



FY2024/4 Q3決算説明

2024.2.29

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

本日お伝えしたいこと①

FY2024/4 Q3は、EC事業「スーパーデリバリー」の中長期成長に向けての**ポジティブな変化**が明確になった四半期だった。

国内の新規会員登録数と新規購入者数、**リピート購入者数は大幅増加ペースを現在も継続中**
四半期ベースの新規購入者数はコロナ禍で急増したピーク時を上回る水準に向上し、リピート購入者数も大幅増加

- ・新会員プランの導入（2023年9月より会費無料プランを開始）
- ・リスティング広告の増額を継続
- ・Q3においてもTV-CMの放映（戦略的な広告投資）を実施
- ・ウェルカムバックキャンペーンは12月末で成功裏に終了

新規会員登録数(FY2024Q3) YoY+37.3% 新規購入者数 (FY2024Q3) YoY+52.4% リピート購入者数 (FY2024Q3) YoY+22.3%

海外の購入客数、購入客単価ともに増加、FY2024Q3のGMVは+20.3%

- ・香港を除く注力国（台湾・アメリカ・韓国）の成長率が向上
- ・アジア圏は旧正月の期ずれもGMVの増加を後押し

システム利用料売上のテイクレイトが緩やかな上昇を継続 (YoY+0.36pts)

- ・海外GMVの成長率向上がプラスに貢献

本日お伝えしたいこと②

- ・フィナンシャル事業のURIHOの保証残高は高い水準の推移を継続、PaidのGMV成長率は低下したものの、売上高成長率は二桁成長を継続
- ・売上原価率は想定内の水準を継続
- ・コスト面は広告宣伝費・販売促進費の増強（+戦略的な広告投資を実施）に加え、Q2の本社ビルの空調入替工事費用の計上により営業利益は減益（YoY-47.9%）

- FY2024/4期Q3実績 広告宣伝費・販売促進費 995百万円（YoY+85.3%、458百万円増）

●重点施策実施に伴う費用(累計)

TVCMの放映（戦略的な広告投資）

111百万円（EC事業：96百万円、フィナンシャル事業：15百万円）

EC事業のウェルカムバックキャンペーンのコスト

103百万円

リスティング広告の積み増し（前期比）

171百万円（EC事業：104百万円、フィナンシャル事業：66百万円）

- 本社ビルの空調入替工事費用 42百万円 **(Q2のみの計上)**

- FY2024/4期Q3	グループGMV	45,962百万円（YoY+12.6%）
	PaidGMV	35,126百万円（YoY+16.3%）
	SDGMV	19,256百万円（YoY+5.1%）
- FY2024/4期Q3	URIHO保証残高	52,681百万円（YoY+30.9%）
- FY2024/4期Q3実績	連結売上	4,299百万円（YoY+9.9%）
	EC事業売上	2,464百万円（YoY+5.5%）
	フィナンシャル事業売上	1,835百万円（YoY+16.4%）

業績予想の修正について

- ・ EC事業「スーパーデリバリー」の新会員プラン導入後の購入客単価に合わせたGMV成長率の見直しに伴う売上高の修正
- ・ 修正前見通しに含まれていなかったウェルカムバックキャンペーンのポイントコストを織り込み
- ・ フィナンシャル事業の売上原価率を保守的な水準に見直し

	FY2023/4期実績	FY2024/4期 修正前見通し	FY2024/4期 修正後見通し	YoY	前回予想比
売上高	5,320百万円	6,240~6,440百万円	5,850百万円	+9.9%	-9.2%~-6.3%
営業利益	1,193百万円	850~1,050百万円	550百万円	-53.9%	-47.6%~-35.3%
営業利益率	22.4%	13.2~16.8%	9.4%	-13.0pts	-7.4pts~ -3.8pts
当期純利益	668百万円	530~650百万円	330百万円	-50.7%	-49.2~ -37.7%
営業利益 (広告宣伝費・販促費除き)	1,941百万円	2,270~2,420百万円	1,960百万円	+0.9%	-19.0%~-13.7%
営業利益率 (広告宣伝費・販促費除き)	36.5%	35.2~38.8%	33.5%	-3.0pts	-5.3pts~ -1.7pts

業績予想の修正について（各事業のKPI）

事業セグメント		重要KPI	今期の主な施策	FY2023/4期 実績	FY2024/4期 修正後目標	中計FY2025/4 目標値 ¹
EC	国内	GMV	<ul style="list-style-type: none"> 集客目的のプロモーション増加 新会員プランの導入 (2023/9から) 	17,500百万円 (YoY +9.1%)	18,251百万円 (YoY +4.3%)	26,500百万円 (CAGR+19%)
	海外	GMV	<ul style="list-style-type: none"> 地域毎にメリハリをつけた販促策 成長地域は施策を積極展開 	6,322百万円 (YoY +11.8%)	6,920百万円 (YoY +9.5%)	11,000百万円 (CAGR+25%)
	合計	GMV		23,823百万円 (YoY +9.8%)	25,171百万円 (YoY +5.7%)	37,500百万円 (CAGR+20%)
フィナンシャル	Paid	取扱高	<ul style="list-style-type: none"> 販促策をより積極的に展開 	31,114百万円 (YoY +21.5%)	35,953百万円 (YoY +15.6%)	42,128百万円 (CAGR +18%)
	URIHO	保証残高	<ul style="list-style-type: none"> 販促策をより積極的に展開 スキーム案件の拡大 	43,933百万円 (YoY +42.8%)	56,740百万円 (YoY +29.2%)	70,000百万円 (CAGR +32%)

1. CAGRはFY2022/4期実績値からFY2025/4期中計目標値の年間平均成長率

((本日の内容

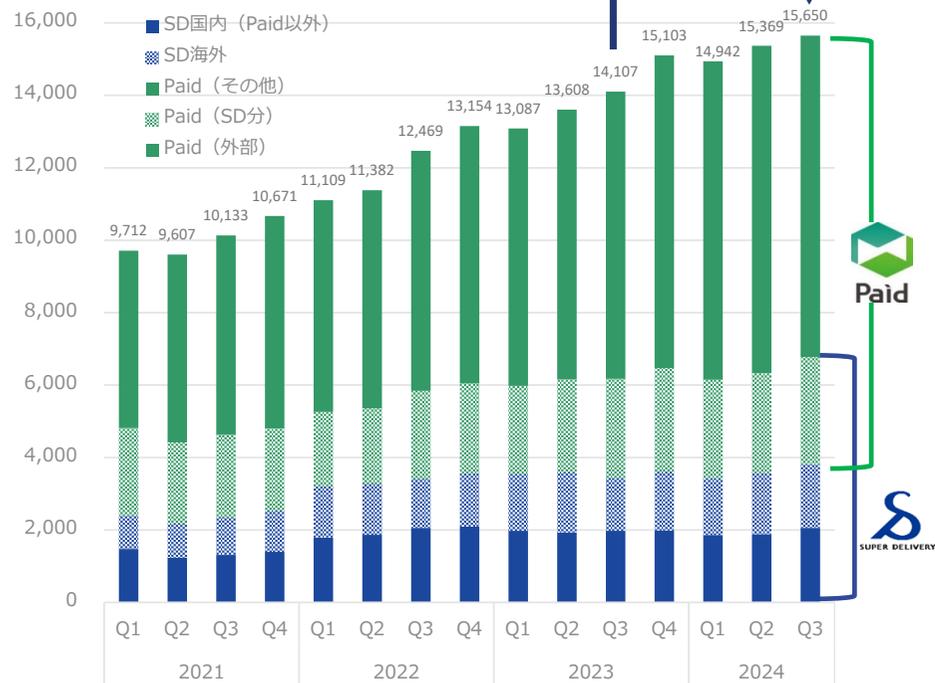
1. **FY2024/ 4 Q3連結業績**
2. セグメント別概要 – EC事業
3. セグメント別概要 – フィナンシャル事業

グループGMV・URIHO保証残高推移

- ・ FY2024/4期Q3グループGMVは15,650百万円 (YoY + 10.9%) と二桁成長を継続
- ・ URIHO保証残高は52,681百万円 (YoY + 30.9%)、サブスク型はYoY + 42.8%と好調な積み上がりを継続

グループGMV推移

(単位：百万円)



URIHO保証残高推移

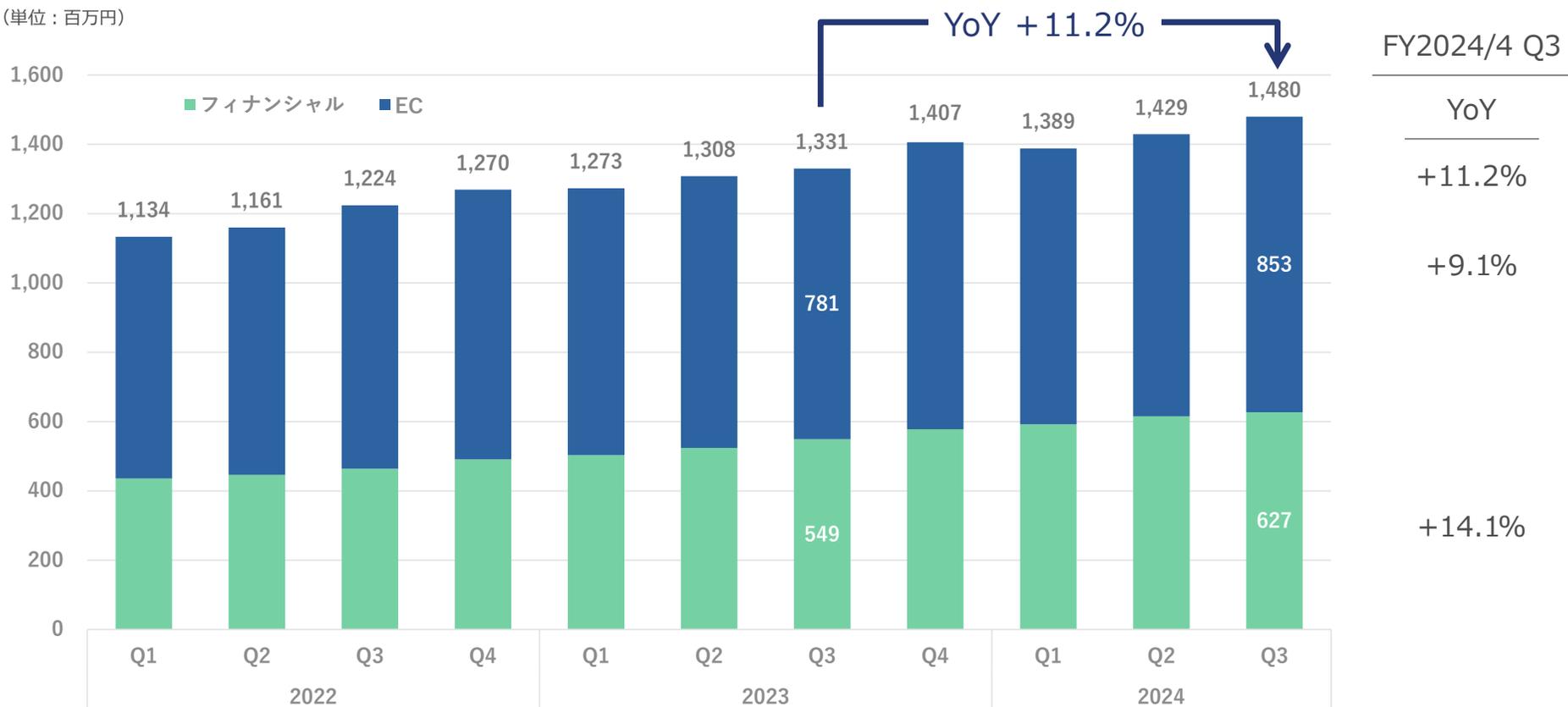
(単位：百万円)



連結売上高推移

- ・ 連結売上高は1,480百万円 (YoY +11.2%)
- ・ Paid、URIHOが引き続き好調に推移しておりフィナンシャル事業がYoY+14.1%と全体の増収を牽引

(単位：百万円)



