

2026年2月期

通期決算 説明会資料



JADE GROUP

ジェイドグループ株式会社 (3558)

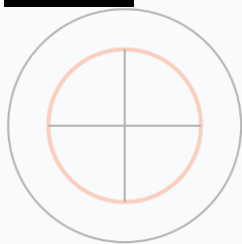
免責事項

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 →

通期 業績ハイライト

Company Overview →

企業概要

CONCLUSION

通期GMV 459億円、 営業利益 24億円

売上 194億円 (+1.1%)、 EBITDA 30億円 (+33.9%)、 当期純利益 15億円 (+178%)

通期 相殺前商品取扱高 (GMV)

459 億円

前期比 -8.9%

計画達成率 102%

計画達成

通期 営業利益

24.0 億円

前期比 +56.6%

計画達成率 120%

計画達成

過去最高を更新

PMI成果が通期利益を牽引

01

MAGASEEK マガシーク株式会社

統合プロセスが順調に進行し、コストシナジーが顕在化。グループ全体の収益基盤強化に大きく貢献。

02

サンキュ! ARIGATO株式会社

投資回収期間わずか半年で完了。通期を通じて安定的な高収益を創出し、利益成長を牽引。

03

Royal 株式会社ロイヤル

M&A初月からPMIに着手し、即座に初月黒字化を達成。グループ入り直後から通期実績へのプラス寄与を実現。

その他の重要なポイント

1. 26年度以降も**連続的なM&A**と**迅速なPMI**によって取扱高と収益性のUPを目指します。M&Aの主なターゲットは**ブランド事業**になります。
2. 昨年12月にグループ参画したロイヤルグループの影響精査ならびに来月に予定しているReebokの**業界激震コラボ**の影響を見極めるため、26年度計画は5月27日に開示します。
3. 成長投資資金を確保するため配当は計画値通りの**30円**とします。配当性向**30%以内**と配当利回り**1%以上**が当社の「成長段階」における目安です。

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

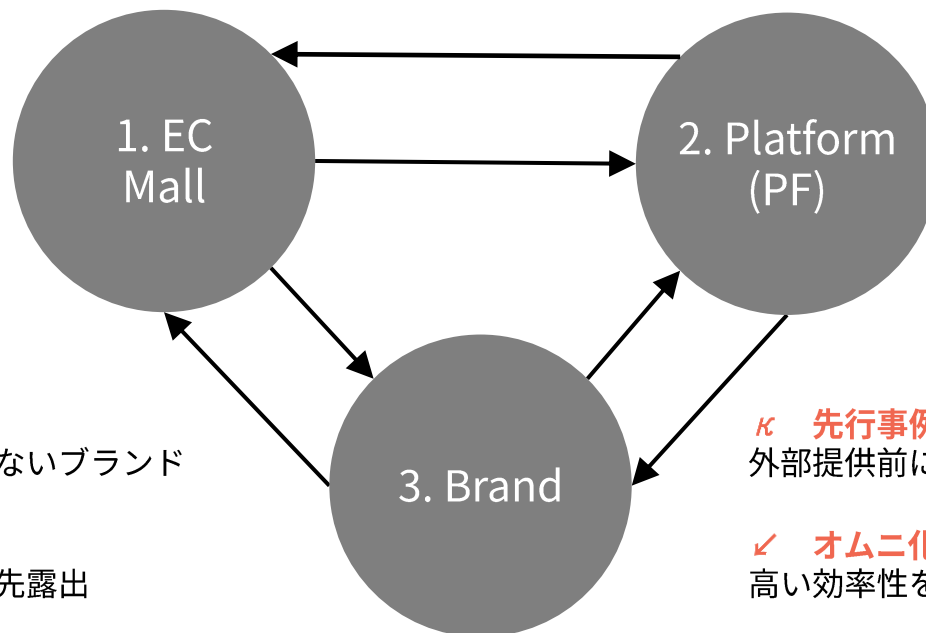
M&Aの基軸にもなる、ジェイドグループの「三位一体」

- 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

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

- 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

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

JADE GROUP MODEL		
<p>① 経営指導型</p>  <p>特徴</p> <p>親会社がノウハウを共有、経営指導</p> <p>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。</p> <p>PEファンド向き</p>	<p>② 市場集約型</p>  <p>特徴</p> <p>複数の対象会社を買収し市場占有を目指す</p> <p>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。</p> <p>▲ PMI遅延リスクあり</p>	<p>③ 機能共有型</p>  <p>特徴</p> <p>物流とITの機能を共有し完全統合</p> <p>間違いなく利益改善が実現できるため、明確なシナジーを創出。</p> <p>成功確率 100%</p>

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

<p>取扱高</p>	<p>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</p>	<p>ARIGATO株式会社(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</p>
<p>限界利益</p>	<p>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</p> <p>※ 限界利益 - 直接固定費 = 貢献利益</p>	<p>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</p>
<p>固定費</p>	<p>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</p> <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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) 	<p>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</p> <p>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</p>

