

# JADE GROUP



LOCONDO.jp

## 24年度(25年2月期) 第1四半期 決算説明会 資料

ジェイドグループ株式会社 (3558)

2024.7.12

# 01 要旨

## 2025年2月期 第1四半期 サマリー①

### 取扱高は +54.8%の大幅増

- マガシークM&Aの影響もあって、取扱高は115億円の + 54.8%の大幅増で着地しました。第1四半期はマガシーク数値は4月、5月の2カ月分のみを加算である事を踏まえると、取扱高550億円の計画に対しても順調に進捗(進捗率: 20.9%)していると考えています
- 反面、この3~5月は天候不良の影響もあって、LOCOND0.jp、そしてマガシークのd fashion、MAGASEEKそれぞれ単体で見ると取扱高は伸び悩んでいます。しかしながら今年の秋以降は各モール間での在庫一元化(クロスセル)を実現する事で品揃えを大幅に補強できる事、またd fashionやMAGASEEKにおいては成長投資を加速する事で、それぞれのECモールの成長を目指します

## 2025年2月期 第1四半期 サマリー②

### 営業利益も 進捗率28% と順調に推移

- 営業利益面では、後述するマガシークPMIの効果、また同タイミングでM&AしたFascinateやTCB jeansも好調に推移したため、グループ営業利益を底上げしました
- しかしながら、ジェイドグループにおけるのれん代負担や倉庫移転準備に伴う短期コストの発生、Reebok Japan (RBKJ) においてはコラボシューズの出荷時期のズレの影響もあって、この第一四半期は連結ベースでは昨年対比 - 10.4%の着地となりました
- これらは全て計画には織り込み済で、年度計画に対する進捗率は28%、又、社内の管理計画を上回る水準で推移しているため、順調であると認識しています

## 2025年2月期 第1四半期 サマリー③

### M&Aによる事業拡大、収益性向上は絶好調

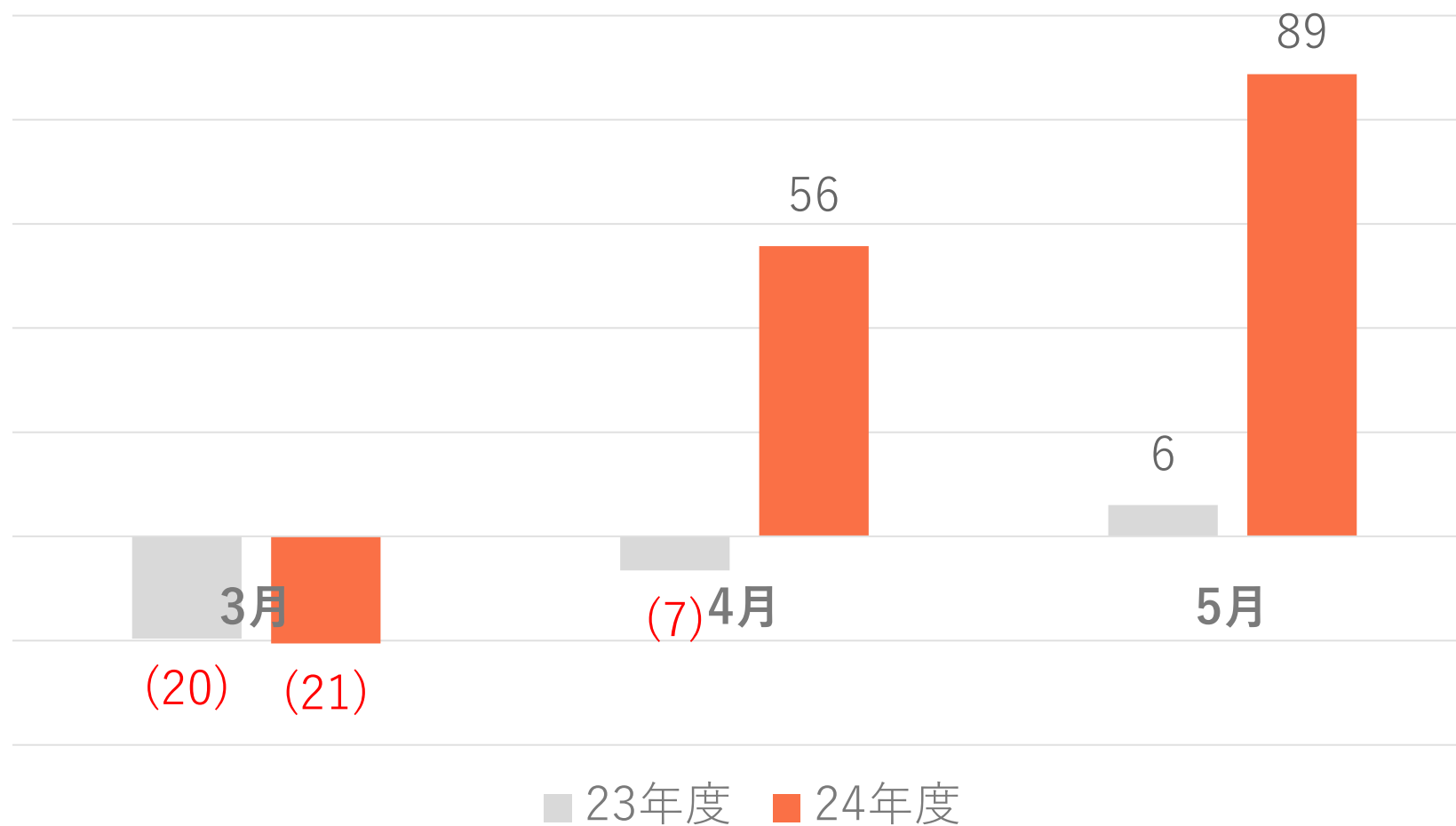
- 7月4日開示資料の通り、マガシークはPMI (Post Merger Integration) の効果があって、毎月、大きく伸ばし、2カ月間で + 1.5億円の増益効果をもたらしました。なおマガシークPMI計画の解像度が向上したため、当四半期から、営業利益35 – 40億円計画(25年度)の詳細と進捗度合の「見える化」を開始します
- 見える化グラフにもある通り、マガシークにおいては未だ物流とITの統合インパクトが未実現で、要は「利益改善はこれからが本番」のため、ここから更に収益性を改善していく見込みです
- 同タイミングでM&AしたFascinateは既に物流とITの統合が完了し、越境EC対応のBOEM Internationalもスタートしました。第一四半期中も取扱高は昨年同期比で +30.3%、同じくグループ参画したTCB Jeans (株式35%) も売上は同 +29.1%と、大幅に伸ばしています

## 2025年2月期 第1四半期 サマリー④

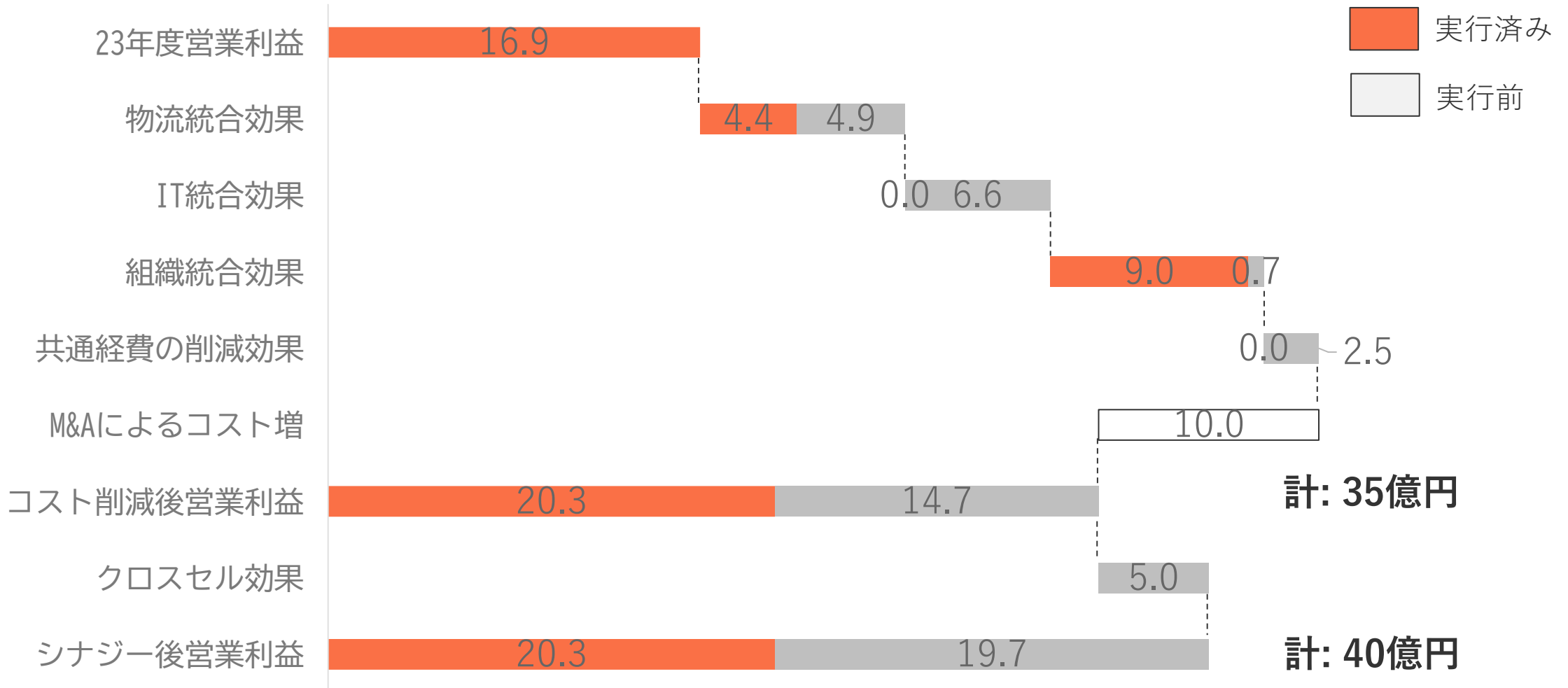
### 来年度はまた無借金へ。株主還元策も強化へ

- M&AのPMIIによって営業キャッシュフローも大幅に強化される見込みのため、M&Aにあたって調達した銀行借入も来年度中には全て返済できる見込みです
- 銀行借入を返済する = 今後の成長投資枠を確保できる状態になるため、その目途が立った段階では株主還元もさらに強化していく計画です。今年度は既に834百万円を自己株買いに充当しましたが、今年度は優待の見直し、来年度からは配当の正式開始の可能性なども検討を開始する予定です
- 引き続き、2030年度までの長期ビジョン「取扱高1000億円、営業利益100億円」の実現、そして時価総額1000億円の実現に向けて、事業の拡大と企業価値の向上に努めて参ります

