



LOCONDO.jp

# 20年度（21年2月期） 追加 決算説明資料

2021.04.20

1. 2020年度（21年2月期）実績
2. 2030年度長期ビジョン（別資料）
3. 21年度（22年2月期）計画

# 2020年度（21年2月期）実績

# 貸借対照表 (BS) 単位: 百万円

再掲

<b>流動資産</b>	<b>5,485</b>	<b>流動負債</b>	<b>2,638</b>
うち、現預金	2,823	うち、受託販売預り金	833
うち、商品	1,264	うち、借入金	-
<b>固定資産</b>	<b>1,530</b>	<b>固定負債</b>	<b>7</b>
うち、有形固定資産	240	<b>負債合計</b>	<b>2,645</b>
うち、無形固定資産	239		
うち、投資その他	1,049	<b>純資産合計</b>	<b>4,370</b>
<b>資産合計</b>	<b>7,016</b>	<b>負債・純資産合計</b>	<b>7,016</b>

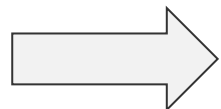
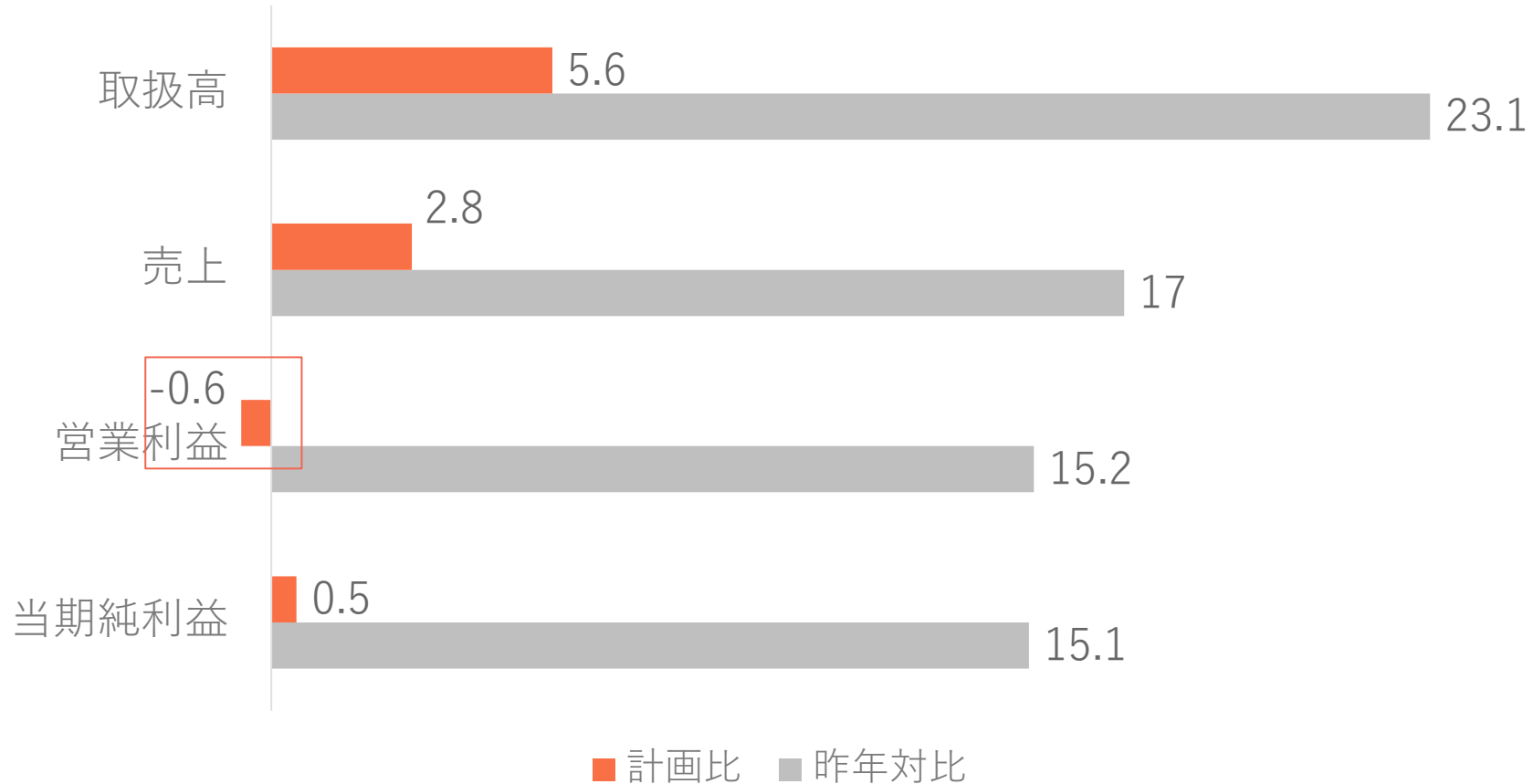
# 損益計算書 (PL) 単位: 百万円

