

2025年3月18日

各位

会社名 株式会社リプライオリティ
代表者名 代表取締役社長 中山 伸之
(コード：242A 福証 Q-Board 市場)
問合せ先 取締役管理部長 井手 雅雄
(TEL. 092-686-8300)

「湘南投資勉強会」主催 個人投資家向け I R セミナー Q & A 書き起こし公開のお知らせ

2025年2月18日(火曜日)に参加しました、湘南投資勉強会主催の個人投資家向け I R セミナー Q & A の書き起こしを公開いたします。

■ I R セミナー概要

開催日時 2025年2月18日(火曜日) 18時30分～20時

登壇者 代表取締役社長 中山 伸之

内容 会社概要・事業特性・今後の成長戦略等に関するご説明およびご質疑応答

■ I R セミナーアーカイブ

個人投資家向け I R セミナーの本編は、下記 URL よりご視聴ください。

<https://www.youtube.com/live/C4xJzr4sk40>

■ 会社概要

当社は、福岡証券取引所 Q-Board 市場に 2024 年 9 月に上場した、福岡県福岡市に本社を置く営業支援の会社です。主力事業として、通信販売企業の売上拡大を支援するコールセンター運営を行う D 2 C 事業、店舗店頭でチラシ・カタログ等による新規顧客獲得を支援するリテールメディア事業、スーパーフード「アカモク」を B S 放送等の広告媒体を使って販売する通信販売事業を展開しています。

今後の成長戦略としましては、自社ブランド商品の拡充、産学連携した研究開発によるスーパーフード「アカモク」の可能性の追求、営業販売支援ノウハウを活かしたクライアント先への支援強化により、継続的な成長を目指します。

01 会社紹介 ～当社事業の概要について～



当社は、通販支援事業（D2C事業部・リテールメディア事業部）と通販事業（通販事業部）の2セグメント・3事業部で構成されています。それぞれの事業部の強みは下記の通りです。

① D 2 C 事業

➤ 通販会社に特化した400名の営業部隊による電話営業を展開し、通販会社の売上向上に貢献

② リテールメディア事業

➤ 全国10,000店舗の小売店のスペースを活用したプロモーション事業

③ 通販事業

➤ スーパーフードと呼ばれる海藻である「アカモク」の販売

02/08/2025 All rights reserved.

■ I R説明会Q&A書き起こし**【アカモクについて】**

Q：貴社の通販事業部のアカモクが貴社の成長ドライバーになると考えるが、アカモクを知らない人へリーチはどのように行っているのか。

A：指摘の通り一般層でアカモクを知らない人は多いです。これに対し、TVCMでタレントを起用した宣伝に注力しようと考えています。現状はタレントのラッシャー板前氏を起用してアカモクの食レポ番組を作成し、通常のCMより詳しい説明を通じた認知向上施策を行っています。

Q：食べないとアカモクのおいしさが分からないと思うが、催事場などで試食を実施する予定はないのか。

A：百貨店で試食を実施しましたが、効果は低かったです。そのため、生協の広告パンフレットでアカモクをメインにするなど、自社以外の販路を活用し、新規顧客との接点を増やす施策を進めています。

Q：アカモクのサプライチェーン拡大のために水産加工会社を増やせば、競合も増えると考えますが、貴社の考えはどうか。

A：競合は増えますが、市場拡大に伴う新規参入は避けられないです。漁師との関係やアカモクへの理解といった先行者の強みを生かし、差別化を図っております。

【今期業績について】

Q：D2Cについて、化粧品関連事業者向け受託の状況について教えてほしい。

A：全体の10%強を占める。昨年対比で取扱高は倍に増加しています。

03 化粧品関連事業者向け売上高推移

D2C事業部の売上構成比において、健康食品関連事業者への依存度が高い状態にあるため、リスク分散を目的に取引先ポートフォリオの見直しを進め、化粧品関連事業者からの業務受託が**前年同期比3.4倍**に拡大しています。

(千円)	2024年9月期 1Q	2025年9月期 1Q	前年同期差額
売上高	20,888	71,230	+50,342

引用：2025年9月期第1四半期決算ハイライトより

Q：D2C事業で健康食品だけでなくコスメなどにも商材を拡大しているが、さらに拡大する余地はあるのか。また、コスト構造の最適化による原価率低減が業績に寄与しているようだが、具体的な取り組みとその持続性について教えてほしい。

A：人件費の削減以外では、電話代の削減を進めています。商材拡大の余地はあり、安定した業績のためにも、マネジメントコストを抑えつつ、データを活用した新商品開発により、インパクトの大きい商品を投入していきたいと考えております。

