



LOCONDO.jp

業界に革新を、お客さまに自由を

# 2018年2月期(2017年度) 第1四半期 決算説明会



## 業界に革新を、お客さまに自由を

ファッション業界におけるムダをテクノロジーによって解消し、ヒト・モノ(在庫)・カネ・情報の最適配分 (Optimum Allocation)を実現する。

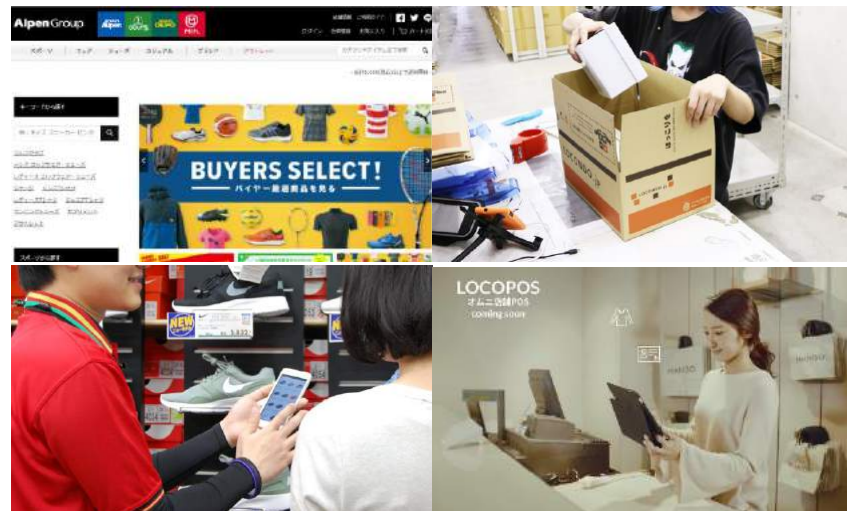
その上で、お客さま目線の最高のサービスを通じ、「自由で楽しいお買い物」体験をお届けする。

# 相互に補完し合う、ロコンドの3つの事業ポートフォリオ

## 1. EC事業 (B2C)



## 2. プラットフォーム事業 (B2B)



Platform sharing



Inventory sharing

Branding (feature)

## 3. 自主ブランド事業

Best practice

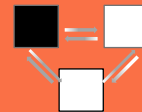
Limited brand/item



Productivity improvement



# 1. EC事業(B2C)



7/3(月)まで 最大¥7,000OFF 10%OFF SPECIAL COUPON

YOSUKE クーポン COLE HAAN クーポン 水泳・海水浴 クーポン ECCO クーポン

自宅で試着 気軽に返品 LADIES MENS KIDS SPORTS LOCONDO.jp ご利用ガイド 問い合わせ 人 心 0

MAX87%OFF SUMMER SALE 夏セール速に本番! MAX50%OFF Samantha Thavasa Samantha Vega Samantha Thavasa Deluxe

シューズ バッグ・財布 アパレル アクセサリー・時計 ブランドリスト アウトレット カテゴリ、ブランドなどで探す

探す

- ブランドから探す
- ランキングから探す
- 新着アイテムから探す
- セールアイテムから探す
- クーポン対象から探す
- アウトレットから探す
- 大きめシューズ(25cm〜)
- 幅広シューズ(3E〜)

CLEARANCE SALE

新作もクーポンでお得に

10%OFF COUPON

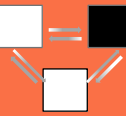
## ■ LOCONDO.jp

- 靴とファッションの通販サイト。交換・返品送料が無料\* で「自宅で試着、気軽に返品」
- LOCONDO.jp内のサブサイトとして、LOCOLET(アウトレット)、LOCONDO sports(スポーツ・アウトドア)も展開中

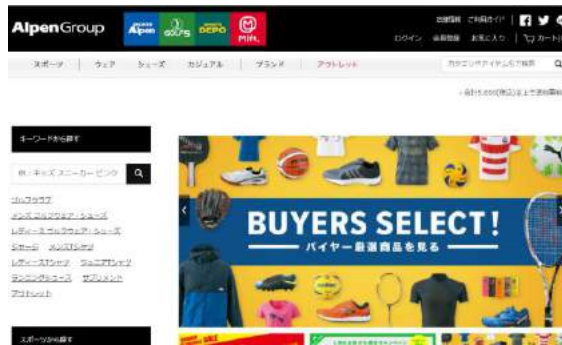
## ■ LOCOMALL(ロコンド公式ストア楽天店、Yahoo! shopping店)

- LOCONDO.jp商品を同時販売中。現状、LOCONDO.jpの強みにはなりきれていないカテゴリ(例:メンズやスポーツ)を幅広く販売する、補完サイトという位置づけ

## 2. プラットフォーム事業 (B2B)



### BOEM (自社EC)



### e-3PL (在庫共有型 倉庫受託)



### LOCOCHOC



EC事業と「在庫」および「プラットフォーム (IT・物流)」を共有・活用しながら、オムニ化を通じて、ブランド・小売店様 (B2B) の在庫効率・生産性を向上させる事業

#### ■ BOEM (自社EC; Brand's Official E-commerce Management)

- 自社ECの全ての機能を受託運営。一部、自社ECが2個以上、併設される「併設型」も有るものの、強化領域は「単独型」

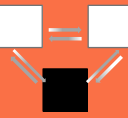
#### ■ e-3PL (在庫共有型 倉庫受託)

- リアル店舗への出荷・返品も受託する倉庫受託サービス。ブランド・小売店様は倉庫を持たず、ロコンドへ倉庫を完全委託するパターンと、自社倉庫を有しながら、運営するパターンが有り

#### ■ LOCOCHOC / LOCOCHOC-D

- 店舗欠品時に、店舗で在庫を抑え、店舗でお支払い頂き、ロコンド倉庫から店舗顧客様へ直送するサービス。LOCOCHOC-D (Department) は、その機能を拡大し、百貨店でのショールームを実現

### 3. 自主ブランド事業(MANGO)



- リアル店舗含め、自社ブランド(買取型)として推進する事業。主な戦略は以下の2つのアプローチ。基本はロコンドの、1. ECインフラ、および、2. オムニプラットフォームに乗せて改善して行く
  1. ロコンドサイト(EC)上で、積極露出・販売し、EC売上をアップ
  2. プラットフォーム・サービスを積極導入し、生産性・利益率をアップ
- 自主ブランド第一号ブランドのMANGO(スペイン発のファストファッション)は、商品企画・生産はMANGO(グローバル)、ロコンドは、国内独占フランチャイジーとして、国内販売に従事

# 第一四半期 全体ハイライト



## 1. EC事業(B2C)

収益性KPIをコントロールしながら、取扱高KPIを順調に向上させ、取扱高・収益、共に**大幅増**

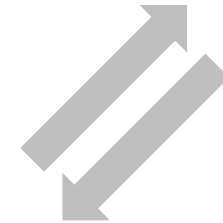
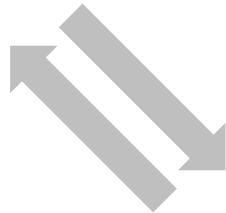
## 2. プラットフォーム事業(B2B)

