



## 2024年7月期第3四半期 決算説明会資料

ラクスル株式会社（東証プライム市場：4384）

2024年6月11日



# 1

1. CEOメッセージ
2. 2024年7月期第3四半期 業績
3. Q & A
4. 参考資料





## 2024年7月期第3四半期 連結業績サマリー

### 全社

売上高 前年同期比+27.9%、売上総利益 同+45.5%

EBITDA(non-GAAP)<sup>(1)</sup> 13.7億円、営業利益(non-GAAP<sup>(2)</sup>) 12.1億円、当期純利益(non-GAAP<sup>(2)</sup>) 6.4億円

- オーガニック成長に加えて新規連結の寄与もあり、EBITDAは13.7億円(YoY+60.5%)に拡大し、1Q、2Qに続き過去最高益での着地。2Q時のガイダンスを全項目で超過し、EBITDAは大幅に超過
- グループ全体で投資を継続しつつも収益性は改善し、連結EBITDAマージンは初めて10%を超過



ラクスル

売上高 前年同期比+25.2% 売上総利益 同+40.4%

- 連続的な収益性改善と収益性の高い新規連結によりセグメントの売上総利益率は32.2%と過去最高
- 前年リオープニングの反動でハードルが高いものの、堅調なオーガニック成長を維持



ノバセル

売上高 前年同期比+47.7% 売上総利益 同+40.5%

- 広告代理店事業が回復し、堅調なSaaS事業と合わせてYoY増収・増益を確保
- 3Qは売上総利益過去最高を更新、EBITDAも同様に好調に推移

コーポレート  
アクション

#### 株式会社エーリンクサービスの子会社化

- ノベルティ領域の主要カテゴリであるトートバッグのシェア拡大と顧客への付加価値向上を目的とし、2024年6月に株式会社エーリンクサービスの株式を取得予定

#### 株式会社Wild Side及び株式会社Antooの子会社化

- メディアバイイング機能の強化を目的として2024年3月に株式会社Wild Side、中小企業顧客への広告サービスメニュー拡大のため2024年6月に株式会社Antooの株式を取得

#### 配当予想の変更

- 安定的な利益創出と拡大へのConfidenceが高まり、従来0円としていた配当予想を1.7円に変更。3月発表の中期財務ポリシーに沿い、成長投資機会を着実にとらえつつ、利益成長を自社株取得と配当により安定的に還元していく

注

(1) EBITDA(non-GAAP)=営業利益(J-GAAP)+のれん償却額+減価償却費+株式報酬費用。以下「EBITDA」と記載

(2) 調整項目：のれん償却費、株式報酬費用



# 会社概要及び 成長ドライバーの進化

- IRサイト  
<https://corp.raksul.com/ir/>
- 会社概要  
[https://corp.raksul.com/ir/new\\_investors](https://corp.raksul.com/ir/new_investors)
- 統合報告書  
<https://corp.raksul.com/ir/library/integratedreport/>

ビジョン 仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる

事業  
テーマ 伝統的なBtoB産業の構造変革  
顧客の調達/受発注プロセスのデジタル化推進

## 競争優位性

- ・顧客基盤(260万超の登録会員)<sup>(1)</sup>
- ・国内外拠点でのソフトウェア開発力
- ・リアルな産業に深く入り込む人材・組織 (事業開発、SCM、経営等)

## 市場規模

- ・国内間接費市場全体で140兆円
- ・現事業領域で11兆円
- ・うちオンライン化された市場が現状5,000億円程度

## 成長ドライバーの進化

	～2023年7月期	2024年7月期～
成長 ドライバー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・内製の事業立ち上げ</li> <li>・M&amp;Aによる周辺領域の探索</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・内製の事業立ち上げ</li> <li>■ M&amp;Aの連続的な実施</li> <li>■ M&amp;A先とのシナジー創出(エコシステムバリュー)</li> </ul>
ビジネス モデル	<ul style="list-style-type: none"> <li>・EC/マーケットプレイス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・EC/マーケットプレイス</li> <li>■ SaaS/サブスクリプション (現状全社粗利の5-10%)</li> </ul>
印刷EC <sup>(2)</sup> 以外の 売上割合	2018年7月期(上場時) 26.7%	2024年7月期 3Q 60.5%

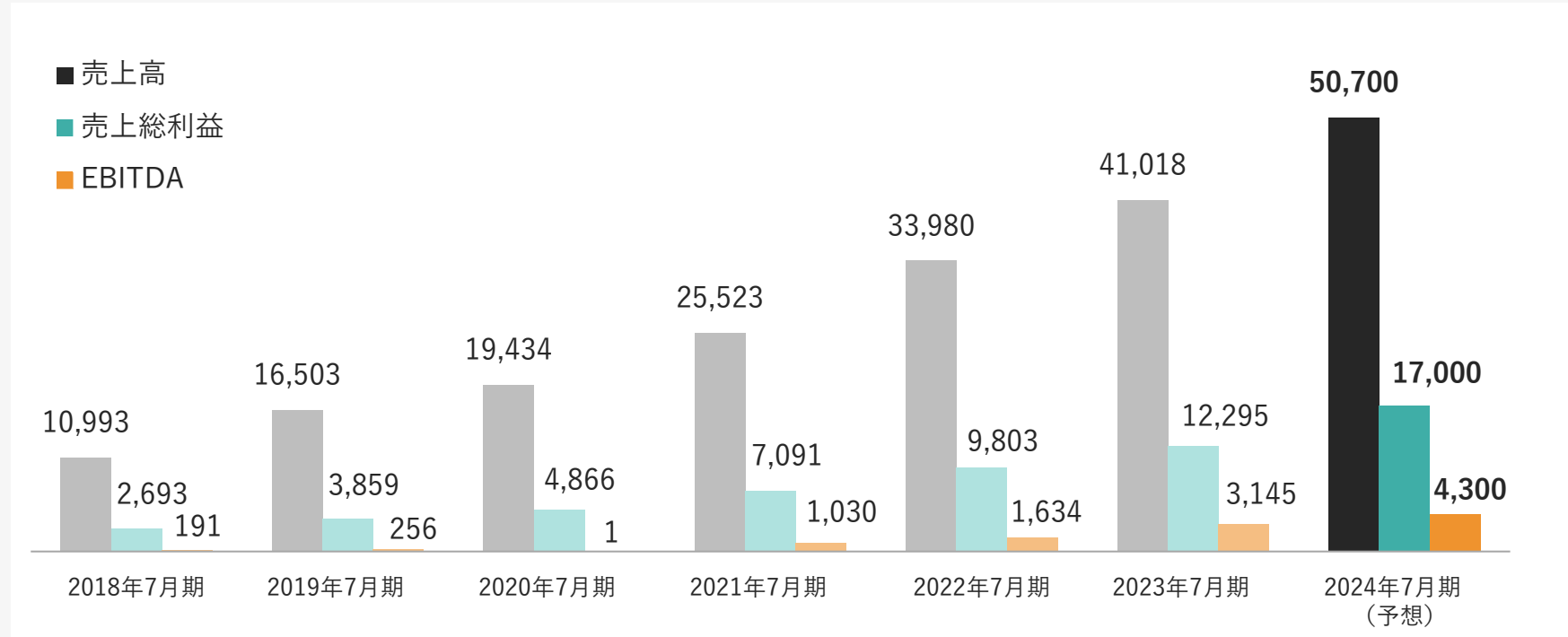
注  
(1) raksul.comにおける累計登録ユーザー数 (2) 印刷・ソリューション領域



## 成長のトラックレコード

- Quality Growth(利益/CFを伴う事業拡大)を継続
- 2024年3月に上方修正した通期予想に対しては各事業順調に成長を継続、達成ないし若干の上振れるペースで推移

### 上場後の全社業績推移<sup>(1)</sup> (百万円)



### 2024年7月期予想 財務数値/業績指標 (百万円)

売上高	50,700	(YoY+23.6%)	当期純利益(non-GAAP)	3,490	(YoY+38.6%)
売上総利益	17,000	(YoY+38.3%)	EPS <sup>(2)</sup> (non-GAAP/円)	59.8	(YoY+38.1%)
EBITDA	4,300	(YoY+36.7%)			
営業利益(non-GAAP)	3,690	(YoY+26.7%)			

注

(1) 2021年7月期以前の業績は新収益認識基準で算出

(2) 2024年7月期3Q時点の期中平均株式数を用いて算出



## Quality Growthの実現

- 当社の売上総利益は一般的なソフトウェア企業におけるNet Revenue(売上高)に近い性質
- 規模を拡大しながらも売上総利益の成長を継続し、EBITDAマージンの改善を続けている

	2020年7月期 通期	2021年7月期 通期	2022年7月期 通期	2023年7月期 通期	2024年7月期 3Q累計
<b>売上総利益 成長率</b> (ハコベルを除く)	+24.6%	+42.1%	+40.5%	+31.7%	+38.4%
<b>対売上総利益 EBITDA マージン</b>	0.0%	14.5%	16.7%	25.6%	28.2%

## 中期的な拡大の方向性

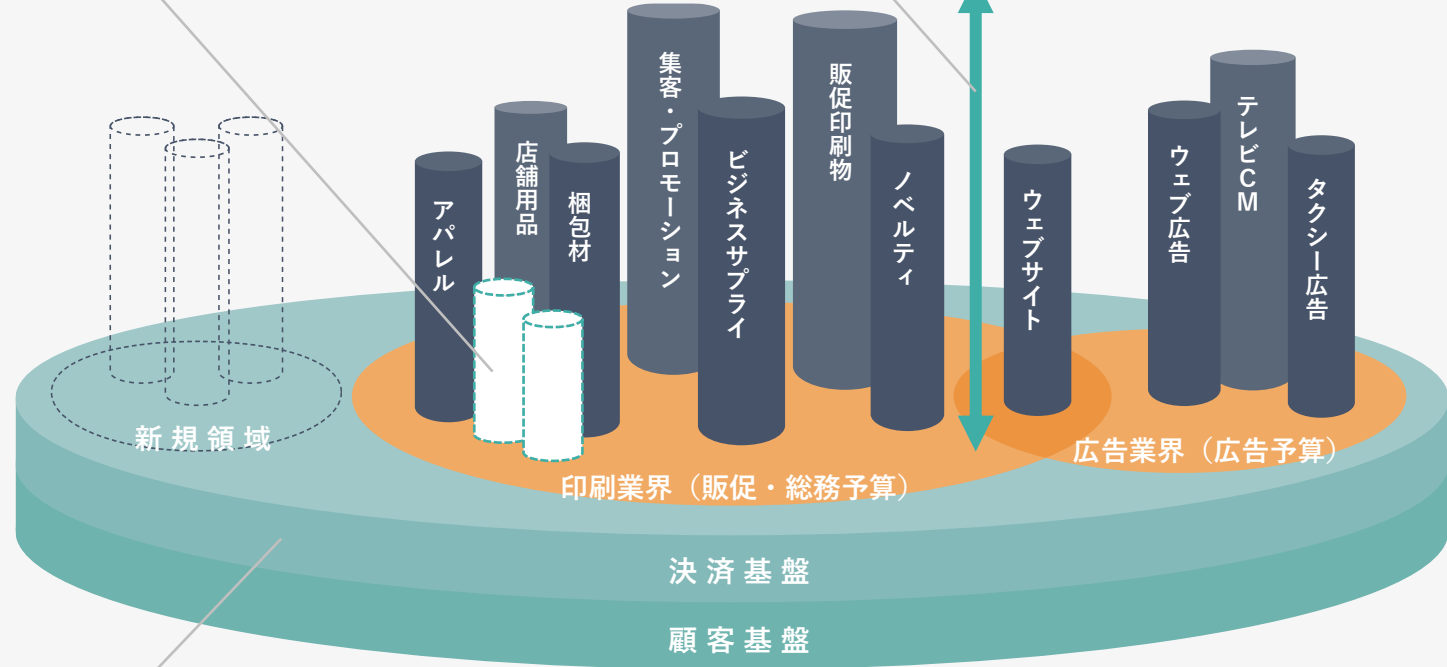
- 祖業のネット印刷から幅広い商品群に拡張し、オフィス、店舗、ECなどのあらゆる場面で必要とされるカスタマイゼーション品やサービスを提供するプラットフォームに進化
- 今後は主に右の図にある三つの方向でオーガニックな成長と連続的なM&Aによる拡張を進める

