



LOCONDO.jp

事業計画 及び 成長可能性に関する事項

ジェイドグループ株式会社 (3558)

2025.4.14

目次

- 01 会社概要
- 02 中期計画、長期ビジョン
- 03 経営において認識される主なリスクと対応方針
- 04 補足資料

01 会社概要

グループVISION

HAPPY FOR ALL

顧客をHAPPYに
従業員をHAPPYに
取引先をHAPPYに
株主をHAPPYに
社会をHAPPYに

グループPOLICY

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！

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

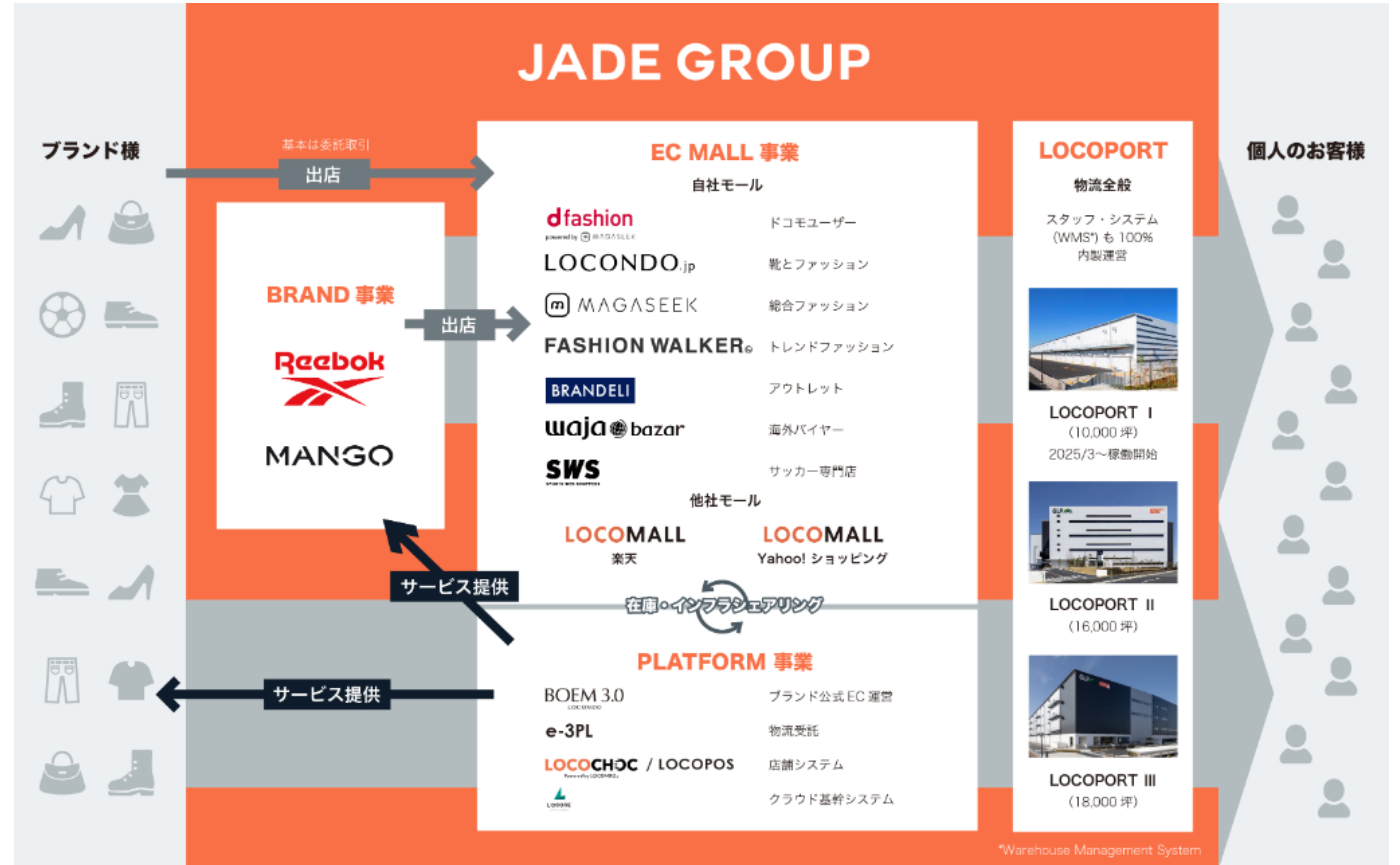
物流倉庫のハブとしての在庫一元化に加えて、DXを通じたデータ一元化を実現する幅広いサービスを提供

