



## 2025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）

2025年6月12日

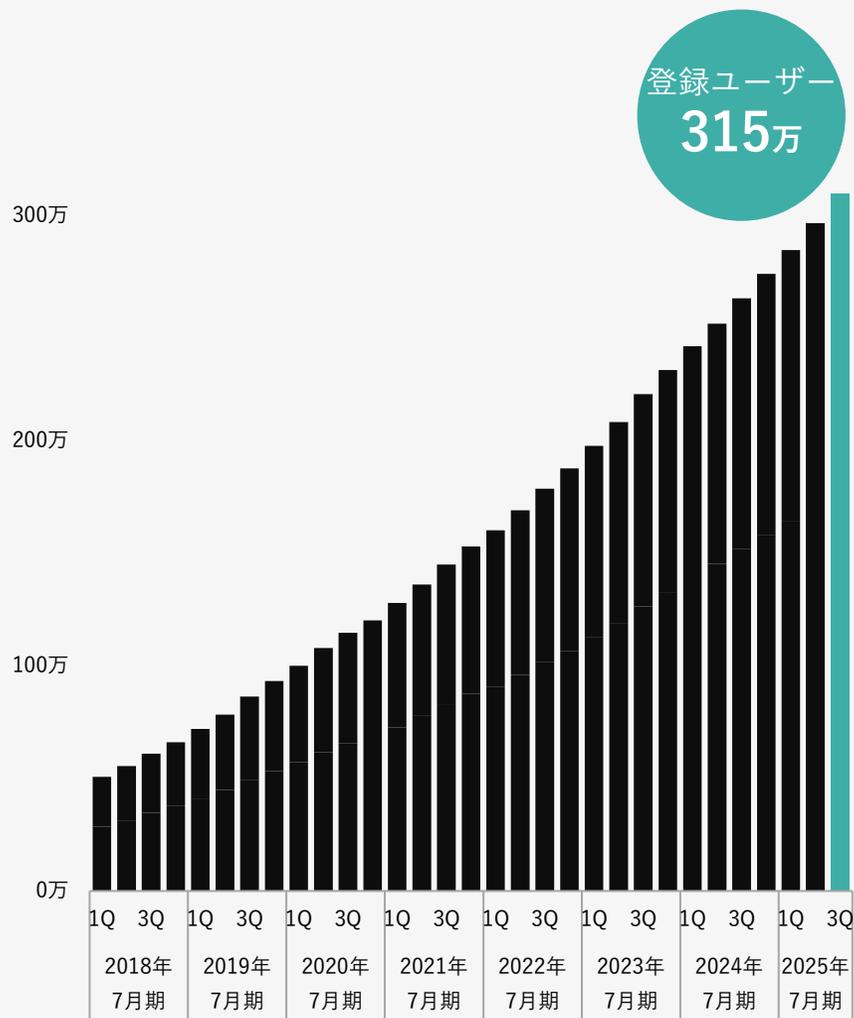




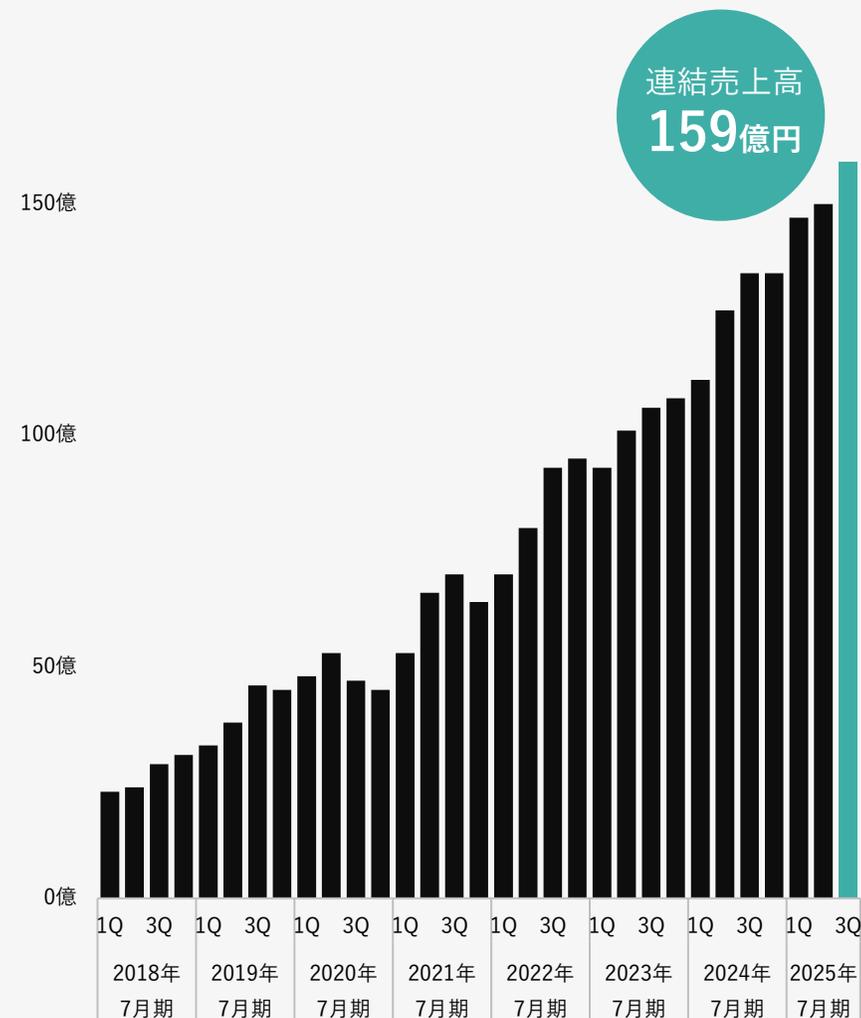
## 中小企業のためのプラットフォームとしての広がり

- 当社は「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」を目指している
- プラットフォームは順調に拡大し、RAKSUL ID登録数は、順調な成長とID統合を通じて300万を超えた
- 売上高も連続的に、かつ多面的に成長

### RAKSUL IDは順調に拡大し 300万ユーザーを突破



### B2Bエコシステムとして 多面的な売上成長を継続

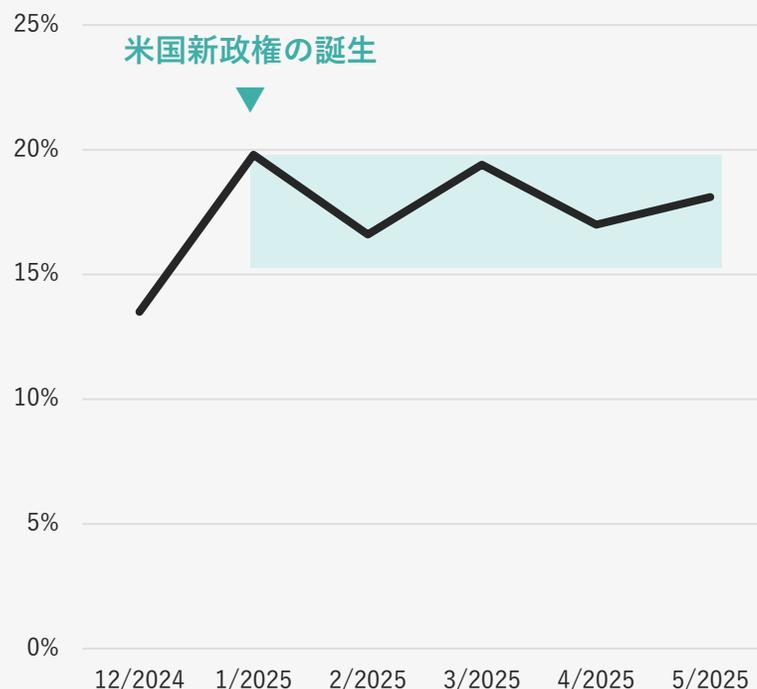


## 外部環境の影響を受けにくい 安定した成長

- 米国における新政権の誕生とその後の貿易政策、世界の金利環境や紛争など外部要因は大きく変化
- 当社事業は主に国内の中小企業から中堅大企業を顧客としており、その先の最終需要も国内需要
- 顧客にとって魅力ある価格を提供するコスト競争力の高い事業が多く、プラットフォームの拡大と共に売上総利益率も拡大している

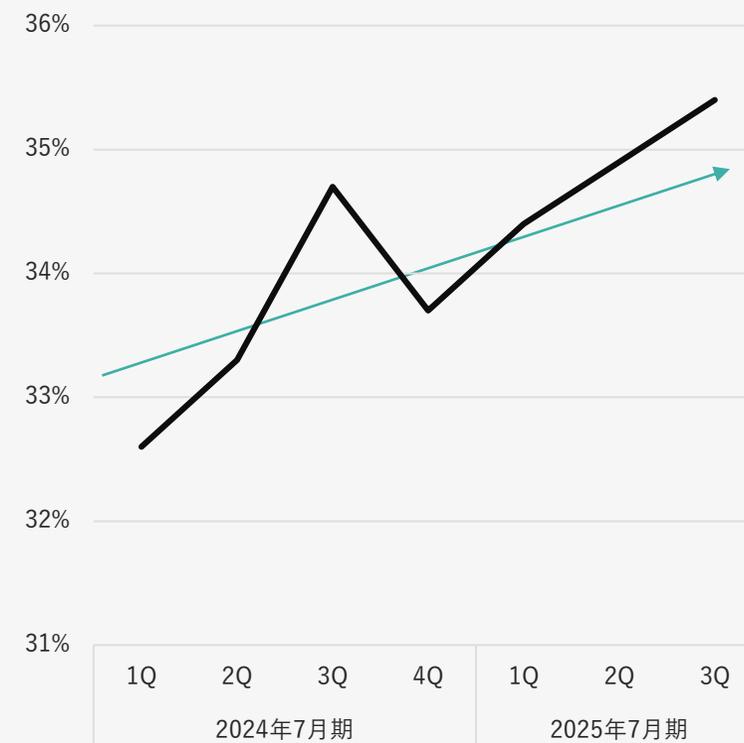
### 連結売上高の月次成長率推移

新規連結の影響や営業日数による上下はあるが  
10%台後半～20%を維持



### 売上総利益率の四半期推移

ミックスによる上下はあるが  
連続的な改善を続ける



## 2025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+17.9%、売上総利益 同+20.1%

EBITDA(non-GAAP)<sup>(1)</sup> 16.5億円、営業利益(non-GAAP<sup>(2)</sup>) 14.5億円、当期純利益(non-GAAP<sup>(2)</sup>) 8.9億円

- 過去最高の売上高とEBITDA、EBITDAはAnnualizedベースで66億円
- 関税等のマクロ経済の悪影響を受けることなく、成長モメンタムは継続
- 生産プロセスの改善や価格・コスト管理により、売上総利益率は連続的に改善している
- 新規事業などに投資しながらも順調に利益創出が継続しており、後述の予想の修正を行う

### 調達PF 事業

売上高 前年同期比+19.7% 売上総利益 同+23.4%

- 引き続き順調なオーガニック成長を継続
- ラクスルとダンボールワンのID統合は完了し、今後クロスセルの施策を拡大していく
- 大企業向けECは引き続き前年の2倍ペースで成長。今回主に大企業向けのDMサービスを開始

### マーケティング PF事業

売上高 前年同期比▲4.1% 売上総利益 同▲1.8%

- 売上ボラティリティはあるが、売上総利益率の向上や費用構造の継続的な改善により利益水準が上昇
- ラクスルホームページにおいてチラシからAIで自動生成する営業活動を開始し、順調に推移

### コーポレート アクション ほか

連続的なM&Aポリシーに基づき、3社の子会社化を発表

- 調達プラットフォーム事業における商品ラインナップの拡充と、戦略的なサプライチェーンの強化を目的に、丸玉工業株式会社、丸玉ウェル株式会社、株式会社メーリングジャパンの株式を取得予定。関連する一時費用を4Qに計上するがいずれも2026年7月期以降利益に貢献する見込み

通期業績予想の修正

- 売上高及び各段階の利益は順調に推移し、EBITDA、営業利益、当期利益をレンジ上限及び上限近くに修正。売上高と売上総利益はレンジ中盤を想定しておりレンジを縮小
- 通期売上高は615億円～625億円、EBITDA60億円、営業利益 (J-GAAP) は37億円

