



2021年7月期決算説明会資料

第一部：2021年7月期業績及び2022年7月期業績予想

ラクスル株式会社（東証 市場第一部：4384）

2021年9月10日

1. 2021年7月期通期 業績

2. 2022年7月期通期 業績予想

3. Q&A

4. 参考資料

第二部(別紙)：ビジョン実現のための事業展開と蓄積し続けるアセット

1. ビジョン実現のための事業展開
2. 長期で蓄積するアセット：事業
3. 長期で蓄積するアセット：組織
4. 長期で蓄積するアセット：財務
5. ビジョン実現を支えるガバナンスポリシー
6. 参考資料

1

2021年7月期通期 業績



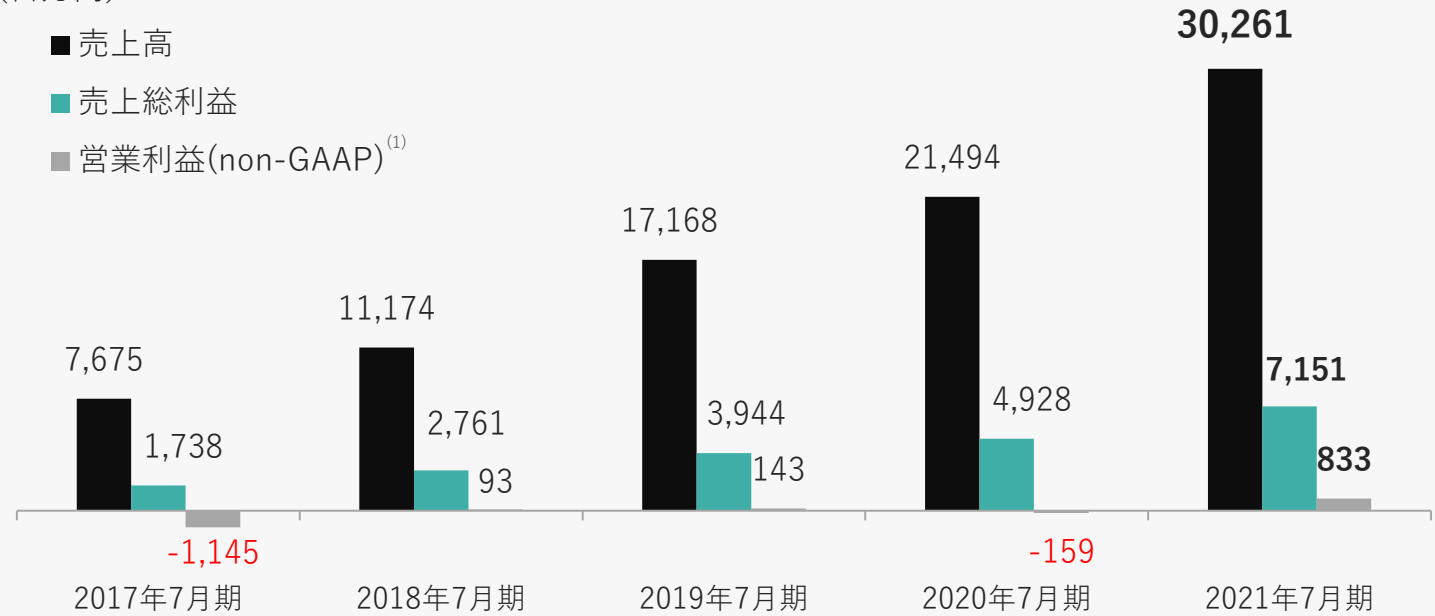


2021年7月期通期 業績ハイライト

- 緊急事態宣言の影響を受けつつも、売上高・売上総利益ともに大幅に成長
- 営業利益も過去最高益、成長と収益性を両立
- ラクسل：商品、サービスの拡張を進め、着実に成長
- ノバセル：運用型テレビCMの認知向上と提携効果で案件が大型化。急成長により全社成長をけん引
- ハコベル：改善した売上総利益率を維持しながら、再成長

(百万円)

■ 売上高
■ 売上総利益
■ 営業利益(non-GAAP)⁽¹⁾



(百万円)	ラクセル	ノバセル	ハコベル	全社合計 ⁽²⁾
売上高	20,311	6,719	2,939	30,261
成長率(前年比)	+24.4%	+135.4%	+34.5%	+40.8%
売上総利益	5,509	1,082	445	7,151
成長率(前年比)	+31.1%	+123.0%	+134.5%	+45.1%
売上総利益率	27.1%	16.1%	15.2%	23.6%
成長率(前年比)	+1.4pt	-0.9pt	+6.5pt	+0.7pt
営業/セグメント利益 (non-GAAP) ⁽¹⁾	2,212	29	-95	833

注

(1)2020年7月期より営業利益、経常利益および当期純利益は、株式報酬費用を足し戻したnon-GAAPベースの開示に変更(差異はご参考資料に記載。以下同様)

(2)ラクセル、ノバセル、ハコベルの実績合計と全社合計の差分はその他事業、本社費によるもの



2021年7月期第4四半期 及び通期業績

- 4Q売上高は前年同期比+62.2%、売上総利益は同+40.2%
- 昨年度4Qは売上総利益率を大幅に改善したため、前年同期比では売上総利益率が減少。通期で0.7ptの改善
- 4Qの営業利益(non-GAAP)は3Q時の開示の通り、成長投資のため赤字。通期では修正後業績予想の上限値を超過して着地
- 繰延税金資産計上に伴う法人税等調整額(益)を計上

(百万円)	2021年7月期4Q (2021年5月-2021年7月)			2021年7月期通期 (2020年8月-2021年7月)			業績 予想 達成率 ⁽¹⁾
	実績	前年同期		実績	前年同期		
		実績	増減率		実績	増減率	
売上高	7,939	4,896	+62.2%	30,261	21,494	+40.8%	+102.1%
売上総利益	1,818	1,296	+40.2%	7,151	4,928	+45.1%	+100.7%
売上総利益率	22.9%	26.5%	-3.6pt	23.6%	22.9%	+0.7pt	-
営業利益 (non-GAAP)	-35	237	-	833	-159	-	+115.7%
(株式報酬費用)	263	46	+467.6%	612	84	+625.1%	+100.4%
(広告宣伝費)	515	197	+161.2%	2,017	1,633	+23.5%	-
経常利益 (non-GAAP)	-44	205	-	807	-280	-	+115.3%
当期純利益 (non-GAAP)	120	185	-34.7%	837	-406	-	+116.3%

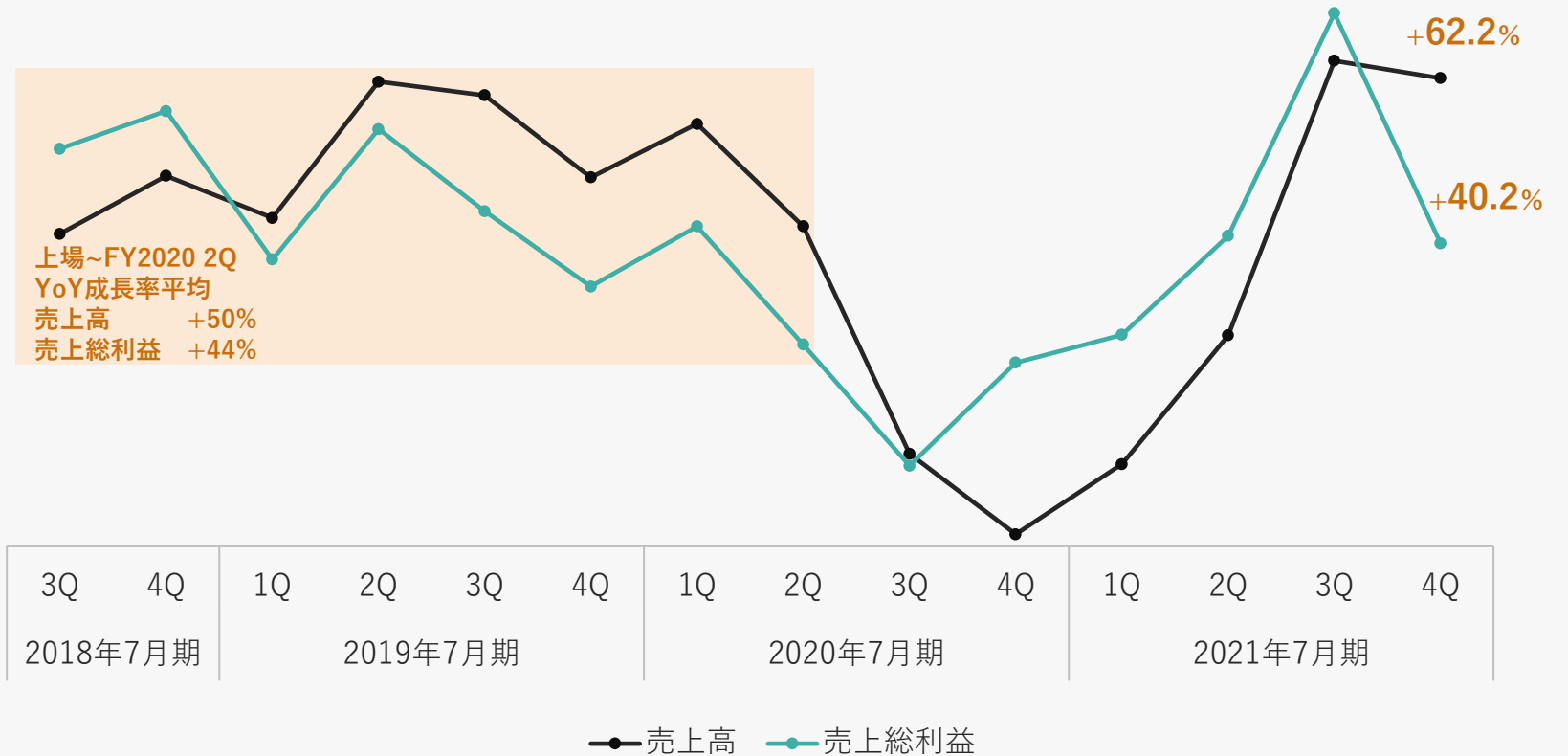
注
(1)2021年6月10日修正開示の通期業績予想下限値に対する達成率



成長率の回復

- 新型コロナウイルス環境以前の成長ペースに復帰

成長率推移(前年同期比)

