

ZOZOTOWN DM広告





ZOZOTOWN

4 - ZOZOTOWN とは

5 - ZOZOTOWN 各種実績

6 - ZOZOTOWN の会員属性

ZOZOTOWN DM 広告について

8 - ZOZOTOWN DM 広告データの説明

9 - ZOZOTOWN DM 広告の料金形態

10 - セグメント一覧

12 - セグメントサンプル

13 - モデルスケジュール

14 - 効率的なプランニング提案

ZOZOTOWN 広告

15 - ZOZOTOWN 広告プラン一覧

GUIDELINE

17 - DM 広告契約約款

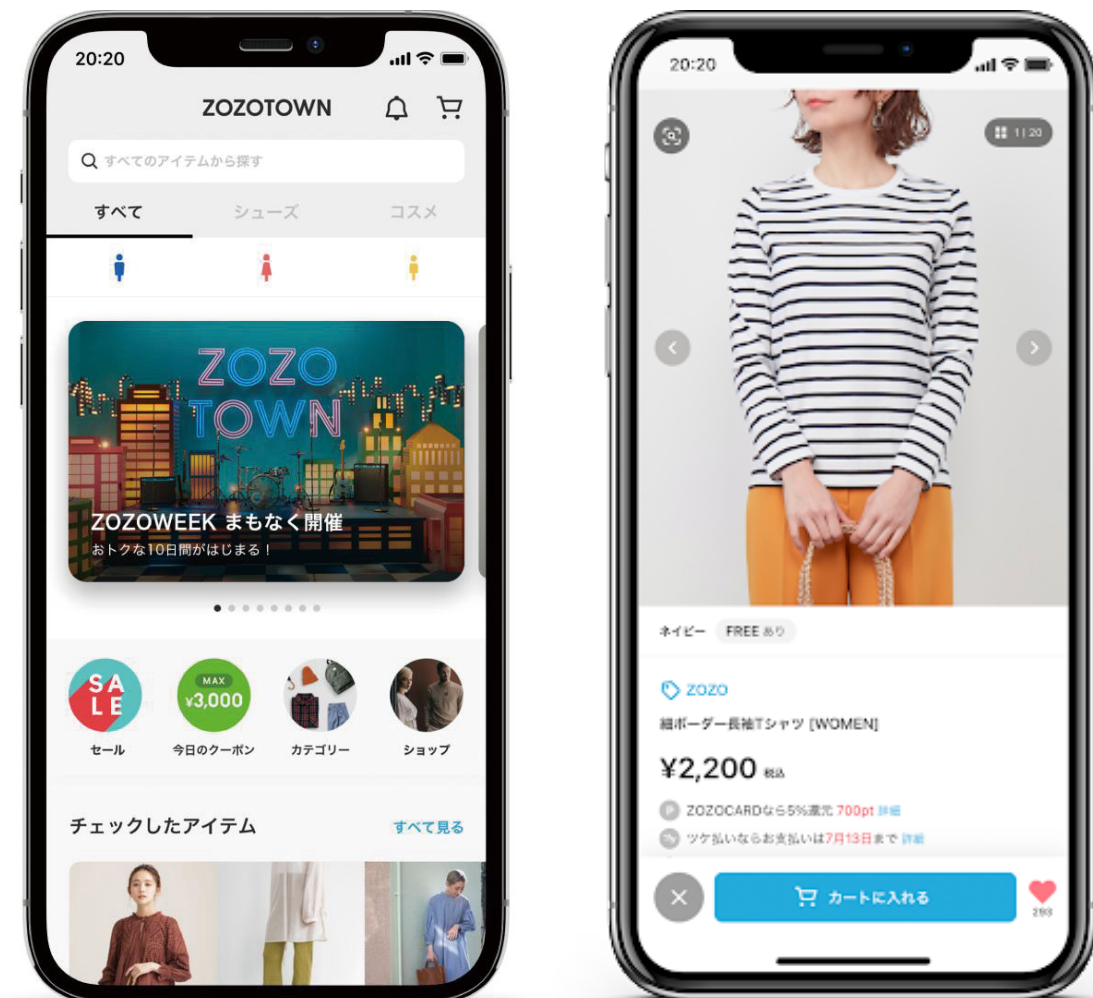
Appendix

21 - ZOZOTOWN ユーザーの特徴



ZOZOTOWN

日本最大級のファッション通販サイト ZOZOTOWN



- 1,600ショップ、9,000ブランド以上を取り扱い。商品数は、常時95万点以上、平均新着商品数は、1日2,900点以上。
- システム、デザイン、物流などECに関わる機能を自前で保持。
- 即日配送サービス、ギフトラッピングサービス、ツケ払いなどのサービスを展開。
- ヤフー株式会社が運営するYahoo!ショッピングにZOZOTOWNを出店。

