



START TODAY CO.,LTD.

平成 20 年 3 月期
(平成 19 年 4 月 1 日～平成 20 年 3 月 31 日)

通期決算説明資料

平成 20 年 5 月 14 日

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

1. 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

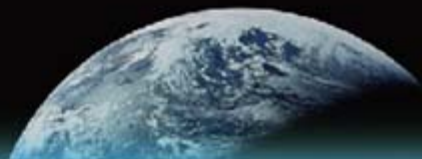
高感度ファッションが事業ドメイン

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



1. 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

- ・全国ファッションショップ3100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
- ・22,000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



1. 事業内容

Outline of business



680ブランド

高感度なファッションブランド

195名

従業員（平均 25.1 歳）

119,200株

株主

企業理念

「世界中をカッコよく、
世界中に笑顔。」

3,100店

全国ショップ

81万人

ファッション好きのお客様



1. 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



2. 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



2. 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



3. 業績

Business Performance



2007年度通期ハイライト

1. 売上高、営業利益ともに大幅に伸長

- ・売上高 8,584 百万円（前年比 41.5%増）
- ・営業利益 1,764 百万円（前年比 114.1%増）

2. 主力EC事業の拡張

- ・会員数の増加
- ・STUSSY 他有力ブランドの獲得
- ・ブランドにおける ZOZO 取扱率の拡大

3. 収益源の多様化

- ・広告枠の販売開始

4. 情報サービスの拡張

- ・ZOZOARIGATO（2007年4月）
- ・ZOZOWALKER（2007年7月）
- ・ZOZOQ&A（2007年10月）
- ・ZOZOGALLERY（2008年3月18日）

5. ZOZO RESORT 運営開始 (2007年10月)

- ・各サービスを統合、再編集
- ・リコメンド等の機能拡張



3. 業績

Business Performance



08/03 通期業績

| | 当事業年度 (自平成19年4月1日 至平成20年3月31日) | | | 08/03 期初 予算達成率(%) | 前事業年度 (自平成18年4月1日 至平成19年3月31日) | |
|-------|-----------------------------------|--------|--------|----------------------|-----------------------------------|--------|
| | 金額(千円) | 百分比(%) | 前年比(%) | | 金額(千円) | 百分比(%) |
| 売上高 | 8,584,565 | 100.0 | 141.5 | 103.8 | 6,068,444 | 100.0 |
| 売上総利益 | 5,117,572 | 59.6 | 153.9 | 103.9 | 3,326,040 | 54.8 |
| 営業利益 | 1,764,087 | 20.5 | 214.1 | 129.2 | 823,838 | 13.6 |
| 当期純利益 | 1,039,434 | 12.1 | 225.3 | 133.6 | 461,399 | 7.6 |

| 事業部門 | | 当事業年度 (自平成19年4月1日 至平成20年3月31日) | | | 08/03 期初 予算達成率(%) | 前事業年度 (自平成18年4月1日 至平成19年3月31日) | |
|------|------------------------|-----------------------------------|--------|--------|----------------------|-----------------------------------|--------|
| | | 金額(千円) | 構成比(%) | 前年比(%) | | 金額(千円) | 構成比(%) |
| EC事業 | ストア企画開発事業 (商品売上高) | 5,771,755 | 67.2 | 126.9 | 105.1 | 4,550,776 | 75.0 |
| | ストア運営管理事業 (受託販売手数料) | 2,685,761 | 31.3 | 180.9 | 101.7 | 1,486,450 | 24.5 |
| その他 | | 127,049 | 1.5 | 407.0 | 92.8 | 31,216 | 0.5 |
| 合計 | | 8,584,565 | 100 | 141.5 | 103.8 | 6,068,444 | 100.0 |

