



平成 30 年 4 月 13 日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 ロ コ ン ド
代 表 社 名 代 表 取 締 役 社 長 田 中 裕 輔
(コード番号：3558 東証マザーズ)
問 合 せ 先 取 締 役 兼 管 理 本 部 デ ィ レ ク タ ー 田 村 淳
(TEL：03-5465-8027)

2018 年 2 月 期 決 算 説 明 会 資 料 及 び 中 期 経 営 計 画 の 策 定 に 関 す る お 知 ら せ

当社は平成 31 年 2 月 期～平成 33 年 2 月 期に係る中期経営計画を策定いたしましたので、別紙の通りお知らせいたします。

なお、当該資料については、当社のホームページに掲載いたします。

URL <https://www.locondo.co.jp/ir>

掲載日 平成 30 年 4 月 13 日

以上

中期経営計画

今回は2020年度までの「中期経営計画」を中心に説明します。

その中で、2017年度の通期決算についても、それが中計にとってどんな「意味」を持つのか、のポイントをおさえながら、触れて行きたいと思います。

SUMMARY 2017年度の総括

2017年度、以下の4つのポイントが強化されたため、「**アクセル(広告投資)を踏めば、売上が上がって、利益は大幅に上がる**」事業基盤が整いました。

1. **【上場効果(予実管理&成長資金)】** 東証マザーズ上場プロセスにおいて、事業計画および予実管理の「精度」は大幅に向上し、17年度も営業利益、経常利益、共に計画値をクリア。又、上場によって、成長投資資金としておよそ**30億円**を確保
2. **【事業ポートフォリオ】** EC事業は、プラットフォーム事業やブランド事業、投資事業との掛け算によって、委託商品在庫は継続的に増えていく基盤(**在庫シェアリング**)を構築...EC事業の17年度成長率(返品後取扱高ベース)は+26%
3. **【収益性】** 17年度は送料値上げがあったものの「配送革命」によって、値上げ後も値上げ前と変わらない限界利益率(=売上総利益率-変動費率)を継続
4. **【固定費管理】** 倉庫移転によって取扱高300億円まで耐えられるキャパシティを確保。又、サービスインフラだけでなく、社内業務システムの内製化もほぼ完了したため、社員あたり生産性は大幅向上。結果、固定費用はコントロール可能へ

1. 上場効果(予実管理&成長資金)

営業利益は+69%、経常利益は+60%と大幅成長し、計画値もクリア

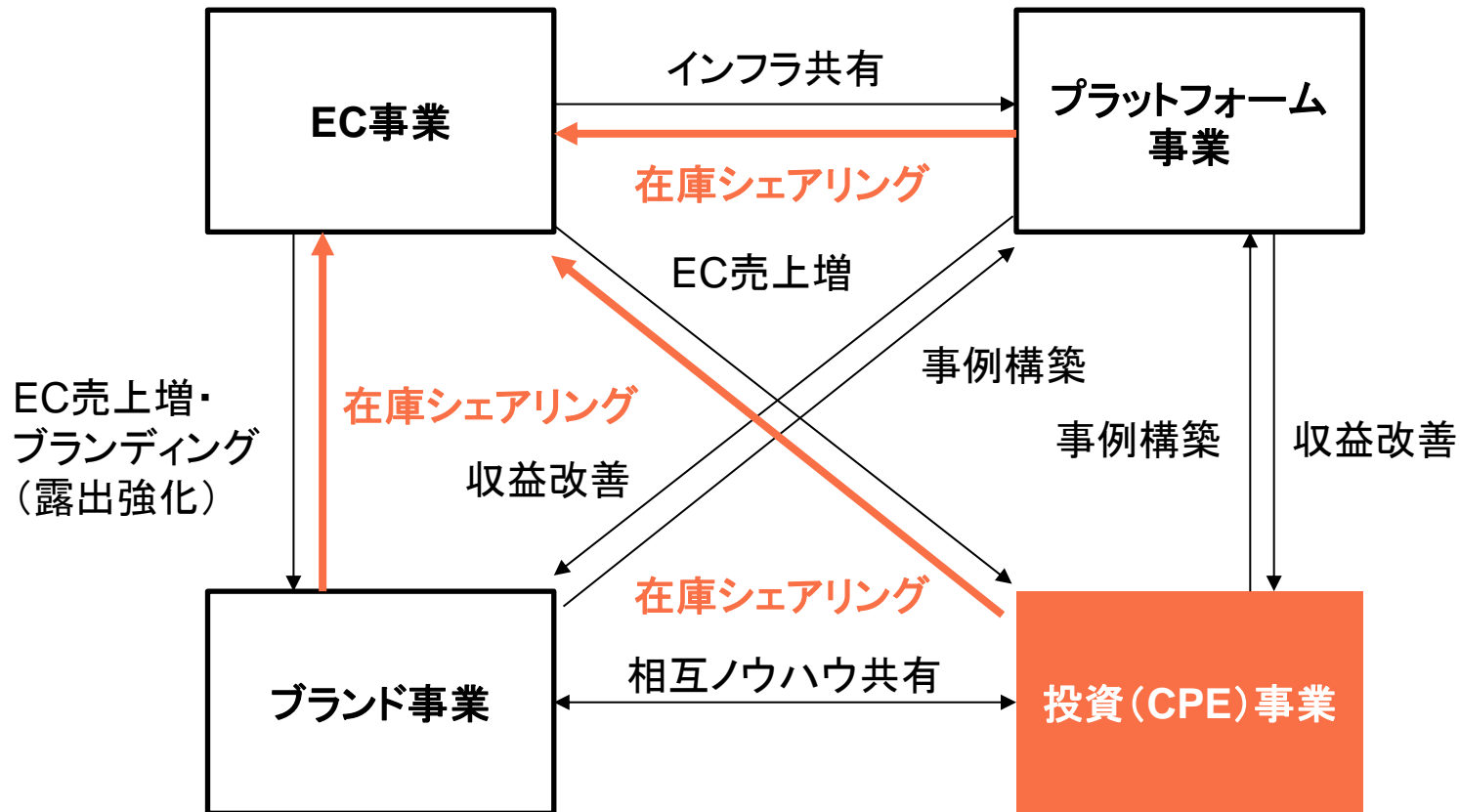
※ 中期経営計画に関連する会計処理(繰延税金資産の取崩し)によって、当期純利益はダウン。
但し、あくまで会計処理で、一時的効果のため、経営への影響はなし