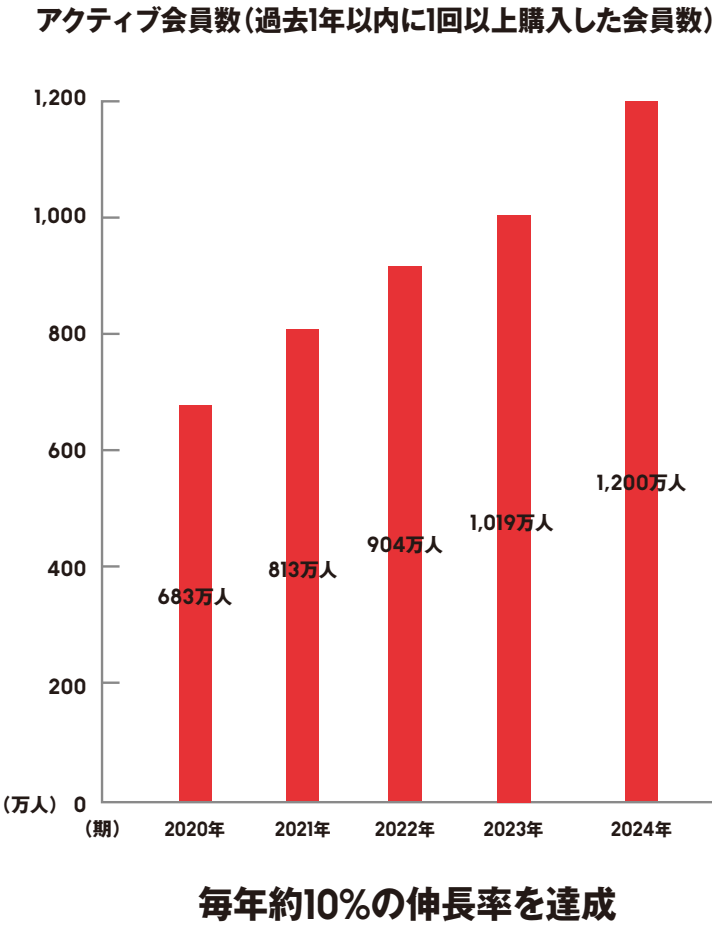
ZOZOTOWNの各種実績

会社沿革

2004年:「ZOZOTOWN」のサービス提供開始
2007年:東証マザーズ上場
2012年:東証一部上場
2019年:9月ヤフー株式会社との資本業務提携を発表し、ZOZOはZHD傘下へ
2024年:ZOZOTOWN 20周年(2024年12月～)

年間商品取引高	5,808億円
アクティブ会員	約1,200万人
アクティブ会員年間購入金額	42,947円
アクティブ会員年間購入点数	10.9点
平均商品単価	3,698円
平均出荷単価	3,343円

