

2027年4月期 ～ 2029年4月期

中期経営計画

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）

2026/6/11

1. アドバンテッジパートナーズとの 事業提携による中期経営計画の修正

ラクーンBtoBネットワーク実現に向け成長戦略の加速及び実行力を高めるため、アドバンテッジパートナーズと事業提携を実行したことを鑑み、昨年発表の中期経営計画を修正することとした。重点施策として、営業・マーケティング強化・KPI管理厳格化による既存事業の成長加速、M&A・アライアンスの強化による顧客ニーズを広く深く満たす新規サービス創出を設定。

2. グループ経営方針 (長期ビジョン)

ラクーンBtoBネットワーク構想を掲げ、各サービス顧客をグループ共通顧客化、クロスセルを誘発することでのグループ客単価およびLTVの引き上げを推し進める。

3. 本中期経営計画での事業戦略

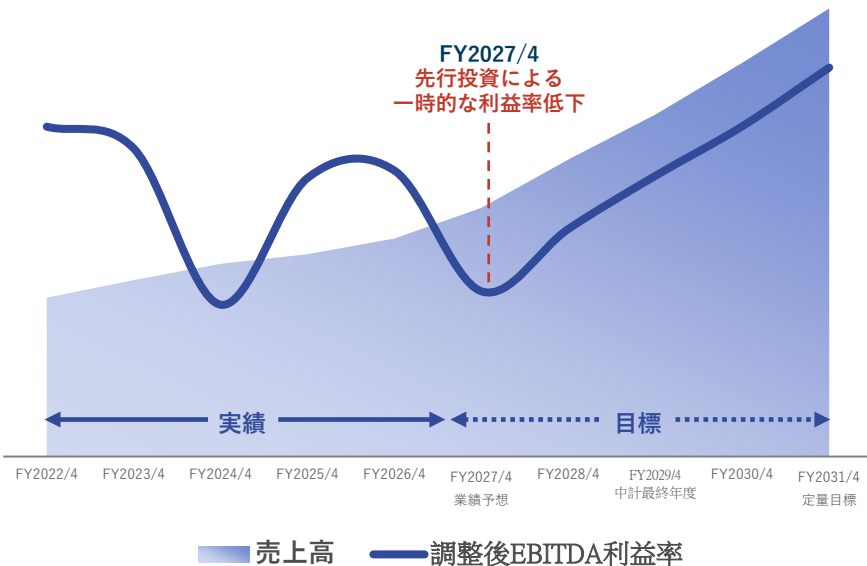
アドバンテッジパートナーズの知見・経験を活用し、重点施策である、ROI・KPI管理を踏まえた上での営業・マーケティング施策の機動的な実行による既存サービスの成長加速を推し進める。並行して、ターゲット領域の明確化と積極的なM&A・アライアンスを通じて成長の柱としての新規サービスを創出する。

最終年である2029/4期に、売上高100億円（CAGR+16%）を目指す。
 目標達成加速のため、初年度2027/4期では成長投資を行う。

	2026/4 (実績)	2027/4 (中計初年度)	2029/4 (中計最終年)	成長率
売上高	6,574百万円	7,500百万円	10,300百万円	CAGR + 16.1%
営業利益	1,320百万円	600百万円	2,000百万円	CAGR + 14.8%
営業利益率	20.1%	8.0%	19.4%	-
調整後 EBITDA	1,592百万円	1,050百万円	2,450百万円	CAGR + 15.4%
調整後 EBITDA利益率	24.2%	14.0%	23.8%	-

実証実験に裏付けられた計画的な成長投資により、中期経営計画 CAGR15%超の達成を加速する。

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**

初年度であるFY2027/4期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、翌期以降は投資効果により売上高成長が加速していくことで利益は回復・拡大する見通し

プロモーション投資水準引き上げ判断 | 2つの裏付け

- ① アドバンテッジパートナーズ社との業務提携
 - ・強いKPI管理
 - ・全社戦略の推進のための社内の会議体の見直し
- ② FY2026/4 Q4 に実証実験を実施
 - ・CPAを抑えながら顧客獲得を増やせると判断

ゴール | 成長スピードの加速

顧客基盤拡大を目的とした先行投資で、各サービスの成長を加速

<p>14.1%</p> <p>FY2027/4 売上高成長率</p>	<p>CAGR 16.1%</p> <p>FY2029/4 中期経営計画最終年度</p>
--------------------------------------------	-----------------------------------------------------

顧客基盤拡大に向けたテストとして、2026年2月から3月の2か月間、各事業にて実証実験を実施

各事業において中長期成長に向けた有効な結果が確認されたため、2027年4月期における成長投資実施の意思決定を行った

総投資額
51百万円



	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	<p>Q4 広告経由 新規会員登録数</p> <p>+33.4%</p> <p>新規会員登録数は前四半期比</p>	<p>4月 商談化件数</p> <p>+50.0%</p> <p>直前1年平均比</p>	<p>4月 入会件数</p> <p>+26.3%</p> <p>直前1年平均比</p>

本中計では既存サービス成長および新規サービス創出をベースに
グループ顧客間でのクロスセルを生む仕組みを作り、将来の指数関数的な事業規模拡大を目指す。

長期ビジョン

ラクーンBtoB ネットワークの実現

- 小さな新しい会社でも、お互い安心して便利に取引できる
- グループ顧客の企業活動が効率化し便利になるサービスの提供

31/4期

長期の成長方針

グループ顧客間でクロスセルを生み指数関数的成長へ

本中計テーマ

アドバンテッジパートナーズ社との連携による
BtoBネットワーク構想
早期実現に向けた土台作りと実行

29/4期

本中計のアクション

- 既存サービスの成長
- グループサービスを増やす
- グループ顧客化およびクロスセル誘発

27/4期

本中期経営計画での重点施策

グループ戦略

グループ共通顧客化およびクロスセル誘発によるサービス間連携を強化し、グループ顧客の単価・LTVの引き上げ

- グループ顧客化の基盤づくり
 - ・各サービスの顧客データベースの統合
- サービス複数利用でのインセンティブ設計
 - ・与信額増額、優遇プラン、ポイント付与など
- 与信額を活用した取引拡大（N対N取引）の仕掛け

各事業戦略

既存サービスの成長戦略と合わせて新規サービス創出による非連続な成長の実現

- 既存サービスの成長加速
- 新規サービスの創出
 - ・M&A、出資の活用
 - ・VC連携によるスタートアップ業界との関係性構築

※ 詳細：「06事業戦略（P. 21～）」参照

将来ビジョン（2031年の目指す姿）

長期ビジョン

ラクーンBtoB ネットワークの実現

- 小さな新しい会社でも、お互い安心して便利に取引できる
- グループ顧客の企業活動が効率化し便利になるサービスの提供

売上高

135億円

(CAGR 15%)

調整後
EBITDA

44億円

(利益率 33%)

営業利益

40億円

(営業利益率 30%)

株価

1,800円

(時価総額500億円)

現行中期経営計画
での重点施策

グループ顧客化

グループサービス連携強化
クロスセルの促進

サービス展開

既存サービス成長・強化
新規サービス創出

AP社連携

各施策・取組の
加速及び高度化

※ 2027年4月期より調整後EBITDAを指標に採用したことに伴い、2026年2月27日公表「2031年4月期の定量目標の設定に関するお知らせ」記載のEBITDAを調整後EBITDAに変更いたします。なお、調整後EBITDAにはM&A及びBtoBネットワーク稼働により期待される売上利益の増加分は入っておりません。

03 ラクーングループについて

- 01 エグゼクティブサマリー
- 02 成長投資・戦略について
- 03 ラクーングループについて
- 04 グループ経営方針
- 05 中期経営計画サマリー
- 06 事業戦略
 - EC事業 スーパーデリバリー
 - フィナンシャル事業 Paid
 - フィナンシャル事業 URIHO
- 07 新規サービスの創出
- 08 キャッシュアロケーション
- 09 Appendix
 - アドバンテッジパートナーズとの提携について

