



LOCONDO.jp

業界に革新を、お客さまに自由を

2019年2月期 (2018年度) 第3四半期



ミッション

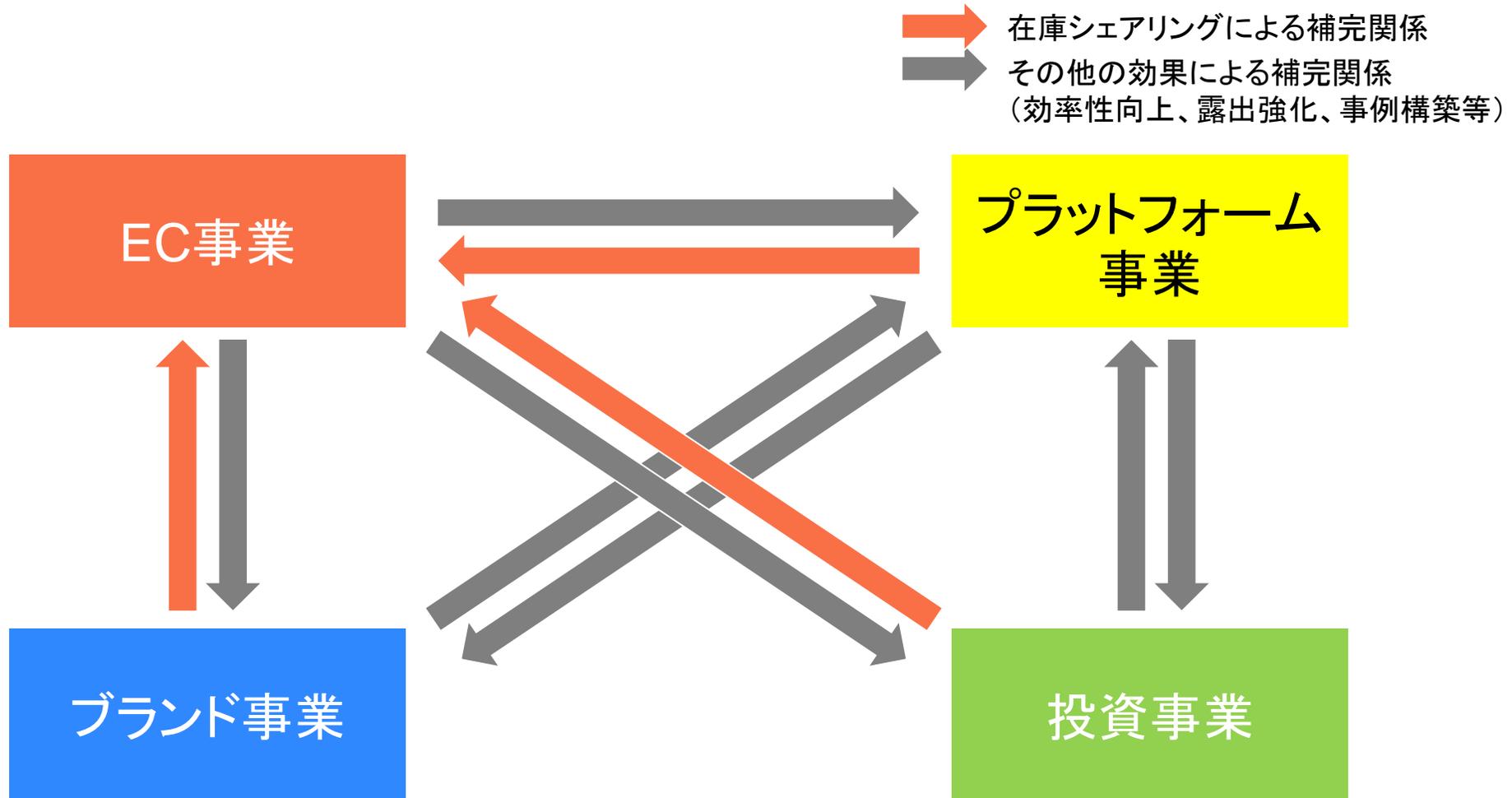
業界に革新を、お客さまに自由を

具体的に実現したい世界

1. 自宅で試着、気軽に返品
2. 在庫シェアリング(一元化)
3. シームレスなオムニ戦略

ロコンドの事業ポートフォリオ コンセプト

在庫シェアリング(事業間で在庫共有し、回転率を高める事によって、より多くの在庫を預けて頂く=EC販売在庫を増やす)効果を軸とする、事業間での相互補完性が特徴



ロコンドの事業ポートフォリオ 詳細

EC事業

株式会社ロコンドにおける基幹事業(B2C)

- **LOCONDO.jp**: 「試着できる」靴とファッションの通販サイト。委託商品割合はおよそ9割。海外においても実証されているビジネスモデルであり、今後も規模拡大を目指す最重要サービス
- **LOCOMALL**: LOCONDO.jpでは弱いカテゴリの売上をカバーする、補完サービス。現在は楽天、Yahoo!内で公式ストアを展開

プラットフォーム事業

EC事業の品揃え・在庫を確保し、売上を上げるための最大の「武器(Inventory Sharing)」事業であると同時に、B2B収入を通じて継続的な利益を得るキャッシュカウ事業

- **BOEM***: EC事業のインフラを活用し、ブランドの自社ECを完全受託するサービス
- **e-3PL**: ロコンド倉庫で預かっている在庫を活用し、リアル店舗への出荷も担う、3PLサービス。B2C倉庫でありながら、百貨店出荷まで対応できるオペレーションの高さが差別化要因
- **LOCOCHOC**: EC在庫を活用して店舗欠品をフォローする、店舗販売員用のクラウドサービス
- **LOCOPOS**: ECと店舗の情報の同一化(オムニ化)を実現する、クラウド店舗POSサービス。LOCOPAYと合わせれば、顧客情報・購入情報の同一管理も可能

ブランド事業

EC事業・プラットフォーム事業のサービスを活用し、自社で在庫リスクも担ってブランド運営をする事業

- **MANGO**: スペイン発のグローバルファストファッションブランド。LOCONDO.jp上での販売に加えて、BOEM(自社EC)、ロコンドのリアル店舗(原宿)での販売も展開
- **Misuzu & Co(旧・三鈴商事)**: 国内有数の靴卸。OEM事業に加えて、Vanity BeautyやBell Florrieなどの自社ブランドも展開

投資事業

株式取得を通じた上記事業の拡大に加え、エグジット(IPO、M&A)による投資リターンも得る事業

- **Corporate Principal Investment (CPI)****: 原則、20%以上の株式を取得し、経営に関わりながら、上記事業を通じた価値向上を目指す。シャディ株式会社株式は30%売却し、現在の保有比率は10%
- **Corporate Venture Capital (CVC)**: 原則、20%未満の株式取得・提携を通じ、経営には関与しないものの、上記事業を通じた価値向上を目指す。現在は株式会社オアシスライフスタイルグループが該当

* BOEM: Brand's Official E-commerce Management

** CPE (Corporate Private Equity) から名称変更

2018年度 第3四半期 業績

2018年度 第3四半期 業績の概要

(単位:百万円)

項目	17年度 3Q	17年度 年間	18年度 3Q実績	成長率	18年度 年間計画	進捗率
商品取扱高(返品後)	7,047	9,495	10,274	+ 46 %	15,000	68%
売上高	2,810	3,972	4,827	+ 72 %	6,600	73%
売上総利益	2,359	3,288	3,907	+ 66 %	-	-
(対取扱高比)	33.8%	34.6 %	38.0%	-	-	-
広告費用前 営業利益	628	928	1,197	+ 90%	1,800	67%
(対取扱高比)	8.9%	9.8 %	11.7%	-	-	-
営業損益	202	326	△646	-	△1,000	-
(対取扱高比)	2.9%	3.4 %	-	-	-	-
経常損益	190	312	△530	-	△900	-
四半期純損益	175	175	△136	-	△506	-

(注)17年度はロコンド単体、18年度3Q実績は連結の業績です

2018年度 第3四半期 財政状態

(単位:百万円)

	前事業年度末 (2018年2月28日)	当第3四半期末 (2018年11月30日)		前事業年度末 (2018年2月28日)	当第3四半期末 (2018年11月30日)
流動資産	3,949	4,436	流動負債	933	1,703
うち、現預金	2,943	2,093	うち、受託販売 預り金	330	649
うち、商品	466	985	固定負債	22	124
固定資産	465	817	負債合計	955	1,827
うち、有形固定 資産	102	181	純資産	3,458	3,425
うち、無形固定 資産	79	91	うち、株主資本	3,457	3,422
うち、投資その 他	283	543			
資産合計	4,414	5,253	負債・純資産合計	4,414	5,253

(注)前事業年度末はロコンド単体、当第3四半期末は連結の財政状態です

2018年度 第3四半期 販管費の内訳

(単位:百万円)

項目	17年度 3Q		18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	429	6.1%	647	6.3%	+0.2%	
社員	278	4.0%	340	3.3%	△0.6%	
パート／アルバイト	150	2.1%	306	3.0%	+0.8%	
荷造運搬費	437	6.2%	890	8.7%	+ 2.5%	取扱高には含まれない「e-3PL事業の拡大」に伴い、取扱高比は上昇
決済手数料	221	3.1%	330	3.2%	+ 0.1%	
広告関連費用	424	6.0%	1,844	18.4%	+ 11.9%	
うち変動費(Web広告・ポイント)	424	6.0%	893	8.7%	+ 2.7%	TVCMに連動したWeb広告の強化
うち固定費(TVCM等)	—	—	950	9.3%	+ 9.3%	2018年3月よりTVCM放映
地代家賃	274	3.9%	356	3.5%	△0.4%	
その他	369	5.2%	484	4.7%	△0.5%	前期は物流倉庫移転に伴う特別経費が70百万円発生
販管費	2,157	30.6%	4,554	44.3%	+ 13.7%	

(注)17年度3Qはロコンド単体、18年度3Qは連結の販管費です

①取扱高 推移 (単体)

① 取扱高

= LOCONDO.jp 取扱高

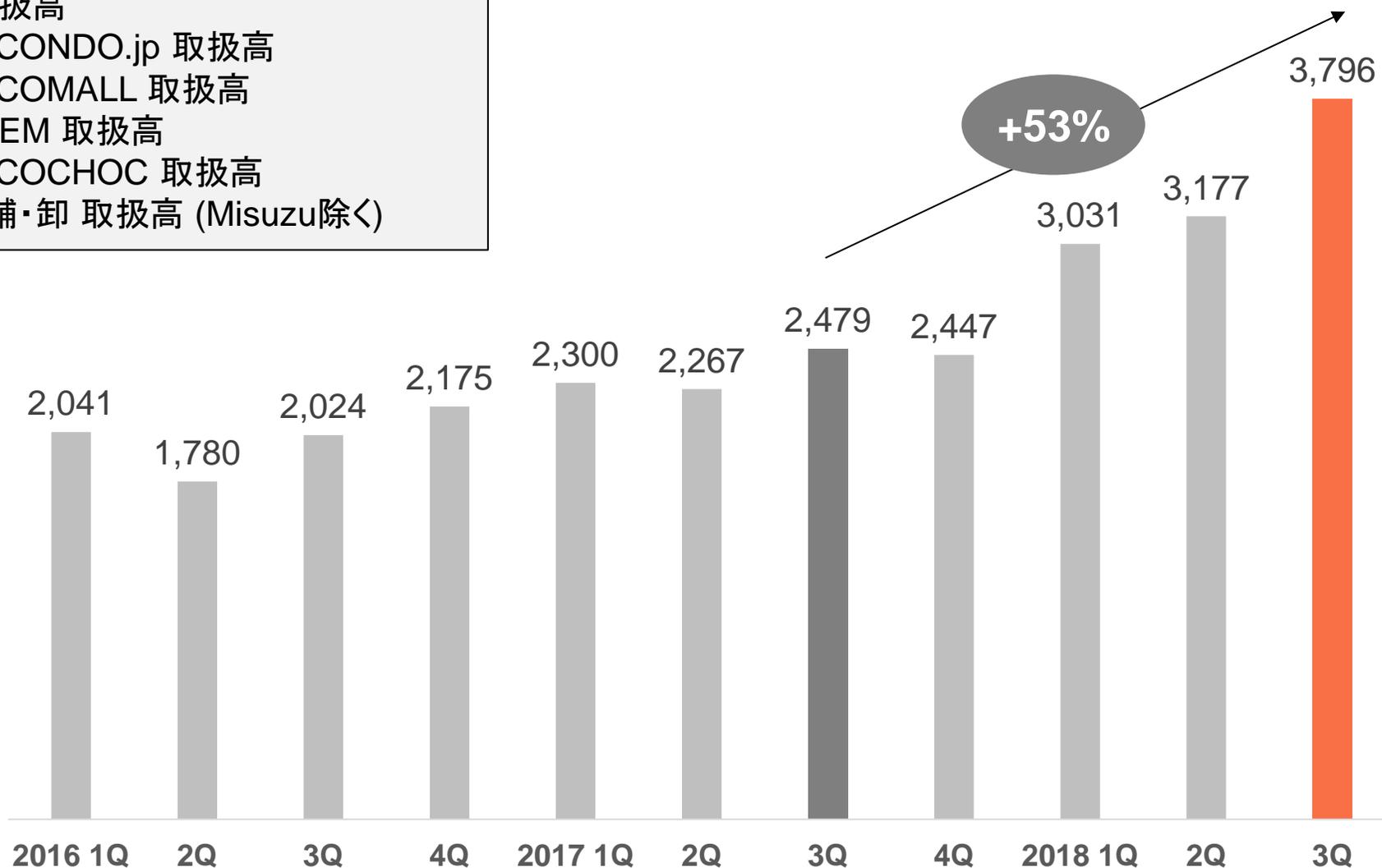
+ LOCOMALL 取扱高

+ BOEM 取扱高

+ LOCOCHOC 取扱高

+ 店舗・卸 取扱高 (Misuzu除く)

