

# ホリスティック企業レポート ラクサス・テクノロジーズ 288A 東証グロース

新規上場会社紹介レポート  
2024年12月17日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター  
審査委員会審査済 20241216

ブランドバッグのサブスクリプション型シェアリングサービス「ラクサス」を提供  
新規会員の獲得、既存会員の継続率向上などに注力し、事業規模拡大を目指すアナリスト: 佐々木 加奈 +81(0)3-6812-2521  
レポートについてのお問い合わせはこちら info@stock-r.org

## 【288A ラクサス・テクノロジーズ 業種: サービス業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2023/3	2,007	-	330	-	332	-	273	-	14.3	22.3	0.0
2024/3	2,251	12.2	473	43.6	503	51.5	431	58.1	22.6	44.1	0.0
2025/3 予	2,693	19.6	634	34.0	576	14.5	455	5.6	21.6	-	0.0

(注) 1.2023/3期、2024/3期は連結ベース、2025/3期は子会社の解散に伴い単体ベース  
2.2025/3期は会社予想。2025/3期のEPSは公募株式数(6,543.6千株)を含めた予定期中平均株式数により算出

【株式情報】	【会社基本情報】	【その他】
株価 410円(2024年12月16日)	本店所在地 広島市中区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数 25,654,383株	設立年月日 2006年8月31日	みずほ証券
時価総額 10,518百万円	代表者 高橋 啓介	【監査人】
上場初値 426円(2024年12月13日)	従業員数 42人(2024年10月)	監査法人FRIQ
公募・売価格 281円	事業年度 4月1日~翌年3月31日	
1単元の株式数 100株	定時株主総会 事業年度終了後3カ月以内	

## &gt; 事業内容

## ◆ ブランドバッグのシェアリングサービスを提供

ラクサス・テクノロジーズ(以下、同社)は、「世界中に笑顔を」を経営理念に掲げ、ブランドバッグのサブスクリプション型シェアリングサービスを一般消費者向けに提供している(ラクサス事業、アプリ及びサイト名は「Laxus」)。サブスクリプションとは、定額料金を支払うことで一定期間、商品やサービスが利用できる仕組みで、同社は月額制でブランドバッグを利用できるサービスを提供している。

同社は06年8月に広島市で創業し、当初は英会話教材や健康食品の販売を行っていた。15年2月にブランドバッグのサブスクリプション型シェアリングサービス事業を開始し、17年1月に現社名となった。尚、19年7月に英会話教材や健康食品の販売から撤退している。

19年10月に総合アパレル大手のワールド(3612 東証プライム)が同社株式の過半数を取得して親会社となった(上場時の持分比率は44.3%)。米国でテストマーケティングを行うために20年8月に設立した子会社LAXUS TECHNOLOGIES INC.は24年5月に解散している。

## ◆ ラクサス事業の概要

ラクサス事業は、月額定額制でブランドバッグが使い放題(交換自由)となるサービスである。このサービスでは、エルメス、ルイ・ヴィトン、シャネル、グッチ、セリーヌ、プラダなど世界的に認知されている60の高級ブランドのバッグ約40,000点を取り扱っている。これらのブランドバッグについては、主に中古品取扱事業者やオークションを通じて調達し、自社の専門スタッフによ

る丁寧なメンテナンスにより長く良好な状態を維持している。

ユーザーがサービスを利用する際には、①アプリで会員登録(無料)して好みのブランドバッグを選択する(同社がバッグを発送した時点で月額料金が発生する)、②自宅に届く(往復送料無料、返却期限なし)、③次のバッグを予約して交換する(使用したバッグは届いた箱に入れて返却する)という流れとなる。

基本となるシングルプラン(月額 9,800 円:税別)では 1 回に利用できるバッグは一つで、二つのバッグを利用したいユーザーにはダブルプラン(月額 13,600 円:税別)を提供している(沖縄県はシングルプラン、ダブルプランともプラス 4,000 円:税別)。尚、ダブルプランの利用については、同社のサービスを長期利用している会員のみが対象となっている。

ユーザーは会員登録時に身分証明書の提示とクレジットカードの登録が必要となり、料金はカードからの支払いとなる。これらのプランには利用期間の縛りはなく、解約料金も発生しない。尚、日常の使用で生じた傷や汚れについてはキズ補償を導入しており、追加で料金を請求されることはない。

