



2021年7月期第1四半期決算説明会資料

ラクスル株式会社（東証 市場第一部：4384）

2020年12月10日

1. 会社概要
2. 2021年7月期第1四半期 業績
3. Q&A
4. ご参考資料

1

会社概要



ヴィジョン／事業概要

- 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

「仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる」

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



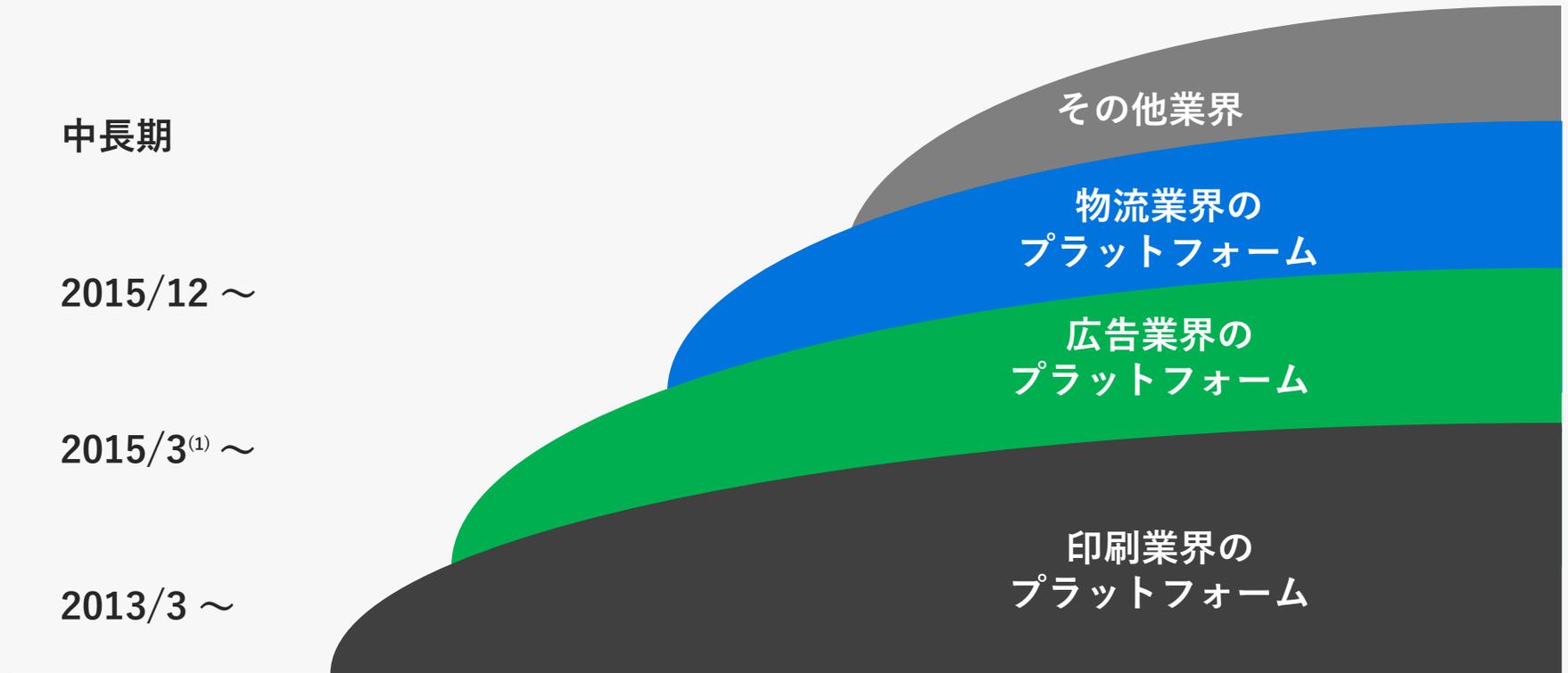
2015年12月開始





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



注
(1)集客支援サービスの開始時期



当社の強み

■ 当社の強みは、

- 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

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）

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

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）



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



印刷事業で培った
ノウハウを活用し
た事業立ち上げ



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



顧客資産の共有
テクノロジー・
コーポレート機能
の共有



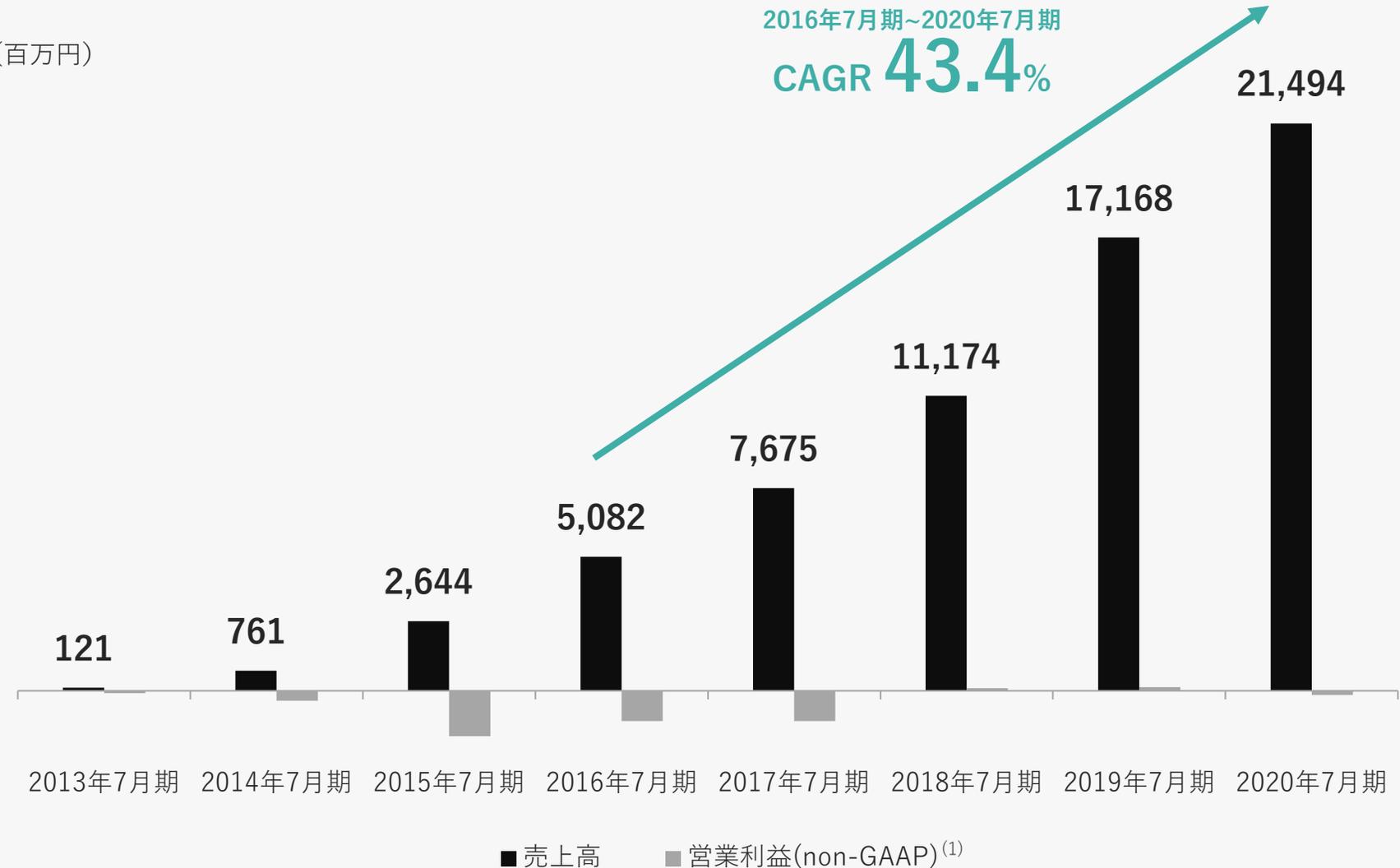
グループ一丸で
行うことで競争力
を確保



事業への再投資による 成長実現

- 事業から創出される
キャッシュフローを成長投資
に振り向けることで、
継続的な成長を実現

(百万円)



注

(1)2020年7月期より営業利益、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)



2021年7月期業績予想と 各セグメントの 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
- 全社の営業利益(non-GAAP)は黒字かつ拡大
- 各事業セグメントのポリシーは右の通り

| 2021年7月期 業績予想 (百万円) | 売上高 | 売上総利益 | 営業利益 (non-GAAP) |
|---------------------------|---------------------------------|-------------------------------|--------------------|
| | 27,000~28,000 前年比+25.6-30.3% | 6,450~6,900 前年比+30.9-40.0% | 300~500 |

| | 重要財務指標 | ポリシー |
|------|------------------|--|
| ラクスル | 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 |

2

2021年7月期第1四半期 業績





2021年7月期第1四半期 業績

- 売上高は前年同期比+10.9%、
売上総利益は同+28.1%
- 営業利益(non-GAAP)は
160百万円
黒字を維持しつつも、再成長
を加速すべく成長投資を強化

| 2021年7月期1Q (2020年8月-2020年10月) | | | | | |
|-------------------------------|-------|-------|--------|-------|---------|
| (百万円) | 実績 | 前年同期 | | 前四半期 | |
| | | 実績 | 増減率 | 実績 | 増減率 |
| 売上高 | 5,937 | 5,353 | +10.9% | 4,896 | +21.3% |
| 売上総利益 | 1,499 | 1,170 | +28.1% | 1,296 | +15.6% |
| 売上総利益率 | 25.3% | 21.9% | +3.4pt | 26.5% | -1.2pt |
| 営業利益 (non-GAAP) | 160 | -43 | - | 237 | -32.2% |
| (広告宣伝費) | 492 | 391 | +25.7% | 197 | +149.5% |
| (運送事業セグメント利益 non-GAAP) | -26 | -102 | - | -51 | - |
| (株式報酬費用) | 94 | - | - | 46 | +102.6% |
| 経常利益 (non-GAAP) | 156 | -57 | - | 205 | -23.6% |
| 当期純利益 (non-GAAP) | 140 | -57 | - | 185 | -24.2% |



2021年7月期第1四半期 セグメント別業績

| (百万円) | ラクスル | ノバセル | ハコベル | 全社合計 ⁽¹⁾ |
|------------------------------|-----------------|-----------------|------------------|---------------------|
| 売上高 前年同期比 | 4,444 +10.3% | 872 +19.1% | 553 -2.0% | 5,937 +10.9% |
| 売上総利益 前年同期比 | 1,216 +20.8% | 165 +39.9% | 91 +162.0% | 1,499 +28.1% |
| 売上総利益率 前年同期比 | 27.4% +2.4pt | 18.9% +2.8pt | 16.6% +10.4pt | 25.3% +3.4pt |
| 営業/セグメント 利益 (non-GAAP) | 418 | 18 | -26 | 160 |

注

(1)ラクスル、ノバセル、ハコベルの実績合計と全社合計の差分は其他事業、本社費によるもの



通期業績予想に対する 進捗率

- 売上高、売上総利益共に
通期業績予想に対して
過去3年と同水準での進捗⁽¹⁾
- 2Qは売上高が
前年同期比+20%前後、
最重視している売上総利益が
同+30-35%程度の成長を見込む

売上高



売上総利益



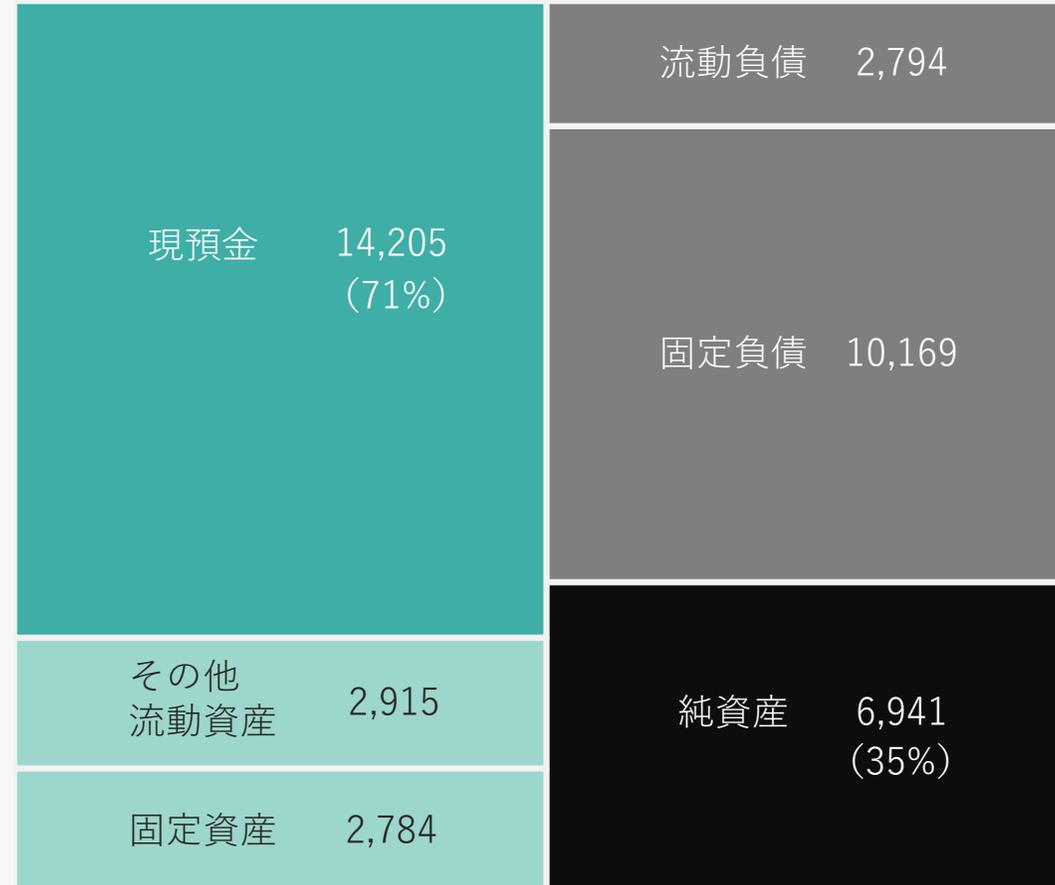
注
(1)2020年9月11日開示の通期業績予想下限値に対する進捗率



2021年7月期第1四半期 BSサマリー

- ①142億円の現預金を保有
 - 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)



長期借入 5,000
2024~2026年返済期日
CB 5,040
2024年11月償還

資本金 2,163
資本剰余金 4,970
利益剰余金 ▲366
新株予約権 181

資産

負債/純資産



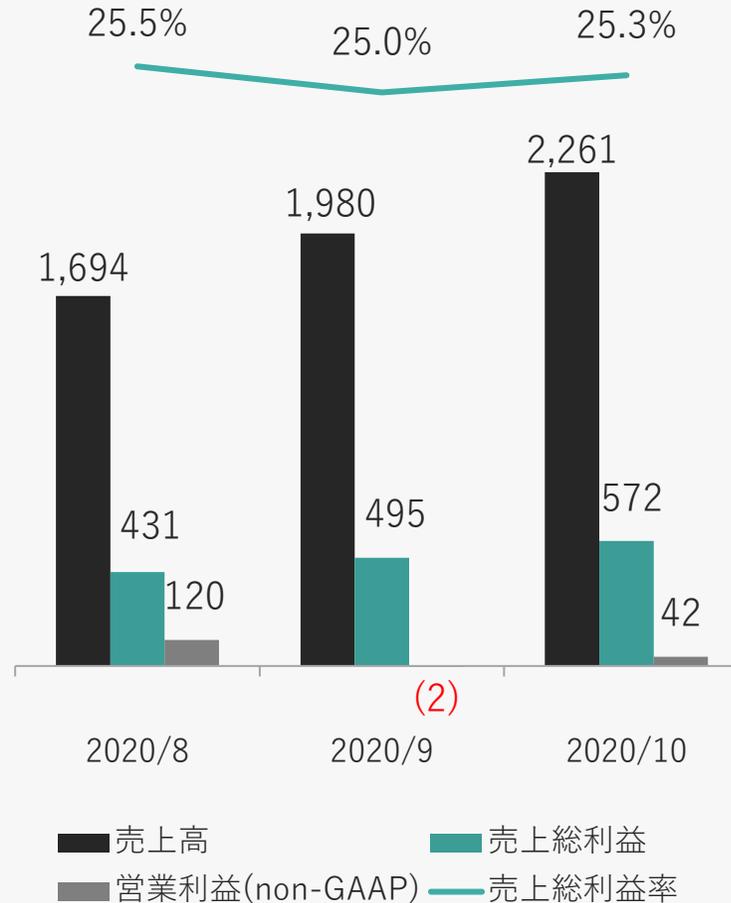
(参考)

