



2019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)

2019年6月13日

目次

1. 会社概要

2. 2019年7月期第3四半期 業績

3. 通期業績見込みについて

4. Q&A

5. 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」

印刷や物流といったデジタル化が進んでいない伝統的な産業に、インターネットを持ち込み産業構造を変えることで、より良い世界を実現する

印刷・広告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

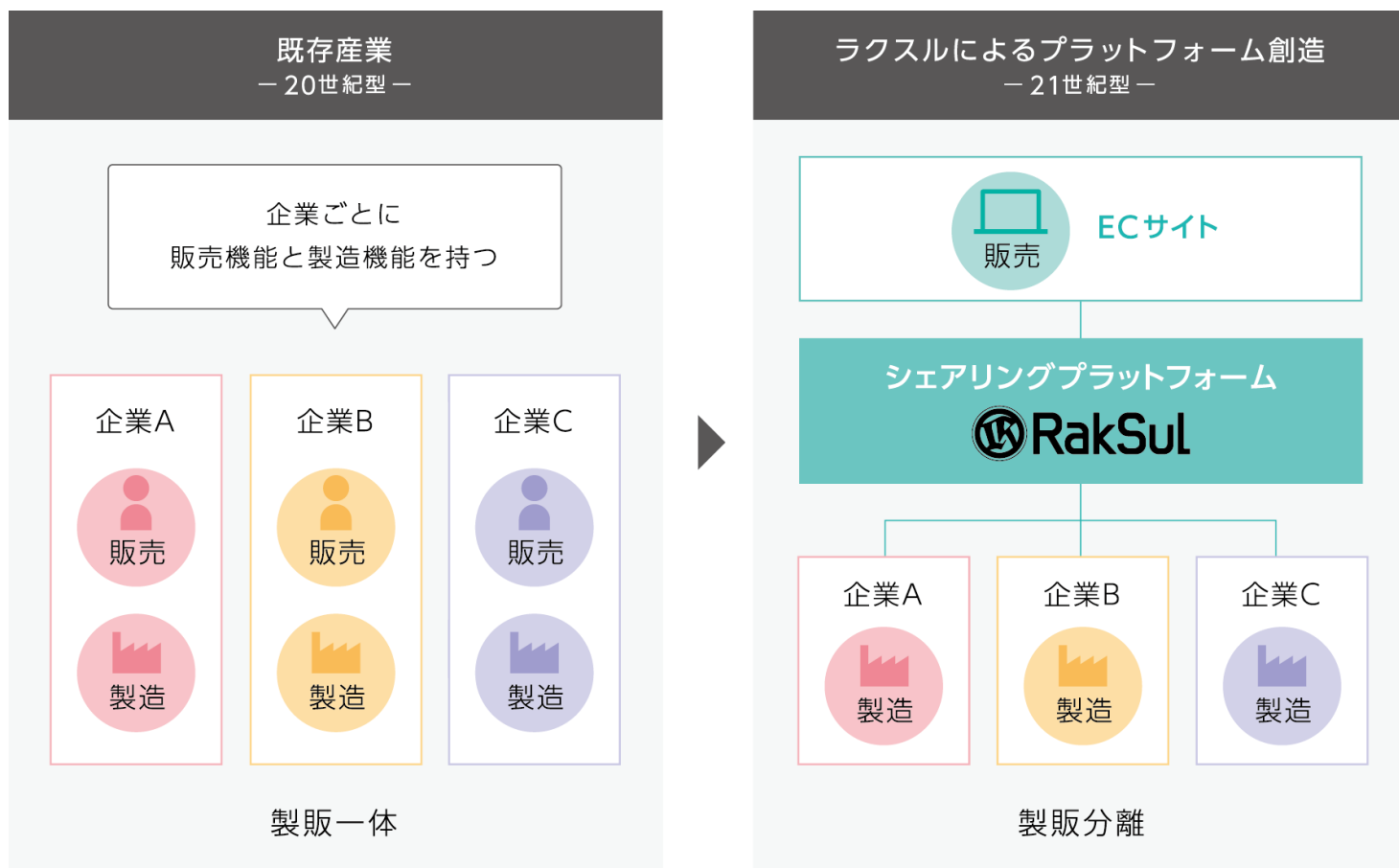


2015年12月開始



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

大企業中心に垂直統合で成立していた産業構造を、プラットフォーム中心の水平分業された産業構造にアップデートする



BtoBプラットフォームとしての大きな潜在的事業機会

伝統的で巨大なBtoBの業界のデジタル化を推進する

国内トラック物流市場

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



14兆円



複数の産業を革新する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 ～



その他業界

物流業界の
プラットフォーム

2015/3 ～



広告業界の
プラットフォーム

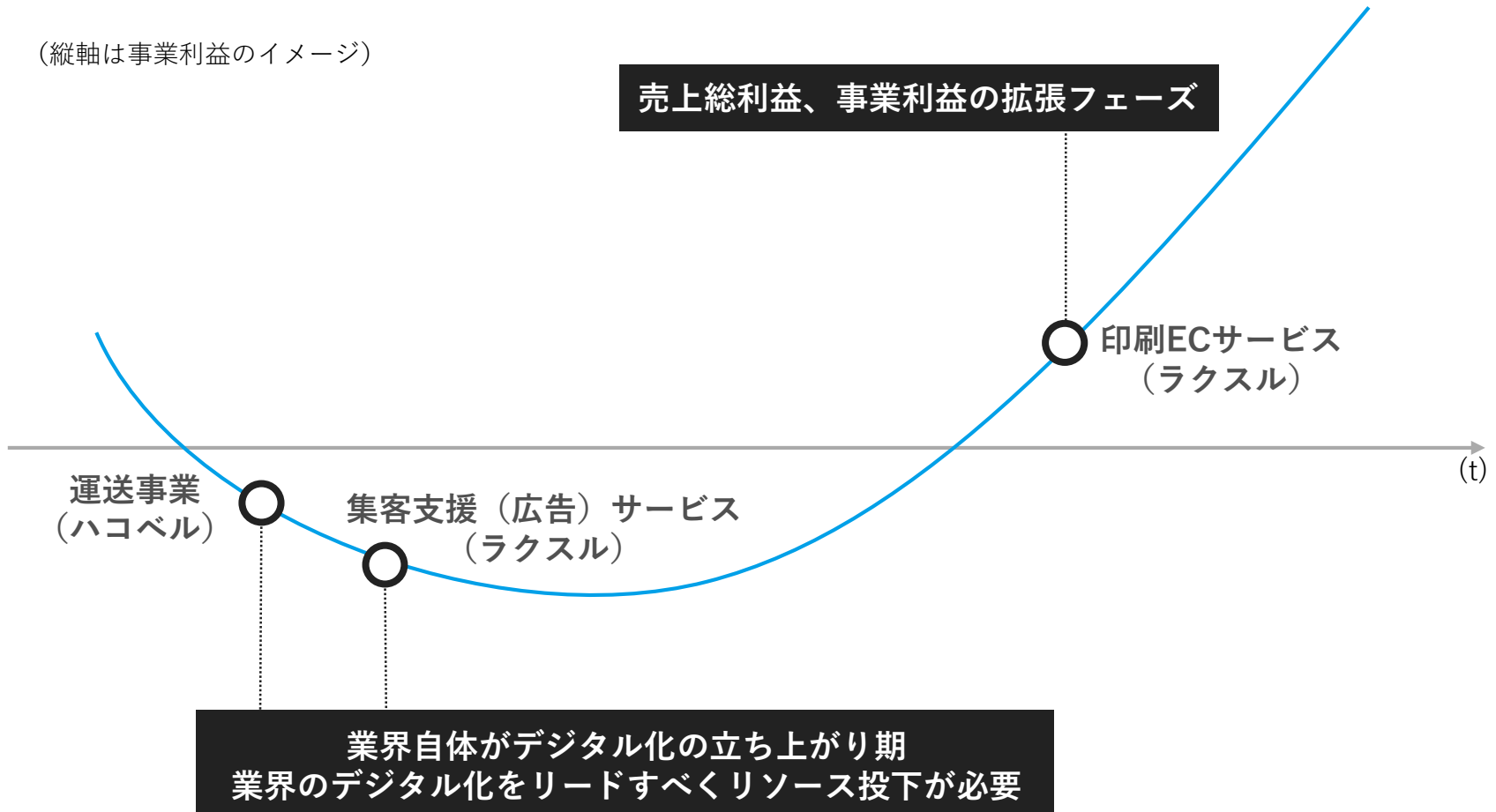
2013/3 ～

印刷業界の
プラットフォーム

2019年7月期 経営の重点項目

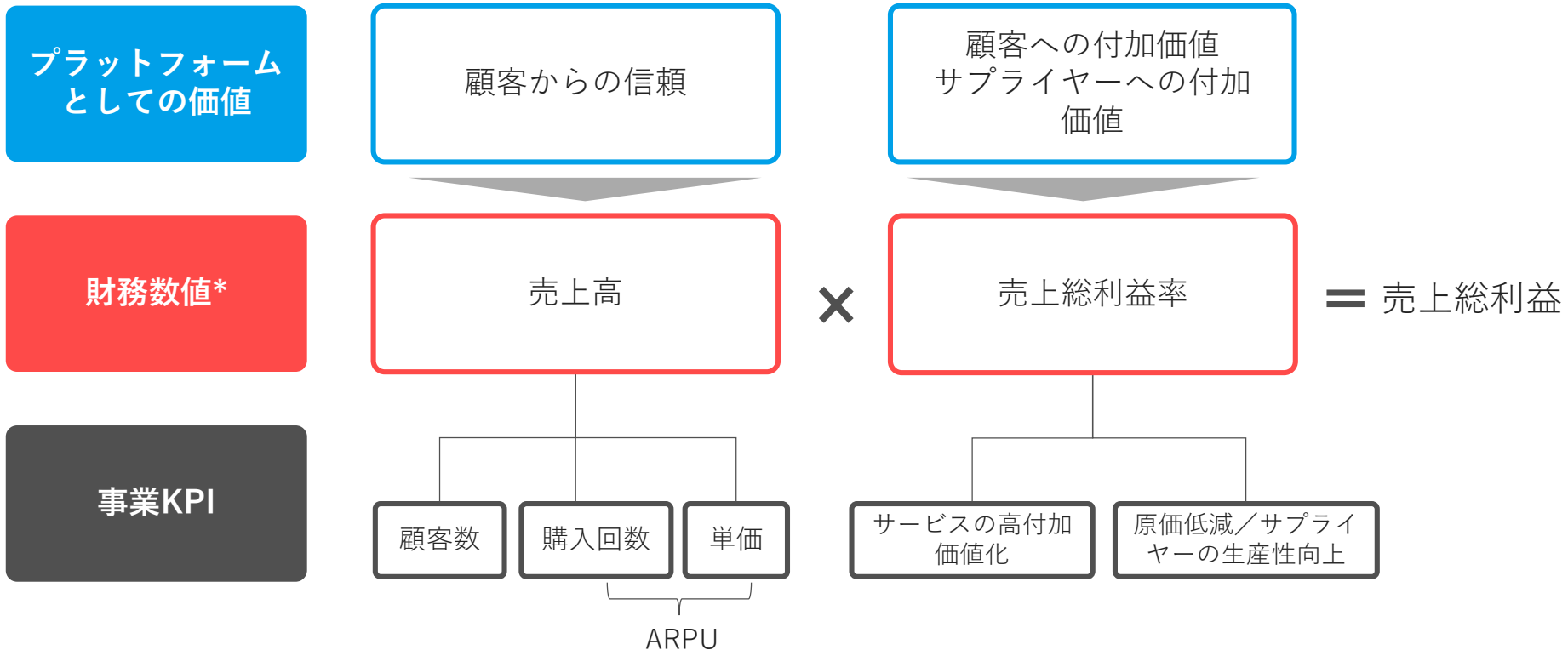
3つの事業はフェーズが異なることから、それぞれのフェーズに即した事業マネジメントが必要