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

# 1

- 1. 全社の方向性**
2. 2025年7月期第3四半期 業績
3. 連続的なM&Aの実行
4. Q & A
5. 参考資料



## 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、世界はもっと良くなる

### 今後の方向性

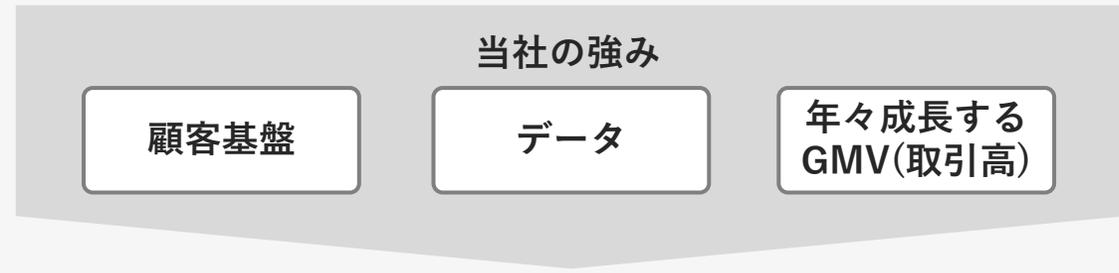
End-to-Endで中小企業の経営課題を解決するテクノロジープラットフォーム

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
現在の主力事業 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	

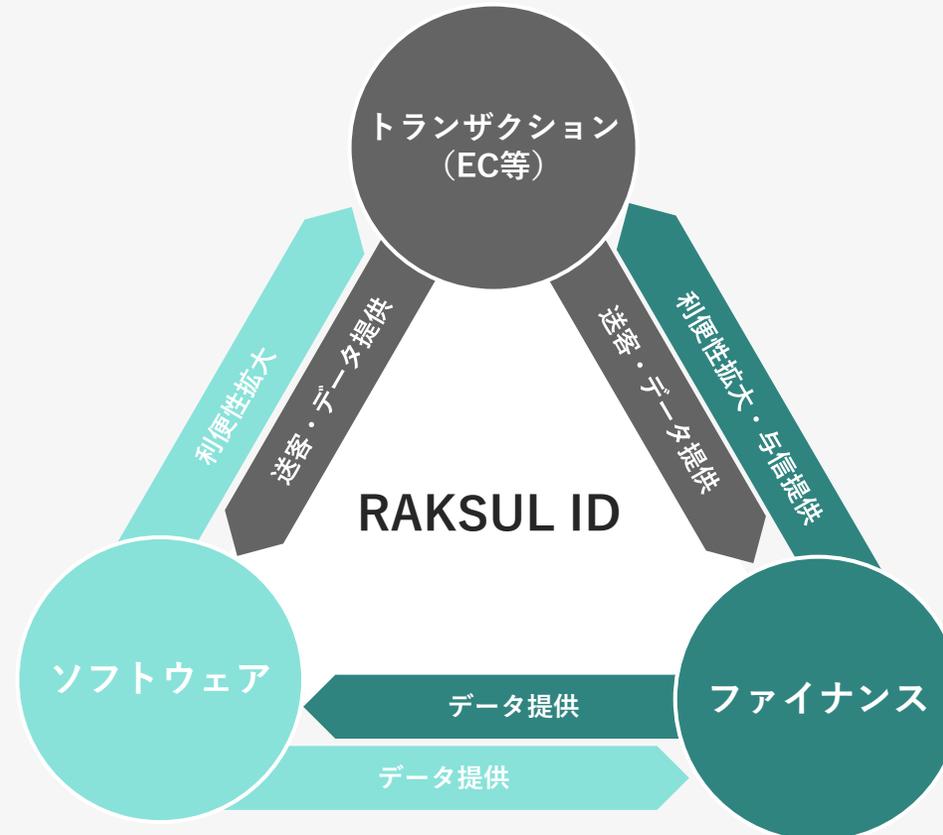


## ラクスルグループの 今後の方向性

- 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
- 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。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



### 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





## 中長期方向性を実現するためのトランスフォーメーションプロセス

- 「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」へのトランスフォーメーションプロセスを4つに分解
- 全てのプロセスを同時並行で進めているが、業績にインパクトを与えるのは左のプロセスから順次

2027年7月期にEBITDA100億円  
を達成するまでに必要なトランスフォーメーション

EBITDA200億円、300億円、  
さらに大きい規模へ  
拡大を実現するためのトランスフォーメーション



業績インパクトが出始めるタイミング



## AI Native化： 生成AIを活用したサービスの提供開始

- 3月、4月に生成AIを活用したサービスをリリース
- AIによる利便性向上とデータ蓄積により、プラットフォームの競争力と参入障壁を強化

### Adobe Expressとの機能連携

- アドビ社の生成AI搭載「Adobe Express」との名刺デザインの機能連携をリリース
- ラクスルからAdobe Expressを利用し、クリエイティブを作成、入稿可能に
- 今後はチラシ、ポスターをはじめ、カスタマイズグッズなどにも対応予定



### チラシ→ホームページ作成

- 生成AIがチラシからホームページの構成・デザインを10分で自動生成し、ユーザーへ提供
- チラシ1枚でホームページ構築が始められ、中小企業のデジタル化を促進



#### 1. 競争力向上

印刷EC及びカスタマイズECにおいて最重要である、クリエイティブデータの作成プロセスの効率化を支援

#### 2. テクノロジー基盤の強化とデータ蓄積

AIを活用したデザインプロセスのアップデート、及びデータの蓄積を通じ、販促・広告関連のクリエイティブデータを国内で最も多く有するプラットフォームに進化

# 2

1. 全社の方向性
- 2. 2025年7月期第3四半期 業績**
3. 連続的なM&Aの実行
4. Q & A
5. 参考資料





## Quality Growthの トラックレコード (1)

- 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

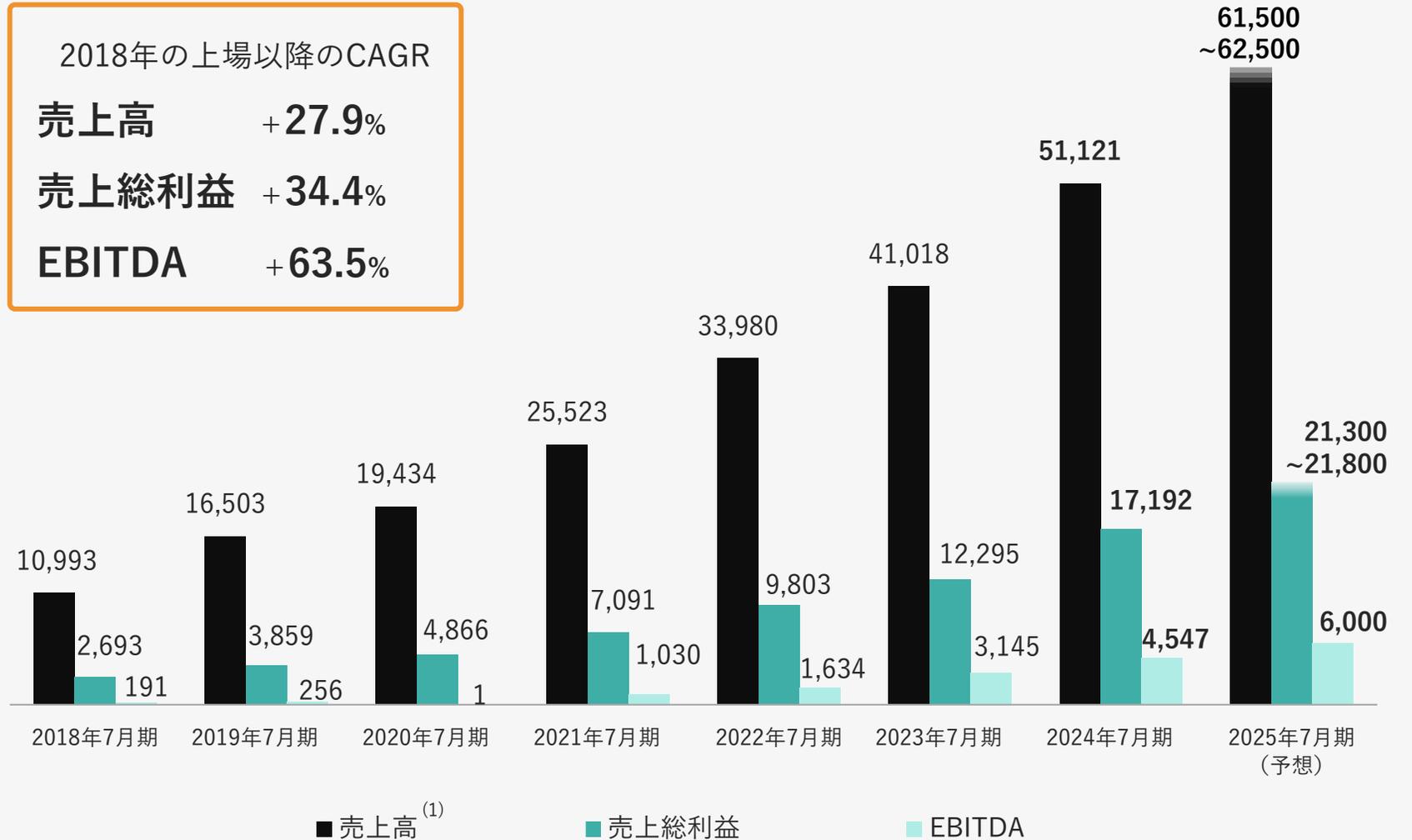
(百万円)

2018年の上場以降のCAGR

売上高 +27.9%

売上総利益 +34.4%

EBITDA +63.5%



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 トラックレコード (2)

- 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
- 高い成長とマージン改善の両立がキャッシュフローの拡大につながり、成長投資やM&Aなどの投資余力を創出することで、更なる成長を生み出す好循環となっている

	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	2025年7月期 3Q累計
売上総利益 成長率 <sup>(1)</sup>	+24.6%	+42.1%	+40.5%	+31.7%	+39.8%	+26.5%
対売上総利益 EBITDA マージン	0.0%	14.5%	16.7%	25.6%	26.5%	28.6%

注  
(1)2023年7月期以前はハコベルを除いた成長率

## 2025年7月期第3四半期 連結業績及び4Q見通し

### 3Qの実績

- 売上高、売上総利益、EBITDA以下各段階利益ともに順調に推移

### 4Qの見通し

- 売上総利益のYoY成長率は調達プラットフォーム事業が25%程度、マーケティングプラットフォーム事業では10%程度の見込み
- 4QはM&A関連の費用を1.3億円程度計上する予定だが、連結EBITDAは前年比40%以上の増益を想定

(百万円)	2025年7月期3Q (2025年1月-2025年4月)			2025年7月期3Q累計 (2024年8月-2025年4月)		
	実績	2024年7月期 3Q実績	前年同期比 成長率	実績	2024年7月期 2Q累計実績	前年同期比 成長率
売上高	15,997	13,566	+17.9%	45,750	37,557	+21.8%
調達PF	14,865	12,416	+19.7%	42,491	34,534	+23.0%
マーケティングPF	1,019	1,062	▲4.1%	2,939	2,685	+9.5%
売上総利益	5,659	4,712	+20.1%	15,969	12,623	+26.5%
調達PF	4,934	3,997	+23.4%	13,864	10,700	+29.6%
マーケティングPF	684	697	▲1.8%	2,004	1,812	+10.6%
売上総利益率	35.4%	34.7%	+0.7pt	34.9%	33.6%	+1.3pt
EBITDA	1,652	1,378	+19.9%	4,571	3,556	+28.5%
営業利益 (non-GAAP)	1,456	1,216	+19.7%	4,078	3,138	+29.9%
当期純利益 (non-GAAP)	891	644	+38.2%	3,397	3,062	+11.0%
EPS (non-GAAP)	15.4円	11.1円	+4.3円	58.4円	52.4円	+6.0円

## 2025年7月期 通期業績予想

- 売上高と売上総利益はレンジを縮小、EBITDA以下各指標を修正
- 売上高及び売上総利益はレンジ中盤を想定している
- EBITDA以下の利益項目は上限及び上限付近を見込む

### 2025年7月期 通期業績予想 (2024年8月-2025年7月)

(百万円)	業績予想	修正前の予想 (2025年3月開示)	2024年7月期実績	YoY
売上高	61,500~62,500	61,000~63,000	51,121	+20.3~22.3%
売上総利益	21,300~21,800	21,000~22,000	17,192	+23.9~26.8%
EBITDA	6,000	5,500~6,000	4,547	+31.9%
営業利益(non-GAAP) <sup>(1)</sup>	5,200	4,700~5,200	3,929	+32.3%
営業利益(J-GAAP)	3,700	3,200~3,700	2,523	+46.6%
当期純利益(non-GAAP)	4,200	3,980~4,280	3,533	+18.9%
当期純利益(J-GAAP)	2,700	2,480~2,780	2,118	+27.4%
EPS(non-GAAP)	72.2円	68.3~73.5円	60.5円	+19.2%
EPS(J-GAAP)	46.4円	42.6~47.7円	36.3円	+27.8%
一株当たり配当	3.0円	3.0円	1.7円	+76.5%

