

当PDF文書は上に示されている企業に関する詳細レポートのアップデート版として作成されたものです。
 詳細レポート全体につきましては弊社ウェブサイトをご覧ください。

2020年4月14日、株式会社ロコンドは2020年2月期通期決算を発表した。

四半期業績推移 (累計) (百万円)	18年2月期				19年2月期				20年2月期				20年2月期 通期会予
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	
取扱高 (返品差引前)	2,924	5,758	8,909	11,967	3,819	7,797	12,851	17,621	5,820	11,019	16,908	22,337	
前期比	-	-	17.9%	16.3%	30.6%	35.4%	44.2%	47.3%	52.4%	41.3%	31.6%	26.8%	
取扱高 (返品差引後)	2,301	4,568	7,047	9,495	3,031	6,209	10,275	14,095	4,802	9,023	13,820	18,251	18,000
前期比	-	-	20.5%	18.4%	31.7%	35.9%	45.8%	48.4%	58.4%	45.3%	34.5%	29.5%	~18,500
売上高	892	1,761	2,811	3,972	1,371	2,847	4,828	6,711	2,190	4,157	6,358	8,576	8,300
前期比	-	-	37.6%	37.3%	53.6%	61.7%	71.8%	69.0%	59.7%	46.0%	31.7%	27.8%	~8,500
売上総利益	770	1,460	2,360	3,288	1,141	2,322	3,907	5,172	1,740	3,242	4,997	6,436	
前期比	-	-	32.8%	34.9%	48.1%	59.0%	65.6%	57.3%	52.5%	39.6%	27.9%	24.4%	
売上総利益率	86.3%	82.9%	84.0%	82.8%	83.2%	81.5%	80.9%	77.1%	79.4%	78.0%	78.6%	75.0%	
販管費	732	1,397	2,157	2,962	1,373	2,746	4,554	6,152	1,910	3,573	5,187	6,520	
前期比	-	-	33.3%	31.9%	87.6%	96.5%	111.1%	107.7%	39.1%	30.1%	13.9%	6.0%	
売上高販管費比率	82.0%	79.3%	76.8%	74.6%	100.1%	96.4%	94.3%	91.7%	87.2%	86.0%	81.6%	76.0%	
営業利益	39	63	203	327	-232	-424	-647	-980	-170	-331	-190	-83	-150~0
前期比	-	-	28.1%	68.9%	-	-	-	-	-	-	-	-	
営業利益率	4.3%	3.6%	7.2%	8.2%	-	-	-	-	-	-	-	-	
経常利益	26	50	190	313	-126	-316	-531	-863	-182	-354	-207	-78	-150~0
前期比	-	-	19.8%	59.8%	-	-	-	-	-	-	-	-	
経常利益率	2.9%	2.8%	6.8%	7.9%	-	-	-	-	-	-	-	-	
EBITDA	-	-	-	-	-	-396	-587	-889	-	-254	-70	81	
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
EBITDAマージン	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.9%	
四半期純利益	48	53	176	175	-128	65	-136	-464	-185	-355	-208	-256	50~200
前期比	-	-	-38.0%	-41.3%	-	22.8%	-	-	-	-	-	-	
四半期純利益率	5.3%	3.0%	6.2%	4.4%	-	2.3%	-	-	-	-	-	-	

