

2026年3月期 決算説明資料

ラクサス・テクノロジーズ株式会社

2026年5月14日

Laxus

01. | 2026年3月期 決算概要
02. | 2027年3月期 業績予想



01.2026年3月期 決算概要

ハイライト

【2026年3月期^{※1}実績】

売上高 : **22.8** 億円 対予想 **104.0** % ・ (前年同期: 25.6億円) YoY **88.9** %

営業利益 : **1.8** 億円 対予想 **110.7** % ・ (前年同期: 5.9億円) YoY **31.3** %

- (対予想要因) ・サブスク: 予想を少し下回り予想比100%弱の着地も、契約数が対第2・第3四半期比で純増に転換
 下期は効率重視に切り替え、第4四半期はコンバージョンレートが対前年+2.6P改善し、新規数が対前年113%に繋がる
- ・バッグ販売: サブスクで低稼働のバッグの販売を推進し予想比118%と伸長
- (対前年要因) ・サブスク: 上期に広告費を対前年で大幅投下しDL数・メアド登録数は対前年増加も新規獲得・契約数に繋がらず苦戦
 また、予想に織り込んでいたShaaS^{※2}の立ち遅れが大きく影響し対前年87%と減収
- ・バッグ販売: 単価は予想通りも販売個数は利益確保を優先したことで減少し対前年95%と減収

【KPI】

契約数 : **19,254**件 (ダブルプラン込み) 対第3四半期末**+1,188**件

顧客別単価 : **8,854**円 対前年同期比▲5円 前年同期平均単価 8,859円

【取り組み】

- ・ 上期獲得した先行指標であるDL・メールアドレス登録からのコンバージョンレート改善 (主に下期)
- ・ ShaaS^{※2}の取り組み開始 企業連携: 計8件開始、他大型案件も交渉継続
- ・ 新サービスとして、2025年12月に“スマートキープ型サービス「ラクモチ」”のβ版をリリース
- ・ 調達コスト改善とバッグの質改善に向けた新規調達ルートの活用
- ・ バッグ販売チャンネル拡大を進め、東京オフィス表参道店は大きく売上伸長、またECサイトでの販売を開始

※1: 2025年3月期・2026年3月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 決算概要（対予想）

対予想では、バッグ販売の伸長もあり、売上・利益ともに達成して着地

（単位：百万円）	2026年3月期※1 予想	2026年3月期※1	増減額	予想比
売上高	2,192	2,280	a +88	104.0%
売上総利益	1,587	1,598	b +10	100.7%
売上総利益率	72.4%	70.1%		
販売費及び一般管理費	1,420	1,413	c ▲7	99.5%
販売費一般管理費率	64.8%	62.0%		
営業利益	167	184	d +17	110.7%
営業利益率	7.6%	8.1%		
当期純利益	83	98	e +15	118.3%
当期純利益率	3.8%	4.3%		

- a 売上高 …………… 対予想比は、バッグ販売が伸長し達成
- b 売上総利益 …………… 対予想比は達成も、粗利率は粗利率の低いバッグ販売の構成比増加により▲2.3%P低下
- c 販管費一般管理費 …………… 詳細ページ（P7）を参照
- d 営業利益 …………… 売上・粗利達成と販売費及び一般管理費の低減が要因
- e 当期純利益 …………… 減損は増加も営業利益の達成が要因

※1：2026年3月期は単体決算による

販管費サマリー（対予想）

販管費については、概ね予想で見込んだ金額で着地

(単位：百万円)		2026年3月期 ※1 予想	2026年3月期※1	増減額	予想比
人件費		421	421	+0	100.0%
	売上比	19.2%	18.5%		
広告宣伝費		437	436	▲1	99.6%
	売上比	20.0%	19.1%		
荷造運賃※2		101	104	+3	103.0%
	売上比	4.6%	4.6%		
販売手数料		94	94	▲0	99.9%
	売上比	4.3%	4.2%		
その他経費		365	356	▲8	97.6%
	売上比	16.7%	15.6%		
販売費及び一般管理費 計		1,420	1,413	▲7	99.5%
	売上比	64.8%	62.0%		

→ 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、顧客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。

