



START TODAY CO.,LTD.

平成 21 年 3 月期第 2 四半期
(平成 20 年 7 月 1 日～平成 20 年 9 月 30 日)

決算説明会資料

1. 業績

Business Performance



09/03第2四半期ハイライト

1. 売上高、営業利益ともに大幅に伸長

- ・売上高 4,857百万円(対前年同期比+28.1%)
- ・営業利益 983百万円(対前年同期比+30.0%)

2. ZOZORESORT総会員数100万人突破

- ・9月2日時点で会員数100万人を突破
- ・ZOZOGALLERY雑誌広告による会員獲得

3. ファッション誌との連携強化

- ・9月1日より女性ファッション誌「PS」のブックインブック及びサイト上に雑誌連動の特設ページ設置
- ・6月スタートの雑誌検索サービスにより、入荷お知らせメールの利用増加

4. ZOZOWALKER1周年

- ・ZOZOWALKERのプロガー増加
(男性26名 女性22名 計48名) (2008年9月末時点)

5. 夏季セールの上上が好調

- ・受託 539百万円(前年対比 +13.9%)
- ・自社 182百万円(前年対比 +21.2%)



1. 業績

Business Performance



09/3 期第 2 四半期連結業績の概要

(単位：百万円)

項目	09/3 期 第 2 四半期 累計実績	前年同期	前年同期比	09/3 期 第 2 四半期 修正前累計予算	09/3 期 第 2 四半期 修正後累計予算	修正後 予算対比	増減要因
売上高	4,857	3,792	+ 28.1%	4,660	4,800	+ 1.2%	秋冬商材も順調に立ち上がり ほぼ予算どおりに推移
営業利益	983	756	+ 30.0%	800	920	+ 6.9%	株式事務費等の削減及び コンサルティング費の 内製化によるコスト削減
経常利益	993	754	+ 31.6%	800	930	+ 6.8%	受取預金利息の発生
当期純利益	563	457	+ 23.0%	450	530	+ 6.3%	—

※前年数値は非連結ベース

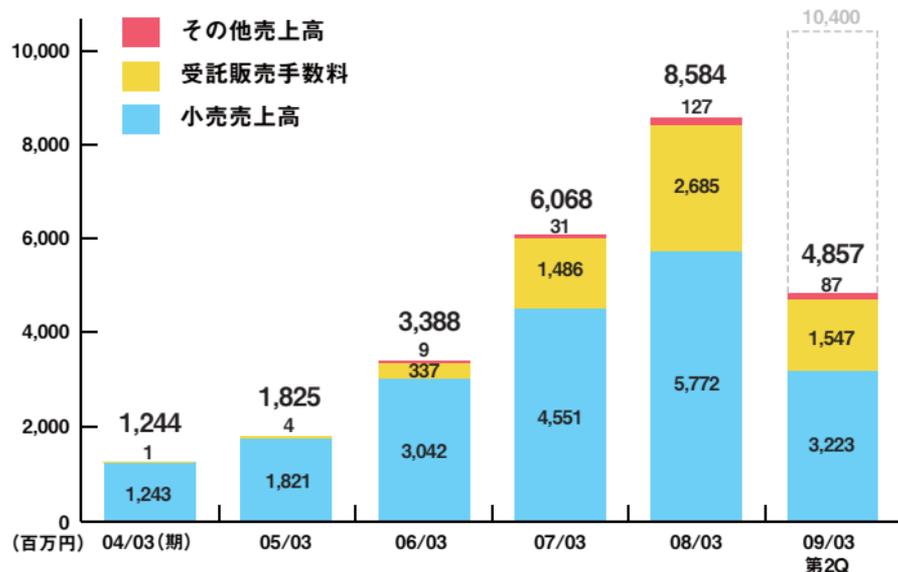


1. 業績

Business Performance



売上高の推移



売上高は順調に伸長

・通期連結業績予想対比で46.7%の進捗

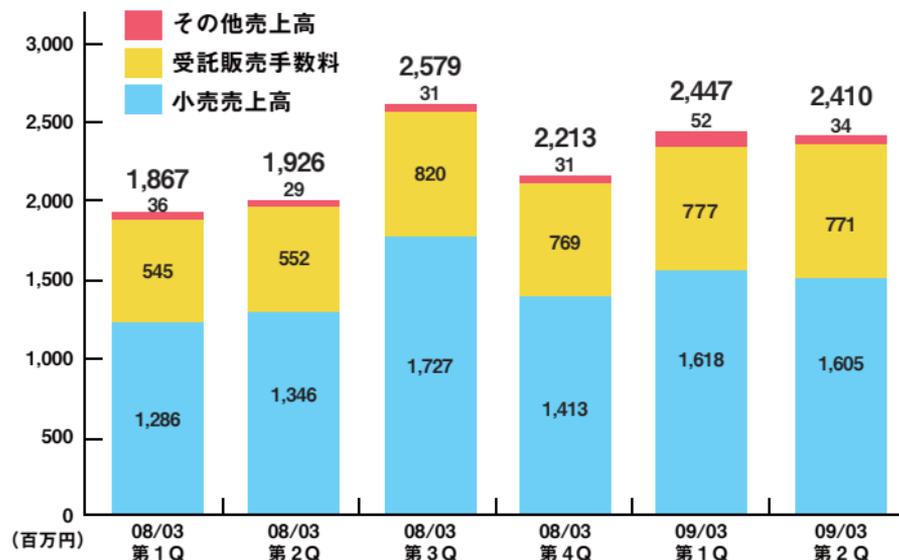


1. 業績

Business Performance



売上高の推移(四半期)



