



2023年4月期第3四半期
決算説明資料

2023.2.28

株式会社ラクーンホールディングス 東証プライム市場：3031

2023年4月期第3四半期業績

EC事業のGMV成長率が短期的に変動しており、当3Qの成長率は比較的低い水準だったものの、**コロナをきっかけとした外部環境良化による事業拡大のベクトルは不変。**
フィナンシャル事業は高成長が安定的に継続。

- 売上高はYoY+11.2%、営業利益YoY+7.0%。
- セグメント別の売上高はEC事業（YoY+7.6%）、フィナンシャル事業（YoY+17.0%）。
EC事業は流通額は、国内、海外ともにマイナス要素がある中でYoY+11.0%と二桁成長を継続。
フィナンシャル事業は請求業務のDX化の追い風など事業環境の良化が継続しており、高い成長率が継続。セグメント利益は、戦略的投資により広告宣伝費・販売促進費が増加しているが、EC事業（YoY+12.0%）、フィナンシャル事業（YoY+18.3%）と二桁成長を維持。
- 開発リソース強化によりホールディングスのコストが人件費を中心に増加したが、EC事業、フィナンシャル事業の二桁成長がカバーした結果、営業利益はYoY+7.0%に。
- EC事業「スーパーデリバリー」の海外のローカライズ戦略の見直しに伴う減損損失等36百万円を2Qに特別損失に計上。

「EC事業」スーパーデリバリー

国内

物価高騰による消費者の消費意欲減退の影響が懸念される中、新型コロナウイルスの第8波が到来。しかし、行動制限がされなかったため、購入客数、客単価ともに増加。国内のGMVは12,913百万円（YoY+10.5%）の成長となった。

海外

注力しているアメリカのGMVが大幅な成長を継続。北米の占有率は6.7%→9.1%と二桁まであと一步まで拡大。占有率の高い中華圏は今年の旧正月が第3四半期になったことで期ずれが生じ、GMVの成長率が抑制された（前期の旧正月は第4四半期）。さらに香港は中国の新型コロナウイルスの感染拡大に伴うロックダウンや移動制限等の規制強化の影響を受けた。結果、海外のGMVは4,647百万円（YoY+12.5%）に成長。

「フィナンシャル事業」

Paid

国内経済の回復や請求業務のDX化の追い風が継続しており、サービス需要も継続。加盟企業の順調な増加と、DX系の加盟企業の取扱高も増加。取扱高はYoY+21.6%となり、売上高はYoY+22.7%と20%超えの成長率を継続。

URIHO

新規申込件数の増加が継続。稼働件数の順調な増加により保証残高も順調に積み上がっている。売上高はYoY+17.9%と二桁成長を継続。

家賃保証

保証残高は堅調に推移。売上高はYoY+7.6%と堅調な成長を継続。

与信審査基準の緩和を継続中につき売上原価率が上昇傾向。審査は適切にコントロールできており、概ね新型コロナウイルス感染症拡大前の適切な水準に近づいてきている認識。

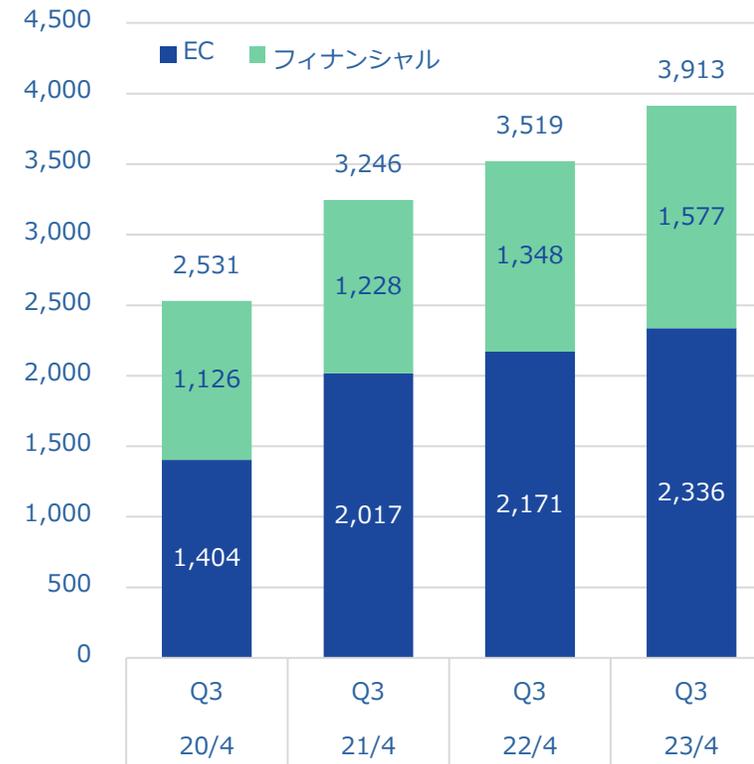
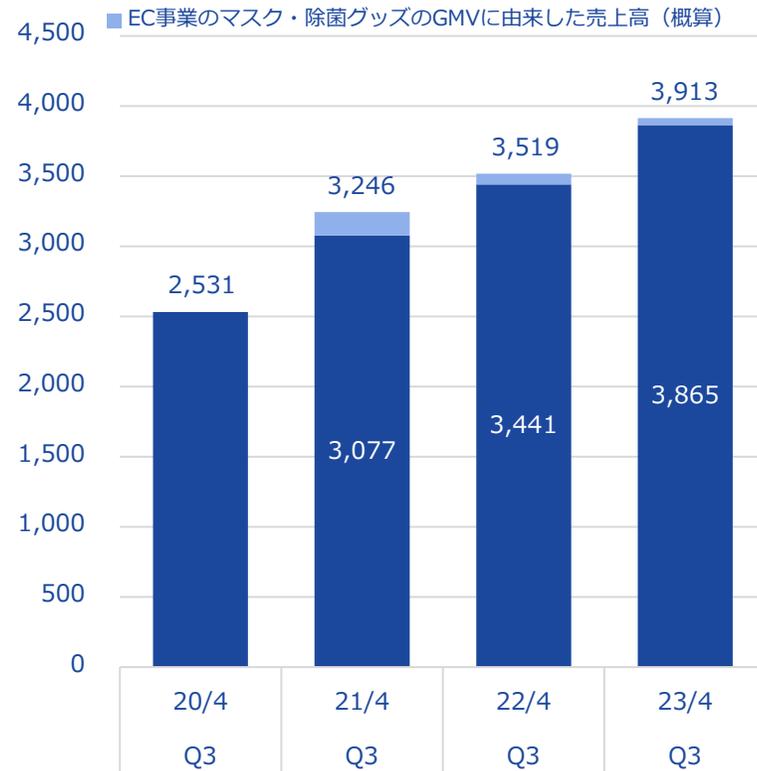
売上高は二桁成長を継続

(単位：百万円)

	2023年4月期 Q3	2022年4月期 Q3	前年同期比	業績予想
売上高	3,913	3,519	11.2%	5,500
営業利益	892	834	7.0%	1,300
営業利益率	22.8%	23.7%	-0.9pt	23.6%
経常利益	913	823	10.9%	1,300
親会社株主に帰属 する当期純利益	570	296	92.3%	810
EC事業売上高	2,336	2,171	7.6%	
EC事業セグメント利益	946	844	12.0%	
フィナンシャル事業売上高	1,577	1,348	17.0%	
フィナンシャル事業セグメント利益	394	333	18.3%	

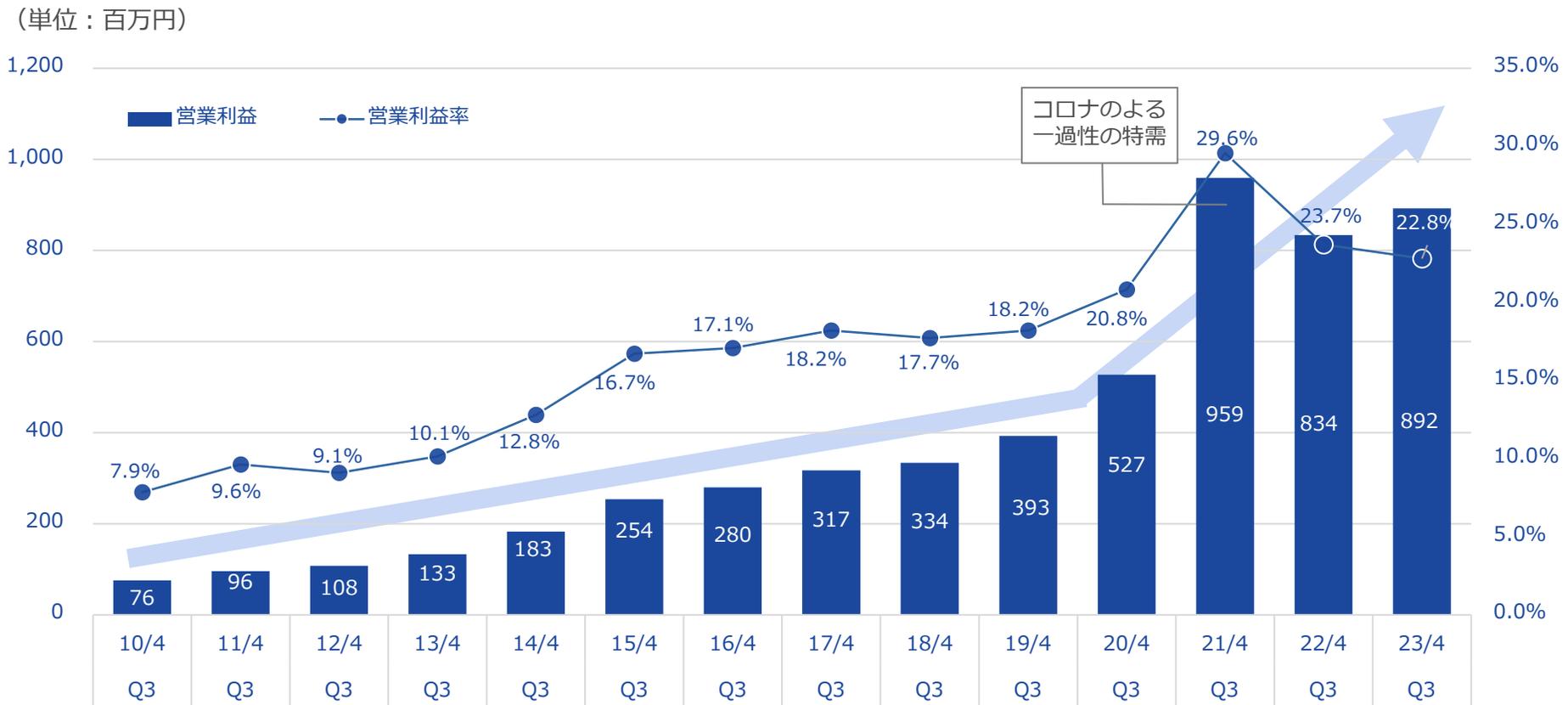
フィナンシャルの成長率向上（EC+7.6%、フィナンシャル+17.0%）が全体の成長を牽引し、成長率は+11.2%と前期比+2.7ptアップ

