

2026年 3 月期 第 1 四半期決算説明資料

2025年8月8日

Lexus

01. | 決算概要（2026年3月期第1四半期）

02. | トピックス

03. | 2026年3月期 業績予想



01.決算概要（2026年3月期第1四半期）

ハイライト

【2026年3月期 第1四半期※1実績】

売上高 : **5.6**億円 （前第1四半期：6.4億円） YoY **87.0%**

営業利益 : **0.4**億円 （前第1四半期：1.8億円） YoY **24.6%**

（要因）サブスク契約の苦戦

【KPI】

契約数 : **17,048**件（ダブルプラン込み）

顧客別単価 : **9,039**円 対前第1四半期+**0.5%** 前第1四半期平均単価 8,997円

【第1四半期トピックス】

- ・ 動画広告やYouTuber活用の施策（6月から開始）
- ・ 交通広告のタクシー広告（5月から開始）：実施エリアでの新規に一定の効果があり、エリア拡大へ
⇒先行して広告費投下しており、契約数純減傾向から、例年は閑散期シーズンの7月は純増に転換
- ・ ShaaS※2をはじめとした企業連携の取り組みを推進、本日4件リリース
- ・ 2026年3月期は、バッグ販売は個数は追わず個当たり利益の改善を推進（ラクサス表参道店OPEN）

※1：2025年3月期第1四半期・2026年3月期第1四半期ともに単体決算による ※2：Sharing as a Serviceの略で当社が持つシェアリングサービス機能を外部にOEM提供するサービス

2026年3月期 第1四半期 決算概要

サブスク契約の苦戦により減収減益

(単位：百万円)	2025年3月期 第1四半期※1	2026年3月期 第1四半期※1	増減額	前年比
売上高	649	565	a ▲84	87.0%
売上総利益	512	420	b ▲92	82.0%
売上総利益率	78.9%	74.3%		
販売費及び一般管理費	323	373	c +50	115.6%
販売費一般管理費率	20.7%	23.0%		
営業利益	189	46	d ▲142	24.6%
営業利益率	29.1%	8.2%		
四半期純利益	169	39	e ▲129	23.5%
四半期期純利益率	26.1%	7.0%		

- a 売上高 対前第1四半期でサブスク契約の苦戦
- b 売上総利益 対前第1四半期でサブスク売上減が主要因
- c 販管費一般管理費 詳細ページ（P6）を参照
- d 営業利益 売上の減少と販売費及び一般管理費の増加が要因
- e 四半期純利益 営業利益の減少及び法人税等調整額の減少等が主要因

※1： 2025年3月期第1四半期・2026年3月期第1四半期ともに単体決算による

販管費サマリー（2026年3月期第1四半期）

広告宣伝費は、新たに交通系広告や動画広告等に取り組んだこと等が要因で27百万円増加
販売手数料は、BtoB/toCのバッグ販売ルートの見直し等が要因で3百万円減少
その他経費は、上場に伴う株主総会関連費用の増加等が要因で31百万円増加

（単位：百万円）		2025年3月期 第1四半期※1	2026年3月期 第1四半期※1	増減額	前年比
人件費		108	108	0	100.1%
	売上比	16.7%	19.3%		
広告宣伝費		81	109	+27	133.9%
	売上比	12.6%	19.4%		
荷造運賃※2		33	28	▲5	84.3%
	売上比	5.2%	5.1%		
販売手数料		29	26	▲3	88.4%
	売上比	4.5%	4.6%		
その他経費		69	100	+31	145.2%
	売上比	10.7%	17.8%		
販売費及び一般管理費 計		323	373	+50	115.6%
	売上比	49.7%	66.1%		

