



2021年4月期 決算説明資料

2021.6.10

免責事項

当資料に記載されている意見や予測は、当資料作成時点における当社の判断に基づき作成されております。様々な環境の変化により実際の判断や結果が異なる可能性があります。

2021年4月期通期の業績

- 連結売上高は1年間を通して高い成長率を維持したまま推移し、4,364百万円（前期比+25.5%）を達成。

EC事業は過去最高の流通額達成により売上高が2,720百万円（前期比+38.6%）と全体の売上高成長を牽引。

フィナンシャル事業は売上高が1,644百万円（前期比+8.6%）とデフォルト率の上昇懸念から審査内容を変更し保証残高を抑制した中でのプラス成長を達成。

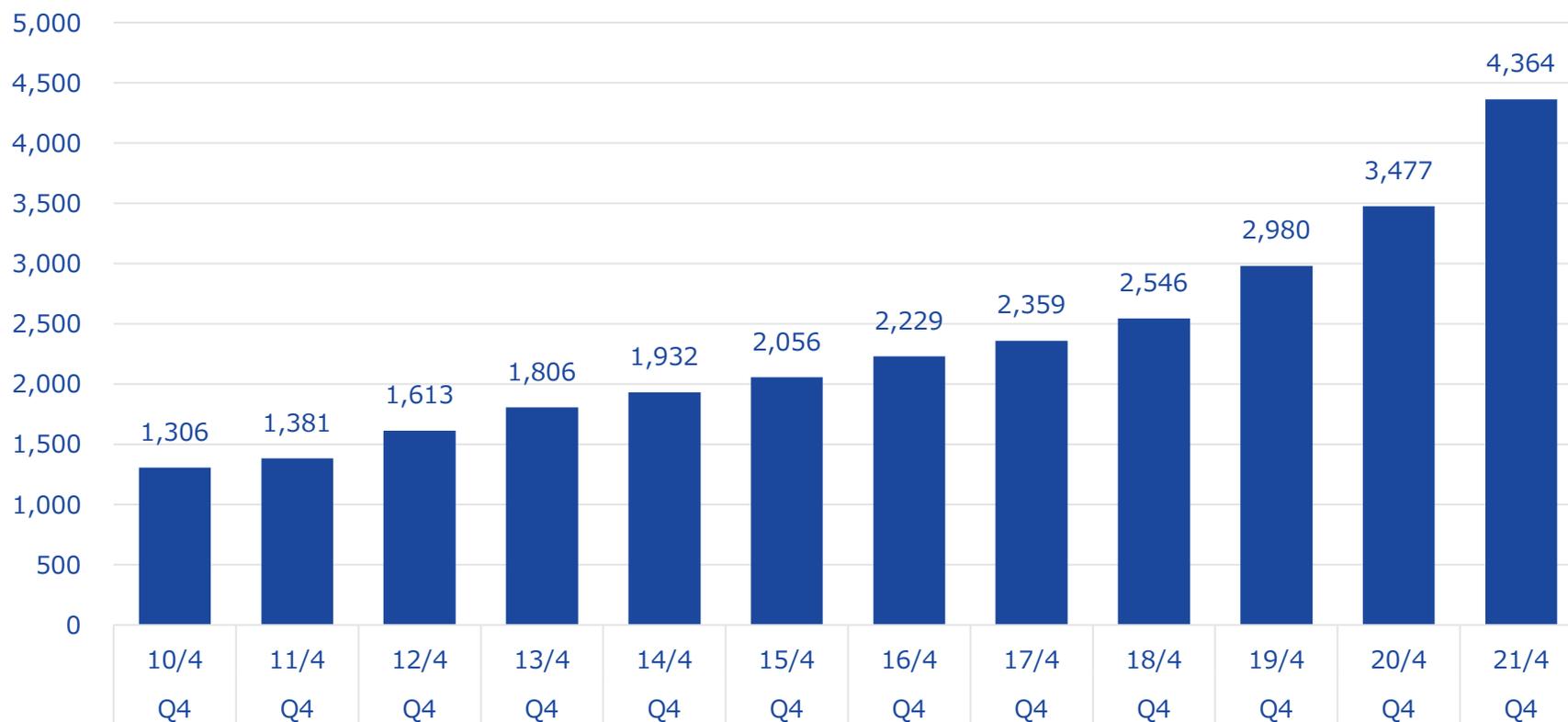
- フィナンシャル事業の保証履行額の減少と前期末に追加計上した引当金をすべて取り崩した影響で、売上原価は650百万円と前期比11.4%減少し利益成長に貢献。
- 下期以降にプロモーションを強化した影響により広告宣伝費は508百万円と前期比+84.6%増加。一方で、その他の販管費は前期比+14.0%増と抑制した結果、営業利益は1,196百万円（前期比+69.4%増）と大幅成長し、増収増益を達成。
営業利益率も27.4%と前期から7.1pt上昇し過去最高の利益率へ。

2021年4月期第4半期の業績

- EC事業の売上高はGMVの増加によりQ3比+4.3%と増加、これにより全体の売上高はQ3比+2.0%、前年同四半期比+18.2%の1,118百万円と、コロナ特需で売上が急増したQ1（1,084百万円）を再度上回る売上高となった。
- 売上総利益はEC事業のGMVの増加に加え、引き続きフィナンシャル事業の保証履行額が抑制されたことでの売上原価の減少効果が加わり、Q3比+1.2%、前年同四半期比+35.4%の946百万円。
- プロモーションコストの段階的な増加。Q4においてはEC事業のスーパーデリバリーのWEB-CMに加え、フィナンシャル事業のURIHOのTVCM放映コストが発生。広告宣伝費はQ3比+42.3%、前年同四半期比+137.9%。一方で、その他の費用が抑えられた結果、販管費はQ3比+11.2%、前年同四半期比+36.6%の709百万円。
- 上記により営業利益は前年同四半期比+32.2%の236百万円。

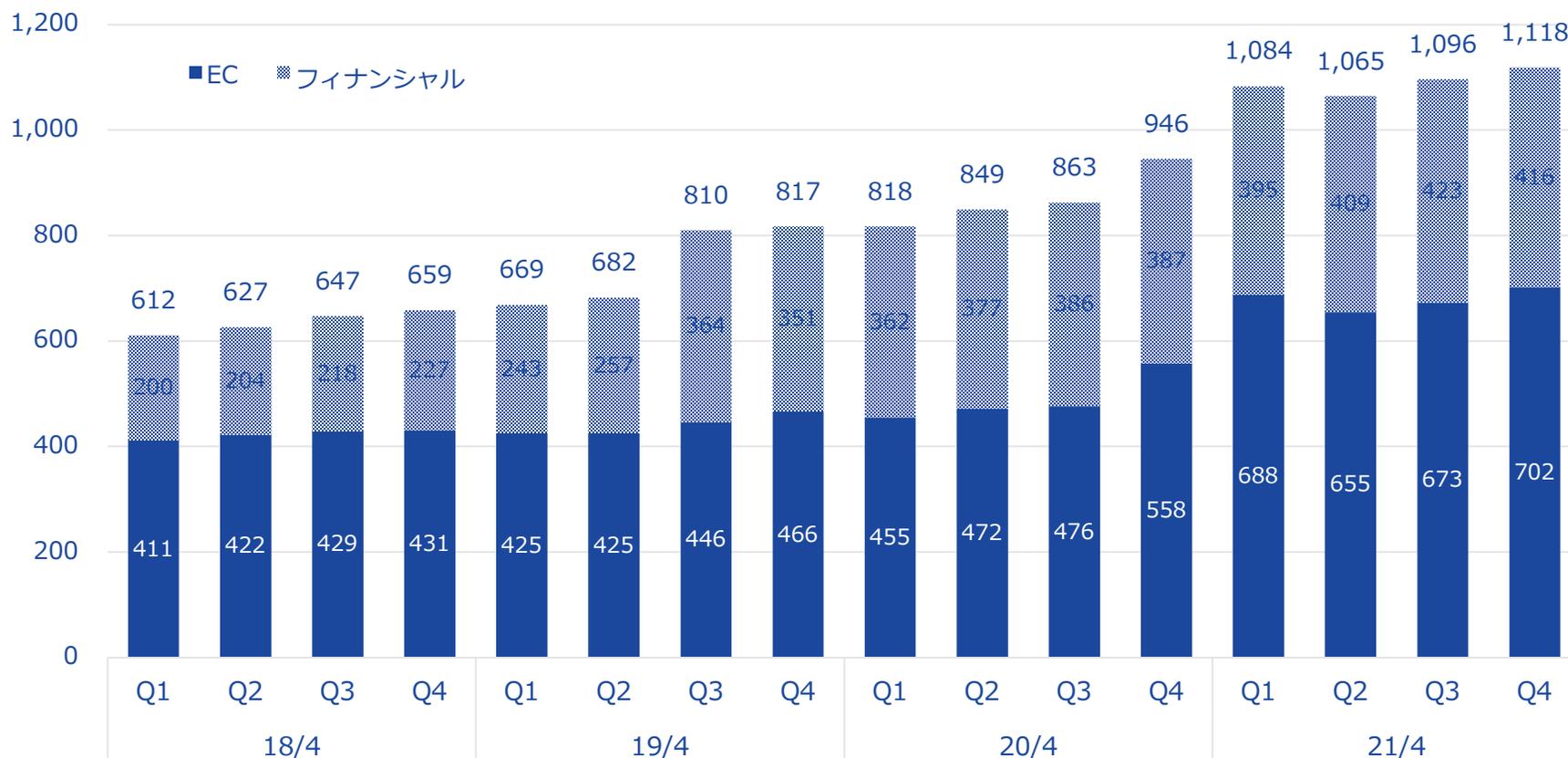
売上高が前期比25.5%増 前期の成長率16.7%増から8.8ptUP

(単位：百万円)



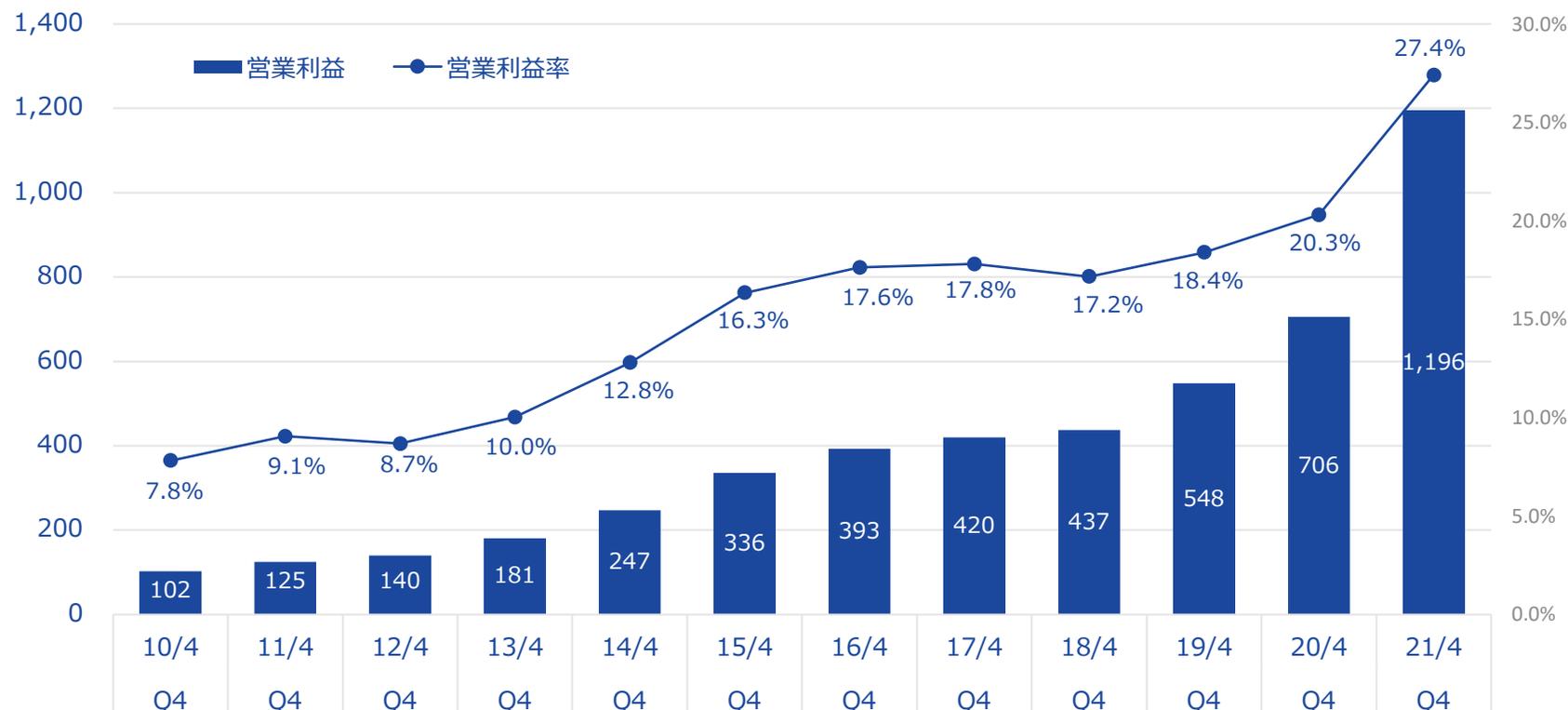
EC事業の売上高はスーパーデリバリーのGMVが特需により急成長したQ1を上回ったことで、全体の売上高もQ1を上回る結果に

