



# 2022年4月期第3四半期 決算説明資料

2022.3.4

# 2022年4月期第3四半期業績

- 2022年4月期第3四半期は国内経済がRe-OpeningしたことでEC事業、フィナンシャル事業ともに売上成長が回復し、売上高はYoY+8.4%に。
- 売上高の成長は順調に継続している。一方でオミクロン株の感染拡大による第6波の影響で、短期的に弱い側面が見られた結果、当初の想定よりは低めの範囲で着地。
- EC事業のスーパーデリバリーでは、国内経済がRe-Openingにより回復する中で、国内流通の購入者数、客単価がともに増加。前期に見られたコロナ禍における一時的な非対面需要の拡大から、BtoB-ECのデジタルシフトへの継続的な商習慣の転換を確信し、コロナ収束後の長期的な成長に期待。
- スーパーデリバリーの海外は、コンテナ不足や原油価格の高騰など国際物流の混乱の影響のある中で、サービスの需要は増加している。
  - 北米は引き続き順調な成長を継続。
  - 中華圏において選挙や旧正月といった一時的な影響による購入客数の減少により中華圏の流通額が減少（旧正月以降は回復傾向）。

- フィナンシャル事業のPaidは、国内経済が回復傾向となったことで加盟企業の取扱高が増加（YoY+18.7%、QoQ+10.0%）。取扱高の増加により売上高はYoY+15.0%と2桁成長に。
  - ・ 全国のオートバックスグループ店舗の決済手段として導入（2021年11月～）
  - ・ ビバホームに続き、アークランドサカモトのECサイトにPaidが導入（2022年2月～）
- フィナンシャル事業のデフォルトは若干増加傾向にあるものの、依然としてコロナ前よりも低い水準を継続。
- URIHOの稼働件数が引き続き順調に増加し、売上高はYoY+57.3%に成長。
- プロモーション強化、人員増強により販管費が増加した結果、営業利益はYoY△13.0%
- 国内経済がRe-Openingにより回復基調にある一方で、順調な売上成長が続く中、オミクロン株による新型コロナウイルスの感染拡大や国際物流の混乱の影響を受けた結果、当初の想定を下回る着地となった。収束の見通しが不透明な状況であることから業績予想を修正。短期的にはネガティブな側面が出ているものの、BtoB-ECのデジタルシフトは進んでおり、さらに、フィナンシャル事業も含め当社サービスの需要の増加は継続していることから、コロナ収束後の中長期的な成長可能性は高まっていると認識。

国内経済が回復基調にある一方で、オミクロン株の感染拡大、国際物流の混乱の影響の先行きが不透明な状況であることから業績予想を修正

(単位：百万円)	2022/4 通期業績予想 (修正前)	2022/04 通期業績予想 (修正後)	2021/4 通期実績	前期比	進捗率
売上高	5,300	4,759	4,364	+9.0%	74.0%
EBITDA	1,580	1,230	1,339	-8.2%	76.4%
	1,680				
営業利益	1,430	1,090	1,196	-8.9%	76.6%
	1,530				
営業利益率	27.0%	22.9%	27.4%	—	—
	28.9%				
経常利益	1,430	1,080	1,216	-11.3%	76.3%
	1,530				
親会社株主に帰属 する四半期純利益	690	440	800	-45.1%	67.4%
	760				

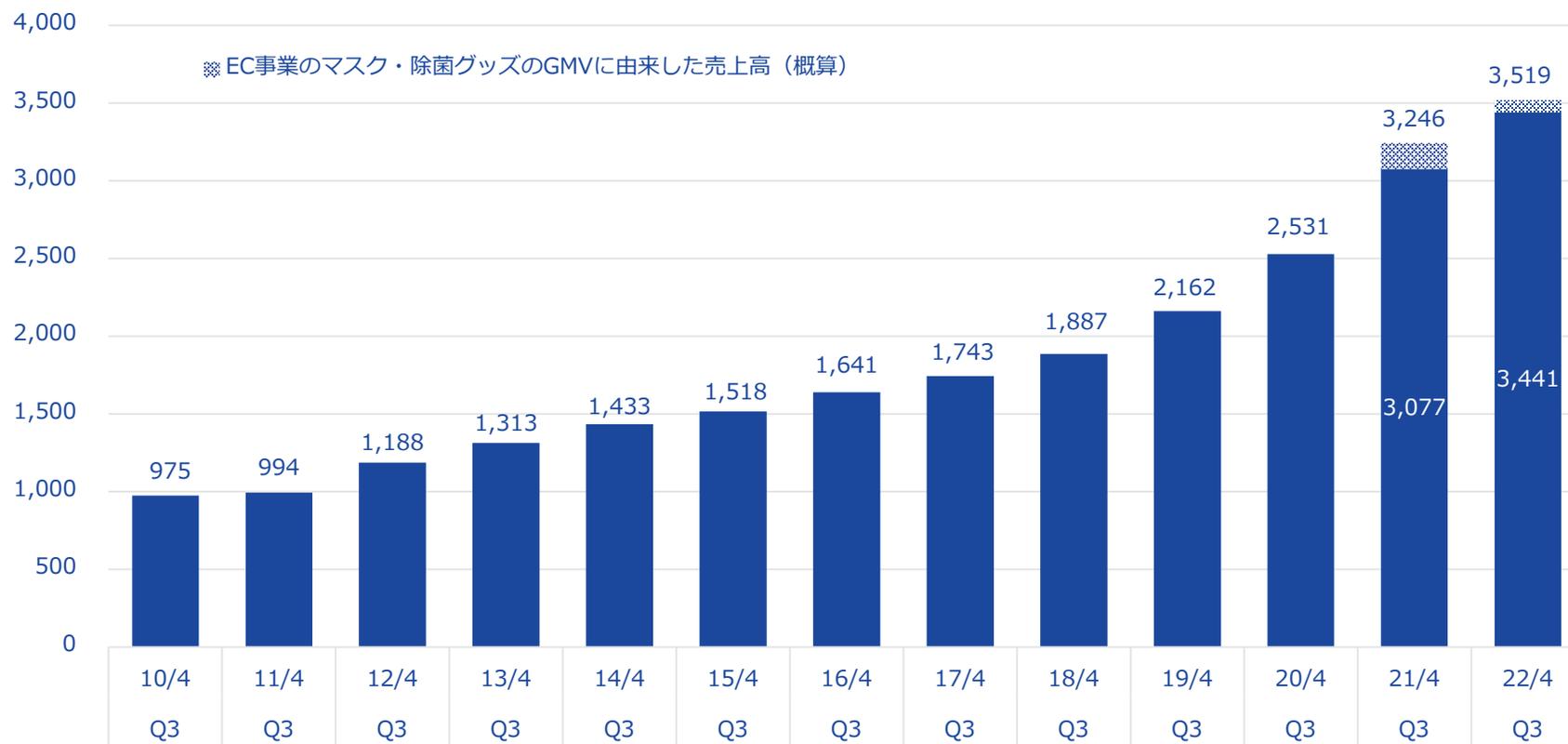
 国内経済がRe-OpeningしたことでEC事業、フィナンシャル事業ともに成長力は回復してきているものの、第2四半期決算発表時の想定を下回っており、この先のオミクロン株の感染拡大の影響がはっきり読めない状況下にある。

 EC事業の海外流通がコンテナ不足や原油価格の高騰など国際物流の混乱の影響を受けている。一時的な影響とはいえ、問題の収束時期が不透明な状況となっている。

 配当予想の修正はなし。

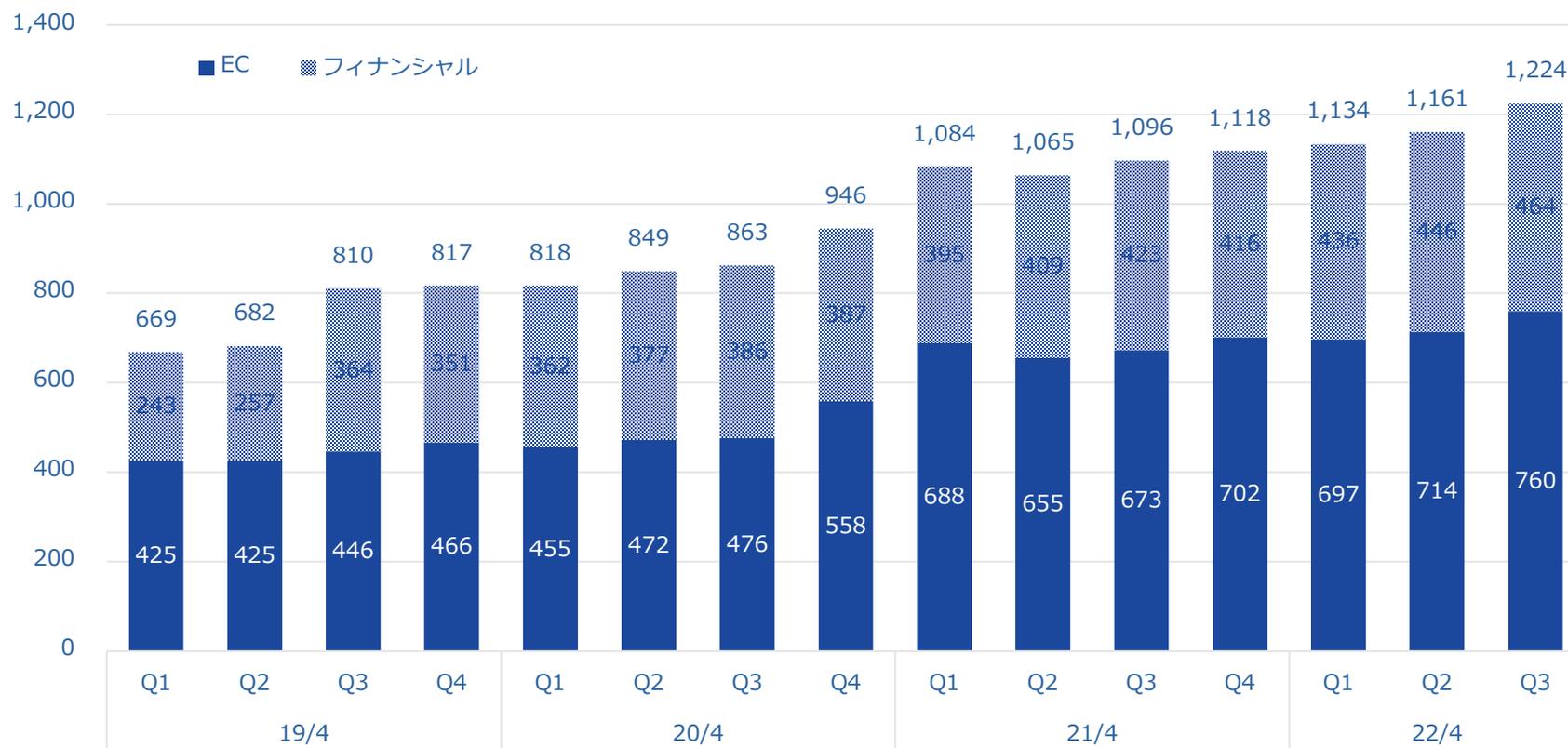
## EC事業のマスク・除菌グッズのGMVに由来した売上高を除外した連結売上高はYoY + 11.8%と二桁成長に

(単位：百万円)