### 1. 近接領域への拡張

対象市場を広げ、提供素材を増やす  
事例：ノベルティ・アパレルへの領域拡張  
AmidA社の買収

### 2. サプライの強化

各領域に深く入り込み、提供する顧客価値を高める  
事例：ラクスルファクトリー社の買収  
エーリンクサービス社の買収



### 3. 新規ビジネスモデルの獲得

顧客基盤に重なる基盤レイヤーを増やし、  
BtoB受発注プラットフォームの構築へ  
事例：ラクスルエンタープライズ、  
ノバセルのSaaS事業への拡張、ペライチへの投資

# RAKSUL

## オーガニックでの TAM拡張

- 物販領域への拡張及びラクスル顧客に対する広告サービスの拡充を今月開始
- 中小企業と個人事業主を主体とした、260万ユーザー以上のラクスル顧客基盤に対して、更なる利便性を提供していく

背景

国内全企業数の99%を占める中小企業がラクスルの主な顧客基盤  
調達・購買プロセス及び集客プロセスの効率化のニーズは引き続き強い



### 物販領域への拡張

多様な商品をそれぞれのECで購入すると  
アカウント情報・支払先・配送がバラバラに

ラクスル内で  
店舗向け商材、梱包資材、事務用品の  
販売開始



### ラクスル顧客に対する広告サービスの拡充

集客活動の手法が多様で複雑  
人手と予算がかけられない

ノバセルの知見を活かし、  
シンプルで低価格な広告サービスを  
提供開始

安価な  
PR動画制作サービス



地域特定が可能な  
ウェブ広告サービス





# RAKSUL

## インオーガニック(M&A)のトラックレコード

- オーガニック成長を補う形で、連続的なM&Aを実施。今期は6社を新規連結
- 2024年7月期の新規連結に関わる投資額は約51億円  
(将来のアーンアウト等含む、ネットキャッシュを除いた株式取得費用)
- EV/EBITDAマルチプルは連結初年度の利益に対して5倍以下(2025年7月期以降フルに業績貢献する予定)

### 1. 近接領域への拡張

### 2. サプライの強化

### 3. 新規ビジネスモデルの獲得

2021年7月期

**ダンボールワン**  
出資 (2020年12月)

2022年7月期

**NETSQUARE**  
出資 (2021年9月)

**ペライチ**  
出資 (2020年10月)

2023年7月期

**ダンボールワン**  
子会社化(2022年2月)

2024年7月期

**ダンボールワン**  
合併 (2023年8月)

**Amida Holdings**  
子会社化 (2023年10月)<sup>(1)</sup>

**アルター**  
子会社化 (2024年6月)<sup>(2)</sup>

**A-LINK SERVICES**  
子会社化 (2024年6月)<sup>(2)</sup>

**ラグジュアリー**  
(ネットスクウェアから分社)  
子会社化 (2023年8月)

**WILDFIRE INC.**  
子会社化 (2024年3月)

**ペライチ**  
子会社化 (2023年8月)

新規連結

注  
(1)業績貢献は2024年7月期2Qから  
(2)業績貢献は2025年7月期からとなる予定

# 2

1. CEOメッセージ
- 2. 2024年7月期第3四半期 業績**
3. Q & A
4. 参考資料





## 2024年7月期第3四半期 連結業績及び4Q見通し

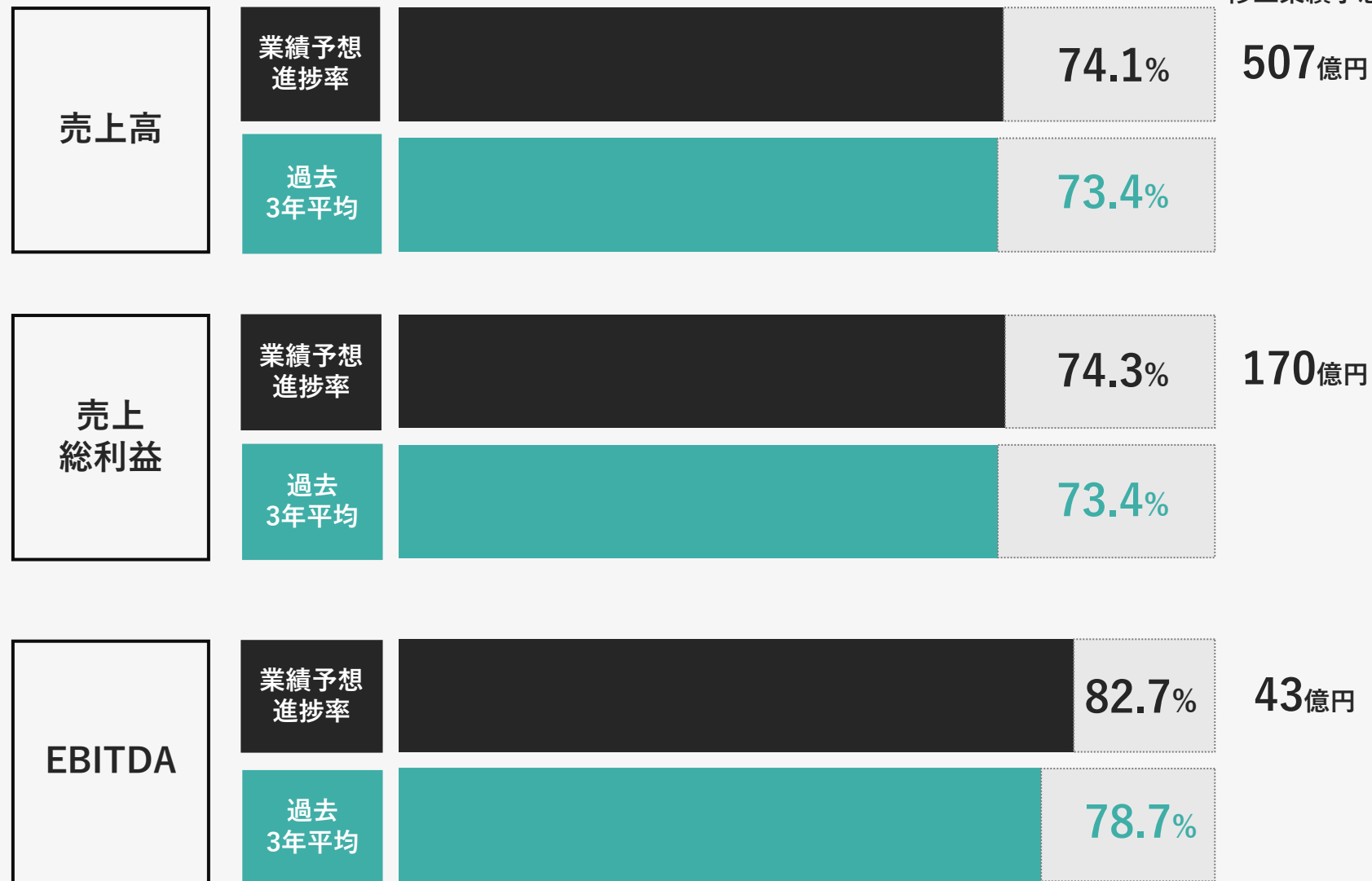
- 売上高、売上総利益、EBITDA以下各段階利益ともに順調に推移
- 持続的な売上成長を維持しながらもEBITDAは四半期過去最高を更新
- 修正計画に織り込んでいないオフィス関連の特別損失約1.4億円を3Qに計上
- 4Qも事業環境は大きく変わらず推移。3月公表の修正後計画に対して順調な進捗で若干上振れるペースで推移
- 4Qは後述の取得関連コスト、来期以降の注力カテゴリへの広告投下など一時的な3億円程度の投資を見込む。投資費用がなければ11-13億円のEBITDA実力値

(百万円)	2024年7月期3Q (2024年1月-2024年4月)			2024年7月期3Q累計 (2023年8月-2024年4月)			2024年7月期 4Q見通し
	実績	2023年7月期 3Q実績	前年同期比 成長率	実績	2023年7月期 3Q累計実績	前年同期比 成長率	6/11時点で の見通し
売上高	13,566	10,610	+27.9%	37,557	30,120	+24.7%	+22-25%
ラクスル	12,416	9,919	+25.2%	34,534	27,777	+24.3%	
ノバセル	801	542	+47.7%	1,874	1,889	-0.7%	
売上総利益	4,712	3,237	+45.5%	12,623	9,117	+38.4%	+42-45%
ラクスル	3,997	2,847	+40.4%	10,700	7,935	+34.8%	
ノバセル	495	352	+40.5%	1,172	1,068	+9.7%	
売上総利益率	34.7%	30.5%	+4.2pt	33.6%	30.3%	+3.3pt	
EBITDA	1,378	859	+60.5%	3,556	2,495	+42.5%	8-10億円
営業利益 (non-GAAP)	1,216	801	+51.9%	3,138	2,322	+35.1%	
当期純利益 (non-GAAP)	644	401	+60.5%	3,062	2,319	+32.0%	
EPS (non-GAAP)	11.1円	6.9円	+4.2円	52.5円	39.9円	+12.6円	

## 修正後通期業績予想に対する進捗率

- 2024年3月13日開示の修正業績予想に対して良好に進捗

2024年3月開示  
修正業績予想



## 連結売上高の推移

- 全社の売上高はすべてのカテゴリにおいてQoQでも継続的に拡大
- 2Qよりラクスルセグメントの売上の内訳を以下の3つに分類

### 印刷・ソリューション領域

顧客が事業活動に使う紙への印刷物、大企業向け印刷ソリューション

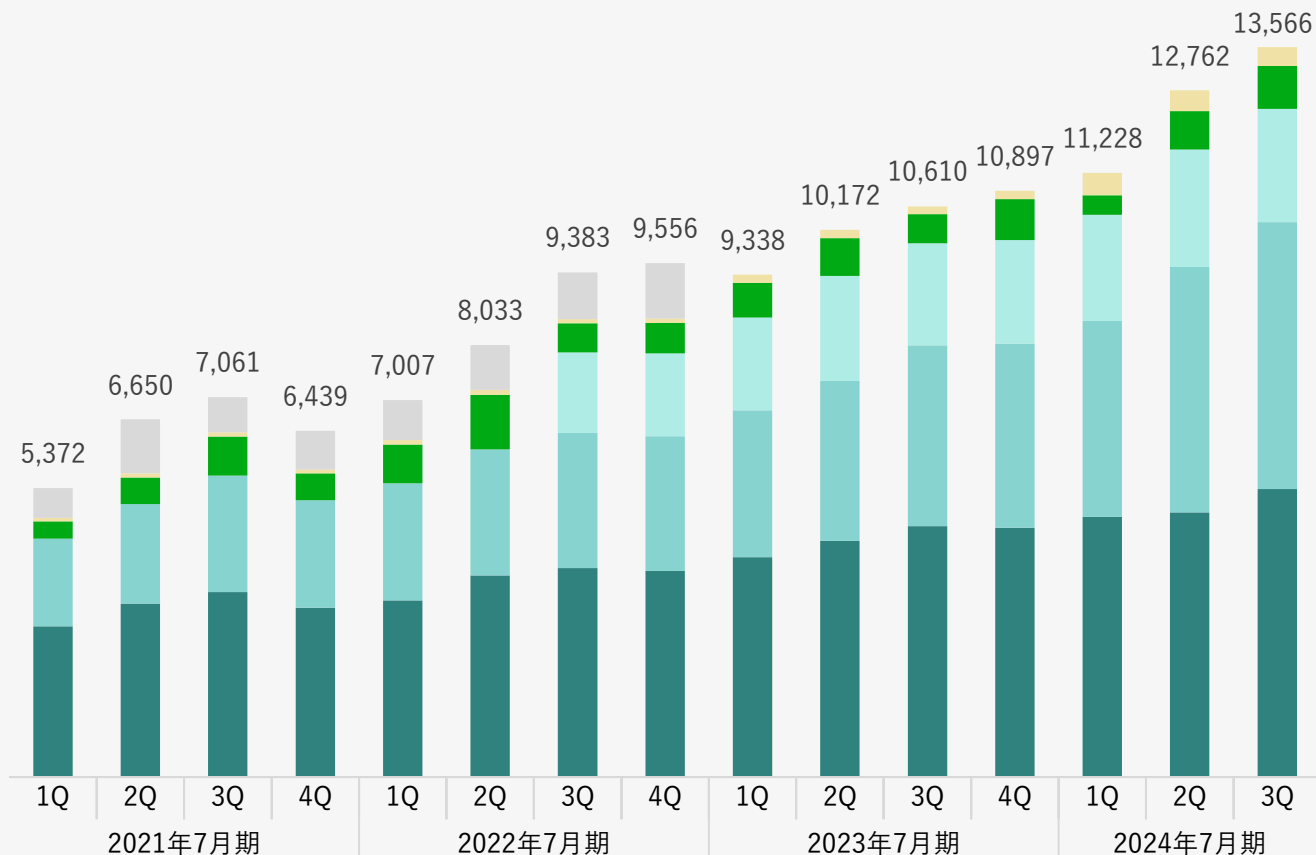
### ビジネスサプライ・周辺領域

顧客がオフィスや店舗で使われるモノ、その他サービス等

### 梱包材領域

段ボールや紙袋などのパッケージング

(百万円)

