



2025 年 11 月 21 日

各 位

会社名	クラシル株式会社	
代表者名	代表取締役社長	堀江裕介
	(コード番号：299A、東証グロース市場)	
問合せ先	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11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. 第2四半期決算の評価を事業領域別に教えて欲しい。

第2四半期は売上・営業利益ともに想定通りかやや上方に推移しました。

売上高について、各領域別にご説明させて頂くと以下のとおりです。

- ・メディア：社内計画を上回り、PVと単価の両方が好調でした。
- ・購買：概ね計画通りの推移で、特にレシチャレの案件獲得が順調に進んだことが要因です。
- ・その他：アクティブライバー数が順調に増加し、概ね計画通りの推移となりました。

営業利益については、広告宣伝費は計画通りの投資進捗となりましたが、人件費に関しては、採用の月ずれなどが生じた結果、想定をやや上回る形で着地しました。ただし、第2四半期の途中より採用は順調に進んでおります。

Q2. メディア事業の好調の理由は何か。

メディア事業は想定より良好に推移しました。通常夏場（2Q）は単価とPVが下がる傾向がありますが、今回は内部施策によりPVはむしろ増加し、単価についても想定より低下しませんでした。

当社運営メディアにおいて、内製コンテンツの制作や内部回遊施策などの細かい調整によって、PVは好調な結果となりました。

3Q以降においても、メディア事業は季節性による変動がございますが、PV数のベースラインは一定程度引き上がっていると見ております。

Q3. レシチャレ by クラシル（旧：クラシルリワード）関連MAUの今後の見通しについて教えて欲しい。

デジタル広告チャネルでのユーザー獲得を主軸に、3Q以降も20万～25万程度の増加を目指しています。

「レシチャレbyクラシル」へのプロダクトアップデート後にリテンションレートが比較的高い、潜在的にレシチャレを頻度高く利用するユーザーの獲得を優先して進めていることから、今後もユーザー数は順調に積み上がる見通しです。

また、レシチャレに関しては、取扱い対象商品数が増えるほど、中長期で見るとLTV（ライフタイムバリュー）が上昇することから、レシチャレを利用するユーザーを増やすことで、購買事業において、より大きな売上高が期待できると見ております。

Q4. リテールパートナーの拡大に関する今後の見通しはどうか。

リテールパートナーについては、ウエルシア薬局様、ツルハ様、サッポロドラッグストア様等のドラッグストアに加え、ライフコーポレーション様といったスーパーマーケットにも拡大しております。

ライフコーポレーション様以外のスーパーマーケットとの取り組みもPOCなどを行っているほか、パートナーの拡大は今後も継続する見通しです。

また、よりユーザー様の利用頻度を向上させていただく観点で、リテールパートナーとなった小売り様とは、取扱い商材の拡充を進めている状況です。

Q5. クラシルリテールネットワークの展開状況と今後の見通しはどうか。

クラシルリテールネットワークについては、Yahoo! JAPANアプリやスマートニュースアプリでも外部提供を開始しました。現状は、リテールネットワーク先のユーザー様に対し、より利用頻度を上げていただく観点で、UI/UXの磨き込みを中心に進めております。

なお、導入済サービスのユーザー様の利用回数向上のほか、新規導入候補のサービス開拓を進めることで、来期以降の本格的な業績貢献を見込んでおります。

Q6. 第3四半期・第4四半期における販管費の見通しについて教えて欲しい。

人件費と広告宣伝費は増加する見込みです。

人件費については、第2四半期途中より採用が順調に進んだ結果、第3四半期には第2四半期対比で一定程度人件費が増加する見通しです。

広告宣伝費は足元でレシチャレユーザーの獲得が順調に進んでいることから、上期に想定を上回った利益の一部を充当することも見据えて投資実行する予定です。

以 上