



2020年7月期

決算説明会資料

ラクスル株式会社

(東証 市場第一部：4384)

2020年9月10日

サマリー

2020年7月期 通期及び4Qサマリー

- 通期売上高は前期比25.2%成長、売上総利益は同24.9%成長、営業利益(non-GAAP)は▲159百万円。2020年6月11日に修正開示した業績予想からいずれも超過して着地
- 4Qは営業利益(non-GAAP)が過去最高益の237百万円。コスト構造を見直し、新型コロナウイルス環境下でも利益が定常的に創出できる体制を構築
- 各事業とも5月が売上高のボトムのタイミング。成長軌道に早期に回復

2021年7月期 業績見通し

- 新型コロナウイルス環境下におけるリスクマネジメントを行いつつも、ビジョンの実現と成長を最重視した経営スタンスに変わりはない
- 売上高は前期比25-30%成長、売上総利益は同30-40%成長の見込み
- 営業利益(non-GAAP)は300-500百万円程度を想定

目次

1. 会社概要

2. 2020年7月期 業績

3. 2021年7月期 通期の方向性と業績予想

4. Q&A

5. ご参考資料

1. 会社概要

ビジョン

「仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる」

印刷、広告、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・集客支援の
プラットフォーム



2013年3月開始

広告の
プラットフォーム



2020年4月開始

物流の
プラットフォーム

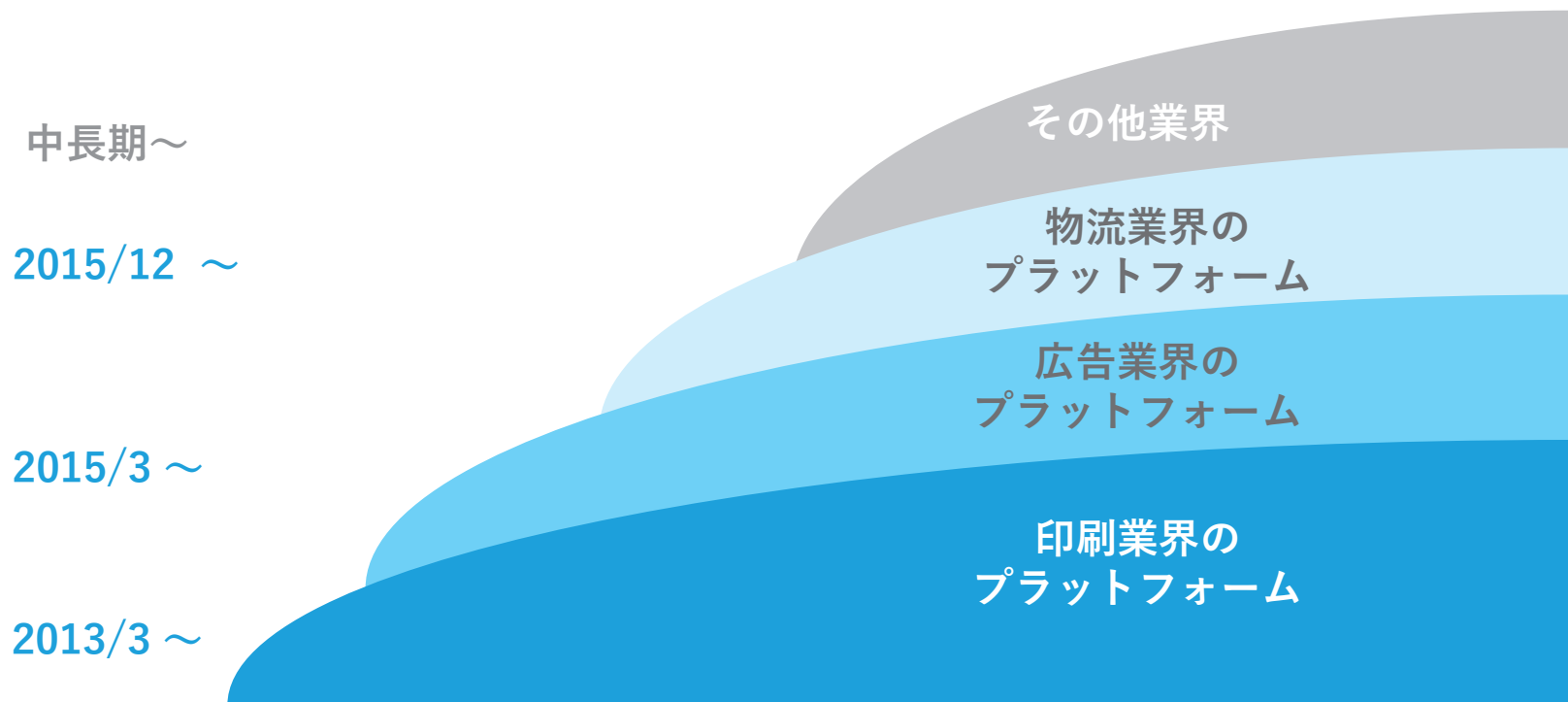


2015年12月開始



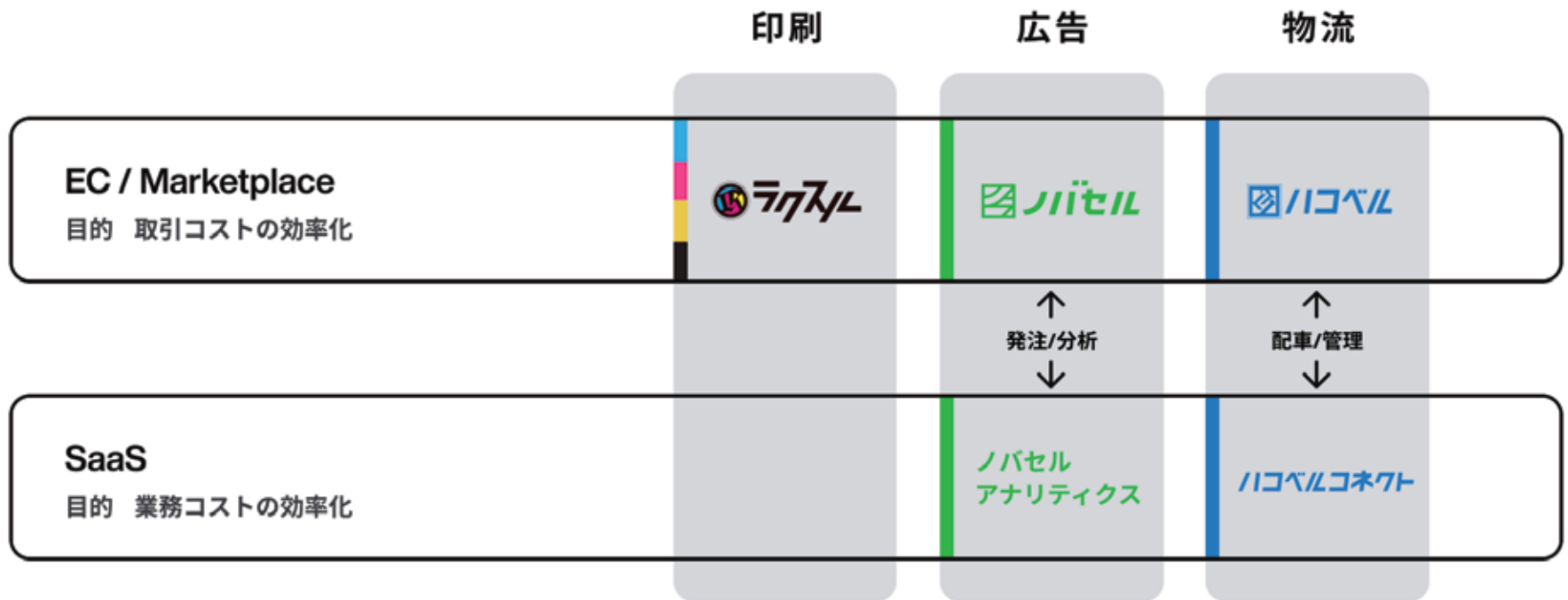
複数の産業を革新するBtoBプラットフォームを通じた持続的成長

中長期では、プラットフォームを展開する産業を拡大



今後の事業の方向性

EC/MarketplaceとSaaSの2つのビジネスモデルを1つの業界の中で同時に展開し、取引コストと業務コストの効率化を通じて、伝統的産業を生産性・収益性の高い業界に変革する



当社における事業構成の考え方

当社ビジョン「仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる」を実現するため、業界構造の
変革が長く起きていない数兆円規模の産業でデジタルプラットフォームを創出する

当社が複数事業を運営する意義

再現性

印刷事業で培った
ノウハウを活用した
事業立ち上げ

長い時間
軸の許容

ペネトレーションに要
する長い時間軸を吸収
できる複数事業体制

シナジー

顧客資産の共有
テクノロジー・
コーポレート機能の
共有

採用/資金
調達力

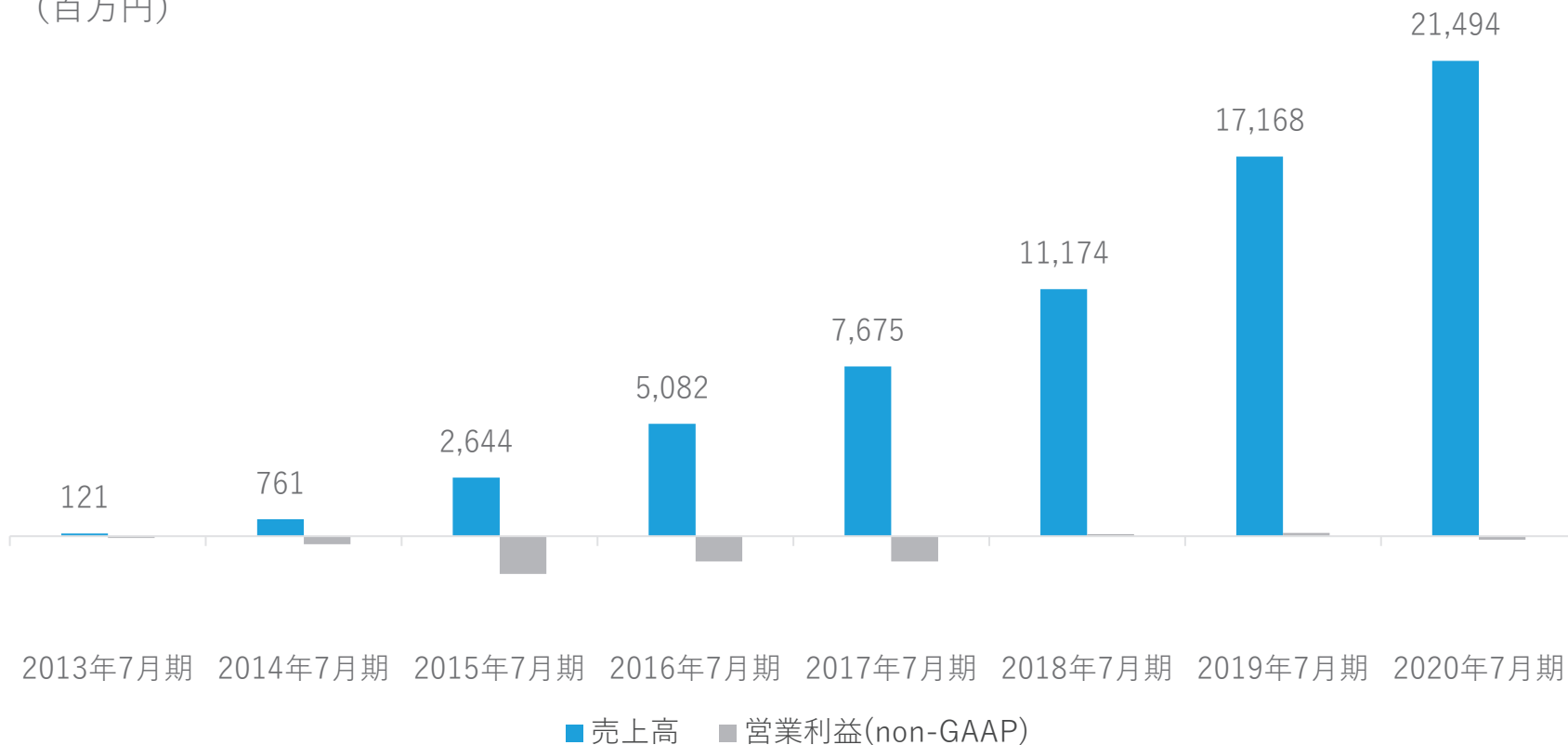
グループ一丸で行う
ことで競争力を確保

事業への再投資による成長実現

2020年7月期は売上成長と収益性改善を共に実現

- 上期はラクスル（印刷・集客支援事業）の持続的な成長に加えて、ノバセル（TVCM関連事業）及びハコベル（運送事業）の大幅な拡大により、売上高が強く成長
- 下期は各事業が新型コロナウイルス感染拡大の影響を受ける中、投資ペースとコスト構造を見直し、収益性を大幅に改善する期間との位置付け

(百万円)



2. 2020年7月期 業績

会計セグメントの変更

テレビCM関連サービスは顧客基盤を印刷ECとサービスと共有するものの、独自の価値提供・ビジネスモデルを構築しサービスリリースをしたことから、4Qより独立した事業として管理

今後は印刷・集客支援事業をラクスルセグメント、テレビCM関連事業をノバセルセグメント、運送事業をハコベルセグメントとして開示

2020年7月期3Qまで



印刷事業

印刷EC

集客支援

テレビCM関連



運送事業



2020年7月期4Q以降



ラクスルセグメント

印刷EC

集客支援



ノバセルセグメント

テレビCM関連



ハコベルセグメント

運送

2020年7月期通期 業績サマリー

新型コロナウイルスの影響を受けつつも、通期で売上高が25.2%、売上総利益が24.9%の成長
6月に開示した業績予想比で全ての項目が上振れで着地。特に営業利益については大幅に改善

(百万円)	ラクスル	ノバセル	ハコベル	全社	
				実績 ⁽¹⁾	業績予想比 ⁽²⁾ (6/11修正開示)
売上高 (前期比)	16,330 (+12.9%)	2,853 (+167.4%)	2,186 (+41.7%)	21,494 (+25.2%)	+3.3% の上振れ
売上総利益 (前期比)	4,203 (+16.4%)	485 (+144.4%)	190 (+79.5%)	4,928 (+24.9%)	+6.0% の上振れ
売上総利益率	25.7%	17.0%	8.7%	22.9%	-
non-GAAP 営業利益	1,366	10	-366	-159	+201百万円 の上振れ

注
(1)ラクスル、ノバセル、ハコベルの実績合計と全社実績の差分はその他事業、本社費によるもの
(2)下限値に対する達成率

紙以外の印刷EC領域への
本格参入

対象市場をシール、ノベルティ、
パッケージ分野等に拡張



商業・事務用印刷以外の
売上高比率の拡大

サプライプラットフォームの
高収益化

自動最適発注の
アルゴリズムを開発
パートナーネットワークの
継続拡大



売上総利益率の向上

印刷データの
自動チェック機能の進化

多ページの冊子印刷の
入稿データをシステム上で
自動チェックする機能を
開発(業界初)



顧客継続率と生産性の改善

ローカルエリア以外の CM取り扱いを強化

関東、関西、中京での放映
が増加。顧客層も拡大



売上高の拡大

効果の可視化

企画~制作~放映~分析を
ワンストップで提供する
「運用型テレビCM」
サービスの開始



顧客満足度の上昇と
リピートユーザーの増加

ノバセルアナリティクス (SaaS)リリース

現在30社以上が有償利用



売上総利益率の向上

ソリューション提供による
顧客のコスト削減の実現

大口顧客の発注頻度増加



売上高の拡大

マッチングシステムの
進化 (スマート依頼)

運送会社への
発注アルゴリズムの最適化



売上高・売上総利益率の向上

運行管理システムの
有償導入開始

需給マッチング以外の
事業モデルを拡大



ハコベルコネクト

売上総利益率の向上

2020年7月期 BSサマリー

- ①154億円の現預金を保有 ②のれんがない ③純資産が厚いことから、財務健全性が高い状態

(百万円)

現預金 15,451 (80%)		流動負債	2,405
		固定負債	10,172
		純資産	6,801 (35%)
その他 流動資産	2,571		
固定資産	1,356		

長期借入 5,000
2024~2026年弁済
CB 5,043
2024年11月償還

資本金 2,152
資本剰余金 4,959
利益剰余金 ▲409

資産

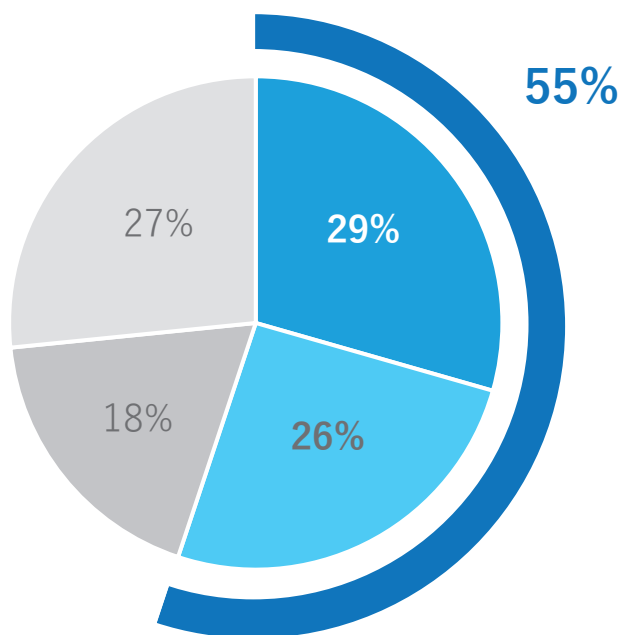
負債/純資産

2020年7月期 財務サマリー

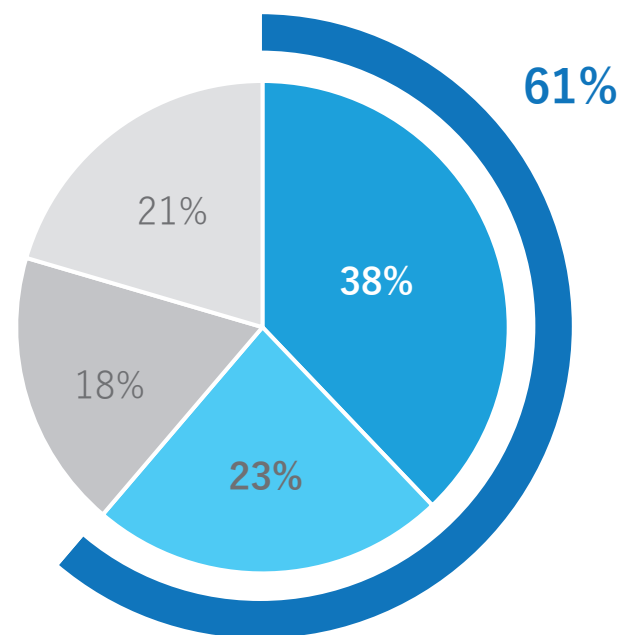
2019年8月の東証一部指定替えを経て、現状では国内外の機関投資家保有割合が6割を超過。引き続き投資家との対話を重視した経営姿勢