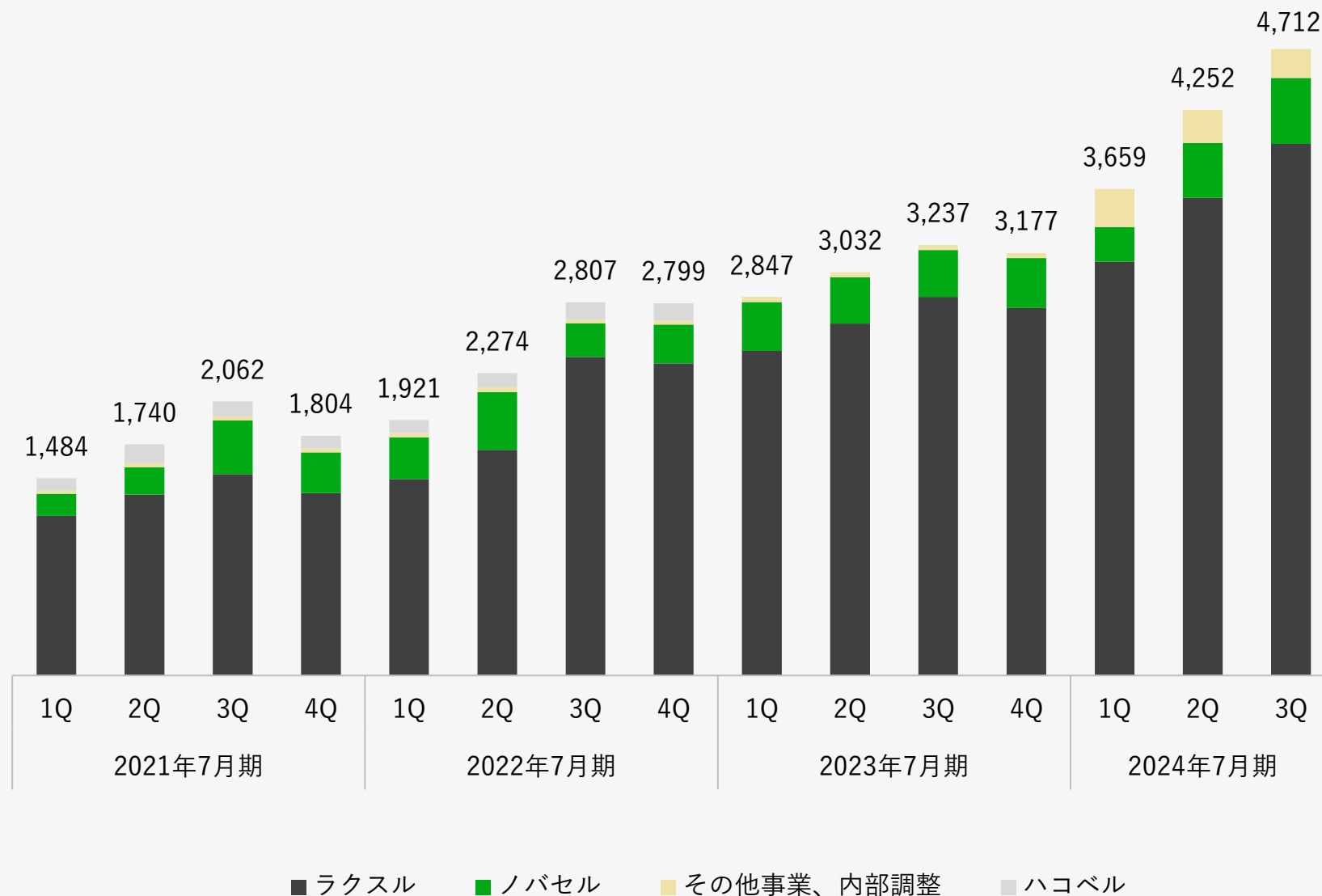


	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
	2021年7月期				2022年7月期				2023年7月期				2024年7月期		
合計	5,372	6,650	7,061	6,439	7,007	8,033	9,383	9,556	9,338	10,172	10,610	10,897	11,228	12,762	13,566
ハコベル	553	1,004	655	723	741	835	869	1,031	0	0	0	0	0	0	0
その他事業、内部調整	66	73	77	73	84	97	80	84	154	151	147	151	416	382	348
ノバセル	322	498	722	498	720	1,007	538	562	643	703	542	766	360	713	801
梱包材領域	0	0	0	0	0	0	1,501	1,543	1,723	1,951	1,893	1,924	1,973	2,182	2,104
ビジネスサプライ・周辺領域	1,626	1,849	2,167	2,000	2,174	2,345	2,506	2,501	2,732	2,972	3,364	3,418	3,639	4,562	4,958
印刷・ソリューション領域	2,803	3,223	3,438	3,144	3,286	3,747	3,886	3,833	4,084	4,392	4,661	4,635	4,838	4,921	5,353

## 連結売上総利益の推移

- 売上高の拡大に加えて安定した売上総利益率により、売上総利益は成長トレンドを継続
- 売上総利益率のイメージは  
 ラクسل事業：30 - 33%  
 ノバセル事業：50 - 60%

(百万円)

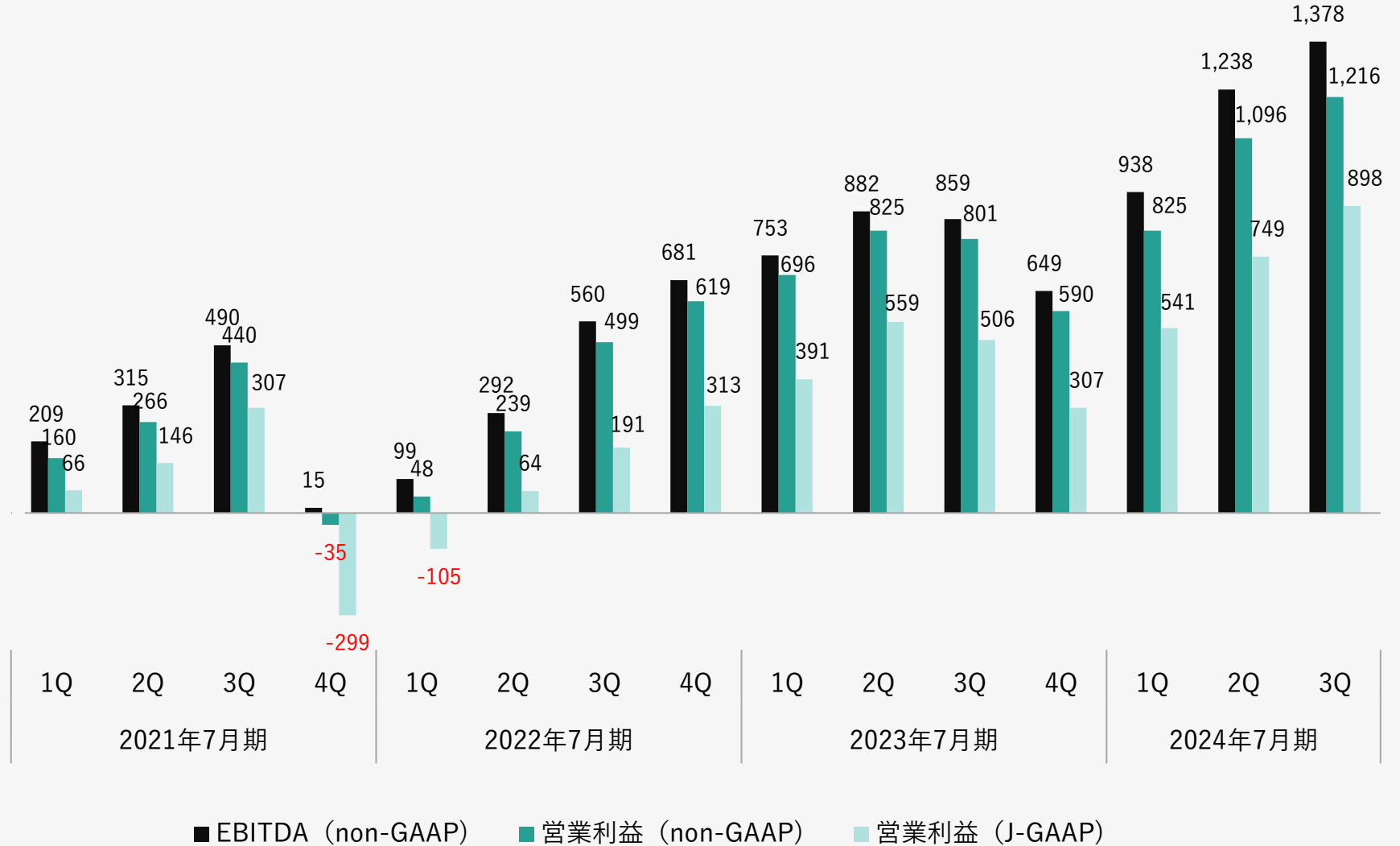




## EBITDA及び 営業利益の推移

- EBITDAは四半期で13億円を超過し、2Qに続き過去最高益での着地
- Non-GAAP、J-GAAP営業利益もほぼ同様の推移であり、過去最高益を更新
- 営業利益段階でのNon-GAAP調整項目は株式報酬費用とのれん償却費

(百万円)

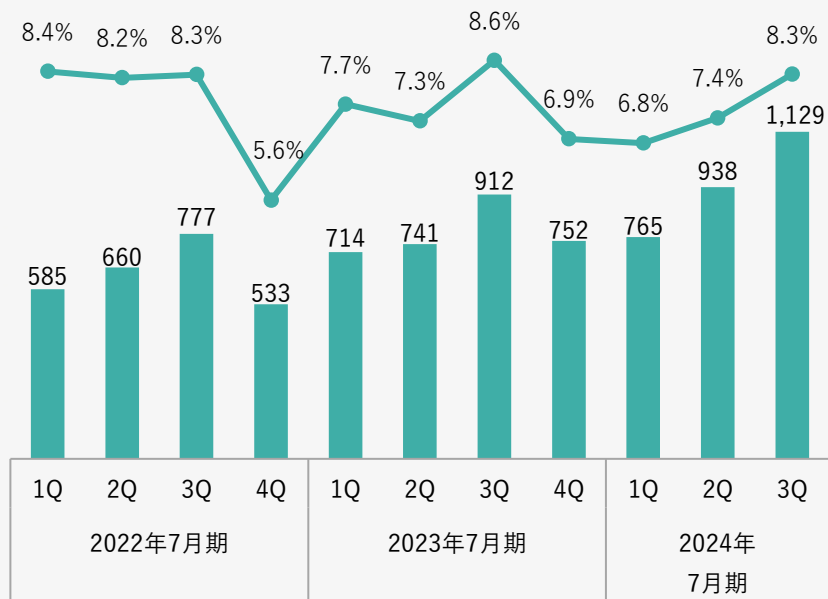


## 全社販売管理費の推移(1)

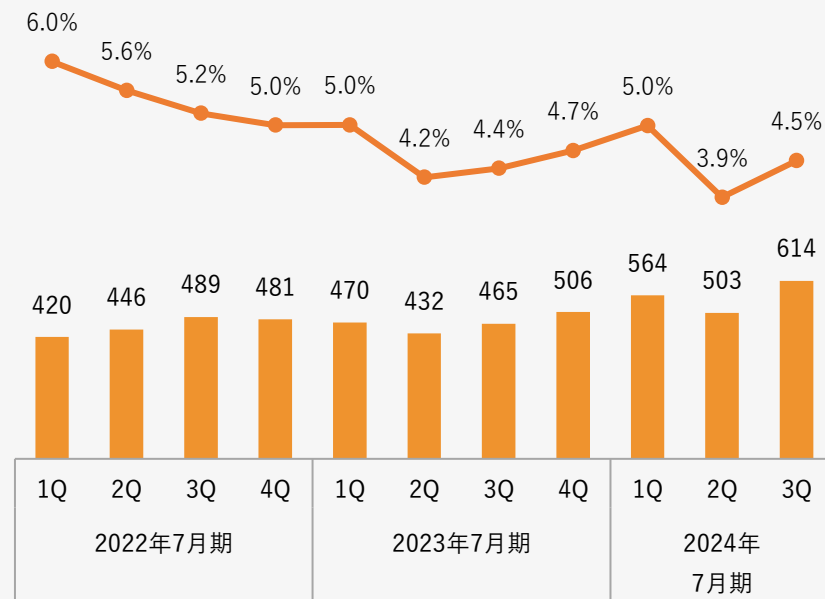
- 広告宣伝費、技術開発を中心に成長投資を継続
- 3Qは繁忙期とAmidA社の連結の影響で売上高に占める広告宣伝費率が増加

