



2026年6月19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6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. バーティカルAI Agentサービスの差別化ポイントと競争優位性は何か。

当社のAI Agent事業は、食品・飲料メーカーや食品卸に特化した「バーティカル戦略」を採用しており、汎用的なAIソリューションとの差別化を図っています。

大手ITコンサルやSaaSベンダーが業種横断でAIを展開しているのに対し、当社は小売・卸・メーカーの販促領域に特化したバーティカルAIを提供しています。レシチャレ事業を通じて培った全国横断の購買データ・レシピデータ・ユーザー移動データ、およびメーカーや小売との10年来の取引実績が、競合他社には模倣が困難な差別化要因となっています。

具体的には、販売条件管理(小売ごとの販促費・リベートのROI管理)を皮切りに、受発注処理・サプライチェーン管理・経営ダッシュボード等へとエージェントを横展開する構想です。これらは既存SIerが不得手とするAI活用領域であり、かつ日本企業の現場でFAX・Excel・電話が依然主流な業務プロセスであるため、強固なニーズが存在することを検証済みです。

レシチャレ事業の営業チャネルとも重なるため、既存顧客へのクロスセルが構造的にやすく、顧客獲得コストを抑えながらスケールできる点も強みです。

Q2. AI Agentサービスの収益モデルと現時点のトラクションについて教えてほしい。

タスク処理件数に応じた従量課金モデルを採用しており、2026年3月のサービス開始から約2～3ヶ月で基本合意済みARRが約1億円に達しています。

課金モデルは月額固定のSaaSではなく、AI Agentが処理するタスク単位の従量課金です。例えば、担当者が手作業で2～3時間・約8,000円かけていた販売条件管理業務を数分・約4,000円で処理し、コスト削減分の約半分を対価として受領する設計です。顧客はROIを確認しながら小さく始められるため、導入障壁が低く、業務プロセスへの組み込みが進むほど解約しにくい構造になっています。

2026年3月のサービス開始から短期間で、大手食品メーカーや大手食品卸を含む複数社とのPoCが進捗しております。単一ニーズから複数エージェントへと商談が拡張するケースも発生しています。

Q3. 基盤モデルの値上げなどAIコストの上昇リスクをどのように考えているか。

基盤モデルのコスト上昇リスクは認識しているものの、複数モデルの使い分けとコスト構造のコントロールにより、事業への影響は限定的と考えています。

現在、ClaudeのエンタープライズプランやCodex等の費用は合計で年間約4,000万円(月額換算で約300～400万円)程度です。仮にAPIコストが倍増したとしても、事業全体への影響は限定的と認識しています。

コスト管理の観点では、単一の基盤モデルに依存することはリスクであると認識しており、Claude・Codex等を用途・精度要件に応じて使い分ける方針です。また、全社員のAIツール利用に対して部門・グレード別に利用上限を設定し、売上に直結しない過剰利用を制御する運用体制を整えています。

AI Agent事業については、タスク処理ごとの従量課金モデルを採用しており、提供価値に応じた柔軟な価格設定が可能な構造となっています。また、処理タスクの性質や精度要件に応じて最適なモデルを選択することで、APIコストそのものを適切にコントロールしていく方針であり、コスト上昇が直接的に事業収益を圧迫する構造にはなっていないと認識しています。

Q4. レシチャレに関する投資は来期も継続するか。

来期もレシチャレへの投資は継続しますが、マージン回復を見据えた規律ある投資として位置付けております。

レシチャレへの投資は来期も継続いたしますが、今期にリテールパートナー開拓が一定程度進展することで、来期以降は投資回収も進む見込みです。

来期もリテールパートナー開拓のためのPoCコストを投下する一方、今期に獲得したパートナー先から得られる収益によって、来期の投資額を一定程度カバーできると想定しております。

結果として、来期は一定のNon-GAAP営業利益率の改善を見込んでおります。

Q5. 株主還元に関する方針はどのようなものか。

現状は成長投資を最優先とする方針ですが、株主還元の拡充は重要な経営テーマとして認識しており、今期下期の投資回収の蓋然性が高まるタイミングで、配当等のあり方を具体的に検討する予定です。

キャッシュフローの最優先事項は、レシチャレ事業の強化と小売・メーカー向けAI事業への投資、および販促周辺領域でのM&Aです。現時点では手許現預金および営業キャッシュフローをこれらの成長投資に充当する方針です。

一方、株主還元については配当および自社株買いを選択肢として検討しています。自社株買いについては、大株主の保有構造に起因する流動株式比率の維持課題など、検討すべき事項が複数あります。当社は今期前半を投資フェーズと位置付けており、投資回収の蓋然性が高まる下期以降に、来期以降のキャッシュフロー見通しも踏まえて具体的な方針を検討する予定です。

以上