注

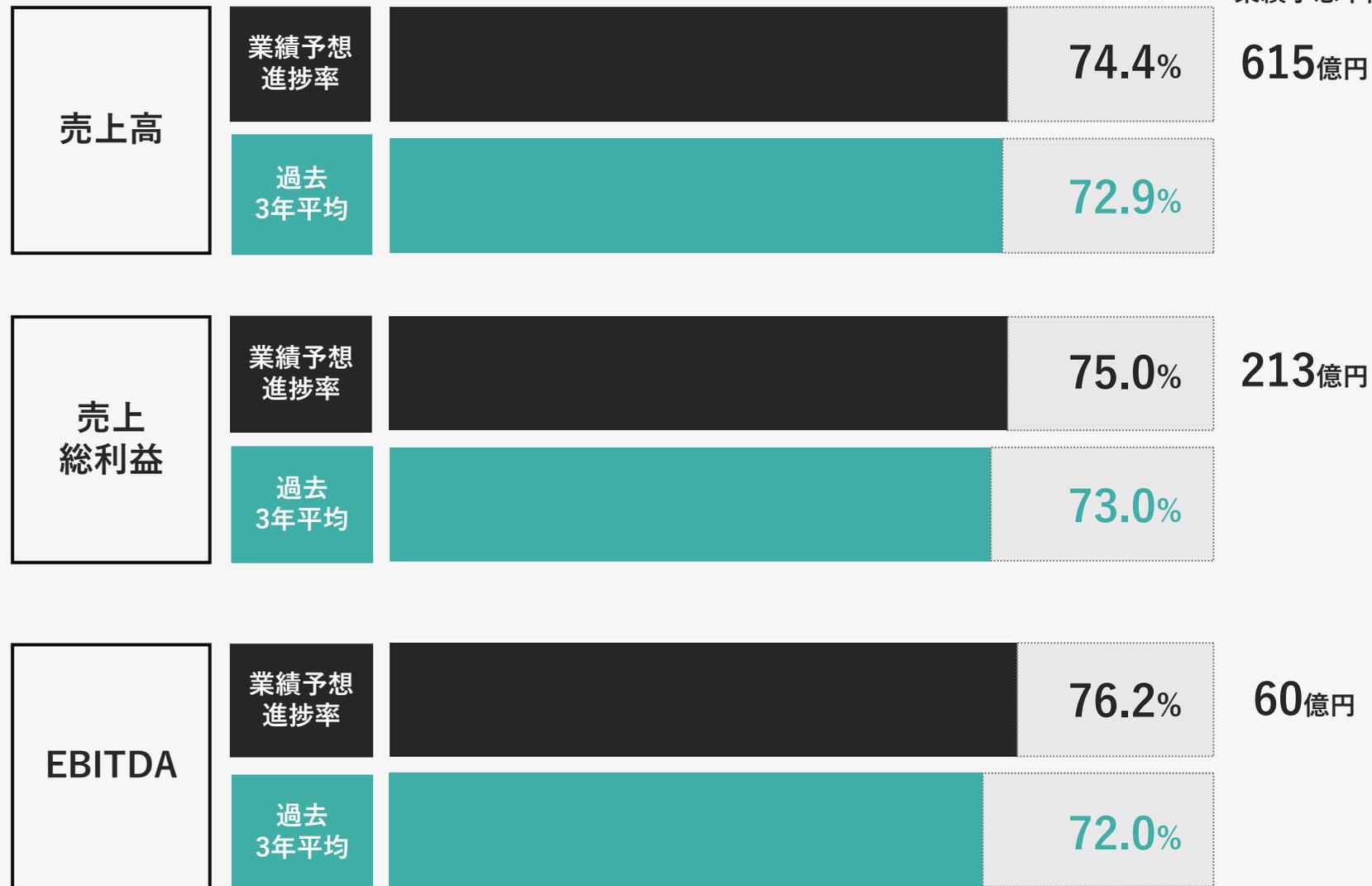
(1)営業利益から当期純利益のNon-GAAP調整額は約15億円、のれん償却費と株式報酬費用を含む



## 通期業績予想に対する 進捗率

- 業績予想に対して良好に進捗

2025年6月開示  
業績予想下限



## 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継続的に拡大。印刷の比率は過去と比べて低下

### 調達プラットフォーム事業

#### 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

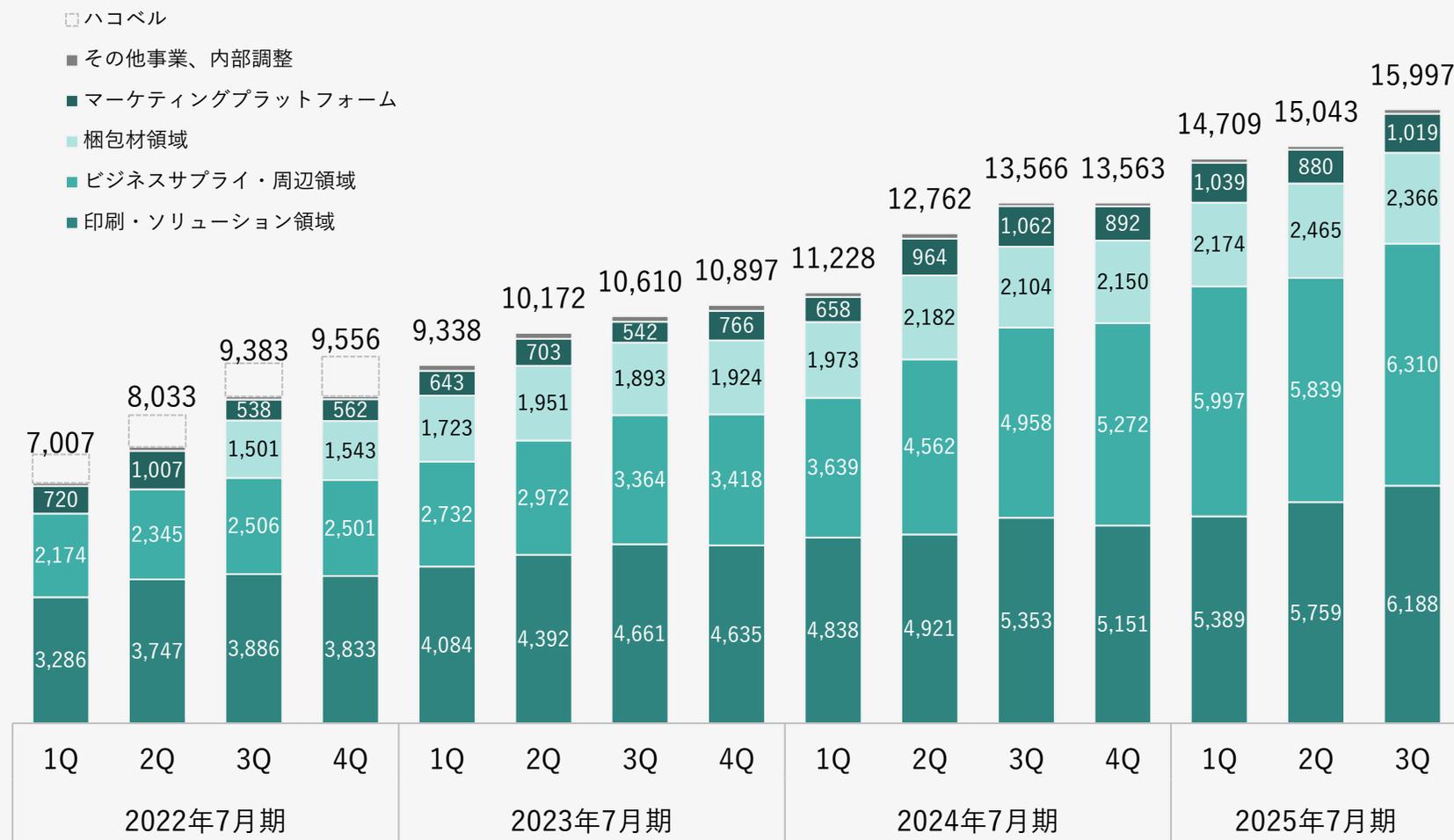
#### 梱包材領域

段ボールや紙袋などのパッケージング

### マーケティングプラットフォーム事業

マーケティングSaaS、ホームページビルダー、  
広告代理店事業

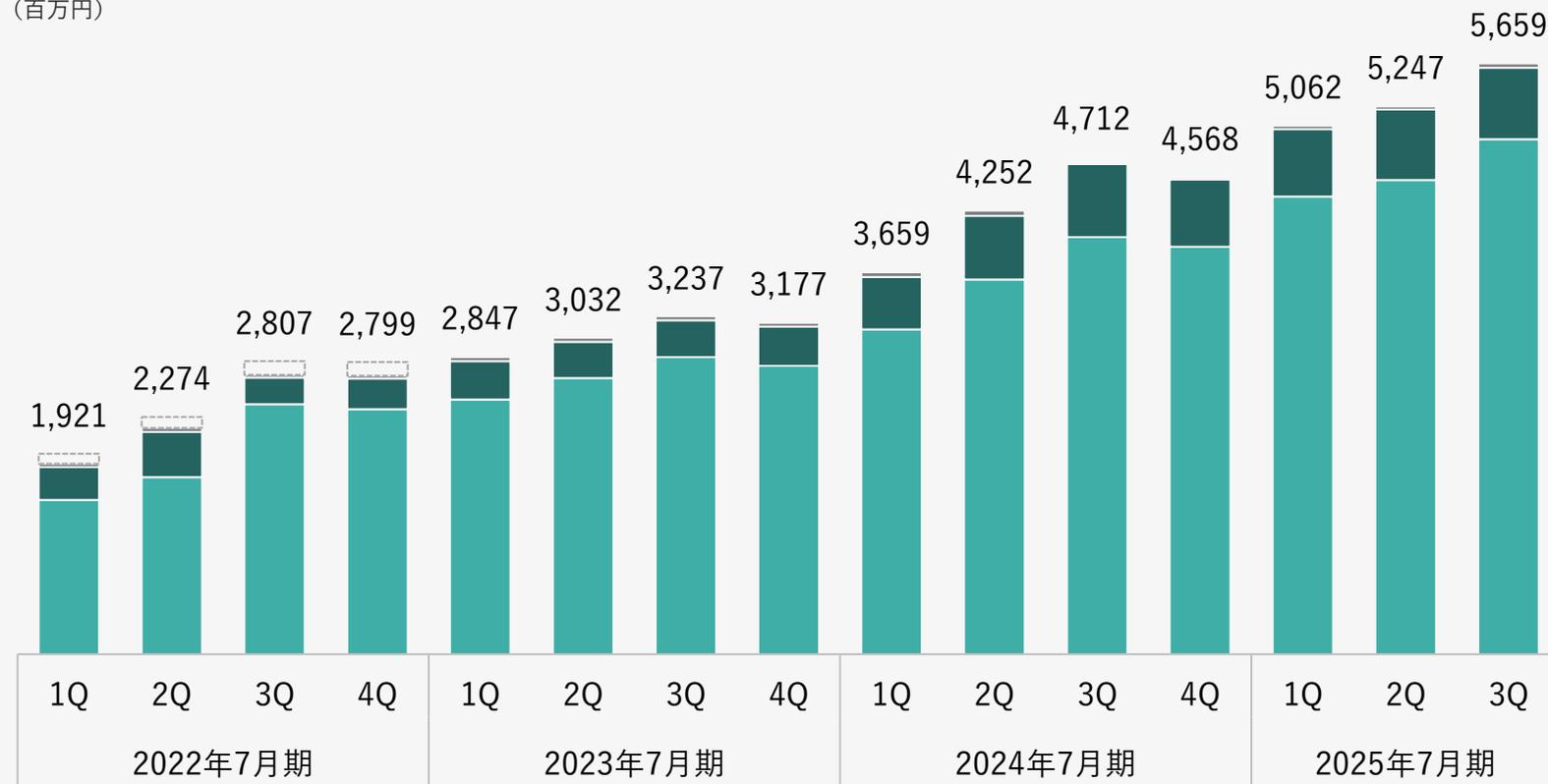
(百万円)



## 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  
 調達プラットフォーム事業：30 - 33%  
 マーケティングプラットフォーム事業：50 - 60%

(百万円)

