2020年10月15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　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10月14日　18：00～19：00
開催方法	インターネットを利用した動画配信
開催場所	当社ホームページ https://www.locondo.co.jp/ir
説明会資料名	2021年2月期 第2四半期決算説明会資料 2021年2月期 第2四半期DATA SHEET

【添付資料】

2021年2月期 第2四半期決算説明会資料

2021年2月期 第2四半期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４２７条に基づき、公衆縦覧に供されます。



20年度（21年2月期）第2四半期 決算説明資料

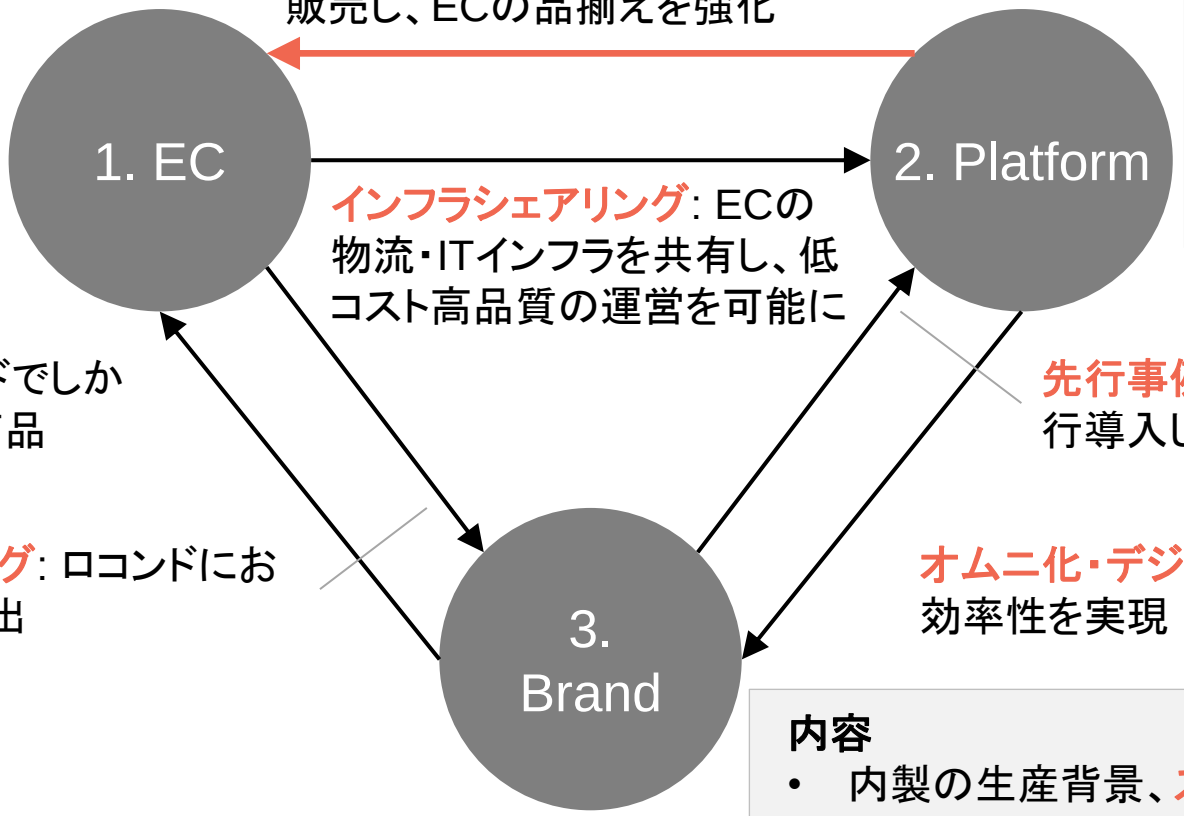





ロコンドの3つの事業

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

内容
- 試着できる通販 = ロコンド
- 最大級の婦人靴の品揃え



在庫シェアリング: 店舗在庫をEC販売し、ECの品揃えを強化

インフラシェアリング: ECの物流・ITインフラを共有し、低コスト高品質の運営を可能に

商品差別化: ロコンドでしか買えないブランド、商品

ブランディング: ロコンドにおける優先露出

先行事例: 外部提供前に先行導入し、他社利用を後押し

オムニ化・デジタル化: 高い効率性を実現

内容
- 物流を核とする、オムニ戦略基盤
- EC・店舗・卸の川上～川下の全てをデジタル管理

内容
- 内製の生産背景、スピード開発
- YouTubeを軸とする高度な企画力

第2四半期（6月～8月）

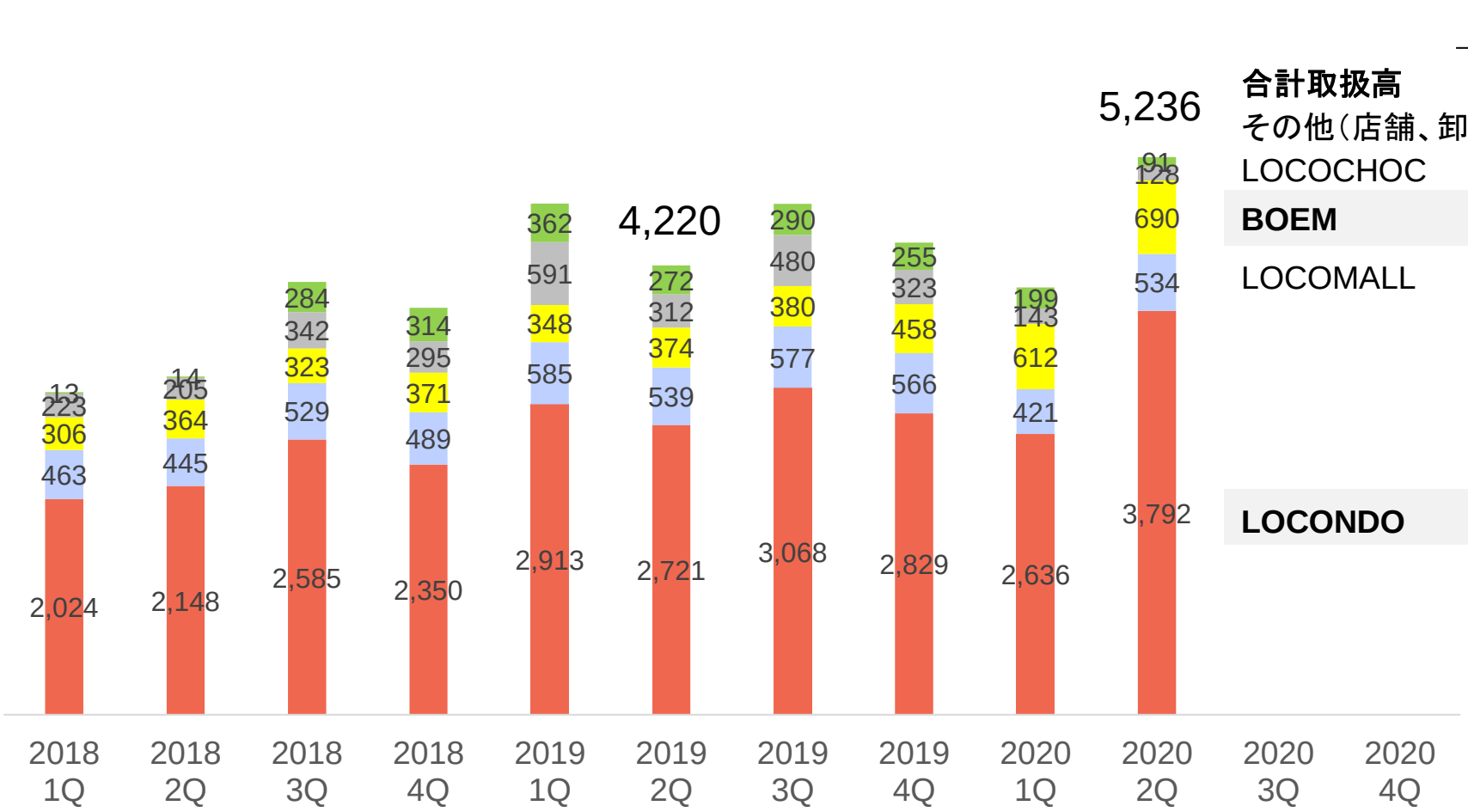
実績

【第1四半期資料から再掲】

第1四半期の昨年対比（取扱高ベース）	現時点の戦略的優先度
e-3PL（商品取扱高には含まない）	高 • L'OCORE システム群と合わせて「在庫シェアリング」の核となるサービス
-45% その他	低 • 今月一杯で旧三鈴の百貨店店舗は全て閉鎖 • 卸は主要取引先への選択と集中。D2Cの拡販
-75% LOCOCHOC	低 • 利益率も低い（出荷個数×作業費用）ため、今後はe-3PLのLite版として縮小展開
BOEM 75%	高 • コロナ禍において大幅成長し、6月以降も成長継続
LOCOMALL -28%	中 • 3,980円策以降、客単価はダウンしリピート率も低いため、最終的な撤退も視野に運営
LOCONDO -9%	高 • 今期は靴の需要ダウンが影響したものの、e-3PLと合わせてロコンドの基幹サービス

商品取扱高（GMV） 推移 （単位: 百万円）

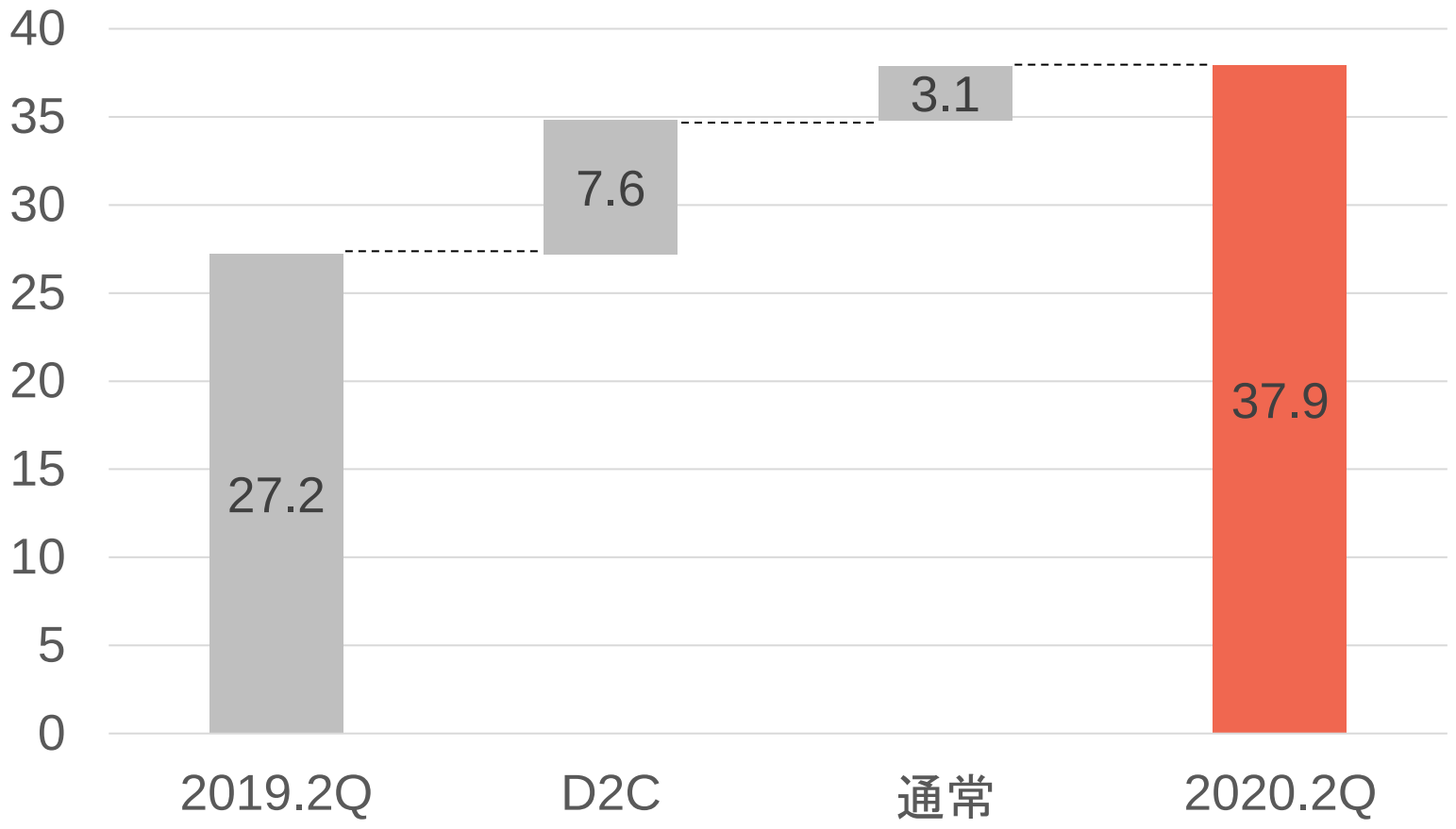
戦略的優先度を加味した「選択と集中」の結果、ロコンドは **+39%**、
BOEMは **+84%**と大きく伸長し、全体でも **+24%**



	成長率
合計取扱高	**+24.0 %**
その他（店舗、卸等）	- 66.4 %
LOCOCHOC	- 59.0 %
BOEM	**+ 84.4%**
LOCOMALL	- 0.9 %
LOCONDO	**+ 39.4 %**

