



2025年 3 月期 決算説明資料

2025年5月13日

Laxus

- 01. | ラクサスについて
- 02. | 競争力の源泉
- 03. | 2025年3月期 決算
- 04. | 2026年3月期 業績予想
- 05. | 株主還元について

A woman with short, straight brown hair is shown in profile, smiling warmly. She is wearing a light-colored, possibly beige, blouse with a subtle pattern. Her right hand is raised to her chin, with her fingers gently resting against her cheek. She is holding a tan-colored handbag with a top handle and a decorative element on the front. The background is a soft, out-of-focus outdoor setting with greenery and a building. The overall mood is bright and positive.

01. ラクサスについて

「世界中に笑顔を」

ご挨拶

当社（ラクサス・テクノロジーズ株式会社）は、2006年に創業し、2015年からブランドバッグのサブスクリプション型シェアリングサービス「ラクサス」事業を開始しました。業界の先駆者としての地位を確立し、2024年12月に東証グロース市場に上場することができました。

主なサービスは、お客様は月額1万円でブランドバッグを利用でき、何度でも交換でき、気に入ったら購入ができるというもので、世界でも唯一無二のサービスでございます。

2025年3月期の業績は、売上高及び全ての段階利益において過去最高を記録しました。要因は、価格改定による顧客別単価の上昇やバッグ販売数の増加によるものです。また、2025年3月期に実施した「ラクサス・キャッシュ」のオートチャージ機能拡大や「プレミアム交換」の導入は、ユーザーの満足度向上に寄与しています。

2026年3月期は、成長に向けた投資（契約数増加策）を先行いたします。主に、新規販路を含めた広告宣伝費の増加、インベスタマーの獲得を目的とした株主優待の導入、当社が持つシェアリングサービス機能を外部にOEM提供し契約獲得に繋げるShaaS（Sharing as a Service）の拡大に注力してまいります。

ラクサス at a Glance

ラクサスは、日本最大級のブランドバッグ資産を保有する会社です。
ブランドバッグを繰り返しレンタルし、販売もしています

社名：ラクサス・テクノロジーズ株式会社

設立：2006年 上場：2024年12月 上場市場：東証グロース 証券コード：288A

本社：広島県広島市

事業内容：ブランドバッグのサブスクリプション型シェアリングビジネス
(月額9,800円^{※1}税別で交換し放題) と販売

売上高：25.6億円 YoY+16.9% 営業利益：5.9億円 YoY+29.8%

特徴：(ポイント) 日本最大級^{※2} のブランドバッグ資産を保有

成長戦略：モノの価値循環により、生涯価値の最大化を図る

Laxus

※1：沖縄県は+4,000円(税別) ※2：貸出品の中にバッグが含まれる国内サブスクリプションサービス(AnotherAddress、my Stock、MECHAKARI、ORB、BAGRENT)と比較し、事業規模及びバッグ取扱点数が当社対比で僅少と当社にて判断 なお、SHAREL、EDIST.BAG、MISELはサービス終了のため比較対象外とするが、サービスの終了前時点においても当社のバッグ取扱点数が多いことを確認済み

ラクサス at a Glance

10周年を記念し「数字で振り返る10年」

ラクサスは、多くのお客さまにご愛用いただき、2025年2月23日に10周年を迎えました

おかげさまで出荷総回数90万回を超え、
流通総額はなんと1,980億円以上となりました。

一番お得にバッグを使った人は
283個、約1億5千万円分のバッグをご利用いただきました。

バッグの出荷総回数
(貸出総回数)

931,697回

ラクサスでバッグを貸し出した回数は90万回を超えました。

季節、洋服やイベントに合わせて、買うには勇気があるような色や形のバッグを試したりさまざまなバッグを楽しんでいます。



バッグの体験金額
(体験金額：金額×総レンタル回数)

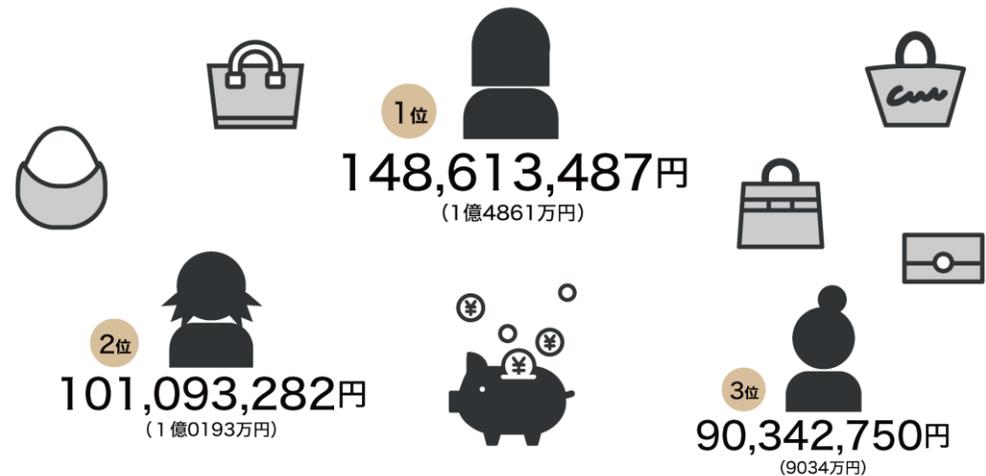
1,980億円以上

ラクサスで貸し出したバッグの体験金額（貸し出し回数×貸し出したバッグの金額）は1,980億円を超えました。

シェアリングを通じてサステナブルファッションを楽しんでいただけているだけでなく、「購入する前にラクサスで試せるので失敗しなくなった」「今まで興味がなかったブランドが気に入って買うようになった」など、購入とシェアを賢く使い分けられているお客さまからの声も多くいただいています。

これまでもっともラクサスでバッグをご利用になった方は283個、約1億5000万円分のバッグをご利用になりました。今現在でも記録更新中です。平均生涯年収*を算出すると約1億6500万円となりますが、それに近い金額のバッグをご利用いただいたこととなります。

出典元：厚生労働省「令和5年賃金構造基本統計調査 結果の概況」より22歳から65歳まで働く人と仮定し平均生涯年収「約1億6500万円」を算出
<https://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/chingin/kouzou/z2023/index.html>

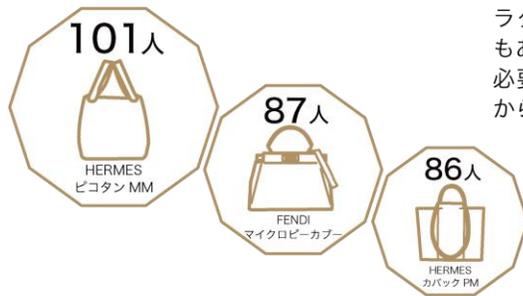


ラクサス at a Glance

10周年を記念し「数字で振り返る10年」

ラクサスは、多くのお客さまにご愛用いただき、2025年2月23日に10周年を迎えました

一番多くシェアされたバッグは100人以上！
一番多くシェアされたバッグはHERMES ピコタンMMでした。



ラクサスには100人以上の方がシェアしたバッグもあります。
必要な人が必要な時に使うというシェアリングだからこそできる価値提供だと考えています。

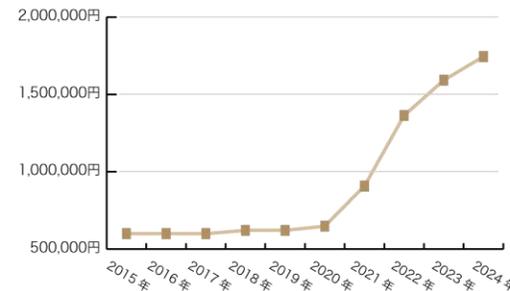
たくさんのブランドがあるラクサスだから、
多くの楽しみがあります。



1位 **58**ブランド
2位 **41**ブランド
3位 **36**ブランド

最もたくさんのブランドのバッグを利用されたお客さまは58ブランドでした。
「買う」だけの選択肢では出会うことのなかったかもしれないブランドと出会い「本当に好きなブランドを知ることができた。」とお喜びの声もたくさんいただいております。

ブランドバッグの価格は大きく変わってきています。
皆さま、ラクサスを利用することで賢くブランドを楽しんでいます。



ラクサスがサービスを開始してからの10年間で大きくブランドバッグの値段は上がってきています。
長年愛されるCHANELのクラシックマトラッセ (A01112) でみるとこの10年で定価が3倍以上* になっています。
本当に自分にぴったりのバッグに出会うためにラクサスで試してみるのも価値の一つです。

出典元：retro.jp[2024年3月]シャネル値上げまとめ
タイムレス・クラシック マトラッセ、種別：25cm W チェーンショルダー、素材：ラムスキン
<https://itaku.retro.jp/blog/chanel-price-increase>

ラクサスをぜひお友達と一緒に楽しみください。

ラクサスへのお友達紹介累計数

69,541回

ご利用者の方に7万件近い友達紹介をしていただきました。
多くのお客様がサステナブルファッションの普及に貢献してくださっています！



本データは2015/2~2025/2のラクサス利用者情報を元に引用しています。

所有から利用へ モノの価値が循環し、生涯価値が最大化される世界を目指します

ラクサスは、2006年の創業以来、「本当に良いものを愛し、作り手の想いをつなげたい。」「あこがれをみんなでシェアしたい。」という想いから、「世界中に笑顔を」を経営理念に据え、事業を拡大してきました。

従来、ブランドバッグをはじめとした「価値あるモノ」は、所有を中心とした世界でした。

当社は、そうした世界に加えて、ユーザーの利活用機会拡大により、モノの潜在的な価値を引き出し（モノが持つ価値のポテンシャルをより開放し）、「モノの価値が循環し、その生涯価値が最大化される世界」の実現を目指しております。

当社は、その起点として、2015年にブランドバッグに特化したサブスクリプションサービス「ラクサス」事業を開始し、シェアリングエコノミーの浸透を牽引してきました。2020年には、ブランドバッグの試用販売「買えちゃうラクサス」を開始し、事業を拡大しております。

当社が目指す「モノの価値循環モデル」は、当社が先行モデルであると認識しております。当社は、成長戦略の基本方針として、現在のモデルや資産をベースにレバレッジし、成長していくことを目指します。将来的には、価値あるモノが循環する社会を目指し、エリア・領域拡大を目指したいと考えています。

サービス概要

最新バッグから人気バッグまで
憧れの60ブランドのバッグが自由に使い放題！
月額定額制で
ブランドバッグが使い放題

20秒で予約完了
使い方はシンプル！



アプリで借りて



ご登録、お申し込みは
驚くほどカンタン

自宅に届く



バッグはすべて
鑑定済みで安心

次のバッグを
予約し交換



シーンにあわせてバッグを交換
往復送料も無料で安心！

GOOD!
気に入ったら購入!

