

2020年9月28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 わせ 先 執 行 役 員 コーポレート 土 谷 祐 三 郎
 部 門 担 当

TEL. 03-6852-1287

2020年9月期の業績予想について

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す。

【個別】

(単位:百万円、%)

項目	決算期	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
営 業 利 益 又 は 営 業 損 失 (△)	△286	—	—	22	1.3	100
経 常 利 益 又 は 経 常 損 失 (△)	△282	—	—	20	1.2	99
当期(四半期)純利益 又は純損失(△)	△332	—	—	△46	—	155
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		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強化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。

ご注意: この文書は記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的に作成されたものではありません。投資を行う際は、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出し届出目論見書」(並びに訂正事項分)をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いします。

なお、「新株式発行並びに株式売出し届出目論見書」(並びに訂正事項分)は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の財政状態、経営成績その他の結果は、経済状態の変化、市場環境の変化及び他社との競合等により、本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

また、この文書は、米国における証券の販売の勧誘ではありません。1933年米国証券法に基づいて証券の登録を行なうか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、米国においては証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。

【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出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。

(当社全体の見通し)

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マ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な要素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を中心につつ、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。

もっとも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

ご注意： この文書は記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的に作成されたものではありません。投資を行う際は、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出し届出目論見書」(並びに訂正事項分)をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いします。

なお、「新株式発行並びに株式売出し届出目論見書」(並びに訂正事項分)は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の財政状態、経営成績その他の結果は、経済状態の変化、市場環境の変化及び他社との競合等により、本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

また、この文書は、米国における証券の販売の勧誘ではありません。1933年米国証券法に基づいて証券の登録を行ふか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、米国においては証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。

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
広告コンテンツ	710	32.1	74.3	956
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

ご注意：この文書は記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的に作成されたものではありません。投資を行う際は、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出し届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いします。

なお、「新株式発行並びに株式売出し届出目論見書」（並びに訂正事項分）は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の財政状態、経営成績その他の結果は、経済状態の変化、市場環境の変化及び他社との競合等により、本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

また、この文書は、米国における証券の販売の勧誘ではありません。1933年米国証券法に基づいて証券の登録を行ふか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、米国においては証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。

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伴い、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、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。

ご注意： この文書は記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的に作成されたものではありません。投資を行う際は、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出し届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いします。

なお、「新株式発行並びに株式売出し届出目論見書」（並びに訂正事項分）は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の財政状態、経営成績その他の結果は、経済状態の変化、市場環境の変化及び他社との競合等により、本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

また、この文書は、米国における証券の販売の勧誘ではありません。1933 年米国証券法に基づいて証券の登録を行ふか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、米国においては証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。

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250百万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81百万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。

ご注意：この文書は記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的に作成されたものではありません。投資を行う際は、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出し届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いします。

なお、「新株式発行並びに株式売出し届出目論見書」（並びに訂正事項分）は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の財政状態、経営成績その他の結果は、経済状態の変化、市場環境の変化及び他社との競合等により、本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

また、この文書は、米国における証券の販売の勧誘ではありません。1933年米国証券法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、米国においては証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。

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ため、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月期の人事費は、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しております。

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月期の人事費は、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。

ご注意：この文書は記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的に作成されたものではありません。投資を行う際は、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いします。

なお、「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の財政状態、経営成績その他の結果は、経済状態の変化、市場環境の変化及び他社との競合等により、本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

また、この文書は、米国における証券の販売の勧誘ではありません。1933年米国証券法に基づいて証券の登録を行ふか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、米国においては証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。

(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

ご注意：この文書は記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的に作成されたものではありません。投資を行う際は、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いします。

なお、「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の財政状態、経営成績その他の結果は、経済状態の変化、市場環境の変化及び他社との競合等により、本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

また、この文書は、米国における証券の販売の勧誘ではありません。1933年米国証券法に基づいて証券の登録を行なうか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、米国においては証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。