四半期毎の推移も順調

- ・前年同期比+25.1%と大幅成長
- ・09/03期第1Q対比は微減となるが、これは夏期セールが前倒し(6月下旬スタート)となったことが原因



1. 業績

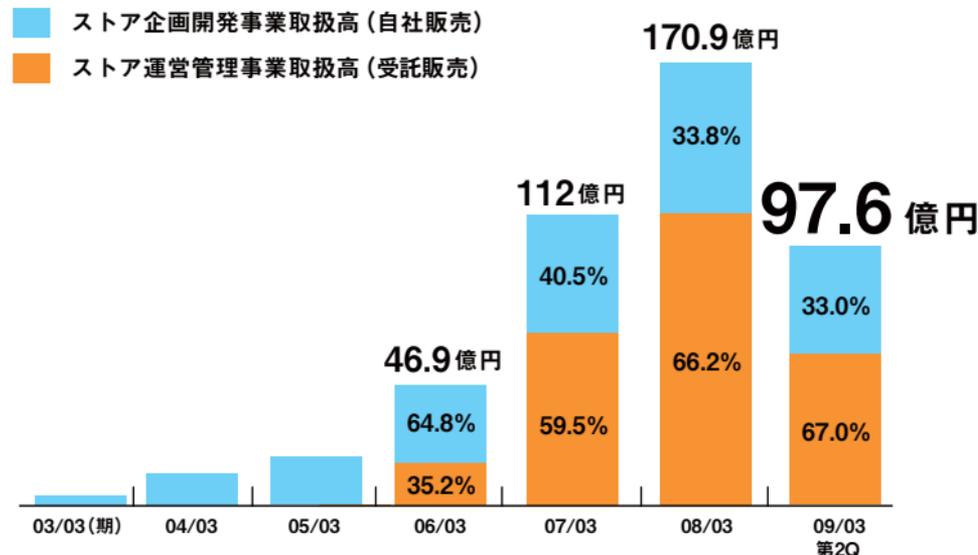
Business Performance



商品取扱高の推移

当 09/03 第 2 四半期会計期間の取扱高は、97.6 億円

当 09/03 第 2 四半期会計期間の受託取扱高は、65.3 億円



1. 業績

Business Performance



商品取扱高の推移（四半期毎）

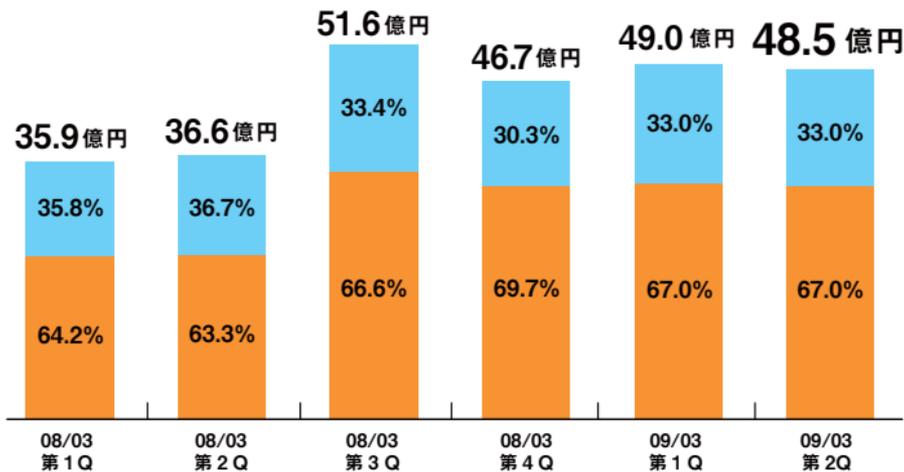
当 09/03 第 2 四半期会計期間の取扱高は、48.5 億円

当 09/03 第 2 四半期会計期間の受託取扱高は、32.5 億円

- ストア企画開発事業取扱高（自社販売）
- ストア運営管理事業取扱高（受託販売）

取扱高ベースでも大幅な伸長

・前年同期比+11.9億円
(前年同期比+32.5%)



1. 業績

Business Performance



販売管理費の推移

(単位：百万円)

項目	09/03期 第2四半期 累計期間		前年同期		前年 同期比 (対売上高 比率)	09/03期 第2四半期 会計期間		09/03期 第1四半期 会計期間		対第1 四半期比 (対売上高 比率)	増減要因
	金額	対売上高比	金額	対売上高比		金額	対売上高比	金額	対売上高比		
販売管理費合計	1,940	+40.0%	1,457	+38.4%	+ 1.5%	978	+40.6%	962	+39.3%	+1.3%	—
人件費	427	+8.8%	286	+7.6%	+ 1.2%	216	+9.0%	211	+8.6%	+0.3%	人員増強による増加 (対第1Q対比 +13名)
荷造運賃	252	+5.2%	191	+5.1%	+ 0.1%	125	+5.2%	126	+5.2%	0%	—
代金回収手数料	225	+4.6%	163	+4.3%	+ 0.3%	112	+4.6%	113	+4.6%	0%	—
広告宣伝費	169	+3.5%	151	+4.0%	▲ 0.5%	81	+3.4%	88	+3.6%	▲0.2%	効率的な 広告宣伝を実施
業務委託手数料	149	+3.1%	137	+3.6%	▲ 0.5%	75	+3.1%	74	+3.1%	+0.1%	—
その他	715	+14.7%	526	+13.9%	+ 0.9%	368	+15.3%	347	+14.2%	+1.1%	外注人件費 +0.5%、 減価償却費 +0.5%



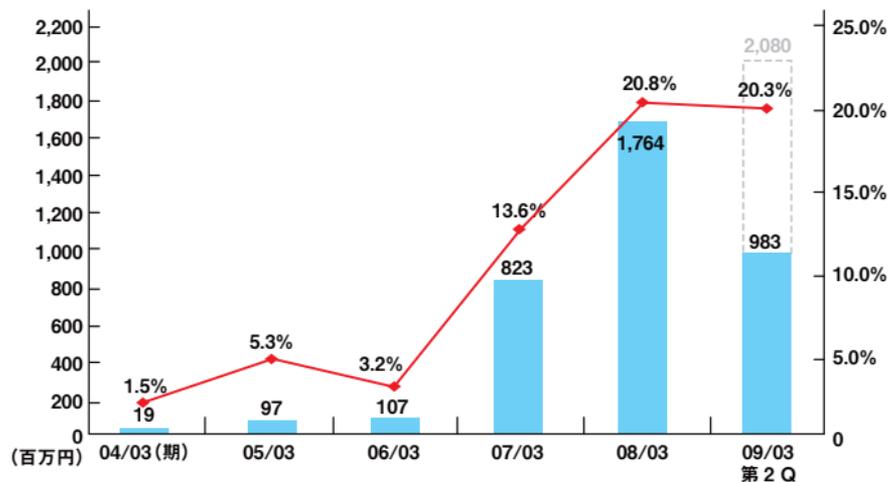
1. 業績

Business Performance



営業利益・営業利益率の推移

■ 営業利益 ◆ 営業利益率 (%)