(縦軸は事業利益のイメージ)



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



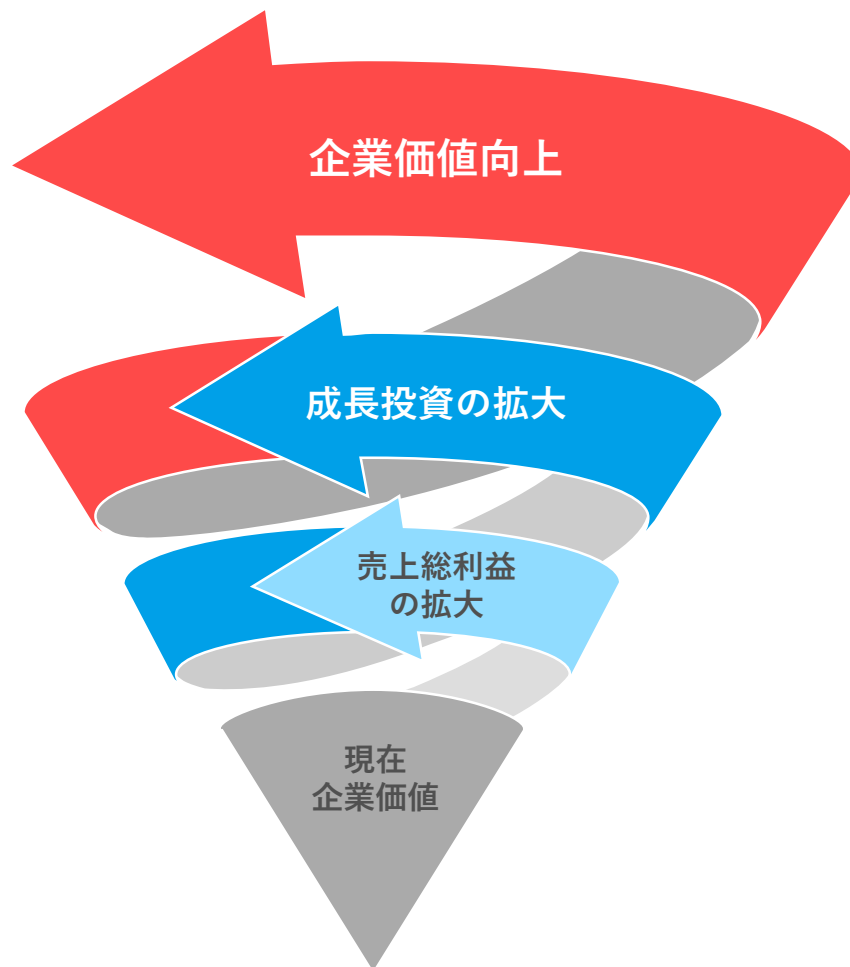
*売上高／売上総利益に関する会計基準

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



当社の競争優位性

テクノロジー企業でありながら、オペレーションに深く入り込み、マーケティングによるレバレッジを最大限活用する。純粋なインターネット企業とも既存産業とも異なる競争優位性を有する

プラットフォームとしての3つの競争優位



2. 2019年7月期第3四半期 業績

売上高は前年同期比+59.9%、売上総利益は同+44.5%
 四半期営業利益は黒字を維持しつつ、広告宣伝投資および運送事業への成長投資を継続

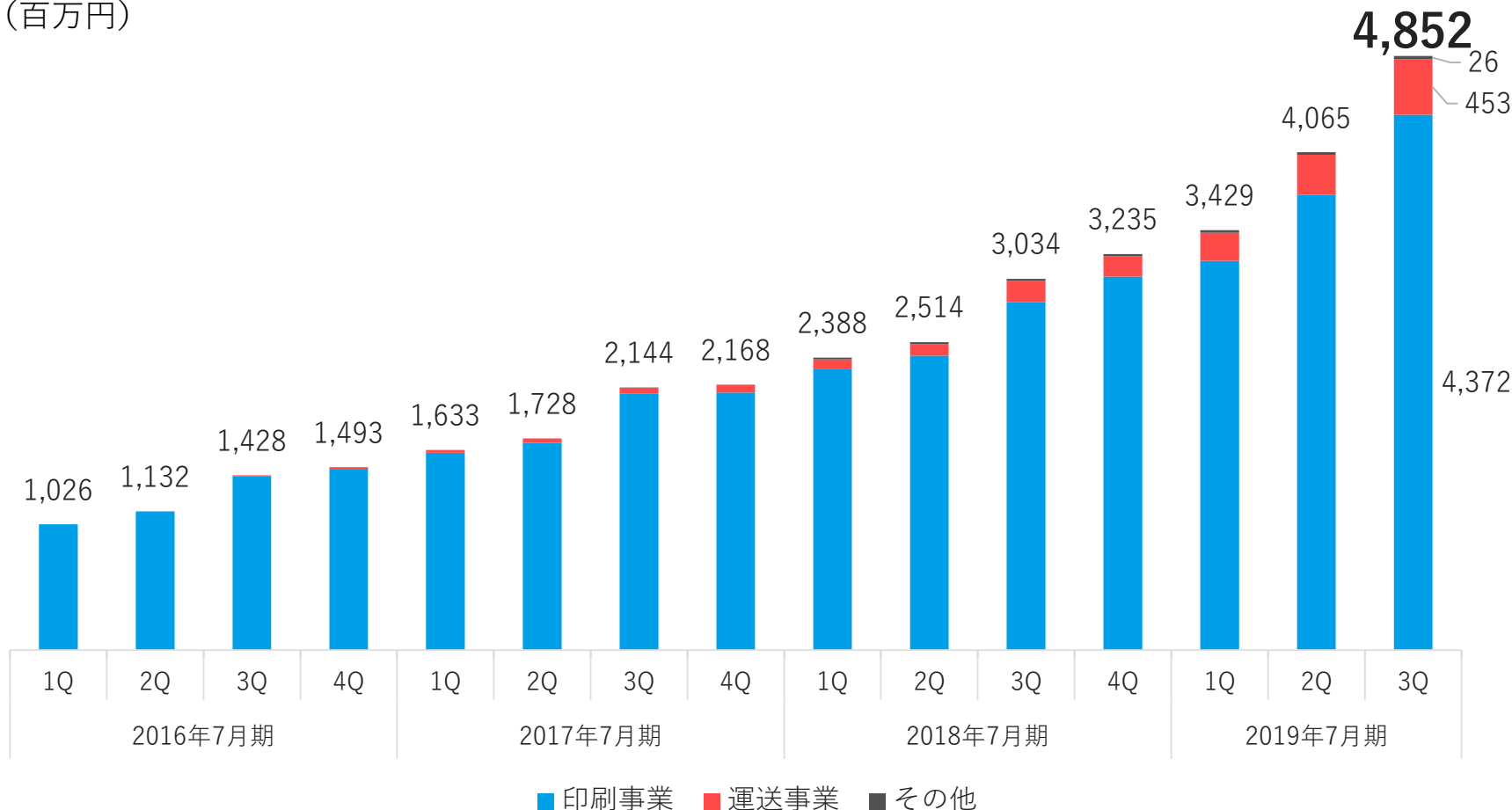
| (百万円) | 2019年7月期3Q (2019年2月-4月) | | | | | 2019年7月期3Q累計 (2018年8月-2019年4月) | | | | |
|-------------------|-------------------------|-------|--------|-----------|---------|--------------------------------|-------|--------|---------------------|-------------------|
| | 実績 | 前年同期 | | 前四半期 (2Q) | | 実績 | 前年同期 | | 通期予想 (5月14日修正開示) | |
| | | 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 | 4,852 | 3,034 | +59.9% | 4,065 | +19.4% | 12,348 | 7,938 | +55.6% | 16,200 ~17,000 | 72.6% ~76.2% |
| 売上総利益 | 1,098 | 760 | +44.5% | 981 | +11.9% | 2,901 | 1,986 | +46.1% | 3,700 ~3,950 | 73.5% ~78.4% |
| 売上総利益率 | 22.6% | 25.1% | -2.5pt | 24.2% | -1.6pt | 23.5% | 25.0% | -1.5pt | 21.8% ~24.4% | - |
| 営業利益 | 77 | 64 | +20.1% | 36 | +113.7% | 149 | -56 | - | 120 ~160 | 93.3% ~124.4% |
| (広告宣伝費) | 367 | 243 | +50.9% | 334 | +10.0% | 963 | 771 | +24.9% | - | - |
| (運送事業 セグメント利益) | -40 | -3 | - | -30 | - | -87 | -51 | - | - | - |
| 経常利益 | 72 | 49 | +46.8% | 34 | +110.3% | 138 | -80 | - | 96 ~136 | 101.7% ~144.0% |
| 当期純利益 | 54 | 47 | +14.3% | 20 | +167.8% | 75 | -84 | - | 20 ~60 | 126.6% ~379.9% |

| | 2017年7月期3Q末 | 2018年7月期3Q末 | 2019年7月期3Q末 |
|--------------------|-------------|-------------|--------------------------------|
| 「ラクスル」の 累計ユーザー数 | 405,383 | 611,137 | + 205,754 対前年同期末 |
| | | | 864,029 + 252,892 対前年同期末 |