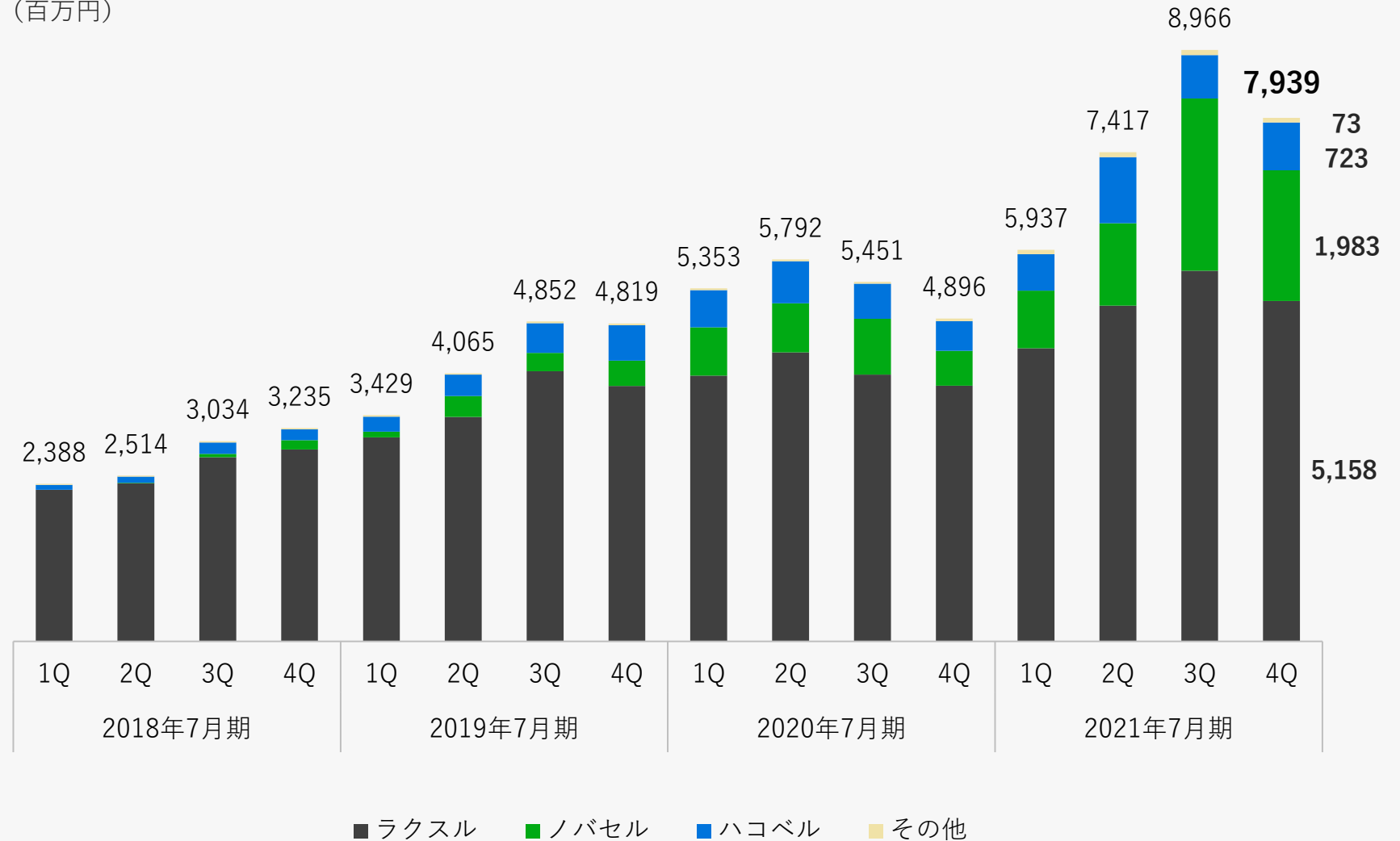




全社売上高の推移

- 4Qは全事業で閑散期(ラクスル及びノバセルは3Q、ハコベルは2Qと3Qが繁忙期)
- 緊急事態宣言、オリンピック開催のマイナス影響は限定的に受けつつも成長トレンドは継続

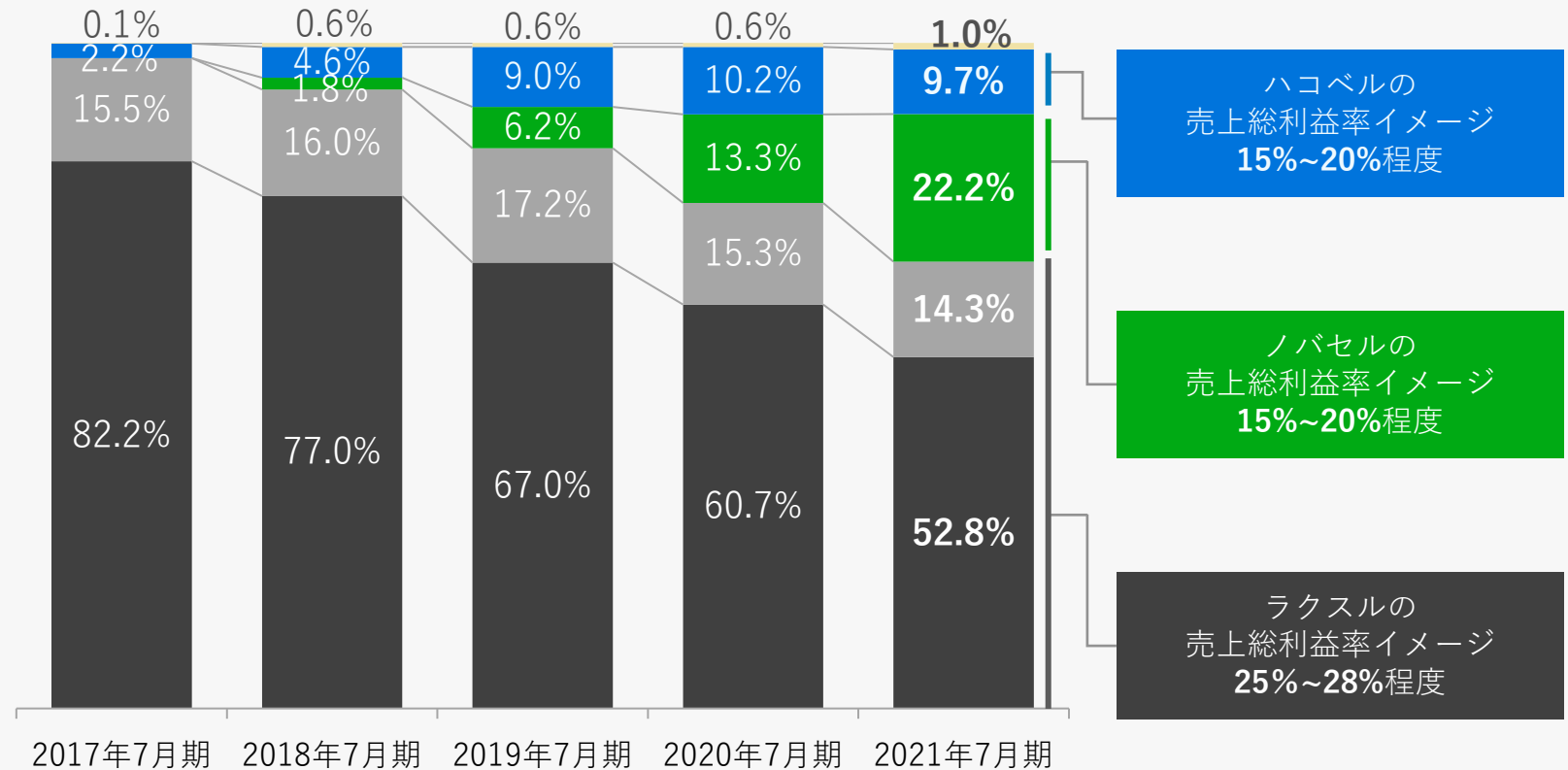
(百万円)





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、他サービスが同時に拡大しており、複数の産業向け事業が多層的に成長
- 印刷ECサービス以外の売上高比率が45%超まで上昇
- 直近ではノバセルセグメントの貢献増加が顕著



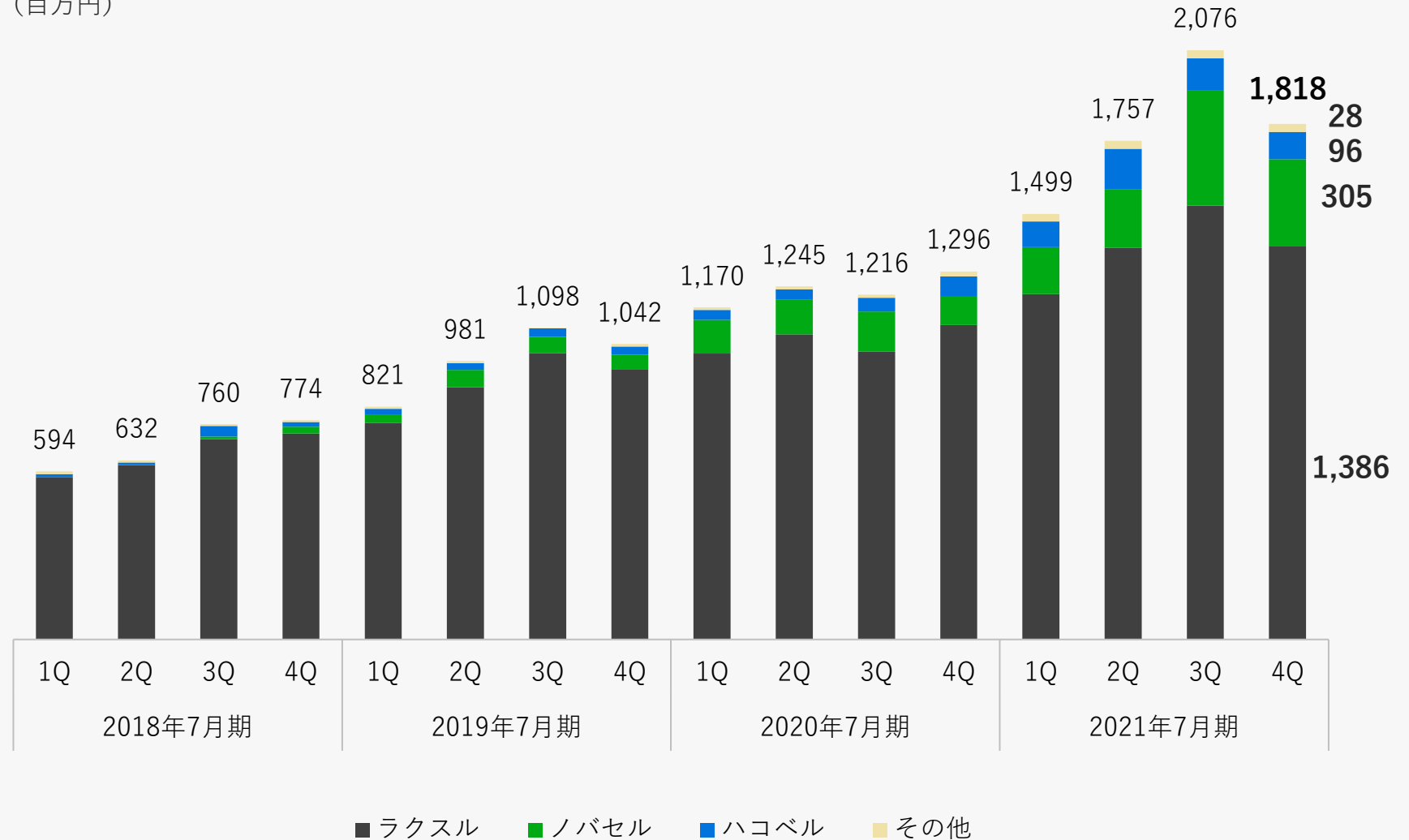
- 印刷ECサービス (ラクスル)
- 集客支援サービス (ラクスル)
- ノバセル
- ハコベル
- その他



全社売上総利益の推移

- 売上総利益も成長トレンドは継続(季節性及びオリンピック影響によりQoQでは減少)

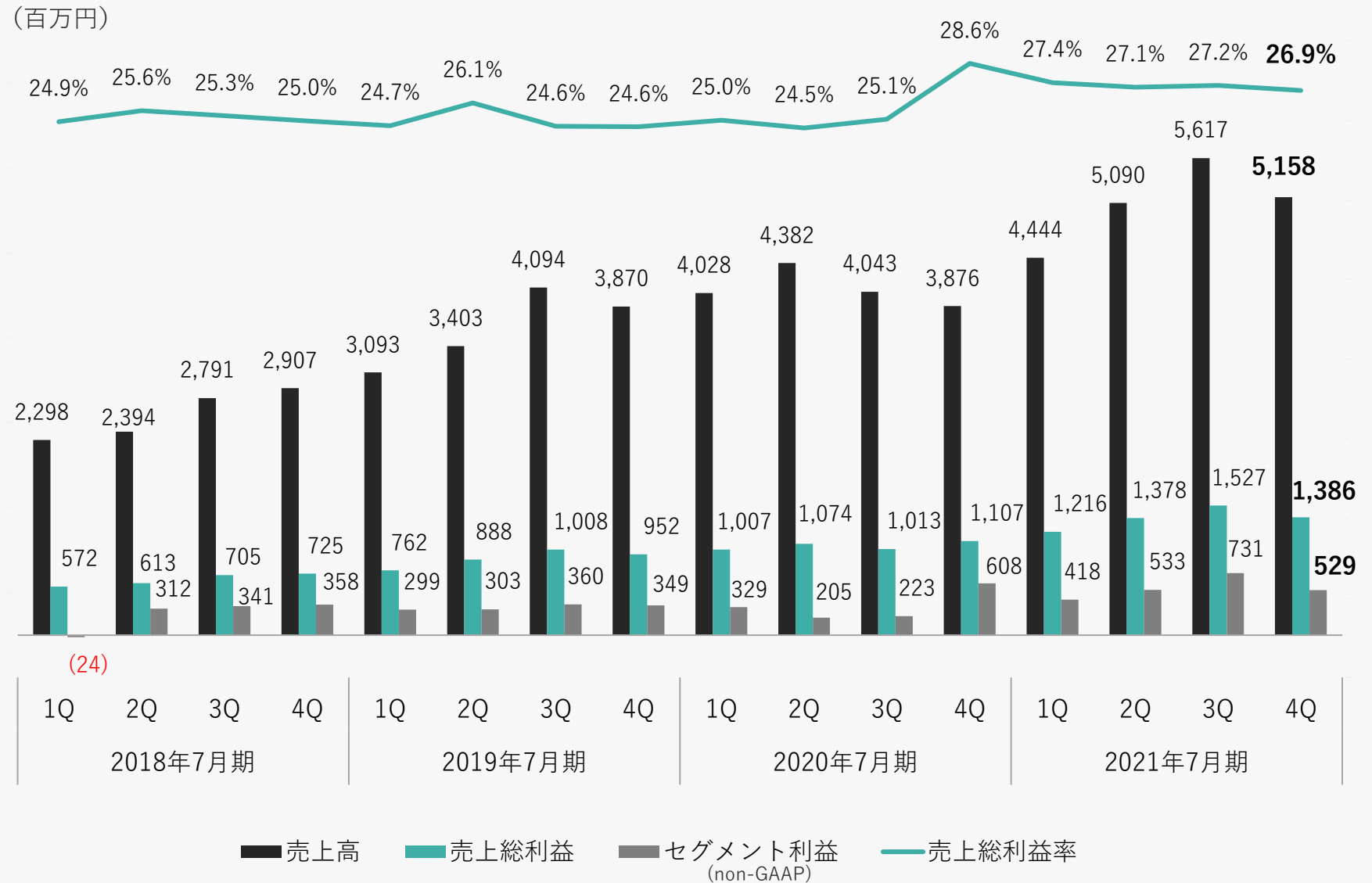
(百万円)