ユーザーの年齢層は 20 代から 50 代まで幅広いが、中心は 30 代、40 代で(24 年 2 月実績)、24 年 9 月末の有料会員数は 19,847 人となっている。7 割超を働く女性が占めており、通勤などでブランドバッグを利用する他、同窓会やパーティ、旅行など様々なシーンに合わせたコーディネートに利用する例が多い模様である。

サブスクリプション型シェアリングサービスの他に、ユーザーがレンタル中のバッグを購入できる「買えちゃうラクサス」サービスも提供している。これは、ユーザーから、「ブランドバッグを利用したいものの、高価格のため購入を躊躇している」といった意見が多かったことを踏まえ、シェアリングサービスで様々なブランドバッグを試したうえで、気に入ったら購入も可能という選択肢を提示するために開始したサービスである。

#### ◆ 収益構造

同社の収益は、シェアリングサービスの月額利用料、バッグ販売(買えちゃうラクサス、業者販売)に係る売上高で構成されている。25/3 期中間期(以下、上期)の売上構成比は、シェアリングサービスの月額利用料が 77%、バッグ販売(買えちゃうラクサス)が 7%、バッグ販売(業者販売)が 16%である。

シェアリングサービスの 24 年 9 月末の有料会員数は 19,847 人、24 年 4 月から 9 月の月平均顧客単価は 8,766 円である。月平均顧客単価がシングルプラン(月額 9,800 円:税別)の価格を下回るのは、割引キャンペーンを利用中の会員が一定数いるためである。

買えちゃうラクサスは、ユーザーにブランドバッグを、業者販売では、サブスクリプション型シェアリングサービスにおいて相当回数利用したバッグを二次流通市場において業者に販売している。同社はこうした仕組みによりバッグの廃棄ゼロを実現している。

主な売上原価は、サブスクリプション型シェアリングサービス用のバッグの減価償却費、販売用バッグ(レンタル用から振替)の商品原価である。バッグの減価償却費は売上原価の68.9%を占めている(24/3期連結実績、以下同様)。販売費及び一般管理費(以下、販管費)の主なものは、広告宣伝費、給料手当、荷造運賃である。販管費に占める割合は、広告宣伝費 27.6%、給料手当 20.7%、荷造運賃 11.5%である。

## > 特色・強み

### ◆ 豊富な在庫や安定的な顧客基盤などが強み

同社の特色及び強みとして、以下の点が挙げられる。

- (1) ブランドバッグという資産をメンテナンスしながら最大限に活用し、モノの価値を社会に循環させるという独自性のある事業を行っていること
- (2) これまで蓄積してきた貸出データ及び販売データを基に、効率的な仕入を行っていること
- (3) 日本のブランドバッグの二次流通(リユース)市場において、安定した調達ルートを確立し、豊富な在庫を実現していること
- (4) 自社で在庫のメンテナンスやリペアを行い、ブランドバッグの価値を維持する仕組みを構築していること
- (5) 安定的な顧客基盤を持つこと(24年9月末の有料会員数は19,847人、66%が利用期間12カ月を超える会員)。

