



FY2026/4 Q4決算説明

2026.6.11

株式会社ラクーンホールディングス 東証プライム市場：3031

1 FY2026/4期 Q4決算

INDEX

- 1 FY2026/4期 Q4決算
 - FY2026/4期 Q4決算ポイント
 - FY2026/4期 Q4連結業績
 - セグメント別概要 EC事業
 - セグメント別概要 フィナンシャル事業
- 2 業績予想
- 3 株主還元方針

1. FY2026/4期 Q4決算

売上高

6,574 百万円

YoY +7.8%

営業利益

1,320 百万円

YoY +5.3%

家賃保証事業除き 売上高

YoY +11.4%

前期Q3より家賃保証事業を連結除外

特殊要因を除いた
営業利益の実質成長率

YoY +16.5%

営業利益を押し下げた特殊要因（前期になく当期に発生・計 141百万円）

- ・ 実証実験コスト 51百万円：当初予定外のコスト
- ・ 株主優待費用 89百万円：業績予想に織込済／前期（FY2025/4期）は計上なし

通期のポイント

① EC事業が通期業績を牽引

通期GMVはYoY+12.0%（目標YoY+10.8%をクリア）。国内GMVが好調に推移、特に下半期以降の成長率加速が好要因。

② フィナンシャル事業も二桁成長

Paid・URIHOともに売上高・KPIが二桁成長。Q4はPaidの稼働件数・単価増で成長率が上昇
売上原価率も与信審査の適切なコントロールにより低水準で推移

③ 両事業の実証実験で来期投資の有効性を確認（アドバンテッジパートナーズとの連携の一環）

Q4にEC・フィナンシャル双方で顧客基盤拡大の実証実験を実施（当初予定外コスト 51百万円）。FY2027/4期以降の成長投資の有効性を検証した。

総投資額
51百万円

顧客基盤拡大に向けたテストとして各事業で実証実験を実施。中長期成長に有効な結果が確認されたため、FY2027/4期以降の投資水準引き上げを意思決定。



	BtoB卸売ECサイト	BtoB掛け売り決済代行	売掛保証サービス
投資額	40百万円	5.6百万円	5.7百万円
施策内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 広告宣伝費の追加投入による新規会員登録数の増加 	<ul style="list-style-type: none"> ● 広告宣伝費の追加投入による資料請求数の増加 ● 営業代行活用による商談化件数の増加 	<ul style="list-style-type: none"> ● 広告宣伝費の追加投入による資料請求・問い合わせ数の増加 ● 営業代行活用による入会件数の増加 ● 地銀向け紹介手数料増額キャンペーン
結果	Q4 広告経由 新規会員登録数 +33.4% 前四半期比	4月 商談化件数 +50.0% 直前1年平均比	4月 入会件数 +26.3% 直前1年平均比

通期GMV成長率(YoY)

+12.0%

国内 +14.0% / 海外 +6.6%

Q4 GMV成長率(YoY)

+19.0%

国内 +23.8% / 海外 +6.0%

国内GMV加速の2つの要因

① 購入客単価の増加

FY2024/4期Q2の会費無料プラン導入以降のマイナスから反転。

Q3以降はウォレットシェア拡大を狙うクーポン・ポイント付与施策も寄与し、増加ペースが加速した。

FY2024/4 Q2～
マイナス継続FY2026/4 Q2
プラス転換Q3以降
増加が加速

② 新規購入客数の増加

Q4の実証実験により新規会員登録数が QoQ +40.9% に増加し、新規購入客数は YoY+31.5% へ拡大した。

海外EC

米国関税・紛争等の影響で購入客数は減少傾向も、購入客単価の伸長がGMV成長を下支え。

Paid・URIHO がフィナンシャル事業の二桁成長を牽引し、健全な収益性も両立。

Paid 通期GMV成長率(YoY)

+12.6%

通期・外部取扱高ベース

Paid Q4 GMV成長率(YoY)

+16.5%

Q4（四半期）・外部取扱高ベース

URIHO 保証残高(YoY)

+21.3%

保証残高 前期末比

- Paid・URIHO ともに二桁成長

売上高・KPI がともに二桁成長で着地し、フィナンシャル事業全体の成長を牽引した。

- Q4に成長率が一段と上昇

Paidの稼働件数と加盟企業単価の増加により、四半期ベースのGMV・売上高の成長率が上昇。来期に向けた良い兆しが出てきた。

- 売上原価率は低水準を維持（Q4 20.9%）

与信審査の適切なコントロールにより季節的に上昇するQ4も 20.9% にとどまり、1年を通して低水準で推移。安定した収益性を確保した。

FY2026/4期 Q4連結業績

売上高はYoY+7.8%（家賃保証除きの売上高はYoY+11.4%）、営業利益はYoY+5.3%
 顧客基盤拡大を目的とした実証実験のコストを51百万円、株主優待コスト89百万円を計上、上半期でコスト負担増となっていたEC事業の海外送料収支は通年ベースではほぼ収支均衡になった結果、営業利益は1,320百万円（YoY+5.3%）で着地

（単位：百万円）

	FY2025/4期	FY2026/4期			
	実績	実績	YoY	達成率	業績予想
売上高	6,098	6,574	7.8%	97.5%	6,740
EC事業	3,562	3,899	9.5%	-	-
フィナンシャル事業	2,535	2,674	5.5%	-	-
売上総利益	4,936	5,470	10.8%	-	-
EC事業	2,795	3,098	10.8%	-	-
フィナンシャル事業	2,124	2,353	10.8%	-	-
連結調整	16	18	-	-	-
営業利益	1,254	1,320	5.3%	93.7%	1,410
EC事業	1,239	1,272	2.7%	-	-
フィナンシャル事業	733	832	13.5%	-	-
連結調整	-718	-784	9.2%	-	-
営業利益率	20.6%	20.1%	-0.5pt	-	-
経常利益	1,397	1,240	-11.3%	88.6%	1,400
当期純利益	836	804	-3.9%	89.4%	900
利益率	13.7%	12.2%	-2.4pt	-	-

参考値：
 当初予定外の実証実験コスト(51百万円)、株主優待コスト(89百万円)の影響を除いた営業利益はYoY+16.5%

2月～3月に顧客基盤拡大を目的とした実証実験を実施した影響もあり、広告宣伝費・販売促進費はYoY+14.2%、
 広告宣伝費・販売促進費除きの営業利益はYoY+9.2%、株主優待コスト（89百万円）を除外した営業利益はYoY+13.2%

(単位：百万円)

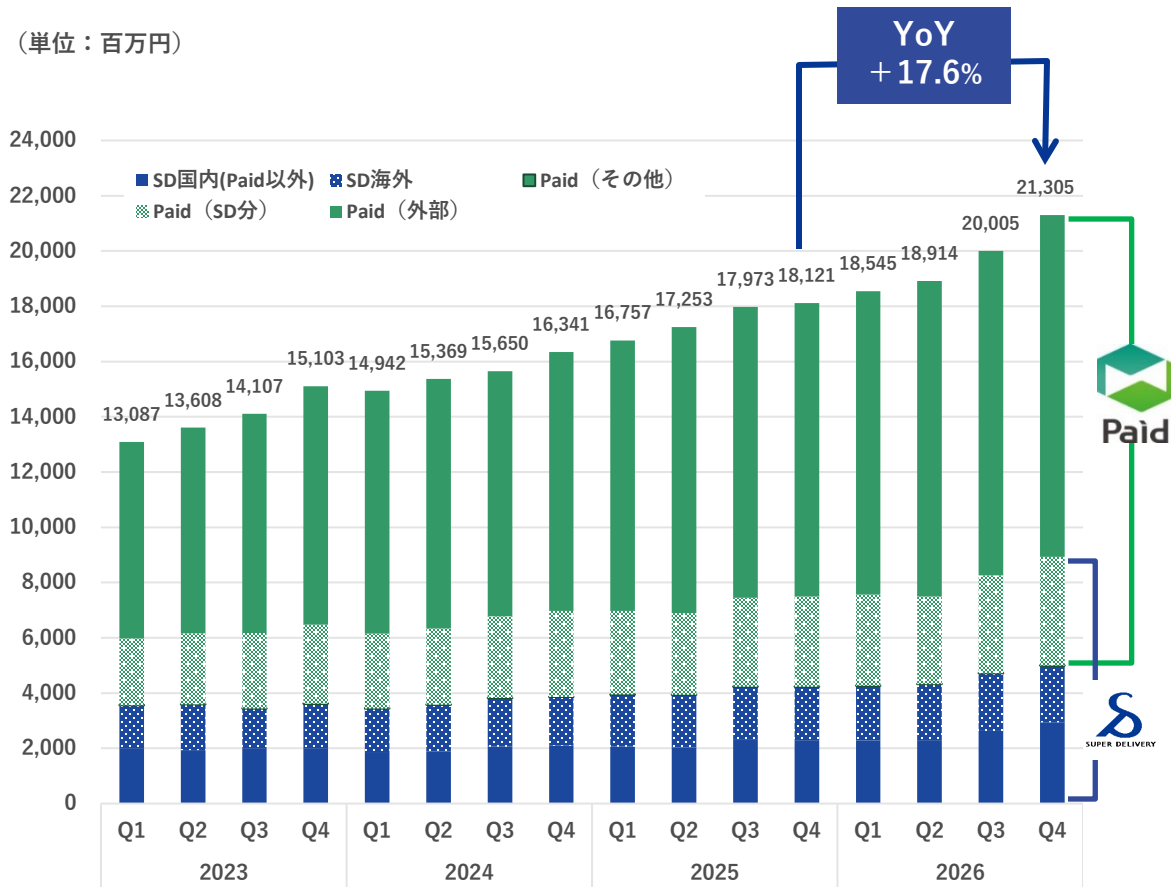
	FY2025/4期	FY2026/4期	
	実績	実績	YoY
売上高	6,098	6,574	7.8%
EC事業	3,562	3,899	9.5%
フィナンシャル事業	2,535	2,674	5.5%
広告宣伝費・販売促進費	993	1,133	14.2%
EC事業	753	872	15.7%
フィナンシャル事業	237	261	10.0%
営業利益 (広告宣伝費・販売促進費除き)	2,248	2,455	9.2%
EC事業	1,993	2,145	7.6%
フィナンシャル事業	971	1,093	12.6%
営業利益率	36.9%	37.3%	0.5%pt

参考値：
 株主優待コスト（89百万円）、の影響を除いた営業利益はYoY+13.2%

グループGMVは21,305百万円（YoY + 17.6%）、URIHO保証残高は76,434百万円（YoY + 21.3%）と順調に拡大

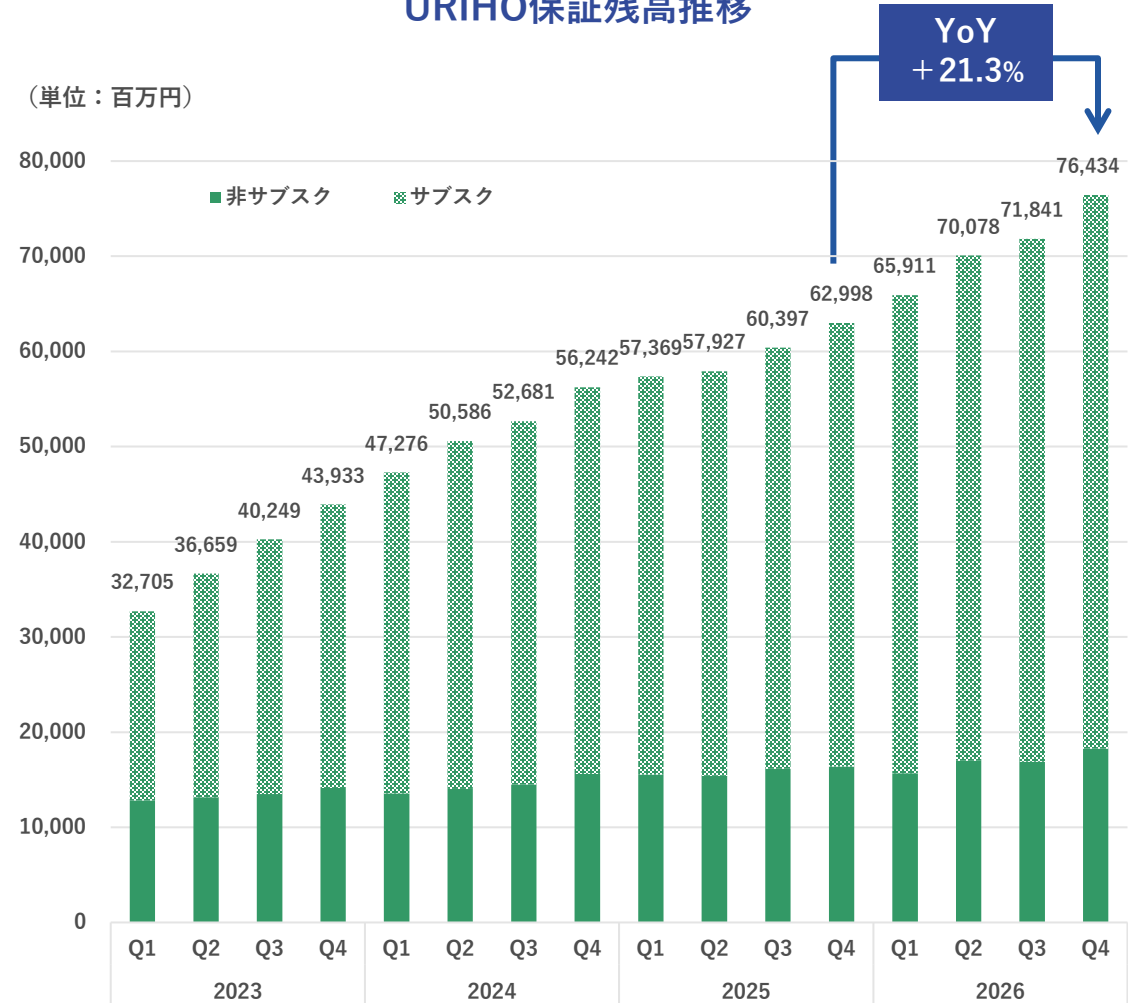
グループGMV推移

(単位：百万円)



URIHO保証残高推移

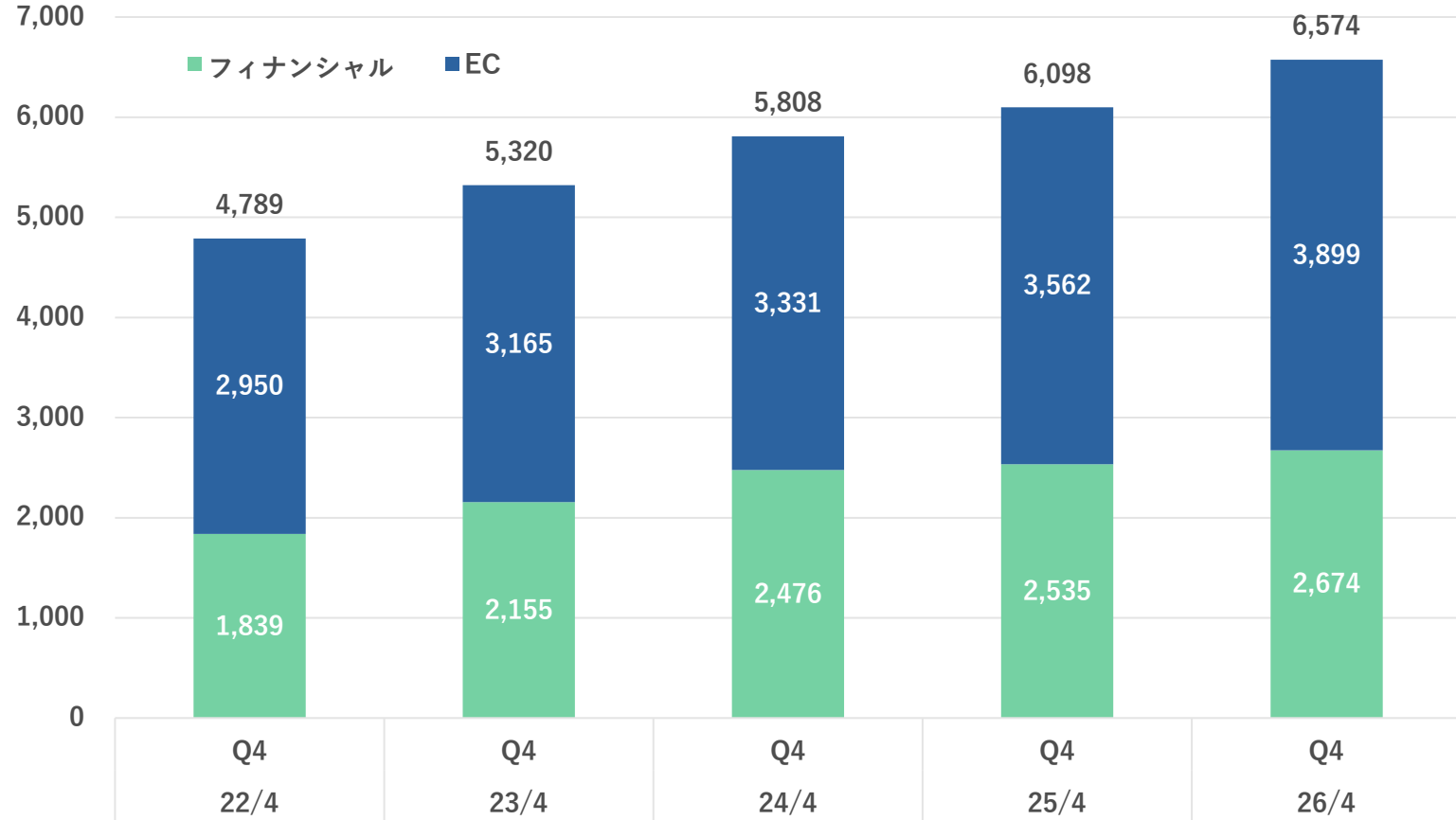
(単位：百万円)