(単位:百万円)

項目	17年度実績	計画値	成長率	達成率
取扱高(返品差引後)	9,495	10,083	+ 18%	94%
売上高	3,972	3,854	+ 37%	103%
売上総利益	3,288	3,245	+ 35%	101%
営業利益	326	305	+ 69%	107%
経常利益	312	298	+ 60%	105%
当期純利益	175	385	- 41%	46%

2. 事業ポートフォリオ

投資事業 (Corporate Private Equity) を追加し、事業ポートフォリオを強化。ECに継続的に商品が供給される在庫シェアリングを加速する

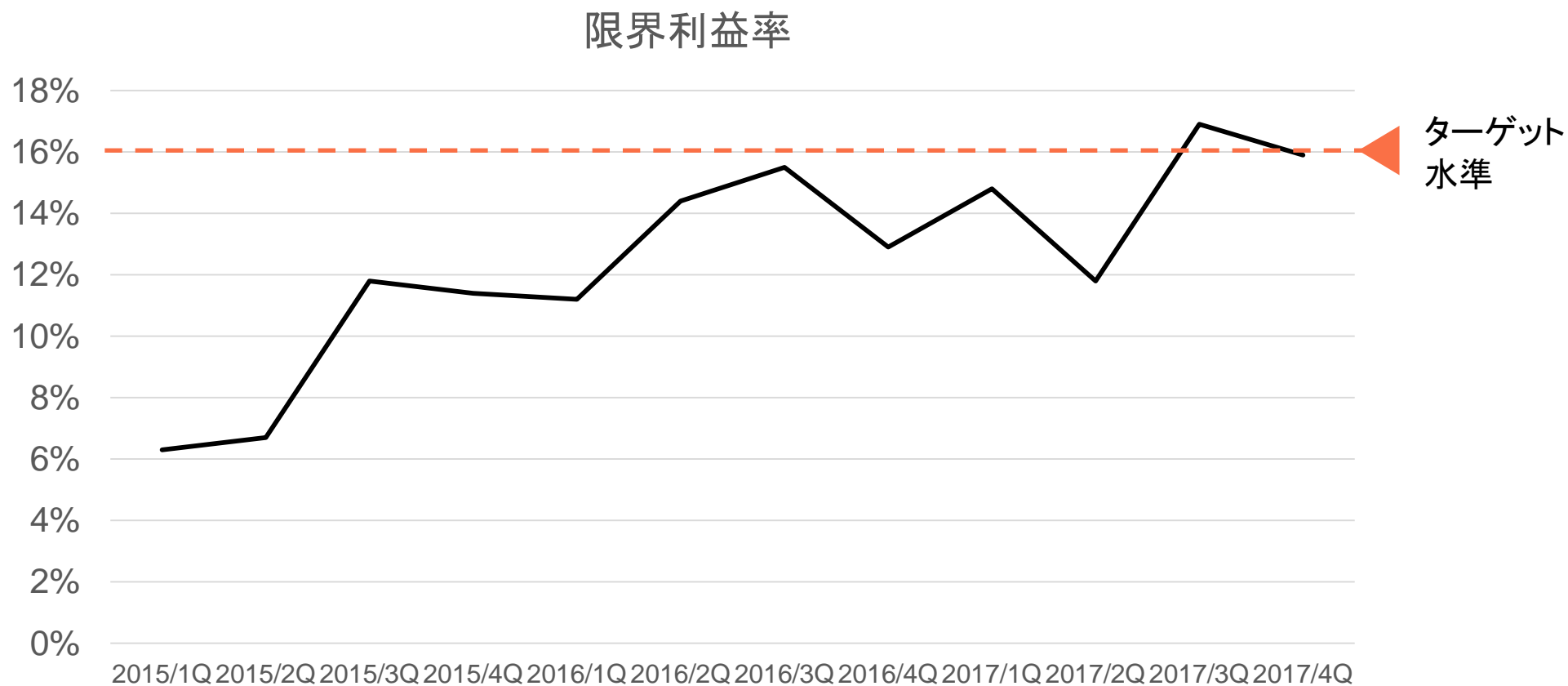


(補足資料) 投資事業第一弾: シャディ株式会社

- ✓ 東京本社、大阪支社、愛知支社に加えて、栃木倉庫、滋賀倉庫、和歌山倉庫、愛知倉庫の現場視察は完了
- ✓ 現場視察に基づく、①生産性改善リスト、②収益性改善リスト、③売上改善リストの各初期案は設計完了(それぞれロコンドとの協業も含む)。今後、案の精度を磨き込んで行く
- ✓ 4月27日以降、会長に就任し、シャディ本社で上記リストの実行を現メンバーと共に推進していく
- ✓ ボランタリーチェーン様、フランチャイズオーナー様との協業体制強化も含め、シャディの強みを活かしながら、経営改革をスピーディーに実行する
- ✓ 今回のラオックス株式会社との共同投資のようなスキームはもちろん、単独出資型のM&A、又、CVC(Corporate Venture Capital)事業としてのベンチャー投資も、検討していく

