

平成25年3月期第3四半期決算

(平成24年4月1日～平成24年12月31日)

決算説明会資料



13/03 期 3Q ハイライト

- ・2013年3月期第3四半期累計期間における当社グループの商品取扱高は68,055百万円、前年同期比20.2%増となりました。取扱いショップ数が490ショップ(2011年12月末356ショップ、2012年3月末389ショップ)に拡大したこと、年間購入者数(直近12ヶ月)が235.2万人(前年同月171.9万人)に増加したこと、を背景に引き続き高い成長を持続することが出来ました。
- ・同営業利益は前年同期比0.7%増の5,464百万円で着地いたしました。2011年以降順次行ってきた物流施設拡張に伴うコスト増などを理由に対取扱高営業利益率は8.0%(前年同期比1.6ポイント低下)となったものの、営業利益段階では前年同期比プラスを確保いたしました。しかしながら、期初に掲げた会社計画に対しては未達となりました。新規会員獲得及び既存会員のアクティブ率が期初会社想定を下回ったことが直接的な要因です。
- ・以上の点を鑑み、2013年3月期通期会社計画を見直しました(1月30日開示)。新たな数値計画は、商品取扱高935億円(前年同期比16.5%増、従来計画比16.1%減)、売上高338億円(同6.3%増、同18.9%減)、営業利益77.7億円(同0.9%増、同25.6%減)、でございます。同目標を達成するために、今後は価格面での訴求に依存するだけでなく、ファッション販売において最も重要であるべき、そして弊社の強みでもある「付加価値の想像と創造」に尽力して参ります。

業績



13/03 期第 3 四半期連結業績の概要

連結経営成績

(単位:百万円)

項目	13/03期 第3四半期実績	前年同期実績	前年同期比	期初計画(※)	進捗率
商品取扱高	68,055	56,641	+ 20.2%	111,500	61.0%
売上高	25,065	22,831	+ 9.8%	41,700	60.1%
営業利益	5,464	5,427	+ 0.7%	10,440	52.3%
経常利益	5,494	5,343	+ 2.8%	10,450	52.6%
当期純利益	3,365	3,161	+ 6.5%	6,370	52.8%

(※) 平成25年1月30付で「通期業績予想の修正に関するお知らせ」を開示しております。上記期初計画は修正前の数字となっております。



連結財政状態

(単位：百万円)

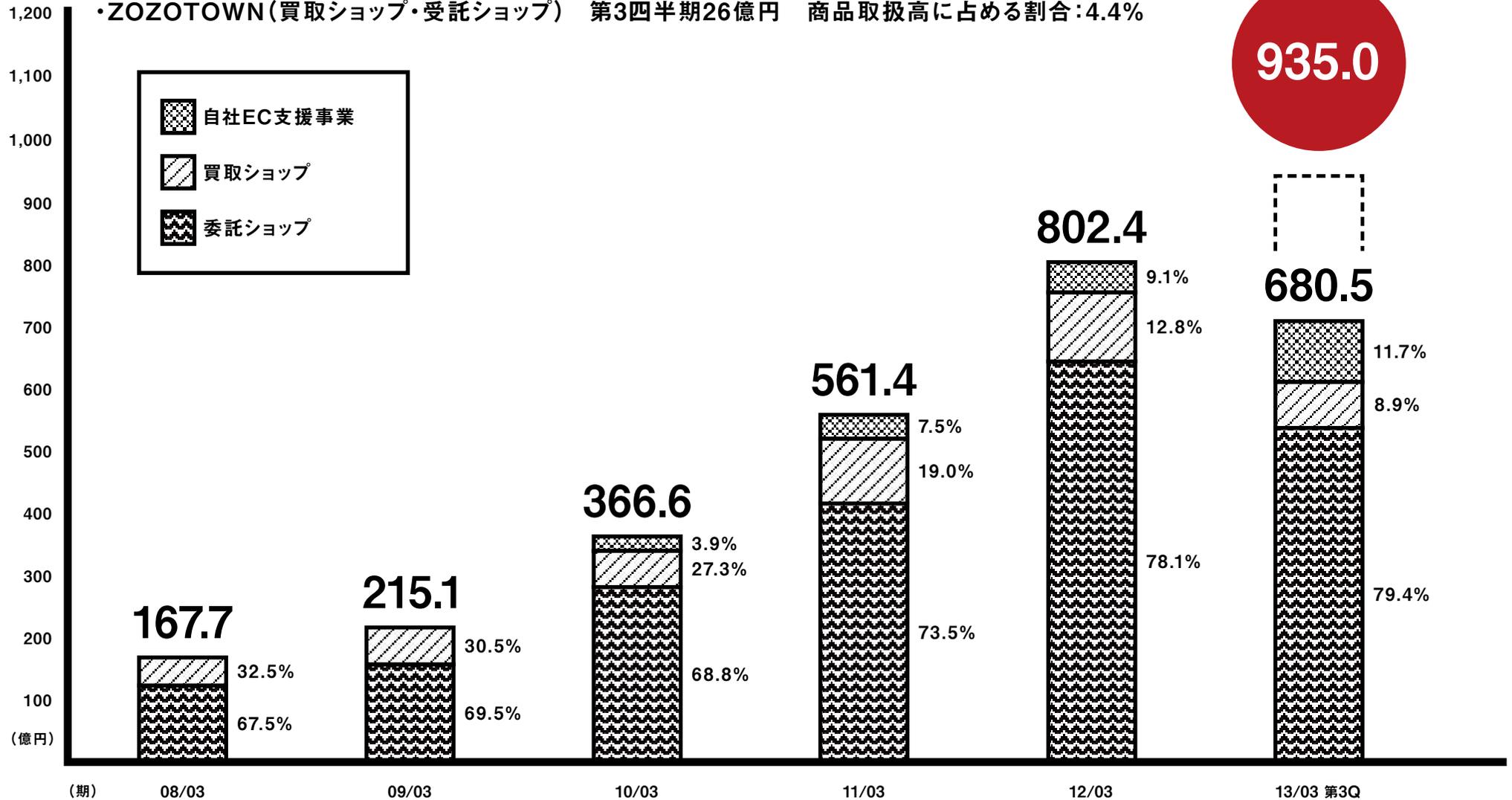
	前連結会計年度 (平成24年3月31日)	当第3四半期 連結会計期間 (平成24年12月31日)		前連結会計年度 (平成24年3月31日)	当第3四半期 連結会計期間 (平成24年12月31日)
流動資産	20,877	19,116	流動負債	8,707	10,699
うち現金及び預金	13,888	8,697	うち受託販売 預かり金	4,214	7,111
うち商品	1,239	1,576	固定負債	590	643
固定資産	2,330	2,991	負債合計	9,298	11,343
うち有形固定資産	810	1,358	株主資本	13,401	10,390
うち無形固定資産	902	778	うち自己株式	—	▲ 3,660
うち投資 その他の資産	618	854	純資産合計	13,910	10,764
資産合計	23,208	22,108	負債純資産合計	23,208	22,108



商品取扱高の推移

当期新規出店合計商品取扱高

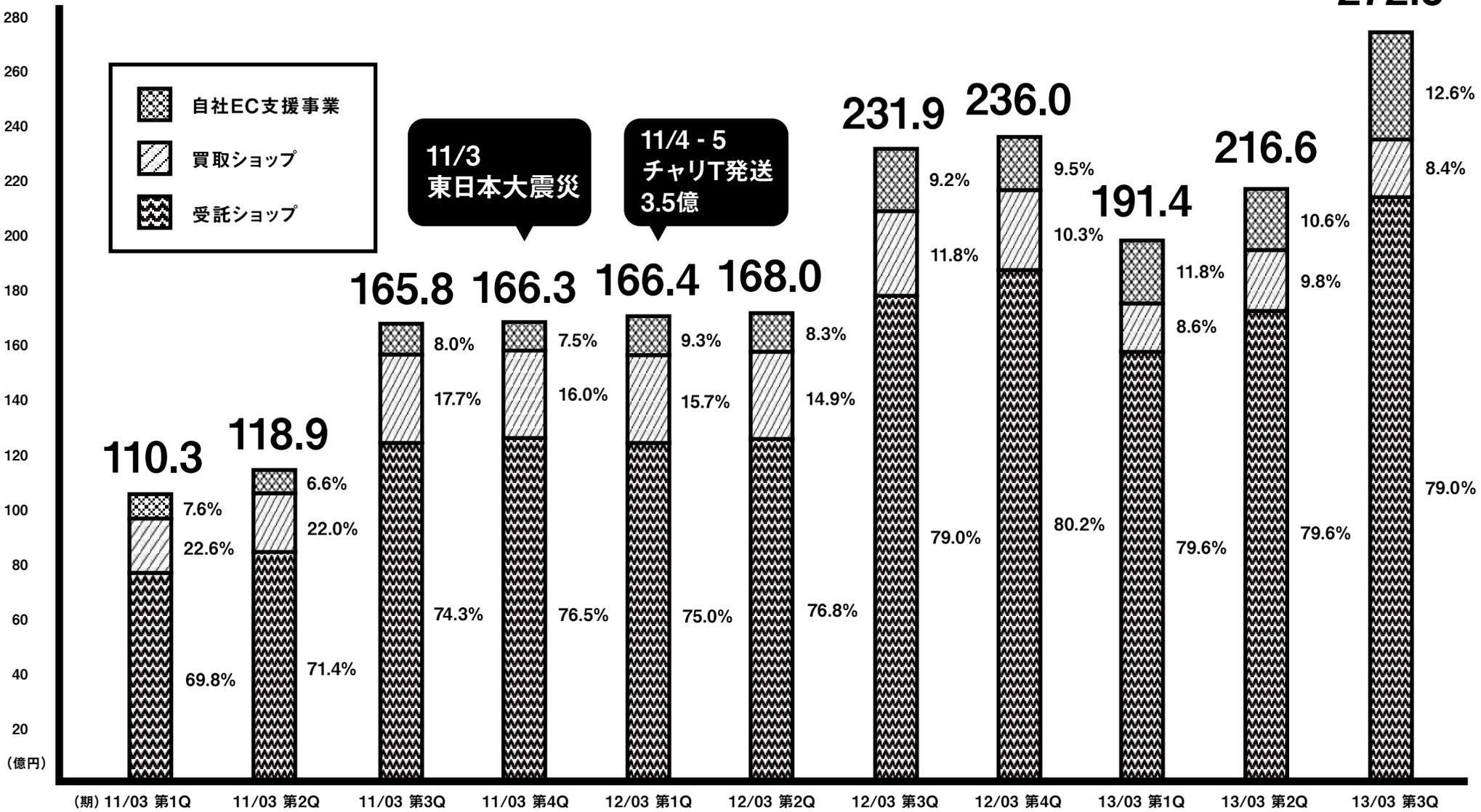
・ZOZOTOWN(買取ショップ・受託ショップ) 第3四半期26億円 商品取扱高に占める割合:4.4%





前年同期比
+17.5%

商品取扱高の推移(四半期)



