



2018年7月期第3四半期

決算説明会資料

ラクスル株式会社  
(東証マザーズ：4384)

2018年6月14日

# 目次

1.会社概要

2.2018年7月期第3四半期 業績

3.今後の成長戦略

4.ご参考資料

# 1. 会社概要

ヴィジョン

## 「仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる」

私たちは、印刷や物流といった伝統的な産業にインターネットを融合させ、産業構造を変えることで、世の中に大きなインパクトを与えたいと考えています

印刷のシェアリングプラットフォーム



2013年3月開始



物流のシェアリングプラットフォーム

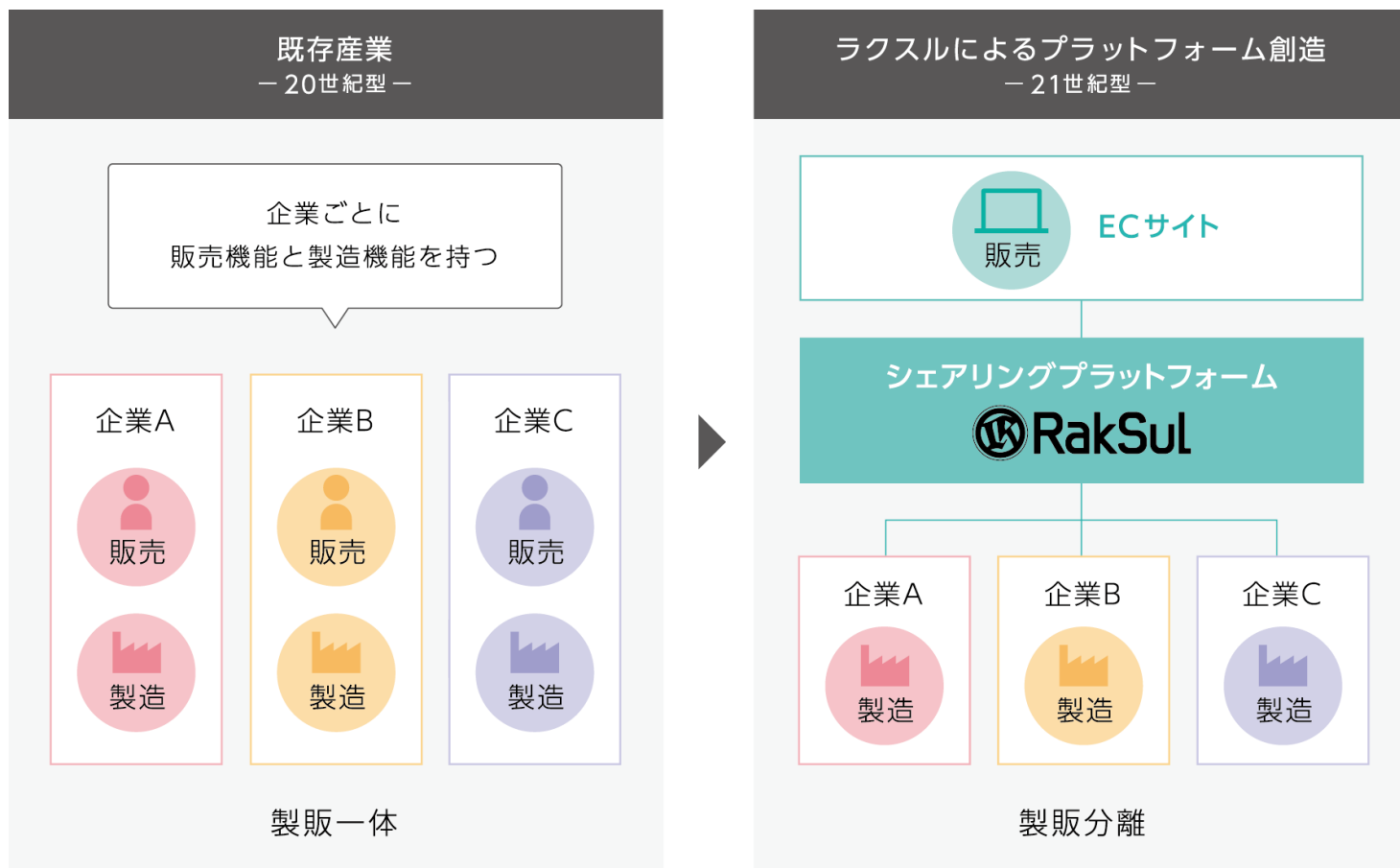


2015年12月開始



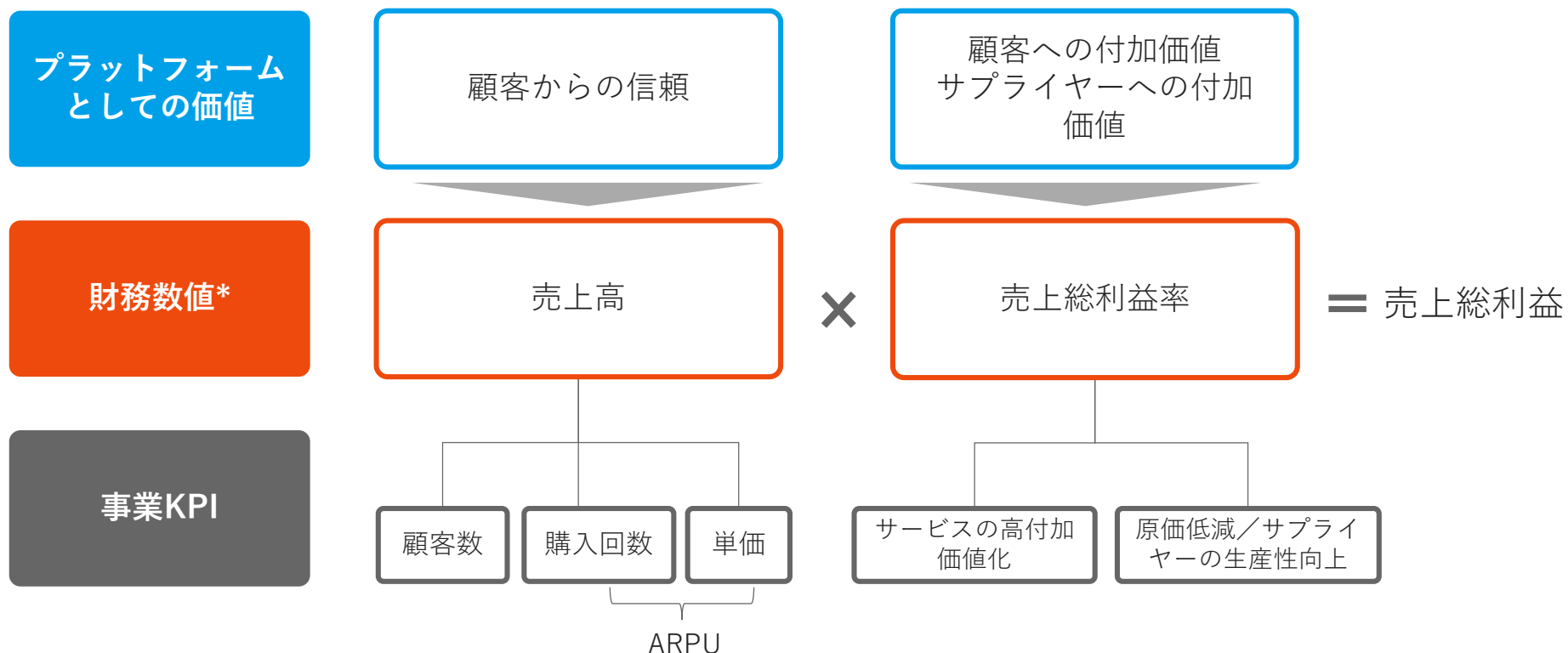
# 当社事業の意義：産業ごとのシェアリングプラットフォームの創出

産業ごとにプラットフォームを創出し、1社が全ての機能を持つ産業形態から、需給を効率よく結びつける新たな産業形態を提示



# 当社の企業価値の源泉

顧客からの信頼の総和である売上高及び顧客／サプライヤーへの付加価値の総和である売上総利益の最大化を重視



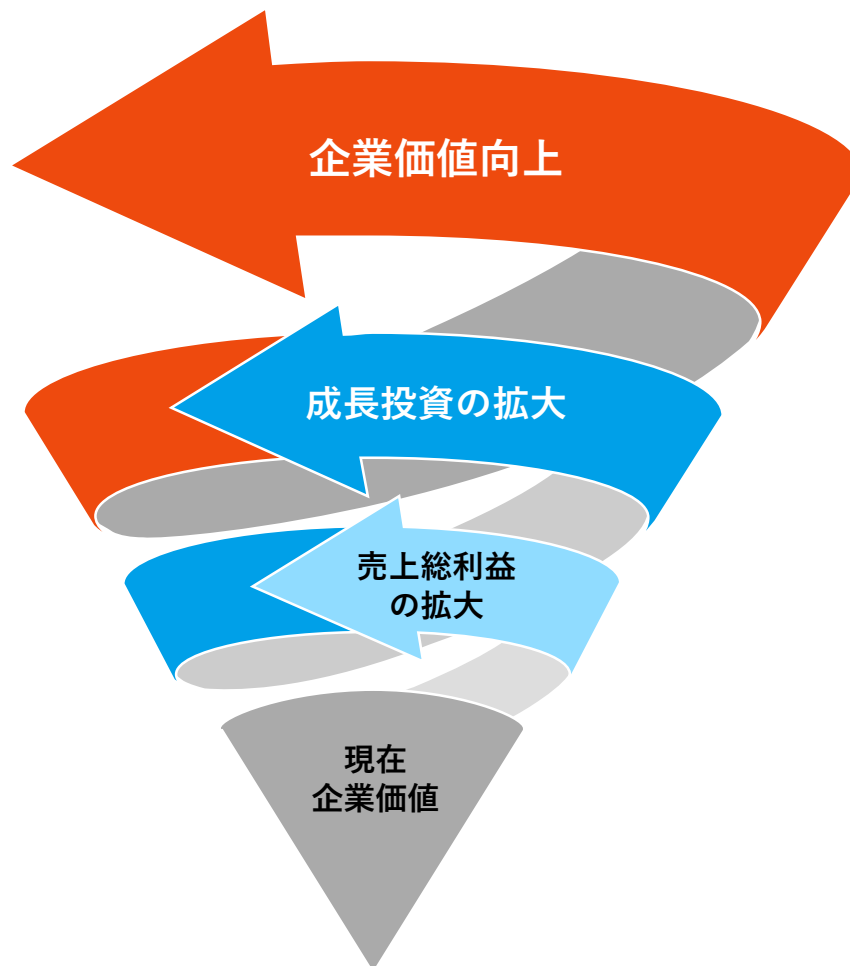
## \*売上高／売上総利益に関する会計基準

売上高：ラクスル、ハコベル共に顧客からの売上をグロスで計上

売上総利益：売上高からサプライヤーに生産原価を支払った残りを売上総利益として計上

# 再投資による企業価値向上スパイラル

売上総利益額を最大化することで、営業利益以下の利益の継続拡張及びプラットフォーム価値を高めるための成長投資の拡大を両立



