



LOCONDO.jp

業界に革新を、お客さまに自由を

2019年度(20年2月期) 第3四半期 説明資料

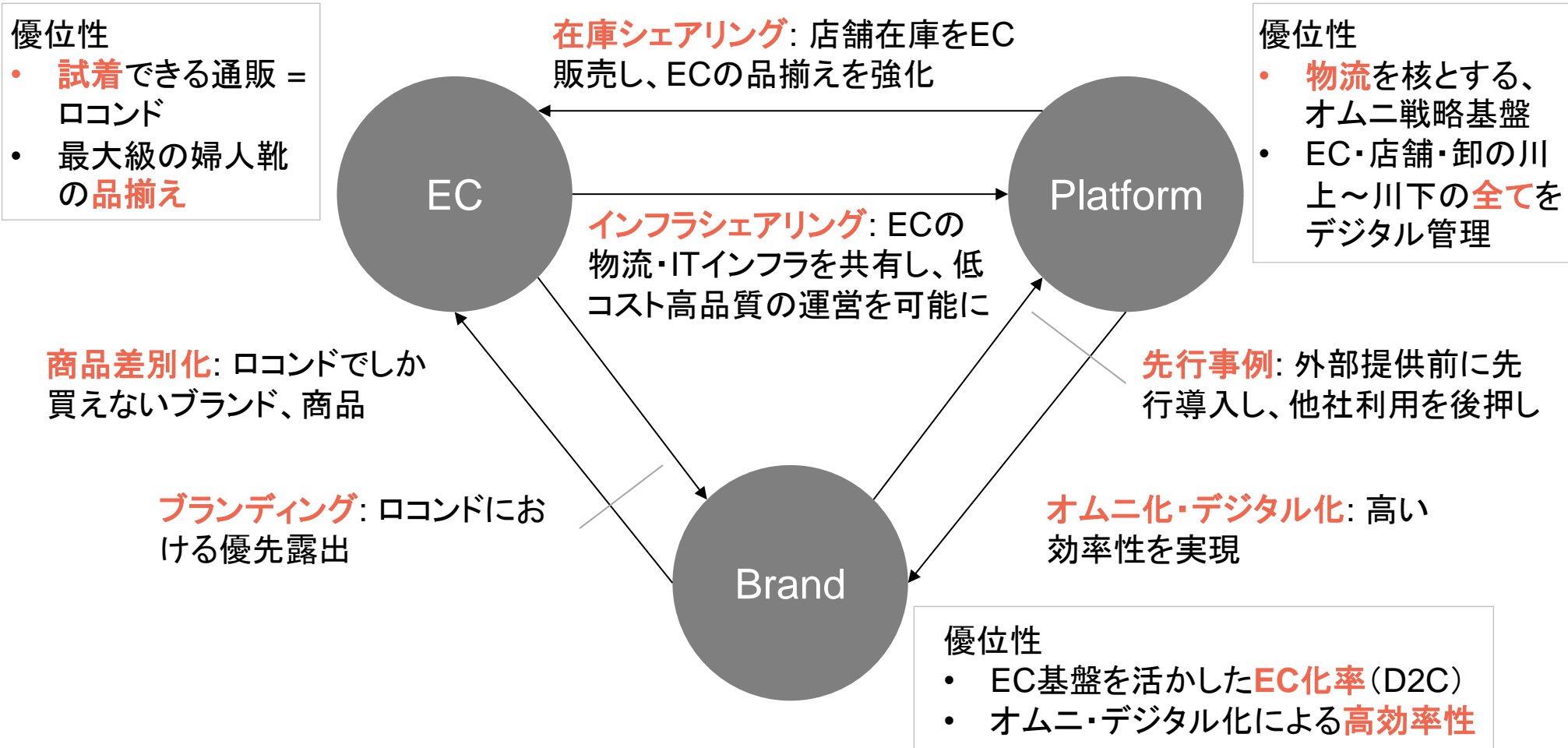


実績

- ✓ マスメディア広告を軸とする、1年半の積極投資期間を経て、本四半期は **+ 1.4億円の営業黒字**を計上
- ✓ 今期はファッション全体の需要が落ち込んでいた中、弊社は広告投資も抑制したにもかかわらず、アクティブユーザーは **90万人**を突破
- ✓ 引き続き、EC事業、Platform事業、Brand事業、各々の強化。「個」の強化と「相互補完性」によって全体最適化を志向
- ✓ 但し、足もとの実績を踏まえ、今年度、主に**取扱高、売上高**の計画値を修正(19年11月11日の資料内容の反映)

ロコンドの事業ポートフォリオ、戦略骨子

相互補完的な3つの事業を運営することによって、各事業の競争優位性を確立し、安定収益性を伴う総合プラットフォームへ



損益計算書(PL) 単位: 百万円

第3四半期累計では、商品取扱高、売上高ともに30%以上の成長率。
但し、進捗率は低いため、計画値を見直し(後述)

項目	18年度3Q 実績	19年度3Q 実績	成長率	19年度 当初計画	進捗率
商品取扱高(返品後)	10,274	13,820	+ 34%	22,500	61%
売上高	4,827	6,357	+ 31%	10,000	64%
売上総利益	3,907	4,996	+ 27%	-	-
(対取扱高比)	38.0%	36.2%	-	-	-
EBITDA	△587	△70	-	-	-
営業損益	△646	△189	-	0	-
経常損益	△530	△207	-	0	-
当期純損益	△136	△208	-	200	-

貸借対照表(BS) 単位:百万円

純資産比率50.1%、D/Eレシオは0.4倍、ネットD/Eレシオは－0.2倍。
高い財務健全性を維持

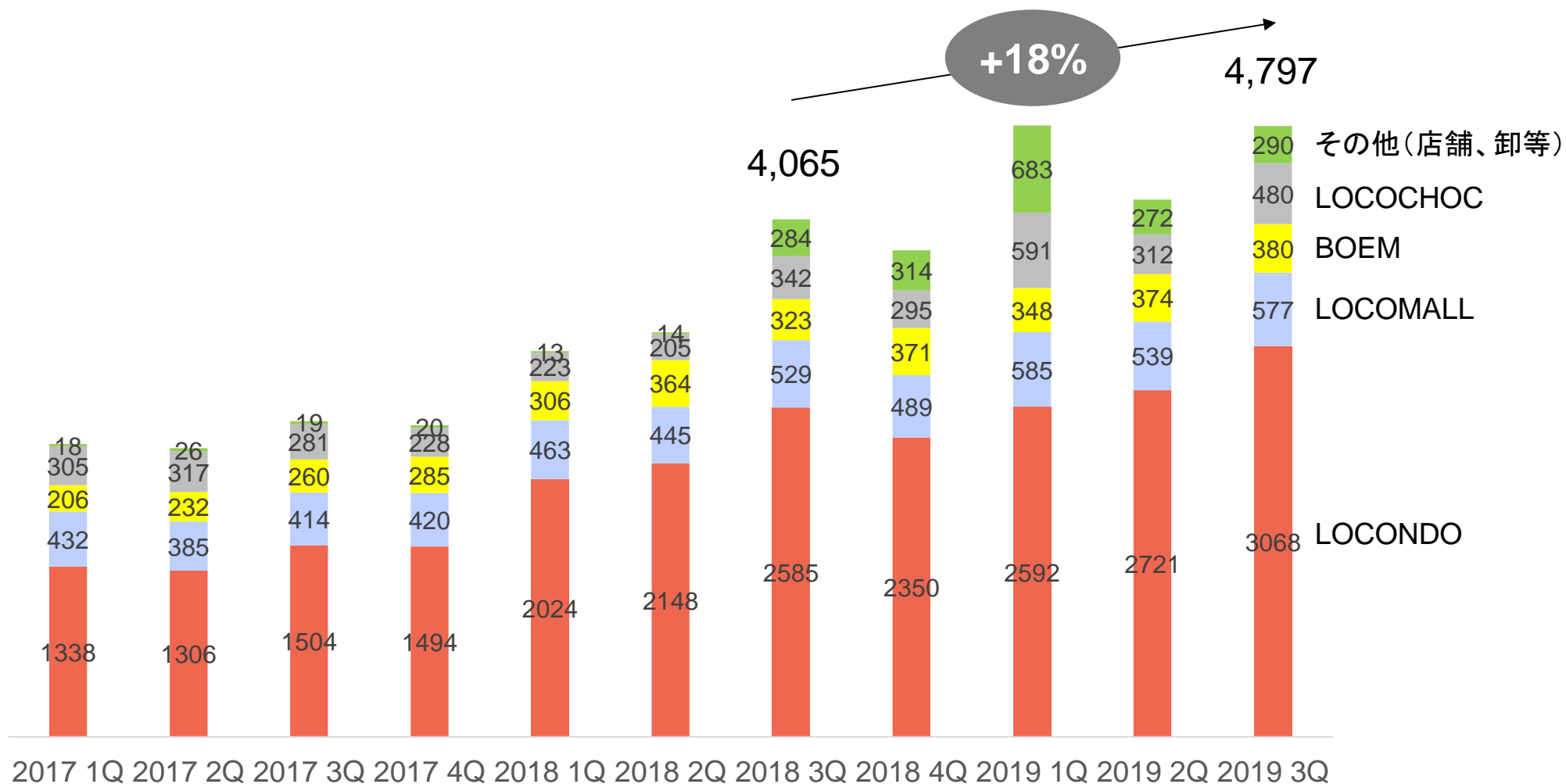
流動資産	4,842	流動負債	3,013
うち、現預金	2,193	うち、受託販売預り金	698
うち、商品	1,328	うち、借入金	1,300
固定資産	1,386	固定負債	95
うち、有形固定資産	147	負債合計	3,108
うち、無形固定資産	477	純資産	3,120
うち、投資その他	762	うち、株主資本	3,117
資産合計	6,229	負債・純資産合計	6,229