連結業績 | 売上高推移 (累計)

連結売上高は6,574百万円 (YoY + 7.8%)、家賃保証事業除きの売上高はYoY + 14.4%

(単位：百万円)

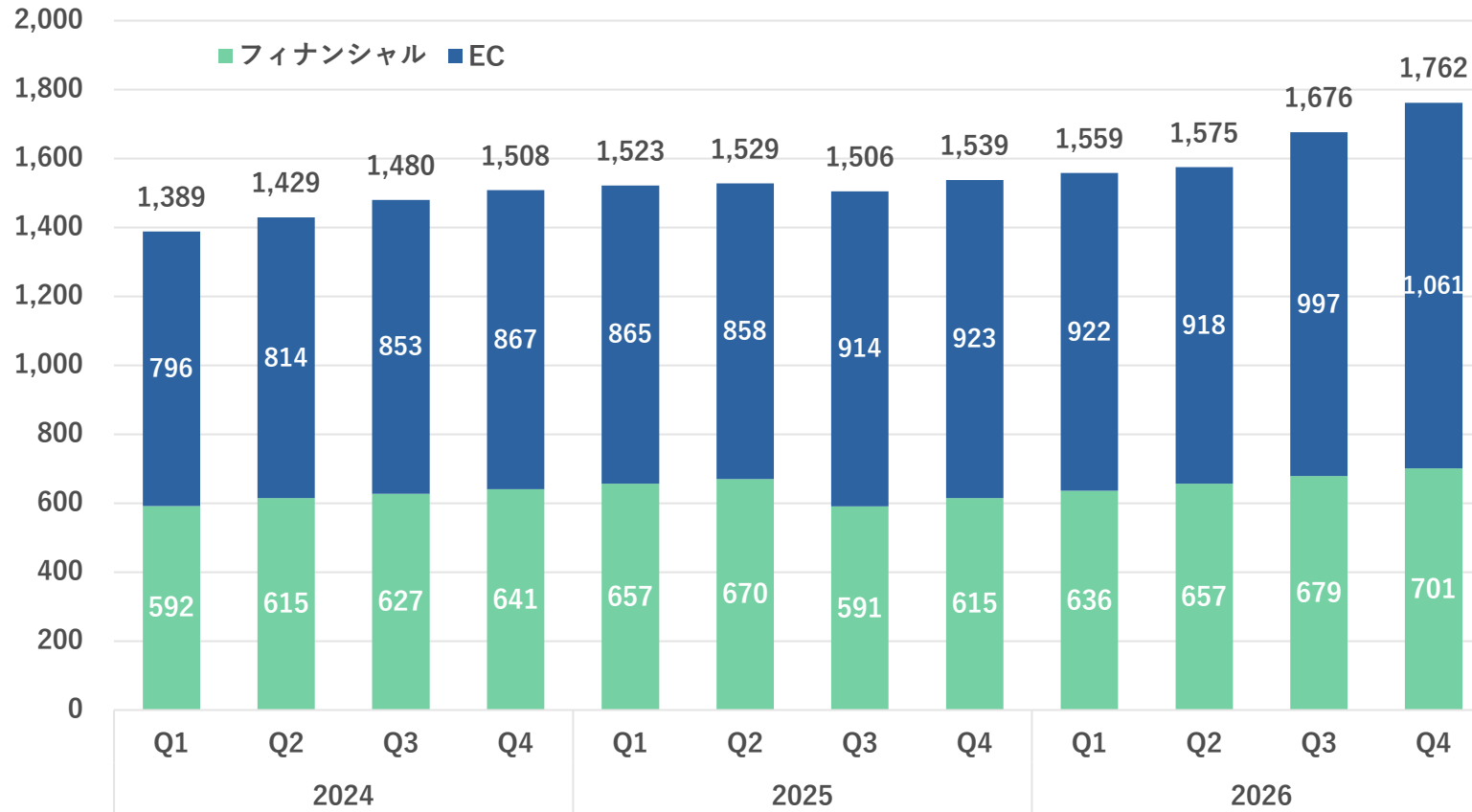


FY2025/4 YoY + 5.0%	FY2026/4 YoY + 7.8%
FY2025/4 EC YoY + 6.9%	FY2026/4 EC YoY + 9.5%
FY2025/4 ファイナシャル YoY + 2.4%	FY2026/4 ファイナシャル YoY + 5.5%
FY2025/4 家賃保証事業除き ファイナシャル YoY + 14.8%	FY2026/4 家賃保証事業除き ファイナシャル YoY + 14.4%

連結業績 | 売上高推移 (四半期)

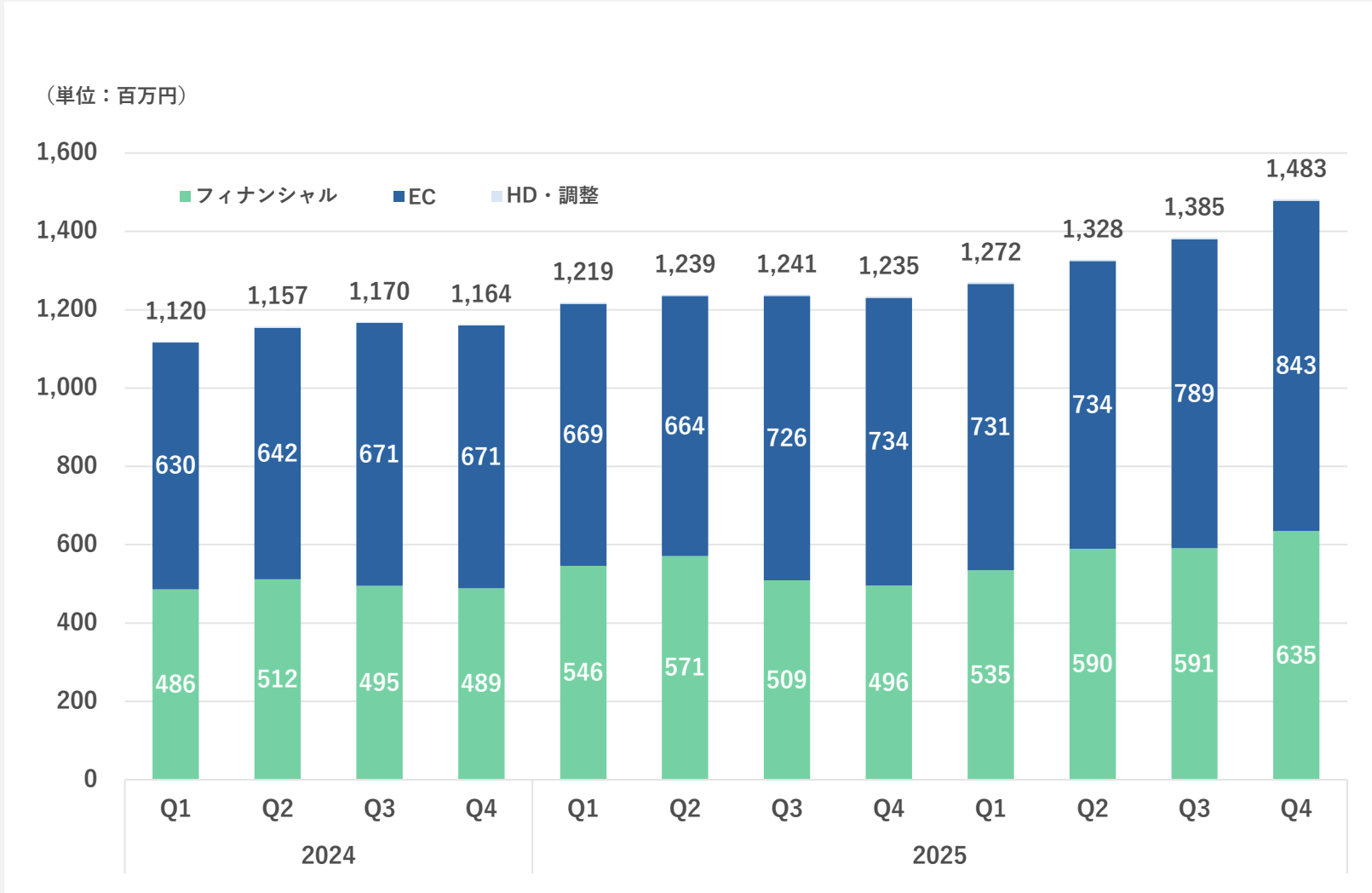
Q3に続きQ4もEC事業の国内GMVが好調に推移したことによるEC事業の売上増が全体の売上高の伸びを牽引
四半期ベースの連結売上高は1,762百万円 (QoQ + 5.1%)に

(単位：百万円)



FY2026/4 Q4 YoY + 14.5%	FY2026/4 Q4 QoQ + 5.1%
FY2026/4 Q4 EC YoY + 14.9%	FY2026/4 Q4 EC QoQ + 6.4%
FY2026/4 Q4 Financial YoY + 13.9%	FY2026/4 Q4 Financial QoQ + 3.2%

国内ECのGMV成長率の向上によりQ4（四半期）のEC事業の売上成長率も向上した結果、EC事業の売上総利益が増加した結果、Q4四半期ベースの売上総利益は1,483百万円（YoY + 20.1%、QoQ + 7.1%）に



FY2026/4 Q4
YoY
+ 20.1%

FY2026/4 Q4
QoQ
+ 7.1%

FY2026/4 Q4
EC YoY
+ 14.8%

FY2026/4 Q4
EC QoQ
+ 6.8%

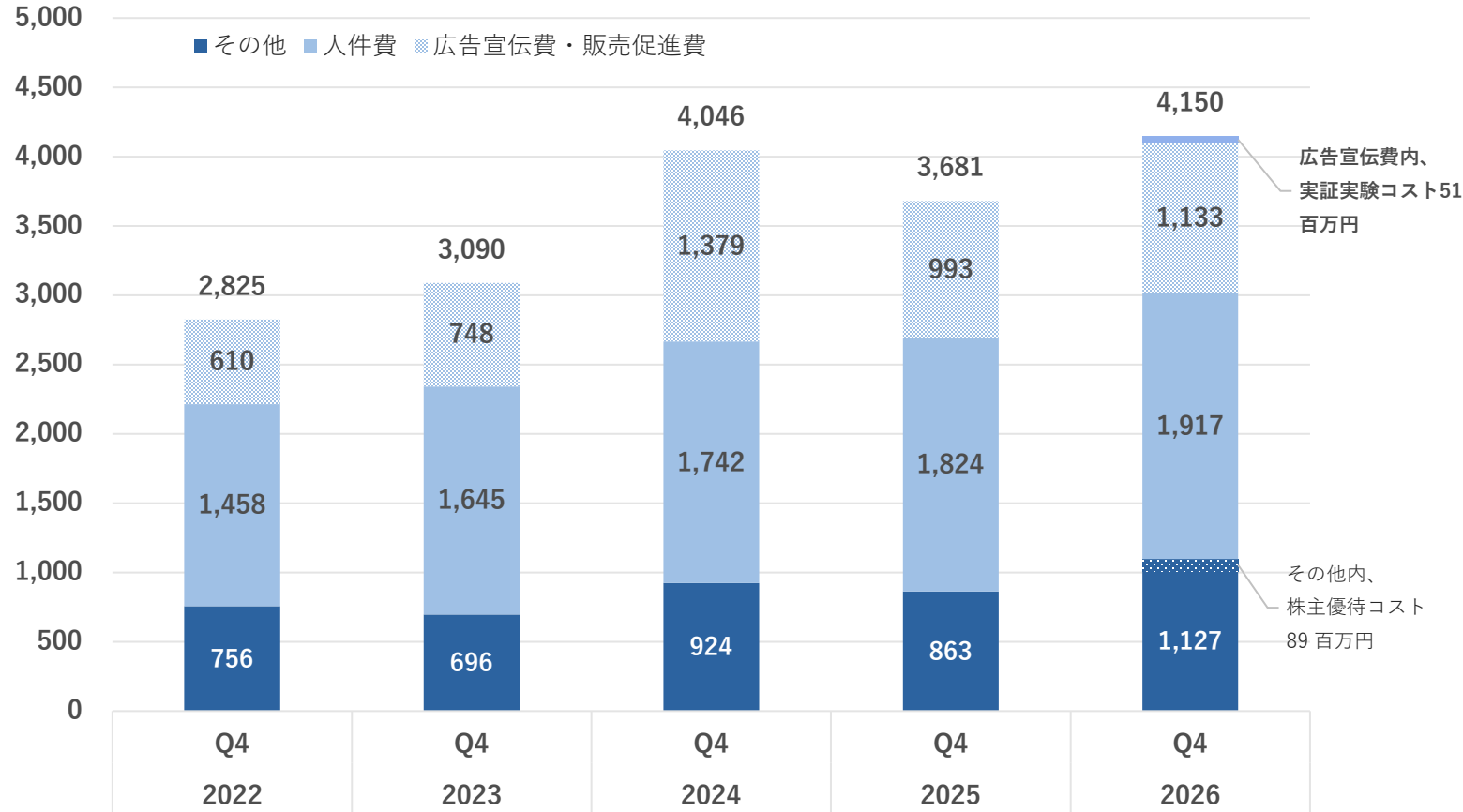
FY2026/4 Q4
Financial YoY
+ 28.0%

FY2026/4 Q4
Financial QoQ
+ 7.5%

連結業績 | 費用（販売費及び一般管理費）構成推移（累計）

株主優待コスト(89百万円)の計上と当初予定外の実証実験コスト(51百万円)を主に広告宣伝費・販売促進費に計上、Q1,Q2と重かったEC事業の海外送料負担は通期では概ね改善、広告宣伝費YoY+14.2%、その他YoY+27.2%と増加した結果、販売費及び一般管理費はYoY+12.7%に

(単位：百万円)

