



2021年10月15日

会社名 株式会社 ロコンド
代表者名 代表取締役社長 田中 裕輔
(コード番号：3558 東証マザーズ)
問合せ先 管理本部ディレクター 田村 淳
(TEL：03-5465-8022)

<マザーズ>投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時	2021年10月14日 18:00～19:00
開催方法	インターネットを利用した動画配信
開催場所	当社ホームページ https://www.locondo.co.jp/ir
説明会資料名	2022年2月期 第2四半期決算説明会資料 2022年2月期 第2四半期決算説明会追加資料 2022年2月期 第2四半期 DATA SHEET

【添付資料】

2022年2月期 第2四半期決算説明会資料
2022年2月期 第2四半期決算説明会追加資料
2022年2月期 第2四半期 DATA SHEET

※この書面（添付資料を含む。）は、有価証券上場規程施行規則第427条に基づき、公衆縦覧に供されます。



LOCONDO.jp

21年度（22年2月期）

第2四半期 決算説明資料

2021.10.14

要 旨

- 21年度2Q累計(3~8月)は取扱高**98.6億円**(昨年比: **+6%**)、売上**46.9億円**(昨年比: **-3%**)、営業利益は**4.0億円**(昨年比: **-35%**)で着地しました。緊急事態宣言の影響に加えて、昨年度第2四半期はD2Cブランドの出荷(ReZARD第一弾)が偏重したため厳しい結果となりました。
- プラットフォーム事業では8月にALL-IN-ONEパッケージも開始しfitfit様に導入致しました。9月からfitfit様のBOEM売上も大幅に伸長し、確実な手応えを感じております。又、ECモール事業も9月以降は徐々に需要回復傾向にある事に加え、春夏から着手して来た様々な策がローンチしていくため期待できる下期になると見込んでいます。
- その上で上期進捗と足もとの状況を踏まえ、今年度の業績予想を修正・精緻化致しました。
 - 取扱高: 250億円 → **215億円**(昨年度: 205億円、進捗率: 46%)
 - 売上: 120 - 125億円 → **103億円**(昨年度: 102億円、進捗率: 46%)
 - 営業・経常利益: 8.5 - 15億円 → **10億円**(昨年度: 14億円、進捗率: 41%)
 - 当期純利益: 5.7 - 10億円 → **7億円**(昨年度: 12.5億円、進捗率: 44%)
- 7月には自社株買いを行いました。今後の株主還元策に関しては現在も積極検討している様々なM&Aの資金需要、それに伴う成長投資額を見据えながら検討して参ります。

BE THE ONLY

ネットで靴なんて売れるはずがない。
在庫と情報の一元化なんて簡単じゃない。
ブランド作りなんてできるはずがない。

ロコンドはこれまで多くの「できるはずがない」に挑戦し、成長して来ました。

これからも既成概念にとらわれなくて、
お客さまやブランド様に「ONLY
LOCONDO CAN DO」の価値を提供し、
世の中にインパクトを与えます。

Fast

スピーディーにフレキシブルに動く

Faith

成果でもって社内外から信頼を得る

Fair

公平で透明で高い倫理観を持つ

Fun!

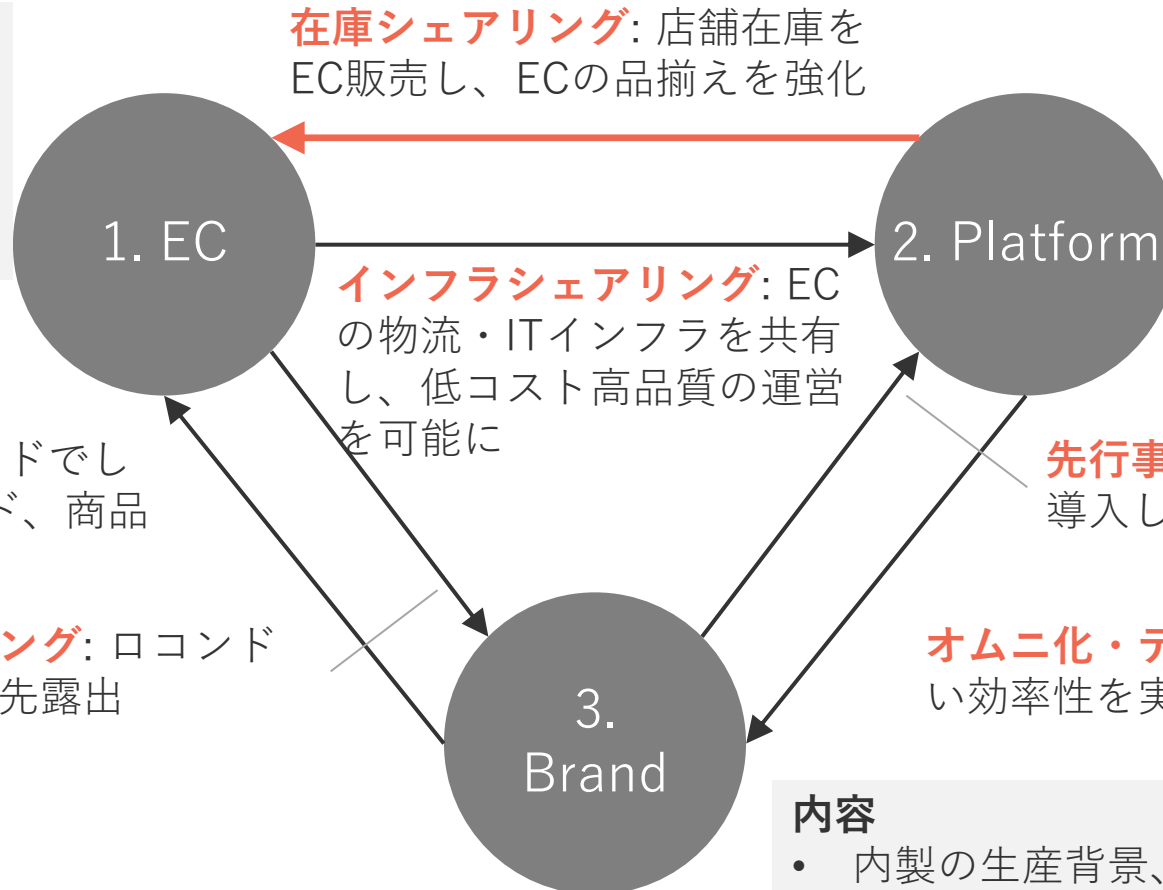
何事もポジティブに楽しむ！

3つの事業から成る、ロコンドの「エコシステム」

ロコンドは相互補完的な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

内容

- **試着**できる通販 = ロコンド
- 最大級の婦人靴の**品揃え**



内容

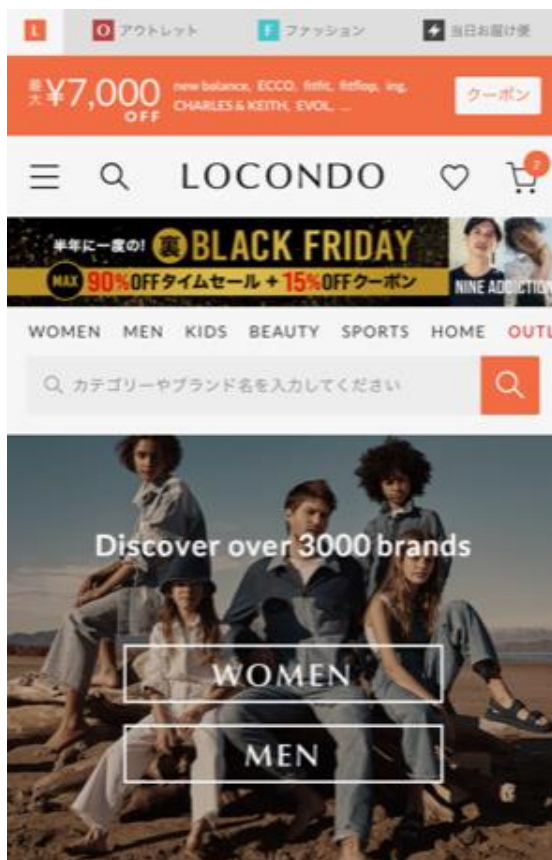
- EC、小売、卸などあらゆる事業の**物流倉庫のハブ**として活用可能できる高機能e-倉庫
- EC・店舗・卸の川上～川下の**全て**をデジタル管理

内容

- 内製の生産背景、**スピード**開発
- **YouTube**を軸とする高度な企画力

1. EC MALL 事業

ECモール事業としては自社運営の**自社モール**（LOCONDO.jp、FASHION WALKER）と楽天やPayPayに出店する**他社モール**の大きく2つを運営中



LOCONDO.jp



Fashion Walker



LOCOMALL 楽天店

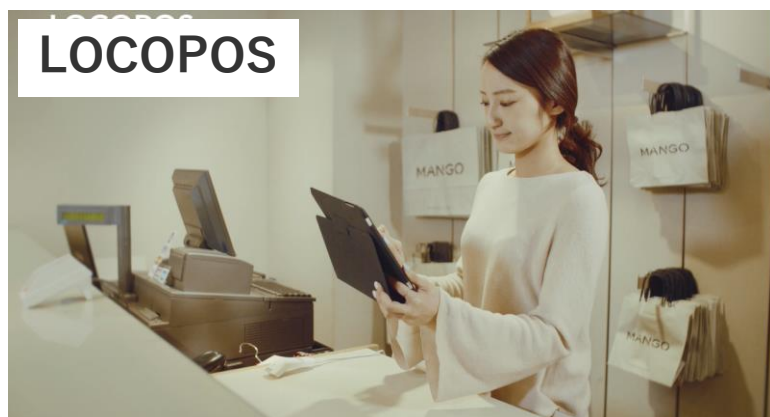


LOCOMALL PayPay店



2. PLATFORM 事業

物流倉庫のハブとしての在庫一元化に加えて、DX* を通じたデータ一元化を実現するための幅広いシステム、サービスを提供中



* デジタルトランスフォーメーション

3. BRAND 事業

YouTube上のインフルエンサーを活用したD2C (Direct To Consumer) ブランドを開発し、EC上で販売。ロコンド自身のYouTubeチャンネルも