【第2四半期】LOCONDOの成長理由 （単位: 億円）

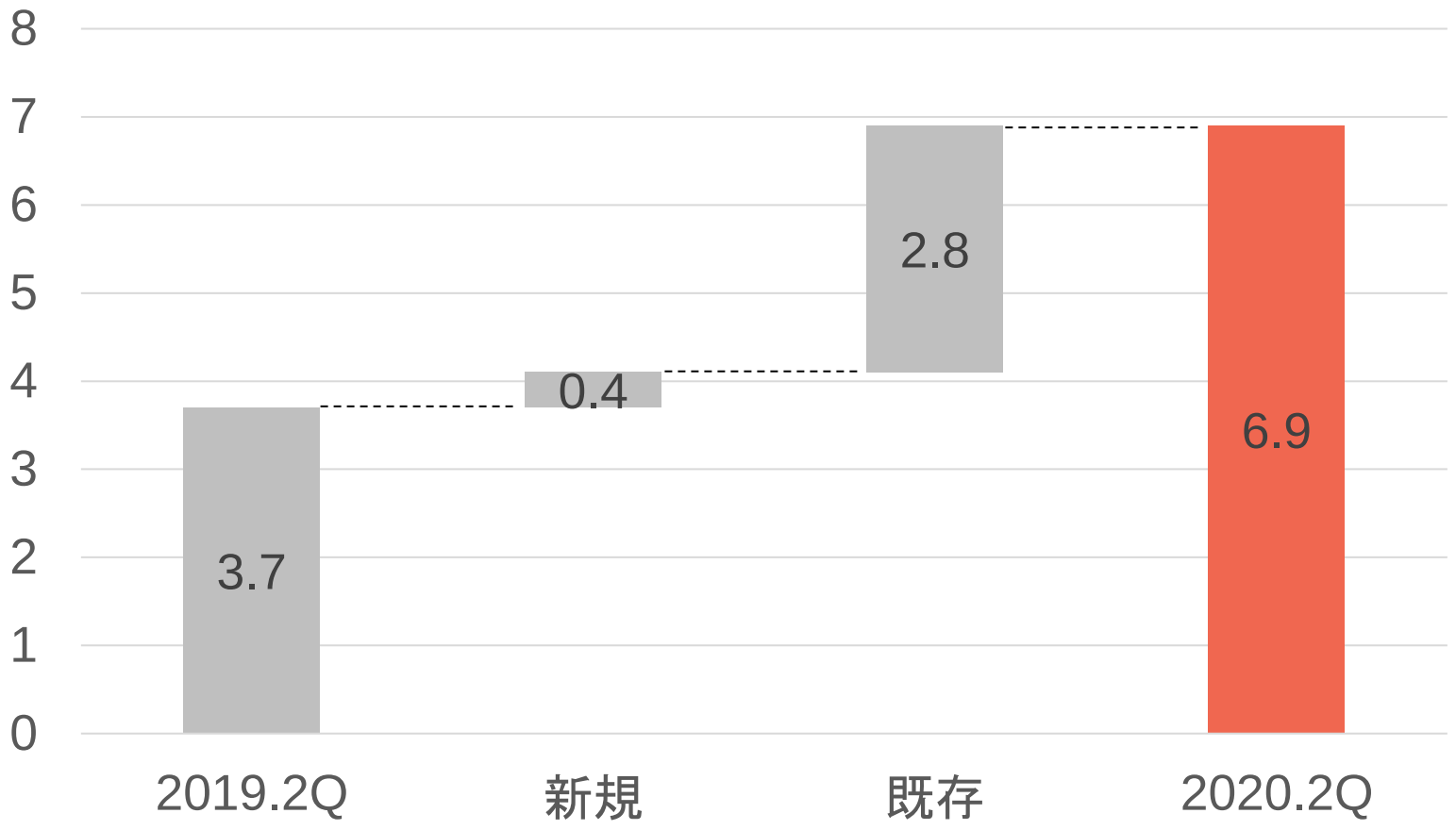
LOCONDO.jpはD2Cによって大きく伸長。ReZARDは累計受注* のうち約65%を出荷済で、残り35%の売上計上は3Q以降