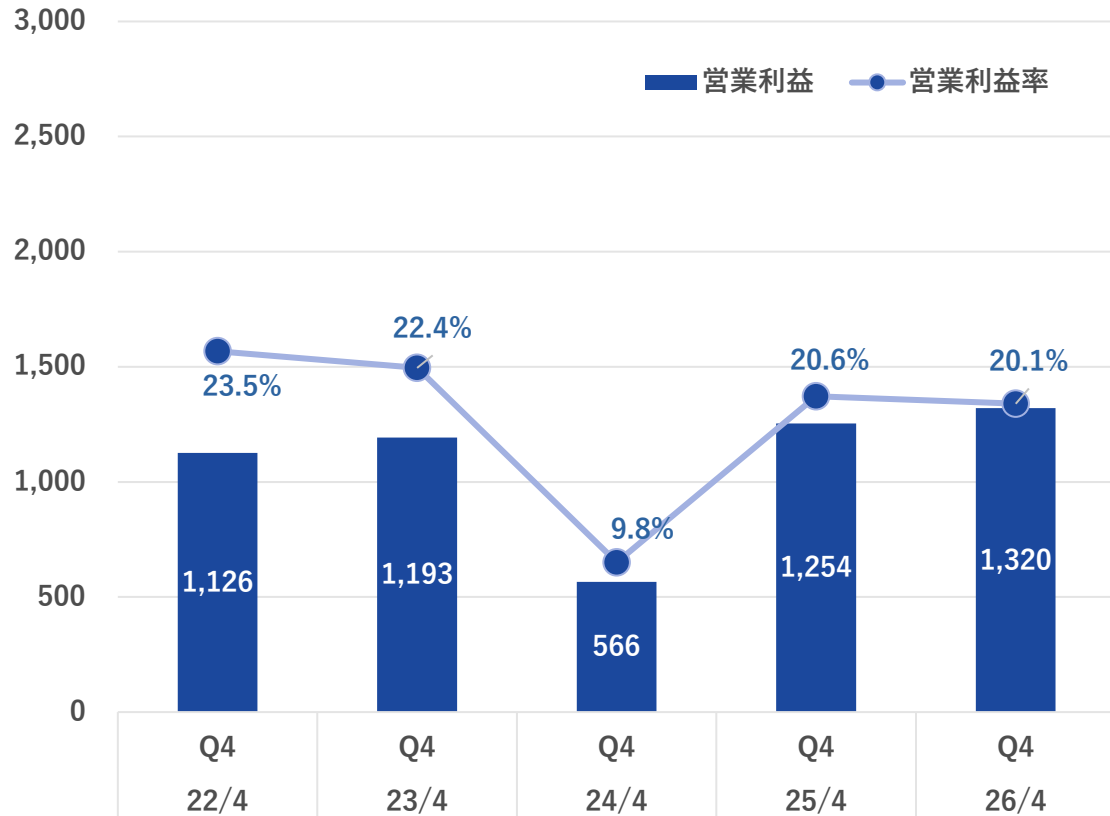


FY2025/4 Q4 YoY	FY2026/4 Q4 YoY
-9.0%	+12.7%
広告宣伝費 販売促進費 YoY -28.0%	広告宣伝費 販売促進費 YoY +14.2%
人件費 YoY +4.7%	人件費 YoY +5.1%
その他 YoY -6.6%	その他 YoY +27.2%

EC事業の海外送料収支はQ4で大幅改善し、通年ベースではほぼ収支均衡に
株主優待コストは通期で89百万円計上、Q4で顧客基盤拡大を目的とした実証実験コスト51百万円を計上した結果、営業利益は1,320百万円（YoY+5.3%）、営業利益率は20.1%(YoY-0.5pt)

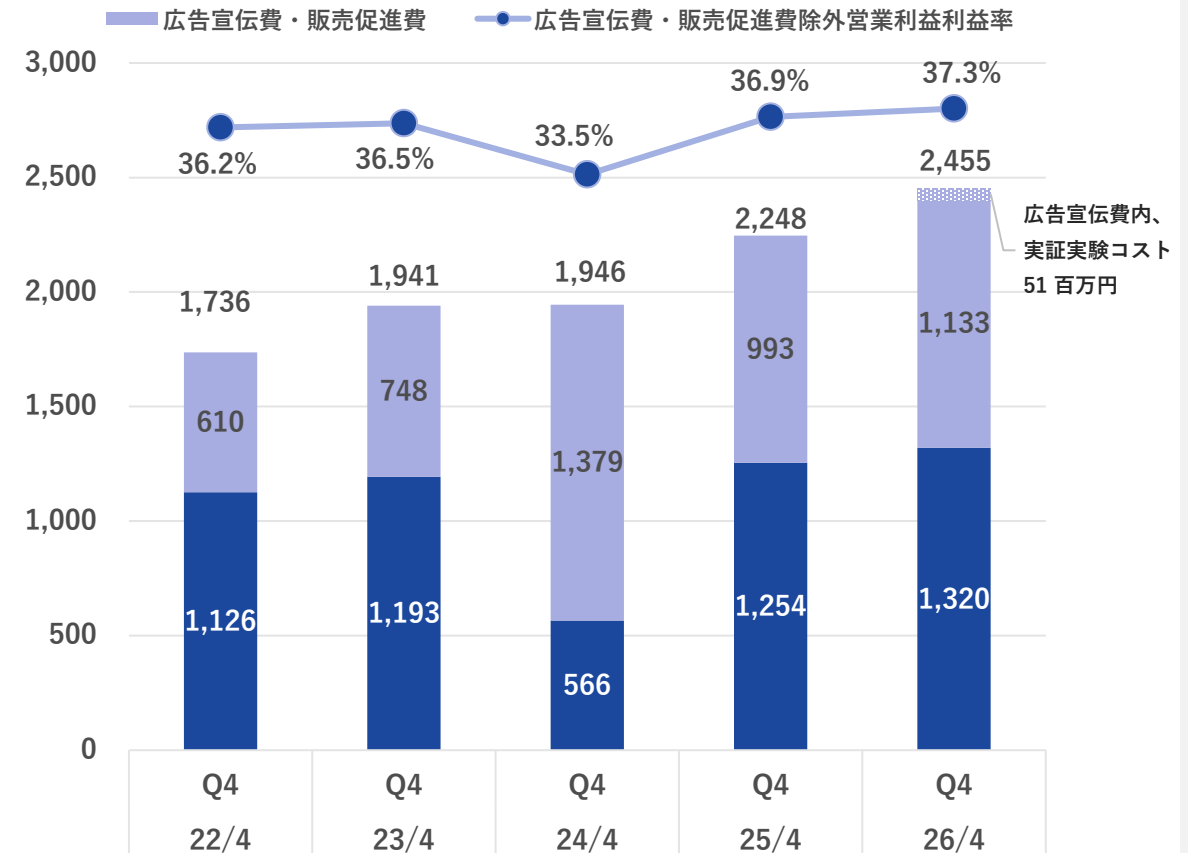
営業利益（累計）

（単位：百万円）



営業利益（広告宣伝費・販売促進費除き）（累計）

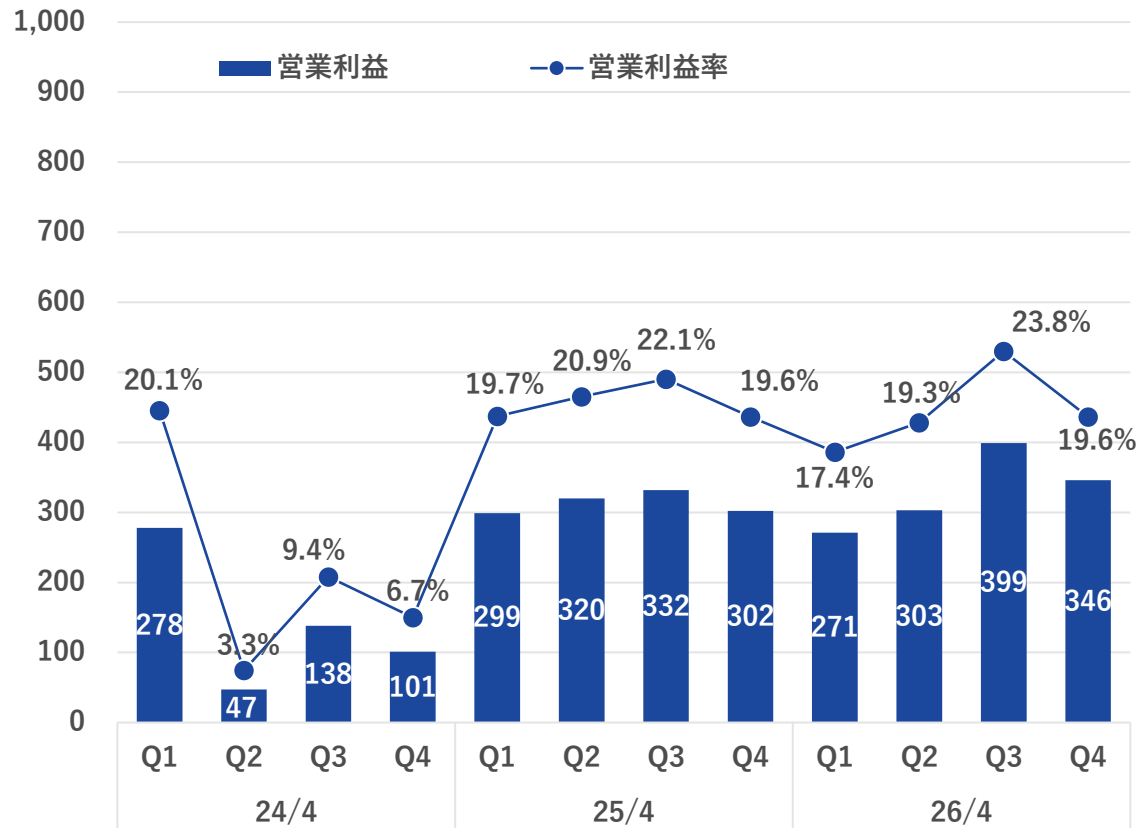
（単位：百万円）



2月～3月に実施の実証実験コスト51百万円、株主優待コスト43百万円をQ4で計上したことなどにより
 Q4 (四半期) の営業利益は346百万円 (QoQ - 13.4%)、営業利益率は19.6% (QoQ4 - 4.2pt) に低下

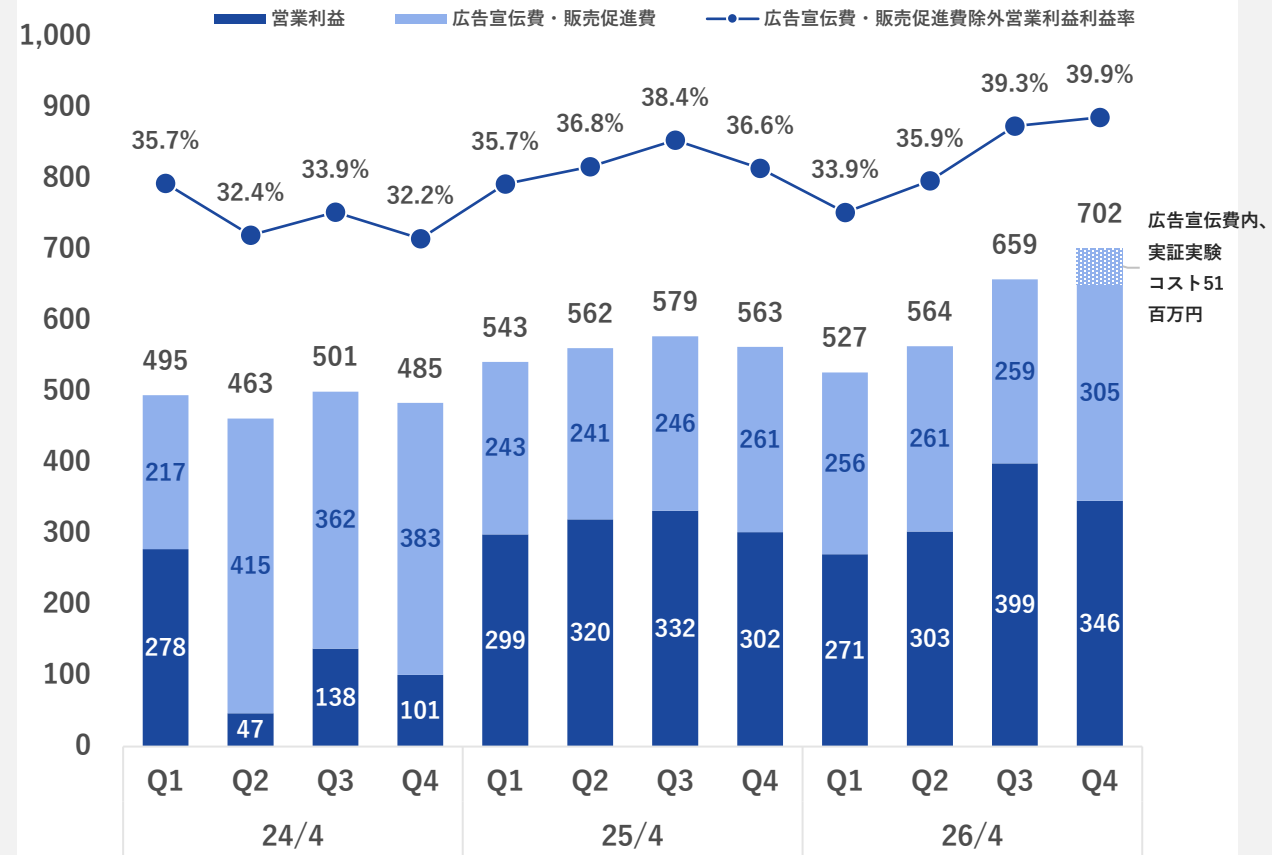
営業利益

(単位：百万円)



営業利益 (広告宣伝費・販売促進費除き)

(単位：百万円)



セグメント別概要

EC事業

国内ECの通期GMVが YoY +14.0% と二桁成長し全体を牽引、目標を超過して着地。Q4の実証実験コスト（当初予定外 40百万円）を吸収し、増収増益を達成。

セグメント売上高

3,899 百万円

YoY +9.5%

セグメント利益

1,272 百万円

YoY +2.7%

GMV（通期）

GMV **30,986** 百万円

YoY +12.0% (FY2026/4通期目標 +10.8%)

国内GMV **22,824** 百万円

YoY +14.0% (FY2026/4通期目標 +9.4%)

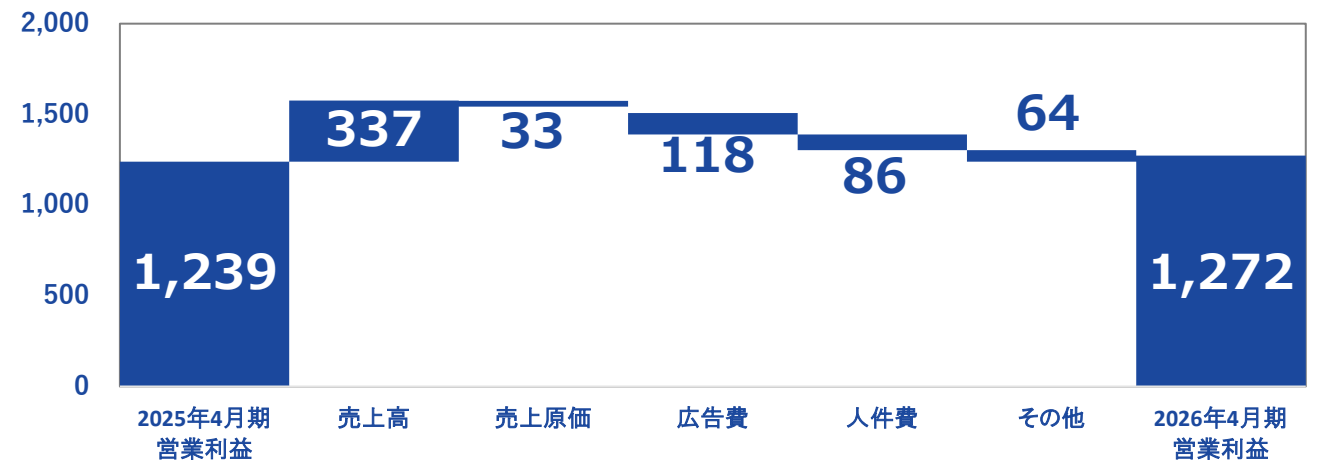
海外GMV **8,161** 百万円

YoY +6.6% (FY2026/4通期目標 +14.5%)

● KPI ハイライト

- 国内通期GMV：YoY +14.0% と二桁成長、通期目標（+9.4%）を大きく上回り着地
- 海外通期GMV：アメリカの関税・紛争等の影響下でも購入客単価の伸長で YoY +6.6% とプラス成長を維持
- Q4に広告を追加投入し実証実験を実施。広告経由の新規会員登録数は QoQ +33.4%（国内 +40.9%）と有効性を確認し、Q4国内GMVは +23.8% に向上