3. 収益性

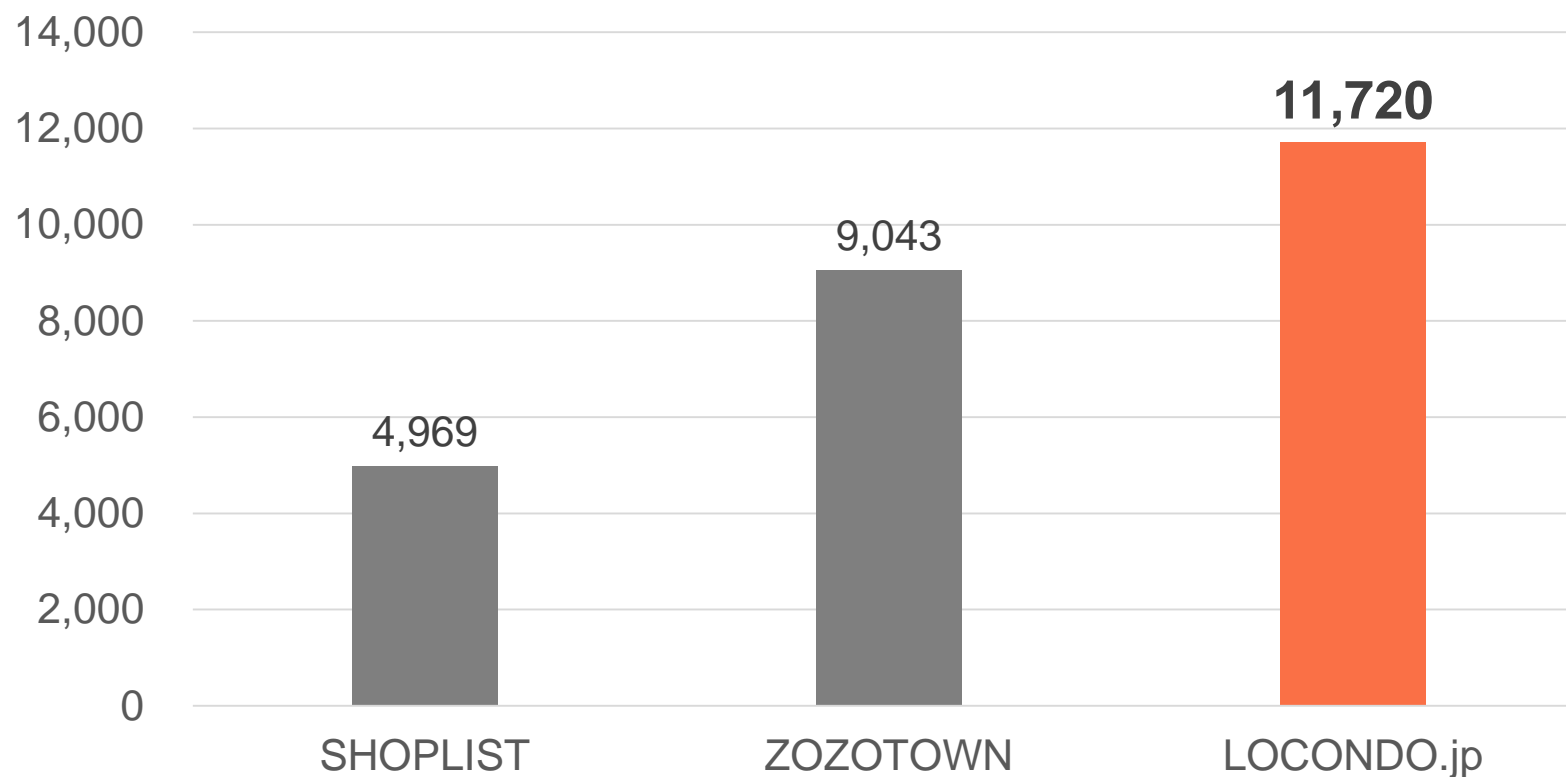
送料の値上後も限界利益率は増加。通期で「16%」は見込める水準へ



(補足資料) 出荷単価比較

限界利益率が高い理由の一つは他社と比較しても高額な出荷単価。
「試着できる」ため、高額品も売れるのがLOCONDO.jpの強みの一つ

出荷単価比較(17年度第3四半期; 円)

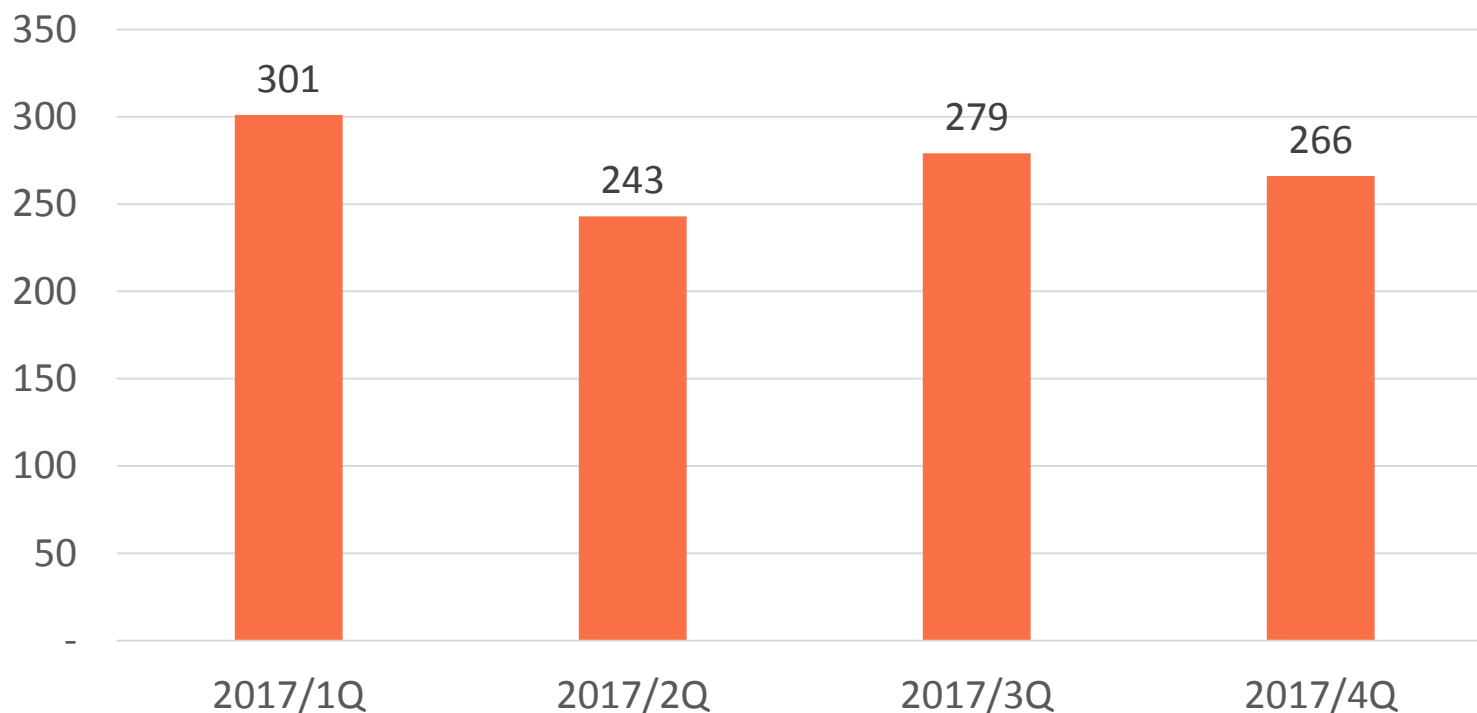


4. 固定費管理

17年3月の倉庫移転、8月の増床後、固定費用はフラットに推移

※ 17年度第1四半期は倉庫移転費用等の特別経費として70百万円を含む

固定費用推移 (百万円)



どのようにアクセルを踏んで行くのか？

2018年度、2019年度 計画 ～広告への投資～

- ウェブ広告投資(変動費用)、テレビ広告投資(固定費用)への**各**
広告投資を積極化 ⇒ 13ページ ①
- **取扱高150億円(18年度)、225億円(19年度)**を計画。尚、売上高は買取比率によって大きく変わるため、計画対象から除外

