



2023年7月期第3四半期 決算説明会資料

ラクシル株式会社（東証プライム市場：4384）

2023年6月9日





2023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+13.1% 売上総利益 同+15.3% EBITDA(non-GAAP)⁽¹⁾ 8.5億円

-----ハコベルセグメントを除く前年同期比成長率-----

売上高 前年同期比+24.6% 売上総利益 同+21.0%

- 利益を伴いながら成長を継続(Quality Growth)。前期3Qより連結したダンボールワン社の業績貢献が一巡するも、ハコベル非連結影響を除きYoYで20%以上の成長を実現。EBITDAも8.5億円と引き続き高い水準を維持
- 2Qに開示した3Qの見通しを全項目超過。修正後の通期業績予想も超過するペースで推移し、通期の売上高は404 - 408億円程度で着地する見込み



ラクスル

売上高 前年同期比+25.7% 売上総利益 同+18.9%

- 新型コロナウイルス環境以前の繁忙期が回復し、需要が堅調に推移
- ダンボールワン社の成長も加速。売上高はYoY+26.1%、売上総利益はYoY+25.5%



売上高 前年同期比+0.8% 売上総利益 同+39.3%

- 高い売上総利益率を背景に売上総利益はQoQ、YoY共に成長
- 4Qは四半期売上高が7億円超(YoY+25%程度)に成長する見通し

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

1. 会社概要
2. 2023年7月期第3四半期 業績
3. Q & A
4. 参考資料



1

会社概要



RAKSUL

ビジョン／事業概要

- デジタル化が進んでいない伝統的な産業に、インターネットを持ち込み産業構造を変えることで、より良い世界を実現する

仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる

会計セグメント



印刷・集客支援のプラットフォーム
2013年3月開始



ダンボール・梱包材の受発注プラットフォーム
2020年12月出資
(2022年2月完全子会社化)



広告のプラットフォーム
2020年4月開始

グループ会社



物流のプラットフォーム

2015年12月開始
(株式保有比率: 49.9%)



ノーコードでウェブサイトと決済機能を構築できるSaaS

2020年10月出資
(39.7%、将来連結可能)



ITデバイス & SaaS統合管理クラウド事業

2021年9月開始
(将来連結可能)

ネットスクウェア

デジタル印刷大手

2021年9月出資
(41.4%)

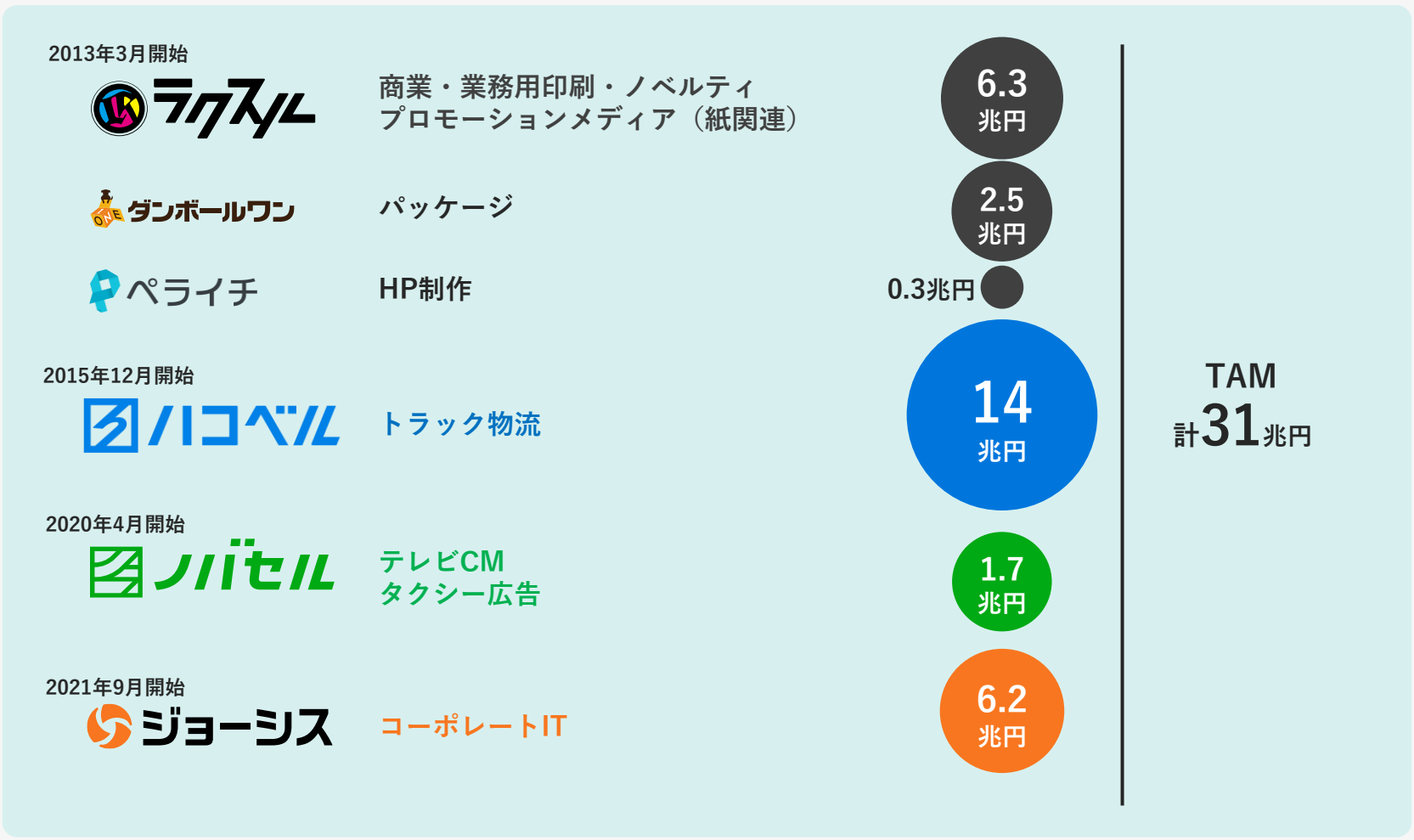


成長の方向性

- TAMが大きい間接費(間接材、間接サービス)市場の各産業を統合バーティカルプラットフォームで変革する
- 各産業の隣接領域のTAMも大きく、拡張余地が大きい
(例：印刷→パッケージ関連、物流→倉庫)
- フラグメントな供給側構造及びEC化の進展余地を有した市場での事業構築が強み



国内間接費市場 全体で約**140兆円**



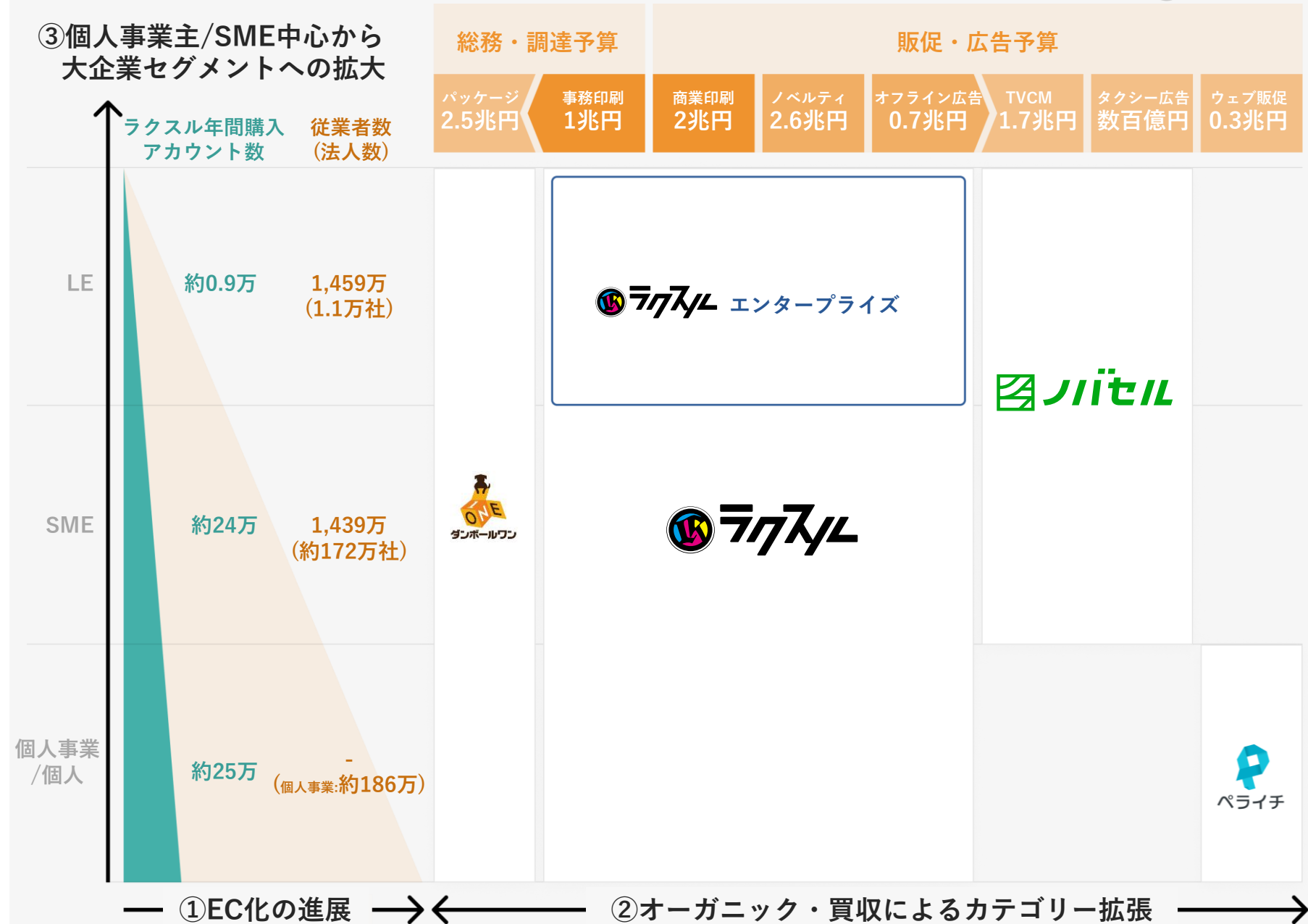
出所 参考資料に記載



既存の顧客基盤/事業 基盤を活かした拡大

- ① EC化の進展による対象市場の拡大
- ② オーガニック・買収によるカテゴリー拡張
- ③ 個人事業主/SME中心の事業展開から、大企業セグメントへの顧客基盤の拡張

の全てが成長のドライバー



RAKSUL

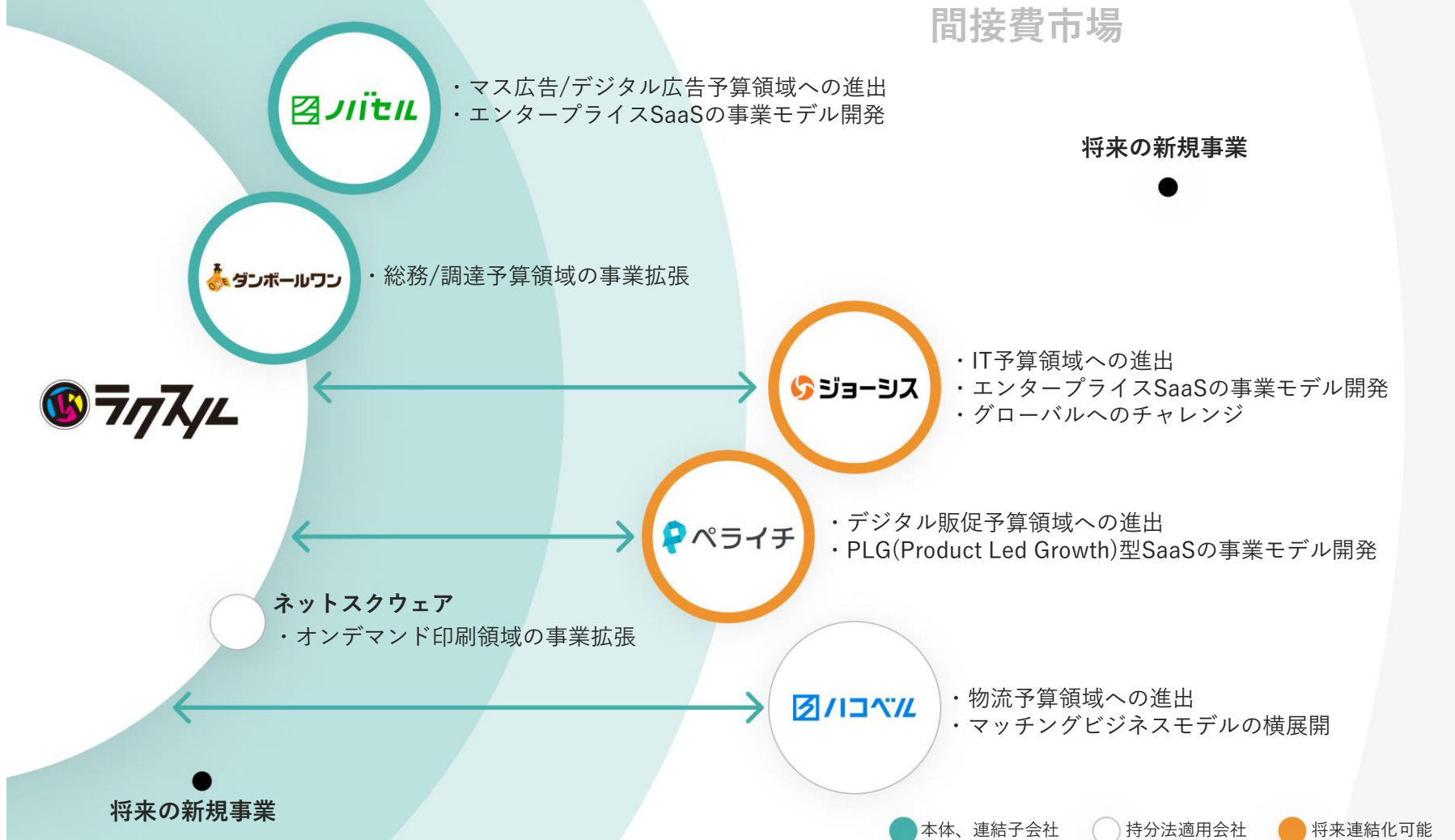
ビジョンに基づいた 長期経営のスタイル

組織的経営力とアントレプレ
ナーシップの融合

- 既存領域を断続的に拡張する組織的経営力
- 当初は既存領域から多少離れていたとしても、新規領域に新しいドット(事業ドメイン)を打つアントレプレナーシップ
- 長期でドットをコネクト・融合し、また新規領域で獲得した経営アセットとケイパビリティをグループ全体に活かす経営力

VISION 仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる

社会・産業に対する新しい仕組みの提示



RAKSUL

ビジネスモデル

- 間接費市場の各産業で「トランザクション」を主とし、「ソフトウェア」「サービス」を合わせ持つ統合バーティカルプラットフォーム
- 需給マッチングのみでなく、需給の両サイドに深く入り込むことで、トランザクションから継続的なマネタイズを実現(現状の主な収益源)
- 結果として、取引コストと業務コストの効率化を通じて、伝統的産業を生産性・収益性の高い業界に変革する

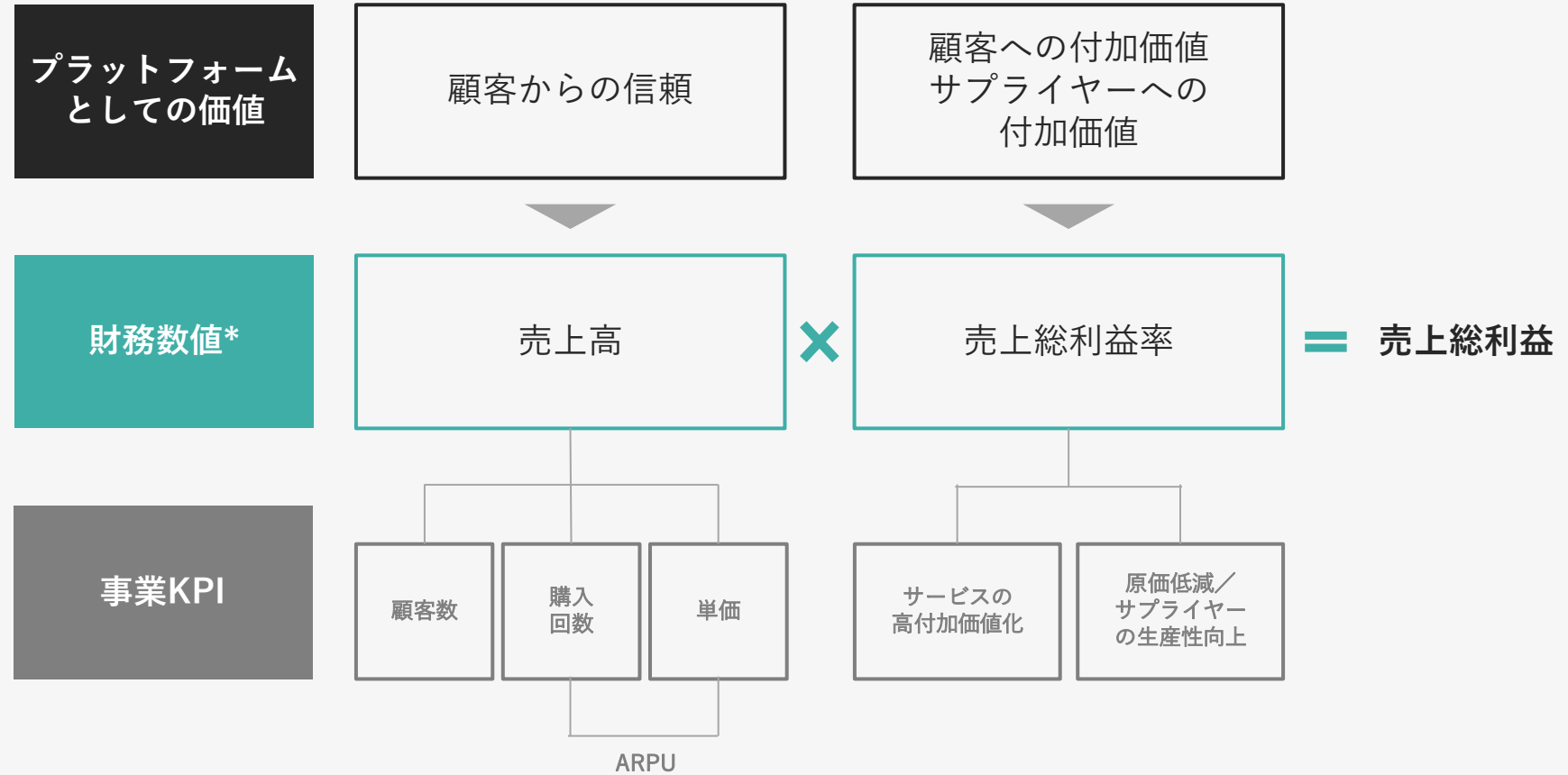
統合バーティカルプラットフォーム



RAKSUL

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、売上高のサイズは小さいものの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放映案件を除く)