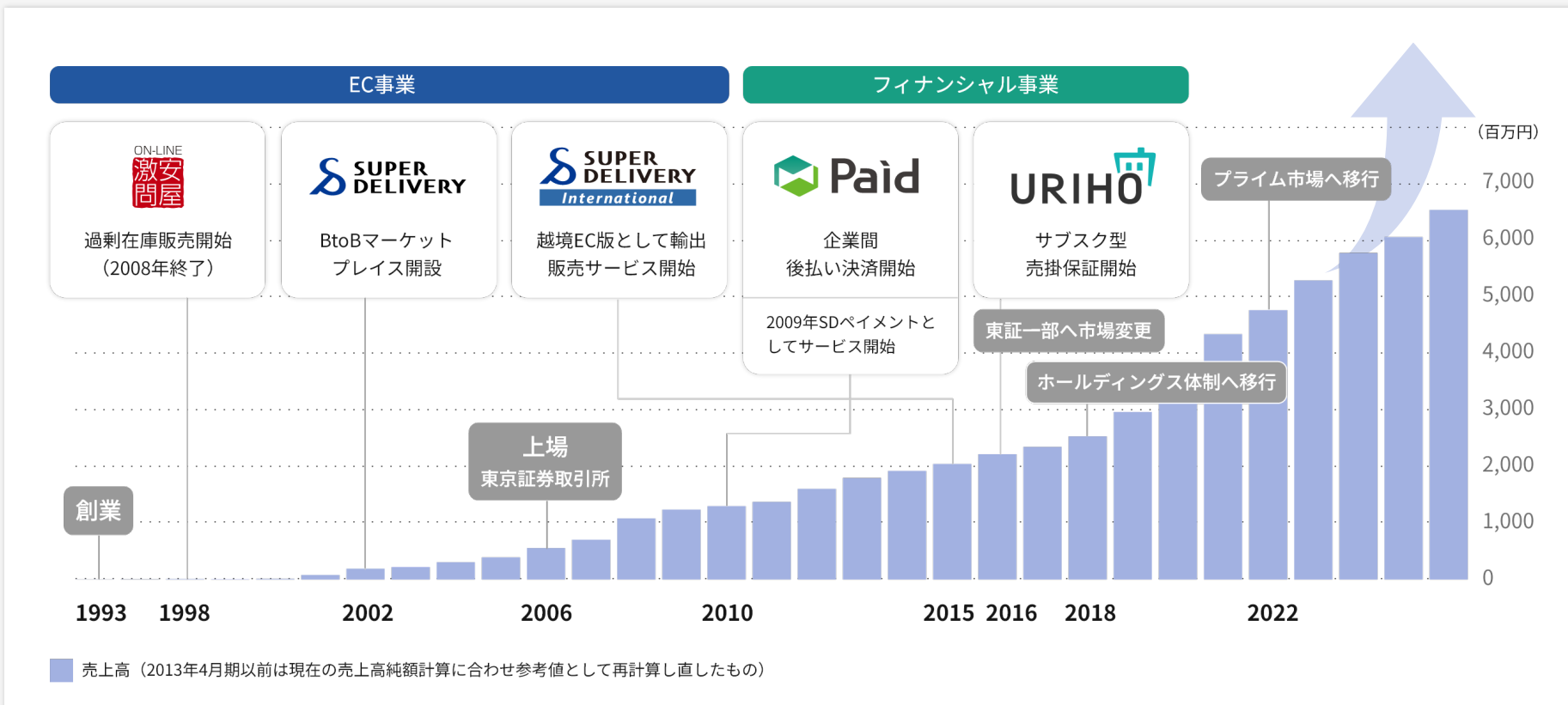
経営理念

企業活動を効率化し便利にする

小さな新しい会社でも、まっすぐ正しい努力を行えば最短で成功できる、中小企業のためのビジネスインフラを作る。

		中小企業の課題	ラクーンのサービス	
 買い手企業 (小売店など)	仕入れ	お店を休んで展示会や問屋へ	 SUPER DELIVERY	オンラインで3千社と卸値取引
	支払い	先払いなど厳しい条件	 Païd	複数の企業にまとめて後払い
 売り手企業 (メーカーなど)	卸営業	全国に営業できない	 SUPER DELIVERY	地方の小さなお店も開拓
	経理	手動で請求書作成や入金管理	 Païd	請求業務から解放
	与信管理	取引先の未払いリスク	 URIHO	未払いリスクのない取引先拡大

1993年に100万円で創業した当社は、問屋が担っていた「情報」「決済」「物流」に変わる、効率的で新しい流通の仕組みを業界に先駆けて生み出し成長を続けている。



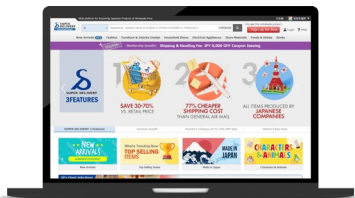
EC事業



国内企業間
マーケットプレイス



海外事業者向け
越境EC



フィナンシャル事業



企業間
後払い決済



企業間
後払い決済



事業規模	年間購入者数	サプライヤー数	年間流通額	年間取扱高	保証残高
2022/4	4.4万事業者	3千社	216億円	347億円	306億円
2026/4	6.6万事業者	3.3千社	310億円	605億円	764億円

顧客や業界を理解し、他社にはないデータ基盤を活かして、時代に合わせたBtoBサービスを提供

3つの強み

1. 顧客理解力

顧客の最新のニーズ
商習慣・業界知見などの深い理解

2. 技術活用力

時代に合わせた
新しい技術を活用できる力

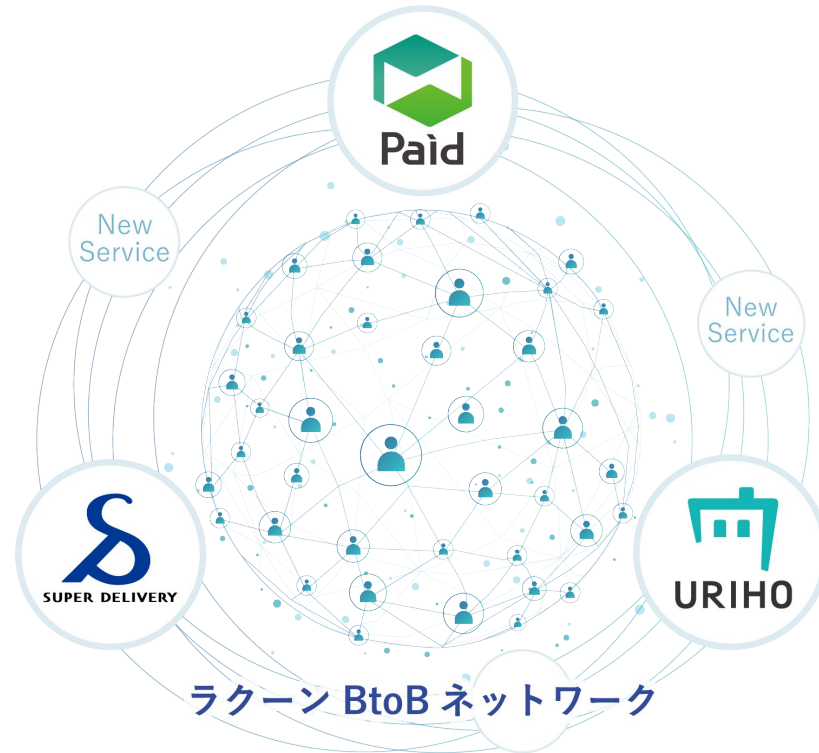
3. データ資産

事業者データ、与信データ、
取引データ、独自リサーチなど、
他社にはないデータ基盤

04 グループ経営方針

- 01 エグゼクティブサマリー
- 02 成長投資・戦略について
- 03 ラクーングループについて
- 04 グループ経営方針
- 05 中期経営計画サマリー
- 06 事業戦略
 - EC事業 スーパーデリバリー
 - フィナンシャル事業 Paid
 - フィナンシャル事業 URIHO
- 07 新規サービスの創出
- 08 キャッシュアロケーション
- 09 Appendix
 - アドバンテッジパートナーズとの提携について