CMをメインに広告費用抑制の結果、販管費比率は6.7ポイント改善

項目	18年度3Q		19年度3Q		前期比	主な増減要因
	金額	対取扱高比	金額	対取扱高比	対取扱高比	
人件費	651	6.3%	909	6.5%	+0.2%	
社員	344	3.3%	510	3.6%	+0.3%	
パート／アルバイト	306	2.9%	398	2.8%	△0.1%	
荷造運搬費	890	8.6%	1,151	8.3%	△0.3%	
決済手数料	334	3.2%	430	3.1%	△0.1%	
広告関連費用	1,844	17.9%	1,655	11.9%	△5.9%	
うち変動費(Web広告・ポイント)	893	8.6%	1,040	7.5%	△1.1%	前年度に比べて抑えた広告投資
うち固定費(TVCM等)	950	9.2%	614	4.4%	△4.8%	TVCMの抑制
地代家賃	356	3.4%	406	2.9%	△0.5%	
その他	476	4.6%	633	4.5%	△0.0%	
販管費 合計	4,554	44.3%	5,186	37.5%	△6.7%	

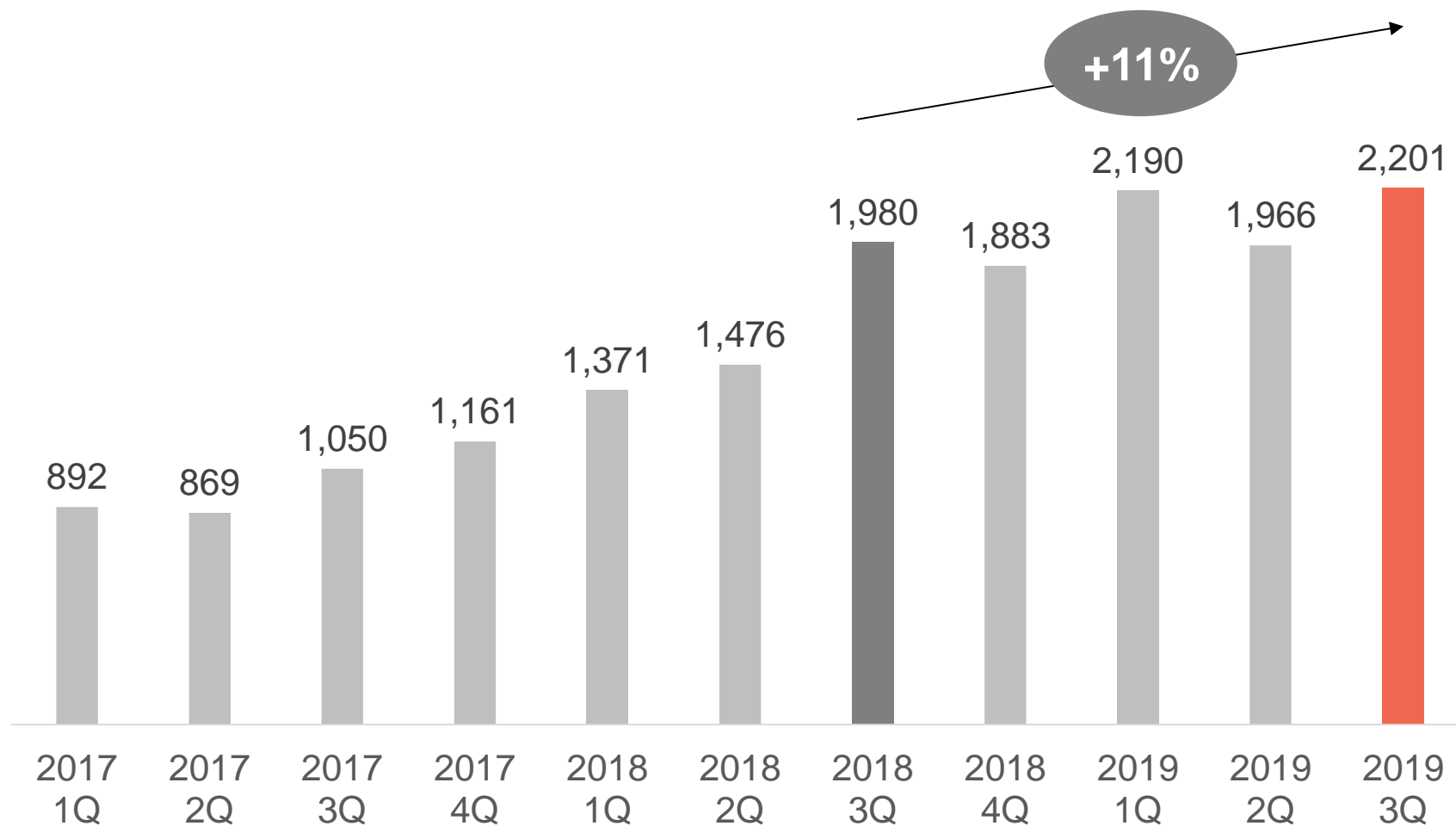
全体取扱高 推移 (単位: 百万円)