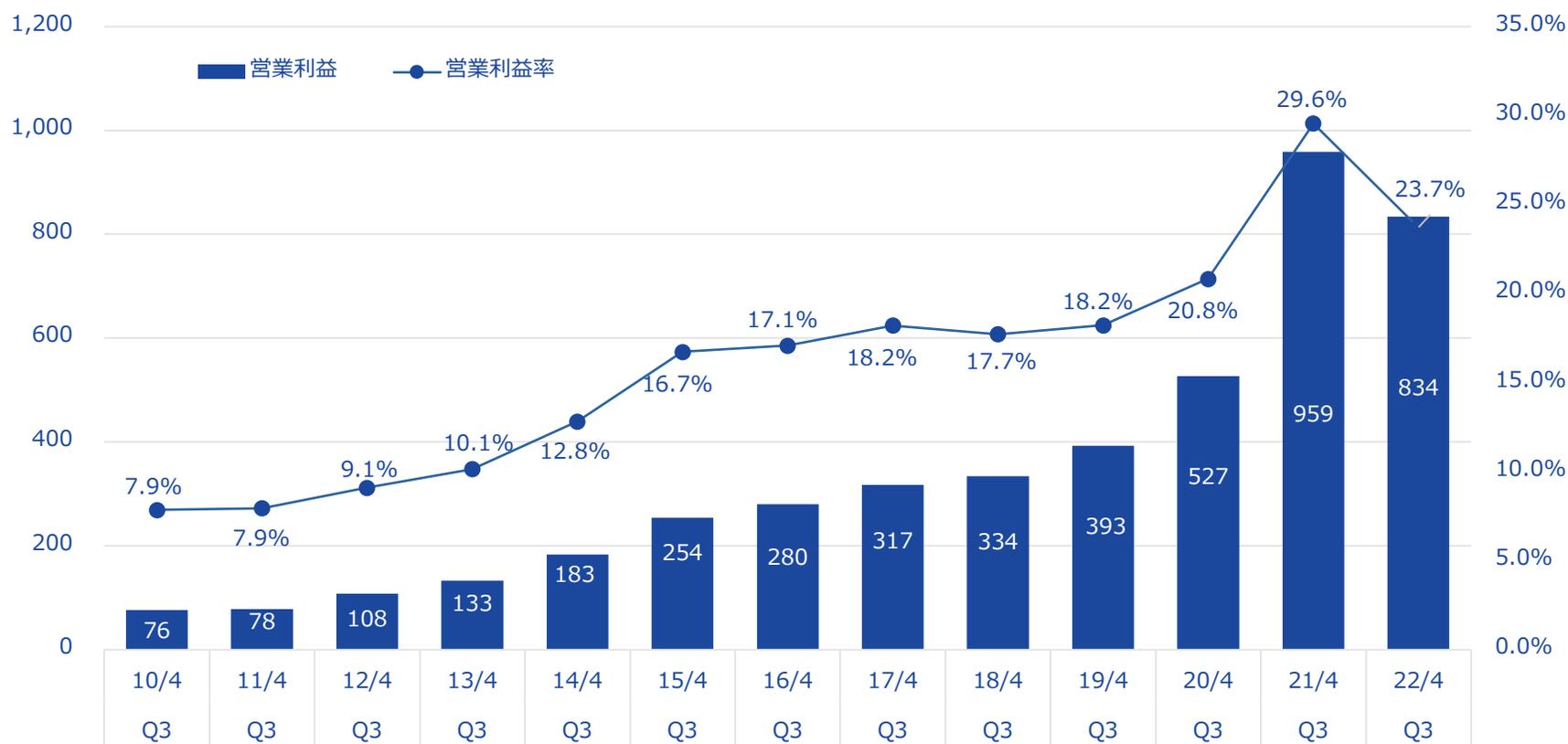
## EC事業、フィナンシャル事業ともに増収し、 四半期売上高は、過去最高を継続

(単位：百万円)



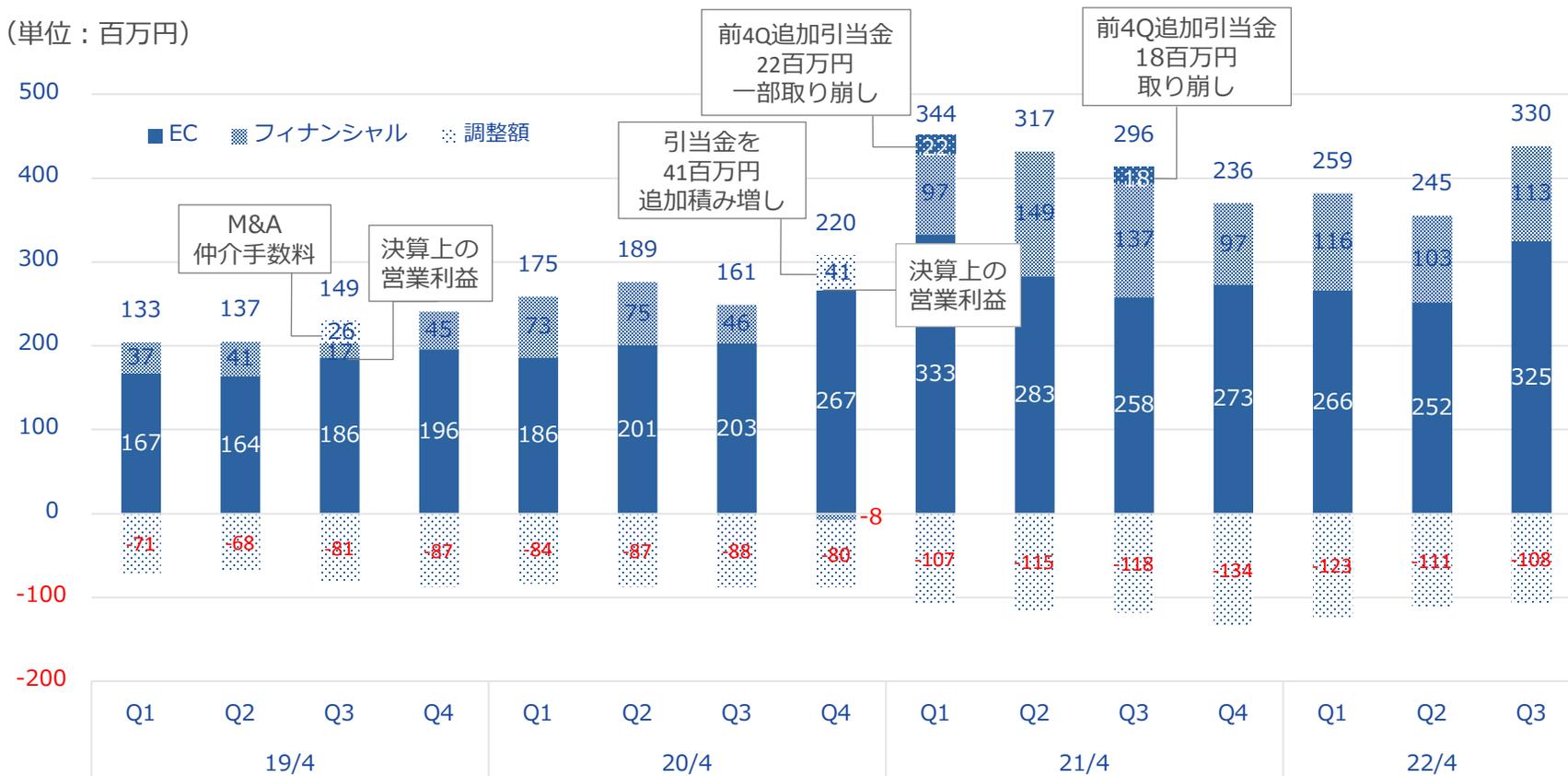
## 積極的な広告宣伝費及び人員増強により販管費が増加する中、 営業利益率は20%台をキープ

(単位：百万円)



EC事業の「スーパーデリバリー」の国内流通が大幅に増加し、全体の売上増を牽引。四半期連結営業利益はYoY + 11.3%

(単位：百万円)



プロモーションの強化による広告宣伝費の増加と、  
 人員増強に伴う人件費の増加により販管費はYoY + 15.0%に

(単位：百万円)

	2022年4月期 Q3	2021年4月期 Q3	前年同期比	業績予想 (修正後)	進捗率
売上高	3,519	3,246	8.4%	4,759	74.0%
売上総利益	2,914	2,768	5.3%	—	—
販管費	2,079	1,808	15.0%	—	—
—広告・販促費	441	320	37.9%	—	—
EBITDA	939	1,068	-12.1%	1,230	76.4%
営業利益	834	959	-13.0%	1,090	76.6%
営業利益率	23.7%	29.6%	-5.8pt	22.9%	—
経常利益	823	956	-13.9%	1,080	76.3%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	296	630	-52.9%	440	67.4%

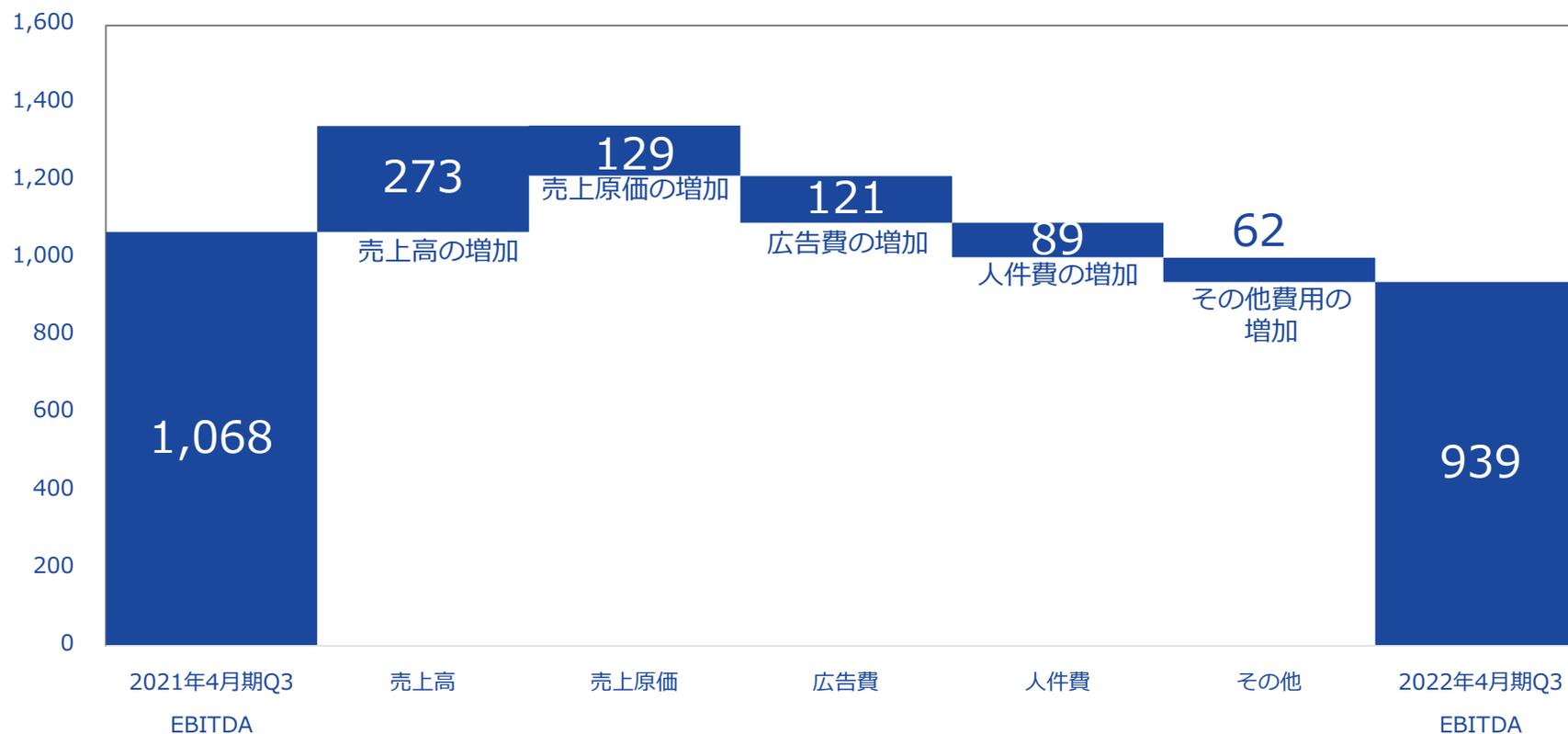
売上高増加により、売上総利益はQoQ + 5.1%、  
営業利益率は27.0%と5.9pt向上