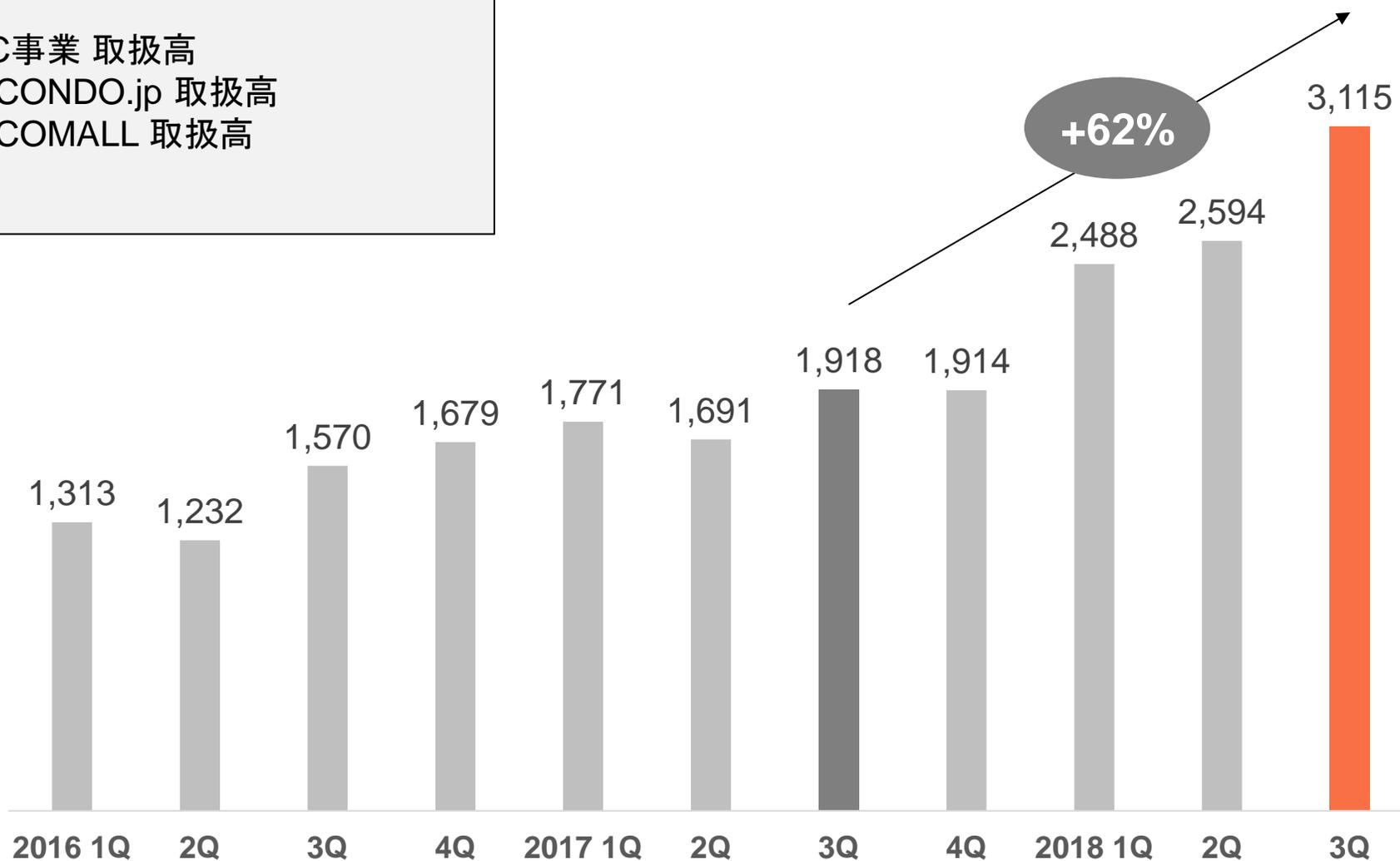
(単位: 百万円)



②EC事業 取扱高 推移 (単体)

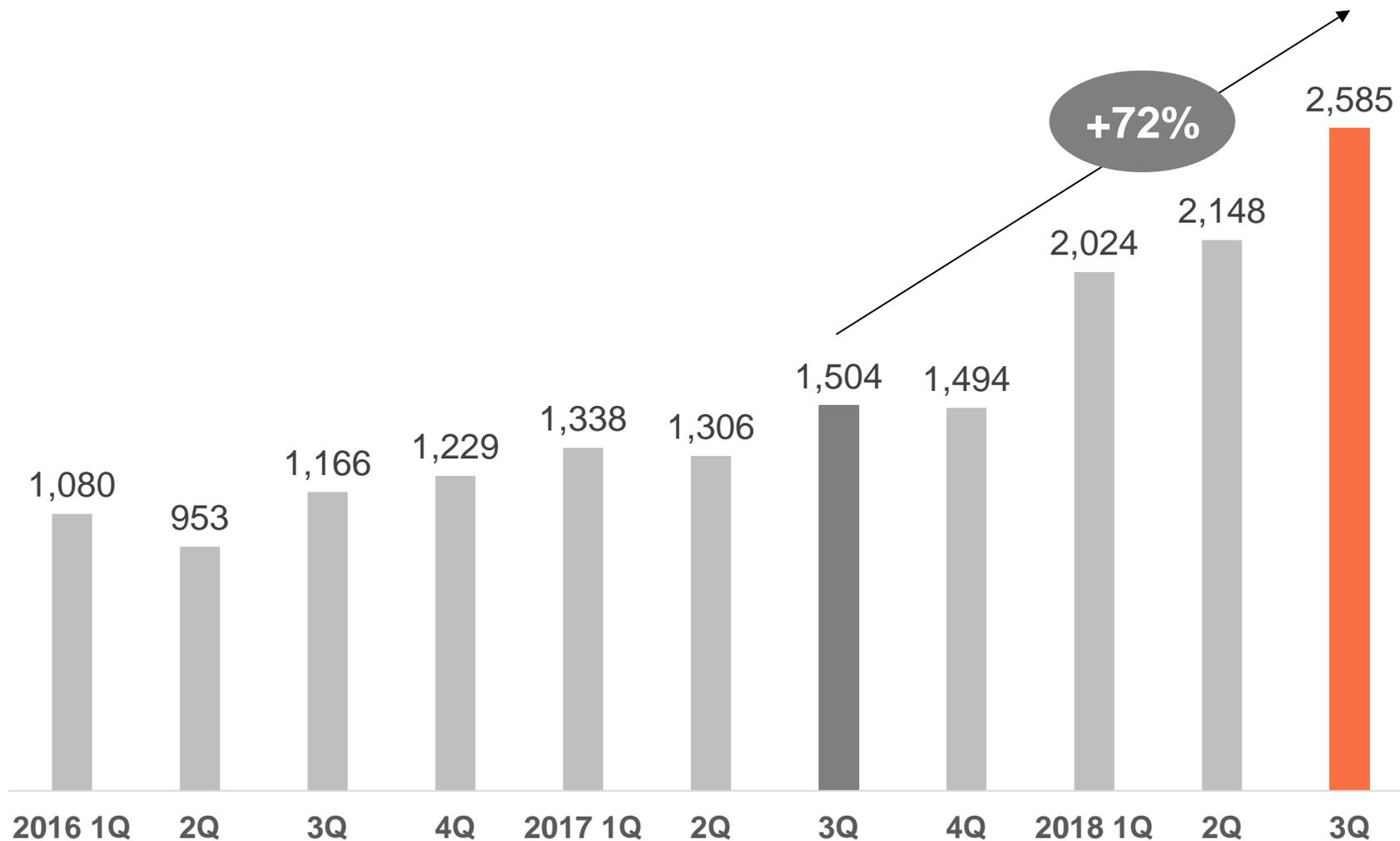
(単位: 百万円)

② EC事業 取扱高
= LOCONDO.jp 取扱高
+ LOCOMALL 取扱高



③ LOCONDO.jp 取扱高 推移 (単体)

(単位: 百万円)

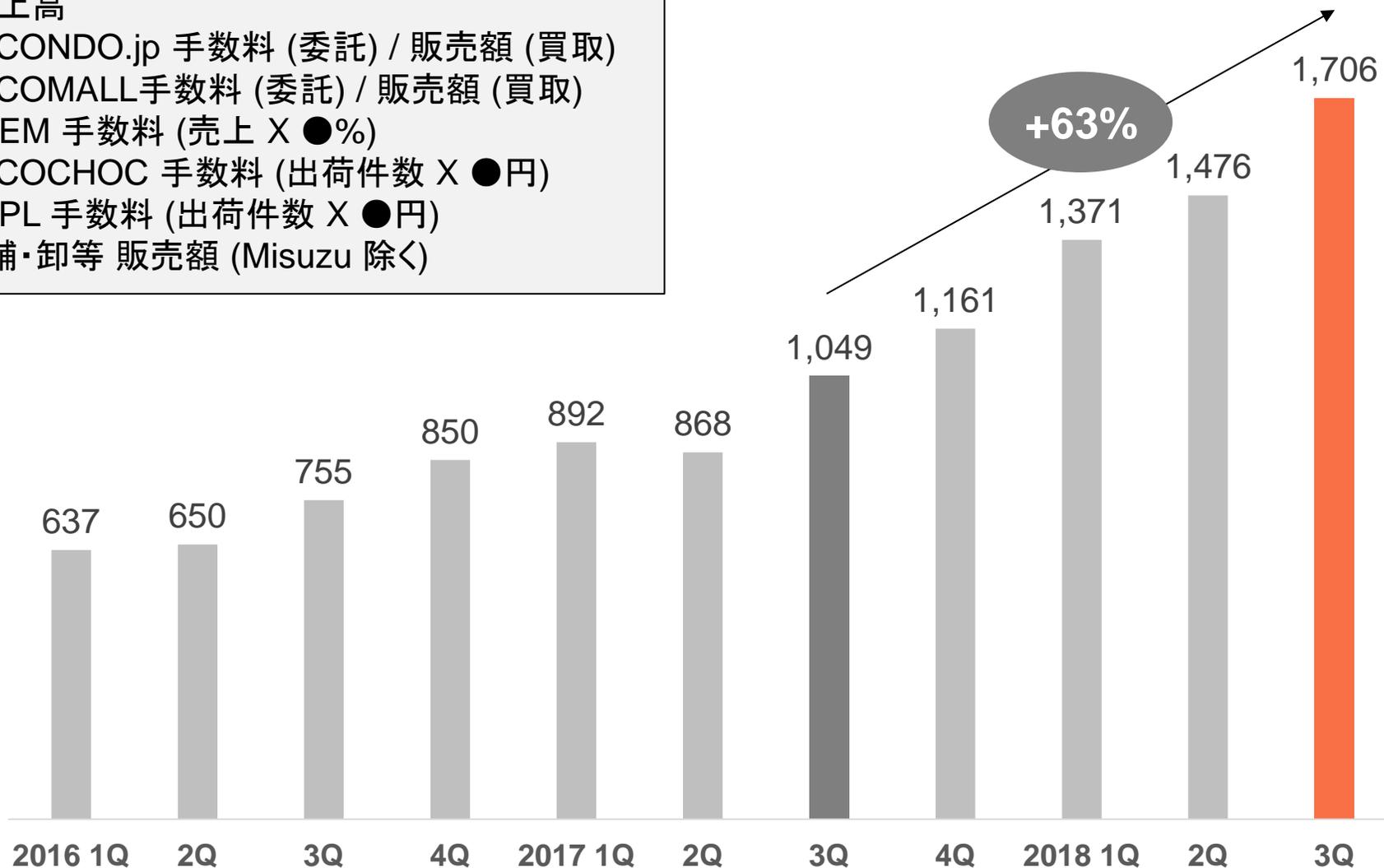


④売上高 推移 (単体)