(単位：百万円)



営業利益分析①

戦略的に広告宣伝費・販売促進費、人件費が増加している中で
 営業利益率はYoY-0.9pt、営業利益はYoY+7.0%



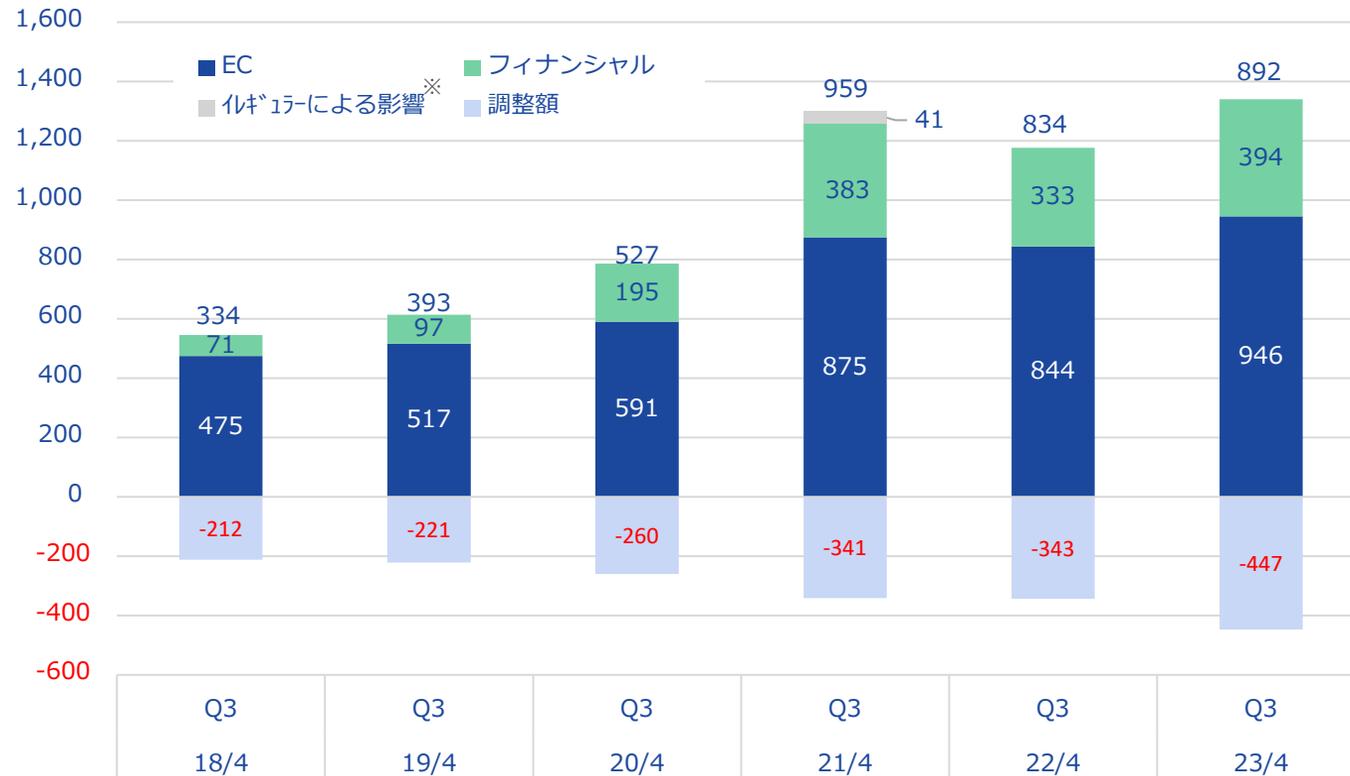
(((参考) 広告宣伝費・販売促進費除外の営業利益推移

広告宣伝費・販売促進費を除外した営業利益はYoY + 12.1%
 広告宣伝費・販売促進費を除外した営業利益率は36.5%



EC事業、フィナンシャル事業ともに増益 開発リソース強化により増加した調整額の増加を吸収

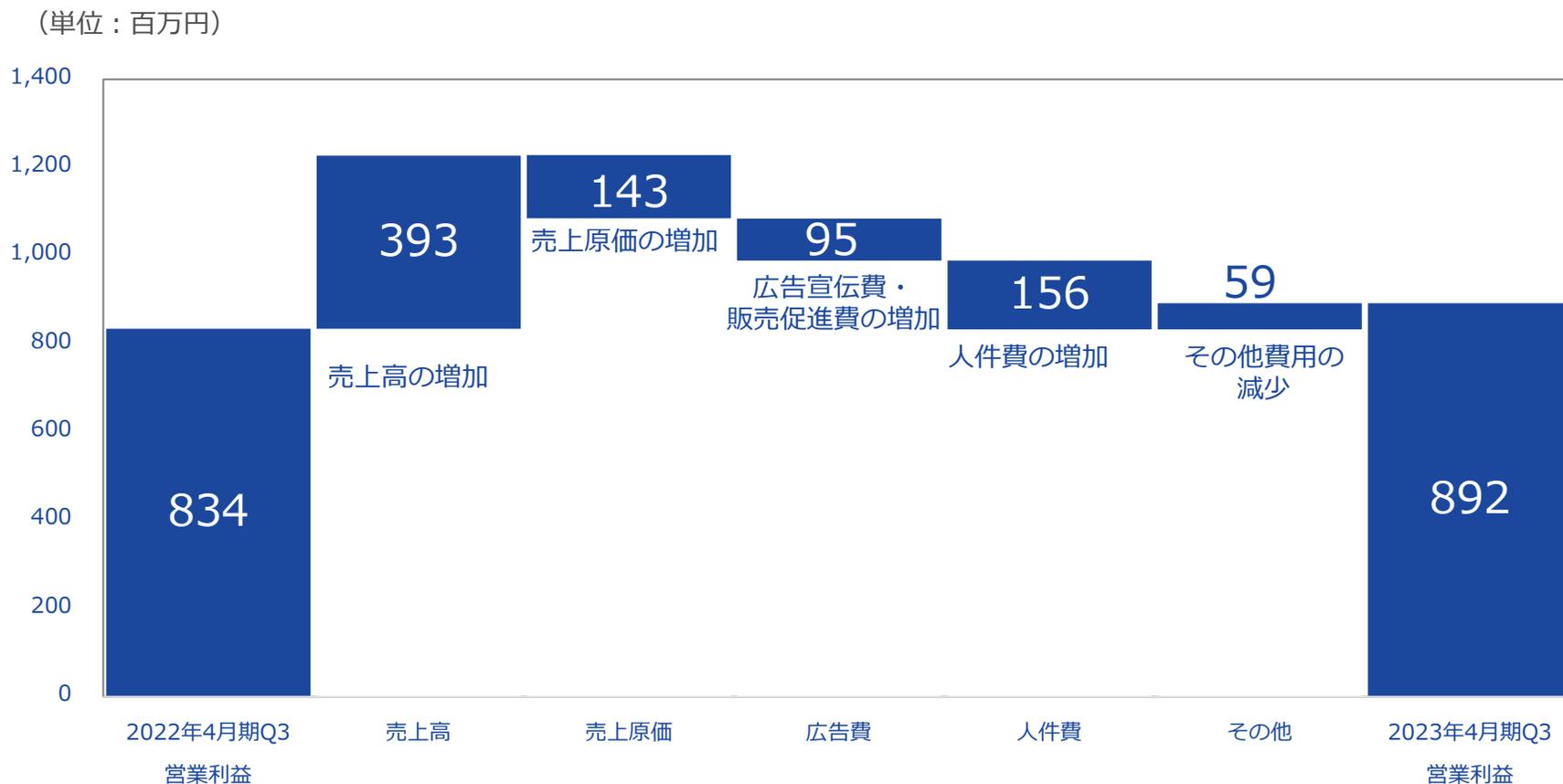
(単位：百万円)



※2020年4月期Q4において新型コロナウイルス感染症が長期化する可能性に備え、合計で41百万円積み増した保証履行引当金・求償引当金・貸倒引当金を一部取り崩したことによるイレギュラー要因の利益

((営業利益の変動要因 (対前年同期比)

戦略的投資により広告宣伝費・販売促進費及び人件費が増加
営業利益は892百万円 (YoY + 7.0%) に



費用構成推移

戦略的投資により広告宣伝費・販売促進費（YoY+21.7%）、人件費（YoY+14.6%）と増加。その他についてはEC事業の海外流通額に係る送料負担が改善された影響でYoY-10.6%に抑制

(単位：百万円)



(単位：百万円)