（単位：百万円）

	2021年4月期		2022年4月期		
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
売上高	1,096	1,118	1,134	1,161	1,224
売上総利益	934	946	948	958	1,007
販管費	637	709	689	713	676
－広告・販促費	132	188	135	154	151
営業利益	296	236	259	245	330
営業利益率	27.1%	21.1%	22.9%	21.1%	27.0%
経常利益	293	260	257	237	328
親会社株主に帰属 する四半期純利益	201	170	169	-171	299

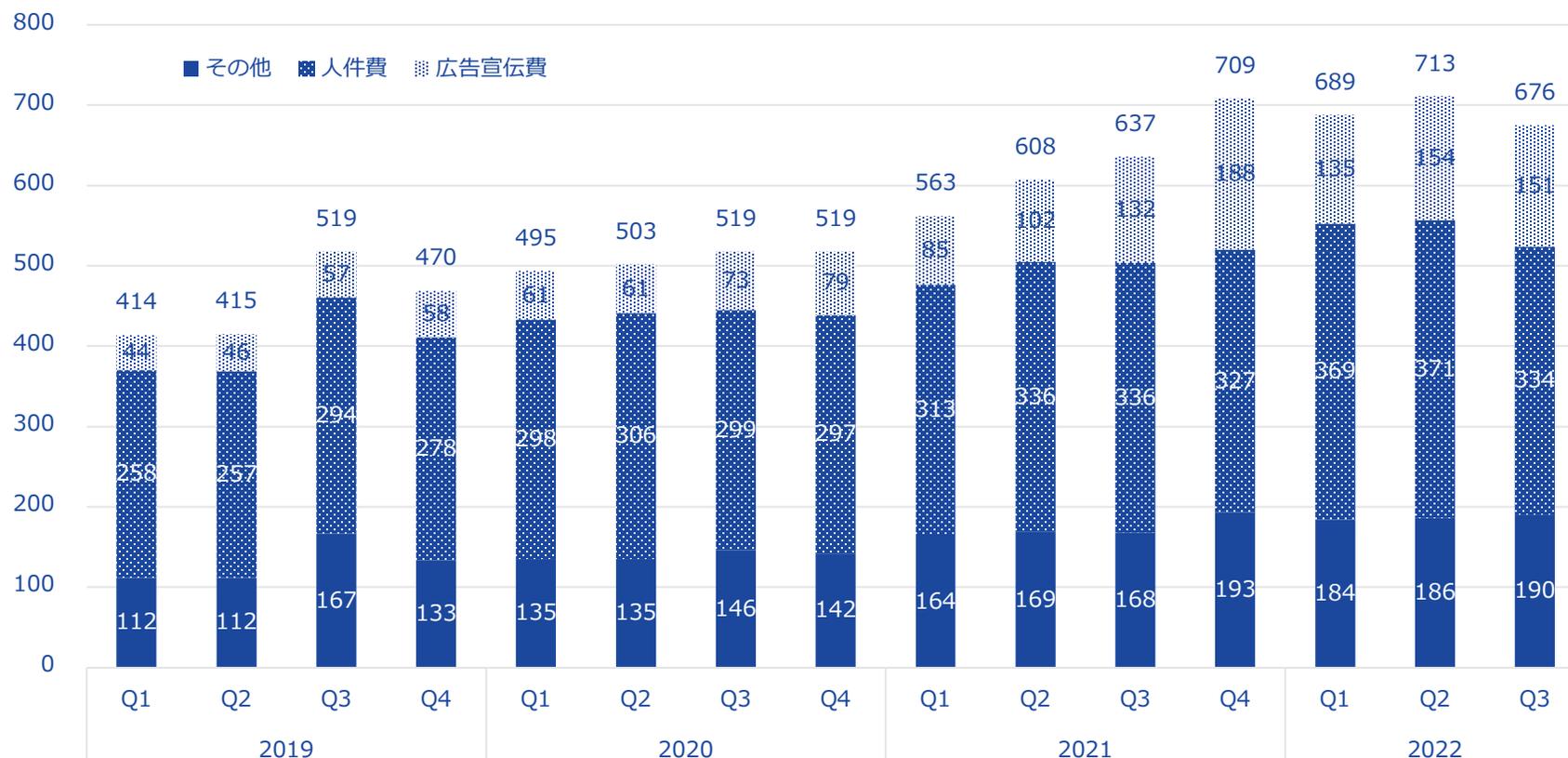
プロモーションコストの増加に伴う広告宣伝費の増加、人員補強に伴う人件費の増加によりEBITDAは939百万円（前期比-12.1%）に

(単位：百万円)



## 広告宣伝費の先行投資及び人員増強により 販管費は一段引きあがった水準で推移

(単位：百万円)



## 第2四半期以降、大きな変動はなし

(単位：百万円)

	2022年4月期 Q3	2021年4月期	増減	前期末比
流動資産	10,365	9,872	492	105.0%
固定資産	2,346	2,579	-232	91.0%
－有形固定資産	1,443	1,460	-17	98.8%
－無形固定資産	472	463	8	101.9%
－投資その他の資産	431	655	-224	65.8%
流動負債	6,303	5,859	444	107.6%
固定負債	1,114	1,250	-136	89.1%
純資産	5,294	5,342	-47	99.1%
総資産	12,712	12,452	260	102.1%

# セグメント別概要

		前年同期比
セグメント売上高	2,171 百万円	+ 7.6%
セグメント利益	844 百万円	- 3.5%

	前年同期比	マスク・除菌グッズ 除いた前年同期比
国内流通額	- 0.9%	+ 8.3%
海外流通額	+ 42.9%	+ 42.6%

全体流通額：15,866,705千円  
 (前年同期比+7.8% マスク・除菌グッズ  
除いた前年同期比 +15.7%)

## 売上面

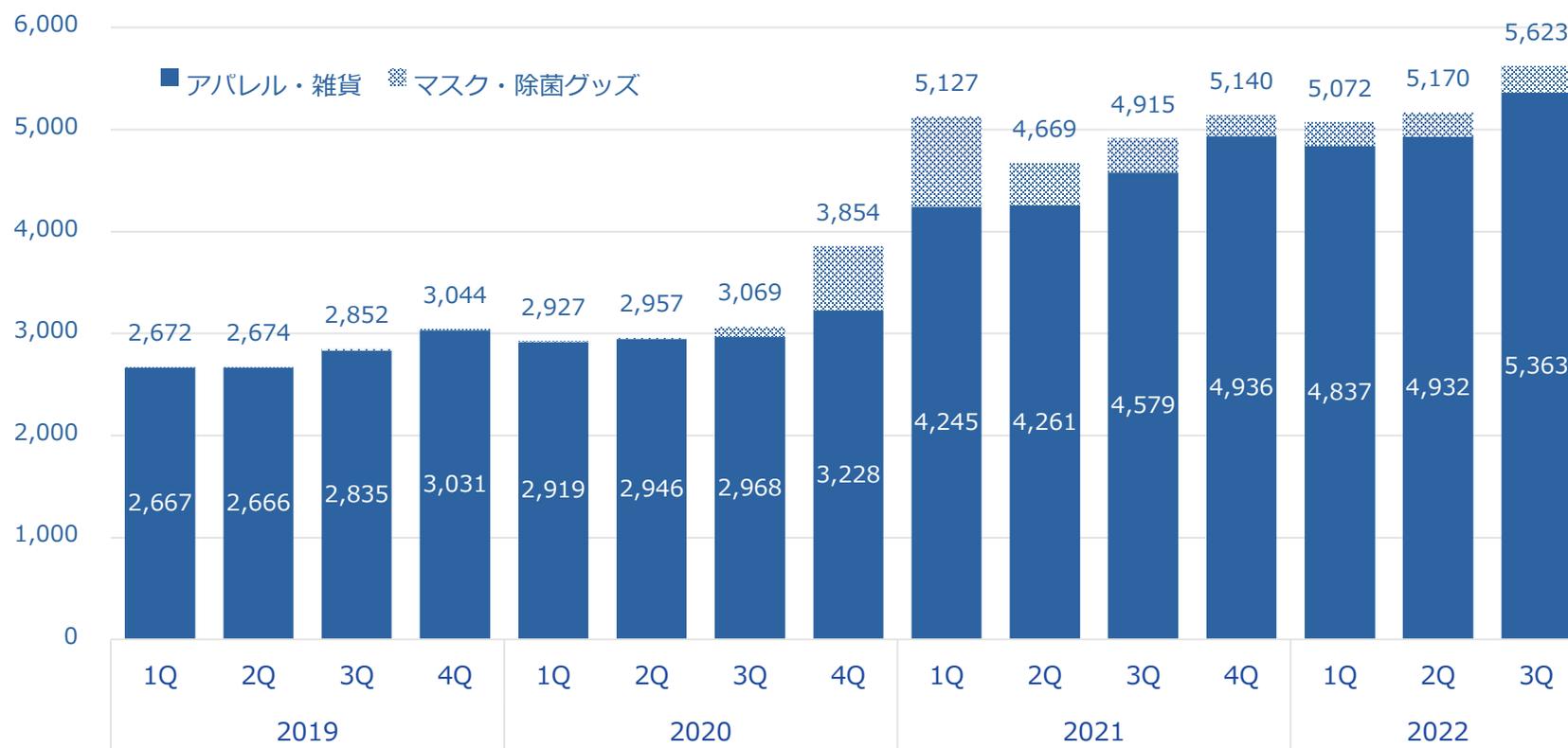
- 国内は国内経済が回復傾向となった一方で、年始よりオミクロン株が感染拡大。不透明な状況の中においても、購入者数、客単価ともに増加したことで流通額が増加。全体の流通額の成長を牽引し、国内BtoB-ECのデジタルシフトの推進を確認。
- 海外は、コンテナ不足や原油価格の高騰など国際物流の混乱の影響のある中で、北米が引き続き順調な成長を継続。一方で、中華圏において選挙や旧正月といった一時的な影響により購入客数が減少した影響で四半期流通額はQoQ△4.0%。