(百万円)

広告宣伝費と対売上高比率



テクノロジー・開発投資額と対売上高比率



	2022年7月期				2023年7月期				2024年7月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
全社販管費総額 <sup>(1)</sup>	1,873	2,034	2,308	2,180	2,151	2,206	2,436	2,587	2,833	3,155	3,495
Sales & Marketing	622	695	826	577	736	750	923	811	809	976	1,174
Tech & Development	420	446	489	481	470	432	465	506	564	503	614
その他	831	891	992	1,120	944	1,023	1,047	1,268	1,458	1,675	1,706

注  
(1) 株式報酬費用、のれん償却費を含まない

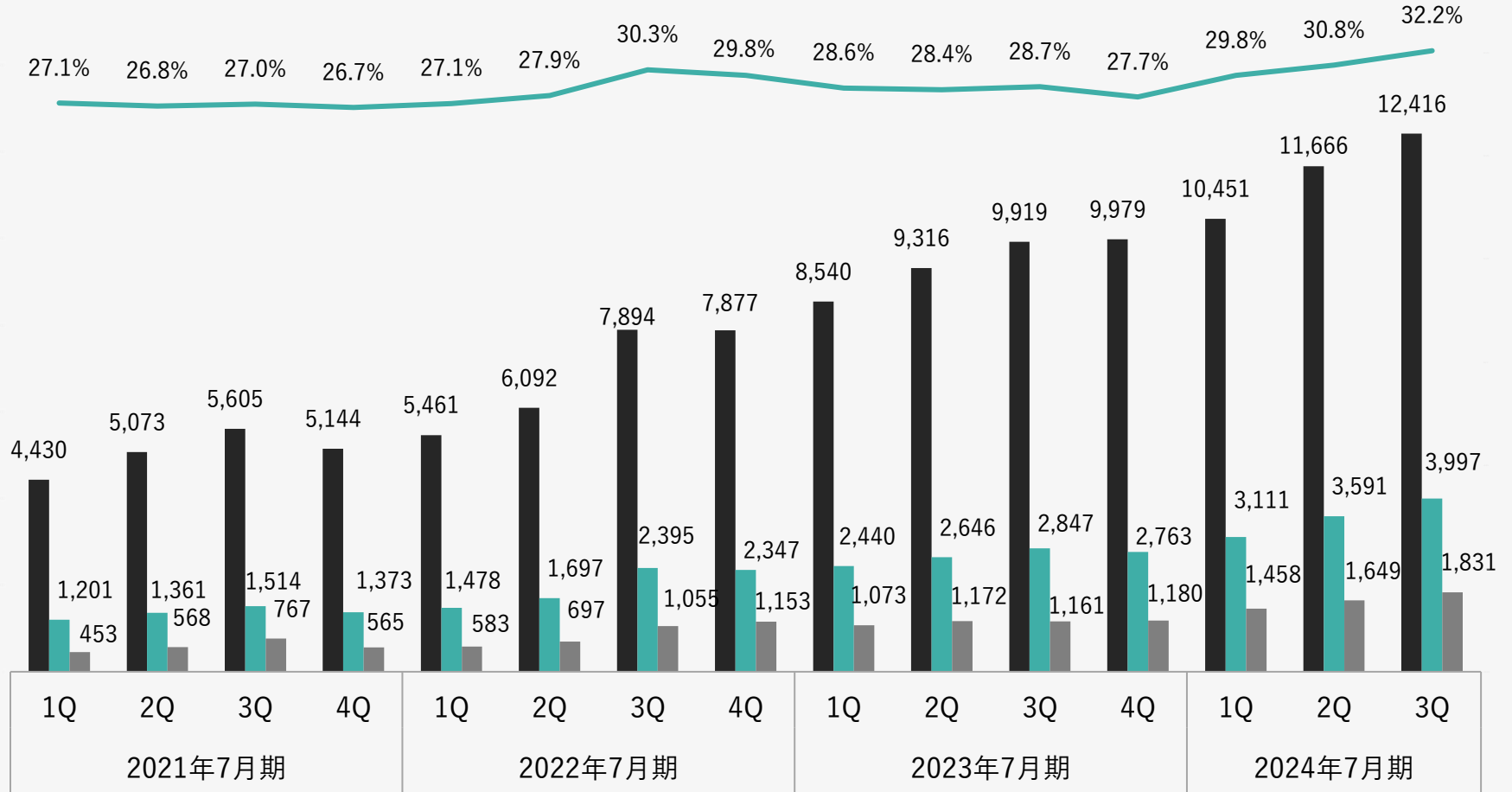




# ラクスル事業 売上高、売上総利益 セグメント利益

- 2Qに連結化したAmidA社の影響及び単価改善により、売上総利益率は過去最高の32.2%に上昇
- ダンボールワン含むオーガニックの売上高YoY成長率は2Q 15.8%から3Q 16.3%に上昇
- 改善傾向が継続しており、後述の月次動向にもあるように4Qも継続する見込み

(百万円)



売上高
  売上総利益
  セグメント利益<sup>(1)</sup>
 売上総利益率

注  
(1) 販管費に内部取引を含む

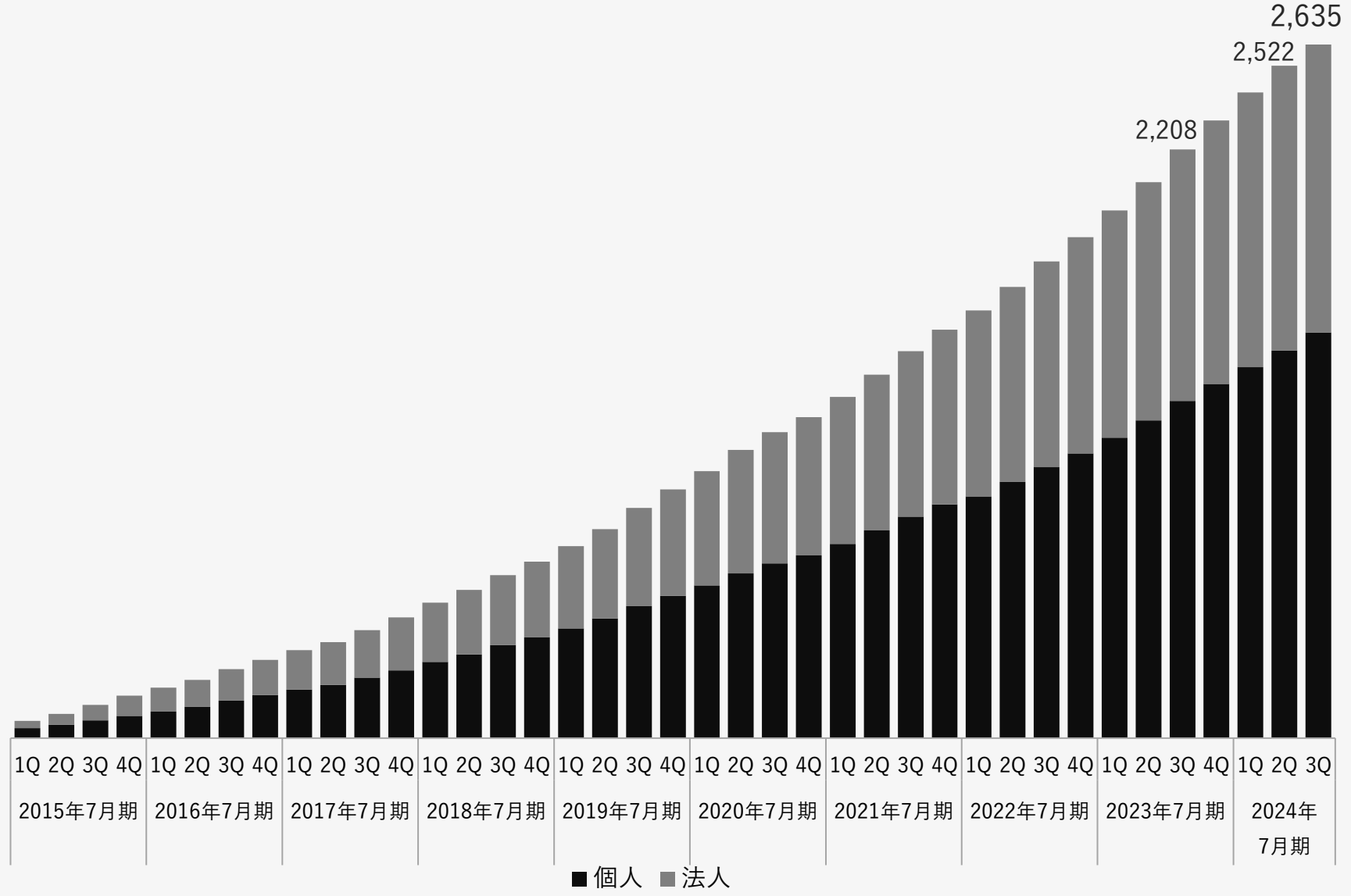


raksul.com

# 累計登録ユーザー数<sup>(1)</sup> 推移

- 顧客基盤は継続的に拡大
- 3Qの累計登録ユーザー数は2,635,410

(千ユーザー)



注  
(1) 「raksul.com」の累計登録ユーザー数

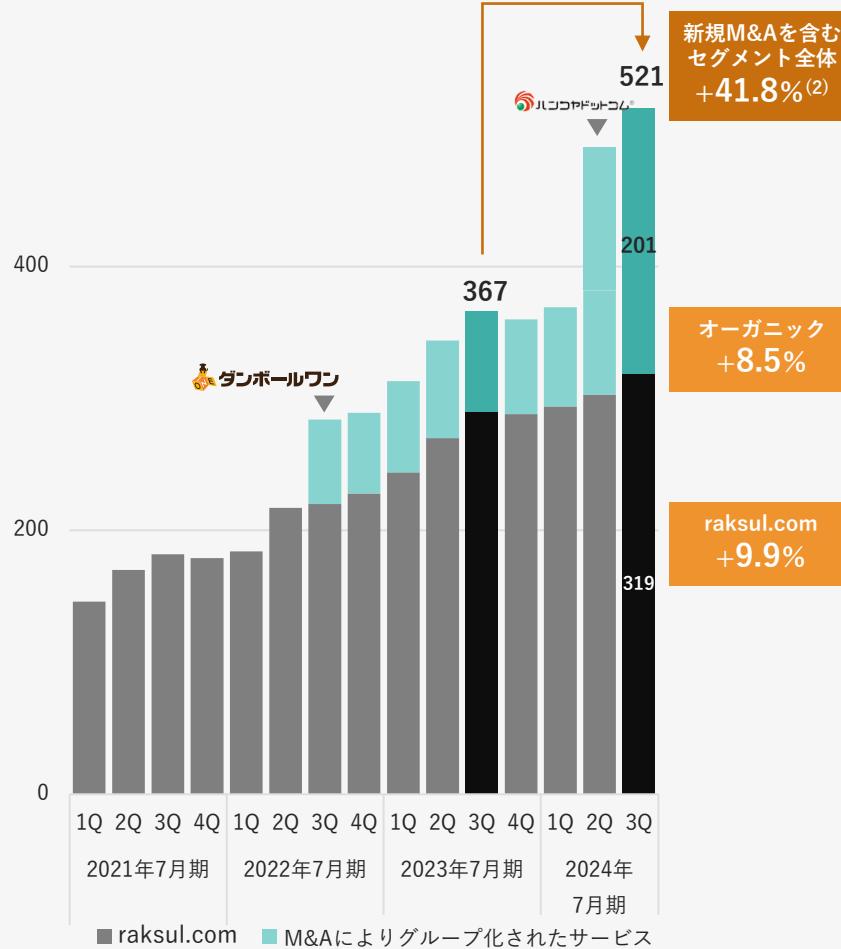


# ラクスル事業 KPI推移(1)

- 顧客ARPUはクロスセルの進展による購入回数の増加と単価増により成長幅が拡大
- ユーザー数の成長率はraksul.comにおいて10%、ダンボールワンを含むオーガニック成長率は8.5%
- 連続的な買収を通じて法人や個人事業主を中心に購入ユーザーが積みあがっている

