



2024年9月期 決算説明資料

株式会社リプライオリティ

(福岡証券取引所 証券コード：242A)

2024年11月14日

目 次

- 01 会社紹介 事業概要・事業理念・事業内容
- 02 決算報告 2024年9月期決算ハイライト
- 03 今後の取り組み～成長戦略～

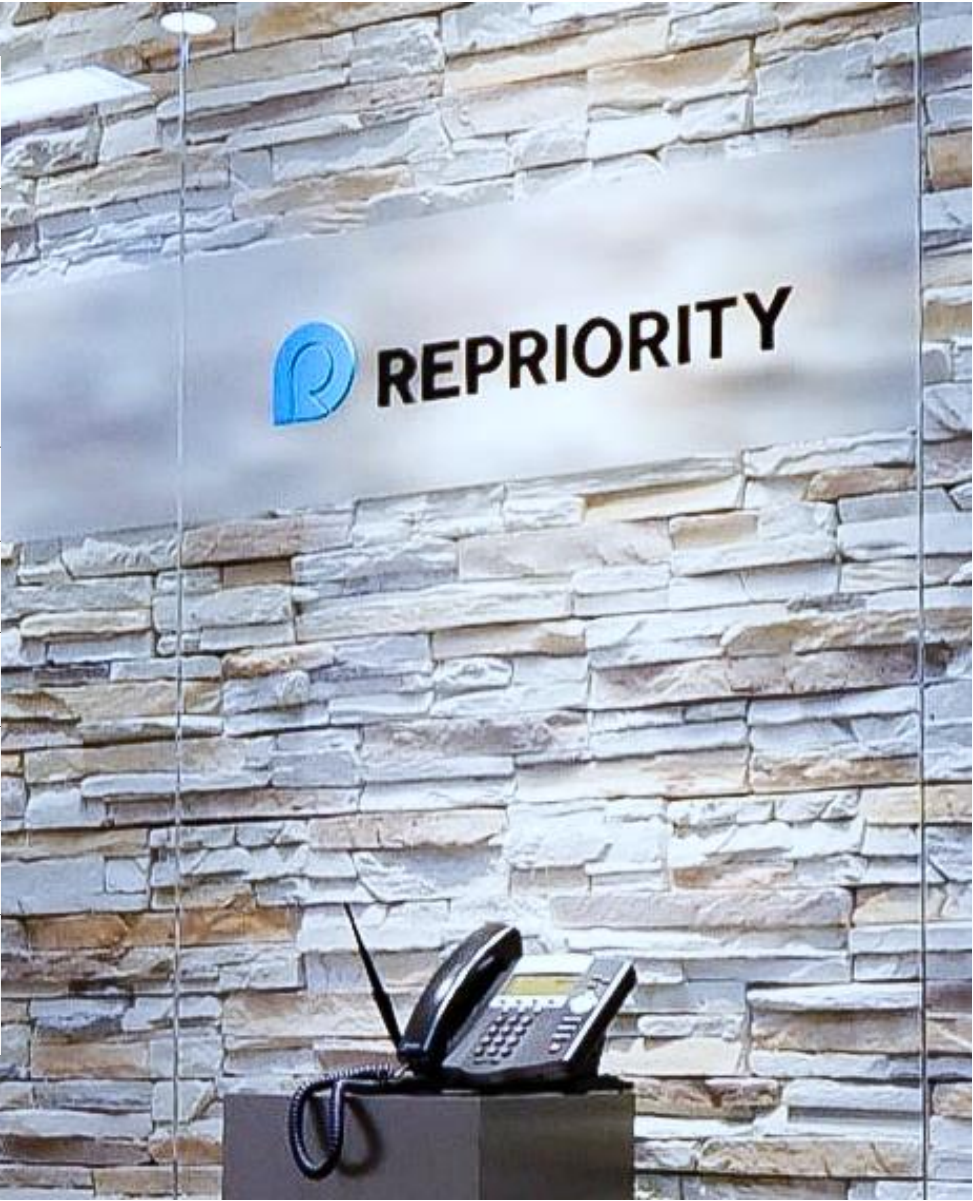
01 会社紹介

～事業概要・企業理念・事業概要～

会社概要

会社名	株式会社リプライオリティ (福岡証券取引所 証券コード：242A)
所在地	<東京本社> 東京都千代田区大手町2丁目2-1 新大手町ビル9階 xLINK大手町 <福岡本社> 福岡県福岡市博多区綱場町9-20 長府博多ビジネスセンター3F
子会社	日本ウェルネス研究所株式会社
設立	1998年9月24日
資本金	217,808,000円
社員数	438名（2024年9月末）
代表者	代表取締役社長 中山 伸之
事業内容	D 2 C 事業、リテールメディア事業、 通販事業

※2024年9月末現在



トップメッセージ

企業理念

人々のライフスタイルを**変革**する

「人々のライフスタイルを変革する」

私が**1998**年に起業した時に掲げた企業理念であり、
当社の存在意義です。

昨今は「不確実な時代」と言われており、様々な事象が
流動的になっているからこそ、当社が培ってきた

「創出力」が真価を発揮できると考えています。

当社は新しい価値、そして新しい産業を創出し
社会貢献をしていきたいと考えています。

代表取締役社長

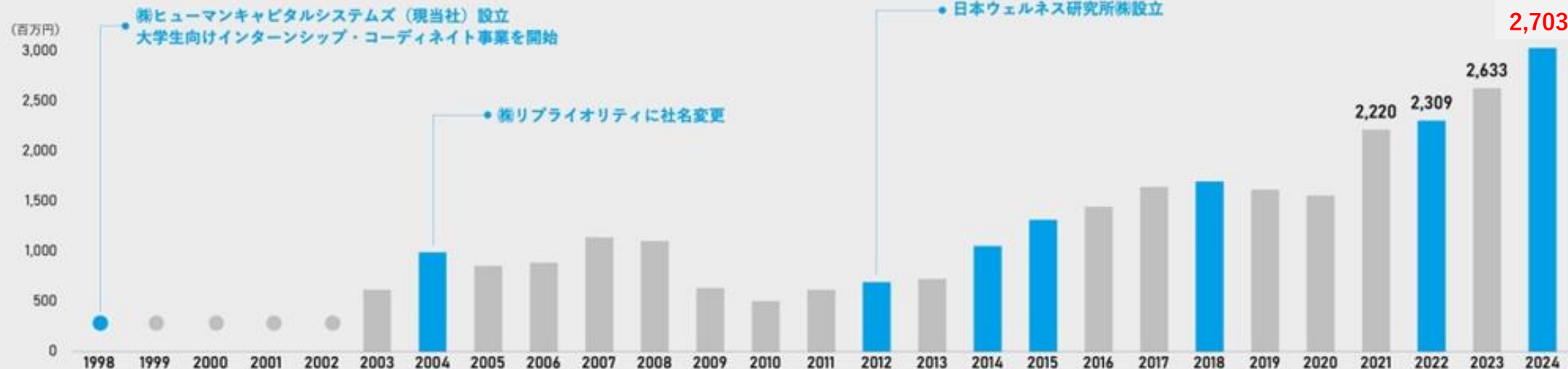
中山 伸之

Shinji Nakayama



MAKE LIFESTYLE CHANGE

売上高



拠点



事業領域



数字で見るリプライオリティ 2024年9月末現在

設立

1998年

コミュニケーター数※1

406名

拠点

5か所

設置可能小売店数

10,998店舗

業績 2024年9月期

売上高

2,703百万円

営業利益

317百万円

※1 コールセンターでアウトバウンドに携わる人員数（正社員、パート、派遣含む）



西日本の各拠点に合計**406名**の アウトバウンド専門のコミュニケーター※を配置

当社の主力事業であるD2C事業を支えるコミュニケーターは、
売上貢献とファン作りで顧客満足度No.1のコールセンターを目指します。

当社のコールセンター人員数

(正社員、パート・派遣含む) (2024年9月末)

福岡コールセンター

232名

筑紫野コールセンター

60名

久留米コールセンター

35名

大阪コールセンター

79名

※コールセンターでアウトバウンドに係る総人数を示しています。

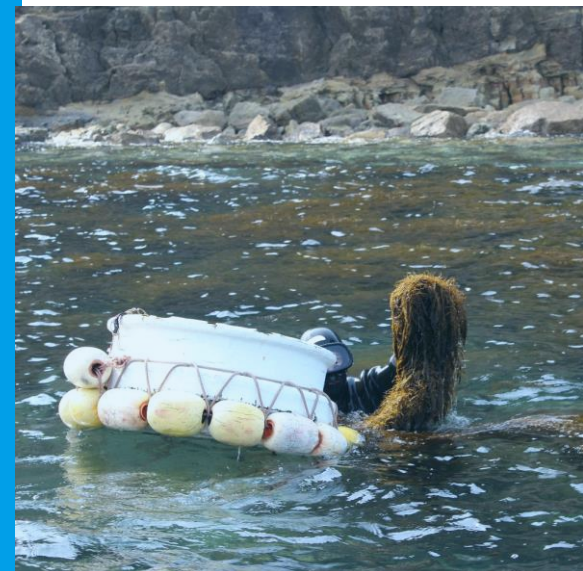
小売店舗のスペースを活かした 効果的なセールスプロモーション

スーパーマーケット、ドラッグストア、100円ショップを中心とした小売店舗を当社がメディア化。多くの人々が暮らしの中で足を運ぶスペースを有効活用し、消費者の属性に合わせた効果的なセールスプロモーションを行います。



