

Kuradashi

2024年6月期 第3四半期 決算説明資料

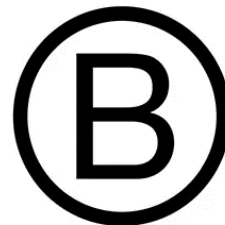
株式会社クラダシ
(証券コード：5884)

1. 事業概要
2. 24年6月期 第3四半期 業績報告
3. 成長戦略
4. サステナビリティ
5. Appendix

1. 事業概要
2. 24年6月期 第3四半期 業績報告
3. 成長戦略
4. サステナビリティ
5. Appendix

| | |
|-------|---|
| 会社名 | 株式会社クラダシ |
| 代表取締役 | 関藤 竜也 |
| 創立 | 2014年7月7日 |
| 所在地 | 東京都品川区上大崎三丁目2番1号 |
| 事業内容 | 「Kuradashi」事業 <ul style="list-style-type: none">● ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」● Kuradashi Hub● Kuradashi Stores |

Certified



®
Corporation

クラダシは、日本で13番目に
B Corp 認証注1を取得しました。

Mission

ソーシャルグッドカンパニーでありつづける

もったいないを価値へ～凸と凹をマッチングすることで世界を豊かにする。
世の中に山積する社会課題解決を目的に設立したソーシャルグッドカンパニー。
社会性、環境性、経済性に優れた活動をしていきます。

Vision

日本で最もフードロスを削減する会社

国内消費食料の約6割を輸入しているにも関わらず、世界有数のフードロス大国である日本。
「3分の1ルール」などの商慣習のために、その多くを無駄にしているのです。
私たちクラダシは1.5次流通革命を通じて、日本のフードロスを削減します。

Kuradashi の特徴的なビジネスモデル

フードロス削減に特化したプラットフォームで
サプライヤー良し、消費者良し、社会良しの三方良しのソーシャルグッドを実現



社会貢献団体への寄付 & クラダシ基金の活動原資

売り上げの一部を環境保護や動物愛護などのさまざまな社会貢献団体へ寄付
もしくはクラダシ基金の活動に充当し、SDGsの17の目標を横断して支援 🌈

おトクな買い物がフードロス削減 更には社会貢献活動へつながるプラットフォーム

楽しいお買い物で、
みんなトクする
ソーシャルグッドマーケット

Kuradashi

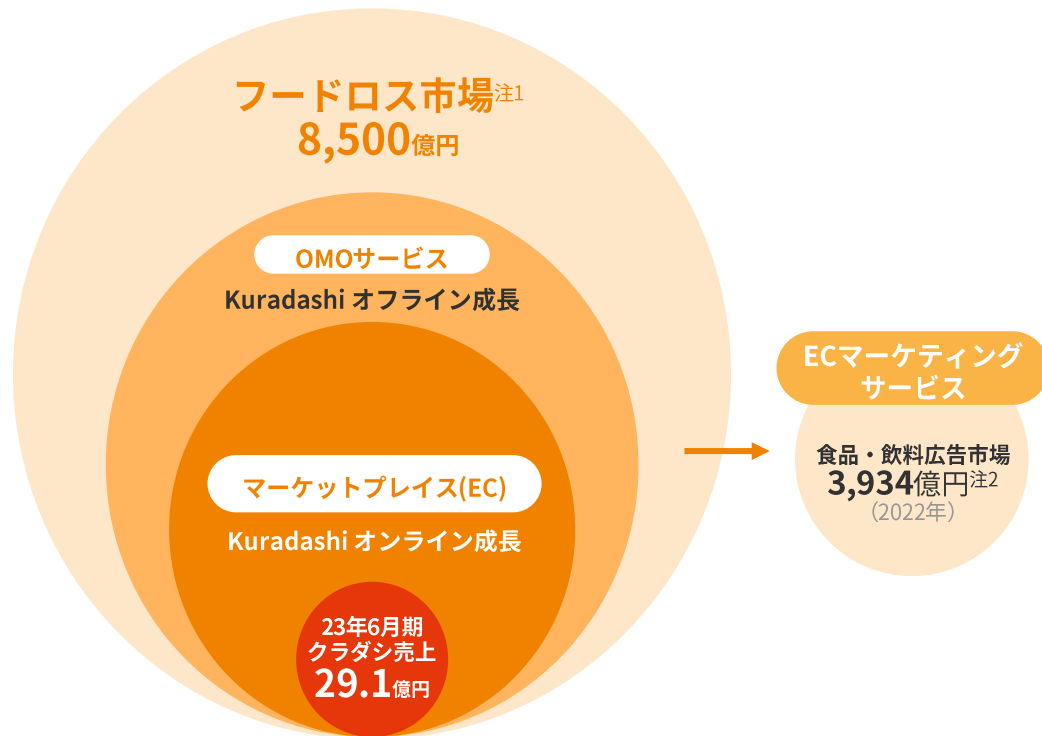
フードロス削減を目指し、まだ食べられるにもかかわらず捨てられてしまう可能性のある食品などを、おトクに販売しています。