(単位：百万円)



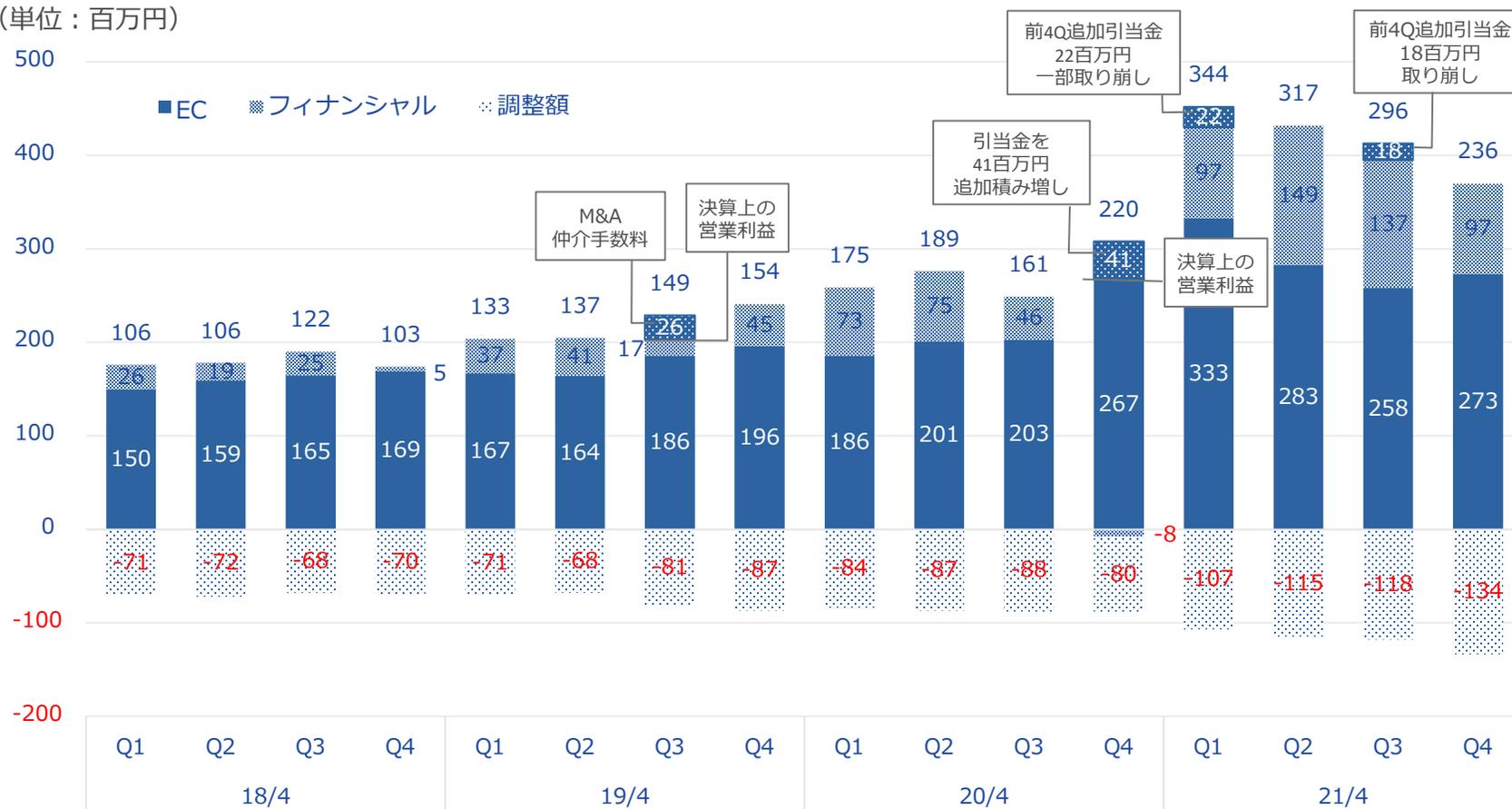
売上高の成長に加え、フィナンシャル事業の売上原価が減少したことが利益成長に貢献。プロモーションコストの増加をカバーし、営業利益成長率は前期比+69.4%と売上高成長率を上回る成長率に。営業利益率も27.4%と前期比7.1ptUP。

(単位：百万円)



プロモーションコストを段階的に増加させた影響により、営業利益は段階的に低下したものの、前期を大きく上回る成長で推移

(単位：百万円)



プロモーションコストの増加により広告・販促費は+84.6%
 増収とその他コストの抑制により営業利益率は27.4%と前期比7.1ptアップ

(単位：百万円)

| | 2021年4月期 | 2020年4月期 | 前年同期比 | 業績予想 | 達成率 |
|----------------------|----------|----------|--------|-------|--------|
| 売上高 | 4,364 | 3,477 | +25.5% | 4,450 | 98.1% |
| | | | | 4,600 | 94.9% |
| 売上総利益 | 3,714 | 2,743 | +35.4% | — | — |
| 販管費 | 2,518 | 2,037 | +23.6% | — | — |
| —広告・販促費 | 508 | 275 | +84.6% | — | — |
| EBITDA | 1,339 | 848 | +57.8% | 1,330 | 100.7% |
| | | | | 1,410 | 95.0% |
| 営業利益 | 1,196 | 706 | +69.4% | 1,180 | 101.4% |
| | | | | 1,270 | 94.2% |
| 営業利益率 | 27.4% | 20.3% | +7.1% | 26.5% | — |
| | | | | 27.6% | — |
| 経常利益 | 1,216 | 708 | +71.8% | 1,160 | 104.9% |
| | | | | 1,250 | 97.4% |
| 親会社株主に帰属 する四半期純利益 | 800 | 451 | +77.6% | 740 | 108.2% |
| | | | | 800 | 100.1% |

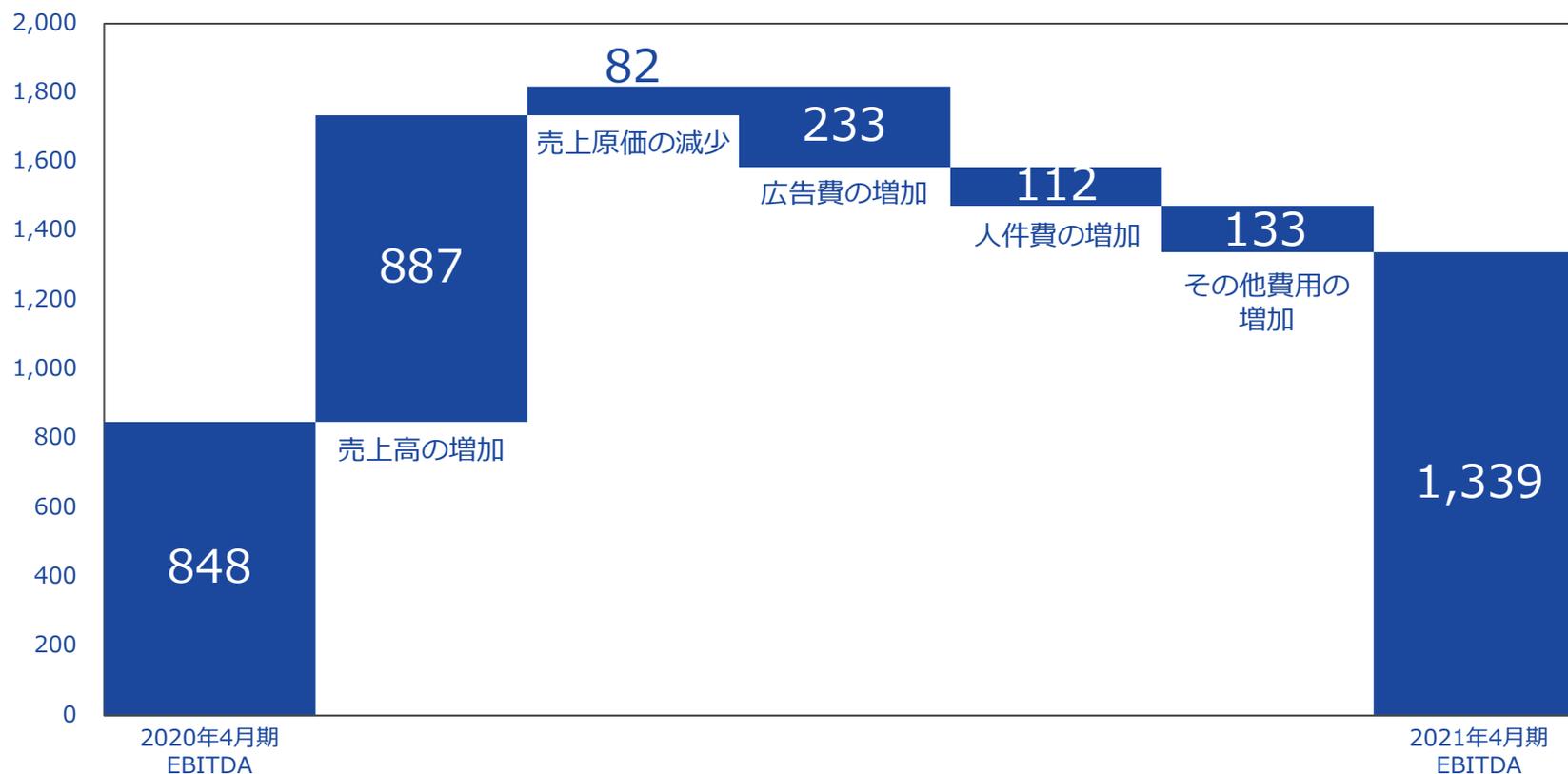
2021年4月期の粗利率は約85%程度で推移
 営業利益率はプロモーションコストの段階的な増加によりQ4は21.1%に

（単位：百万円）

| | 2020年4月期 | 2021年4月期 | | | |
|----------------------|----------|----------|-------|-------|-------|
| | Q4 | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 |
| 売上高 | 946 | 1,084 | 1,065 | 1,096 | 1,118 |
| 売上総利益 | 698 | 907 | 925 | 934 | 946 |
| 販管費 | 519 | 563 | 608 | 637 | 709 |
| －広告・販促費 | 79 | 85 | 102 | 132 | 188 |
| 営業利益 | 178 | 344 | 317 | 296 | 236 |
| 営業利益率 | 18.9% | 31.8% | 29.8% | 27.1% | 21.1% |
| 経常利益 | 178 | 334 | 327 | 293 | 260 |
| 親会社株主に帰属 する四半期純利益 | 113 | 220 | 207 | 201 | 170 |

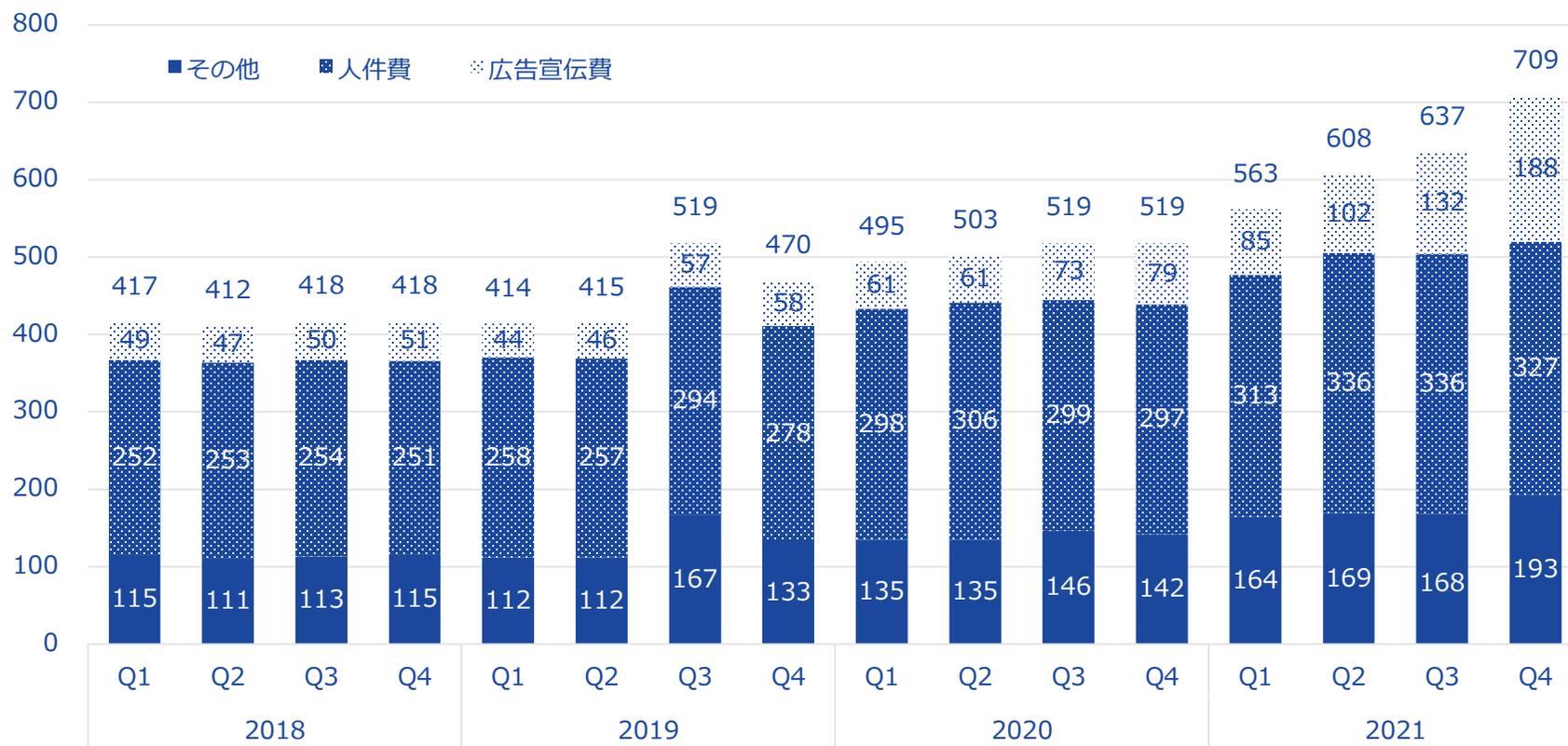
売上高の増加と売上原価の減少による利益増が、
 プロモーションコスト増加に伴う広告費の増加を吸収
 EBITDAは1,339百万円（前期比+57.8%）との大幅増加