営業利益も順調に伸長

・通期連結業績予想対比で47.3%の進捗

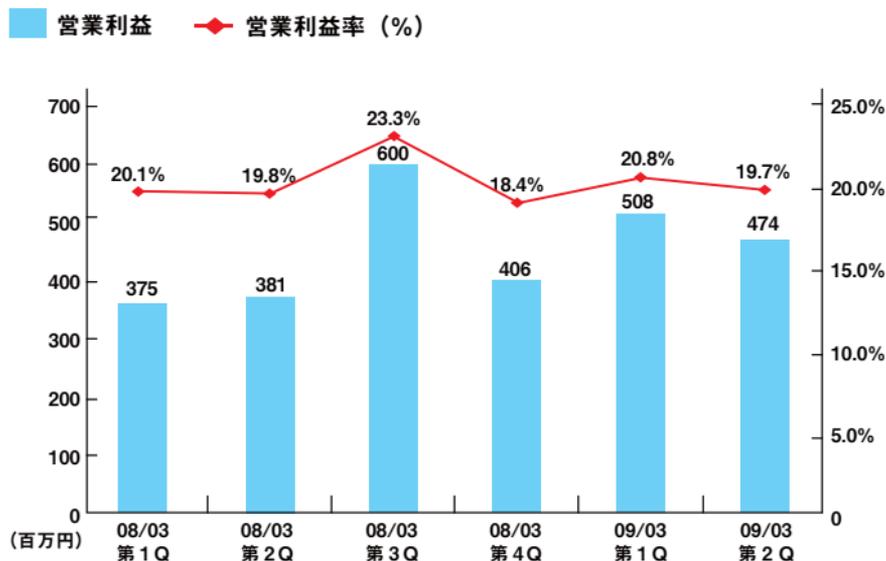


1. 業績

Business Performance



営業利益・営業利益率の推移（四半期）



営業利益率はほぼ予定通り

- ・前年同期比+0.2%の営業利益率を達成
- ・第1Q対比では、秋冬物の入荷開始による外注人件費の増加によりやや減少



1. 業績

Business Performance



キャッシュフローの推移

(単位：百万円)

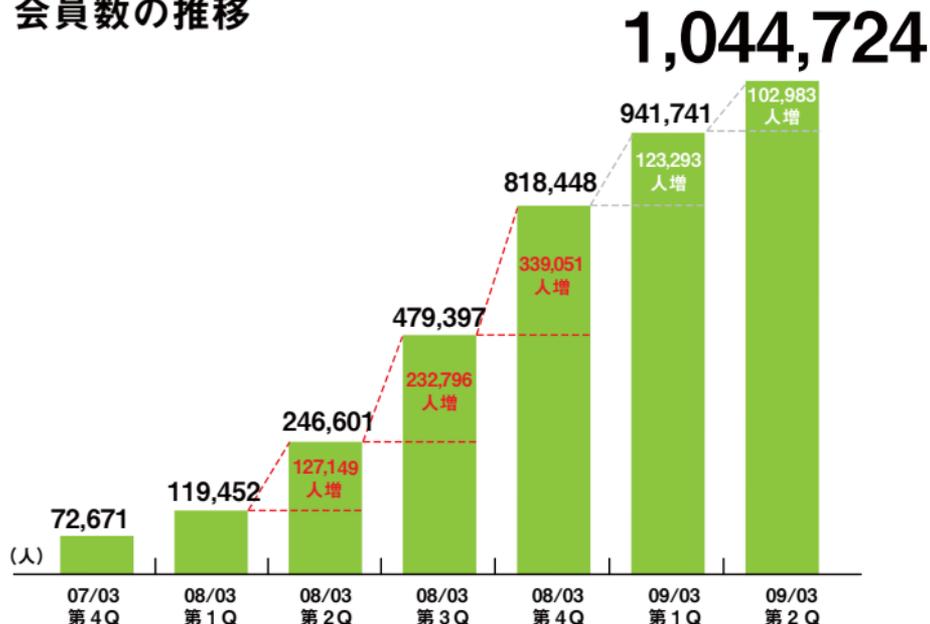
項目	09/3 期 第 2 四半期	前年同期	前年同期比	09/3 期 第 1 四半期	09/3 期 第 1 四半期比	増減要因
営業活動による キャッシュフロー	312	636	▲ 324	▲ 133	445	—
投資活動による キャッシュフロー	▲ 169	▲ 64	▲ 104	▲ 80	▲ 88	有形固定資産の取得
財務活動による キャッシュフロー	▲ 240	▲ 150	▲ 90	▲ 240	—	配当金の支払
現金及び現金同等物 の期末残高	4,295	2,054	2,241	3,937	357	—

