



LOCONDO.jp

業界に革新を、お客さまに自由を

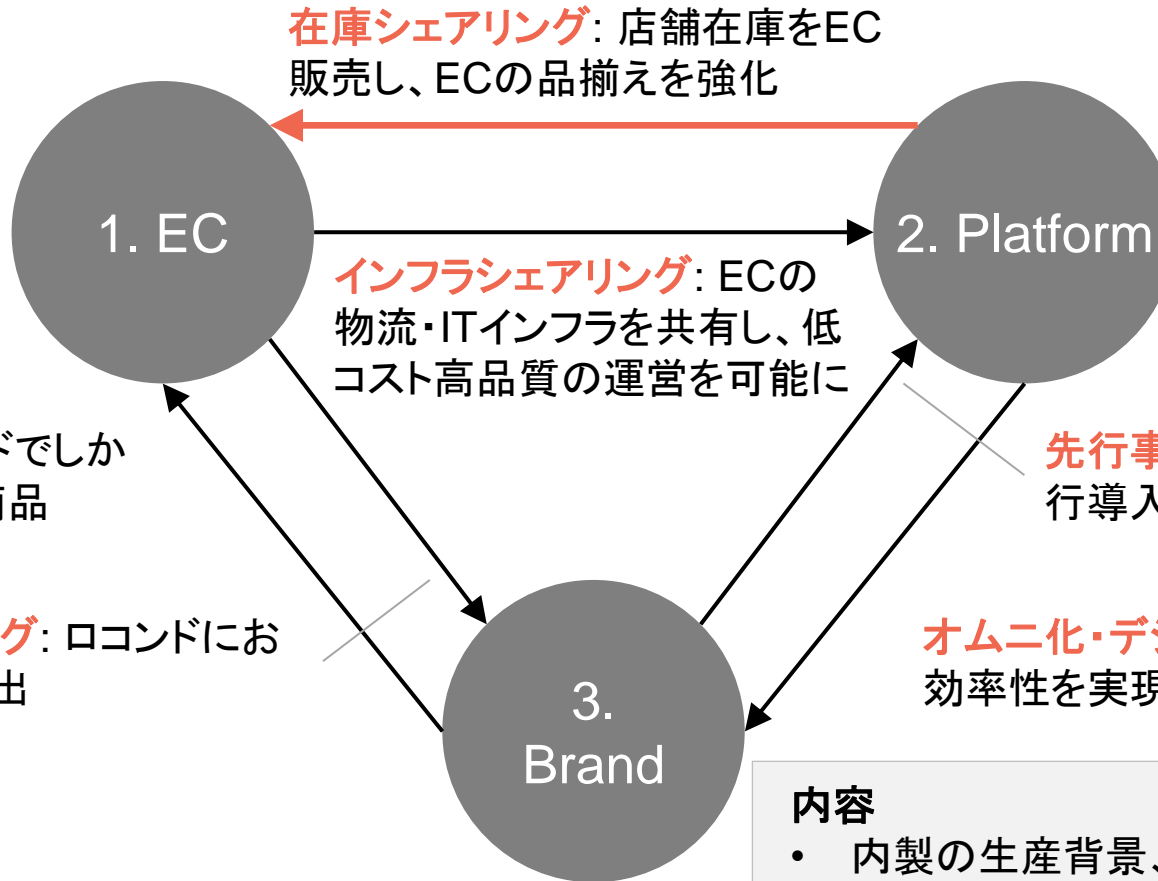
## 20年度(21年2月期) 第2四半期 決算説明資料



# ロコンドの3つの事業

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

- 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
- 物流を核とする、オムニ戦略基盤
  - EC・店舗・卸の川上～川下の全てをデジタル管理

商品差別化: ロコンドでしか買えないブランド、商品

先行事例: 外部提供前に先行導入し、他社利用を後押し

- 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

**第2四半期(6月～8月)**

**実績**

# 【第1四半期資料から再掲】

## 第1四半期の昨年対比(取扱高ベース)

## 現時点の戦略的優先度

e-3PL(商品取扱高には含まない)

高

- ・ L'OCORE システム群と合わせて「在庫シェアリング」の核となるサービス

-45% その他

低

- ・ 今月一杯で旧三鈴の百貨店店舗は全て閉鎖
- ・ 卸は主要取引先への選択と集中。D2Cの拡販

-75% LOCOCHOC

低

- ・ 利益率も低い(出荷個数×作業費用)ため、今後はe-3PLのLite版として縮小展開

BOEM 75%

高

- ・ コロナ禍において大幅成長し、6月以降も成長継続

LOCOMALL -28%

中

- ・ 3,980円策以降、客単価はダウンしリピート率も低いため、最終的な撤退も視野に運営

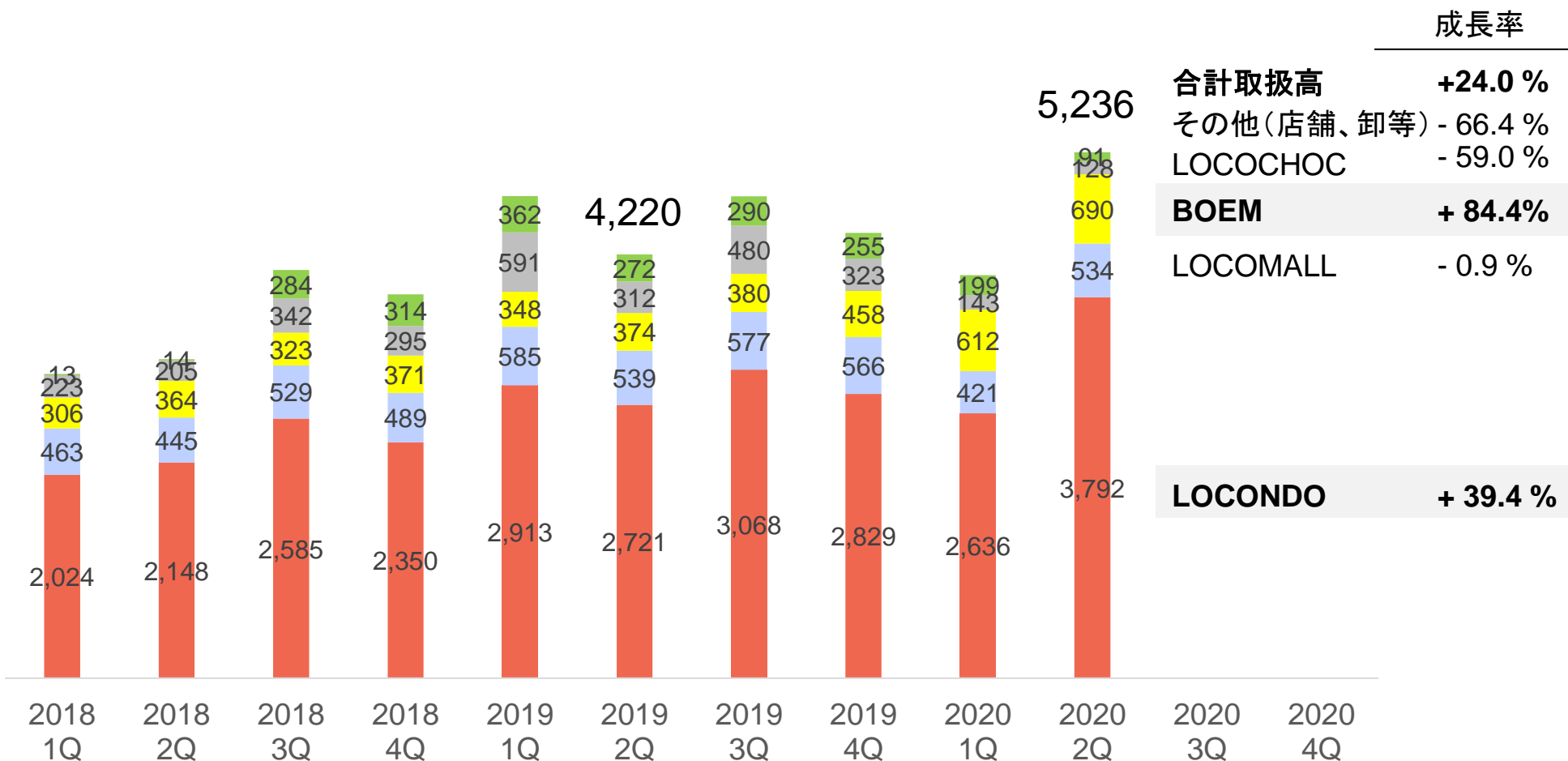
LOCONDO -9%

高

- ・ 今期は靴の需要ダウンが影響したものの、e-3PLと合わせてロコンドの基幹サービス

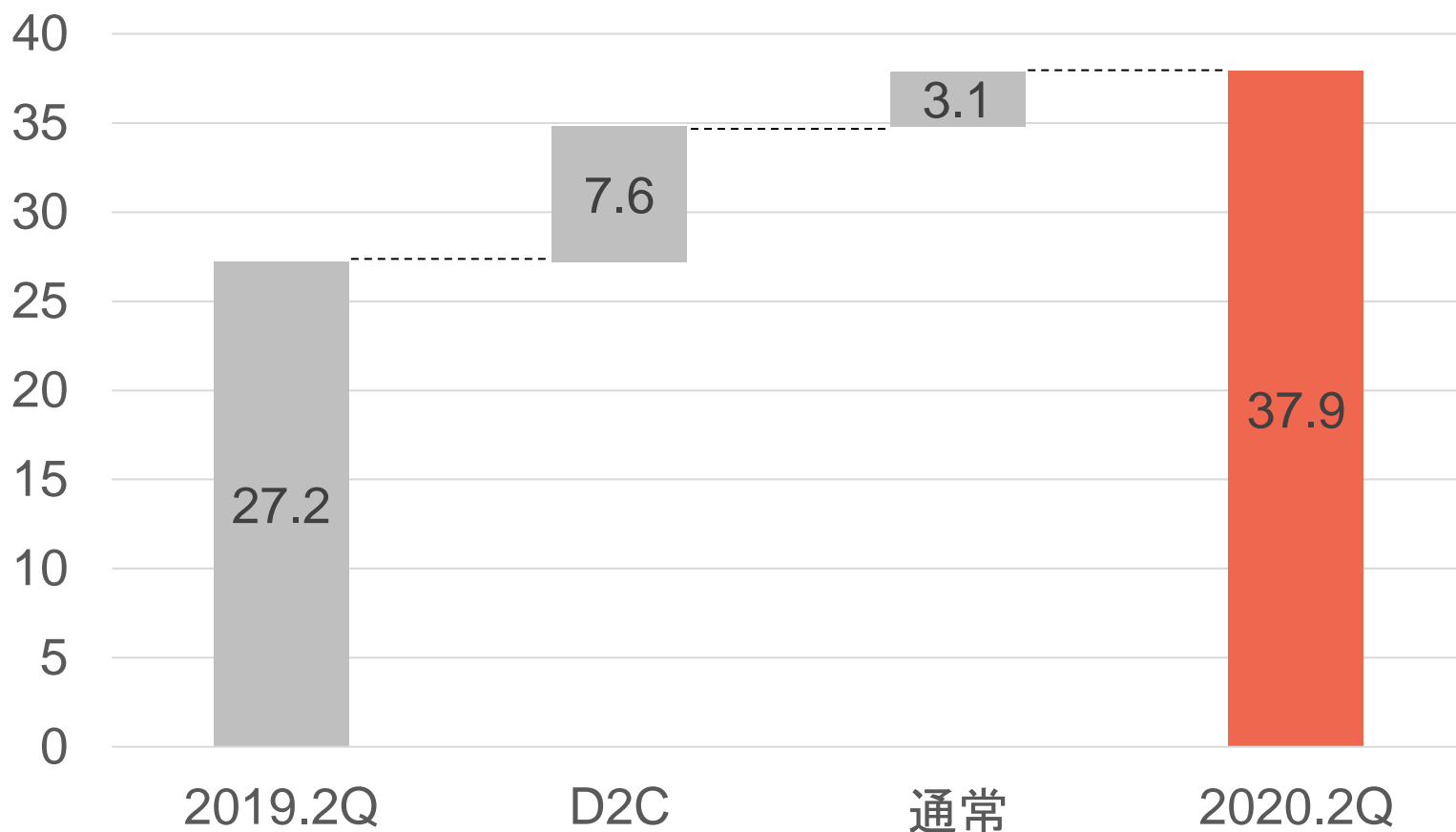
# 商品取扱高(GMV) 推移 (単位: 百万円)