● セグメント利益 増減要因（単位：百万円）



購入客数 (+3.3%) ・ 購入客単価 (+19.8%) がともに好調で、国内GMVは YoY +23.8% と成長率が向上。

FY2026/4 Q4 (四半期) 結果

国内GMV **6,525** 百万円
YoY +23.8%

購入客数 **32,989** 店
YoY +3.3%

購入客単価 **197,796** 円
YoY +19.8%

国内GMV +23.8% を牽引した2つのドライバー

① 新規購入客数の増加

広告施策により広告経由の国内会員登録が QoQ +40.9% に急増。新規購入者数も YoY +31.5% (QoQ +37.9%) と増加し、GMV成長を押し上げ。

② 購入客単価の上昇

Q3 に続き Q4 も回復が継続し YoY +19.8% に上昇。新規客数の増加と相まって国内GMV成長を後押し。

(参考) 購入客単価 YoY 推移 (四半期)



旧正月や中東情勢の混乱などの影響がある中で購入客単価の伸長で Q4の海外GMVは YoY +6.0% と前年超え (QoQ -2.3%)

国・地域	GMV構成比	成長率(YoY)	寄与度	
台湾	34.7%	+2.2%	+0.8%	客単価の伸長で GMV +2.2%
アメリカ	11.8%	+17.3%	+2.0%	客単価の大幅上昇で GMV +17.3% と高成長
香港	9.8%	-11.9%	-1.2%	低迷が継続
韓国	10.1%	+10.2%	+1.0%	客数・客単価ともに伸長し GMV +10.2% と二桁成長
欧州	9.6%	+46.0%	+4.4%	GMV +46.0% と大幅成長し、海外成長に大きく貢献

購入客数 **6,100** 店 (YoY -4.5%)

購入客単価 **335,241** 円 (YoY +10.9%)

海外送料

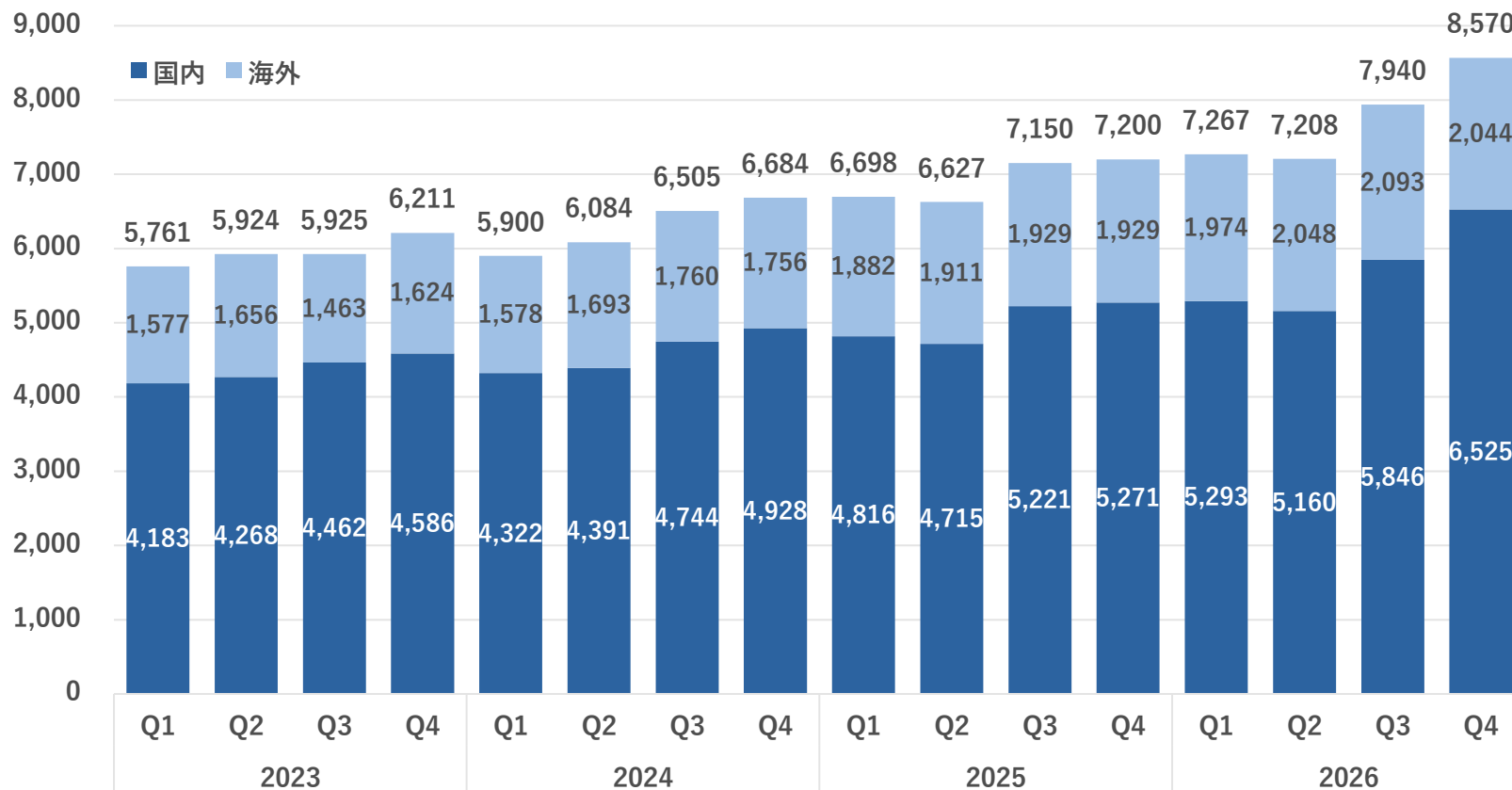
関税施策の影響でQ1、Q2と増加した海外送料は、下半期以降に改善した結果、通年ベースではほぼ収支均衡となった。

旧正月の影響について

旧正月前後は物流・通関が停止し中華圏のGMVが減少。日付は毎年1/21~2/20で移動するため、影響がQ3かQ4かで変動する。前期は1/29でQ3、今期は2/17でQ4に減少が出たため、YoY成長率は低めとなった。

国内GMVがYoY + 23.8%、QoQ + 11.6%と二桁成長を継続。旧正月や中東情勢の混乱などの影響がある海外GMVをカバーし、Q4のGMVは過去最高水準のYoY + 19.0% (QoQ + 7.9%) を達成。

(単位：百万円)



FY2026/4 Q4
YoY
+ 19.0%

FY2026/4 Q4
QoQ
+ 7.9%

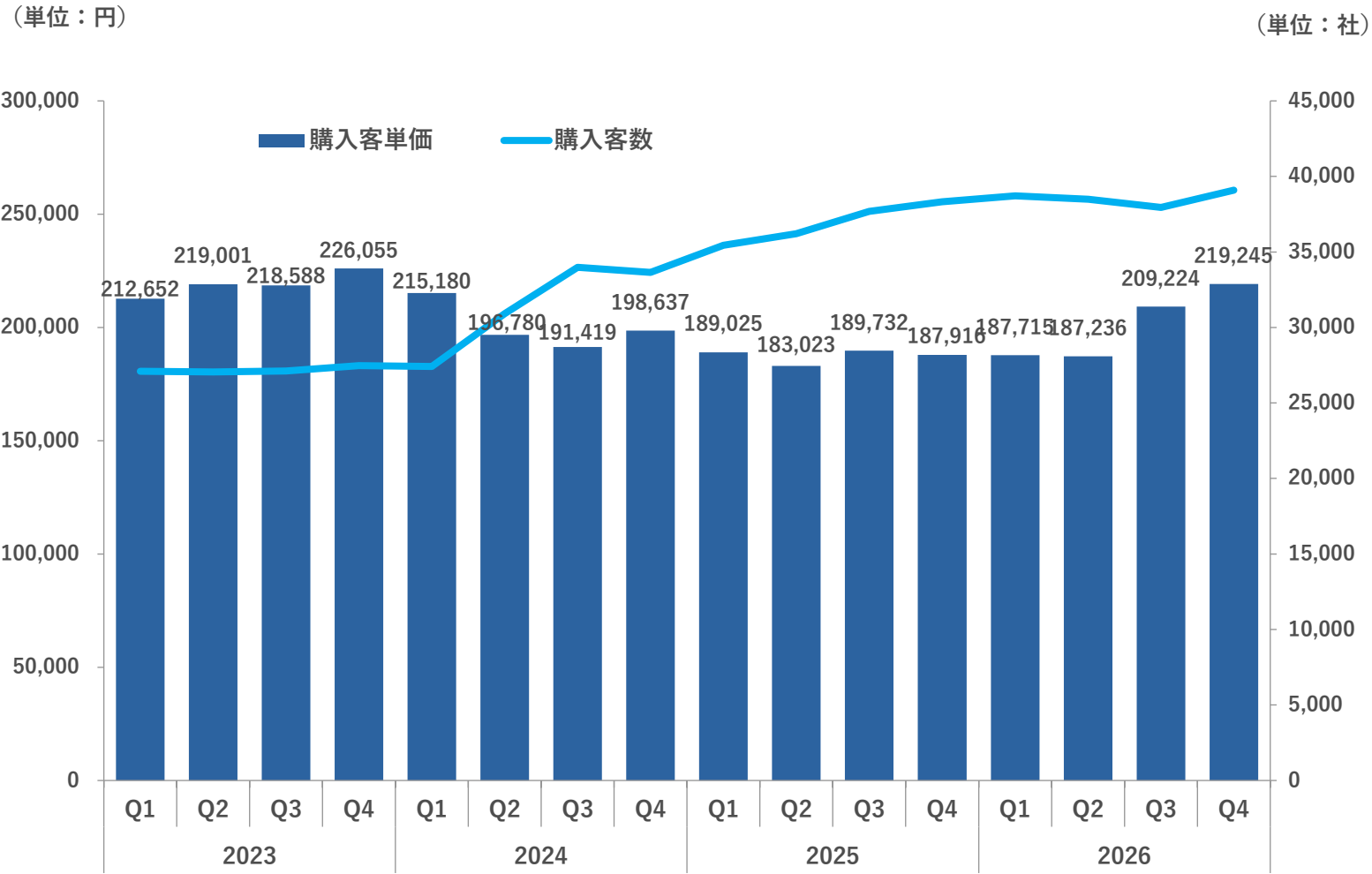
FY2026/4 Q4
海外 YoY
+ 6.0%

FY2026/4 Q4
海外 QoQ
- 2.3%

FY2026/4 Q4
国内 YoY
+ 23.8%

FY2026/4 Q4
国内 QoQ
+ 11.6%

購入客単価はYoY + 16.7%と二桁増、購入客数も初回購入者数の増加によりYoY + 2.0%。質と量の両面で成長を実現。



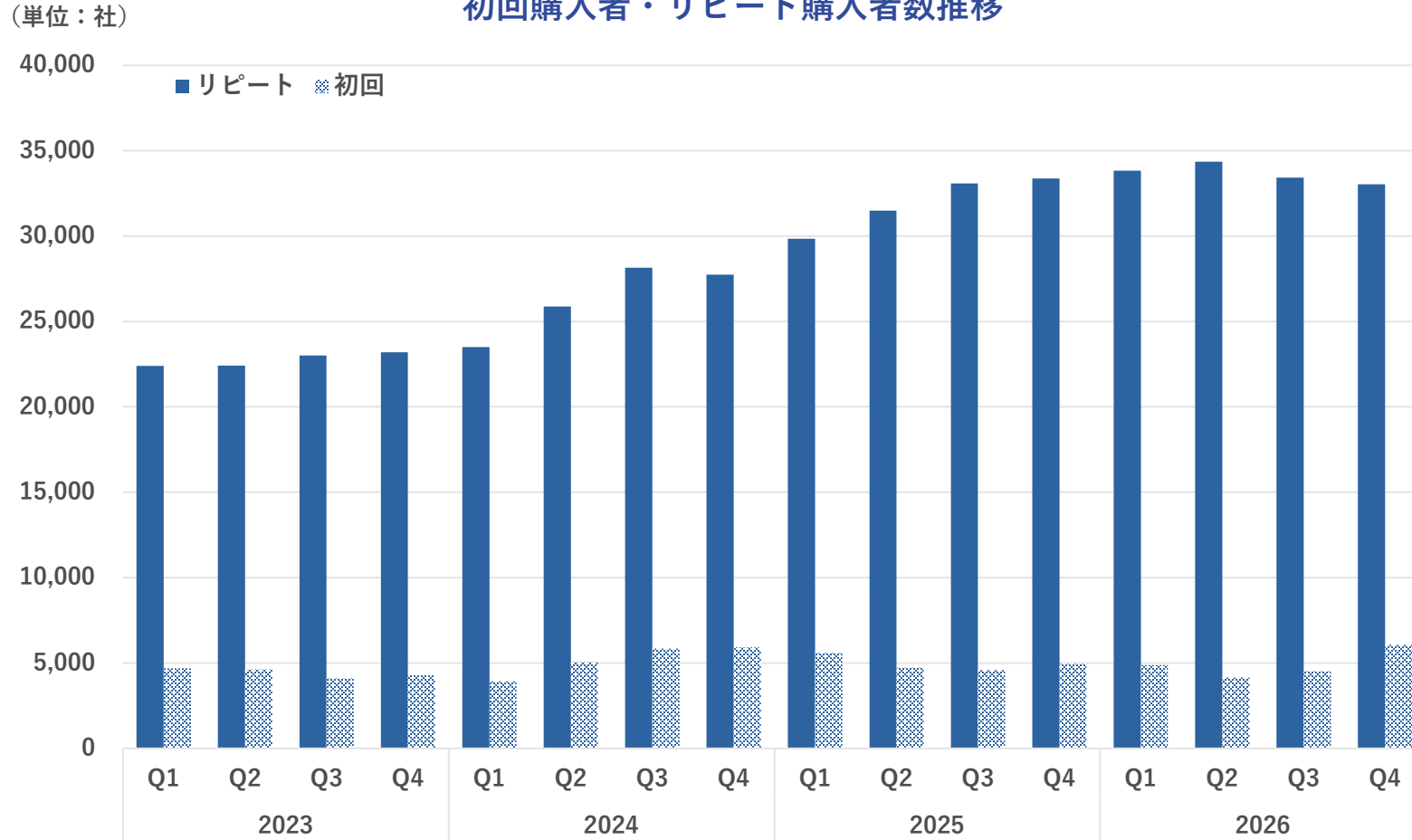
<p>FY2026/4 Q4 購入小売店数 YoY + 2.0%</p>	<p>FY2026/4 Q4 購入小売店数 QoQ + 3.0%</p>
<p>FY2026/4 Q4 客単価 YoY + 16.7%</p>	<p>FY2026/4 Q4 客単価 QoQ + 4.8%</p>