買えちゃうラクサス (試用販売)

サービス概要

ブランドバッグは

スマートシェアがもっともお得！

- 憧れの60ブランドのバッグが自由に使い放題！
- バッグはシーンによって最適に使い分け、最短翌日お届けも可能！
- エルメス・ヴィトン・シャネルなど どんなブランドでも月額定額制！
- たくさんのバッグを持たずに、お部屋をスッキリ！
- 往復送料無料、返却期限のキズ・汚れ補償つき！

取扱
ブランド



HERMES
エルメス



LOUIS VUITTON
ルイ・ヴィトン



CHANEL
シャネル



PRADA
プラダ



GUCCI
グッチ



CELINE
セリーヌ



FENDI
フェンディ



Dior
ディオール



LOEWE
ロエベ



Bottega Veneta
ボッテガ・ヴェネタ



HERMES, LOUIS VUITTON, CHANEL, PRADA, GUCCI, CELINE, FENDI, Dior, LOEWE, Bottega Veneta, BALENCIAGA, GUCCI, Saint Laurent, Maison Margiela, STELLA McCARTNEY, Chloe, GOYARD, JIMMY CHOO, VALENTINO, Christian Louboutin, FERRAGAMO, GIVENCHY, J&M DAVIDSON, ANYA HINDMARCH, Michael Kors, COACH, Miu Miu, Valextra, BURBERRY, MARNI, TOD'S, FURLA, Kate Spade, Tory Burch, Cartier, Dolce & Gabbana, BVLGARI, ANTEPRIMA, ZANELLATO, ETRO, BALLY, ISSEY MIYAKE, MANSUR GAVRIEL, MARC JACOBS, Alexander Wang, Vivienne Westwood, 3.1 Phillip Lim, JW Anderson, MULBERRY, Proenza Schouler, Ralph Lauren, MCM, VERSACE, TIFFANY & Co., EMILIO PUCCI, Samantha Thavasa, GLENROYAL, Samantha Vega, BERLUTI, CHROME HEARTS, JIL SANDER, THE ROW

ミッション

ミッション1

シェアリングを普及させること

所有から利用へ、さまざまなシーンに合わせて、色々なバッグが楽しめる。ラクサスは、シェアリングの文化を普及させ一般化していきたいと考えています。



ミッション2

モノの生涯（価値）収益を上げること

ブランドバッグを貸す、リペアしてまた貸す、販売する、スポットでも貸す。まだまだたくさんの収益機会がある。ラクサスは、モノが生まれてから廃棄されるまでの生涯収益を高めたいと考えています。

ミッション3

ファイナンス的な切り口で世界を広げること

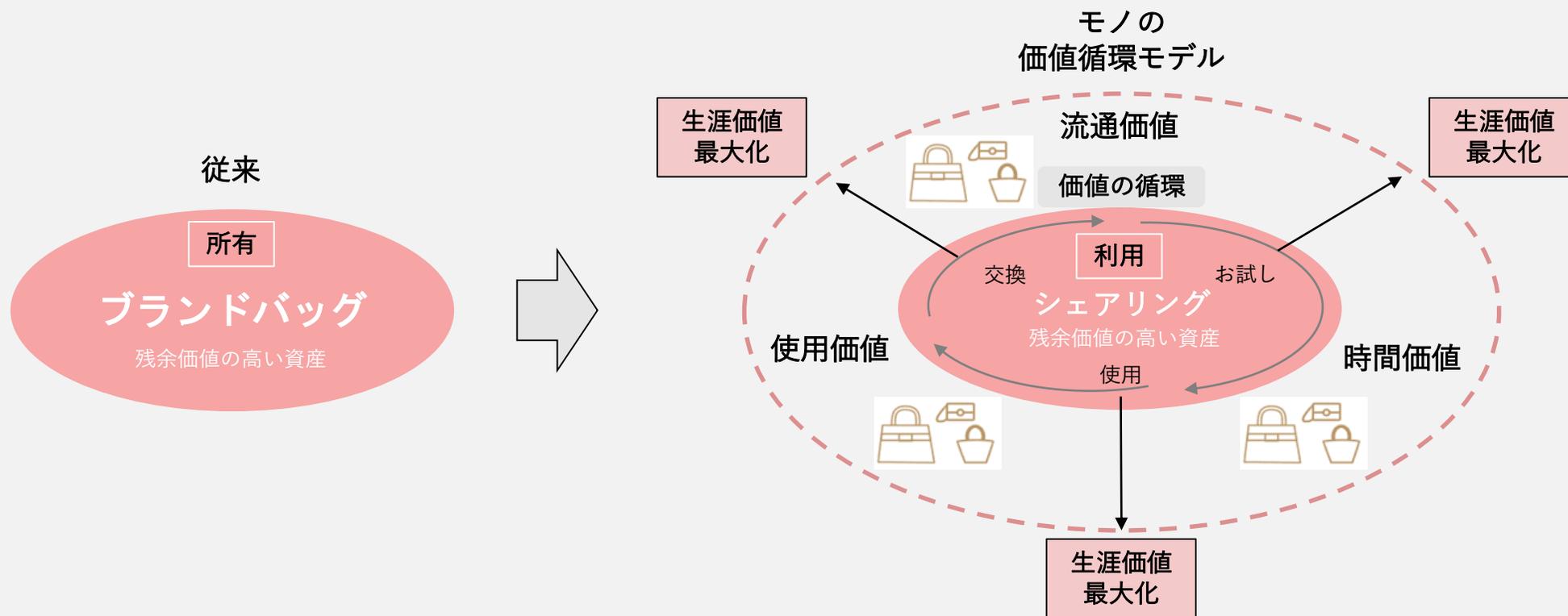
試して買う（ラクサスファイナンス）は可能性が大きい。シェアリングの普及で、結果的にはモノの生涯収益が高まる。その媒介となるのがファイナンスだと考えます。ラクサスは、シェアリングや生涯収益を高める潤滑油となるファイナンス的な要素を強化したいと考えています。

世界観

シェアリング × 生涯価値の最大化

当社は、これまで「所有」するものであったブランドバッグを、「利用（お試し、使用、交換）」することによりユーザー機会の拡大を可能にし、新たなブランドバッグのシェアリング文化を確立しました

ブランドバッグなどの高額品は残余価値の高い資産であり、それを循環させることにより使用価値、流通価値、時間価値は増加し、生涯価値の最大化が図れると考えています。（モノの価値循環モデル）



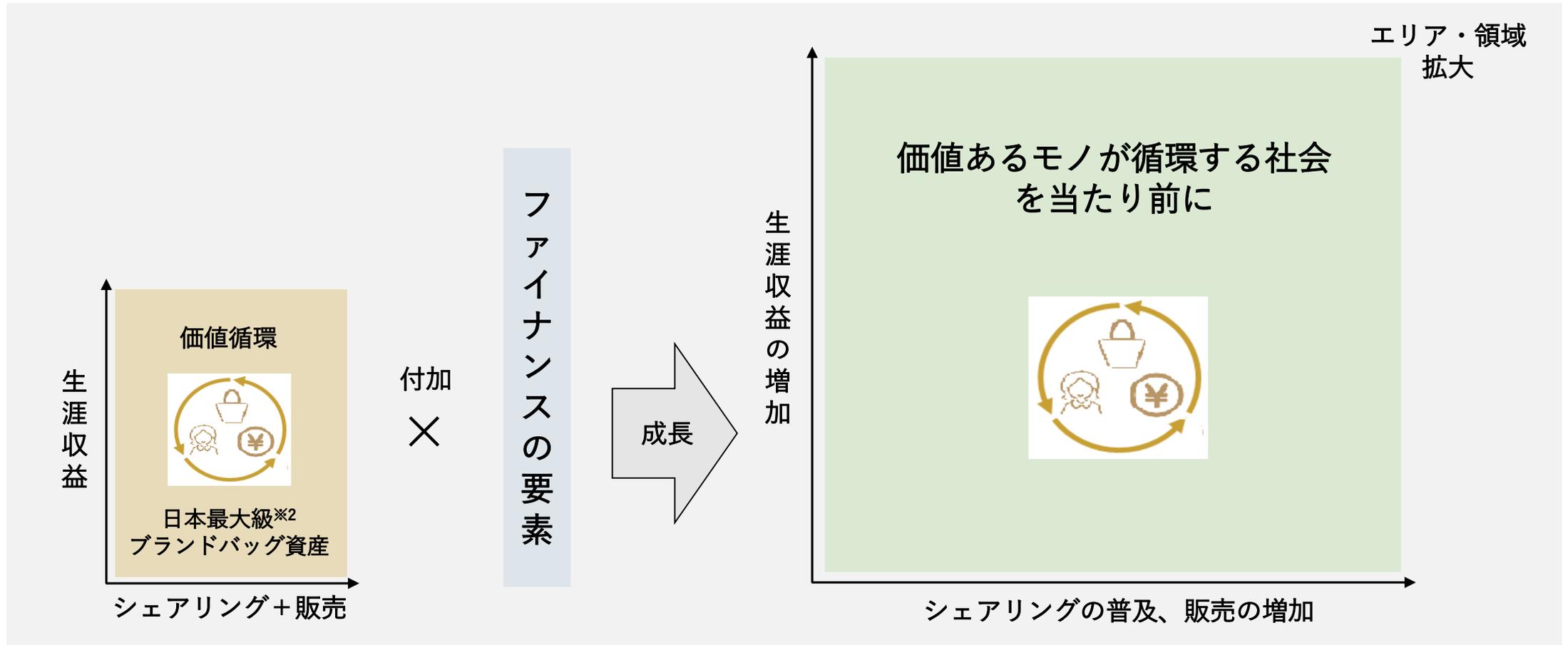
注：使用価値：モノを使うことにより生まれる価値、流通価値：二次流通していく際の価値、時間価値：使用・流通の価値の循環に伴う付随する価値（≒金融的価値）以下、本資料ではこれらの用語を同義で使用

成長戦略

モノの価値循環モデルのレバレッジで、価値あるモノが循環する社会を目指す。

当社は、成長戦略の基本方針として、現在の「モノの価値循環モデル」や資産をベースにレバレッジすることで成長を実現。

将来的には、価値あるモノが循環する社会を目指し、エリア・領域拡大を目指したいと考えています。



企業概要

ブランドバッグのシェアリングサービス「ラクサス」事業が起点。
モノが持つ価値ポテンシャルを開放する価値サーキュラー事業での高成長を目指す

会社名 ラクサス・テクノロジーズ株式会社
設立 2006年8月
資本金 16億6772万7380円
代表取締役 社長執行役員 高橋 啓介

上場市場 東証グロース
証券コード 288A
上場日 2024年12月13日
決算 3月末

所在地 広島本社
〒730-0037 広島市中区中町8-18広島クリスタルプラザ 14F
東京オフィス
〒150-0001 東京都渋谷区神宮前6-1-4 内藤表参道ビル3F
従業員数 88名
(2025年3月末時点 取締役/監査役/正社員/契約社員/アルバイト)

加盟団体 シェアリングエコノミー協会 幹事
一般社団法人日本流通自主管理協会 (AACD) 正会員
公益社団法人日本通信販売協会 (JADMA) 正会員

経営理念 私たちはこの活動を通じて「世界中に笑顔を」を実現していきます。

事業内容 ブランドバッグのシェアリングサービス「Laxus」の運営/販売

発行済株式数 25,654,383株 (2025年3月31日現在)

株主数 5,981名 (2025年3月31日現在)

株主構成 (大株主) 株式会社ワールド (41.57%)、児玉昇司 (24.94%)

Laxus

事業概要

ブランドバッグのシェアリング+販売

当社の収益は、使用収益（サブスクリプション+買えちゃうラクサス）と販売収益で構成
事業基盤であるサブスクリプション売上に加え、日本最大級^{※1}のブランドバッグ保有資産の効果的な販売を実現

事業概要

売上構成比^{※2}

ラグジュアリーのシェアリング（ブランドバッグ）

使用・交換価値

使用収益

サブスクリプション
(契約費)

- ・月額9,800円（税別）でルイ・ヴィトン、シャネルなど60ブランドからバッグを交換し放題
- ・主要10ブランドで当社保有バッグの約80%を占める
- ・スマホアプリで簡単予約
- ・好きなバッグを毎月ご自宅にお届け

買えちゃうラクサス
(試用販売)

- ・ユーザーがご利用中のお気に入りのバッグをそのまま購入（試用販売）店頭販売とは異なり、「長い試着体験→購入」に至る購買形態（後払い的な側面+保有効果^{※3}）



流通価値

販売収益

BtoB/toC販売

- ・リペアしながら相当回数利用したバッグを2次流通のtoC（委託）やtoB（取引業者）へ販売＝戦略的な資産入替
- ・ラクサスではバッグの廃棄ゼロを実現

BtoB/toC販売

買えちゃう
ラクサス

18%

8%

74%

サブスクリプション

※1：貸出品の中にバッグが含まれる国内サブスクリプションサービス（AnotherADdress、my Stock、MECHAKARI、ORB、BAGRENT）と比較し、事業規模及びバッグ取扱点数が当社対比で僅少と当社にて判断
なお、SHAREL、EDIST.BAG、MISELはサービス終了のため比較対象外とするが、サービスの終了前時点においても当社のバッグ取扱点数が多いことを確認済み

