

2027年2月期

第2四半期 決算説明会 資料



JADE GROUP

ジェイドグループ株式会社 (3558)

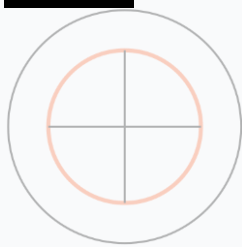
免責事項

本資料はジェイドグループ株式会社（以下「当社」）の事業内容、経営戦略、業績動向等に関する情報の提供を目的として作成されたものであり、当社が発行する株式その他の有価証券の購入や売却を勧誘するものではありません。投資に関する決定は、投資家ご自身の判断と責任において行われますようお願い申し上げます。本資料に含まれる将来の業績に関する見通し、計画、戦略などは、現在入手可能な情報に基づき当社が合理的と判断したものであり、リスクや不確実性を含んでいます。実際の業績等は、経済情勢の変動、市場環境の変化、為替相場の変動、競争環境の激化、法規制の変更など、様々な要因により、これら見通しと大きく異なる可能性があります。当社は、本資料に記載された情報（将来の見通しを含む）の正確性、完全性、妥当性を保証するものではありません。また、新たな情報や将来の事象等が生じた場合においても、当社は本資料に含まれる見通しを随時更新または修正する義務を負うものではありません。本資料に記載されている財務情報は、特に断りがない限り、日本基準に基づいて作成されています。また、本資料で使用している図表や数値は、百万円単位等の端数処理を行っているため、合計値と一致しない場合があります。

AGENDA

Table of Contents

目次



Executive Summary



要旨

Business Strategy



事業戦略

Future Vision



2030年に向けた成長ビジョンとロードマップ

Financial Highlights



第二四半期 業績ハイライト

Company Overview



企業概要

取扱高 (相殺前) 237億円、前期比 + 5.9%、計画進捗率 49.5%
営業利益 14.7億円、前期比 + 45.7%、計画進捗率 58.8%

売上 112.7億円 (+ 26.4%)、EBITDA 17.5億円 (+ 28.7%)、当期純利益 9.3億円 (+ 62.4%)

要旨 (サマリー)

dゴールドカード会員との連携強化によって「d fashion」が大幅に伸長した事をはじめ「LOCONDO」をはじめとするECモール事業が堅調に推移し、取扱高は + 5.9%、計画対比では 49.5% で着地致しました。

収益性に関しては、24年以降にグループ参画したマガシークやロイヤル等の「物流 x IT」統合を軸とするPMIが今年度も効果を発揮し、EBITDAは + 28.7%、営業利益は + 45.7%、当期純利益は + 62.4% と大幅増で着地致しました。計画値に対しても 58.8% と順調に推移しております。

なお、当社独自のインフラ基盤（倉庫・システム等）の導入によるグループ会社間の業務標準化やESOP導入等を通じ、グループ各社の一体感が醸成されたため、独立運営より同一法人で事業運営を行う体制がベターと判断し、10月1日付で100%子会社の吸収合併を行いました。同時にカンパニー制へも移行しました。

今年度も主には売上50億円以上のECやブランド企業を対象に連続的なM&AとPMIを実行し、グループの取扱高と営業利益を伸長させていく計画です。

Key stats

1

取扱高 (2Q) + 10.8%

マガシークやロイヤルに関し、M&Aの後のPMI (Post Merger Integration) 過程において「事業の選択と集中」も行っていた結果、M&A直後は取扱高 (相殺前、以下同様) は増えるもののその後は取扱高は落ちる、という現象が続いていました。

またそのもう一つの背景としては既存事業の成長率が鈍化し、既存事業の成長幅が選択と集中によって終了した事業の取扱高ダウンをカバーしきれなかった事も挙げられます。

しかしこの第二四半期からは、d fashionのゴールドカード会員様の取り込みが奏功し取扱高を大きく伸ばした事に加えて、LOCONDOをはじめとするECモール事業において「ARPUを押し上げるクーポン策」も効果を発揮し、この第二四半期のみの取扱高は+ 10.8% と二桁成長を実現致しました (第一四半期は+1.3%)。

これらの取り組みに加えて、明日 (2026年10月16日) には当社が得意とするSNSマーケティング企画も始まりますので、引き続き、様々な策によって既存事業の取扱高も成長させて行く所存です。



営業利益 + 45.7%

事業の収益性としては営業利益をKPIの主軸とし、同時にEBITDAと当期純利益も重要指標として見えています。

当社はM&Aに積極的な会社ではありますが、M&Aの際の株式取得額に関しても厳格に算出し、EBITDAだけでなく営業利益や当期純利益も伸長させる事を目指しています。

この第二四半期、EBITDAだけでなく (+ 28.7%) EBITDAから減価償却費とのれん償却費を除いた営業利益が + 45.7% を大幅に伸長している事は、PMIが効果を発揮しているだけでなく、M&Aのバリュエーション算出が正確である事の証左である、と言えます。



ROE 26.3 %

直近12カ月 (LTM) の当期純利益は 19.3億円、同期間の平均自己資本額は 73.4億円になります。結果、当社のLTMの **ROEは26.3%**となります。

資本効率の優良度を示す目安の1つが「ROE 10% 以上」と言われる中、ROE 26.3%という数字は当社の資本効率の高さを示す数値である、と言えます。

また同時に**自己資本比率 51.6%（非支配株主持分を含めると58.4%）**と極めて高い財務健全性を保持しており、これは今後も積極的なM&Aを進めて行くにあたって、金融借入のキャパシティに相当な余裕がある事の証左でもあります（現状、金融機関からの借入はゼロの無借金）。



PER 9.9 倍

M&AとPMIのスキームが確立し、営業利益も大幅に伸長させ (Key stats 2)、資本効率も高く (Key stats 3)、そして選択と集中プロセスも経て取扱高も成長曲線に回帰したにもかかわらず (Key stats 1) LTMの当期純利益をベースとするPERは9.9倍と極めて低い水準にあります (8月31日終値、以下同様)。

またロコンドの全商品を対象とする5000円クーポンを含めた優待 + 配当利回りは4.4%と株主還元も強化している中、この株価水準を業界平均値まで引き上げる事も重要な経営テーマの一つと考えております。

