



FY2024/4 Q4決算説明

2024.6.13

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

トップメッセージ

FY2025/4期はV字回復を果たし

営業利益の倍増・過去最高益達成

の見込み

営業利益

1,250百万円 (YoY +120.5%)

広告宣伝費・販促費除きの営業利益

2,188百万円 (YoY +12.4%)

実現の鍵は

EC事業は顧客数増加戦略の更なる推進 フィナンシャル事業の選択と集中

成長の方程式

- 前期：単価増から顧客数増加への戦略シフトの成功
- 当期以降：料金体系変更による顧客増加効果の継続、効果的な広告宣伝の実施

選択と集中

- 前期：中計想定の成長を達成済
- 当期以降：Paid・URIHOへの経営資源の集中投入

V字回復の果実は、還元方針を踏まえて 株主の皆様に機動的に還元

7月株主総会では、資本準備金・利益準備金の取り崩しをお諮り予定

配当（予定）

20円（配当性向61.2%）

自社株買い

株価に応じて機動的に実行

※家賃保証事業撤退に関わる事業整理損は配当予想の計算上は影響させない方針

まとめ

前期

ホップ (EC事業の顧客増加策が奏功)

当期

ステップ (過去最高益でのV字回復)

来期以降

ジャンプ (成長継続)

ポイント① EC事業：

FY2024/4期は「スーパーデリバリー」の
顧客獲得施策が奏功し購入者数が大幅に増加

国内

料金体系の変更に合わせた施策が相乗効果を発揮し、新規会員登録数YoY + 38.4% ※
新規購入者数YoY + 37.8% ※と大幅に増加

※2023年4月期Q4と2024年4月期Q4四半期ベース対比

一方で、客単価の低下でGMV成長が一部オフセットされたが、購入者数の大幅増加が成長を牽引した結果、累計GMVはYoY + 5.1% 客単価はQ4においてQoQ上昇に転じている
すでに客単価は底打ちが近づいており、今後はYoYでの大幅な低下は生じず、GMV成長率が客数の増加率に近づくことを想定している

新会員プランの導入（2023年9月より会費無料プランを開始）

ウェルカムバックキャンペーンの実施（2023年9月～12月）

海外

米国・韓国で新たに始めたインフルエンサー、YouTuberを通じた施策により認知度が向上
これによりリスティング広告、オーガニックともに流入が増え、米国・韓国の新規会員登録数と新規購入者数が大幅に増加し、FY2024/4 Q4のGMVは米国・韓国ともにYoY + 50%超に

台湾は旧正月の期ずれのマイナス影響があったが、旧正月後は回復し直近ではプラスに転換

ポイント②フィナンシャル事業：
FY2024/4期は「Paid」の累計取扱高、
「URIHO」の期末保証残高ともに
2桁成長と順調な増加を継続

FY2024/4期は「Paid」の累計取扱高 YoY + 15.9% 「URIHO」の期末保証残高 YoY + 28.0%、ともに2桁成長

Q3におけるPaidの一部の大口加盟企業の事業撤退等による外部取扱高の減少は一時的な影響だった。

その他の加盟企業による取扱高は引き続き増加をしており、Q4は再び順調な積み上げ基調に戻りQoQ + 5.6%。

売上原価率は想定内の水準で推移

ポイント③業績予想：
FY2025/4は最高益でのV字回復を目指す

ポイント③業績予想 | FY2025/4期は最高益でのV字回復を目指す

FY2025/4期は、増収（YoY+5.0%）増益（YoY+120.5%）を目指す

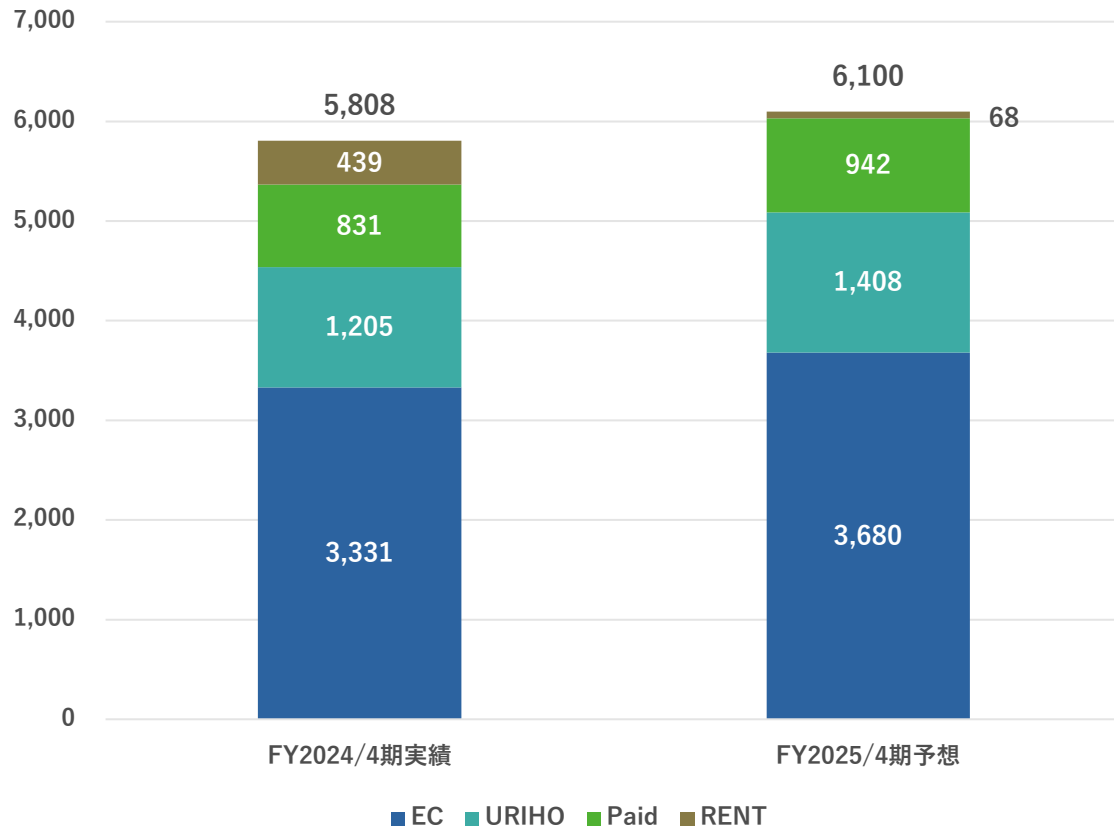
売却予定の家賃保証を除いた売上高はYoY+12.4%、家賃保証事業からの撤退に関わる事業整理損を損失に概算で織り込み済で利益面については、FY2024/4期に先行投資で減益になった利益から過去最高益でのV字回復へ

(単位：百万円)	FY2024/4期 実績	FY2025/4期 見通し	YoY
売上高	5,808	6,100	+5.0%
売上高（家賃保証除き）	5,368	6,031	+12.4%
営業利益	566	1,250	+120.5%
営業利益率	9.8%	20.5%	+10.7pt
経常利益	535	1,250	+133.3%
当期純利益	325	700	+114.7%

グループ売上高はYoY+5.0%、売却予定の家賃保証除きのグループ売上高はYoY+12.4%
 サービス別の売上高は、すべて2桁成長の見通し

売上高内訳

(単位：百万円)



売上高-成長率

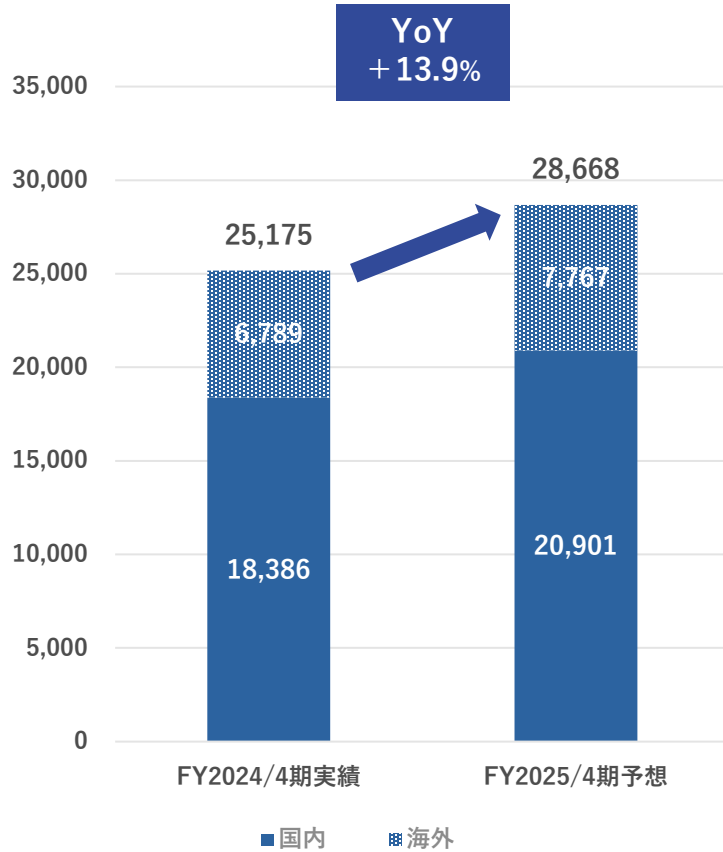
グループ全体		+5.0%
グループ全体 (家賃保証除き)		+12.4%
EC事業		+10.5%
URIHO		+16.9%
フィナンシャル事業		+13.3%
フィナンシャル事業 (家賃保証除き)		+15.4%

EC事業は前期に引き続き購入客数を増やす施策を継続し、中小規模小売店の景況感の改善のタイミングに備える
 フィナンシャル事業は、現在の路線を継続しつつ、細かい施策の変更の積み上げによる成長を目指す



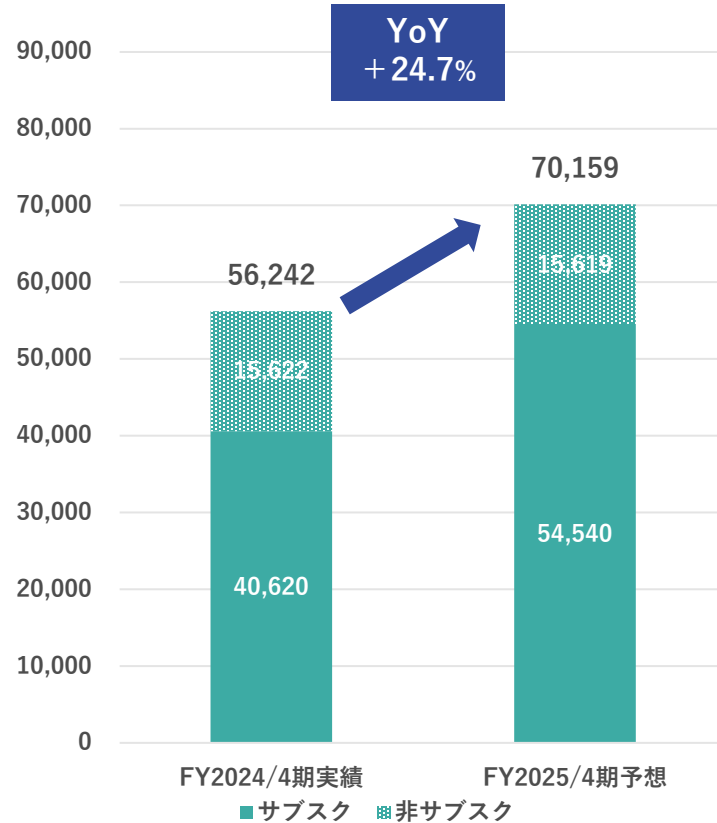
GMV

(単位：百万円)



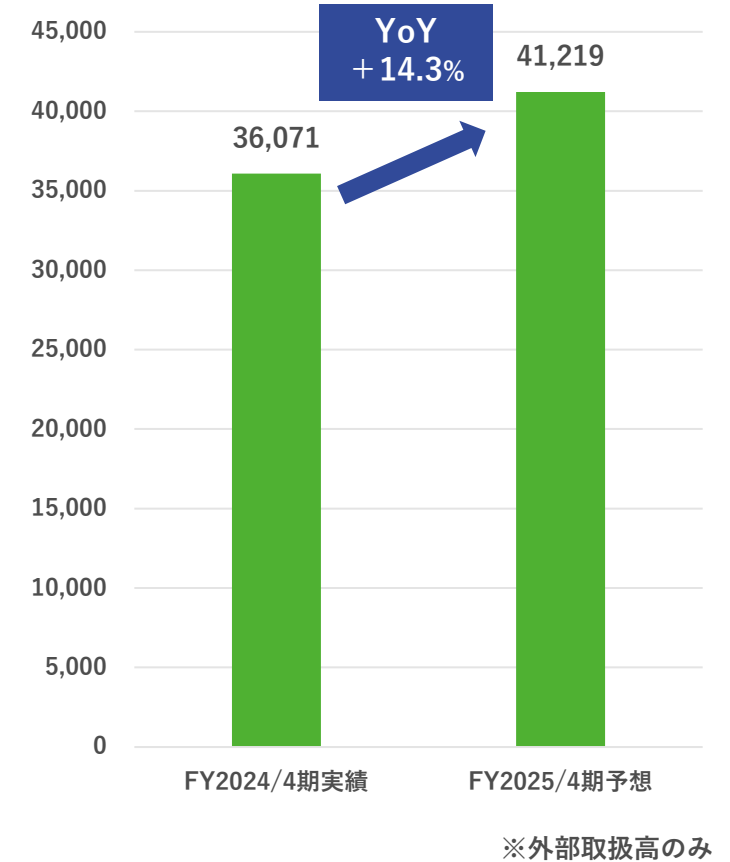
保証残高

(単位：百万円)



GMV

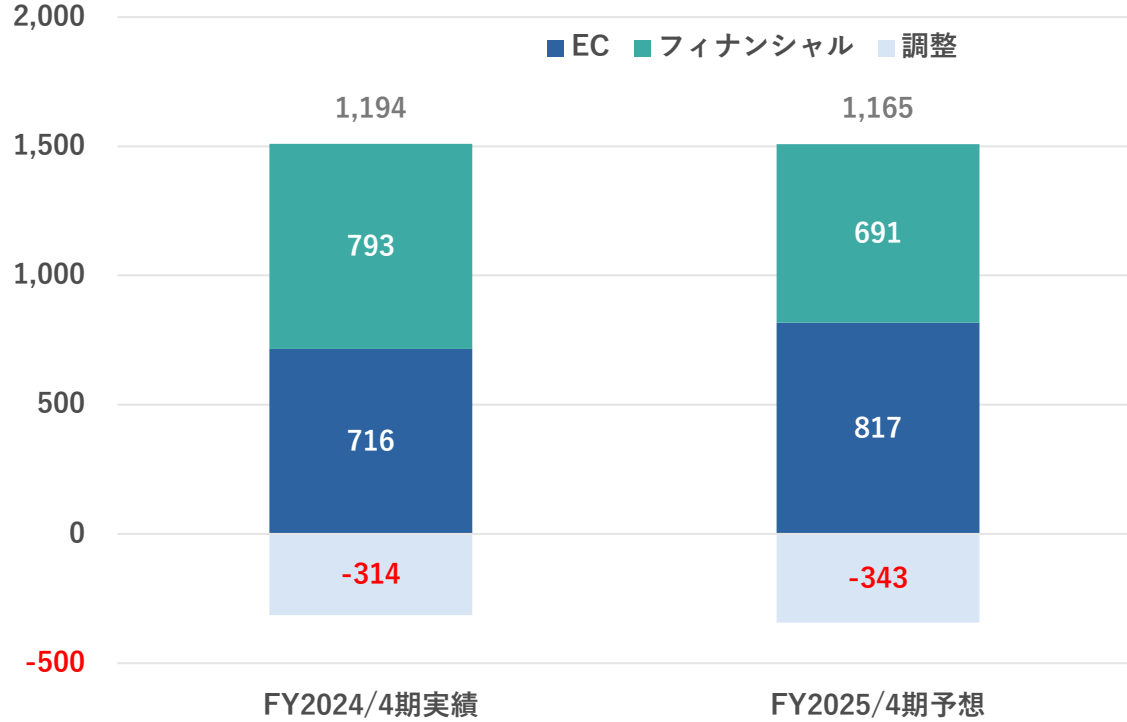
(単位：百万円)



フィナンシャル事業の売上原価はレント売却（予定）による減少
 広告宣伝費・販売促進費はマス広告などは実施しないため減少を予定
 人件費の増加は主にベースアップによる影響、人員の増加は例年並みを予定

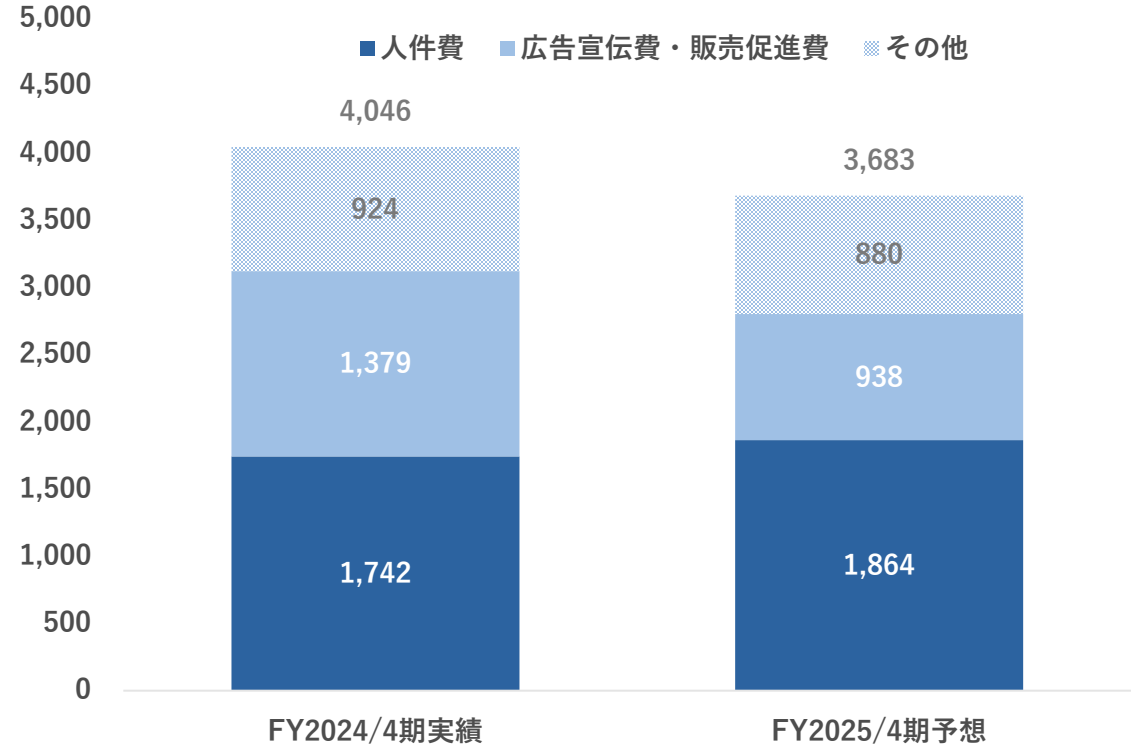
売上原価

(単位：百万円)