戦略的優先度を加味した「選択と集中」の結果、ロコンドは **+39%**、  
BOEMは **+84%**と大きく伸長し、全体でも **+24%**



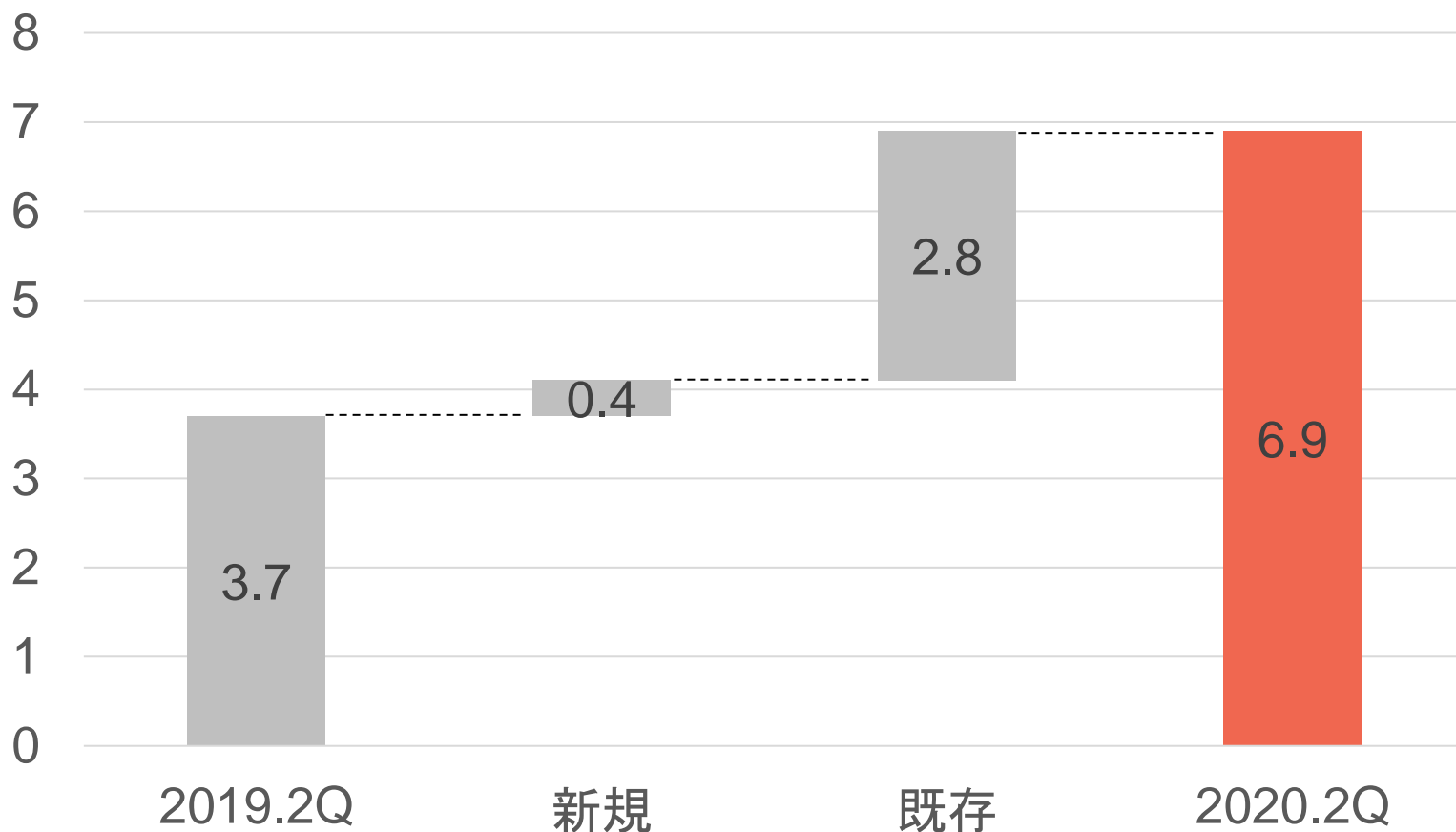
## 【第2四半期】LOCONDOの成長理由（単位：億円）

LOCONDO.jpはD2Cによって大きく伸長。ReZARDは累計受注\*のうち約65%を出荷済で、残り35%の売上計上は3Q以降



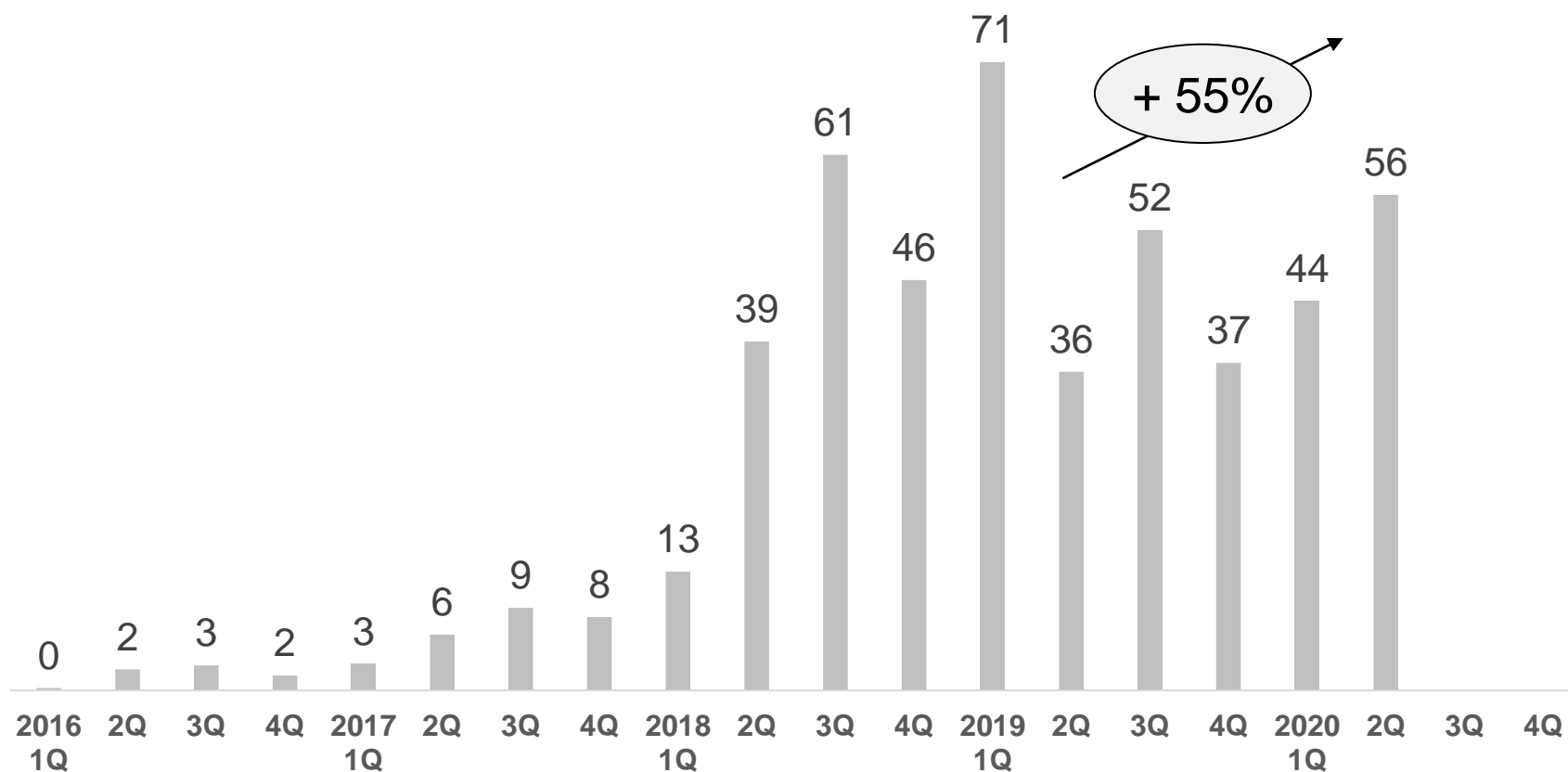
## 【第2四半期】BOEMの成長理由（単位：億円）

BOEMは新規ショップ様の効果よりも既存公式ショップ様による成長  
が大きい



# e-3PL(物流受託)出荷個数 (万個)

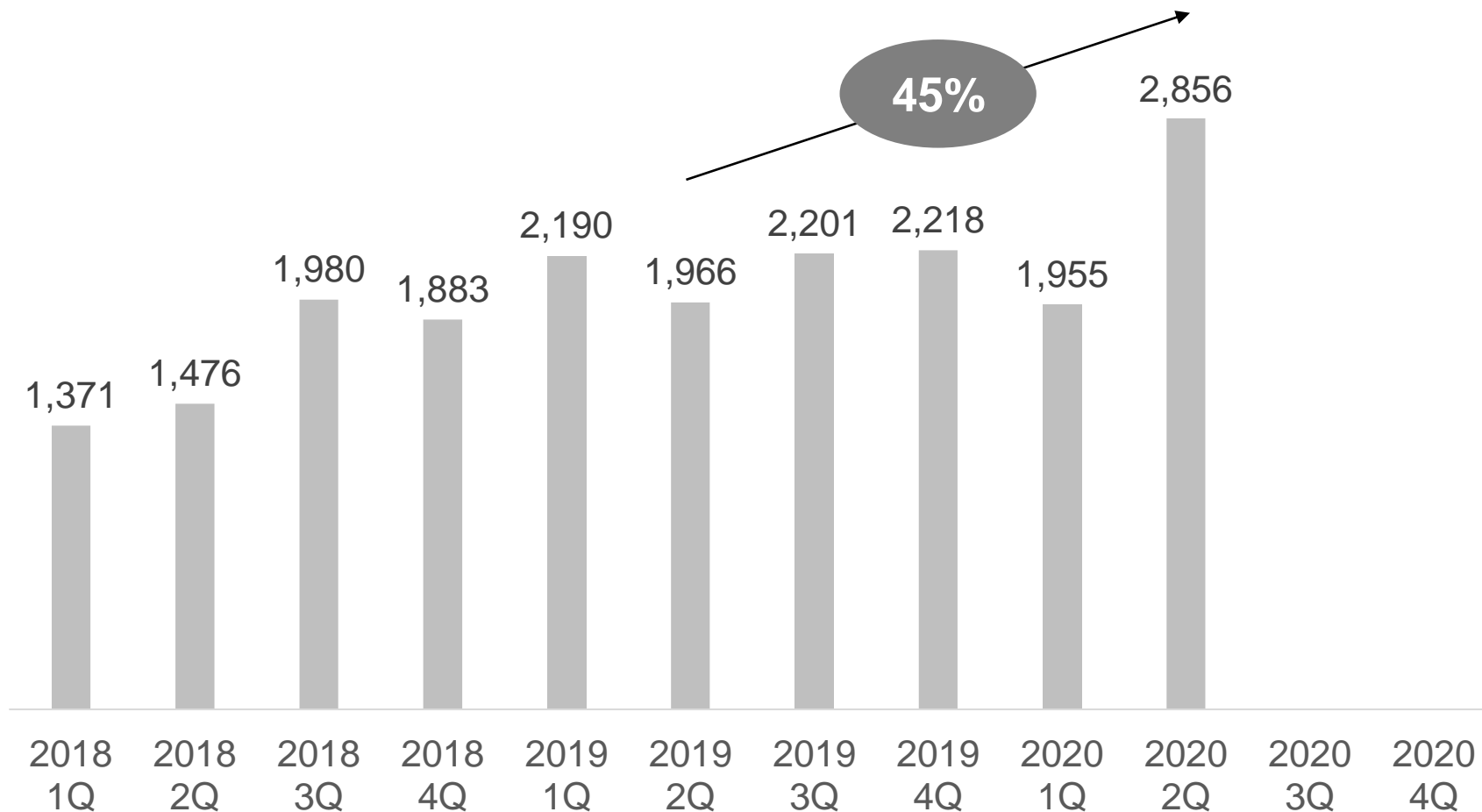