2. ファクトデータ分析

Fact data analysis



会員数の推移



総会員数は100万人を突破

・ZOZOGALLERY雑誌広告による集客効果

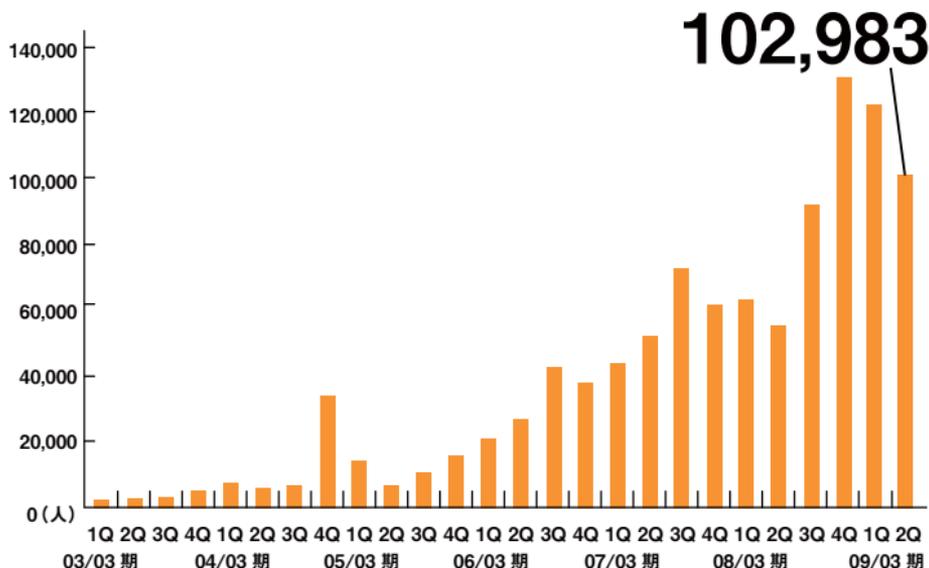


2. ファクトデータ分析

Fact data analysis



四半期毎の純増会員数



前期に引続き10万人台の
新規会員を獲得

・2008年3月にスタートしたZOZOGALLERY
経由の会員が引き続き伸長



2. ファクトデータ分析

Fact data analysis

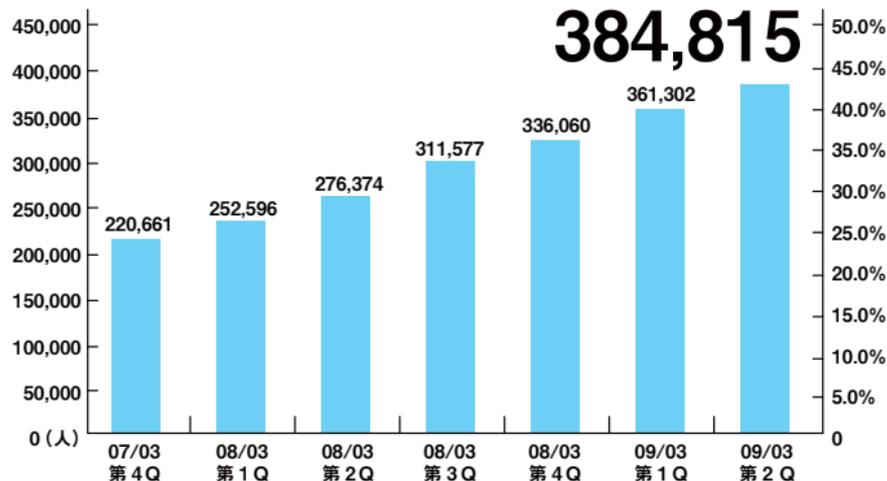


アクティブ会員数

アクティブ会員＝過去1年以内に1回以上購入した会員

アクティブ会員比率＝アクティブ会員数 ÷ 総会員数

■ アクティブ会員数



アクティブ会員数も順調に伸長

- ・アクティブ会員数は前年同期比+108,441人
- ・アクティブ会員のうち、5回以上購入している会員は、全体の20%以上を占める
- ・ZOGALLERY経由会員の特徴顕在化によるアクティブ化施策の実施
 - ▶若年層 … 平均年齢 24.9歳
 - ▶購買特性 … 比較的低単価の商材を購入
 - ▶ZOGALLERY経由新規登録会員のアクティブ会員化比率は10%超(2008年9月末現在)に拡大

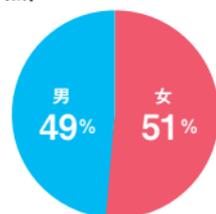
2. ファクトデータ分析

Fact data analysis

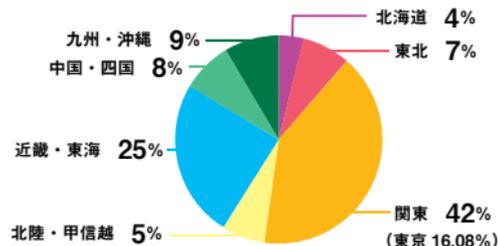


会員属性

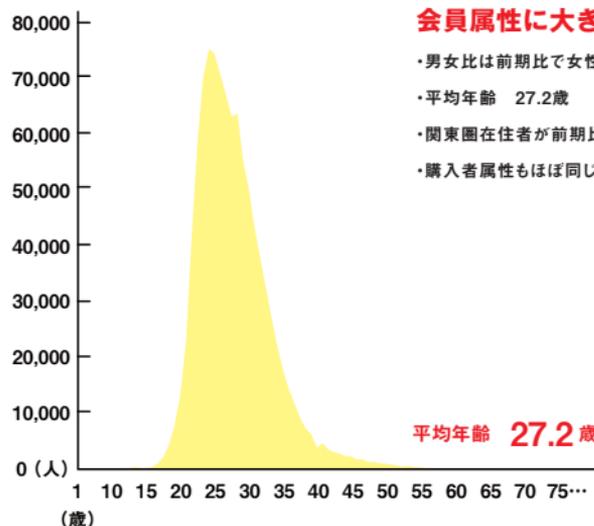
(08年9月末時点)



男女比



地域分布



会員属性に大きな変化なし

- ・男女比は前期比で女性が+2%
- ・平均年齢 27.2歳
- ・関東圏在住者が前期比+2%
- ・購入者属性もほぼ同じ

平均年齢 **27.2歳**

年齢分布

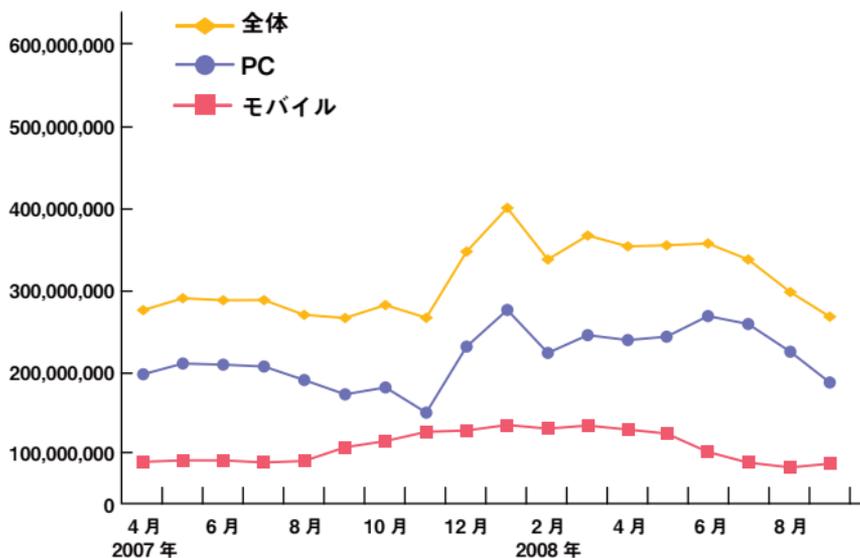


2. ファクトデータ分析

Fact data analysis



PV数（全体）



PV数はリロードがなくなり減少

- ・8月は商材入替期による商品点数減によりPVも減少
- ・9月からはPCの商品ページのリロードを行わなくなったため2割減
- ・モバイルユーザビリティ向上によるPV数の減少が全体のPVにも影響（しかしながら、9月からはモバイルPVは増加傾向に転換）