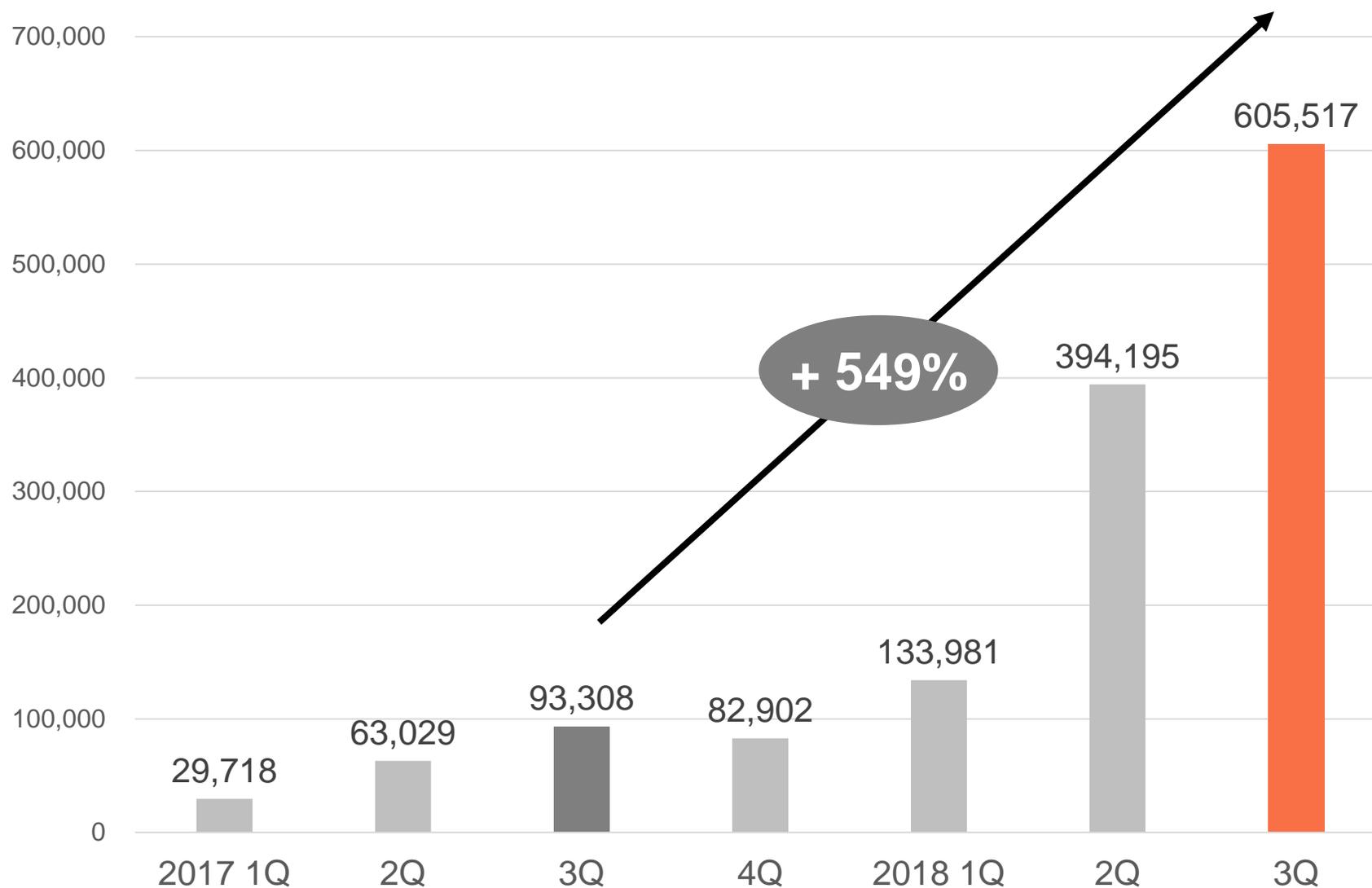
④ 売上高

= LOCONDO.jp 手数料 (委託) / 販売額 (買取)
+ LOCOMALL手数料 (委託) / 販売額 (買取)
+ BOEM 手数料 (売上 X ●%)
+ LOCOCHOC 手数料 (出荷件数 X ●円)
+ e-3PL 手数料 (出荷件数 X ●円)
+ 店舗・卸等 販売額 (Misuzu 除く)

(単位: 百万円)



⑤出荷個数(e-3PL) 推移 (単体)

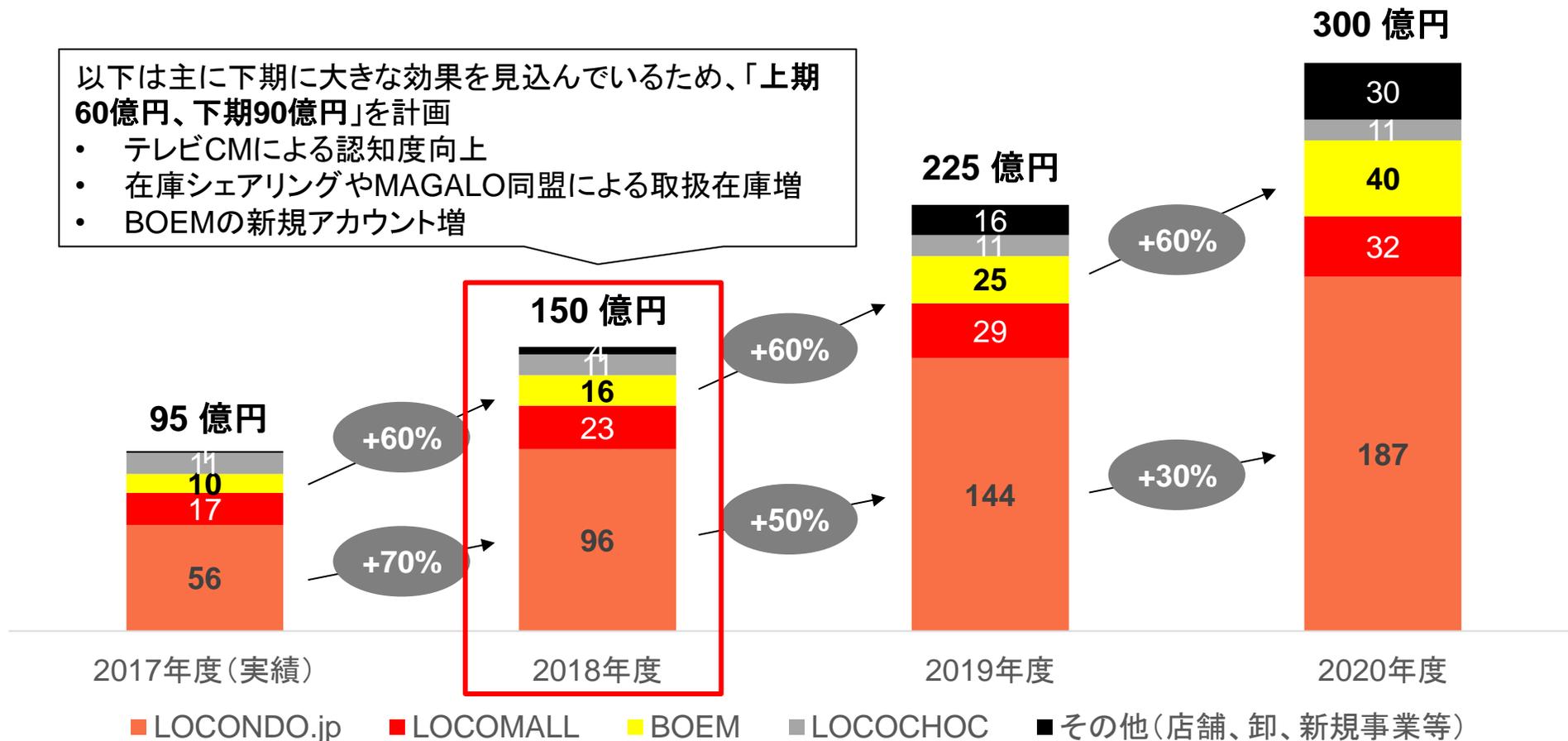


第3四半期までの中計進捗

中期計画 取扱高(返品差引後) (億円)

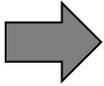
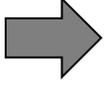
以下は主に下期に大きな効果を見込んでいるため、「上期60億円、下期90億円」を計画

- テレビCMによる認知度向上
- 在庫シェアリングやMAGALO同盟による取扱在庫増
- BOEMの新規アカウント増

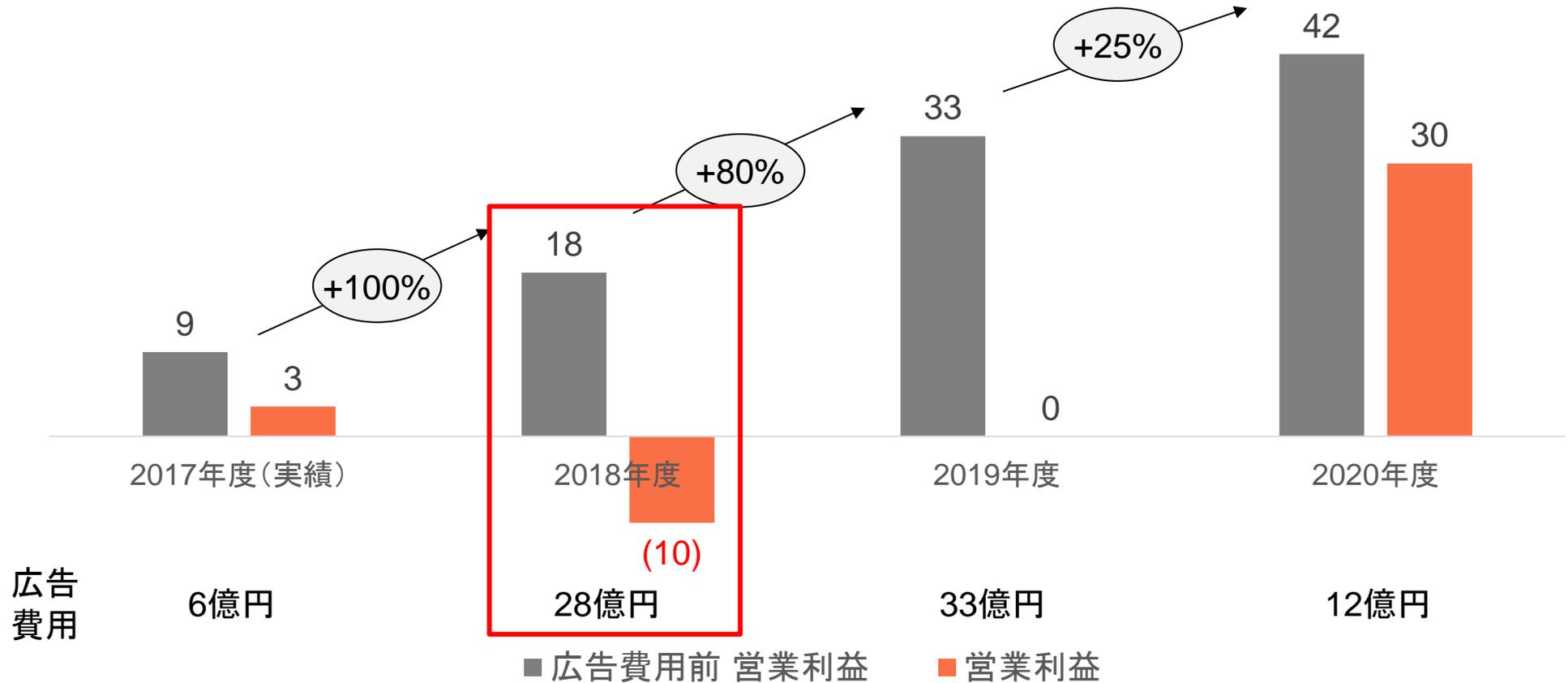


18年度の取扱高150億円計画は達成できるのか？

現時点では18年度の取扱高150億円計画に対し、事業別の凸凹あるものの、全体では計画通りの着地見込

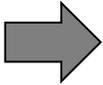
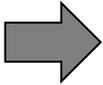
	昨対比	計画比	詳細
LOCONDO.jp			本四半期(9~11月)、LOCONDO.jp取扱高は昨対比 +72% を実現。テレビCM効果は想定以上であるものの、MAGALO同盟(MAGA在庫をロコンドで販売)が計画未達。又、暖冬の影響があるものの、本日からのセール効果を勘案し、年間見込は 96億円 のまま据え置き
LOCOMALL			同期間数値は +28% で着地したものの、同じくMAGALO同盟(ロコンド在庫をMAGAで販売)のスタートが遅れているため、年間では 20億円 前後(計画は23億円)を見込...計画比 -3億円
BOEM (自社EC)			同期間数値は +28% で着地したものの、シャディの開発計画の変更(まずはモアージュで試行し、その上で判断)が影響し、年間では 13億円 前後(計画は16億円)を見込...計画比 -3億円
LOCOCHOC			昨対および計画比で共にトントン見込
その他			反面、「その他」ではMisuzu & Co.の株式取得(18年10月)の影響で、その他合算値では 10億円 前後(計画は4億円)を見込...計画比 +6億円 で、上記の計画未達をカバーできる見込

中期計画 営業利益 (億円)