Q：D2C事業におけるコスト構造の最適化について具体的な取り組みを教えてください。

A：コストの大部分を占める人件費を抑えるため、一定時間の受注量を個人単位で管理し、販売商品を適切に割り当てながら売上と利益を調整しています。

01 営業利益の前年同期比較

D2C事業部におけるコスト構造の最適化により、原価率が低下し利益を押し上げ、**QoQ + 4.39%**となりました。



(注) 1. 各事業年度の連結財務諸表数値は監査法人のレビューを受けておりません。
2. 2024年9月期以前の第1四半期財務数値については、未上場のため公開しておりません。

引用：2025年9月期第1四半期決算ハイライトより

Q：上記Qに関連して営業人員400人のモニタリングをどのように行っているか。

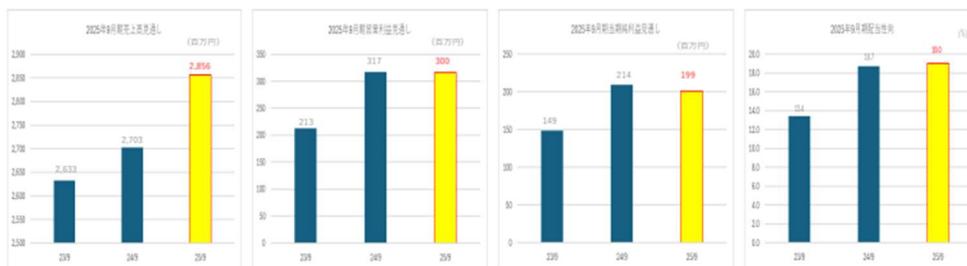
A：平均して一人当たり月3回ほど通話録音をモニタリングしています。AIによる効率化も検討していますが、継続顧客獲得のためのニュアンスを把握するには、人による確認が最も効果的だと考えております。

Q：今期は先行投資の影響で通期減益予想となっているが、先行投資は上期・下期どちらに計上されるのか。

A：D2C事業で2商品、通販事業で1商品を開始予定で、いずれも下半期に計上いたします。成功すれば投資を増やすため、短期的に数字が下振れる可能性があります。

03 成長戦略 ～2025年9月期事業の見通し～

- ①収益面では、**自社商品の開発・販売に注力**し増収の見通しです。
- ②費用面では、積極的に**先行投資**（人材採用・新商品販促のためのTV広告など）を行います。
- ③利益円では、増収見合いの先行投資により横ばい予測です。
- ④配当に関しては、**配当性向19.0%**の見通しです。



Q：リテールメディア事業ではデジタル化が進み、顧客のニーズも変化していると認識しているが、販売機会を損なわないためにどのような工夫をしているのか。

A：顧客ニーズは変化しておりますが、紙媒体を見る層も一定数存在いたします。アプローチ方法は変えつつも、引き続き強い支持を得ております。

Q：P21の新商品販促で言及している新商品はアカモクか、それとも別の通販商材か。

A：別の商材です。

Q：貴社の業績におけるKPIは何か。また、市場の期待とのギャップを抑えるため、コンタクトセンターの稼働人員数や自社製品の月次売上などの開示を検討しているか。

A：ノウハウに関わる事項であるため公表はできませんが、数多くのKPIやKGIを設定しております。稼働時間などのKPIを組み合わせることで、売上と利益の予測精度を高めております。

Q：取引先上位2社で売上の約4割を占めているが、取引先を増やすことでリスクヘッジを図る考えはあるか。

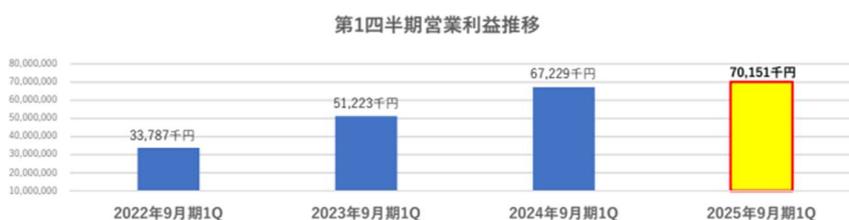
A：上位2社のうち1社は既に比率が下がっております。リスクヘッジとして、電話販売の柔軟性を活かし、戦略的に重点商品を切り替えています。過去には紅麴事件後、サプリメントの販売を減らし化粧品や食品の比率を高めたことがございます。