さらに、売上の一部を環境保護・災害支援などに取り組むさまざまな社会貢献団体への寄付やクラダシ基金として活用し、SDGs17の目標を横断して支援しています。

楽しくておトクなお買い物が、社会に良いことにつながる。そんな、全く新しいソーシャルグッドマーケットを創出しています。



フードロス市場は約8,500億円
国を挙げて解決すべき社会課題であり、周辺市場も含めて大きなポテンシャルを有する



パートナー企業からの賛同

- 事業コンセプトと社会貢献の取り組みに賛同いただき、多くのパートナー企業からの商品出品を継続実現

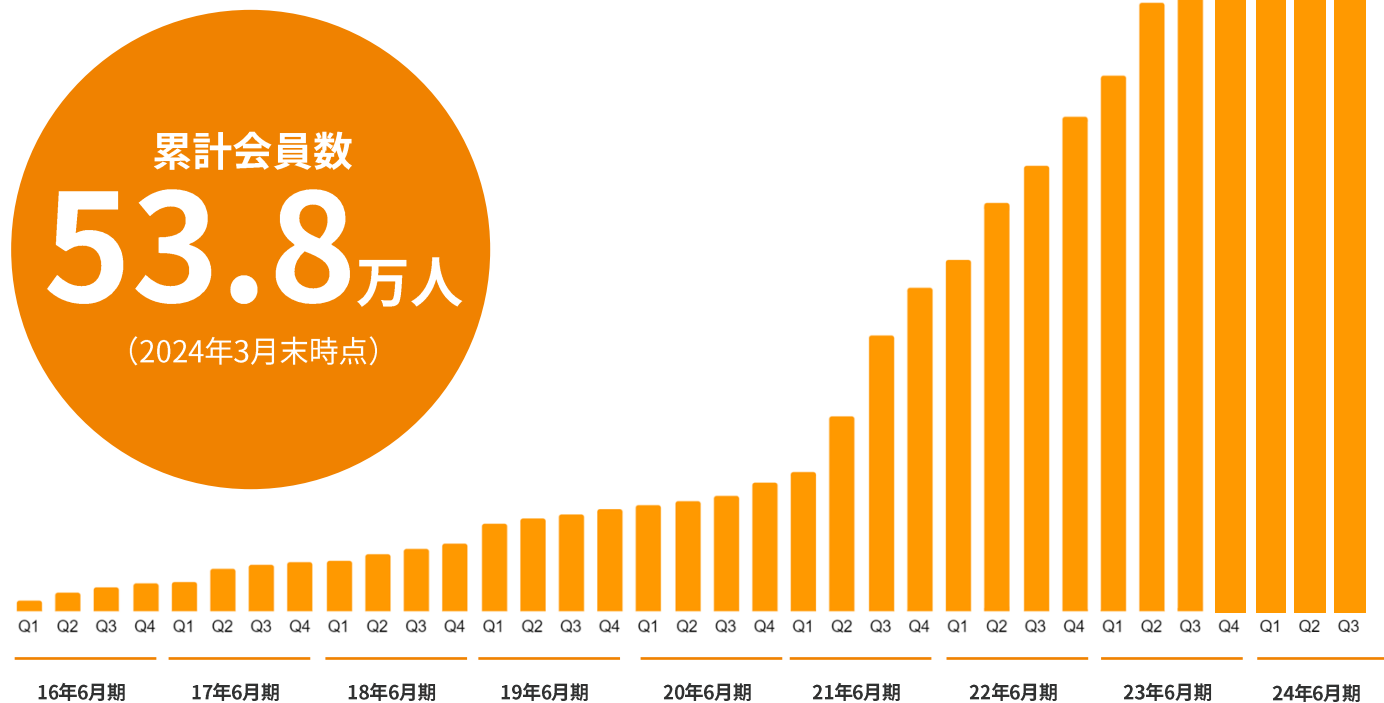
代表的なパートナー企業例：



すこやかな毎日、
ゆたかな人生



フードロス削減に賛同するKuradashi会員数は加速的に増加



サステナビリティへの貢献

クラダシのユニークな事業モデルである社会貢献活動への支援

累計支援金額

2024年3月末時点

1.3億円

社会貢献団体への寄付

さまざまな支援先



日本自然保護協会



公益社団法人

国土緑化推進機構



Good Neighbors Guatemala



Paralym Art®



ブルーシー・アランド・グリーンランド株式会社



ピースボート
災害支援センター



On the Road
NPO法人オンロード



Lifeboat
THE INTERNATIONAL COAST GUARD



日本ボランティアセンター



認定NPO法人
レット症候群支援機構

クラダシ基金の活動原資

代表的な活動

地方創生



食のサステナビリティ研究会



フードバンク支援



SDGs教育



1. 事業概要
2. 24年6月期 第3四半期 業績報告
3. 成長戦略
4. サステナビリティ
5. Appendix

売上高（前年同期比）

7.7 億円
(+1.0%)

売上総利益（前年同期比）

3.5 億円
(-0.5%)

累計パートナー企業数^{注1}

1,724 社

営業利益（前年同期比）

0.1 億円
(-0.1億円)

当期純利益（前年同期比）

0.1 億円
(-0.1億円)

累計会員数^{注2}

53.8 万人

食品値上げ等の外部環境の厳しい中、
EC取引の伸長・限界利益額の拡大により、第3四半期も黒字化を達成

売上高 770百万円
 (前年同期比+1.0%)

- 主力の**EC取引は前年同期比104%と成長したものの市況は回復し切らず**
- Hub取引は前年同期比ではスポット取引による差分があるものの、
Stores取引は案件獲得により前年同期比127%と成長

限界利益額:188百万円
 (前年同期比+2.2%)

限界利益率：24.4%
 (前年同期比+0.3pts)

営業利益額:6百万円
 (前年同期比▲14百万円)

- 稼ぐ力である限界利益^{注1}は前年同期比+2.2%の成長、
 限界利益率は高水準の24.4%と前年同期比0.3pts上昇
- 営業利益額は前年同期比▲14百万円。**上場コスト・開発投資による固定費増も、
 営業利益を計上**
- 上場に伴う諸税金の計上やOps DX、新機能開発による減価償却費負担増も限界利益額の成長により利益体質を維持

KPI
 累計パートナー企業数:
 1,724社
 累計会員数:
 53.8万人

パートナー企業KPI
 一社当たり仕入高818千円を維持しながら、**アクティブ企業数573社と継続成長**
 ユーザーKPI
 UUは新規会員の効率的な獲得により前年同期比+2.3%
 ARPPUも9,291円と前年同期比+2.1% (コアファン化)

決算ハイライト

ビジネス
 ハイライト
 ・
 今後の展望

Stores取引：培ってきた顧客基盤・ブランド価値と企画力により、サステナビリティ・ブランディング支援案件が拡大

当期業績予想：
 第3四半期までの進捗及び第4四半期の状況を精査した結果、業績予想の下方修正を決議

24年6月期 第3四半期 業績

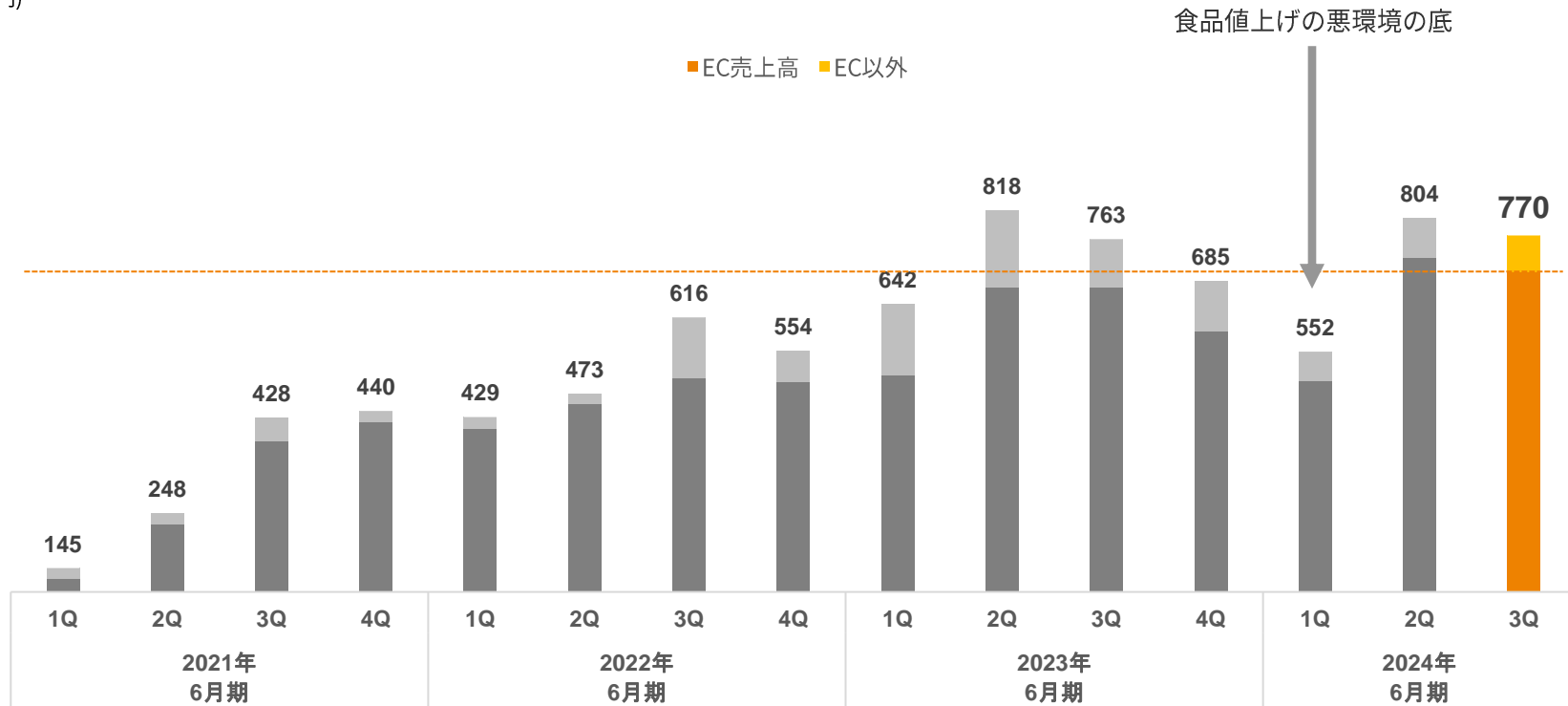
- 売上高：第1四半期からの回復・ECの成長も、Hubスポット取引未発生により前年同期比減少
- 利益：財務改善活動により各段階損益は第2四半期に引き続き、黒字継続

| (百万円) | 23年6月期 3Q (23年1月-3月) | 24年6月期 3Q (24年1月-3月) | 前年同期比 | 23年6月期 3Q累計 (22年7月-23年3月) | 24年6月期 3Q累計 (23年7月-24年3月) | 前年同期比 |
|--------------------|----------------------------|----------------------------|---------|---------------------------------|---------------------------------|---------|
| 売上高 | 763 | 770 | +1.0% | 2,224 | 2,127 | ▲4.4% |
| 売上総利益 | 352 | 350 | -0.5% | 994 | 1,016 | +2.2% |
| 売上総利益率(%) | 46.1 | 45.5 | -0.7pts | 44.7 | 47.8 | +3.1pts |
| 限界利益 ^{注1} | 184 | 188 | +2.2% | 530 | 563 | +6.1% |
| 限界利益率(%) | 24.1 | 24.4 | +0.3pts | 23.9 | 26.5 | +2.6pts |
| 営業利益 | 20 | 6 | -14百万円 | ▲134 | 24 | +158百万円 |
| 経常利益 | 22 | 6 | -16百万円 | ▲126 | 26 | +153百万円 |
| 当期純利益 | 22 | 4 | -18百万円 | ▲126 | 18 | +145百万円 |