2020年7月期から譲渡制限付株式報酬(RS)制度を導入。詳細な方針と現状の株式インセンティブ残高は参考資料にて開示

株主構成（2019年7月期末）



株主構成（2020年7月期末）



■ 海外機関投資家 ■ 国内機関投資家 ■ 当社経営陣 ■ 個人投資家・その他

売上高 前年同期比+1.6%、最重視している売上総利益については同+24.4%と継続成長

新型コロナウイルス影響を最も受けた四半期であるものの、コスト構造の最適化により四半期営業利益が過去最高益

五反田オフィスの解約により、固定資産除却損19百万円を特別損失に計上

(百万円)	2020年7月期4Q (2020年5月-2020年7月)					2020年7月期通期 (2019年8月-2020年7月)				
	実績	前年同期		前四半期		実績	前年通期		業績予想 (6/11修正開示)	
		実績	増減率	実績	増減率		実績	増減率	予想	達成率 ⁽²⁾
売上高	4,896	4,819	+1.6%	5,451	-10.2%	21,494	17,168	+25.2%	20,800 ~21,200	+3.3%
売上総利益	1,296	1,042	+24.4%	1,216	+6.6%	4,928	3,944	+24.9%	4,650 ~4,850	+6.0%
売上総利益率	26.5%	21.6%	+4.9pt	22.3%	+4.2pt	22.9%	23.0%	-0.0pt	-	-
営業利益 ⁽¹⁾ (non-GAAP)	237	-5	-	-152	-	-159	143	-	-360 ~-280	-
(広告宣伝費)	197	311	-36.7%	489	-59.7%	1,633	1,275	+28.1%	-	-
(運送事業 ⁽¹⁾ セグメント利益 non-GAAP)	-51	-74	-	-83	-	-366	-161	-	-	-
(株式報酬費用)	46	-	-	22	+104.8%	84	-	-	-	-
経常利益 ⁽¹⁾ (non-GAAP)	205	-8	-	-157	-	-280	130	-	-490 ~-410	-
当期純利益 ⁽¹⁾ (non-GAAP)	185	-6	-	-158	-	-406	69	-	-620 ~-540	-

注

(1) 今期より営業利益、経常利益および当期純利益は、株式報酬費用を足し戻したnon-GAAPベースの開示に変更（差異はご参考資料に記載。以下同様）

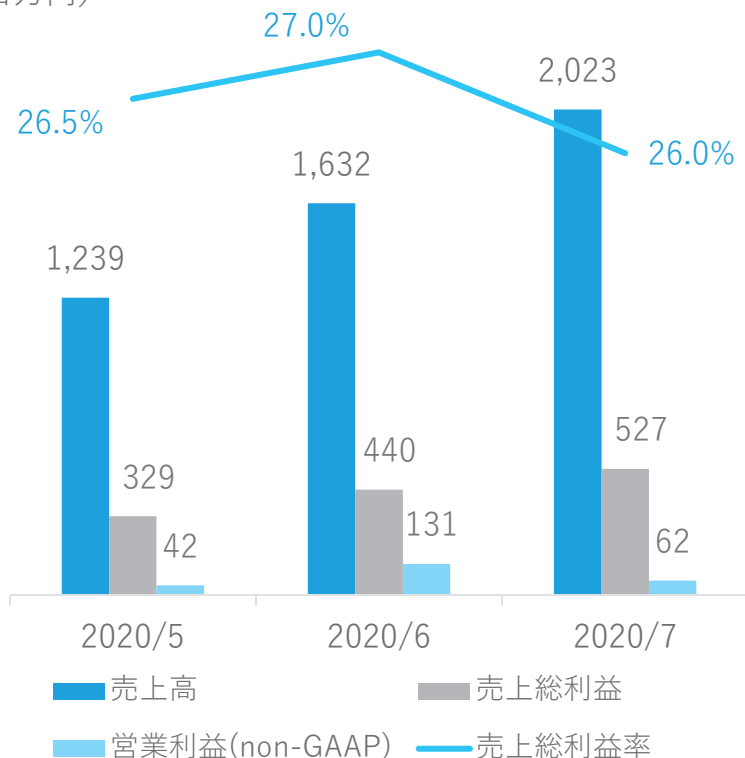
(2) 下限値に対する達成率

新型コロナウイルス影響による売上高減少は5月に底を打ち、7月は売上高の対前年度成長率が17.1%まで回復し、売上総利益については同40.9%増の成長

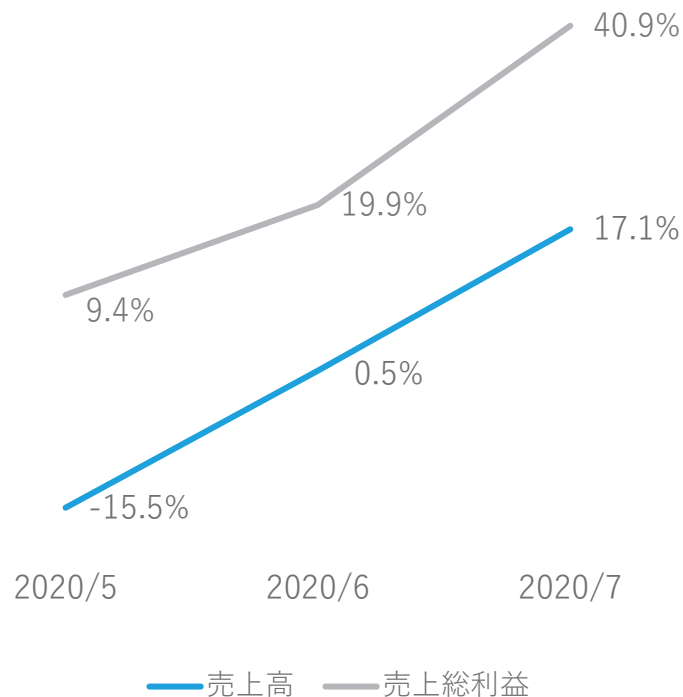
最適化したコスト構造を維持しつつ、テレビCM等の管理可能コストを中心に6月中旬より成長投資を再開

業績推移

(百万円)



対前年度成長率

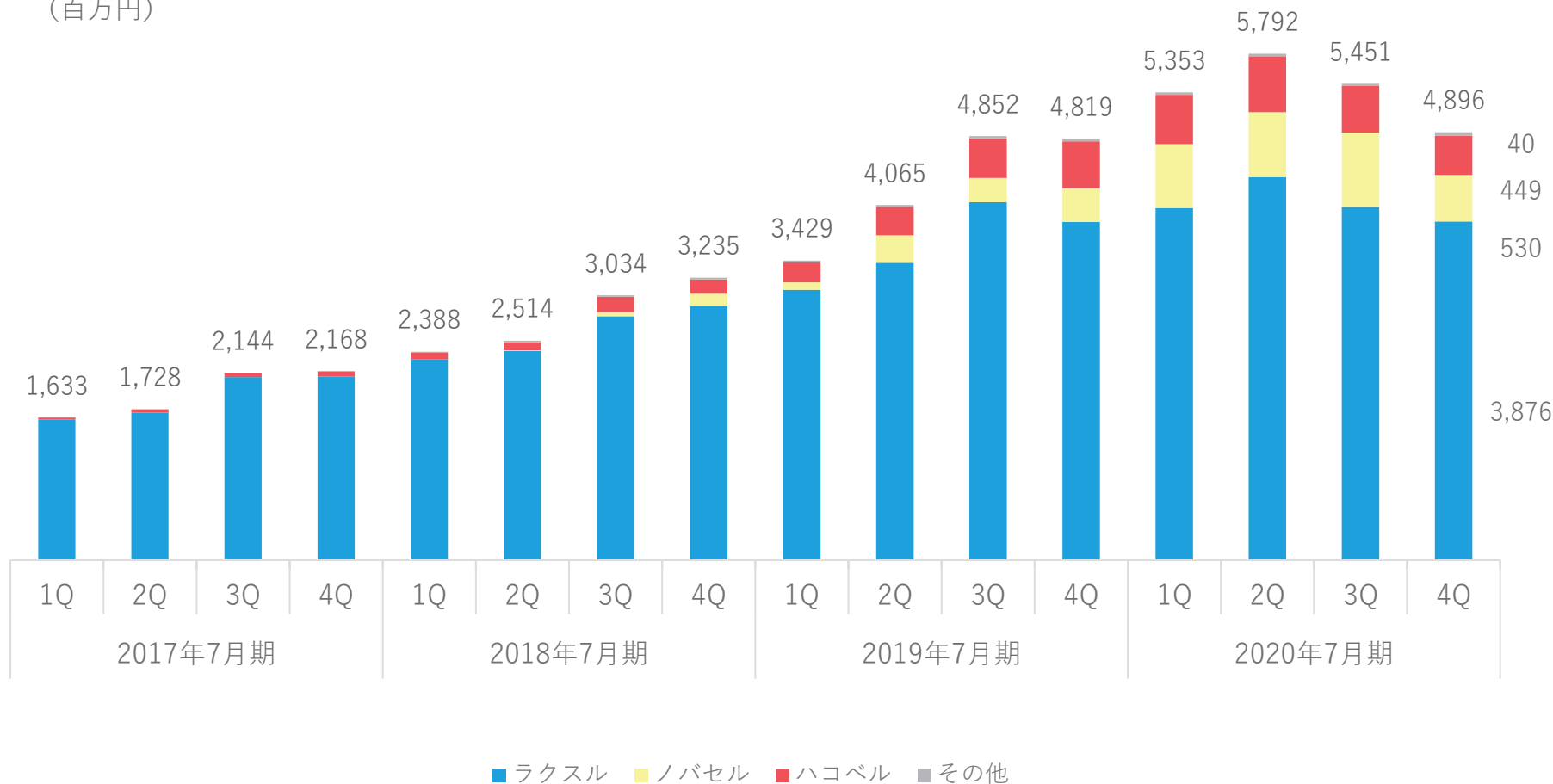


RakSul 全社売上高の推移（セグメント別）

売上高は今四半期がボトム。1Q以降は増収の見込み

通常の外部環境の下ではラクスル及びノバセルは3Q、ハコベルは2Qと3Qが繁忙期

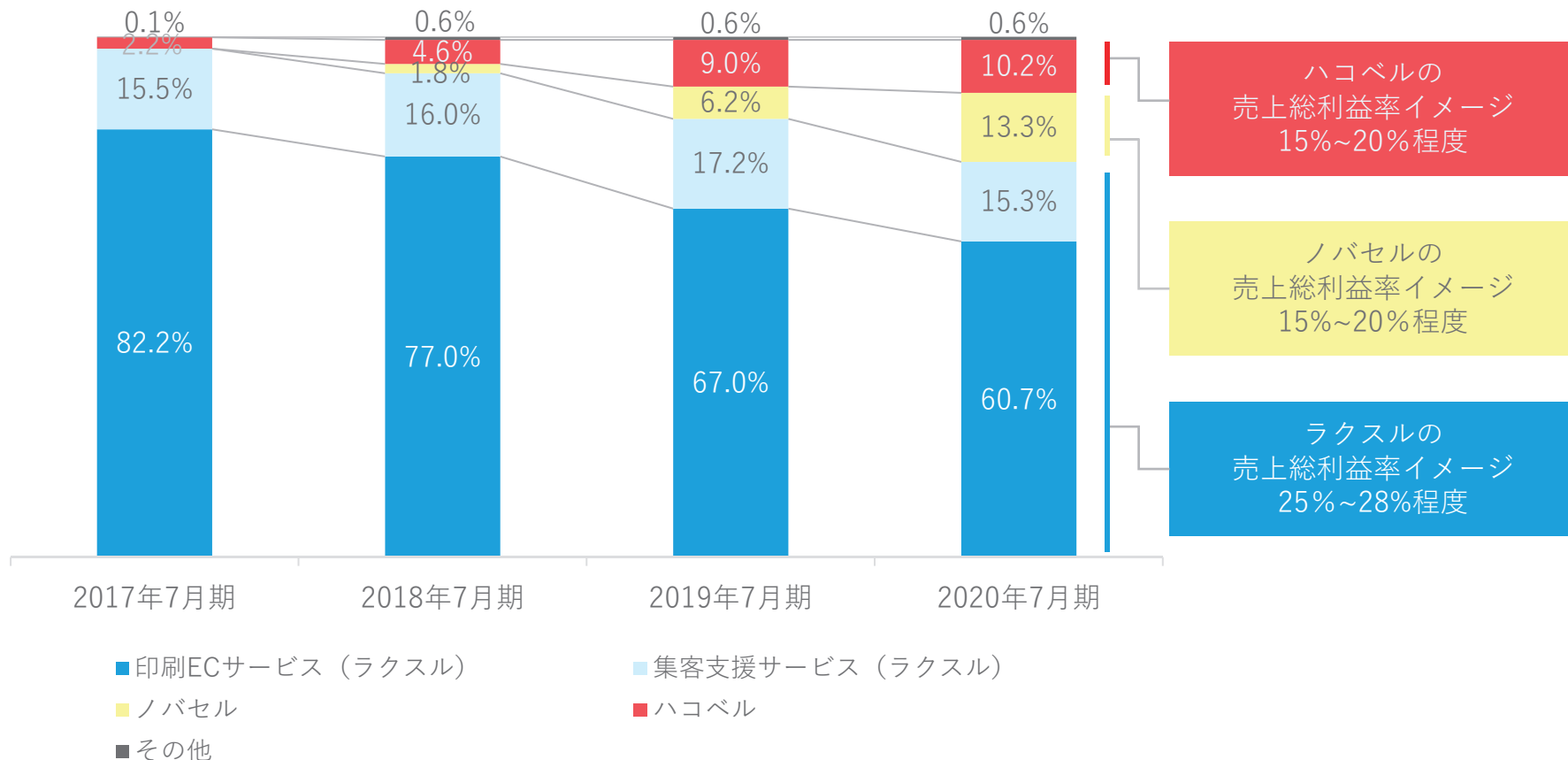
(百万円)