セグメント別 売上高、売上総利益 セグメント利益

- 4Qは閑散期であったものの、YoYでは30%以上の成長。印刷EC市場で最も成長している認識
- 売上総利益率は27%前後を維持

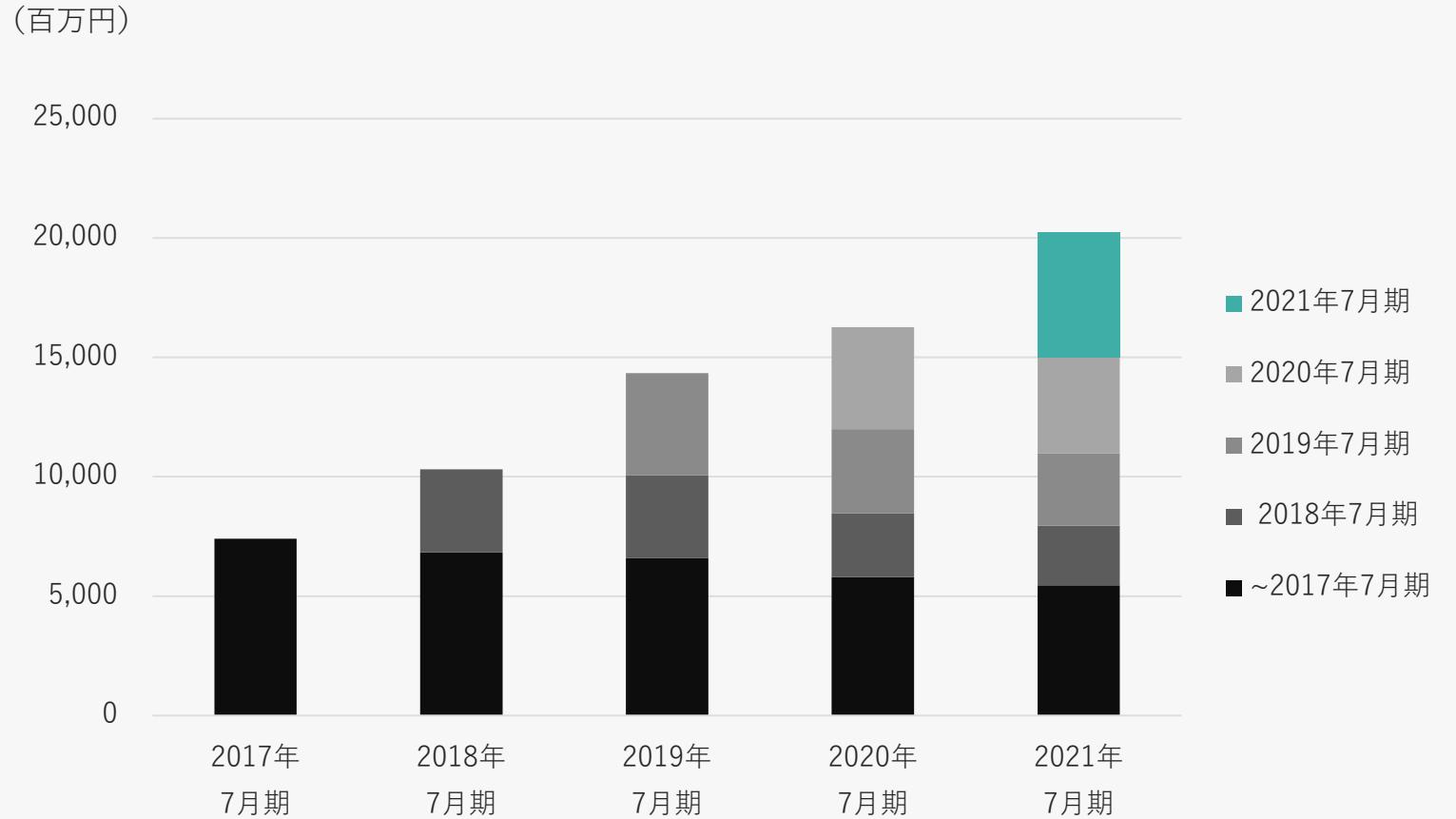




(参考)

新規登録年別 売上高推移⁽¹⁾

- リピーターユーザーが着実に蓄積することで、リカーリングレベニューを創出



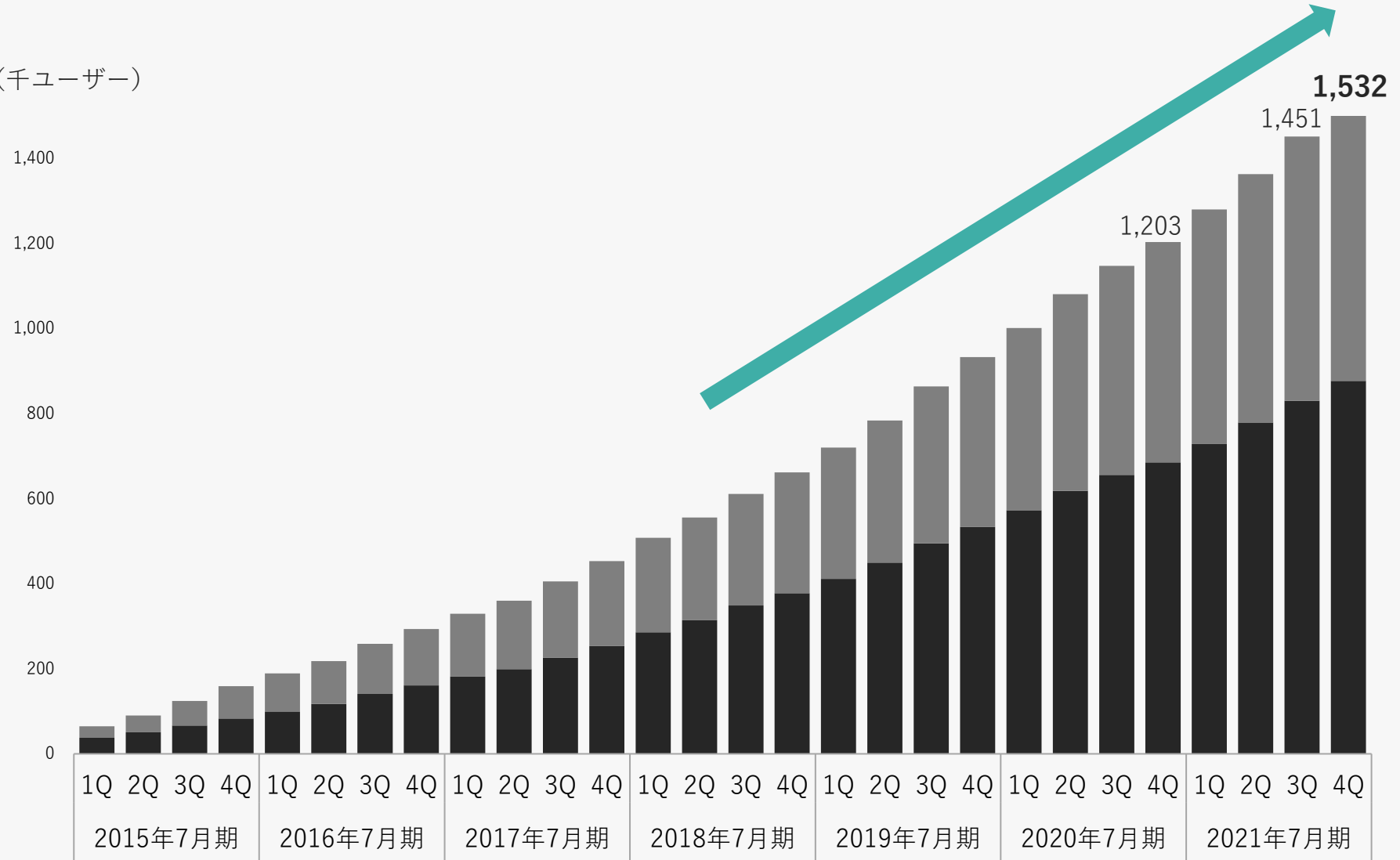
注
(1)管理会計ベースで算出



累計登録ユーザー数⁽¹⁾ の推移

- 新型コロナウイルス環境下においても顧客基盤は継続的に拡大
- 4Qの累計登録数は1,532,172ユーザー

(千ユーザー)



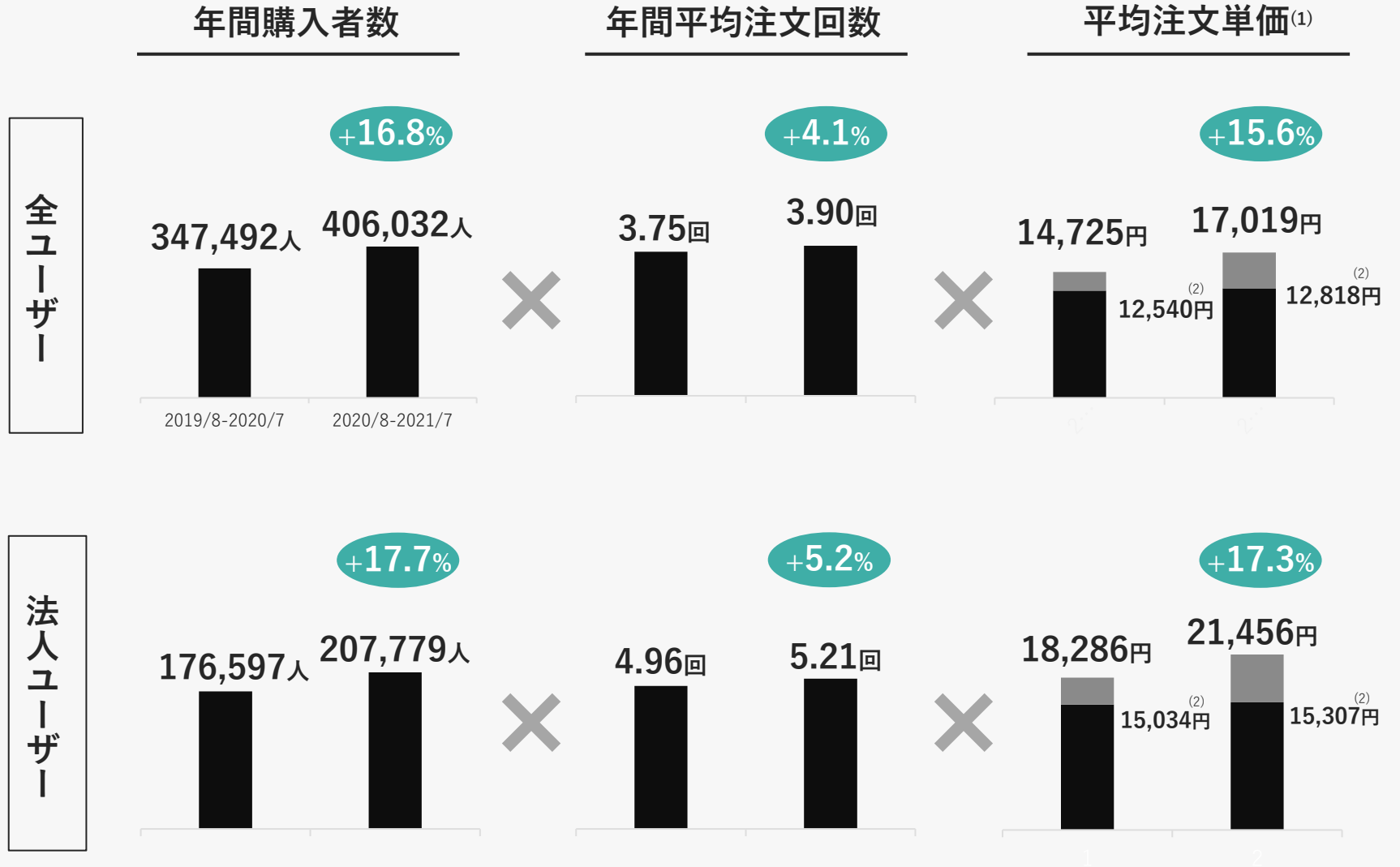
■ 個人 ■ 法人

注
(1) 「ラクスル」の累計登録ユーザー数。「ハコベル」は含まない



高い定着性を有する 顧客基盤の確立

- コロナウィルス環境下で影響を受けていた年間購入者数と年間平均注文回数の両KPIの成長率が改善
- ラクسلセグメントのみの平均注文単価増加率は、
全ユーザー +2.2%
法人ユーザー +1.8%