四半期業績推移 (百万円)	18年2月期				19年2月期				20年2月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
取扱高 (返品差引前)	2,924	2,833	3,151	3,058	3,819	3,978	5,055	4,770	5,820	5,199	5,889	5,429
前期比	-	-	-58.3%	11.6%	30.6%	40.4%	60.4%	56.0%	52.4%	30.7%	16.5%	13.8%
取扱高 (返品差引後)	2,301	2,267	2,479	2,448	3,031	3,178	4,066	3,820	4,802	4,221	4,798	4,431
前期比	-	-	-57.6%	12.5%	31.7%	40.2%	64.0%	56.1%	58.4%	32.8%	18.0%	16.0%
売上高	892	869	1,050	1,161	1,371	1,476	1,980	1,884	2,190	1,967	2,201	2,219
前期比	-	-	-48.6%	36.5%	53.6%	69.9%	88.7%	62.2%	59.7%	33.2%	11.2%	17.8%
売上総利益	770	690	900	928	1,141	1,181	1,586	1,265	1,740	1,502	1,755	1,440
前期比	-	-	-49.3%	40.3%	48.1%	71.2%	76.2%	36.2%	52.5%	27.2%	10.7%	13.8%
売上総利益率	86.3%	79.4%	85.7%	80.0%	83.2%	80.0%	80.1%	67.1%	79.4%	76.4%	79.7%	64.9%
販管費	732	666	760	805	1,373	1,373	1,808	1,598	1,910	1,663	1,614	1,333
前期比	-	-	-53.0%	28.4%	87.6%	106.3%	137.9%	98.6%	39.1%	21.1%	-10.7%	-16.6%
売上高販管費比率	82.0%	76.6%	72.4%	69.3%	100.1%	93.0%	91.3%	84.8%	87.2%	84.6%	73.3%	60.1%
営業利益	39	24	140	124	-232	-193	-222	-333	-170	-161	141	106
前期比	-	-	-11.4%	252.5%	-	-	-	-	-	-	-	-
営業利益率	4.3%	2.8%	13.4%	10.7%	-	-	-	-	-	-	6.4%	4.8%
経常利益	26	24	141	123	-126	-189	-215	-332	-182	-172	147	129
前期比	-	-	-11.5%	231.4%	-	-	-	-	-	-	-	-
経常利益率	2.9%	2.8%	13.4%	10.6%	-	-	-	-	-	-	6.7%	5.8%
EBITDA	-	-	-	-	-	-396	-191	-302	-	-254	184	151
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EBITDAマージン	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8.4%	6.8%
四半期純利益	48	6	123	0	-128	193	-202	-328	-185	-170	146	-48
前期比	-	-	-56.7%	-	-	3397.6%	-	-	-	-	-	-
四半期純利益率	5.3%	0.6%	11.7%	-	-	13.1%	-	-	-	-	6.6%	-

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

季節性

- ▷ 同社の主要な商材である靴、そして洋服は、夏物よりも冬物のほうが単価が高い傾向にある。このため、冬物の取扱いの増える第3四半期・第4四半期は、取扱高・売上高が強くなる傾向がある。
- ▷ 同社にとっては、夏は熱く、冬は寒いほうが季節商品がよく売れるため、業績にプラスの効果が生じる。
- ▷ また、第2四半期末・第4四半期末では同社は在庫の評価を見直すため、在庫の評価損分だけ原価率が高くなる。

四半期財務指標

売上高の変数

- ▷ 売上高の増加につながる変数として、アクティブ会員数と年間平均購入金額がある。
- ▷ アクティブ会員数（開示あり）の構成要素は、アクティブ会員比率（逆算が可能）×会員数（開示あり）に分解できる。
- ▷ 平均購入金額（推定計算）の構成要素は、返品前平均出荷単価（開示あり）×（1－返品率（開示あり））×注文頻度（推定計算）に分解できる。ただし、平均購入金額・注文頻度を外部から推定するには、一定の仮定を必要とするため、トレンドを理解するための参考値と位置付けるべきであろう。
- ▷ なお、同社は、これらの指標を経営管理上のKPI（Key Performance Indicators）として位置づけているわけではない。その背景として、これらの指標による売上高管理を同社のPDCAの仕組みに組み込むことが困難であったためと同社は説明している。実際に働く従業員の立場では、改善アクションとこれらの指標との短期的な相関関係を実感しにくく、各ブランドの売上高の増減との関連性で改善アクションの効果を考えていくほうが理解しやすいということであろう。