* 10月6日までの累積受注額。キャンセルやサイズ交換発注は除く

【第2四半期】BOEMの成長理由 （単位: 億円）

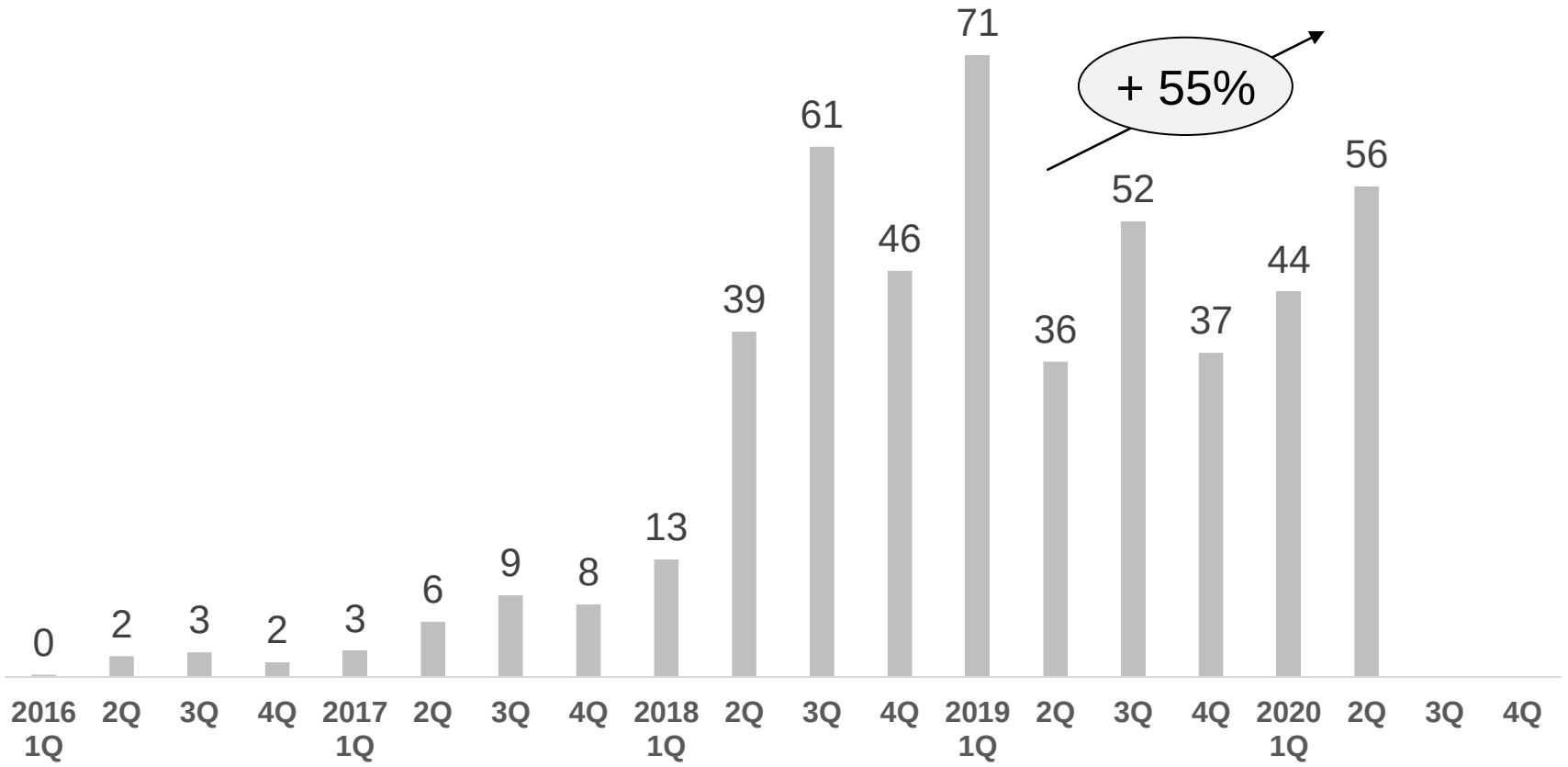
BOEMは新規ショップ様の効果よりも既存公式ショップ様による成長が大きい



* 社内速報値データから新規、既存ショップの売上割合を算出し、決算数値に合わせて算出

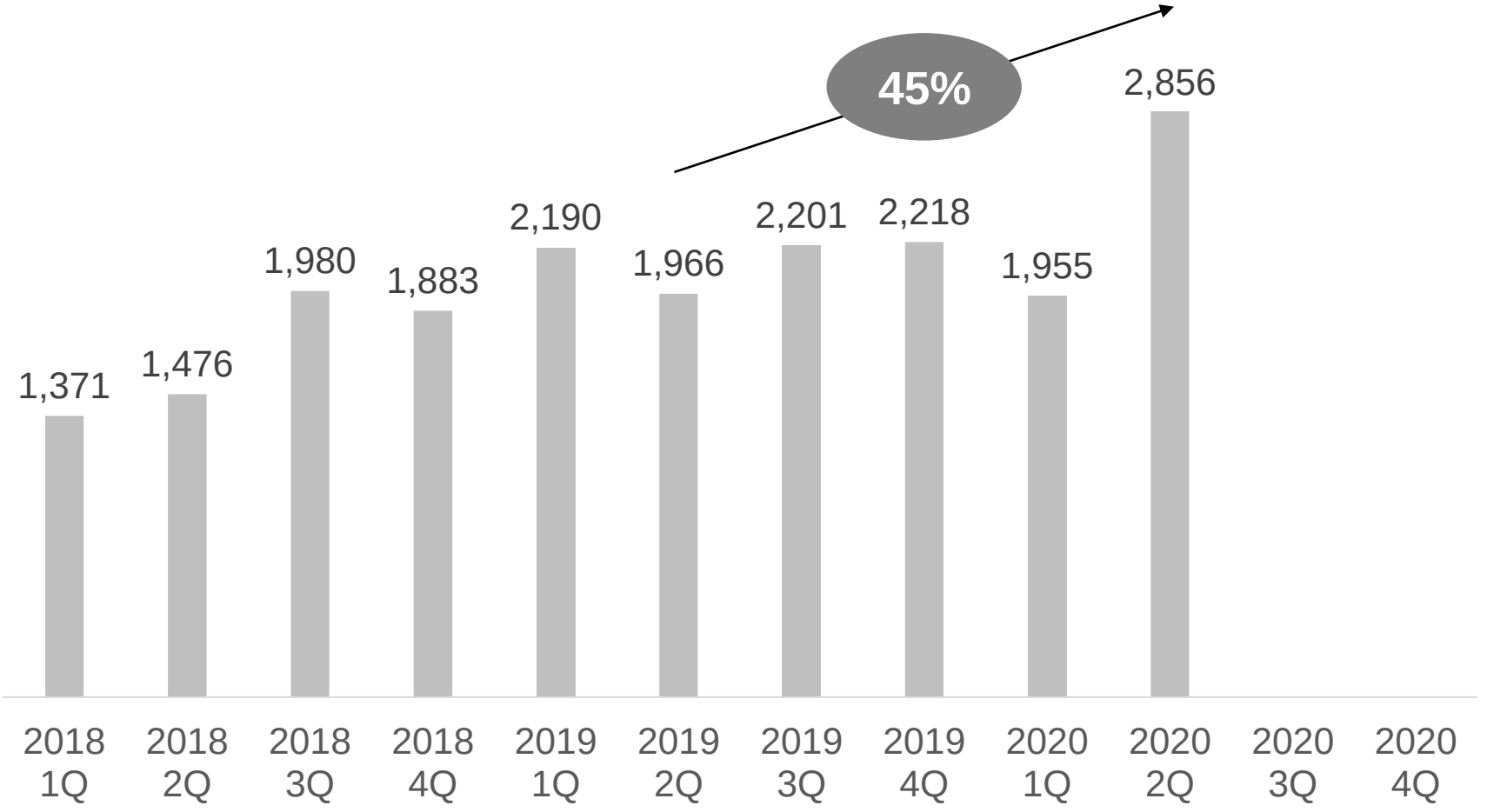
e-3PL（物流受託）出荷個数 （万個）

店舗も徐々に再開し、e-3PLの出荷数も **+55%**と大幅に伸長



売上高　推移　（単位: 百万円）

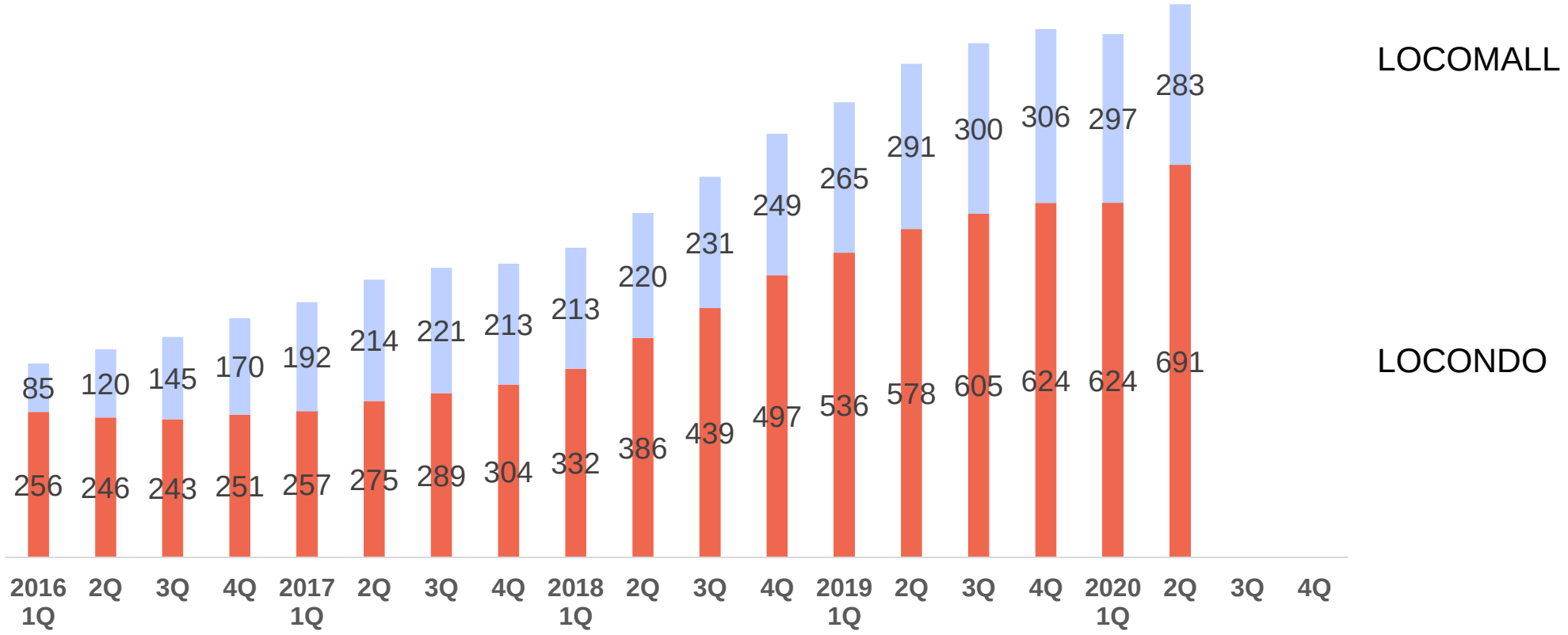
取扱高の増加に伴って、第2四半期の売上も +45%と大幅に成長



（注）買取在庫の場合は販売価格、委託在庫の場合は販売価格×ロコンド手数料を売上として計上

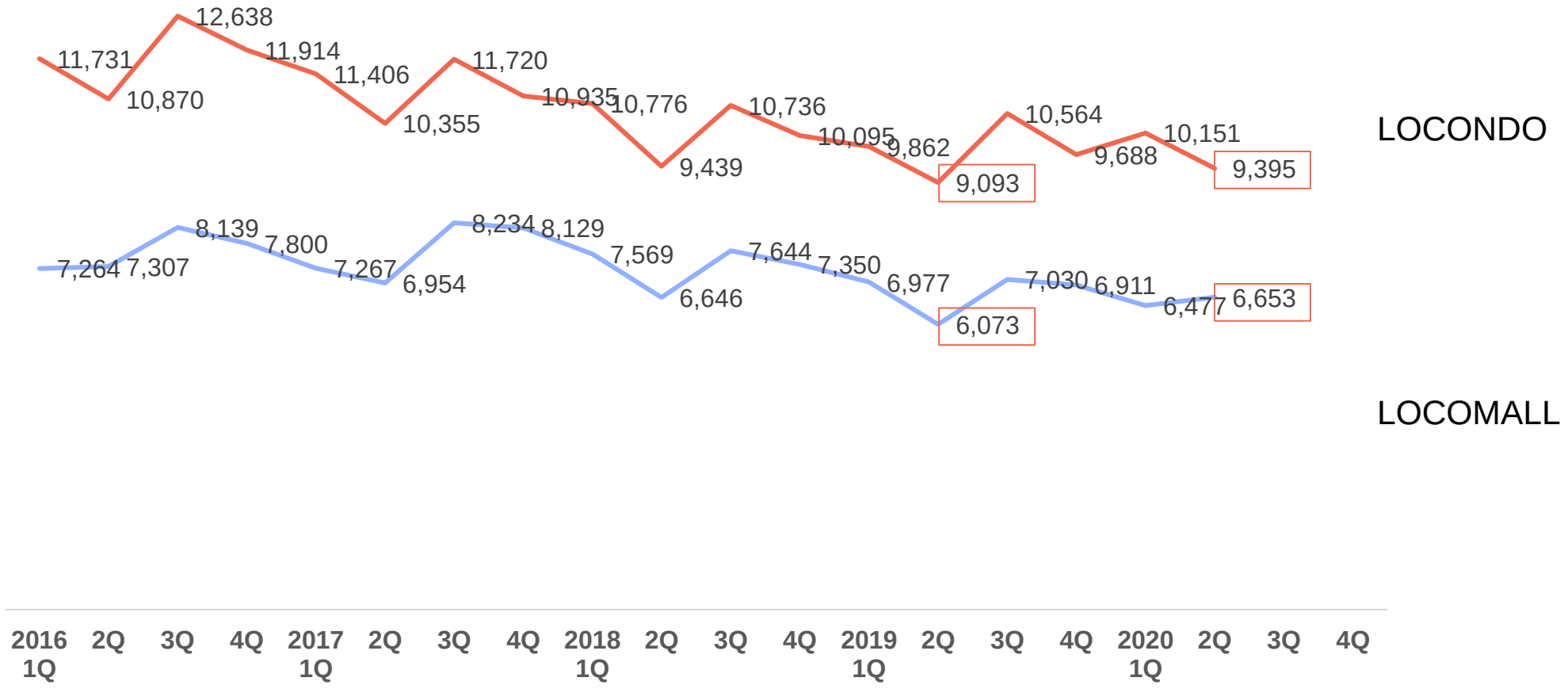
EC事業　アクティブユーザー数 （千人）

ロコンドのアクティブユーザー数（1年に1回以上、購入）は四半期で6.7万人増えて（過去最高値）、約70万人へ



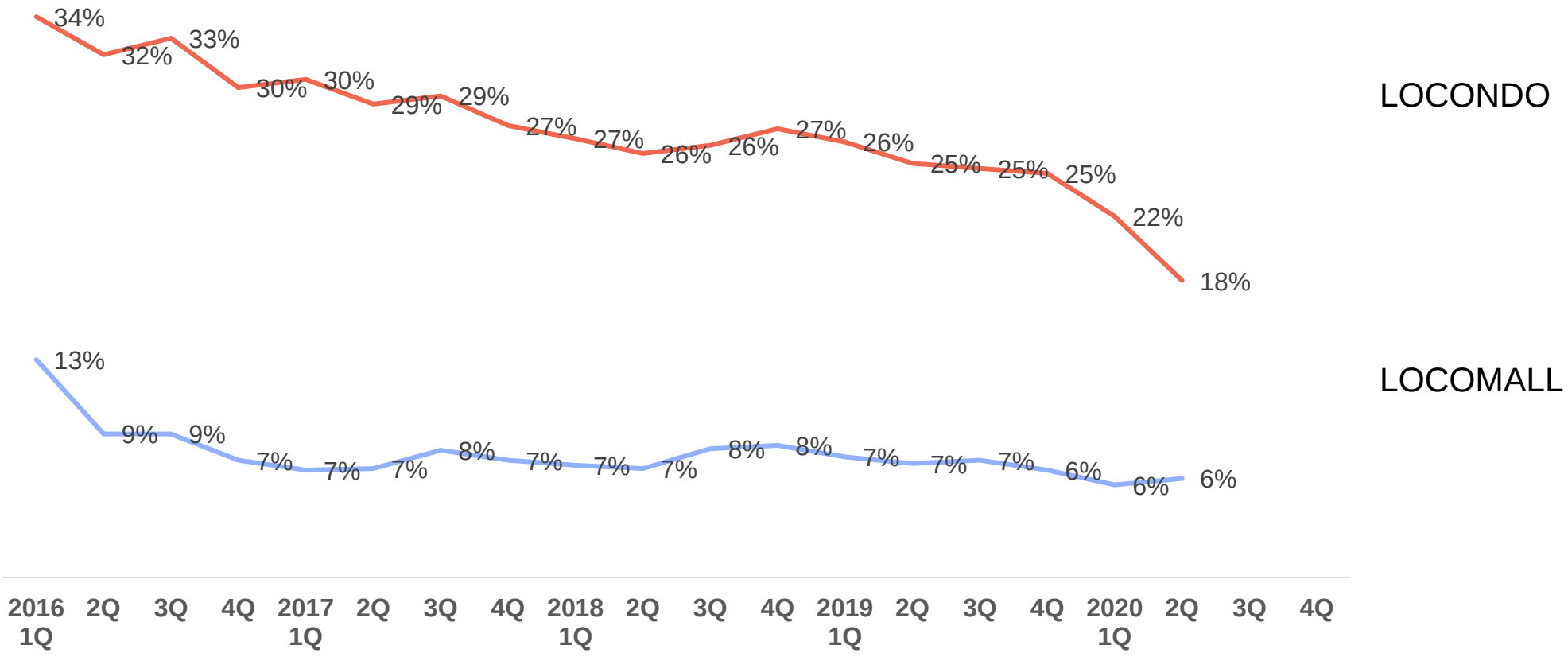
EC事業　平均バスケット単価 （受注ベース）

受注毎のお客様単価はロコンド、ロコモール共にアップ



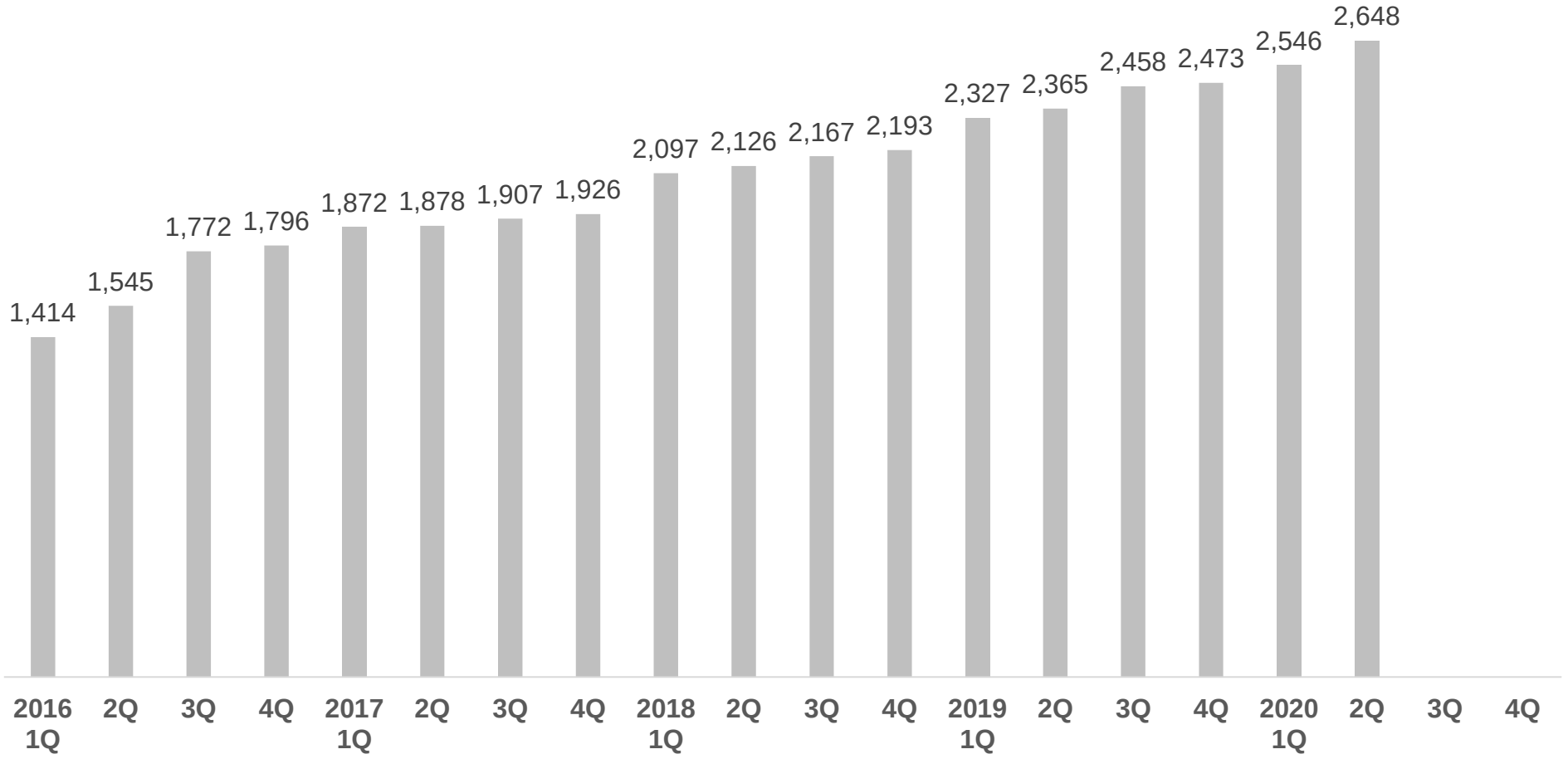
EC事業　返品率

ロコンドの返品率はD2Cブランドの寄与によって遂に20%未満へ



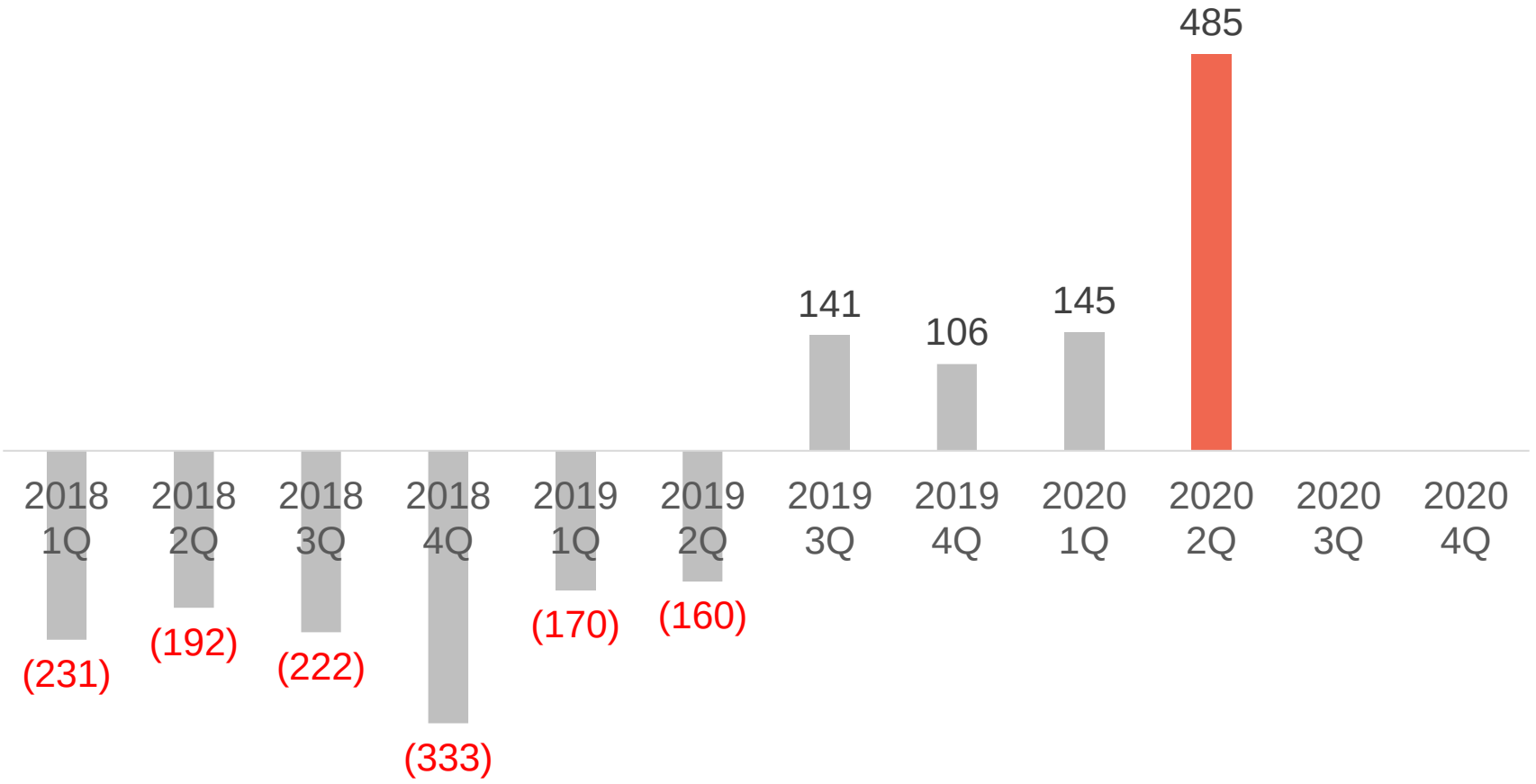
EC事業　取扱ブランド数

取扱ブランド数も順調に増加



営業利益　推移 （単位: 百万円）

取扱高（売上）↑、受注単価↑、返品率↓、1Qに計上した倉庫移転費用も無いため、**4.85億円**と四半期ベースで過去最高値を記録



損益計算書（PL） 単位: 百万円　第2四半期（20年3～8月）

上期合計では以下。計画値に対して順調に推移（後述）

項 目	19年度 2Q	20年度 2Q	成長率	計画値	進捗率
商品取扱高（返品後）	**9,022**	**9,248**	**2.5%**	**20,000**	**46.2%**
売上高	4,156	4,811	15.8%	10,000	48.1%
売上総利益	3,241	3,616	11.6%	n/a	-
（対取扱高比）	35.9%	39.1%	-	n/a	-
限界利益	n/a	1,696	n/a	3,500	48.5%