連結業績概要

連結売上高はYoY+9.9%、顧客獲得投資の大幅な増強により広告宣伝費・販売促進費の大幅増加とEC事業の海外送料の値下げの実施による送料負担が増えており、この影響で営業利益はYoY-47.9%

(単位：百万円)

	FY2023/4期		FY2024/4期			
	Q3		Q3		進捗率	修正後見通し
	前期	当期	YoY			
売上高	3,913	4,299	9.9%	73.5	5,850	
EC事業	2,336	2,464	5.5%	-	-	
フィナンシャル事業	1,577	1,835	16.4%	-	-	
売上総利益	3,165	3,488	9.0%	-	-	
EC事業	1,840	1,944	5.6%	-	-	
フィナンシャル事業	1,315	1,493	13.6%	-	-	
連結調整	9	10	-	-	-	
営業利益	892	465	-47.9%	84.6%	550	
EC事業	946	620	-34.4%	-	-	
フィナンシャル事業	394	358	-9.0%	-	-	
連結調整	-447	-514	15.0%	-	-	
営業利益率	22.8%	10.8%	-12.0pts	-	-	
経常利益	913	466	-48.9%	84.9%	550	
当期純利益	570	310	-45.5%	94.2	330	
利益率	14.6%	7.2%	-7.3pts	-	-	

(((連結業績概要 (広告宣伝費・販促費除き)

EC事業の海外で送料の値下げを実施中のため販管費が増加、この影響を受け、広告宣伝費・販促費を除いた営業利益はほぼ横ばい

Q2で計上した本社ビルの空調入替工事費用（4,200万）も除いた営業利益はYoY+5.1%

(単位：百万円)

	FY2023/4期	FY2024/4期			
	Q3	Q3		進捗率	修正後見通し
	前期	当期	YoY		
売上高	3,913	4,299	+9.9%	73.5%	5,850
EC事業	2,336	2,464	+5.5%	-	-
フィナンシャル事業	1,577	1,835	+16.4%	-	-
広告宣伝費・販売促進費	537	995	+85.3%	-	-
EC事業	411	763	+85.4%	-	-
フィナンシャル事業	124	230	+85.3%	-	-
営業利益 (広告宣伝費・販売促進費除き)	1,430	1,460	+2.1%	74.5%	1,960
EC事業	1,357	1,384	+2.0%	-	-
フィナンシャル事業	518	589	+13.7%	-	-
営業利益率	36.5%	34.0%	-2.6pts	-	-

売上総利益推移

- ・ 売上総利益は1,170百万円 (YoY +10.6%)
- ・ EC事業のテイクレートの緩やかな上昇が継続してることで粗利率が向上



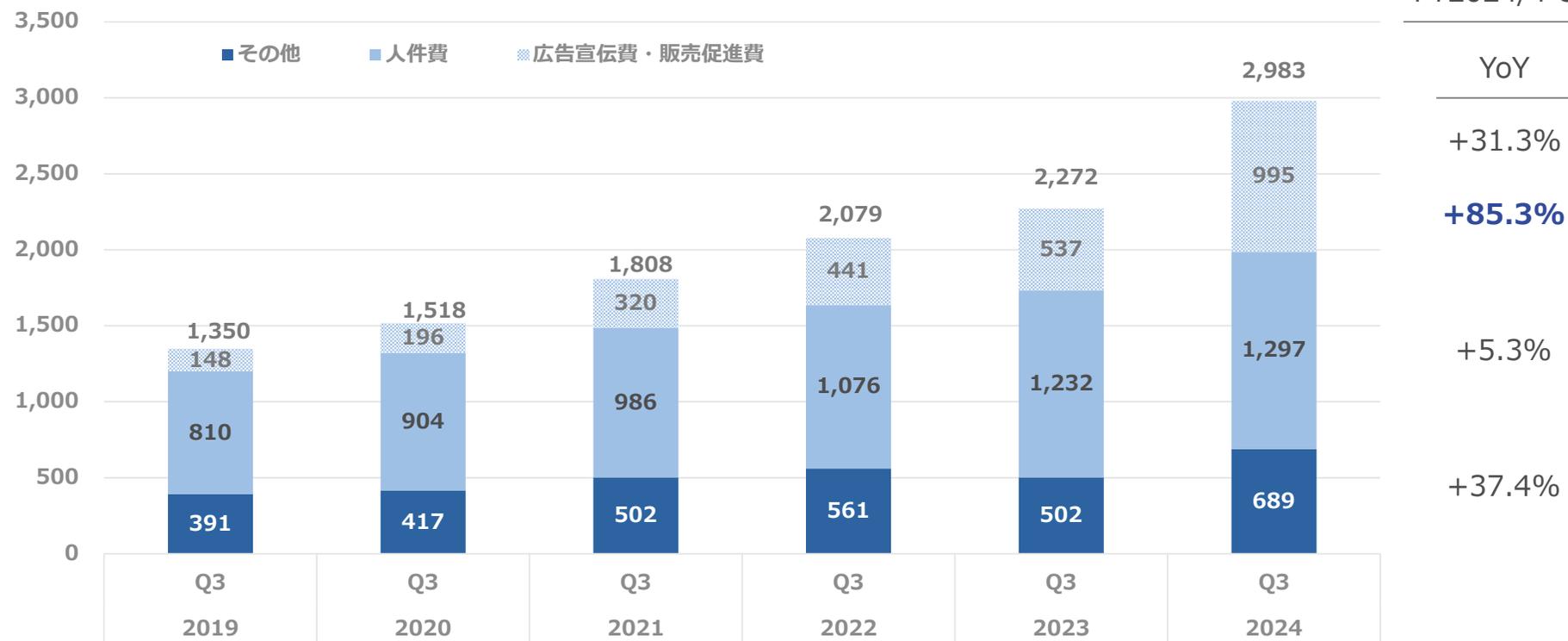
費用構成推移

- ・ EC事業の積極的なプロモーション投資の実施により広告宣伝費・販売促進費はYoY+85.3%
- ・ その他は、本社ビルの空調入替工事費用（Q2で4,200万計上）とEC事業の海外で送料の値下げによる送料負担の増加によりYoY+37.4%

(単位：百万円)

販売費及び一般管理費

FY2024/4 Q3

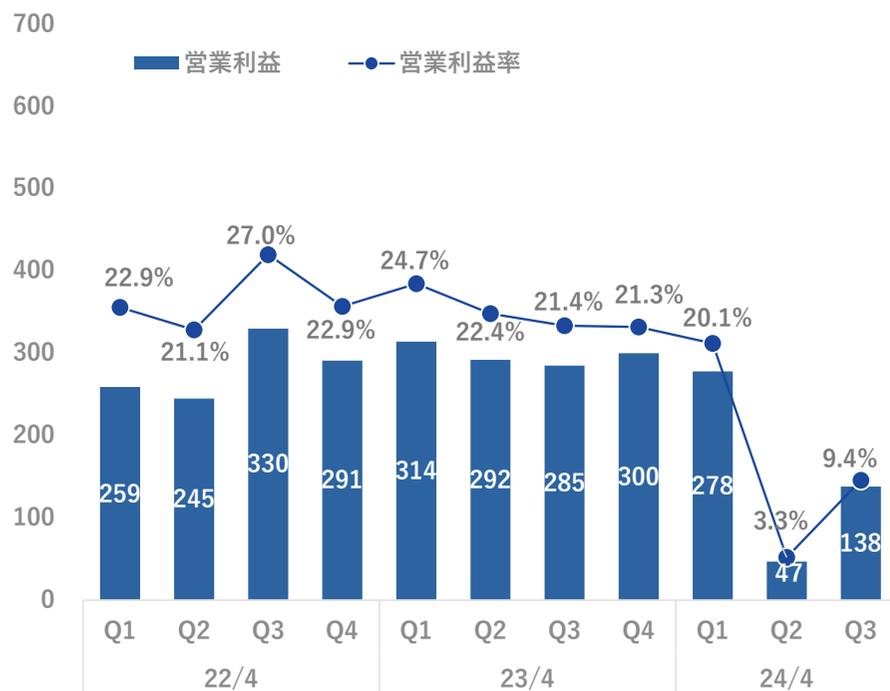


営業利益推移

積極的なプロモーション投資により営業利益は138百万円 (YoY -51.4%) 広告宣伝費・販売促進費除きの営業利益は501百万円 (YoY +8.1%)

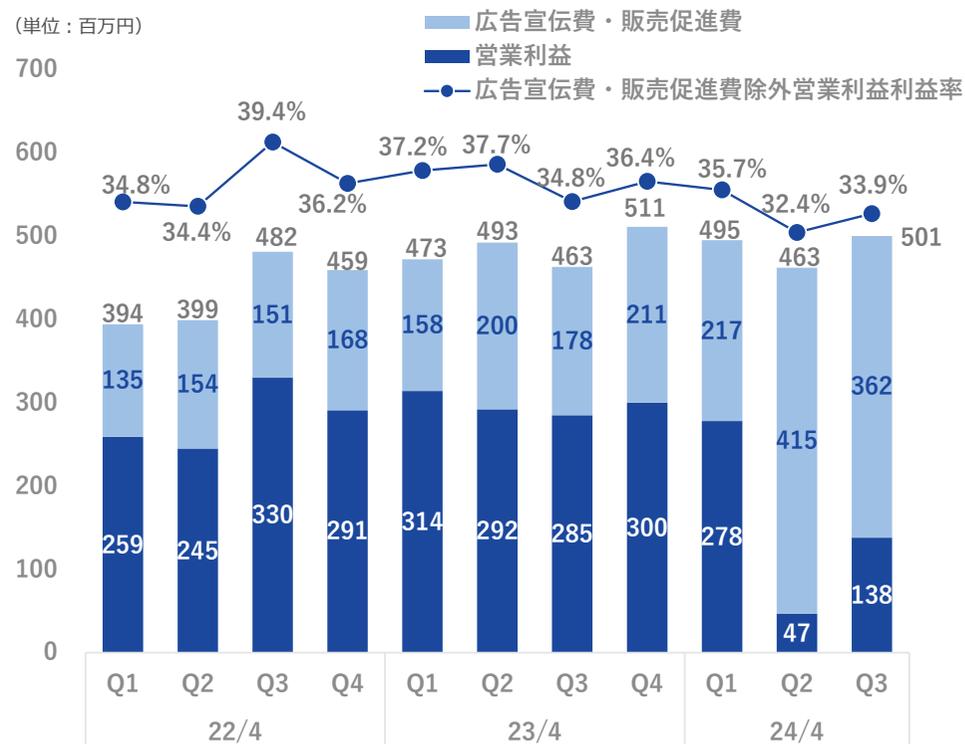
営業利益 (四半期)

(単位：百万円)



営業利益 (広告宣伝費・販売促進費除き) (四半期)