## マガシーク PMI 進捗状況【単月営業利益(百万円): 監査前の速報値ベース】



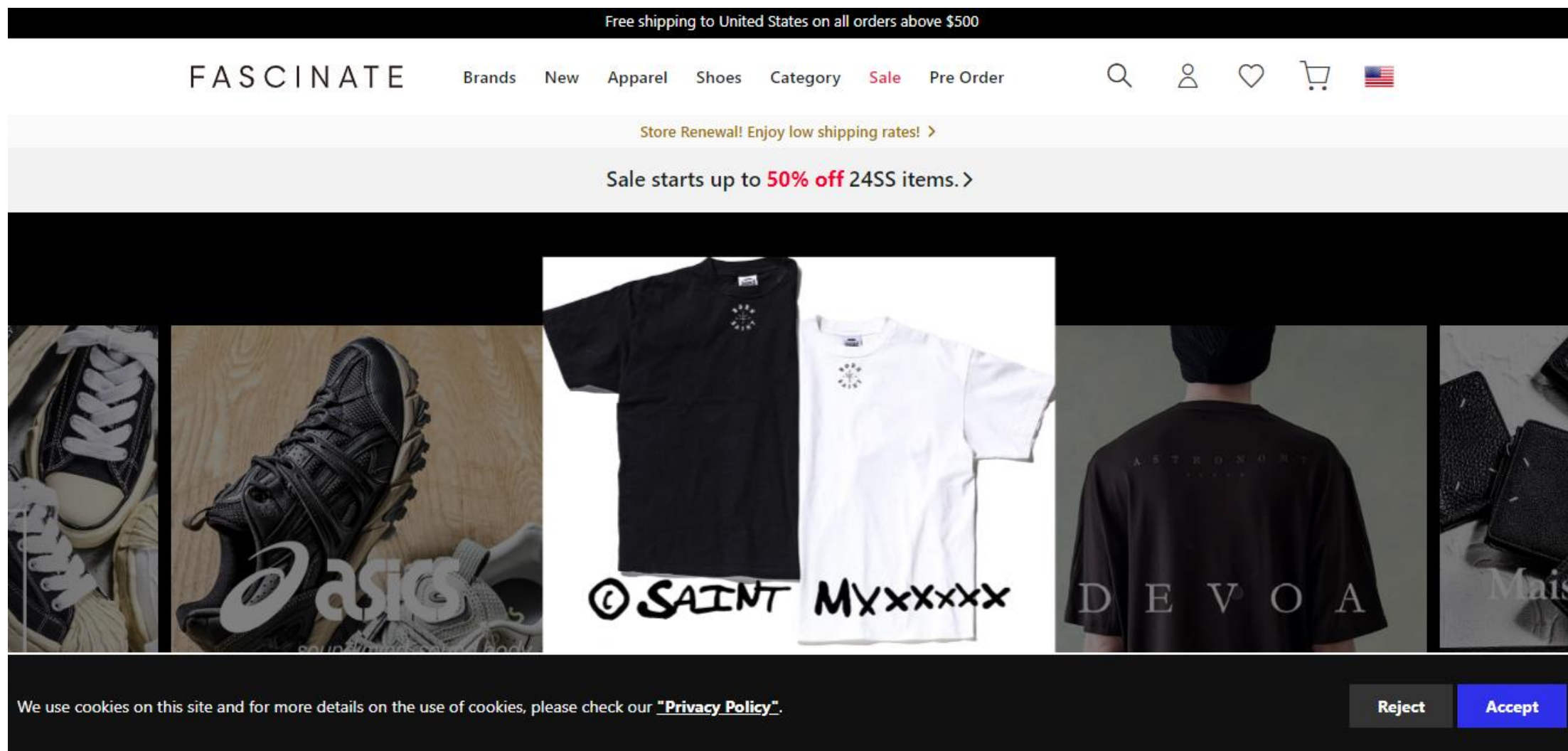
## 2025年度 営業利益 40億円の「見える化」グラフ (億円; 24年度1Q時点)



\* 「実行済み」とはアクション自体は既に行い、25年度に高い蓋然性で期待できる利益増インパクト、「実行前」とは具体的な計画はあるもののアクションはまだ実行できておらず、アクション実行すれば期待できる利益増インパクト



# 中長期的な成長に向けた「BOEM International」、スタート



## 02 実績

## 2025年2月期第一四半期 業績ハイライト

取扱高はM&A効果により昨対+ 54.8%。M&Aののれん償却負担、移転関連費用要因で約60百万円増加も、マガシーク統合は順調に進行し、EBITDAは+ 11.4%。営業利益も△55百万円ながら期初計画対比で順調な滑り出し。

(百万円)

	23年度 1Q	24年度 1Q	増減	計画値	計画対比
① 商品取扱高(相殺前)	7,440	11,517	+ 54.8%	55,000	20.9%
売上高	3,423	4,693	+ 37.1%	-	-
売上総利益	2,666	3,773	+ 41.5%	-	-
(対取扱高比)	35.8%	32.8%	△ 3.1%	-	-
限界利益	1,410	1,998	+ 41.7%	-	-
②限界利益率	19.0%	17.4%	△ 1.6%	-	-
EBITDA	585	651	+ 11.4%	-	-
③ 固定費	872	1,516	+ 73.9%	-	-
営業利益	538	482	△ 10.4%	1,700	28.4%
経常利益	543	502	△ 7.7%	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	318	254	△20.1%	-	-

# 2025年2月期第一四半期 事業別の取扱高（百万円）

マガシークM&A効果によって、特にプラットフォーム事業が伸長

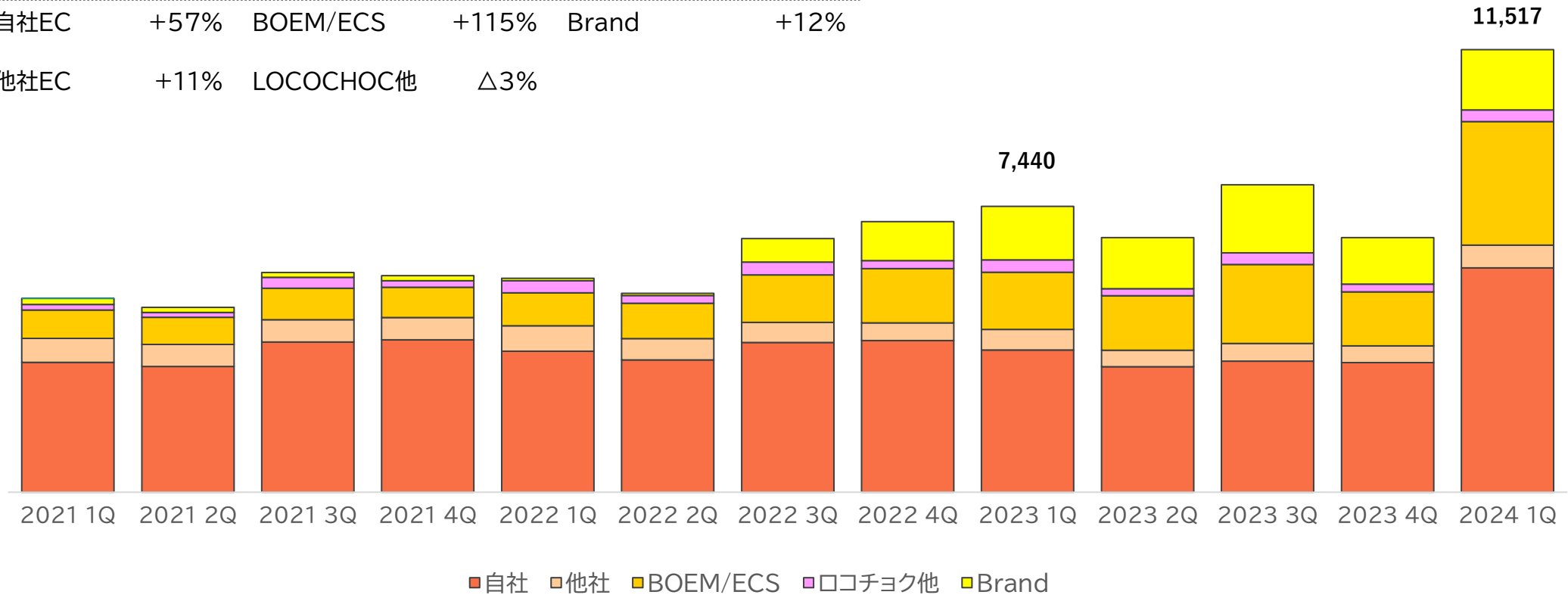
事業別	前第1四半期 連結累計期間 (自2023年3月1日 至2023年5月31日)			当第1四半期 連結累計期間 (自2024年3月1日 至2024年5月31日)			取扱高 対前年 増減率 (%)	売上高 対前年 増減率 (%)
	取扱高 (百万円)	構成比 (%)	売上 (百万円)	取扱高 (百万円)	構成比 (%)	売上 (百万円)		
ECモール事業	4,238	57.0	1,887	6,433	55.9	2,338	51.8	23.9
うち、自社モール	3,704	49.8	-	5,837	50.7	-	57.6	-
うち、他社モール	533	7.2	-	595	5.2	-	11.5	-
プラットフォーム事業	1,809	24.3	655	3,520	30.6	1,203	94.6	83.7
うち、BOEM / ECS	1,489	20.0	-	3,213	27.9	-	115.7	-
うち、e3PL	0	0.0	-	0	0.0	-	0	-
うち、ロコチョコ等	319	4.3	-	307	2.7	-	△3.9	-
ブランド事業	1,393	18.7	1,365	1,564	13.6	1,565	12.3	14.7
うち、REEBOK	1,349	18.1	-	1,340	11.6	-	△0.7	-
うち、FASCINATE	-	-	-	182	1.6	-	-	-
うち、MANGO他	43	0.6	-	40	0.4	-	△6.4	-
合計	7,440	100.0	3,907	11,517	100.0	5,108	54.8	30.7
相殺消去	673	-	484	571	-	415	-	-
相殺後	6,767	-	3,423	10,945	-	4,693	61.7	37.1

# 取扱高(親子相殺前) - 四半期推移

M&A効果で取扱高は昨対 + 54.8%と大幅に増加。

(百万円)

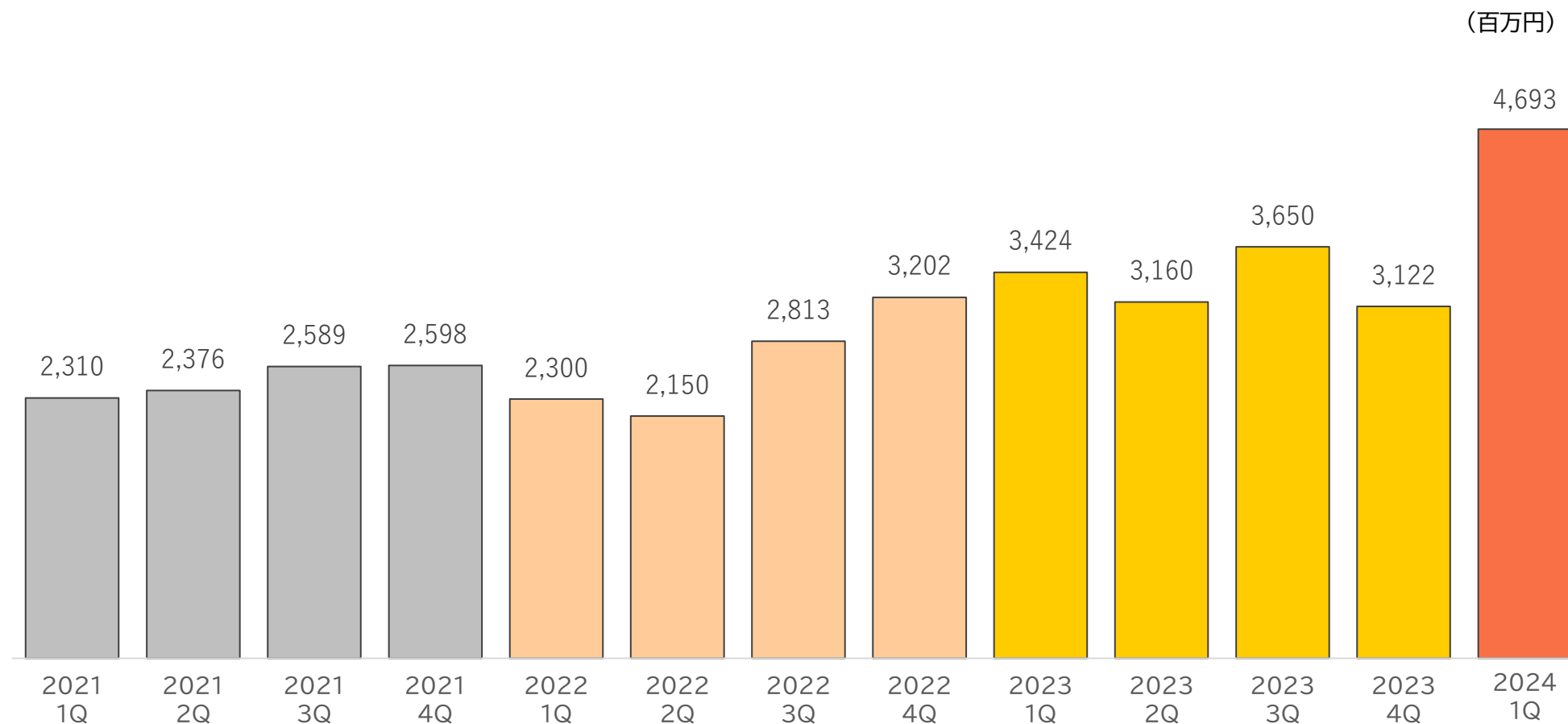
合計	+54%				
自社EC	+57%	BOEM/ECS	+115%	Brand	+12%
他社EC	+11%	LOCOCHOC他	△3%		