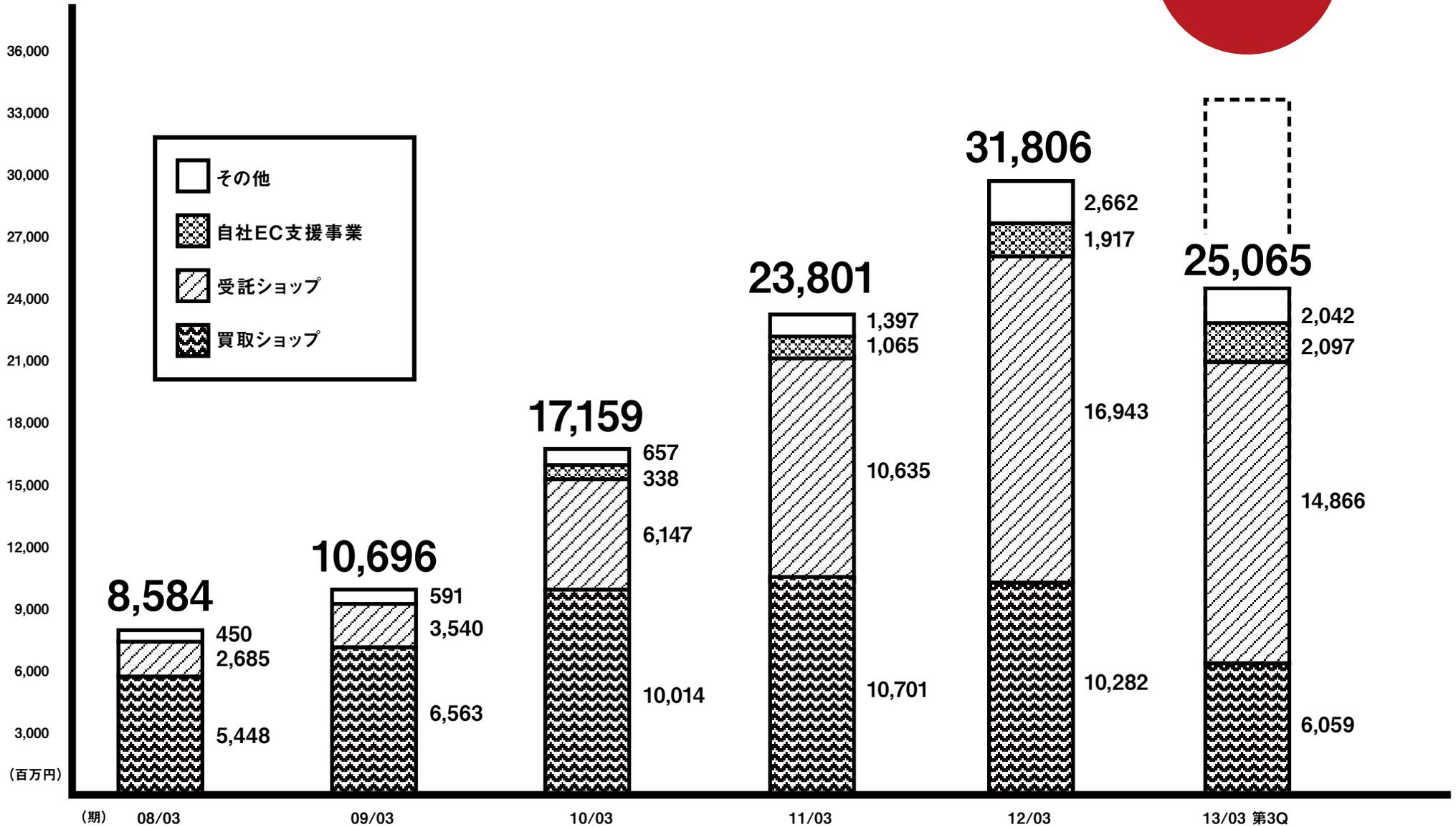
11/3
東日本大震災

11/4 - 5
チャリティ発送
3.5億



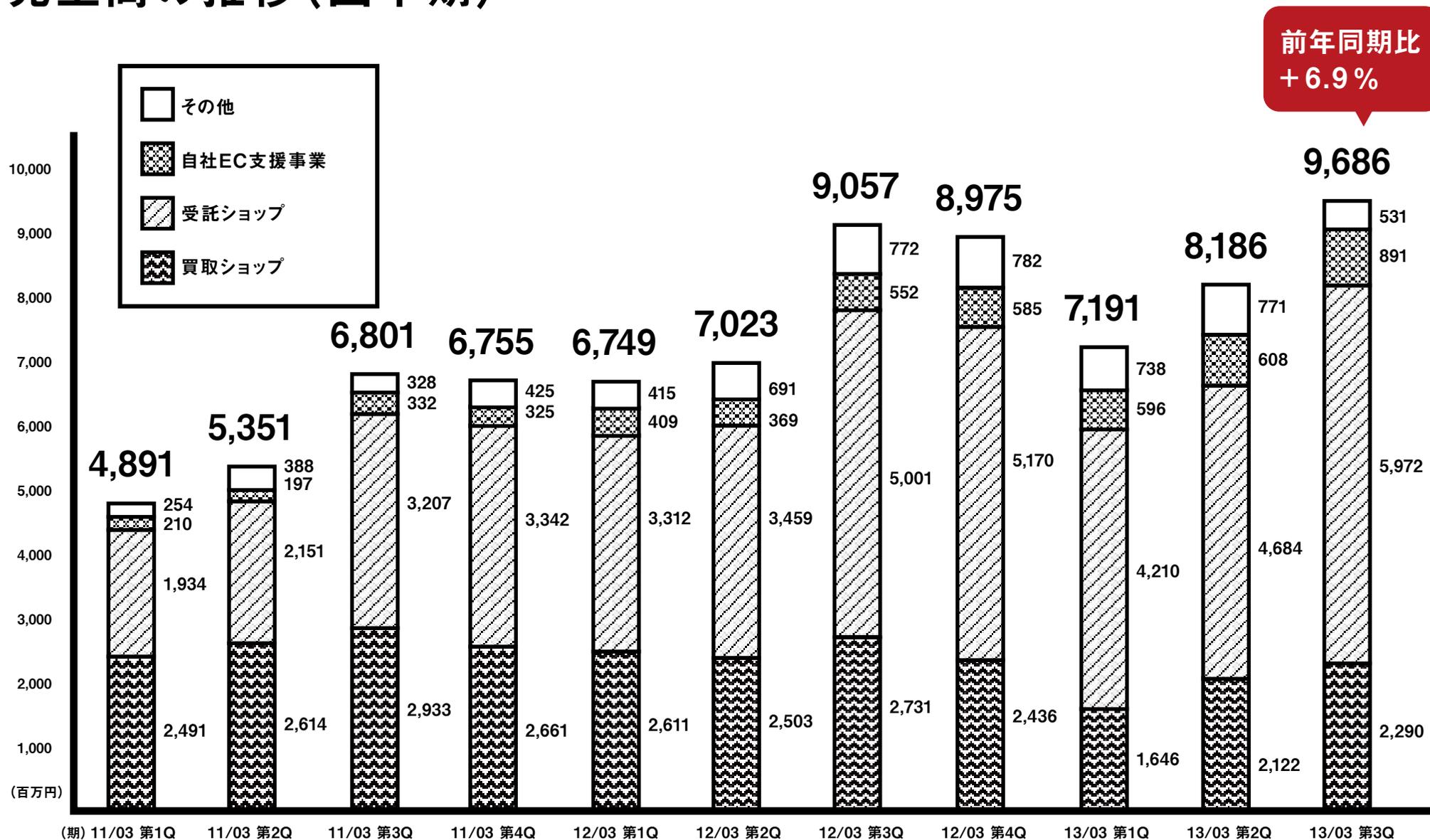
売上高の推移

33,800





売上高の推移(四半期)





販売管理費の内訳

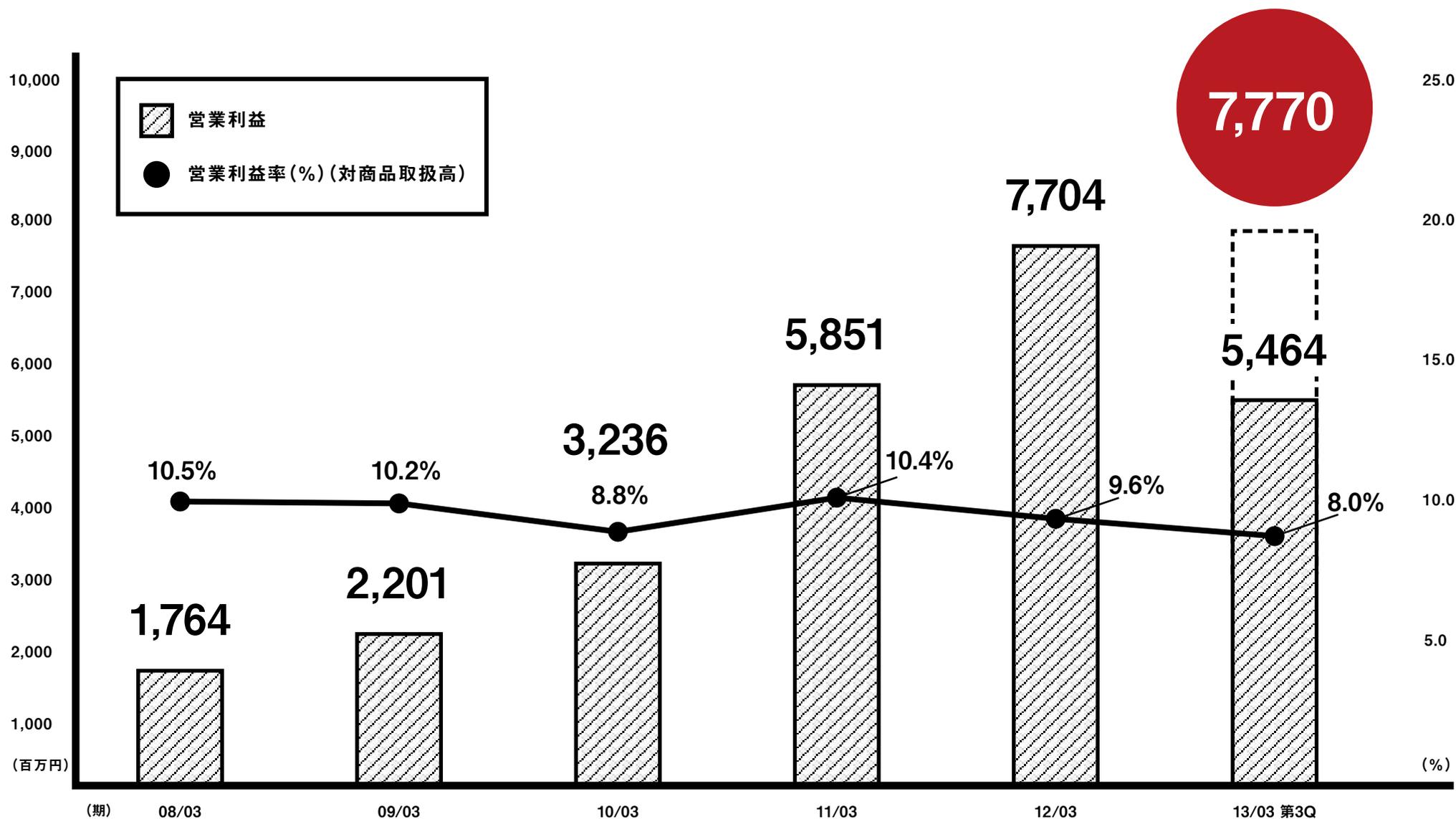
(単位:百万円)