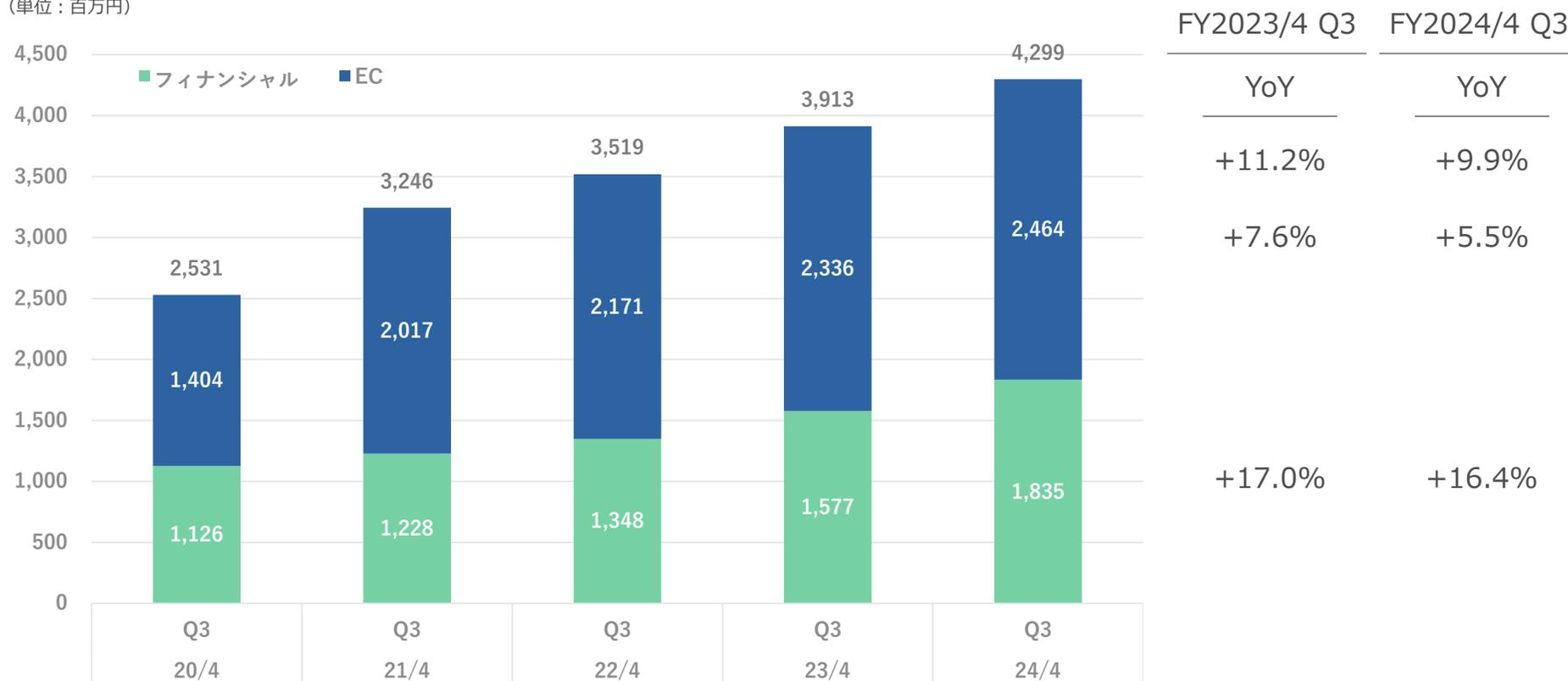
(単位：百万円)



累計: 売上推移

EC事業、フィナンシャル事業ともに増収を継続し、連結の売上高は4,299百万円(YoY +9.9%)

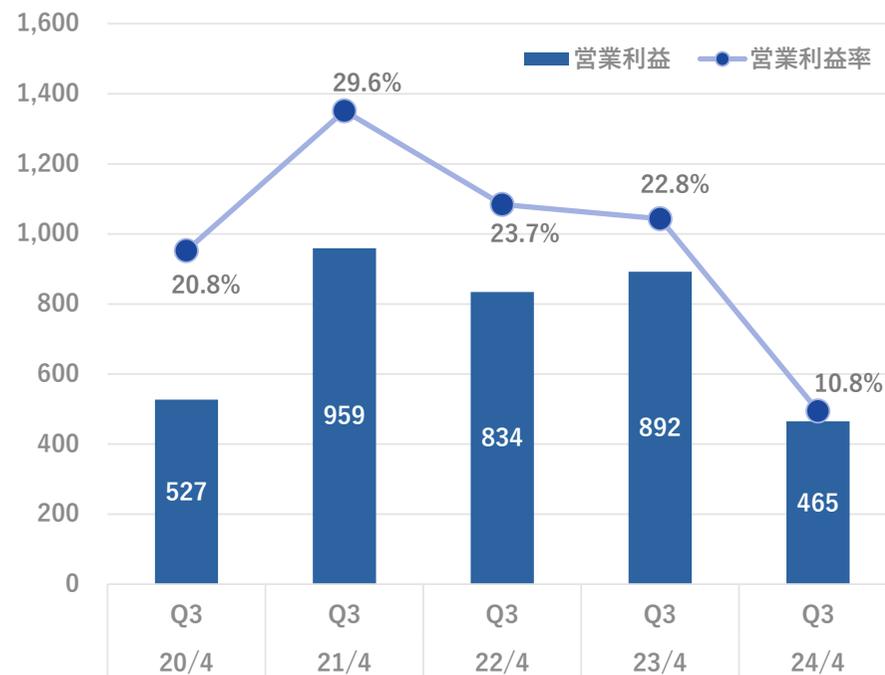
(単位：百万円)



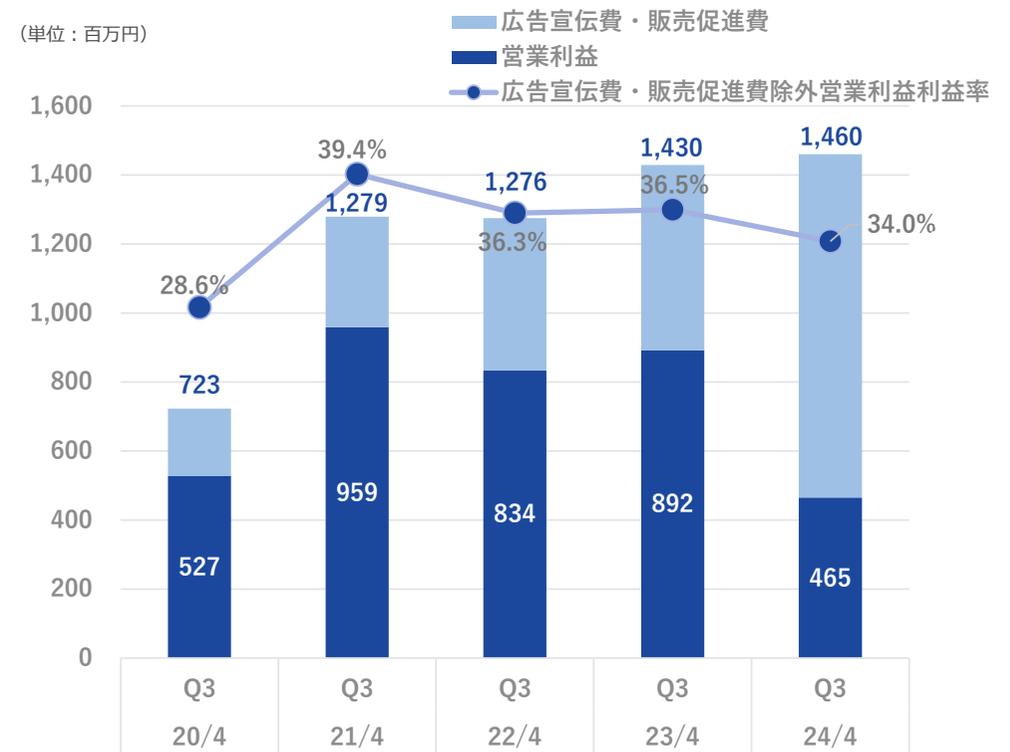
累計: 営業利益推移

- ・ 広告宣伝費・販売促進費の増加と本社ビルの空調入替工事費用の計上とEC事業の海外で送料の値下げによる送料負担の増加にともなうコスト増で営業利益が減少し、営業利益率は10.8%に低下
- ・ 広告宣伝費・販売促進費除きの営業利益は増益となり、営業利益率も34.0%と高い水準を維持
さらに本社ビルの空調入替工事費用（Q2で計上）除きの営業利益は1,502百万円（YoY+5.1%）

(単位: 百万円)



(単位: 百万円)



☺☺ 本日の内容

1. FY2024/ 4 Q3連結業績
- 2. セグメント別概要 – EC事業**
3. セグメント別概要 – フィナンシャル事業

EC事業 FY2024/4 Q3まとめ

- ・ 海外のGMV成長率がYoY+7.1%と大幅に向上（Q1+0.1%、Q2+1.2%）
- ・ 国内は購入客数が大幅に増加したものの、購入客単価が低下した影響によりGMVの成長率が抑制
低下の要因は、一時的な要因とみており外部環境の改善等により今後、向上していくことを想定

事業セグメント		重要KPI	施策	狙い	FY2024/4Q3結果	FY2024/4期 修正後目標	中計FY2025/4 目標値 ¹
EC	国内	GMV	<ul style="list-style-type: none"> ・ 集客目的のプロモーション増加 ・ 新会員プランの導入 (2023/9~) ・ ウェルカムバックキャンペーンの実施 (2023/9~) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規登録者の増加 - 初回購入者の増加 - 退会の抑制 - 継続率の向上 ・ ロイヤルカスタマー化 	13,458万円 (YoY +4.2%)	18,251百万円 (YoY +4.3%)	26,500百万円 (CAGR+19%)
	海外	GMV	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域毎にメリハリをつけた販促策 ・ 成長地域は施策を積極展開 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 需要が弱い地域の成長回復 ・ 成長地域の成長加速 	5,032百万円 (YoY +7.1%)	6,920百万円 (YoY +9.5%)	11,000百万円 (CAGR+25%)
	合計	GMV				18,491百万円 (YoY +5.0%)	25,171百万円 (YoY +5.7%)

1. CAGRはFY2022/4期実績値からFY2025/4期中計目標値の年間平均成長率

- ・新規登録者数、購入客数（YoY+29.8%）とともに大幅増加を継続
- ・国内平均単価の低下は構成比の高い小売店の購入客単価の低下による影響
- ・小売店の購入客単価低下の要因は、一時的な要因とみており外部環境の改善等により今後、向上していくことを想定

施策概要

FY2024/4 Q3結果

購入客数 増加	集客目的のプロモーションを積極化	小売店	16,334店 (YoY+36.5%)	<ul style="list-style-type: none"> ・新会員プランの導入による無料プラン会員の増加及びウエルカムバックキャンペーンの実施による購入客数の大幅増加が継続。
	新会員プランの導入 (2023年9月~) (無料プラン / 有料プランの選択制に)	小売以外	11,468店 (YoY+21.2%)	
		国内客数	27,802店 (YoY+29.8%)	
購入客単価 向上	FY2023/4期の打ち手を継続	小売店	234,300円 (YoY-24.0%)	<ul style="list-style-type: none"> ・小売店の購入客単価が低下。 ①客単価の低い初回購入者と購入歴の浅いリピート購入者の構成比の増加 ②国内環境による既存リピート購入者の客単価の低下
	<ul style="list-style-type: none"> ・Paid決済への乗り換え促進 ・ポイントの還元率アップ ・クーポン発行 	小売以外	80,036円 (YoY-2.2%)	
		国内平均単価	170,668円 (YoY-18.0%)	

1. 2023年10月の月次ベースのGMVに占めるPaid決済比率

- 海外は購入客数 (YoY+8.8%)、購入客単価 (YoY+10.5%) とともに順調に増加し、海外GMVはYoY+20.3%に回復
- 韓国は購入客数が大幅増加しGMV成長率が向上+台湾、香港の送料値下げを開始+旧正月の期ずれもプラスに働いた結果、アジア圏のGMV成長は成長率二桁成長に回復
- 注力国であるアメリカはYoY+50.9%と高い成長を継続

施策概要

FY2024/4 Q3結果

販促投資増加

- 前年度比倍増
- ポイント/クーポン付与

前年同水準の広告投資
(効果を見てメリハリ)

- 米国は積極化
- 香港は抑制 等

送料の値下げ

- アジア圏以外 (2023年7月~)
- 台湾・香港 (2023年12月~)

	GMV構成比	GMV成長率 (YoY)	GMV成長率寄与度
	36.5%	+21.1%	+7.7%
	17.7%	-4.5%	-18.5%
	10.0%	+50.9%	+5.1%
	8.0%	+47.3%	+3.8%