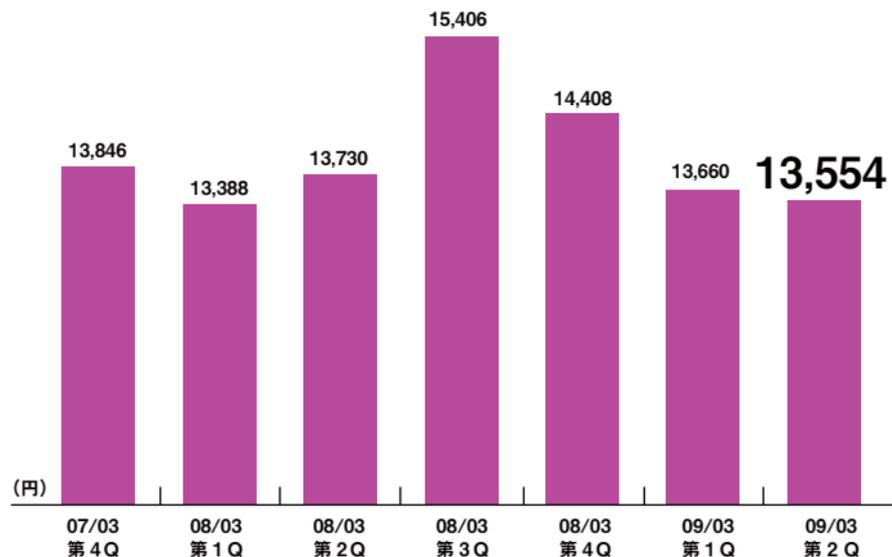
2. ファクトデータ分析

Fact data analysis



平均出荷単価 (年度平均) の推移

平均出荷単価は各年度の EC 事業の取扱高を
同年度の出荷数で除すことにより算出



平均出荷単価はほぼ横這い

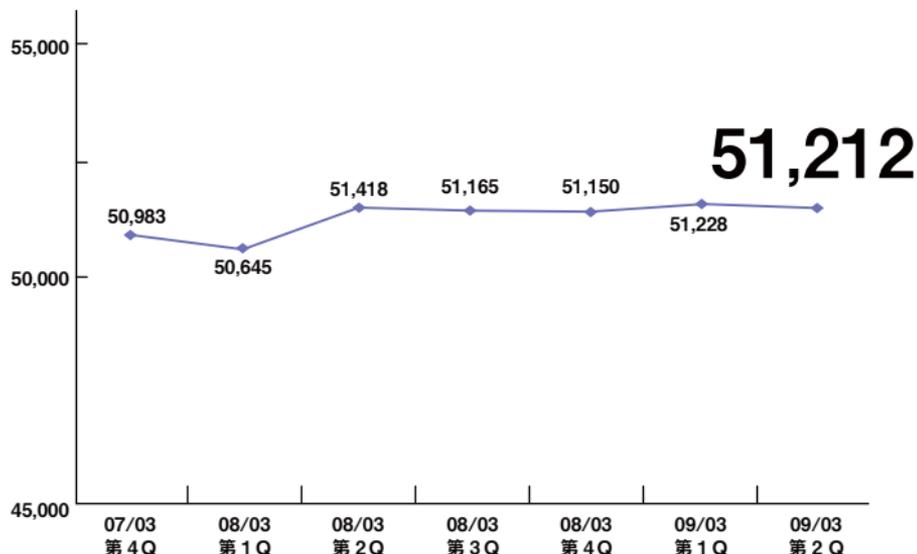
・春夏物商材且つセール販売期であり
それほど大きな出荷単価の変化はなし

2. ファクトデータ分析

Fact data analysis



アクティブ会員1人あたりの年間購入金額



年間購入金額は
51,000円台を維持

・年間購入金額は若干減少(第1Q 対比▲0.1%)

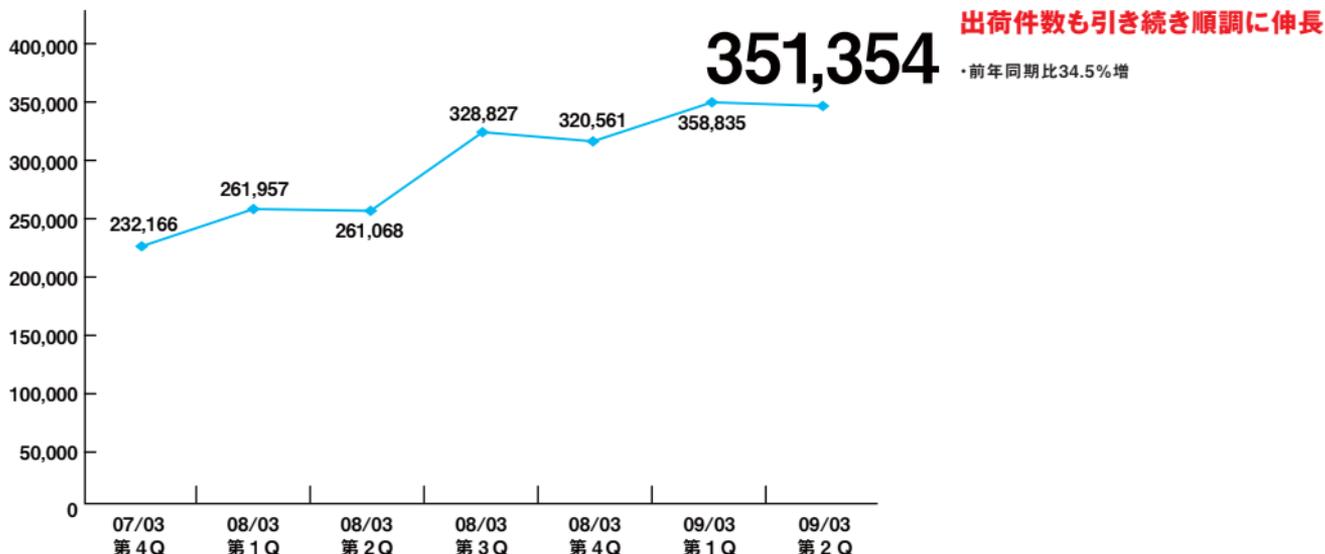


2. ファクトデータ分析

Fact data analysis



出荷件数推移



3.09/3 期通期連結業績予想



09/3期通期連結業績予想・配当金

		成長率 (%)
売上高	104.0 億円	21.1
営業利益	20.8 億円	17.9
経常利益	20.8 億円	20.6
当期純利益	11.6 億円	12.1
1 株当たり当期純利益	9,748.95 円	-
1 株当たり配当金 (予定)	2,410 円	-