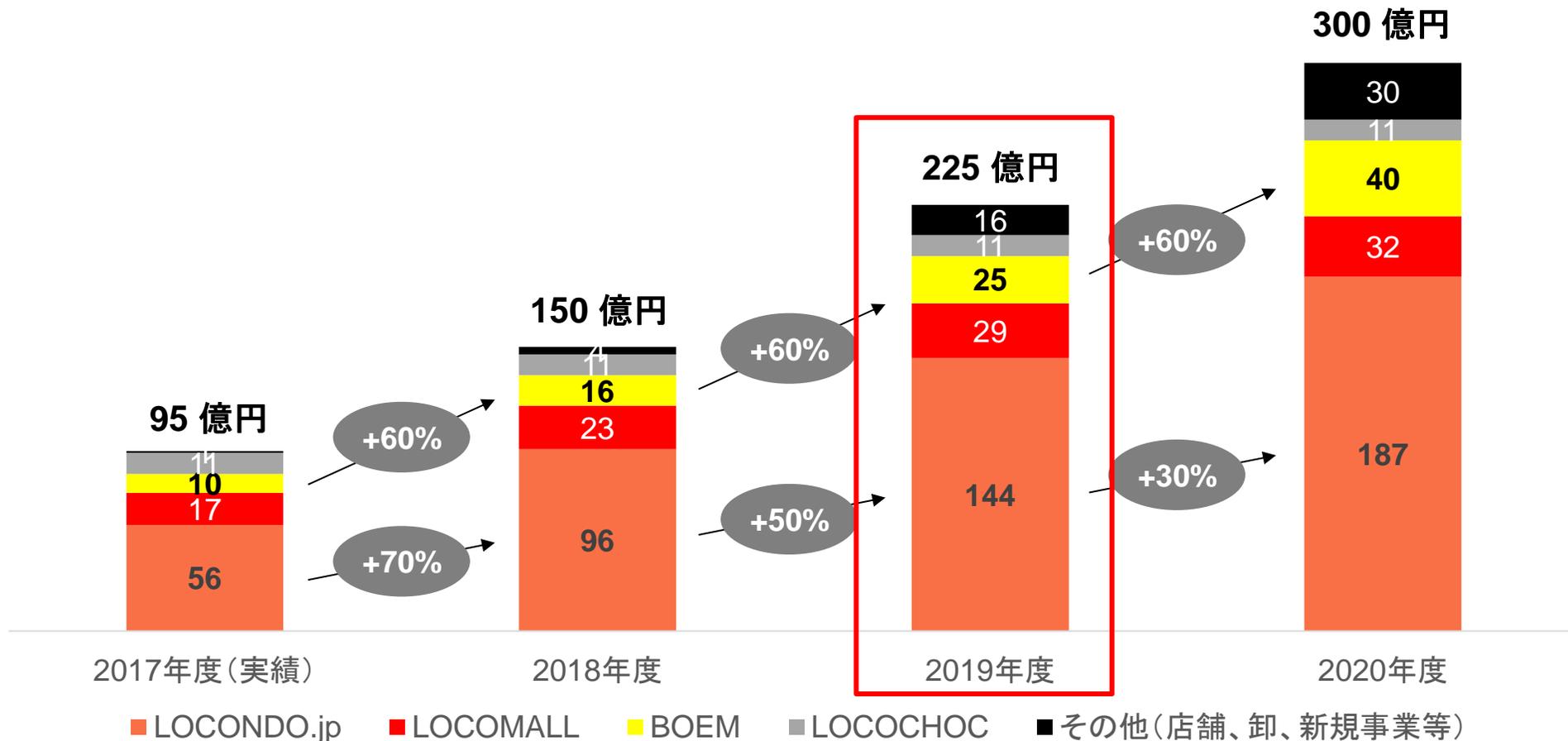


18年度の営業利益はどうか？

2018年度の営業赤字10億円計画に対し、こちらも全体では計画通りの着地見込

	計画比	詳細
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> 広告費用前 営業利益 (単体) </div>		第3四半期までの累積は昨年対比 +92% で推移。しかし、第3四半期のみ(9~11月)では +68% で、昨年度の第4四半期は広告費用前営業利益も高いため、現時点では堅実な数字として、年間通じて15~16億円前後(計画は18億円)... 計画比 - 2 ~ 3億円
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> Misuzu & Co. 影響 </div>		Misuzu & Co.は100%株式取得前は赤字であったものの、取得時に不採算事業を除いて継承した事に加え、以下のPMI*もある程度、完了しているため、18年度は(10月~19年2月)は 黒字見込(但し、ほぼ0に近い) <ul style="list-style-type: none"> • 倉庫は一部の卸在庫(買取)を除き、LOCOPORTへ集約 • 店舗売上・在庫管理はLOCOPOSによるIT管理へ移行 • 本社はロコンドと同じビルへ移転し、協業体制を強化 • スタイリストと顧問契約を締結し、リブランディングに着手
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> 広告費用 </div>		広告費用としては当初、-28億円を計画していたものの、テレビCMの費用対効果が想定以上に高かった事に加え、オンライン広告費用も効率化したため、現状は-25~26億円を見込... 計画比 + 2 ~ 3億円
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> 営業利益 経常利益 当期純利益 </div>		上記を加味し、営業利益としては当初計画(-10億円)から1億円改善し、 -9億円 を見込。それに伴って、経常利益は -8億円 (営業外収入1億円)、当期純利益は -4億円 (シャディ株式売却益4億円)を見込

中期計画 取扱高(返品差引後) (億円)



2019年度の取扱高225億円計画は達成できるのか？

2019年度の取扱高計画に対する、現時点の見立て

現時点で「来年度」の計画達成の難易度が最も高そうなのはBOEM

	難易度	詳細
LOCONDO.jp	Middle	増税の影響は多少なりともあるだろうものの、テレビCMの「サービス内容(自宅で試着)」認知面での伸びしろ、および関東・関西「以外」の地域の伸びしろが残されているため、+50%(144億円)は妥当な水準ではないか
LOCOMALL	Middle ~ High	18年度が20億円で着地した場合、+9億円の29億円は容易ではないものの、MAGALO同盟(ロコンド在庫をマガで販売)効果がまるまる19年度に計上されるため、29億円の計画値は可能な水準ではないか
BOEM (自社EC)	High	18年度が13億円で着地した場合、25億円の計画を達成するためにはほぼ倍増しなければならない。またシャディに関してはサブブランドのモアージュ実装後、本体に導入するか否かを両社間で検討するため、計画としては不透明
LOCOCHOC	Low ~ Middle	現状、ほぼ100%路面店で使用されており、百貨店内での導入がなかなか進まないものの、計画値としては「今年のトントン」で見込んでいるため、難易度は決して高くない
その他	Low ~ Middle	Misuzu & Co.で更なる不採算事業の撤退を進めたとしても、年間の取扱高ベースで16億円(LOCONDO.jpなどは除く)という水準は「今年のトントン」に近い、決して難しくない



どのようにしてBOEMの19年度計画「25億円」を実現するか？

BOEM 2.0

本日(2019/1/11)、遂に、リリース!!!

そもそもBOEMを使うメリットは？

① ワンストップ、カスタマイゼーション

ロコンドはシステム開発も物流運営も完全内製化のため、システム開発だけでなく全ての自社EC運営をある程度のカスタマイズをしながら任せられる

- 物流(入荷、出荷、返品)
- 顧客対応
- 広告運営 など

② 無料モデル

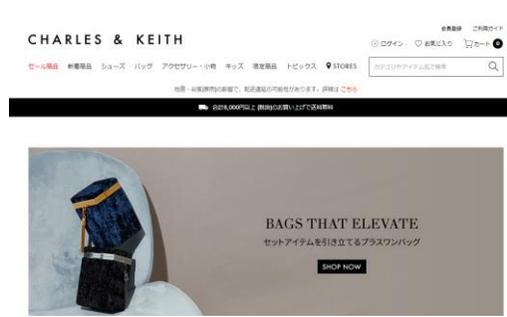
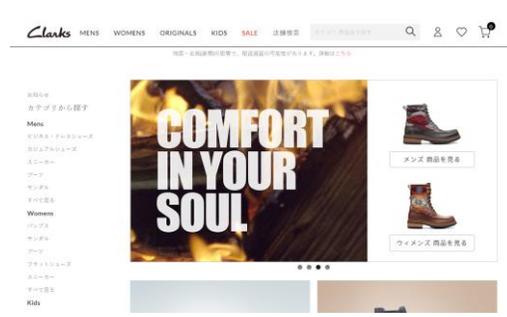
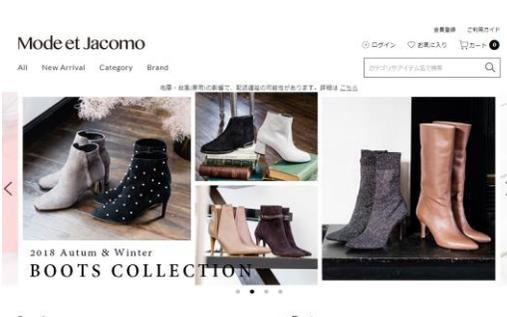
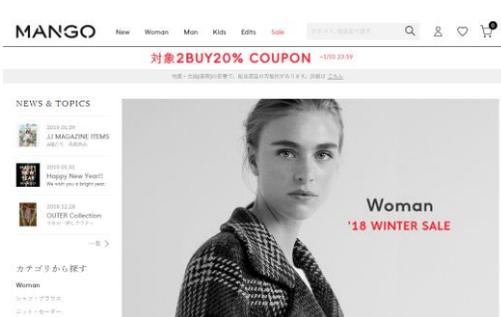
LOCONDO.jpとBOEMの多くは共通化されているため、様々な機能や情報が無償で利用できる

- システム新機能の無償アップデート
- 商品のささげ(撮影、採寸、原稿)情報の無償利用
- 物流庫内費用(入荷、保管) など

③ 在庫シェアリング、シームレスなオムニ戦略

他のプラットフォームサービスと組み合わせれば、一気通貫で在庫統合(在庫シェアリング)と情報統合(オムニ戦略)を実現することが可能

- 在庫シェアリング: e-3PL、LOCOCHOC、LOCOPOS
- シームレスなオムニ戦略: LOCOPAY、LoCore(開発中)、LOCONDO Wholesale(開発中)



BOEM 2.0として無償追加された機能 ① メルマガ配信

一気通貫のオリジナルCRMが可能になりました(自動配信CRMは既に実装済)。

制作

利用可能な置換タグ

```
<html><head><meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" /></head><body style="font-family:'ヒラギノ角ゴ Pro W3','ヒラギノ Kaku Gothic Pro, Osaka, 'MS Pゴシック' MS Gothic, sans-serif;background-color:#fff; webkit-text-size-adjust:100%;"><table border="1" style="width:100%; border-collapse:collapse; text-align:center; background-color:#fff;"><tr><td style="width:100%; padding:10px 0 10px 0;"><div style="text-align:center; padding-bottom:30px;"></div></td></tr></table></body></html>
```



メールが正しく表示されない場合はこちら

保存する

一覧

LOGO Mail

- キャンペーン一覧
- メールテンプレート一覧
- 配信レポート一覧

ステータス	キャンペーン名	配信予定日時	配信開始日時	配信回数	最終更新者	操作
実行済み	190100H	2019/01/09 19:00		889477	taro.komura	編集 配信
配信済み	190107H	2019/01/07 19:00	2019/01/07 19:02	888372	taro.komura	配信
配信済み	190106H	2019/01/06 19:00	2019/01/06 19:01	884227	taro.komura	配信
配信済み	190105H	2019/01/05 19:00	2019/01/05 19:02	876241	taro.komura	配信
実行済み	190104H	2019/01/04 19:00		1634504	taro.komura	編集 配信
配信済み	190103H	2019/01/03 19:00	2019/01/03 19:02	877110	taro.komura	配信
配信済み	190102H	2019/01/02 19:00	2019/01/02 19:02	877016	taro.komura	配信
配信済み	181230H	2018/12/30 19:00	2018/12/30 19:02	876287	taro.komura	配信
配信済み	181229H	2018/12/29 19:00	2018/12/29 19:01	876239	taro.komura	配信
配信済み	181228H	2018/12/28 19:00	2018/12/28 19:07	1349944	taro.komura	配信

246件中1件から10件を表示

配信

LOGO Mail

- キャンペーン一覧
- メールテンプレート一覧
- 配信レポート一覧

10 | 1件表示

絞り込み

ステータス	配信回数	最終更新者	操作
実行済み	889477	taro.komura	編集 配信
配信済み	888372	taro.komura	配信
配信済み	884227	taro.komura	配信
配信済み	876241	taro.komura	配信
実行済み	1634504	taro.komura	編集 配信
配信済み	877110	taro.komura	配信
配信済み	877016	taro.komura	配信
配信済み	876287	taro.komura	配信
配信済み	876239	taro.komura	配信
配信済み	1349944	taro.komura	配信

キャンペーン編集

190109H

配信予定日: 2019-01-09

配信開始時刻: 19:00

テンプレート選択: 190109H

セグメント: 女性メルマガ登録ユーザー

0件条件を追加

保存する

246件中1件から10件を表示

効果

LOGO Mail

- キャンペーン一覧
- メールテンプレート一覧
- 配信レポート一覧

10 | 1件表示

絞り込み

キャンペーン	メール件名	配信開始日時	最終配信日時	配信回数	開封数	開封率
クーポンが発行されました。		2019/01/07 19:02	2019/01/07 19:42	545089	81192	14.90%
[[LAST_NAME]]様 値下ブランドのご案内		2019/01/06 19:01	2019/01/06 20:10	544449	79757	14.65%
ご注文が削除されています。		2019/01/05 19:02	2019/01/05 19:57	543521	82998	15.20%
ただいま超々値下げ中!		2019/01/03 19:02	2019/01/03 19:40	541943	80450	14.84%
【初泊り】[[LAST_NAME]]様へセールのご案内		2019/01/02 19:02	2019/01/02 19:40	541175	95129	17.58%
【2018年の総決算】		2018/12/30 19:02	2018/12/30 19:38	539130	85700	15.90%
ご注文が削除されています。		2018/12/29 19:01	2018/12/29 19:43	538769	81368	15.10%
【重要】年末年始の営業について(SALE案内つき)		2018/12/28 19:07	2018/12/28 20:09	848905	196975	23.09%
【重要】年末年始の営業について(クーポンがまもなく終了)		2018/12/28 19:02	2018/12/28 19:24	137611	32269	23.45%
【重要】年末年始の営業について(クーポンがまもなく終了)		2018/12/28 19:02	2018/12/28 19:14	47976	12449	25.92%

242件中1件から10件を表示

BOEM 2.0として無償追加された機能 ③ 顧客対応

お客様とのコミュニケーションも従来のメールから大きく進化しました。

管理画面

The screenshot displays the BOEM 2.0 management interface. On the left is a navigation menu with options like 'お問い合わせ管理' (Inquiry Management) and '返信待ち' (Awaiting Reply). The main area shows a customer inquiry detail for 'WAN & Co.' with a table of inquiry information and a table of response history. A modal window titled 'お客様返信' (Customer Response) is open, allowing the user to select a site (MANGO), copy text, and add a response. The response area contains a thumbs-up icon and the text 'OK!'.