企業としての成長を最優先としつつ、IR活動に関しても引き続き、尽力して参ります。

02

SECTION

BUSINESS STRATEGY

事業戦略

KEY TAKEAWAY

三位一体のエコシステムを活用し
連続的なM&AとPMIを展開していく

M&Aの基軸にもなる、ジェイドグループの「三位一体」

強み

- **試着**できる通販 = ロコンドという認知度
- 最大級の婦人靴の**品揃え**

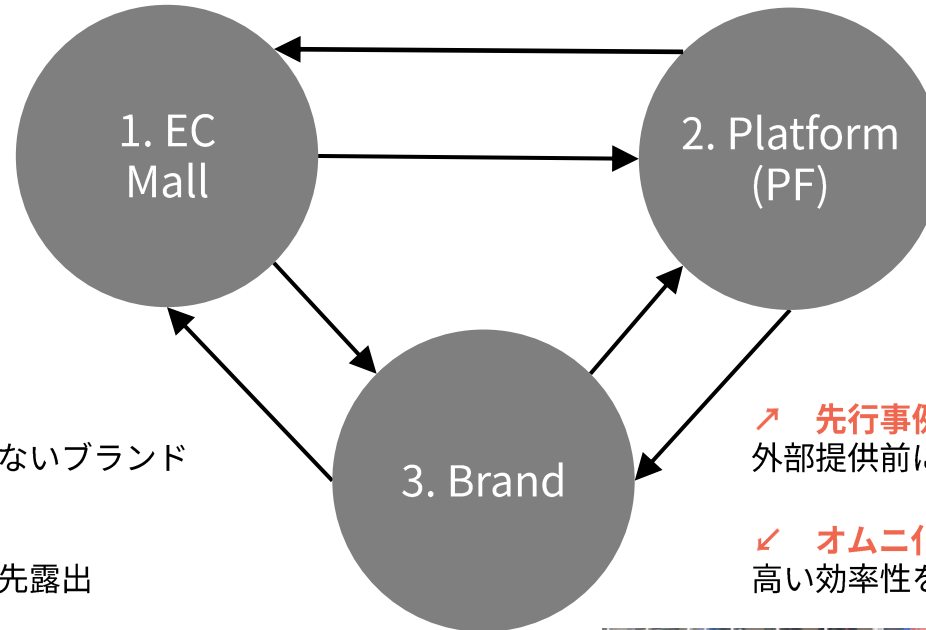


← 在庫シェアリング

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

物流・ITインフラを共有し、低コスト高品質運営



↖ 商品差別化

ロコンドでしか買えないブランド

↘ ブランディング

ロコンドにおける優先露出

強み

- 内製の生産背景、**スピード**開発
- EC運営、SNSマーケティングノウハウ



✓ PMIへの波及効果

インフラ・在庫・ノウハウの共有により、買収企業の統合プロセスを**高速化・高品質化**し、早期黒字化を実現



強み

- 全事業の**物流のハブ**として活用可能
- 川上～川下の**全て**をデジタル管理

↗ 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

WE ARE THE GREATEST PMI COMPANY

なぜすべてのM&Aを成功できるのか

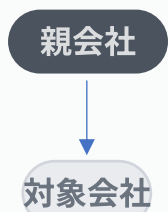
PMI成功と再現性あるフレームワーク



なぜ我々はすべてのM&Aで成功できるのか？

—— 物流とITの機能統合が基軸だから

① 経営指導型



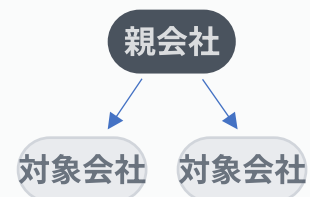
特徴

親会社がノウハウを共有、経営指導

プロ経営管理によって改善余地はあるものの、シナジーは曖昧。

PEファンド向き

② 市場集約型



特徴

複数の対象会社を買収し市場占有を目指す

理論上は正しいものの対象企業が多い故、現場の連携が複雑化。

▲ PMI遅延リスクあり

JADE GROUP MODEL

③ 機能共有型



特徴

物流とITの機能を共有し完全統合

高い蓋然性で利益改善が実現できるため、明確なシナジーを創出。

✓ 成功確率 100% (過去実績)

M&A 投資基準と実績

ジェイドグループが厳守する投資基準
と全14件のM&A・PMI進捗状況一覧

Criteria 01 早期投資回収

3～5年以内に投資回収できる事

定義：累積の当期純利益または税引後貢献利益 > のれん代

Criteria 02 持続的成長

投資回収前だけでなく回収後も黒字運営できる事

方針：短期PL改善に加え、中長期シナジーと成長性を重視



03

SECTION

FUTURE VISION

2030年に向けた成長ビジョンとロードマップ

KEY TAKEAWAY

2030年、規模と収益性の両立を実現する。

長期ビジョン：取扱高1,000億円と営業利益100億円に向けて

→ グループの成長に伴って、**取扱高 * 限界利益率 - 固定費用 = 営業利益**のKPI管理を変更

取扱高

これまではEC、店舗、卸チャネルで販売している「モノ」の売上のみを取扱高としてカウントしていましたが、グループが成長した結果、サービスまたは情報のみを売る事業も加わって来たため、そのような「サービス・情報」事業の場合はその**サービス・情報売上を取扱高として計上**

ARIGATOカンパニー(サンキュ!)に関して、雑誌の売上に加えて広告収入(主にECサイト)も取扱高に計上の上、引き続き「**取扱高1000億円**」を目指していく

限界利益

M&Aの主要なターゲットがECモールからブランドヘシフトした中、店舗の収益性を向上させながら店舗数を増加させる事は重要なミッションの一つとなって来た。各店舗に関しては変動費(主に原価)だけでなく直接固定費(主に家賃や販売員人件費)を差し引いた後の「貢献利益」で管理しているため、グループの全体KPIを限界利益から**貢献利益**へ変更

Reebok Japan (RBKJ)などのブランド事業の店舗固定費(主に家賃、販売員人件費)は固定費ではなく直接固定費として計上し、今後は「**貢献利益率で16%**」を目安とする

※ 限界利益 - 直接固定費 = 貢献利益

固定費

上記の限界利益の変更に合わせて固定費も**間接固定費**をKPI管理

加えて取扱高に計上されない固定費、現段階では以下の2つに関しては取扱高がゼロ、固定費のみが発生するため、これらはKPI管理の固定費からは除外し、事業毎の「営業利益」で管理

- ・ ロイヤルロジスティクス: 物流受託 (3PL)、物流家賃収入
- ・ マガシークの物流受託事業(埼玉県羽生市): 物流受託 (3PL)

左記の2社の固定費はKPI管理対象から除外し、営業利益のみで管理

あくまで取扱高が発生する事業の「**間接固定費用を60億円以内**」でキープする事を経営の目安とする

長期ビジョン：取扱高1,000億円に向けて

2025年度459億円から2030年度1,000億円へ。3つの事業ドライバーによる成長戦略



EC MALL 事業

品揃え・UI/UXの徹底強化＋在庫シェアリング
NTTドコモ（集客力）× 伊藤忠商事（商品供給）の
提携効果
オーガニック成長を基盤にシェア拡大



PLATFORM 事業

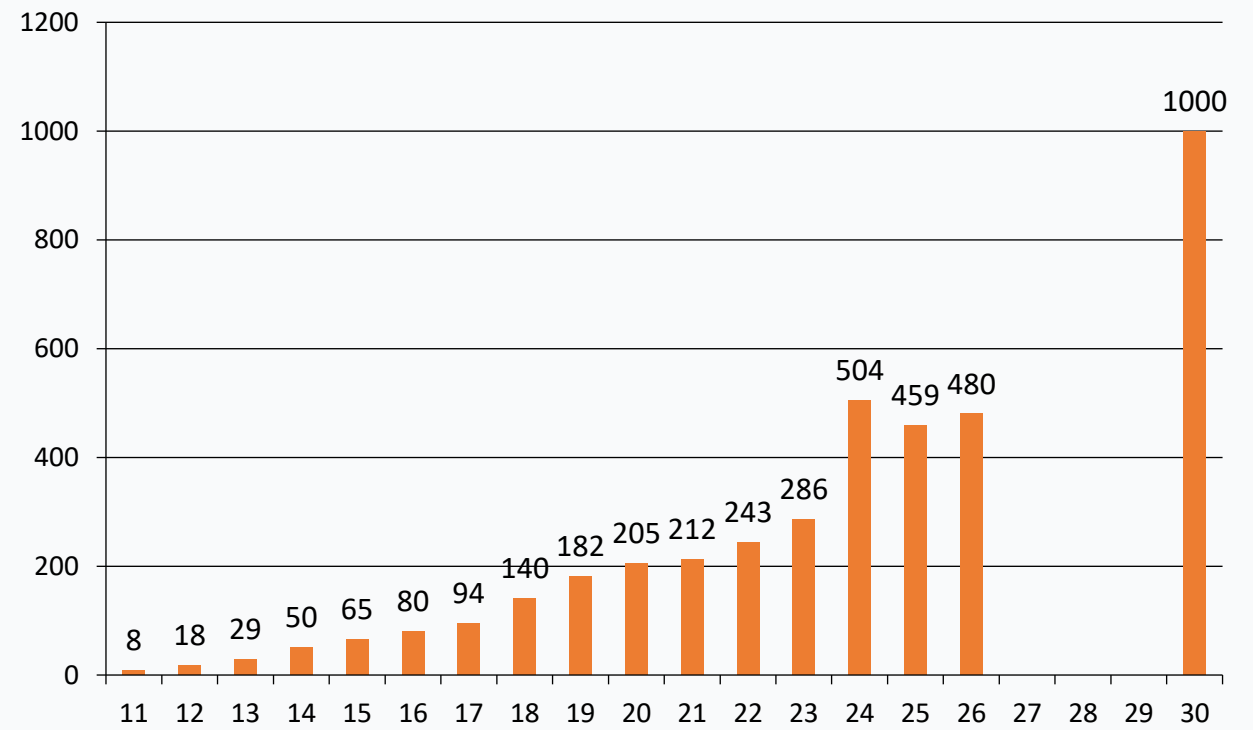
BOEM・e-3PLの外部提供拡大
店舗POS・OMSの外販によるOMO支援強化