店舗も徐々に再開し、e-3PLの出荷数も **+55%**と大幅に伸長





# 売上高 推移 (単位: 百万円)

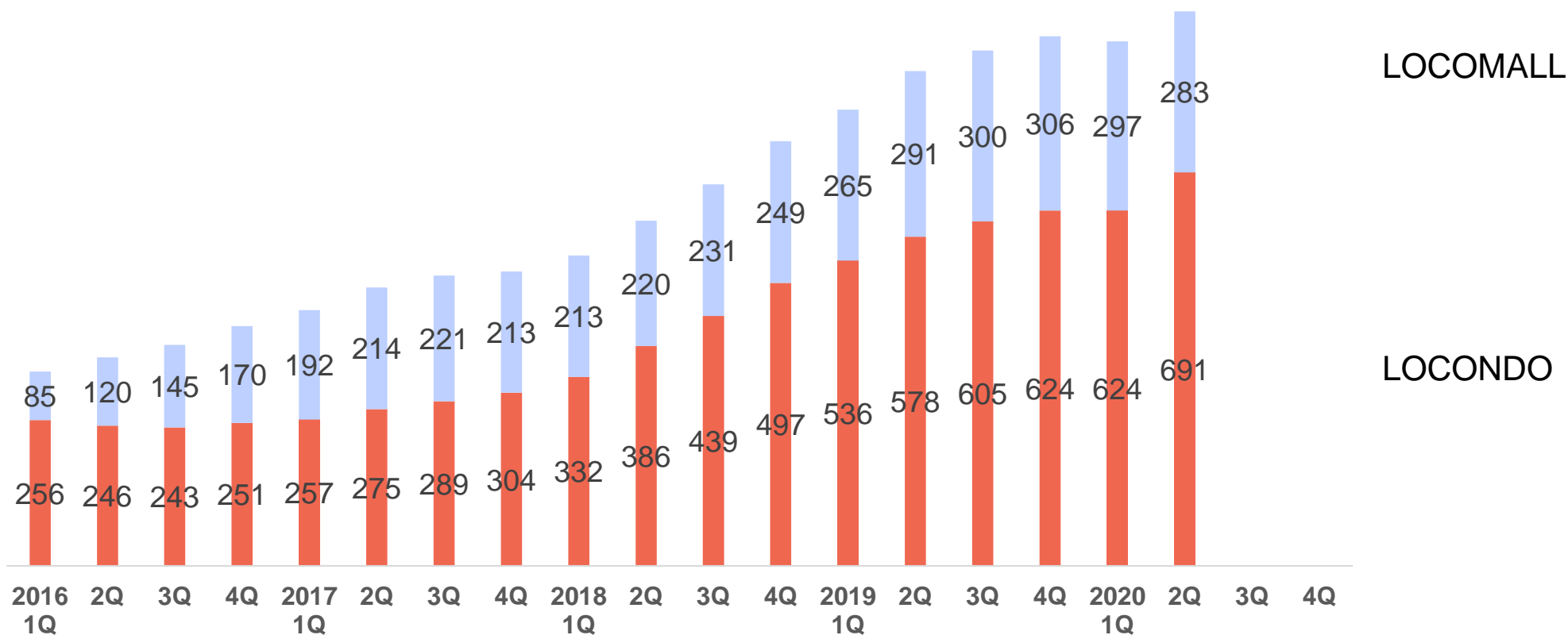
取扱高の増加に伴って、第2四半期の売上も **+45%**と大幅に成長



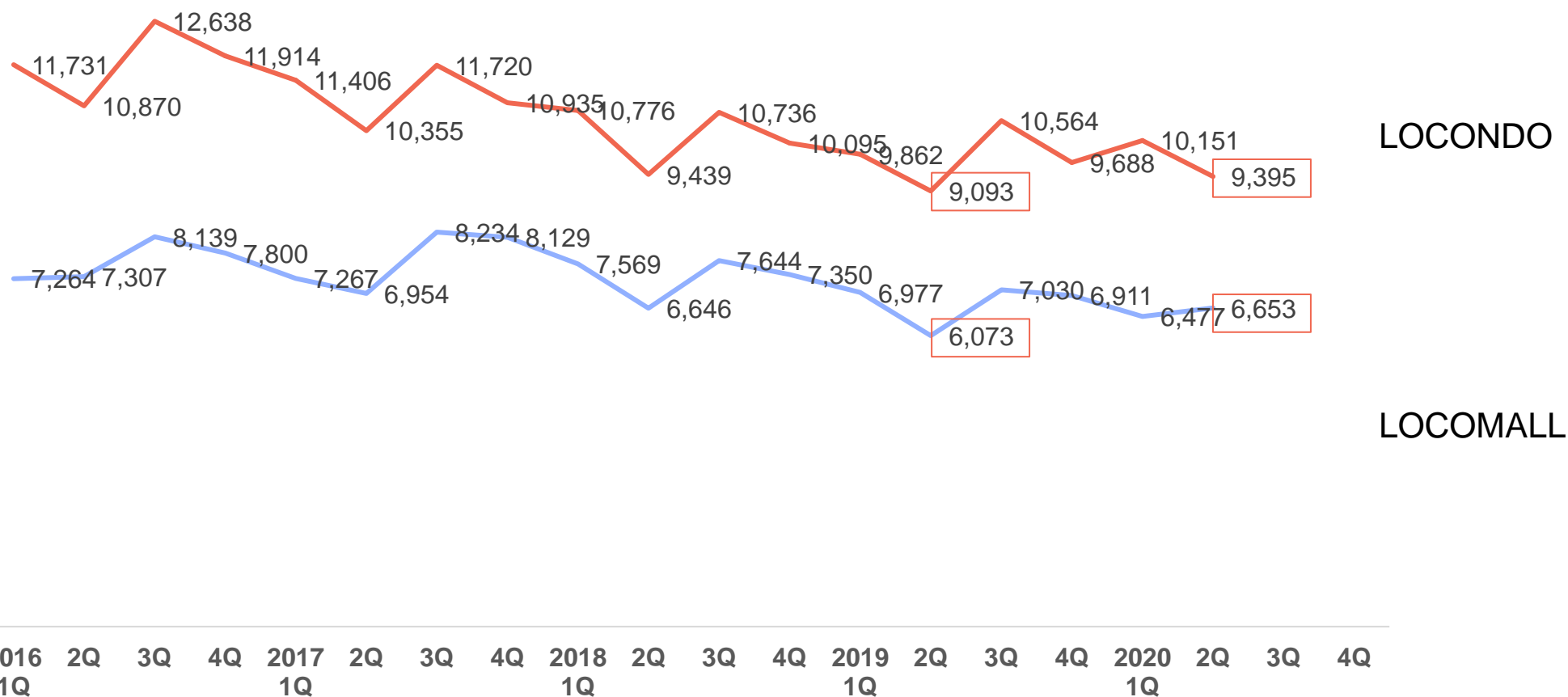
(注) 買取在庫の場合は販売価格、委託在庫の場合は販売価格×ロコンド手数料を売上として計上

# EC事業 アクティブユーザー数（千人）

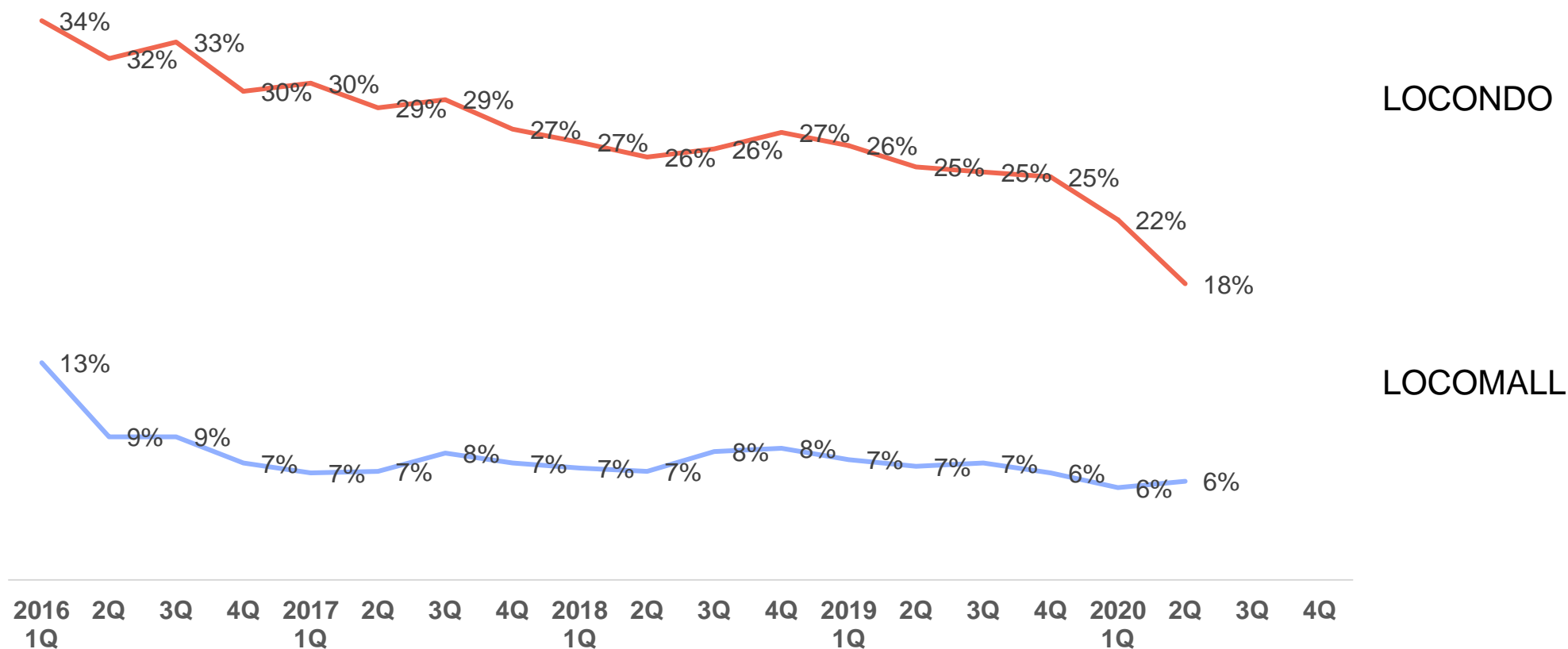
ロコンドのアクティブユーザー数（1年に1回以上、購入）は四半期で6.7万人増えて（過去最高値）、約70万人へ