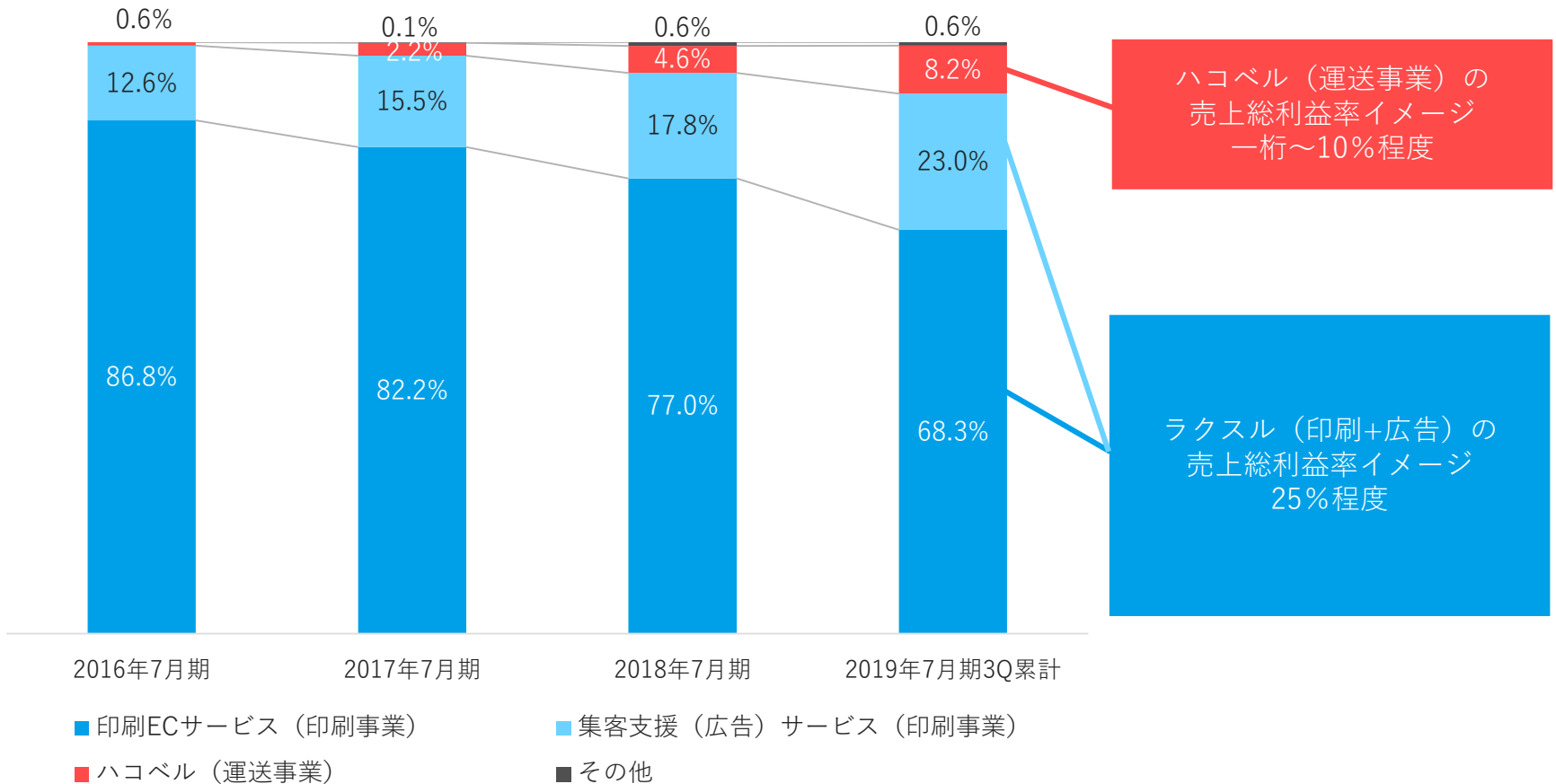
RakSul 全社売上高の推移（セグメント別）

売上高は継続的に拡大、またハコベル（運送事業）の売上貢献も拡大
印刷事業は3Q、運送事業は2Qと3Qが繁忙期

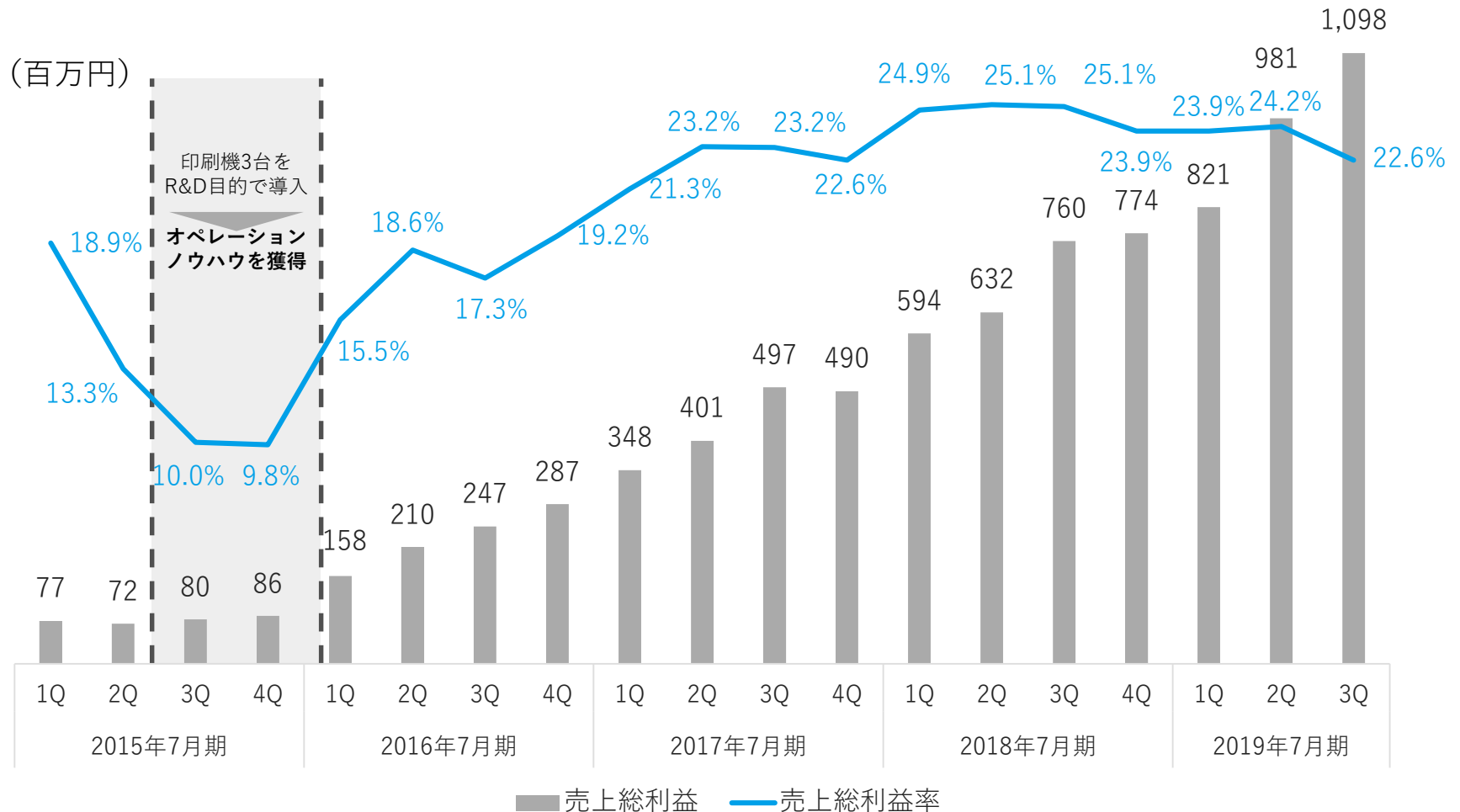
（百万円）



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サービス以外の売上比率が30%を超過



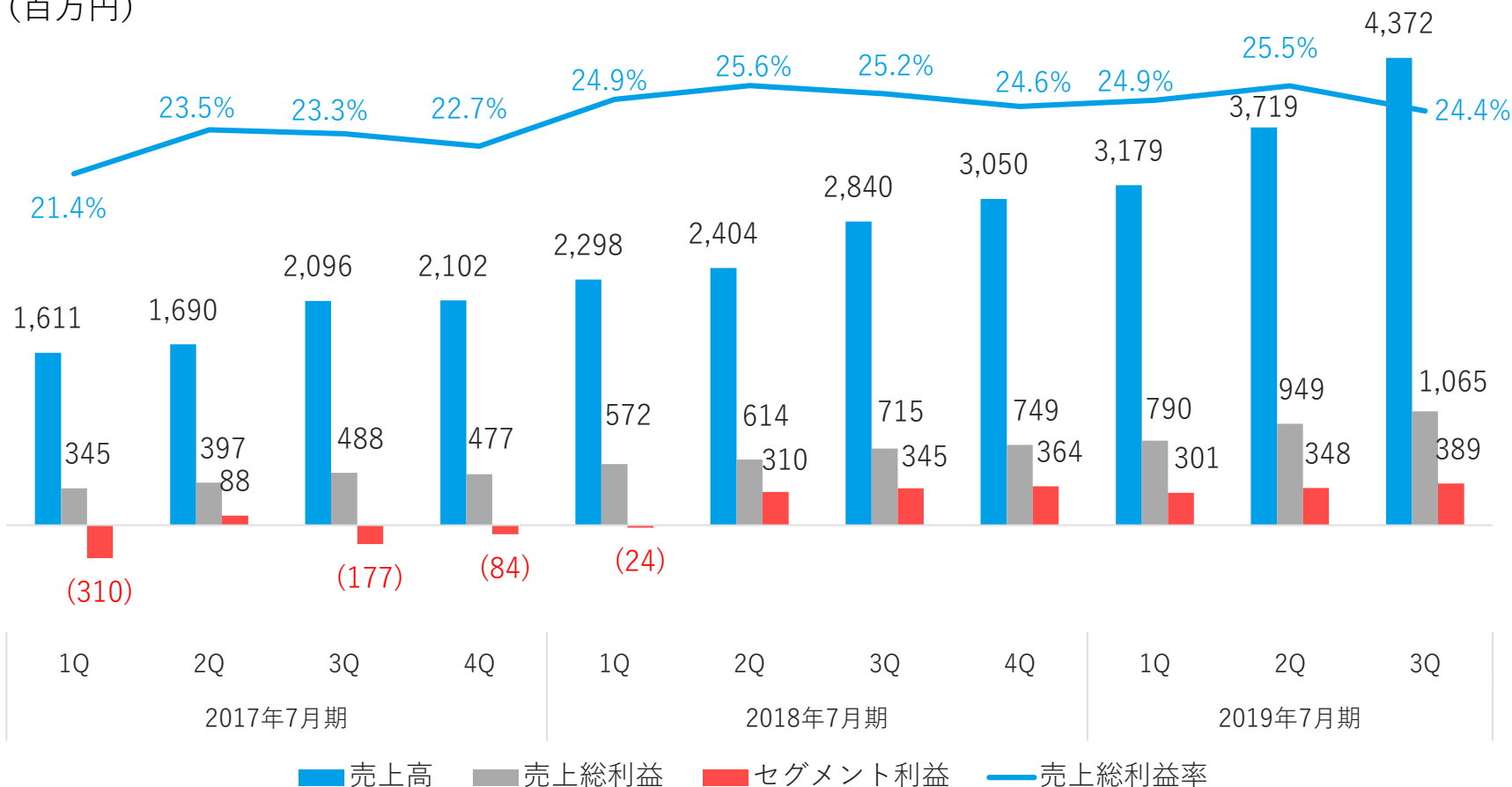
当社の企業価値の源泉である売上総利益額は継続的に拡大



ラクスル セグメント別売上高、売上総利益、セグメント利益

ラクスル（印刷事業）は売上高、売上総利益共に継続拡大⁽¹⁾
 元号変更に伴う印刷需要の増加は限定的
 売上総利益率の低下は印刷用紙の調達価格上昇が主な要因（次頁参照）

（百万円）



注
 (1)管理会計ベースで算出



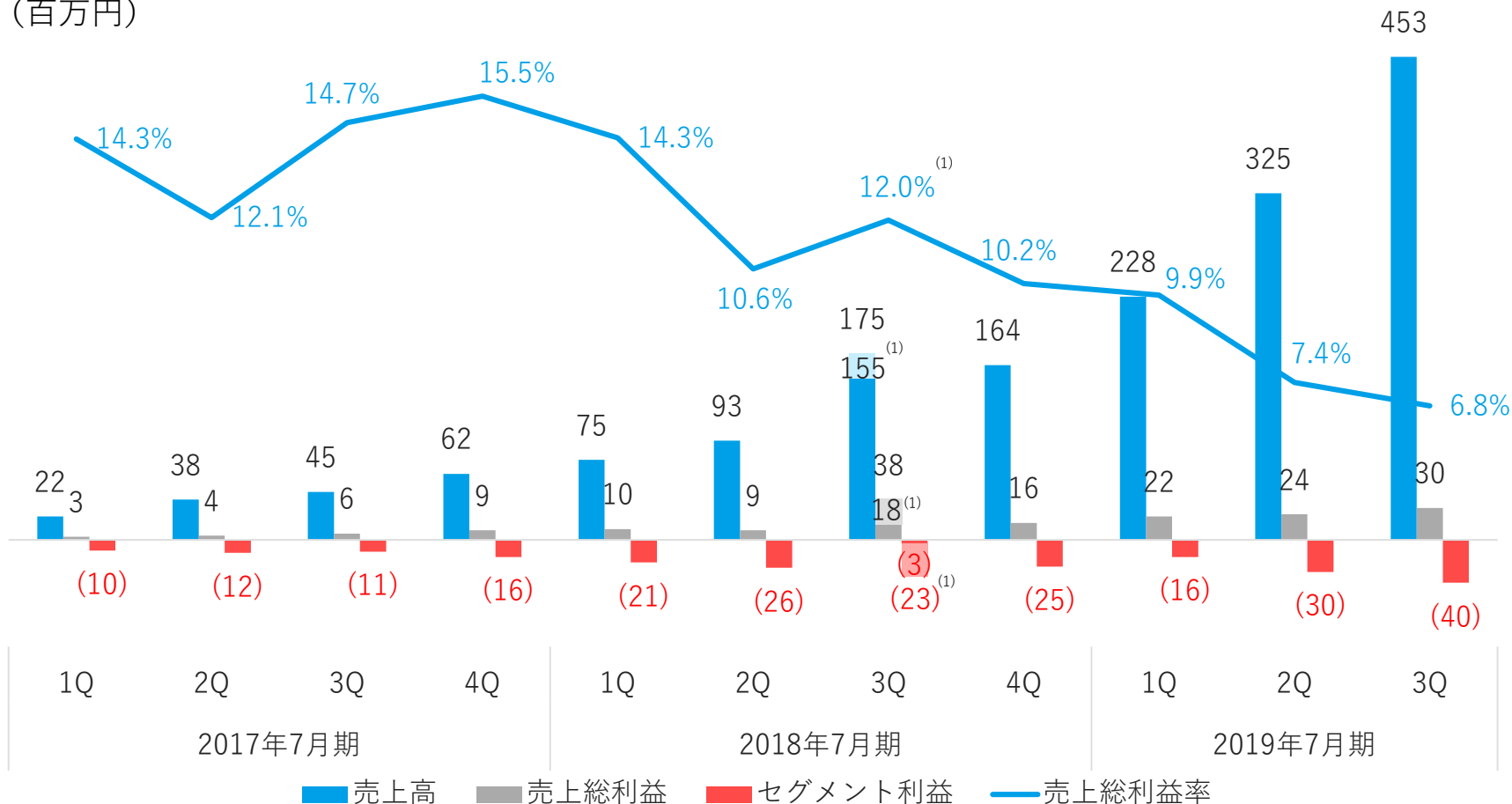
印刷用紙の供給不足と仕入れ値の上昇による影響は一定あったものの、4Q以降は大きな影響は見込んでいない

| 項目 | 3Q業績への影響 | 4Q以降の見通し |