閲覧画面

The screenshot shows the MANGO customer portal. At the top, there's a navigation bar with 'MANGO' and links for 'New', 'Woman', 'Man', 'Kids', 'Edits', and 'Sale'. A coupon banner for '対象2BUY20% COUPON' is visible. The main content area is titled 'メッセージボード' (Message Board) and lists various messages with columns for status, category, message, update date, and date. A detailed view of a message is shown, dated '12月11日 10:54', with a thumbs-up icon and the text 'OK!'. The message content discusses a shipping issue and provides a refund policy. At the bottom, there's a note about the login process: 'ここに入力すると送信ボタンが表示されます。' (When you input here, the send button will be displayed.)

BOEM 2.0として無償追加された機能 ④ 会員カード & PAYMENT

BOEMのお客様はLOCOPOSレジでQRコード(BOEM PAY)をかざし、BOEMで登録しているクレジットカード情報を使ってそのままスマホ決済できるようになりました。



お会計

会員: 北村 亜美(キタムラアミ)様 保有ポイント: 3769 担当: 0001

ショルダーバッグ M--NURIO (ブラック)
1 × ¥3,843(税抜) ¥4,150(税込) 30%OFF サイズ: U/FREE

数量	1点
小計	¥4,150
(内消費税)	¥307
店頭優待	-¥0
利用ポイント	-¥0
合計	¥4,150

お支払い

現金

お釣り【あり なし 】

その他(カード等)

QRコード決済(LOCOPAY)

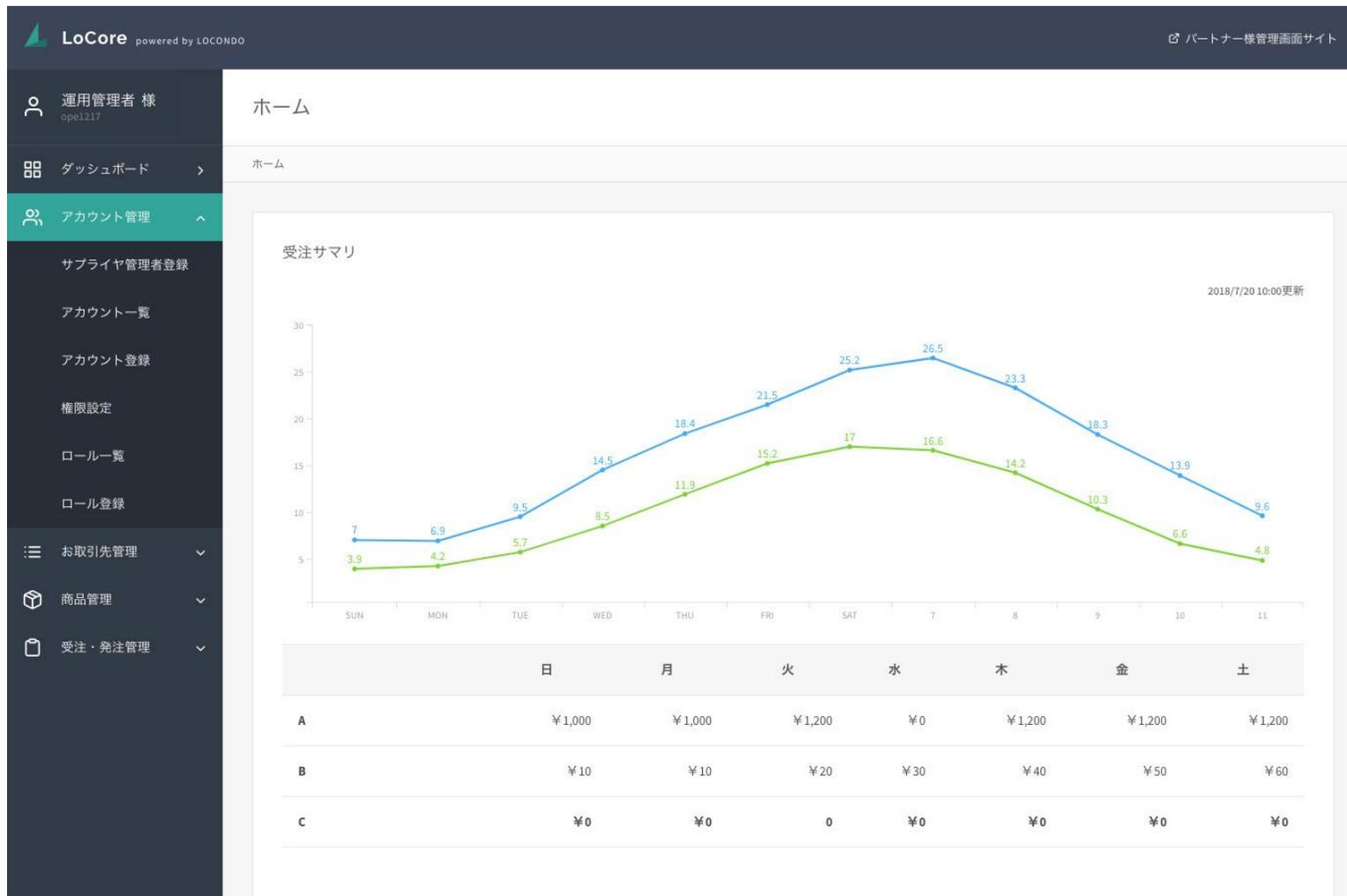
BOEM 2.0として無償追加された機能 ⑤ ポイント即時連携

更に、LOCOPOSレジでBOEM PAYをかざせば、ウェブのポイントが店舗で使用 & 付与が可能になりました(店舗ポイントをウェブで使用 & 付与も同様; 共に「即時」連携)。

The screenshot displays the LOCOPOS POS system interface. At the top, the '店頭値引' (Store Discount) screen is active. The interface is divided into several sections:

- Discount Grid:** A grid of buttons offering various discounts: 500円 OFF, 1000円 OFF, 1500円 OFF, 2000円 OFF, 3000円 OFF, 5% OFF (プロ/バーのみ), LOCOPAY 10% OFF, 10% OFF (プロ/バーのみ), 15% OFF (プロ/バーのみ), 20% OFF (プロ/バーのみ), 25% OFF (プロ/バーのみ), and 30% OFF (プロ/バーのみ).
- Coupon Code Input:** A field labeled 'クーポンコード入力:' with a text input containing 'クーポンコード' and an '追加' (Add) button.
- Points Section (Red Box):** A section titled 'ポイント' (Points) containing the text '使用可能ポイント: 3769、合計金額: ¥4150(ポイント)まで利用可。' and a '適用' (Apply) button.
- Buttons:** A large red 'オープン' (Open) button at the bottom left and a blue '完了' (Complete) button at the bottom right.

全チャネルのデータを統括管理できる、クラウド基幹システム「LoCore(ロコア)」



ロコンドの基盤を使ってB2B(卸価格)で販売できる、LOCONDO Wholesale

Home / Shopping Basket

Shopping basket

Enable global view

Actions

Show filters Search or scan

Sort by: Most recent | Display 20 | 60 | 100

Total MC	Total units	Total amount
45	499	€5,886.93

Select all

In shopping basket Uncompleted items (7 available).

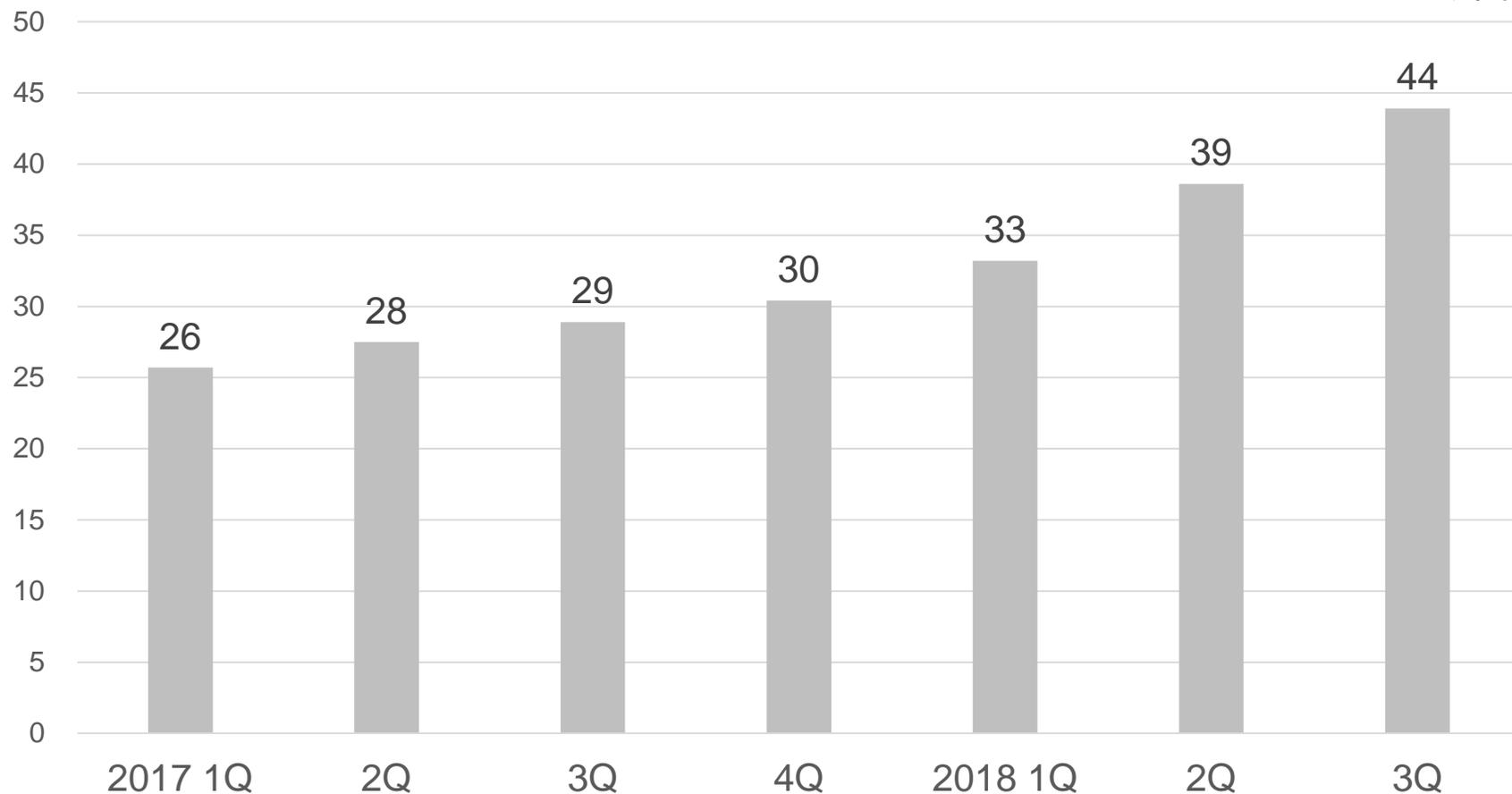
<input type="checkbox"/>		EARRINGS COCO Ref. 43003755					
	<input type="radio"/> 40 - Light/pastel Green	Units	RRP	Purchase price	Total		
		10	¥1,990.00	€5.07	€50.70		
<input type="checkbox"/>		DRESS BETHA-I Status 					
	<input type="radio"/> 99 - Black	Units	RRP	Purchase price	Total		
		10	¥5,990.00	€15.21	€152.10		