※アクティブ会員＝過去1年以内に1回以上購入した会員数 ※2024年度6月末時点

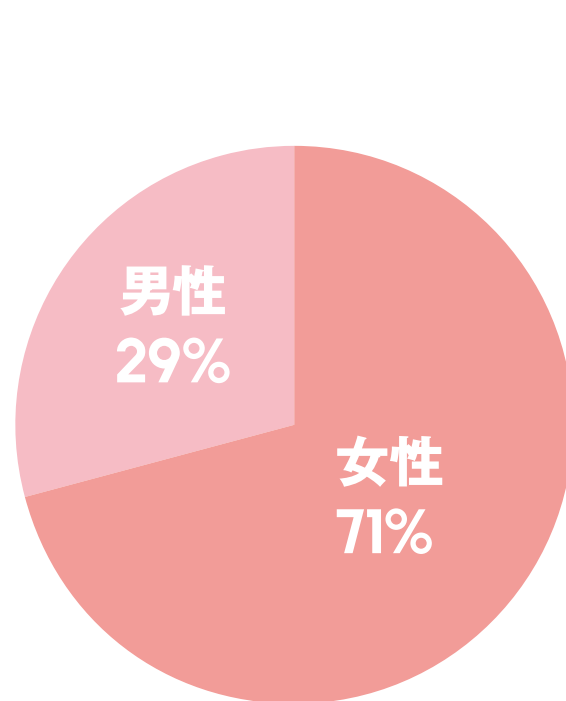


直近1年間の
購入履歴のあるユーザー

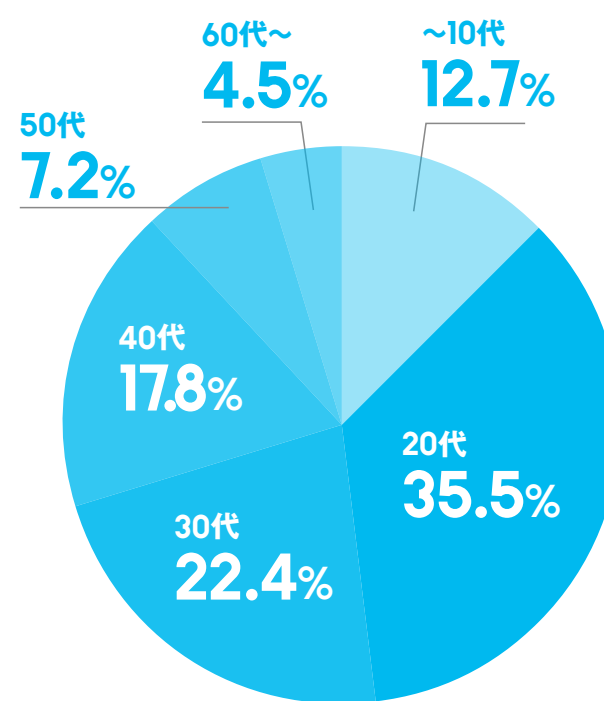
約**1,200**万人

POINT

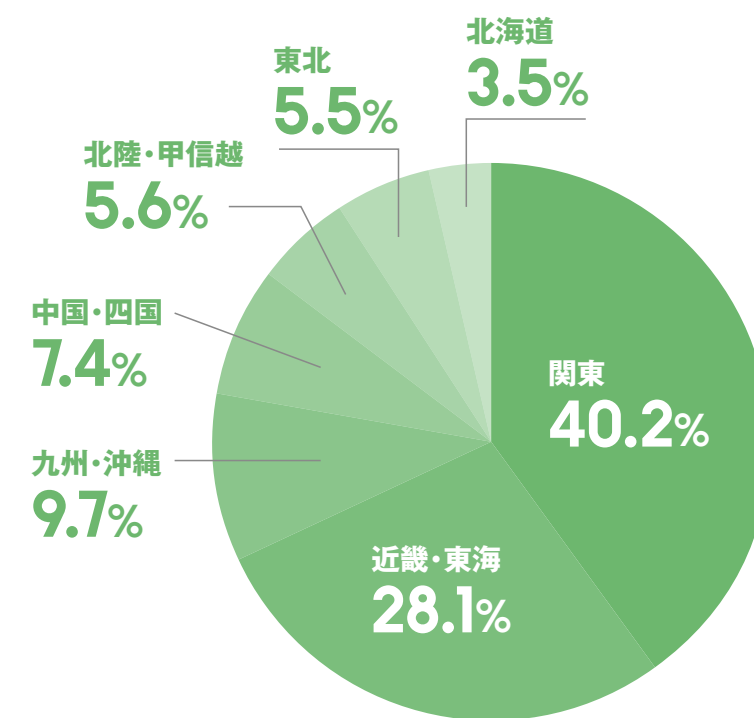
- ① 利用者の約7割が女性
- ② 10代後半～40代がボリュームゾーン、幅広い世代で利用される
- ③ 人口構成比に近く、都市部のユーザー比率が高い



男女比



年齢分布



地域分布

ZOZOTOWN DM広告について

ZOZOTOWNとYahoo!の5大データを活用した セグメントをベースにターゲットを想定

1 会員登録データ	生年月日、性別、発送先の会員登録基本情報
2 属性データ	ZOZO会員に対して実施したアンケート調査を基に拡大推計
3 購入データ	注文金額、注文商品カテゴリなどのZOZOTOWNでの購買実績
4 ZOZO独自の セグメントデータ	ZOZO会員の基本情報と購買実績の掛け合わせ
5 Yahoo!データ	Yahoo! IDと連携したユーザーの、Yahoo!での検索/閲覧による 興味度合をスコア化



開封率 **80%**
※他社60~70%

DMの返送率
1%台

DM 広告

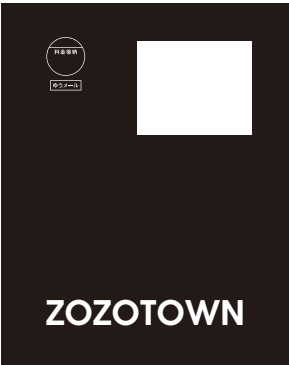
最適なユーザーへの
アプローチ

ZOZOTOWN DM広告の概要

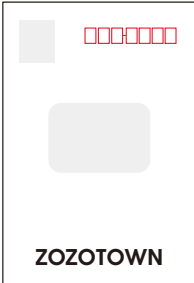
4種類のDMイメージ



▲封書



▲フィルム



▲ハガキ



▲箱 ※箱についてはご要望に応じて対応可能です。

ユーザーに対し、安心感のある
ZOZOTOWNのブランドイメージを
反映したデザインのDMを送付します。

セグメント料金(グロス)

基本セグメント

35円/通

セグメントオプション

4円/通

※Yahoo!データ、ZOZO独自のセグメントデータについては6円

+

発送作業費(ネット)

	10,000通
封書	都度お見積書を提出します。
フィルム	
ハガキ	

- ※最低発送通数は初回10,000通～(2回目以降30,000通～)
- ※同梱内容:企業様の広告、ZOZOのご案内状
- ※表示価格は全て税抜きです
- ※通数により発送作業費が変動するため、都度お見積りをさせていただきます

セグメント一覧と料金形態

- ①実データ:ZOZOTOWN会員のローデータ
- ②拡大推計データ:会員向けアンケート結果から全体の傾向を推測した拡大データ
- ③ハイブリッドデータ:①+②の組み合わせによるデータ

