



LOCONDO.jp

業界に革新を、お客さまに自由を

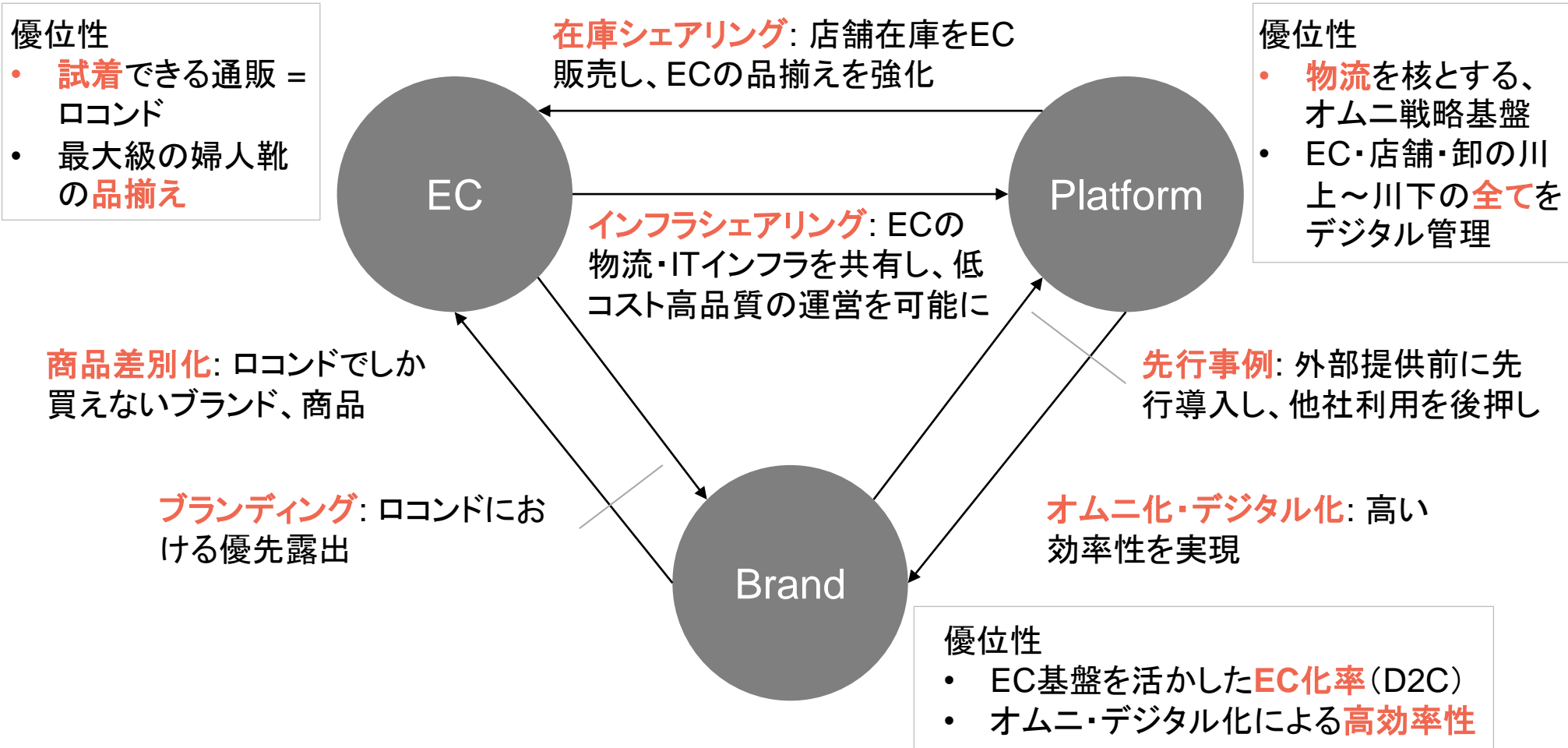
## 2019年度(20年2月期) 決算説明資料



# 実績

# ロコンドの事業ポートフォリオ、戦略骨子

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



# 損益計算書(PL) 単位: 百万円

取扱高、売上高は約 +30%、EBITDAは81百万円。当期純損益は、特別損失368百万円の影響を除くと112百万の黒字(後述)

項目	18年度 実績	19年度 実績	成長率	19年度 当初計画	進捗率
商品取扱高(返品後)	14,095	18,251	+ 29%	22,500	81%
売上高	6,711	8,576	+ 28%	10,000	86%
売上総利益	5,172	6,436	+ 24%	-	-
(対取扱高比)	36.7%	35.3%	-	-	-
EBITDA	△889	81	-	-	-
営業損益	△980	△83	-	0	-
経常損益	△862	△77	-	0	-
当期純損益	△464	△256	-	200	-