※ 10,000円の商品を買い取って販売した場合、売上は10,000円。委託の場合、ショップ様からの手数料収入のみを計上するため、3,000円～4,000円

- 18年度営業利益は**-10億円**、19年度は**0円**を計上。但し、投資資金としてはおよそ**30億円**を有しているため、財務健全性は確保

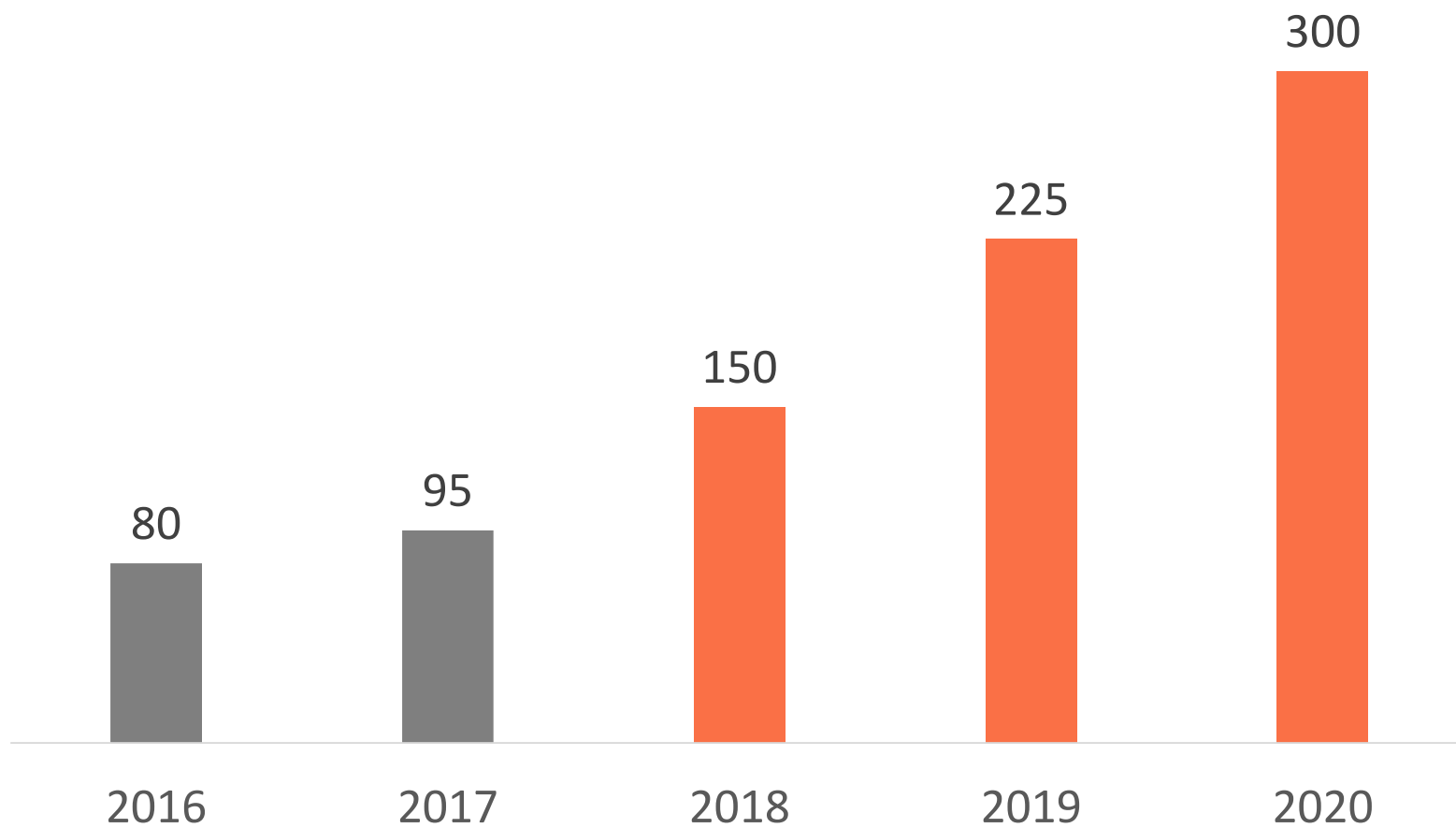
2020年度 計画 ～物流への投資～

- 高い認知度を武器に、継続的な商品供給体制によって、**取扱高300億円**へ
- ウェブ広告投資、テレビ広告投資は「投資」水準から「通常」水準へ戻し、17年度下期水準である**限界利益率16%**へ
- 次の成長に向けて現倉庫から車で5分の距離の場所に**八千代第二倉庫(LOCOPORT II)**を契約し、2020年4月から稼働予定。総面積は現在の**2.5倍以上**に増加し、次の目標である「**取扱高1,000億円**」までのキャパシティを確保 ⇒ 13ページ②
- 結果、2020年度限界利益48億円－固定費用18億円＝**営業利益30億円**を計画

