



2024年7月期 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9月12日



第一部：2024年7月期連結業績 及び 2025年7月期連結業績予想

1. サマリー
2. 2024年7月期通期 連結業績
3. 2025年7月期通期 連結業績予想

第二部：CEOメッセージ

4. 今後の方向性
5. Growth Playbook - 拡張性・再現性の担保

参考資料

6. Q&A
7. 参考資料

第一部：2024年7月期連結業績 及び 2025年7月期連結業績予想

1

サマリー





サマリー

2024年7月期 通期及び 4Q実績

[通期]

売上高 前年同期比+24.6%、売上総利益 同+39.8%、EBITDA(non-GAAP)⁽¹⁾ 45.4億円

- 2024年3月に上方修正した計画を各数値超過して着地
- 利益を伴いながら成長を継続(Quality Growth)。EBITDAは45.4億円(YoY+44.6%)と大幅に拡大
- 期中に6件のM&Aを実施し、周辺領域への拡張、サプライの拡大を行い、クロスセルの余地拡大や売上総利益率の向上に寄与
- ROEは15.8%。中長期的に20%以上を目指し改善を続ける

[4Q]

売上高 前年同期比+24.5%、売上総利益 同+43.8%、EBITDA9.9億円

- ラクスル事業のオーガニック成長率はQoQで加速
- 来期に向けた成長投資を予定通り実施しつつ、EBITDAは3Q開示の見込みの上限に着地
- 4Qの一時的な費用は戦略投資が3億円、アーンアウトと旧オフィス関連の償却1.8億円の計4.8億円

2025年7月期 業績予想

Quality Growthを継続し、売上総利益の20%超の持続的成長とEBITDAの拡大を重視

- 売上高：610 - 630億円 前年同期比+19.3 - 23.2%
- 売上総利益：210 - 220億円 前年同期比+22.1 - 28.0%
- EBITDA：55.0 - 60.0億円 前年同期比+20.9 - 31.9%
- 営業利益：J-GAAP営業利益は32.0 - 37.0億円 (前年同期比+26.8 - 46.6%)、Non-GAAP営業利益は47.0 - 52.0億円 (前年同期比+19.6 - 32.3%)

中期業績目標

- 2024年3月に設定した中期財務ポリシーの達成に向けて売上総利益・EBITDAともに順調に推移
- オーガニック成長及びM&Aにより、2027年7月期に売上総利益300億円、EBITDA100億円を目指す

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



成長のトラックレコード

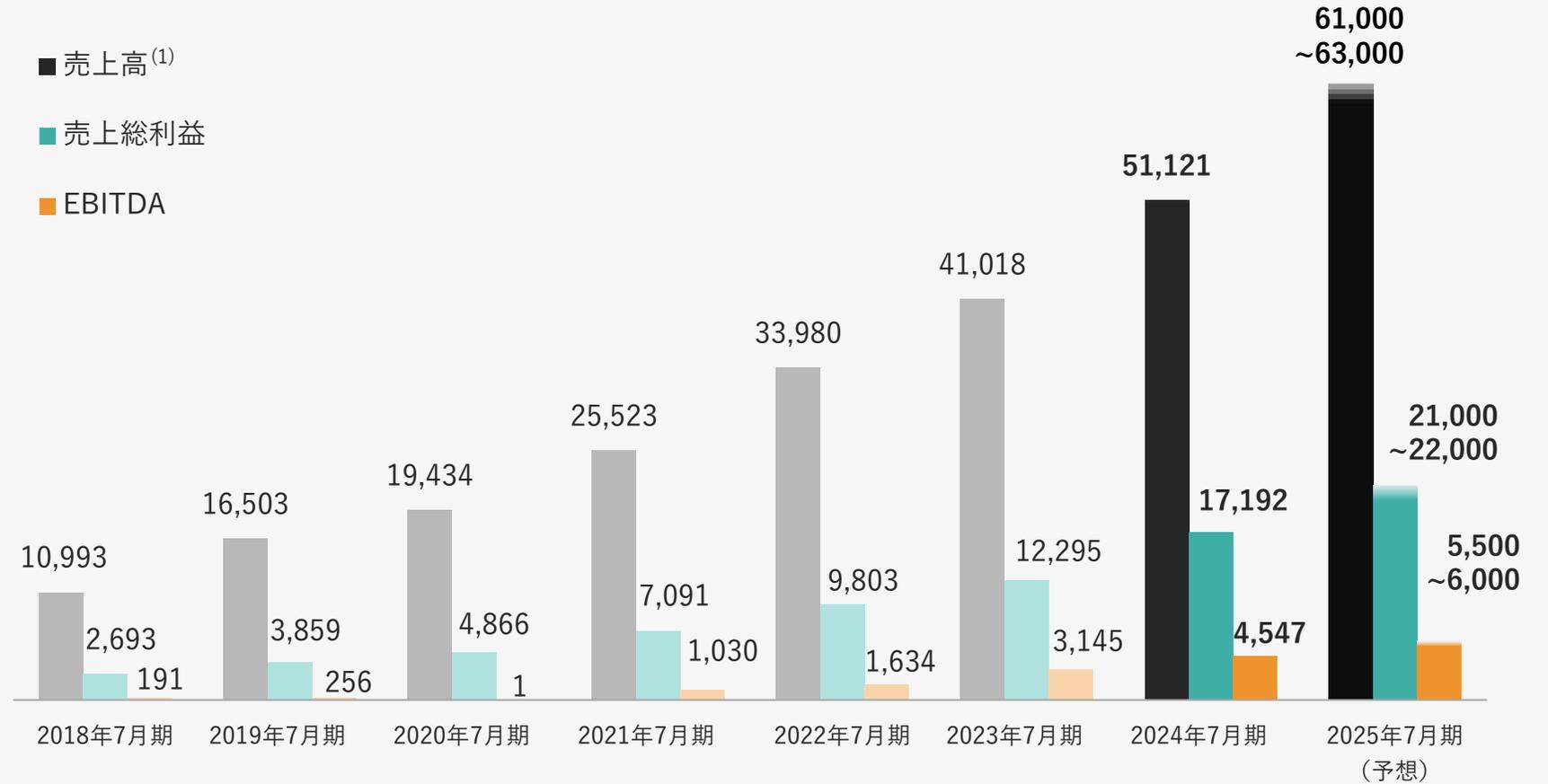
- 2024年3月に上方修正した通期予想に対して各事業順調に成長を継続、若干の上振れで着地
- Quality Growth(利益/CFを伴う事業拡大)を継続しており、2025年7月期もこの方針を継続
- 借入を実施しつつ隣接領域やサプライの拡張などを中心に投資を実行しているが、Net Debt to EBITDA比率は現時点で0.3倍。EBITDAが成長する中で投資余力は十分にあり、継続的に拡大している

(百万円)

■ 売上高⁽¹⁾

■ 売上総利益

■ EBITDA



注

(1) 2021年7月期以前の業績は新収益認識基準で算出



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
- 2024年7月期と2025年7月期に関しては高い成長率の実現とマージン改善をしつつも、成長投資やM&Aなどの費用も吸収、更なる成長の加速の素地を作る

	2020年7月期	2021年7月期	2022年7月期	2023年7月期	2024年7月期
売上総利益 成長率 (ハコベルを除く)	+24.6%	+42.1%	+40.5%	+31.7%	+39.8%
対売上総利益 EBITDA マージン	0.0%	14.5%	16.7%	25.6%	26.5%

2

2024年7月期通期 連結業績





2024年7月期第4四半期 及び通期連結業績

- 2024年3月に上方修正した業績予想を超過して着地
- 持続的な売上成長を維持しながらもEBITDAは高い水準を維持。4QはM&A関連コストやマーケティング投資など成長に向けた投資を約3億円実施したことで9.9億円での着地

(百万円)	2024年7月期4Q (2024年5月-2024年7月)			2024年7月期通期 (2023年8月-2024年7月)			
	実績	2023年7月期 4Q実績	前年同期比 成長率	実績	2023年7月期 4Q累計実績	前年同期比 成長率	対業績予想 増減率 ⁽¹⁾
売上高	13,563	10,897	+24.5%	51,121	41,018	+24.6%	+0.8%
ラクスル	12,574	9,979	+26.0%	47,109	37,756	+24.8%	-
ノバセル	627	766	▲18.1%	2,502	2,656	▲5.8%	-
売上総利益	4,568	3,177	+43.8%	17,192	12,295	+39.8%	+1.1%
ラクスル	3,902	2,763	+41.2%	14,603	10,698	+36.5%	-
ノバセル	438	375	+16.8%	1,610	1,444	+11.5%	-
売上総利益率	33.7%	29.2%	+4.5pt	33.6%	30.0%	+3.6pt	+0.1pt
EBITDA	990	649	+52.6%	4,547	3,145	+44.6%	+5.8%
営業利益 (non-GAAP)	790	590	+33.9%	3,929	2,913	+34.9%	+6.5%
当期純利益 (non-GAAP)	471	198	+137.4%	3,533	2,518	+40.3%	+1.2%
EPS (non-GAAP)	8.1円	3.4円	+4.7円	60.5円	43.3円	+17.2円	-
ROE	-	-	-	15.8%	12.7%	+3.1pt	-

注
(1)2024年3月開示の修正連結業績予想に対する増減率

連結売上高の推移

- 例年4Qは閑散期ではあるものの、全社の売上高はQoQでほぼ横ばいにて着地
- 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

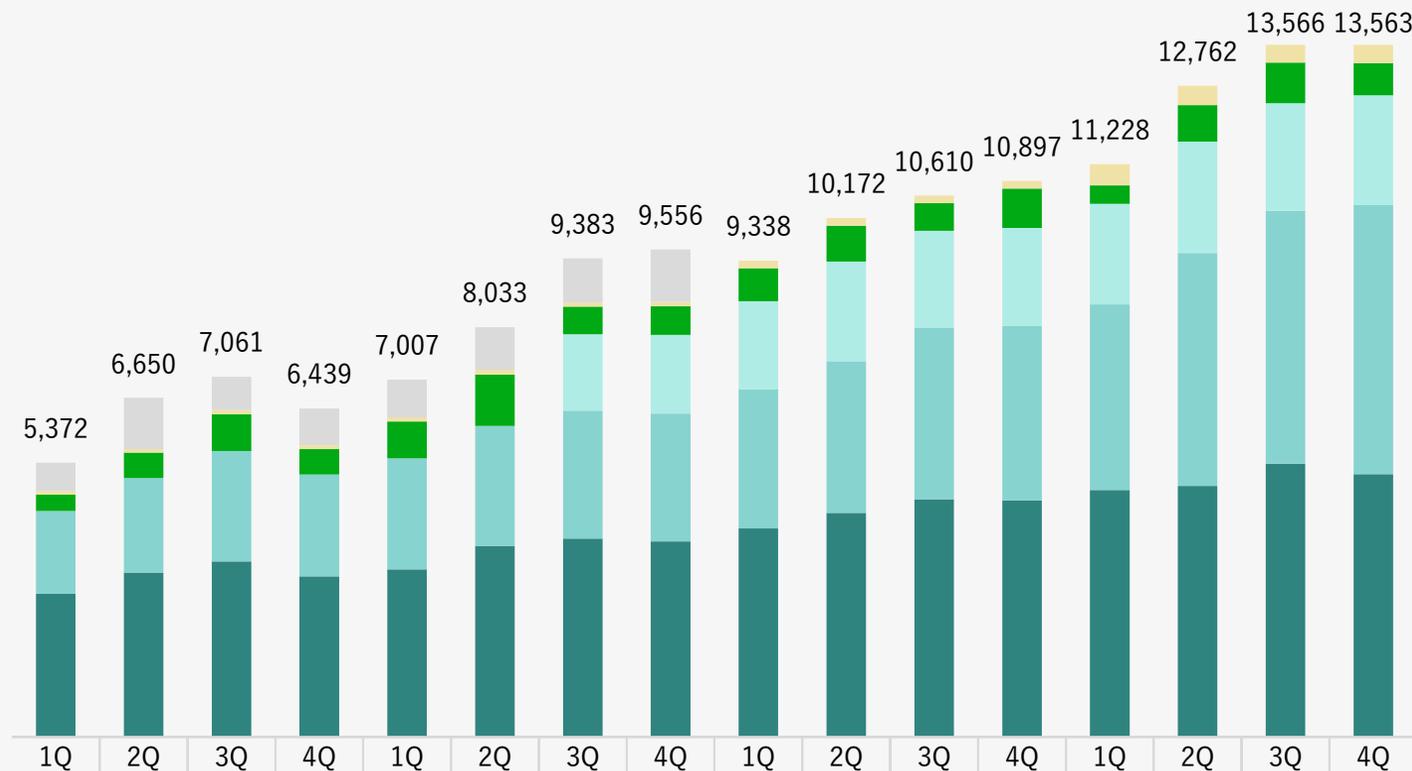
ビジネスサプライ・周辺領域

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)

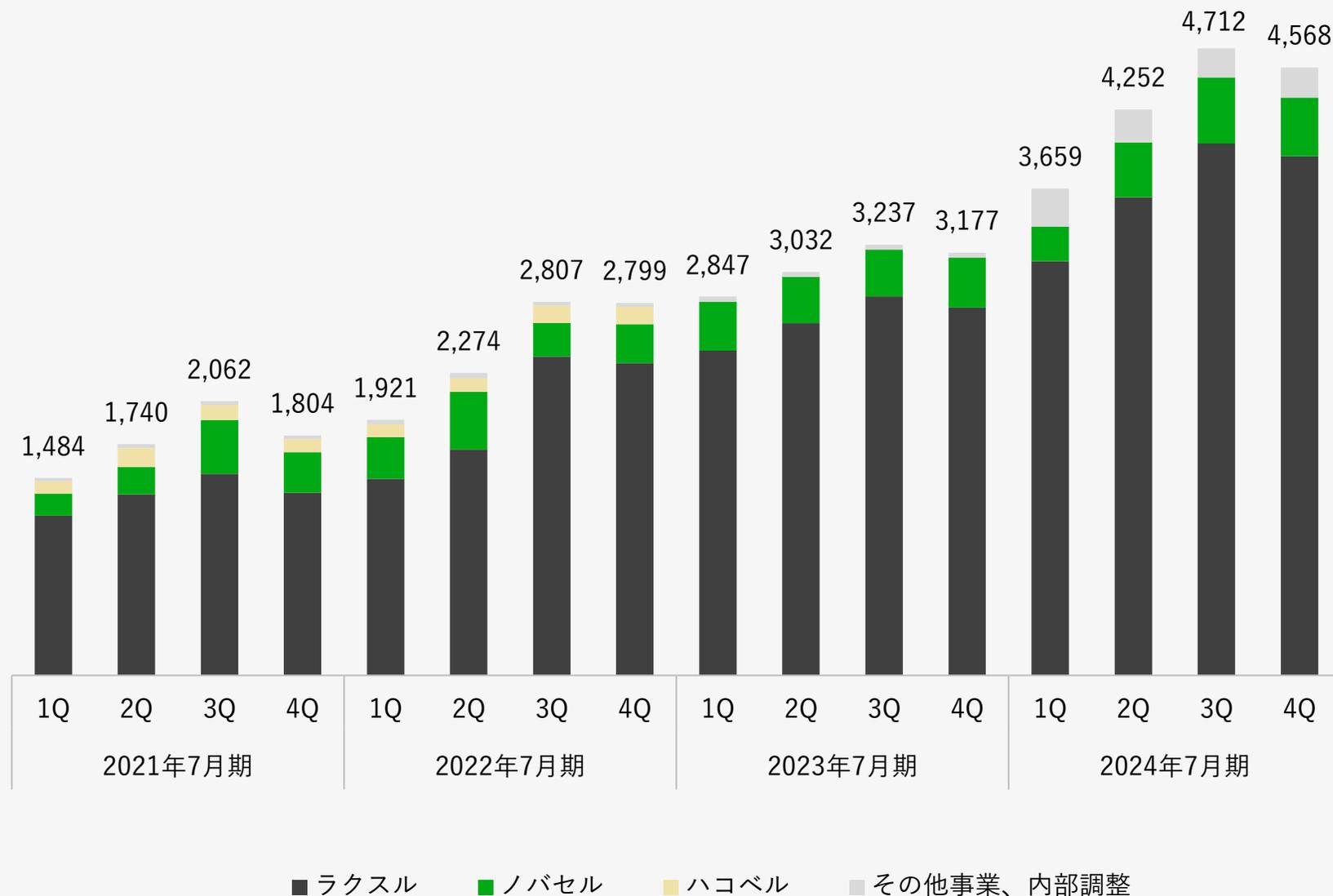


	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
	2021年7月期				2022年7月期				2023年7月期				2024年7月期			
合計	5,372	6,650	7,061	6,439	7,007	8,033	9,383	9,556	9,338	10,172	10,610	10,897	11,228	12,762	13,566	13,563
■ ハコベル	553	1,004	655	723	741	835	869	1,031	0	0	0	0	0	0	0	0
■ その他事業、内部調整	66	73	77	73	84	97	80	84	154	151	147	151	416	382	348	361
■ ノバセル	322	498	722	498	720	1,007	538	562	643	703	542	766	360	713	801	627
■ 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	2,150
■ 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	5,272
■ 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	5,151