## 四半期購入ユーザー数

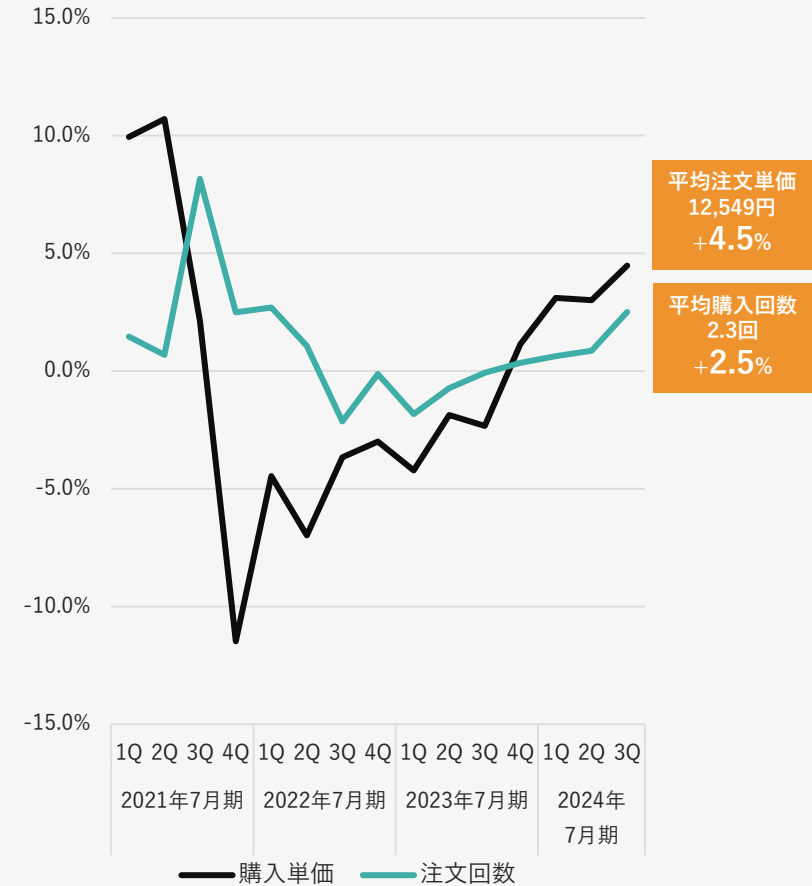
(千ユーザー)



注  
 (1) 2024年3月開示の各指標については、当社IRサイトのエクセルに記載  
 (2) ハンコヤドットコム社のユーザーは名寄せ前のため、raksul.comと若干重複あり

## 四半期平均注文回数と単価YoY推移

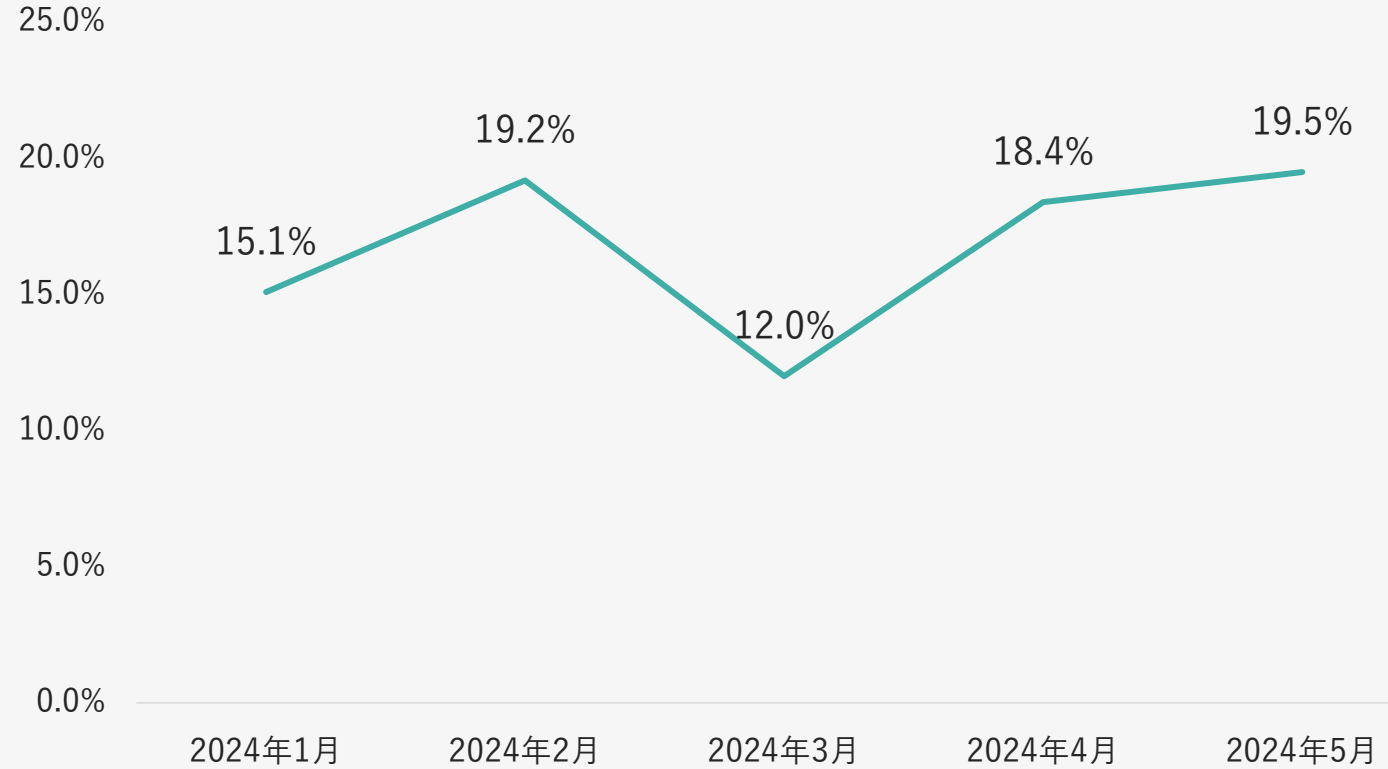
(既存サービスのみのオーガニック成長率)





## (参考) ラクسل事業 オーガニック成長率推移

- ラクセル事業においては24年年始以降、前年のコロナ環境下からのリオープニングによる前年比較対象の高さや個別商材の動向により、一時的にオーガニック成長率が鈍化
- 各種指標は改善傾向であり5月は前年比19.5%成長
- 引き続きラクセル事業のオーガニック成長を最大化しつつ、新規事業やM&Aを通じてプラットフォームとしてのQuality Growthを続ける





## 株式会社エーリンクサー ビスの株式取得(子会社化)

- ノベルティ領域の主要カテゴリであるトートバッグのシェア拡大と顧客への付加価値向上を目的とし、2024年6月に株式会社エーリンクサービス(以下、エーリンクサービス社)の子会社化を予定

### 相手先 事業概要

オリジナルトートバッグの製造・販売及びECサイト「トートバッグ工房」の運営

### 目的

#### ・シェア拡大

専門通販ECサイトとして業界トップクラスの同社のユーザー層を獲得することで、ノベルティ領域の主要カテゴリであるトートバッグのシェアを拡大する

#### ・サプライの強化

資材調達・印刷加工という生産のケイパビリティを持つことで、原価を低減すると同時に、価格・納期において顧客への付加価値を向上する

### 取得金額/ 資金手当て

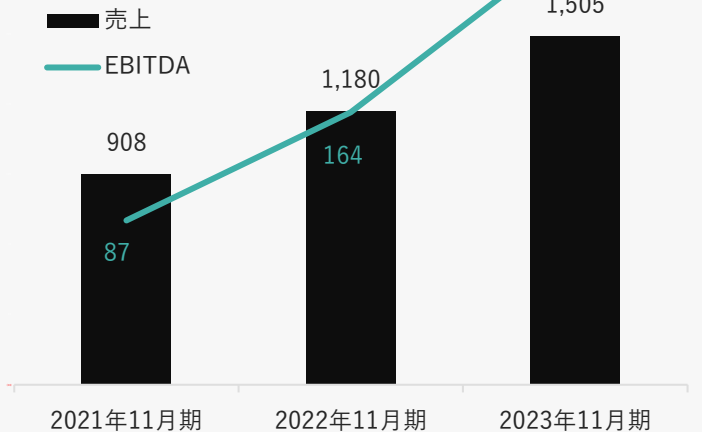
- ・取得価額：約12.7億円<sup>(1)</sup> / アドバイザリー費用等(概算)：約1億円
- ・資金手当て：手許現金(本件に伴う資金調達の予定はなし)

### 業績

- ・同社の業績は今後ラクスルセグメントとして開示予定
- ・過去2年間は新型コロナ環境でのEC化及び回復需要の恩恵を受け強く成長
- ・ラクスル社の2024年7月期4Qには買収関連費用、約1億円が含まれる
- ・2025年7月期の連結業績への影響は、売上高17億円程度、売上総利益7億円程度、EBITDA3億円程度の見込み

### エーリンクサービス社業績

(百万円、税込)



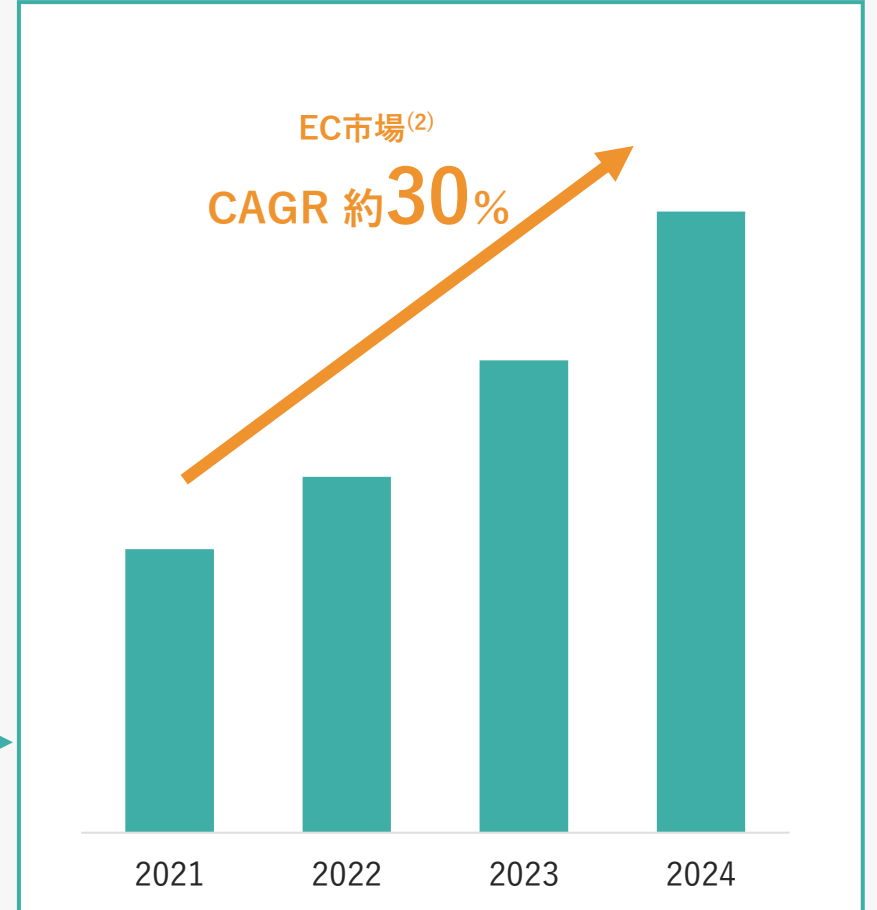
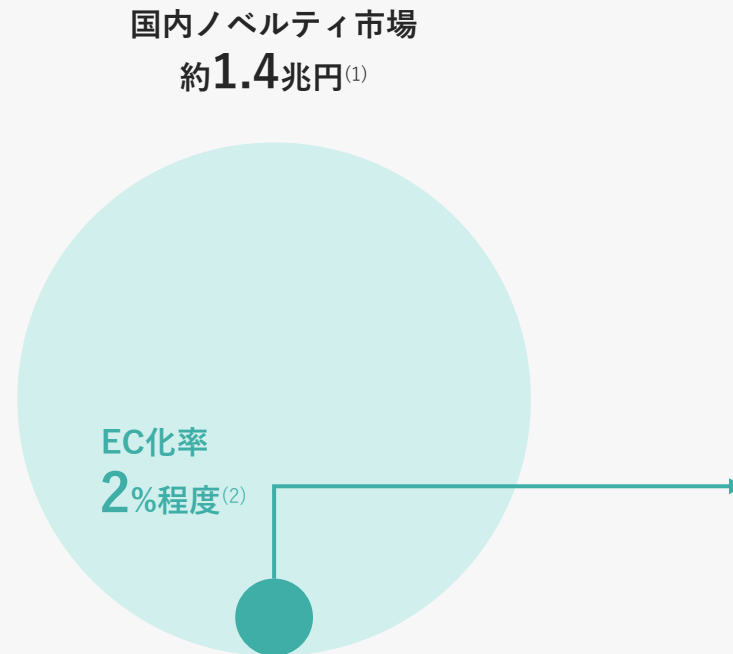
注