→ 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。

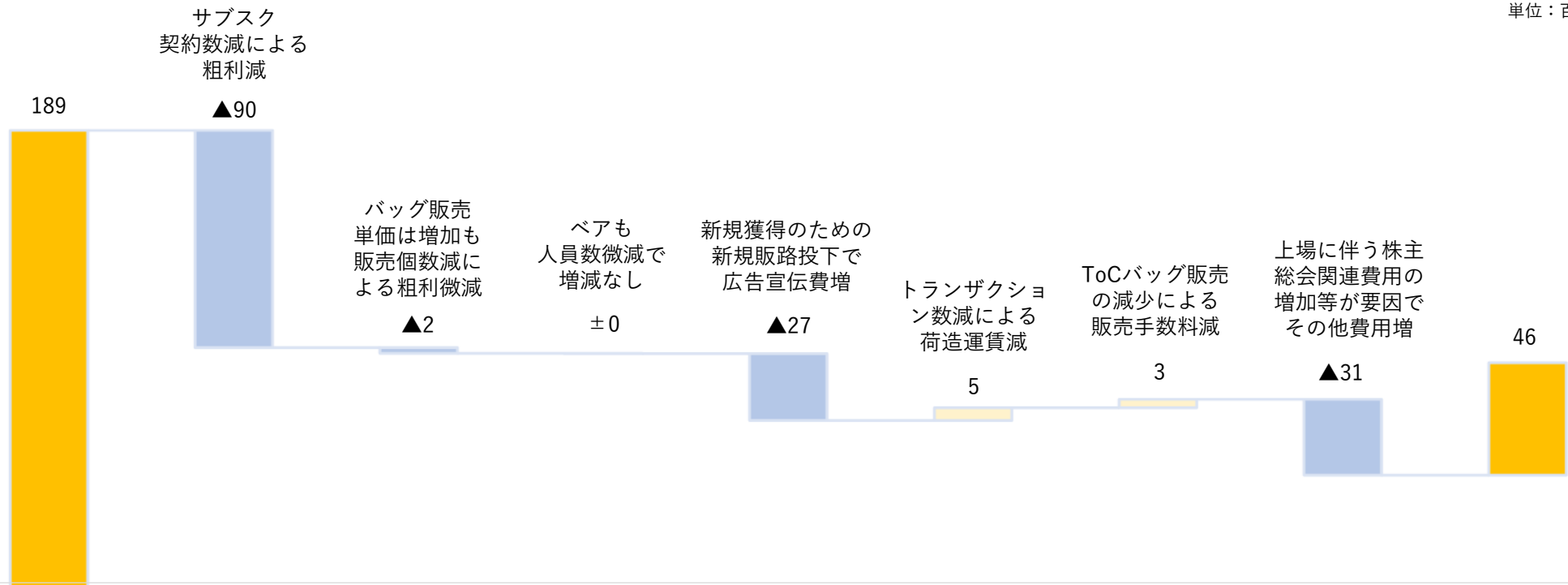
※1：2025年3月期第1四半期・2026年3月期第1四半期ともに単体決算による ※2：荷造運賃は販売梱包費も含む