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%

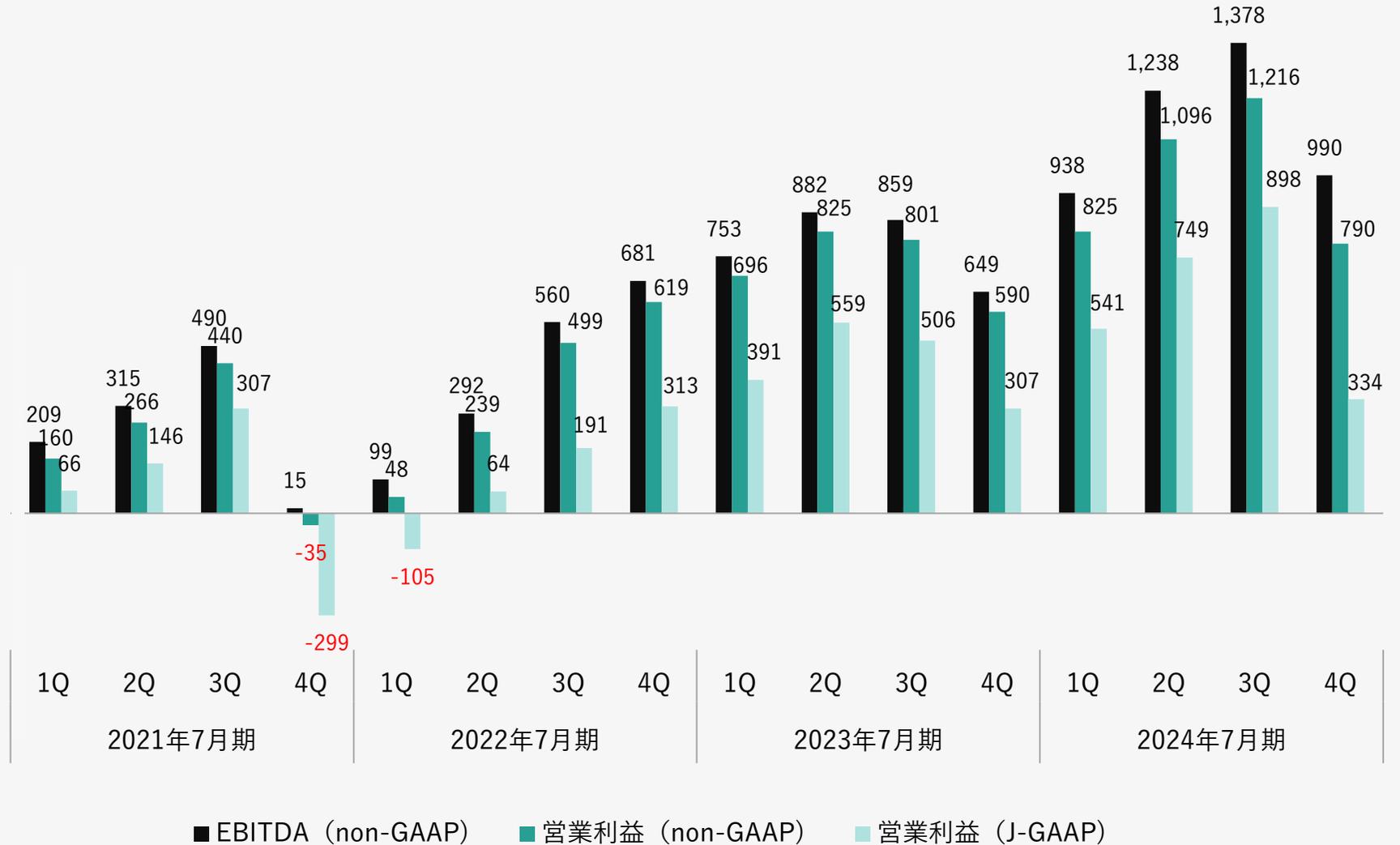
(百万円)



EBITDA及び 営業利益の推移

- EBITDAは4Qの成長投資費用約3億円により9.9億円で着地、実質的には3Q同等の13億円程度の収益力を維持
- この2年は4Qに翌期の成長に向けた投資を行っているため、QoQでは利益が減少しているもののベースの収益力はYoYでしっかりと上昇している
- 営業利益（J-GAAP）はアーンアウト関連ののれん償却と目黒オフィスの資産除去債務の加速償却により約1.8億円費用が一時的に上振れており、これを除くとJ-GAAP営業利益は約5.1億円
- 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)

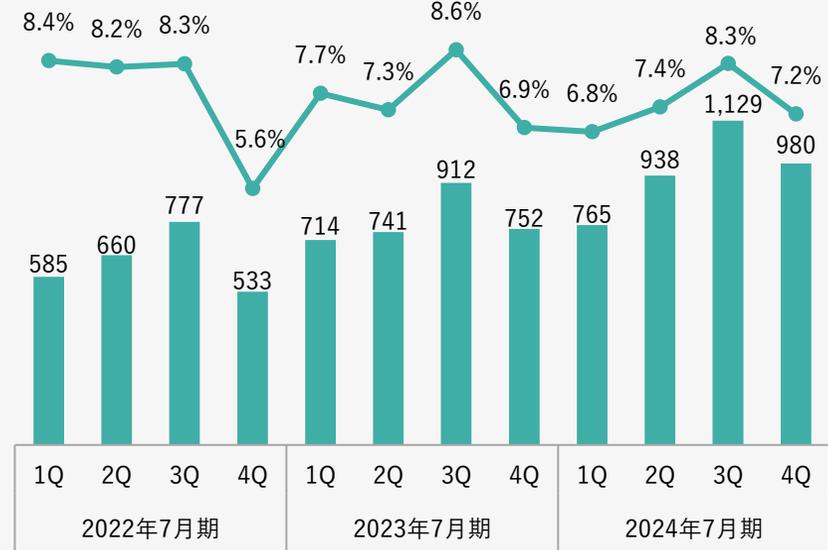


全社販売管理費の推移(1)

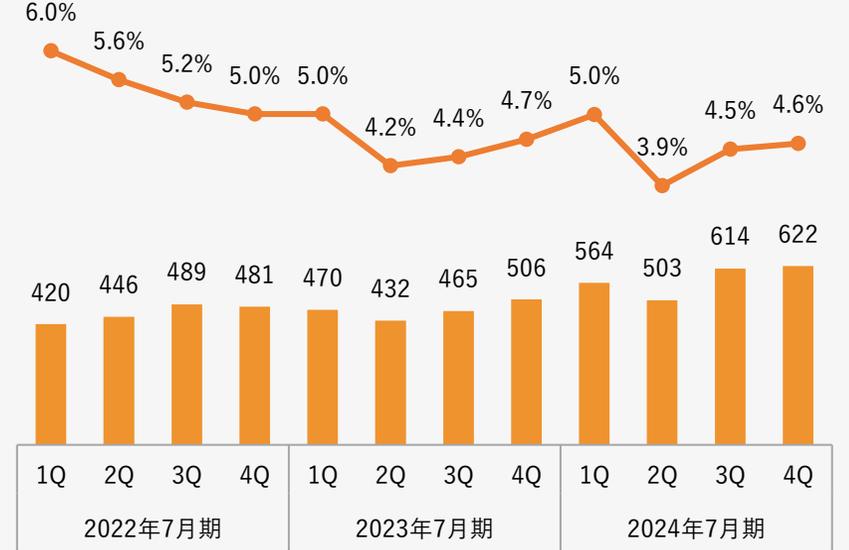
- 広告宣伝費、技術開発を中心に成長投資を継続
- 4Qは2025年7月期の成長ドライバーになる領域を中心に先行的にマーケティング投資を実行
- テクノロジー投資においても今後のシナジーの蓋然性を引き上げるID・決済基盤への投資を開始

(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	4Q
全社販管費総額 ⁽¹⁾	1,873	2,034	2,308	2,180	2,151	2,206	2,436	2,587	2,833	3,155	3,495	3,777
Sales & Marketing	622	695	826	577	736	750	923	811	809	976	1,174	1,037
Tech & Development	420	446	489	481	470	432	465	506	564	503	614	622
その他	831	891	992	1,120	944	1,023	1,047	1,268	1,458	1,675	1,706	2,117

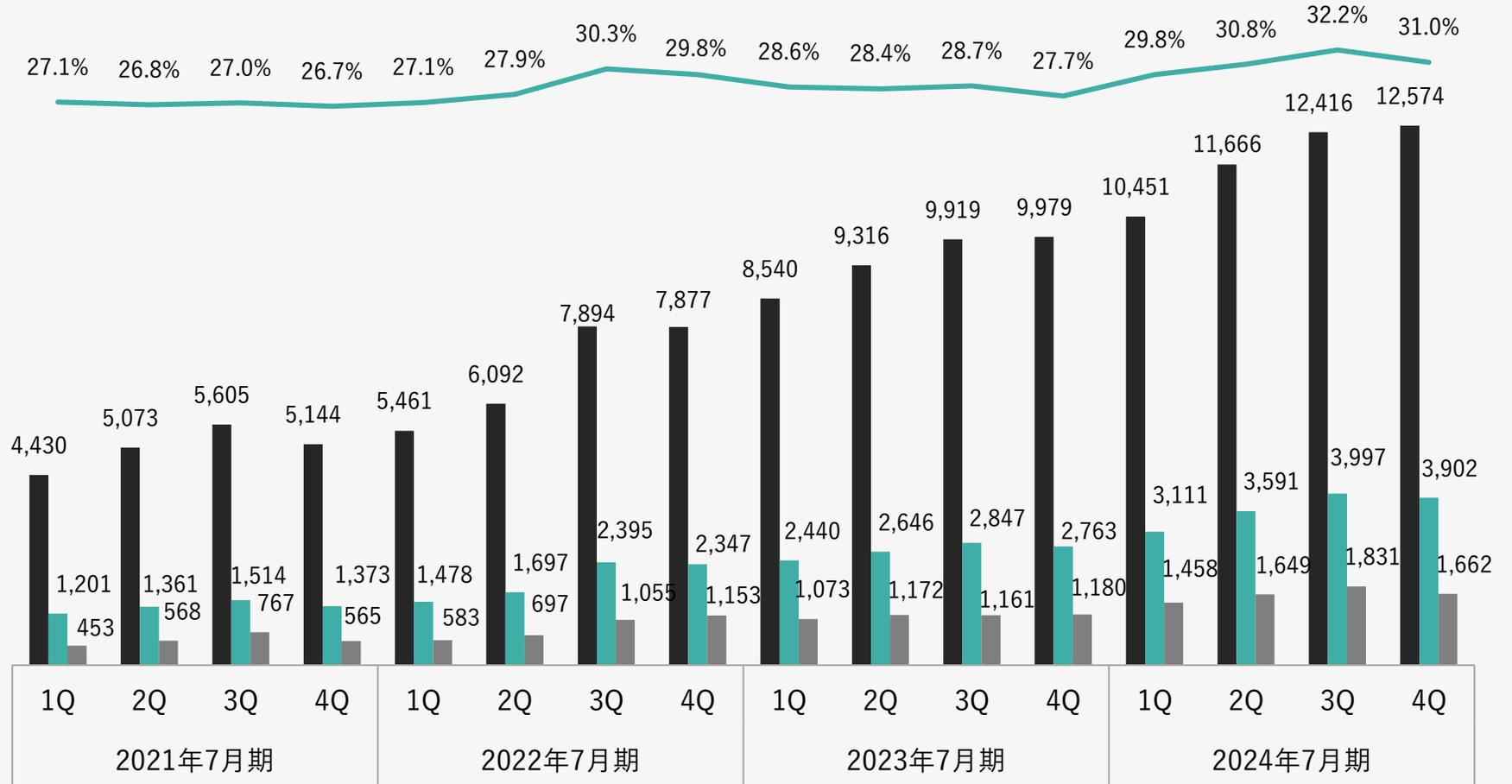
注
(1) 株式報酬費用、のれん償却費を含まない



ラクスル事業 売上高、売上総利益 セグメント利益

- 4Qは閑散期ながらQoQで売上高は微増
- ラクスルとダンボールワンを含むオーガニックの売上高YoY成長率は3Q 16.3%から4Q 17.2%と継続的に上昇
- 売上総利益率は季節性によりQoQで下落するも、年間を通して新規連結、一部生産の内製化を通じて大幅に改善

(百万円)



売上高
 売上総利益
 セグメント利益⁽¹⁾
 売上総利益率

(EBITDA)

注
(1) 販管費に内部取引を含む



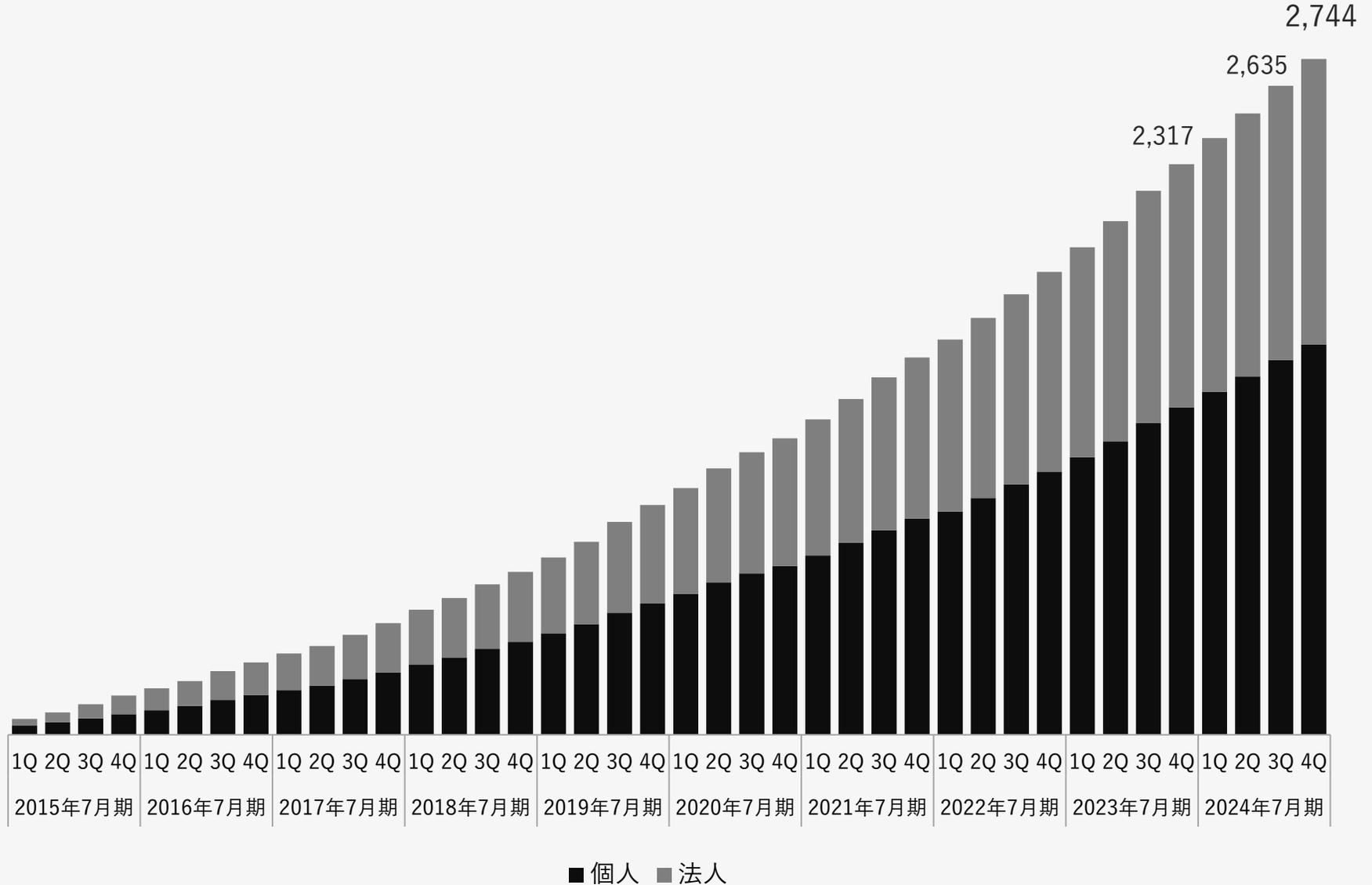
raksul.com

累計登録ユーザー数⁽¹⁾

推移

- 顧客基盤は継続的に拡大
- 4Qの累計登録ユーザー数は2,744,334

(千ユーザー)