BRAND 事業

Reebokのリブランディングと販路拡大
M&Aによるブランドポートフォリオ拡充と垂直立上げ
グループシナジー（物流・IT）による利益率向上

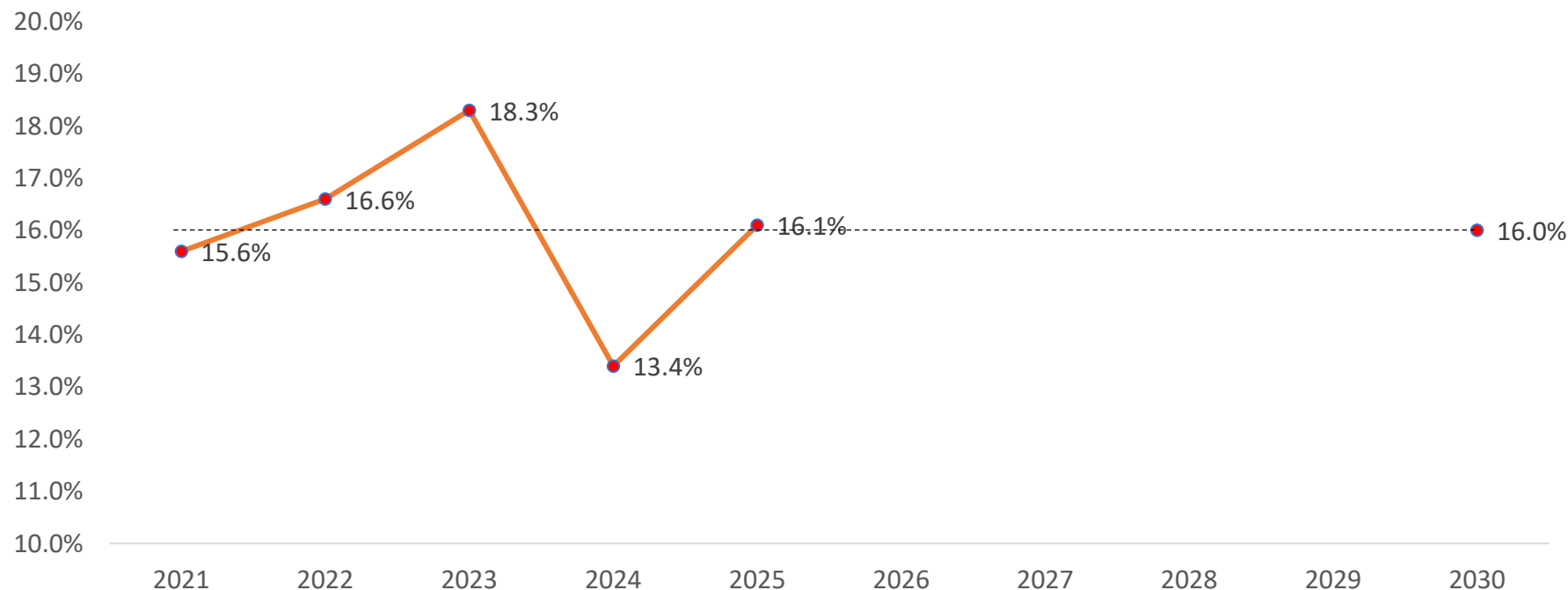
取扱高 (億円)



※2026年度の数値は予想値です

貢献利益 推移

ロイヤルロジスティクス、マガシークの羽生を除いた貢献利益率は16%以上を確保していく。24年度はマガシーク統合に伴い倉庫運営コストが一時的に上昇したため13.4%と低い水準。

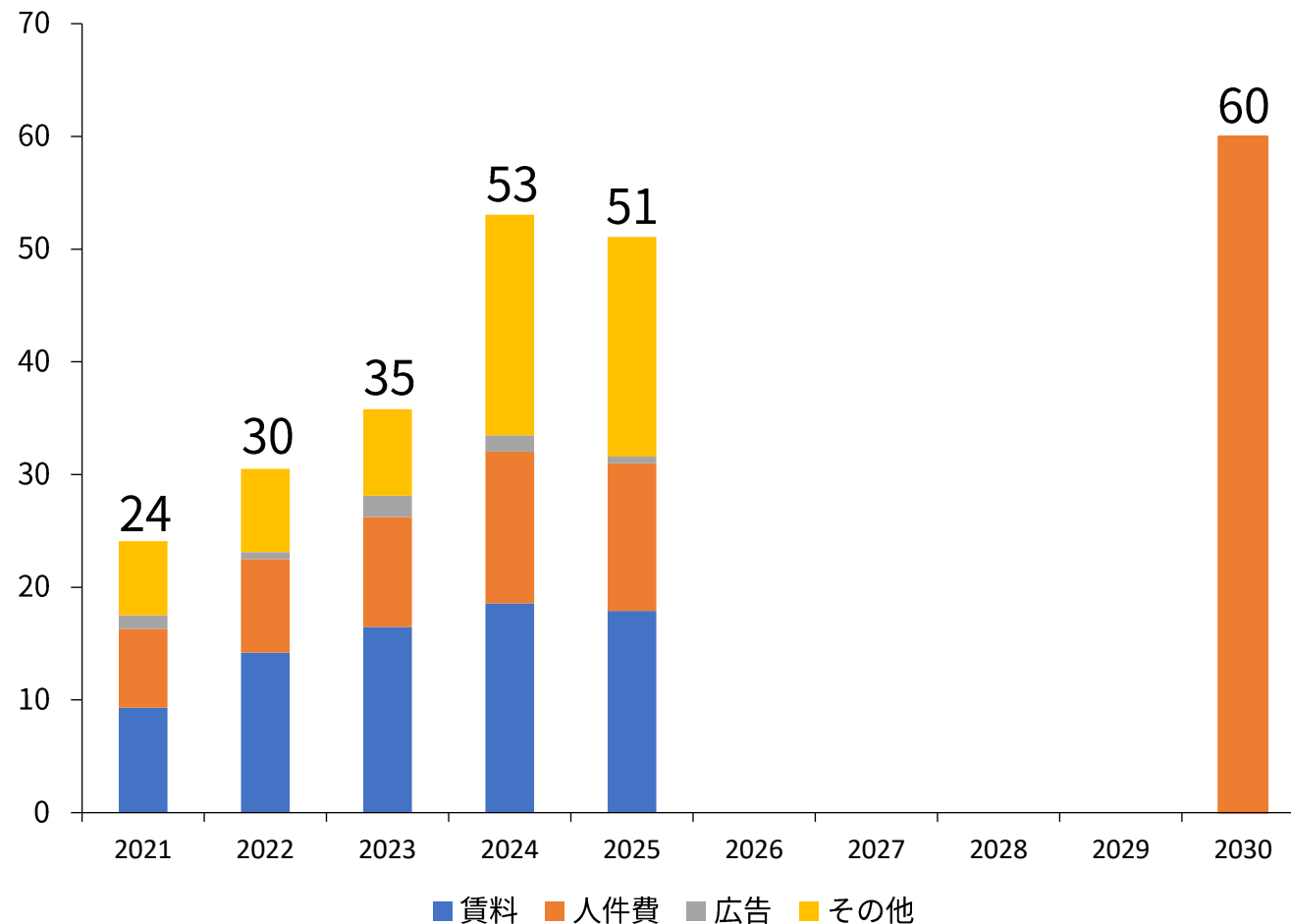


※ 23年度までは限界利益率、24年度以降は貢献利益率で記載
 ※ ロイヤルロジスティクス、マガシーク羽生は除く

間接固定費 推移

単位: 億円

間接固定費は上限管理を徹底。2030年度も60億円以下に収める方針



※ ロイヤルロジスティクス、マガシーク羽生は除く



利益創出のメカニズム

取扱高の大幅な拡大（459億円→1,000億円）に対し、間接固定費の増加は最小限（+9億円）に抑制していく

これにより、**限界利益の伸びがそのまま営業利益に直結**する収益構造を実現する。

Key Takeaway

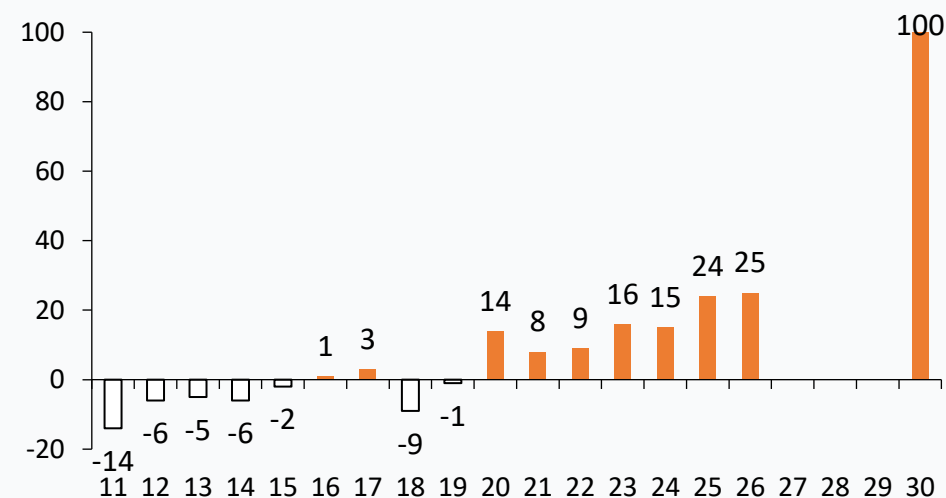
「規模の経済」を最大化し、筋肉質なコスト体質で2030年の目標達成を目指す。

長期ビジョン：営業利益

2030年度、取扱高1,000億円の達成と貢献利益率および間接固定費コントロールによって、営業利益100億円を実現する。



営業利益 推移



CAGR (年平均成長率)

