



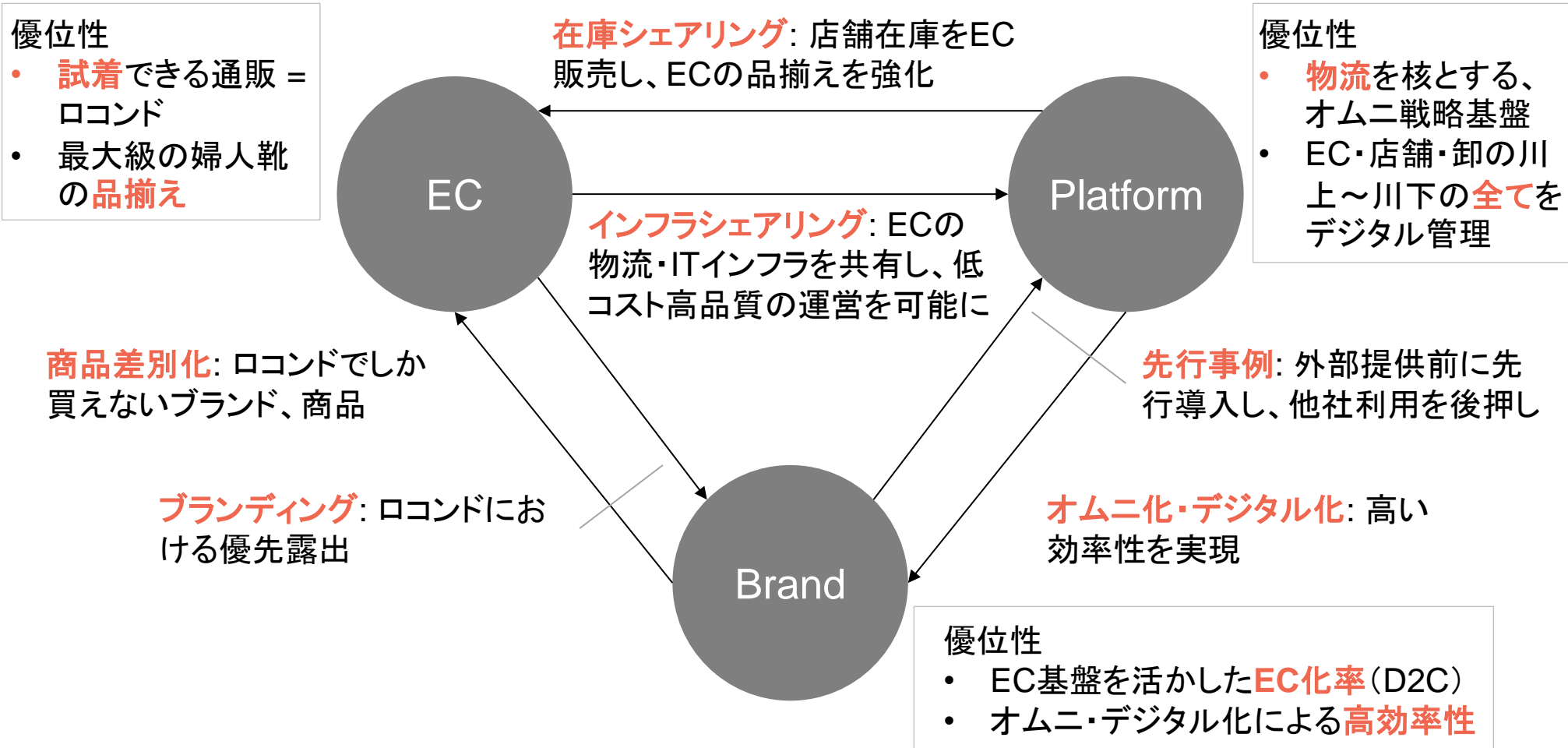
LOCONDO.jp

業界に革新を、お客さまに自由を

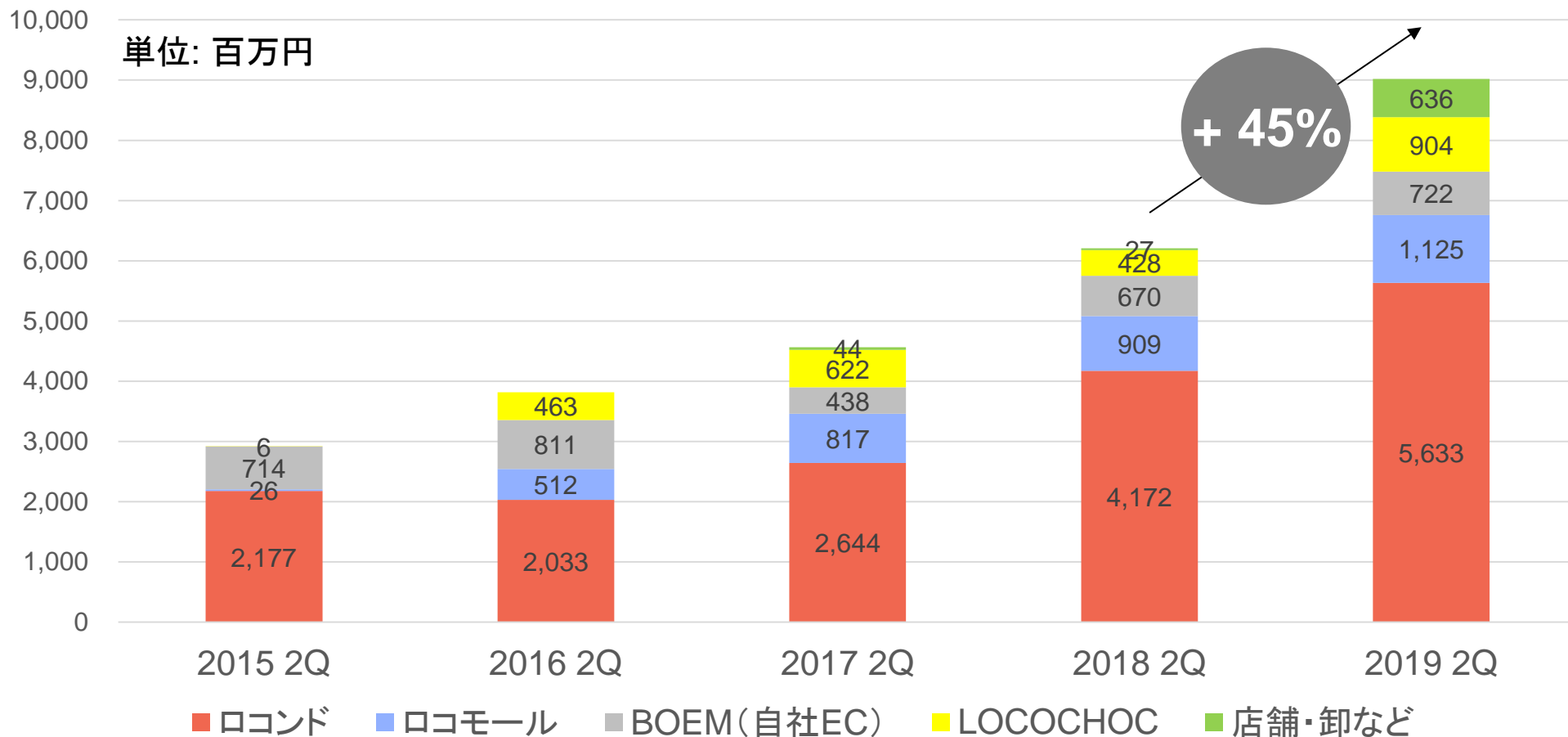
2020年2月期 (2019年度) 第2四半期



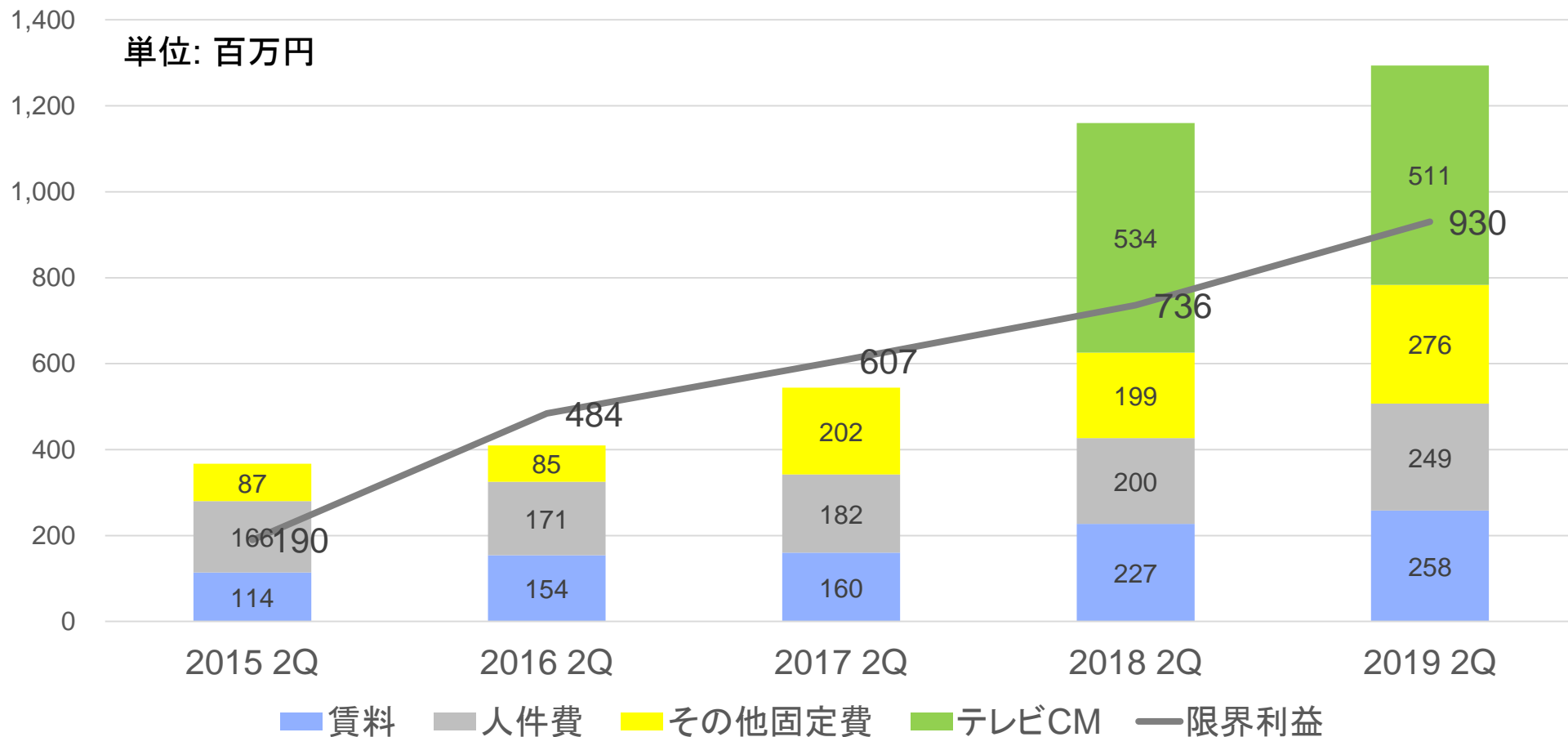
相互補完的な3つの事業を運営することによって、各事業の競争優位性を確立し、安定収益性を伴う総合プラットフォームへ



全ての事業が伸長し、取扱高は + 45% の高成長率



テレビCM「前」の営業黒字を維持しながら、規律ある投資を継続