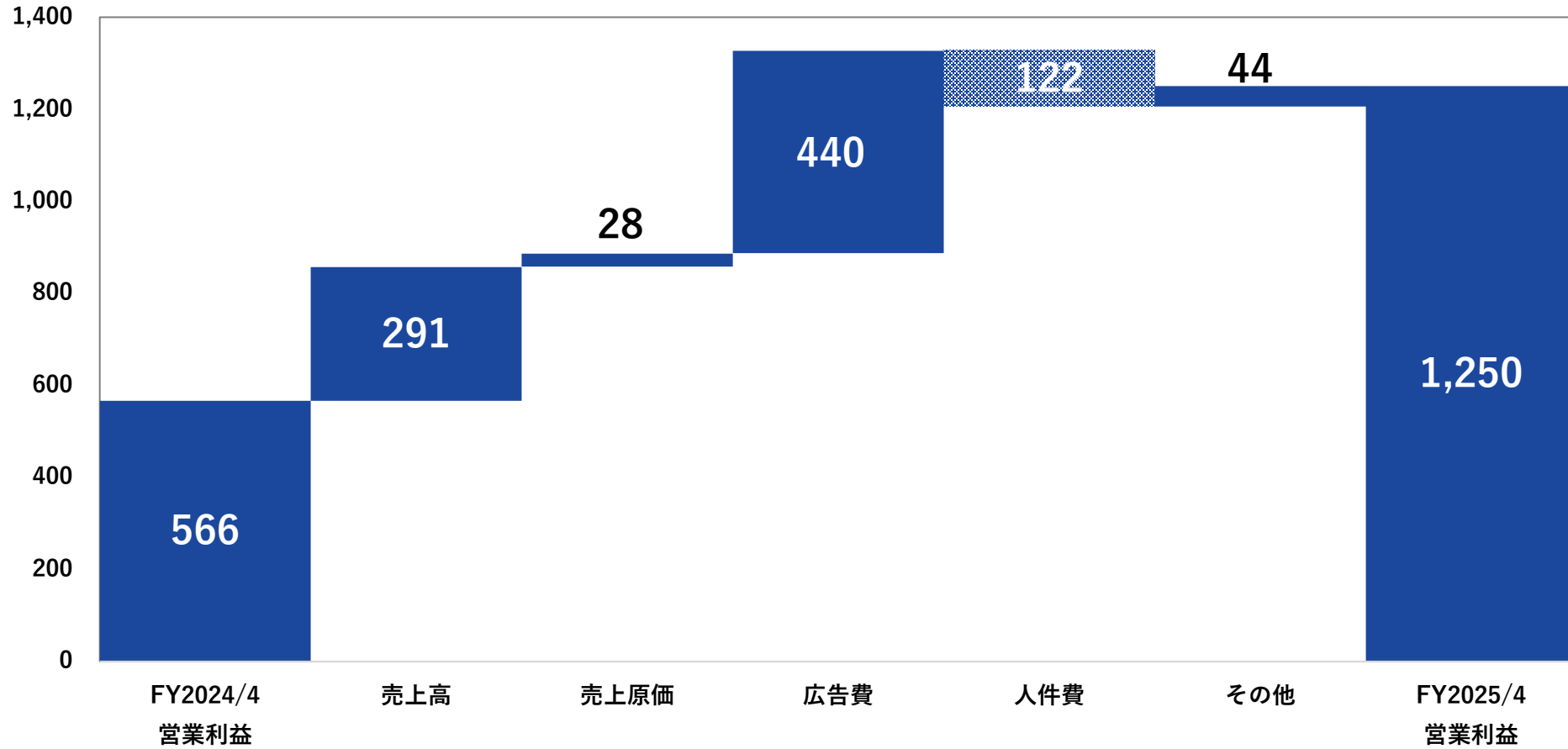


販管費

(単位：百万円)



売上増加に加え、レント売却（予定）に伴う売上原価の削減と広告宣伝費の削減が営業利益のV字回復に貢献



ラクーンレントの売却について

事業領域の選択と集中を行い成長事業へ経営資源を集中させる

今後の売上成長率、営業利益率、資本効率の向上
開発リソースをEC事業・フィナンシャル事業に集中

日程（予定）

2024年6月13日に株式会社イントラストに株式譲渡することについての基本合意書を締結することを決議

2024年9月～2024年10月株式譲渡完了（予定）

2024年9月～2024年10月（第2四半期）より連結子会社から除外（予定）

譲渡価格・業績に与える影響について

譲渡価格は現在未定、今後の協議において決定

譲渡価格、株式譲渡実行日は確定していないが、概算見積りした金額を業績予想に織り込み済

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

株主還元方針

配当

配当性向

45~50%

自己株式取得

株価に応じて機動的に実行

FY2025/4期 株主還元方針

配当

1株当たり配当額（予定）

20円

配当性向（予定）

61.2%

※家賃保証事業撤退に関わる事業整理損は配当予想の計算上は影響させない方針

自己株式取得

**資本準備金と利益準備金を取り崩し
分配可能利益が1,258百万円増加
機動的に実施できる体制に**

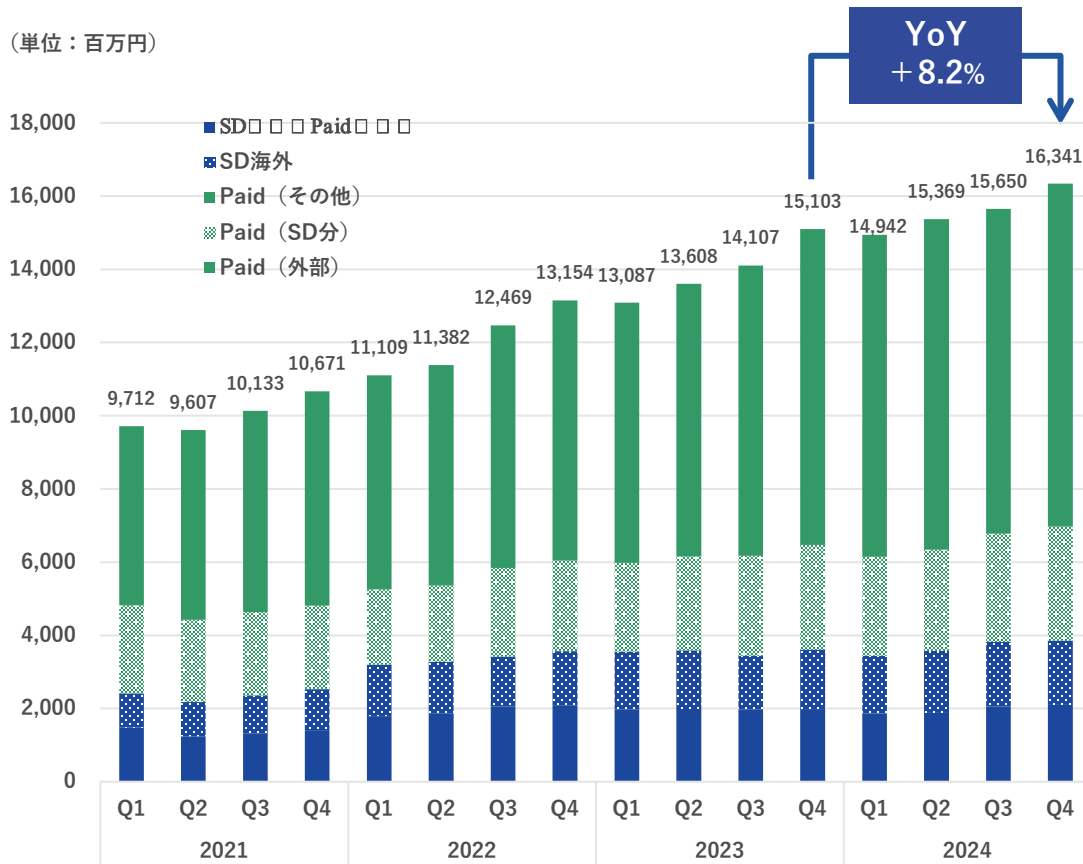
※2024年6月13日公表「資本準備金及び利益準備金の額の減少に関するお知らせ」参照

FY2024/4期連結業績

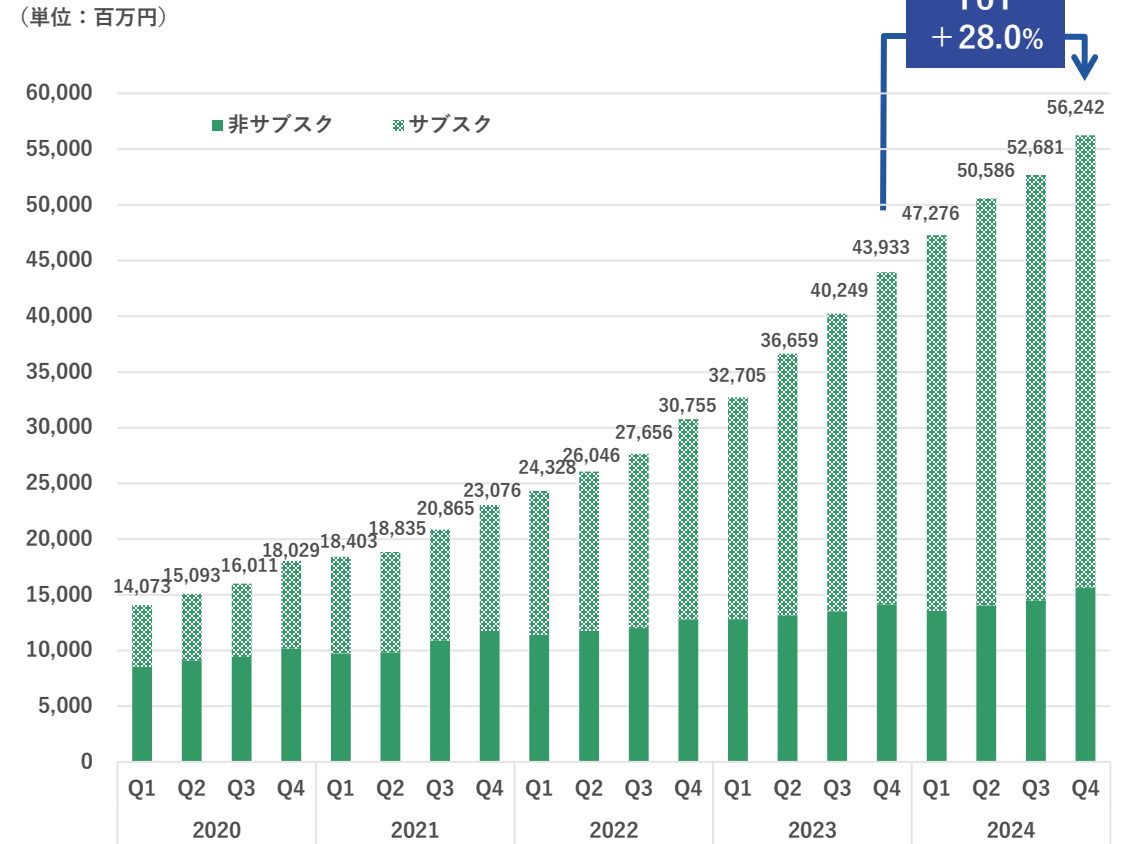
FY2024/4 Q4のグループGMVは16,341百万円 (YoY + 8.2%)

URIHO保証残高は56,242百万円 (YoY + 28.0%)、サブスク型はYoY + 36.3%と好調な積み上がりを継続

グループGMV推移

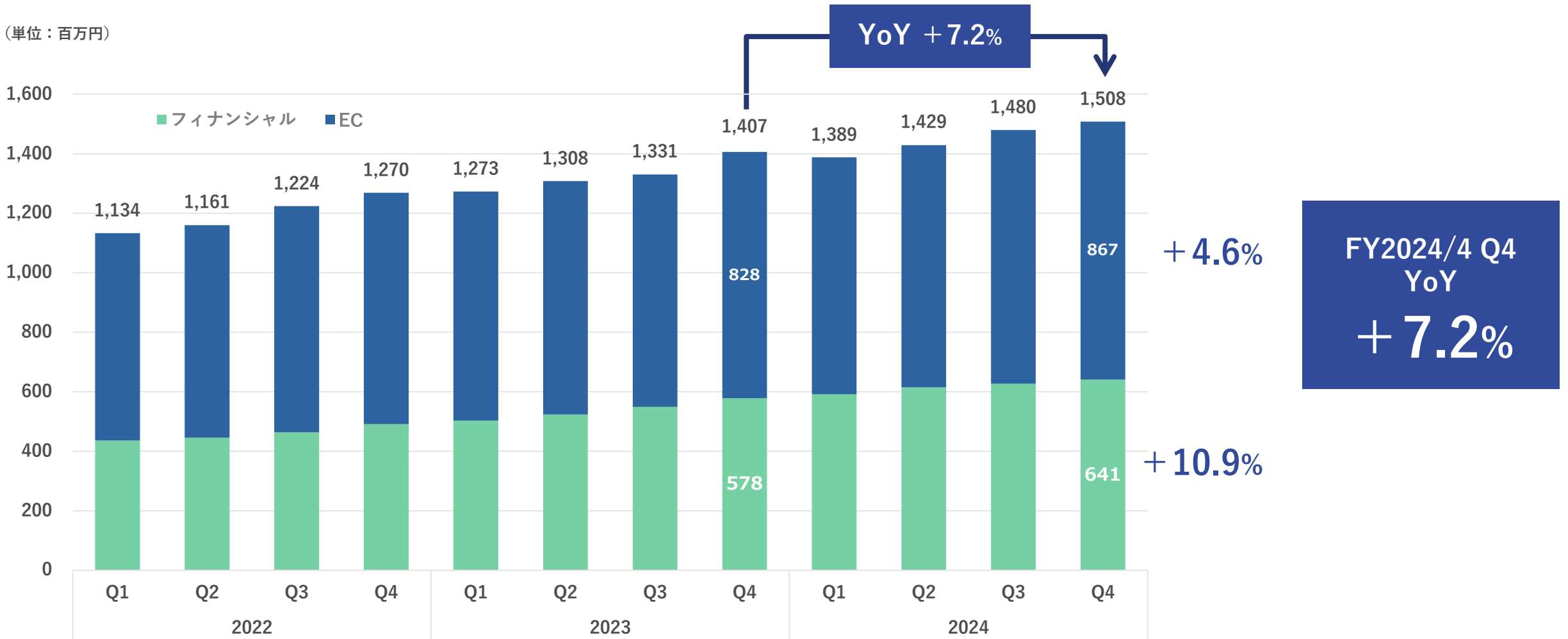


URIHO保証残高推移



FY2024/4 Q4の連結売上高は1,508百万円 (YoY +7.2%)

フィナンシャル事業はYoY + 10.9%と2桁成長で着地



連結売上高 (累計) はYoY+9.2%、営業利益は広告宣伝費・販売促進費の大幅増加 (YoY+84.3%) とEC事業の海外送料の値下げの実施による送料負担増加の影響でYoY-52.5%

(単位：百万円)	FY2023/4期 (累計)		FY2024/4期 (累計)		
	前期	当期	YoY	進捗率	修正後見通し
売上高	5,320	5,808	+9.2%	99.3%	5,850
EC事業	3,165	3,331	+5.3%	-	-
フィナンシャル事業	2,155	2,476	+14.9%	-	-
売上総利益	4,284	4,613	+7.7%	-	-
EC事業	2,495	2,615	+4.8%	-	-
フィナンシャル事業	1,776	1,983	+11.6%	-	-
連結調整	12	14	-	-	-
営業利益	1,193	566	-52.5%	103.1%	550
EC事業	1,277	887	-30.6%	-	-
フィナンシャル事業	525	371	-29.4%	-	-
連結調整	-610	-691	+13.3%	-	-
営業利益率	22.4%	9.8%	-12.7pt	-	-
経常利益	1,225	535	-56.3%	97.4%	550
当期純利益	668	325	-51.3%	98.8%	330
利益率	12.6%	5.6%	-7.0%pt	-	-

連結業績 | 概要 (広告宣伝費・販促費除き) (累計)

フィナンシャル事業の売上原価率の上昇やEC事業の海外における送料施策の他、イレギュラーでQ2に計上した本社ビルの空調入替工事費用 (42百万円) 等のコスト増により広告宣伝費・販売促進費除きの営業利益は横ばいでの着地
 空調入替工事費用除きの営業利益はYoY +2.4%

(単位: 百万円)	FY2023/4期	FY2024/4期			
	前期	当期	YoY	達成率	修正後見通し
売上高	5,320	5,808	+9.2%	99.3%	5,850
EC事業	3,165	3,331	+5.3%	-	-
フィナンシャル事業	2,155	2,476	+14.9%	-	-
広告宣伝費・販売促進費	748	1,379	+84.3%	-	-
EC事業	566	976	+72.4%	-	-
フィナンシャル事業	181	401	+121.6%	-	-
営業利益 (広告宣伝費・販売促進費除き)	1,941	1,946	+0.2%	99.3%	1,960
EC事業	1,844	1,863	+1.1%	-	-
フィナンシャル事業	706	772	+9.3%	-	-
営業利益率	36.5%	33.5%	-3.0pt	-	-

重点施策実施に伴う費用 (FY2024/4期累計)