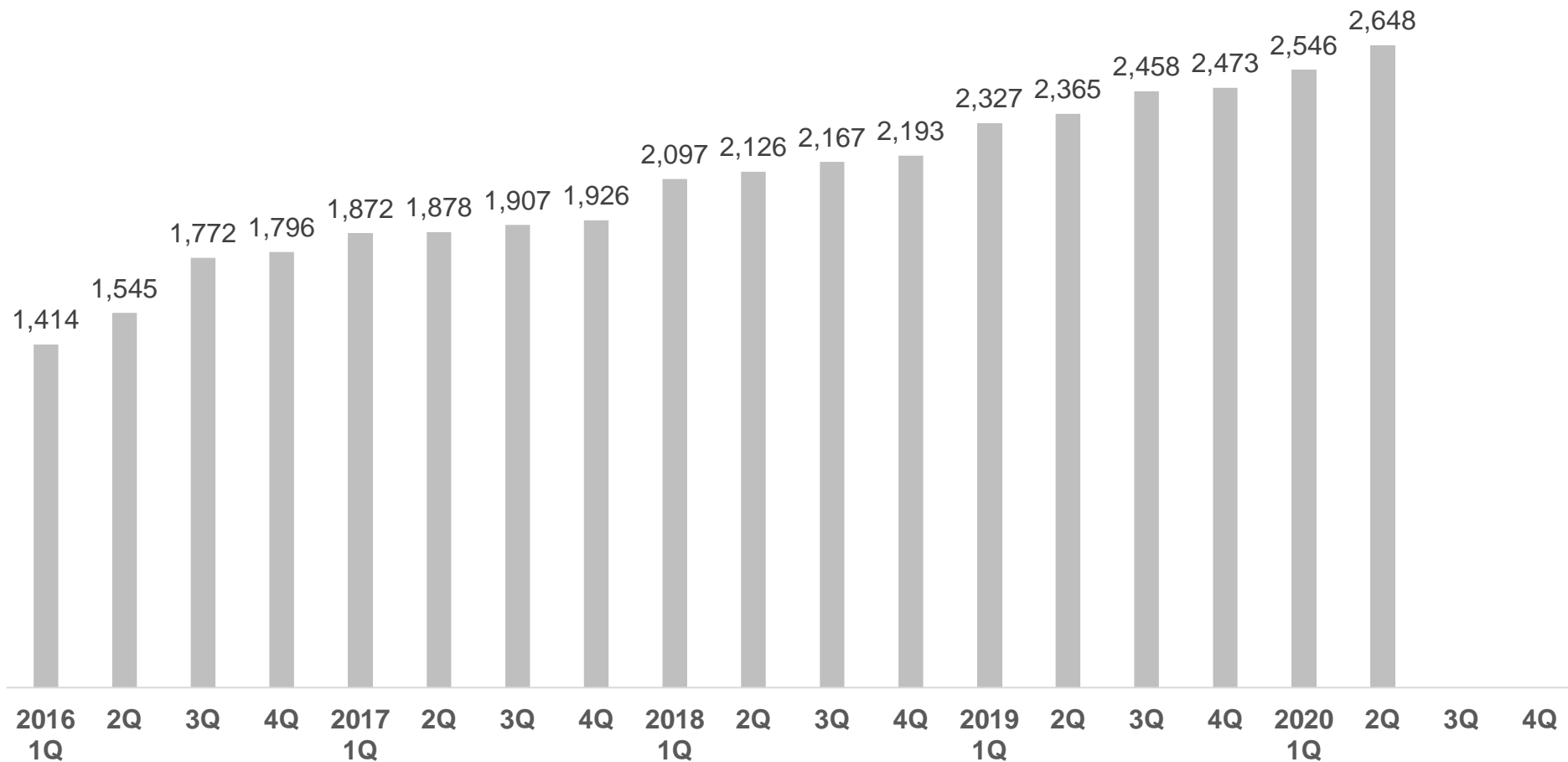
受注毎のお客様単価はロコンド、ロコモール共にアップ



ロコンドの返品率はD2Cブランドの寄与によって遂に20%未満へ

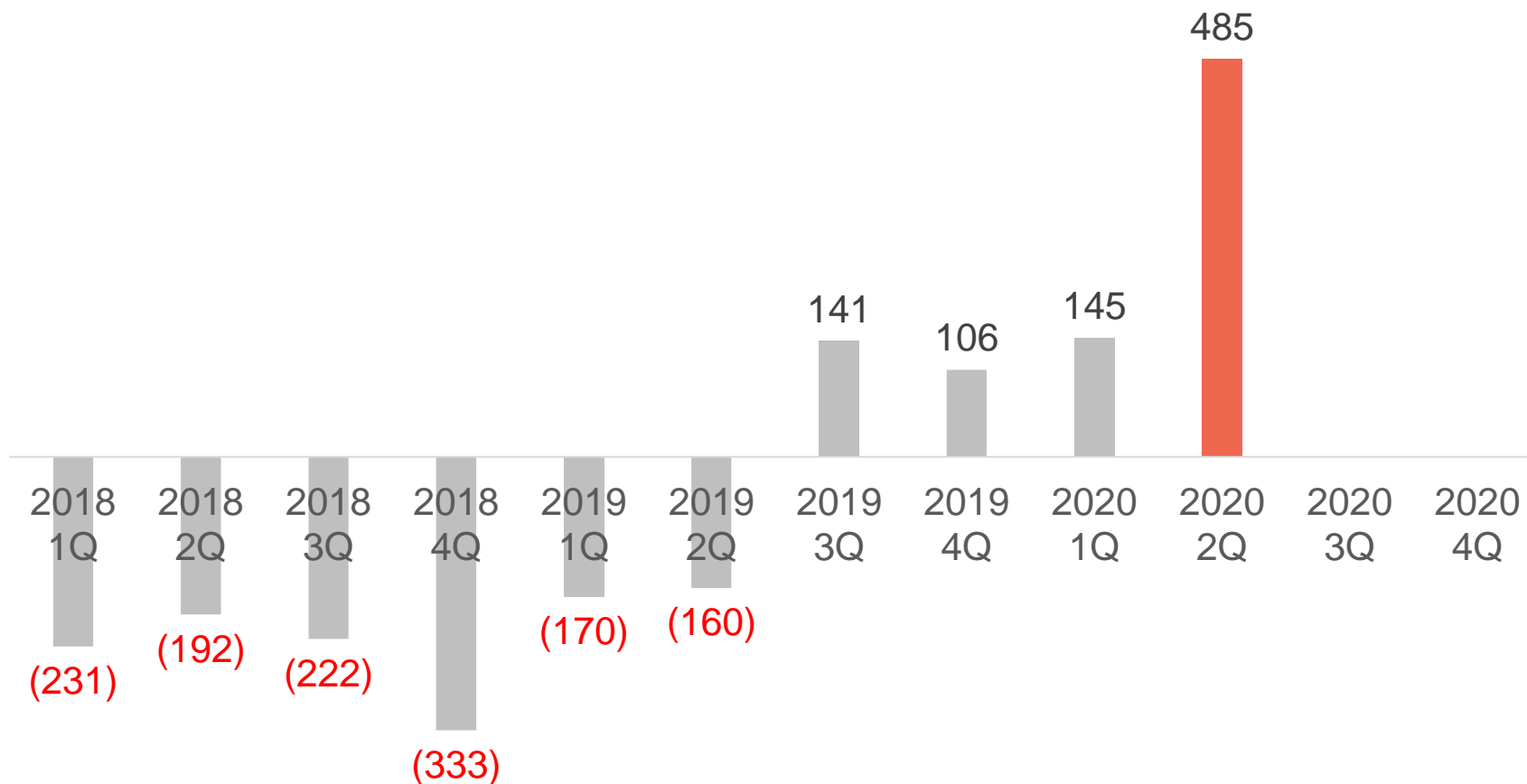


## 取扱ブランド数も順調に増加



## 営業利益 推移 (単位: 百万円)

取扱高(売上)↑、受注単価↑、返品率↓、1Qに計上した倉庫移転費用も無いため、**4.85億円**と四半期ベースで過去最高値を記録



上期合計では以下。計画値に対して順調に推移(後述)

項目	19年度 2Q	20年度 2Q	成長率	計画値	進捗率
商品取扱高(返品後)	9,022	9,248	2.5%	20,000	46.2%
売上高	4,156	4,811	15.8%	10,000	48.1%
売上総利益	3,241	3,616	11.6%	n/a	-
(対取扱高比)	35.9%	39.1%	-	n/a	-
限界利益	n/a	1,696	n/a	3,500	48.5%
(対取扱高比)	n/a	18.7%	-	17.5%	-
EBITDA	- 254	677	-	n/a	-
営業利益	- 330	630	-	1,500	42.0%
経常利益	- 354	638	-	1,500	42.0%
当期純利益	- 354	438	-	1,200	36.5%

# 貸借対照表(BS) 単位:百万円 20年8月末

コロナ禍においても高い財務健全性を維持

<b>流動資産</b>	<b>5,061</b>	<b>流動負債</b>	<b>2,918</b>
うち、現預金	2,323	うち、受託販売預り金	749
うち、商品	1,304	うち、借入金	500
<b>固定資産</b>	<b>1,404</b>	<b>固定負債</b>	<b>10</b>
うち、有形固定資産	264	<b>負債合計</b>	<b>2,928</b>
うち、無形固定資産	225		
うち、投資その他	914	<b>純資産合計</b>	<b>3,538</b>
<b>資産合計</b>	<b>6,466</b>	<b>負債・純資産合計</b>	<b>6,466</b>



## 販管費詳細 単位:百万円 第2四半期(20年3~8月)

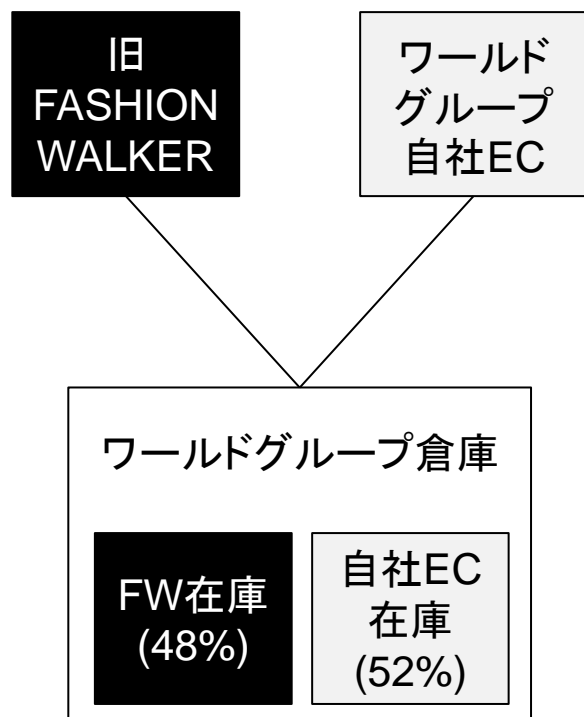
引き続き、広告戦略の変更(CMからYouTubeへ)と費用抑制の結果、販管費比率は7.3ポイント改善

項目	19年度	%	20年度	%	前期比	主な増減要因
人件費	605	6.7%	599	6.5%	- 0.2%	
うち、社員	352	3.9%	313	3.4%	- 0.5%	
うち、パート、アルバイト	252	2.8%	286	3.1%	+ 0.3%	
荷造運搬費	777	8.6%	744	8.0%	- 0.6%	
決済手数料	281	3.1%	314	3.4%	+ 0.3%	
広告関連費用	1,217	13.5%	545	5.9%	- 7.6%	
うち、変動費(ウェブ広告等)	706	7.8%	502	5.4%	- 2.4%	より厳格なROAS管理
うち、固定費(テレビCM等)	511	5.6%	42	0.5%	- 5.1%	テレビからYouTubeへシフト
地代家賃	273	3.0%	355	3.8%	+ 0.8%	倉庫移転による二重家賃
その他	418	4.6%	426	4.6%	+ 0.0%	倉庫移転費用を計上
販管費 合計	3,572	39.6%	2,985	32.3%	- 7.3%	