対計画では下期偏重の特性を加味してもやや遅れ気味。テレビCMは抑制(下期予算: 2億円)しながら、モバコレシナジー、自主ブランド買取投資強化、M&Aも積極検討しながら計画達成を目指す。

項目	18年度2Q 実績	19年度2Q 実績	成長率	19年度 年間計画	進捗率
商品取扱高(返品後)	6,208	9,022	+ 45%	22,500	40%
売上高	2,847	4,156	+ 46%	10,000	41%
売上総利益	2,321	3,241	+ 40%	-	-
(対取扱高比)	37.4%	35.9%	-	-	-
EBITDA	△396	△254	-	-	-
営業損益	△424	△330	-	0	-
経常損益	△315	△354	-	0	-
当期純損益	65	△354	-	200	-

D/Eレシオは0.3倍、ネットD/Eレシオは - 0.3倍の高い健全性。
 M&A原資にあたってはエクイティよりも適度なレバレッジを優先し、
 株主価値最大化を進めて行く。

流動資産	4,177	流動負債	2,530
うち、現預金	1,922	うち、受託販売預り金	582
うち、商品	1,181	うち、借入金	1,000
固定資産	1,429	固定負債	102
うち、有形固定資産	160	負債合計	2,633
うち、無形固定資産	491	純資産	2,973
うち、投資その他	777	うち、株主資本	2,969
資産合計	5,607	負債・純資産合計	5,607