併設型BOEM(自社EC)を除き、他のサービスラインはアカウント数・取扱高、共に**大幅増**



## 3. 自主ブランド事業(MANGO)

EC売上は**大幅増**。  
店舗売上も順調に回復させながら、**黒字運営化**







東京都江東区から千葉県八千代市へ移転。  
移転前の約2倍の面積を確保しながら、坪単価を下げる事で、賃料の上昇幅を抑制

坪単価



倉庫面積



賃料総額



×

=

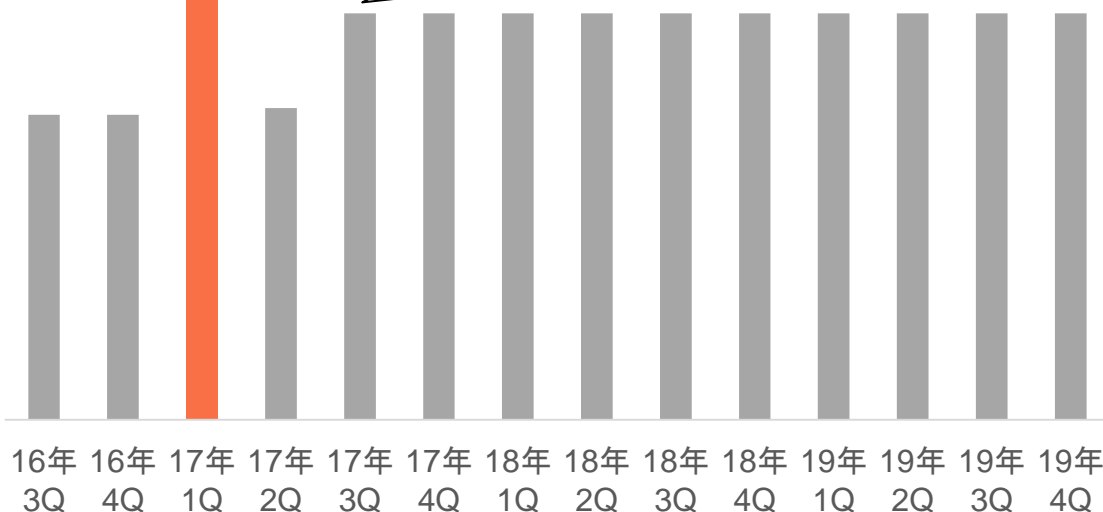


## 今後の倉庫賃料\* 推移イメージ

2017年3月、新倉庫へ移転し、面積も拡充

今期

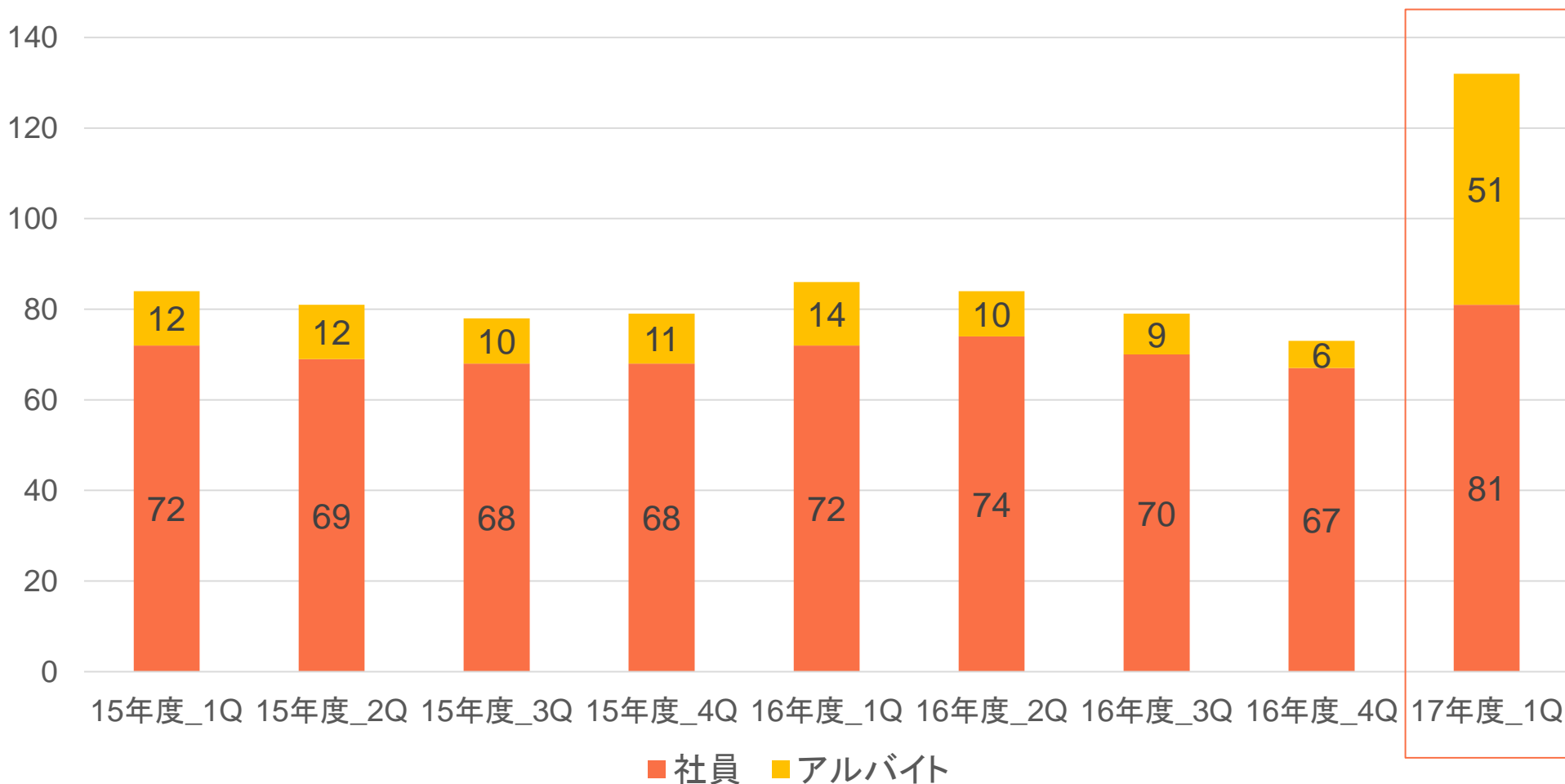
中期を踏まえた将来に向けての布石として、倉庫面積を更に拡充し、11,000坪体制へ。



※ 倉庫賃料、共益費、および、倉庫移転費用を含む。

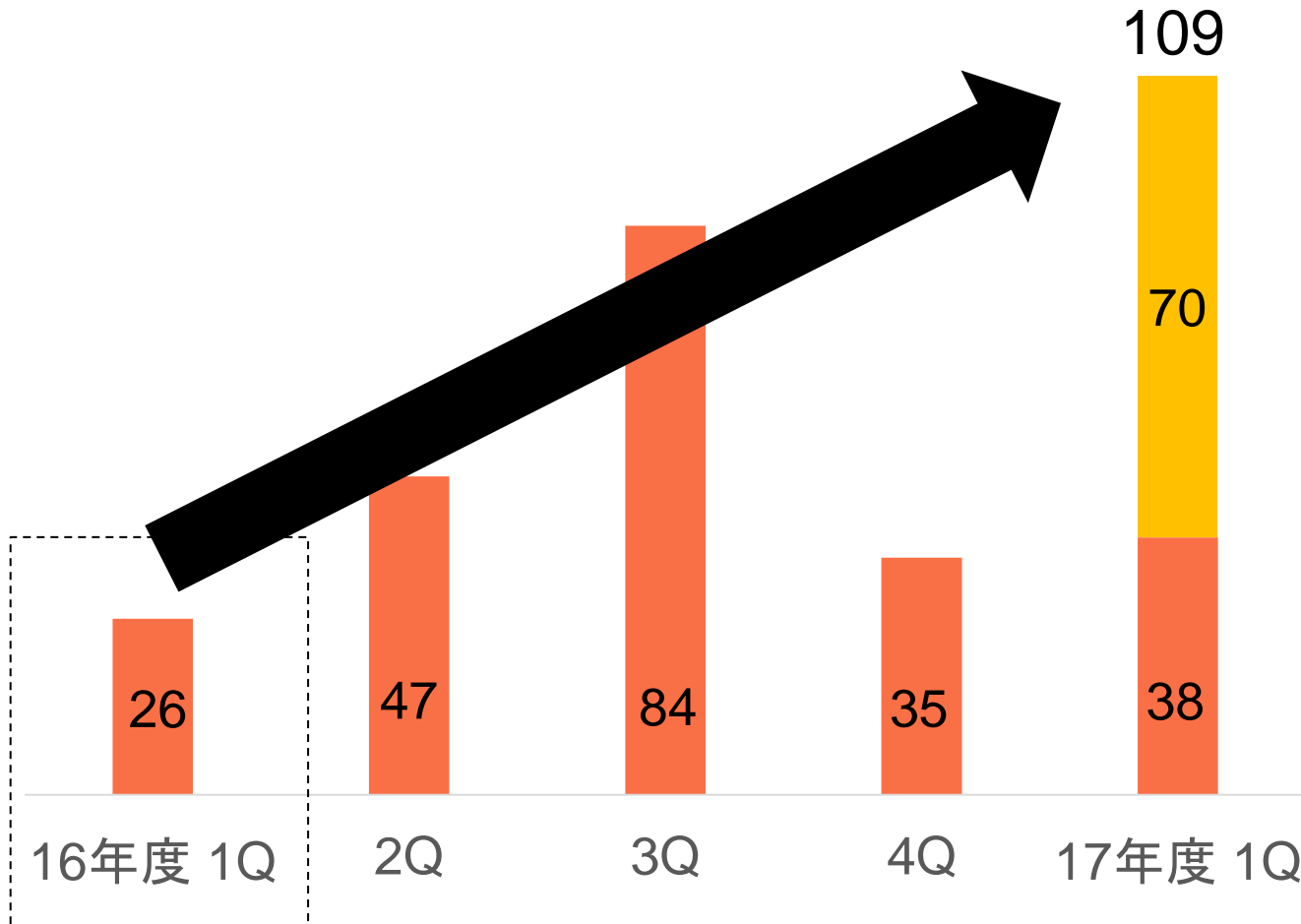


倉庫移転時に採用を強化し、庫内業務を派遣から長期アルバイトへの切替に成功。結果、スキル向上と(直接雇用による)コスト削減を実現





倉庫移転の短期コストを除けば、過去最高の四半期営業利益。  
移転コスト差引後でも、昨年対比で+45%を確保



■ 営業利益  
■ 特別経費前 営業利益

特別経費前  
営業利益  
+ 311%

営業利益  
+ 45%



## 取扱高、営業利益、共に計画に対して順調に推移

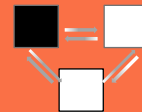
(単位:百万円)

項目	17年度 1Q	17年度 計画	進捗率
取扱高 (返品差引後)	2,300	10,083	22.8%
売上高	892	3,854	23.1%
売上総利益	770	3,245	23.7%
営業利益 (特別経費控除前)	109	396	27.5%
営業利益	38	305	12.5%
経常利益	25	298	8.6%
当期純利益	47	385	12.3%

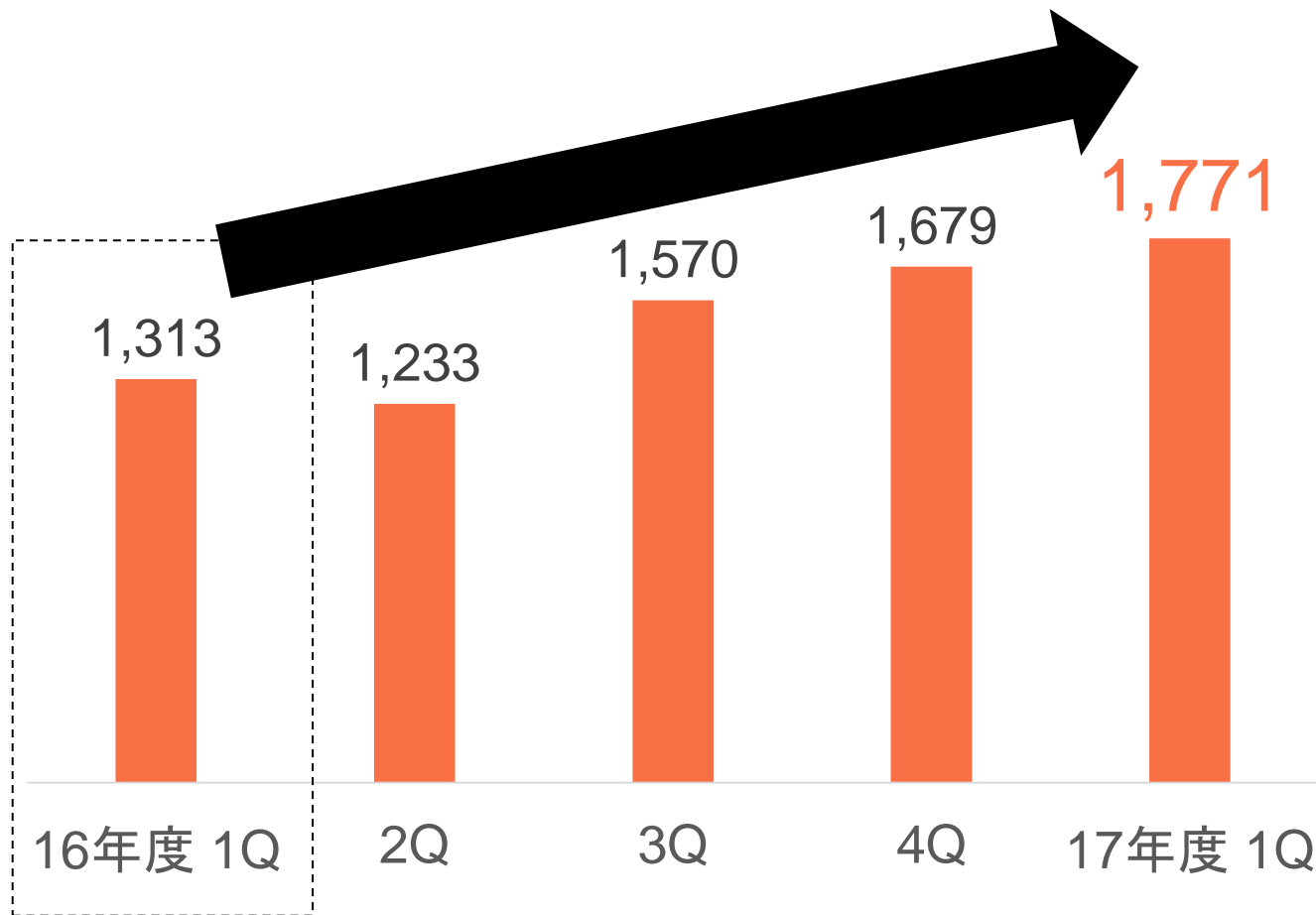


# 1.EC事業

## 事業別ハイライト



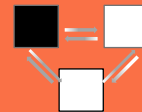
EC事業取扱高(返品後)は、今期も34%増し、  
四半期取扱高も過去最高を更新



