



2020 年 1 月 16 日

会 社 名 株 式 会 社 ロ コ ン ド
代 表 者 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：03-5465-8022)

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時	2020 年 1 月 14 日 16：00～17：00
開催方法	対面による実開催
開催場所	株式会社ロコンド 東京都渋谷区元代々木町 30-13 OENST 元代々木スクエア M1F
説明会資料名	2020 年 2 月期_第 3 四半期決算説明資料 2020 年 2 月期 第 3 四半期 DATA SHEET

【添付資料】

2020 年 2 月期_第 3 四半期決算説明資料
2020 年 2 月期 第 3 四半期 DATA SHEET

※この書面（添付資料を含む。）は、有価証券上場規程施行規則第 4 2 7 条に基づき、公衆縦覧に供されます。



LOCONDO.jp

業界に革新を、お客さまに自由を

2019年度(20年2月期) 第3四半期 説明資料

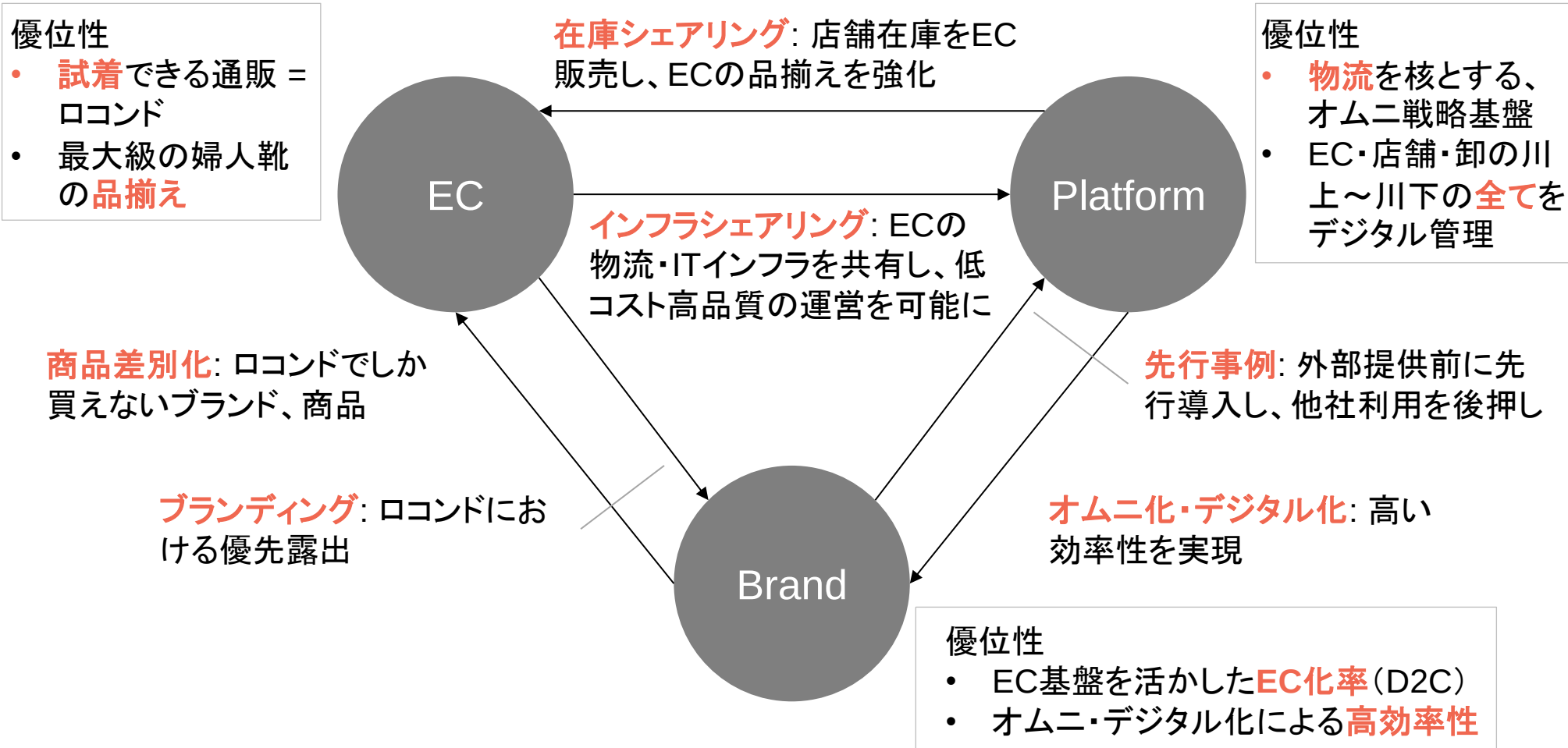


実績

- ✓ マスメディア広告を軸とする、1年半の積極投資期間を経て、本四半期は + 1.4億円の営業黒字を計上
- ✓ 今期はファッション全体の需要が落ち込んでいた中、弊社は広告投資も抑制したにもかかわらず、アクティブユーザーは 90万人を突破
- ✓ 引き続き、EC事業、Platform事業、Brand事業、各々の強化。「個」の強化と「相互補完性」によって全体最適化を志向
- ✓ 但し、足もとの実績を踏まえ、今年度、主に取扱高、売上高の計画値を修正(19年11月11日の資料内容の反映)

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

第3四半期累計では、商品取扱高、売上高ともに30%以上の成長率。
但し、進捗率は低いため、計画値を見直し(後述)

項目	18年度3Q 実績	19年度3Q 実績	成長率	19年度 当初計画	進捗率
商品取扱高(返品後)	10,274	13,820	+ 34%	22,500	61%
売上高	4,827	6,357	+ 31%	10,000	64%
売上総利益	3,907	4,996	+ 27%	-	-
(対取扱高比)	38.0%	36.2%	-	-	-
EBITDA	△587	△70	-	-	-
営業損益	△646	△189	-	0	-
経常損益	△530	△207	-	0	-
当期純損益	△136	△208	-	200	-

貸借対照表(BS) 単位:百万円

純資産比率50.1%、D/Eレシオは0.4倍、ネットD/Eレシオは－0.2倍。
高い財務健全性を維持

流動資産	4,842	流動負債	3,013
うち、現預金	2,193	うち、受託販売預り金	698
うち、商品	1,328	うち、借入金	1,300
固定資産	1,386	固定負債	95
うち、有形固定資産	147	負債合計	3,108
うち、無形固定資産	477	純資産	3,120
うち、投資その他	762	うち、株主資本	3,117
資産合計	6,229	負債・純資産合計	6,229

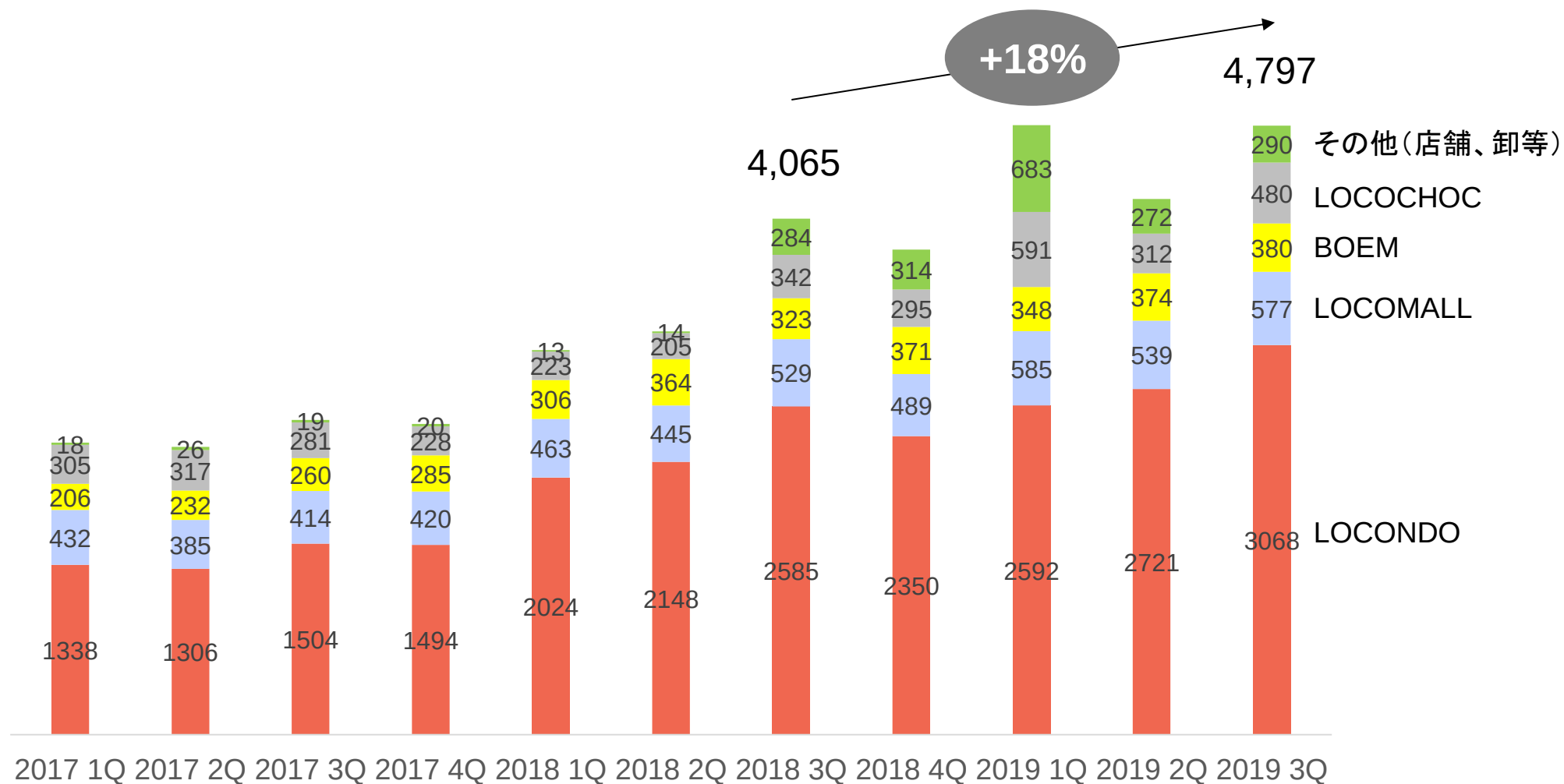
販売費および一般管理費 詳細 単位:百万円

CMをメインに広告費用抑制の結果、販管費比率は6.7ポイント改善

項目	18年度3Q		19年度3Q		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	651	6.3%	909	6.5%	+0.2%	
社員	344	3.3%	510	3.6%	+0.3%	
パート／アルバイト	306	2.9%	398	2.8%	△0.1%	
荷造運搬費	890	8.6%	1,151	8.3%	△0.3%	
決済手数料	334	3.2%	430	3.1%	△0.1%	
広告関連費用	1,844	17.9%	1,655	11.9%	△5.9%	
うち変動費(Web広告・ポイント)	893	8.6%	1,040	7.5%	△1.1%	前年度に比べて抑えた広告投資
うち固定費(TVCM等)	950	9.2%	614	4.4%	△4.8%	TVCMの抑制
地代家賃	356	3.4%	406	2.9%	△0.5%	
その他	476	4.6%	633	4.5%	△0.0%	
販管費 合計	4,554	44.3%	5,186	37.5%	△6.7%	