営業利益の増減要因

売上総利益は、サブスクの粗利減により▲92百万円の減収。加えて、新規獲得に伴う広告宣伝費と上場に伴うコスト等の増加が要因となり、営業利益は▲142百万円の減収

2026年3月期 第1四半期 営業利益増減要因

単位：百万円

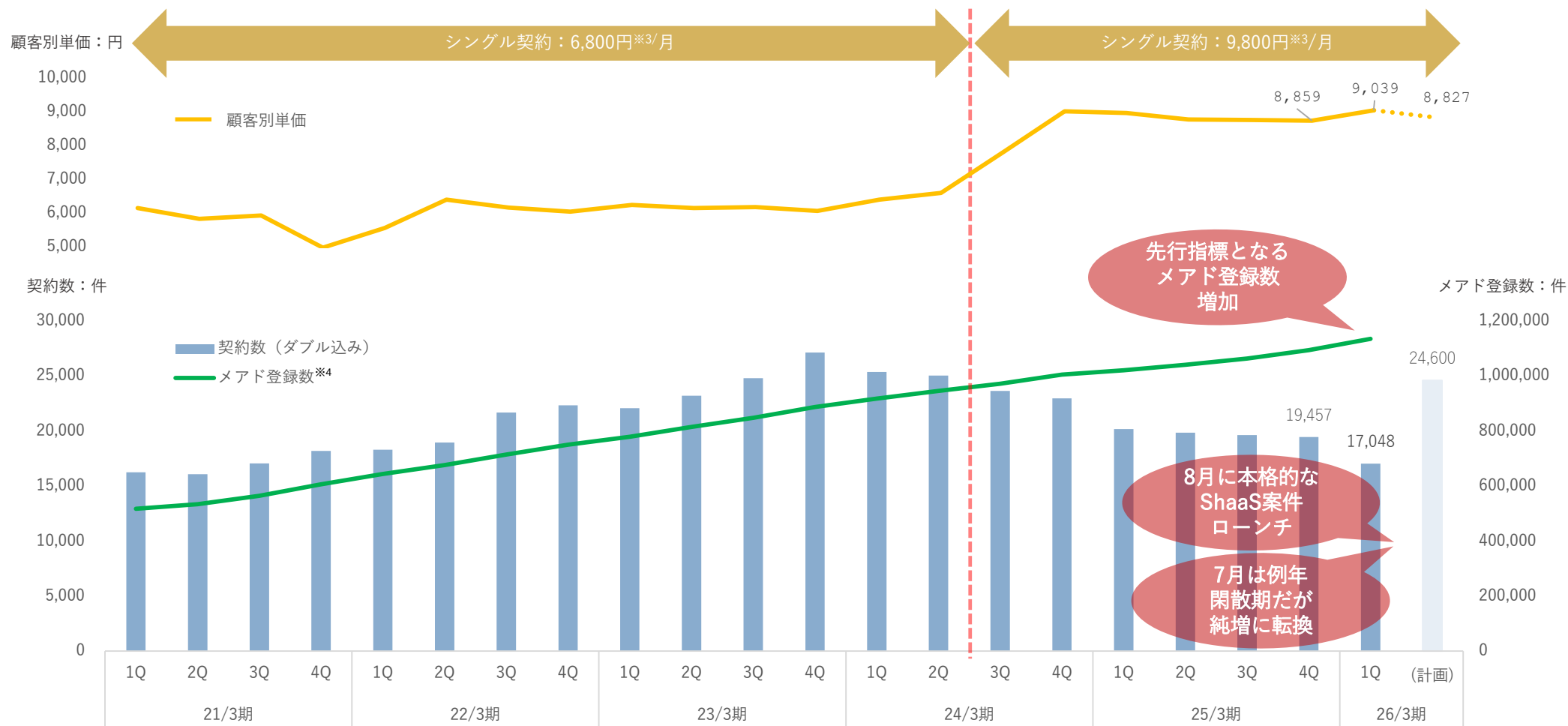
2025年3月期
第1四半期 営業利益

営業利益 ▲142百万円

2026年3月期
第1四半期 営業利益

重要経営指標の推移

顧客別単価は、第1四半期平均単価9,039円と対前年同期比で0.5%増加。契約数※1は、例年上半期は減少傾向も、2025年7月は純増に転換しており、8月に本格的なShaaS※2案件もローンチ



※1：シングル契約数+ダブル契約数の合計 ※2：Sharing as a Serviceの略で当社が持つシェアリングサービス機能を外部にOEM提供するサービス ※3：税別 ※4：メアド登録数は累計数値

成長に向けた取り組み

新規販路を含めて広告宣伝費（前年同期比約34%増）を増加させ、
第2四半期に向けて、成功した施策の拡大と修正を進めている

動画広告の販路拡大



- Tver（首都圏）：4月末開始
- ABEMA（首都圏）：5月開始
- ⇒ 動画の質に課題もあり、第2四半期に向けて修正を進めている
- YouTuber企画：6-7月実施
- ⇒ 効果検証中

交通広告の販路拡大



- タクシー広告：5月開始
- ⇒ 実施した東京・大阪・名古屋で新規（コンバージョンレート）向上の効果が
あり、第2四半期拡大へ
- 電車つり革広告（大阪）：6月開始
- ⇒ 効果検証中