※ 2022 3Qより連結

## 売上高 - 四半期推移

取扱高同様に、売上高も + 37.1%



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

※ 2022 3Qより連結

## 販管費詳細

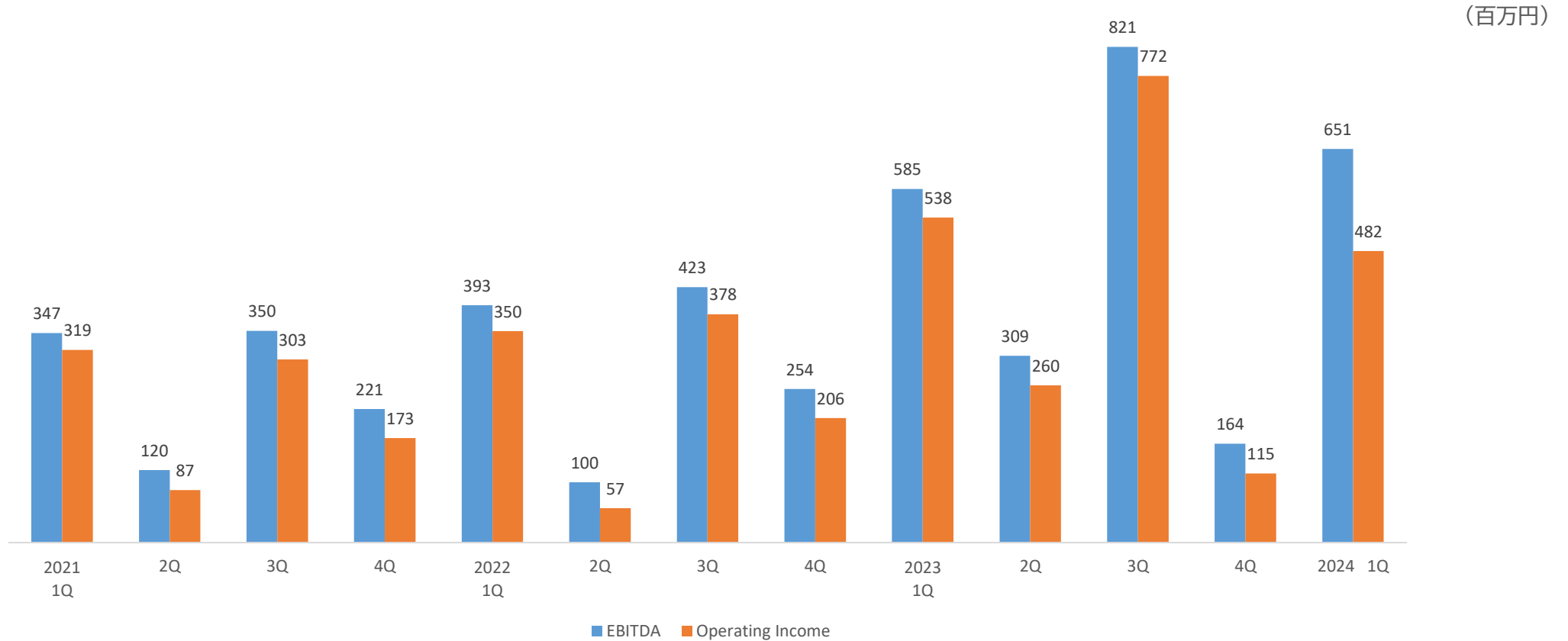
PMIの効果も徐々に始めているため、対GMV比の販管費率は1.4ポイント改善。改善の主たるドライバーは物流の効率化と効果的な広告配分によるもの。その他増加のうち、約60百万円はのれん償却増加、移転関連費用によるもの (百万円)

	23年度 1Q	%	24年度 1Q	%*1	前期比	主な増減要因
人件費	455	6.7%	738	6.7%	0.0%	
うち、社員	252	3.7%	412	3.8%	0.0%	
うち、パート、アルバイト	203	3.0%	325	3.0%	0.0%	
荷造運搬費	480	7.1%	656	6.0%	△ 1.1%	バスケット単価上昇、送料効率化
手数料(変動)	342	5.1%	535	4.9%	△ 0.2%	
広告関連費用	215	3.2%	215	2.0%	△ 1.2%	
うち、変動費(Web広告等)	180	2.7%	195	1.8%	△ 0.9%	効果的な広告配分
うち、固定費(テレビCM等)	35	0.5%	19	0.2%	△ 0.3%	
地代家賃	407	6.0%	566	5.2%	△ 0.8%	
その他	227	3.4%	579	5.3%	+ 1.9%	のれん増、移転費用等
<b>販管費 合計</b>	<b>2,128</b>	<b>31.5%</b>	<b>3,291</b>	<b>30.1%</b>	<b>△ 1.4%</b>	

\*1: 相殺後GMV対比率

## 営業利益 - 四半期推移

移転費用やのれん償却の増加があるものの、第1四半期の営業利益は4.8億円と計画比順調に推移。EBITDAは+66百万円



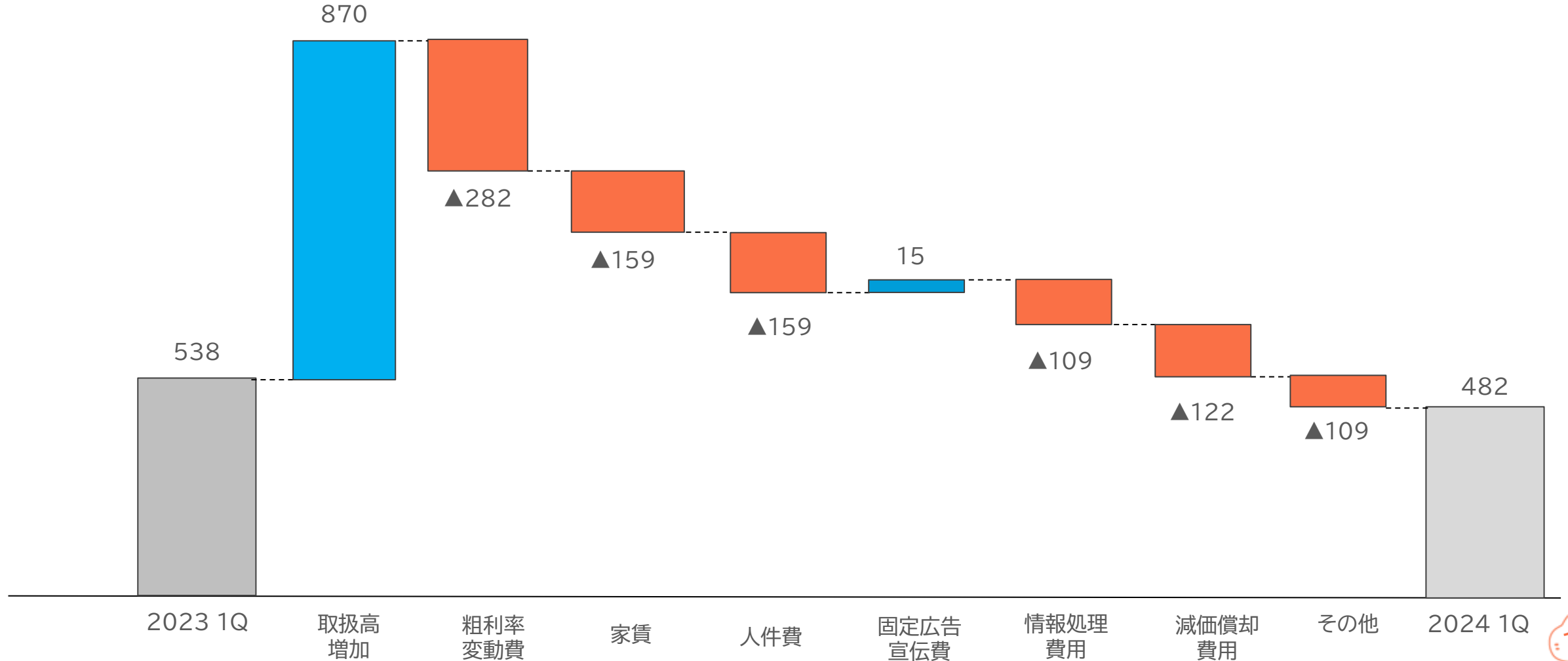
※ 2022 3Qより連結



# 営業利益 - 昨対分析

(百万円)

通期の営業利益は、のれん償却増加や移転費用の増加があるものの、コントロールを行うことで△55百万円に留める



## 貸借対照表(BS)

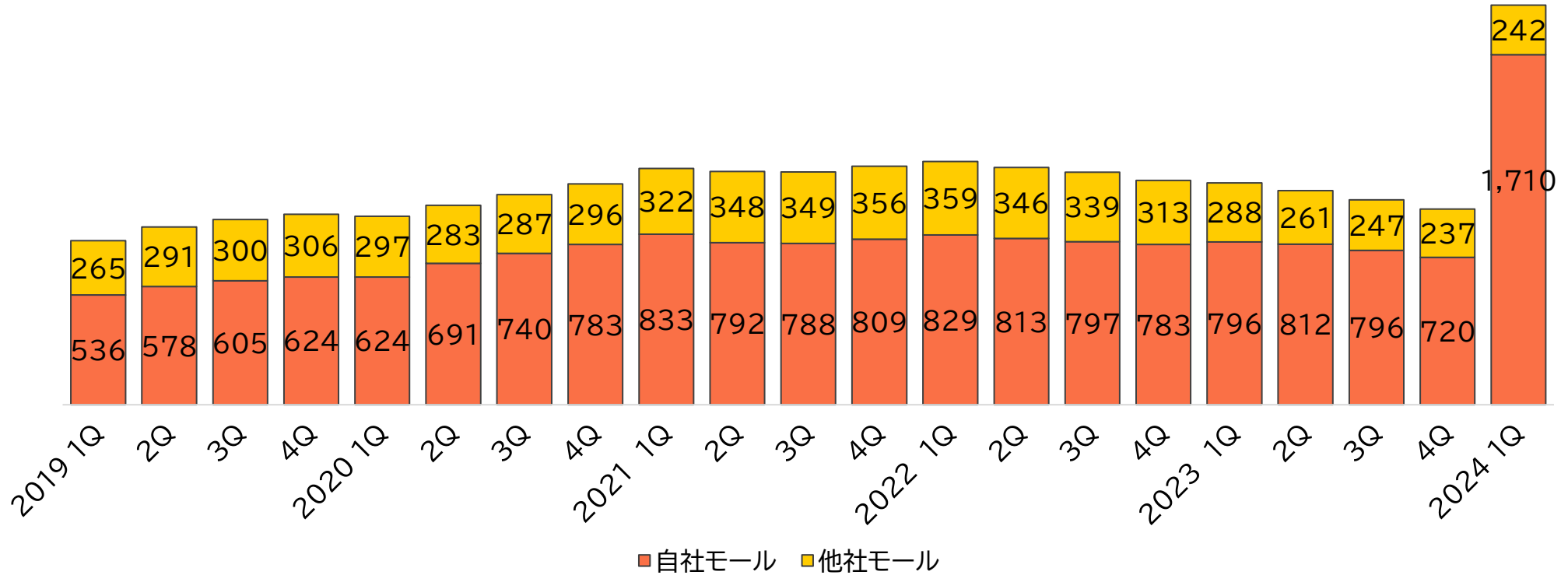
マガシーク買収に伴い、金融機関からの借入は増えたものの、自己資本比率40.6%（非支配株主持分を除くと35.2%）と高い健全性を維持