EC事業 | 購入客数推移（リピート購入客/初回購入客別）（四半期）

国内の新規獲得施策が奏功し、初回購入者数は大幅回復（YoY + 22.6%、QoQ + 34.0%）

リピート購入者は前期比横ばいの高水準で推移。今後は新規流入の継続と継続率向上策により、リピート基盤のさらなる拡大を目指す

初回購入者・リピート購入者数推移



FY2026/4 Q4
リピート購入者数
YoY
- 1.0%

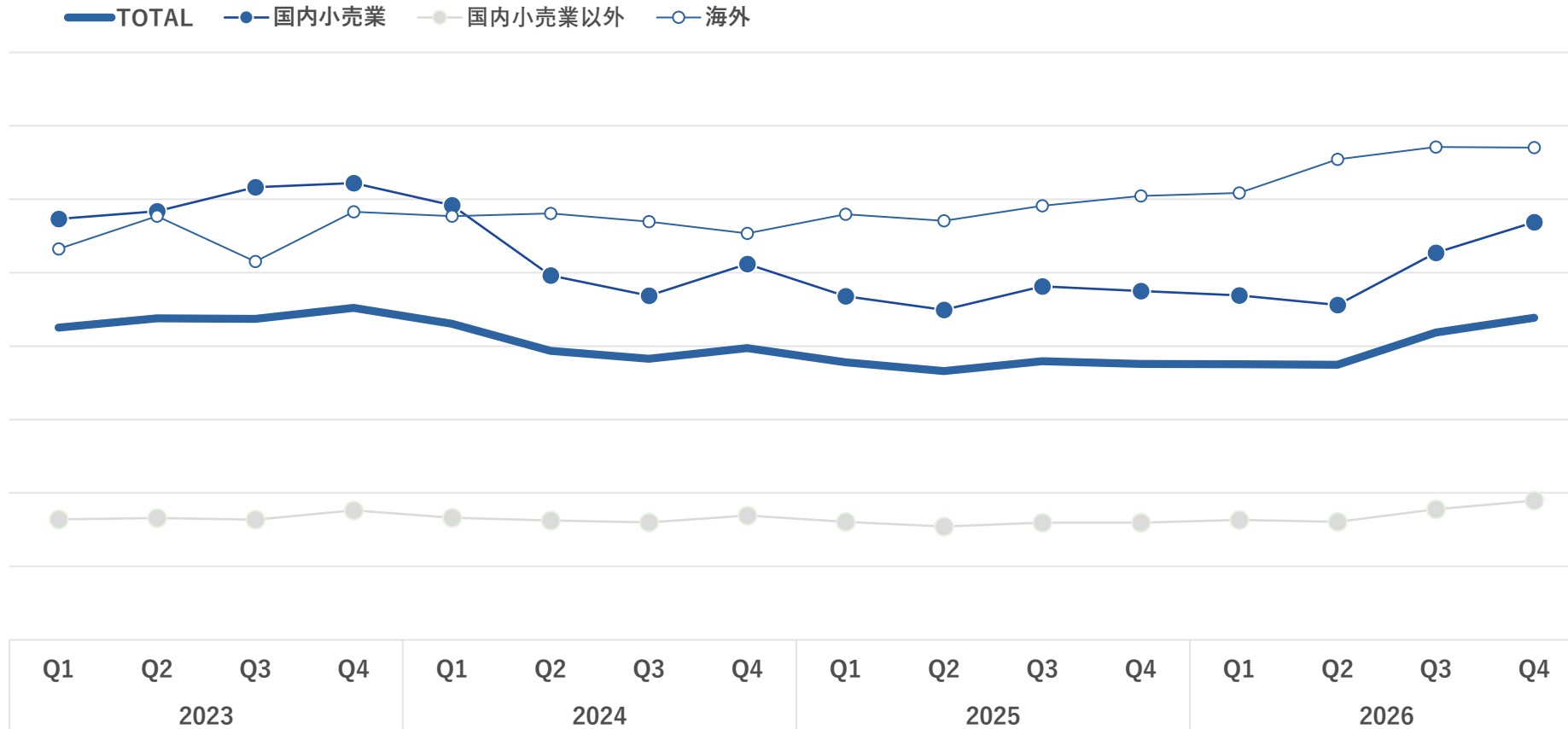
FY2026/4 Q4
リピート購入者
QoQ
- 1.2%

FY2026/4 Q4
初回購入者数
YoY
+ 22.6%

FY2026/4 Q4
初回購入者数
QoQ
+ 34.0%

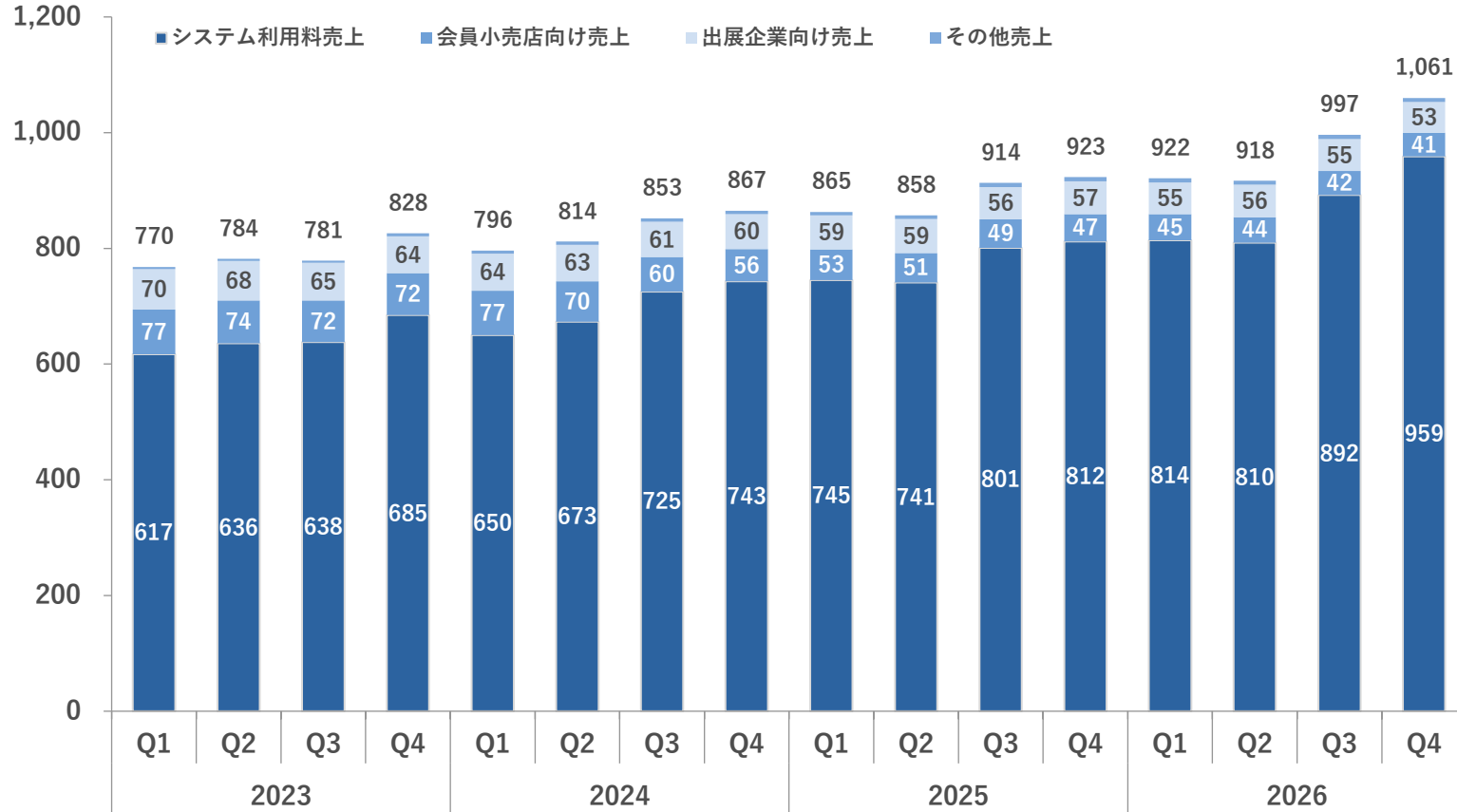
国内小売業 +19.7%、国内小売業以外 +18.8%、海外 +10.9%と全カテゴリで二桁増を達成。
 全体の客単価もYoY +16.7%と大幅上昇。ウォレットシェア拡大施策の効果が定着

購入客単価推移



国内GMVの二桁成長を背景に、収益源であるシステム利用料売上はYoY+18.1%、QoQ+7.5%と力強く拡大。EC事業の収益基盤は着実に厚みを増す。

(単位：百万円)



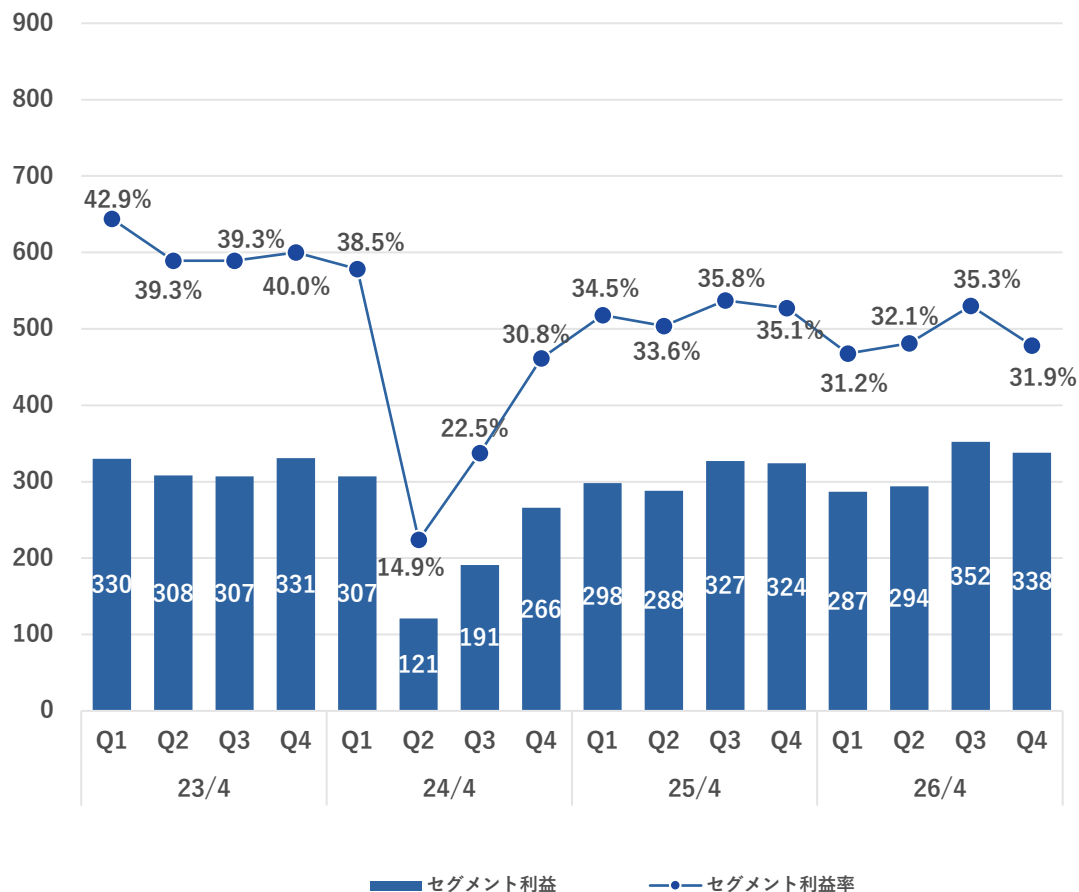
会員小売店向け売上=スタンダードプラン会員から徴収する月会費、出展企業向け売上=旧プラン適用の出展企業から徴収する基本料(月課金)や更新料(年課金)

<p>FY2026/4 Q4 YoY +14.9%</p>	<p>FY2026/4 Q4 QoQ +6.4%</p>
<p>FY2026/4 Q4 出展企業 YoY -6.5%</p>	<p>FY2026/4 Q4 出展企業 QoQ -3.2%</p>
<p>FY2026/4 Q4 会員小売店 YoY -12.4%</p>	<p>FY2026/4 Q4 会員小売店 QoQ -2.6%</p>
<p>FY2026/4 Q4 システム利用料 YoY +18.1%</p>	<p>FY2026/4 Q4 システム利用料 QoQ +7.5%</p>

来期成長に向けた実証実験（広告宣伝費40百万円）を実行。同先行投資を吸収しつつ、セグメント利益はYoY+4.2%と増益を維持。広告宣伝費除くベースではYoY+19.7%と高成長。施策効果により国内ECのGMVはYoY+23.8%、QoQ+11.6%へ加速

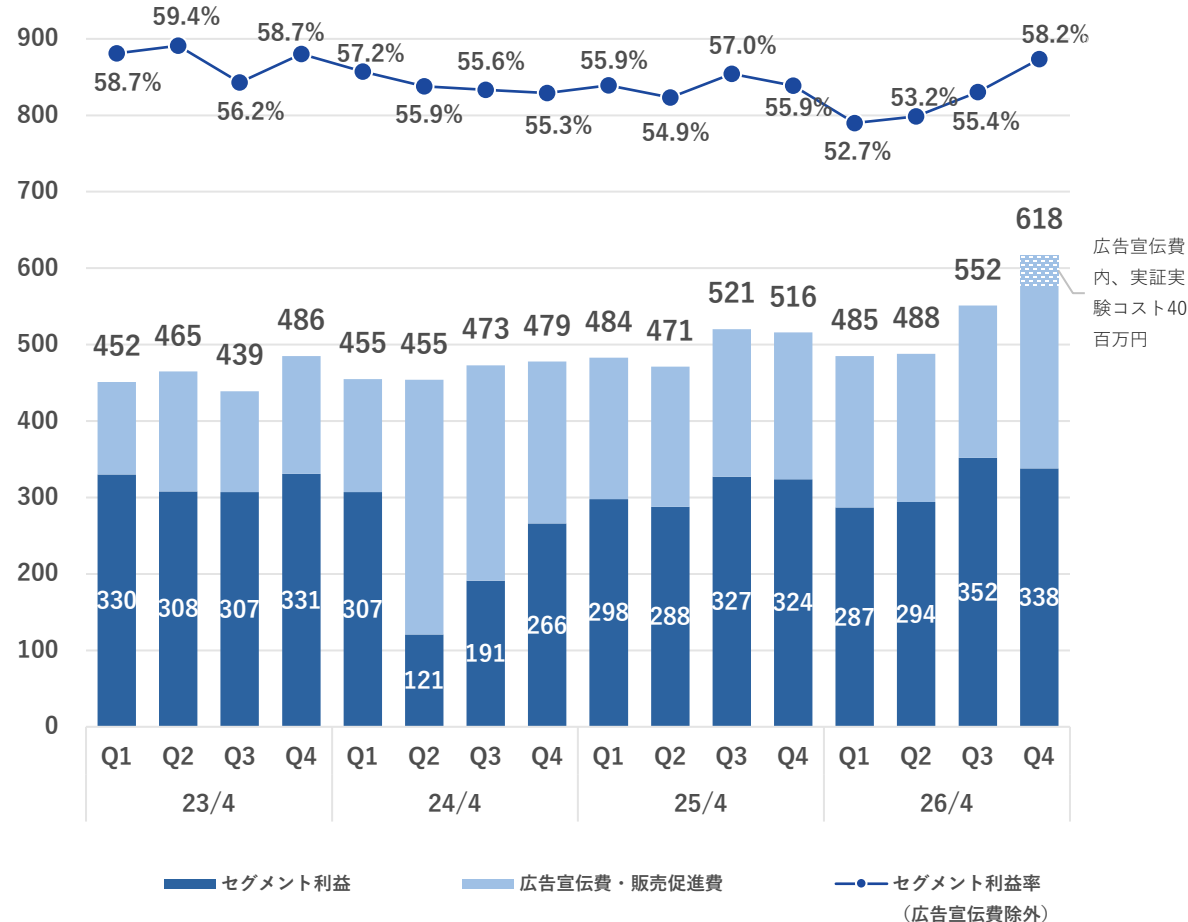
セグメント利益

(単位：百万円)



セグメント利益 (広告宣伝費・販売促進費除き)

(単位：百万円)



セグメント別概要 フィナンシャル事業

Paid・URIHO それぞれの通期売上高は二桁成長で着地。健全な収益性も両立。

セグメント売上高

2,674 百万円
YoY +5.5%

セグメント利益

832 百万円
YoY +13.5%

Paid売上高 **1,110** 百万円 YoY +15.6%

URIHO売上高 **1,563** 百万円 YoY +13.6%

家賃保証除き売上高 YoY +14.4%

Paid取扱高※ **46,505** 百万円
YoY +12.6% (目標 +19.5%)

URIHO保証残高 **76,434** 百万円
YoY +21.3% (目標 +17.0%)

※外部取引 (グループ外の取扱高)