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

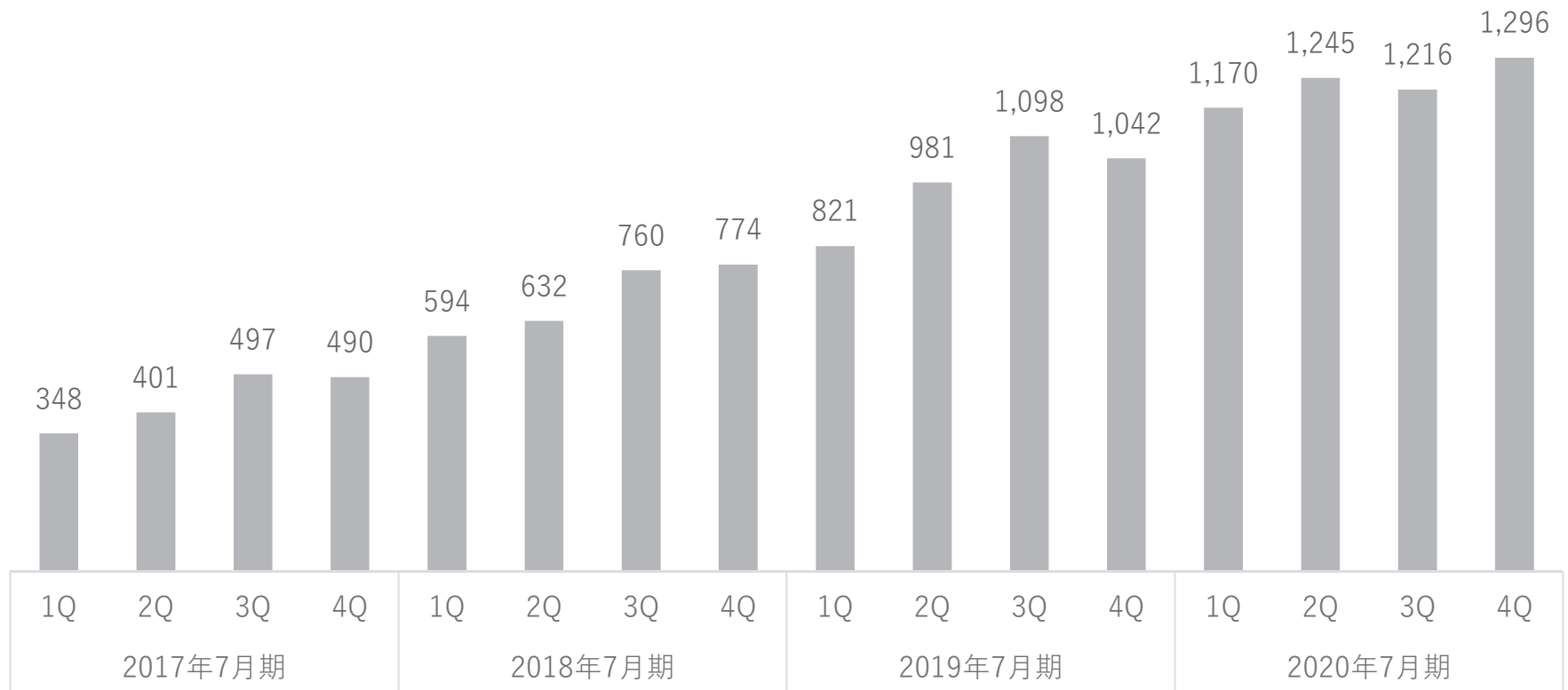
印刷ECサービス以外の売上高比率が40%水準まで上昇

ラクスル、ハコベルの両セグメントについては、足元の売上総利益率水準を踏まえて、利益率レンジを上方修正



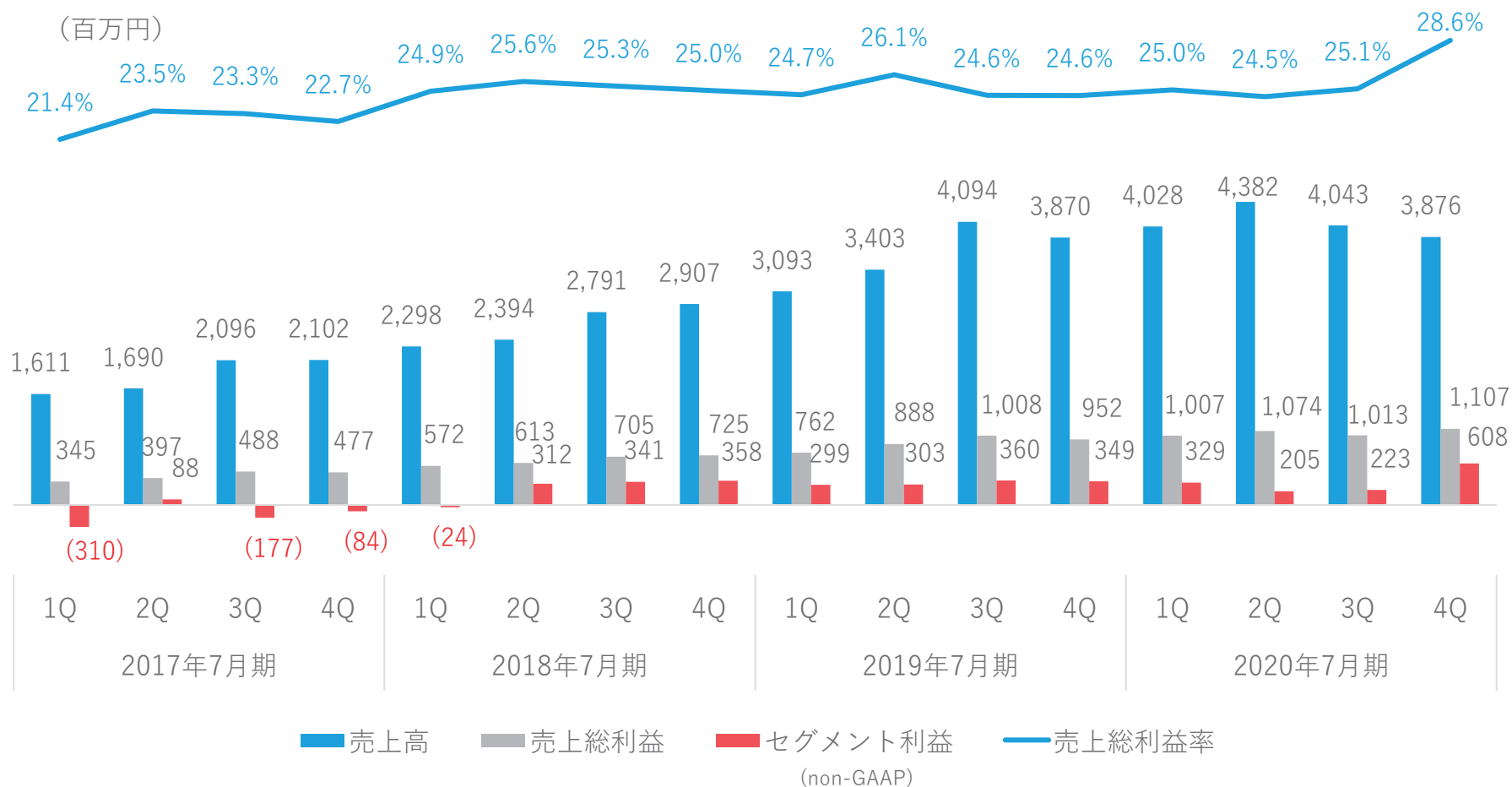
各事業において収益性の改善に注力したことにより、売上総利益が継続して拡大

(百万円)



セグメント別売上高、売上総利益、セグメント利益

オペレーションの最適化等により売上総利益率が28.6%に拡大（今後は27%前後で推移見込み）
 売上総利益率の改善及び販管費の最適化によりセグメント利益は608百万円の最高益
 4QよりテレビCM関連サービスを除いたラクスルセグメントの数値を開示



新型コロナウイルス影響は5月がボトム

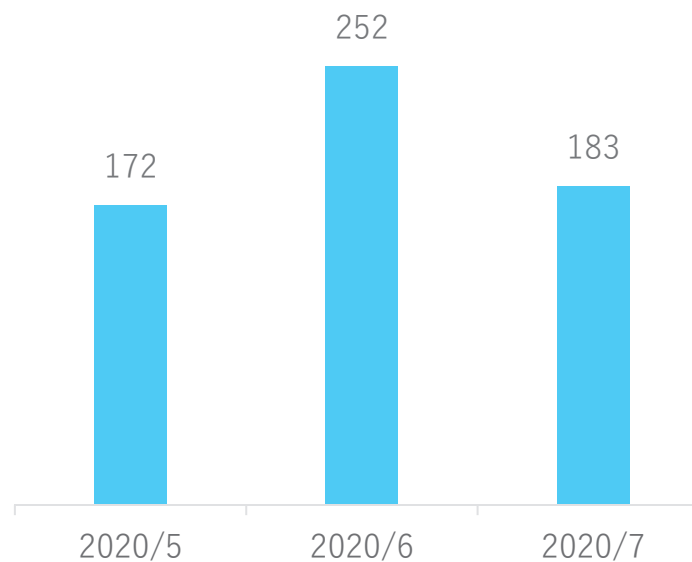
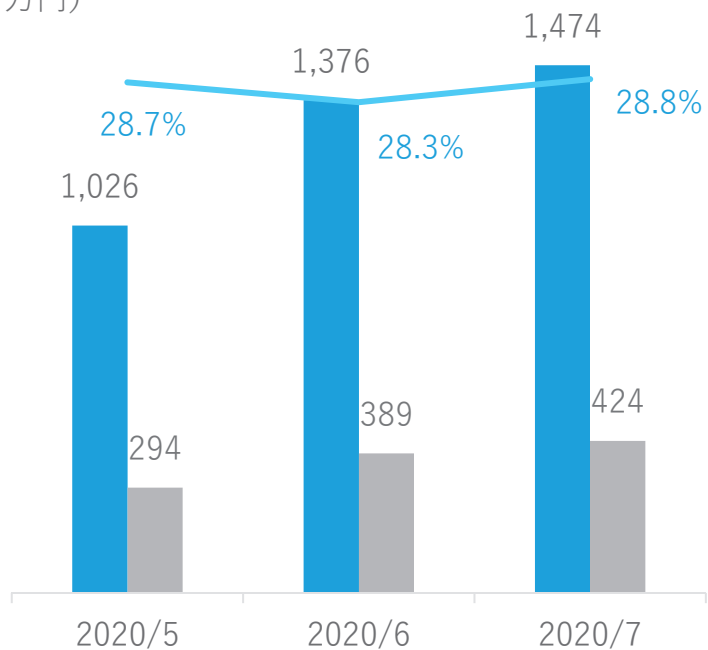
需要回復に合わせて6月中旬より広告宣伝投資を再開

売上高、売上総利益、売上総利益率

セグメント利益 (non-GAAP)

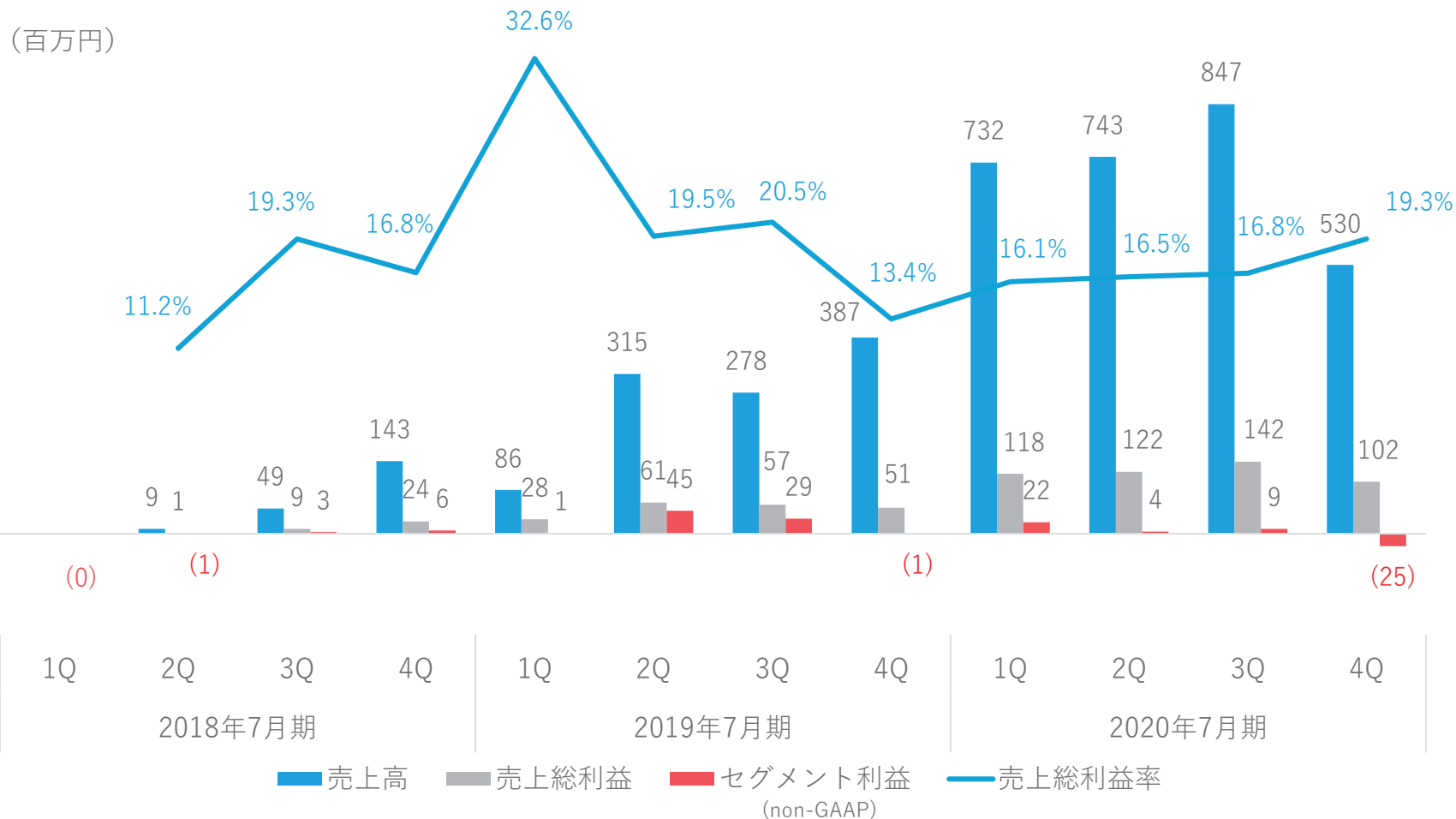
(百万円)

(百万円)



■ 売上高 ■ 売上総利益 — 売上総利益率

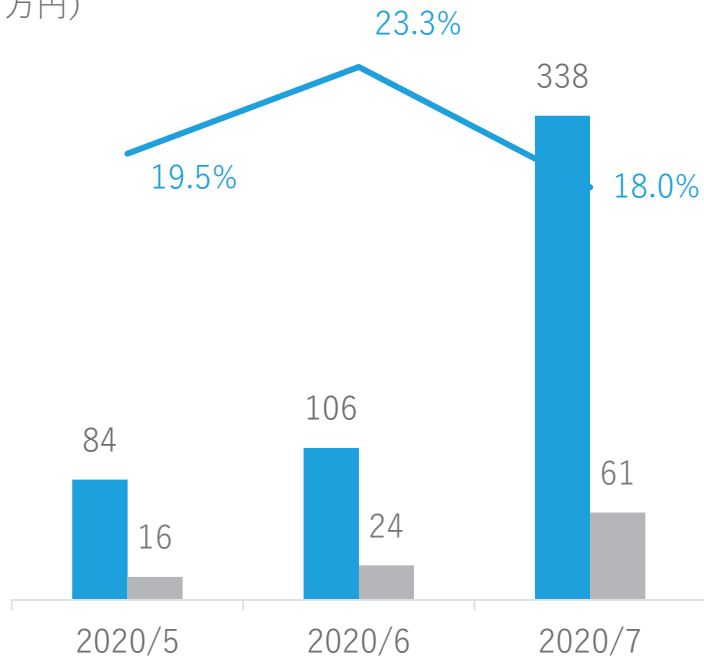
4Qは新型コロナウイルス影響による制作延期と顧客の広告宣伝投資見合せが売上高に影響
 売上に占めるCM制作の比率が高かったことにより、売上総利益率は上昇
 (ノバセルアナリティクス(SaaS)の売上総利益率への貢献は4Q単独で+0.3%)



新型コロナウイルスによる売上減少は5月がボトム

売上高、売上総利益、売上総利益率

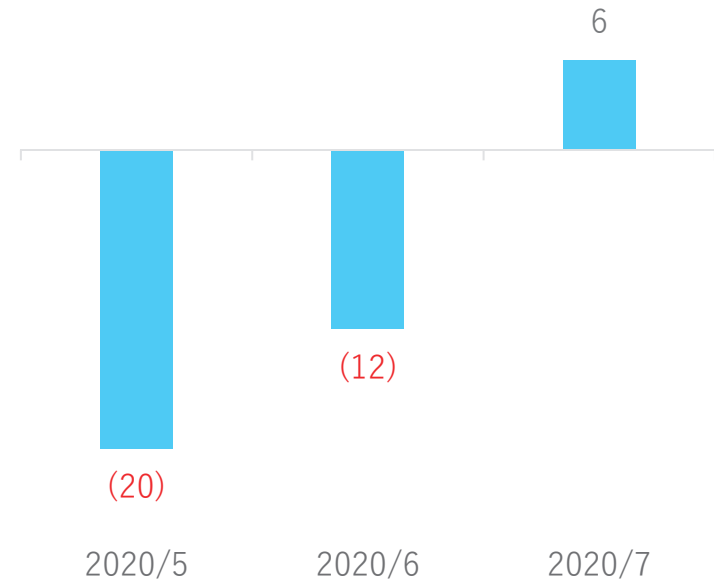
(百万円)



■ 売上高 ■ 売上総利益 — 売上総利益率

セグメント利益 (non-GAAP)

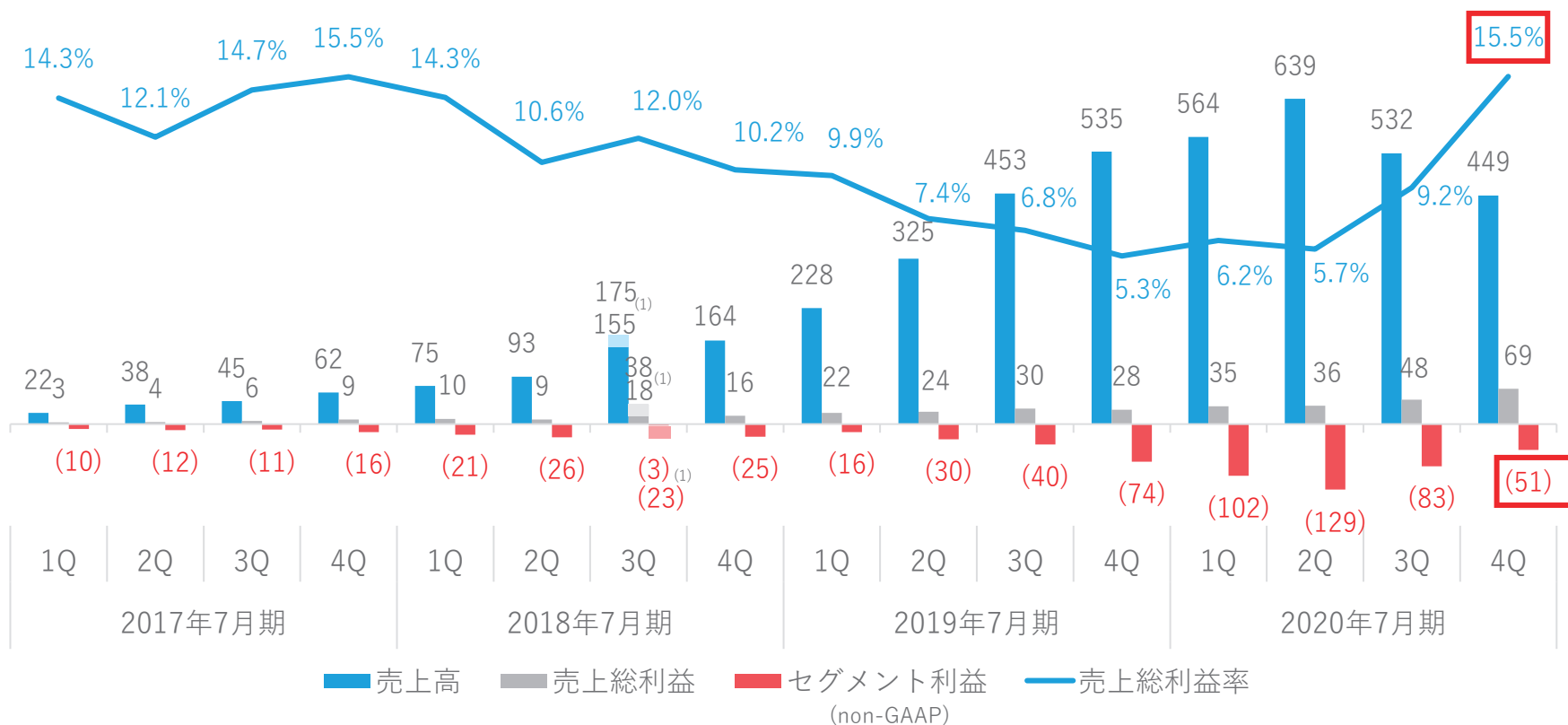
(百万円)



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

新型コロナウイルス影響があったことと収益性改善を優先したため、4Qまでは売上高が減少
 一方で売上総利益率は15%超を達成、またセグメント損失は2Qの半分以下まで縮小
 (運行管理システム(SaaS)の売上総利益率への貢献は4Q単独で+0.2%)

(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)、前年同期比及び売上総利益率は当該売上を除いて算出

(参考)