## > 事業環境

### ◆ シェアリングエコノミー市場、リユース市場とも拡大が続く

サブスクリプション型シェアリングサービスに関連する市場として、シェアリングエコノミー市場、二次流通(リユース)市場などが挙げられる。

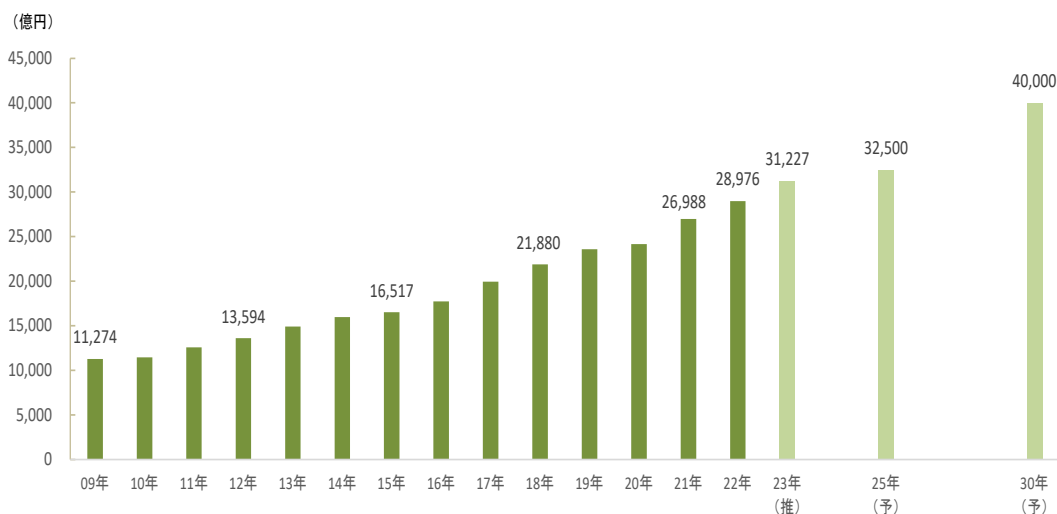
(注1) シェアリングエコノミー市場の規模

対象とするサービスは、インターネット上で資産やサービスの提供者と利用者を結ぶもので、スペースのレンタルやモノのレンタル、フリマアプリ、カーシェアなどを含んでいる。市場規模は、提供者と利用者との間の取引金額と定義している(プラットフォームの売上高は含まない)

情報通信総合研究所と一般社団法人シェアリングエコノミー協会が共同で実施した調査(23年1月公表)によると、日本における22年度のシェアリングエコノミー市場の規模<sup>注1</sup>は2兆6,158億円(前年度比8.1%増)で、32年度には8兆5,770億円に達すると予測されている。

リフォーム産業新聞社発行のリユース経済新聞による推計では、23年のリユース市場規模は前年比7.8%増の3兆1,227億円である(図表1)。物価高の影響を受け、新品より割安感のあるリユース品への注目度が高まったことなどを背景に市場規模は拡大している。環境配慮の面からもリユース品への注目度は高まっており、この先も拡大が続くと予測されている。

【 図表 1 】 リユース市場規模の推移と予測



(注) 衣料・服飾品、ブランド品、家具・家電、玩具・模型などのリユース品の店舗販売とネット販売の合計金額  
 23年はリユース経済新聞による推計値、25年及び30年はリユース経済新聞による予測値  
 (出所) リフォーム産業新聞社発行のリユース経済新聞のデータを基に証券リサーチセンター作成

◆ 競合

一般消費者向けにブランドバッグのレンタルを行う企業には、「Brand City (ブランドシティ)」を運営するプラチナ(大阪市浪速区)などがある。洋服などのレンタルを行う企業には、月額制の洋服レンタル「エアークローゼット」を運営するエアークローゼット(9557 東証グロース)、人気ブランドの新品の洋服を扱う「MECHAKARI(メチャカリ)」を運営するストライプインターナショナル(岡山市北区)などがある。また、J.フロント リテイリング(3086 東証プライム、名証プレミア)傘下の百貨店である大丸松坂屋が月額制でファッションアイテムのレンタルを行う「AnotherADdress(アナザーアドレス)」を運営している。

同社はブランドバッグに特化して豊富な在庫や自社での丁寧なメンテナンスなどにより差別化を図っており、現時点で競争先と捉えている特定の企業はない。今後、資本金や知名度のある企業により同様のサービス提供がなされた場合、競争先となる可能性はある。

> 業績

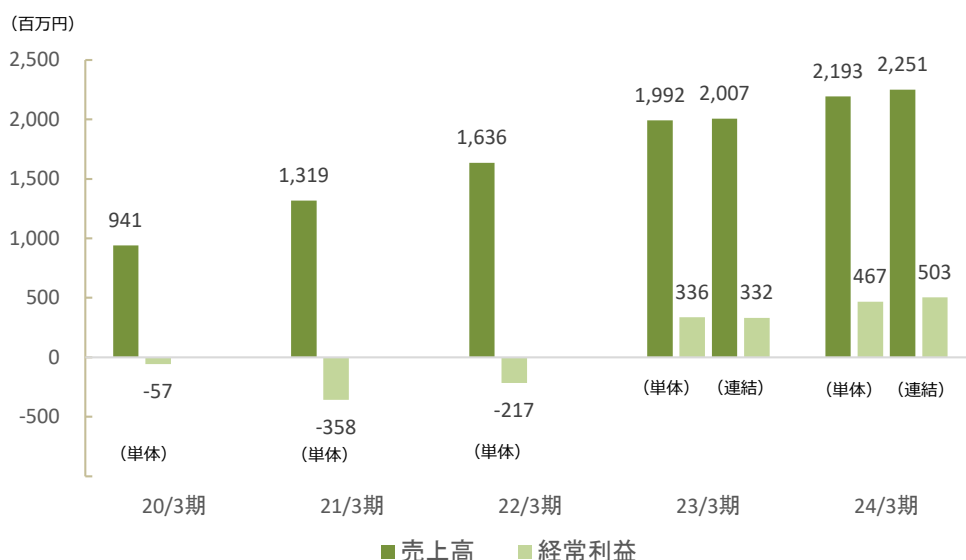
◆ 過去の業績推移

同社の届出目論見書には、20/3 期以降の業績が記載されている(図表 2)。同社は 23/3 期、24/3 期と連結財務諸表を作成していたが、米国子会社の解散に伴い 25/3 期から単体決算のみの開示となっている。