再掲

項目	19年度	20年度	成長率	計画値	進捗率
商品取扱高 (返品後)	18,251	20,564	+12.7%	20,000	102.8%
売上高	8,576	10,275	+19.8%	10,000	102.8%
売上総利益	6,436	7,707	+19.8%	n/a	-
(対取扱高比)	35.3%	37.5%	-	n/a	-
限界利益	n/a	3,542	n/a	3,500	101.2%
(対取扱高比)	n/a	17.2%	-	17.5%	-
EBITDA	81	1,553	+1,812.8%	n/a	-
<b>営業利益</b>	<b>△83</b>	<b>1,438</b>	-	<b>1,500</b>	<b>95.9%</b>
經常利益	△77	1,448	-	1,500	96.6%
当期純利益	△256	1,250	-	1,200	104.2%

## 損益計算書 (PL) 単位: 億円

昨年対比ではどの数値も大幅増。計画比では取扱高、売上、純利益はクリアしたものの営業利益のみ、0.6億円未達

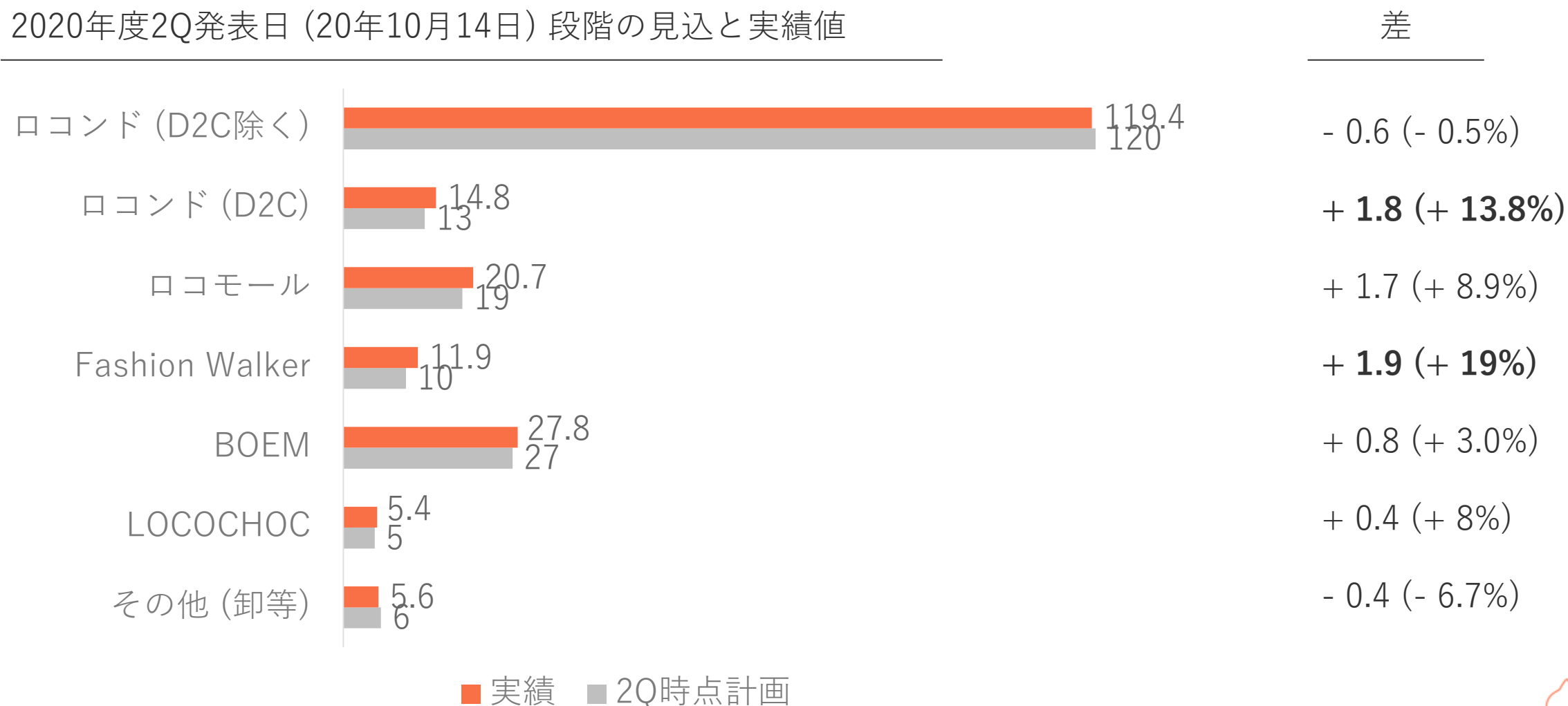


なぜ営業利益は計画値に届かなかったのか？

## 2020年度2Q時点計画と実績の比較 (取扱高) 単位: 億円

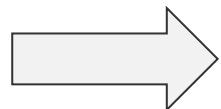
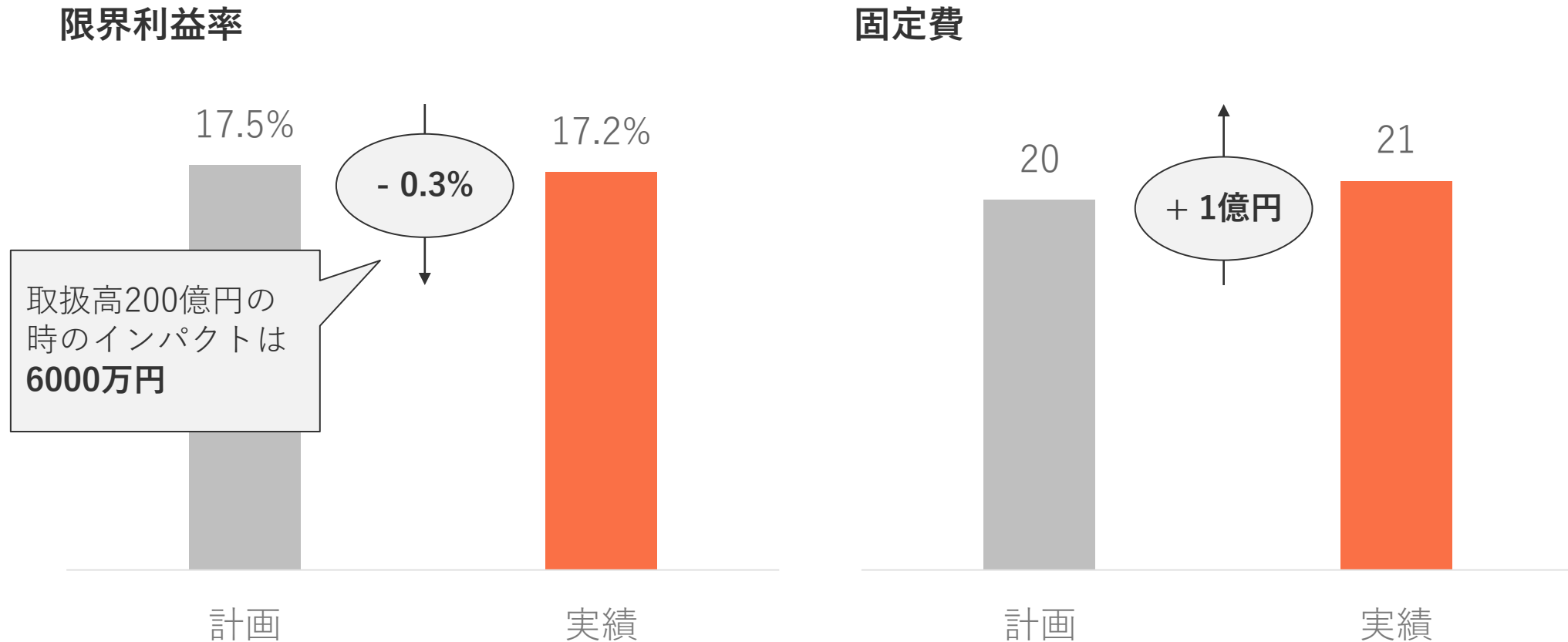
事業別に見ても取扱高は計画値とズレはなく、D2CやFWは+**10%以上**の達成率