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

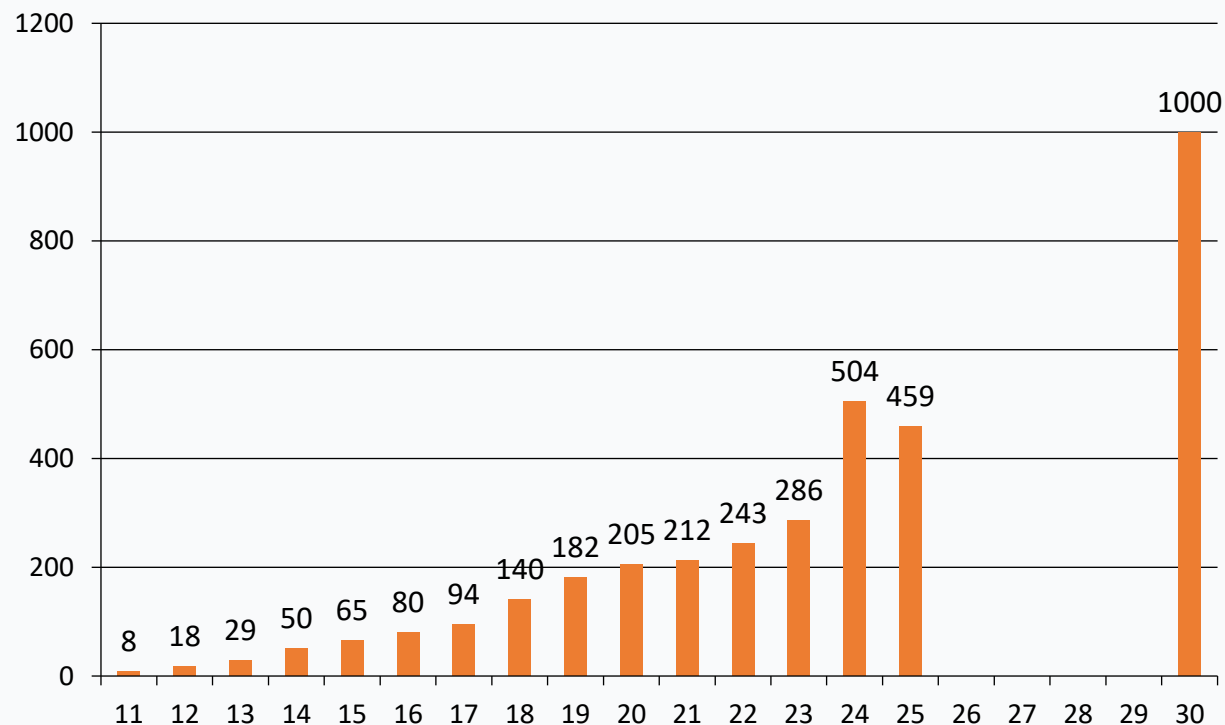
PLATFORM 事業

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

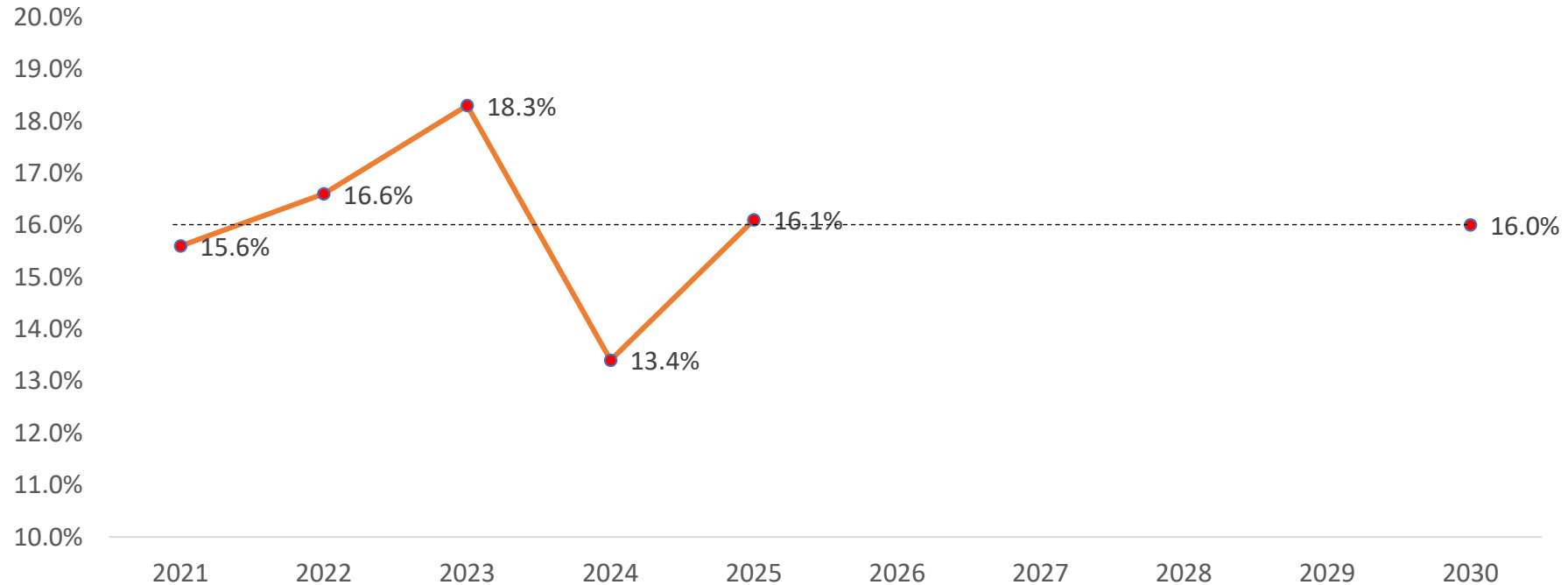
取扱高 (億円)



※2026年度の見通しにつきましては、現在精査中であるため記載しておりません。確定次第開示いたします。

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(昨年度)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