（対取扱高比）	n/a	18.7%	-	17.5%	-
EBITDA	- 254	677	-	n/a	-
営業利益	**- 330**	**630**	**-**	**1,500**	**42.0%**
経常利益	- 354	638	-	1,500	42.0%
当期純利益	- 354	438	-	1,200	36.5%

貸借対照表（BS） 単位：百万円　20年8月末

コロナ禍においても高い財務健全性を維持

流動資産	**5,061**	**流動負債**	**2,918**
うち、現預金	2,323	うち、受託販売預り金	749
うち、商品	1,304	うち、借入金	500
固定資産	**1,404**	**固定負債**	**10**
うち、有形固定資産	264	**負債合計**	**2,928**
うち、無形固定資産	225		
うち、投資その他	914	**純資産合計**	**3,538**
資産合計	6,466	**負債・純資産合計**	6,466

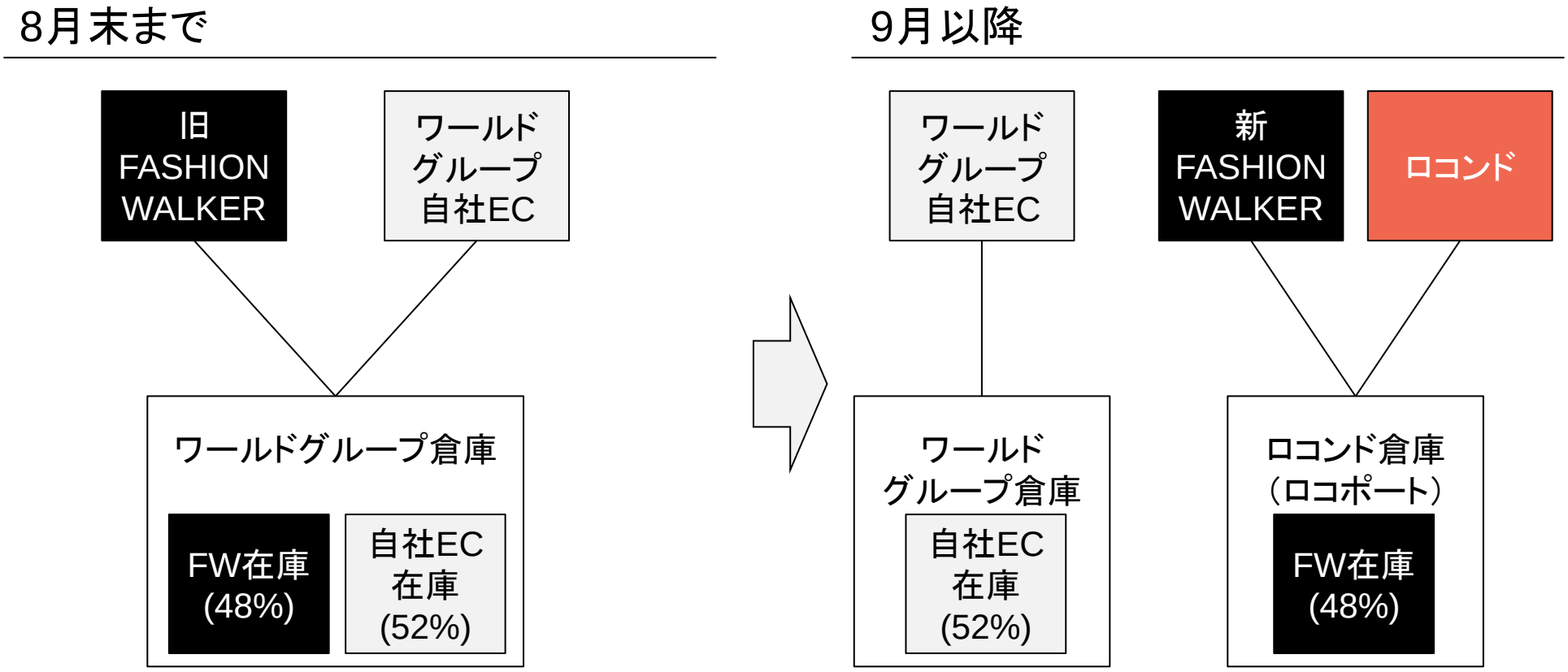
販管費詳細　単位:百万円　第2四半期(20年3～8月)

引き続き、広告戦略の変更(CMからYouTubeへ)と費用抑制の結果、販管費比率は7.3ポイント改善

項目	19年度	%	20年度	%	前期比	主な増減要因
人件費	**605**	**6.7%**	**599**	**6.5%**	**- 0.2%**	
うち、社員	352	3.9%	313	3.4%	- 0.5%	
うち、パート、アルバイト	252	2.8%	286	3.1%	+ 0.3%	
荷造運搬費	**777**	**8.6%**	**744**	**8.0%**	**- 0.6%**	
決済手数料	**281**	**3.1%**	**314**	**3.4%**	**+ 0.3%**	
広告関連費用	**1,217**	**13.5%**	**545**	**5.9%**	**- 7.6%**	
うち、変動費(ウェブ広告等)	706	7.8%	502	5.4%	- 2.4%	より厳格なROAS管理
うち、固定費(テレビCM等)	511	5.6%	42	0.5%	- 5.1%	テレビからYouTubeへシフト
地代家賃	**273**	**3.0%**	**355**	**3.8%**	**+ 0.8%**	倉庫移転による二重家賃
その他	**418**	**4.6%**	**426**	**4.6%**	**+ 0.0%**	倉庫移転費用を計上
販管費　合計	**3,572**	**39.6%**	**2,985**	**32.3%**	**-　7.3%**	