2020年度2Q発表日 (20年10月14日) 段階の見込と実績値



# 2020年度2Q時点計画と実績の比較 (限界利益、固定費) 単位: 億円

一方で、限界利益率と固定費は2Q時点の計画値を下回る水準



では限界利益率と固定費が営業利益の未達要因なのか？



## 限界利益率、固定費用と取扱高の関係性

未達の理由はコロナ禍でも取扱高を最大化するための広告投資要因…**営業利益 - 0.6億円**と引き換えに**取扱高 + 5.6億円（約10倍）**を選択した経営判断

	取扱高	限界利益率	固定費	営業利益
当初計画	200億円	17.5%	20億円	15.0億円
経営判断	<b>205.6億円</b> (+ 5.6億円)	<b>17.2%</b>	<b>21億円</b>	<b>14.4億円</b> (- 0.6億円)

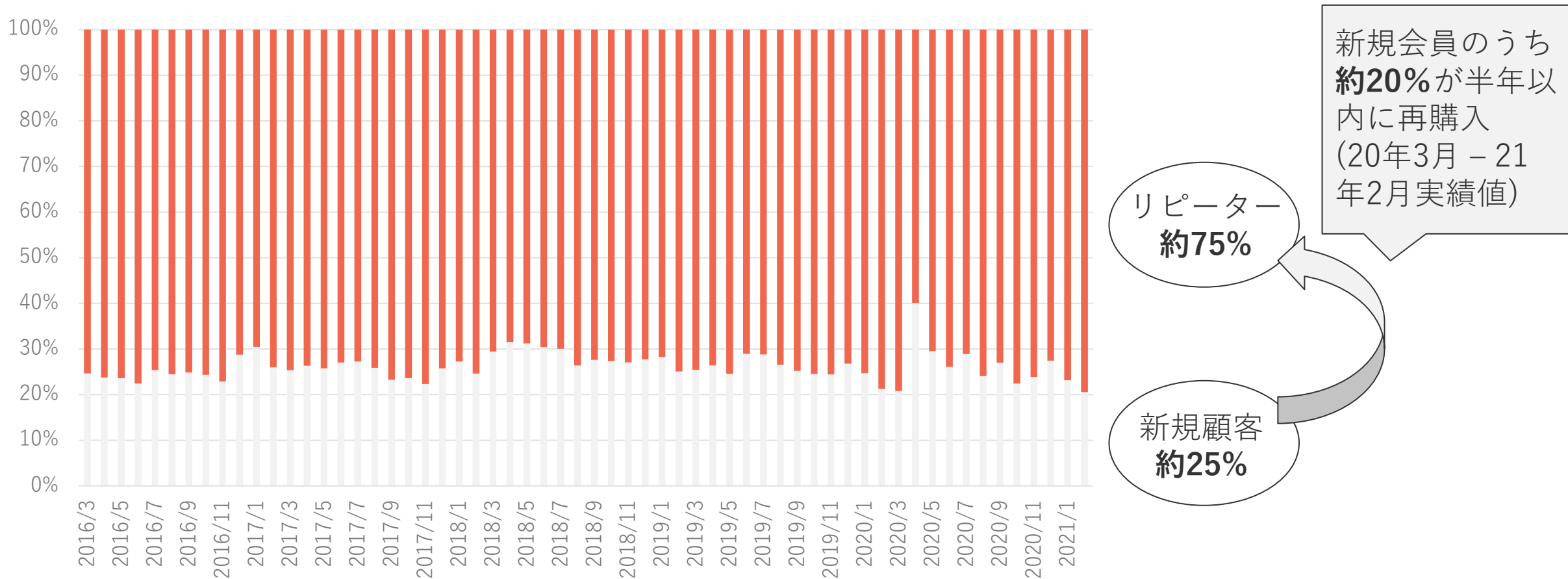
取扱高増のため、4Qは**Web広告投資**を強化  
(変動比率: 4.9% → 5.5%)