+33%

※2025年度(実績)から2030年度(目標)の営業利益成長率

04

SECTION

FINANCIAL HIGHLIGHTS

2026年度第二四半期業績ハイライト



KEY TAKEAWAY

構造改革とPMI効果による劇的な収益性改善と
強固な財務基盤

2027年2月期 第二四半期 業績ハイライト

単位: 百万円 / %

マーケティング施策、構造改革とPMI効果により、順調に推移。GMV237億円、営業利益14.7億円を達成。

項目	25年度 第二四半期		26年度 第二四半期		前年比	計画比(進捗)
	合計	ロイヤルティ 羽生 除く	合計	ロイヤルティ 羽生 除く	合計	合計
商品取扱高 (相殺前)	22,426		23,745		+ 5.9%	49.5%
売上高	8,914	8,457	11,268	10,352	+ 26.4%	45.1%
売上総利益	7,091 (31.6%)	6,634 (29.6%)	8,507 (35.8%)	7,590 (32.0%)	+ 20.0%	
限界利益	3,825 (17.1%)	3,616 (16.1%)	5,025 (21.2%)	4,539 (19.1%)	+ 31.4%	
貢献利益	3,573 (15.9%)	3,364 (15.0%)	4,680 (19.7%)	4,193 (17.7%)	+ 31.0%	
間接固定費	2,564	2,391	3,209	2,857	+ 25.2%	
営業利益	1,009	972	1,470	1,336	+ 45.7%	58.8%
EBITDA	1,359		1,748		+ 28.7%	
経常利益	1,093		1,598		+ 46.1%	61.5%
親会社帰属当期純利益	573		931		+ 62.4%	

営業利益 (第二四半期)

14.7 億円

↑ 45.7% 前年同期比

EBITDA (第二四半期)

17.5 億円

↑ 28.7% 前年同期比

当期純利益 (第二四半期)

9.3 億円

↑ 62.4% 前年同期比

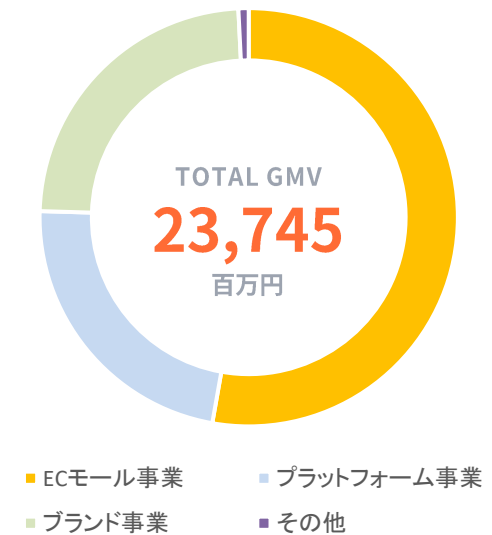
事業別取扱高（第二四半期）

ECSの解約によりプラットフォーム事業が減少も、ロコンド、d fashionの復調によりECが増加、また、M&Aによりブランド事業が増加。

単位: 百万円 / %

事業区分	25年度	26年度	前年同期比	構成比
ECモール事業 ロコンド、マガシーク等 ブランド数：4,989個	12,345	12,535	▲ 1.5%	52.8%
Platform事業 e-3PL、BOEM等 e3PL直近12か月出荷個数：336万個	6,908	5,385	▼ 22.1%	22.7%
Brand事業 Reebok、MANGO等	3,118	5,636	▲ 80.7%	23.7%
その他 サンキュ！事業等	53	188	▲ 252.8%	0.8%
合計（相殺前）	22,426	23,745	▲ 5.9%	100.0%

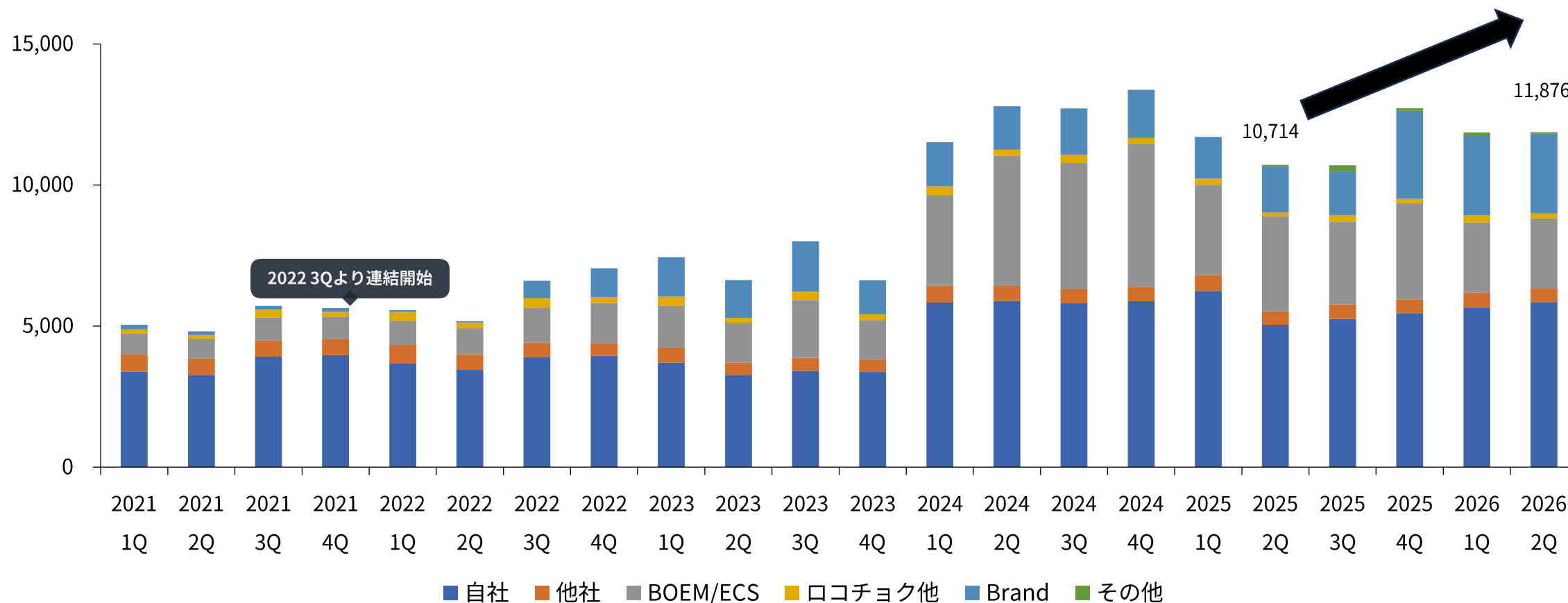
事業別 構成比



取扱高（親子相殺前） 四半期推移

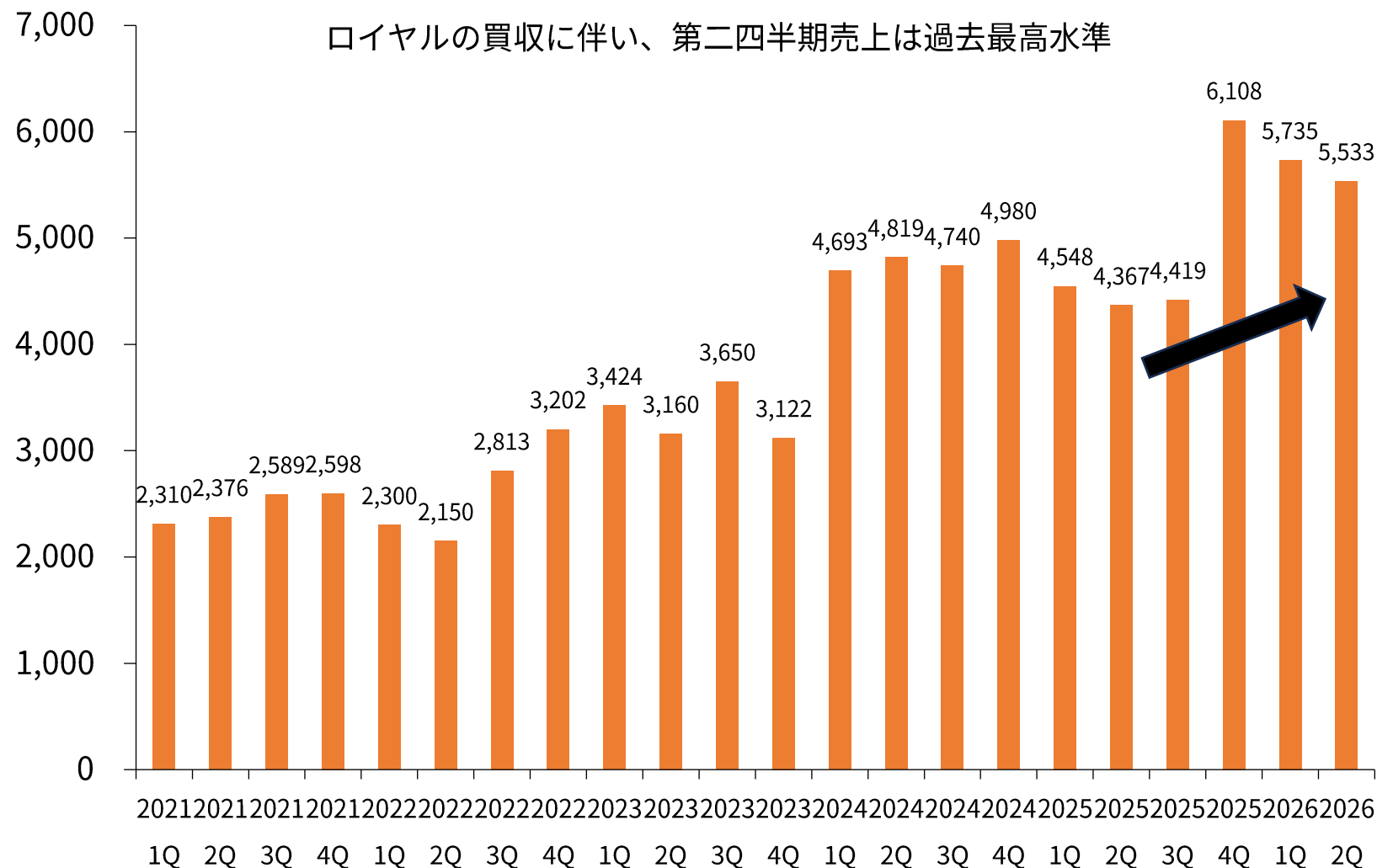
マガシークのECS (ジェイドグループで言うところのBOEM) の解約などにより減少も、
ロコンド、d fashionの復調、ロイヤル等のM&A効果もあって全体取扱高は増加