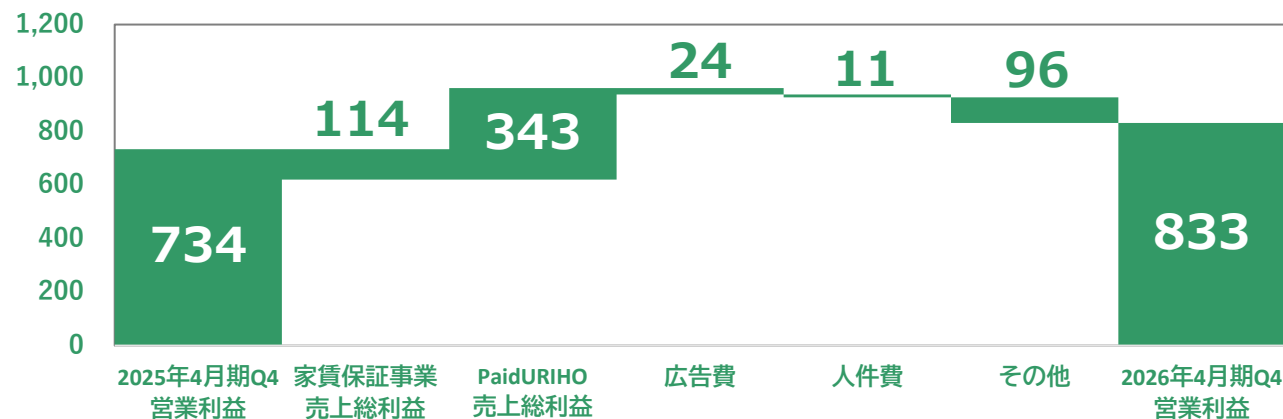
- Paid：稼働企業数・加盟企業単価の増加で Q4外部取引高 YoY +16.5%
- URIHO：保証残高 YoY +21.3% と通期目標を達成。売上原価率も Q4 20.9% と低水準を継続
- Paid・URIHO ともに実証実験で有効な結果を確認

Paid 4月 商談化件数
+50.0%

URIHO 4月 入会件数
+26.3%

※ 直前1年平均比

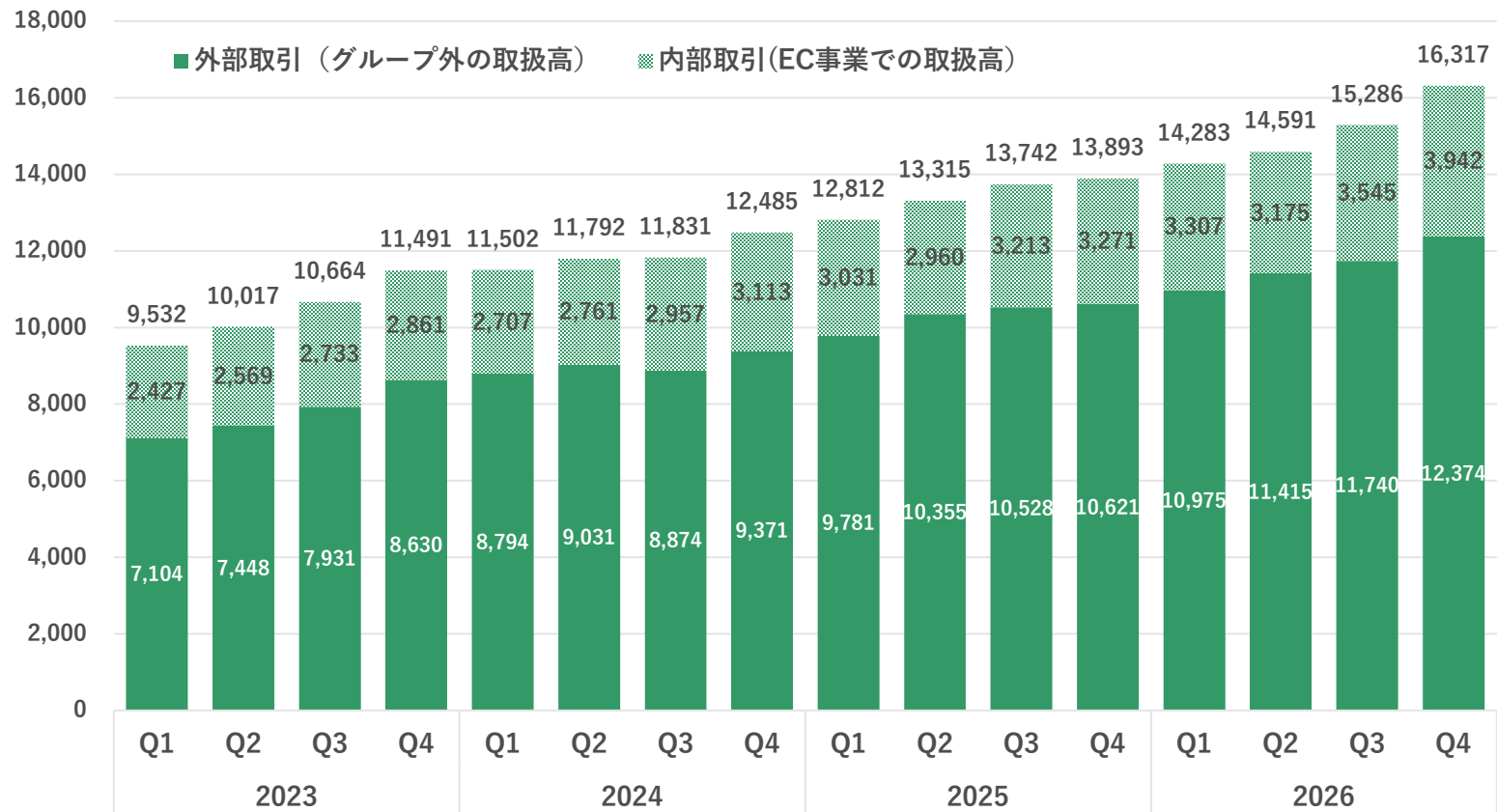
セグメント利益 増減要因 (単位：百万円)



稼働件数と加盟企業単価の増加により、FY2026/4 Q4の外部取扱高は12,374百万円 (YoY + 16.5%、QoQ + 5.4%)

実証実験 (マーケティング強化・営業代行活用) の実施により商談化件数が増加、FY2027/4期の取扱高に反映される見込み

(単位：百万円)



内部取引 (EC事業内での取扱高) は、スーパーデリバリーの国内GMVで決済方法にPaid利用分のもの

FY2026/4 Q4
YoY
+ 17.4%

FY2026/4 Q4
QoQ
+ 6.7%

FY2026/4 Q4
内部取引 YoY
+ 20.5%

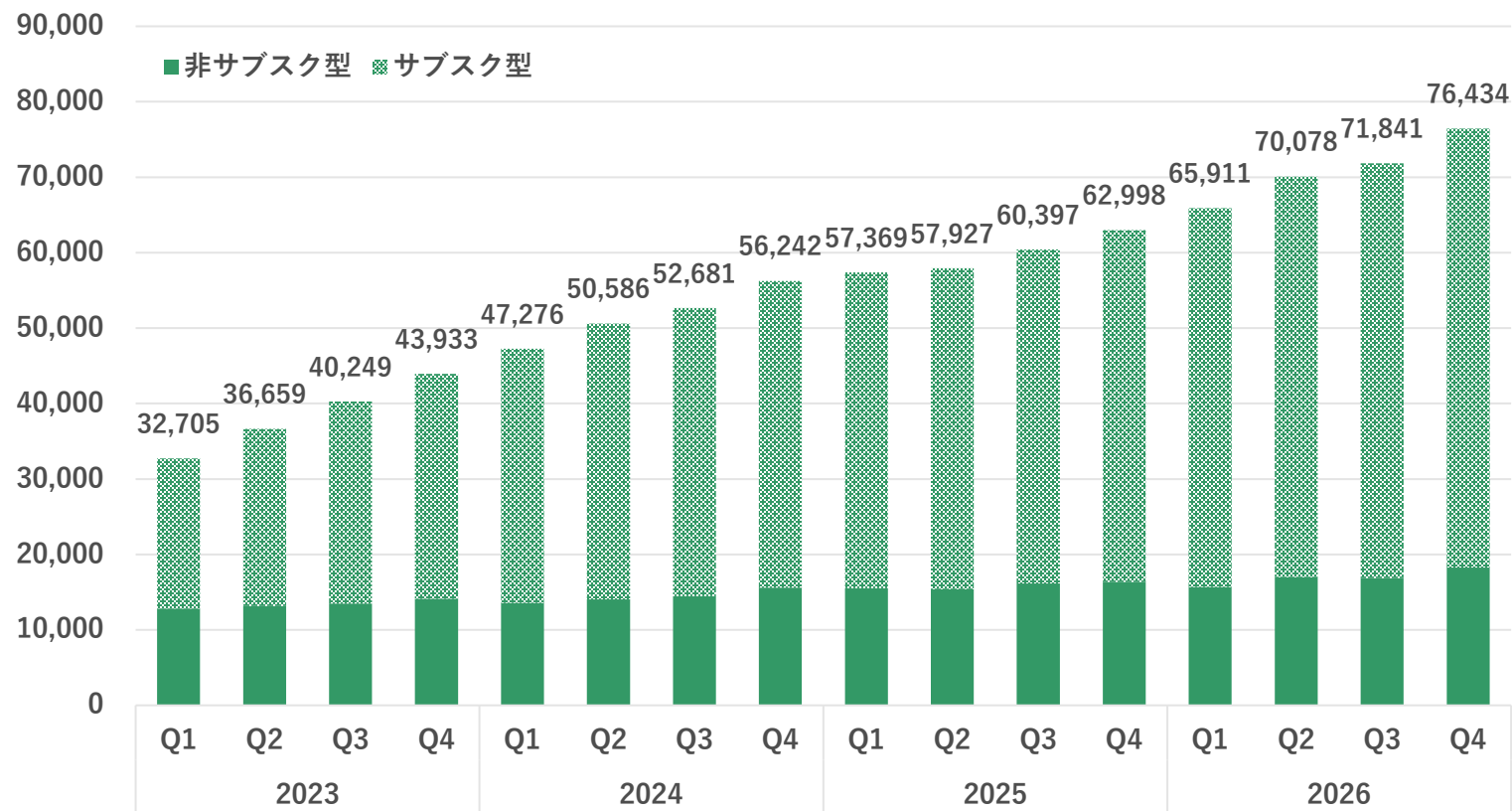
FY2026/4 Q4
内部取引 QoQ
+ 11.2%

FY2026/4 Q4
外部取引 YoY
+ 16.5%

FY2026/4 Q4
外部取引 QoQ
+ 5.4%

保証残高の順調な積み上げにより、サブスク型YoY+24.8%、非サブスク型YoY+11.4%、全体の保証残高はYoY+21.3%に
 実証実験（マーケティング強化・営業代行の活用・紹介手数料増額キャンペーン）の実施により入会件数が増加、FY2027/4期
 の保証残高の積み上げスピードの加速に期待

(単位：百万円)



FY2026/4 Q4
YoY
+21.3%

FY2026/4 Q4
QoQ
+6.4%

FY2026/4 Q4
サブスク YoY
+24.8%

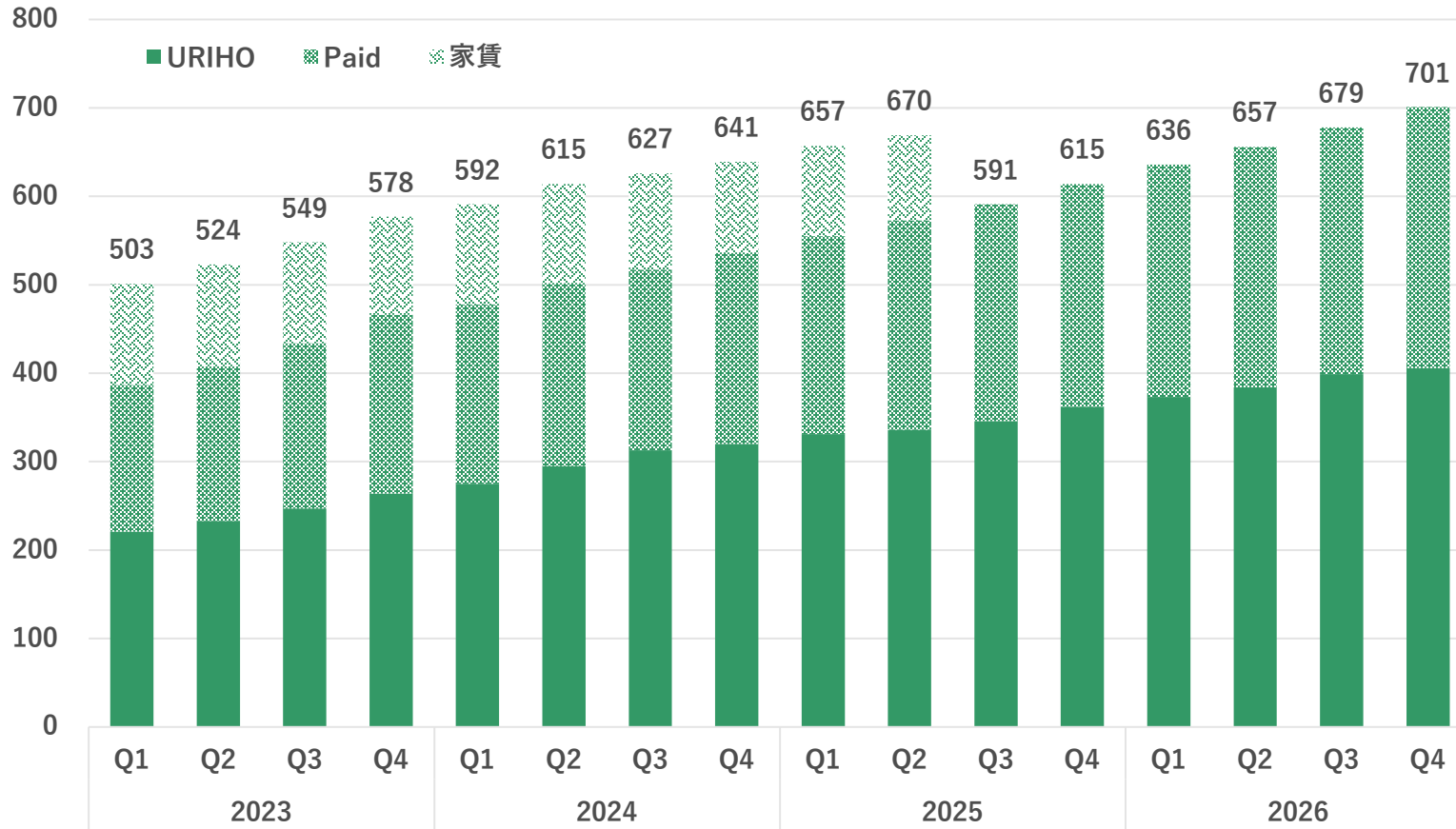
FY2026/4 Q4
サブスク QoQ
+5.9%

FY2026/4 Q4
非サブスク YoY
+11.4%

FY2026/4 Q4
非サブスク QoQ
+8.1%

Paid (YoY + 16.7%)、URIHO (YoY + 12.0%) と順調に二桁成長を継続
 フィナンシャル事業の売上高は701百万円 (YoY + 13.9%、QoQ + 3.2%) と順調に推移