売上高の四半期別推移

- 食品値上げの悪環境から1Qを底として急回復も、悪化前の市況水準までは回復しきらず
- 厳しい環境下において、売上高合計では前年割れしつつも、主力であるECでは前年比成長を継続

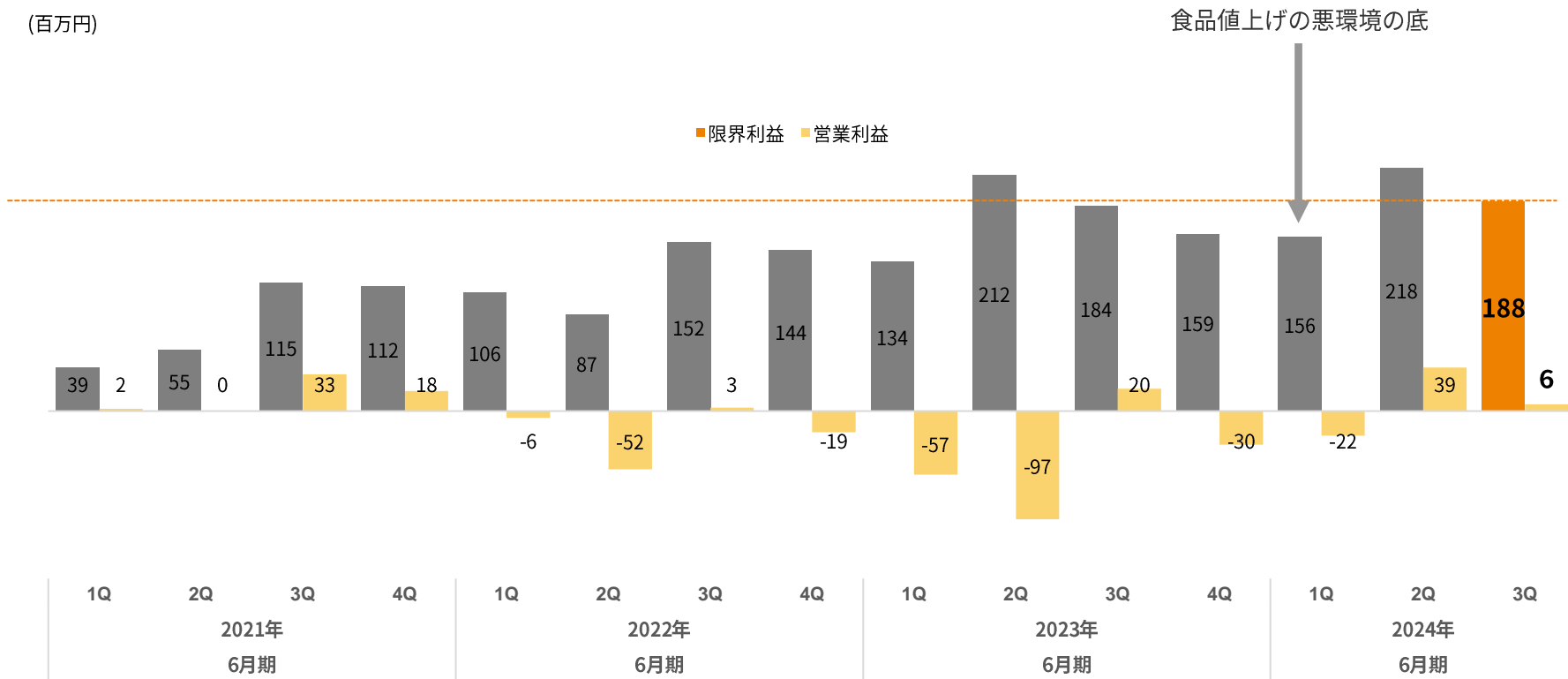
(百万円)



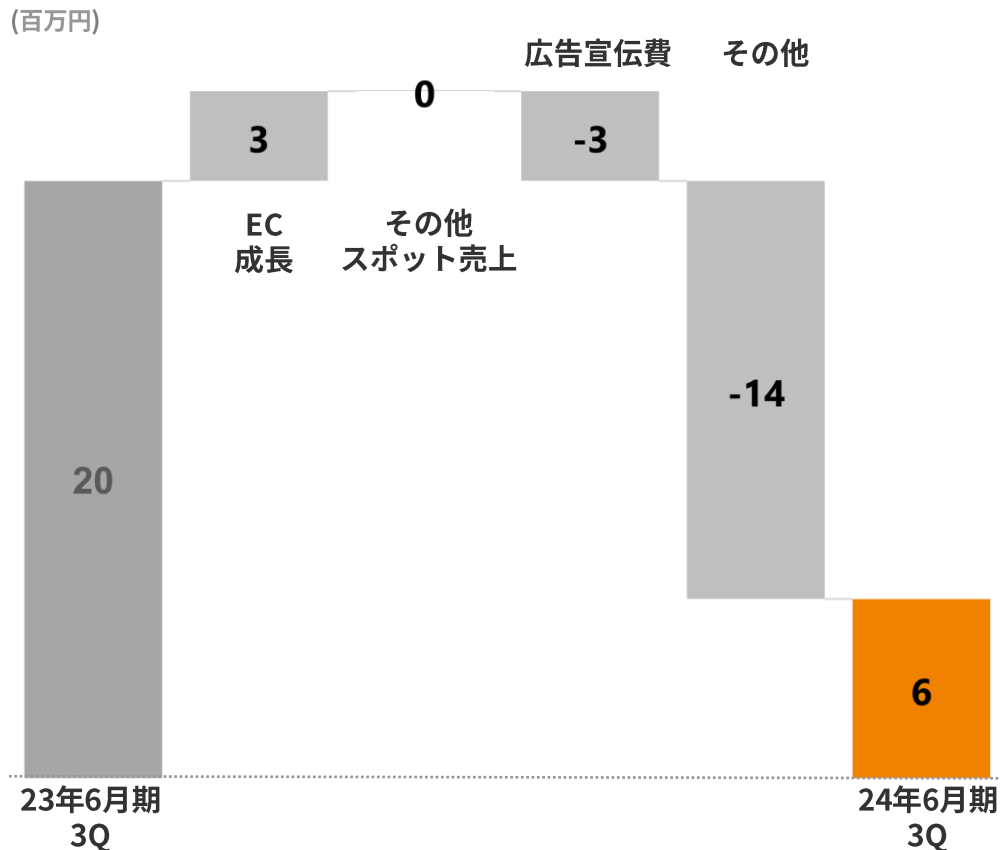
各利益の四半期別推移

- 食品値上げの悪環境から1Qを底として急回復も、悪化前の市況水準までは回復しきらず
- 限界利益は前年同期比成長を継続

(百万円)



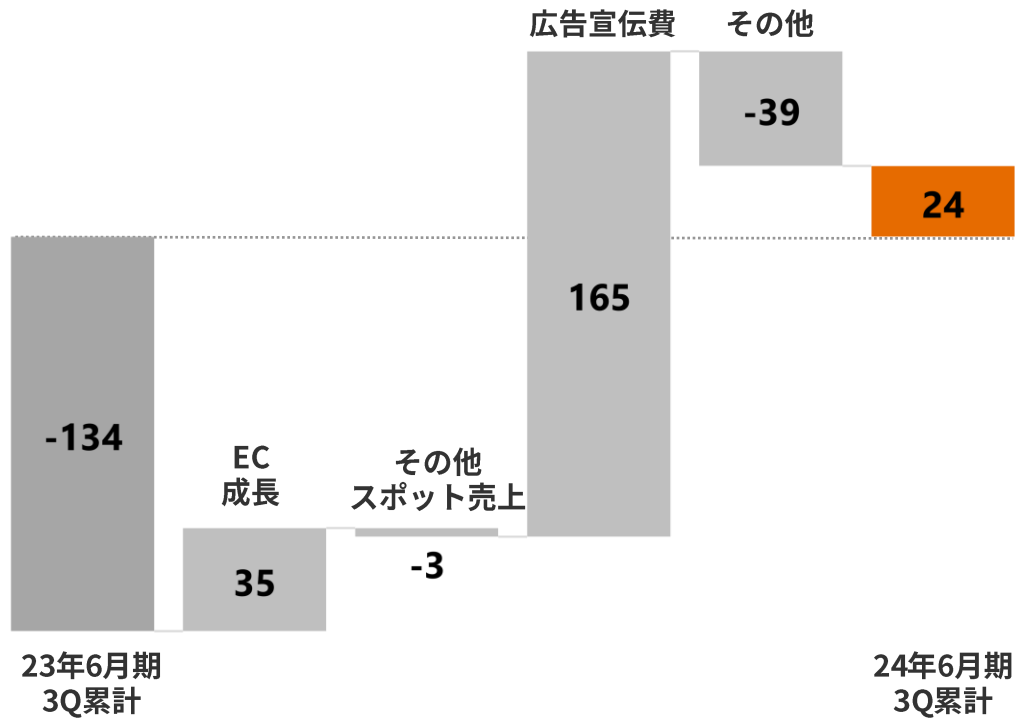
24年6月期 第3四半期 営業利益増減



- EC成長 (+3百万円) :
ECの成長による限界利益の増加
- 広告宣伝費 (▲3百万円) :
高効率の水準でのデジタルマーケティング投下
- その他 :
人件費、システム費/減価償却費等のデジタル投資、上場維持費用等