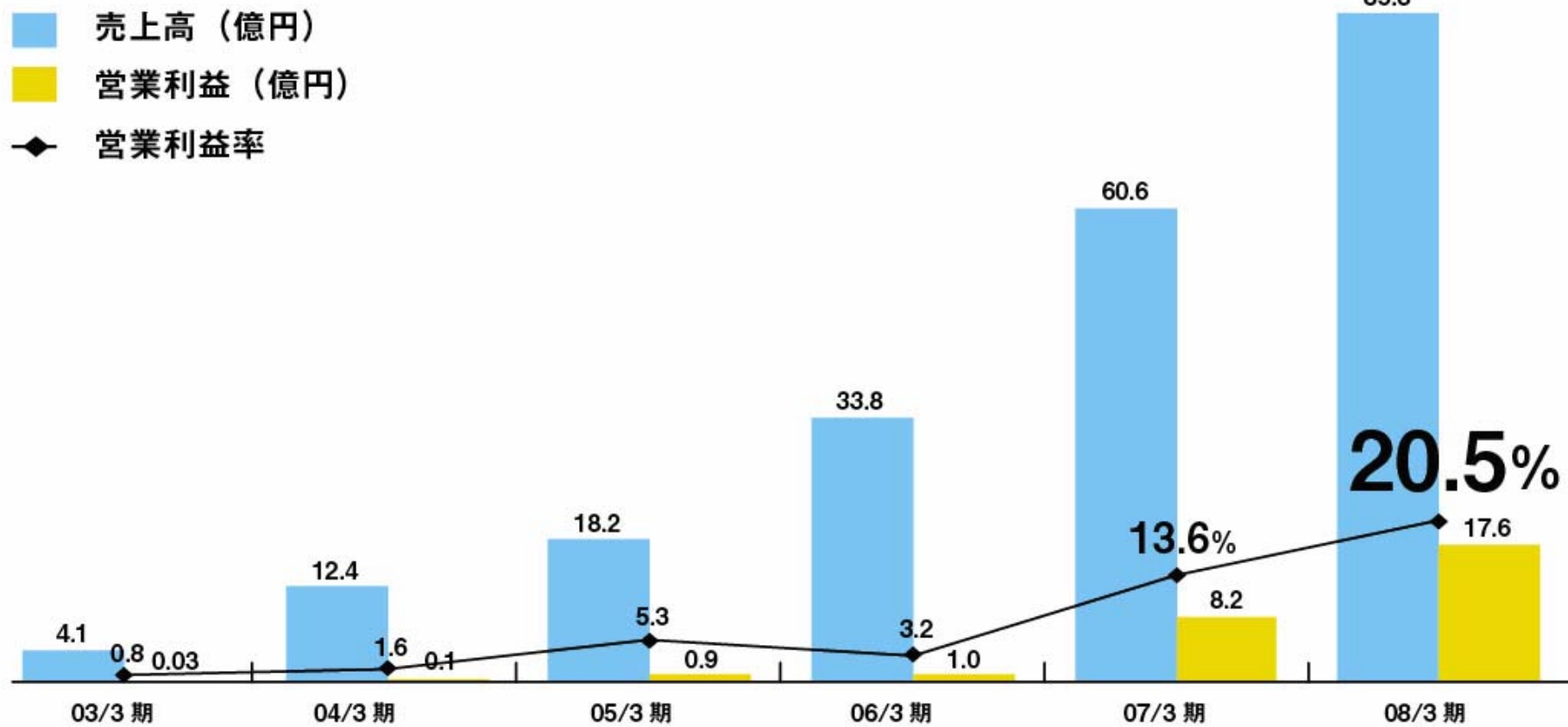
その他の売上高内訳

| 項目 | メディア事業 | カード事業 | その他 |
|---------|--------|--------|--------|
| 売上高(千円) | 83,978 | 31,655 | 11,415 |