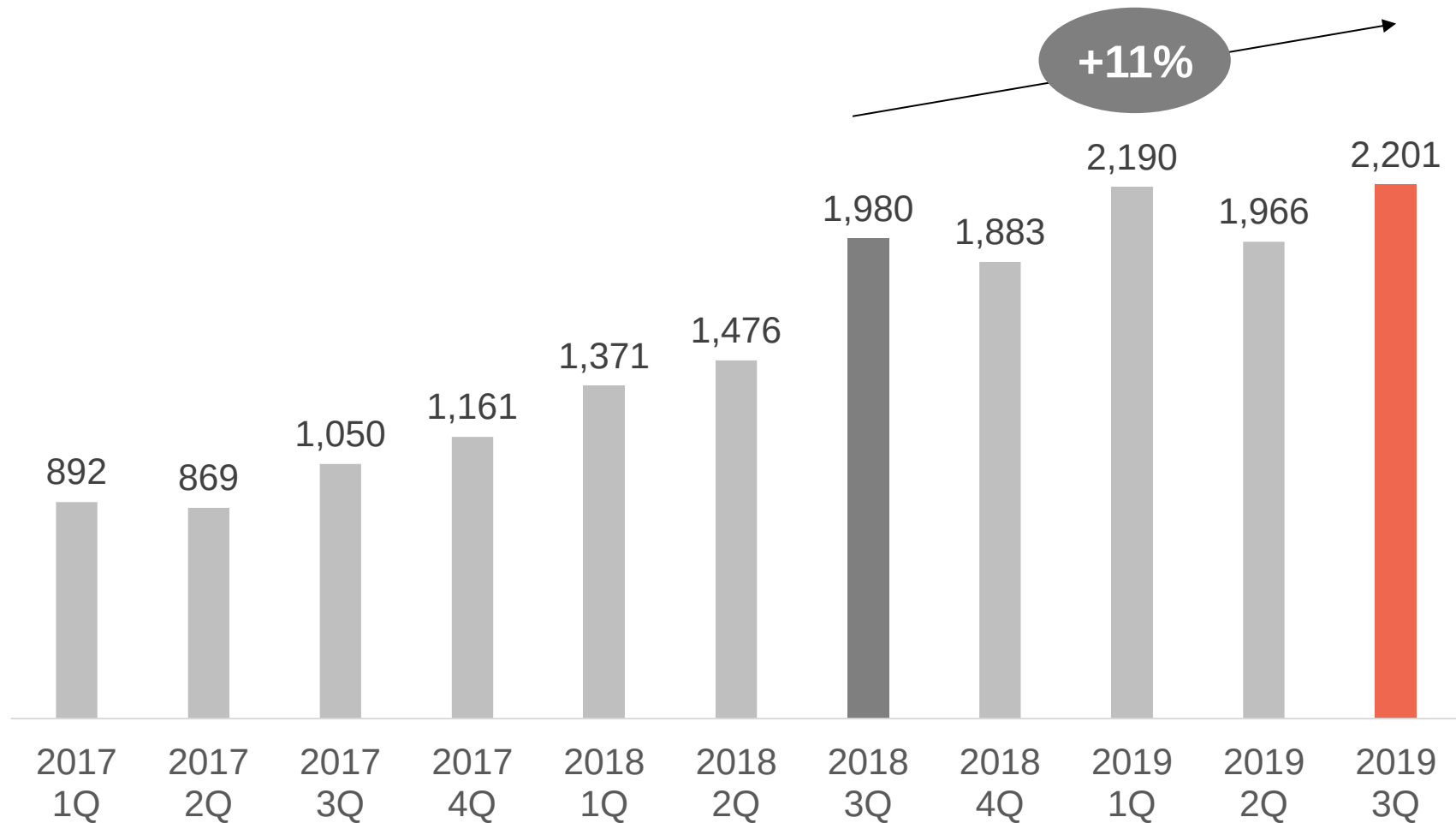
全体取扱高 推移（単位: 百万円）

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 +18%



売上高 推移（単位: 百万円）

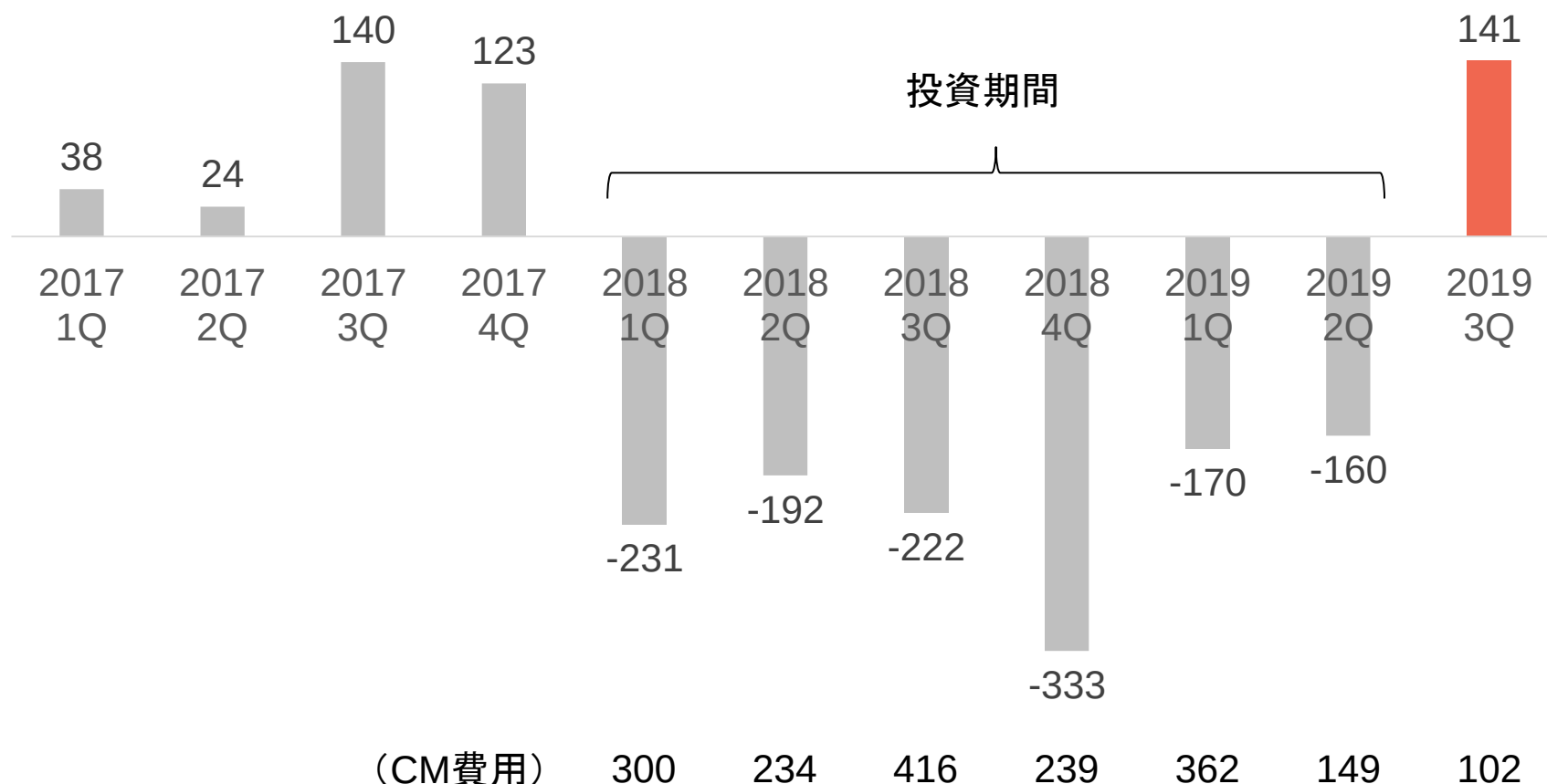
売上は +11%。e-3PL収入* 低下のため、伸び率は取扱高より低め



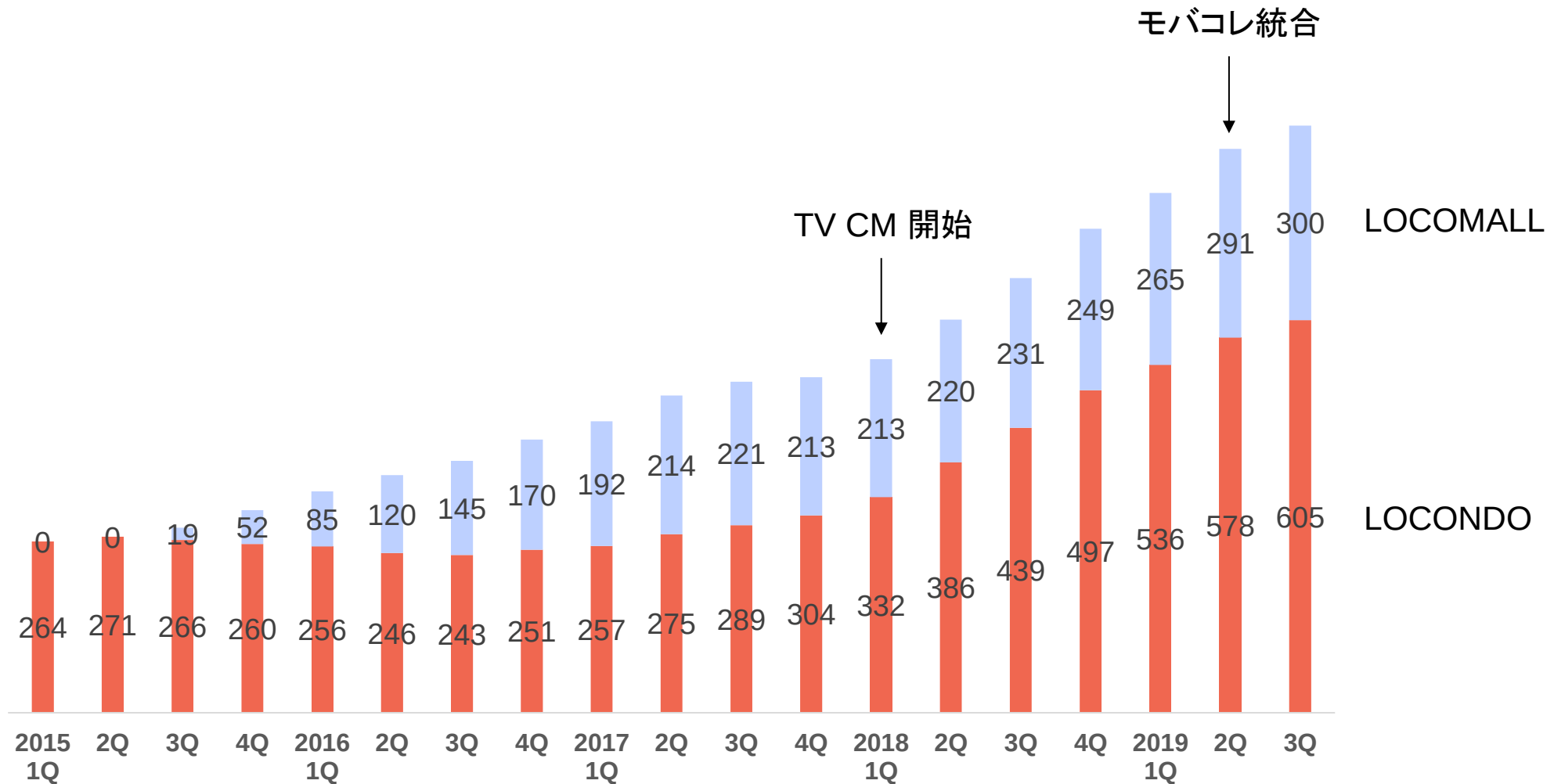
* e-3PL収入は取扱高には含まれず、売上高のみに含まれるため