財務構造

- ▷ 財務構造については、後述の「事業内容－ビジネスモデルの概要－財務構造」の項を参照されたい。

全社ベース

(百万円)	18年2月期				19年2月期				20年2月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
連結 (consolidated)												
連結取扱高 (返品差引後)	-	-	-	-	-	-	4,065	3,820	4,801	4,220	4,797	4,431
連結成長率	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18%	16%
連結営業利益	-	-	-	-	-	-	-222	-333	-170	-160	141	106
単体 (non-consolidated)												
取扱高 (返品差引前)	2,924	2,833	3,151	3,057	3,818	3,977	4,785	4,466	5,124	4,925	5,598	5,174
取扱高 (返品差引後)	2,300	2,267	2,479	2,447	3,031	3,177	3,796	3,516	4,118	3,948	4,507	4,176
成長率	13%	27%	23%	13%	32%	40%	53%	44%	36%	24%	19%	19%
売上総利益	770	689	900	928	1,141	1,180	1,474	1,259	1,475	1,468	1,653	1,400
売上総利益率	34%	30%	36%	38%	38%	37%	39%	36%	36%	37%	37%	34%
- 売上総利益成長率	34%	28%	36%	40%	48%	71%	64%	36%	29%	24%	12%	11%
変動費用 計	429	422	480	538	760	824	959	912	994	1,017	1,045	882
変動費率	19%	19%	19%	22%	25%	26%	25%	26%	24%	26%	23%	21%
- 物流関連変動費用	213	204	210	261	336	424	497	456	516	532	556	534
-- 取扱高比率 (%)	9%	9%	8%	11%	11%	13%	13%	13%	13%	14%	12%	13%
- 広告関連変動費用	128	128	169	175	298	267	320	318	346	343	339	206
-- 取扱高比率 (%)	6%	6%	7%	7%	10%	8%	8%	9%	8%	9%	8%	5%
- その他変動費用	87	89	100	101	124	132	141	137	131	141	149	142
-- 取扱高比率 (%)	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	3%	4%	3%	3%
限界利益	340	267	419	389	380	356	514	346	480	450	607	517
限界利益率	15%	12%	17%	16%	13%	11%	14%	10%	12%	11%	14%	12%
- 限界利益成長率	49%	4%	33%	39%	12%	33%	23%	-11%	26%	26%	18%	49%
固定費用 計	301	243	279	266	612	548	762	578	719	575	506	411
固定費率	13%	11%	11%	11%	20%	17%	20%	16%	18%	15%	11%	10%
- 賃料	74	86	113	113	113	114	124	126	128	130	127	102
-- 倉庫面積	22,595	34,278	34,278	34,278	34,278	34,278	37,388	37,388	37,388	37,388	37,388	37,388
-- 倉庫面積当たり賃料	305	399	303	303	303	301	302	297	292	288	294	367
- 人件費	88	94	101	81	95	105	102	104	113	136	123	106
-- 正社員数	81	81	80	80	80	77	76	74	78	90	78	95
- TVCM	-	-	-	-	300	234	416	239	362	149	102	49
- その他固定費用	139	63	65	72	104	95	120	109	116	160	154	154
営業利益	38	24	140	123	-231	-192	-248	-231	-238	-125	100	105
営業利益率	2%	1%	6%	5%	-8%	-6%	-7%	-7%	-6%	-3%	2%	3%
- 営業利益成長率	46%	-49%	67%	251%	-708%	-900%	-277%	-288%	3%	-35%	-	-

出所：会社資料よりSR社作成、費用比率・利益率は取扱高（返品差引後）に対する比率である

同社の売上高は、EC事業の受託型・買取型の比率が変わることで変化してしまうため、売上高比率による分析より、取扱高比率による分析のほうが実態を把握しやすいものと考えられる。

- ▷ 「e-3PL」の出荷は同社の開示する取扱高には含まれていないが、「e-3PL」の出荷に必要なコストは各種費用に含まれて反映される。「e-3PL」の出荷が大幅に変動すると、取扱高比率分析にその影響が含まれることに留意が必要である。