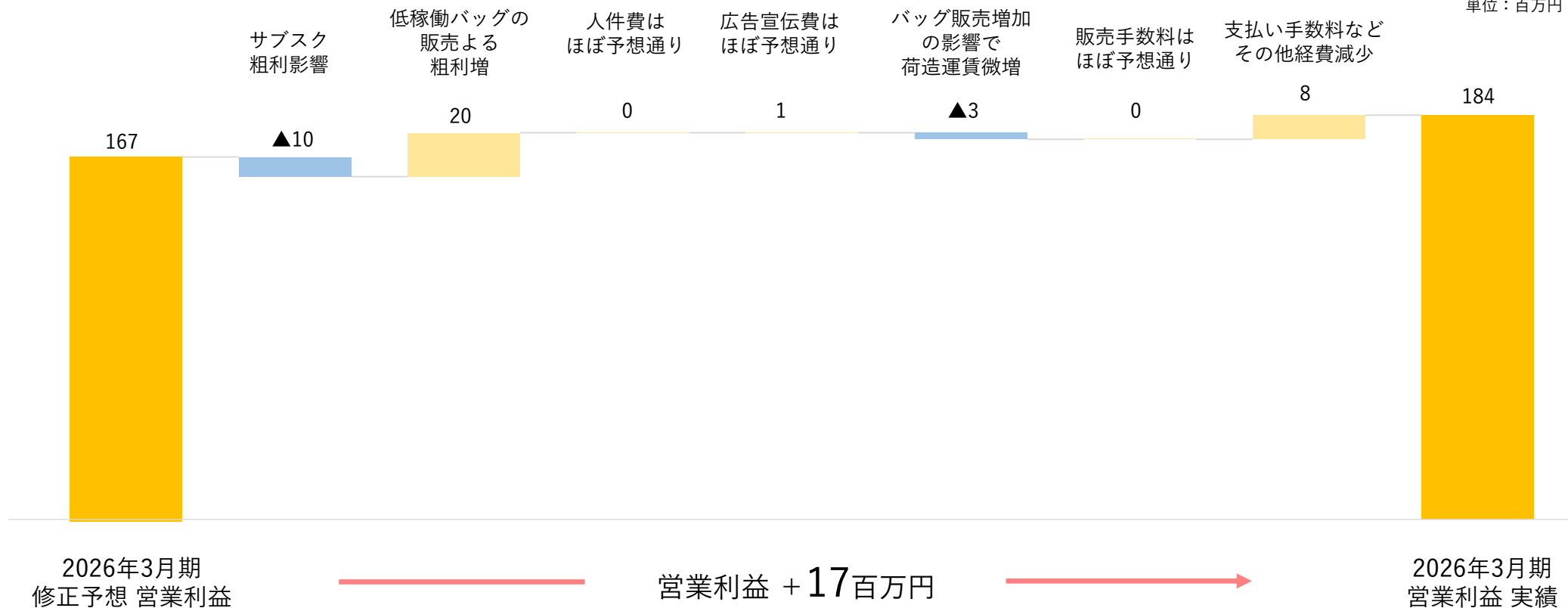
※1：2026年3月期は単体決算による ※2：荷造運賃は販売梱包費も含む

営業利益の増減要因（対予想）

売上総利益は、主にバッグ販売の粗利増が主要因で、営業利益は+17百万円の達成

2026年3月期^{※1} 対予想 営業利益増減要因

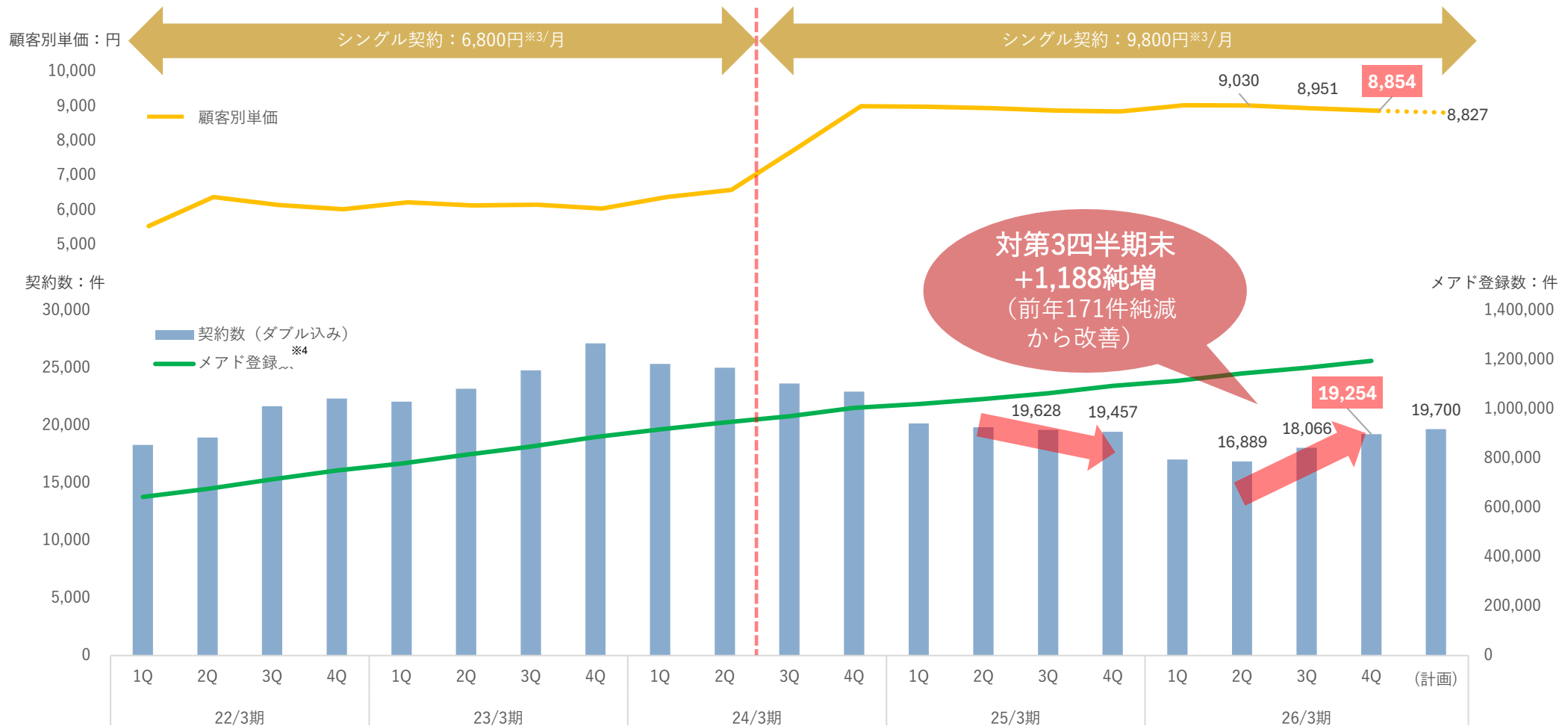
単位：百万円



※1：2026年3月期は単体決算による

重要経営指標（契約数・ARPU）の推移

顧客別単価は、通期平均8,854円と対前年同期で▲5円（対予想+27円）。契約数^{※1}は、コンバージョンレート及びチャーン率改善で、対第3四半期末+1,188件純増（前年同期は▲171件）も、前年実績並みに回復



※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

2026年3月期 取り組み

- **上期獲得したDL・メールアドレス登録からのコンバージョンレート改善（主に下期）**
 - 効率重視の広告投下に切り替え、加えてユーザー視点でのアプリ改修を実施し、コンバージョンレート改善と継続率（チャーンレート）改善に繋がる
- **企業連携を含めて計8件のShaaS※1開始。継続して大型案件の契約にむけ尽力**
- **新サービスとして、2025年12月に“スマートキープ型サービス「ラクモチ」”のβ版をリリース**
 - ラクサスの強みであるバッグ資産数・試用販売の実績・審査ノウハウを活かしたラクモチβ版をリリース
 - 本格展開に向けPDCAをクイックに進め、早期の本格展開ローンチと契約数獲得に繋げる
- **調達コスト改善とバッグの質改善に向けた新規調達ルートの活用**
 - 調達ルート拡大による調達コストの低減と、人気ブランド・トレンドバッグ調達数を増加しバッグの質改善に繋げる
- **販売単価の高い販路の拡大を進め、主に試用販売と表参道店が下期伸長**
 - バッグ販売チャンネル拡大を進め表参道店は大きく売上伸長、またECサイトでの販売を開始

※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

2026年3月期 取り組み

下期は効率重視の広告投下に切り替え、加えてユーザーの声を元に
 バッグの「探しやすさ」の追求し、アプリ内バッグ一覧やバッグ検索画面を改修

効率重視の広告投下



ダイナミックリアルタイムターゲティング
 ユーザー・セグメント単位だけでなく、ユーザー単位でも最適化をすることで、広告予算を最大限に活用

プレースメントの最適化
 広告配信先をDSPやアドエクスチェンจ์、さらにアプリ内広告、アプリ外での最適化パフォーマンスに基づき、広告インベントリを高い精度で解析して活用

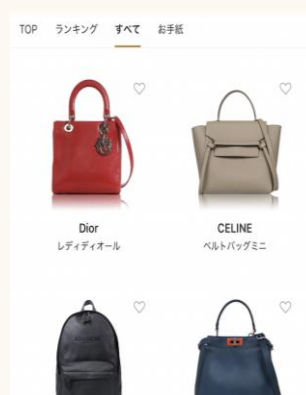
CPA・CPIの予測
 インプレッション単位のコンバージョン率とROASを予測、データマートやコンバージョン率の活用により、全てのデジタル・マーケティング施策での費用対効果を予測し、機会損失を軽減出来る。最適化することで、パフォーマンスとスケールを実現