ブランド事業

Reebok、MANGO、FASCINATE、TCB jeansといったブランド運営事業。店舗運営も担う

その他新規事業 ^{*1}

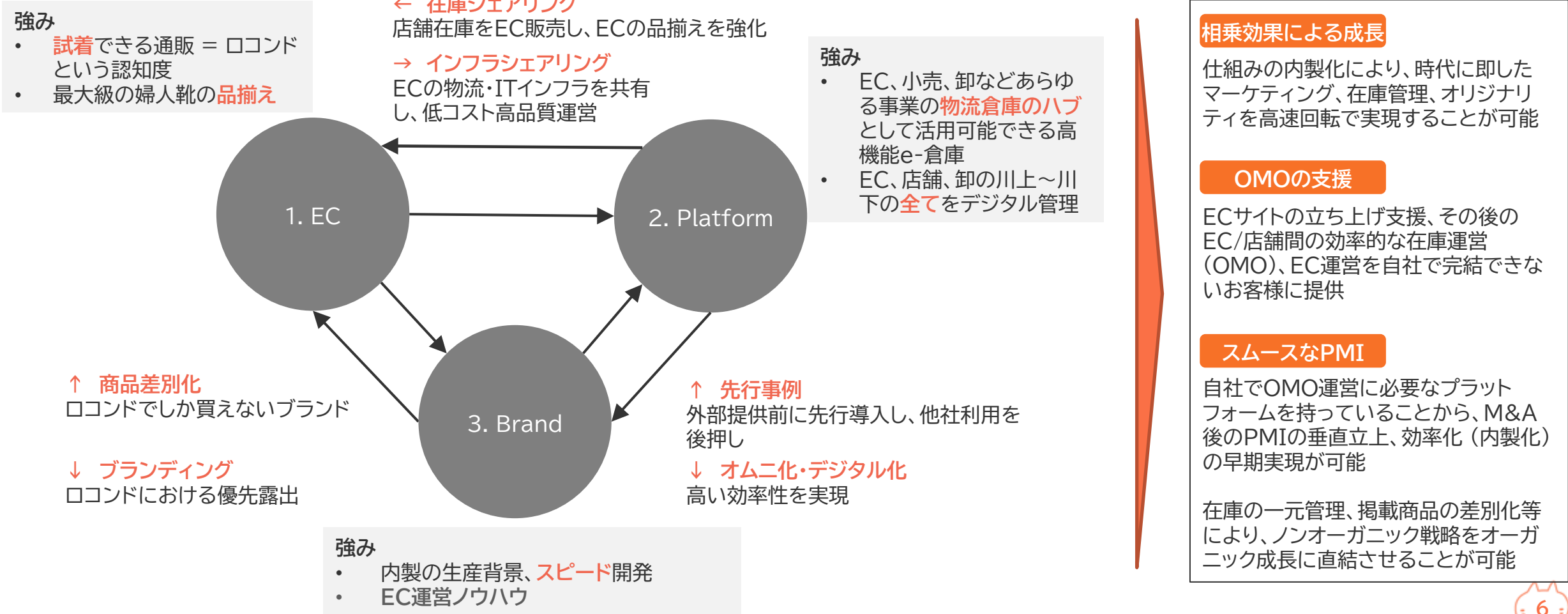
生活情報メディア「サンキュ！」の紙媒体、WEBメディアの運営



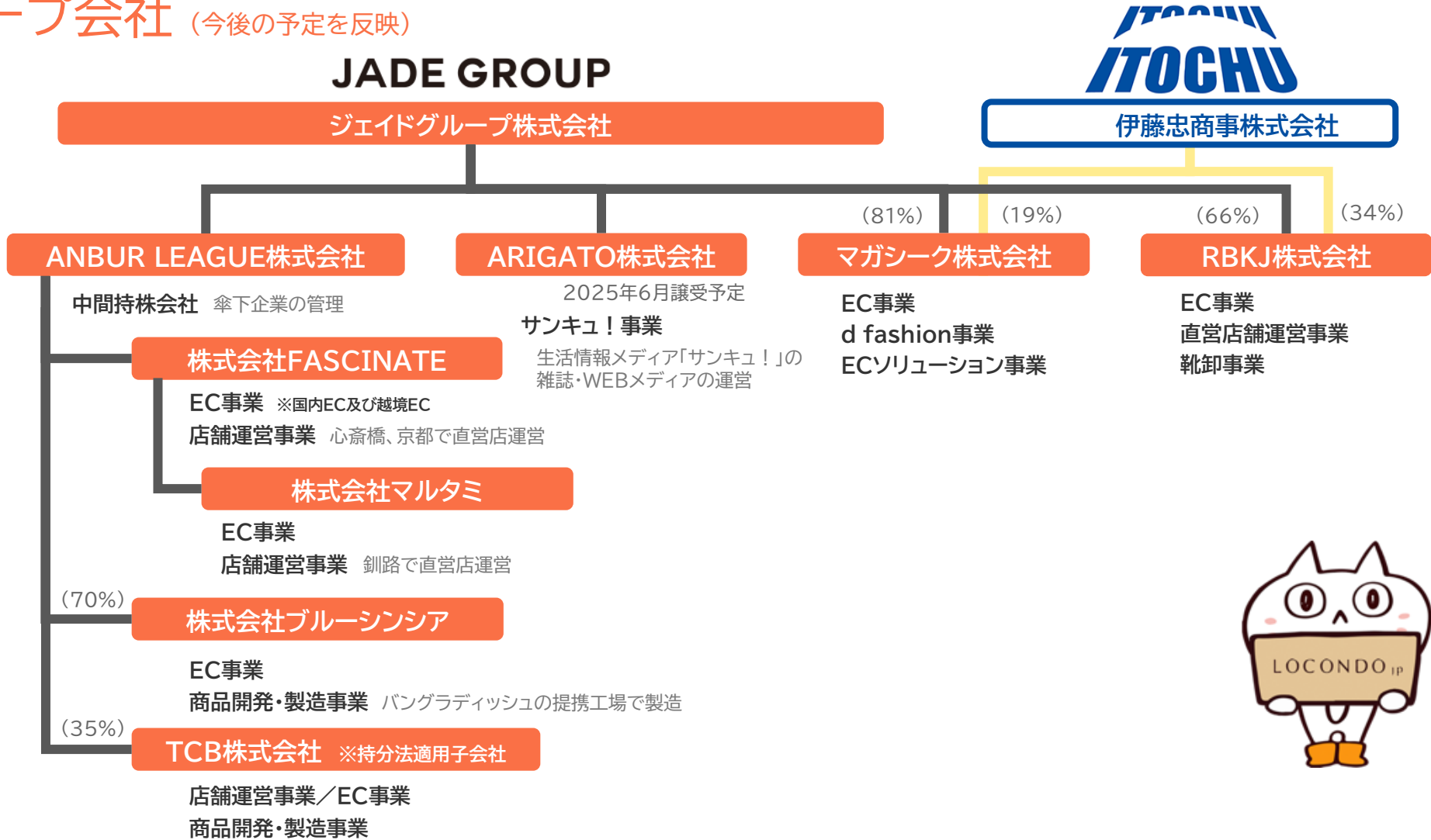
*1: ベネッセからサンキュ！事業をM&Aし、メディア・エンタテインメント領域を強化していくために「ARIGATO株式会社」を新設いたします

