



LOCONDO.jp

業界に革新を、お客さまに自由を

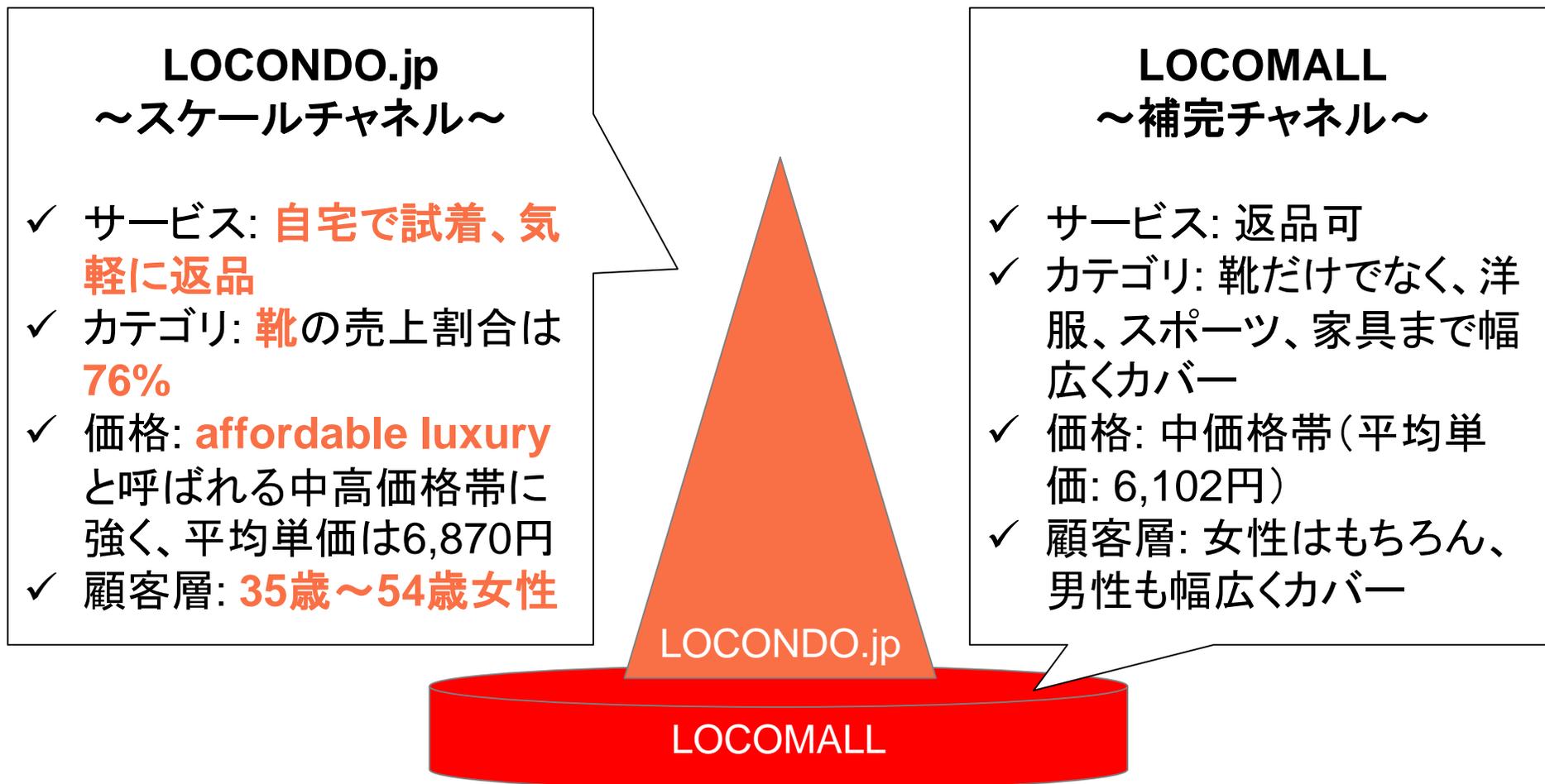
2018年2月期(17年度) 第3四半期 決算説明会



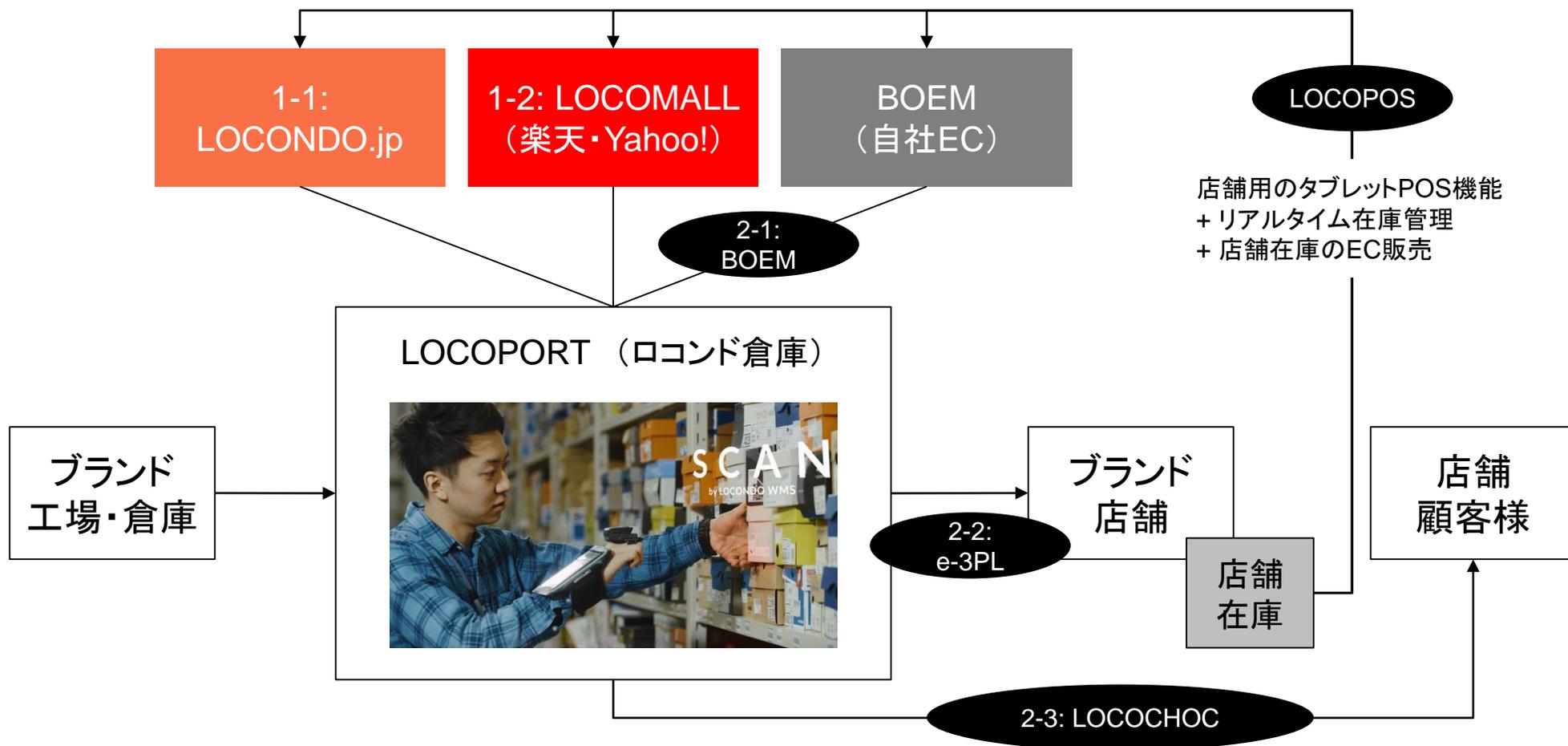
1. 株式会社ロコンドの現在の戦略骨子 ～おさらい～
2. 2017年度 第3四半期 決算概要および分析
3. 第3四半期の主なアクションと第4四半期の計画
4. 株式分割に関して

戦略骨子① EC事業

【EC事業】主軸のLOCONDO.jpは他社ECとの差別化も確立した上で、Zappos(米)、Zalando(欧)水準の規模を目指す。LOCOMALLはLOCONDO.jpの弱い領域を補完