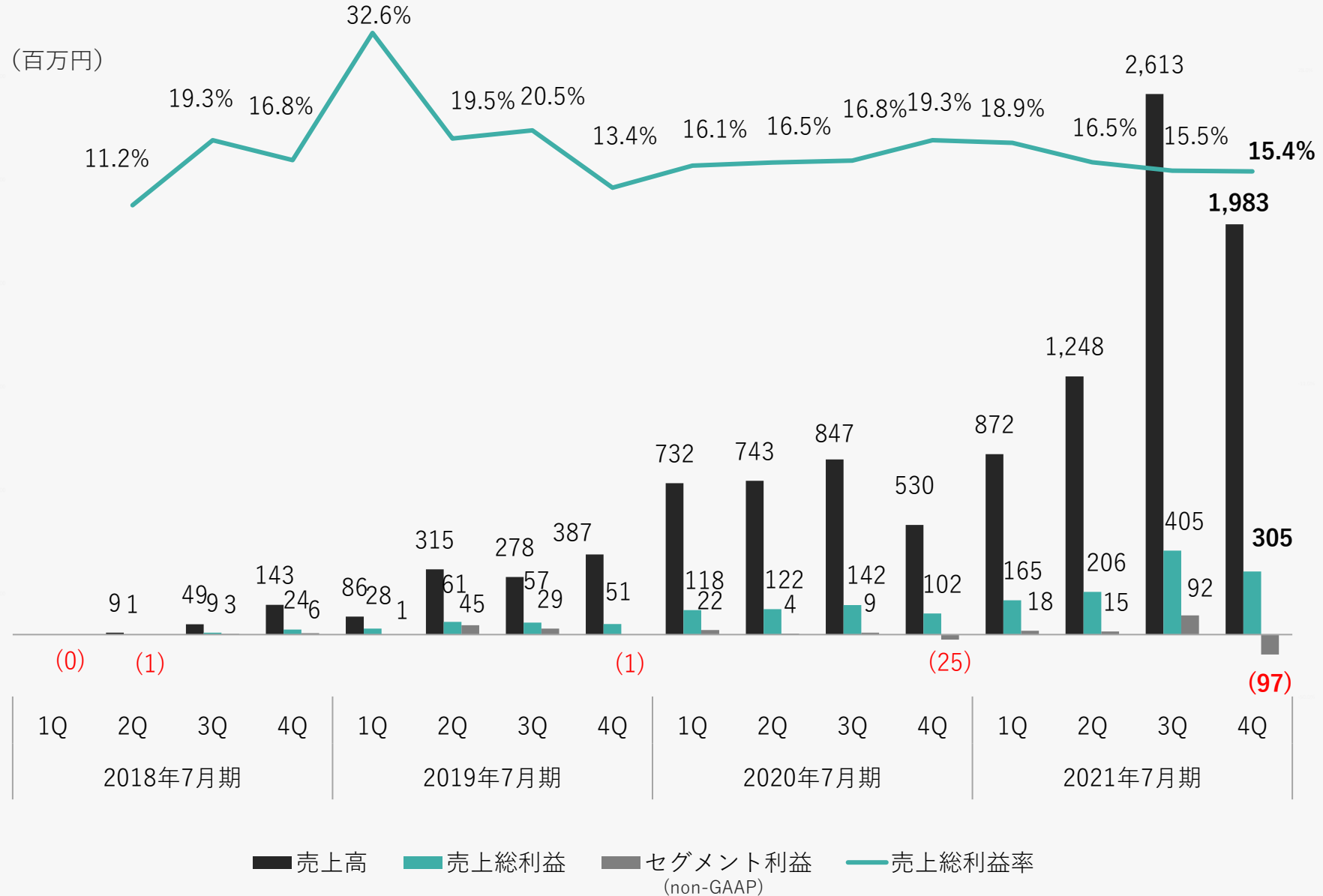


注
 (1) ノバセルアナリティクス(SaaS)を除く、管理会計ベースで算出
 (2) ノバセルを除いた平均注文単価



セグメント別 売上高、売上総利益 セグメント利益

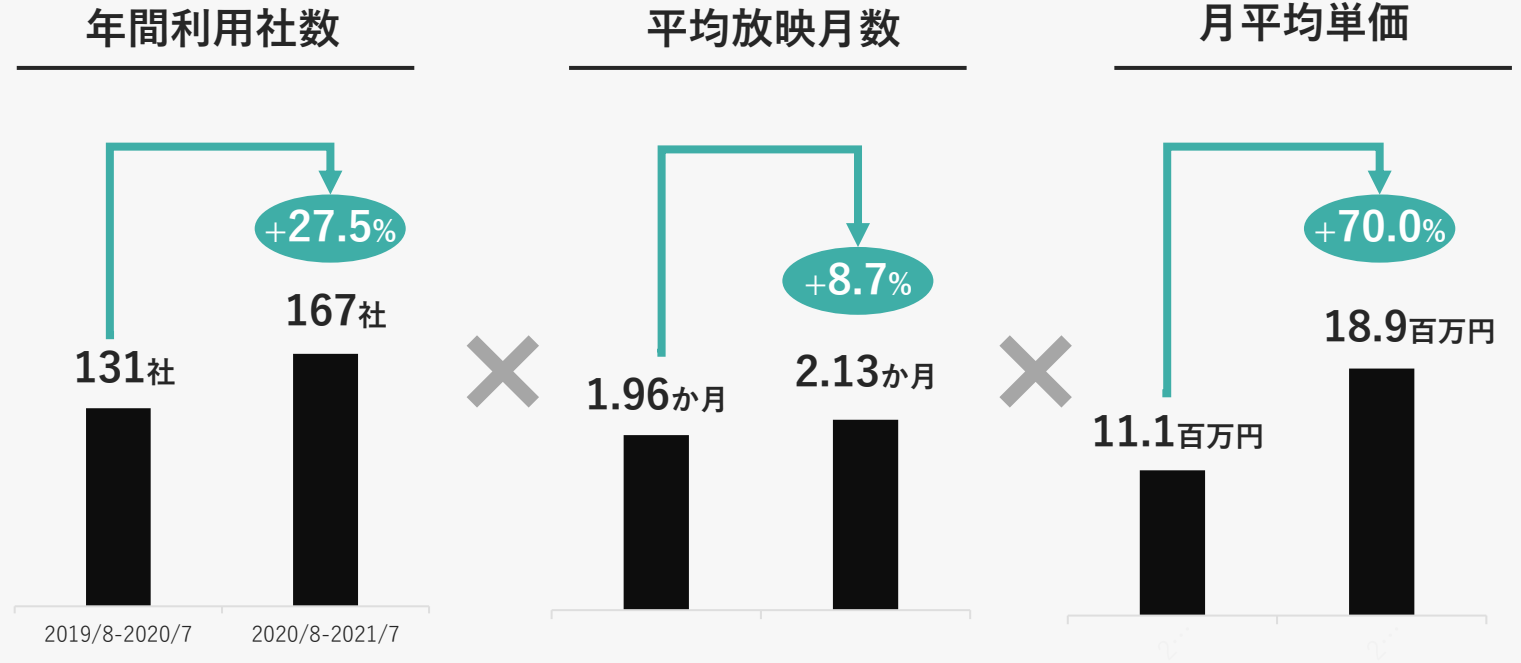
- YoYでは強い成長トレンドを継続。オリンピック開催によるテレビCM枠の制約があったものの、3Q開示の「17-17.5億円」の見込みを超過して着地
- 放映の割合が想定以上に大きく、売上総利益率は15.4%で着地
- ノバセルアナリティクス(SaaS)による売上総利益率の押し上げ効果は4Q単独で+1.2%、累計導入社数は119社(無償利用含む)





KPIの推移

- 運用型テレビCMの特性を鑑みたKPI開示
- 新規利用社数の増加に加え、放映月数と月平均単価の増加が重要





利用顧客例

- ラクسلセグメントの顧客
およびスタートアップ・新規事業を主なユーザーとして事業を開始
- 広告効果の可視化ニーズに合致し徐々に顧客が大口化

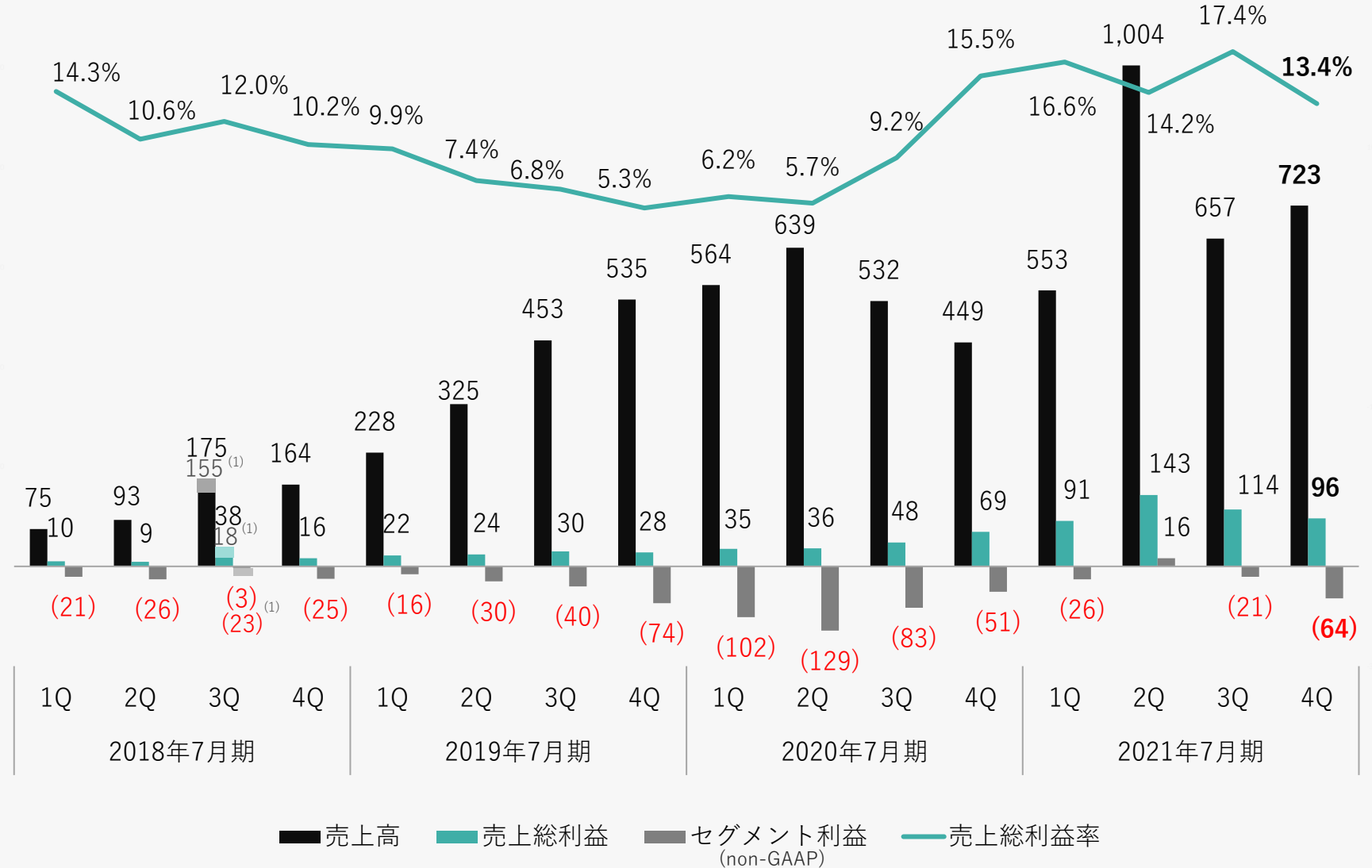




セグメント別 売上高、売上総利益 セグメント利益

- 売上総利益率の水準を維持しながら、売上高が再成長していくフェーズに移行
- 増収基調ではあるものの、緊急事態宣言下で成長ペース及び売上総利益率に一部影響あり
- ハコベルコネクト(SaaS)の利用社数は18社、平均月次単価は18万円