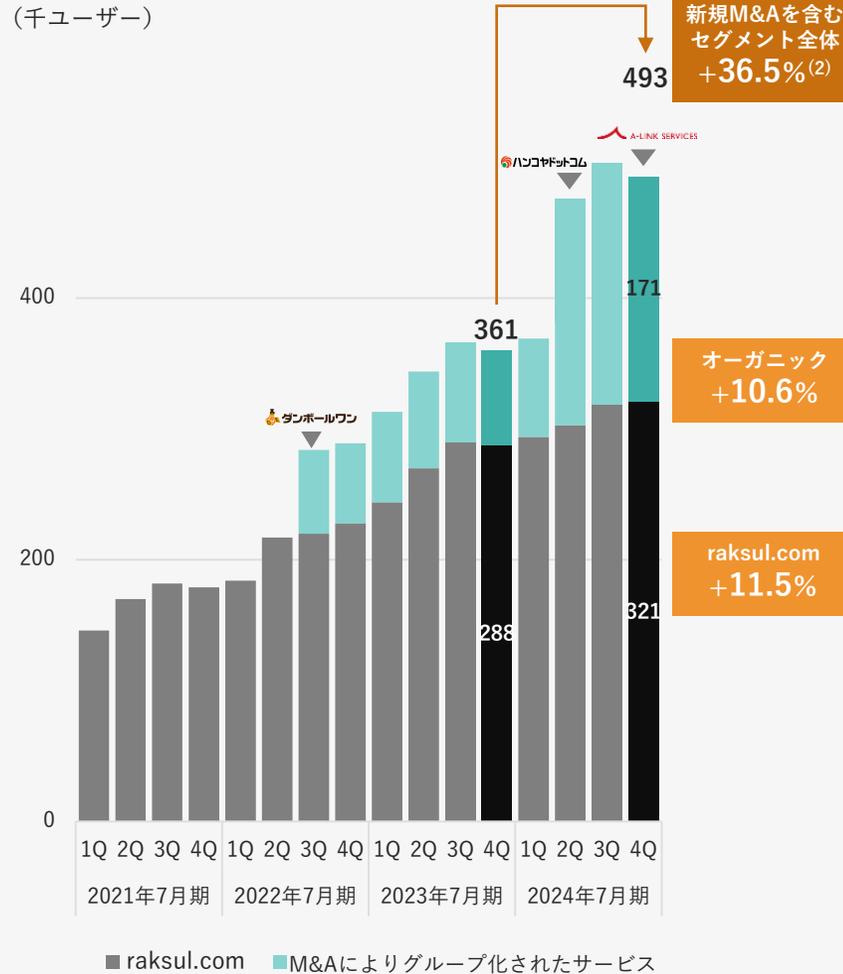
注
(1) 「raksul.com」の累計登録ユーザー数



ラクスル事業 KPI推移(1)

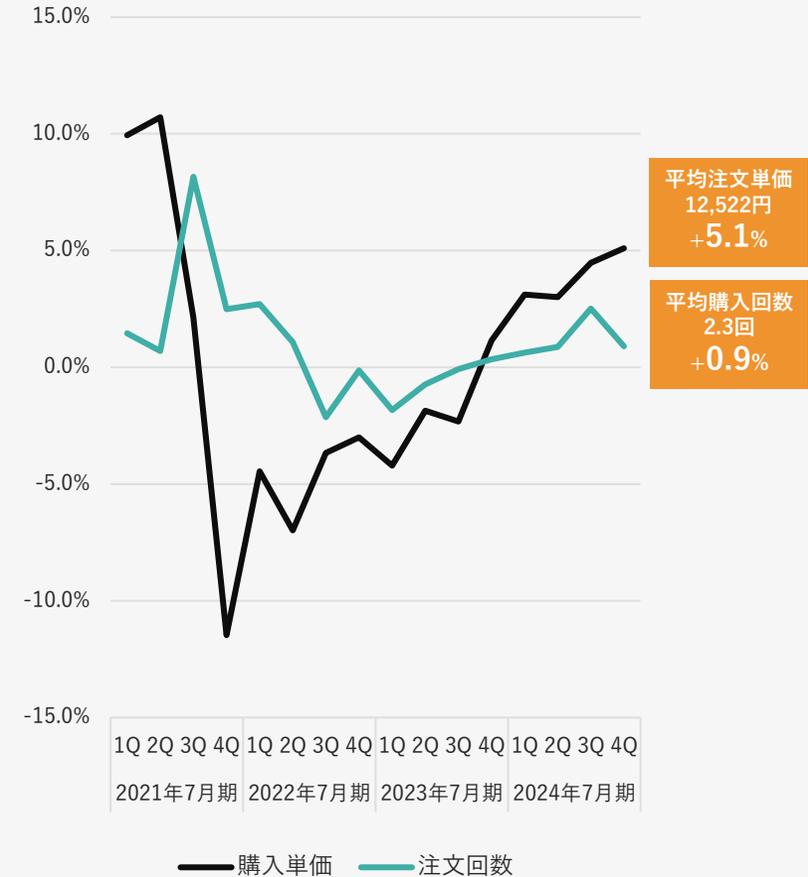
- ユーザー数の成長率はraksul.comにおいて11.5%、ダンボールワンを含むオーガニック成長率は10.6%に上昇
- 顧客ARPUはクロスセルの進展による購入回数の増加と単価増により成長幅が拡大
- 連続的な買収を通じて法人や個人事業主を中心に購入ユーザーが積みあがっている

四半期購入ユーザー数



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)



注

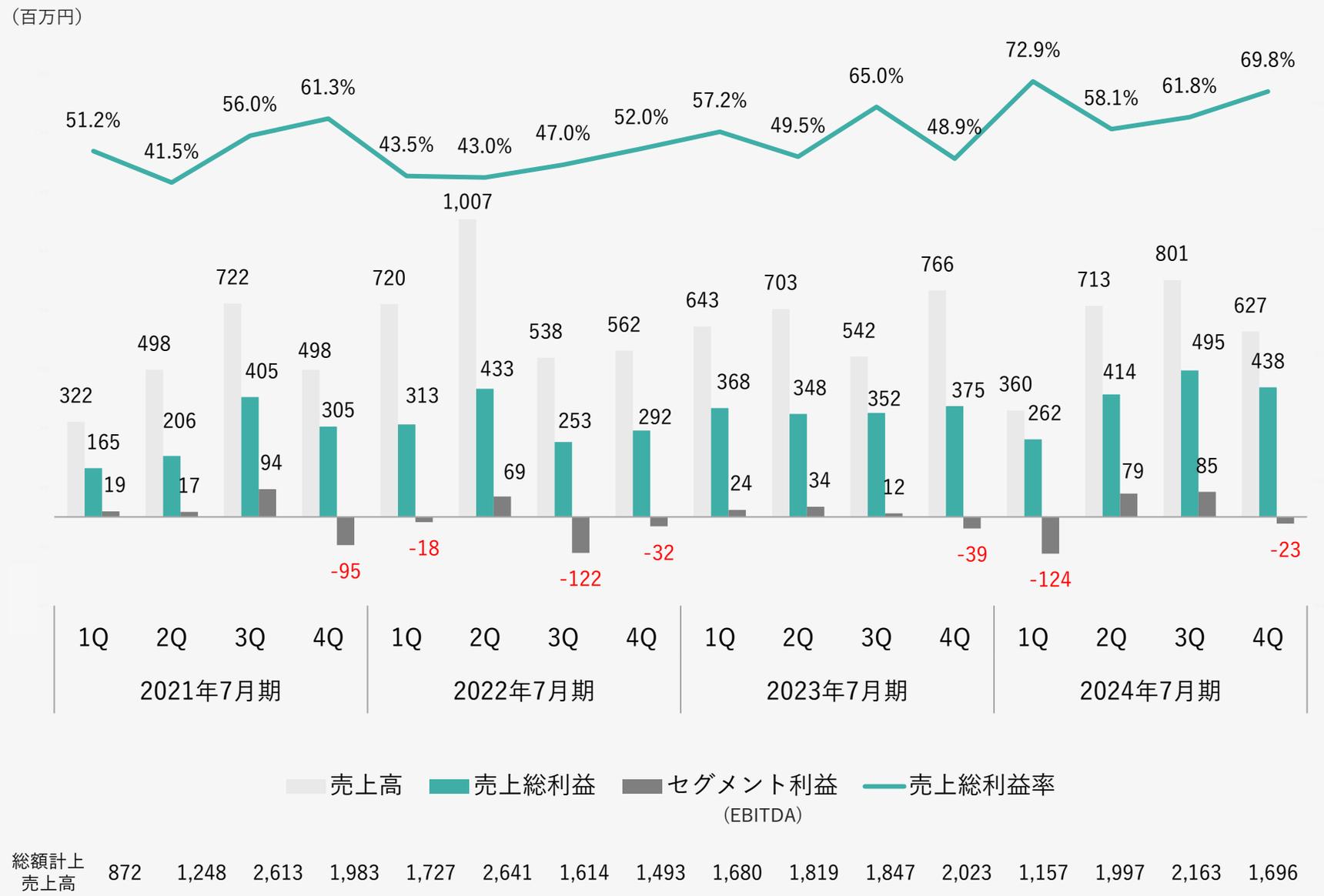
(1) 2024年3月開示の各指標については、当社IRサイトのエクセルに記載

(2) 4Qよりハンコヤドットコム社のユーザーについて、raksul.comユーザーとの重複を2Qまで遡及して削除。3Q開示の購入者数と差異あり



ノバセル事業 売上高、売上総利益 セグメント利益(1)

- 3Qから4Qにかけての広告市場の季節性はあるもの、売上総利益は堅調に推移し前年比増益
- EBITDAは4Q赤字となっているが、主な要因は採用関連やマーケティングを中心に先行投資を実施したため
- ワイルドサイド社の子会社化により4Qのメディア関連の収益性が改善
- 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

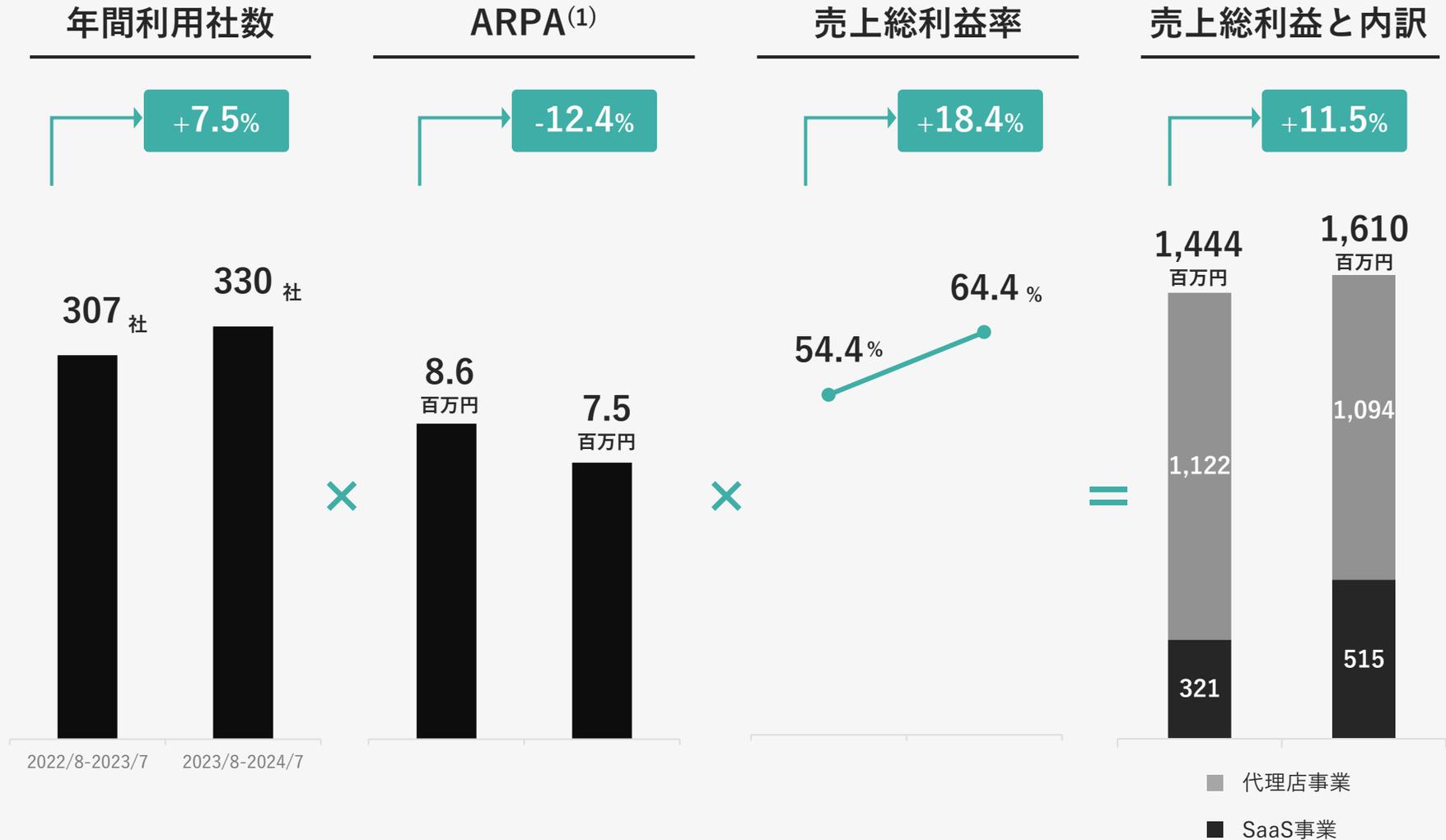


注
(1) 売上高、売上総利益、販管費に内部取引を含む



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+26.5%と上昇傾向
- 2023/8-2024/7のSaaS利用社数は247社（前年同期比+32.1%）



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

シナジーの進捗

- 2024年7月期前半以前に買収した各企業のPMIとシナジー発揮は順調に進捗しており、利益成長に寄与している

シナジーに向けたトピック

ダンボールワン

- ラクスルとの相互送客
- コーポレート機能の統合
- 決済基盤とIDの共通化（開発中）

ラクスルファクトリー

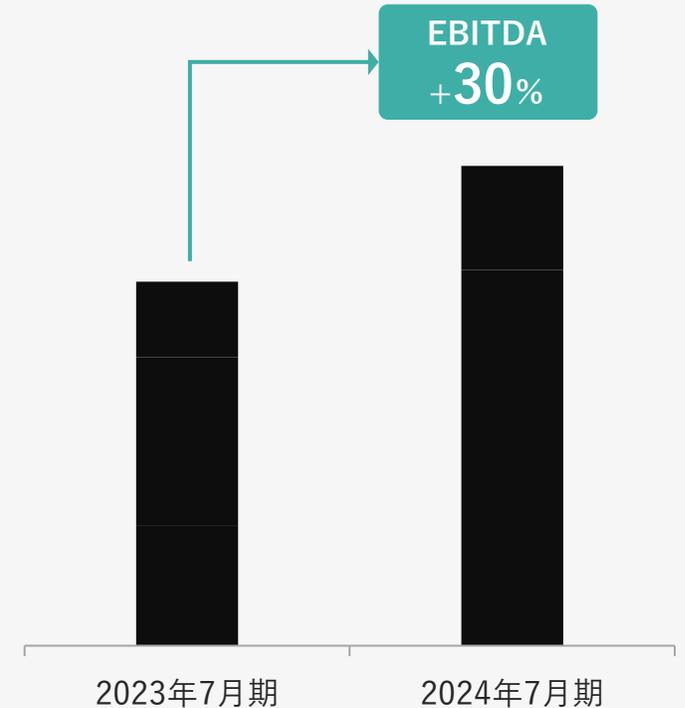
- 戦略商材における一部生産内製化
- 自動化された生産ライン投資によるコスト改善

ハンコヤドットコム

- ラクスルとの相互送客
- コーポレート機能の統合
- 決済基盤とIDの共通化（計画中）

被買収事業の利益動向

M&Aによって連結化した事業のEBITDA⁽¹⁾は2023年7月期から2024年7月期にかけ30%程度改善



注

(1) 連結前の数値を含む、対象はダンボールワン、ラクスルファクトリー、ハンコヤドットコム

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)

<p>現預金 (対総資産比率38.8%) 17,014</p>	<p>流動負債 17,992</p> <p style="text-align: right; font-size: small;">短期借入金 2,300 1年以内返済予定の長期借入金・社債 2,084 CB (2024年11月償還) 5,003</p>
<p>その他流動資産 7,976</p>	<p>固定負債 10,171</p> <p style="text-align: right; font-size: small;">長期借入金・社債 9,006</p>
<p>固定資産 18,881</p> <p style="text-align: right; font-size: small;">のれん 7,730</p>	<p>純資産 (純資産比率 35.8%) 15,708</p> <p style="text-align: right; font-size: small;">資本金 2,798 資本剰余金 5,606 利益剰余金 3,659 自己株式 -1,001 新株予約権 1,375 その他 3,269</p>
資産	負債/純資産

グループ会社の状況

内製事業	 持分法適用会社	<ul style="list-style-type: none"> 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 四半期売上高は15.7億円程度
	 将来連結可能	<ul style="list-style-type: none"> 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 国内に加え、アメリカ・APACでのサービス提供を開始
出資	 連結対象	<ul style="list-style-type: none"> 2024年7月期より連結子会社化 当社持分に変更は無く、その他事業として管理 四半期売上高は2.6億円程度