## 貸借対照表(BS) 単位:百万円

純資産比率62.5%、D/Eレシオは0.2倍、ネットD/Eレシオは－0.4倍。  
高い財務健全性を維持

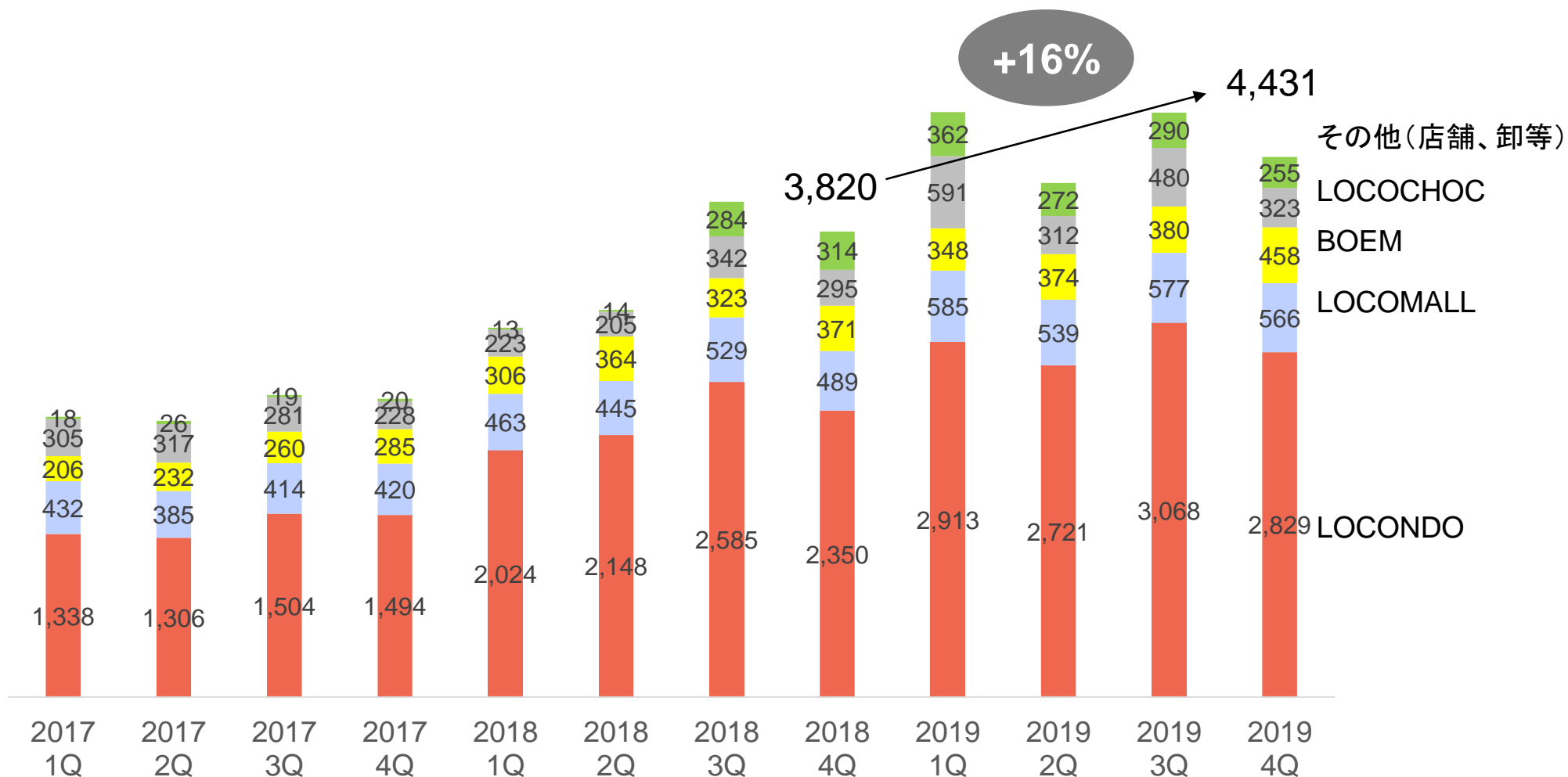
流動資産	3,812	流動負債	1,831
うち、現預金	1,770	うち、受託販売預り金	559
うち、商品	1,151	うち、借入金	500
固定資産	1,121	固定負債	15
うち、有形固定資産	142	<b>負債合計</b>	<b>1,847</b>
うち、無形固定資産	117	<b>純資産</b>	<b>3,086</b>
うち、投資その他	861	うち、株主資本	3,083
<b>資産合計</b>	<b>4,934</b>	<b>負債・純資産合計</b>	<b>4,934</b>

## CMをメインに広告費用抑制の結果、販管費比率は8.0ポイント改善

項目	18年度		19年度		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	920	6.5%	1,183	6.5%	△0.1%	
社員	499	3.5%	639	3.5%	△0.0%	モバコレ社の買収
パート／アルバイト	420	3.0%	544	3.0%	0.0%	
荷造運搬費	1,215	8.6%	1,504	8.3%	△0.3%	
決済手数料	393	2.8%	572	3.1%	+0.3%	
広告関連費用	2,422	17.2%	1,902	10.4%	△6.8%	
うち変動費(Web広告・ポイント)	1,232	8.7%	1,238	6.8%	△2.0%	前年度に比べて抑えた広告投資
うち固定費(TVCM等)	1,190	8.5%	664	3.6%	△4.8%	TVCMの抑制
地代家賃	489	3.5%	515	2.8%	△0.7%	
その他	709	5.0%	840	4.6%	△0.4%	
<b>販管費 合計</b>	<b>6,152</b>	<b>43.6%</b>	<b>6,519</b>	<b>35.7%</b>	<b>△8.0%</b>	

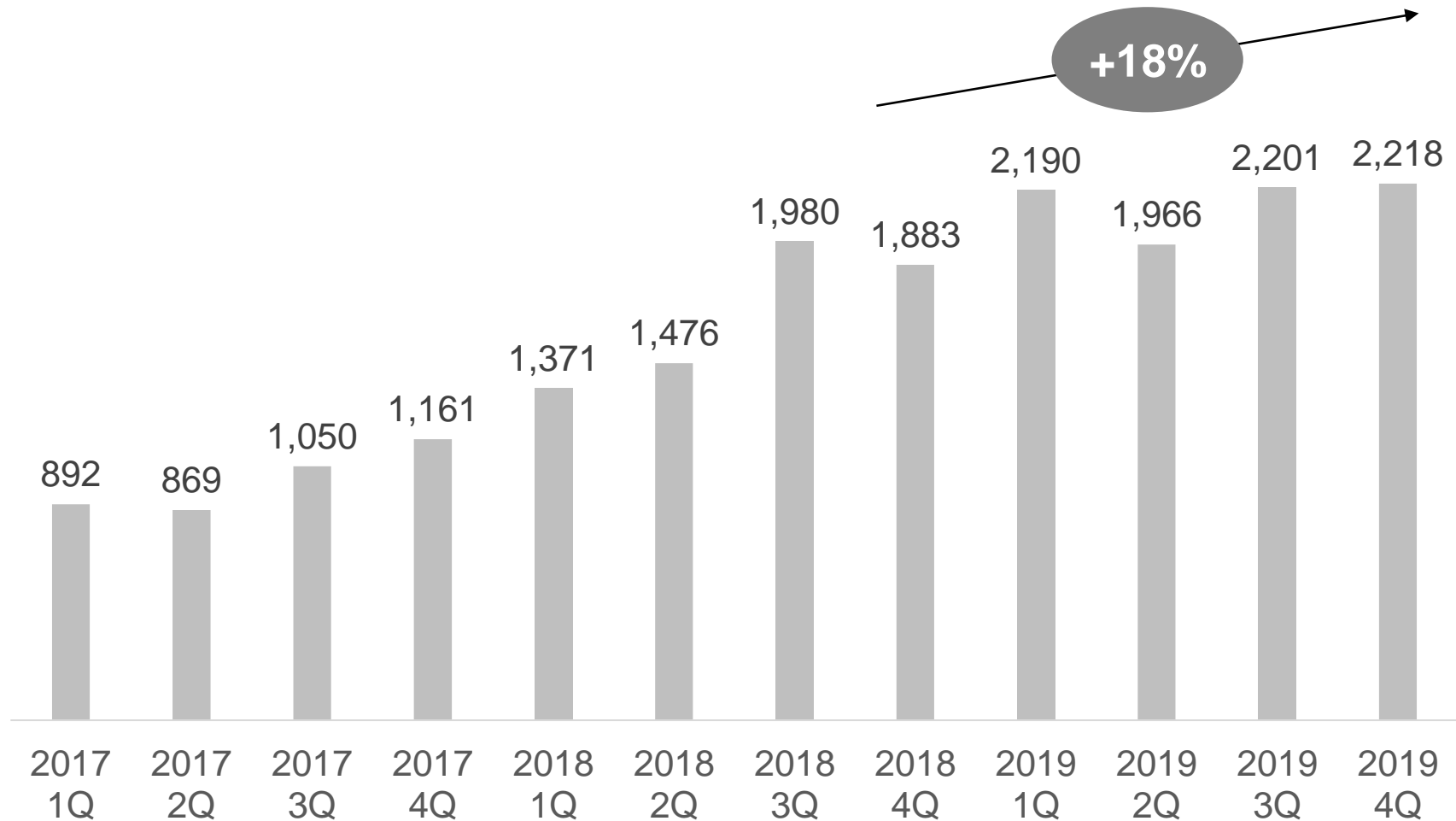
# 全体取扱高 推移 (単位: 百万円)