3. 業績

Business Performance



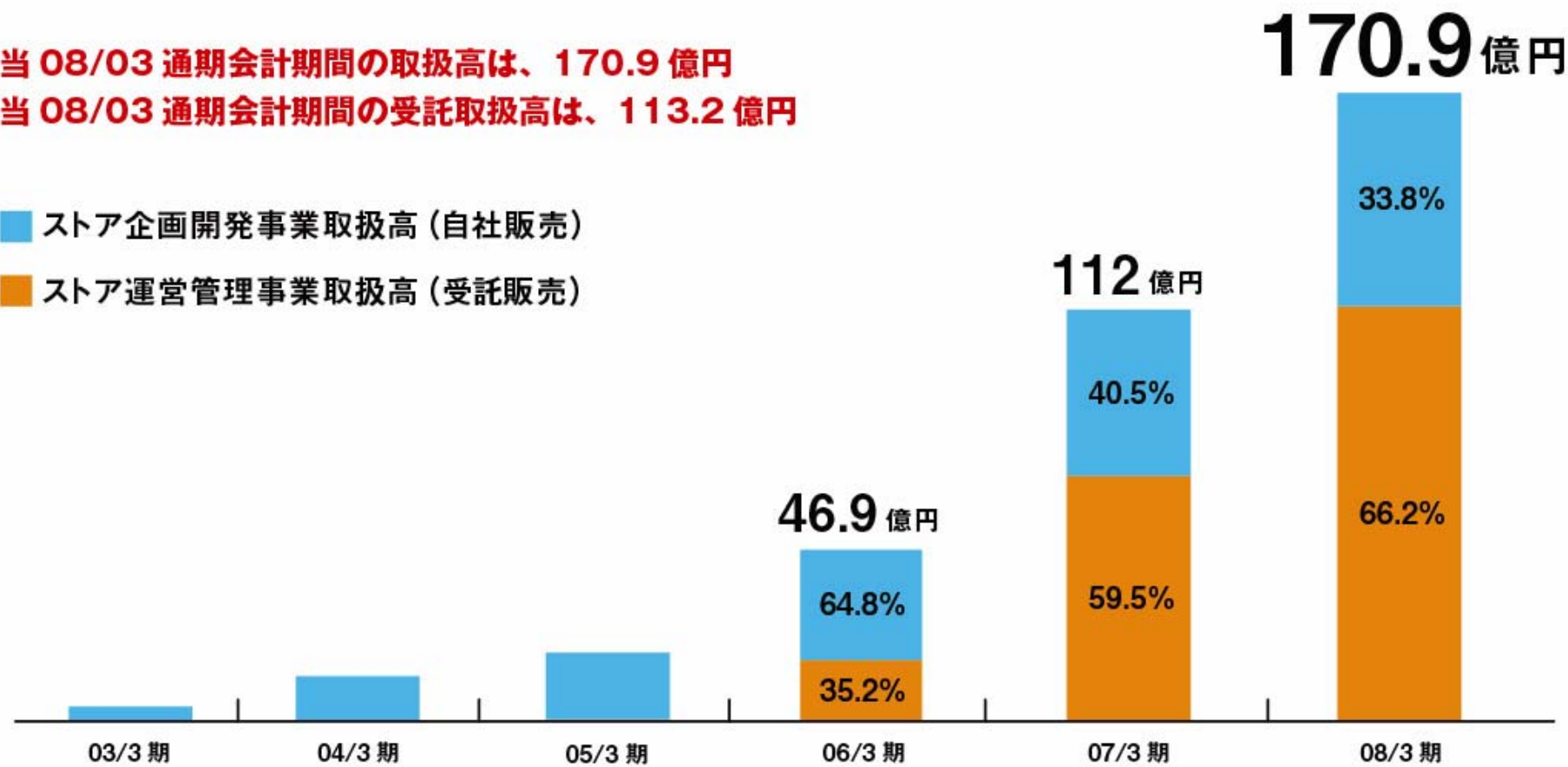
3. 業績

Business Performance



当 08/03 通期会計期間の取扱高は、170.9 億円
当 08/03 通期会計期間の受託取扱高は、113.2 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)