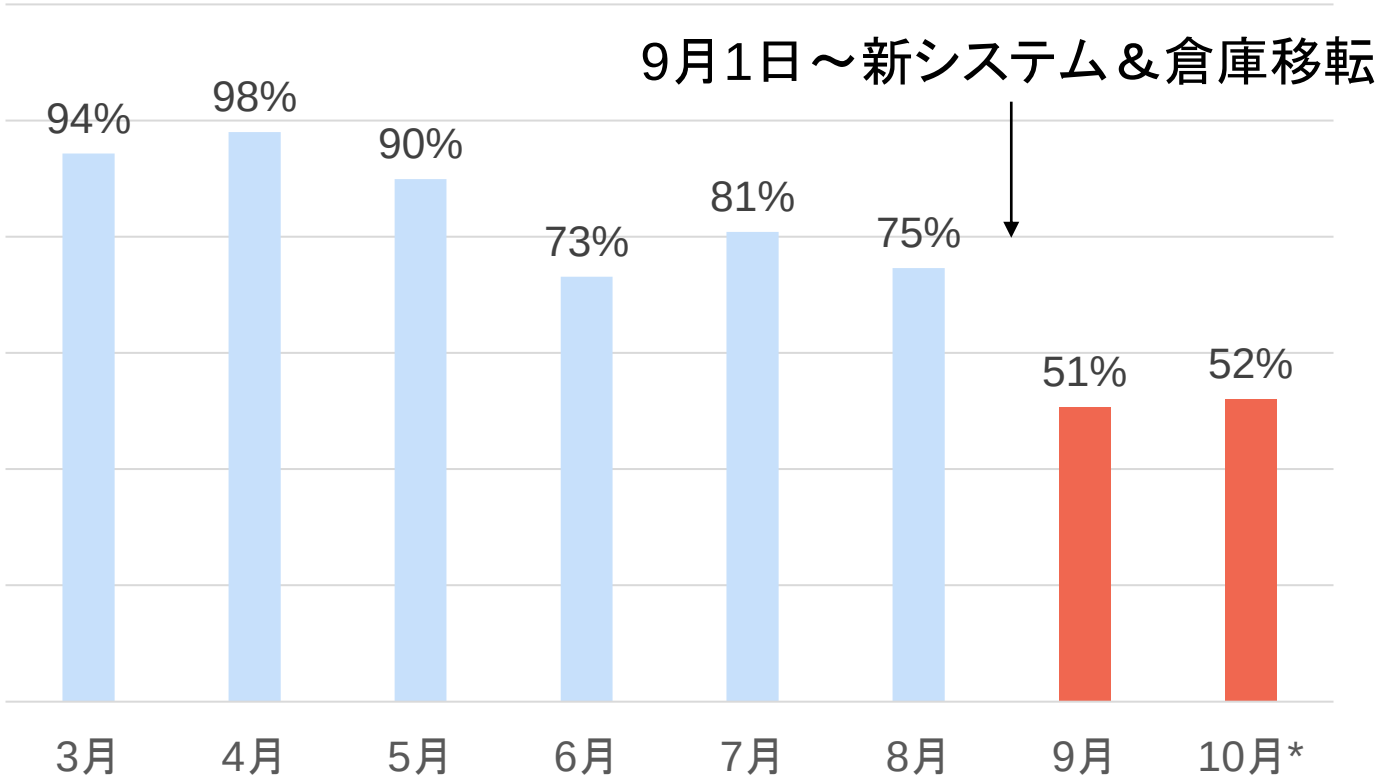
FASHION WALKERに関して①

ワールド社、FW各ショップ様との協議の結果、ロコンド倉庫に移管されて来た在庫は8月末までの総在庫の48%に留まった



FASHION WALKERに関して②

結果、現在の新FWの売上水準は50%水準で推移



* 10月13日までの速報値

FASHION WALKERに関して③

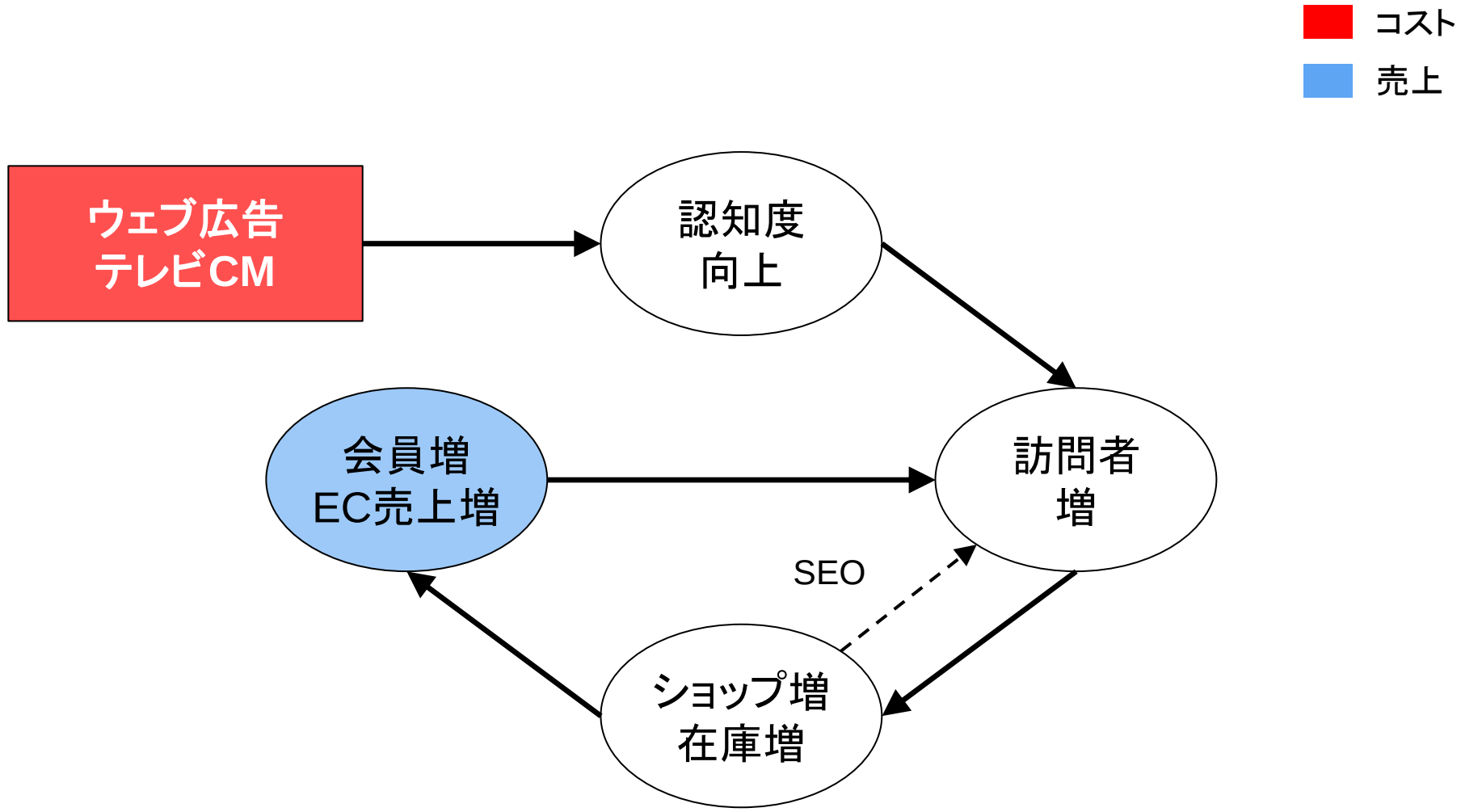
- 今後、ポイント施策によるプロモーションの強化、およびそれを踏まえた在庫の積み増しなどは進めていき、まずは下期計で**昨対70～80%**水準（今年度6月～8月の水準）を目指す
- しかしながら、現在の状況を踏まえ、下期のFASHION WALKERの計画値は**昨対45% (- 55%)** と保守的に設定（後述）
- 新システム導入と倉庫移管は問題なく遂行できたため、追加的な固定費はゼロ。つまりFWの追加限界利益はそのまま追加営業利益に直結
- 最悪なケースとして昨対45%水準でこのまま1年間、推移したとしても（年間売上: 19億円*）**株式取得に要した3億円は1年間で回収**できる
- 結論、想定外の事態はあったものの、依然としてM&A自体は**最高のディール**であったと認識