同目的で4Qは**YouTube案件を強化**。サーバー投資も強化

なぜ取扱高を最優先するのか？

## ロコンドの売上構造 – 売上積み上げモデル –

取扱高の25%が新規顧客、その内、20%は半年以内に再購入…「取扱高増 = 来年以降の取扱高増」に繋がるのが一つの理由



(注) データはLOCONDO.jpのみ。売上金額ベース。社内データから算出

# 2030年度長期ビジョン

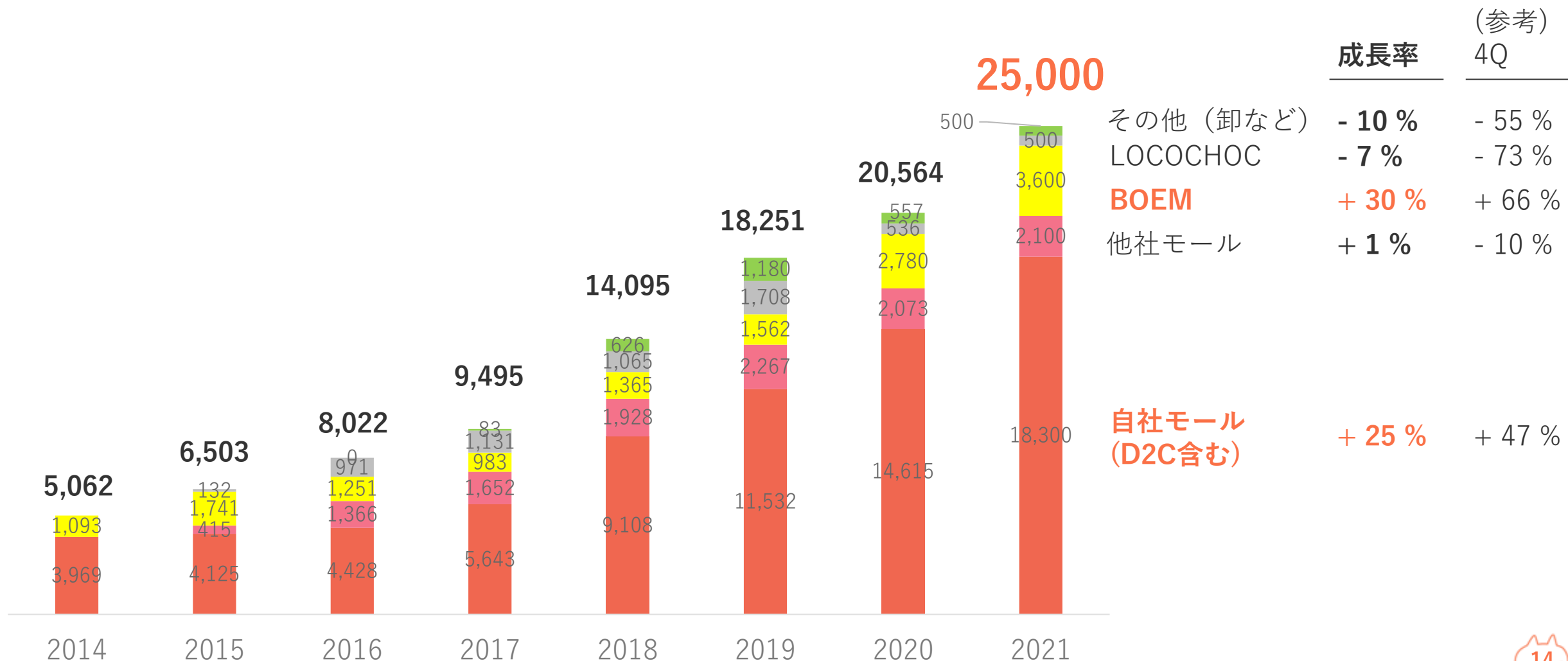
→ 別資料

# 21年度（22年2月期）計画

# 商品取扱高 (GMV) 計画 (単位: 百万円)

再掲

今期も自社ECモールとBOEM、e-3PLに注力し、取扱高250億円へ

