクライアントの獲得は限定的となっております。上記の結果として、当第3四半期累計期間における売上高は1,711百万円となりました。

一方、費用面では、サーバー費用を始めとした各種コストの抑制施策を、さらに引き締めた水準で実施し、経営効率の最適化を進めました。その結果、当第3四半期累計期間における売上原価は621百万円、販売費及び一般管理費は1,067百万円となりました。

上記の結果として、当第3四半期累計期間における営業利益は22百万円、経常利益は20百万円となりました。

一方で、先述したCOVID-19の影響により、当第3四半期累計期間を含む当事業年度において課税所得の発生が見込まれなくなったことから、前事業年度末における繰延税金資産の全額について取崩を実施したこと等により、当第3四半期累計期間における法人税等は67百万円となりました。その結果、当第3四半期累計期間における四半期純損失は46百万円となりました。

なお、当社は実名型グルメプラットフォーム「Retty」運営事業の単一セグメントであるため、セグメントごとの記載は省略しております。

(2) 財政状態に関する説明

(資産)

当第3四半期会計期間末における流動資産は1,158百万円となり、前事業年度末に比べ458百万円増加いたしました。これは主に、営業活動に関わる収入及び銀行借入れの実施により現金及び預金が263百万円、前払費用が199百万円それぞれ増加したことによるものです。また、当第3四半期会計期間末における固定資産は384百万円となり、前事業年度末に比べ29百万円増加いたしました。これは主に、販売代理店を通じた販売活動を積極的に推進したことにより長期前払費用が65百万円増加したこと、及び前事業年度末における繰延税金資産58百万円を全額取り崩したことによるものです。

上記の結果として、当第3四半期会計期間末における総資産は1,543百万円となり、前事業年度末に比べ487百万円増加いたしました。

(負債)

当第3四半期会計期間末における流動負債は530百万円となり、前事業年度末に比べ168百万円増加いたしました。これは主に運転資金の借入により短期借入金が215百万円増加したことによるものです。また、当第3四半期末における固定負債は365百万円増加いたしました。これは、新型コロナウイルス感染症の流行拡大による先行き不透明感の高まりを受け、資金調達を実施したことにより、長期借入金が365百万円増加したことによるものです。

上記の結果として、当第3四半期会計期間末における総負債は896百万円となり、前事業年度末に比べ534百万円増加いたしました。

(純資産)

当第3四半期会計期間末における純資産は646百万円となり、前事業年度末に比べ46百万円減少いたしました。これは、四半期純損失46百万円を計上したことによる利益剰余金の減少によるものです。

(3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明

2020年9月期の業績予想につきましては、本日開示いたしました「東京証券取引所マザーズへの上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」をご参照ください。

なお、当該業績予想は、現時点で入手可能な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、実際の業績は様々な要因により異なる可能性があります。

2. 四半期財務諸表及び主な注記

(1) 四半期貸借対照表

(単位:千円)

	前事業年度 (2019年9月30日)	当第3四半期会計期間 (2020年6月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	391,384	655,188
売掛金	163,484	165,729
前払費用	147,105	346,901
その他	5,138	3,630
貸倒引当金	△6,975	△13,002
流動資産合計	700,137	1,158,447
固定資産		
有形固定資産		
建物	88,010	114,520
減価償却累計額	△10,404	△14,260
建物(純額)	77,605	100,259
工具、器具及び備品	34,091	38,445
減価償却累計額	△21,345	△26,111
工具、器具及び備品(純額)	12,745	12,334
有形固定資産合計	90,351	112,594
無形固定資産		
ソフトウェア	5,212	3,925
無形固定資産合計	5,212	3,925
投資その他の資産		
破産更生債権等	1,240	1,599
長期前払費用	32,078	97,176
繰延税金資産	58,238	-
敷金及び保証金	169,438	171,009
その他	0	10
貸倒引当金	△1,240	△1,599
投資その他の資産合計	259,755	268,196
固定資産合計	355,319	384,715
資産合計	1,055,457	1,543,163