全国の小売店 **10,998** 店舗の
スペースに設置可能

通販事業



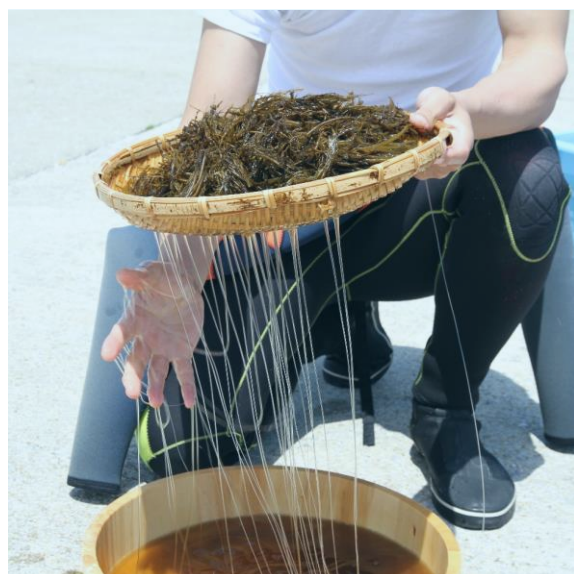
アカモクを中心とした商品を、 仕入れ・製造・販売

日本には身体に良く高品質ながら認知されず、産地の一部だけで消費されている優秀な食材がたくさんあります。

当社は日本全国の産地へ赴き、貴重かつ希少な価値ある食材を発掘します。

身体に良い食材であっても美味しくなければ長続きしません。

無添加で、鮮度と美味しさにこだわった食材を仲卸を通さずお客様にお届けします。



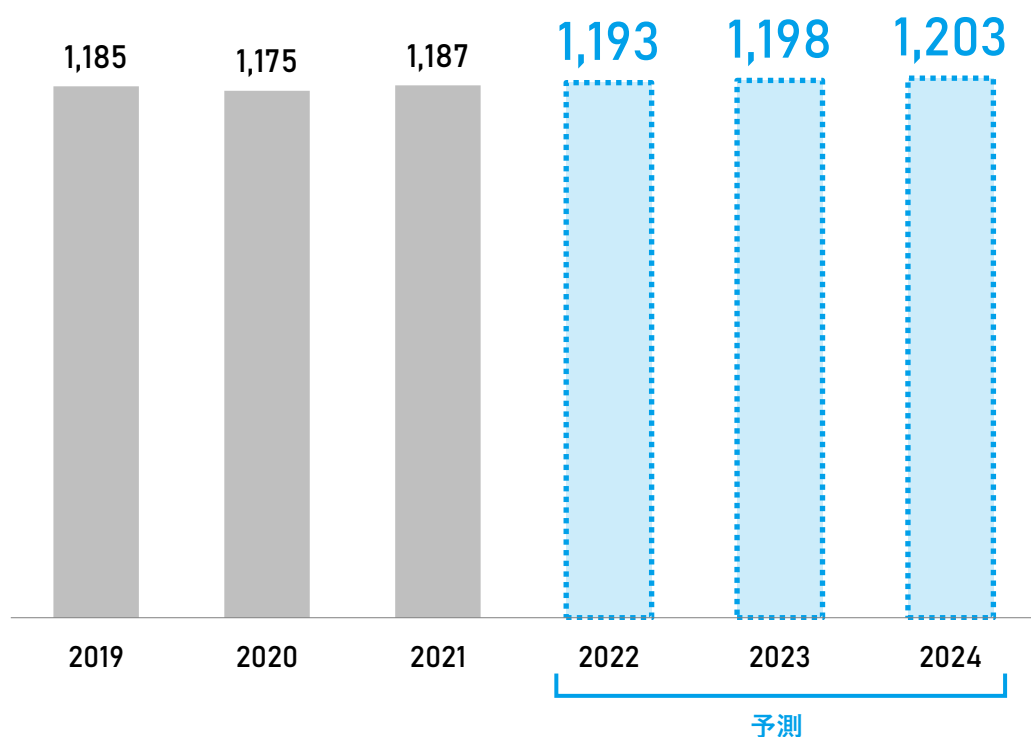
アカモクとは

褐藻類の海藻の一種です。
フコキサンチンが多く含まれており、
脂肪を燃焼させる褐色脂肪細胞の働きを
高めると言われています。
栄養価が高く近年ではスーパーフードと
して注目されています。

市場規模（D2C事業・通販事業）

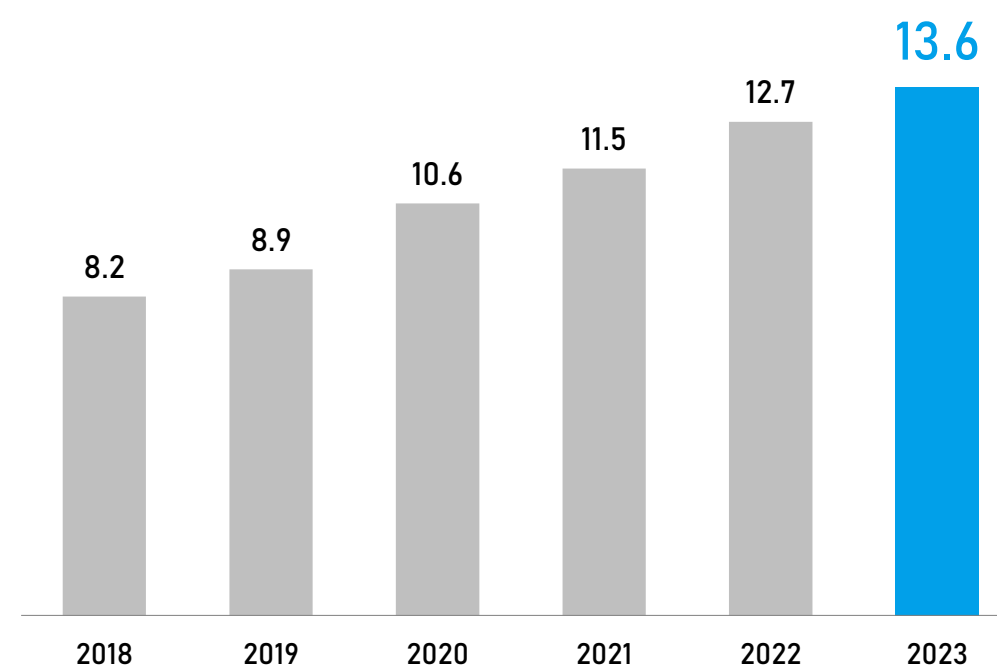
当社の主要顧客である通販会社の市場規模は2023年度で約13.6兆円であり、年々拡大しています。
BtoCアウトバウンドの市場規模も通販市場規模に比例する形で今後も底堅い需要が期待できます。