|--------|---|---|
| 売上高 | 印刷用紙不足による一部商品の販売停止はあったものの、全社売上高は前年同期比40%以上の成長 | 印刷用紙調達の多様化を進めることで、安定的な販売体制を構築し、増収基調を維持する見通し |
| 売上総利益率 | 印刷用紙の調達価格上昇による原価増は発生したものの、価格転嫁により影響を最小化 | 印刷用紙の更なる値上げは想定しておらず、また、価格転嫁および原価低減により引き続き売上総利益率への影響を最小化する |
| 売上総利益額 | 計画を上回る売上高に対して売上総利益率の低下があったものの、引き続き好調に推移 | 売上高の伸長と売上総利益率のコントロールにより、売上総利益額も成長を目指す |

ハコベル セグメント別売上高、売上総利益、セグメント利益

ハコベル（運送事業）の売上高は前年同期比+191%⁽¹⁾
 短期的な売上総利益率最適化より売上高成長を重視⁽²⁾

(百万円)



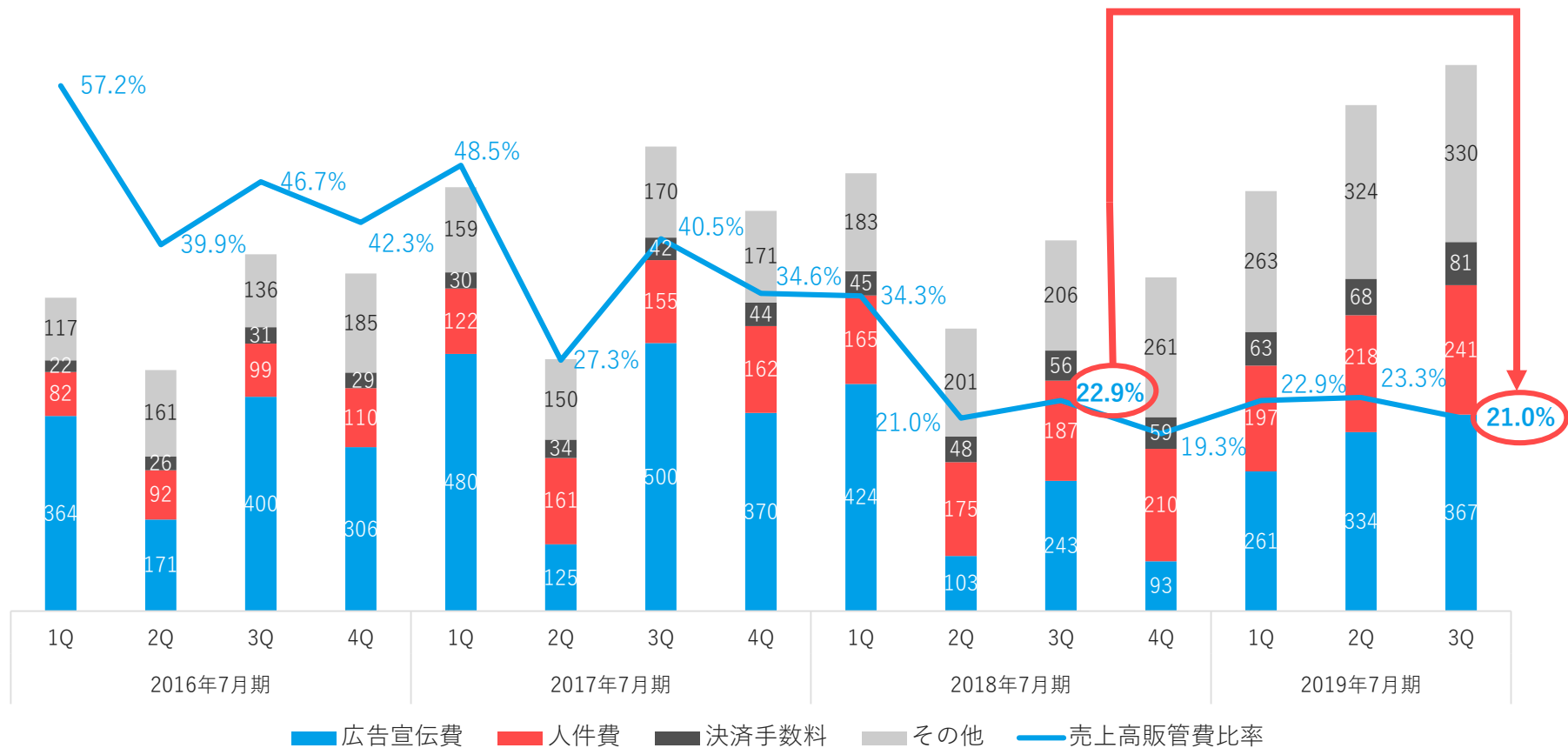
注

(1)2018年7月期3Qはヤマト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）、前年同期比および売上総利益率は当該売上を除いて算出