EC事業

EC事業 (百万円)	18年2月期				19年2月期				20年2月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
取扱高 (返品差引前)	2,380	2,244	2,573	2,509	3,254	3,370	4,080	3,761	4,156	4,211	4,704	4,351
取扱高 (返品差引後)	1,771	1,691	1,918	1,914	2,488	2,594	3,115	2,839	3,178	3,261	3,645	3,394
- 返品率	26%	25%	25%	24%	24%	23%	24%	25%	24%	23%	23%	22%
- 成長率	35%	37%	22%	14%	41%	53%	62%	48%	28%	26%	17%	20%
売上総利益	654	579	770	706	990	982	1,194	1,037	1,246	1,250	1,409	1,185
- 売上総利益率	37%	34%	40%	37%	40%	38%	38%	37%	39%	38%	39%	35%
会員数 (千人)	1,313	1,411	1,499	1,649	1,792	1,977	2,175	2,365	2,576	3,434	3,628	3,779
- 成長率	36%	36%	34%	36%	36%	40%	45%	43%	44%	74%	67%	60%
アクティブ会員数 (千人)	449	489	510	517	545	606	670	746	801	869	905	930
- 成長率	32%	34%	31%	23%	21%	24%	31%	44%	47%	43%	35%	25%
- アクティブ会員比率	34%	35%	34%	31%	30%	31%	31%	32%	31%	25%	25%	25%
出荷件数 (件、決算短信より)	232,217	236,827	236,764	245,562	323,285	380,889	406,131	393,611	488,780	497,988	477,480	449,558
平均購入金額 (円、返品差引後) ※1	3,944	3,458	3,761	3,702	4,565	4,281	4,649	3,806	3,968	3,753	4,028	3,649
注文頻度 (回) ※2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	0.9	1.0	1.0	1.1
平均出荷単価 (円、返品前)	10,309	9,534	10,955	10,327	10,150	8,932	10,183	9,609	9,286	8,537	9,933	9,207
- 成長率	-5%	-5%	-4%	-4%	-2%	-6%	-7%	-7%	-9%	-4%	-2%	-4%
平均購入商品数 (返品前)	1.7	1.8	1.6	1.6	1.6	1.7	1.6	1.6	1.6	1.7	1.7	1.8
平均商品単価 (円、返品前)	5,916	5,407	6,731	6,307	6,198	5,192	6,276	5,979	5,710	5,045	6,019	5,160
取扱ブランド数	1,872	1,878	1,907	1,926	2,097	2,126	2,167	2,193	2,327	2,365	2,458	2,473
受託型商品取扱高比率	87.5%	88.1%	87.2%	86.7%	84.3%	85.6%	86.4%	86.8%	88.7%	86.8%	85.3%	83.6%

出所：会社資料よりSR社作成、費用比率・利益率は取扱高（返品差引後）に対する比率である、受託型商品取扱高比率はその四半期までの累計数値となっている。

※1 四半期末アクティブ会員全員が購入したものと仮定して試算した（四半期末アクティブ会員数一人当たり取扱高（返品差引後））

※2 取扱高（返品差引前）÷平均出荷件数÷平均出荷単価で試算した

▷ 「LOCONDO.jp」と「LOCOMALL」では、ユーザー属性が異なるため、両者のデータは区分して分析することが有用である。

LOCONDO.jp

LOCONDO.jp (百万円)	18年2月期				19年2月期				20年2月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
取扱高 (返品差引前)	1,916	1,832	2,124	2,057	2,756	2,893	3,505	3,229	3,524	3,631	4,082	3,746
取扱高 (返品差引後)	1,338	1,306	1,504	1,494	2,024	2,148	2,585	2,350	2,592	2,721	3,068	2,829
- 返品率	30%	29%	29%	27%	27%	26%	26%	27%	26%	25%	25%	25%
- 成長率	24%	37%	29%	22%	51%	65%	72%	57%	28%	27%	19%	20%
会員数 (千人)	1,025	1,074	1,118	1,170	1,312	1,440	1,579	1,713	1,854	2,640	2,766	2,858
- 成長率	17%	19%	19%	19%	28%	34%	41%	46%	41%	83%	75%	67%
アクティブ会員数 (千人)	257	275	289	304	332	386	439	497	536	578	605	624
- 成長率	0%	12%	19%	21%	29%	40%	52%	63%	61%	50%	38%	26%
- アクティブ会員比率	25%	26%	26%	26%	25%	27%	28%	29%	29%	22%	22%	22%
平均購入金額 (円、返品差引後) ※1	5,206	4,749	5,204	4,914	6,096	5,565	5,888	4,728	4,836	4,708	5,071	4,534
注文頻度 (回) ※3	0.7	0.6	0.6	0.6	0.8	0.8	0.7	0.6	0.7	0.7	0.6	0.6
平均出荷単価 (円、返品前)	11,406	10,355	11,720	10,935	10,776	9,439	10,736	10,095	9,862	9,093	10,564	9,688
- 成長率	-3%	-5%	-7%	-8%	-6%	-9%	-8%	-8%	-8%	-4%	-2%	-4%
平均購入商品数 (返品前)	1.9	1.9	1.7	1.7	1.7	1.8	1.7	1.7	1.7	1.8	1.7	1.9
平均商品価格 (円、返品前)	6,093	5,498	6,870	6,314	6,264	5,214	6,334	6,000	5,759	5,083	6,076	5,124