モバコレ合併効果も含めてロコンドが伸長し、連結取扱高は +18%



売上高 推移（単位: 百万円）

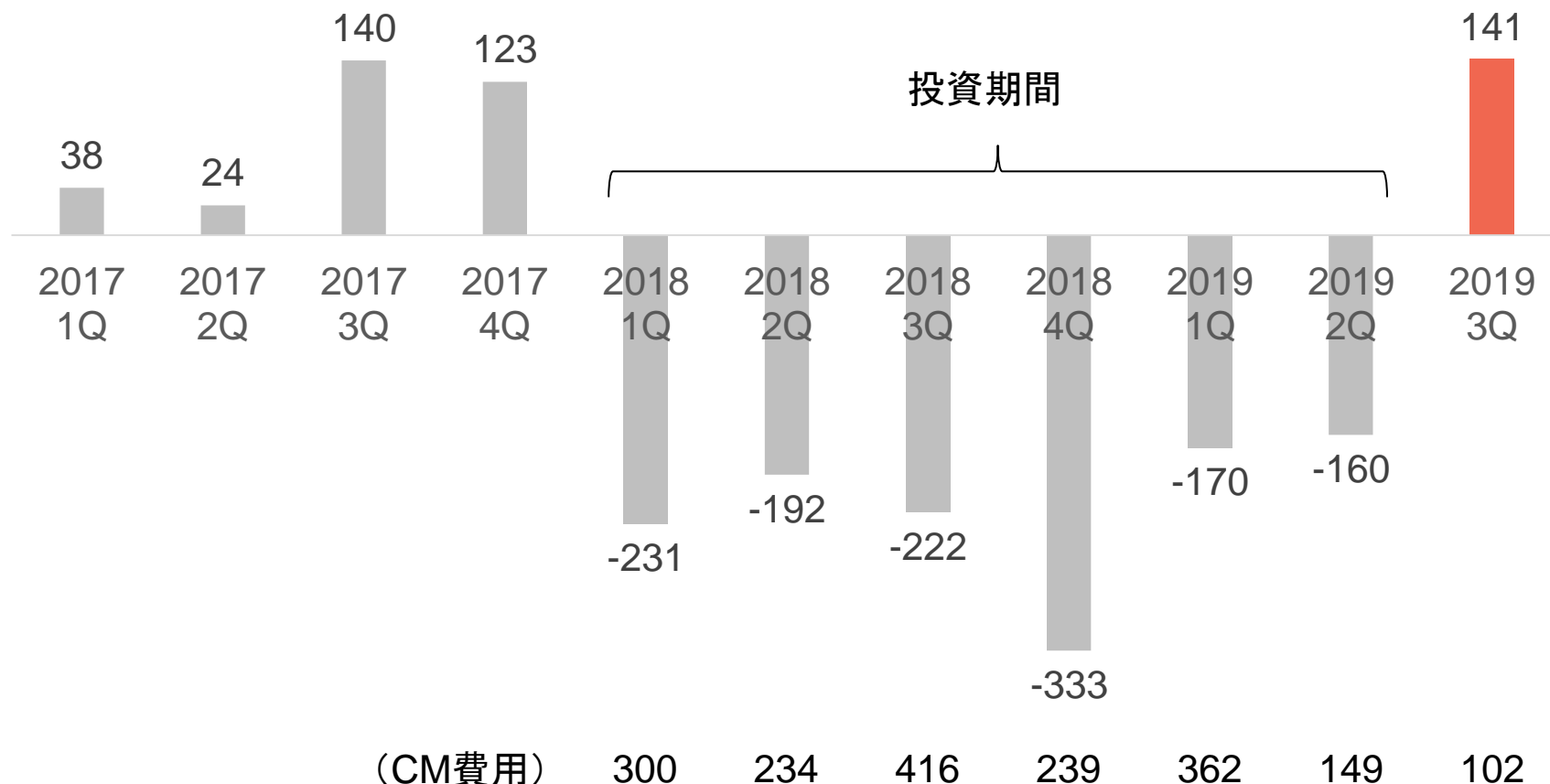
売上は +11%。e-3PL収入* 低下のため、伸び率は取扱高より低め



* e-3PL収入は取扱高には含まれず、売上高のみに含まれるため

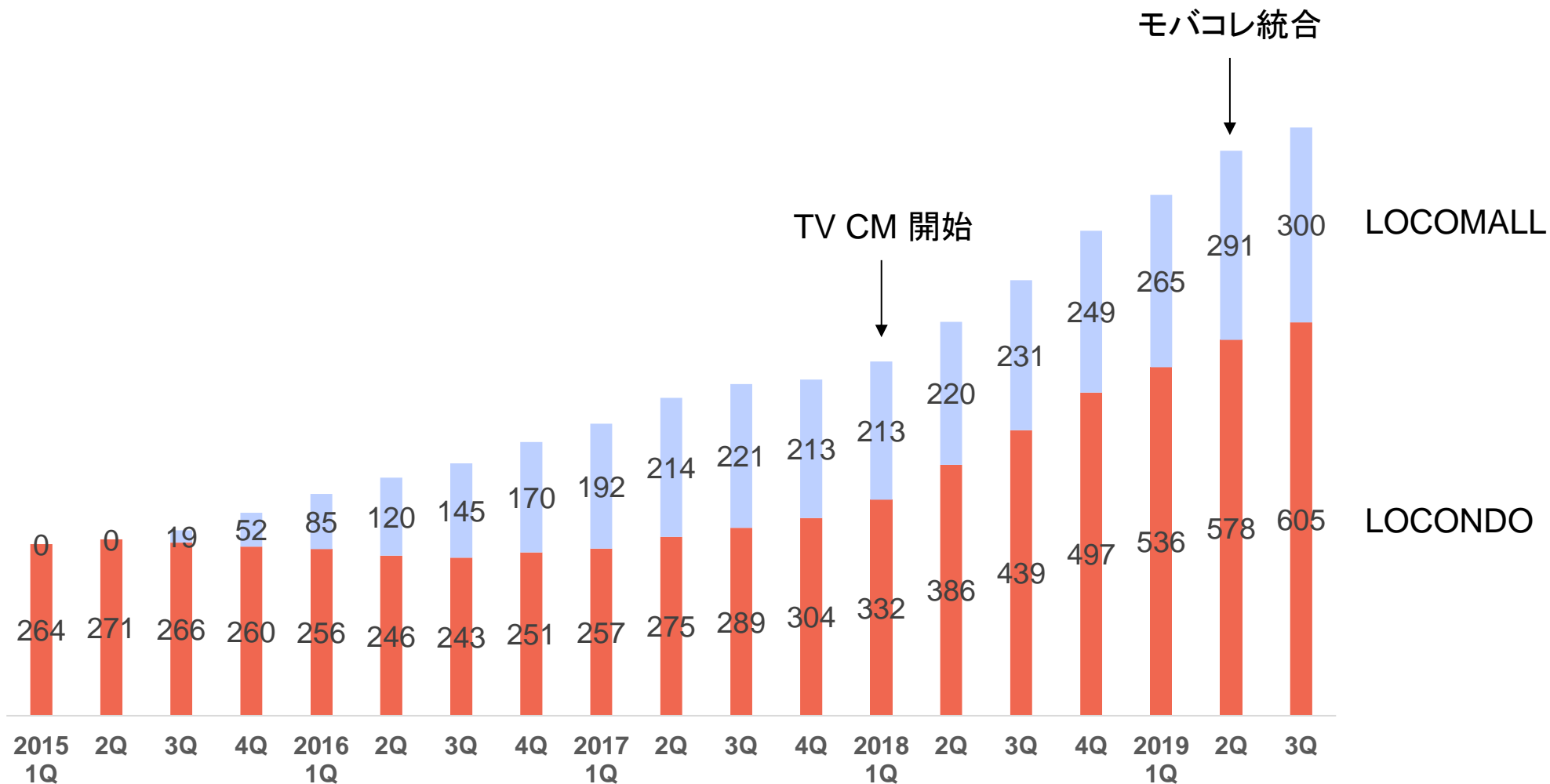
営業利益 推移 (単位: 百万円)