(単位：百万円)



プロモーションコストを段階的に増加 前年同四半期比+137.9%
 その他コストは抑えめに推移し販管費は前年同四半期比+36.6%

(単位：百万円)



借入金の返済により流動負債及び固定負債が減少
返済に伴う現預金の支出により流動資産が減少

(単位：百万円)

| | 2021年4月期 | 2020年4月期 | 増減 | 前期末比 |
|-----------|----------|----------|--------|--------|
| 流動資産 | 9,872 | 10,923 | -1,050 | 90.4% |
| 固定資産 | 2,579 | 2,676 | -97 | 96.4% |
| 一有形固定資産 | 1,460 | 1,473 | -13 | 99.1% |
| 一无形固定資産 | 463 | 505 | -41 | 91.7% |
| 一投資その他の資産 | 655 | 697 | -41 | 94.0% |
| 流動負債 | 5,859 | 8,146 | -2,287 | 71.9% |
| 固定負債 | 1,250 | 1,454 | -203 | 86.0% |
| 純資産 | 5,342 | 3,999 | 1,342 | 133.6% |
| 総資産 | 12,452 | 13,600 | -1,147 | 91.6% |

営業キャッシュフローの減少は、GWの祝日の関係で Paidの買掛金の支払いが年度内になった一時的な要因によるもの
借入金の返済により財務活動によるキャッシュ・フローはマイナスに

(単位：百万円)

| | 2021年4月期 | 2020年4月期 | 増減 |
|------------------|----------|----------|--------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 184 | 1,768 | -1,583 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | -43 | -427 | 384 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | -1,972 | 2,969 | -4,942 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | -1,831 | 4,310 | -6,141 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 4,802 | 6,634 | -1,831 |

セグメント別概要

売上面

- ✓ Q4の流通額は、国内・海外ともに順調に増加した結果、マスク・除菌グッズの需要が急増したQ1を上回る流通額を達成。
- ✓ アパレルは5月を底に流通額が増加し年間では+39%の成長。
- ✓ 新規出展企業の獲得数はWEB-CM終了後に鈍化するも、獲得数は従前に比べ高い水準を継続。テイクレートの上昇、システム利用料売上の増加に貢献。

費用面

- ✓ WEB-CMの配信等、積極的なプロモーション展開に広告宣伝費が前期比98.0%増。売上増加とその他費用の抑制により、セグメント利益は33.8%増と前年を上回る水準（20.2%増）を達成。

| | | 前期比 |
|----------|-----------|---------|
| セグメント売上高 | 2,720 百万円 | + 38.6% |
| セグメント利益 | 1,149 百万円 | + 33.8% |

| | 前期比 | 前期の前期比 |
|-------|---------|---------|
| 国内流通額 | + 51.9% | + 10.4% |
| 海外流通額 | + 68.2% | + 32.2% |



全体流通額：19,853,948千円
 (前期比+55.0% 前期は+13.9%)

マスク・除菌グッズを除いたアパレル・雑貨の流通額は デジタルシフトの浸透により成長が加速している

(単位：百万円)



YoY33.4%増、QoQ4.6%増と国内・海外ともに順調な成長を継続
マスク・除菌グッズの需要が高かったQ1を上回る流通額を達成

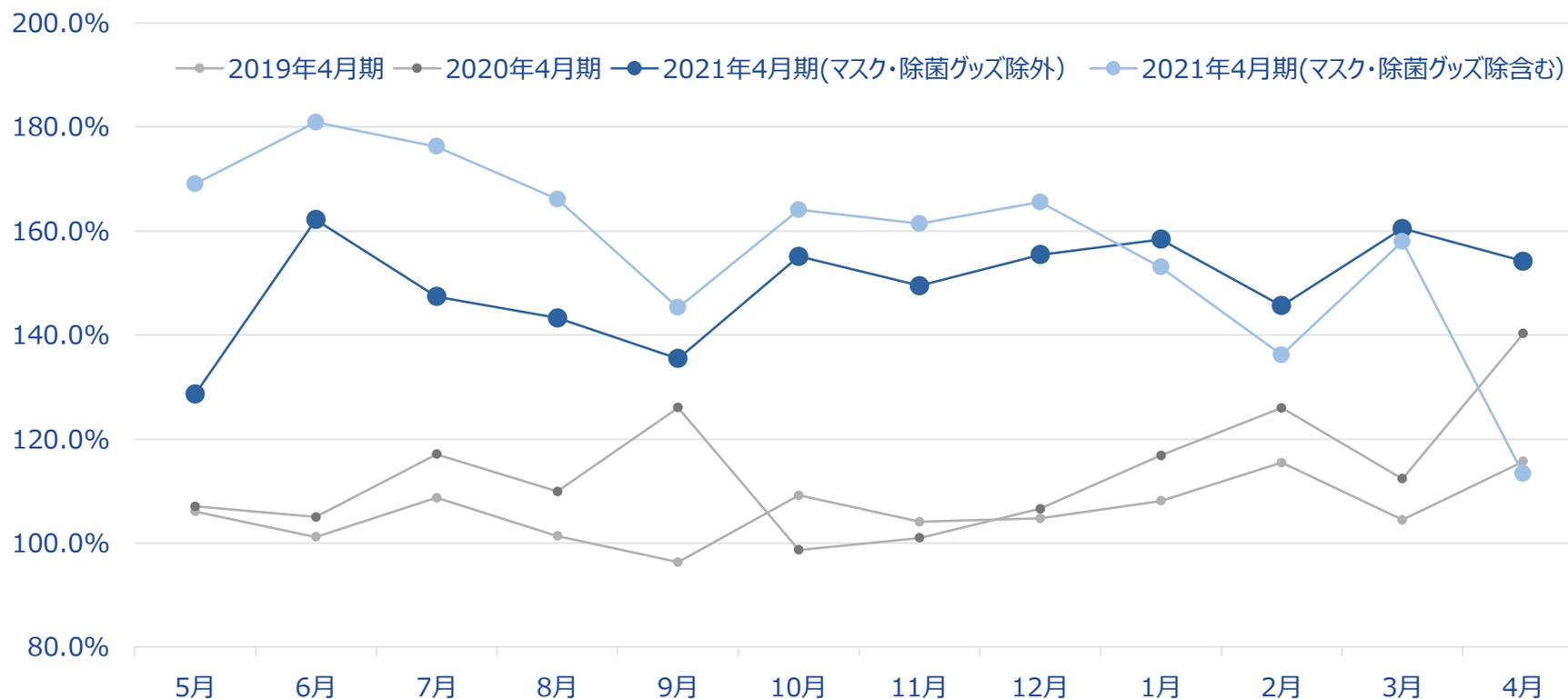
(単位：百万円)