セグメント別売上高、売上総利益、セグメント利益 月次推移

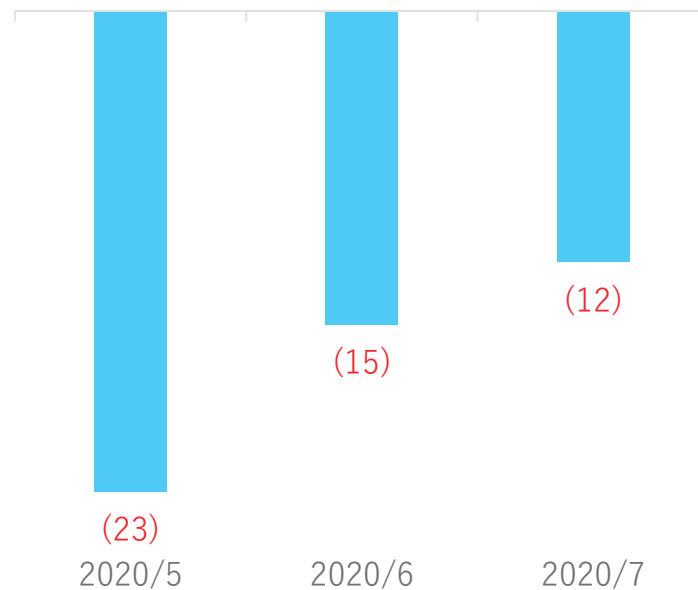
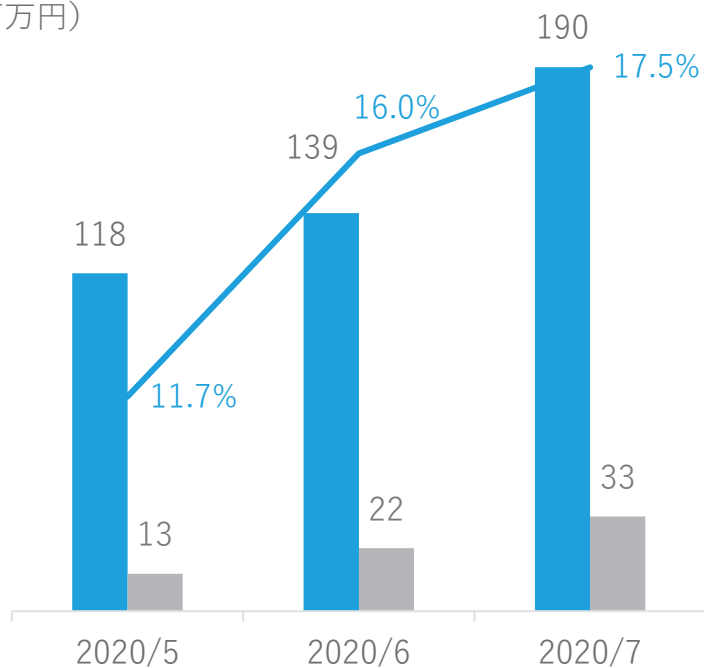
案件見直しと新型コロナウイルス影響による売上高減少は5月がボトム
売上総利益率の大幅な改善によりセグメント損失は縮小

売上高、売上総利益、売上総利益率

セグメント利益 (non-GAAP)

(百万円)

(百万円)



■ 売上高 ■ 売上総利益 — 売上総利益率



2Qで開示したハコベルセグメントの優先事項は全項目で実現

今後は一定の赤字幅でのコントロールとガバナンスを実施しながら、成長を重視

2020年7月期 2Q開示の優先順位

実績

1. ハコベルコネクトの有償導入の推進
2. 売上総利益は2Qをボトムとし、10%程度まで向上を目指す
3. FY2021 1Qまでにセグメント損失を現水準の半分程度まで縮小

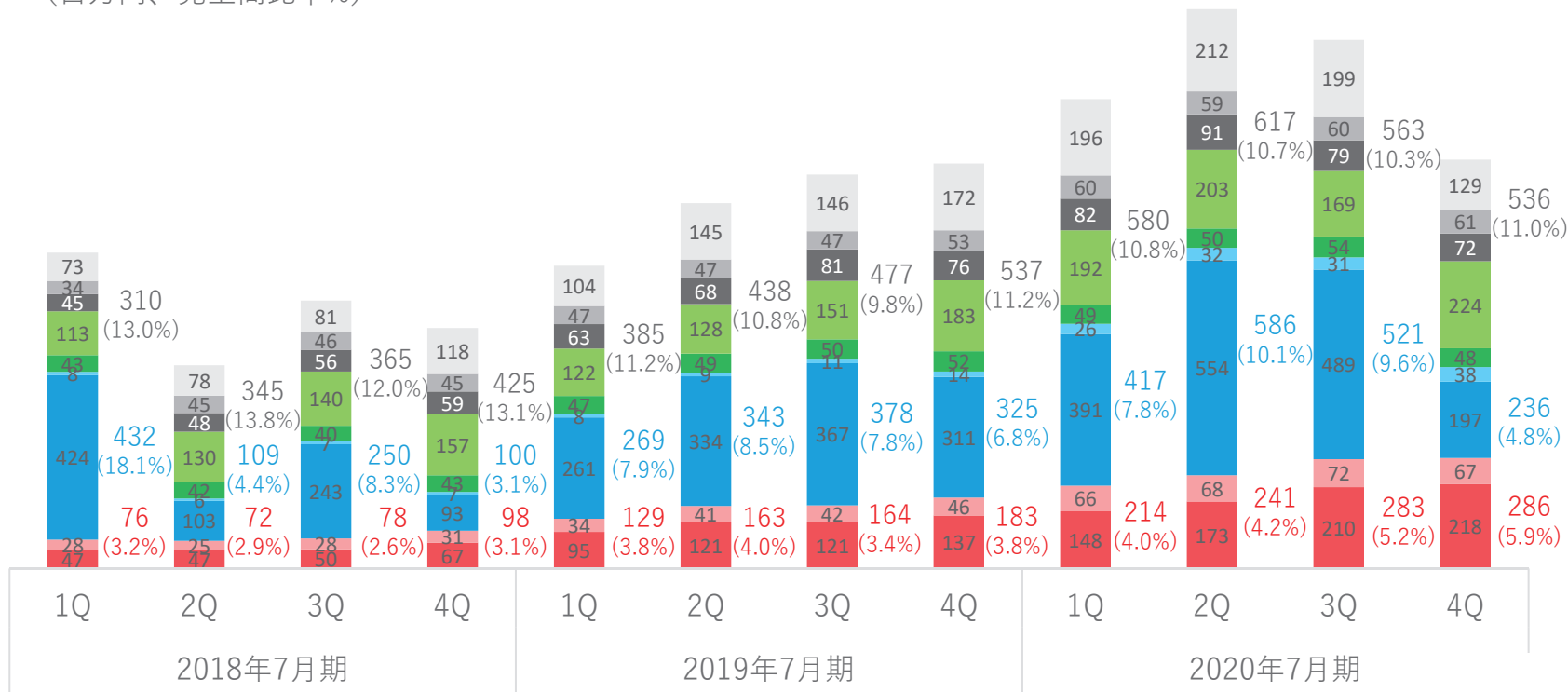


1. ハコベルコネクト(運行管理システム)の6社での有償導入開始
2. 売上総利益は2Qをボトムに4Qは15%超まで改善。今後は15~20%水準での推移を目指す
3. セグメント損失は2Qの129百万円に対し4Qで51百万円まで縮小

広告宣伝投資をコントロールし、販管費を抑制

五反田オフィスの解約により、2021年7月期期初から月額で約4百万円の賃料等を削減

(百万円、売上高比率%)



Tech&Development

- エンジニア人件費
- IT・サーバー費用

Sales&Marketing

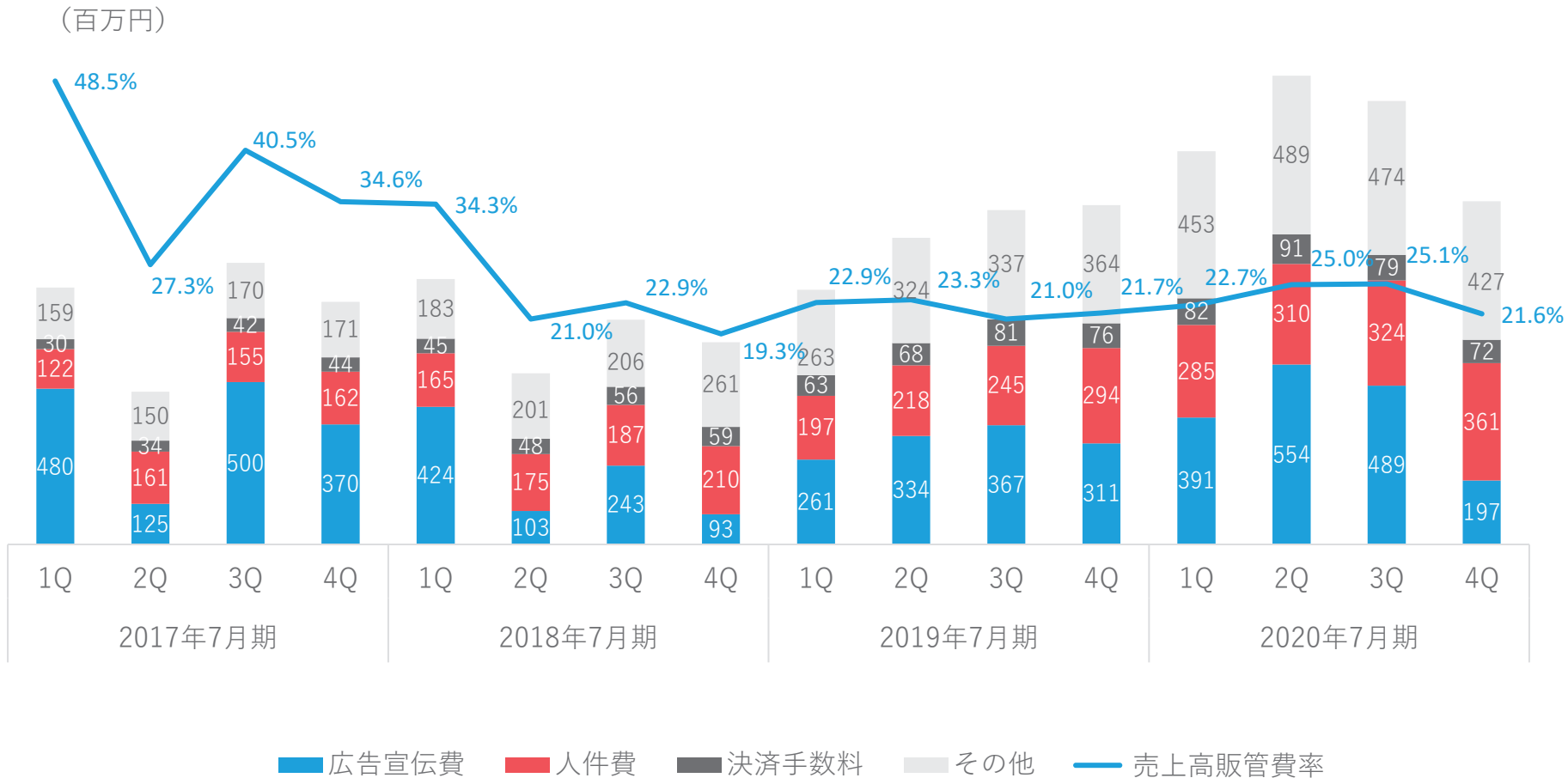
- 広告宣伝費
- 営業人件費

Others

- CS人件費
- その他人件費
- 決済手数料
- オフィス費用
- その他

注 (1) 株式報酬費用を含まない

従来の開示と同じ内容を、参考として開示⁽¹⁾



注
(1) 株式報酬費用を含まない

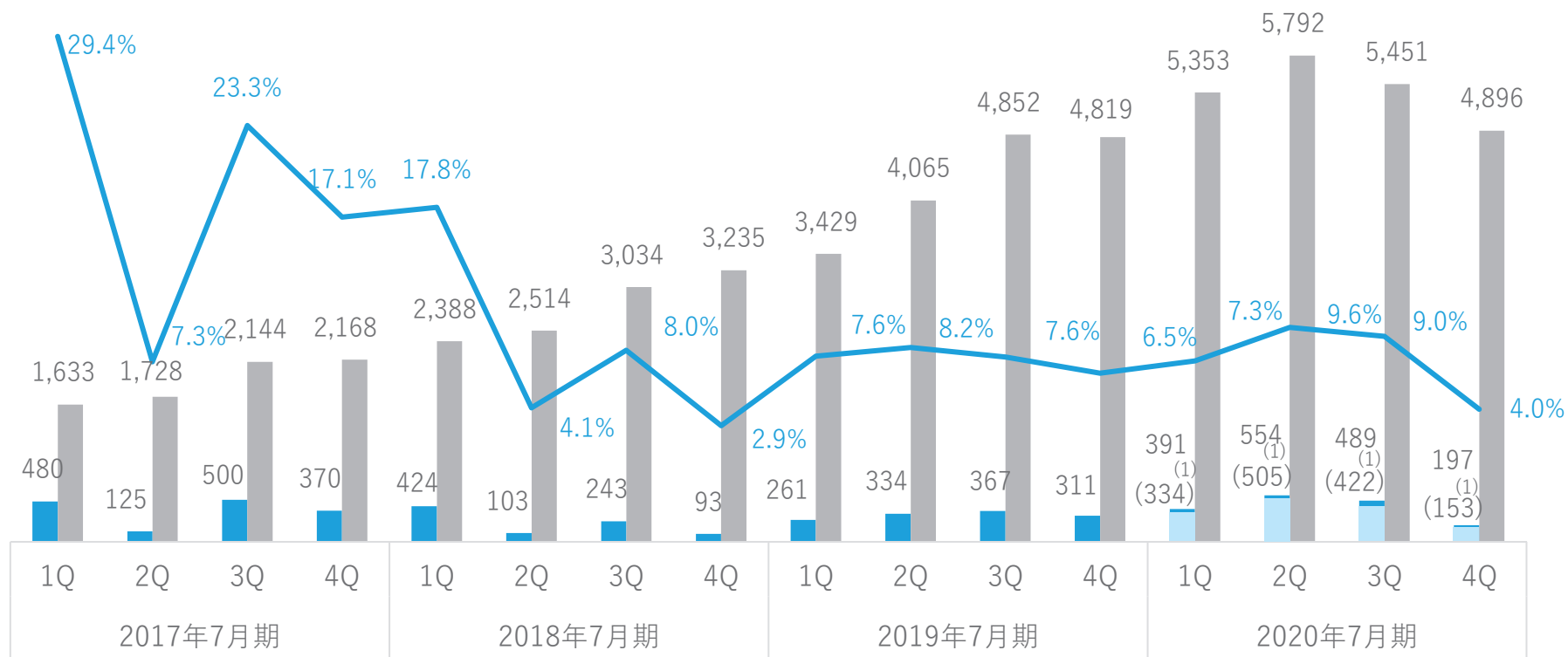
RakSul 全社広告宣伝費・広告宣伝費比率の推移

新型コロナウイルス環境下での広告効率を考慮し、4月以降広告宣伝投資を大幅に抑制

需要回復期において売上高再拡大を企図し、6月中旬より再開

2020年7月期も広告効率を厳格に判断しつつ投資を実施、通年で7-8%程度の広告宣伝費比率を予定

(百万円)

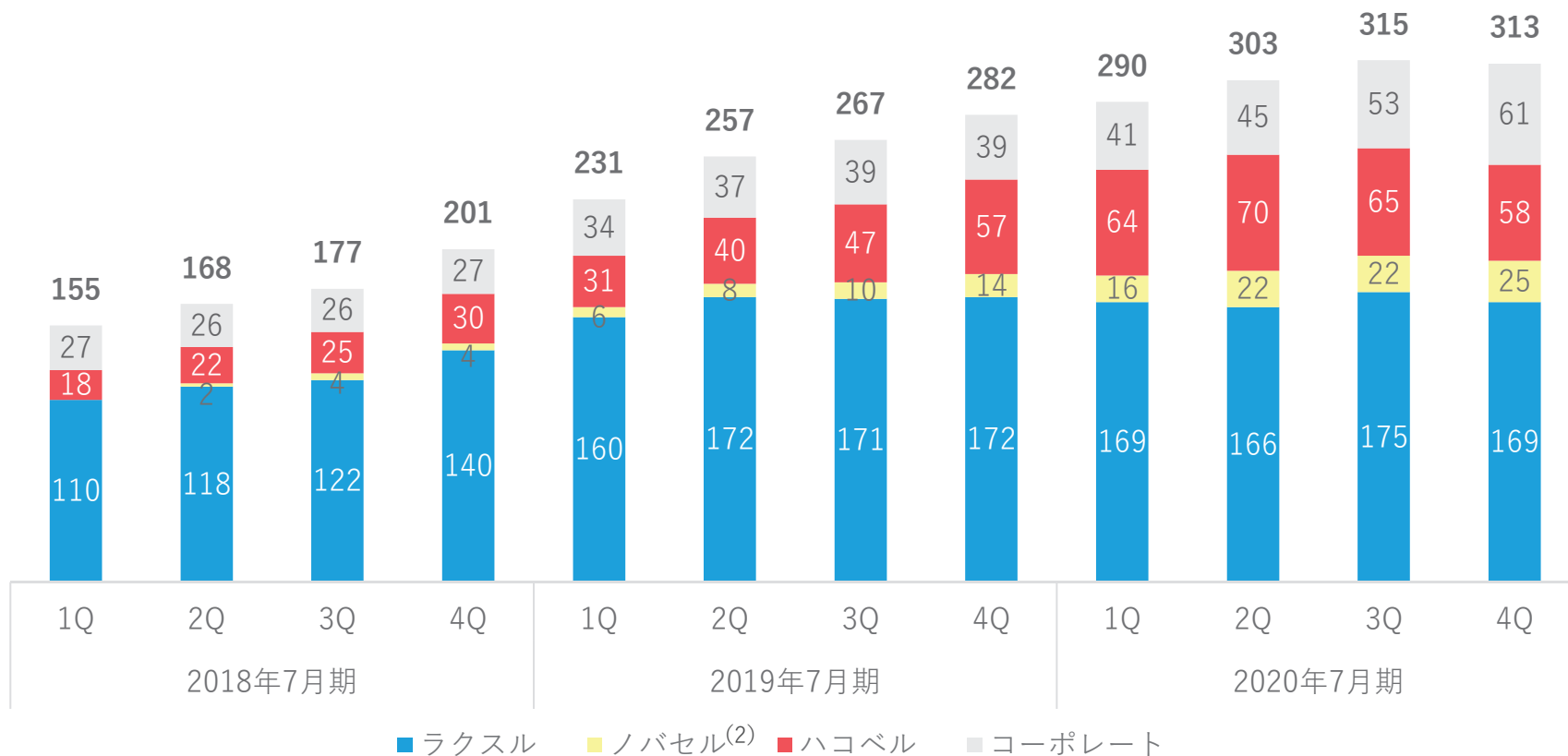


■ 広告宣伝費 ■ 売上高 — 売上高広告宣伝費率

注
(1)括弧内は、ラクスルのみの数値を参考として掲載

採用ポジションを厳選しながらも、継続的に組織を強化

(名)