本四半期は過去最高の1.4億円の営業利益を計上。CM費用控除前の営業利益は + 2.4億円でこちらも過去最高水準

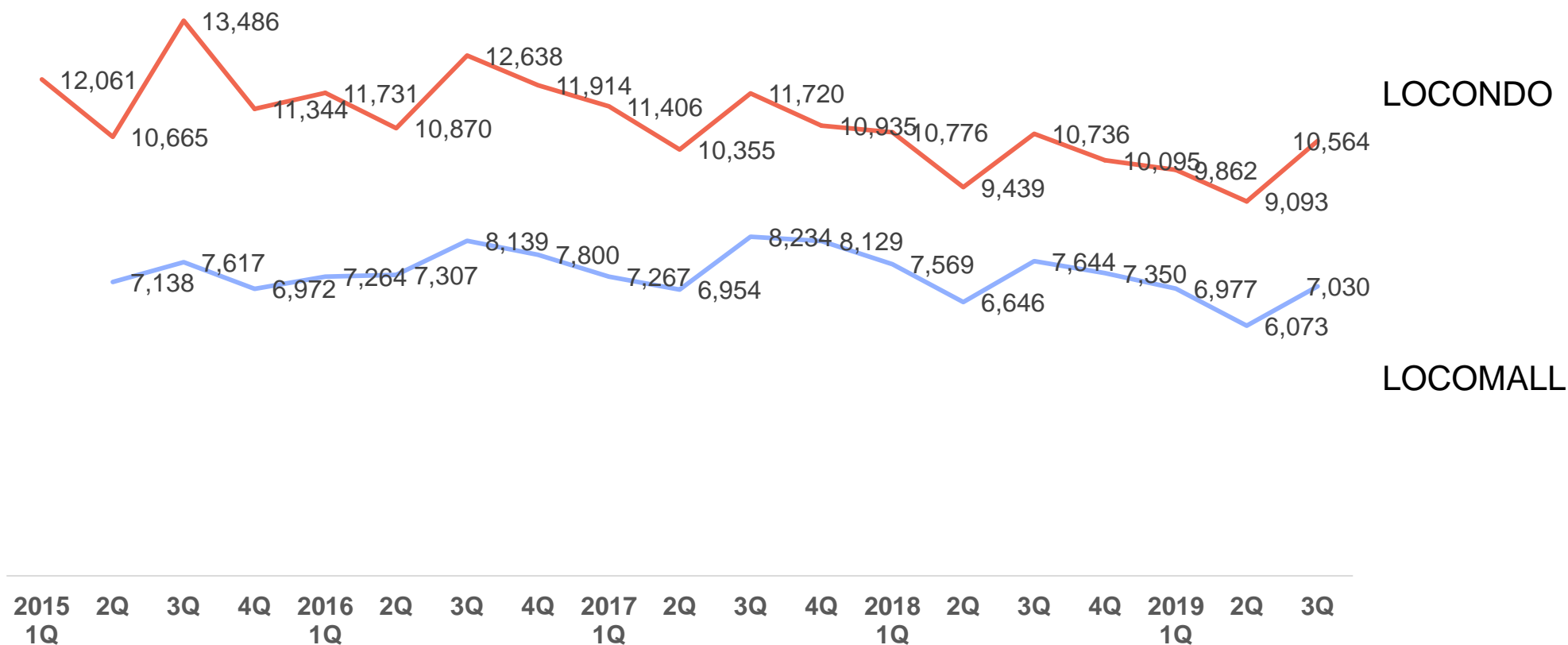


EC事業 アクティブユーザー数（千人）

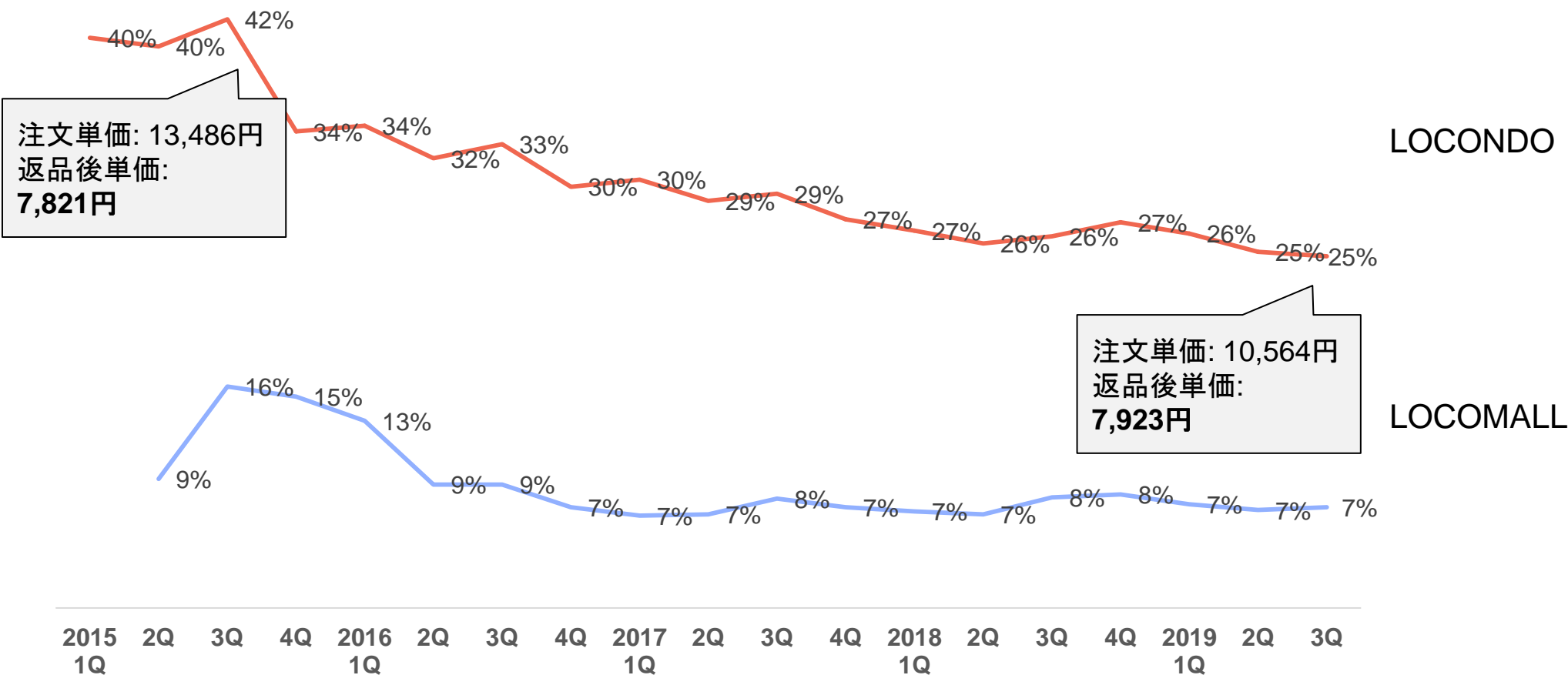
アクティブユーザー数（1年に1回以上、購入）は90万人を突破



低単価商材の需要増によって受注時点の平均客単価は下落



但し、返品率改善策が奏功し、返品率は改善し、遂に「25%未満」へ
 ⇒ 返品を加味すると、実質的な平均客単価はほぼフラット



送料・返送料の条件見直しに加えて、様々な「ジャストフィットを探しやすい」機能を提供する事によって返品率を改善

購入サイズ & ワイズ表示



ポイント付 詳細レビュー

このアイテムへのお客様の声

レビュー投稿で最大10,000ポイント

※投稿は（対象商品の）ご購入者のみ可能
※投稿可能期間は商品出荷48時間後から30日間です

柔らかい!