契約までの転換率改善

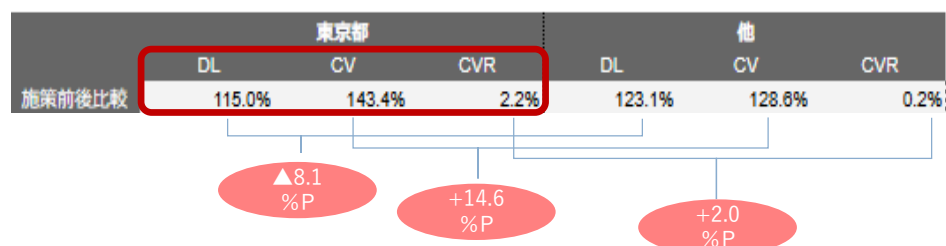


- 契約までの転換率改善策
 - ・ LP変更：4月開始
 - ・ 比較広告：5月開始
 - ・ アンケート型LP：7月開始予定
- ⇒ 6月はダウンロード数対前年約1.5倍
メールアドレス登録数対前年約2倍
へ増加

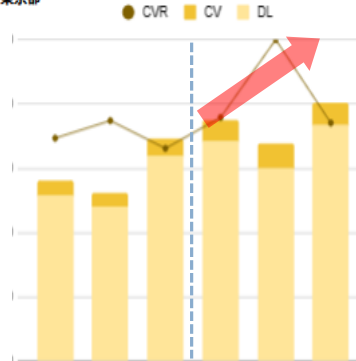
新規改善のための取り組み タクシー広告

実施した東京・大阪・名古屋でCVRに一定の効果があると判断できる結果、そのため
9月へ向けて、エリア拡大・動画の質改善を進めていく

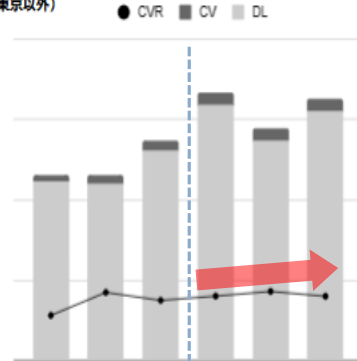
東京実施 前後3週間 伸び率比較



東京都

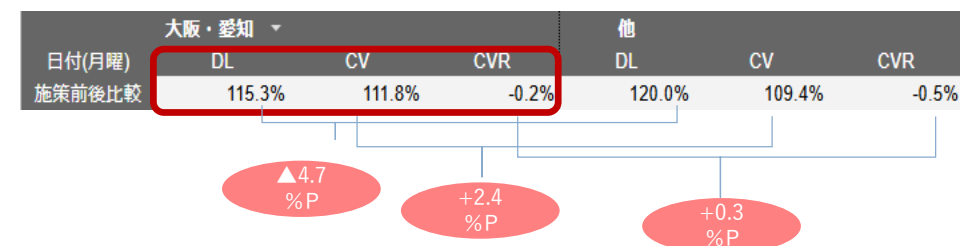


他（東京以外）

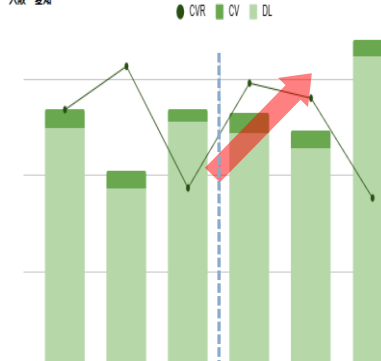


- ・ CVの伸び率は、他エリアより+14.6%P伸長
- ・ CVRの伸びは、+2.2%Pと他エリア比較で+2.0%Pと一定の効果
- ・ 一方で他の施策も重なって実施しているため、再度他のエリアで検証

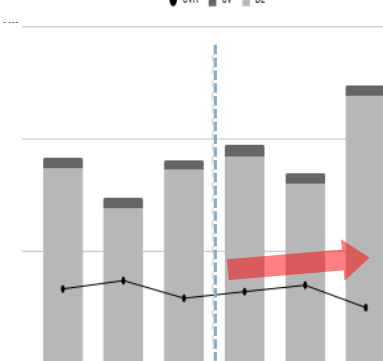
名古屋・大阪実施 前後3週間 伸び率比較



大阪・愛知



他大阪・愛知以外



- ・ 東京同様に他エリアより、CVが+2.4%P・CVRが+0.3%P伸長
- *3週目はMeta増枠によりDL大きく伸長が要因も、1-2週目のCVは効果○
- *9月へ向けて、エリア拡大・動画の質改善・放映順番を前へ変更