営業利益 推移（単位: 百万円）

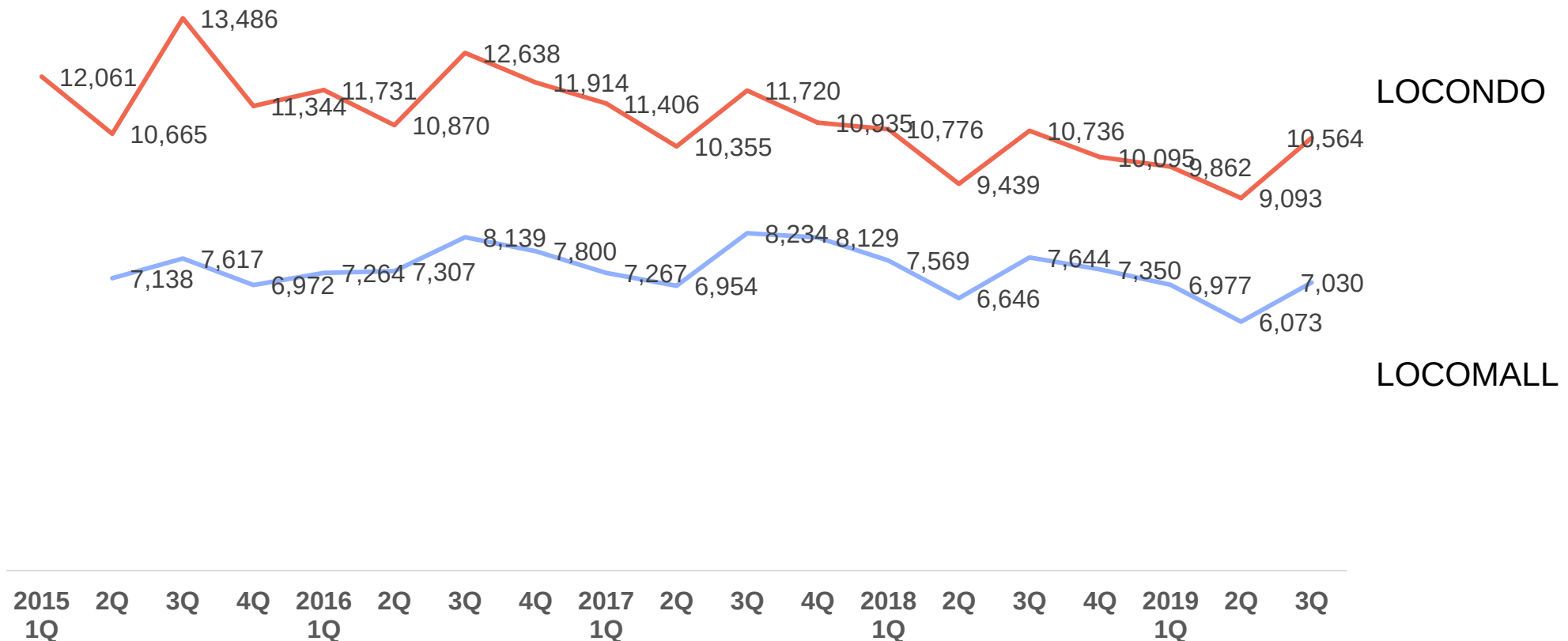
本四半期は過去最高の1.4億円の営業利益を計上。CM費用控除前の営業利益は + 2.4億円でこちらも過去最高水準



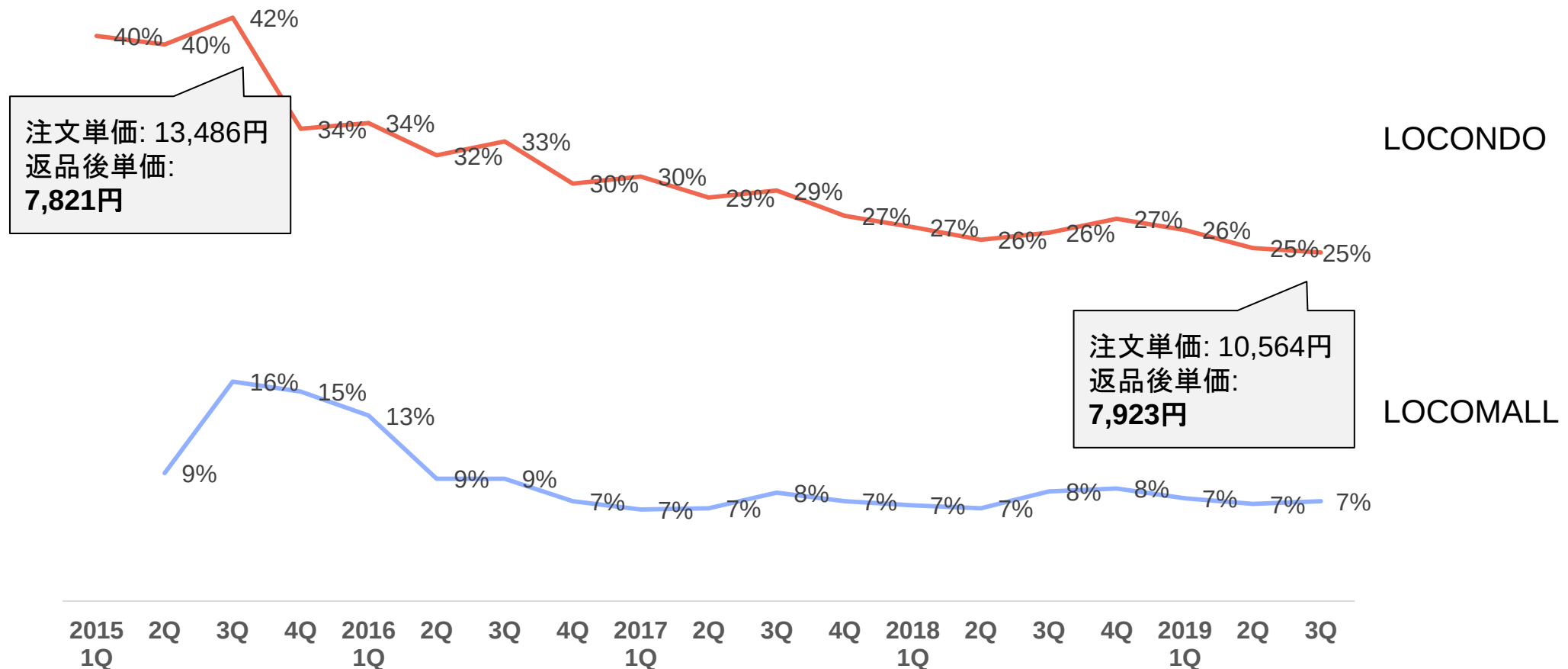
アクティブユーザー数（1年に1回以上、購入）は90万人を突破



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、遂に「25%未満」へ
⇒ 返品を加味すると、実質的な平均客単価はほぼフラット



