



2025年3月18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3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。

Q1. 今期の着地見込みは？

上場時の2024年12月に開示したFY25/3期通期業績計画に向け、売上高及びNon-GAAP営業利益共に同様に順調に進捗しております。

3Q時点で期初からの累積売上高及びNon-GAAP営業利益に関し、上場時の計画対比の進捗率はそれぞれ約75.4%、約81.6%でした。

特にメディア（認知）領域と購買（販促）領域の売上高は3Q累計でそれぞれ同計画対比約77.0%、約75.1%の進捗率であり、両領域は4Qも継続して堅調に推移していることから、全社での計画の達成蓋然性は高いと考えております。

Q2. 粗利率とNon-GAAP営業利益率に関する今後の見込みは？

粗利率については若干低下しますが、オペレーティングレバレッジ効果によるNon-GAAP販管費率の低減効果により、中長期で見るとNon-GAAP営業利益率は現状と同等水準になる見込みです。

粗利率に関し、メディア（認知）領域の約60-65%と比較し、購買（販促）領域は約40-45%と低く、将来的に購買（販促）領域の方が増収率が高い見込みであるため、セールスマックスにより全体の粗利率は若干低減する見込みです。

一方、Non-GAAP販管費率については、クラシルリワードのユーザー数の増加などによる案件獲得効率向上により、オペレーティングレバレッジが効く見込みであるため、低減する想定です。向こう1-2年で見ると粗利率の低減効果の方がNon-GAAP販管費率の低減効果より大きいと見ておりますが、その後はオペレーティングレバレッジの発現効果が大きくなることにより、Non-GAAP営業利益率に関しては、同等水準を維持可能な見込みです。

Q3. 業績に季節性はあるのか？

購買（販促）事業の需要期が3Qであり、全社ベースで見ても3Qが最も売上高が伸びやすいタイミングです。

購買（販促）事業は、3Qにおいて小売り企業やメーカーからの年末商戦に向けた需要が伸びるほか、オンラインECにおいても販促活動の需要期であることから、同Qが最も売上高が伸びる時期となります。

今後購買（販促）事業の売上高比率が高まることにより、全社ベースにおける需要期も3Qに寄っていくと想定しております。

Q4. マストバイサービス（サービス名称：POSアゲくん）の競合環境は？

小売り・メーカーの両者に対してデジタル販促支援サービスを展開する企業が競合になると考えておりますが、購買計画からユーザーをサポートし、蓄積されたユーザー情報を活かしてプロモーションを行える直接的な競合企業は限定的な状況と考えております。

加えて、当社のような大規模にユーザーを集客し、小売、メーカー両者との関係値を築いているインターネットプラットフォーマーは限定されていると認識しております。仮に競合の参入があったとしても、小売・メーカー両方との関係値を築くには非常に長い年月を有すると想定され直接的な競合となるまでには相当なリードタイムがあると考えます。

Q5. 株主還元に関する今後の方針は？

現時点では確定した方針はありませんが、株主還元は中長期的な視点では経営上重要な事項と認識しております。

足元では成長投資を優先しながら利益も確保できている状況につき、株主還元については重要度の高い論点として今後も継続的に検討していきたいと考えております。

以上