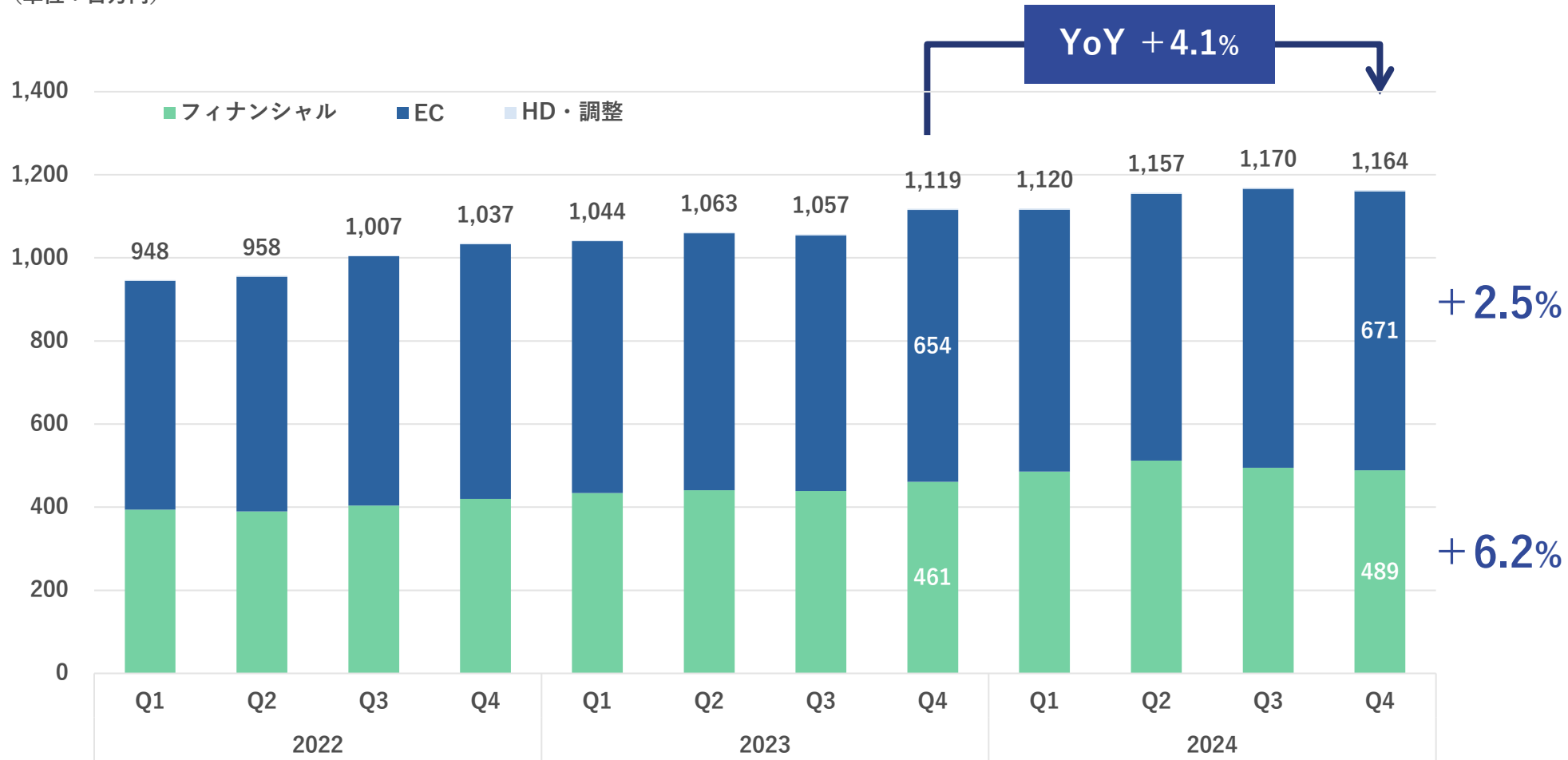
TVCMの放映等 (戦略的な広告投資)
 195百万円 → 今期は終了
 (EC事業: 96百万円、フィナンシャル事業: 99百万円)

EC事業の
 ウェルカムバックキャンペーンのコスト
 108百万円 → 今期は終了

リスティング広告の積み増し (前期比)
 +217百万円 → 今期以降も継続
 (EC事業: +133百万円、フィナンシャル事業: +84百万円)

FY2024/4 Q4の売上総利益は1,164百万円 (YoY + 4.1%)

(単位：百万円)

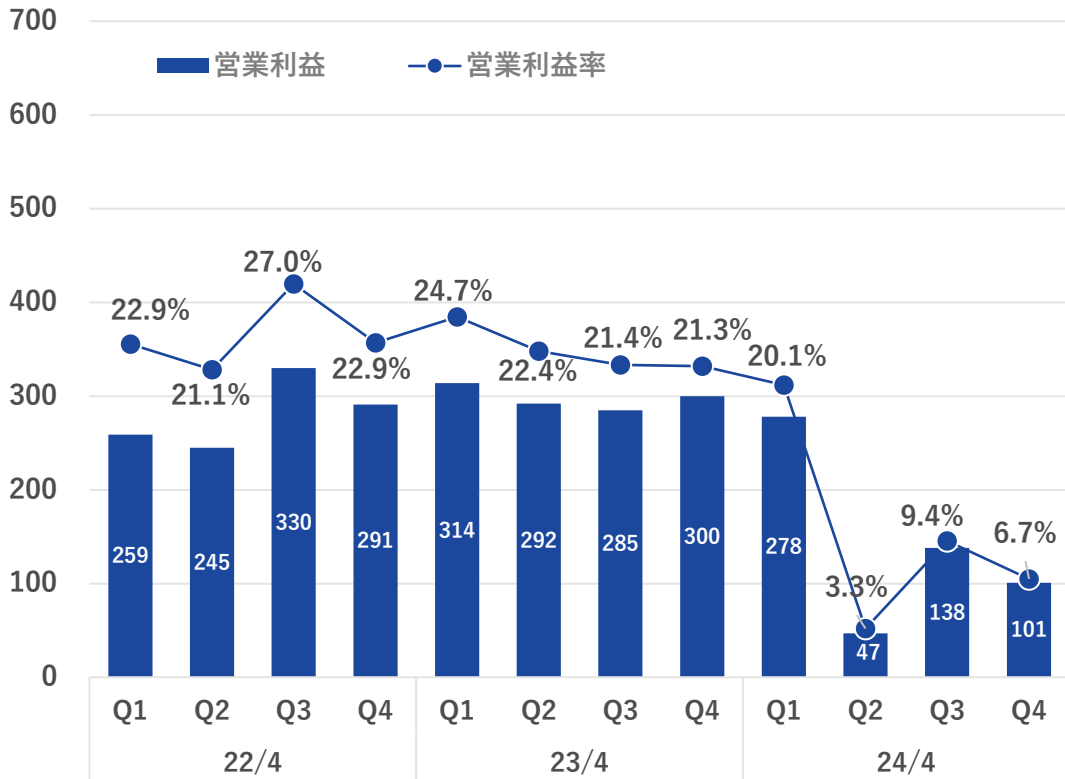


FY2024/4 Q4
YoY
+ 4.1%

積極的なプロモーション投資に加え、EC事業の海外で送料の値下げによる送料負担の増加にともなうコスト増によりQ4の営業利益は101百万円（YoY-66.1%） 広告宣伝費・販売促進費除きの営業利益は485百万円（YoY-5.1%）

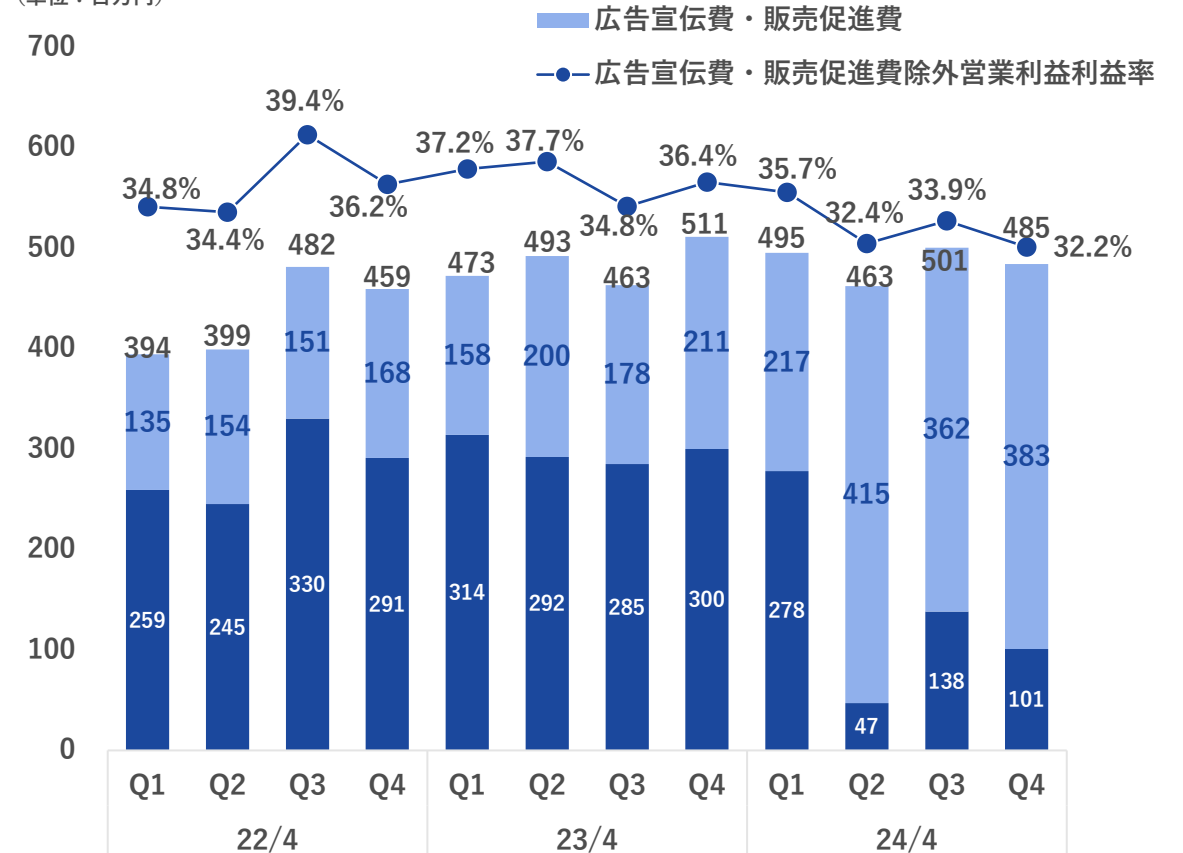
営業利益

(単位：百万円)



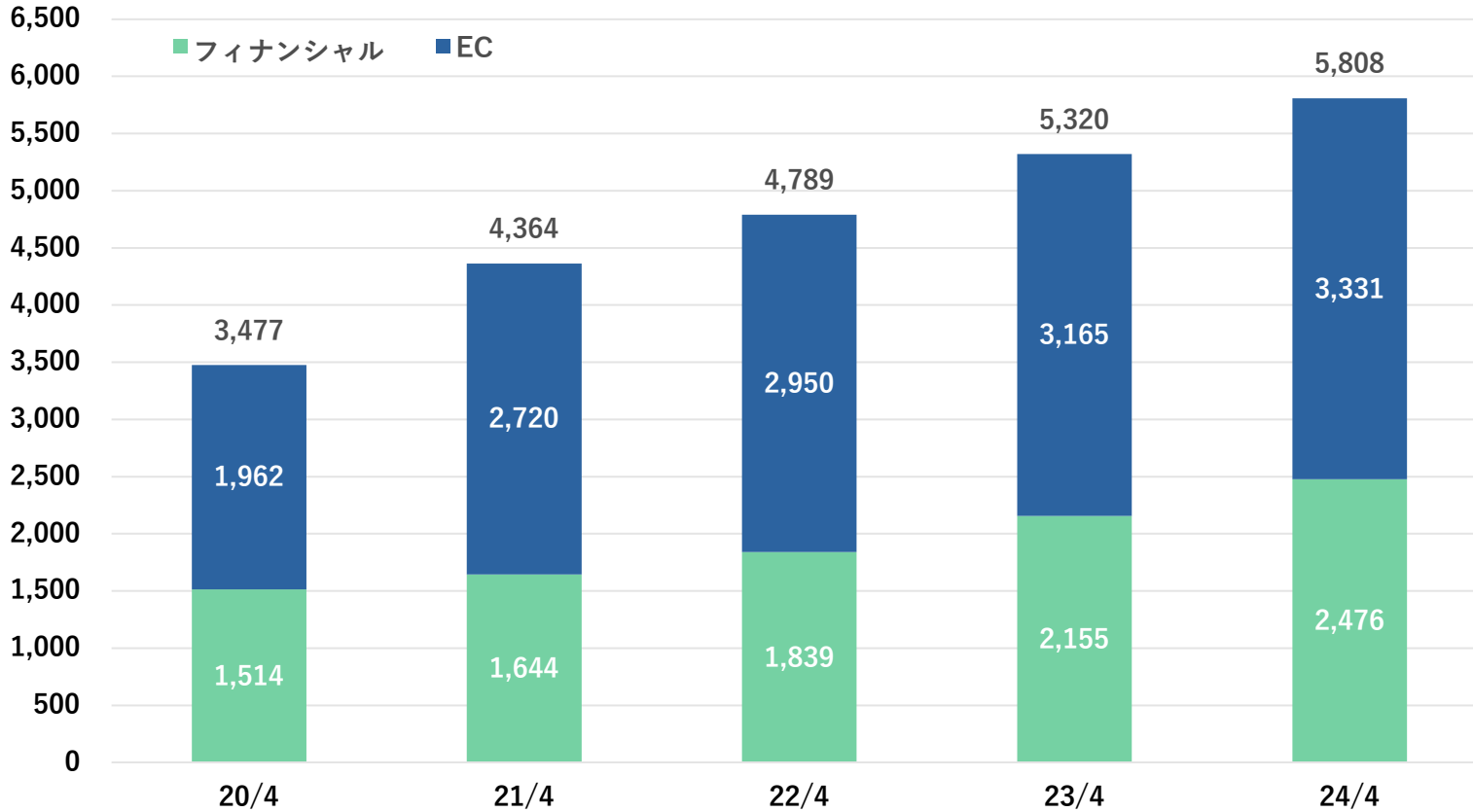
営業利益（広告宣伝費・販売促進費除き）

(単位：百万円)



EC事業、フィナンシャル事業ともに増収を継続し過去最高の売上高を更新、連結の売上高は5,808百万円 (YoY + 9.2%)

(単位：百万円)

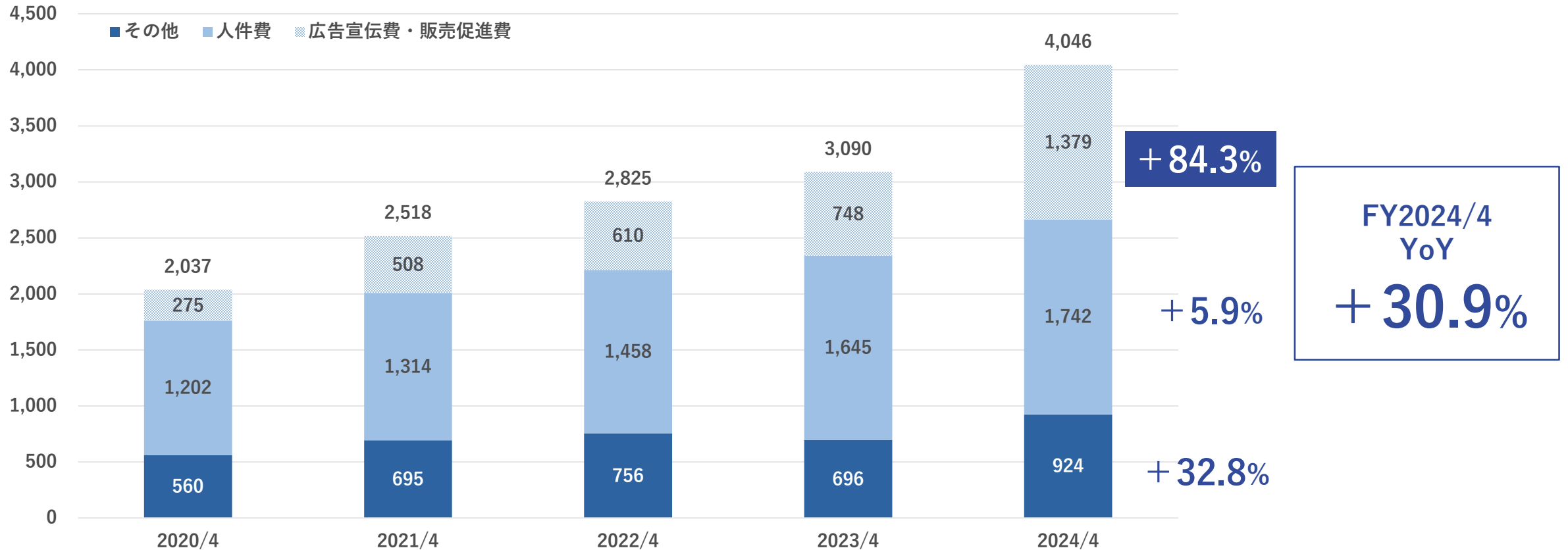


FY2023/4 YoY + 11.1%	FY2024/4 YoY + 9.2%
FY2023/4 EC YoY + 7.3%	FY2024/4 EC YoY + 5.3%
FY2023/4 フィナンシャル YoY + 17.2%	FY2024/4 フィナンシャル YoY + 14.9%

積極的なプロモーション投資の実施により広告宣伝費・販売促進費はYoY + 84.3%

その他は、本社ビルの空調入替工事費用（Q2で42百万円計上）とEC事業の海外で送料の値下げによる送料負担の増加によりYoY + 32.8%

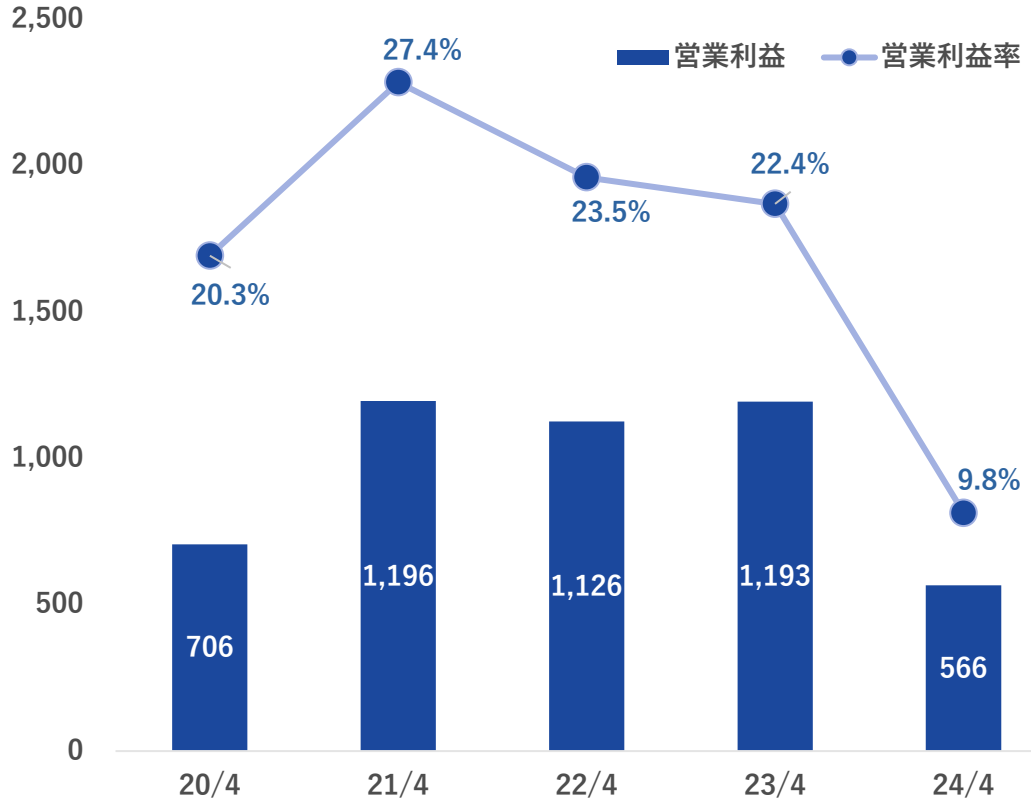
(単位：百万円)