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



グループ会社 (今後の予定を反映)



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

m 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

m MAGASEEK

Rakuten **YAHOO!** JAPAN ショッピング

YAHOO! JAPAN ショッピング

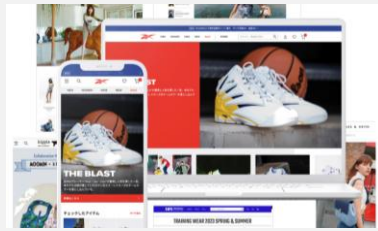
※ EC MALL事業の売上高については、買取型では商品の販売価格を計上、受託型では販売された商品の手数料を受託販売手数料として計上しております

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

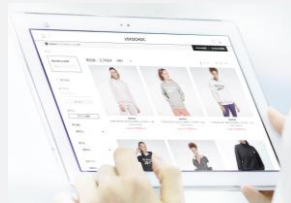
基幹システム



LoCORE

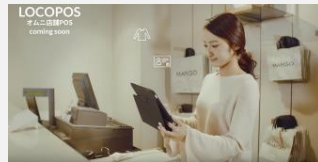
店舗業務

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)、「TCB jeans」の製造、ブランド運営事業、「FASCINATE」のリアル店舗運営、EC(国内、越境)を展開しています。ここに、今年度よりBlue Sincere、マルタミが加わります。

							
	EC運営	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	商品開発	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	店舗運営	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	卸	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>