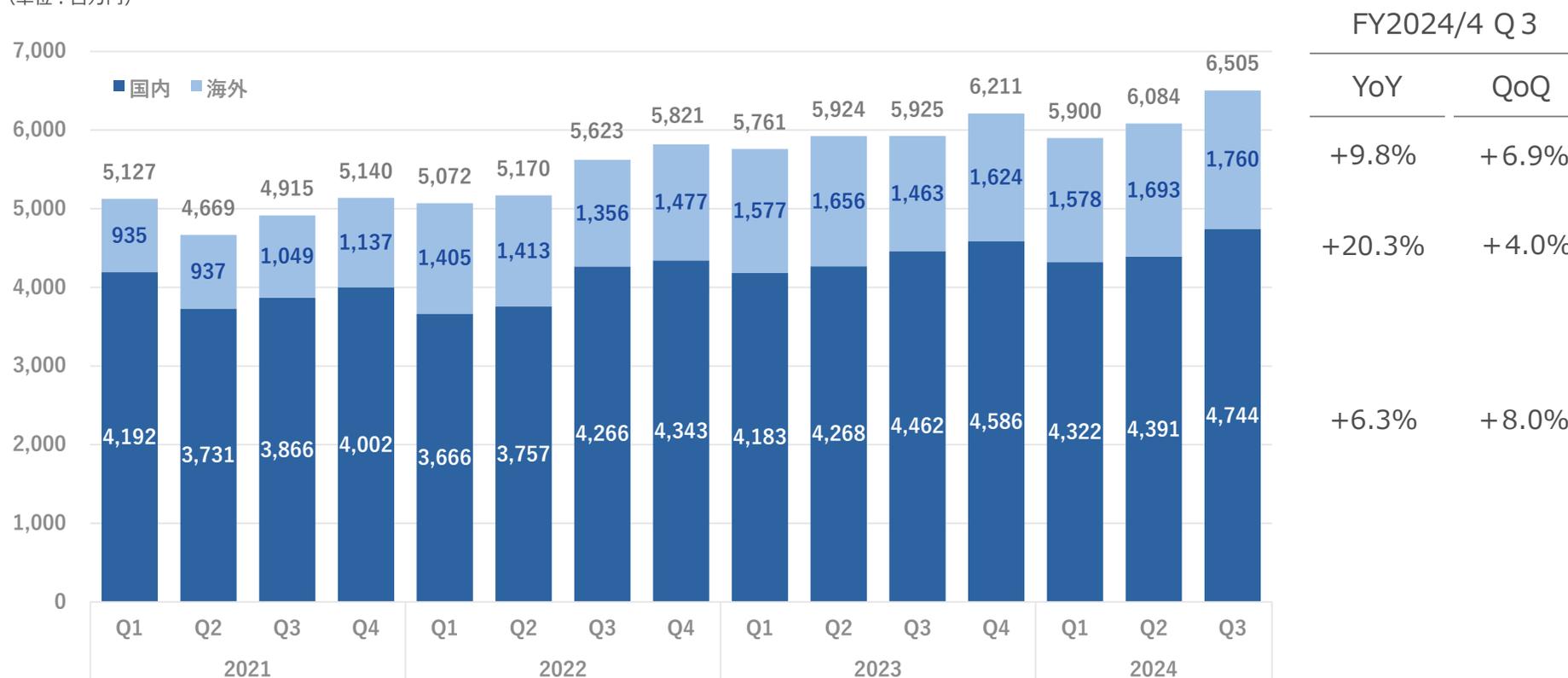
購入客数	6,184店 (YoY +8.8%)		
購入客単価	284,714円 (YoY +10.5%)		

- 台湾のGMV成長の回復が継続。送料値下げと旧正月の期ずれの後押しもありYoY+21.1%。香港は低迷が継続。
- アメリカは成長率YoY+50.9%と引き続き好調。構成比は初の10%超え。
- 韓国は広告投資の効果により、購入客数が大きく増加 (YoY+95.8%) し、GMVはYoY+47.3%の高い成長率に。

EC事業 スーパーデリバリー流通額(GMV)推移 (四半期)

- 海外は香港のGMVの減少が継続する中、送料値下げ国を中心とした成長の継続と旧正月の期ずれもプラスに働いたことでGMVが増加し、成長率はYoY+20.3%に回復
- 国内は、新規購入客数の大幅な増加がGMV成長に寄与しYoYの成長率は回復傾向に

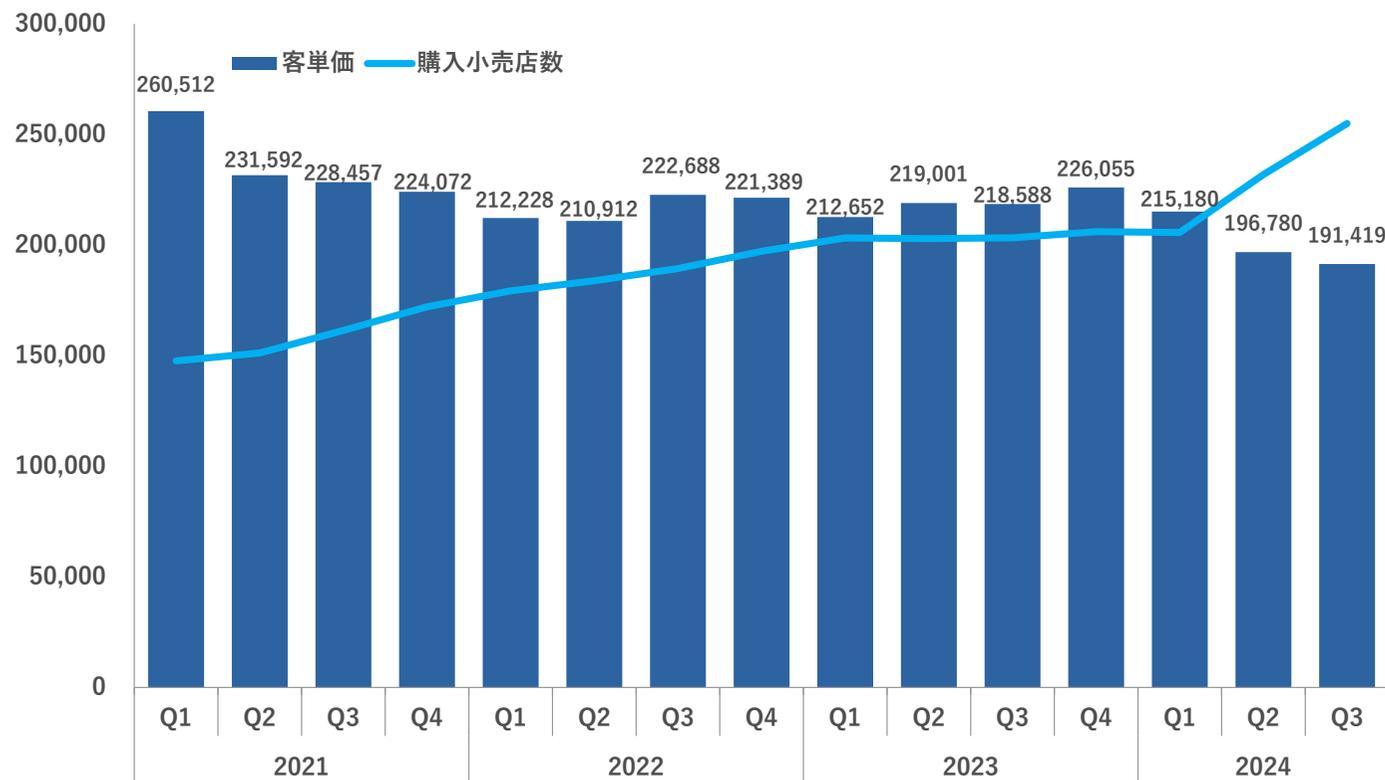
(単位：百万円)



EC事業 購入客数と客単価

- ・購入客数はQ2に引き続き、施策による大幅な増加基調を継続し、YoY+25.4%、QoQ+9.9%
- ・客単価は、国内の初回購入者数の大幅な増加と国内環境によるリピート購入者の客単価低下により、減少しているが、将来的には向上していくことを想定

(単位：円)

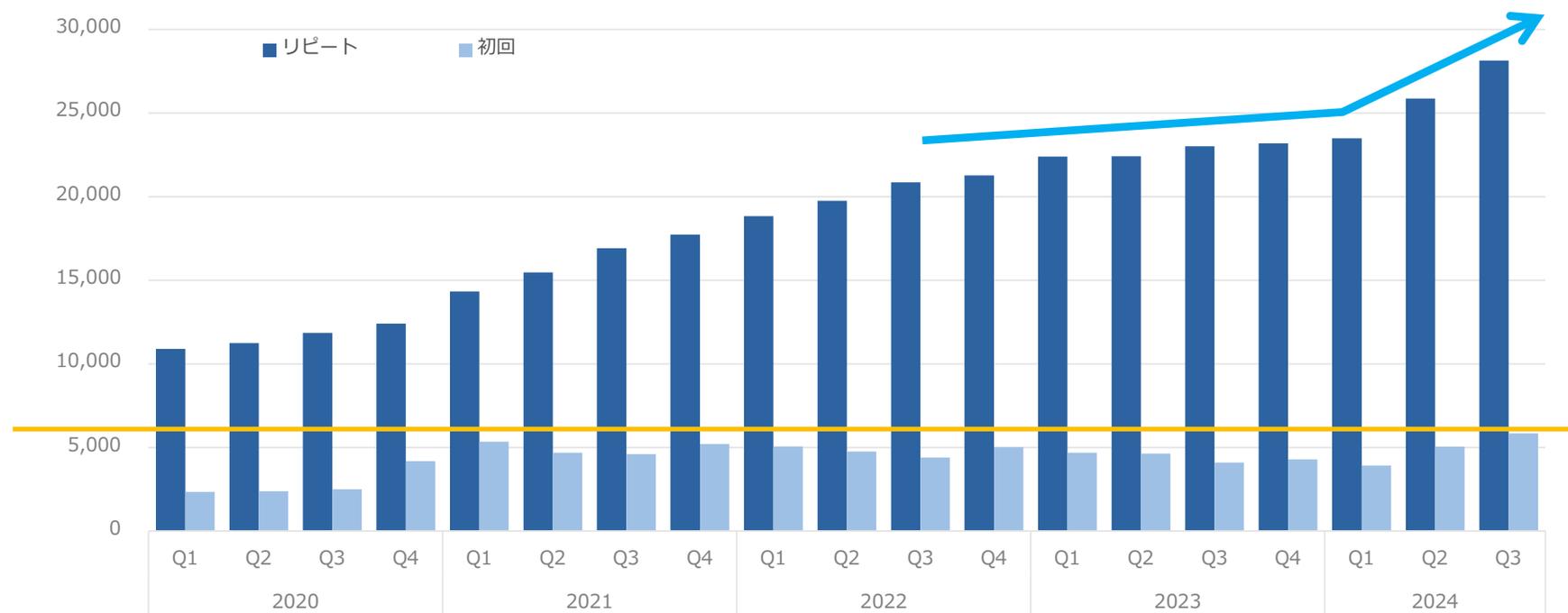


(単位：社)

FY2024/4 Q3	
YoY	QoQ
+25.4%	+9.9%
-12.4%	-2.7%

EC事業 購入客数推移 (リピート購入客/初回購入客別)

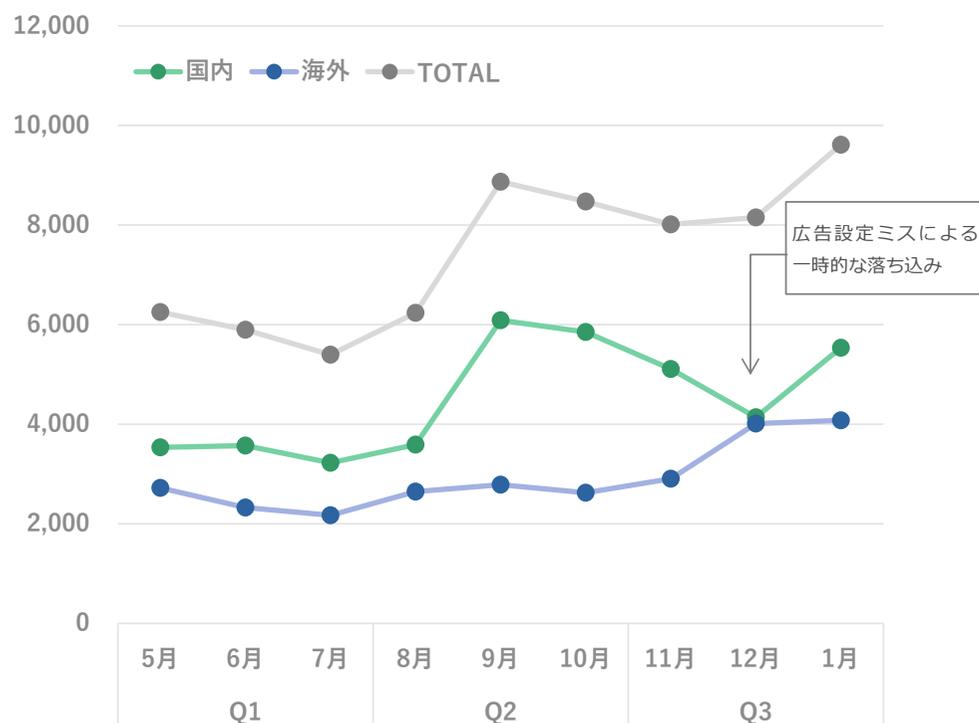
- ・新会員プランの開始に合わせた積極的プロモーション投資を継続。無料プラン会員及び過去購入実績ゼロの休会会員の復活による初回購入者数がさらに増加し、マスク・除菌グッズ需要のピーク時を上回る初回購入者数に
- ・過去購入実績のある休会会員の復活と初回購入会員のリピーター化により、リピート購入者数の増加が継続し増加率も向上