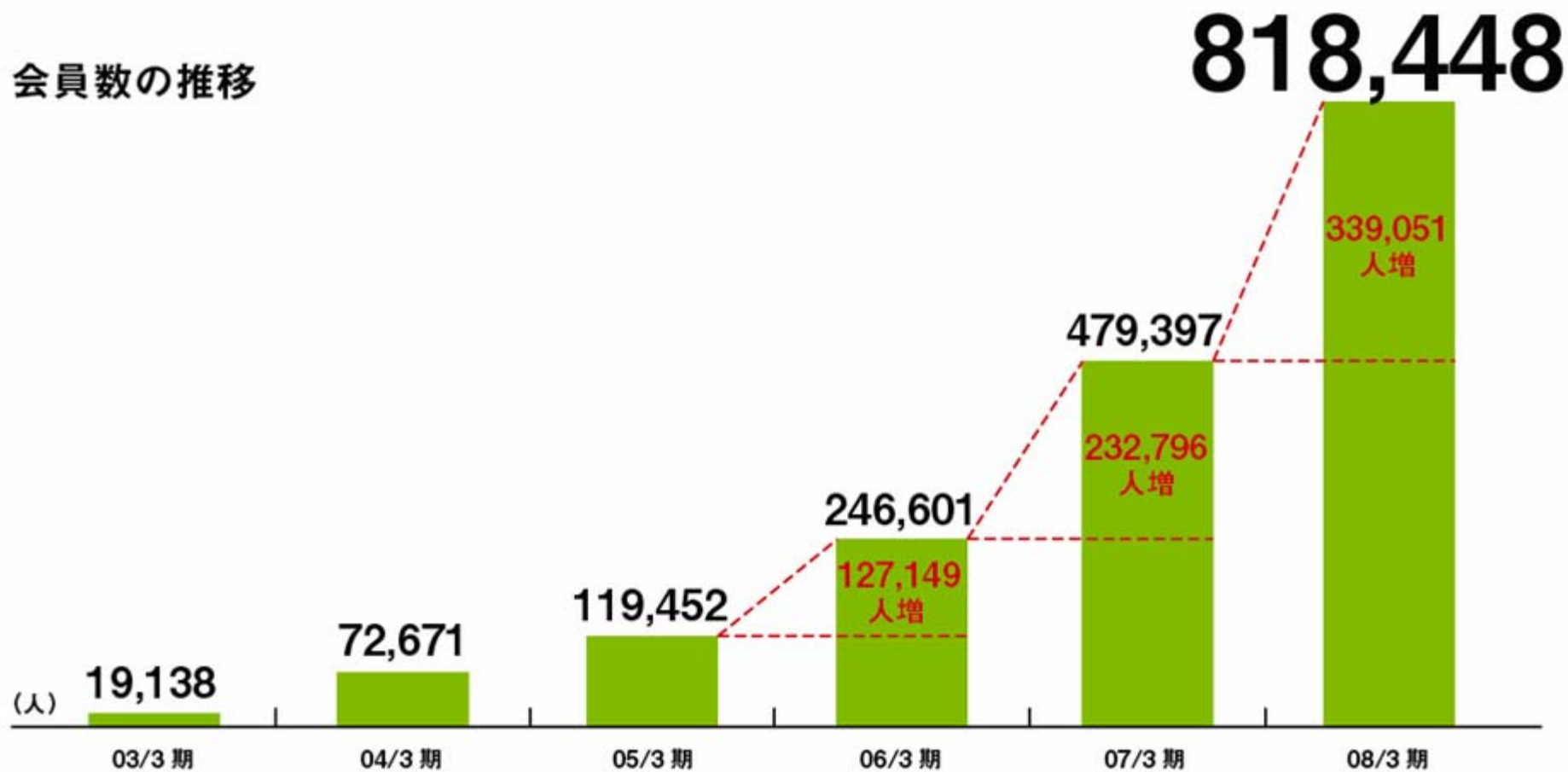


4. ファクトデータ分析

Fact data analysis



会員数の推移

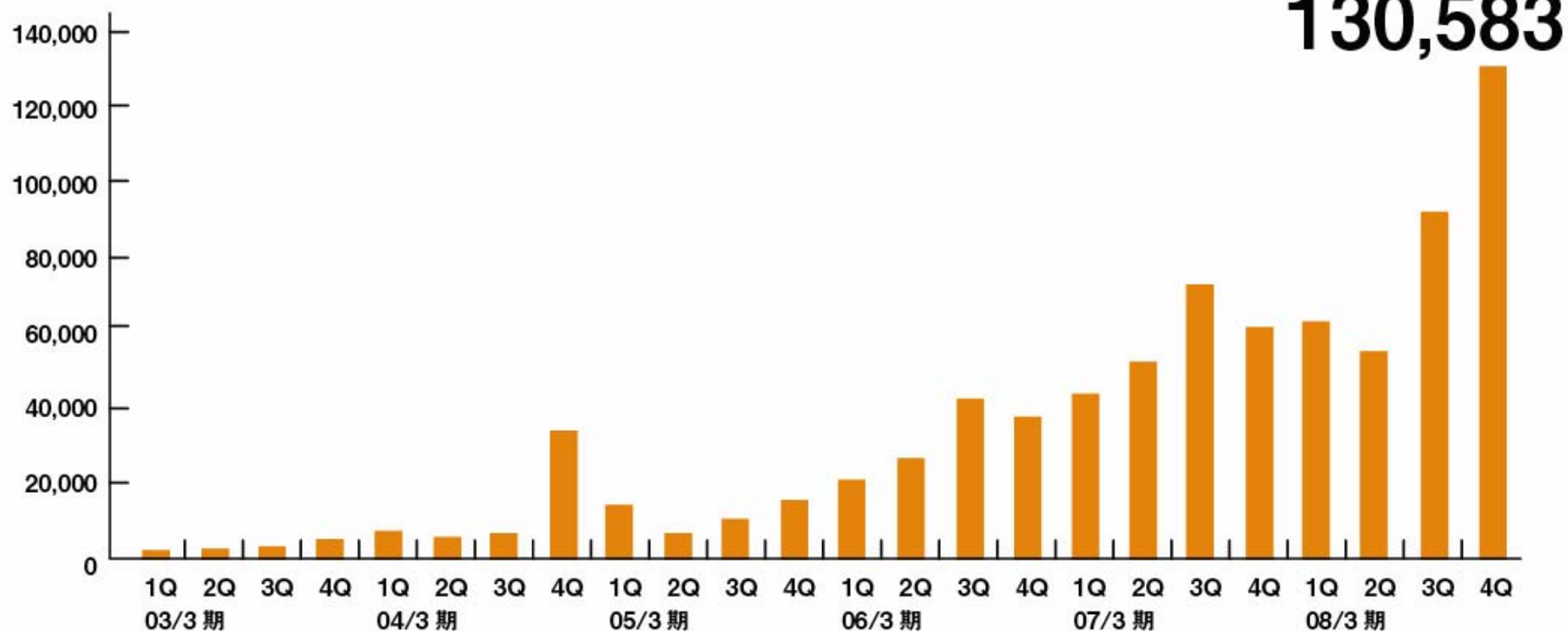


4. ファクトデータ分析

Fact data analysis