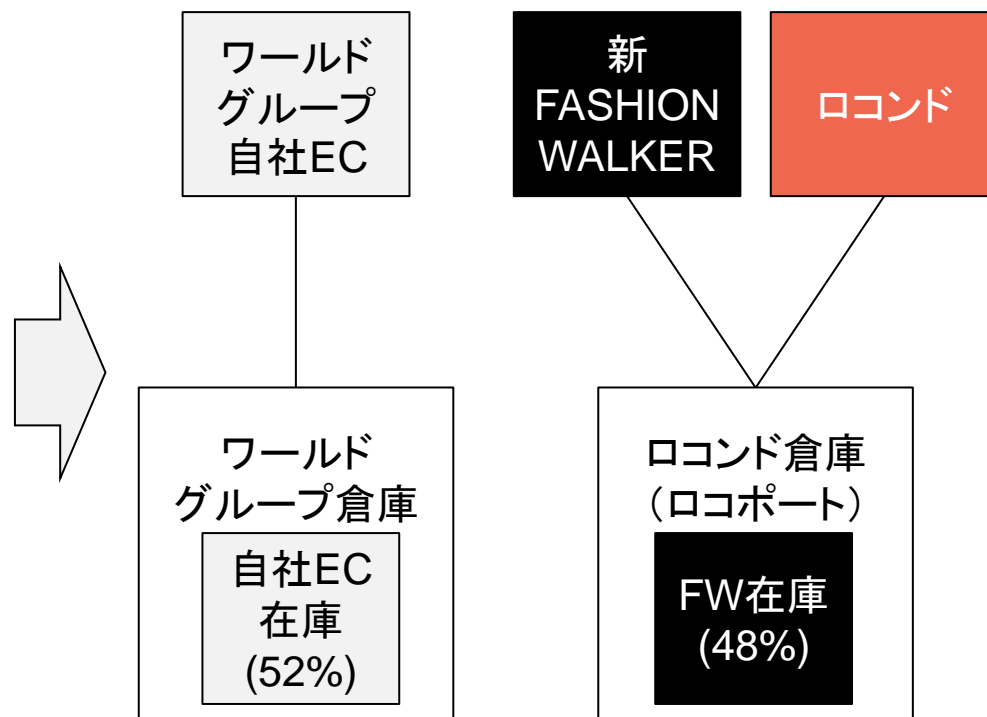
# FASHION WALKERに関して①

ワールド社、FW各ショップ様との協議の結果、ロコンド倉庫に移管されて来た在庫は8月末までの総在庫の48%に留まった

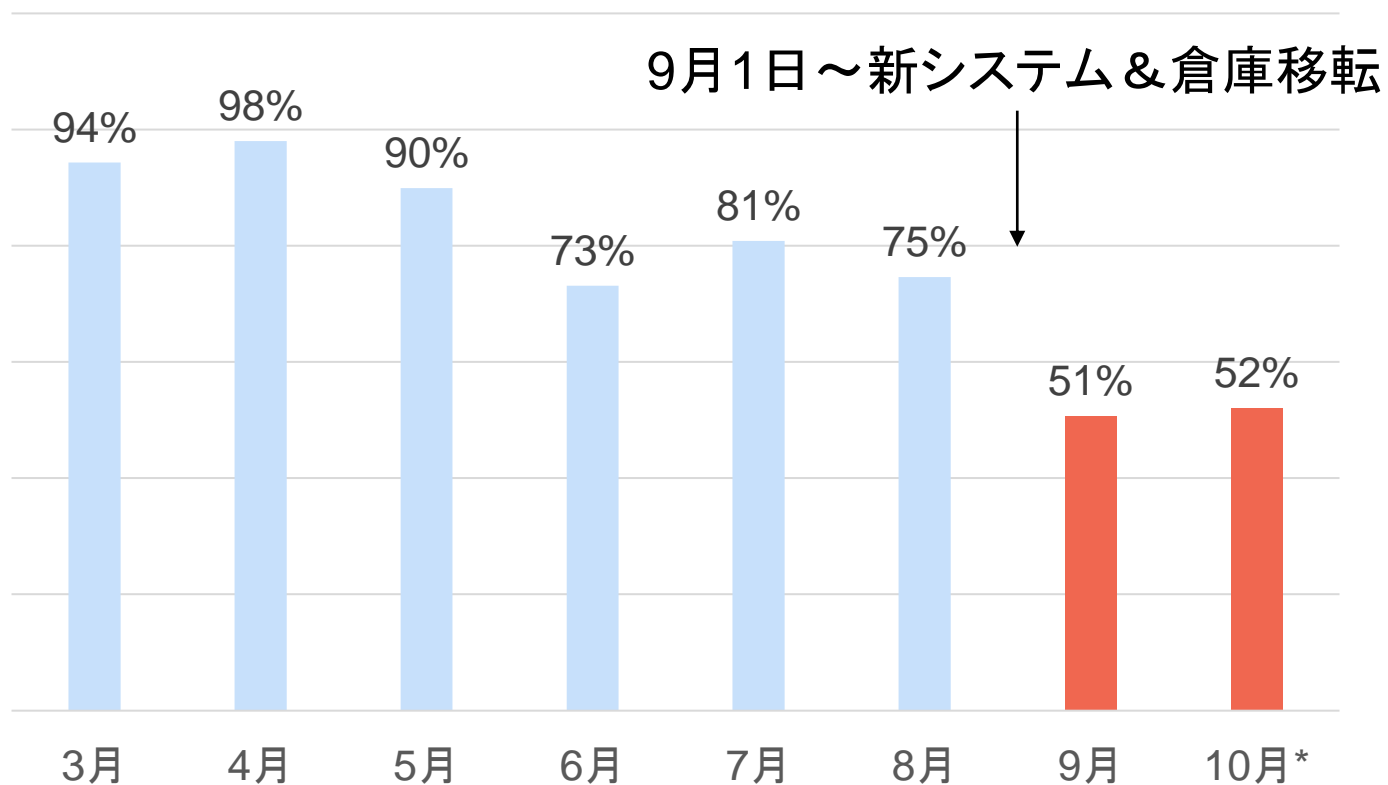
8月末まで



9月以降



結果、現在の新FWの売上水準は50%水準で推移



## FASHION WALKERに関して③

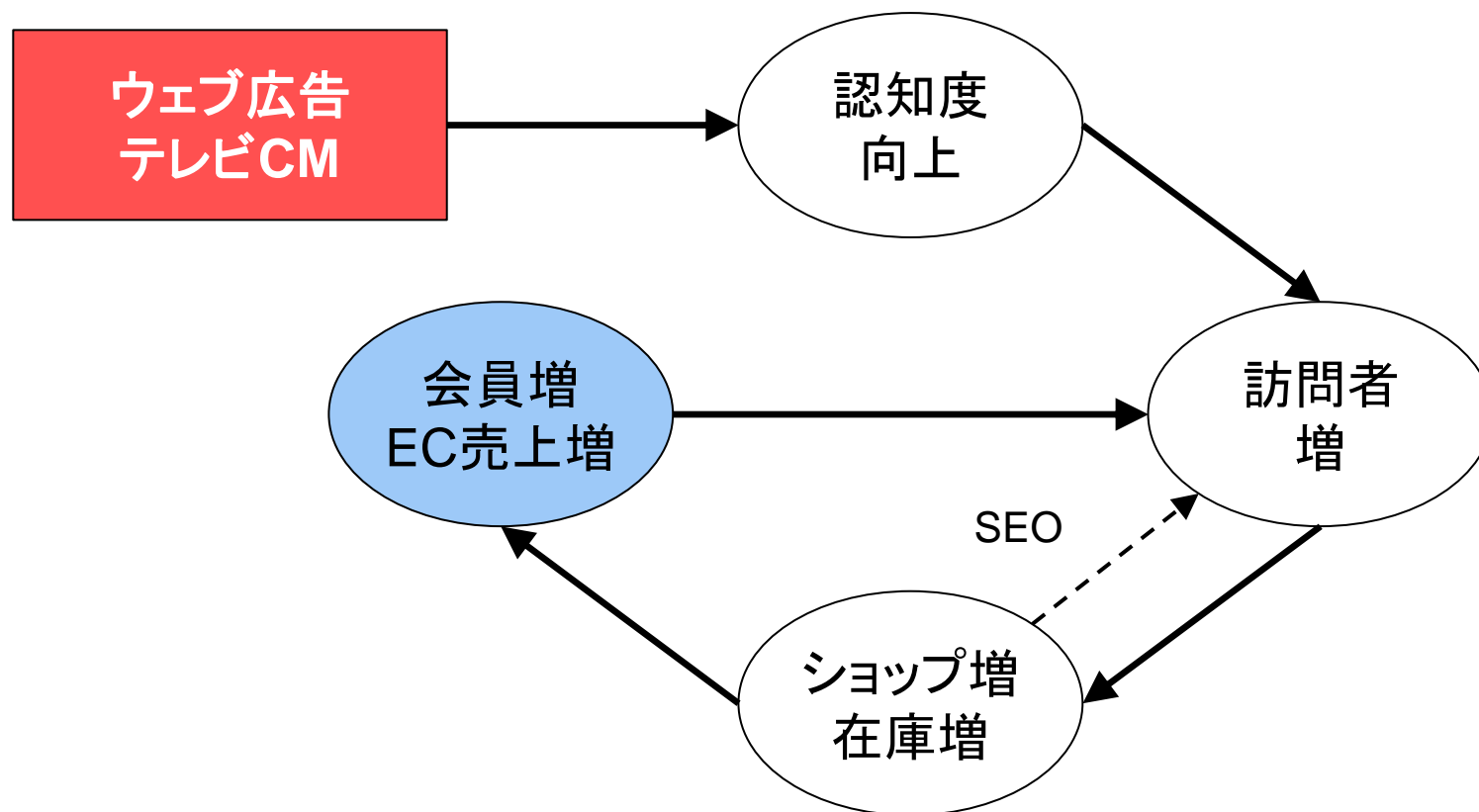
- 今後、ポイント施策によるプロモーションの強化、およびそれを踏まえた在庫の積み増しなどは進めていき、まずは下期計で**昨対70～80%**水準（今年度6月～8月の水準）を目指す
- しかしながら、現在の状況を踏まえ、下期のFASHION WALKERの計画値は**昨対45% (- 55%)**と保守的に設定（後述）
- 新システム導入と倉庫移管は問題なく遂行できたため、追加的な固定費はゼロ。つまりFWの追加限界利益はそのまま追加営業利益に直結
- 最悪なケースとして昨対45%水準でこのまま1年間、推移したとしても（年間売上：19億円\*）**株式取得に要した3億円は1年間で回収**できる
- 結論、想定外の事態はあったものの、依然としてM&A自体は**最高のディール**であったと認識