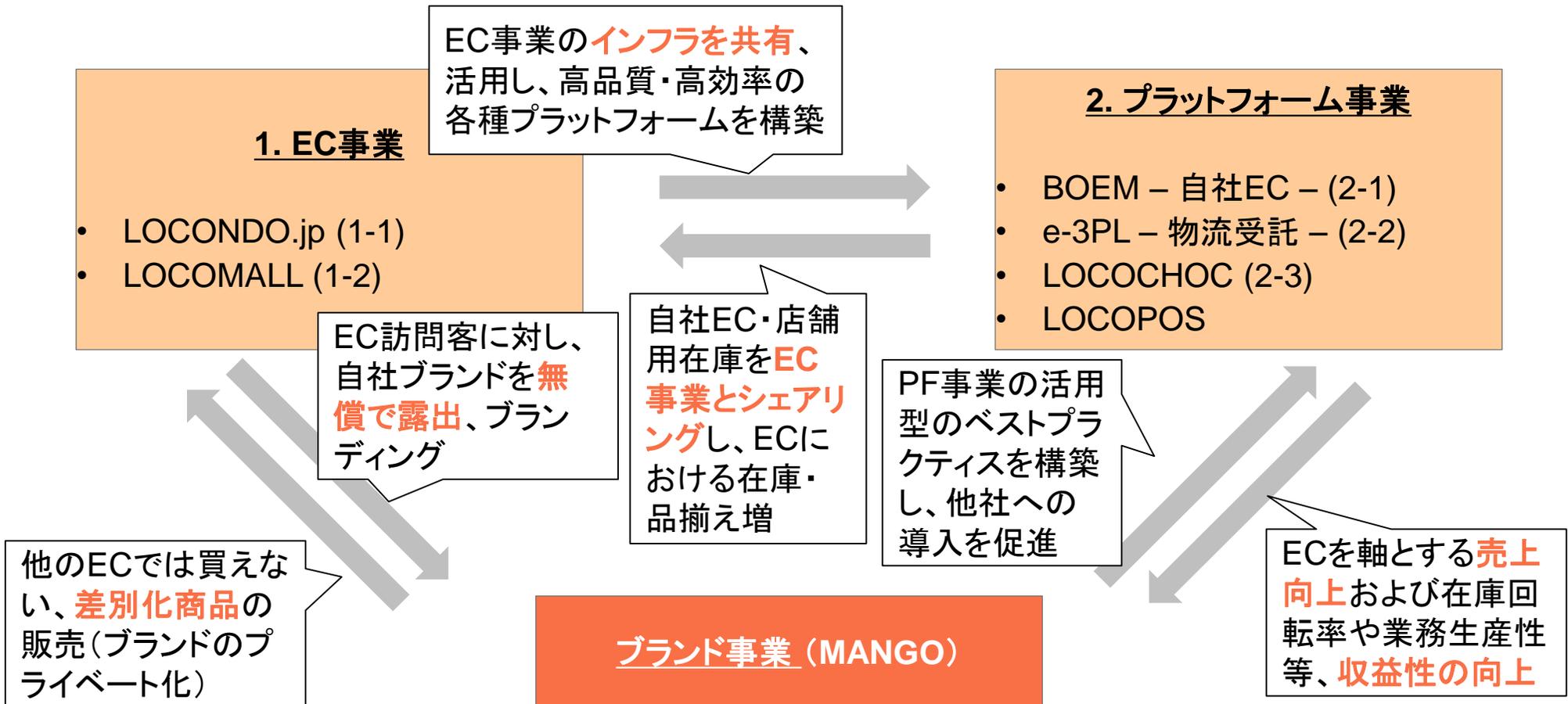


【PLATFORM事業】EC事業とPF事業の組み合わせによって、EC・店舗間の**モノ(在庫)**と**情報の統合**(=オムニ化)を通じ、ECを軸とする**売上向上**を実現すると同時に、在庫回転率や業務生産性等、**収益性向上**も実現する



戦略骨子③ EC事業 + プラットフォーム(PF)事業 + ブランド事業

【ブランド事業】更に、3つ目の事業として自社ブランド事業を展開する事によって、**EC事業、PF事業それぞれとの相互補完関係**を実現し、EC事業・PF事業・ブランド事業の3事業間での**シナジーを最大化**する