2021年7月期第1四半期 全社月次業績推移

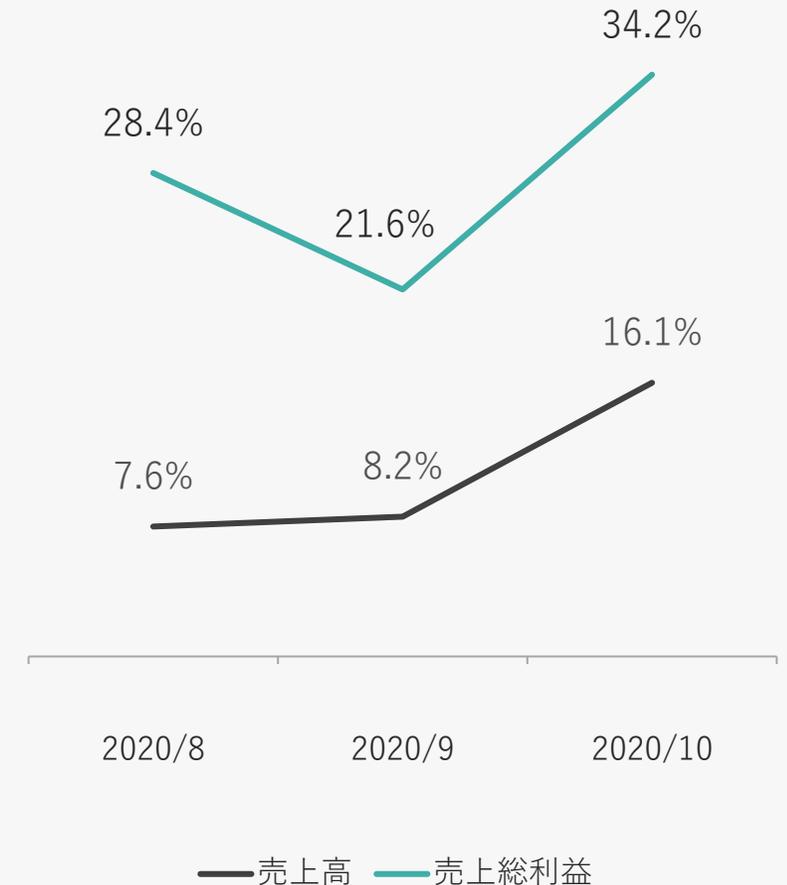
- 10月単月の前年同期比が売上高16.1%、売上総利益34.2%まで回復
- 11月単月では全社売上高が約23.4億円まで成長

業績推移

(百万円)



成長率(前年同期比)

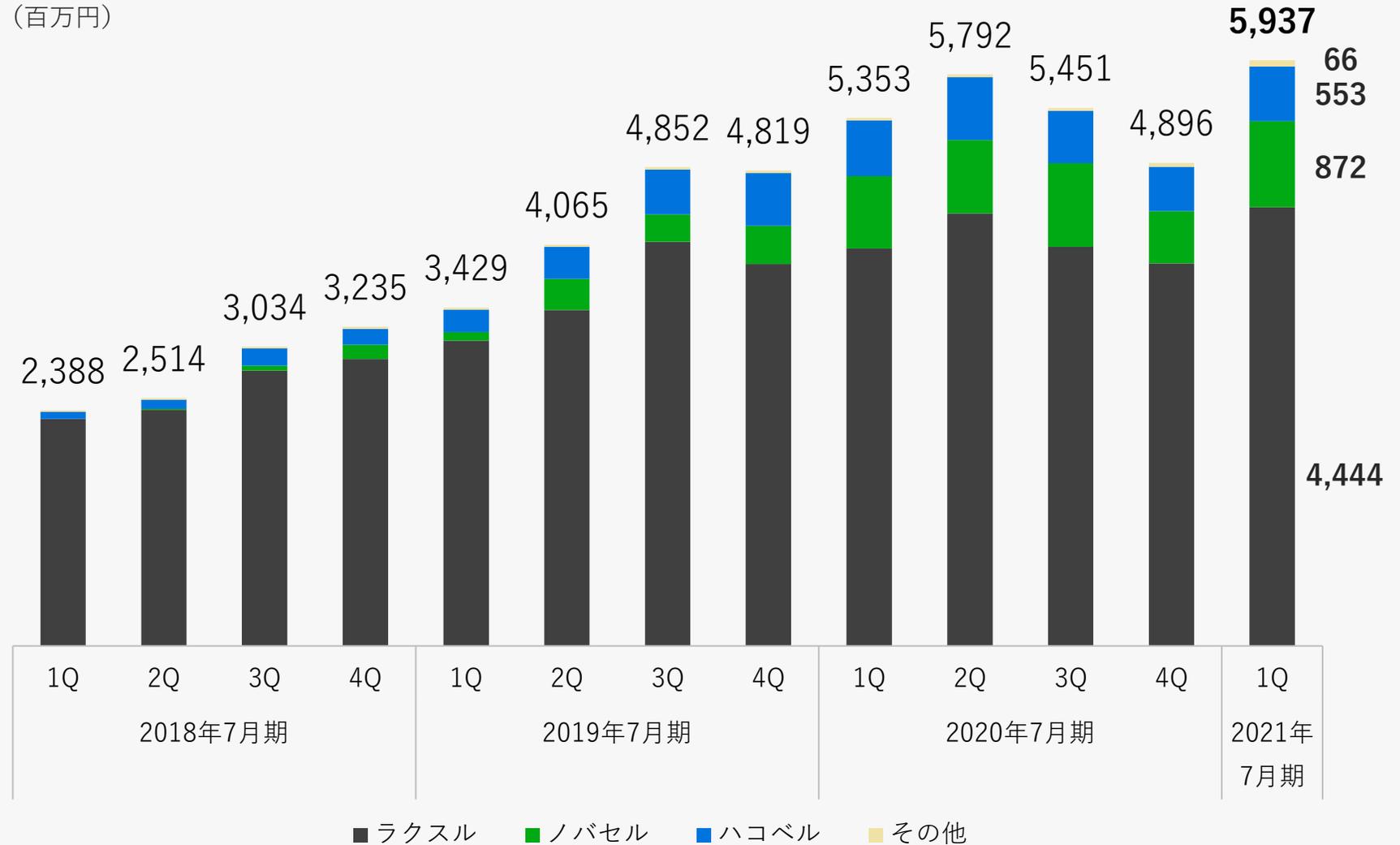




全社売上高の推移 (セグメント別)

- 各事業とも需要が回復し、四半期売上高としては過去最高額に成長
- 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

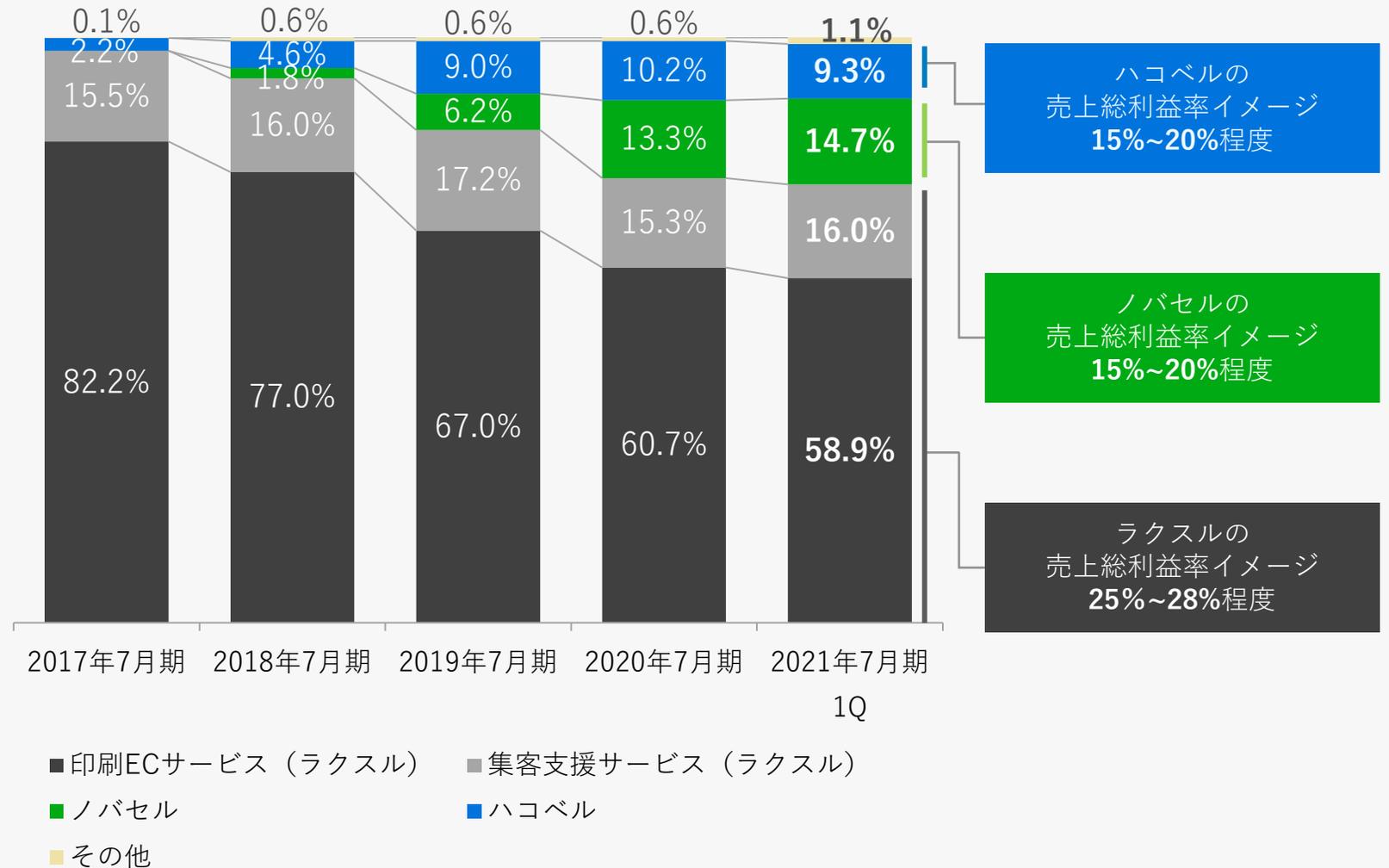
(百万円)