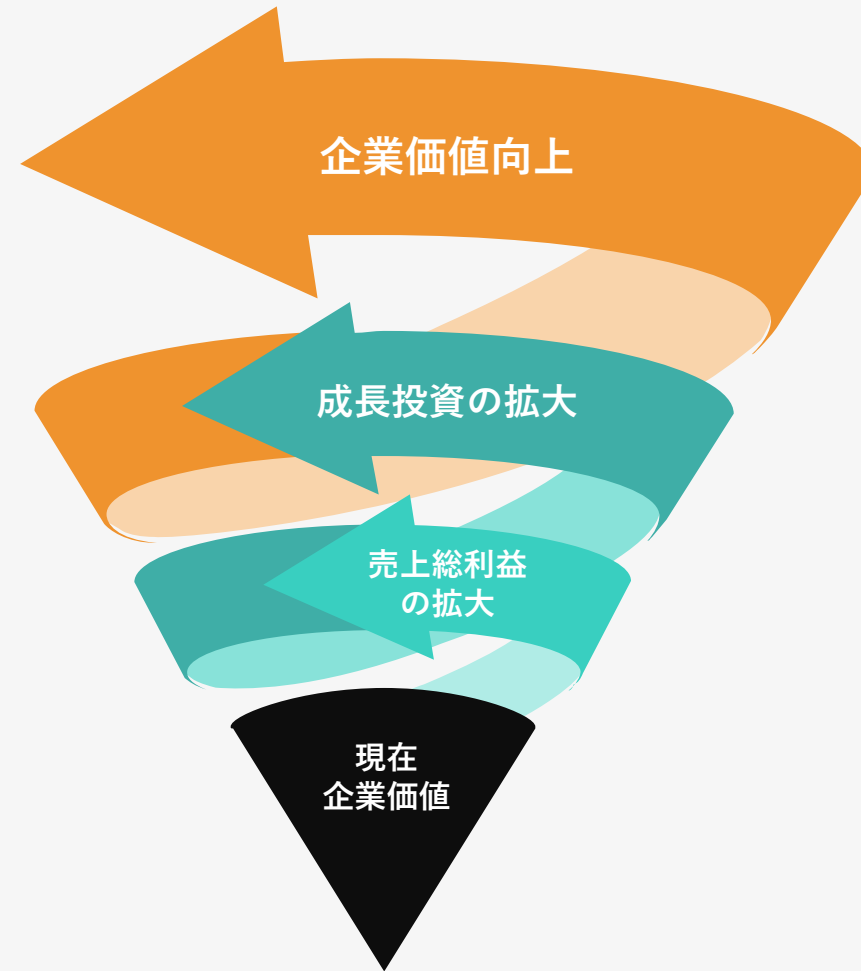
売上高：顧客からの支払額をグロスで計上

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



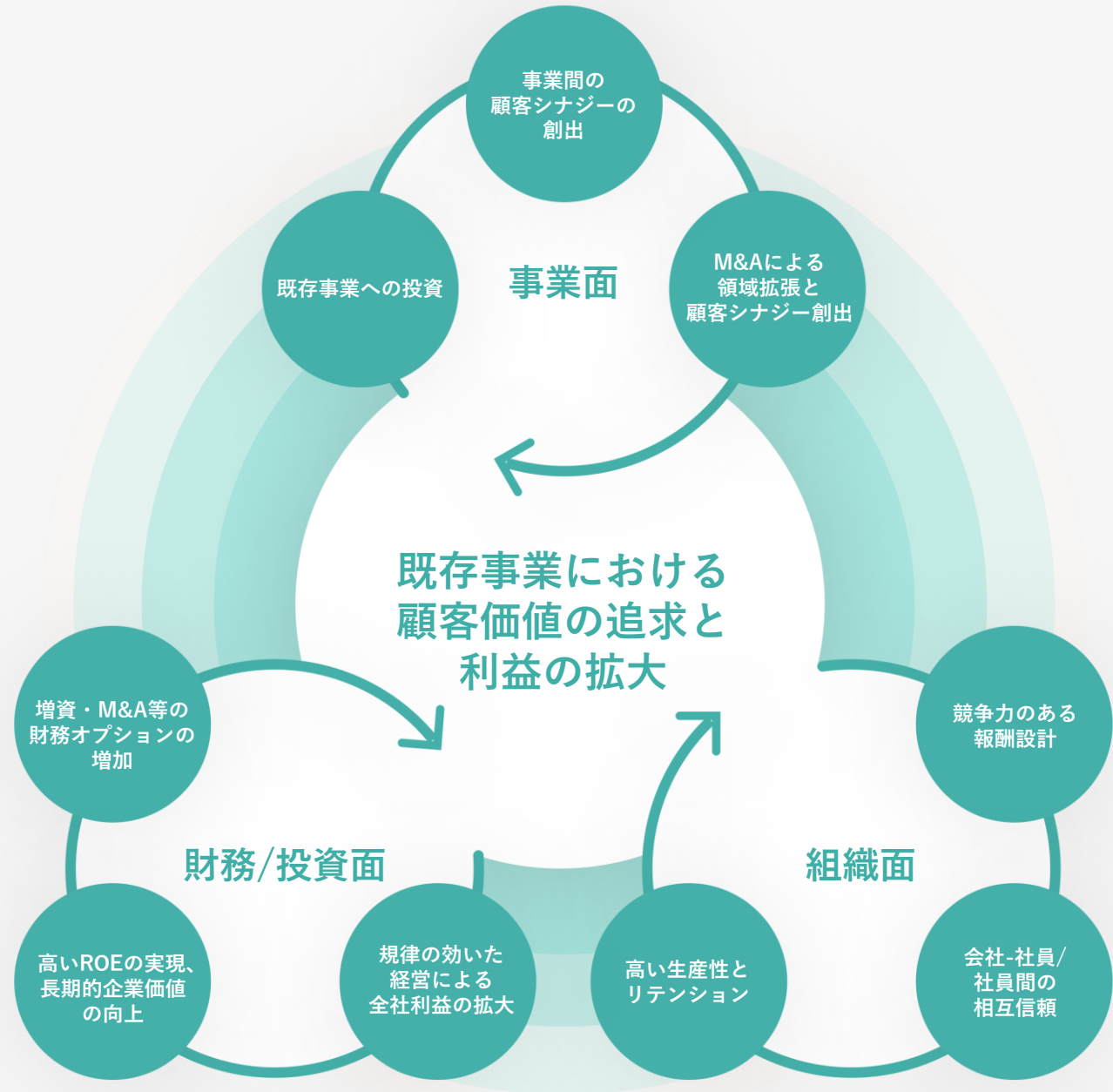
再投資による企業価値 向上スパイラル

- 売上総利益額を最大化することで、営業利益以下の利益の継続拡張及びプラットフォーム価値を高めるための成長投資の拡大を両立



2023年7月期のフォーカス： Quality Growth

- 中期の成長モメンタムは継続しながらも、より一層利益とCF創出を伴った成長 (Quality Growth) を重視する一年
- 事業、財務・投資、組織面において好循環を生み出すことを最優先することで、既存事業(ラクスル、ノバセル)の顧客価値追求と競争力向上、結果としての利益拡大に徹底的に向き合う経営





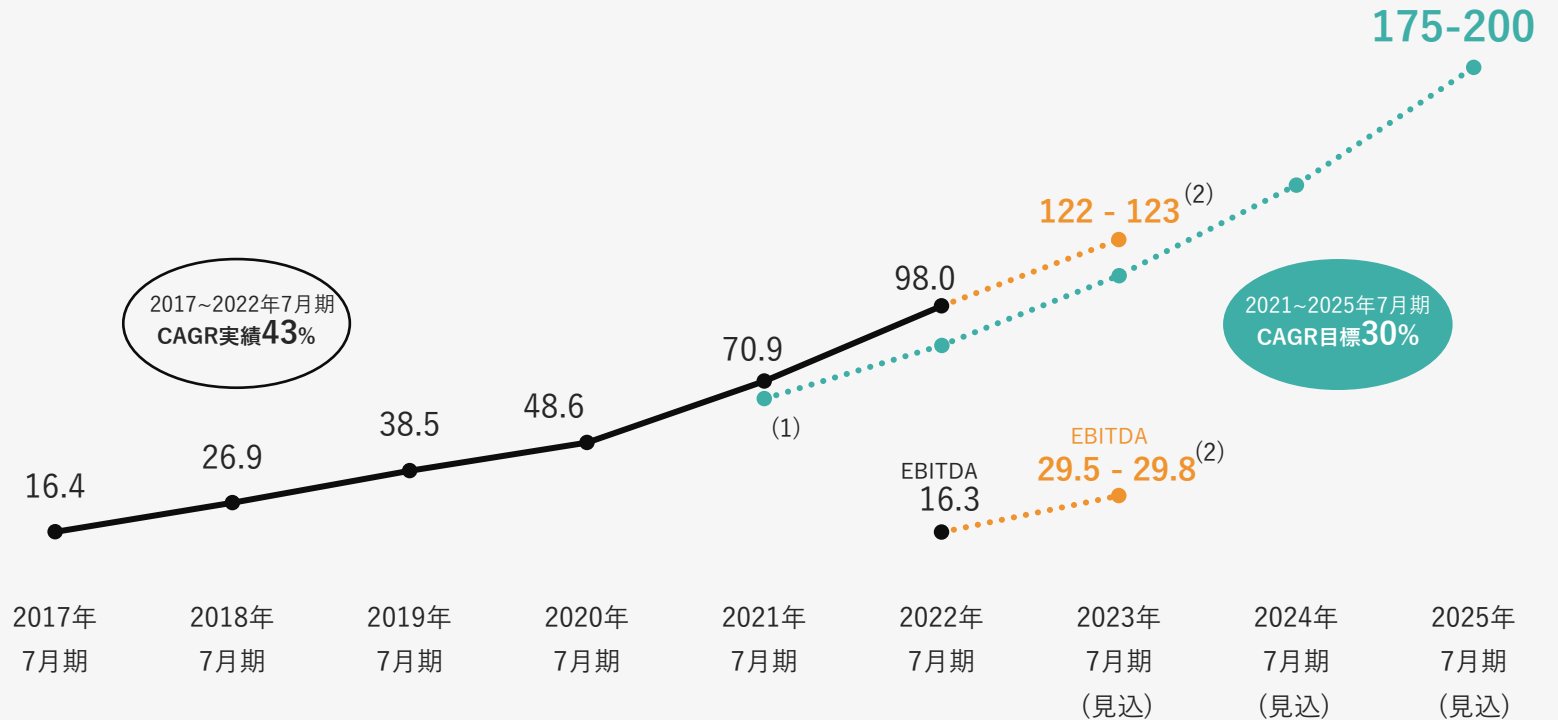
中期財務ポリシー

- 売上総利益拡大に伴いEBITDAも拡大。収益性改善のドライバーは、売上総利益率の改善と販管費の効率化
- 中期ROE/ROICターゲットは20%以上
- 2025年7月期の売上総利益目標175億円～200億円は変更なし

売上総利益とEBITDAの連関イメージ(億円)



売上総利益 中期目標(億円)



注

(1) 2020年9月10日開示の修正前2021年7月期通期業績予想の下限値(64.5億円)

(2) 現時点での着地見込みの数値(P19参照)

2

2023年7月期第3四半期 業績






RAKSUL

各セグメントにおける 会計の変更点

- 2023年7月期はダンボールワン社が通年で連結、またハコベルセグメントが持分法適用会社となり1Qより非連結化

---> 連結会計の開始

	2022年7月期				2023年7月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
 ラクスル			ダンボールワン社を完全子会社化（連結）					
 ノバセル			収益認識基準適用により、放映を純額計上に変更					
 ハコベル					持分法適用会社へ移行			



2023年7月期第3四半期 連結業績

- ハコベルセグメントを除くと、
四半期売上高は前年同期比
+24.6%、売上総利益は同
+21.0%
- ダンボールワン社の業績貢献が
一巡するも全事業成長を継続
- 持続的な成長を維持しながらも
EBITDAは高い水準を維持

(百万円)	2023年7月期3Q (2023年2月-2023年4月)			2023年7月期3Q累計 (2022年8月-2023年4月)		
	実績	2022年7月期 3Q実績	前年同期比 成長率	実績	2022年7月期 3Q累計実績	前年同期比 成長率
売上高	10,610	9,383	+13.1% ハコベル除く +24.6%	30,120	24,424	+23.3% ハコベル除く +37.1%
ラクスル	9,919	7,894	+25.7%	27,777	19,448	+42.8%
ノバセル	542	538	+0.8%	1,889	2,266	-16.6%
ハコベル	-	869	-	-	2,446	-
売上総利益	3,237	2,807	+15.3% ハコベル除く +21.0%	9,117	7,003	+30.2% ハコベル除く +36.7%
ラクスル	2,847	2,395	+18.9%	7,935	5,570	+42.4%
ノバセル	352	253	+39.3%	1,068	999	+6.9%
ハコベル	-	131	-	-	333	-
売上総利益率	30.5%	29.9%	+0.6pt	30.3%	28.7%	+1.6pt
(株式報酬費用)	170	183	-7.2%	493	513	-3.9%
(広告宣伝費)	912	777	+17.3%	2,368	2,024	+17.0%
営業利益 (J-GAAP)	506	191	+164.7%	1,457	149	+872.3%
EBITDA	859	560	+53.2%	2,495	952	+162.0%



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
- 売上総利益の成長を継続しつつ、EBITDAマージンを改善してきたトラックレコード

	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 3Q累計
売上総利益成長率 (ハコベルを除く)	+24.6%	+42.1%	+40.5%	+ 36.7%
対売上総利益 EBITDAマージン	0.0%	14.5%	16.7%	27.4%



修正通期業績予想に対する進捗率

- 2023年3月開示の修正業績予想下限値に対して過去3年より高い進捗率

売上高

2023年7月期
3Q累計



業績予想下限
390億円

2020~2022年7月期
3Q 進捗率平均



売上総利益

2023年7月期
3Q累計



業績予想下限
118億円

2020~2022年7月期
3Q 進捗率平均





2023年7月期通期 連結業績見込み

- 足元の業績は堅調に推移しており、3月に開示した修正予想の上限若しくは上回るペースで着地見込み
- 4Qは売上高が前年同期比+7-12%程度、売上総利益が同+10-14%程度、EBITDAが5億円程度の見通し（ハコベルを除くと売上高が同+20-26%程度、売上総利益が同+15-20%程度）