データ内容	利用料金	カテゴリ	項目		
			①実データ	②拡大推計データ	③ハイブリッドデータ
1 会員登録データ	基本料金に含む	生年月日	年/月/日	-	-
		性別	男性/女性	-	-
		地域	都道府県	郵便番号	-
		学年情報	中学校1年生～大学4年生	-	-
2 属性データ	各項目 ¥4~/通 (税抜)	年収	-	個人年収	世帯年収
		子供	-	有り	-
		婚姻	-	有/無	-
		車の所持	-	有/無	-
		住居情報	-	持ち家/賃貸/戸建て/集合住宅	-
3 購入データ		注文期間	1年以内(それ以降は要相談)	-	-
		注文商品性別	メンズ/レディース/キッズ	-	-
		注文服サイズ	大人/子供/シューズ(11.5～31cm)	-	-
		注文商品カテゴリ	親カテゴリ/子カテゴリ	-	-
		クレジットカード	ZOZOCARDの保有/決済	-	-
			決済した国際ブランド	-	-
4 ZOZO独自のセグメントデータ	各項目 ¥6~/通 (税抜)	子供	子供にお金をかける親	-	子供の年齢
		流行	トレンドに敏感なユーザー	-	-

Yahoo!データの一覧
※データ数:76項目

データ内容	利用料金	カテゴリ	項目		
5 Yahoo!データ	各項目 ¥6~/通 (税抜)	車	中古車への興味	-	-
		ペット	猫	犬	小動物
		趣味/興味	音楽を聴く習慣	音楽フェス	K-POP
			映画	映像配信	国内ドラマ
			海外ドラマ	アニメ	キッズアニメ
			スポーツ動画	電子書籍	少年/少女漫画
			旅行	海外旅行	温泉
			着物	-	-
		美容への興味	スキンケア	メンズスキンケア	メイク
			香水	除毛・脱毛	ネイル
		ヘルスケアへの興味	フィットネス	ヨガ・ピラティス	トレーニング
			健康	マッサージ・リラクゼーション	健康アクセサリー
			サプリメント	健康食品/飲料	-
		教育	中学受験勉強中	高校受験勉強中	大学受験勉強中
		学習	検定試験	英語学習	学習
		リフォーム・住宅設備への興味	新築戸建	新築マンション	中古マンション
			中古戸建	土地	リフォーム・住宅設備への興味
		生活習慣	出前の習慣	掃除に詳しい	洗濯・クリーニングに詳しい
		保険	生命保険に加入している	損害保険に加入している	-

※記載してある項目は一例です。気になる点がありましたらお問い合わせください。

セグメントサンプル

サンプル①:教育業界A社のセグメント:小学校3,4年生の子供がいる親ユーザー

単価:116円~/通
発送形態:ハガキ
発送通数:30,000通

1 会員登録データ	生年月日	30代~40代
	郵便番号	指定郵便番号
	性別	男女
3 購入データ	子供の年齢	注文服サイズ:70~150/シューズ:11.5~21cm/注文商品性別:キッズ

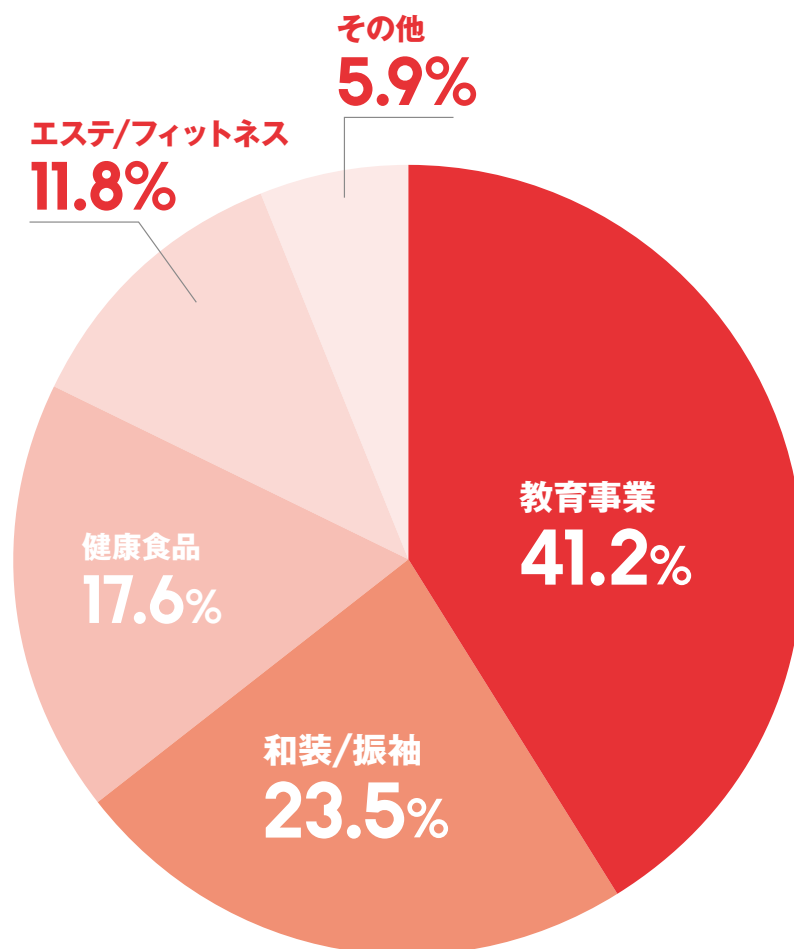
サンプル②:アパレル業界B社のセグメント:高校3年生の女性ユーザー

単価:129円~/通
発送形態:封書
発送通数:30,000通

1 会員登録データ	生年月日	17歳~18歳(学齢:高校3年生)
	郵便番号	指定郵便番号
	性別	女性
3 購入データ	注文商品カテゴリ	直近1年間で購入したトップス(色指定あり)