(売上高内訳)

事業部門			成長率 (%)
EC 事業	ストア企画開発事業 (商品売上高)	65.6 億円	13.7
	ストア運営管理事業 (受託販売手数料)	35.1 億円	30.7
その他		3.3 億円	159.7
合計		104.0 億円	21.1



09/03期下期ハイライト予想

1.再入荷お知らせメール機能の新設

2.新SHOP続々とオープン予定

- ・ Loree Rodkin (2008年10月22日オープン)
- ・ SHIPS KIDS (2008年11月5日予定)
- ・ LOVE&PEACE&MONEY(2008年11月5日予定)

3.オープン型SNSの開設

4.ナショナルクライアントによる大型広告案件

5.B to B事業 新規案件

3.09/03 期下期ハイライト予想



再入荷お知らせメールとは



(2008年10月～)

在庫切れ商品が欲しい場合に、再入荷リクエストを行い、商品が入荷したら商品入荷のお知らせメールをお送りする機能。

10/1～10/20までの実績

1. 申込人数	会員	22,444人	65.6%
	非会員	11,770人	34.4%
	合計	34,214人	100.0%
2. 申込件数	58,540件		
3. 申込商品総額(税抜)	907,498,224円		



参 考 資 料



START TODAY CO.,LTD.

WBG WEST 16F 2-6 NAKASE MIHAMA-KU CHIBA 261-7116 JAPAN

1. 現状の課題

Present problems



現状課題

商品供給

- ・需要の拡大は可能(会員、購入者数は堅調に推移)。需要を満足させる供給商品を確保する必要あり。



ZOZOTOWN 取扱ブランドからの供給商品量の確保、及びフルフィルメント機能の強化に注力する必要あり。

ブランド数

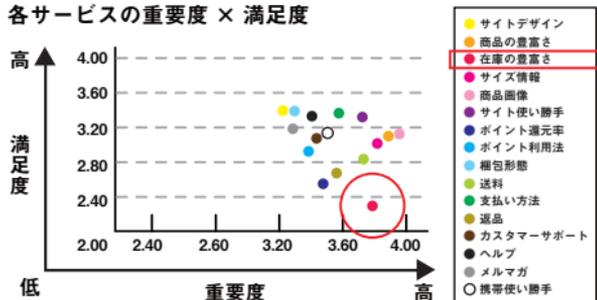
- ・ZOZOTOWN における取扱ブランドの拡大にはショッピングモールとしての ZOZO ブランドとの適合性の観点から制約あり。



ZOZO 以外でのブランド取扱いを拡大する必要あり。

ZOZO 利用者アンケート結果 (抜粋)

各サービスの重要度 × 満足度



- ・アンケート期間
2007年6月22日～7月25日
- ・回答数 27321人

在庫切れ表示サイト例



2. 今後の戦略

A future strategy



1. EC事業の拡大



会員の拡大

- ・メディア化の促進：オープン型 SNS の開設（2008 年秋予定）等による会員獲得力の強化
- ・モバイルサイトの強化

MDの強化

既存取引ブランドとの取引深耕

- ・受託販売ブランドからの商品供給拡大
- ・商品情報連携の促進

メーカー自社EC支援事業の展開

- ・ZOZO 取扱ブランド

メディア事業の強化

メーカー自社EC支援事業の展開

- ・ZOZO 非取扱ブランド

2. 収益モデルの多角化 (BtoB型事業)