(百万円)

<b>流動資産</b>	<b>11,357</b>	<b>流動負債</b>	<b>8,659</b>
うち、現預金	4,060	うち、受託販売預り金	3,170
うち、商品	3,029	うち、借入金	2,842
<b>固定資産</b>	<b>4,803</b>	<b>固定負債</b>	<b>945</b>
うち、有形固定資産	720	うち、借入金	899
うち、無形固定資産	2,186	<b>負債合計</b>	<b>9,604</b>
うち、投資その他	1,897	<b>純資産合計</b>	<b>6,555</b>
<b>資産合計</b>	<b>16,160</b>	<b>負債・純資産合計</b>	<b>16,160</b>

# ECモール事業 - アクティブユーザー数

M&Aにより会員数は増加。在庫連携を早期に実現することでサイトの魅力を向上、更なる増加を図る。

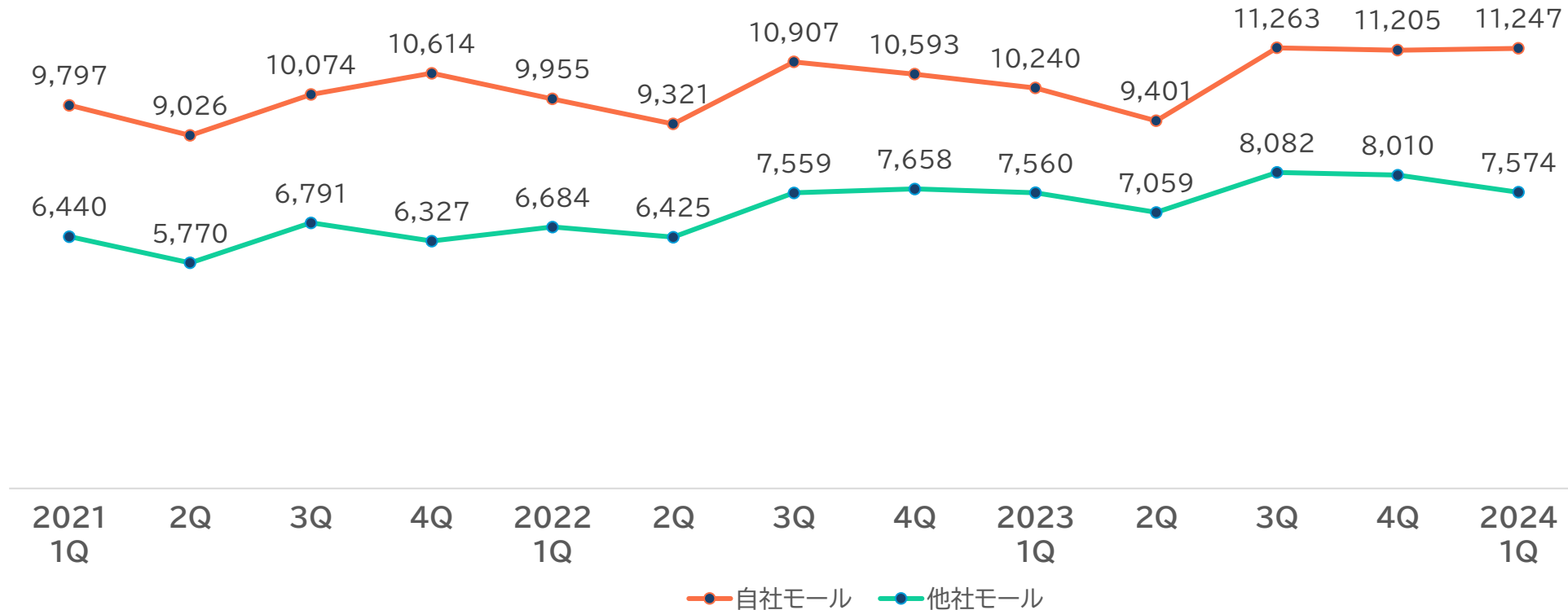


※ アクティブユーザー:1年に1回以上購入したユーザー  
 ※ 自社モールにはMAGASEEKとd-fashionを含んだ数字

# ECモール事業 - 平均バスケット単価(出荷ベース)

昨年対比で自社モールは + 9%、他社モールは+ 0%。総じてフラット

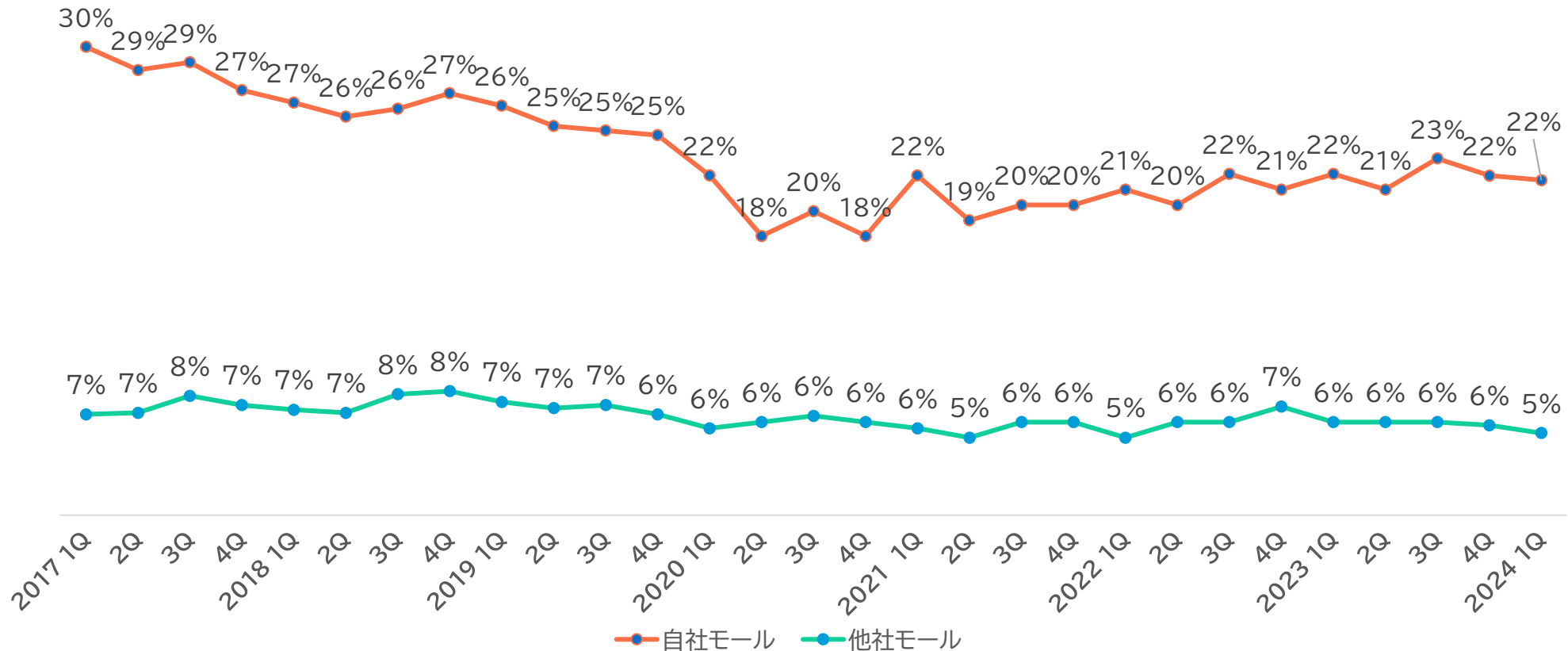
(単位:円)



※ MAGASEEK、d-fashionは含まない。IT統合後、自社モールに反映予定

# ECモール事業 - 返品率

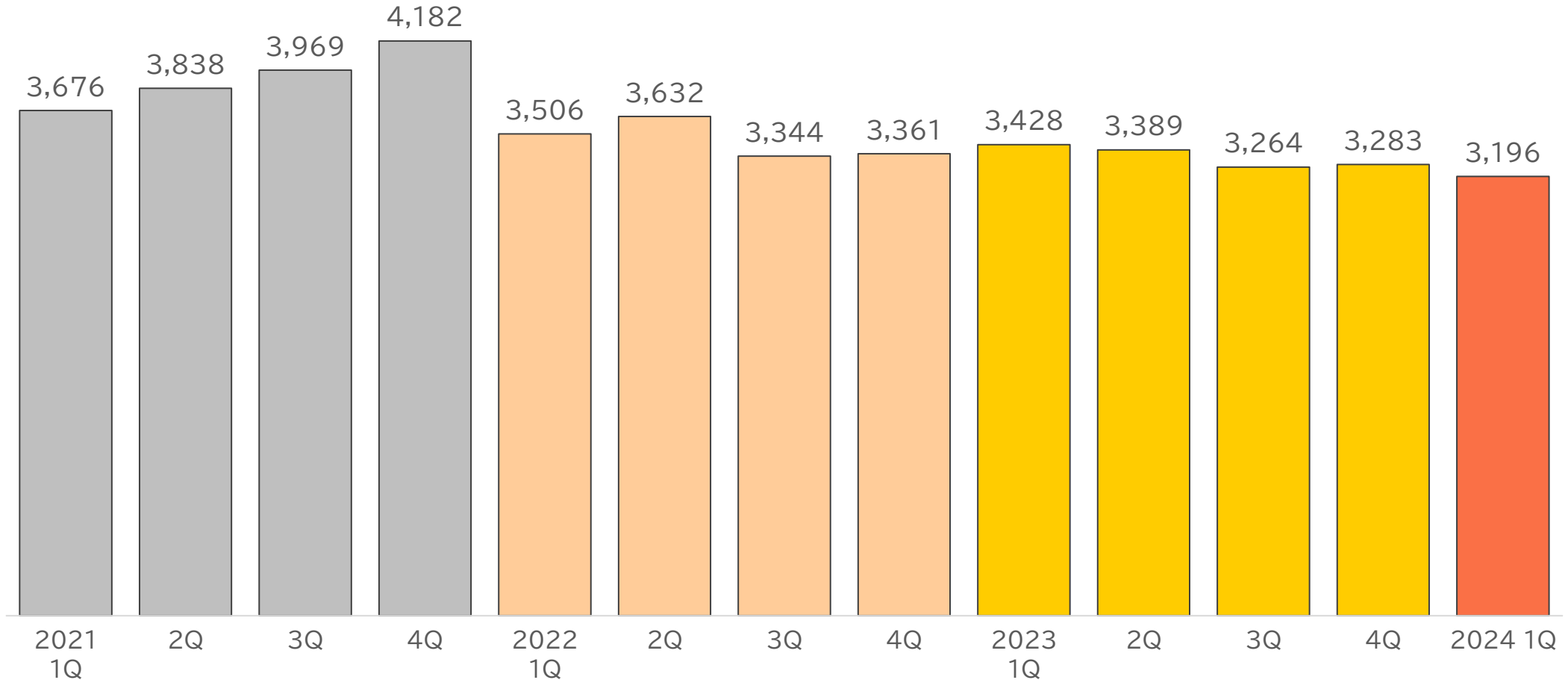
自社モールの返品率は、概ね20%前後で推移。今後、MAGASEEKとd fashionが加われば大きく改善する見込み