コールセンターサービス市場（BtoCアウトバウンド）（億円）



出典 矢野経済研究所「2022 コールセンター市場総覧～サービス&ソリューション～」

通信販売市場（兆円）

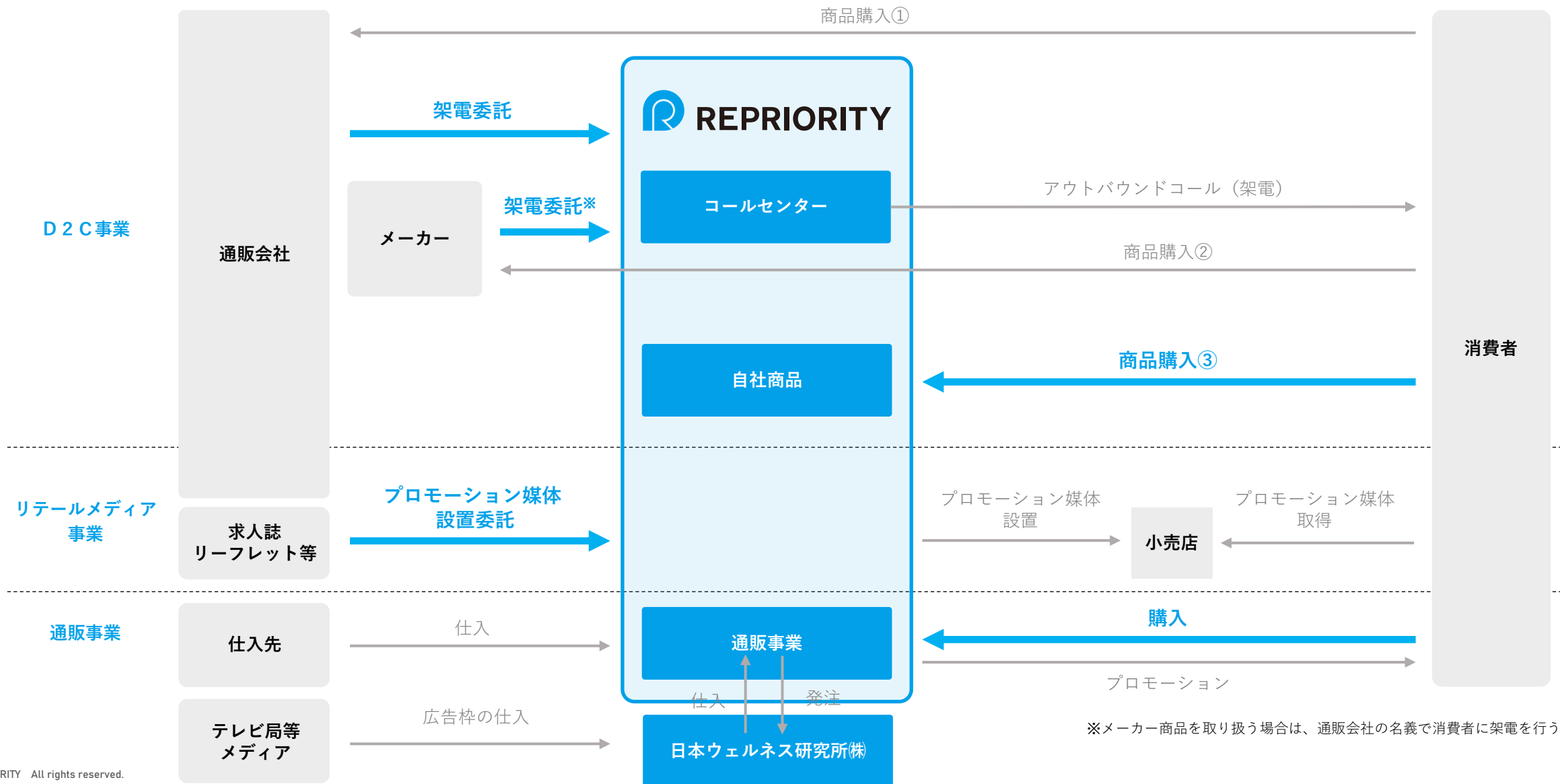


出典 公益社団法人 日本通信販売協会「売上高調査（統計）」

01 会社紹介 事業概要

ビジネスモデル

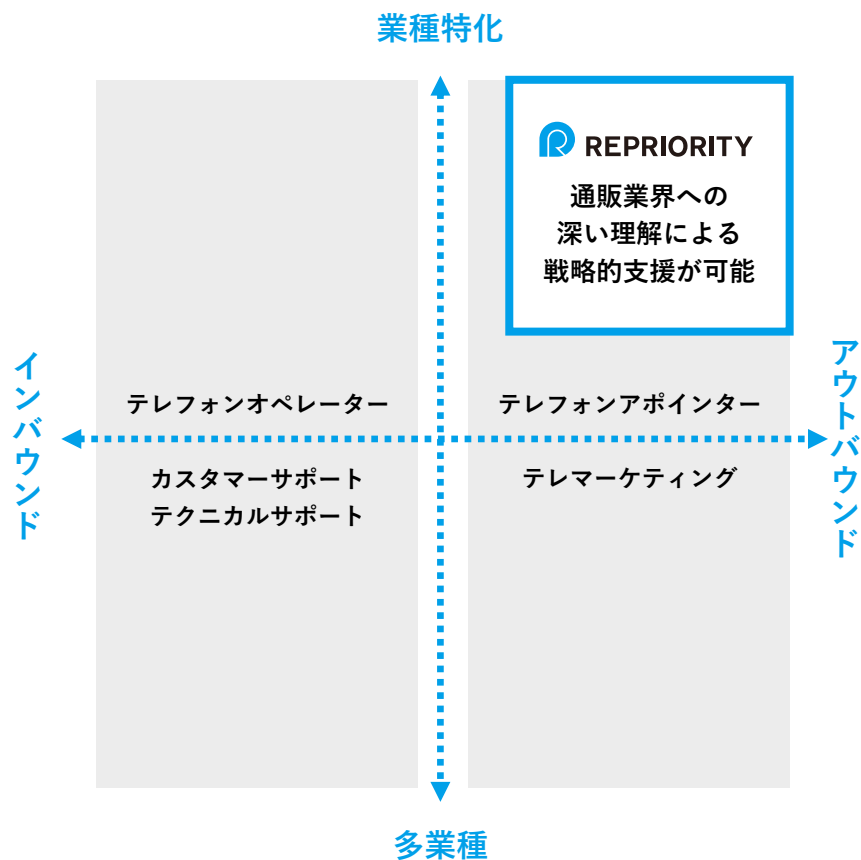
→ モノ・情報等の移動 → 当社の売上



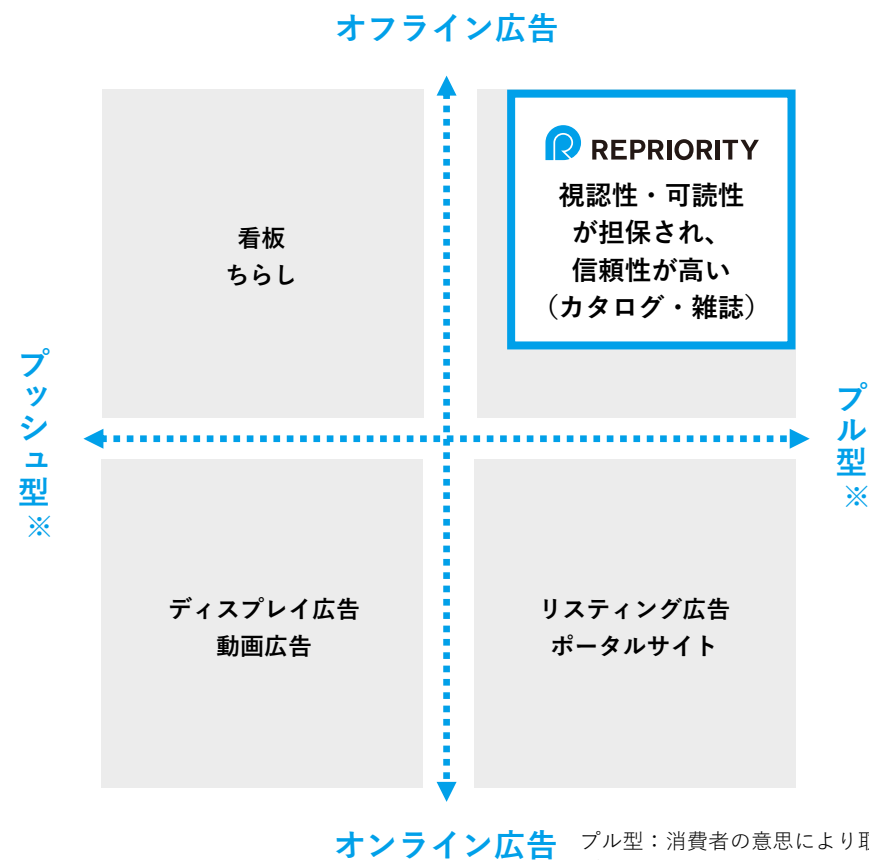
ポジショニングマップ（D2C事業・リテールメディア事業）

当社はそれぞれの分野において、深い業界理解を背景にクライアントに価値を提供し続けており、長年の信頼と実績につながっています。

D2C事業（コールセンター）



リテールメディア事業（広告）



プル型：消費者の意思により取得される
プッシュ型：消費者の意思とは関係なく届ける

当社は、通販支援事業（D2C事業部・リテールメディア事業部）と通販事業（通販事業部）の2セグメント・3事業部で構成されています。
それぞれの事業部の強みは下記の通りです。