3

2025年7月期通期 連結業績予想





2025年7月期 通期業績予想

- 引き続き力強いオーガニック成長とプラットフォームとしての進化、買収した各事業とのシナジー発揮を通じて中期財務ポリシーに沿った成長を計画
- 2025年7月期は売上高で19 - 23%成長、売上総利益22 - 28%成長、EBITDA20 - 31%成長を計画
- 当期純利益は2024年7月期はハコベル社の持分売却等に起因する特別利益があった一方、今期予想は現時点で特別利益を想定しておらず成長率は緩やか

(百万円)	2025年7月期 通期業績予想 (2024年8月-2025年7月)		
	業績予想	2024年7月期実績	YoY
売上高	61,000~63,000	51,121	+19.3~23.2%
売上総利益	21,000~22,000	17,192	+22.1~28.0%
EBITDA	5,500~6,000	4,547	+20.9~31.9%
営業利益(non-GAAP) ⁽¹⁾	4,700~5,200	3,929	+19.6~32.3%
営業利益(J-GAAP)	3,200~3,700	2,523	+26.8~46.6%
当期純利益(non-GAAP)	3,180~3,680	3,533	-10.0~+4.1%
当期純利益(J-GAAP)	1,780~2,280	2,118	-16.0~+7.6%
EPS(non-GAAP)	54.6円~63.2円	60.5円	-9.6~+4.6%
EPS(J-GAAP)	30.6円~39.2円	36.3円	-15.7~+8.0%
一株当たり配当	2.3円	1.7円	+35.3%

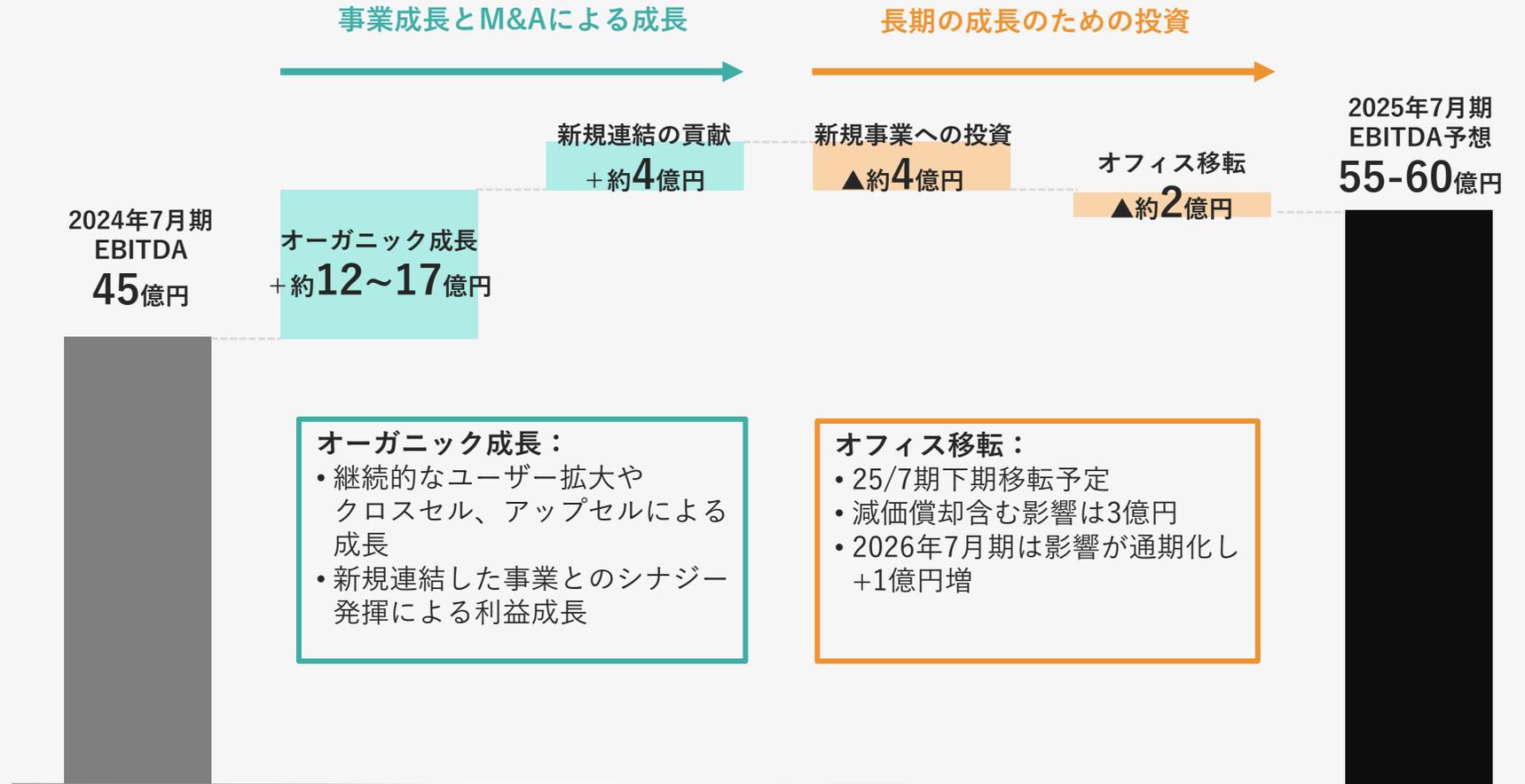
注

(1)営業利益から当期利益のNon-GAAP調整額は約15億円、のれん償却費と株式報酬費用を含む



2025年7月期 EBITDA計画の詳細

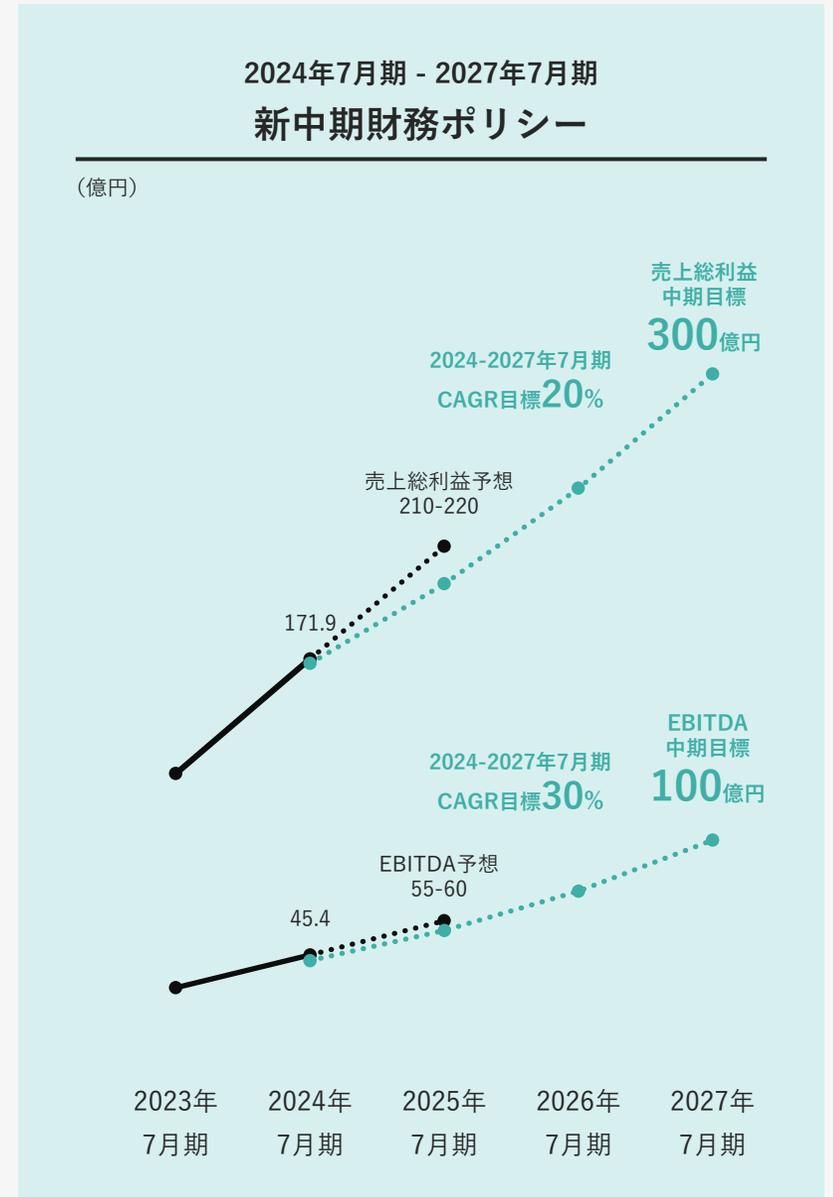
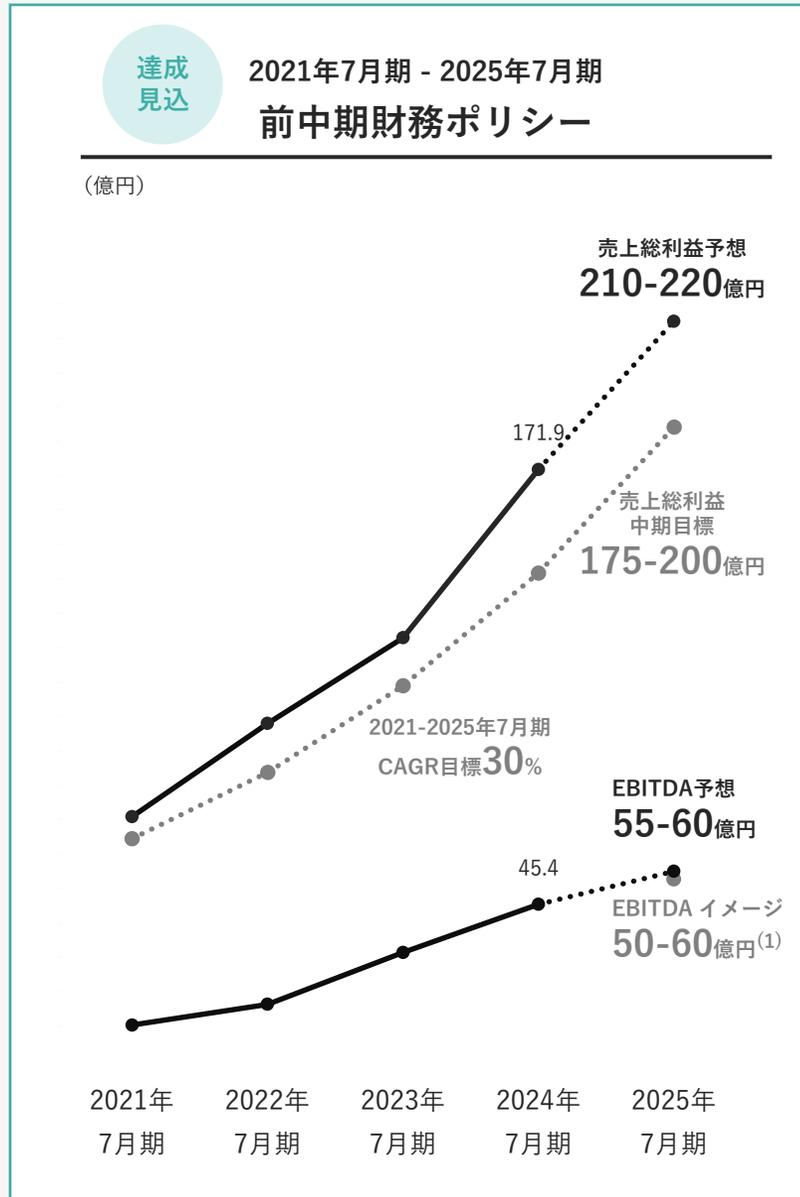
- 2025年7月期は継続的なオーガニック成長に加えて新規連結の貢献を見込み、これらを加味すると実力として61 - 66億円のEBITDAを創出できる見込み
- 一方で長期的な成長のための投資として、新規事業及びオフィスへの投資を行い、55-60億円のEBITDAを2025年7月期の計画としている





中期財務ポリシー

- 2021年に発表した2025年7月期までの前中期財務ポリシーは達成する見込み
- 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
- 前年実績も今期の計画もこの目標に沿って進捗



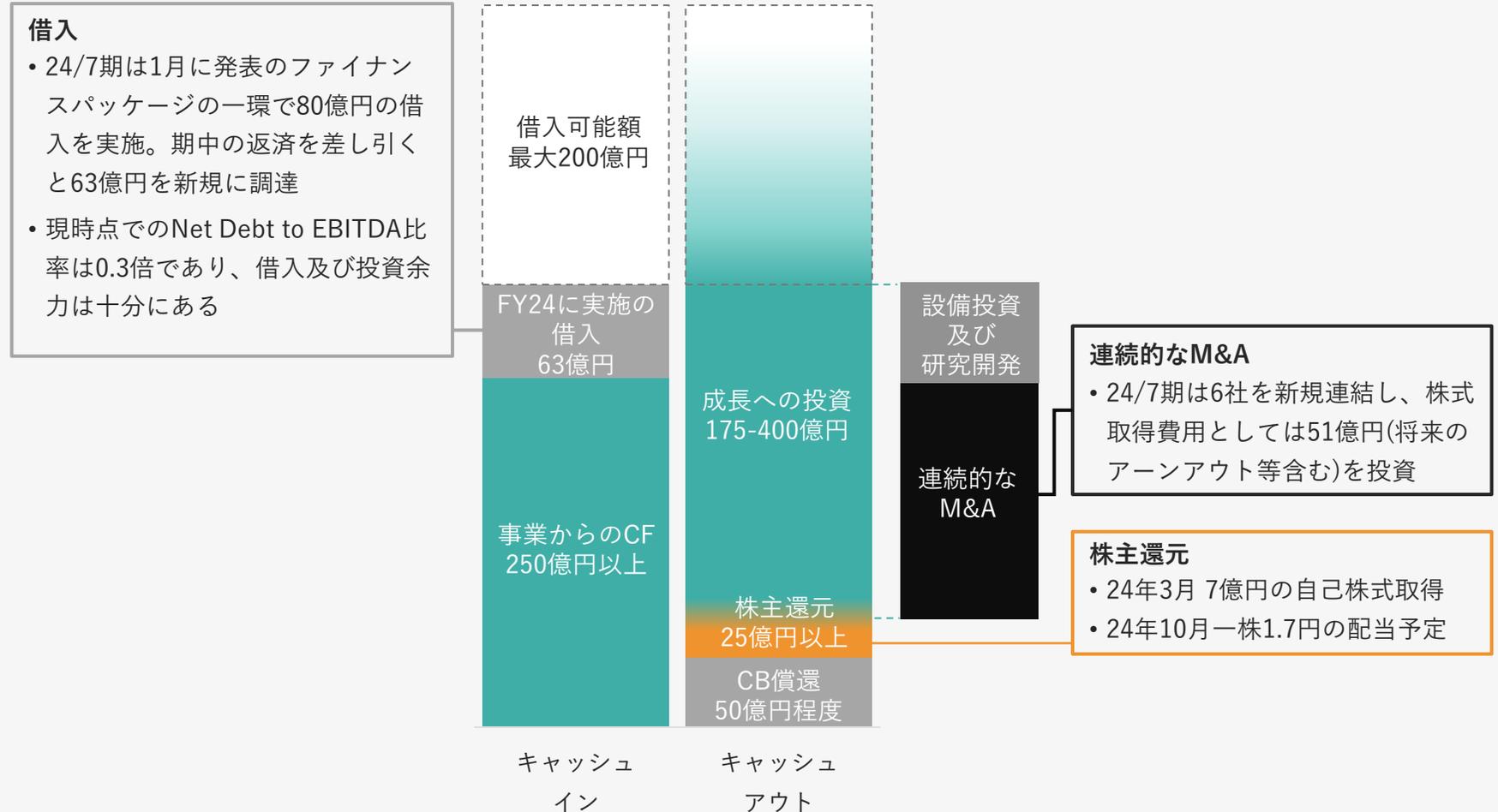
注
(1)売上総利益が200億円するとき

RAKSUL

キャピタル アロケーション

- 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

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



セグメントの変更 について

- 2025年7月期第1四半期以降、ラクスルグループのセグメントを調達プラットフォーム事業、マーケティングプラットフォーム事業、その他事業の3つに再編し、中小企業の経営課題を幅広く、テクノロジーで解決していく

2024年7月期以前

ラクスル事業

- ・印刷・ソリューション領域
- ・ビジネスサプライ・周辺領域
- ・梱包材領域

ノバセル事業

- ・広告代理店事業
- ・SaaS/Professional Services
- ・SMB向けマーケティング

その他事業

- ・ペライチ
- ・その他

2025年7月期 1Q以降

調達プラットフォーム事業

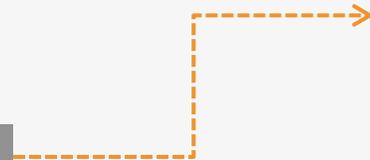
- ・印刷・ソリューション領域
- ・ビジネスサプライ・周辺領域
- ・梱包材領域

マーケティングプラットフォーム事業

- ・広告代理店事業
- ・SaaS/Professional Services
- ・SMB向けマーケティング
- ・ペライチ

その他事業

- ・金融プラットフォーム（今後）
- ・その他





2025年7月期第1四半期 業績見通し

- 売上高は25 - 30%成長を見込み、引き続き調達プラットフォーム事業におけるオーガニック成長に加えてエーリンク社の新規連結、マーケティングプラットフォーム事業における前年比回復を見込む
- 売上総利益においては前年のラクスルファクトリー連結による粗利増の効果は一巡するも、売上高よりも高い売上総利益成長を想定