有料会員数の増加に伴いシェアリングサービスの月額料金に係る売上が増加し、増収基調が続いている。一方、人件費や広告宣伝費、バッグの減価償却費などの負担により 22/3 期まで経常損失が続いた。経常損失額はテレ

ビCMの実施により広告宣伝費が増加した21/3期をピークに縮小し、23/3期に増収に伴う固定費負担の軽減、広告宣伝費の効率的な運用により黒字化を果たしている。

【 図表 2 】 業績推移



(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 24年3月期決算

24/3期の連結業績は、売上高 2,251 百万円(同 12.2%増)、営業利益 473 百万円(同 43.6%増)であった。

23年12月にシングルプランの月額料金を従来の 6,800 円(税別)から 9,800 円(税別)に改定したものの、有料会員数の減少幅は想定を下回り、シェアリングサービスの月額利用料に係る売上高が増加した。

価格改定の効果で売上総利益率は前期比 0.7%ポイント改善の 80.8%となった。増収効果と広告宣伝費をはじめとした経費の効率的な運用により販管費率は同 4.0%ポイント改善の 59.7%となり、結果として営業利益は同 43.6%増、営業利益率は 21.1%となった(23/3期は 16.4%)。

◆ 25年3月期上期業績

25/3期上期業績(単体)は、売上高 1,284 百万円、営業利益 338 百万円、経常利益 337 百万円、中間純利益 283 百万円である(中間決算の開示は 25/3期からのため前年同期との比較はなし)。

SNS 広告を積極化し、新規会員獲得を図るとともに、既存会員に向けたキャ

ンペーンを実施して離脱を抑制することに取り組んだ。

シェアリングサービス用バッグの減価償却費、販売用バッグの原価などの増加により売上総利益率は24/3期単体通期比4.1%ポイント悪化の77.0%、売上増に伴う固定費負担の軽減、広告宣伝費の効率的な運用により販管費率は同9.6%ポイント改善の50.7%となり、結果として営業利益率は同5.6%ポイント改善の26.3%であった。

#### ◆ 25年3月期会社計画

25/3期の単体の会社計画は上期実績に10月以降の予想数値を合算して算定されており、売上高2,693百万円(前期単体比22.8%増)、営業利益634百万円(同39.6%増)、経常利益576百万円(同23.4%増)、当期純利益455百万円(同9.6%増)である(図表3)。

【図表3】25年3月期会社計画

(単位:百万円)

	23/3期	24/3期	25/3期	
	実績	実績	会社計画	前期比
売上高	1,992	2,193	2,693	22.8%
売上原価	395	415	606	46.0%
売上総利益	1,596	1,778	2,086	17.3%
売上総利益率	80.1%	81.1%	77.5%	-
販売費及び一般管理費	1,260	1,323	1,451	9.7%
販管費率	63.3%	60.3%	53.9%	-
営業利益	336	454	634	39.6%
営業利益率	16.9%	20.7%	23.6%	-
経常利益	336	467	576	23.4%
経常利益率	16.9%	21.3%	21.4%	-
当期純利益	170	415	455	9.6%

(注) 単体ベース(23/3期、24/3期は連結損益計算書を開示しているが、同社が開示した「東京証券取引所グロース市場への上場に伴う当社決算情報のお知らせ」に合わせて単体数値を記載している)

(出所) 届出書目論見書、「東京証券取引所グロース市場への上場に伴う当社決算情報のお知らせ」を基に証券リサーチセンター作成

シェアリングサービス月額料金に係る売上高、バッグ販売に係る売上高ともに増加を見込んでいるが、それぞれの金額については開示していない。尚、25/3期末の有料会員数は22,046人(24年9月末19,847人)と見込んでいる。

売上原価は、サブスクリプション型のシェアリングサービス用バッグの減価償却費及び販売用バッグの原価などの増加により606百万円(前期比46.0%増)と予想している。販管費は、人件費や広告宣伝費の増加を見込む一方、23