項目	13/03期第3四半期累計実績			前年同期実績			前年同期比	
	金額	対取扱高比(%)	構成比(%)	金額	対取扱高比(%)	構成比(%)	対取扱高比(PPT)	構成比(PPT)
人件費	2,552	3.8	17.4	2,189	3.9	18.7	-0.1	-1.3
荷造運賃	1,918	2.8	13.1	1,548	2.7	13.3	0.1	-0.2
代金回収手数料	1,524	2.2	10.4	1,246	2.2	10.7	0.0	-0.3
広告宣伝費	2,081	3.1	14.2	1,326	2.3	11.4	0.8	2.8
ポイント関連費	1,816	2.7	12.4	2,072	3.7	17.7	-1.0	-5.3
業務委託手数料	2,127	3.1	14.5	943	1.7	8.1	1.4	6.4
その他	2,669	3.9	18.2	2,352	4.2	20.1	-0.3	-1.9
販売管理費合計	14,690	21.6	100.0	11,679	20.6	100.0	1.0	—

※人件費は外注人件費を含んでおります。

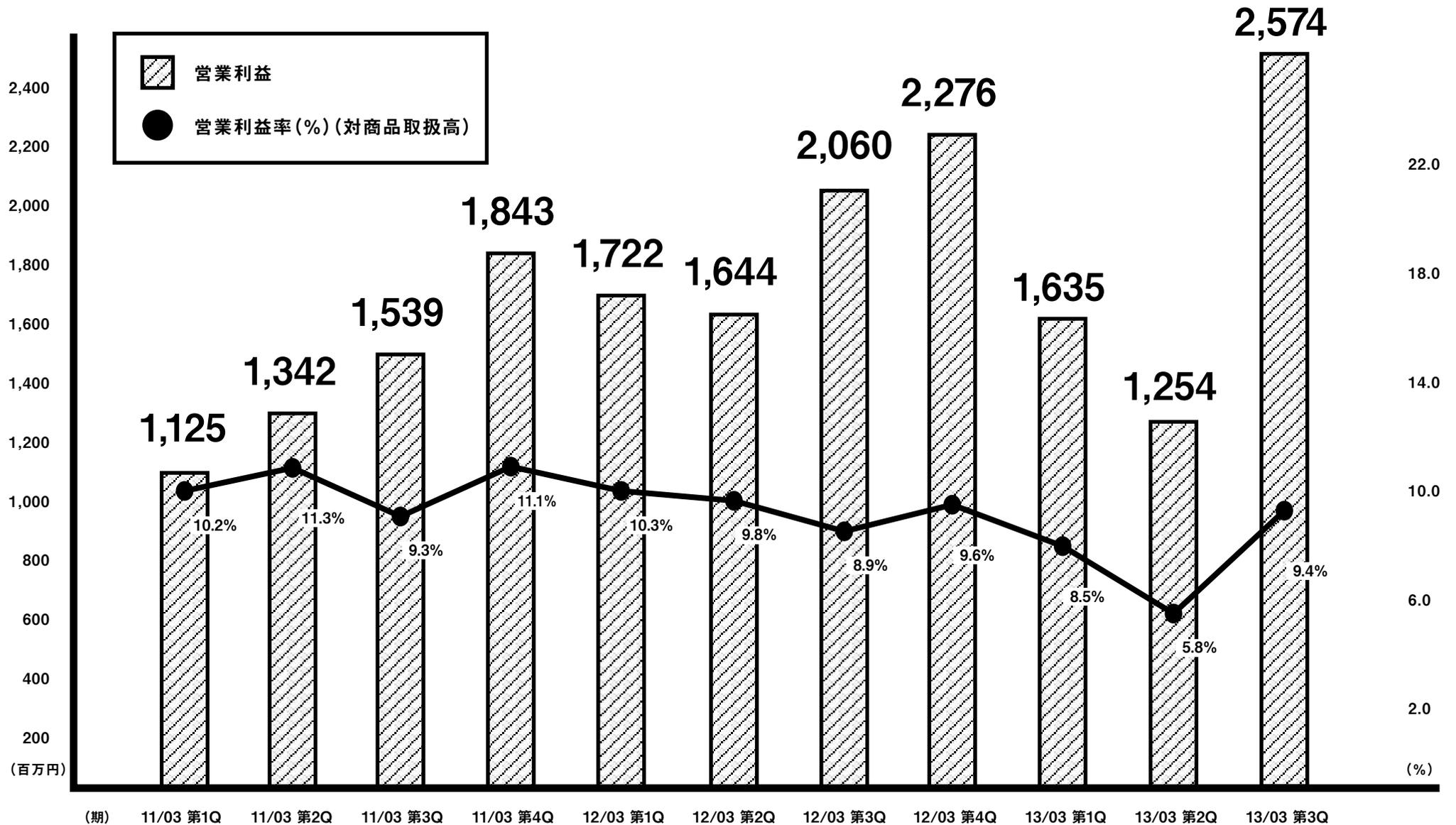


営業利益・営業利益率(対商品取扱高)の推移





営業利益・営業利益率(対商品取扱高)の推移(四半期)