(百万円)



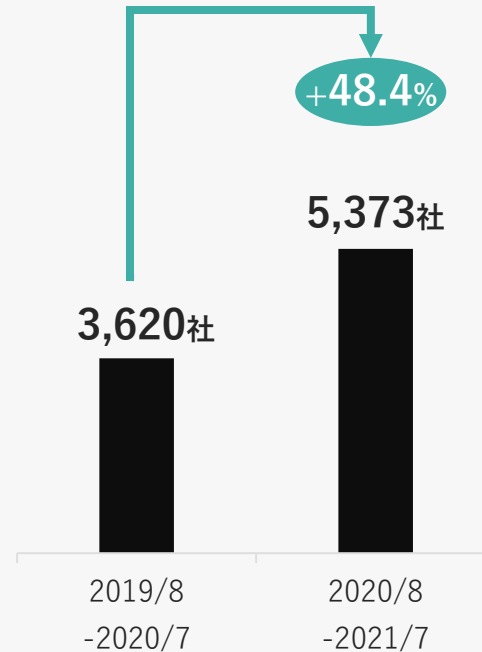
注
(1)2018年7月期3QはヤマトHDから受託したシステム開発による売上高を計上（一時売上）、売上総利益率は当該売上を除いて算出



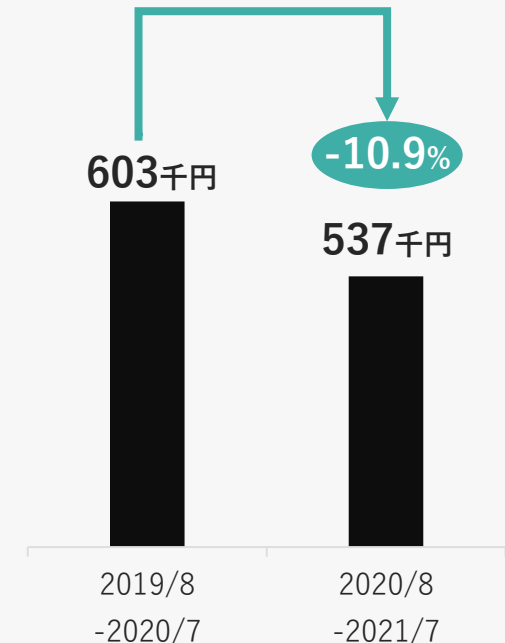
KPIの推移⁽¹⁾

- 足元は小規模顧客が増加しており、顧客数が着実に増加する一方、ARPUは下落
- 利用顧客数は営業及びマーケティングにより、ARPUは顧客内の配送オペレーションに深く入り込んでいくことにより、継続的に向上を目指す

利用顧客数



ARPU



注
(1)ハコベルコネクト(SaaS)を除く



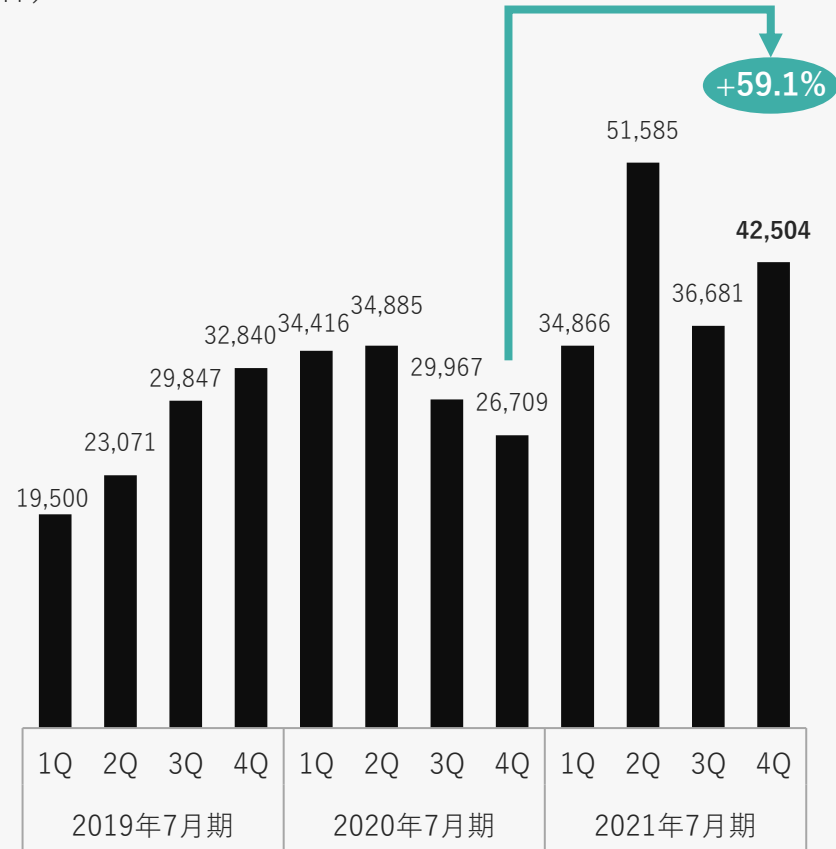
(参考)

注文件数、注文単価の推移

- 前頁のKPI開示に今後統一するため、本頁のKPIは以後開示しない予定

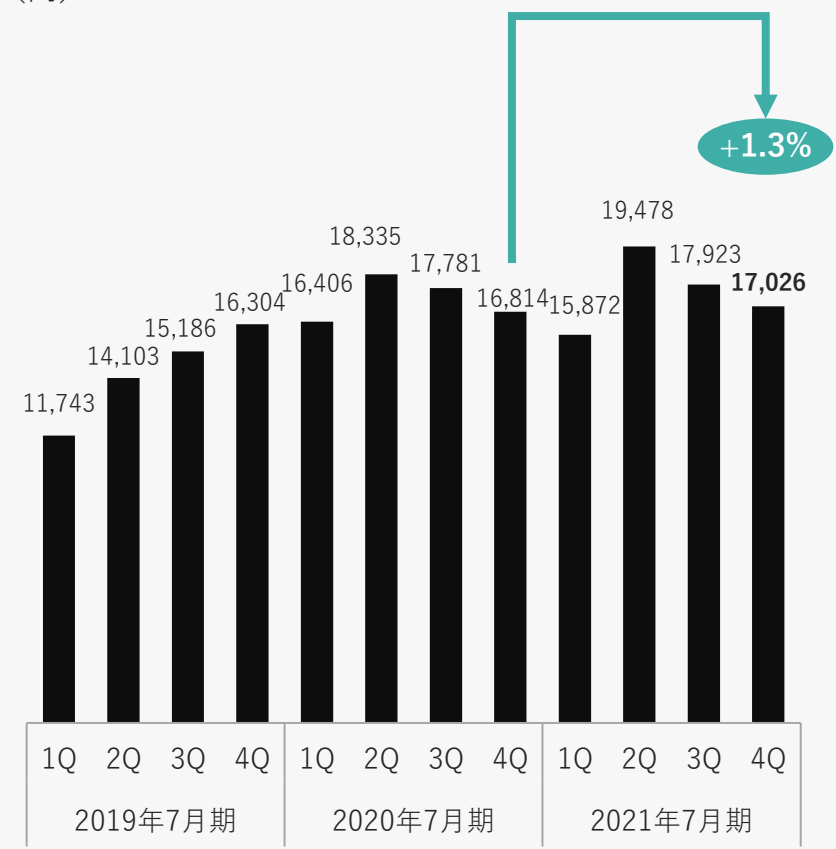
注文件数

(件)



注文単価⁽¹⁾

(円)



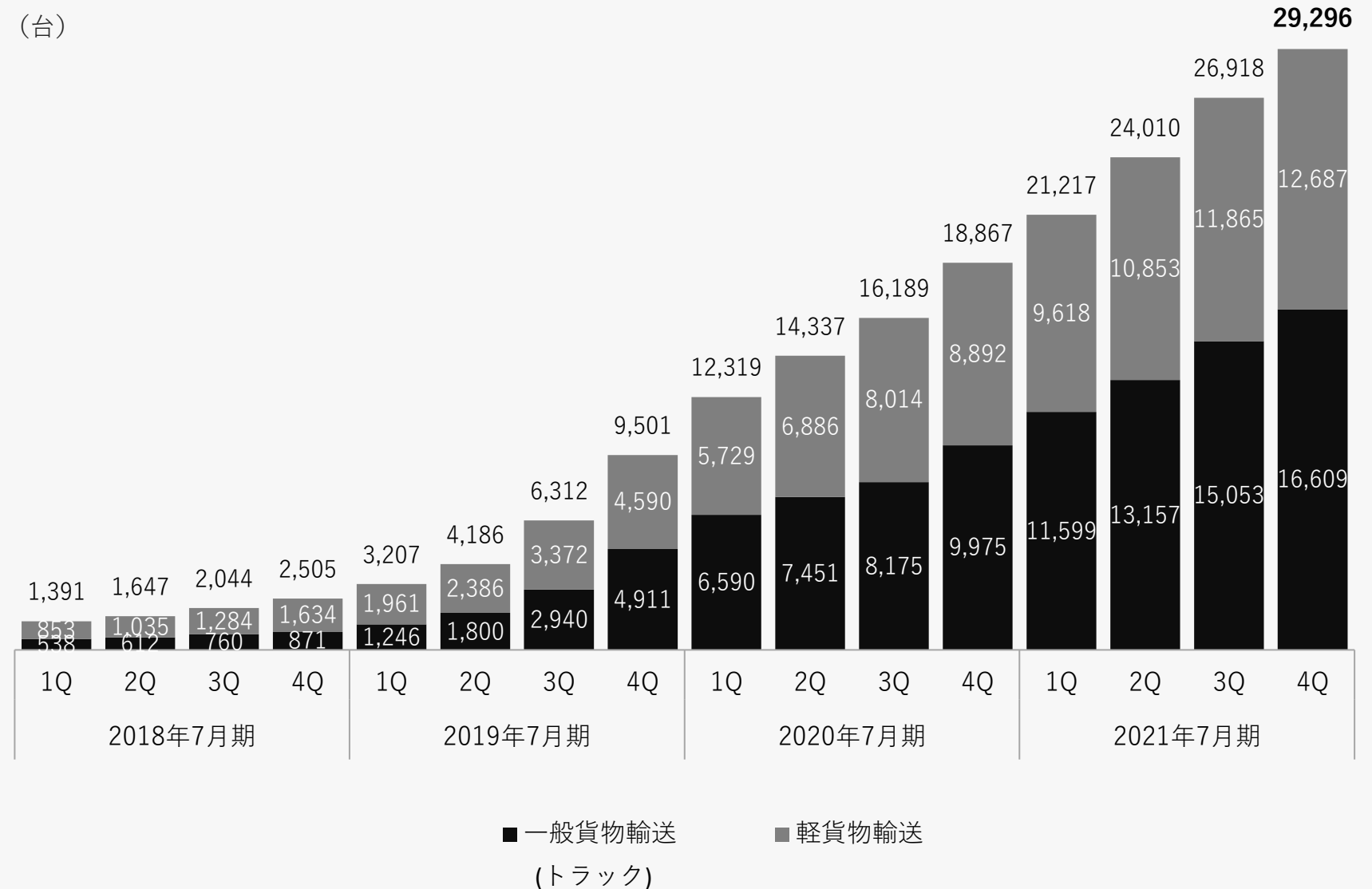
注
(1)内部取引消去前の財務会計をベースに算出



登録車両台数の推移

- 登録車両台数は順調に増加し、事業成長を支える運送キャパシティを確保
- 特に軽貨物においては、運送業界内での認知が確立し、自然流入が一定継続

(台)