販管費率は4.6ポイント、改善。今後も緻密なコスト管理を継続

項目	18年度2Q		19年度2Q		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	376	6.0%	605	6.7%	+0.6%	
社員	203	3.2%	352	3.9%	+0.6%	
パート/アルバイト	173	2.8%	252	2.8%	+0.0%	
荷造運搬費	544	8.8%	777	8.6%	△0.2%	
決済手数料	211	3.4%	281	3.1%	△0.3%	
広告関連費用	1,100	17.7%	1,217	13.5%	△4.2%	
うち変動費(Web広告・ポイント)	566	9.1%	706	7.8%	△1.3%	前年度に比べて抑えた広告投資
うち固定費(TVCM等)	534	8.6%	511	5.6%	△3.0%	2018年3月より継続してTVCM放映
地代家賃	227	3.7%	273	3.0%	△0.6%	
その他	285	4.6%	418	4.6%	+0.0%	
販管費 合計	2,745	44.2%	3,572	39.6%	△4.6%	

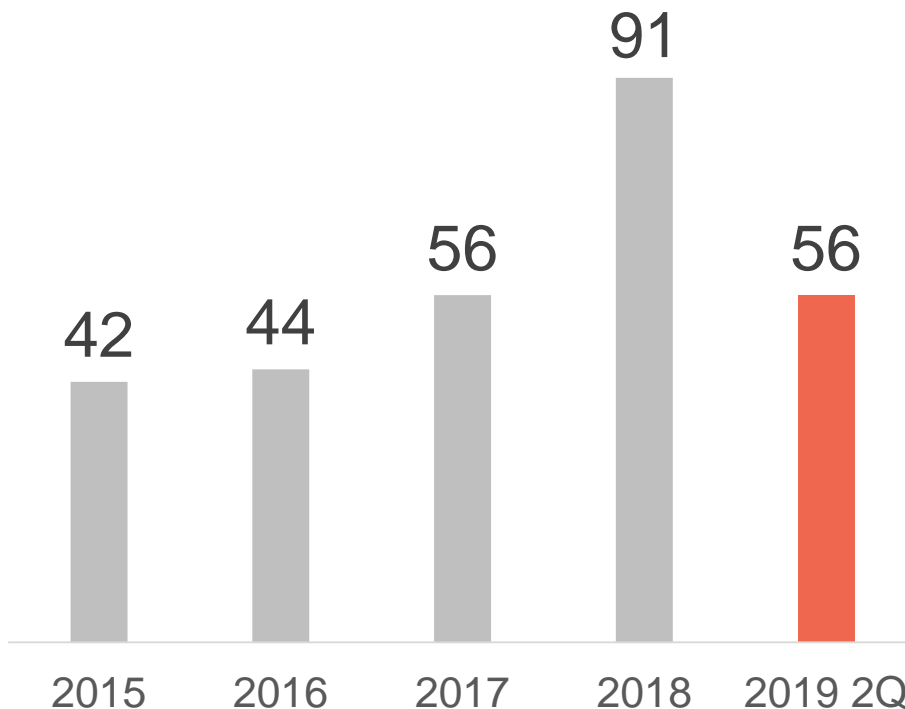
EC

プラットフォーム

ブランド

- 婦人靴を主軸とする、靴とファッションの通販サイト
- 返品無料、自宅で試着サービスのパイオニア
- コア顧客層は40代女性。よく読むファッション誌はSTORY

■ 取扱高(億円) 推移



■ 主な進捗、KPIなど

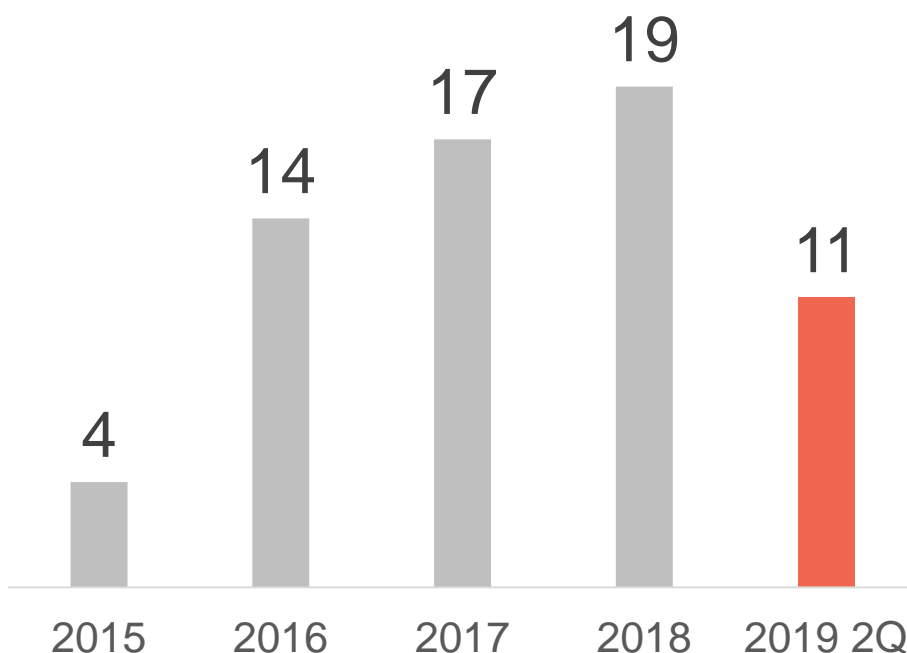
- 取扱 **2,365** ブランド
- 6~8月の返品率は **25%** と過去最良水準
- 店舗受取試着 (CCTR*) を小規模開始