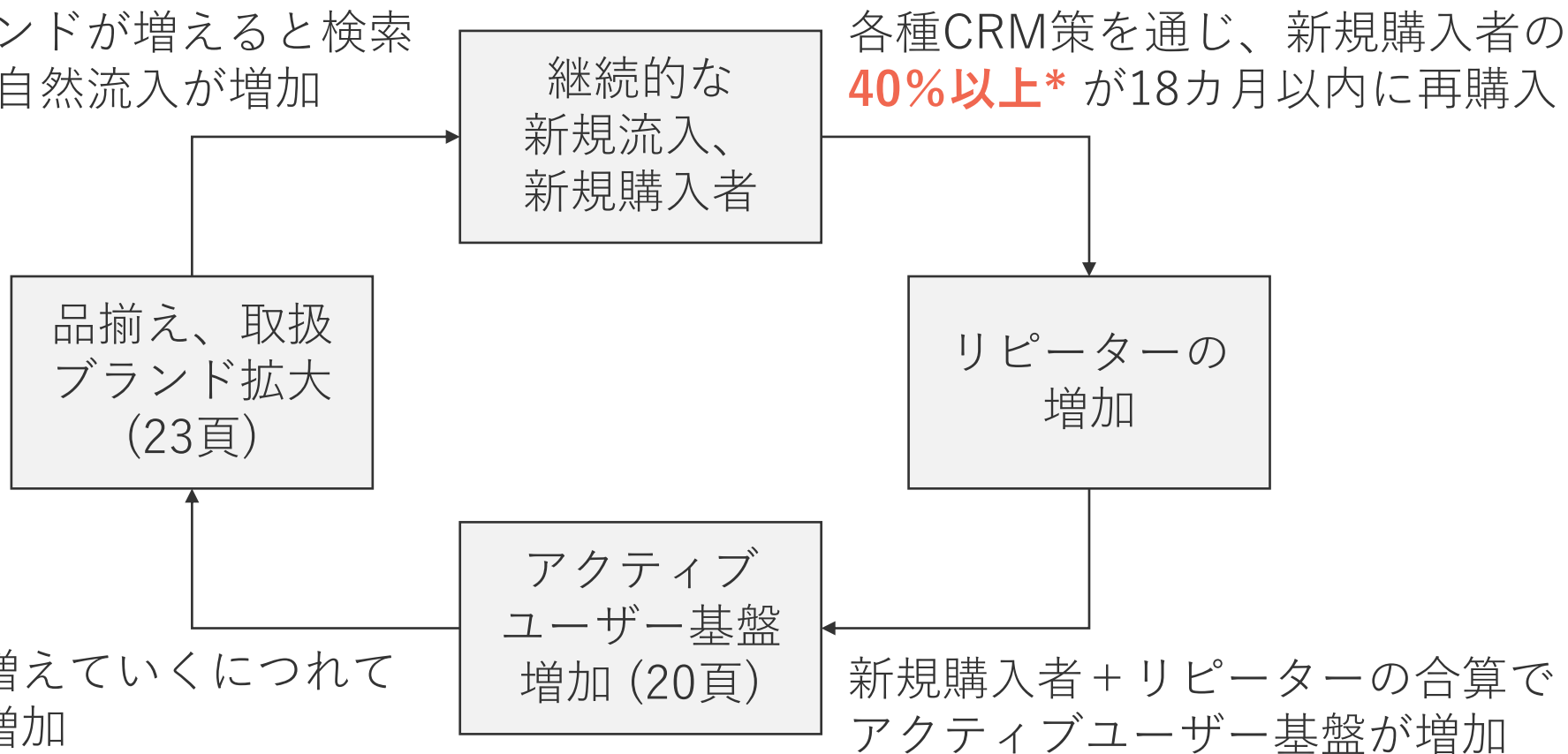


ロコンドチャンネル
チャンネル登録者数 10.2万人

ロコンドの売上構造 – 売上積み上げモデル –

新規購入者→リピーター化→アクティブユーザー基盤の拡大→品揃え強化→新規流入の増加、という循環によって**売上が積み上がる**モデル

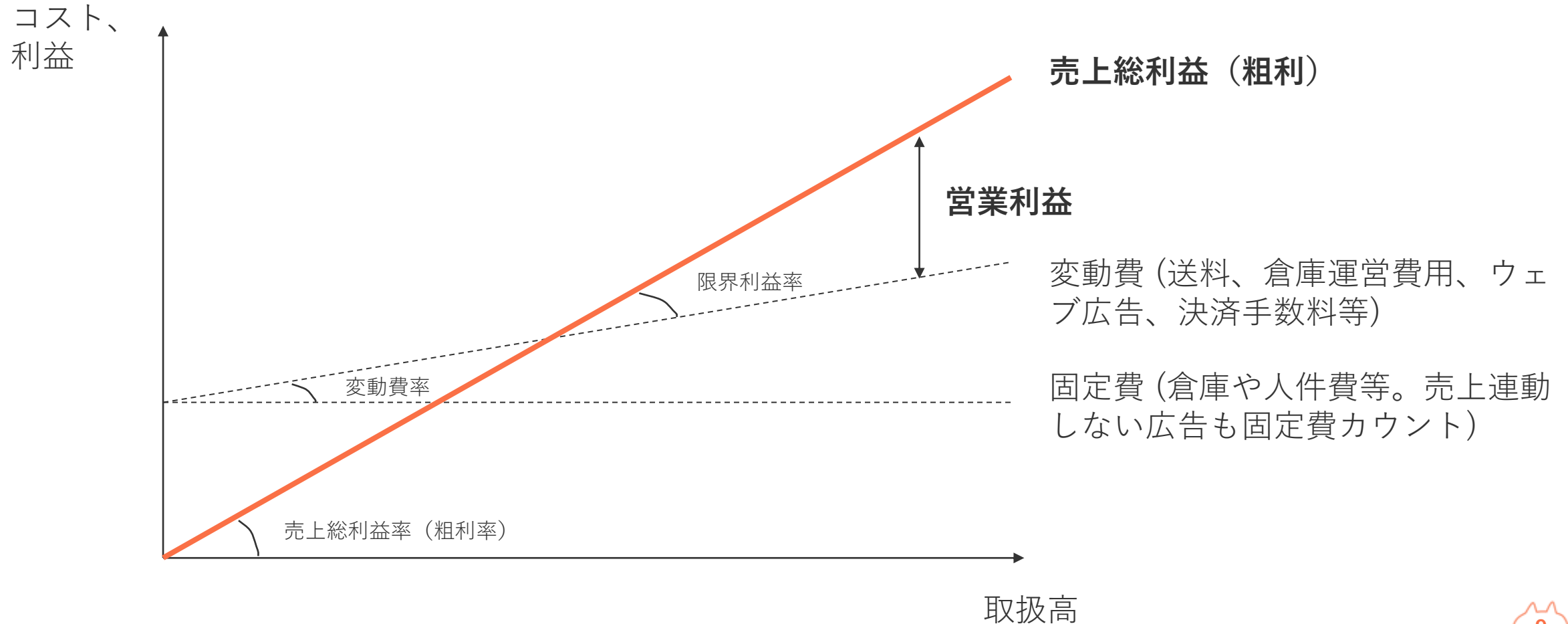
品揃えやブランドが増えると検索 (SEO) からの自然流入が増加



* 2019年1~12月の初回購入者を対象。LOCONDO.jpのみ、旧モバコレ会員は除く。サイズ交換やキャンセル・返品は除く

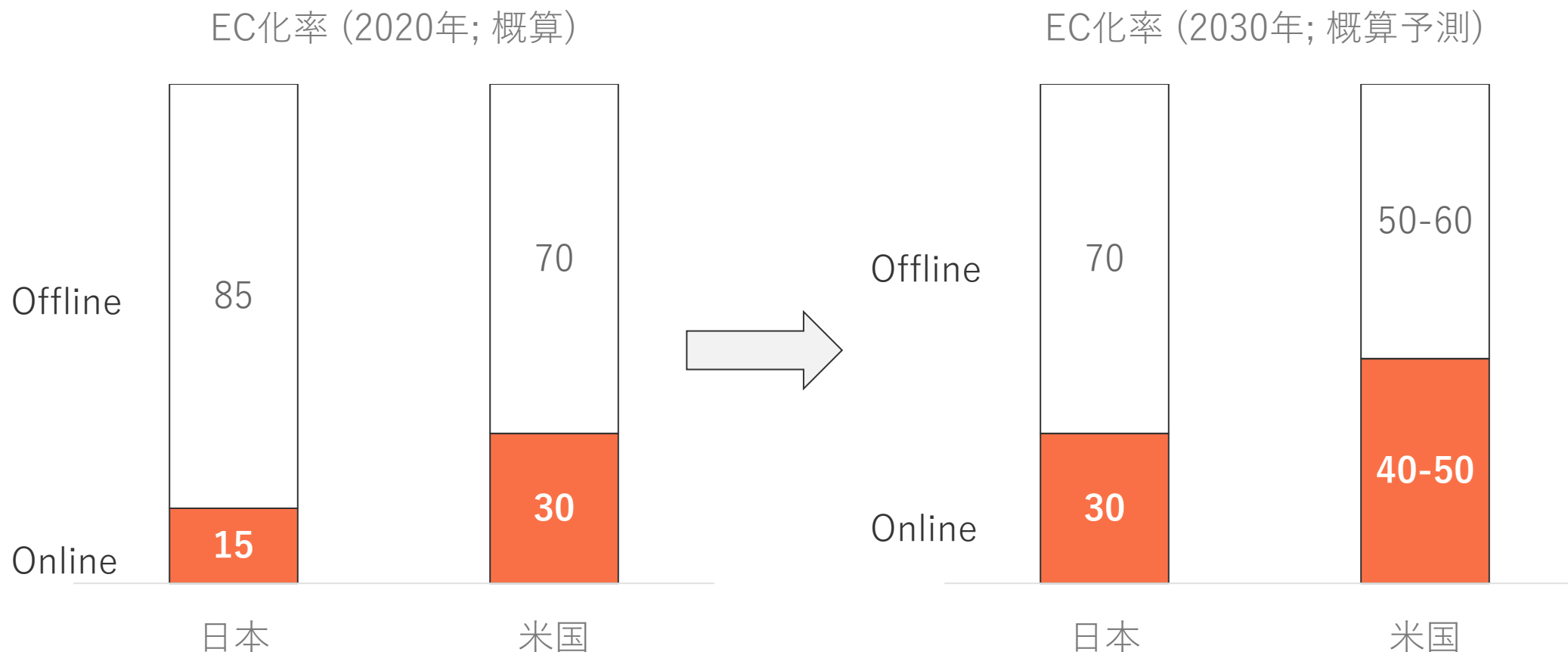
ロコンドの収益構造 – 損益分岐点モデル –

損益分岐点以降は売上に応じて営業利益「率」が上がるビジネスモデル
→①取扱高、②限界利益率 (= 粗利率 - 変動費率)、③固定費が重要指標



ファッションEC市場におけるEC化率

現在の国内ファッション市場のEC化率はおよそ15%。毎年1~2%、平均1.5%上がっているため、2030年度は現在の米国水準、30%前後まで上がる見込



(注) 20年数値は19年数値と直近3年間推移を踏まえて算出(コロナ影響を除く)。30年数値は20年米国と直近3年間推移を踏まえて算出

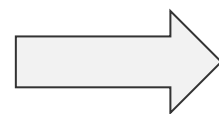
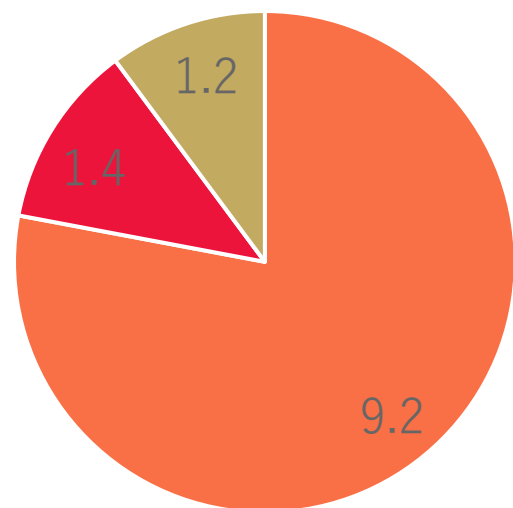
ファッションEC市場規模