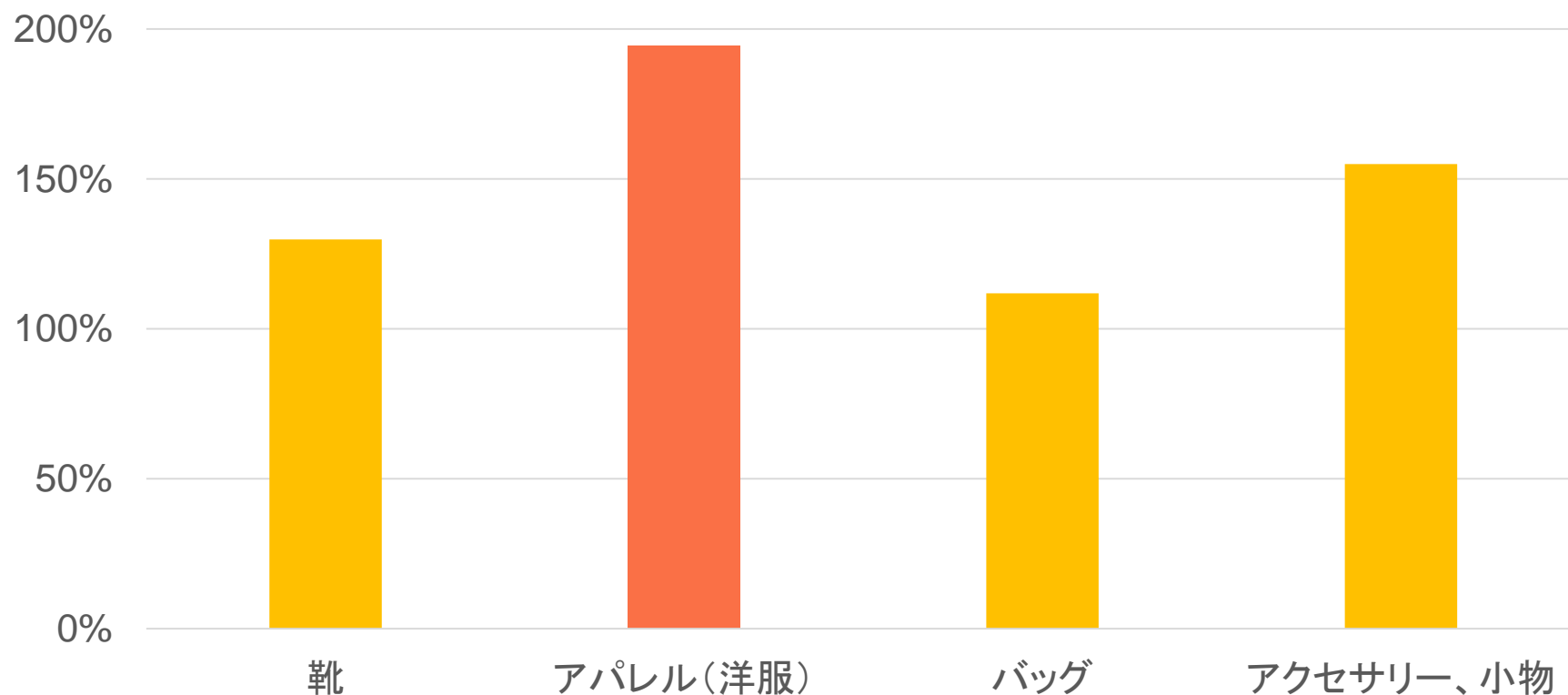
前年  
同期比

+ 34%

先月(6月)も+40%を  
上回る水準で推移  
(速報値ベース)