四半期毎の純増会員数



4. ファクトデータ分析

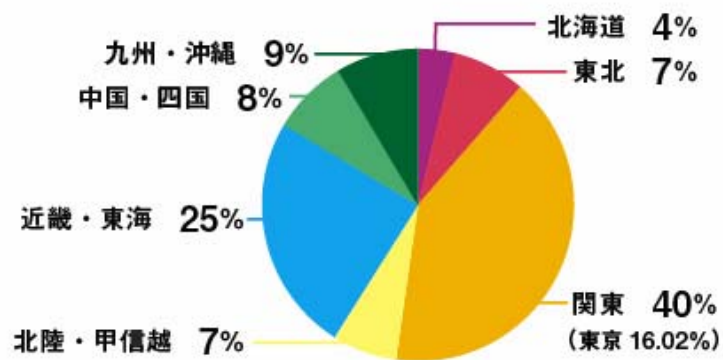
Fact data analysis



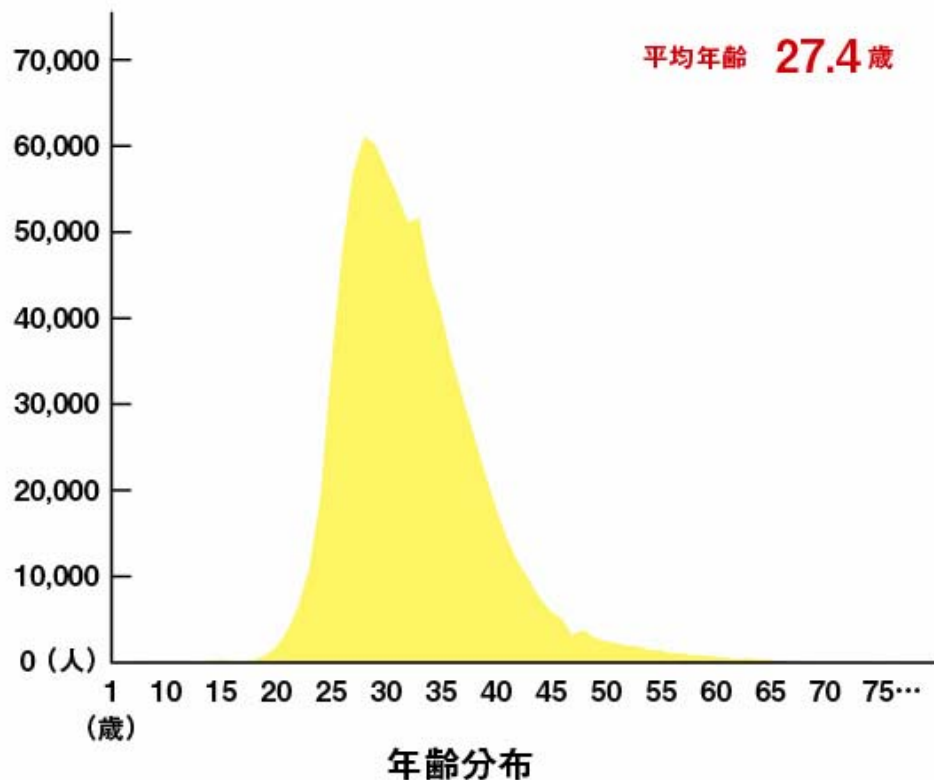
会員属性



男女比