6,000

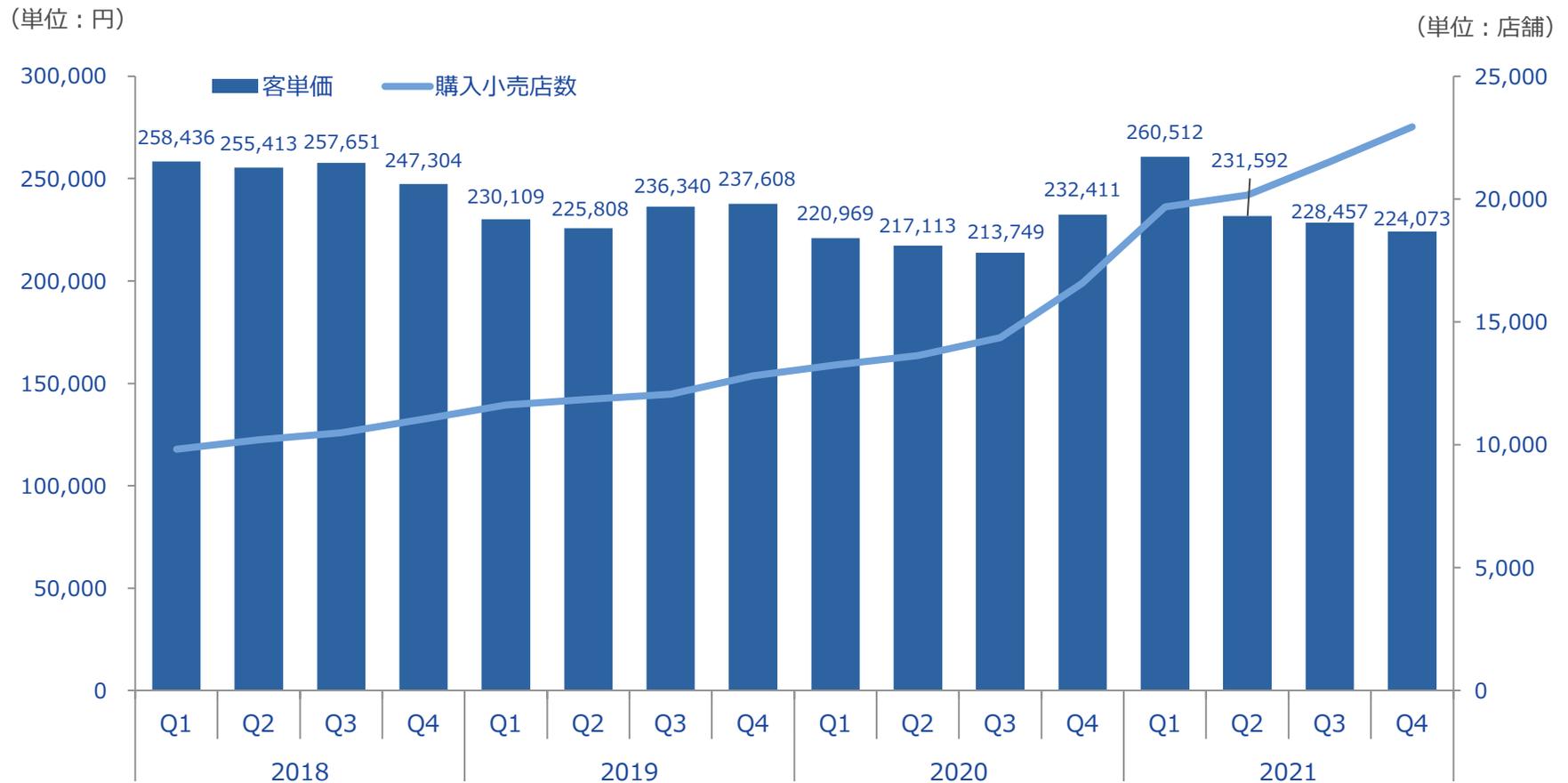


マスク・除菌グッズを除外したアパレル・雑貨の流通額は 年間平均150%の成長

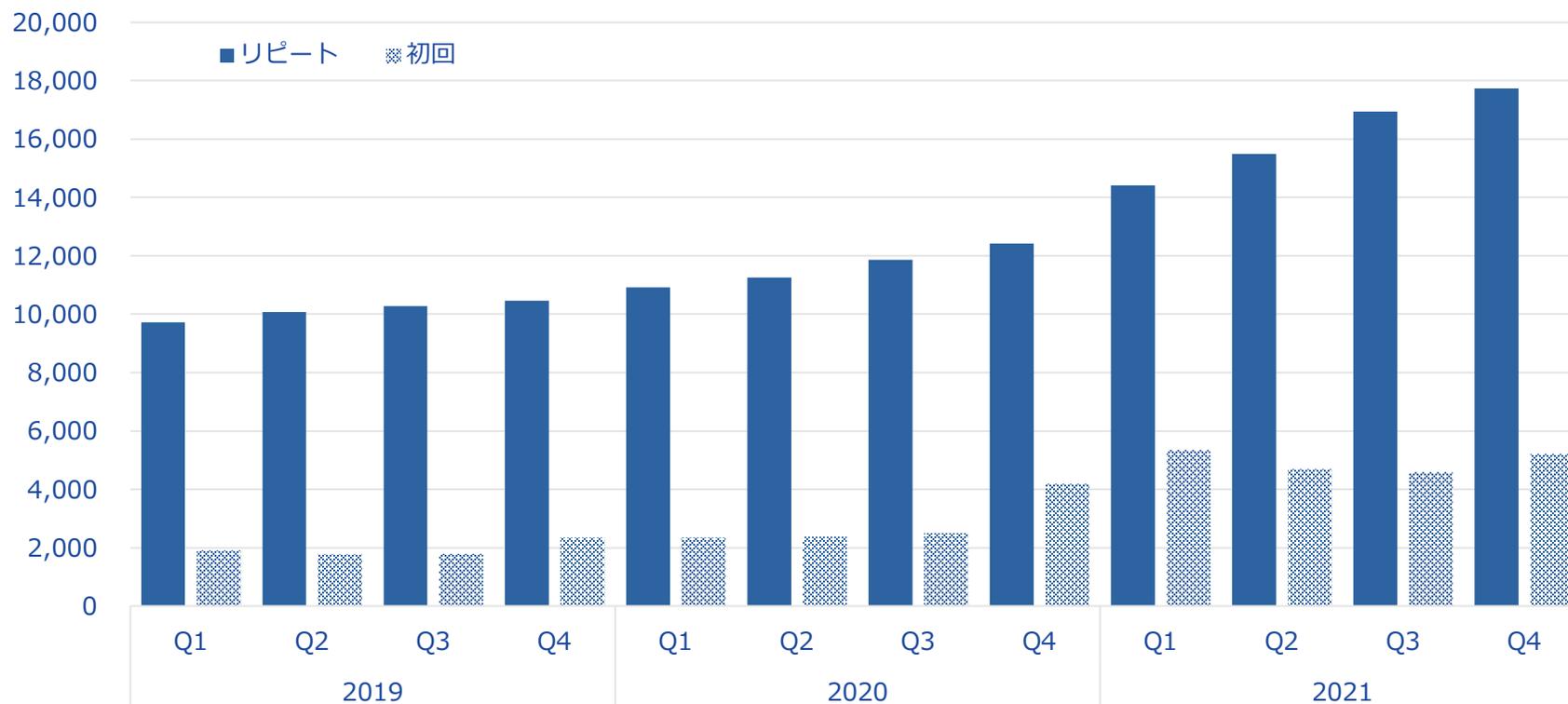
流通額の前年同月比推移



新規購入者・リピーターの増加により購入小売店数は順調に増加 新規購入者増加局面における客単価の減少は想定内



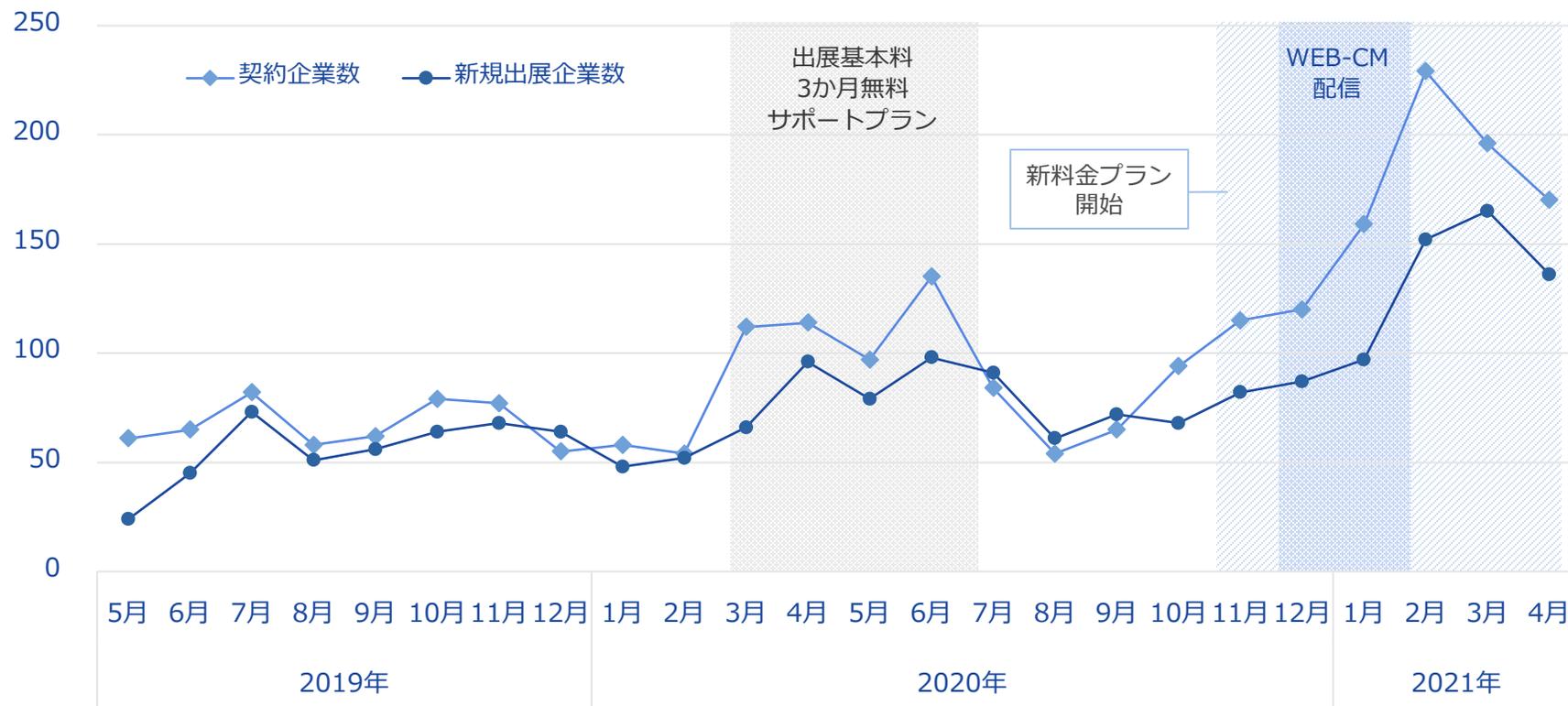
Q1のマスク・除菌グッズ需要のピーク後に
減少傾向となっていた初回購入者数が増加へ転換
コロナ前の水準に比べると初回購入者は2倍超の水準に増加



※ 初回購入者は四半期の間で初めて購入した事業者。初回購入後、同じ四半期の間にはリピート購入した場合は初回購入者にカウント。

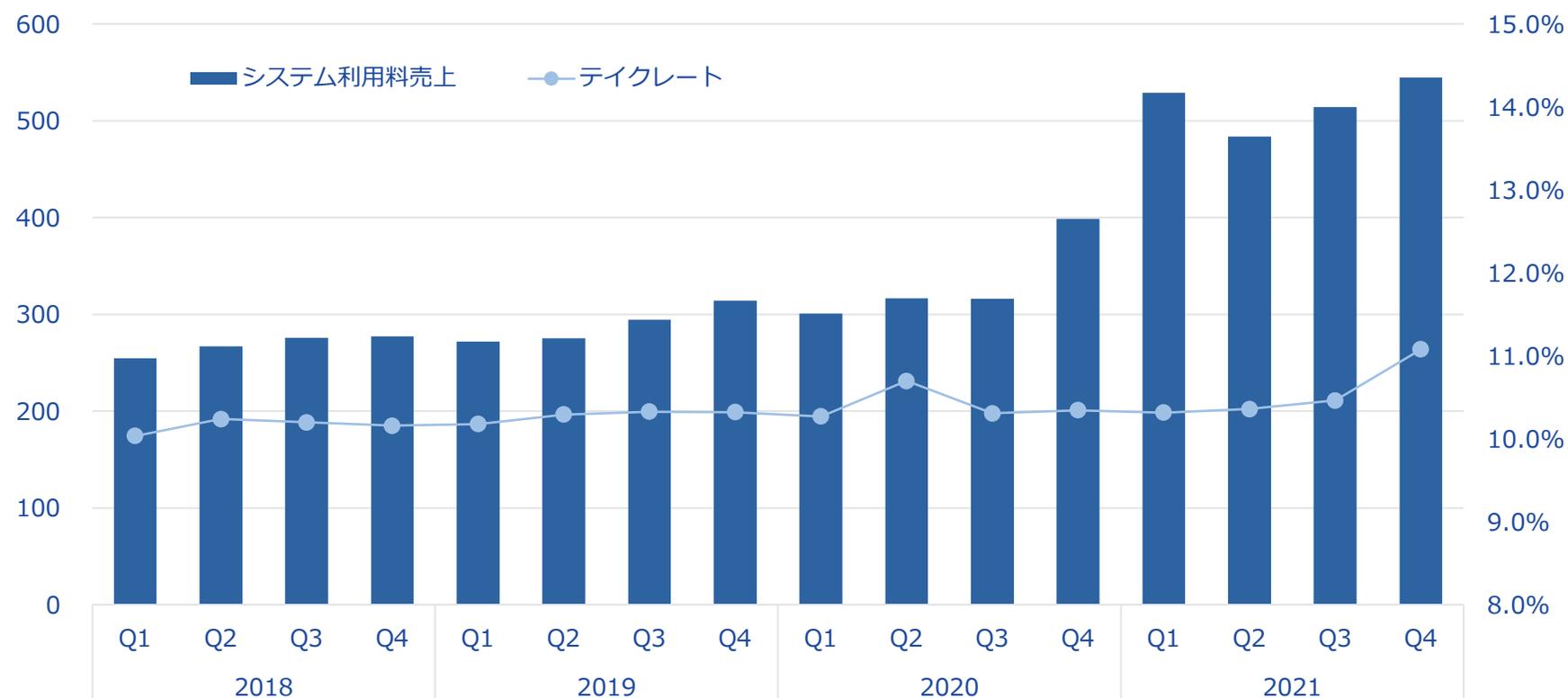
WEB-CM配信終了とともに契約企業数は多少落ち着いたものの、
配信前を上回る契約企業数で推移

(単位：社)



新規出展企業の増加によりテイクレートが上昇 今後も緩やかに上昇していくことを想定

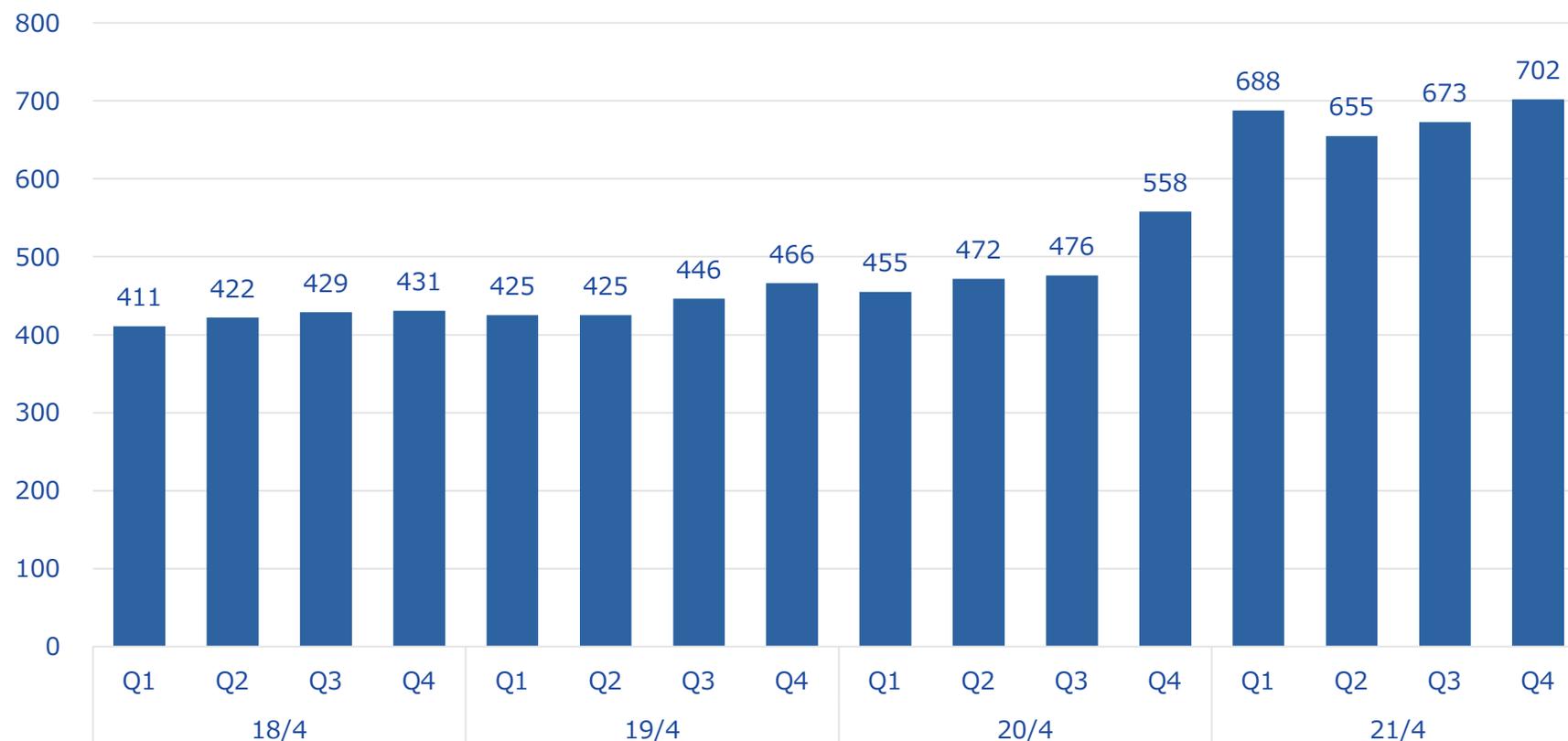
(単位：百万円)