デザイン 品質 快適さ
★★★★★ ★★★★★ ★★★★★

皮が柔らかく、履き心地抜群です。

ロコメジャー & マイサイズ



ビッグデータ活用（試着レポート）

試着レポート

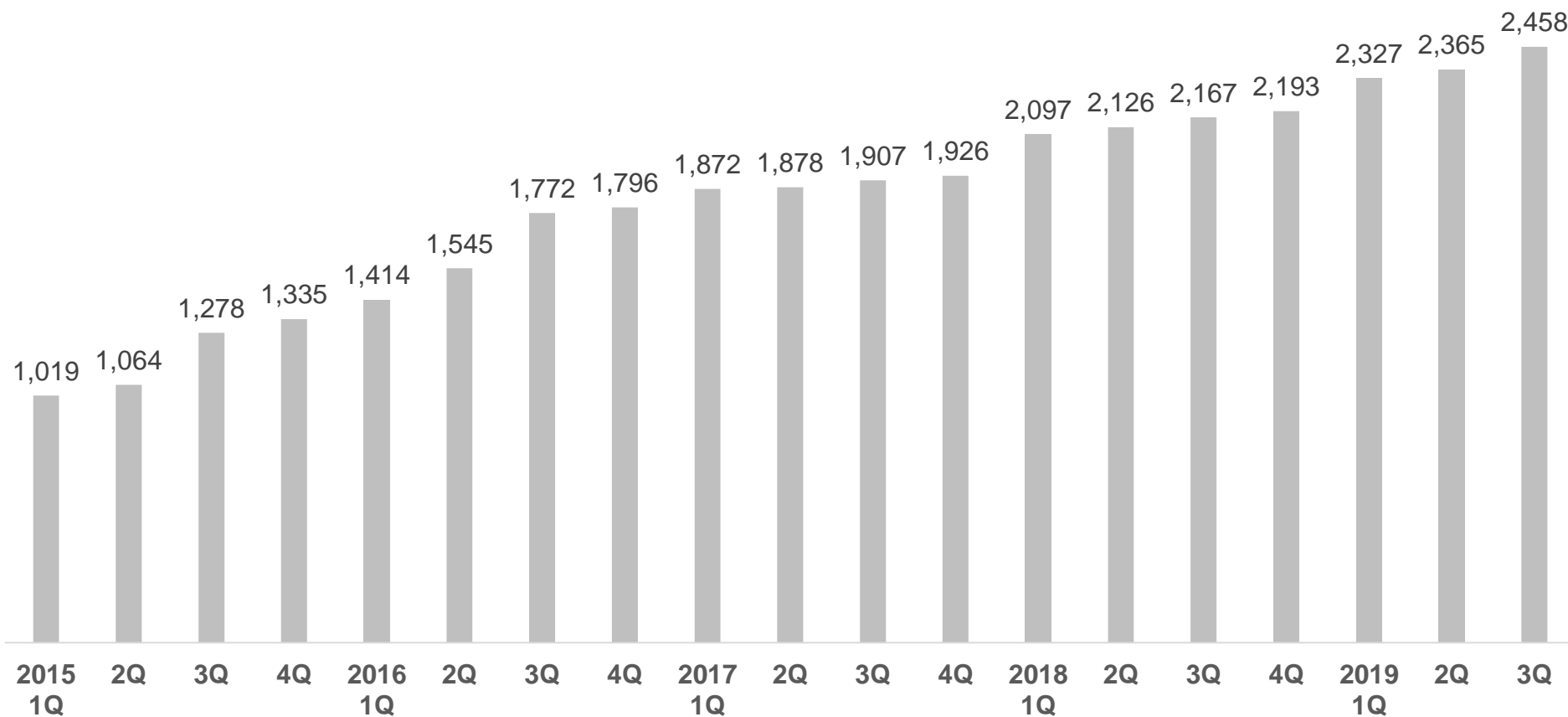
Viola & Emmaの試着結果（靴のみ）



この商品の試着結果

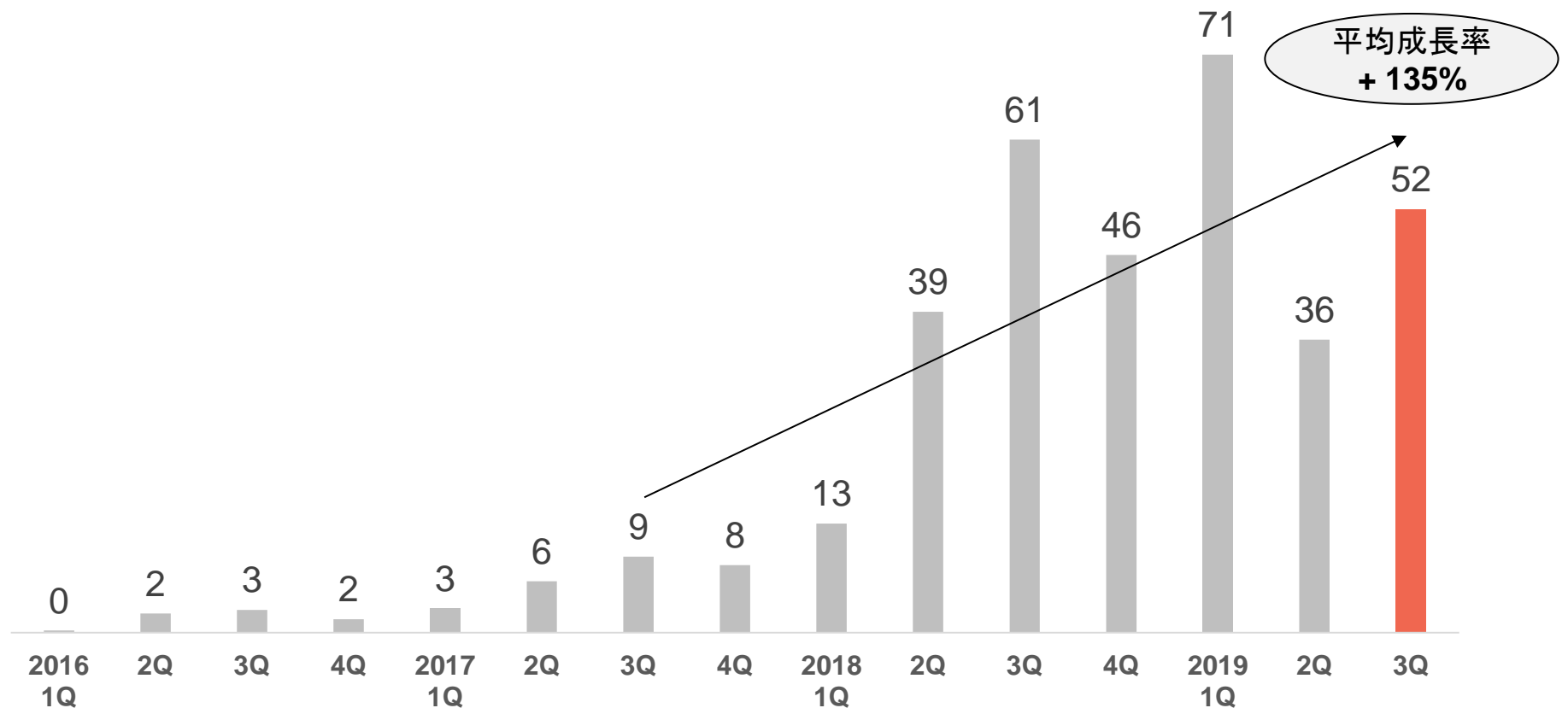