事業別売上高構成比の推移

- 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%超まで上昇

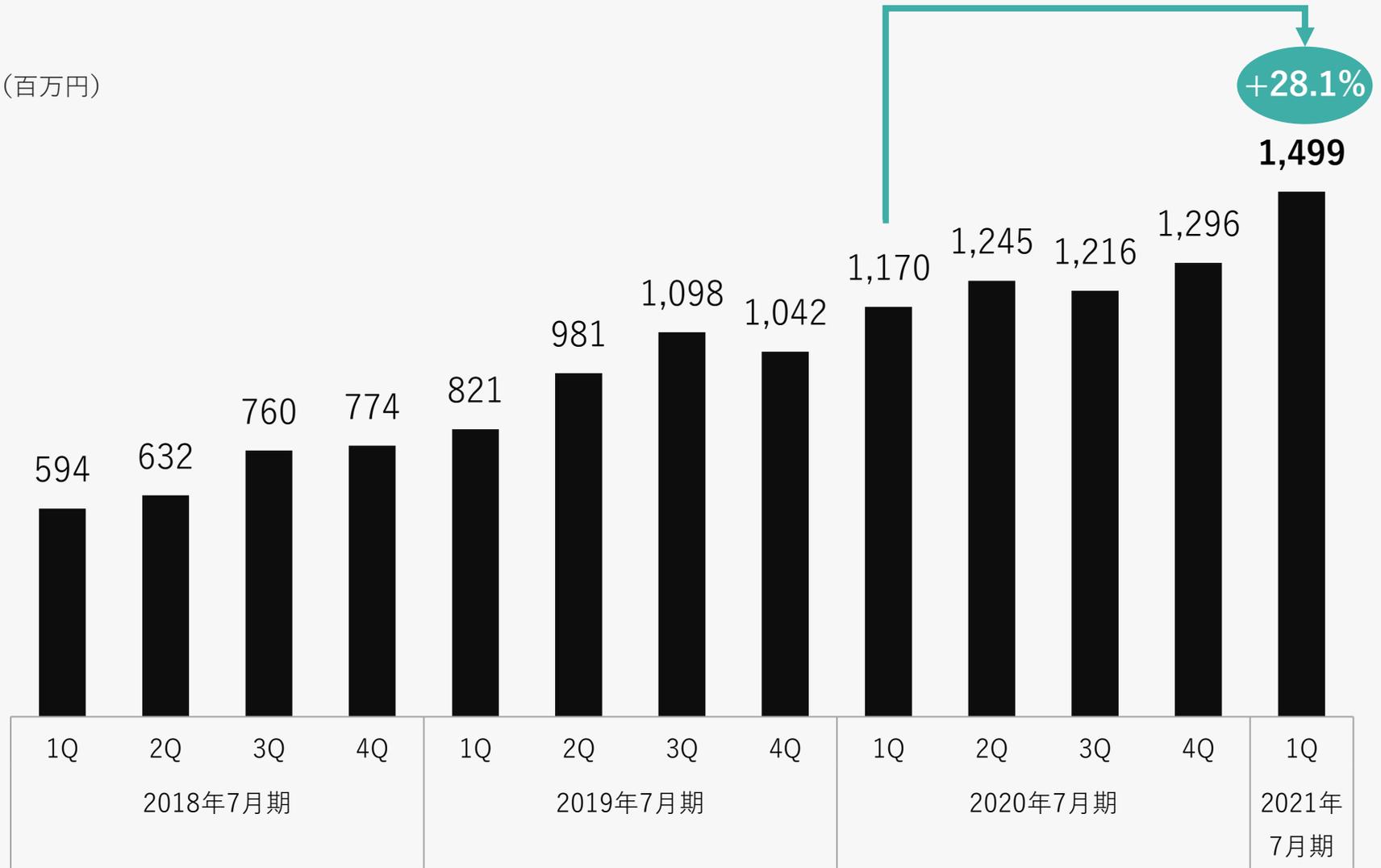




全社売上総利益の推移

- 売上高の拡大に加えて、各事業において前四半期で売上総利益率水準を改善したことから、過去最高の売上総利益に拡大

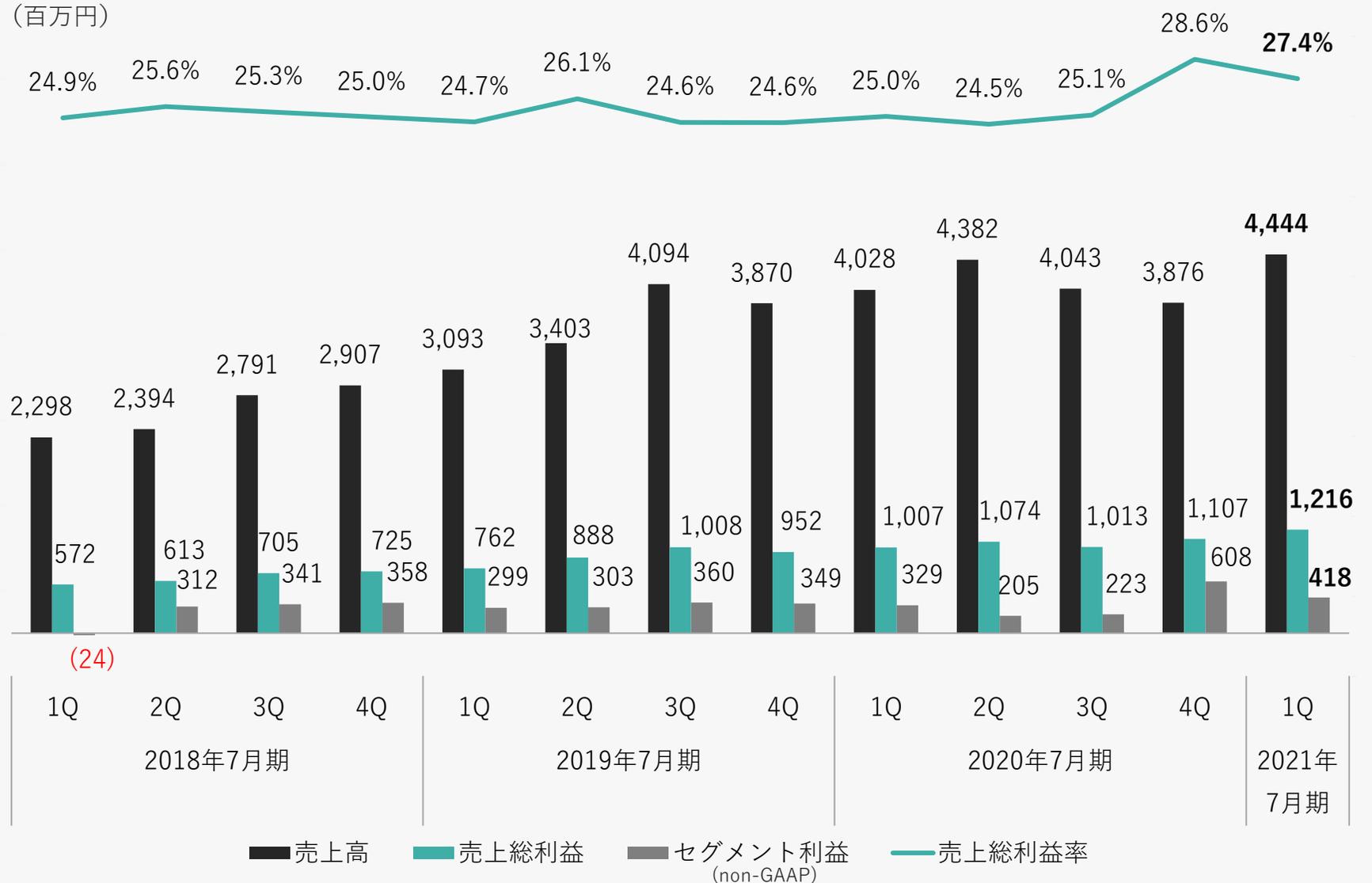
(百万円)





セグメント別 売上高、売上総利益 セグメント利益

- 改善した売上総利益率を維持
(前四半期に発生した一時的な需要による上昇は除く)
- 成長のために規律を持った
広告宣伝投資を実施



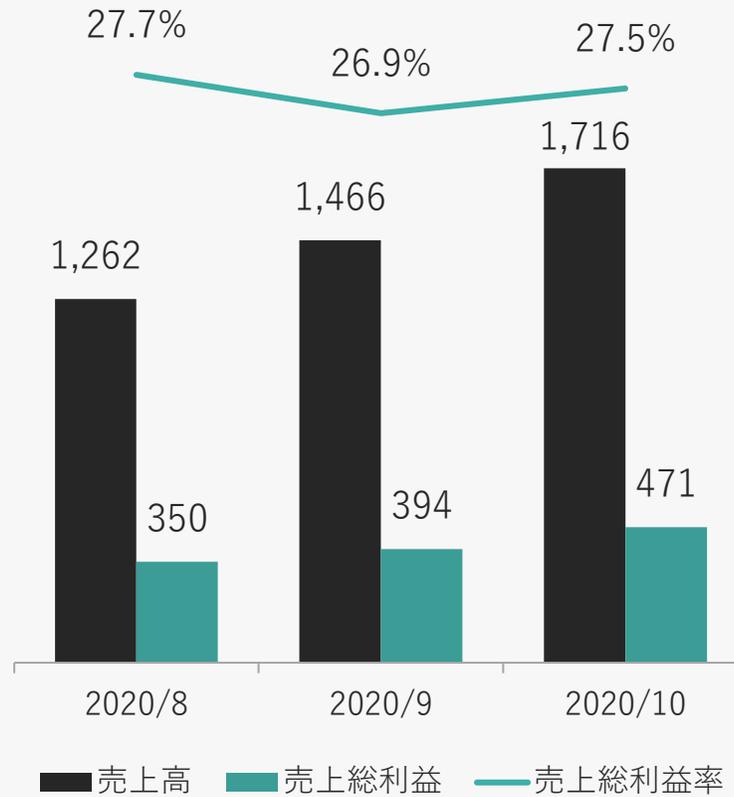


(参考)

2021年7月期第1四半期
月次業績推移

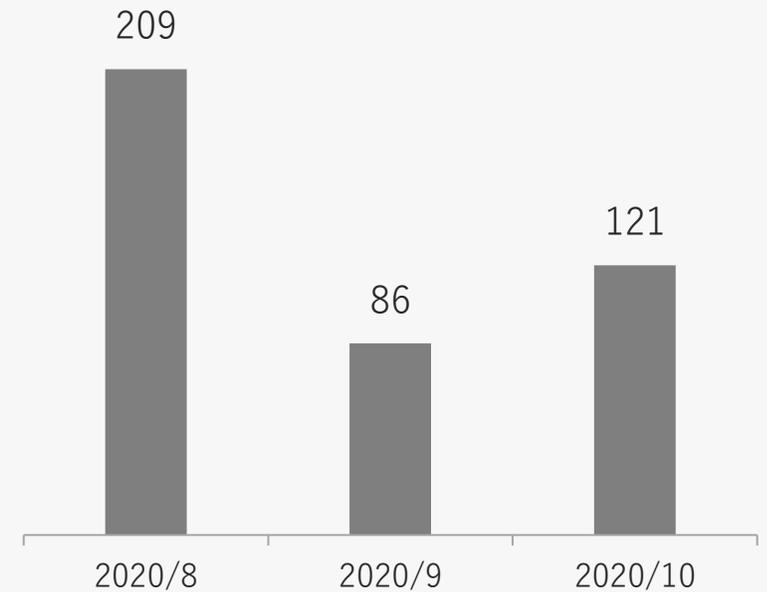
売上高、売上総利益、売上総利益率

(百万円)



セグメント利益 (non-GAAP)

(百万円)

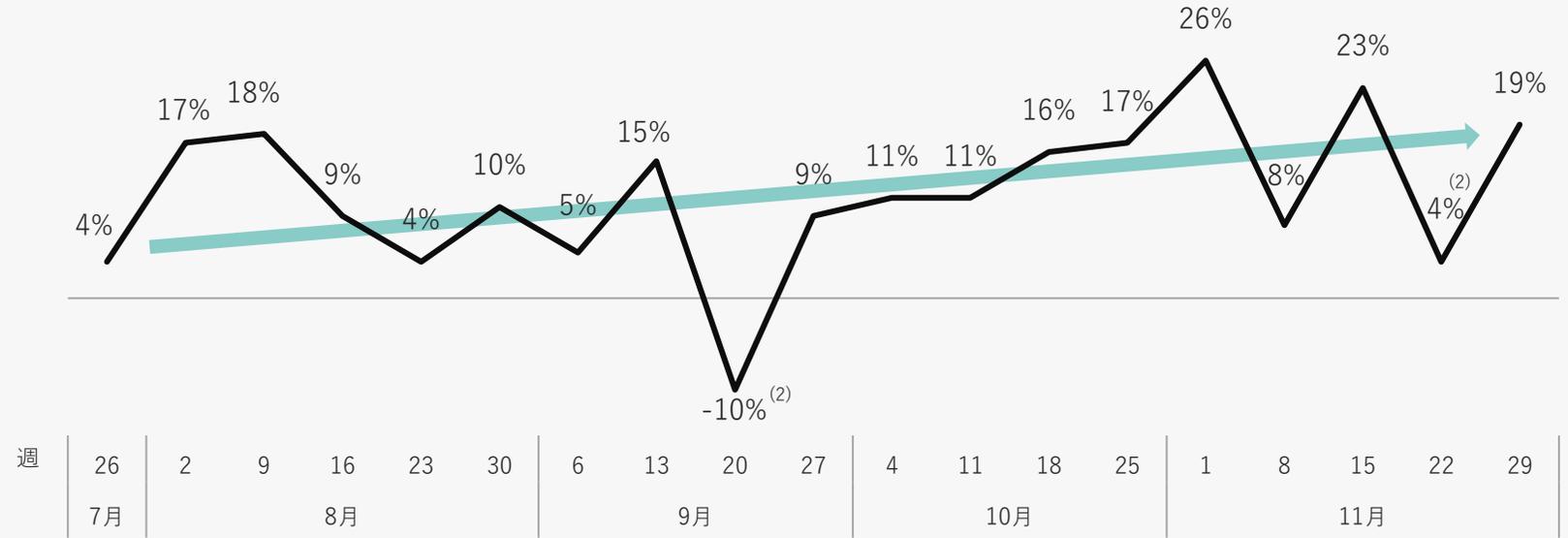




足元の新型コロナ環境からの回復状況

■ 売上高の成長率は継続的に改善傾向

売上高成長率⁽¹⁾(対前年同期)



| | 需要が加速 | 需要が回復 | 需要が弱い |
|----|---|--|---|
| 商材 | <ul style="list-style-type: none"> ノベルティ 封筒、DM(在宅需要) ポスティング等 (ローカルマーケティング) | <ul style="list-style-type: none"> チラシ、冊子、パンフレット、名刺等 (主要商材全般) | <ul style="list-style-type: none"> パネル、バナー等 (展示会、イベント関連) |
| 業種 | <ul style="list-style-type: none"> IT・通信 (デジタルサービスの需要増) | <ul style="list-style-type: none"> 広範な業種 (需要が加速・弱い以外の業種) | <ul style="list-style-type: none"> 旅行・宿泊(需要減) 学校(イベント自粛等) |

注
 (1) 管理会計ベースで算出
 (2) 営業日数(休祝日配置)の違いによる減少

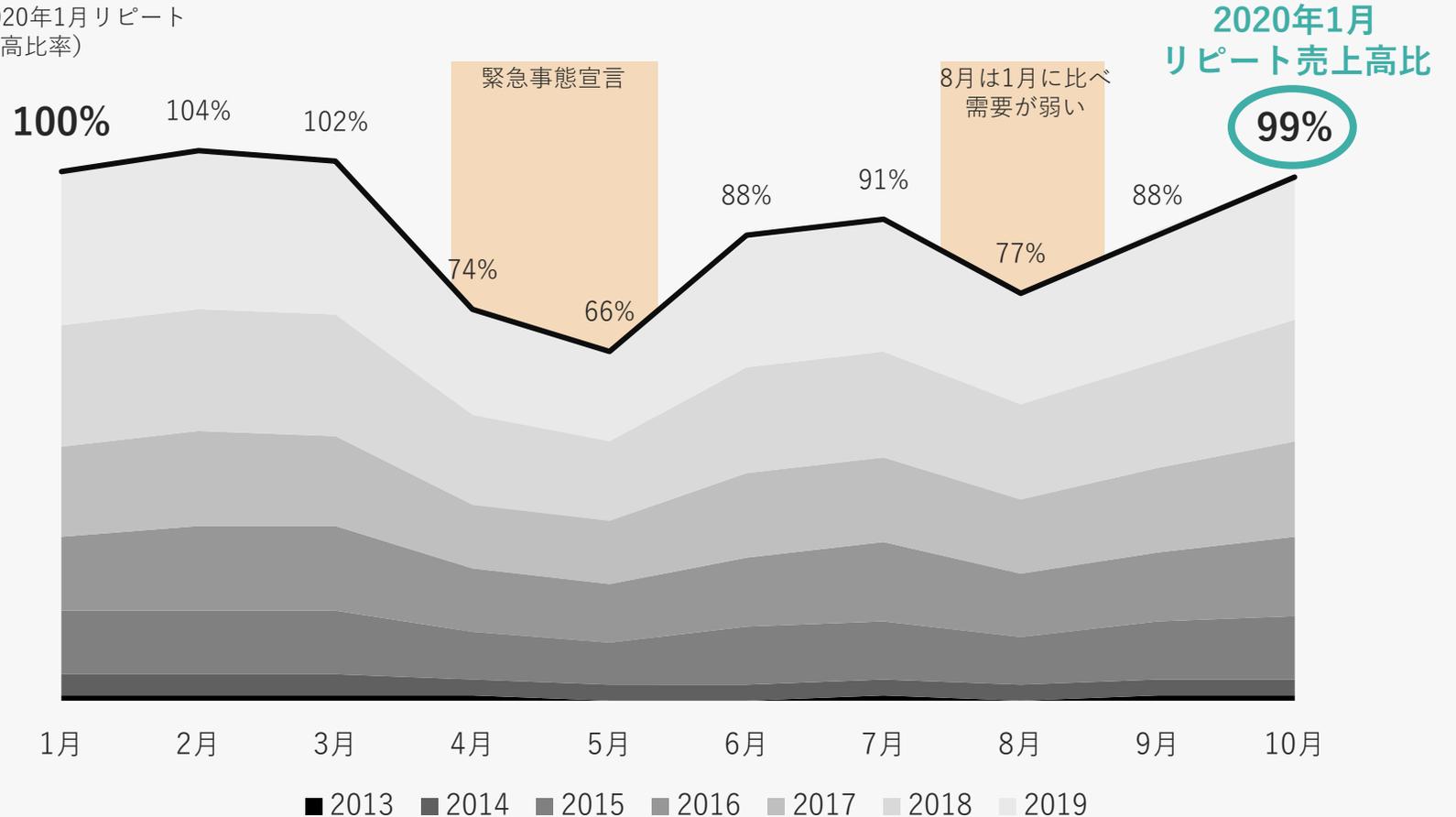


リピートユーザーの 売上高推移

- 昨年までに獲得したユーザーからの売上高は新型コロナウイルス環境以前の水準まで既に回復
顧客基盤及び収益基盤は引き続き安定

2019年までに獲得したユーザーからのリピート売上高推移⁽¹⁾ (2020年に獲得した新規ユーザーを含まず)

(対2020年1月リピート売上高比率)