## 2. 2018年7月期第3四半期 業績



## 2018年7月期第3四半期 業績ハイライト①

売上高は3,034百万円（前年同期比 +41.5%）  
 売上総利益は760百万円（前年同期比+52.8%）  
 営業利益は64百万円

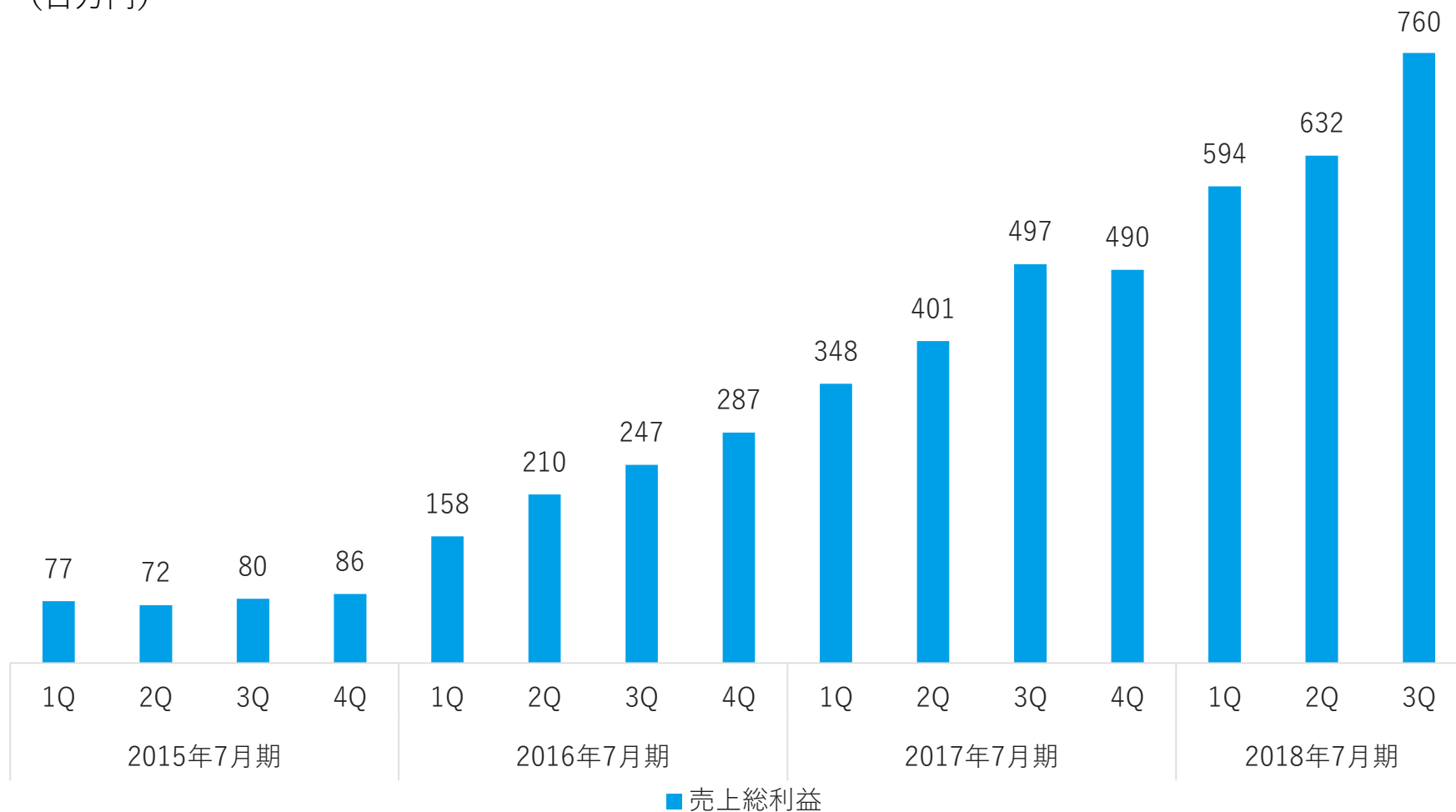
(百万円)	2018年7月期3Q（2018年2-4月）					2018年7月期3Q累計（2017年8月-2018年4月）				
	実績	前年同期		前四半期（2Q）		実績	前年同期		通期予想	
		実績	増減率	実績	増減率		実績	増減率	通期予想	進捗率
売上高	3,034	2,144	+41.5%	2,514	+20.7%	7,938	5,506	+44.2%	10,515	75.5%
売上総利益	760	497	+52.8%	632	+20.3%	1,986	1,247	+59.2%	2,571	77.3%
売上総利益率	25.1%	23.2%	+1.9pt	25.1%	+0pt	25.0%	22.7%	+2.3pt	24.5%	-
営業利益	64	-371	-	103	-37.2%	-56	-886	-	50	-
経常利益	49	-376	-	99	-50.3%	-80	-901	-	9	-
当期純利益	47	-376	-	97	-50.9%	-84	-901	-	6	-

	2016年7月期3Q末	2017年7月期3Q末	2018年7月期3Q末
「ラクスル」の累計ユーザー数	258,476	405,383	611,137
		+146,907 対前年同期末	+205,754 対前年同期末

## 2018年7月期第3四半期 業績ハイライト②

当社の企業価値の源泉である売上総利益額が拡大

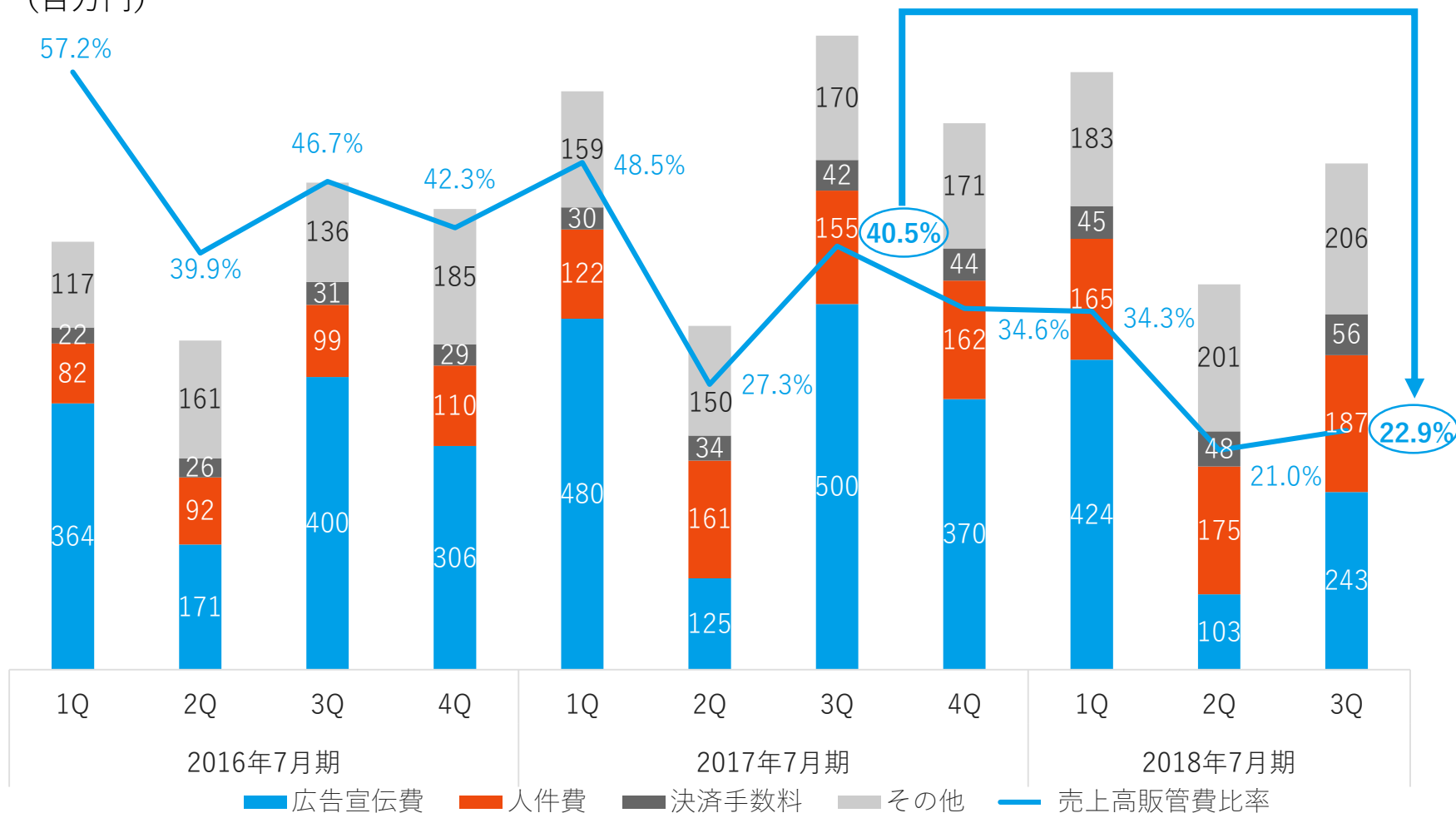
(百万円)



