

2024年8月20日

各位

会社名 株式会社リプライオリティ
(コード: 242A 福証 Q-Board)
代表者名 代表取締役社長 中山 伸之
問合せ先 取締役管理部長 井手 雅雄
TEL 092-686-8300
URL <https://www.repriority.co.jp>

2024年9月期の業績予想について

株式会社リプライオリティ（以下「当社」）は、本日2024年8月20日に福岡証券取引所Q-Boardへの新規上場の承認をされております。（詳細につきましては、福岡証券取引所ウェブサイトでご覧いただけます。）

2024年9月期（2023年10月1日から2024年9月30日）における当社グループの連結業績予想は、次のとおりであります。

【連結】

(単位: 百万円・%)

項目	2024年9月期 (予想)			2024年9月期 第3四半期累計期間 (実績)		2023年9月期 (実績)	
	対売上 高比率	対前期 増減率		対売上 高比率		対売上 高比率	
売上高	2,724	100	3.5	2,061	100	2,633	100
営業利益	318	11.7	49.2	224	10.9	213	8.1
経常利益	331	12.2	54.7	238	11.5	214	8.1
親会社株主に帰属する 当期(第3四半期) 純利益	217	8.0	45.6	154	7.5	149	5.7
1株当たり当期 (第3四半期) 純利益金額	230円84銭			177円32銭		170円70銭	
1株当たり配当金	45円60銭			—		22円85銭	

- (注) 1. 2023年9月期(実績)及び2024年9月期第3四半期累計期間(実績)の1株当たり当期(第3四半期)純利益、2023年9月期(実績)の1株当たり配当金は、期中平均発行済株式数により算出しております。
2. 当社は、2024年6月1日付で普通株式1株につき20株の割合で株式分割を行っておりますが、2023年9月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益及び1株当たり配当金を算定しております。
3. 2024年9月期(予想)の1株当たり当期純利益は、公募予定株式数(240,000株)を含めた期中平均発行済株式数(予定)により算出し、オーバーアロットメントによる売出しに関連する第三者割当増資分(最

ご注意: この文章は一般に公表するための記者発表文であり、投資勧誘を目的に作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書(並びに訂正事項分)」をご覧ください。投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。

大 36,000 株) は考慮しておりません。

4. 2024 年 9 月期の 1 株当たり配当金 (予定) には上場記念配当金 20 円 00 銭が含まれております。

【 2024 年 9 月期連結業績予想の前提条件 】

(1) 当社グループの見通し

当連結会計年度におけるわが国経済は、新型コロナウイルス感染症の収束やインバウンド需要の回復、雇用・所得環境の改善などにより緩やかな回復傾向を見せています。一方で、資源価格の高騰や円安の進行に伴う物価上昇が影響し、生活必需品の値上げが相次いでおり、消費者の節約志向が一層強まっています。また、中国経済の先行き懸念、中東地域をめぐる影響等、世界的に不安的な情勢の影響もあり、景気の先行きは依然として不透明な状況が続いております。通信販売業界においては、通信販売市場の 2022 年度の売上高は、2022 年 4 月から 2023 年 3 月までの累計で前年比 10.9%増の 12 兆 7,100 億円 (2023 年 8 月 24 日発表の JADMA 「2022 年度通販市場売上高調査」より) となり、直近 10 年の年平均成長率は 9.0%と成長を続けております。

このような状況の中で、当社グループは、今や生活の上で欠かすことのできない通信販売市場における通信販売会社へのプロモーション事業を行い、また一般消費者の健康意識の高まりを背景に、産直品に特化した通販事業を展開してまいりました。

以上により、2024 年 9 月期の連結業績予想は、2,724 百万円 (前期比 3.5%増)、営業利益 318 百万円 (前期比 49.2%増)、経常利益 331 百万円 (前期比 54.7%増)、親会社株主に帰属する当期純利益 217 百万円 (前期比 45.6%増) を見込んでおります。

(2) 業績予想の前提条件

①売上高

当社グループの事業は、通販支援事業と通信販売事業の 2 つのセグメントから構成されております。通販支援事業を D2C 事業部及びリテールメディア事業部の二つの事業部で行っており、通信販売事業を通販事業部で行っております。

(D2C 事業)

当事業は、福岡・筑紫野・久留米・大阪の 4 拠点で 409 名の営業部隊を保有しており、取引先である通信販売企業及びメーカーのライフタイムバリュー (LTV: ある顧客が自社の利用を開始してから終了するまでの期間に、自社がその顧客からどれだけの利益を得ることができるのかを表す指標) の最大化を支援しております。

同事業では、通信販売会社及びメーカーとの取引に関し、個々の顧客情報が特定されない形で通販商品・サービスに関する過去データや経験知を多数保有しております。

通信販売会社及びメーカーとの取引に関し多くのデータや経験知を保有することで、取扱商品毎に消費者に最も訴求できるポイントを整理して最適な提案を行っております。また、同事業部が保有するコールセンターの架電数は月間約 150 万コールであり、取引先の通信販売企業の新規顧客の獲得・休眠顧客の掘り起こし・サンプル購入からの本商品購入への促進を行うと共に、当該架電ボリュームの品質向上のため、モニタリング等を行う専門のチームを配置し、クライアント先の LTV 向上に寄与しております。

これらの LTV 向上のための施策がクライアント先に支持された結果、当社と継続的な取引実績に繋がっております。

当連結会計年度においては、健康食品関連事業者向けのコールセンター業務受託が順調に推移しております。一方で、今般報道されている他社において生じた紅麹原料によるサプリメント健康被害の問題に端を発した機能性表示食品に対する消費者心理の変化を念頭に、一部の取引先企業に広告宣伝投資を抑制する動きがあり、一部の取引先企業の新規顧客獲得テレマーケティング施策が一時的に縮小する期間がありました。現在は回復傾向であり、業績に対する影響は軽妙であります。