LOCONDO.jp KPI

※ DATA SHEETから抜粋

テレビCMによる認知度向上によって、アクティブユーザー数は増加

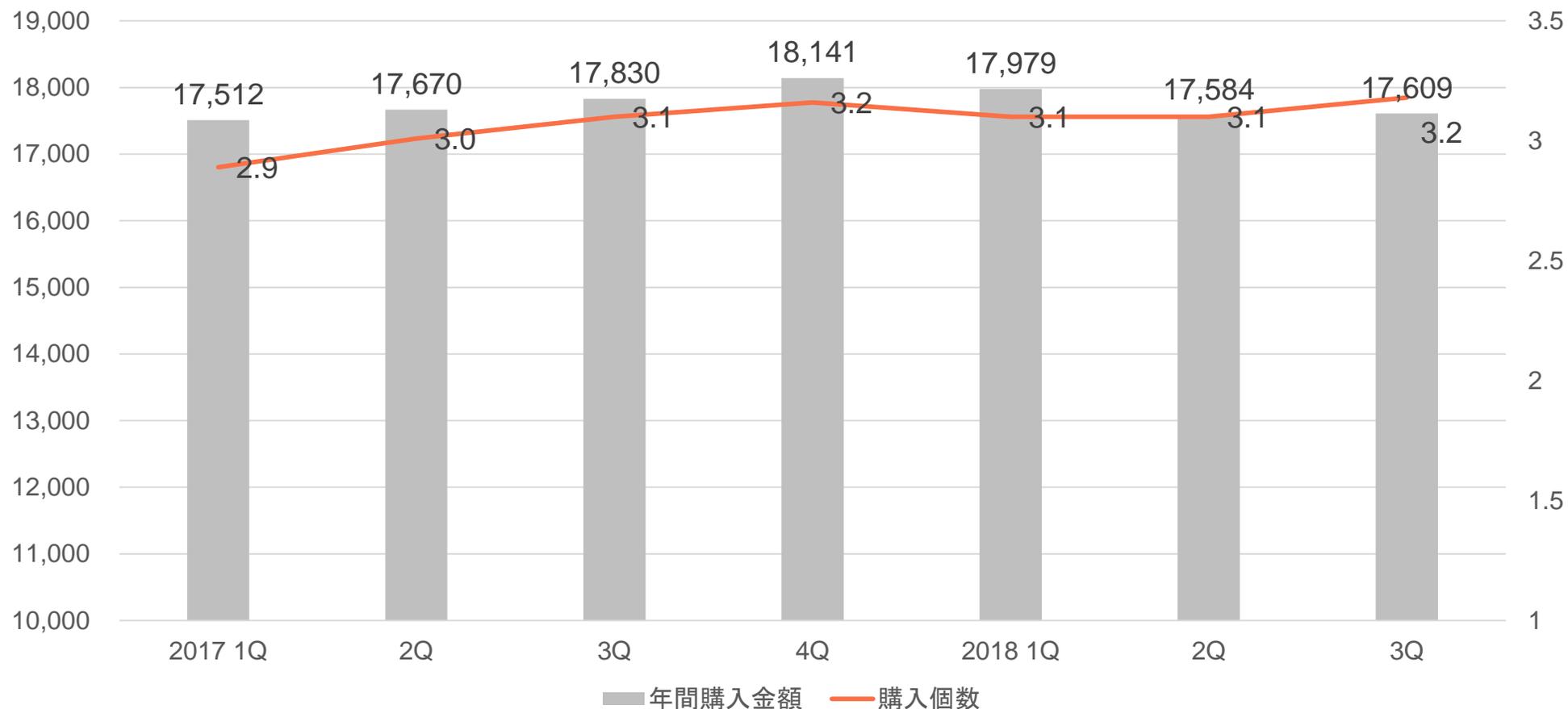
(単位: 万人)



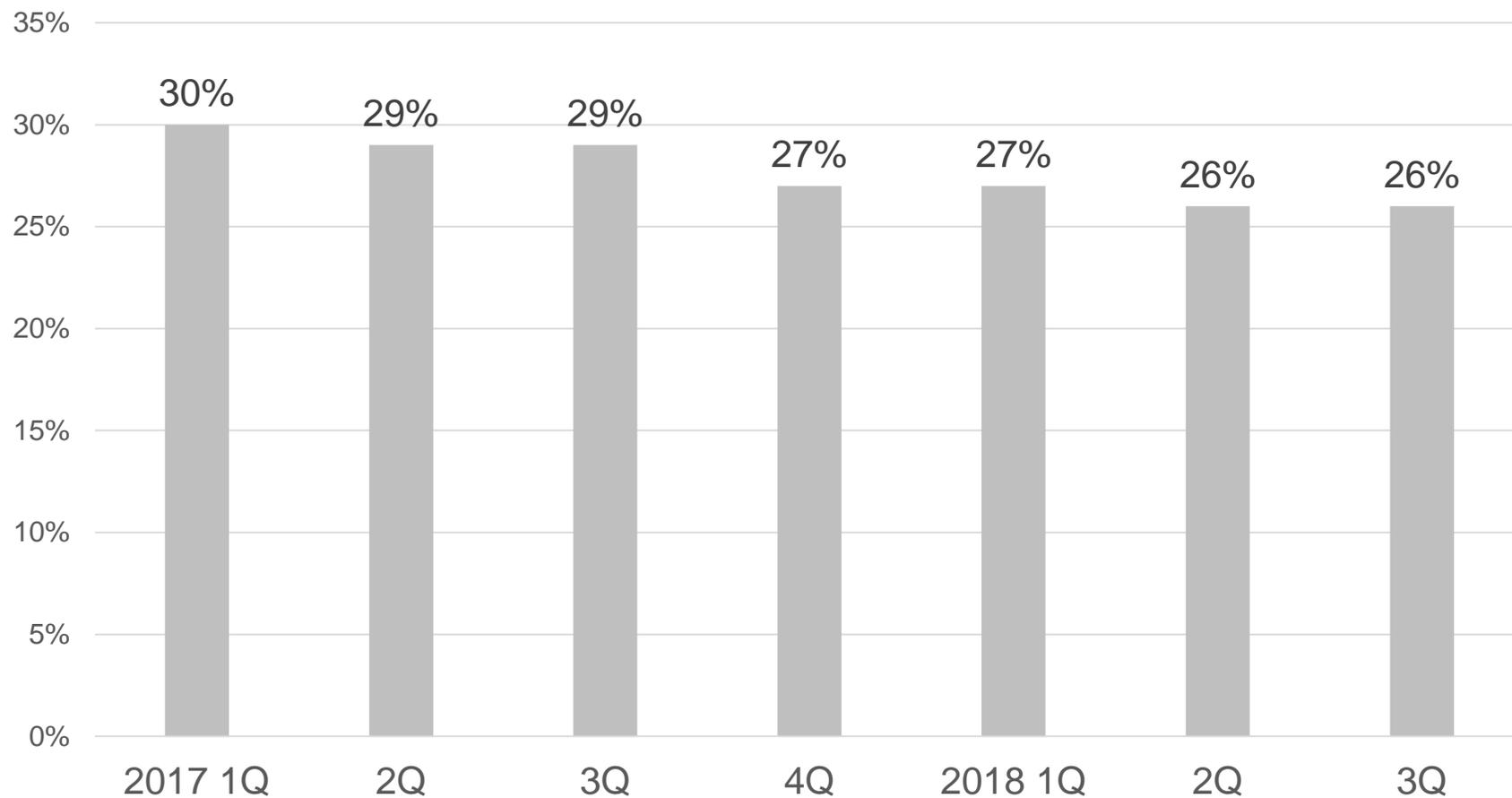
年間購入金額(ARPU)は下落傾向がストップし、第3四半期は微増

(単位: 円)

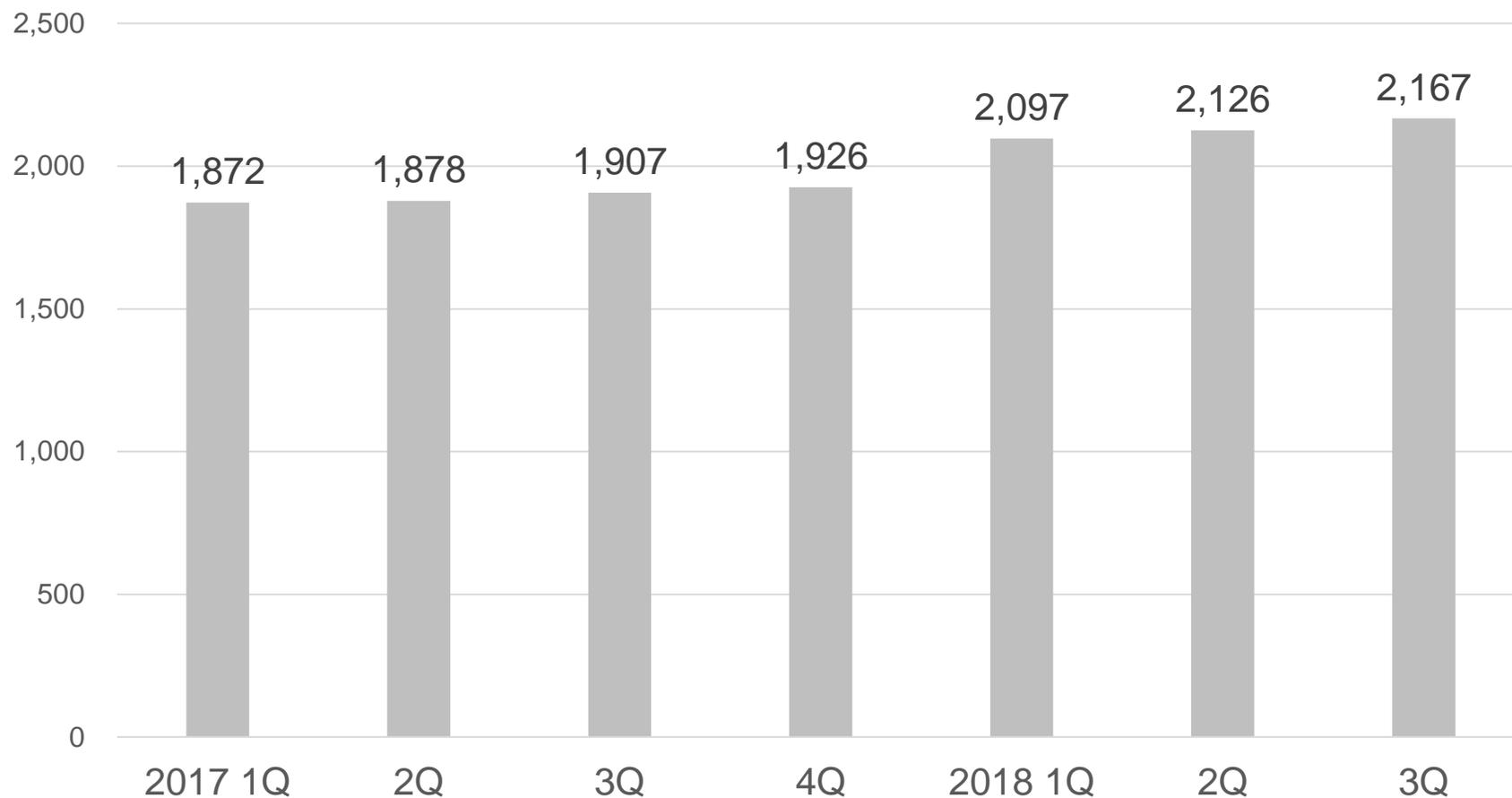
(単位: 個)



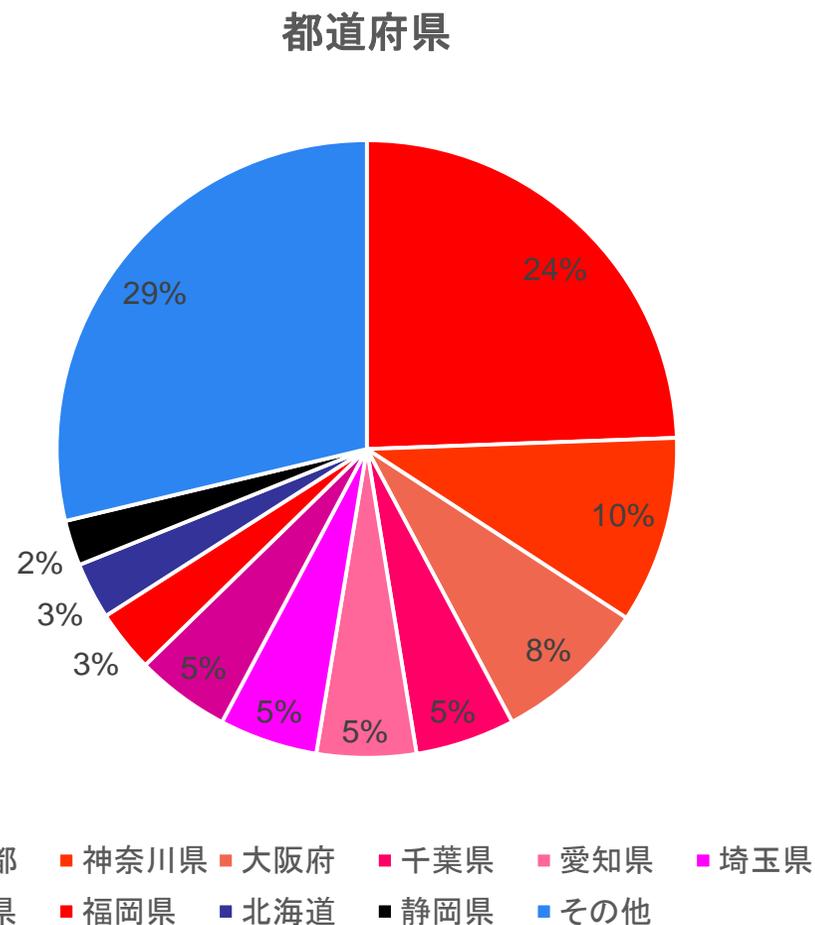
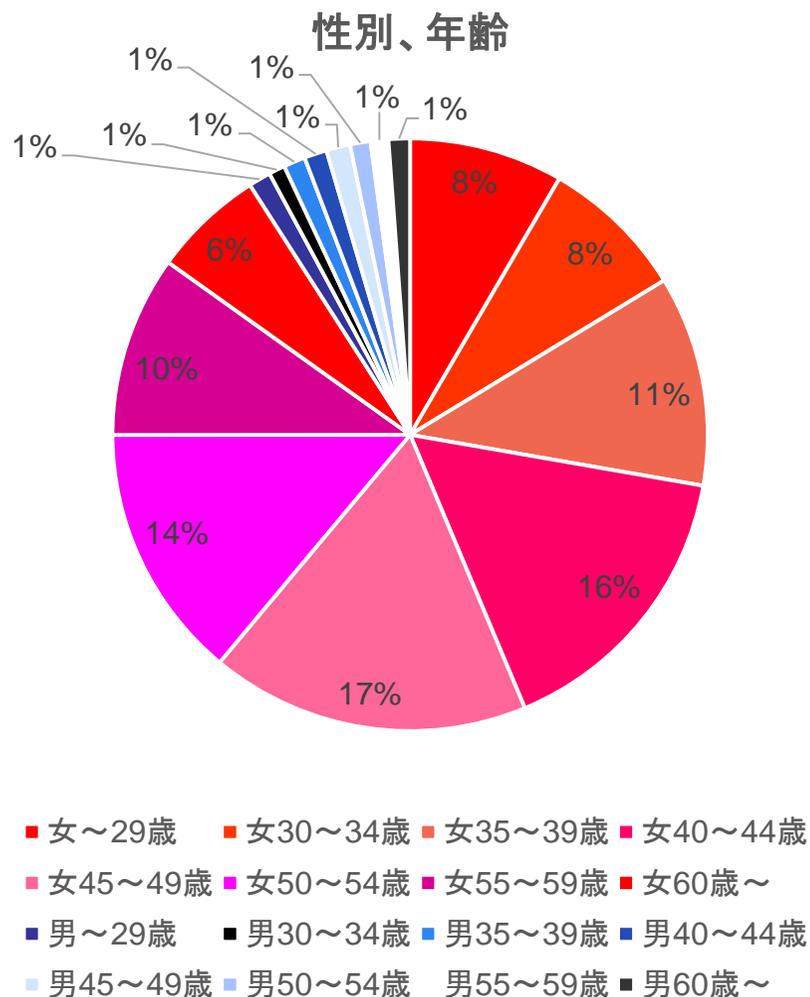
各種の返品率改善策が奏功し、返品率は改善傾向を持続