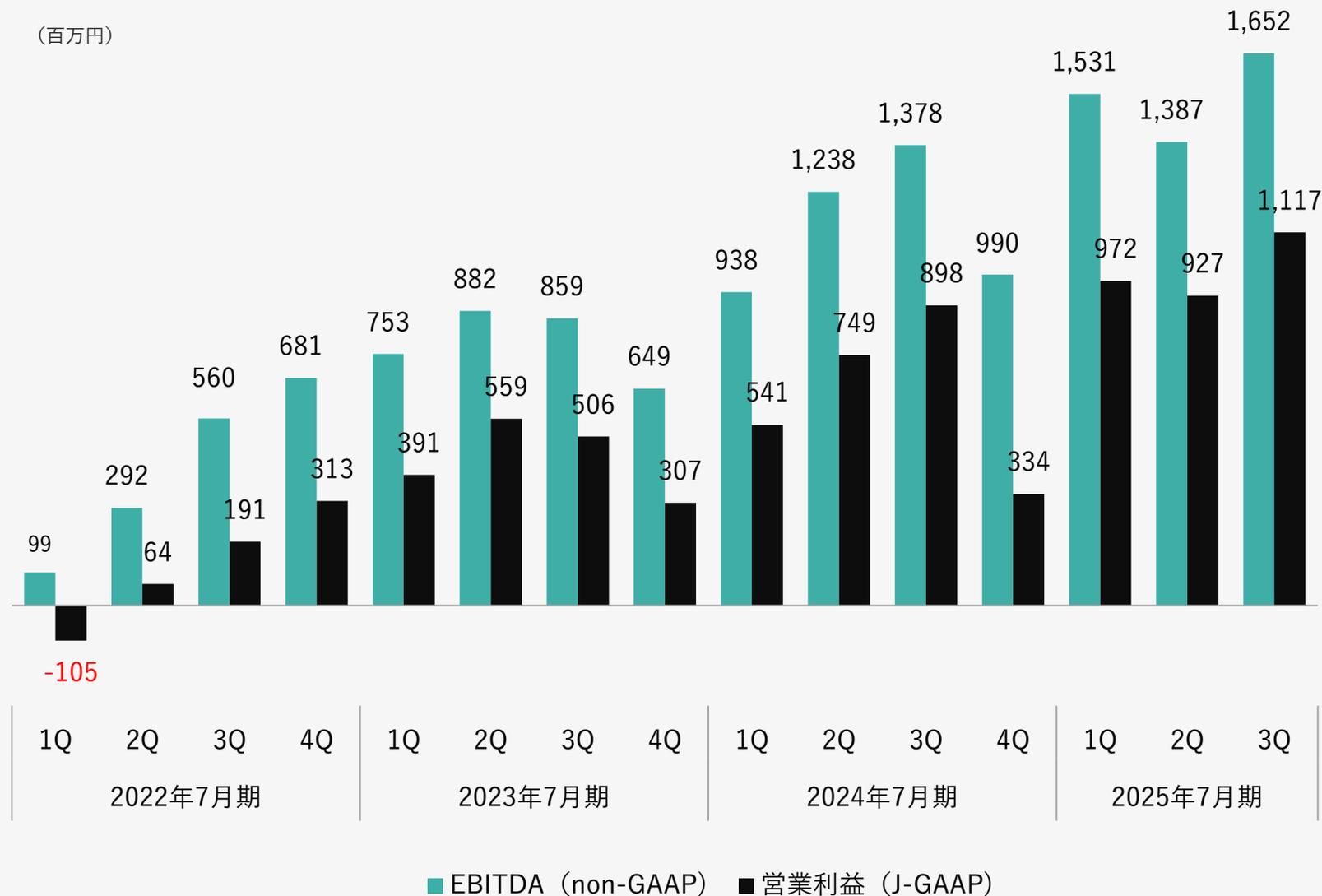


■ 調達プラットフォーム ■ マーケティングプラットフォーム ■ その他事業、内部調整 □ ハコベル

## EBITDAの推移

- 3Qは、2Qに継続してオフィス移転コスト0.7億円が発生しながらも、EBITDAは約16.5億円と過去最高水準
- 利益を伴うプラットフォーム成長をしており、3Qの営業利益は23年7月期の二倍に

(百万円)



## 全社販売管理費の推移(1)

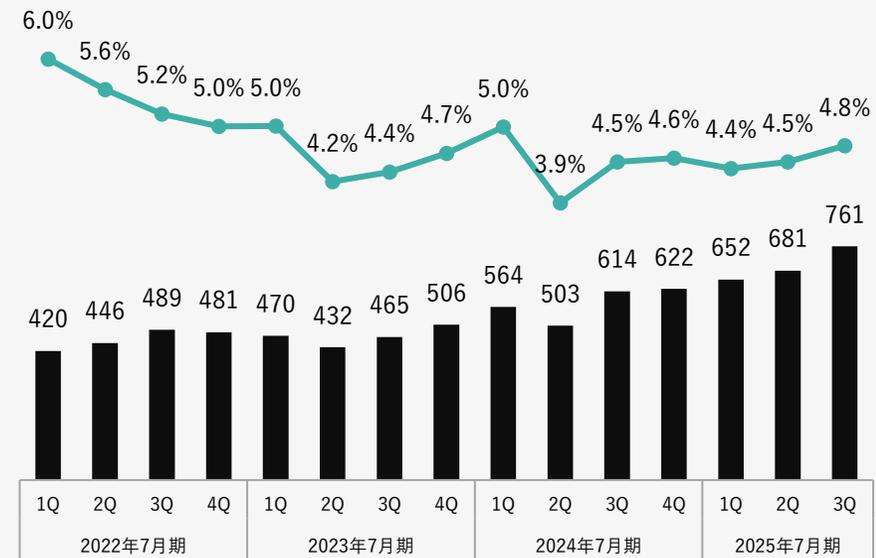
- 広告宣伝費、技術開発を中心に成長投資を継続している
- 今回からM&Aに関わる費用やオフィス移転による一時的な費用を一過性費用として分けて表示
- 3Qはオフィス移転に関する一過性費用が0.7億円発生
- 4Qはオフィス移転関連の費用は平準化するが、主にM&A関連の一時費用が1.3億円発生する見込み

(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



(百万円)	2023年7月期				2024年7月期				2025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>	2,151	2,206	2,436	2,587	2,833	3,155	3,495	3,777	3,702	3,985	4,203
広告宣伝費	714	741	912	752	765	938	1,129	980	1,036	1,082	1,129
Tech & Development	470	432	465	506	564	503	614	622	652	681	761
その他	966	1,032	1,058	1,328	1,426	1,711	1,715	1,891	1,980	2,159	2,240
一過性費用 <sup>(2)</sup>	-	-	-	-	78	2	36	284	32	63	73

注

(1) 株式報酬費用、のれん償却費を含まない

(2) 一過性費用にはM&Aに関わる仲介手数料やDD外注費、オフィス移転に関わる一時的な費用や二重家賃を含む



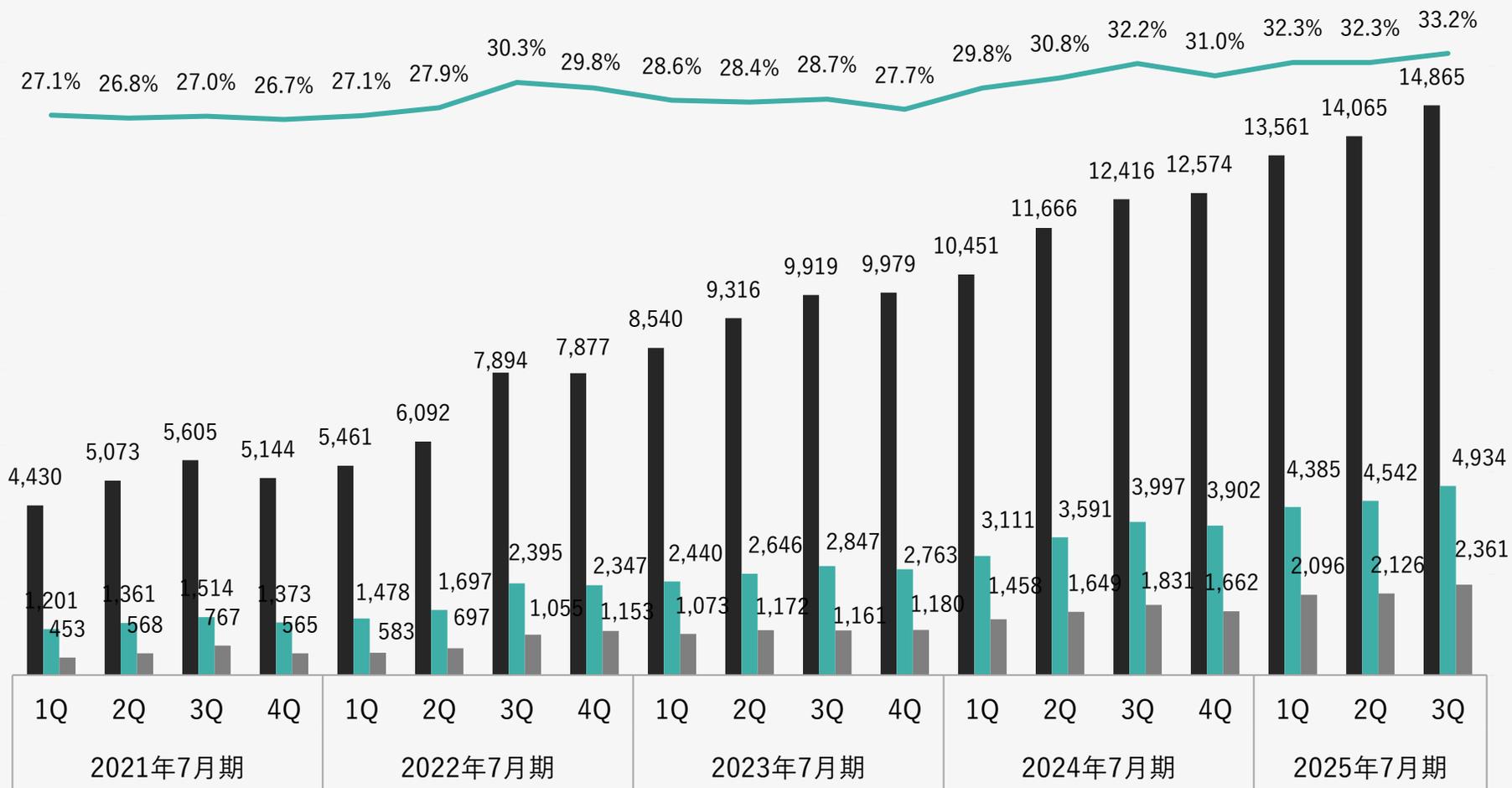
## 調達プラットフォーム 事業 売上高、売上総利益 セグメント利益

- 引き続き連続的なオーガニック成長とM&Aによる規模拡大が続き、売上総利益率も順調に拡大
- 前年がうるう年だった影響が成長率に多少影響しているが、成長トレンドは不変。3Qオーガニック成長率は13%

この事業に含まれるサービス



(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  
(EBITDA)

注  
(1) 販管費に内部取引を含む

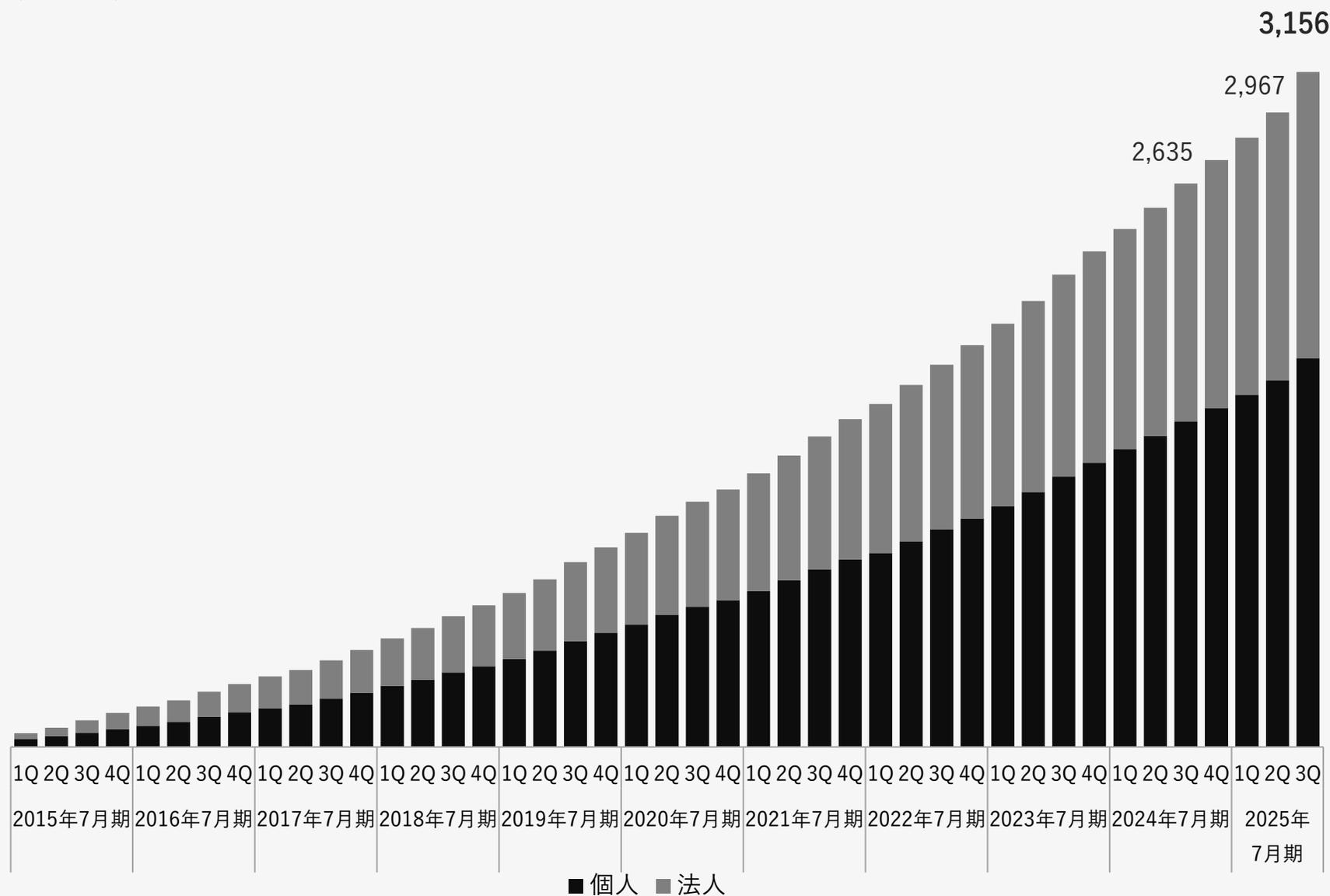


## RAKSUL ID

### 累計登録ユーザー数 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3,156,488

(千ユーザー)