単位: 百万円



売上高 四半期推移

単位: 百万円



売上計上基準の違い

- **買取在庫**
「販売価格」を売上として計上
- **委託在庫**
「販売価格 × 手数料率」を
売上として計上

販管費の内訳と効率化

ロコポートⅠの稼働、ロイヤルM&Aにより販管費増加要因はあったものの、PMI効果等によりコントロール

単位: 百万円

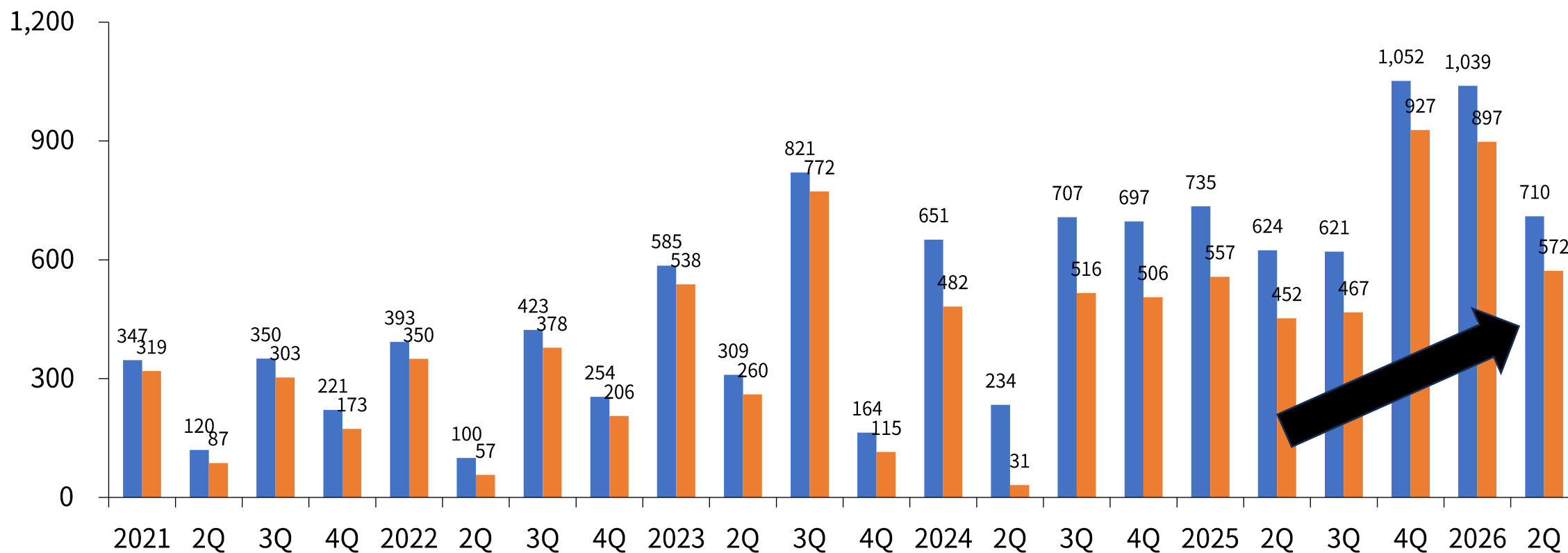
費目	25年度	相殺後 GMV対比率	26年度	相殺後 GMV対比率	前年同期比	
人件費	1,132	5.3%	1,428	6.4%	+ 1.1%	ロイヤル買収による増加
うち社員	602	2.8%	829	3.7%	+ 0.9%	
うちアルバイト	530	2.5%	598	2.7%	+ 0.2%	
荷造運搬費	1,183	5.5%	1,273	5.7%	+ 0.2%	
手数料 (変動)	1,130	5.3%	1,053	4.7%	- 0.6%	
広告関連費用	345	1.6%	482	2.2%	+ 0.5%	
うち変動費	306	1.4%	440	2.0%	+ 0.5%	
うち固定費	39	0.2%	41	0.2%	0.0%	
地代家賃	939	4.4%	1,278	5.7%	+ 1.3%	ロコポートⅠ稼働
直接固定費	252	1.2%	345	1.6%	+ 0.4%	
その他	1,099	5.1%	1,175	5.3%	+ 0.1%	
販管費 合計	6,082	28.5%	7,037	31.6%	+ 3.1%	

