



2026年3月25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。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. 広告宣伝費が、昨年度において第3四半期から第4四半期にかけて増加していたが、今期の第4四半期の使い方はどのような予定か。

今期第4四半期の広告宣伝費は、第3四半期比で抑制する方針です。

前期はIPO初年度であったため、第2四半期決算後に予算が確定していたため、保守的な利益計画の元、4Qに積極投資を実施しました。今期については期初から計画を策定しており、利益計画の確実な達成を最優先します。また、第4四半期(1~3月)は広告単価が上昇しやすい傾向にあるため、戦略的な判断として、第3四半期対比で広告宣伝費を抑制する方針です。

Q2. AI活用による効率化が進む中、来期の採用計画はどのように考えているか。

AI活用による生産性の向上を徹底し、より効率的で筋肉質な組織体制を構築するため、現在、採用計画を最適化しています。

AIの導入により、人員増に頼らずとも対応可能な業務範囲が明確になってきました。これを受け、全体の採用数を抑制する方向で調整しています。新卒採用についても、足元の活動は継続しつつ、来期以降は組織の適正規模を見極めた上で、募集規模を見直す方針です。

Q3. メーカーにとって「食べちゃれ」を実施するメリットは何か。

商品の購入促進に留まらず、喫食体験を通じたブランドロイヤリティの向上に貢献できる点に最大のメリットがあります。

顧客に商品を「購入」していただくだけでなく、実際に正しく使用して料理(喫食体験)を促すことで、継続的なロイヤリティ向上を実現します。実際に「食べちゃれ」プログラム参加者は、終了後の継続購買率(商品購入率)が向上しており、メーカーや生産者にとって、持続的な売上へ繋がる極めて効果的なマーケティング施策として高く評価されています。

Q4. 外食向け案件を展開する意義や、今後のポテンシャルについてどう見ているか。

外食のToBクライアント開拓と、若年男性層など新規ユーザーセグメントの獲得が期待できる、戦略的意義の大きい取り組みです。

外食案件の展開は、外食産業におけるToBクライアントの新規開拓に加え、当社がこれまでリーチしきれなかった若年男性層などの新たなユーザーセグメントを取り込む可能性を秘めています。ただし、外食産業への営業は新規領域であり、現時点では市場の一般化と収益ボリュームの規模を慎重に見極めている段階です。足元での事業貢献度は「食べちゃれ」が優位であると認識していますが、今後は単価向上を見込めるデリバリー関連案件などを中心に、横展開を加速させる方針です。

以上