第3四半期累計 営業利益増減

(百万円)

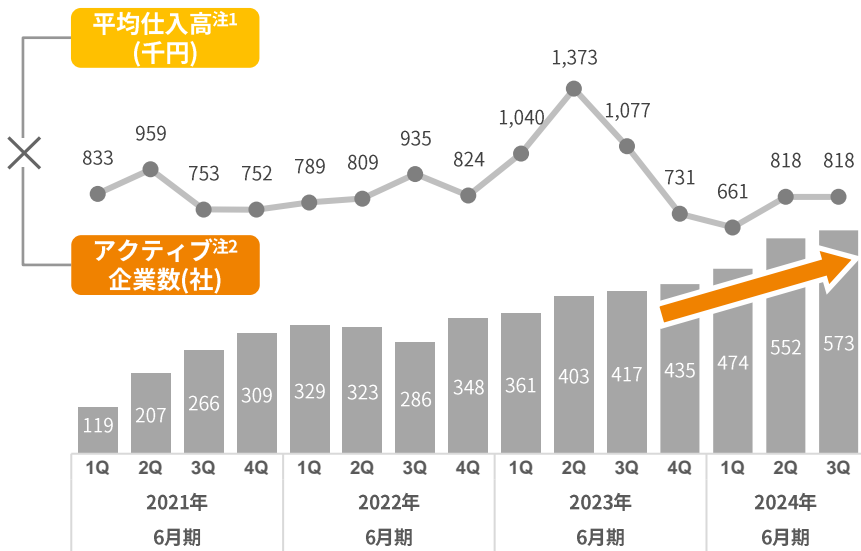


- EC成長 (+35百万円) :
ECの成長による限界利益の増加
- 広告宣伝費 (-165百万円) :
高効率の水準でのデジタルマーケティング投下
- その他 :
システム費/減価償却費等のデジタル投資、上場維持費用

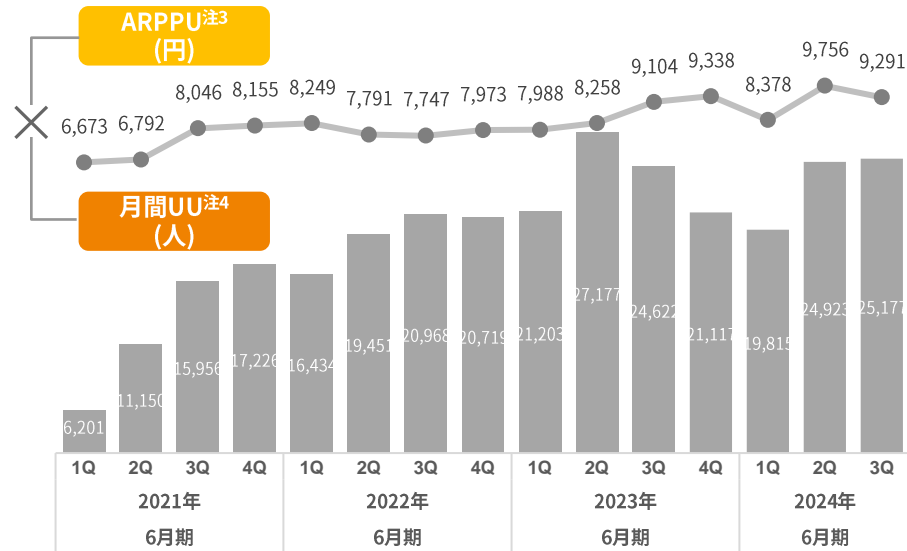
KPI推移（パートナー企業・会員）

- 販売側のKPI「平均仕入高」と購入側のKPI「月間UU」は第1四半期を底に上昇
- ①パートナー企業による供給増加が魅力的な商品の増加につながり、②UU・ARPPUの増加へと作用
- 市況回復後に商品供給高を確保できるように自助努力のなかで取引網を確実に広げている

パートナー企業：販売側のKPI



会員：購入側のKPI



注1：四半期(3か月間)の仕入額をアクティブパートナー企業数で除して算出

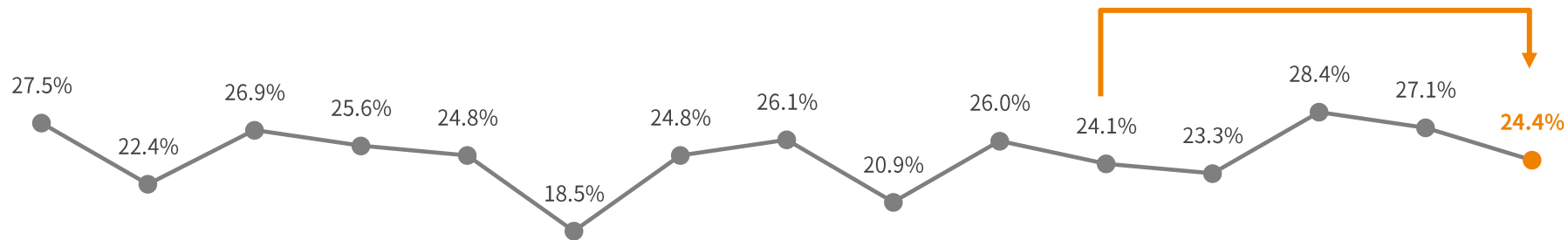
注2：四半期中に取引が発生したパートナー企業数

注3：Average Revenue per Paid User(UU一人当たり平均購入金額)

注4：月次UU数(購入会員ID数)の四半期(3か月)平均数

KPI推移 (限界利益率)

- 限界利益率は適正水準で維持継続 (前年同期比+0.3pts)



| 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q |
|-------|----|----|----|-------|----|----|----|-------|----|----|----|-------|----|----|
| 2021年 | | | | 2022年 | | | | 2023年 | | | | 2024年 | | |
| 6月期 | | | | 6月期 | | | | 6月期 | | | | 6月期 | | |

サステナビリティ特化型ブランディング支援の案件数が拡大

環境配慮商品の販売促進

株式会社J-オイルミルズ様

- 環境性と機能性を両立させた新商品について、エシカル志向の強いKuradashi会員に対してプロモーションを実施。



季節性商品ロスの啓発

東京ミッドタウンマネジメント株式会社様

- 「私たちのバレンタインは2月15日から始まります。」というメッセージとともに、バレンタインチョコの販売促進を通じた季節性商品のロス削減啓発イベントを開催。



24年6月期 通期業績予想の修正

- 第1四半期の食品値上げの悪影響のボリューム/回復タイミングが想定よりも大きく/遅く、予想比で大きくビハインド
- 第2四半期中の急回復により業績回復するも、第3四半期は市況回復しきらず着地
- 第4四半期にビハインドを取り戻すほどの好材料は見受けられず、業績予想を下方修正
- 業績予想の下方修正を踏まえ、繰延税金資産の回収可能性も見直し

| (百万円) | 24年6月期 (23年7月-24年6月) | | | 23年6月期 (22年7月-23年6月) | |
|-------|-------------------------|-------------------|--------|-------------------------|-------|
| | 修正後 | 修正前 ^{注1} | 増減率 | 通期 | 増減率 |
| 売上高 | 2,921 | 3,500 | -16.5% | 2,910 | +0.4% |
| 営業利益 | 24 | 45 | -45.7% | -164 | - |
| 経常利益 | 26 | 45 | -40.9% | -171 | - |
| 当期純利益 | 16 | 80 | -79.1% | -167 | - |