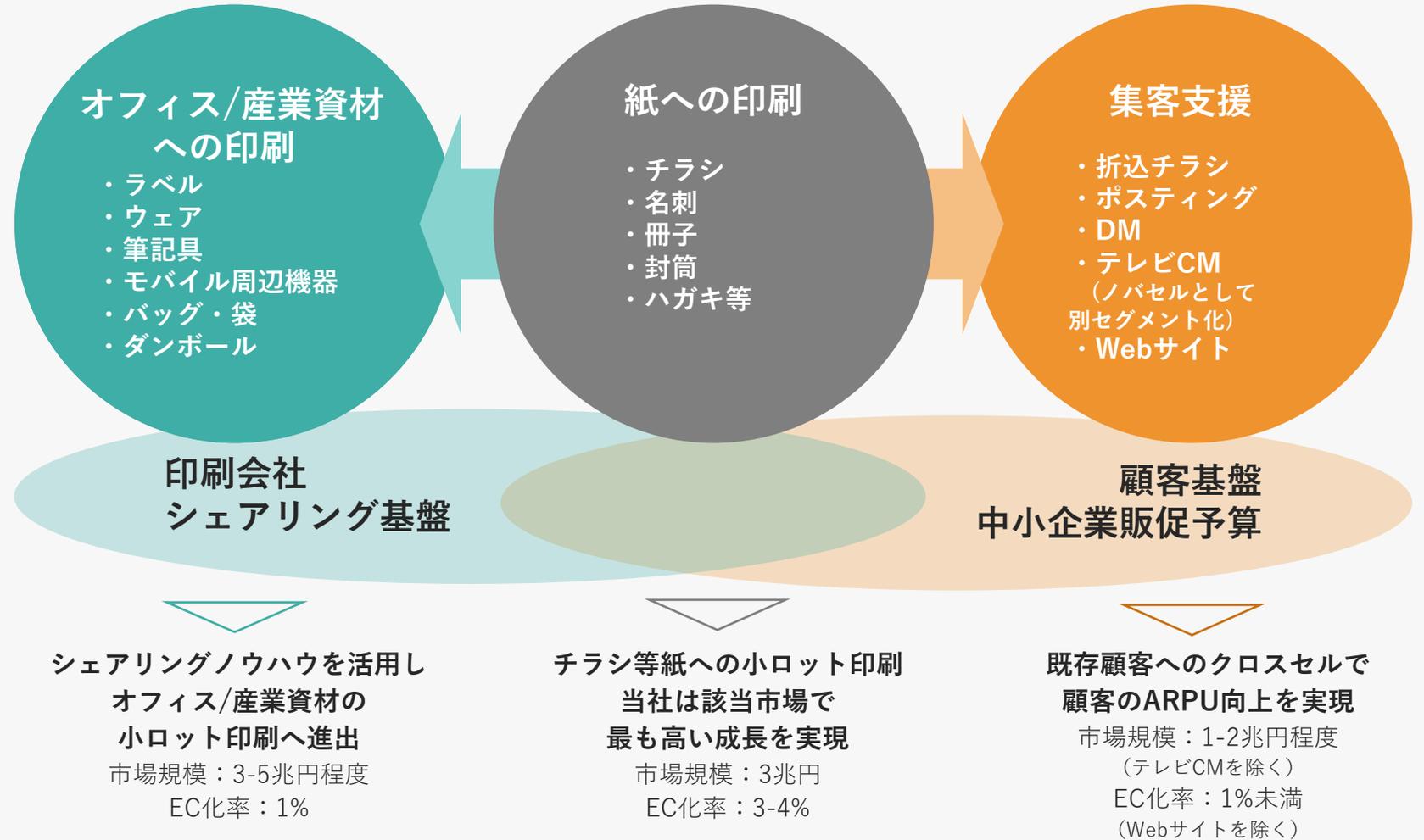
注
(1)管理会計ベースで算出



ラクスルセグメントの市場認識と成長戦略

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





ダンボールワン社の 株式取得

- ダンボールワン社の株式取得を予定
(2020年12月中に完了予定)
- シェアリングノウハウの活用、商品数増加による顧客基盤の拡大など、当社サービスにおける相乗効果を期待

| | |
|--------|--|
| 会社名 | : 株式会社ダンボールワン |
| 事業内容 | : ダンボール・梱包材の受発注プラットフォーム『ダンボールワン』の運営 |
| 代表者 | : 辻 俊宏 |
| 財務状況 | : 月次売上高3.5億円程度。新型コロナウイルス環境下によるEC取引の増加およびノバセルによるテレビCMサービスの提供によって事業成長が加速 |
| 今次案件概要 | : 既存株主からの譲受により約49%を取得 |



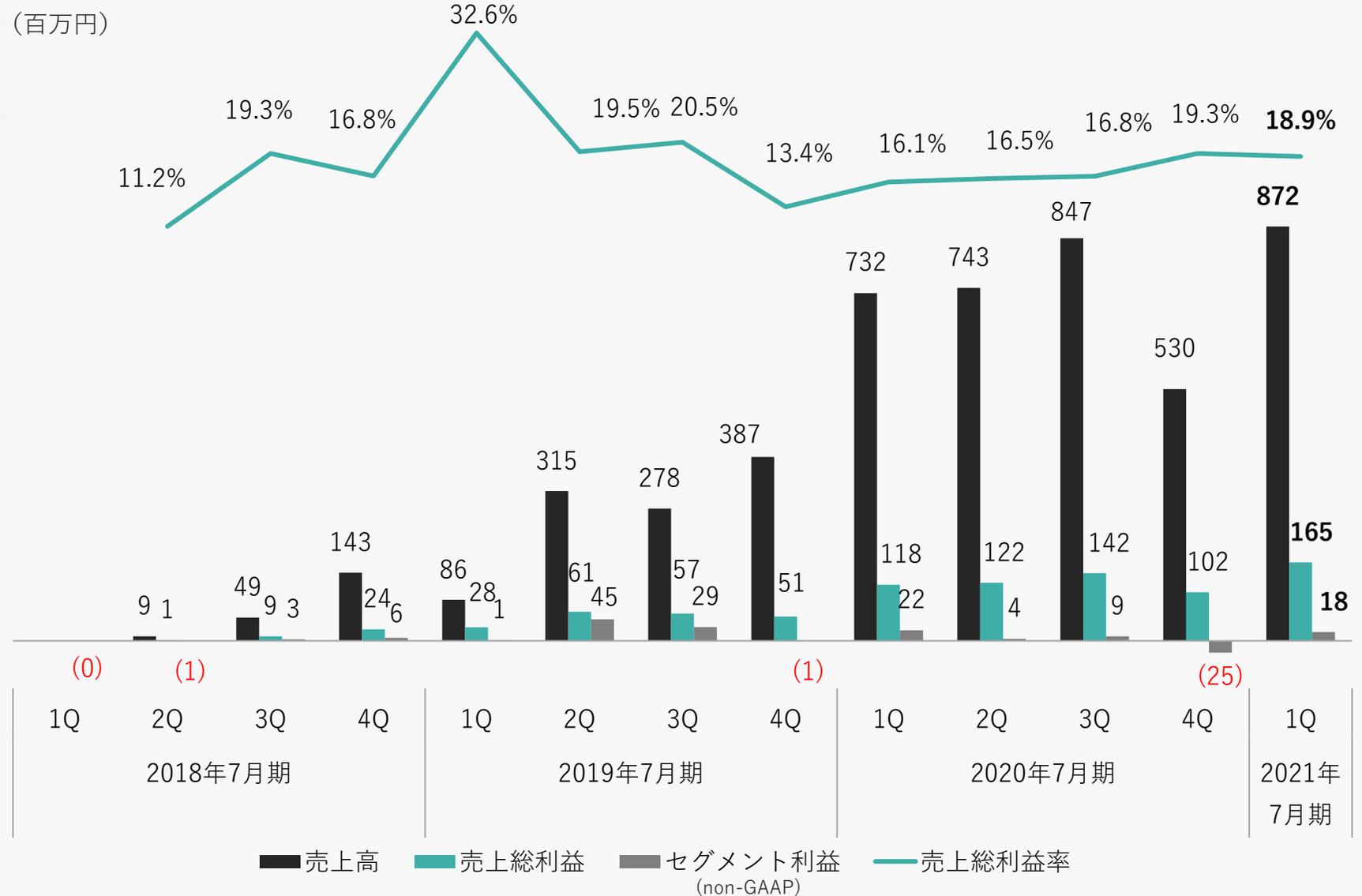
サービスの特徴

- ・ ダンボール/梱包材専門通販ECサイトとして3年連続国内売上シェアNo.1
- ・ 業界最大規模のダンボール製造会社/梱包材メーカーのネットワークを保有。低コストかつ小ロットで商品を提供する仕組みを構築
- ・ 個人事業主や中小企業の利用が多く、印刷ECとの顧客基盤の親和性も見込む



セグメント別 売上高、売上総利益 セグメント利益

- 顧客側の広告宣伝投資再開により需要が回復
- ノバセルアナリティクス(SaaS)の売上総利益率への貢献は1Q単独で+0.5%に上昇、累計導入社数は45社(無償利用を含む)



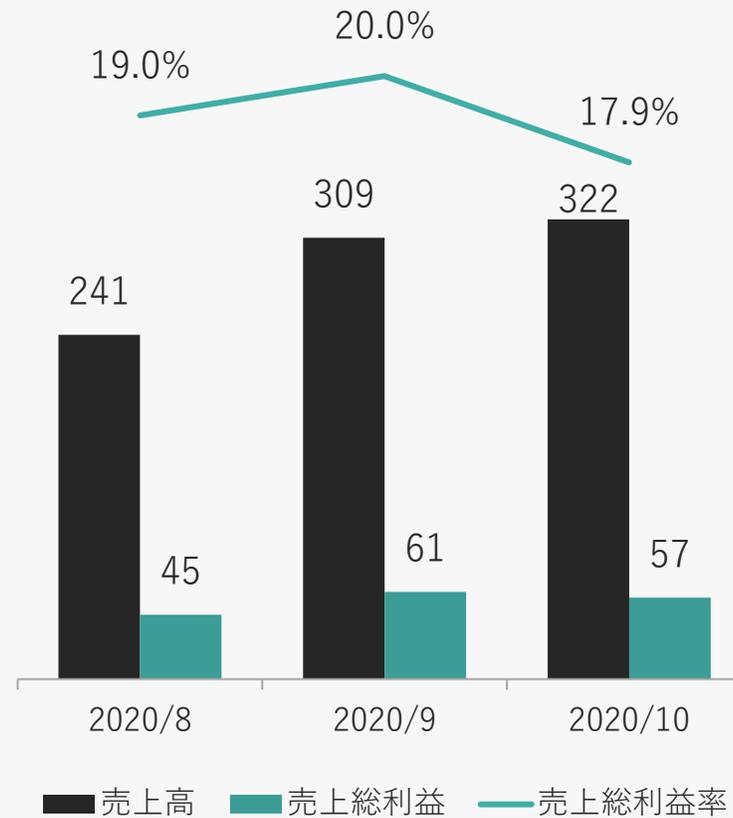


(参考)

2021年7月期第1四半期
月次業績推移

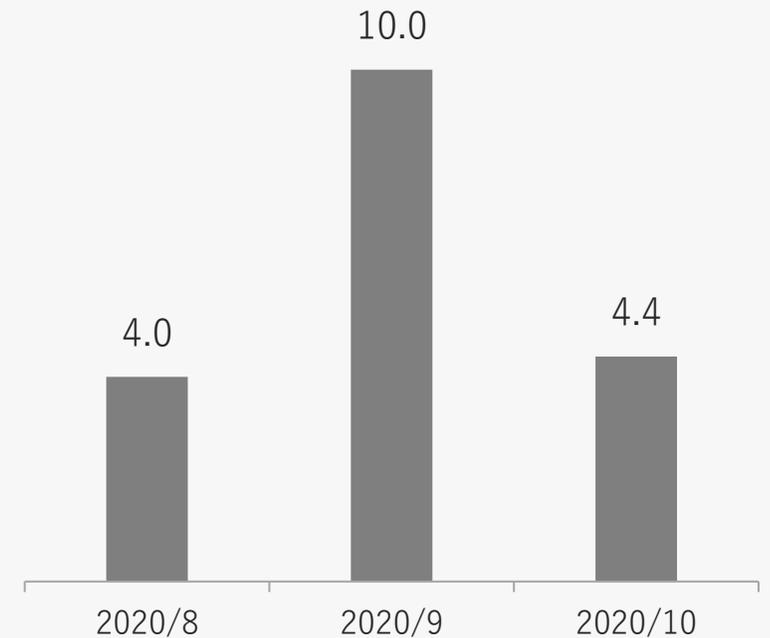
売上高、売上総利益、売上総利益率

(百万円)



セグメント利益 (non-GAAP)

(百万円)





ADKマーケティング・ソリューションズ社との業務提携

- 運用型テレビCMの市場拡大を目的とした業務提携
- 同時に、総合広告代理店の持つ多様な資産(オンライン広告運用力、メディアバイイング機能、データ基盤)を活用することで、ノバセルの事業価値を大きく向上させることを企図



| | | |
|-----------|---|---|
| 運用型サービス | ノバセルアナリティクスを軸とした効果を可視化し改善していくテレビCM運用 | オン・オフメディア横断で最適なプランニングを実施し、ターゲット視聴率の最大化やセントラルメディアバイイングを実現する独自ツールを活用したテレビCM運用 |
| ソリューション開発 | ノバセルアナリティクスだけでなくオペレーション自動化なども含めたシステム開発力 | ADKグループが持つDMP ⁽¹⁾ との接続や、顧客のCDP ⁽²⁾ 構築支援等の顧客向け開発力 |
| 実績・ノウハウ | ラクスルとして培った顧客経営に直結するマーケティング実績・ノウハウ | 総合広告代理店として様々なマーケティング課題に向き合ってきた実績・ノウハウ |