EC
プラットフォーム
ブランド

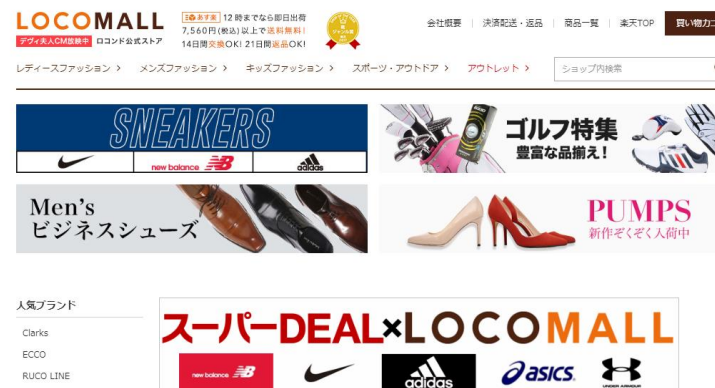
- ロコンドが弱いセグメント(メンズ、スポーツ等)を補完
- 返品送料はお客さま負担、またロコンドよりも割引率を下げる事によって、安定的な利益率を確保

■ 取扱高(億円) 推移



■ 主な進捗、KPIなど

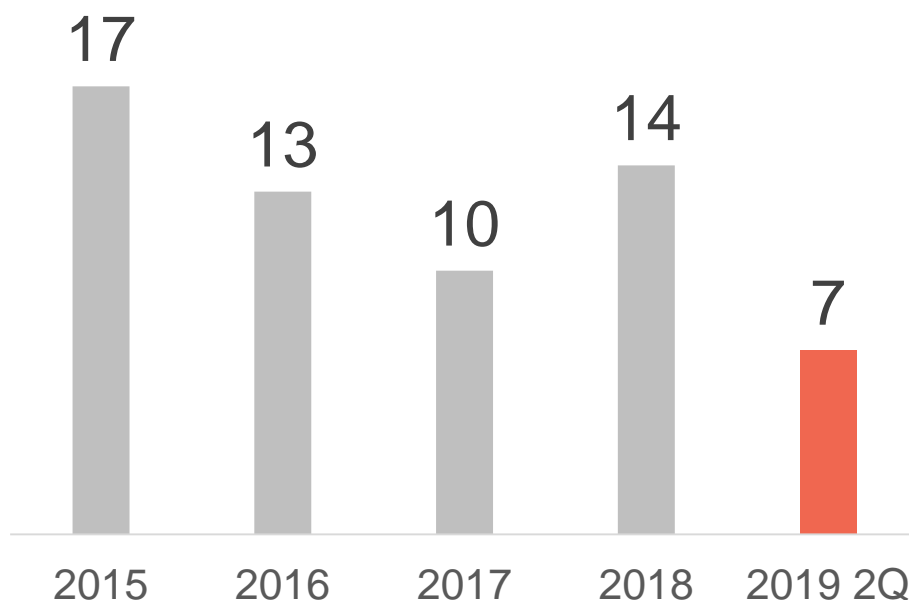
- 上期 (2Q) Yahoo! 成長率 +61%、下期はPayPayモールへの出店も計画