最適なクリエイティブを最適なタイミングで最適なユーザーへ
 拡張現実感、そして「エンゲージメントのしやすさ」にフォーカス、最適なクリエイティブを最適なユーザーへ、最適なタイミングで活用することで、最高のパフォーマンスを実現

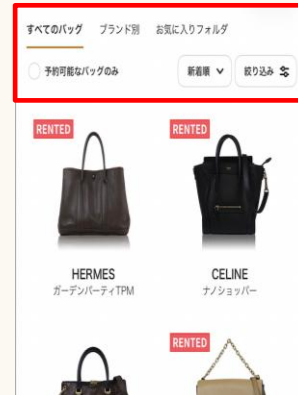
- ・データ学習によりCVしやすいユーザーへ配信するDSP「Moloco」の拡大で、Google検索広告に次ぐ2番目の新規獲得規模に成長
- ・リターゲティング広告による新規刈り取り実施

バッグ一覧画面の改修

【変更前】



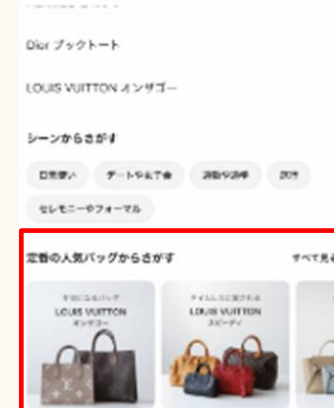
【変更後】
 絞り込み機能



数万点あるバッグから好みのバッグを見つけるための「探しやすさ」にこだわり、バッグ一覧の導線をシンプルにし絞り込み機能を実装することによりコンバージョンレートが向上

バッグ検索画面の改修

人気高いバッグの導線設置



借りられるバッグ
 無い場合の
 レコメンド表示



人気の高い定番バッグへの導線バナーを配置、また、キーワード検索で該当の借りられるバッグがない場合にレコメンドを表示させることで回遊率がアップ

“安心”して”長く“つかっていただくために
キズ補償をパワーアップ

「もしもの請求が怖い」という方へ

キズ補償 が
パワーアップし、

もっと気楽に
使えるようになりました。

バッグを探す 




安心キズ補償

2025年11月より
補償がさらにパワーアップ！



通常使用による軽微なキズ・汚れなどは、無料の「安心キズ補償」（申し込み不要）でカバーいたします。

バッグがお貸出できなくなるような大きな汚損・紛失以外で、**金銭のご負担をお願いすることはありません。**
どうぞ、安心してバッグをお使いください。

補償でカバーできる具体例

		
キズ・汚れ	ほつれ・すれ	パーツ外れ

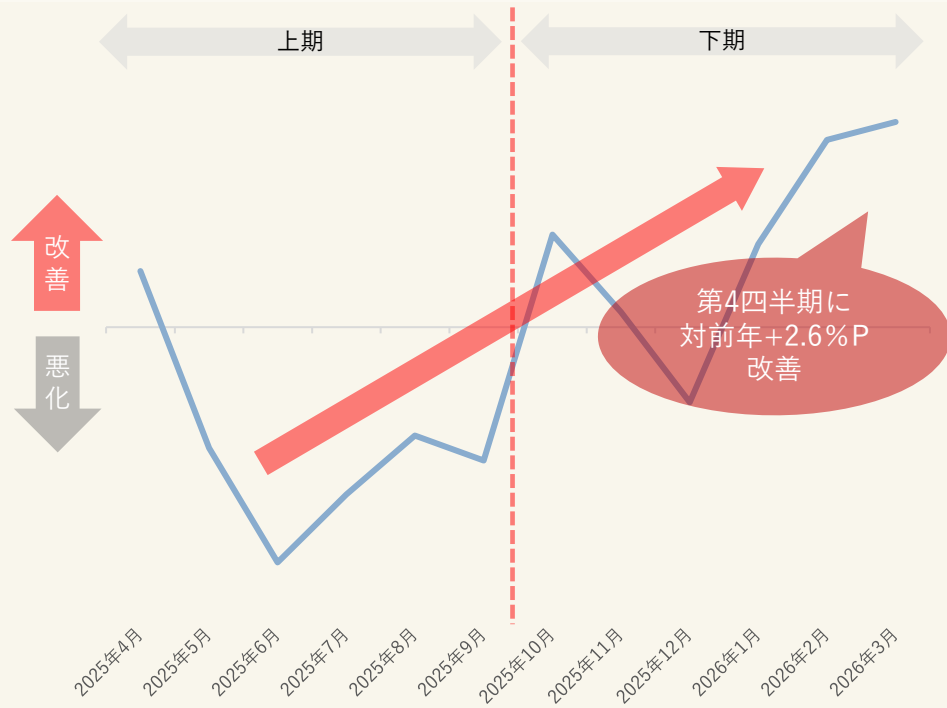
バッグを探しに行く

Home     

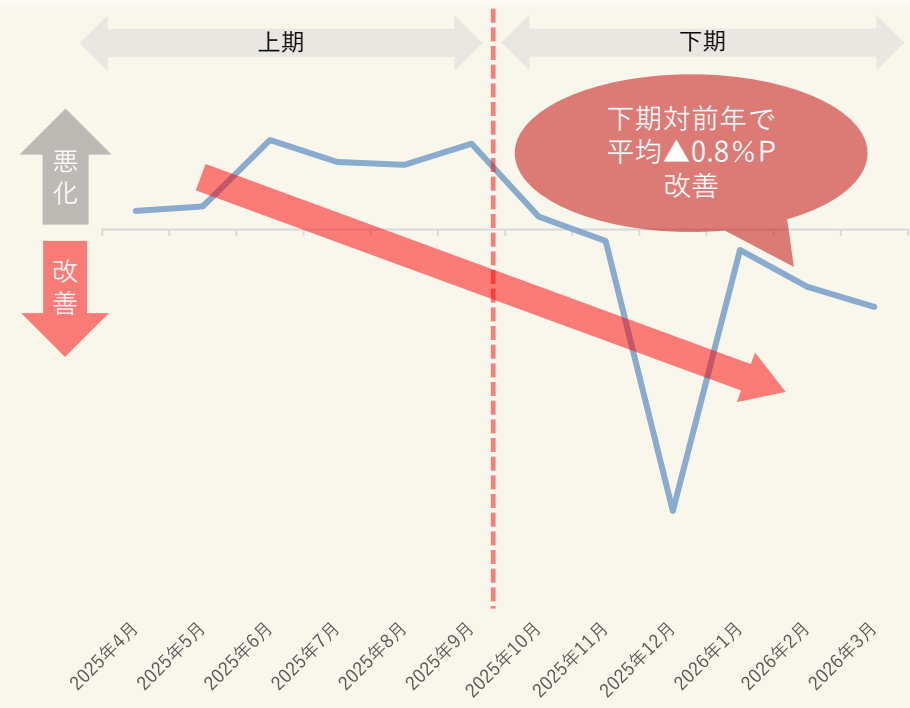
2026年3月期 取り組み

前述の取り組みにより、コンバージョンレートは特に第4四半期に対前年+2.6%P改善し、新規数に対前年113%と伸長。加えて、継続率（チャーンレート）も下期対前年で平均▲0.8%P改善

コンバージョンレート 対前年比



継続率（チャーンレート） 対前年比



2026年3月期 取り組み

ShaaS^{※1}の取り組み開始。
2026年3月期は企業連携を含めて計8件開始、継続して大型案件の契約にむけ尽力していく

BAGSHARE by WORLD 等の
ShaaS^{※1}連携



BAGSHARE by WORLD

1,500POINTをプレゼント!