出店ブランド数は2,000ブランドを突破し、引き続き、増加傾向

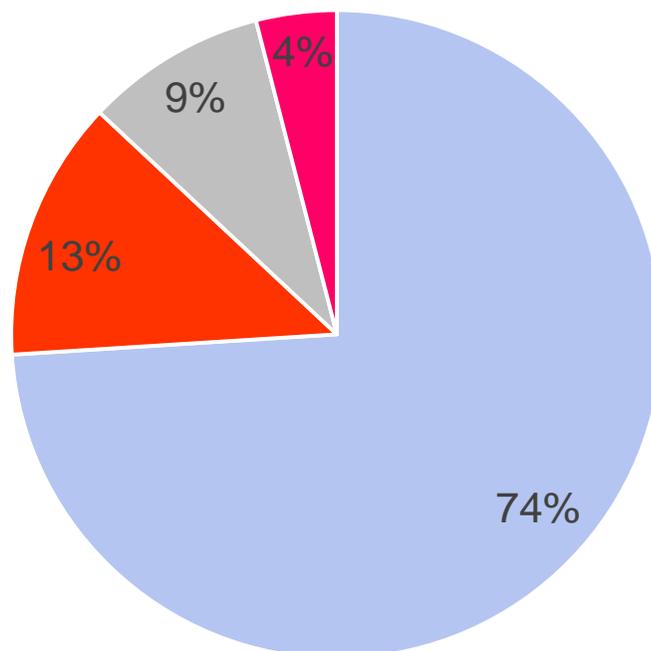


都市部に住むF2層(35~49歳女性)が多いのがロコンドの特徴



靴をコア商材としているのがロコンドの特徴であり、他社との差別化要因。引き続き、「靴のEC市場でNo.1」を目指す

カテゴリ



■ 靴 ■ 洋服(アパレル) ■ バッグ ■ アクセ、その他

- 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。

補足資料



<https://youtu.be/ZU8uE80OPR4>

ロコンドの事業内容、中期計画 ビデオ (8:00)

イーコマース事業展開

商品(在庫) 売場(システム)

ECを拡大し続けるためには
4つの要素を拡大し続けなければならない

集客(広告) 物流(オペレーション)

プラットフォーム事業展開

BIG DATA

BOEM、e-3PL、LOCOCHOC、LOCOPOSから
得られるデータをクラウドで一元管理できる体制へ

システム Masters (統合管理システム)

オペレーション

ブランド、投資事業展開

店舗と資金という要素を絡めた、
幅広いパートナーシップの実現へ



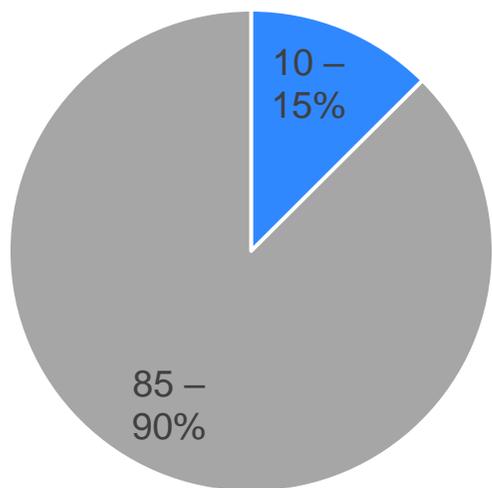
<https://youtu.be/NuQkBR6kMcs>

靴のEC市場に関して

靴のECだけでも取扱高1,000億円(= 靴のEC市場規模: 4,000億円 × 市場シェア: 25%)までのアップサイドは存在

現在の靴市場

100% = 1.4兆円

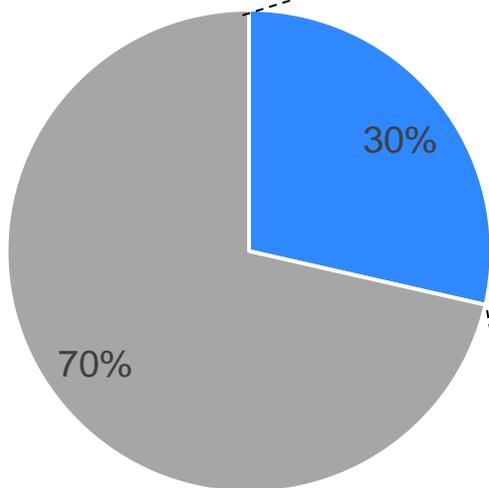


■ EC ■ 店舗

現在の国内靴市場のEC化率は10% ~ 15%(ファッション全体では11%)