4. その他新規事業

新たに展開するサンキュ！を通じて、消費者の皆さまには雑誌・ムックやWebメディアを提供するとともに、広告、配信等による収益化を行ってまいります

雑誌・ムック

デジタル

To C

月間実売数

約9万部



pv数

約5,604万件



To B

広告事業

・本誌への広告出稿

広告事業

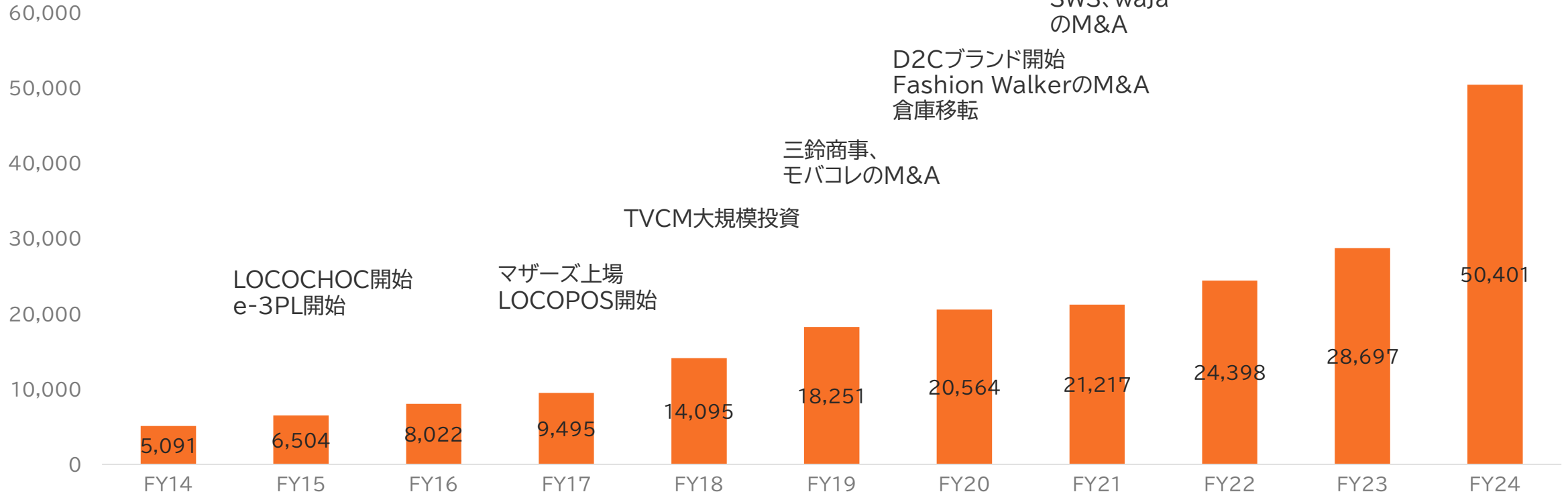
・タイアップ広告、NW広告等ネット広告

デジタル配信

・LINE等への記事配信

沿革

単位:百万円



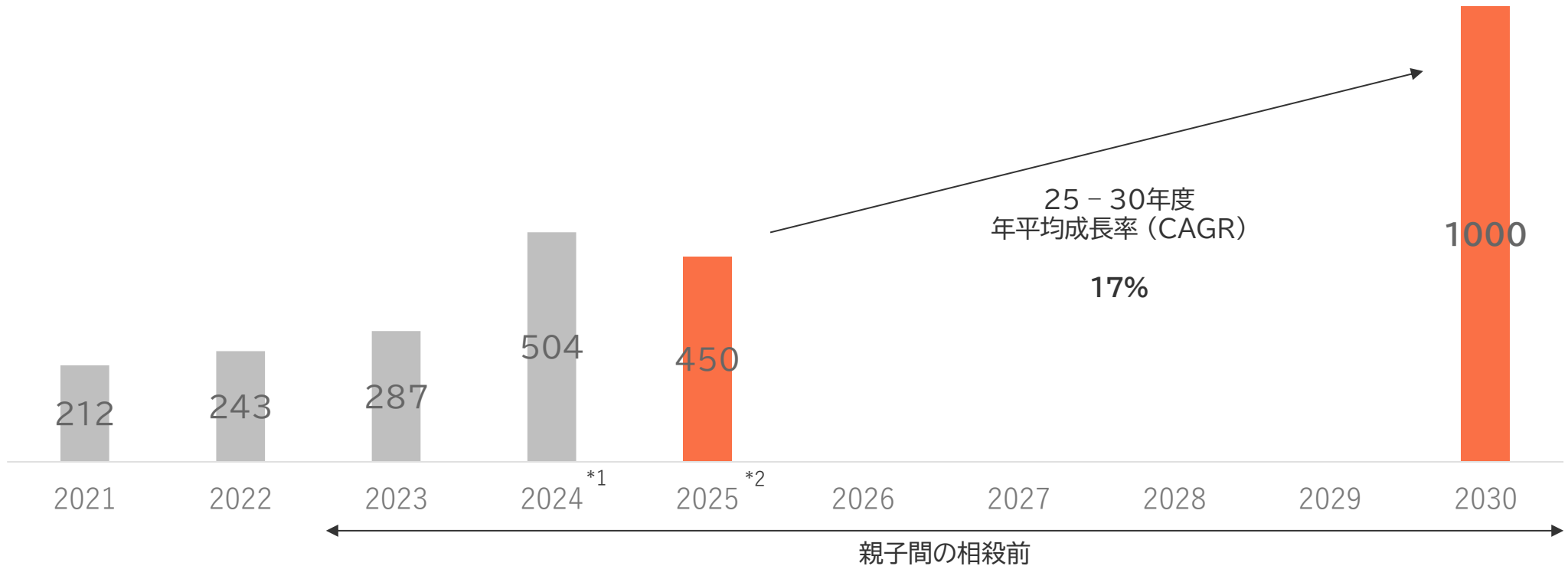
(注) FY2021は単体、FY2022以降は連結(相殺前)

02 中期計画、長期ビジョン

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、30年度は**1000億円**を目指す



単位: 億円

*1: 当初計画は300~325億円→550億円。マガシーク、d fashionのGMVが当初計画を下回り504億円に
 *2: 当初計画は400億円→600~630億円。マガシーク、d fashionが引き続き伸び悩み。マガシーク運営のBOEMサイトの退店も複数あることから450億円に見直し

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

	24年度(実績)	25年度(計画)	30年度(概算)	*2 年間成長率 (25年度計画比)	主な成長ドライバー
ECモール事業	255億円 ^{*1}	245億円	500億円	+15%	<ul style="list-style-type: none"> 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 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 ブランドのM&Aによって当該M&Aブランドのロコンド上売上をUP、15%を実現
Platform (B2B) 事業	183億円	130億円	250億円	+14%	<ul style="list-style-type: none"> 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 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 加えて、ブランドのM&Aによって当該M&AブランドのPlatform売上（特にBOEM）をUPさせて、+14%を実現
Brand事業	64億円	75億円	250億円	+27%	<ul style="list-style-type: none"> 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 加えて、ReebokのM&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&Aを実行し250億円を実現