(参考)

KPI改善のためのドライバーと投資ポイント

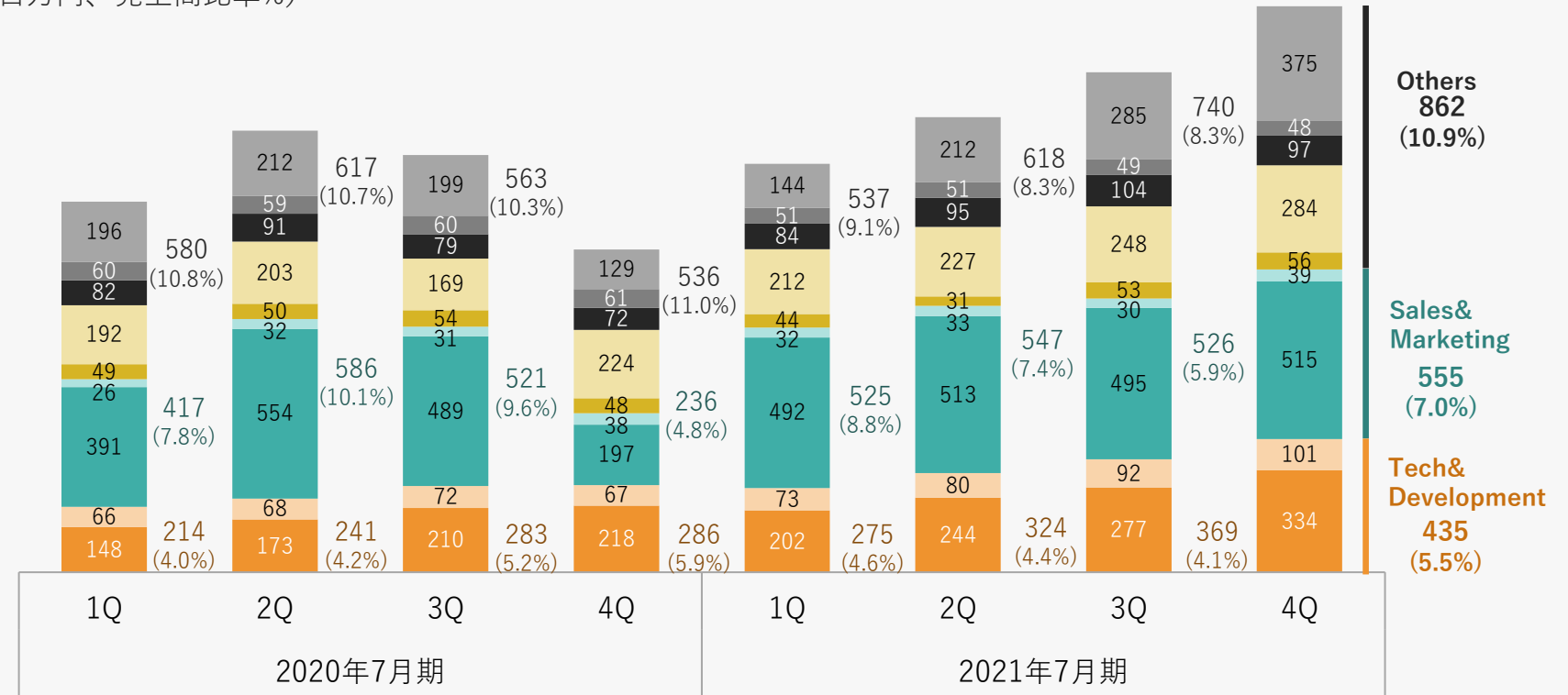
	年間購入者数	ARPU		売上総利益率
		利用回数	平均注文単価 ⁽¹⁾	
ラクスル	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング施策の継続的な改善 事業領域、取り扱い商品の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客体験の向上 継続的なCRM、クロスセルの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 大企業利用を推進するためのサービス提供 	<ul style="list-style-type: none"> プライシングの最適化 サプライヤーの生産性や原価改善支援 資材の共同調達による原価改善
ノバセル	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 		<ul style="list-style-type: none"> (利益率の高い)SaaS事業の拡大
ハコベル	<ul style="list-style-type: none"> 営業人員の採用 アンカー顧客の獲得とそれを起点にしたマーケティング 	<ul style="list-style-type: none"> マッチング：顧客オペレーションへの入り込みとそれに合わせた提案の強化 マッチング：マッチング率向上 SaaS：顧客システムとの連携強化及び顧客要望の機能追加 		<ul style="list-style-type: none"> 発注アルゴリズムの改善 (利益率の高い)SaaS事業の拡大



全社販売管理費の推移

- 広告宣伝費、技術開発を中心に成長投資を継続
- 4Qは賞与支給および組織強化により人件費増加
- その他費用の増加は、ノバセルのサービス向上を目的とした先行投資が中心

(百万円、売上高比率%)



Tech&Development

- IT・サーバー費用
- エンジニア人件費

Sales&Marketing

- 営業人件費
- 広告宣伝費

Others

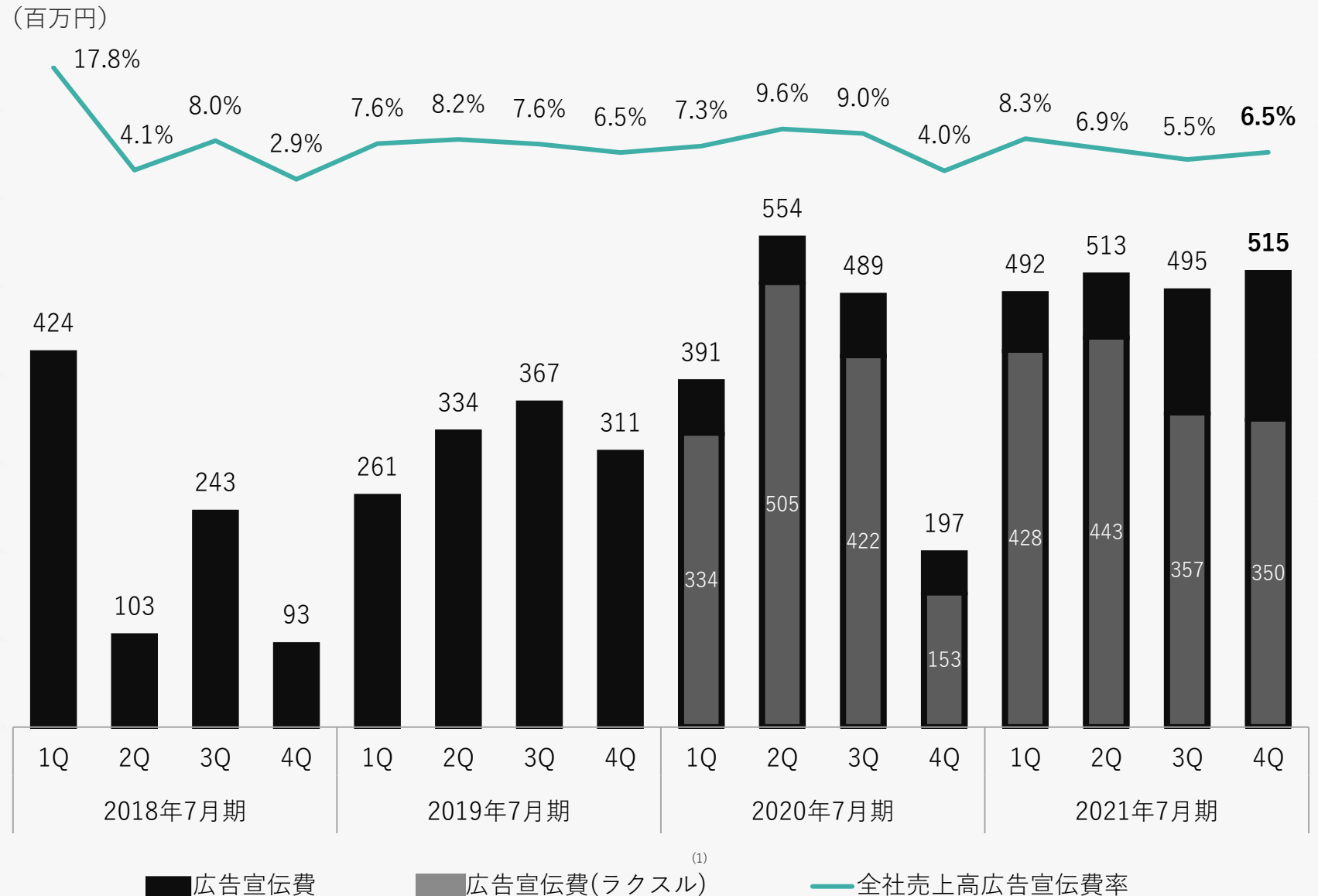
- その他
- オフィス費用
- 決済手数料
- その他人件費
- CS人件費

注
(1) 株式報酬費用を含まない



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を中心とした広告宣伝投資を継続
- 緊急事態宣言下での広告宣伝効率を見極めながら投資を行い、通期では売上高に対し7%弱の投資
- 来期は7%程度の広告宣伝費比率を予定



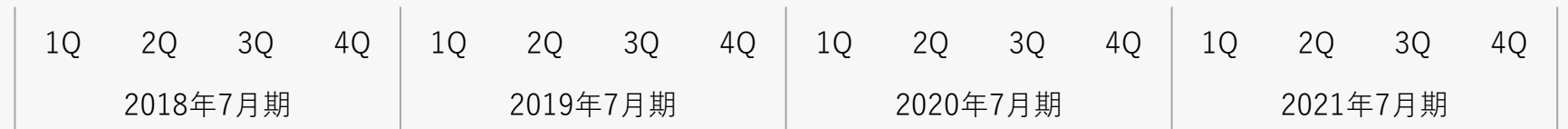
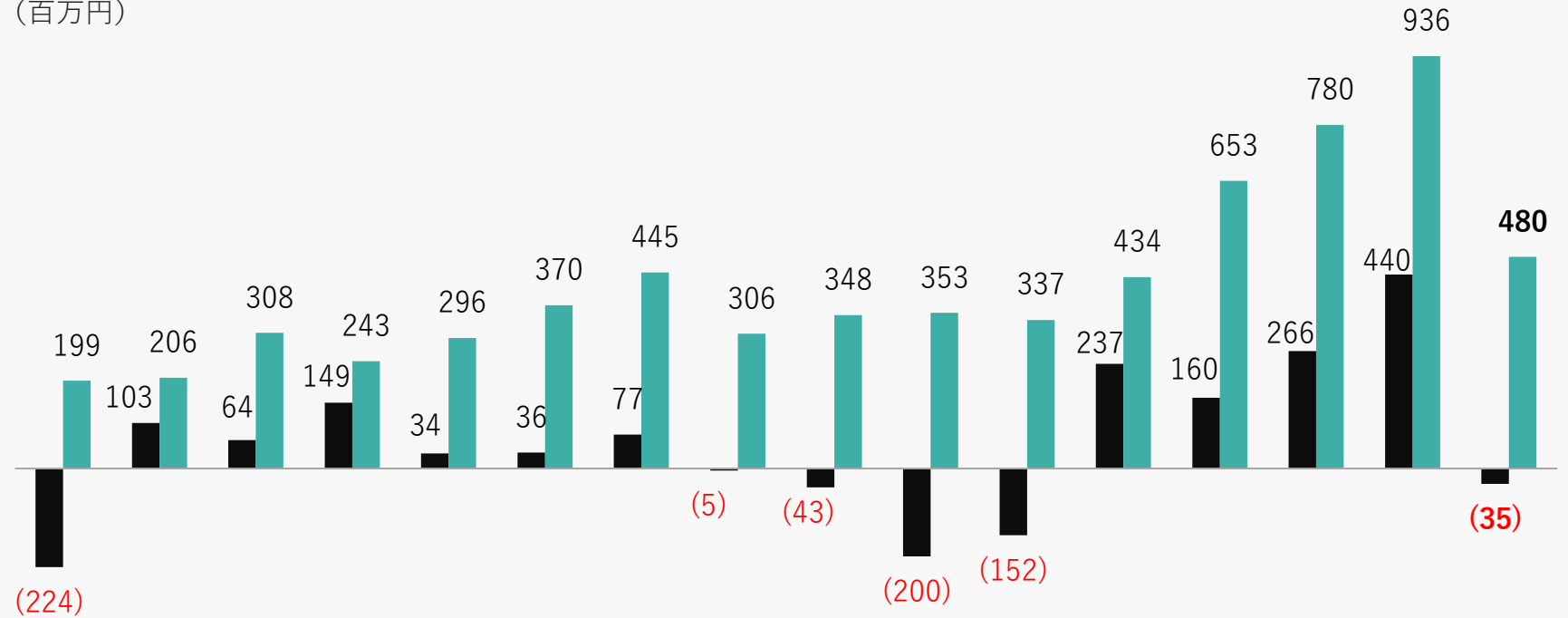
注
(1)ラクセルのみの数値を参考として掲載