小さな新しい会社（SMB）でも、お互い安心・便利に取引できる。
グループ顧客の企業活動が効率化し便利になるサービスを多角的に提供。



初めての取引でも安心・便利に利用できる

グループ顧客化

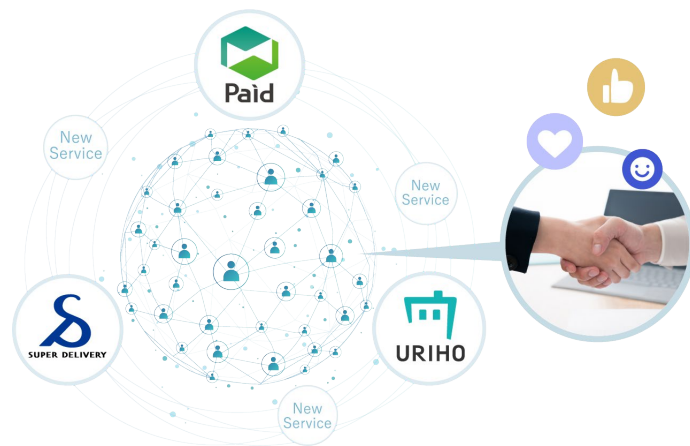
グループサービスが便利に使える

与信付与

ラクーンの与信ノウハウを活用し、
開業まもない企業・個人事業主でも信用証明

決済

Paidで安心スムーズに完了



現在

ラクーンBtoBネットワーク

顧客 約60万社（各サービスの合計顧客数）

- 与信額付与済の顧客数
 - 小さな新しい会社が主
 - ・ 評点なし、個人事業主など与信判断が難しい先も多数
- 課題
- ・ 顧客が各サービスに分散
 - ・ 顧客同士の連携（特定相手のみ：1対1）
 - ・ 与信額の用途、認知の不足

各サービスの顧客を、グループ共通顧客へ

グループサービス間連携の構築（クロスセルを生む土台作り）
⇒ 既存サービスの成長および新規サービス創出にて獲得したグループ顧客の、
顧客単価・LTVの最大化

クロスセル
誘発

- ・ グループサービス利用実績に応じて信用（与信額）の付与
- ・ 貯まった与信額活用等グループサービスを使いたくなる仕掛け

事業規模 = グループ顧客 × 顧客単価

TAM (グループ顧客) : 国内約500万社 (※1)



【顧客の経済効果 (=顧客単価)】

各サービス利用料の合計

事業規模の拡大

既存サービスの成長・新規サービスの増加に比例

- グループ顧客の増加：サービス起点の流入
- 顧客単価の増加：サービスの質、数によるクロスセル

「事業規模の拡大」 × 「グループ顧客化・クロスセル誘発」 ⇒ 指数関数的成長へ

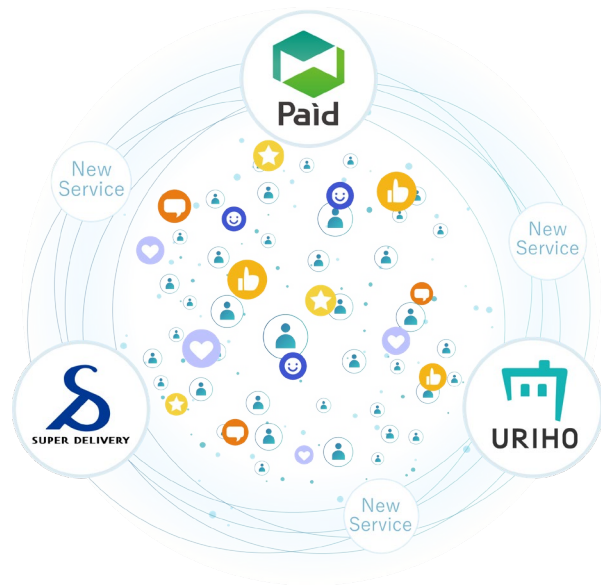
※1 法人番号登録企業のうちターゲットとなる企業数の推計値。推計値に加え海外事業者も視野に入れる。

05 中期経営計画サマリー

- 01 エグゼクティブサマリー
- 02 成長投資・戦略について
- 03 ラクーングループについて
- 04 グループ経営方針
- 05 中期経営計画サマリー
- 06 事業戦略
 - EC事業 スーパーデリバリー
 - フィナンシャル事業 Paid
 - フィナンシャル事業 URIHO
- 07 新規サービスの創出
- 08 キャッシュアロケーション
- 09 Appendix
 - アドバンテッジパートナーズとの提携について

アドバンテッジパートナーズ社との連携による BtoBネットワーク構想早期実現に向けた土台作りと実行

- グループ顧客化およびクロスセル誘発
各サービスの顧客をグループ共通顧客化し、
グループサービスを使いたくなる仕掛けを提供
- 既存サービスの成長加速
営業・マーケティング強化およびマーケット・リソース分析による
成長施策の実行
- グループサービスを増やす
SMBの多様なニーズに応えるサービス提供



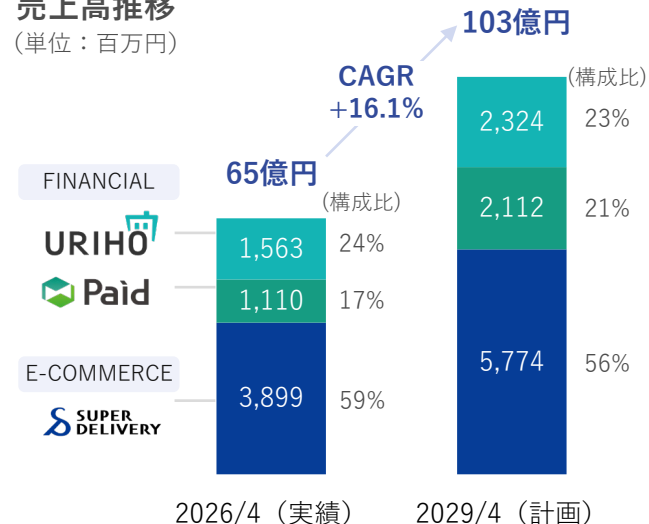
中計最終年にて売上高100億円。売上・利益ともにCAGR+15%を超える水準を目指す。

- 先行投資を行うものの中計最終年には現状水準の営業利益率（約20%）にて着地見込
- 積極的な株主還元を行い、中計最終年のROEは25%を目標とする
- 新規サービス及びBtoBネットワーク稼働により期待される売上利益は未考慮

	2026/4 (実績)	2029/4 (計画)	成長率
売上高	6,574百万	10,300百万	CAGR +16.1%
営業利益	1,320百万	2,000百万	CAGR +14.8%
営業利益率	20.1%	19.4%	-
調整後EBITDA	1,592百万	2,450百万	CAGR +15.4%
調整後EBITDA 利益率	24.2%	23.8%	-
ROE	18.7%	25.0%	-

売上高推移

(単位：百万円)



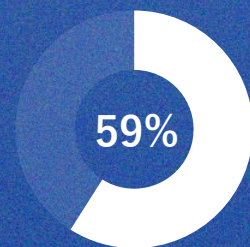
06 事業戦略

- 01 エグゼクティブサマリー
- 02 成長投資・戦略について
- 03 ラクーングループについて
- 04 グループ経営方針
- 05 中期経営計画サマリー
- 06 事業戦略
 - EC事業 スーパーデリバリー
 - フィナンシャル事業 Paid
 - フィナンシャル事業 URIHO
- 07 新規サービスの創出
- 08 キャッシュアロケーション
- 09 Appendix
 - アドバンテッジパートナーズとの提携について