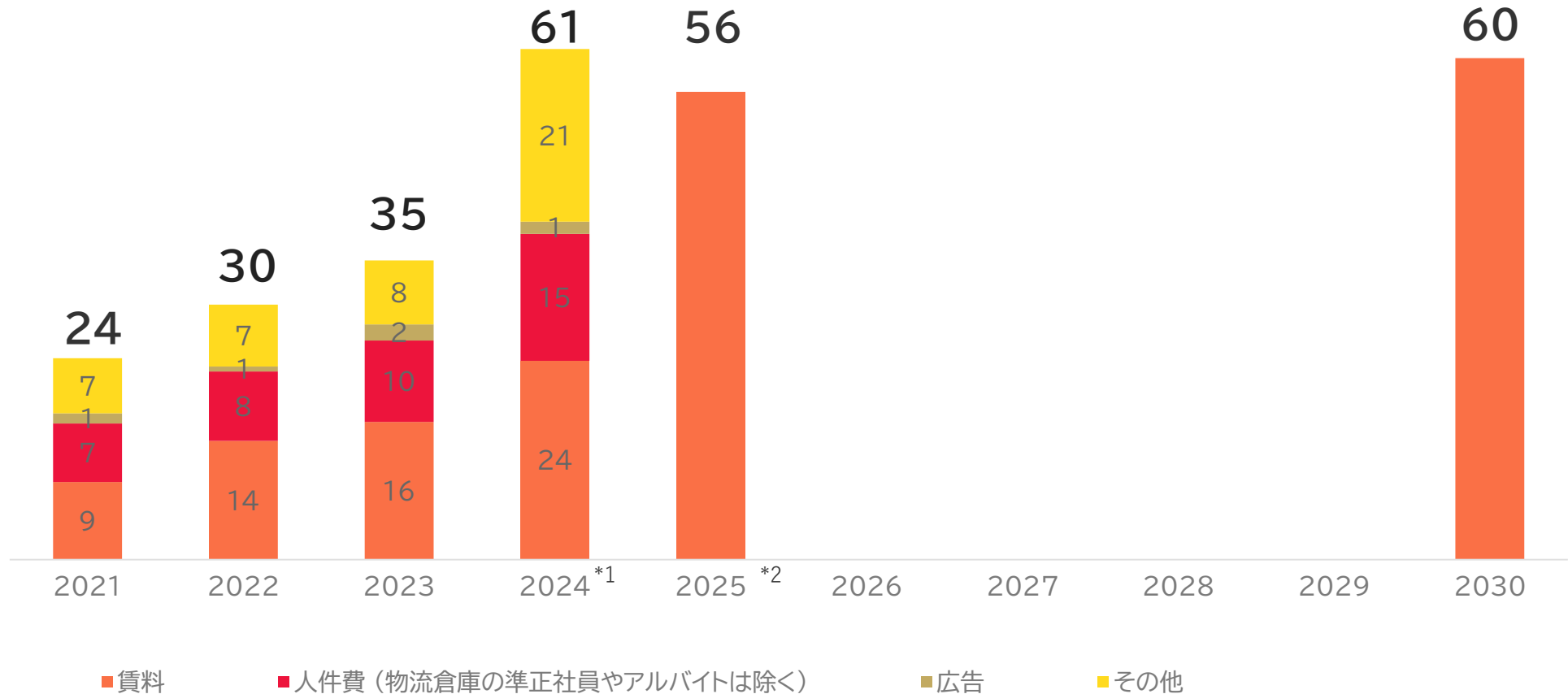
*1:当初計画300億円に対し、マガシーク、d fashionが下回ったことから255億円となる

*2:当初計画 520 / 330 / 150億円から主としてANBUR LEAGUEの新設に伴い変更

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「56億円」を計画。ただし、2030年の60億円については不変。
 単位：億円



*1：当初計画は60億円 *2：当初計画は55億円 IT統合が一部25年度にずれ込んだことから56億円を見込む

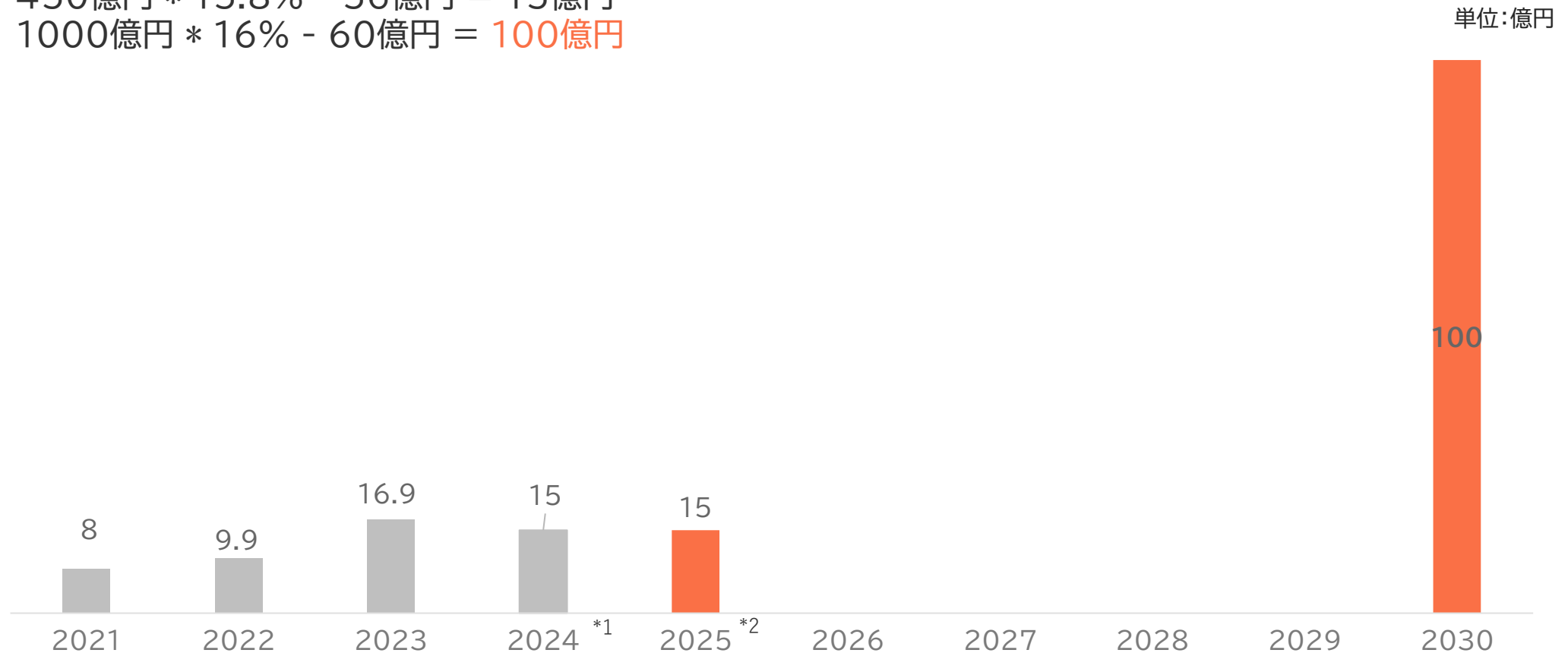
中期計画、長期ビジョン

③営業利益額

■営業利益額(計画値)