(単位:千円)

	前事業年度 (2019年9月30日)	当第3四半期会計期間 (2020年6月30日)
負債の部		
流動負債		
短期借入金	77,500	293,000
1年内返済予定の長期借入金	-	32,334
未払金	87,395	39,240
未払費用	16,920	24,214
未払法人税等	2,290	8,901
預り金	13,335	28,912
前受収益	72,930	45,247
賞与引当金	57,179	30,263
その他	35,151	28,673
流動負債合計	362,702	530,787
固定負債		
長期借入金	-	365,999
固定負債合計	-	365,999
負債合計	362,702	896,786
純資産の部		
株主資本		
資本金	100,000	100,000
資本剰余金	1,084,612	1,084,612
利益剰余金	△501,949	△548,328
株主資本合計	682,662	636,284
新株予約権	10,092	10,092
純資産合計	692,754	646,376
負債純資産合計	1,055,457	1,543,163

(2) 四半期損益計算書
(第3四半期累計期間)

(単位:千円)

	当第3四半期累計期間 (自2019年10月1日 至2020年6月30日)
売上高	1,711,871
売上原価	621,258
売上総利益	1,090,613
販売費及び一般管理費	1,067,904
営業利益	22,709
営業外収益	
受取利息	17
償却債権取立益	125
営業外収益合計	142
営業外費用	
支払利息	1,615
為替差損	474
営業外費用合計	2,090
経常利益	20,761
税引前四半期純利益	20,761
法人税等	67,140
四半期純損失(△)	△46,378

(3) 四半期財務諸表に関する注記事項

(追加情報)

(新型コロナウイルス感染症に関して)

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の発生およびその後の感染拡大による影響に関して、当第3四半期会計期間の末日現在において、当社の経営成績に対しても一部影響が生じております。

当該事象が経済、企業活動に与える影響は極めて広範なものであり、また、今後の拡がり方や終息時期等を予想することは現時点では困難なことから、当社は外部の情報源に基づく情報等も踏まえ、今後、2020年9月期以降の一定期間にわたり当該影響が継続するとの仮定のもと、繰延税金資産の回収可能性等の会計上の見積りを行っております。

(資本金及び資本準備金の額の減少)

当社は、2020年6月26日開催の臨時株主総会において、2020年8月24日を効力発生日として、資本金及び資本準備金の額を減少することを決議しました。

1. 資本金及び資本準備金の額の減少の目的

当社が第9期において計上した欠損金を、資本金及び資本準備金の額の減少によって生じるその他資本剰余金によって補填することにより財務体質の健全化を図ることを目的として、会社法第447条第1項及び同法第448条第1項の規定に基づき、資本金及び資本準備金の額の減少を行うものです。また、本資本金等の額の減少は、当社貸借対照表の純資産の部における勘定科目振替処理であり、当社の純資産の総額に変動を生じさせるものではありません。

2. 本資本金等の額の減少の要領

(1) 減少すべき資本金の額 40,308,650円

(2) 減少すべき資本準備金の額 461,640,913円

(3) 本資本金等の額の減少の方法

会社法第447条第1項及び同法第448条第1項の規定に基づき、本資本金等の額の減少を上記のとおり行っただけで、それぞれの全額をその他資本剰余金に振り替えます。

(4) 減資の効力発生日 2020年8月24日

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。

(四半期財務諸表の作成に特有の会計処理の適用)

(税金費用の計算)

税金費用については、当第3四半期会計期間を含む事業年度の税引前当期純利益に対する税効果会計適用後の実効税率を合理的に見積り、税引前四半期純利益に当該見積実効税率を乗じて計算しております。ただし、当該見積実効税率を用いて税金費用を計算すると著しく合理性を欠く結果となる場合には、法定実効税率を使用しております。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

当社は、実名型グルメプラットフォーム「Retty」運営事業の単一セグメントであるため、記載を省略しております。

(重要な後発事象)

該当事項はありません。