EC化率が30%前後まで上がった場合、EC市場規模はおよそ3.5兆円

2019年度ファッション市場規模
* 衣料品、靴、バッグ（概算）

2030年度ファッション**EC**市場規模
* 衣料品、靴、バッグ（見込）

市場規模（2019） 100% = 11.8兆円



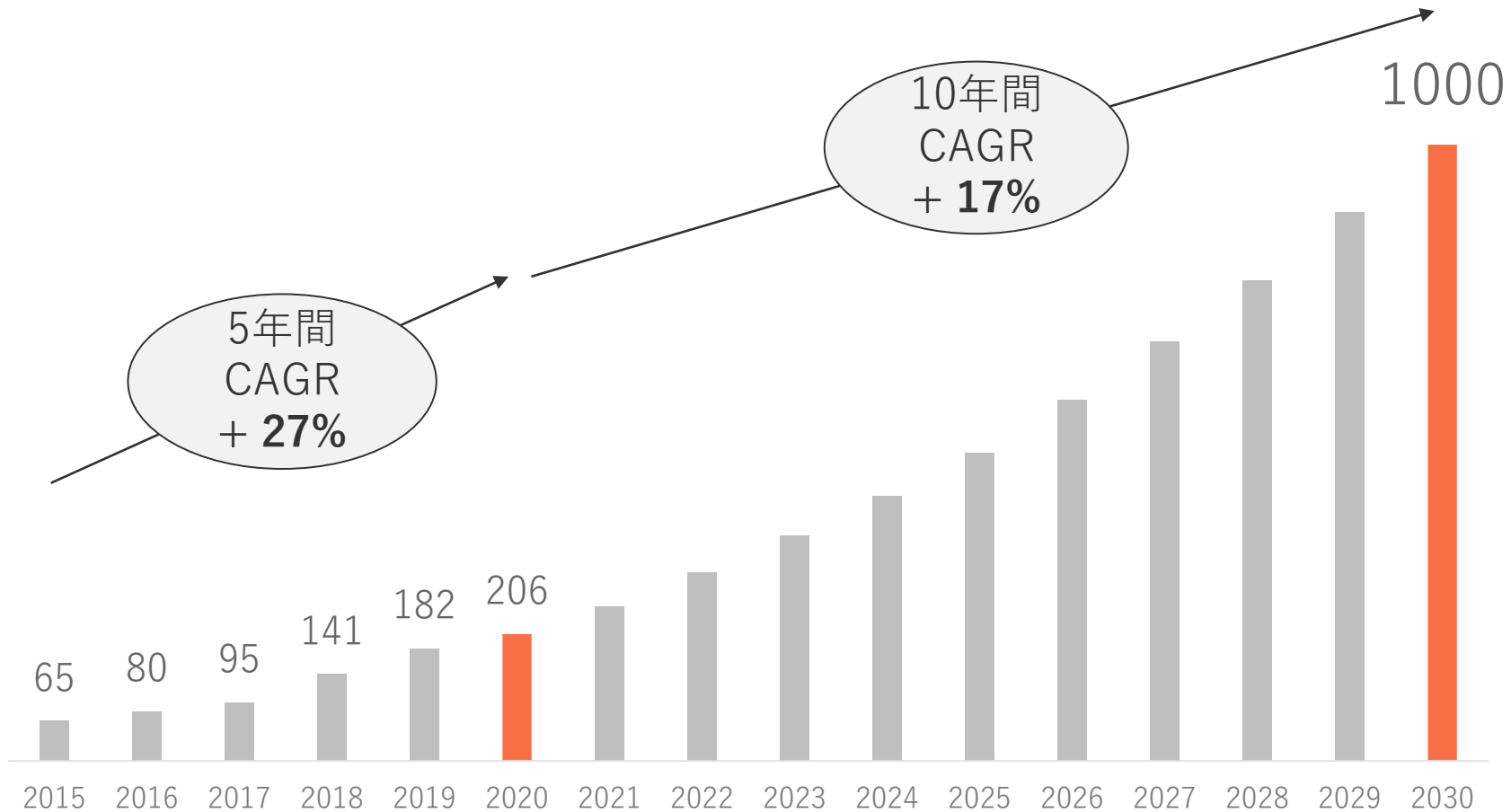
3.5兆円

■ 衣料品 ■ 靴 ■ バッグ

(注) 現在の市場規模は各種データの平均値を利用して算出。11.8兆円にEC化率30%を乗じて30年度EC市場規模を算出

ロコンド長期ビジョン（取扱高）

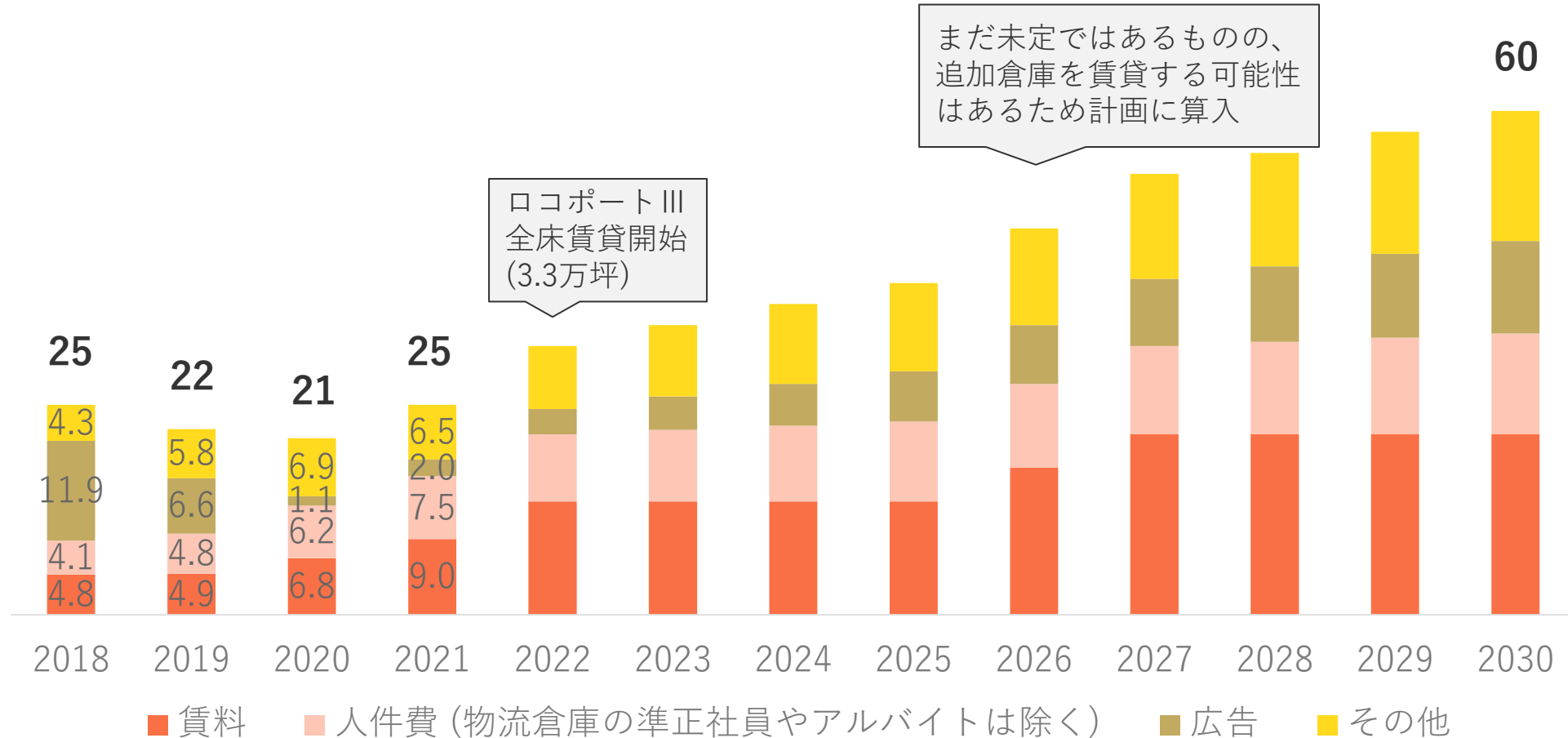
3.5兆円市場の中で市場シェア**3%**、**取扱高1000億円**が2030年度ビジョン



(注) 22年～29年グラフは現時点ではイメージ

ロコンド長期ビジョン（固定費）

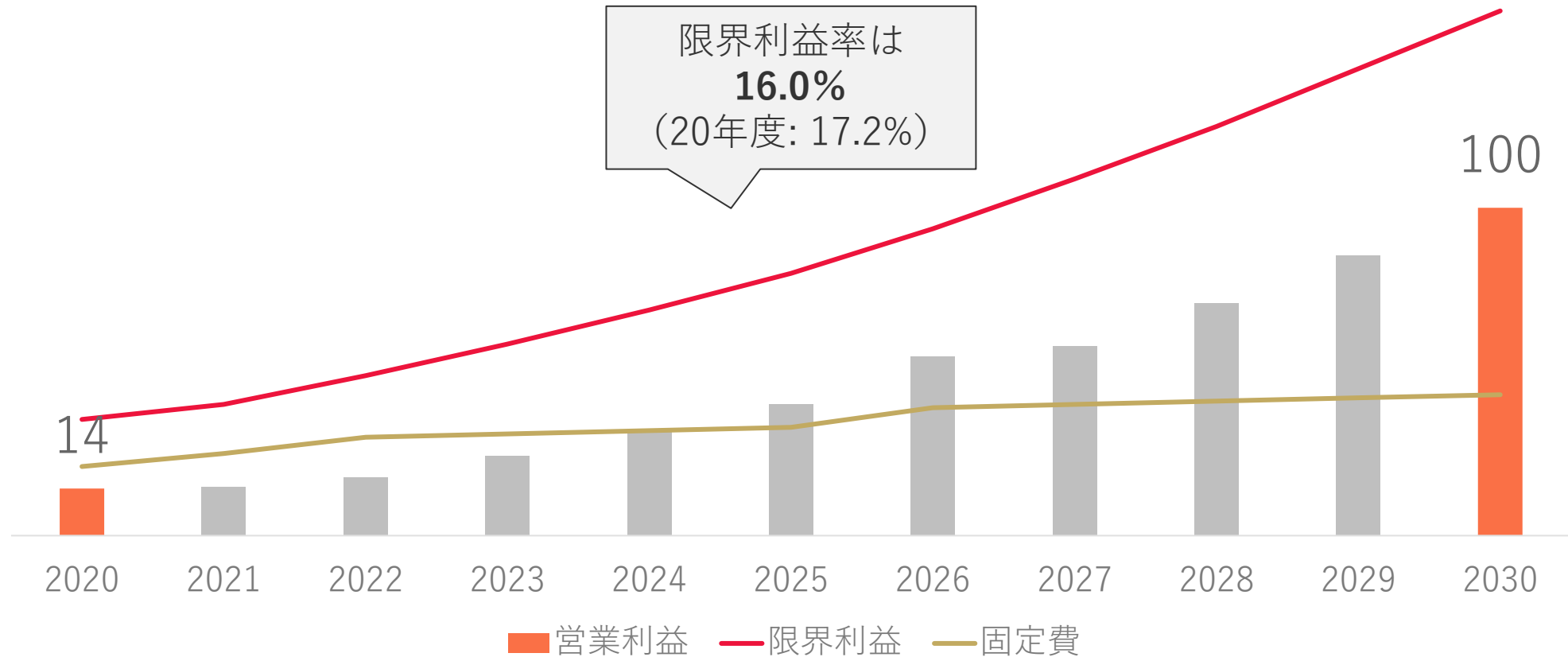
21年5月から新倉庫が一部、稼働開始。22年5月から全面稼働し、以降は少なくとも5年間は更なる拡張不要な見込み。その他費用は徐々に上がる計画



(注) 22年～29年グラフは現時点ではイメージ

ロコンド長期ビジョン（限界利益、営業利益）

限界利益（＝売上総利益－変動費）は16%、固定費は60億円を前提とし、
取扱高1000億円の時の**営業利益は100億円**を見込む

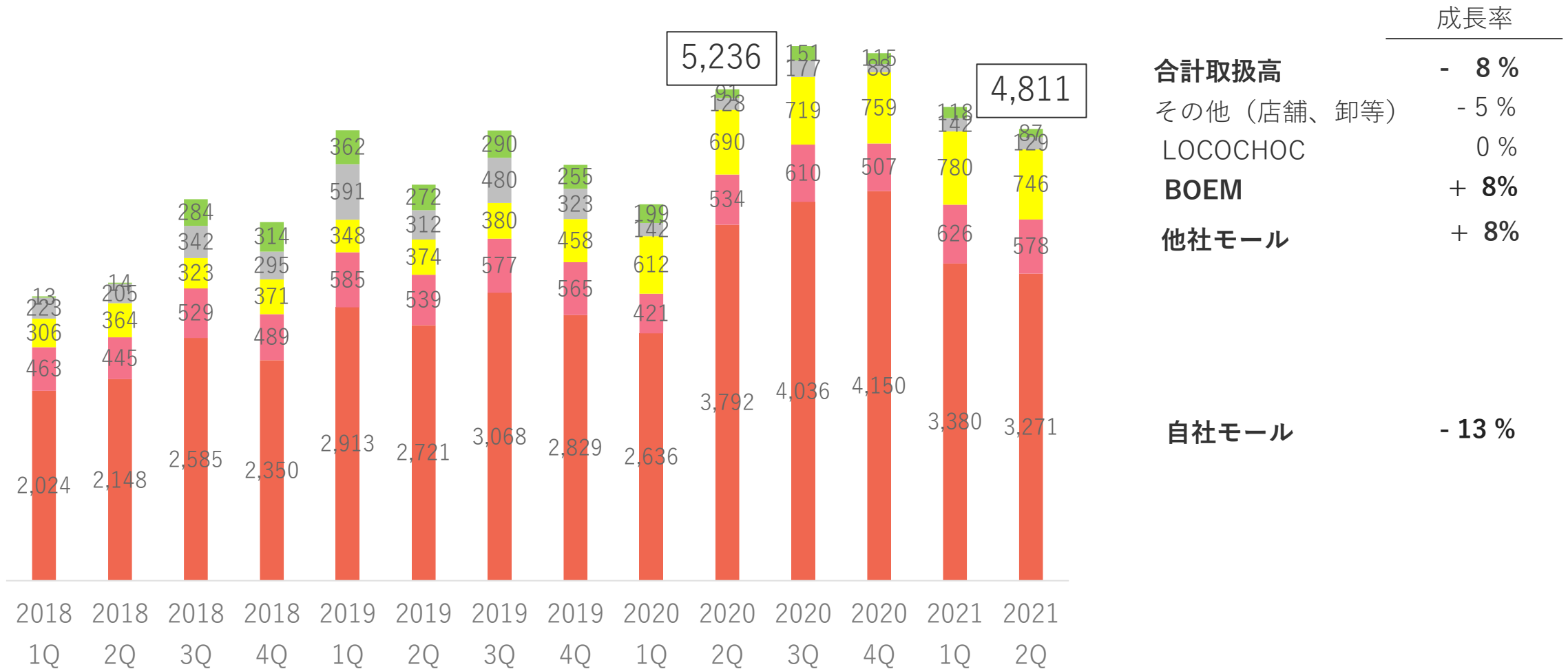


(注) 22年～29年グラフは現時点ではイメージ

実績

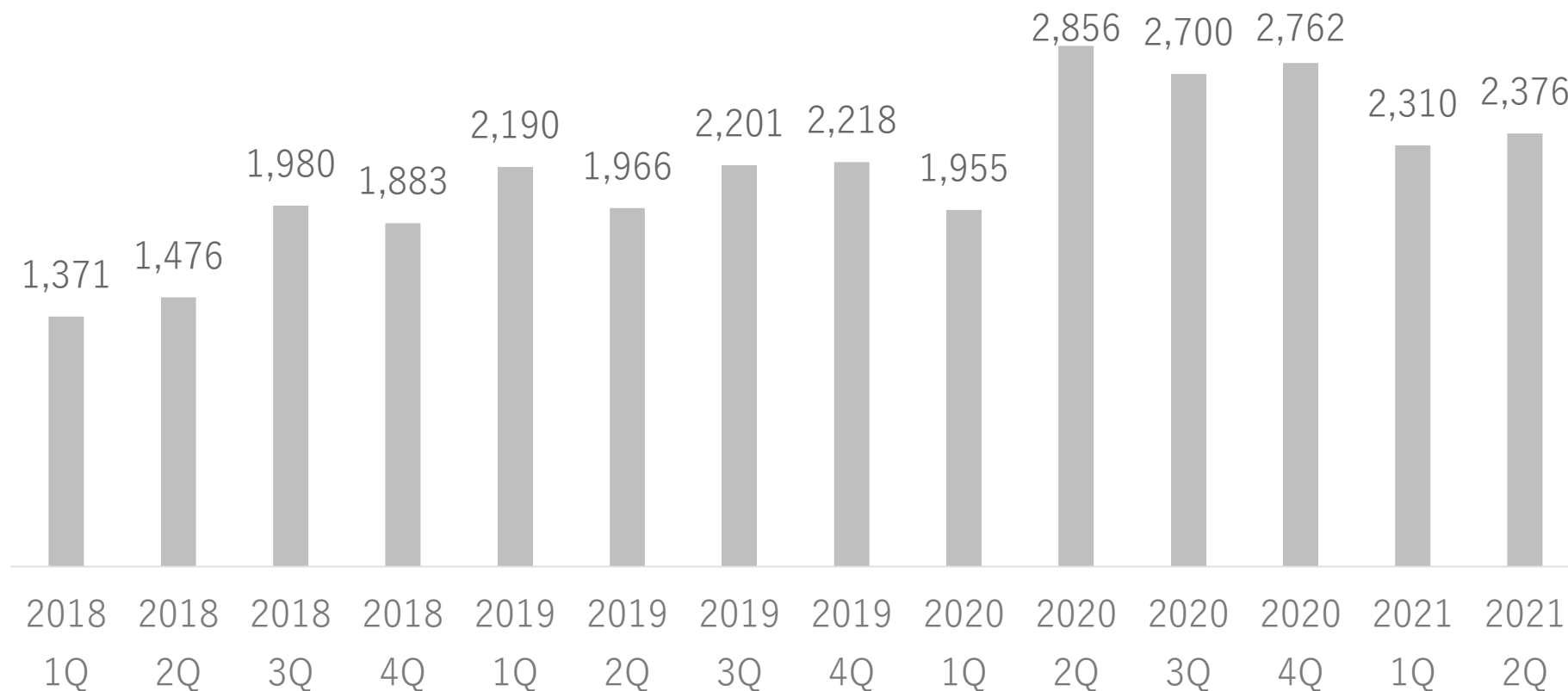
商品取扱高 (GMV) ～四半期推移～ (単位: 百万円)