モバコレ合併効果も含めてロコンドが伸長し、連結取扱高は +16%



# 売上高 推移 (単位: 百万円)

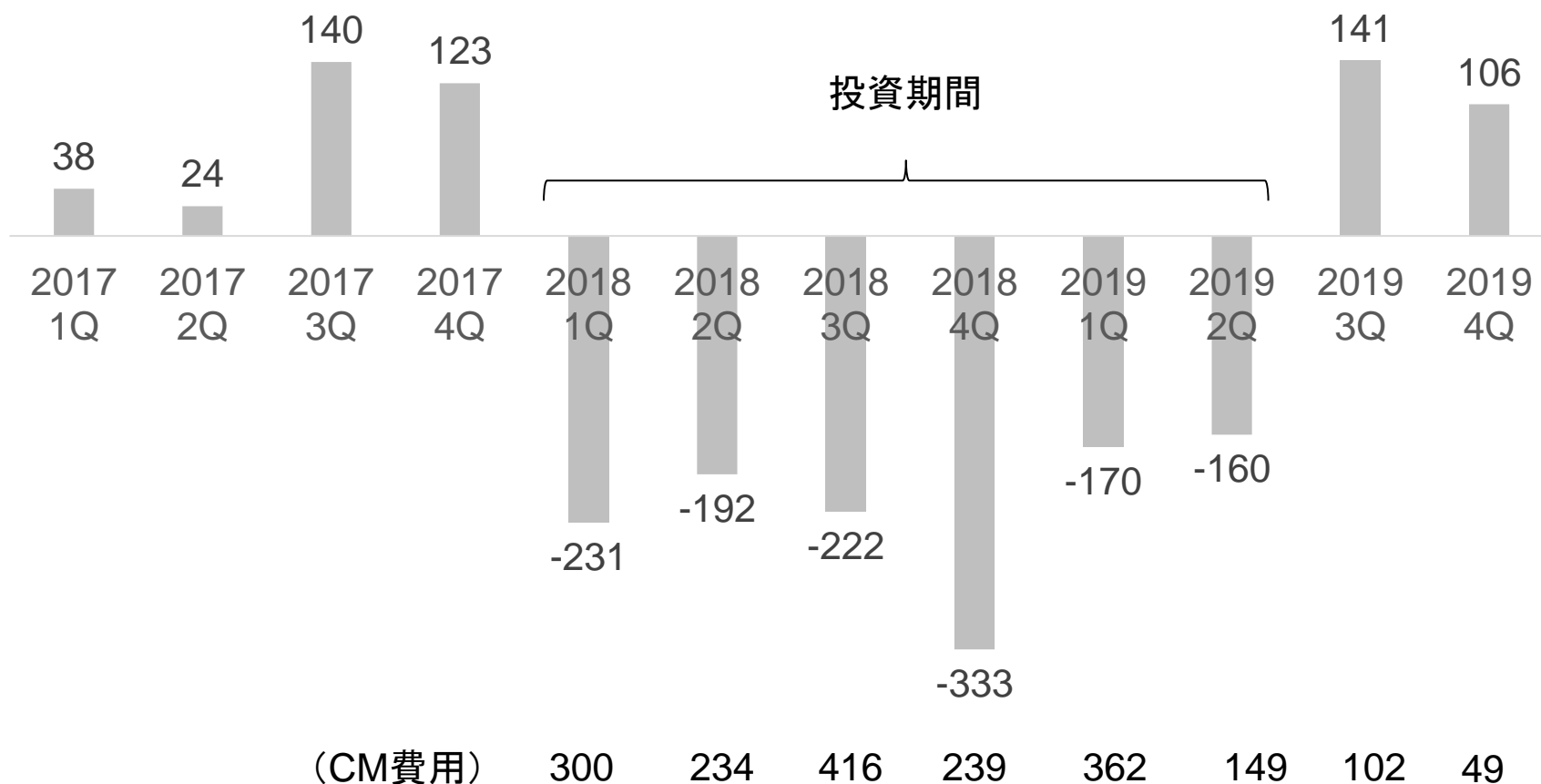
売上は +18%で、過去最高を記録





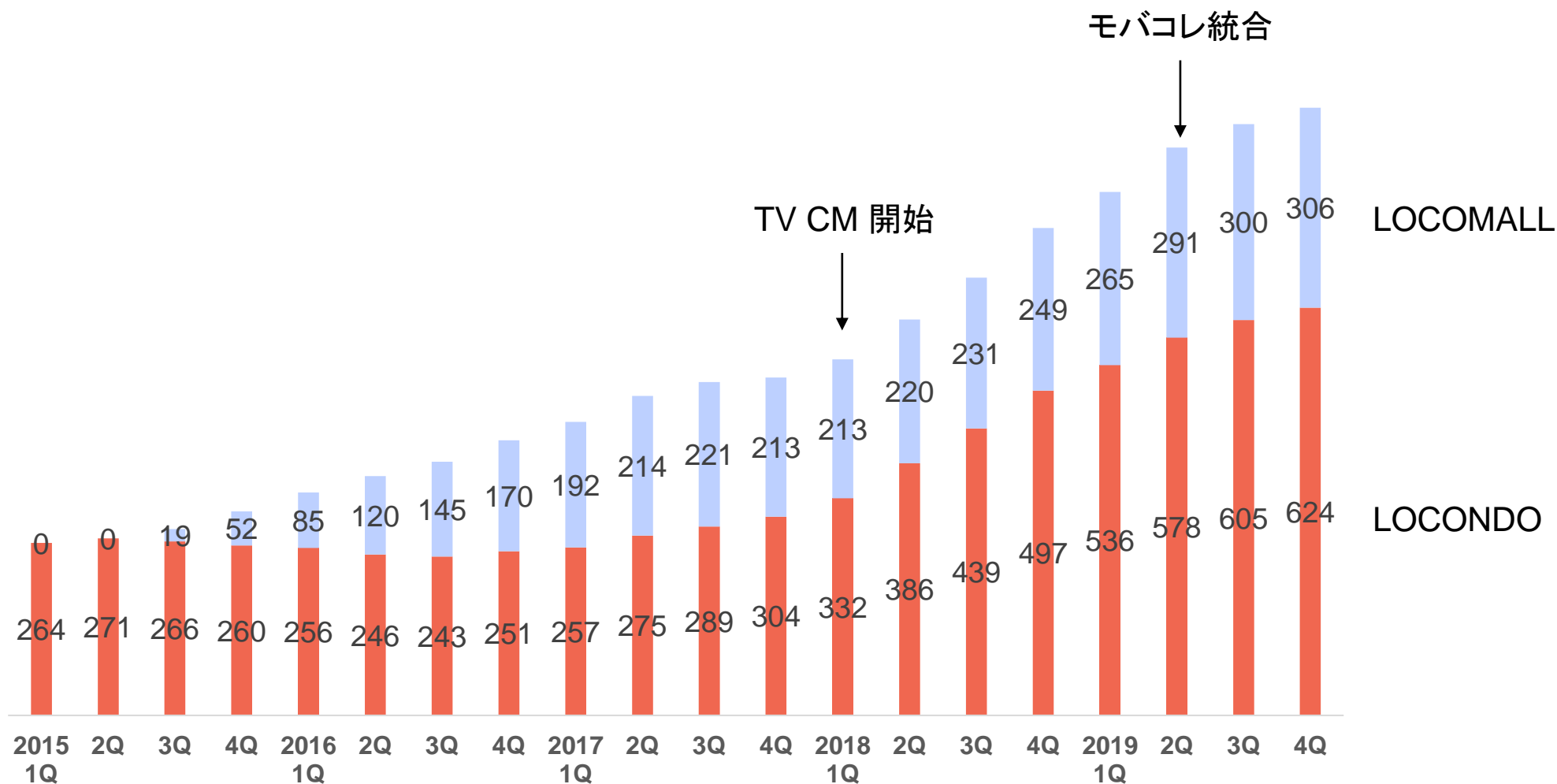
# 営業利益 推移 (単位: 百万円)