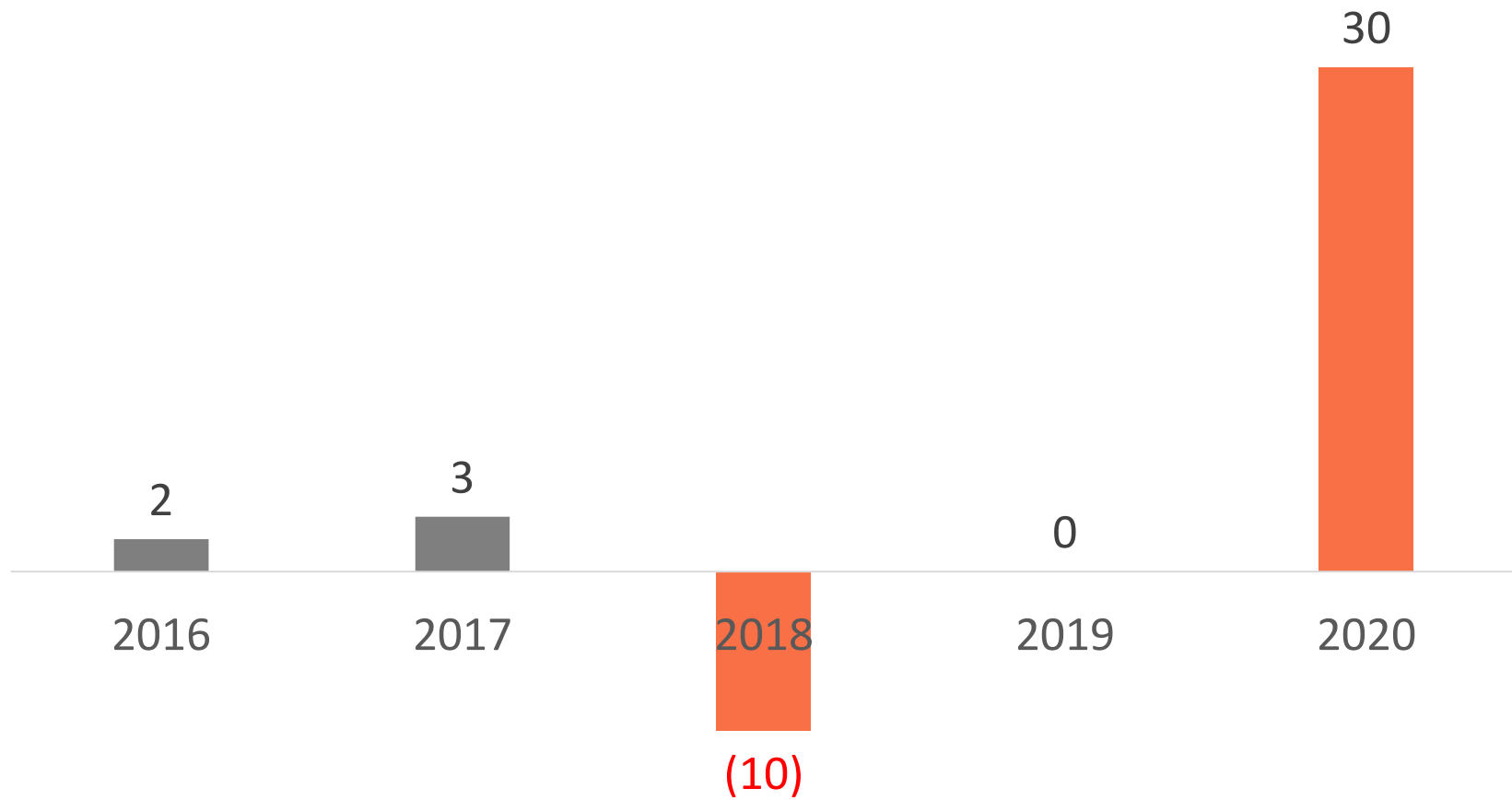
2020年度「取扱高: 300億円、営業利益: 30億円」へ

年度	実績		中期計画		
	2016	2017	2018	2019	2020
取扱高(億円)	80	95	150	225	300
- 成長率		18%	58%	50%	33%
広告変動費用前 限界利益	15	20	30	45	60
- 取扱高比率	18%	21%	① 20%	20%	20%
広告変動費用	4	6	15	20	12
- 取扱高比率	5%	6%	10%	9%	4%
限界利益	11	14	15	25	48
- 取扱高比率	13%	15%	10%	11%	② 16%
広告固定費用除く、固定費用	9	11	12	12	18
広告固定費用前 営業利益	2	3	① 3	13	30
広告固定費用(TV CM等)	0	0	13	13	0
営業利益	2	3	-10	0	30

取扱高 計画 (億円)