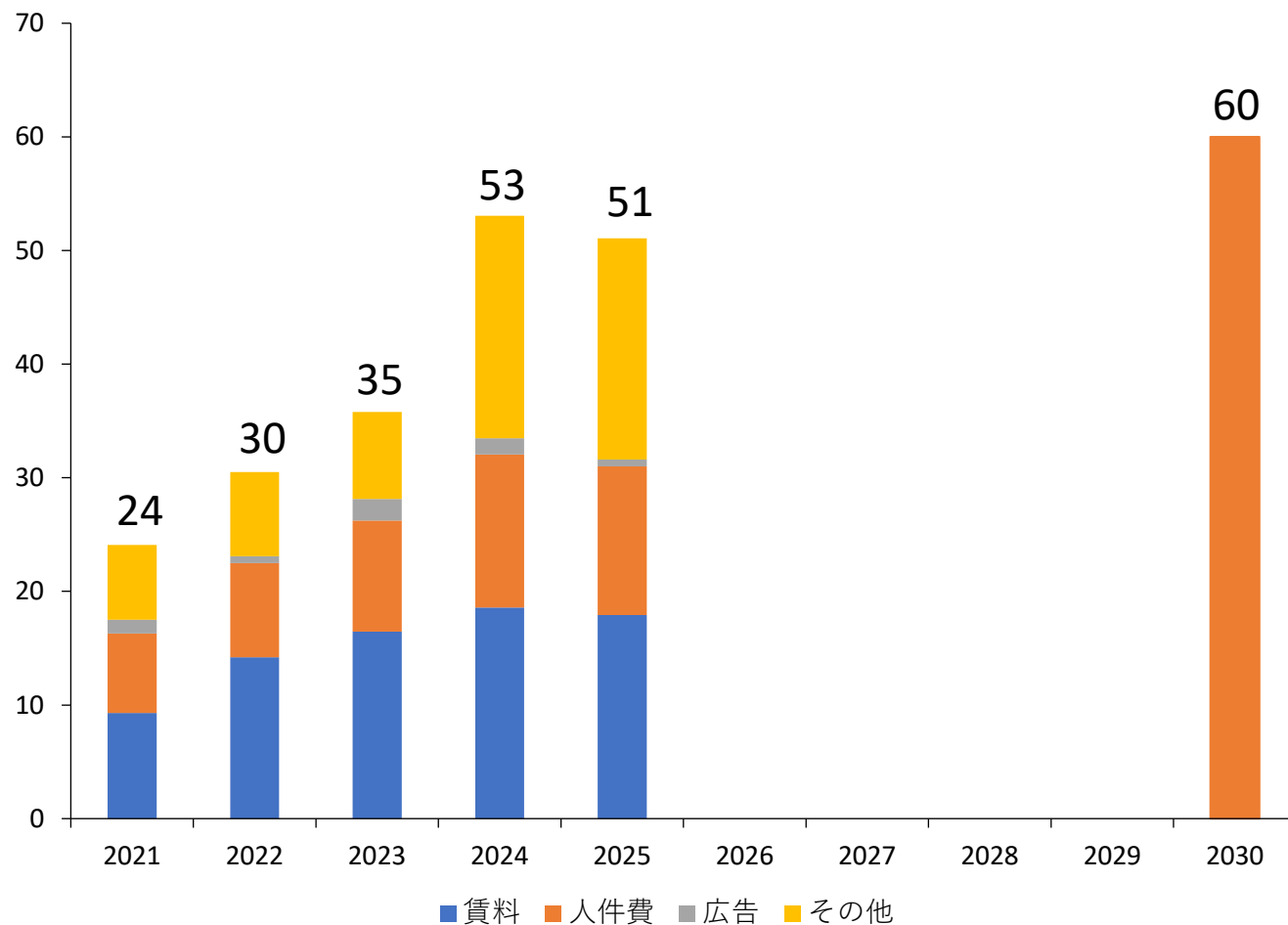
※ ロイヤルロジスティクス、マガシーク羽生は除く

※ 2026年度の見通しにつきましては、現在精査中であるため記載しておりません。確定次第開示いたします。

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



利益創出のメカニズム

売上高の大幅な拡大（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。

※ 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

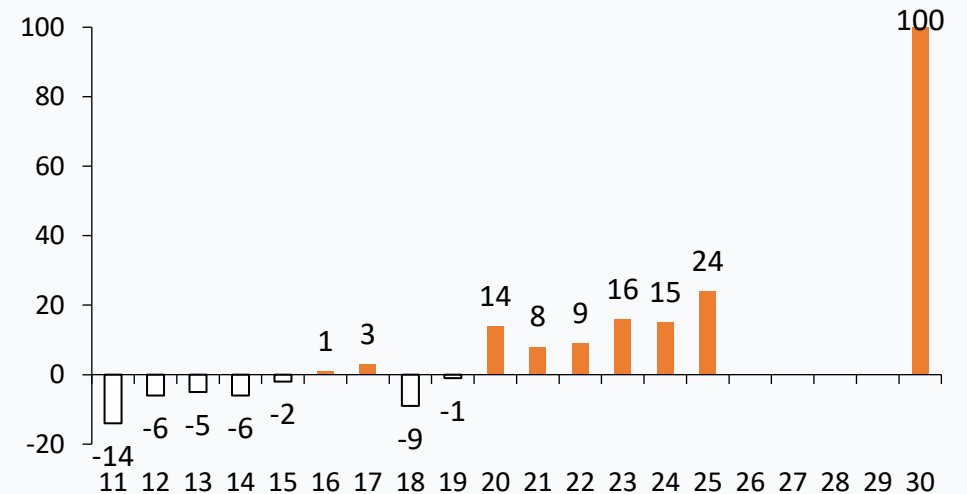
※ 2026年度の見通しにつきましては、現在精査中であるため記載しておりません。確定次第開示いたします。

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

2025年度通期業績ハイライト

 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

2026年2月期 通期 業績ハイライト

単位: 百万円 / %

構造改革とPMI効果により、通期計画を大幅に超過。GMV459億円、営業利益24億円を達成。

項目	24年度 通期		25年度 通期		前年比	計画比
	合計	ロイヤルティ 羽生 除く	合計	ロイヤルティ 羽生 除く		
商品取扱高 (相殺前)	50,401		45,934		- 8.9%	+ 2.1%
売上高	19,231	18,326	19,441	18,302	+ 1.1%	
売上総利益	15,174 (30.1%)	14,269 (28.3%)	15,154 (33.0%)	14,015 (30.5%)	- 0.1%	
限界利益	7,645 (15.2%)	7,254 (14.4%)	8,618 (18.8%)	8,086 (17.6%)	+ 12.7%	
貢献利益	7,163 (14.2%)	6,771 (13.4%)	7,916 (17.2%)	7,383 (16.1%)	+ 10.5%	
間接固定費	5,628	5,306	5,512	5,109	- 2.1%	
営業利益	1,535	1,464	2,403	2,274	+ 56.6%	+ 20.2%
EBITDA	2,288		3,063		+ 33.9%	
経常利益	1,551		2,561		+ 65.2%	
親会社帰属当期純利益	565		1,570		+ 178.0%	

営業利益 (通期)

24.0 億円

↑ 56.6% 前年同期比



EBITDA (通期)

30.6 億円

↑ 33.9% 前年同期比



当期純利益 (通期)

15.7 億円

↑ 178.0% 前年同期比

事業別取扱高（通期）

ECSの解約によりブランド事業が減少も、M&Aによりブランド事業が増加。サンキュ！事業も堅調。

単位: 百万円 / %

事業区分	24年度	25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：5,049個	25,581	24,053	▼ 6.0%	52.4%
Platform事業 e-3PL、BOEM等 e3PL直近12か月出荷個数：353万個	18,365	13,639	▼ 25.7%	29.7%
Brand事業 Reebok、MANGO等	6,453	7,793	▲ 20.8%	17.0%
その他 サンキュ！事業等	—	447	—	1.0%
合計（相殺前）	50,401	45,934	▼ 8.9%	100.0%