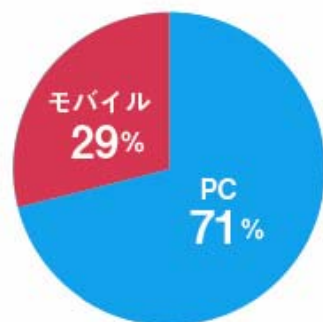


地域分布



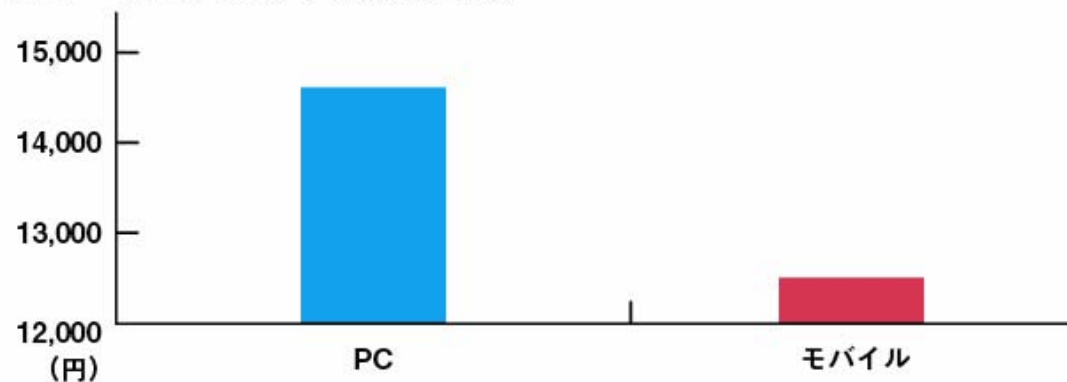
4. ファクトデータ分析

Fact data analysis

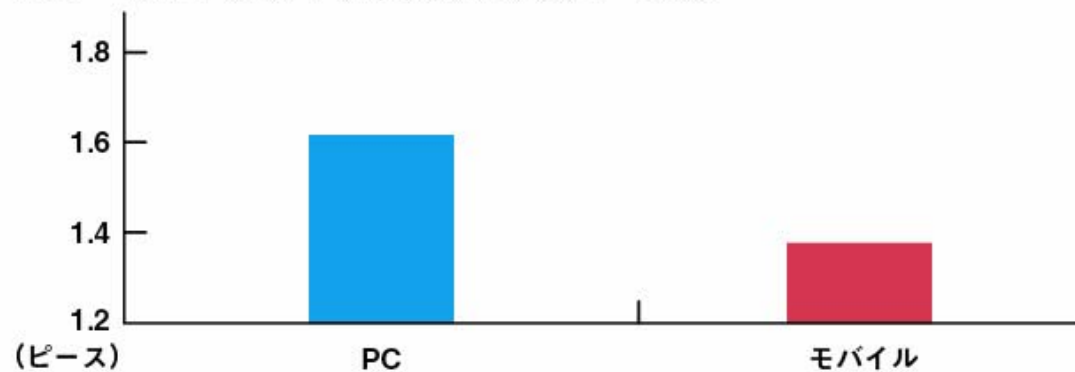