2026年1月31日(土)まで

初めてのご利用で
1,500 POINTをプレゼント! >

BAGSHARE

BagShare
by resorttrust

SAC
SAC

AnotherAddress (大丸松坂屋百貨店)
等の企業連携



AnotherAddress

Brandear

BODY ARCHI

お金のトレーニング
ABCash

2027年3月期へ向けた案件

ブライダル関連ECサービス系

PIARY

総合美容関連系

TOMY'S-STAR®

+ 顧客基盤
大型案件

契約
見込み

【ShaaS^{※1}】

提携先のユーザー層の質・数に加え、告知の
頻度・量によっても獲得に差があるため、
2027年3月期は成功例の横展開を進める

【企業連携】

ユーザーやサービス内容に親和性のある
企業連携に高い効果実績があるため
2027年3月期も継続して取り組む

【2027年3月期へ向けた案件】

ラクサスユーザーとの親和性の高い
サービス・事業を展開する企業との
提携と交渉を継続中

※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

2025年12月にβ版をリリースし、本格展開に向けた検証フェーズとしてスタート PDCAをクイックに進め、早期の本格展開ローンチと契約数獲得に繋げる

スマートキープ型サービス“ラクモチ



- ✓ 2025年12月にβ版をリリースし、本格展開に向けた検証フェーズとしてサービスをスタート

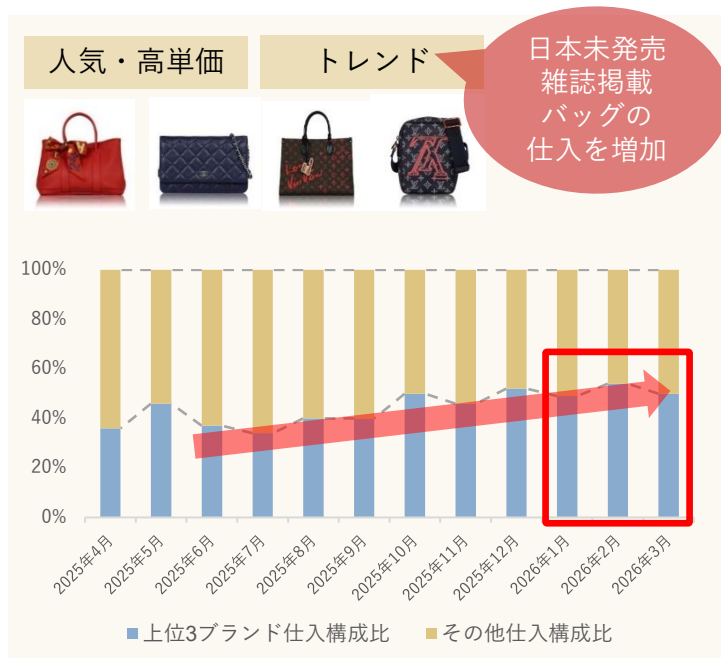
第4四半期の打ち手

- 広告費投下やメルマガ配信による訪問数の増加
 - ECサイト改修と並行して広告費投下
 - メールアドレス登録ユーザーへのメルマガ配信
 - ECサイトの改修によるコンバージョンレート改善
 - サイト内の表示/遷移スピード改善
 - クーポンキャンペーンの実施とバナー設置
 - ハンバーガーメニュー・検索バー設置
 - 新規導線にラクモチサービスの説明動画設置 等
 - 展開バッグ数増によるコンバージョンレート改善
 - バッグの展開数/質改善とバッグ詳細説明設置 等
- ⇒ PDCAをクイックに進め、早期の本格展開ローンチと契約数獲得に繋げる

2026年3月期 取り組み

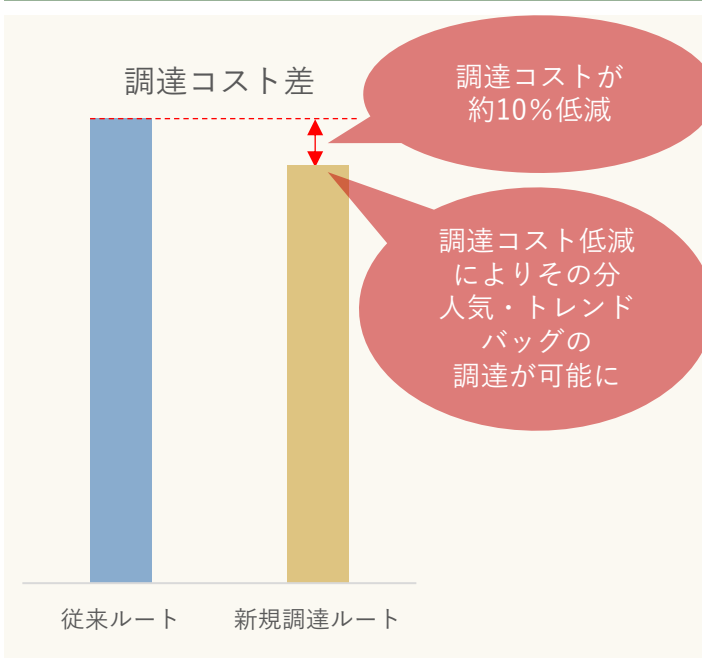
調達ルート拡大により調達コストの低減を進めるとともに、 人気ブランド・トレンドバッグの調達数を増加しバッグの質改善を推進