ユーザーと親和性のある業界の受注が増加傾向

- ①女性会員の割合が高い
- ②10代後半~40代の幅広い年齢層の利用
- ③子供向け施策の実施
- ④その他実施業界:生命保険、日用品、フードデリバリーの実績あり



リピート案件の実績(一部抜粋)

1.教育企業A社

└ 約100,000通 通算4回実施

2.教育企業B社

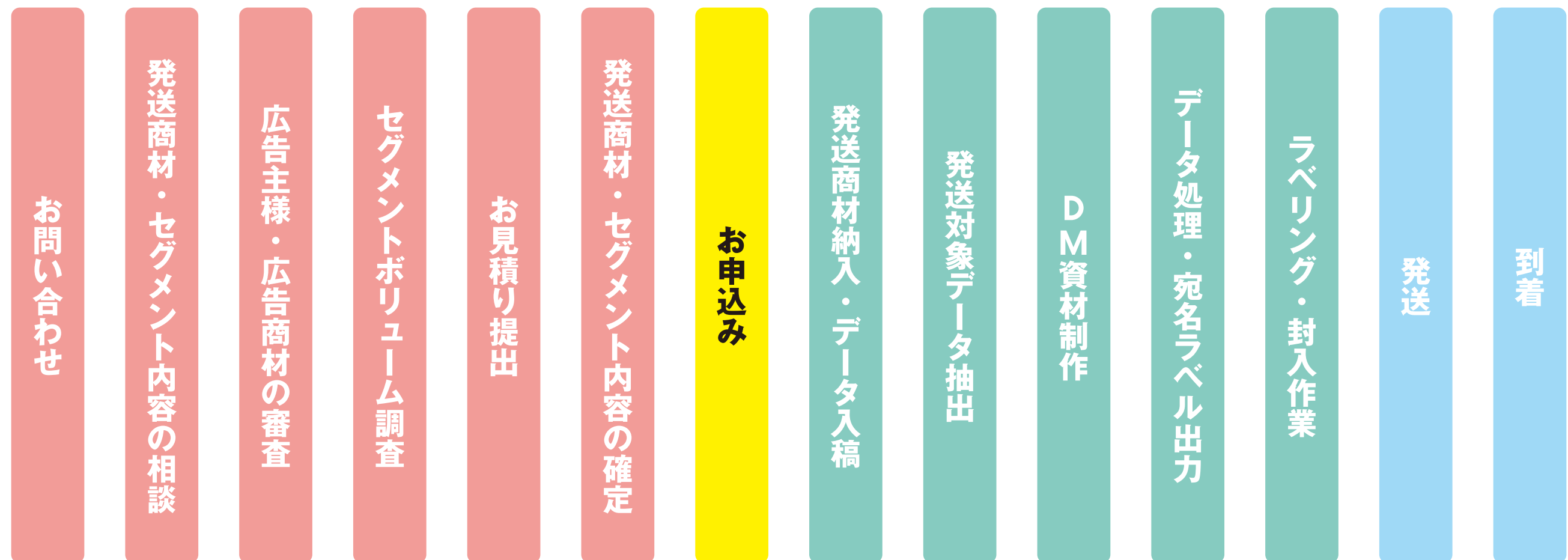
└ 約80,000通 通算3回実施

3.和装/振袖C社

└ 約40,000通 通算2回実施

発送商材やセグメントの条件に応じた、 発送スケジュール

お申込み後、最短**26営業日**で発送可能



※各企業毎に営業日変動あり

最短26営業日

— 発送 —
(~10営業日)