年 12 月に実施した料金改定(シングルプランの月額 6,800 円から 9,800 円、いずれも税別、ダブルプランは変更なし)により配達個数が減ることに伴う荷造運賃の減少を見込み 1,451 百万円(同 9.7%増)と予想している。結果として営業利益は前期比 39.6%増の 634 百万円と計画している。主な営業外費用は支払利息 32 百万円、上場関連費用 50 百万円、特別損失としてバッグの減損損失 36 百万円を見込んでいる。当期純利益の増益率が低いのは、24/3 期は繰越欠損金により法人税の負担率が抑えられていたためである。

#### ◆ 成長戦略

同社は、引き続き 20 代から 50 代の女性を主要なターゲットとして有料会員数を増加させるため、人気の高いブランドバッグの品揃えの強化、「初めての利用は 3 カ月半額」といったキャンペーンの実施や SNS 広告を中心とした多様な広告宣伝に注力していく考えである。

新規会員の獲得と同時に既存会員の継続率を高めることも重要と考えており、過去のデータを踏まえて離脱の可能性が高いと見込まれる会員に向けたキャンペーンを継続的に実施していく方針である。また、24/3 期に導入したラクサスキャッシュ(予めチャージした金額を月額利用料や購入代金に使用できる電子マネー、チャージ金額に応じたボーナスポイントが付与される)の寄与で足元の継続率が上昇傾向にあることから、ラクサスキャッシュの機能改善、付帯するサービスの拡充なども進めていく考えである。

### > 経営課題/リスク

#### ◆ システム障害について

同社の事業は、スマートフォンアプリやインターネットサイトを通じてサービスを提供する形態であり、自然災害やプログラムの不具合、サイバー攻撃などにより通信トラブルが発生した場合には事業運営に影響が出る可能性がある。

#### ◆ 個人情報の管理について

同社は、会員の住所、氏名などの個人情報を獲得して保有している。個人情報保護については、法律に基づき保護管理体制の整備を進めるとともに、社内規程等を定めて役職員への啓蒙活動を継続しているが、個人情報流出に関しては一定のリスクがつきまとうことに留意する必要がある。

#### ◆ コピー商品に関するリスクについて

同社が取り扱うブランドバッグの市場ではコピー商品の流通が広範囲にわたっており、社会的な問題となっている。同社は、経験を積んだ仕入担当者による真贋判定を徹底しているが、ブランド直営店以外で中古品を仕入れるという事業の特性上、コピー商品を完全に排除することは困難で、コピー商品の買い取り、貸し出しに伴う信頼低下というリスクが伴うことに留意する必要がある。

#### ◆ 固定資産の減損損失について

同社の固定資産の大部分がレンタル資産(ブランドバッグ)で、24 年 9 月末の



レンタル資産は2,530百万円となっている。同社は固定資産の減損損失に係る会計基準に従い、単品ごとに使用価値を算定して四半期ごとに減損損失の認識・計上を行っており、市場トレンドの著しい変化や災害等による資産の毀損により減損損失の計上が必要となる可能性がある。

#### ◆ 大株主について

同社の親会社であるワールドが上場時発行済株式総数の44.3%、創業者で非常勤取締役である児玉昇司氏が26.6%を保有している。両株主が所有する株式の一部または全部を市場にて売却する場合や売却の可能性が生じた場合には、同社の株価に影響を及ぼす可能性がある。

#### ◆ 流通株式比率について

同社の上場時点の流通株式比率は約29%である。東証グロース市場の上場維持基準である25%以上を上回っているものの、何らかの事情により適合しない状態となった場合、定められた期間内に上場維持基準に適合しなければ上場廃止基準に該当することとなる。

#### ◆ 新型コロナウイルスなどの感染症拡大の影響について

同社は、主に外出時に使用するブランドバッグのシェアリングサービスを提供している。このため新型コロナウイルスなどの感染症拡大により行動制限が行われる場合には、同社サービスの利用機会が減少して業績に影響が出る可能性がある。

#### ◆ 配当について

同社では、株主に対する利益還元を重要課題の一つと認識している。しかし、現在は財務体質の強化と事業拡大に向けた投資が先行するため、配当を実施していない。配当の実施及びその時期については現時点では未定としている。