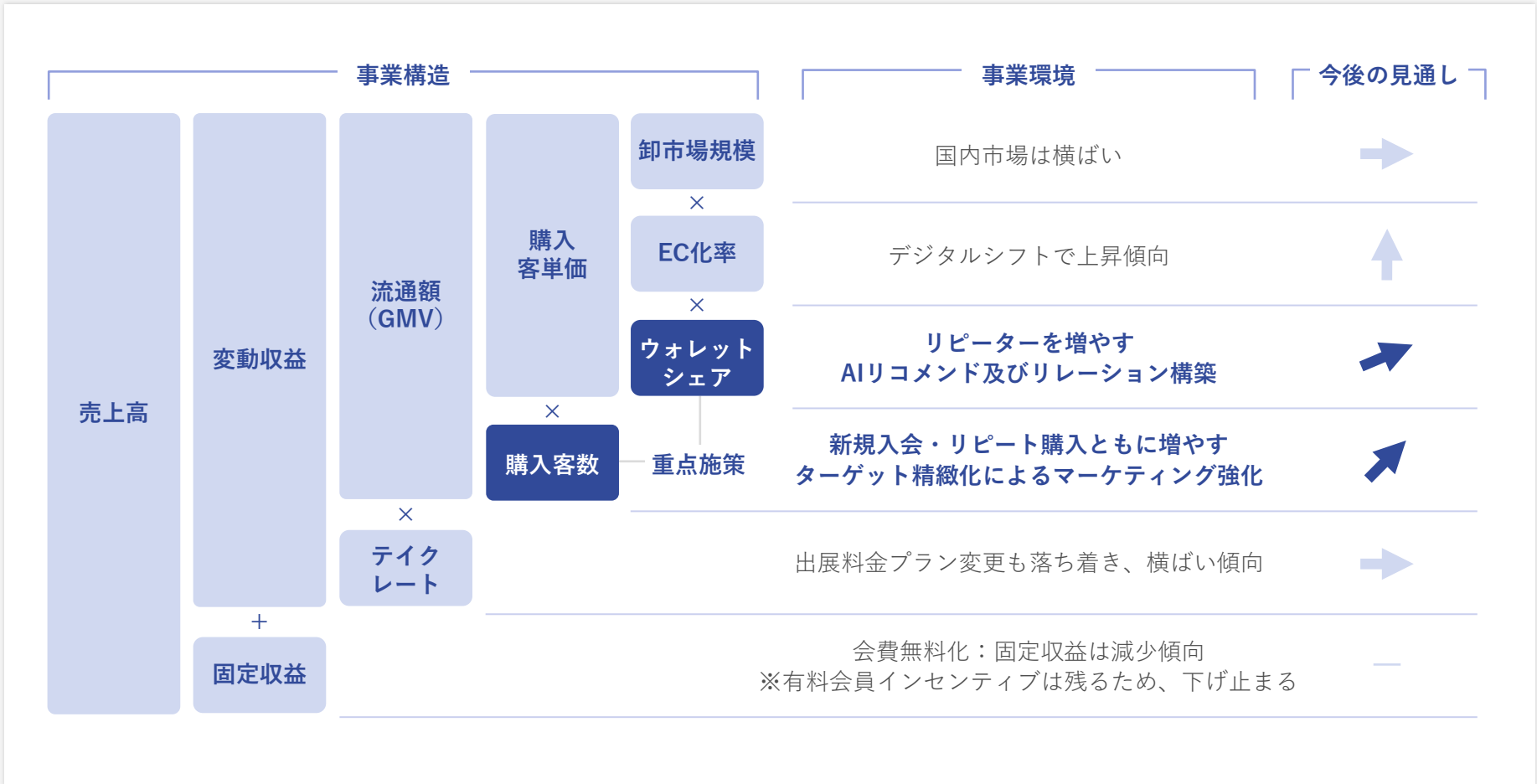
EC事業



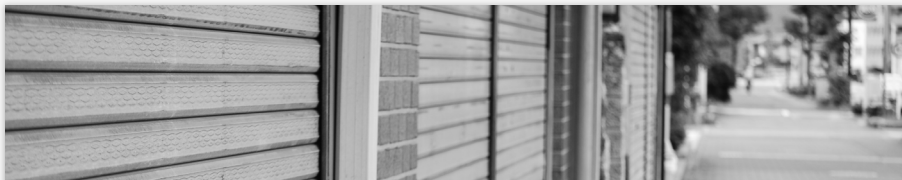
メーカーと、小売・サービス業などの事業者が
卸・仕入れ取引ができるBtoBのマーケットプレイス「スーパーデリバリー」



売上高構成：2026/4



メーカーの売上向上とバイヤーの仕入れの効率・安心感および海外含めた取引標準化による環境安定化により、
中小企業のBtoB流通を支えるプラットフォームへ

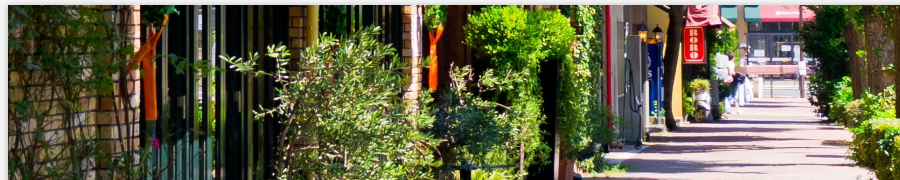


スーパーデリバリーのない世界

- 何をどう売るべきかの判断材料が不十分
- 仕入先・販路を個別に探索・交渉・管理する必要があり非効率

特に小規模事業者において取引先の与信や信用調査に限界があり、取引信頼性に不安が存在

- 海外展開においては「言語・物流・契約」の壁により取引ハードルが高い



スーパーデリバリーのある世界

- 取引量・データの継続的な蓄積、市場トレンドに応じた仕入先の紹介
- 複数のメーカー・卸との取引をスーパーデリバリー上で集約、調達・販売を効率化
- 利用顧客への審査および未回収リスク保証による取引安全性の確保
- 海外バイヤーとの取引を標準化し、安心できる海外販路拡大の実現

既存層と新規層の顧客獲得を両輪でまわし、 サービス利便性を向上させることで利用範囲の拡大（客単価の向上）を目指す

顧客基盤の強化

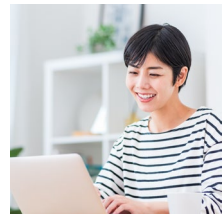
（顧客数および客単価引上げ）

- 新規顧客獲得
 - 注力カテゴリ特定とターゲティング精緻化をベースとした広告投資拡大
 - 海外における注力国へのローカライズ戦略および新地域進出
- 顧客接点強化による客単価向上
 - 顧客リレーション強化（単価・継続率向上）
 - 新規出展企業の立ち上げ支援

プラットフォームの機能拡充

（プロダクトの強化）

- 商品検索性・UX改善
- サプライヤー向け機能（分析・顧客別表示等）強化



卸売インフラの実現

（SD外取引の効率化）

- SD取扱外の商品の受発注効率化ツール（SDダイレクト）のリリース
 - Phase 1：SD外のアナログ受注のデジタル化支援
 - Phase 2：サプライヤーのSD外全取引をSDに集約・自動化

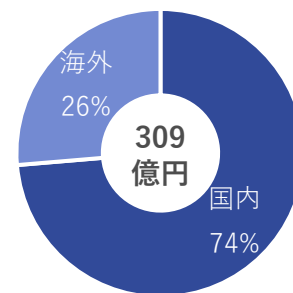


GMV成長率（CAGR+16%）を目指す

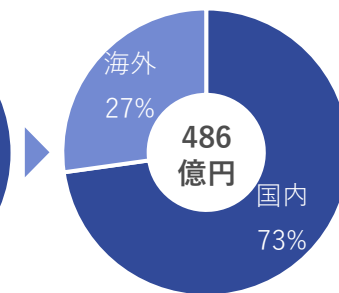
	2026/4（実績）	2029/4（計画）	CAGR
流通額（GMV）	30,986百万円	48,650百万円	+16.2%
国内	22,824百万円	35,410百万円	+15.8%
海外	8,161百万円	13,240百万円	+17.5%
購入客数（Q4）	39,089事業者	60,588事業者	+15.7%
購入客単価（Q4）	219,245円	226,480円	+1.1%