全社営業利益及び広告 宣伝費を除く営業利益 の推移

- 4Qは変動費を中心に成長投資を強化
- 広告宣伝費は全額変動費であり、コントロール可能なCFは確実に増加

(百万円)



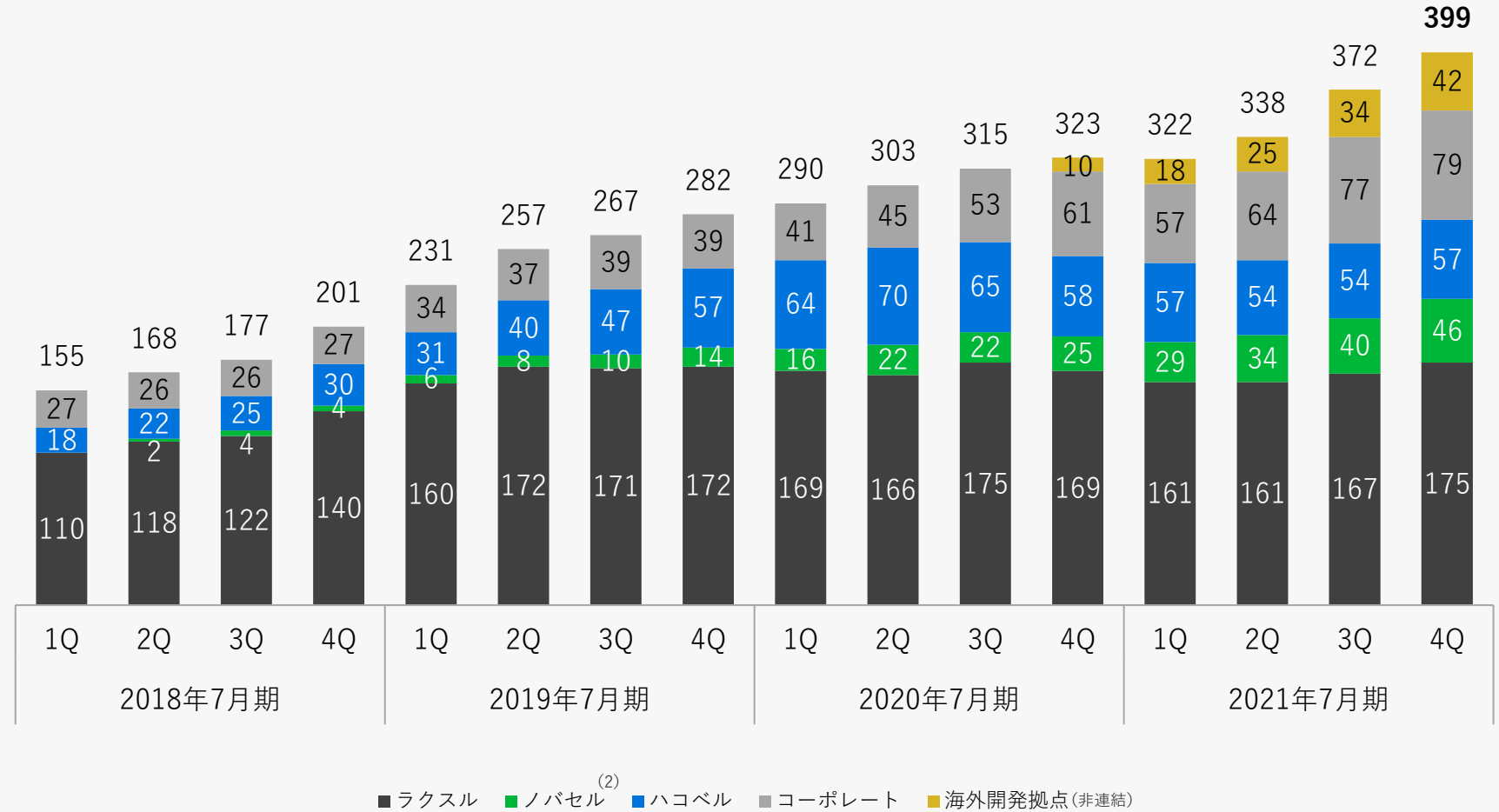
■ 営業利益 (non-GAAP) ■ 広告宣伝費除く営業利益 (non-GAAP)



従業員数⁽¹⁾の推移

- 開発体制の強化のため海外開発拠を継続的に拡大
- 新型コロナ環境下で採用を抑制していたため、足元は採用を強化

(名)



注

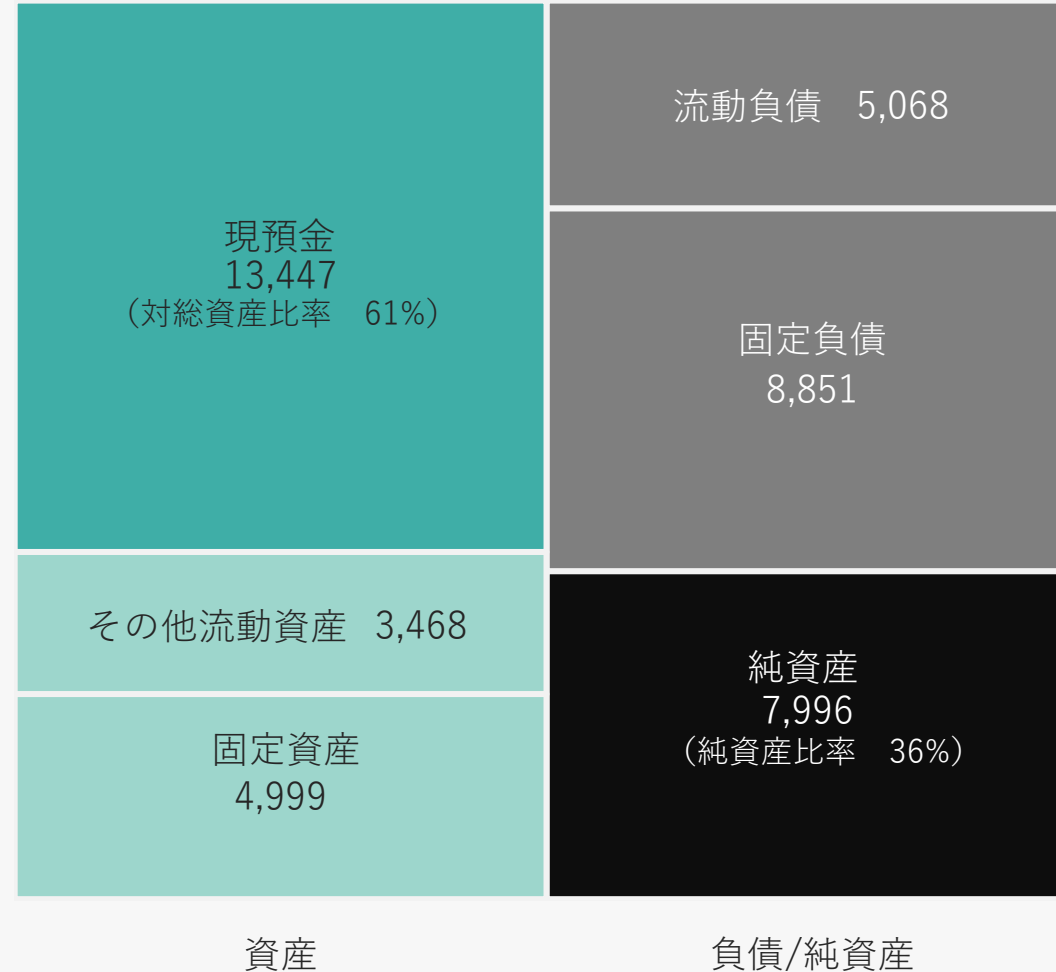
(1) 会社概要等にて開示している従業員数はフルタイム当量換算値であるため、本頁数値とは異なる
 (2) ノバセルは2020年7月期より独立した事業本部として運営。2019年7月期以前はラクスルと同一事業本部にて運営
 (2018年7月期および2019年7月期の人数は、テレビCMサービスに従事していた従業員数。印刷ECおよび集客支援サービスも兼務していた従業員を含む)



2021年7月期 BSサマリー

- ペライチ社とダンボールワ
ン社合計で約34億円の関係
会社株式を保有(両社とも約
49%の出資比率)
- 134億円の現預金を保有し、
純資産も厚いことから、
財務健全性は引き続き高い
状態

(百万円)



長期借入 3,712
2024~2026年最終弁済期限
CB 5,033
2024年11月償還

資本金 2,452
資本剰余金 5,260
利益剰余金 ▲249
新株予約権 529

2

2022年7月期通期 業績予想





2022年7月期業績予想 と各セグメントの 財務ポリシー

- 中長期の財務ポリシーに基づき、売上高・売上総利益共に30%以上の成長
- 営業利益(non-GAAP)は成長投資を除く定常収益性として15-20億円程度を創出できるものの、成長を重視し一定の再投資を継続。増益基調は維持
- 各事業セグメントのポリシーは引き続き右の通り

業績見込み

	水準	成長率 ガイダンス
売上高	394億円以上	+30%以上
売上総利益	93億円以上	+30%以上
営業利益 (non-GAAP)	10億円以上	増益

セグメント別のポリシー



売上総利益・セグメント利益拡大を重視



売上高・売上総利益拡大を重視
投資ガバナンス・赤字幅のコントロールを実施しつつ、成長のための赤字は一定許容



売上高・売上総利益拡大を重視
投資ガバナンス・赤字幅のコントロールを実施しつつ、成長のための赤字は一定許容

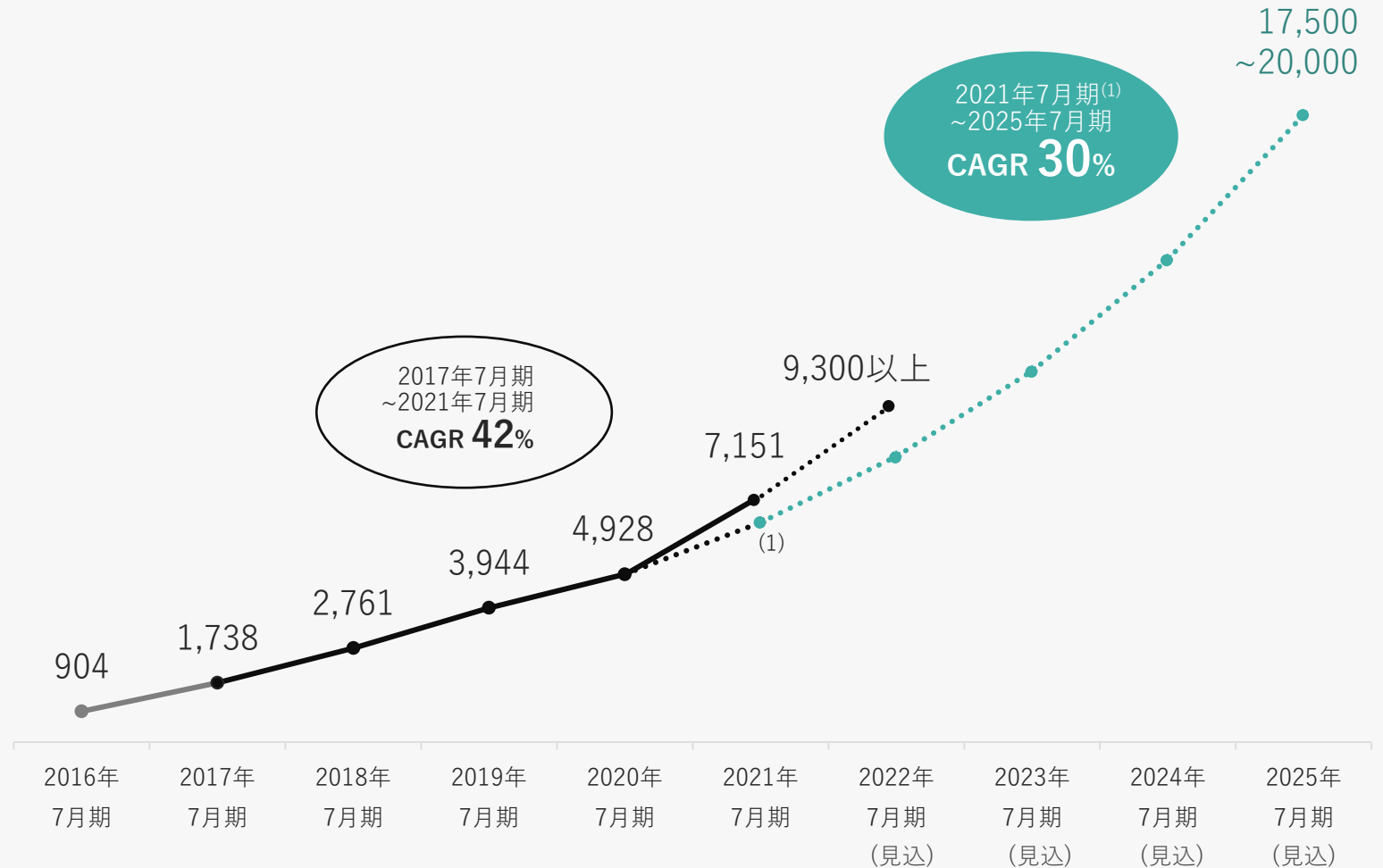


中長期での財務目標・ポリシー

- 30%を上回る成長率により、2025年7月期の175-200億円の売上総利益達成に向けて、超過したペースで推移

売上総利益 中長期目標

(百万円)