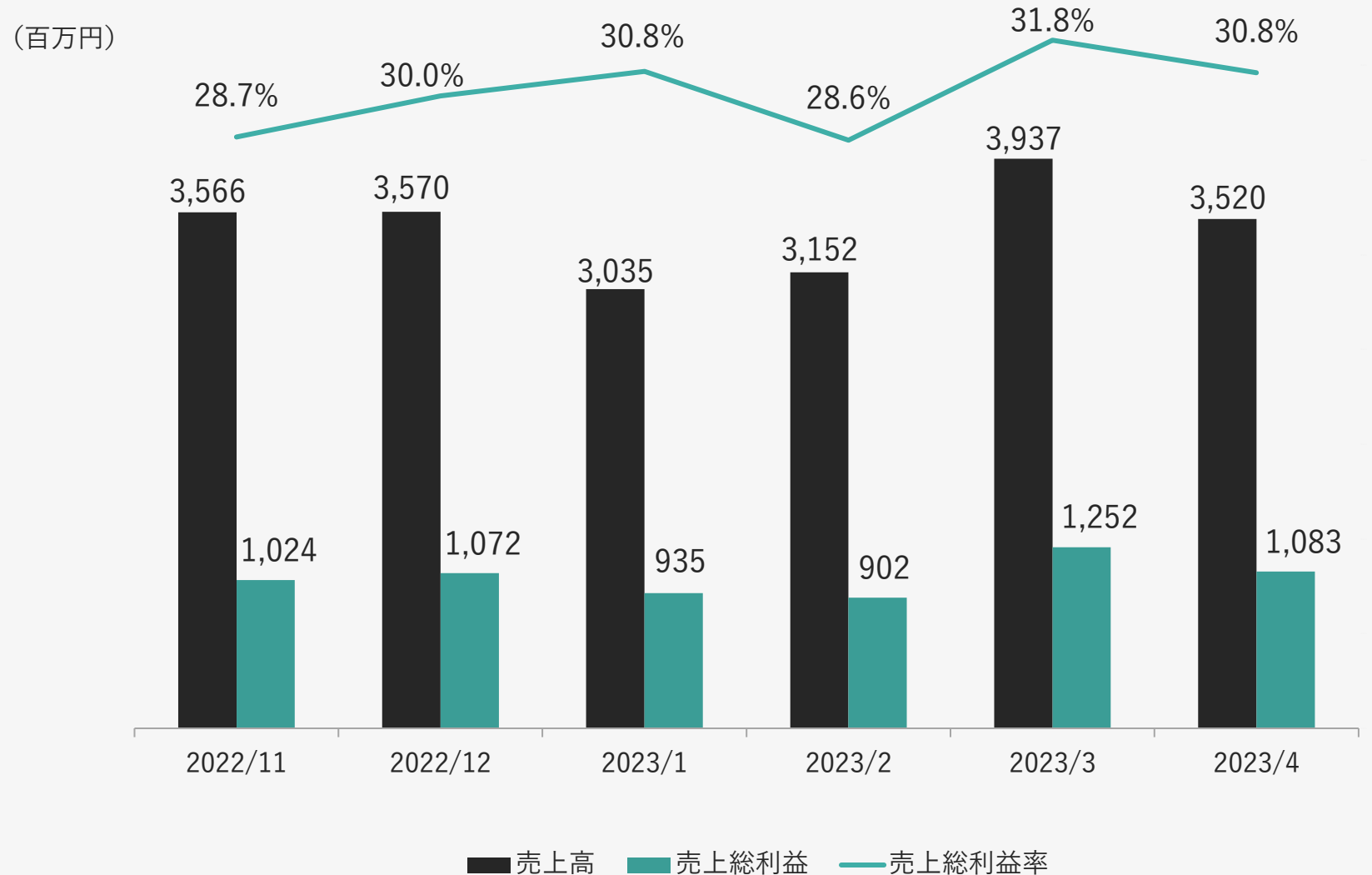
(億円)	2023年7月期（2022年8月-2023年7月）			2022年7月期 （2021年8月-2022年7月）	
	現時点での 見込み	修正予想 (2023年3月10日開示)	期初予想 (2022年9月14日開示)	実績	成長率
売上高	404 ~ 408	390 ~ 396	382 ~ 396	339.8	+18.9% ~ +20.1% ハコベル除く成長率 +32.4% ~ +33.8%
売上総利益	122 ~ 123	118 ~ 122	116 ~ 122	98.0	+24.4% ~ +25.5% ハコベル除く成長率 +30.6% ~ +31.7%
売上総利益率	30.1%~30.2%	30.3% ~ 30.8%	30.4% ~ 30.8%	28.9%	+1.2pt ~ +1.3pt
営業利益 (J-GAAP)	15.0 ~ 17.0	14.0 ~ 17.0	10.2 ~ 13.3	4.6	+224.0% ~ +267.2%
EBITDA	29.5 ~ 29.8	27.0 ~ 29.5	24.5 ~ 27.7	16.3	+80.5% ~ +82.3%
EBITDA マージン	7.3%	6.9% ~ 7.4%	6.4% ~ 7.0%	4.8%	+2.5pt
経常利益 (J-GAAP)	9.0 ~ 10.0	8.0 ~ 10.0	4.0 ~ 7.0	-1.6	-



(参考)

2023年7月期第3四半期 連結業績 月次推移

- 3月は全事業が繁忙期
- 5月の月次売上高は34.5億円程度で着地

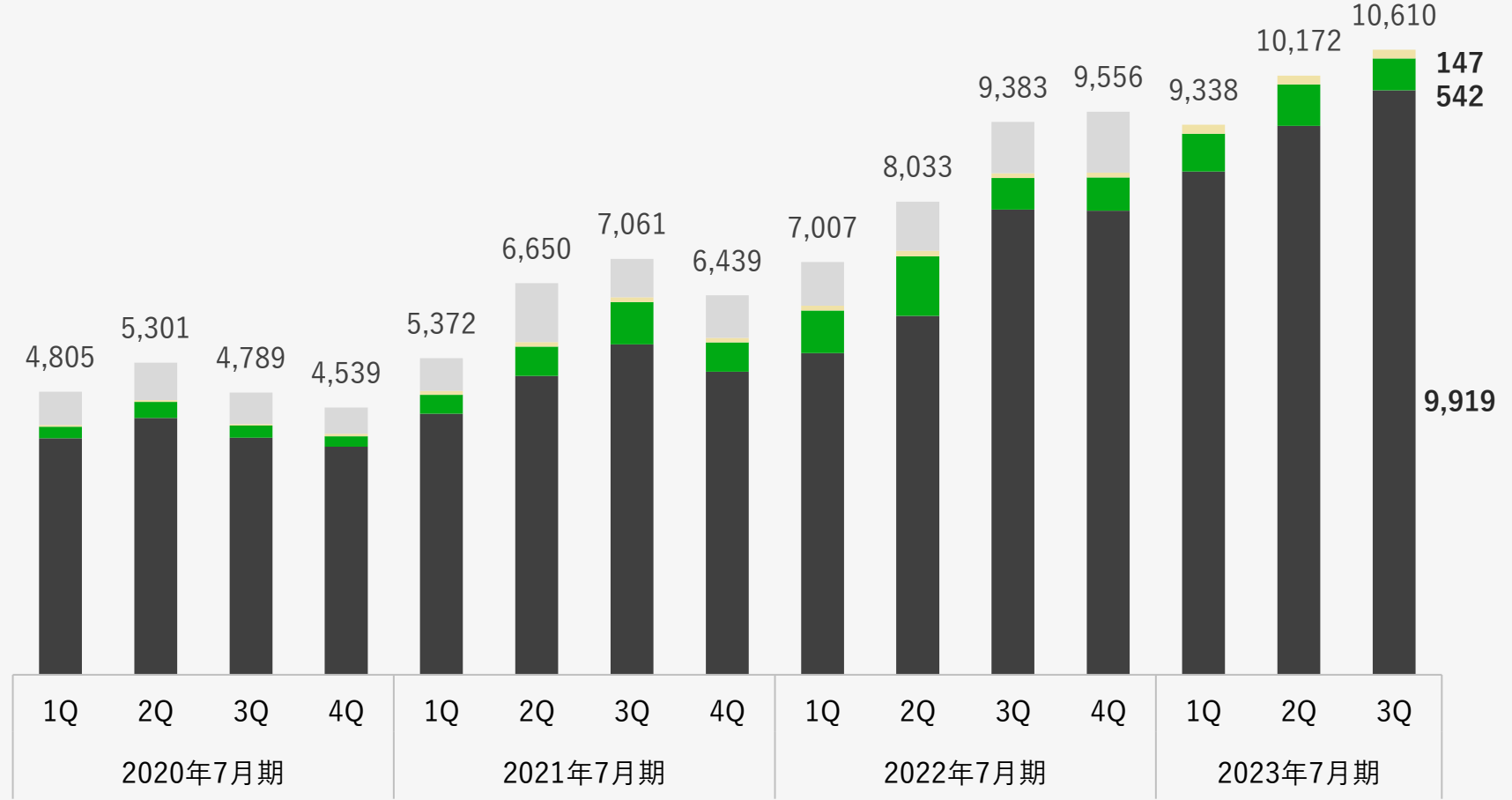




連結売上高の推移

■ 全社の売上高は継続的に拡大

(百万円)

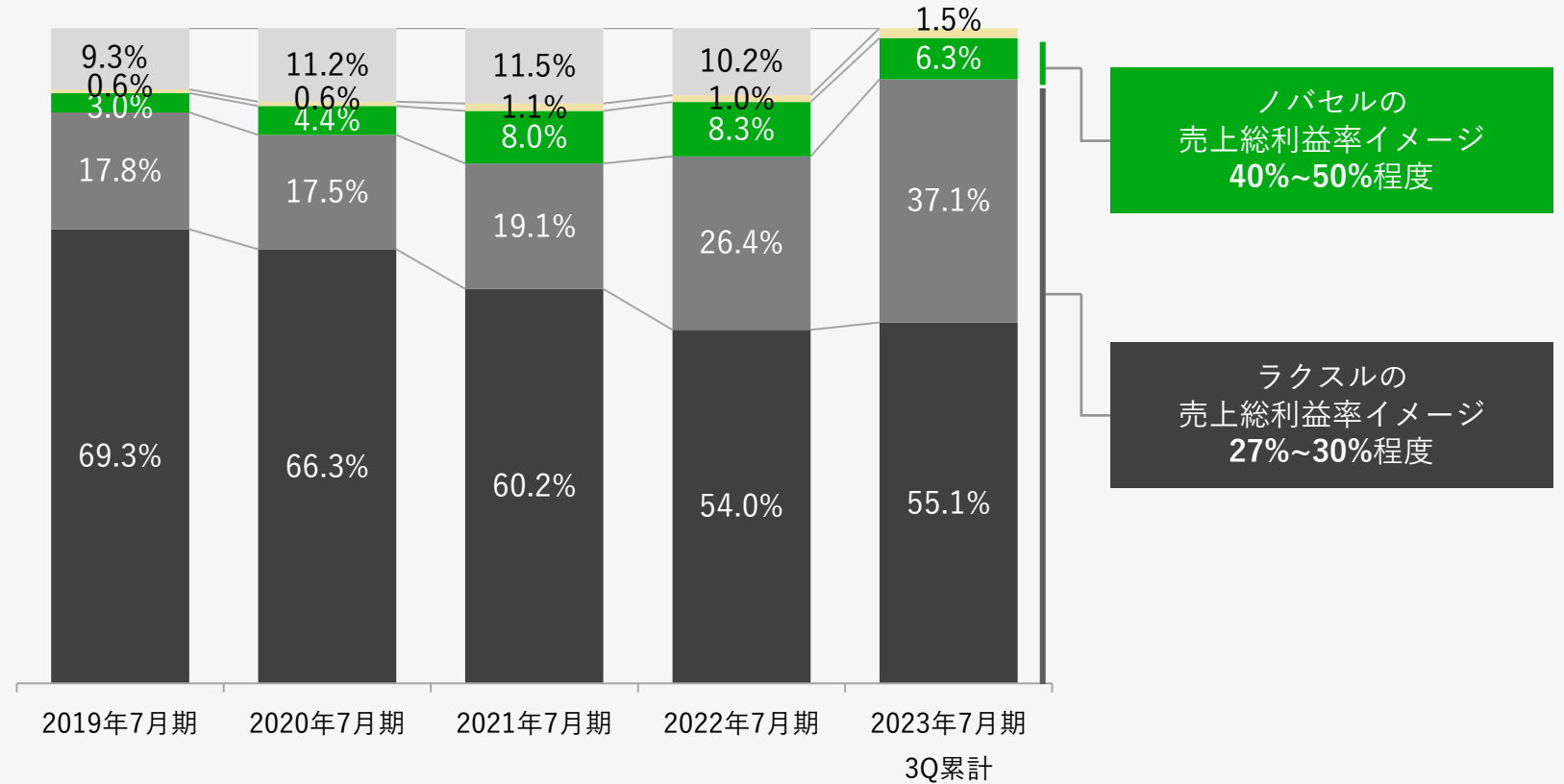


■ ラクスル ■ ノバセル ■ その他事業、内部調整 ■ ハコベル



事業別売上高構成比の推移

- 印刷ECサービスが継続的に拡大する中、ラクスルセグメント内での集客支援・新規領域・ダンボールワン社も堅調に成長しており、事業が多層的に成長



- ハコベル
- その他事業、内部調整
- ノバセル
- ラクスル：集客支援・新規領域(ダンボールワン含む)
- ラクスル：印刷ECサービス

ノバセルの
売上総利益率イメージ
40%~50%程度

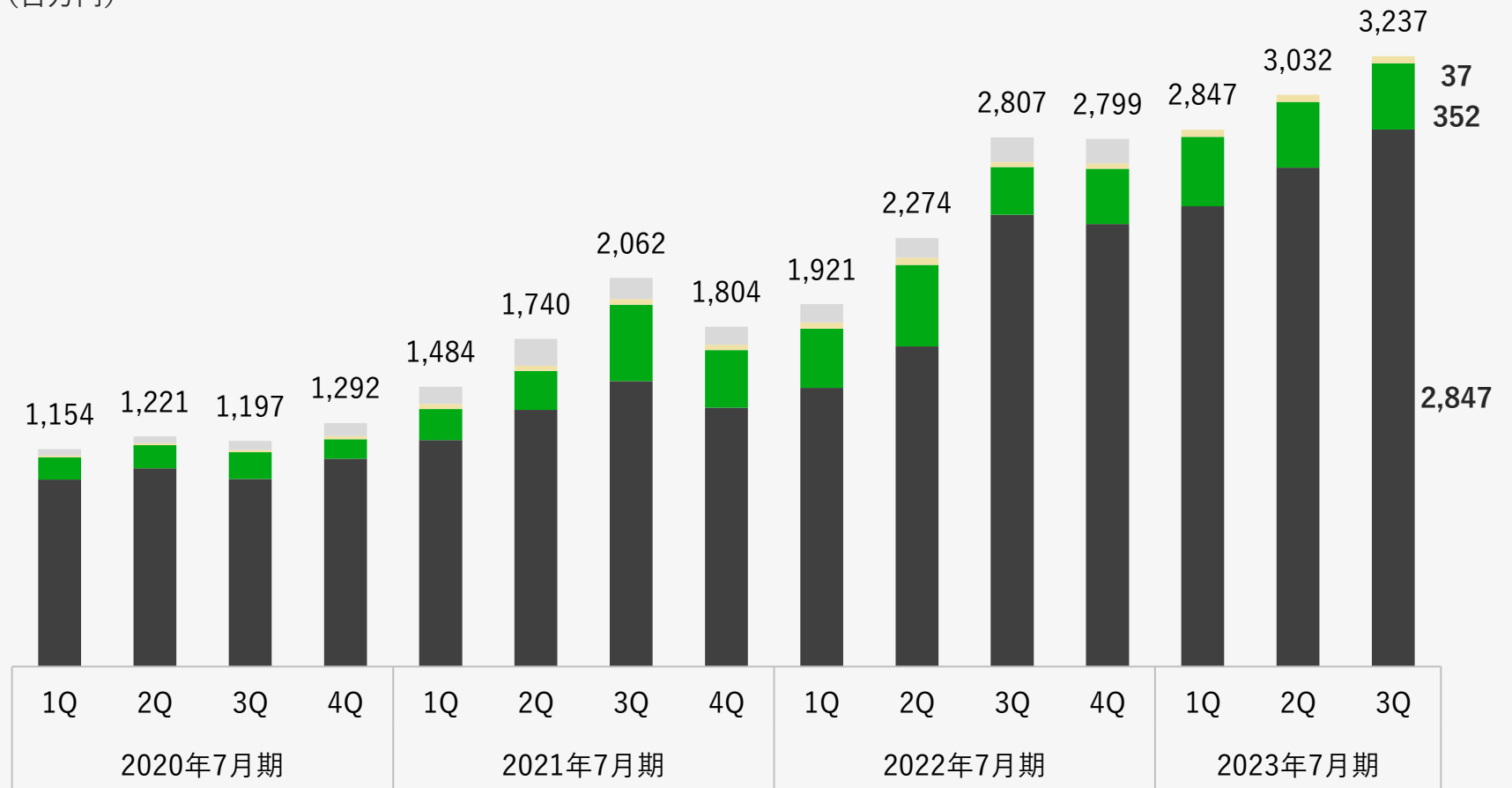
ラクスルの
売上総利益率イメージ
27%~30%程度



連結売上総利益の推移

■ 売上高の拡大に加えて
売上総利益率上昇により、
売上総利益は成長トレンドを
継続

(百万円)