EC
プラットフォーム
ブランド

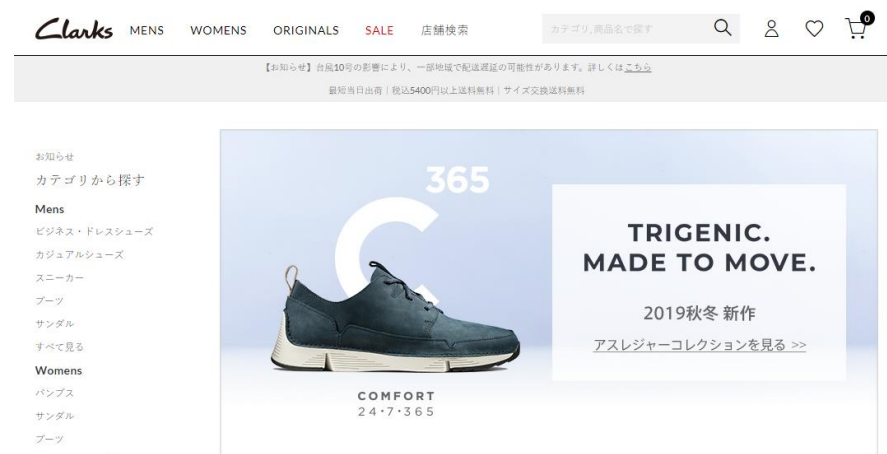
- ブランド様の自社EC開発運営を一括受託(物流、顧客対応、ささげ等)
- ロコンドの新機能は無償アップデートし、高機能を維持

■ 取扱高(億円) 推移



■ 主な進捗、KPIなど

- 現在 **24** サイトを運営
- 19年度中、**30** サイト前後見込



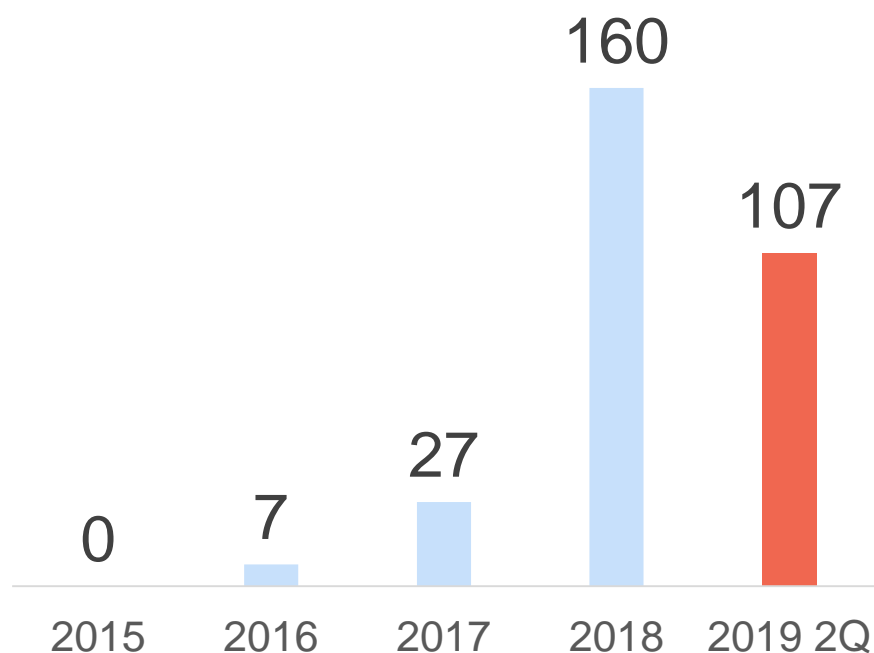
EC

プラットフォーム

ブランド

- 直営店、百貨店、卸、他社ECの出荷・返品を一括受託
- 受託在庫はロコンドで同時販売し、在庫回転率を加速
- 入荷や保管等、ロコンドと重複する業務は無料*

■ 出荷ピース数(万個)推移



■ 主な進捗、KPIなど

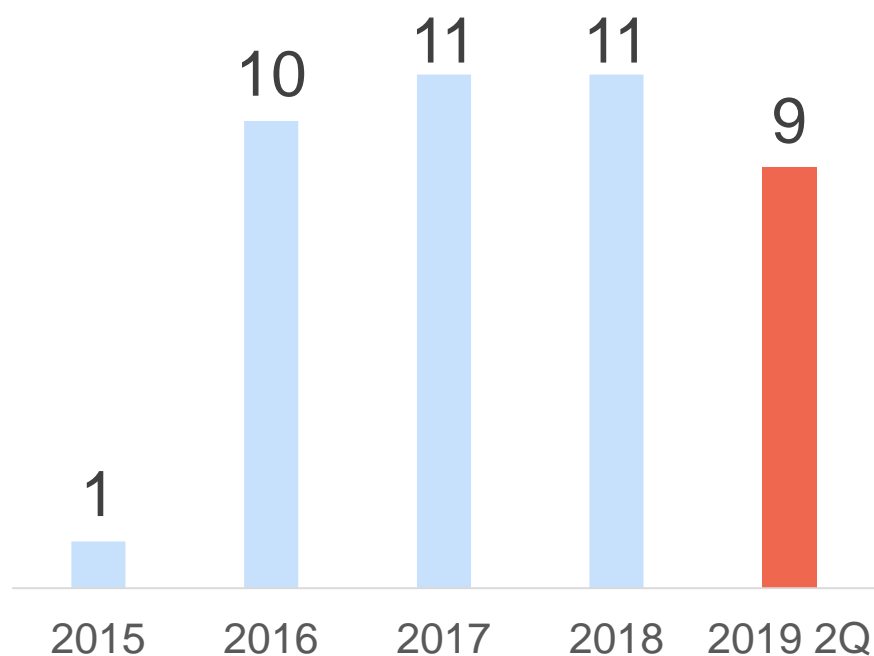
- 現在 **16** 社を受託
- 6~8月の出荷数は下がったものの、一時的な影響で今後も増加見込