取扱ブランド数も順調に増加



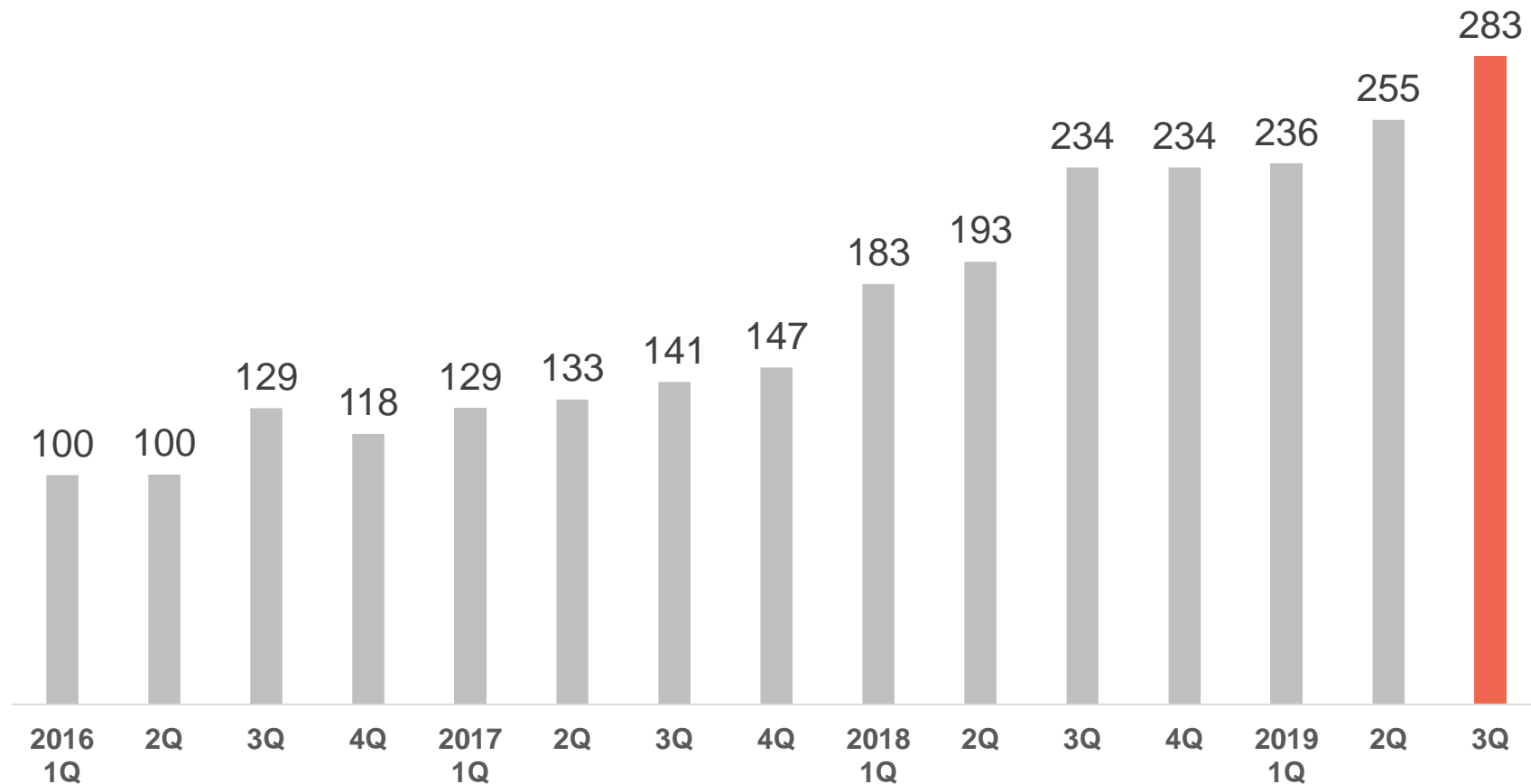
e-3PL(物流受託)出荷個数 (万個)

e-3PL出荷件数は一時的な変動で昨対は - 15%であるものの、CAGRは + 135%。4月の倉庫移転後は更に伸びていく見通し



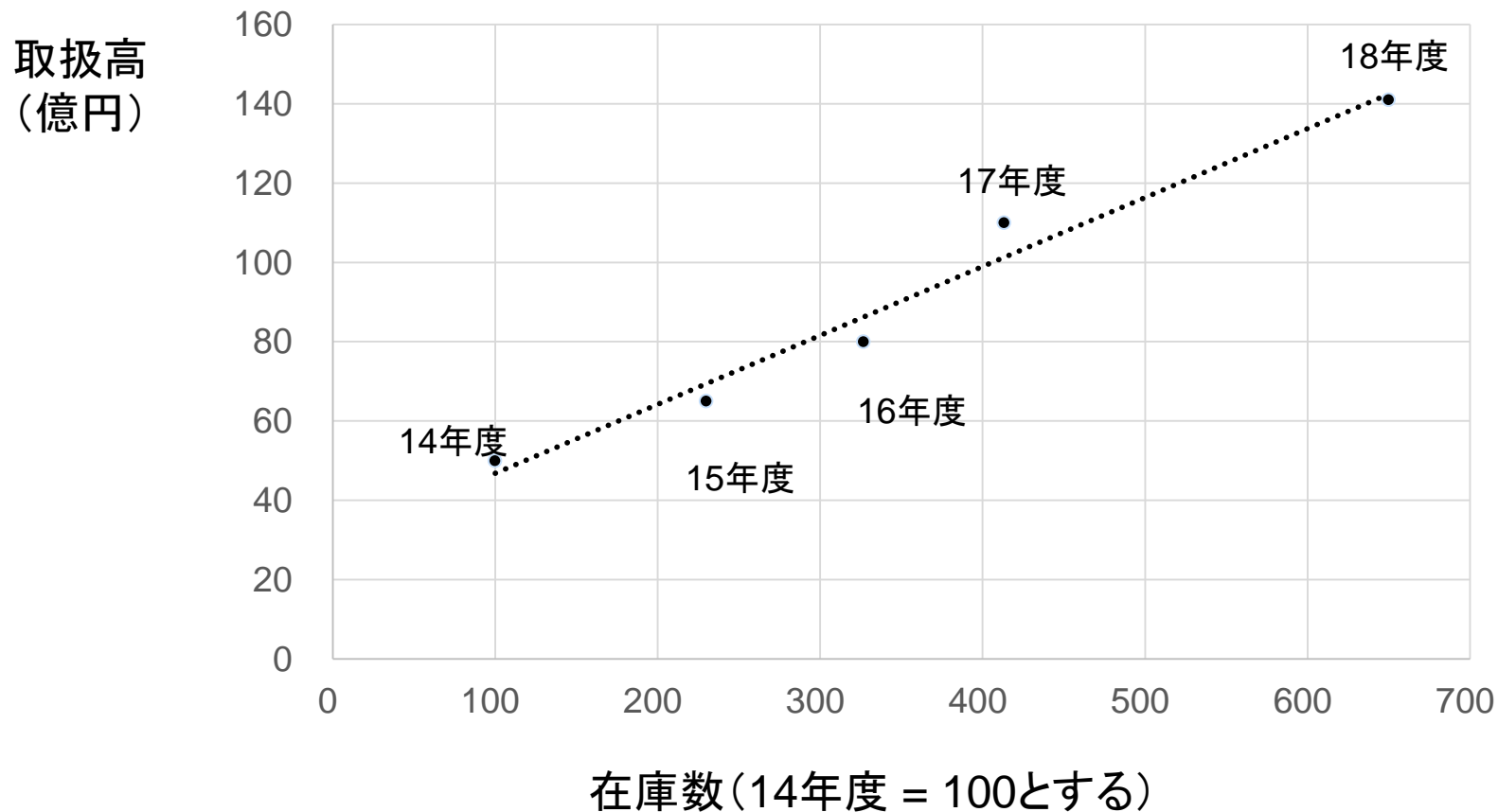
LOCOPORT 保管在庫数 推移 (2016 1Q末時点 在庫 = 100)