# D2C X YouTube

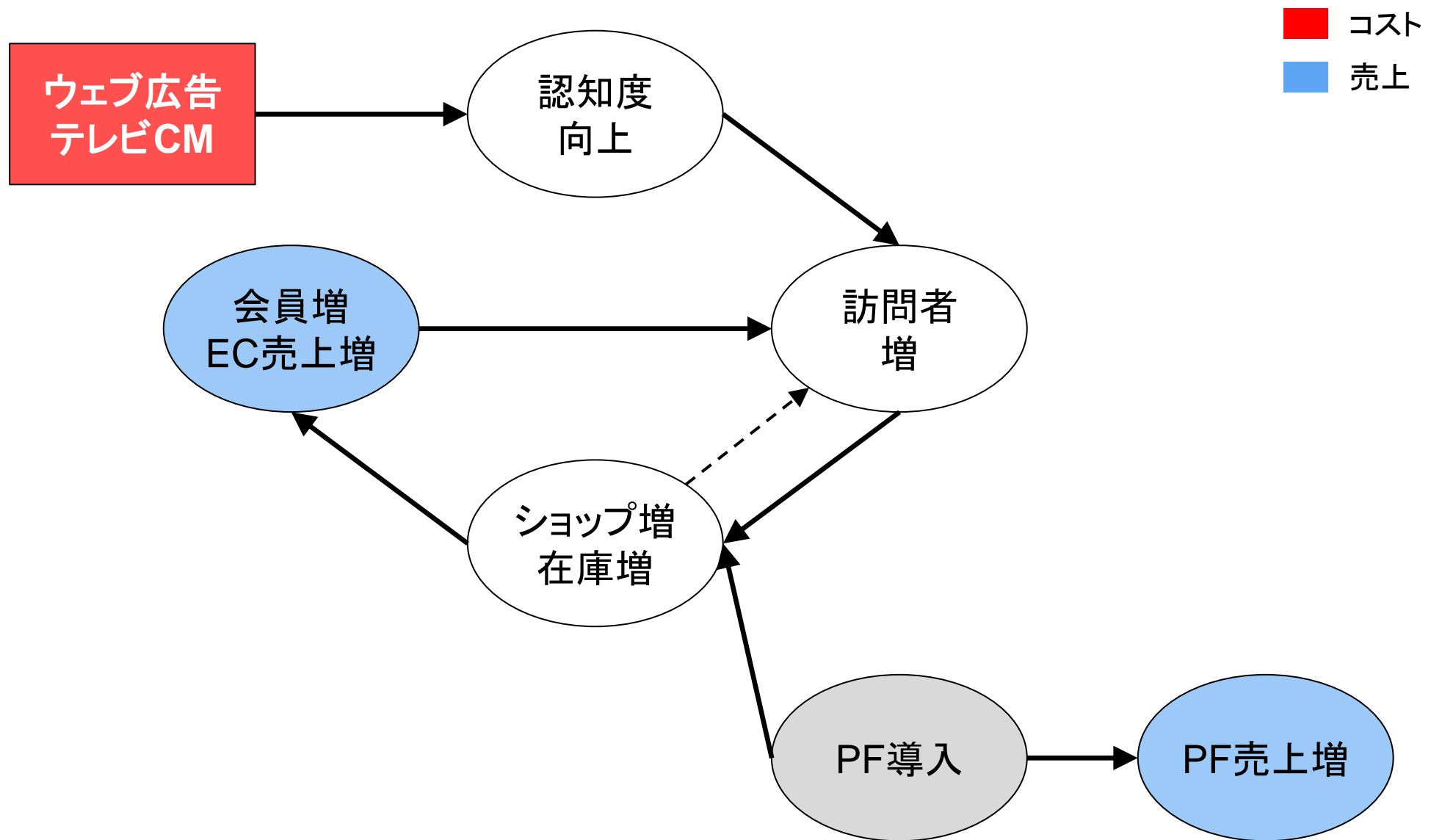
ビジネスモデルとインパクト

# 一般的なECモールのビジネスモデル

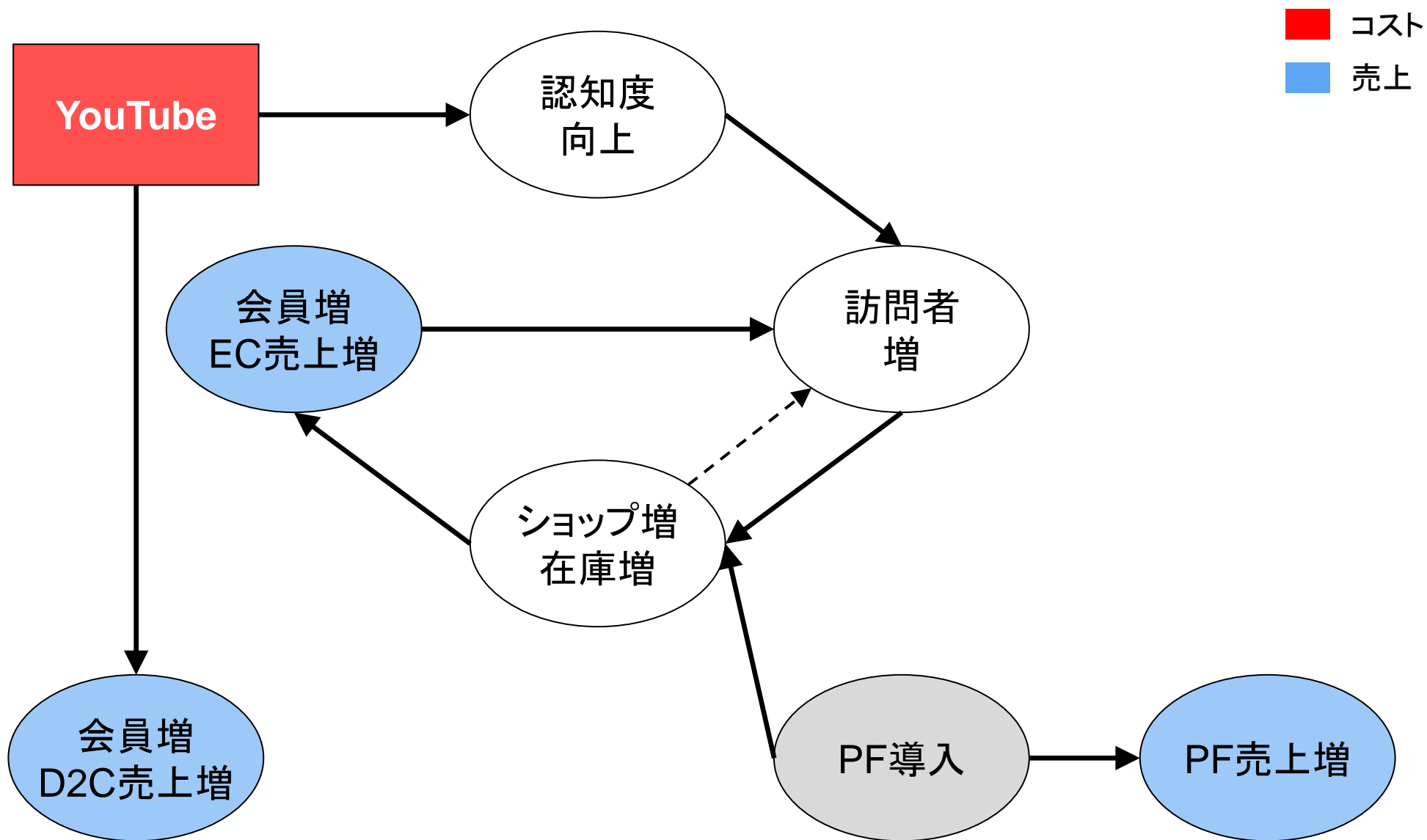
■ コスト  
■ 売上



# ロコンドのEC事業×PF事業のビジネスモデル(2015年～)



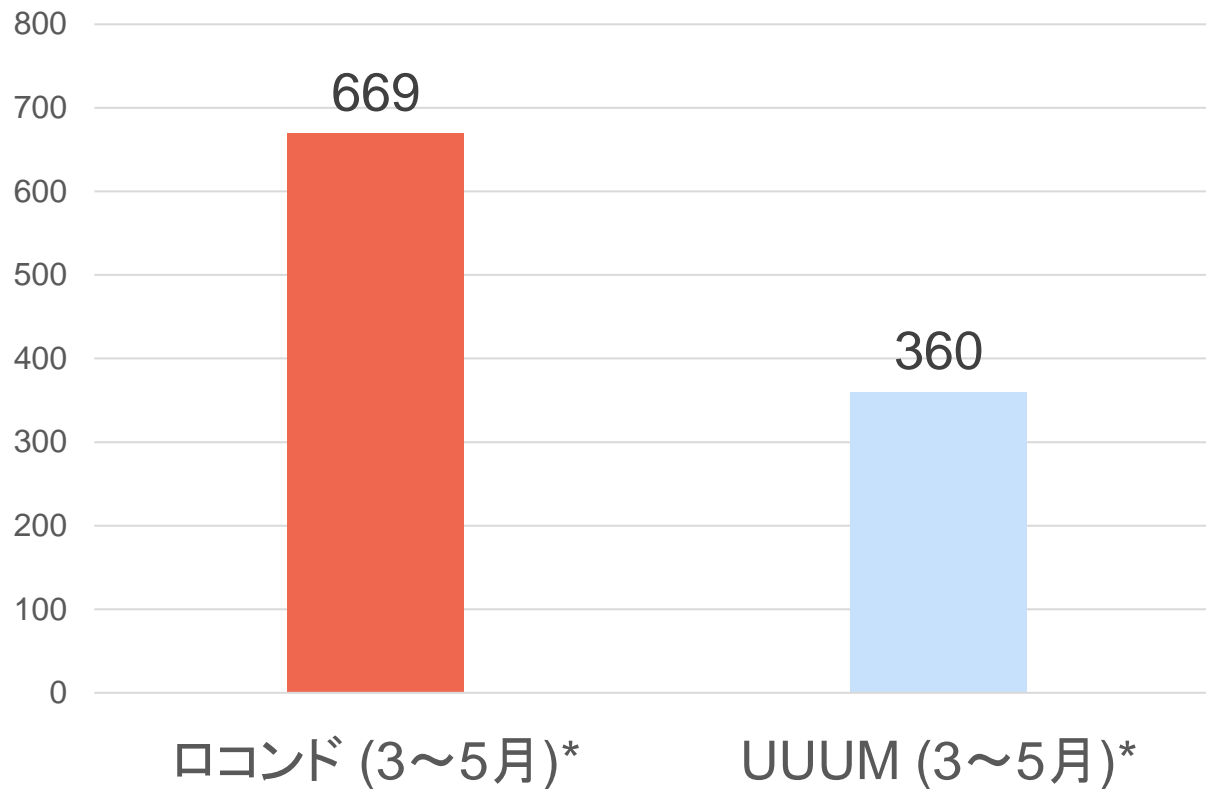
# 【新】ロコンドのEC事業×PF事業×D2Cブランドのビジネスモデル



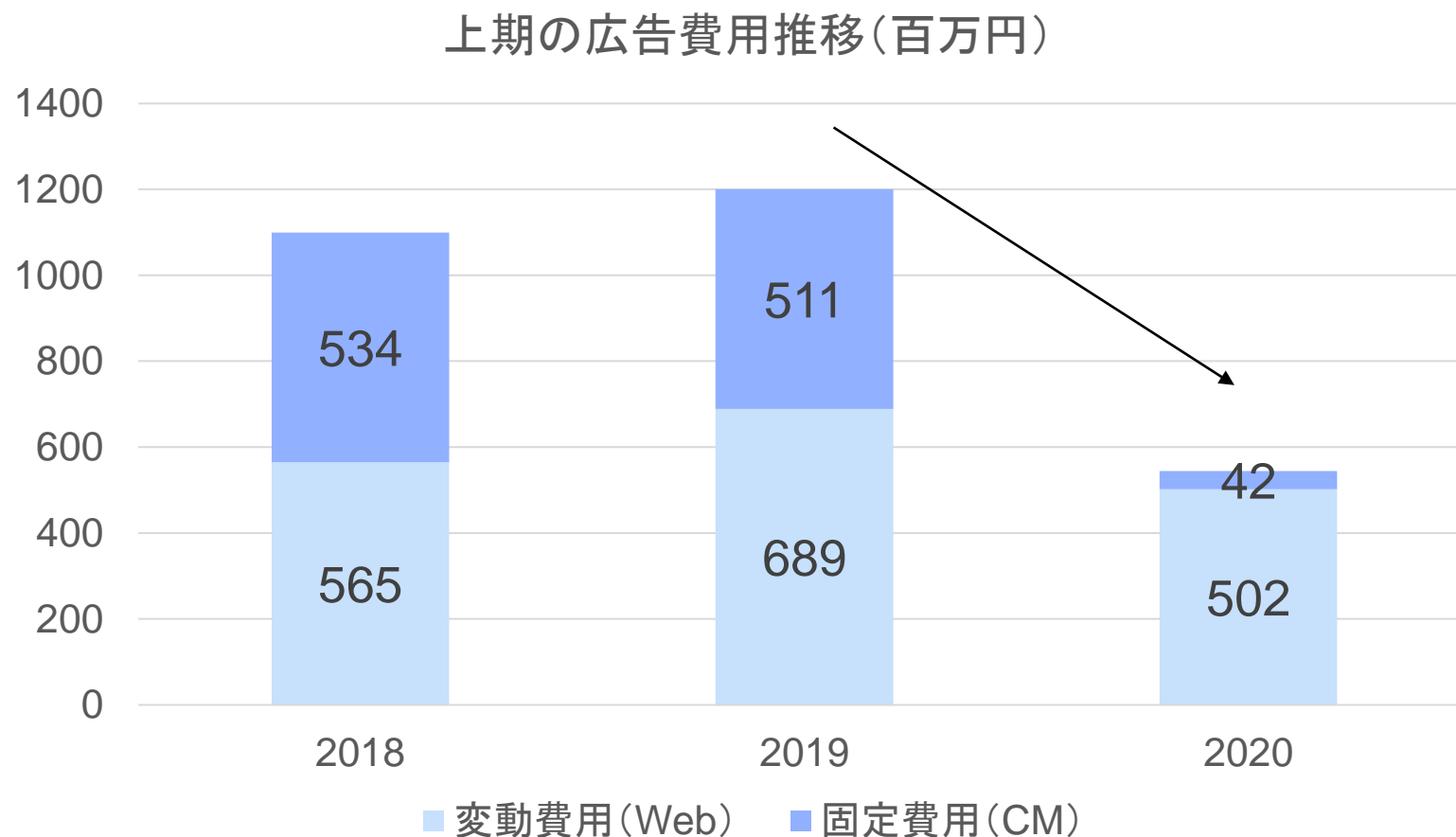


# ロコンドのYouTube X D2Cのインパクト (単位: 百万円)

日本一のYouTuber事務所、UUUM社の物販売上を大幅に上回る  
⇒ ロコンドは「YouTuber X 物販」領域ではトップランナーへ

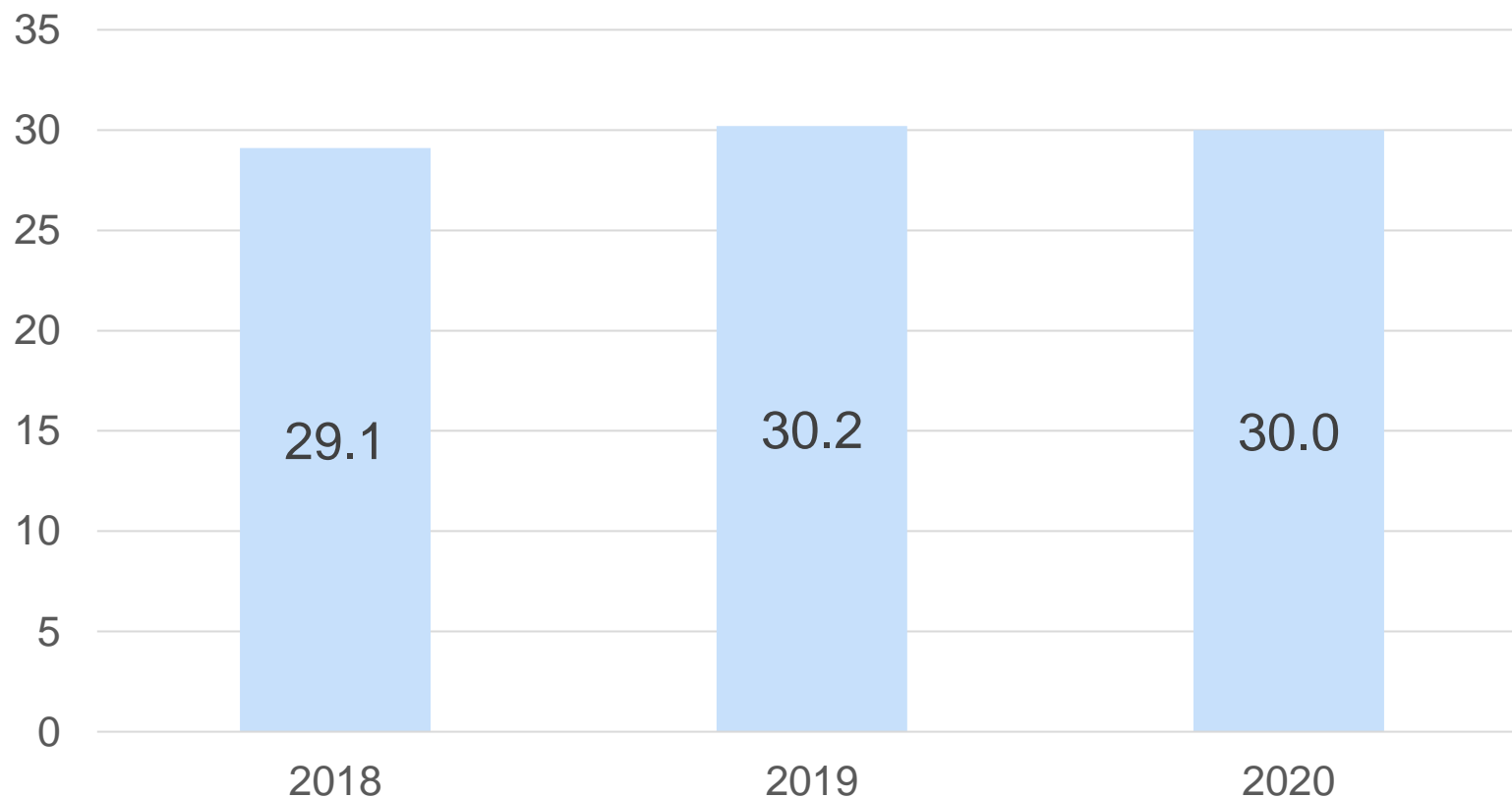


18年、19年度のテレビCMから主軸をYouTubeへ移した事によって  
広告費用は大幅にダウン



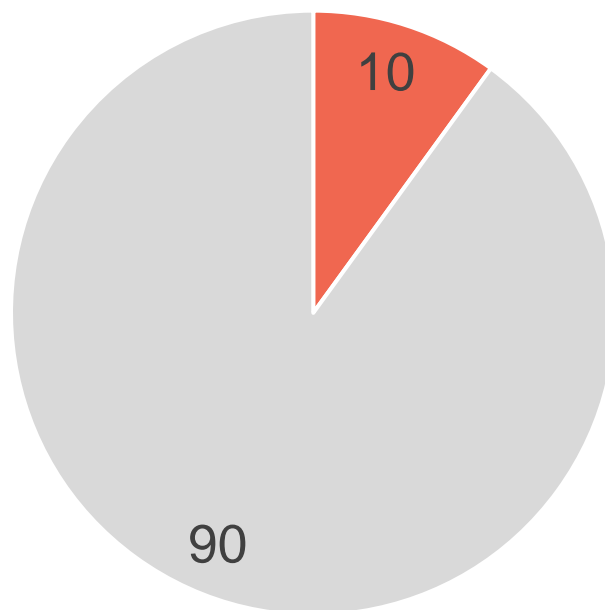
・・・にもかかわらず、YouTubeの成功が寄与し新規会員数は維持

新規会員登録数 推移(万人)



そしてReZARD購入者様も着実にロコンドのリピーターへ

100% = 3.7万人\*



■ 他ブランド購入 ■ ReZARDオンリー

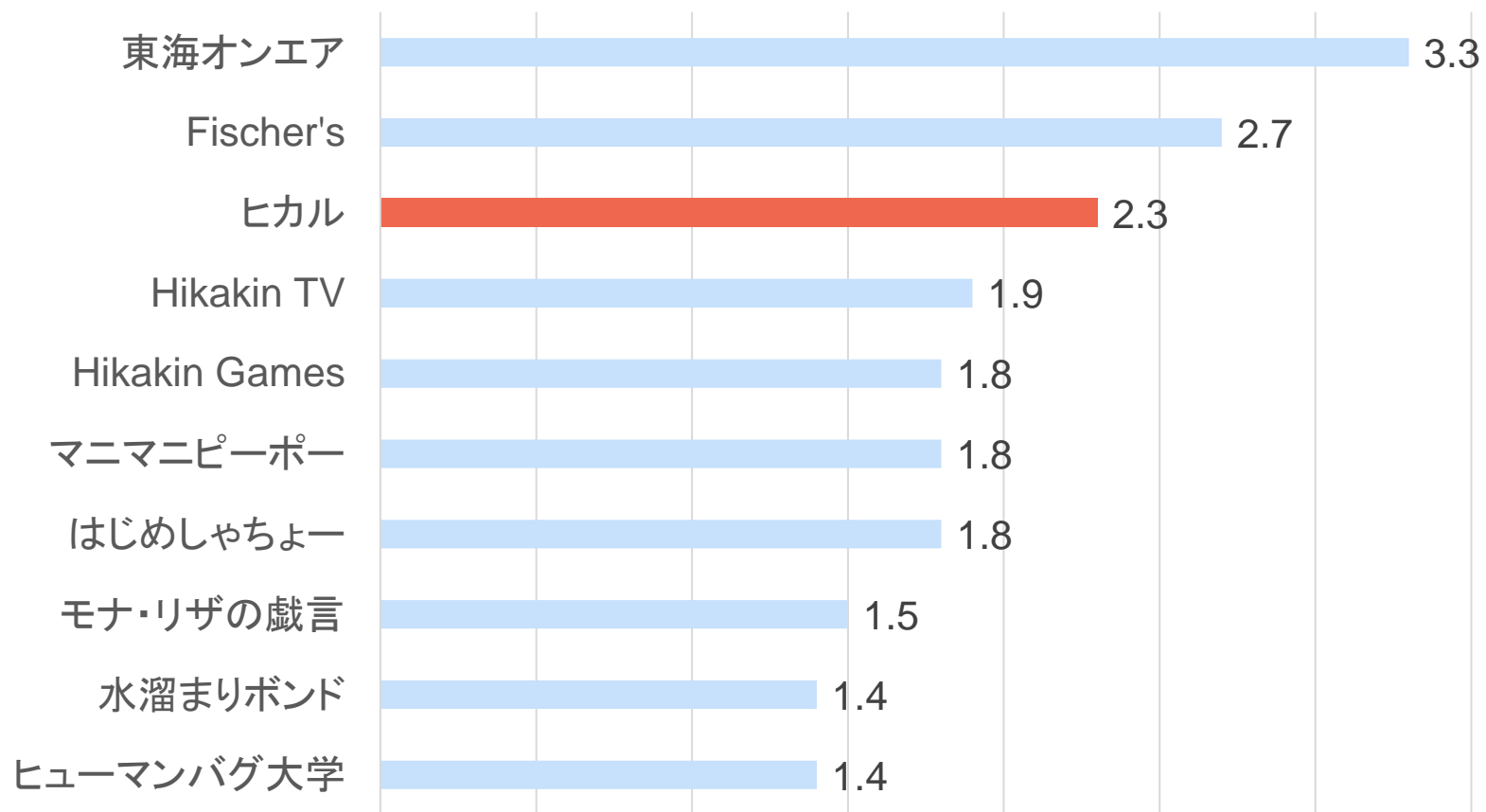
5月末までにReZARDの購入をキッカケに新規登録したユーザーの10%は10月13日までにロコンドでReZARD「以外」のブランドを再購入

# D2C X YouTube

他社がマネできない成功理由(4P)

## 【成功理由① Promotion】インフルエンサーの影響力

累積登録者数ではなく現在の再生数 = 影響力という指標ではヒカルさんは国内TOP3に入る



# 【成功理由② Price & Product】内製の生産背景を活かした商品開発

ReZARDの服とブーツが届いたぁ！  
着心地もいいし、履き心地もいいし、マジで言うこと  
ない、これからはReZARDだけでいいな。

#ReZARD  
#ロコンド



午後3:52 - 2020年10月12日 - Twitter for iPhone

ReZARDブラックソールニットブーツ(ミヤサコグレー)  
届きました！  
デザインも履き心地も最高です。  