※ MAGASEEK、d-fashionは含まない。IT統合後、自社モールに反映予定

## ECモール事業 - 取扱ブランド数

ブランド数 (waja除く) は3196個に。今年の秋にMAGASEEKとの在庫連携を進める事で大幅に増える見込み

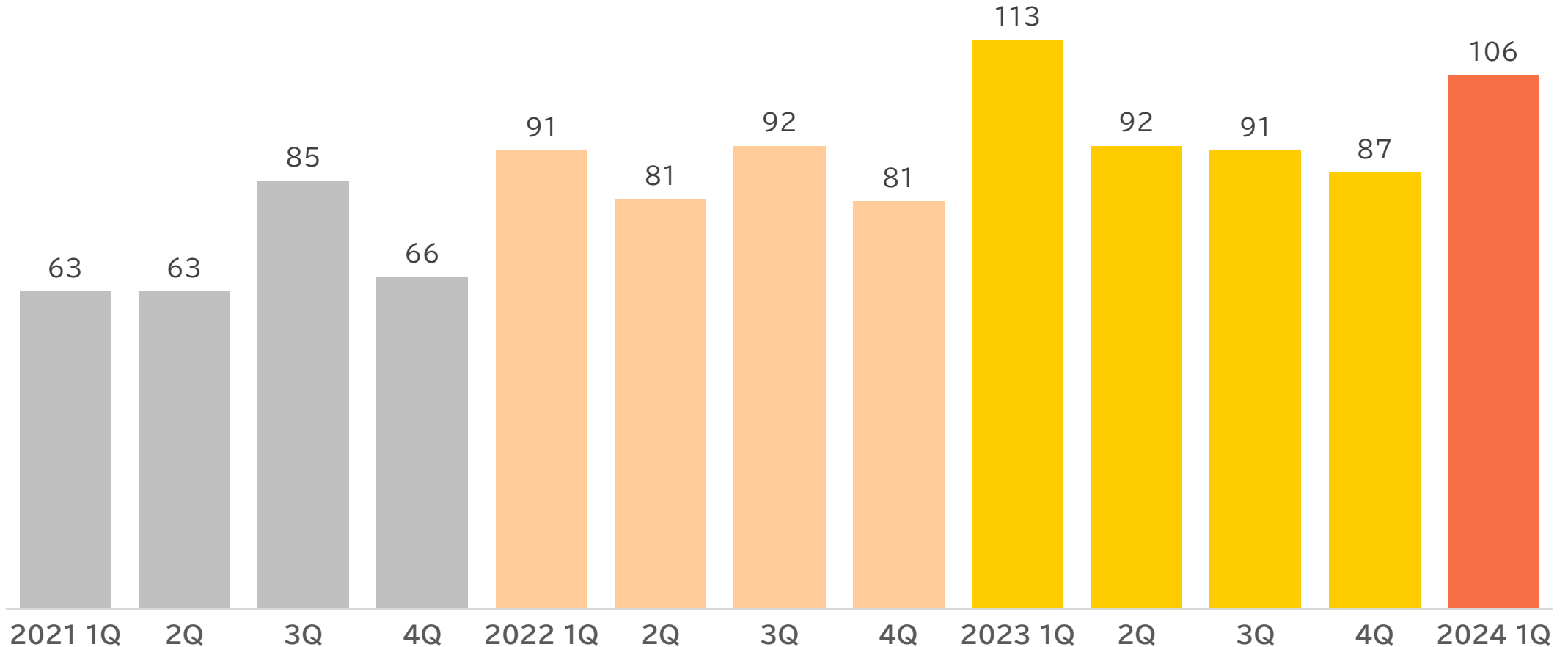


※ MAGASEEK、d-fashionは含まない。IT統合後、自社モールに反映予定

## プラットフォーム事業 - e-3PL(物流受託)出荷個数

e-3PL出荷数は安定推移。引き続き、靴業界における物流倉庫のハブを目指していく

(単位:万個)



※ MAGASEEKのe-3PL (UNSY) は含まない。IT統合後、反映予定

# 03 会社概要



# 会社概要

## ジェイドグループ株式会社

住所 東京都渋谷区元代々木町30-13  
 ONEST元代々木スクエア7階  
 設立 2010年10月22日  
 代表 田中 裕輔  
 従業員数 126名  
 上場市場 東証グロース

### ECモール事業

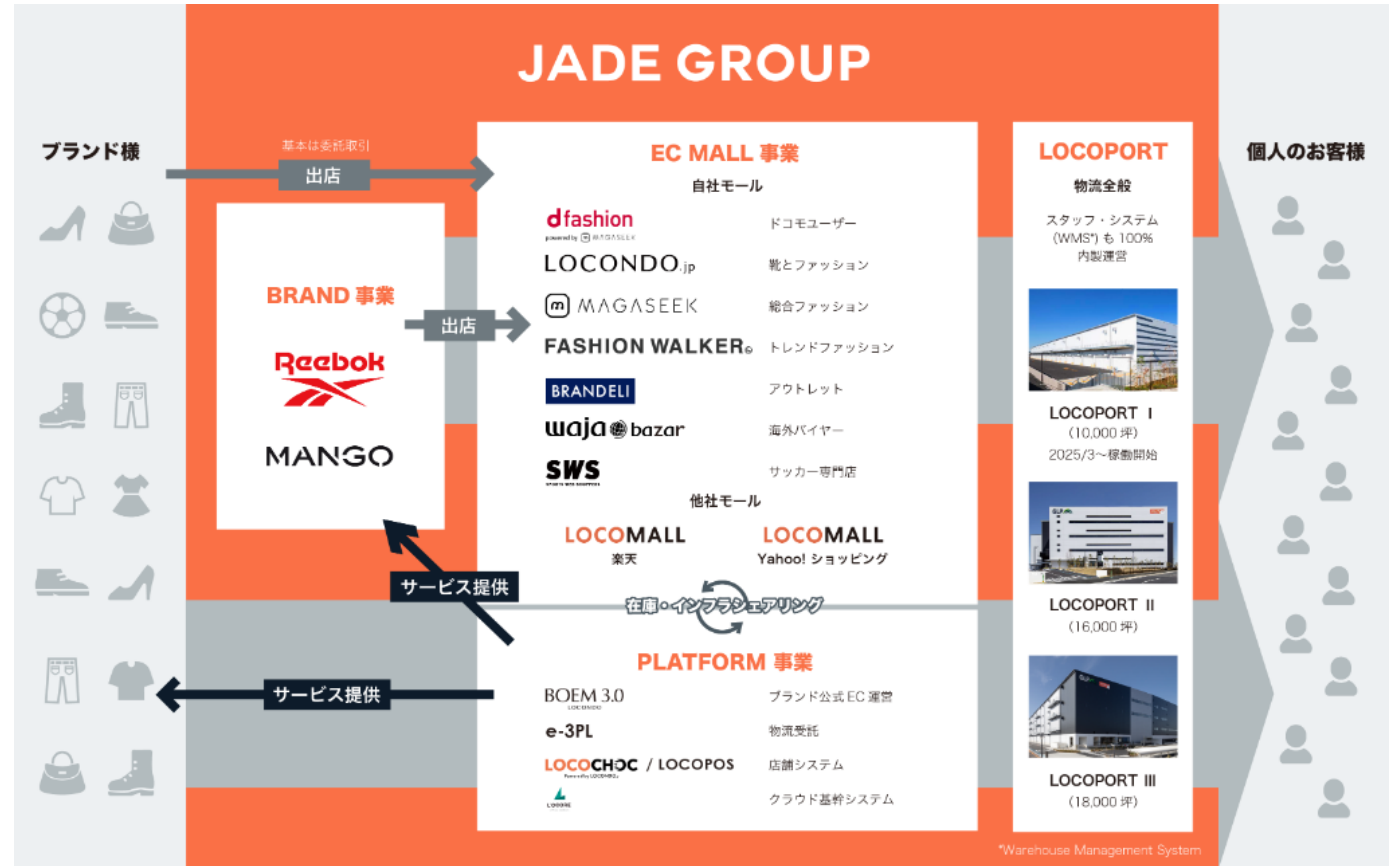
(LOCONDO.jp、FASHION WALKER、BRANDELI、SPORTSWEBSHOPPERS、waja)のECモールを運営

### プラットフォーム事業

物流倉庫のハブとしての在庫一元化に加えて、DXを通じたデータ一元化を実現する幅広いサービスを提供

### ブランド事業

ReebokやMANGOといったブランド運営事業。店舗運営も担う



## グループ会社

2024年3月子会社化

**マガシーク株式会社** ※連結子会社

### EC事業

2,400ブランド以上の総合ファッションECモール

### d fashion事業

dポイント会員に向けたファッションECモール

### ECソリューション事業

アパレルブランド公式ECサイト運営支援

### フルフィルメント事業

自社配送センターを活用した物流支援

2022年10月事業譲受

**RBKJ株式会社** ※連結子会社

### EC事業

Reebok公式オンラインショップの運営

### 店舗運営事業

Reebok直営店運営

### 靴卸事業

販売店様への卸販売

2024年3月子会社化

**株式会社FASCINATE** ※連結子会社

### EC事業

※国内EC及び越境EC  
ハイブランドアパレルを国内、海外で販売

### 店舗運営事業

心齋橋、京都で直営店運営

2024年1月株式取得(35%)

**TCB株式会社** ※持分法適用子会社

### 製造

児島ジーンズを職人の手で製造

### 店舗販売及びEC販売

国内外のファンに対して店舗・ECで販売

グループVISION

MAKE BRANDS BRIGHT

～JADE (ひすい) の輝きを～

## グループPOLICY

**F**ast

スピーディーにフレキシブルに動く

**F**aith

成果でもって社内外から信頼を得る

**F**air

公平で透明で高い倫理観を持つ

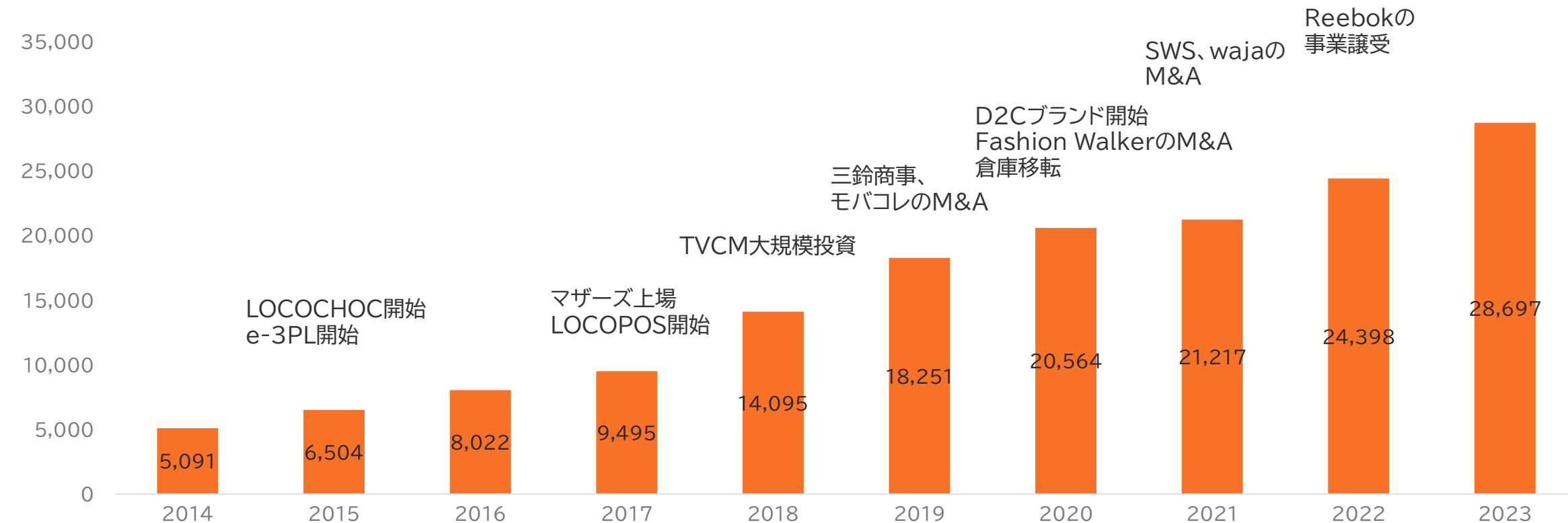
**F**un !