送料・返送料の条件見直しに加えて、様々な「ジャストフィットを探しやすい」機能を提供する事によって返品率を改善

購入サイズ & ワイズ表示



ポイント付 詳細レビュー

このアイテムへのお客様の声

> レビュー投稿で最大10,000ポイント

※投稿は（対象商品の）ご購入者のみ可能
※投稿可能期間は商品出荷48時間後から30日間です

柔らかい！

デザイン 品質 快適さ

★★★★★ ★★★★★ ★★★★★

皮が柔らかく、履き心地抜群です。

ロコメジャー & マイサイズ



ビッグデータ活用（試着レポート）

試着レポート

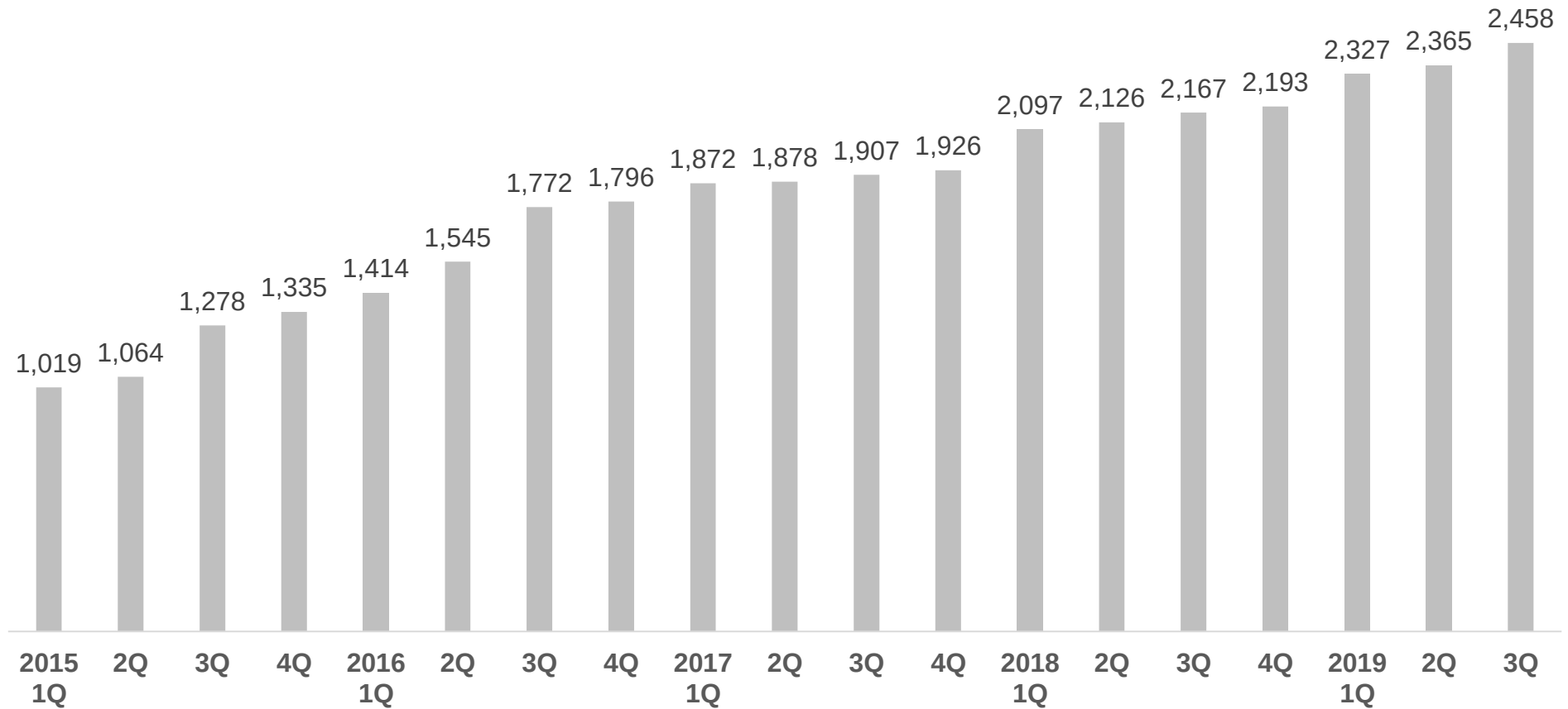
Viola & Emmaの試着結果（靴のみ）



この商品の試着結果

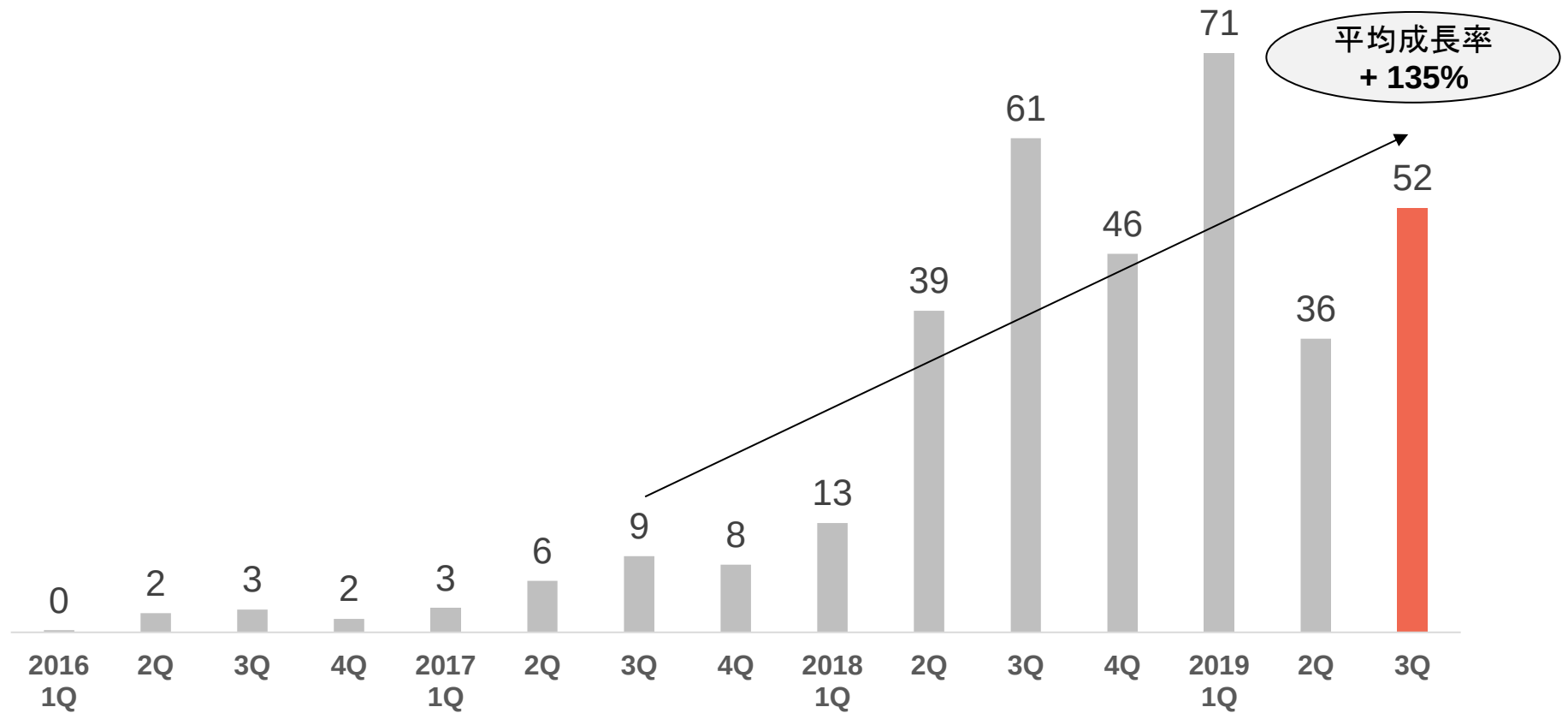


取扱ブランド数も順調に増加



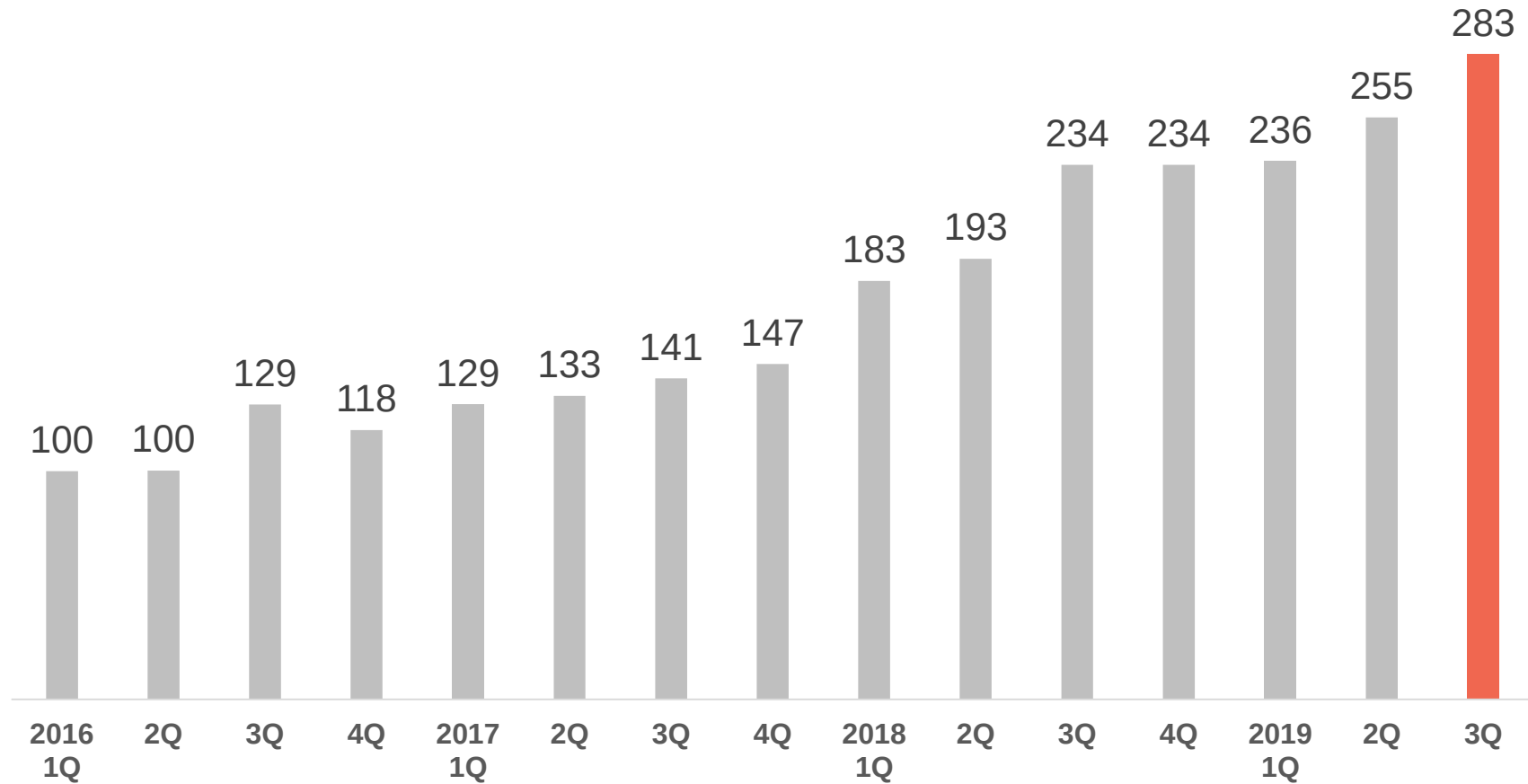
e-3PL(物流受託)出荷個数 (万個)