本四半期の営業利益は +106百万円。2四半期連続で黒字確保

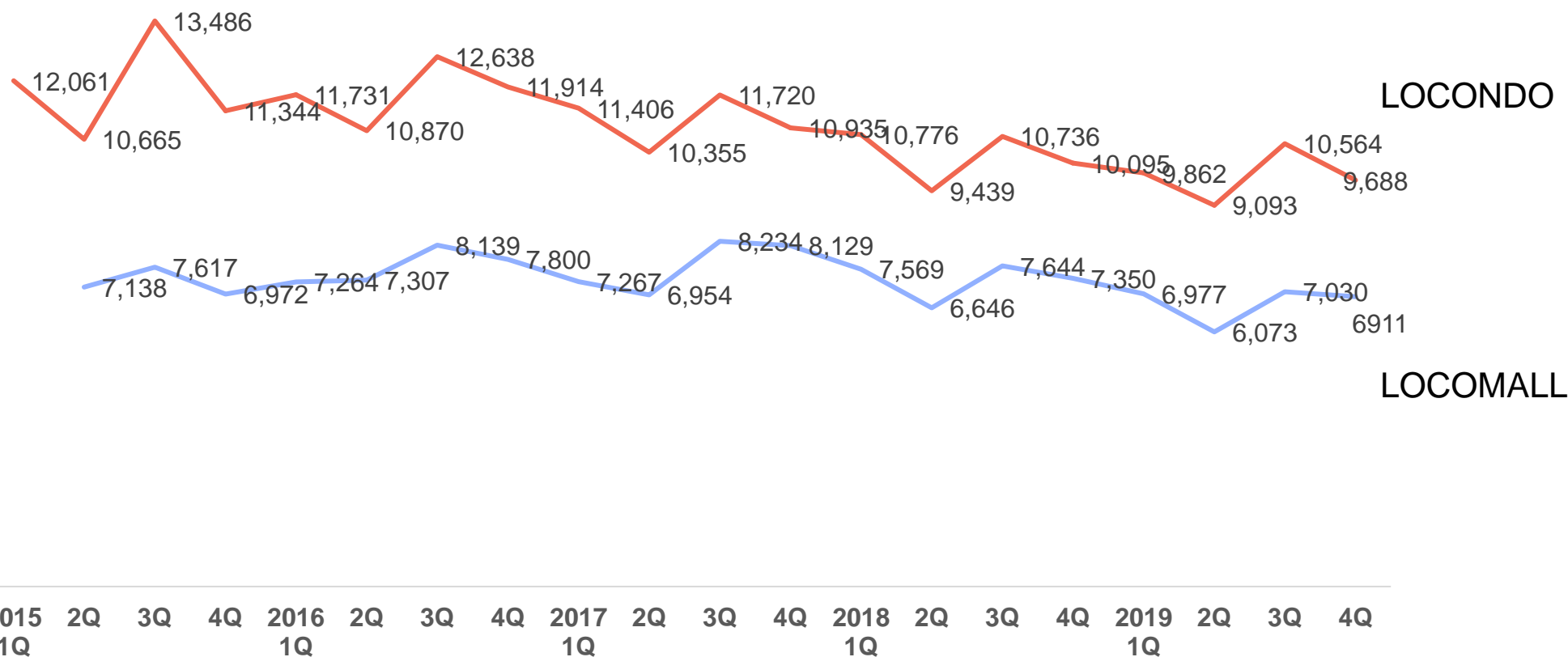


# EC事業 アクティブユーザー数（千人）

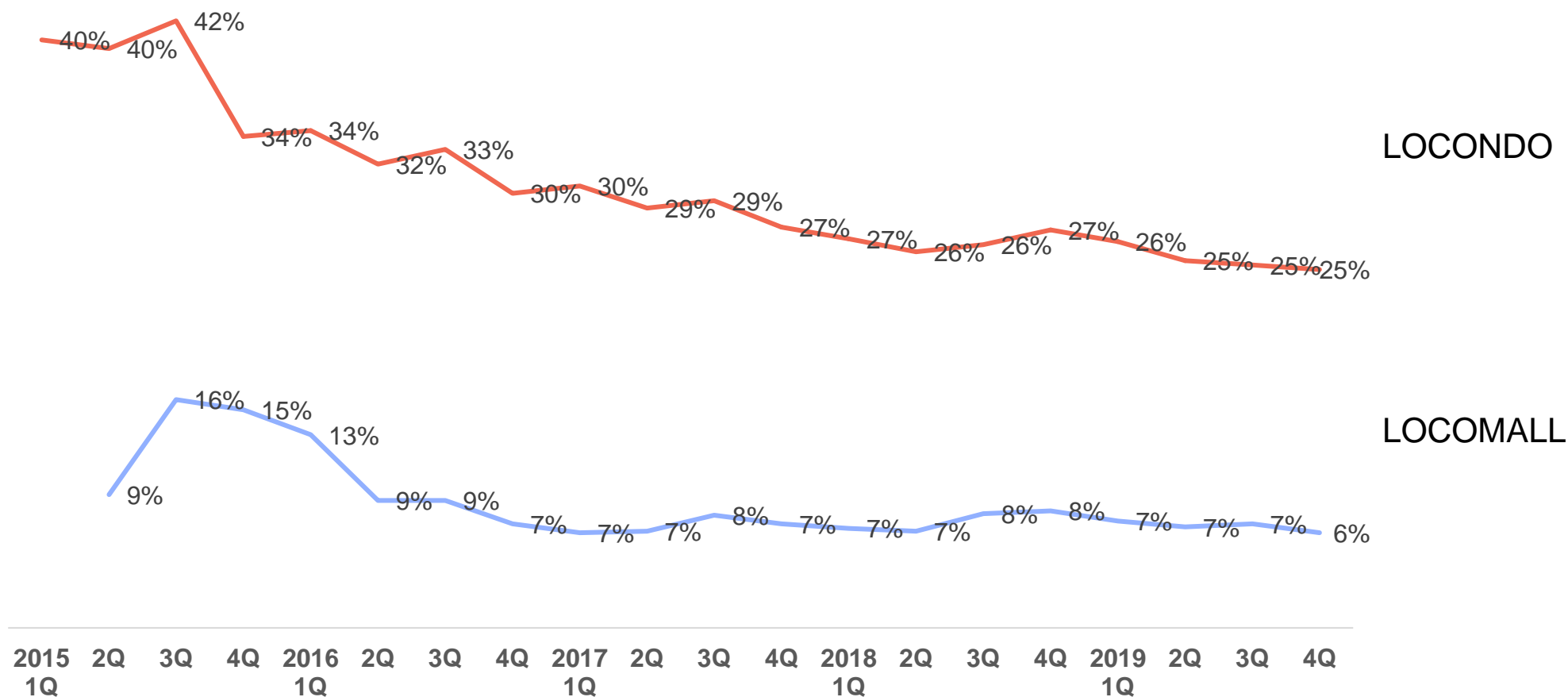
アクティブユーザー数（1年に1回以上、購入）は93万人を突破