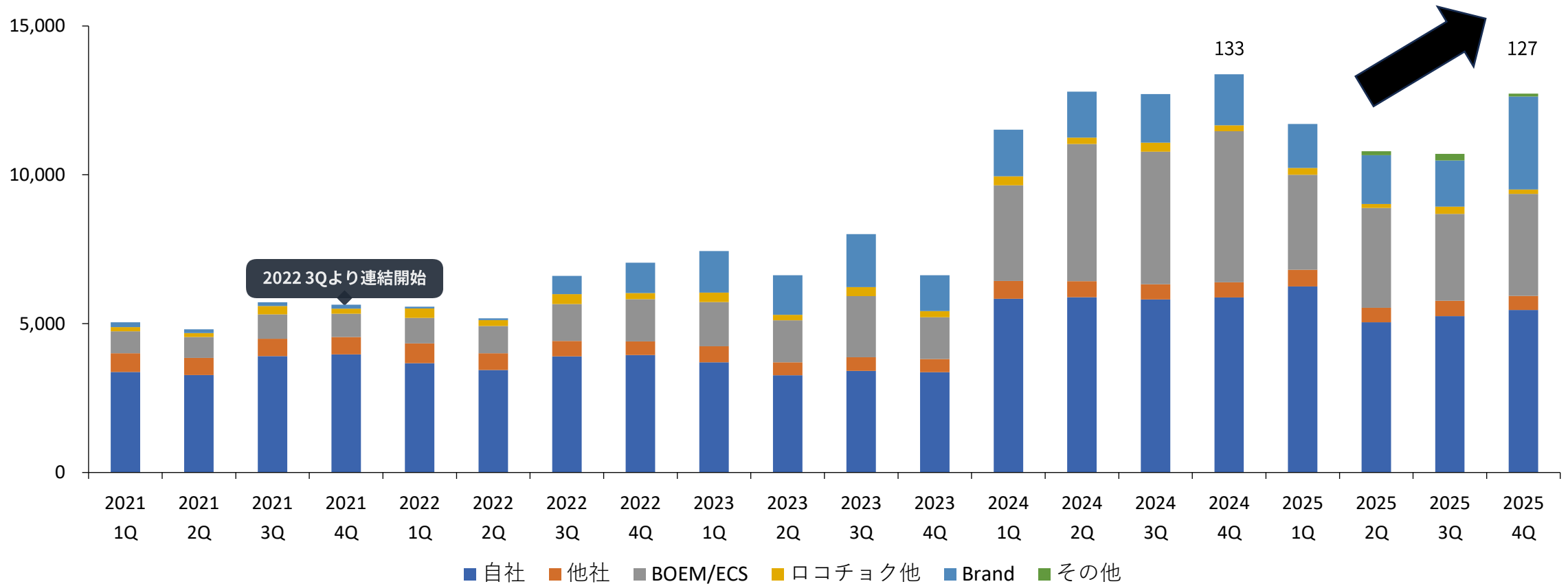
事業別 構成比



取扱高（親子相殺前） 四半期推移

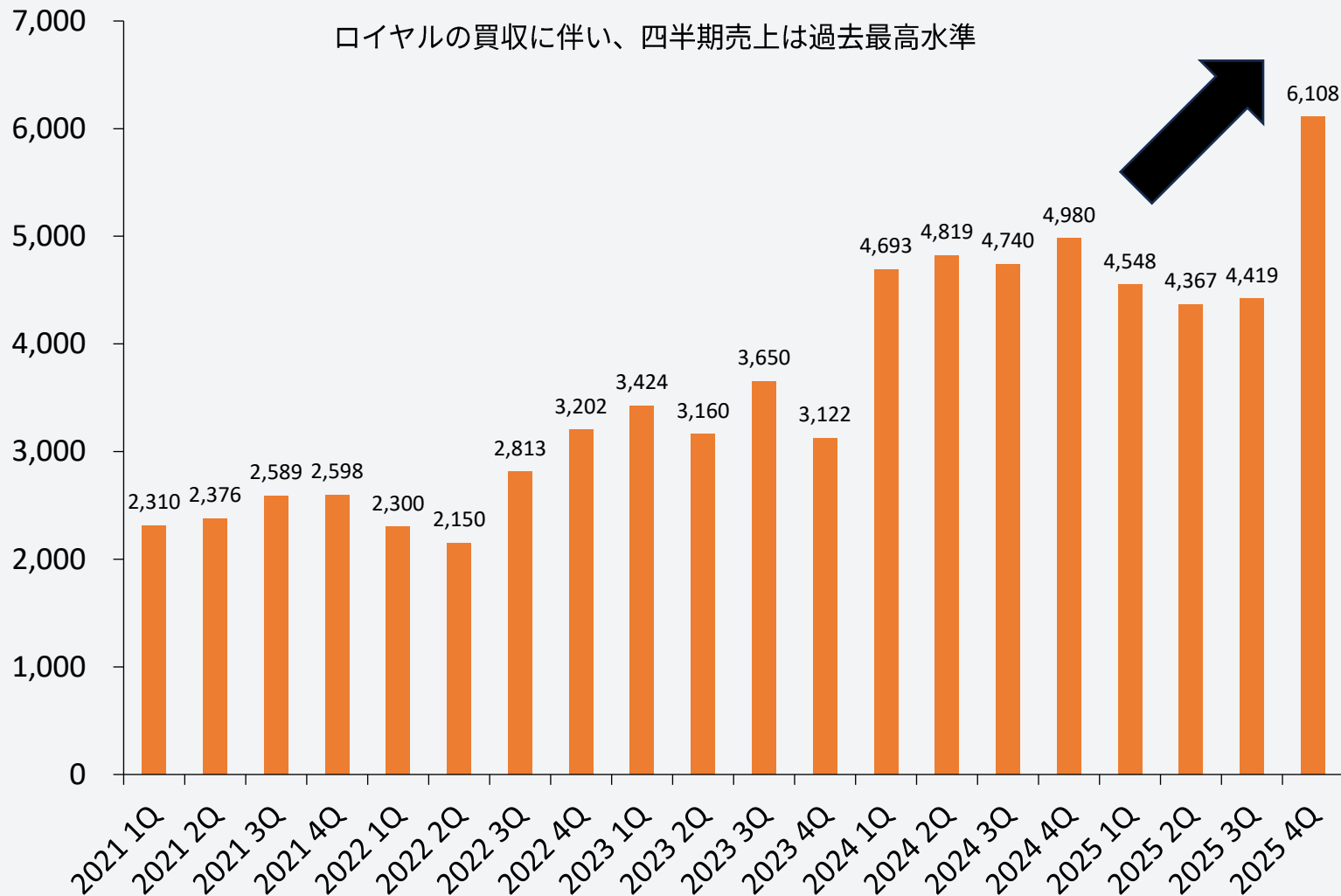
マガシークのECS (ジェイドグループで言うところのBOEM) の解約などによってECSの取扱高が減少も、第4四半期はロイヤルのM&A効果もあって全体取扱高も復調

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、マガシークPMI効果、広告費用をポイント・クーポンに振り替えたこと等によりコントロール、8.9億円減少

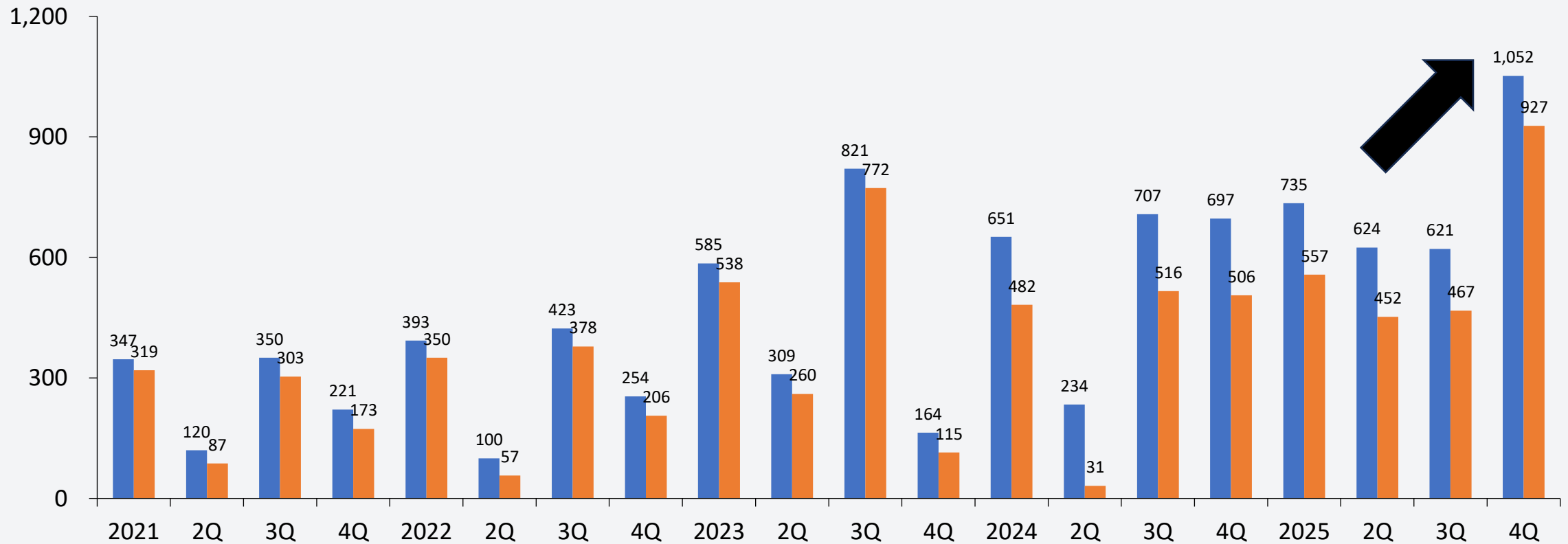
単位: 百万円

費目	24年度	相殺後 GMV対比率	25年度	相殺後 GMV対比率	前年同期比	
人件費	2,632	5.5%	2,404	5.5%	0.0%	
うち社員	1,342	2.8%	1,323	3.0%	+0.2%	
うちアルバイト	1,289	2.7%	1,080	2.5%	-0.2%	
荷造運搬費	2,757	5.7%	2,398	5.5%	-0.3%	バスケット単価上昇、送料効率化
手数料(変動)	2,279	4.7%	2,222	5.1%	+0.3%	
広告関連費用	997	2.1%	681	1.6%	-0.5%	原資をポイント・クーポンへ振替
うち変動費	852	1.8%	620	1.4%	-0.4%	
うち固定費	145	0.3%	61	0.1%	-0.2%	
地代家賃	2,045	4.2%	2,129	4.9%	+0.6%	【増加】ロコポートI稼働 【減少】倉庫集約、マガシーク旧本社転賃
直接固定費	482	1.0%	702	1.6%	+0.6%	
その他	2,444	5.1%	2,212	5.0%	-0.0%	
販管費 合計	13,639	28.3%	12,750	29.1%	+0.7%	