2025年7月期1Q見通し(2024年8月-2024年10月)

売上高 YoY成長率 **25-30%**

売上総利益 YoY成長率 **30-35%**

EBITDA **10.5-12.5億円**

営業利益 (J-GAAP) **6-7億円**

第二部：CEOメッセージ

End-to-Endで中小企業の経営課題を
解決するテクノロジープラットフォームへ



4

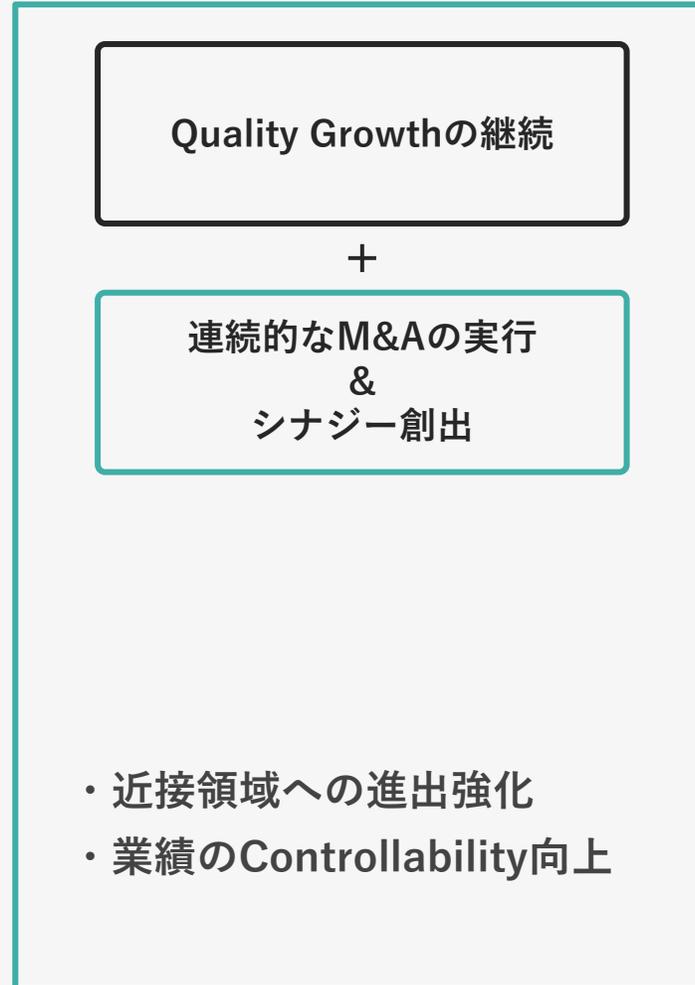
今後の方向性



2024年7月期の振り返りと 2025年7月期の位置づけ

- オーガニックの成長に加えて、近接領域において連続的なM&Aを実行する方針を強化。結果として年間で6件のM&Aを実行し、PMIも順調に推移
- 上記の方針により、中期財務ポリシーにおける2027年7月期の目標（売上総利益300億円/EBITDA100億円）の実現は蓋然性が高まっている
- 一方で長期の継続成長を実現するために、既存アセットをベースとした次の事業展開を準備するタイミングを迎えている

2024年7月期



2025年7月期



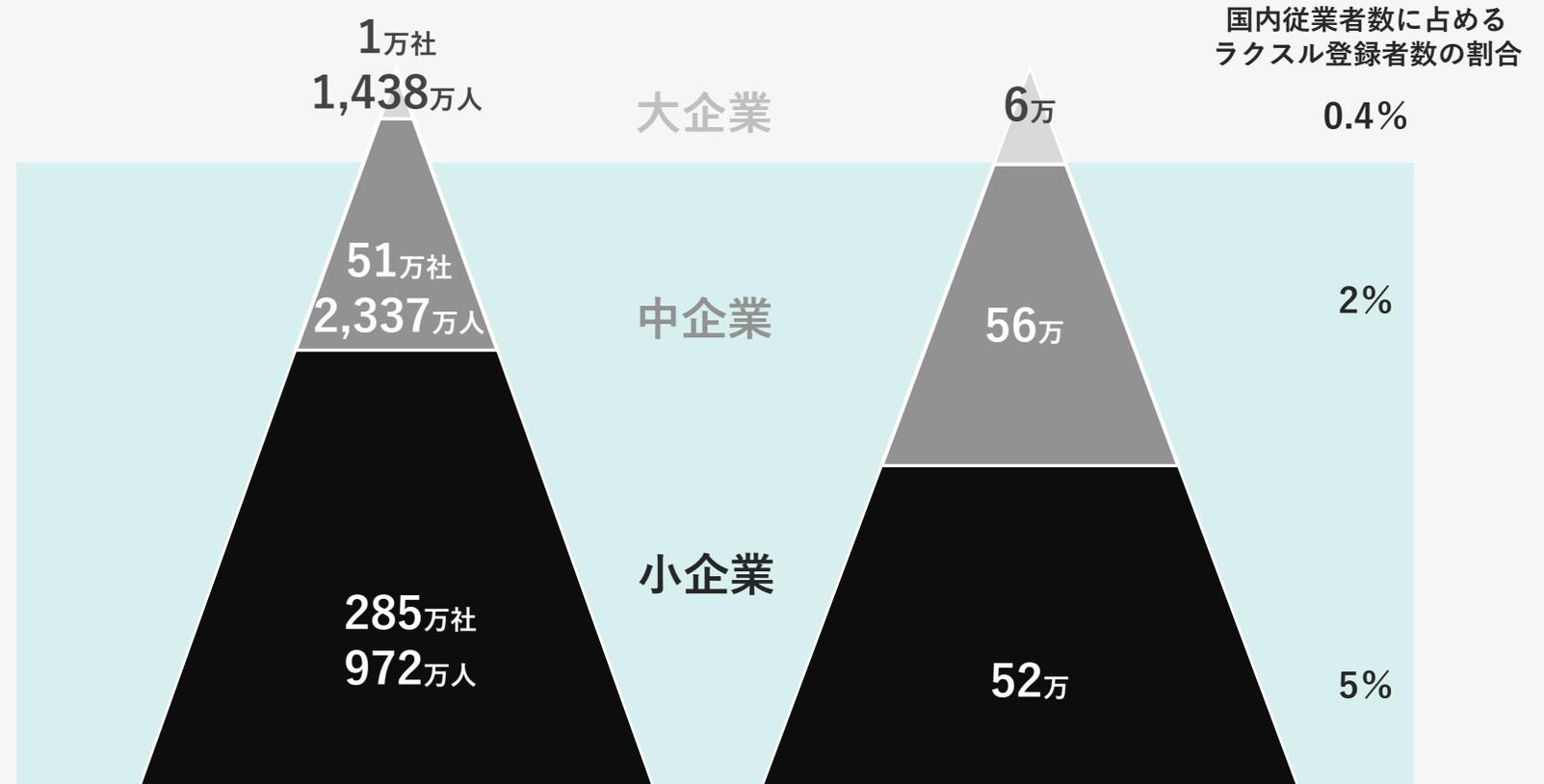
グループ全体の強み

1. 中小企業の顧客基盤

- 国内全体では中小企業が企業数の9割超を占めており、当社においても中小企業の顧客基盤が強み。売上高においても70%が中小企業からの受注
- 国内全体に比して当社の顧客数は2%程度であり、大きな拡大余地が残っている

国内全体の企業数・従業者数⁽¹⁾

ラクスルの法人登録ユーザー数⁽²⁾



注

(1)出典：中小企業庁「都道府県・大都市別企業数、常用雇用者数、従業者総数（民営、非一次産業、2021年）」

小企業：従業員数20人以下(卸売業、小売業、サービス業は5人以下)、

中企業：ゴム製品製造業は、資本金3億円以下または従業者規模900人以下、他製造業、建設業、運輸業は資本金3億円以下または従業員300人以下、旅館業は資本金5千万円以下または従業者規模200人以下、卸売業は資本金1億円以下または従業員100人以下、小売業は資本金5000万円以下または従業員50人以下、他業種により異なる

(2)小企業：従業員数10人未満、中企業：従業員数500人未満

中小企業の抱える多様なニーズ

- 中小企業の顧客からは、調達/購買以外においても多様なサービスの提供を期待されている

国内中小企業が重要と考える経営課題⁽¹⁾

人材の確保・育成	74%
マーケティング	62%
財務・決済	34%
商品・サービスの開発・改善	34%
生産・製造設備の増強と管理	34%
技術・研究開発	23%
業務の効率化、データ活用	13%
その他	2%

当社の中小企業顧客が考える課題⁽²⁾

マーケティング	
・ 集客	73%
・ 顧客管理	40%
・ 問い合わせ対応	38%
財務・決済	
・ 決済手数料	40%
・ 請求や支払い	22%
組織・従業員	
・ 勤怠管理	41%
・ 従業員情報の管理	39%

注

(1)出典：中小企業庁 「2020年版 小規模企業白書（HTML版）第3-2-23図 重要と考える経営課題（企業規模別、業種別）」を基に当社作成
重要と考える経営課題は、直面する経営課題のうち、上位三つまでを集計。複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

各回答数(n)：小規模事業者製造：n=918、同非製造：n=1,255、中規模企業製造業：n=1,166、同非製造業：n=680

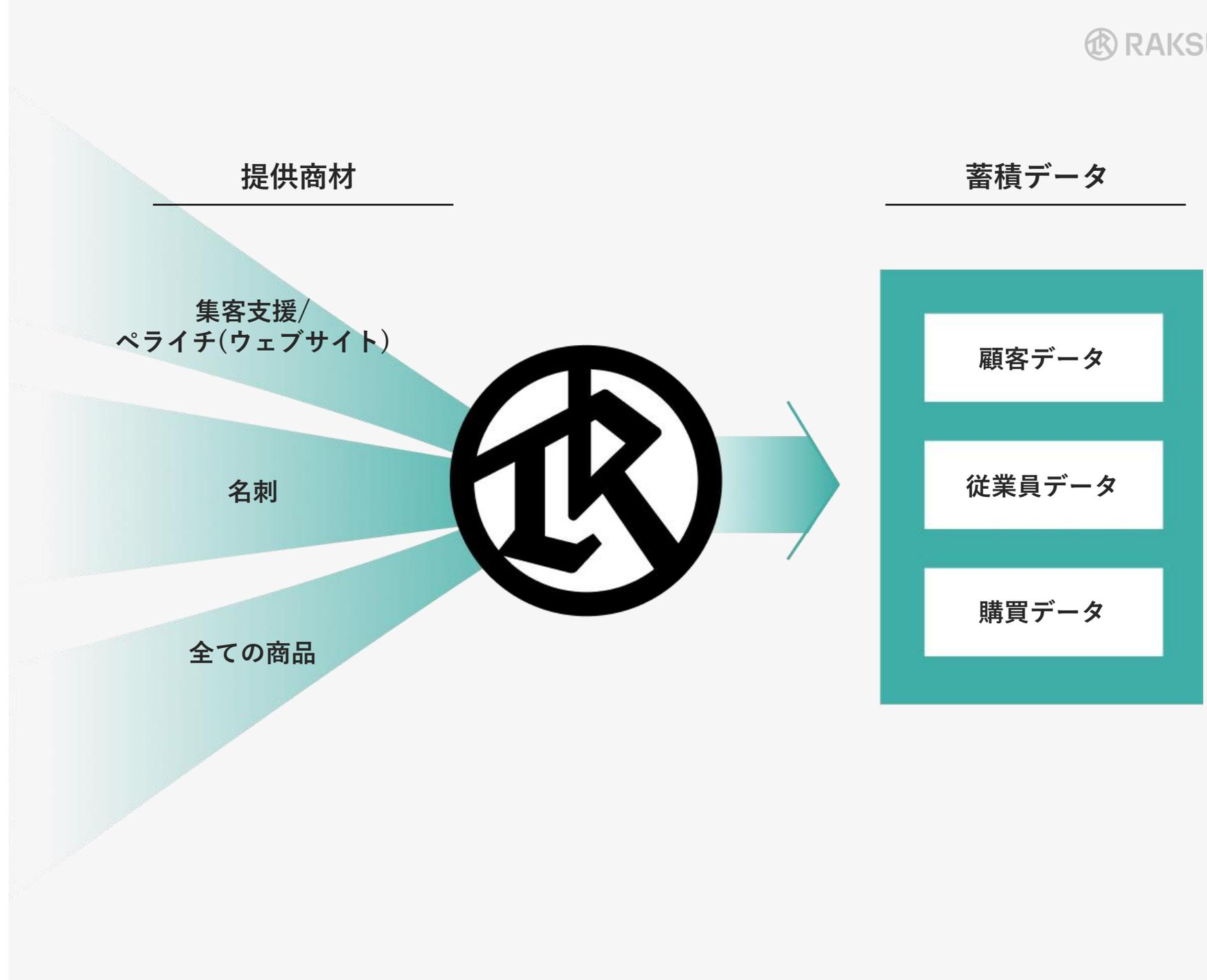
(2)調査日：2024年6月 調査対象：当社顧客のうち500人未満の企業 n=450 それぞれの課題感を6段階で、最上位から2段階までを選んだ人の割合



グループ全体の強み

2. 蓄積可能なデータ群

- ラクシル事業をデータ蓄積のfeederと位置付けると、従業員台帳、顧客台帳、購買データを蓄積する立ち位置にある



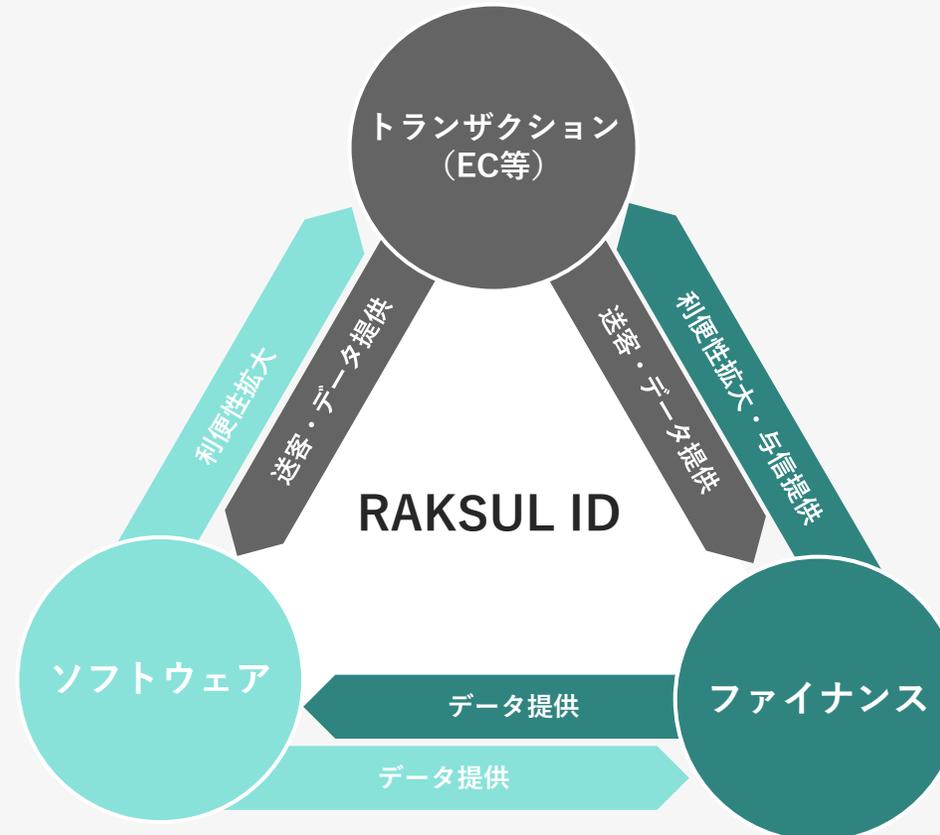
RAKSUL

ラクスルグループの 今後の方向性

- End-to-endで中小企業の経営課題を解決するテクノロジープラットフォームを今後の方向性とする
- 事業領域は、トランザクション、ソフトウェア、ファイナンス
- これらの事業を共通ID(RAKSUL ID)を軸に提供
- トランザクション事業(BtoB EC)は以前からのメッセージの通り、様々な業界・ニーズにおける”受発注プラットフォーム”としての位置づけ



End-to-endで中小企業の経営課題を解決する テクノロジープラットフォーム





中長期での 提供サービス群

- 共通化されたラクスルIDをベースに、中小企業顧客の多様なニーズを満たしていく。その際には、統合的なユーザー体験の提供及び事業間のシナジー創出を重視
- 中小企業の経営課題に向き合う中で、今後も事業領域とサービス群は拡大していく