前年同期にD2Cの貢献が大きかった反動で、当第2四半期の自社モールは **-13%** となり、他社モール **+8%**、BOEM **+8%**と伸長するも全体では **-8%**



売上高 ～四半期推移～ (単位: 百万円)

売上高も取扱高に連動し、当第2四半期の昨対は **-16%**



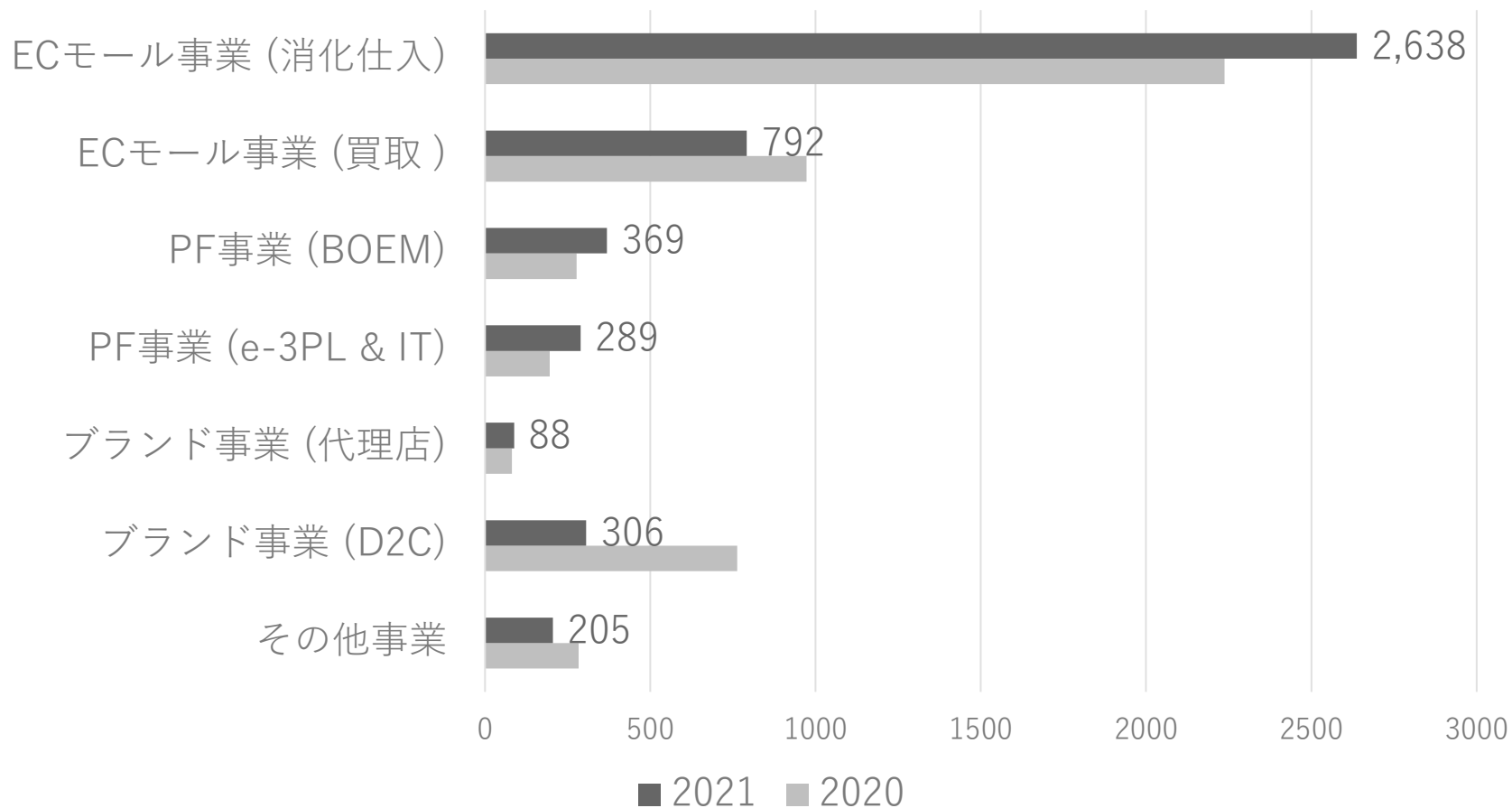
-16%

(注)買取在庫の場合は販売価格、委託在庫の場合は販売価格×ロコンド手数料率を売上として計上

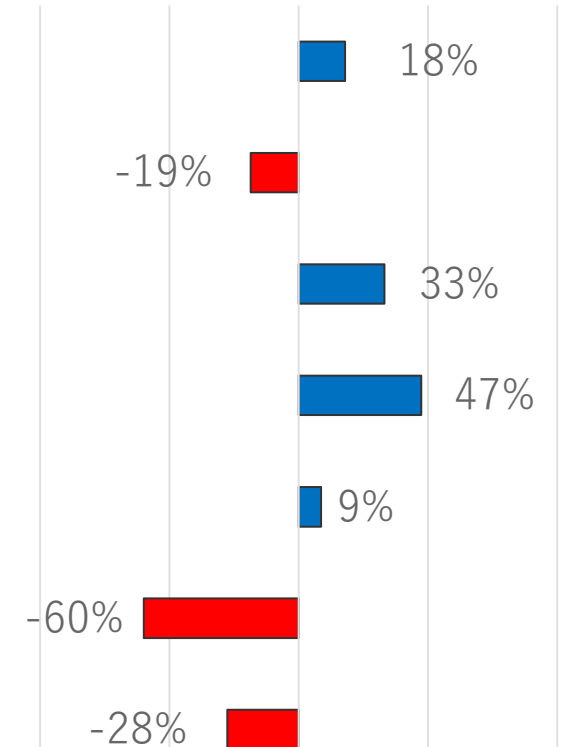
上期売上 詳細分析 単位：百万円

…しかし、在庫リスクのない消化仕入事業とECモール取扱高に影響されないPlatformのB2B手数料事業は順調に伸びている

事業別の上期売上高

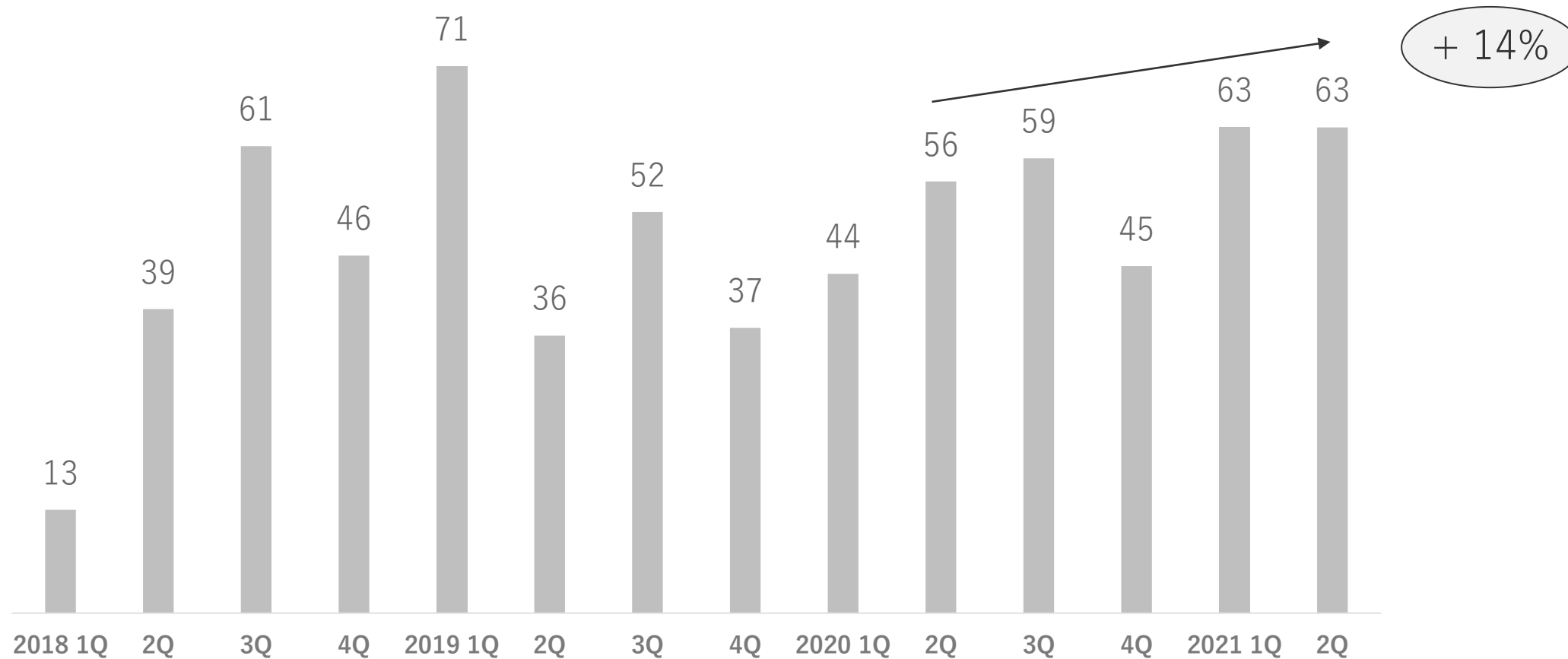


上期成長率



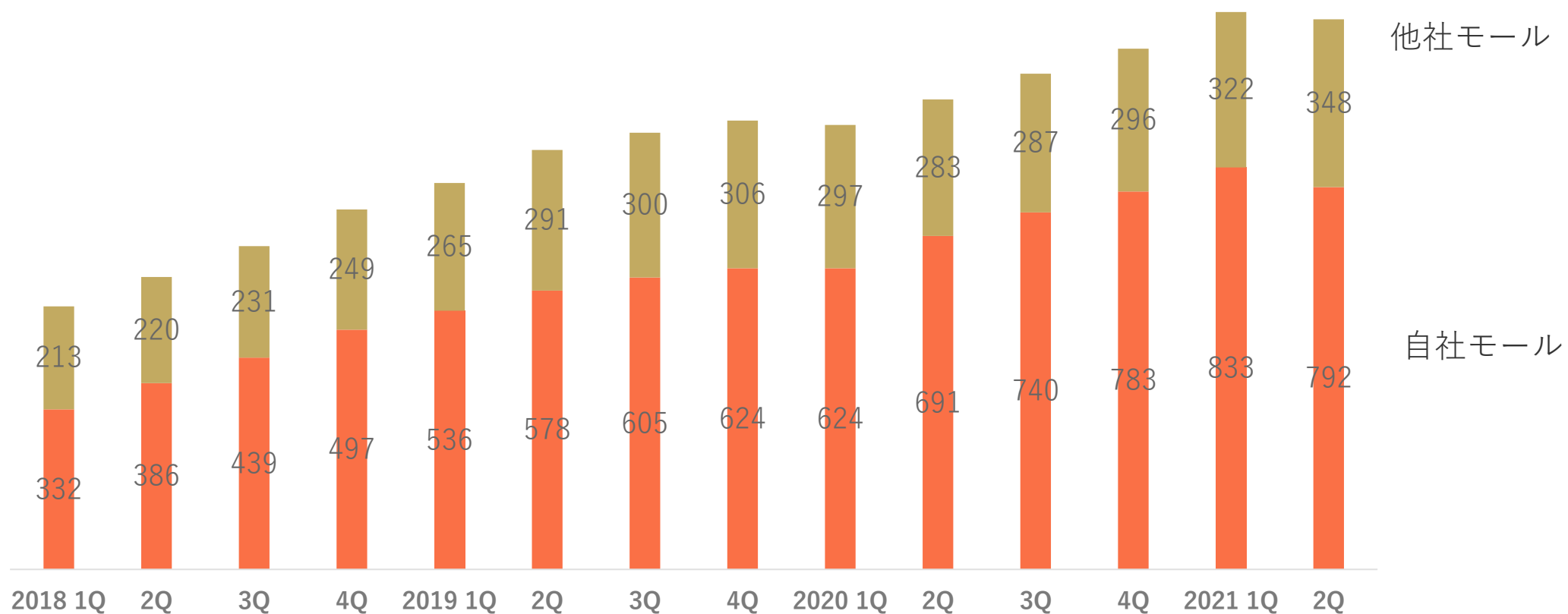
プラットフォーム事業: e-3PL (物流受託) 出荷個数 ~四半期推移~ (万個)