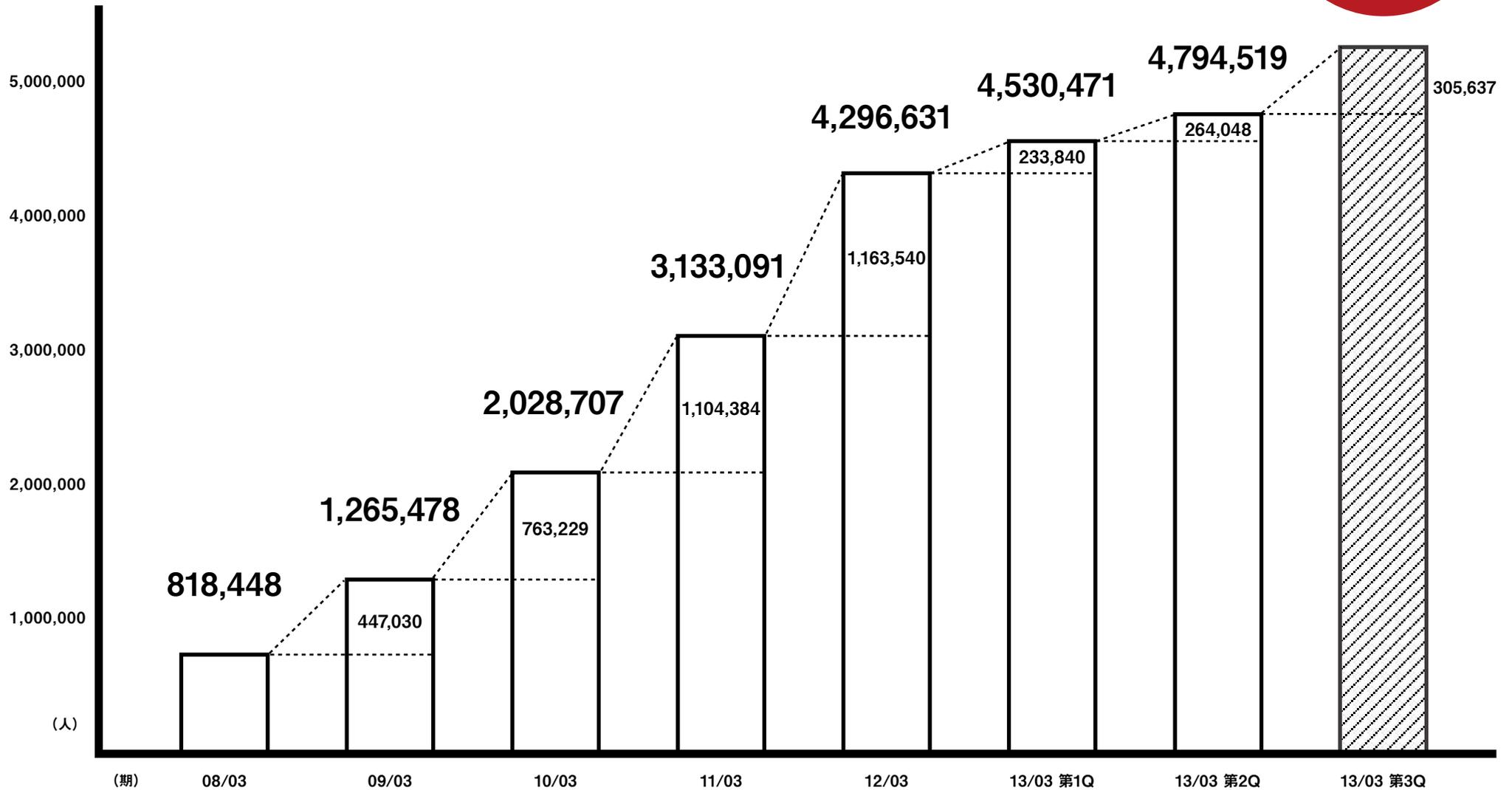


ファクトデータ



会員数の推移

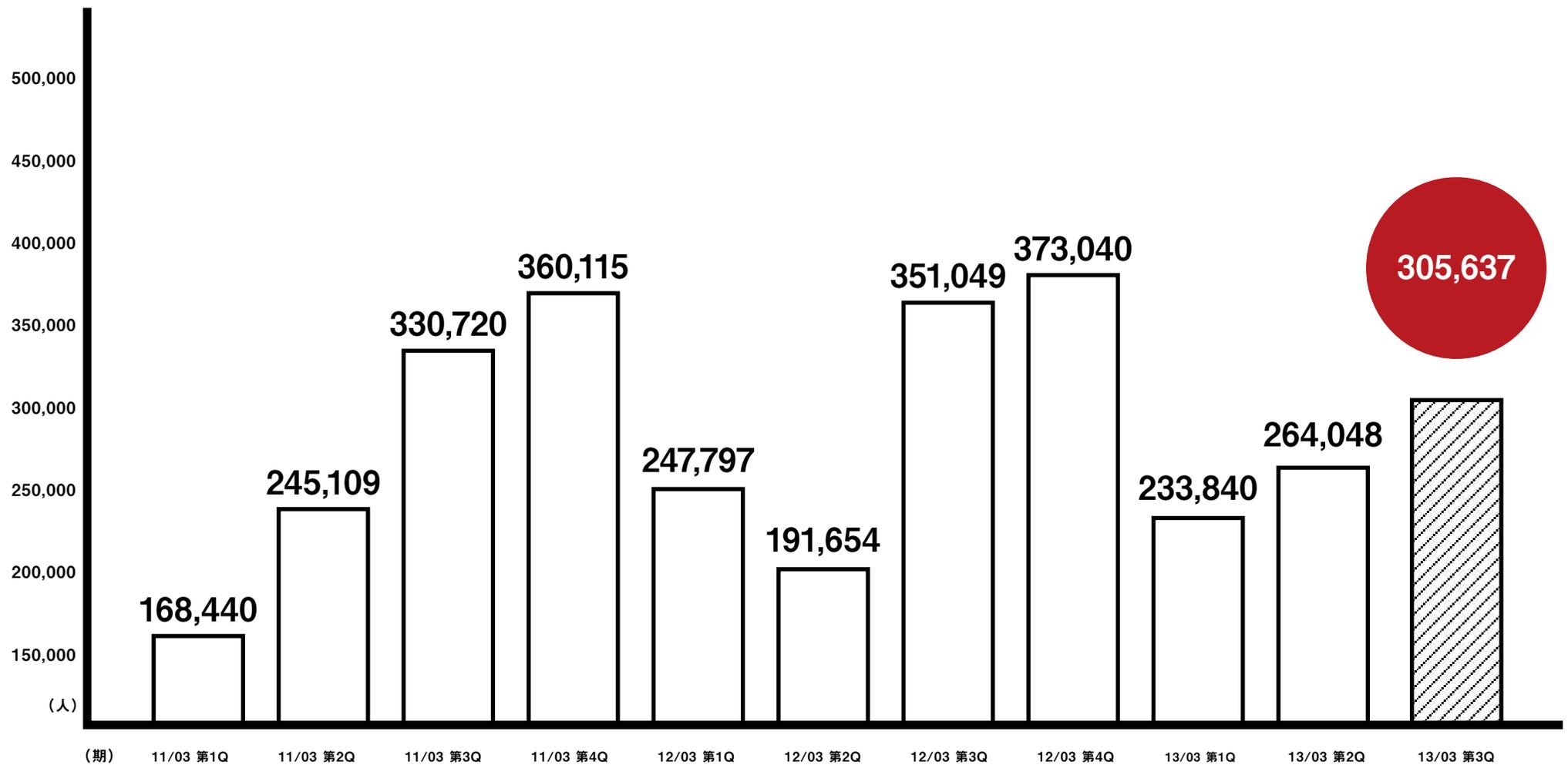
5,100,156



※ゲスト購入者を除く



四半期毎の純増会員数





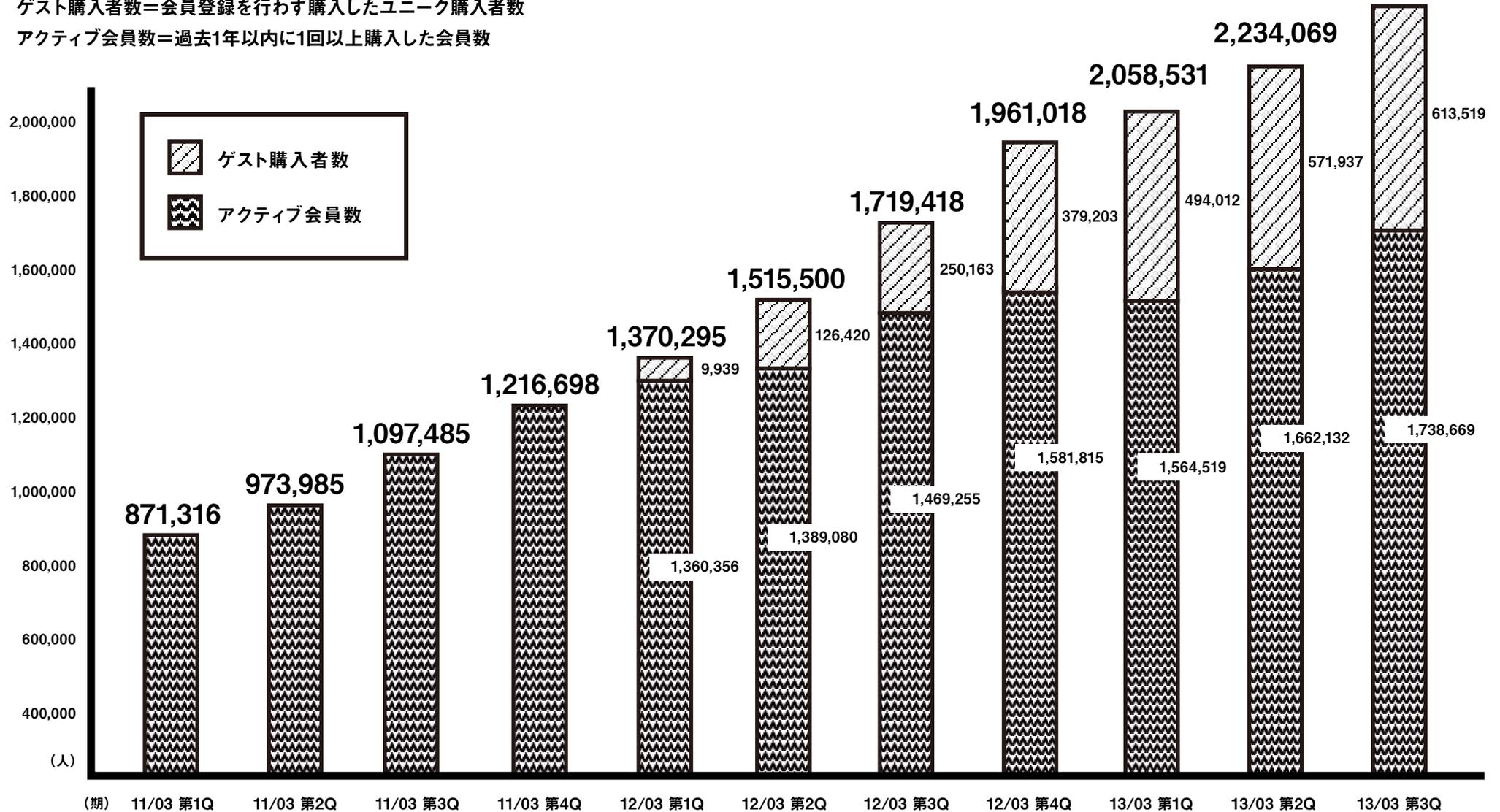
年間購入者数

2,352,188

年間購入者数＝過去1年以内に1回以上購入したアクティブ会員数とゲスト購入者数の合計人数

ゲスト購入者数＝会員登録を行わず購入したユニーク購入者数

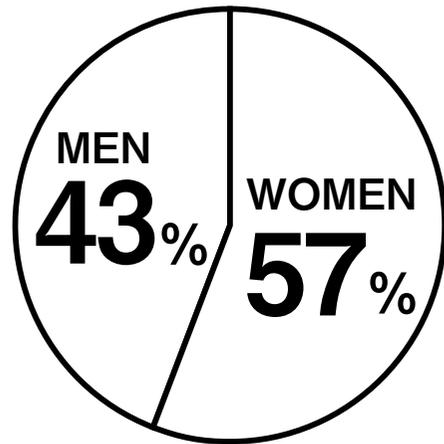
アクティブ会員数＝過去1年以内に1回以上購入した会員数



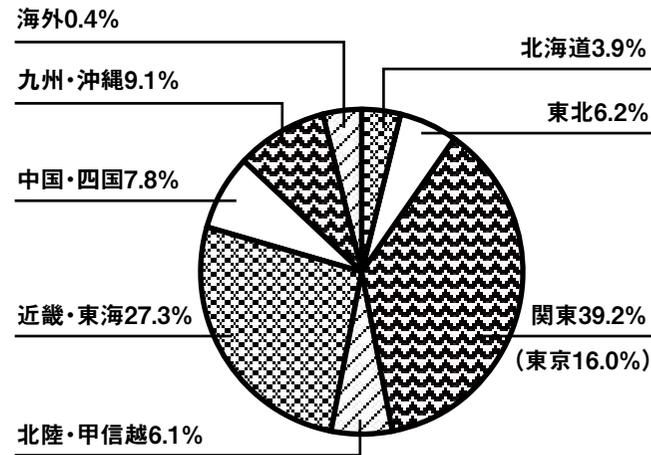


会員属性 (2012年12月末時点)