	2023年4月期 Q3	2022年4月期	増減	前期末比
流動資産	11,299	11,796	-497	95.8%
固定資産	2,353	2,264	88	103.9%
一有形固定資産	1,427	1,436	-9	99.3%
一無形固定資産	367	336	30	109.2%
一投資その他の資産	558	490	67	113.8%
流動負債	7,300	7,629	-328	95.7%
固定負債	1,034	1,066	-32	97.0%
純資産	5,317	5,364	-47	99.1%
総資産	13,652	14,060	-408	97.1%

セグメント別概要

		前年同期比	
セグメント売上高	2,336 百万円	+	7.6%
セグメント利益	946 百万円	+	12.0%

		前年同期比	
国内流通額	12,913 百万円	+	10.5%
海外流通額	4,697 百万円	+	12.5%
全体流通額	17,611 百万円	+	11.0%

売上面

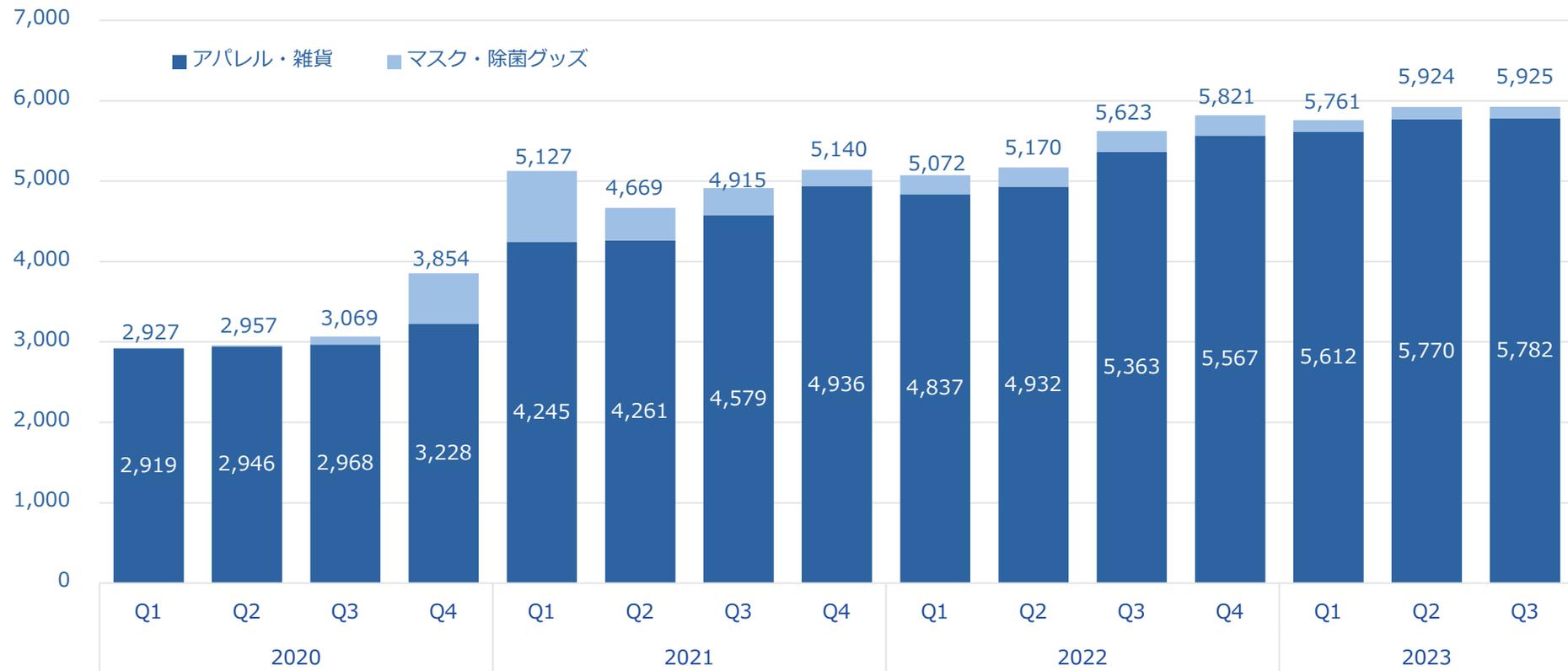
- 国内は、物価高騰に加え、新型コロナウイルス感染症の第8波の影響が懸念されたが、行動制限がされなかったため、購入客数、客単価ともに増加した結果、流通額は前年同期比+10.5%となった。
- 海外は、占有率の高い中華圏が旧正月が第3四半期となったことで期ずれが生じ、GMVの成長率が抑制された（前期の旧正月は第4四半期）。一方で、注力しているアメリカのGMVは大幅に増加しており、流通額は前年同期比+12.5%となった。

費用面

- 海外流通額に係る送料負担が改善されたことで、その他経費が前年同期比△32.1%となったが、広告宣伝費・販売促進費は、ポイント、クーポンなど販促活動を強化しているため前年同期比+22.8%、人件費は前年同期比+18.7%と増加した結果、セグメント利益は前年同期比12.0%となった。

アパレル・雑貨のQ3の流通額は、YoY+7.8%と堅調な成長を継続

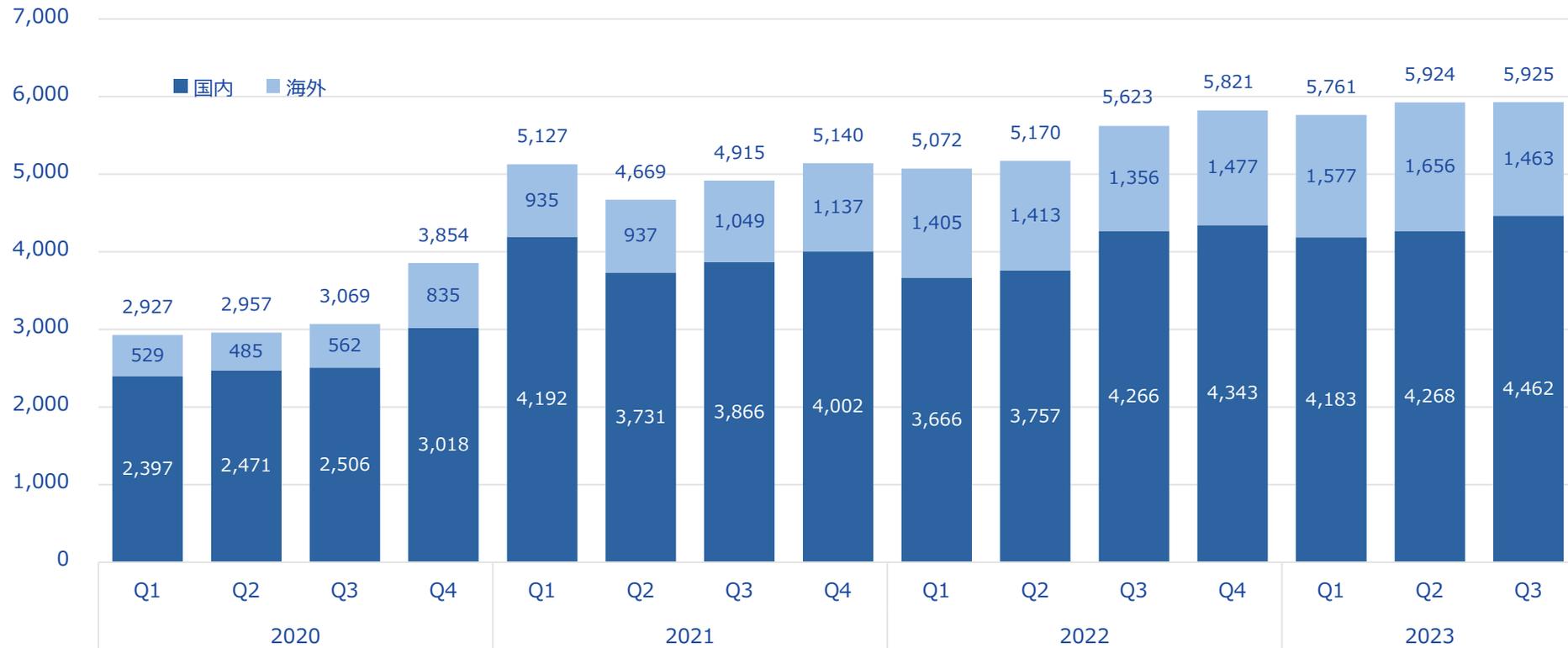
(単位：百万円)



(((スーパーデリバリー流通額推移②

国内、海外ともにGMVが増加（YoY：国内+4.6%、海外+7.9%）
全体では+5.4%の成長

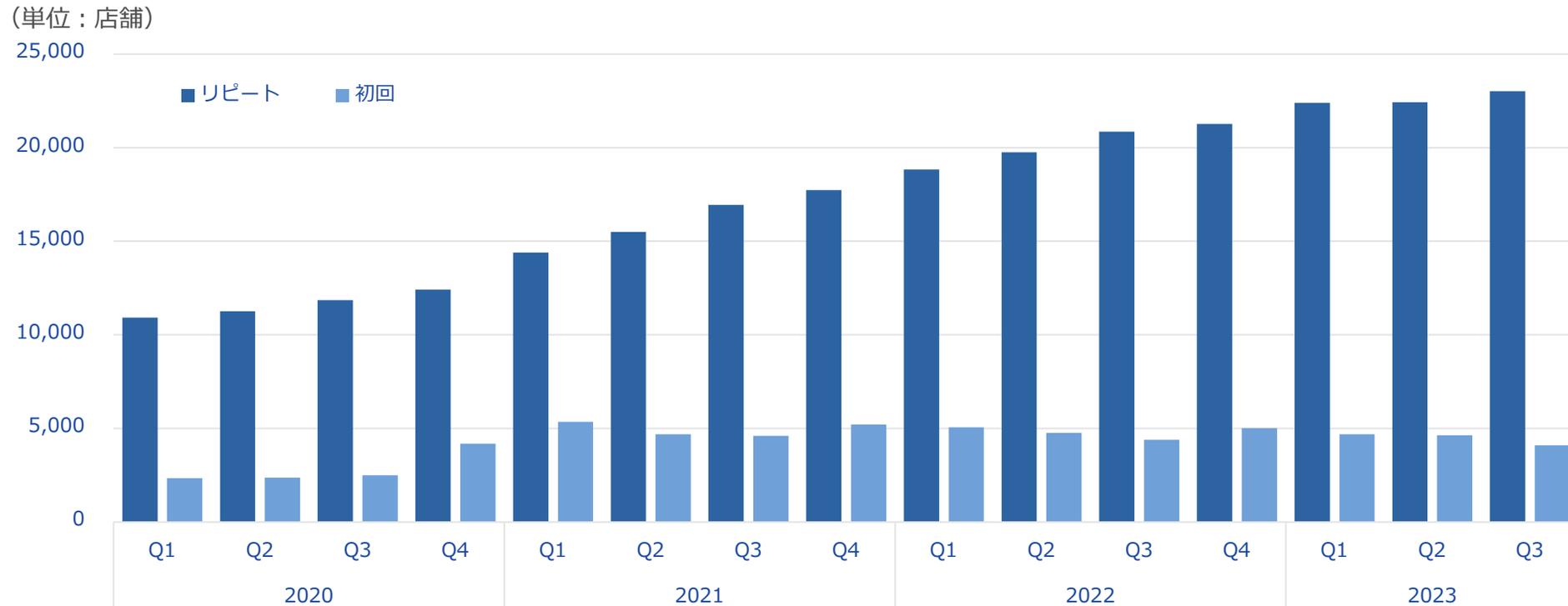
(単位：百万円)