出所：会社資料よりSR社作成

※3 (取扱高 (返品差引前) ÷ 平均出荷単価) ÷ 四半期末アクティブ会員数で試算した

2020年2月期第2四半期に会員数が大きく上昇し、アクティブ会員比率が低下したが、これはモバコレを「LOCONDO.jp」へ統合したためである。

LOCOMALL

LOCOMALL (百万円)	18年2月期				19年2月期				20年2月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
取扱高 (返品差引前)	463	412	448	452	497	477	574	531	631	579	621	604
取扱高 (返品差引後)	432	385	414	420	463	445	529	489	585	539	577	565
- 返品率	7%	7%	8%	7%	7%	7%	8%	8%	7%	7%	7%	6%
- 成長率	86%	38%	3%	-7%	7%	16%	28%	16%	26%	21%	9%	16%
会員数 (千人)	288	337	381	479	480	537	596	652	722	794	862	921
- 成長率	203%	155%	112%	105%	67%	59%	56%	36%	50%	48%	45%	41%
アクティブ会員数 (千人)	192	214	221	213	213	220	231	249	265	291	300	306
- 成長率	126%	78%	52%	25%	11%	3%	5%	17%	24%	32%	30%	23%
- アクティブ会員比率	67%	64%	58%	44%	44%	41%	39%	38%	37%	37%	35%	33%
平均購入金額 (円、返品差引後) ※1	2,250	1,799	1,873	1,972	2,174	2,023	2,290	1,964	2,208	1,852	1,923	1,846
注文頻度 (回) ※3	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
平均出荷単価 (円、返品前)	7,267	6,954	8,234	8,129	7,569	6,646	7,644	7,350	6,977	6,073	7,030	6,911
- 成長率	0%	-5%	1%	4%	4%	-4%	-7%	-10%	-8%	-9%	-8%	-6%
平均購入商品数 (返品前)	1.4	1.4	1.4	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.2	1.3
平均商品価格 (円、返品前)	5,253	5,021	6,102	6,271	5,838	5,052	5,925	5,854	5,461	4,805	5,659	5,468

出所：会社資料よりSR社作成

プラットフォーム事業

プラットフォーム事業 (百万円)	18年2月期				19年2月期				20年2月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
取扱高 (返品差引前)	544	589	578	548	564	607	705	705	968	714	894	823
取扱高 (返品差引後)	529	576	561	533	543	583	681	677	940	687	862	782
- 返品率	3%	2%	3%	3%	4%	4%	3%	4%	3%	4%	4%	5%
- 成長率	-27%	5%	24%	8%	3%	1%	21%	27%	73%	18%	27%	16%
売上総利益	116	110	130	222	151	198	280	222	229	218	244	215
- 売上総利益率	22%	19%	23%	42%	28%	34%	41%	33%	24%	32%	28%	28%
- 売上総利益成長率	13%	13%	69%	155%	30%	80%	115%	0%	52%	10%	-13%	-3%
自社EC支援事業												
取扱高 (返品差引後)	206	232	260	285	306	364	323	371	348	374	380	458
- 成長率	-60%	-22%	30%	19%	49%	57%	24%	30%	14%	3%	18%	24%
物流受託事業												
出荷数 (ピース数)	29,718	63,029	93,308	82,902	133,981	394,195	605,517	463,789	709,673	360,910	515,524	365,549
- 成長率	1039%	166%	233%	397%	351%	525%	549%	459%	430%	-8%	-15%	-21%
LOCOCHOC												
取扱高 (返品差引後) 定価ベース	305	317	281	228	223	205	342	295	591	312	480	323
- 成長率	42%	28%	11%	-11%	-27%	-35%	22%	29%	165%	52%	40%	10%

出所：会社資料よりSR社作成

- ▷ 「e-3PL」は新商品の出荷が始める3月・9月が多くなり、同社の第1四半期・第3四半期に出荷ピース数が高く推移する季節性がある。2019年2月期第2四半期では、ブランドの店舗間移動が同社倉庫を通じて行われたため、一時的に出荷ピース数が増加した。
- ▷ 2019年10月時点では、LOCOCHOC (欠品フォローのサービス) の導入店舗のうち、約500店舗は株式会社アルペン (東証1部、3028、スポーツ用品の販売チェーン) の店舗である。
- ▷ 2016年2月期からのBOEM (Brand's Official E-commerce Management) の落ち込みは、株式会社サマンサタバサジャパンリミテッド (以下「サマンサタバサ」、東証マザーズ、7829、主にバッグやジュエリーなどを企画・販売する企業) がBOEMとは別に自社ECサイトを立ち上げたことによる。同社によれば、サマンサタバサはBOEMの利用も継続しているとのことである。サマンサタバサは株式会社コナカ (東証1部、7494) の持分法適用会社となったが、今のところ、資本関係の変化は同社との取引に影響していないとのことである。