バッグの質の改善



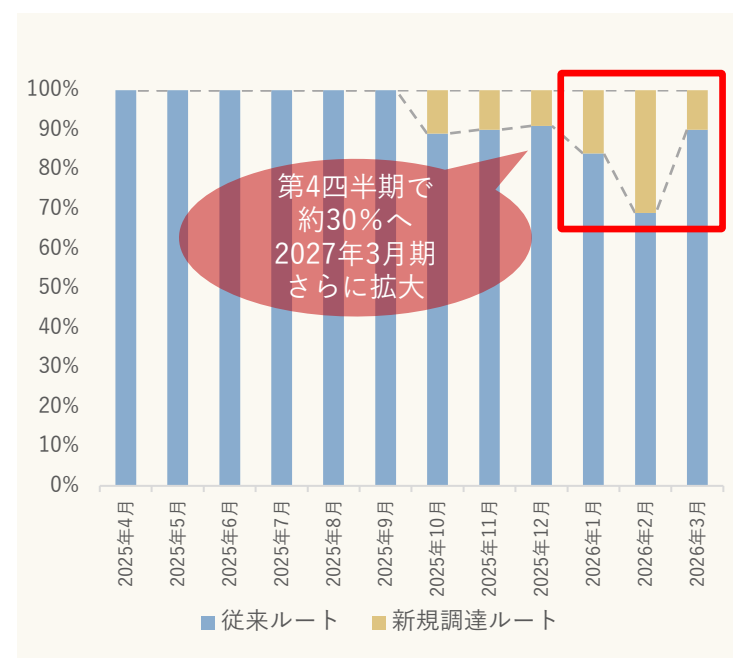
人気ブランドの高単価バッグや今まで調達
していない新規バッグを調達
⇒新規バッグ公開から貸出までの平均日数が
対前年同期で88%に短縮

調達コスト低減



調達ルート拡大による調達コストの低減
=同一バッグ調達コスト差約10%低減
低減分で人気・トレンドバッグの
調達数増加に繋げていく

新規調達ルートの拡大



新規調達ルートの比率を
第4四半期で約30%へ
2027年3月期は、さらに拡大し
コスト削減へ繋げていく

戦略・施策 1/2 (2026年3月期 下期)

領域	戦略・施策	下期実績
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、収益の最大化を図り2027年3月期の成長に繋げる 	
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※2 (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 <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 <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 ① トリプルプランの導入 ② 高額バッグ貸出等 	<p>(契約数/新規) 新規契約獲得 サブスク契約数は上期苦戦も、下期は純増へ転換</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 上期獲得した先行指標のダウンロードから、下期のコンバージョンレート改善により新規獲得に繋がった *特に第4四半期はコンバージョンレート対前年2.6%P改善 <p>I. 新規販路での広告費投下（下期は効率重視）</p> <ul style="list-style-type: none"> - タクシー広告：上期の一定の効果を受け2027年3月期で再実施の予定 - 1月以降：ユーザー属性から健康志向のフィットネスや健康アプリへの広告トライ - 1月末～：早期のセレモニー需要訴求と広告費投下 - 2月～：既存データ学習で高CV見込層へ集中配信するDSP「Moloco」の強化 - 2月～：リターゲティング精度が高いDSP「RevX」の強化 <p>II. 新規ShaaS※2（開始の遅延5月→8月以降）</p> <ul style="list-style-type: none"> - ShaaS※2：2026年4月にピアリーローンチ、他2案件交渉中（大型案件含む） - 相互送客：アナザーアドレス親和性が高く2月から第2弾実施 <p>III. コンバージョンレート施策</p> <p>下期：ポイント期限訴求の効果最大化とポイント増額訴求</p> <p>下期：ユーザーの声から検索やバッグ一覧（バッグ探しやすさ）を大幅に改修</p> <p>IV. バッグ調達（コスト低減と調達数増加＝固定資産数の増加）</p> <ul style="list-style-type: none"> - トレンドやシーズン性を加味した新規バッグの調達＝キャンペーン連携 - 調達ルート拡大（新規ルート比率30%）によるコストの低減と購入個数増加 <p>VI. 新規契約数獲得に向けたサービス模索</p> <ul style="list-style-type: none"> - 新サービス：12月にスマートキープ型サービス「ラクモチ」のβ版ローンチ

※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：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

戦略・施策 2/2

(2026年3月期 下期)

領域	戦略・施策	下期実績
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増に加え、toC販売の販路を拡大 	<p>全体：販売単価の向上に注力</p> <ul style="list-style-type: none"> 利益予想見据えて販売数はコントロール *販売数は対前年減少 販売数：販売単価UPに取り組みつつ、新規EC販路の開拓と在庫連動を推進 <p>試用販売</p> <ul style="list-style-type: none"> 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価格設定 人気率の高いバッグ・ブランドを販売対象に拡大＝下期は対上期で単価15%UP 対市場価格（中古品のバッグ販売価格相場）に対して約1.2倍 <p>BtoB/toC販売：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"> RAGTAGは定期的なバッグ入替実施 / ライバーも3月にテスト再開 東京オフィスの店舗機能拡大（顧客とのタッチポイント） -インバウンド対応の販売体制確立・営業時間変更/営業日数増を図る EC販路拡大のため新規出店を準備 <ul style="list-style-type: none"> 在庫連携に向けたシステム開発を推進
	<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 	
オペレー ション	<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"> RAGTAG・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^{※1}の確立によるEC販路拡大（国内・海外） 	<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） 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>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"> 契約数の増加に備え、採用コストは確保 東京での調達力強化に向け組織変更を実施、並行して採用も継続 キズ補償の基準見直しによる（リペア対象バッグ増）リペア人材の採用推進
	<p>決済/回収等</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） 	

※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

2026年3月期 決算概要（対前年同期）

対前年同期では、サブスク契約数の苦戦により減収減益

（単位：百万円）	2025年3月期※1	2026年3月期※1	増減額	前年比
売上高	2,564	2,280	a ▲283	88.9%
売上総利益	1,946	1,598	b ▲347	82.1%
売上総利益率	75.9%	70.1%		
販売費及び一般管理費	1,355	1,413	c +57	104.2%
販売費一般管理費率	52.9%	62.0%		
営業利益	590	184	d ▲405	31.3%
営業利益率	23.0%	8.1%		
当期純利益	435	98	e ▲337	22.6%
当期純利益率	17.0%	4.3%		

- a 売上高 …………… 対前年同期比でサブスク契約数の苦戦
- b 売上総利益 …………… 対前年同期比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（P10）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 当期純利益 …………… 営業利益の減少が主要因

※1：2025年3月期・2026年3月期ともに単体決算による

販管費サマリー（対前年同期）

（単位：百万円）		2025年3月期 ※1	2026年3月期※1	増減額	前年比
人件費		438	421	▲17	96.1%
	売上比	17.1%	18.5%		
広告宣伝費		367	436	+68	118.7%
	売上比	14.3%	19.1%		
荷造運賃※2		126	104	▲21	82.7%
	売上比	4.9%	4.6%		
販売手数料		113	94	▲18	83.9%
	売上比	4.4%	4.2%		
その他経費		310	356	+45	114.7%
	売上比	12.1%	15.6%		
販売費及び一般管理費 計		1,355	1,413	+57	104.2%
	売上比	52.9%	62.0%		

→ 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、顧客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・2026年3月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