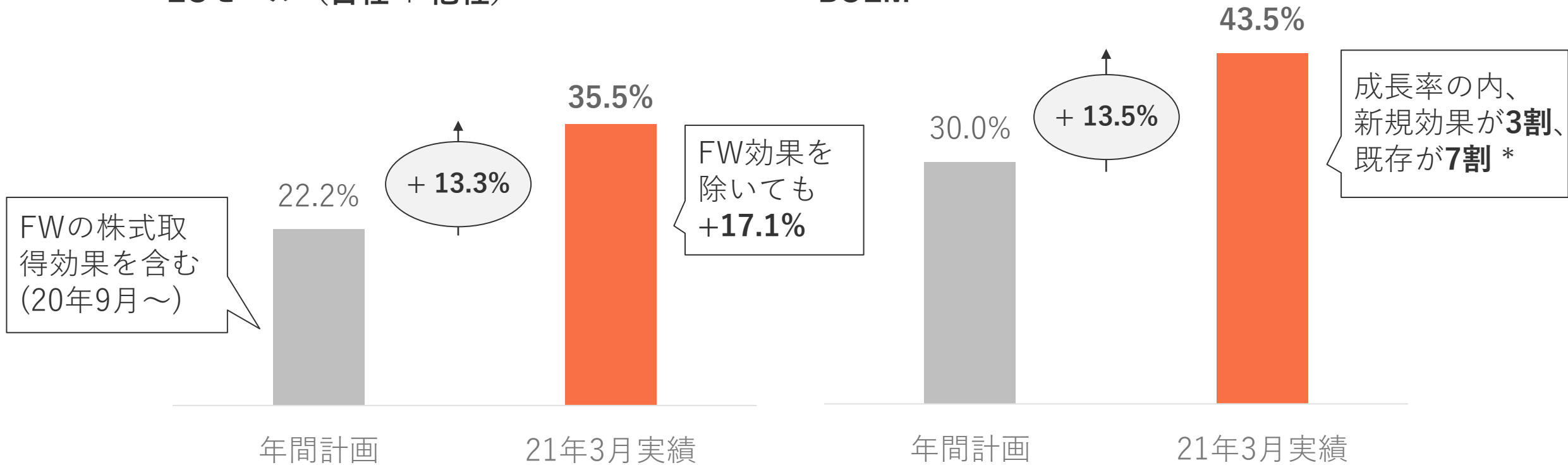


## 21年3月 速報値 (取扱高)

3月速報値ではECモールもBOEM（自社EC）も順調なスタート…引き続き環境は不透明で需要が弱い中でも取扱高250億円への手応え

### ECモール（自社 + 他社）

### BOEM



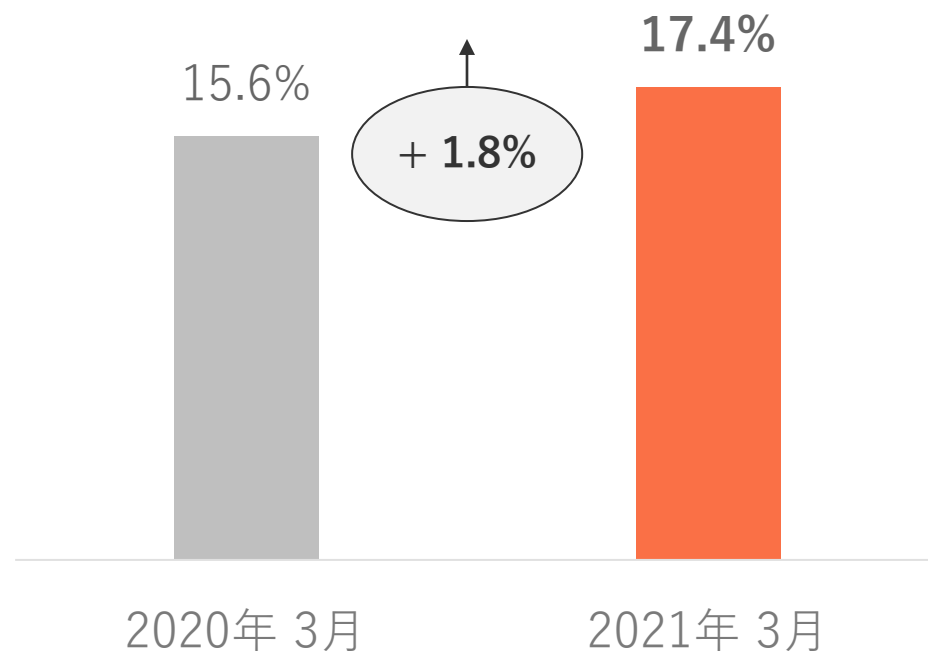
(注) 20年、21年共に監査前の社内速報値。コロナ影響が深刻だったのは20年4月、D2C出荷 (売上) 開始したのは20年6月、FWを算入したのは20年9月から、のため、3月は比較的、通常水準の昨年対比と認識