①

D 2 C 事業



通販会社を徹底的に理解したビジネスモデル

②

リテールメディア事業



豊富な販売チャネルの活用

③

通販事業

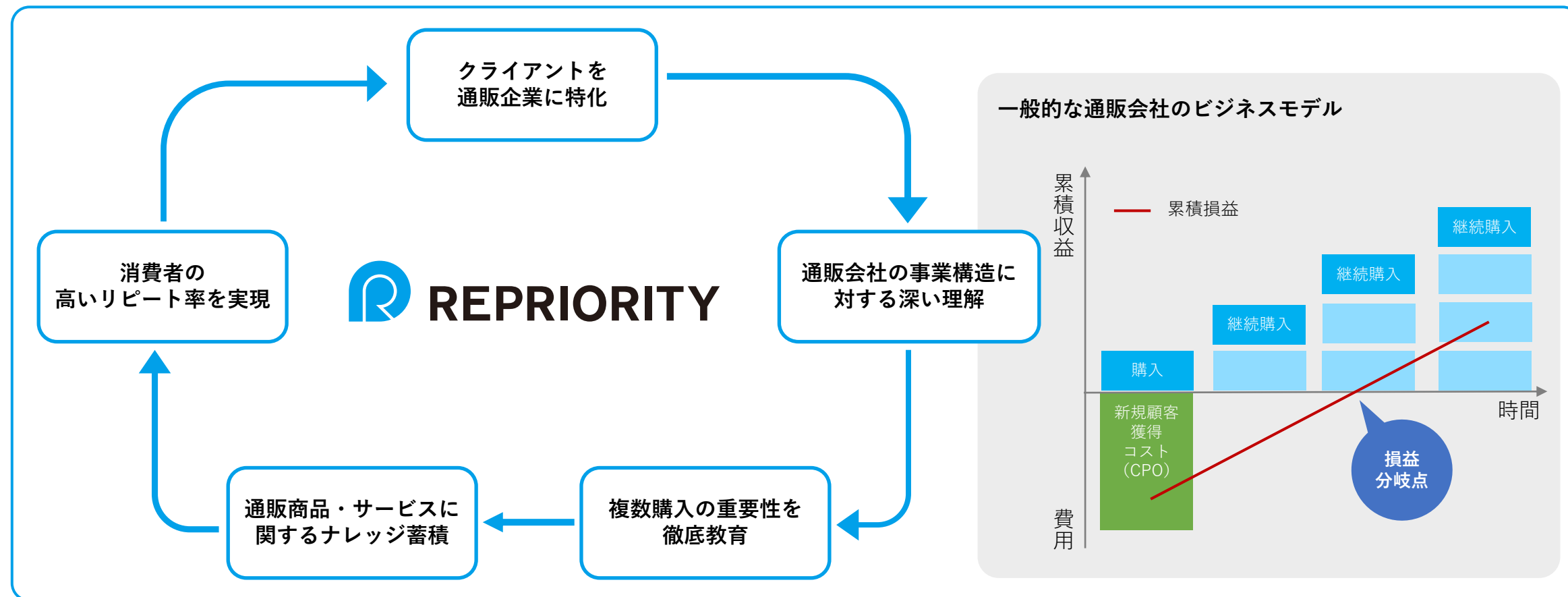


スーパーフードと呼ばれるアカモク製品の
開発・販売

①事業概要 D2C事業部 通販会社を徹底的に理解したビジネスモデル

一般的に通販会社は、その場限りの購入ではなく、消費者が1年～2年程リピート購入して貰って当初の販促費を回収（＝利益を出す）ビジネスモデルです。当社は、**クライアントを通販会社に特化**して、消費者が商品の良さを理解し**リピート購入**することにご納得頂けるよう通話品質を維持するなどの専門性を高めていくことで、好循環成長モデルを実現しています

当社の好循環成長モデル



①事業概要 D2C事業部 通販会社を徹底的に理解したビジネスモデル

当社は、通販業界の商品・サービスを直接消費者に伝えることにより、取り扱う商材毎に最も訴求できるポイントを整理し最適な提案を行っています。また、当社は**約400名のコミュニケーターが在籍**しており、**一度のプロモーションで多くの商品販売が可能**であり、クライアントの希望に沿ったマーケティング活動が可能です。

コミュニケーター

406名



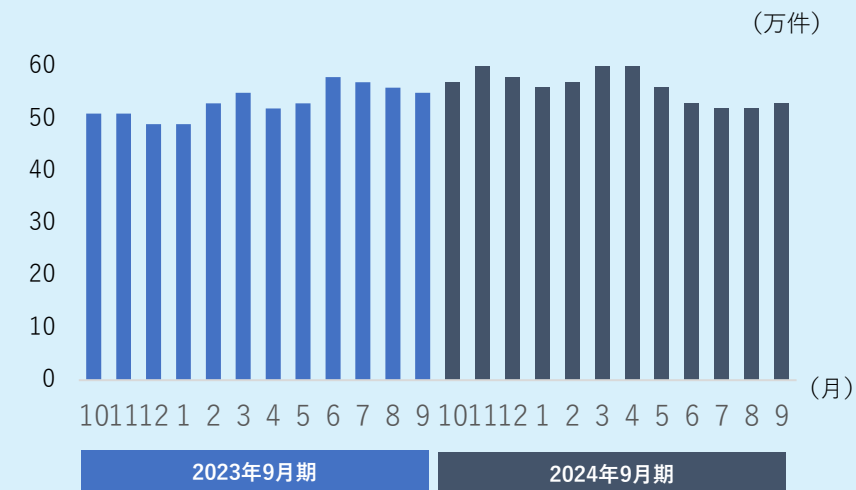
顧客リスト
(クライアントから架電依頼されるリスト数)

54.7万件/月間平均

(2023年10月~2024年9月)



リスト数の推移



規模の大きなアウトバウンド専門のコールセンターを保有しているため、
1度のプロモーションで多くの販売が可能

効率的なプロモーションが可能

①事業概要 D2C事業部 通販会社を徹底的に理解したビジネスモデル

月間150万を超える架電に対して、品質向上のためモニタリングを行う専門のチームを配置。

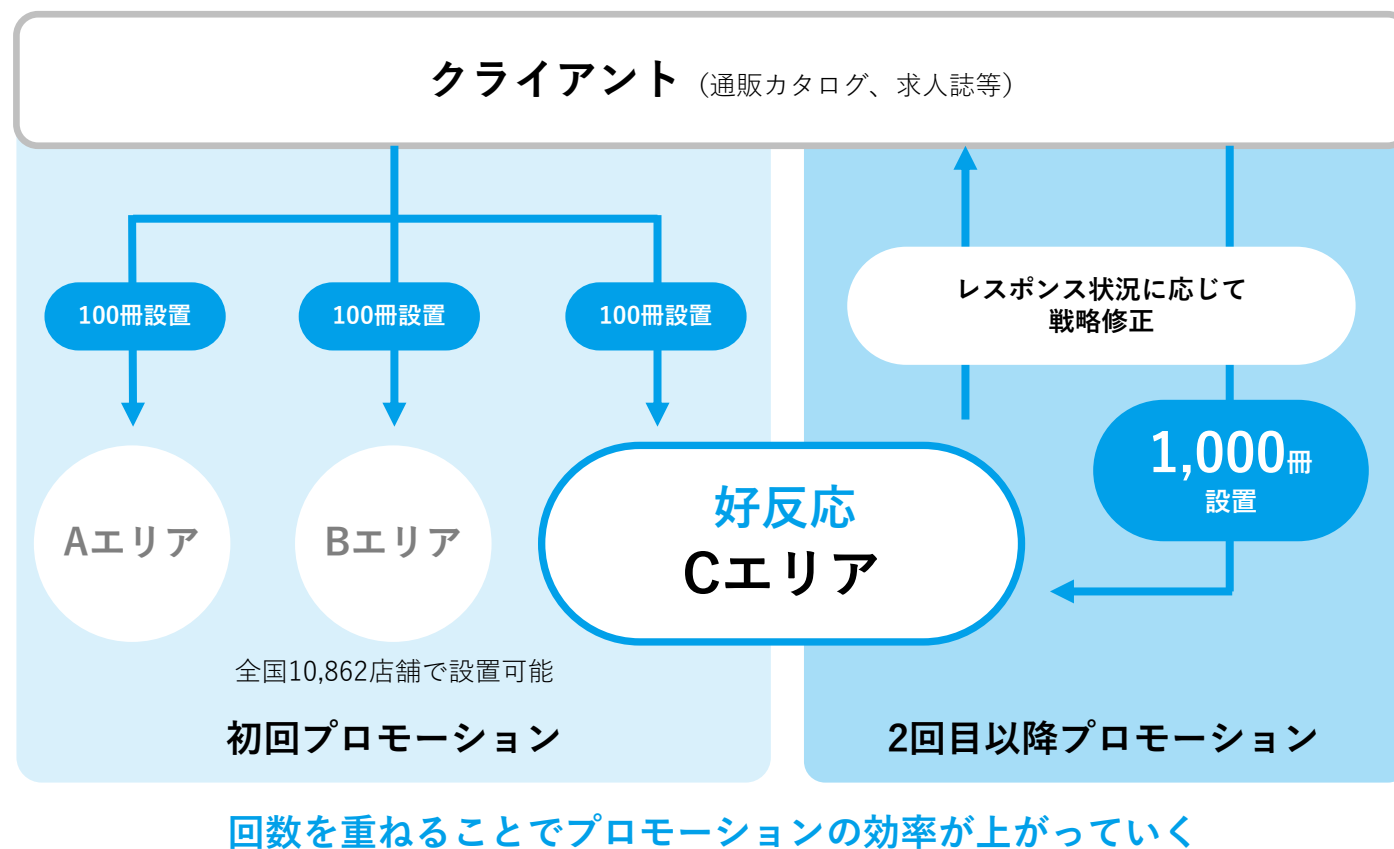
顧客である通販会社のLTV向上に寄与するための基準を設けています。



②事業概要 リテールメディア事業部 豊富な販売チャネルの活用

リテールメディア事業における当社の最大の強みは、長年積み重ねてきた**全国10,998店舗**との提携関係です。
設置店舗に対してきめ細かなフォローを行うことで、プロモーションの効率化を実現しています。