流通額（GMV）

2026/4（実績）



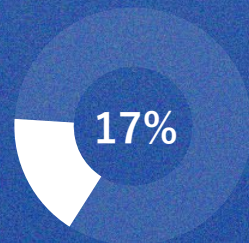
2029/4（計画）



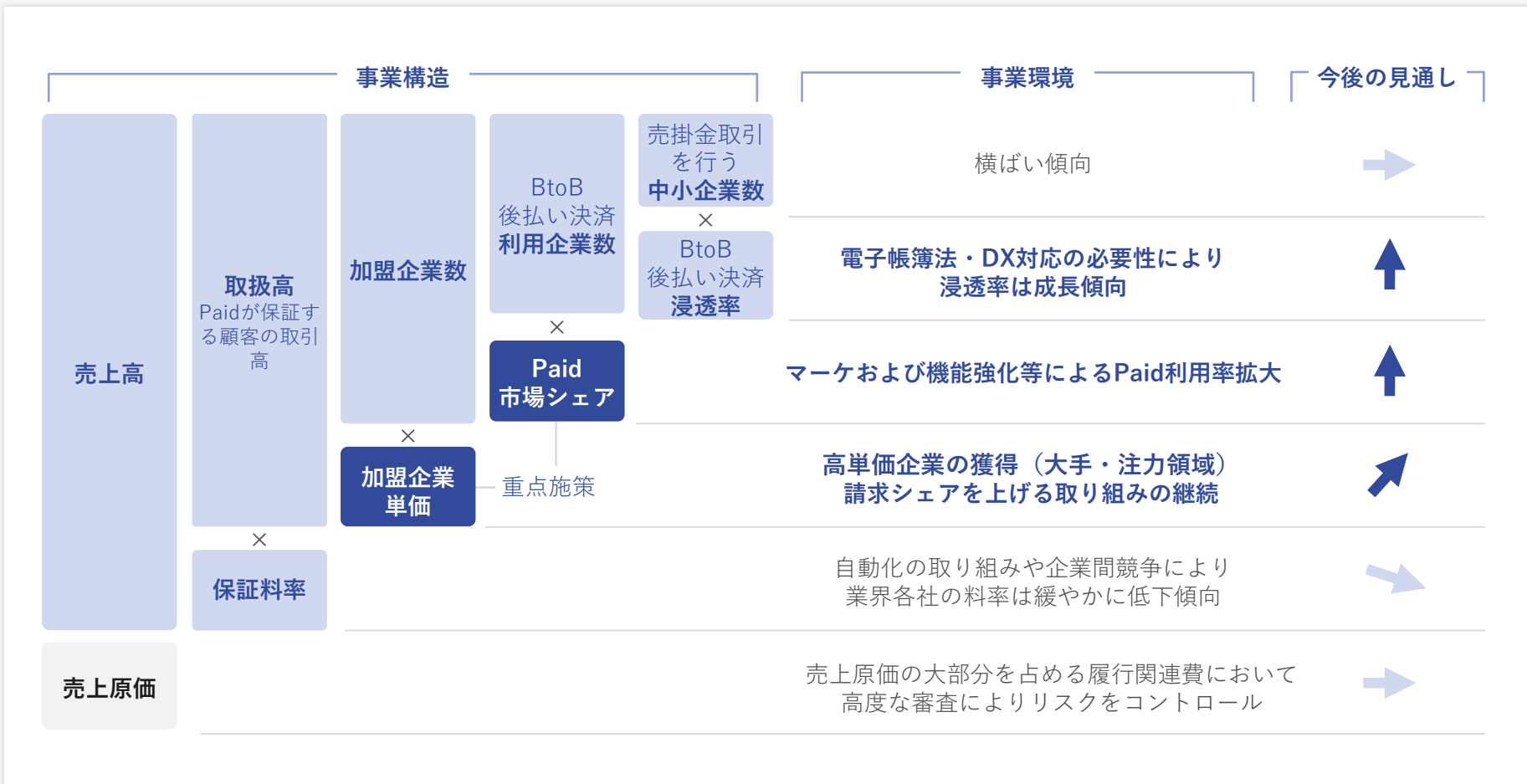
フィナンシャル事業



請求業務の手間と未回収リスクをゼロにする
企業間の後払い決済サービス「ペイド」



売上高構成：2026/4



後払いの構造的ボトルネックを解消し、決済でビジネスを止めない世界の実現 決済・未回収保証を一体で提供するBtoB決済インフラへ



Paidのない世界

BtoB取引特に中小零細企業相手では、与信不安（回収リスク）が取引拡大の制約

特に中小企業・成長企業では請求業務負荷等も加わり、取引拡大の構造的課題が顕著



Paidのある世界

BtoBの決済インフラとして機能

- 請求・決済・回収・未回収保証をワンストップで提供
- 単なる後払いの提供ではなく、取引拡大の拡張装置として

加盟企業（請求主体）のターゲット層拡大による更なる顧客数増加と 既存加盟企業の請求におけるPaid利用率を引き上げる施策の実行。

基盤の拡大（顧客数を増やす）

加盟企業（請求主体）の拡大 ➤最重点ターゲット:大手企業

- Webマーケによる認知・流入創出
➤SEO、リスティング、展示会出展等をミックスした認知・獲得の強化
- 営業体制増強によるアウトバウンドの強化
➤フィールドアクティベーションによる直接流入の創出（大手企業・ターゲット業種）
➤パートナーエコシステムの最大化（代理店、営業代行等）

利用範囲の拡大（ARPU・LTVを上げる）

既存顧客のPaid利用率を引き上げる

- カスタマーサクセス体制の強化 ➤オンボーディング、フォロー体制構築
- 上位顧客への販促、機能提供

サービス機能強化

- 各IT・CRMツールとの連携による利便性向上
- 登録の簡素化および不正対策の強化など



売上高成長率（CAGR+23%）を目指す。

特に大手企業の獲得を重点施策とし加盟企業単価を引き上げを加速。

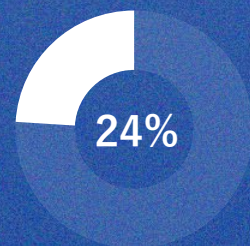
	2026/4（実績）	2029/4（計画）	CAGR
取扱高 （加盟企業数 × 加盟企業単価）	46,505百万円	87,818百万円	+ 23.6%
売上高	1,110百万円	2,112百万円	+ 23.9%