国内の購入客数、客単価はQoQで増加。海外は占有率の高い中華圏の旧正月が第3四半期に期ずれした影響により、購入客数、客単価ともにQoQで横ばい

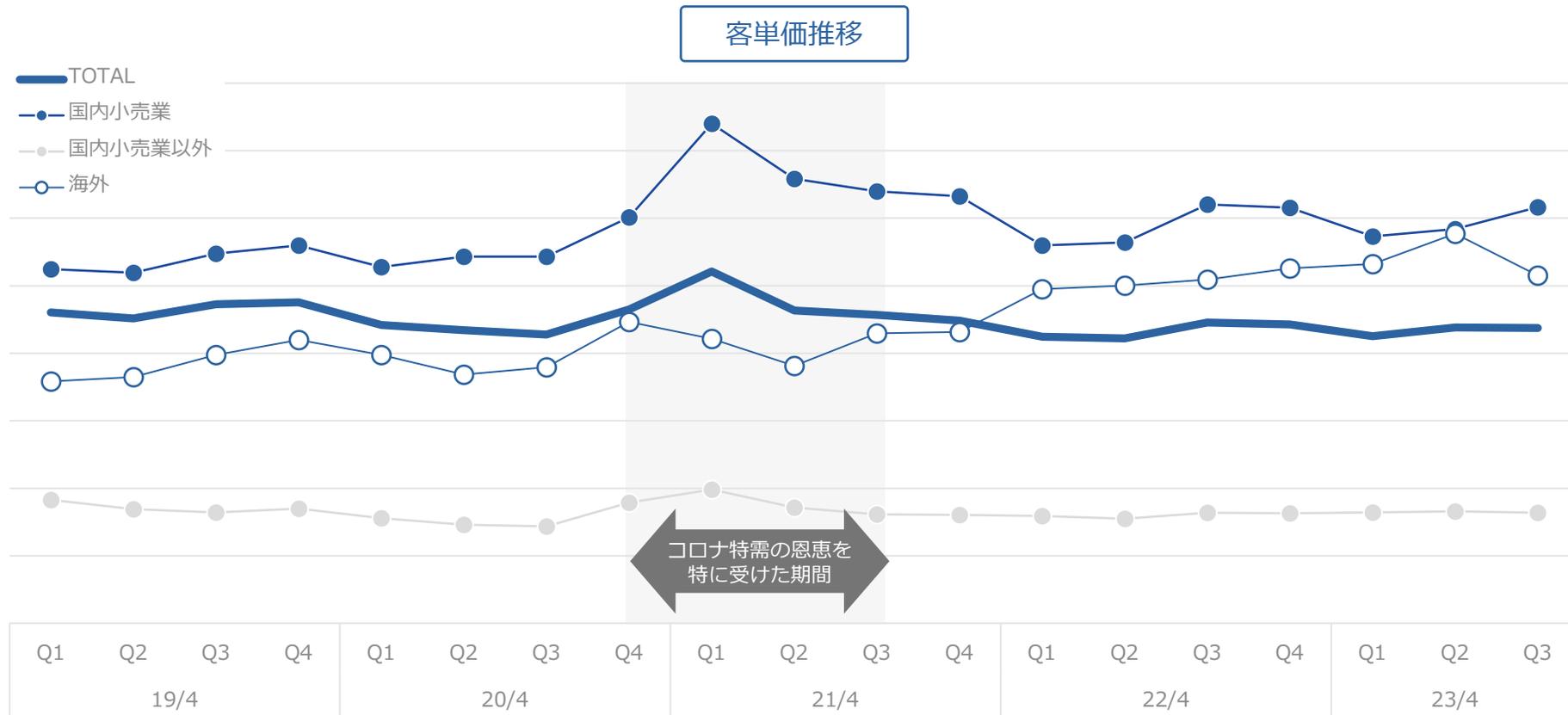


リピート購入者数は、横ばいだったQ2からQ3は順調に積み上がりへ
 初回購入者数は、広告による集客が順調であるが、オーガニック流入からの登録が
 減少した影響により減少。Q4以降、SEO対策で流入増加に取り組み中