倉庫拡張の影響もあってe-3PL出荷数も **+14%** と伸長。引き続き、靴業界における物流倉庫のハブを目指していく



ECモール事業 アクティブユーザー数 (千人)

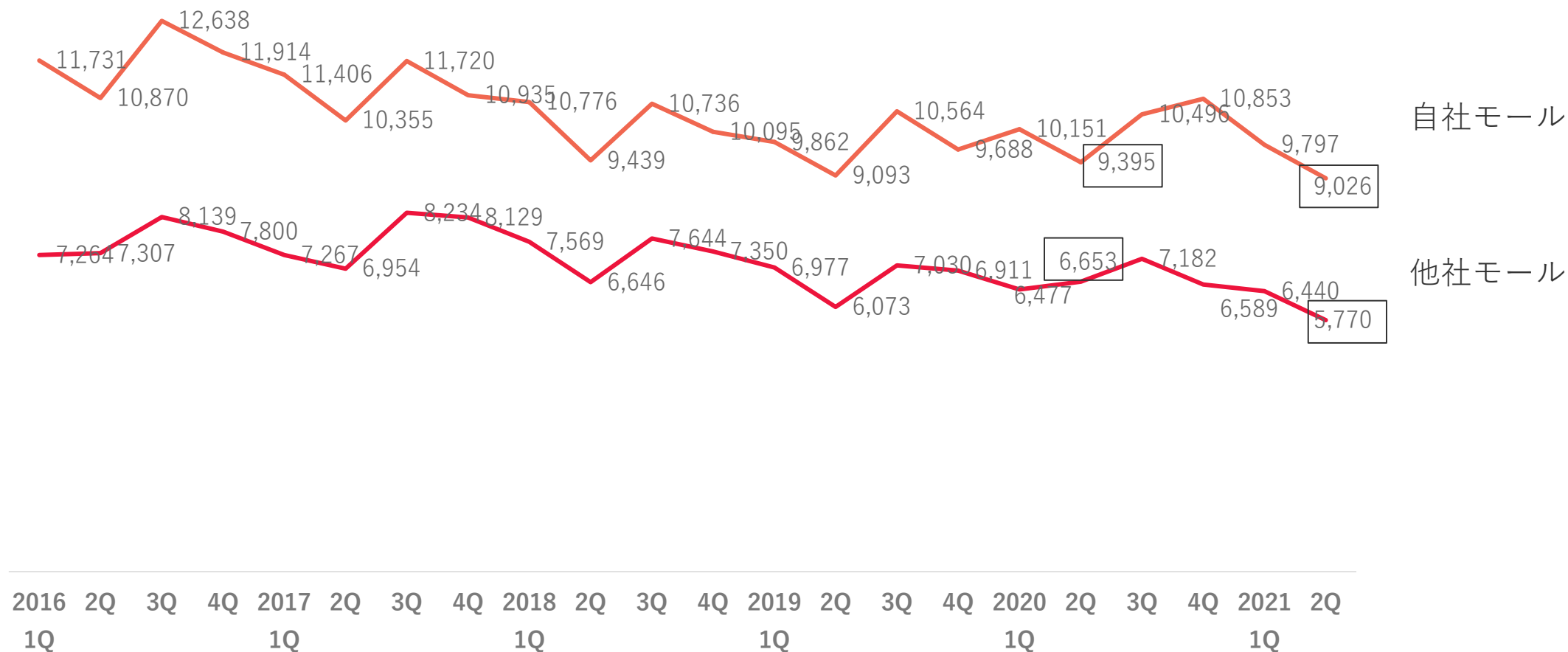
ECモール事業のアクティブユーザー数（1年に1回以上、購入）も緊急事態宣言の影響で前四半期と比べるとダウン



(注) Fashion walkerのアクティブユーザーについては、株式取得後に購入したユーザーのみを自社モールにカウント

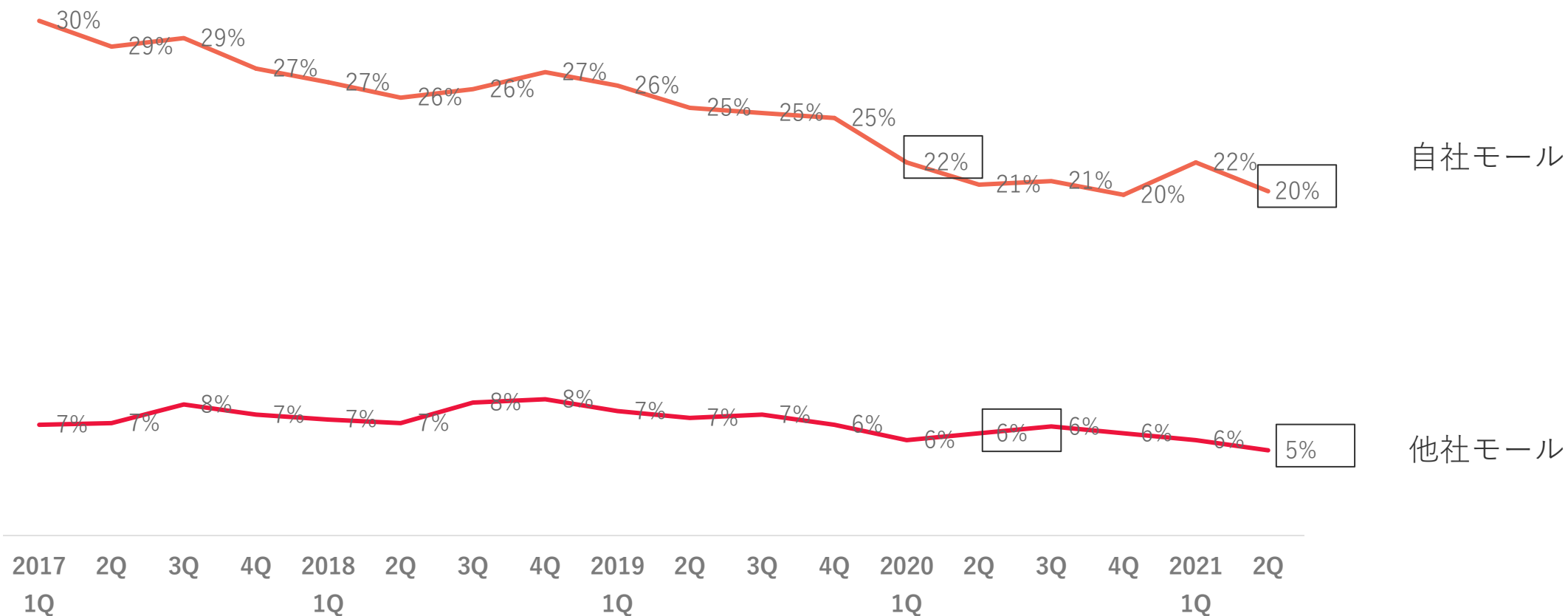
ECモール事業 平均バスケット単価 (受注ベース)