※ グループ内取引を除外

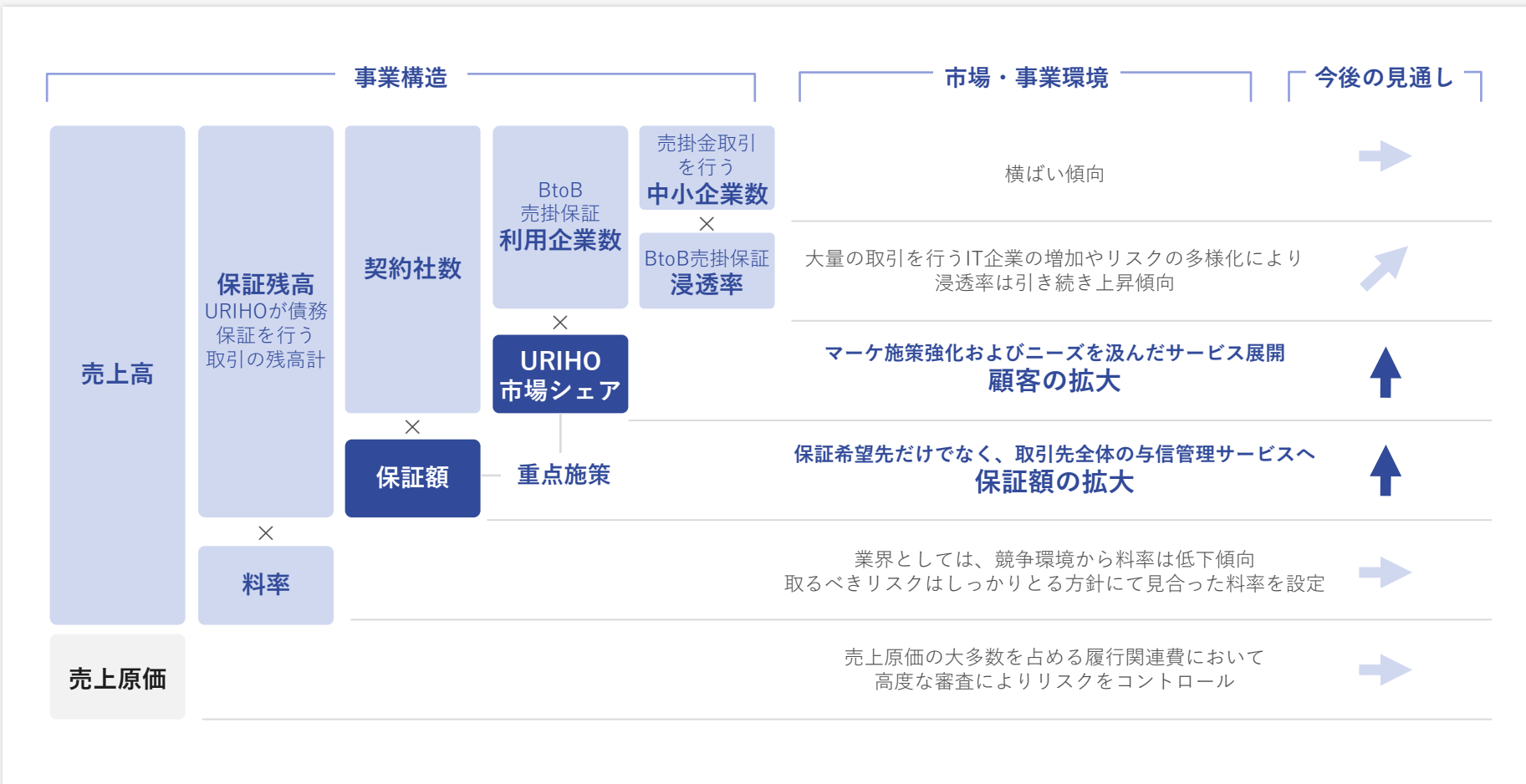
フィナンシャル事業

URIHŌ

取引先の代金未払いに備える
サブスク型の売掛保証サービス「ウリホ」



売上高構成：2026/4



「与信管理業務」を特別から当たり前へ
売掛保証サービスから企業の与信管理業務を丸投げできるサービスへ

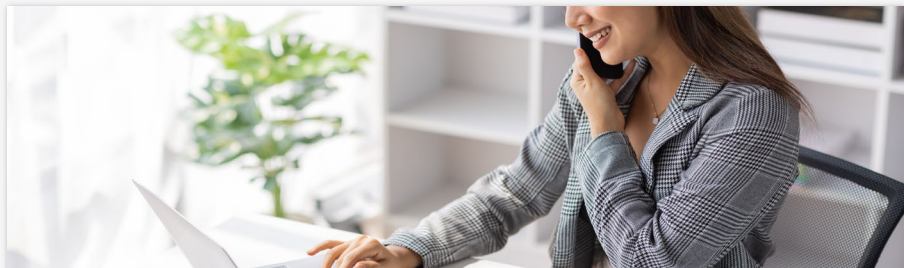


URIHO のない世界

事後対応型（倒産・未回収が起きてから）のリスク管理

原因

- ・与信判断の属人化（主に中小零細企業・成長優先企業）
- ・保証が必要そうな取引先だけを管理
 - 多くの取引先が未管理



URIHO のある世界

- 企業が取引拡大を行う際に不可避となる与信判断（審査・情報更新）・リスク管理を丸投げでき、社内リソース・判断負荷と貸倒リスクを大幅削減
- 保証先を選ぶのではなく、取引先を一括して登録することで、多くのデータと高度なノウハウが必要な与信管理を実現できる。

既存顧客層の獲得強化および新規層獲得のための施策による顧客基盤拡大と、サービスの利便性を向上させることで利用範囲の拡大を目指す。

基盤の拡大 (顧客数を増やす)	既存層	<ul style="list-style-type: none"> ● Webマーケによる認知・流入創出 <ul style="list-style-type: none"> ➢ リスティング、業界特化媒体への出稿等広告手法多様化による認知・獲得の強化 ● 営業体制増強によるアウトバウンドの強化 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 既存営業チームの強化（専門性・スキル向上） ➢ パートナーエコシステム（代理店、営業代行等）の最大化
	新規層	<ul style="list-style-type: none"> ● 低年商帯向け売掛保証（URIHOミニ）・保証付帯なし取引先与信チェック機能（ビズチェック）など「まず使ってもらう」を優先した入門サービスの設定

利用範囲の拡大 (ARPU・LTVを上げる)	<ul style="list-style-type: none"> ● 利便性向上による客単価（保証範囲）の向上 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 自動審査による早期回答 ➢ AIを活用した適切な与信額付与 ● 入門サービスからURIHO本体サービスへのプランアップ
----------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

注力領域であるURIHOサブスクにて売上高成長率（CAGR+20.9%）を目指す。

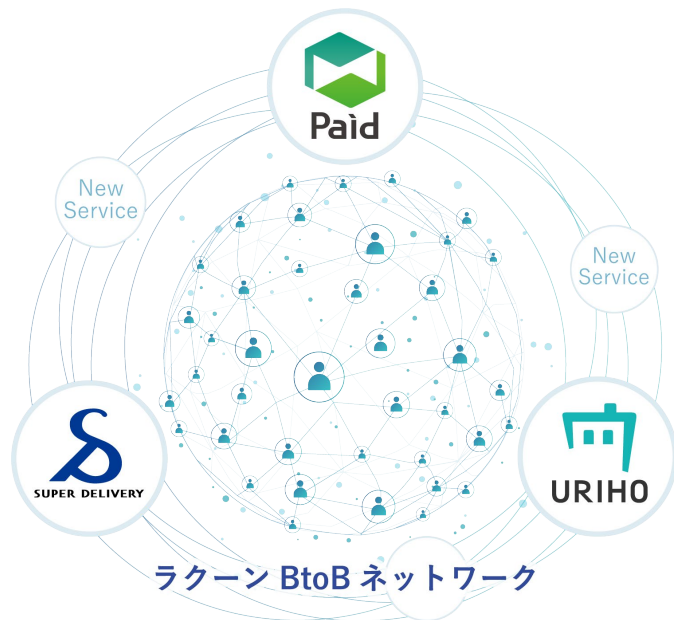
	2026/4（実績）	2029/4（計画）	CAGR
売上高 （うちURIHOサブスク）	1,563百万円 （933百万円）	2,324百万円 （1,650百万円）	+ 14.1% （+ 20.9%）
サブスク単月課金顧客数	1,712	3,158	+ 22.6%

07 新規サービスの創出

- 01 エグゼクティブサマリー
- 02 成長投資・戦略について
- 03 ラクーングループについて
- 04 グループ経営方針
- 05 中期経営計画サマリー
- 06 事業戦略
 - EC事業 スーパーデリバリー
 - フィナンシャル事業 Paid
 - フィナンシャル事業 URIHO
- 07 新規サービスの創出
- 08 キャッシュアロケーション
- 09 Appendix
 - アドバンテッジパートナーズとの提携について

SMBの多様なニーズに応えるサービス提供により、グループ顧客単価の向上および新規顧客の獲得

グループサービス：自社および提携サービスの両輪で展開



グループサービスを生むための手段

- ① 既存事業からのサービス拡張
 - ・顧客ニーズに触れている従業員からの提案や定量データ分析から
- ② 外部企業との業務・資本提携によるサービス提供
 - ・アカウント共有：グループ顧客（約60万社）の開放
 - ・サービスの共同開発・優遇プラン設定など
- ③ M&A
 - ・既存サービスとの深い連携による提供価値の最大化

顧客のお困りごと（課題）をベースに有望サービスを抽出

➤ クライテリア：「市場性」×ラクーンB to Bネットワークとの「親和性」

「顧客属性×課題」を解決するサービスを候補領域としてリストアップ	ラクーンの顧客属性	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業 ・ スタートアップ ・ メーカー・小売 ・ EC・SaaS ・ 高単価低収益率業界 ex) アパレル・雑貨、飲食、理美容、卸売業、建設、住宅設備
	課題	集客、人材関連（採用・育成）、資金繰り、BPO関連、DX化（生成AI活用）etc..