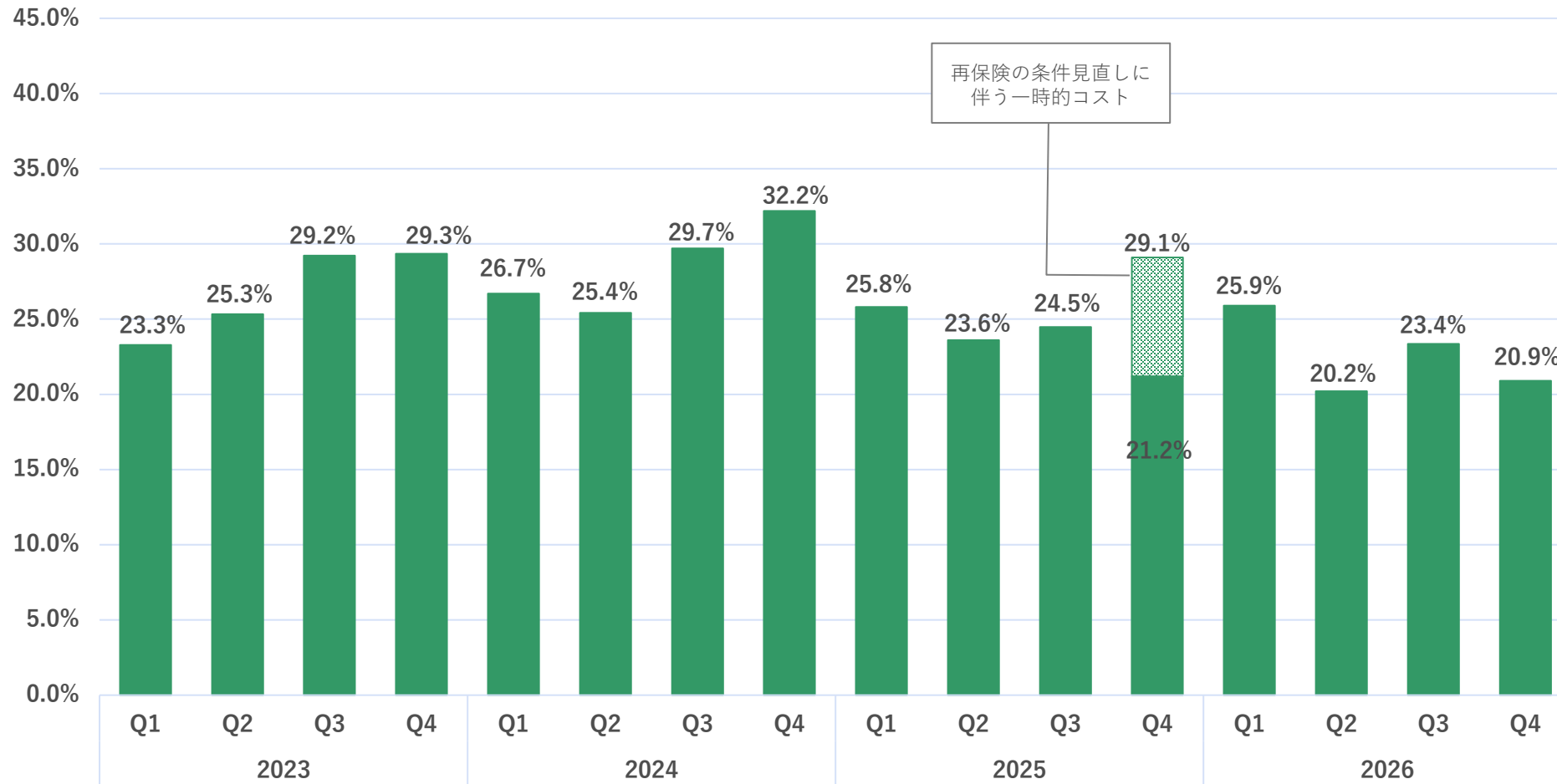
(単位：百万円)



セグメント間の売上高を除外しております。

FY2026/4 Q4 YoY + 13.9%	FY2026/4 Q4 QoQ + 3.2%
FY2026/4 Q4 Paid YoY + 16.7%	FY2026/4 Q4 Paid QoQ + 5.5%
FY2026/4 Q4 URIHO YoY + 12.0%	FY2026/4 Q4 URIHO QoQ + 1.6%

売上原価率は与信審査の適切なコントロールにより低水準を継続中 (YoY-8.2pt、QoQ-2.5pt)



再保険の条件見直しに伴う一時的コスト

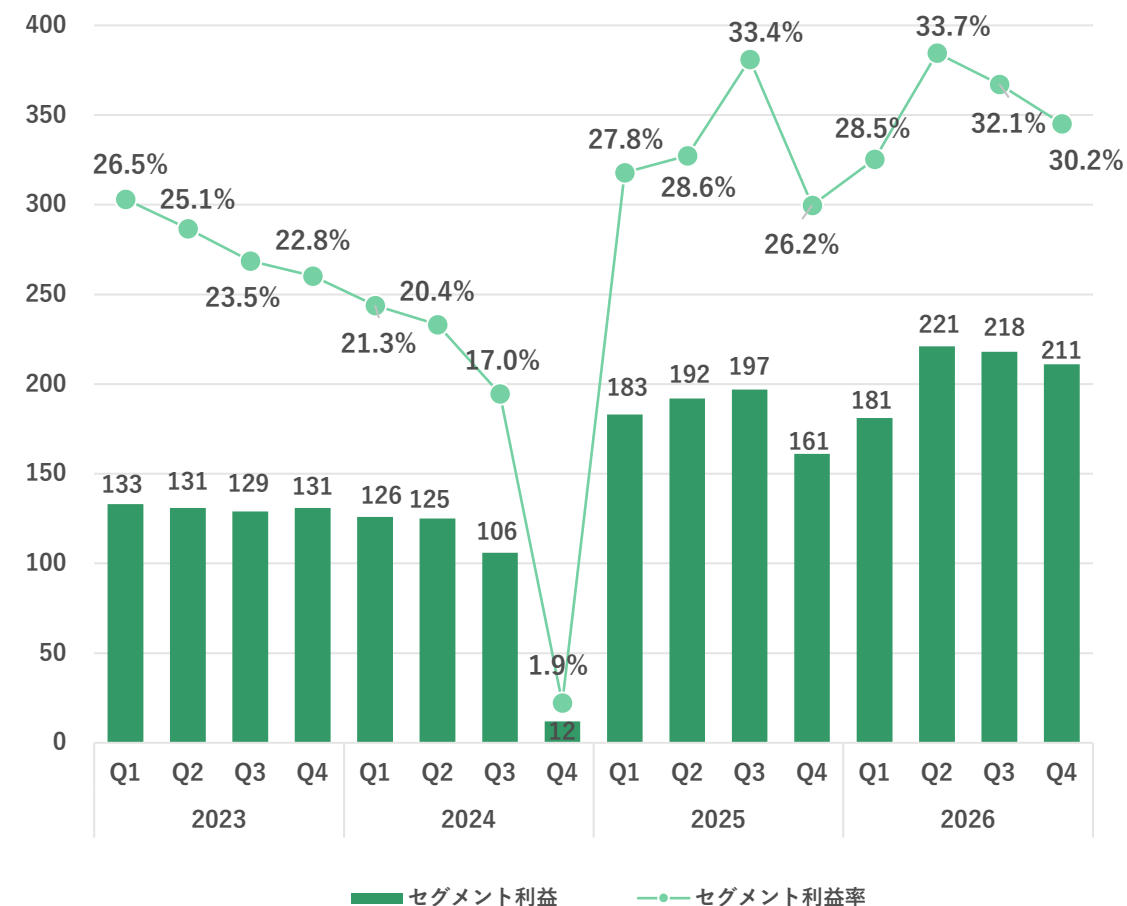
FY2026/4 Q4
YoY
- 8.2pt

FY2026/4 Q4
QoQ
- 2.5pt

セグメント利益は211百万円 (YoY + 31.3%) を計上、QoQは広告宣伝費の増加 (含、実証実験コスト) による影響で-3.0%に

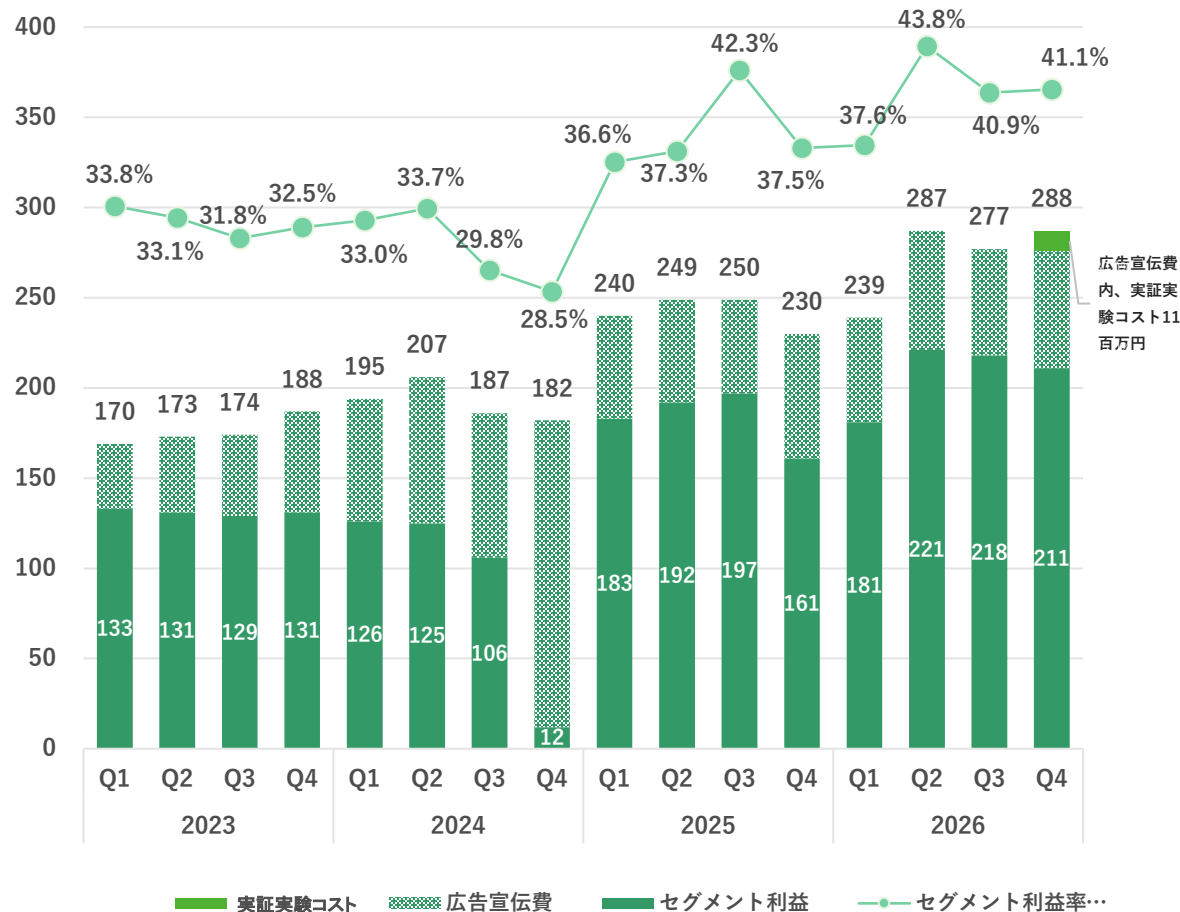
(単位：百万円)

セグメント利益 (四半期)



セグメント利益 (広告宣伝費除き) (四半期)

(単位：百万円)



2.業績予想

EC・フィナンシャルともに大規模な先行投資（プロモーション関連費用等前期比約800百万円増）を実施、売上成長率は上がり、利益は今期に限り減益を見込む

今期より事業本来の収益力を映す指標として「調整後EBITDA」を採用

（単位：百万円）

項目	FY2026/4期 実績		FY2027/4期 予想		通期YoY
	第2四半期 (累計)	通期	第2四半期 (累計)	通期	
売上高	3,134	6,574	3,450	7,500	+14.1%
調整後EBITDA	711	1,592	430	1,050	-34.1%
調整後EBITDA利益率	22.7%	24.2%	12.5%	14.0%	-10.2pt
営業利益	574	1,320	250	600	-54.6%
営業利益率	18.3%	20.1%	7.2%	8.0%	-12.1pt
経常利益	519	1,240	240	550	-55.6%
当期純利益	322	804	180	300	-62.7%

FY2027/4期は新中期経営計画（FY2027/4～FY2029/4）の初年度

重点施策の推進に向け、プロモーション投資水準を引き上げる初年度として位置づけ

1

新中期経営計画に沿った投資判断

重点施策の推進に向け、プロモーション投資の水準を引き上げる

- ・ 営業/マーケティング強化による既存事業の成長加速
- ・ 顧客数・客単価の引き上げ
- ・ M&A・アライアンスによる顧客ニーズの充足

アドバンテッジパートナーズ社との提携を反映し成長戦略を強化

2

実証実験で投資効果を検証

FY2026/4期 第4四半期（2～3月）に実証実験を実施

- ・ 総額51百万円を全事業に投下
- ・ 全事業でポジティブな結果を確認
- ・ 結果を踏まえ投資水準引き上げを意思決定

実験結果の詳細はP38に記載

3

FY2027/4期の業績見通し

初年度は一時的に減益、翌期以降に回復・拡大

- ・ 投資はコストが売上高に先行して発生
- ・ 初年度のFY2027/4期は一時的に減益
- ・ 翌期以降は投資効果で売上成長が加速し利益は回復・拡大

詳細な成長ストーリーはP39に記載

※ 業績予想にM&Aは織り込まず。M&Aが発生した場合は、ガイダンス外で売上高・調整後EBITDAが上乘せされる見込み。

総投資額
51百万円

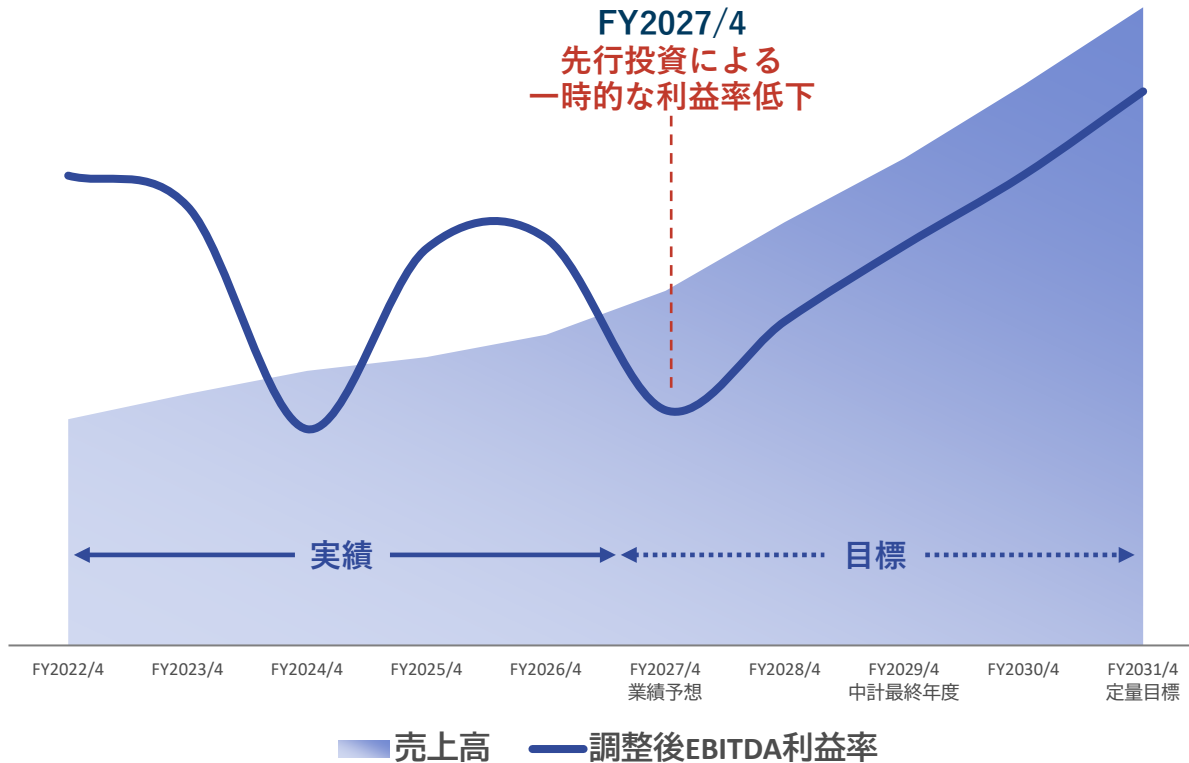
顧客基盤拡大に向けたテストとして各事業で実証実験を実施。中長期成長に有効な結果が確認されたため、FY2027/4期以降の投資水準引き上げを意思決定。



	BtoB卸売ECサイト	BtoB掛け売り決済代行	売掛保証サービス
投資額	40百万円	5.6百万円	5.7百万円
施策内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 広告宣伝費の追加投入による新規会員登録数の増加 	<ul style="list-style-type: none"> ● 広告宣伝費の追加投入による資料請求数の増加 ● 営業代行活用による商談化件数の増加 	<ul style="list-style-type: none"> ● 広告宣伝費の追加投入による資料請求・問い合わせ数の増加 ● 営業代行活用による入会件数の増加 ● 地銀向け紹介手数料増額キャンペーン
結果	Q4 広告経由 新規会員登録数 +33.4% 前四半期比	4月 商談化件数 +50.0% 直前1年平均比	4月 入会件数 +26.3% 直前1年平均比