注

(1) 会社概要等にて開示している従業員数はフルタイム当量換算値であるため、本頁数値とは異なる

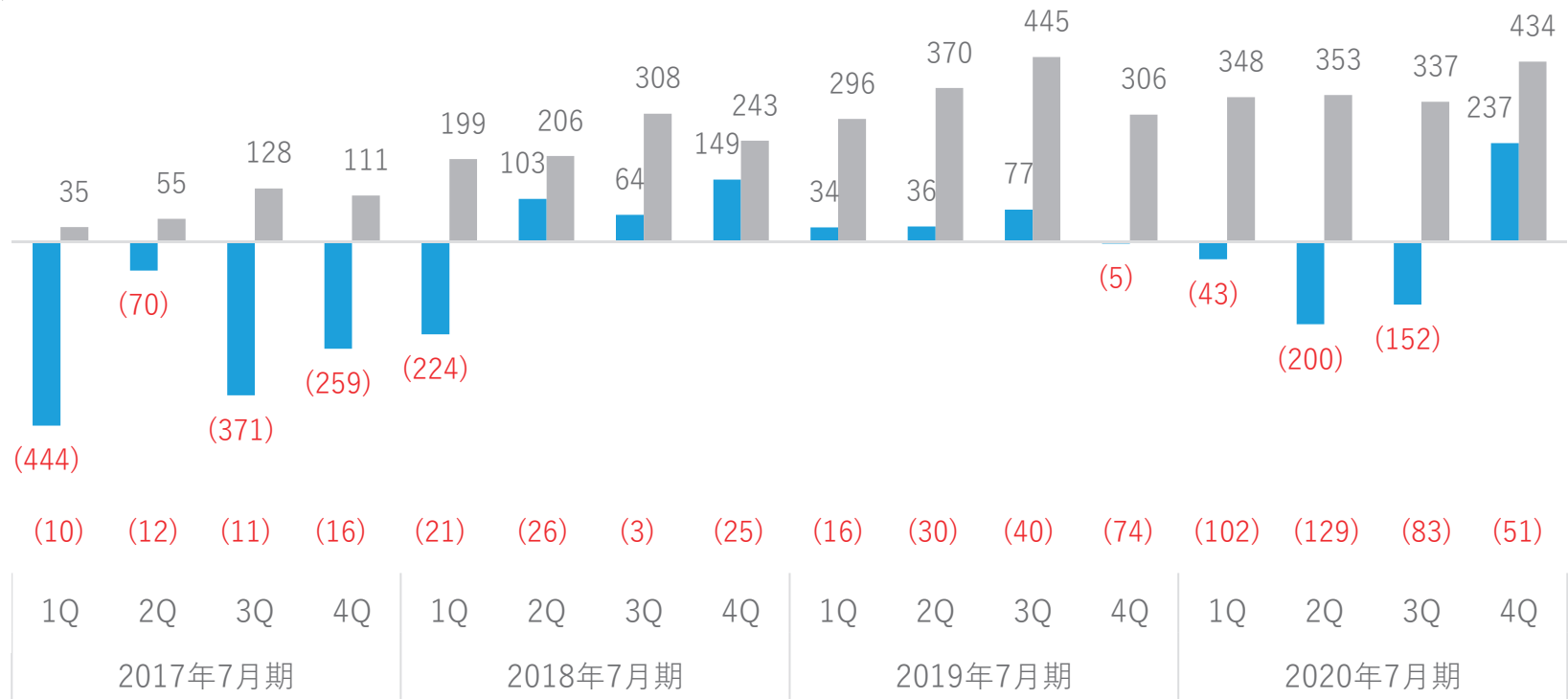
(2) ノバセルは2020年7月期より独立した事業本部として運営。2019年7月期以前はラクスルと同一事業本部にて運営

(2018年7月期および2019年7月期の人数は、TVCM事業に従事していた従業員数。印刷EC事業および集客支援事業も兼務していた従業員を含む)

RakSul 全社営業利益及び広告宣伝費を除く営業利益の推移

収益性の大幅な改善を実現したことにより、過去最高益の四半期営業利益で着地

(百万円)



(運送事業
セグメント利益)

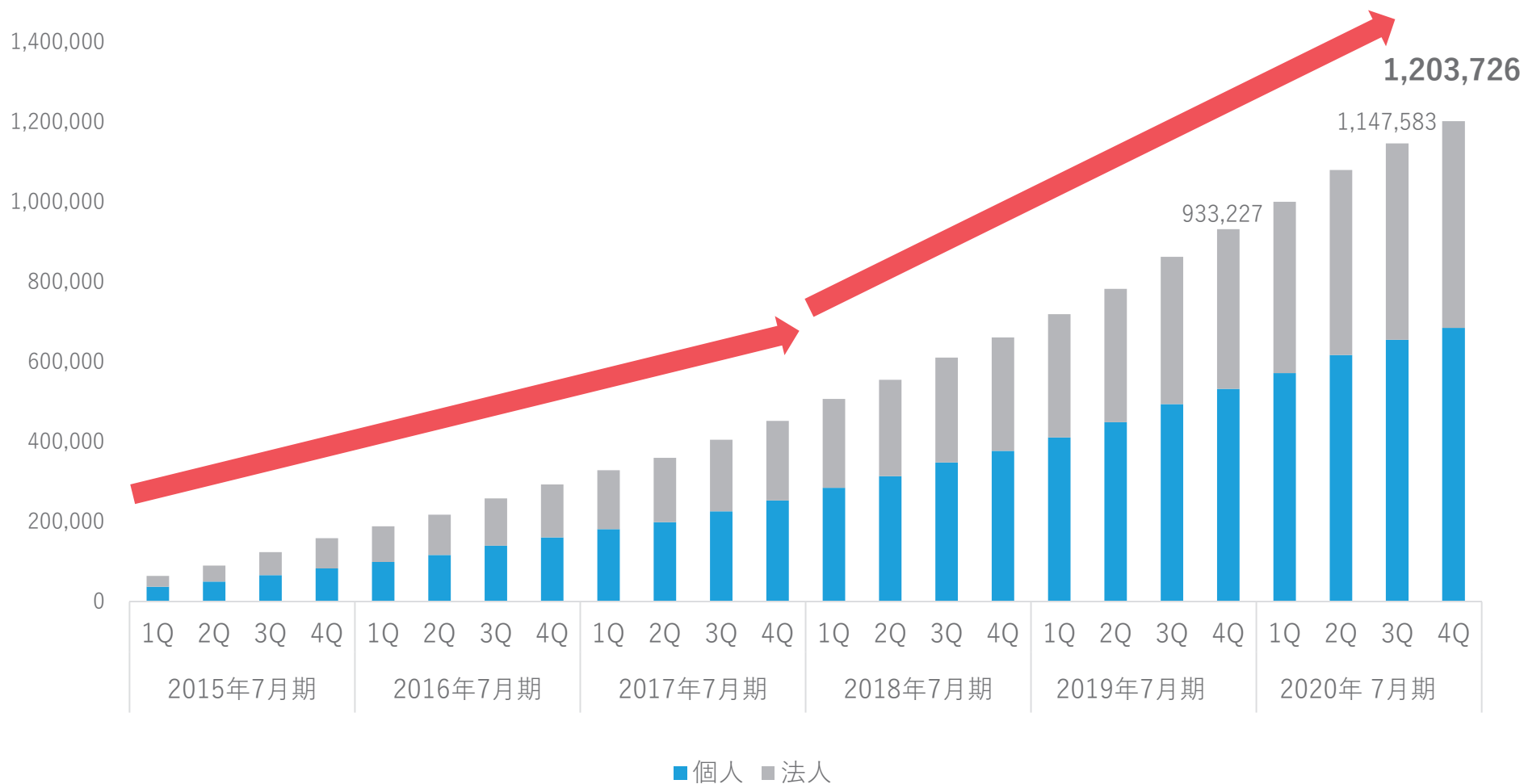
(10) (12) (11) (16) (21) (26) (3) (25) (16) (30) (40) (74) (102) (129) (83) (51)

1Q 2Q 3Q 4Q | 1Q 2Q 3Q 4Q | 1Q 2Q 3Q 4Q | 1Q 2Q 3Q 4Q

2017年7月期 | 2018年7月期 | 2019年7月期 | 2020年7月期

■ 営業利益 (non-GAAP) ■ 広告宣伝費除く営業利益 (non-GAAP)

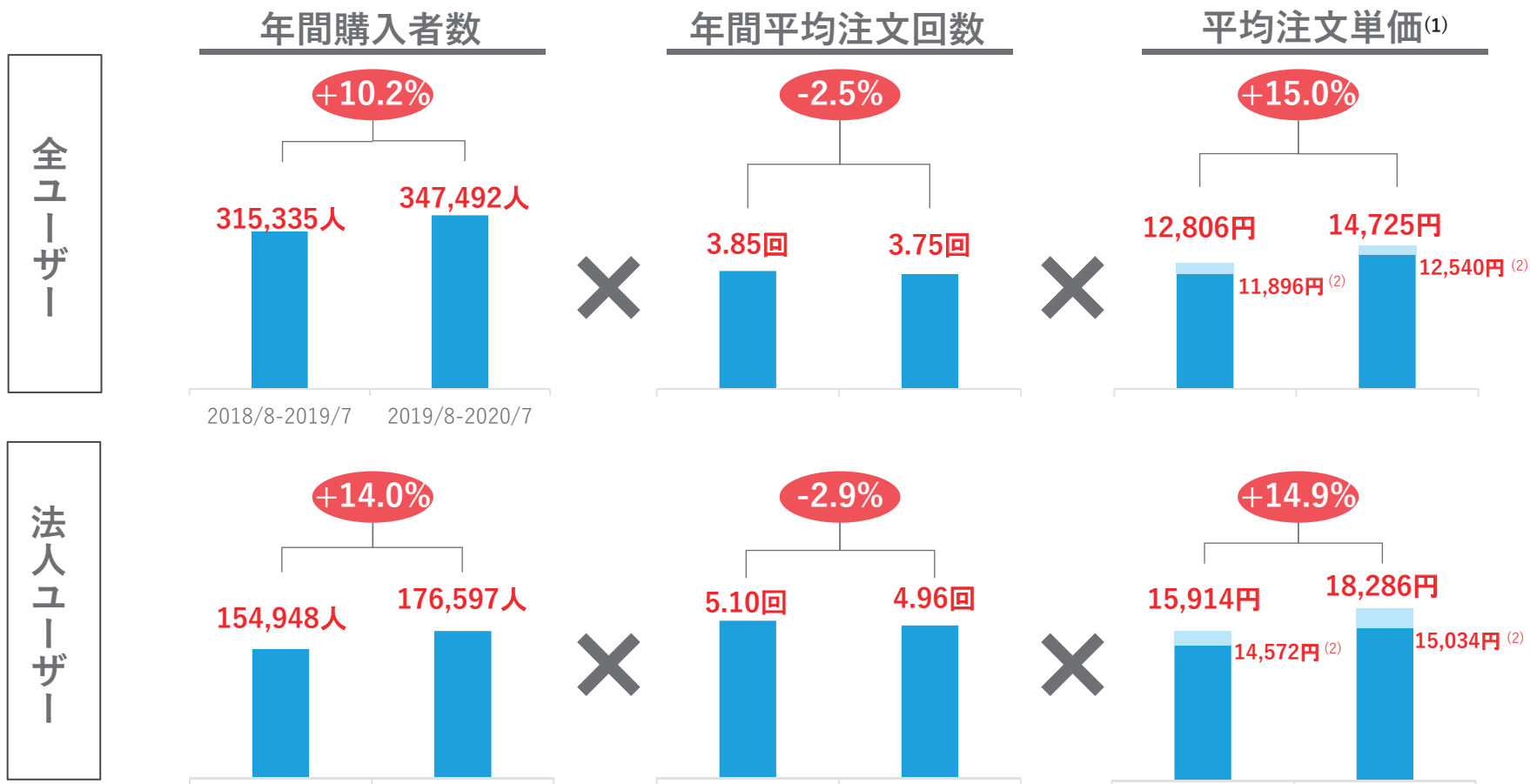
新型コロナウイルス環境下においてもユーザーは継続的に増加 (1)



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



新型コロナウイルス環境においても全ユーザー及びコアユーザーである法人ユーザーともに年間購入者数は増加
 ラクセルセグメントのみの平均注文単価増加率は、全ユーザー +5.4%、法人ユーザー +3.2%

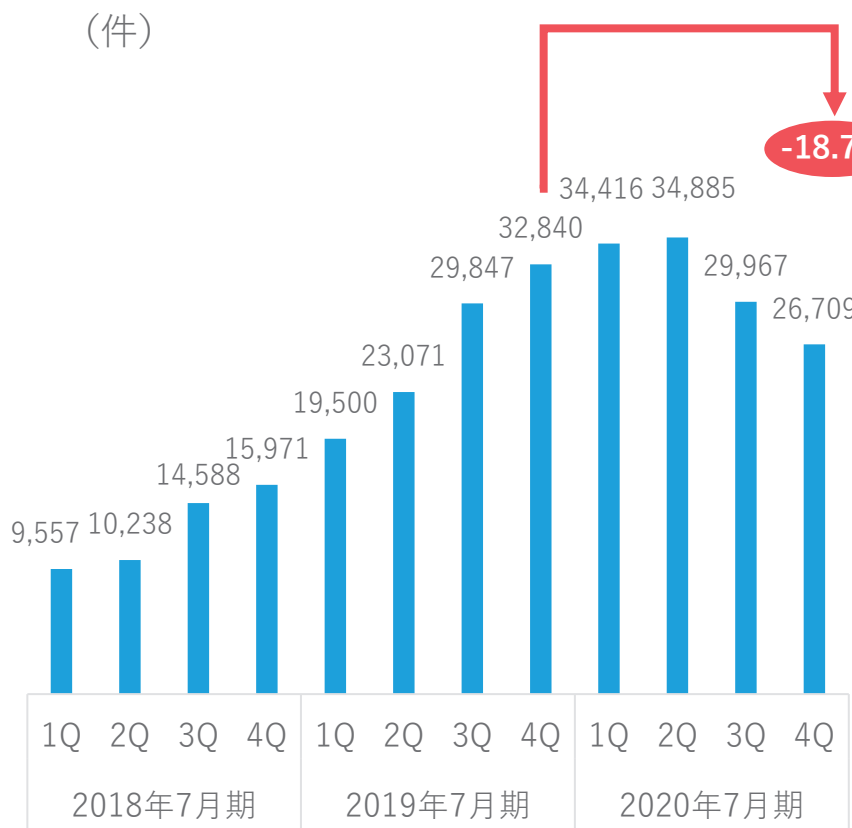


注
 (1)ノバセルアナリティクス(SaaS)を除き、管理会計ベースで算出
 (2)ノバセル除いた平均注文単価

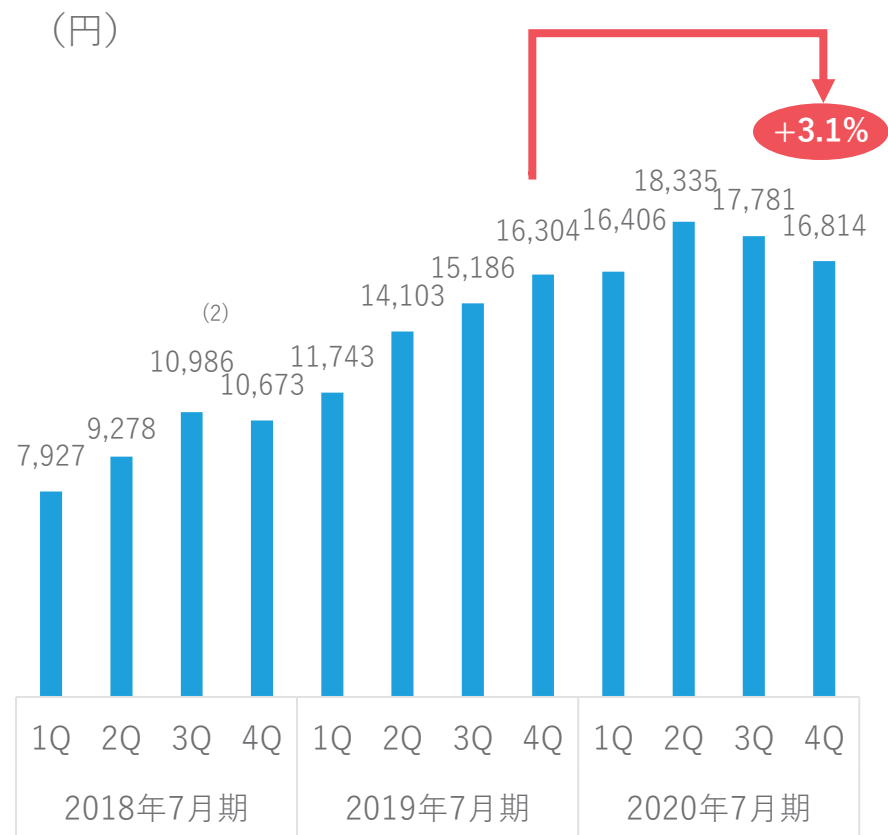
案件絞り込みと新型コロナウイルス感染拡大の影響により件数減少

(案件絞り込みの方がインパクトが大きかったものの一時的なものであり、4Qで対応は完了)