営業利益 / EBITDA — 四半期推移

ロイヤルのM&Aによって、営業利益、EBITDAともに第二四半期過去最高水準

● EBITDA ● 営業利益

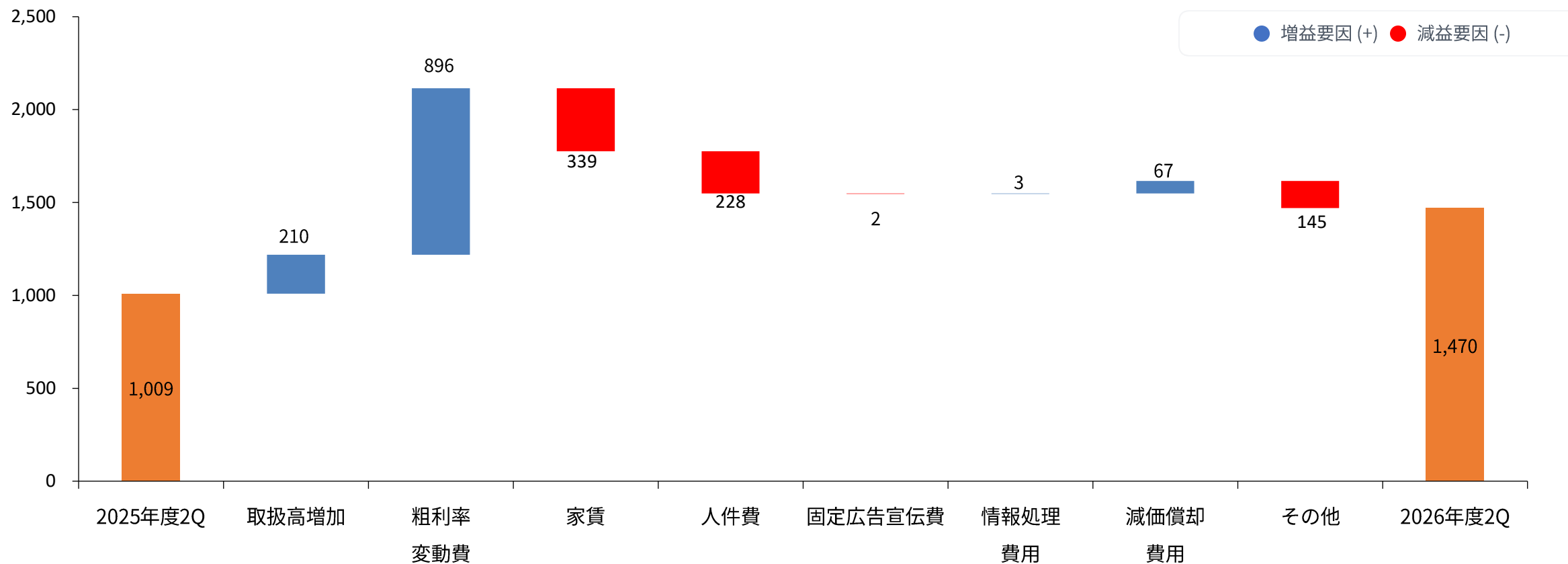
単位: 百万円



営業利益 昨対分析

コスト構造改革により、第二四半期過去最高益を実現

単位: 百万円



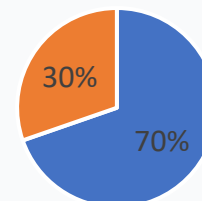
財務健全性とM&Aの機動力（貸借対照表）

単位: 百万円

積極的なM&Aを実行しつつも、早期PMIによる収益改善で強固な財務基盤を維持

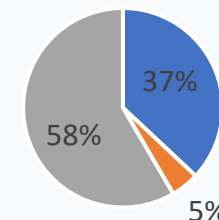
科目	金額	摘要・主な内訳
資産の部		
流動資産	11,059	現預金 3,418 / 商品 3,311
固定資産	4,810	有形 1,559 / 無形 905 / 投資他 2,345
資産合計	15,869	
負債の部		
流動負債	5,868	有利子負債ゼロ
固定負債	729	借入金 442 (RBKJ設立時伊藤忠商事借入)
負債合計	6,597	
純資産の部		
純資産合計	9,272	自己資本比率 51.6% (非支配株主持分を含めると58.4%)

総資産 構成



■ 流動資産 ■ 固定資産

負債・純資産 構成



■ 流動負債 ■ 固定負債 ■ 純資産

Key Takeaway

- ・ 現預金が流動資産の30%と機動性高い
- ・ 流動比率188%、自己資本比率52%と高い健全性
- ・ 実質無借金経営

✔ 高い流動性：現預金 34.2億円を確保 ✔ 健全な資本構成：積極投資下でも高い自己資本比率

【参考】ECモール事業 KPI

※第一四半期対比、他社モール除く

	会員数	アクティブ率	アクティブユーザー数	年間購入金額 (ARPU)	年間購入個数	商品平均単価	年間返品率
ロコンド	468.2万人	10.0%	46.5万人	21,316円	3.8個	5,609円	22.5%
	(+4.8万人)	(-0.1%)	(+0.0万人)	(+141円)	(+0.0個)	(+37円)	(+0.1%)
d fashion	438.1万人	7.8%	33.9万人	19,882円	4.0個	4,983円	1.1%
	(+4.5万人)	(-0.2%)	(-0.6万人)	(+602円)	(-0.0個)	(+163円)	(-0.2%)
MAGASEEK	299.3万人	3.2%	9.5万人	30,901円	5.6個	5,528円	13.8%
	(+1.0万人)	(-0.1%)	(-0.4万人)	(+225円)	(-0.0個)	(+60円)	(-0.7%)
Fashion Walker	110.1万人	2.7%	3.0万人	16,993円	4.1個	4,196円	10.6%
	(+0.8万人)	(-0.1%)	(-0.0万人)	(+294円)	(-0.1個)	(+162円)	(+0.3%)
Brandeli	45.9万人	4.1%	1.9万人	26,376円	13.6個	1,947円	6.2%
	(+0.0万人)	(+0.1%)	(+0.0万人)	(+619円)	(+1.4個)	(-166円)	(-1.0%)
SWS	83.6万人	7.0%	5.8万人	21,228円	2.5個	8,594円	3.5%
	(+1.9万人)	(+0.9%)	(+0.9万人)	(+628円)	(-0.1個)	(+702円)	(+0.7%)
waja	16.8万人	1.8%	0.3万人	29,642円	4.3個	6,910円	13.7%
	(+0.0万人)	(+0.1%)	(+0.0万人)	(-168円)	(+0.0個)	(-88円)	(+1.2%)
合計	1,462.0万人	6.9%	101.0万人	21,487円	4.1個	5,238円	12.8%
	(+13.0万人)	(-0.1%)	(-0.0万人)	(+222円)	(+0.0個)	(+60円)	(-1.4%)

サマリー

会員数は増加傾向（+13.0万人）。アクティブ率（-0.1%）、アクティブユーザー数（-0.0万人）も下げ止まりの兆し。クーポン施策などが奏功し、全体的にARPUが増加傾向。SWSがワールドカップの効果もあり堅調。返品率はレンジ内で推移。

05

SECTION

常識を疑って

業界に革新を

COMPANY OVERVIEW

ジェイドグループ株式会社 会社概要

COMPANY PROFILE

会社基本情報

JADE GROUP, Inc. ジェイドグループ株式会社

(旧社名：株式会社ロコンド)

📅 設立 2010年10月22日	📈 上場市場 東証グロース
👤 代表取締役社長 田中 裕輔	👥 従業員数 ※2025年12月現在 1,024名 (連結全体/アルバイト含む)
📍 本社所在地 東京都渋谷区元代々木町30-13 ONEST元代々木スクエア7F	

🛍️グループ会社

MAGASEEK	ファッションEC
RBKJ (Reebok Japan)	スポーツブランド
FASCINATE (社内カンパニー)	ハイエンドセレクト
TCB	デニムブランド
BLUE SINCERE (社内ブランド)	革製品ブランド
ROYAL (社内カンパニー)	並行輸入・卸
ARIGATO (社内カンパニー)	メディア事業

VISION

業界に革新を

POLICY

HAPPY FOR **ALL**

CORE VALUE



FAST

スピーディーに、
フレキシブルに動く。



FAITH

成果でもって、
社内外から信頼を得る。



FAIR

公平で透明で、
高い倫理観を持つ。



FUN!

何事も、
ポジティブに楽しむ！

WHO WE ARE

「靴の通販」だけではない。
常識を覆す**3つの武器**。

FASHION TECH COMPANY



01

M&Aによる 事業拡張

Reebok、MAGASEEK、FASCINATEなど
有力ブランド・モールを次々とグループ
化。
単なる通販サイトから「ファッション・
コングロマリット」へ。



02

IT×物流の 内製プラットフォーム

巨大倉庫「LOCOPORT」と自社開発シス
テム「LoCORE」を保有。外部に依存し
ない100%内製化で、圧倒的なスピードと
コスト競争力を実現。



03

在庫 シェアリング

EC、店舗、卸の在庫データを一元管理し
、機会損失をゼロに。
「店にないから買えない」を過去のもの
にする、業界唯一の仕組み。

AI活用も軸とする、テクノロジー活用



100% IN-HOUSE

完全内製開発システム

ECサイト、倉庫管理システム(WMS)、基幹システム、プラットフォーム(PF)の全てを自社エンジニアが開発・運用。「ブラックボックス」を排除し、ビジネスの変化に即応する。

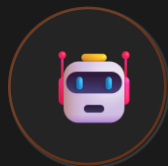
EC Front

WMS

ERP

POS

100 % 内製化率



AUTOMATION

倉庫自動化（マテハン）

LOCOPORT（自社倉庫）に最新のマテリアルハンドリング機器を導入。自動仕分け機と人的オペレーションを最適に組み合わせ、出荷効率を最大化。

Robotics

Auto-Sorter

500 万件/年 出荷



DATA DRIVEN

データドリブン運用

AIを活用した需要予測や、リアルタイムの在庫分析により、適正在庫を実現。ユーザー行動ログに基づいたUI/UXの高速改善サイクル（ABテスト）を徹底。

AI Forecast

Big Data

UX Analytics

1,000 万人以上の 会員データ

3つの事業柱



EC MALL 事業

集客と販売の最大化

「自宅で試着、気軽に返品」のLOCONDO.jpをはじめ、複数のECモールを運営。圧倒的な集客力で販売を促進。

LOCONDO.jp

靴 & ファッション

d fashion

d fashion
dポイント会員向け総合ファッション

MAGASEEK

MAGASEEK
総合ファッション

FASHION WALKER

FASHION WALKER
トレンドファッション

BRANDELI

BRANDELI
アウトレット



PLATFORM 事業

物流・ITインフラの提供

自社開発の物流倉庫システムとIT基盤を外部ブランドへ提供。在庫一元化を実現する「仕組み」のビジネス。

● BOEM (自社公式EC運営支援)

● e-3PL (在庫一元化サービス)

● LOCOPOS (POSシステム)

● LOCOCHOC (在庫シェアリング)

● LOCORE (クラウド基幹システム)



BRAND 事業

ブランド価値の創出

M&Aやライセンス契約により、Reebokなどの有力ブランドを自社運営。「作る」から「売る」まで垂直統合。

● Reebok (グローバルスポーツ)

● MANGO (スペインのファストファッション)