自社モールはD2Cブランドの取扱高減少、他社モールは低単価アイテムの売上割合増によってそれぞれ注文単価はダウン

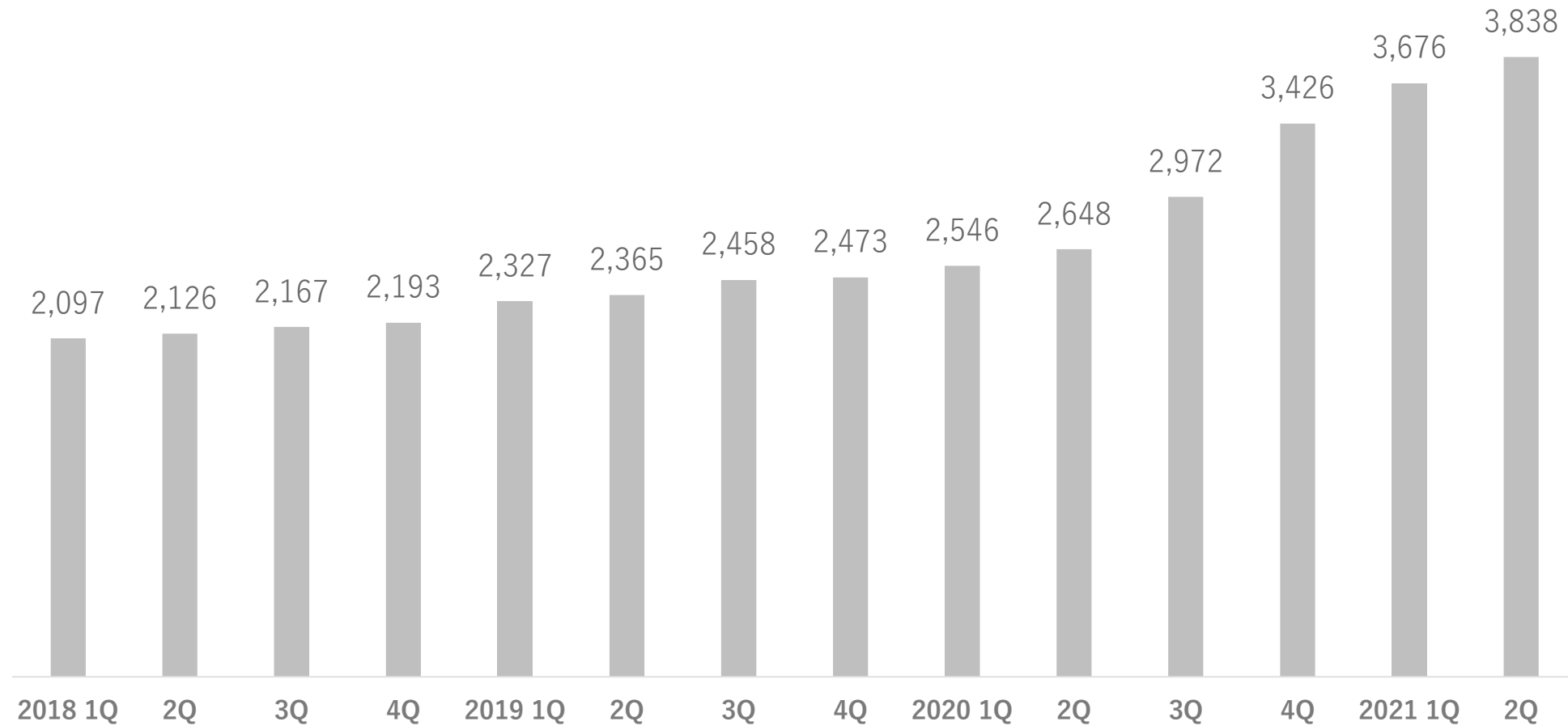


ECモール事業 返品率（D2Cブランド除く）

自社モールの返品率は、概ね20%前後で堅調に推移

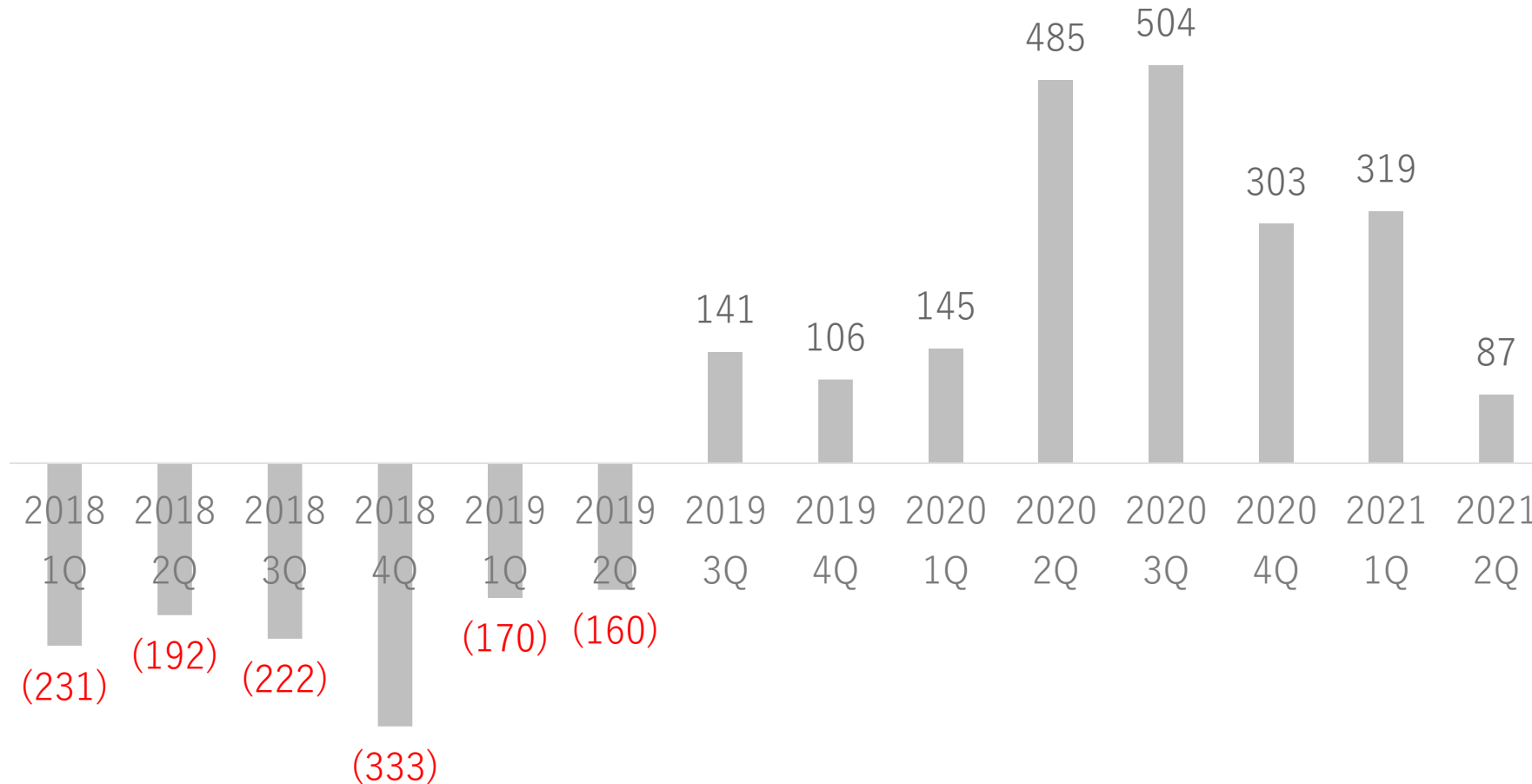


取扱ブランド数は引き続き増加



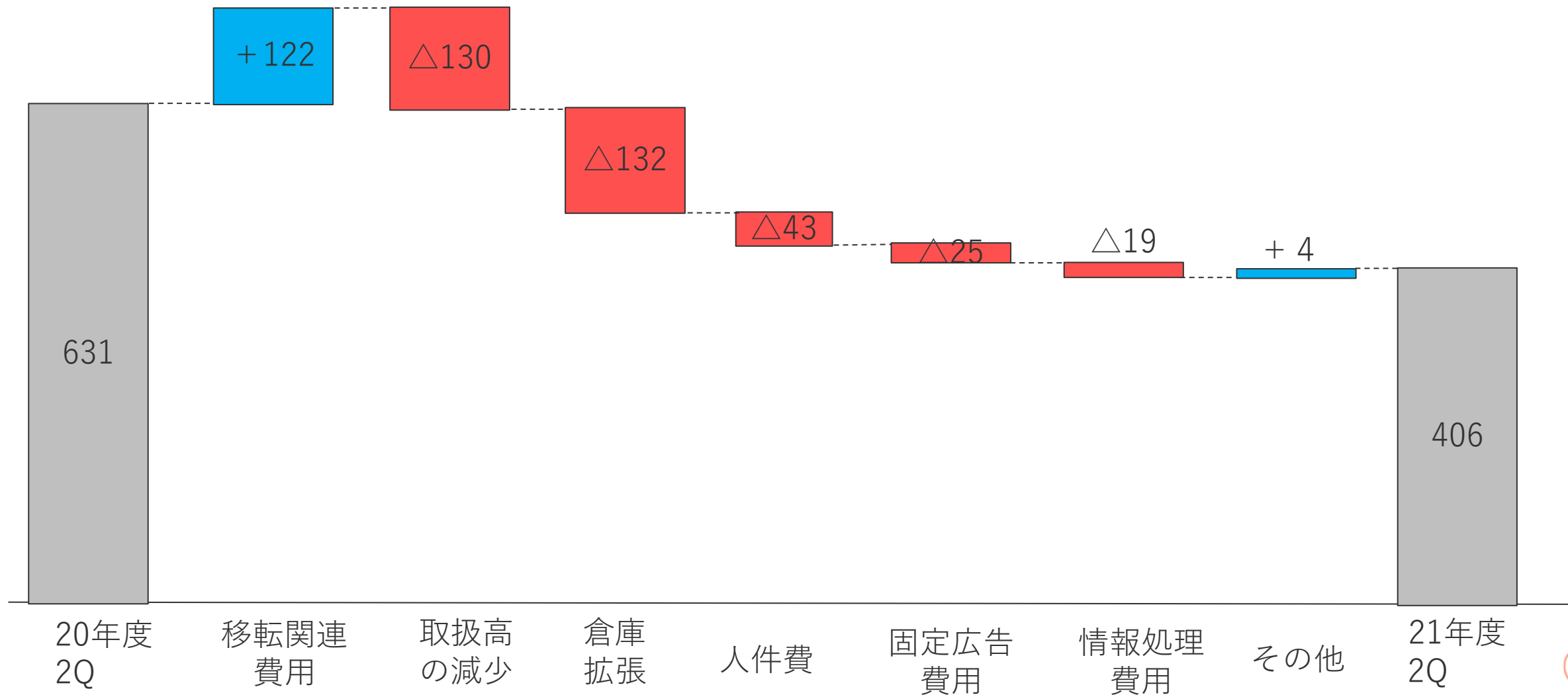
営業利益 ～四半期推移～ (単位: 百万円)

第二四半期の営業利益は昨年比 - 82%



営業利益の昨対分析（単位: 百万円）

上期の営業利益ダウンの主な要因は利益率の高いD2Cの取扱高減少と倉庫拡張等によるコスト増によるもの



損益計算書 (PL) 単位: 百万円

営業利益のKPIの内、①取扱高は振るわなかったものの、②限界利益率、③固定費は計画通りのコントロール

項目	20年度2Q	21年度2Q	成長率
商品取扱高	9,248	9,860	+ 6%
売上高	4,811	4,687	- 2%
売上総利益	3,616	3,726	+ 3%
(対取扱高比)	39.1%	37.8%	-
限界利益	1,696	1,566	- 7%
(対取扱高比)	18.7%	15.9%	-
EBITDA	677	466	- 31%
営業利益	630	406	- 35%
経常利益	638	408	- 36%
当期純利益	483	306	- 36%

貸借対照表 (BS) 単位：百万円

無借金経営、自己資本比率64%と高い財務健全性。但し今後のM&A案件によっては健全な範囲でのレバレッジも視野に入れていく

流動資産	5,126	流動負債	2,532
うち、現預金	2,537	うち、受託販売預り金	755
うち、商品	1,251	うち、借入金	-
固定資産	1,833	固定負債	4
うち、有形固定資産	424	負債合計	2,536
うち、無形固定資産	237		
うち、投資その他	1,172	純資産合計	4,423
資産合計	6,960	負債・純資産合計	6,960

販管費詳細 単位：百万円

取扱高が伸び悩んだ事に加えて、賞与等の人件費増や新倉庫の家賃等が発生し、販管費率としては全体として1.3ポイント悪化

項目	20年度 2Q	%	21年度2Q	%	前期比	主な増減要因
人件費	599	6.5%	723	7.3%	+ 0.8%	
うち、社員	313	3.4%	354	3.6%	+ 0.2%	賞与支給
うち、パート、アルバイト	286	3.1%	368	3.7%	+ 0.6%	
荷造運搬費	744	8.0%	842	8.5%	+ 0.5%	
決済手数料	314	3.4%	335	3.4%	+ 0%	
広告関連費用	545	5.9%	604	6.1%	+ 0.2%	
うち、変動費（ウェブ広告等）	502	5.4%	536	5.4%	+ 0%	
うち、固定費（テレビCM等）	42	0.5%	68	0.7%	+0.2%	
地代家賃	355	3.8%	435	4.4%	+ 0.6%	新倉庫の家賃が発生
その他	426	4.6%	378	3.8%	- 0.8%	前期は倉庫移転費用が発生
販管費 合計	2,985	32.3%	3,319	33.6%	+ 1.3%	

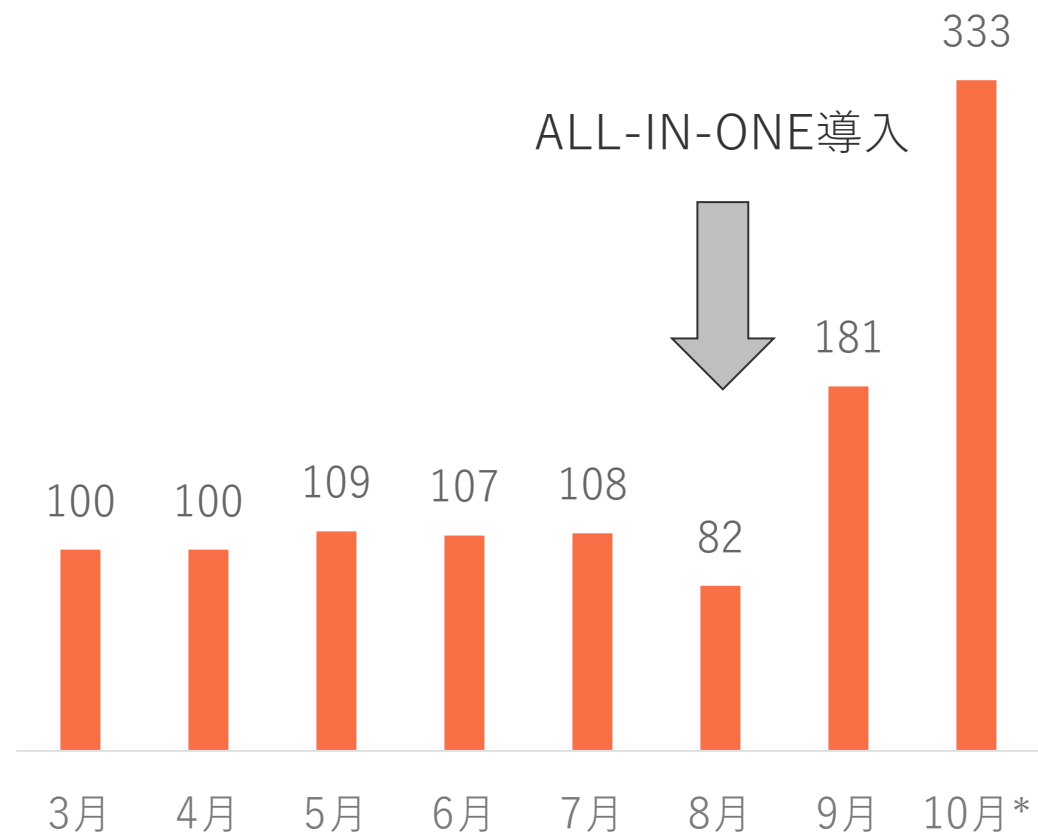
計画

2021年夏の打ち手 ALL-IN-ONE パッケージ (8月)

ALL-IN-ONEパッケージは期待以上のロケットスタート

- **e-3PL:** ファッション業界のあらゆる事業に対応できる在庫一元化型の最新倉庫。家賃は原則無料、入荷費用やささげ費用も無料のため、売上増だけでなく大幅なコスト削減も
- **BOEM:** ロコンドの最新機能は無償アップデート。更に店舗在庫とリアルタイム連携するBOEM Proを初導入し、OMOを実現
- **LOCOCHOC / LOCOPOS / LOCOCA:** ロコンドのシステムをフル活用した店舗用の各種システム。店舗のDX化はもちろん、店舗とEC (BOEM) のポイント連携等も標準装備
- **LoCORE / e-wholesale:** 無料で使える全事業対応型のクラウド基幹システム。e-wholesaleを使用すれば卸のDX化が可能に

fitfit様のBOEM売上 推移
(3月を100とする)



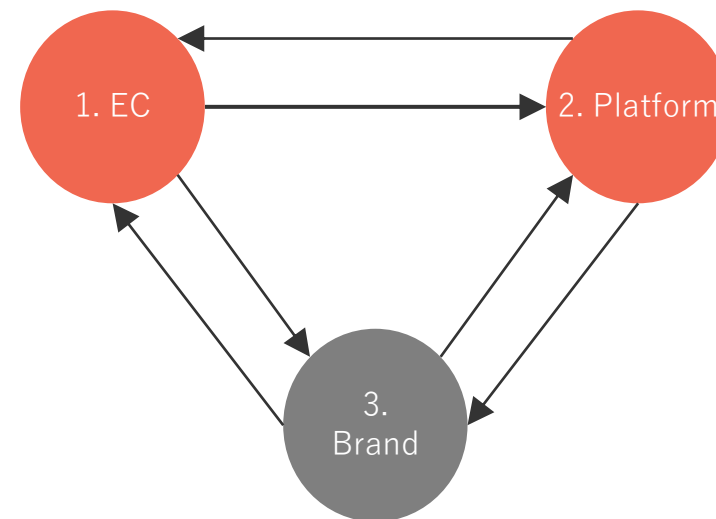
* 現時点の見込

2021年秋冬の打ち手① ギフト需要の拡大 (10月)

プレゼント需要の堅調な需要増を踏まえ、自社倉庫（ロコポート）内に特設ギフトレーンを導入しデラックスギフトを開始



花束も含めたデラックスギフト加工を業界最安値水準の990円でご提供。
更にサイズ交換も返品も可能なため、気軽にプレゼントできます。



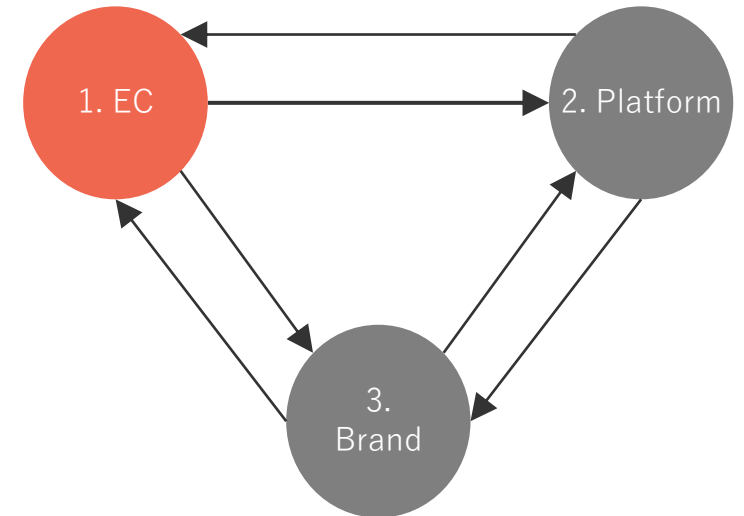
今月中 (10月) に自社ECモールでローンチし、徐々にBOEMにも展開

2021年秋冬の打ち手② EC内ソーシャル機能の強化 (12月)