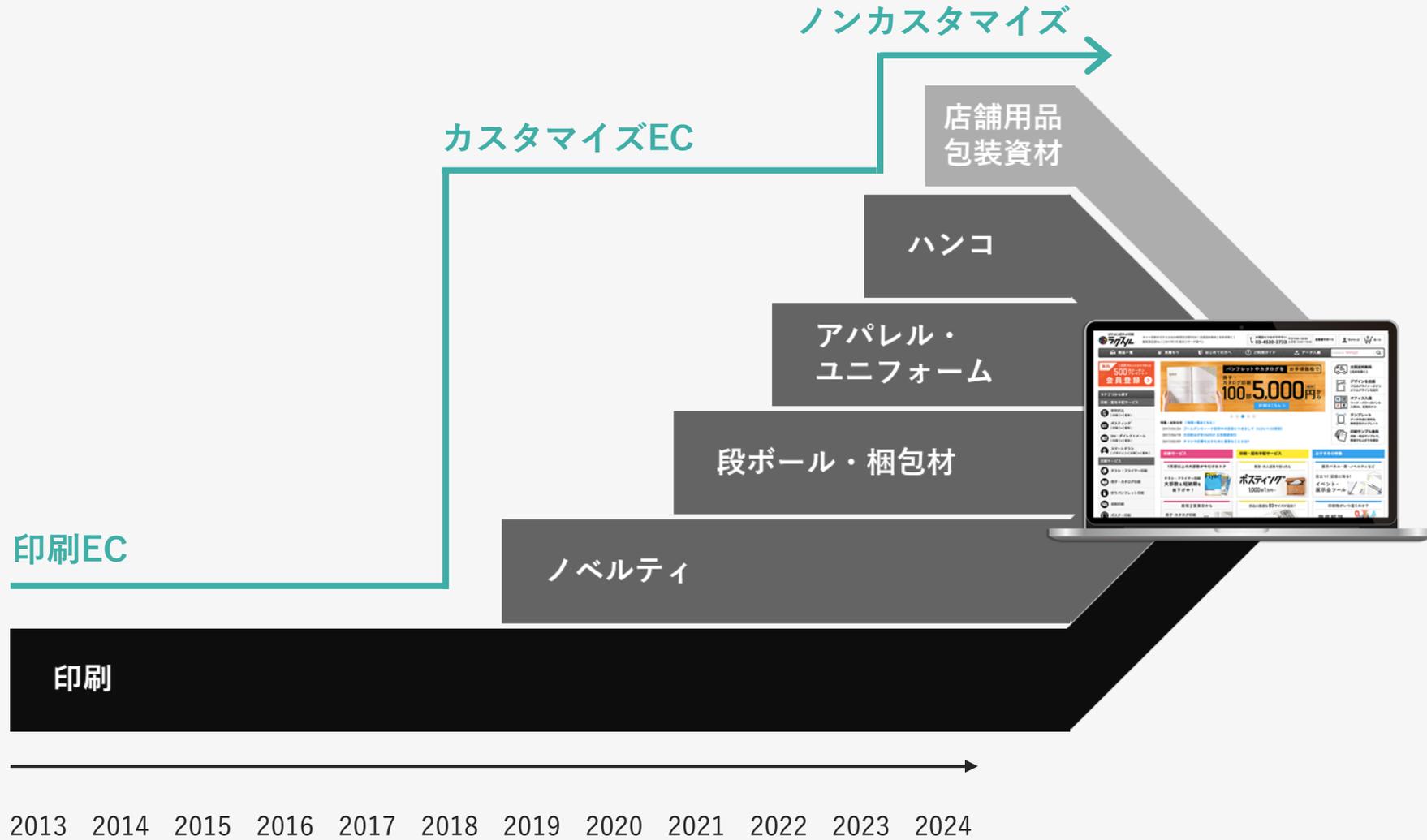
	トランザクション B2Bユーザーとの多様な接点作り グループGMVの最大化	ソフトウェア データの取得を通じたロックイン		ファイナンス Share of Walletの拡大、ロックイン マネタイズの強化	
顧客ニーズ・提供価値	Get Items 必要なものを適時適切な価格で調達したい	Manage Workers 従業員管理を効率化したい	Get Customers 顧客を獲得・管理したい	Get Paid 決済を簡単に済ませたい	Improve Cashflow 資金繰りを改善したい
領域	購買・調達	労務・総務	マーケ・CRM	経理	財務
蓄積データ	購買データ	従業員データ	顧客データ	与信データ 購買データ	与信データ 購買データ
具体的なサービス領域	カスタマイズ品 (印刷、ノベルティ、BtoBアパレル)	今後検討	マーケティング	中小企業向け金融サービス	
	ノンカスタマイズ品 (物販)		顧客接点 (ペライチ(ウェブサイト、決済、予約))		
			CRM		

現在の事業領域 順次展開



トランザクション領域： 印刷から外への広がり

- 印刷ECから始まったラクスルだが、その後印刷以外のカスタマイズEC領域に拡張し、直近ではノンカスタマイズ(物販)の領域展開を開始しており、継続的にTAMを拡大させている



RAKSUL

ファイナンス領域：
 中小企業・サプライヤー
 向けの金融サービスの
 提供に向けた協議開始

- 住信SBIネット銀行と中小企業・サ
 プライヤー向けの金融サービスの提供に
 向けて協議を開始
- 2025年7月期見込みの売上高(入金サイ
 ド)で600億円超のGMV、売上原価(支
 払いサイド)で400億円超のGMVを有し
 ており、合計1,000億円程度のGMVを
 活用した事業展開

住信SBIネット銀行と銀行サービスの提供に向けて協議を開始



提供サービス(予定)

- 中小企業・個人事業主向け金融サービス
- ラクスのECプラットフォームとの連携
- 既存事業のサプライヤーに対する金融サービス

提供開始予定

2025年中

提携の目的

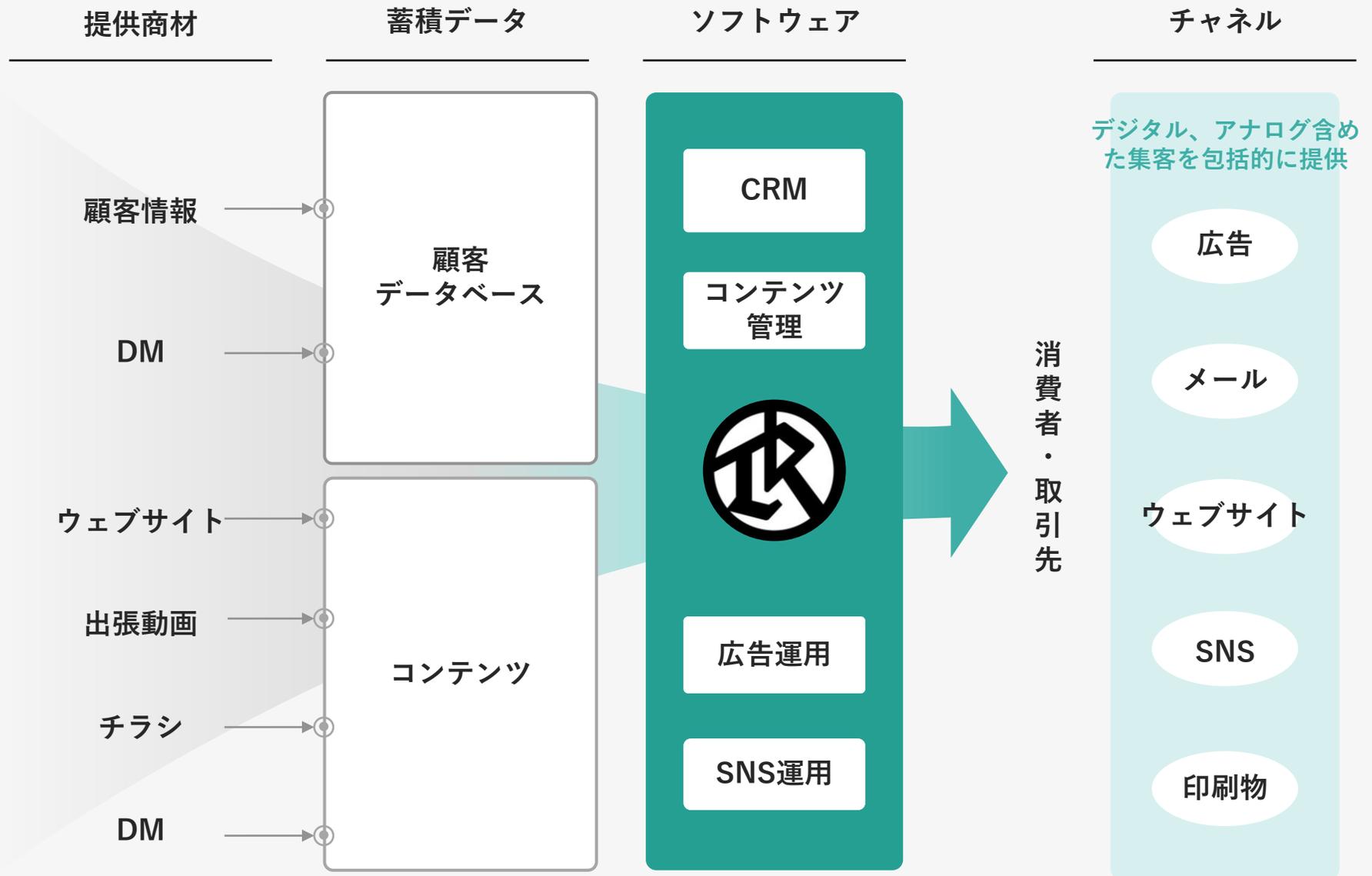
同社のインフラを活用することで、安価なサービスを提供。
 早期の顧客価値提供と収益化を目指す



ソフトウェア領域： 中小企業向けマーケティングプラットフォーム

- 集客を目的として印刷物を活用いただいている中小企業に対して、デジタルかつ多様化した手段も含め、ソフトウェアで集客の仕組みを包括的に提供していく
- 顧客がラクスルに預けている顧客情報（顧客データベース）、コンテンツ（チラシ、DM等）、商圏のデータを統合的に管理・活用できるソフトウェアを提供予定

中長期で目指す中小企業向けのマーケティングプラットフォーム



ソフトウェア領域： CRM機能(β版)の 提供開始

- 中小企業顧客向けに6月に提供開始した出張動画、ウェブ広告、SNS運用に加えて9月にCRM機能をリリース

2024年9月に中小企業向けCRM機能(β版)の提供を開始

簡単に顧客データをインポート、登録、管理

顧客

メールアドレス	名前	郵便番号	住所	電話番号
taro@raksul.com	ラクスル 太郎	〒153-0043	東京都品川区上大崎二丁目24番9号	03-4577-9200
hanako.abcd@raksul.com	ラクスル 花子	〒153-0043	東京都品川区上大崎二丁目24番9号	03-4577-9200
ichiro_1@raksul.com	ラクスル 一郎	〒153-0043	東京都品川区上大崎二丁目24番9号	03-4577-9200
subro_333@raksul.com	ラクスル 三郎	〒153-0043	東京都品川区上大崎二丁目24番9号	03-4577-9200
yukiko_yuki@raksul.com	ラクスル 幸子	〒153-0043	東京都品川区上大崎二丁目24番9号	03-4577-9200
jiro@raksul.com	ノバセル 次郎	〒153-0043	東京都品川区上大崎二丁目24番9号	03-4577-9200
gorogoro_goro@raksul.com	ノバセル 吾郎	〒153-0043	東京都品川区上大崎二丁目24番9号	03-4577-9200
mako_marketing@raksul.com	ノバセル 真子	〒153-0043	東京都品川区上大崎二丁目24番9号	03-4577-9200
haya_nov@raksul.com	ノバセル 暁	〒153-0043	東京都品川区上大崎二丁目24番9号	03-4577-9200
masaki_nov_123@raksul.com	ノバセル 正樹	〒153-0043	東京都品川区上大崎二丁目24番9号	03-4577-9200

簡単な操作で
メール作成・配信・効果分析が可能

配信結果

新規顧客むけキャンペーンメール 送信済み

送信日時 2024年7月31日 11:24:50

件名 新規顧客むけキャンペーンメール

送信元 raksul_info@raksul.com

配信先 顧客情報.xlsx 配信可能数: 234

実行者 k.yamada@raksul.com

200 46 (23%) 8 (4%) 1 3

送信数 開封数(%) クリック数(%) 送信失敗数 配信停止数

2024/08/06 21:51 集計

5

Growth Playbook - 拡張性・再現性の担保



継続的な成長を実現する
蓋然性

1 拡大するTAM

2 中小企業における高い認知度と 統合的なGTM(Go-to-Market)の機会

3 複数事業を束ねるテクノロジー基盤と データ活用

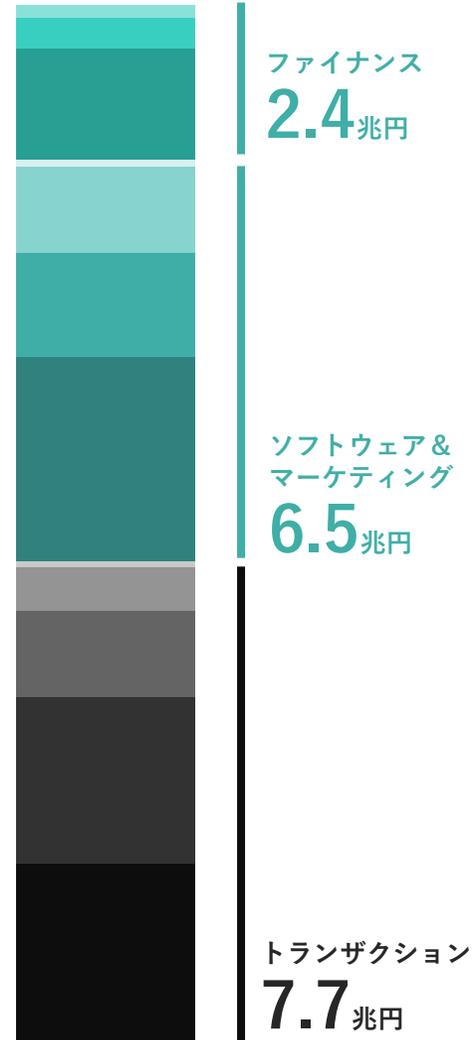
4 連続的なM&A実行能力



1. 拡大するTAM

- 潜在的な市場機会は大きく、各市場はデジタル化が進展
- 印刷を中心としたカスタマイズEC領域における国内No.1のポジションとCF創出能力をもとに、新規領域への展開を進め、今後も対象市場を拡張していく

安定した巨大なTAM



デジタル市場の拡大

過去5年CAGR

- 法人カード **30%**
- 国内法人向けSaaS **24%**
- デジタル広告 **12%**
- 印刷EC **7%**
- B2B Eコマース **5%**

シェアの拡大

既に国内トップシェア
デジタル化でさらにシェア拡大

- 印刷EC
 - 梱包資材EC
 - 印鑑EC
-
- 今後展開/シェア拡大
- 間接材調達EC
 - オンライン/オフライン・マーケティング
 - 中小企業向けデジタル金融
 - 国内法人向けSaaS

注
(1)出典：参考資料に記載

2. 中小企業における 高い認知度と統合的な GTM(Go-to-Market) の機会

- 高い認知度及び中小企業を支援しているイメージ・ブランドをレバレッジする形で、複数ブランドの統合、事業横断での営業組織の組成を進める予定

今年の認知度調査の結果⁽¹⁾

「ラクスル」を知っているか？

81%

中小企業を支援している
イメージがあるか？

61%

これまで購入しなかった商品を
新たにラクスルで購入したいか？

65%

高い認知度をレバレッジする 今後の施策

ブランドの統合
(主にM&A先)