※2：2025年3月期実績 ※3：保有効果とは行動経済学上の自分が所有するものに高い価値を感じ、手放したくないと感じる心理的效果を指す



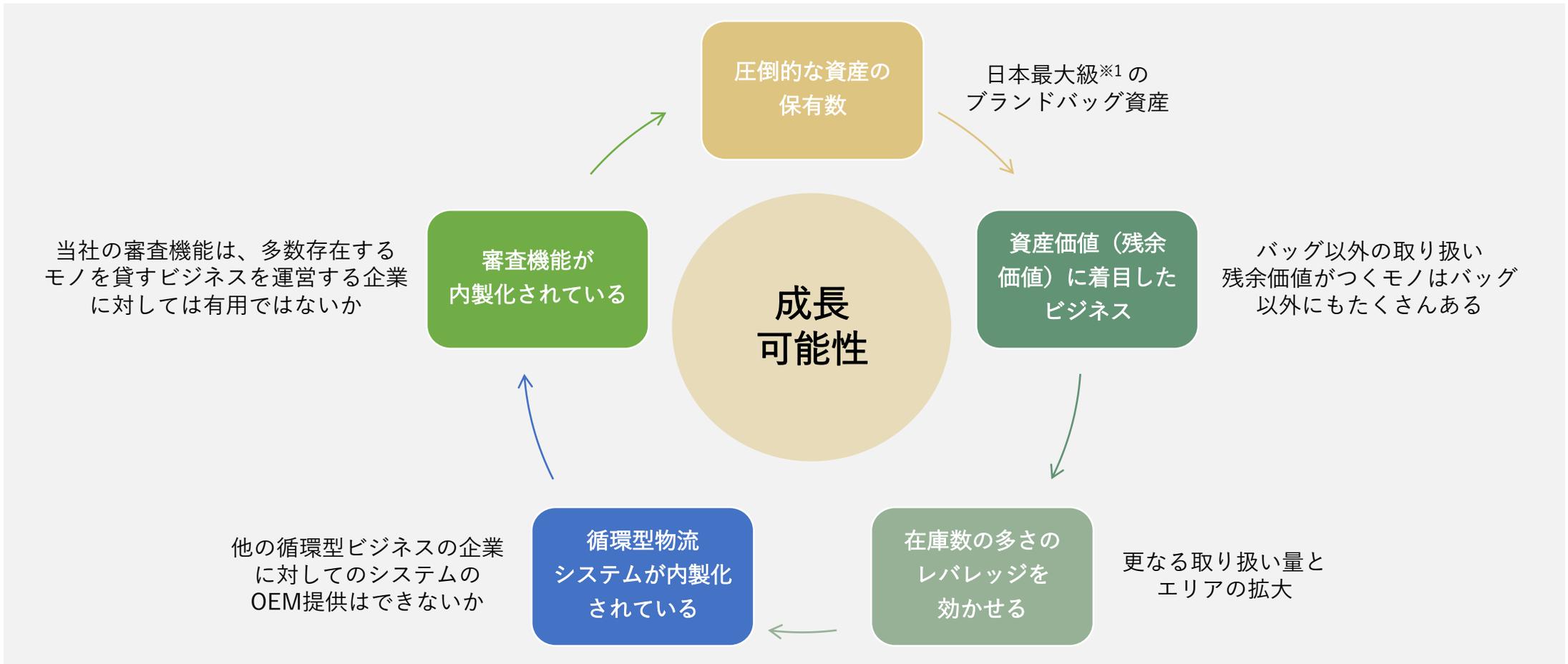
02. 競争力の源泉

「世界を見てもユニークなモデル。」



特徴・強み・将来可能性

当社が保有する圧倒的なブランドバッグの在庫は、残余価値のある資産であり
在庫数の多さをレバレッジすることにより、更なる成長が可能だと考えています
将来的には、バッグ以外のモノへの展開や、独自開発されたシステム、審査機能など多くの成長可能性を秘めています



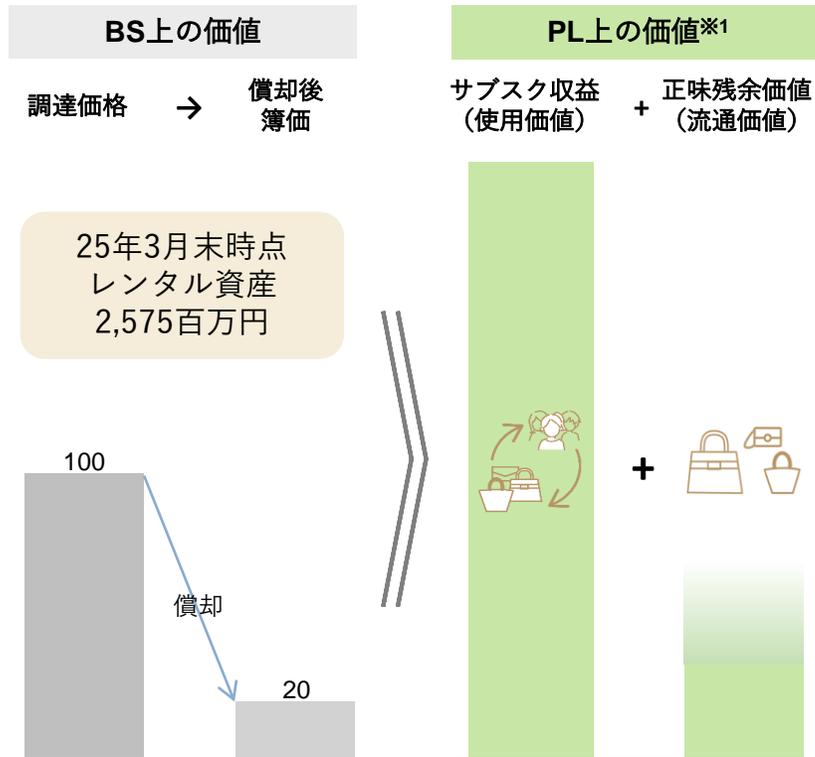
※1：貸出品の中にバッグが含まれる国内サブスクリプションサービス（AnotherADdress、my Stock、MECHAKARI、ORB、BAGRENT）と比較し、事業規模及びバッグ取扱点数が当社対比で僅少と当社にて判断
なお、SHAREL、EDIST.BAG、MISELはサービス終了のため比較対象外とするが、サービスの終了前時点においても当社のバッグ取扱点数が多いことを確認済み

資産価値の最大化

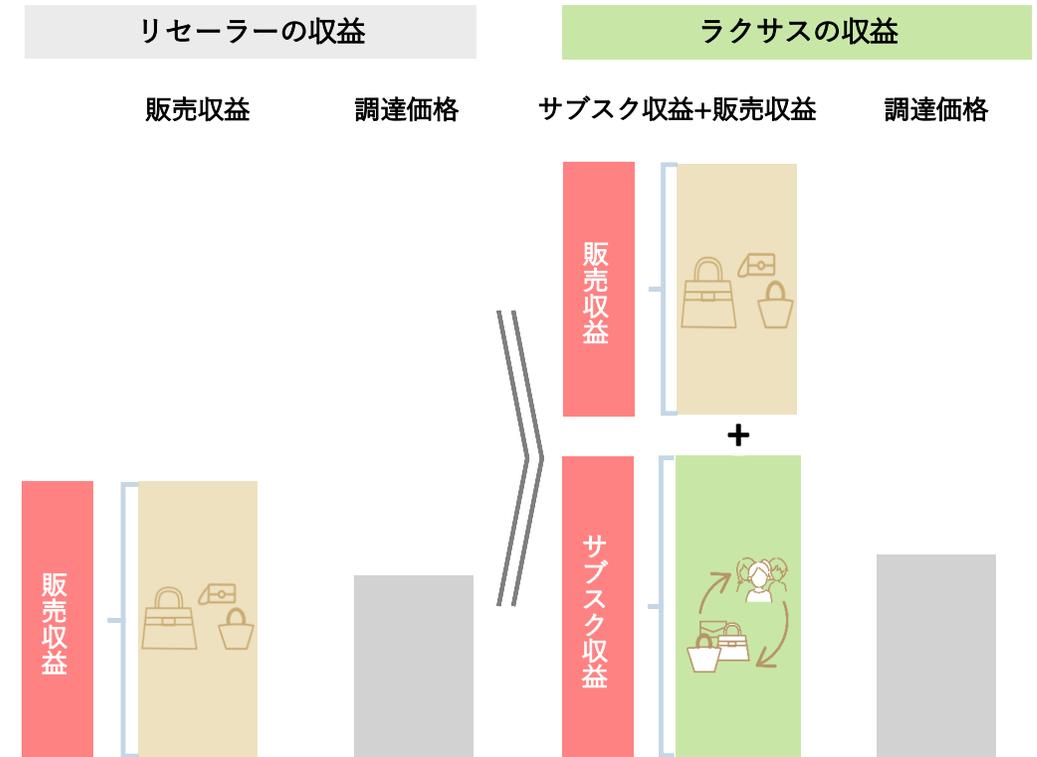
シェアリングで稼ぎながら、将来の潜在利益（販売収益等）を蓄積。

結果としてリセラーとは異なる資産価値の最大化を実現可能

ラクサスの獲得資産価値



リセラーとの収益比較※2



日本で最大級※3のブランドバッグ資産を保有 = 将来利益の一つの源泉

※1：潜在的及び不確定なものも含むイメージ図 ※2：弊社にて取得可能な情報を基にしたリセラー（中古品販売業者）と弊社の収益構造を比較したイメージ図

※3：貸出品の中にバッグが含まれる国内サブスクリプションサービス（AnotherAddress、my Stock、MECHAKARI、ORB、BAGRENT）と比較し、事業規模及びバッグ取扱点数が当社対比で僅少と当社にて判断
なお、SHAREL、EDIST.BAG、MISELはサービス終了のため比較対象外とするが、サービスの終了前時点においても当社のバッグ取扱点数が多いことを確認済み

資産価値の維持と組み換え

顧客満足度と収益の最大化の両立を図る。使用状況/相場データによる
最適な在庫入れ替えと、資産価値を維持/向上させるメンテナンス・リペアオペレーションを実現

- これまで60ブランド40,000点以上のバッグ仕入で磨き上げた目利き力
- 世界的にも優良市場である日本の二次流通市場において安定した調達ルートを確立



豊富な在庫を
実現する
目利き
調達ルート

最適な仕入を
実現可能にする
蓄積された
データ

- 蓄積された豊富な貸出データ及び販売データにより、失敗しない仕入を実現
- 豊富な取引実績を背景に、競争力ある価格での仕入れ交渉が可能

在庫を
アップデートする
メンテナンス

- 壊れたバッグでも独自技術や培ったノウハウにより貸出可能に修復
- 一般社団法人 日本流通自主管理協会（略称AACD）加盟するとともに、偽物排除の取り組みを推進し、本物のみを提供