e-3PL契約数は順調に増加し、取扱在庫数も順調に増加



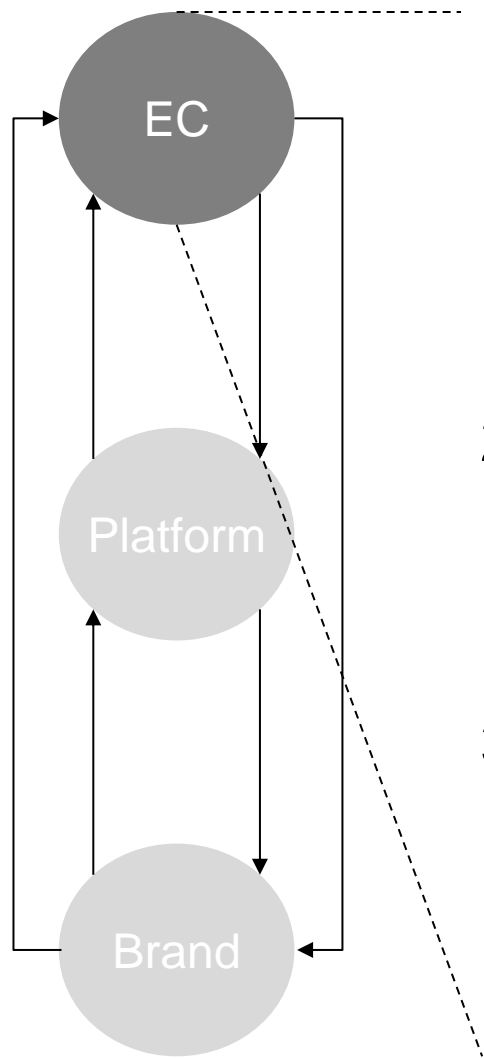
【参考】在庫数と取扱高の相関図

在庫数が増えれば、取扱高は増える。但し、買取在庫を増やすのはリスクであるため、カギとなるのがe-3PLを軸とする**在庫シェアリング**



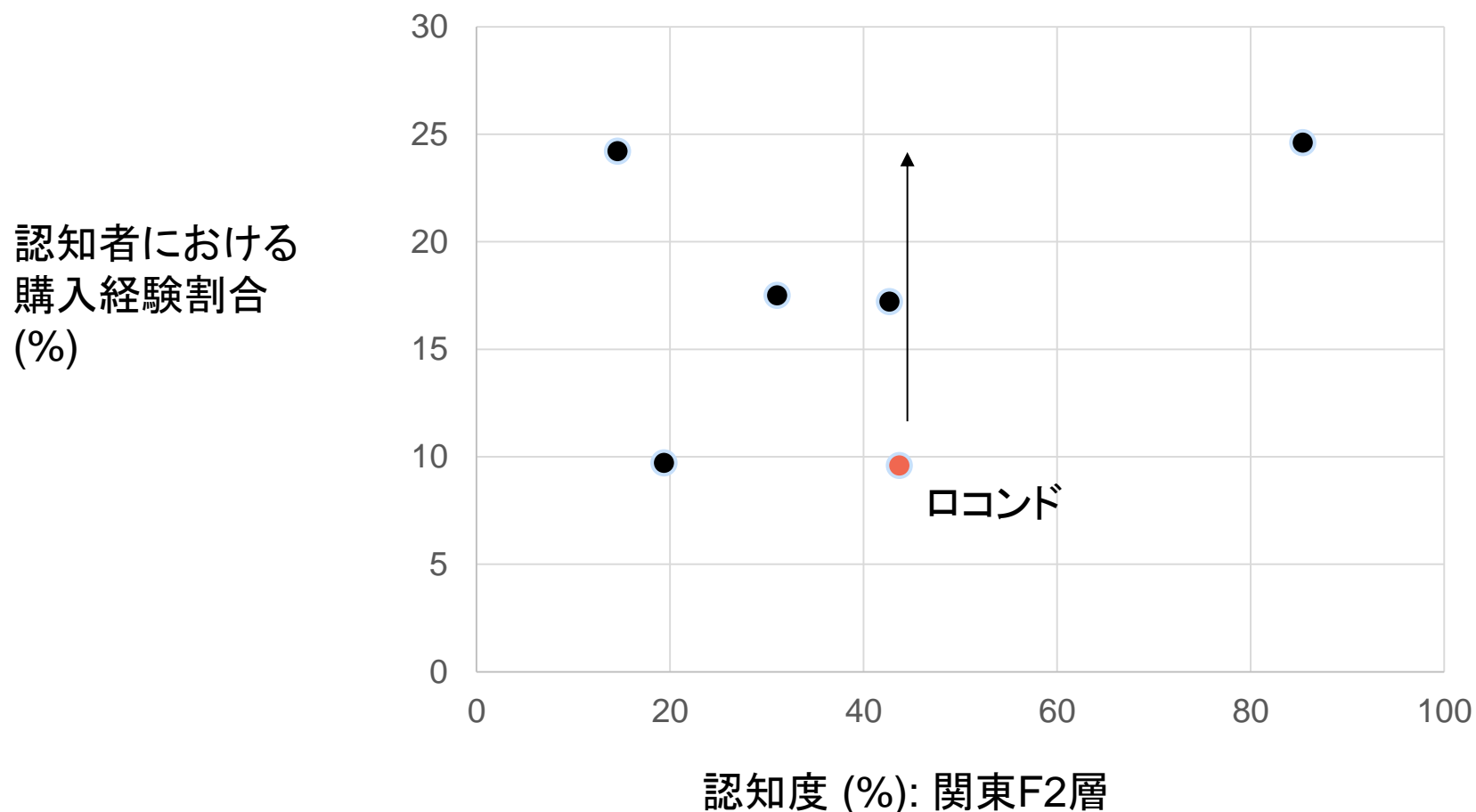
戦 略

【EC】現在の主な戦略



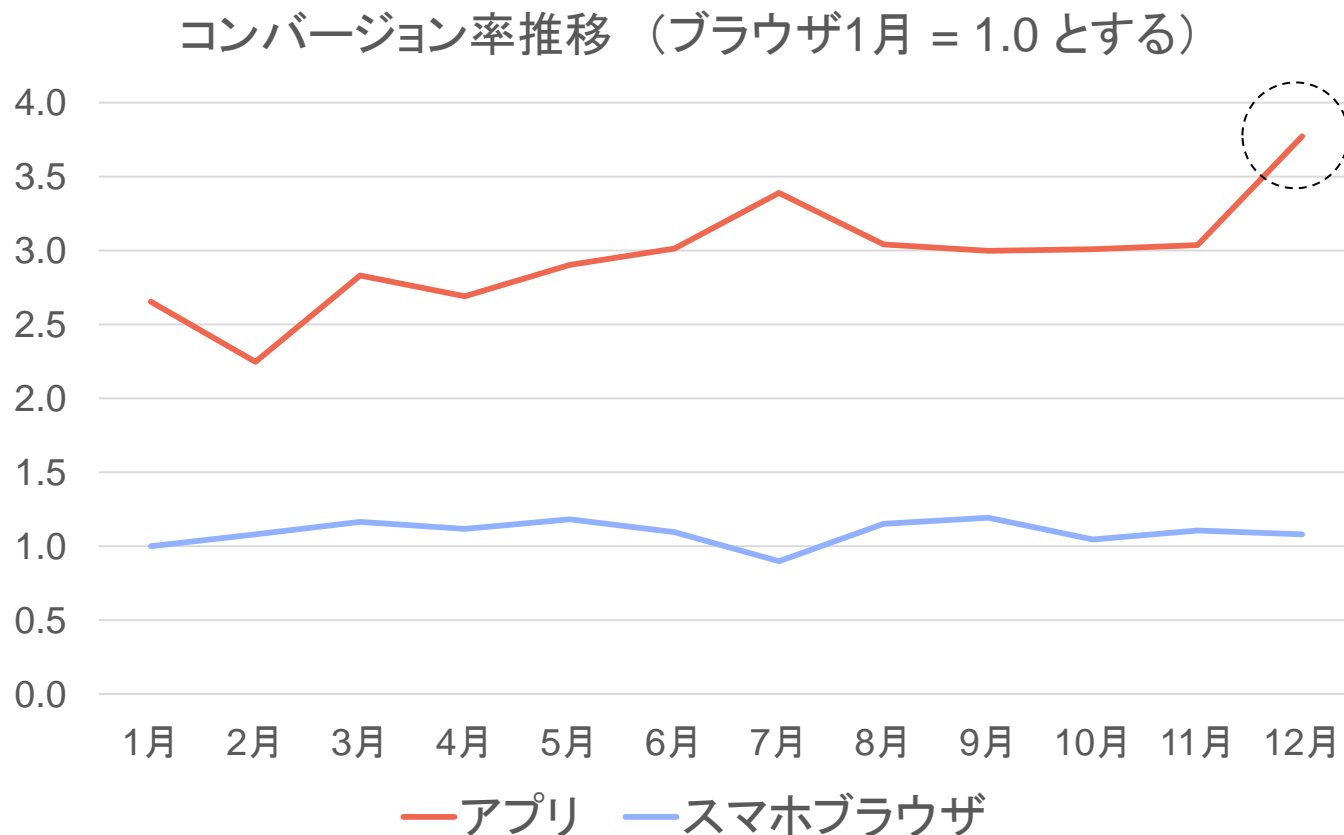
1. マスメディア広告投資を通じ、**F2層における高い認知度**（国内ファッション通販サイトで第2位）を構築...今年度は「自宅で試着」も浸透
2. 本四半期はブラウザと比べてもコンバージョン率の高い**アプリのUI/UX改善**に注力し、アプリのコンバージョン率を向上
3. 今月からはECにおける**コンテンツマーケティング**にも注力し、ECとしての魅力度を向上...第一弾は「踊る！新作受注会(1/21～)」

認知度は昨年3月時点で既に国内2位。今年のテーマは購入経験割合のアップ = コンバージョン率の向上



EC戦略② アプリのUI/UX最適化

スマホブラウザと比べるとコンバージョン率が高いアプリのUI/UXの特に「検索」機能を改修。アプリコンバージョン率* は最高値を記録



EC内のプロモーションとしてのコンテンツ制作を強化。第一弾は21日から「踊る！新作受注会」。今後は毎週、新コンテンツをアップ



model : 東條公美

Instagram : [instagram.com/tomomi_tojo](https://www.instagram.com/tomomi_tojo)

1989年7月11日生まれ。神奈川県出身。日本と韓国のハーフでありバイリンガル。歌手でデビューしその後CMやMC、モデルなどとマルチにこなす女優。世界のワイナリー巡りやワインイベントに出演するなど幅広く活躍中。