(2)管理会計ベースで算出

売上高成長に伴い売上高販管費比率は前年同期比で減少

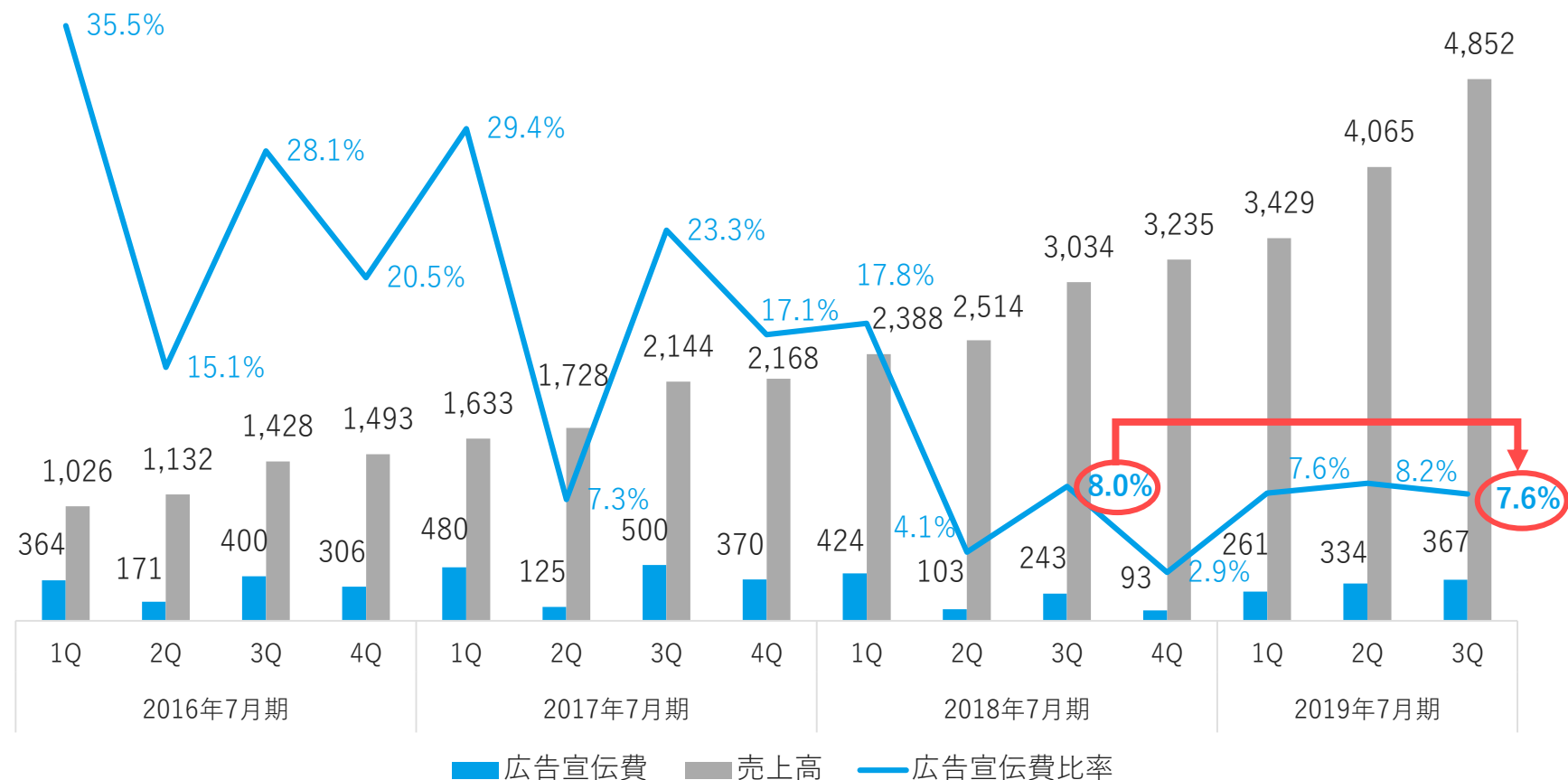
(百万円)



RakSul 全社広告宣伝費・広告宣伝費比率の推移

広告宣伝投資はガバナンスを利かせて継続的に効率化していく
 今後は年度を通じて広告宣伝投資を平準化していく方針

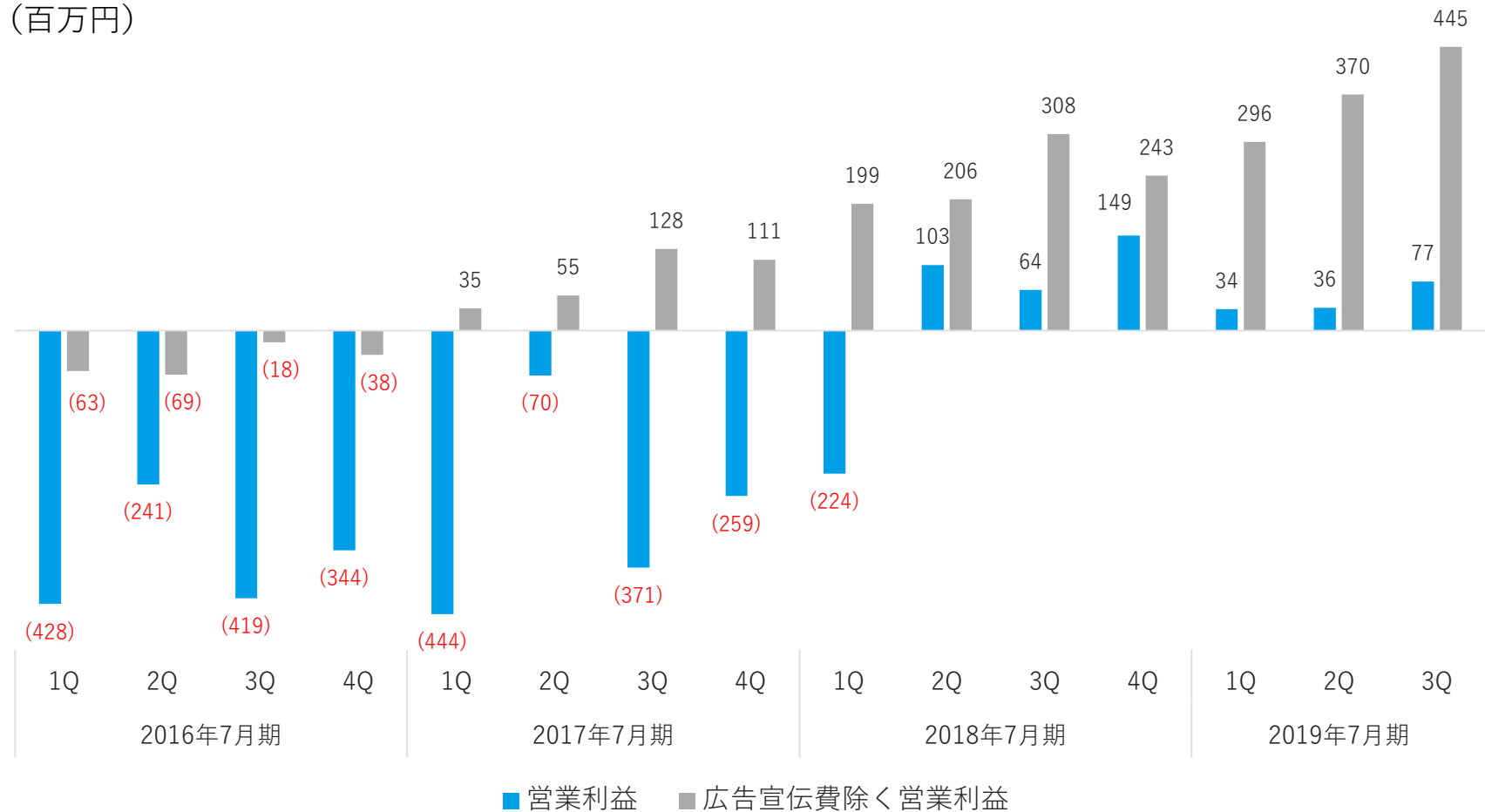
(百万円)