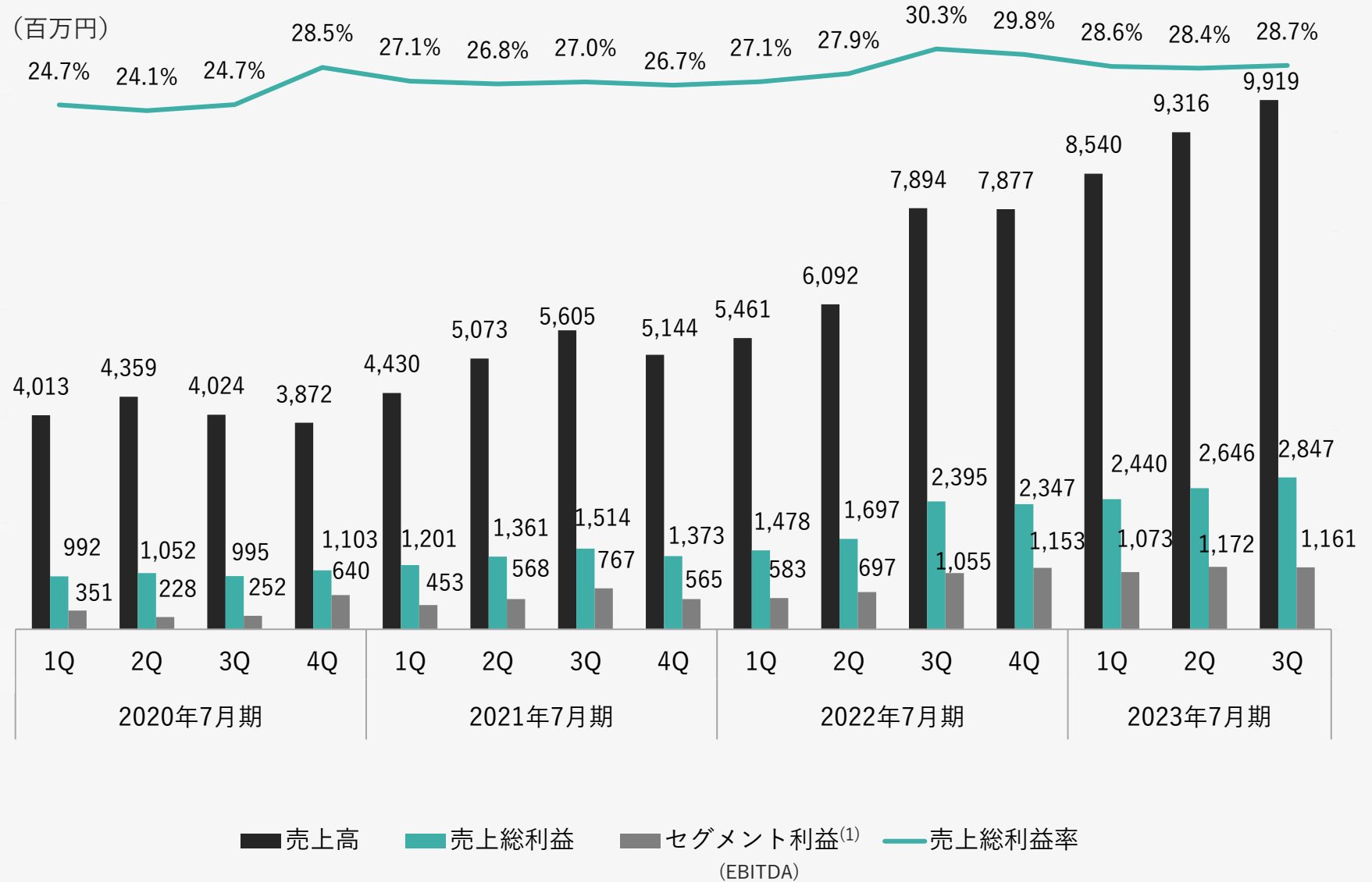


■ ラクスル ■ ノバセル ■ その他事業、内部調整 ■ ハコベル



セグメント別 売上高、売上総利益 セグメント利益

- 新型コロナウイルス環境から回復後、繁忙期が戻ってきたことで成長は加速
- 原価上昇の影響を受けながら売上総利益率は28%台を継続。引き続き成長率と売上総利益率をマネージしながら事業を運営
- ダンボールワン社を除く内製事業においても堅調に推移。
売上高は前年同期比+25.5%、
売上総利益が同+17.3%
- ダンボールワン社の3Q業績は、
売上高18.9億円(前年同期比+26.1%)、
売上総利益5.7億円(前年同期比+25.5%)、
売上総利益率30.5%、EBITDA1.8億円

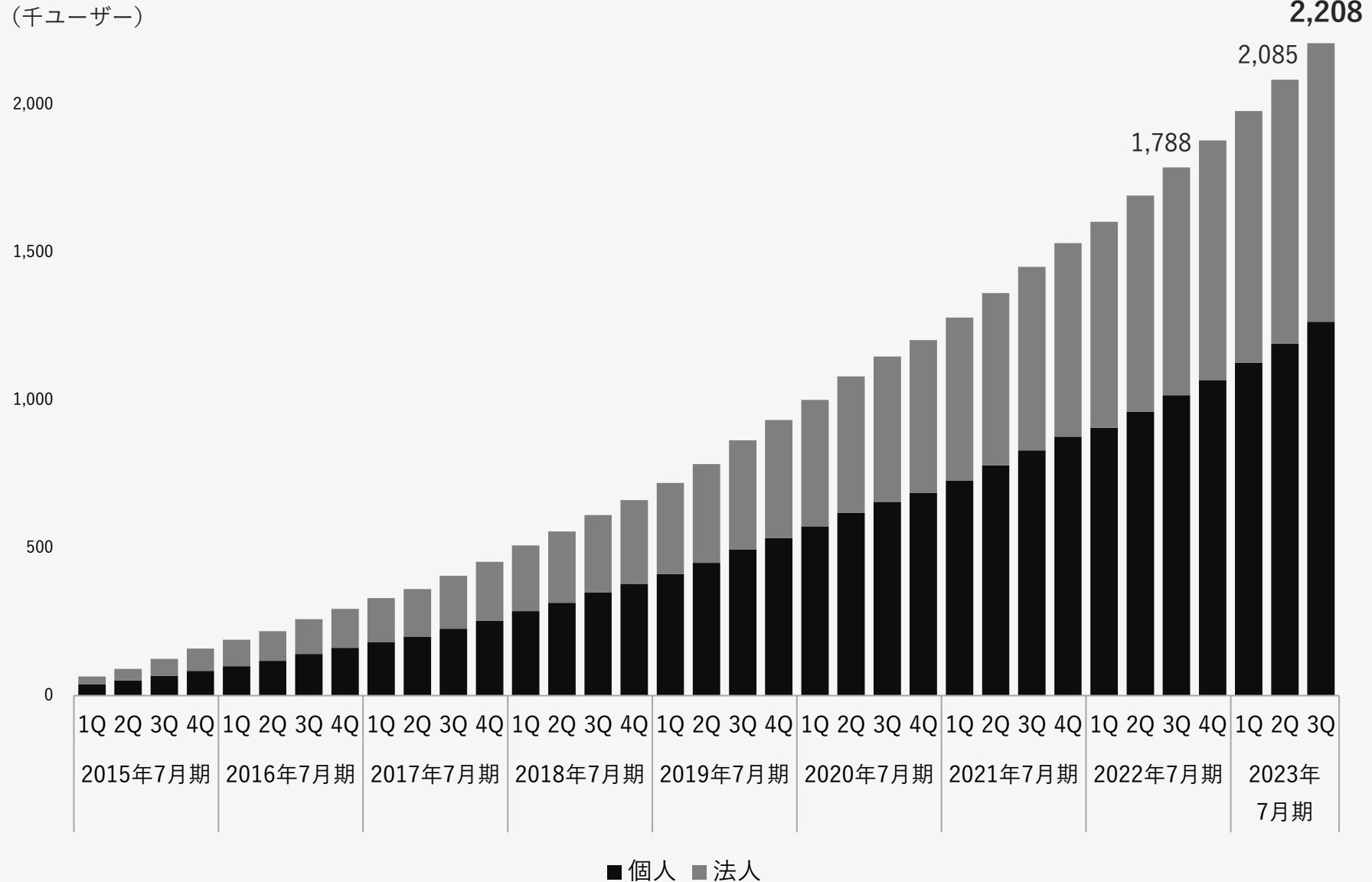


注
(1)販管費に内部取引を含む



累計登録ユーザー数⁽¹⁾ の推移

- 顧客基盤は継続的に拡大
- 3Qの累計登録ユーザー数は
2,208,913

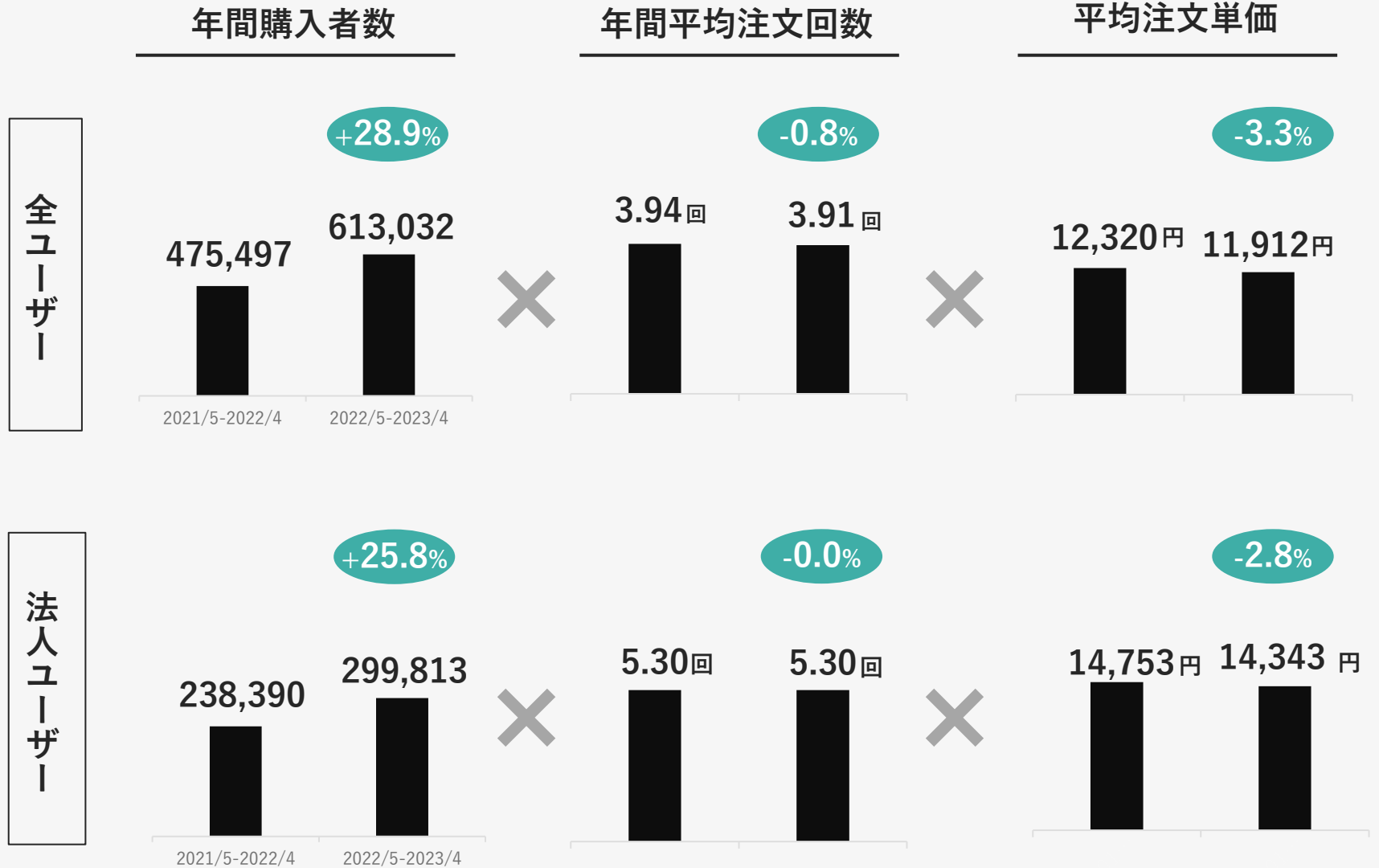


注
(1) 「raksul.com」の累計登録ユーザー数



KPIの推移(1)

- 年間購入者数は継続的に成長
- 注文回数の減少幅はQoQで改善傾向(法人ユーザーについてはYoYでフラット)
- 名刺などの単価の低い商品のユーザー拡大に伴い平均注文単価が下落。名刺を除く平均注文単価は15,550円程度(YoY-0.6%)。商品ラインナップが拡張するに伴い下落傾向は続く見込み
- ダンボールワン社の2022/5-2023/4⁽²⁾の購入者数は17.9万、ARPU(平均注文回数×平均注文単価)が3.8万円程度



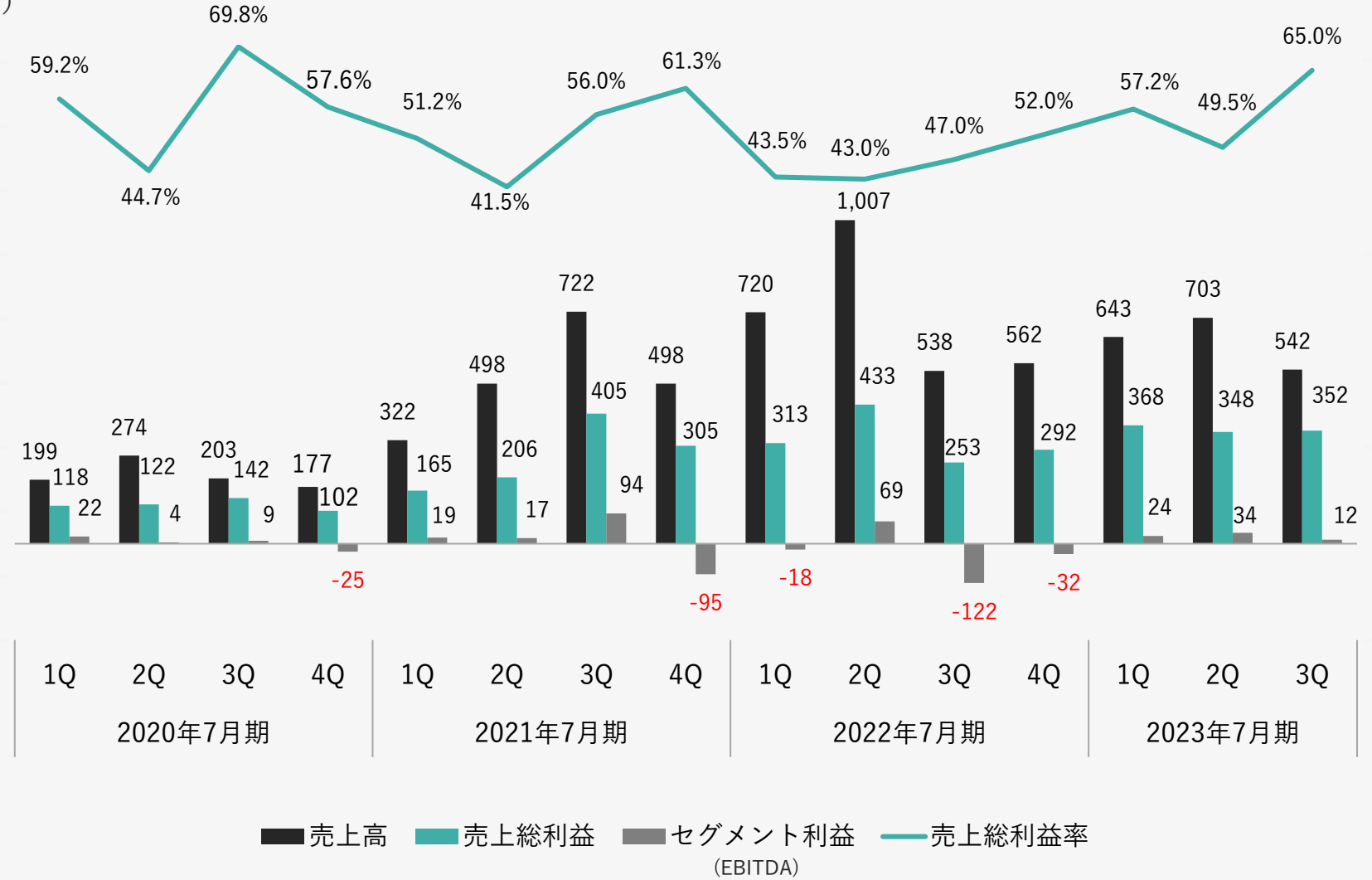
注
 (1)ダンボールワン社を除く。管理会計ベースで算出
 (2)自社ECサイト経由の取引のみ



セグメント別 売上高、売上総利益 セグメント利益⁽¹⁾

- 3Qは動画制作の需要が減少したものの、4Qは回復し四半期売上高が7億円超に成長する見通し
- 後述する大企業への顧客層シフトを背景に、売上総利益率の高い放映、SaaSの売上高が成長し、売上総利益率が上昇
- SaaS売上高が全体に占める割合は14.6%まで拡大
- 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)



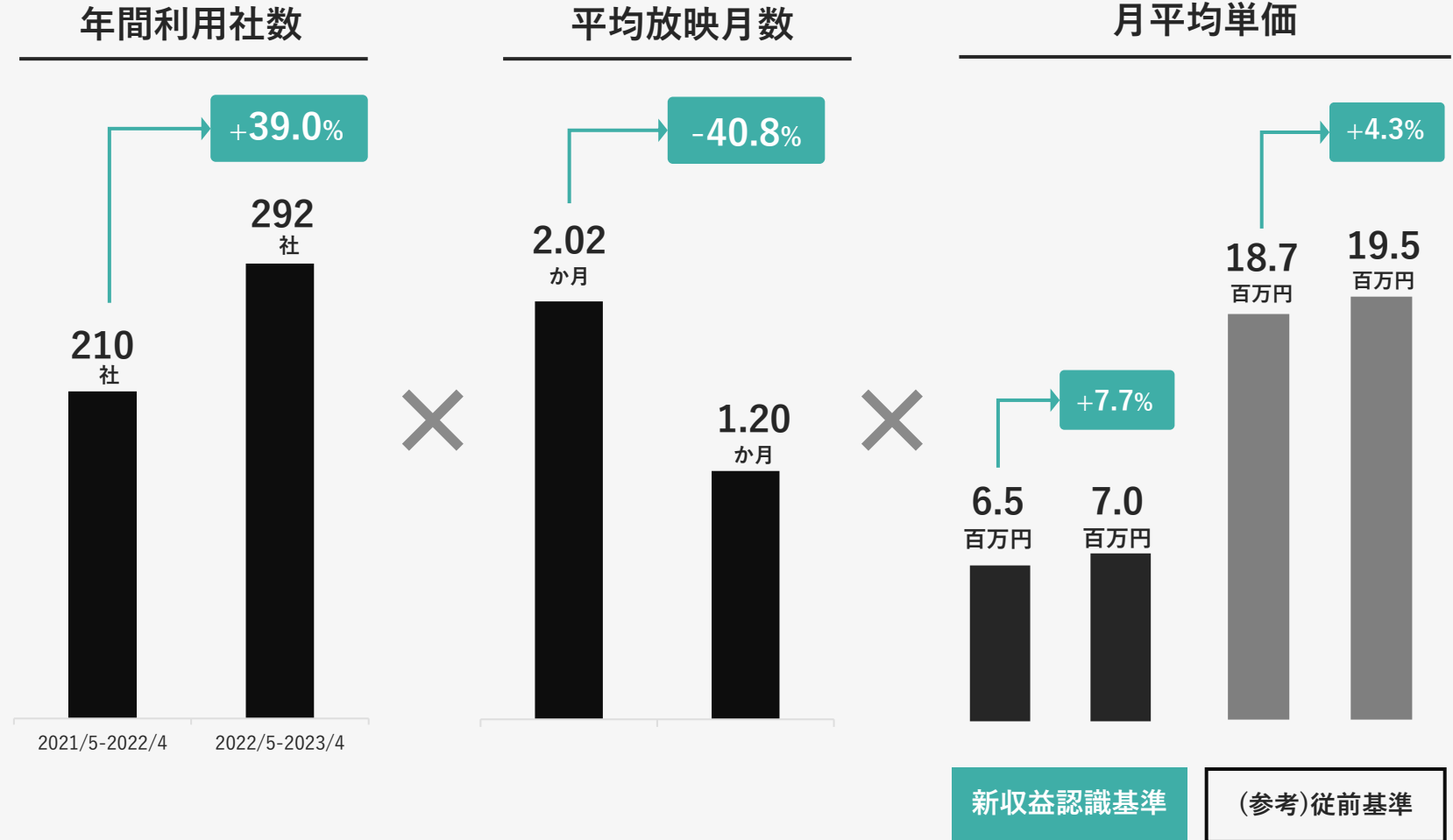
総額計上売上高	732	743	847	530	872	1,248	2,613	1,983	1,727	2,641	1,614	1,493	1,680	1,819	1,847
---------	-----	-----	-----	-----	-----	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