* 移管前の直近1年間（2019年9月～2020年8月）の売上はおよそ43億円

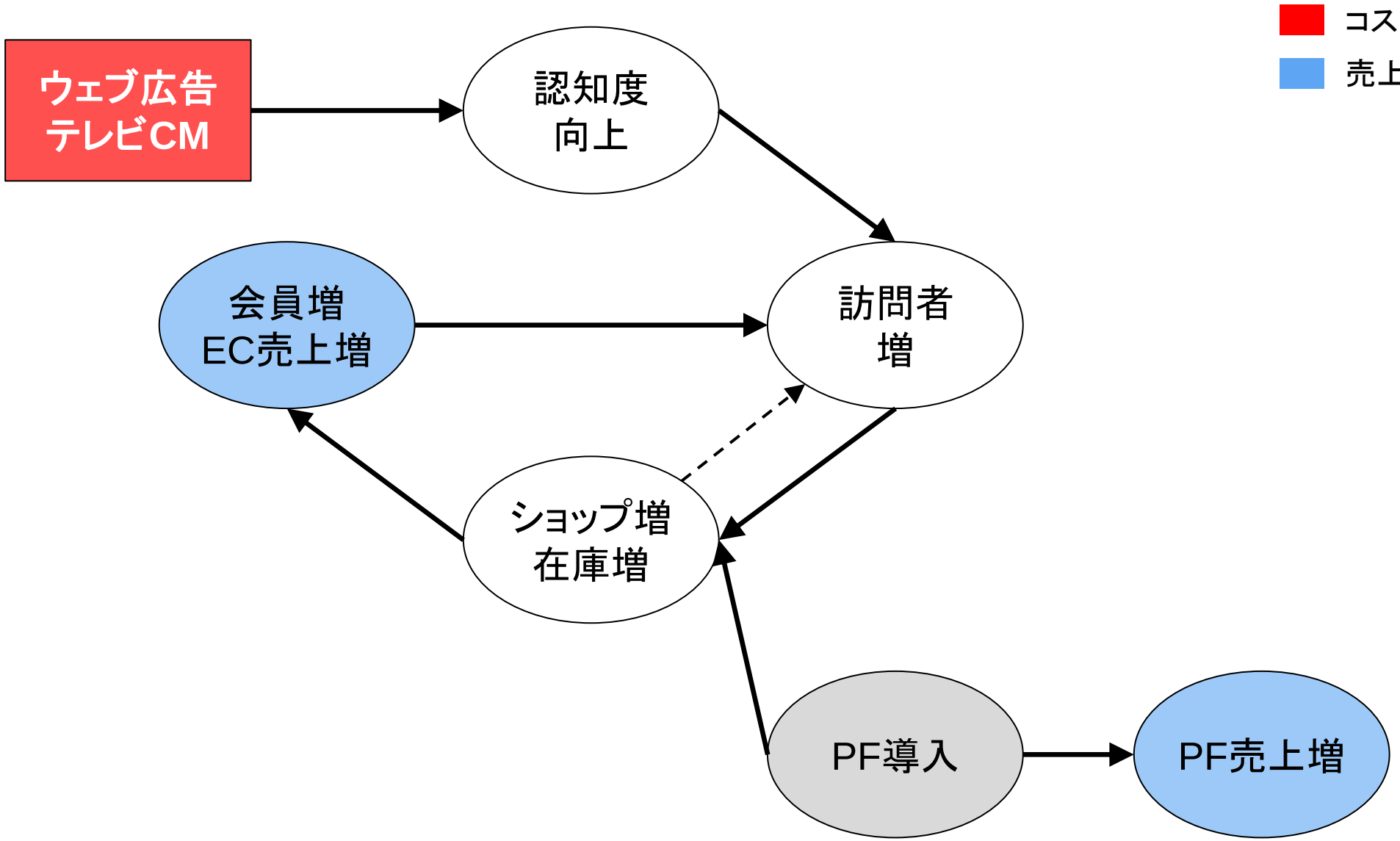
D2C X YouTube

ビジネスモデルとインパクト

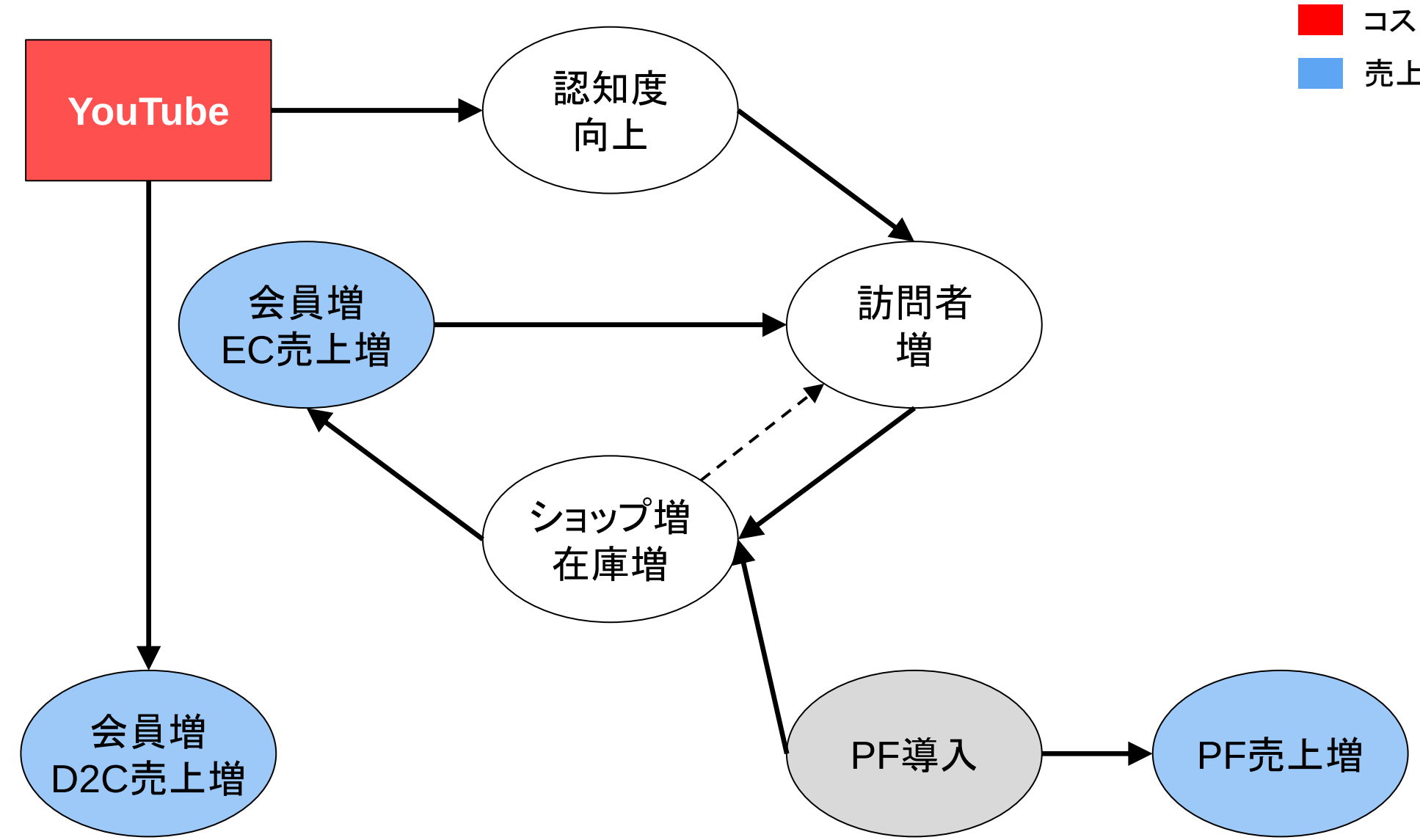
一般的なECモールのビジネスモデル



ロコンドのEC事業×PF事業のビジネスモデル（2015年～）

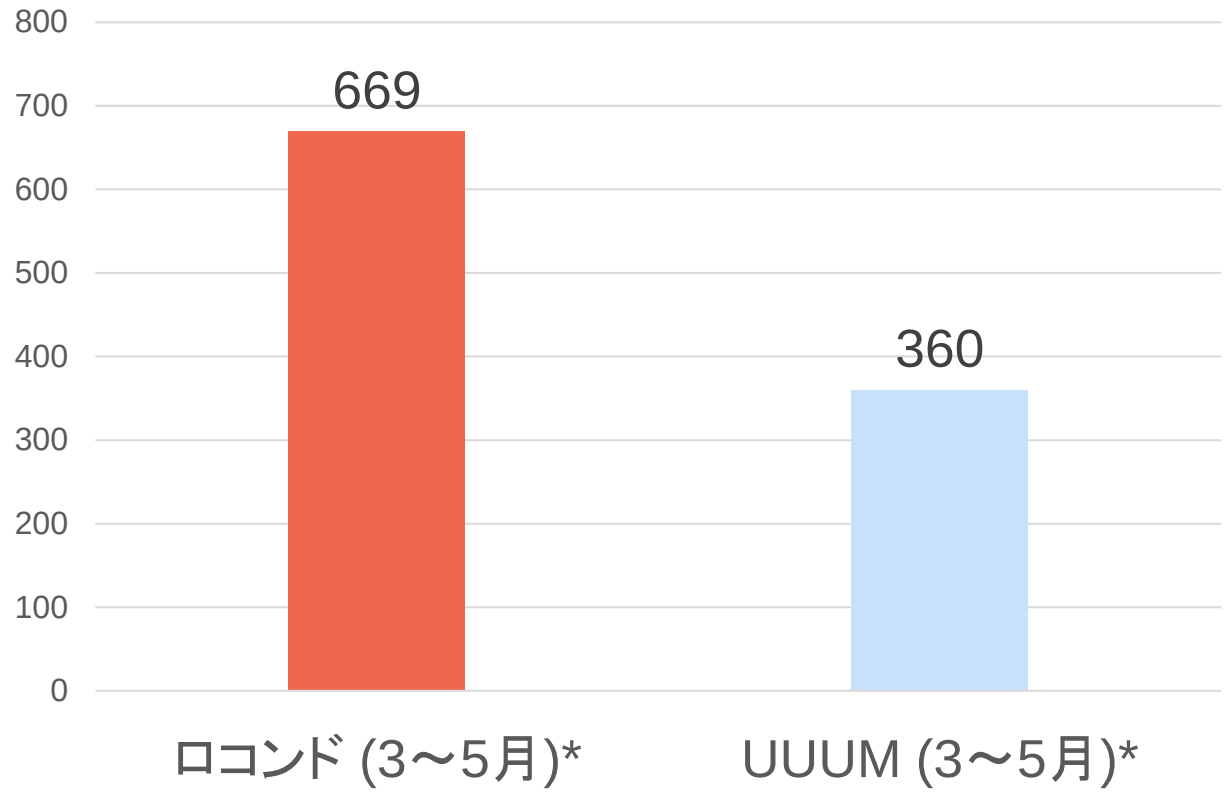


【新】ロコンドのEC事業×PF事業×D2Cブランドのビジネスモデル



ロコンドのYouTube X D2Cのインパクト （単位: 百万円）

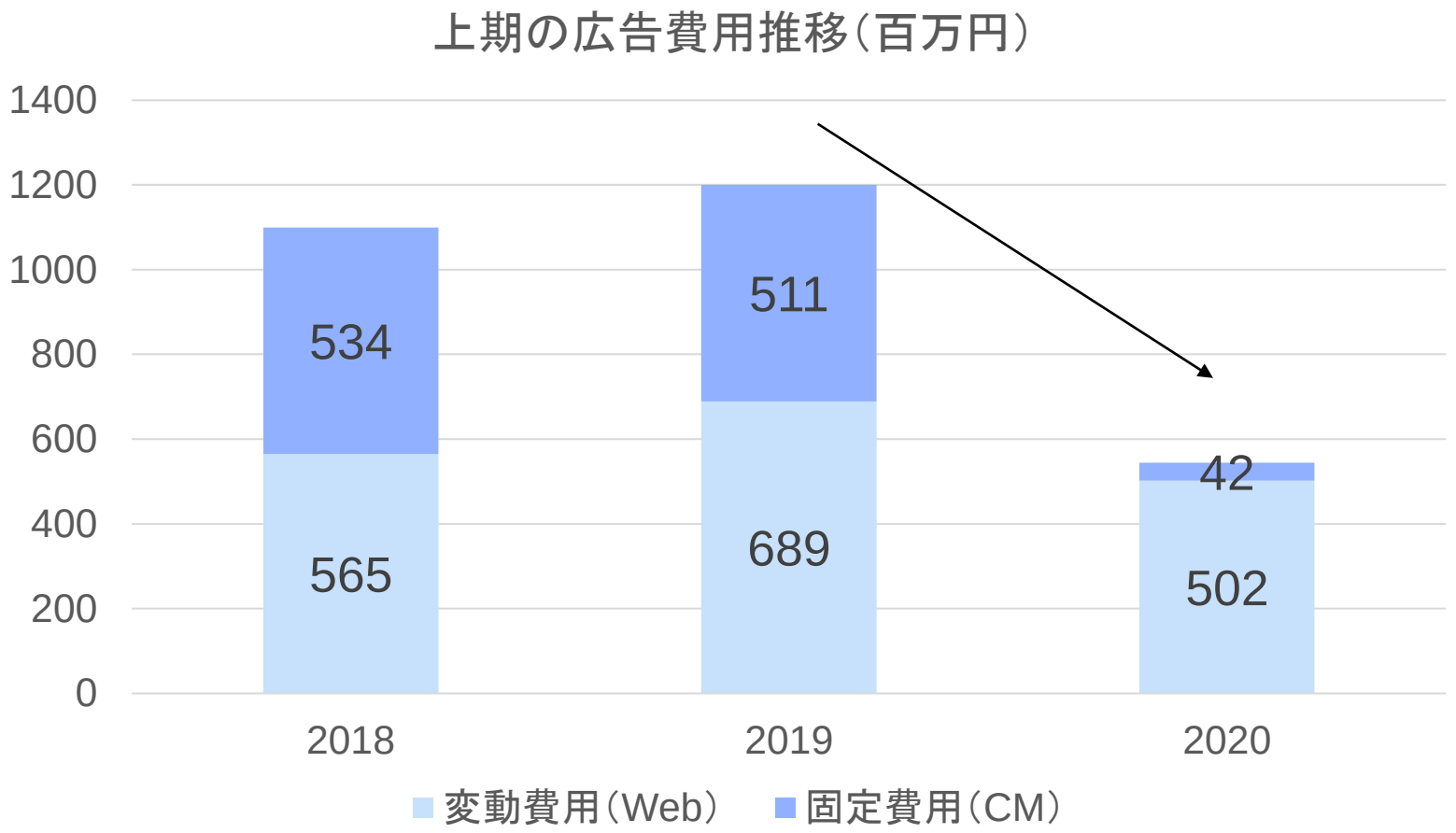
日本一のYouTuber事務所、UUUM社の物販売上を大幅に上回る
⇒　ロコンドは「YouTuber X 物販」領域ではトップランナーへ