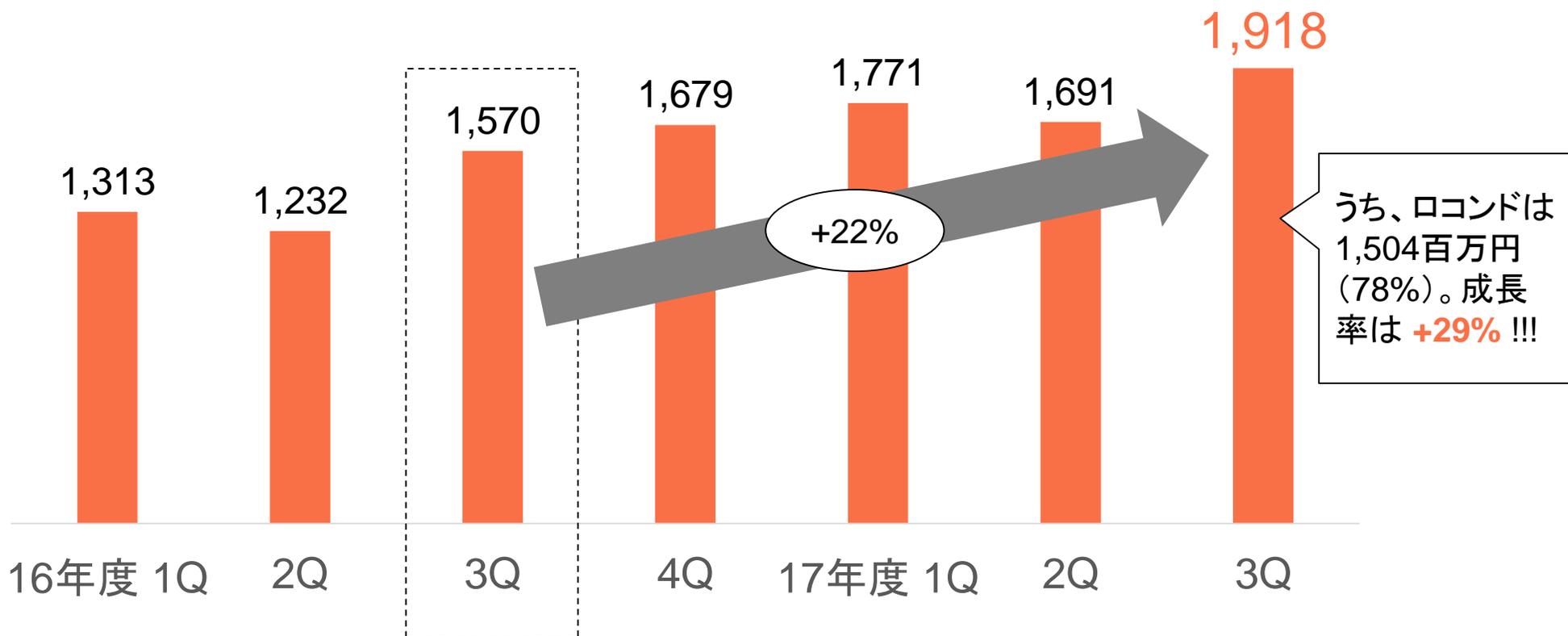
1. 株式会社ロコンドの現在の戦略骨子 ～おさらい～
2. 2017年度 第3四半期 決算概要および分析
3. 第3四半期の主なアクションと第4四半期の計画
4. 株式分割に関して

利益進捗率が大幅改善!!! 売上も順調に推移

(単位:百万円)