SNIDEL



CECIL McBEE

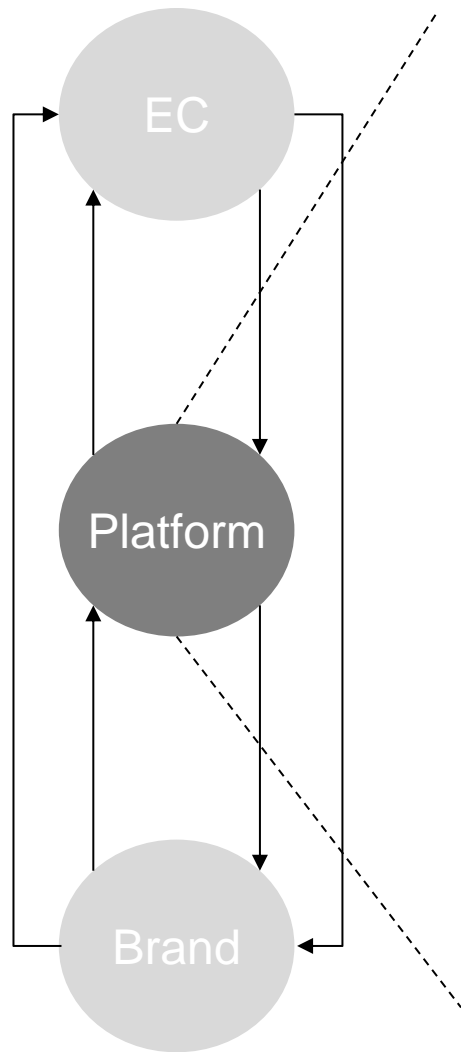


Charles & Keith



gelato pique

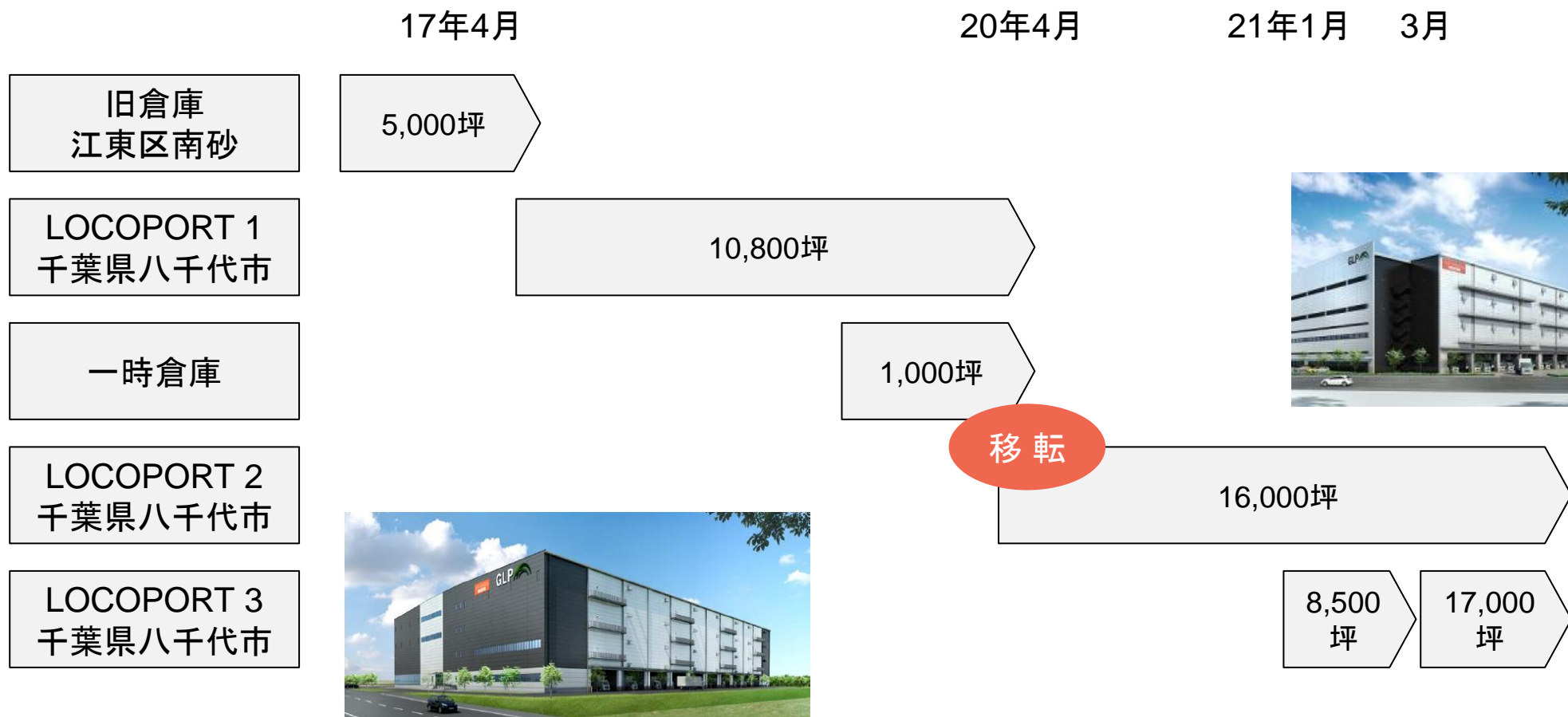
【PLATFORM】現在の主な戦略



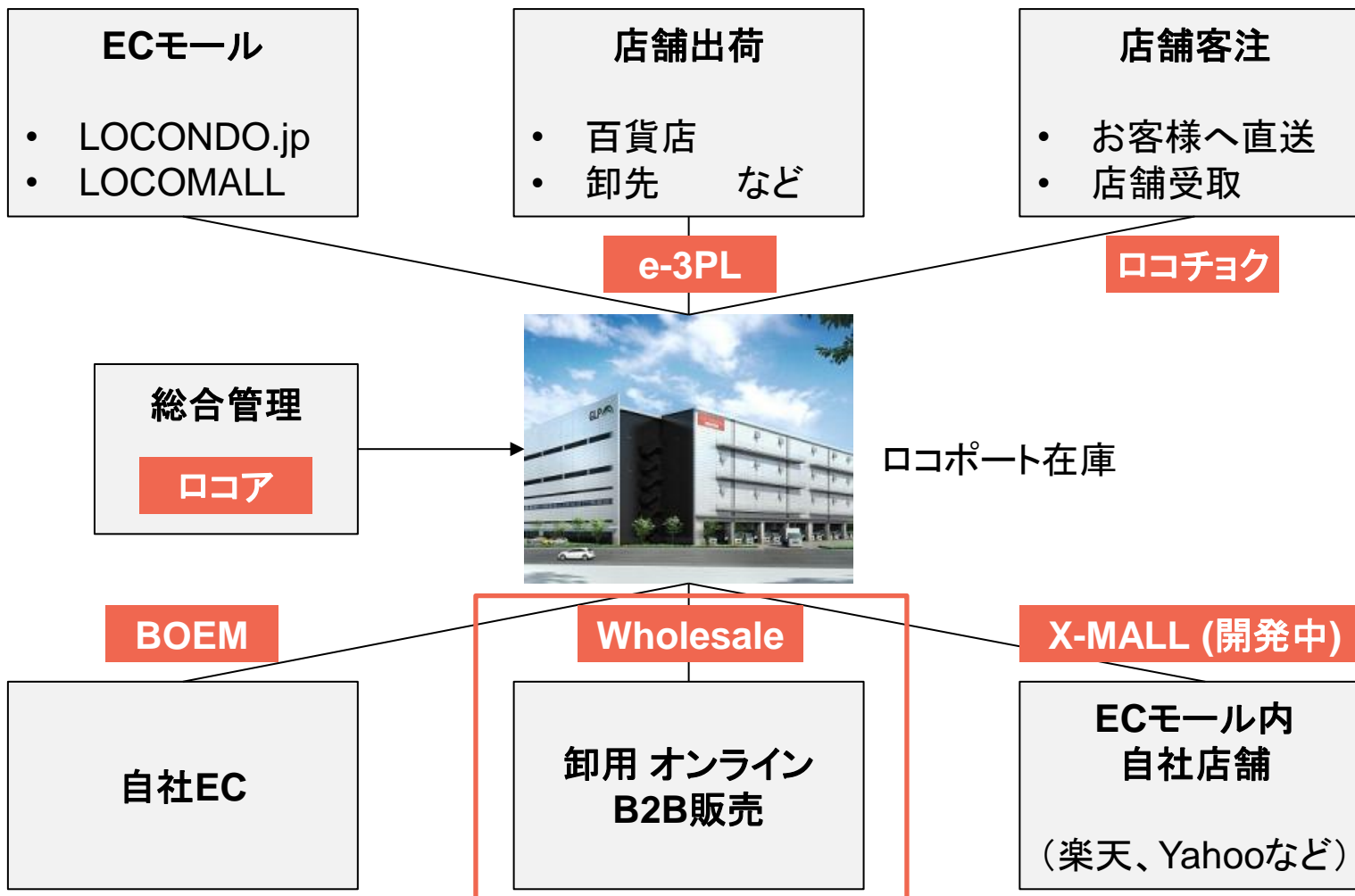
1. 4月から新倉庫(LOCOPORT II)へ移転開始。保管キャパシティの拡大に加えて、**入庫自動化レーン**の設置面積も確保
2. キャパシティ拡大に伴い、ショップ様の**在庫一元化** = 在庫シェアリングを加速するため、一元化の範囲を拡張(卸、次は他社モール)
3. 更に**情報一元化**も引き続き推進。基幹システムのL'OCOREは一部取引先様への限定公開開始... 但し、総花的にはならぬよう、**在庫一元化を優先**

PLATFORM戦略① ロコポート移転・拡張

4月の倉庫移転以降、段階的に倉庫面積を拡張し、最終的には2.8倍のキャパシティを確保



卸用の販売在庫も一元化が可能に

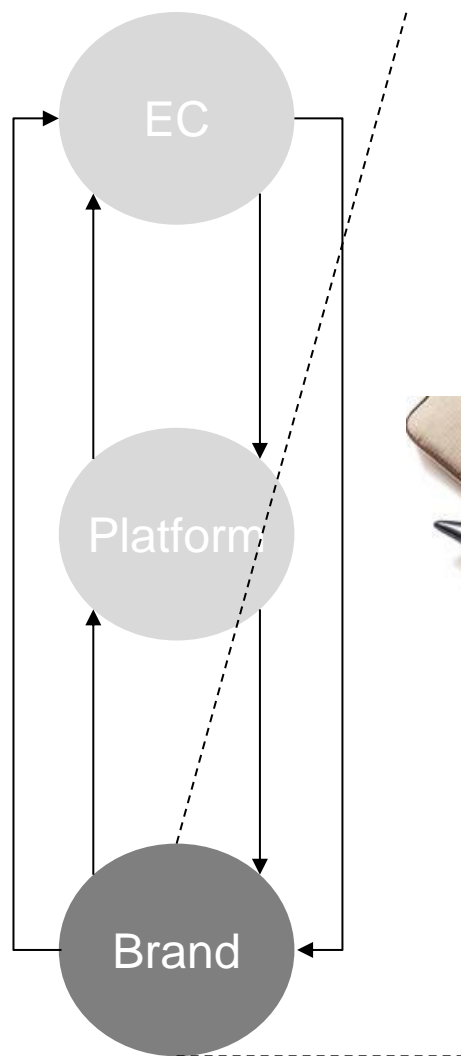


L'OCORE限定公開も開始。但し、基幹系は我々の得意領域でないため、あくまで在庫一元化を軸に、その他は必要最低限に留める

The screenshot displays the L'OCORE office edition interface. The top navigation bar includes the logo, user name 'ショップ管理者様 SMZ10090D', a '全画面' button, and a link to 'パートナー様管理画面サイト'. The left sidebar contains a menu with items like '受注・発注', '卸売受注', '仕入発注', '入荷・出荷', '売上・仕入', '商品', '倉庫', '取引先', and 'ユーザー'. The main content area is titled '仕入発注詳細' and shows a breadcrumb trail: 'ホーム > 仕入発注 > 仕入発注一覧 > 仕入発注詳細'. Below this, there are tabs for '発注情報' and '発注明細情報'. The '発注情報' section contains a table with the following data:

発注情報	
仕入先	M-B456K2XK 56
仕入発注番号	SPO-20191121185445-98663
仕入発注自社番号	<input type="text"/> [50桁]
ステータス	発注済
発注日	<input type="text" value="2019/11/21"/> 必須
納入予定日	<input type="text" value="2019/11/28"/> 必須

【BRAND】現在の主な戦略



1. 本革、イタリアンデザイン、メイドインジャパンならではの高品質と快適性、なのに9,800円* のViola & Emmaは型数UPに加え、百貨店でも取扱開始



2. インスタグラマー(芸能人含む)やYouTuberとのD2Cブランド開発プロジェクトもスタート。春夏から複数のオリジナルシューズブランドを開始予定

- 年内、本格検討していた複数のM&A案件に関しては、条件が折り合わなかったため、検討中止。年に1~2件という目線で引き続き、候補を探していく
- 3つの事業に該当しない新規事業も着手開始。予算としては年間1億円以内という規律下で成長の種を撒いていく

19年度 計画値の修正 (単位: 億円)

11月11日の追加説明通り、取扱高を修正し、それに合わせて売上も修正。利益は引き続き通期で0を目指すものの、下振れリスクを加味

	18年度 実績	19年度 当初計画値	19年度 修正値
取扱高	141	225	180 - 185
売上高	67	100	83 - 85
営業利益	▲ 9.8	0	▲ 1.5 - 0
経常利益	▲ 8.6	0	▲ 1.5 - 0
当期純利益	▲ 4.7	2.0	0.5 - 2.0

- 本資料は、株式会社ロコンドの事業及び業界動向に加えて、株式会社ロコンドによる現在の予定、推定、見込みまたは予想に基づいた将来の展望についても言及しています。
- これらの将来の展望に関する表明は、様々なリスクや不確実性が内在します。
- すでに知られたもしくは知られていないリスク、不確実性、その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。
- 株式会社ロコンドは、将来の展望に対する表明、予想が正しいと約束することはできず、結果は将来の展望と著しく異なることもありえます。