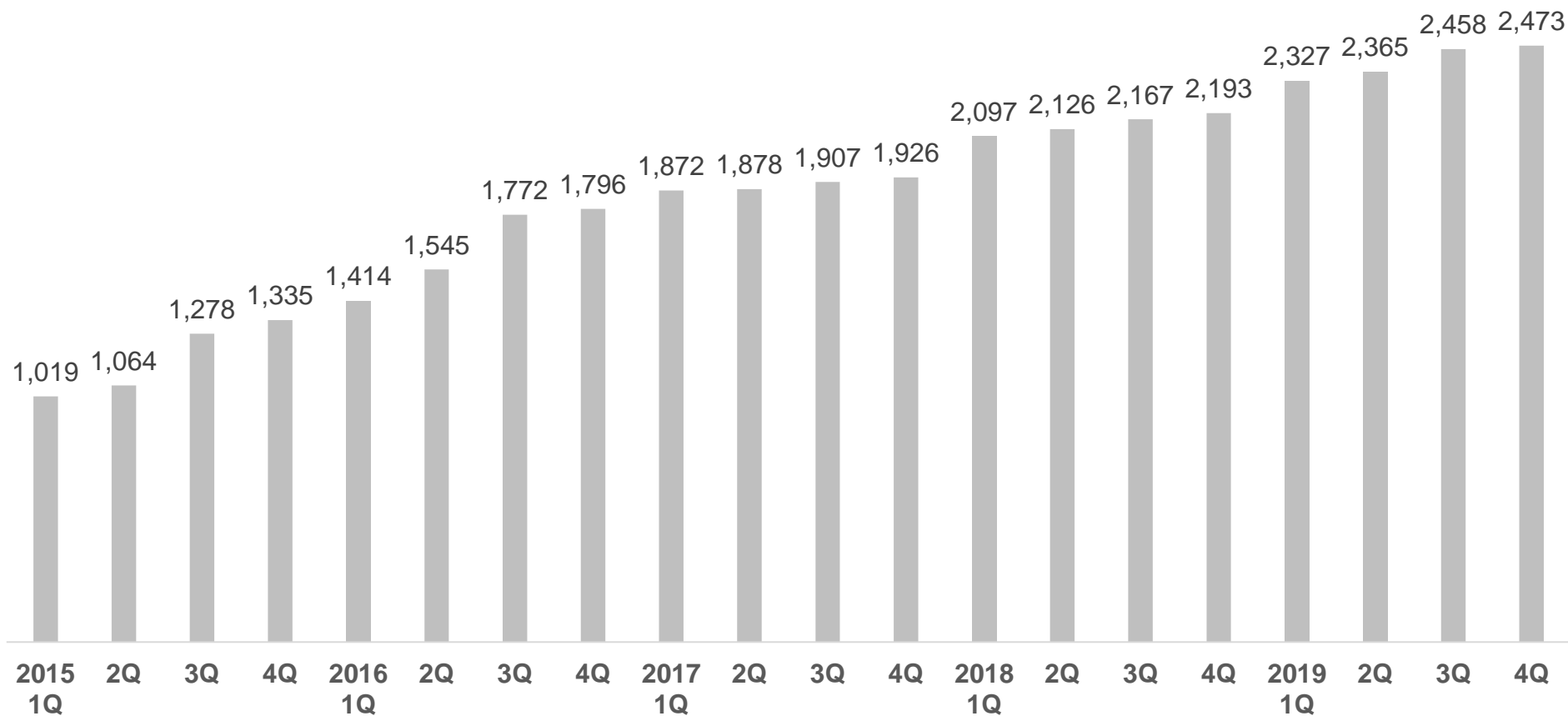
低単価商材の需要増によって受注時点の平均客単価は下落



但し、返品率改善策が奏功し、返品率は改善し、25%未満を維持

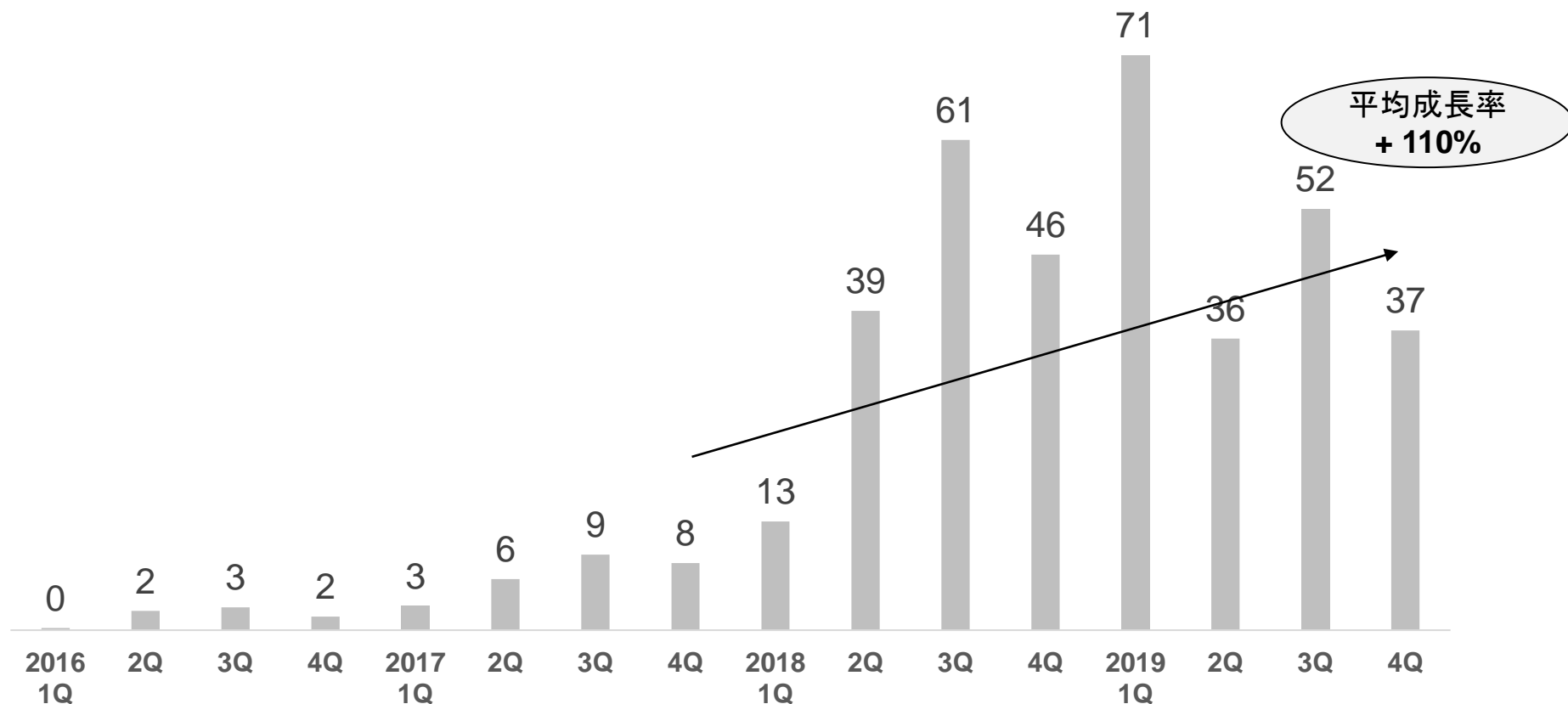