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

- 運用型テレビCMの特性を鑑みたKPI開示
- 新規顧客の導入利用を背景に、SaaSのみを利用している顧客の割合が足元増加傾向。結果として平均放映月数値を計算上押し下げているものの、放映利用顧客からのリピート利用の傾向は堅調
- 月平均単価がプラス成長に回復
- 2022/5-2023/4のSaaS利用社数は188社（前年同期比+22.9%）



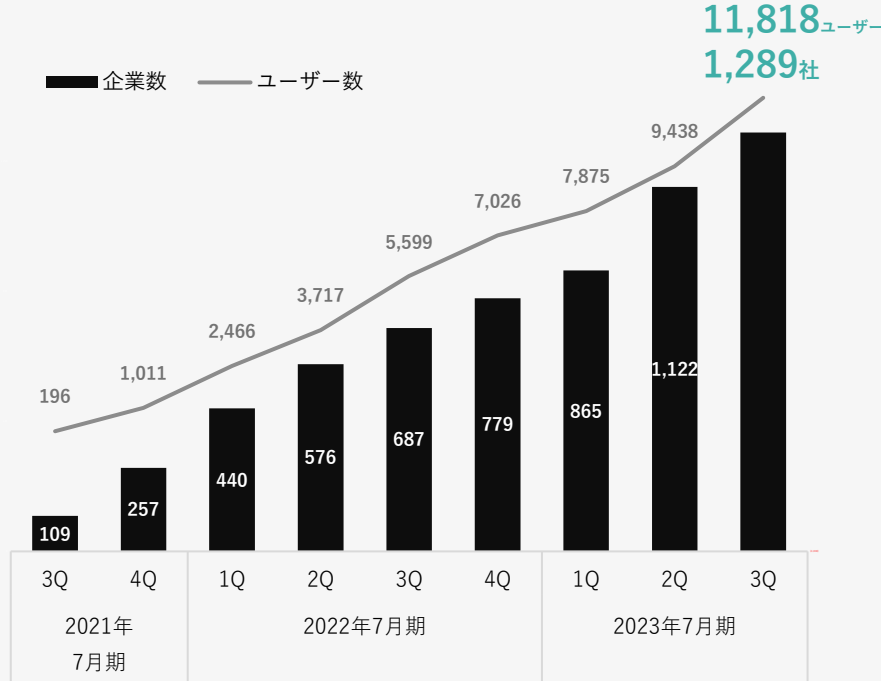


大企業セグメントの 事業拡張

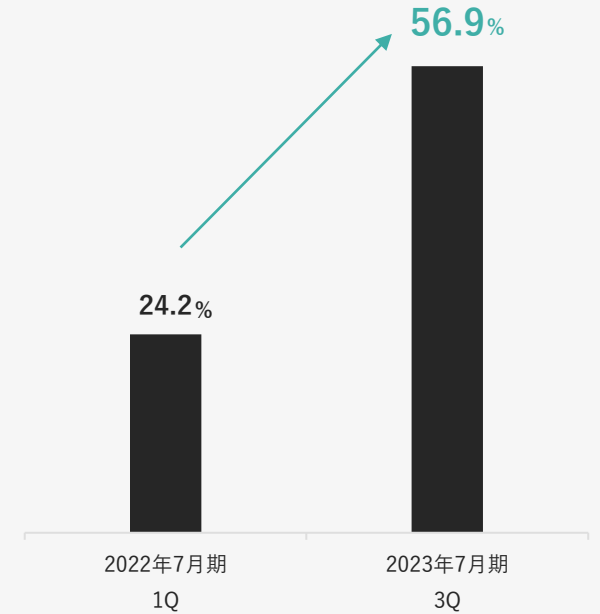
- ラクスル、ノバセルともに
大企業向け事業が拡大



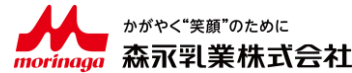
ラクスルエンタープライズの
導入企業・ユーザー数



ノバセルの売上総利益に占める
上場企業の顧客割合



クライアント例(五十音順)



クライアント例(五十音順)



三井住友海上



(参考)

KPI改善のためのドライバーと投資ポイント



ラクスル

- マーケティング施策の継続的な改善
- 事業領域、取り扱い商品の拡大

年間利用者数

- 顧客体験向上
- 継続的なCRM、クロスセルの拡大

ARPU

平均注文単価

- 大企業利用を推進するためのサービスの提供

売上総利益率

- プライシングの最適化
- サプライヤーの生産性や原価改善支援
- 資材の共同調達による原価改善






ノバセル

- マーケティングチャネルの拡大
- 外部広告代理店との協業

- クライアントと二人三脚でのマーケティング戦略の策定及び実行支援
- ノバセルアナリティクス分析内容の改善
- 取り扱い媒体の拡大・充実

- SaaS事業の拡大
- 放映金額の大きい大企業顧客の増加

グループ会社の状況

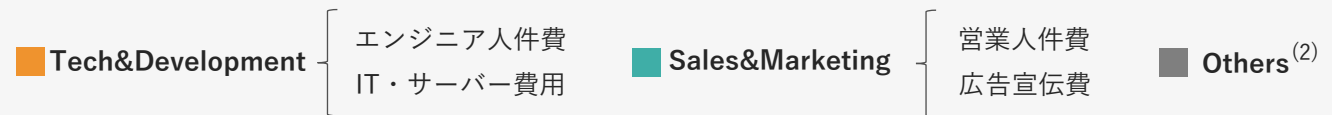
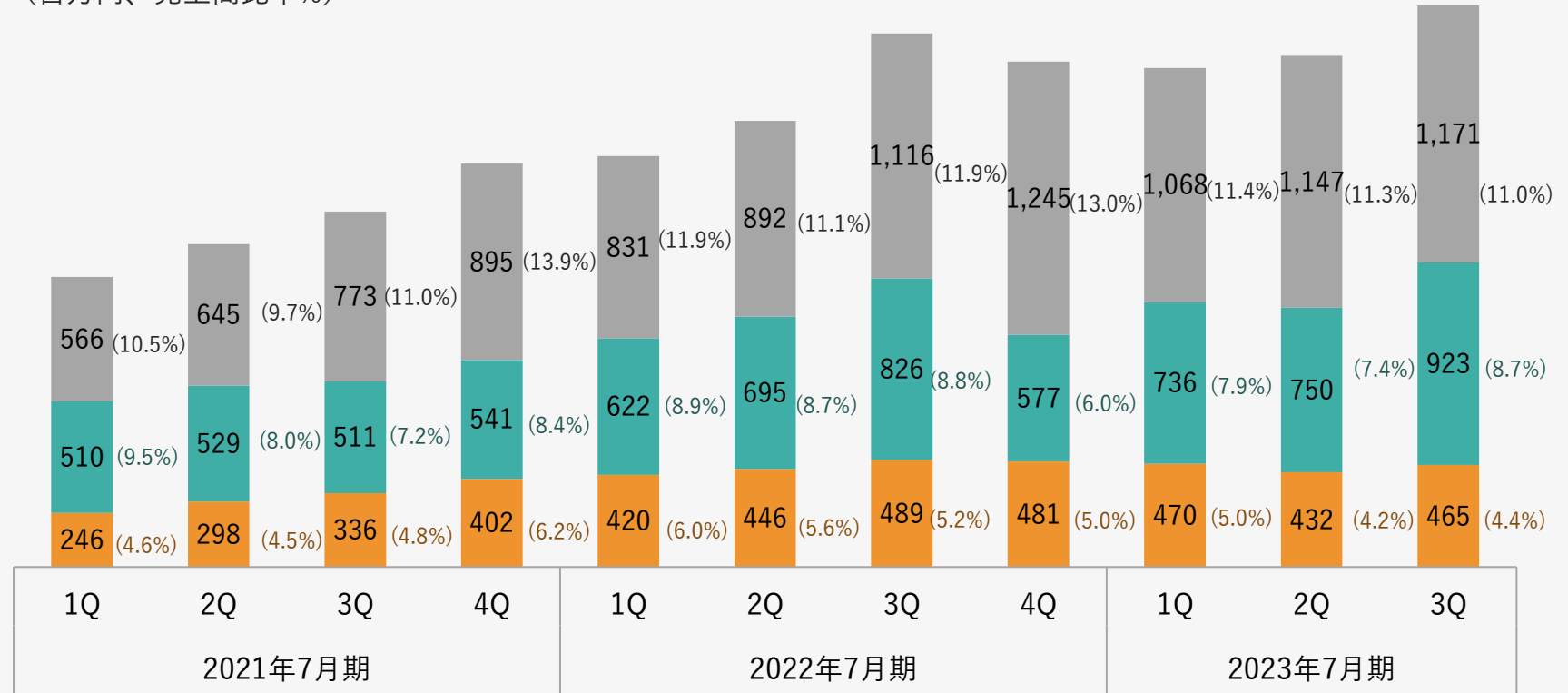
内製事業	 <p>持分法適用会社</p>	<ul style="list-style-type: none"> 2022年8月にセイノーホールディングス株式会社(「セイノーHD」)とのJV化が完了。当社の持ち分は49.9%に 四半期売上高は約12.4億円。売上高に占めるセイノーHDからの送客割合は12%程度と継続的に上昇
	 <p>将来連結可能</p>	<ul style="list-style-type: none"> 事業が順調に立ち上がり、シリーズAで44億円の資金調達を実施 国内に加え海外へのサービスローンチに向け準備中
出資	 <p>持分法適用会社 将来連結可能</p>	<ul style="list-style-type: none"> サービスの価格改定を行い、現状月次売上高が77百万円程度に拡大
	<p>ネットスクウェア</p> <p>持分法適用会社</p>	<ul style="list-style-type: none"> 協業を通してラクスルセグメントのデジタル印刷領域における効率化・自動化を推進中。売上総利益改善に今年通年で1億円程度貢献の見込み 来期初に当社事業に関連する事業資産を切り出し完全子会社化予定



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

(百万円、売上高比率%)

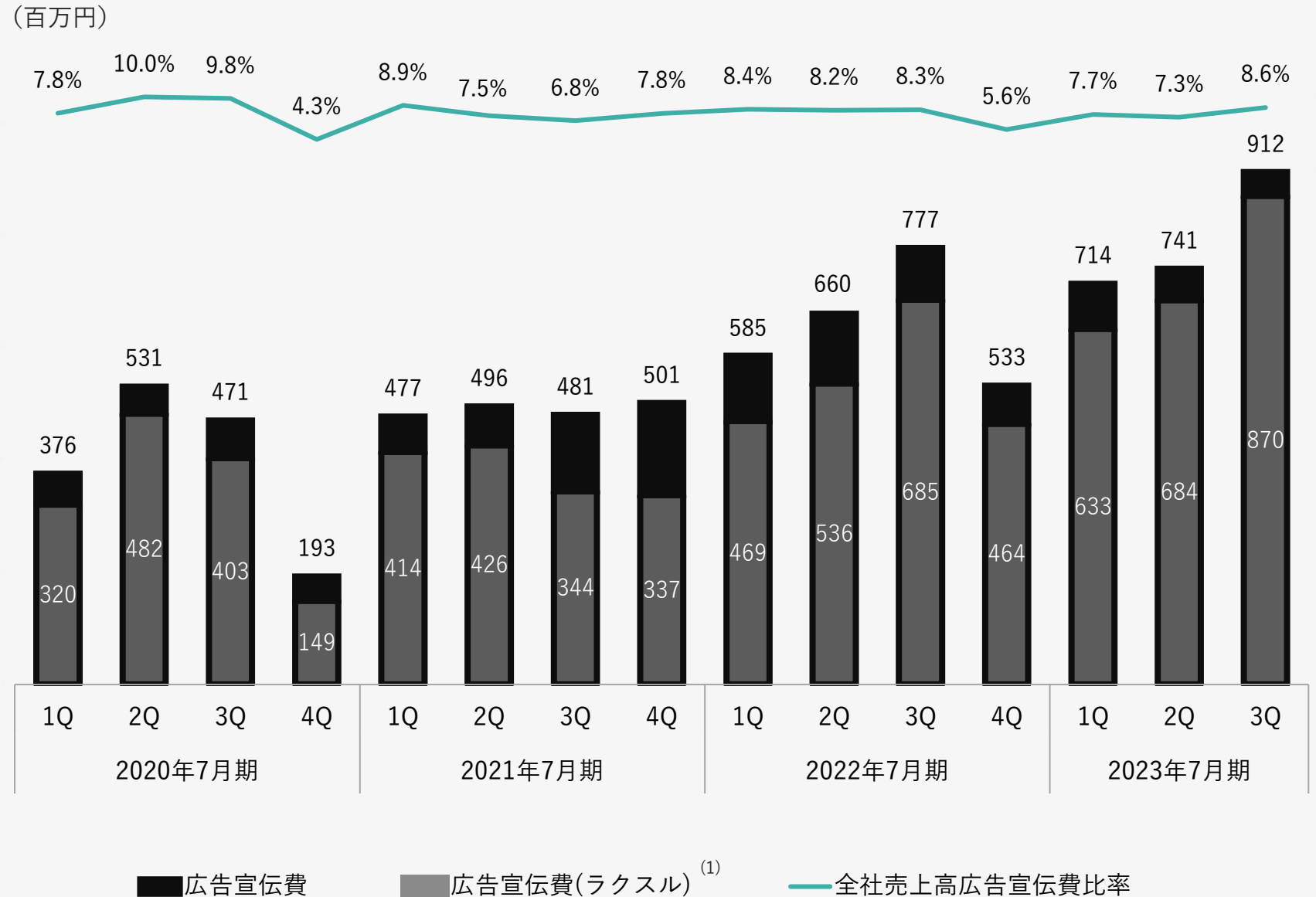


注
 (1) 株式報酬費用を含まない
 (2) のれん償却額含む。金額は「EBITDA」スライドを参照



全社広告宣伝費・ 広告宣伝費比率の推移

- ラクسلセグメントのテレビCM広告を中心とした広告宣伝投資を継続
- 4Qの広告宣伝費率は7%台後半の見込み
- 堅調なマクロ環境を背景に顧客獲得効率が良いことから、期初計画より高く、通年で7%台後半の広告宣伝費比率を予定

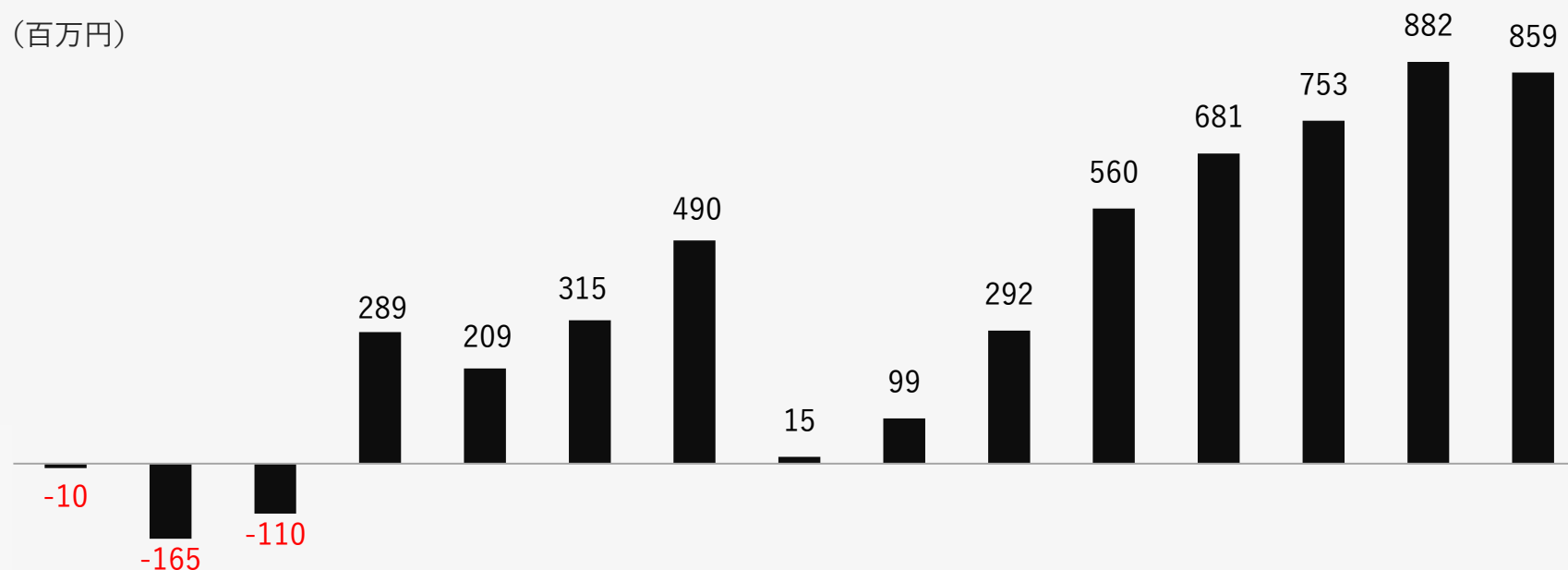


注
(1)ラクセルセグメントのみの数値を参考として掲載

EBITDAの推移

- 売上総利益の増加とコスト効率の改善により、EBITDAは引き続き高い水準を維持
- 4Qは定常収益力としてはEBITDAが8-9億円程度であるものの、来期の成長に向けた投資を実施する予定のため5億円程度になる見込み
- GAAP調整項目は株式報酬のみ、従って株式報酬を差し引いた金額がJ-GAAPのEBITDA。そこから減価償却費及びのれん償却額を差し引いた金額がJ-GAAPの営業利益