## 費用面

- 引き続き積極的なプロモーション展開に取り組み中の広告宣伝費は前年同期比26.0%増。事業拡大に伴う人員強化中の人件費は前年同期比10.8%増に。

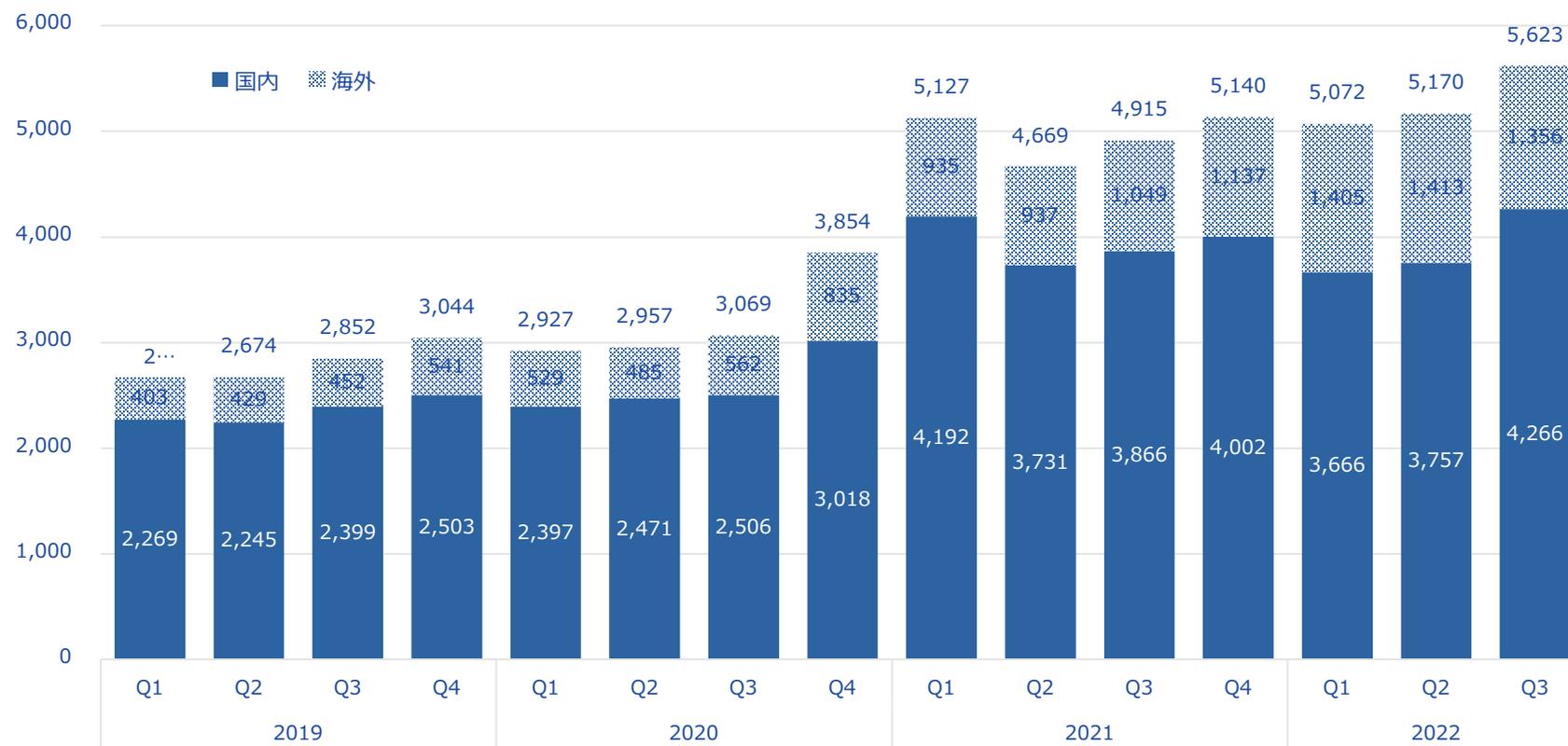
マスク・除菌グッズを除いたアパレル・雑貨の四半期流通額はオミクロン株感染拡大の影響を受けながらも、QoQ+8.7%、YoY+17.1%と順調に増加。全体の四半期流通額は過去最高を継続

(単位：百万円)

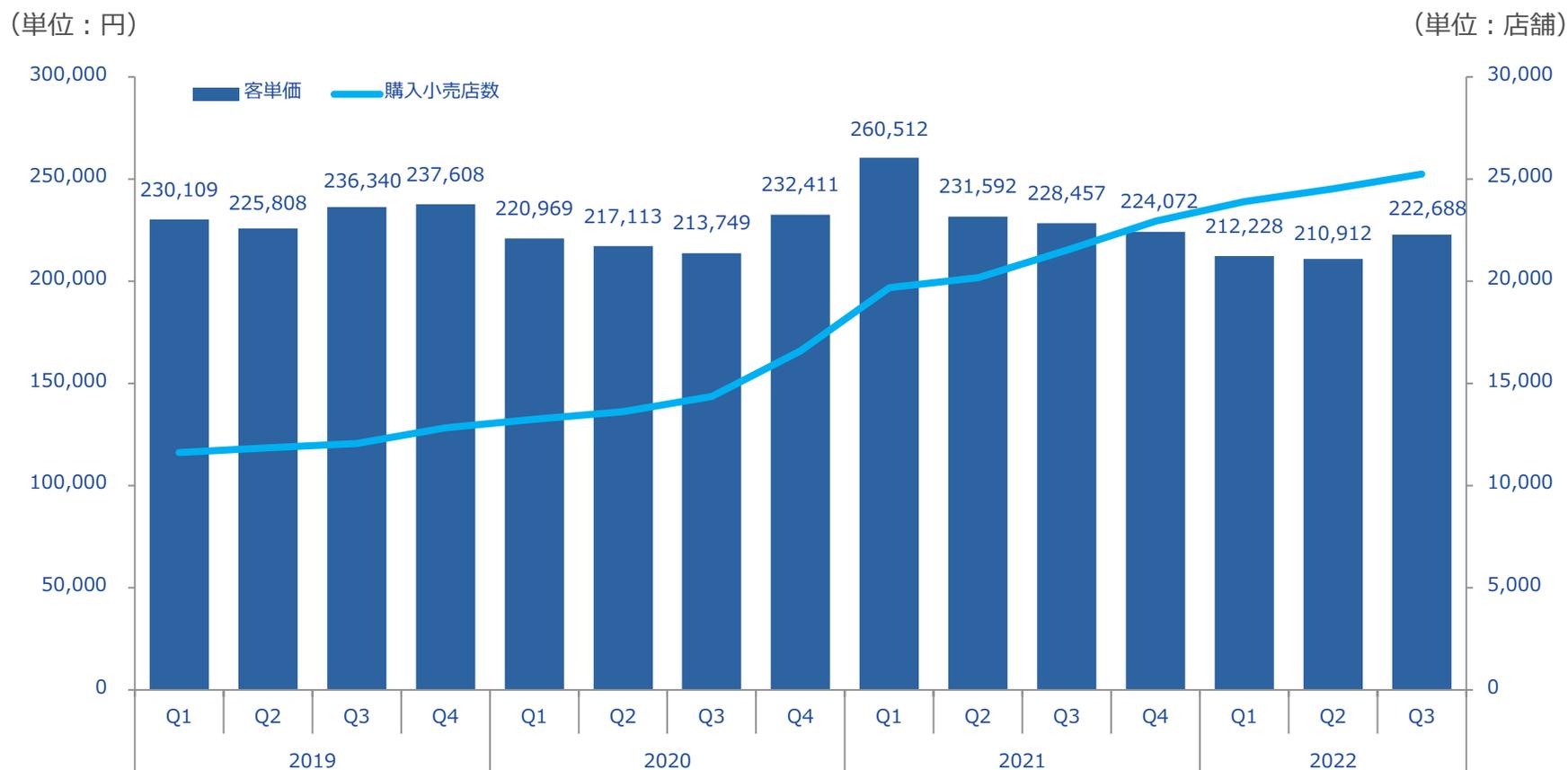


国内流通額は国内経済の回復、オミクロン株感染拡大と様々な影響を受けた結果、QoQ + 13.6%、YoY + 10.4%と大幅に増加し、全体の成長を牽引

(単位：百万円)

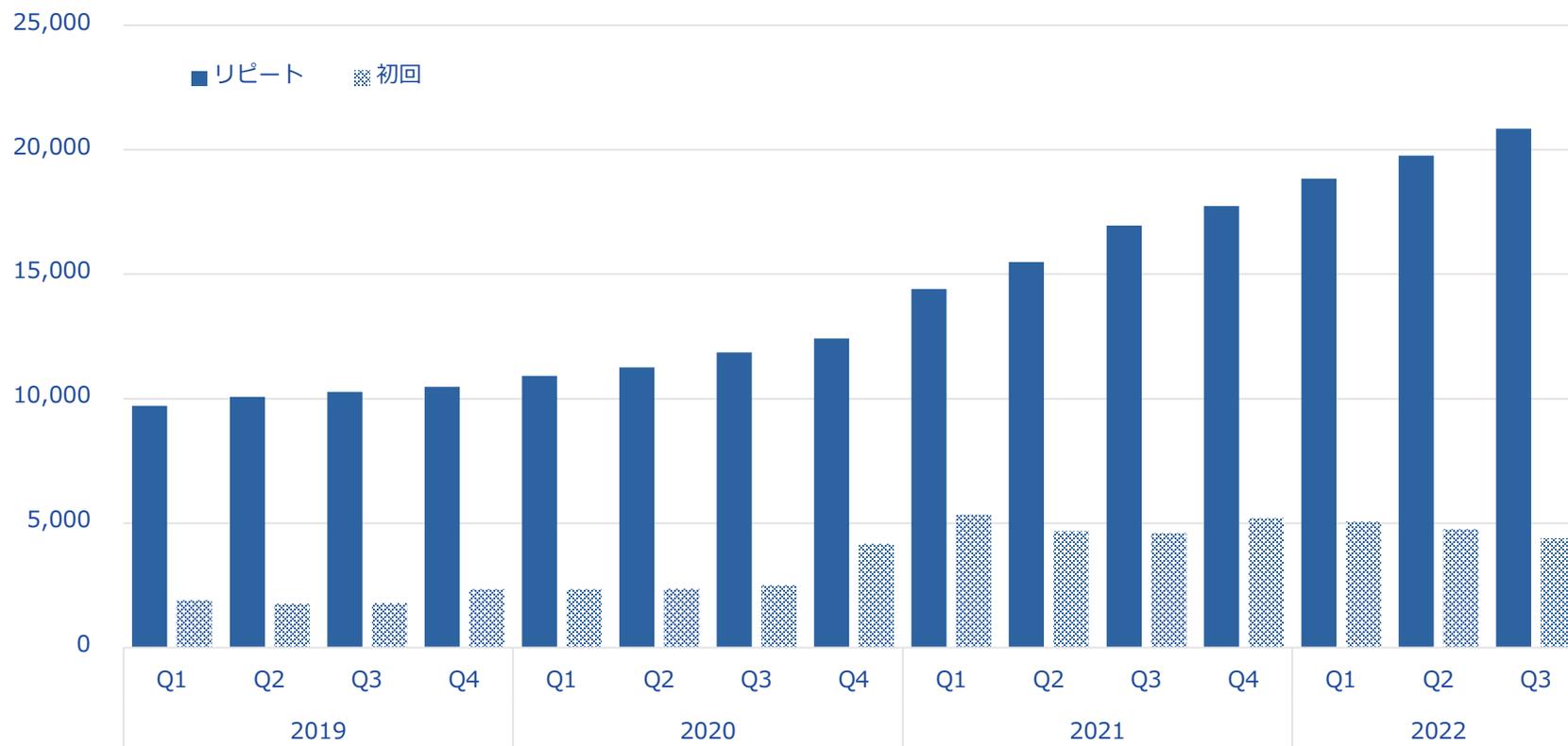


国内、海外ともに客単価が増加。購入客数はリピート購入者の増加により、全体の購入者数の増加を更新



リピート購入者数は順調な積み上がりを継続  
 初回購入者数は、国内が順調に増加する中、海外が中華圏において  
 選挙や旧正月など一時的な要因で減少した結果、全体の初回購入者数は減少

