



2026年5月22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（2026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。直近で投資家の皆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としております。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. 2026年3月期の通期業績について、会社としての評価を教えてください。

売上高は期初計画に届かなかったものの、利益は期初計画を達成するなど、堅調な着地となりました。特に購買事業の拡大が全社成長を牽引し、事業モデルの確立という観点でも手応えを感じられた一年と評価しております。

2026年3月期の通期売上高は170億円(前期比+29.8%)、Non-GAAP営業利益は36億円(同+28.5%)となり、それぞれ業績予想対比で99.2%・102.6%の達成率で着地いたしました。

事業別では、メディア事業は各種施策が功を奏した結果、年間を通じてPV数が好調に推移し、前期比6.3%の増収となりました。広告単価の下落傾向は引き続き続きましたが、PV増加が広告単価下落以上の結果となり、想定を上回る着地となりました。

購買事業は売上高60億円(前期比+85.7%)と大幅に拡大しました。レシチャレ案件数の拡大をしっかりと実現することができ、売上高に占めるレシチャレの構成比も16.2%から28.8%へと大きく上昇いたしました。ビジネスモデルの確立という点で、2026年3月期は重要なマイルストーンとなった期であると認識しております。

その他事業(ライバー事業等)はVTuber事業の統合効果により前期比27.8%増となった一方、プラットフォームの方針変更に伴うボーナスロジックの変更等により、粗利率が低下するなど、一部想定を下回った部分もありました。

全社としては、売上総利益率が47.4%(前期49.6%)とやや低下したものの、これは購買事業の売上比率上昇という構造的なセールスマックスの変化によるものであり、各事業の粗利率水準自体は概ね維持されております。今期(2027年3月期)の先行投資フェーズを経て、来期(2028年3月期)以降の収益獲得を見据えた土台を築くことができたと評価しております。

Q2. 第4四半期決算の評価を事業領域別に教えてください。

第4四半期は、売上高は概ね会社計画通りであり、営業利益についても、その他事業における粗利率の悪化等があったものの、オペレーティングレバレッジが効いたことで概ね計画通りとなりました。

売上高について、各領域別にご説明しますと以下のとおりです。

- メディア:社内計画を上回りました。PVのベースラインが引き上がったことが要因です。
- 購買:季節性の影響で第3四半期(販促需要のピーク期)からは反動減となりましたが、前年同期比では50%増と引き続き高成長を維持しました。なお、第4四半期には一部EC送客の採算性悪化によりアフィリエイト売上のうちの約1億円規模の縮小があり、これを除くとほぼフラットの水準でした。
- その他:VTuber事業の統合効果が寄与し、大幅な増収となりました。

営業利益については、セールスマックスの変化やその他事業における原価率の変動によって粗利率は前四半期から1.2ポイント低下したものの、人件費などにおいてオペレーティングレバレッジによる効率化が実現できたことにより、概ね計画通りの進捗となりました。

Q3. 今期は上半期に先行投資を集中させるとのことだが、上下半期の利益配分と投資コストの具体的な内容を教えてください。

今期は上半期にレシチャレ拡大に向けた先行投資を集中実施するため、上半期は前年同期比で減益となる見込みです。下半期は販促需要の集中と投資効果の発現により、利益が大きく回復する想定です。

投資の主な内訳は以下の3点です。

- リテールパートナーの獲得コスト:新規小売パートナーのトライアル期間中、ユーザー還元費(キャッシュバック等)を当社が持ち出す形で負担します。本契約移行後に取扱商材数の増加とともに売上・収益が積み上がる構造です。
- 広告投資(ユーザー獲得費用):レシチャレのアプリユーザー獲得のための広告費用となります。デジタル広告だけでなく、オフライン施策等も検討しております。
- レシチャレ内ユーザー利用率向上施策:レシチャレアプリユーザーがレシチャレの機能を実際に活用いただくための施策に係るポイントバック等の費用です。

上下半期の利益配分イメージとしては、第1四半期・第2四半期は投資コストが先行するため前年同期比減益となる見込みですが、第3四半期・第4四半期は販促需要の集中(10月~12月が繁忙期)と上半期の投資効果が一部実現することで、利益が大きく回復する想定です。

Q4. イラン情勢の影響は、レシチャレのクライアント(消費財メーカー)の販促予算にネガティブな影響を与えているか。

一部クライアントで後ろ倒しや規模縮小の動きはあるものの、現時点では全体への影響は限定的です。

イラン情勢を含む地政学リスクの高まりにより、一部の消費財メーカー様で販促案件の実施時期をずらすケースや、規模を縮小する動きが見られます。

しかしながら、レシチャレのクライアントは多数に分散しており、特定のメーカーや商材への依存度が高くないことも、外部環境リスクへの耐性につながっております。引き続き外部環境の変化を注視しながら、柔軟に対応してまいります。

以上