(百万円)



減価償却費及びのれん償却額

32	34	41	52	48	48	49	51	51	52	185	185	181	181	182
----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----

株式報酬費用

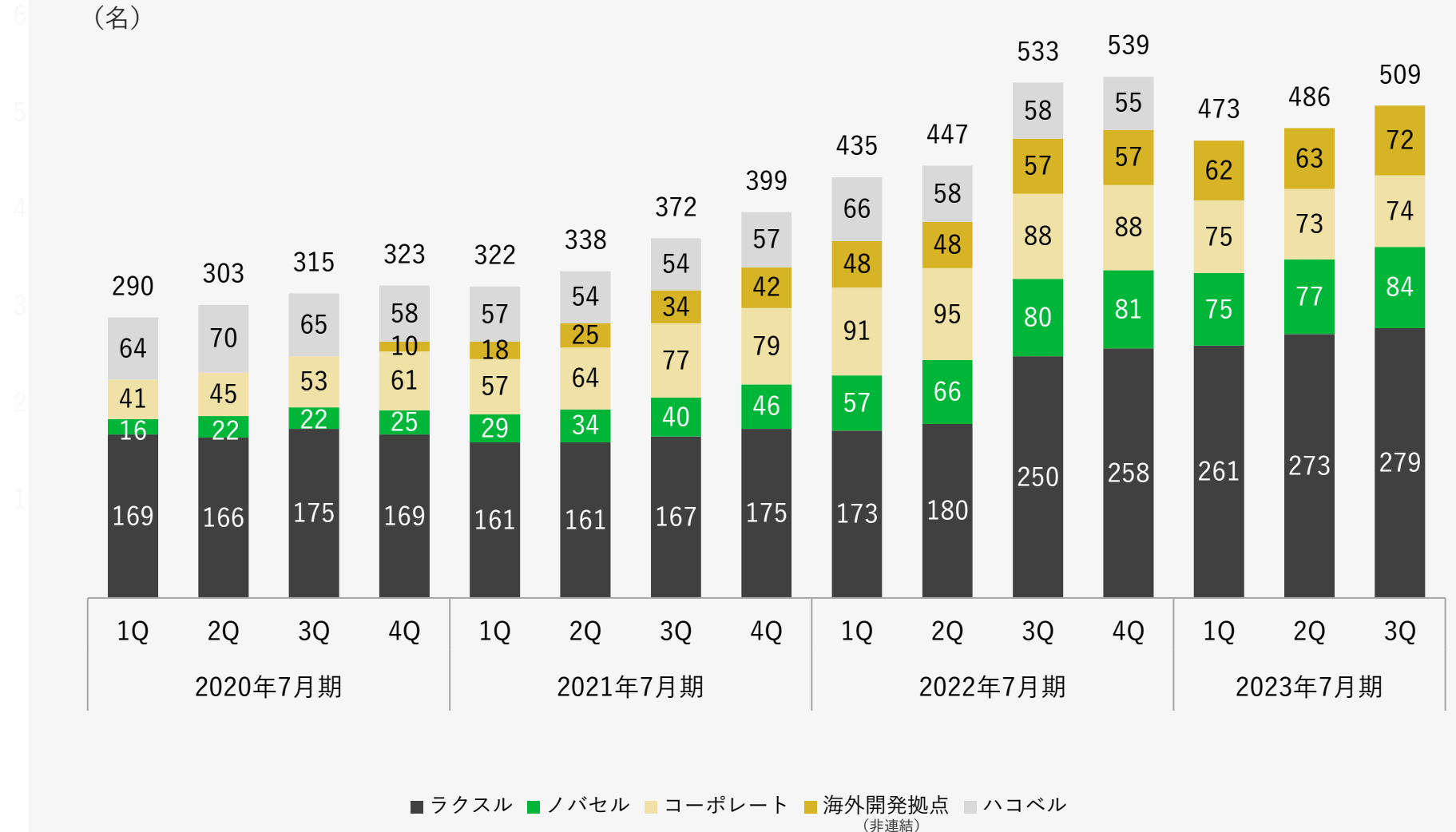
-	15	22	46	94	120	133	263	154	175	183	182	180	141	170
---	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
2020年7月期				2021年7月期				2022年7月期				2023年7月期		



従業員数⁽¹⁾の推移

- 新卒メンバーの入社に伴い、毎年3Qは人員が増加するトレンド
- 組織の生産性(一人当たり売上総利益)は改善傾向
- Quality Growthの実現に伴い、現金報酬水準を足元引き上げている



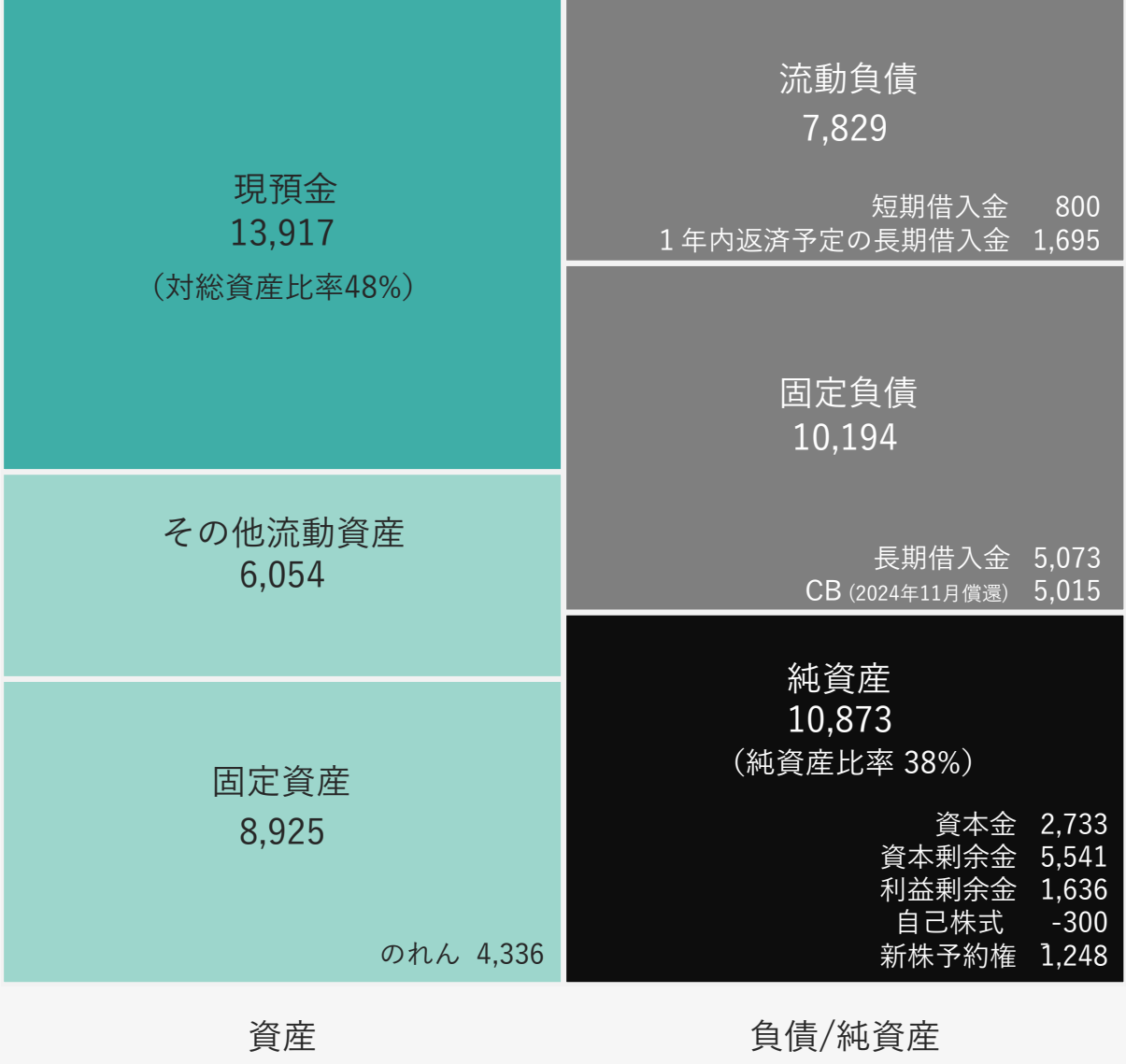
注
 (1) 正社員・契約社員・アルバイト・派遣社員のヘッドカウント。有価証券報告書等の数値とは異なる



連結BSサマリー

- 2022年7月に36億円の銀行借入(期間5-7年)を実施。約140億円の現預金を保持
- 加えて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)



3

Q&A



Q&A

質問		回答
全社	物価上昇、インバウンド再開等の外部環境の影響は？	<ul style="list-style-type: none"> ラクスルセグメントについては新型コロナウイルス環境からのリオープニングにより顧客からの需要が好調に推移。新型コロナウイルス環境以前の2-3月の繁忙期が戻ってきている 資材価格は高止まりしているものの、コスト低減やプライシングにより吸収。現在以上にコストが上がる見込みはなし ノバセルセグメントを取り巻く外部環境には現状大きな変化はない
全社	来期(2024年7月期)の業績見込みは？	<ul style="list-style-type: none"> Quality Growthのポリシーに基づき、増収増益の想定。具体金額は策定中
全社	ESG活動の進捗は？	<ul style="list-style-type: none"> 今年分の統合報告書を先月開示。今回はステークホルダーエンゲージメントとそのアウトカムや、ESGの取り組み内容（人的資本や気候変動対応等）を拡充 MSCI ESG格付けはAを維持(スコアは改善)
全社	いわゆる信託ストックオプション制度を導入しているが、会社への影響は？	<ul style="list-style-type: none"> 昨年導入した信託ストックオプションは現時点で誰にも付与しておらず、会社及び役職員への経済的影響は発生しない 現状の信託ストックオプションの枠組みをどのように扱うかは内部で協議中
ラクスル (印刷)	ダンボールワン社合併の背景は？	<ul style="list-style-type: none"> オーガニックのラクスル事業との一体運営により、ブランディングによる企業価値向上やグループ全体の管理コストの低減を図ることを目的とした経営判断 来期のコスト低減額は10百万円程度の見込み

4

參考資料





会社概要

会社名:	ラクスル株式会社	
所在地:	東京都品川区	
設立:	2009年9月	
経営陣:	松本 恭攝	代表取締役社長CEO
	永見 世央	取締役CFO / SVP of Corporate
	田部 正樹	上級執行役員 CMO/ SVP of Novasell
	福島 広造	上級執行役員 COO / SVP of Raksul
	水島 壮太	上級執行役員 CPO / SVP of Technology
	潮崎 友紀子	上級執行役員 CHRO / SVP of HR
	宮内 義彦	社外取締役
	小林 賢治	社外取締役
	村上由美子	社外取締役
	森 尚美	社外取締役 監査等委員
	琴坂 将広	社外取締役 監査等委員
	宇都宮 純子	社外取締役 監査等委員

経営陣紹介



代表取締役社長CEO
松本 恭攝

- ・慶應義塾大学商学部卒
- ・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



取締役CFO / SVP of Corporate
永見 世央

- ・慶應義塾大学総合政策学部卒
- ・米国ペンシルバニア大学ウォートン校MBA修了
- ・みずほ証券、カーライル、ディー・エヌ・エーを経て、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



上級執行役員 CMO/ SVP of Novasell
田部 正樹

- ・中央大学文学部卒業後、丸井グループ、テイクアンドグイブ・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ンな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 COO / SVP of Raksul
福島 広造

- ・慶應義塾大学理工学部卒業後、フューチャーアーキテクト、ボストン・コンサルティング・グループ（BCG）を経て、2015年7月に当社入社
- ・経営計画、生産管理や事業部支援等に携わっている



上級執行役員 CPO/SVP of Product & Technology
水島 壮太

- ・慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科卒業後、日本IBM、ディー・エヌ・エーを経て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 CHRO / SVP of HR
潮崎 友紀子

- ・津田塾大学卒、コーネル大学大学院修士課程修了（MPS & MA）
- ・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している

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
- ・1980年12月 同社 代表取締役社長・グループCEO
- ・2000年4月 同社 代表取締役会長・グループCEO
- ・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 株式会社コーポレイト 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

- ・上智大学 外国語学部卒
- ・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
- ・1989年8月 国際連合開発計画
- ・1991年1月 国際連合事務局
- ・1991年9月 国際連合カンボジア暫定統治機構
- ・1994年8月 Goldman Sachs International バイス プレジデント
- ・1997年5月 Goldman Sachs and Co. マネージングディレクター
- ・2008年4月 ゴールドマン・サックス証券株式会社 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 (経済協力開発機構) 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 有限責任あずさ監査法人) 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課程修了
- ・オックスフォード大学経営学博士課程修了
- ・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 (LL.M.) 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)

産業に深く入り込むための組織構成

- テクノロジー企業でありながら、オペレーションに深く入り込み、マーケティングによるレバレッジを最大限活用する。純粋なインターネット企業とも既存産業とも異なる競争優位性を有する



海外開発拠点の概要

- 開発体制の強化のため、2020年にベトナム、インドの2カ国に新たに開発拠点を開設

ベトナム

- 2018年よりオフショア開発を担う現地企業とともに、ラクシルセグメントの運用/サービス開発を実施
- 拠点の設立により、現地での開発メンバーの採用力を強化。ラクシルセグメントを中心にプロダクト・サービスの磨き込みを図る

<概要>

会社名：RAKSUL VIETNAM COMPANY LIMITED

所在地：ベトナム社会主義共和国 ホーチミン

設立：2020年6月

インド

- IT技術者数で世界3位⁽¹⁾となるインドのベンガルールに開発拠点を設立し、開発力を強化

<概要>

会社名：RAKSUL INDIA PRIVATE LIMITED

所在地：インド共和国 ベンガルール

設立：2020年7月



ベトナム拠点の様子

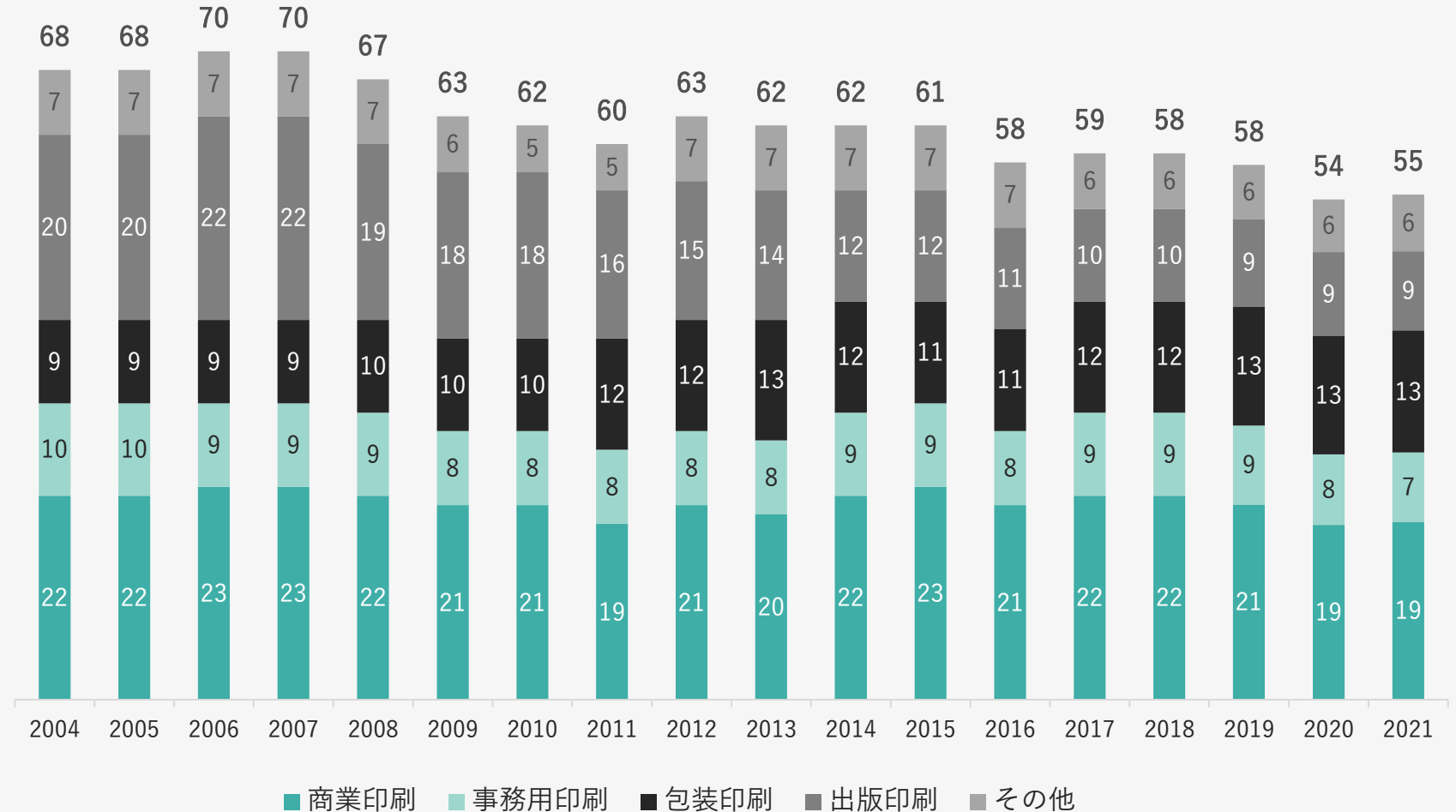
注
(1)出所：ヒューマンリソシア調査(2020年3月)