役員報酬の減額

- 業績予想の下方修正の内容を真摯に受け止め、その経営責任を明確にするため、以下の通り役員報酬を減額

減額の内容

- 代表取締役社長 月額固定報酬の50%を減額
- 常勤取締役 月額固定報酬の30%を減額

対象期間

- 2024年4月～2024年6月（3か月間）

1. 事業概要
2. 24年6月期 第3四半期 業績報告
3. 成長戦略
4. サステナビリティ
5. Appendix

目指すべき方向性



会社視点

Mission ソーシャルグッドカンパニーでありつづける

Vision 日本で最もフードロスを削減する会社



フードロス削減においてなくてはならない存在



目指すあるべき姿 みんなトクするフードロス削減のインフラに



Brand Purpose 楽しいお買い物で、みんなトクする
ソーシャルグッドマーケットを創る。



会員視点

目指すあるべき姿 みんなトクするフードロス削減のインフラに

1

EC事業の拡大

2

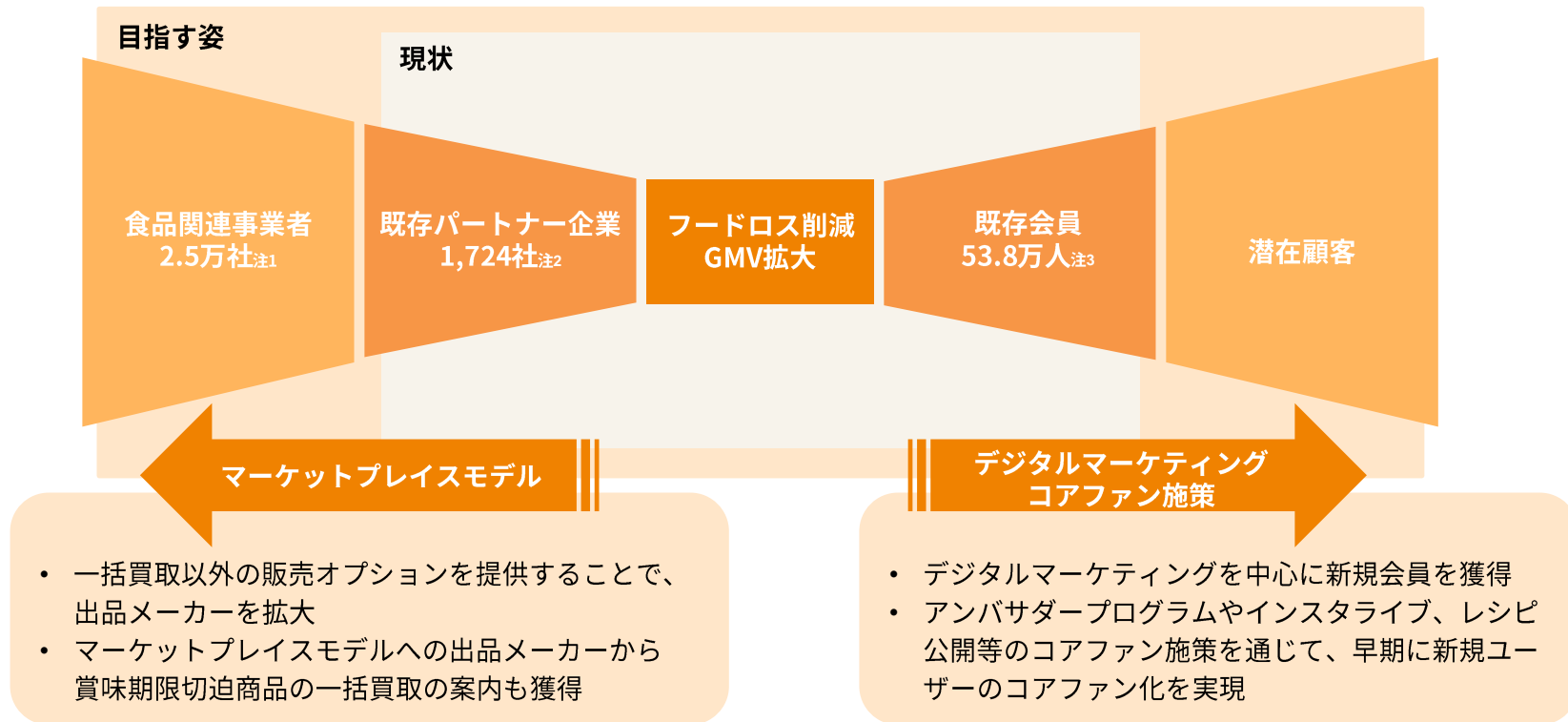
サプライチェーンにおける機能拡張

3

新規事業(M&A含む)による非連続の成長

1.EC事業の拡大

パートナー企業とユーザーの双方向にアプローチすることで、フードロス削減の輪を拡大



注1：経済産業省「2022年経済構造実態調査」

注2：創業から2024年3月末時点までに取引実績のあるパートナー企業数

注3：創業から2024年3月末時点までの累計会員登録者数

2. サプライチェーンにおける機能拡張



Kuradashi
Stores



Kuradashi
Hub



オンライン販売・ブランディングノウハウを食品メーカー等に提供
クライアント企業のブランド価値を高めつつ、自社のメディア効果も最大化

ブランディング



Kuradashi Magazine

くらだしマガジン

エシカル消費に感度の高い会員向け、パートナー企業のブランディングを支援する「ブランドスタジオサービス」

ユーザーを知ろう。

ECコンサル



Kuradashi
Analytics

Kuradashiでの過去販売データを可視化・分析することでよりリアルな販売戦略を立案

マーケティング



やさしい仲間たちが大集合。
Kuradashi
Partner

Kuradashi上に、パートナー特設ページを作成
当該ページの会員回遊率を高めることで販売促進

オフライン



2. サプライチェーンにおける機能拡張

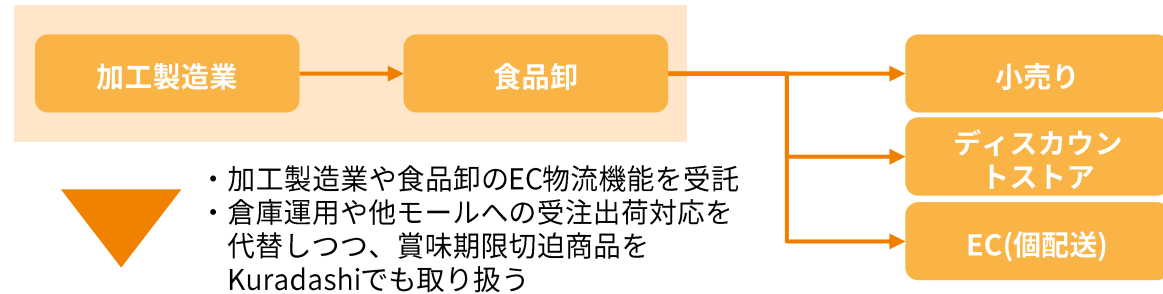


Kuradashi Base



食品EC運用ノウハウ及び食品メーカーとのリレーションを活かして、難易度の高い食品（3温度帯）のEC物流サービスを提供
食品流通の課題を解消しつつ、Kuradashi出品への導線を創出、他モールとの差別化を図る

1次流通



1.5次流通



2. サプライチェーンにおける機能拡張



Kuradashi Forecast

Kuradashiのダイナミックプライシング機能など食品ECの蓄積データを活用し、需要予測や新商品開発といったサプライチェーン上流でフードロスが出ない仕組みを構築

事例：プライベートブランド「つくってKuradashi」の開発

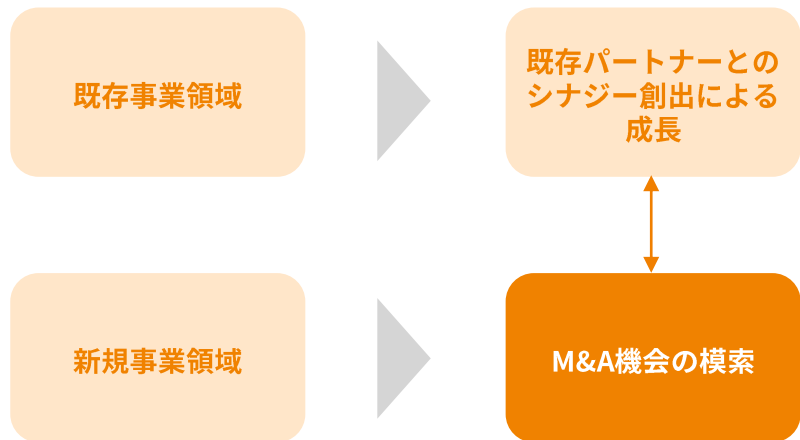
ロスになりそうな食材を、調理加工・冷凍した総菜を開発し販売。購買データを商品開発・改善に活用