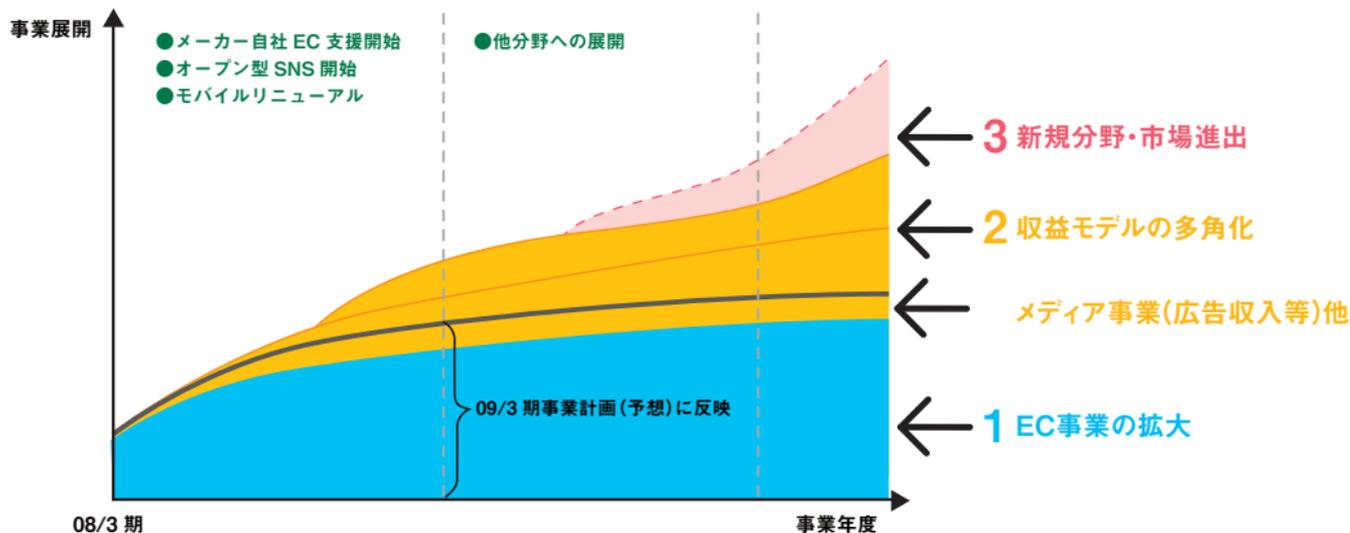
3. 新規分野・市場進出



他分野・他市場（海外等）への
ショッピングモール展開の検討

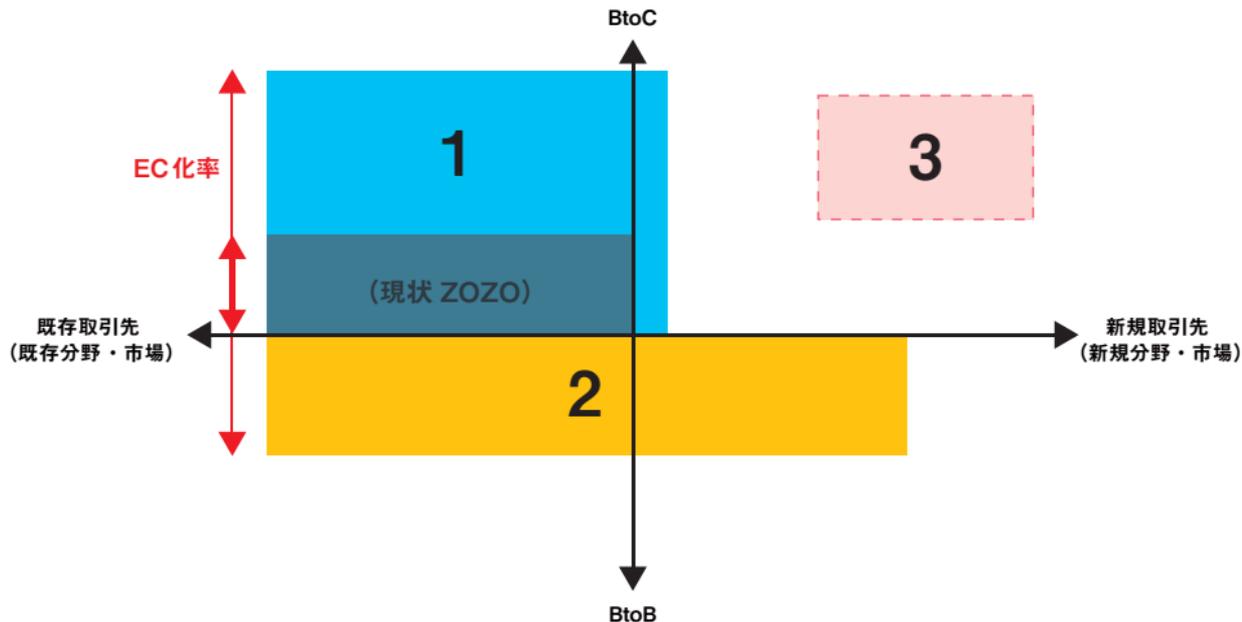
2. 今後の戦略

A future strategy



2. 今後の戦略

A future strategy



2. 今後の戦略

A future strategy

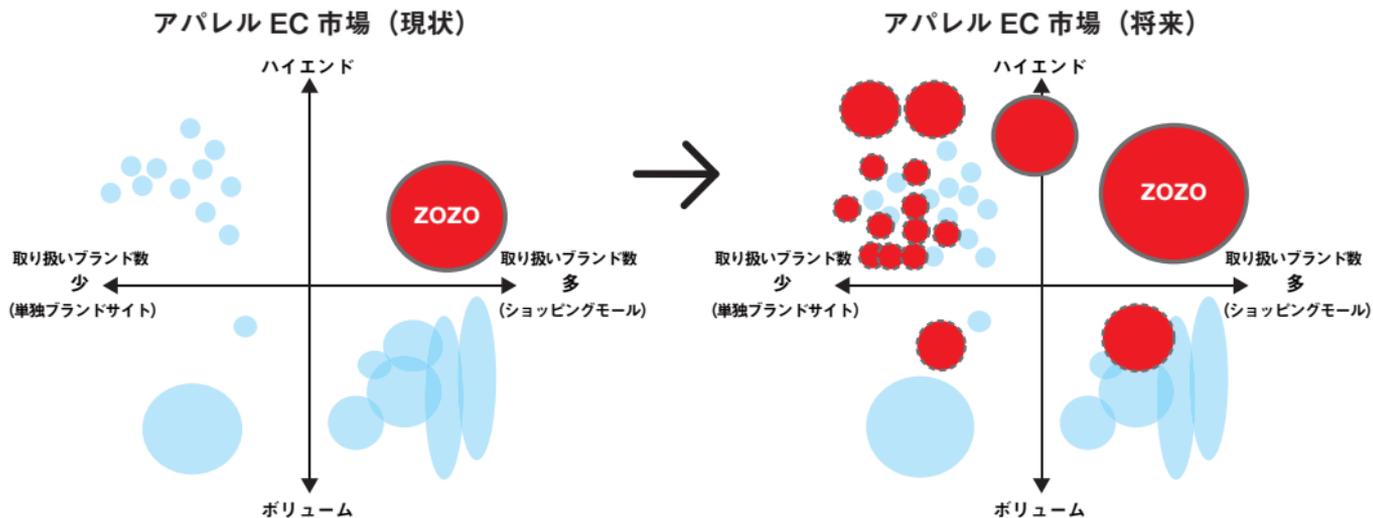


アパレルEC市場における当社のポジショニング

縦軸：ブランド軸

横軸：ECサイトの特性（取扱ブランド数）

○ BtoC ○ BtoB



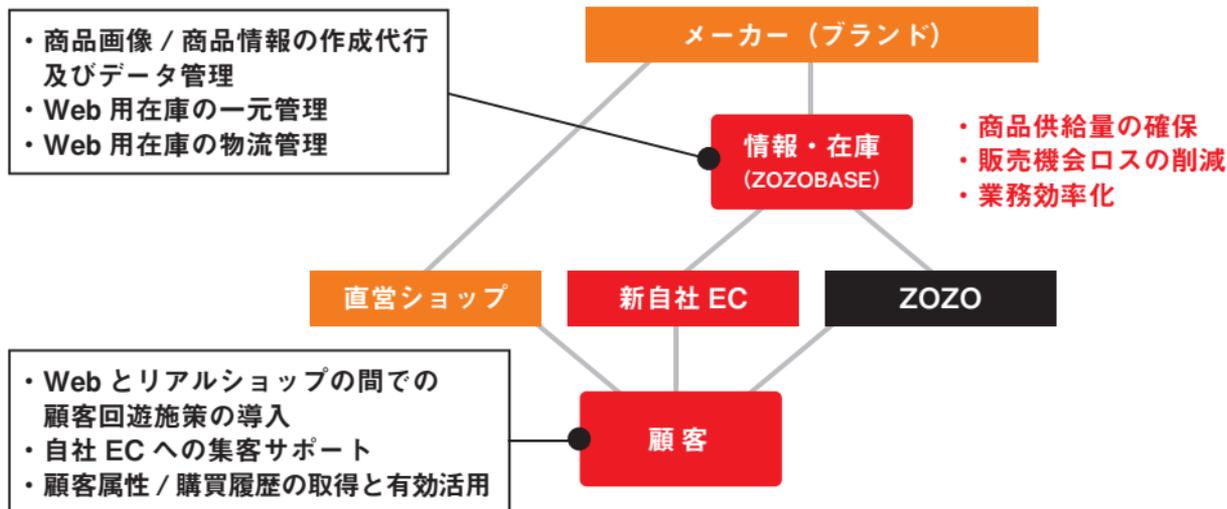
2. 今後の戦略

A future strategy



メーカー自社 EC 支援の意義

何故この時期にメーカー自社 EC 支援を行うのか…



3. 事業内容

Outline of business



想像 (SOZO) と創造 (SOZO) のオンラインリゾート

ZOZO RESORT

高感度ファッションが事業ドメイン

EC・ナビゲーション・Q&A・ブログ・SNS・CSR・GALLERYの7つのサービスを集約



3. 事業内容

Outline of business



各サービスの概要と特徴

ZOZOTOWN

- ・国内最大規模の高感度ファッションショッピングモール
- ・システム、デザイン、物流 すべて自社で行う
- ・取り扱いブランドとの強固な関係—商品管理データ連携

ZOZONAVI

- ・全国のファッションショップ3,500店が参加
- ・ファッション情報の電子辞書
- ・各ショップが能動的に情報発信
- ・44,000パターンもの着こなし提案
- ・検索サービス利用による顧客誘引

ZOZORESIDENCE

- ・仮想部屋をもてる居住型SNS

ZOZOQ&A

- ・ユーザーが能動的に情報発信
- ・ファッション情報の集合知

ZOZOWALKER

- ・ファッション業界の著名人を起用したブログサービス

ZOZOARIGATO

- ・メッセージ配信型寄付