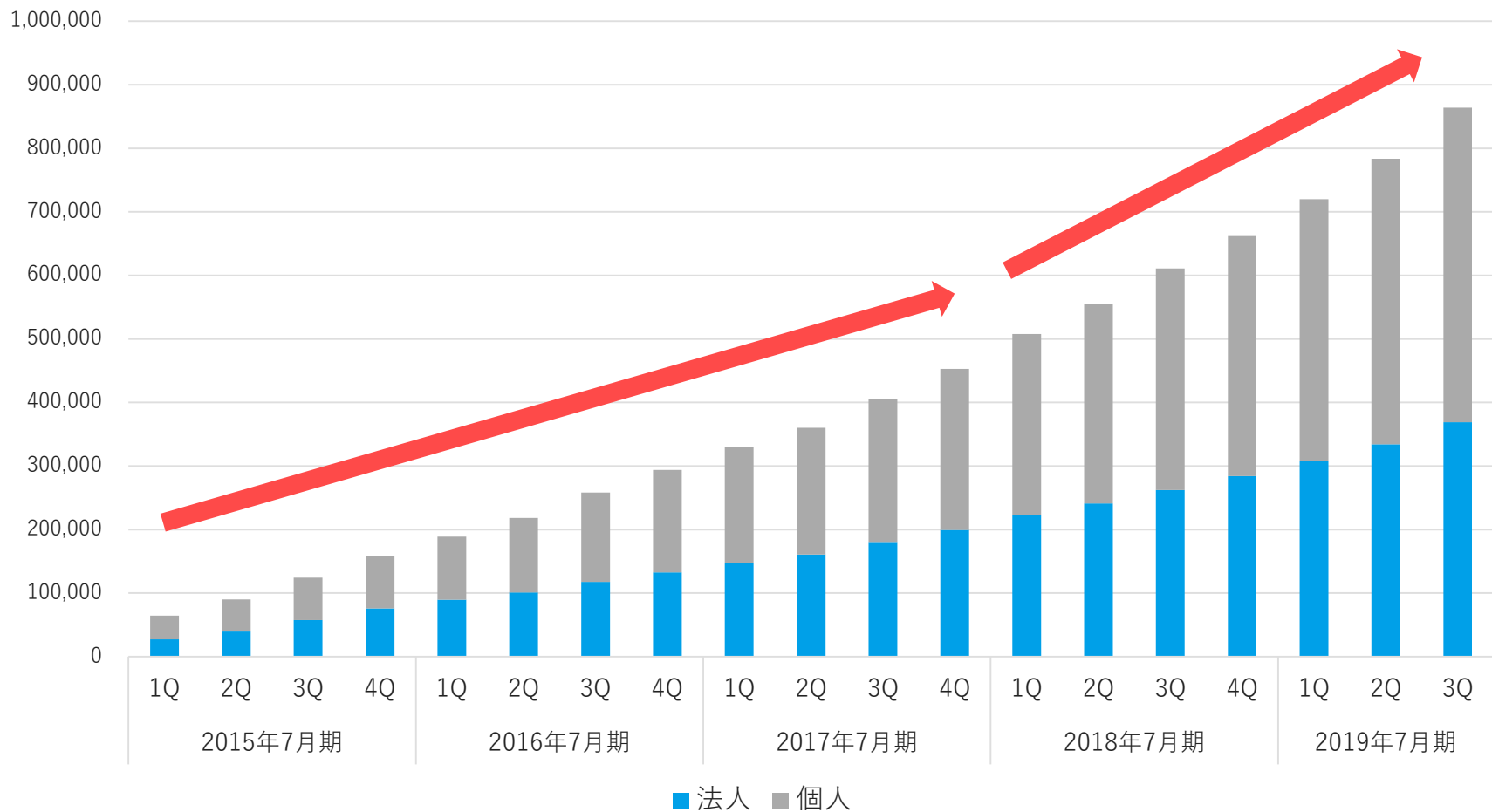
RakSul 全社営業利益及び広告宣伝費を除く営業利益の推移

6四半期連続で営業黒字、広告宣伝費を除いた営業利益も継続拡大

(百万円)



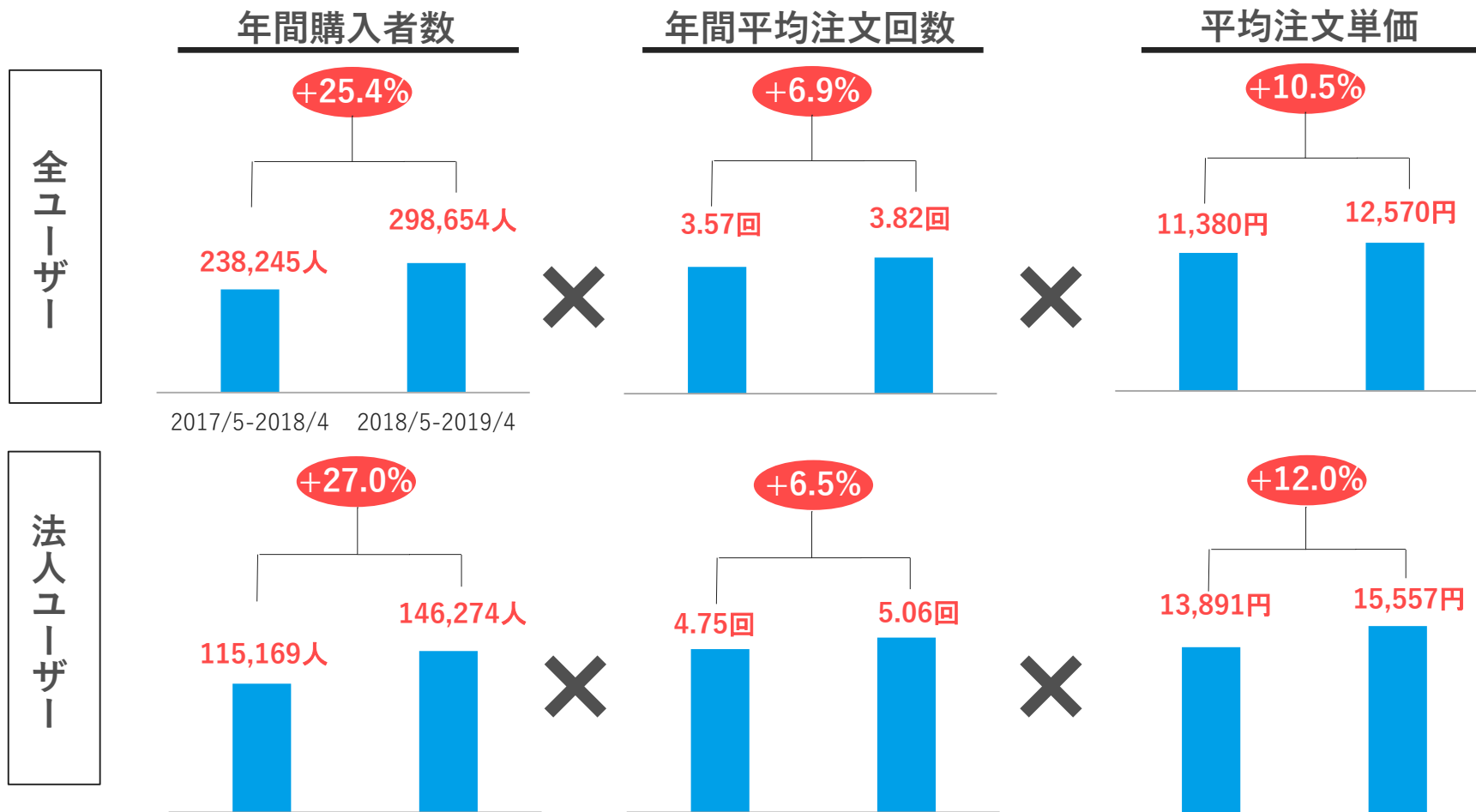
ユーザーは継続的に増加 (1)



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



全ユーザーおよびコアユーザーである法人ユーザーともに全指標で上昇⁽¹⁾
 法人ユーザーの平均注文単価増には集客支援サービス内のTVCM販売が寄与

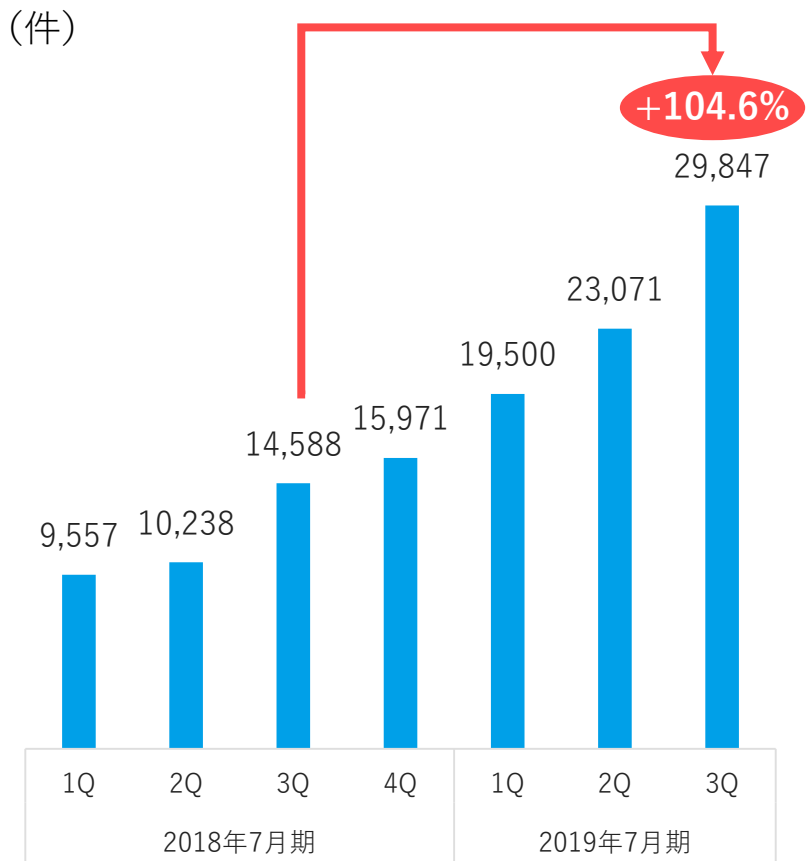


注
 (1) 管理会計ベースで算出

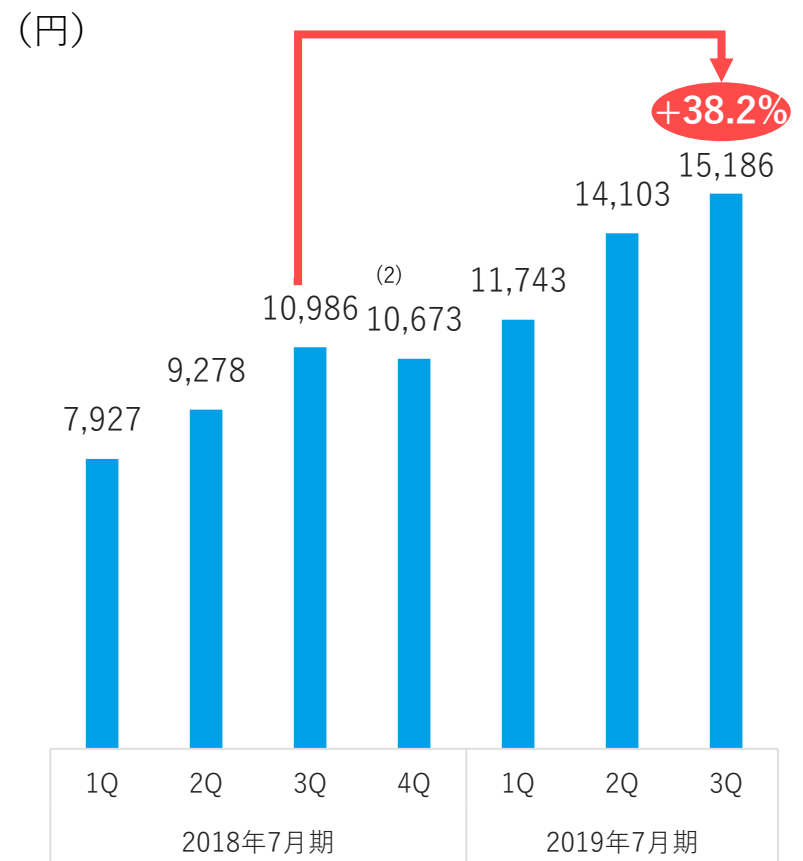


営業体制の構築及び一般貨物の取扱増加により注文件数、注文単価共に上昇

注文件数



注文単価⁽¹⁾



注

(1) 内部取引消去前の財務会計をベースに算出

(2) 2018年7月期3Qはヤマト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. 通期業績見込みについて