施策による広告宣伝費・販売促進費の増加や本社ビルの空調入替工事費用の計上、EC事業の海外で送料の値下げによる送料負担の増加にともなうコスト増で営業利益は566百万円（YoY-52.5%）に減少し、営業利益率は9.8%に低下
 広告宣伝費・販売促進費除きの営業利益は増益となり、営業利益率も33.5%と高い水準を維持

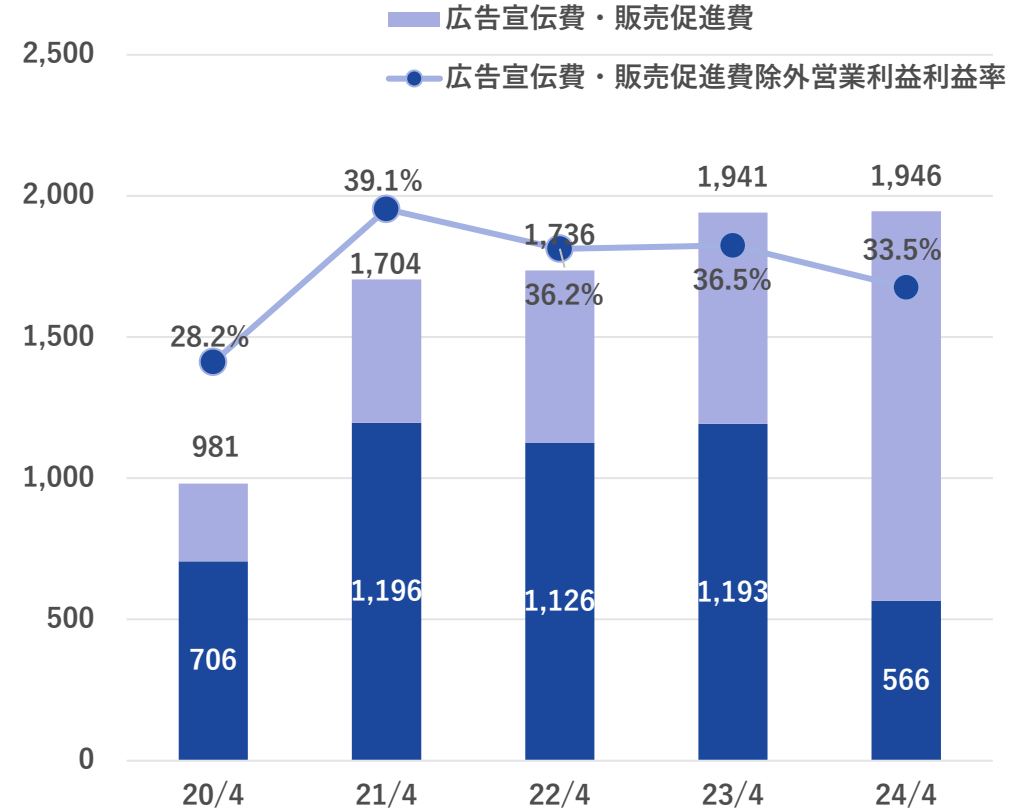
営業利益

(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

国内の購入客数の大幅な増加の継続がGMV成長を牽引

Q4の国内の購入客単価はQoQ + 5.7%となり、購入者数の増加によるGMV成長をサポート

中小零細企業の景況感の回復後のGMVの成長率向上への期待が高まった

(単位：百万円)

事業セグメント	重要KPI	施策	狙い	FY2024/4 結果	FY2024/4 修正後目標	中計FY2025/4 目標値 ¹
国内	GMV	<ul style="list-style-type: none"> 集客目的のプロモーション増加 新会員プランの導入 (2023/9から) ウェルカムバックキャンペーンの実施 (2023/9~2023/12) 	<ul style="list-style-type: none"> 新規登録者の増加 <ul style="list-style-type: none"> 初回購入者の増加 退会の抑制 継続率の向上 ロイヤルカスタマー化 	18,386 (YoY+5.1%)	18,251 (YoY+4.3%)	26,500 (CAGR+19%)
海外	GMV	<ul style="list-style-type: none"> 地域毎にメリハリをつけた販促策 成長地域は施策を積極展開 	<ul style="list-style-type: none"> 需要が弱い地域の成長回復 成長地域の成長加速 	6,789 (YoY+7.4%)	6,920 (YoY+9.5%)	11,000 (CAGR+25%)
合計	GMV			25,175 (YoY+5.7%)	25,171 (YoY+5.7%)	37,500 (CAGR+20%)

1. CAGRはFY2022/4期実績値からFY2025/4期中計目標値の年間平均成長率

ウェルカムバックキャンペーン終了後（2月末）に一部のキャンペーン対象会員の購入者数が減少したことで国内購入者数はQoQ-1.8%となったが、新会員プラン（フリープランの導入）開始以降、集客力は向上しており、新規会員登録者数及び新規購入客数は大幅な増加を継続していることから、積み上げは今後加速することを想定

施策概要

FY2024/4 Q4結果

購入客数
増加

集客目的のプロモーションを積極化
新会員プランの導入（2023年9月～）
（無料プラン / 有料プランの選択制に）

小売店
小売以外
国内客数

15,275店 (YoY+28.2%)
12,033店 (YoY+20.5%)
27,308店 (YoY+24.7%)

フリープランの導入効果により、購入客数はQ2以降、大幅な増加を継続
ウェルカムバックキャンペーンポイント利用期間終了（2月末）に伴う対象会員の購入者数減少による影響は一時的なもの

購入客単価
向上

FY2023/4期の打ち手を継続
・ Paid決済への乗り換え促進
・ ポイントの還元率アップ
・ クーポン発行

小売店
小売以外
国内平均単価

255,884円 (YoY-17.7%)
84,724円 (YoY-3.8%)
180,464円 (YoY-13.8%)

購入客単価はYoYでは低下したが、QoQではプラスに転換
（YoYでの低下要因）
①客単価の低い初回購入者と購入歴の浅いリピート購入者の構成比の増加
②国内環境による既存リピート購入者の客単価の低下

旧正月の期ずれのマイナス影響があったが、注力国であるアメリカ・韓国のQ4のGMVがYoY + 50%以上と高い成長率となったことなどがプラスに働いた結果、Q4の海外GMVは + 8.1%に

なお、期ずれの影響を受けないQ3 + Q4の海外GMVは + 13.9%と2桁成長

施策概要

FY2024/4 Q4結果

販促投資増加

- ・ 前年度比倍増
- ・ ポイント/クーポン付与

前年同水準の広告投資
(効果を見てメリハリ)

- ・ 米国は積極化
- ・ 香港は抑制 等

送料の値下げ

- ・ アジア圏以外 (2023年7月~)
- ・ 台湾・香港 (2023年12月~)
- ・ 2023年1月以降：状況を見ながら国・エリア別に上げ下げを調整

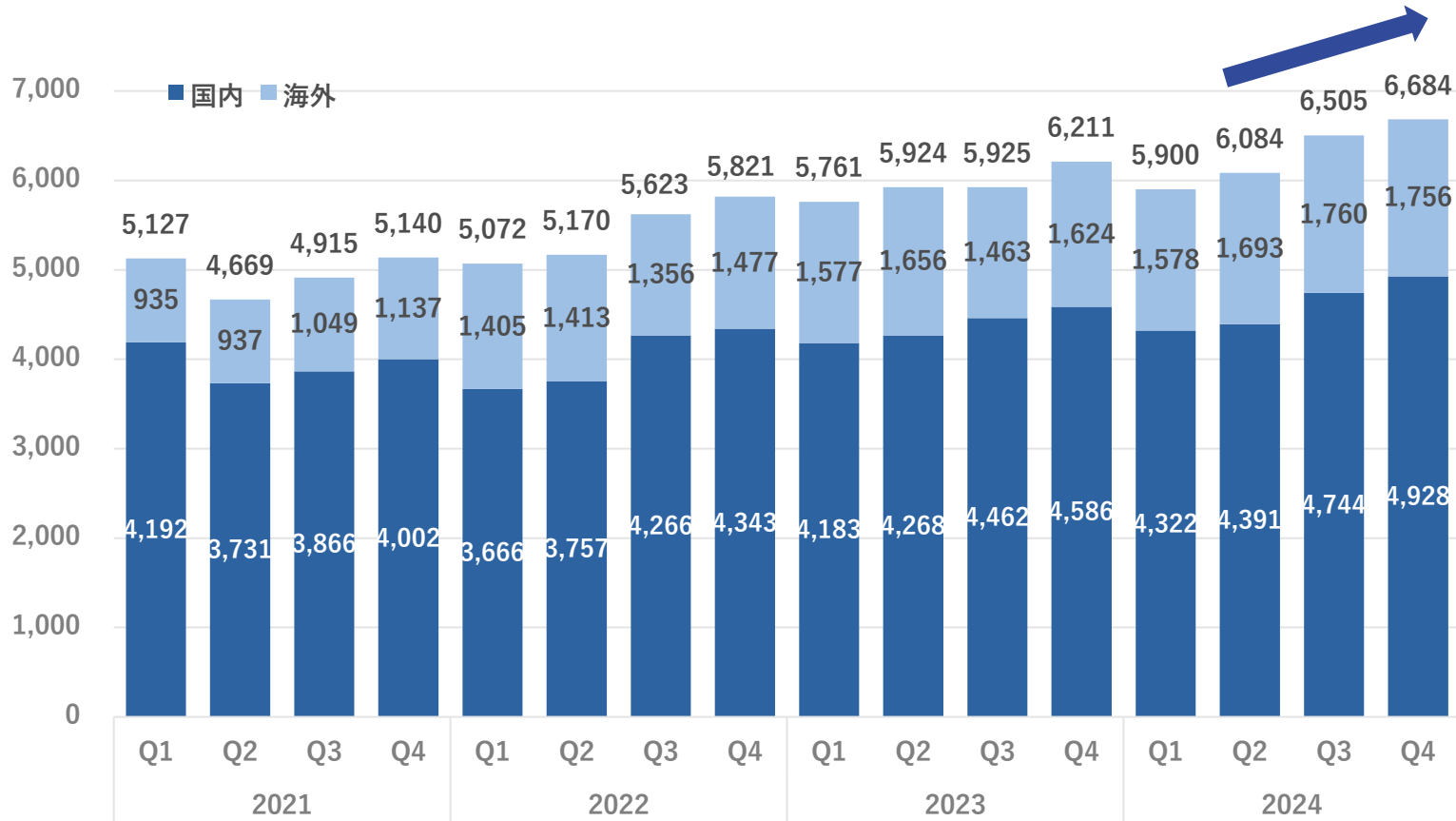
	GMV構成比	GMV成長率 (YoY)	GMV成長率 寄与度
台湾	36.6%	-5.7%	-38.6%
香港	16.1%	-11.5%	-17.9%
アメリカ	9.9%	+54.8%	+5.4%
韓国	9.1%	+51.1%	+4.7%
<hr/>			
購入客数	6,344店	(YoY + 13.8%)	
購入客単価	276,864円	(YoY - 5.0%)	

- ・ 台湾のGMV成長率は旧正月の期ずれの影響によりYoY - 5.7%。香港は低迷が継続。4月単月はGMVは台湾 + 15.8%、香港 - 7.9%。台湾GMVは旧正月後に回復。
- ・ アメリカ、韓国はYouTuberのタイアップ動画からの直接の流入に加え、認知度が向上しGoogle広告やMeta広告、オーガニックからの流入も増えたことにより登録会員数の大幅増加ペースを維持。

国内は引き続き新規購入客数の大幅な増加がGMV成長に寄与

Q2の国内の新会員プラン（フリープランの導入）以降、GMVは再び成長フェーズへ

(単位：百万円)



FY2024/4 Q4
YoY
+7.6%

FY2024/4 Q4
QoQ
+2.8%

FY2024/4 Q4
海外 YoY
+8.1%

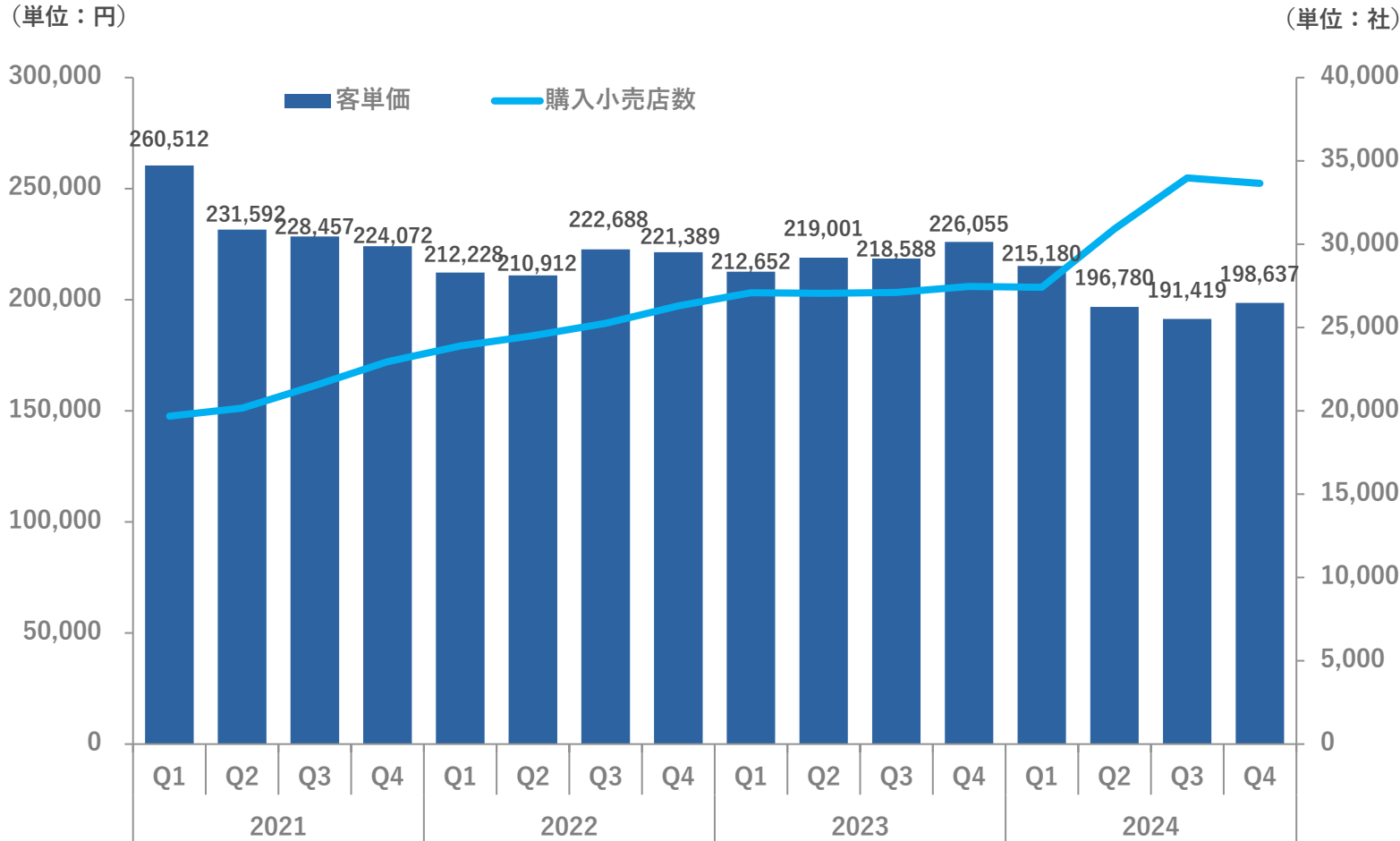
FY2024/4 Q4
海外 QoQ
-0.2%

FY2024/4 Q4
国内 YoY
+7.4%

FY2024/4 Q4
国内 QoQ
+3.9%

客単価は国内の客単価が回復したことが全体の客単価の増加を牽引し、QoQ + 3.8%

購入客数は国内のウェルカムバックキャンペーンポイント利用期間終了に伴い対象顧客の割合が低下したが、フリープランは高い増加ペースを維持した結果、YoY + 22.5%



FY2024/4 Q4
購入小売店数
YoY
+ 22.5%

FY2024/4 Q4
購入小売店数
QoQ
- 1.0%

FY2024/4 Q4
客単価
YoY
- 12.1%

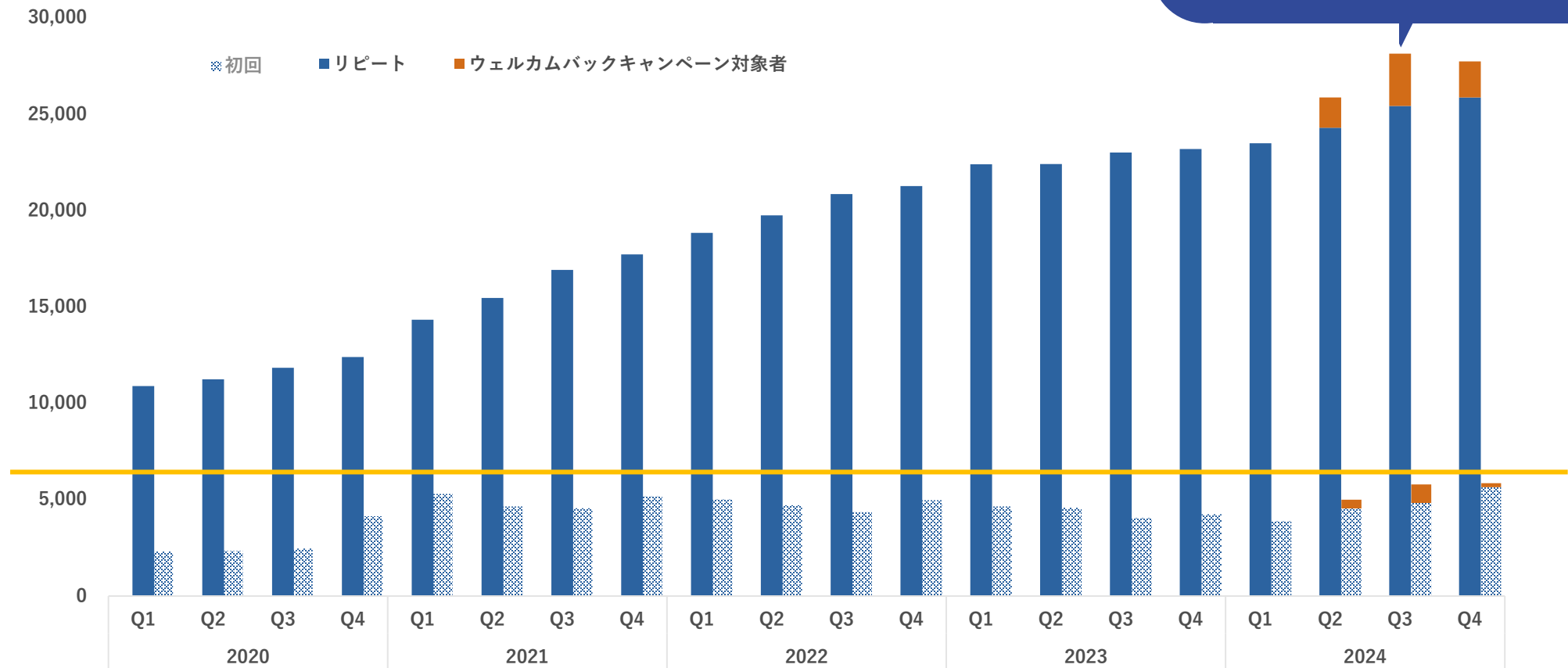
FY2024/4 Q4
客単価
QoQ
+ 3.8%

ウェルカムバックキャンペーンポイント利用期間終了に伴い対象顧客の割合が低下したが、国内はフリープランの新規会員登録の好調が継続しており、ウェルカムバックキャンペーンの影響を除いた初回購入者数、リピート購入者数は増加を維持
 初回購入者数は、マスク・除菌グッズ需要のピーク時を上回る数を継続しており、リピート購入者数の積み上げは今後加速する