● FASCINATE (ハイブランドセレクトショップ)

● Blue sincere (オリジナル革製品ブランド)

● TCB jeans (国産デニムブランド)

● Royal (LOOZER、GAViC、peace parkなど)

LOCONDO.jpの圧倒的強み



01

常識破りのUX 「自宅で試着」

通販の最大の不安「サイズが合うか分からない」を解消。

- ✓ 即日出荷・最短翌日お届け
- ✓ サイズ交換無料
- ✓ 返品無料（一部除く）

顧客満足度No.1

返品率コントロール



02

品揃え × UI/UX高速改善

5,000以上のブランドを取り扱う圧倒的な商品力に加え、エンジニア主導による週次単位の改善サイクルで、使いやすさを常にアップデート。

100%内製開発

データドリブン

ABテスト



03

集客と供給の グロースサイクル

TVCMを含むマス広告とデジタル広告のハイブリッド戦略で認知を獲得。さらに、在庫一元管理を通じた、「靴」以外のカテゴリ（コスメ・スポーツ）への拡張でLTVを最大化。

認知拡大

クロスセル

在庫一元管理

競合優位性

比較項目	大手ECモール / アパレルEC	JADE GROUP
 商材難易度	サイズ不安が少ない 「服・雑貨」が中心	●「靴」に強み サイズ交換・返品無料のノウハウ
 物流・配送	外部委託 または 汎用的な物流	●100%内製・自動化 靴箱に最適化されたロボット倉庫
 在庫連携	EC在庫のみ販売 店舗連携は限定的	●在庫シェアリング 店舗・他社モールの在庫も一元化
 ビジネスモデル	「場所貸し」の手数料 プラットフォーム型	●垂直統合型 ブランド運営 × PF × 物流を一気通貫



参入障壁の高い「靴」

サイズ交換・返品対応のオペレーションコストが高く、他社が容易に真似できない「Moat（堀）」を構築。
顧客満足度を高めつつ、利益を出せる仕組みを確立。



内製化によるスピード

システムも物流も100%内製だからこそ、市場の変化に即座に対応可能。
改善サイクルを高速で回し、常に最適化されたサービスを提供。

靴EC市場シェア・ポジションイメージ

返品率
許容度

他社

JADE



No.1

プラットフォーム事業

在庫シェアリング

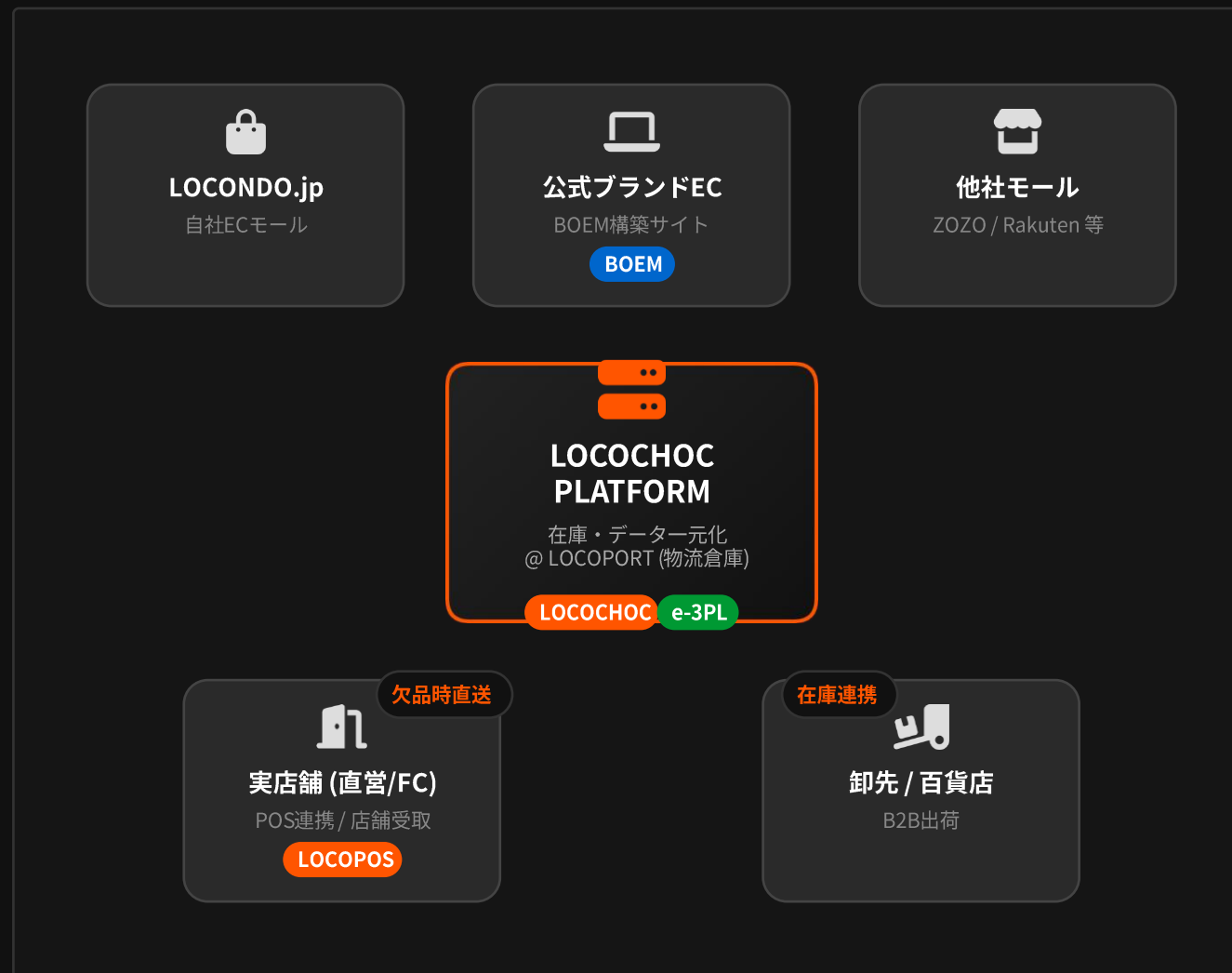
EC倉庫と店舗在庫をデータ連携。
店舗で欠品していても、**EC在庫からお客様の自宅へ直送**することで、「売り逃がし」を防ぎます。

ALL-IN-ONE

物流(e-3PL)、EC構築(BOEM)、店舗システム(LOCOPOS)を垂直統合。**100%内製化**されたシステムだからこそ実現できる、シームレスなOMO体験。

導入効果

- ・店舗在庫のEC販売化 → 在庫回転率UP
- ・物流拠点の集約 → 配送コストDOWN



ブランド事業：M&A戦略



内製プラットフォームで 垂直立ち上げを実現

M&Aしたブランドに、JADEグループの内製プラットフォーム（物流・IT・ECシステム）を即座に導入。
「作る」から「売る」までを垂直統合し、コスト削減と売上最大化を同時に達成します。

- ✓ 物流コストの大幅削減
- ✓ EC×店舗の在庫一元化 (OMO)
- ✓ データドリブンな意思決定

JADE ECOSYSTEM MODEL

Acquired Brand
M&A対象企業
(Reebok, etc.)

PMI
(統合プロセス)

JADE PF

物流・IT・ECシステム



Value Up

GROWTH

利益率改善
& 売上拡大

GROUP COMPANY

グループ会社紹介①

JADE GROUP, Inc. ジェイドグループ株式会社

2010年

ジェイド創業

2012年

ロコンドへ社名変更

2023年

ジェイドグループへ
再変更

事業概要

東証グロス市場(3558) 上場
グループ事業持株会社(親会社)

主要機能

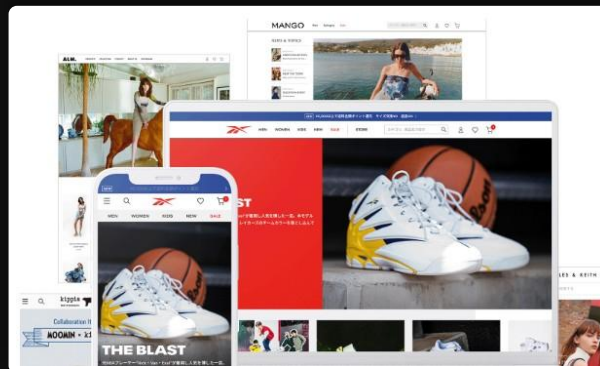
ECモールの運営に加え、物流×ITのB2Bプラットフォームを中
核にグループ全体を統合運営

