



2025 年 9 月 22 日

各 位

会社名	dely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9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. クラシルリテールネットワークの概要とビジネスモデルについて教えて欲しい。

クラシルリテールネットワークは主に当社が受託しているレシチャレ案件を他社アプリに対して横断的に配信するサービスを指します。

ビジネスモデルはレベニューシェア型で、メーカーや小売企業から受け取る成果報酬を、当社と配信先アプリで分配します。

配信先アプリは営業・運用リソースをかけずに新たな販促収益を獲得できるほか、ユーザーアプリ内ポイントを獲得できるため、アクティブ率向上にも寄与します。

当社は今後ネットワークを拡大し、より多くのユーザーにレシチャレを提供することで、メーカー・小売企業の販促支援を推進していきます。

Q2. クラシルリテールネットワークは今後どのようなアプリに導入していく方針か。

多くのユーザーに使われているアプリや、お買い物との親和性が高い小売企業アプリへの導入を目指しています。

現在はYahoo! JAPANアプリ内の「Yahoo!ズバトク」メニューを通じた利用に加え、当社の「クラシル」アプリにも導入済みです。今後LINEヤフーグループ以外のサービス運営者のアプリにも導入される見込みです。

Q3. クラシルリテールネットワークの他社アプリ導入が8月より開始したとのことだが、立ち上がりの感触を教えてください。

2025年8月からYahoo! Japanアプリへの導入を開始しましたが、立ち上がりは想定範囲内です。本格的な業績貢献の見通しも変わっておらず、今期の4Q以降もしくは来期以降を見込んでいます。

導入アプリ数は随時増えていく想定ではありますが、他社アプリユーザーがレシチャレ参加を習慣化するには一定の時間が必要と考えています。

そのため、導入アプリ数が増加する毎にレシチャレに参加できるユーザーは増えるものの、ユーザー数増加に比べ、売上への反映は緩やかな推移になると見込んでいます。

Q4. クラシルリテールネットワークとリテールパートナーの違いは何か。

クラシルリテールネットワークは提携先企業が提供するアプリを通じてレシチャレの「出面・参加ユーザー数の拡大」に寄与するサービスであり、レシチャレの需要拡大に寄与するものとなります。

一方、リテールパートナーはレシチャレを販促施策として活用する小売企業であり、レシチャレの供給拡大に寄与するものとなります。

Q5. 広告宣伝費は、第2四半期から第4四半期も第1四半期と同等レベルで費用を投下する予定か。

第1四半期では売上高に対して8.5パーセントの投資となりました。期初計画では年間を通じて売上高に対して8パーセントから9パーセント程度を想定しています。

この観点から、第2四半期から第4四半期も基本的には同様の金額ベースで続いていくと考えています。

ただし、年間でのNon-GAAP営業利益に関する計画の達成蓋然性が高いと判断された場合などは機動的に追加的な投資を実行する可能性もあります。

以 上