(1)この他に条件付支払が一部あり



## 国内ノベルティEC市場の成長ポテンシャル

- ノベルティ(キャラクターグッズ、クリエイターグッズなどのオリジナルグッズ)の国内市場規模は約1.4兆円<sup>(1)</sup>、CAGRは2-3%程度<sup>(3)</sup>
- 特にEC市場はCAGR30%と高い成長率。EC化の進展により今後も拡大の余地は大きい
- 中小企業顧客を中心としたラクスルとの親和性も高く、ノベルティ事業は内製立ち上げからクロスセルを通じて急成長している
- エーリンクサービス社の子会社化により、2025年には当社がEC市場においてトップシェアの一社となる予定



注

(1) 矢野経済研究所「ギフト市場白書(2022)」 「法人ギフト市場に関する調査を実施(2024年)」 「キャラクタービジネスに関する調査を実施(2023年)」、三菱UFJリサーチ&コンサルティング「国内クリエイターエコノミーに関する調査結果」をベースに当社試算

(2) 国内オリジナルグッズEC企業の財務情報をベースに当社試算

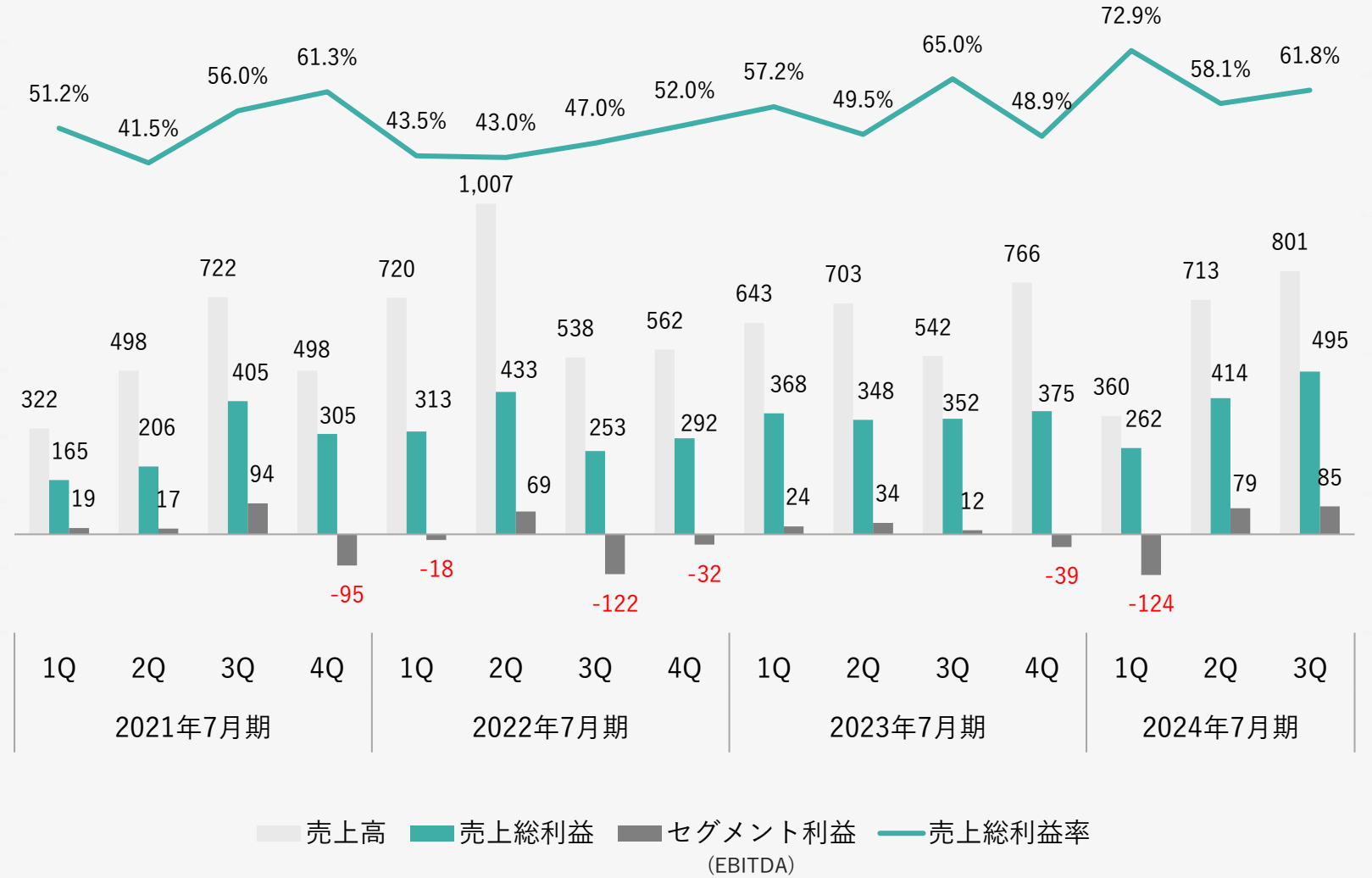
(3) 出所：Business Research Insights 「Gifts Novelty and Souvenirs Market Size, Share, Growth, and Industry Analysis(2024年3月)」



# ノバセル事業 売上高、売上総利益 セグメント利益(1)

- 3Qは売上総利益過去最高を更新、EBITDAも同様に好調に推移。代理店事業の好調と連続的に積みあがるSaaS事業を背景にYoYで売上総利益・売上総利益率ともに向上
- SaaSの四半期売上高が170百万円まで拡大(YoY+109.5%)。事業開始以来、毎四半期連続的に成長
- 4Qは季節性の落ち着きもあり、QoQで減収の見込み
- 新収益認識基準適用により放映は純額、制作とSaaSは総額で売上高計上

(百万円)



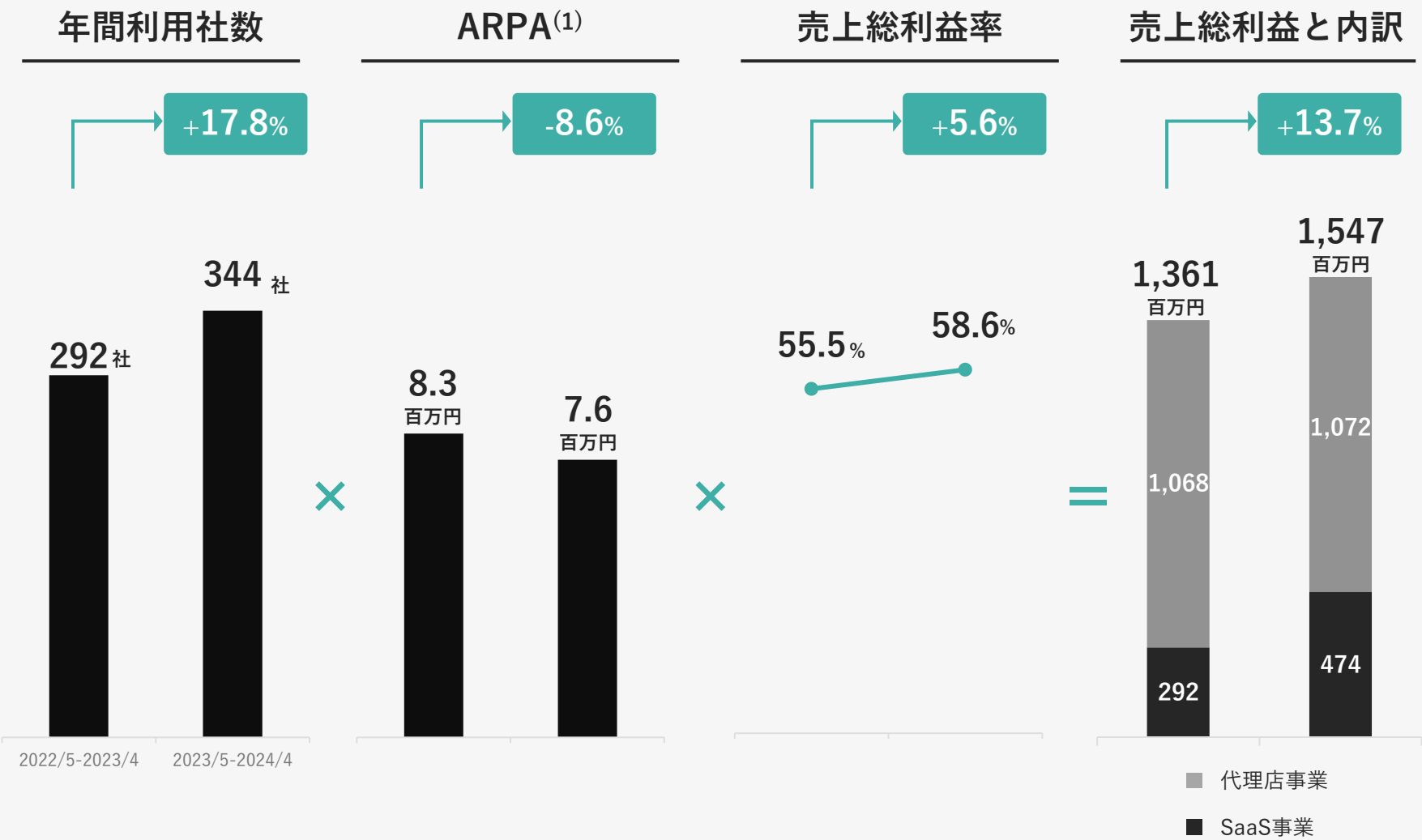
総額計上売上高	872	1,248	2,613	1,983	1,727	2,641	1,614	1,493	1,680	1,819	1,847	2,023	1,157	1,997	2,163
---------	-----	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

注  
(1) 売上高、売上総利益、販管費に内部取引を含む



## KPIの推移

- SaaS事業が好調なことでARPAは下落したが、SaaS単体の単価は前年同期比+25.2%と上昇傾向
- 2023/5-2024/4のSaaS利用社数は251社（前年同期比+33.5%）。内95%超が有償利用となっており、有償利用企業数は前年同期比+40.1%



注  
 (1) ARPA=Average Revenue Per Account (1アカウント当たりの平均売上高)





## 株式会社Wild Side及び 株式会社Antooの 株式取得(子会社化)

- サプライの強化とサービスメニュー拡大を目的として、2024年3月に株式会社Wild Side、2024年6月に株式会社Antooを子会社化

### 株式会社Wild Side

### 株式会社Antoo

#### 相手先 事業概要

ブランディングから日本国内のテレビCMのバイイングまで、ワンストップサービスを少数精鋭で提供

動画作成・映像制作プラットフォームの運営

#### 目的

##### サプライの強化（メディアバイイング）

自社でメディアバイイング機能を持つことで、テレビCM枠の番組指定や短期間/短納期対応が可能となり、強みであるリアルタイムでの効果測定を元にしたPDCAサイクルを早め、より効果的なマーケティングサービスを提供する