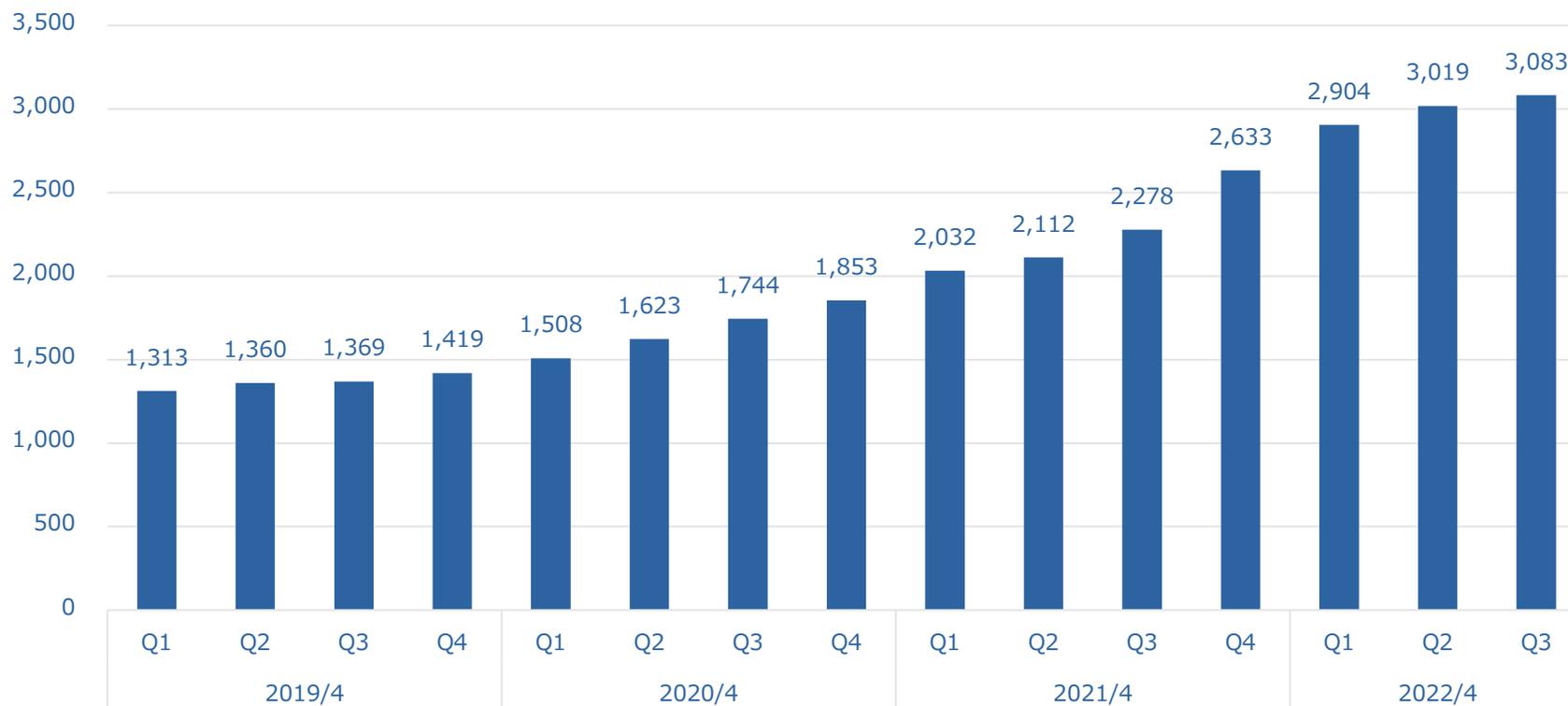
(単位：店舗)



※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、同じ四半期の間にリピート購入した場合は初回購入者にカウント。

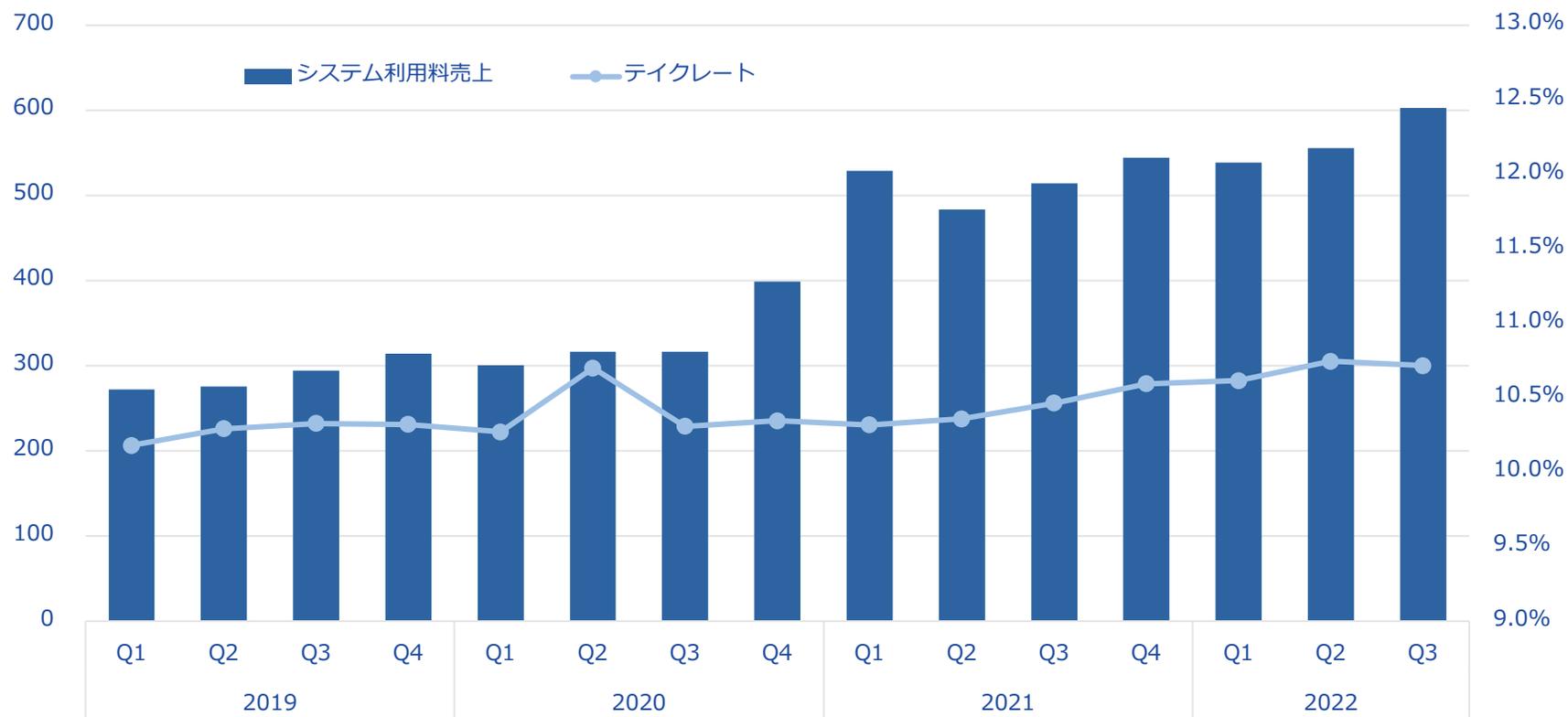
## 出展企業数は堅調な増加を継続

(単位：社)



## テイクレートの特に高い大口提携先の流通額が減少したことで、QoQで0.03pt down

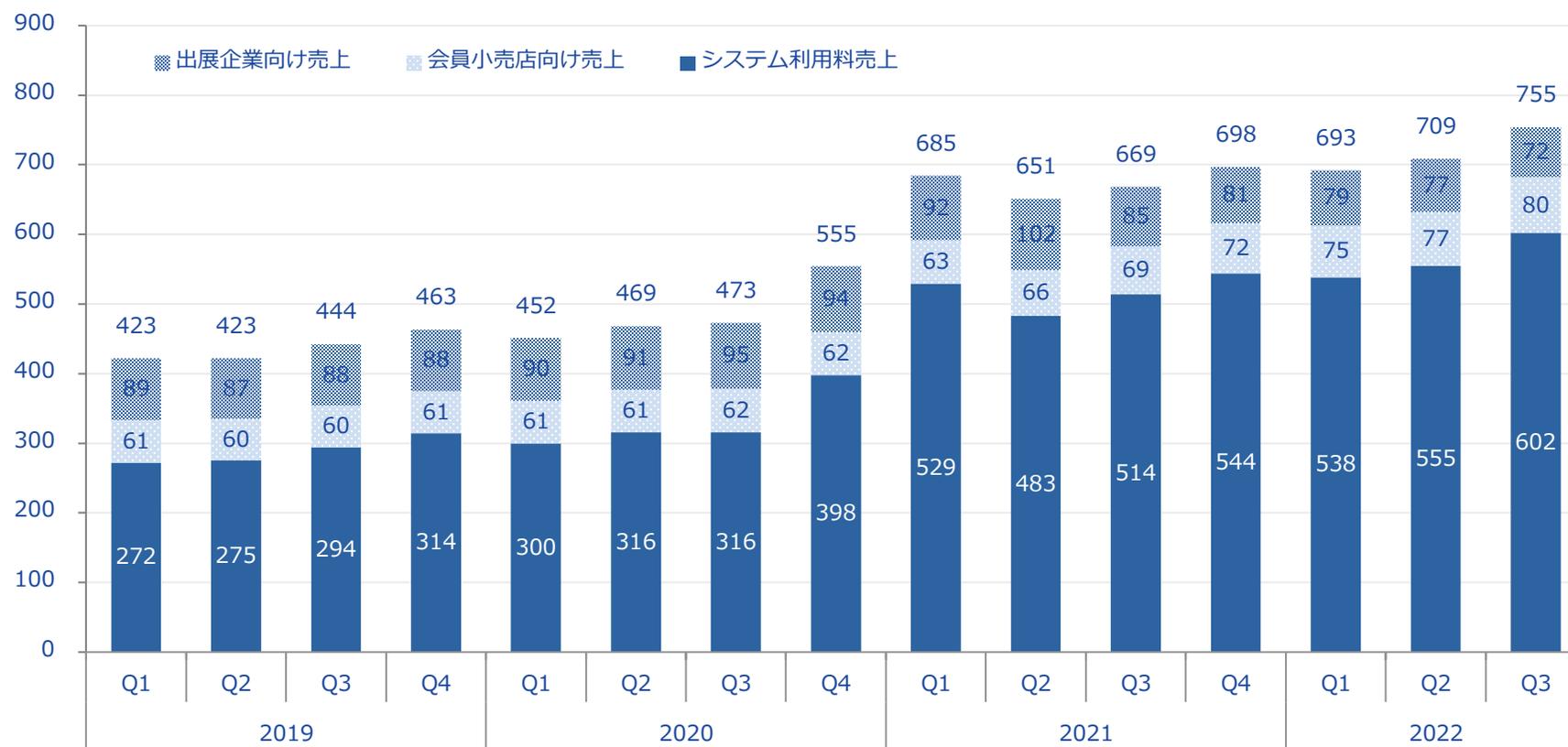
(単位：百万円)