2020年2月期第2四半期

- ▷ 「BOEM」の大手1アカウント（アルペン社）の停止：アルペン社の経営方針の変化により、2019年2月期第3四半期頃から取扱高が減少しており、2020年2月期第1四半期には取引が停止した。2020年2月期第1四半期以降の取扱高成長率にとってはマイナス要因となる。
- ▷ 「LOCOCHOC」の大手1アカウント（オギツ）の利用抑制：導入間もない顧客が同社の想定していない運用をした結果として第1四半期の利用増加状態が異常値となっていたためであり、第2四半期に正常状態に戻ったという認識を同社は示している。LOCOCHOCは顧客が店舗在庫にない商材を注文したい場合に利用することを想定したサービスであるが、ブランド側で店舗在庫の補充のために利用されていた。
- ▷ 「e-3PL」：大手1アカウント（オギツ）の運営変更によって出荷数が減少した。これは、オギツ社の店頭在庫と倉庫在庫のバランス、店頭への出荷のあり方が効率的になるようにオギツ社と協議のうえで運用を見直したことによるものであるということである。

2020年2月期通期実績

業績概要：

- ▷ 取扱高：モバコレ統合効果を含め、通期の商品取扱高（返品後）は18,251百万円（前年同期比29.5%増）となり、売上高は8,576百万円（前年同期比27.8%増）となった。当初の中期計画における取扱高（返品後）の目標値22,500百万円は下回った。
- ▷ 損益：通期の販売費及び一般管理費は6,520百万円となり、EBITDAは81百万円となった。営業損失は83百万円（前年同期は980百万円の営業損失）、経常損失は78百万円（前年同期は863百万円の経常損失）、親会社株主に帰属する当期純損失は256百万円（前年同期は464百万円の当期純損失）となった。
- ▷ 広告関連費用：下期の広告関連費用を抑制した結果、通期取扱高に占める広告関連費用は前年同期比で6.8ポイント減少し、10.4%となった。変動費（WEB広告・ポイント費用）は2.0ポイント減少し、固定費（TVCM等）は4.8ポイント減少した。この結果、第4四半期（12-2月期）の営業利益は106百万円と2四半期連続で黒字となった。
- ▷ 減損損失：2019年3月に子会社化した株式会社モバコレの取得時に発生したのれんの減損損失として340百万円を計上した。若年層会員基盤の獲得には成功したものの、足もとのモバコレ出店ブランドの売上高は下がっており、売上高が当初想定を下回った。
- ▷ 2021年2月期通期会社業績予想：同社は今後の見通しを合理的に予測することが困難であるため、業績予想を未定とした。同社は2020年2月期末決算説明資料の中で、これまでの取扱高推移では営業利益3,000百万円達成は困難であること、新型コロナウイルス感染拡大による外出自粛で靴の需要大幅ダウンのリスクがあるとした。一方で、店舗閉鎖に伴って企業のECシフトが加速しているとしている。同社は倉庫移転が完了する5月末以降（第2四半期以降）から成長の加速を見込むとしている。