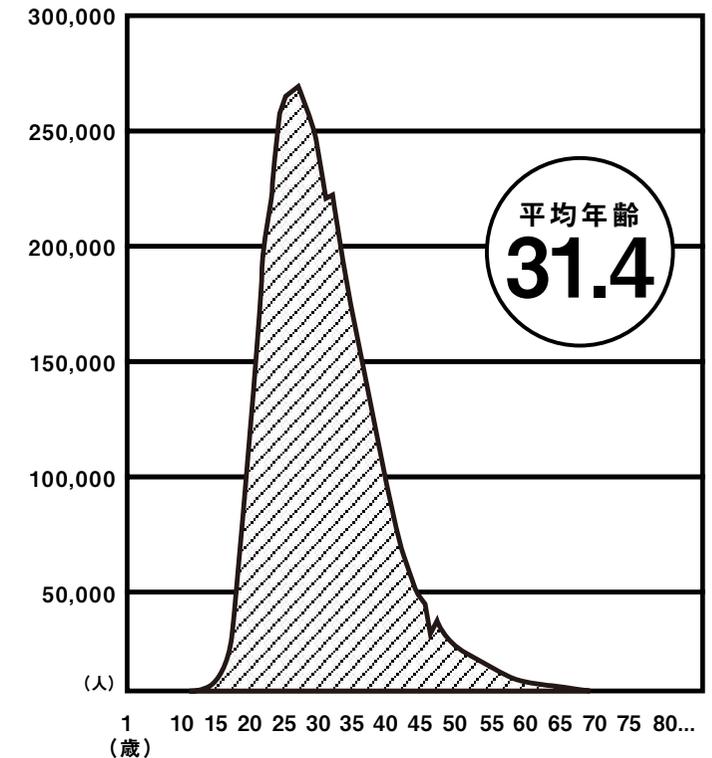
■ 男女比



■ 地域分布



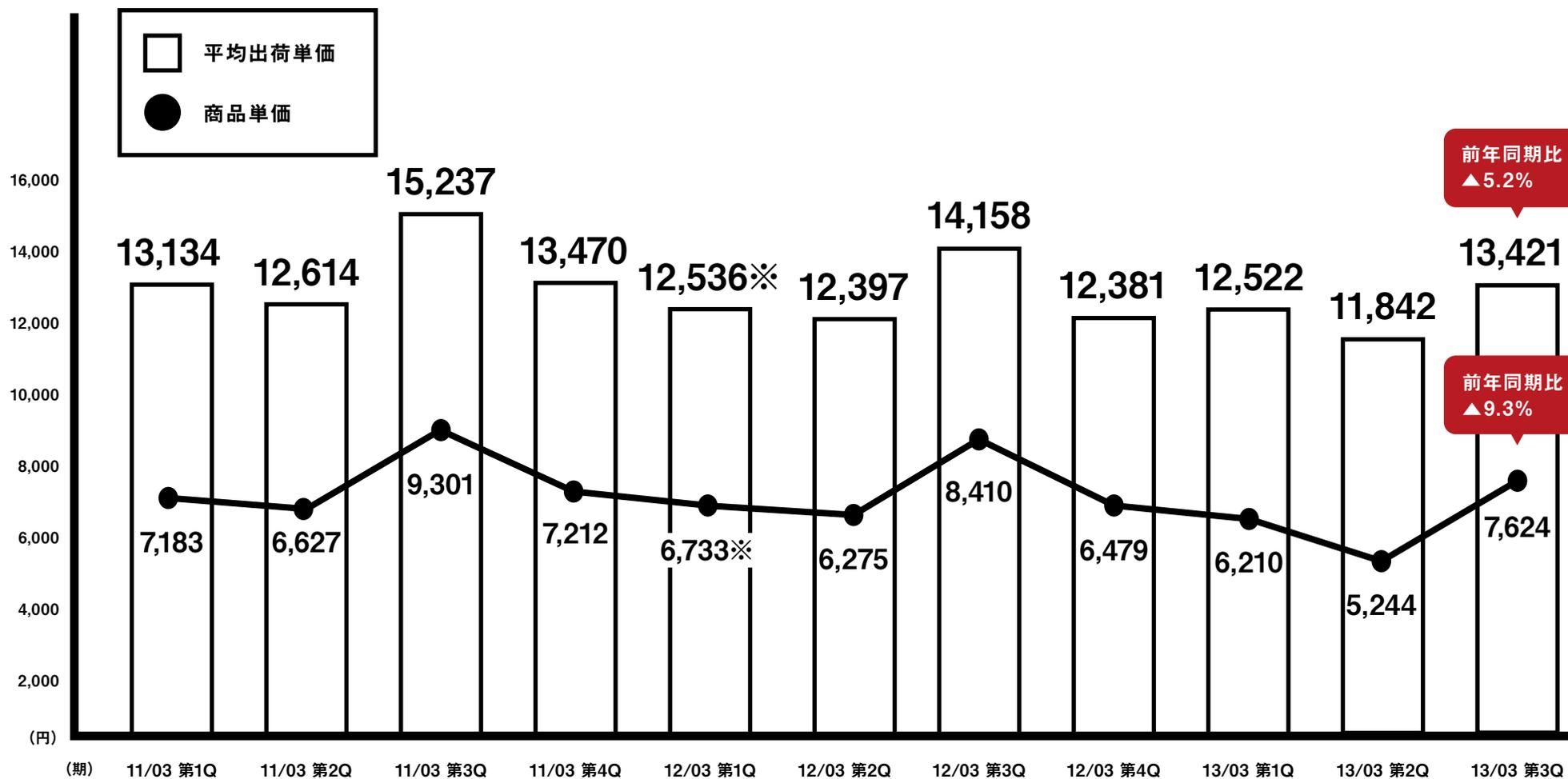
■ 年齢分布





平均出荷単価・商品単価の推移

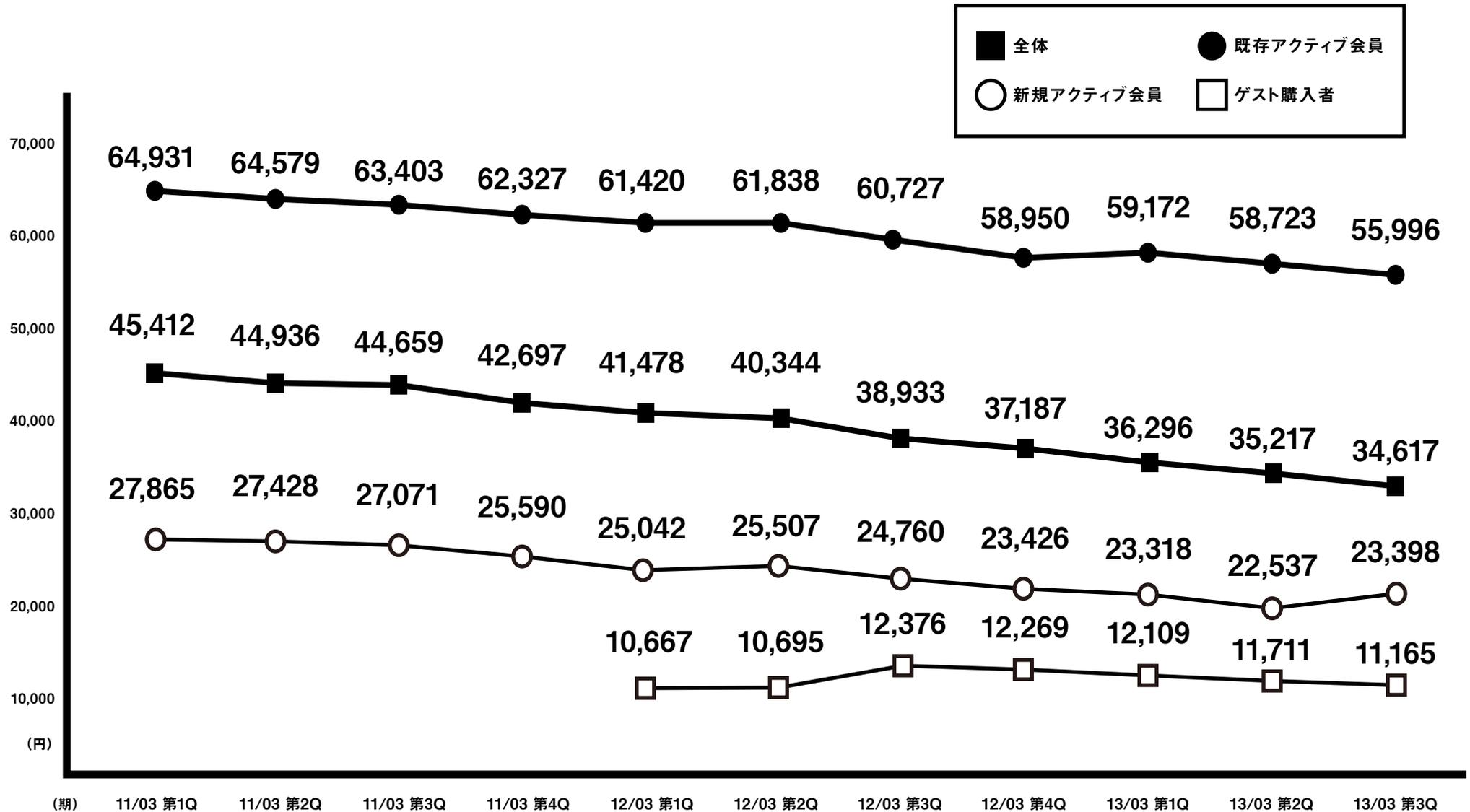
平均出荷単価は四半期のEC事業（ZOZO事業）の商品取扱高を同期間の出荷数で除すことにより算出