# 2018年7月期第3四半期 業績ハイライト③

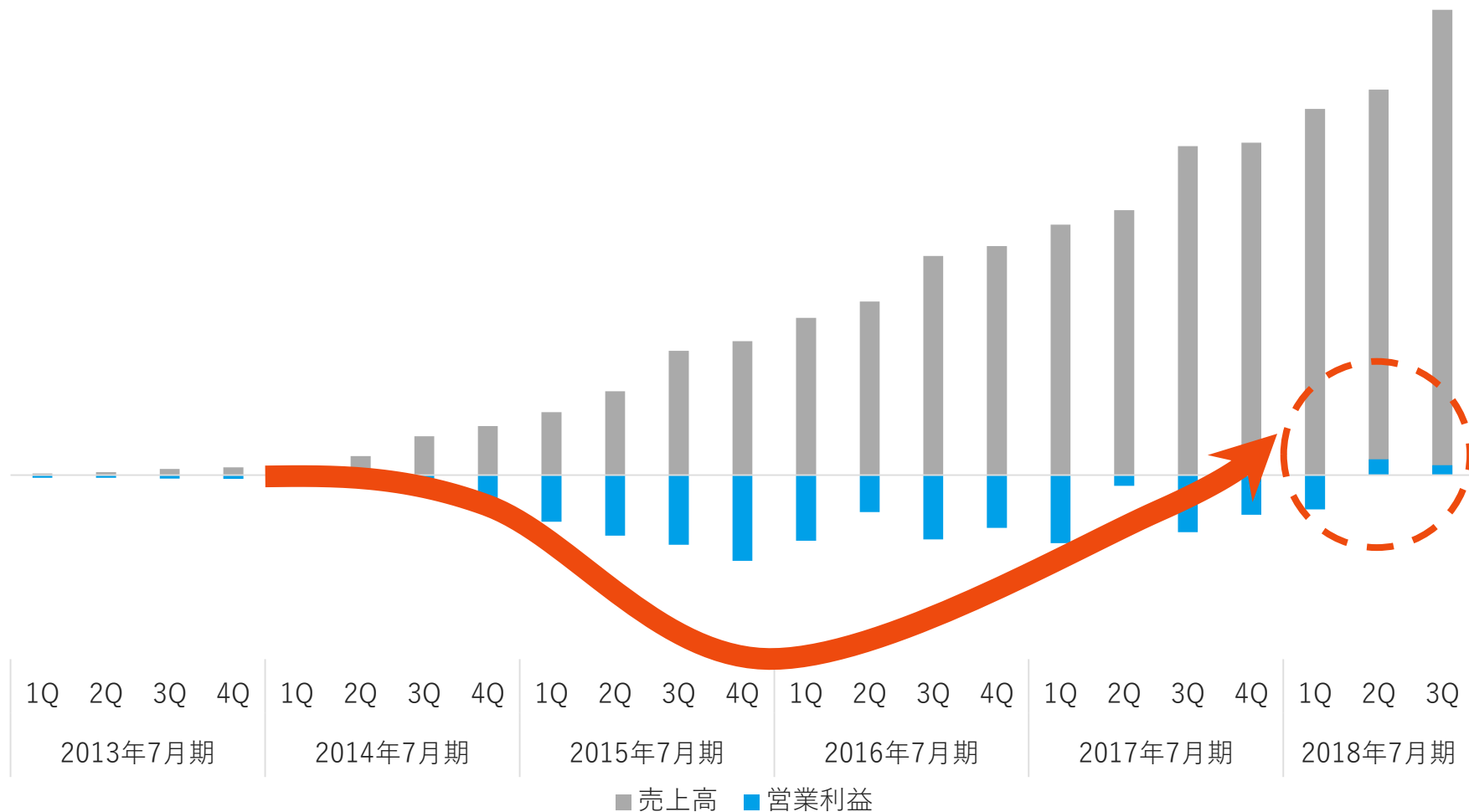
売上高成長に伴い売上高販管費比率は継続的に低下

(百万円)