国内印刷市場推移

- 国内印刷市場は縮小傾向にあるが、その主な要因は出版印刷市場の縮小
- ラクシル対象市場である商業印刷、事務用印刷市場はほぼ横ばいで推移

(千億円)



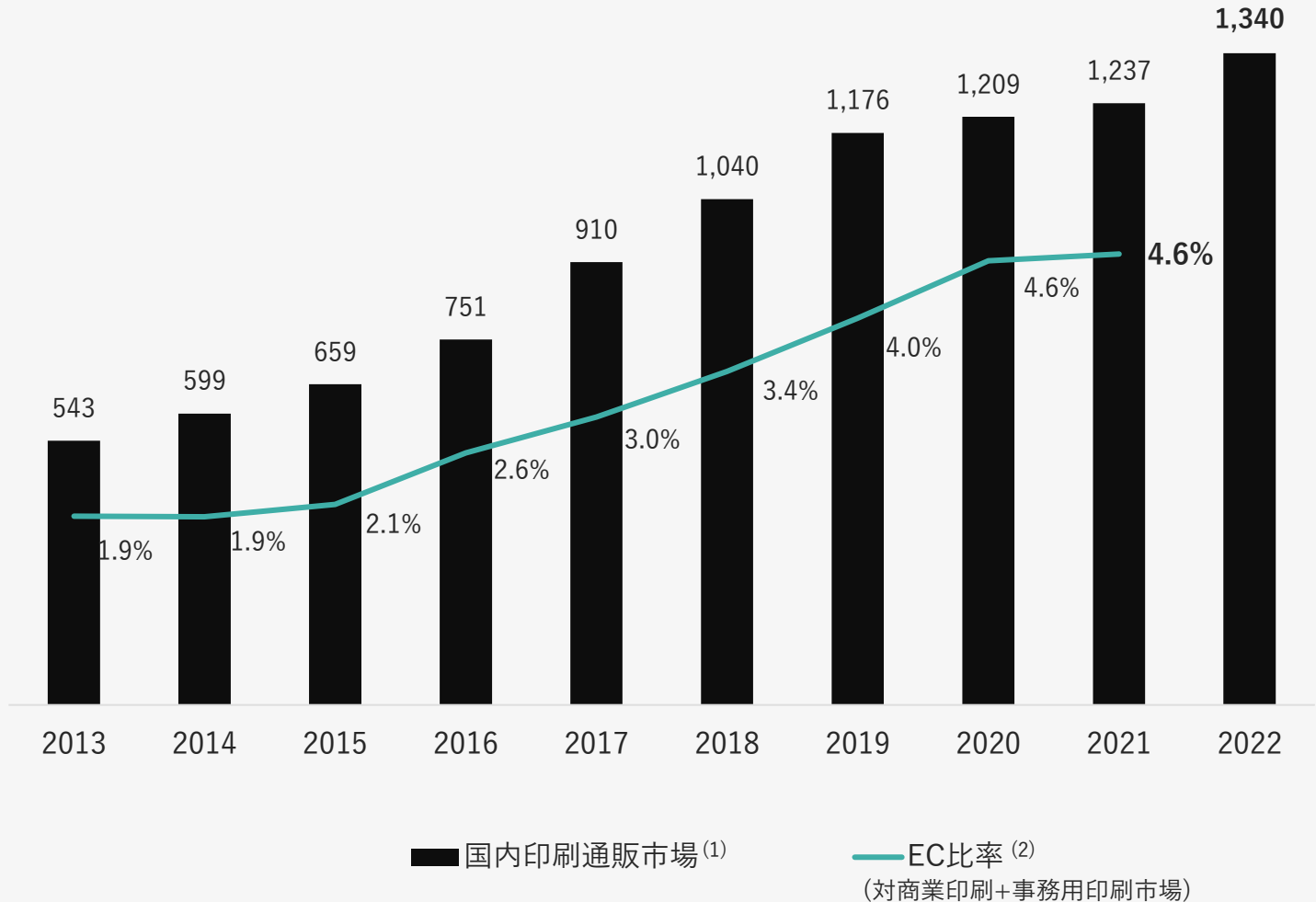
出所: 経済センサス - 活動調査の「産業別集計 (製造業・概要版)」及び「経済産業省「生産動態統計印刷」を元に当社試算



国内印刷通販市場の成長

- 国内通販印刷市場は2022年1,340億円⁽¹⁾、EC化率は2021年現在4.6%⁽²⁾まで成長

(億円)



注

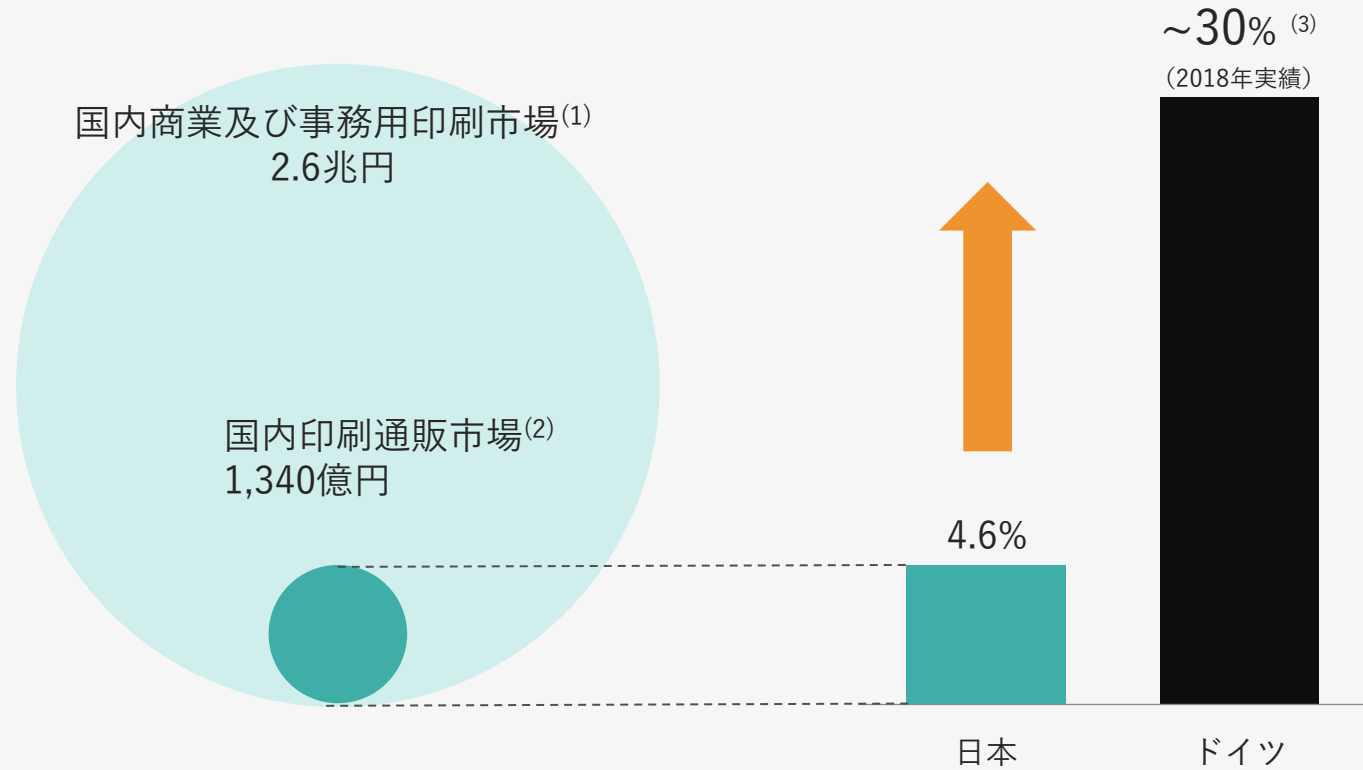
(1)株式会社矢野経済研究所「国内印刷通販市場に関する調査」2023年2月

(2)経済センサス-活動調査の「産業別集計(製造業・概要版)」及び経済産業省「生産動態統計印刷」を元に当社が試算した「商業印刷」、「事務印刷」の市場額をベースに算出



印刷EC比率上昇による市場の成長ポテンシャル

- 印刷市場は、EC化の進展により今後も拡大の余地は大きい



出所 矢野経済研究所、経済産業省

注

(1)経済センサス - 活動調査の「産業別集計（製造業・概要版）」及び経済産業省「生産動態統計印刷」を元に当社試算、事務用印刷及び商業印刷の合算

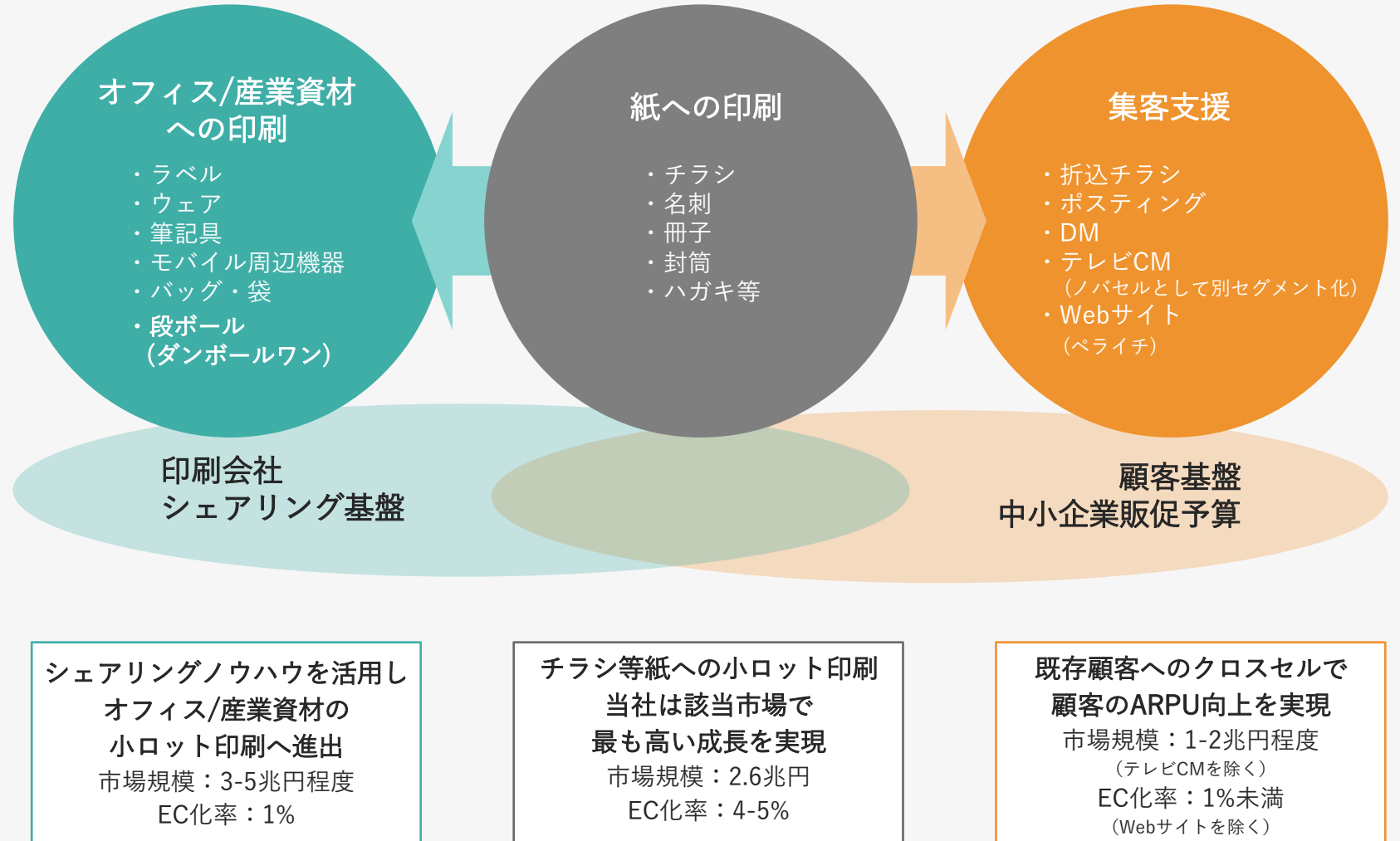
(2)株式会社矢野経済研究所「国内印刷通販市場に関する調査」2023年2月

(3)zipcon consulting（2019年）



ラクスルセグメントの市場認識と成長戦略

- チラシ印刷で成長し獲得した顧客基盤とシェアリング基盤を活用し、
 - ① 販促サービスの拡張による、既存顧客のARPU向上
 - ② オリジナル製品の追加による、顧客基盤の拡大
 の2方向の領域拡張でTAMの拡張と1顧客あたりの収益拡張を目指す
- ダンボールワンの完全子会社化は、印刷が関連する産業資材領域への拡大の重要な一手





ダンボールワン ビジョン／事業概要

- ラクスル同一の「仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる」をビジョンに掲げ、梱包材の受発注プラットフォームを運営
- 段ボール/梱包材専門通販ECサイトとして5年連続国内売上シェアNo.1

ビジョン

「仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる」



ダンボールワン

おかげさまで、**5年連続**
ダンボール・梱包材 業界

No.1

※段ボール・梱包材専門通販ECサイト 東京商工リサーチ調べ(2022年9月時点)
※売上高・受注件数・ユーザー数・レビュー数・売上高伸び率

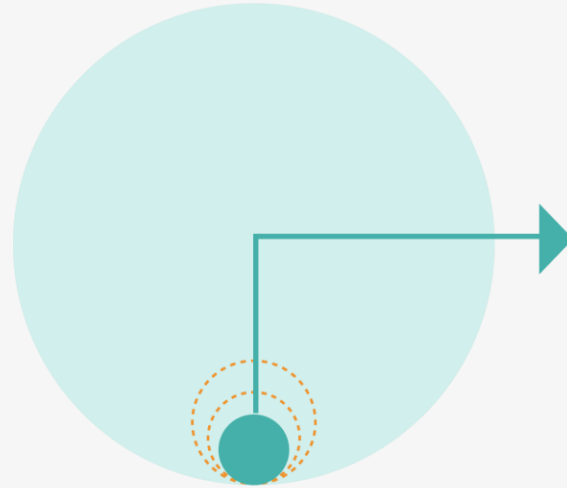
会社概要	会社名	：株式会社ダンボールワン
	事業内容	：段ボール・梱包材の受発注プラットフォーム『ダンボールワン』の運営
	代表者	：渡邊 建
	本社	：石川県金沢市



段ボールEC市場

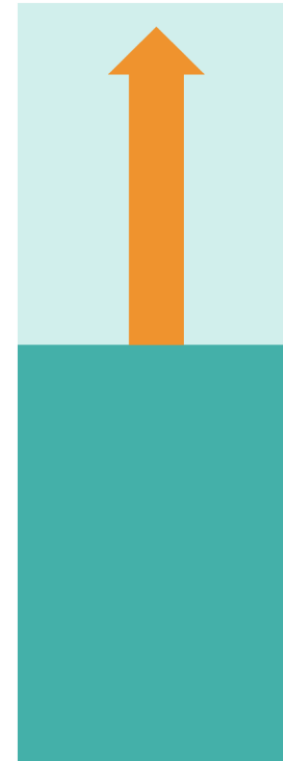
- 国内におけるEC需要伸張の恩恵を享受する市場
- 国内段ボールEC市場はCAGR30%程度で成長
- ダンボールワンは国内段ボールEC市場の中で50%超のEC売上高シェアを占める

国内段ボール市場 1.8兆円⁽¹⁾



国内段ボールEC市場 約85億円⁽²⁾

国内ダンボールEC市場シェア



ダンボールワン

50%超

注

(1) 出所：公益社団法人日本包装技術協会 2020年日本の包装産業出荷統計 板紙製品

(2) 出所：国内段ボールEC企業の財務情報をベースに当社試算(2021年)



ペライチ社概要

- ラクスルの顧客基盤を活かした販促領域への事業展開の一環
- 2022年7月期3Qより持分法適用会社としての会計処理

ペライチ

会社名	: 株式会社ペライチ
事業内容	: HP作成SaaS「ペライチ」の運営
代表者	: 安井 一浩
財務状況	: 月次売上高77百万円程度。新型コロナウイルス環境収束後も継続的に成長