事業別状況

事業別業績（四半期累計） （百万円）	18年2月期				19年2月期				20年2月期			
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
売上高	892	1,761	2,811	3,972	1,371	2,847	4,828	6,711	2,190	4,157	6,358	8,576
前期比	-	-	37.6%	37.3%	53.6%	61.7%	71.8%	69.0%	59.7%	46.0%	31.7%	27.8%
EC事業	768	1,493	2,374	3,285	1,181	2,389	3,816	5,149	1,610	3,156	4,864	6,609
前期比	-	-	34.5%	30.1%	53.8%	60.0%	60.7%	56.7%	36.4%	32.1%	27.5%	28.4%
構成比	86.0%	84.8%	84.5%	82.7%	86.1%	83.9%	79.1%	76.7%	73.5%	75.9%	76.5%	77.1%
プラットフォーム事業	125	268	436	687	190	458	727	985	250	463	714	990
前期比	-	-	57.5%	86.7%	52.5%	70.9%	66.7%	43.5%	31.5%	1.1%	-1.7%	0.5%
構成比	14.0%	15.2%	15.5%	17.3%	13.9%	16.1%	15.1%	14.7%	11.4%	11.1%	11.2%	11.5%
ブランド事業	-	-	-	-	-	-	284	577	329	538	779	977
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	174.2%	69.2%
構成比	-	-	-	-	-	-	5.9%	8.6%	15.0%	12.9%	12.3%	11.4%
事業別業績（四半期） （百万円）	18年2月期				19年2月期				20年2月期			
（百万円）	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	892	869	1,050	1,161	1,371	1,476	1,980	1,884	2,190	1,967	2,201	2,219
前期比	-	-	-	36.5%	53.6%	69.9%	88.7%	62.2%	59.7%	33.2%	11.2%	17.8%
EC事業	768	725	881	911	1,181	1,208	1,427	1,332	1,610	1,546	1,708	1,745
前期比	-	-	-	-63.9%	53.8%	66.6%	61.9%	46.3%	36.4%	27.9%	19.7%	31.0%
構成比	86.0%	83.5%	84.0%	78.4%	86.1%	81.8%	72.1%	70.7%	73.5%	78.6%	77.6%	78.7%
プラットフォーム事業	125	144	168	250	190	268	269	258	250	213	251	276
前期比	-	-	-	-31.9%	52.5%	86.8%	59.9%	3.1%	31.5%	-20.5%	-6.6%	6.9%
構成比	14.0%	16.5%	16.0%	21.6%	13.9%	18.2%	13.6%	13.7%	11.4%	10.8%	11.4%	12.4%
ブランド事業	-	-	-	-	-	-	-	293	329	209	242	198
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-32.5%
構成比	-	-	-	-	-	-	-	15.6%	15.0%	10.6%	11.0%	8.9%

出所：会社資料よりSR社作成

EC事業

商品取扱高（返品後）は13,800百万円（前年同期比25.0%増）、売上高は6,609百万円（前年同期比28.4%増）となった。

- ▷ コロナウイルスの感染拡大の影響と思われる受注額の低下が3月上旬に発生し、一時、前年同日比が約20%減となったが、3月中旬頃から回復基調にあり、前年同日比でプラス成長の日も増加している。
- ▷ 通期の出荷件数は1.9百万件、出店ブランド数は2,473と順調に増加した。
- ▷ 第4四半期におけるアクティブユーザー数（1年に1回以上購入したユーザー数）は、930千人を超えた。内訳としては、LOCONDONが624千人、LOCOMALLが306千人となった。
- ▷ 靴以外のアパレル商材の需要が増加していることから、長期での平均出荷単価は緩やかに下落傾向にある。第4四半期におけるLOCONDONの平均バスケット単価（受注ベース）は9.7千円、LOCOMALLの平均バスケット単価は6.9千円となった。
- ▷ 返品率は改善傾向にある。LOCONDONの返品率は25%未満を維持し、LOCOMALLの返品率は6%となった。

プラットフォーム事業

通期の商品取扱高（返品後）は3,270百万円（前年同期比34.5%増）、売上高は990百万円（前年同期比0.5%増）となった。

- ▷ 「BOEM」における支援企業社数は新たに株式会社fitfitなどの開始により当期末時点で27社となった。

ブランド事業

通期の商品取扱高（返品後）は1,180百万円（前年同期比88.5%増）、売上高は977百万円（前年同期比69.2%増）となった。

対期初年間計画進捗率（取扱高：返品差引後）

対期首年間計画進捗率	18年2月期				19年2月期				20年2月期			
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
取扱高（返品差引後）	22.8%	45.3%	69.9%	94.2%	20.2%	41.4%	68.5%	94.0%	21.3%	40.1%	61.4%	81.1%

出所：会社資料よりSR社作成

2020年2月期の通期の進捗率は、過去2期間の進捗率を下回った。

- ▷ 消費増税の影響：2019年10月より消費税が増税となり、靴や衣料品については、従来8%であった税率が10%となった。このため、2019年9月には駆け込み需要が発生し、2019年10月以降はその反動があったとのことである。
- ▷ 天候要因：気温が低くなると単価の高いブーツが良く売れるため、同社の収益にとってプラスとなるが、2020年2月期の冬季シーズンが暖冬傾向にあったことが同社の取扱高にとってマイナス要因として働いた。