(単位：人)

初回購入者・リピート購入者数推移

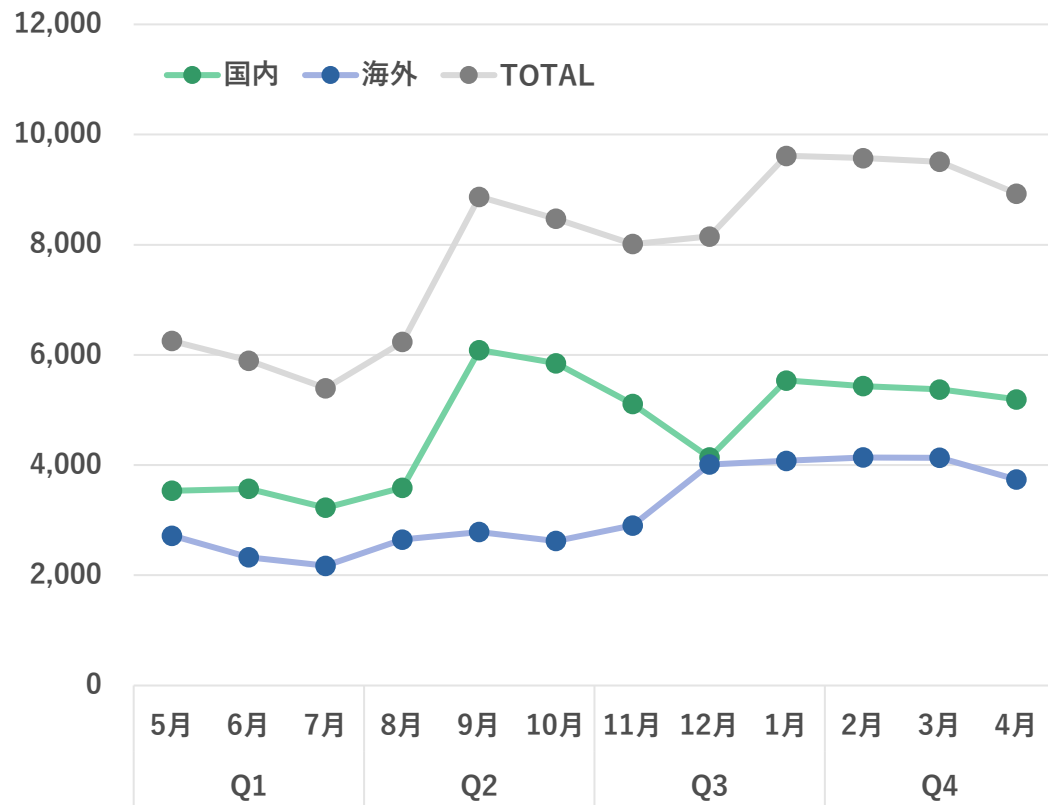
2023/9~2023/12
 ウェルカムバックキャンペーン



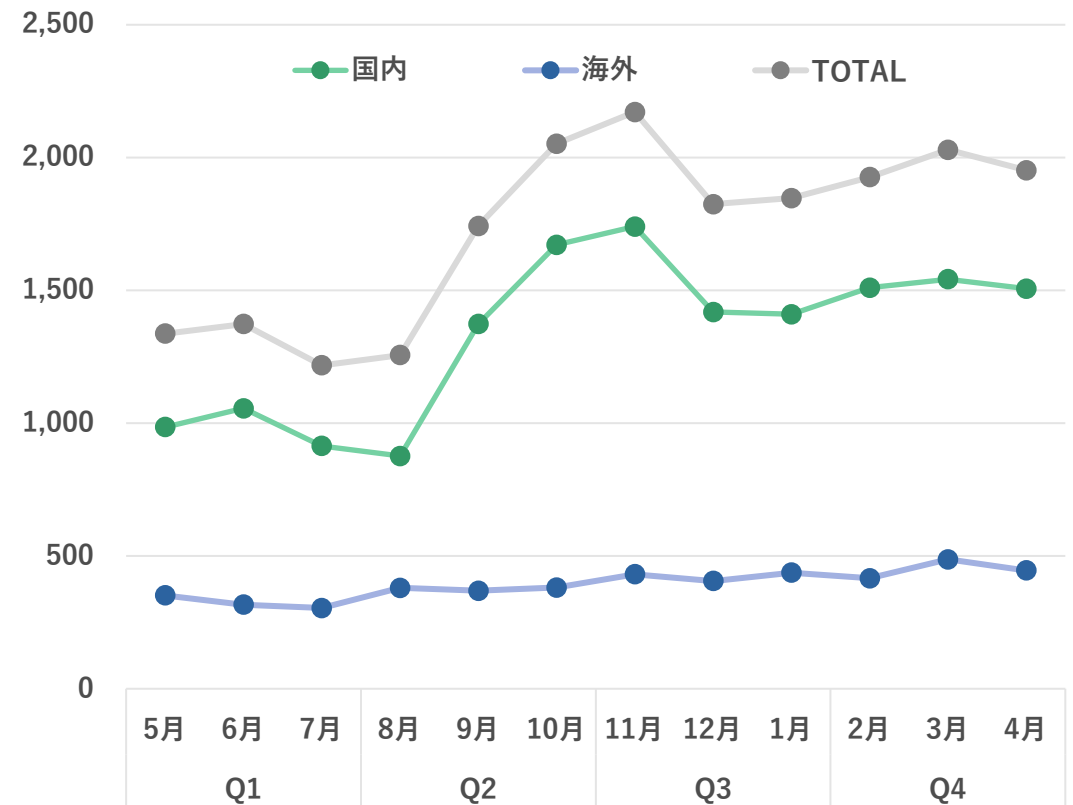
国内は会費無料プラン導入以後、新規会員登録数及び新規購入者数ともに増加ペースを継続

海外はアジア圏において旧正月の期ずれの影響により減少したが、注力国であるアメリカ・韓国の新規会員登録者数及び新規購入者数は増加を継続

新規会員登録者数推移

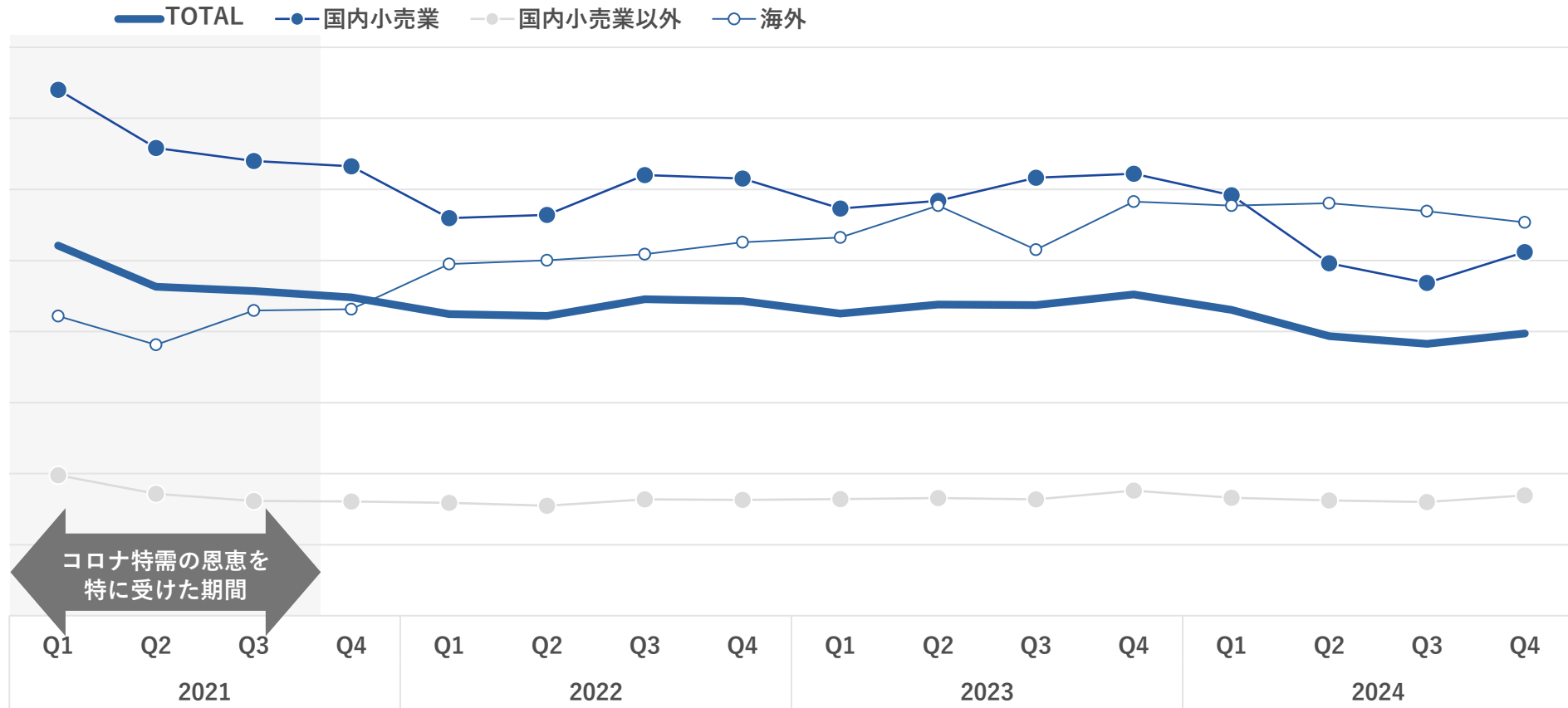


新規購入者数推移



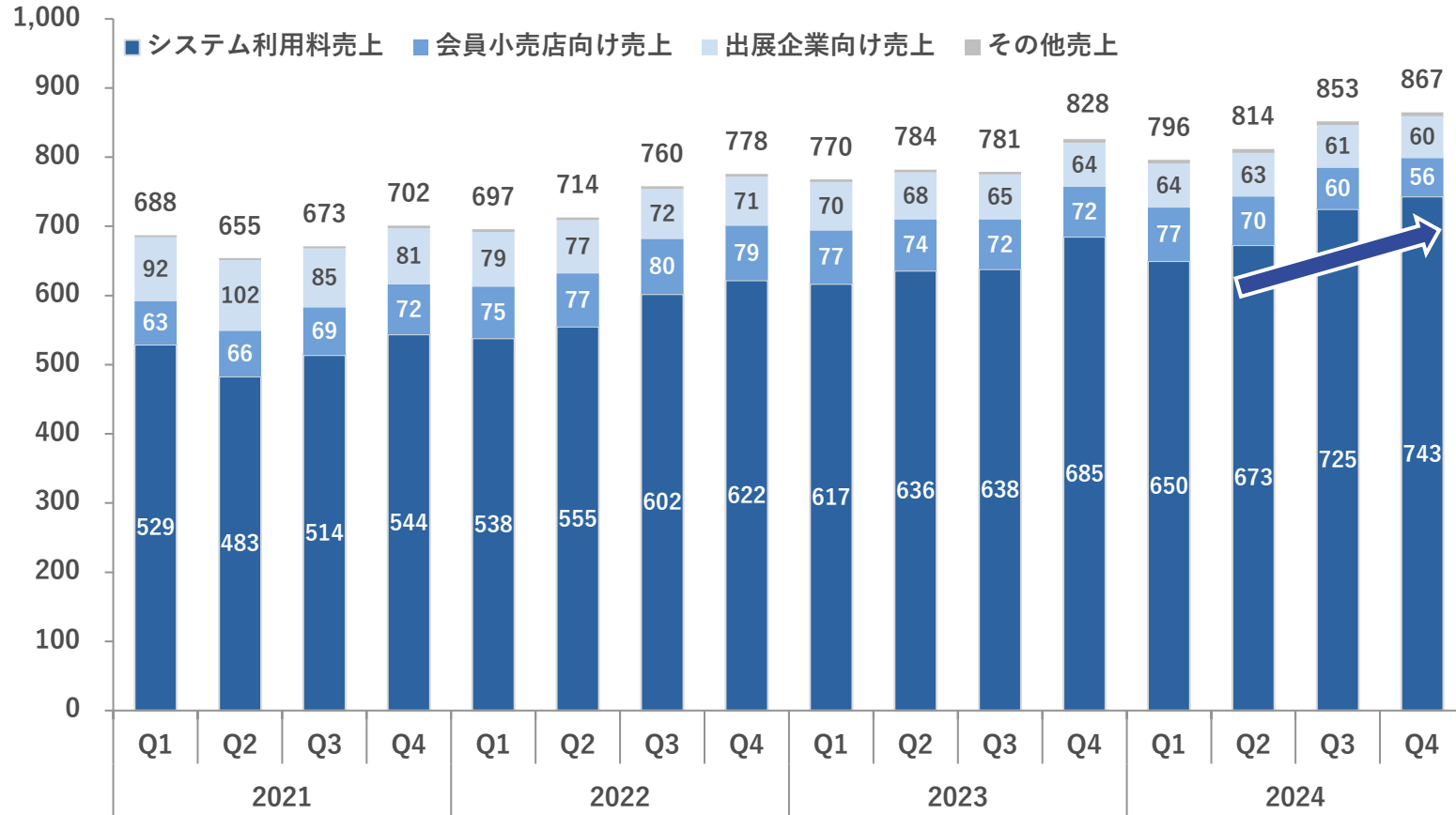
国内小売業はフリープランの新規会員登録の好調が続き、相対的に購入客単価の低いウェルカムバックキャンペーン顧客の割合が低下したため回復しQoQ+9.2% これにより全体の購入客単価もQoQ+3.8%

客単価推移



Q2の国内の新会員プラン（フリープランの導入）以降、国内の購入客数は大幅に増加し、GMVの成長を牽引
これによりシステム利用料売上の増加ペースも上昇

(単位：百万円)



FY2024/4 Q4
YoY
+4.6%

FY2024/4 Q4
QoQ
+1.6%

FY2024/4 Q4
出展企業 YoY
-6.4%

FY2024/4 Q4
出展企業 QoQ
-0.6%

FY2024/4 Q4
会員小売店 YoY
-22.3%

FY2024/4 Q4
会員小売店 QoQ
-6.9%

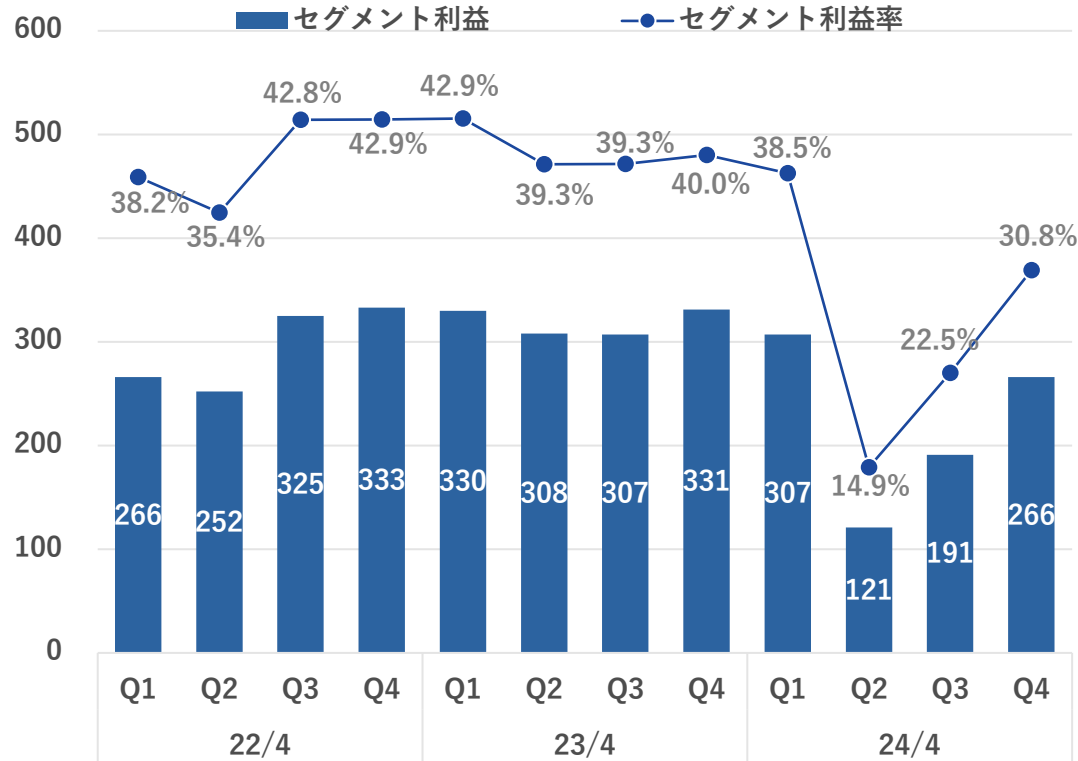
FY2024/4 Q4
システム利用料 YoY
+8.4%

FY2024/4 Q4
システム利用料 QoQ
+2.5%

海外送料の値下げの実施による送料負担増加が継続している一方で、広告宣伝費・販売促進費は積極的なプロモーション投資を継続しているものの、ウェルカムバックキャンペーンのポイント利用期間終了及びTVCMの未放映によりQoQ-24.6%に減少した結果、Q4の営業利益は266百万円（QoQ+38.9%）、営業利益率は30.8%（QoQ+8.3pt）