候補領域をスコアリング 有望サービスを抽出	市場性	マーケットサイズ・成長性、業界収益性、参入障壁、競合環境
	親和性	ビジョンの合致度、クロスセル期待度（客単価向上）、グループの新規顧客の増加可能性、既存サービスの機能拡充



新規サービスの候補をピックアップ

ビジョンの実現

中小企業の企業活動を効率化し便利にする

グループ顧客は、ラクーンのサービスで企業活動のインフラ回りは自動化効率化され、売上に直結するサービス提供（開発、集客）に専念できる

クロスセル（グループ顧客単価の向上）

グループ顧客（60万社）が利用することでのグループ客単価の上昇

- 既存プラットフォームに新規サービスを組み込む（UIUX向上／利用ハードル低減）
- ターゲットごとにニーズが深いサービスで集客しグループサービスをクロスセル

グループ新規顧客の獲得

SMBターゲットの新領域サービスの提供により新たな顧客層へリーチ

既存サービスの機能拡充

既存顧客が求めていた周辺サービスの提供によりワンストップで顧客ニーズに対応

08 キャッシュアロケーション

- 01 エグゼクティブサマリー
- 02 成長投資・戦略について
- 03 ラクーングループについて
- 04 グループ経営方針
- 05 中期経営計画サマリー
- 06 事業戦略
 - EC事業 スーパーデリバリー
 - フィナンシャル事業 Paid
 - フィナンシャル事業 URIHO
- 07 新規サービスの創出
- 08 キャッシュアロケーション
- 09 Appendix
 - アドバンテッジパートナーズとの提携について

新規サービス創出のためのM&A等出資および各種成長投資へ優先配分。
手元資金を確保しつつ、積極的な株主還元を行う方針。

中計3年累計（2027/4～2029/4期）

キャッシュ	
営業キャッシュフロー	約30億円
手元資金	57億円
	※2026/4現在
借入枠	79.5億円
	※2026/4現在（当座貸越枠およびコミットメントライン総額）



配分	
M&A等出資	30億円
成長投資	20億円
	※一部費用計上分含む
株主還元	配当性向 45～50%（累進配当及び利益連動） 自己株買 機動的に実施 株主優待コスト 約4.5億円
手元資金	30～40億円
	※各サービスのGMVを基準に試算 ※有事に耐えうる流動性の維持を目的
借入枠	必要に応じた活用

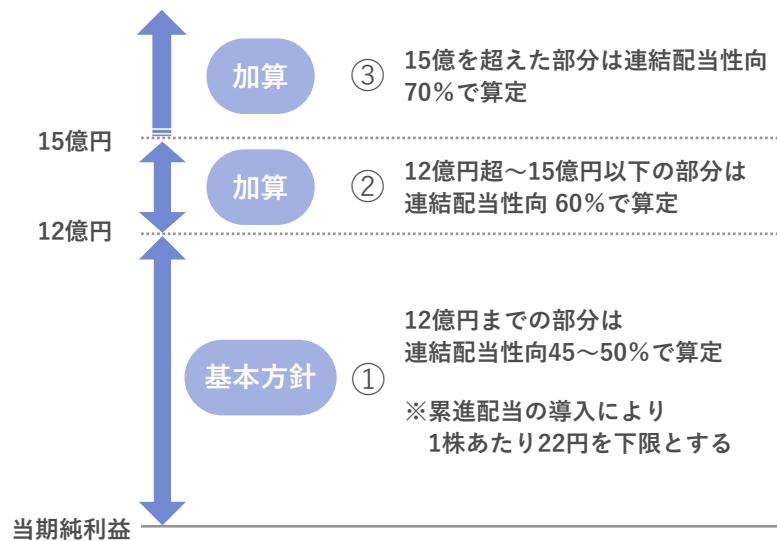
成長の加速及び基盤固めのための積極的な投資。

主な投資項目	投資内容	投資額 中計期間累計
<p>マーケティング関連費 広告及び販促費</p>	<p>中計重点施策である、新規顧客獲得および既存顧客の単価・LTV引上げのためのコスト</p>	<p>14億円</p>
<p>BtoBネットワーク インフラ関連</p>	<p>グループ共通顧客化、サービス連携関連の開発（開発コスト他）</p>	<p>2億円</p>
<p>人件費及び開発費</p>	<p>成長に合わせた人材確保及びインセンティブ設計。機能拡充・業務効率化のためのシステム開発。</p>	<p>4億円</p>

現状の配当性向（45～50％）をベースに積極的な投資による成長加速と企業価値の向上を目指す。

適用期間中の配当金の算定方法

配当金総額 = ① + ② + ③ になります。



適用期間中*は基本方針に加え 累進配当と利益連動型加算配当を併用

*：2026年4月期から2029年4月期までの4事業年度

● 累進配当

親会社株主に帰属する当期純利益の水準に関わらず、1株あたり22円を下限とする

● 利益連動型加算配当

一定の利益を超過した部分については、段階的に配当性向を引き上げて分配

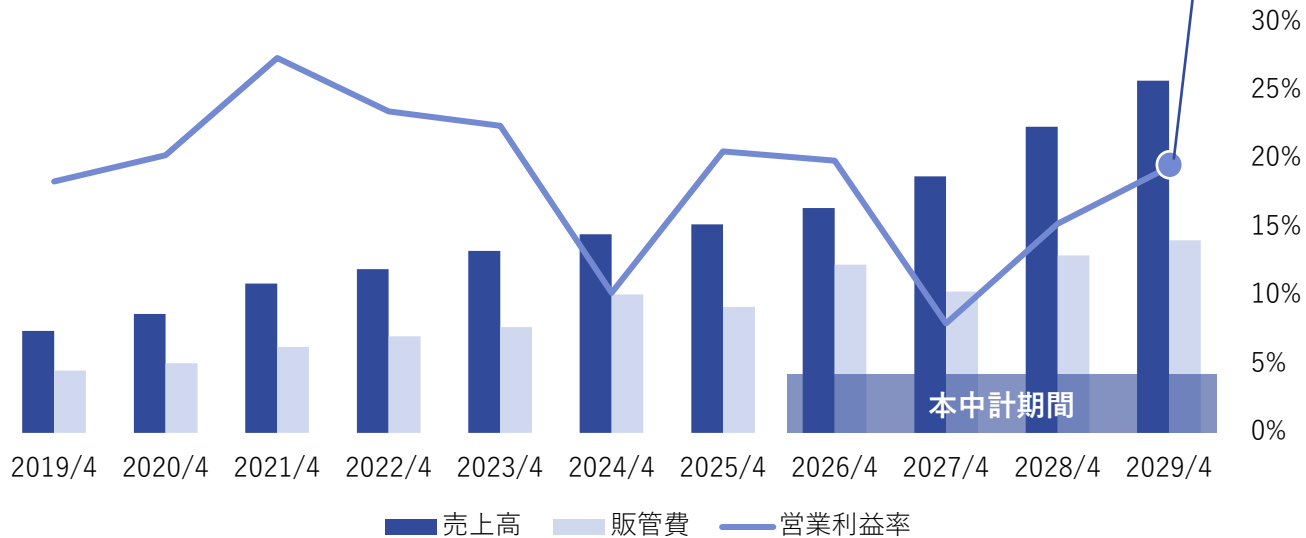
09 Appendix

- 01 エグゼクティブサマリー
- 02 成長投資・戦略について
- 03 ラクーングループについて
- 04 グループ経営方針
- 05 中期経営計画サマリー
- 06 事業戦略
 - EC事業 スーパーデリバリー
 - フィナンシャル事業 Paid
 - フィナンシャル事業 URIHO
- 07 新規サービスの創出
- 08 キャッシュアロケーション
- 09 Appendix
 - アドバンテッジパートナーズとの提携について