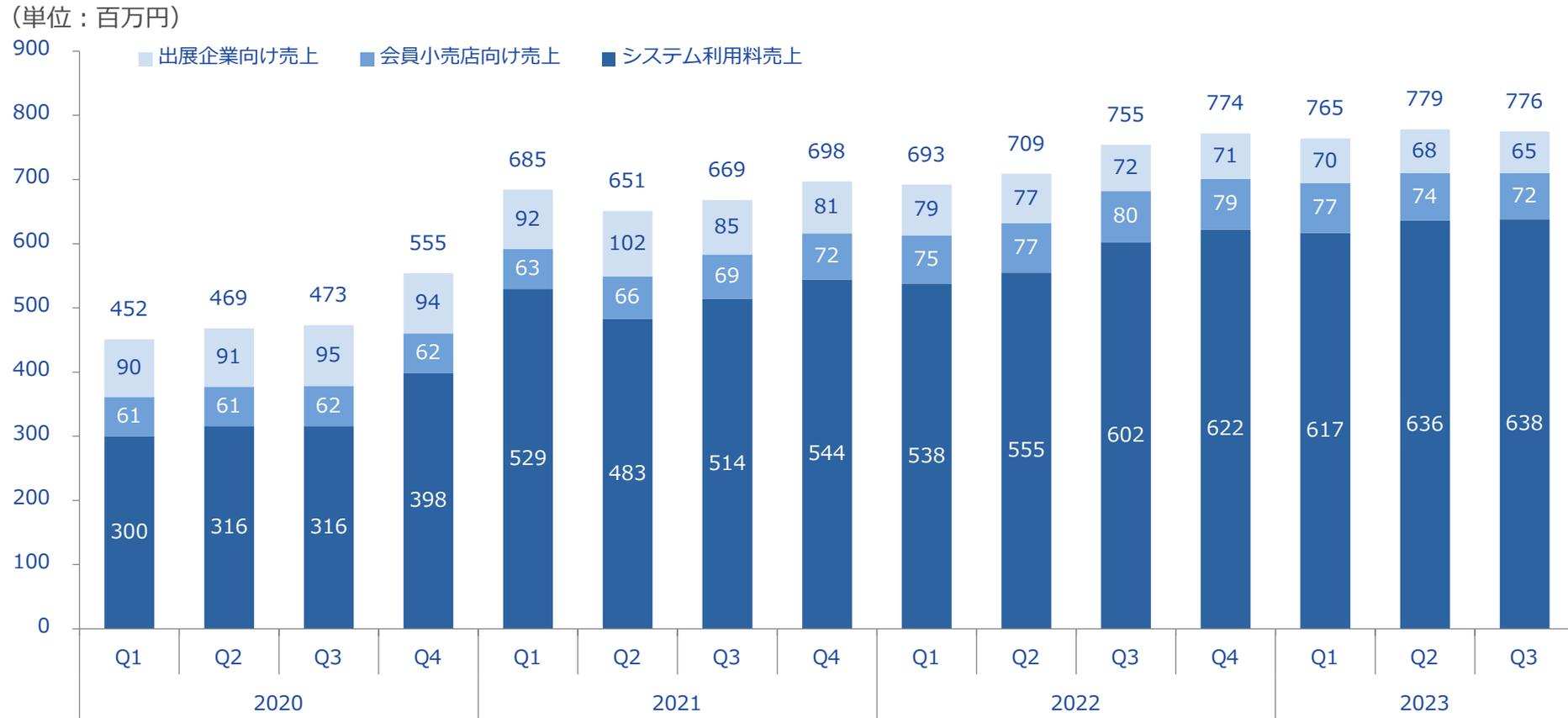


※初回購入者は四半期の中で初めて購入した事業者。初回購入後、同じ四半期の間にリピート購入した場合は初回購入者にカウント。

国内小売業の客単価は上昇したが、海外の客単価は占有率の高い中華圏の旧正月が第3四半期に期ずれした影響を受け大幅に下落。全体の客単価は横ばいに



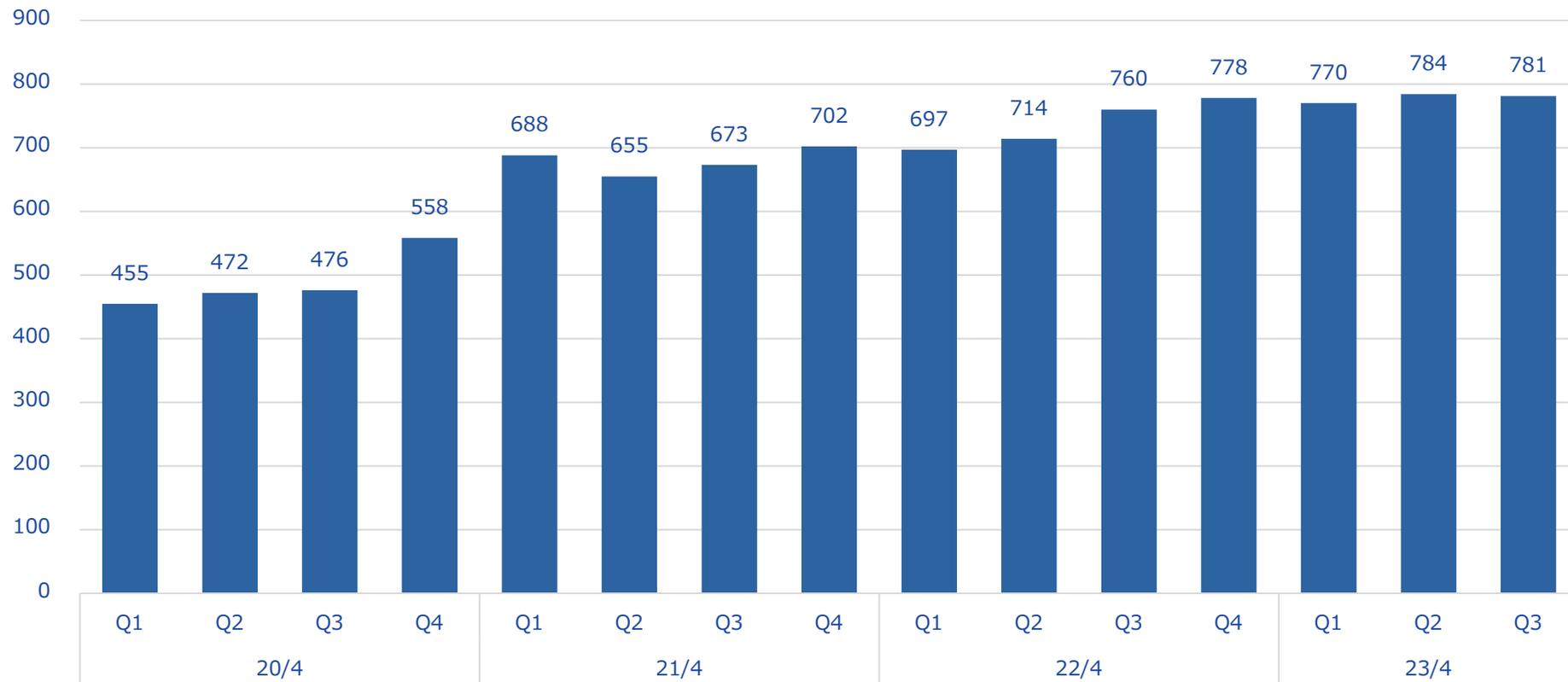
流通額の増加によりシステム利用料売上高が堅調に増加



※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 + 2.9%と堅調な推移

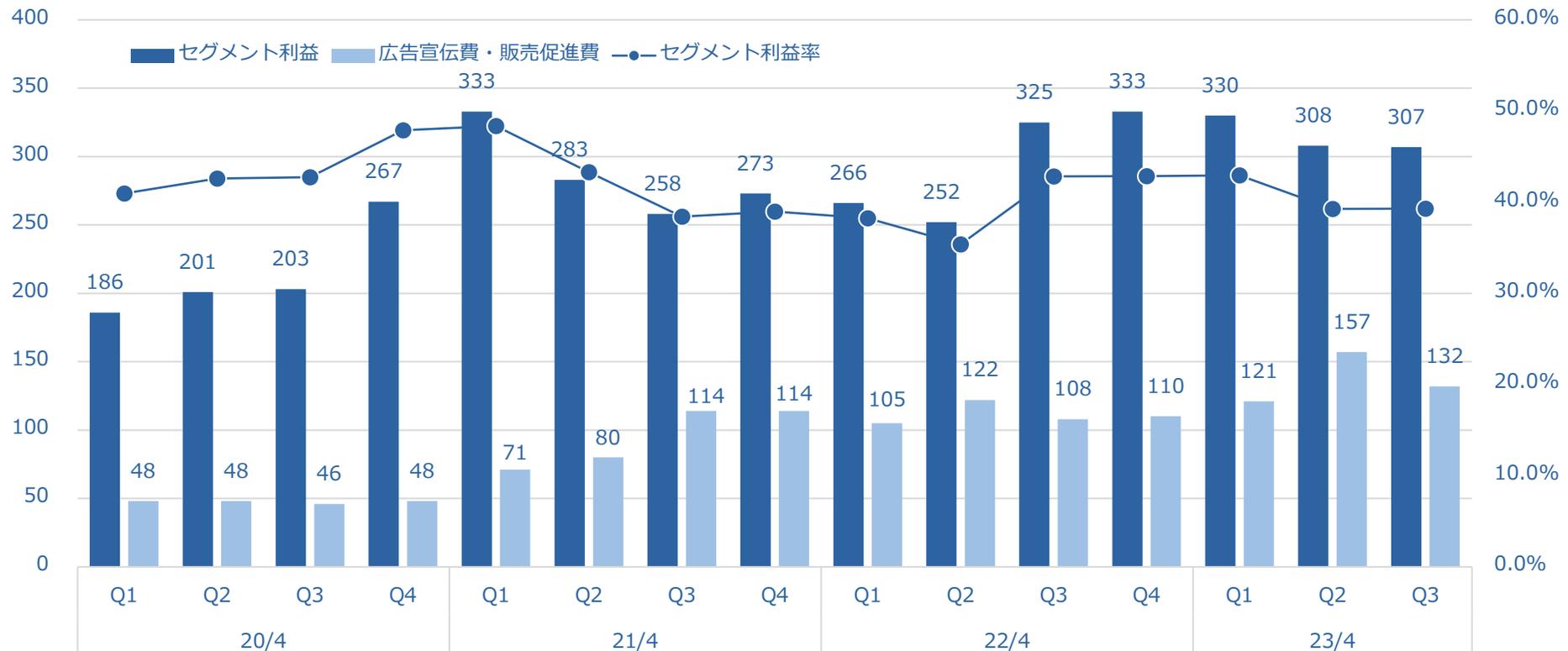
(単位：百万円)



四半期セグメント利益推移

ポイント・クーポン施策の強化により広告宣伝費・販売促進費が
YoY+22.4%増加し、セグメント利益はYoY-5.6%に

(単位：百万円)



		前期比
セグメント売上高	1,778 百万円	+ 17.1%
セグメント利益	394 百万円	+ 18.3%

売上面

保証	保証残高は順調に増加し 前期末比 + 30.9%	 URIHO	+ 17.9%
決済	取扱高が引き続き好調に増加し YoY + 21.6%	 Paid <small>※内部売上高を除いた比較</small>	+ 22.7%
家賃保証	保証残高は堅調な 積み上げを継続	ra((oon RENT	+ 7.6%
			前年同期比

費用面

- 与信審査基準緩和の継続による影響で売上原価率が上昇傾向。適切なコントロールにより、概ね新型コロナウイルス感染症拡大前の適切な水準に近づいてきている認識のため、引き締めずにサービス提供を継続