貸借対照表サマリー（2026年3月期）

(単位：百万円)	2025年3月 期末時点	2026年3月 期末時点	増減額	備考
流動資産	1,896	1,606	▲289	主に、現預金の341百万円減少も十分な流動性を確保
うち現金及び預金	1,522	1,180	▲341	
固定資産	2,772	2,757	▲14	減価償却及び販売見合いのバッグ取得を行った結果、 レンタル資産残高はほぼ横ばい
うちレンタル資産	2,575	2,601	25	
総資産	4,668	4,364	▲304	上記要因による減少
総負債	1,699	1,278	▲420	長期借入金262百万円の減少
うち、長期借入金	922	660	▲262	
純資産	2,969	3,085	116	主に、当期純利益分が増加
ROA※1	12.6%	4.2%	▲8.4%	自己資本比率は改善も、減益の影響によりROAは低下
自己資本比率	63.6%	70.7%	7.1%	

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 (2026年3月期)

(単位：百万円)	2025年3月期	2026年3月期	備考
営業活動によるキャッシュ・フロー	557	▲104	主に、税引前当期純利益が147百万円、レンタル資産償却費353百万円及びレンタル資産の取得による支出810百万円等
投資活動によるキャッシュ・フロー	16	18	主に、ラクサスキャッシュの供託金一部減額に伴う減少
財務活動によるキャッシュ・フロー	507	▲255	主に、長期借入金約定返済273百万円
現金及び現金同等物の期末残高	1,522	1,180	前事業年度末に比べ341百万円減少
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)	573	▲86	概ねフリーキャッシュ・フロー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

02. 2027年3月期 業績予想



業績予想（2027年3月期）

前期からの増収増益でV字回復予定。
本計画は通過点であり、ラクサスには無限の可能性。さらなる非連続的成長へ挑戦する。

➤ 成長のための主要な取り組み

- 1) 契約数の獲得戦略を“量”から“質”へ転換、広告費依存からCPA重視の高収益な事業構造へシフト
- 2) 新サービス「ラクモチ」の育成と進化により、新たな顧客体験を提供する柱として、改善を回しながら成長を加速させる
- 3) 在庫システム連携による同時出品モデルを展開し、他社ECとの連携強化による販売チャネルを多角化を図る

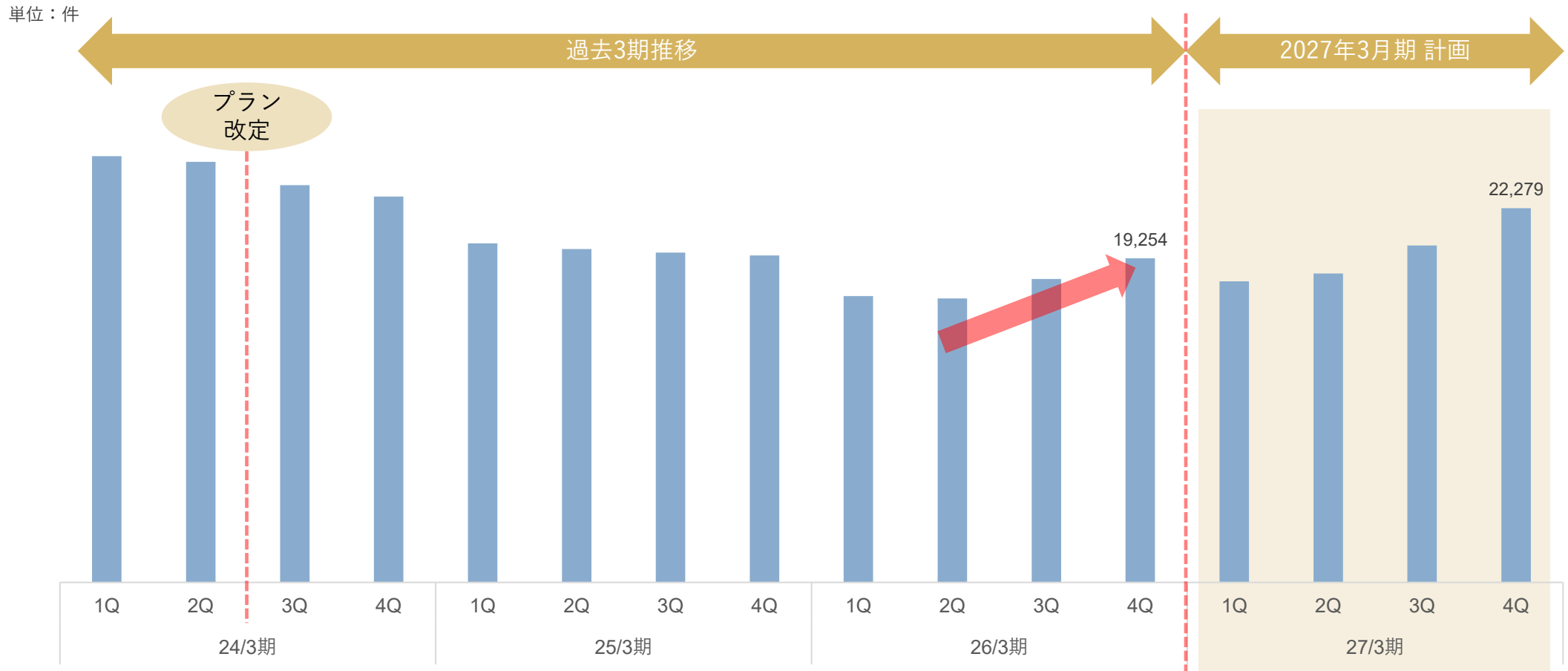
(単位：百万円)	2026年3月期※1	2027年3月期※1	増減額	増減率
売上高	2,280	2,546	+265	+11.6%
営業利益	184	295	+110	+59.5%
経常利益	190	255	+65	+34.3%
当期純利益	98	152	+54	+55.1%

【ご留意事項】

・なお、上記の将来に関する記述は、現在入手可能な情報に基づく合理的な判断による見通しであり、リスクや不確実性を含んでおります。実際の業績等は、昨今の中東情勢の深刻化に伴う原油価格高騰や世界経済の動向等、今後の様々な不確定要素により、大きく変動する可能性がある点にご留意ください。

重要経営指標（契約数）

契約数は底打ちから着実な成長へ：
オーガニック獲得を強化し、2027年3月末22,279件へと着実に成長させる。



2027年3月期 取り組み

獲得戦略を“量”から“質”へ転換：
 広告費依存からの脱却を図り、CPA重視の高収益な事業構造へシフト。

1. 広告費最適化とCPA改善

- 広告費は**前期比▲17%**に抑制し、既存販路の効率改善を徹底
- 新規獲得数は、2026年第4四半期の好趨勢を維持し**前期比+10%**を計画
- CPAは2026年下期同様に**効率重視**へシフト（広告費を投下した2026年3月期からの改善を図る）

