



2025年5月26日

各 位

会社名	dely株式会社
代表者名	代表取締役 堀江裕介 (コード番号：299A 東証グロース市場)
問合わせ先	取締役 CFO 戸田翔太 TEL. 03-6420-3878

投資家の皆様より多く寄せられた質問と回答 (2025年5月)

日頃より当社にご興味ご関心をお持ちいただきありがとうございます。足元で投資家様からいただいた主な質問とその回答について下記の通り開示いたします。本開示は、投資家様への情報発信強化とフェア・ディスクロージャーを目的にしております。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性がある点ご了承ください。

また、質問と回答内容については「QA Station」でも確認いただくことが可能です。

■当社QA Stationへのリンク

<https://www.qastation.jp/dely>

Q1. FY25/3 4Qにおける売上高、Non-GAAP営業利益の着地業績の所感について教えて欲しい。

領域別の売上高を見ると、購買（販促）領域の売上高が当初の見立てより上振れし、その他領域は想定より下振れしました。Non-GAAP営業利益は通期の会社計画を上振れたため、追加での投資を実行しました。

購買（販促）領域は、クラシルリワードのユーザー数が堅調に推移し、FY25/3 3Qと比較し、MAUが約11.8%増加したため、売上高は約3.1%成長致しました。

FY25/3 3Qと4QのARPUの違いについては3Qにブラックフライデーや年末商戦が含まれ、オンライン、オフライン双方で販促需要が集中するため、同Qが高くなる傾向にあります。

その他領域については、FY25/3 3QにTikTokなどのプラットフォームでキャンペーンがあり高収益ライバーの配信時間が一時的に伸びた反動減で同4Qの売上高は同3Q対比で減収となりました。

Q2. 今期の1QのNon-GAAP営業利益の着地見込みは？

クラシルリワードのユーザー獲得のための広告投資の積極化などにより、FY25/3 1Qと比較して減益となる見込みですが、同4Qと比較すると増益になる見込みです。

FY25/3 1Qはメディア（認知）領域が好調であったことや、同領域による売上高に占める割合も高かったことから、全体の売上総利益率は約56%と高い水準でした。

今期の1Qにおいては、メディアの売上高が前年対比で減収となることに加えて、売上高の構成比率において購買（認知）領域が高まることから、売上総利益率は前年同期比で低下する見込みです。

加えて、クラシルリワードのユーザー獲得のための広告投資を積極的に行うことにより、Non-GAAP営業利益は前年同期比で減益となる見込みです。

一方、FY25/3 4Qとの比較では、同Qに計上した外形標準課税の初度適用に関する一過性のコストや増益となる見込みです。

Q3. FY26/3における売上総利益率はFY25/3と比較して変化はあるか。

FY25/3と比較し、FY26/3における各領域の売上総利益率のレンジの見立てには変化はございませんが、購買（販促）領域の売上高比率の上昇に伴い、全社の売上総利益率が若干低下する可能性がございます。

各領域の売上総利益率は以下の通りです。

- ・ 認知（販促）：60~65%
- ・ 購買（販促）：40~45%
- ・ その他：20~25%

なお、FY26/3の売上総利益率は、比較的売上総利益率の低い購買（販促）の売上高比率が高まるため、FY25/3と比して若干減少する見通しですが、FY25/3の通期売上総利益率は49.6%と購買（販促）の売上総利益のレンジに近付いているため、FY24/3からFY25/3にかけて生じた売上高総利益率の下落幅と比較すると緩やかになると見ております。

Q4. クラシルリワードのMAUの見通しについて教えて欲しい。

クラシルリワードのMAUは毎四半期20万～30万の成長を見込んでいます。

Q5. 今期の購買（販促）領域におけるオンラインとオフラインの売上高比率について教えて欲しい。

購買（販促）領域におけるオンラインとオフラインの内訳について、開示はしていませんが、今期における比率は前年度と変わらない見通しです。

ユーザー数の伸長に伴い、オンライン、オフラインともに案件獲得が進み、単価も増加することで大きく成長する見込みとなっております。

Q6. オフラインショッピングの他社サービスとの連携について今期のPLインパクトはどの程度を見込んでいるか。

他社サービスとの連携による収益については導入時期に左右されるほか、導入効果の合理的な算出が困難であるため、現状では今期の計画にあまり織り込んでおりません。

他社サービスとの連携については、連携開始後の適切なタイミングで開示する予定であり、その後の決算説明会などで纏めてお話しする予定です。

Q7. ライブコマースについて今期のPLインパクトはどの程度を見込んでいるか。

今期における大手配信プラットフォームによるライブコマースのローンチを見込んだ事業展開であります。ここ数年でのPLインパクトの顕在化を見込んでおり、現状ではPoCを進めている段階です。今期の業績見通しにはほとんど含めておりません。

クラシルリワードの購買（販促）領域におけるオフラインチャネルを用いたプロモーション施策とは別にオンラインチャネルを用いた販促施策として案件化することを想定しております。

Q8. インフレ化がビジネスに与える影響について教えて欲しい。

総じて弊社の主力サービスであるクラシル、クラシルリワードに対してはポジティブな効果が見られると考えております。

外食価格の高騰による自炊ニーズの増加に加え、物価高騰による、「お得に買い物をしたい」、「自分の行動を少しでもお金に変えたい」というニーズが高まることが考えられます。その中で、レシピ動画コンテンツを提供しているクラシル、日常の買い物や行動によってポイントを貯めることのできるクラシルリワードの利用ニーズは増加すると考えております。

以上