注文件数



注文単価⁽¹⁾



注

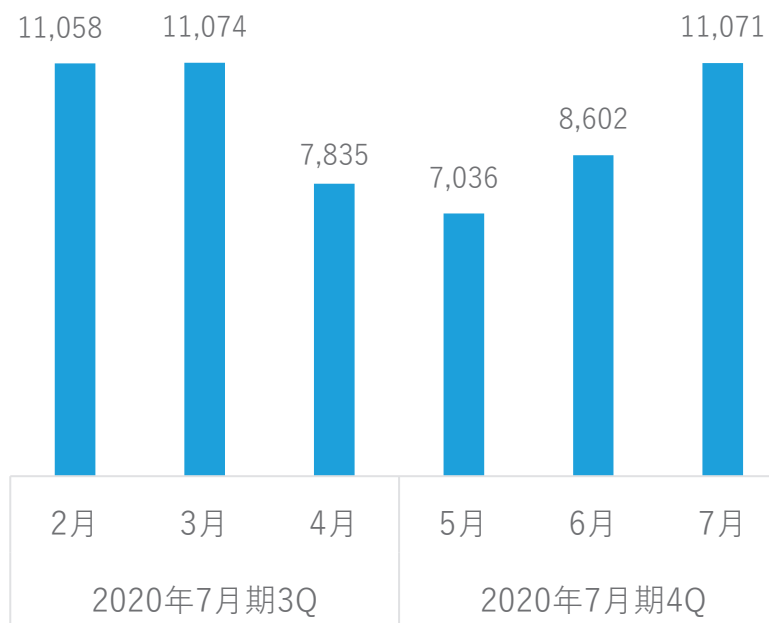
(1) 内部取引消去前の財務会計をベースに算出

(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

6月以降経済活動が回復し始めたことにより、需要が回復
 車両需給の市況影響で6月は単価が下落

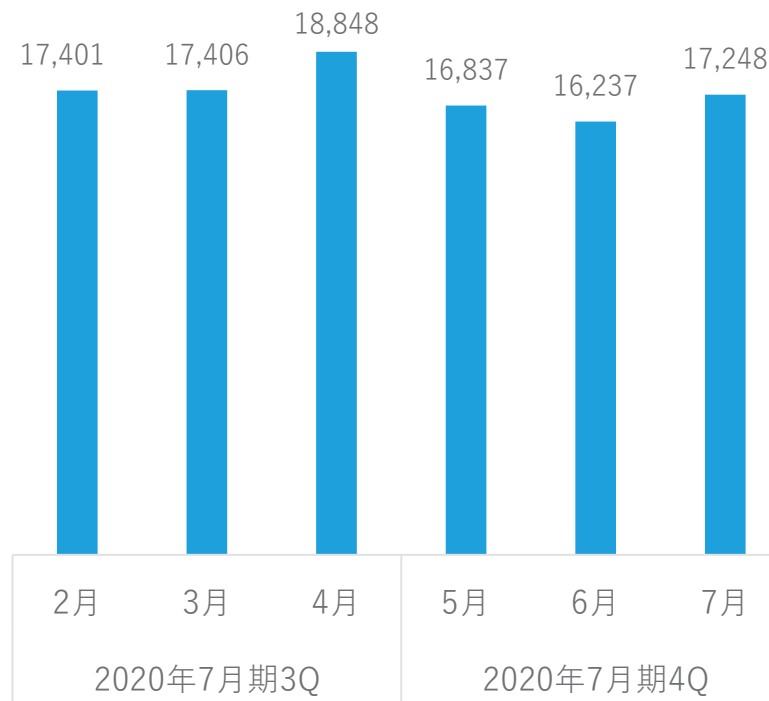
注文件数(月次)

(件)



注文単価(月次)⁽¹⁾

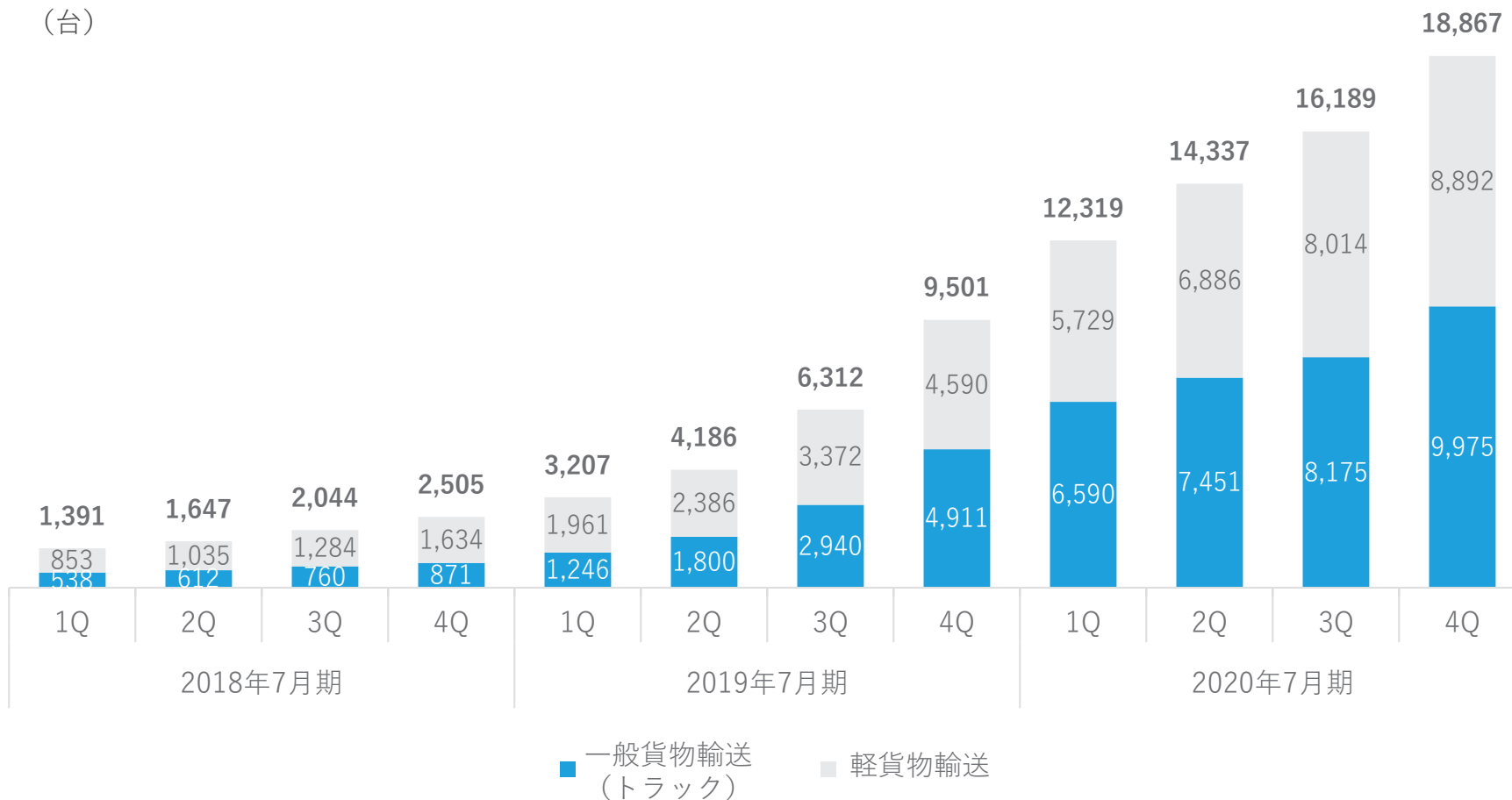
(円)



注
 (1)内部取引消去前の財務会計をベースに算出

登録車両台数は順調に増加し、事業成長を支える運送キャパシティを確保
 過去開示の登録車両台数の記載に誤りがあったため、修正開示を実施

(台)



3. 2021年7月期 通期の方向性と業績予想

当社全体の強み

当社全体の強みは、①市場規模の大きな領域へのアクセス、②顧客・サプライヤー基盤の継続的な拡大、③スケールと共に実現してきた事業の重層化と収益性の向上

①事業環境

- 各事業が大規模な市場にアクセスしている
- EC化の進展余地
- 主力の印刷EC事業において競争力が年々向上(市場で最も成長している一社)

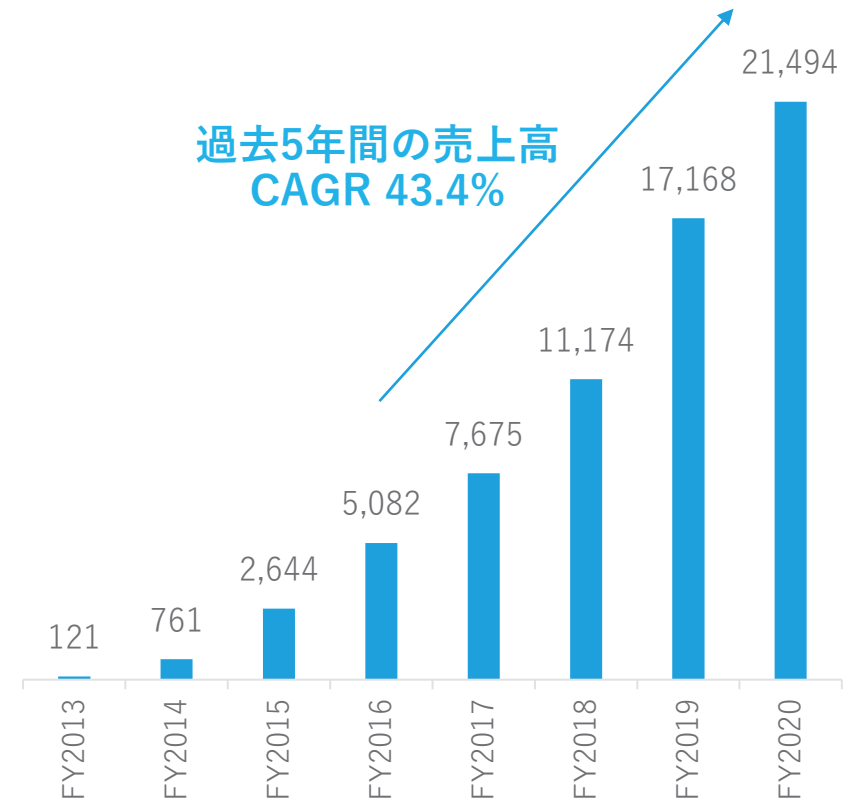
②ビジネスモデル

- EC+SaaSのユニークなビジネスモデル
- 業種が多様かつ裾野が広い顧客基盤
- 周辺事業領域への展開余地
- サプライヤーとの強固な関係

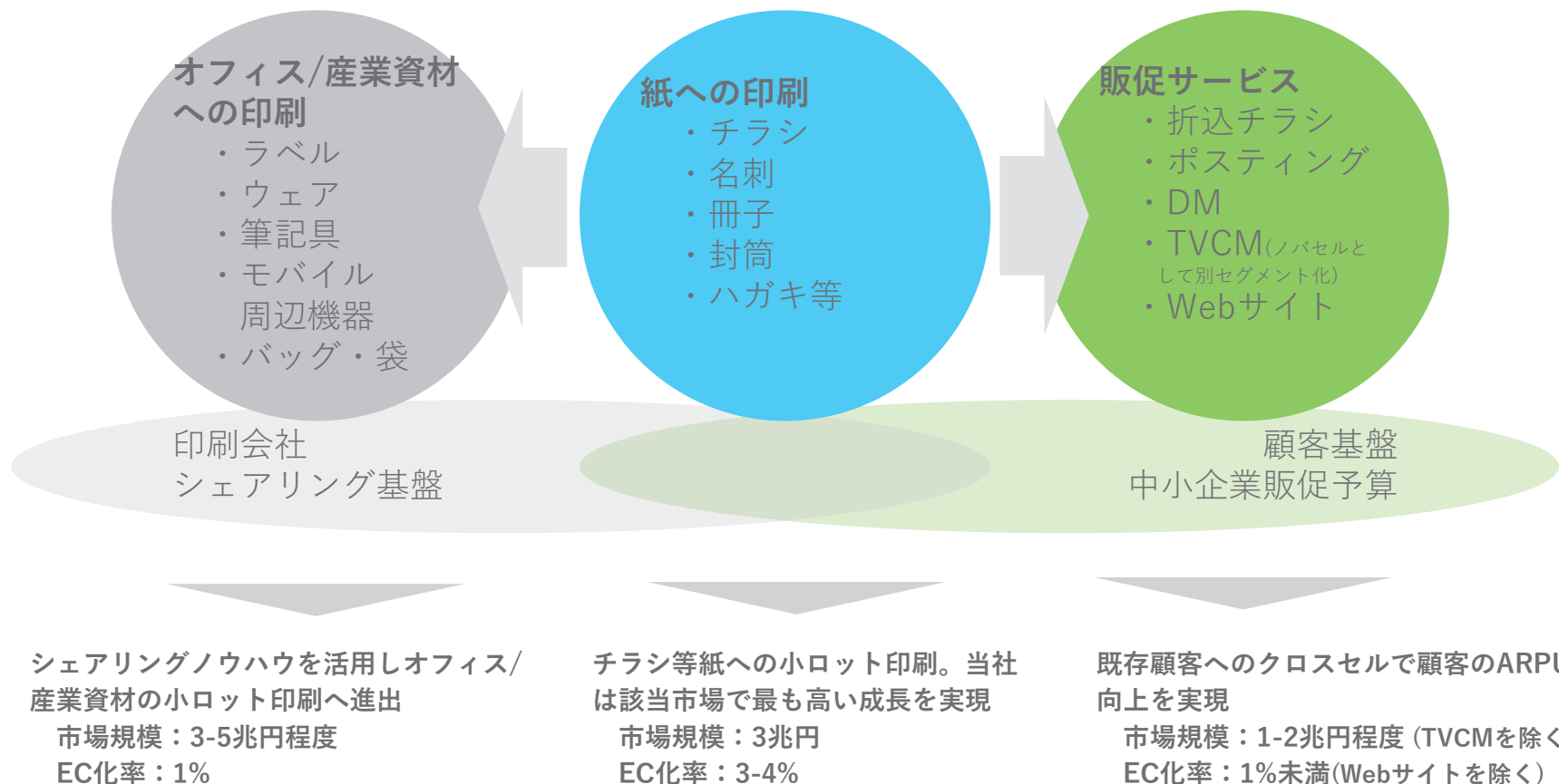
③収益構造

- リピート性の高いランザクション
- 年々改善する粗利率
- スケールメリット(主に広告宣伝投資)

売上高推移



チラシ印刷で成長し獲得した顧客基盤とシェアリング基盤を活用し、
 ① 販促サービスの拡張による、既存顧客のARPU向上
 ② オリジナル製品の追加による、顧客基盤の拡大
 の2方向性の領域拡張でTAMの拡張と1顧客あたりの収益拡張を目指す



ペライチ社の株式取得

ラクスルの顧客基盤を活かした販促領域への事業展開の一環で、ペライチ社の株式取得を予定(10月初旬に完了予定)

会社名：株式会社ペライチ

事業内容：HP作成SaaS「ペライチ」の運営

代表者：橋田一秀

財務状況：月次売上高30百万円程度。新型コロナウイルス環境下で成長が加速

今次案件概要：既存株主からの譲受及び増資引受により約49%を取得



サービスの特長

- 誰でも簡単にHPを作成できる SaaSサービス
- ネットショップ向けに決済機能も提供
- 日本全国の多様な業種の中小企業が販促・販売目的で利用しており、印刷EC(商業印刷)との親和性が高い

2021年7月期の財務ポリシー

全社としては、ビジョンの実現のために成長を最重視するスタンスに変更はない
2020年7月期後半に最適化したコスト構造は維持しつつ、変動費を中心とした再投資を継続
各事業セグメントのポリシーは以下の通り

セグメント	重要財務指標	ポリシー
ラグスル	売上総利益 セグメント利益	売上総利益・セグメント利益拡大を継続しつつ、利益の範囲内で事業内再投資を継続
ノバセル	売上高 売上総利益率	売上高・売上総利益の拡大を重視。事業で創出された利益の中での投資実行が主のため、赤字幅は限定的
ハコベル	売上高 売上総利益率	一定の投資ガバナンス・赤字幅のコントロールは実施しつつ、売上高の高い成長を重視。売上総利益率は緩やかに改善

2021年7月期 通期業績予想

業績見込

(百万円)	2021年7月期		
	通期予想	FY2020 実績	増減率
売上高	27,000 ~28,000	21,494	+25.6% ~+30.3%
売上総利益	6,450 ~6,900	4,928	+30.9% ~+40.0%
営業利益 (non-GAAP)	300 ~500	-159	-

前提・考え方

売上高

- ・ 今期中に新型コロナウイルス第二波による大規模な緊急事態宣言が再発令されない前提
- ・ 回復は、上期より下期に偏重の見込み

売上総利益

- ・ 引き続き最重視しており、売上総利益率の継続的な改善により売上高以上の成長率を実現見込み

営業利益(non-GAAP)

- ・ FY2020 4Qの業績を鑑み、成長投資を除けば定常収益性としては10億円程度を創出できる水準として考えているものの、前述の通り成長を重視し一定の再投資を継続

ガバナンス体制の強化

上場後のポートフォリオ経営期において攻め・守り両面のガバナンス体制の強化を重視

- 新任の社外取締役として、小林賢治氏を招聘予定⁽¹⁾
- 任意の指名報酬委員会を設置し運用予定



小林 賢治氏 略歴：

2005年3月 東京大学大学院 人文社会系研究科 修士課程修了
2005年4月 株式会社コーポレート ディレクション 入社
2009年4月 株式会社ディー・エヌ・エー入社、執行役員就任
2011年6月 同社 取締役 就任
2017年5月 同社 退社
2017年7月 シニフィアン株式会社設立（共同代表）※現任

注

(1)2020年10月の定時株主総会における承認後

4. Q&A



Q&A

カテゴリー	質問	回答
全社	FY2021のトップラインは以前の成長率に戻ることが可能か？	各事業の足元の回復状況を基に設定した成長率見込みであり、達成可能であると考えている。成長率の回復度合いは、上期より下期偏重の見込み
ラクスル (印刷・集客支援)	withコロナで業界全体の需要が弱含んでいないか？その影響は？	商業印刷領域においては需要が弱い商品が存在する一方、印刷EC市場は前年対比100%レベルまで既に改善済みの認識。発注プロセスのデジタルシフトと低コスト志向により、EC市場は成長率の更なる改善を見込む
ラクスル (印刷・集客支援)	商品別の需要の強弱は？	成長が加速している商品：ラベル・ノベルティ等の非紙領域、封筒・DM等の在宅需要、ポスティング・のぼり等のローカルマーケティング商材 一時的に需要減となったものの回復した商品：チラシ、冊子、パンフレット、名刺 継続して需要減となっている商品：パネル・ポスター等の展示会関連商材
ノバセル (TVCM関連)	足元の競争環境は？	類似サービスは一定存在。当社は効果の可視化を軸とした運用型TVCMの提供により、顧客の多くが初めてのTVCM実施という独自のポジションを形成
ハコベル (運送)	運行管理システム(SaaS)の顧客価値と今後の事業インパクトは？	荷主における物流費と管理コストの削減を主な価値とし、システム上で管理される流通額の最大化を目指す。付随インパクトとして、ハコベルセグメントへの売上総利益率への貢献は2021年7月期末の単月ベースで1-2%程度を見込む