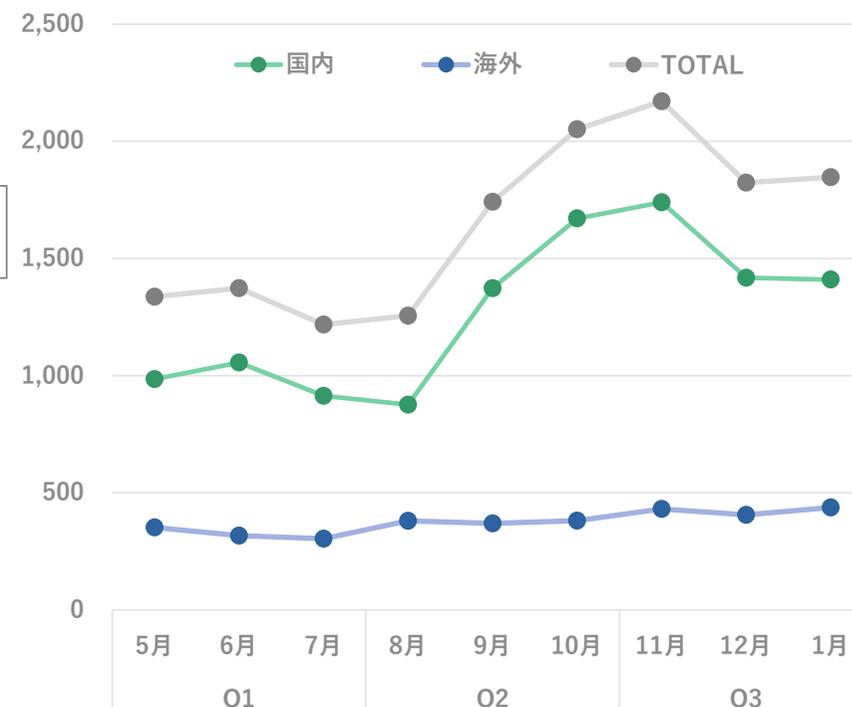
EC事業 (参考) 新規会員登録数・新規購入者数の増加 (月次ベース)

- ・国内は積極的なプロモーション投資により新規会員登録数及び新規購入者数ともに増加基調を維持
- ・海外はサイトの繁体字・簡体字での検索対応に合わせ、リスティング広告の強化により新規会員登録者数が増加 今後の新規購入者数の増加に期待

新規会員登録数推移



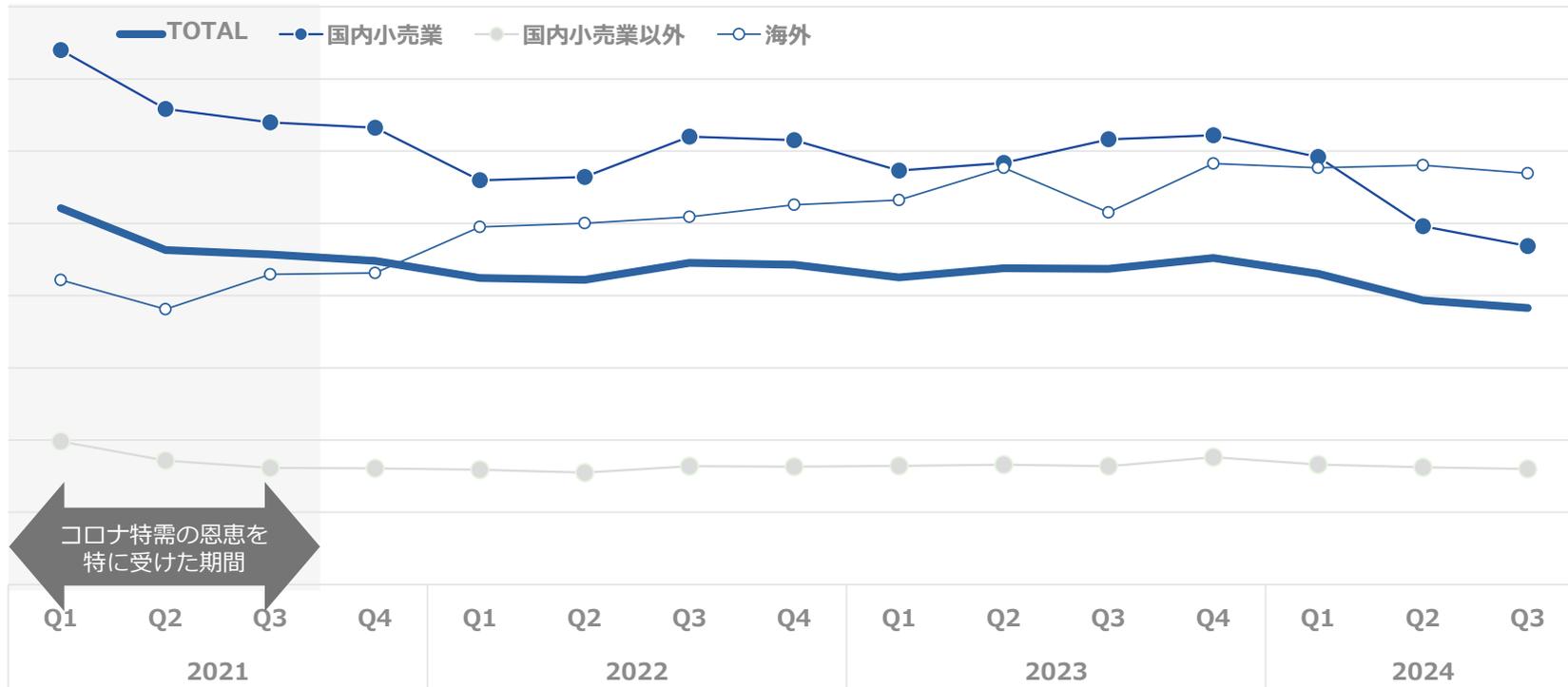
新規購入者数推移



EC事業 購入客単価推移

- ・国内小売店の客単価は客単価の低い初回購入者が大幅に増加した影響と、小売店を取り巻く国内環境が良好ではない影響で低下
- ・海外客単価は堅調に推移 YoYではプラス成長を継続中

客単価推移



EC事業 今後のGMVの成長イメージ

- 購入客単価はいずれ下げ止まり上昇局面を迎えるともっている
- 購入客単価低下の底打ち後に大幅に増加した購入客数の寄与も加わり、GMV成長率は大きく向上していくことを見込んでいる

$$\text{GMV} = \text{購入客数} \times \text{購入客単価}$$

現在、国内の購入客数の大幅な増加が継続している一方で、国内の購入客単価が減少していることでGMVの増加が一部相殺されており、GMV成長率が購入客数の成長率を下回る状態となっている
※国内の購入客単価の要因については18ページ参照

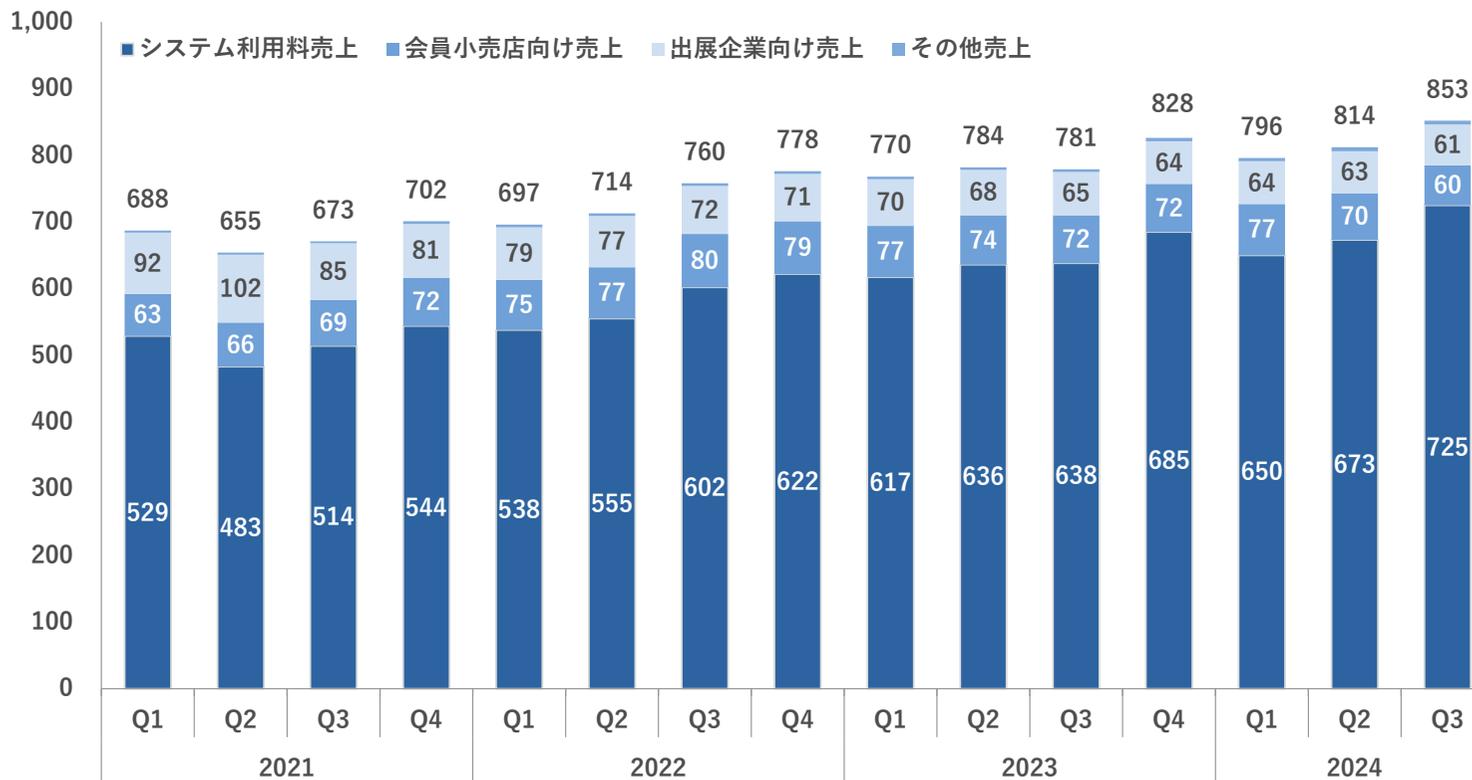
今後、①②③により、国内小売店の購入客単価が改善しGMVの成長率も上昇していくことを想定している

- ①会員歴の長いリピート購入会員の増加による購入客単価の増加
- ②国内小売店の景況感の改善
- ③新規購入客数の増加の継続

EC事業 四半期売上高推移

- ・ FY2024/4 Q3の売上は853百万円 (YoY+9.1%)
- ・ テイクレートは緩やかな向上 (2023/4Q3 10.78%→2024/4Q3 11.15%) を継続しており、システム利用料売上の成長率はGMVの成長率を上回るYoY+13.5%となり、EC事業全体の売上を牽引

(単位：百万円)