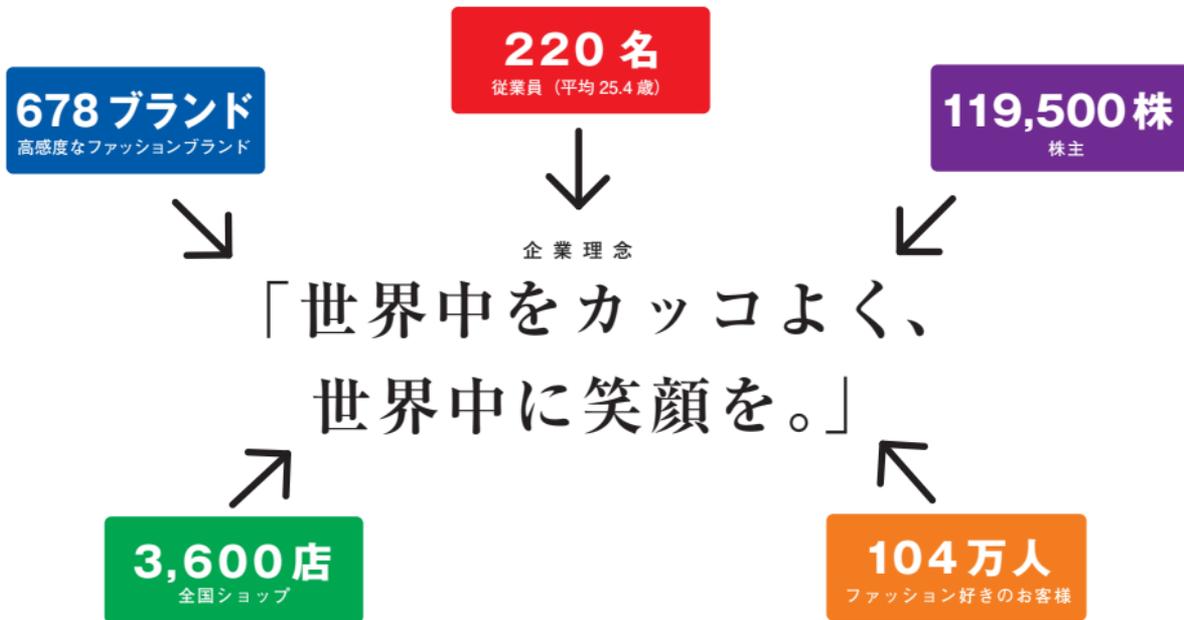
ZOZOGALLERY

- ・人気ブランドのPC壁紙やスクリーンセーバー、携帯用待ち受け画像の無料ダウンロードサービス



3. 事業内容

Outline of business



3. 事業内容

Outline of business



■ 強みと特徴

- ・アパレルECとして国内最大規模
- ・高感度ファッション分野での独占的地位
- ・自前でECに関わる機能を保持—システム、デザイン、物流etc.
- ・独自のファッション情報メディアを併設
- ・ロイヤリティの高い男女半々の会員
- ・取引先との強固な関係



4. 収益構造

Profit Structure



EC事業

ストア運営管理事業（受託販売）

ZOZOTOWN上にて、ユナイテッドアローズやビームスなど59店のオンラインショップの運営管理を受託。
ある一定量の在庫を委託形式で預かる在庫リスクの発生しない事業。

売上高 = 各ショップの商品取扱高 × 受託手数料率

ストア企画開発事業（自社販売）

ZOZOTOWN上にて、イープロンやキューニーなど33店の当社オリジナルショップを展開。
ブランドメーカーより在庫を買い取り販売する方式。

売上高 = 各ショップの商品取扱高

4. 収益構造

Profit Structure



その他

メディア事業

トップページや検索結果ページなどを使った広告枠を販売。

売上高 = 広告料

カード事業

提携カード「ZOZO CARD」(ポケットカード株式会社と提携)を発行。

売上高 = キャッシング残高 × 手数料率 + ショッピング利用額 × 手数料率

その他

初期出店手数料等

BtoB事業

メーカー自社EC支援 2008年5月に子会社(株式会社スタートトゥデイコンサルティング)設立

売上高 = 各メーカー商品取扱高 × 受託手数料率

本資料は、会社内容をご理解いただくための資料であり、
投資勧誘を目的とするものではありません。

本資料に記載されている業績予想及び将来予測につきましては、
現時点で入手可能な情報に基づき当社で判断したものであります。
予想にはさまざまな不確定要素が内在しており、実際の業績は
これらの将来見通しと異なる場合があります。