※12/03期第1四半期チャリティTシャツ分を除く（ご参考：チャリティTシャツ分を含む平均出荷単価11,891円 / 商品単価6,379円）

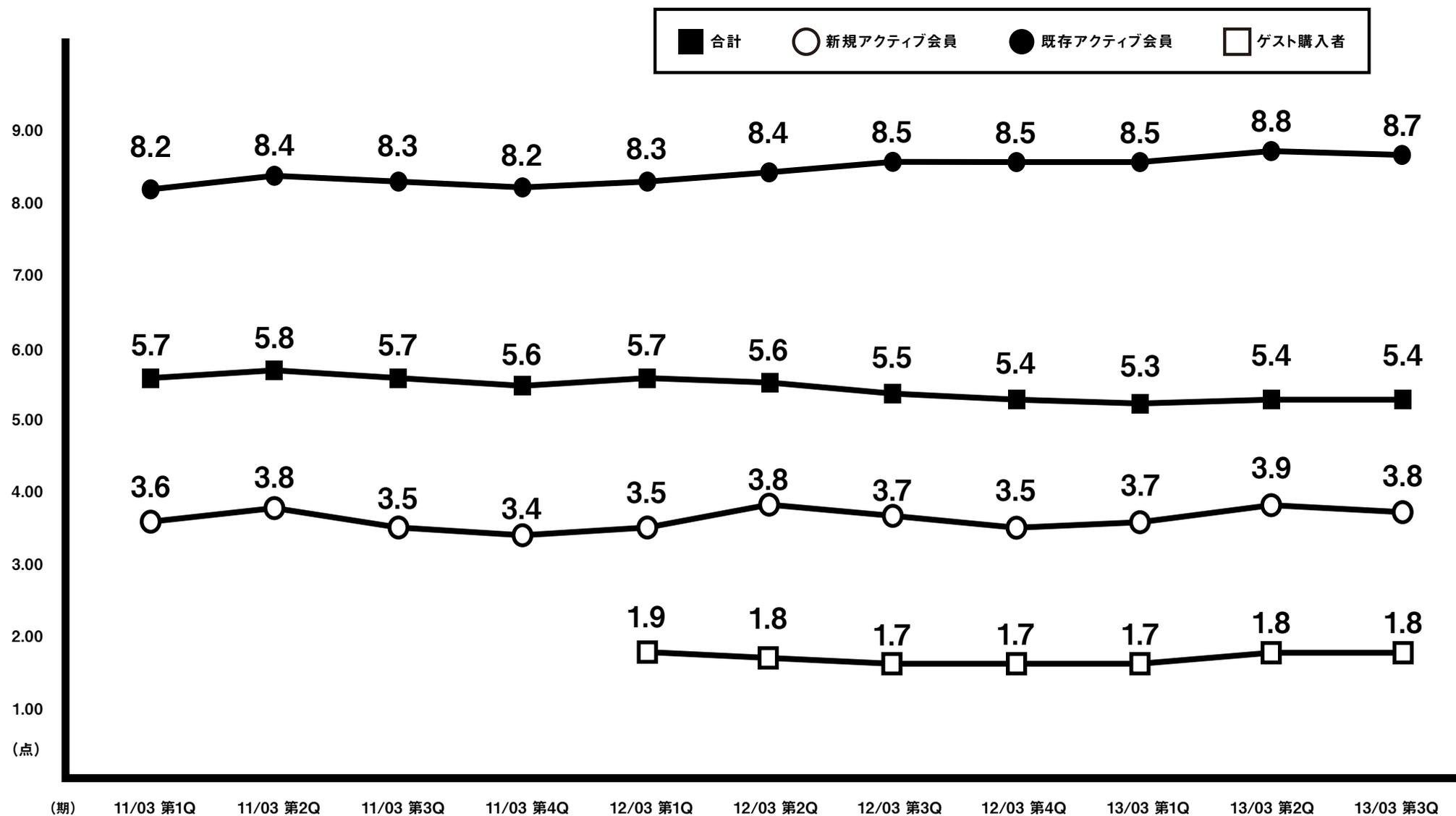


アクティブ会員及びゲスト購入者1人あたりの年間購入金額



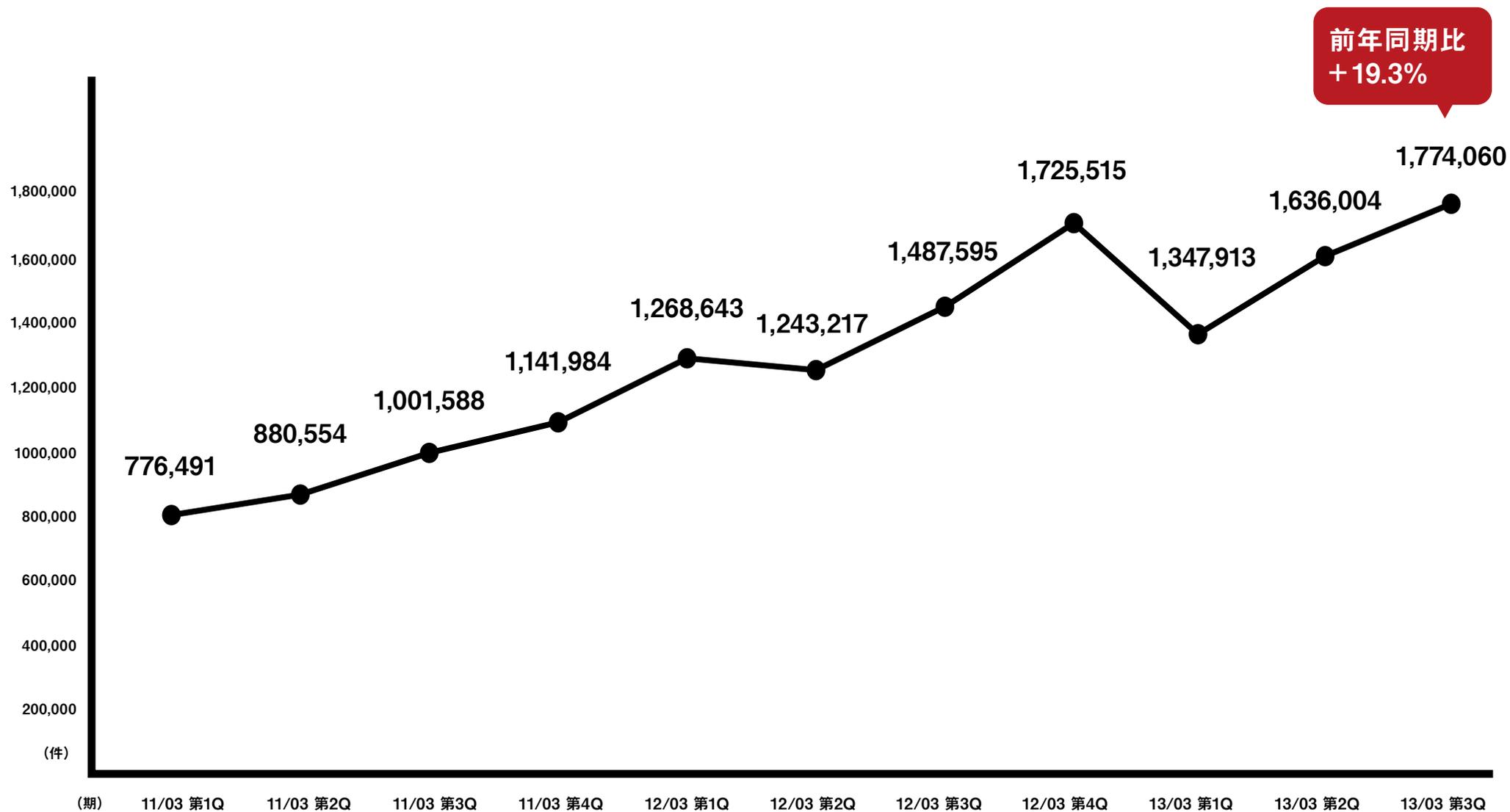


アクティブ会員及びゲスト購入者1人あたりの年間購入点数





出荷件数推移





会員別商品取扱高

	13/03期 第3四半期実績			前年同期		
	新規	既存	ゲスト	新規	既存	ゲスト
会員数(人)	832,928	4,296,631	484,479	825,539	3,133,360	250,163
※年間購入者数(人)	486,046	950,981	484,479	471,027	782,802	250,163
購入率(%)	58.4%	22.1%	100.0%	57.1%	25.0%	100.0%
1人当たりの購入金額(円)	21,449	46,661	10,860	21,890	48,702	12,490
購入金額合計(百万円)	10,425	44,374	5,261	10,310	38,124	3,124

※年間購入者数の定義:当該事業年度の購入ユニークユーザー数(退会者含む)

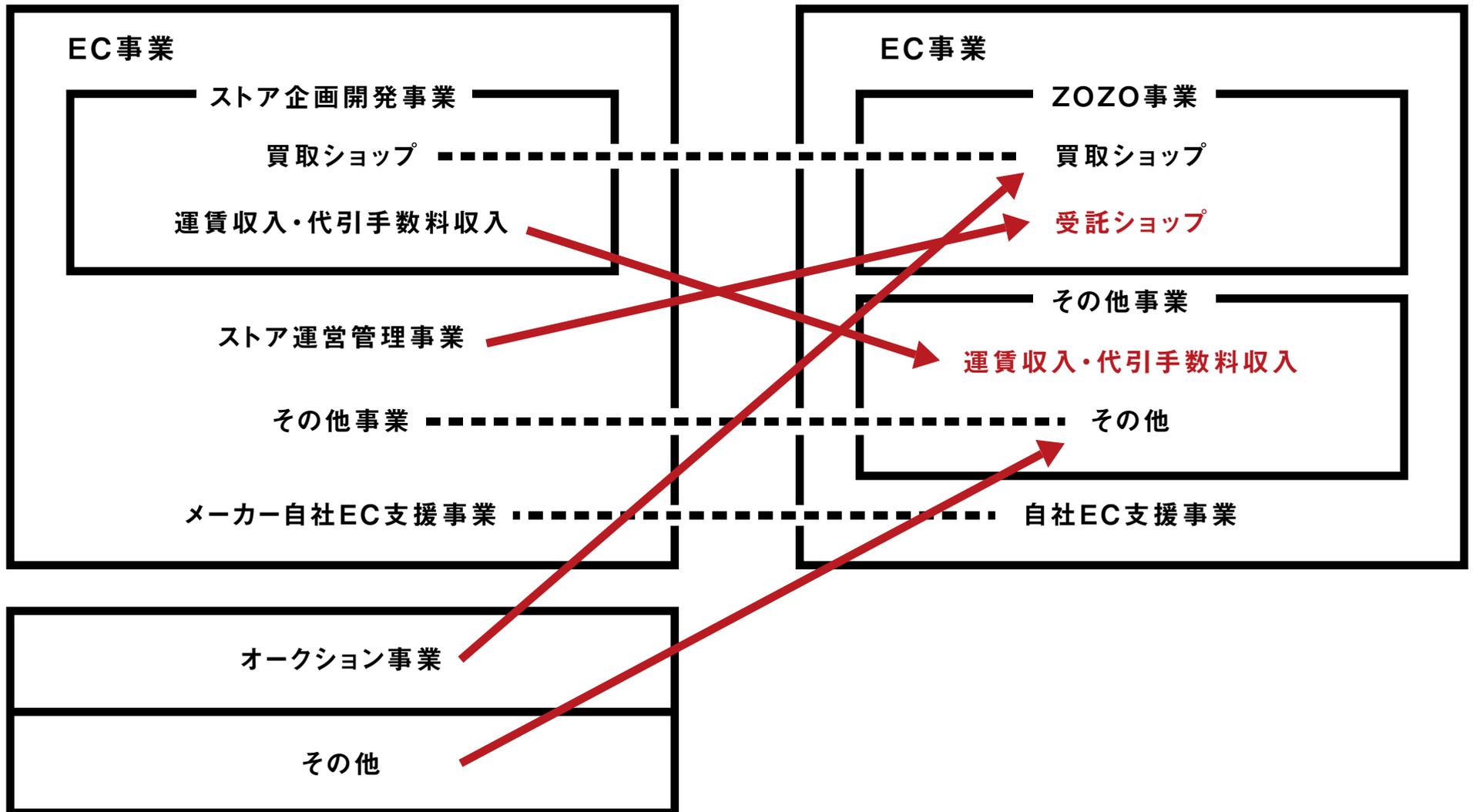
2013 年3月期 事業計画



事業区分の変更について

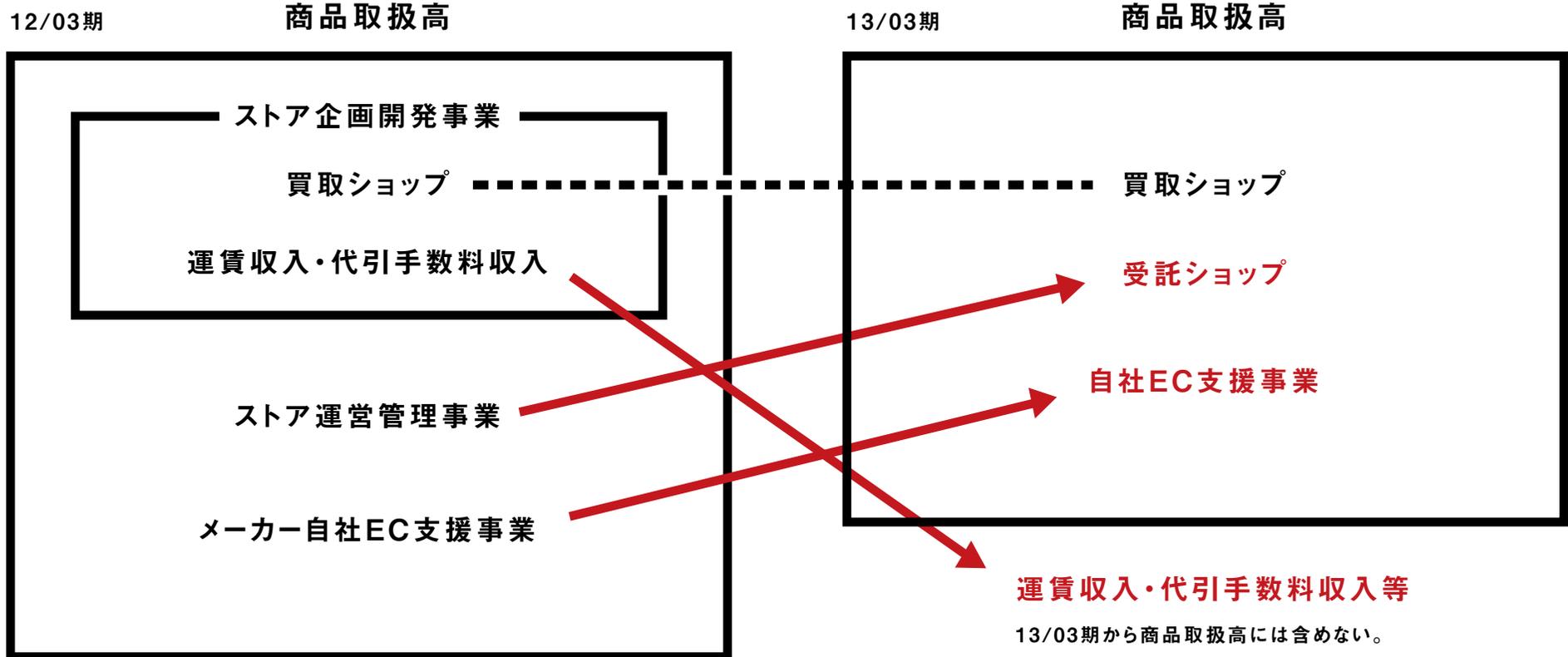
12/03期

13/03期3Q以降





商品取扱高の範囲の変更





13/03期通期連結業績予想・配当金

	13/03期計画	成長率(%)
商品取扱高	935億円	16.5
売上高	338億円	6.3
営業利益	77.7億円	0.9
経常利益	78.0億円	2.4
当期純利益	47.4億円	2.3
1株当たり当期純利益	43.8円	—
1株当たり配当金(予定)	20.0円	—