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
福島 広造 取締役COO
泉 雄介 取締役CTO
玉塚 元一 社外取締役
宮内 義彦 社外取締役
森 尚美 社外取締役 監査等委員
琴坂 将広 社外取締役 監査等委員
宇都宮 純子 社外取締役 監査等委員

従業員数: 320名 (2020年7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



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、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



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



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、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



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MUFG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

経営陣紹介（社外取締役）

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月当社取締役就任

宮内 義彦（社外取締役）



- ・関西学院大学 商学部卒
- ・ワシントン大学 経営学部大学院修士課程（MBA）修了
- ・1964年4月オリエン特・リース株式会社（現 オリックス株式会社）入社
- ・1980年12月同社 代表取締役社長・グループCEO
- ・2000年4月同社 代表取締役会長・グループCEO
- ・2003年6月同社 取締役兼代表執行役会長・グループCEO
- ・2014年6月同社 シニア・チェアマン
- ・2019年10月当社取締役就任

森 尚美（社外取締役 監査等委員）



- ・埼玉大学教育学部卒
- ・1997年10月 監査法人トーマツ（現 有限責任監査法人トーマツ）入所
- ・1998年11月 朝日監査法人（現 有限責任あずさ監査法人）入所
- ・2013年12月 佐藤誠会計事務所入所
- ・2014年10月 当社社外監査役（現 社外取締役 監査等委員）

琴坂 将広（社外取締役 監査等委員）



- ・慶應義塾大学環境情報学部卒
- ・オックスフォード大学経営学修士課程修了
- ・オックスフォード大学経営学博士課程修了
- ・2004年9月 マッキンゼー・アンド・カンパニー・インク入社
- ・2013年4月 立命館大学経営学部准教授
- ・2015年4月 フランス国立社会科学高等研究院日仏財団アソシエイト・フェロー
- ・2016年4月 慶應義塾大学総合政策学部准教授（現任）
- ・2017年6月 当社社外監査役（現 社外取締役 監査等委員）

宇都宮 純子（社外取締役 監査等委員）



- ・東京大学法学部卒
- ・コロンビア大学ロースクール修士課程（LL.M.）修了
- ・2000年4月 弁護士登録 長島・大野・常松法律事務所入所
- ・2007年10月 株式会社東京証券取引所出向
- ・2011年11月 宇都宮総合法律事務所開設
- ・2018年2月 宇都宮・清水・陽来法律事務所開設 パートナー（現任）
- ・2018年10月 当社社外監査役（現 社外取締役 監査等委員）

(百万円)	2019年7月期末	2020年7月期末
流動資産	7,981	18,023
現金及び預金	5,904	15,451
固定資産	1,264	1,356
資産合計	9,246	19,379
流動負債 (うち有利子負債)	2,332 (271)	2,405 (40)
固定負債 (うち有利子負債)	103 (-)	10,172 (10,043)
純資産	6,809	6,801
資本金	1,958	2,152
資本剰余金	4,765	4,959
負債・純資産合計	9,246	19,379

(百万円)	2019年7月期末	2020年7月期末
営業活動によるキャッシュ・フロー	11	-126
投資活動によるキャッシュ・フロー	-266	-283
財務活動によるキャッシュ・フロー	-206	9,956
現金及び現金同等物の増減額	-461	9,546
現金及び現金同等物の期末残高	5,904	15,451

RakSul セグメント別財務情報

(百万円)		2018年7月期				2019年7月期				2020年7月期			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	ラクスル	2,298	2,394	2,791	2,907	3,093	3,403	4,094	3,870	4,028	4,382	4,043	3,876
	ノバセル	0	9	49	143	86	315	278	387	732	743	847	530
	ハコベル	75	93	175	164	228	325	453	535	564	639	532	449
	その他	14	17	17	20	21	21	26	26	27	27	28	40
売上総利益	ラクスル	572	613	705	725	762	888	1,008	952	1,007	1,074	1,013	1,107
	ノバセル	0	1	9	24	28	61	57	51	118	122	142	102
	ハコベル	10	9	38	16	22	24	30	28	35	36	48	69
	その他	10	7	6	7	7	7	2	9	9	11	11	17
セグメント利益 (non-GAAP)	ラクスル	-	-	-	-	-	-	-	-	329	205	223	608
	ノバセル	-	-	-	-	-	-	-	-	22	4	9	-25
	ハコベル	-	-	-	-	-	-	-	-	-102	-129	-83	-51
	その他及び 全社費用	-	-	-	-	-	-	-	-	-292	-280	-302	-294
セグメント利益 (財務会計)	ラクスル	-24	312	341	358	299	303	360	350	329	205	207	598
	ノバセル	0	-1	3	6	1	45	29	-1	22	4	5	-27
	ハコベル	-21	-26	-3	-25	-16	-30	-40	-74	-102	-129	-85	-52
	その他及び 全社費用	-179	-180	-277	-189	-249	-281	-271	-279	-292	-296	-303	-327
営業利益 (non-GAAP)	全社	-224	103	64	149	34	36	77	-5	-43	-200	-152	237

今期より利益の開示は、株式報酬費用を足し戻したnon-GAAPベースの開示に変更

(百万円)	2020年7月期4Q (2020年5月-2020年7月)			2020年7月期通期 (2019年8月-2020年7月)		
	実績 (non-GAAP)	差異 (株式報酬費用)	実績 (財務会計)	実績 (non-GAAP)	差異 (株式報酬費用)	実績 (財務会計)
売上高	4,896	-	4,896	21,494	-	21,494
売上総利益	1,296	-	1,296	4,928	-	4,928
売上総利益率	26.5%	-	26.5%	22.9%	-	22.9%
営業利益	237	46	190	-159	84	-244
経常利益	205	46	158	-280	88	-368
当期純利益	185	46	138	-406	88	-494

株式インセンティブの強化とその考え方

当社の株式インセンティブに対する基本的な考え方は、2019年7月期本決算で開示した以下の内容を継続

目的	<ul style="list-style-type: none">・ 役職員のインセンティブ及びコミットメントを長期的な株式価値の最大化と合致させる・ 当社の競争優位性は組織・人であり、優秀なタレントを採用・リテインできるよう、労働市場で競争力のある報酬水準を維持すべく活用
形式と設計思想	<ul style="list-style-type: none">・ 譲渡制限付株式とストックオプションを基本形式とする・ シンプルかつ投資家も被付与者も予期できる設計にする
希薄化影響	<ul style="list-style-type: none">・ 今後10年間で、最大10%の希薄化を想定（年1%程度）・ 各年の内訳は都度柔軟に設計・ 当社の潜在株式比率は上場時点7.3%、2020年7月末時点6.7%であり、他の成長企業と比較して低い水準（次頁ご参照）
PL/CF影響	<ul style="list-style-type: none">・ 2020年7月期は年額84百万円の株式報酬費用・ 2021年7月期は年額450百万円程度の株式報酬費用⁽¹⁾・ 株式報酬影響を除いたnon-GAAPの利益を併せて開示

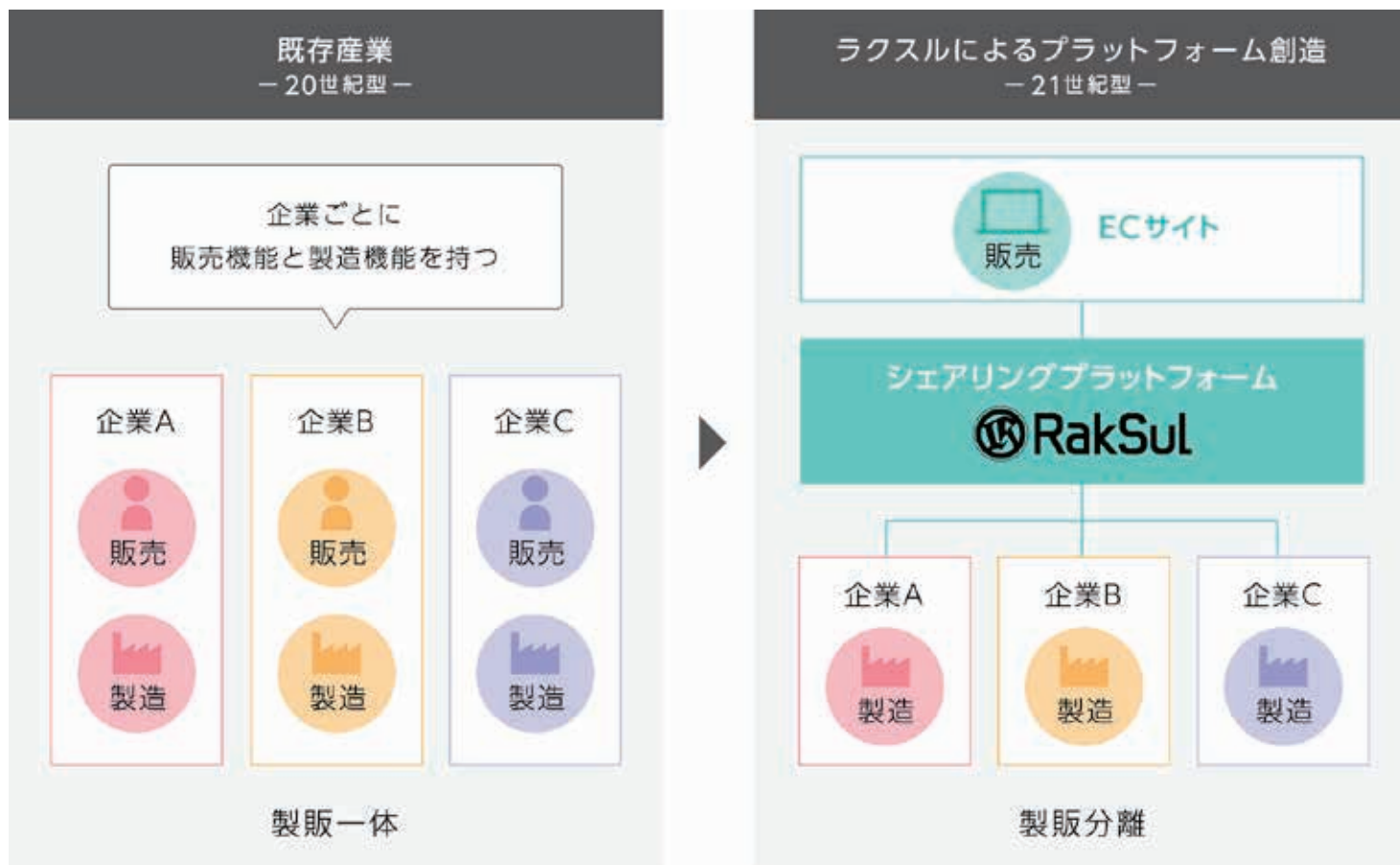
注
(1)2020年8月時点見積。株価の変動による

RakSul 株式インセンティブ残高

(株式数)		2018年7月期末	2019年7月期末	2020年7月期末
ストックオプション	期首残高	2,654,800	1,801,200	1,532,600
	付与	96,000	0	700,000
	行使	-876,600	-256,600	-388,300
	放棄	-73,000	-12,000	-19,600
	期末残高	1,801,200	1,532,600	1,824,700
RS (譲渡制限株式)	期首残高	0	0	0
	付与	0	0	76,590
	(対期末発行済株式数)	(-)	(-)	0.27%
	譲渡制限解除	0	0	-8,673
	失効	0	0	-1,100
期末残高	0	0	66,817	
合計	期首残高	2,654,800	1,801,200	1,532,600
	付与	96,000	0	776,590
	(対期末発行済株式数)	(0.35%)	(-)	2.75%
	行使/譲渡制限解除	-876,600	-256,600	-396,973
	放棄/失効	-73,000	-12,000	-20,700
期末残高	1,801,200	1,532,600	1,891,517	
株式インセンティブ割合 (対期末発行済株式数)		6.54%	5.51%	6.69%
期末発行済株式数		27,548,600	27,805,200	28,270,090