新規改善のための取り組み コンバージョンレート改善

バッグ表示のパーソナライズ化や検索機能の進化を図ることで
お気に入りのバッグに出会いやすくなり、コンバージョンレート改善に繋げる活動を推進中

TOPページバッグのパーソナライズ

検索タグのAI生成による回遊の強化

フリック機能による新着バッグのチェック

■_登録時アンケート

18:03 未 登録時アンケート

18:04 未 ラクサス

18:03 未 ブランド登録

バッグを選ぶとき、まず重視するのは？
A. どんな服にも合うかどうか（合わせやすさ）
B. 機能性・収納力

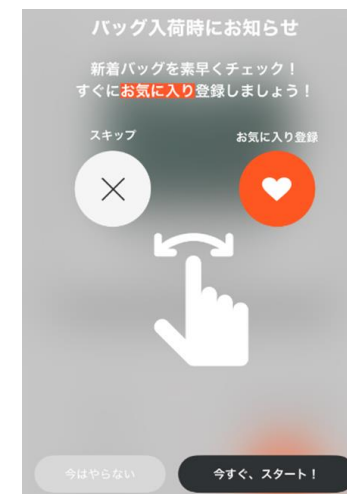
自分はどういう人？
A. フェミニン、キュート、ガーリー
B. クール、カジュアル、スポーティ

言はわりと太め

YES NO

自分はどういう人？
A. フェミニン、キュート、ガーリー
B. クール、カジュアル、スポーティ

YES NO



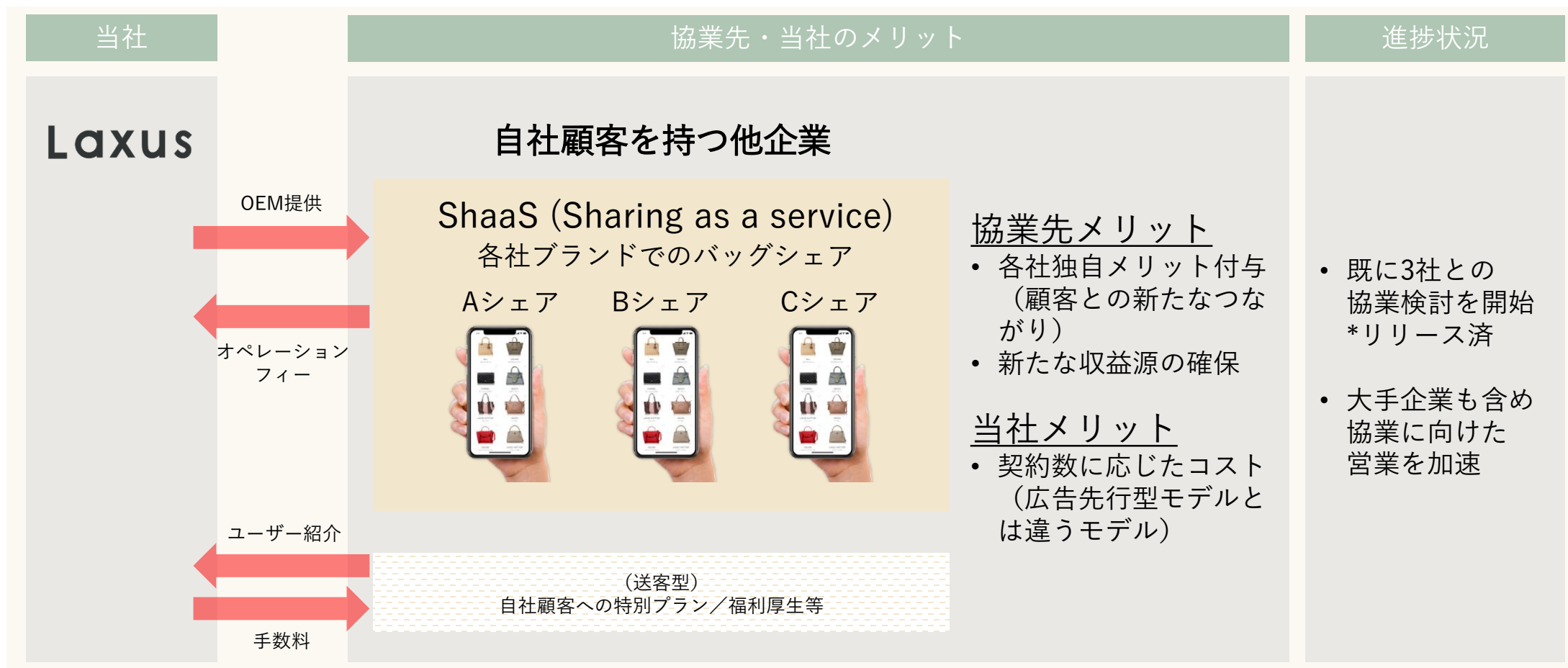
初回利用時アンケートで好きなファッションの傾向
を把握しTOPページをそれに合わせて
バッグ表示をパーソナライズする