その他トピックス

D2C事業の本格化

同社は、2020年4月2日より、YouTuber（登録者約3.8百万人）とのコラボレーションシューズの販売を開始した。

- ▷ ブランド名は「ReZARD」であり、4月3日からの約1週間で約600百万円分の受注となった。出荷は6月以降となるため、同社の売上高・利益として計上されるのは、2021年2月期第2四半期となる。
- ▷ 同社はこのほか、インスタグラムで数十万～百万前後のフォロワーを持つ複数のインフルエンサーとのコラボレーションを2020年秋頃に行う予定である。

商品新カテゴリー（化粧品）の展開

同社は、新カテゴリーとして化粧品分野の取扱いを6月より開始することを発表した。30,000種類以上の有名ブランドの化粧品を海外から直送する。顧客はそれらの化粧品を国内価格より安く買うことができる。

株式会社サン・トロペとの株式取得の基本合意書の締結

同社は、株式会社サン・トロペの株式の過半数の取得についての基本合意書を締結した。サン・トロペ社は、ブランド名「SEVEN TWELVE THIRTY」を中心とする、年商約1,500百万円（取扱高ベース）の靴小売店である。

2021年2月期通期会社業績予想

(百万円)	19年2月期			20年2月期			21年2月期
	上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	下期実績	通期実績	通期会予
売上高	2,847	3,864	6,711	4,157	4,420	8,576	未定
売上原価	526	1,013	1,539	915	1,225	2,140	
売上総利益	2,322	2,850	5,172	3,242	3,195	6,436	
売上総利益率	81.5%	73.8%	77.1%	78.0%	72.3%	75.0%	
販売費及び一般管理費	2,746	3,406	6,152	3,573	2,947	6,520	
売上高販管費比率	96.4%	88.2%	91.7%	86.0%	66.7%	76.0%	
営業利益	-424	-556	-980	-331	247	-83	
営業利益率	-14.9%	-14.4%	-14.6%	-8.0%	5.6%	-1.0%	
経常利益	-316	-547	-863	-354	276	-78	
経常利益率	-11.1%	-14.2%	-12.9%	-8.5%	6.3%	-0.9%	
EBITDA	-396	-493	-889	-254	335	81	
EBITDAマージン	-13.9%	-12.8%	-13.2%	-6.1%	7.6%	0.9%	
当期純利益	65	-530	-464	-355	98	-256	
純利益率	2.3%	-13.7%	-6.9%	-8.5%	2.2%	-3.0%	

出所：会社資料よりSR社作成

同社は今後の見通しを合理的に予測することが困難であるため、業績予想を未定とした（2020年4月14日における2020年2月期末決算発表時点）。同社は2020年2月期末決算説明資料の中で、これまでの取扱高推移では営業利益3,000百万円達成は困難であること、新型コロナウイルス感染拡大による外出自粛で靴の需要大幅ダウンのリスクがあるとした。一方で、店舗閉鎖に伴って企業のECシフトが加速しているとしている。同社は倉庫移転が完了する5月末以降（第2四半期以降）から成長の加速を見込むとしている。

このリサーチメモは、掲載企業の[最新版レポート](#)にも掲載されています。

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。

ディスクレーム

本レポートは、情報提供のみを目的としております。投資に関する意見や判断を提供するものでも、投資の勧誘や推奨を意図したものではありません。SR Inc.は、本レポートに記載されたデータの信憑性や解釈については、明示された場合と黙示の場合の両方につき、一切の保証を行わないものとします。SR Inc.は本レポートの使用により発生した損害について一切の責任を負いません。

本レポートの著作権、ならびに本レポートとその他Shared Researchレポートの派生品の作成および利用についての権利は、SR Inc.に帰属します。本レポートは、個人目的の使用においては複製および修正が許されていますが、配布・転送その他の利用は本レポートの著作権侵害に該当し、固く禁じられています。

SR Inc.の役員および従業員は、SR Inc.の調査レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して何らかの取引を行っており、または将来行う可能性があります。そのため、SR Inc.の役員および従業員は、該当企業に対し、本レポートの客観性に影響を与える利害を有する可能性があることにご留意ください。

金融商品取引法に基づく表示

本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。

連絡先

株式会社シェアードリサーチ / Shared Research Inc.

東京都文京区千駄木3-31-12

HP: <https://sharedresearch.jp>

TEL : (03)5834-8787

Email: info@sharedresearch.jp