+

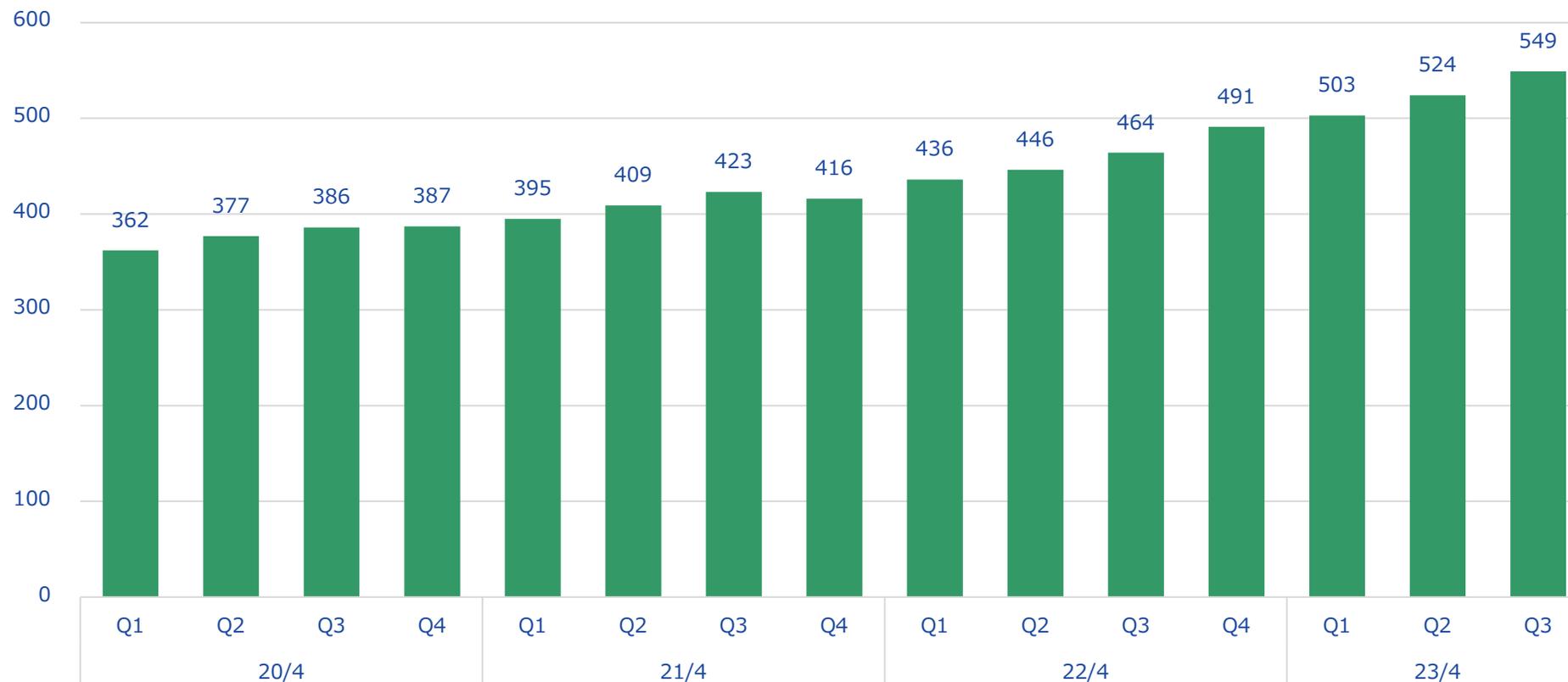
- プロモーション強化による広告宣伝費の増加は YoY + 26.5%



セグメント利益はYoY + 18.3%
セグメント利益率は22.2%と20%超を継続

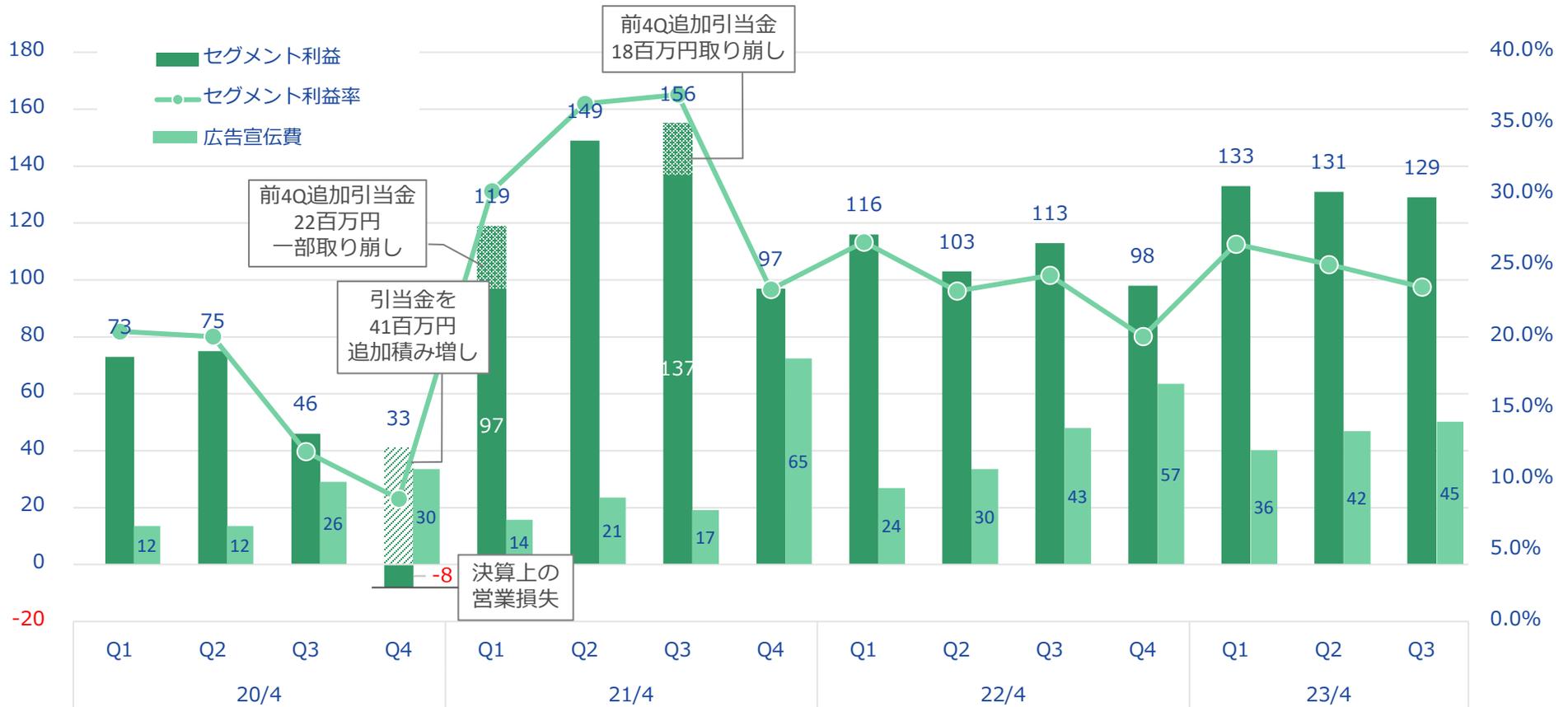
URIHOとPaidの二桁成長がフィナンシャル事業の売上成長を牽引
QoQ+4.8%、YoYは+18.3%の二桁成長を継続

(単位：百万円)