※スケジュールは案件内容や状況によって異なります。
※「セグメントボリューム調査」に7営業日を必要としています。

POINT

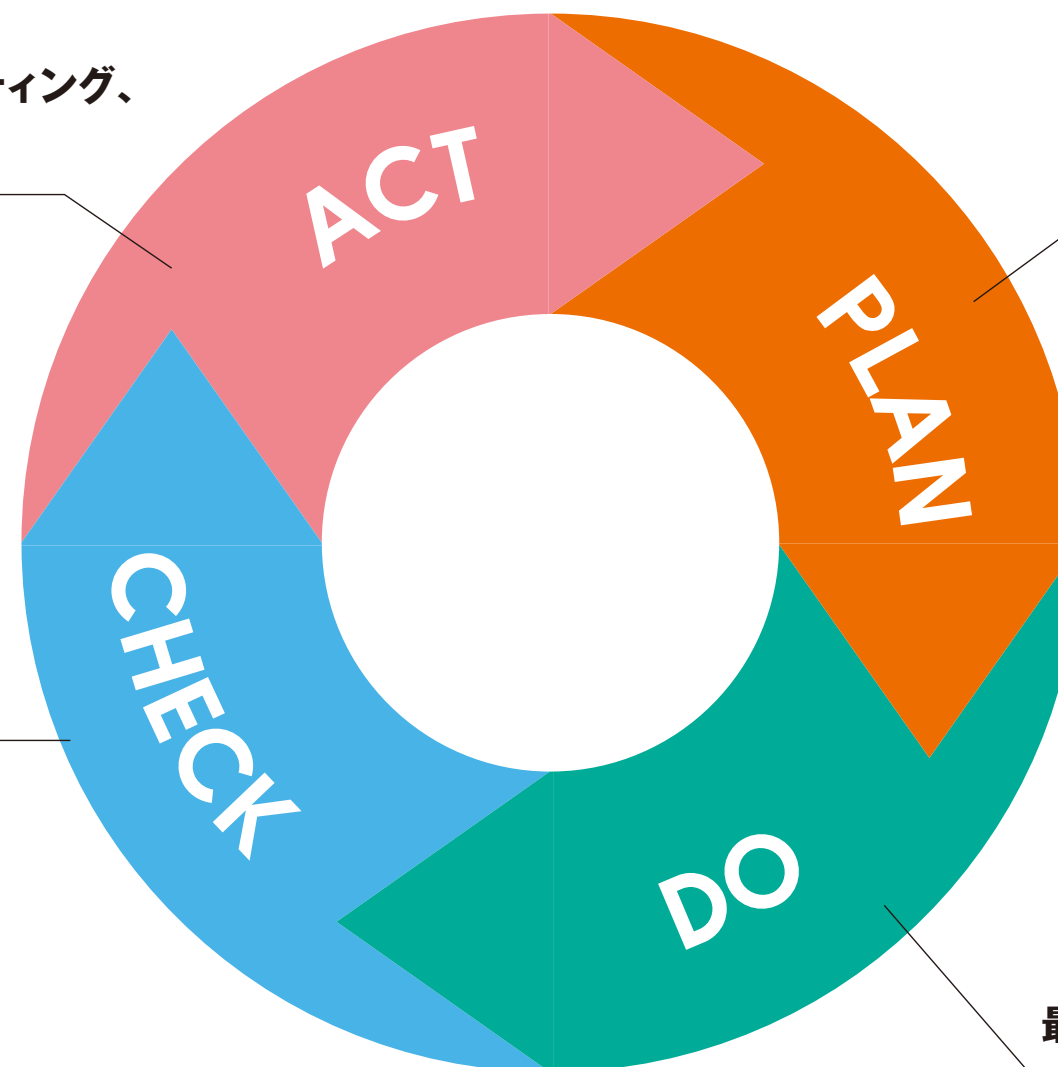
- ① DM送付前後の意識調査と組み合わせたABテストが可能
- ② ZOZOTOWN広告プランとの組み合わせによる多角的なプロモーションが可能
- ③ 継続的な取組みによってプロモーション精度の向上が可能

検証結果を基に、より効率的なターゲティング、
プロモーションの提案。

- ・次回のセグメント提案
- ・広告プランの提案

送付結果の検証。
データ提供によるセグメント調査分析、
意識調査アンケート実施。

- ・データのご提供が必要
- ・オプション費用が発生



ZOZO独自のセグメントによって、
ニーズに合わせたDM配送対象者の抽出。

最適化されたターゲットへDM送付。

ZOZOTOWNで実施している広告プランとの併用が可能

広告プラン	概要	料金	ポイント
タイアップ 広告	ご入稿いただいた素材をもとに、フルスクラッチでページを制作し、ZOZOTOWN上でのバナー掲載が可能です。	2,200,000円～	想定PV28,000pv～ ZOZOTOWN トップページ掲載
同梱広告	購入された商品にチラシやサンプルを同梱し、対象をセグメントしてお届けが可能です。 基本的に視認率100%になる広告メニューです。	1,150,000円～	任意のターゲットへ 視認率100%のPR
パッケージ 広告	広告用に段ボールもしくは袋のデザインを変更して、お客様にお届けします。 同梱広告同様にセグメントが可能です。	2,400,000円～	任意のターゲットへ 視認率100%のPR



Artworks © Estate of Jean-Michel Basquiat. Licensed by Artstar, New York

ZOZOTOWN 広告プランに関するご質問は以下宛先までお問い合わせください。
ec-ad-block@zozo.com

GUIDELINE

DM広告商品に関するご注意事項

■掲載・運用基準

株式会社ZOZO(以下、「当社」といいます。)にお申し込みの広告について、当社が業種・商材審査、表現審査を行い、掲載の可否を決定します。業種、商材、広告表現、広告する商品もしくはサービス、広告のリンク先サイトの内容または広告のリンク先サイトにおいて提供されている商品もしくはサービスのいずれかが下記に該当すると判断される広告は、掲載できかねますのでご了承ください。なお、各種クリエイティブ及び広告内容にリンクが含まれる場合のリンク先サイトについては、事前審査必須としております。

業種・商材

- ・出会い系サービス
- ・ギャンブル関連、パチンコ等(一部除く)
- ・たばこ関連商品(電子たばこ含む)
- ・アルコール飲料(一部除く)
- ・産経用品
- ・コンプレックス商材(一部除く)
- ・ダイエット効果を謳う商品・サービス
- ・美容整形・医療系
- ・貸金業(消費者金融・キャッシング・カードローン等)
- ・FX・先物取引・不動産投資等の投資性の高い商品・サービス
- ・宗教関連
- ・政党
- ・当社競合サービス(ファッションモールサイト・コーディネートサイト)