ZOZO事業

受託ショップ

商品取扱高目標：**73,900**百万円（前年対比+18.0%）

- ・引き続き新規出店。ファッション領域の拡大。
- ・EC事業本部の組織体制を刷新し、出店ブランドの満足度を高める。

買取ショップ

商品取扱高目標：**8,100**百万円（前年対比▲21.2%）

- ・引き続き、新進気鋭ブランドの育成・発信に注力。

自社EC支援事業

商品取扱高目標：**11,500**百万円（前年対比+57.0%）

- ・引き続き新規受託サイトをオープン。既に数件の受注が確定。
- ・店頭とECとの連動施策を強化。



海外展開について

中国

これまで日本ブランド商品を中国に輸出し販売を行っていたが、
今後は中国国内で展開している日本ブランドの受託販売を実施。

韓国

今年度より現地支社を設立。
日本ブランドの認知度を高めるべく、現地で機動的に展開を行う。

グローバルサイト

アジアを中心に順調に推移。引き続き各国展開に向けてマーケティングを実施中。
観光庁と共同でファッションを活用した訪日旅行促進事業を展開。

今後の戦略

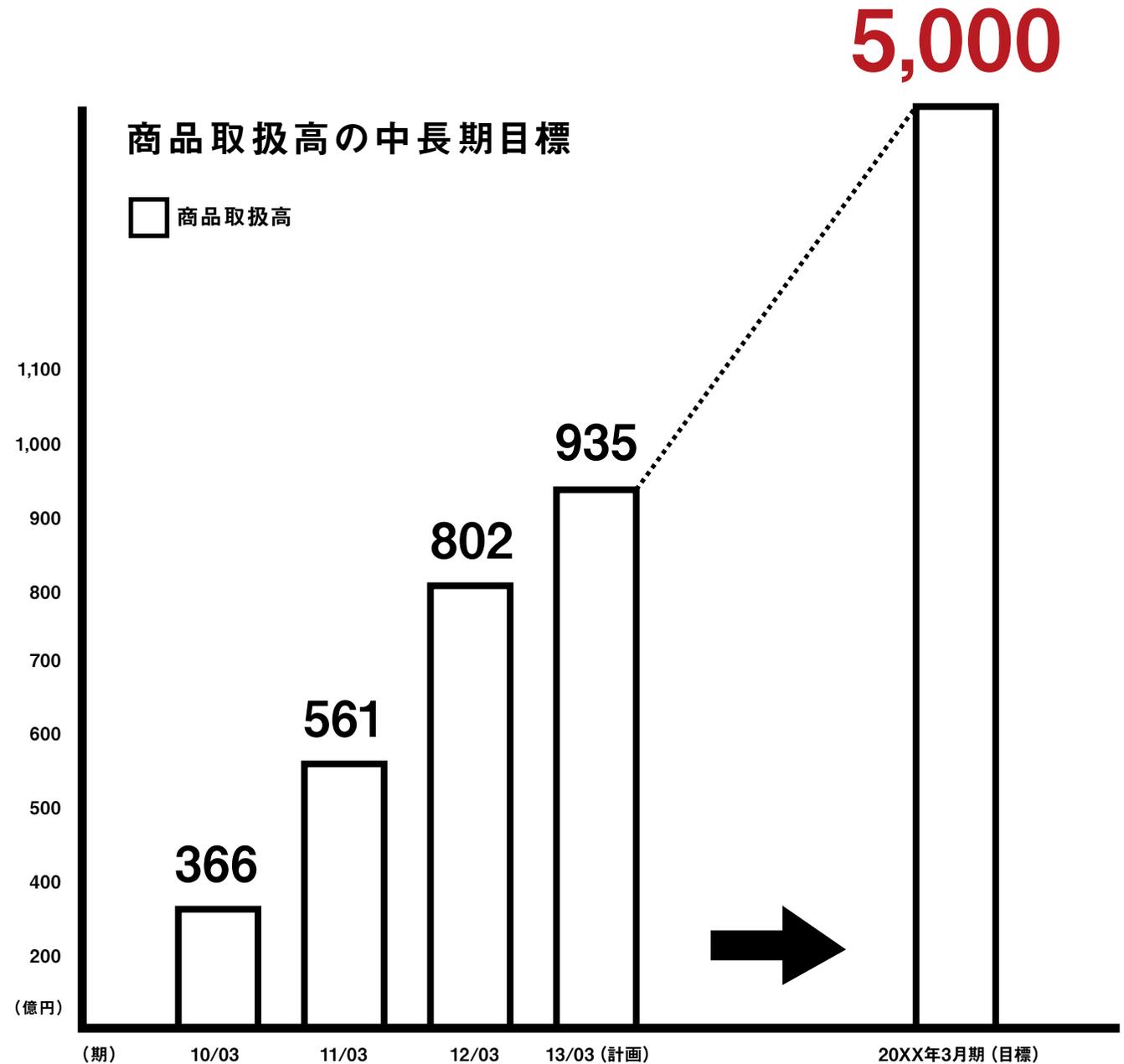


中長期ビジョン

当社グループの中長期目標

20XX年3月期

商品取扱高 **5,000** 億円
経常利益 **500** 億円

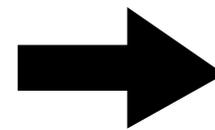
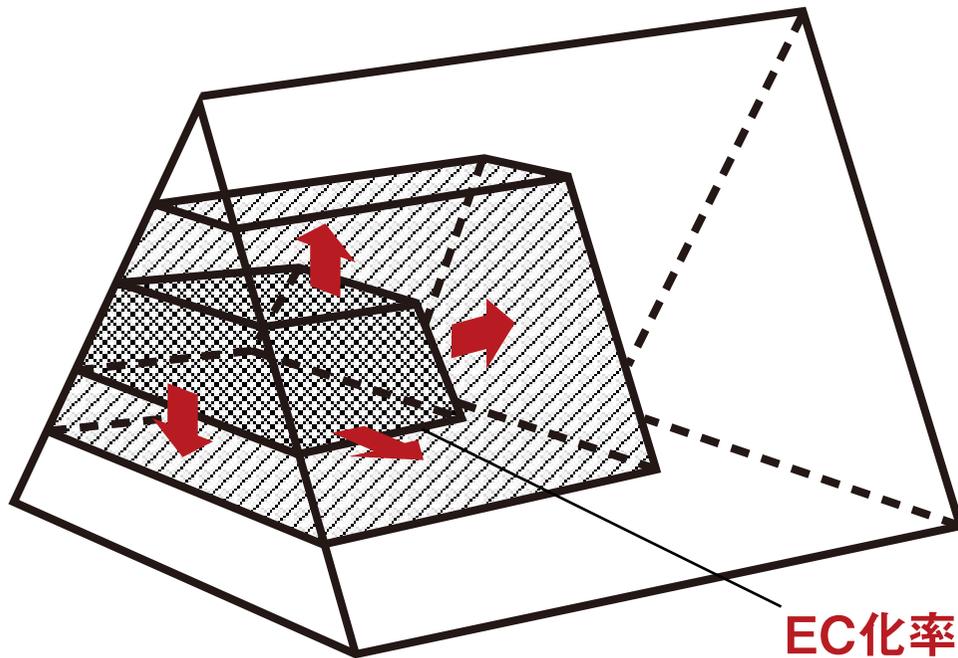




市場拡大戦略

ファッションEC市場に軸足を置き、ZOZOTOWNの拡大を進める一方、
EC支援により様々なファッション領域への展開も加速させる

-  アパレル市場全体
-  スタートトゥデイ取扱市場(中期目標)
-  ZOZO取扱市場(現在)



自社EC支援

受託ショップ

自社ショップ

中長期
商品取扱高目標
5,000 億円

參考資料



日本最大級のファッション通販サイト「ZOZOTOWN」

ZOZOTOWN <http://zozo.jp/>

- ・ファッション中心とした国内最大規模のインターネットショッピングサイト
- ・490ショップ、2,058ブランドの取扱い。商品数は常時13万点以上、平均新着商品数は1日3,000点以上。
- ・Twitter、mixi(ミクシィ)、GREE(グリー)、Facebookを利用して商品へのコメント投稿や情報共有などが可能。
- ・スマートフォン向けのアプリの提供および最適化もあり。
- ・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。

ZOZOVILLA <http://zozo.jp/zozovilla/>

- ・国内外で展開するデザイナーズブランドやラグジュアリーブランドを扱うインターネットショッピングサイト。
- ・諸島をイメージして、1つの島に1つのショップを展開することでそのブランド独自の世界観を表現。

ZOZOOUTLET <http://zozo.jp/outlet/>

- ・ZOZOTOWNで扱うUNITED ARROWSやBEAMS、TSUMORI CHISATOなどの人気セレクトショップやブランドのアイテムを展開。



ZOZOTOWN トップページ



グローバルサイト <http://zozotown.com/>



グローバルサイトイメージ

- 各国展開へのテストマーケティングとして2011年5月にオープン。
- 3言語（日本語、中国語（繁体字）、英語）への切り替え対応。
- 取り扱いブランド数は約600
- 世界82カ国への配送を実施。
- 決済方法はPayPal
- 観光庁と共同でファッションを活用した訪日旅行促進事業を展開。

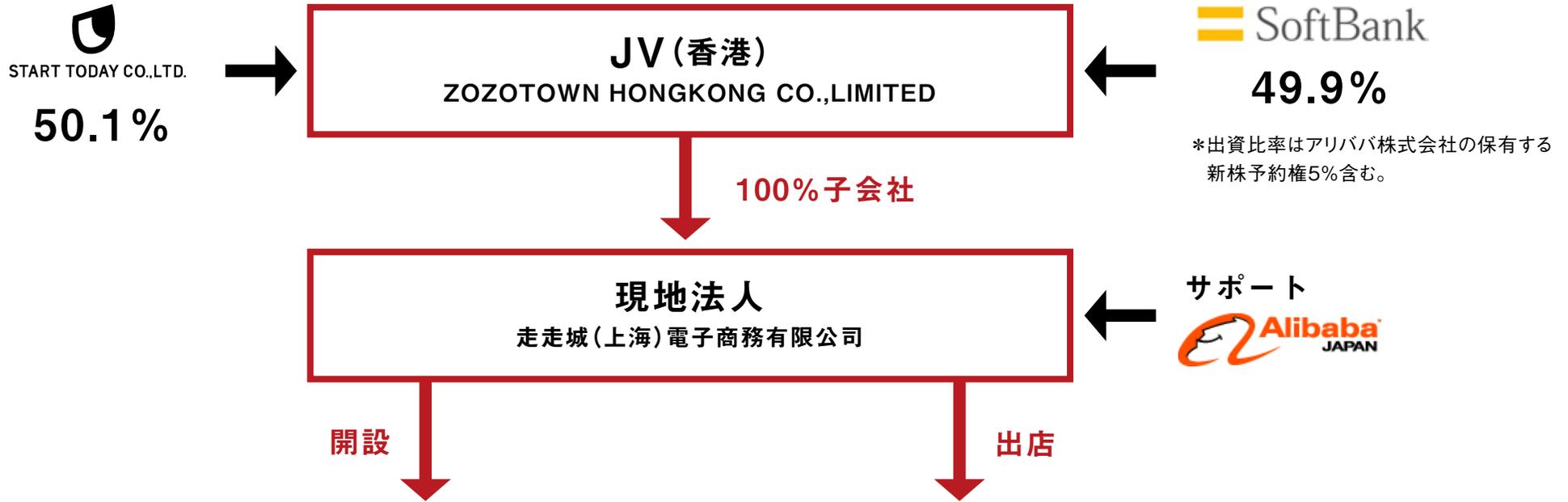
「ZOZOTOWN.COM」内にて、日本のファッションブランドと
トレンドエリアにフォーカスした特設ページ