事業横断での
営業組織の組成と
クロスセル

注

(1) 調査期間：2024年6月26日～2024年7月7日

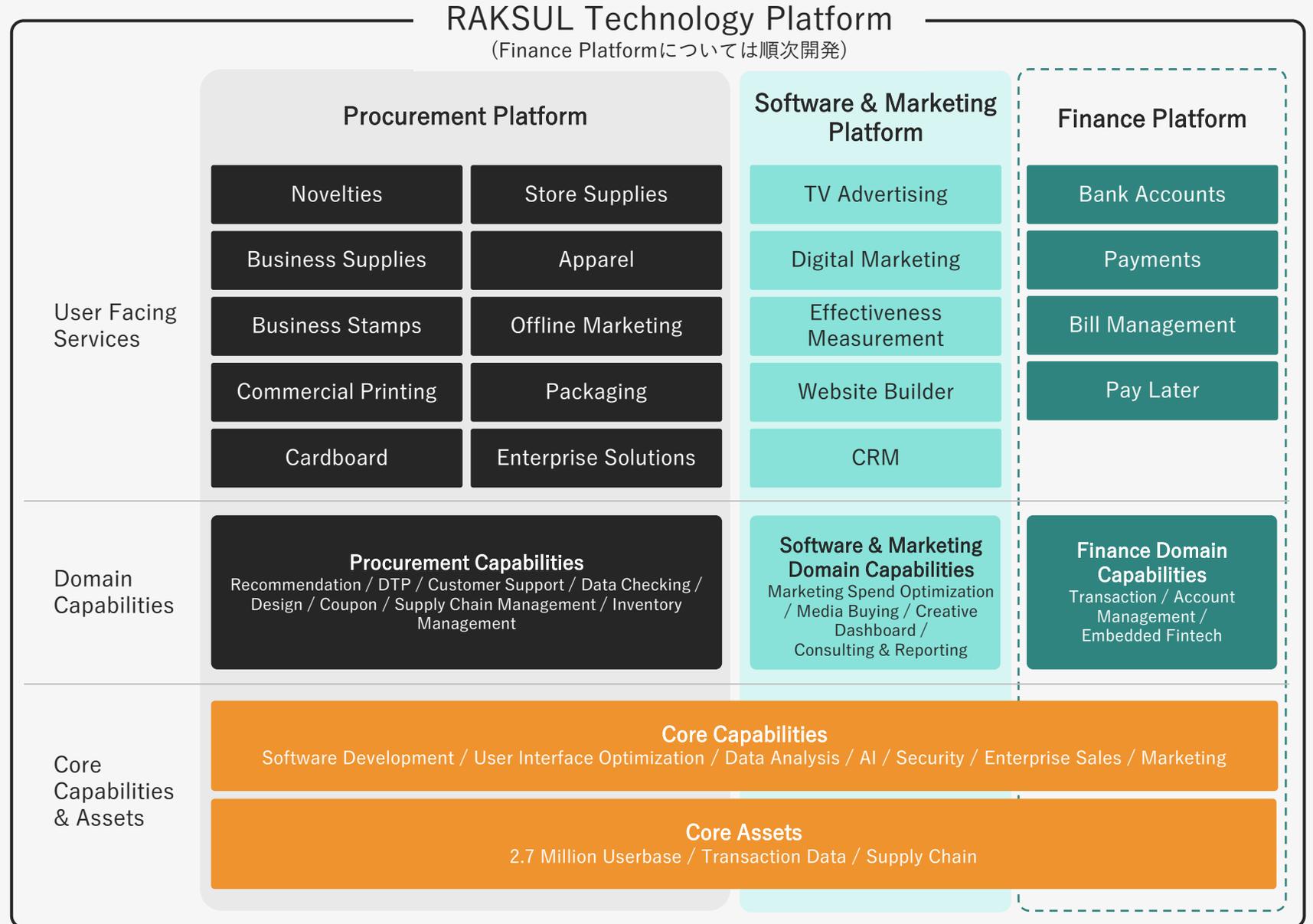
調査対象：18歳～69歳、印刷物への月間予算10万円以上、年1回以上発注している以下対象者（学生・専業主婦/主夫・パート/アルバイト・無職を除く）

・ 仕事で印刷物発注や印刷会社選定の決裁権がある n=543

・ 印刷物発注や印刷会社選定の決裁権はないが、選定には関わっている n=526

3. 複数事業を束ねる テクノロジー基盤と データ活用

- テクノロジー基盤の整備・強化を続けることによって、中小企業の経営課題を解決するサービス群を統合的に拡充していく
- 同時に、M&Aでジョインしたグループ企業との間でのシナジー創出もより効率的に実現





4. 連続的なM&A実行能力

- FY2024から方針を変え、オーガニック成長を補う形で連続的なM&Aを実施。専任のM&Aチームを組成して体制を強化
- 2024年7月期は6社を新規連結。投資額は約51億円⁽¹⁾
- EV/EBITDAマルチプルは連結初年度の利益に対して5倍以下⁽²⁾

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)

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)

 **アルトゥー**
子会社化 (2024年6月)⁽³⁾

 **A-LINK SERVICES**
子会社化 (2024年7月)⁽⁴⁾

 **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)

 **WILDRIDE INC.**
子会社化 (2024年3月)

 **ペライチ**
子会社化 (2023年8月)

 **ペライチ**
出資 (2020年10月)

新規連結

注
 (1) 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
 (2) 2025年7月期以降フルに連結貢献する予定
 (3) 業績貢献は2024年6月から
 (4) 業績貢献は2024年7月から

RAKSUL

サマリー： インベストメント ハイライト

ビジョン

仕組みを変えれば、世界はもっとよくなる

今後の方向性

End-to-endで中小企業の経営課題を解決するテクノロジープラットフォーム

領域	継続成長の蓋然性	財務ポリシー
共通ID(RAKSUL ID)での シナジー創出	拡大するTAM	Quality Growth
トランザクション (産業向けプラットフォーム)	中小企業における高い認知度と 統合的なGo-to-Marketの機会	健全なバランスシート
ソフトウェア	複数事業を束ねる テクノロジー基盤とデータ活用	適切な資本効率追求
ファイナンス	連続的なM&A実行能力	

6

Q&A



質問	回答
<p>今期ガイダンスにおけるリスクシナリオは</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 全世界的なリセッションが生じた場合には、内需の不振により一部影響を受ける可能性がある • 景気変動に対してディフェンシブなカテゴリー（印鑑等）やソフトウェア事業、広告の中でも集客など、顧客の日々の事業経営にとって必要不可欠な事業をポートフォリオに加えており、耐性は高まっている
<p>新規事業（ファイナンス事業、ソフトウェア事業）の拡大が中期財務ポリシーに与える影響</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 27/7期までの中期財務ポリシーの期間の先まで見据えたラクスルグループの成長の礎を作るため、中期財務ポリシーで目指している利益水準は達成しつつ、一定の投資は続ける予定 • ラクスルグループが築いてきた顧客、データ、テクノロジーのアセットの上に、顧客の利便性に資する事業を構築していく戦略であり、規律ある効果的な投資を行っていく
<p>今回の戦略のアップデートを通じて、M&Aの方針に変化はあるのか</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 基本的に変化はなく、隣接領域への拡張とサプライの拡充を中心としたプログラマティックなM&A方針は継続 • 金融やソフトウェアの事業は基本的には内製とパートナーシップを通じた立ち上げを行い、必要なりソースは時によってM&Aを検討していく
<p>期初計画にM&Aは入っているか</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 本日開示している期初計画は、クローズしていないM&Aについての業績貢献、買収等に係るコストを含んでいない • すでに買収が完了している各社の業績寄与は含まれている
<p>ラクスルの業績に対する為替変動の影響は</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 当社連結範囲の中で外貨建ての売上高はほとんどなく、費用においては、ベトナムにソフトウェア開発の拠点を有するのに加えて、資材調達において機動的に国内と海外の比率を調整しながら事業推進をしている • 為替変動による事業への影響は軽微ないし円高の影響はややプラスとなる
<p>ラクスルエンタープライズの進捗は</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 2024年7月期4Q時点で導入企業数2,476社、23,376ユーザーまで拡大 • 今回ラクスルグループの戦略として「中小企業の経営課題解決」を掲げているが、大企業向けの価値提供はラクスルエンタープライズやノバセルにおいて既に一定の競争優位性を有しており、引き続きサービスを磨きこみ、優位性を拡大していく

7

參考資料



■ 2024年7月期に上級執行役員2名参画

■ テクノロジー、ビジネス組織でも次世代リーダーの登用が進んでいる



代表取締役社長 グループCEO

永見 世央

みずほ証券、カーライル、DeNAを経て2014年4月に当社入社。金融・投資会社を通じて幅広い知見を有しており、財務戦略全般に精通



取締役会長

松本 恭攝

A.T.カーニーを経て2009年9月に当社設立。印刷業界の遊休資産を活用する「シェアリング・エコノミー」というビジネスモデルを確立



上級執行役員 ラクスル事業本部 本部長

渡邊 建

トヨタ自動車を経て、2017年7月に当社入社。BtoB印刷プラットフォームのサプライ戦略企画、パートナー工場BPR、新規事業開発、M&A先のPMIなどを主導



上級執行役員 グループCMO ノバセル株式会社 代表取締役社長

田部 正樹

丸井グループ、テイクアンドグヴ・ニーズを経て2014年8月に当社入社。テレビCMを中心とした新規顧客獲得とデータドリブなCRMによるリピート率の安定化を得意領域とし、プロモーションだけでなく、4P戦略全般を管掌



上級執行役員 グループCAO コーポレート本部 本部長

西田 真之介

森ビル、DeNAを経て2014年8月に当社入社。2018年マザーズ上場やこの数年のコーポレートアクション全般を担当し、Chief Administrative Officerとして企画・設計・実行を牽引



上級執行役員 グループCPO デザイン本部 本部長

水島 壮太

日本IBM、DeNAを経て2017年10月に当社入社。CPO兼印刷事業のプロダクトオーナーとして従事し、ラクスルベトナム、デザイン推進室の立ち上げを行い、プロダクト開発を牽引



上級執行役員 グループCHRO 人事本部 本部長

潮崎 友紀子

GE/IBMなど複数の米国拠点企業で人事の主要なリーダーシップを発揮した後、2022年12月に当社入社。人事組織の戦略立案や組織変革に豊富な知見を持ち、全社の人事領域を統括



上級執行役員 グループCFO

ファイナンス&サステナビリティ本部 本部長

杉山 賢

ゴールドマン・サックス証券にてテクノロジー業界のアナリスト業務、サイカにてCFOを務め2023年11月に当社入社。投資家との対話、資本政策、成長に必要な財務リソースの立案を統括



上級執行役員 グループCTO テクノロジー本部 本部長

竹内 俊治

楽天グループでGeneral Managerやメディア・エンタメ部門のデータ利活用の責任者、ウェルスナビでCTOを務めた後、2024年2月に当社入社。全社のエンジニア組織を牽引し、グループシナジーの最大化に取り組む



経営陣紹介 (社外取締役)



社外取締役 宮内 義彦

関西学院大学 商学部卒
ワシントン大学 経営学部大学院修士課程 (MBA) 修了
1964年4月 オリエン特・リース株式会社
(現 オリックス株式会社) 入社
2003年6月 同社 取締役兼代表執行役会長/グループCEO
2014年6月 同社 シニア・チェアマン
2019年10月 当社取締役



社外取締役 小林 賢治

東京大学大学院 人文社会系研究科修士課程修了
2005年4月 株式会社コーポレート ディレクション 入社
2009年4月 株式会社ディー・エヌ・エー入社/執行役員就任
2011年6月 同社 取締役
2017年7月 シニフィアン株式会社設立 (共同代表)
2020年10月 当社取締役



社外取締役 村上 由美子

ハーバード大学 修士課程修了
スタンフォード大学 修士課程修了
1991年9月 国際連合カンボジア暫定統治機構
1997年5月 Goldman Sachs and Co. マネージング ディレクター
2009年9月 クレディ・スイス証券株式会社 マネージングディレクター
2013年9月 OECD東京センター所長
2021年6月 MPower Partners Fund L.P.設立 ゼネラルパートナー
2021年10月 当社取締役



社外取締役 監査等委員 森 尚美

埼玉大学 教育学部卒
1997年10月 監査法人トーマツ
(現 有限責任監査法人トーマツ) 入所
1998年11月 朝日監査法人
(現 有限責任あざさ監査法人) 入所
2013年12月 佐藤誠会計事務所入所
2014年10月 当社社外監査役 (現社外取締役/監査等委員)



社外取締役 監査等委員 琴坂 将広

慶應義塾大学 環境情報学部卒
オックスフォード大学経営学修士/博士課程修了
2004年9月 マッキンゼー・アンド・カンパニー・インク入社
2013年4月 立命館大学経営学部准教授
2015年4月 フランス国立社会科学高等研究院日仏財団
アソシエイト・フェロー
2016年4月 慶應義塾大学総合政策学部准教授
2017年6月 当社社外監査役 (現社外取締役/監査等委員)



社外取締役 監査等委員 宇都宮 純子

東京大学 法学部卒
コロンビア大学ロースクール修士課程修了
2000年4月 弁護士登録/長島・大野・常松法律事務所入所
2007年10月 株式会社東京証券取引所出向
2011年11月 宇都宮総合法律事務所開設
2018年2月 宇都宮・清水・陽来法律事務所開設 パートナー
2018年10月 当社社外監査役 (現社外取締役/監査等委員)



現状の組織状況

- 組織が継続的に拡張する中で、ダイバーシティも促進

従業員数⁽¹⁾

929人

男女比率⁽¹⁾

男性 46.9% 女性 53.1%

平均年齢⁽²⁾

36.3歳

平均勤続年数⁽²⁾

4.1年

注

(1) 2024年7月末時点。連結・海外開発拠点(非連結)の正社員・契約社員・アルバイト/パートのヘッドカウント

(2) 2024年7月末時点。連結・海外開発拠点(非連結)の正社員



人事組織ポリシー

- ビジョン実現と長期企業価値の最大化を大上段の目的とした組織設計

<p>ビジョンとRAKSUL Styleの徹底</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ビジョン「仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる」、及びそれを実現するためのRAKSUL Style(行動規範)*を最重視した組織設計 <p>*Reality/System/Transparency/Team first</p>
<p>Diversity & Inclusion</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 既に全社員における女性比率が53%、海外国籍比率が約9%であることを強みとし、国内外からベストなタレントを採用・リテインできる環境と機会提供を整備していく • 今後は特に女性及び海外国籍メンバーの幹部比率上昇を企図
<p>生産性の改善</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 生産性(一人当たり売上総利益、売上総利益÷人件費)が毎年改善していくことを、各事業で新規採用時の長期ポリシーとしている
<p>テクノロジー組織の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 産業の仕組みを変えていくためのテクノロジー投資を継続的に実施し、国内外を超えたチーム体制強化を推進 • 新しいテクノロジーへの取り組みと、技術的負債解消への取り組みを両輪でドライブ
<p>長期株式価値と連動したインセンティブ設計</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 現金報酬に加えて株式報酬制度(ストックオプション及び譲渡制限付き株式)を導入しており、個々人の成果に対する対価が長期の株式価値の上昇を通して享受できる仕組みを導入

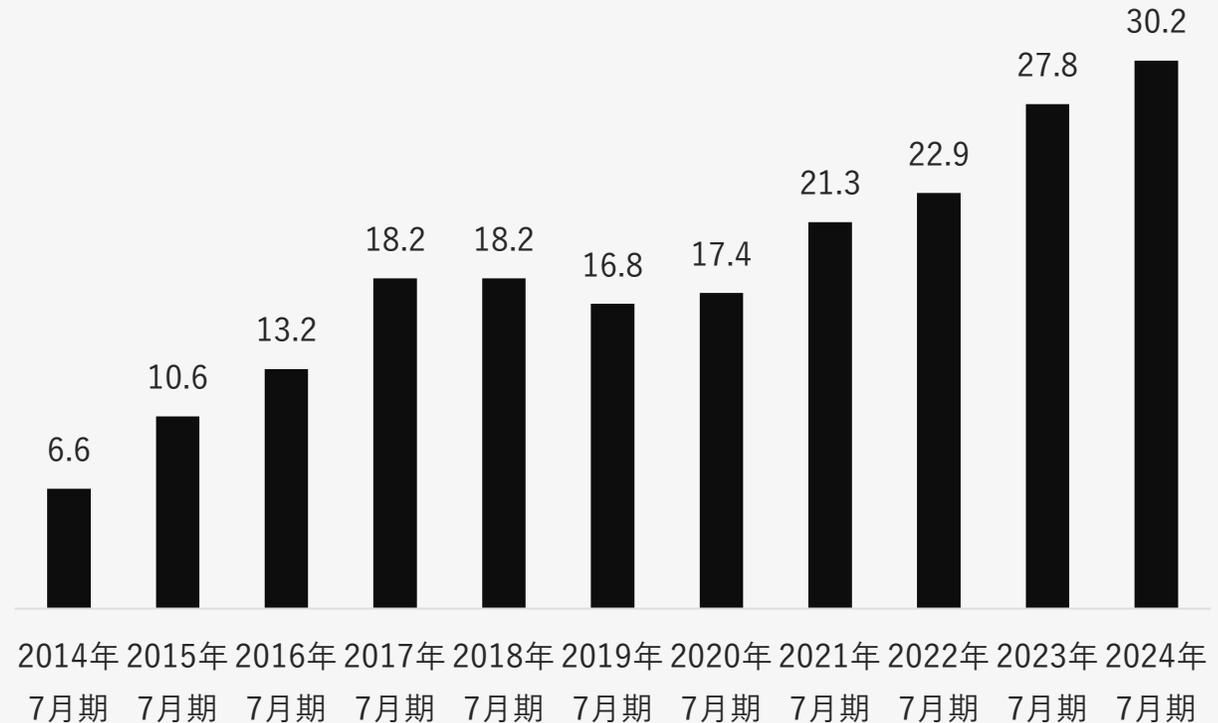


高い生産性と一人一人が活躍し輝く組織

- 組織が拡大する中においても、役職員一人当たりの売上総利益額は年々拡大傾向。引き続き改善を目指す
- 一人当たりの生産性拡大に伴い、今後も競争力のある報酬水準に順次改定し、生産性と労働分配率が共に高い会社を目指す

役職員一人当たりの売上総利益⁽¹⁾

(百万円)