在庫を
最適に配分する
自社倉庫

- ITを活用したフリーロケーションによる効率的な保管を実現した在庫管理
- 内製で構築したジャストインタイムの在庫管理システム



不正排除のため
独自審査

- 豊富な経験により培った当社独自の入会審査の仕組みを確立
- 使用状況に応じた不正ユーザー検知の仕組みを確立

成長を担保するユーザーコミュニティ ユーザー特性

20代～50代が主で、世帯年収が高めで首都圏にお住まいの方が主なユーザー

賢くファッションを楽しみ、ラクススコミュニティに対する帰属意識も高い

ユーザー層特性

主なユーザー年齢層※1

20代～
50代

主なユーザー世帯年収層※2

600～
1,000万円

居住地分布割合※4

首都圏
4割強

対象：20代～50代女性

お仕事をされている割合

73% ※5

お子様がいる割合

44% ※6

ユーザーとのリレーション

お客様からのお手紙※3

月平均

30通

累計

2,136通

お客様から寄せられた感謝のお言葉やサービスのご感想

年1回の折り鶴※3

累計

13,895羽



平和を祈る気持ちを込めて折られた折り鶴

ラクススアプリ内アンケートに基づく集計結果です。

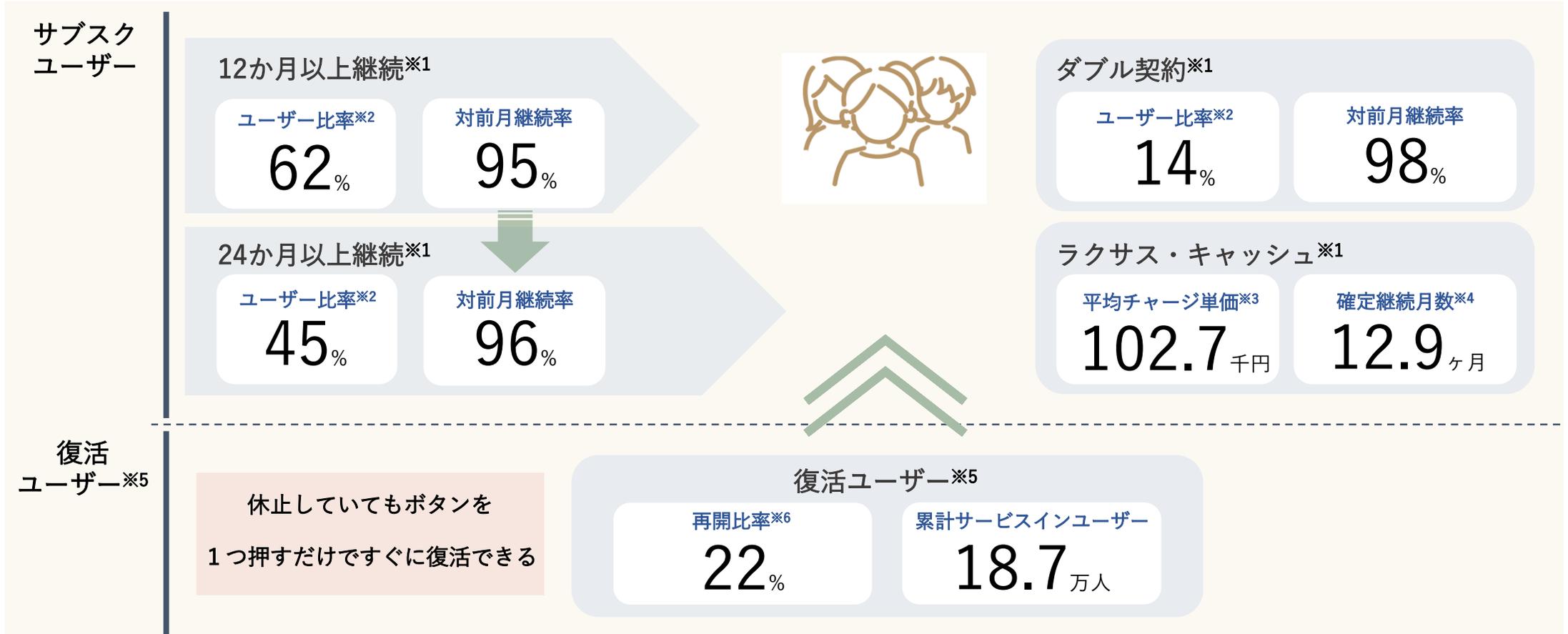
※1 期間：22年10月～24年2月 回答者数27,196人 ※2 (ラクススユーザー) 期間：23年2月～23年4月 回答者数3,221人 での当社集計/(全国平均) 2023年厚生労働省データ使用

※3 期間：18年4月～24年3月 ※4 期間：22年10月～24年2月 回答者数10,538人 / 日本人口分布：2023年総務省統計局データ使用

※5 期間：23年2月～24年2月 回答者数24,588人 ※6 期間：23年2月～24年2月 回答者数25,047人

成長を担保するユーザーコミュニティ 高い継続性

サービスを継続していくたびに生活スタイルに溶け込む。
蓄積したユーザー母体が、「ダブル」・「復活」・「ラクサス・キャッシュ」ユーザーの増加に寄与



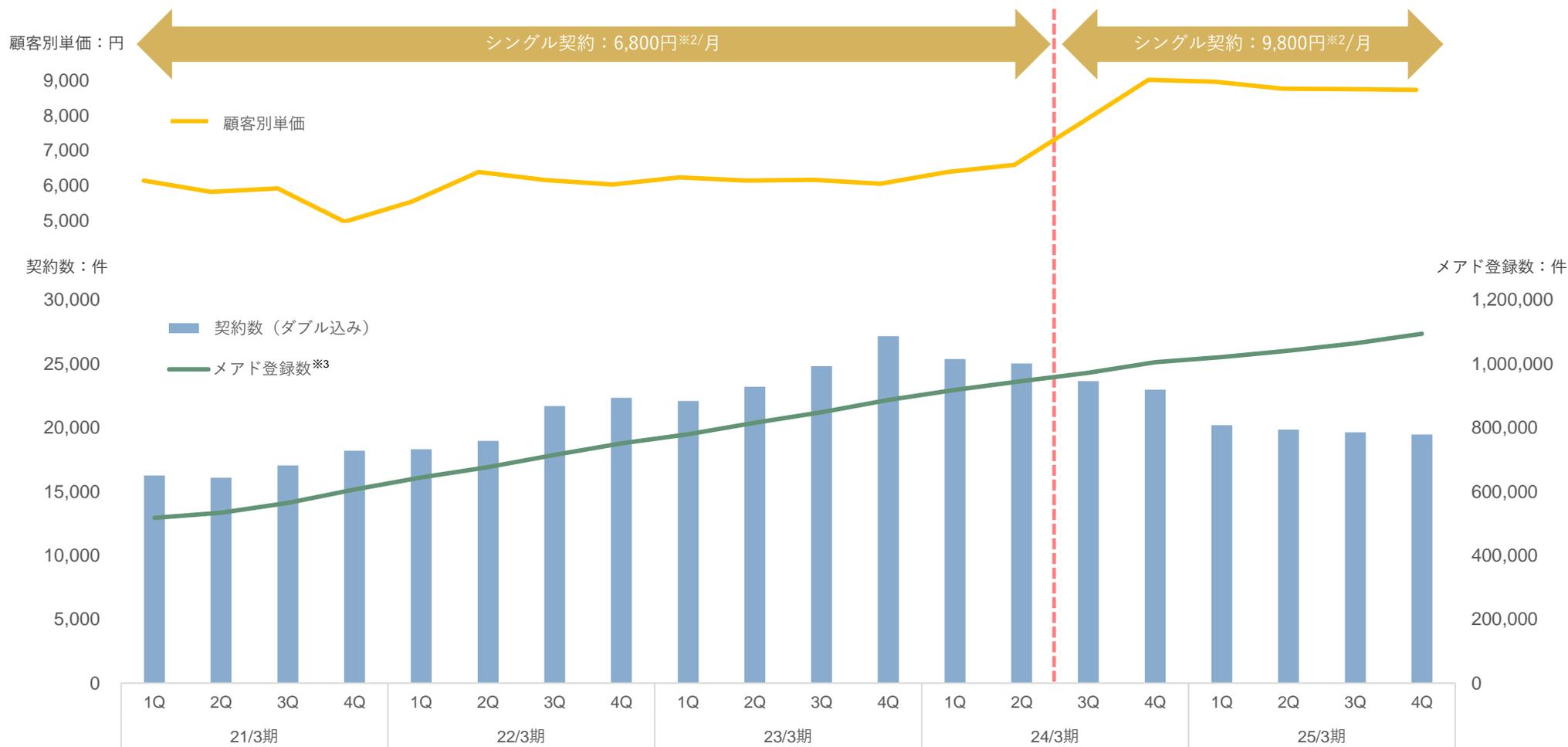
※1：2025年3月末時点 ※2：ユーザー員比率は全サブスクユーザーにおける割合、2025年3月末時点 ※3：2023年11月以降の1人当たり平均チャージ単価、2025年3月末時点

※4：確定継続月数=(平均チャージ単価+LCチャージ時に付与されるポイント)/月額利用料、2025年3月末時点、原則ラクサス・キャッシュの返金是对应していないものの、チャージ時の手違いのような例外的なケースにおいて返金を行った場合、前掲の式で算出される確定継続月数に満たないで解約される可能性がある

※5：復活ユーザーは、一度利用停止したのちに再開したユーザー、2025年3月末時点 ※6：再開比率は、累計復活ユーザー数÷サービスイン後1回でも休止したユーザー数、2025年3月末時点

成長を担保するユーザーコミュニティ 契約数の推移

顧客別単価は、25年3月期平均単価が8,859円と対前年同期比で23.6%増加。契約数※1は、25年3月末で19,457件と、成長のための広告宣伝費増加とShaaSの取り組みを推進している



※1：シングル契約数+ダブル契約数の合計 ※2：税別 ※3：メアド登録数は累計数値

価値を最大化させる試用販売による高収益の実現

レンタル中の“私のベストバッグ”を所有可能。手元にあるものがすぐ自分のモノにできる仕組みと、大切に資産を扱うことで競争力のある価格を実現

(これまで) ブランドバッグを買う場合

(これまで)

ブランドバッグはとにかく高額品。
欲しいけど、すぐには購入せず、時間をかけて悩んだ末に、
やっぱりどうしても欲しいから買う

関心・興味

欲求

購買

悩む時間

新たな体験

ラクサスの試用販売（試して買う）の場合

Lexus

欲しいブランドバッグがあったら、ラクサスで検索して、
まず使ってみる（試用）。使い続けるうちにバッグに愛着がわ
く。自分だけのバッグにしたい欲求（保有）
→ 買えちゃうラクサスで購入（試用販売）

高収益実現
のポイント

- 販売するバッグは、今後もレンタル需要（収益）が見込めるため、必ずしも安売りする必要はなく適正な価格で販売ができる。
- 販売するバッグは人気の高い場合が多く、高価格での販売が可能。