## 取扱ブランド数も順調に増加



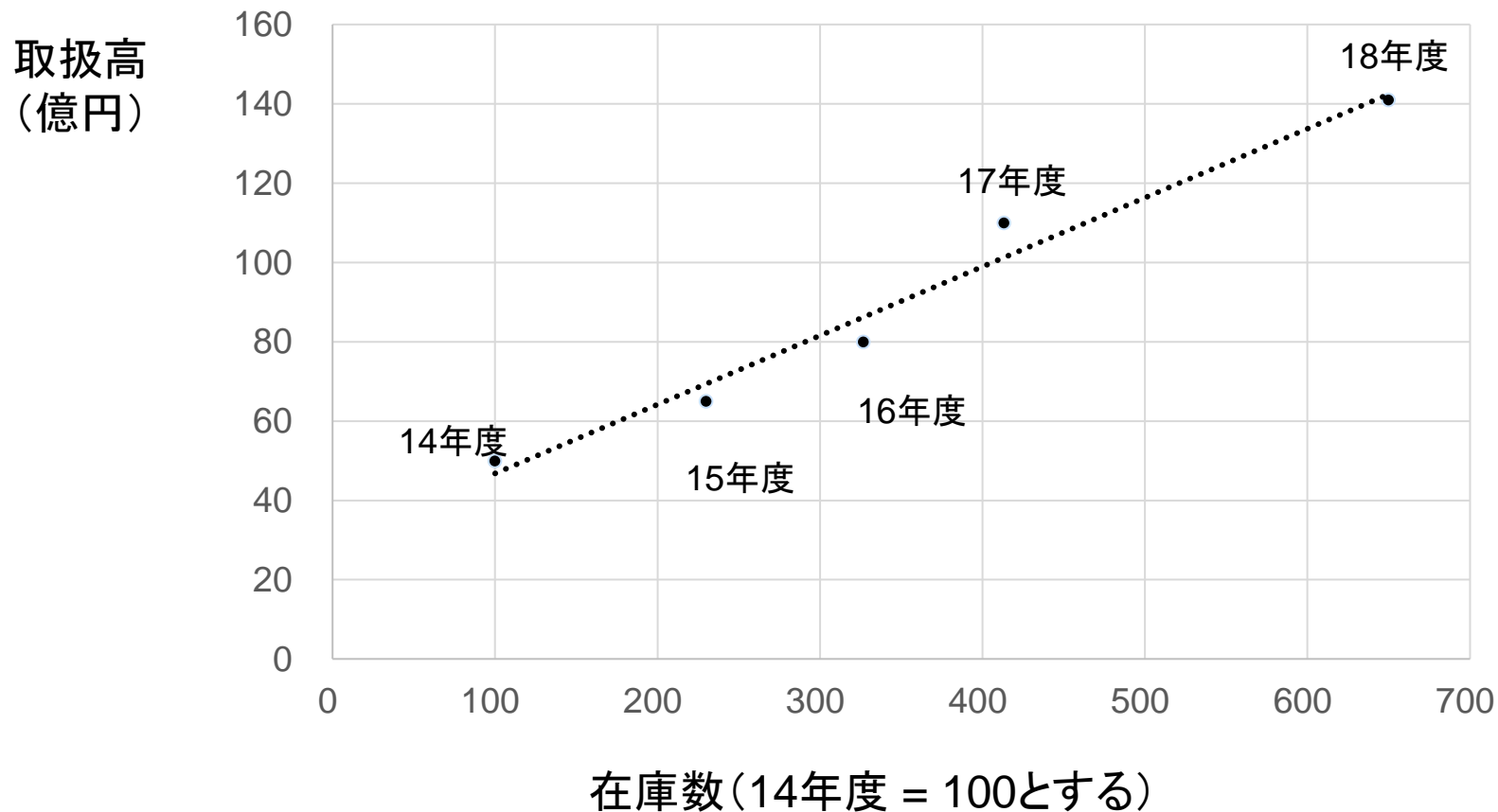
## e-3PL(物流受託)出荷個数 (万個)

e-3PL出荷件数は一時的な変動で昨対は - 21%であるものの、CAGRは + 110%。今月の倉庫移転後は更に伸びていく見通し



## 【参考】在庫数と取扱高の相関図

在庫数が増えれば、取扱高は増える。