プロモーション事例



提携先の一例



③事業概要 通販事業部 スーパーフードと呼ばれるアカモク製品の開発・販売

決まった漁業者から仕入を行うことで、高い質のアカモク等原料を継続的に使用できています。

販売では、通販支援事業で培ったノウハウを存分に活かしています。

アカモクは、予備校講師でTVタレントの林修氏が“毎日食べている食品”として紹介するなど、いま注目を浴びている商品です。

漁業者



アカモク

卸売市場を介さない**直接買付**

10年を超える
関係性

通販事業部

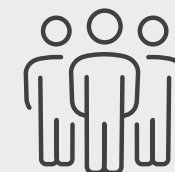
(2024年9月期)

アカモク販売量 **233**トン

アカモク販売額 **664**百万円

通販支援事業で
培ったノウハウ

消費者



希少性の高いアカモクを一気通貫で消費者へ届ける

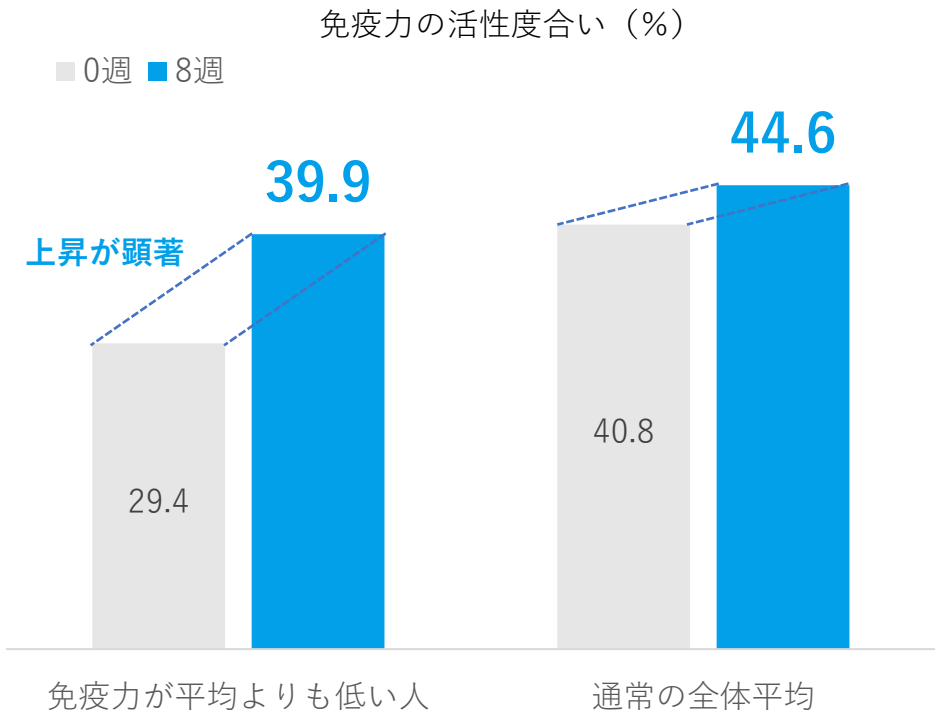
アカモクは他の海藻と比較して、栄養素が高い傾向にあります。
その中でも「フコキサンチン」「フコイダン」は様々な研究が実施されており、その効果に期待が集まっています。

主な褐藻類の栄養成分比較

100gあたり	アカモク	ワカメ	もずく
エネルギー	19kcal	16kcal	4kcal
食物繊維	5.5g	3.6g	1.4g
ナトリウム	550mg	610mg	90mg
カリウム	1,165mg	730mg	2mg
カルシウム	107mg	100mg	22mg
マグネシウム	91mg	110mg	12mg
鉄	1.6mg	0.7mg	0.7mg
フコキサンチン	380mg	100mg	200mg
フコイダン	26g	8g	25g

出典：日本調理科学会誌38巻72-76ページ
文部科学省食品成分データベース

フコイダン摂取による免疫力の向上



※ナチュラルキラー細胞の活性度
出典：日本補完代替医療学会誌 Vol.9, No.2（2012）
人数 18名（男性7名・女性11名）/年齢 69±7歳/摂取期間 8週間

02 決算報告

- ①2024年9月期 決算ハイライト
- ②2024年9月期 P/L推移
- ③2024年9月期 セグメント別売上高推移
- ④2024年9月期 B/S推移
- ⑤2024年9月期 主要KPI推移

02 決算報告 ①2024年9月期 決算ハイライト

2024年9月期の損益計算書は以下の通りとなりました。2024年9月期は、通販市場全体が紅麹問題を原因とした消費者の買い控え等の悪影響もありましたが、当社売上高は若干の増収となりました。一方でコストを全面的に見直した結果、**営業利益および当期純利益では大幅な増益**を達成しました。

	2024年9月期	2023年9月期	前期比
売上高	2,703	2,633	103%
売上原価	1,346	1,412	95%
売上総利益	1,356	1,221	111%
販売費及び一般管理費	1,039	1,008	103%
営業利益	317	213	149%
経常利益	318	214	149%
当期純利益	214	149	144%

02 決算報告 ①2024年9月期 決算ハイライト

当社は大きな固定資産及び大きな負債を抱えておりませんので（p27当社貸借対照表参照方）、**営業活動による増益分がそのまま現預金としてプールされるキャッシュ構造**となっています。

2024年9月期は、2024年9月25日上場に伴う株式発行収入もあり、大幅に現金及び現金同等物の期末残高が上昇しております。

2025年9月期では、今回上場等により得られた潤沢な資金を**人材採用や広告宣伝等の先行投資に割り当て、次年度以降の増収・増益を促進**して参ります。

（単位：百万円）

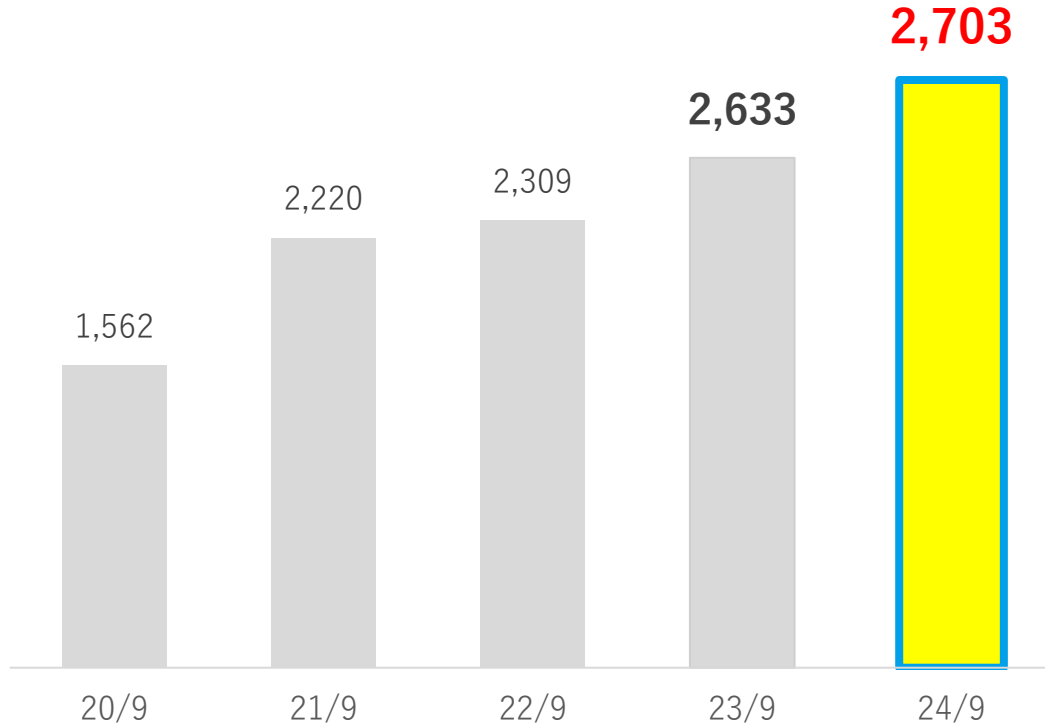
	<u>2024年9月期</u>	<u>2023年9月期</u>	<u>増減高</u>
営業活動によるキャッシュフロー	258	262	△ 3
投資活動によるキャッシュフロー	△0.5	△7	△6.5
財務活動によるキャッシュフロー	323	13	310
現金及び現金同等物の期末残高	1,268	686	582