バッグ詳細画面や検索画面でのタグ（結婚式、
夏コーデなど）をAIを使って生成し、
検索の幅やバッグの回遊の強化

フリックで簡単に新着バッグを
チェックする機能を強化し
より好みのバッグに出会いやすくする

新規改善のための取り組み ShaaS

優良顧客を持つ企業との連携は、第1四半期は3社と基本合意書を締結するとともに、
第2四半期からのサービス開始を予定



戦略・施策の進捗 1/2
(2026年3月期)

領域	戦略・施策	第1四半期進捗
全社	・ 上期は、成長投資含めた投資・取り組みを先行。下期は、収益の最大化を図り来期の成長に繋げる	
サブスク	(契約数/新規) 新規契約獲得 - 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%増加させ、新規の獲得を図る - 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※1を増やすこと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提供することで契約獲得に繋げる ShaaS (Sharing as a Service) の拡大 - 復活対象ユーザーへのバッグのレ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	(契約数/新規) 新規契約獲得 - サブスク契約の苦戦 7月に回復（6月末比で純増ペース）例年7月は純減傾向
	ユーザーの満足度向上 - 前期のサービス改善施策を踏襲 - バッグのレ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	I. 新規販路での広告費投下 -動画/交通広告やYouTuberの施策（予定5月→開始6月） -タクシー広告：実施エリアでの新規(コンバージョンレート)向上（推進中）エリア拡大・動画の質改善、放映順番変更 -(検討)新たなメディアへの動画広告、(検討)保育園同梱、タワマン広告等
	顧客別単価の改善 - 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 ①トリプルプランの導入 ②高額バッグ貸出等	II. 新規ShaaS -リリース4件(8/8)ワールド/アナザーアドレス（大丸松坂屋）/オークネット（ブランドディア）/TOPコネクト - 8/20に BAGSHARE by WORLD ローンチ -アライアンスの拡大 III. 株主優待 7月から開始 IV. コンバージョンレート施策 （6月広告効果） -アプリダウンロード数：前年比約150%増 -メールアドレス登録数：対前年約200%増 （推進中） 新規入会時のアンケート実施によるバッグ表示のパーソナライズ化 ・ バッグの質改善（新規調達）・他社連携による改善施策実行

※1：「投資家（Investor）」と「顧客（Customer）」を組み合わせた造語で、自分が利用する製品やサービスを提供する企業に投資する人を指す

戦略・施策 2/2
(2026年3月期)