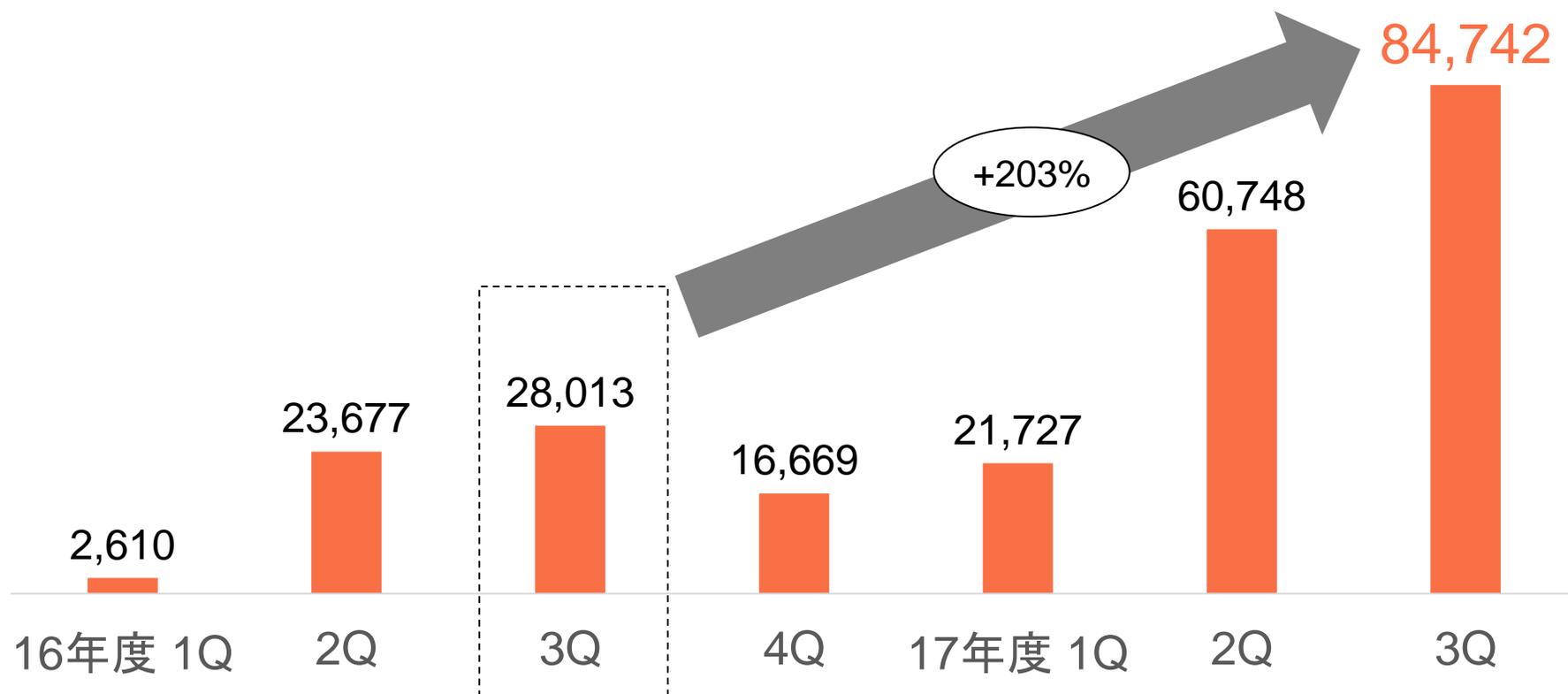
項目	17年度 第3四半期	17年度 計画	進捗率
取扱高 (返品差引後)	7,047	10,083	45% ⇒ 70% (+25%)
売上高	2,810	3,854	46% ⇒ 73% (+27%)
売上総利益	2,359	3,245	45% ⇒ 73% (+28%)
営業利益 (特別経費控除前)	273	396	34% ⇒ 69% (+35%)
営業利益	202	305	21% ⇒ 66% (+45%)
経常利益	190	298	17% ⇒ 64% (+47%)
当期純利益	175	385	14% ⇒ 46% (+32%)