PC・モバイルの売上比

PC・モバイル別平均購入単価



PC・モバイル別1注文あたりのピース数

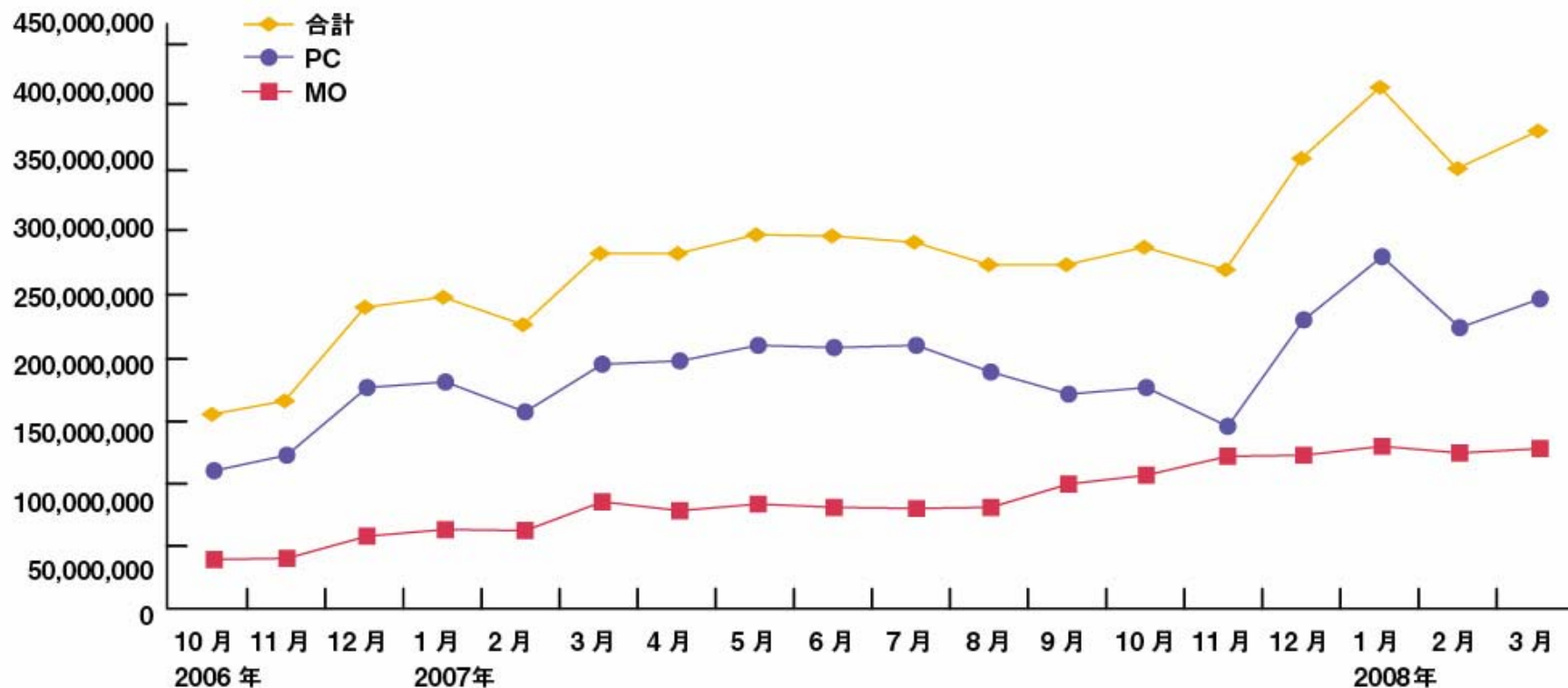


4. ファクトデータ分析

Fact data analysis



PV 数 (全体)