探索・試用

愛着

保有

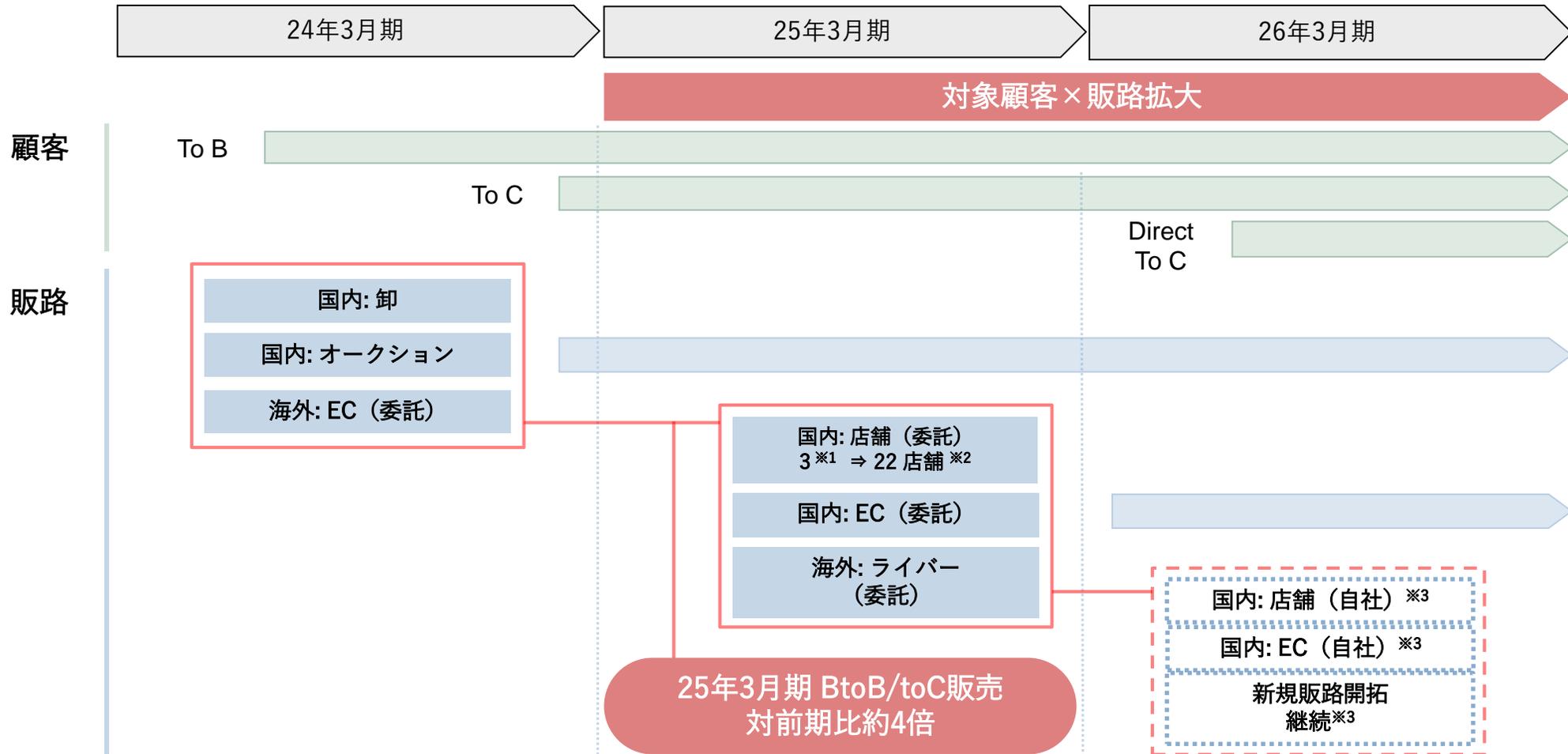
お気に入りを見つける時間

私の“ベスト”

Lexus
(サブスク)買えちゃうラクサス
(試用販売)

戦略的資産入替によるバッグ販売の成長

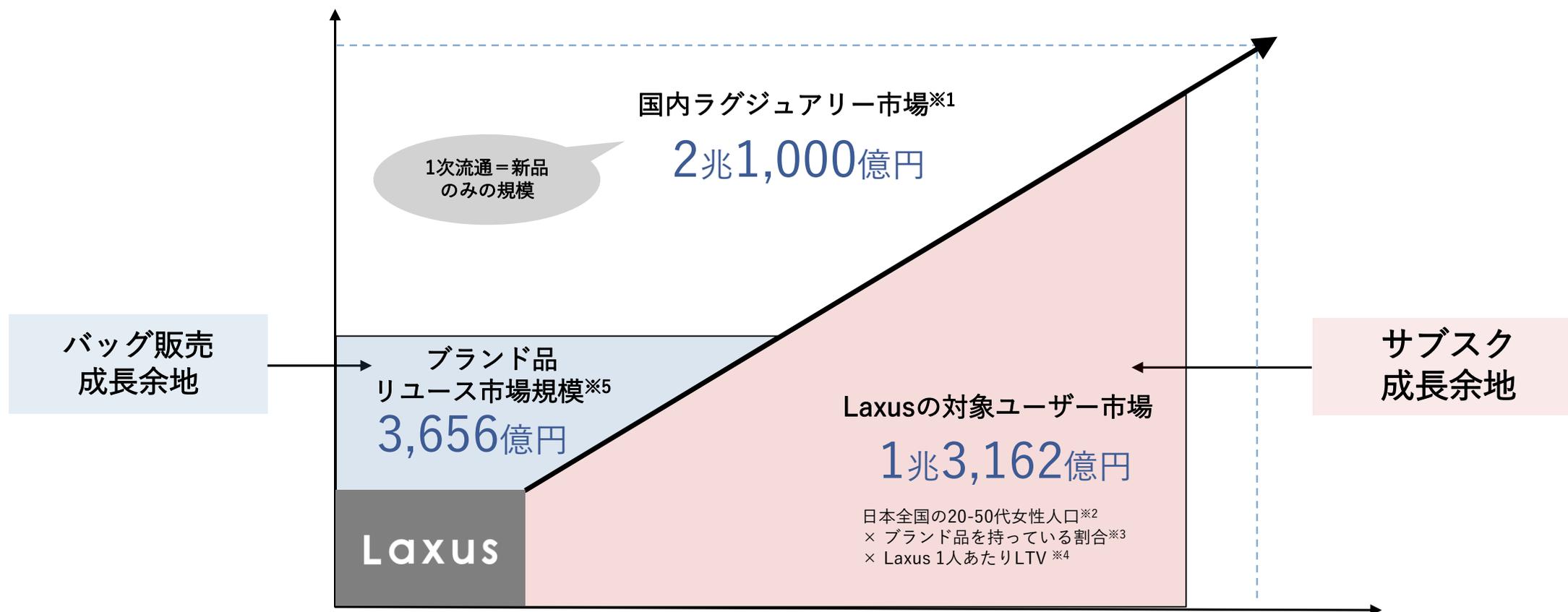
戦略的資産入替によるBtoB/toCのバッグ販売は前期より本格的に開始しており、
今期より対象顧客×販路の拡大を進め、25年3月期は前期比約4倍と成長



※1：2023年12月末時点 ※2：2025年3月末時点 ※3：現時点は未開始の販路となります

広大なユーザー獲得ポテンシャル

ラクサスの主要ユーザーである、ブランドバッグに興味のある20代～50代女性の顧客獲得余地は引き続き大きく、成長するリユース市場も追い風になる



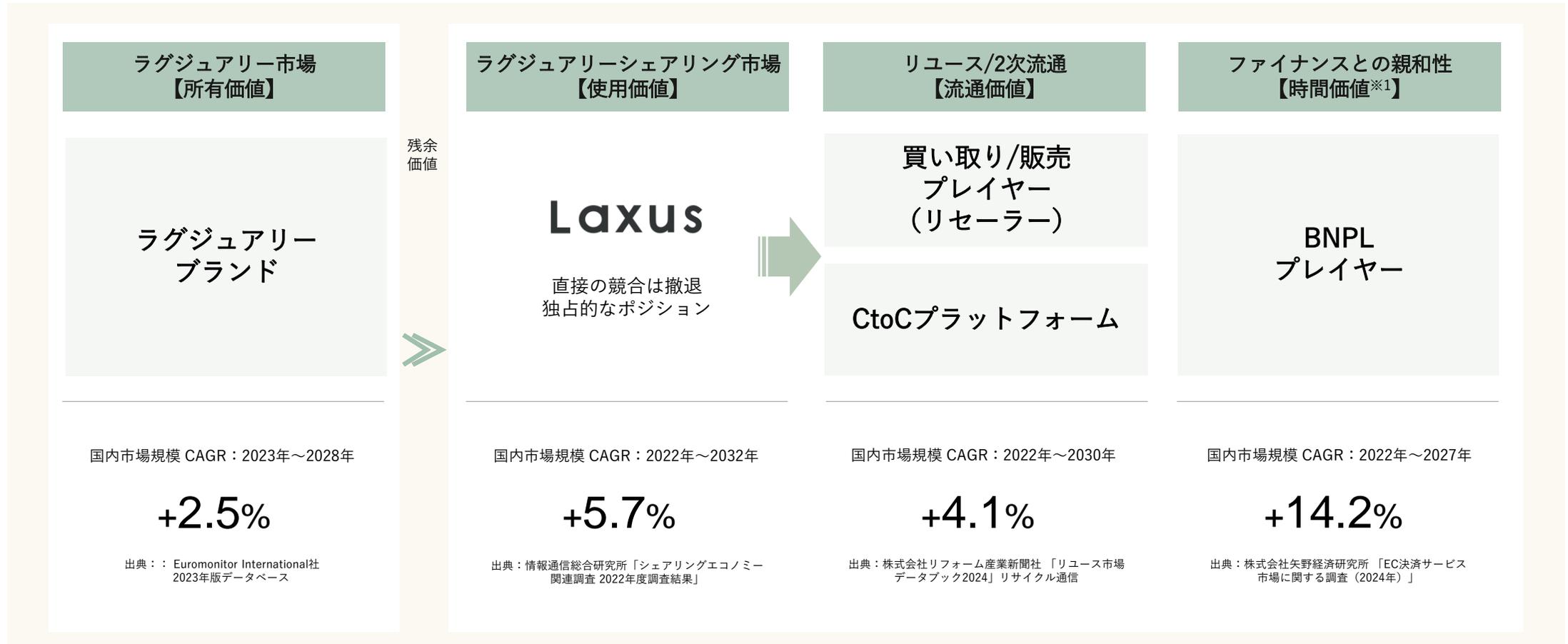
※1：出典：Euromonitor International社 2023年版データベースより2024年予測値 レザーバッグ・時計・ジュエリーの合計

※2：全国年齢分布：2023年総務省統計局データ使用 ※3：出典：マイボイスコム株式会社「【高級ブランド】に関するアンケート調査」（2022年）

※4：2024年9月末実績を用いて計算 ※5：出典：株式会社リフォーム産業新聞社「リユース市場データブック2024」リサイクル通信

競合環境

正対抗はいない。広義の意味では、2次流通プレイヤーや金融プレイヤーが該当と認識

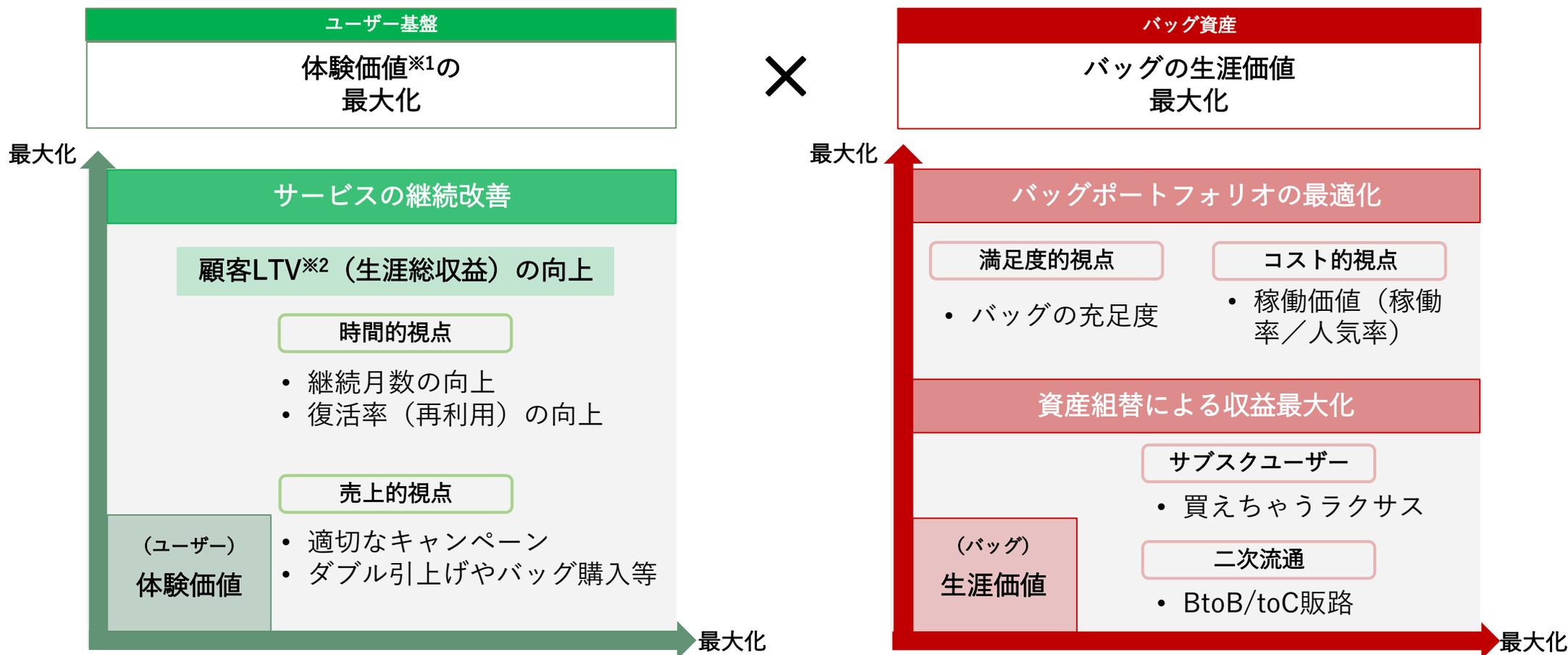


※1：「買えちゃうラクサス(試用販売)事業」における後払い的な側面に着目した観点

成長ドライバー

サブスクコミュニティを通じ、持続的な成長基盤を構築

バッグを“貸す”だけでなく、“回転”によって、更なる成長を実現



※1：サービスに対してユーザーが感じる価値（ロイヤリティや満足度につながる）※2：Life Time Valueの略でユーザー1人当たりの生涯総収益 LTV=月額顧客別単価×平均継続月数