数年後(5年後~)の靴市場

100% = 1.4兆円

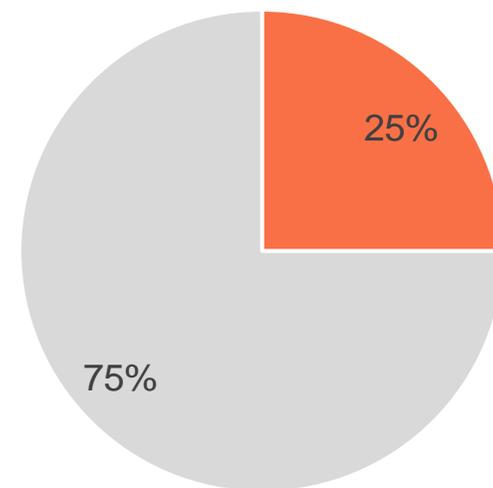


■ EC ■ 店舗

数年後には欧米水準の「靴市場のEC化率: 30%」になる見込

ターゲット・市場シェア

100% = 0.4兆円

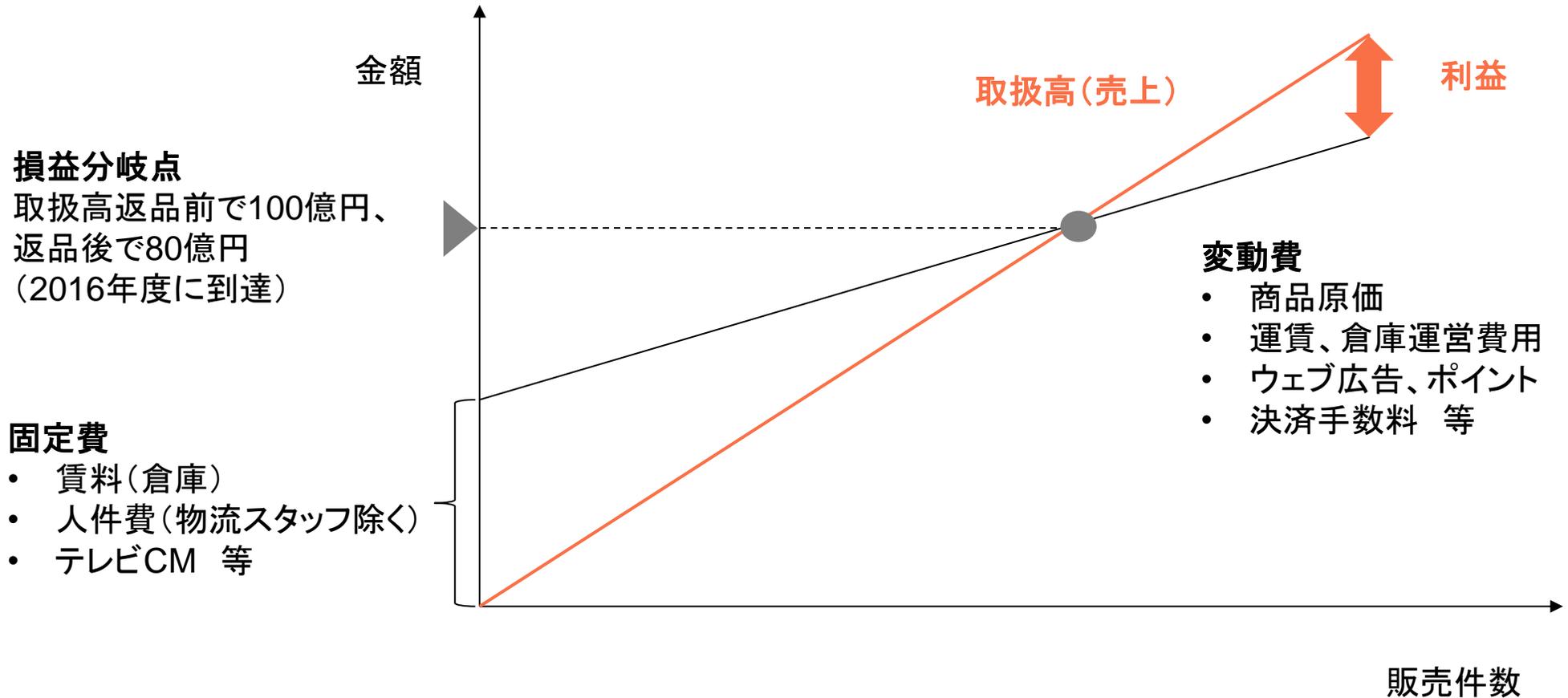


■ ロコンド ■ 他社

「靴×EC」市場で、BOEM含めて市場シェア25%(1,000億円)を目指す

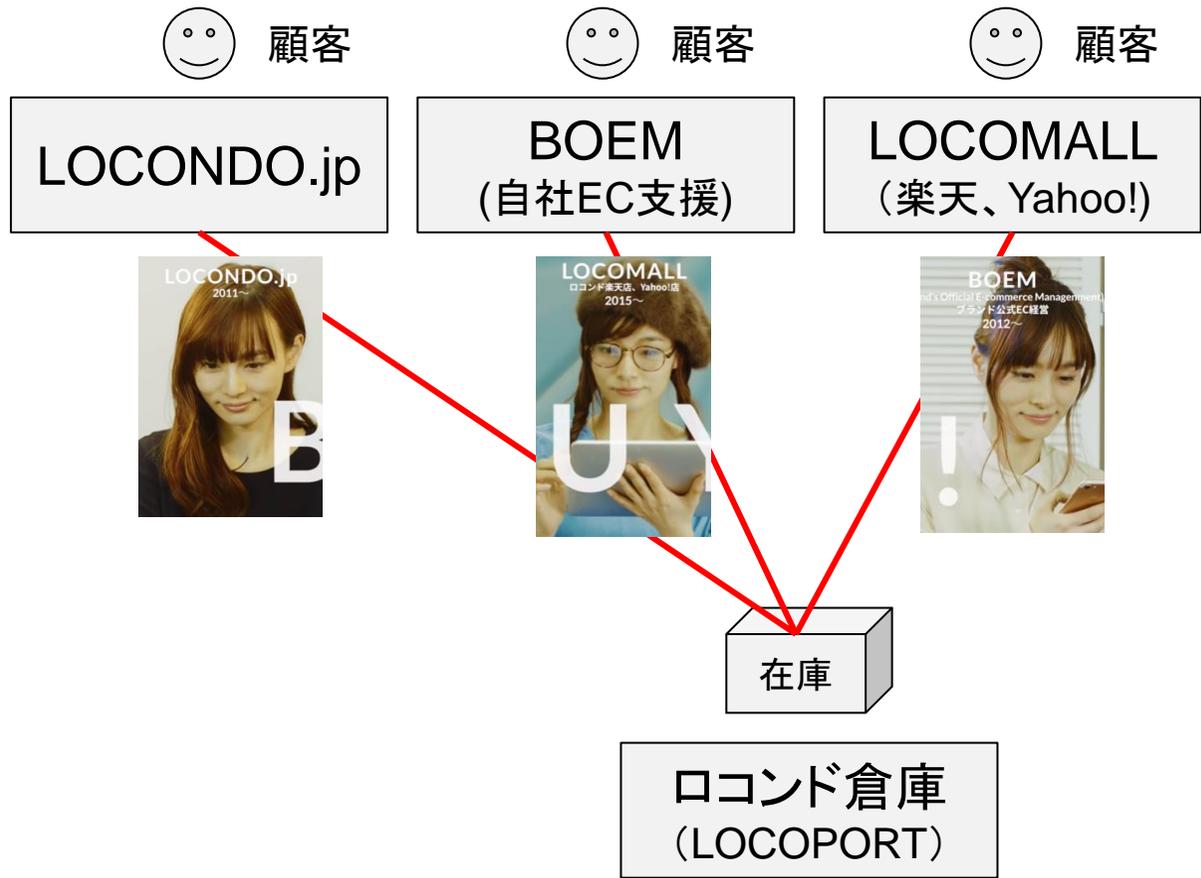
ロコンドの収益構造 概要

ロコンドは典型的な損益分岐点モデルのため、損益分岐点以降は、取扱高成長カーブ
以上に利益が増えていく...取扱高の最大化こそが利益最大化に繋がる



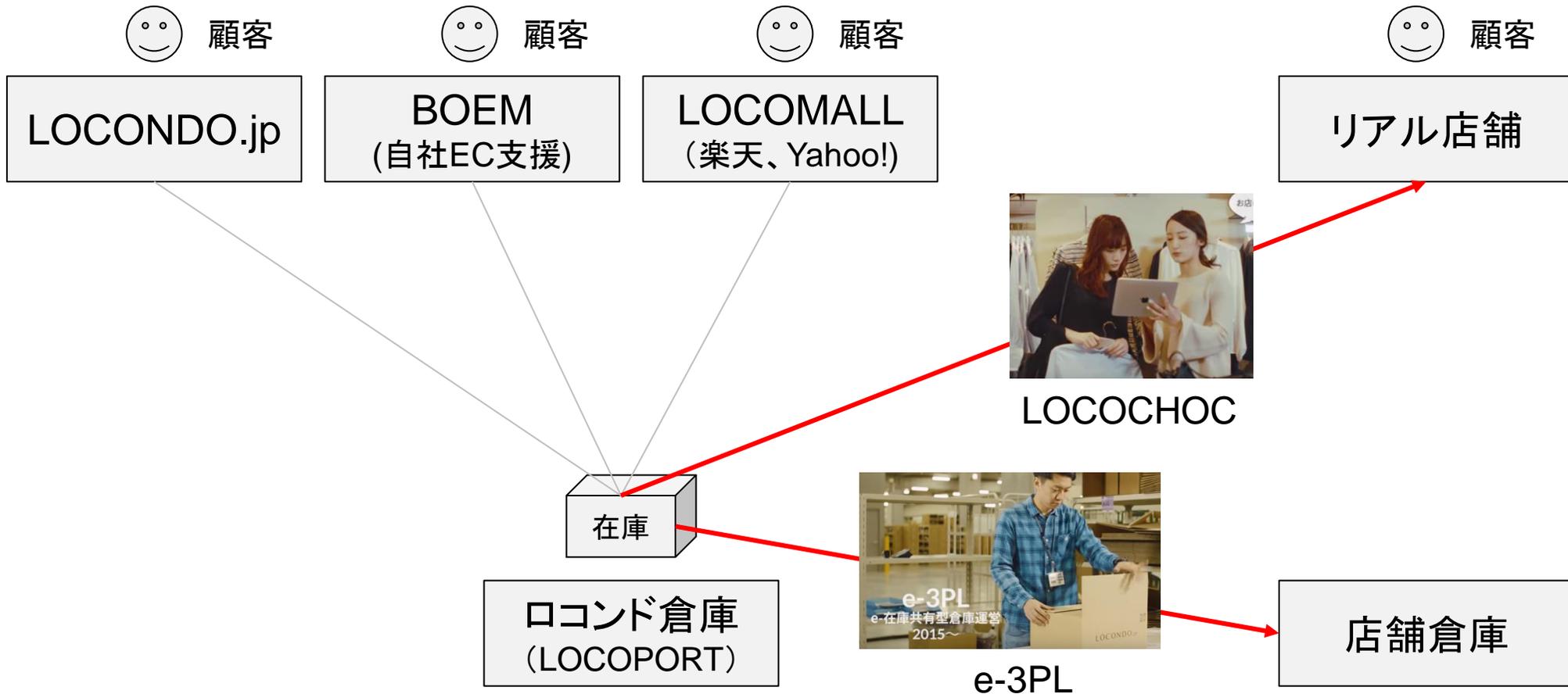
【2015年】進化し続ける在庫シェアリング

2015年、ロコンド倉庫にある在庫をLOCONDO.jpだけでなく、BOEM*(自社EC)、そしてLOCOMALL(楽天、Yahoo!)という、**オンラインチャネル間**での在庫シェアリングによって、倉庫在庫の在庫回転率を高める事から開始



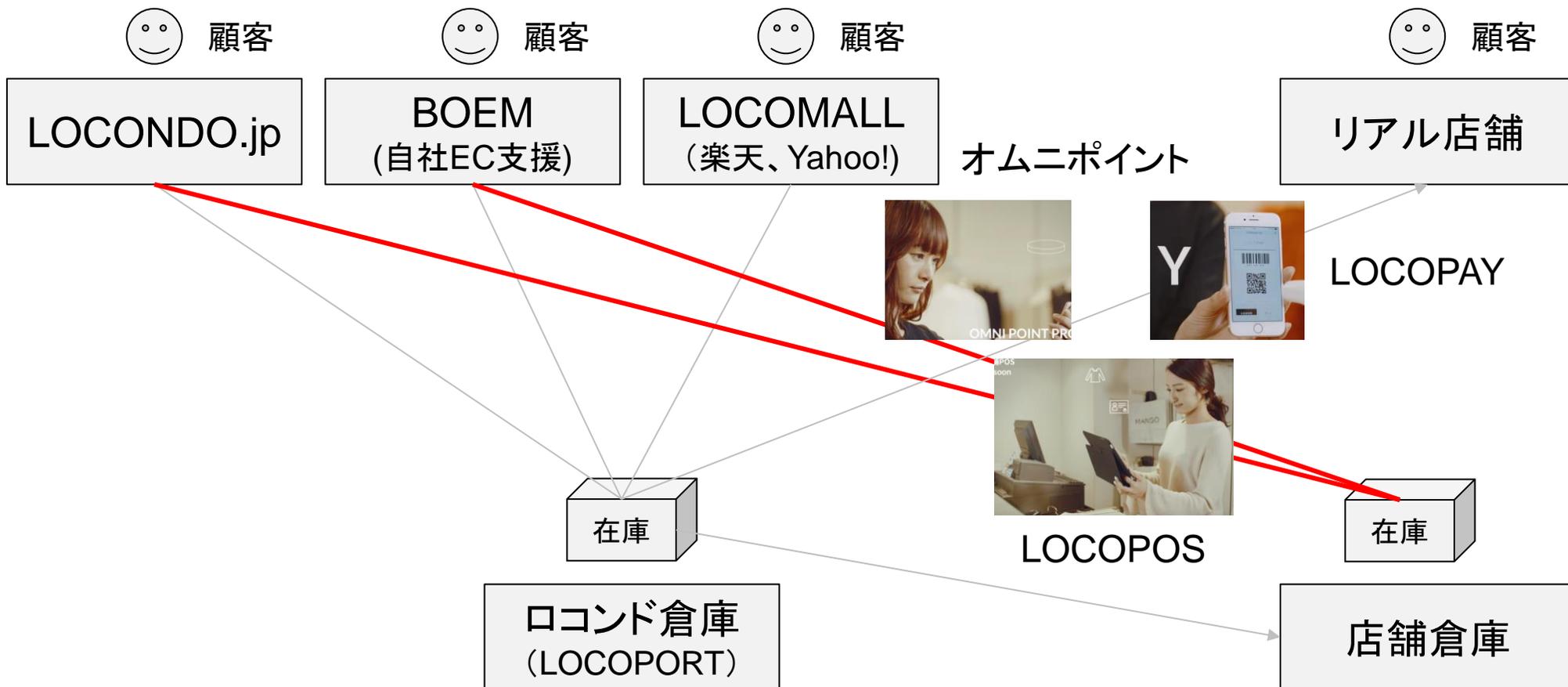
【2016年】進化し続ける在庫シェアリング

2016年、ロコンド倉庫にある在庫をECだけでなくリアル店舗（路面店、百貨店など）へ出荷するe-3PL、又、店舗欠品時にリアル店舗で受注可能なLOCOCHOCを通じ、**EC在庫をリアル店舗とシェア**する仕組みを開始



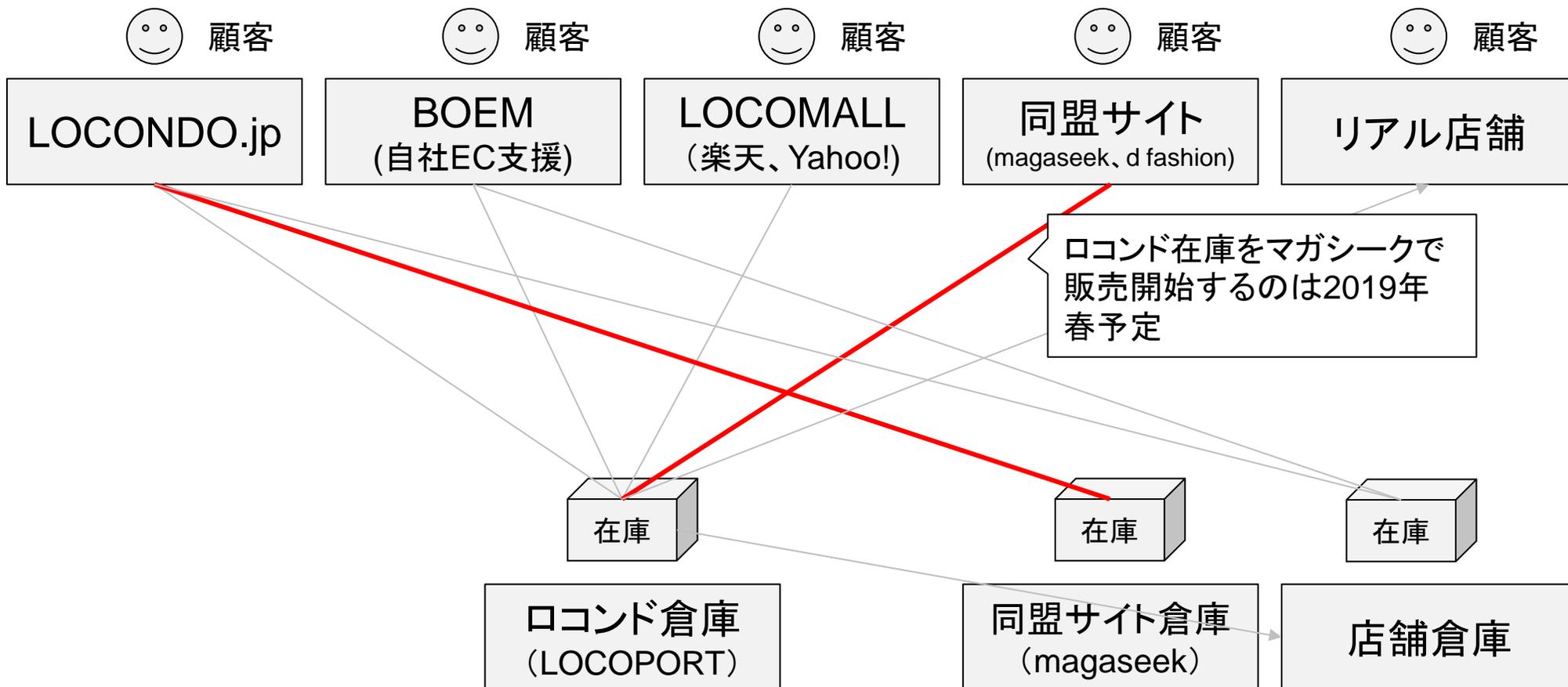
【2017年】進化し続ける在庫シェアリング ～RAOS*計画～

2017年、LOCOPOSを通じ、リアルタイムで店舗在庫をEC（LOCONDO.jp、BOEM）で販売可能にし、**リアル在庫をECとシェア**する仕組みを構築。更に、LOCOPAY、オムニポイントもローンチし、**顧客情報やポイント**も店舗・EC間でシェア（オムニ化）できる環境へ



【2018年】進化し続ける在庫シェアリング

2018年、更に踏み込んで、マガシーク、d fashionという、他ファッションECサイトとの在庫シェアリングを開始(MAGALO同盟)。今後も売上・在庫が同水準のファッションECサイトとの同盟を締結し、まずは、圧倒的な2位グループを構築する



【2019年】進化し続ける在庫シェアリング

2019年、更なる在庫シェアリングを進めるため、内製WMS*を外部にも開放。
更に、卸売事業のカバー、又、それらを束ねる基幹システム「LoCore」ローンチによって
シームレスなオムニ戦略を実現し、靴業界の新世界へ