ロコンドの購入者様とブランドをシームレスに繋げる新システムを開発中 (特許出願中)。お客様とブランドの間のコミュニケーションを強化



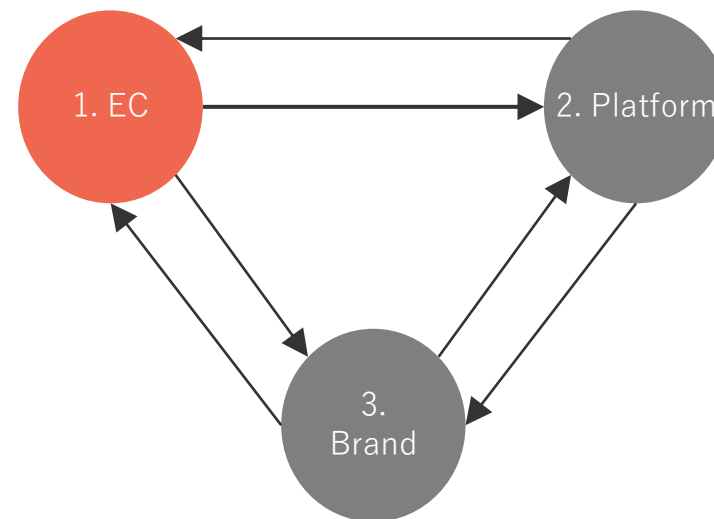
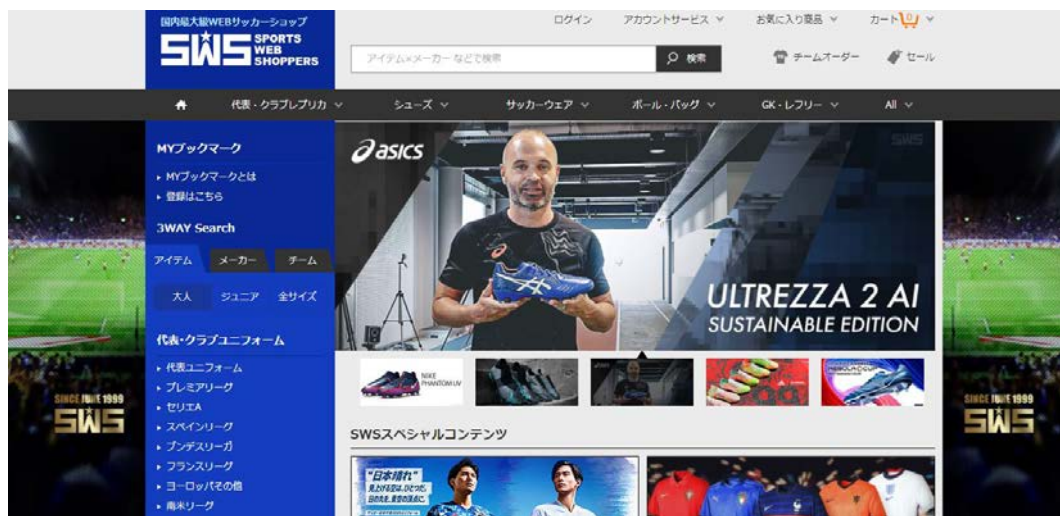
440万人以上の会員基盤を活用し、ロコンド内に
ブランド様が発信するソーシャル機能を開設
※ 上記は開発中の投稿イメージ



12月中に自社ECモールでローンチ。
ブランド様の出店誘致の武器の一つ
とする

2021年秋冬の打ち手③ SWSのPMIとスポーツ専門店モール化（2月）

9月に株式取得したSWSは来年2月を目途にロコンドシステムに内製化する
事に加え「多スポーツ展開」を一気に開始

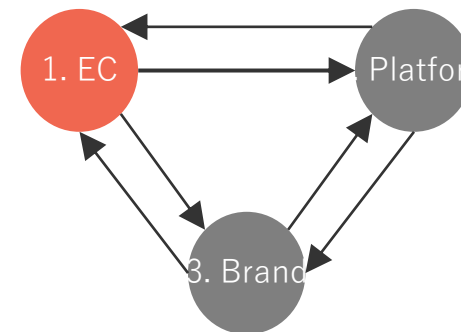


サッカー専門店通販サイト、SWSを21年9月に株式取得後、他スポーツ（ランニング、バスケットボール、アウトドア等）専門店様との協議を開始し、新SWSへの出店に向けて準備中

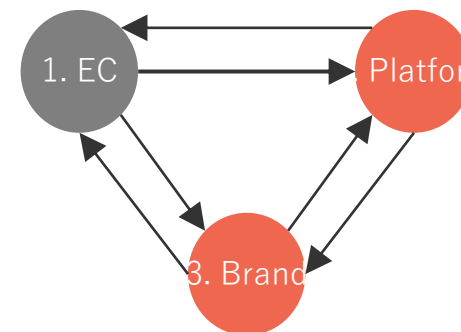
2月にSWSをロコンドシステムに入れ替えた上で、サッカー「以外」のスポーツへ一気に拡大

2022年春夏ローンチに向けて現在、着手している事

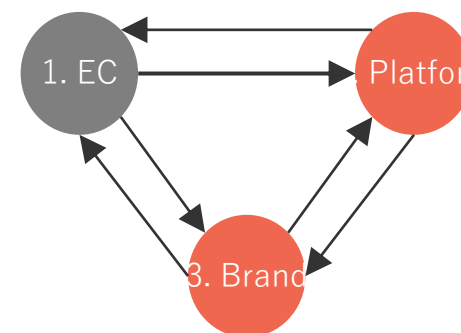
① ロコモール、Fashion Walker、SWSに次ぐ、第4のモールの事業譲受に関する基本合意書の締結…3月までの統合を視野に現在、最終契約書の締結に向けた協議中



② 有名ヘルスケア企業様とのリラックス×ヨガウェアのD2Cコラボレーションブランドの開発…マーケティングにはYouTubeも積極活用



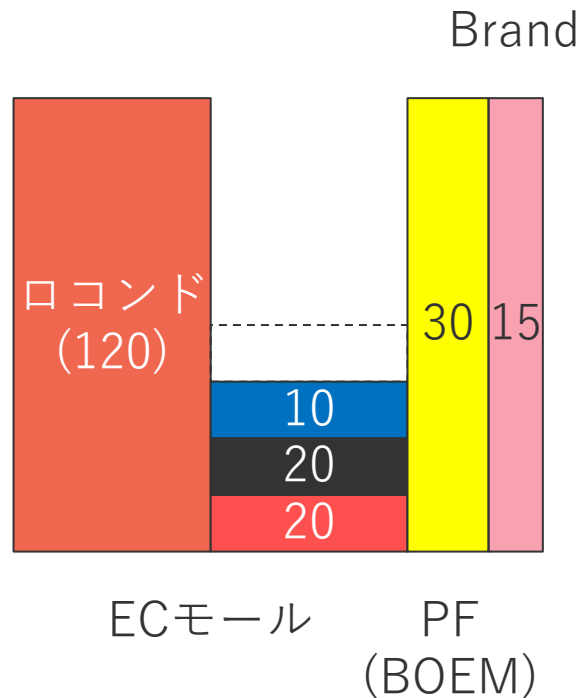
③ 売上高100億円規模の海外D2Cブランドの独占代理店契約の締結 (MANGOモデル) に向けて、現在、最終交渉中



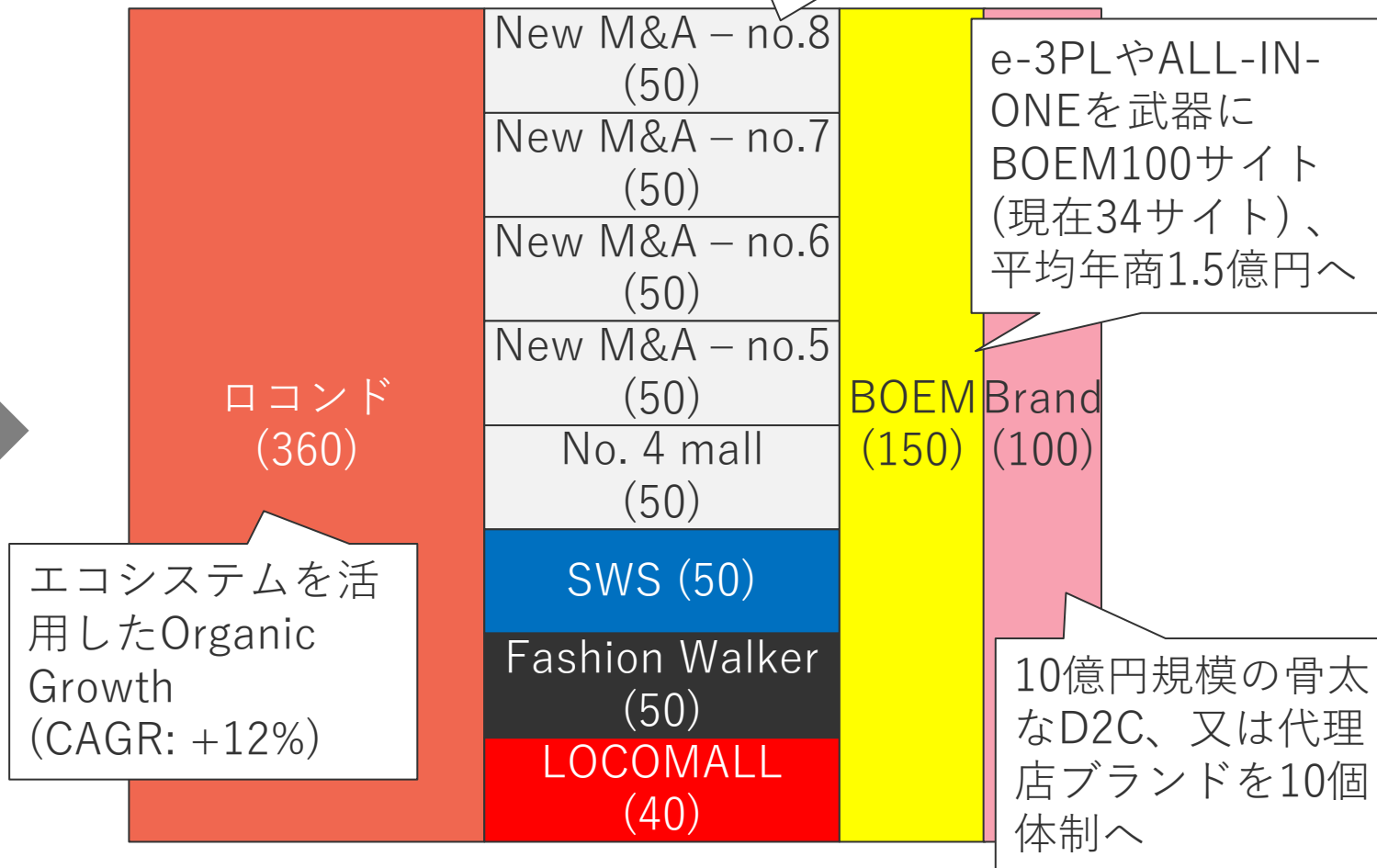
2030年度、取扱高1000億円に向けて【億円、概算値】

M&AとPMIによっ
て50億円規模サイ
トを8サイトへ
(ココモール除く)