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ともに過去最高水準

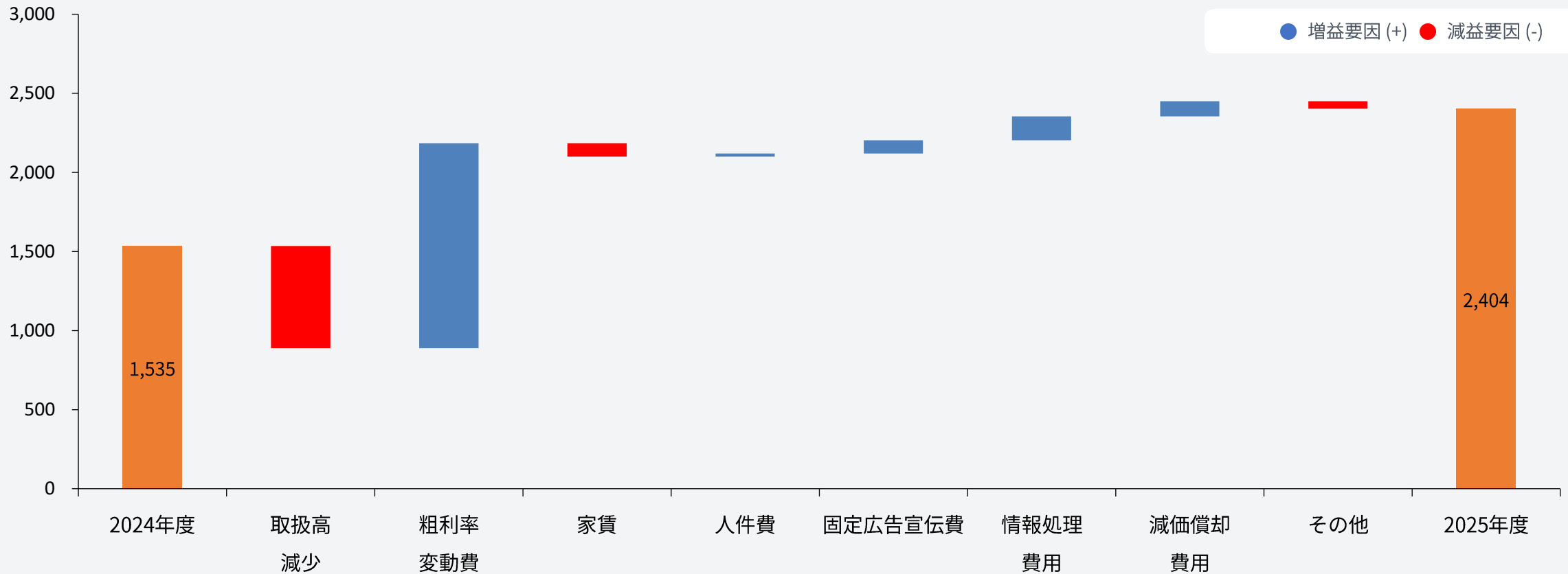
● EBITDA ● 営業利益 単位: 百万円



営業利益 昨対分析

取扱高減少をコスト構造改革でカバーし、過去最高益を実現

単位: 百万円



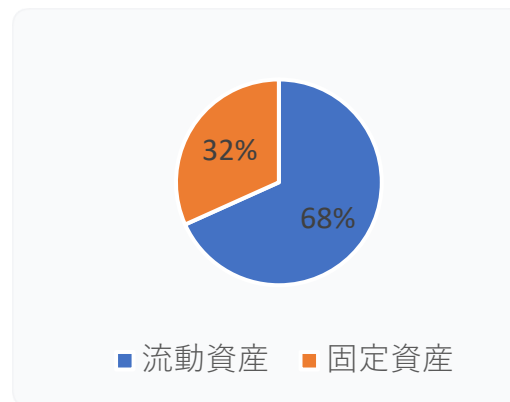
財務健全性とM&Aの機動力（貸借対照表）

単位: 百万円

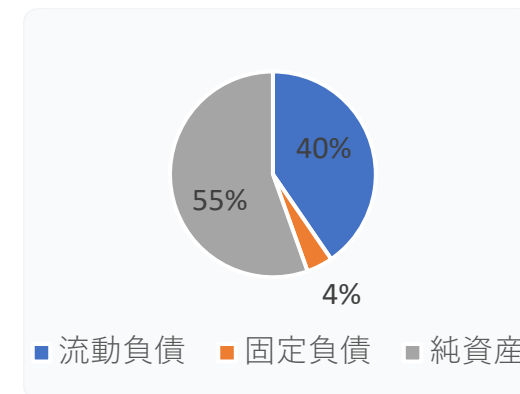
積極的なM&Aを実行しつつも、早期PMIによる収益改善で強固な財務基盤を維持

科目	金額	摘要・主な内訳
資産の部		
流動資産	10,539	現預金 2,934 / 商品 2,746
固定資産	4,898	有形 1,575 / 無形 1,092 / 投資他 2,230
資産合計	15,437	
負債の部		
流動負債	6,238	有利子負債ゼロ
固定負債	637	借入金 442 (RBKJ設立時伊藤忠商事借入)
負債合計	6,876	
純資産の部		
純資産合計	8,560	自己資本比率 55.5%