02 決算報告 ②2024年9月期 損益計算書推移

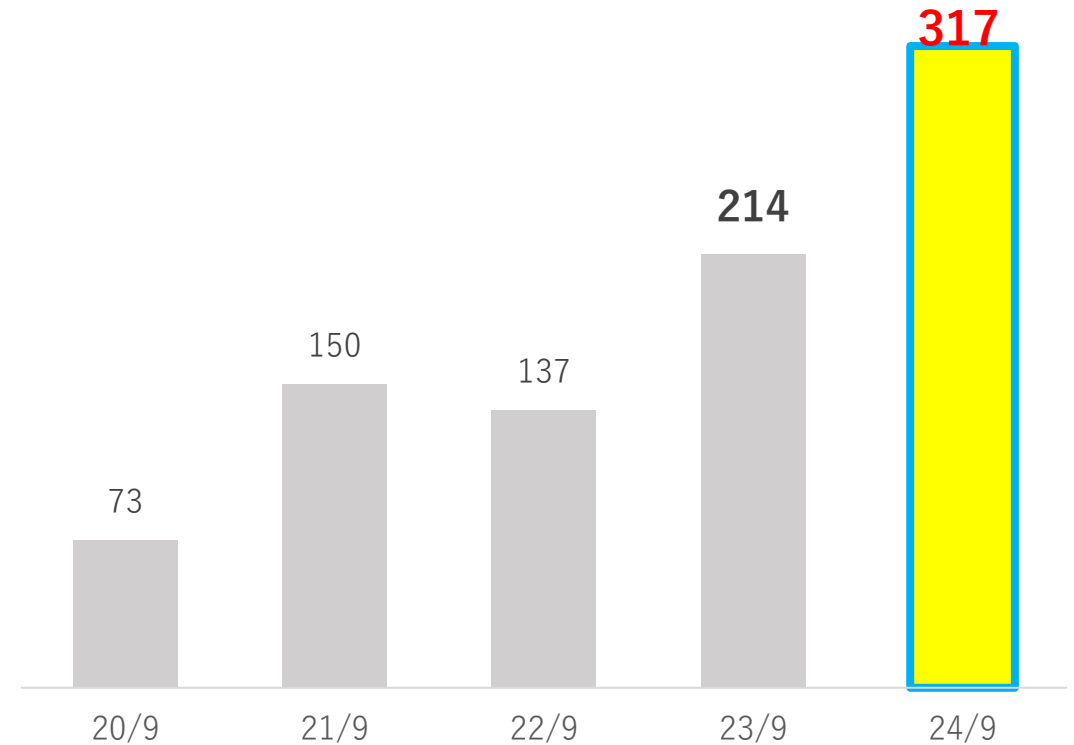
売上高・営業利益も順調に増加し、2024年9月期における**自己資本利益率（ROE）は25.9%**となりました。

2020年9月期比較で2024年9月期は、**売上高1.7倍・営業利益4.3倍の増収・増益**となりました。

売上高（百万円）



営業利益（百万円）



02 決算報告 ②2024年9月期 損益計算書推移

売上高は**5期連続増収**、営業利益・当期純利益は2022年9月期以降**3期連続増益**となりました。

(百万円)	20/9	21/9	22/9	23/9	24/9
売上高	1,562	2,220	2,309	2,633	2,703
売上原価	990	1,125	1,148	1,412	1,346
売上総利益	572	1,095	1,161	1,221	1,356
販管費	498	944	1,023	1,008	1,039
営業利益	73	150	137	213	317
経常利益	73	152	137	214	318
当期純利益	111	106	89	149	214

02 決算報告 ③2024年9月期 セグメント別売上高・営業利益推移

主力事業であるD2C事業部は、堅調に増収・増益をしております。通販事業部は、先行投資として戦略的に販管費を掛けてトップラインの獲得を行っていましたが、2024年9月期では黒字転換いたしました。

(百万円)	20/9	21/9	22/9	23/9	24/9
D 2 C 事業					
売上高	1,129	1,232	1,436	1,763	1,814
営業利益	17	127	165	173	254
リテールメディア事業					
売上高	224	182	210	218	204
営業利益	57	38	47	54	53
通販事業					
売上高	-	683	662	651	685
営業利益	-	△14	△75	△15	11
その他					
売上高	208	122	-	-	-
売上高合計	1,562	2,220	2,309	2,633	2,703

※21/9期より、子会社の日本ウェルネス研究所を合併。

02 決算報告 ④2024年9月期 貸借対照表推移

2024年9月25日上場により流動資産（現預金）および純資産が増加しております。当社は、固定資産の保有や負債が少なく、**事業活動の成果がそのまま流動資産（現預金）に反映**する構造となっています。

(百万円)	20/9	21/9	22/9	23/9	24/9
流動資産	515	694	735	1,011	1,558
固定資産	61	57	90	84	81
資産合計	576	751	826	1,096	1,639
流動負債	286	318	334	450	455
固定負債	14	72	60	87	95
負債合計	300	390	395	537	550
純資産合計	275	361	430	559	1,088

※親会社単体の貸借対照表を表示しています。

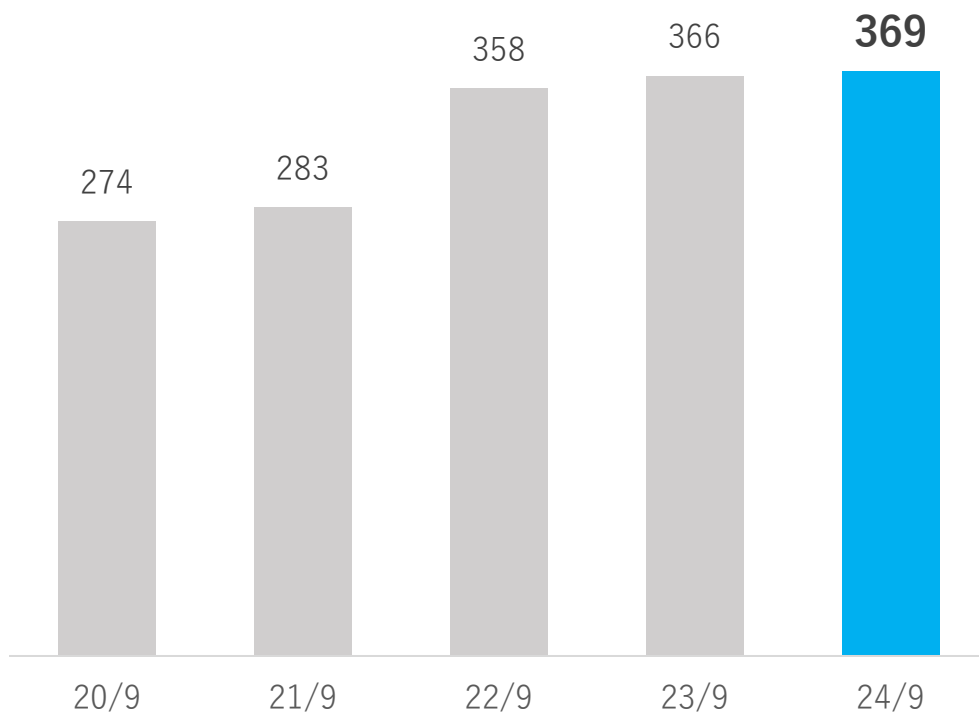
02 決算報告 ⑤2024年9月期 主要KPI推移

D2C事業部では、**一定規模のコミュニケーター数を維持**しています。通販事業部では**適切なCPO管理を行いながら、定期率の上昇**につながるべく顧客へのアプローチを行っています。下記「CPO・定期率」の図表は、当社目標値(100%)に対する達成度を示しています。