通期業績予想

2019年5月14日に通期業績予想を以下の通り修正開示
 売上高は前年同期比+45%~52%、売上総利益は同+34%~43%の成長を見込む

| (百万円) | 2019年7月期通期予想 | 2018年7月期通期 | |
|-------|-------------------|------------|---------------------|
| | 通期予想 | 通期実績 | 増減率 |
| 売上高 | 16,200 ~17,000 | 11,174 | +45.0% ~+52.1% |
| 売上総利益 | 3,700 ~3,950 | 2,761 | +34.0% ~+43.1% |
| 営業利益 | 120 ~160 | 93 | +29.0% ~+72.0% |
| 経常利益 | 96 ~136 | 43 | +122.0% ~+214.5% |
| 当期純利益 | 20 ~60 | 15 | +29.4% ~+288.1% |

4. Q&A



Q&A

| カテゴリー | 質問 | 回答 |
|-------|-------------------------------|--|
| 全社 | 4Qの見通しは？ | <p>売上高：前年同期比40%以上の成長を目指す 売上総利益額：前年同期比30%以上の成長を目指す 営業利益以下の段階利益：通期の黒字達成が確実にになったため、来期の成長のための再投資（主に広告宣伝費）を強化する</p> |
| 印刷 | 印刷用紙の調達の安定性は維持可能か？ | <p>調達の多様化を通じて供給安定化を図っていく</p> |
| 印刷 | 印刷用紙の値上げがコスト構造に与える影響は？ | <p>価格転嫁と原価低減によって売上総利益率への影響を最小化していく</p> |
| 広告 | TVCM販売サービスの事業進捗は？ | <p>初期的な需要の存在は確認できたため、現在は売上高成長よりサービス開発に注力している</p> |
| 運送 | ハコベルコネクト（運行管理システム）の3Q業績への影響は？ | <p>ユーザーからのフィードバックを基にサービスのブラッシュアップを実施 短期的な業績への影響を見込まず</p> |

5. 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/広告事業本部長 |
| 福島 広造 | 取締役COO/印刷事業本部長 |
| 泉 雄介 | 取締役CTO/ハコベル事業本部長 |
| 朝倉 祐介 | 社外取締役 |
| 玉塚 元一 | 社外取締役 |
| 森 尚美 | 監査役 |
| 山田 啓之 | 監査役 |
| 琴坂 将広 | 監査役 |
| 宇都宮 純子 | 監査役 |

従業員数: 264名 (2019年4月末)

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
- ・2018年9月アイスタイル取締役に就任



田部 正樹（取締役CMO/広告事業本部長）

- ・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/ハコベル事業本部長）

- ・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（現デジタルハーツホールディングス）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/印刷事業本部長）

- ・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、ボストン・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) | 2018年7月期末 ⁽¹⁾ | 2019年7月期3Q末 |
|-------------------|--------------------------|------------------------|
| 流動資産 | 7,598 | 8,067 |
| 現金及び預金 | 6,366 | 6,032 |
| 固定資産 | 1,159 | 1,223 |
| 資産合計 | 8,758 | 9,291 |
| 流動負債 (うち有利子負債) | 1,846 (451) | 2,394 (429) |
| 固定負債 (うち有利子負債) | 235 (132) | 103 (-) |
| 純資産 | 6,675 | 6,793 |
| 資本金 | 1,926 | 1,945 |
| 資本剰余金 | 4,733 | 4,753 |
| 負債・純資産合計 | 8,758 | 9,291 |

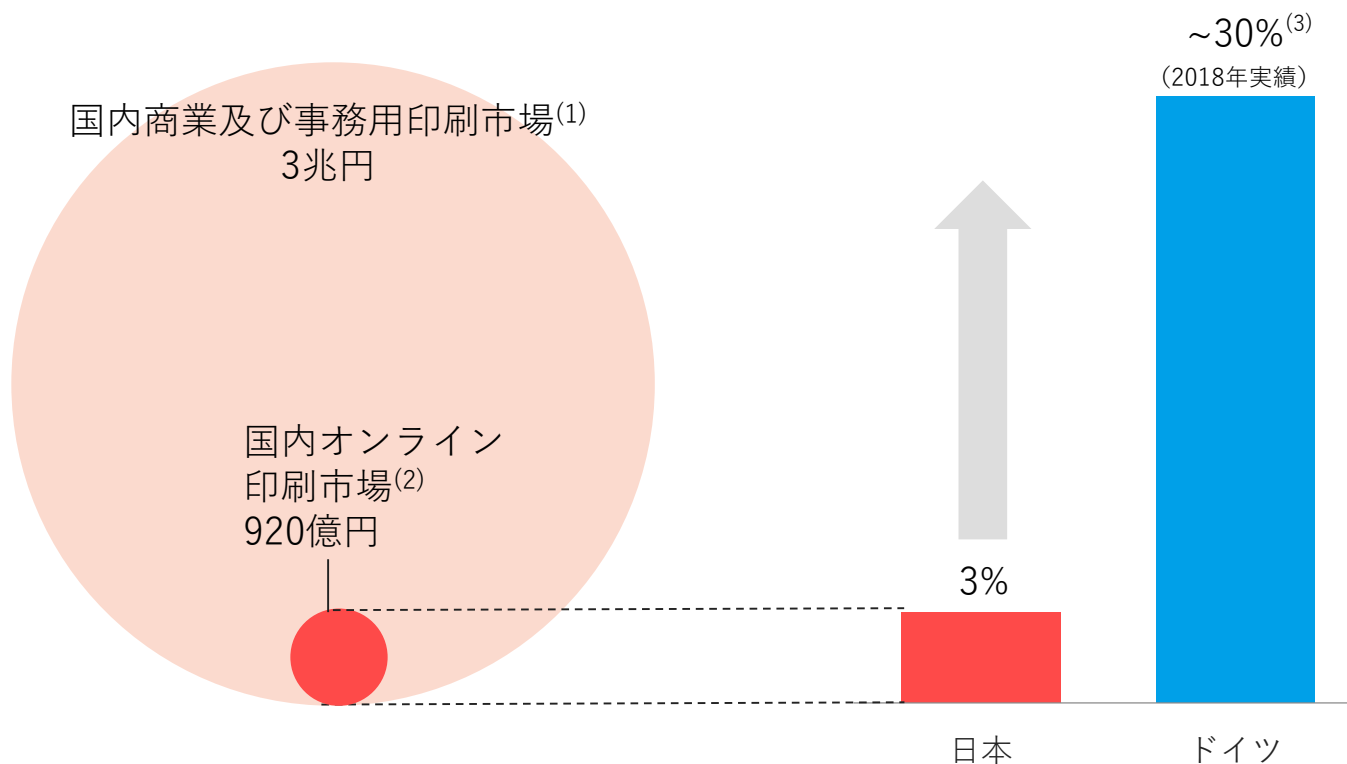
注
(1)会計基準の変更に伴い、資産負債の残高を相殺したため前期末に開示した残高とは一致せず

RakSul セグメント別財務情報

| | | 2017年7月期 | | | | 2018年7月期 | | | | 2019年7月期 | | |
|---------|---------------|----------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|----------|-------|--------------|
| (百万円) | | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q |
| 売上高 | 印刷事業 | 1,611 | 1,690 | 2,096 | 2,102 | 2,298 | 2,404 | 2,840 | 3,050 | 3,179 | 3,719 | 4,372 |
| | 運送事業 | 22 | 38 | 45 | 62 | 75 | 93 | 175 | 164 | 228 | 325 | 453 |
| | その他 | 0 | 0 | 2 | 3 | 14 | 17 | 17 | 20 | 21 | 21 | 26 |
| 売上総利益 | 印刷事業 | 345 | 397 | 488 | 477 | 572 | 614 | 715 | 749 | 790 | 949 | 1,065 |
| | 運送事業 | 3 | 4 | 6 | 9 | 10 | 9 | 38 | 16 | 22 | 24 | 30 |
| | その他 | 0 | 0 | 2 | 3 | 10 | 7 | 6 | 7 | 7 | 7 | 2 |
| セグメント利益 | 印刷事業 | -310 | 88 | -177 | -84 | -24 | 310 | 345 | 364 | 301 | 348 | 389 |
| | 運送事業 | -10 | -12 | -11 | -16 | -21 | -26 | -3 | -25 | -16 | -30 | -40 |
| | その他及び 全社費用 | -123 | -146 | -182 | -158 | -179 | -180 | -277 | -189 | -249 | -281 | -271 |
| 営業利益 | 全社 | -444 | -70 | -371 | -259 | -224 | 103 | 64 | 149 | 34 | 36 | 77 |