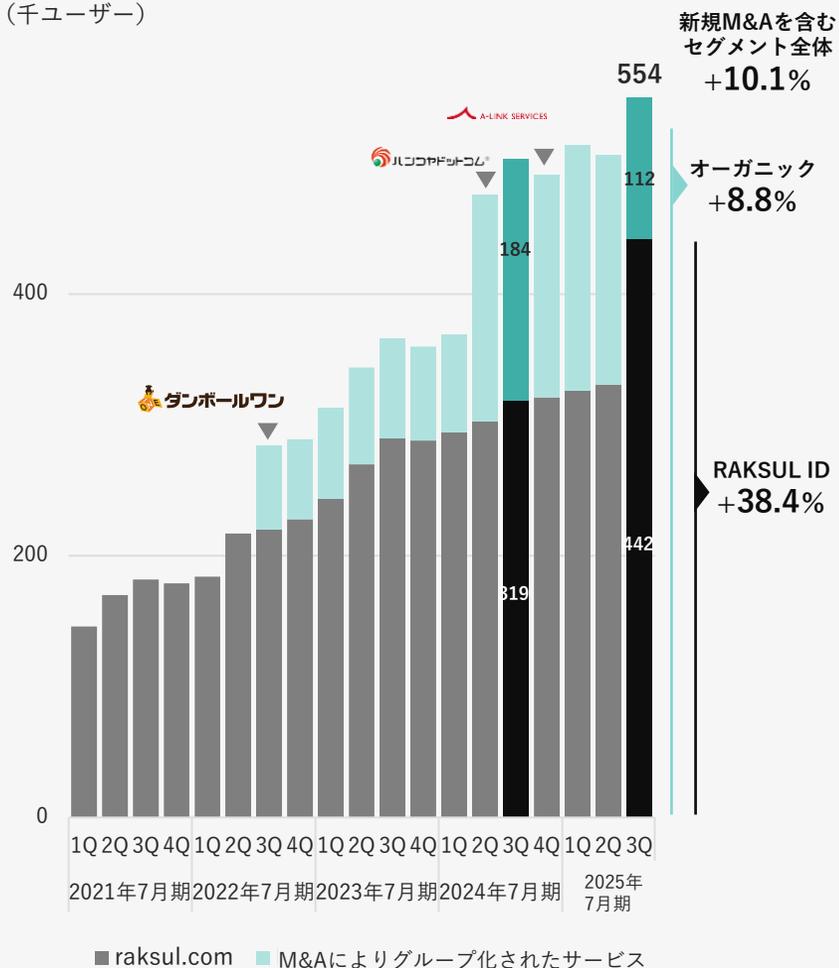
## 調達PF事業

### KPI推移(1)

- 購入ユーザー数のオーガニック成長率は8.8%、RAKSUL ID購入者数はダンボールワンとのIDの統合効果もあり38%増
- ユーザー数成長における年賀状やインボイスなどの影響は通常化
- ID統合などによるクロスセルは現在施策検証中。徐々に好影響が出てきているが、全体影響はまだ軽微

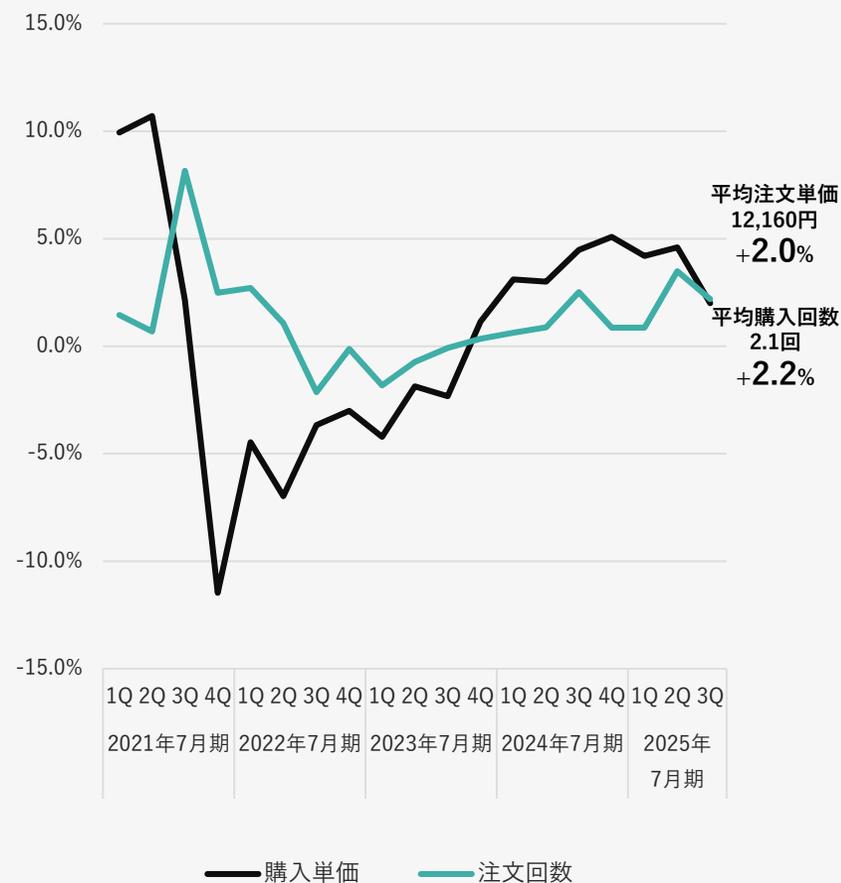
### 四半期購入ユーザー数

(千ユーザー)



### 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)

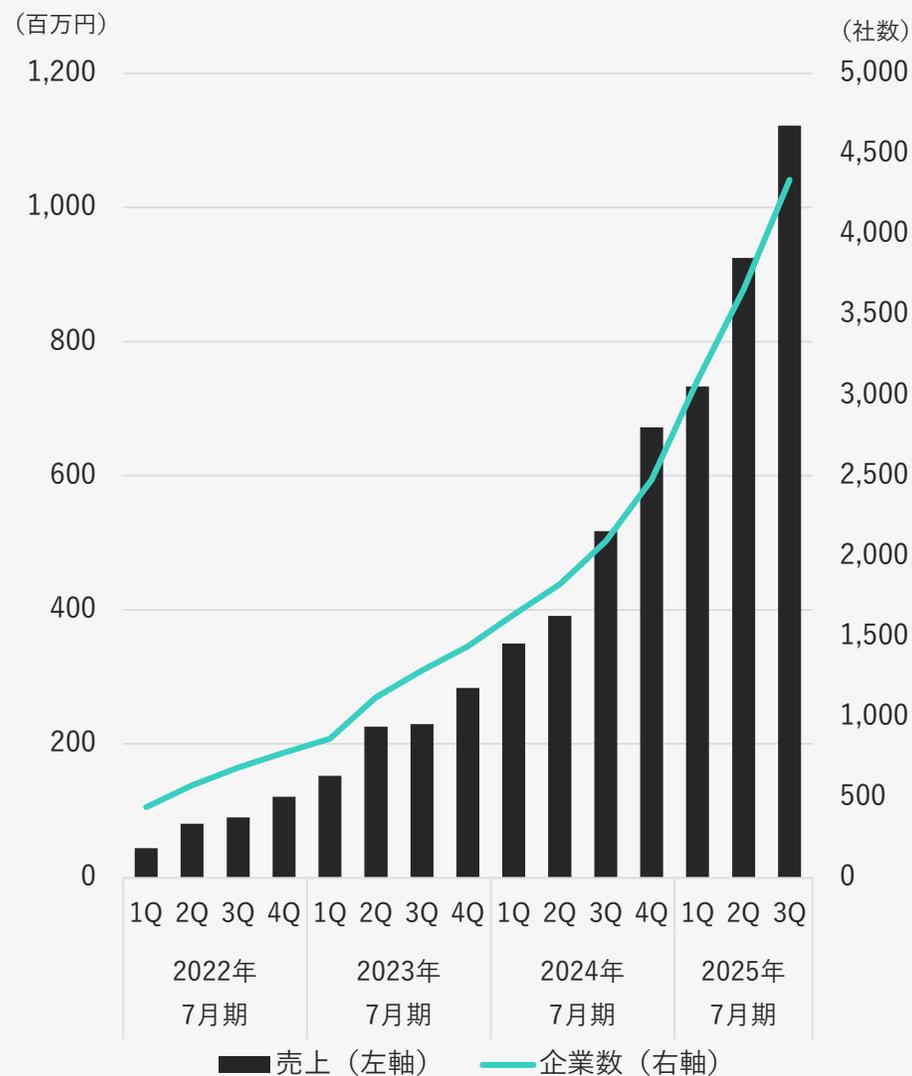


注  
(1) 2024年3月開示の各指標については、当社IRサイトのエクセルに記載

## 調達PF事業 大企業向け 印刷ECの成長

- 大企業向けラクスルであるラクスルエンタープライズが引き続き急成長
- 同じく中堅大企業向けに、3月にセイノーグループと共同でラクスルDM便を開始（売上高としては「周辺領域」に含む）

## ラクスルエンタープライズの 売上高と登録企業数



## ラクスルDM便の開始

- ダイレクトメール（DM）を低価格短期間で印刷から配送までワンストップで提供
- ラクスルの強みである低価格短納期での印刷と、セイノーグループの地区宅便の配送網を組み合わせることで、業界最安級を実現
- 順調に立ち上がっており、4Qの調達プラットフォーム事業の成長率を1%程度押し上げる見込み