注

(1) 年度の売上総利益を、毎月末の人員数(社内取締役・正社員・契約社員の合計値、非連結の海外開発拠点含む)の年間平均で除した数値



競争力のある報酬： 株式インセンティブの強 化とその考え方

- 株式インセンティブについては、RS制度導入を開示した2019年7月期4Qから一貫して同じ趣旨・考え方

<p>目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 役職員のインセンティブ及びコミットメントを長期的な株式価値の最大化と合致させる • 当社の競争優位性は組織・人であり、優秀なタレントを採用・リテインできるように、労働市場で競争力のある報酬水準を維持すべく活用
<p>形式と設計思想</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 譲渡制限付株式とストックオプションを基本形式とする • シンプルかつ投資家も被付与者も予期できる設計にする
<p>希薄化影響</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2019年以降10年間で、最大10%の希薄化を想定（年1%程度） • 各年の内訳は都度柔軟に設計 • 当社の発行済株式に占める株式インセンティブの比率は上場時点7.3%、2024年7月期4Q末時点3.9%であり、他の成長企業と比較して低い水準（別頁ご参照）
<p>PL/CF影響</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2024年7月期は年額473百万円の株式報酬費用 • 2025年7月期は約400百万円程度の株式報酬費用 • 株式報酬影響を加味し、non-GAAPの利益を併せて開示



株式インセンティブ 残高(1)

- 2025年7月期は株式報酬費用約400百万円程度を計画

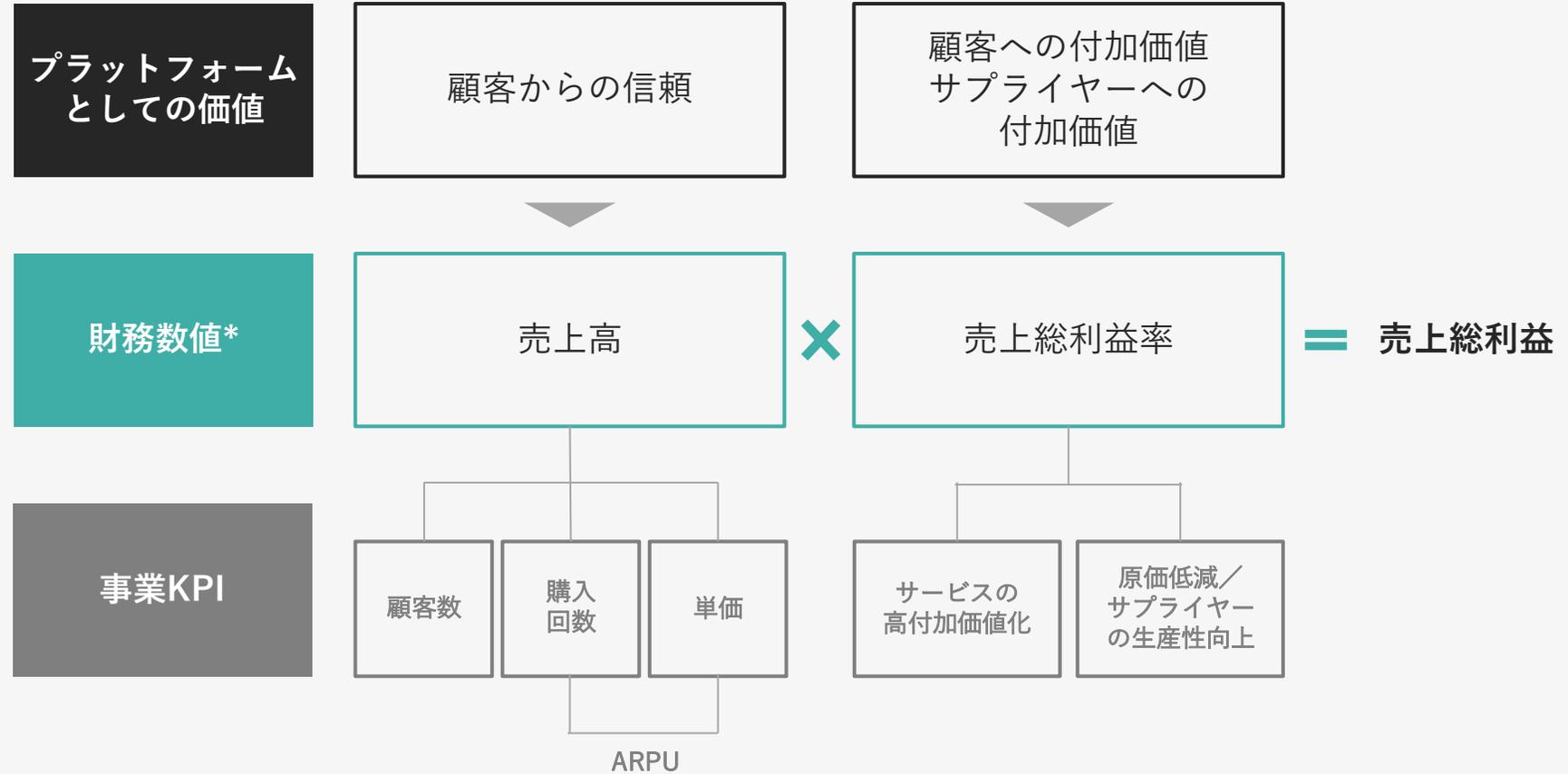
		2022年7月期末	2023年7月期末	2024年7月期末
ストックオプション	期首残高	2,911,000	2,307,800	2,840,056
	付与	0	865,230	176,440
	行使	-582,400	-286,562	-483,004
	放棄	-20,800	-46,412	-383,078
	期末残高	2,307,800	2,840,056	2,150,414
RS及びRSU	期首残高	240,958	251,888	140,104
	付与	119,360	29,330	101,150
	(対期末発行済株式数)	0.21%	0.05%	0.17%
	譲渡制限解除	-75,444	-122,602	-76,706
	失効	-32,986	-18,512	-5,518
期末残高	251,888	140,104	159,030	
合計	期首残高	3,151,958	2,559,688	2,980,160
	付与	119,360	894,560	277,590
	(対期末発行済株式数)	0.21%	1.53%	0.47%
	行使/譲渡制限解除	-657,844	-409,164	-559,710
	放棄/失効	-53,786	-64,924	-388,596
期末残高	2,559,688	2,980,160	2,309,444	
株式インセンティブ割合 (対期末発行済株式数)		4.40%	5.10%	3.92%
期末発行済株式数		58,160,200	58,476,092	58,972,546
自己株式数		28,785	264,312	810,350
期末発行済株式数 (自己株除く)		58,131,415	58,211,780	58,162,196
株式報酬費用 (百万円)		695	652	473

注

(1) 2023年2月に株式分割を実施(1株→2株)したため、2021年7月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、ストックオプション数、RS (譲渡制限付株式) 数、期末発行済株式数を算定

当社の企業価値の源泉

- 顧客からの信頼の総和である
売上高及び、顧客・サプライヤーへの付加価値の総和である売上総利益の最大化を重視
- これまでのEC事業(トランザクションベース)に加えて、売上総利益率が高いSaaSの事業拡張が今後見込まれることから、売上総利益がより企業価値に直結する指標と考えている



*売上高／売上総利益の計上方法(ノバセルセグメントのメディア買付を除く)

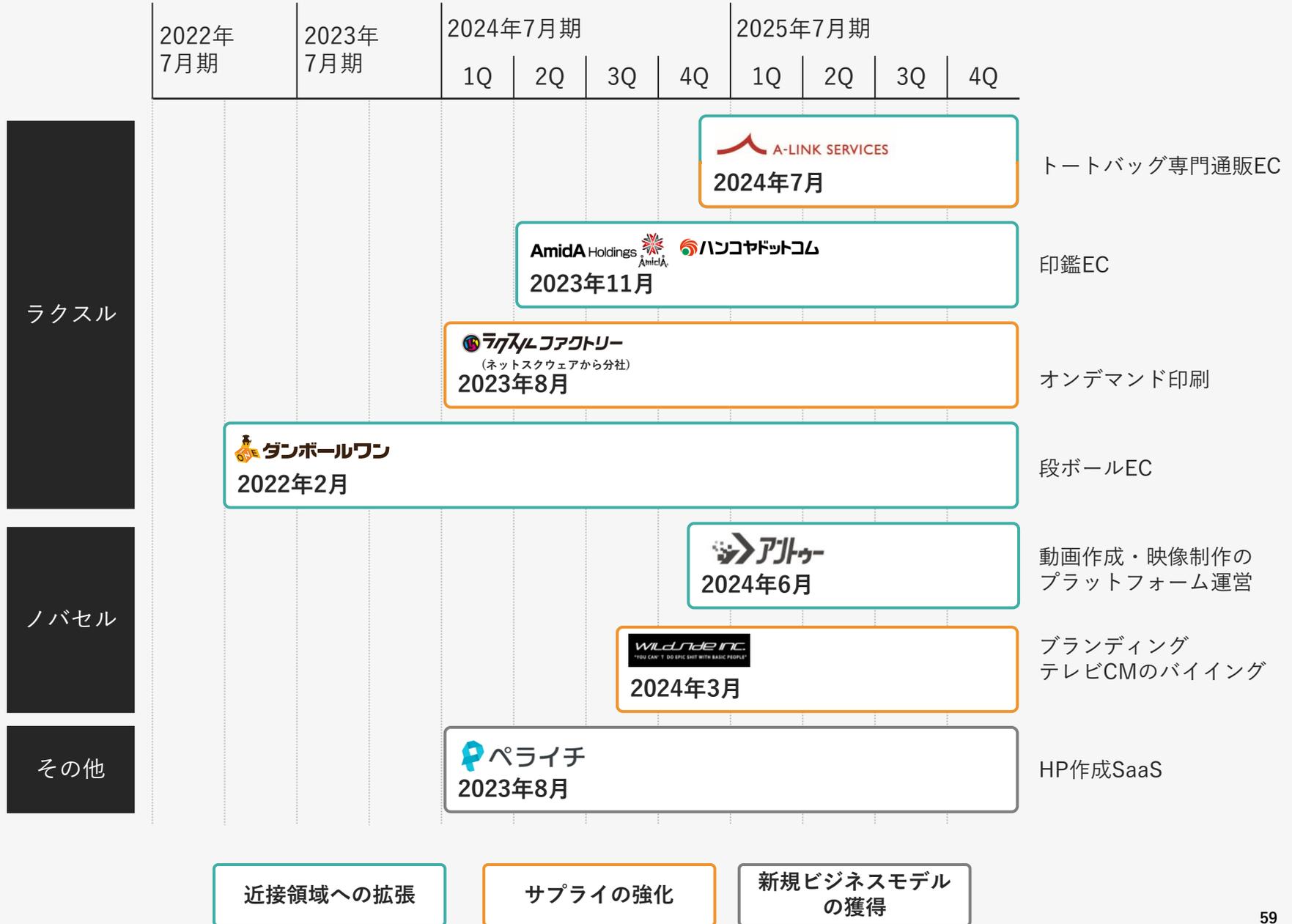
売上高：顧客からの支払額をグロスで計上

売上総利益：売上高からサプライヤーに生産原価を支払った残りを売上総利益として計上

RAKSUL

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	4Q
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	12,416	12,574
	ノバセル	720	1,007	538	562	643	703	542	766	360	713	801	627
	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	348	361
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	3,997	3,902
	ノバセル	313	433	253	292	368	348	352	375	262	414	495	438
	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	219	227
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	1,831	1,662
	ノバセル	-18	69	-122	-32	24	34	12	-39	-124	79	85	-23
	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	-538	-647
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	1,488	1,173
	ノバセル	-25	63	-129	-39	17	21	-0	-53	-139	66	69	-56
	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	-659	-782
EBITDA	全社	99	292	560	681	753	882	859	649	938	1,238	1,378	990



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4Q (2024年5月-2024年7月)			2024年7月期 (2023年8月-2024年7月)		
	実績 (non-GAAP)	調整項目	実績 (J-GAAP)	実績 (non-GAAP)	調整項目	実績 (J-GAAP)
売上高	13,563	-	13,563	51,121	-	51,121
売上総利益	4,568	-	4,568	17,192	-	17,192
営業利益	790	456	334	3,929	1,405	2,523
EBITDA	990	97	893	4,547	473	4,073
経常利益	629	457	172	3,456	1,414	2,041
当期純利益	471	457	13	3,533	1,414	2,118

貸借対照表

(百万円)	2023年7月期末	2024年7月末
流動資産	20,589	24,990
現金及び預金	14,644	17,014
固定資産	12,076	18,881
資産合計	32,665	43,871
流動負債 (うち有利子負債)	8,292 (2,447)	17,992 (9,387)
固定負債 (うち有利子負債)	10,463 (9,465)	10,171 (9,006)
純資産	13,909	15,708
資本金	2,742	2,798
資本剰余金	5,549	5,606
利益剰余金	1,540	3,659
自己株式	-300	-1,001
新株予約権	1,341	1,375
その他	3,036	3,269
負債・純資産合計	32,665	43,871



キャッシュフロー 計算書

(百万円)	2023年7月期末	2024年7月期末
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,902	2,705
投資活動によるキャッシュ・フロー	297	-6,930
財務活動によるキャッシュ・フロー	-2,238	5,671
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	2,369
現金及び現金同等物の期末残高	14,644	17,014

外部からのESG評価

- GPIFが採用する6つのESG指数のうち、4つの構成銘柄に選定

1. FTSE Blossom Japan Index⁽¹⁾
2. FTSE Blossom Japan Sector Relative Index⁽²⁾
3. S&P/JPX カーボン・エフィシエント指数⁽³⁾
4. Morningstar 日本株式ジェンダー・ダイバーシティ・ティルト指数 (除くREIT)⁽⁴⁾

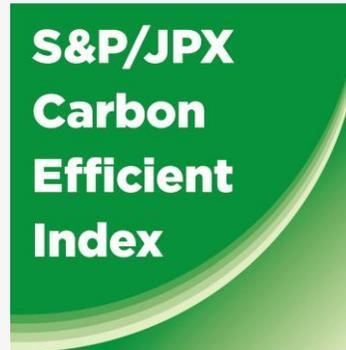
- 2024年5月時点でのMSCI⁽⁵⁾ ESG 格付けは「BBB」の評価の獲得



**FTSE Blossom
Japan Index**



**FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index**



As of 2024, RAKSUL INC. received an MSCI ESG Rating of BBB.

注

- (1) FTSE Russell社により構築され、ESG（環境・社会・ガバナンス）について優れた対応を行っている日本企業を組み入れた株価指数
- (2) FTSE Russell社により構築され、各セクターにおいて相対的に、ESG（環境・社会・ガバナンス）の対応に優れた日本企業のパフォーマンスを反映する株価指数
- (3) S&Pダウ・ジョーンズ・インデックス社および日本取引所グループが共同で開発したESG指数。TOPIX構成銘柄を対象に、炭素効率性の水準や環境情報の開示状況に優れた企業を選定
- (4) Morningstar社が提供。確立されたジェンダー・ダイバーシティ・ポリシーが企業文化として浸透している企業、および、ジェンダーに関係なく従業員に対し平等な機会を約束している企業に重点を置いて構築された指数
- (5) MSCI社：米国・ニューヨークに拠点を置く金融サービス企業。ニューヨーク証券取引所に上場しており、大規模公的年金や資産運用会社、ヘッジファンド等、世界中の機関投資家に対して、投資意思決定をサポートするさまざまなツールを提供

* THE USE BY RAKSUL INC. OF ANY MSCI ESG RESEARCH LLC OR ITS AFFILIATES ("MSCI") DATA, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT, RECOMMENDATION, OR PROMOTION OF RAKSUL INC. BY MSCI. MSCI SERVICES AND DATA ARE THE PROPERTY OF MSCI OR ITS INFORMATION PROVIDERS, AND ARE PROVIDED 'AS-IS' AND WITHOUT WARRANTY. MSCI NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI.

出所

P43

TAM	トランザクション	商業・事務用印刷	経済産業省「生産動態統計 紙・印刷・プラスチック」に基づき試算、加工生産高ベースに当社試算
		ノベルティ	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
		プロモーションメディア(紙関連) = 集客支援	折込、DM、フリーペーパーの合計：電通「2023年 日本の広告費」
		ダンボール・梱包資材	公益社団法人日本包装技術協会 2023年日本の包装産業出荷統計 紙・板紙製品
ソフトウェア&マーケティング		テレビCM	電通「2023年 日本の広告費」
		デジタル広告	電通「2023年 日本の広告費」
		デジタルサイネージ ソフトウェア	CARTA HOLDINGS「デジタルサイネージ広告市場調査2023年」 富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2023年版」
ファイナンス		金融サービス	矢野経済研究所「2022年版クレジットカード市場の実態と展望」「2024年版国内キャッシュレス決済市場の実態と将来予測」、日本銀行「決済動向」、中小企業庁「中小企業統計」をベースに当社試算
デジタル市場の拡大		法人カード	矢野経済研究所「2022年版クレジットカード市場の実態と展望」
		国内法人向けSaaS	富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2023年版」
		デジタル広告	電通「2023年 日本の広告費」
		印刷EC	矢野経済研究所「国内印刷通販市場に関する調査を実施(2022年)」
		BtoB ECコマース	経済産業省「令和4年度 電子商取引に関する市場調査」



仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる

ディスクレーム

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

IR情報 : <https://corp.raksul.com/ir/>