3.非連続な成長の為のM&A

Kuradashiの事業バリューチェーン強化をすることで、事業成長の加速・非連続の成長を目指す

成長のための手段の考え方



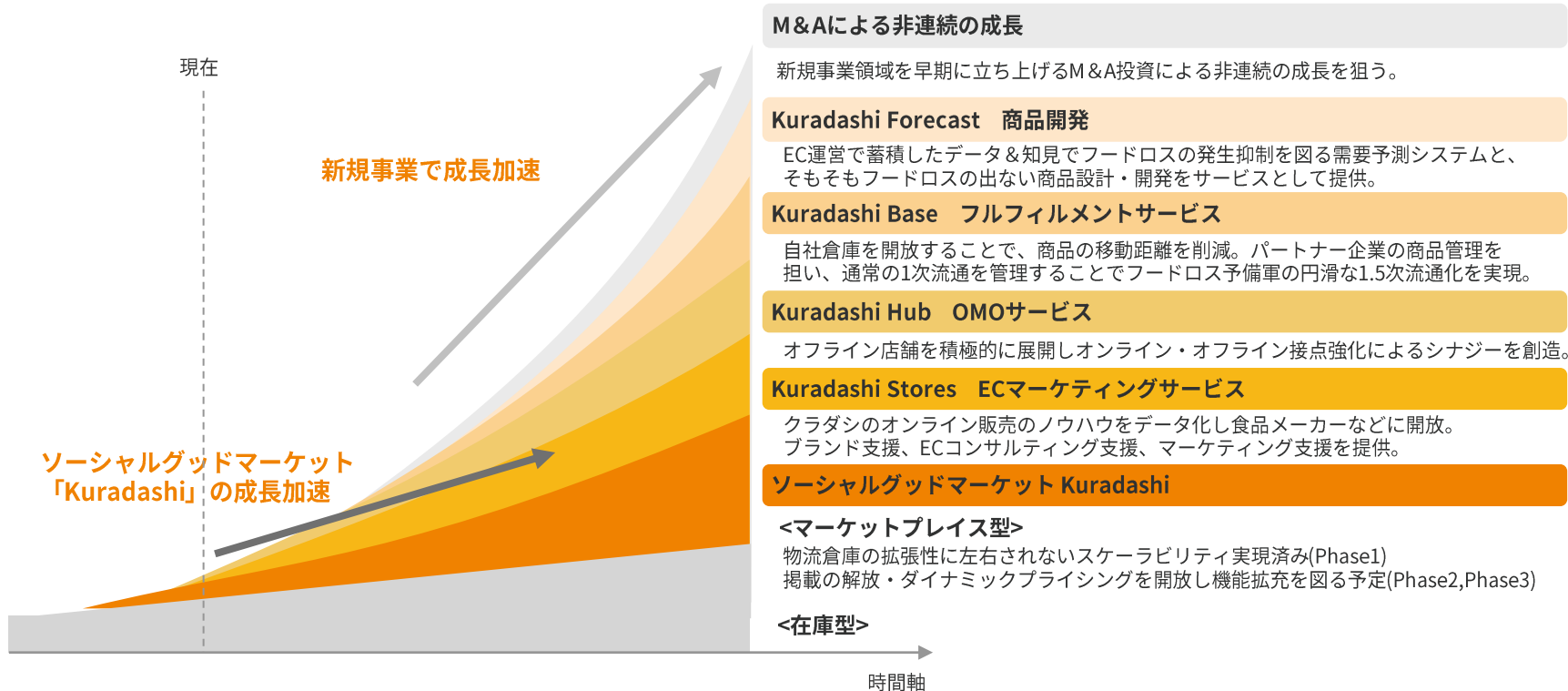
継続的に高い成長を維持しながら、
事業が大きく伸長するような非連続の成長

領域

展開の方向性

| 領域 | 展開の方向性 |
|-----------------------------------|--|
| 川上 Kuradashi Forecast & 新規事業領域 | <ul style="list-style-type: none">• 需給予測 (ダイナミックプライシング)• 商品製造企業• 商品設計/PB (プライベートブランド) |
| Kuradashi Base | <ul style="list-style-type: none">• 倉庫事業/運送事業• 倉庫管理WMS及びサイト販売システムOMS |
| Kuradashi Stores | <ul style="list-style-type: none">• ECサイト運営企業のカテゴリ領域拡充• EC戦略/マーケティングコンサルティング• ブランドソリューション (広告事業) |
| 川下 Kuradashi Hub | <ul style="list-style-type: none">• 販売チャネルの拡充 (オンライン・オフライン両軸)• リテールメディアとしてのチャネル活用 |

マーケットプレイス事業を中心に堅調な既存事業を成長加速 さらに新規事業による収益複線化で成長加速を目指す



1. 事業概要
2. 24年6月期 第3四半期 業績報告
3. 成長戦略
4. サステナビリティ
5. Appendix

Kuradashiによる社会・環境・経済へのポジティブ・インパクト（2024年3月末時点 累計）



フードロス削減量

22,356トン



CO2削減量

59,267トン



経済効果

108億円

サステナビリティ取り組み

地域活性化など継続支援

令和6年 能登半島地震 緊急支援

- 「令和6年 能登半島地震緊急支援 ピースボート災害支援センター」への緊急支援を実施
- 支援金額 675千円を寄付、被災された方々の生活再建に向けて必要な活動に活用される予定

PBV
ピースボート
災害支援センター

Kuradashi



社会貢献型インターンシップ「クラダシチャレンジ」

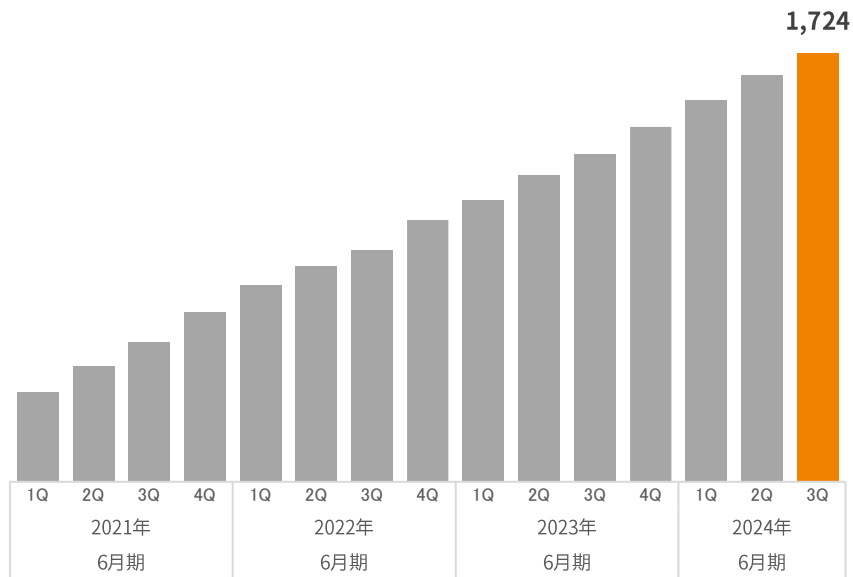
- 地方の農家などに大学生が訪れ、収穫支援や自治体を含めた意見交換会などを通じて、フードロスや地域課題について考えるプログラム
- 2024年2月に愛媛県八幡浜市で、3月に島根県隠岐の島町、愛媛県松山市で開催



1. 事業概要
2. 24年6月期 第3四半期 業績報告
3. 成長戦略
4. サステナビリティ
5. Appendix

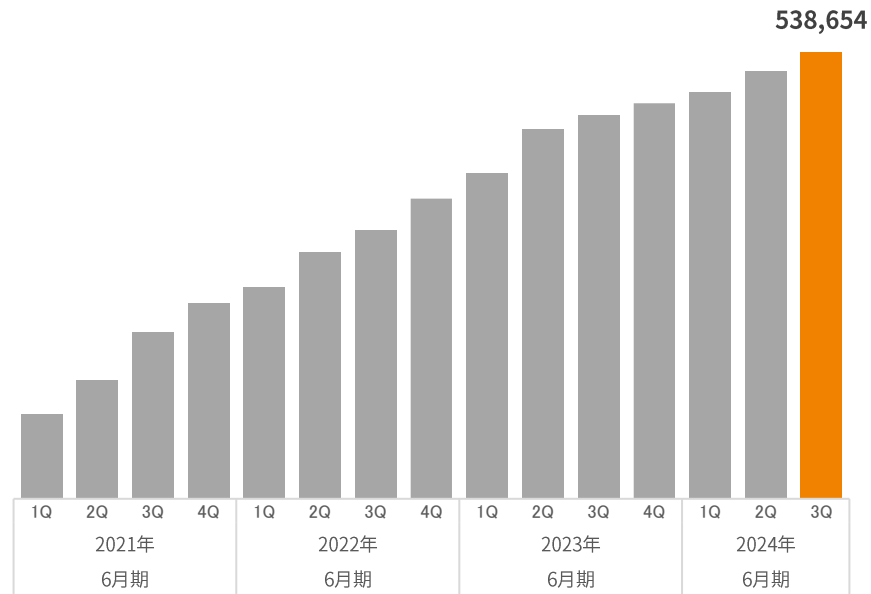
累計パートナー企業数^{注1}

(単位：社)