##### 近接領域への拡張（PR動画作成）

中小企業を主な顧客ターゲットとしたPR動画作成機能を持つことで、ラクスルグループの主要顧客層である小規模事業者へのサービスメニューを拡充する

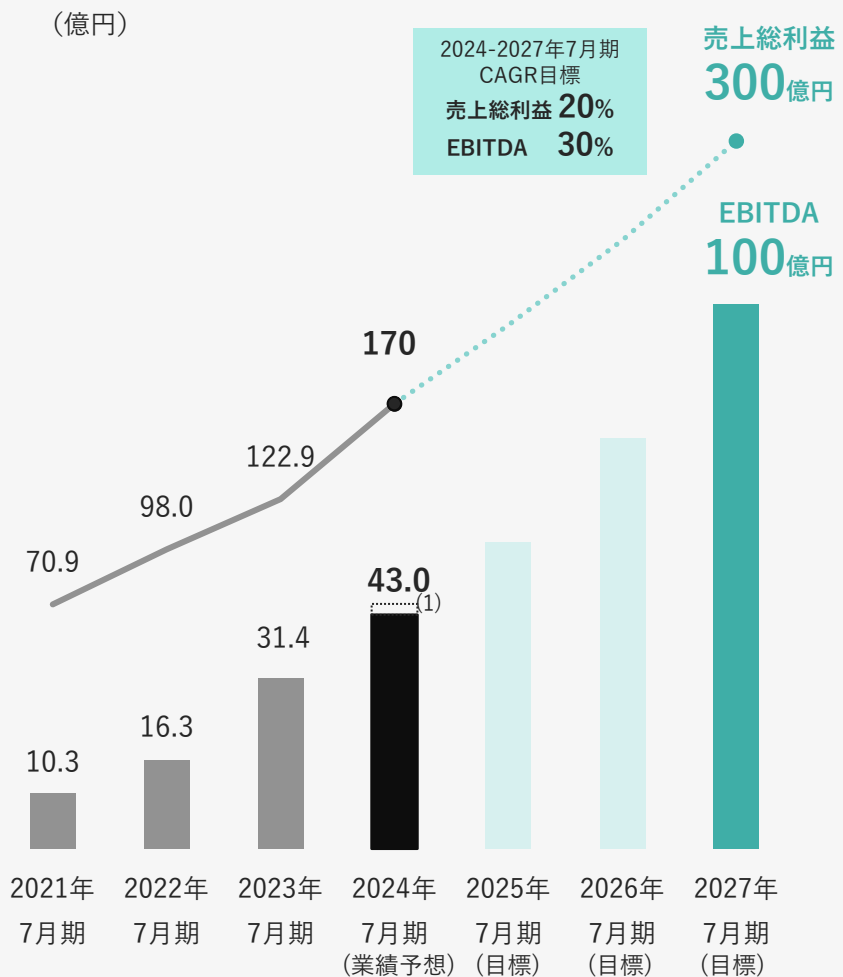
#### 業績

連結業績に与える影響は軽微

## 中期財務ポリシー

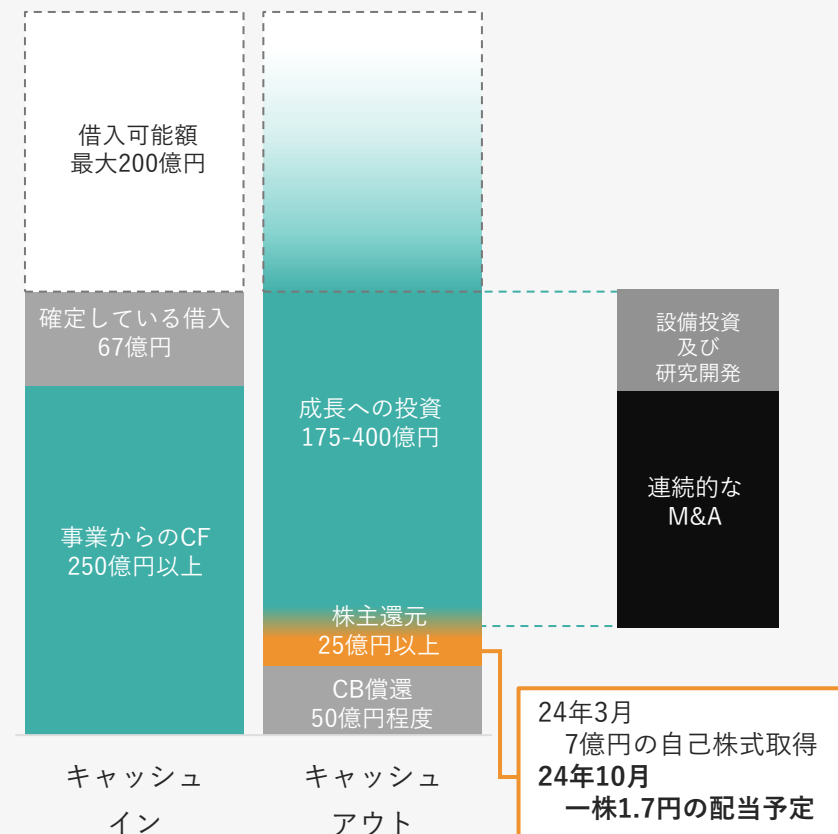
- Quality Growth(利益/CFを伴う事業拡大)を継続し、2027年7月期に売上総利益300億円、EBITDA100億円を目指す
- 今後5年間のキャピタルアロケーションにおいては、当社の周辺領域には成長や優位性を強固にする魅力的な投資機会が多く、連続的なM&Aや事業成長を牽引する投資を優先する
- 継続的なキャッシュフローが創出できる体制になったことから、今後5年間で事業で創出するキャッシュの10%、25億円を下限とし、自己株取得を中心に株主へ還元していく
- 今回配当予想の変更を発表。自己株式取得を主な手段とすることは変わらないが、今後は継続的な配当を行っていく

### 2027年7月期 売上総利益、EBITDA目標



注  
(1)ペライチ赤字分-2億円取り込み

### 2024年7月期-2028年7月期の累計 キャピタルアロケーションイメージ



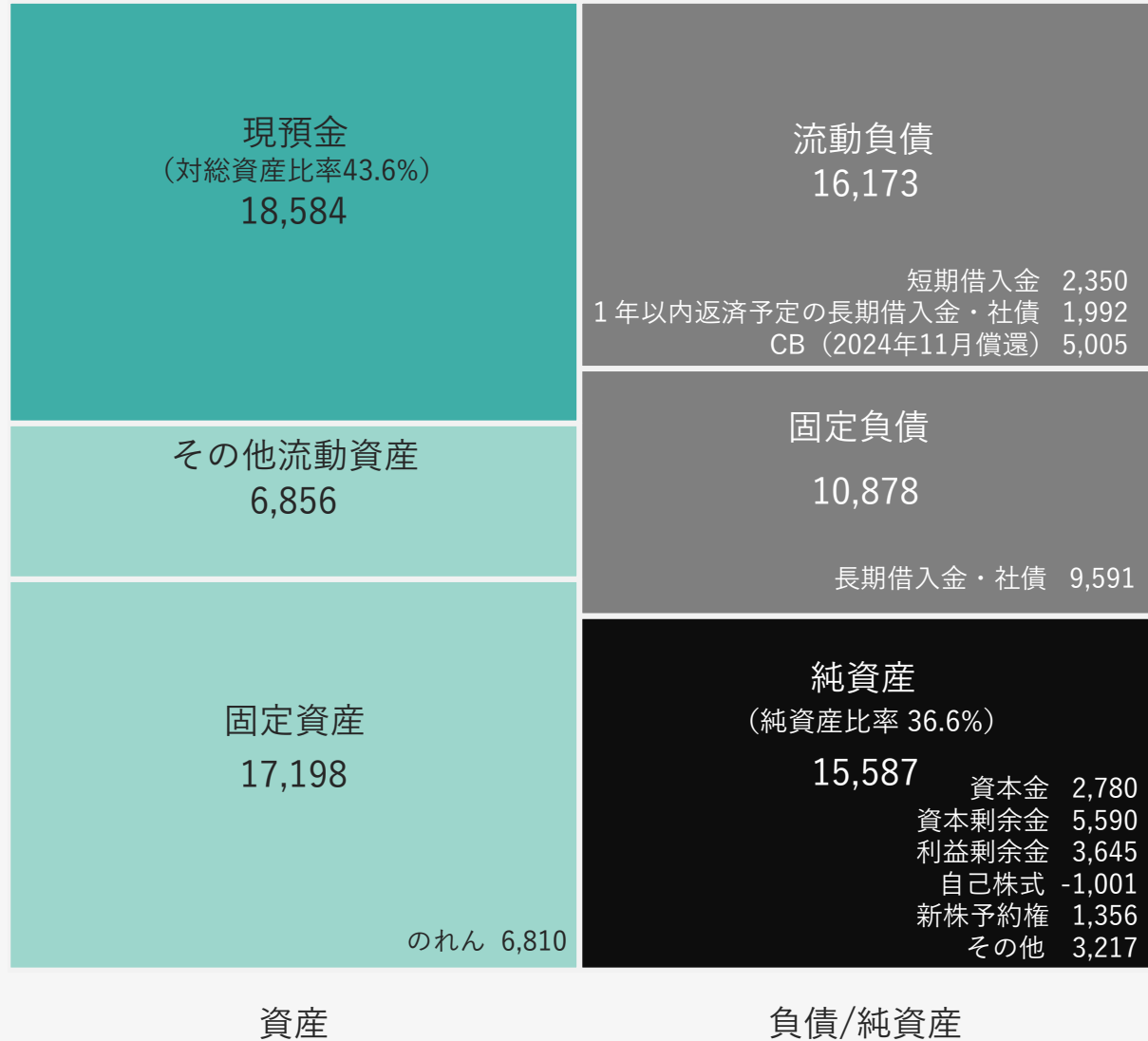
借入を更新しない場合の最大返済額は今後5年間で約140億円






## 連結BSサマリー

- ファイナンス・パッケージによって、CBが償還の場合においても、投資余力のあるキャッシュポジション維持が可能
- 今後は営業キャッシュフロー、会計上の利益共に蓄積していく見込み

(百万円)



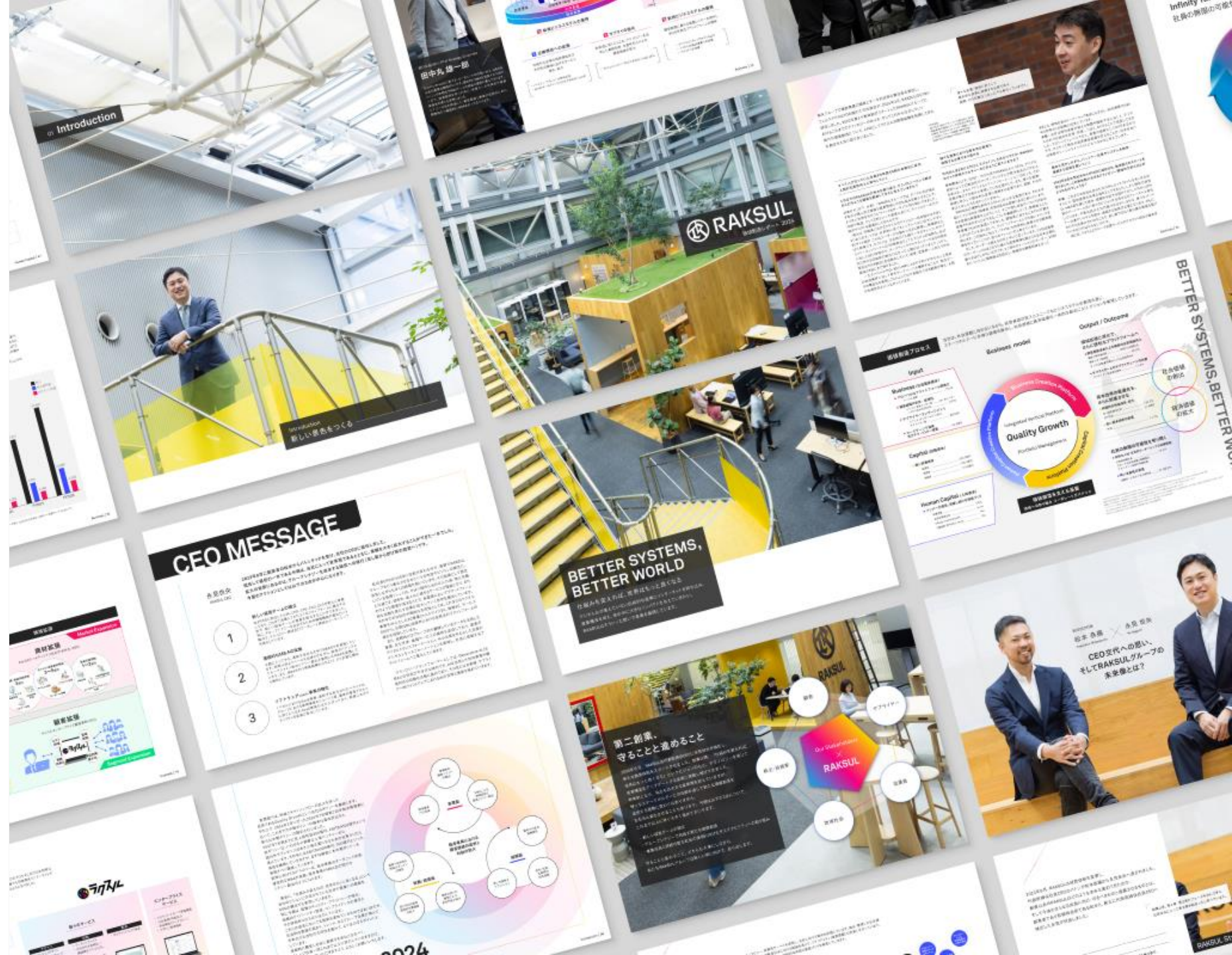
## グループ会社の状況

<p>内製 事業</p>	 <p>持分法適用会社</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年1月に新たに日本郵政キャピタル株式会社を株主に迎え、物流業界のオープンプラットフォームに向けて成長は加速</li> <li>四半期売上高は15.3億円程度</li> </ul>
	 <p>将来連結可能</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業が順調に立ち上がり、シリーズBで135億円の資金調達を実施</li> <li>国内に加え、アメリカ・APACでのサービス提供を開始</li> </ul>
<p>出資</p>	 <p>連結対象</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>今期より連結子会社化</li> <li>当社持分に変更は無く、その他事業として管理</li> <li>四半期売上高は2.6億円程度</li> </ul>