25年度 $450\text{億円} \times 15.8\% - 56\text{億円} = 15\text{億円}$

30年度 $1000\text{億円} \times 16\% - 60\text{億円} = 100\text{億円}$



*1: 当初計画は17億円 *2: 当初計画は35-40億円。GMVが450億円となることから営業利益を15億円に

03 経営において認識される 主なリスクと対応方針

経営において認識される主なリスクと対応方針

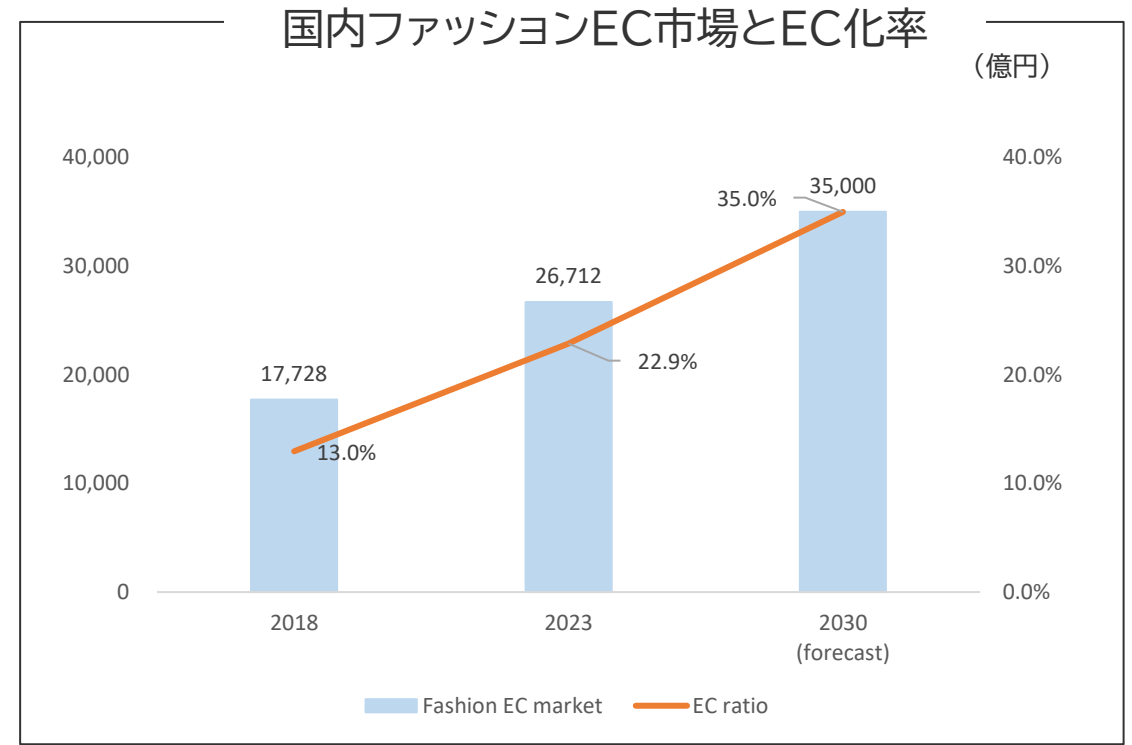
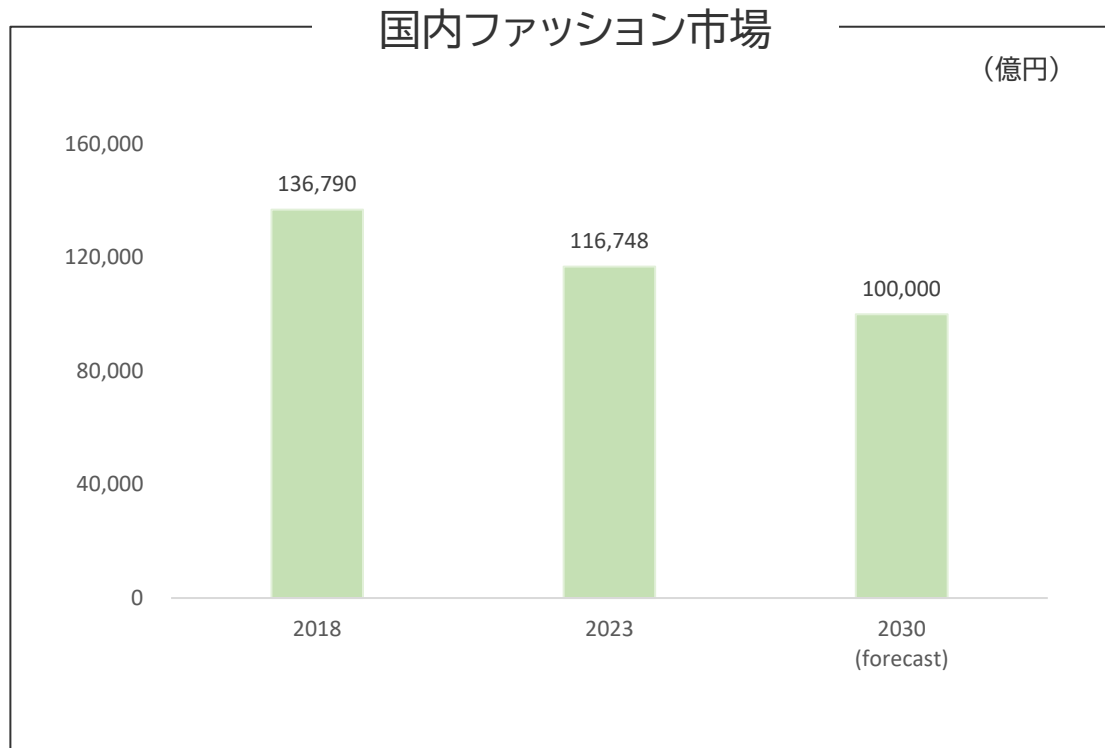
リスク項目	認識するリスク	リスク対応策
競争について	インターネット関連市場の拡大に伴い、インターネット通信販売事業者の増加、各ブランド自身によるインターネット販売への展開、競合他社による新たな付加価値サービスの提供等がなされた場合、競争力が低下する可能性があります。また、これらの競合他社との間に価格競争が生じた場合や、配送費用や人件費が高騰した場合には、収益力が低下する可能性があります。	ECモール事業では「返品無料」「靴を中心とした商品ラインナップ」「正社員のコンシェルジュによる迅速な顧客サービス」により差別化を図り、PF事業では物流とITを自社開発することで、「LOCONDO.jp」の共通化によるコスト削減、BOEMのデザイン・機能改修から物流受託業務に至るまでの全サービスのワンストップ提供により、各ブランド様へのニーズに迅速かつ柔軟に対応することで差別化を図っております。
システムトラブルについて	地震、火災等の自然災害、事故、停電など予期せぬ事象の発生によって、設備又は通信ネットワークに障害が発生した場合には、事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	事業の安定的な運用にあたっては、アクセス数の増加等を考慮したサーバー管理や負荷分散等のシステムの安定性確保や効率化等のシステム強化及びセキュリティ対策に取り組んでおります。