注

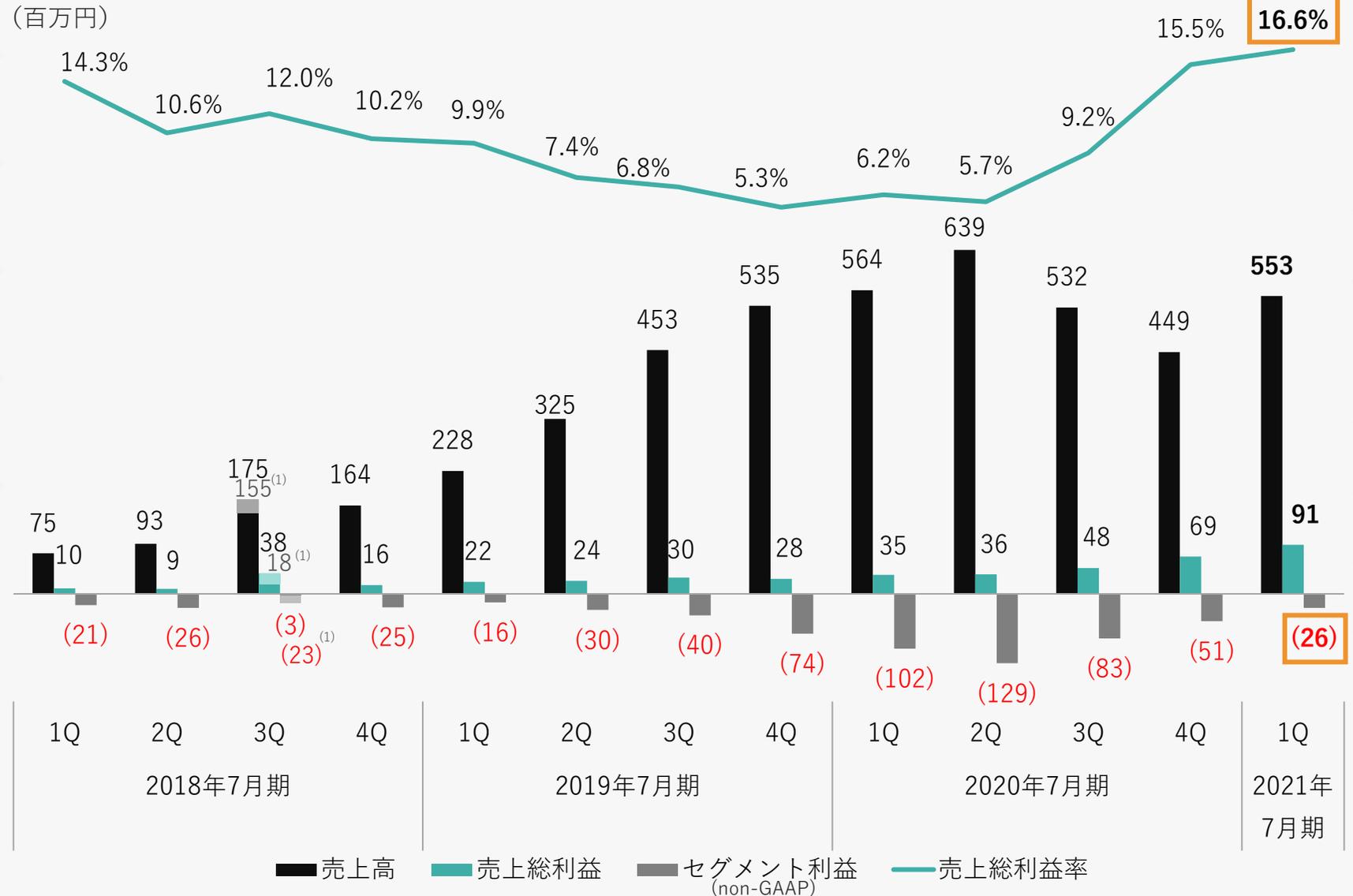
(1) 「Data Management Platform」の略で、インターネット上に蓄積された様々な情報データを管理するためのプラットフォームを指す

(2) 「Customer Data Platform」の略で、顧客一人ひとりの属性データや行動データを収集・蓄積・統合するためのデータプラットフォームを指す



セグメント別 売上高、売上総利益 セグメント利益

- 案件の選別による減収は前四半期までに終了
- 新型コロナウイルス影響から需要が回復基調
- 売上総利益とセグメント損失を改善しながら、成長を実現



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)

2021年7月期第1四半期
月次業績推移

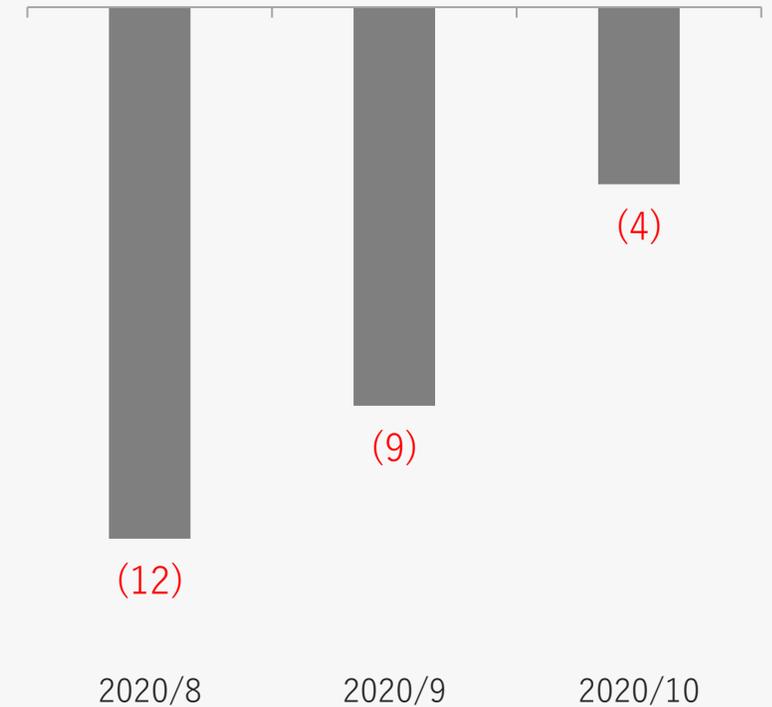
売上高、売上総利益、売上総利益率

(百万円)



セグメント利益 (non-GAAP)

(百万円)

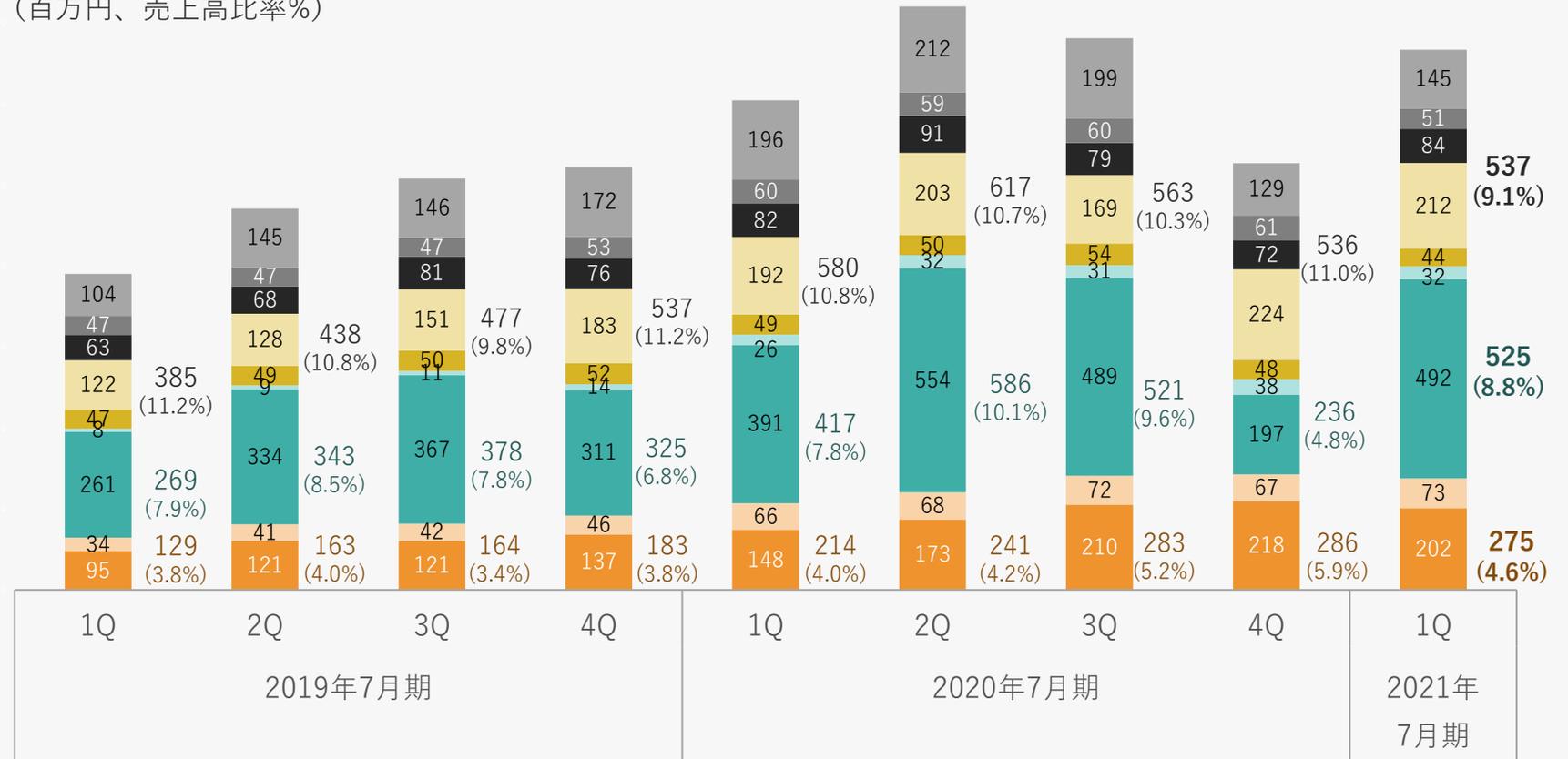




全社販売管理費の推移

- 広告宣伝投資を中心に成長投資を再開
- 五反田オフィスの解約により、今四半期から月額で約4百万円の賃料等を削減

(百万円、売上高比率%)



Tech&Development

- IT・サーバー費用
- エンジニア人件費

Sales&Marketing

- 営業人件費
- 広告宣伝費

Others

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

注
(1) 株式報酬費用を含まない



全社広告宣伝費・ 広告宣伝費比率の推移

- 再成長に向けラクスルセグメントのテレビCMを中心とした広告宣伝投資を再開
- 今期は通期で8%程度の広告宣伝費比率を予定

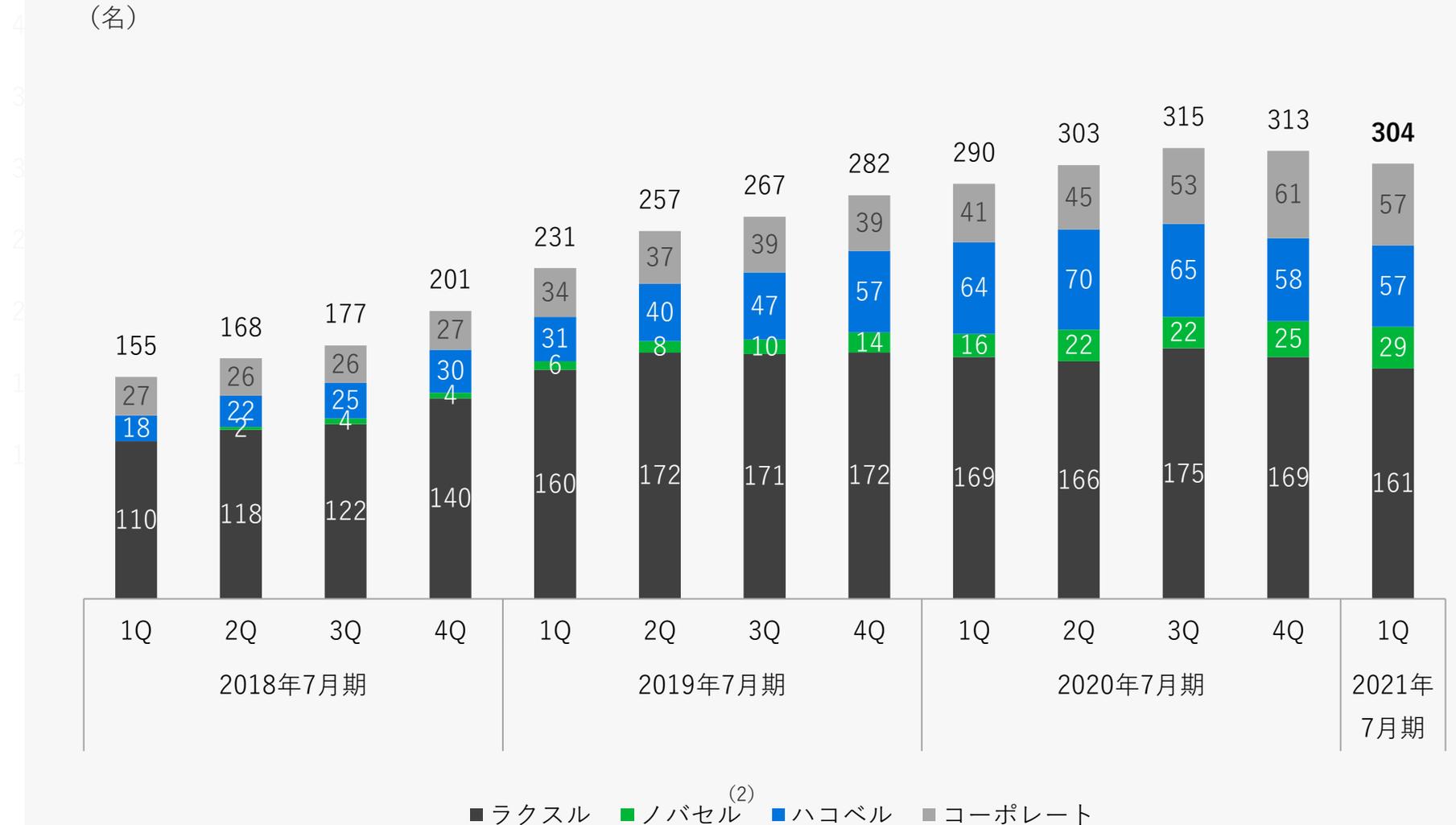


注
(1)括弧内は、ラクスルのみの数値を参考として掲載



従業員数⁽¹⁾の推移

- 採用ポジションを厳選しながらも、継続的に組織を強化



注

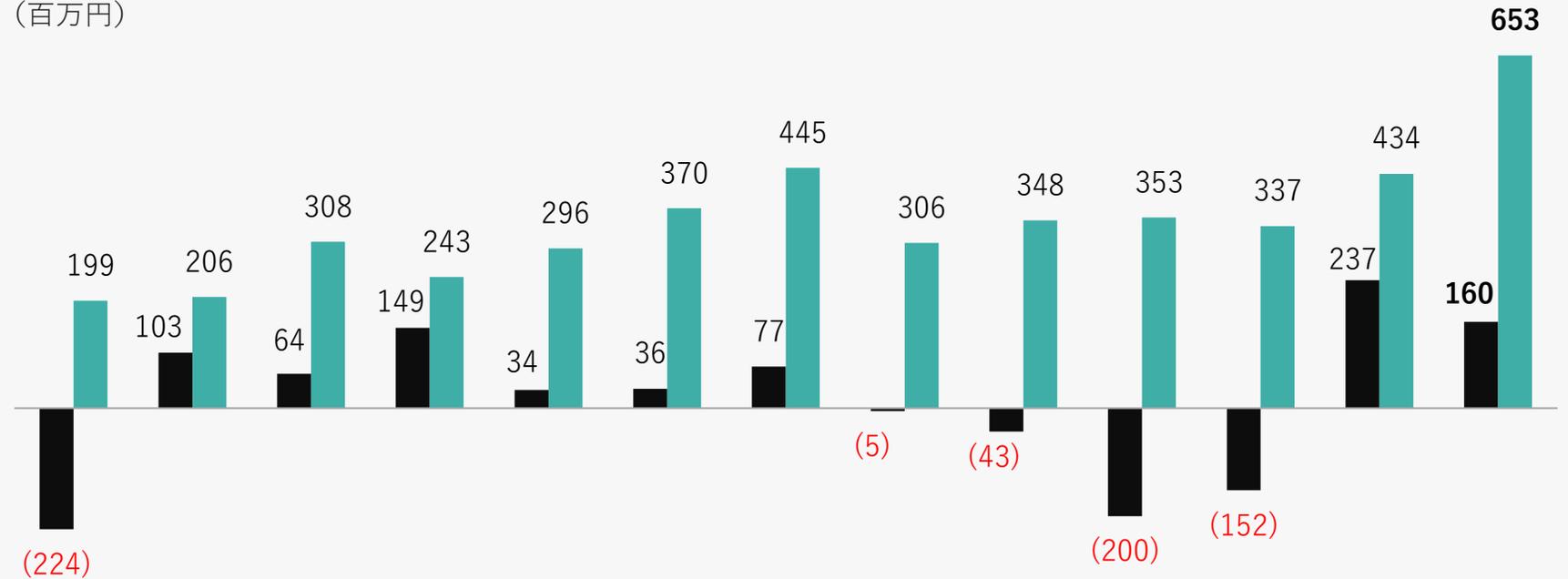
- (1) 会社概要等にて開示している従業員数はフルタイム当量換算値であるため、本頁数値とは異なる
 (2) ノバセルは2020年7月期より独立した事業本部として運営。2019年7月期以前はラクスルと同一事業本部にて運営
 (2018年7月期および2019年7月期の人数は、テレビCMサービスに従事していた従業員数。印刷ECおよび集客支援サービスも兼務していた従業員を含む)