EC
プラットフォーム
ブランド

- 店舗にない商品をEC在庫を使って販売。支払いは店舗
- 初期費用0円、月額費用980円/店 * のSaaSモデル
- 小田急百貨店、京急百貨店との公式利用契約を締結

■ 取扱高(億円)推移



■ 主な進捗、KPIなど

- 現在 **878** 店で導入 (**19**社)



* 別途、出荷費用が発生

- タブレット・スマホ型のPOSアプリ、ブラウザ
- 通常のPOS機能に加え、店舗・EC間の在庫を一元化
- 無料で開放し、靴業界のデジタル化を促進*

EC

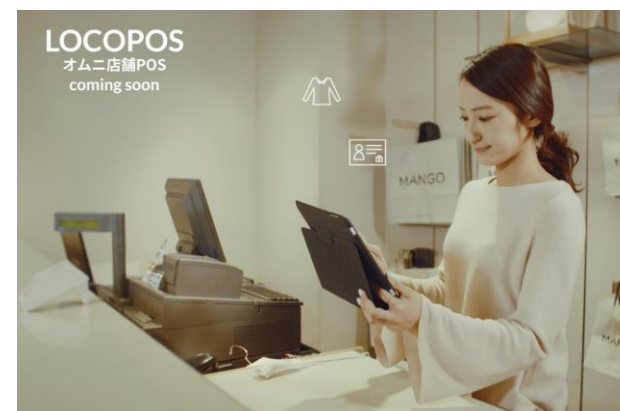
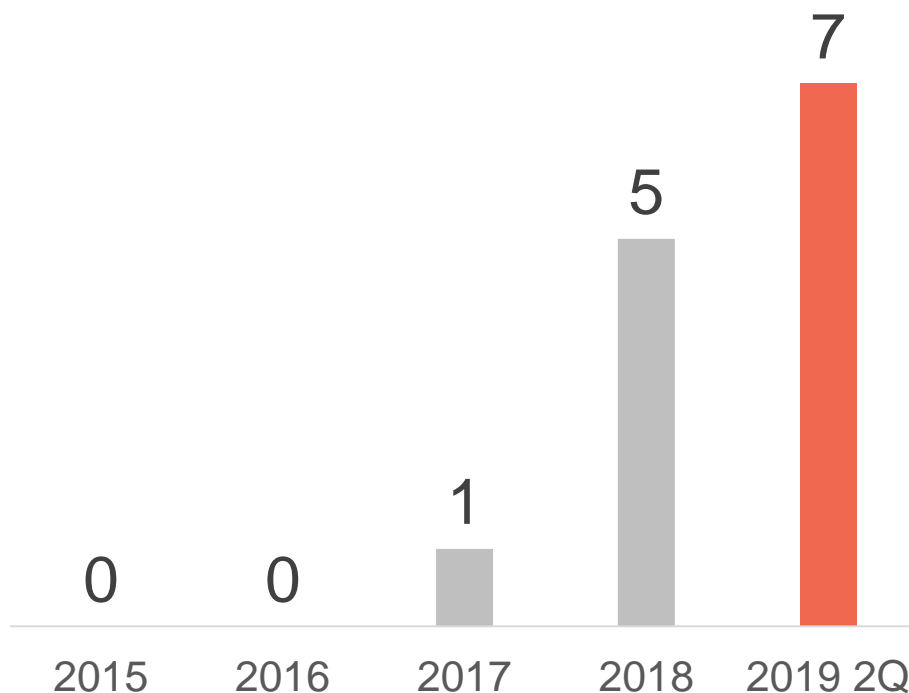
プラットフォーム