これからの季節に愛用します。  
ありがとうございます！  
前回のスニーカーもとても良く愛用中です。

#ロコンド  
#ReZARD



午後6:40 - 2020年10月10日

届いたあー！！  
めっちゃ軽いし、  
色遣いをリビよーかな♪

#ReZARD  
#ロコンド



午後3:08 - 2020年10月11日 - Twitter for iPhone

ロコンドのリザードの靴のしめんなじやー♡♡♡  
♡♡♡♡♡

午後7:30 - 2020年10月12日 - Twitter for iPhone

ReZARDの靴届いた

デザイン最高だし、マジで履き心地良さそうだから買  
ってよかった

ReZARDxロコンドの組み合わせ本当

ビジネスシューズも買おうかな！！

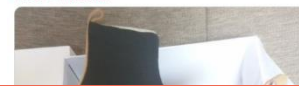
#ロコンド  
#ヒカル  
#ReZARD  
#youtube



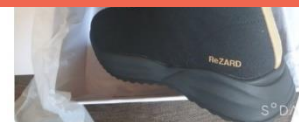
午後6:55 - 2020年10月12日 - Twitter for iPhone

ReZARDのニットブーツマジヤバイよ  
履きやすさ 軽さ 歩きやすさ デザイン  
全部ハイクオリティ！  
お値段以上すぎる価値のお品もの

#ロコンド #ReZARD



午後6:40 - 2020年10月10日



午後10:22 - 2020年10月4日 - Twitter for Android

ミヤサコグレーエディション9/26発売で、12月到着予  
定が今日10/10に到着！ロコンドさんありがとう！  
(ホワイトソールニットブーツ38/24cm) 履き用！  
とても履き心地が良いらしい！

#ReZARD  
#ロコンド



▲ 8分

午後1:02 - 2020年10月15日 - Twitter for iPhone

ReZARD新作のニットブーツ「マ」早い！  
履き心地良い！脱ぎ着楽！そして何と云ってもやぶ  
あしのが全く水を吸収せず弾き返すこの防水性  
今から雨、雪が多くなる山形県民には有難い  
これで9800円はいい意味で頭おかしいwww  
#ReZARD #ロコンド #ヒカル #田中社長



午後3:33 - 2020年10月10日 - Twitter for Android

リザードのロゴ無しバージョンのブーツと4.5cmヒール  
9月中に対応したのマジですげえわ...。ロコンドってす  
げえや！！そしてわいのブーツも今配送中...届く  
の楽しみすぎ