全社営業利益及び広告 宣伝費を除く営業利益 の推移

- 前四半期の収益体質を維持しながらも、変動費を中心に成長投資を再開
- 広告宣伝費を除く営業利益は過去最高益

(百万円)



(運送事業セグメント利益)

| | | | | | | | | | | | | |
|----------|------|-----|------|----------|------|------|------|----------|-------|------|------|----------|
| (21) | (26) | (3) | (25) | (16) | (30) | (40) | (74) | (102) | (129) | (83) | (51) | (26) |
| 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q |
| 2018年7月期 | | | | 2019年7月期 | | | | 2020年7月期 | | | | 2021年7月期 |

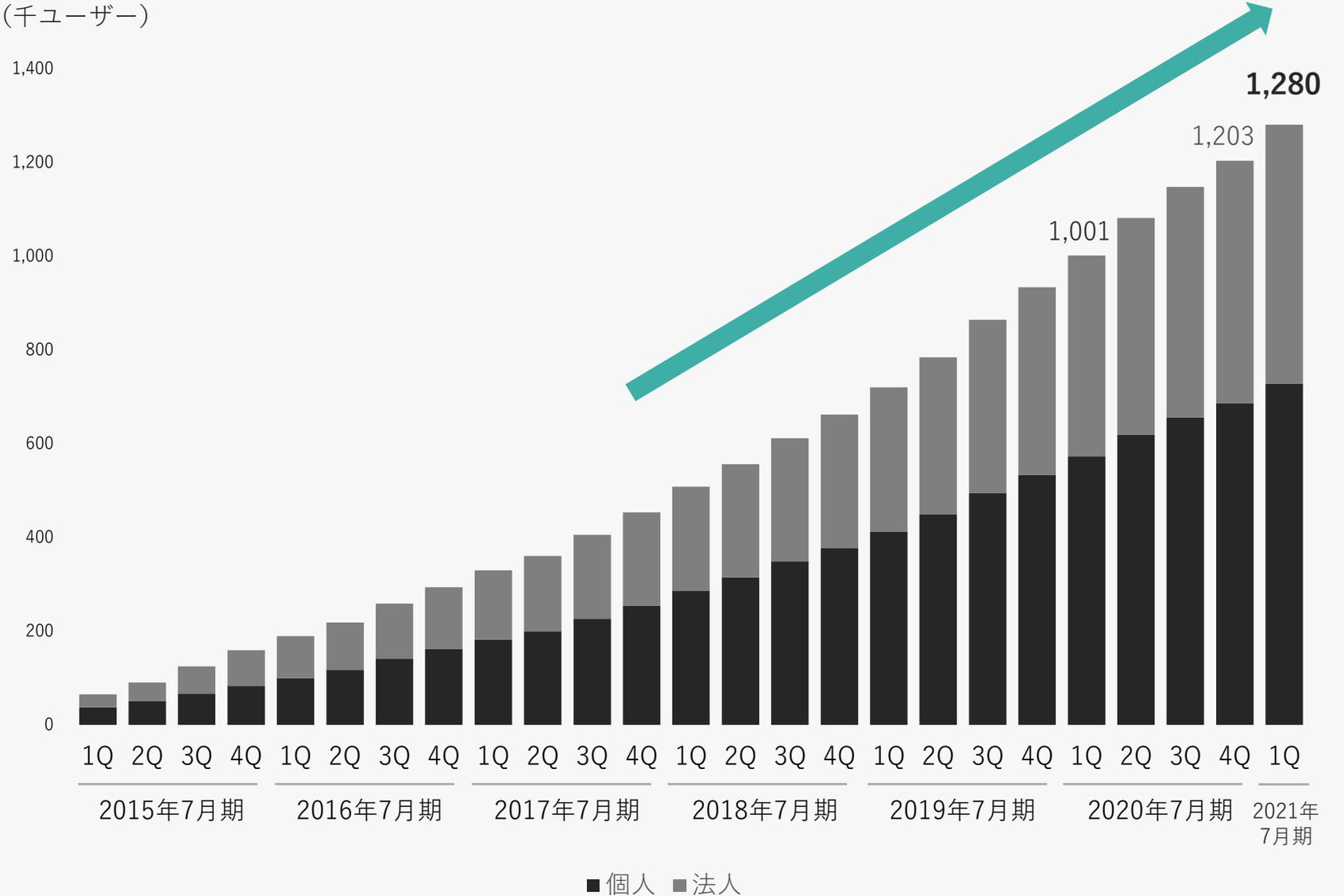
■ 営業利益 (non-GAAP) ■ 広告宣伝費除く営業利益 (non-GAAP)



累計登録ユーザー数⁽¹⁾ の推移

- 新型コロナウイルス環境下においても顧客基盤は継続的に拡大
- 1Qのユーザー数は1,280,177人

(千ユーザー)

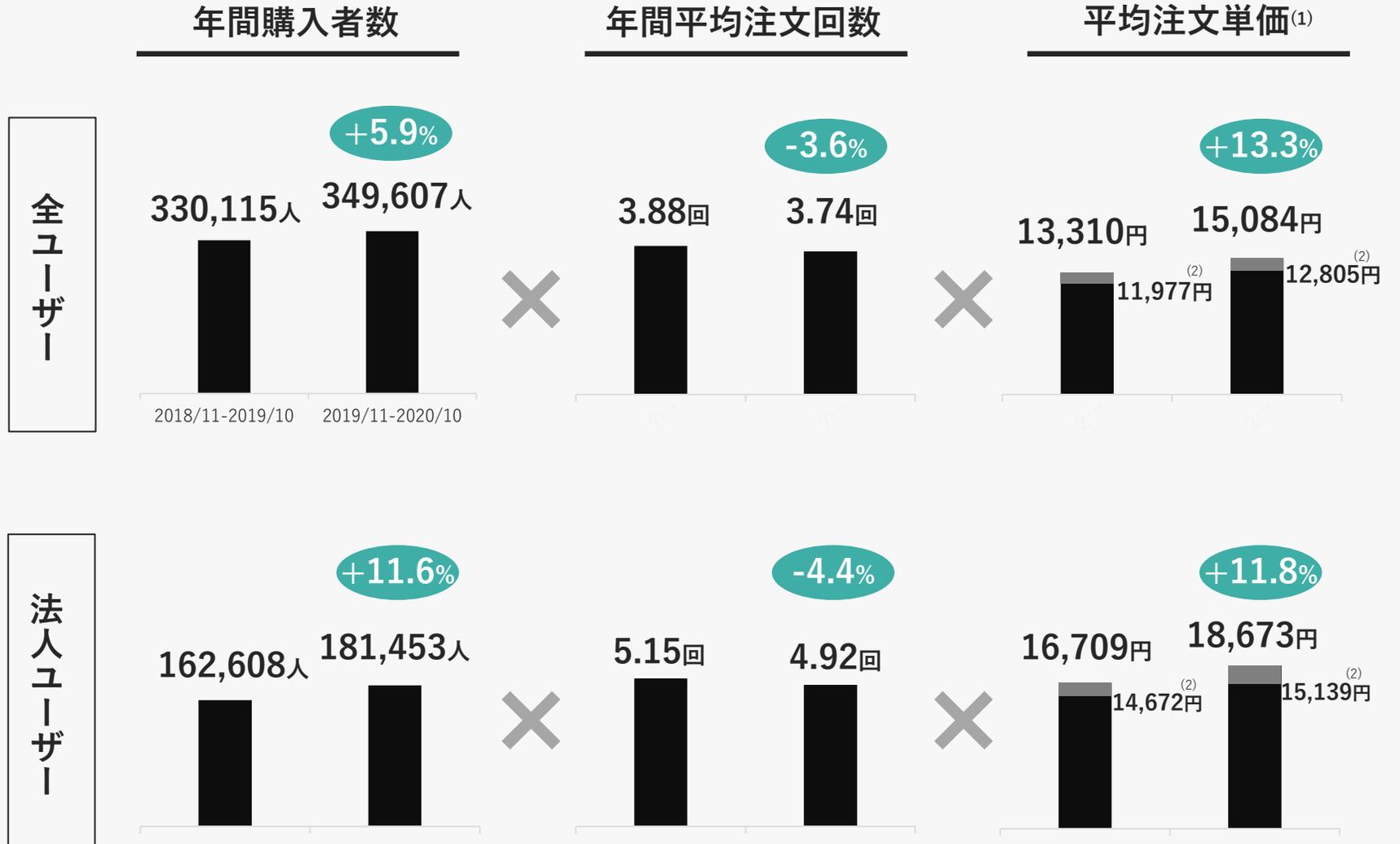


注
(1) 「ラクスル」の累計登録ユーザー数。「ハコベル」は含まない



高い定着性を有する 顧客基盤の確立

- 前四半期時点と比較しても、年間購入者数は着実に増加
- 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 +6.9%
法人ユーザー +3.2%



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

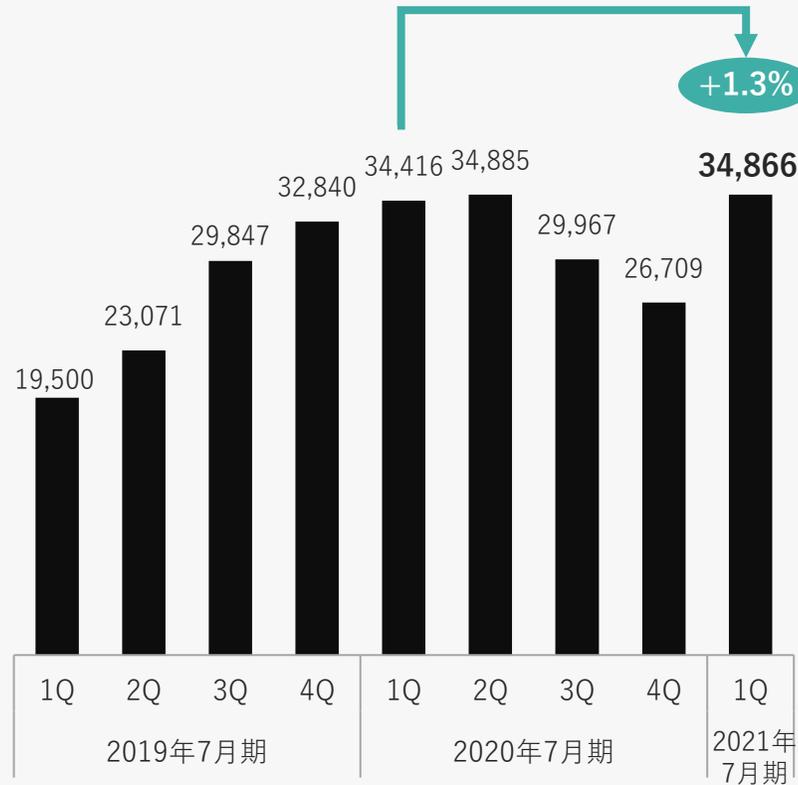


注文件数、注文単価の推移

- 注文件数が急速に回復
- 軽貨物の案件増加により平均注文単価は下落

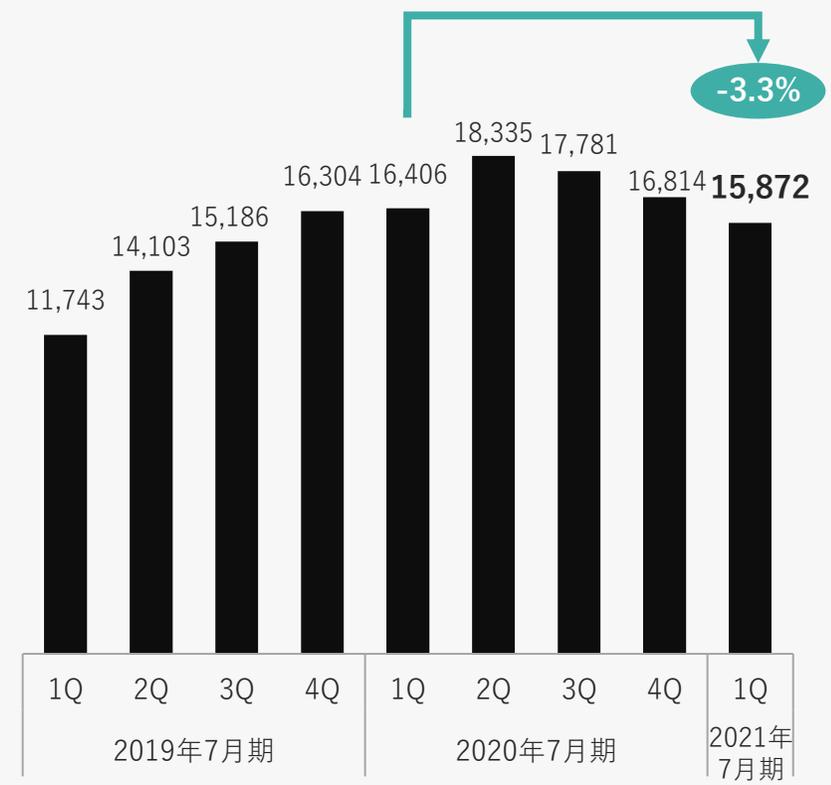
注文件数

(件)



注文単価⁽¹⁾

(円)