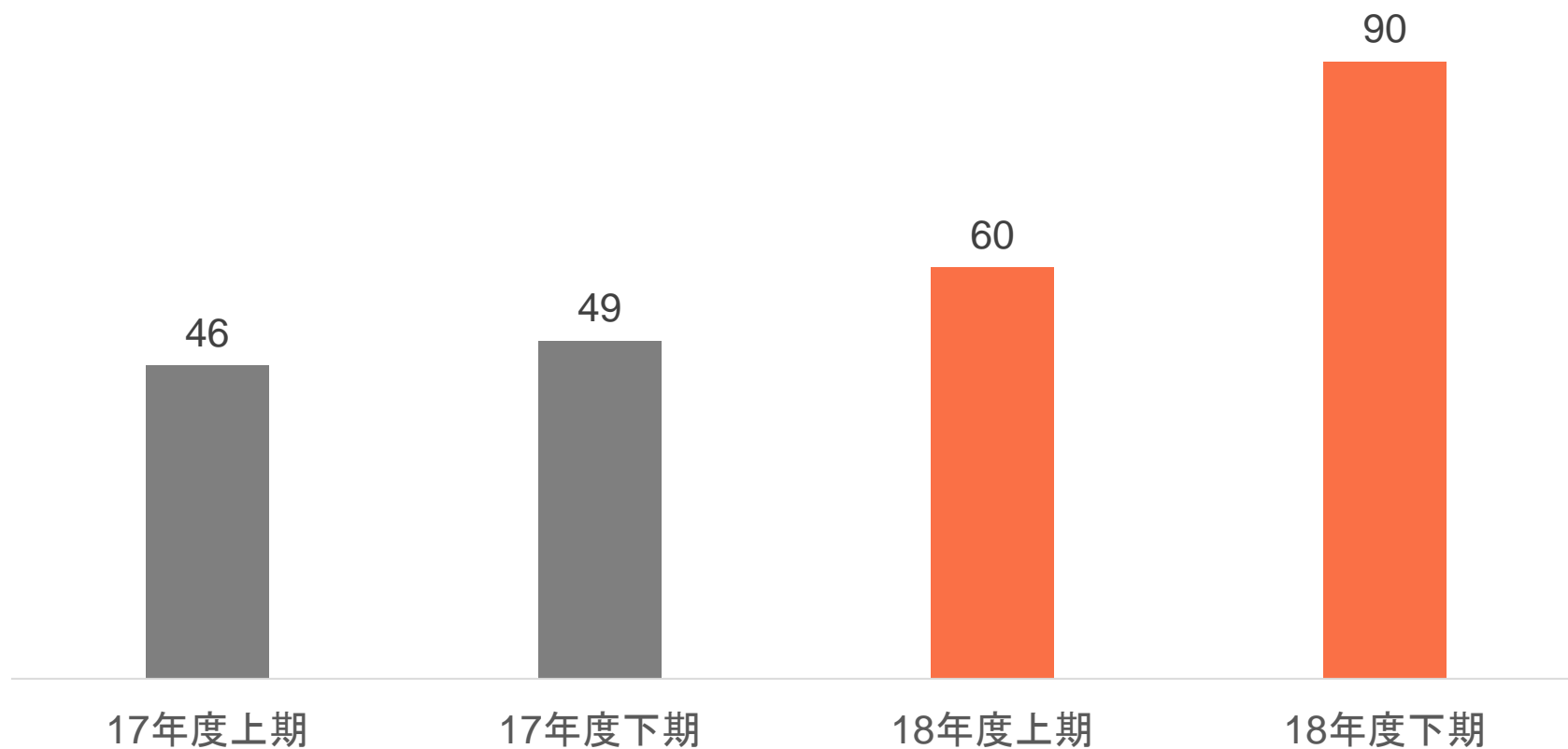


営業利益 計画 (億円)



18年度取扱高150億円計画の内訳(億円)