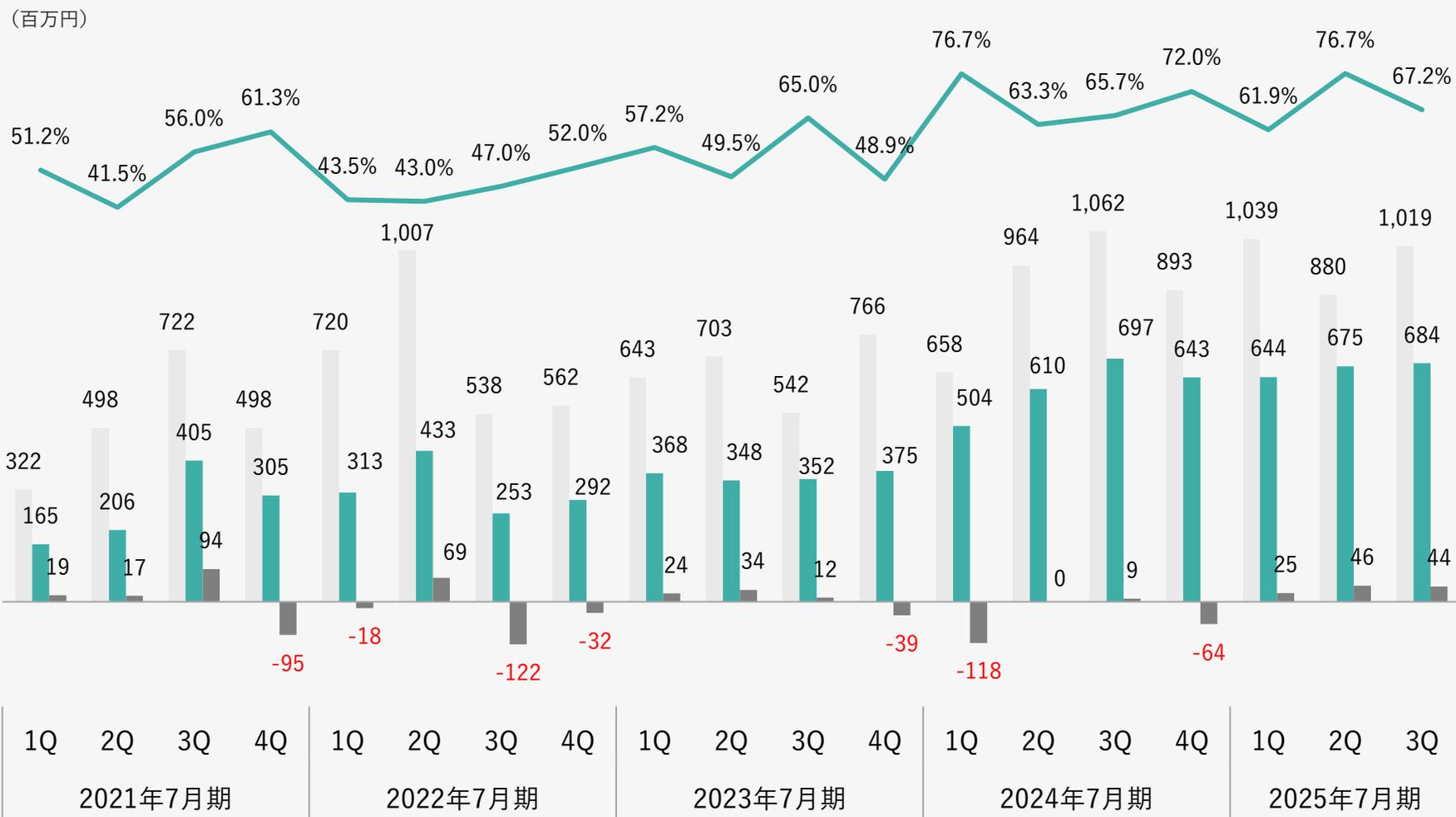
# マーケティング プラットフォーム事業 売上高、売上総利益 セグメント利益

- 大企業向けの広告代理店/SaaS事業では顧客との長期的な関係構築が進み、費用構造の見直しも進めたことでEBITDAの黒字が定着
- 今後はAIの有効利用を通じた売上機会の創造と収益性の向上を目指す
- SaaS事業、SME向けのマーケティングはQoQで増収トレンドを継続

この事業に含まれるサービス



(マーケティングソフトウェア関連)



売上高 売上総利益 セグメント利益 売上総利益率

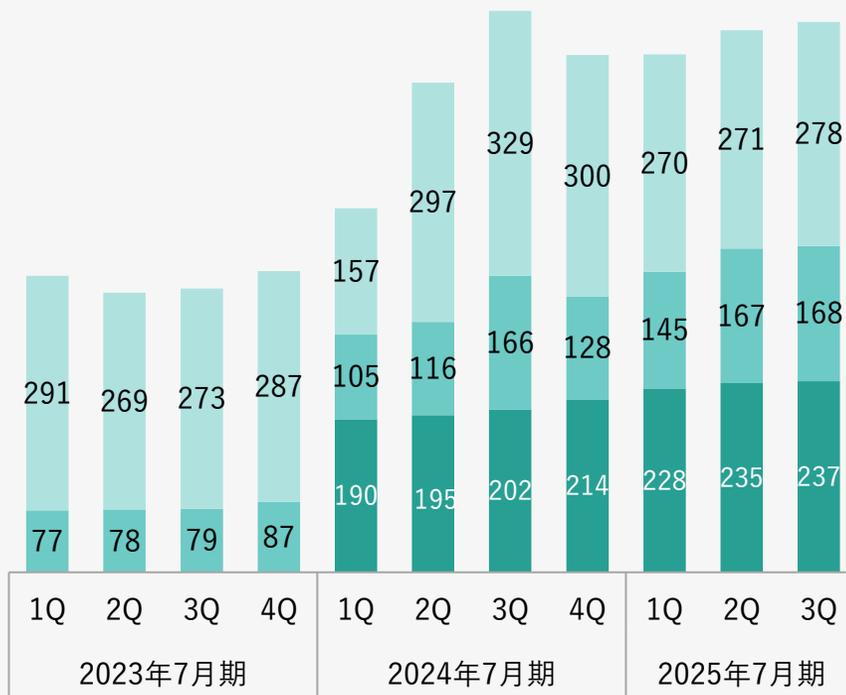
注  
(1) 売上高、売上総利益、販管費に内部取引を含む

## マーケティングPF事業 KPI推移

- SMB向けマーケティング事業と大企業向けSaaS事業は連続的に成長
- 大企業向け広告代理店事業は一定のポラティリティがありつつ、徐々に規模を拡大

### 売上総利益の推移

(百万円)

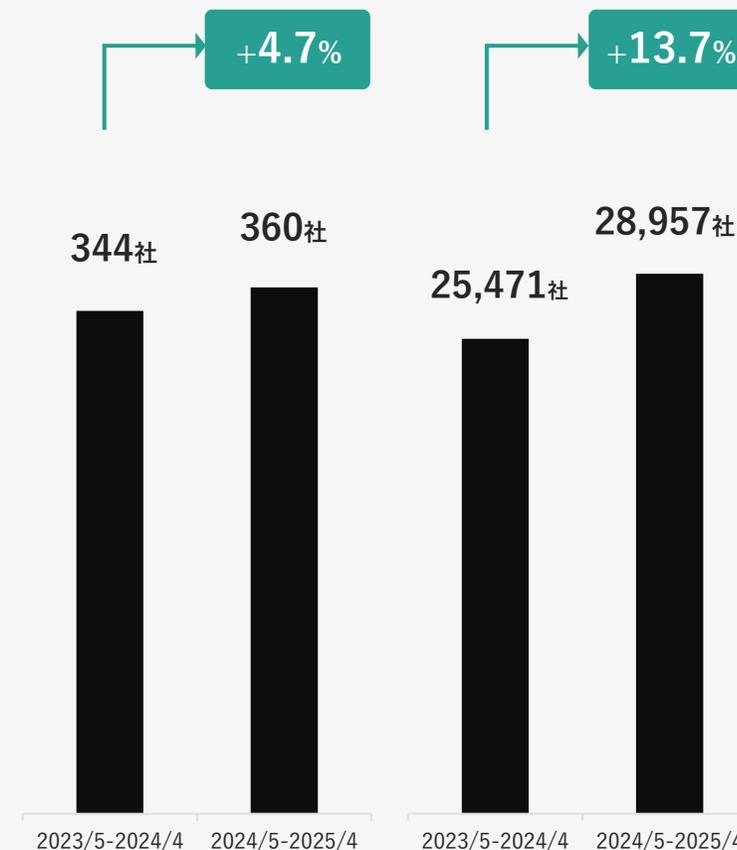


- 大企業向け：広告代理店
- 大企業向け：SaaS/Professional Service
- SMB向けマーケティング

### 年間利用社数

中堅・大企業

個人事業主・中小企業<sup>(1)</sup>

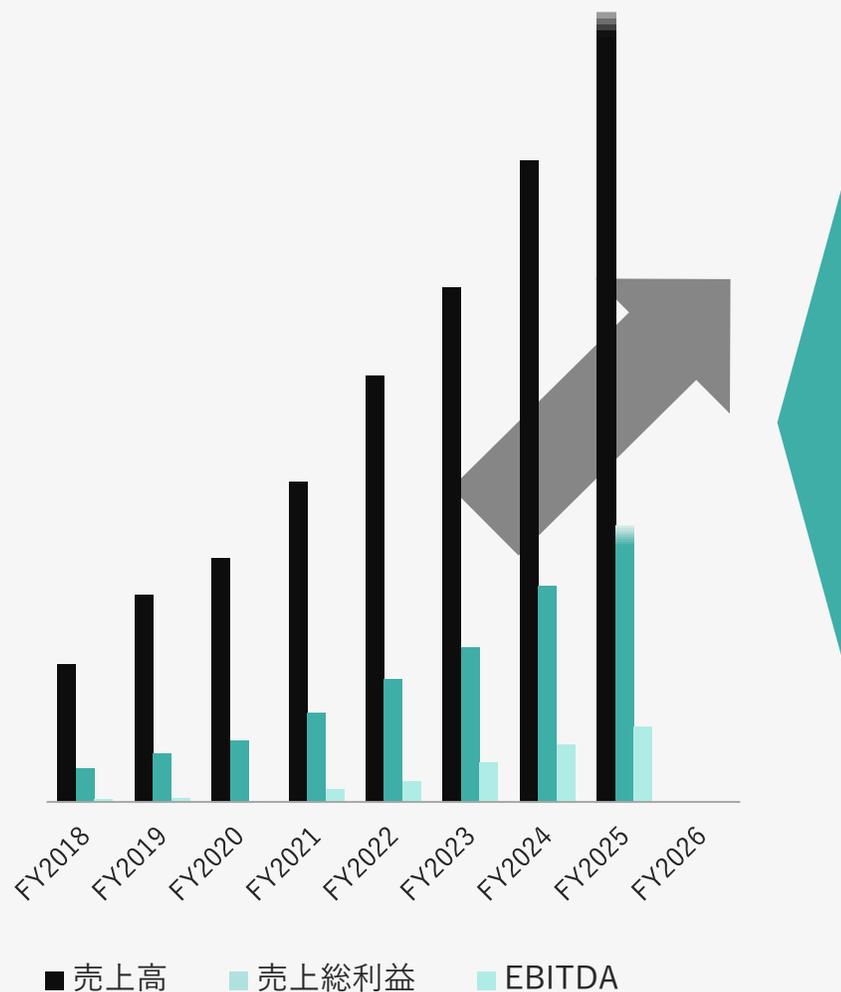


注

(1)個人事業主・中小企業に含まれるベライチ利用者数は、決算時点での登録者数を集計

## 2026年7月期の考え方

- 2026年7月期の事業計画を現在策定中であり、来期以降の業績成長について現時点で考えていることを共有する
- 右の4つの項目を重要な成長ドライバーと考えており、これらを通じて増収増益を目指す