サービスの特長

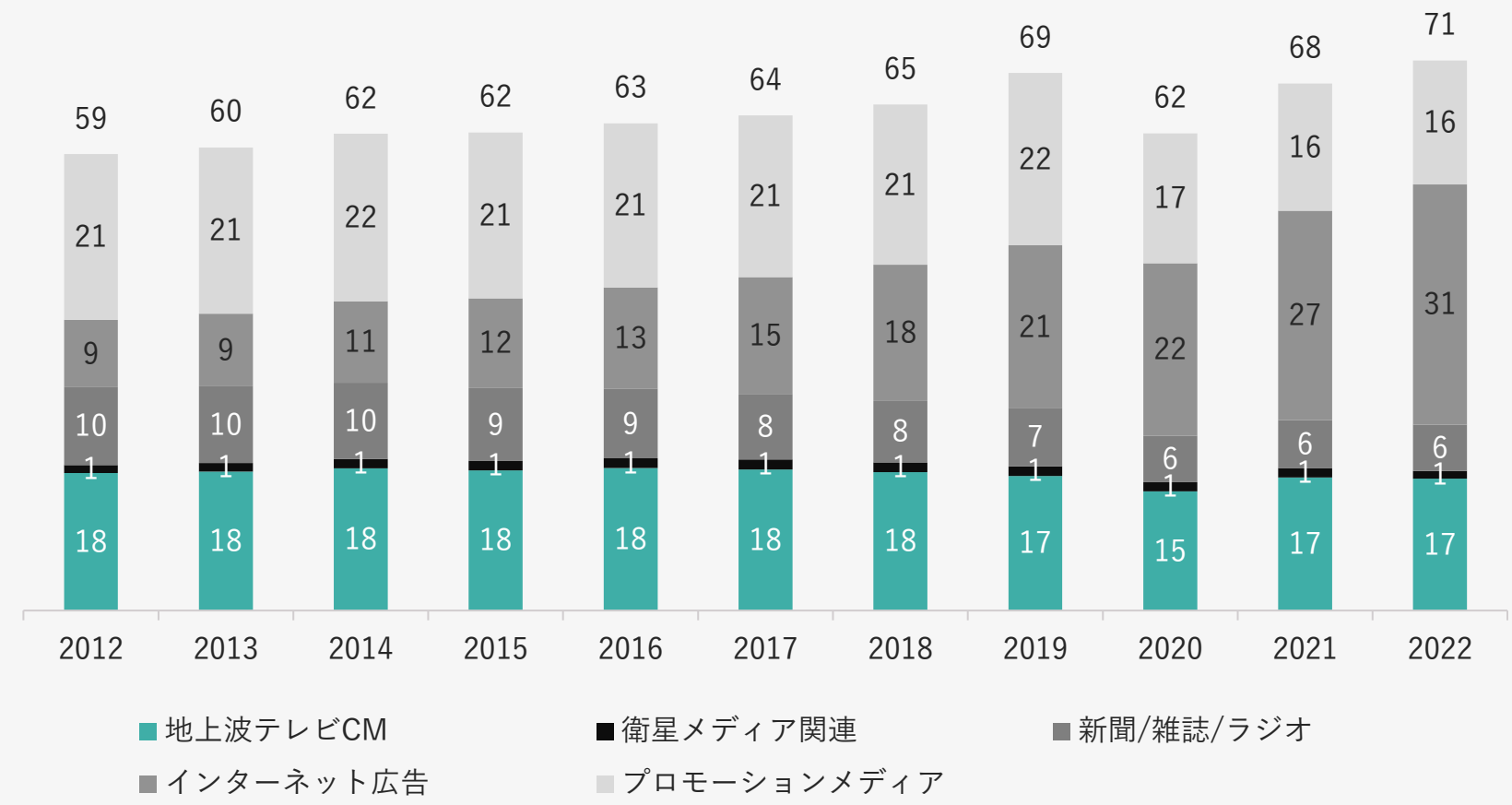
- ・ 誰でも簡単にHPを作成できるSaaSサービス
- ・ ネットショップ向けに決済機能も提供
- ・ 日本全国の多様な業種の中小企業が販促・販売目的で利用しており、印刷EC(商業印刷)との親和性が高い



国内広告市場推移

■ 2021年後半にかけてテレビメディア広告が回復、インターネット広告費の成長はさらに加速

(千億円)



出所 電通「日本の広告費」(2022年)



新収益認識基準等による 計上方法変更について

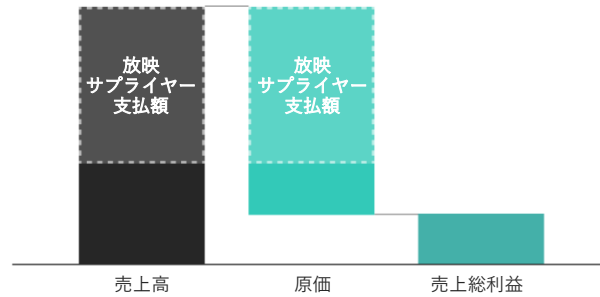
- 2022年7月期から新収益認識基準が強制適用になるため、従前の計上方法から変更を実施
- ノバセルセグメントの放映案件の売上高計上について、総額から純額での計上に変更
- ラクスル・ハコベルセグメントのクーポン発行による値引きの金額について、従前の販売管理費から「売上値引」の扱いに変更

ノバセル

ラクスル
ハコベル

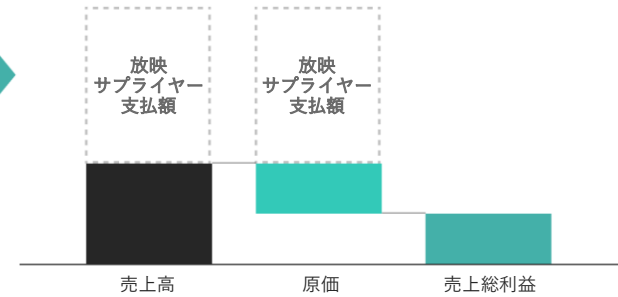
これまでの計上方法

すべての案件で
顧客から獲得する対価を売上高に計上



新収益認識基準の計上方法

放映： 顧客から獲得する対価から
サプライヤーへの支払分を除いた額
制作・SaaS： 顧客から獲得する対価(変更なし)



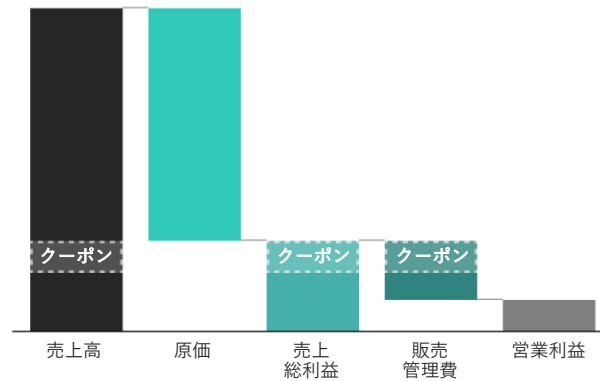
影響項目

売上高
減少

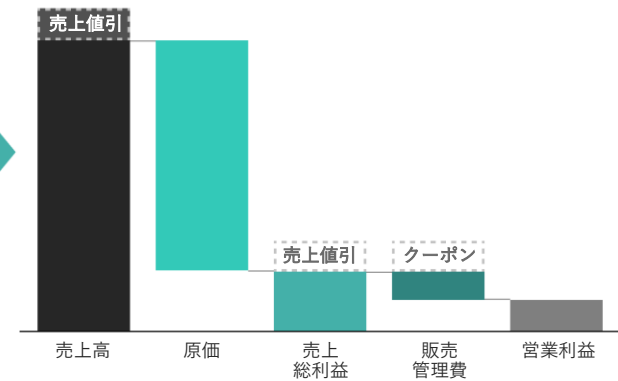
売上総利益
影響なし

営業利益
影響なし

クーポン値引きの金額を「販売管理費」に計上



クーポン値引きの金額を「売上値引」に計上



売上高
減少

売上総利益
減少

営業利益
影響なし



セグメント別財務情報 (新収益認識基準)

		2021年7月期				2022年7月期				2023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	4,430	5,073	5,605	5,144	5,461	6,092	7,894	7,877	8,540	9,316	9,919
	ノバセル	322	498	722	498	720	1,007	538	562	643	703	542
	ハコベル	553	1,004	655	723	741	835	869	1,031	-	-	-
	その他・ 内部調整	66	73	77	73	84	97	80	84	154	151	147
売上 総利益	ラクスル	1,201	1,361	1,514	1,373	1,478	1,697	2,395	2,347	2,440	2,646	2,847
	ノバセル	165	206	405	305	313	433	253	292	368	348	352
	ハコベル	91	142	112	96	97	104	131	130	-	-	-
	その他・ 内部調整	26	29	29	28	33	38	27	29	38	37	37
セグメント 利益 (EBITDA, non-GAAP)	ラクスル	453	568	767	565	583	697	1,055	1,153	1,073	1,172	1,161
	ノバセル	19	17	94	-95	-18	69	-122	-32	24	34	12
	ハコベル	-21	21	-17	-59	-68	-46	-11	-2	-	-	-
	その他・ 内部調整・ 全社費用	-242	-291	-354	-394	-396	-429	-361	-436	-345	-324	-315
セグメント 利益 (J-GAAP)	ラクスル	408	515	711	505	534	641	863	962	875	942	926
	ノバセル	16	10	85	-103	-25	63	-129	-39	17	21	-0
	ハコベル	-27	11	-28	-70	-79	-59	-25	-16	-	-	-
	その他・ 内部調整・ 全社費用	-330	-391	-462	-631	-534	-580	-517	-592	-501	-404	-419
EBITDA (non-GAAP)	全社	209	315	490	15	99	292	560	681	753	882	859



non-GAAP利益と 会計上の利益の差異

- 2020年7月期より利益の開示は、株式報酬費用を足し戻したnon-GAAPベースの開示に変更
- 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)	2023年7月期3Q (2023年2月-2023年4月)			2023年7月期3Q累計 (2022年8月-2023年4月)		
	実績 (non-GAAP)	差異 (株式報酬費用)	実績 (J-GAAP)	実績 (non-GAAP)	差異 (株式報酬費用)	実績 (J-GAAP)
売上高	10,610	-	10,610	30,120	-	30,120
売上総利益	3,237	-	3,237	9,117	-	9,117
営業利益	677	170	506	1,951	493	1,457
EBITDA	859	170	688	2,495	493	2,002
経常利益	463	179	284	1,599	523	1,076
当期純利益	277	179	98	1,948	523	1,425

貸借対照表

(百万円)	2022年7月期末	2023年7月3Q末
流動資産	19,660	19,971
現金及び預金	13,682	13,917
固定資産	8,973	8,925
資産合計	28,633	28,896
流動負債 (うち有利子負債)	7,774 (2,495)	7,829 (2,495)
固定負債 (うち有利子負債)	11,546 (11,440)	10,194 (10,088)
純資産	9,312	10,873
資本金	2,694	2,733
資本剰余金	5,501	5,541
利益剰余金	165	1,636
負債・純資産合計	28,633	28,896



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 • 当社の潜在株式比率は上場時点7.3%、2022年7月期4Q末時点4.4%であり、他の成長企業と比較して低い水準
<p>PL/CF影響</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2022年7月期は年額695百万円の株式報酬費用 • 2023年7月期は年額650-700百万円程度の株式報酬費用⁽¹⁾ • キャッシュフロー上はニュートラルのため、株式報酬影響を除いたnon-GAAPの利益を併せて開示

注
 (1) 2022年9月時点見積。株価の変動による



株式報酬及び業績目標 連動型ストックオプション の発行について

- 2022年12月に株式報酬及び業績目標連動型ストックオプション計4件を発行
- ①②は毎年発行しているインセンティブとしての株式報酬(今年度から従業員についてはRSではなく1円SOを採用)
- ③④(総称してQuality Growth Stock Option 2022)は、業績目標連動型かつ中期インセンティブとしての株式報酬。現在の役職員のみならず、今後参画する役職員への付与も想定し、信託SOを導入

名称	性質	株数 (希薄化率 ⁽¹⁾)	対象者	行使条件等
① 譲渡制限付 株式報酬 (RS)	株式報酬	11,260株 (0.04%)	取締役	3年後に一括で譲渡制限解除
② 第13回 新株予約権 (1円SO) ⁽²⁾	株式報酬	42,370株 (0.15%)	従業員	半年毎に1/6ずつ権利行使可能
③ 第14回 新株予約権 (有償SO)	業績目標連動型 (Quality Growth Stock Option 2022)	192,500株 (0.66%)	取締役 従業員	EBITDAが ³⁾ a)2023年7月期 or 2024年7月期 28億円を超過：50%行使可能 b)2024年7月期 or 2025年7月期 40億円を超過：50%行使可能
④ 第15回 新株予約権 (信託SO) ⁽³⁾	業績目標連動型 (Quality Growth Stock Option 2022)	167,500株 (0.58%)	取締役 従業員 今後の入社者	同上
合計		413,630株 (1.42%)		

注

(1) 2022年7月31日現在の当社発行済株式総数29,080,100株(議決権数29,801株)を分母とする希薄化率

(2) 2022年11月17日開示の「株式報酬型ストック・オプション(第13回新株予約権)の発行に関するお知らせ」に記載の新株予約権

(3) 2022年11月17日開示の「第三者割当による第15回新株予約権及び時価発行新株予約権信託の導入に関するお知らせ」に記載の新株予約権



Quality Growthに基づく インセンティブ設計

- 2022年12月に業績目標連動型ストックオプション(総称してQuality Growth Stock Option 2022)を発行
- 2020年7月発行の有償SOの行使条件である売上総利益は大幅に達成。今回の設計では、成長を継続しながら利益創出を意識し、EBITDAを行使条件とした
- 本ストックオプションによる潜在的な希薄化率は1.24%

目的

業績拡大及び企業価値の増大を目指すに当たり
当社役職員の一体感と結束力をさらに高め、より一層意欲及び士気の向上を図る

行使条件

2020年7月発行
第12回新株予約権
(有償SO)

売上総利益

2022年7月期~2024年7月期

77億円

達成

2022年7月期実績
98億円

2022年12月発行
Quality Growth Stock Option 2022
(有償SO/信託SO)

EBITDA

a)2023年7月期 or 2024年7月期

28億円 (50%行使可能)

b)2024年7月期 or 2025年7月期

40億円 (50%行使可能)

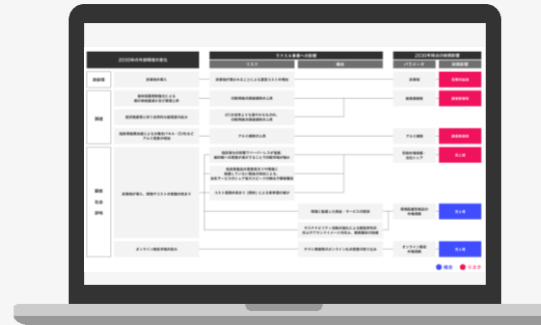
RAKSUL

外部からのESG評価 / ESG開示の強化

- 2022年9月にMSCI⁽¹⁾ ESG 格付けの「A」を獲得。2023年5月時点でスコアは改善し、格付けは「A」を維持。
- 2023年5月に開示した統合報告書「ラクスル価値創造レポート2023」において、ESG関連の取り組み内容の開示を拡充
- 2021年4月にTCFD⁽²⁾による提言への賛同を表明するとともに、TCFDコンソーシアムに加入。TCFDが提言する情報開示フレームワークを活用の上分析したシナリオを開示済み



As of 2023, RAKSUL INC. received an MSCI ESG Rating of A.



[https://corp.raksul.com/esg/environment/tcfd/](https://corp.raksul.com/esg/environment/tcf/)

注

(1) MSCIとは：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している。MSCI ホームページ <https://www.msci.com/>
 (2)TCFDとは：世界主要国・地域の中央銀行、金融監督当局などの代表が参加する金融安定理事会（FSB）により設置されたタスクフォース。気候変動に関する情報開示を行う企業への支援や、低炭素社会へのスムーズな移行によって金融市場の安定化を図ることを目的とした、国際的なイニシアティブ。

* 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

P6、P7

間接費	全東証上場銘柄（ETF/REIT/出資証券除く）の販売費・一般管理費合計を元に推計	
ラクスル	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
	ノベルティ	矢野経済研究所 ギフト市場白書 2020の『法人ギフト市場』をベースに試算
	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「日本の広告費」(2020年)
ハコベル	トラック物流	全日本トラック協会「日本のトラック輸送産業 現状と課題2018」を元に当社推定
ノバセル	テレビCM	電通「日本の広告費」(2019年)
	タクシー広告	交通デジタルサイネージ市場の一部のため、金額としては足し上げせず
ジョーシス	国内IT市場出荷額予測におけるデバイス合計金額	IDC Japan「国内IT市場 産業分野別/従業員規模別/年商規模別予測、2021年～2025年：2021年3月末時点のCOVID-19による影響を考慮」
	業種汎用型SaaS	富士キメラ総研「2021 クラウドコンピューティングの現状と将来展望<市場編>」2021年3月
ダンボールワン	パッケージ	公益社団法人日本包装技術協会 2020年日本の包装産業出荷統計 紙・板紙製品
ペライチ	HP制作	ミック経済研究所 Webインテグレーション&ネット広告プラットフォーム市場の現状と展望 2017年版+CMS事業者の売上規模より推定

P7

国内従業者数	2019年版 小規模企業白書、中小企業統計データ（都道府県・大都市別企業数、常用雇用者数、従業者数（民営、非一次産業、2016年））より試算
法人数	2019年版 小規模企業白書、2020年版 中小企業白書



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
IR情報 : <https://corp.raksul.com/ir/>