e-3PL出荷件数は一時的な変動で昨対は - 15%であるものの、CAGRは + 135%。4月の倉庫移転後は更に伸びていく見通し



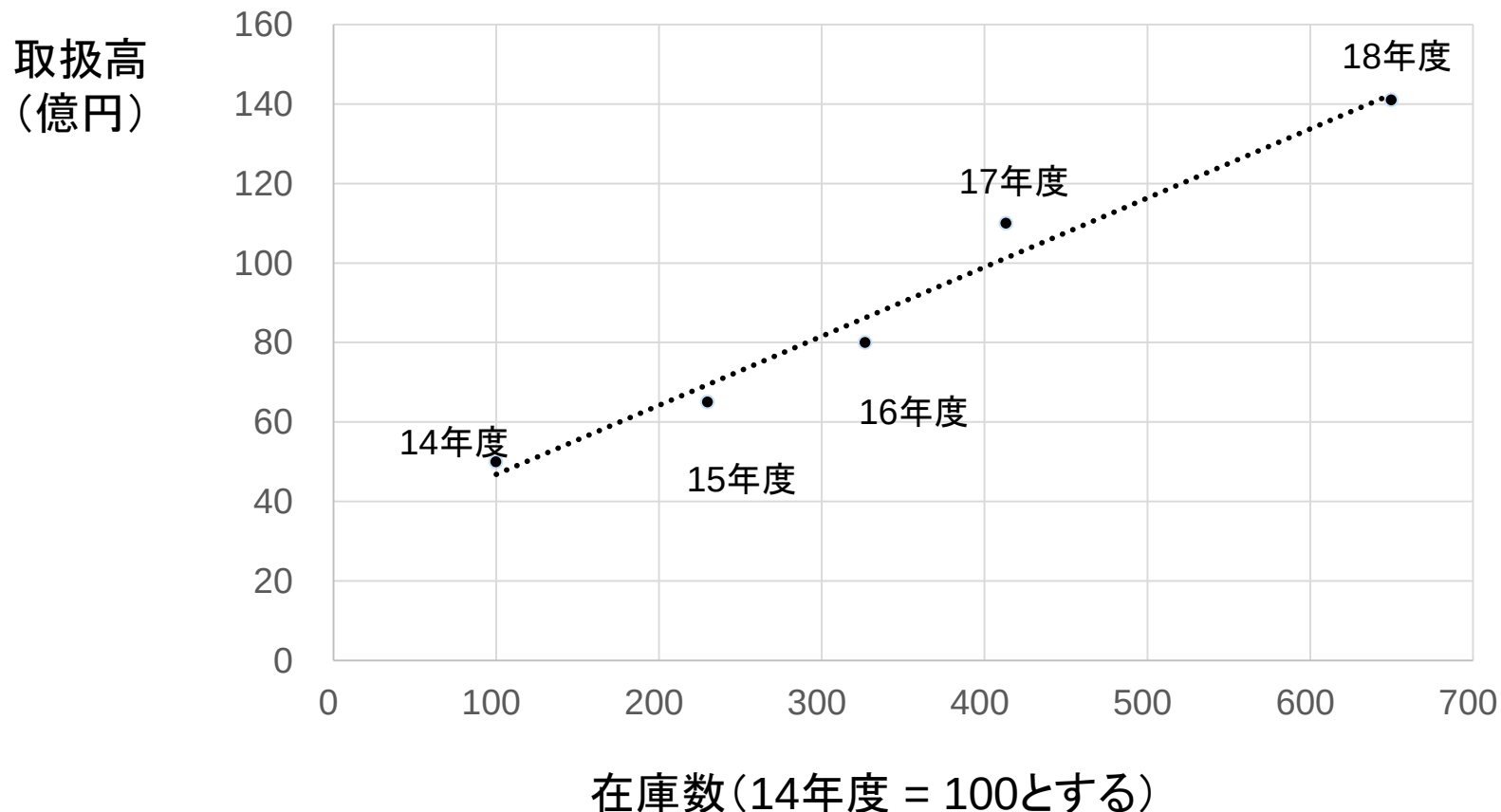
LOCOPORT 保管在庫数 推移 (2016 1Q末時点 在庫 = 100)