「**JAPAN HOT BRAND FILE**」を展開。

ブランドとエリアの魅力を組み合わせて発信中。



中国でのファッションECサイト展開



*出資比率はアリババ株式会社の保有する新株予約権5%含む。

ZOZOTOWN.cn

アリババグループの持つタオバオのプラットフォームを利用し、ZOZOTOWNを中国国内で展開



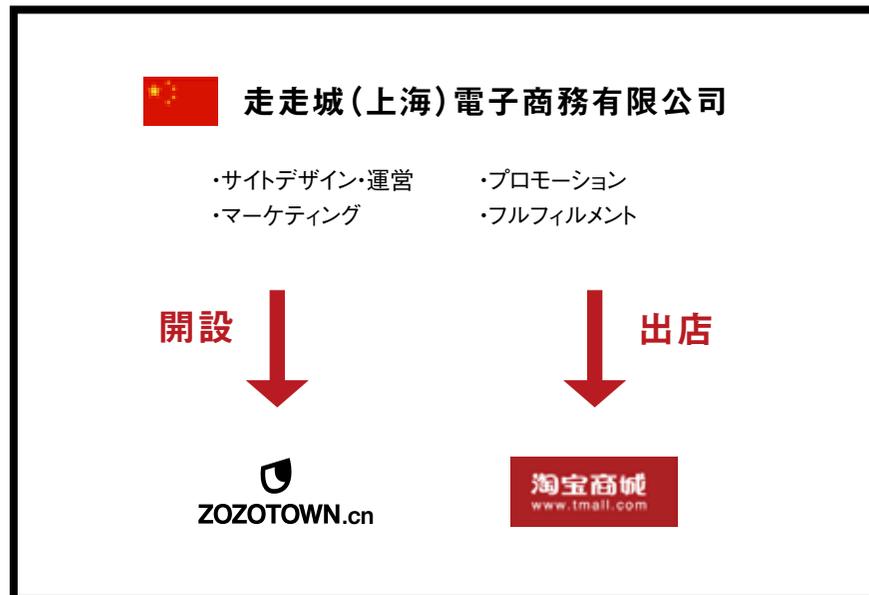
合併会社の概要
 英語名: ZOZOTOWN HONGKONG CO.,LIMITED 本店所在地 中国香港
 漢字名: 啟灑香港電子商務有限公司 事業内容 走走城(上海)電子商務有限公司
 設立日: 平成23年5月

ZOZOTOWNを中国最大のネットショッピングサイト
タオバオモール(淘宝商城)に出店

中国にて ZOZOTOWN を展開

中国最大のショッピングサイトである「タオバオモール(淘宝商城)」にZOZOTOWNを出店するとともに、「タオバオ」のプラットフォームを利用した自社ECサイトZOZOTOWNを開設。

- ・グランドオープン日:2011年10月31日
- ・ブランド数:約20ブランド
- ・決済方法:アリペイ
- ・物流業務及びカスタマーサポート業務はパートナーに委託



取扱ブランド・走走城(上海)電子商務有限公司・(株)スタートトゥデイの関連図



ZOZOTOWN.cn サイトイメージ



ZOZOTOWN.cn オープン記念Tシャツイメージ

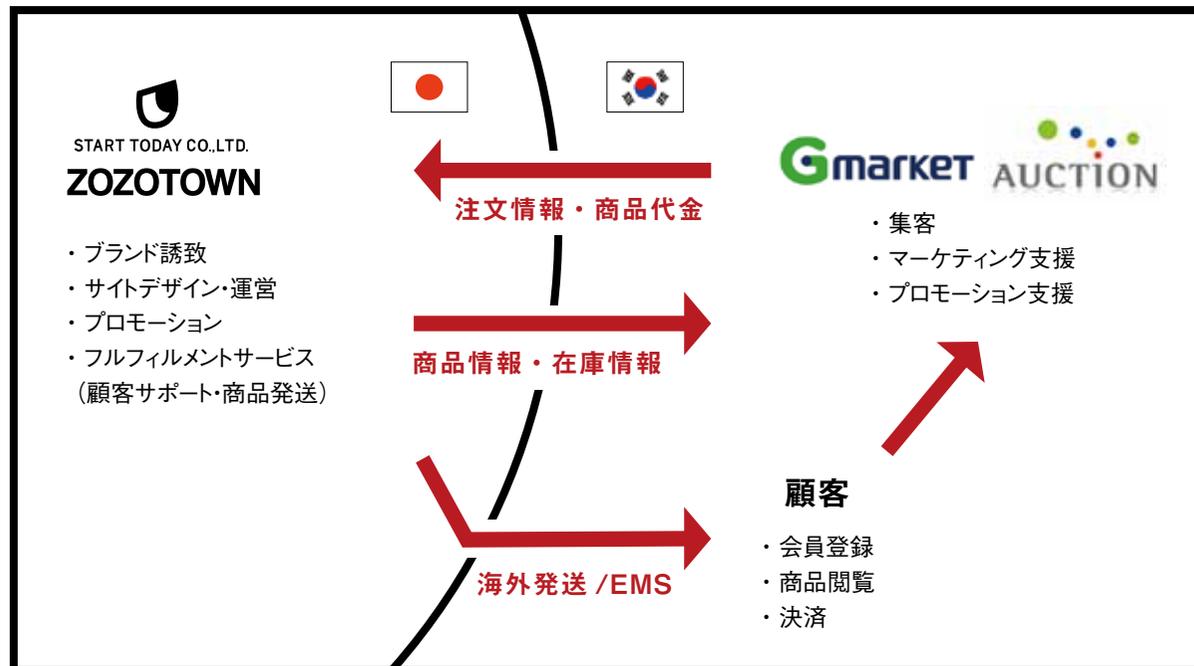


韓国におけるファッションECサイト展開

韓国最大のショッピングサイト「eBay Gmarket(イーベイジーマーケット)」及び「eBay Auction(イーベイオークション)」に新設された日本ブランドを扱うカテゴリ「JAPAN BRAND(ジャパブランド)」に「ZOZOTOWN」を出店。

サイトオープンは2011年11月、取り扱いブランド数は約120。

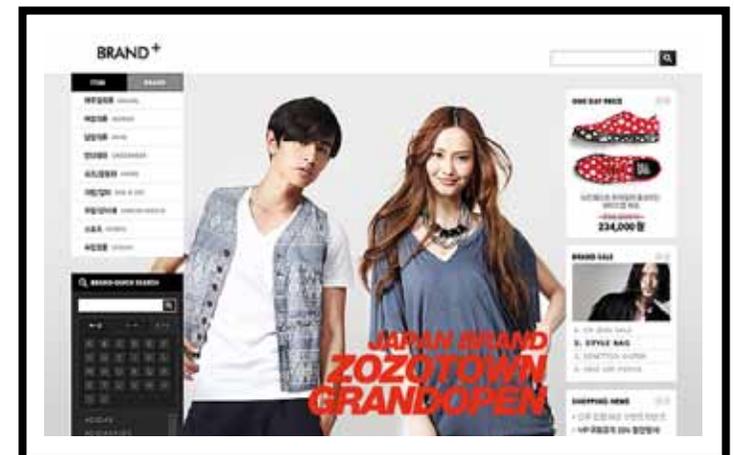
2012年4月より現地支社を設立。



顧客・Gmarket/Auction・ZOZOTOWN(含むZOZOBASE)の関係図



Gmarket サイトイメージ



AUCTION サイトイメージ



ブランド古着専門の新ショップ 「ZOZOUSED (ゾゾユーズド)」をオープン

ブランド古着を扱うショップ「ZOZOUSED (ゾゾユーズド)」をZOZOTOWN内にオープン。
古着を扱う事業はZOZOTOWN開設以来初めての取り組み。
完全子会社であるクラウンジュエルとの連携を図ることで、クラウンジュエルの収益性拡大及びZOZOTOWNにおけるアイテムラインナップ・ユーザー層の拡大を目指す。



ZOZOUSED サイトイメージ



その他サービスの概要と特徴

ZOZONAVI <http://navi.zozo.jp/>

ファッションショップに特化した検索ナビゲーションサイト。
全国5,000以上の店舗を紹介。

ZOZOGALLERY <http://gallery.zozo.jp/>

人気ブランドのパソコン用デスクトップ壁紙や携帯用待受画像の
ダウンロードサービス。

ZOZOPEOPLE <http://people.zozo.jp/>

ヒト(人)・コト(日記)・モノ(アイテム)に特化した情報発信サイト。

ZOZOQ&A <http://qa.zozo.jp/>

ファッションに関心の高いお客様が質問と回答の投稿を通して、
情報交換ができるファッション掲示板。

ZOZOARIGATO <http://arigato.zozo.jp/>

「人の温かさを呼び起こす」をコンセプトにした「ありがとう」メッセージ
配信サービス。

「ありがとう」のメッセージが1つ投稿される毎に特定非営利活動法人
ワールド・ビジョン・ジャパン (World Vision Japan) へ当社負担で
寄付を実施。



473名

従業員(平均27.9歳)

2,058ブランド

高感度を中心としたファッションブランド

16,237名

株主

スタートトゥデイ企業理念

世界中をカッコよく、世界中に笑顔を。

Make the world a better place and Make people smile all over the place

6,095店

全国ショップ

510万人

ファッション好きのお客様



自社ショップ(旧・ストア企画開発事業)

ZOZOTOWN上にて、39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

受託ショップ(旧・ストア運営管理事業)

ZOZOTOWN上にてユナイテッドアローズやビームス、ZOZOVILLAではマークジェイコブスなど451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

自社EC支援事業(旧・メーカー自社EC支援事業)

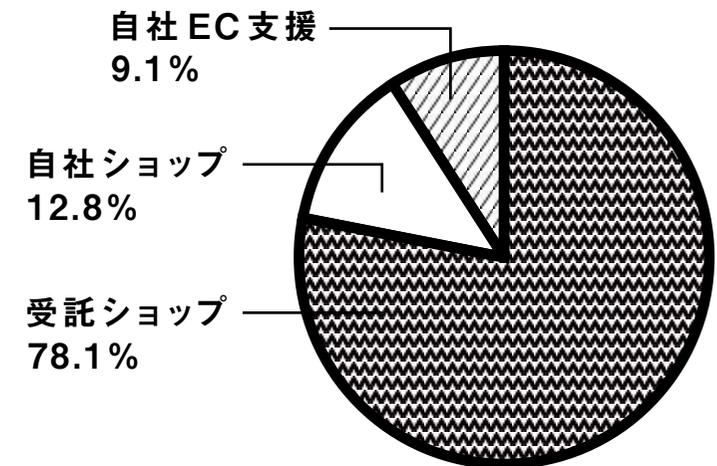
ユナイテッドアローズやオンワードなどの自社ECオンラインショップのサイト開発・運用を受託。

受託数25件

売上高 = 各メーカー商品取扱高 × 受託手数料率

その他

初期出店手数料、有料会員サービス「ZOZOPREMIUM」、提携カード「ZOZOCARD」手数料等



(2012年3月期 新基準ベース)



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。