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な事業機会

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

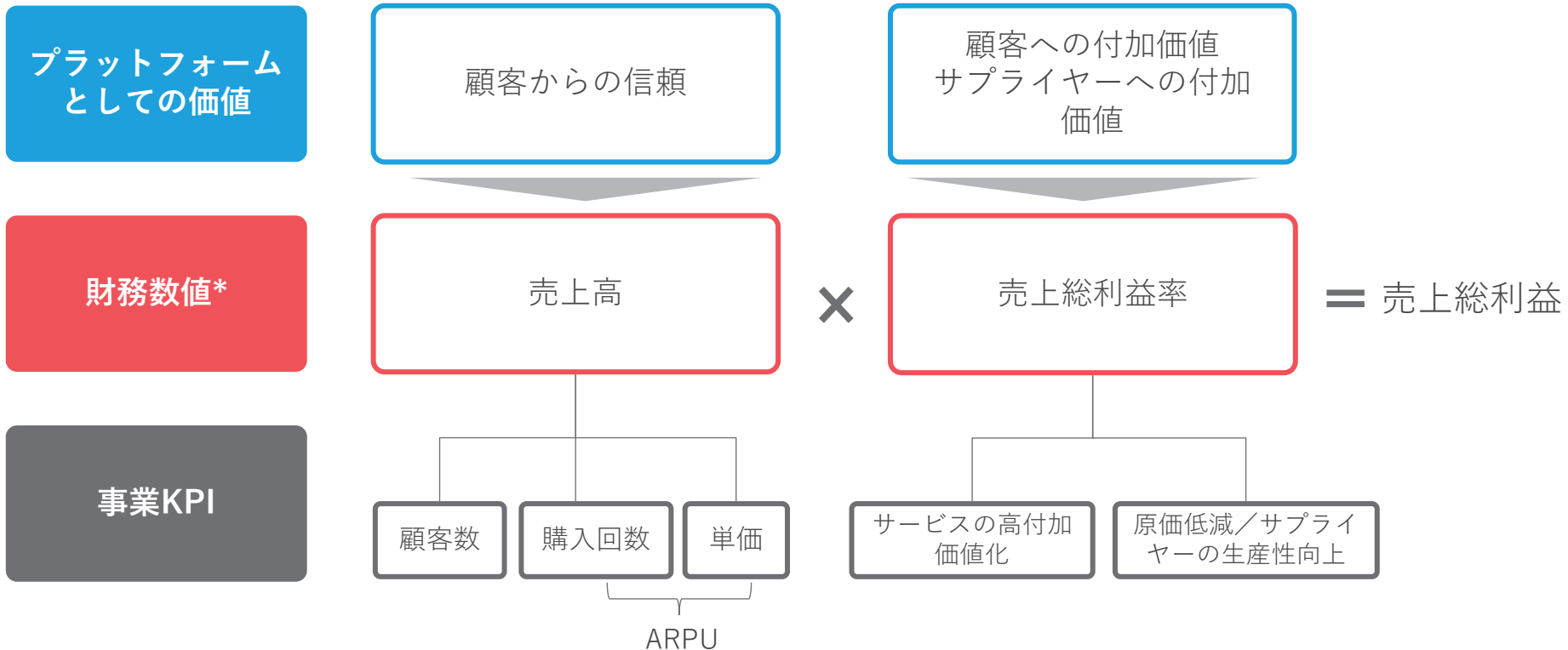
国内商業及び事務用
印刷市場

3兆円



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



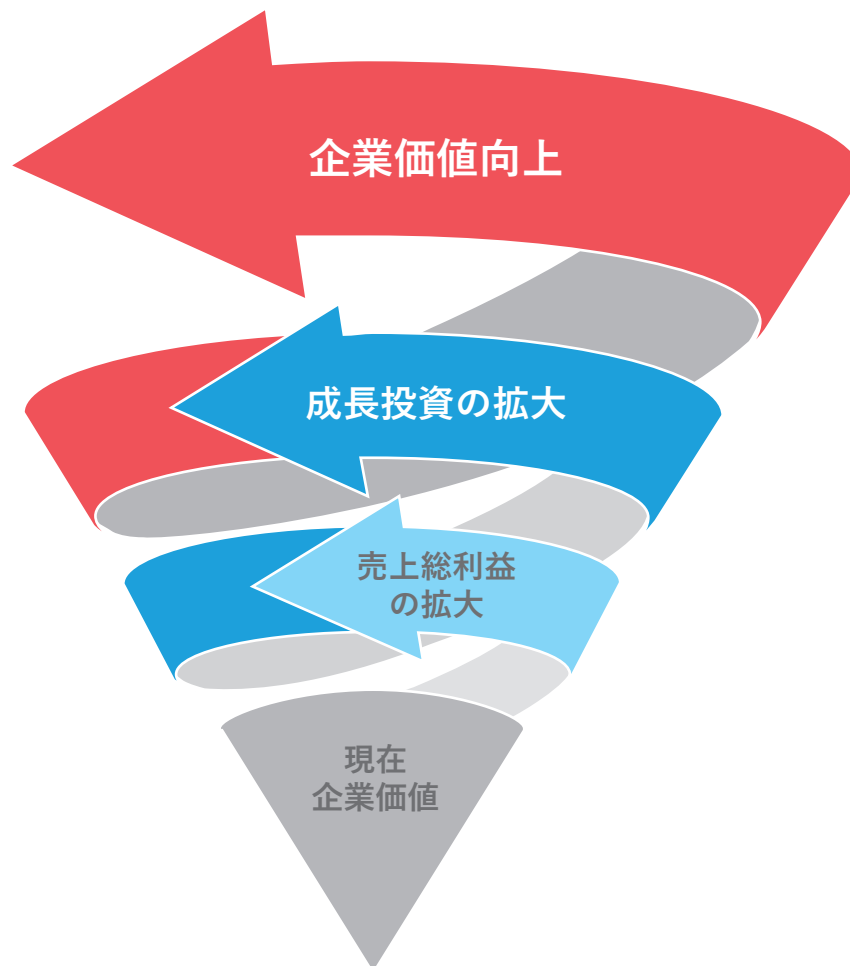
*売上高／売上総利益に関する会計基準

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

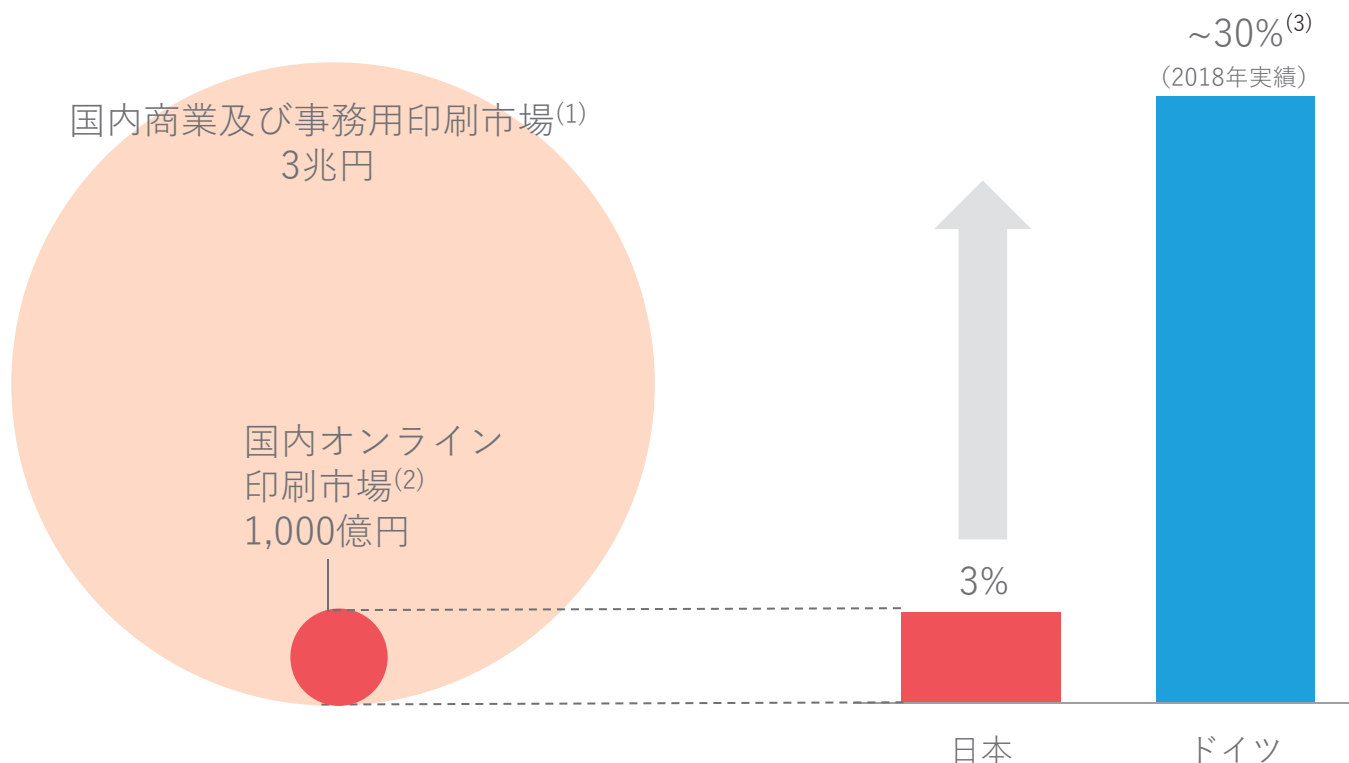
テクノロジー企業でありながら、オペレーションに深く入り込み、マーケティングによるレバレッジを最大限活用する。純粋なインターネット企業とも既存産業とも異なる競争優位性を有する

プラットフォームとしての3つの競争優位



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

(2) 国内オンライン印刷会社の財務情報をベースに試算（2019年）

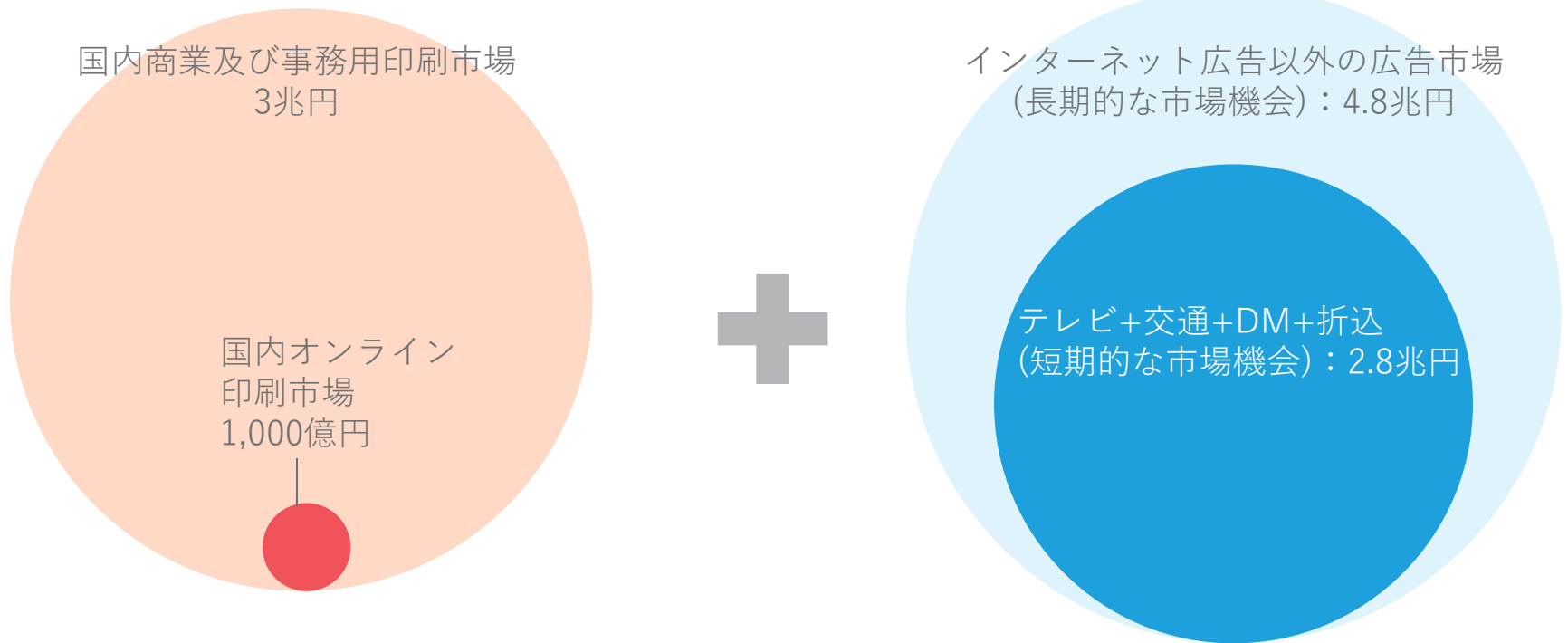
(3) zipcon consulting（2019年）

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

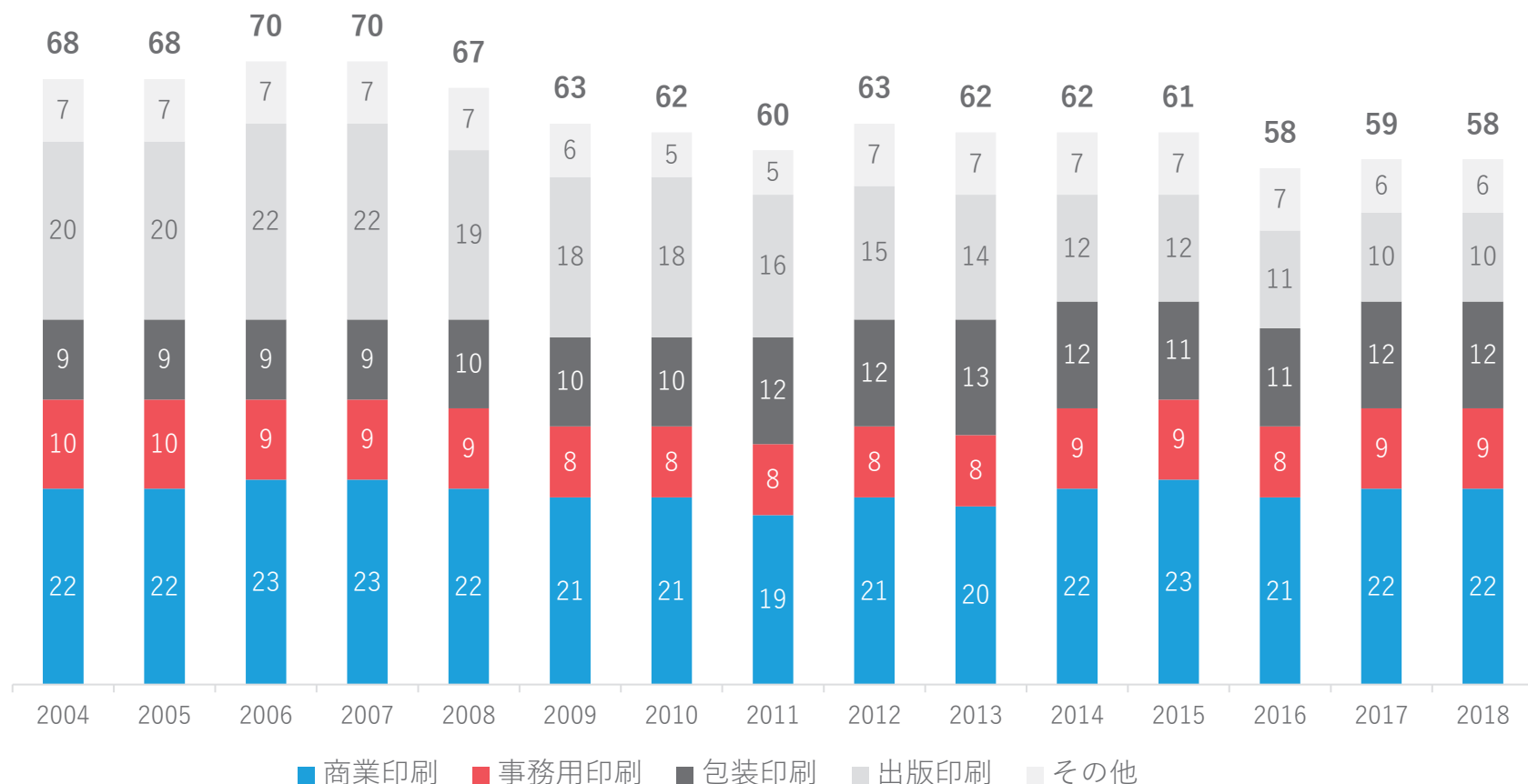
広告



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
 ラクシ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)

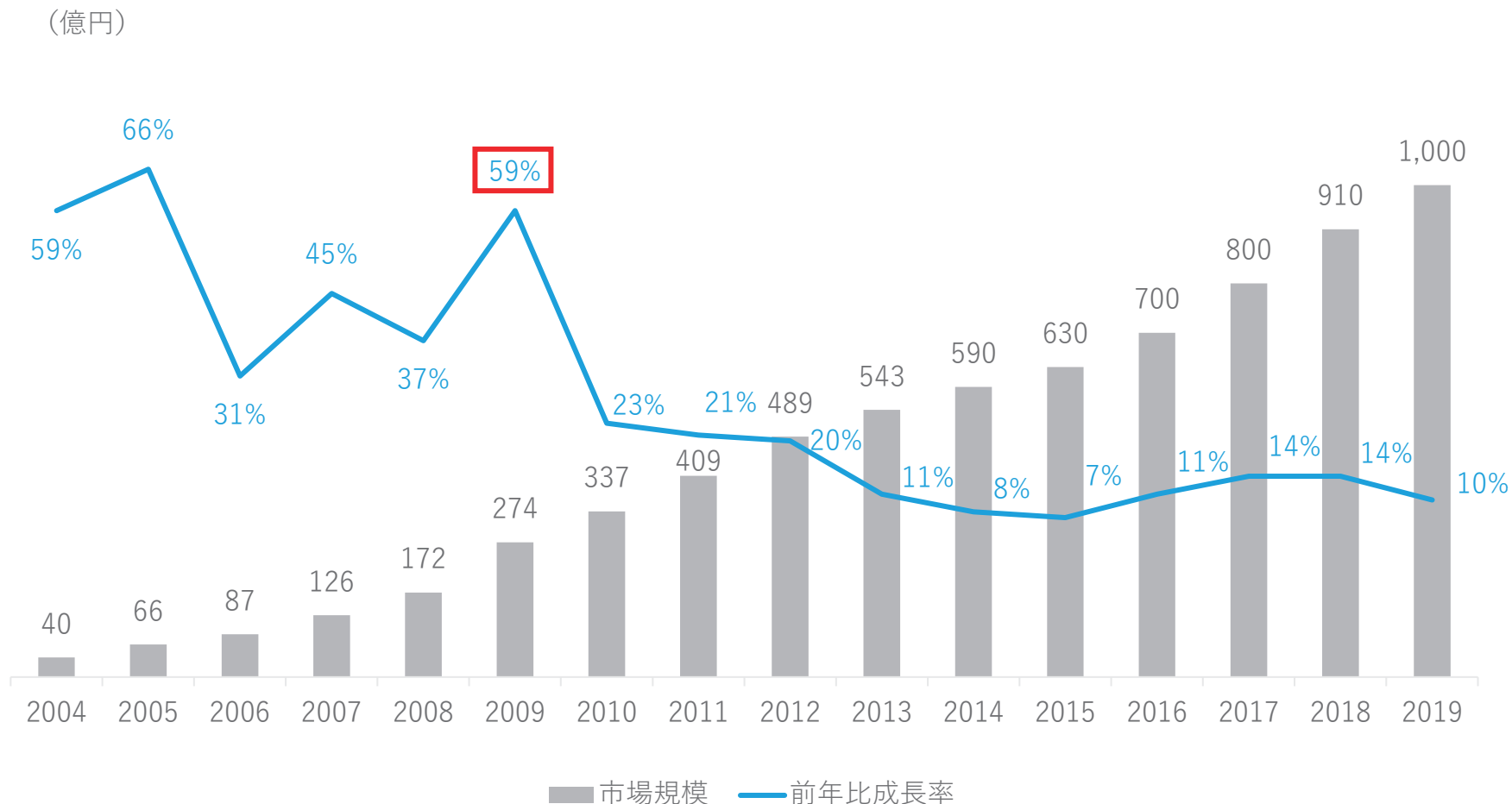


出所 印刷市場全体：経済産業省「生産動態統計 紙・印刷・プラスチック」をベースに試算、加工生産高ベース



国内印刷EC市場の推定市場規模および前年比成長率推移

リーマンショック後の不況期に、印刷EC市場は大きく伸長

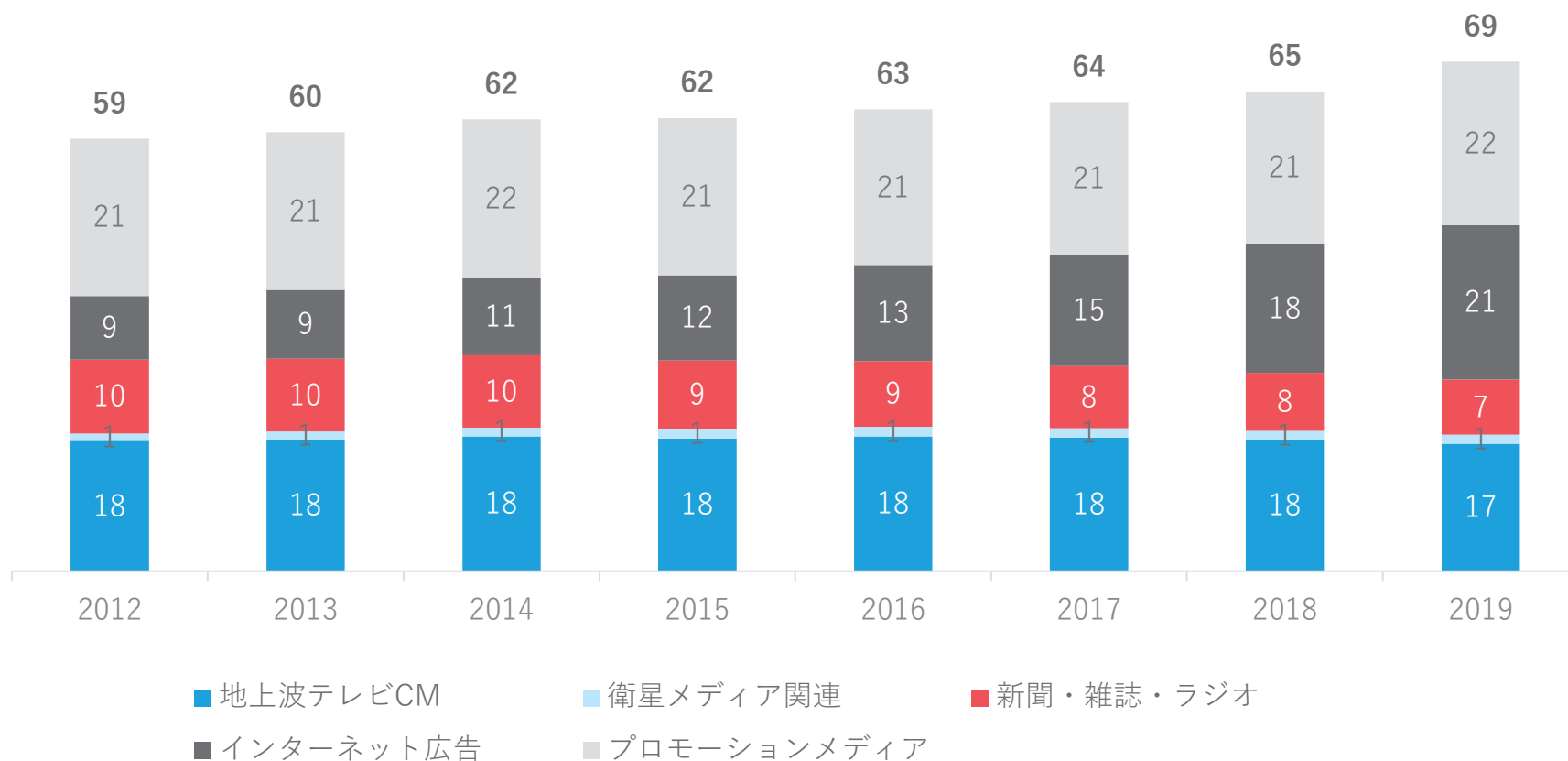


出所 矢野経済研究所（2004年～2014年）、国内オンライン印刷会社の財務情報をベースに当社試算（2015年～2019年）

国内広告市場推移

インターネット広告を中心に市場が伸長する中、地上波テレビCM市場も横ばいで維持

(千億円)



当初はラストマイルサービスとしてスタートし、現在は都市内輸送及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	小型・中型トラック (2t,4t)	大型トラック (10t)
案件単価	¥5,000 - ¥10,000	¥20,000 - ¥40,000	¥50,000 - ¥100,000
市場規模	4兆円 ⁽¹⁾	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



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 財務・IRグループ

Email : ir@raksul.com

IR情報 : <https://corp.raksul.com/ir/>