ブランド

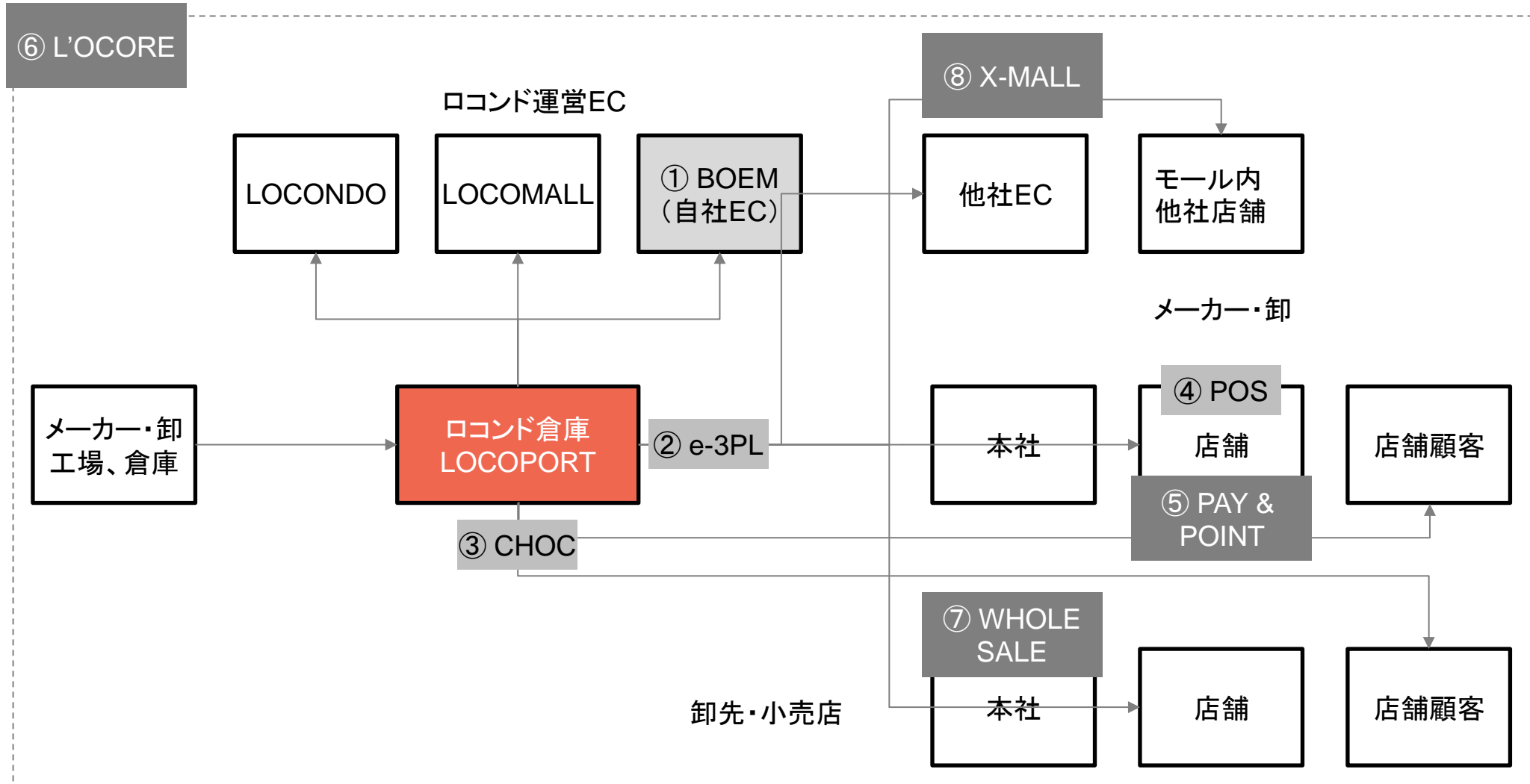
■ POS 流通高(億円) 推移

■ 主な進捗、KPIなど

- 現在 **63** 店で導入 (**5**社)



L'OCORE PALATTEで会社全体のオムニ戦略、デジタル化を実現





「ロコンド サービス 動画」で検索

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cOVn7Wji7nA>

実験的に開始したミスズアンドコーとの合作ブランド(最初は3型のみ)は期待以上の売上。20年度は売上10億円、粗利5億円を目指す

19年9月 受注ランキング Top 10 (オレンジが合作ブランド)



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。