累計会員数^{注2}

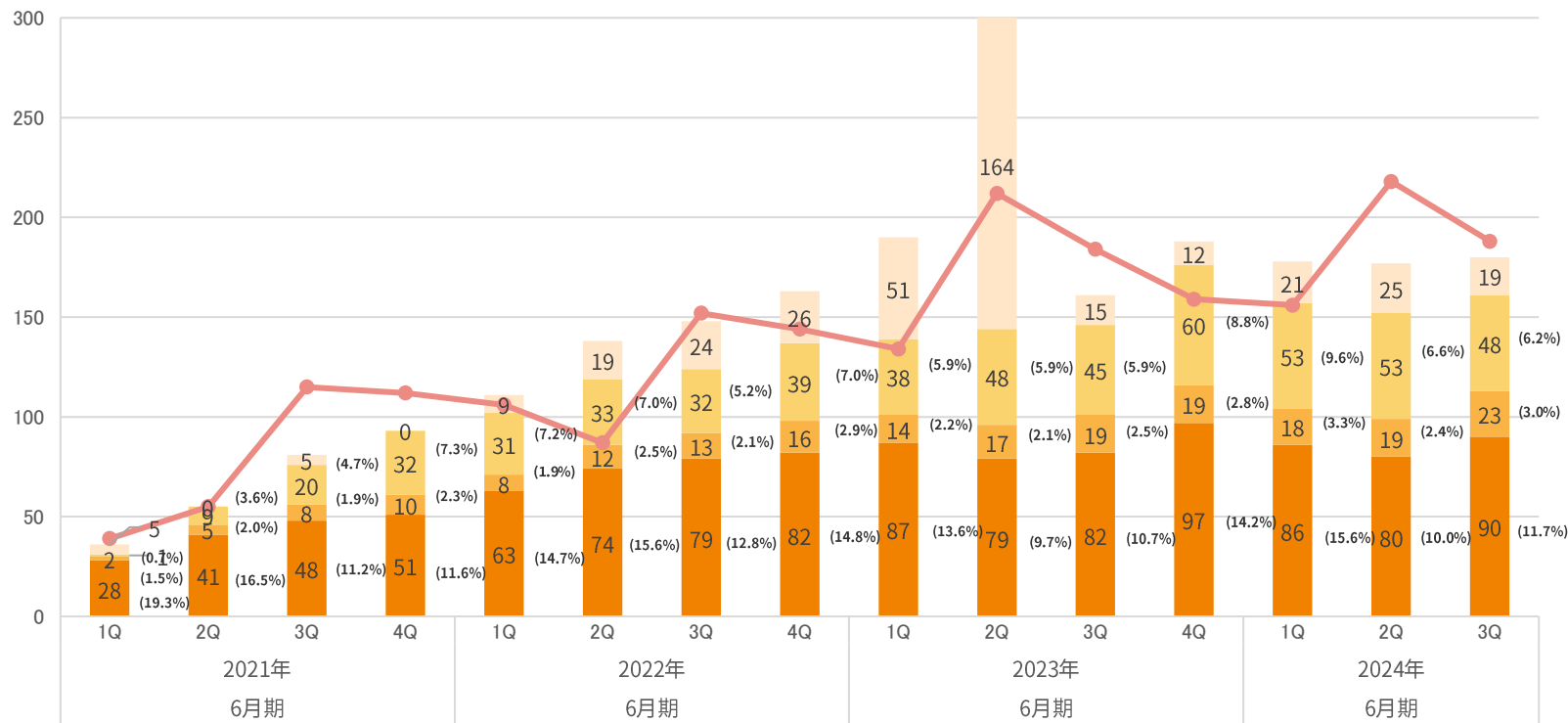
(単位：人)



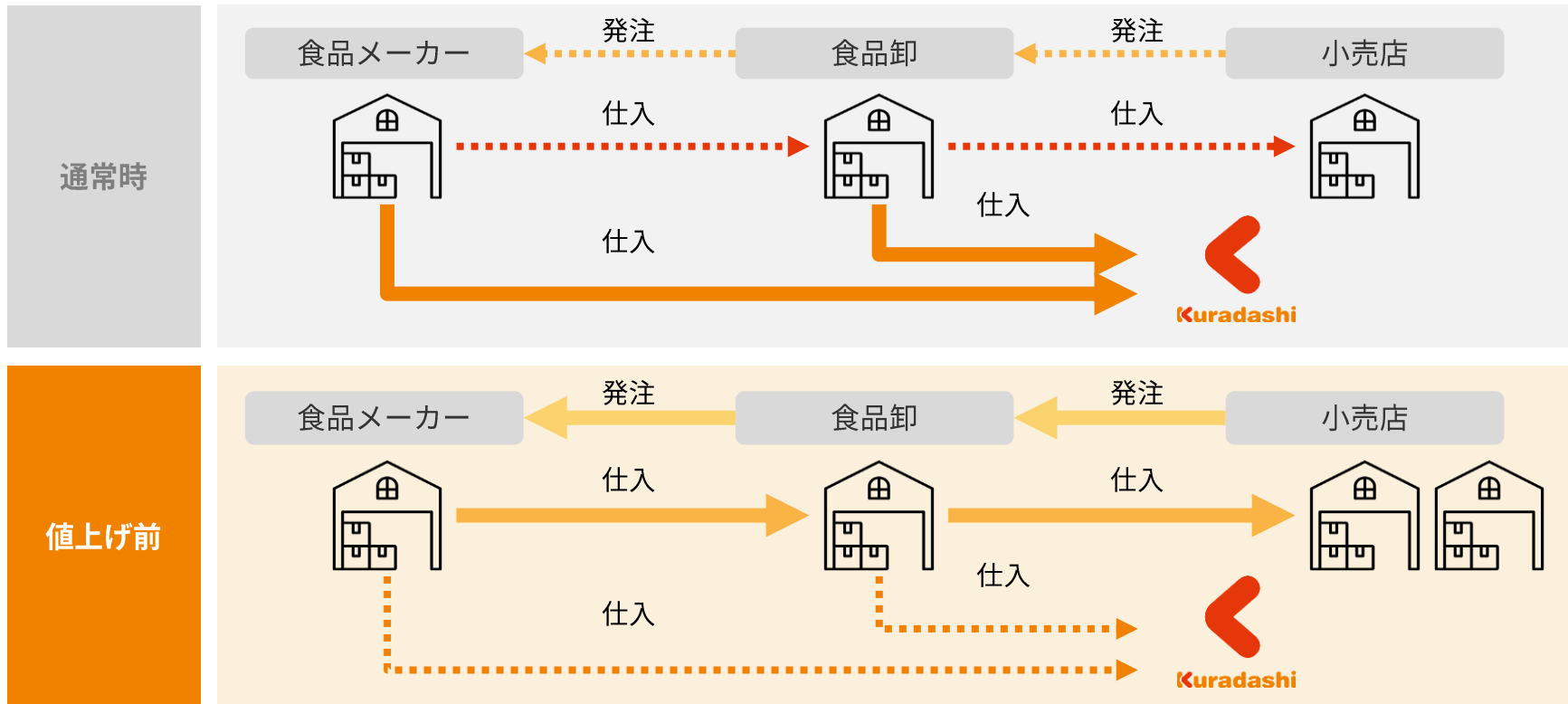
固定費の推移と限界利益

(百万円、売上高比率%)