## オーガニック成長の加速

- ECにおけるクロスセル促進など、エコシステムとしての成長を狙う
- 大企業向けには、ラクスルエンタープライズを中心に成長投資

## 連続的なM&A戦略の継続・拡大

- 売上・コストの両面でのシナジーを追求し、グループ全体の競争力を強化
- 開示する計画に未確定のM&Aは含まない

## AI Native化への投資と効率化

- 一定の投資を行い、顧客体験、業務プロセス、ソフトウェア開発の効率化を目指す

## Quality Growthの継続

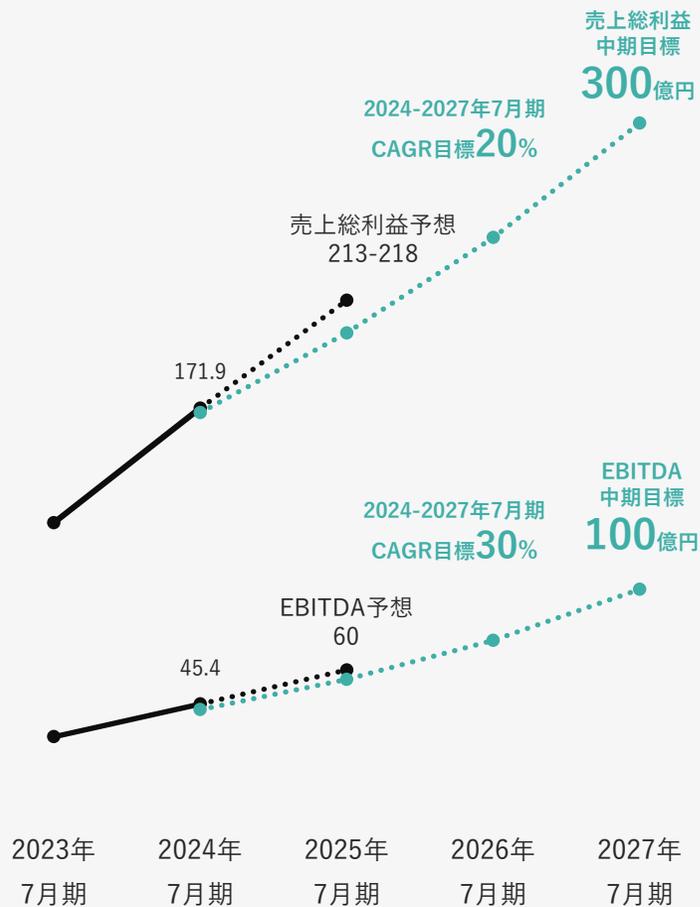
- 利益とキャッシュフローを伴う成長と資本効率の最大化を目指す

## 中期財務ポリシー

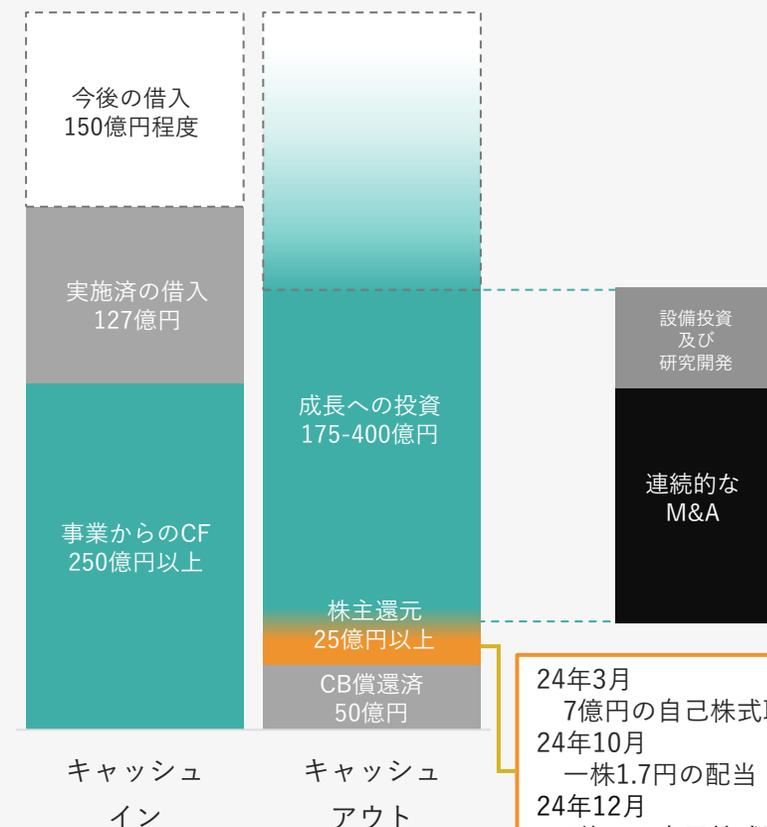
- Quality Growth(利益/CFを伴う事業拡大)を継続し、2027年7月期に売上総利益300億円、EBITDA100億円を目指す
- 今後5年間のキャピタルアロケーションにおいては、当社の周辺領域には成長や優位性を強固にする魅力的な投資機会が多く、連続的なM&Aや事業成長を牽引する投資を優先する
- 継続的なキャッシュフローが創出できる体制になったことから、今後5年間で事業で創出するキャッシュの10%、25億円を下限とし、自己株取得を中心に株主へ還元していく

### 2024年7月期 - 2027年7月期 新中期財務ポリシー

(億円)



### 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



- 24年3月 7億円の自己株式取得
- 24年10月 一株1.7円の配当
- 24年12月 7億円の自己株式取得
- 25年10月 一株3.0円の配当予定

## 連結BSサマリー

- 引き続き健全なバランスシートを維持。2Q以降のバランスシートに影響のあるアクションは以下
  - 11月29日に50億円のCBを償還
  - 1月21日に借入を発表
  - 1月31日にハコベルの株式を譲渡
- 3Q末時点でNet Debtは約27億円。下記の指標を参照しても十分に投資余地のある健全なバランスシートになっている
  - 純資産に対するNet Debtの倍率は0.17倍
  - 今期のEBITDAに対する倍率は0.45倍

(百万円)

<b>現預金</b> (対総資産比率35.6%) <b>15,348</b>	<b>流動負債</b> <b>14,628</b>
<b>その他流動資産</b> <b>8,084</b>	短期借入金 4,150 1年以内返済予定の長期借入金・社債 2,734
<b>固定資産</b> <b>19,705</b>	<b>固定負債</b> <b>12,988</b>
のれん6,956	長期借入金・社債 11,197
<b>資産</b> <b>33,137</b>	<b>純資産</b> (純資産比率 36.0%) <b>15,520</b>
	資本金 2,894 資本剰余金 3,825 利益剰余金 5,897 自己株式 -1,701 新株予約権 1,436 その他 3,169
資産	負債/純資産

# 3

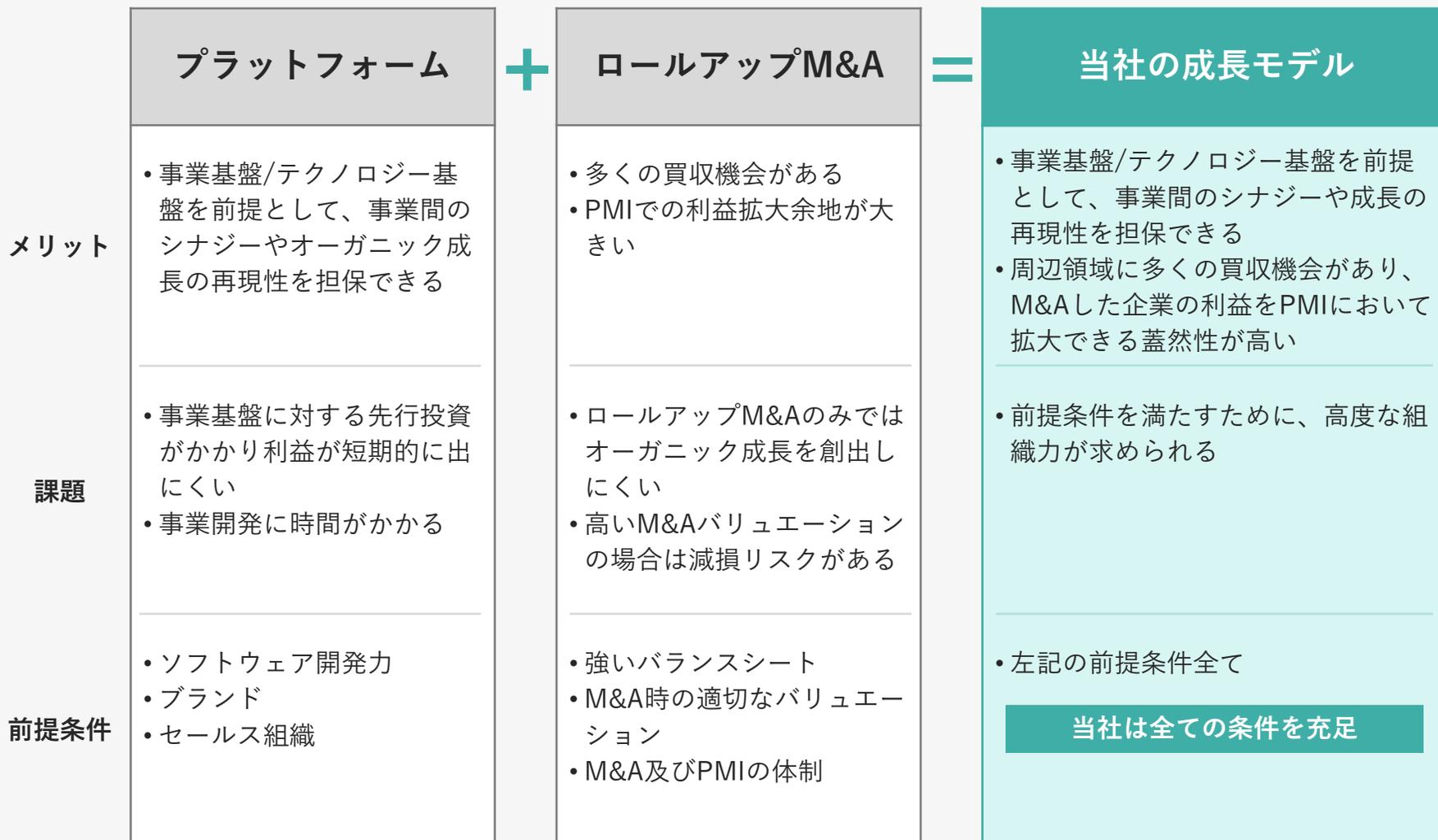
1. 全社の方向性
2. 2025年7月期第3四半期 業績
- 3. 連続的なM&Aの実行**
4. Q & A
5. 参考資料





## プラットフォーム+ ロールアップM&Aモデル

- オーガニック成長を可能とするプラットフォームの上にロールアップM&Aモデルを組み合わせることで、双方の課題を補完し、成長の蓋然性の高いビジネスモデルを構築
- 当社は上記モデルを実現できる企業への進化が着実に進んでいる



## 実施方針

- 商品数・顧客基盤・サプライ機能を強化するM&Aを実行し、当社プラットフォームの構造的な成長モデルを加速
- プラットフォームとの親和性とバリエーションの規律を重視しながら、前年よりも多くの案件を検討している。現時点でも意向表明済みで進めている企業が複数ある

## M&Aを通じて、プラットフォームの成長サイクルを加速・強化



2025年7月期のM&Aの進捗と検討状況

合わせて候補先企業を200社以上リストアップし、レビューを実施

案件受領  
約 300 社

意向表明  
13 社

契約・公表済  
5 社



## トラックレコード

- 2024年7月期より連続的なM&Aを開始。専任のM&Aチームを組成して体制を強化
- 2024年7月期は51億円<sup>(1)</sup>の投資に対してEV/EBITDAは初年度ベースで4倍台
- 2025年7月期はここまでの段階で7億円<sup>(1)</sup>の投資に対してEV/EBITDAは3倍台

	日付	会社名	事業内容
2022年7月期	2022年2月	(株)ダンボールワン 	段ボール、梱包材のECプラットフォーム
2024年7月期	2023年8月	(株)ラクスルファクトリー 	オンデマンド印刷の生産拠点
	2023年8月	(株)ペライチ 	ホームページ作成・決済サービス構築SaaS
	2023年10月	(株)AmidAホールディングス 	印鑑・スタンプの製造、販売
	2024年3月	(株)Wild Side 	テレビCMの代理店
	2024年6月	(株)エーリンクサービス 	トートバッグの製造、販売
	2024年6月	(株)Antoo 	中小企業向けの動画・映像制作
	2025年7月期	2024年11月	印刷・ソリューション領域の事業会社
2025年1月		(株)オールマーケ 	ウェブマーケティングの代理店
2025年7月		(株)メーリングジャパン	ダイレクトメールの発送
2026年7月期	2025年8月	丸玉工業(株) 丸玉ウェル(株) 	オリジナル紙袋の製造、販売 就労継続支援A型事業所

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

## 3社の子会社化

- 調達プラットフォームの製品開発及びサプライ強化を目的として、丸玉工業株式会社、丸玉ウェル株式会社及び株式会社メーリングジャパンの株式を取得予定
- 丸玉工業の株式取得にあたっては、産業競争力強化法に基づく特別事業再編計画が経済産業省より認定されており、中堅・中小グループ化税制（中小企業事業再編投資損失準備金）の適用を受ける

### 丸玉工業株式会社・丸玉ウェル株式会社

### 株式会社メーリングジャパン

#### 事業概要

- オリジナル紙袋の製造・販売
- 就労継続支援A型事業所の運営

- 「ゆうメール」によるダイレクトメールの発送代行（日本郵便株式会社の代理店）
- 郵便物の宛名印字、封入・封緘業務

#### 目的

#### 商品・機能の拡充

- ダンボールと顧客親和性の高い、手提げ紙袋の製造及び販売機能の強化
- 障がい者就労支援事業のノウハウを獲得し、ラクスルグループ全体の障がい者雇用を促進

#### サプライ強化

- グループ内でダイレクトメールの印刷から発送までを一貫して対応できるオペレーション機能とノウハウの獲得

#### 業績への影響

- 2025年8月より調達プラットフォームに連結
- 安定した顧客基盤による売上高成長を実現
- 2026年7月期の連結業績への貢献は、売上高9億円程度、売上総利益3億円程度、EBITDA 0.7億円程度を見込む