主力の靴は順調に推移しつつ、特に、アパレル(洋服)は大幅成長し、靴に次ぐ、重要カテゴリへ



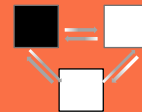
売上シェア

70%

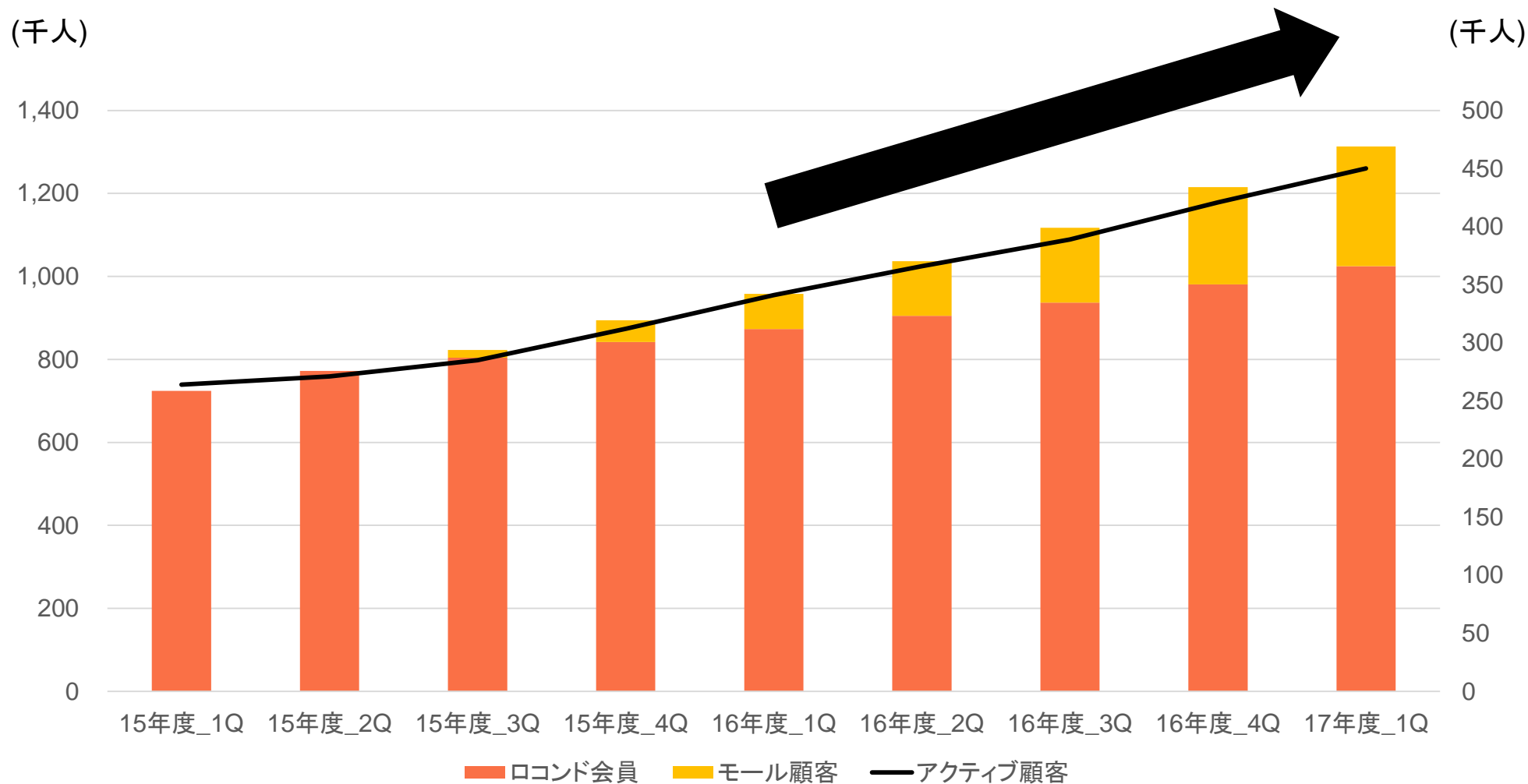
14%

11%

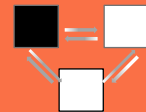
5%



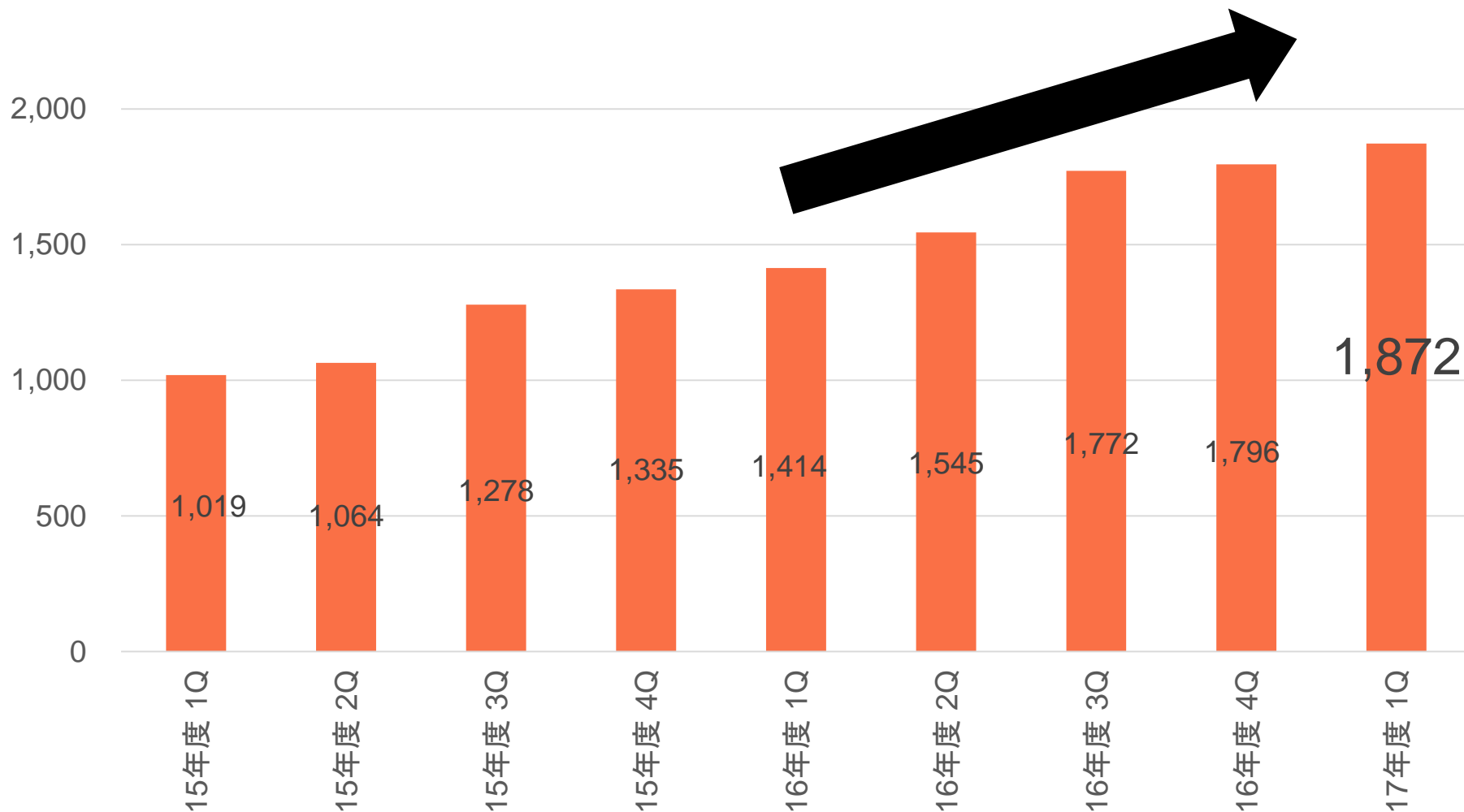
## 会員数、アクティブ顧客数も順調に伸長

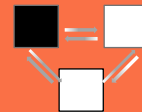




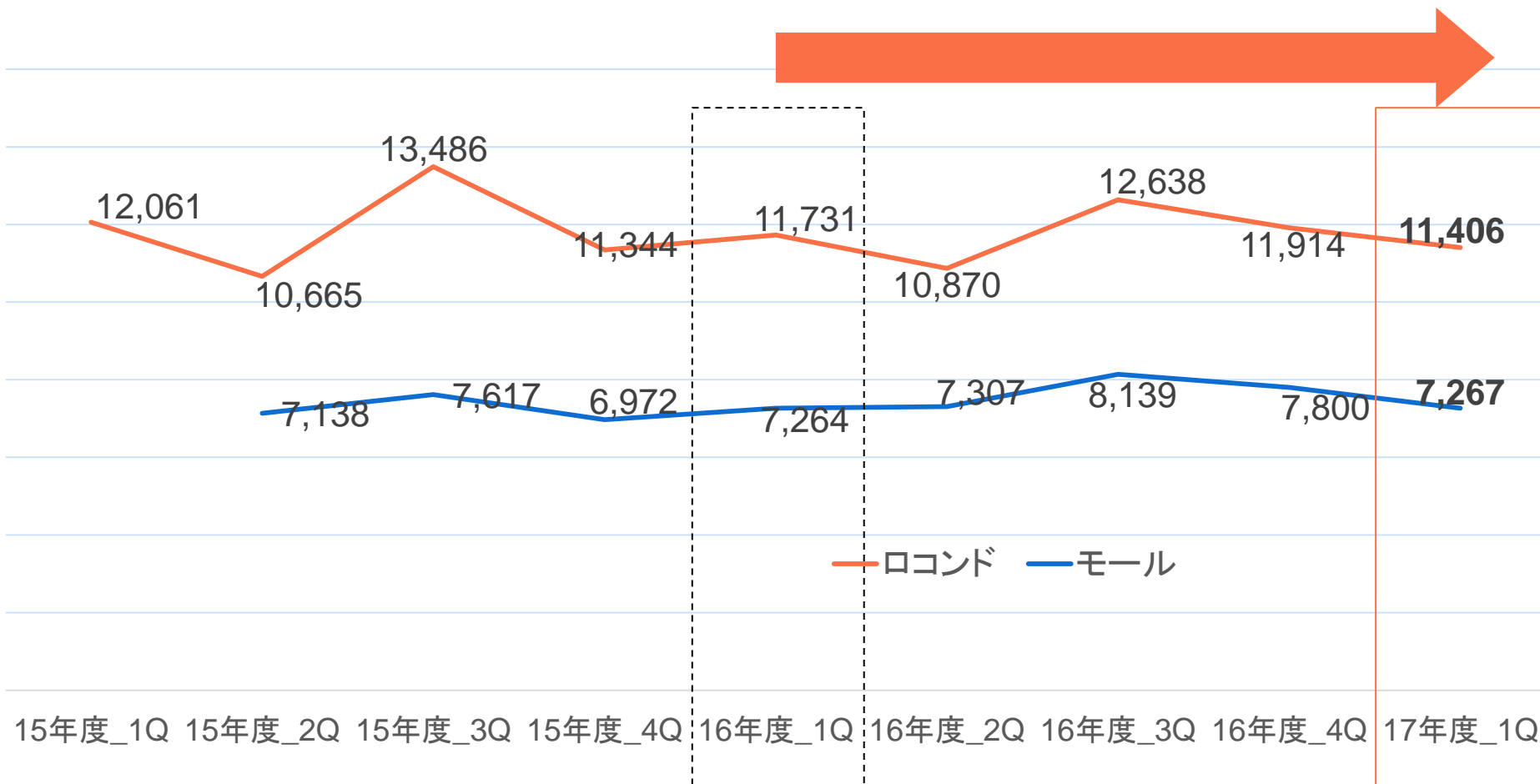


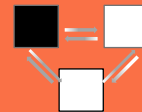
## 取り扱いブランド数(主に委託)も順調に伸長



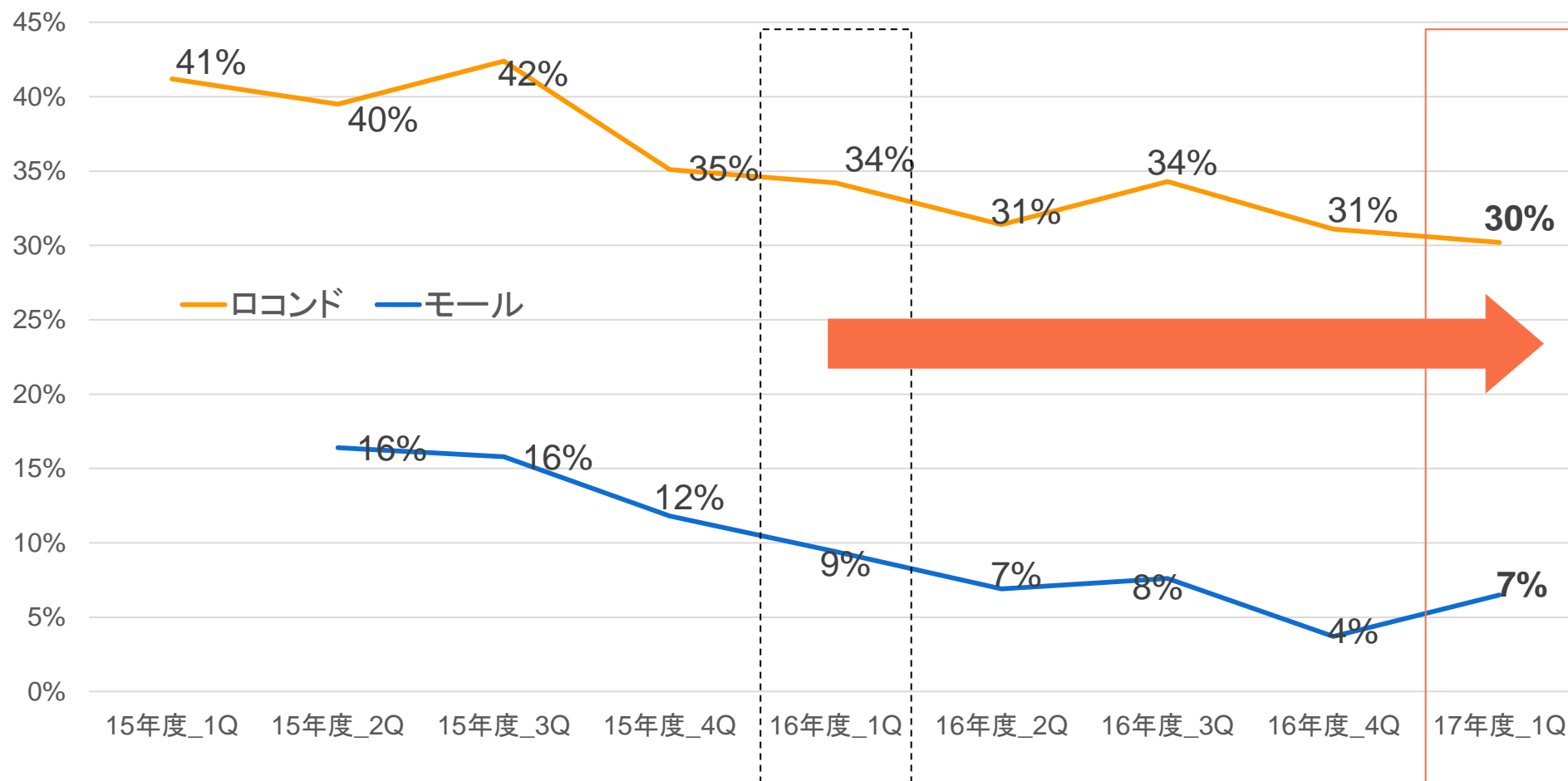


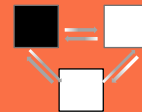
## MDコントロールの結果、顧客単価は堅調に推移



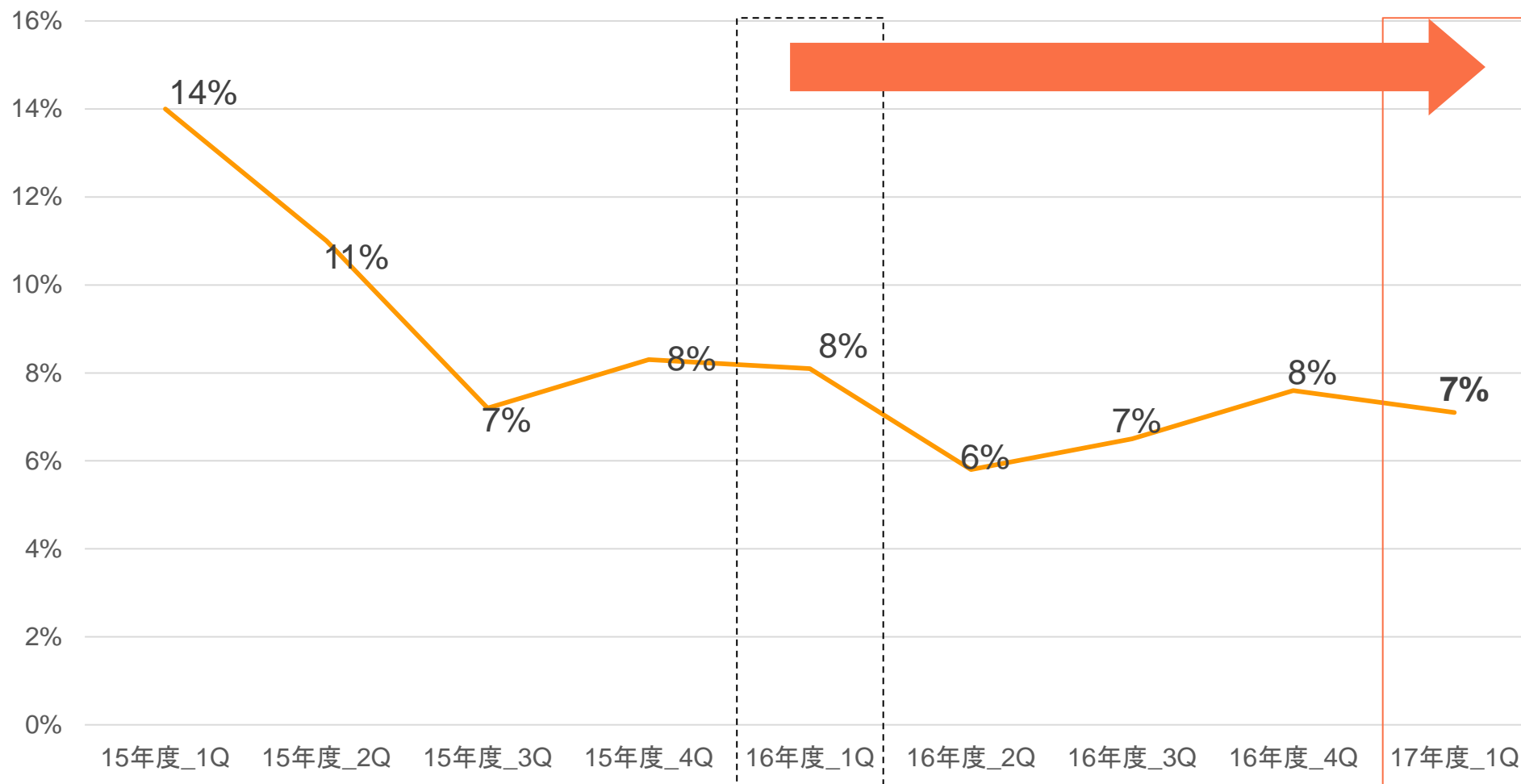


## 返品コントロールの結果、返品率も堅調に推移



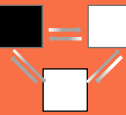


## 広告コントロールの結果、広告比率も堅調に推移



※ 分母の売上高は返品差引後。尚、広告指標のため、返品された場合のマイナス計上は返品日ではなく受注日ベースで算出





## 三越伊勢丹様、銀座かねまつ様、東京デリカ様など、大型ショップの連続オープン

7/10(月)まで 最大¥20,000OFF 10%OFF SPECIAL COUPON

Clarks クーポン    アウトドア用品 クーポン    RUCOLINE クーポン    MODE ET JACOMO クーポン

自宅で試着 気軽に返品

LADIES MENS KIDS SPORTS

# LOCONDO.jp

ご利用ガイド 問い合わせ

0

**MAX87%OFF MORE SALE** セールアイテム再値下げ!

**FABIO RUSCONI** 大人気ブランド 2点購入で20%OFF

シューズ ▾ バッグ・財布 ▾ アパレル ▾ アクセサリー・時計 ▾ ブランドリスト    アウトレット

カテゴリ,ブランドなどで探す

ホーム > NUMBER TWENTY-ONE

現在の条件

NUMBER TWENTY-ONE

### NUMBER TWENTY-ONE

グリム童話21番目のストーリー《シンデレラ》をベースに、2011年に誕生した《NUMBER TWENTY-ONE》。5年の歳月を経て、靴から始まった物語は、バッグ・帽子・ストール・ハンカチーフ・靴下・傘が仲間に加わり、新章へと突入します。

[もっと読む](#)

SHOES    BAG    STOLE    GOODS

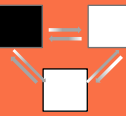
ホーム

- アパレル (洋服)
- シューズ
- バッグ・財布・ケース

ブランド

ランキング

三越伊勢丹様 (NUMBER TWENTY-ONEの例)



## LeSportsac様、Timberland様など、大型アウトレット(LOCOLET)ショップの連続オープン

MAX90%OFF 交換無料・返品OK