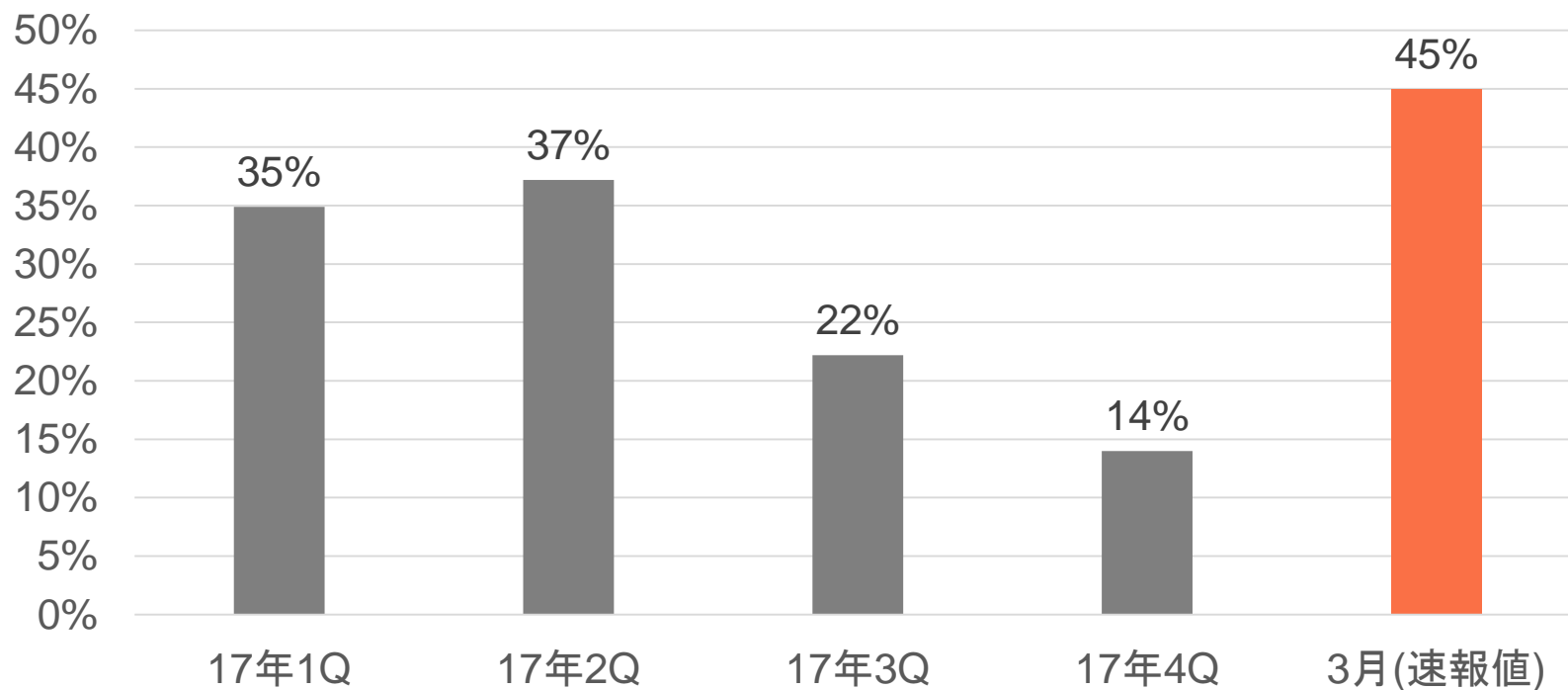
18年度上期は取扱高60億円、下期は90億円を計画



18年度上期の取扱高増ドライバー

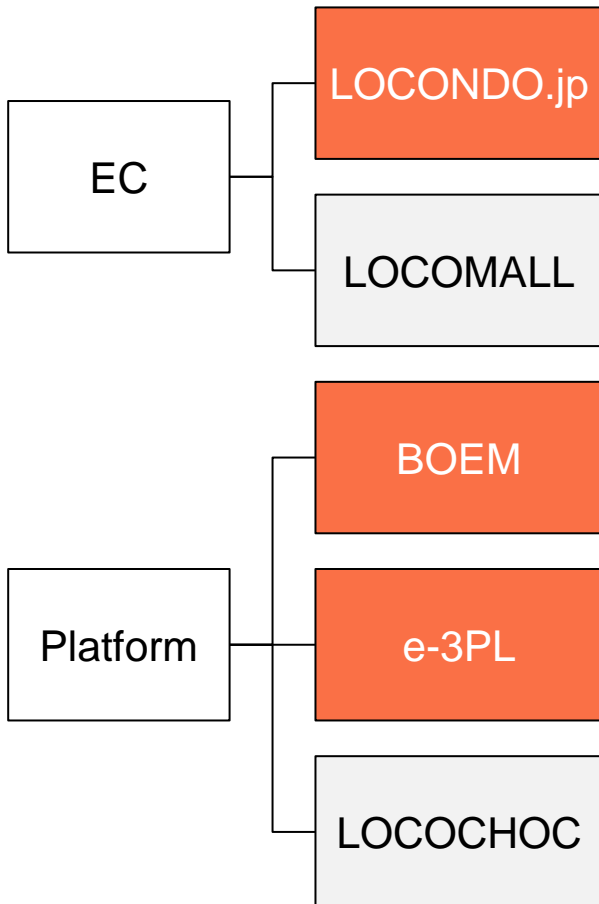
上期は主にテレビCM投資によってEC事業取扱高を増加させる。尚、18年3月のEC事業成長率は**+45%**と好調なスタート

EC事業成長率(LOCONDO.jp + LOCOMALL) 推移



18年度下期の取扱高増ドライバー

下期はテレビCMの本格効果に加え、着手中の各種計画をローンチし、90億円の取扱高へ



- テレビCM効果(上期の見込平均認知率は51%に対し、下期は65%)
- ラオックスグループとの業務提携効果(現在、在庫移管中)
- 他社ECとのアライアンス計画の本格開始(上期はシステム開発期間)

(あくまで補完チャネルのため、取扱高は現水準を維持)

- 上期に開始する自社ECの売上増効果(既にmode et jacomo自社ECはローンチ。上期は6社のローンチを計画)
- BOEM含め、シャディグループとの協業は下期から本格開始

ラオックスグループはじめ、大幅に成長中で、17年度第4四半期は**+274%**で推移。但し、3PL業務自体の出荷は取扱高には含まない

(あくまで支援ツールのため、取扱高は現水準を維持)

Fin

...and **START !!!**