* ロコンドは受注額、UUUM社はクリエイターサポートその他（グッズ、イベント、音楽等）売上　（資料: UUUM社決算説明資料）

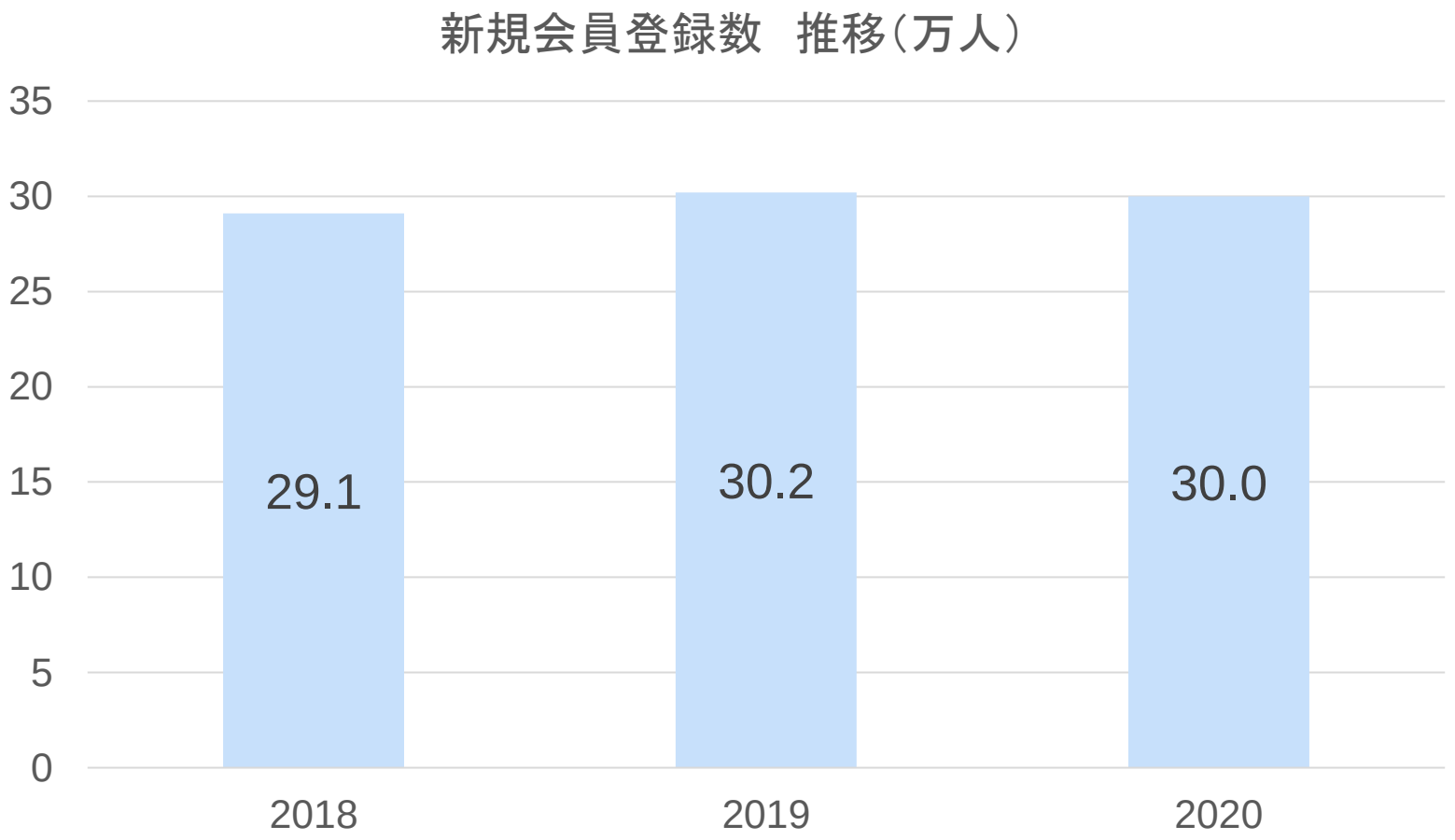
広告費用　推移

18年、19年度のテレビCMから主軸をYouTubeへ移した事によって
広告費用は大幅にダウン



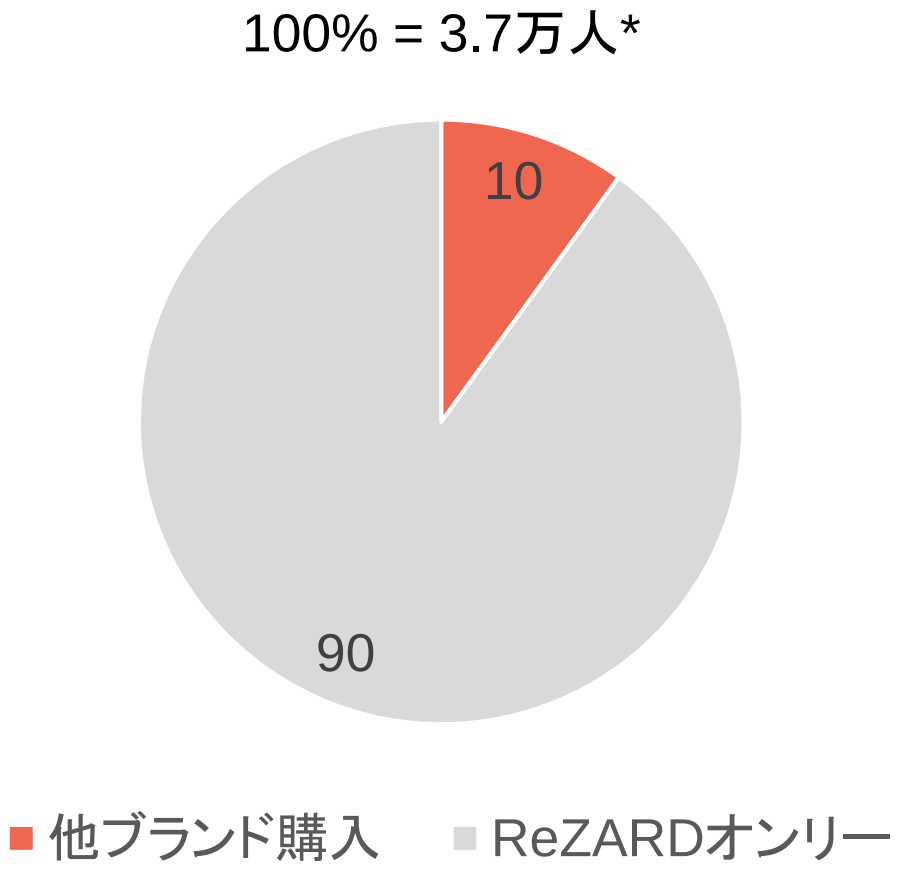
新規会員数　推移

・・・にもかかわらず、YouTubeの成功が寄与し新規会員数は維持



D2C経由の新規会員分析

そしてReZARD購入者様も着実にロコンドのリピーターへ



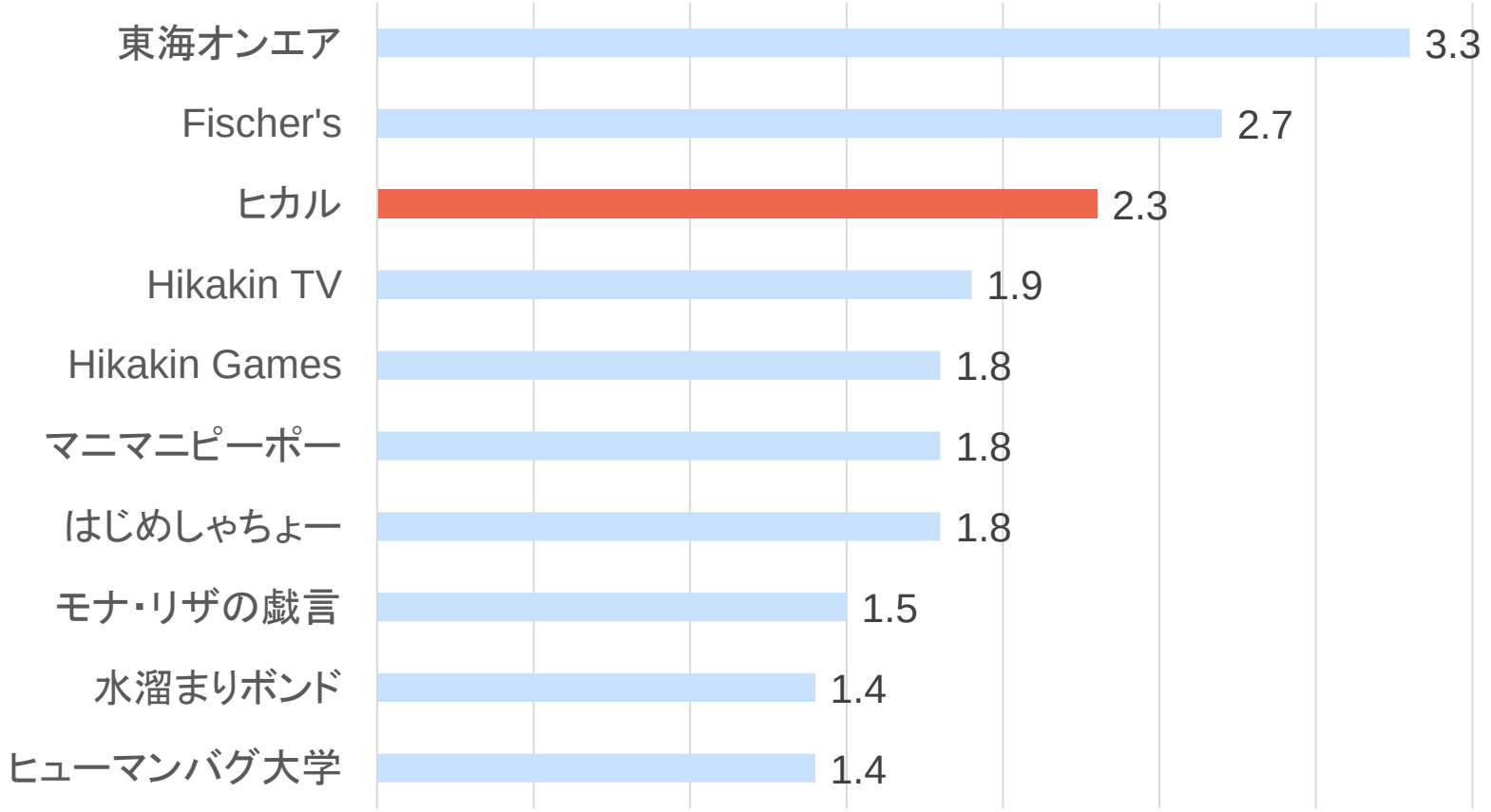
5月末までにReZARDの購入をキッカケに新規登録したユーザーの10%は10月13日までにロコンドでReZARD「以外」のブランドを再購入

D2C X YouTube

他社がマネできない成功理由（4P）

【成功理由① Promotion】インフルエンサーの影響力

累積登録者数ではなく現在の再生数 = 影響力という指標ではヒカルさんは国内TOP3に入る



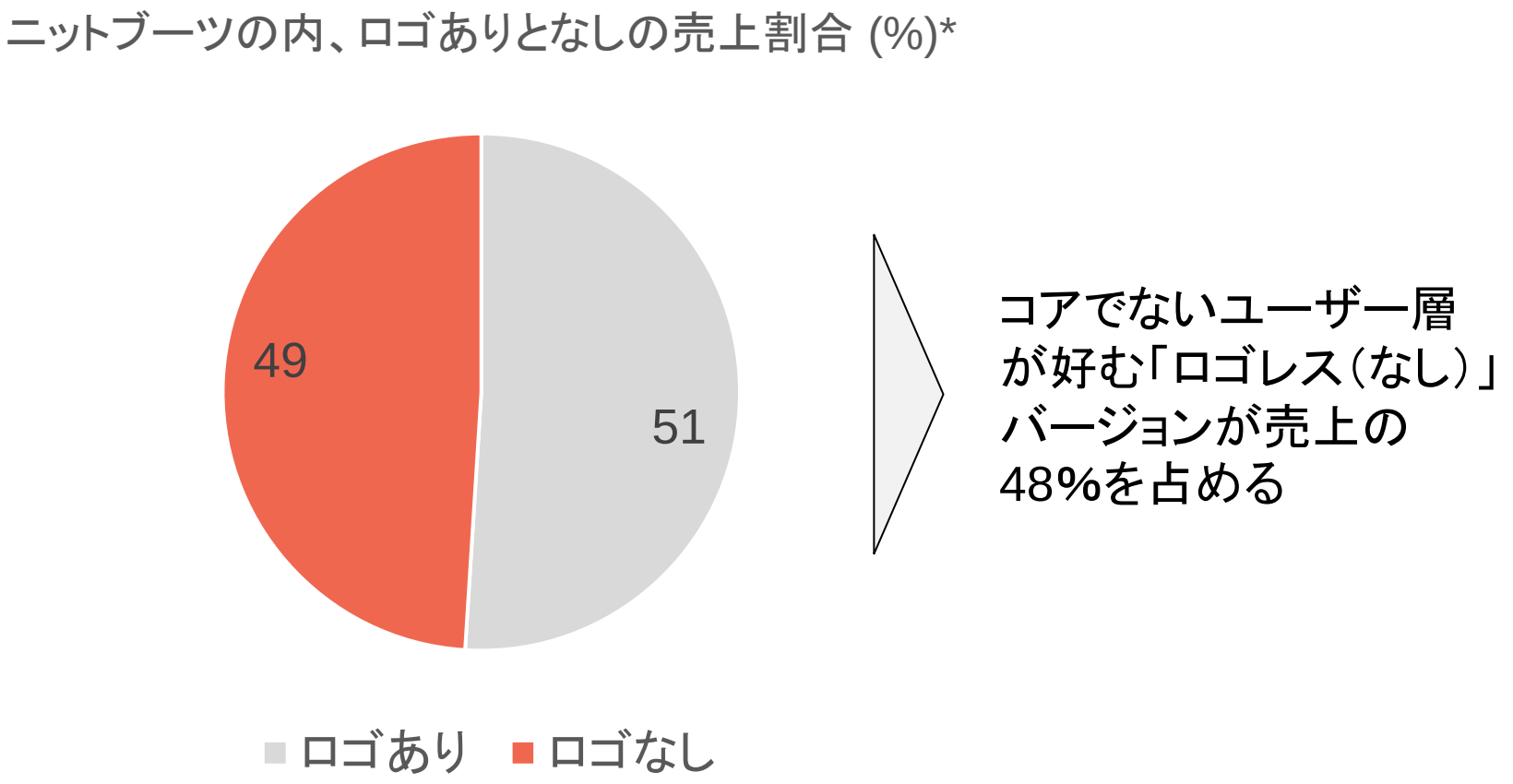
資料: インフルエンサーパワーランキング (2020上半期) - 株式会社BitStar社データから