※ テイクレート=システム利用料売上高/流通額

引き続き流通額の増加によるシステム利用料売上の増加が
EC全体の売上増加を牽引 YoY +25.8% QoQ +4.3%

(単位：百万円)



出展企業向け売上は既存企業の新料金プラン移行により減少するも
会員小売店数の増加 + 流通額の増加によりQ1を上回る売上を達成

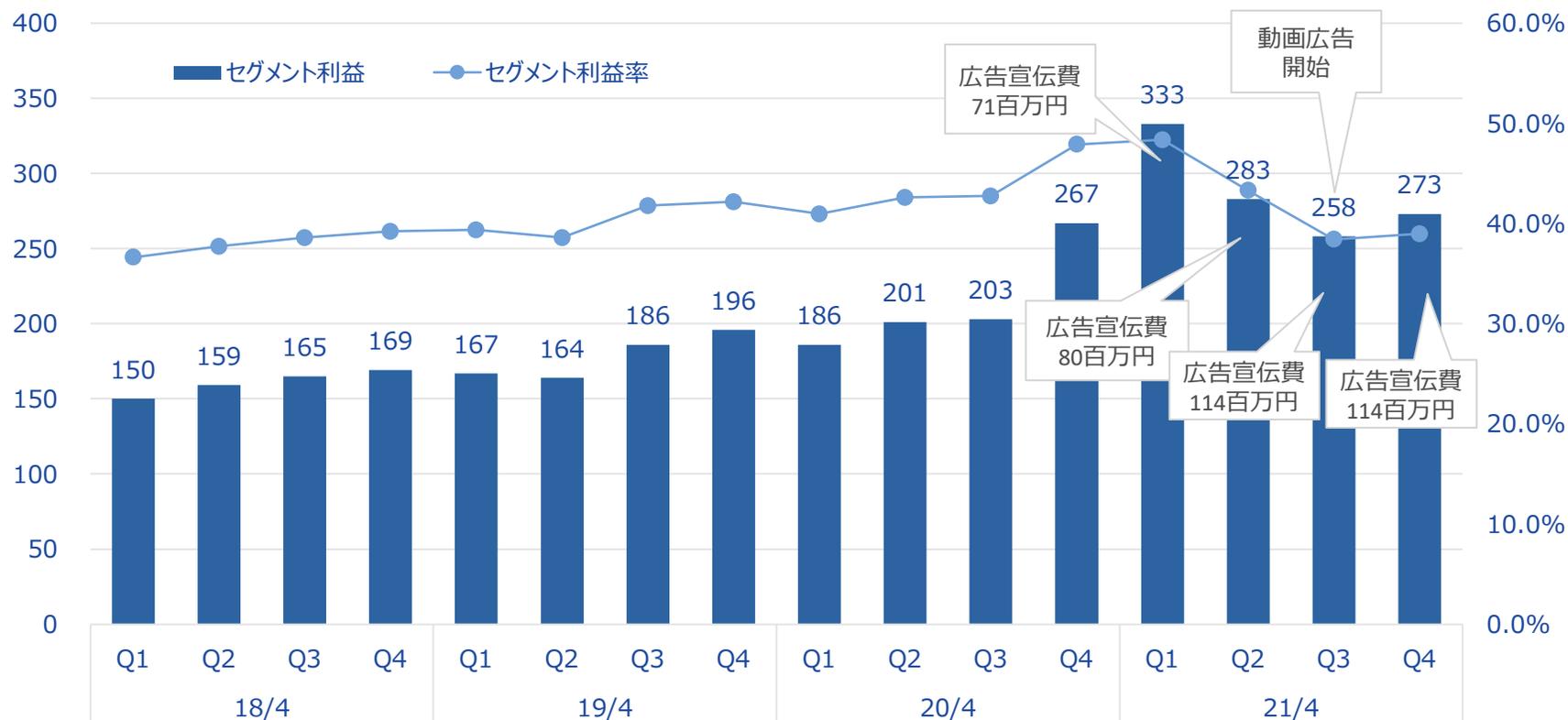
(単位：百万円)



※システム利用料売上 = GMVに対し一定割合を課金した手数料で出展企業から徴収 出展企業向け売上 = 出展基本料 会員小売店向け売上 = 月会費 (国内小売店のみ徴収)

Q3に引き続きプロモーションコストが増加したものの
売上高増加によりセグメント利益は微増、利益率は横ばいに

(単位：百万円)



| | | 前期比 |
|----------|-----------|----------|
| セグメント売上高 | 1,883 百万円 | + 11.1% |
| セグメント利益 | 522 百万円 | + 178.6% |

売上面

| | | 前期比 |
|----------|---|--------|
| 保証 | 地銀・信金との業務提携 件数が増加 ※Q4末で32行 + URIHOのTVCMを放映 | +0.4% |
| | | +61.5% |
| 決済 | Q2以降、稼働企業数の回復→増 加+稼働単価の増加により取扱 高が増加 ※内部売上高を除いた比較 | +9.0% |
| 家賃 保証 | 事業用家賃保証の再保証が順 調に推移 ※分散していた事業用・居住用を集約 5/1よりラクーンレントでスタート | +5.3% |

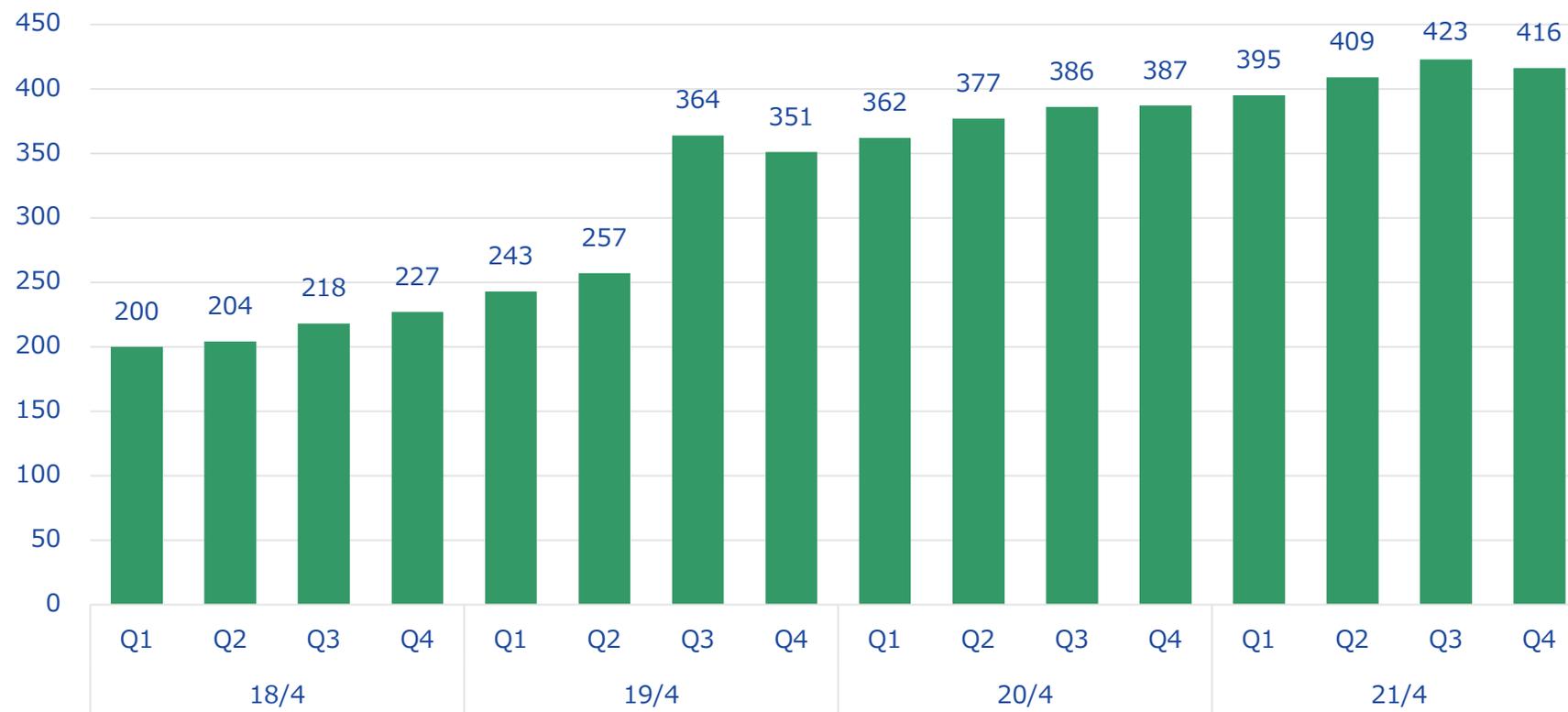
費用面

- ✓ 通年、保証履行額が減少し売上原価
が減少。
- +
- ✓ 前Q4において追加で引き当てた引当
金はQ3までに全額取り崩し。
- ✓ URIHOのTVCMの放映（3/19-4/18）
により広告宣伝費が前期比43.9%増
加。

広告宣伝費が増加したが、
売上原価の減少効果により
大幅利益増に

一部会計処理の変更の影響によりQ4の売上高は減少
QoQ Δ 1.6%となるも、YoYでは+7.3%の成長

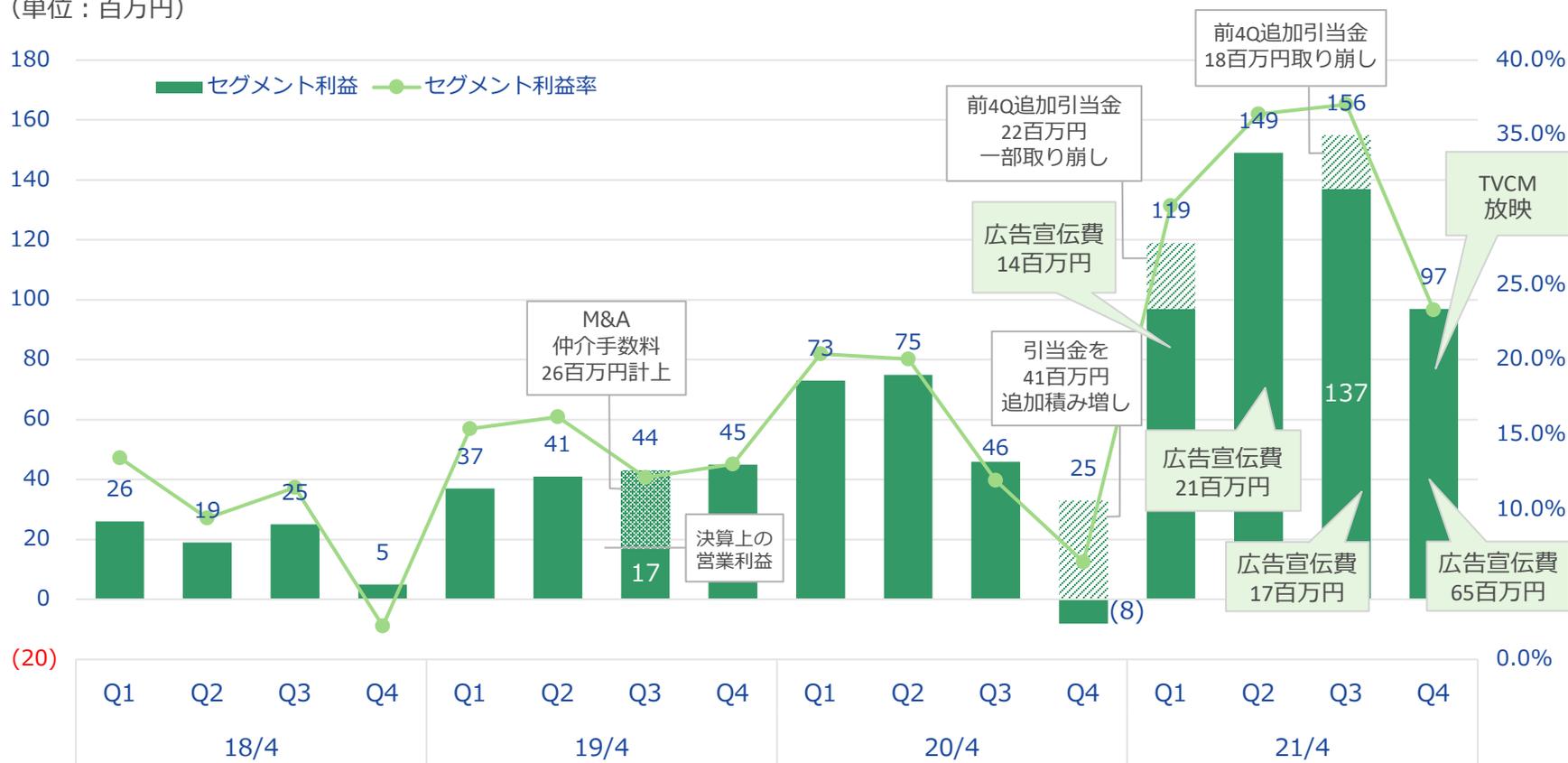
(単位：百万円)