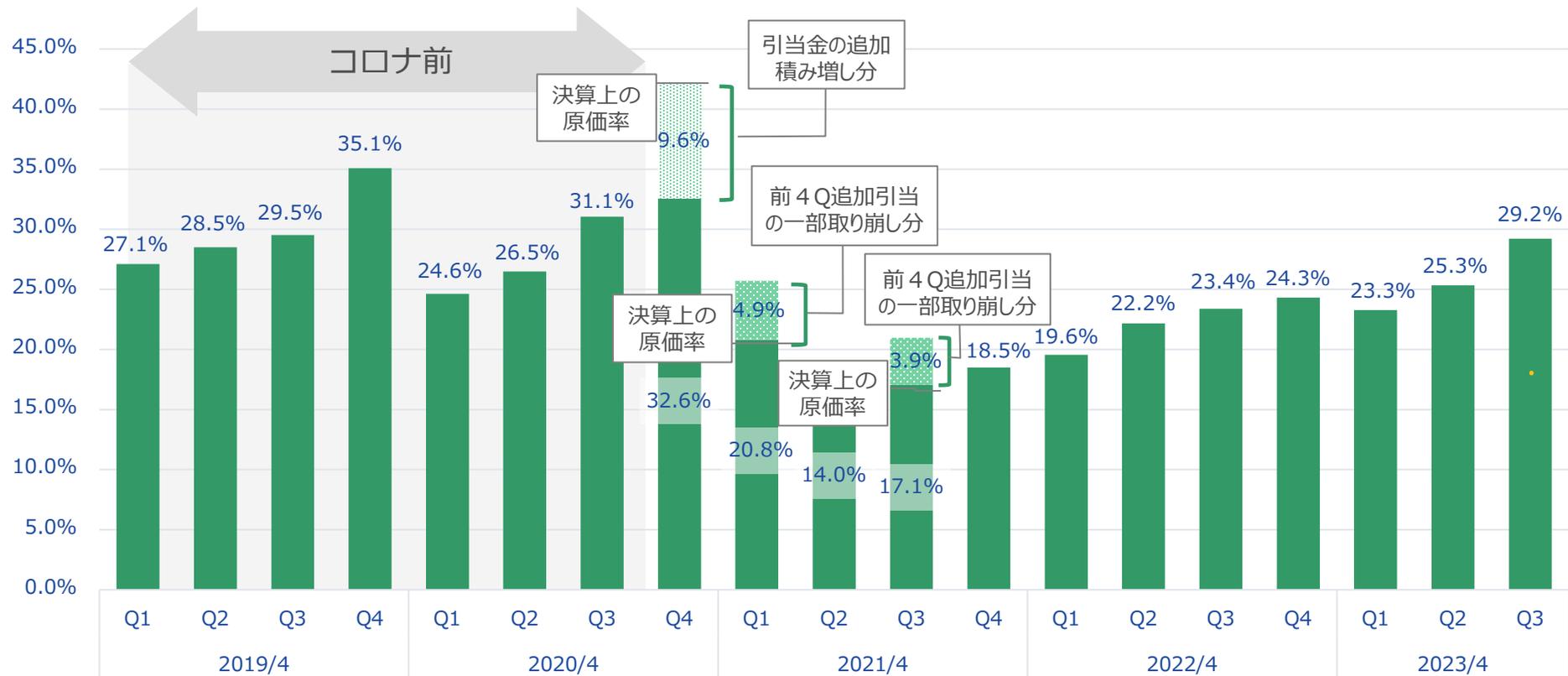


※セグメント間の取引を除外しております。

売上高の二桁成長により四半期セグメント利益はYoY + 14.3%

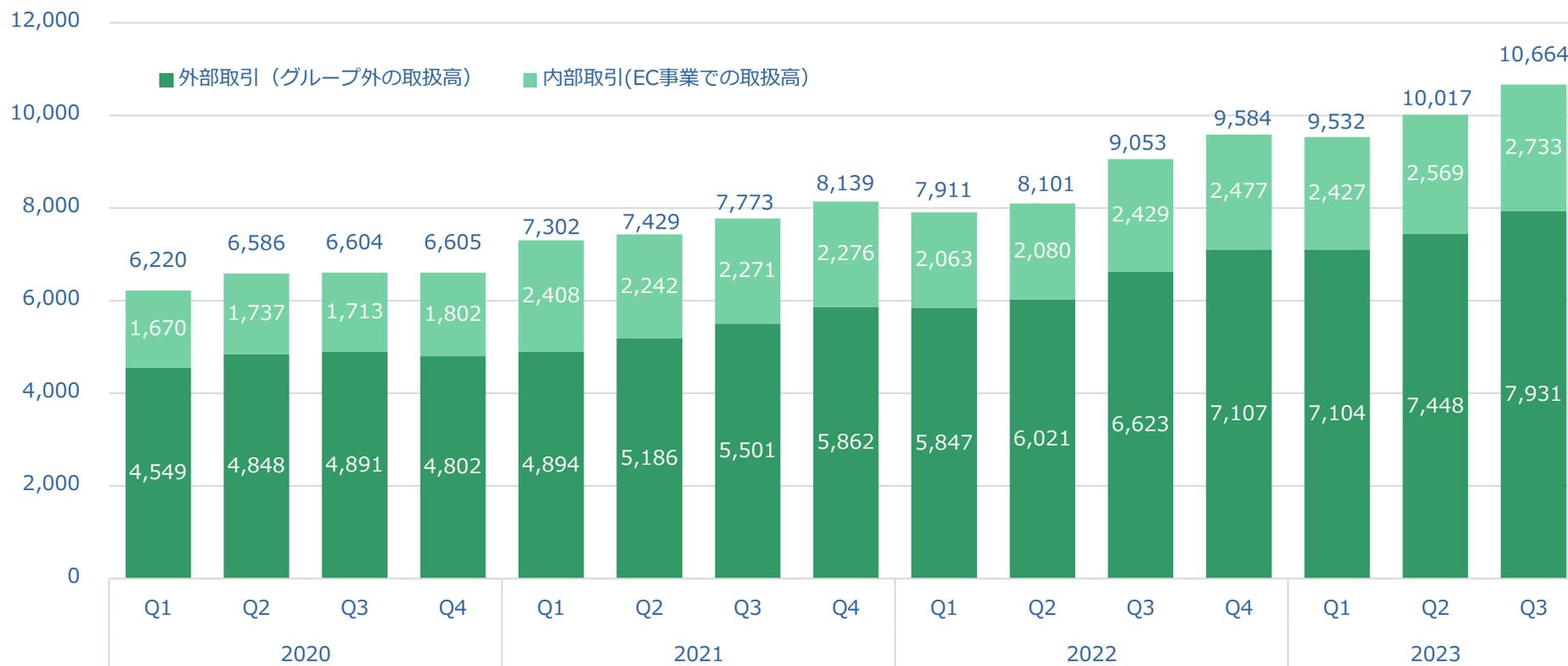


適切な審査水準の管理により、売上原価率は概ね新型コロナウイルス感染症拡大前の水準に近づいてきている
引き続き与信審査基準の緩和を継続しサービス提供



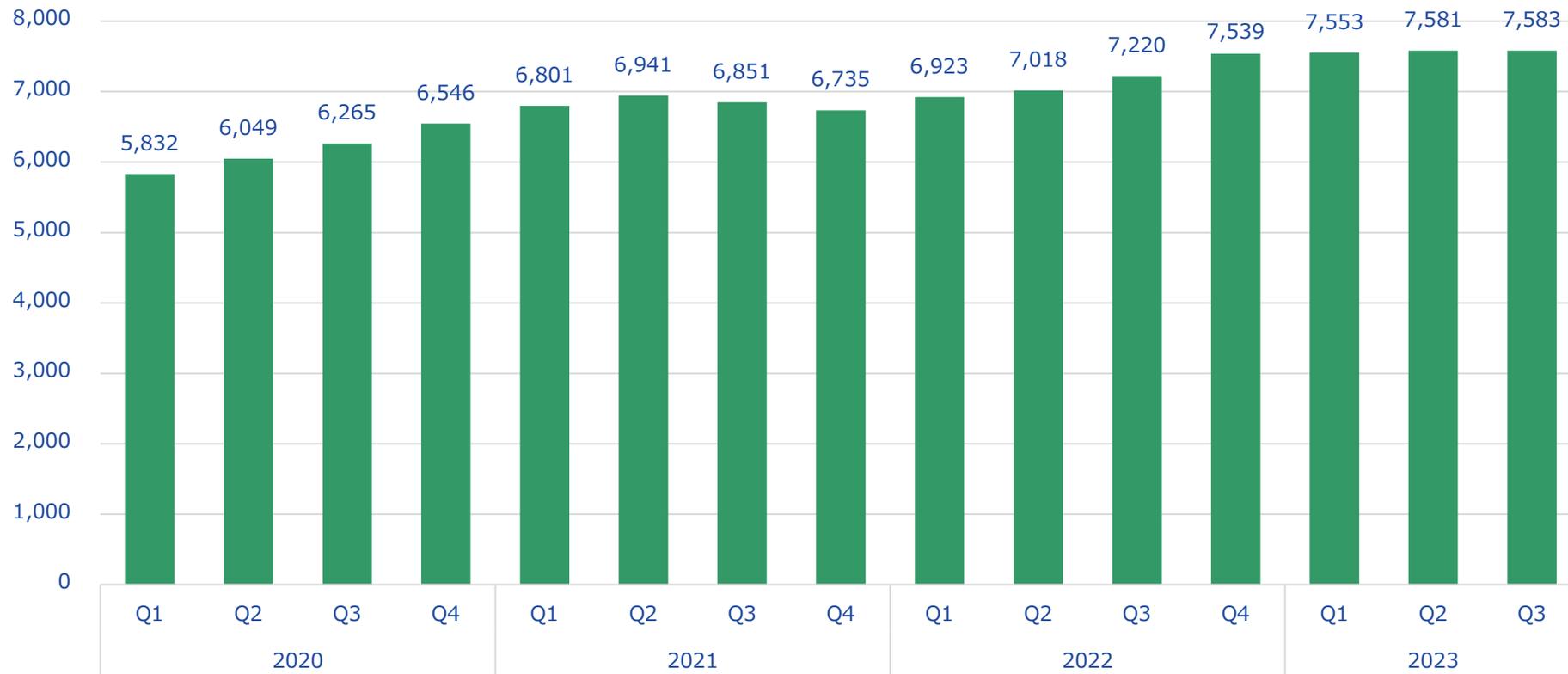
DX系の加盟企業の業績増加の追い風も貢献し、
外部取扱高は、QoQ + 6.5%、YoY + 19.7%と順調な成長を継続

(単位：百万円)



保証残高は堅調に推移

(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

四半期連結売上高推移

(単位：千円)

	2017				2018				2019			
	1Q	2Q	3Q	4Q	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	425,150	425,472	446,243	466,189
フィナンシャル	177,263	182,555	189,081	198,432	200,454	204,346	218,443	227,608	243,873	257,229	364,526	351,713
合計	569,548	575,946	598,391	615,424	612,313	627,162	647,603	659,000	669,023	682,702	810,769	817,902

	2020				2021				2022			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
EC	455,214	472,263	476,792	558,665	688,464	655,525	673,588	702,650	697,548	714,229	760,062	778,836
フィナンシャル	362,899	377,467	386,461	387,906	395,763	409,649	423,019	416,060	436,585	446,940	464,588	491,192
合計	818,113	849,730	863,254	946,571	1,084,227	1,065,175	1,096,607	1,118,710	1,134,133	1,161,169	1,224,651	1,270,028

	2023		
	1Q	2Q	3Q
EC	770,222	784,414	781,893
フィナンシャル	503,005	524,498	549,607
合計	1,273,227	1,308,913	1,331,500

四半期連結営業利益推移

(単位：千円)

	2017				2018				2019			
	1Q	2Q	3Q	4Q	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	167,308	164,168	186,450	196,600
フィナンシャル	13,878	13,679	14,979	13,470	26,952	19,235	25,016	5,055	37,533	41,638	17,839	45,823
調整	-58,634	-48,480	-51,960	-60,661	-71,758	-72,556	-68,443	-70,957	-71,567	-68,219	-81,257	-87,592
合計	94,448	105,504	117,662	103,197	106,060	106,146	122,156	103,325	133,274	137,587	123,032	154,831

	2020				2021				2022			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
EC	186,422	201,232	203,865	267,602	333,001	283,910	258,746	273,772	266,643	252,695	325,573	333,849
フィナンシャル	73,979	75,589	46,154	-8,196	119,745	149,092	156,609	97,068	116,433	103,780	113,023	98,347
調整	-84,626	-87,353	-88,140	-80,443	-107,999	-115,067	-118,415	-134,296	-123,752	-111,402	-108,200	-140,909
合計	175,775	189,468	161,878	178,963	344,748	317,936	296,940	236,544	259,324	245,073	330,395	291,287

	2023		
	1Q	2Q	3Q
EC	330,732	308,053	307,239
フィナンシャル	133,418	131,575	129,173
調整	-149,447	-146,806	-150,990
合計	314,702	292,821	285,421

EC : スーパーデリバリー売上高推移

(単位：千円)

	2017				2018				2019			
	1Q	2Q	3Q	4Q	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	272,082	275,301	294,524	314,239
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	61,170	60,712	60,888	61,070
出展企業向け売上	94,181	91,496	93,793	92,986	94,273	93,141	90,785	91,183	89,903	87,312	88,610	88,415
合計	391,589	392,354	408,319	415,797	410,722	421,490	427,659	429,651	423,155	423,326	444,023	463,724
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	2,672,949	2,674,929	2,852,157	3,044,716

	2020				2021				2022			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
システム利用料売上	300,684	316,377	316,321	398,846	529,040	483,696	514,329	544,552	538,446	555,520	602,578	622,737
会員小売店向け売上	61,814	61,801	62,315	62,285	63,129	66,147	69,678	72,320	75,702	77,266	80,136	79,748
出展企業向け売上	90,066	91,213	95,092	94,418	92,962	102,087	85,787	81,772	79,199	77,072	72,793	71,656
合計	452,564	469,392	473,730	555,550	685,132	651,931	669,794	698,644	693,347	709,859	755,507	774,141
流通額	2,927,620	2,957,307	3,069,019	3,854,776	5,127,935	4,669,605	4,915,725	5,140,681	5,072,675	5,170,706	5,623,323	5,821,213

	2023		
	1Q	2Q	3Q
システム利用料売上	617,971	636,012	638,985
会員小売店向け売上	77,118	74,468	72,464
出展企業向け売上	70,263	68,952	65,543
合計	765,353	779,432	776,992
流通額	5,761,178	5,924,639	5,925,910

EC : スーパーデリバリー購入者数と客単価

	2015				2016				2017			
	1Q	2Q	3Q	4Q	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	9,077	9,129	9,318	9,654
客単価 (円)	263,338	275,998	273,161	272,449	254,966	268,478	270,505	283,623	261,496	258,955	268,815	268,497