Q：1Q時点で利益進捗率は約23%だが、貴社事業に季節性はあるか。

A：通販事業に季節性があり、上半期に広告投資を行い、下半期に回収する構造のため、下期に利益が出やすいです。

03 参考資料 ～2025年9月期 第1四半期損益ハイライト～

	売上高	営業利益
2025年9月期 第1四半期実績	657百万	70百万
2024年9月期 第1四半期比較	△3.9%	4.3%



(注)各事業年度第1四半期の数値は監査法人のレビューを受けておりません。
2024年9月期以前の第1四半期数値につきまして、当社未上場のため公開しておりません。

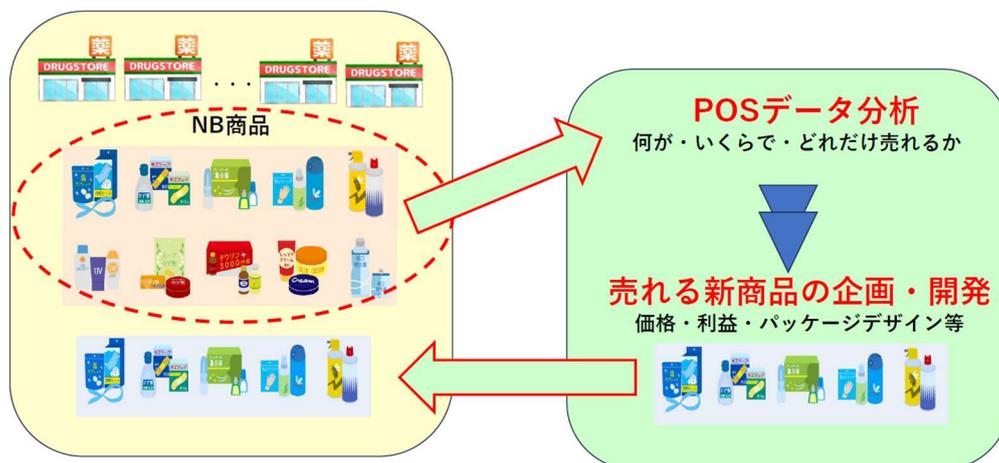
【成長戦略について】

Q：御社は無借金経営で自己資本比率も高く、時価総額と同等のキャッシュを保持している。財務方針として借入でレバレッジをかける考えはないのか。また、豊富な現金をどの領域の成長投資に充てるのか、それとも一定の内部留保を維持する方針なのか。

A：上場当初から、会社の信用を高め、時価総額を上げ、M&A や新規事業への投資を通じて成長を加速させる方針です。資金調達は株式発行ではなく、十分な与信枠を活用した銀行借り入れも可能です。IR を強化し、信頼向上にも努めます。内部留保は重要だが、必要以上に固執しないよう心掛けたいと考えています。

Q：年内に自社製品を2つ出す予定と以前の動画で見たが、順調に進んでいるのか。また、食品、サプリ、化粧品のどれに該当するのか。

A：両方ともサプリメントであり、一つはドラッグストアのPB 戦略に沿った製品、もう一つは高齢化社会のニーズに対応した商品を予定しております。

03 成長戦略 ～ドラッグストアのPB戦略をベンチマーク～


Q：アカモクやしじみに続く新商材の投入を検討していると思うが、手応えや期待感を共有してほしい。また、自社商品を企画する際に通販事業のナレッジを活用していると思うが、市場参画時に留意している点はあるか。

A：新製品には手応えを感じています。受託商品は利益がそのまま粗利になりますが、自社商品は獲得コストがかかるため、バランスを取りながら慎重に進めていきたいと考えております。弊社の販売力があれば商品は売れると考えているため、市場参画時に特別な留意点はございません。

03 成長戦略 ～自社商品開発事例～




2023年9月期より**自社商品（しじみのめざめ）**のテストマーケティングを実施。**2025年9月期より本格導入。**

しじみのめざめ	2023年9月期 テストマーケティング実績	2024年9月期 テストマーケティング実績	2025年9月期 計画
売上高(千円)	18,701	39,747	59,998
営業利益(千円)	244	18,851	28,627

2025年9月期
しじみのめざめ出荷計画件数 32,204件(2025年1月度時点進捗率143%)
※10月度出荷計画1,000件vs出荷実績1,004件
11月度出荷計画1,300件vs出荷実績1,465件
12月度出荷計画1,300件vs出荷実績2,128件
1月度出荷件数1,300件vs出荷実績2,432件