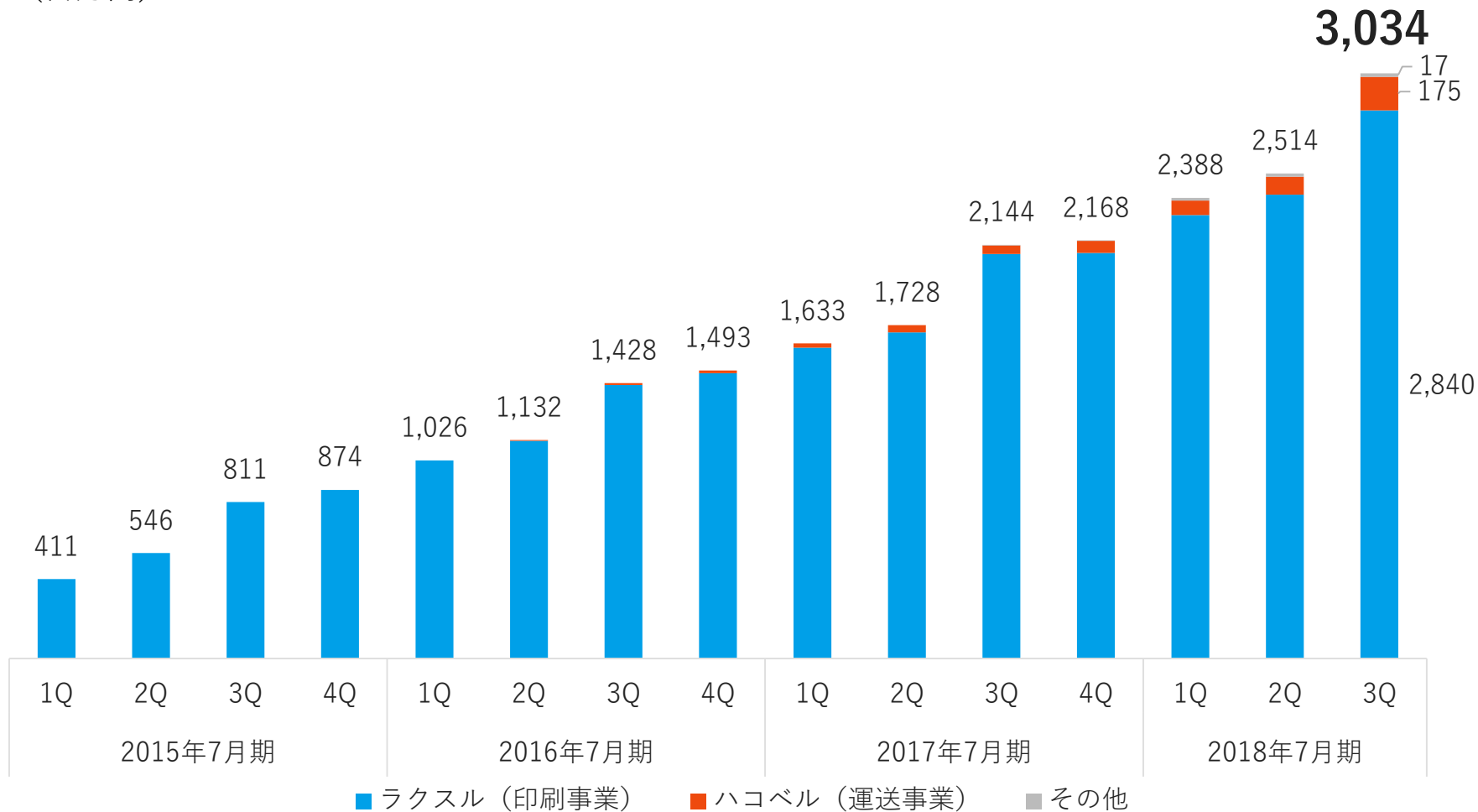
# 2018年7月期第3四半期 業績ハイライト④

2Qに続き営業黒字  
累計約50億円のJカーブを経て、利益創出フェーズへ

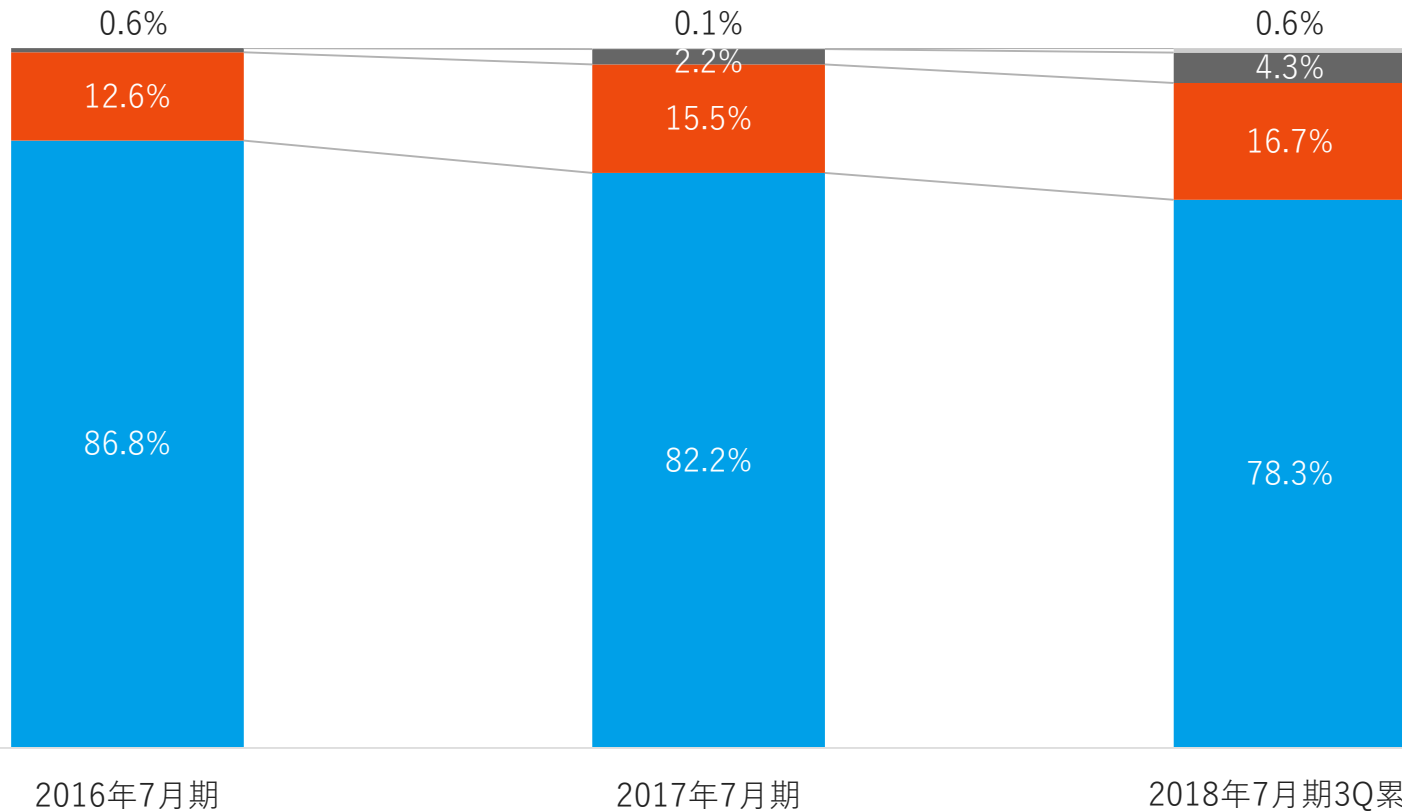


売上高の成長ペースが加速

(百万円)



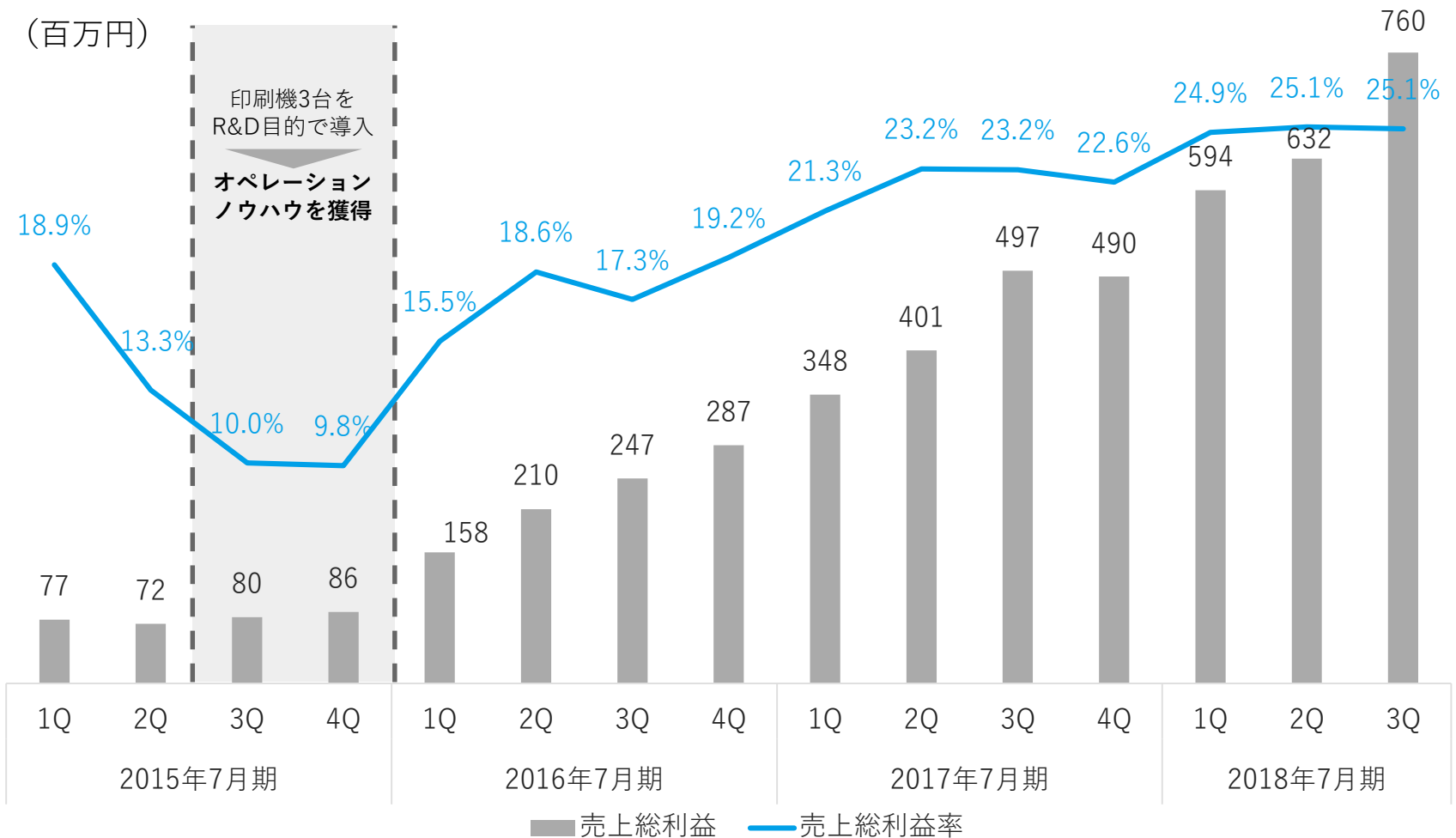
印刷ECサービスが継続的に拡大する中、他サービスが同時に拡大しており、複数の産業向け事業が多層的に成長



■ 印刷ECサービス (印刷事業) ■ 集客支援サービス (印刷事業) ■ ハコベル (運送事業) ■ その他

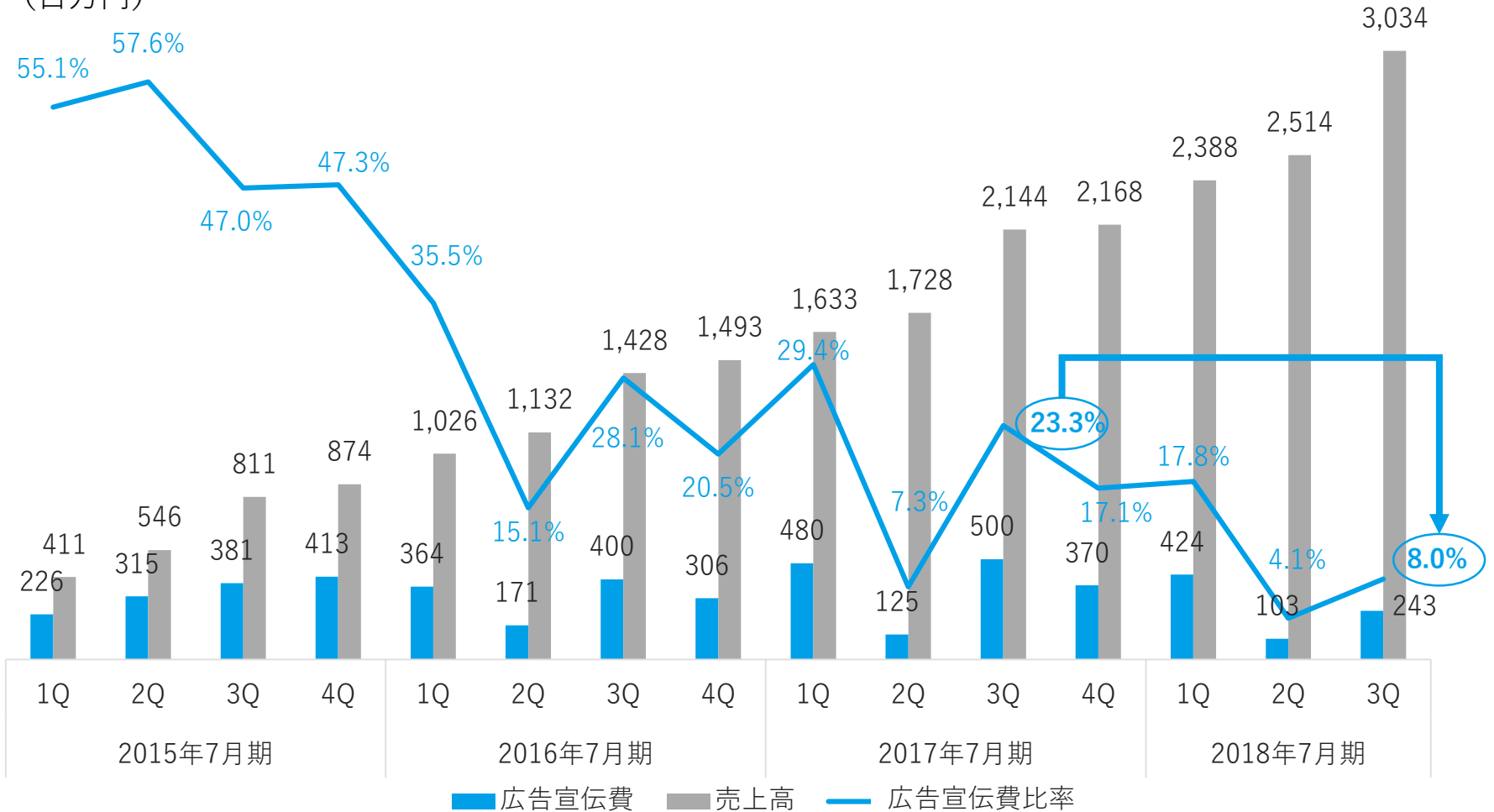
継続的に利益率が改善している中、事業進捗や売上高構成により短期的な全社収益性は改善しない場合もあるが、中期的な収益性は現状水準から改善する見通し