物流機能について	商品取扱高の増加に応じて、倉庫・スタッフ等の拡充を行っておりますが、これらを適時に行えなかった場合には、事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。また、物流拠点を設置している地域において、地震、台風等の自然災害が発生したことにより物流拠点が被害を受けた場合には、事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	商品取扱高の増加に合わせて、倉庫面積の拡大や倉庫スタッフの採用、及びシステム化や機械化などの投資を通じた物流機能の強化に取り組んでおります。
在庫リスクについて	一部の商材については、当社が仕入を行い自社在庫として保有したうえで販売を行う買取型の仕入形態があります。買取型比率が増加し、商品の販売状況が想定していたものと大きく異なる結果、たな卸資産の評価減を実施することとなった場合には、業績に影響を及ぼす可能性があります。	買取型の比率及び市場の流行・顧客の嗜好の変化によるリスク評価を適時行い、買取型の仕入を行っております。
特定人物への依存について	創業メンバーである代表取締役社長田中裕輔は、事業に関する豊富な経験と知識を有しており、経営方針や事業戦略の決定など、事業活動全般において極めて重要な役割を果たしております。何らかの理由により同氏による業務執行が困難となった場合には、事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	同氏に過度に依存しないよう、経営幹部役職者の拡充、育成及び権限委譲による分業体制の構築などにより、経営組織の強化に取り組んでおります。
人材の確保について	今後の事業拡大及び収益基盤の確立のためには、優秀な人材の確保及び育成することが不可欠と認識しておりますが、今後において求める人材を十分に確保できなかった場合には、事業に影響を及ぼす可能性があります。	継続的に採用活動を行うとともに、適正な人事評価を行い、優秀な人材の確保に努めております。また、社員の職位、職務に応じた適切な研修を行い、人材の教育・育成を進めていく方針であります。