2025年9月期：D2C事業部で2商品・通販事業部で1商品を販売予定

Q：成長のために増資を検討すると話していたが、どの程度の時価総額に達した際に、どのような方法で増資を行う予定か。

A：希薄化を考慮し、時価総額が100億円を大きく超えた段階での公募増資を検討しています。現状は銀行の与信枠を活用しながら、業績向上に注力する方針であります。

Q：「2020年代中に売上100億円」を目標としているが、中期経営計画の策定予定はあるか。

A：策定を検討しておりますが、KPI達成の実績が不十分と考えています。時価総額100億円を目指すロードマップは示す予定ですが、中期経営計画とするかは未定です。

Q：『しじみのめざめ』という商品名だが、貝が目覚めるといった感覚が分かりにくい、ネーミングの意図や背景は何か。

A：通販商品であり、ネーミングが売上に大きく影響するわけではございません。特徴や成分に納得して購入するプロセスが重要となっております。

Q：来期以降、自社商品を拡充する成長戦略だが、不良在庫リスクもある。それでも自社商品に注力する理由と勝ち筋はなにか。

A：発注数を慎重に管理し、売り切れる数のみを発注しております。コールセンターの人員を在庫処理に回すことは極力避ける方針であります。

Q： 今期の配当性向は19%と低めで、キャッシュも潤沢だが、大型投資やM&Aを予定しているのか。今後のM&A戦略について教えてほしい。

A： M&Aの情報収集をしておりますが、条件に合う企業はまだ見つかっておりません。対象としては、シナジー効果があり電話販売に適した商材を持つ企業、コールセンター、加工会社を検討しております。

【配当政策について】

Q： 貴社は豊富なキャッシュと安定したキャッシュフローを有している。今期の配当は記念配当の終了により減配となっているが、減配と見えない形にする選択もあったのではないか。今後、安定増配を目指す考えはあるか。

A： 今回は意図せず減配に見えてしまいましたが、今後は安定増配を進める予定でおります。

今期の業績予想

通期	業績推移	修正履歴	成長性	収益性	1Q				2Q				3Q				4Q			
					決算期	修正日	-	修正方向	売上高	営業益	経常益	最終益	修正配当							
—	2024.09	24/09/25	初		2,724	318	331	217	45.6*											
		24/11/14	実	↓↓↓↓→	2,703	317	318	214	45.6*											
	2025.09	24/11/14	初		2,856	300	300	199	34											

(株探より引用)

【 I Rについて】

Q： 個人投資家向け説明会を積極的に開催しているが、その費用対効果をどう考えているか。

A： 費用対効果は測定しておりません。まずは認知を広げ、業績向上を通じて株主を増やしていきたいと考えております。

Q： 以前、新規自社商品の展開など四半期ごとに積極的に開示を行うと話していたが、今回の1Q決算では決算説明資料が作成されていない。資料の開示も行うべきではないか。

A： 現状の開示資料より分かりやすく、成長戦略の進捗や四半期のトピックスを含めた資料の開示を行う予定であります。

※2025年2月21日に開示を行いました。下記URLよりご覧ください。

<https://x.gd/vACtd>

Q： 自社商品の販売状況を教えてほしい。四半期ごとの開示があると聞いていたがこれについてはどうか。

A： 開示する予定であります。

Q： アカモクや自社商品を株主優待として検討しているか。クオカードより、自社商品やサービスで魅力をアピールしてほしい。

A： 検討はしておりますが、冷凍商品のため確実に受け取れる時間帯を把握する必要がございます。現状は、優待よりも株価向上によるキャピタルゲインにより投資家へ還元することを重視しております。

【その他】

Q： 貴社は福岡証券取引所に単独上場しているが、東証上場のハードルをどのように認識しているか。福証に上場した理由と、東証上場の予定について教えてほしい。

A： 確実かつ早期の上場を目的に福証を選択しました。東証上場に向けて、時価総額の基準を満たすよう取り組んでおります。

04 FAQ ～投資家の皆様より頂いた質疑への応答～

FAQ

1. 配当に関して、配当性向等は設定していますか？

現在配当している割合程度は配当して参りたいと考えております。また、業績が向上すれば更なる増配も考えております。

2. 現在福証Q-Board市場に上場していますが、東証への上場は目指していますか？

可及的速やかに東京証券取引所への上場を目指し一層の事業成長を図っていく所存です。

3. 貸借対照表の現預金の割合が非常に高いですが、今後大きな投資を行う予定がありますか？

これまでは安全性を重視し資金の社内留保を図っておりましたが、今後はM&A等の投資を積極的に行い事業成長を加速させていく目論見です。

4. 今後M&Aを行うとしたらどのような様な形で実施するイメージですか？

世の中には良い商品・サービスを持っていても、販売方法が分からない・販売資金がない等の会社が非常に多いと思いますが、そのような会社と当社コールセンターやリテールメディアの販売力など事業シナジー効果を活かしたM&Aや業務提携を実施していきたいと考えています。

5. アカモクに関して、今後販売を拡大する上え考えていることは？

拡販する上で自然のモノでも十二分な量が収穫できますが、収穫するには漁師との交渉など非常にコストが掛かりますので、養殖も視野に入れて今後対応していきたいと考えています。

Q： 今後の人材教育について、採用した人材を早期に戦力化するための工夫を教えてほしい。

A： チームワークを重視した組織づくりを行い、共通の目標に向けて全員で取り組むことで強い組織を構築しております。

Q： コールセンターの正社員とアルバイトの比率、および社員の平均在籍年数を教えてほしい。

A： コールセンターの内訳は大半がパートタイムと派遣社員です。正社員の平均在籍年数は4年です。