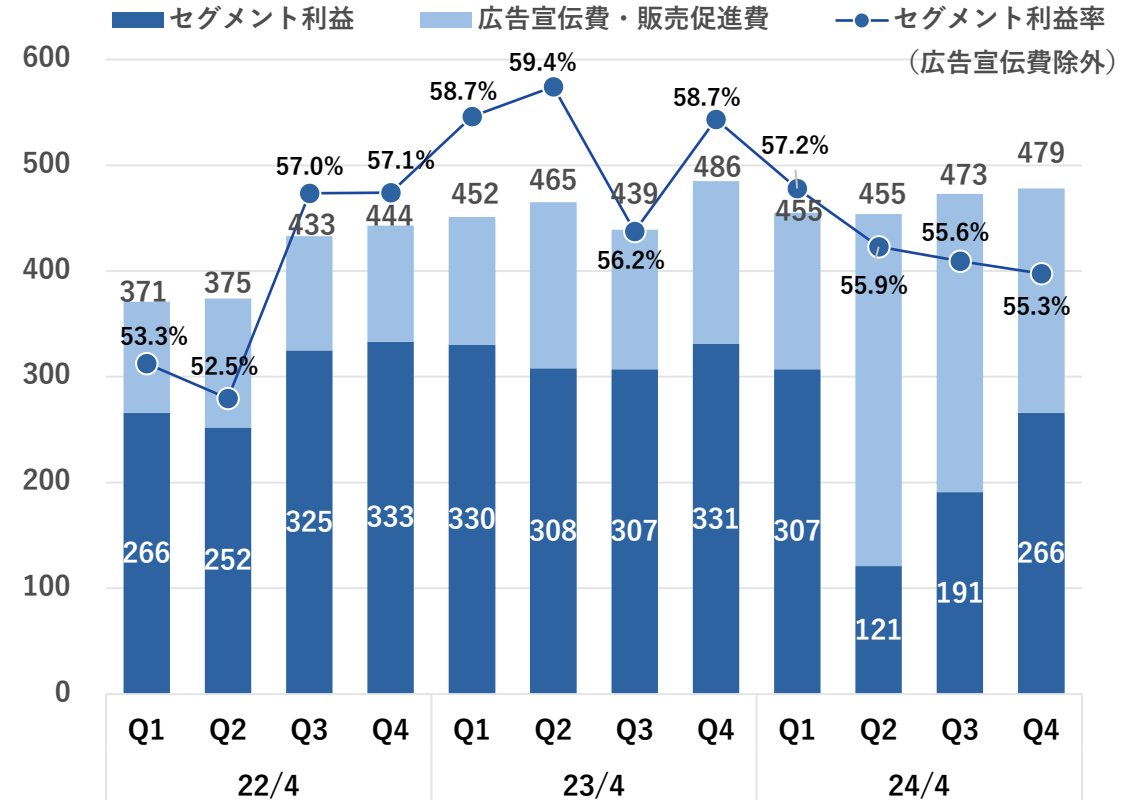
セグメント利益

(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の累計取扱高 (YoY + 15.9%)、URIHOの保証残高 (YoY + 28.0%) とともに順調な増加を継続

(単位：百万円)

事業セグメント	重要KPI	施策	狙い	FY2024/4 結果	FY2024/4 修正後目標	中計FY2025/4 目標値 ¹
Paid	取扱高	<ul style="list-style-type: none"> 販促策をより積極的に展開 VC連携による送客 	<ul style="list-style-type: none"> 加盟企業数の増加 	36,071 (YoY+15.9%)	35,953 (YoY+15.6%)	42,128 (CAGR+18%)
URIHO	保証残高	<ul style="list-style-type: none"> 販促策をより積極的に展開 スキーム案件の拡大 対象債権の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> サブスク利用企業数の増加 非サブスク保証残高拡大 	56,242 (YoY+28.0%)	56,740 (YoY+29.2%)	70,000 (CAGR+32%)

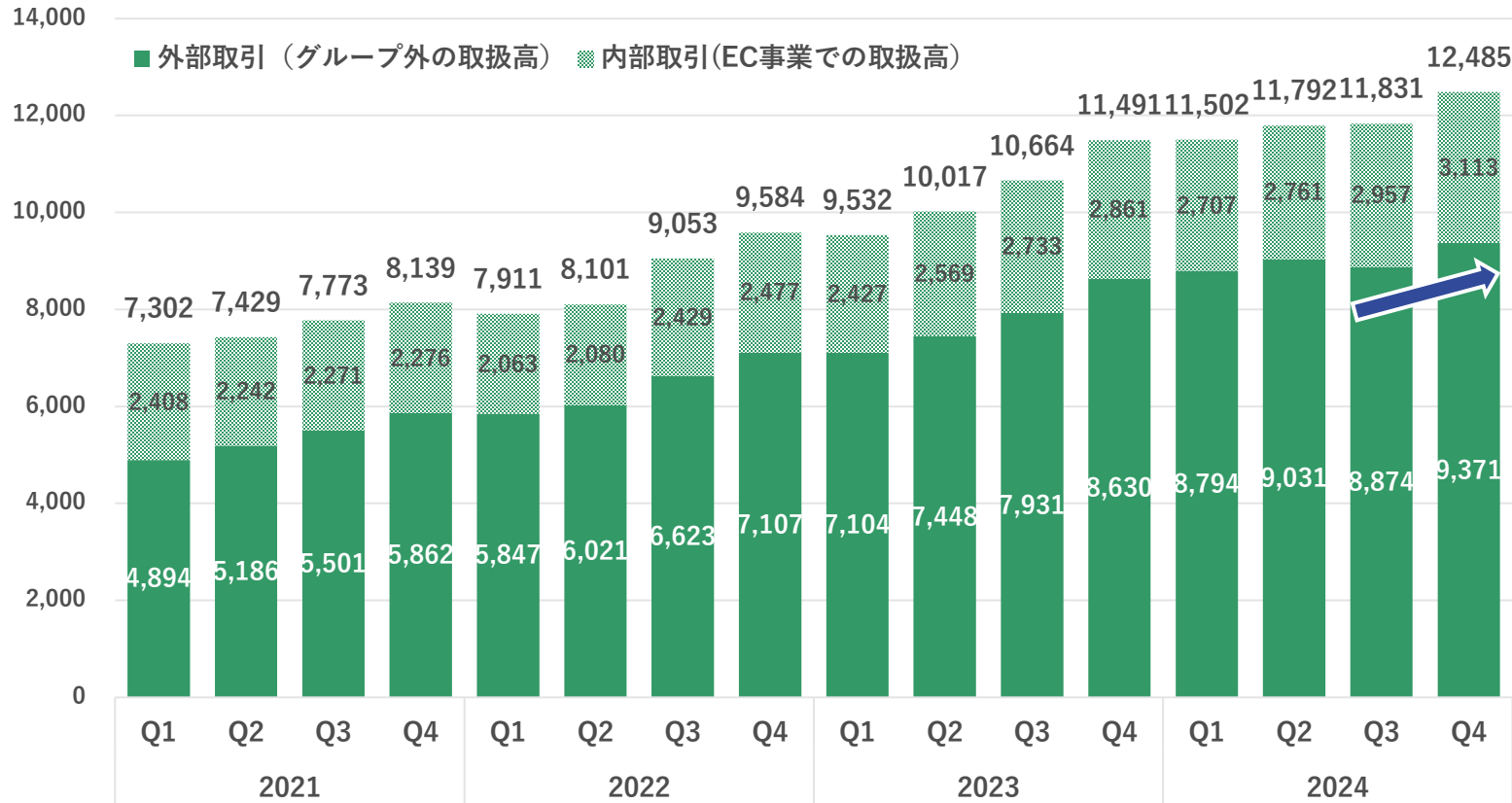
1. CAGRはFY2022/4期実績値からFY2025/4期中計目標値の年間平均成長率

フィナンシャル事業 | Paid取扱高推移

外部取扱高は9,371百万円 (YoY + 8.6%、QoQ + 5.6%)

Q3におけるPaidの一部の大口加盟企業の事業撤退等による外部取扱高の減少は一時的な影響だった
その他の加盟企業による取扱高は引き続き増加をしており、Q4は再び順調な積み上げ基調に戻りQoQ + 5.6%

(単位：百万円)

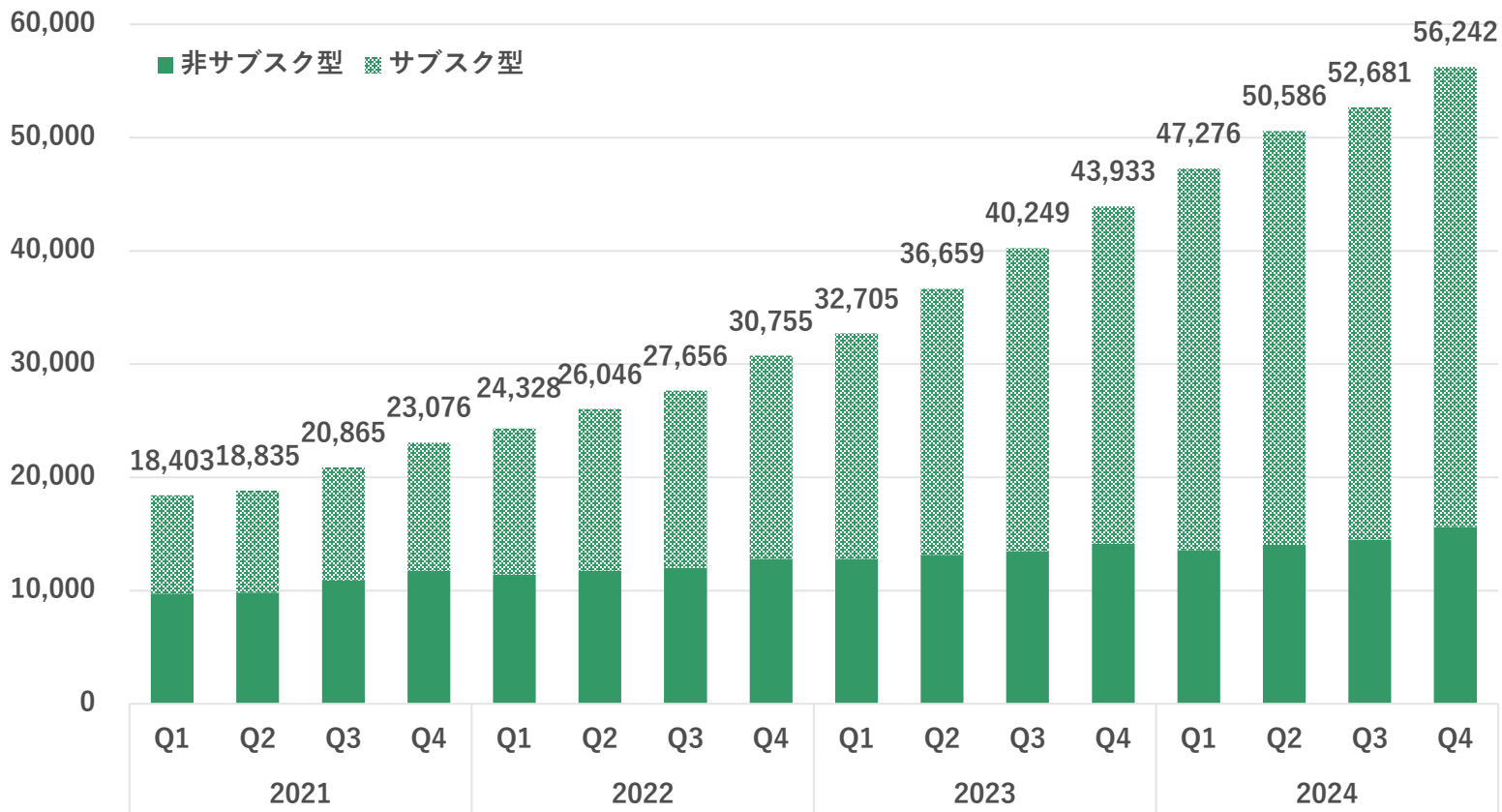


内部取引 (EC事業内での取扱高) は、スーパーデリバリーの国内GMVで決済方法にPaid利用分のもの

<p>FY2024/4 Q4 YoY + 8.7%</p>	<p>FY2024/4 Q4 QoQ + 5.5%</p>
<p>FY2024/4 Q4 内部取引 YoY + 8.8%</p>	<p>FY2024/4 Q4 内部取引 QoQ + 5.3%</p>
<p>FY2024/4 Q4 外部取引 YoY + 8.6%</p>	<p>FY2024/4 Q4 外部取引 QoQ + 5.6%</p>

保証残高はサブスク型YoY + 36.3%と非サブスク型YoY + 10.5%とともに2桁で積み上げとなった結果、URIHO全体の保証残高はYoY + 28.0%

(単位：百万円)



FY2024/4 Q4
YoY
+ 28.0%

FY2024/4 Q4
QoQ
+ 6.8%

FY2024/4 Q4
サブスク YoY
+ 36.3%

FY2024/4 Q4
サブスク QoQ
+ 6.4%

FY2024/4 Q4
非サブスク YoY
+ 10.5%

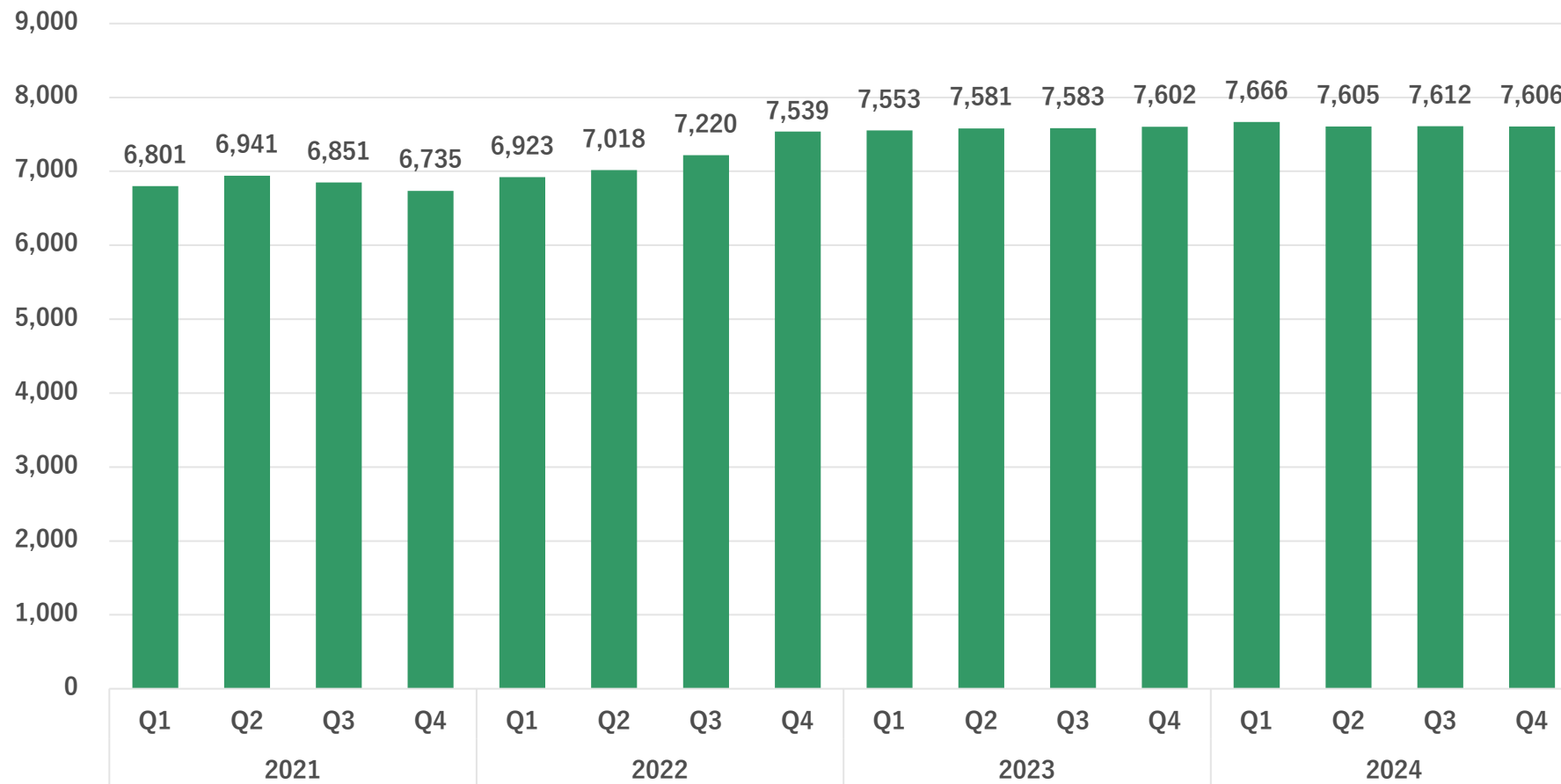
FY2024/4 Q4
非サブスク QoQ
+ 7.8%

保証残高は7,606百万円と堅調に推移（YoY + 0.1%、QoQ - 0.1%）

家賃保証についてはFY2025/4期中に売却予定※

※2024年6月13日公表「連結子会社の異動（株式譲渡）に関する基本合意書締結のお知らせ」参照

（単位：百万円）



FY2024/4 Q4
YoY
+ 0.1%

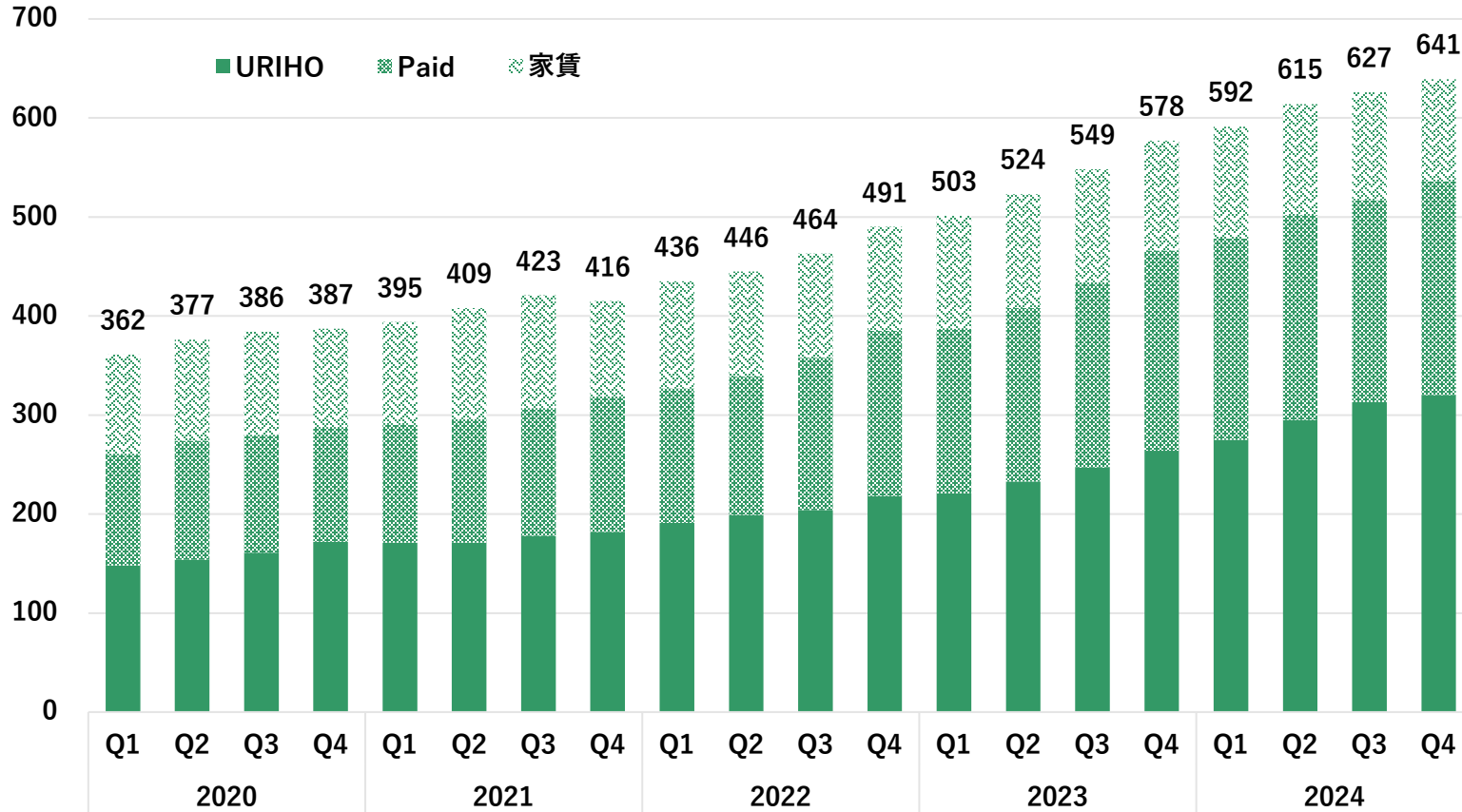
FY2024/4 Q4
QoQ
- 0.1%

※保証残高÷保証期間×平均履行期間により算出した実質保証残高になります。そのため、決算短信及び有価証券報告書の残高と異なります。

フィナンシャル事業の売上高は641百万円と順調な積み上げを継続 (YoY + 10.9%、QoQ + 2.2%)