総資産構成



負債・純資産構成

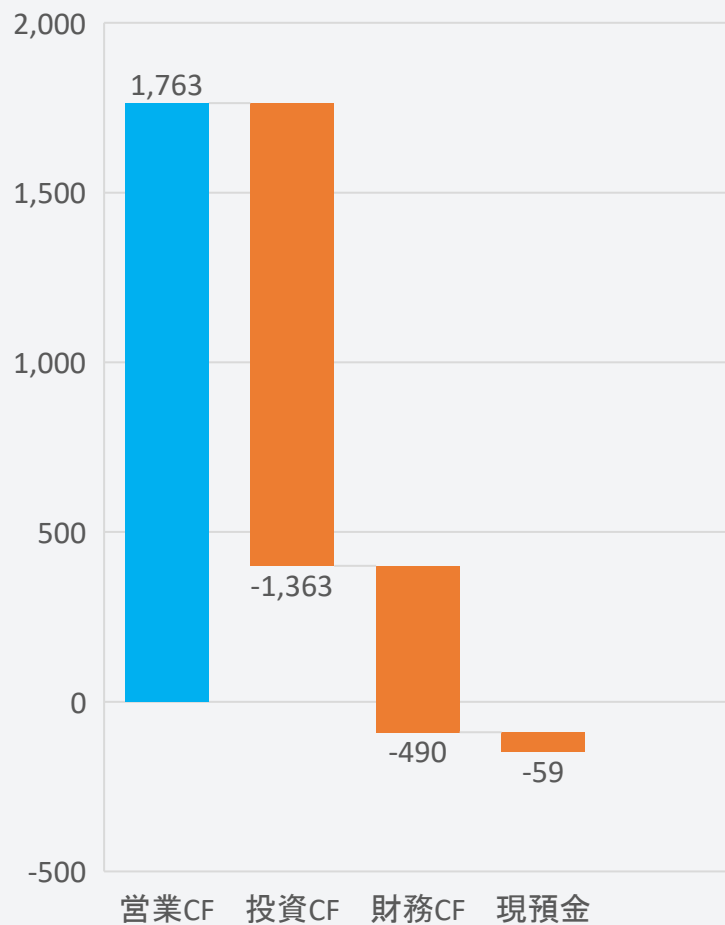


Key Takeaway

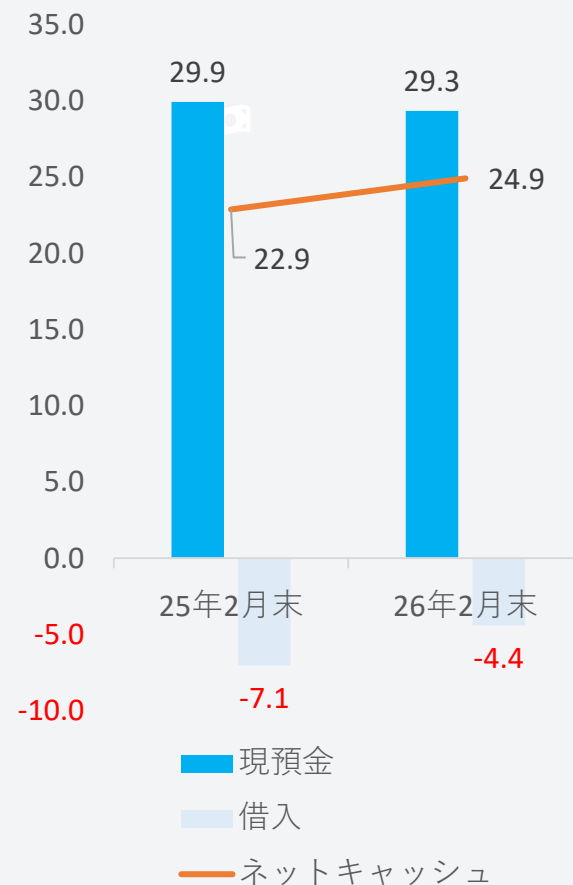
- ・ 現預金が流動資産の27%と機動性高い
- ・ 流動比率168%、自己資本比率55%と高い健全性
- ・ 実質無借金経営

✔ 高い流動性：現預金 29.3億円を確保 ✔ 健全な資本構成：積極投資下でも高い自己資本比率

キャッシュフロー計算書 (CF)



単位: 百万円



KEY TAKEAWAY

営業キャッシュフロー増加で、M&Aの**投資CF**および借入金返済の**財務CF**の減少を補う、健全な構造

結果、成長投資を加速させながらも**ネットキャッシュ (現預金 - 借入)** は**22.9億円** から **24.9億円** に増加

ECモール KPI

※第3四半期対比、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	458.0万人	10.3%	47.0万人	20,896円	3.8個	5,499円	24.6%
	(+4.4万人)	(-0.3%)	(-1.3万人)	(+364円)	(+0.1個)	(-20円)	(+2.1%)
d fashion	430.3万人	8.4%	36.1万人	19,662円	4.1個	4,772円	1.4%
	(+3.0万人)	(-0.3%)	(-1.2万人)	(+1円)	(-0.1個)	(+91円)	0.0%
MAGASEEK	297.3万人	3.4%	10.2万人	30,472円	5.7個	5,393円	15.0%
	(+0.8万人)	(-0.0%)	(+0.0万人)	(-228円)	(+0.0個)	(-79円)	(+1.7%)
Fashion Walker	108.7万人	3.0%	3.3万人	16,357円	4.1個	3,990円	9.9%
	(+0.7万人)	(-0.2%)	(-0.2万人)	(+226円)	(+0.1個)	(-43円)	(-0.3%)
Brandeli	45.9万人	4.2%	1.9万人	25,569円	11.9個	2,152円	7.9%
	(+0.0万人)	(-0.2%)	(-0.1万人)	(+446円)	(+0.6個)	(-67円)	(+0.4%)
SWS	80.6万人	5.9%	4.7万人	20,364円	2.7個	7,685円	3.6%
	(+0.7万人)	(-0.1%)	(-0.1万人)	(+129円)	(-0.0個)	(+77円)	(+0.4%)
waja	16.7万人	1.8%	0.3万人	30,237円	4.4個	6,951円	17.1%
	(+0.0万人)	(+0.0%)	(+0.0万人)	(-1,824円)	(-0.2個)	(-65円)	(+5.0%)
合計	1,437.5万人	7.2%	103.5万人	21,469円	36.6個	5,111円	15.8%
	(+9.6万人)	(-0.3%)	(-2.9万人)	(+184円)	(+0.5個)	(+13円)	(+1.3%)

サマリー

会員数は増加傾向 (+9.6万人) にあるものの、アクティブ率 (-0.3%)、アクティブユーザー数 (-2.9万人) は減少しており、顧客エンゲージメントの強化が課題。一方、年間購入金額 (+184円) および購入個数 (+0.5個) は増加しており、既存顧客の購買意欲は堅調。返品率は上昇 (+1.3%) も、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