何事もポジティブに楽しむ！

# 沿革

## 取扱高推移

単位:百万円



(注) 2021年度は単体、2022年度以降は連結(相殺前)

## SDGsの7個の取組 (1/2)

### ① 電気をだいに

- 倉庫の電灯はすべて消費電力が少ないLEDライトを使用
- 冷暖房の電力使用を抑えるためビックアスファンを全フロアーに設置
- 冷房は28℃、暖房は20℃の設定を推奨

### ② 資源もだいに

- 倉庫のパレットは再生プラスチックを使用
- 捨てるはずの革の切れ端を集めたエコレザー商品を7万足以上、販売
- サステナブル素材を使った #サステナブル特集の常設開始

### ③ 紙をなくそう

- 領収書はマイページからダウンロード可能
- 稟議や勤怠届もすべてクラウドで
- WMS (倉庫管理システム) も内製開発し、スマホでピッキング

### ④ 温暖化ガスも減らそう

- 採寸情報やレビュー評価、返品レポート機能等で2015年から返品率は半減
- トラックの位置情報を共有し、再配達を抑制(ファーストクラス便)
- 本社に限らずロコポートでも自転車通勤を奨励し自転車を無料貸与



## SDGsの7個の取組 (2/2)

### ⑤ 地域に貢献しよう

- 八千代市民が皆、使えるコミュニティスペースを設置、開放
- バス会社、八千代市とも協議をし、住宅街、高校、駅(とロコポート)を結ぶバス路線を新設(バス運転手の休憩所も無料開放)

### ⑥ 人類、皆、平等

- 50項目のコンピタンスシートに則った、平等で公平な評価制度
- 取締役には少なくとも1名は女性を登用し、女性の意見も経営に反映
- 時短制度で子育てしながら働く男女を支援

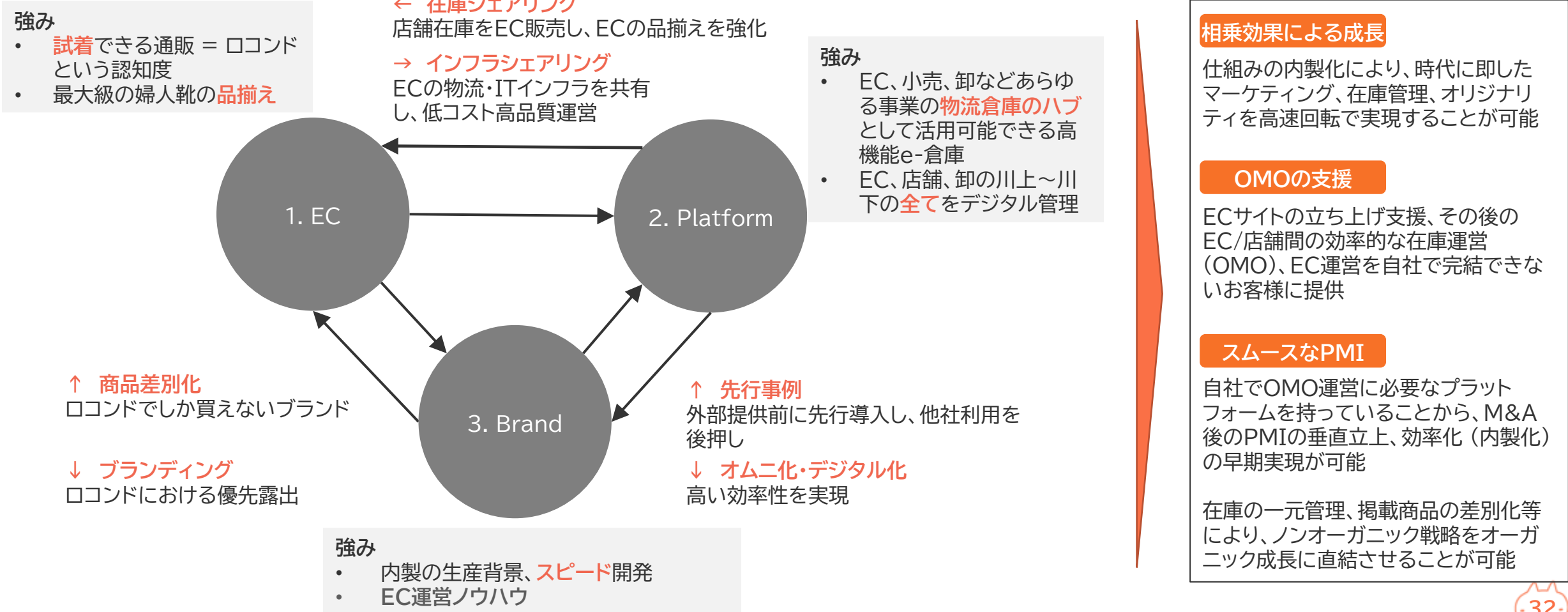
### ⑦ サステナブルは職場から

- 生産性を徹底的に向上し、60時間超え残業はゼロ、1年間で1回でも残業時間が45時間を超えた社員も11人まで減少
- TOEICの無料受験制度でもって全社員の継続的な学習を支援
- 倉庫内のデジタル運営や入荷の自動化などを通じ、単純作業を極力減らし、複雑な作業を人間で



# ジェイドグループのエコシステム

ジェイドグループは**相互補完的**な3つの事業を運営する事で、各事業の**競争優位性**を確立しているのが特徴

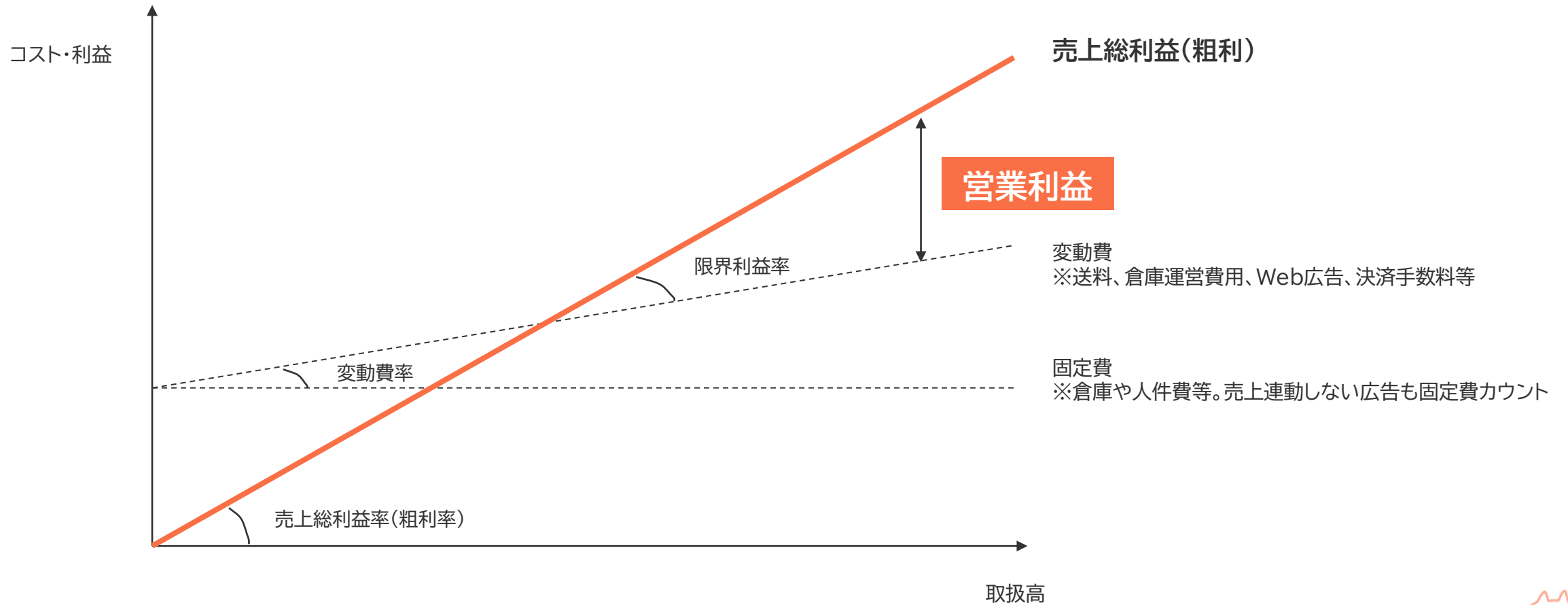




## ジェイドグループの収益構造 - 損益分岐点モデル -

損益分岐点以降は売上に応じて営業利益「率」が上がるビジネスモデル。

①取扱高（相殺前）、②限界利益率（= 粗利率 - 変動費率）、③固定費の3つが重要指標



# 1. EC MALL 事業

ECモール事業としては自社運営の**自社モール**および楽天やYahoo!ショッピングに出店する**他社モール**を運営。効果的な広告運用による「集客」とカテゴリ拡大を含めた「品揃え」の2つを最大化する事によって事業拡大を推進