領域	戦略・施策	第1四半期進捗
バッグ販売	全体：販売単価の向上に注力 ・ 契約数増加に伴う試用販売増に加え、toC販売の販路を拡大	全体：販売単価の向上に注力 ・ 利益計画達成を前提に販売数はコントロール ・ 販売数：対前年101%
	試用販売 ・ 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	試用販売 ・ 購入時の支払い選択肢のシンプル化と金利相当分も含めた単価UP ・ 対市場価格（中古品のバッグ販売価格相場に対して）：125%
	BtoB/toC販売 バッグの売却数は抑制し、単価向上を図る ① RAGTAG・ライバー拡大（前期までの戦略踏襲） ② 東京オフィスの店舗機能開始（顧客とのタッチポイント） ③ ささげ機能※1の確立によるEC販路拡大（国内・海外）	BtoB/toC販売：バッグの売却数は抑制し、単価向上を図る ① RAGTAG・ライバー拡大（前期までの戦略踏襲）対前年同期比：219% ② 東京オフィスの店舗機能開始（顧客とのタッチポイント） - 6/20 ラクサス表参道店オープン ③ ささげ機能※1の確立。－8月からのEC販路拡大(国内・海外) に向けて準備推進
オペレーション	人材等 契約数の増加に合わせてリソース確保 ① 契約数増に伴う人件費及び採用コストの確保 ② 契約数の増加に合わせたバッグ個数を確保するための調達人材確保と体制拡充（調達部門の広島⇒東京拡大を検討） ③ 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	人材等 契約数の増加に合わせてリソース確保 ①契約数の増加に備え、採用コストは確保 ②調達人材の確保・拡充は予定通り。東京での調達力強化に向け組織変更を実施 ③夏の日焼け止め対策動画・バッグの扱い方動画の新規獲得導線への設置を実施
	決済/回収 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 ① 新たに信用情報機関への加入を進める ② 回収方法の拡充実施（コンビニ支払いなど）	決済/回収 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 ① 新たに信用情報機関への加入を推進中 ②決済手段としてコンビニ支払いを導入済

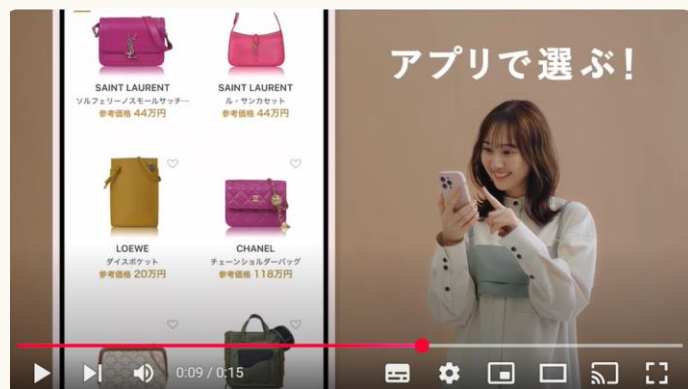
※1：ECサイトで商品を販売する際に必要な「撮影（さつえい）」「採寸（さいすん）」「原稿（げんこう）」作成を指す

02. トピックス

成長のための取り組み サブスク

第2四半期へ向けて、成功した施策の拡大と修正を実施しつつ、
ターゲット層に向けた新たな取り組みも推進していく

動画広告の販路拡大



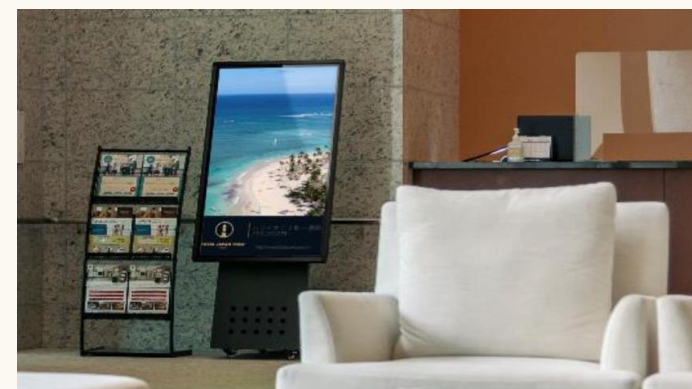
- 第1四半期実施の動画広告から、動画の質改善を実施、SNSマーケティングで当たりを検証
⇒8月実施
- 当たりのよい動画に絞り、新たなメディアへの広告を検討
⇒9月実施予定

交通広告の販路拡大



- タクシー広告拡大：9月実施予定
⇒東京・大阪・名古屋に加えて、神奈川・福岡も拡大
⇒動画の質も改善
- 電車つり革広告（大阪）：継続

ターゲット層への訴求



- タワーマンションサイネージ広告検討
⇒都内タワーマンションのエントランス・エレベーターでの広告
- 保育園からのお知らせ同梱検討
⇒ママ層への訴求、通常ポスティングより目を通す機会が多いと想定

ShaaS※1をはじめ、新たに4社と企業提携。契約数増加に取り組む

ワールドグループ
(ファッション・コ・ラボ)