ハイエンドセレクト

TCB

デニムブランド

BLUE SINCERE

革製品ブランド

ROYAL / ROYAL LOGISTICS

並行輸入・卸

ARIGATO

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

成果をもって、
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！

「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。

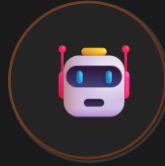
EC Front

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

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



プラットフォーム事業：

在庫シェアリング

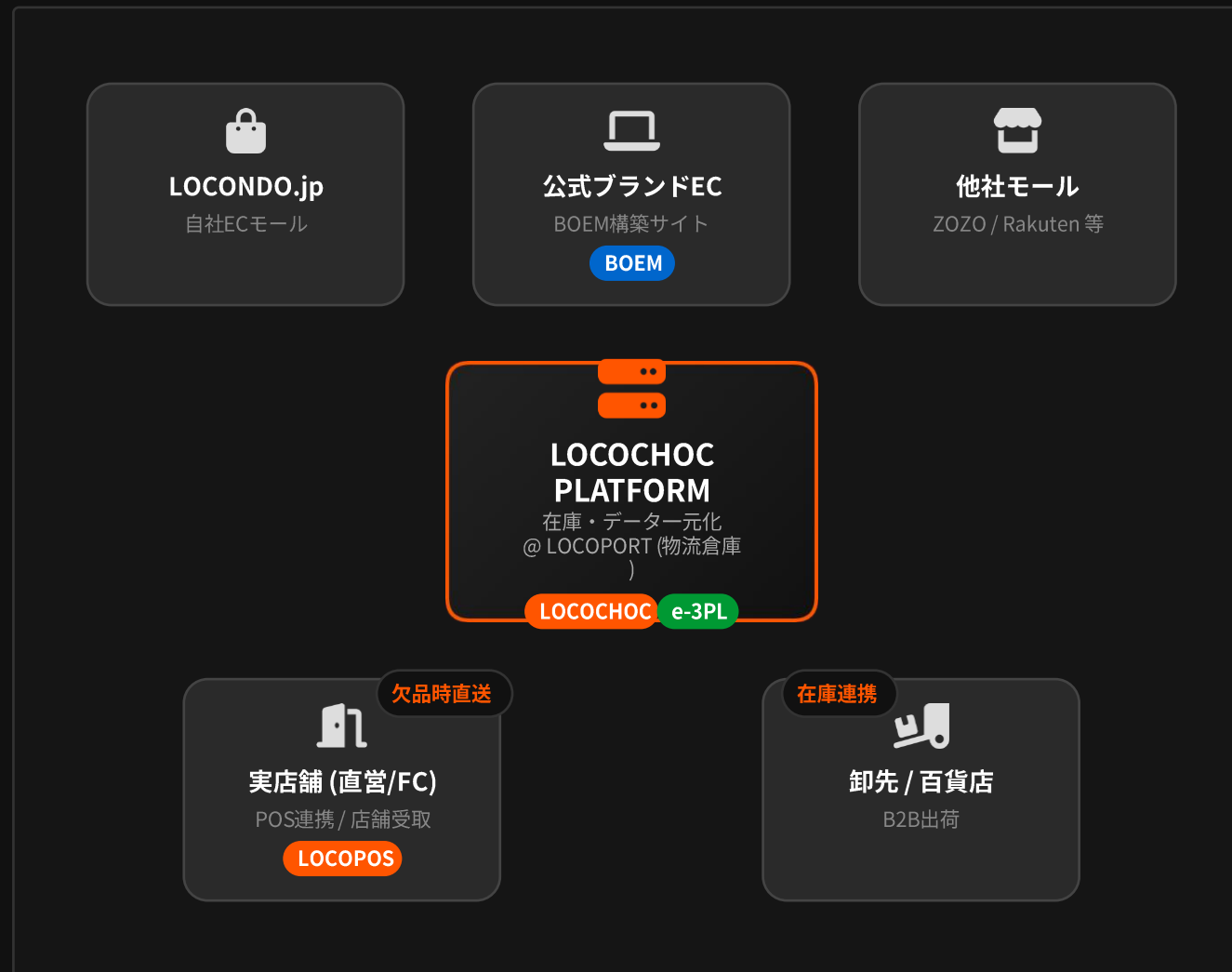
EC倉庫と店舗在庫をデータ連携。
 店舗で欠品していても、**EC在庫からお客様の自宅へ直送**することで、「売り逃がし」を防ぎます。

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

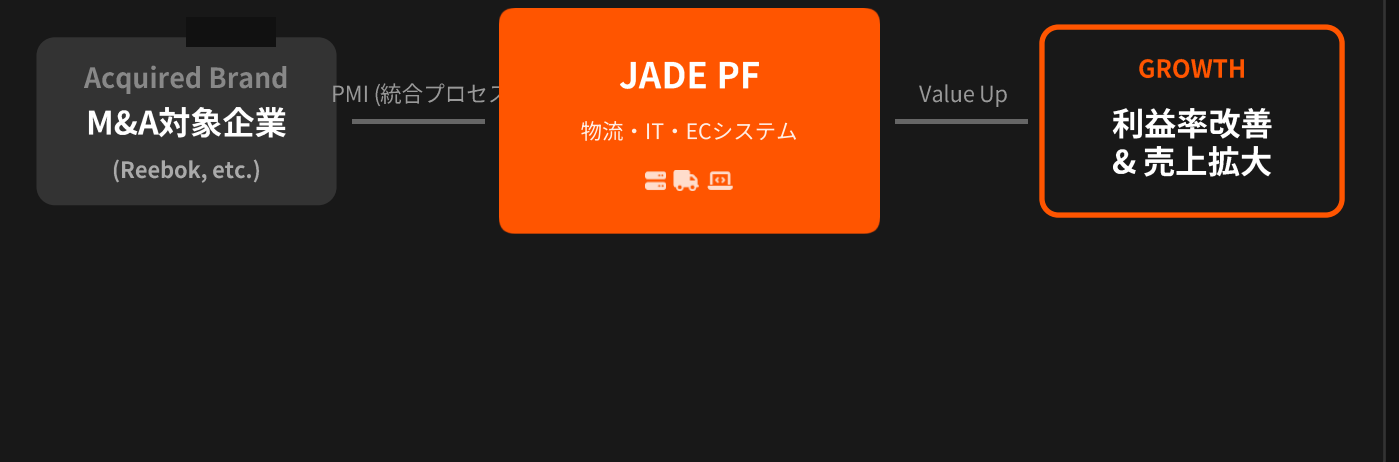


内製プラットフォームで 垂直立ち上げを実現

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



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

東証グロース市場 (3558) 上場
グループ事業持株会社 (親会社)

主要機能

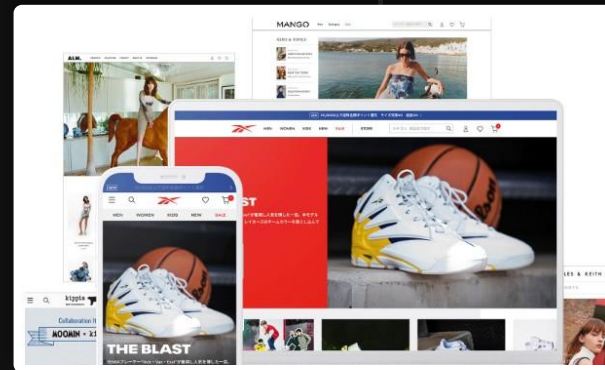
ECモールの運営に加え、物流×ITのB2Bプラットフォームを中
核にグループ全体を統合運営