※テイクレート=システム利用料売上高/流通額

流通額の増加によりシステム利用料売上高が増加した結果、  
全体の四半期売上高はQoQ + 6.4%、YoY + 12.8%

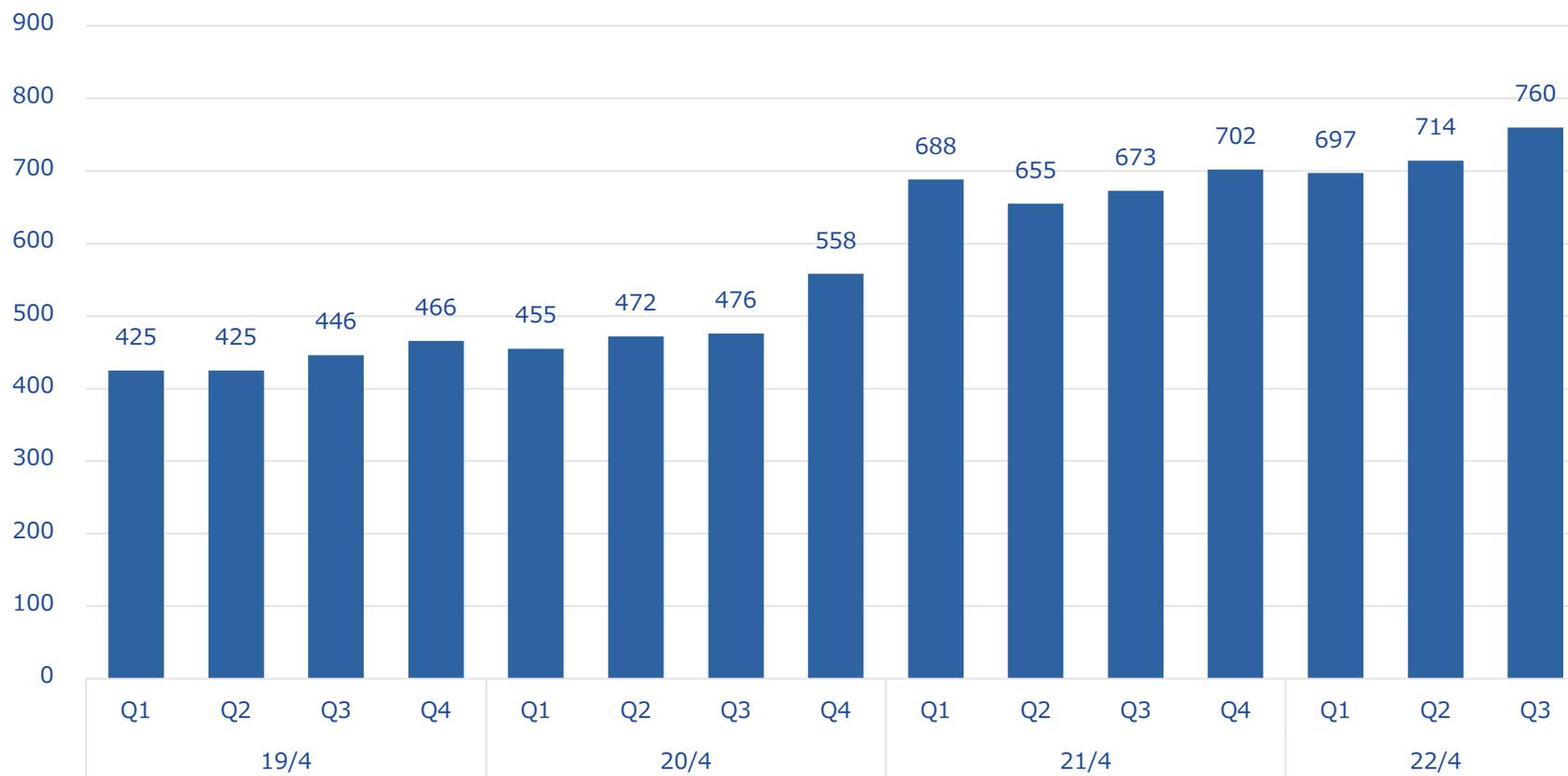
(単位：百万円)



※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)

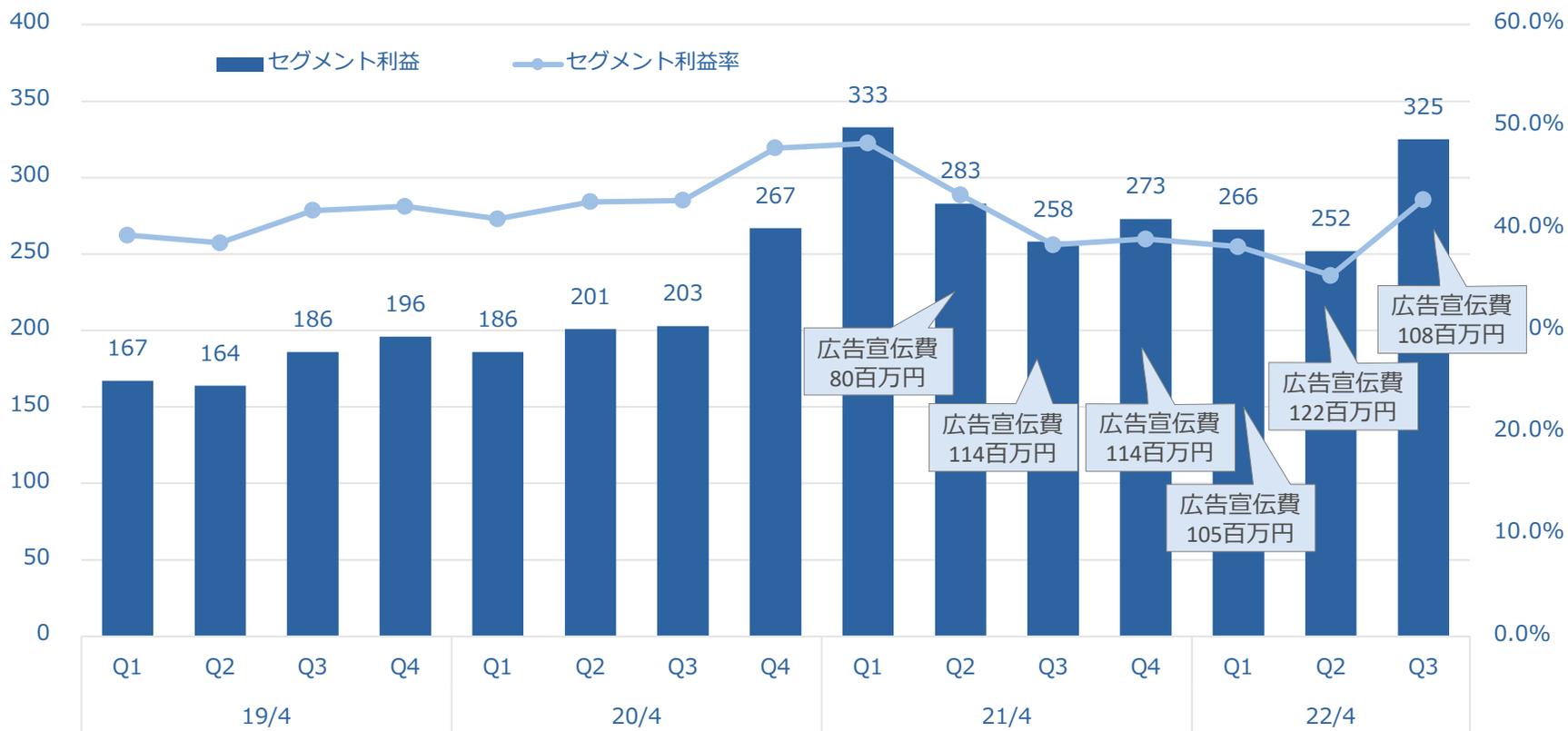
EC全体の四半期売上高は YoY +12.8% QoQ +6.4%

(単位：百万円)



## 四半期セグメント利益QoQ + 28.8%、YoY + 25.8% セグメント利益率は42.8%に向上

(単位：百万円)



		前年同期比	前期セグメント利益から 追加引当金取り崩しを差し引いた 実質的な前年同期比
セグメント売上高	1,519 百万円	+ 7.9%	-
セグメント利益	333 百万円	- 21.7%	- 13.2%

売上面			前年同期比
保証	URIHOの稼働件数が順調に増加。 URIHOのQoQの売上高は +8.6%に		+ 1.4%
			+ 57.3%
決済	国内経済の回復により外部取扱高 が増加YoY + 18.7%	 ※内部売上高を除いた比較	+ 15.0%
家賃 保証	保証残高は堅調な積み上がりを継 続		- 3.2%

費用面

- 引き続き保証履行額の発生の増加しているが、コロナ前よりも低い水準を継続中。
- プロモーション強化中の、広告宣伝費はYoYで+45百万円(前年同期比+86.9%)。
- 事業拡大に伴う人員増強により人件費が増加(前年同期比10.1%増)。

セグメント利益はYoY-21.7%。  
(前期セグメント利益から追加引当  
金取り崩しを差し引いた実質的なセ  
グメント利益のYoY-13.2%)

セグメント間の取引を除外した売上高の成長率は  
QoQ + 3.9%、YoYは + 9.8%

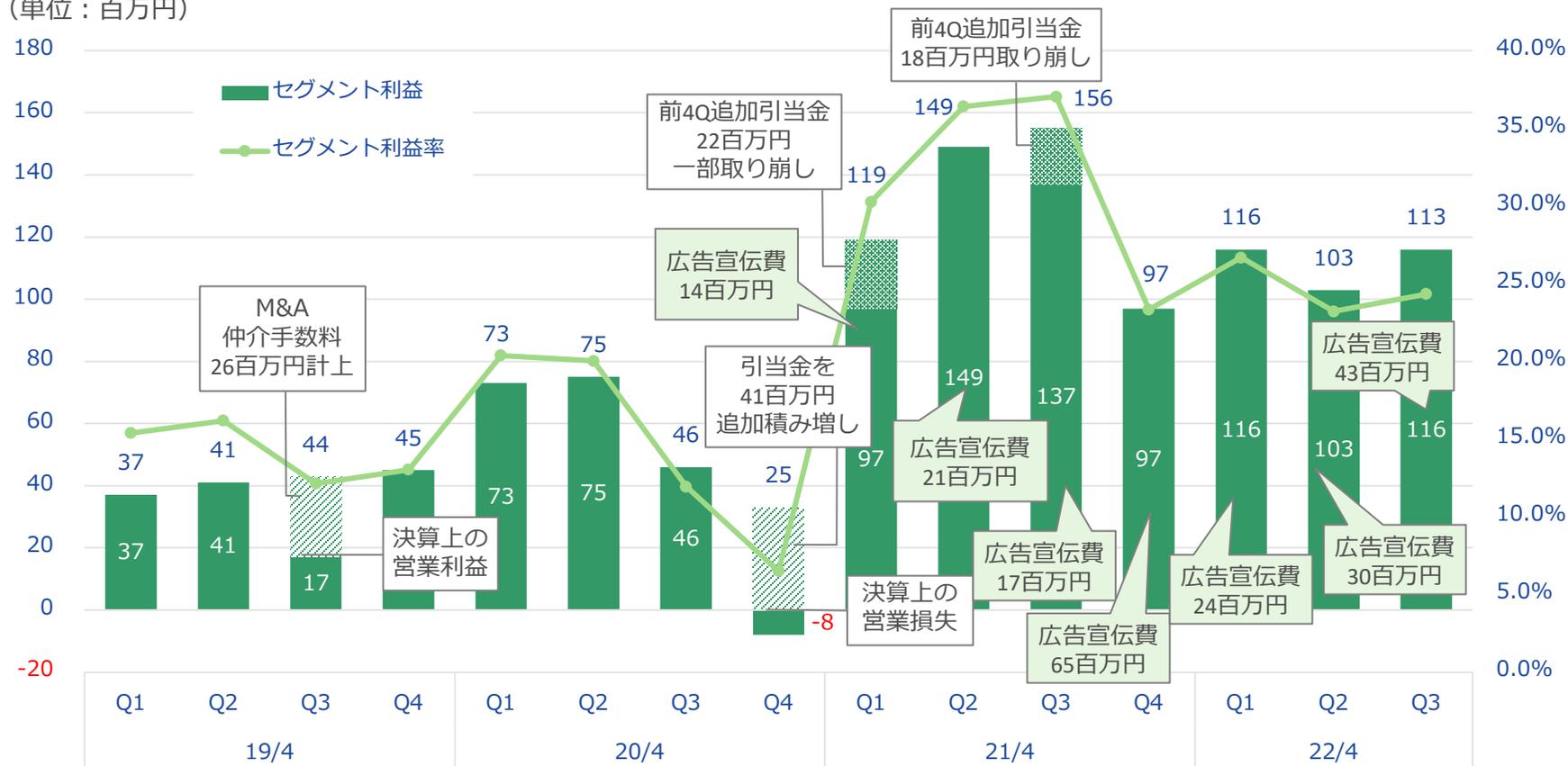
(単位：百万円)