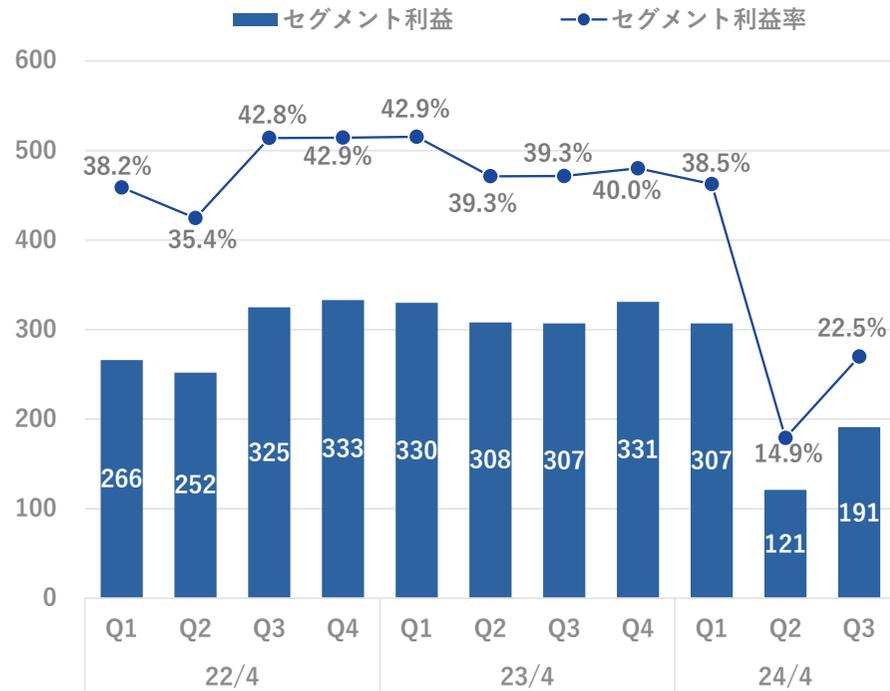


FY2024/4 Q3	
YoY	QoQ
+9.1%	+4.8%
-6.8%	-4.5%
-16.3%	-14.4%
+13.5%	+7.6%

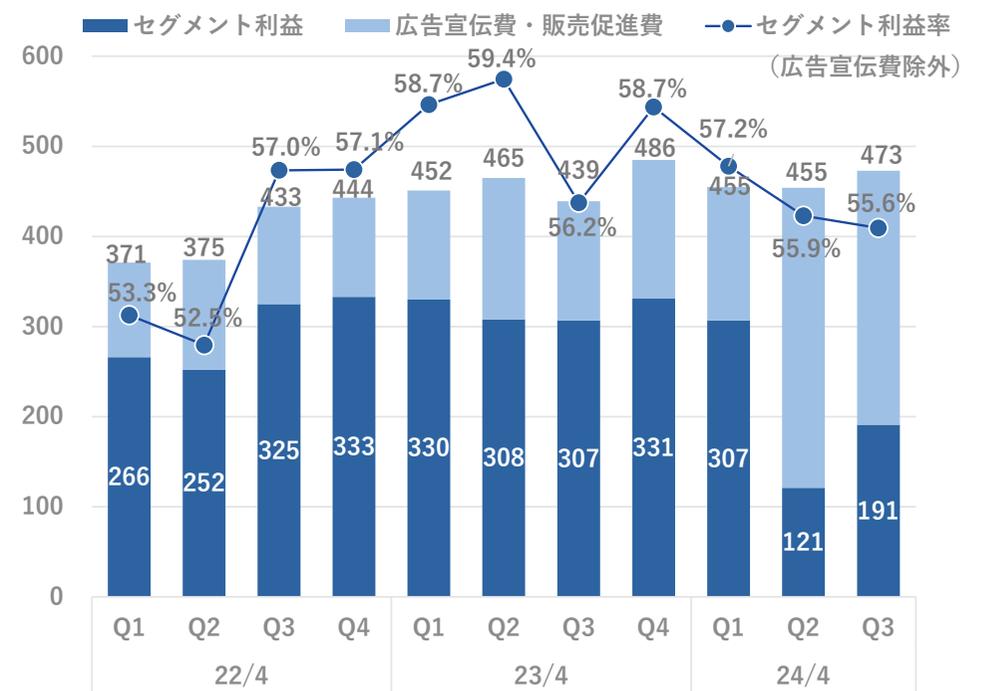
EC事業 四半期セグメント利益推移

- ・積極的なプロモーション投資の継続により広告宣伝費・販売促進費の大幅増加が継続（YoY+113.3%）した結果、Q3の営業利益は191百万円（YoY-37.5%）
- ・広告宣伝費・販売促進費除きの営業利益は473百万円（YoY+7.9%）

（単位：百万円）



（単位：百万円）



((本日の内容

1. FY2024/ 4 Q3連結業績
2. セグメント別概要 – EC事業
- 3. セグメント別概要 – フィナンシャル事業**

(((shield icon) **フィナンシャル事業 FY2024/4Q3まとめ**

Paidの取扱高 (YoY + 18.8%)、URIHOの保証残高(YoY + 30.9%) とともに順調に増加

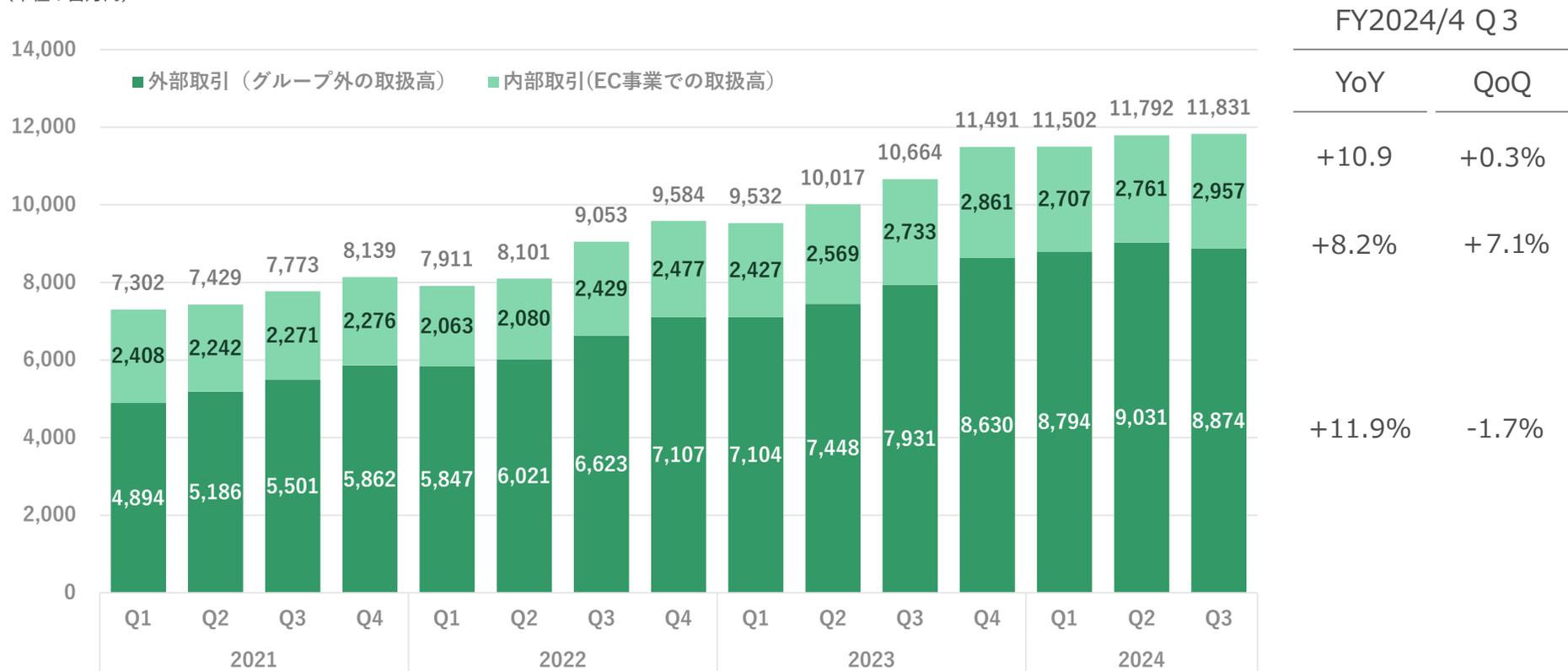
事業セグメント	重要KPI	施策	狙い	FY2024/4Q3結果	FY2024/4期 修正後目標	中計FY2025/4 目標値 ¹	
フィナンシャル	Paid	取扱高	<ul style="list-style-type: none"> 販促策をより積極的に展開 VC連携による送客 	<ul style="list-style-type: none"> 加盟企業数の増加 	26,700百万円 (YoY +18.8%)	35,953百万円 (YoY +15.6%)	42,128百万円 (CAGR +18%)
	URIHO	保証残高	<ul style="list-style-type: none"> 販促策をより積極的に展開 スキーム案件の拡大 対象債権の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> サブスク利用企業数の増加 非サブスク保証残高拡大 	52,681百万円 (YoY +30.9%)	56,740百万円 (YoY +29.2%)	70,000百万円 (CAGR +32%)

1. CAGRはFY2022/4期実績値からFY2025/4期中計目標値の年間平均成長率

((()), **フィナンシャル事業 Paid取扱高推移**

- ・ 外部取扱高は8,874百万円 (YoY+11.9%、QoQ-1.7%)
- ・ QoQは一部の大口加盟企業の事業撤退等により低下したが今後のQoQでの成長再開を想定

(単位：百万円)