以上により、D2C 事業の売上高は、1,830 百万円 (前期比 3.8%増) を見込んでおります。

(リテールメディア事業)

当事業は、全国で 10,862 店舗の企業と契約しており、当該店舗のサッカー台 (決済コーナーを通過した先にある

ご注意: この文章は一般に公表するための記者発表文であり、投資勧誘を目的に作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書 (並びに訂正事項分)」をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。

購入者用の袋詰め作業台)のフリースペースを活用し、カタログや冊子などのフリーペーパーを設置することでのインスタプロモーションの支援を行っております。

当連結会計年度においては、原材料価格高騰の影響により、紙面による広告媒体の需要が減少しました。このような環境の中、カタログ設置店舗への訪問回数を増やし、カタログ設置状況の確認及び設置改善を行うことで、カタログの消化率やレスポンス率を高めることで、既存顧客の受注確保に取り組んでおります。また、当事業部の通信販売事業者向けのインスタプロモーション支援実績を営業活動において示す事で新規顧客の開拓を推進しました。

以上により、リテールメディア事業の売上高は、203百万円(前期比6.8%減)を見込んでおります。

(通信販売事業)

当事業は、スーパー海藻として注目されている「アカモク」を主力商材として、健康志向の高い一般消費者向けに、地上波放送及びBS放送で通信販売しており、通販支援事業で長年培ってきた「どのような商品を・どのような人に・いくらで販売すれば・売れるか」のノウハウを活用して、通販支援事業のシナジー効果を活かした取り組みを行っております。

当連結会計年度においては、投下した広告の運用効率が順調に推移しております。2024年6月現在でCPO(1人当たり新規顧客獲得単価)が目標3,867円に対して実績3,487円、定期発送率(※)が目標0.380に対して0.385と目標を上回って推移しており、2024年7月以降も継続して目標を上回って推移する事を見込んでおります。

以上により、通信販売事業の売上高は、691百万円(前期比6.2%増)を見込んでおります。

以上により、連結売上高は、2,724百万円(前期比3.5%増)を見込んでおります。

※当社の「定期発送率」は、既存の定期継続顧客総数に対して、当月中に定期発送を行った顧客の割合を示した指標です。当社の顧客に対する定期発送サイクルは、基本的に1カ月、2カ月、3カ月の中から選択していただいております。当指標は、既存の定期発送顧客に対する発送サイクルが短期化すると上昇し、長期化すると下落する指標となっております。

②売上原価、売上総利益

(D2C事業)

D2C事業の売上原価は、主に労務費、架電リストの仕入代金(支払手数料)、通信費、外注費で構成されており、2024年6月までの実績値に、2024年7月以降の予測数値を合算して策定した数値となっております。

当期においては、架電リストの仕入を応答率が高いリストに絞る事による原価率の低減が見込まれ、その結果、D2C事業の売上原価は1,008百万円(前期比6.2%減)、売上総利益は、822百万円(前期比19.3%増)を見込んでおります。

(リテールメディア事業)

リテールメディア事業の売上原価は、主にカタログ設置先店舗に支払う手数料(支払手数料)、カタログ配送等(荷造運賃)、販促物制作費用(外注費)で構成されており、2024年6月までの実績値に、2024年7月以降の予測数値を合算して策定した数値となっております。その結果、売上原価率は、前連結会計年度とほぼ同水準になると見込んでおり、リテールメディア事業の売上原価は108百万円(前期比12.9%減)、売上総利益は、95百万円(前期比1.1%増)を見込んでおります。

(通信販売事業)

通信販売事業の売上原価は、主にアカモク商材の仕入代金で構成されており、2024年6月までの実績値に、2024年7月以降の予測数値を合算して策定した数値となっております。その結果、売上原価率は、前連結会計年度とほぼ同水準になると見込んでおり、通信販売事業の売上原価は227百万円(前期比6.6%増)、売上総利益は、463百万円(前期比5.9%増)を見込んでおります。

以上により、連結売上原価1,343百万円(前期比4.8%減)、連結売上総利益1,381百万円(前期比13.1%増)を見込んでおります。

ご注意：この文章は一般に公表するための記者発表文であり、投資勧誘を目的に作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売却届出目論見書(並びに訂正事項分)」をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。

③販売費及び一般管理費、営業利益

販売費及び一般管理費は、管理活動に係る人件費、新規顧客獲得のための広告関連費用、総務関係費用等で構成されており、2024年6月までの実績値に、2024年7月以降の予測数値を合算して策定した数値となっております。

以上により、販売費及び一般管理費は1,062百万円（前期比5.4%増）、営業利益は318百万円（前期比49.2%増）を見込んでおります。

④営業外損益、経常利益

営業外収益は、助成金収入が主なもので13百万円、営業外費用は、金融機関からの借入金に対する支払利息が主なもので1百万円を見込んでおります。

以上により、経常利益は331百万円（前期比54.7%増）を見込んでおります。

⑤特別損益、当期純利益

特別利益及び特別損失は発生を見込んでおりません。

以上により、2024年9月期の当期純利益は217百万円（前期比45.6%増）を予想しております。

【業績予想に関するご留意事項】

本資料に記載されている当社グループの当期の業績予想は、現時点において入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により予想数値と異なる可能性があります。

以上

ご注意：この文章は一般に公表するための記者発表文であり、投資勧誘を目的に作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書（並びに訂正事項分）」をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。