EC取扱高(返品後)は昨対比+22%で順調に推移。
ECの本丸である『LOCONDO.jp』は+29%の高成長率！



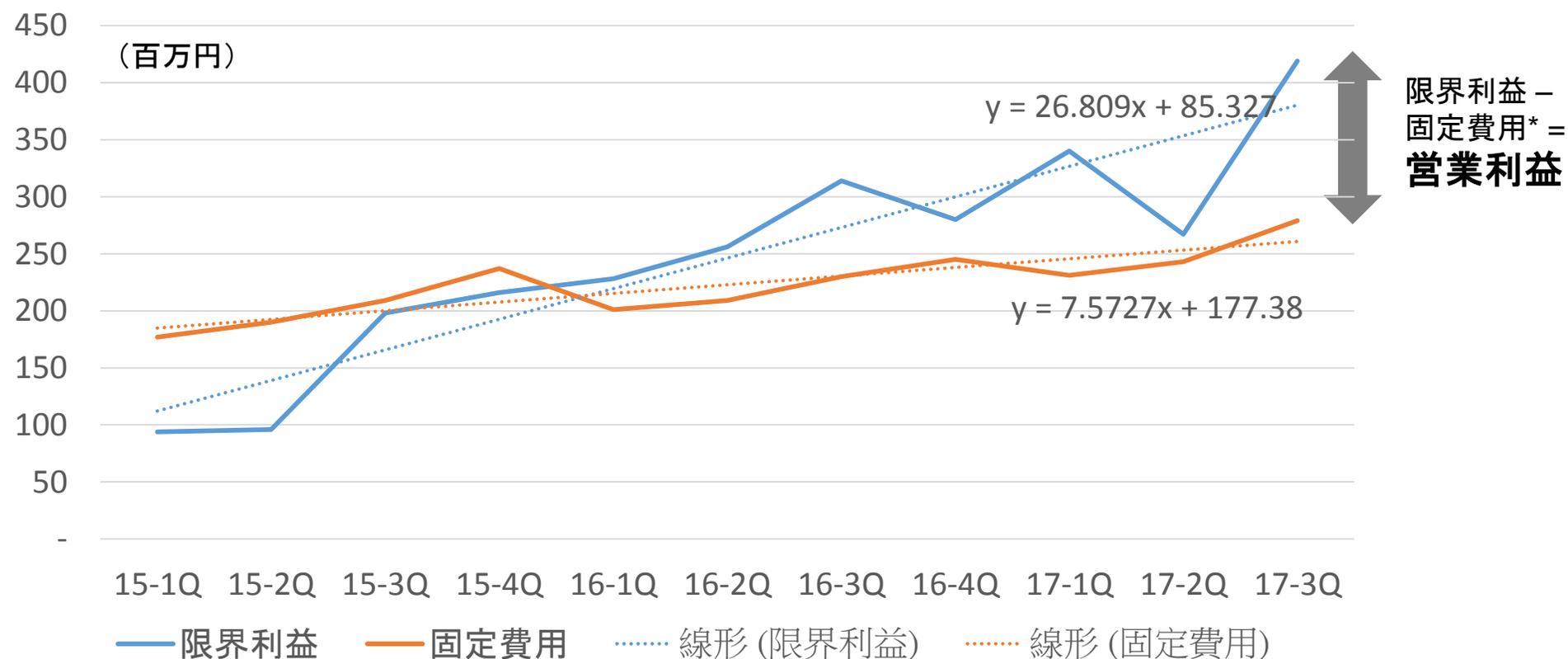
財務ハイライト③ PF事業 e-3PL 出荷ピース数

PF事業は既に1店舗しかないBOEM(併設型)を除き、全て順調に推移。特に、e-3PL(店舗物流受託)は大幅増！



決算数値を踏まえた分析①

限界利益は右肩上がり、固定費は逦増。結果、営業利益は拡大傾向。近似グラフ(線形)の数式を踏まえると...



* その年度のみが発生する非経常的な「特別経費」は含まない

資料: DATA SHEET

限界利益がこのまま推移した場合、固定費を抑制したとしても現倉庫における理想値（営業利益: 36億円）を実現するまでにはあと8年かかる（2025年度）...
 ⇒ 遅すぎるため、限界利益の成長率を引き上げなければならない!!!

再掲	計画値	理想値
取扱高 (返品後)	100億円	300億円
限界利益率	14%	16%
固定費率*	10%	4%
営業利益率*	4%	12% (36億円)

営業利益36億円に
達する見込年度

シナリオ①
 限界利益も固定費用も計算式のまま推移

2028年度
 (38.3億円)

シナリオ②
 限界利益は計算式、固定費は12億円

2025年度
 (37.0億円)

* その年度のみ発生する「特別経費」は含まない

1. 株式会社ロコンドの現在の戦略骨子 ～おさらい～
2. 2017年度 第3四半期 決算概要および分析
3. 第3四半期の主なアクションと第4四半期の計画
4. 株式分割に関して

アウトレットでもUSEDでもない「LOCONDO Rename」開始 !!!