e-3PL契約数は順調に増加し、取扱在庫数も順調に増加



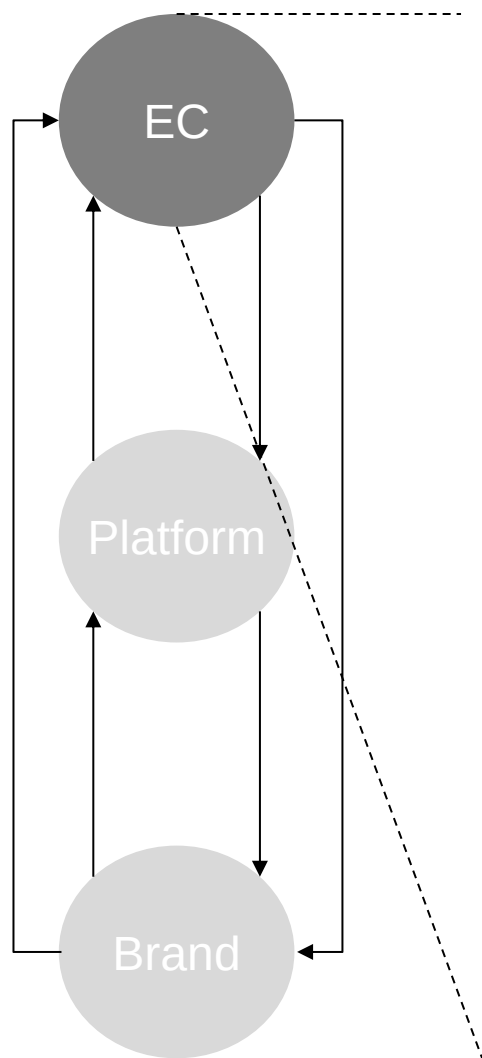
【参考】在庫数と取扱高の相関図

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



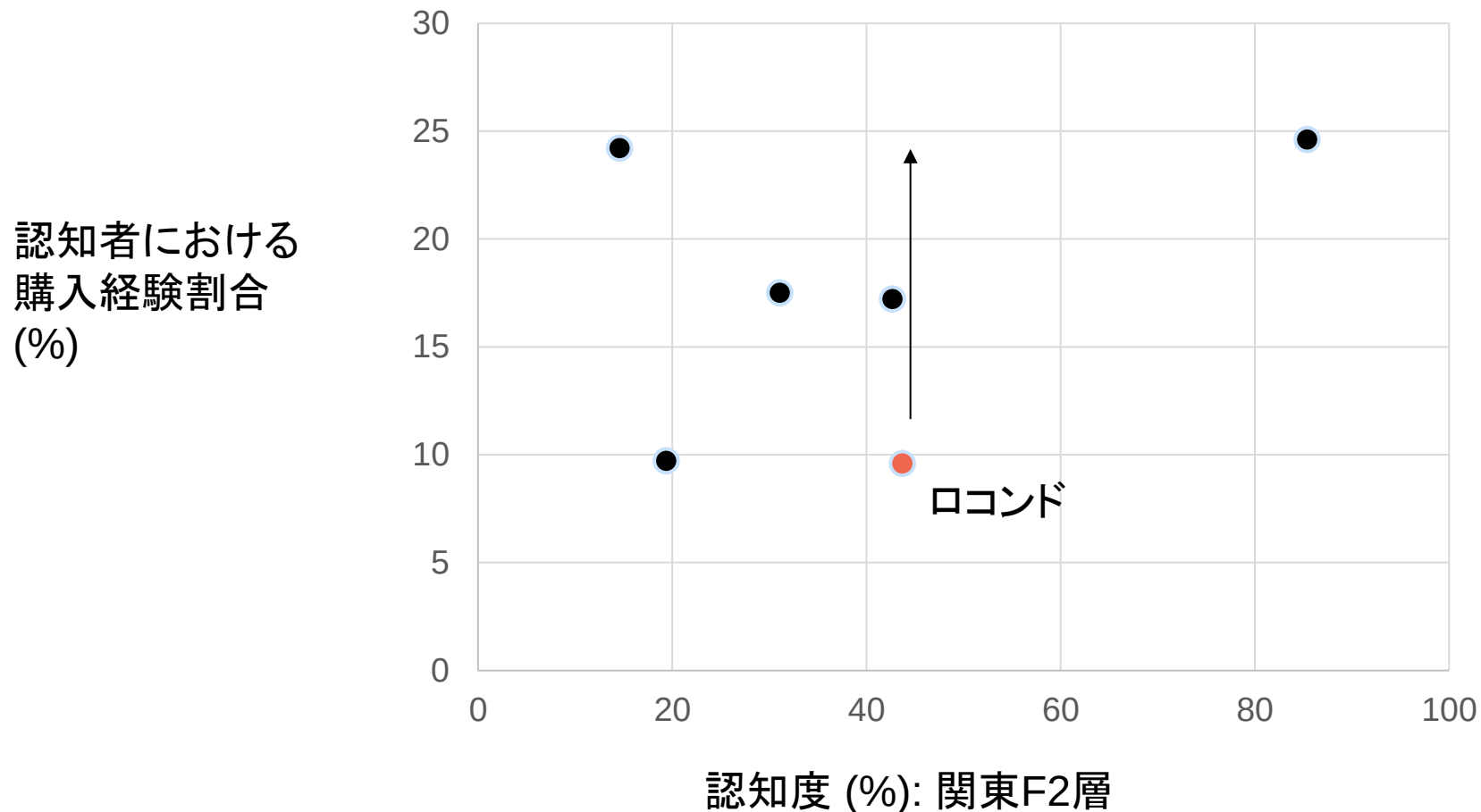
戦 略

【EC】現在の主な戦略

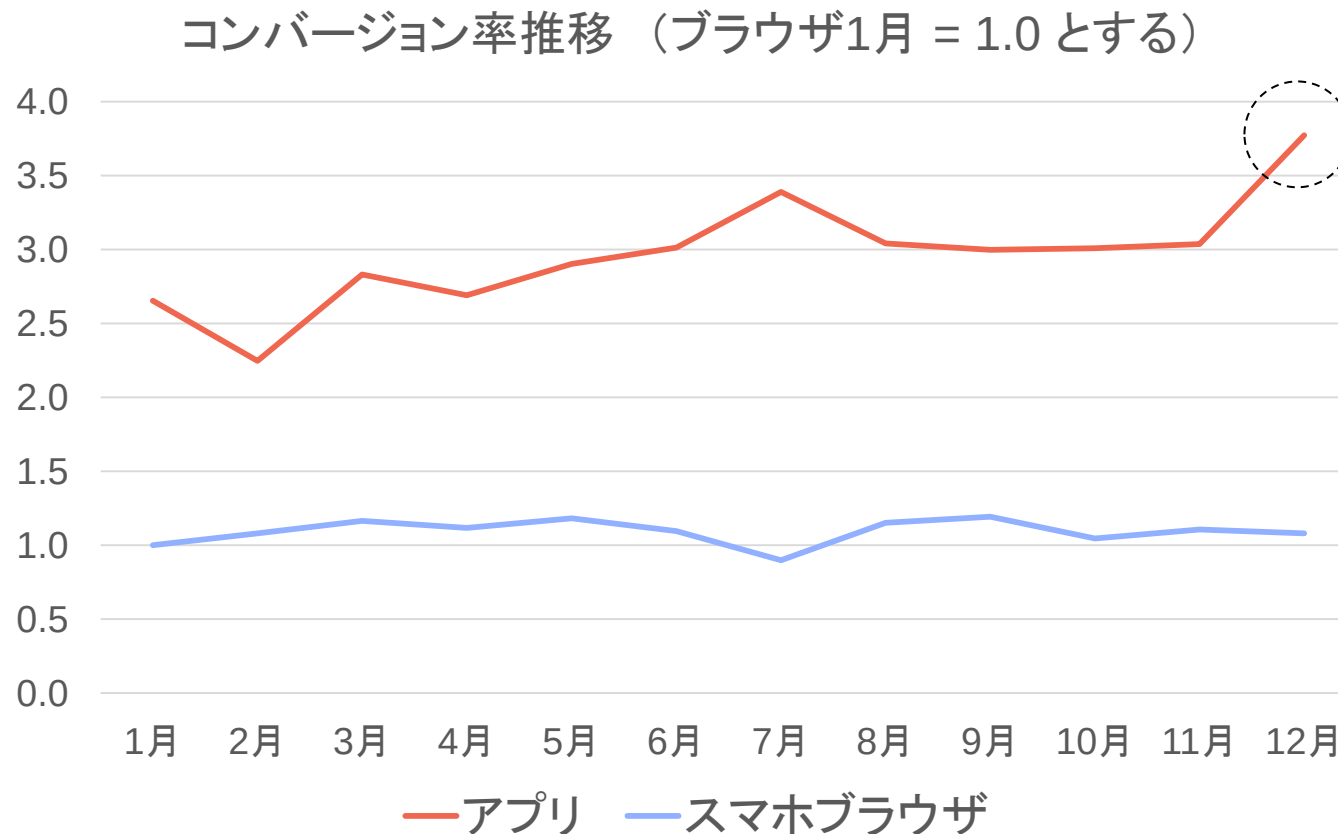


1. マスメディア広告投資を通じ、**F2層における高い認知度**（国内ファッション通販サイトで第2位）を構築...今年度は「自宅で試着」も浸透
2. 本四半期はブラウザと比べてもコンバージョン率の高い**アプリのUI/UX改善**に注力し、アプリのコンバージョン率を向上
3. 今月からはECにおける**コンテンツマーケティング**にも注力し、ECとしての魅力度を向上...第一弾は「踊る！新作受注会(1/21～)」

認知度は昨年3月時点で既に国内2位。今年のテーマは購入経験割合のアップ = コンバージョン率の向上



スマホブラウザと比べるとコンバージョン率が高いアプリのUI/UXの特に「検索」機能を改修。アプリコンバージョン率* は最高値を記録



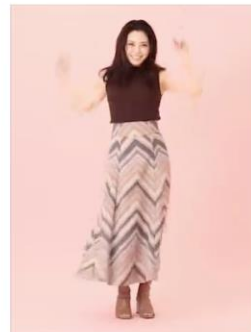
EC内のプロモーションとしてのコンテンツ制作を強化。第一弾は21日から「踊る！新作受注会」。今後は毎週、新コンテンツをアップ



model : 東條公美

Instagram : [instagram.com/tomomi_tojo](https://www.instagram.com/tomomi_tojo)

1989年7月11日生まれ。神奈川県出身。日本と韓国のハーフでありバイリンガル。歌手でデビューしその後CMやMC、モデルなどとマルチにこなす女優。世界のワイナリー巡りやワインイベントに出演するなど幅広く活躍中。