【成功理由② Price & Product】内製の生産背景を活かした商品開発

「ハイブランドを安価に」をコンセプトとするReZARDの評判は圧倒的

【成功理由③ Place】内製の生産背景による費用対効果の高い製品

公式ECだけでなく、300万超の会員を擁するロコンドで販売する事によってヒカルさんのコアなファンでないユーザー層へもリーチ



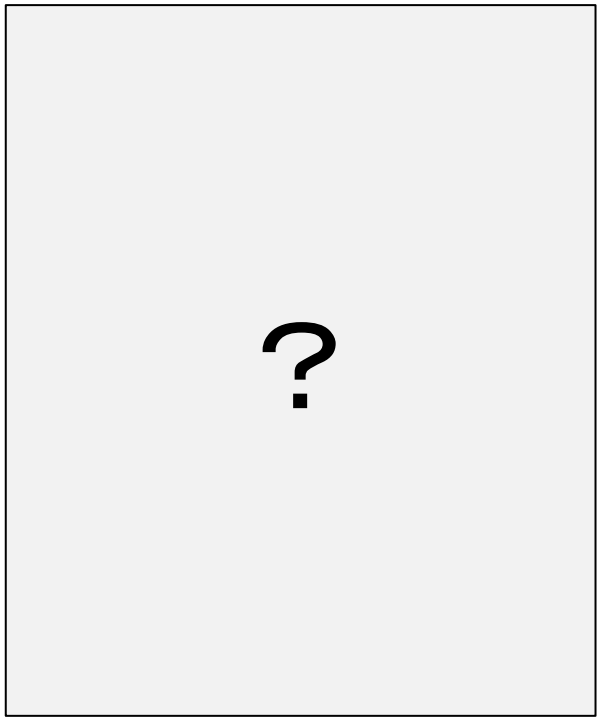
* 集計期間: 10月1日～10月13日

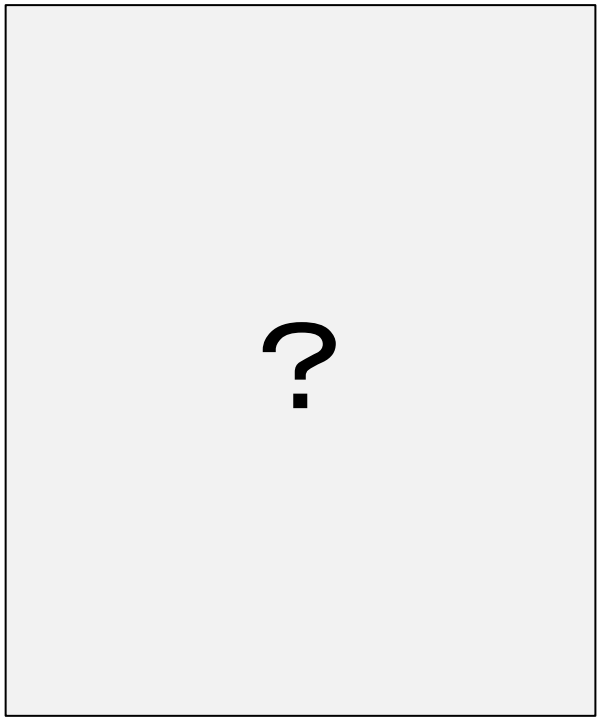
D2C X YouTube

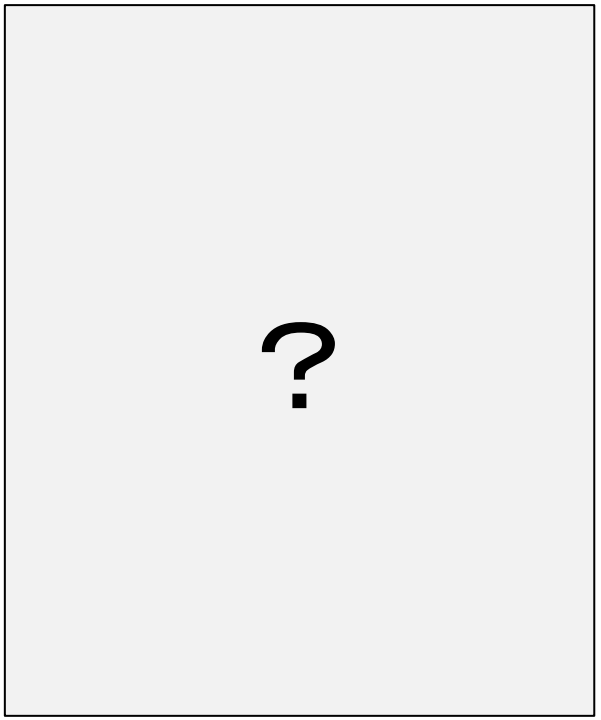
圧倒的な存在になるための今後の計画

拡大戦略①　他のYouTuber様とのブランド開発

ReZARDで得たノウハウを活かし、他のYouTuberブランドも展開…
ReZARD：ReZARD以外 = 5:5のポートフォリオ構築を目指す







拡大戦略②　YouTuber様とロコンド出店ブランド様のブリッジ（仲介）

宮迫さん X Work Wear Suits (WWS) の成功ノウハウも活用し、
YouTuberとブランドを繋ぐ「ブリッジ（仲介）プロジェクト」も積極展開

ブリッジプロジェクト①
宮迫さん X WWS



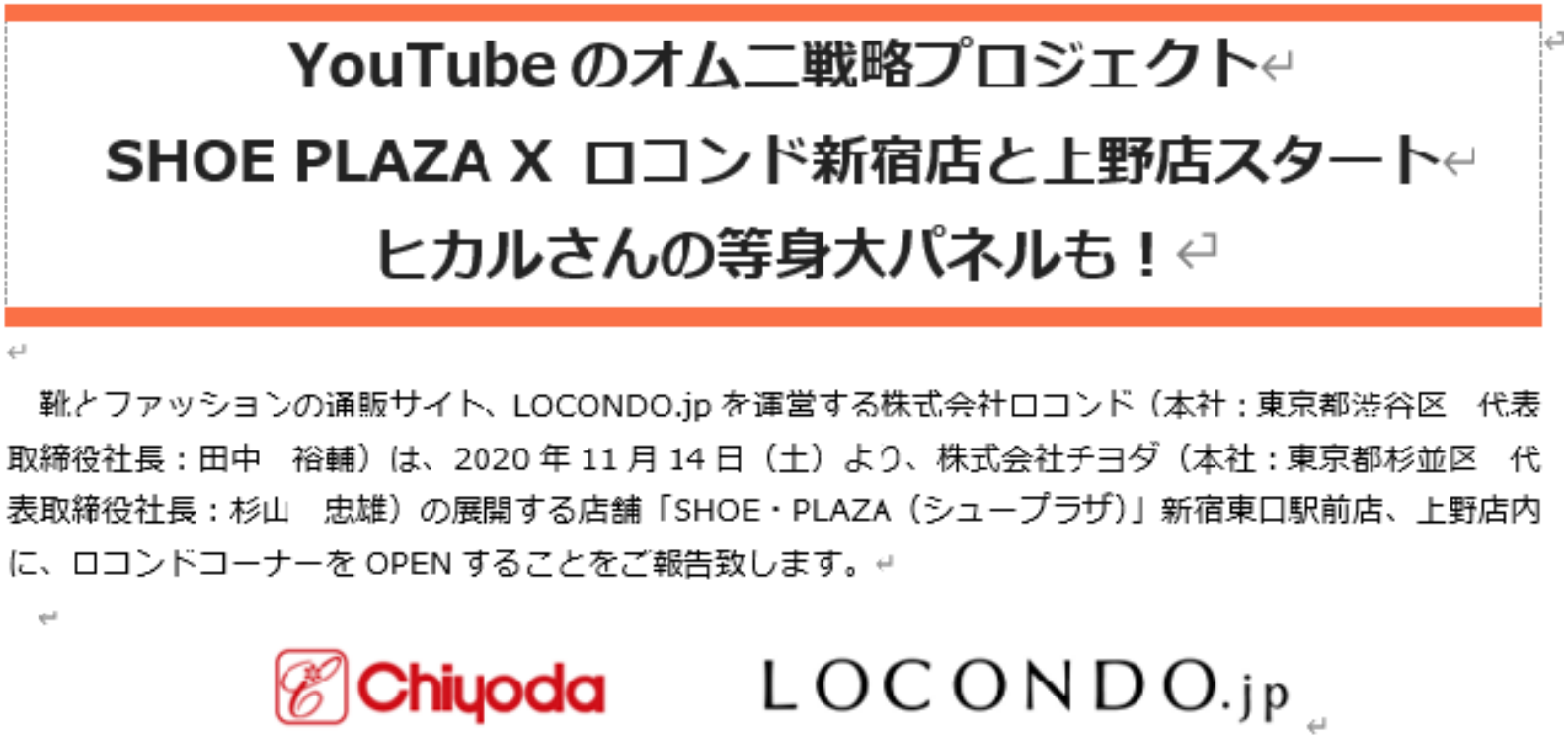
ジャケット1型、パンツ2型のみで
累計7500万円超の売上を記録

ブリッジプロジェクト②
？？？ X オーダーメイドスーツ

？

拡大戦略③　オフライン店舗への展開

手間や費用、リスクも限定的な卸契約で店舗顧客へのリーチを確保
…靴業界のEC比率は上がっているものの、未だ20%前後



YouTube のオムニ戦略プロジェクト

SHOE PLAZA X ロコンド新宿店と上野店スタート

ヒカルさんの等身大パネルも！

靴とファッションの通販サイト、LOCONDO.jp を運営する株式会社ロコンド（本社：東京都渋谷区　代表取締役社長：田中　裕輔）は、2020 年 11 月 14 日（土）より、株式会社チヨダ（本社：東京都杉並区　代表取締役社長：杉山　忠雄）の展開する店舗「SHOE・PLAZA（シュープラザ）」新宿東口駅前店、上野店内に、ロコンドコーナーを OPEN することをご報告致します。

Chiyoda　LOCONDO.jp

詳細は本日のヒカルさんのYouTube動画にて

今期計画に関して

【UPDATE】20年度 計画値（単位: 百万円）

取扱高の進捗率は 20% (1Q) から 46% (2Q) へアップ。
限界利益率は計画値よりも1.2ポイント高い水準で推移し、固定費用も倉庫移転費用を差し引いた場合は計画値の50%未満

項 目	19年度（実績）	20年度2Q	20年度（予想）	進捗率
商品取扱高（返品後）	18,251	9,248	**20,000**	46.2%
売上高	8,576	4,811	10,000	48.1%
限界利益	n/a	1,696	3,500	48.5%
（対取扱高比）	n/a	18.7%	**17.5%**	-
- 固定費用	n/a	1,066 (946*)	**2,000**	53.3%
= 営業利益	- 170	630	1,500	42.0%
経常利益	- 182	638	1,500	42.0%
当期純利益	- 185	438	1,200	36.5%

* 倉庫移転による支出（1.2億円）を差し引いた場合の固定費用

【UPDATE】計画値の「取扱高200億円」の内訳

上期実績や直近の状況を踏まえて内訳を更新…どれも保守的な値

	1Q	上期計
1. EC事業: **162億円**		
• ロコンド（D2C除く）: 112億円 ⇒ 120億円 (+ 7%)	- 9%	+ 7%
• ロコンド（D2C）: 13億円		
• ロコモール: 23億円 ⇒ 19億円 (- 15%)	- 28%	- 15%
• Fashion Walker*: 24億円 ⇒ 10億円 (- 55%)		
2. PF事業: **32億円**		
• BOEM: 16億円 ⇒ 27億円 (+ 70%)	+ 75%	+ 80%
• LOCOCHOC: 17億円 ⇒ 5億円 (- 70%)	- 75%	- 70%
3. その他事業: 12億円 ⇒ **6億円** (- 50%)	- 45%	- 46%

* ファッションウォーカーは今年の7月20日に株式を取得したため、PLへの影響は下期（9月～2月）のみ

最後に・・・

来週10月22日でもってロコンドは創業10周年

計画値からの更なる上振れを目指し
下期も社員一丸となって突っ走ります。

皆さまも引き続き、応援の程、よろしくお願いします。



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)				Fiscal Year: 2020 (2021/2)			
	百万円	Milllion 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	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	4,431	4,012	5,236		
2	連結成長率	Growth (%): consolidated basis	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18%	16%	-16%	24%		
3	連結営業利益	Consolidated EBIT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-222	-333	-170	-160	141	106	145	485		
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	5,174	4,828	6,155		
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	4,176	4,012	5,236		
6	成長率	Growth (%)	-	-	-	-	28%	27%	36%	24%	37%	24%	20%	15%	13%	27%	23%	13%	32%	40%	53%	44%	36%	24%	19%	19%	-3%	33%		
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	1,400	1,531	2,084		
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%	34%	38%	40%		
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	882	812	1,107		
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%	21%	20%	21%		
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	534	494	608		
12	- - 取扱高比率 (%)	- - Percentage of GMV (after re	9%	11%	10%	9%	9%	11%	9%	8%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	11%	11%	13%	13%	13%	13%	14%	12%	13%	12%	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	206	184	318		
14	- - 取扱高比率 (%)	- - Percentage of GMV (after re	12%	16%	15%	16%	12%	8%	5%	4%	5%	4%	5%	6%	6%	6%	7%	7%	10%	8%	8%	9%	8%	9%	8%	5%	5%	6%		
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	142	133	180		
16	- - 取扱高比率 (%)	- - Percentage of GMV (after re	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	3%	4%	3%	3%	3%	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	517	719	977		
18	限界利益率	- Percentage of GMV (after retu	4%	-1%	2%	-1%	6%	7%	12%	11%	11%	14%	16%	13%	15%	12%	17%	16%	13%	11%	14%	10%	12%	11%	14%	12%	18%	19%		
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	411	573	492		
20	固定費率	Percentage of GMV (after return)	12%	12%	17%	13%	12%	13%	12%	13%	10%	12%	11%	11%	13%	11%	11%	11%	20%	17%	20%	16%	18%	15%	11%	10%	14%	9%		
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	102	209	145		
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	37,388	52,543	52,543		
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	106	154	159		
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	95	123	123		
25	- TVCM	- TVCM costs	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	300	234	416	239	362	149	102	49	15	27		
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	154	195	161		
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	105	145	485		
28	営業利益率	- Percentage of GMV (after retu	-8%	-13%	-15%	-14%	-6%	-7%	-1%	-1%	1%	3%	4%	2%	2%	1%	6%	5%	-8%	-6%	-7%	-7%	-6%	-3%	2%	3%	4%	9%		
29	**1. ECモール事業**	**1. E-commerce**																												
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	4,351	3,822	5,202		
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	3,394	3,057	4,326		
32	- 返品率	- Return rate (%)	36%	37%	39%	38%	40%	39%	39%	31%	31%	28%	28%	25%	26%	25%	25%	24%	24%	23%	24%	25%	24%	23%	23%	22%	20%	17%		
33	- 成長率	- Growth (%)					20%	18%	21%	8%	18%	13%	27%	42%	35%	37%	22%	14%	41%	53%	62%	48%	28%	26%	17%	20%	-4%	33%		
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	1,185	1,262	1,780		
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%	35%	41%	41%		
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	3,779	3,972	4,165		
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	930	921	974		
38	平均出荷単価 (返品前)	Average basket size (before retu	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	9,207	9,648	8,991		
39	平均購入商品数 (返品前)	# of average items (before retur	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	1.8	1.7	1.7		
40	平均商品価格 (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	5,160	5,597	5,220		
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	2,473	2,546	2,648		
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	3,746	3,376	4,634		
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	2,829	2,636	3,792		
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%	25%	22%	18%		
46	- 成長率	- Growth (%)	-	-	-	-	20%	16%	3%	-11%	-3%	-11%	11%	25%	24%	37%	29%	22%	51%	65%	72%	57%	28%	27%	19%	20%	2%	39%		
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	2,858	2,999	3,125		
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	624	624	691		
49	平均出荷単価 (返品前)	Average basket size (before retu	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	11,720	10,935	10,776	9,439	10,736	10,095	9,862	9,093	10,564	9,688	10,151	9,395		
50	平均購入商品数 (返品前)	# of average items	1.5	1.6	1.5	1.6	1.6	1.7	1.8	1.6	1.7	1.8	1.8	1.8	1.9	1.9	1.7	1.7	1.7	1.8	1.7	1.7	1.7	1.8	1.7	1.9	1.8	1.8		
51	平均商品価格 (返品前)	average sold item price	7,881	6,314	8,202	7,815	7,420	6,277	7,620	7,137	7,054	5,966	7,185	6,553	6,093	5,498	6,870	6,314	6,264	5,214	6,334	6,000	5,759	5,083	6,076	5,124	5,640	5,223		
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	604	446	567		
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	565	421	534		
55	- 返品率	- Return rate	-	-	-	-	-	9%	16%	15%	13%	9%	9%	7%	7%	7%	8%	7%	7%	7%	8%	8%	7%	7%	7%	6%	6%	6%		
56	- 成長率	- Growth (%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	947%	117%	122%	86%	38%	3%	-7%	7%	16%	28%	16%	26%	21%	9%	16%	-28%	-1%		
57	会員数	# of membership	-	-	-	-	-	4	31	62	95	132	180	234	288	337	381	479	480	537	596	652	722	794	862	921	973	1,040		
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	306	297	283		
59	平均出荷単価 (返品前)	Average basket size (before retu	-	-	-	-	-	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	6,911	6,477	6,653		
60	平均購入商品数 (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	1.3	1.2	1.3		
61	平均商品価格 (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	5,468	5,205	5,194		
62	**2. Platform事業**	**2. Platform**																												
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	823	807	862		
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	782	755	818		
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%	5%	6%	5%		
66	- 成長率	- Growth (%)	-	-	-	-	56%	63%	106%	67%	90%	62%	3%	-30%	-27%	5%	24%	8%	3%	1%	21%	27%	73%	18%	27%	16%	-20%	19%		
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	215	269	304		
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%	28%	36%	37%		
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	458	612	690		
71	- 成長率	- Growth (%)	-	-	-	-	56%	60%	86%	47%	34%	-10%	-50%	-62%	-60%	-22%	30%	19%	49%	57%	24%	30%	14%	3%	18%	24%	76%	85%		
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	365,549	442,540	562,899		
74	- 成長率	- Growth (%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1039%	166%	233%	397%	351%	525%	549%	459%	430%	-8%	-15%	-21%	-38%	56%		
75	2-3. LOCOCHOC	2-3. LOCOCHOC																												
76	取扱高 (返品差引後) 定価ベー	GMV (after return)	-	-	-	-	-	6	42	83	215	248	253	255	305	317	281	228	223	205	342	295	591	312	480	323	142	128		
77	- 成長率	- Growth (%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4033%	502%	207%	42%	28%	11%	-11%	-27%	-35%	22%	29%	165%	52%	40%	10%	-76%	-59%		
78	**3. その他事業 (店舗・卸等)**	**3. Others**																												
79	取扱高 (返品差引後)	GMV (after return)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	199	91		
80	- 成長率	- Growth (%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		