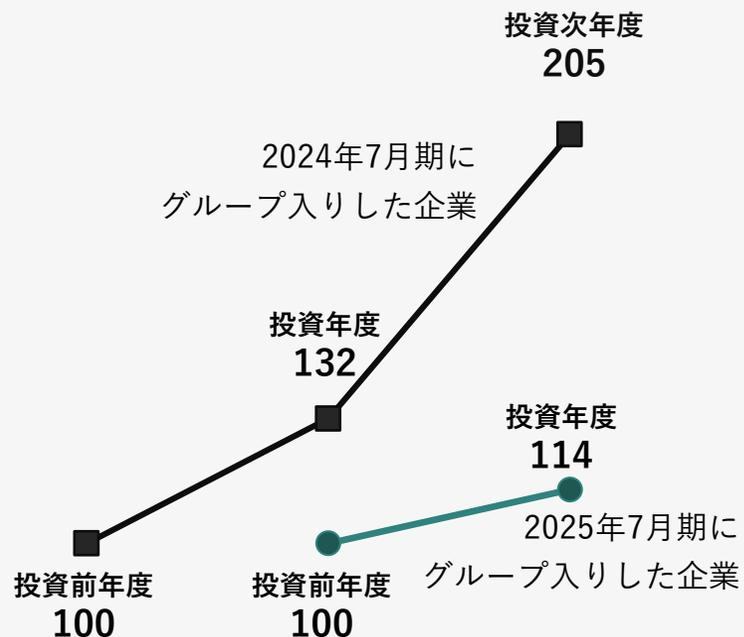
- 2025年7月より調達プラットフォームに連結
- 年間で0.4-1億円程度の売上総利益への貢献を見込む
- 買収関連費用が今期4Qに0.3億円程度計上される予定

## PMIの進捗

- PMIは順調に推移しており、2024年以前に買収した企業とのID、決済、ブランドの統合を進めている

## 過去2年でグループ入りした企業のEBITDA推移

投資前年度を100として指数化



2023年	2024年	2025年
7月期	7月期	7月期 (見込み)

## シナジー創出に向けた今年度の取り組みの進捗状況

### ラクスルIDへの統合

- ダンボールワンにおける新規の会員登録はRAKSUL IDに一本化。その後の新規獲得は順調に推移している
- 今後クロスセルが加速する見込み

### 決済基盤の統合

- 全サービスの決済基盤の統合に向けて開発が進捗
- 統合を通じて今後小規模EC企業を買収する際にコンバージョンの改善や決済コストの低減で流通総額の1%程度を利益改善できる見込み
- 決済コストの低減に加えてセキュリティ強度の向上や将来的な金融事業との接続の準備を実施中

### ブランド統合

- ペライチの機能を再構成し「ラクスルホームページ」としてサービスを開始
- ラクスルブランドに集約することでマーケティングコストを効率化し、通期のEBITDAインパクトで1億円程度を想定

# 4

1. 全社の方向性
2. 2025年7月期第3四半期 業績
3. 連続的なM&Aの実行
- 4. Q&A**
5. 参考資料



質問	回答
<p>ラクスルの各種サービスにおけるID連携やクロスセルの状況は？</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 当社は「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」を目指し、300万以上のRAKSUL IDユーザーに向け、様々なECやサービスを提供していく。その中でIDの統合とクロスセル促進を重要な成長ドライバーと捉えている</li> <li>• 3Q時点ではダンボールワンとラクスルのID統合が完了しており、今後クロスセルを促進する施策を試行し拡大していく。現時点ではトライアルの結果、大きな影響はないが徐々に事業インパクトが見えてきている</li> <li>• その他のECサイトについてもIDと決済の統合を計画中</li> </ul>
<p>政府の規制改革推進会議が取りまとめた答申において、日本の会計基準におけるのれんを非償却にするか検討するとあるが、当社への影響は？</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 現在当社は日本会計基準で財務報告をしており、これまでの買収に関わるのれんは償却しており、2025年7月期は11億円ののれん償却を行う見込み</li> <li>• 現時点で日本会計基準におけるのれん償却の動向は決まっておらず、詳細も含め注視するが、当社への影響としては、過去と将来の買収に関わるのれんが非償却となる部分と、一部無形資産として償却を続ける部分に分かれる可能性があるかと理解しており、通常開示している「Non-GAAP営業利益」に会計上の営業利益が近づくものとする</li> <li>• のれんの減損テストをより厳格に行うものと想定するが、当社のM&amp;A戦略はプラットフォームにフィットする、利益創出をしている企業を適切な価格で買収することを重要視しており、大きなリスクはないと考える</li> </ul>
<p>ラクスルエンタープライズの進捗は</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 業績についてはスライド23にて報告した通り</li> <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しており、2025年7月期3Q時点で導入企業数4,339社、31,938ユーザーまで拡大</li> <li>• 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」を掲げている一方、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</li> </ul>
<p>ラクスルバンクの準備の進捗は？</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 順調にフロントエンドの開発やライセンス取得に向けたプロセスが進んでおり、2025年中のサービスリリースに向けて準備中</li> <li>• 近日中により具体的なリリースを行う予定</li> </ul>

# 5

1. 全社の方向性
2. 2025年7月期第3四半期 業績
3. 連続的なM&Aの実行
4. Q & A
5. **参考資料**

## グループ会社の状況



持分法適用会社

- 2024年11月にモノフル社より  
バース予約システム「トラック簿」を事業承継
- 2025年1月に環境エネルギー投資、SOMPO Growth  
Partners、JA三井リースが資本参画



将来連結可能

- 140億円のベンチャーデットでの資金調達を実施、カス  
タマーサポート機能の拡充に投資
- ITデバイスやSaaSの管理に加えて、従業員向けのリクエ  
ストポータルと棚卸しを簡素化するアクセスレビュー機  
能をリリース

## 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

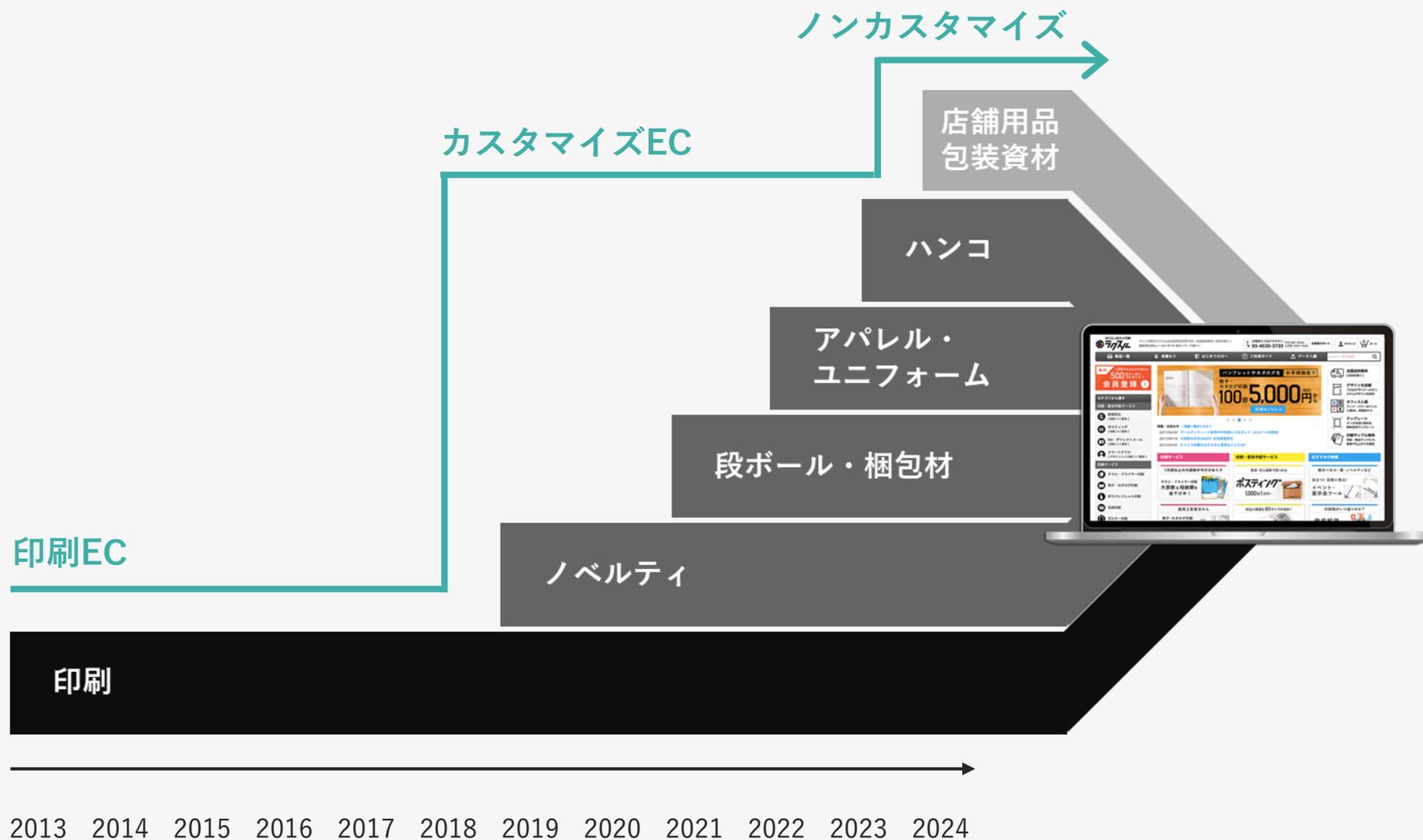
	モノ	ヒト		カネ	
	トランザクション B2Bユーザーとの多様な接点作り グループGMVの最大化	ソフトウェア データの取得を通じたロックイン		ファイナンス Share of Walletの拡大、ロックイン マネタイズの強化	
顧客ニーズ・提供価値	Get Items 必要なものを適時適切な価格で調達したい	Manage Workers 従業員管理を効率化したい	Get Customers 顧客を獲得・管理したい	Get Paid 決済を簡単に済ませたい	Improve Cashflow 資金繰りを改善したい
領域	購買・調達	労務・総務	マーケ・CRM	経理	財務
蓄積データ	購買データ	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





## 新セグメント別財務情報

		2022年7月期				2023年7月期				2024年7月期				2025年7月期		
(百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高	調達PF	5,461	6,092	7,894	7,877	8,540	9,316	9,919	9,979	10,451	11,666	12,416	12,574	13,561	14,065	14,865
	マーケPF	720	1,007	538	562	643	703	542	766	658	964	1062	893	1,040	880	1,019
	ハコベル	741	835	869	1,031	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	その他・内部調整	84	97	80	84	154	151	147	151	118	131	87	96	108	97	113
売上総利益	調達PF	1,478	1,697	2,395	2,347	2,440	2,646	2,847	2,763	3,111	3,591	3,997	3,902	4,385	4,542	4,934
	マーケPF	313	433	253	292	368	348	352	375	504	610	697	643	644	675	684
	ハコベル	97	104	131	130	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	その他・内部調整	33	38	27	29	38	37	37	38	43	50	16	22	32	29	40
セグメント利益 (EBITDA, non-GAAP)	調達PF	583	697	1,055	1,153	1,073	1,172	1,161	1,180	1,458	1,649	1,831	1,662	2,096	2,126	2,361
	マーケPF	-18	69	-122	-32	24	34	12	-39	-118	0	9	-64	25	46	44
	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	-401	-410	-462	-607	-591	-785	-753
セグメント利益 (J-GAAP)	調達PF	534	641	862	962	875	942	926	956	1,172	1,304	1,488	1,173	1,735	1,755	1,991
	マーケPF	-25	63	-129	-39	17	21	-0	-53	-135	-14	-9	-99	-27	-36	-18
	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	-495	-539	-580	-739	-736	-791	-856
EBITDA	全社	99	292	560	681	753	882	859	649	938	1,238	1,378	990	1,531	1,387	1,652

## 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2024年7月期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)	2025年7月期3Q 2025年1月-2025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	15,997	-	15,997
売上総利益	5,659	-	5,659
営業利益	1,456	339	1,117
EBITDA	1,652	64	1,588
経常利益	1,344	339	1,004
当期純利益	891	339	551

**貸借対照表**

(百万円)	2024年7月期末	2025年3Q末
流動資産	24,981	23,432
現金及び預金	17,014	15,348
固定資産	18,881	19,705
資産合計	43,863	43,138
流動負債 (うち有利子負債)	17,983 (9,387)	14,628 (6,884)
固定負債 (うち有利子負債)	10,200 (9,006)	12,988 (11,197)
純資産	15,678	15,520
資本金	2,798	2,894
資本剰余金	5,606	3,825
利益剰余金	3,659	5,897
自己株式	-1,001	-1,701
新株予約権	1,375	1,436
その他	3,241	3,169
負債・純資産合計	43,863	43,138



## キャッシュフロー 計算書

(百万円)	2024年7月期末	2025年7月期3Q末
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,705	3,237
投資活動によるキャッシュ・フロー	-6,930	-1,567
財務活動によるキャッシュ・フロー	5,671	-3,329
現金及び現金同等物の増減額 (新規連結による増減含む)	2,369	-1,665
現金及び現金同等物の期末残高	17,004	15,338



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/>