## 自社モール

LOCONDO.jp

靴とファッション

d fashion

ドコモユーザー向けファッション

FASHION WALKER®

トレンドファッション

MAGASEEK

総合ファッション

BRANDELI

アウトレット

waja bazar

海外バイヤー

SWS  
SPORTS WEB SHOPPERS

サッカー専門店

## 他社モール

LOCOMALL

MAGASEEK

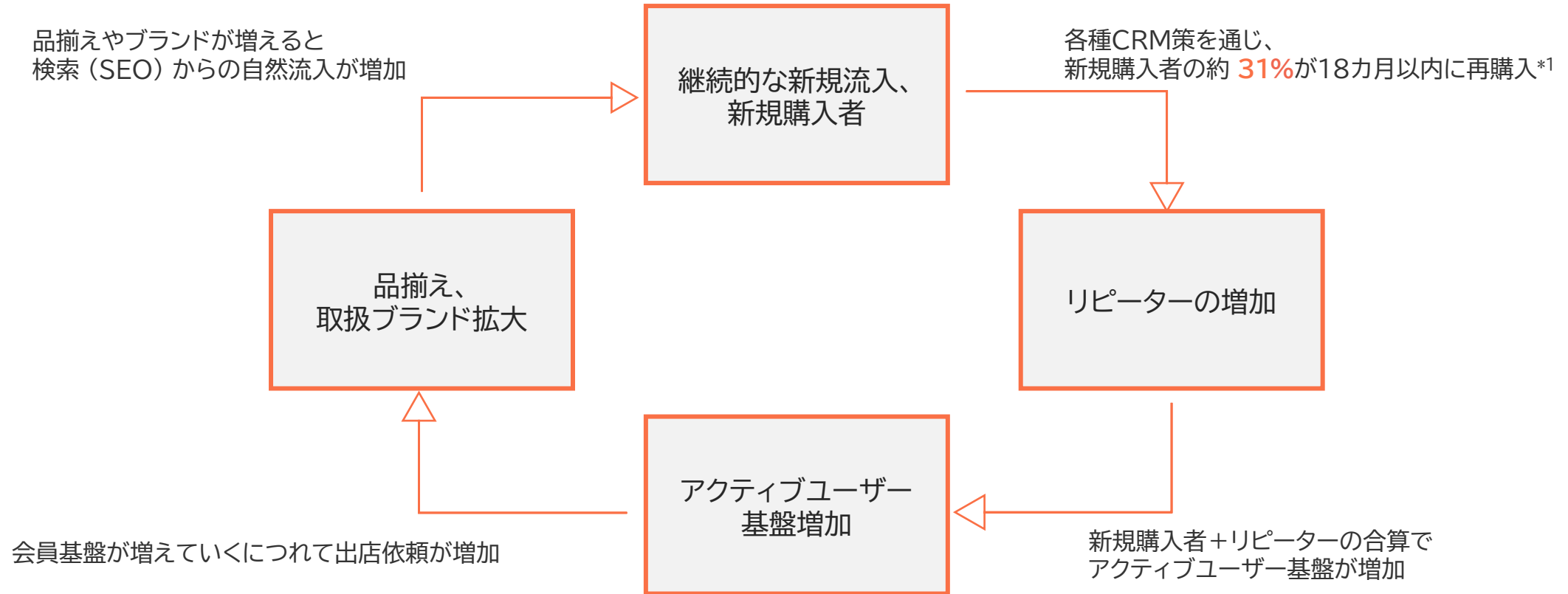
Rakuten YAHOO! JAPAN ショッピング

YAHOO! JAPAN ショッピング

※ EC MALL事業の売上高については、買取型では商品の販売価格を計上、受託型では販売された商品の手数料を受託販売手数料として計上しております

## LOCONDO.jp の売上構造 – 売上積み上げモデル –

新規購入者→リピーター化→アクティブユーザー基盤の拡大→品揃え強化→新規流入の増加  
 という循環によって基本的には売上が積み上がるモデル



\*1 2022年1~12月の初回購入者を対象。LOCONDO.jpのみ、旧モバコレ会員は除く。サイズ交換やキャンセル・返品は除く

\*1 D2Cの減速を主要因として前回の35%から減少も、依然良好な水準を維持

## 2. PLATFORM 事業

物流倉庫のハブとしての在庫一元化に加えて、DX（Digital Transformation）を通じたデータ一元化を実現するための幅広いシステム、サービスを提供。これら全サービスを導入し、完全なオムニ戦略を実現する「ALL-IN-ONE パッケージ」の導入も推進中。内製構築かつロコンドと共有しているからこそ圧倒的な費用対効果を誇る

EC業務

自社公式EC運営



BOEM

在庫保管・物流



e-3PL

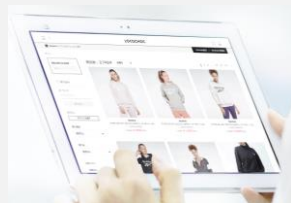
基幹システム



LoCORE

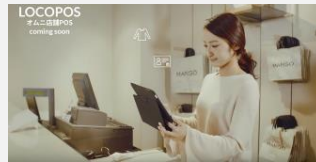
店舗業務

欠品フォロー



LOCOCHOC

店頭レジ業務



LOCOPOS

※ PF事業の売上高については、BOEM・e-3PL・LOCOCHOCのいずれにおいても、サービスの手数料を計上しております

### 3. BRAND 事業

ブランド事業においては代理店事業であるスペインのファストファッション「MANGO」に加えて、2022年10月に事業譲受した Reebok Japanのブランド運営事業(EC、店舗、卸)が主



- 商品開発
- EC運営
- 店舗運営
- 卸

- ✓ (靴のみ)
- ✓
- ✓
- ✓

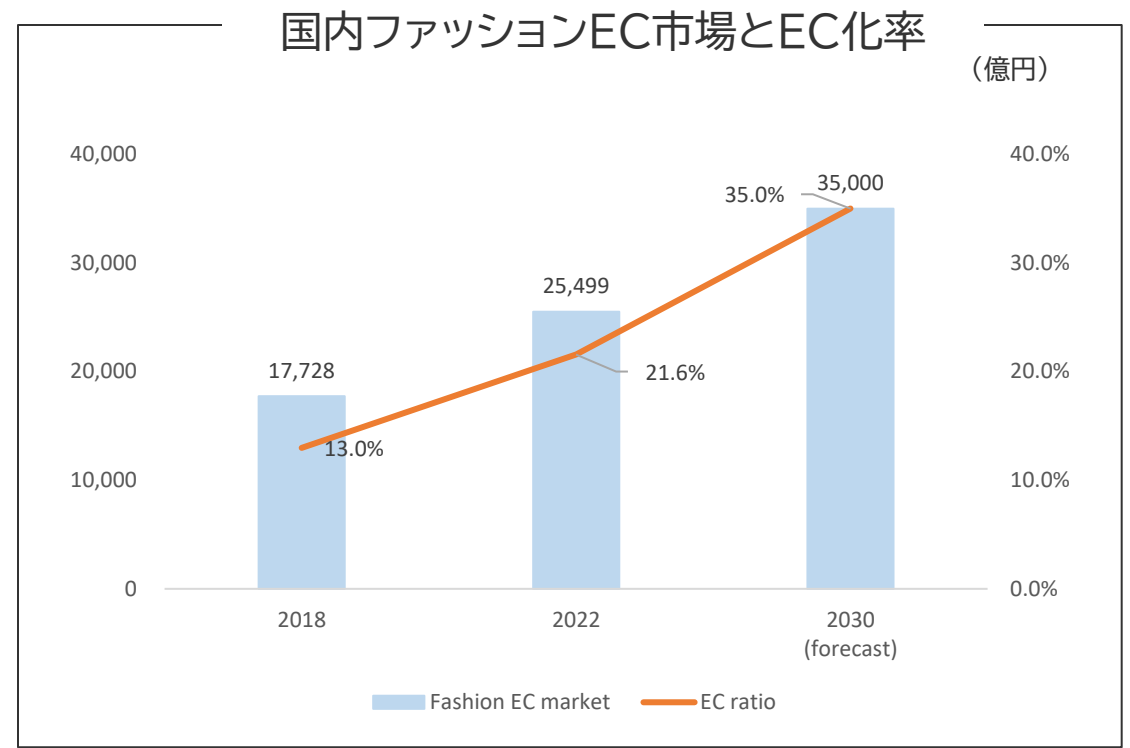
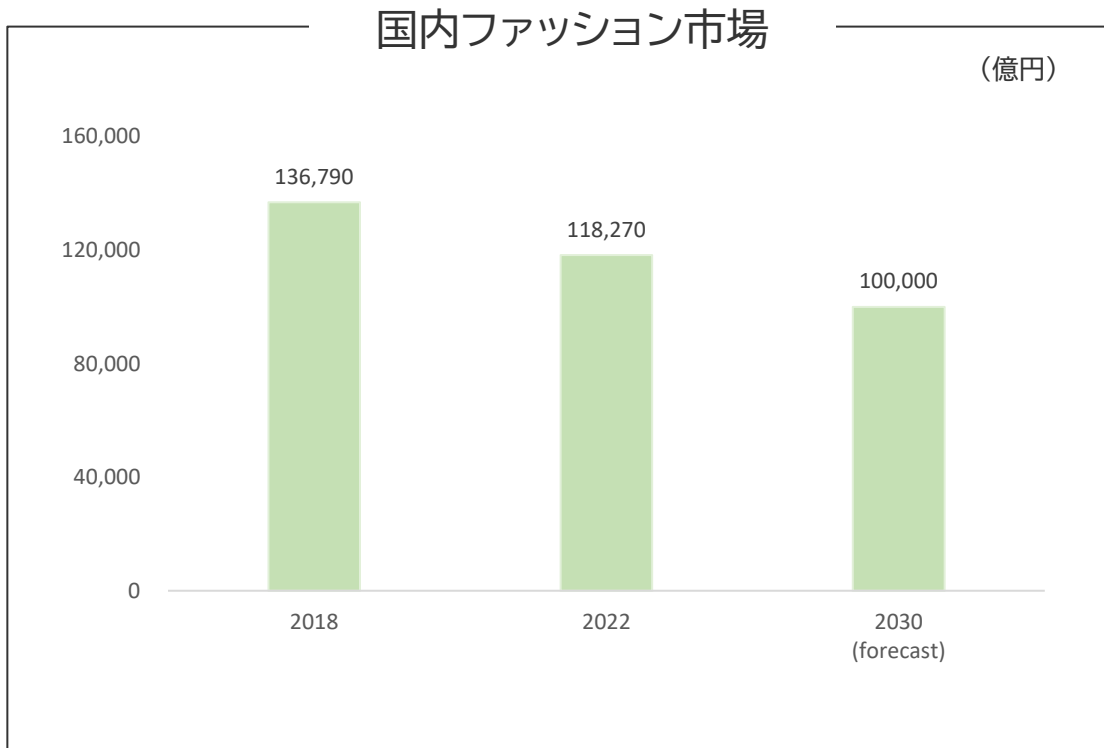


※ BRAND事業は主に買取型になりますが、買取型は商品販売価格を計上、受託型は販売商品の手数料を受託販売手数料として計上しております。

## 04 中期計画、長期ビジョン

## ファッション市場におけるEC化率

弊社の主たるターゲットにしている現在の国内ファッション市場におけるEC化率はおよそ21%  
 2030年度には**35%まで上がる**と見込まれ、その時の**EC市場規模**はおよそ**3.5兆円**と予測