LADIES MENS KIDS SPORTS

LOCOLET

ご利用ガイド 問い合わせ

MAX87%OFF MORE SALE セールアイテム再値下げ!

FABIO RUSCONI 大人気ブランド 2点購入で20%OFF

シューズ ▾ バッグ・財布 ▾ アパレル ▾ アクセサリー ▾

アウトレットアイテムを探す

ホーム > LeSportsac

現在の条件

LeSportsac

カテゴリ

ホーム

トートバッグ

ショルダーバッグ

リュック/バッグバック

ポストンバッグ

ポーチ・その他ケース

ブランド

LeSportsac

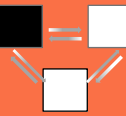
レスポートサックは1974年、ニューヨークで誕生しました。日本では1987年に発売を開始。都会派のライフスタイルを実践する若い女性を中心にコンテンポラリーなファッションバッグとして爆発的な人気を獲得しました。また、日本限定プリントの発売など、使用目的や嗜好に合わせた商品ラインにより、日本でも着実にファンを増やし続けているインポートブランドです。

ランキング

順位	商品画像	元の価格	割引後の価格
1		¥25,000	¥12,500
2		¥24,500	¥12,300
3		¥23,000	¥23,100
4		¥19,500	¥10,500
5		¥21,000	¥10,500
6		¥14,000	¥7,000
7		¥18,500	¥9,300

LOCONDO.jp  
▶ ロコンドへ戻る

LeSportsac様 ロコレットページ



## お客さまからのお問い合わせの対応システム(チャット型)の内製 化、完了(WAN & Co.)。平均返答時間は劇的に短縮

ご注文履歴

---

レビュー・ポイント

---

お気に入りリスト

---

お客様情報

---

住所・お届け先の編集

---

返金口座

---

メルマガ設定/退会

---

SNS連携/解除

---

メッセージボード

7月5日 19:24

この左側のレザージャケットを探しているのですが、ありますか？



7月5日 19:29 田中裕輔さま

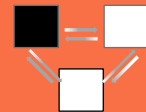
ロコンドコンシェルジュでございます。  
お問い合わせいただきありがとうございます。

お送りいただいたお写真を拝見いたしました。

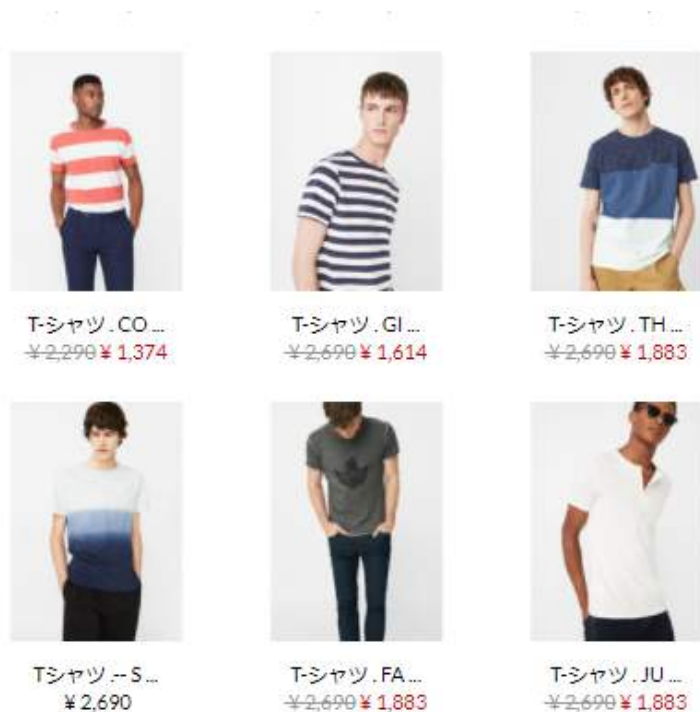
下記の商品がデザインの近い商品でございます。  
商品画像を添付いたしますので、是非ご検討の程お願い致します。

【商品ページ】  
・ライダースジャケット.MER (ブラック)  
<https://www.locondo.jp/shop/commodity/SPUN0477D/MA1658EW06317/>


その他ご不明点等ございましたらお申し付けください

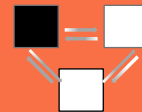


## 検索システムの内製化、完了。ブランド検索やサイズ表示・検索など、新たな検索機能を連続ローンチ

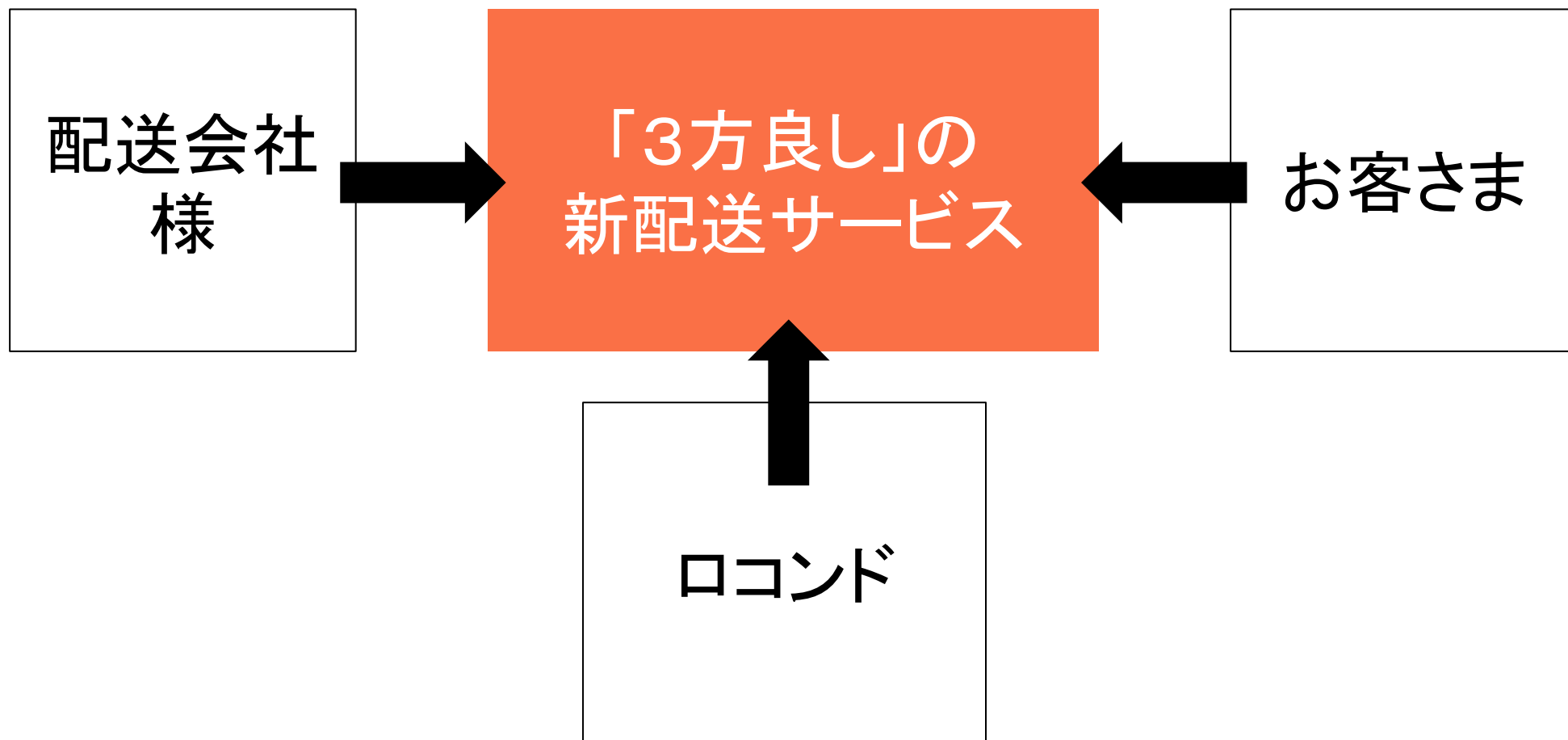


商品説明		サイズ詳細		
サイズ	着丈	肩幅	胸囲	袖丈
M	69	44	102	22
以前購入したアイテム	着丈	肩幅	胸囲	袖丈
 M	76	50	112	25
 M	75	46	110	62
 M	72	41	110	70