\* 新規 = 20年3月以降にオープンしたショップ、既存 = 20年2月以前にオープンしたショップ

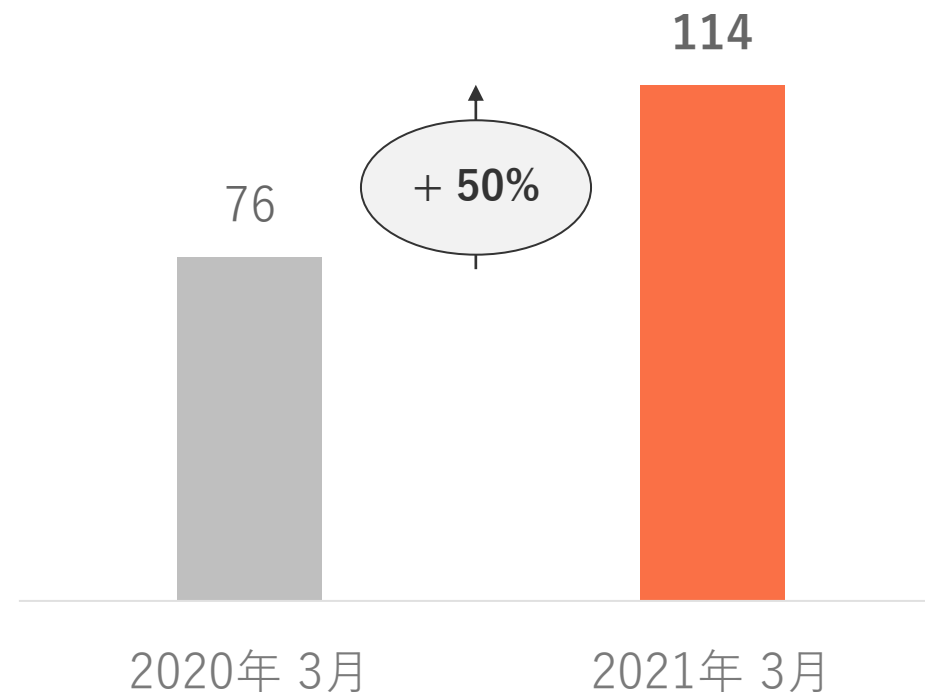
## 21年3月 速報値 (限界利益率、営業利益)

限界利益率、営業利益も順調なスタート。限界利益率が上がったのは昨年から進めている「選択と集中」による事業ミックスが変わったため

限界利益率



営業利益 (百万円)



(注) 20年、21年共に監査前の社内速報値。コロナ影響が深刻だったのは20年4月、D2C出荷 (売上) 開始したのは20年6月、FWを算入したのは20年9月から、のため、3月は比較的、通常水準の昨年対比



# 取扱高250億円を実現する、3つのシナリオ

取扱高250億円実現のシナリオのうち、不透明な環境下を加味した上で通常シナリオと悲観的シナリオを開示

	取扱高	限界利益率	固定費	営業利益
<b>楽観的シナリオ</b> 限界利益率は20年度水準、固定費は現在の予算内で推移	250億円	17.0%	25億円	17.5億円
<b>通常シナリオ</b> 広告投資やD2C割合変化で限界利益率はダウン。固定費は同上	250億円	16.0%	25億円	15億円
<b>悲観的シナリオ</b> 更に限界利益率ダウン。取扱高のため更に固定広告費投資	250億円	15.4%	30億円	8.5億円

# 今年度も継続する「取扱高10倍」ポリシー

但し、通常シナリオで推移していても20年度同様、「営業利益を1落としたら（投資したら）取扱高を10倍伸ばせる」機会があれば積極的にチャレンジ

	取扱高	限界利益率	固定費	営業利益
<b>通常シナリオ</b> 広告投資やD2C割合変化で限界利益率はダウン。固定費は同上	250億円	16.0%	25億円	15億円
<b>ベターシナリオ①</b> Web広告等の <b>変動広告</b> の追加投資によって更なる売上増が見込める	260億円 (+ 10億円)	15.0%	25億円	14億円 (- 1億円)
<b>ベターシナリオ②</b> YouTube等の <b>固定広告</b> の追加投資によって売上増が見込める	260億円 (+ 10億円)	16.0%	27.6億円	14億円 (- 1億円)

## 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。