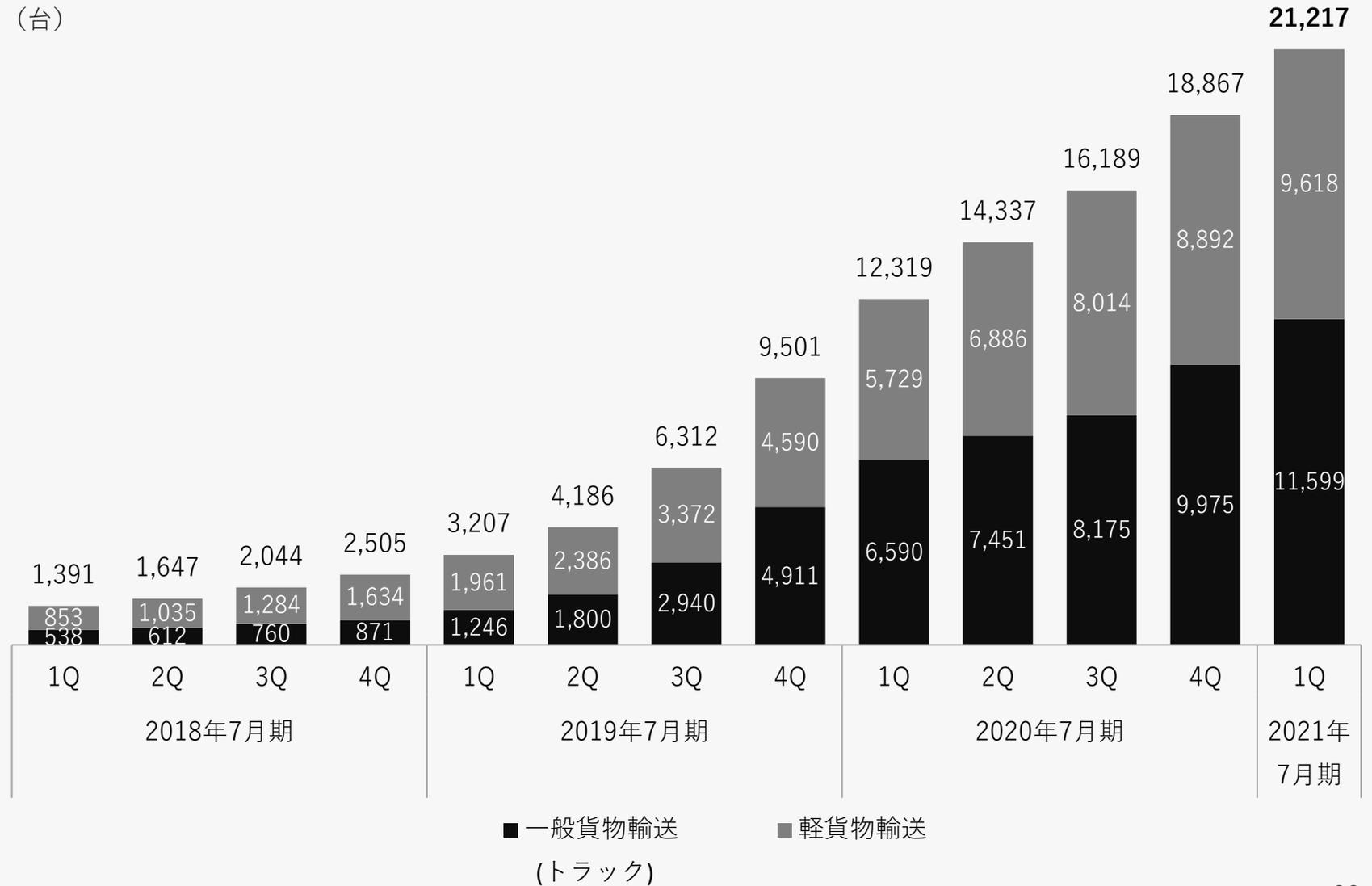
注
(1)内部取引消去前の財務会計をベースに算出



登録車両台数の推移

- 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

(台)



3

Q&A



Q&A

| | 質問 | 回答 |
|-------------------|---|--|
| 全社 | トップラインは順調に再成長軌道に戻っているのか？ 下期の見通しは？ | 売上高は通期業績予想達成に向けて順調に推移 前年比成長率は下期にかけて加速する見込み |
| 全社 | M&Aについての考え方は？ | 買収時のvaluationとのれんの負担を保守的にマネージしつつ、既存事業の周辺領域においてシナジーを創出できる機会については積極的に検討していく |
| 全社 | 通期の営業利益(non-GAAP)は達成可能か？ | 1Qで1.6億円の営業利益(non-GAAP)を創出し、順調に推移。 2Q以降にいかなるシチュエーションが発生しても通期予想(3-5億円)を達成できるような投資ペースを想定 |
| ラクスル (印刷・集客支援) | 引き続き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？ | 印刷業界全体の需要は前年と比べ減少傾向である一方、非対面かつ価格競争力のあるECへの需要は比較的高く、前年比フラットまで回復している その中で当社は最も回復と再成長のペースが早いと認識 |
| ノバセル (テレビCM関連) | 今後の成長の方向性(成長率、赤字イメージ)、SaaSの導入状況 | 企画、制作、放映だけではなく、CMの効果測定と分析までを一気通貫して提供できることを付加価値として運用型TVCM市場の拡大を目指す。SaaSの累計導入社数(有償・無償)は45社程度、プライシングについては検証中の段階 |
| ハコベル (運送) | 今後の成長の方向性(成長率、赤字イメージ)、SaaSの導入状況 | 顧客数の拡大に加えて、運行管理システム(SaaS)の提供及び顧客のコスト削減に資するソリューション営業により、顧客あたりの売上高増を今後の成長ドライバーとする SaaSの導入社数は11月末時点で10社程度 |

4

參考資料





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
小林 賢治 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: 316名 (2020年10月末)

経営陣紹介



代表取締役社長CEO
松本 恭攝

- 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



取締役CFO
永見 世央

- 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



取締役CMO
田部 正樹

- 中央大学文学部卒業後、丸井グループ、テイクアンドグヴ・ニーズを経て2014年8月に当社入社
- テレビCMを中心とした新規顧客獲得とデータドリブな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



取締役COO
福島 広造

- 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



取締役CTO
泉 雄介

- 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)



社外取締役
玉塚 元一

- 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



社外取締役
宮内 義彦

- 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月オリエント・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



社外取締役
小林 賢治

- 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 株式会社コーポレイト 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
- 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）
- 2020年10月当社取締役



社外取締役 監査等委員
森 尚美

- 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）



社外取締役 監査等委員
琴坂 将広

- 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）



社外取締役 監査等委員
宇都宮 純子

- 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）

貸借対照表

| (百万円) | 2020年7月期末 | 2021年7月期1Q |
|-------------------|--------------------|--------------------|
| 流動資産 | 18,023 | 17,121 |
| 現金及び預金 | 15,451 | 14,205 |
| 固定資産 | 1,356 | 2,784 |
| 資産合計 | 19,379 | 19,905 |
| 流動負債 (うち有利子負債) | 2,405 (40) | 2,794 (40) |
| 固定負債 (うち有利子負債) | 10,172 (10,043) | 10,169 (10,040) |
| 純資産 | 6,801 | 6,941 |
| 資本金 | 2,152 | 2,163 |
| 資本剰余金 | 4,959 | 4,970 |
| 負債・純資産合計 | 19,379 | 19,905 |



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・集客支援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、2020年7月期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 ノバセル



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



セグメント別財務情報

| | | 2019年7月期 | | | | 2020年7月期 | | | | 2021年 7月期 |
|---------------------------|---------------|----------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|--------------|
| (百万円) | | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q |
| 売上高 | ラクスル | 3,093 | 3,403 | 4,094 | 3,870 | 4,028 | 4,382 | 4,043 | 3,876 | 4,444 |
| | ノバセル | 86 | 315 | 278 | 387 | 732 | 743 | 847 | 530 | 872 |
| | ハコベル | 228 | 325 | 453 | 535 | 564 | 639 | 532 | 449 | 553 |
| | その他 | 21 | 21 | 26 | 26 | 27 | 27 | 28 | 40 | 66 |
| 売上総利益 | ラクスル | 762 | 888 | 1,008 | 952 | 1,007 | 1,074 | 1,013 | 1,107 | 1,216 |
| | ノバセル | 28 | 61 | 57 | 51 | 118 | 122 | 142 | 102 | 165 |
| | ハコベル | 22 | 24 | 30 | 28 | 35 | 36 | 48 | 69 | 91 |
| | その他 | 7 | 7 | 2 | 9 | 9 | 11 | 11 | 17 | 26 |
| セグメント 利益 (non-GAAP) | ラクスル | - | - | - | - | 329 | 205 | 223 | 608 | 418 |
| | ノバセル | - | - | - | - | 22 | 4 | 9 | -25 | 18 |
| | ハコベル | - | - | - | - | -102 | -129 | -83 | -51 | -26 |
| | その他及び 全社費用 | - | - | - | - | -292 | -280 | -302 | -294 | -249 |
| セグメント 利益 (財務会計) | ラクスル | 299 | 303 | 360 | 350 | 329 | 205 | 207 | 598 | 408 |
| | ノバセル | 1 | 45 | 29 | -1 | 22 | 4 | 5 | -27 | 16 |
| | ハコベル | -16 | -30 | -40 | -74 | -102 | -129 | -85 | -52 | -27 |
| | その他及び 全社費用 | -249 | -281 | -271 | -279 | -292 | -296 | -303 | -327 | -330 |
| 営業利益 (non-GAAP) | 全社 | 34 | 36 | 77 | -5 | -43 | -200 | -152 | 237 | 160 |



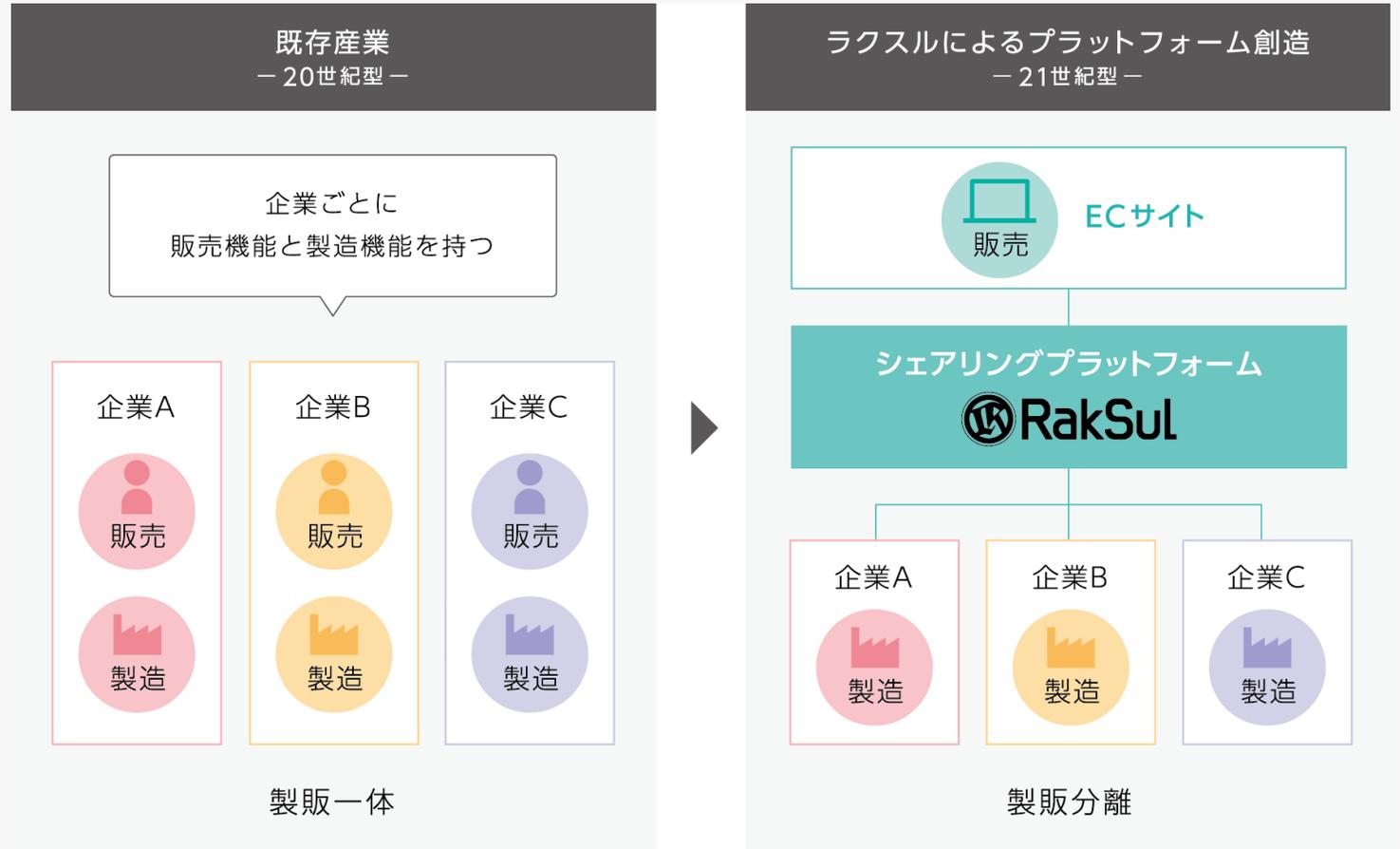
non-GAAP利益と 会計上の利益の差異

- 2020年7月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) | 2021年7月期1Q (2020年8月-2020年10月) | | |
|--------|----------------------------------|----------------|--------------|
| | 実績 (non-GAAP) | 差異 (株式報酬費用) | 実績 (財務会計) |
| 売上高 | 5,937 | - | 5,937 |
| 売上総利益 | 1,499 | - | 1,499 |
| 売上総利益率 | 25.3% | - | 25.3% |
| 営業利益 | 160 | 94 | 66 |
| 経常利益 | 156 | 97 | 59 |
| 当期純利益 | 140 | 97 | 42 |

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

国内商業及び事務用
印刷市場



国内広告市場
(インターネットを除く)