## 【 図表 4 】 財務諸表

損益計算書	2023/3		2024/3		2025/3 中間	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	2,007	100.0	2,251	100.0	1,284	100.0
売上原価	398	19.9	432	19.2	294	22.9
売上総利益	1,608	80.1	1,818	80.8	989	77.0
販売費及び一般管理費	1,278	63.7	1,344	59.7	651	50.7
営業利益	330	16.4	473	21.1	338	26.3
営業外収益	38	-	70	-	26	-
営業外費用	36	-	40	-	27	-
経常利益	332	16.6	503	22.4	337	26.2
税引前当期(中間)純利益	253	12.6	466	20.7	326	25.4
当期(中間)純利益	273	13.6	431	19.2	283	22.1

貸借対照表	2023/3		2024/3		2025/3 中間	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	829	26.5	1,050	28.7	1,028	27.4
現金及び預金	368	11.8	503	13.8	557	14.8
売上債権	408	13.1	365	10.0	278	7.4
棚卸資産	29	0.9	95	2.6	39	1.1
固定資産	2,298	73.5	2,605	71.3	2,731	72.6
有形固定資産	2,203	70.4	2,508	68.6	2,582	68.7
無形固定資産	0	0.0	0	0.0	0	0.0
投資その他の資産	94	3.0	96	2.6	148	4.0
総資産	3,128	100.0	3,655	100.0	3,759	100.0
流動負債	2,699	86.3	2,753	75.3	2,590	68.9
買入債務	-	-	-	-	-	-
短期借入金	2,341	74.8	2,362	64.6	2,200	58.5
1年内返済予定の長期借入金	-	-	33	0.9	33	0.9
固定負債	3	0.1	59	1.6	43	1.1
長期借入金	-	-	55	1.5	38	1.0
純資産	425	13.6	842	23.0	1,125	29.9
自己資本	425	13.6	842	23.0	1,125	29.9

キャッシュ・フロー計算書	2023/3		2024/3		2025/3 中間	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
営業キャッシュ・フロー	-180		28		318	
減価償却費	245		306		165	
投資キャッシュ・フロー	-4		-6		-21	
財務キャッシュ・フロー	114		110		-179	
配当金の支払額	-		-		-	
現金及び現金同等物の増減額	-68		134		117	
現金及び現金同等物の期末残高	368		503		557	

(注) 23/3 期、24/3 期は連結数値、25/3 期中間は子会社の解散に伴い単体数値

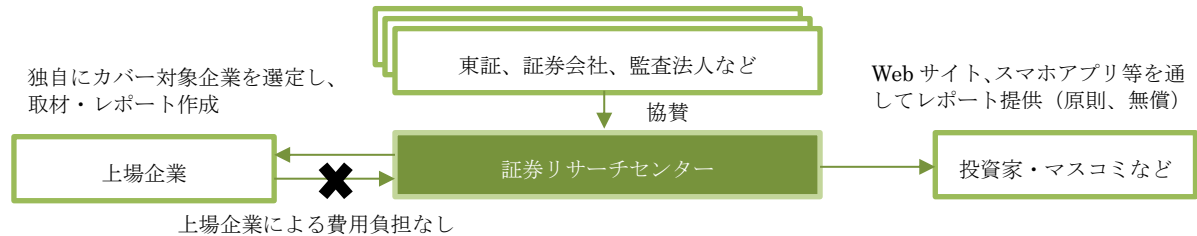
キャッシュ・フロー計算書の減価償却費はレンタル資産償却費と社用資産減価償却費の合計

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

## 証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



### ■協賛会員

株式会社東京証券取引所	S M B C 日興証券株式会社	大和証券株式会社	野村證券株式会社
みずほ証券株式会社	EY 新日本有限責任監査法人	有限責任あずさ監査法人	株式会社 I C M G
太陽有限責任監査法人	有限責任監査法人 トーマツ	株式会社 S B I 証券	三優監査法人
PwC Japan 有限責任監査法人	いちよし証券株式会社	監査法人 A&A パートナーズ	仰星監査法人
監査法人アヴァンティア	宝印刷株式会社	株式会社プロネクサス	日本証券業協会
公益社団法人日本証券アナリスト協会			

### ■後援

株式会社名古屋証券取引所	証券会員制法人札幌証券取引所
一般社団法人日本ベンチャーキャピタル協会	一般社団法人日本 IR 協議会
一般社団法人スチュワードシップ研究会	一般社団法人機関投資家協働対話フォーラム

### アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

### 免責事項

- 本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- 本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- 本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- 本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- 一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない。投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- 本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。