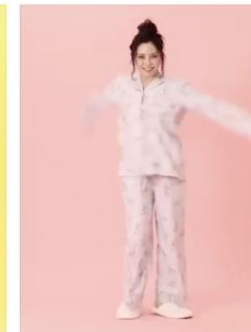
SNIDEL



CECIL McBEE

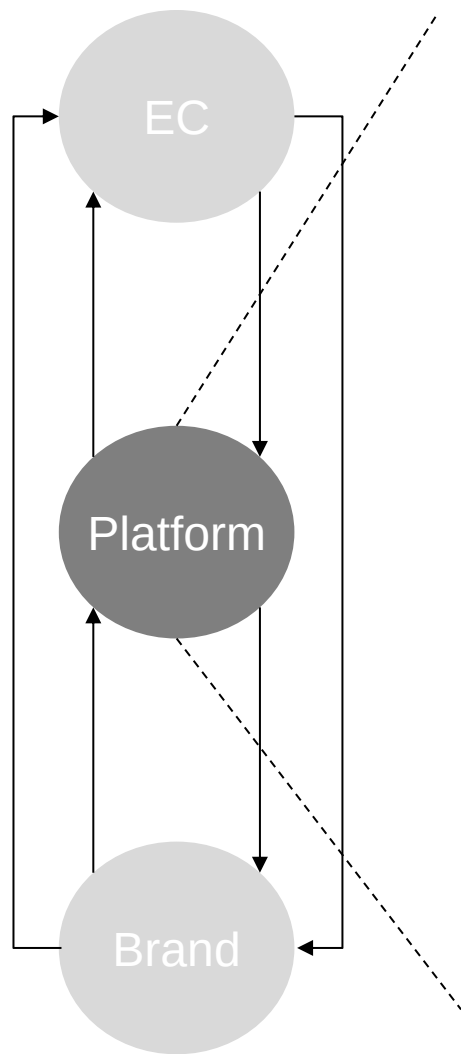


Charles & Keith



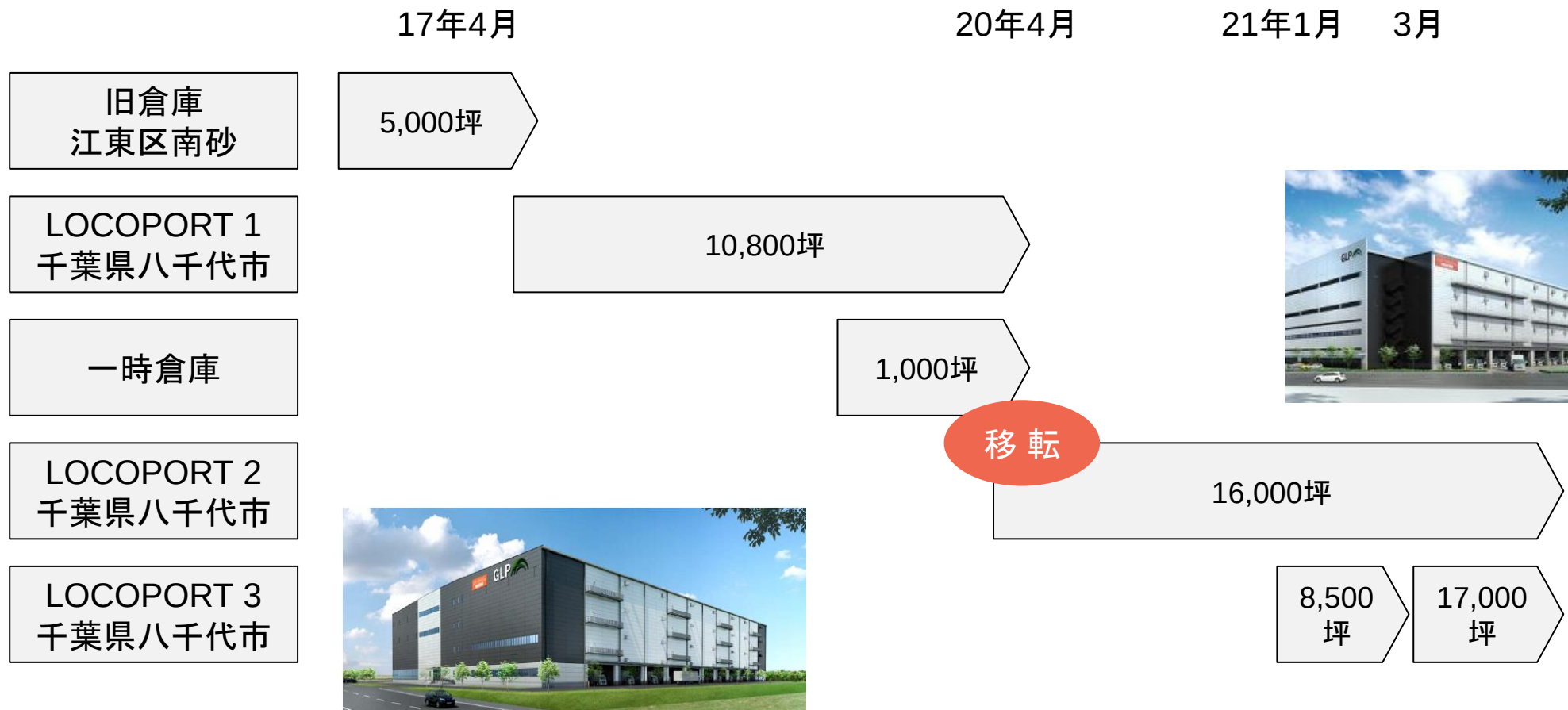
gelato pique

【PLATFORM】現在の主な戦略

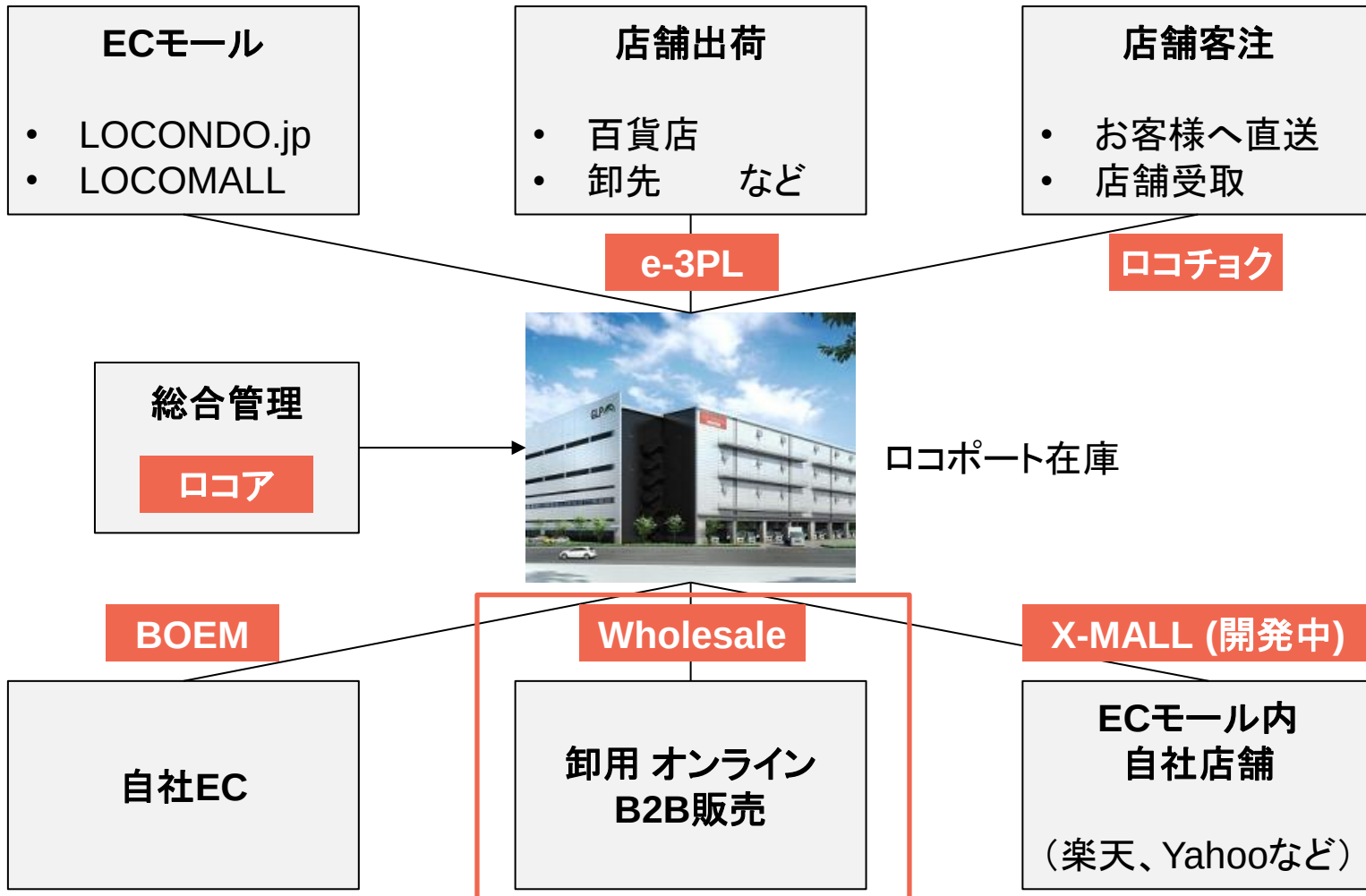


1. 4月から新倉庫(LOCOPORT II)へ移転開始。保管キャパシティの拡大に加えて、**入庫自動化レーン**の設置面積も確保
2. キャパシティ拡大に伴い、ショップ様の**在庫一元化** = 在庫シェアリングを加速するため、一元化の範囲を拡張(卸、次は他社モール)
3. 更に**情報一元化**も引き続き推進。基幹システムのL'OCOREは一部取引先様への限定公開開始... 但し、総花的にはならぬよう、**在庫一元化を優先**

4月の倉庫移転以降、段階的に倉庫面積を拡張し、最終的には2.8倍のキャパシティを確保



卸用の販売在庫も一元化が可能に



L'OCORE限定公開も開始。但し、基幹系は我々の得意領域でないため、あくまで在庫一元化を軸に、その他は必要最低限に留める

L'OCORE office edition

全画面

パートナー様管理画面サイト

ショップ管理者 様
SMZ10090D

仕入発注詳細

受注・発注

卸売受注

仕入発注

入荷・出荷

売上・仕入

商品

倉庫

取引先

ユーザー

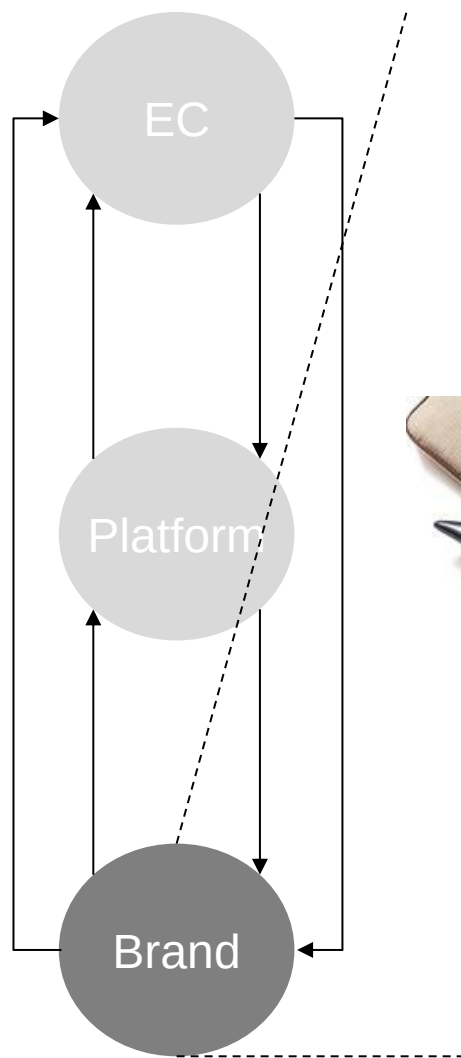
ホーム > 仕入発注 > 仕入発注一覧 > 仕入発注詳細

発注情報 | 発注明細情報

発注情報

仕入先	M-B456K2XK 56
仕入発注番号	SPO-20191121185445-98663
仕入発注自社番号	[50桁]
ステータス	発注済
発注日	必須 2019/11/21
納入予定日	必須 2019/11/28

【BRAND】現在の主な戦略



1. 本革、イタリアンデザイン、メイドインジャパンならではの高品質と快適性、なのに9,800円* のViola & Emmaは型数UPに加え、百貨店でも取扱開始



2. インスタグラマー(芸能人含む)やYouTuberとのD2Cブランド開発プロジェクトもスタート。春夏から複数のオリジナルシューズブランドを開始予定

- 年内、本格検討していた複数のM&A案件に関しては、条件が折り合わなかったため、検討中止。**年に1～2件**という目線で引き続き、候補を探していく
- 3つの事業に該当しない新規事業も着手開始。予算としては**年間1億円以内**という規律下で成長の種を撒いていく

19年度 計画値の修正（単位: 億円）

11月11日の追加説明通り、取扱高を修正し、それに合わせて売上も修正。利益は引き続き通期で0を目指すものの、下振れリスクを加味

	18年度 実績	19年度 当初計画値	19年度 修正値
取扱高	141	225	180 - 185
売上高	67	100	83 - 85
営業利益	▲ 9.8	0	▲ 1.5 - 0
経常利益	▲ 8.6	0	▲ 1.5 - 0
当期純利益	▲ 4.7	2.0	0.5 - 2.0