■ 人件費
 ■ システム費・減価償却費
 ■ その他固定費
 ■ 広告宣伝費
 ● 限界利益



- 値上げ前に小売側が在庫確保をするため、メーカー・卸の在庫処分が進む
- そのため1次流通の回転が上がり、1.5次流通（当社）への流通案内が減少する



貸借対照表

| (百万円) | 24年6月期 3Q実績 | 24年6月期 2Q実績 | 前Q比 | 23年6月期 4Q実績 | 前年度末比 |
|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| 流動資産 | 1,401 | 1,347 | 104.0% | 1,231 | 113.8% |
| 現金及び預金 | 1,052 | 1,056 | 99.6% | 1,048 | 100.3% |
| 固定資産 | 160 | 143 | 112.3% | 111 | 144.4% |
| 資産合計 | 1,561 | 1,490 | 104.8% | 1,342 | 116.3% |
| 流動負債 | 413 | 422 | 97.8% | 280 | 147.5% |
| 借入金 | 39 | 22 | 177.8% | 25 | 153.6% |
| 固定負債 | 102 | 29 | 351.8% | 38 | 268.3% |
| 借入金 | 102 | 29 | 351.8% | 38 | 268.3% |
| 負債合計 | 515 | 451 | 114.1% | 318 | 162.0% |
| 純資産合計 | 1,044 | 1,038 | 100.6% | 1,024 | 102.0% |
| 負債純資産合計 | 1,560 | 1,490 | 104.7% | 1,342 | 116.2% |
| 自己資本比率 | 67.0% | 69.7% | ▲2.7pts | 76.3% | ▲9.3pts |

財務データシート

株式会社クラダシ KURADASHI Co., Ltd (証券コード: 5884)
2024年6月期第3四半期 決算補足資料 (データシート)

| | 2021年6月期 | | | | 2022年6月期 | | | | 2023年6月期 | | | | 2024年6月期 | | | |
|-----------------------------|----------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| | From : To : | 1Q 7/1/2020 9/30/2020 | 2Q 10/1/2020 12/31/2020 | 3Q 1/1/2021 3/31/2021 | 4Q 4/1/2021 6/30/2021 | 1Q 7/1/2021 9/30/2021 | 2Q 10/1/2021 12/31/2021 | 3Q 1/1/2022 3/31/2022 | 4Q 4/1/2022 6/30/2022 | 1Q 7/1/2022 9/30/2022 | 2Q 10/1/2022 12/31/2022 | 3Q 1/1/2023 3/31/2023 | 4Q 4/1/2023 6/30/2023 | 1Q 4/1/2023 6/30/2023 | 2Q 10/1/2023 12/31/2023 | 3Q 1/1/2024 3/31/2024 |
| <主要財務指標> (百万円) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 売上高 | | 145 | 248 | 428 | 440 | 429 | 473 | 616 | 554 | 642 | 818 | 763 | 685 | 552 | 804 | 770 |
| 売上高成長率 | | 141.7% | 227.5% | 290.8% | 212.9% | 296.2% | 190.2% | 143.7% | 125.8% | 149.6% | 172.9% | 123.9% | 123.7% | 85.9% | 98.3% | 101.0% |
| 売上総利益 | | 72 | 113 | 220 | 231 | 213 | 223 | 292 | 284 | 272 | 370 | 352 | 303 | 281 | 385 | 350 |
| 売上総利益率 | | 49.7% | 45.6% | 51.4% | 52.5% | 49.7% | 47.1% | 47.4% | 51.3% | 42.4% | 45.2% | 46.1% | 44.2% | 50.9% | 47.9% | 45.5% |
| 販売費及び一般管理費 | | 70 | 113 | 186 | 212 | 219 | 275 | 289 | 303 | 329 | 467 | 331 | 333 | 303 | 345 | 344 |
| 変動費 | | 33 | 58 | 105 | 118 | 106 | 135 | 140 | 139 | 137 | 157 | 168 | 143 | 124 | 167 | 162 |
| 限界利益 | | 39 | 55 | 115 | 112 | 106 | 87 | 152 | 144 | 134 | 212 | 184 | 159 | 156 | 218 | 188 |
| 限界利益率 | | 27.5% | 22.4% | 26.9% | 25.6% | 24.8% | 18.5% | 24.8% | 26.1% | 20.9% | 26.0% | 24.1% | 23.3% | 28.4% | 27.1% | 24.4% |
| 固定費 | | 37 | 55 | 81 | 94 | 112 | 140 | 149 | 163 | 191 | 309 | 163 | 189 | 178 | 178 | 181 |
| 人件費 | | 28 | 41 | 48 | 51 | 63 | 74 | 79 | 82 | 87 | 79 | 82 | 97 | 86 | 80 | 90 |
| 売上高人件費率 | | 19.9% | 16.5% | 11.3% | 11.7% | 14.9% | 15.7% | 12.9% | 14.8% | 13.5% | 9.7% | 10.8% | 14.2% | 15.6% | 10.0% | 11.7% |
| 広告宣伝費 | | 5 | 0 | 5 | 0 | 9 | 19 | 24 | 26 | 51 | 164 | 15 | 12 | 21 | 25 | 19 |
| 営業利益 | | 2 | 0 | 33 | 18 | -6 | -52 | 3 | -19 | -57 | -92 | 20 | -30 | -22 | 39 | 6 |
| 経常利益 | | 0 | 0 | 0 | 0 | -5 | -52 | 4 | -21 | -56 | -91 | 22 | -45 | -20 | 40 | 6 |
| 当期純利益 | | 0 | 0 | 0 | 0 | -3 | -31 | 2 | -47 | -56 | -92 | 22 | -40 | -17 | 31 | 4 |
| <その他財務指標> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 固定費 | | 37 | 55 | 81 | 94 | 112 | 140 | 149 | 163 | 191 | 309 | 163 | 189 | 178 | 178 | 181 |
| 人件費 | | 28 | 41 | 48 | 51 | 63 | 74 | 79 | 82 | 87 | 79 | 82 | 97 | 86 | 80 | 90 |
| システム費 | | 1 | 2 | 4 | 5 | 5 | 9 | 9 | 11 | 11 | 13 | 15 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 減価償却費 | | 0 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 6 | 6 | 6 | 8 |
| その他固定費 | | 1 | 9 | 20 | 32 | 31 | 33 | 32 | 39 | 38 | 48 | 45 | 42 | 53 | 53 | 48 |
| 広告宣伝費 | | 5 | 0 | 5 | - | 9 | 19 | 24 | 26 | 51 | 164 | 15 | 12 | 21 | 25 | 19 |
| <主要KPI> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 累計会員数 (人) *1 | | 101,717 | 142,345 | 200,997 | 235,903 | 255,092 | 297,609 | 324,319 | 362,587 | 392,706 | 446,286 | 462,879 | 477,552 | 491,279 | 515,952 | 538,654 |
| 月間UU (人) *2 | | 6,201 | 11,150 | 15,956 | 17,226 | 16,434 | 19,451 | 20,968 | 20,719 | 21,203 | 27,177 | 24,622 | 21,117 | 19,815 | 24,923 | 25,177 |
| ARPPU (円) *3 | | 6,673 | 6,792 | 8,046 | 8,155 | 8,249 | 7,791 | 7,747 | 7,973 | 7,988 | 8,258 | 9,104 | 9,338 | 8,378 | 9,756 | 9,291 |
| 累計パートナー企業数 (社) *4 | | 359 | 464 | 563 | 683 | 792 | 866 | 934 | 1,054 | 1,134 | 1,233 | 1,319 | 1,428 | 1,536 | 1,637 | 1,724 |
| アクティブ企業数 (社) *5 | | 119 | 207 | 266 | 309 | 329 | 323 | 286 | 348 | 361 | 403 | 417 | 435 | 474 | 552 | 573 |
| 平均仕入高 (千円) *6 | | 833 | 959 | 753 | 752 | 789 | 809 | 935 | 824 | 1,040 | 1,373 | 1,077 | 731 | 661 | 818 | 818 |
| 限界利益率 (%) *7 | | 27.5% | 22.4% | 26.9% | 25.6% | 24.8% | 18.5% | 24.8% | 26.1% | 20.9% | 26.0% | 24.1% | 23.3% | 28.4% | 27.1% | 24.4% |

*1 創業から四半期会計期間の末日までの累計会員登録者数

*2 月間UU (Unique Userの購入ID数) の四半期 (3ヶ月) の平均数

*3 Average Revenue per Paid User (月間UU 1人当たり平均購入金額)

*4 創業から四半期会計期間の末日までに取引実績のあるパートナー企業数

*5 四半期会計期間内に取引が発生したパートナー企業

*6 四半期会計期間の仕入高をアクティブ企業数で除して算出

*7 限界利益 (売上高から売上原価及び配送料等の変動費を控除した金額) を売上高で除して算出

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。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されており、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。また当社は、記載内容に重要な変動がある場合を除き、本資料の記述を修正する予定はありません。

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、当社の有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。