03. 2025年 3 月期 決算

エグゼクティブサマリー

2025年3月期は、増収増益を達成。

売上高及び全ての段階利益において過去最高を記録しました。要因は、価格改定による顧客別単価の上昇やバッグ販売数の増加によるものです。また、2025年3月期に実施した「ラクサス・キャッシュ」のオートチャージ機能拡大や「プレミアム交換」の導入は、ユーザーの満足度向上に寄与しています。

2026年3月期は、成長に向けた投資（契約数増加策）を実施。

レンタルに加え、好調な「買えちゃうラクサス」の試用販売、及びレンタル対象外とした低稼働・不人気バッグのユーズドセレクトショップを通じた委託販売等のBtoB/toC販路での販売を拡大することで、販売単価向上と売上高拡大を図ります。また、成長に向けた投資（契約数増加策）を実施いたします。主に、新規販路を含めた広告宣伝費の増加、インベスタマーの獲得を目的とした株主優待の導入、当社が持つシェアリングサービス機能を外部にOEM提供し契約獲得に繋げるShaaS（Sharing as a Service）の拡大に注力してまいります。

ハイライト

2025年3月期：売上高、利益とも過去最高※1

売上高	：25.6億円（前年21.9億円）	YoY +16.9%
EBITDA※2	：9.3億円（前年7.6億円）	YoY +22.5%
営業利益	：5.9億円（前年4.5億円）	YoY +29.8%

KPI

契約数	：19,457件（2025年3月末 ダブルプラン込み）
顧客別単価	：8,859円（2025年3月期平均単価）+23.6% 対前年同期平均単価 7,169円
継続率	：95%(12ヶ月以上)、96%(24ヶ月以上)
復活ユーザー	：再開比率22%

株主優待制度の開始

優待内容	：シェアリングサービス「ラクサス」の月額利用料に充当可能な 12,000円分 の割引優待
対象と基準日	：3月末と9月末（年 2回 ）に 100株 以上保有の株主様
優待割引	：割引優待：6か月間×月額 2,000円ずつ利用可能な割引優待（合計 12,000円 ） 年2回（3月末・9月末）の基準日時点の株主様は年間で最大 24,000円 の割引
優待利回り※3	： 120%

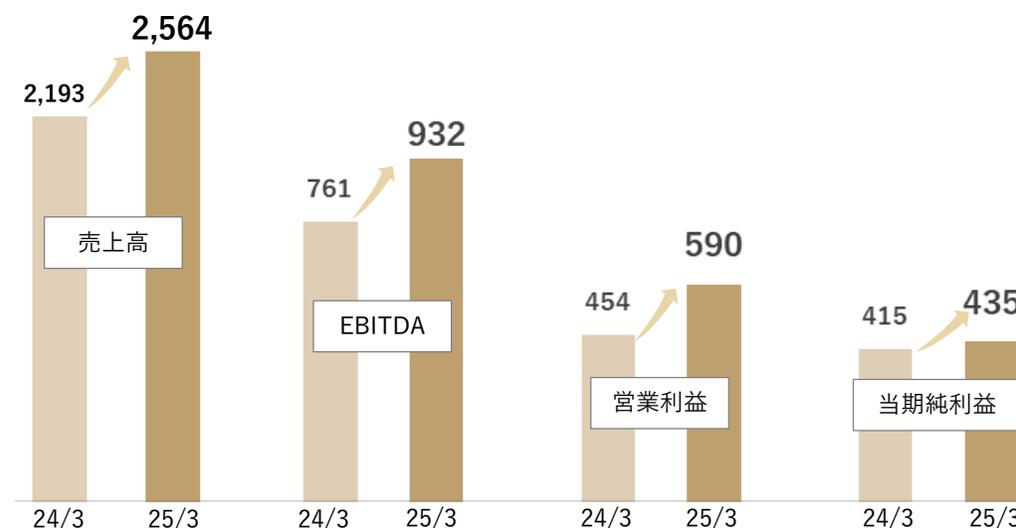
※1：24年3月期・25年3月期ともに単体数値 ※2：EBITDA=営業利益+減価償却費 ※3：優待利回りの計算過程は、2025/3/31株価：200円、100株の投資金額：20,000円、優待金額（年間最大）：24,000円、優待利回り（優待金額÷投資金額）：120%

2025年3月期 決算概要

増収増益を達成 売上高、全ての利益において過去最高を更新

(単位：百万円)	2024年3月期※1	2025年3月期※1	増減額	増減率
売上高	2,193	2,564	370	+16.9%
EBITDA※2	761	932	171	+22.5%
EBITDAマージン	34.7%	36.4%		
営業利益	454	590	135	+29.8%
営業利益率	20.7%	23.0%		
当期純利益	415	435	19	+4.8%
当期純利益率	19.0%	17.0%		

- サブスクの価格改定による1人当たり単価改善及び戦略的なバッグ資産の入替に伴う販売数の増加
- 顧客別単価の増加
顧客別単価：8,859円（25年3月期平均単価）+23.6%
7,169円（24年3月期平均単価）
- 「ラクサス・キャッシュ」のオートチャージ機能拡大や「プレミアム交換」の拡大は、ユーザーの満足度向上に寄与
- 契約数：19,457件（25年3月末ダブルプラン込み）
- 継続率：95%(12ヶ月以上)、96%(24ヶ月以上)
- 復活ユーザー：再開比率22%

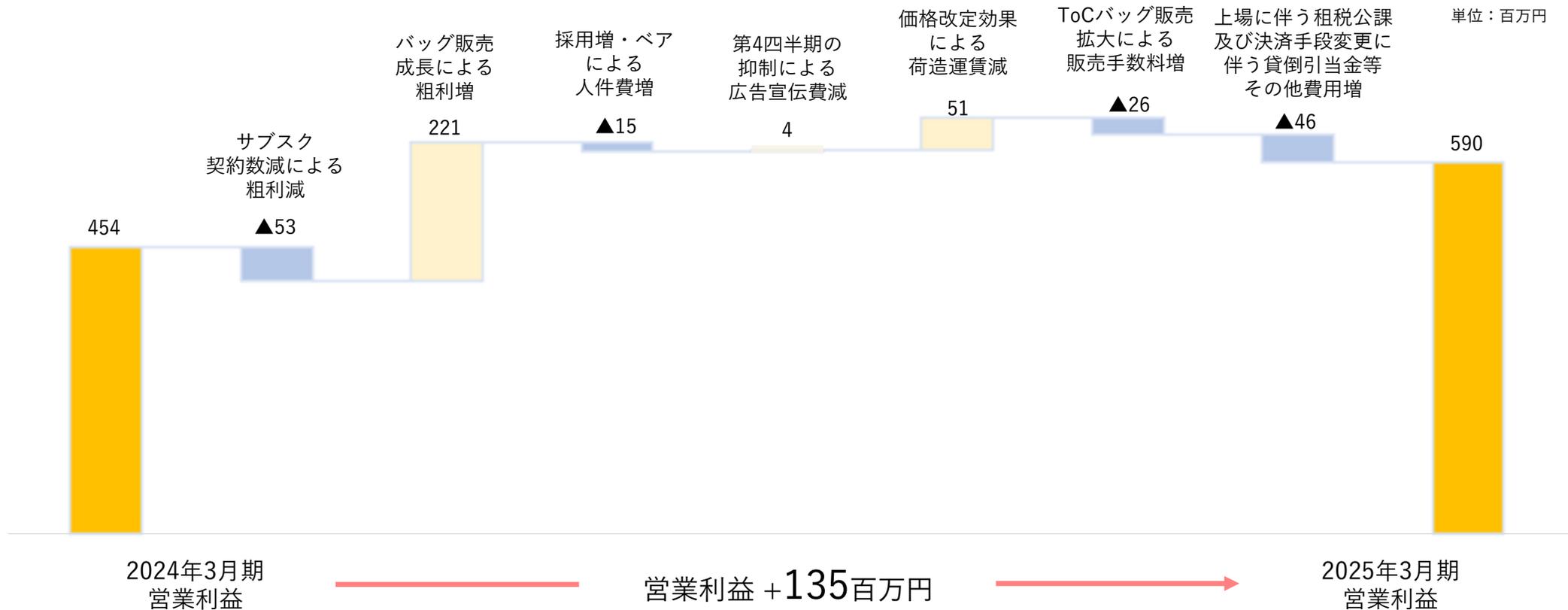


注：切り捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある ※1：24年3月期・25年3月期ともに単体数値 ※2：EBITDA=営業利益+減価償却費

営業利益の増減要因

売上総利益は、バッグ販売の成長により167百万円の増収（前年同期比+9.4%）となり、
人件費、販路拡大に伴うコスト増加、上場に伴うコスト等の増加を吸収し、
営業利益は135百万円の増収（前年同期比+29.8%）

2025年3月期 営業利益増減要因



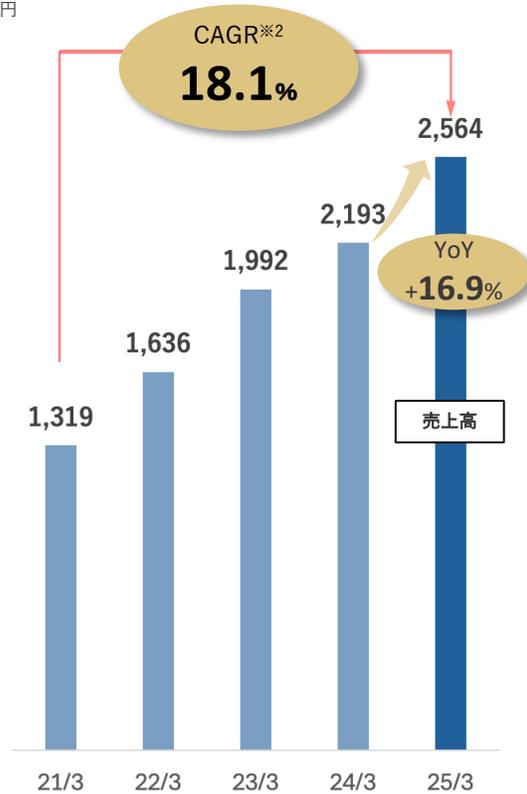
注：切り捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある

業績推移

売上はCAGR18.1%で安定的に成長し、営業利益は23年3月期からプラス転換しマージンは23%
当期純利益も黒字化が定着しており、足許25年3月期も黒字幅を拡大