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。

株式会社ロコンド		LOCONDO, Inc		Fiscal Year: 2014 (2015/2)				Fiscal Year: 2015 (2016/2)				Fiscal Year: 2016 (2017/2)				Fiscal Year: 2017 (2018/2)				Fiscal Year: 2018 (2019/2)				Fiscal Year: 2019 (2020/2)			
百万円		Million JPY		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
連結 (consolidated)																											
1	連結取扱高 (返品差引後)	Consolidated GMV (after return)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,065	3,820	4,801	4,220	4,797	
2	連結成長率	Growth (%); consolidated basis		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18%	
3	連結営業利益	Consolidated EBIT		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-222	-333	-170	-160	141	
単体 (non-consolidated)																											
4	取扱高 (返品差引前)	GMV (before return)		n/a	n/a	n/a	n/a	2,255	2,151	2,481	2,453	2,653	2,262	2,637	2,739	2,924	2,833	3,151	3,057	3,818	3,977	4,785	4,466	5,124	4,925	5,598	
5	取扱高 (返品差引後)	GMV (after return)		1,169	1,131	1,235	1,527	1,493	1,432	1,681	1,897	2,041	1,780	2,024	2,175	2,300	2,267	2,479	2,447	3,031	3,177	3,796	3,516	4,118	3,948	4,507	
6	成長率	Growth (%)		-	-	-	-	28%	27%	36%	24%	37%	24%	20%	15%	13%	27%	23%	13%	32%	40%	53%	44%	36%	24%	19%	
7	売上総利益	Gross Profit		328	332	374	411	449	411	488	515	574	539	662	661	770	689	900	928	1,141	1,180	1,474	1,259	1,475	1,468	1,653	
8	売上総利益率	Percentage of GMV (after return)		28%	29%	30%	27%	30%	29%	29%	27%	28%	30%	33%	30%	34%	30%	36%	38%	38%	37%	39%	36%	36%	37%	37%	
9	変動費用 計	Variable costs		283	343	347	422	354	314	290	299	346	282	347	381	429	422	480	538	760	824	959	912	994	1,017	1,045	
10	変動費率	Percentage of GMV (after return)		24%	30%	28%	28%	24%	22%	17%	16%	17%	16%	17%	18%	19%	19%	19%	22%	25%	26%	25%	26%	24%	26%	23%	
11	- 物流関連変動費用	- Logistics		104	123	125	133	139	151	155	159	181	154	172	187	213	204	210	261	336	424	497	456	516	532	556	
12	-- 取扱高比率 (%)	-- Percentage of GMV (after return)		9%	11%	10%	9%	9%	11%	9%	8%	9%	9%	8%	9%	9%	9%	8%	11%	11%	13%	13%	13%	13%	14%	12%	
13	- 広告関連変動費用	- Promotion		142	183	182	245	171	118	77	81	102	71	109	121	128	128	169	175	298	267	320	318	346	343	339	
14	-- 取扱高比率 (%)	-- Percentage of GMV (after return)		12%	16%	15%	16%	11%	8%	5%	4%	5%	4%	5%	6%	6%	6%	7%	7%	10%	8%	8%	9%	8%	9%	8%	
15	- その他変動費用	- Other variable costs		36	36	39	43	44	45	57	58	63	56	65	71	87	89	100	101	124	132	141	137	131	141	149	
16	-- 取扱高比率 (%)	-- Percentage of GMV (after return)		3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	3%	4%	3%	
17	限界利益	Contribution Margin		44	-11	27	-11	94	96	198	216	228	256	314	280	340	267	419	389	380	356	514	346	480	450	607	
18	限界利益率	- Percentage of GMV (after return)		4%	-1%	2%	-1%	6%	7%	12%	11%	11%	14%	16%	13%	15%	12%	17%	16%	13%	11%	14%	10%	12%	11%	14%	
19	固定費用 計	Fixed costs		135	138	212	196	177	190	209	237	201	209	230	245	301	243	279	266	612	548	762	578	719	575	506	
20	固定費率	Percentage of GMV (after return)		12%	12%	17%	13%	12%	13%	12%	12%	10%	12%	11%	11%	13%	11%	11%	11%	20%	17%	20%	16%	18%	15%	11%	
21	- 賃料	- Rent		24	27	39	52	57	57	77	77	77	77	90	90	74	86	113	113	113	114	124	126	128	130	127	
22	-- 倉庫面積	-- Warehouse (m2)		4,873	6,925	8,940	11,939	11,939	11,939	15,923	15,923	15,923	15,923	19,110	19,110	22,595	34,278	34,278	34,278	34,278	34,278	37,388	37,388	37,388	37,388	37,388	
23	- 人件費	- Salaries		77	78	77	76	82	84	83	85	85	86	89	91	88	94	101	81	95	105	102	104	113	136	123	
24	-- 正社員数	- # of employees (full-time)		72	72	72	72	72	69	68	68	72	74	70	67	81	81	80	80	80	77	76	74	78	90	78	
25	- TVCM	- TVCM costs		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	300	234	416	239	362	149	102	
26	- その他固定費用	- Other fixed costs		34	33	96	68	38	49	49	75	39	46	51	64	139	63	65	72	104	95	120	109	116	160	154	
27	営業利益	EBIT		-90	-150	-184	-207	-83	-93	-10	-20	26	47	84	35	38	24	140	123	-231	-192	-248	-231	-238	-125	100	
28	営業利益率	- Percentage of GMV (after return)		-8%	-13%	-15%	-14%	-6%	-7%	-1%	-1%	1%	3%	4%	2%	2%	1%	6%	5%	-8%	-6%	-7%	-7%	-6%	-3%	2%	
29	1. EC事業 (MANGO含む)	1. E-commerce (incl. MANGO)																									
30	取扱高 (返品差引前)	GMV (before return)		1,431	1,456	1,670	1,785	1,857	1,796	2,021	1,721	1,905	1,701	2,174	2,232	2,380	2,244	2,573	2,509	3,254	3,370	4,080	3,761	4,156	4,211	4,704	
31	取扱高 (返品差引後)	GMV (after return)		924	923	1,020	1,102	1,110	1,093	1,239	1,187	1,313	1,232	1,570	1,679	1,771	1,691	1,918	1,914	2,488	2,594	3,115	2,839	3,178	3,261	3,645	
32	- 返品率	- Return rate (%)		36%	37%	39%	38%	40%	39%	39%	31%	31%	28%	28%	25%	26%	25%	25%	23.7%	24%	23%	24%	25%	24%	23%	23%	
33	- 成長率	- Growth (%)						20%	18%	21%	8%	18%	13%	27%	42%	35%	37%	22%	14%	41%	53%	62%	48%	28%	26%	17%	
34	売上総利益	Gross Profit		304	309	352	378	413	366	415	418	471	442	585	574	654	579	770	706	990	982	1,194	1,037	1,246	1,250	1,409	
35	- 売上総利益率	- Gross Profit (%)		33%	34%	35%	34%	37%	34%	34%	35%	36%	36%	37%	34%	37%	34%	40%	37%	40%	38%	38%	37%	39%	38%	39%	
36	会員数	# of membership		-	572	621	672	724	776	835	904	968	1,037	1,117	1,215	1,313	1,411	1,499	1,649	1,792	1,977	2,175	2,365	2,576	3,434	3,628	
37	アクティブ会員数	# of active users		443	226	242	254	264	271	285	312	341	366	388	421	449	489	510	517	545	606	670	746	801	869	905	
38	平均バスケット単価 (返品前)	Average basket size (before return)		12,071	9,909	12,654	12,313	12,061	10,576	12,454	10,462	10,824	10,033	11,415	10,745	10,309	9,534	10,955	10,327	10,150	8,932	10,183	9,609	9,286	8,537	9,933	
39	平均購入アイテム数 (返品前)	# of average items (before return)		1.5	1.6	1.5	1.6	1.6	1.7	1.7	1.5	1.6	1.7	1.6	1.7	1.7	1.8	1.6	1.6	1.6	1.7	1.6	1.6	1.6	1.7	1.7	
40	平均アイテム価格 (返品前)	average sold item price		7,881	6,314	8,202	7,815	7,420	6,260	7,407	6,880	6,828	5,876	6,947	6,402	5,916	5,407	6,731	6,307	6,198	5,192	6,276	5,979	5,710	5,045	6,019	
41	取扱ブランド数	# of brands		-	-	-	-	1,019	1,064	1,278	1,335	1,414	1,545	1,772	1,796	1,872	1,878	1,907	1,926	2,097	2,126	2,167	2,193	2,327	2,365	2,458	
42	1-1. LOCONDO.jp	1-1. LOCONDO.jp																									
43	取扱高 (返品差引前)	GMV (before return)		1,431	1,456	1,670	1,785	1,857	1,767	1,800	1,483	1,637	1,394	1,731	1,748	1,916	1,832	2,124	2,057	2,756	2,893	3,505	3,229	3,524	3,631	4,082	
44	取扱高 (返品差引後)	GMV (after return)		924	923	1,020	1,102	1,110	1,067	1,052	984	1,080	953	1,166	1,229	1,338	1,306	1,504	1,494	2,024	2,148	2,585	2,350	2,592	2,721	3,068	
45	- 返品率	- Return rate		36%	37%	39%	38%	40%	40%	42%	34%	34%	32%	33%	30%	30%	29%	29%	27%	27%	26%	26%	27%	26%	25%	25%	
46	- 成長率	- Growth (%)		-	-	-	-	20%	16%	3%	-11%	-3%	-11%	11%	25%	24%	37%	29%	22%	51%	65%	72%	57%	28%	27%	19%	
47	会員数	# of membership		1,587	572	621	672	724	772	804	842	873	905	937	981	1,025	1,074	1,118	1,170	1,312	1,440	1,579	1,713	1,854	2,640	2,766	
48	アクティブ会員数	# of active users		443	226	242	254	264	271	266	260	256	246	243	251	257	275	289	304	332	386	439	497	536	578	605	
49	平均バスケット単価 (返品前)	Average basket size (before return)		12,071	9,909	12,654	12,313	12,061	10,665	13,486	11,344	11,731	10,870	12,638	11,914	11,406	10,355	1									

	株式会社ロコンド	LOCONDO, Inc	Fiscal Year: 2014 (2015/2)				Fiscal Year: 2015 (2016/2)				Fiscal Year: 2016 (2017/2)				Fiscal Year: 2017 (2018/2)				Fiscal Year: 2018 (2019/2)				Fiscal Year: 2019 (2020/2)			
	百万円	Million JPY	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
52	1-2. LOCOMALL	1-2. LOCOMALL																								
53	取扱高 (返品差引前)	GMV (before return)	-	-	-	-	-	29	220	237	268	306	442	484	463	412	448	452	497	477	574	531	631	579	621	
54	取扱高 (返品差引後)	GMV (after return)	-	-	-	-	-	26	186	202	233	279	404	450	432	385	414	420	463	445	529	489	585	539	577	
55	- 返品率	- Return rate	-	-	-	-	-	9%	16%	15%	13%	9%	9%	7%	7%	7%	8%	7%	7%	7%	8%	8%	7%	7%	7%	
56	- 成長率	- Growth (%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	947%	117%	122%	86%	38%	3%	-7%	7%	16%	28%	16%	26%	21%	9%	
57	会員数	# of membership	-	-	-	-	-	4	31	62	95	132	180	234	288	337	381	479	480	537	596	652	722	794	862	
58	アクティブ会員数	# of active users	-	-	-	-	-	-	19	52	85	120	145	170	192	214	221	213	213	220	231	249	265	291	300	
59	平均バスケット単価 (返品前)	Average basket size (before return)	-	-	-	-	-	7,138	7,617	6,972	7,264	7,307	8,139	7,800	7,267	6,954	8,234	8,129	7,569	6,646	7,644	7,350	6,977	6,073	7,030	
60	平均購入アイテム数 (返品前)	# of average items	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.4	1.4	1.4	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.2	
61	平均アイテム価格 (返品前)	average sold item price	-	-	-	-	-	5,444	6,013	5,585	5,676	5,475	6,106	5,881	5,253	5,021	6,102	6,271	5,838	5,052	5,925	5,854	5,461	4,805	5,659	
62	2. Platform事業 (MANGO含む)	2. Platform (incl. MANGO)																								
63	取扱高 (返品差引前)	GMV (before return)	n/a	n/a	n/a	n/a	398	355	460	732	748	561	463	507	544	589	578	548	564	607	705	705	968	714	894	
64	取扱高 (返品差引後)	GMV (after return)	245	208	215	425	383	339	442	710	728	548	454	496	529	576	561	533	543	583	681	677	940	687	862	
65	- 返品率	- Return rate (%)	n/a	n/a	n/a	n/a	4%	5%	4%	3%	3%	2%	2%	2%	3%	2%	3%	3%	4%	4%	3%	4%	3%	4%	4%	
66	- 成長率	- Growth (%)	-	-	-	-	56%	63%	106%	67%	90%	62%	3%	-30%	-27%	5%	24%	8%	3%	1%	21%	27%	73%	18%	27%	
67	売上総利益	Gross Profit	24	23	22	33	36	45	73	97	103	97	77	87	116	110	130	222	151	198	280	222	229	218	244	
68	- 売上総利益率	- Gross Profit (%)	10%	11%	10%	8%	9%	13%	17%	14%	14%	18%	17%	18%	22%	19%	23%	42%	28%	34%	41%	33%	24%	32%	28%	
69	2-1. 自社EC支援事業	2-1. BOEM (Brand's Official EC Management)																								
70	取扱高 (返品差引後)	GMV (after return)	245	208	215	425	382	332	399	626	512	299	200	240	206	232	260	285	306	364	323	371	348	374	380	
71	- 成長率	- Growth (%)	-	-	-	-	56%	60%	86%	47%	34%	-10%	-50%	-62%	-60%	-22%	30%	19%	49%	57%	24%	30%	14%	3%	18%	
72	2-2. 物流受託事業	2-2. e-3PL																								
73	出荷数 (ピース数)	# of shipped volume	-	-	-	-	-	-	-	-	2,610	23,677	28,013	16,669	29,718	63,029	93,308	82,902	133,981	394,195	605,517	463,789	709,673	360,910	515,524	
74	- 成長率	- Growth (%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1039%	166%	233%	397%	351%	525%	549%	459%	430%	-8%	-15%	
75	2-3. LOCOCHOC	2-3. LOCOCHOC																								
76	取扱高 (返品差引後) 定価ベース	GMV (after return)	-	-	-	-	-	6	42	83	215	248	253	255	305	317	281	228	223	205	342	295	591	312	480	
77	- 成長率	- Growth (%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4033%	502%	207%	42%	28%	11%	-11%	-27%	-35%	22%	29%	165%	52%	40%	
78	2-4. その他Platform事業	2-4. Others																								
79	取扱高 (返品差引後)	GMV (after return)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	26	19	20	13	14	15	10	-	-	-	
80	- 成長率	- Growth (%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-28%	-46%	-21%	-50%	-100%	-100%	-100%	