URIHO (YoY + 21.1%) とPaid (YoY + 7.0%) は引き続き順調に成長

(単位：百万円)



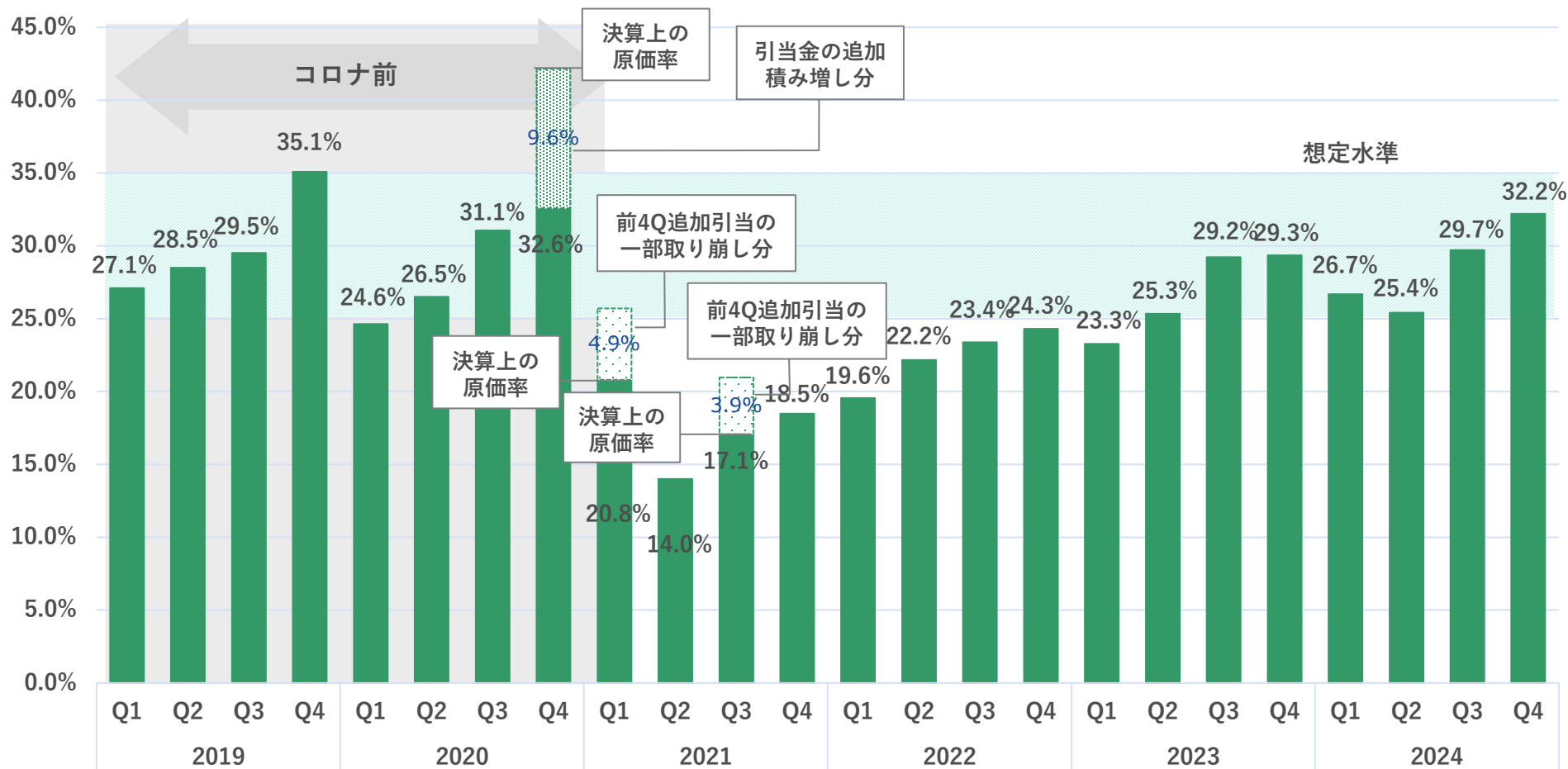
セグメント間の売上高を除外しております。

FY2024/4 Q4 YoY	+ 10.9%	FY2024/4 Q4 QoQ	+ 2.2%
FY2024/4 Q4 家賃 YoY	- 6.6%	FY2024/4 Q4 家賃 QoQ	- 5.3%
FY2024/4 Q4 Paid YoY	+ 7.0%	FY2024/4 Q4 Paid QoQ	+ 5.8%
FY2024/4 Q4 URIHO YoY	+ 21.1%	FY2024/4 Q4 URIHO QoQ	+ 2.5%

期末で保守的な引当率に調整を行ったことでQ4売上原価率は上昇

ただし、与信審査の適切なコントロールがきいており、想定水準内の原価率が維持できている

(単位：百万円)



FY2024/4 Q4
YoY
+ 2.8pt

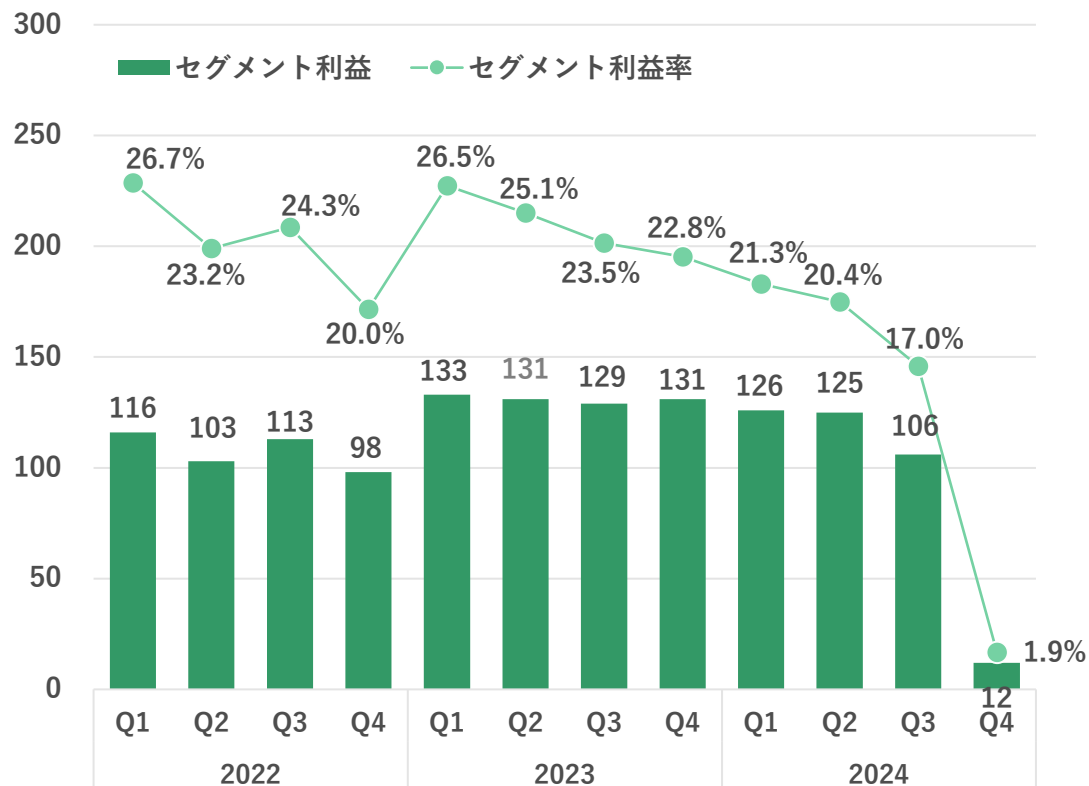
FY2024/4 Q4
QoQ
+ 2.5pt

広告宣伝費の大幅増加と売上原価率の上昇によりQ4のセグメント利益は12百万円（YoY-90.5%）

URIHOのTVCM放映により広告宣伝費が増加（YoY+202.1%）、広告宣伝費除きのセグメント利益は182百万円（YoY-2.8%）

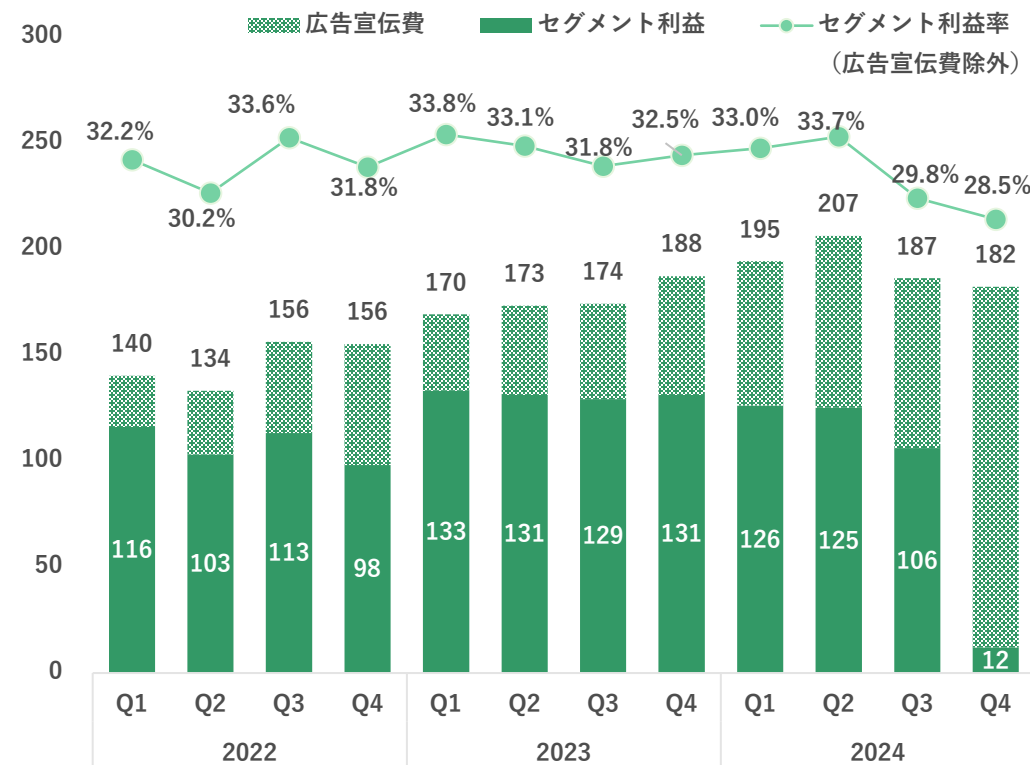
セグメント利益（四半期）

（単位：百万円）



セグメント利益（広告宣伝費除き）（四半期）

（単位：百万円）



Appendix

Appendix | FY2025/4期業績予想と中計との差違について

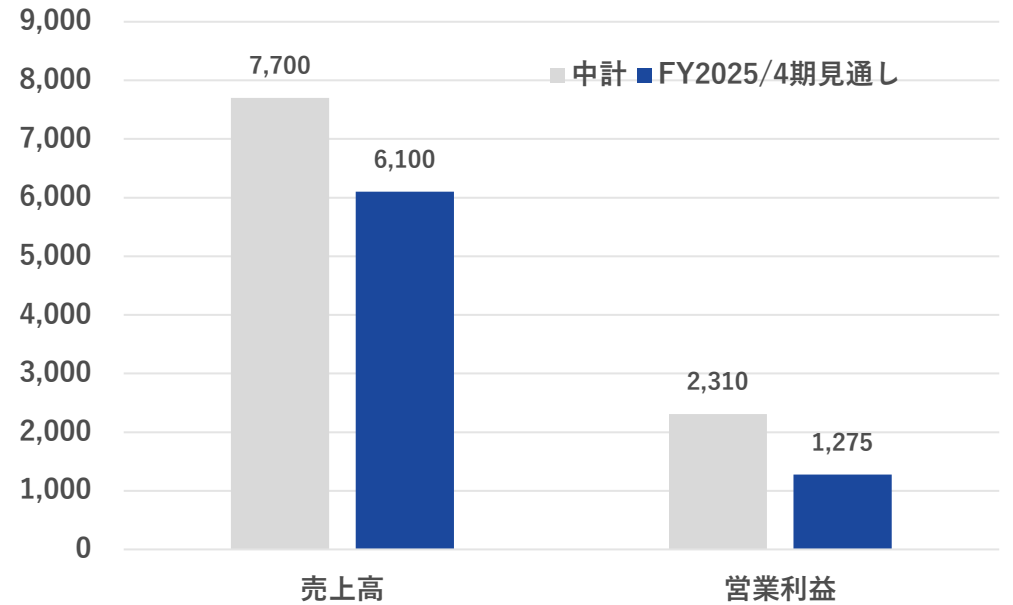
中計最終年度の売上高目標値に対し大きくディレイしたのはEC事業のGMV成長の遅れとフィナンシャル事業の家賃保証の2つによる差異

EC事業は中計2期目（FY2024/4期）に購入客単価の向上から広告宣伝費・販売促進費を大幅に積み増して購入客数を大きく増やすことに方針転換

方針転換後の施策は奏功しており、中計対比でのディレイとなるがFY2025/4期は最高益でのV字回復を目指す

(単位：百万円)	中計	FY2025/4期 見通し	中計比
売上高	7,700	6,100	79.2%
営業利益	2,310	1,275	55.2%
営業利益率	30.0%	20.9%	-9.1pt
ROE	25.0%	16.9%	-8.1pt

(単位：百万円)



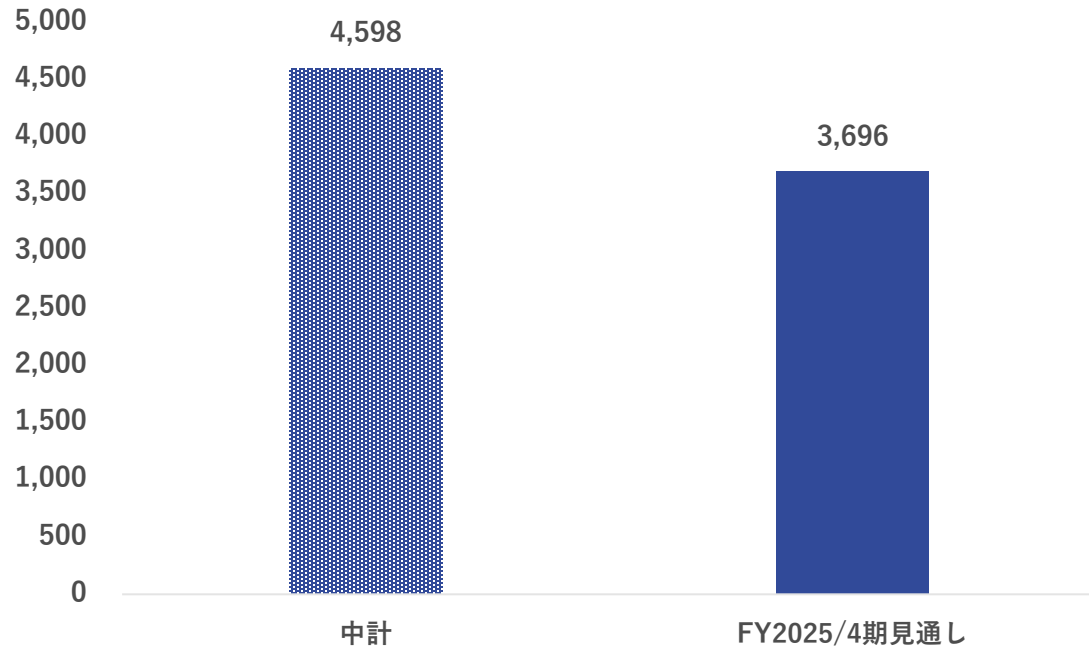
スーパーデリバリーのGMVは中計対比で76.4%の見通し

外部環境を読み間違えたことが遅れの要因

当初、LTV向上を図ったが当社の主要顧客である中小零細企業の景況感が良い状態ではなく、思うように購入客単価が向上しなかったため、中計2期目から購入客数の増加に方針転換

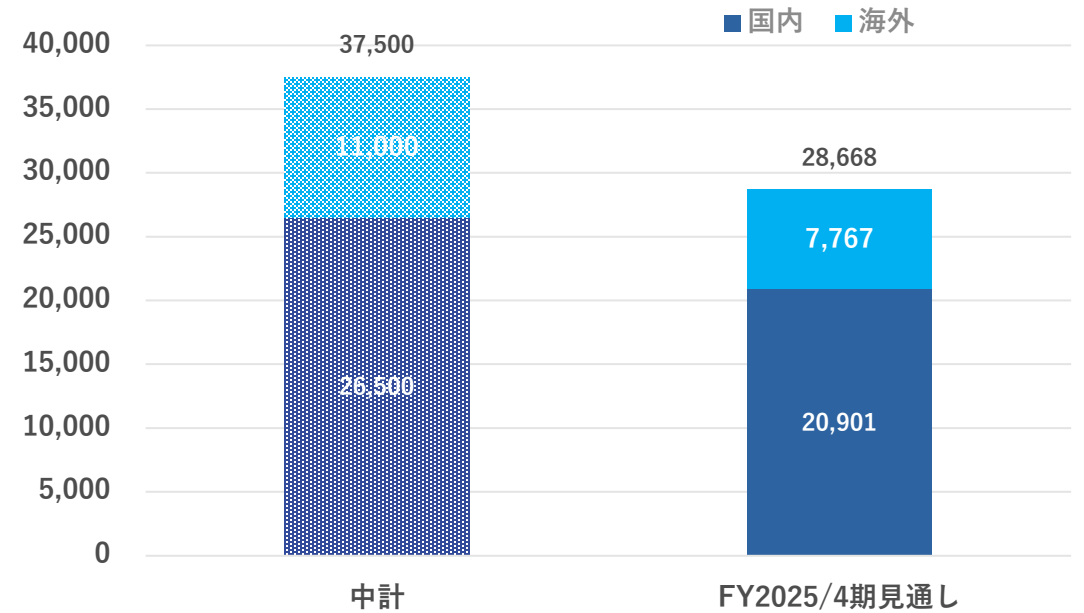
売上高対比

(単位：百万円)