※LOCONDO独自の方法により採寸しております。  
[サイズガイド](#) 

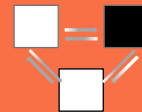


お客さま、配送会社様、ロコンドの3者にとって望ましい、「3方良し」の新配送サービス(および、料金改訂)を近日、ローンチ予定

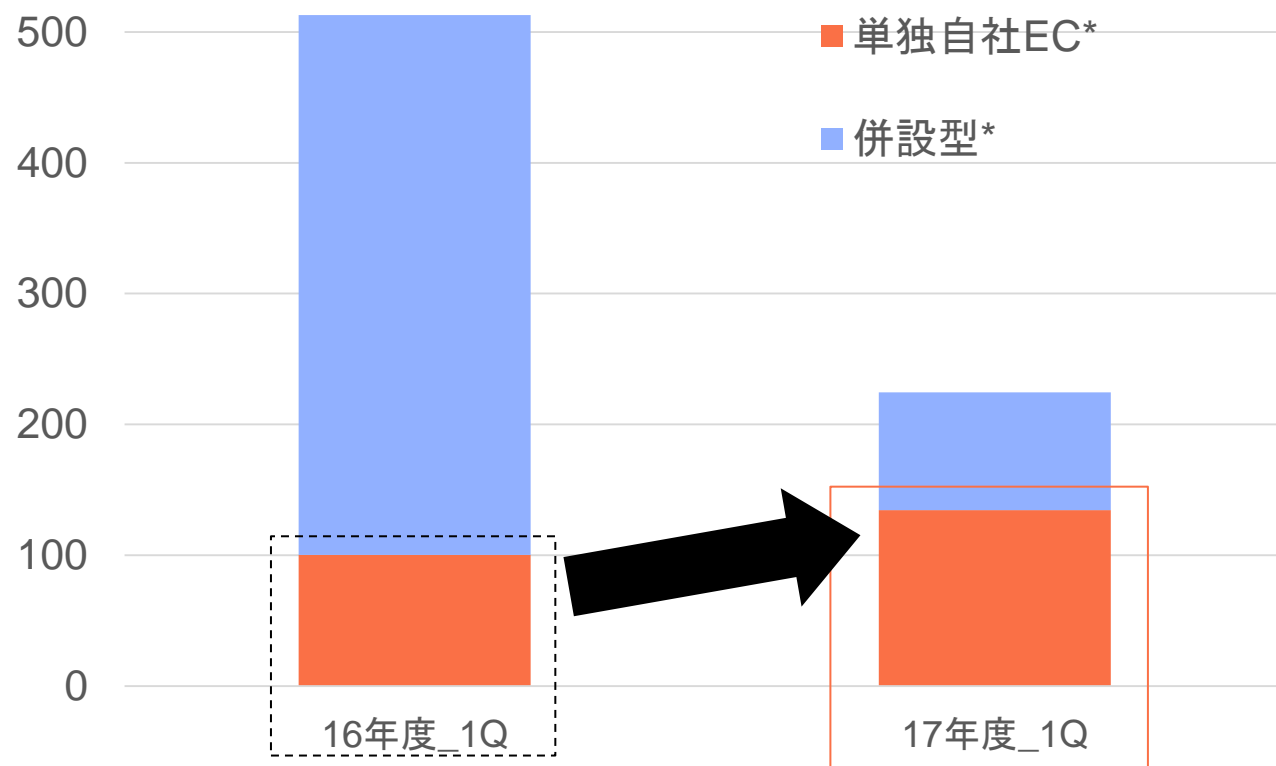


## 2.プラットフォーム事業

### 事業別ハイライト

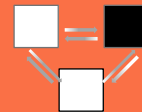


注力領域である「単独自社EC」はアカウント数も12社(17年6月末段階)へ増え、+34%の成長率を実現

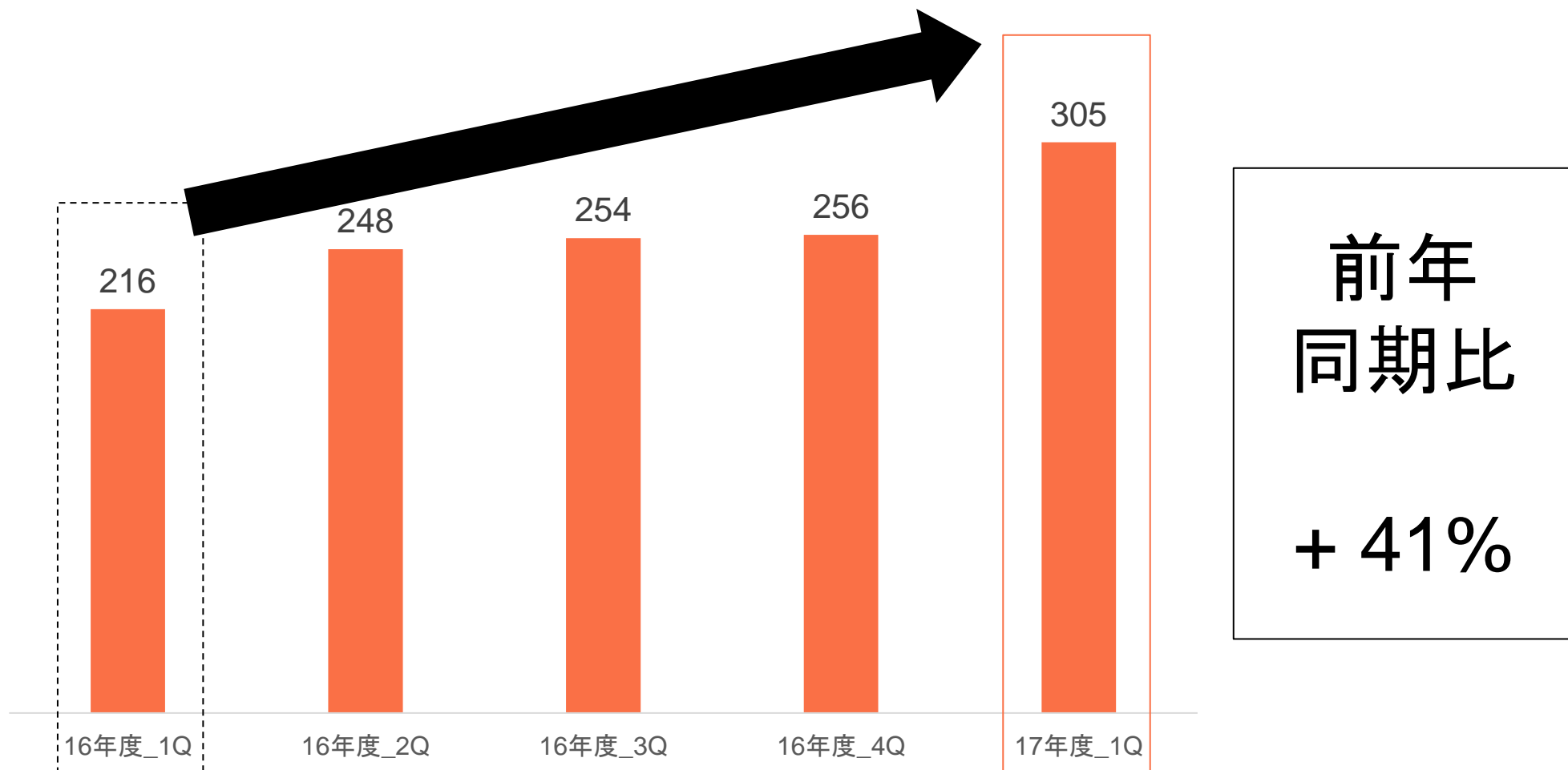


単独自社EC  
(12社)  
+ 34%

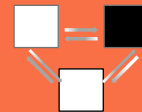
併設型 (1社)  
- 78%



## LOCOCHOCも、昨年同期比+41%の成長







## 大丸松坂屋様 (NINE WEST) のBOEM、e-3PL、LOCOCHOCのフルパッケージ、スタート。他にもBOEMは2社スタート

NINE WEST

NEW BRAND SHOP INFO **OUTLET**

カテゴリ、商品名で探す



カテゴリから探す

シューズ

パンプス

フラットシューズ

サンダル

スニーカー

ミュール

バッグ

ハンドバッグ

ショルダーバッグ

トートバッグ

価格から探す

- 5,000円

5,000円 - 10,000円

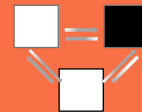
10,000円 - 15,000円



※イメージ：参考商品

# NINE WEST

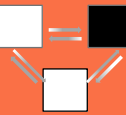




## 岡島百貨店、LOCOCHOC-Dスタート。日に日に進む、百貨店改革プロジェクト



店舗にないブランドも1,000ブランド以上お店にお取り寄せ!!