(百万円)



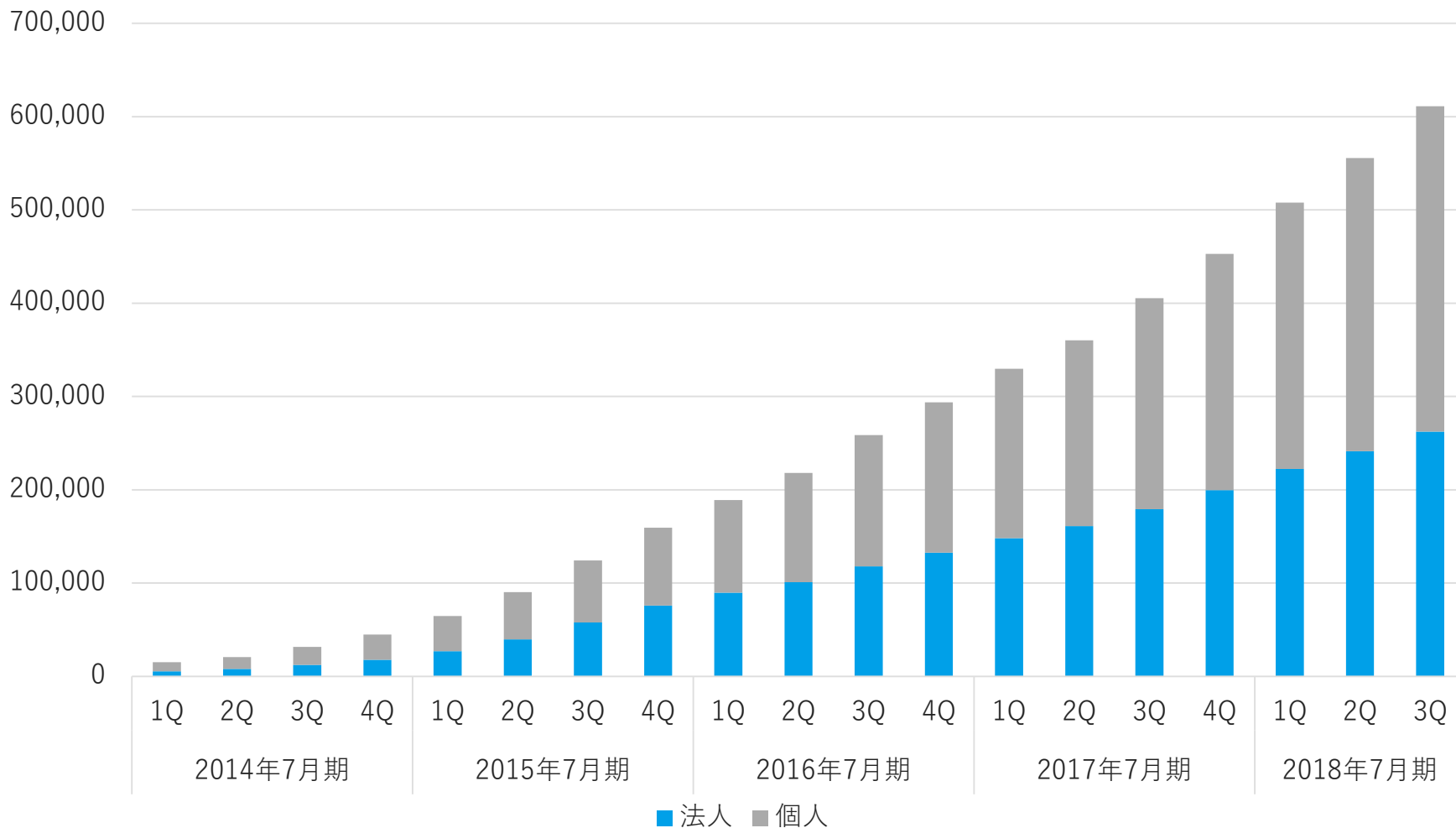
一定の広告宣伝費の投資を継続しつつ、広告宣伝費比率は継続的に低下

(百万円)





広告効率改善により、ユーザーの獲得ペースが加速<sup>(1)</sup>



注  
(1) 「ラクスル」の累計登録ユーザー数。「ハコベル」は含まない



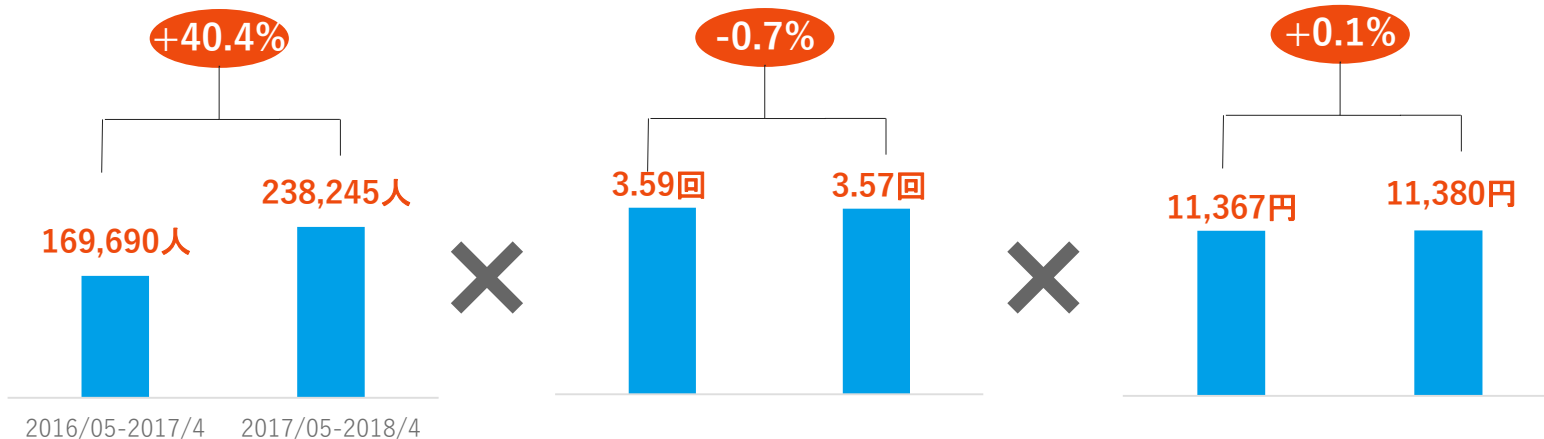
個人ユーザーの比率増加により全ユーザーの平均注文回数は減少したものの、コアユーザーである法人ユーザーについては全指標で上昇

## 年間購入者数

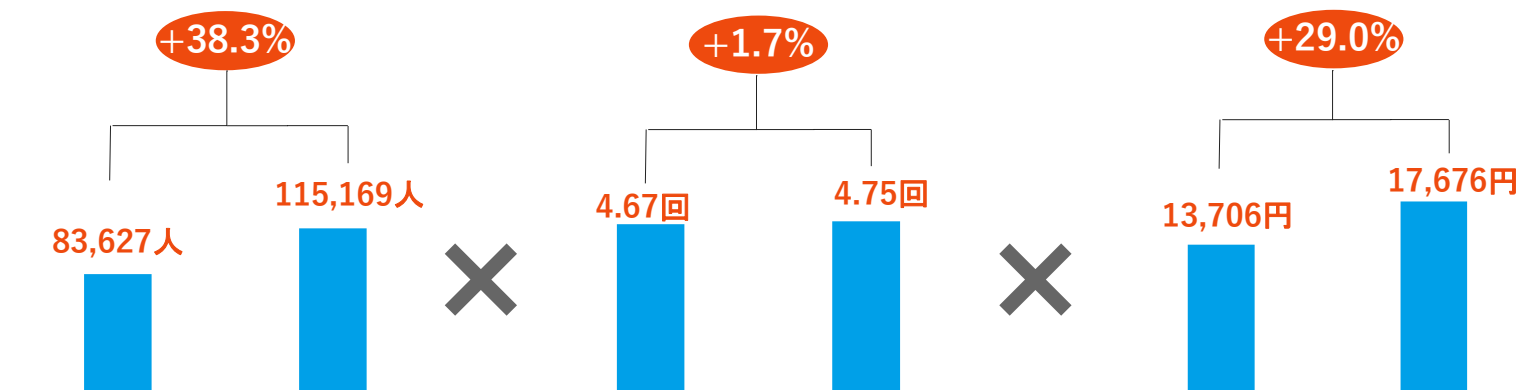
## 年間平均注文回数

## 平均注文単価

全ユーザー



法人ユーザー

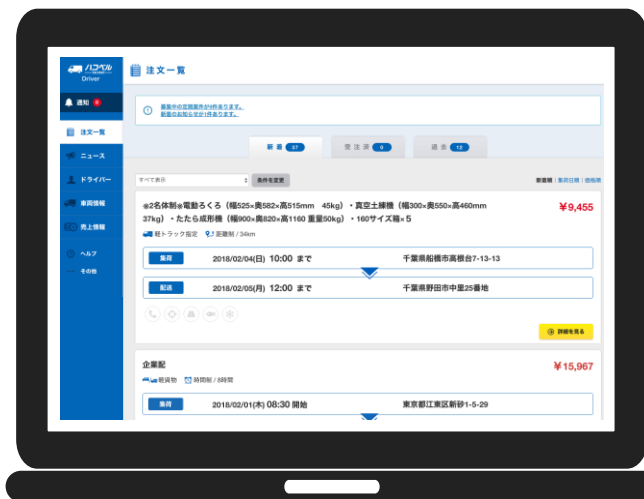
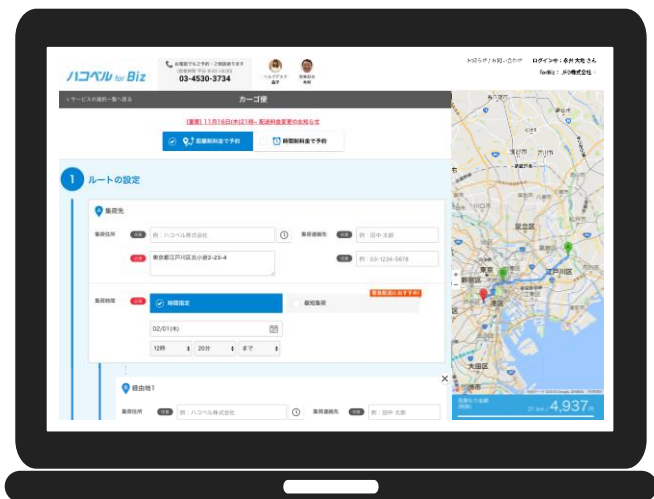