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值

3

Q&A



Q&A

質問		回答
全社	業績に織り込まれていないアップサイド・ダウンサイドシナリオは？	<p>アップサイド：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経済再開に伴い、各事業が想定以上に成長するシナリオ <p>ダウンサイド：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 大都市圏で緊急事態宣言が通年で続くシナリオ（大規模投資先のペライチ社、ダンボールワン社にはポジティブに影響）
全社	なぜ売上高、売上総利益の30%以上成長のガイダンスなのか？	<ul style="list-style-type: none"> ・ 単年ではなく複数年に亘り継続して高い成長率を維持することが大事だと考えている。効率的な成長投資を継続しつつ利益も一定マネージする前提において、継続可能な成長率水準として設定した ・ 30%以上のガイダンスを前提に、より具体的な成長率レンジが見えてきたタイミングで速やかに期中開示をしていく ・ (売上高ではなく)売上総利益の30%以上成長を最優先している
各事業	来期の売上総利益率の見通しは？	<p>ラクスル：27%をベースに、期中で改善を図る</p> <p>ノバセル：16-17%をベースに、期中で改善を図る</p> <p>ハコベル：早期に15%に復帰を目指す</p>

4

参考資料

- 緊急事態宣言の影響
- 数値資料

会社概要については、同日開示の別資料「第二部」に掲載

参考資料：緊急事態宣言の影響



各事業における

緊急事態宣言の影響

- ラクسلセグメントでは5月に一部マイナスの影響を受けるも、6月にかけて回復
- ノバセルセグメントでは影響がほぼなく、一部追い風のトレンド
- ハコベルセグメントでは2月以降ラストマイル輸送にマイナスの影響
- 今後の経済回復期においては、全事業ともその恩恵を享受する見通し

	業界への影響(当社認識)	当社ビジネスへの影響
ラクセル	<ul style="list-style-type: none"> 印刷業界全体として、需要が前年比で回復、コロナ前(前々年比)では▲5%ほどの影響 昨年4-5月の緊急事態宣言と比較し、影響は限定的 	<ul style="list-style-type: none"> 5月に一部マイナス影響はありつつも、昨年4-5月の緊急事態宣言と比べると限定的
ノバセル	<ul style="list-style-type: none"> 市場全体は一定影響を受けつつも、視聴率上昇により出稿量は戻ってきている 顧客側の広告投資の効率化ニーズが高まり、運用型テレビCM市場が立ち上がりつつある 	<ul style="list-style-type: none"> 運用型テレビCM市場が拡大する中、当社が先行しているため、相対的に影響は受けにくい状況
ハコベル	<ul style="list-style-type: none"> 運送業界全体として、需要が前年比1-2割の減少 	<ul style="list-style-type: none"> ラストマイル輸送においては、直近フードデリバリーの配送が内製化(店舗スタッフが配達)されたことにより、需要が減少 都市内輸送においては、当社は相対的に影響を受けにくい食品・飲料の配送シェアが高く、業界比で影響は軽微



商材・業種別需要状況

- 新型コロナウイルス環境下においても需要がある商品の強化を行う等、変化への対応力は着実に向上

	需要が加速	需要が回復	需要が弱い
商材	<ul style="list-style-type: none"> ・ノベルティ ・封筒、DM(在宅需要) ・ポスティング等 (ローカルマーケティング) 	<ul style="list-style-type: none"> ・主要商材全般 	<ul style="list-style-type: none"> ・パネル、バナー等 (展示会、イベント関連)
業種		<ul style="list-style-type: none"> ・広範な業種 (需要が弱い以外の業種) 	<ul style="list-style-type: none"> ・広告、制作 ・人材サービス ・学校、教育 (イベント自粛・オンライン化)

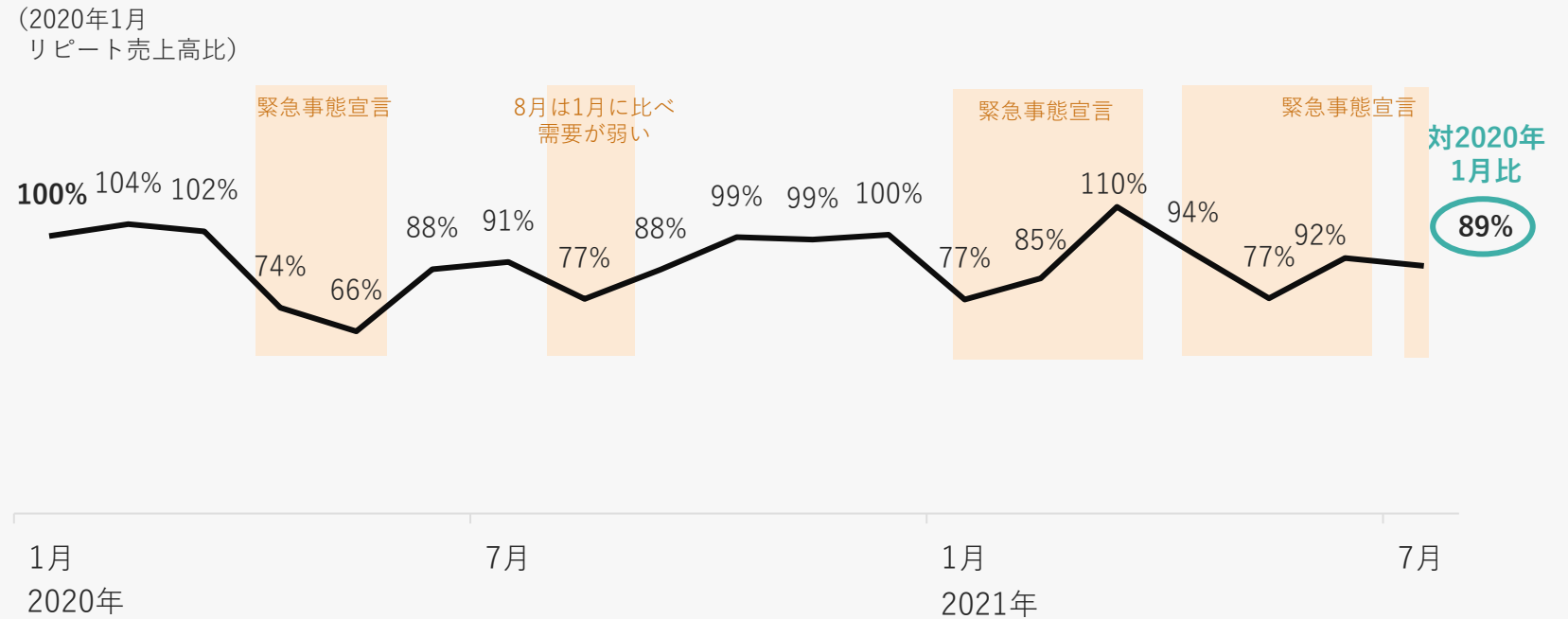
注
(1)管理会計ベースで算出



リピートユーザーの 売上高推移

- 緊急事態宣言の影響を限定的には受けつつも、2019年までに獲得したユーザーからのリピート売上高は堅調に推移
- 2020-2021年に獲得したユーザーからの売上高が加わり、前年比では成長率が再加速

FY2019までに獲得したユーザーからのリピート売上高推移⁽¹⁾ (FY2020-FY2021に獲得したユーザーを含まず)



注
(1)管理会計ベースで算出

参考資料：数值資料



セグメント別財務情報

		2019年7月期				2020年7月期				2021年7月期			
(百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	ラクスル	3,093	3,403	4,094	3,870	4,028	4,382	4,043	3,876	4,444	5,090	5,617	5,158
	ノバセル	86	315	278	387	732	743	847	530	872	1,248	2,613	1,983
	ハコベル	228	325	453	535	564	639	532	449	553	1,004	657	723
	その他	21	21	26	26	27	27	28	40	66	73	77	73
売上総利益	ラクスル	762	888	1,008	952	1,007	1,074	1,013	1,107	1,216	1,378	1,527	1,386
	ノバセル	28	61	57	51	118	122	142	102	165	206	405	305
	ハコベル	22	24	30	28	35	36	48	69	91	143	114	96
	その他	7	7	2	9	9	11	11	17	26	29	29	28
セグメント利益 (non-GAAP)	ラクスル	-	-	-	-	329	205	223	608	418	533	731	529
	ノバセル	-	-	-	-	22	4	9	-25	18	15	92	-97
	ハコベル	-	-	-	-	-102	-129	-83	-51	-26	16	-21	-64
	その他及び 全社費用	-	-	-	-	-292	-280	-302	-294	-249	-298	-361	-402
セグメント利益 (財務会計)	ラクスル	299	303	360	350	329	205	207	598	408	515	711	505
	ノバセル	1	45	29	-1	22	4	5	-27	16	10	85	-103
	ハコベル	-16	-30	-40	-74	-102	-129	-85	-52	-27	11	-28	-70
	その他及び 全社費用	-249	-281	-271	-279	-292	-296	-303	-327	-330	-391	-462	-631
営業利益 (non-GAAP)	全社	34	36	77	-5	-43	-200	-152	237	160	266	440	-35



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)	2021年7月期4Q (2021年5月-2021年7月)			2021年7月期通期 (2020年8月-2021年7月)		
	実績 (non-GAAP)	差異 (株式報酬 費用)	実績 (財務会計)	実績 (non-GAAP)	差異 (株式報酬 費用)	実績 (財務会計)
売上高	7,939	-	7,939	30,261	-	30,261
売上総利益	1,818	-	1,818	7,151	-	7,151
営業利益	-35	263	-299	833	612	220
経常利益	-44	301	-345	807	677	130
当期純利益	120	301	-180	837	677	160

貸借対照表

(百万円)	2020年7月期末	2021年7月期末
流動資産	18,023	16,916
現金及び預金	15,451	13,447
固定資産	1,356	4,999
資産合計	19,379	21,916
流動負債 (うち有利子負債)	2,405 (40)	5,068 (-)
固定負債 (うち有利子負債)	10,172 (10,043)	8,851 (8,746)
純資産	6,801	7,996
資本金	2,152	2,452
資本剰余金	4,959	5,260
負債・純資産合計	19,379	21,916



キャッシュフロー 計算書

(百万円)	2020年7月期末	2021年7月期末
営業活動によるキャッシュ・フロー	-126	1,539
投資活動によるキャッシュ・フロー	-283	-3,618
財務活動によるキャッシュ・フロー	9,956	75
現金及び現金同等物の増減額	9,546	-2,003
現金及び現金同等物の期末残高	15,451	13,447



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などにより、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

経営管理部 財務・IRグループ
Email : ir@raksul.com
IR情報 : <https://corp.raksul.com/ir/>