## RAOS (Real As Online Store) 計画の進捗として、LOCOPOS & LOCOPAYをマンガ原宿店でローンチ



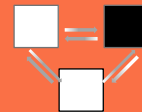
ブランド様や小売店様にとっては重荷となる「リアル店舗と自社ECの『顧客』情報統合(ポイント連携等を含む)」を初期費用0円、月額費用0円、カード手数料2.99%\* で実現するサービス

⇒ (既存のスマホ決済と競争するのではなく) あくまで「オムニ戦略」支援の位置づけ

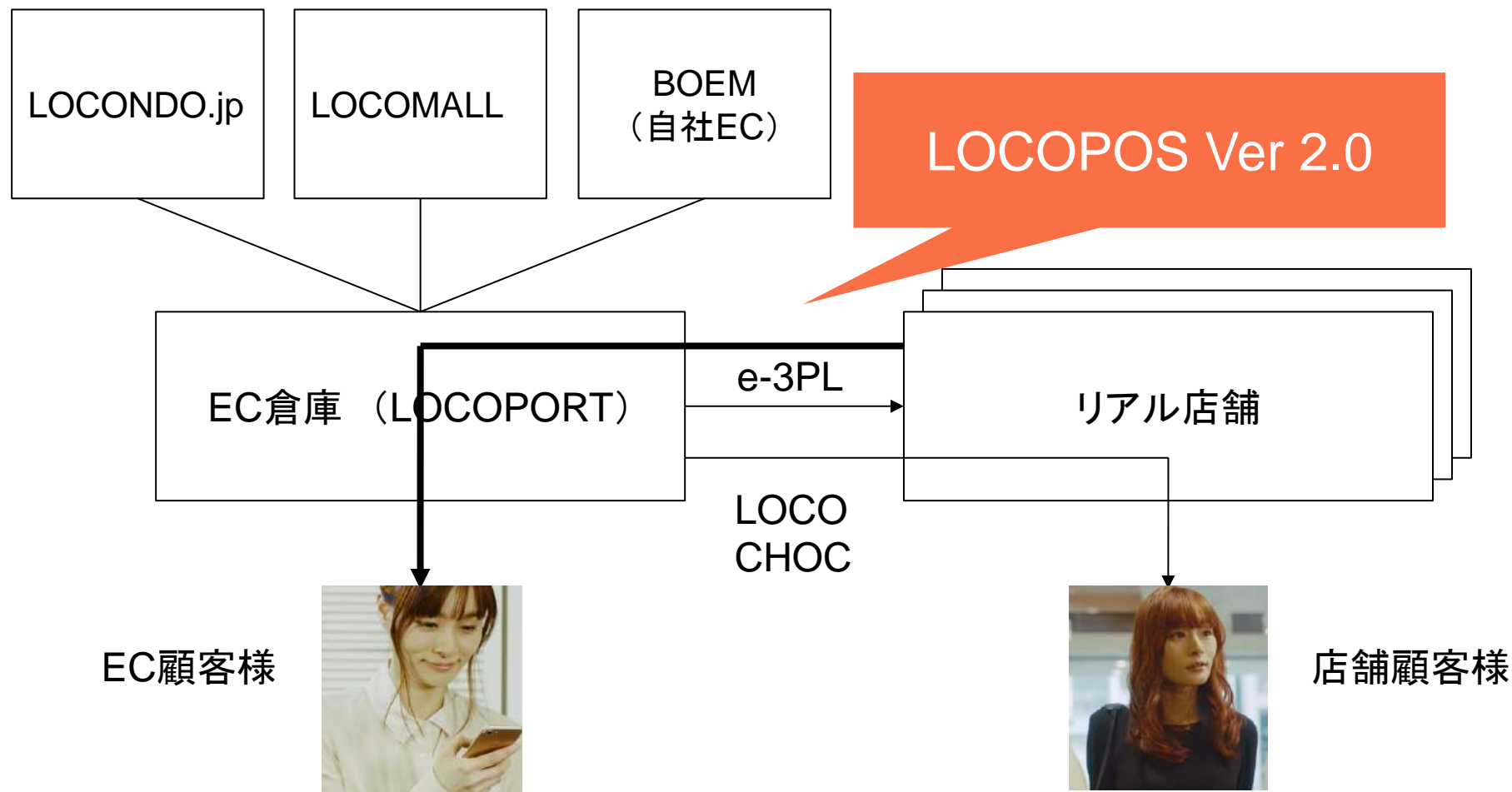


ブランド様や小売店様にとっては重荷となる「リアル店舗と自社ECの『売上・在庫』情報統合」を初期費用0円、月額費用980円、で実現するサービス

⇒ (既存のタブレットPOSと競争するのではなく) あくまで「オムニ戦略」支援の位置づけ

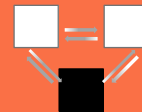


店舗在庫をリアルタイムで管理し、店間移動等に加え、リアルタイムの店舗在庫EC販売を可能にする「LOCOPOS Ver 2.0」、ローンチ



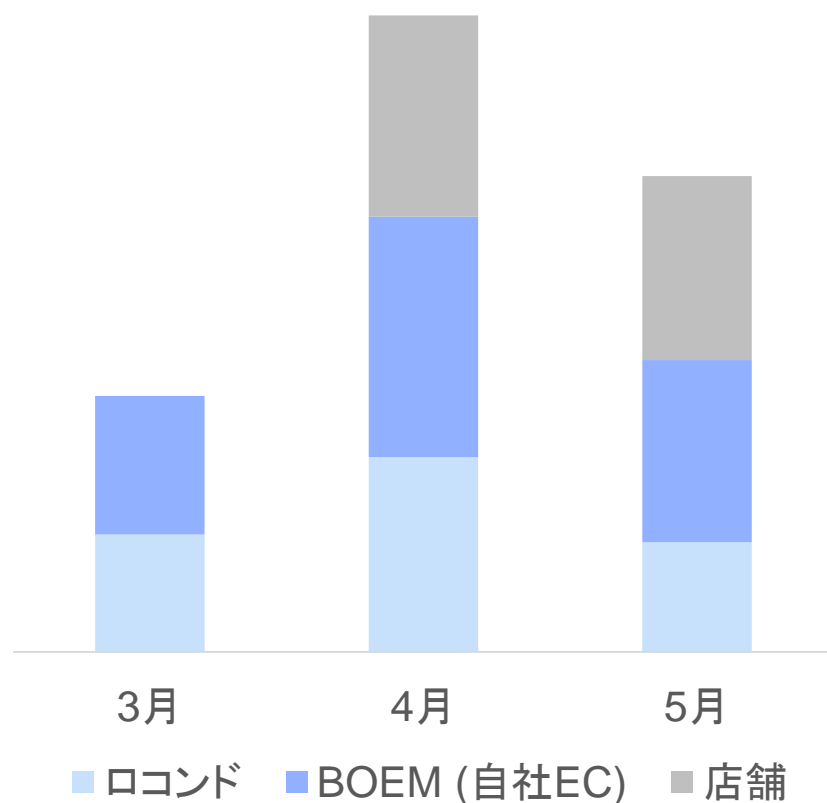
# 3. 自主ブランド事業

## 事業別ハイライト

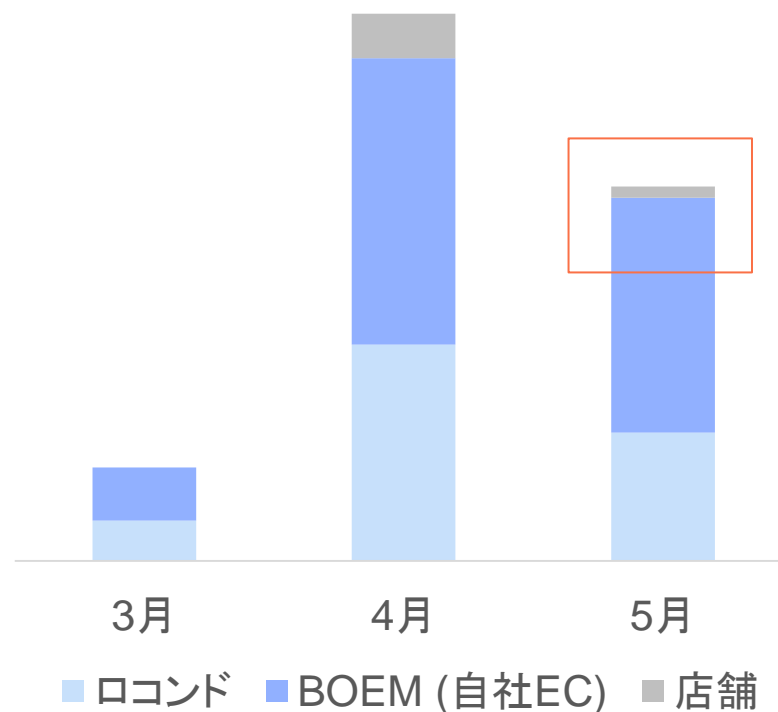


売上は順調に推移。又、プラットフォームサービスが奏功し、4月から継承したリアル店舗は売上が低い月でも黒字を確保できる体質へ

## 売上



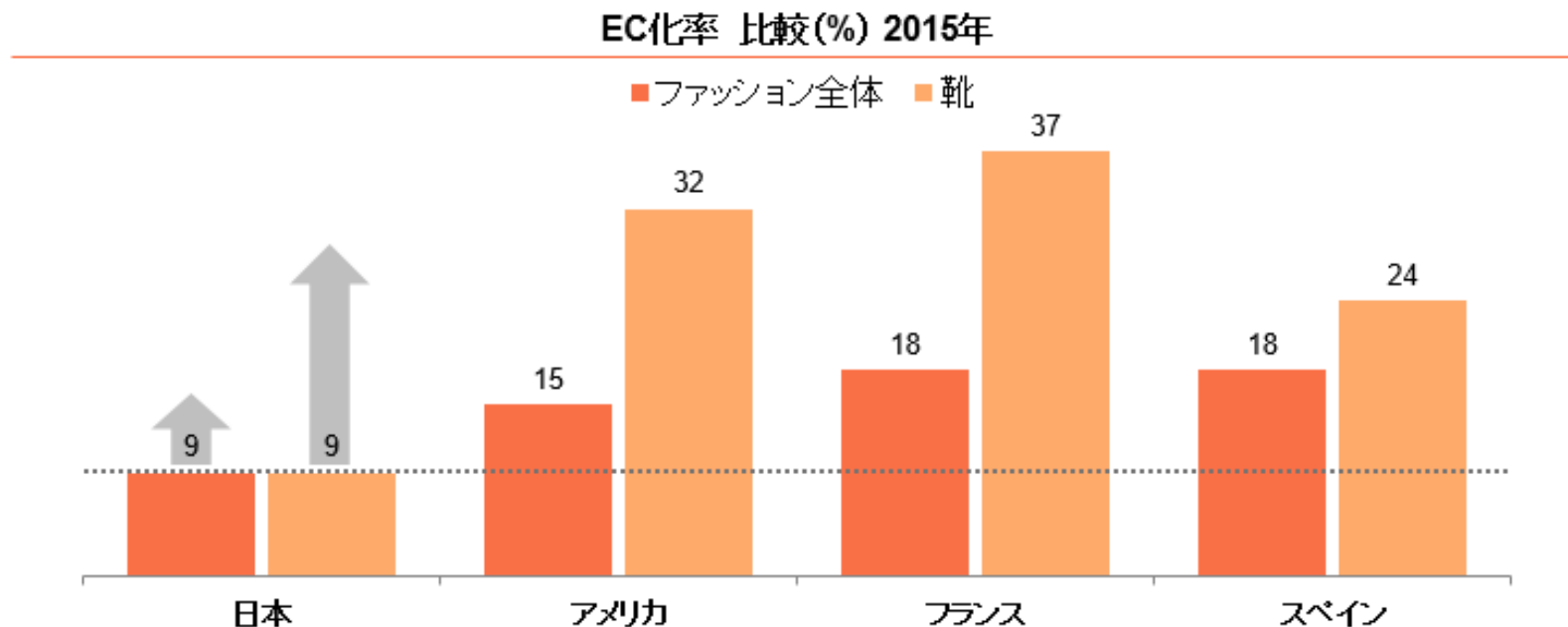
## 営業利益



まとめ

ファッションECの主役が、商品・サービス・サイトの面で玉石混交の「モール型」から、商品セレクトから販売まで一気通貫で行う「垂直型」へ切り替わって、早や10年が経過しました。