LOCONDO Renameでは、新品アイテムのブランドネームタグや洗濯表示タグの付け替え加工を行います。それらを「Rename」ブランドとして数量限定で販売します。

LOCONDO Rename 3つのメリット

¥

お得に買える

各ブランドはブランド価値を傷つけないため、たとえ売れ残っても大幅な値引きはできません。Renameでは元のブランド名を表示しない事で元の価格よりも大幅に値引して販売する事が可能です。

eco

エコに繋がる

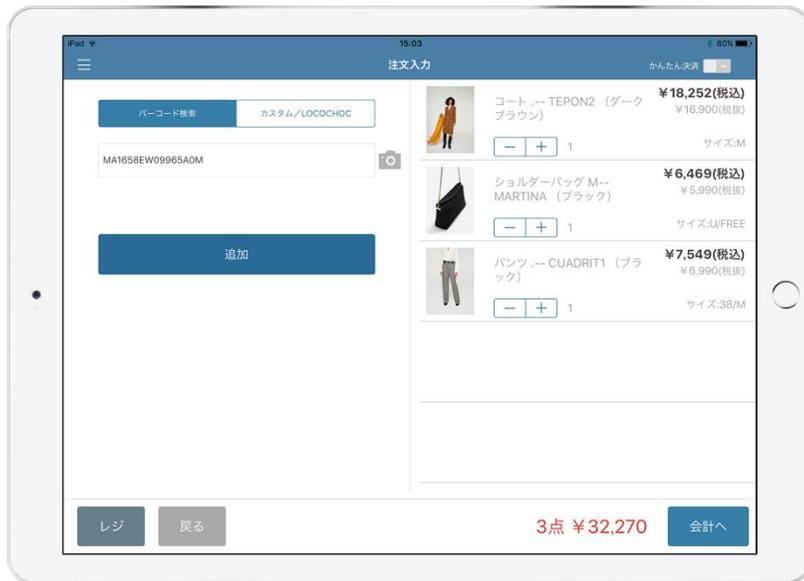
日本では毎年、100万トンの洋服が廃棄されていますが、中にはブランドが新品を廃棄していることもあります。Renameによってブランド名を変えて新品を再販売することで、廃棄量の削減に繋がります。

meet

新たな出会い

「このブランドは好みじゃないから...」そんな理由で手に取らなかったブランドも多いはず。Renameによって元のブランドイメージに惑わされず、今まで手に取らなかったアイテムとも出会えます。

オムニ戦略を実現し、店舗をEC同様に運営する「RAOS計画*」の骨子を担う、LOCOPOS大幅バージョンアップ!!!
現在はMANGOに加えて**大丸松坂屋様**が利用開始!!!



現在の主な機能

- リアルタイム店舗売上登録(レジ)・在庫管理
- 自店舗・他店舗在庫の閲覧
- 電子レシート・紙のレシート発行
- NEW!** 店舗在庫のオンライン・リアルタイム販売
- NEW!** 店舗⇄倉庫の入出荷登録、店間の在庫移動登録
- NEW!** 棚卸し
- NEW!** 販売員タスク管理
- NEW!** JANコードのカメラ読取(アプリのみ)

新たな配送オプションとして「ファーストクラス便」を開始します。
下記以外の更なるサービス詳細は後日・・・

ロコンド「ファーストクラス便」登場！ ただいま無期限値下げ中です。

ファーストクラス便
FIRST CLASS

最短で当日夜お届け

朝6時から深夜0時まで、1～2時間ごとに時間指定が可能

新たな決済オプションとして「試着後払い」を開始します。サービス詳細は後日・・・

試着後払い

MANGO原宿店をロコンドの小型百貨店へリニューアルします。
ECならではのリアル店舗を展開します。詳細は後日・・・



大型テレビCMを開始します。ファッションECとしては過去10年間で史上最大規模になる予定です。詳細は後日・・・



これらアクション計画の進捗に加え、並行して進めているプロジェクトや機能改善、およびM&Aの進捗も踏まえ4月には2018～20年度の「**中期計画**」を発表予定です。

理想値を実現できる年度をどこまで前倒しできるのか（2025年度では遅すぎる）、そのためには何が必要か、ココから更に「計画」と「実行」のギアを上げていきます。

1. 株式会社ロコンドの現在の戦略骨子 ～おさらい～
2. 2017年度 第3四半期 決算概要および分析
3. 第3四半期の主なアクションと第4四半期の計画
4. 株式分割に関して

株式の流動性向上と投資家層の拡大のため
株式を「**2分割**」します。

基準日は2月28日(水曜日)となります。

本資料の取り扱いについて

- 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あります。
- 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。