GMV対比

(単位：百万円)



「URIHO」、「Paid」は、KPI、売上高ともに中計計画値の水準での大きな乖離はなし

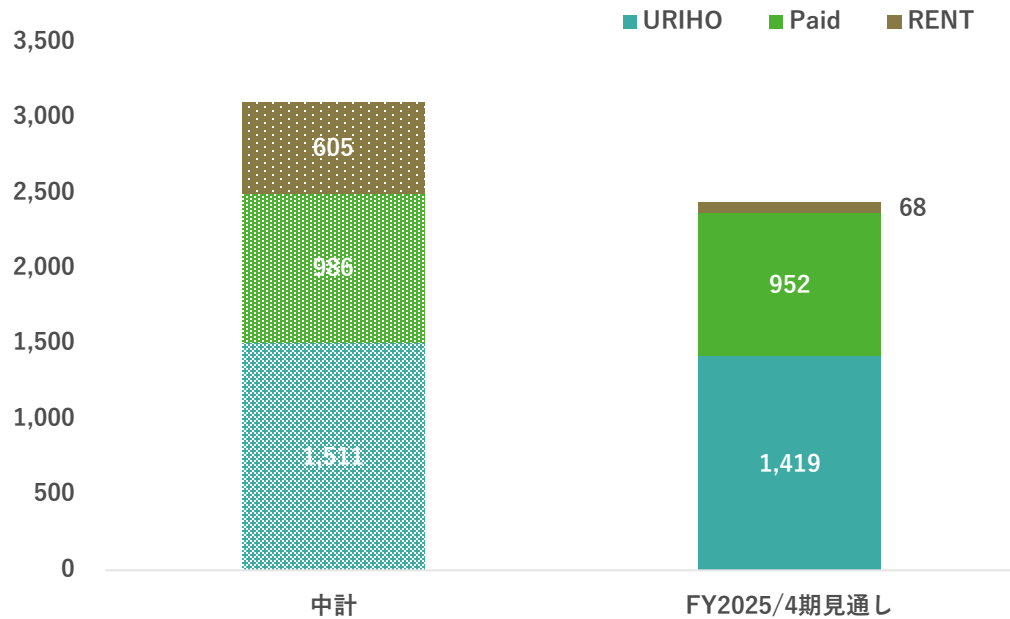
「RENT」（家賃保証事業）は選択と集中を目的に売却予定※、今後の資本効率の引き上げを目指す

戦略的な広告投資（TVCM等）による広告宣伝費の増加が利益面に影響

※2024年6月13日公表「連結子会社の異動（株式譲渡）に関する基本合意書締結のお知らせ」参照

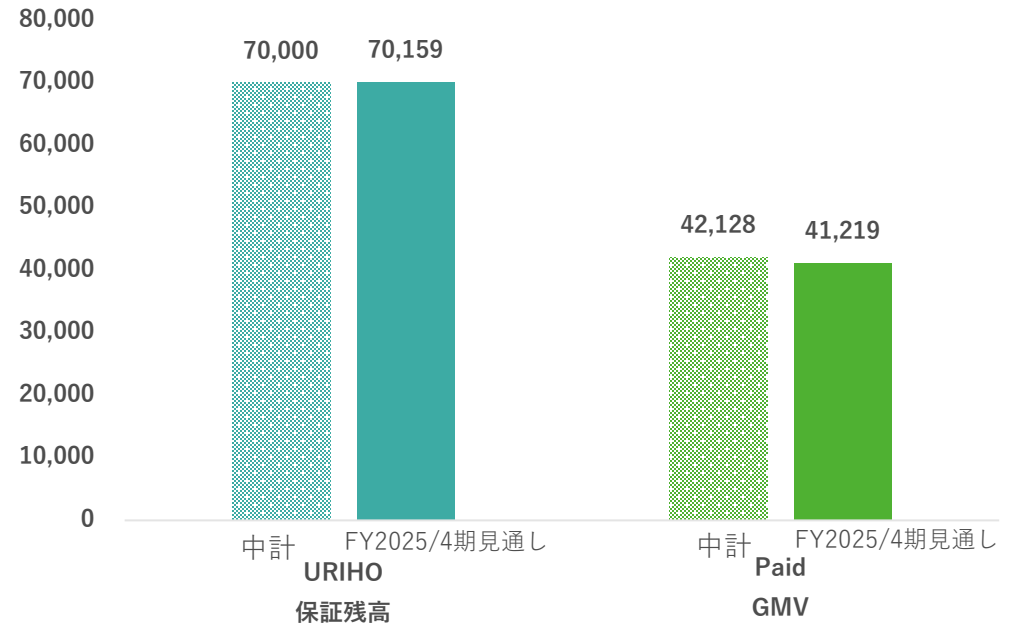
売上高対比

(単位：百万円)



保証残高・GMV対比

(単位：百万円)



(単位：千円)

	2017				2018				2019			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
EC	392,285	393,391	409,310	416,992	411,858	422,816	429,159	431,392	425,150	425,472	446,243	466,189
フィナンシャル	177,263	182,555	189,081	198,432	200,454	204,346	218,443	227,608	243,873	257,229	364,526	351,713
合計	569,548	575,946	598,391	615,424	612,313	627,162	647,603	659,000	669,023	682,702	810,769	817,902
	2020				2021				2022			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
EC	455,214	472,263	476,792	558,665	688,464	655,525	673,588	702,650	697,548	714,229	760,062	778,836
フィナンシャル	362,899	377,467	386,461	387,906	395,763	409,649	423,019	416,060	436,585	446,940	464,588	491,192
合計	818,113	849,730	863,254	946,571	1,084,227	1,065,175	1,096,607	1,118,710	1,134,133	1,161,169	1,224,651	1,270,028
	2023				2024							
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q				
EC	770,222	784,414	781,893	828,788	796,974	814,418	853,236	867,046				
フィナンシャル	503,005	524,498	549,607	578,553	592,558	615,147	627,357	641,326				
合計	1,273,227	1,308,913	1,331,500	1,407,341	1,389,533	1,429,566	1,480,593	1,508,373				

(単位：千円)

	2017				2018				2019			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
EC	139,203	140,305	154,643	150,387	150,866	159,467	165,583	169,227	167,308	164,168	186,450	196,600
フィナンシャル	13,878	13,679	14,979	13,470	26,952	19,235	25,016	5,055	37,533	41,638	17,839	45,823
調整	-58,634	-48,480	-51,960	-60,661	-71,758	-72,556	-68,443	-70,957	-71,567	-68,219	-81,257	-87,592
合計	94,448	105,504	117,662	103,197	106,060	106,146	122,156	103,325	133,274	137,587	123,032	154,831
	2020				2021				2022			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
EC	186,422	201,232	203,865	267,602	333,001	283,910	258,746	273,772	266,643	252,695	325,573	333,849
フィナンシャル	73,979	75,589	46,154	-8,196	119,745	149,092	156,609	97,068	116,433	103,780	113,023	98,347
調整	-84,626	-87,353	-88,140	-80,443	-107,999	-115,067	-118,415	-134,296	-123,752	-111,402	-108,200	-140,909
合計	175,775	189,468	161,878	178,963	344,748	317,936	296,940	236,544	259,324	245,073	330,395	291,287
	2023				2024							
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q				
EC	330,732	308,053	307,239	331,675	307,218	121,526	191,888	266,626				
フィナンシャル	133,418	131,575	129,173	131,779	126,488	125,496	106,816	12,498				
調整	-149,447	-146,806	-150,990	-163,173	-155,030	-199,168	-160,027	-177,371				
合計	314,702	292,821	285,421	300,281	278,676	47,855	138,678	101,753				

(単位：百万円)

	2024年4月期	2023年4月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	660	1,122	-461
投資活動によるキャッシュ・フロー	-524	-165	-358
フリーキャッシュ・フロー	136	956	-820
財務活動によるキャッシュ・フロー	-950	-862	-87
現金及び現金同等物の増減額	-814	93	-908
現金及び現金同等物の期末残高	4,613	5,427	-814

(単位：千円)

	2017				2018				2019			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
システム利用料売上	236,045	238,416	252,671	260,824	254,911	267,006	275,823	277,465	272,082	275,301	294,524	314,239
会員小売店向け売上	61,362	62,442	61,854	61,986	61,538	61,342	61,050	61,002	61,170	60,712	60,888	61,070
出展企業向け売上	94,181	91,496	93,793	92,986	94,273	93,141	90,785	91,183	89,903	87,312	88,610	88,415
合計	391,589	392,354	408,319	415,797	410,722	421,490	427,659	429,651	423,155	423,326	444,023	463,724
流通額	2,373,604	2,364,000	2,504,825	2,592,073	2,540,172	2,607,775	2,704,572	2,731,729	2,672,949	2,674,929	2,852,157	3,044,716

	2020				2021				2022			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
システム利用料売上	300,684	316,377	316,321	398,846	529,040	483,696	514,329	544,552	538,446	555,520	602,578	622,737
会員小売店向け売上	61,814	61,801	62,315	62,285	63,129	66,147	69,678	72,320	75,702	77,266	80,136	79,748
出展企業向け売上	90,066	91,213	95,092	94,418	92,962	102,087	85,787	81,772	79,199	77,072	72,793	71,656
合計	452,564	469,392	473,730	555,550	685,132	651,931	669,794	698,644	693,347	709,859	755,507	774,141
流通額	2,927,620	2,957,307	3,069,019	3,854,776	5,127,935	4,669,605	4,915,725	5,140,681	5,072,675	5,170,706	5,623,323	5,821,213

	2023				2024			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
システム利用料売上	617,971	636,012	638,985	685,838	650,072	673,600	725,048	743,313
会員小売店向け売上	77,118	74,468	72,464	72,676	77,014	70,864	60,664	56,492
出展企業向け売上	70,263	68,952	65,543	64,841	64,151	63,952	61,101	60,714
合計	765,353	779,432	776,992	823,356	791,237	808,416	846,813	860,519
流通額	5,761,178	5,924,639	5,925,910	6,211,309	5,900,884	6,084,836	6,505,575	6,684,538

	2015				2016				2017			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
購入者数(店舗)	8,759	8,662	8,796	8,937	8,919	8,763	8,875	9,027	9,077	9,129	9,318	9,654
客単価 (円)	263,338	275,998	273,161	272,449	254,966	268,478	270,505	283,623	261,496	258,955	268,815	268,497
	2018				2019				2020			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
購入者数(店舗)	9,829	10,210	10,497	11,046	11,616	11,846	12,068	12,814	13,249	13,621	14,358	16,586
客単価 (円)	258,436	255,413	257,651	247,304	230,109	225,808	236,340	237,608	220,969	217,113	213,749	232,411
	2021				2022				2023			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
購入者数(店舗)	19,684	20,163	21,517	22,942	23,902	24,516	25,252	26,294	27,092	27,053	27,110	27,477
客単価 (円)	260,512	231,592	228,457	224,072	212,228	210,912	222,688	221,389	212,652	219,001	218,588	226,055
	2024											
	1Q	2Q	3Q	4Q								
購入者数(店舗)	27,423	30,922	33,986	33,652								
客単価 (円)	215,180	196,780	191,419	198,637								

(単位：千円)

	2016				2017				2018			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
Paid						58,926	66,018	72,419	72,014	73,894	77,402	80,069
URIHO	109,329	104,991	111,656	114,028	110,760	105,750	103,765	105,173	105,139	104,262	112,914	118,406
家賃保証	5,001	7,433	10,045	12,236	14,306	17,878	19,296	20,839	23,300	26,189	28,126	29,132
合計	150,924	153,308	166,162	176,127	177,263	182,555	189,081	198,432	200,454	204,346	218,443	227,608

	2019				2020				2021			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
Paid	87,021	95,868	104,361	111,469	113,519	120,817	119,948	116,461	119,563	125,908	129,883	137,703
URIHO	123,682	130,218	139,784	143,366	148,983	154,368	161,997	172,438	171,857	171,727	178,205	182,102
家賃保証	33,169	31,142	120,379	96,878	100,397	102,281	104,515	99,006	104,342	112,013	114,930	96,254
合計	243,873	257,229	364,526	351,713	362,899	377,467	386,461	387,906	395,763	409,649	423,019	416,060

	2022				2023				2024			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
Paid	136,191	140,933	154,409	167,040	166,728	175,899	187,020	202,245	203,671	207,038	204,452	216,389
URIHO	191,685	199,289	204,911	218,287	221,664	233,195	247,626	264,971	275,053	295,961	313,136	320,976
家賃保証	108,708	106,717	105,267	105,864	114,612	115,403	114,960	111,336	113,833	112,148	109,768	103,961
合計	436,585	446,940	464,588	491,192	503,005	524,498	549,607	578,553	592,558	615,147	627,357	641,326

セグメント間の売上高を除外しております。

(単位：千円)

	2015				2016				2017			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
内部取引	1,598,398	1,735,527	1,703,691	1,750,567	1,637,797	1,699,168	1,733,022	1,869,146	1,652,225	1,672,828	1,741,922	1,767,514
外部取引	728,416	839,188	980,724	1,157,949	1,355,857	1,539,287	1,681,144	1,888,849	2,000,291	2,311,575	2,597,637	2,841,259
合計	2,326,815	2,574,716	2,684,416	2,908,517	2,993,654	3,238,455	3,414,167	3,757,996	3,652,516	3,984,403	4,339,560	4,608,774

	2018				2019				2020			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
内部取引	1,682,372	1,724,556	1,751,225	1,737,694	1,637,880	1,624,883	1,701,840	1,757,236	1,670,517	1,737,978	1,713,416	1,802,943
外部取引	2,829,913	2,920,373	3,105,237	3,297,511	3,588,014	3,977,456	4,270,115	4,488,159	4,549,949	4,848,632	4,891,303	4,802,197
合計	4,512,285	4,644,930	4,856,462	5,035,205	5,225,894	5,602,340	5,971,955	6,245,395	6,220,467	6,586,611	6,604,719	6,605,141

	2021				2022				2023			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
内部取引	2,408,086	2,242,342	2,271,979	2,276,493	2,063,159	2,080,501	2,429,434	2,477,309	2,427,775	2,569,578	2,733,035	2,861,010
外部取引	4,894,563	5,186,738	5,501,080	5,862,713	5,847,946	6,021,341	6,623,795	7,107,072	7,104,559	7,448,331	7,931,172	8,630,562
合計	7,302,650	7,429,081	7,773,059	8,139,206	7,911,105	8,101,843	9,053,230	9,584,381	9,532,335	10,017,910	10,664,208	11,491,572

	2024			
	1Q	2Q	3Q	4Q
内部取引	2,707,621	2,761,392	2,957,288	3,113,932
外部取引	8,794,414	9,031,495	8,874,143	9,371,854
合計	11,502,035	11,792,887	11,831,432	12,485,786

(単位：千円)

	2016				2017				2018			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
サブスク型						239,653	329,089	445,189	936,759	1,458,200	1,901,388	2,250,171
非サブスク型	5,241,870	5,447,712	5,629,359	6,267,980	5,803,443	5,656,031	5,360,736	5,713,630	5,848,249	6,285,492	6,681,926	7,657,631
合計	5,241,870	5,447,712	5,629,359	6,267,980	5,803,443	5,895,684	5,689,826	6,158,819	6,785,008	7,743,693	8,583,315	9,907,803
	2019				2020				2021			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
サブスク型	2,937,310	3,520,826	4,162,328	4,795,038	5,507,915	5,997,040	6,587,784	7,853,489	8,667,930	9,014,900	9,979,000	11,334,440
非サブスク型	7,374,074	7,882,890	8,031,630	8,814,424	8,565,549	9,096,267	9,423,813	10,176,279	9,735,669	9,820,816	10,886,449	11,742,354
合計	10,311,384	11,403,717	12,193,958	13,609,462	14,073,465	15,093,308	16,011,597	18,029,768	18,403,599	18,835,716	20,865,449	23,076,794
	2022				2023				2024			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
サブスク型	12,922,340	14,275,360	15,647,050	17,954,560	19,894,320	23,486,460	26,748,430	29,793,220	33,706,380	36,537,080	38,190,460	40,620,020
非サブスク型	11,405,967	11,770,743	12,009,924	12,800,663	12,810,918	13,173,350	13,500,845	14,140,065	13,570,015	14,048,994	14,491,359	15,622,780
合計	24,328,307	26,046,103	27,656,974	30,755,223	32,705,238	36,659,810	40,249,275	43,933,285	47,276,395	50,586,074	52,681,819	56,242,800

(単位：千円)

2016				2017				2018			
1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
117,323	170,098	221,702	267,139	340,143	402,415	458,777	594,519	737,035	857,787	979,309	1,113,485

2019				2020				2021			
1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
1,224,871	1,252,870	5,435,686	5,622,052	5,832,274	6,049,021	6,265,811	6,546,084	6,801,684	6,941,143	6,851,240	6,735,393

2022				2023				2024			
1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
6,923,983	7,018,401	7,220,875	7,539,978	7,553,101	7,581,199	7,583,965	7,602,763	7,666,491	7,605,492	7,612,296	7,606,706

※保証残高÷保証期間×平均履行期間により算出した実質保証残高になります。そのため、決算短信及び有価証券報告書の残高と異なります。

経営理念

企業活動を効率化し便利にする

ビジネスインフラとして幅広い事業領域の取引をサポート

基本方針

事業を通じた社会課題の解決

事業運営におけるリスクの適切な管理・最小化および
事業機会の最大化を図り、企業価値の向上を目指してまいります

また、ステークホルダーの皆様と共に
持続可能な地球環境や社会の実現に貢献してまいります



今後マテリアリティ（重要課題）を特定し具体的なアクション及びKPI策定を実施

環境 Environment

事業を通じた社会課題の解決

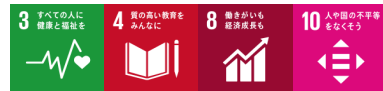
- ・気候変動への対応
- ・公平・公正な取引環境
- ・地方創生
- ・持続可能な消費形態



社会 Social

働きやすい環境の整備

- ・多様な働き方
- ・労働安全衛生の確保
- ・従業員の人権の尊重



ダイバーシティの推進

- ・新卒・中途・外国籍比率
- ・産休・育休取得率
- ・管理職の男女比率 等



ガバナンス Governance

責任ある事業運営

- ・コンプライアンス
- ・コーポレートガバナンス
- ・リスクマネジメント
- ・信頼ある取引基盤の確保



地域社会や業界への貢献

- ・ボランティア活動
- ・業界団体への加盟





FY2024/4 Q4
決算説明