その他事業

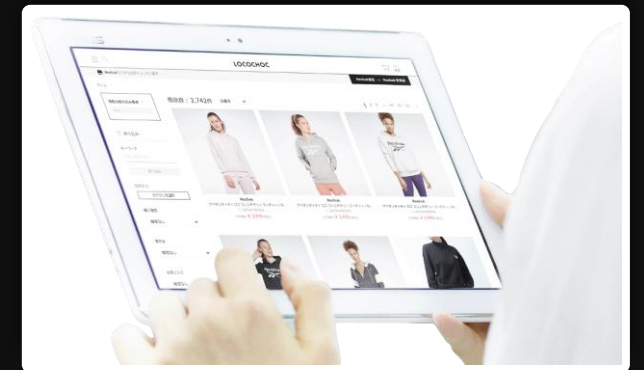
MANGO代理店事業など多角的に展開



LOCONDO.jp



BOEM



LOCOCHOC

グループ会社紹介②

Reebok Japan K.K. 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。

グループ会社紹介③

MAGASEEK, Inc. マガシーク株式会社

株主構成・経緯

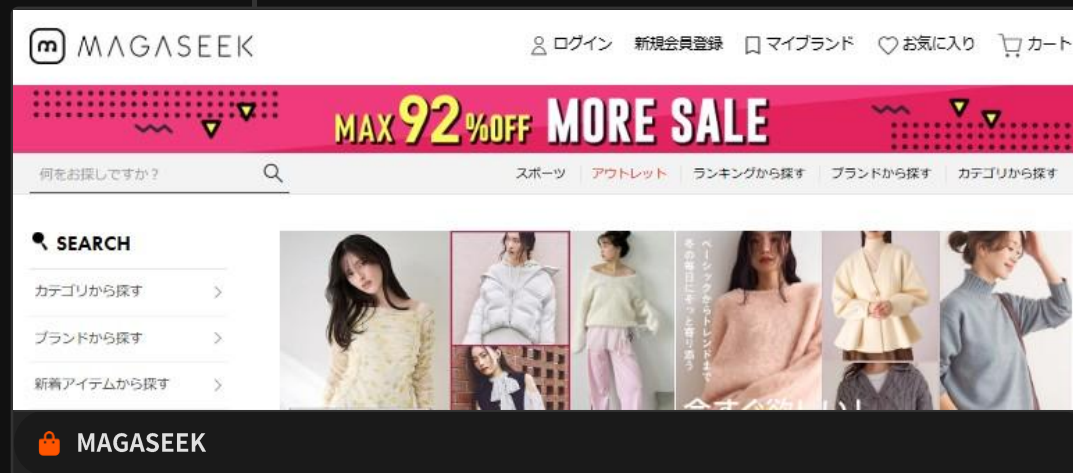
2024年にNTTドコモから事業譲受。
ジェイドグループ **81%**、伊藤忠商事 **19%** の株式を保有。

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 04

グループ会社紹介④

ROYAL Co., Ltd. 株式会社ロイヤル / ロイヤルロジスティクス

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



グループ会社紹介⑤

ANBUR LEAGUE / FASCINATE株式会社FASCINATE

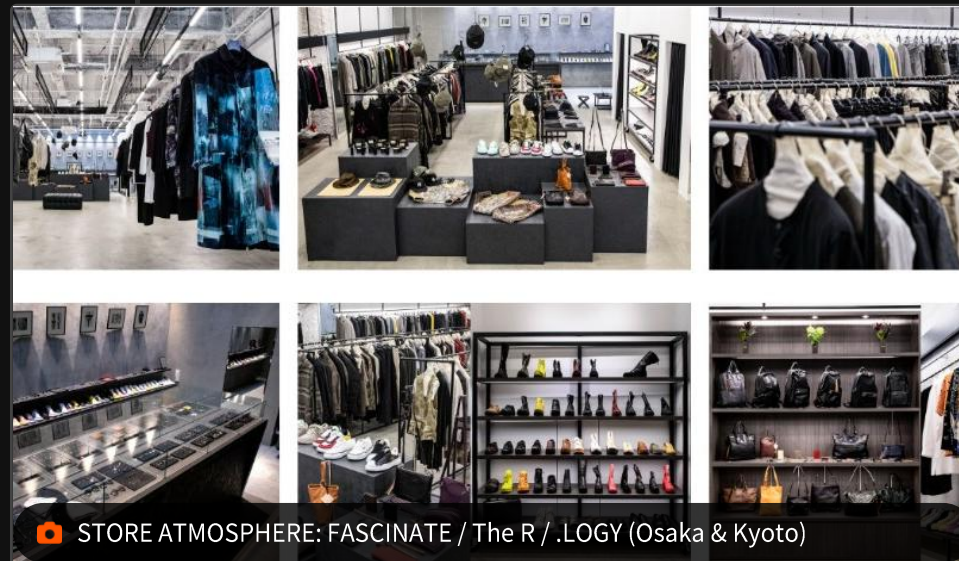
事業概要

心齋橋（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



📷 STORE ATMOSPHERE: FASCINATE / The R / .LOGY (Osaka & Kyoto)

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。

グループ会社紹介⑥

ANBUR LEAGUE / BLUE SINCERE 株式会社ブルーシンシア

👁️ グループ参画と事業形態

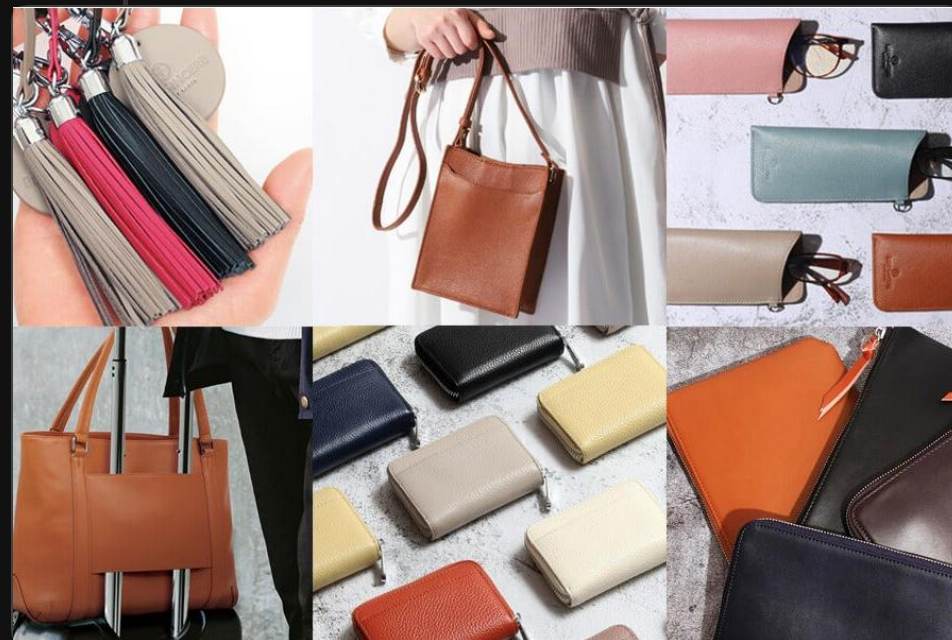
2025年に株式の70%を取得しグループ入り。
 Bangladeshの自社提携工場と連携した**垂直統合型バッグブランド**「Blue sincere」を展開。

🛒 主要販路と統合計画

現在はAmazon・楽天等のECモールが主力販路。
 2025年中に**物流とITの統合**を完了。

📈 今後の展望

グループシナジーを活かし、**ロコンドでの販売強化**および公式EC（BOEM活用）の成長を加速させる。



📷 BLUE SINCERE バッグ・革製品コレクション



熟練の縫製技術

製造ライン風景

提携工場スタッフ

📍 提携するバングラデシュ工場

D2Cブランド

サステナブル

革製品

バングラデシュ生産

物流IT統合

グループ会社紹介⑦

ANBUR LEAGUE / 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。



📷 TCB jeans 児島工場の職人技

熟練の職人が一本一本丁寧に仕上げる高品質デニム

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

グループ会社紹介⑧

サンキュ！ARIGATO株式会社

- ✓ 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！



サンキュ！WEB

サンキュ！（雑誌）