2. 継続率（チャーン）の良化

- 2027年3月期は、月平均チャーン率の対前年**▲0.5%P**改善を見込む（2026年下期は対前年**▲0.8%P**改善と良好なトレンド）
- 12ヵ月未満ユーザーを中心に、LTVを踏まえた**ポイント訴求**（ラクサスキャッシュ、年間/半年プラン等）を強化
- 2026年下期に実施した、ユーザーの声を反映した**アプリ改修**を継続して取り組む

3. 顧客体験・単価（ARPU）向上

- 「借りたいバッグが借りられる」状態の在庫充実を大前提として事業を推進
- 新たに「**プレミアムバッグ**」の貸し出しを開始予定
- 在庫ラインナップの拡充により、顧客の「嬉しさ（満足度）」向上を狙うと同時に、**単価（ARPU）**の向上を実現する

4. ShaaSの※1の推進

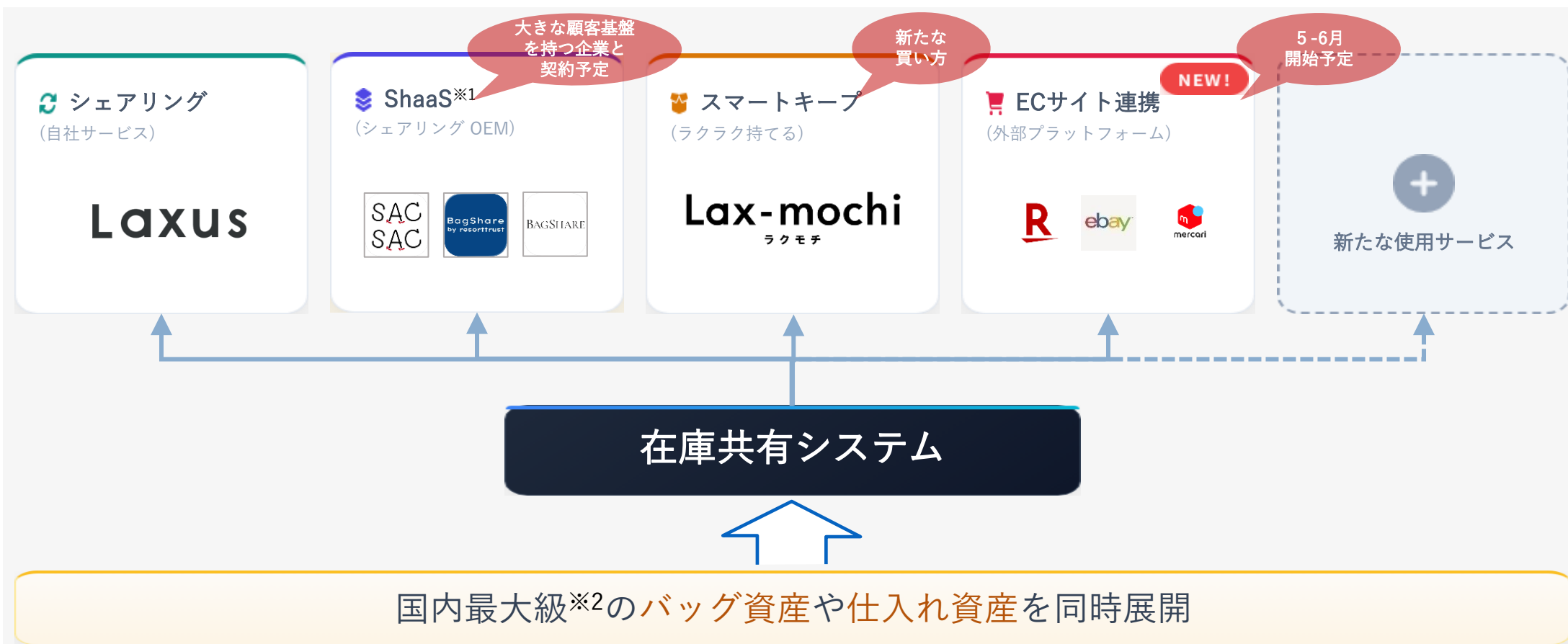
- 上期より、大きな顧客基盤を持つ企業との協業を開始予定
- 広大な顧客基盤を活かし、話題性とサービス認知の拡大に期待

※ 今後のポテンシャルは高いものの、ShaaS※1の2026年3月期稼働状況を鑑み、事業計画上の数値は大きく見込まず保守的に策定

※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

2027年3月期 取り組み

システム連携による同時出品モデルを展開し、バッグの収益機会を最大化






※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

※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

収益機会の最大化に向けたモデル深化

在庫共有化・同時展開により、キャッシュ回収サイクルを改善

従来モデル (As-Is)

-  資産保有ローリング
-  長期のキャッシュ回収
-  限定的な公開数



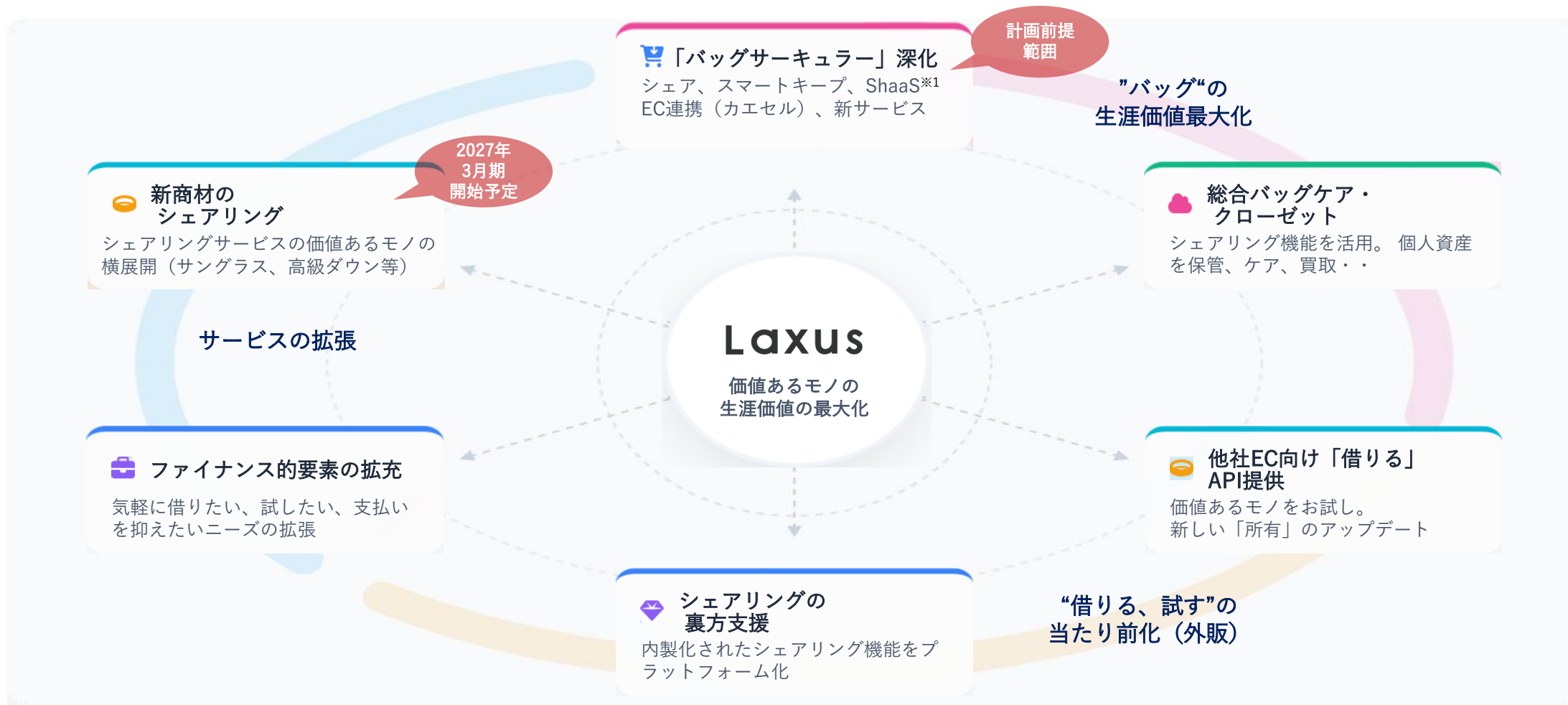
新モデル (To-Be)