## 価値創造レポートの発行とサステナビリティへの取り組み状況

- 2024年5月に当社ホームページのIR サイトにて、統合報告書「ラクスル価値創造レポート 2024」を公開
- 新経営体制における取組み、マテリアリティの見直し、グループ全体の情報セキュリティの体制、コンプライアンス意識の醸成等を開示強化
- ESGレーティングに関しては、環境やガバナンスについては業界平均以上のスコアを受けているものの、人材育成の仕組みに対する評価が不十分と指摘されており、最新のMSCIレーティングは前年のAからBBBに低下。仕組み化と状況改善を進める



# 3

1. CEOメッセージ
2. 2024年7月期第3四半期 業績
- 3. Q&A**
4. 参考資料



## Q&A

質問		回答
全社	4Qの戦略投資費用について	<ul style="list-style-type: none"> <li>4Qの販管費には戦略的な投資費用を一部含んでいる</li> <li>主な内容としては4Q実施のM&amp;A関連費用、来期以降の成長ドライバーとなる商品カテゴリでの初期的なマーケティング投資、人材採用投資等、合計3億円程度</li> <li>通期計画の達成に影響は無い見込み</li> </ul>
全社	中期財務ポリシーのEBITDA100億円達成時点での営業利益と当期純利益との相関性は	<ul style="list-style-type: none"> <li>中期財務ポリシーにおける27/7期のEBITDAターゲットを達成した時点では、Non-GAAP（のれん償却費と株式報酬費用を除く）営業利益はEBITDAの85%程度</li> <li>Non-GAAP当期純利益は営業外・特別損益に左右されるがEBITDAの55%程度</li> </ul>
ラクスル	ラクスルエンタープライズの進捗は？	<ul style="list-style-type: none"> <li>大企業向けサービスのラクスルエンタープライズは順調に成長</li> <li>2024年7月期3Q時点で導入企業数2,092社、20,496ユーザーまで拡大</li> </ul>
ラクスル	物流コスト上昇の影響は？	<ul style="list-style-type: none"> <li>ラクスル事業における物流費はラクスルやパートナーが個別に競争力の高いレートを契約しており、価格変動のタイミングは一律ではない</li> <li>一定のコスト上昇局面においても価格競争力は高く、事業活動上必要な調達活動に利用いただいているため、影響は軽微</li> <li>2024年秋の郵便料金値上げは、ラクスル事業売上高の5%以下を占めるダイレクトメール事業で一定の影響を想定するが、顧客にとって重要な販促手段であり、当社の価格競争力も高く、大きな減少は見込まず</li> <li>年賀状については市場縮小が発生する想定だが、ラクスル事業の売上高の1%未満の規模であり影響は小さい</li> </ul>

# 4

1. CEOメッセージ
2. 2024年7月期第3四半期 業績
3. Q & A
4. **参考資料**

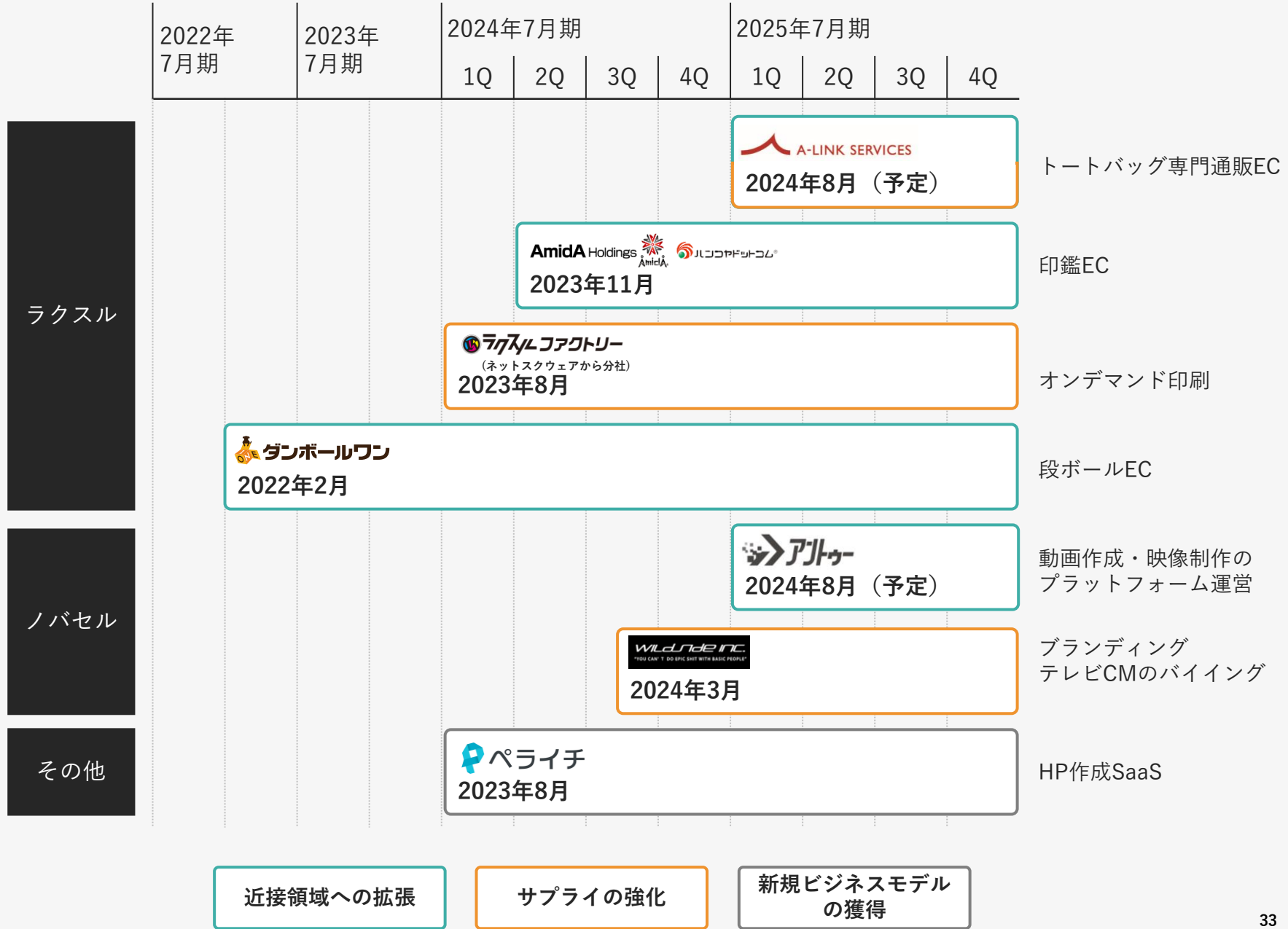






## 連結子会社の各セグメントの業績貢献時期

- 新規連結を行った各社とPLへの貢献開始時期は右の通り





## セグメント別財務情報 (新収益認識基準)

		2022年7月期				2023年7月期				2024年7月期		
(百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高	ラクスル	5,461	6,092	7,894	7,877	8,540	9,316	9,919	9,979	10,451	11,666	<b>12,416</b>
	ノバセル	720	1,007	538	562	643	703	542	766	360	713	<b>801</b>
	ハコベル	741	835	869	1,031	-	-	-	-	-	-	-
	その他・内部調整	84	97	80	84	154	151	147	151	416	382	<b>348</b>
売上総利益	ラクスル	1,478	1,697	2,395	2,347	2,440	2,646	2,847	2,763	3,111	3,591	<b>3,997</b>
	ノバセル	313	433	253	292	368	348	352	375	262	414	<b>495</b>
	ハコベル	97	104	131	130	-	-	-	-	-	-	-
	その他・内部調整	33	38	27	29	38	37	37	38	285	246	<b>219</b>
セグメント利益 (EBITDA, non-GAAP)	ラクスル	583	697	1,055	1,153	1,073	1,172	1,161	1,180	1,458	1,649	<b>1,831</b>
	ノバセル	-18	69	-122	-32	24	34	12	-39	-124	79	<b>85</b>
	ハコベル	-68	-46	-11	-2	-	-	-	-	-	-	-
	その他・内部調整・ 全社費用	-396	-429	-360	-437	-345	-324	-315	-491	-394	-490	<b>-538</b>
セグメント利益 (J-GAAP)	ラクスル	534	641	862	962	875	942	926	956	1,172	1,304	<b>1,488</b>
	ノバセル	-25	63	-129	-39	17	21	-0	-53	-139	66	<b>69</b>
	ハコベル	-79	-59	-25	-16	-	-	-	-	-	-	-
	その他・内部調整・ 全社費用	-534	-580	-516	-592	-501	-404	-419	-595	-492	-620	<b>-659</b>
EBITDA	全社	99	292	560	681	753	882	859	649	938	1,238	<b>1,378</b>



## non-GAAP利益と 会計上の利益の差異

- 従来GAAPの調整項目は株式報酬費用のみだったが2Qよりのれん償却費を追加
- 退職者保有のRS償却を営業外費用で計上するため、営業利益段階と経常利益段階での差異は異なる

(百万円)	2024年7月期3Q 2024年2月-2024年4月		
	実績 non-GAAP	差異 株式報酬費用+のれん償却費	実績 J-GAAP
売上高	13,566	-	13,566
売上総利益	4,712	-	4,712
営業利益	1,216	318	898
経常利益	1,120	319	801
当期純利益	644	319	325

**貸借対照表**

(百万円)	2023年7月期末	2024年7月3Q末
流動資産	20,589	25,440
現金及び預金	14,644	18,584
固定資産	12,076	17,198
資産合計	32,665	42,639
流動負債 (うち有利子負債)	8,292 (2,447)	16,173 (9,348)
固定負債 (うち有利子負債)	10,463 (9,465)	10,878 (9,591)
純資産	13,909	15,587
資本金	2,742	2,780
資本剰余金	5,549	5,590
利益剰余金	1,540	3,645
自己株式	-300	-1,001
新株予約権	1,341	1,356
その他	3,036	3,217
負債・純資産合計	32,665	42,639



## キャッシュフロー 計算書

(百万円)	2023年7月期末	2024年7月期3Q末
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,902	1,962
投資活動によるキャッシュ・フロー	297	-5,176
財務活動によるキャッシュ・フロー	-2,238	6,228
現金及び現金同等物の増減額 (新規連結による増減含む)	962	3,939
現金及び現金同等物の期末残高	14,644	18,584



仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる

# ディスクレーマー

## 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。

これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。

さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。

実際の結果は環境の変化等により、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合において、

当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新・改訂を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、

かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

お問い合わせ先

IRグループ

Email : [ir@raksul.com](mailto:ir@raksul.com)

IR情報 : <https://corp.raksul.com/ir/>