売上高と販管費が比例せず、営業利益率が上昇しやすい収益構造

- 販管費はシステム化により売上高と連動せず緩やかに増加する構造
- 本中計では先行投資による営業利益率の悪化を見込むが、最終年には持ち直し、その後本来の上昇軌道に戻る見込み。

中計目標（2029/4期）
営業利益率 **19.4%**



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）の出展企業が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

アドバンテッジパートナーズとの 提携について

- 01 エグゼクティブサマリー
- 02 成長投資・戦略について
- 03 ラクーングループについて
- 04 グループ経営方針
- 05 中期経営計画サマリー
- 06 事業戦略
 - EC事業 スーパーデリバリー
 - フィナンシャル事業 Paid
 - フィナンシャル事業 URIHO
- 07 新規サービスの創出
- 08 キャッシュアロケーション
- 09 Appendix
 - アドバンテッジパートナーズとの提携について

ラクーンBtoBネットワークの実現に向け、
成長戦略の加速及び実行力を高めるため
アドバンテッジパートナーズと事業提携のうえ、資金調達を実施



アドバンテッジパートナーズ上場企業成長支援プライベートソリューションズについて

国内のプライベート・エクイティ・ファンド（PEファンド）のパイオニアであるアドバンテッジパートナーズグループの中で、上場企業成長支援プライベート投資を担うチーム*。これまで多数の上場企業へのコンサルティング、成長支援実績を持つ

*：上場企業を対象に株式、転換社債、新株予約権等を通じて投資し、経営陣と一体となって企業価値向上に取り組むチーム

ラクーングループ

50万社
の顧客

×

3つの強み

顧客理解力

技術活用力

データ資産

+

アドバンテッジパートナーズとの提携で注力する領域・施策

EC事業

営業・マーケ強化
海外事業の成長強化

フィナンシャル事業

営業・マーケ強化
大企業向け組織強化

M&A・マイナー投資

BtoBネットワーク
実現に資する具体的な
案件の創出

クロスセル強化

アドバンテッジパートナーズとの提携で獲得する機能・強み

経営の高度管理

KPI管理能力
データ分析力

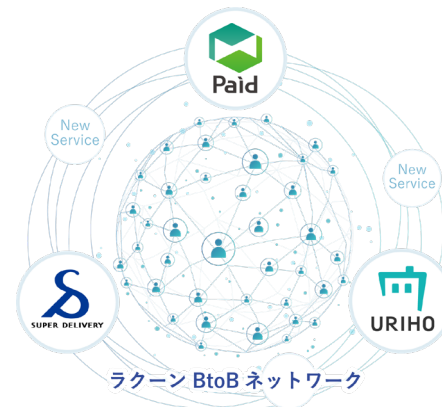
人材基盤・採用力

専門人材育成・採用
人的資本への投資

外部ネットワーク

マーケティングや
M&Aでの外部連携

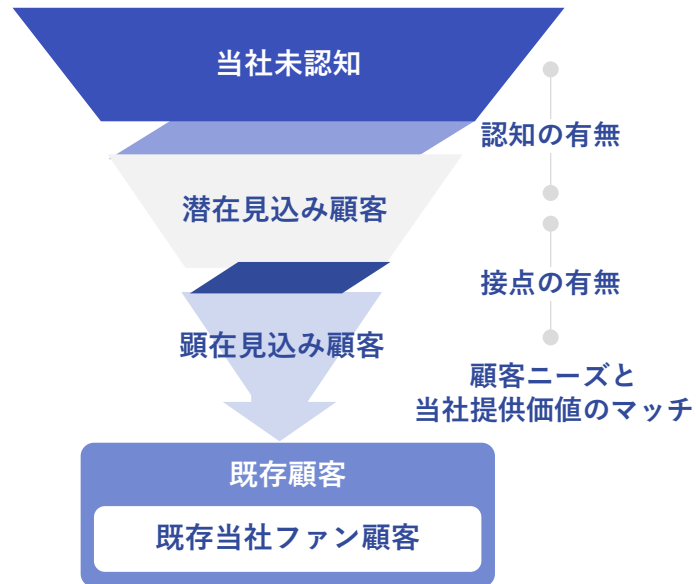
長期ビジョン



顧客ステージに応じた施策をROI・KPI管理を踏まえた上で、機動的に実行していく

顧客ステージに応じた 営業・マーケティング施策のカスタマイズ

PR	Web広告	展示会
SEO	SNS オウンドメディア	パートナーセールス
アウトバウンド営業	クロスセル促進	カリキュラムの展開



営業・マーケティングのROI・KPI管理を踏まえた上での投資意思決定

各事業においてアドバンテッジパートナーズの知見・経験を活用しながら強化施策を遂行

EC事業

海外事業の成長強化

- 国別Go-to-Market戦略の策定と実行
- 注力地域におけるアウトバウンド営業と直接リードの獲得
- 現地大手卸売り・バイヤーやインフルエンサーなどとの連携

フィナンシャル事業

大企業向け組織強化

- 大企業向けアウトバウンド営業展開
- 大企業向けKBFの充足
 - CS・サポート体制の強化
 - 既存システム（CRM等）との連携

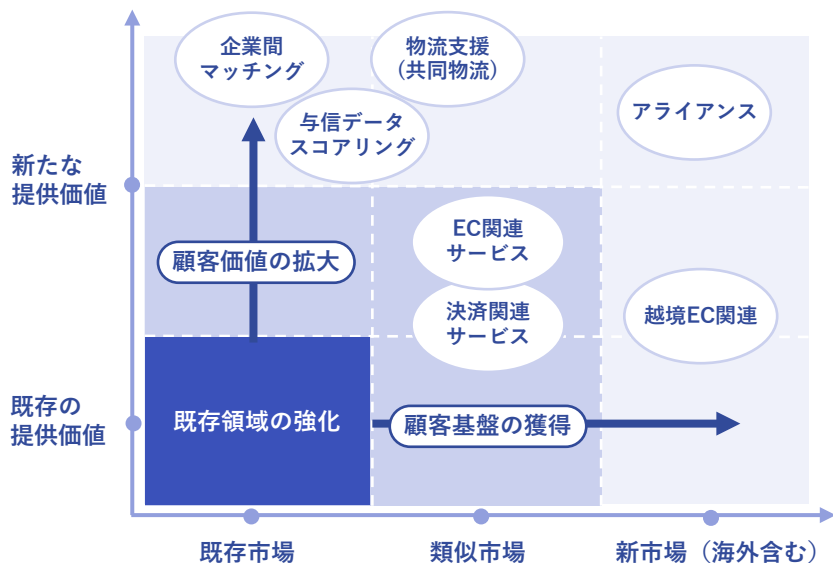
クロスセル強化

グループ顧客化の推進



- 共通アカウントの付与
 - グループサービス間連携の構築
- サービス複数利用でのインセンティブ設計
- 与信額を活用した取引拡大（N対N取引）の実現

ラクーンBtoBネットワーク実現に資する具体的な案件の創出を目指す 能動的なソーシング活動とそれを支える組織・体制づくりを進める

ターゲット領域の明確化と 積極的なM&A・アライアンスの発掘



M&A・アライアンスを活用するための 組織・体制づくり

	
<p>案件発掘 → PMIまで 対応する組織力獲得</p>	<p>投資・撤退基準の作成</p>
<p>案件ソーシングのみならず、その後のDDやPMIも意識し、組織体制を現状よりも更に強化する。</p>	<p>アドバンテッジパートナーズのノウハウを活用しながら、資本コストや資本効率性加味した基準・ガバナンス構築を行う。</p>

※ 個別の領域名はイメージの例示であり、具体的なターゲット領域を必ずしも表していません

本資料の取扱について

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動する可能性があります。当社は、本資料の情報の正確性あるいは完全性について、何ら表明及び保証するものではありません。