ShaaSアプリ第一弾、ついに始動！
ワールドグループ × ラクサス共同開
発『BAGSHARE by WORLD』
8月20日（水）スタート



今回のファッション・コ・ラボ社との協業は、ShaaSのアプリサービスの第一弾。この提携をプロトタイプとして、他の企業や業界へも当社のシェアリングサービス機能を展開していくことで、ShaaS事業を本格的に拡大していく。

「BAGSHARE by WORLD」は、ブランドバッグをより身近に、そして自分らしく楽しみたいと願うユーザーに、ファッション性と利便性を両立させた新しい体験を提供。

AnotherADdress
(大丸松坂屋)

ラクサス × 大丸松坂屋百貨店
「AnotherADdress」
サステナブルなファッションの未来
を目指し業務提携に向け基本合意



「AnotherADdress（アナザーアドレス）」は、ファッションの本質的な価値や社会・環境への責任を重視し、持続可能なライフスタイルを提案する新しい形のサブスクリプションサービス。洋服とバッグを“別々に借りる”というこれまでの利用体験から一歩進み、ファッションの楽しみ方そのものを再定義する取り組み。

オークネット
(ブランディア)

価値あるモノのより良い循環を
めざして
ラクサスとオークネットが業務提携
に基本合意



ラクサスが提供するブランドバッグのシェアリングプラットフォーム「ShaaS」をOEM形式で展開し、ブランディア（オークネットグループ）のユーザーに向けて“シェアする”という新しい選択肢を提供。また、ラクサスユーザーに、使わなくなったブランド品の買取サービスとしてブランディアを案内。さらに、ラクサスのバッグラインナップの拡充に向け、オークネットが持つ業界最大級の仕入れネットワークを活用。

TOPコネクト

TOP CONNECT株式会社と
ShaaS連携で基本合意



TOP CONNECT社の強固なビジネスネットワークとラクサスのShaaSモデルを融合。この連携により、TOP CONNECT社のネットワークは、情報交換やビジネスのマッチングに留まらず、実際にモノを「共有」し、その価値を分かち合うことで、より深い人間関係や信頼関係を築く場へと進化。例えば、同社が主催する多彩なイベントの場では、ブランドバッグのシェアリングサービスが参加者間の新たな交流のきっかけを創出。

※1：Sharing as a Serviceの略で当社が持つシェアリングサービス機能を外部にOEM提供するサービス

成長のための取り組み バッグ販売

バッグ販売のDirect toC販路として、東京オフィス店舗機能 “ラクサス表参道店” 表参道×キャットストリート沿いに6/20（金） OPEN

店舗外観・内観



IR/リリース配信



表参道×キャットストリートに「ラクサス表参道店」OPEN！ 憧れのラグジュアリーブランドバッグを、リアルに「手に取って買える」体験を

60 ブランドのラグジュアリーバッグが定額で使い放題のシェアリングサービス「ラクサス」を展開するラクサス・テクノロジー株式会社（以下、「当社」という。）は、2025年6月20日（金）、東京・表参道のキャットストリート沿いに、ブランドバッグのリアル販売拠点「ラクサス表参道店」をオープンしました。



メインのインバウンド客に対して、①外観からのキャンペーン表示 ②グループのRAGTAG等で告知フライヤー設置 ③店内でAACD加盟など本物・安心訴求 ④Google MAP登録 ⑤インスタ開設 ⑥品揃え/価格帯幅の拡大 を実施

03. 2026年 3 月期 業績予想



業績予想（2026年3月期）

今期は、売上成長に重点をおき、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) 新規販路を含む広告宣伝費の増加（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※1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提供し新規契約獲得に繋げるShaaS（Sharing as a Service）の拡大

（単位：百万円）	2025年3月期※2	2026年3月期※2	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。
- ・将来の安定的な売上課金の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。

※1：「投資家（Investor）」と「顧客（Customer）」を組み合わせた造語で、自分が利用する製品やサービスを提供する企業に投資する人を指す ※2：2025年3月期・2026年3月期ともに単体数値

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 23,895羽の折り鶴となりました



Lexus

世界中に笑顔を