ハコベルは、荷主と運送会社をつなぐプラットフォーム  
 依頼、マッチング、配送案件管理、複数の案件管理がオンライン上で完結

依頼者はオンライン上で配送を依頼

運送会社は案件情報を確認  
 オンラインで受注

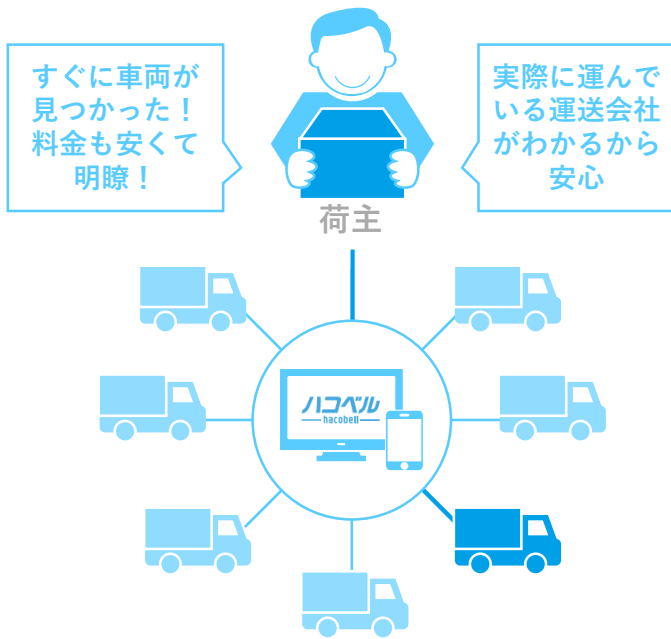
現場でリアルタイムに配送状況  
 管理・共有



アナログで多重下請け構造の運送業界において、運送会社と荷主を直接つなぐデジタルプラットフォームを構築することで、双方の生産性・利便性の向上を実現



## ネットワーク型



### ✓ シェアリングモデルによる効率性向上

- オンデマンド
- コスト明瞭化

### ✓ デジタル化による生産性向上

- リアルタイムプロセス管理
- 注文一括管理
- 品質管理（レーティング）

## 法人ユーザーが、都市圏内での輸送と宅配などのラストマイル配送で利用

大手住宅設備メーカー工場から  
現場への配送

エアコン20台の配送



中型トラック(4トン)  
千葉の工場で荷積みし、都内の建設  
中のマンションの現場に輸送

大手弁当配送サービス  
飲食店舗から顧客法人へ配送

お弁当20名分の配送



カーゴ車 (350kg)  
青山の飲食店で弁当をピックアップ  
し、八重洲、神田、馬喰町、上野の  
オフィスに配送

大手物流企業  
ラストマイル配送

宅配便の配送



カーゴ車 (350kg)  
大手の宅配会社。混み合う夕方に1  
日4時間の配送キャパシティを募集



ヤマトホールディングス

2017年7月、オープンイノベーションによる物流業界の構造変革を実現するために、ヤマトホールディングス（ヤマトHD）との資本提携を実施

1

ヤマトHDの  
生産性向上

ヤマトHDの業務システムにハコベルのテクノロジーを活用

2

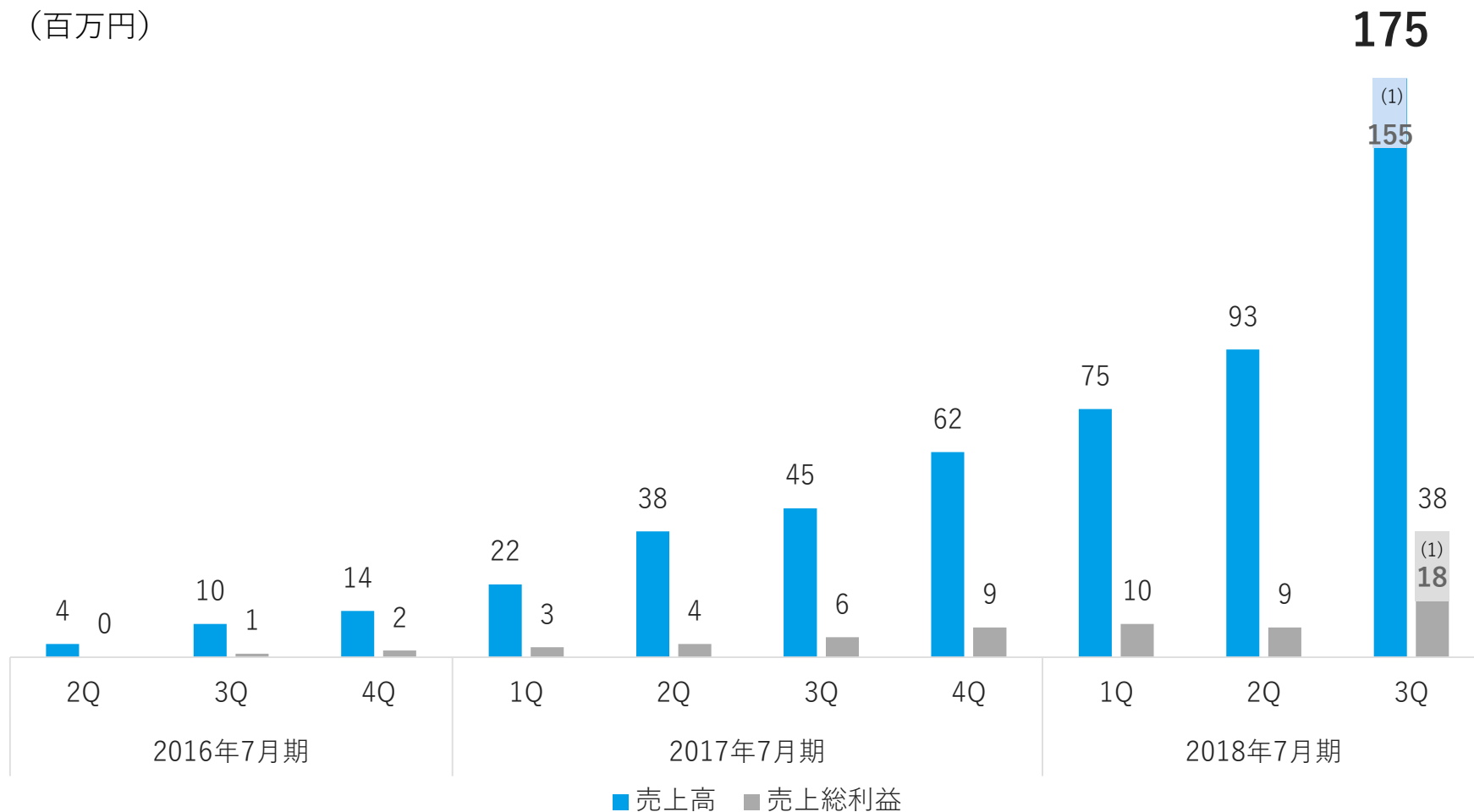
事業開発

ヤマトHDの持つオペレーションとハコベルのテクノロジーを組合せた企業間物流のプラットフォームを創造

3Qに入り事業が拡大期に移行

なお、季節性による繁忙期は2Qと3Qであり、1Qと4Qは閑散期

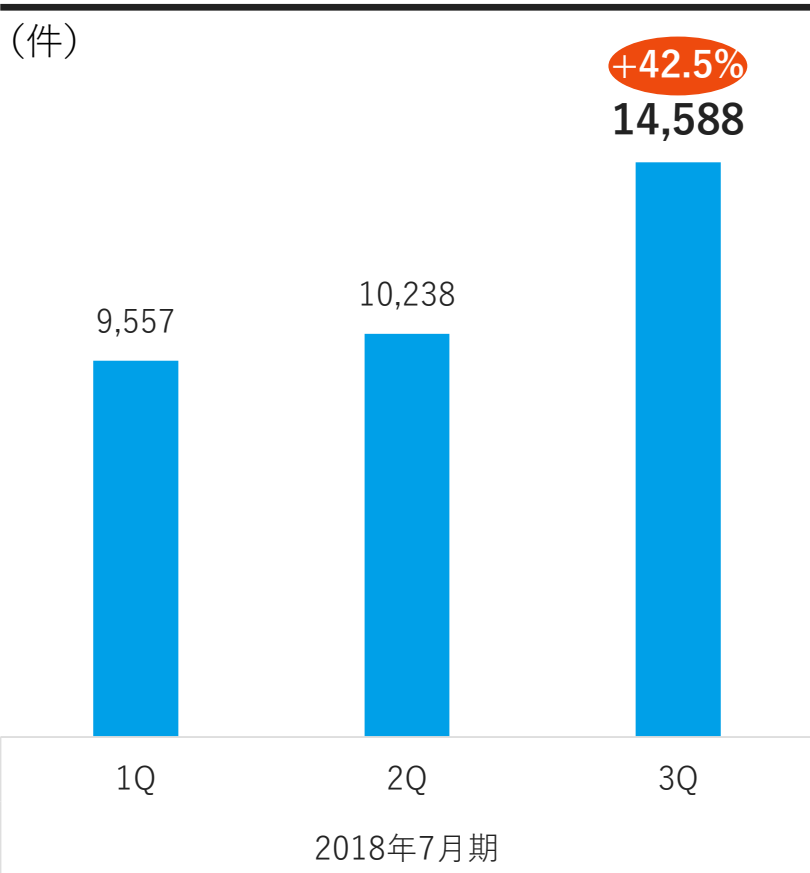
(百万円)