其他事業

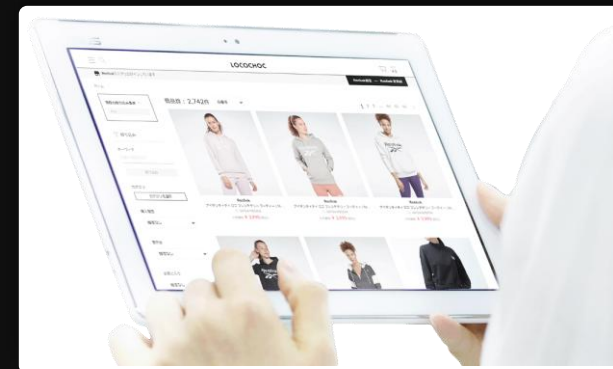
MANGO代理店事業など多角的に展開



LOCONDO.jp



BOEM



LOCOCHOC

GROUP COMPANY

カンパニー紹介 (1)

ROYAL ロイヤルカンパニー

M&A概要

2025年に民事再生スポンサーを引受（ジェイドグループ100%子会社）

主要事業

- ・ 並行輸入品を主とするECモール事業（メインは楽天）
- ・ 自社保有倉庫で物流受託 / 賃貸を行うPlatform事業
- ・ 家電雑貨（LOOZER / REZOOOL）やサッカーブランド（GAViC）を軸とする開発卸事業

店舗展開

セレクトショップ「PEACE PARK」を展開中

PMI戦略

物流とITの統合により、コスト最適化と効率的な運営体制を構築



カンパニー紹介 (2)

FASCINATE FASCINATEカンパニー

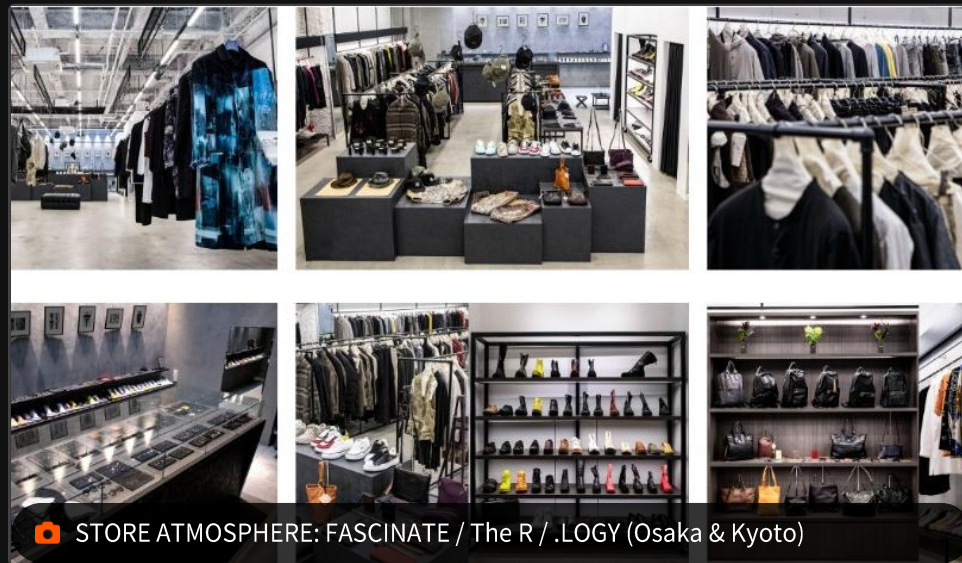
事業概要

心斎橋（大阪）と京都に拠点を置くハイエンド・セレクトショップを展開。世界的な評価を受けるデザイナーズブランドを取り扱い、高感度なファッション愛好家から支持される。

KEY HIGHLIGHTS

- ✓ **ハイブランド取扱い**：MIHARA YASUHIRO、YOHJI YAMAMOTO等のトップブランドを展開
- ✓ **越境EC展開**：ジェイドグループのPF「BOEM」の新機能を活用し、グローバル販売を強化
- ✓ **事業拡大 (M&A)**：2025年にモンクレール等を取り扱う釧路の「マルタミ」を吸収合併し、北海道エリアへも進出
- ✓ **グループ内での役割**：ロコンド内のハイブランドモール「LOCO MAISON」の中核を担う100%子会社

FASCINATE



STRATEGIC SYNERGY

BOEMの越境EC機能 × ハイブランド商品力により、国内市場だけでなく海外富裕層へのリーチを拡大。

カンパニー紹介 (3)

サンキュ！ ARIGATOカンパニー

- ✓ 2025年にベネッセコーポレーションから主婦向け生活情報誌「サンキュ！」を事業譲受し、100%子会社として新設。
- ✓ 雑誌不況の中でも**実売10万部**を誇る圧倒的なメディアパワーを保持。
- ✓ 投資回収期間は驚異の**半年間**。ジェイドグループの「3つの主要事業」以外での初のM&A成功事例。
- ✓ サンキュ！内でグループのサービス・ブランドを宣伝する**自社メディア**としての役割も担う。

#メディア事業

#雑誌・Web

#サンキュ！

#M&A成功事例



サンキュ！



GROUP COMPANY

グループ会社紹介 ②

RBKJ, Corp. RBKJ株式会社 (Reebok Japan)

👤 株主構成 (ジョイントベンチャー)

ジェイドグループ株式会社：66%

伊藤忠商事株式会社：34%

🕒 設立経緯

2022年、アディダスグループからABGへのReebokブランド売却に伴い、アディダスジャパンより日本国内事業を継承。

📁 事業領域

小売事業

公式EC、ECモール、直営店舗

卸事業

靴（フットウェア）のみ展開



🏠 Reebok直営店舗 外観

📣 戦略的フォーカス: ブランド価値の再強化と収益性改善を推進し、日本市場におけるReebokのプレゼンスを最大化する。

GROUP COMPANY

グループ会社紹介 ③

MAGASEEK, Corp. マガシーク株式会社

株主構成・経緯

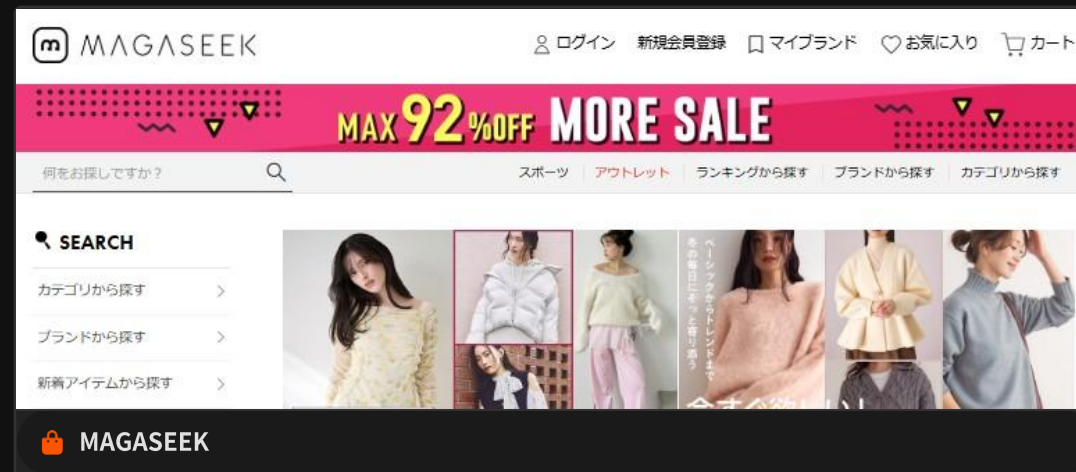
2024年にNTTドコモから事業譲受。
ジェイドグループ **81%**、伊藤忠商事 **19%** の株式を保有。

事業内容

- ・ ECモール事業：**d fashion** と **MAGASEEK** の2つのモールを運営。
- ・ PF事業：ジェイドグループのBOEMと同様のECS (UNSY) を展開。

運営体制・主要顧客

主な顧客は伊藤忠グループのデサントやアンダーアーマーなど。
EC事業、PF事業ともに運営はすべてジェイドグループへ委託し、グループ間シナジーを最大化。



GROUP COMPANY

グループ会社紹介 ④

TCB jeans TCB 株式会社

 関係性・株式取得

2024年に35%株式取得 (関連会社)

ジェイドグループの「ANBUR LEAGUE」の一員として参画。ブランドの独立性を維持しながらグループシナジーを創出。

 拠点・生産

岡山県倉敷市児島 (ジーンズの聖地)

国産ジーンズの聖地・児島にて、ヴィンテージデニムの再現と現代的な解釈を加えた「TCB jeans」を自社工場で一貫生産・販売。

 グループシナジー・協業

ブランド間コラボレーション推進中

Reebokとのコラボ製品開発や、グループ内のFASCINATE、ROYAL (PEACE PARK) での取扱いを開始。販路拡大とブランド価値向上を両立。



CRAFTSMANSHIP

ヴィンテージミシンを使用した縫製など、細部への徹底的なこだわり

GLOBAL & LOCAL

児島から世界へ。熱狂的なファンを持つグローバルニッチブランド