上記の各リスクはいずれも、顕在化の可能性は低～中程度、顕在化の時期は中長期と認識しております。上記以外のリスク情報については、有価証券報告書等の「事業等のリスク」をご参照下さい。

04 補足資料

補足資料① 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22%
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



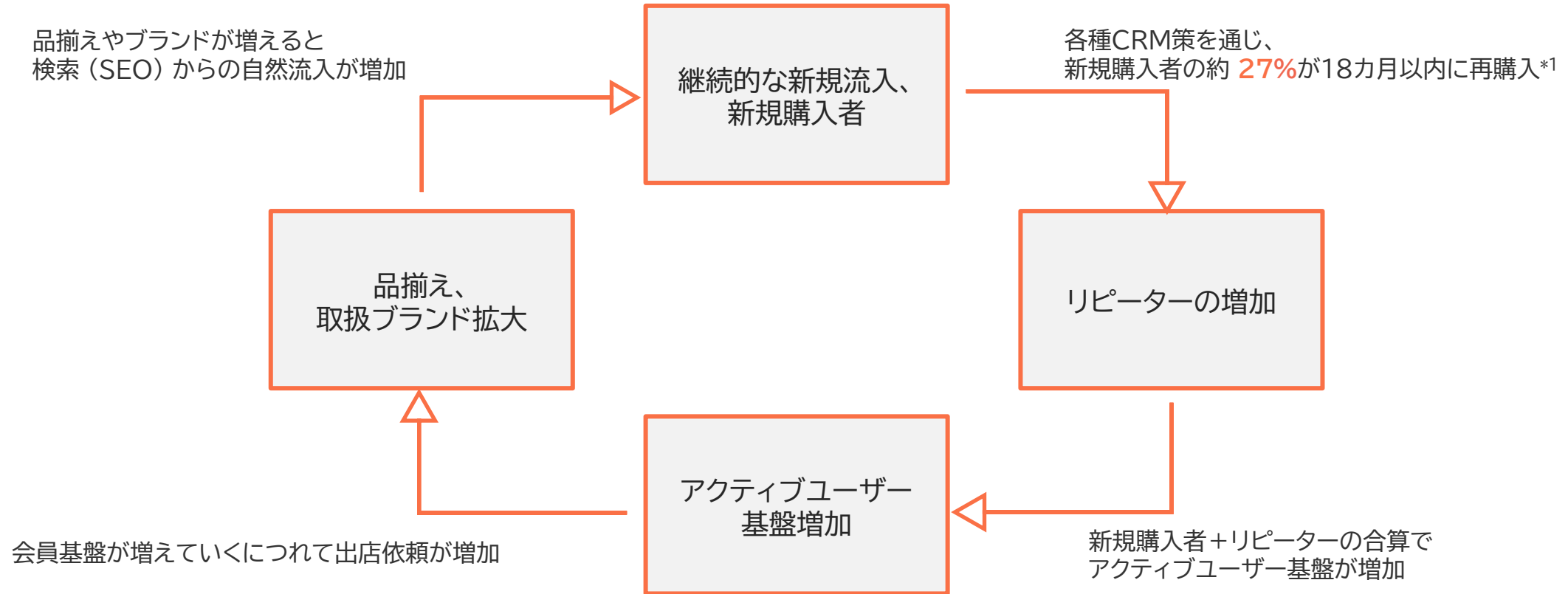
(注) 2018年、2023年の数値 出展: 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」より

(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

補足資料② 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

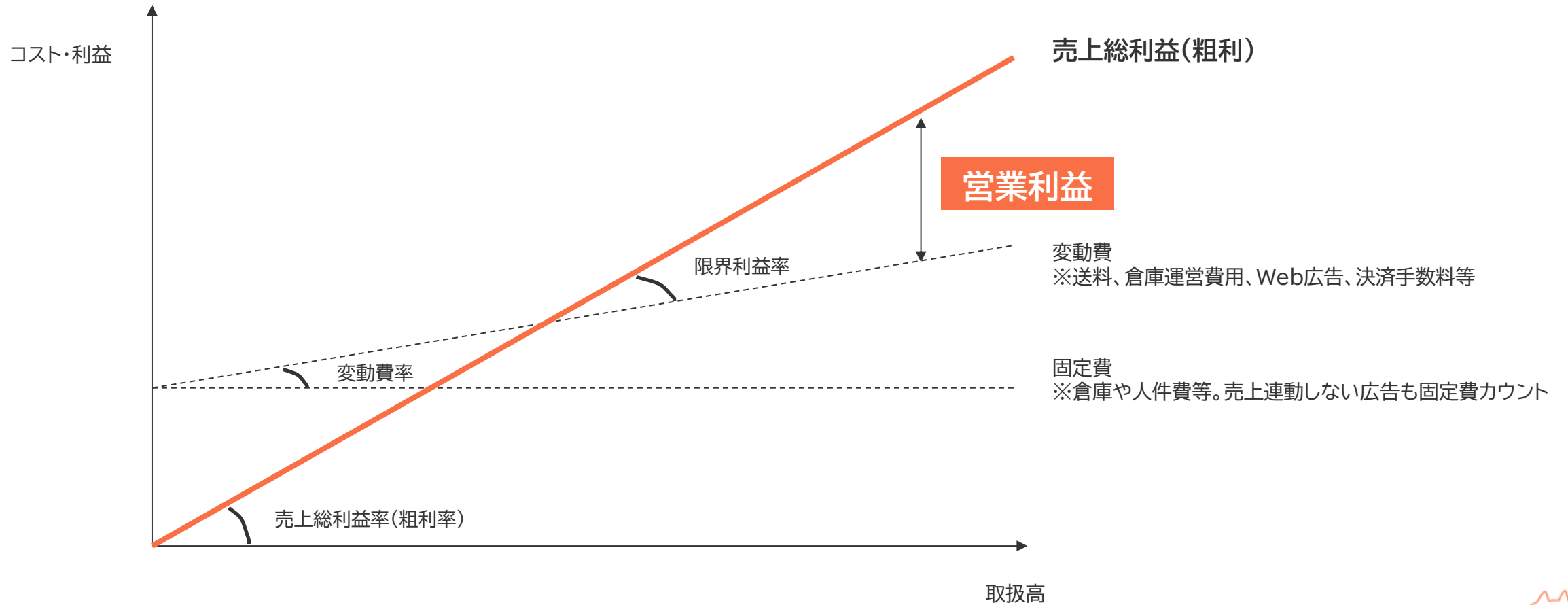


*1 2023年1~12月の初回購入者を対象。LOCONDO.jpのみ、旧モバコレ会員は除く。サイズ交換やキャンセル・返品は除く

補足資料③ 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



本資料の取扱いについて

- 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。
- なお、本資料のアップデートは、今後、事業計画を見直した場合等、記載内容に重要な変更が生じた場合、並びに本決算発表後である毎年5月(次回は2026年5月)を目途として開示を行う予定です。