広告表現やサービス、リンク先サイトの内容等

- ・法令または公正競争規約に反するもの、またはそのおそれがあるもの
- ・公序良俗に反するものまたは社会秩序を乱すもの、またはそのおそれがあるもの
- ・犯罪その他の法令違反行為を請発するおそれのあるもの
- ・暴力、とばく、麻薬、売春などの行為を肯定又は美化するもの
- ・許可・認可を要する業種で許可・認可を取得していない広告主のもの
- ・詐欺的な、いわゆる不良商法とみなされるもの
- ・責任の所在が明確でないもの
- ・虚偽、誇大なもの
- ・アダルト、風俗関係のもの
- ・性に関する表現で、露骨、わいせつなもの
- ・投機射幸心を著しくあおるおそれがあるもの
- ・醜悪、残酷、猟奇的で不快感を与えるおそれがあるもの
- ・当社または第三者を誹謗中傷しているもの
- ・当社または第三者の権利(著作権、商標権等の知的財産権、名誉、プライバシー、肖像権など)を侵害するもの
- ・当社または第三者に対して、不法または不当に不利益を与えるもの
- ・非科学的または迷信に類するもので、ユーザーを迷わせたり、不安を与えるおそれがあるもの
- ・内外の国家民族などの尊厳を傷つけるおそれがあるもの
- ・国際親善を害するおそれのあるもの
- ・武器、凶器、銃刀類、賭事、ギャンブルの通信販売
- ・販売者の所在地・連絡先等が不明確な通信販売
- ・広告内容と広告内容に掲載されたリンク先の内容が著しく異なるもの
- ・その他、当社が不適切だと判断するもの

※媒体のイメージやユーザーの属性等を考慮し、広告表現を変更していただくことがございます。

※掲載を承認もしくは拒否した広告について当社はその理由を説明する義務を負いません。

※掲載・運用基準を満たさない場合でも個別判断により掲載可とされる場合があります。また、掲載・運用基準に個別記載がない項目についても内容により掲載できない場合がありますのであらかじめご了承ください。

※広告内容および広告内容にリンクが含まれる場合のリンク先サイト内での全ての情報、商品およびサービスに関するユーザーからのクレーム等については、広告主の責任において対処されるものであり、当社は一切の責任を負わないものとします。

■掲載不可表現

- ・過度な文字表現や訴求過度な価格訴求やセール訴求、文字を中心とした表現、直接的な動画視聴や会員登録等を促す表現はご遠慮いただいております。
- ・ユーザーが不快に感じる可能性のある表現……コンプレックス訴求や暴力表現、ユーザーの不安を煽るようなネガティブな訴求など、ユーザーが不快に感じる可能性のある表現はご遠慮いただいております。
- ・根拠のない“No.1”“最大”“最高”等の最大級表現……絶対的表現を使用する場合は、データの出典元が明記され、かつ正確な引用であることを条件とさせていただきます。
- ・不当表示に抵触する可能性のある表現……商品・サービスの内容が事実より良いと誤認させる「優良誤認表示」や、実際よりも安いと誤認させる「有利誤認表示」が含まれる表現は禁止とさせていただきます。
- ・当社コンテンツと誤認する可能性のある表現……当社のサービス名やロゴ等を用いることで、ユーザーが当社コンテンツと混同する可能性のある表現は禁止とさせていただきます。
- ・閲覧不可能なページやクリエイティブと直接関係のないページへの遷移……広告内容にリンクが含まれる場合、スマートフォンの標準ブラウザで操作・閲覧できないページへのリンクは禁止とさせていただきます。必ずリンク先のページがスマートフォンで正常に動作することをご確認ください。また、クリエイティブと直接関係のないページへリンクすることはできません。

DM広告掲載約款

■注意事項

- ・お申込・各種クリエイティブご入稿は株式会社ディーエムエスからの受領メールをもって正式な受領とさせていただきます。
- ・お申込・各種クリエイティブご入稿の際は必要事項の記載をお願いいたします。
- ・広告内容にリンクが含まれる場合、お申込時にリンク先が立ち上がっていない場合や、広告訴求(キャンペーンなど)内容がリンク先ページ内に反映されていない場合はアップ予定日を明記ください。
アップ予定日や内容が確認できない場合はお申込を受領できないことがあります。また、ご入稿期限までに広告訴求(キャンペーンなど)内容のリンク先ページ内への反映をお願いいたします。
- ・広告内容にリンクが含まれる場合、お申し込み時にリンク先内容が確認できず、事前確認用資料を添付いただきお申込受領とさせていた場合でもご入稿時にリンク先の内容が事前確認内容と異なる場合は掲載できない場合がございます。
- ・広告主は、広告の責任者を明確にする目的で広告内容に① 広告主の名称(会社名又は氏名)② 住所及び電話番号を記載する。