午後2:02 - 2020年10月1日 - Twitter for iPhone

届いたあああ！  
ホワイトソールニットブーツ(ヒカルブラック)  
履き心地良いしカッコいい。  
使っ勝手良さそうだね

#ReZARD  
#ロコンド



午後7:33 - 2020年10月1日 - Twitter for iPhone

ヒカルとロコンドコラボのブーツが届きました。30歳  
と年齢も、なかなかYouTuberのアパレルには手を出  
しづらい部分もありますが、機能性とデザインのコス  
パが良く購入しました。ロコレスを出しちゃうま  
なかなか一足を的確に選んでるなと感じま  
す。 #ReZARD #ロコンド



午後6:47 - 2020年10月11日 - Twitter for iPhone

ヒカル好きすぎてブラックソールニットブーツ買っ  
た。履き心地良すぎる。地下足袋履いてるみたい。柔  
らかくて靴下で歩いてる感覚。すごい

#ReZARD  
#ロコンド



午後6:09 - 2020年10月11日 - Twitter for iPhone

いやーとにかく足にフィットして履きやすい。疲れな  
い。

#ロコンド



午後10 - 2020年10月13日 国鉄守山駅から - Twitter for iPhone

先程届きました。  
足にフィットしてとても履きやすい！  
良い感想をありがとうございます。  
うれし〜！  
#ReZARD  
#Hosoke\_tanaka  
#ロコンド



午後1:02 - 2020年10月10日 - Twitter Web App

届いたー！！  
履いた感想はあり吐きやすい最高



午後6:56 - 2020年10月10日 - Twitter for iPhone

ロックダウンがまだ続き外出気分が起きてなくての  
靴を購入！

週末におしゃれして買い物にいこう！そしてオフ  
イスが隣いたらこれで出社しよう。

アメリカにいて日本のものをネットで買えるなんて便  
利！

#ロコンド #FASBEE #ReZARD



午前9:49 - 2020年10月7日 Cupertino, CAから - Twitter for iPhone

ReZARDの靴が届きました。履  
き心地があるとYouTubeで見て即買い。

感想。  
▼軽い  
▼クッション性が半端ない  
▼デザインがシンプルで履きやすい

これ、釣り人にとっていい。バス釣りでチョ  
ットした早むらを進んで行く時に朝露で靴がビショビ  
ショにならなくて済む。

#ReZARD

午後11:51 - 2020年10月10日 - Twitter for iPhone

「ヒカル」  
わーいーわーいー！！

ReZARDのブーツ届いたあ  
ヒカルブラック！

めっちゃ履き心地いいし超綺麗に見えるし早く履きた  
いなあ

#ReZARD #ロコンド  
#ヒカル



午後5:58 - 2020年10月10日 - Twitter for iPhone

#ロコンドと #ReZARD のコラボ第二弾「ホワイトソール  
ニットブーツ (ヒカルゴールド)」が届きました〜  
履き心地も抜群なので、そのまま北海道に履いて行き  
ますよ  
#防水女のマジで嬉しい

10月上旬発送予定が9月30日に届いてビックリ！  
履き心地も抜群なので、そのまま北海道に履いて行き  
ますよ  
#防水女のマジで嬉しい

午後6:34 - 2020年10月1日 - Twitter for iPhone

ReZARDxロコンドのニットブ  
ーツ届いたあー！！  
本当にびっくりするくらい履  
き心地いいし、デザインも  
カッコいい。履いて、とても  
履き心地いい。履き心地いい  
田中社長様、いつもありがとうございます



午後10:03 - 2020年10月10日 - Twitter for iPhone

## 「ハイブランドを安価に」をコンセプトとするReZARDの評判は圧倒的

履き心地最高！  
#ロコンド  
#ヒカル  
#ReZARD

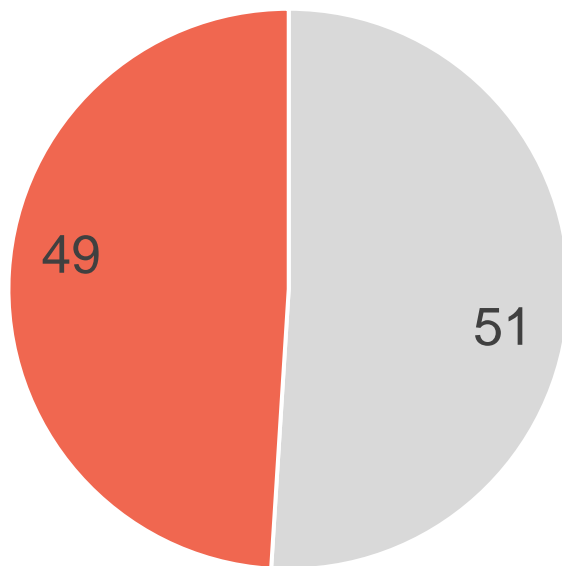


午後8:07 - 2020年10月10日 - Twitter for Android

## 【成功理由③ Place】内製の生産背景による費用対効果の高い製品

公式ECだけでなく、300万超の会員を擁するロコンドで販売する事によってヒカルさんのコアなファンでないユーザー層へもリーチ

ニットブーツの内、ロゴありとなしの売上割合 (%)\*



■ ロゴあり ■ ロゴなし

コアでないユーザー層が好む「ロゴレス(なし)」バージョンが売上の48%を占める

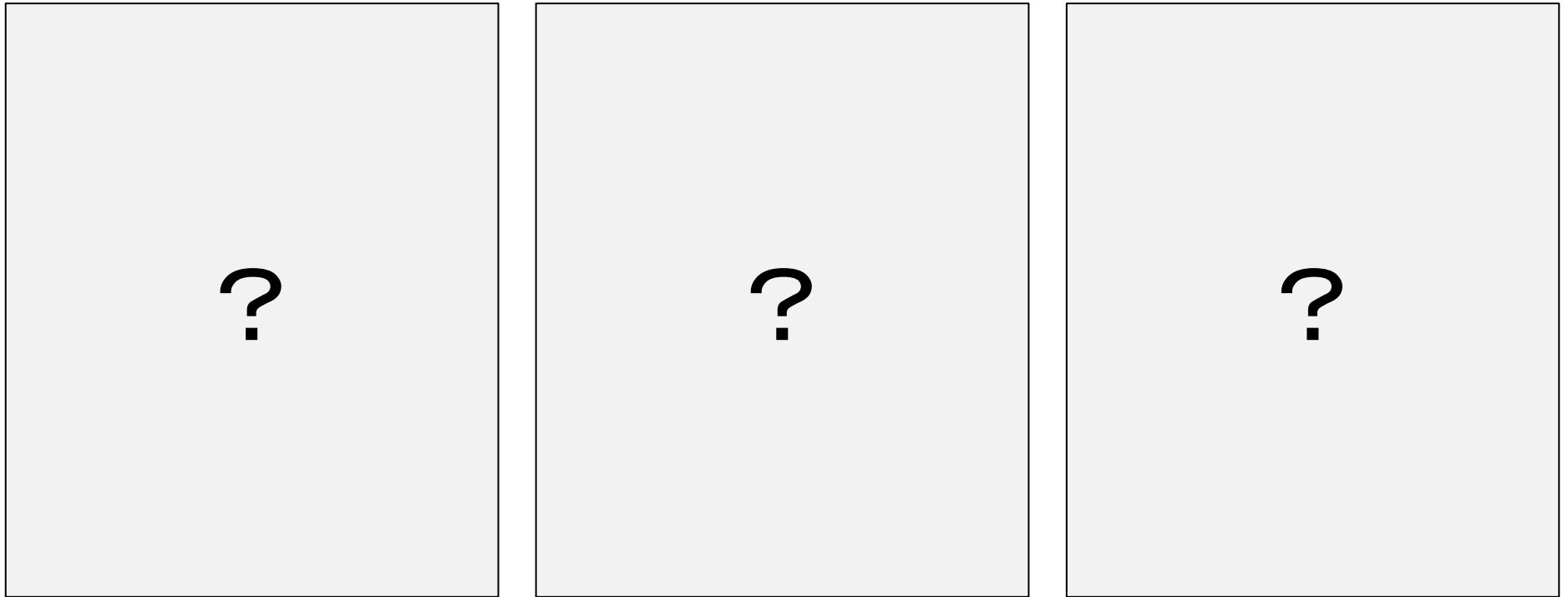


# D2C X YouTube

圧倒的な存在になるための今後の計画

## 拡大戦略① 他のYouTuber様とのブランド開発

ReZARDで得たノウハウを活かし、他のYouTuberブランドも展開...  
ReZARD : ReZARD以外 = 5:5のポートフォリオ構築を目指す



## 拡大戦略② YouTuber様とロコンド出店ブランド様のブリッジ(仲介)

宮迫さん X Work Wear Suits (WWS) の成功ノウハウも活用し、  
YouTuberとブランドを繋ぐ「ブリッジ(仲介)プロジェクト」も積極展開

ブリッジプロジェクト①  
宮迫さん X WWS



ジャケット1型、パンツ2型のみで  
累計7500万円超の売上を記録

ブリッジプロジェクト②  
??? X オーダーメイドスーツ

?

## 拡大戦略③ オフライン店舗への展開

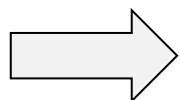
手間や費用、リスクも限定的な卸契約で店舗顧客へのリーチを確保  
...靴業界のEC比率は上がっているものの、未だ20%前後

**YouTube のオムニ戦略プロジェクト**  
**SHOE PLAZA X ロコンド新宿店と上野店スタート**  
**ヒカルさんの等身大パネルも！**

靴とファッションの通販サイト、LOCONDO.jp を運営する株式会社ロコンド（本社：東京都渋谷区 代表取締役社長：田中 裕輔）は、2020年11月14日（土）より、株式会社チヨダ（本社：東京都杉並区 代表取締役社長：杉山 忠雄）の展開する店舗「SHOE・PLAZA（シュープラザ）」新宿東口駅前店、上野店内に、ロコンドコーナーをOPEN することをご報告致します。



LOCONDO.jp



詳細は本日のヒカルさんのYouTube動画にて

# 今期計画に関して

## 【UPDATE】20年度 計画値 (単位: 百万円)

取扱高の進捗率は20% (1Q) から46% (2Q) へアップ。  
限界利益率は計画値よりも1.2ポイント高い水準で推移し、固定費用も倉庫移転費用を差し引いた場合は計画値の50%未満

項目	19年度(実績)	20年度2Q	20年度(予想)	進捗率
商品取扱高(返品後)	18,251	9,248	<b>20,000</b>	46.2%
売上高	8,576	4,811	10,000	48.1%
限界利益	n/a	1,696	3,500	48.5%
(対取扱高比)	n/a	18.7%	<b>17.5%</b>	-
- 固定費用	n/a	1,066 (946*)	<b>2,000</b>	53.3%
= 営業利益	- 170	630	1,500	42.0%
経常利益	- 182	638	1,500	42.0%
当期純利益	- 185	438	1,200	36.5%

\* 倉庫移転による支出(1.2億円)を差し引いた場合の固定費用

# 【UPDATE】計画値の「取扱高200億円」の内訳

上期実績や直近の状況を踏まえて内訳を更新...どれも保守的な値

	1Q	上期計
1. EC事業: <b>162億円</b>		
• ロコンド(D2C除く): 112億円 ⇒ 120億円 (+ 7%)	- 9%	+ 7%
• ロコンド(D2C): 13億円		
• ロコモール: 23億円 ⇒ 19億円 (- 15%)	- 28%	- 15%
• Fashion Walker*: 24億円 ⇒ 10億円 (- 55%)		
2. PF事業: <b>32億円</b>		
• BOEM: 16億円 ⇒ 27億円 (+ 70%)	+ 75%	+ 80%
• LOCOCHOC: 17億円 ⇒ 5億円 (- 70%)	- 75%	- 70%
3. その他事業: 12億円 ⇒ <b>6億円</b> (- 50%)	- 45%	- 46%

\* ファッションウォーカーは今年の7月20日に株式を取得したため、PLへの影響は下期(9月~2月)のみ

来週10月22日でもってロコンドは創業10周年

計画値からの更なる上振れを目指し  
下期も社員一丸となって突っ走ります。

皆さまも引き続き、応援の程、よろしくお願ひします。





- 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。