実証実験に裏付けられた計画的な成長投資により、定量目標 CAGR 15% の達成を加速する。

売上高と調整後EBITDA利益率の推移



実証実験の結果を踏まえ、FY2027/4期よりプロモーション投資の水準を引き上げる。初年度はコストが売上高に先行するため一時的に減益となるが、投資効果により売上高成長が加速し、翌期以降は利益が回復・拡大する見通し。

成長投資による業績の道筋



成長スピードの加速 | 中期定量目標の達成へ

14.1%

FY2027/4 売上高成長率

CAGR 15%

FY2031/4 定量目標

事業本来の収益力を映す指標として、「調整後EBITDA」を採用

01 背景

アドバンテッジパートナーズとの提携を起点に、M&A・人的資本投資・株主還元が本格化。会計上の費用に、事業のキャッシュ創出力とは性質の異なる項目が含まれてくることを想定

- ✓ M&A・成長投資の加速
- ✓ 人的資本への投資強化
- ✓ 株主還元施策の継続

02 定義



※印の2項目は一般的でない調整項目（次ページで解説）

03 意義

● 業績の透明性

M&A・人的資本投資の影響を中立化し、本業の収益力をフェアに可視化

● 成長トレンドの把握

事業趨勢の比較が容易になり、中期経営計画の進捗を明瞭にトラッキング

● キャッシュ創出力

非現金費用を中立化し、配当・成長投資の原資となるCFに近い視点を提供

定義式の調整項目のうち、一般的でない2項目（株主優待関連費用・ESOP関連費用）の採用理由について

還元 株主優待関連費用

経済実態：配当と同様の株主還元コスト

本来、株主還元（配当）は損益計算書を通さず株主資本の控除として処理される項目。株主優待も経済実態は同じ資本還元の意思決定だが、会計基準では販管費に計上され営業利益を圧迫するため、事業の収益力指標からは除外。

非現金 ESOP関連費用

経済実態：株式報酬と同質の主として非現金性の費用

信託を通じた従業員への株式付与に係る費用認識であり、会計上の費用認識と現金支出のタイミングが乖離。日常的な事業活動コストとは性質が異なる。既存の「株式報酬関連費用」加算と一貫した整理。

FY2026/4期 実績とFY2027/4期 業績予想

(単位：百万円)

	営業利益	非現金 減価償却費	非現金 のれん償却費	一時 M&A関連 一時費用	非現金 株式報酬 関連費用	非現金 ESOP 関連費用	還元 株主優待 関連費用	調整後 EBITDA
FY2026/4期 実績	1,320	159	—	—	18	4	89	1,592
FY2027/4期 業績予想	600	205	—	—	75	20	150	1,050

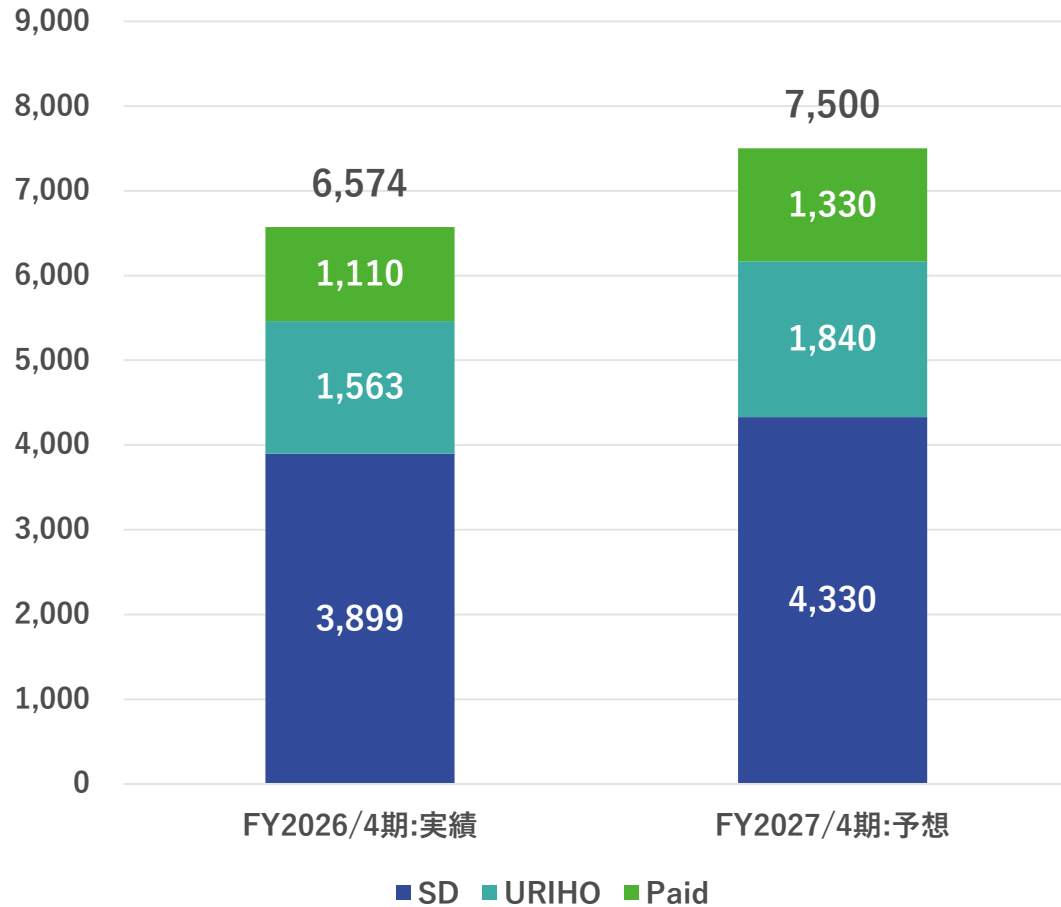
参考：対前期比較

(単位：百万円)

項目	FY2026/4期 実績	FY2027/4期 予想	増減
営業利益	1,320	600	- 54.6%
調整項目 合計	272	450	+65.4%
調整後EBITDA	1,592	1,050	- 34.1%

各サービスの売上高において二桁成長を目指し、グループ売上高の成長率はYoY +14.1%を想定

売上高内訳 (単位：百万円)



グループ全体 売上高成長率

+14.1%

EC事業



+11.0%

フィナンシャル事業



+17.7%



+19.8%

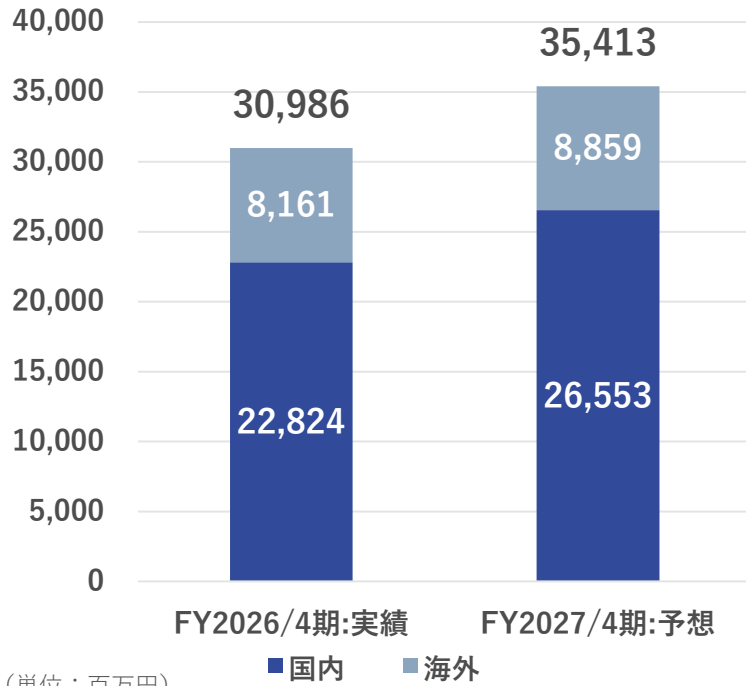
顧客基盤拡大を目的とした積極的な投資により各KGIの着実な成長を目指す



GMV

YoY 成長率

+14.3%



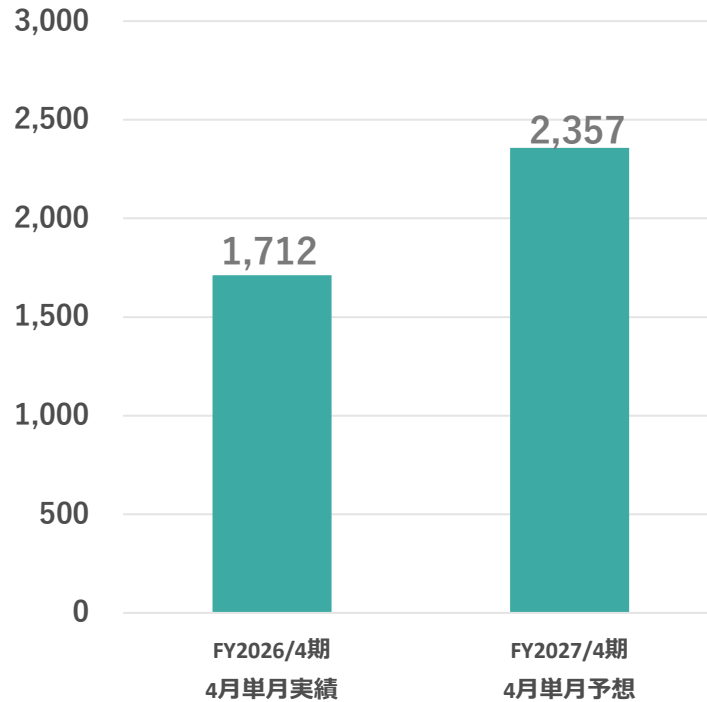
(単位：百万円)



課金顧客数
(サブスク)

YoY 成長率

+38.8%



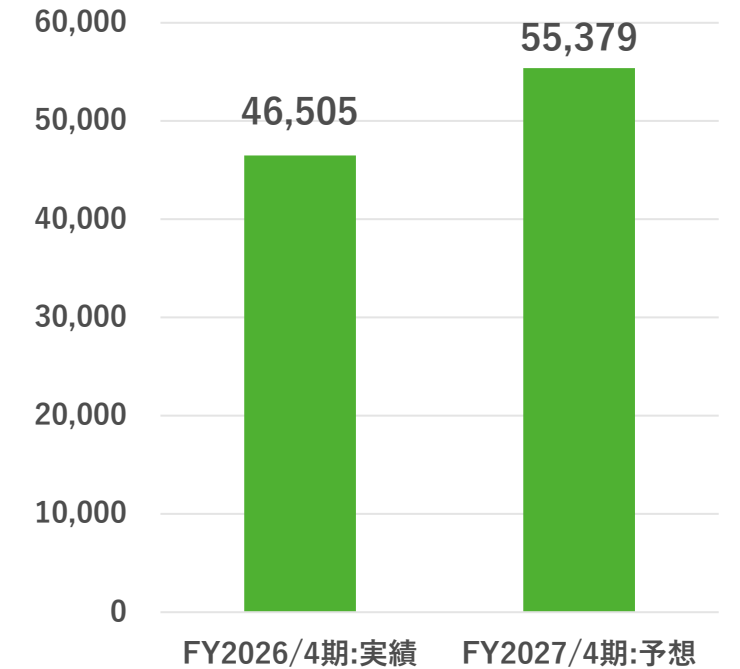
(単位：社)



GMV

YoY 成長率

+19.1%



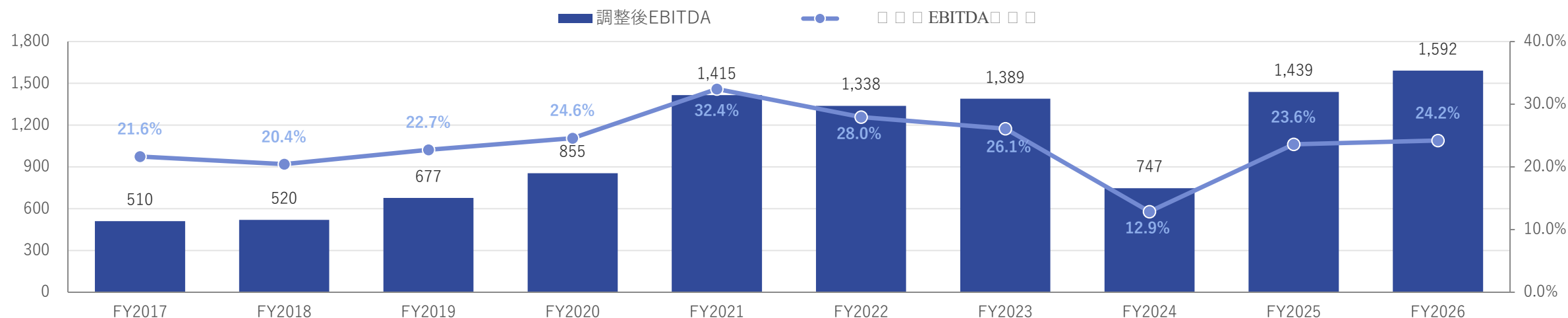
(単位：百万円)

※外部取扱高のみ

(単位：百万円)

	FY2017/4期	FY2018/4期	FY2019/4期	FY2020/4期	FY2021/4期	FY2022/4期	FY2023/4期	FY2024/4期	FY2025/4期	FY2026/4期
売上高	2,359	2,546	2,980	3,477	4,364	4,789	5,320	5,808	6,098	6,574
調整後EBITDA	510	520	677	855	1,415	1,338	1,389	747	1,439	1,592
調整後EBITDA利益率	21.6%	20.4%	22.7%	24.6%	32.4%	28.0%	26.1%	12.9%	23.6%	24.2%
営業利益	420	437	548	706	1,196	1,126	1,193	566	1,254	1,320
営業利益率	17.8%	17.2%	18.4%	20.3%	27.4%	23.5%	22.4%	9.8%	20.6%	20.1%
経常利益	414	431	545	708	1,216	1,135	1,225	535	1,397	1,240
当期利益	255	282	379	451	800	354	668	325	836	804

調整後EBITDA 推移



EC・フィナンシャル両事業で3サービスを順次投入



SDダイレクト

2026年7月 提供開始(予定)

スーパーデリバリー（SD）の出展企業のSD外の既存取引先からの受注をデジタル化支援するサービス。SDの受発注・決済基盤を開放することで実現。出展企業のSD外全取引をSDに集約させることを目指す。

- 会員審査不要・最短即日で取引開始
- 取引条件そのまま／自社請求可でWeb発注へ移行
- 取引手数料・決済手数料0円の会員基盤の拡大を狙う戦略的設計。決済手数料（Paid・クレカ利用時3%）やアップセルで収益化を図る



URIHOmini

2026年6月 提供開始

年商1億円以下の法人・個人事業主を主な対象としたエントリーモデル。

- 月額4,980円の定額制・登録社数に制限なし
- 1社あたり最大300万円まで保証
- 取引先の事前審査不要、保証範囲を倒産に限定したシンプル設計



BizCheck

2026年8月 本格販売(予定)

現在テスト販売中

売掛保証は不要で反社チェックと与信審査を同時に行える法人向けサービス。

- 反社チェック・取引安全性・取引推奨金額を数分で判定
- 100万社超の支払実績・事故データに基づくリアルなデータとAIを活用
- 1社333～800円。CSV一括登録で定期モニタリングも可

3.株主還元方針

創出キャッシュについては、成長投資への資金を確保しつつ、積極的な株主還元を行う

	基本方針	FY2027/4期
配当	<p>配当性向 45～50%</p> <p>2029年4月期（新中計最終年度）まで「累進配当」と「利益連動型加算配当」を実施 ※</p>	<p>1株当たり配当額（予定）</p> <p>22円 / 配当性向（予定） 142.18%</p> <p>（累進配当を適用）</p>
自己株式取得	株価に応じて機動的に実行	—
株主優待	<p>継続保有期間・保有株式数に応じたデジタルギフトを贈呈</p>	<p>株主優待コスト（1.5億円程度を想定）は業績予想に織り込み済</p>

※：詳細は2026年2月9日公表「配当方針の変更（累進配当及び利益連動型加算配当の導入）ならびに配当予想の修正（記念配当による増配）に関するお知らせ」参照



FY2026/4 Q4
決算説明