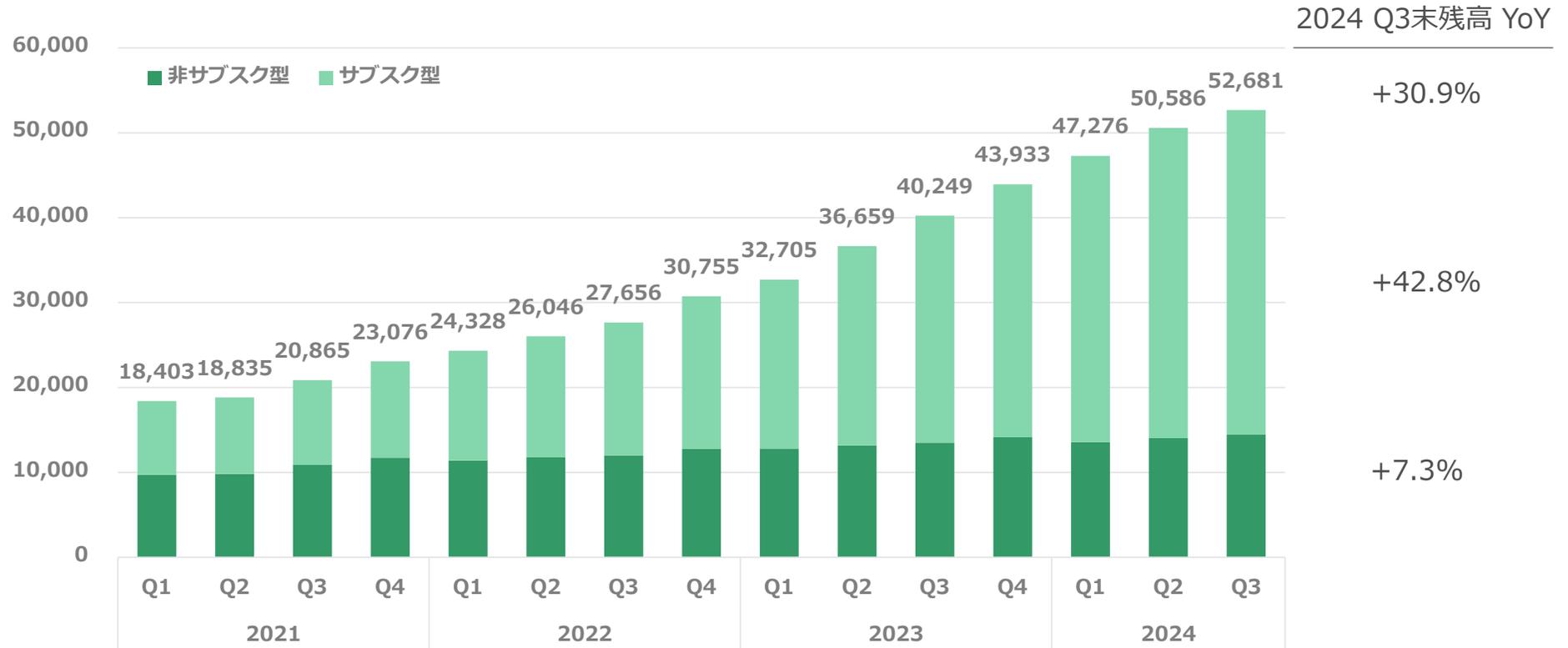


内部取引 (EC事業内での取扱高) は、スーパーデリバリーの国内GMVで決済方法にPaid利用分のもの

((( **フィナンシャル事業 URIHO: 保証残高推移**

- ・サブスク型の保証残高は順調な積み上げを継続 (YoY+42.8%)
- ・結果、URIHO全体の保証残高はYoY +30.9%

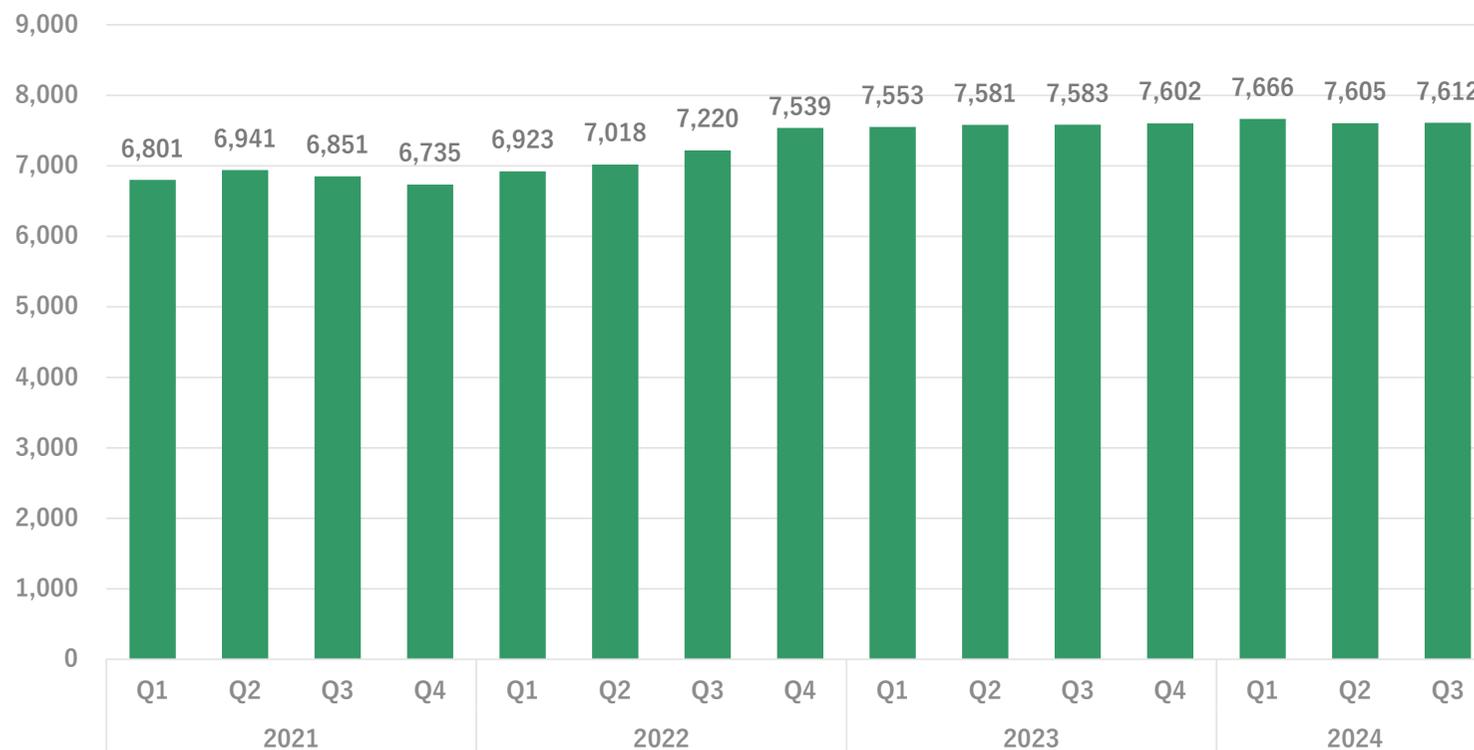
(単位：百万円)



(((④) フィナンシャル事業 **家賃保証残高(実質ベース) 推移**

保証残高は7,612百万円と堅調に推移(YoY+0.4%, QoQ+0.1%)

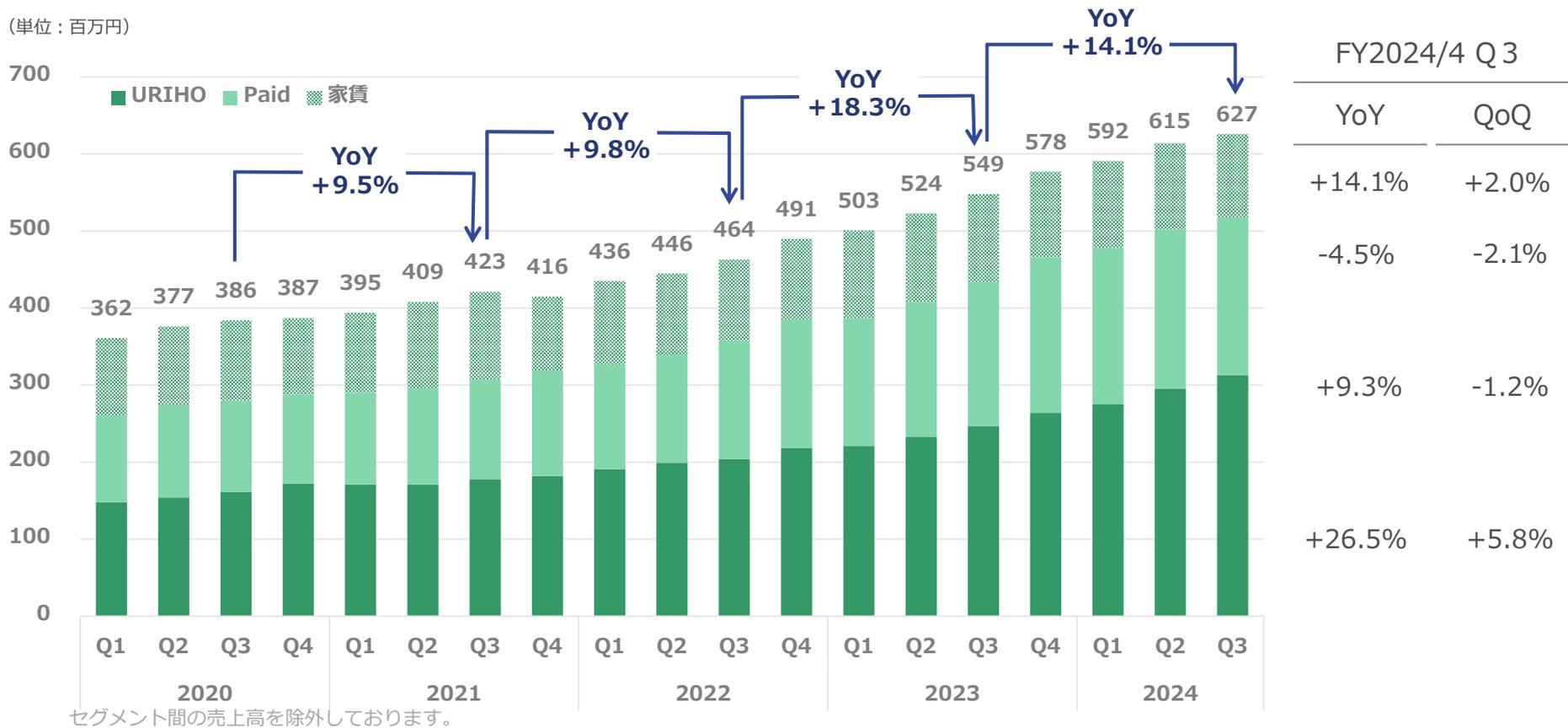
(単位：百万円)



FY2024/4 Q3	
YoY	QoQ
+0.4%	+0.1%

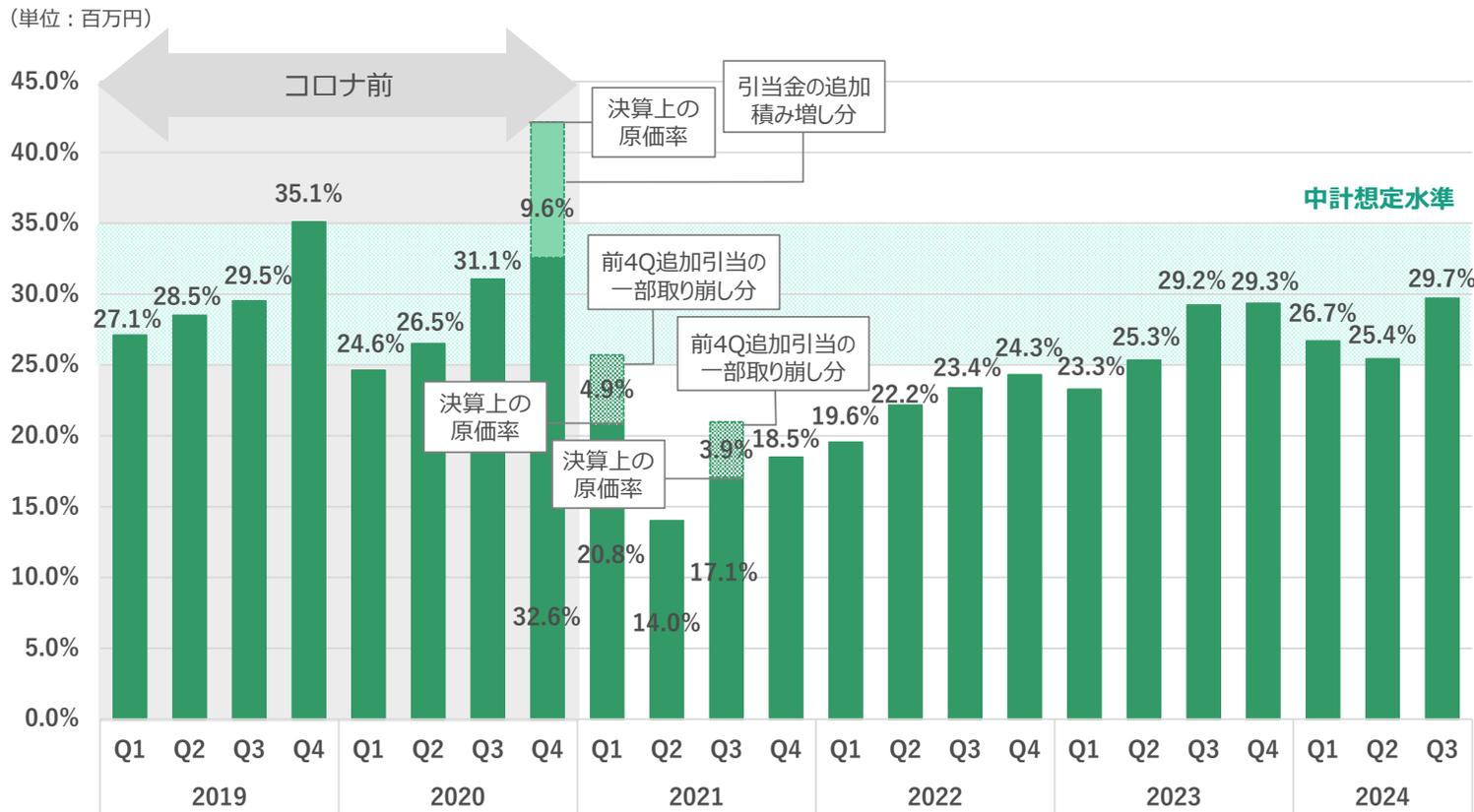
((()), **フィナンシャル事業 四半期売上高推移**

- ・ Q3のフィナンシャル事業の売上高は627百万円となり過去最高を継続中 (YoY+14.1%, QoQ+2.0%)
- ・ URIHO(YoY+26.5%)とPaid(YoY+9.3%)は引き続き順調に成長