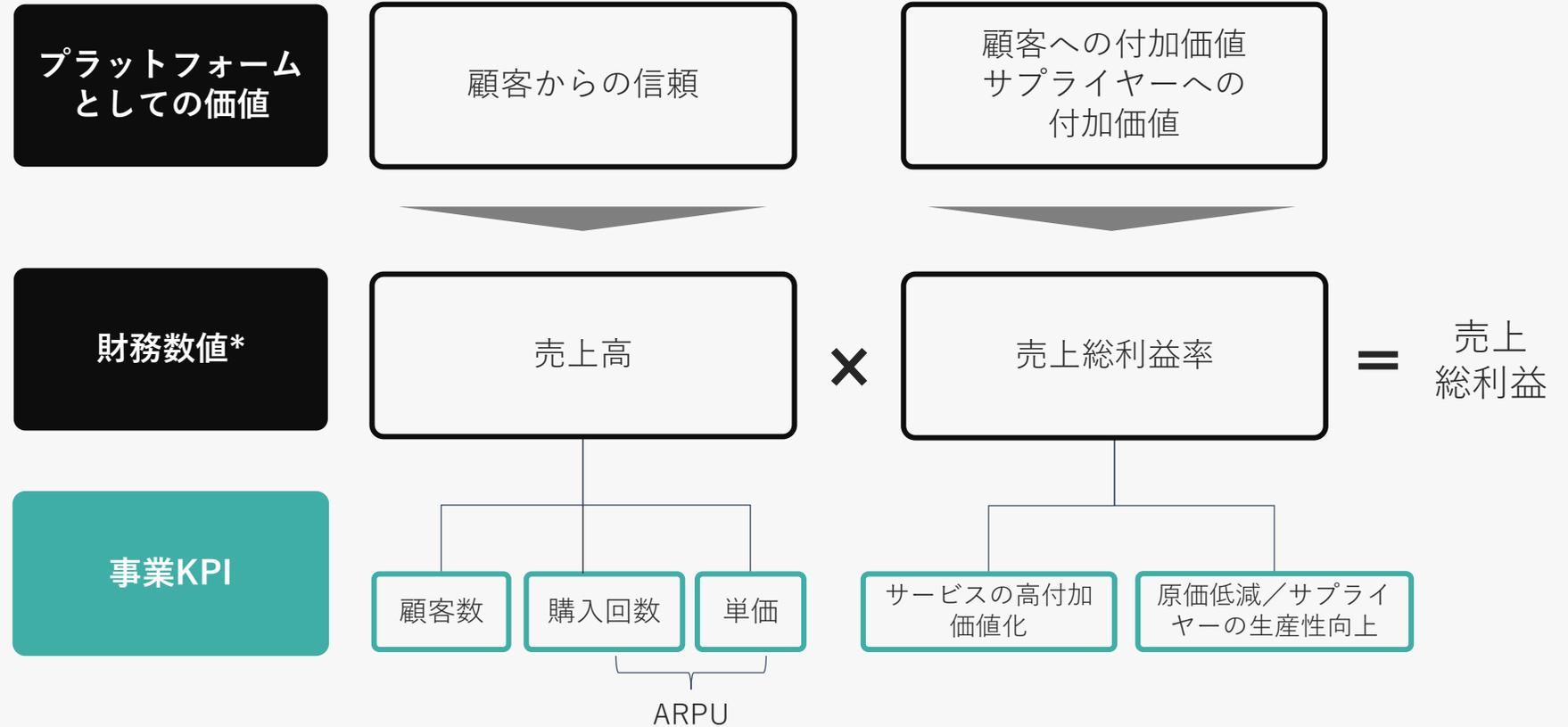


国内トラック物流市場



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

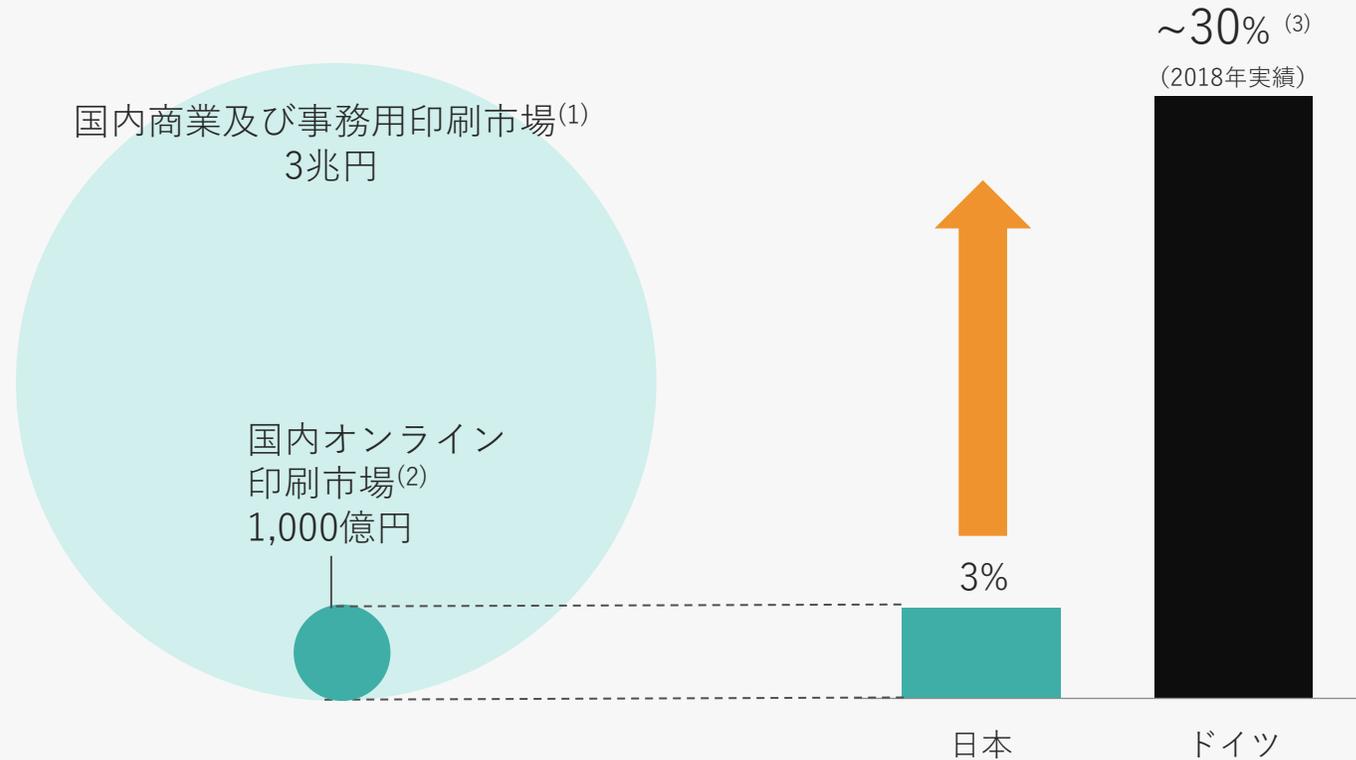
プラットフォームとしての3つの競争優位





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

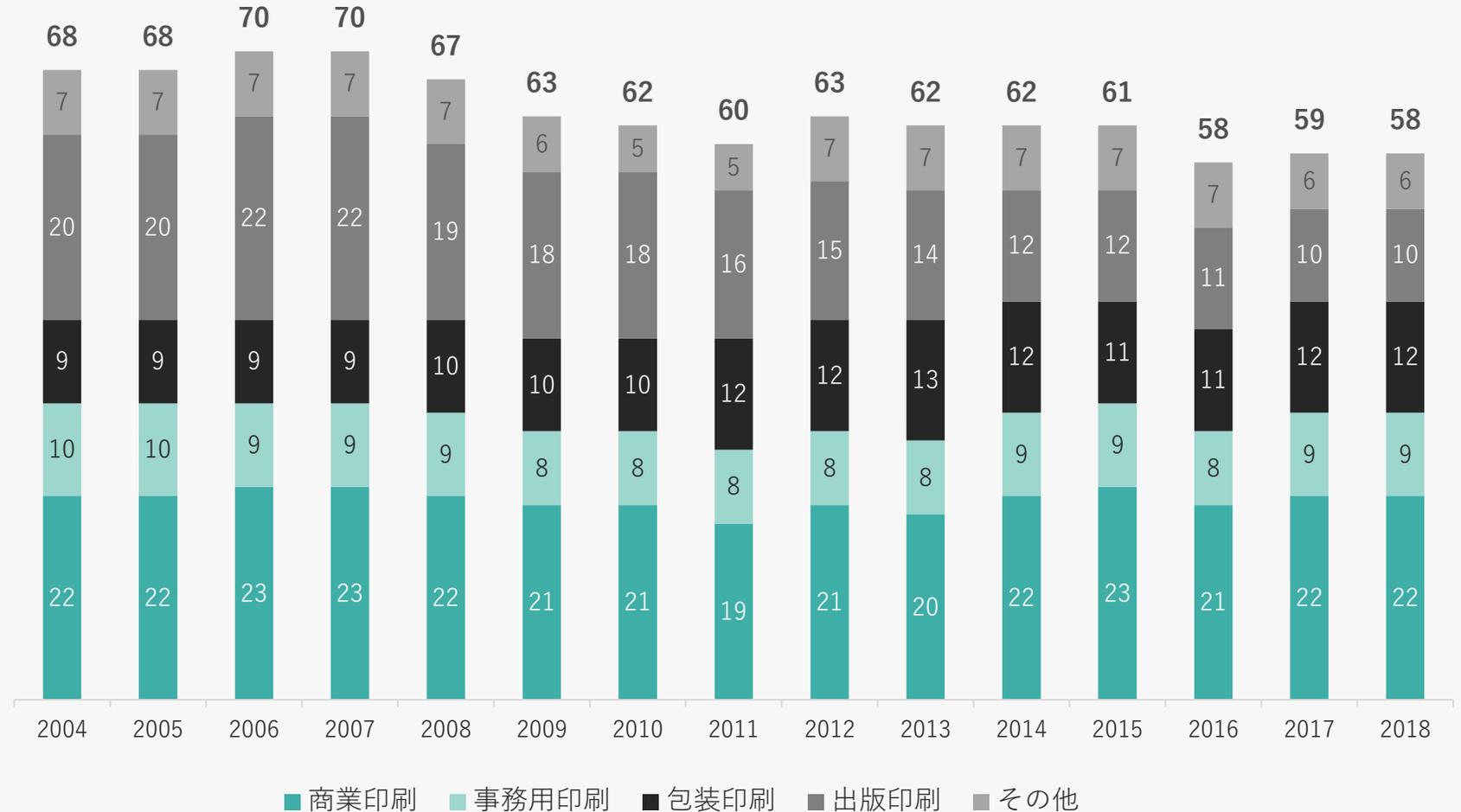




国内印刷市場推移

- 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)

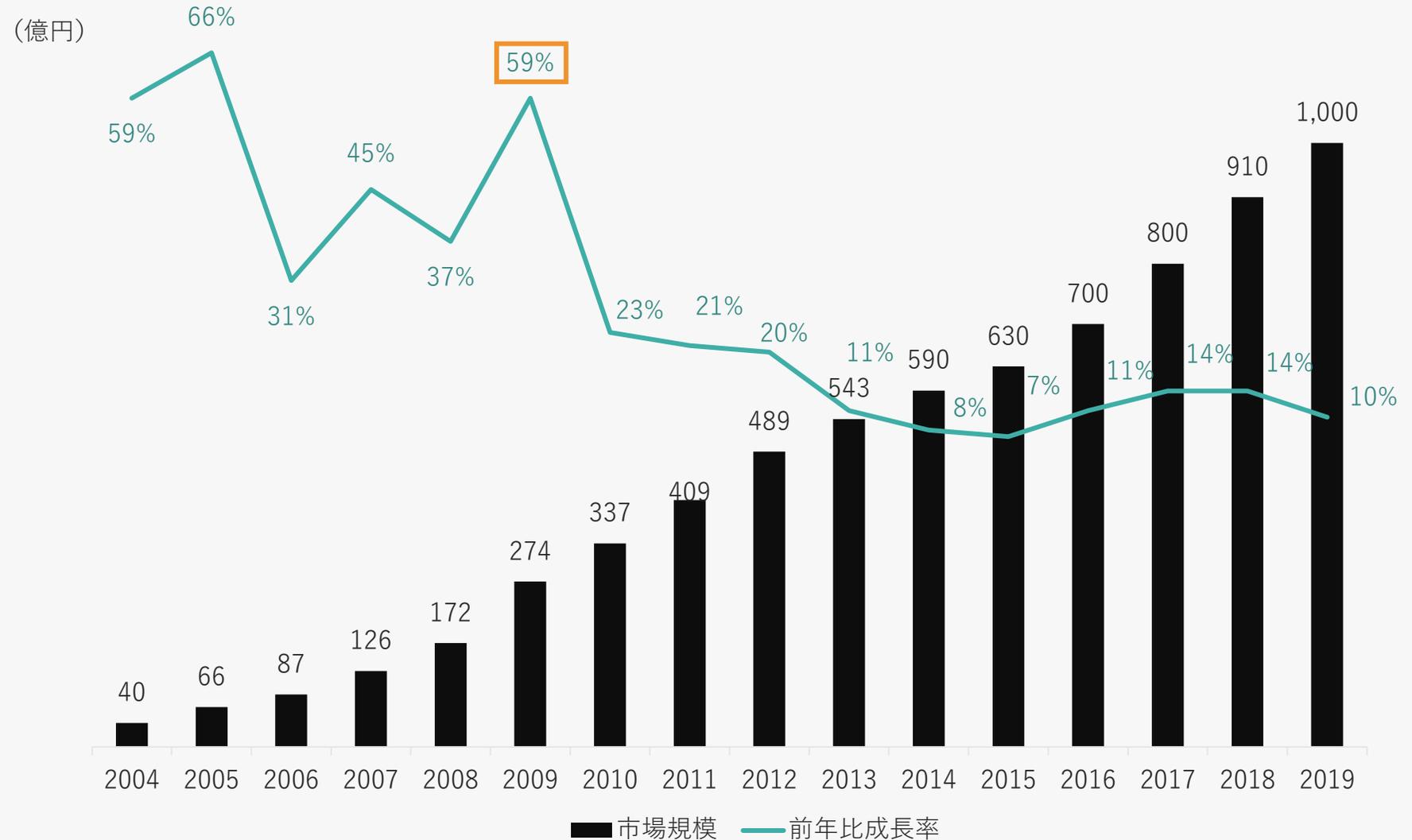


出所 印刷市場全体：経済産業省「生産動態統計 紙・印刷・プラスチック」をベースに試算、加工生産高ベース



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



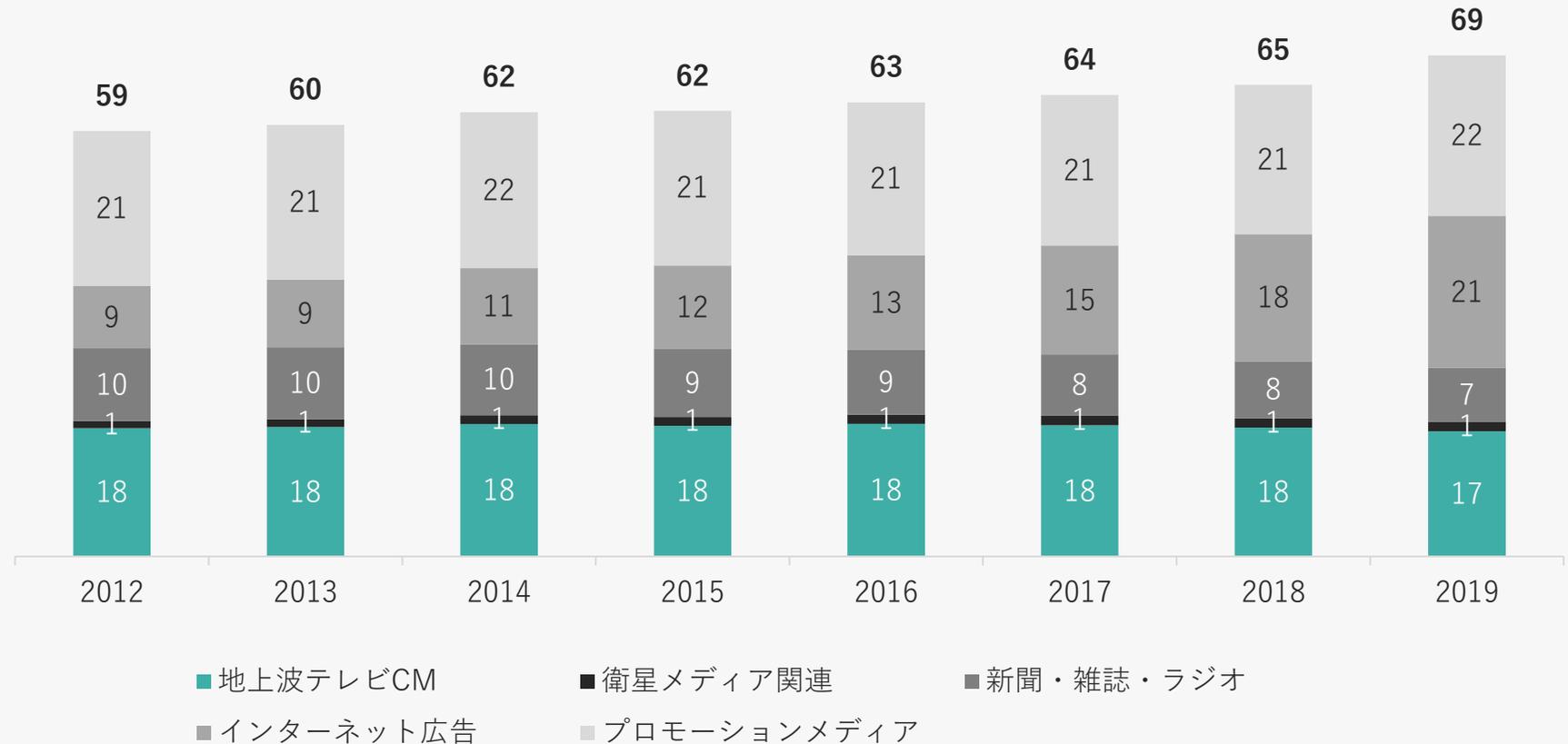
出所 矢野経済研究所（2004年～2014年）、国内オンライン印刷会社の財務情報をベースに当社試算（2015年～2019年）



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)



出所 電通「日本の広告費」(2019年)



事業領域

- 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/>