コミュニケーター数（名） D2C事業

一定規模のコミュニケーター数で増収・増益を継続しており、**受注効率が向上**しているといえます。

※架電業務に携わる従業員のみの人数

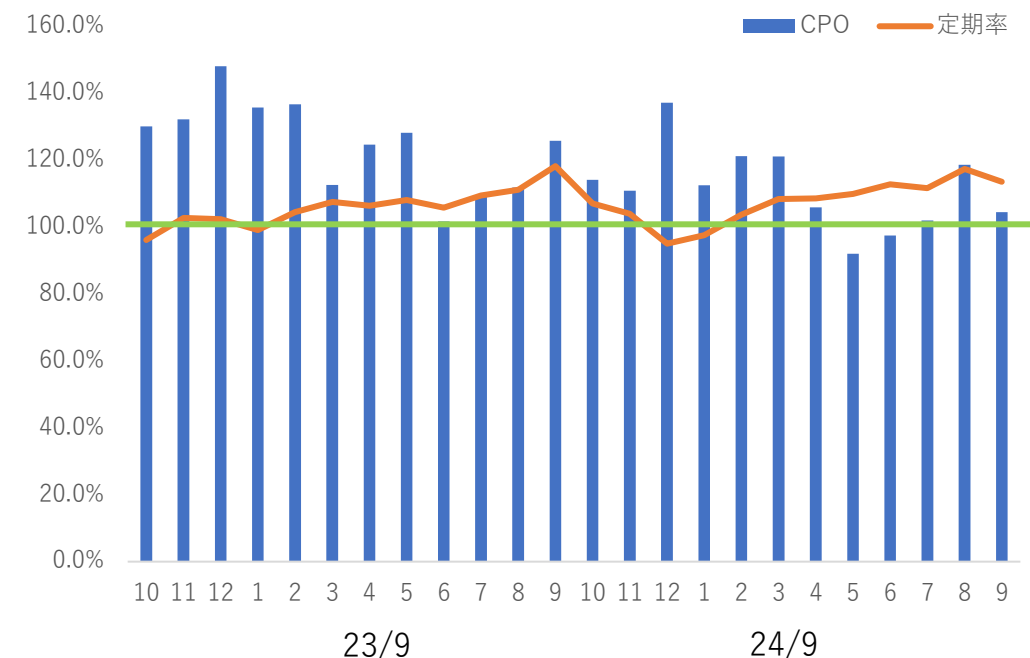


CPO（円）・定期率（％） 通販事業

KPI目標値(図中の緑線)を上回る実績推移であり、**KPIによるコントロールができています**といえます。

※CPO（Cost Per Order）…新規顧客による受注1件にかかった広告費

※定期率…新規総受注件数に対する定期受注件数の割合



03 今後の取り組み ～成長戦略～

① D2C事業
リテールメディア事業

➤ 自社商品の拡充

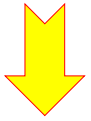
② 通販事業

➤ アカモクの可能性を追求

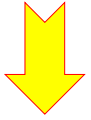
03 今後の取り組み 成長戦略

成長戦略フローチャート

400名のコミュニケーターによる月間150万コール



販売データの継続的な蓄積
～「何が・いくらで・どれだけ売れるか」
をデータとして蓄積～

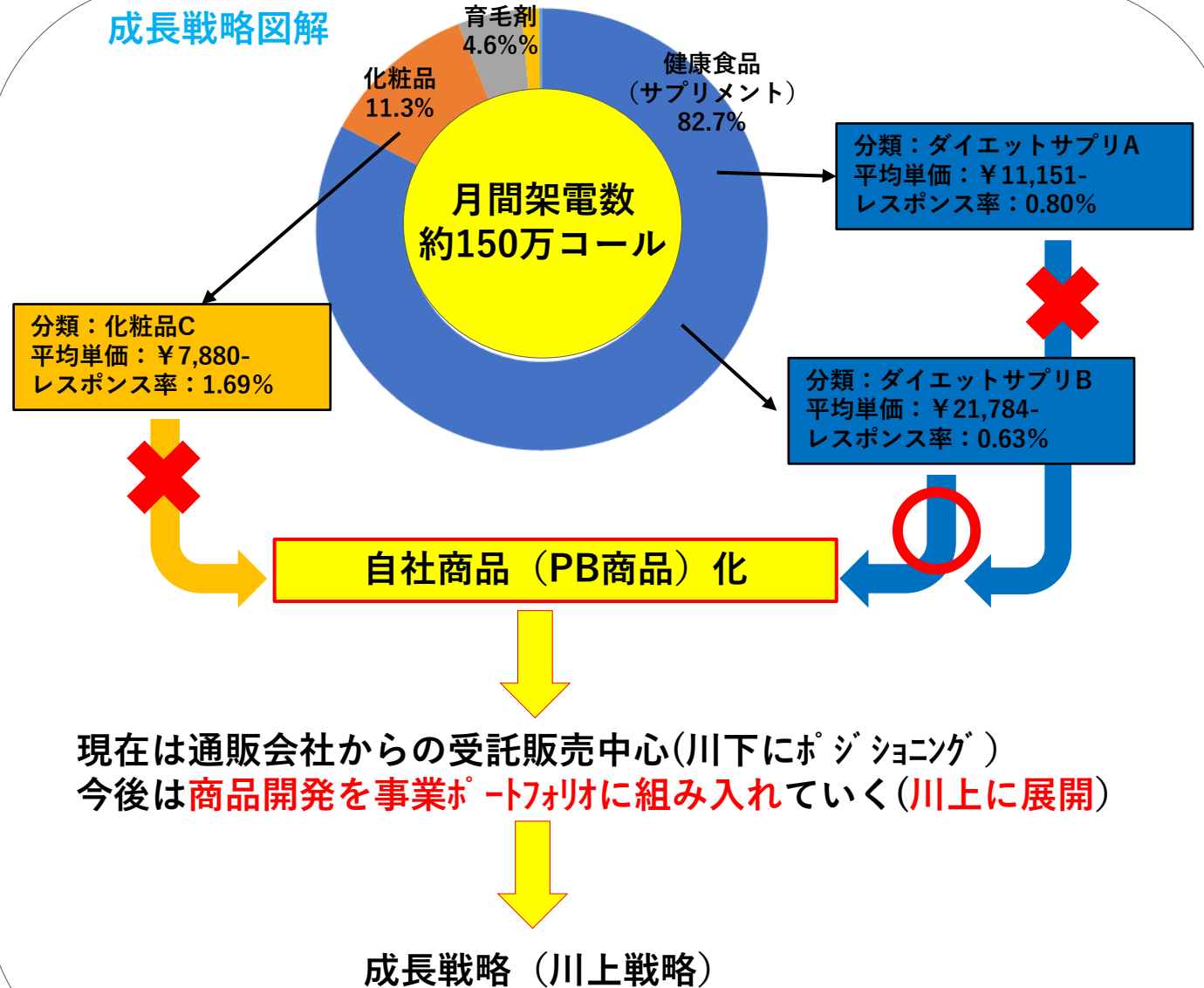


売れる新商品の企画・開発
例：ドラッグストアのPB戦略をベンチマーク



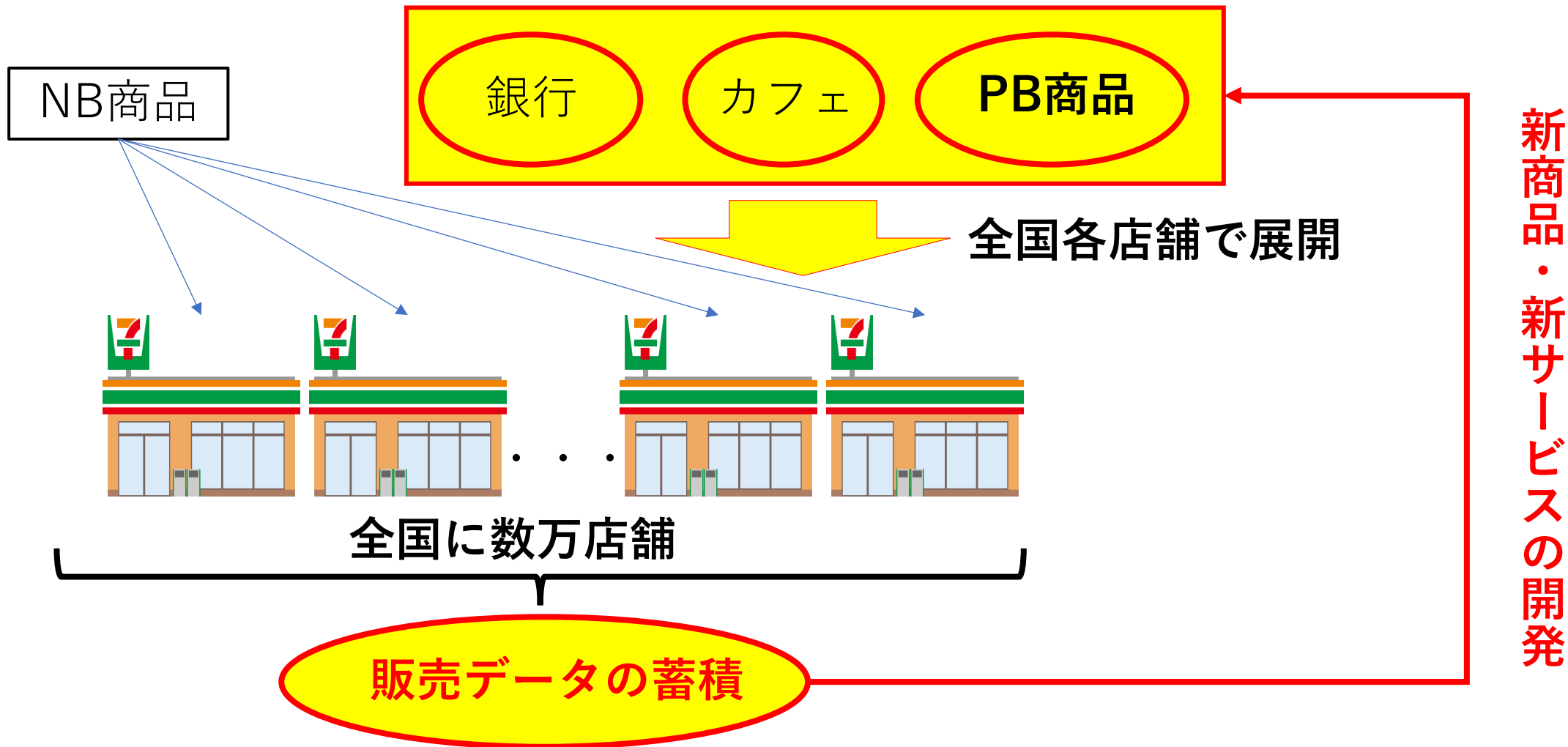
事業の安定成長

成長戦略図解



03 今後の取り組み 成長戦略

【成長戦略 参考】 大手コンビニエンスストアの戦略をベンチマーク

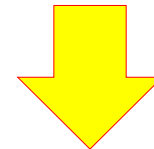


03 今後の取り組み 成長戦略～①自社商品の開発事例～

2023年9月期より **自社商品（しじみのめざめ）** のテストマーケティングを実施

テストマーケティング結果

しじみのめざめ	2023年9月期	2024年9月期
売上高(千円)	18,701	39,747
営業利益(千円)	244	18,851

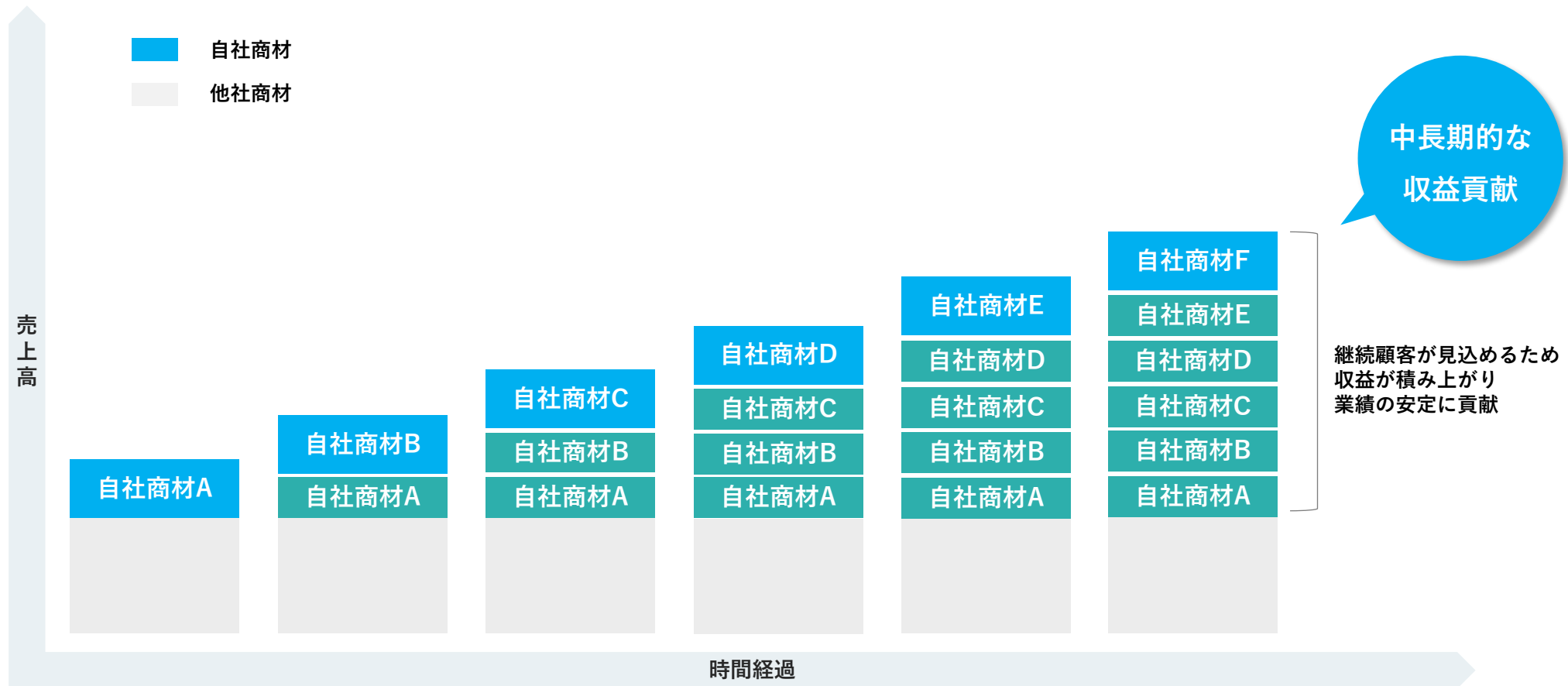


**2025年9月期より本格導入
自社商品の成長を確信しています**



03 今後の取り組み 成長戦略～①自社商品の拡充(収益イメージ)

当社のD2C事業とリテールメディア事業は、継続性の高いサービスですが、
自社商材の販売を行うことにより、ストック型収益を積上げることが可能となり、さらなる業績の安定化を目指します。



03 今後の取り組み 成長戦略 ～②アカモクの可能性を追求～