※セグメント間の取引を除外しております。

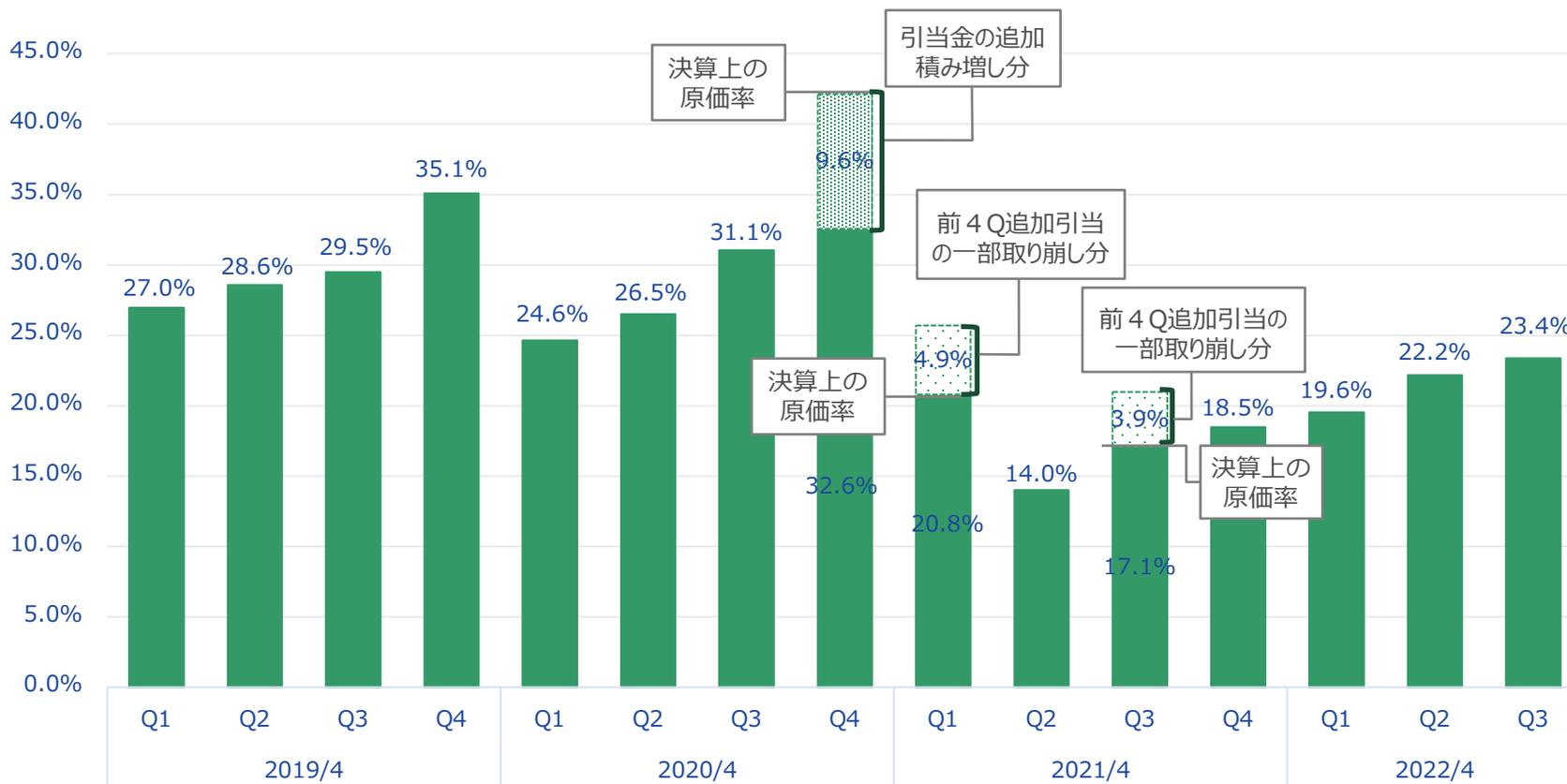
## 人件費・広告宣伝費が増加したが 売上高増加により、四半期セグメント利益はQoQ+8.9%

(単位：百万円)



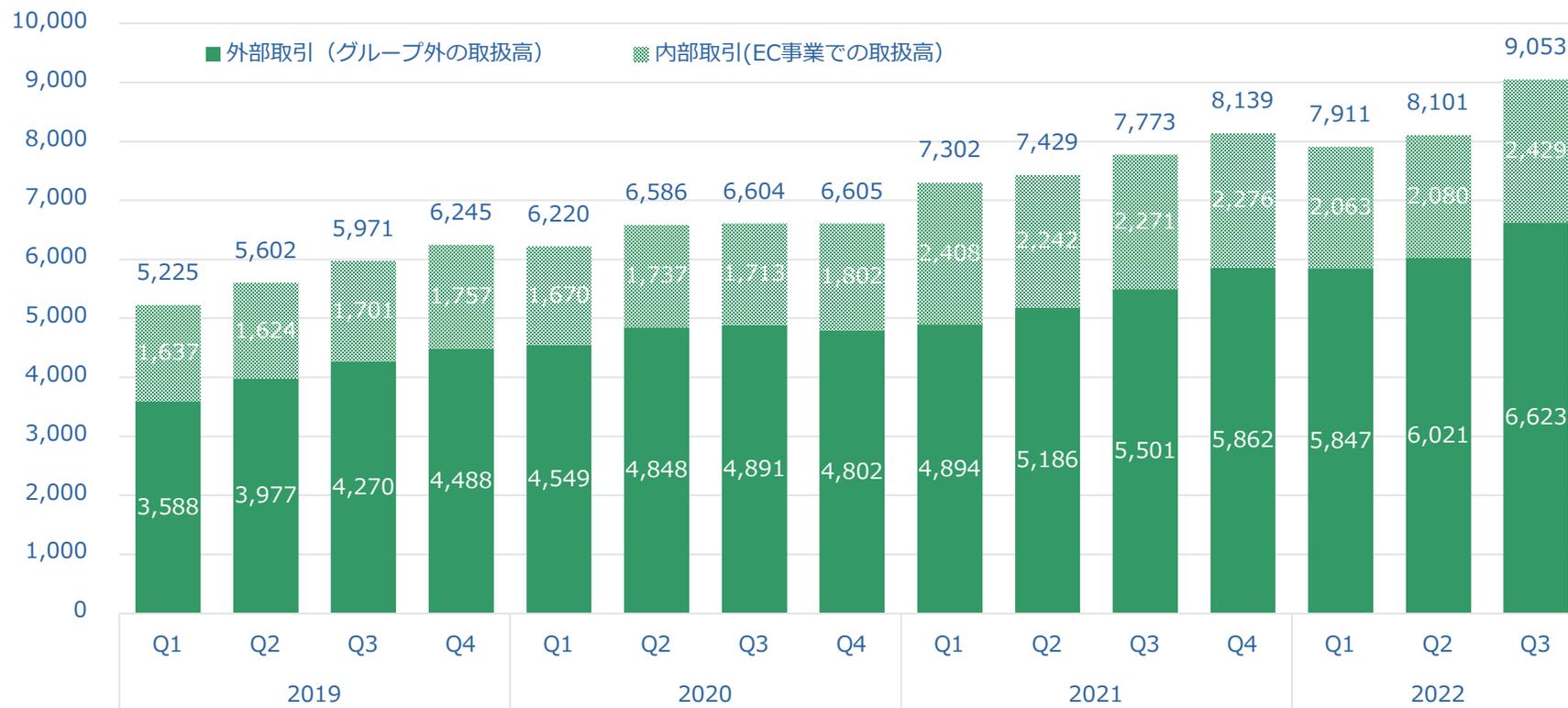
※セグメント利益率はセグメント間の取引を除外して算定しております。

与信の審査基準を緩和しているが、  
依然としてコロナ前よりも低い水準が継続



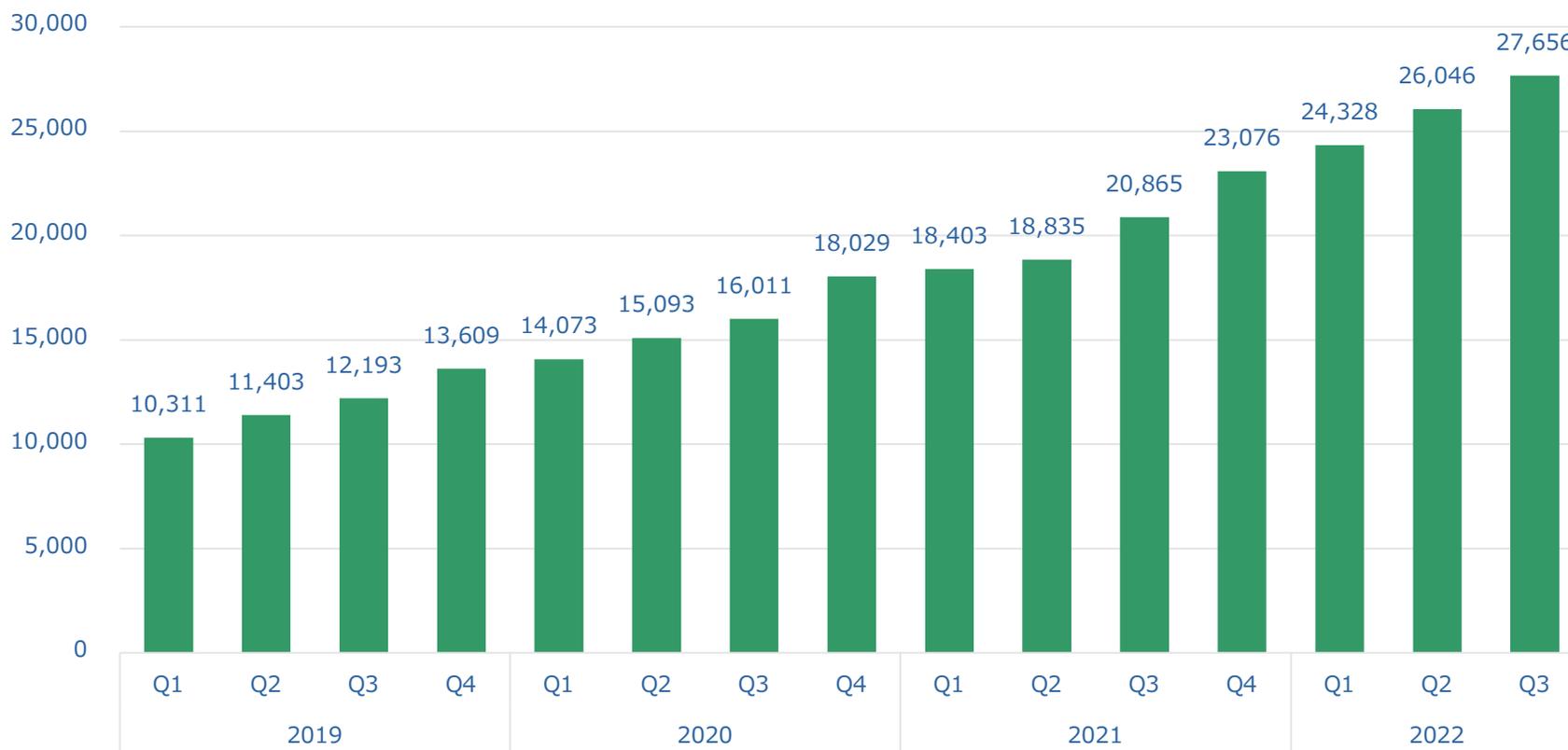
## 国内経済の回復により加盟企業の取扱高も増加 外部取扱高はQoQでは+10.0%、YoYでは+20.4%とともに 二桁成長に

(単位：百万円)