※ セグメント間の取引を除外しております。

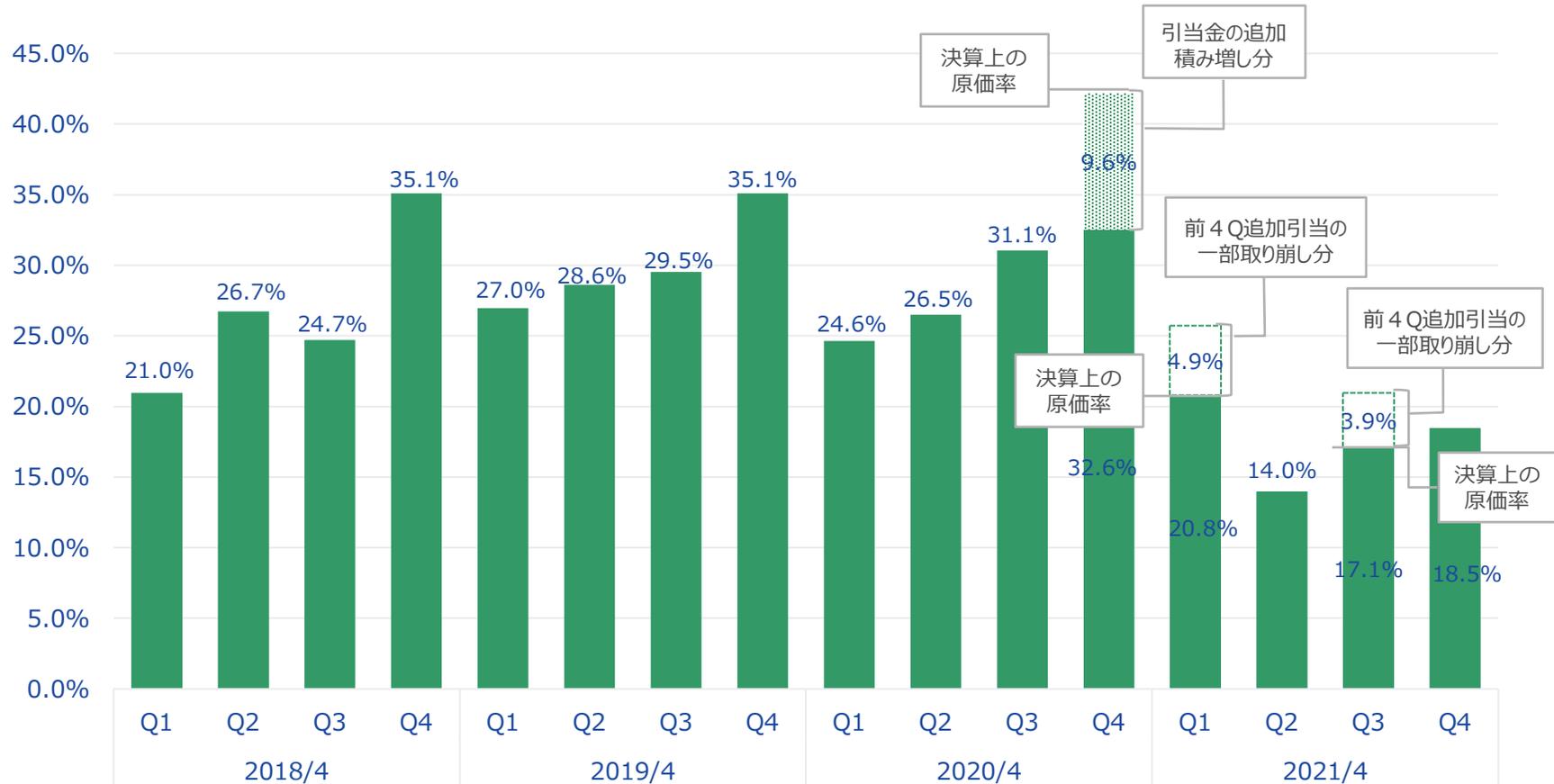
URIHOのTVCMの放映により広告宣伝費が増加 売上増加+デフォルトコスト抑制効果により高い利益水準を継続

(単位：百万円)



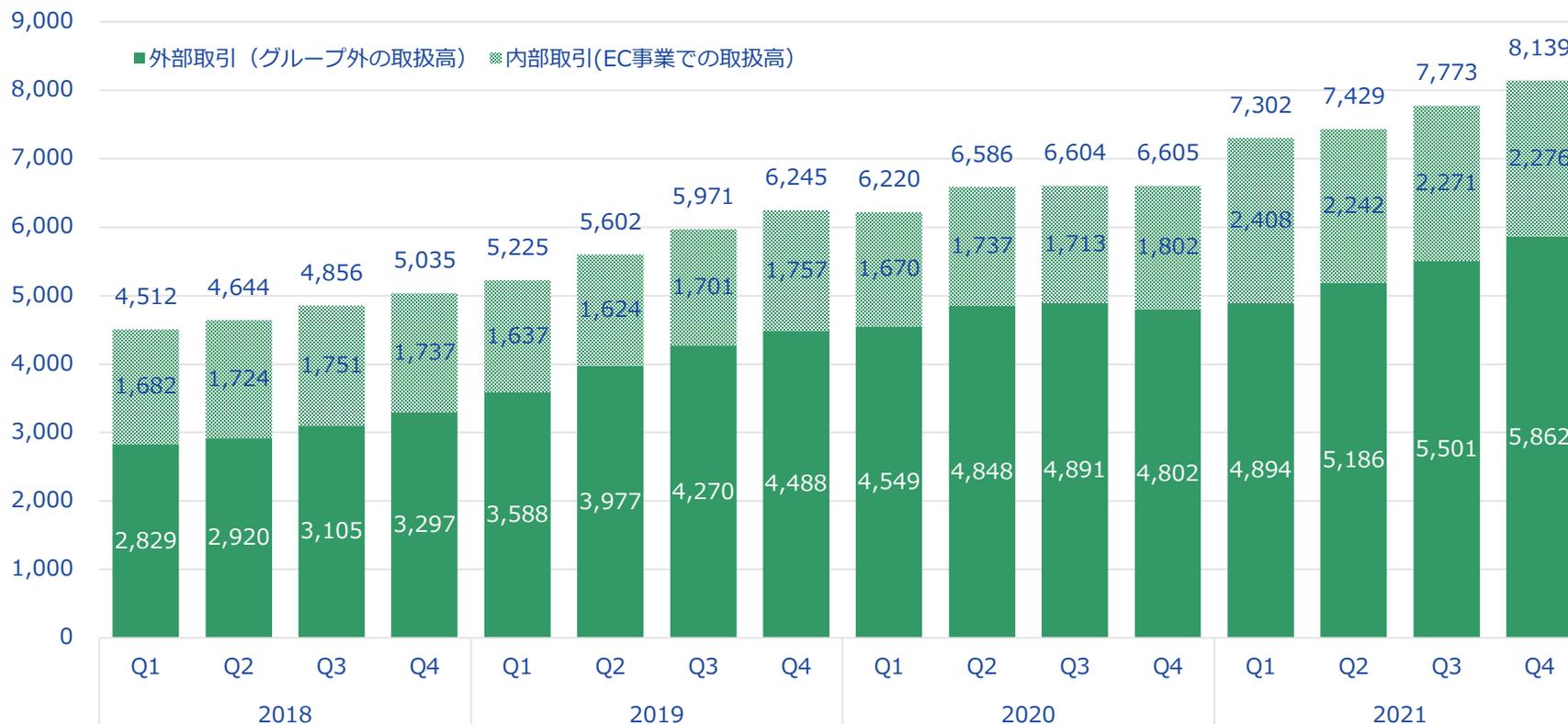
※ セグメント利益率はセグメント間の取引を除外して算定しております。

1年を通して例年に比べ10%程度低い水準で推移



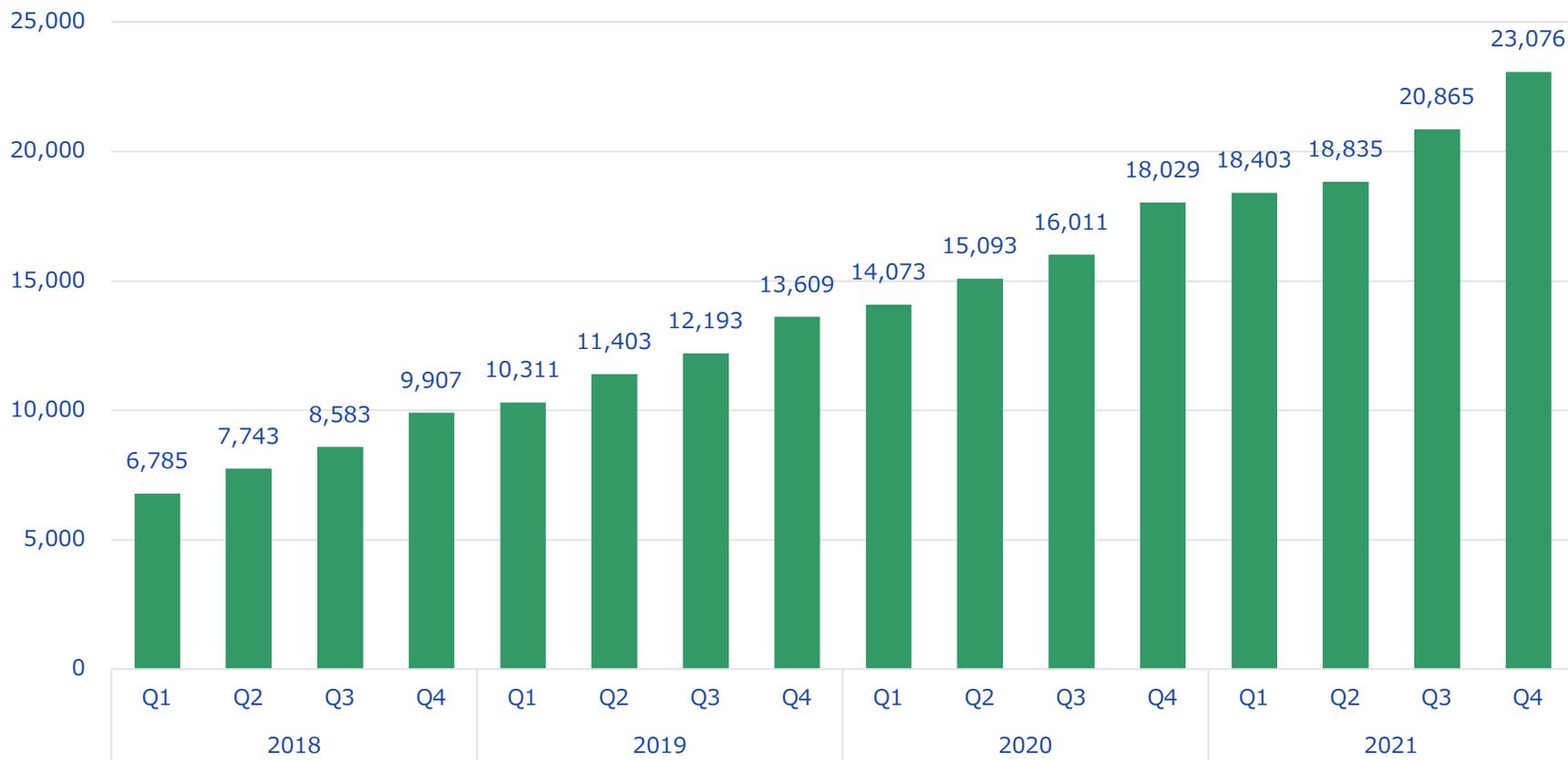
加盟企業数は4,100社を突破！加盟企業の稼働企業数と稼働企業単価の増加により通年の外部取引の取扱高は+12.3%

(単位：百万円)