アカモクのもつ可能性について北海道大学と当社で連携を実施しました。

アカモク成分の製品化を目指し研究を進めています。

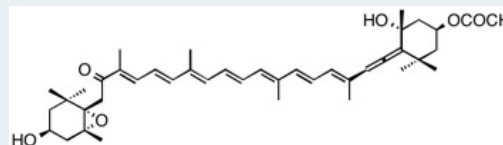
アカモクの可能性について研究



産学連携

当社と北海道大学名誉教授と
2023年10月から顧問契約

アカモク成分の製品化を目指す



フコキサンチンを
原材料として
製品化を目指す

全国に群生するアカモクを
有効活用することで、
第一次産業振興、地方創生、
食料危機対策につなげる

REPRIORITY CHALLENGE

燃料化

バイオエタノールの原料となり得る
アルギン酸に注目

ヘルスケア

様々な栄養素を含有するスーパーフード
健康促進への新たなソリューション

食糧危機

世界情勢に左右されにくいメイドインJAPAN
日本国内の自給率上昇に寄与

03 今後の取り組み 成長戦略 ～業績見通し～

- ①収益面では、2025年9月期は**自社商品の開発・販売に注力**し増収の見通しです。
- ②費用面では、2025年9月期は今後の収益構造の地盤を固める目的で**積極的な増員**（D2C事業部コミュニケーションーター数50名増など）を図ります。また、通販事業部で**新商品販促のためのTV広告**（約21百万）を計画しています。
- ③利益面では、人材採用並びに広告に係る先行投資により若干の減益予測ですが、**2026年9月期以降の増収・増益に繋がる見通し**です。

（単位：百万円）

	<u>2025年9月期</u>	<u>2024年9月期</u>	<u>増 減</u>
売上高	2,856	2,703	106%
売上原価	1,433	1,346	106%
売上総利益	1,423	1,356	105%
販売費及び一般管理費	1,123	1,039	108%
営業利益	300	317	95%
経常利益	300	318	94%
当期純利益	199	214	93%

- 当社は、本資料の作成にあたり、当社が入手可能な第三者情報についての正確性や完全性に依拠し、また、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- 発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在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、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の実績の間には、経済状況の変化やお客様のニーズ及び志向の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。