■素材納入に関して

- ・指定の形式にて素材をご用意ください。
- ・素材納入期限後に素材納入をいただいた場合はお申込いただきました内容どおりの掲載ができない場合があります。
- ・原則としてお申込受領後のお申込内容および広告内容にリンクが含まれる場合のリンク先の変更はお受けいたしかねます。

■法令順守及び権利処理について

- ・納入するすべての素材及び入稿するすべての広告原稿について、お申込いただいた広告商品に利用されることに関して、①必要な権利処理が完了していること②第三者の知的財産権その他の権利を侵害するものではないこと
③各種法令(業界で定められるガイドライン等を含みます。)の内容を遵守し抵触しないことを保証するものとします。
- ・広告内容について、問い合わせ及びクレーム等を生じた場合には、広告主の費用と責任で対応する。

■免責事項

- ・広告商品に関する注意事項に違反していることが判明した場合、広告商品の提供を中止することがあり、当該中止については一切の責任を負いません。
- ・広告商品の提供に関して、当社の故意又は重過失が認められる場合を除いて、あらゆる事由について当社は責任を負わず、広告主が自身の費用と責任で対応する。なお、万が一、当社が広告主に対して損害賠償の責めに任ずる事態となった場合、原因の如何を問わず、当該賠償額は広告料金を上限とします。
- ・キャリアのネットワーク障害、停電、天変地異、広告主様側のサーバー障害、感染症の流行等、当社の責めに帰すことができない事由により、広告が表示されない、または広告枠よりリンク先への接続ができない場合には当社は一切の責任を負わないものとします。
- ・広告内容にリンクが含まれる場合、掲載期間中に、リンク先に不具合(接続ができない場合、正常に表示されない場合、コンピュータウィルス等の有害なプログラムに感染するおそれのある場合、内容が不適切な場合など)が発覚した際は掲載を停止させていただきます。
- ・申込者の責めに帰すべき事由によって広告の全部または一部の掲載が行えない場合当社は一切の責任を負わないものとします。
- ・当社は掲載広告のコンバージョン、広告の効果等についての保証はいたしません。
- ・広告の表示に関して、利用者の使用機器、ソフトウェア、通信回線の動作保証はいたしません。

■キャンセルについて

お申込後のキャンセルは原則受付いたしかねます。



会社概要

会社名:株式会社 ZOZO(英文社名:ZOZO,Inc.)

設立:1998年5月21日

決算期:3月

本社所在地:千葉県千葉市稲毛区緑町1-15-16

従業員:1,760名(平均年齢33.6歳)

※グループ全体(2024年6月末時点)

サービス:ZOZOTOWN / WEAR by ZOZO など

APPENDIX

ファッションだけでなく、
SNSやサブスクなどを生活に取り入れている
デジタルフレンドリーなユーザー

直近 1 年間の購入履歴のあるユーザー

約**1,200**万人

共通

4割のユーザーは
週に1回以上
ECで買い物

仕事終わりの過ごし方は
動画鑑賞・SNS・買い物

支払い方法は
現金<クレジットカード

10代
20代

10代/20代男性の6割が
日常的に化粧品を購入

サブスク利用率
9割

情報収集手段1位は
SNS

30代
40代

結婚している
約275万人

子供がいる
約238万人

平均年収が600万以上
約123万人

・調査対象：15歳～59歳のZOZO会員24,179名 ・調査時期：2023年2月 ・推計人数：ZOZO会員の構成比に基づいたウェイトバック値を基に算出された割合×アクティブ会員数 ・年収：手取り額ではなく、差し引き前の総額



10代ユーザーの特徴

男女共通

SNSを利用して友人とのコミュニケーションを楽しむ
→約2人に1人がTikTokを利用

男性:44% 女性:57%

(全世代:21%)

男性

ファッションだけでなく、ゲームへの関心も高い
→余暇の過ごし方1位:ゲーム

ゲームサブスク加入率:28%

(全世代:12%)

女性

ファッションサブスクの利用率が高い

10代女性:25%(全世代:15.5%)





20代ユーザーの特徴

男女共通

サブスク利用率が他世代と比較すると高い

男性:93% 女性:89%

(全世代:79%)

男性

保険加入者のうち24%が

(同世代女性:16%)

インターネットもしくはオンライン相談で加入



女性

SNSで情報収集をする人が特に多い

20代女性:70%が情報収集手段の

1位がSNSと回答(全世代:47%)





30代ユーザーの特徴

男女共通

洋服の購入は店舗よりEC派が

69%

(20代:59%)

男性

普段の買い物における決済方法

1位:クレジットカード:37%

2位:PayPay:21%

3位:現金:21%

女性

ECで化粧品を買う人が増えてきている

→店舗よりECで購入する

30代女性:33%

(全世代:26%)





40代ユーザーの特徴

男女共通

フードデリバリーを利用している

48%

男性

SNSよりもニュースアプリで情報収集

ニュースアプリ:31%

SNS:23%

女性

化粧品の購入は、店舗派とEC派がほぼ同率

店舗:41% EC:38%



**ZOZOTOWN DM広告に関するご質問は、
以下宛先までお問い合わせください。**

**株式会社ディーエムエス ZOZOTOWN DM広告営業担当
ZOZO-DMS@dmsjp.co.jp**