但し、買取在庫を増やすのはリスクであるため、カギとなるのがe-3PLを軸とする**在庫シェアリング**



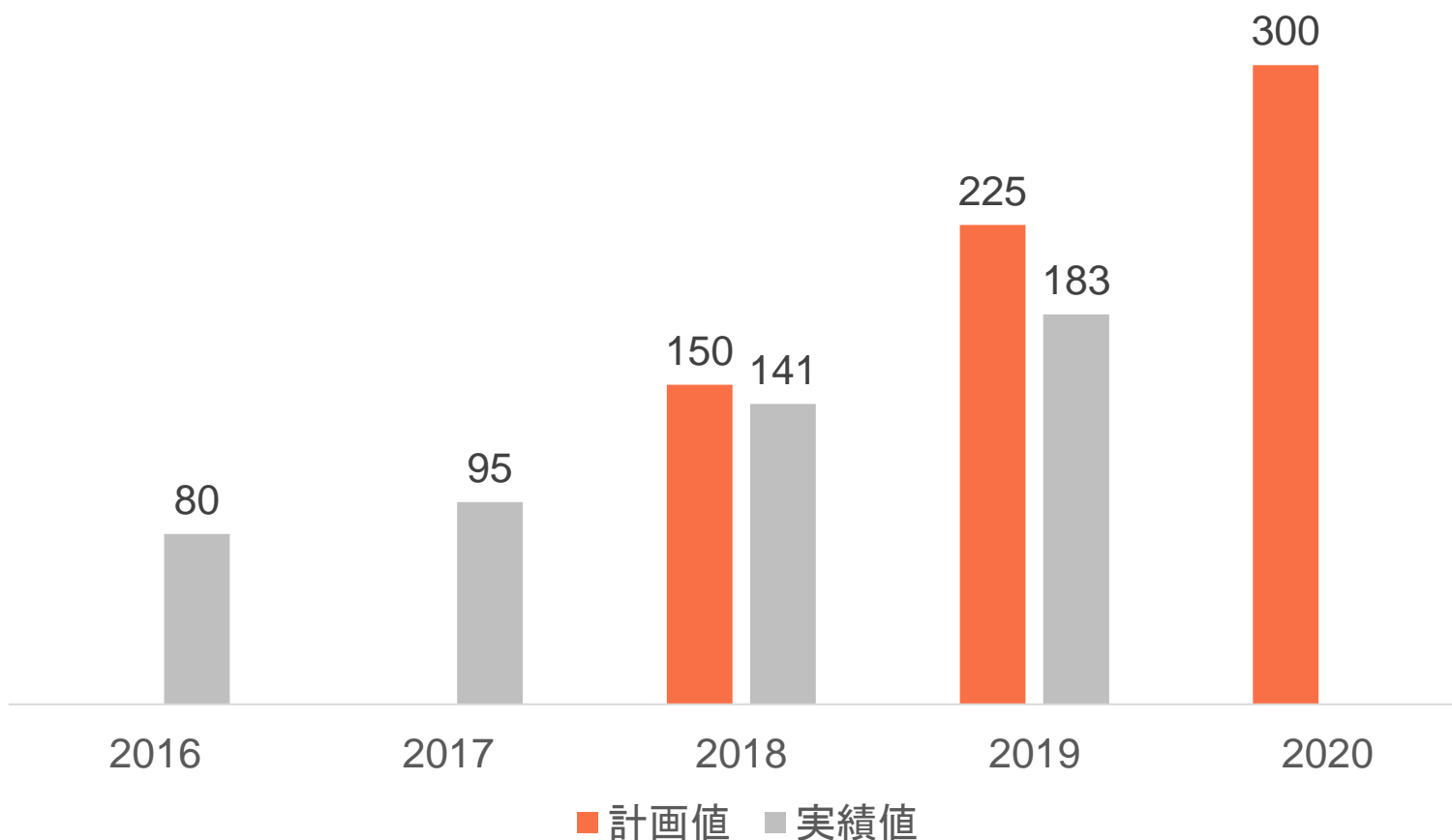
モバコレM&Aによる若年層会員基盤の獲得自体は成功したものの（後述します）、足もとのモバコレ出店ブランドの売上は下がっているため、減損処理を致しました。