(((shield icon) **フィナンシャル事業 四半期売上原価率推移**

与信審査の適切なコントロールがきいており、中計想定水準内の原価率が維持できている



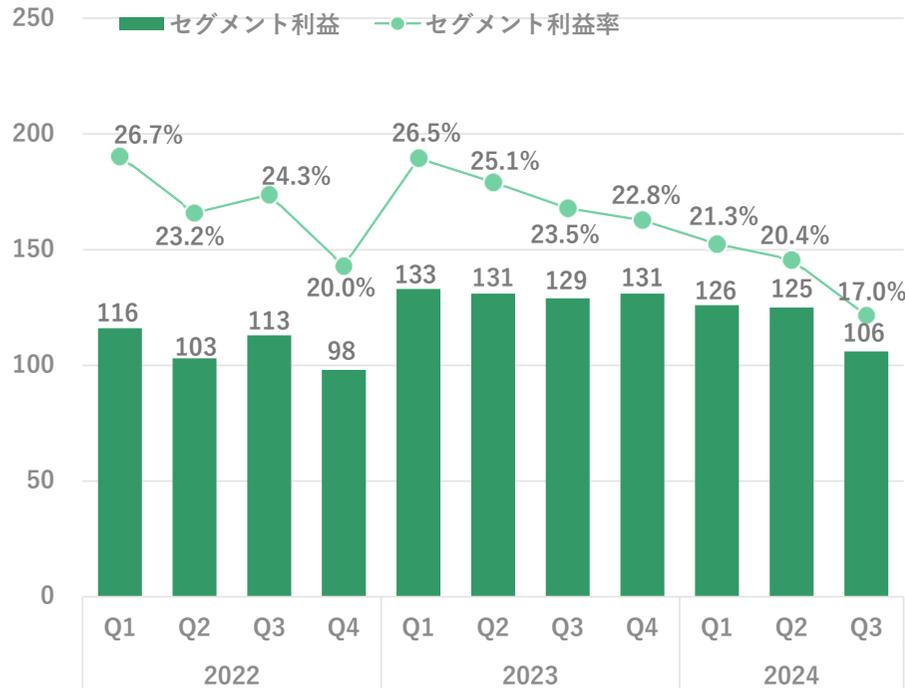
FY2024/4 Q 3	
YoY	QoQ
+0.5pts	+ 4.3pts

(((shield icon) フィナンシャル事業 四半期セグメント利益推移

- ・ Q3ではURIHOのTV-CMを放映、広告宣伝費はYoY+75.5%、Q3の営業利益は106百万円 (YoY-17.3%)
- ・ 売上原価率の上昇により広告宣伝費除きの営業利益は187百万円 (YoY+7.0%、 QoQ-9.7%)

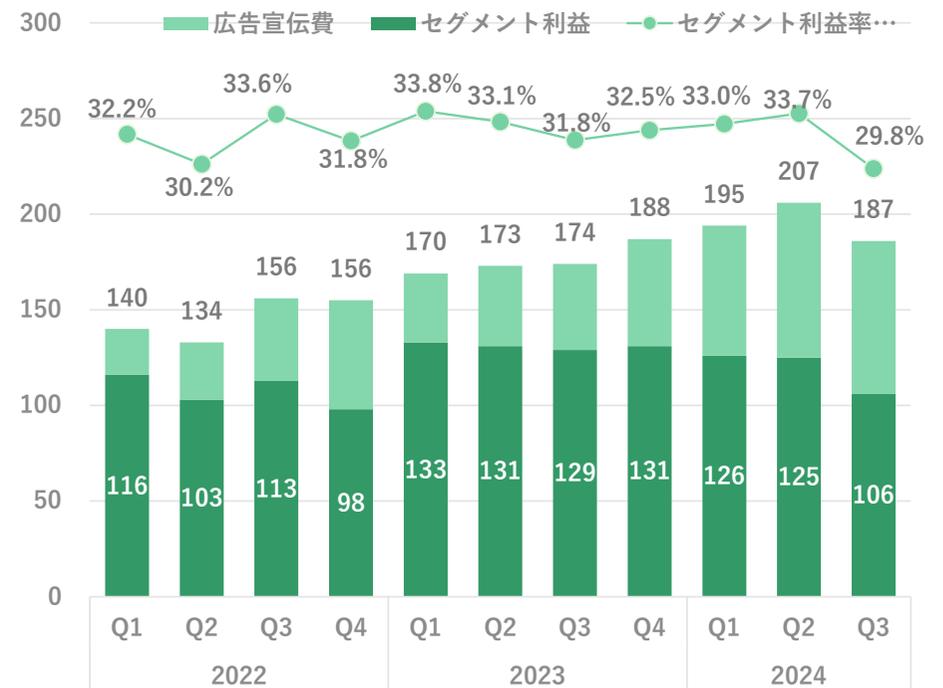
営業利益 (四半期)

(単位: 百万円)



営業利益 (広告宣伝費・販売促進費) (四半期)

(単位: 百万円)



Appendix

- データ集
- ESG関連

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				2024		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
EC	770,222	784,414	781,893	828,788	796,974	814,418	853,236
フィナンシャル	503,005	524,498	549,607	578,553	592,558	615,147	627,357
合計	1,273,227	1,308,913	1,331,500	1,407,341	1,389,533	1,429,566	1,480,593

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				2024		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
EC	330,732	308,053	307,239	331,675	307,218	121,526	191,888
フィナンシャル	133,418	131,575	129,173	131,779	126,488	125,496	106,816
調整	-149,447	-146,806	-150,990	-163,173	-155,030	-199,168	-160,027
合計	314,702	292,821	285,421	300,281	278,676	47,855	138,678

EC事業 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				2024		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
システム利用料売上	617,971	636,012	638,985	685,838	650,072	673,600	725,048
会員小売店向け売上	77,118	74,468	72,464	72,676	77,014	70,864	60,664
出展企業向け売上	70,263	68,952	65,543	64,841	64,151	63,952	61,101
合計	765,353	779,432	776,992	823,356	791,237	808,416	846,813
流通額	5,761,178	5,924,639	5,925,910	6,211,309	5,900,884	6,084,836	6,505,575

EC事業 スーパーデリバリー購入者数と客単価

(単位：千円)

	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	4Q
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	27,477
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	226,055

	2024		
	1Q	2Q	3Q
購入者数(店舗)	27,423	30,922	33,986
客単価(円)	215,180	196,780	191,419

(((shield icon) フィナンシャル事業 サービス別売上高推移

(単位：千円)

	2016				2017				2018			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
Paid						58,926	66,018	72,419	72,014	73,894	77,402	80,069
URIHO	109,329	104,991	111,656	114,028	110,760	105,750	103,765	105,173	105,139	104,262	112,914	118,406
家賃保証	5,001	7,433	10,045	12,236	14,306	17,878	19,296	20,839	23,300	26,189	28,126	29,132
合計	150,924	153,308	166,162	176,127	177,263	182,555	189,081	198,432	200,454	204,346	218,443	227,608

	2019				2020				2021			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
Paid	87,021	95,868	104,361	111,469	113,519	120,817	119,948	116,461	119,563	125,908	129,883	137,703
URIHO	123,682	130,218	139,784	143,366	148,983	154,368	161,997	172,438	171,857	171,727	178,205	182,102
家賃保証	33,169	31,142	120,379	96,878	100,397	102,281	104,515	99,006	104,342	112,013	114,930	96,254
合計	243,873	257,229	364,526	351,713	362,899	377,467	386,461	387,906	395,763	409,649	423,019	416,060

	2022				2023				2024		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
Paid	136,191	140,933	154,409	167,040	166,728	175,899	187,020	202,245	203,671	207,038	204,452
URIHO	191,685	199,289	204,911	218,287	221,664	233,195	247,626	264,971	275,053	295,961	313,136
家賃保証	108,708	106,717	105,267	105,864	114,612	115,403	114,960	111,336	113,833	112,148	109,768
合計	436,585	446,940	464,588	491,192	503,005	524,498	549,607	578,553	592,558	615,147	627,357

セグメント間の売上高を除外しております。

(((shield icon) フィナンシャル事業 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	4Q
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	2,861,010
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	8,630,562
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	11,491,572

	2024		
	1Q	2Q	3Q
内部取引	2,707,621	2,761,392	2,957,288
外部取引	8,794,414	9,031,495	8,874,143
合計	11,502,035	11,792,887	11,831,432

(((shield icon) フィナンシャル事業 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
サブスク型						239,653	329,089	445,189	936,759	1,458,200	1,901,388	2,250,171
非サブスク型	5,241,870	5,447,712	5,629,359	6,267,980	5,803,443	5,656,031	5,360,736	5,713,630	5,848,249	6,285,492	6,681,926	7,657,631
合計	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
サブスク型	2,937,310	3,520,826	4,162,328	4,795,038	5,507,915	5,997,040	6,587,784	7,853,489	8,667,930	9,014,900	9,979,000	11,334,440
非サブスク型	7,374,074	7,882,890	8,031,630	8,814,424	8,565,549	9,096,267	9,423,813	10,176,279	9,735,669	9,820,816	10,886,449	11,742,354
合計	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				2024		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
サブスク型	12,922,340	14,275,360	15,647,050	17,954,560	19,894,320	23,486,460	26,748,430	29,793,220	33,706,380	36,537,080	38,190,460
非サブスク型	11,405,967	11,770,743	12,009,924	12,800,663	12,810,918	13,173,350	13,500,845	14,140,065	13,570,015	14,048,994	14,491,359
合計	24,328,307	26,046,103	27,656,974	30,755,223	32,705,238	36,659,810	40,249,275	43,933,285	47,276,395	50,586,074	52,681,819

(((shield icon) フィナンシャル事業 家賃保証残高推移

(単位：千円)

2016				2017				2018			
1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
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				2024		
1Q	2Q	3Q	4Q	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	7,602,763	7,666,491	7,605,492	7,612,296

※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。

Appendix

- データ集
- **ESG関連**

ESG情報：サステナビリティ基本方針

経営理念

企業活動を効率化し便利にする

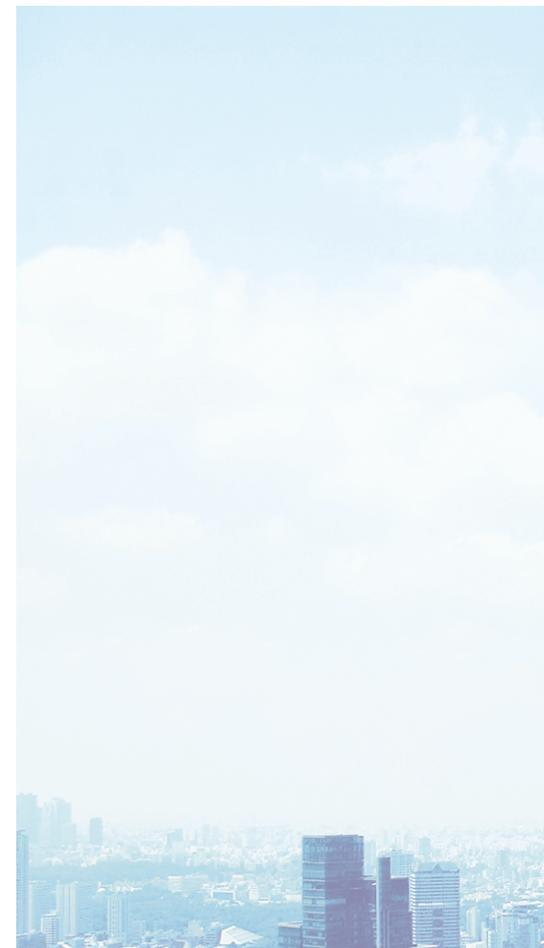
ビジネスインフラとして幅広い事業領域の取引をサポート

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



ESG情報：5つの重点テーマ

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