	2018				2019				2020			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
購入者数(店舗)	9,829	10,210	10,497	11,046	11,616	11,846	12,068	12,814	13,249	13,621	14,358	16,586
客単価 (円)	258,436	255,413	257,651	247,304	230,109	225,808	236,340	237,608	220,969	217,113	213,749	232,411

	2021				2022				2023		
	1Q	2Q	3Q	4Q	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	26,294	27,092	27,053	27,110
客単価 (円)	260,512	231,592	228,457	224,072	212,228	210,912	222,688	221,389	212,652	219,001	218,588

((ファイナンス) : Paid取扱高推移

(単位：千円)

	2015				2016				2017			
	1Q	2Q	3Q	4Q	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	1,652,225	1,672,828	1,741,922	1,767,514
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	2,000,291	2,311,575	2,597,637	2,841,259
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	3,652,516	3,984,403	4,339,560	4,608,774

	2018				2019				2020			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
内部取引	1,682,372	1,724,556	1,751,225	1,737,694	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	2,829,913	2,920,373	3,105,237	3,297,511	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	4,512,285	4,644,930	4,856,462	5,035,205	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				2023		
	1Q	2Q	3Q	4Q	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	2,477,309	2,427,775	2,569,578	2,733,035
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	7,107,072	7,104,559	7,448,331	7,931,172
合計	7,302,650	7,429,081	7,773,059	8,139,206	7,911,105	8,101,843	9,053,230	9,584,381	9,532,335	10,017,910	10,664,208

ファイナンス：URIHO保証残高推移

(単位：千円)

2016				2017				2018			
1Q	2Q	3Q	4Q	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	6,785,008	7,743,693	8,583,315	9,907,803

2019				2020				2021			
1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
10,311,384	11,403,717	12,193,958	13,609,462	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				2023		
1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
24,328,307	26,046,103	27,656,974	30,755,223	32,705,238	36,659,810	40,249,275

(単位：千円)

2016				2017				2018			
1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
117,323	170,098	221,702	267,139	340,143	402,415	458,777	594,519	737,035	857,787	979,309	1,113,485

2019				2020				2021			
1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
1,224,871	1,252,870	5,435,686	5,622,052	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				2023		
1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
6,923,983	7,018,401	7,220,875	7,539,978	7,553,101	7,581,199	7,583,965

※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。

中期経営計画について

1. 市場のさらなる拡大

DXの浸透により卸EC化率（5%）や、売掛保証利用率（1%）が上昇し、
今後**数倍規模への市場成長**を予測

2. 市場内シェアの拡大

顧客数の拡大に加え、LTV（顧客単価&リピート率）の向上で
CAGR+17%の売上高成長を計画

3. 利益率の向上

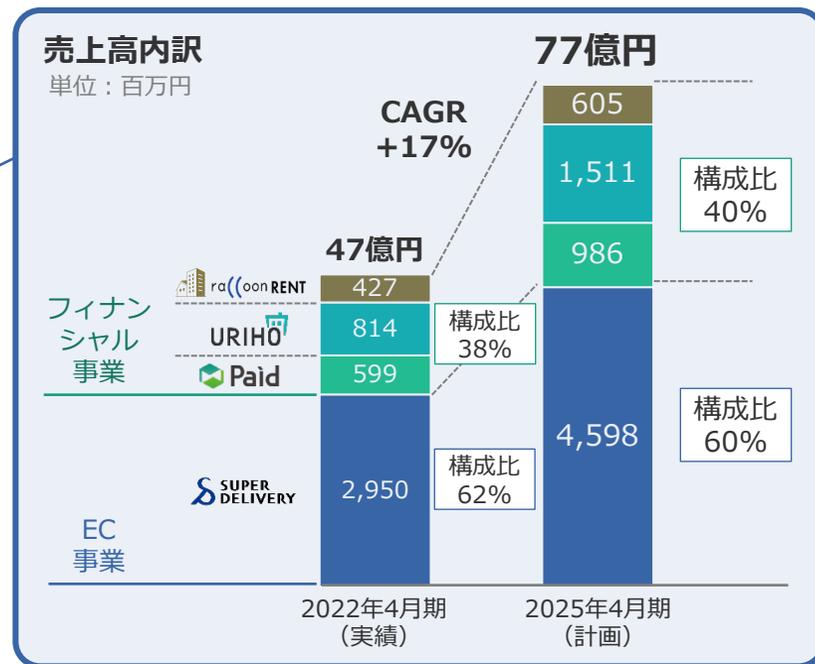
成長フェーズである各事業へ投資を増やしながらも
営業利益率を30%へ向上（+6.5pt）させ、営業利益はCAGR+27%の成長を計画

すべての事業の売上成長。さらに利益率の上昇で営業利益成長はCAGR+27%

- 高い限界利益率（70%超）を背景に、成長への投資を行いつつ営業利益率の向上を目指す
- 積極的な株主還元を行い、ROEは25%を目標とする

	2022年4月期 (実績)	2025年4月期 (計画)	成長率
売上高	4,789百万	7,700百万	CAGR +17%
営業利益	1,126百万	2,310百万	CAGR +27%
営業利益率	23.5%	30.0%	+6.5pt
ROE	6.7%*1 (特損除外 13.6%)	25.0%	+18.3pt (+11.4pt)

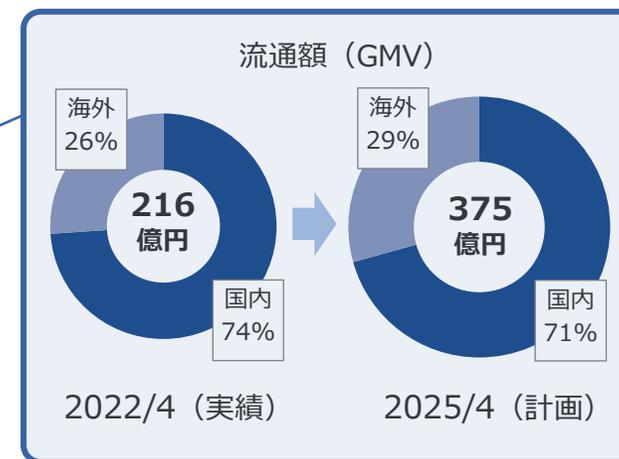
*1 投資有価証券やのれんの減損があり一時的にROEが低下



GMVの成長目標はCAGR+20%

- 広告投資の継続や品揃えの強化で、購入客数の成長を維持
- 販促等による安さの実現で、購入客単価の向上を目指す
- GMVは海外の成長率が高く、徐々にSD内の海外比率が拡大

	2022/4 (実績)	2025/4 (計画)	CAGR
流通額 (GMV)	21,687百万円	➔ 37,500百万円	+20%
国内	16,033百万円	➔ 26,500百万円	+19%
海外	5,654百万円	➔ 11,000百万円	+25%
購入客数	26,294店舗 (Q4)	➔ 40,000店舗 (Q4)	+15%
購入客単価	221,389円 (Q4)	➔ 257,000円 (Q4)	+5%



取扱高の成長を元に、売上高でCAGR+18%の成長を目指す

- 加盟企業単価の高い特定業態の獲得を強化し取扱高・売上高を向上

	2022年4月期 (実績)		2025年4月期 (計画)	CAGR
取扱高 (加盟企業数 × 加盟企業単価)	25,600百万円	➔	42,128百万円	+18%
売上高	598百万円	➔	985百万円	+18%

* グループ内取引を除外

保証残高CAGR+32%、売上高CAGR+23%の成長を目指す

- 契約社数を増やすことにより保証残高を増加させ、売上高成長に繋げる

	2022年4月期 (実績)		2025年4月期 (計画)	CAGR
保証残高 (契約社数 × 保証額)	30,755百万円	➔	70,000百万円	+32%
売上高	814百万円	➔	1,511百万円	+23%

ESGについて

経営理念

企業活動を効率化し便利にする

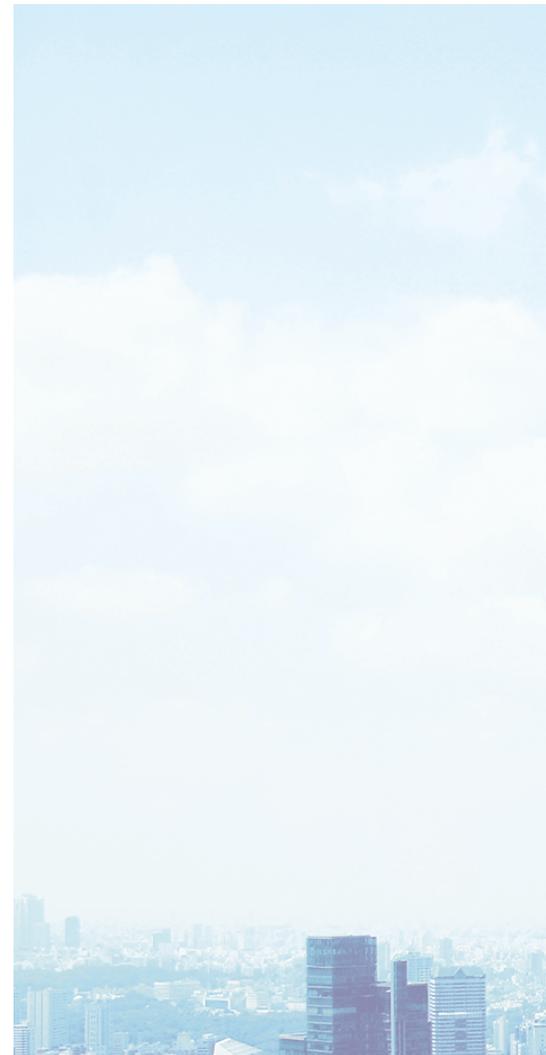
ビジネスインフラとして幅広い事業領域の取引をサポート

基本方針

事業を通じた社会課題の解決

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



今後マテリアリティ（重要課題）を特定し
具体的なアクション及びKPI策定を実施



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。