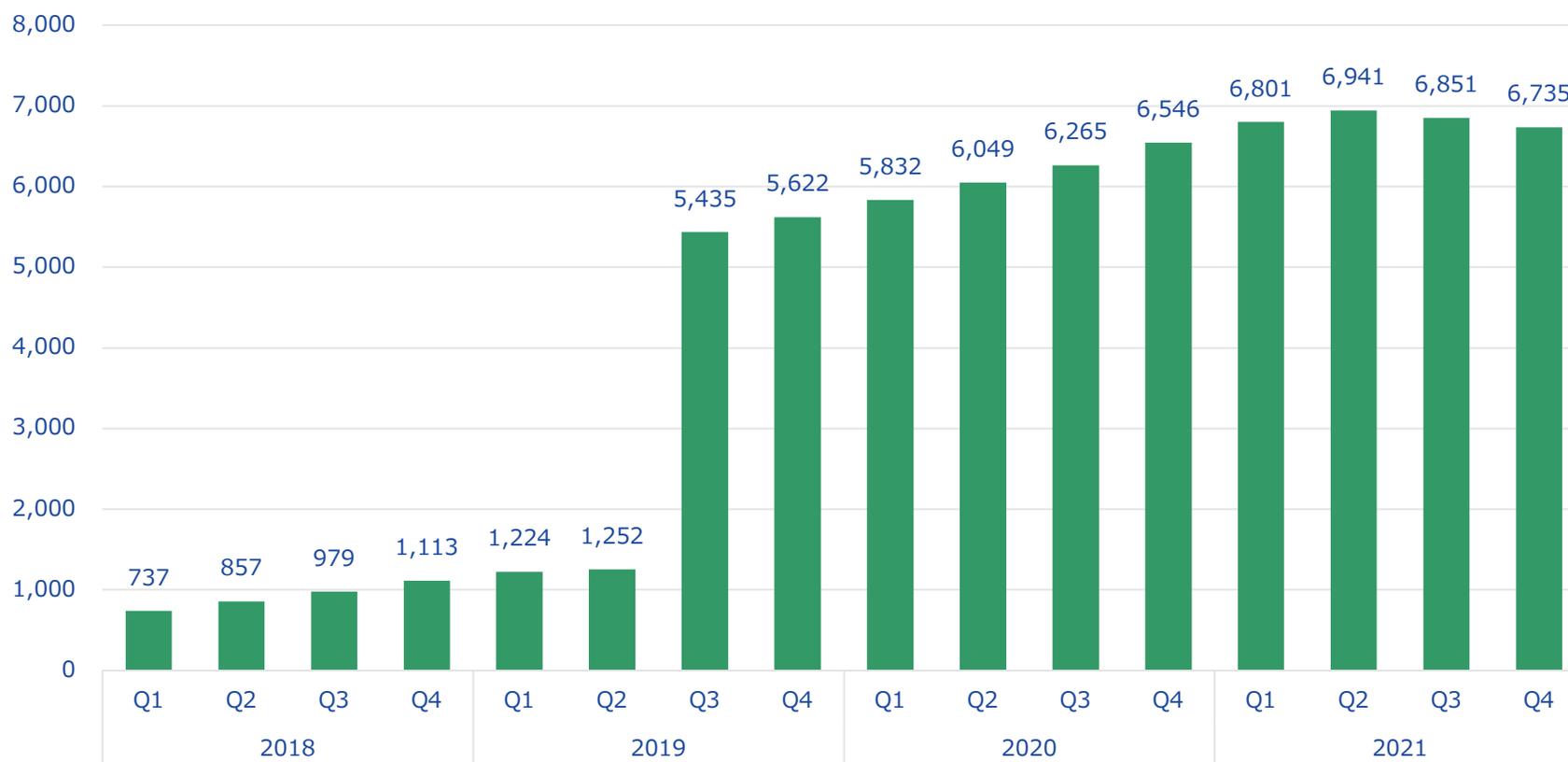
Q4はQ3比 + 10.6% 前期末比 + 28.0%、需要増加に手ごたえ

(単位：百万円)



事業用家賃保証の提携ブランド分の減少による影響で
Q3に引き続き全体の保証残高が微減（売上への影響は軽微）
自社ブランド分、居住用は順調に増加

(単位：百万円)



※ 保証残高÷保証期間×平均履行期間により算出した実質保証残高になります。そのため、決算短信及び有価証券報告書の残高と異なります。

2022年4月期 業績予想

(単位：百万円)

| | 2022年4月期 (予想) | 2021年4月期 (実績) | 対前期比 |
|----------------|------------------|------------------|---------|
| 売上高 | 5,300 | 4,364 | + 21.4% |
| EBITDA | 1,580 | 1,339 | + 18.0% |
| | ~1,680 | | + 25.4% |
| 営業利益 | 1,430 | 1,196 | + 19.5% |
| | ~1,530 | | + 27.9% |
| 経常利益 | 1,430 | 1,216 | + 17.5% |
| | ~1,530 | | + 25.7% |
| 当期純利益 | 940 | 800 | + 17.4% |
| | ~1,000 | | + 24.8% |
| 1株当たり 当期純利益 | 42.35円 | 36.78円 | — |
| | ~45.05円 | | |

売上高について

EC事業

「スーパーデリバリー」の通常のアパレル・雑貨商品は、2021年4月期に急成長したGMVが分母となるため、YoYの成長率は昨年よりは下がるものの、国内、海外ともにデジタルシフトによりコロナ前に比べて高いGMVの成長が継続することを想定。一方、マスク・除菌グッズのGMVは2021年4月期Q4の水準（約2億円）で推移することを想定しており、2021年4月期のような特需の恩恵は想定していない。

フィナンシャル事業

2021年4月期の慎重な保証審査方針を継続。

売上原価について

フィナンシャル事業のデフォルトについて

2021年4月期は様々な支援策が功を奏した結果 + 慎重な保証審査の結果、デフォルト率は例年より低い水準に。2022年4月期については、今後、倒産件数の増加が見込まれているなど、先行きは不透明な見通しが継続することを想定。これにより、フィナンシャル事業のデフォルトコストについて、「2021年4月期並みの水準」、「2021年4月期より上昇」の2パターンとした結果、利益についてはレンジでの見積りを設定。

利益成長率について

コロナ禍をきっかけとしたB2Bのデジタルシフトにより当社のサービスの事業環境は改善が継続しており、アフターコロナにおいても良好な事業環境は継続する認識。この機会を逃すことなく、事業拡大を図るために2022年4月期は中長期的な視点から戦略的なコスト増を予定。ただし、短期的な利益成長も大きくは阻害はしない方針をとり、売上成長と同水準の利益成長率の確保を想定。

広告宣伝費の増加

プロモーションの強化を継続。

2021年4月期は四半期ベースで段階的にコストを引き上げて実施。2022年4月期は、2021年4月期Q4の水準からスタートとなるため、広告宣伝費は前期比+30%強を想定。

人件費の増加

2021年4月期に事業規模が急激に拡大したため、2022年4月期は各サービスで人員増強を予定。また、システム面での利便性、効率性の向上を図るためにエンジニア、デザイナーも人員増強し、人件費は前期比+20%弱を想定。

2022年4月期について

コロナ禍における事業環境は サービスの需要増につながりプラスに貢献



機会を最大限生かすために
今期もプロモーション強化を図ります



潜在層・顕在層へ様々なアプローチし事業規模の拡大加速

潜在層にアピールするためにWEB-CM、TVCMを実施



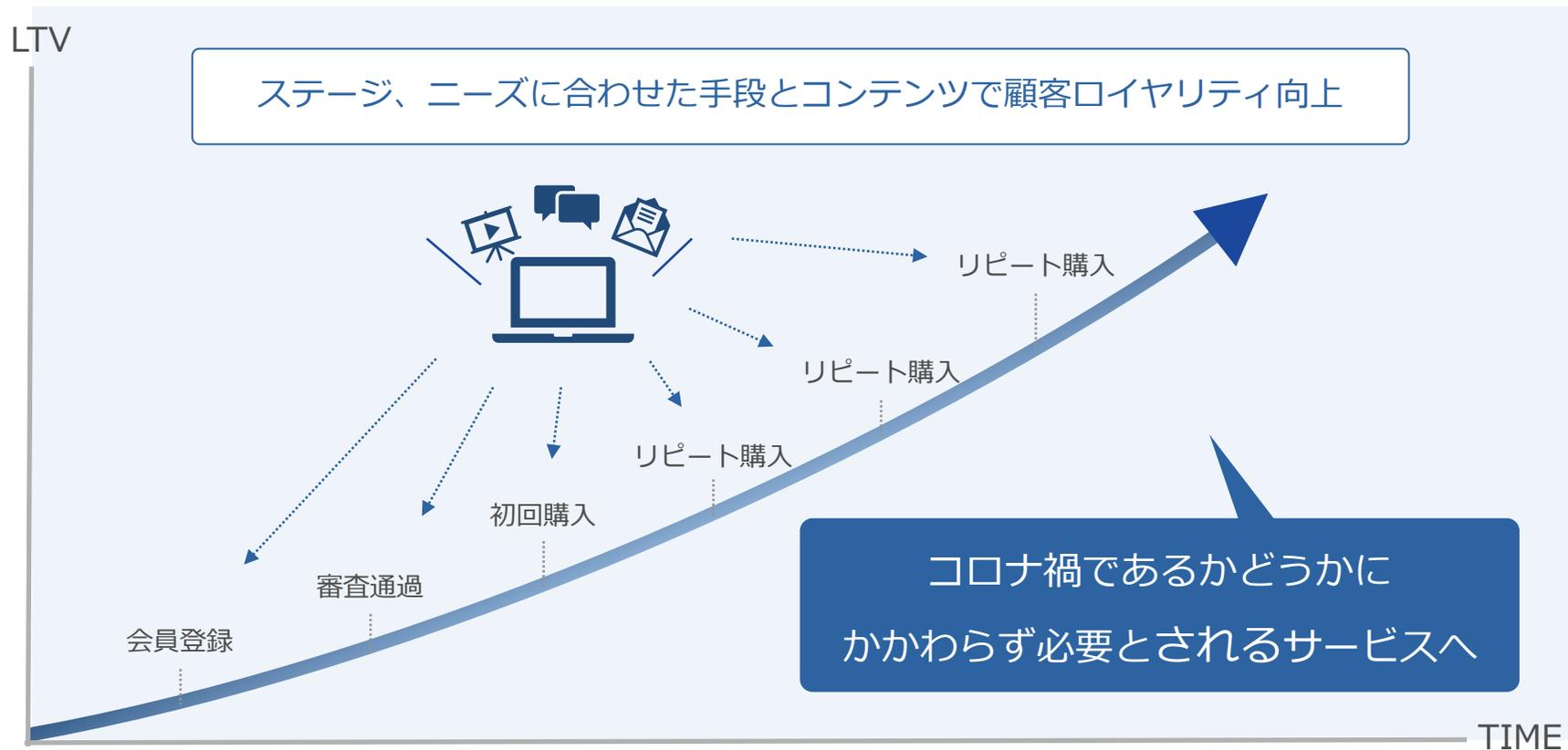
- WEB-CM（12月1日から3か月間）
- 配信ツール：YouTube、Facebook など