2020年度 (概算)*



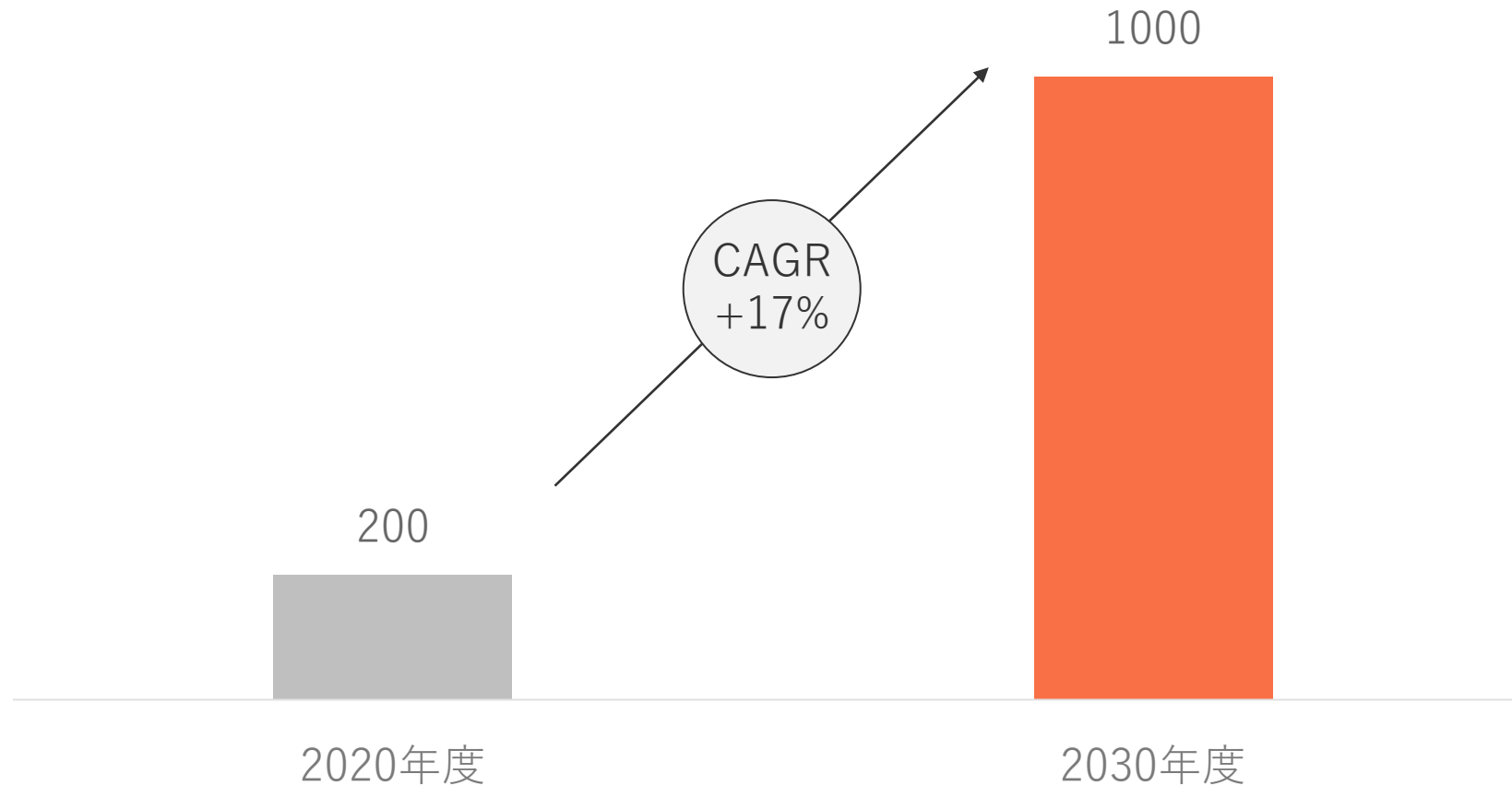
2030年度 (概算)



* Fashion Walker、SWSは年度換算した数値

倉庫のハブ化に向けて【出荷個数、万個、概算値】

それに伴ってe-3PLの出荷個数も1,000万個体制を目指す
収益を底支えすると同時にECモール事業、PF事業の大きな武器へ



* e-3PL売上はGMV (取扱高) には含まれない

本資料の取扱いについて

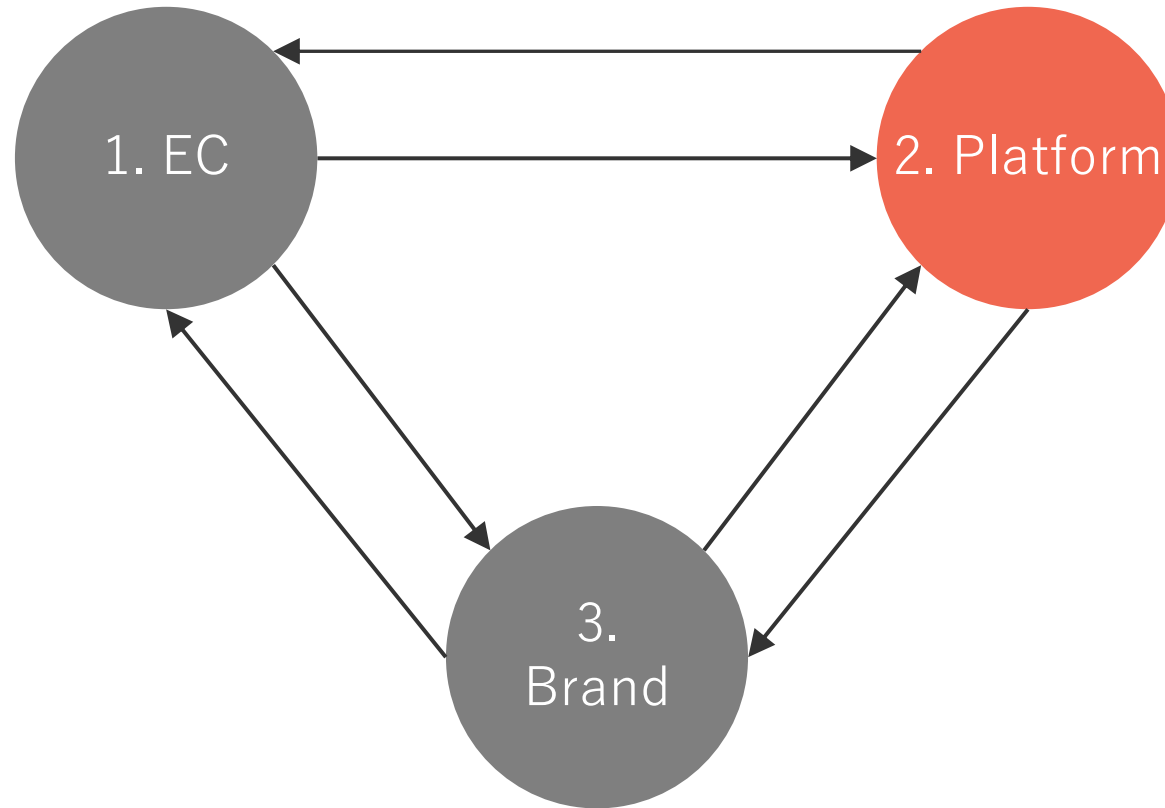
- 本資料は、株式会社ロコンドの事業及び業界動向に加えて、株式会社ロコンドによる現在の予定、推定、見込みまたは予想に基づいた将来の展望についても言及しています。
- これらの将来の展望に関する表明は、様々なリスクや不確実性が内在します。
- すでに知られたもしくは知られていないリスク、不確実性、その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。
- 株式会社ロコンドは、将来の展望に対する表明、予想が正しいと約束することはできず、結果は将来の展望と著しく異なることもありえます。



LOCONDO.jp

追加説明資料

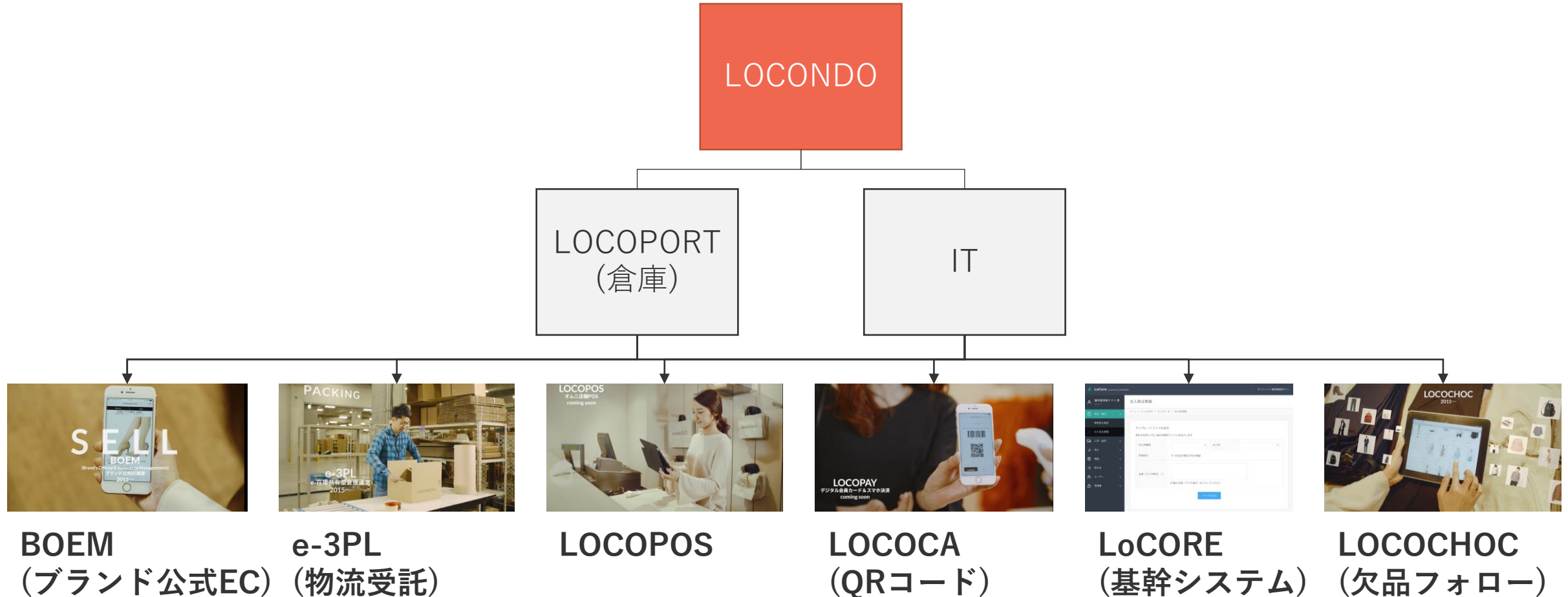
2021.10.14



Platform事業とは何なのか？

Platformサービスとは？

ロコンドの運営のため内製で築き上げた物流とITインフラを活用したB2Bサービス
→ 内製構築かつロコンドと共有だからこそ圧倒的な費用対効果



Platform売上の詳細と月額固定収入の推移

ECモール事業の影響を受けないPlatform (B2B) 売上のうち月額固定収入 (MRR)は更に事業環境の影響を受けにくいのが特徴で、最も伸びている領域

Platform B2B手数料 種類

売上連動型
手数料

BOEM運営費用、
決済手数料など

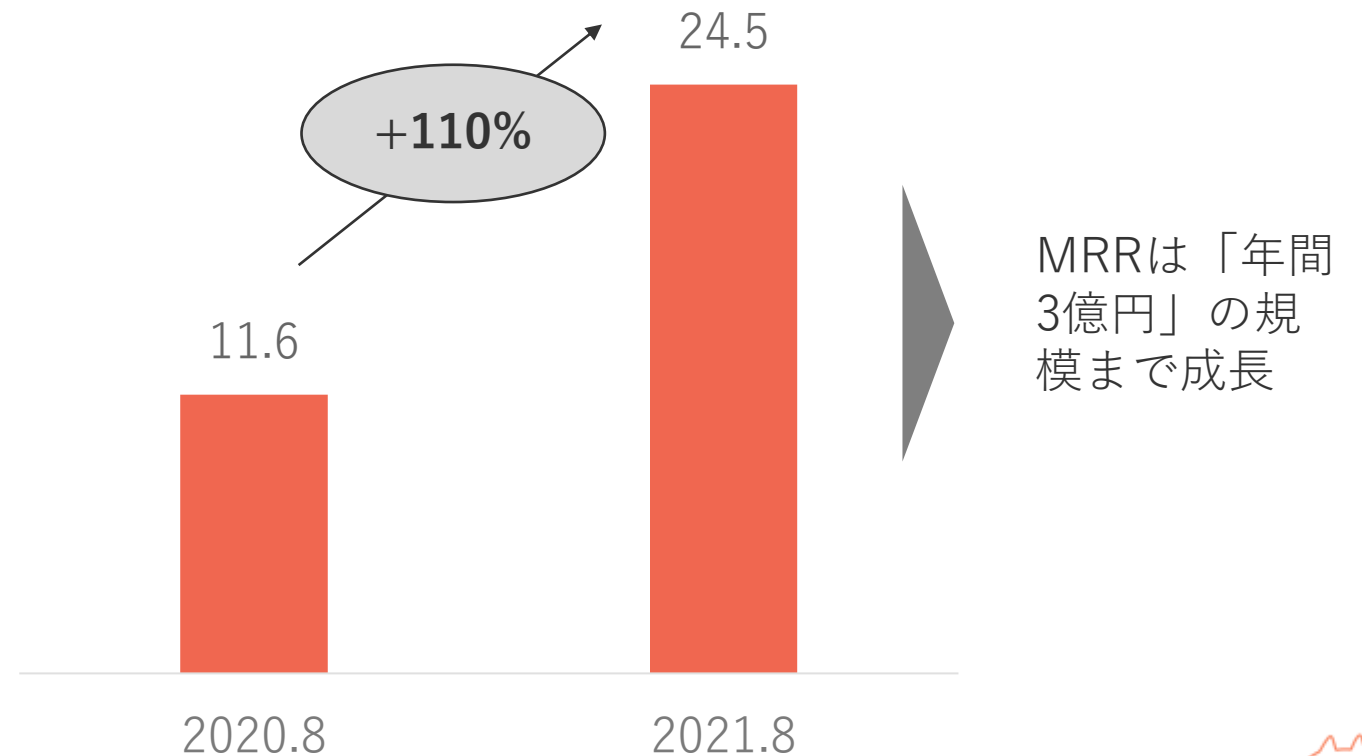
出荷数連動
手数料

e-3PL出荷費用、
返品費用など

月額固定
手数料

BOEM契約費用、
e-3PL契約費用
など

月額固定手数料 (MRR) 推移 (百万円)



どうやって拡大していくのか？

出店ショップ様に対して、①（共有在庫を増やして）ロコンドの売上を上げる策、
②自社のIT・物流を改善する策として継続的にご提案…海はまだまだ広い