(注) 2018年、2022年の数値 出展: 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」より

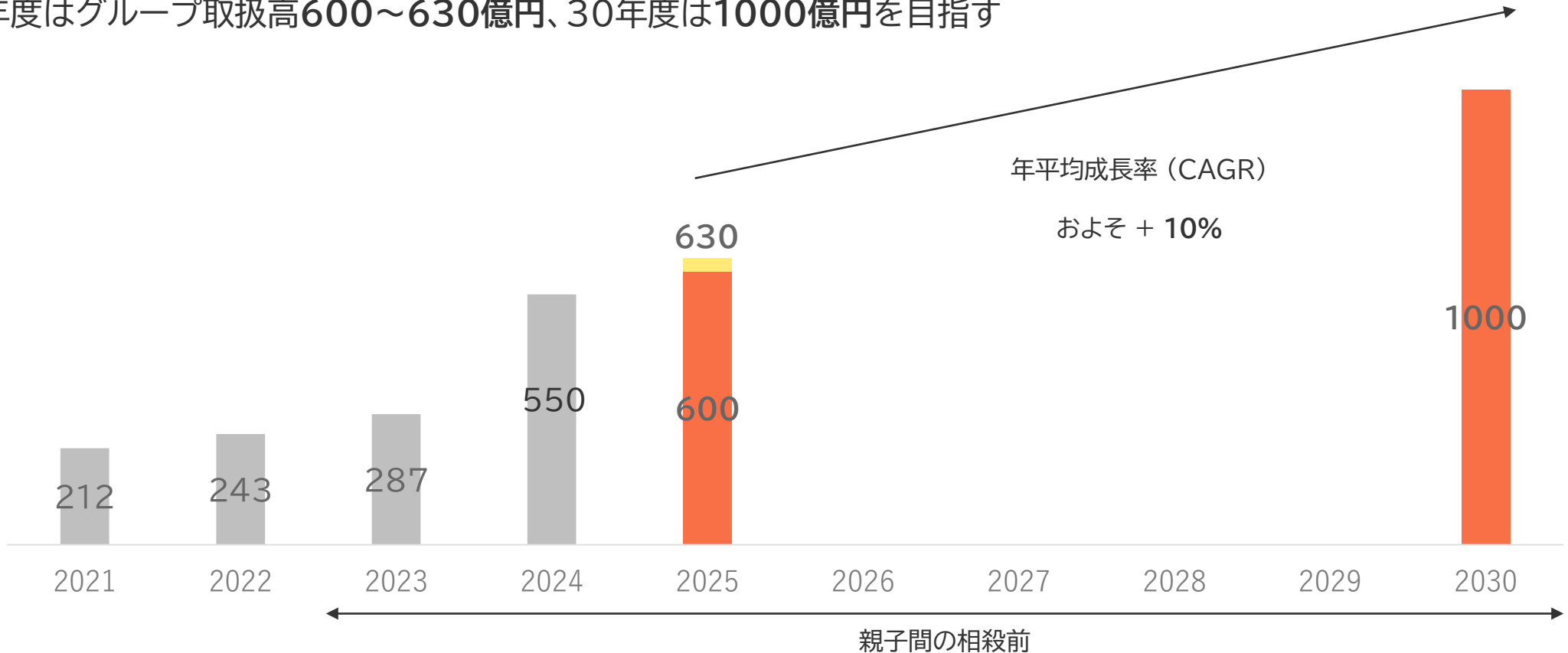
(注) 現状の欧米のEC化率が30%であることから2030年のEC化率は35%と推定。ファッション市場規模を10兆円と想定しEC市場は3.5兆円と予測(弊社予測)

(注) 弊社の主たるターゲットはファッションEC市場

## 中期計画、長期ビジョン

### ①取扱高(親子相殺前)

- ① マガシークの株式取得による圧倒的な2位ポジション
- ② NTTドコモ社、伊藤忠商事社との業務提携効果によって、  
25年度はグループ取扱高600～630億円、30年度は1000億円を目指す



単位:億円



## 中期計画、長期ビジョン

### ①取扱高(親子相殺前) 1,000億円に向けて

相互補完的で且つ、各々競合優位性を有するECモール事業、プラットフォーム（B2B）事業、ブランド事業の3つの事業ポートフォリオで取扱高1,000億円を実現する

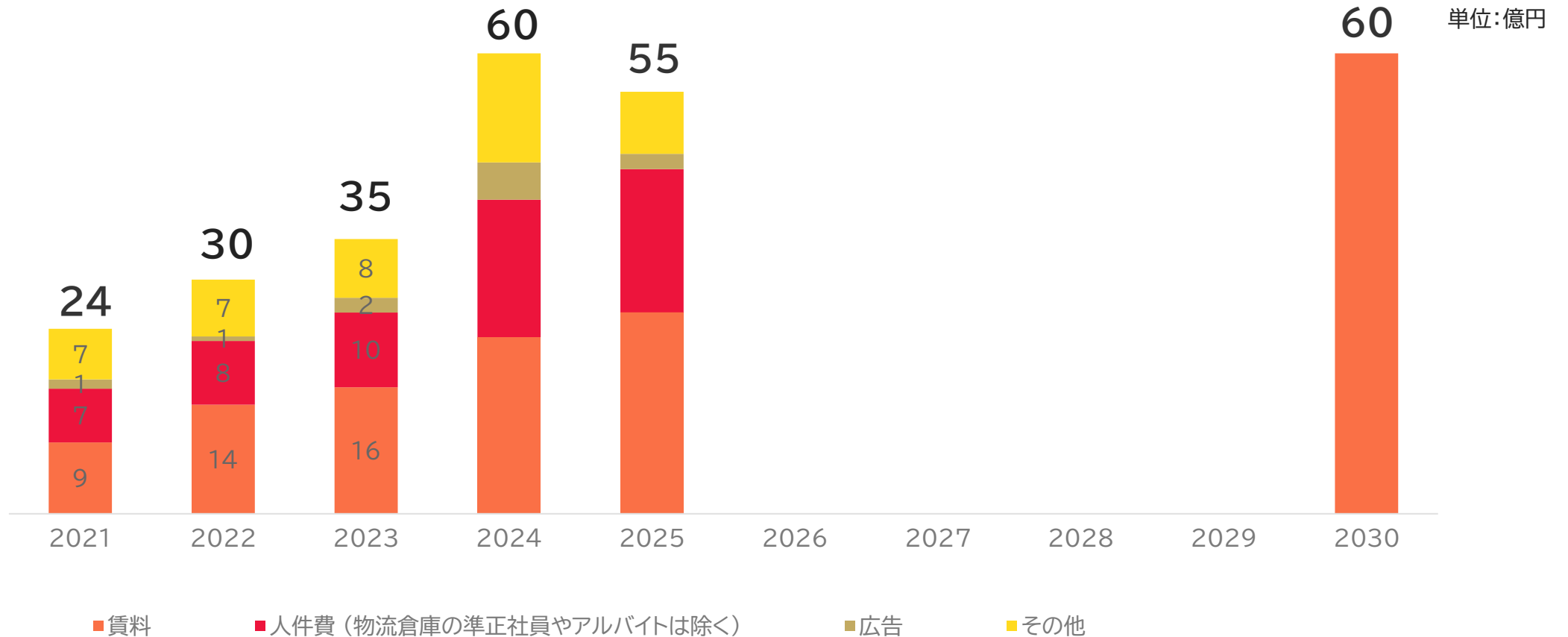
	23年度(実績)	24年度(計画)	30年度(概算) <sup>*1</sup>	年間成長率 (24年度計画比)	主な成長ドライバー
ECモール事業	156億円	300億円	520億円	+9.6%	<ul style="list-style-type: none"> <li>品揃え、プロモーション、UI/UXを引き続き強化する事、又、PFサービスの「在庫シェアリング」効果を活用する事によってオーガニックな成長を促進</li> <li>NTTドコモとの業務提携による集客力の向上、伊藤忠商事との業務提携による品揃えの拡充により、オーガニックな成長を促進</li> <li>加えて、ブランドのM&amp;Aによって当該M&amp;Aブランドのロコンド上売上をUPさせて、+9.6%を実現</li> </ul>
Platform (B2B) 事業	73億円	190億円	330億円	+ 9.6%	<ul style="list-style-type: none"> <li>BOEM、e-3PL、LOCOCHOC/LOCOPOSを軸としながら顧客利便性の向上を実現することでOMOを支援、オーガニック成長を実現</li> <li>伊藤忠商事との業務提携を通じたマガシークECS取扱高の拡大</li> <li>加えて、ブランドのM&amp;Aによって当該M&amp;AブランドのPlatform売上（特にBOEM）をUPさせて、+9.6%を実現</li> </ul>
Brand事業	57億円	60億円	150億円	+ 16.5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reebokに関してはコラボも含めたプロモーション強化や販路の拡大によって大きな成長余地を取り込み</li> <li>加えて、ReebokのM&amp;AによってブランドのPMI（買収後統合）プロセスが確立されたため、ブランドの更なるM&amp;Aを実行し150億円を実現</li> </ul>

\*1:マガシークM&Aに伴い前年度より変更(前年度は EC:500億円、PF:150億円、Brand:350億円)

## 中期計画、長期ビジョン

### ②固定費

マガシーク株式取得及び倉庫拡張に伴い、25年度の固定費は「55億円」を計画。ただし、2030年の60億円については不変。



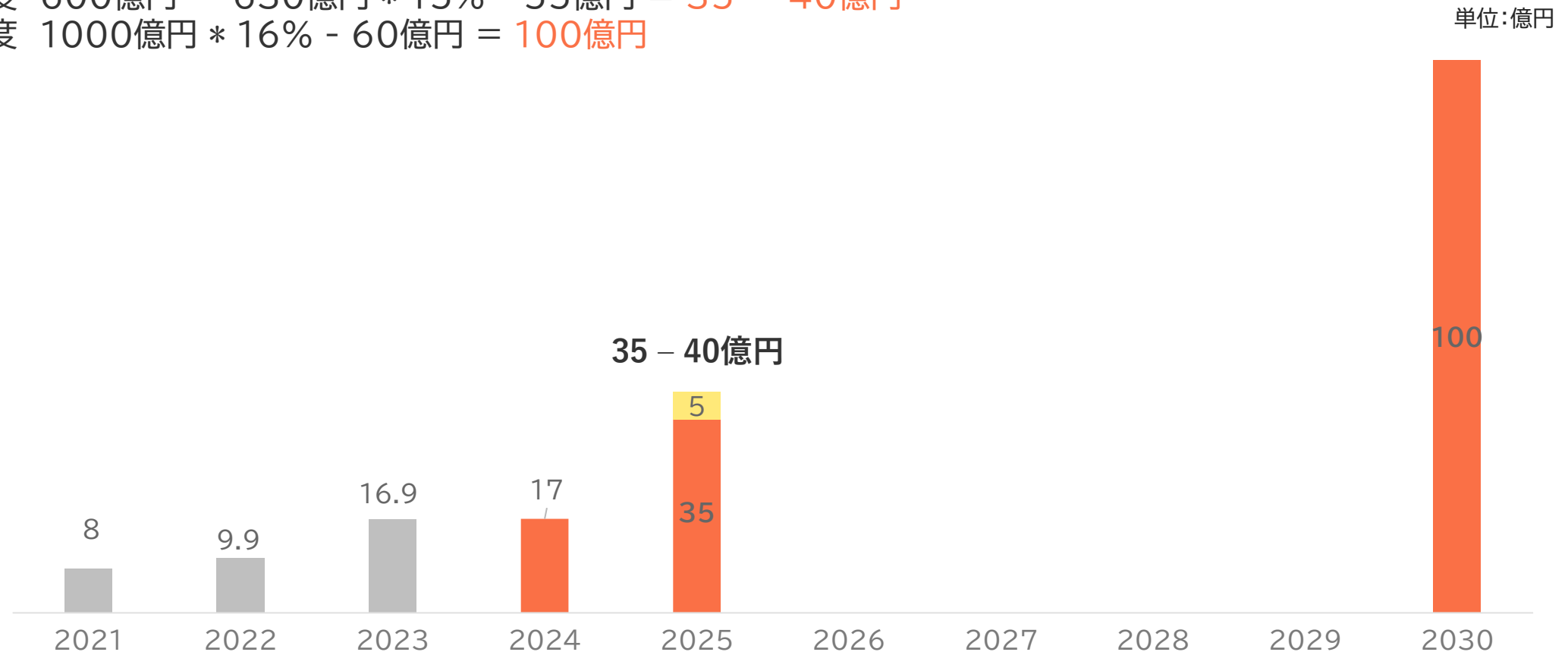
## 中期計画、長期ビジョン

### ③営業利益額

#### ■営業利益額(計画値)

25年度 600億円 ~ 630億円 \* 15% - 55億円 = 35 ~ 40億円

30年度 1000億円 \* 16% - 60億円 = 100億円



- 本資料は、ジェイドグループ株式会社の事業及び業界動向に加えて、ジェイドグループ株式会社による現在の予定、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。
- ジェイドグループ株式会社は、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。