潜在層にアピールするためにWEB-CM、TVCMを実施

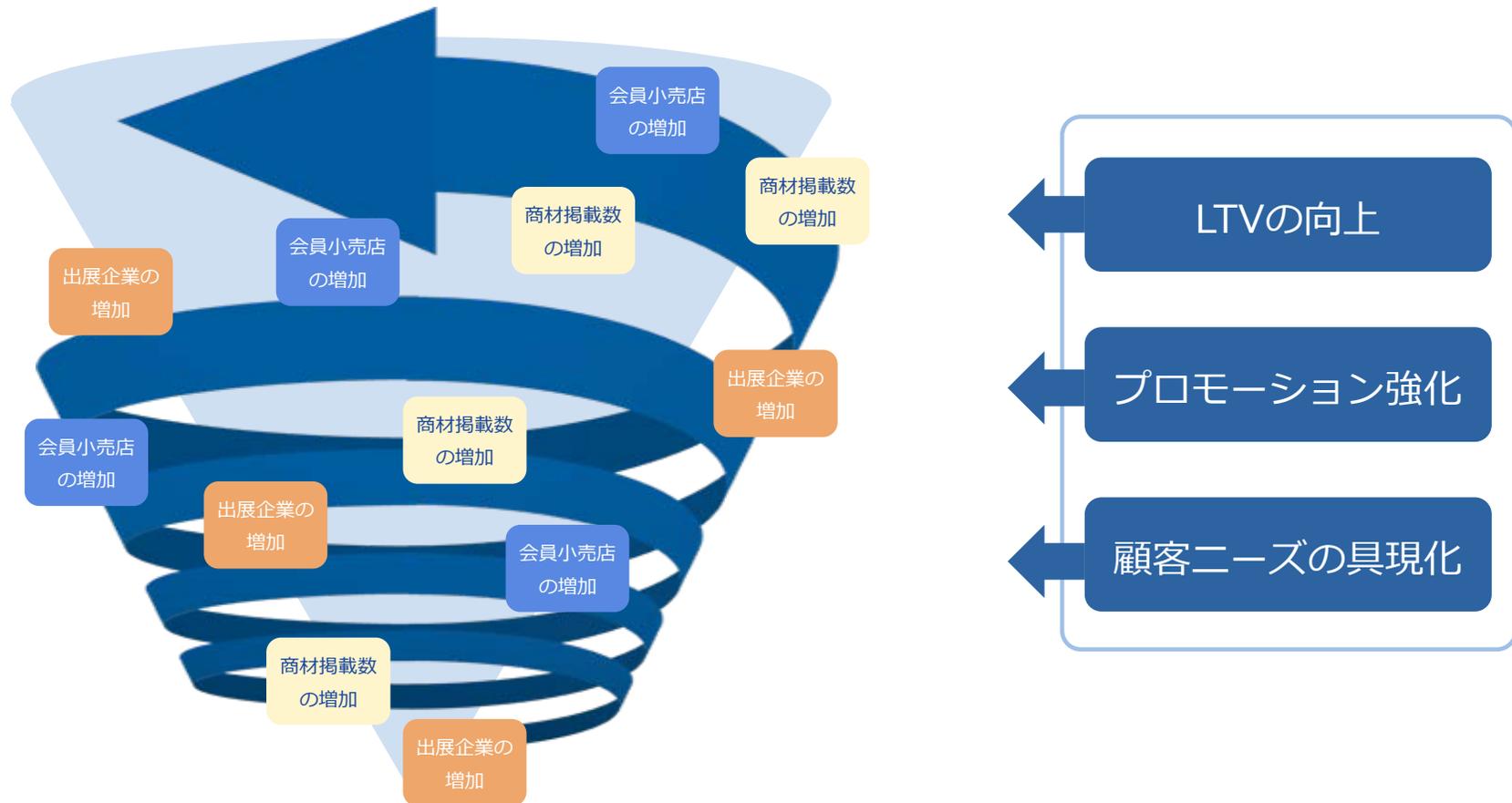


- TVCM（3月19日から1か月間）
- 放映エリア：福岡、宮城、広島、静岡、岡山、香川

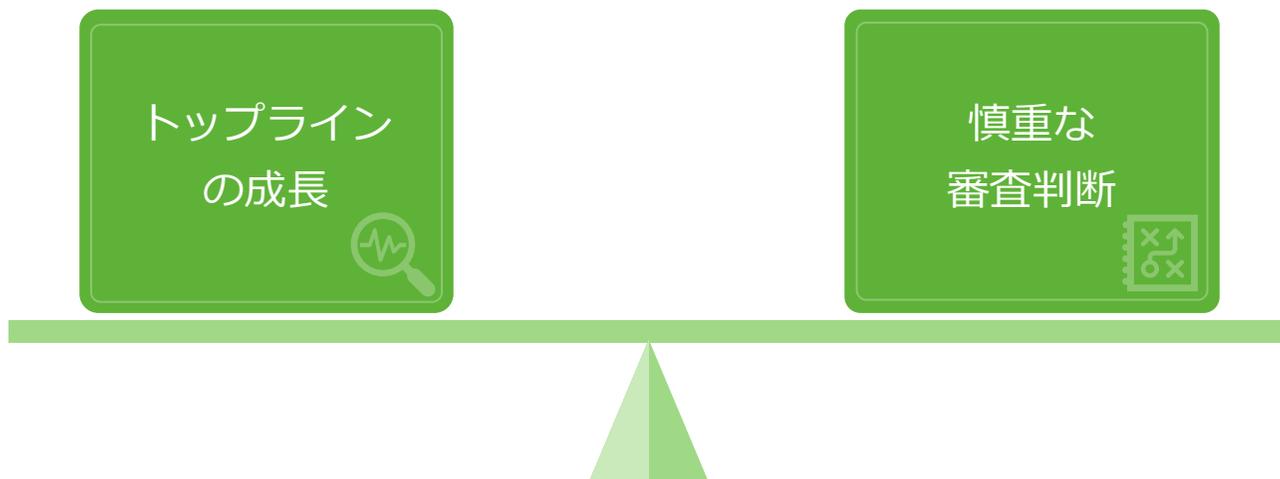
会員企業の顧客ロイヤリティを高め、 LTVの向上を目指す



デジタルシフトを推進し、マーケットシェアを大きく拡大



不透明な環境が当面継続すると見込んでおり、
バランスを取りながら事業成長を図ります



コロナ収束後の成長スピード加速に備え、
審査の「精度」と「スピード向上」に取り組みます

(参考) 決算補足資料

(単位：千円)

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| EC | 392,285 | 393,391 | 409,310 | 416,992 | 411,858 | 422,816 | 429,159 | 431,392 |
| フィナンシャル | 177,263 | 182,555 | 189,081 | 198,432 | 200,454 | 204,346 | 218,443 | 227,608 |
| 合計 | 569,548 | 575,946 | 598,391 | 615,424 | 612,313 | 627,162 | 647,603 | 659,000 |

| | 2019 | | | | 2020 | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| EC | 425,150 | 425,472 | 446,243 | 466,189 | 455,214 | 472,263 | 476,792 | 558,665 |
| フィナンシャル | 243,873 | 257,229 | 364,526 | 351,713 | 362,899 | 377,467 | 386,461 | 387,906 |
| 合計 | 669,023 | 682,702 | 810,769 | 817,902 | 818,113 | 849,730 | 863,254 | 946,571 |

| | 2021 | | | |
|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| EC | 688,464 | 655,525 | 673,588 | 702,650 |
| フィナンシャル | 395,763 | 409,649 | 423,019 | 416,060 |
| 合計 | 1,084,227 | 1,065,175 | 1,096,607 | 1,118,710 |

(単位：千円)

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| EC | 139,203 | 140,305 | 154,643 | 150,387 | 150,866 | 159,467 | 165,583 | 169,227 |
| フィナンシャル | 13,878 | 13,679 | 14,979 | 13,470 | 26,952 | 19,235 | 25,016 | 5,055 |
| 調整 | -58,634 | -48,480 | -51,960 | -60,661 | -71,758 | -72,556 | -68,443 | -70,957 |
| 合計 | 94,448 | 105,504 | 117,662 | 103,197 | 106,060 | 106,146 | 122,156 | 103,325 |

| | 2019 | | | | 2020 | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| EC | 167,308 | 164,168 | 186,450 | 196,600 | 186,422 | 201,232 | 203,865 | 267,602 |
| フィナンシャル | 37,533 | 41,638 | 17,839 | 45,823 | 73,979 | 75,589 | 46,154 | -8,196 |
| 調整 | -71,567 | -68,219 | -81,257 | -87,592 | -84,626 | -87,353 | -88,140 | -80,443 |
| 合計 | 133,274 | 137,587 | 123,032 | 154,831 | 175,775 | 189,468 | 161,878 | 178,963 |

| | 2021 | | | |
|---------|----------|----------|----------|----------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| EC | 333,001 | 283,910 | 258,746 | 273,772 |
| フィナンシャル | 119,745 | 149,092 | 156,609 | 97,068 |
| 調整 | -107,999 | -115,067 | -118,415 | -134,296 |
| 合計 | 344,748 | 317,936 | 296,940 | 236,544 |

(単位 : 千円)

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| システム利用料売上 | 236,045 | 238,416 | 252,671 | 260,824 | 254,911 | 267,006 | 275,823 | 277,465 |
| 会員小売店向け売上 | 61,362 | 62,442 | 61,854 | 61,986 | 61,538 | 61,342 | 61,050 | 61,002 |
| 出展企業向け売上 | 94,181 | 91,496 | 93,793 | 92,986 | 94,273 | 93,141 | 90,785 | 91,183 |
| 合計 | 391,589 | 392,354 | 408,319 | 415,797 | 410,722 | 421,490 | 427,659 | 429,651 |
| 流通額 | 2,373,604 | 2,364,000 | 2,504,825 | 2,592,073 | 2,540,172 | 2,607,775 | 2,704,572 | 2,731,729 |

| | 2019 | | | | 2020 | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| システム利用料売上 | 272,082 | 275,301 | 294,524 | 314,239 | 300,684 | 316,377 | 316,321 | 398,846 |
| 会員小売店向け売上 | 61,170 | 60,712 | 60,888 | 61,070 | 61,814 | 61,801 | 62,315 | 62,285 |
| 出展企業向け売上 | 89,903 | 87,312 | 88,610 | 88,415 | 90,066 | 91,213 | 95,092 | 94,418 |
| 合計 | 423,155 | 423,326 | 444,023 | 463,724 | 452,564 | 469,392 | 473,730 | 555,550 |
| 流通額 | 2,672,949 | 2,674,929 | 2,852,157 | 3,044,716 | 2,927,620 | 2,957,307 | 3,069,019 | 3,854,776 |

| | 2021 | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| システム利用料売上 | 529,040 | 483,696 | 514,329 | 544,552 |
| 会員小売店向け売上 | 63,129 | 66,147 | 69,678 | 72,320 |
| 出展企業向け売上 | 92,962 | 102,087 | 85,787 | 81,772 |
| 合計 | 685,132 | 651,931 | 669,794 | 698,644 |
| 流通額 | 5,127,935 | 4,669,605 | 4,915,725 | 5,140,681 |

| | 2015 | | | | 2016 | | | |
|------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 購入者数 | 8,759 | 8,662 | 8,796 | 8,937 | 8,919 | 8,763 | 8,875 | 9,027 |
| 客単価 | 263,338 | 275,998 | 273,161 | 272,449 | 254,966 | 268,478 | 270,505 | 283,623 |

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 購入者数 | 9,077 | 9,129 | 9,318 | 9,654 | 9,829 | 10,210 | 10,497 | 11,046 |
| 客単価 | 261,496 | 258,955 | 268,815 | 268,497 | 258,436 | 255,413 | 257,651 | 247,304 |

| | 2019 | | | | 2020 | | | |
|------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 購入者数 | 11,616 | 11,846 | 12,068 | 12,814 | 13,249 | 13,621 | 14,358 | 16,586 |
| 客単価 | 230,109 | 225,808 | 236,340 | 237,608 | 220,969 | 217,113 | 213,749 | 232,411 |

| | 2021 | | | |
|------|---------|---------|---------|---------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 購入者数 | 19,684 | 20,163 | 21,517 | 22,942 |
| 客単価 | 260,512 | 231,592 | 228,457 | 224,073 |

(単位：千円)

| | 2015 | | | | 2016 | | | |
|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 内部取引 | 1,598,398 | 1,735,527 | 1,703,691 | 1,750,567 | 1,637,797 | 1,699,168 | 1,733,022 | 1,869,146 |
| 外部取引 | 728,416 | 839,188 | 980,724 | 1,157,949 | 1,355,857 | 1,539,287 | 1,681,144 | 1,888,849 |
| 合計 | 2,326,815 | 2,574,716 | 2,684,416 | 2,908,517 | 2,993,654 | 3,238,455 | 3,414,167 | 3,757,996 |

| | 2017 | | | | 2018 | | | |
|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 内部取引 | 1,652,225 | 1,672,828 | 1,741,922 | 1,767,514 | 1,682,372 | 1,724,556 | 1,751,225 | 1,737,694 |
| 外部取引 | 2,000,291 | 2,311,575 | 2,597,637 | 2,841,259 | 2,829,913 | 2,920,373 | 3,105,237 | 3,297,511 |
| 合計 | 3,652,516 | 3,984,403 | 4,339,560 | 4,608,774 | 4,512,285 | 4,644,930 | 4,856,462 | 5,035,205 |

| | 2019 | | | | 2020 | | | |
|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 内部取引 | 1,637,880 | 1,624,883 | 1,701,840 | 1,757,236 | 1,670,517 | 1,737,978 | 1,713,416 | 1,802,943 |
| 外部取引 | 3,588,014 | 3,977,456 | 4,270,115 | 4,488,159 | 4,549,949 | 4,848,632 | 4,891,303 | 4,802,197 |
| 合計 | 5,225,894 | 5,602,340 | 5,971,955 | 6,245,395 | 6,220,467 | 6,586,611 | 6,604,719 | 6,605,141 |

| | 2021 | | | |
|------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 内部取引 | 2,408,086 | 2,242,342 | 2,271,979 | 2,276,493 |
| 外部取引 | 4,894,563 | 5,186,738 | 5,501,080 | 5,862,713 |
| 合計 | 7,302,650 | 7,429,081 | 7,773,059 | 8,139,206 |

(単位：千円)

| 2016 | | | | 2017 | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 5,241,870 | 5,447,712 | 5,629,359 | 6,267,980 | 5,803,443 | 5,895,684 | 5,689,826 | 6,158,819 |

| 2018 | | | | 2019 | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|
| 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 6,785,008 | 7,743,693 | 8,583,315 | 9,907,803 | 10,311,384 | 11,403,717 | 12,193,958 | 13,609,462 |

| 2020 | | | | 2021 | | | |
|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 14,073,465 | 15,093,308 | 16,011,597 | 18,029,768 | 18,403,599 | 18,835,716 | 20,865,449 | 23,076,794 |

(単位：千円)

| 2016 | | | | 2017 | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 117,323 | 170,098 | 221,702 | 267,139 | 340,143 | 402,415 | 458,777 | 594,519 |

| 2018 | | | | 2019 | | | |
|---------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 737,035 | 857,787 | 979,309 | 1,113,485 | 1,224,871 | 1,252,870 | 5,435,686 | 5,622,052 |

| 2020 | | | | 2021 | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 5,832,274 | 6,049,021 | 6,265,811 | 6,546,084 | 6,801,684 | 6,941,143 | 6,851,240 | 6,735,393 |

※ 保証残高÷保証期間×平均履行期間により算出した実質保証残高になります。そのため、決算短信及び有価証券報告書の残高と異なります。