会計上の処理のため、キャッシュを伴う損失ではございません。



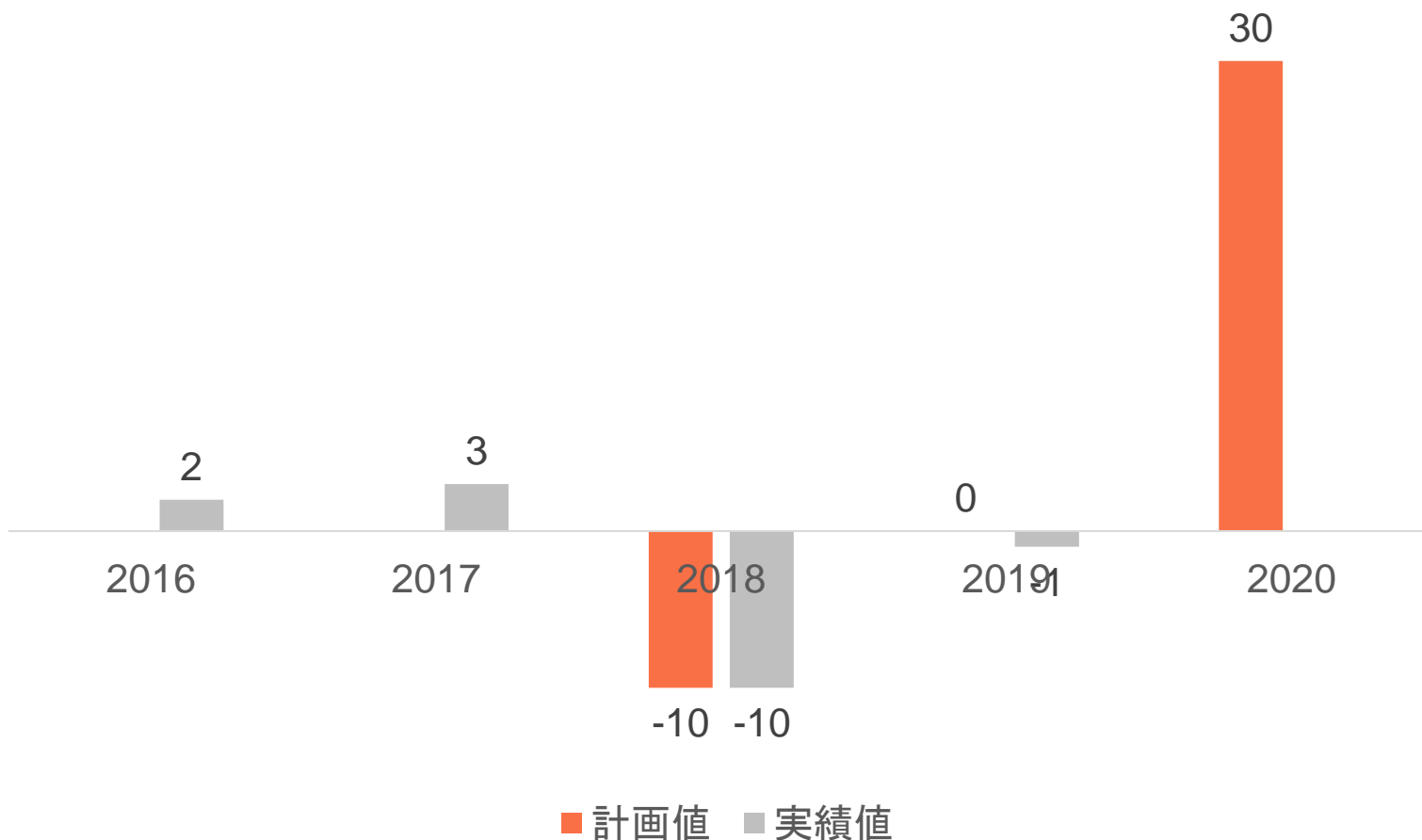
# 2020年度 計画

今年度は当初計画値の225億円と比べると大きく未達



# 【取扱高】2018年4月13日に発表した当初中期計画と実績値（億円）

営業利益はほぼ計画値通りだが、これまでの取扱高推移では営業利益30億円は困難



2020年度、どうなるのか？

ネガティブサイド(リスク)

外出自粛による靴の需要大幅ダウン

ポジティブサイド(機会)

## ① 店舗閉鎖による企業のECシフト

- e-3PL 問い合わせ大幅増
- 入庫自動化による入庫キャパ大幅増
- 結果的にEC化率が大幅増の可能性



## ② 本気のD2C新事業、ロケットスタート

- ヒカル砲
- インスタグラマーブランドも着々と

# ヒカル砲とは？



- チャンネル登録者数385万人のトップユーチューバー
- 4月2日から既にロコンドプロジェクト関連動画を5回、アップ
- 今後も年間通じて様々な企画を計画中

4月3日から実質、約1週間のReZARD売上金額は・・・

**6億円\***

# ヒカル砲とは？

- 【拡張性】今後、スニーカーだけでなくパンプス等、様々な新商品(6月から) & 新プロジェクトを企画中
- 【収益性】工場直接買付(SPA)、大量受注、返品不可(サイズ交換のみ無料)、EC販売による経費最小化など様々なコスト削減策によって原価を低減し「(インセンティブやCM企画費用を差し引いても)適度な利益率」を確保
- 【副次効果】若年層における認知度向上はもちろん、新規会員数、アプリダウンロード数なども大幅増

ReZARDの出荷が始まるのは6月からなので、売上、利益として計上されるのは

# 第2四半期（6月～8月）

からです。倉庫移転が完了するのも5月末なので、今年度は第2四半期から大きな成長を見込んでおります。



### 株式会社サン・トロペとの過半数株式取得の基本合意書締結

- SEVEN TWELVE THIRTY(以下、「STT」)を中心に年商約15億円(取扱高ベース)の靴小売店
- 評価した価値は次の2つ。更にプラットフォームサービス(L'OCORE PALATTE)を全面的に導入し、国内一のベストプラクティス企業へ進化させていく
  - ① STTのブランド価値。Viola & Emmaのスイッチも検討
  - ② 伊勢丹新宿店をはじめとする一流百貨店の販売網。ReZARDパンプスの売場活用も検討

ネガティブサイド、ポジティブサイド共にインパクトが大きく、20年度業績の合理的な予測は不可能なため、現時点では非公開とします。



業界の革新と中期計画の実現を目指して

## 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。