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

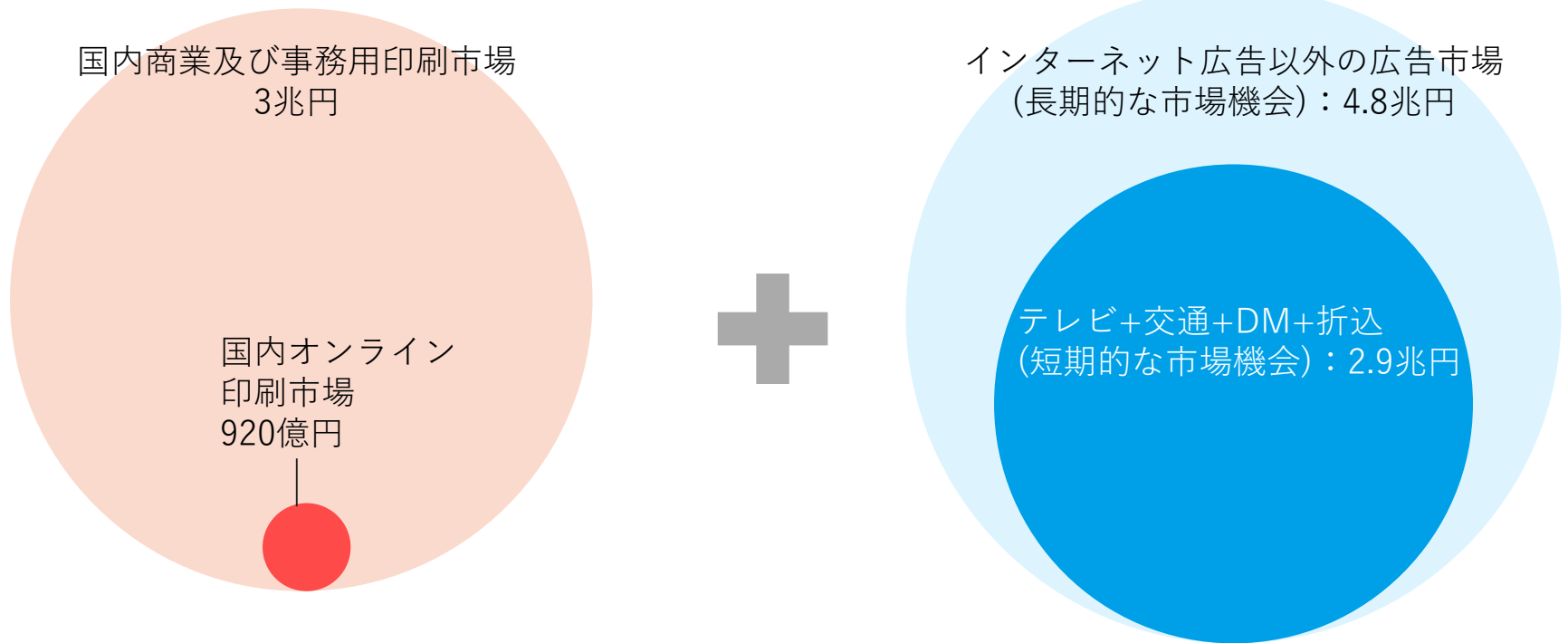
(3)zipcon consulting (2019年)

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

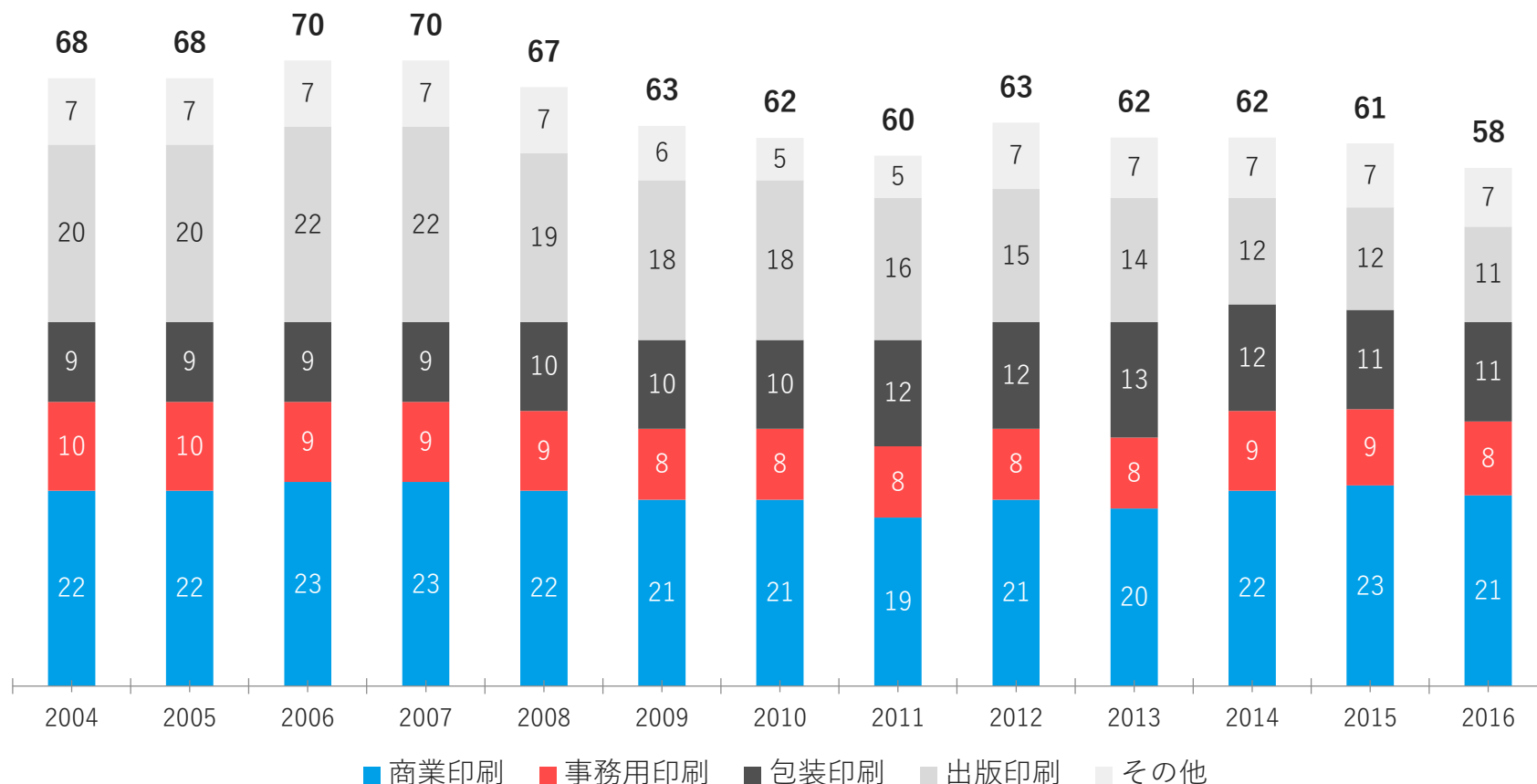
広告



国内印刷市場推移

国内印刷市場は縮小傾向にあるが、その主な要因は出版印刷市場の縮小
ラクスル対象市場である商業印刷、事務用印刷市場はほぼ横ばいで推移

(千億円)



当初はラストマイルサービスとしてスタートし、現在は都市内輸送および都市間輸送まで領域を広げサービスを展開

ラストマイル

都市内輸送

都市間輸送

サイズ 軽トラック・カーゴ

案件単価 **¥5,000 - ¥10,000**

市場規模 **4兆円⁽¹⁾**

小型・中型トラック (2t,4t)

¥20,000 - ¥40,000

10兆円⁽¹⁾

大型トラック (10t)

¥50,000 - ¥100,000

10兆円⁽¹⁾



運送事業者 **個人事業主
法人**

法人のみ

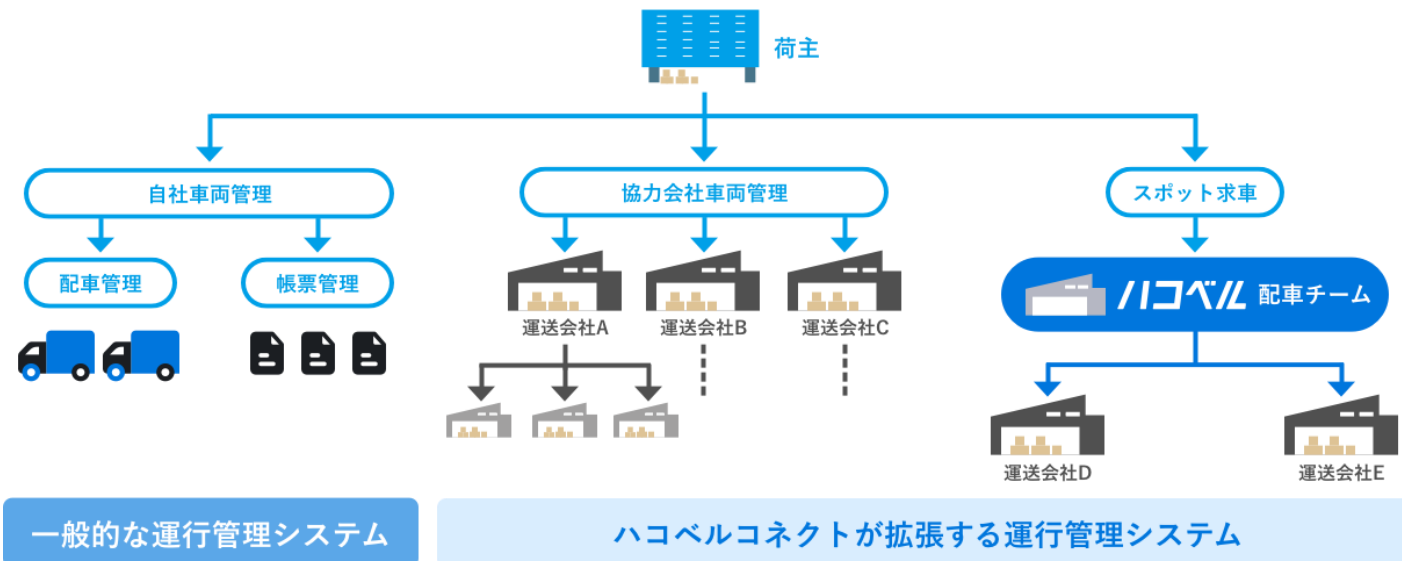
出所 全日本トラック協会

注 (1)全日本トラック協会「日本のトラック輸送産業 現状と課題2018」を元に当社推定





荷主と一般貨物の運送会社をつなぐマーケットプレイスを主軸とし、双方の生産性向上のための運行管理システムも併せて提供する



| | 運行管理システム機能 | マッチング機能 |
|------|---------------------------|---------------------|
| 荷主企業 | 自社車両だけでなく、委託先を含めた運行管理の実現 | 繁忙・閑散に応じて柔軟に供給を確保 |
| 運送会社 | 受注情報の一元管理により事務処理コストが大幅に低減 | システム導入により新規顧客の開拓が可能 |





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

IR情報 : <https://corp.raksul.com/ir/>