- 在庫共有・機会最大化
在庫を共有化。サブスク以外の複数チャンネルでも即時収益機会を模索
- キャッシュ回収の短期化
キャッシュ化サイクルの短期化に寄与。短期で儲け少と長期で儲け大のミックスを推進
- 仕入数の大幅増。公開数も増。
サブスクユーザーにとっても選べる新規公開数が増。

仕入れを増やし、資産を増やししながら、出口を増やし回転を上げる

無限の可能性に向けた次なる飛躍

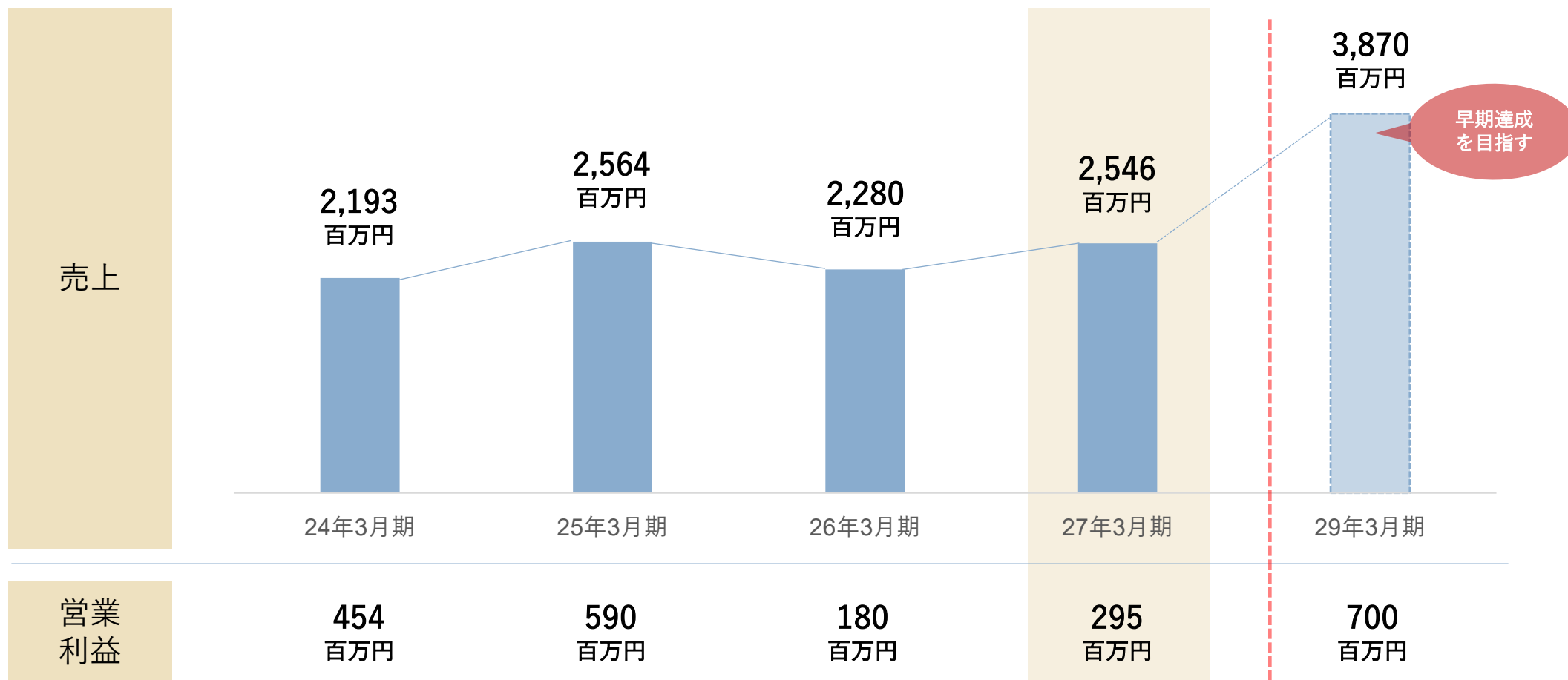
持続的成長とともに、有形・無形のアセットを活用し、非連続な成長に挑戦していく



※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

業績予想

2027年3月期売上25.5億円（+12%）・営業利益2.9億円（+60%）を予想。
2029年3月期に、過去最高売上と業績を達成させる



上場1年目となる2026年3月期は、当初の目標を下方修正せざるを得ず業績としても悔しい結果となりました。資金を託していただいた投資家の皆様の期待に応えられなかった重い現実を真摯に受け止め、成長に向けて、強い覚悟をもって臨んでおります。一方で、確かな光も見えています。社員一同で取り組んできたコンバージョンレートやチャーンレートの改善といった地道なアクションが実を結び、プラン変更以降続いていたサブスク契約数の減少は、昨年末に純増になりました。今後も季節要因により上下はありますが、成長軌道へ回帰する手ごたえを掴んでおり、2027年3月期予想に対して、経営陣ならびに社員一同、覚悟をもって達成に取り組む所存であります。

私たちには、これまで培ってきた国内最大級※1のブランドバッグ資産、審査ノウハウ、フルフィルメント機能、内製化されたシステムやマーケティングといった強固なアセットがあります。世界的に見ても、モノのシェアリングで収益化できている企業は稀有であり、私たちはそのフロンティアを切り拓くチャレンジャーです。これらをフル活用し、価値あるモノを循環させ、その生涯価値を最大化する「価値サーキュラー」ビジネスを確立し、2027年3月期含め、非連続的な成長を遂げられるよう挑戦していきます。

ラクサス・テクノロジーズの次なる飛躍へ向け、引き続き力強いご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

※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

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