しかし、国内ファッション市場のEC化率(約10%)は欧米と比べると未だ低く、特に、靴においては、米国のEC化率は30%を超えている中、国内EC化率はそれ程ではなく、まだ伸びしろは大きいです。



注1: アメリカの靴のEC化率は、靴EC売上高を同市場規模で除して算出(共にIBIS WORLD)。ファッション全体のEC化率はアパレル&アクセサリのEC売上高を同市場規模で除して算出(共にeMarketer)。

注2: フランス、スペインの靴のEC化率は、靴のEC売上高を同市場規模で除して算出(共にstatista)。ファッション全体のEC化率は、ファッションEC売上高を同市場規模(共にstatista)で除して算出。



ファッション市場のEC化率が欧米と比較して進まない要因は何でしょうか？

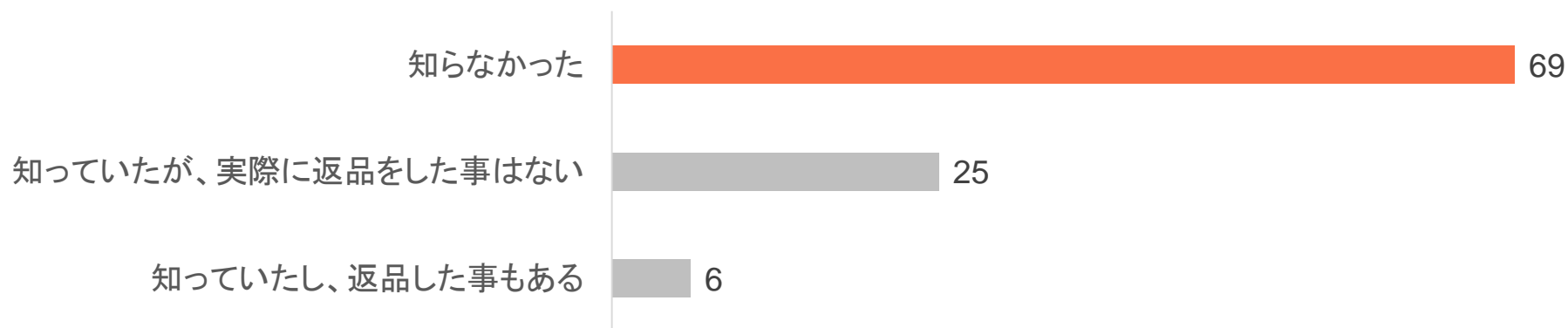
それは、国民性や(欧米と比べると)リアル店舗に行きやすい等の「需要側の要因」もあるものの、弊社が考える最大の要因は2つで、それは両方とも供給側(サプライサイド)要因です。

1つ目の要因は、(無料で返品できるので)気軽に試着できる通販サイトが浸透していないという事です。

(弊社がもっと頑張れ、という話ではあるものの)欧米では、「返品送料が無料で、気軽に試着できる」というサービスは、今や当たり前です。

反面、国内では、試着ニーズ(需要)はあるものの、そのような通販サイトの存在が認知されておらず、そのようなサービスが浸透して行けば、海外とのギャップは埋まっていく見込です。

(1年以内に垂直型ファッションECで商品を買ったことのある方へ聞いた)返品無料の認知率 (%)



# ロコンドが考える、中長期的展望 (3/4)

ファッション市場のEC化率が欧米と比較して進まない最大のサプライ要因、2つ目は、「在庫が垂直型ファッションECへ行き渡っていない」という事です。

しかし、ブランド様・小売店様からすれば、リアル店舗の最大のコストである賃料と人件費の多くは固定費(サンクコスト)で、限界利益は店舗の方が垂直型ECよりも高いため、店舗に在庫が寄る(=なるべくリアル店舗で売りたい)のは合理的な判断でもあります。

とは言え、たとえ店舗が儲かろうとも、「店舗からEC」という流れは止めようがないため、ブランド力のあるブランド様が(店舗程ではないものの、垂直型ECより限界利益率の高い)自社ECを強化する流れは必然です。

但し、EC開発の障壁は下がったものの、「売れる自社EC」を自前、ないしは、システム受託開発会社と作るのは容易ではありません。

限界利益率 比較(イメージ)



ある商品が、リアル店舗と他社EC、両方で欠品していたら、店舗で売れる方が「追加的な利益(=限界利益)」は大きいため、結果、リアル店舗に在庫は寄る

リアル店舗

在庫

>

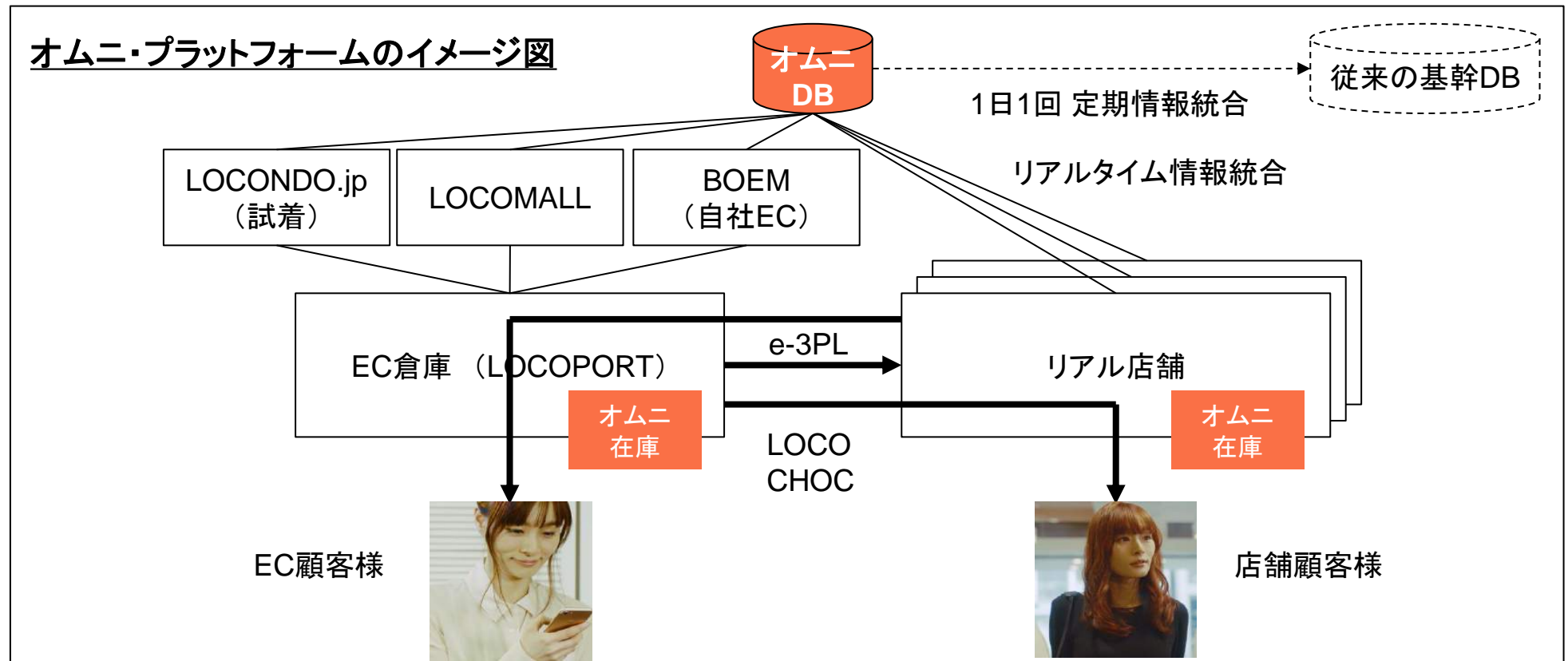
垂直型他社EC

在庫

# ロコンドが考える、中長期的展望（4/4）

このような状況下、これからファッション市場のEC化率を引き上げていく上で求められるのは、「通販でも試着できる」というサービスの認知向上・定着に加えて、ブランド様の利益最大化を実現しながら、EC売上を上げていく「オムニ・プラットフォーマー」である、と考えています。

そして、それこそが、①EC事業、②プラットフォーム事業、③自主ブランド事業の3つをやっているロコンドだからできる、「**ONLY LOCONDO CAN DO**」、であると考えています。

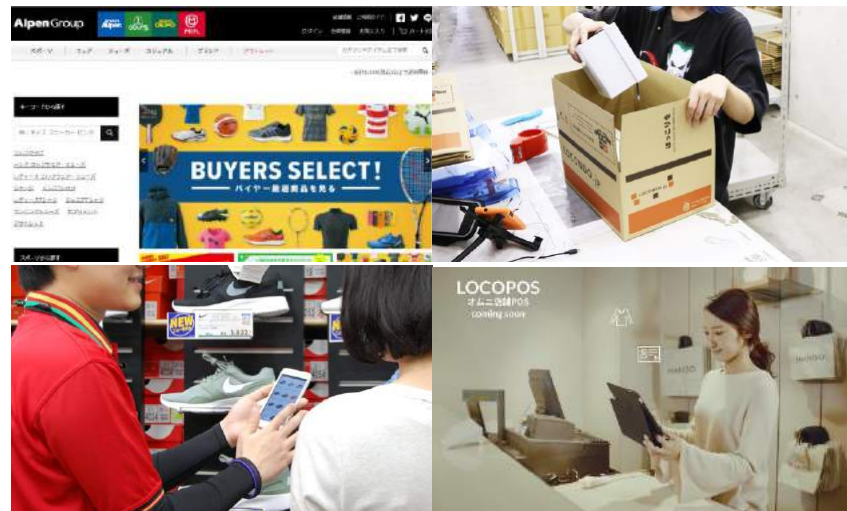


# 【再掲】ロコンドの3つの事業ポートフォリオ

## 1. EC事業 (B2C)



## 2. プラットフォーム事業 (B2B)



## 3. 自主ブランド事業



Limited brand/item

Branding (feature)

Best practice

Efficiency improvement

## 全品対象(セール品含む)『2,000円OFF』クーポン



2月末時点、8月末時点の株主様に年2回、優待

\* ご購入金額5,400円以上でのご利用が可能です。

\* 返品、キャンセル時の再発行は致しません。又、有効期限を過ぎた場合は失効となります。

業界に革新を、お客さまに自由を

## 本資料の取り扱いについて

- 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。