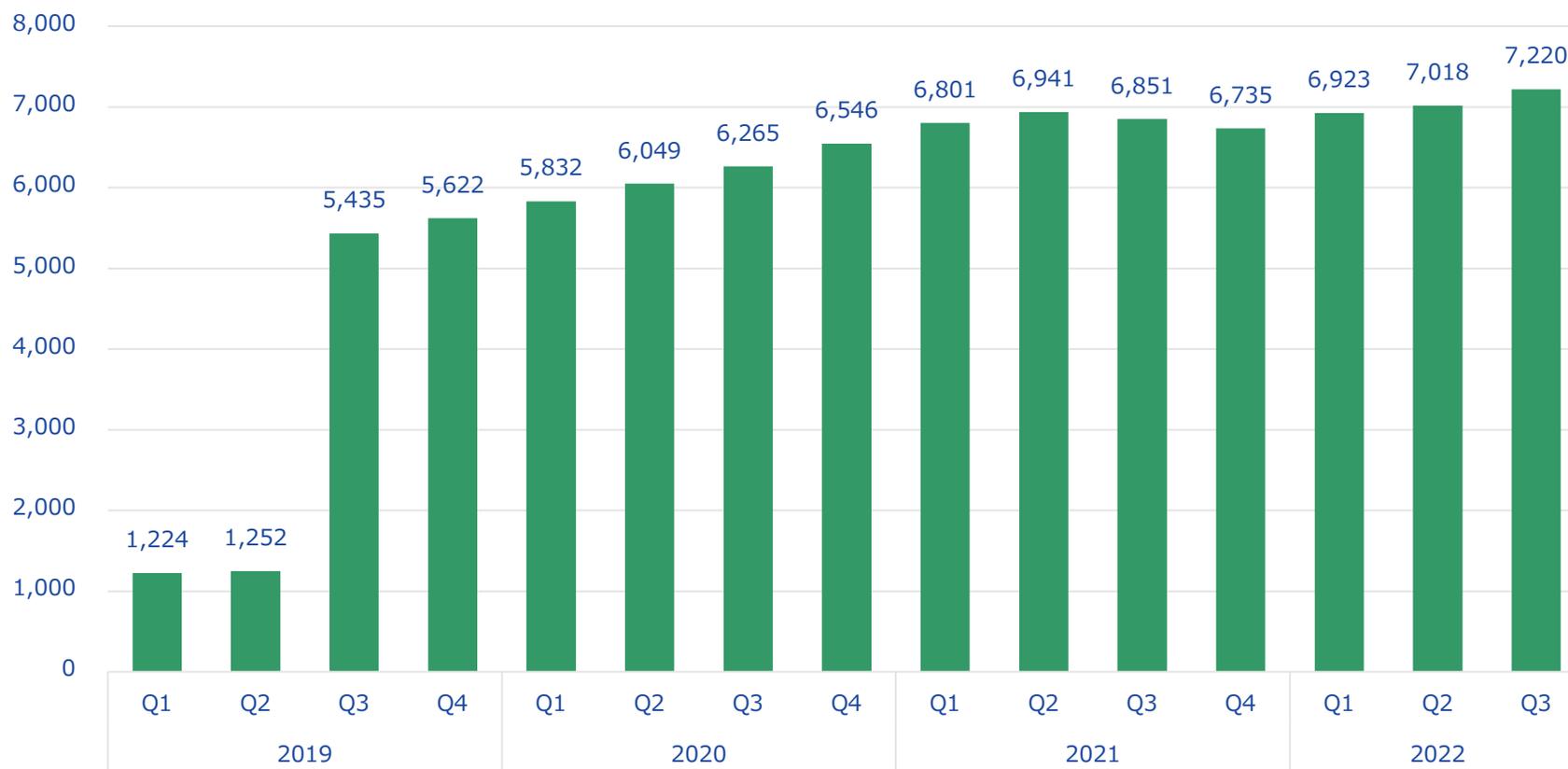
URIHOの保証残高は順調な増加を継続し前期末比+38.0%、  
全体の保証残高は前期末比+19.8%

(単位：百万円)



## 居住用、事業用ともに保証残高は堅調な推移が継続

(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。

## (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				2022		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
EC	688,464	655,525	673,588	702,650	697,548	714,229	760,062
フィナンシャル	395,763	409,649	423,019	416,060	436,585	446,940	464,588
合計	1,084,227	1,065,175	1,096,607	1,118,710	1,134,133	1,161,169	1,224,651

(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				2022		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
EC	333,001	283,910	258,746	273,772	266,643	252,695	325,573
フィナンシャル	119,745	149,092	156,609	97,068	116,433	103,780	113,023
調整	-107,999	-115,067	-118,415	-134,296	-123,752	-111,402	-108,200
合計	344,748	317,936	296,940	236,544	259,324	245,073	330,395

(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				2022		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
システム利用料売上	529,040	483,696	514,329	544,552	538,446	555,520	602,578
会員小売店向け売上	63,129	66,147	69,678	72,320	75,702	77,266	80,136
出展企業向け売上	92,962	102,087	85,787	81,772	79,199	77,072	72,793
合計	685,132	651,931	669,794	698,644	693,347	709,859	755,507
流通額	5,127,935	4,669,605	4,915,725	5,140,681	5,072,675	5,170,706	5,623,323

	2015				2016			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
購入者数(店舗)	8,759	8,662	8,796	8,937	8,919	8,763	8,875	9,027
客単価 (円)	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(店舗)	9,077	9,129	9,318	9,654	9,829	10,210	10,497	11,046
客単価 (円)	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(店舗)	11,616	11,846	12,068	12,814	13,249	13,621	14,358	16,586
客単価 (円)	230,109	225,808	236,340	237,608	220,969	217,113	213,749	232,411

	2021				2022		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
購入者数(店舗)	19,684	20,163	21,517	22,942	23,902	24,516	25,252
客単価 (円)	260,512	231,592	228,457	224,072	212,228	210,912	222,688

(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				2022		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
内部取引	2,408,086	2,242,342	2,271,979	2,276,493	2,063,159	2,080,501	2,429,434
外部取引	4,894,563	5,186,738	5,501,080	5,862,713	5,847,946	6,021,341	6,623,795
合計	7,302,650	7,429,081	7,773,059	8,139,206	7,911,105	8,101,843	9,053,230

(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

2022		
1Q	2Q	3Q
24,328,307	26,046,103	27,656,974

(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

2022		
1Q	2Q	3Q
6,923,983	7,018,401	7,220,875

※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。

# ESGについて

## サステイナビリティ基本方針

ラクーングループは、「企業活動を効率化し便利にする」という経営理念のもと、ビジネスインフラとして幅広い事業領域の取引をサポートしています。

「事業を通じた社会課題の解決」を基本方針とし、事業運営におけるリスクの適切な管理・最小化および事業機会の最大化を図り、企業価値の向上を目指してまいります。またステークホルダーの皆様と共に、持続可能な地球環境や社会の実現に貢献してまいります。



## 企業活動を効率化し、便利にする

企業間取引における新しいインフラ創造者であるために、  
これまで培ってきた情報と決済に関するノウハウを生かし、  
企業活動を効率化し便利にする仕組みをご提案します。



経営理念に沿ったサービスを提供・普及させていくことで、新しい価値を創造し持続可能な社会へ貢献してまいります。



働きやすい環境  
の整備



ダイバーシティ  
の推進



地域社会や  
業界への貢献



責任ある事業運営



事業を通じた  
社会課題の解決

コーポレートガバナンス ・ コンプライアンス ・ リスクマネジメント  
3つの経営基盤により取り組みを推進しています。

## 気候変動への対応

### 企業間取引のデジタル化を推進し、 温室効果ガスの排出量低減を目指す

通常企業間取引においては、見積書、発注書、請求書といった紙によるやりとりが大量に発生しますが、ラクーングループの各事業はオンラインを前提としており、書類データもウェブ上で確認できることから、ペーパーレスの促進につながります。その意味では、事業が大きくなればなるほど、既存の取引方法と比較してCO2排出量を削減することができるといえます。また社内においても、書類申請の電子化、ウェブ商談の活用、電子契約の導入など、業務のデジタル対応を推進し、ペーパーレスを中心としたCO2排出量の削減に取り組んでいます。さらに、気候変動という喫緊の課題に向き合うため、今後より広範な取組みを検討してまいります。



## 事業を通じた社会課題の解決

- 公平・公正な取引環境の実現  
距離や時間、業種を超えたマーケットプレイスの提供  
創造的与信モデルで「信用」を担保し公平・公正な取引  
関係へ
- 地方創生  
地域経済の持続的な発展をパートナーと共に支援  
地方から世界へ広がるメイド・イン・ジャパンの可能性  
地方で理想のお店を作るためのサポート
- 持続可能な消費形態  
中間流通業が担う、過剰在庫が生まれにくい仕組み  
中小事業者へ「エシカル消費」を啓蒙
- 気候変動への対応  
企業間取引のデジタル化を推進し、温室効果ガスの  
排出量低減を目指す
- ステークホルダーエンゲージメント

## 地域社会への貢献

- ボランティア  
ボランティア支援制度
- 加盟する業界団体  
Fintech協会へ加盟  
全国保証機構への参画



## 働きやすい環境の整備

- 働き方の多様化に合わせた環境づくり  
リモートワーク  
フレックスタイム制度
- 労働安全衛生の確保  
休暇制度の整備  
いつでも長期休暇制度・リフレッシュ休暇  
月曜と金曜は定例会議を回避  
ケガや病気による長期休みへの対応  
働くパパママ支援制度「はたらくーん」の制定  
従業員の健康・メンタルヘルス向上
- 従業員の人権の尊重  
コンプライアンス窓口の設置  
ハラスメント防止研修の実施  
個人トラブルに関する弁護士相談



GPTW「働きがいのある会社」に  
3年連続ランキング入り



ホワイト企業認定

## ダイバーシティの推進

- 個人を尊重した多様性のある組織づくり

従業員の男女比率



新卒・中途の採用比率



離職率



従業員の国籍比率



女性の産休・育休取得率



女性の育休取得後の復帰率



管理職の男女比率

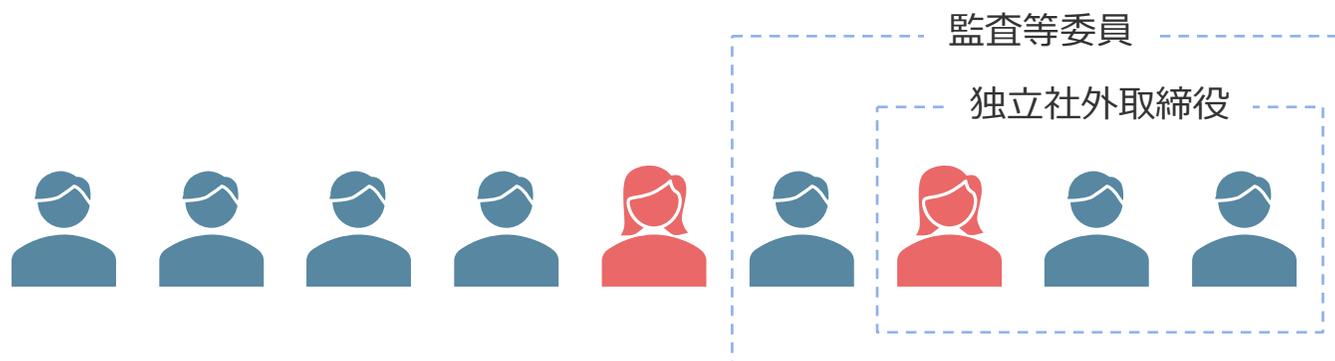


役員の男女比率



## ガバナンス体制

- 監査等委員会設置会社として9名の取締役を選任（4名が監査等委員である取締役）
- 独立社外取締役比率は3分の1
- 女性役員2名
- 社外取締役が過半数を占める指名報酬委員会を設置



## コンプライアンス

- 反社会的勢力への対応
- 贈収賄行為の禁止

## 信頼ある取引基盤の確保

- 出品商品のチェック
- ISMSの取得
- セキュリティ認識度チェックの実施

## リスクマネジメント

- グループ全体の統括的なリスクマネジメント体制
- リスクの特性に応じたリスクマネジメントの構築  
サービス運営リスク、セキュリティーリスク、コンプライアンスリスク

## 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。