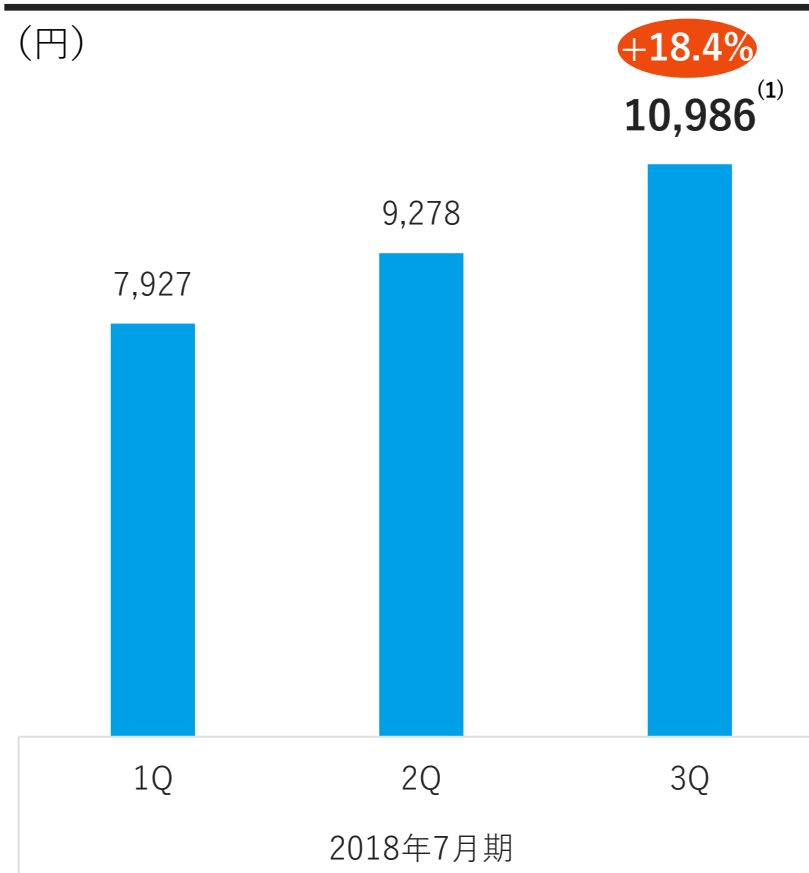
注  
(1) ヤマトHDから受託したシステム開発による売上高を計上 (一時売上)

3Qは前Qに比べ注文件数が+42.5%増。単価は+18.4%の増加

## 注文件数



## 注文単価



注

(1) ヤマトHDから受託したシステム開発の売上高を控除して算出



### 3. 今後の成長戦略

# 既存産業を革新するBtoBプラットフォームを通じた持続的成長

中長期では、プラットフォームを展開する産業を拡大

中長期～

2015/12 ~

**ハコベル**  
— hacobell —

その他業界

物流業界の  
プラットフォーム

2015/3 ~

 **ラクス**

広告業界の  
プラットフォーム

2013/3 ~

印刷業界の  
プラットフォーム

# BtoBプラットフォームとしての潜在的事業機会

EC化が進んでいない大きな市場のEC化を推進

国内広告市場  
(インターネットを除く)

5兆円

国内商業及び事務用  
印刷市場

3兆円



国内トラック物流市場

14兆円



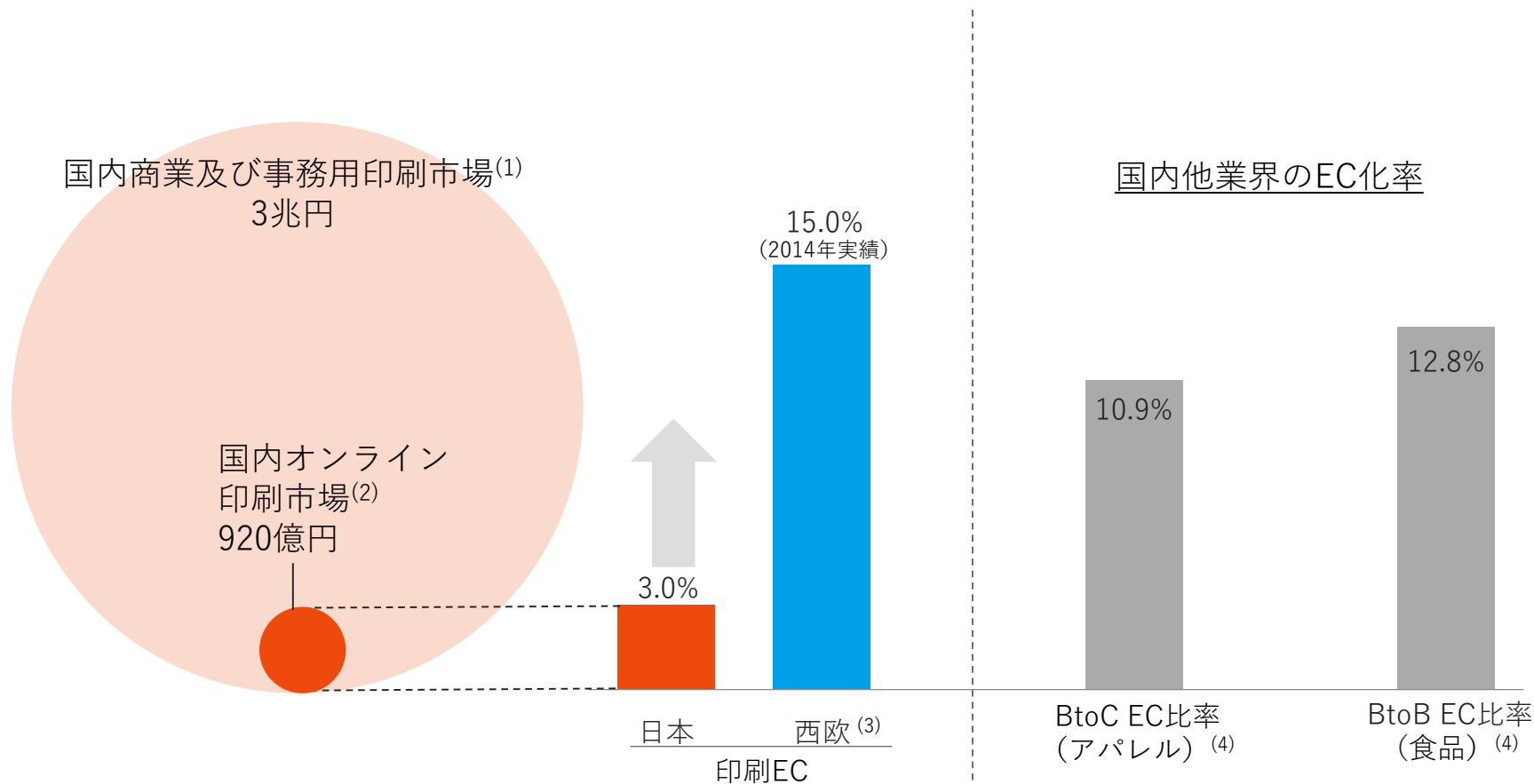
ハコベル  
hacobell

出所 経済産業省、電通「日本の広告費」(2017年)、国土交通省



# 印刷EC比率上昇による市場の成長ポテンシャル

印刷市場は、EC化の進展により今後も拡大の余地は大きい



出所 矢野経済研究所、経済産業省

注

(1) 経済産業省「生産動態統計 紙・印刷・プラスチック」に基づき試算、事務用印刷及び商業印刷の合算、加工生産高ベース (2014年)

(2) 株式会社矢野経済研究所「2013年版 印刷通販市場の展望と戦略」平成25年11月7日発表

(3) zipcon consulting (2017年)

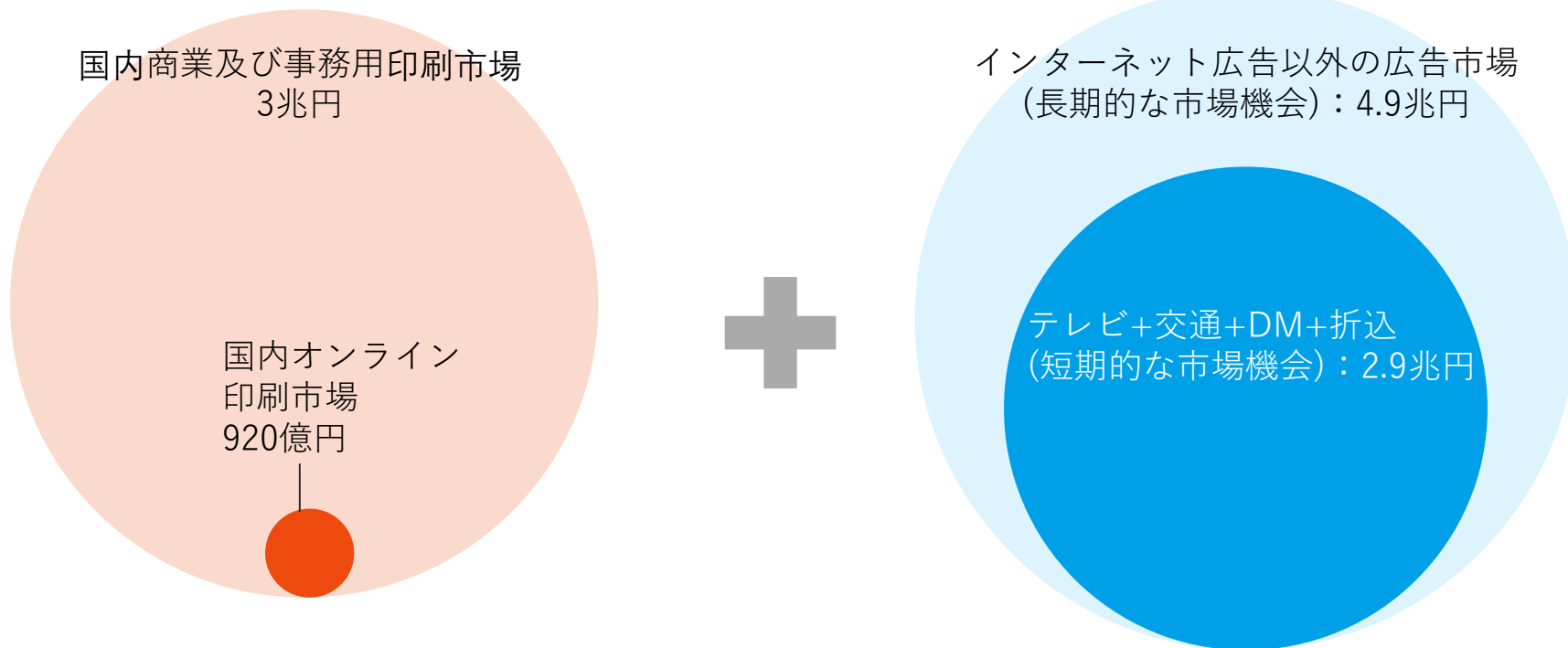
(4) 経済産業省「平成28年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備」