売上高の推移※1

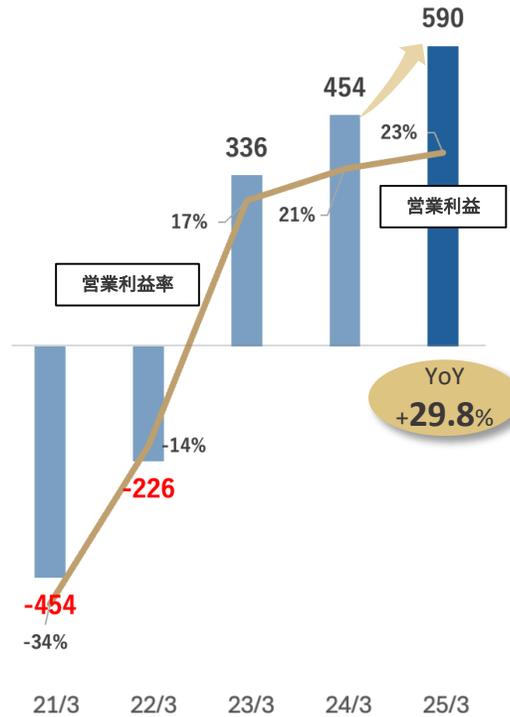
単位：百万円



営業利益の推移※1

単位：百万円

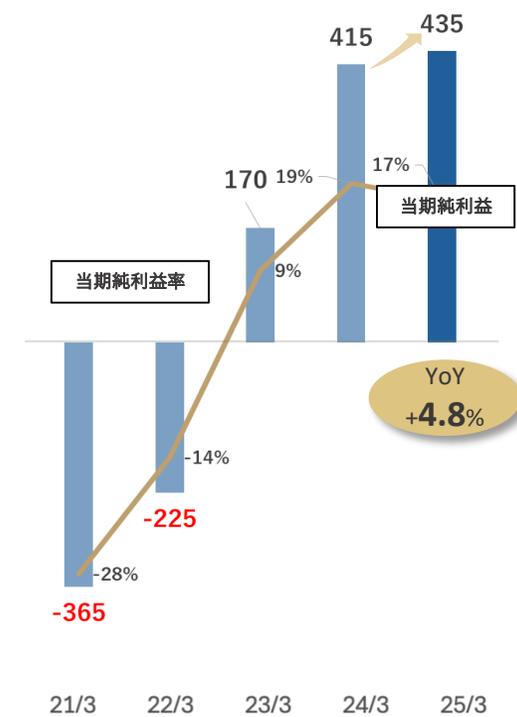
単位：%



当期純利益の推移※1

単位：百万円

単位：%



※1： 21年3月期~25年3月期 単体数値 ※2： CAGRは2021年3月期から2025年3月期までの年平均成長率を指す

戦略・施策と進捗 1/2 (2025年3月期)

領域	戦略・施策	進捗
全社	<ul style="list-style-type: none"> 2024年12月のIPOを確実に実現 	<ul style="list-style-type: none"> 2024年12月にターゲット通りに東証グロース市場へ上場 → 成長資金の調達に成功
サブスク	<p>(契約数/新規)</p> <p>新規顧客/契約獲得</p> <ul style="list-style-type: none"> 既存デジマ広告+音声広告等新規販路を拡大 上場キャンペーンなどの入会キャンペーン等の実施 	<p>(第3四半期後半～) 契約数が未達、新規獲得が大きな課題 → 価格変更により既存広告の効率=CPAが悪化 (第4四半期) 広告効率を重視 (ユーザーの入会モチベーション=入卒需要等の高い時期のため)</p> <p>→ 広告宣伝費対前期比▲26%抑制 → 新規契約数未達</p> <p>既存デジマ以外で、音声広告に代わる新規販路開拓と他施策の推進中</p> <ul style="list-style-type: none"> 上場キャンペーンによる新規獲得は苦戦 (第4四半期～) 新規契約獲得時のキャンペーン値引きを抑制 2025年2月: Sharing as a Service (ShaaS) の提携先募集開始をリリース、提携先への営業交渉開始を決定 2025年3月: 株主優待制度の導入を決定 → (目的) 当社サービスの認知や理解の拡大とインベスタマーの獲得
	<p>ユーザーの満足度向上</p> <ul style="list-style-type: none"> バグの質の改善、サービス改善、ラクサス・キャッシュの増加を図る 	<p>サービス改善施策の効果もあり、ユーザーの満足度向上に繋がる</p> <ul style="list-style-type: none"> 手元にバグがない期間をゼロにしたいという声を反映した“プレミアム交換”の対象者を拡大 → 約8割が高評価 交換したバグが思っていたバグと違うことがあるという声を反映した月1回無料で交換できる“リセット交換”の導入 ユーザー1人当たりの人気・需要が高いバグ数を増やすため戦略的な資産の入れ替え → サービス利用停止の理由で“使いたいバグが貸出中”が約20%減少 前払式支払手段である「ラクサス・キャッシュ」のオートチャージ機能の追加 → 対上期で平均チャージ単価約20%増加 (単価103千円)、継続確定月数対上期で+1.1か月伸長 (12.9か月)
	<p>顧客別単価の改善</p> <ul style="list-style-type: none"> ダブル料金の据え置きで契約数増加を図る 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客別単価は、25年3月期平均単価が8,859円と対前期同期比で+23.6%増加 (24年3月期平均単価7,169円)

戦略・施策と進捗 2/2 (2025年3月期)

領域	戦略・施策	進捗
バッグ 販売	全体：資産の回転を拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・ レンタルには使用できない不人気・稼働の低いバッグ、及び状態の良くないバッグのBtoB/toC販売を拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 資産を回転させ拡大させることは順調に進捗 ・ バッグ販売の売上は全体で対前期比で約2.7倍と大きく伸長
	BtoBtoC販売 前期より実験的に進めてきた、BtoBtoC販売先における資産回転を本格的に開始 <ul style="list-style-type: none"> ・ ラグタグ店舗委託、ライバー、TheRealReal (US) の拡大 *最適な販路を選択 	試用販売：順調に伸長 前期比で約1.5倍 大きく伸長 前期比で約4倍 <ul style="list-style-type: none"> ・ 当初戦略通り、特にラグタグ連携=店舗委託販売は、インバウンド需要もあり大きく伸長 ・ USユーザーへの販売となるライバー販売（委託）は新規開拓し下期に拡大（来期への準備） ・ 顧客とのタッチポイントとして店舗機能の開始に向けた東京オフィスの移転 ・ toC販売・EC拡大のためのささげ機能の準備
オペレー ション	人材等 <ul style="list-style-type: none"> ・ 賃金ベアの実施 ・ 新人事制度2周目。中核人材の育成が課題、チャレンジ登用等人材を見極め（育成） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新プラン（価格改定）効果により、賃金ベアを実施。 ・ 新人事制度に沿った昇給を実施。加えて、中核人材候補の選定を推進
	決済/回収 <ul style="list-style-type: none"> ・ 将来の安定的な回収を見込んだ決済方法の切り替え 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 入会審査のセキュリティ強化を図るためサブスクシールド導入

損益計算書サマリー（2025年3月期）

売上高は、サブスクに加えインバウンドや年末需要等によりバッグ販売も伸長し、370百万円の増収（前年比+16.9%）と好調。また、上場費用を計上も当期純利益は増益

（単位：百万円）	2024年3月期※1	2025年3月期※1	増減額	増減率
売上高	2,193	2,564	370	+16.9%
売上総利益※2	1,778	1,946	167	+ 9.4%
売上総利益率	81.1%	75.9%		
販売費及び一般管理費	1,323	1,355	32	+ 2.4%
販管費率	60.3%	52.9%		
EBITDA※3	761	932	171	+22.5%
EBITDAマージン	34.7%	36.4%		
営業利益	454	590	135	+29.8%
営業利益率	20.7%	23.0%		
当期純利益	415	435	19	+ 4.8%
当期純利益率	19.0%	17.0%		

注：切り捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある ※1：24年3月期・25年3月期ともに単体数値 ※2：売上総利益は差引売上総利益となる ※3：EBITDA=営業利益+減価償却費

販管費サマリー（2025年3月期）

広告宣伝費は、特に第4四半期に広告効率を重視したこともあり3百万円減少し、対売上高比率は前年同期比▲2.6%低下
 販売手数料は、BtoB/toCのバッグ販売拡大が要因で25百万円増加し、対売上高比率は前年同期比+0.4%上昇
 その他経費は、上場による資本金増加に伴う租税公課等が要因で45百万円増加、対売上高比率は前年同期比で同水準

(単位：百万円)		2024年3月期※1	2025年3月期※1	増減額	増減率
人件費		423	438	15	+3.6%
	売上比	19.3%	17.1%		
広告宣伝費		371	367	▲3	▲1.0%
	売上比	16.9%	14.3%		
荷造運賃※2		176	126	▲50	▲28.8%
	売上比	8.1%	4.9%		
販売手数料		87	113	25	+29.8%
	売上比	4.0%	4.4%		
その他経費		264	310	45	+17.3%
	売上比	12.1%	12.1%		
販売費及び一般管理費 計		1,323	1,355	32	+2.4%
	売上比	60.3%	52.9%		

→ 価格改定により、トランザクション数の減少に加え、1人当たりの人気バッグが増えた結果、満足度向上に繋がり保有期間が伸びていることも一因。結果として、継続率の伸長にも繋がっている。

注：切り捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある ※1：24/3期・25/3期ともに単体数値 ※2：荷造運賃は販売梱包費も含む

貸借対照表サマリー（2025年3月期）

上場時の新株発行により1,691百万円調達し、自己資本比率が大幅に増加

(単位：百万円)	2024年3月 期末時点	2025年3月 期末時点	増減額	備考
流動資産	1,049	1,896	846	主に、現預金の1,081百万円増加
うち現金及び預金	440	1,522	1,081	
固定資産	2,605	2,772	166	主に、レンタル資産の122百万円増加
うちレンタル資産	2,453	2,575	122	
総資産	3,655	4,668	1,013	上記要因による増加
総負債	2,813	1,699	▲1,113	関係会社短期借入金が2,262百万円減少 長期借入金の866百万円増加
うち、長期借入金	55	922	866	
純資産	842	2,969	2,127	主に、上場による新株発行により資本金が845百万円、資本準備金が845百万円増加
ROA※1	12.4%	12.6%	0.2%	上場時の新株発行により自己資本比率が大幅に上昇
自己資本比率	23.0%	63.6%	40.6%	

注：切り捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある ※1：ROA＝営業利益÷総資産

キャッシュ・フロー計算書サマリー（2025年3月期）

現金及び現金同等物期末残高は、前事業年度末に比べ1,081百万円増加

(単位：百万円)	2025年3月期	備考
営業活動によるキャッシュ・フロー	557	主に、税引前当期純利益が526百万円、レンタル資産償却費333百万円及びレンタル資産の取得による支出684百万円等
投資活動によるキャッシュ・フロー	16	主に、東京オフィス移転に伴う敷金及び保証金の増減等
財務活動によるキャッシュ・フロー	507	主に、関係会社短期借入金の返済2,262百万円、長期借入金1,200百万円及び株式の発行による1,678百万円調達等
現金及び現金同等物の期末残高	1,522	前事業年度末に比べ1,081百万円増加
フリーキャッシュ・フロー (営業キャッシュフロー+投資キャッシュフロー)	546	当期純利益及び減価償却費の範囲内でレンタル資産の取得を実行

注：切り捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある

04. 2026年3月期 業績予想

「世界中に笑顔を」



業績予想（2026年3月期）

今期は、売上成長に重点をおき、上場資金も活用した成長投資（先行投資）を行いながら、
当社の成長の源になる契約数の増加に注力

▶ 成長のための主要な取り組み

- 1) 新規販路を含めた広告宣伝費の増加（前年同期比約45%増）と、契約に至るまでの各ファネルの増加及び、転換率の向上
- 2) インベスタマーの獲得を目的とした株主優待の導入
- 3) 当社が持つシェアリングサービス機能を外部にOEM提供し契約契約獲得に繋げるShaaS（Sharing as a Service）の拡大