# One Stopサービス展開による広範な市場機会の捕捉

印刷にとどまらず、広告領域のEC化も推進

## 印刷

## 広告



出所 矢野経済研究所、経済産業省、電通「日本の広告費」(2017年)

## 4. ご参考資料

# 会社概要

---

- 会社名:** ラクスル株式会社
- 所在地:** 東京都品川区
- 設立:** 2009年9月
- 経営陣:**
- 松本 恭攝 代表取締役社長CEO
  - 永見 世央 取締役CFO
  - 田部 正樹 取締役CMO
  - 福島 広造 取締役COO
  - 泉 雄介 取締役CTO
  - 朝倉 祐介 社外取締役 元ミクシィ代表取締役社長最高経営責任者
  - 玉塚 元一 社外取締役 元ローソンCEO、元リヴァンプCEO、元ファーストリテイリングCOO
  - 森 尚美 監査役
  - 山田 啓之 監査役
  - 琴坂 将広 監査役
- 従業員数:** 188名(2018/4末)

# 経営陣紹介



松本 恭攝（代表取締役社長CEO）

- ・慶應義塾大学商学部卒
- ・A.T.カーニーを経て2009年9月に当社設立
- ・印刷業界の遊休資産を活用する「シェアリング・エコノミー」というビジネスモデルを確立



田部 正樹（取締役CMO）

- ・中央大学文学部卒業後、丸井グループ、テイクアンドギヴ・ニーズを経て2014年8月に当社入社
- ・TVCMを中心とした新規顧客獲得とデータドリブンなCRMによるリピート率の安定化を得意領域とし、プロモーションだけでなく、4P戦略全般を管掌



泉 雄介（取締役CTO）

- ・ニューイングランド音楽院作曲科卒業後、モルガン・スタンレー証券（現モルガン・スタンレーMUFJ証券）で主に債権関連商品の取引システム開発に従事した後、ディー・エヌ・エーを経て2015年10月に当社入社
- ・主に技術部門全般を管掌



玉塚 元一（社外取締役）

- ・慶應義塾大学法学部卒業後、旭硝子入社
- ・1998年日本アイ・ビー・エム入社
- ・2002年ファーストリテイリング代表取締役社長兼COO就任
- ・2005年リヴァンプを創業し、代表取締役就任
- ・2016年ローソン代表取締役会長CEO就任
- ・2017年6月ハーツユナイテッドグループ代表取締役社長CEOに就任
- ・2017年10月当社取締役に就任



永見 世央（取締役CFO）

- ・慶應義塾大学総合政策学部卒
- ・米国ペンシルバニア大学ウォートン校MBA修了
- ・みずほ証券、カーライル・ジャパン・エルエルシー、ディー・エヌ・エーを経て、2014年4月に当社入社
- ・金融・投資会社を通じて幅広い知見を有しており、財務戦略全般に精通



福島 広造（取締役COO）

- ・慶應義塾大学理工学部卒業後、フューチャーアーキテクト、ポストン・コンサルティング・グループ（BCG）を経て、2015年7月に当社入社
- ・経営計画、生産管理や事業部支援などに携わっている



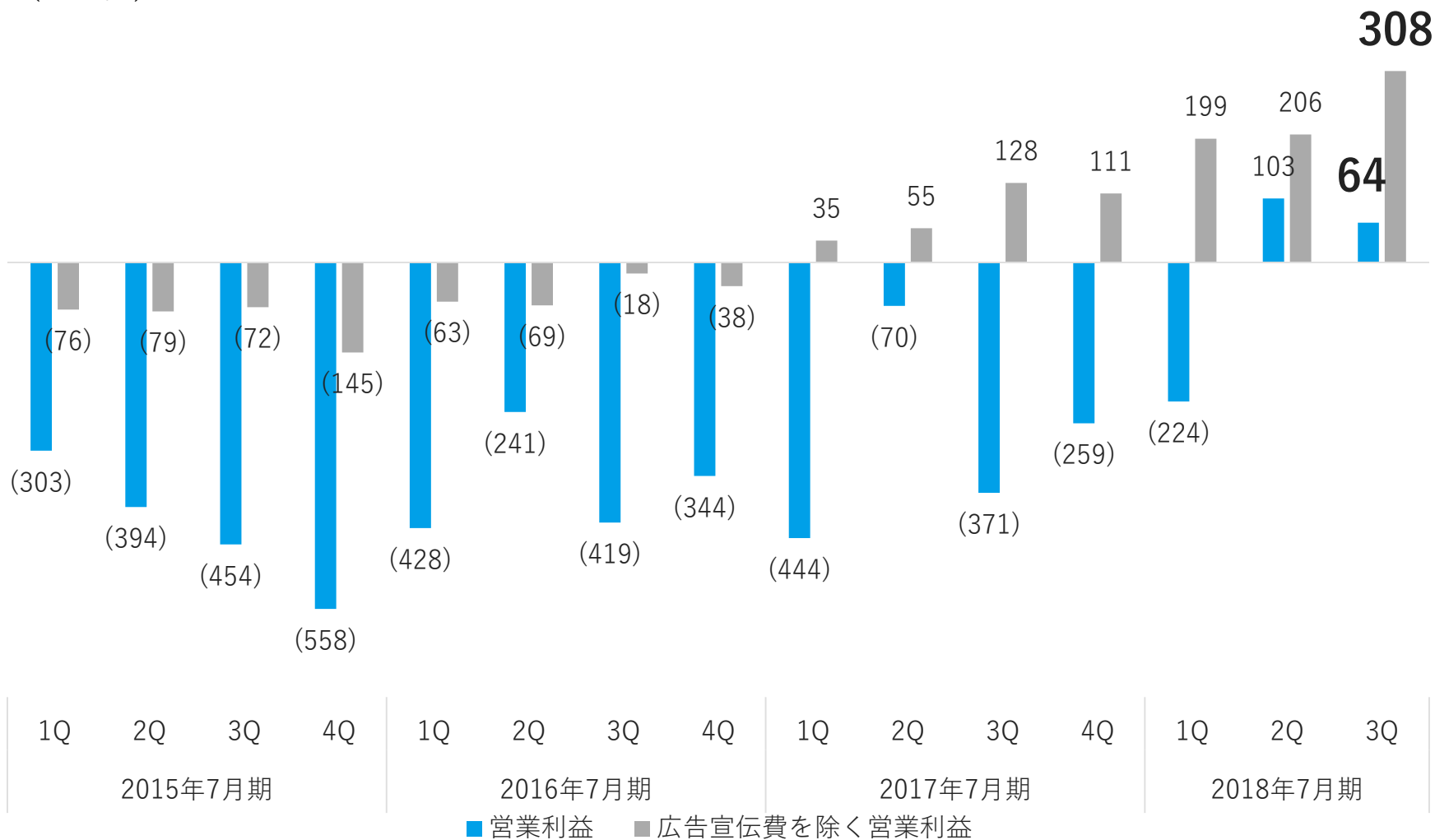
朝倉 祐介（社外取締役）

- ・東京大学法学部卒
- ・マッキンゼー・アンド・カンパニー、ネイキッドテクノロジー代表取締役を経て、2013年ミクシィ代表取締役社長最高経営責任者に就任
- ・2014年ミクシィ社長を退任し、スタンフォード大学客員研究員に就任
- ・2015年5月当社取締役に就任
- ・2017年7月シニフィアン共同代表に就任
- ・2017年12月セプテーニ・ホールディングス取締役に就任





(百万円)



# 貸借対照表

(百万円)	2018年7月期3Q末	2017年7月期末	前事業年度末比
流動資産	3,883	3,832	+1.3%
現金及び預金	2,796 <sup>(1)</sup>	3,025	-7.6%
固定資産	1,187	1,037	+14.5%
資産合計	5,070	4,869	+4.1%
流動負債	1,659	1,495	+11.0%
固定負債	310	364	-14.8%
純資産	3,101	3,009	+3.1%
資本金	188	100	+88.0%
資本剰余金	2,995	4,082	-26.6%
負債・純資産合計	5,070	4,869	+4.1%

注

(1)第3四半期会計期間末後、東証マザーズ上場に伴う公募増資により、現金及び預金が3,468百万円増加



仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる

# ディスクレーマー

---

## 本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合において、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新・改訂を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

## お問い合わせ先

経営管理部

Email : [ir@raksul.com](mailto:ir@raksul.com)

IR情報 : <https://corp.raksul.com/ir/>