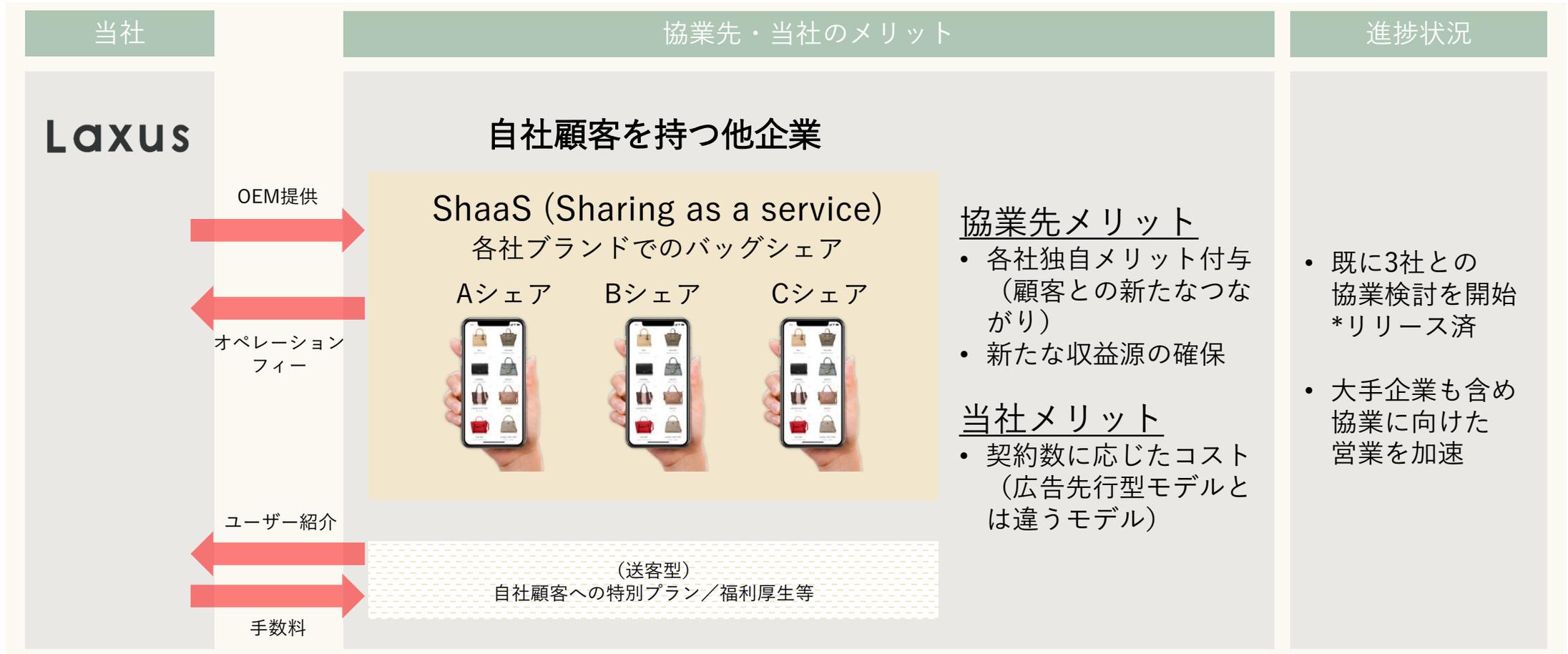
（単位：百万円）	2025年3月期※1	2026年3月期※1	増減額	増減率
売上高	2,564	3,077	513	+20.0%
営業利益	590	448	▲141	▲24.0%
経常利益	569	442	▲127	▲22.3%
当期純利益	435	335	▲100	▲23.1%

【ご留意事項】

- ・売上高は、ShaaSの成長フェーズにおける拡大状況によって変動する可能性があります。この進捗につきましては、適宜開示してまいります。
- ・将来の安定的な回収を見込んだ決済方法の切り替えを進めたことで、一時的に回収率に影響が出ると想定しております。
一方で、回収方法の拡充や、保険加入による高額バッグのレンタル時のリスクを低減に取り組んでおります。

成長のための取り組み

当社が持つシェアリングサービス機能を外部にOEM提供することで契約獲得に繋げる ShaaS (Sharing as a Service) の拡大



成長のための取り組み

新規販路を含めた広告宣伝費の増加（前年同期比約45%増）と、
契約に至るまでの各ファネルの増加及び、転換率の向上

動画広告の販路拡大



- TVer：4月末開始
*首都圏から
- ABEMA：5月開始予定
*首都圏から
- YouTuber企画：6月開始予定
⇒スモールトライで成功例を確立
及び、他の販路もトライしていく

交通広告の販路拡大



- タクシー広告：5月開始予定
*首都圏から
- 電車内つり革広告：6月開始予定
*関西圏から
⇒スモールトライで成功例を確立
及び、他の販路もトライしていく

契約までの転換率改善



- 契約までの転換率改善策
 - ・LP変更：4月開始
 - ・比較広告：5月開始
 - ・アンケート型LP：7月開始予定
 ⇒AB検証など効果を随時判断し修正
及び、他の策を追加していく

成長のための取り組み

バッグ販売のDirect toC販路として、東京オフィスの店舗機能開始
“ラクサス神宮前店”を、表参道×キャットストリート沿いに6月オープン予定

ラクサス神宮前店の外観



ラクサス神宮前店のポイント

- キャットストリート沿いに面した立地であり、表参道からの入口付近で視認性も高い
- 表参道はラグジュアリーブランド旗艦店も多く、ブランドバッグの親和性も高い
- 訪日観光客が非常に多く、インバウンド需要を取り込むことが可能
- toC販売に加えて、将来的なfromC買取機能の追加も視野に入れている
- グループ企業のRAGTAG原宿店が近いことで、店舗運営の連携が可能

戦略・施策 1/2 (2026年3月期)

領域	戦略・施策
全社	<ul style="list-style-type: none"> ・ 上期は、成長投資含めた投資・取り組みを先行。下期は、契約数増に合わせた収益の最大化を図り来期の成長に繋げる
サブスク	<p>(契約数/新規) 新規契約獲得</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 既存のデジマ広告を超えて、動画等新たなメディアでの告知を踏まえ広告宣伝費を前年同期比約45%増加し、新規数の増加を図る ・ 契約に至るまでの各ファネルの増加及び、契約までの転換率の向上 ・ インベスタマーを増やすことを目的とした株主優待の導入 ・ <u>当社が持つシェアリングサービス機能を外部にOEM提供することで契約獲得に繋げるShaaS (Sharing as a Service) の拡大</u> ・ 復活対象ユーザーへのバッグのリコメンデーションエンジンの改善を行うことで、復活数の増加を狙う
	<p>ユーザーの満足度向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 前期のサービス改善施策を踏襲 ・ バッグのリコメンデーションエンジンの改善 ・ ユーザーが離脱しそうなタイミングでの引き止め施策として、LTVを踏まえたポイント訴求等により12か月未満ユーザーを中心に継続率改善を図る
	<p>顧客別単価の改善</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新規契約獲得時のキャンペーンの値引きは抑制継続 ・ 契約数増加を鑑み、顧客別単価の向上を検討 <ol style="list-style-type: none"> ① トリプルプランの導入 ② 高額バッグ貸出等

戦略・施策 2/2 (2026年3月期)

領域	戦略・施策
バッグ 販売	<p>全体：販売単価の向上に注力</p> <ul style="list-style-type: none"> 契約数増加に伴う試用販売の増に加え、toC販売の販路を拡大 <p>試用販売</p> <ul style="list-style-type: none"> 購入時の支払い選択肢をシンプルにすることでCVR改善を図る 単価向上策として、金利相当分も含めた価格設定とすることを検討 <p>BtoB/toC販売</p> <p>バッグの売却数は抑制し、単価向上を図る</p> <ol style="list-style-type: none"> ラグタグ・ライバー拡大（前期までの戦略踏襲） 東京オフィスの店舗機能開始（顧客とのタッチポイント） ささげ機能の確立によるEC販路拡大（国内・海外）
オペレー ション	<p>人材等</p> <p>契約数の増加に合わせてリソース確保</p> <ol style="list-style-type: none"> 契約数増に伴う人件費及び採用コストの確保 契約数の増加に合わせたバッグの個数を確保するための調達人材の確保と体制拡充（調達部門の広島⇒東京拡大を検討） 公開在庫を適切に確保するための汚損率の低下策を実施 <p>決済/回収</p> <p>引き続き回収率向上（入口審査の強化）を図るための打ち手を実施</p> <ol style="list-style-type: none"> 新たに信用情報機関への加入を進める 回収方法の拡充実施（コンビニ支払いなど）

05. 株主還元について



インベスタマーの獲得を目的とした“株主優待制度”を導入

株主優待制度導入の目的

当社は、株主の皆様の日頃からのご支援に感謝の気持ちを表すとともに、当社株式への投資魅力を高め、より多くの皆様に中長期にわたり株式を保有していただくこと、並びに当社サービスの認知や理解の拡大を図ることを目的として、株主優待制度を導入。

対象となる株主様基準日

（毎年3月末日及び9月末日）現在の当社株主名簿に記載又は記録された、当社株式を 100 株（1単元）以上保有されている株主様を対象。

株主優待制度の開始予定時期

2025年3月31日時点を初回基準日として開始。

株主優待の内容

ブランドバッグのサブスクリプション型シェアリングサービス「ラクサス」の月額利用料に充当可能な12,000円分の割引優待を半期毎に贈呈。

・割引優待

6か月間×月額2,000円ずつ利用可能な割引優待（合計12,000円）

*年2回（3月末・9月末）の基準日時点の株主様は年間で最大24,000円

お届け予定時期

毎年3月31日時点の株主名簿に記載又は記録された株主様については同年7月上旬にご案内を送付予定

毎年9月30日時点の株主名簿に記載又は記録された株主様については同年12月上旬にご案内を送付予定

本資料の取り扱いについて

本資料は、当社の会社情報等の開示のみを目的として当社が作成したものであり、日本国、米国その他の一切の法域における有価証券の買付け又は売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。日本国、米国その他の法域において、適用法令に基づく登録若しくは届出又はこれらの免除を受けずに、当社の有価証券の募集又は販売を行うことはできません。

本資料の作成にあたり、当社は当社がその作成時点において入手可能な情報の真実性、正確性及び完全性に依拠し、かつ前提としており、その真実性、正確性及び完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。本資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。本資料及びその記載内容について、当社の書面による事前の同意なしに、いかなる目的においても、第三者に開示し又は利用させることはできません。将来の事業内容や業績等に関して本資料に記載された記述は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、「目指す」、「予測する」、「想定する」、「確信する」、「継続する」、「試みる」、「見積もる」、「予期する」、「施策」、「意図する」、「企図する」、「可能性がある」、「計画」、「潜在的な」、「蓋然性」、「企画」、「リスク」、「追求する」、「はずである」、「努力する」、「目標とする」、「予定である」又は将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他の類似した表現を含みます。

将来予想に関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいて作成しており、これらの記述の中には、様々なリスクや不確定要素が内在します。そのため、これらの将来に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の将来における事業内容や業績等が、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なることとなる可能性があります。したがって、将来予想に関する記述に依拠することのないようご注意ください。

当社は、新たな情報、将来の出来事やその他の発見に照らして、将来予想に関する記述を変更、更新又は訂正する一切の義務を負うものではありません。当社以外の会社又は当事者に関連する情報又はそれらにより作成された情報は、一般的に入手可能な情報及び本資料で引用されているその他の情報に基づいており、当社は、当該情報の正確性及び適切性を独自に検証しておらず、また、当該情報に関して何らの保証もするものではありません。

皆様の平和を祈る気持ちが
合計 13,895羽の折り鶴となりました



Lexus

世界中に笑顔を