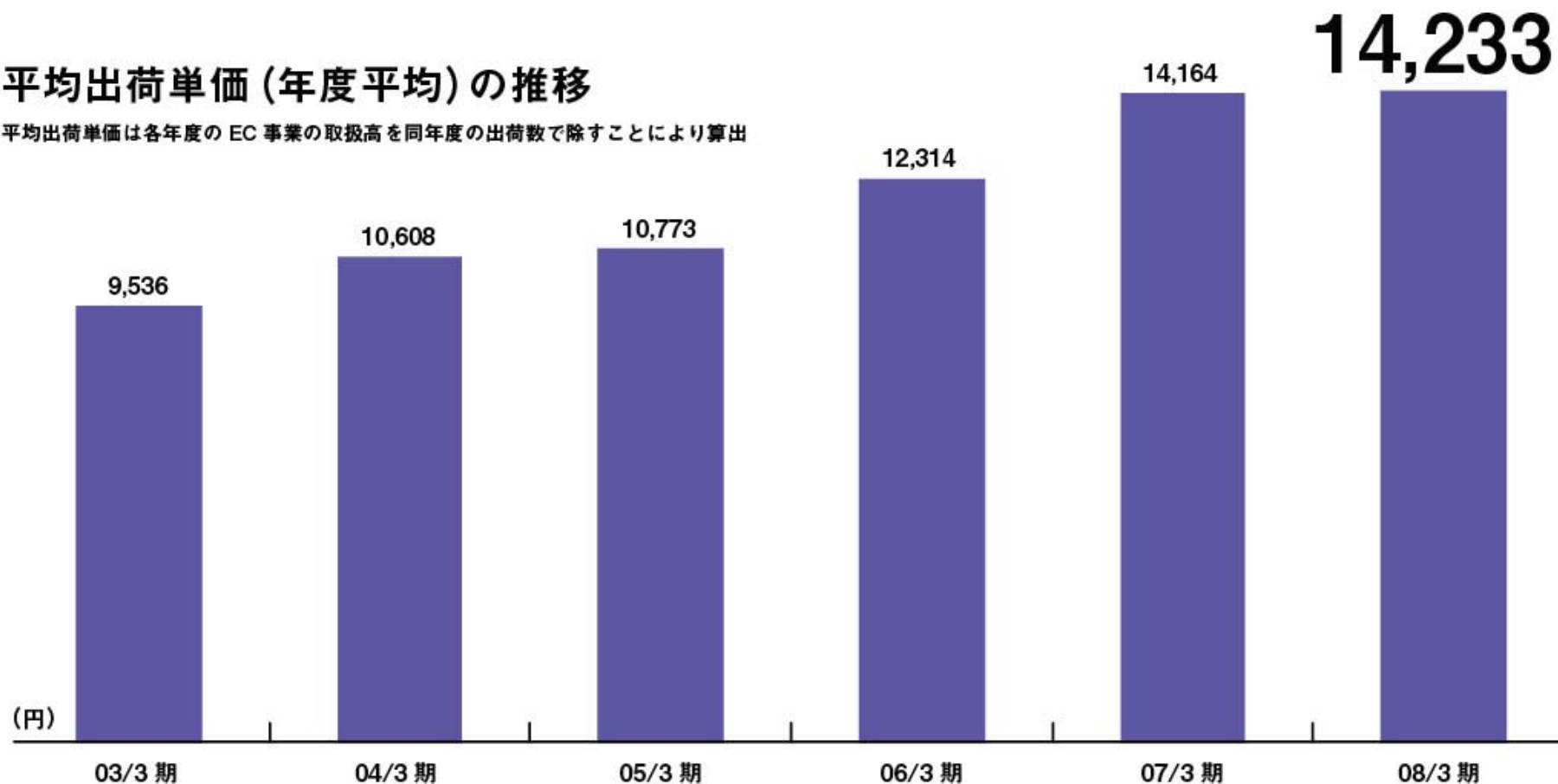
4. ファクトデータ分析

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

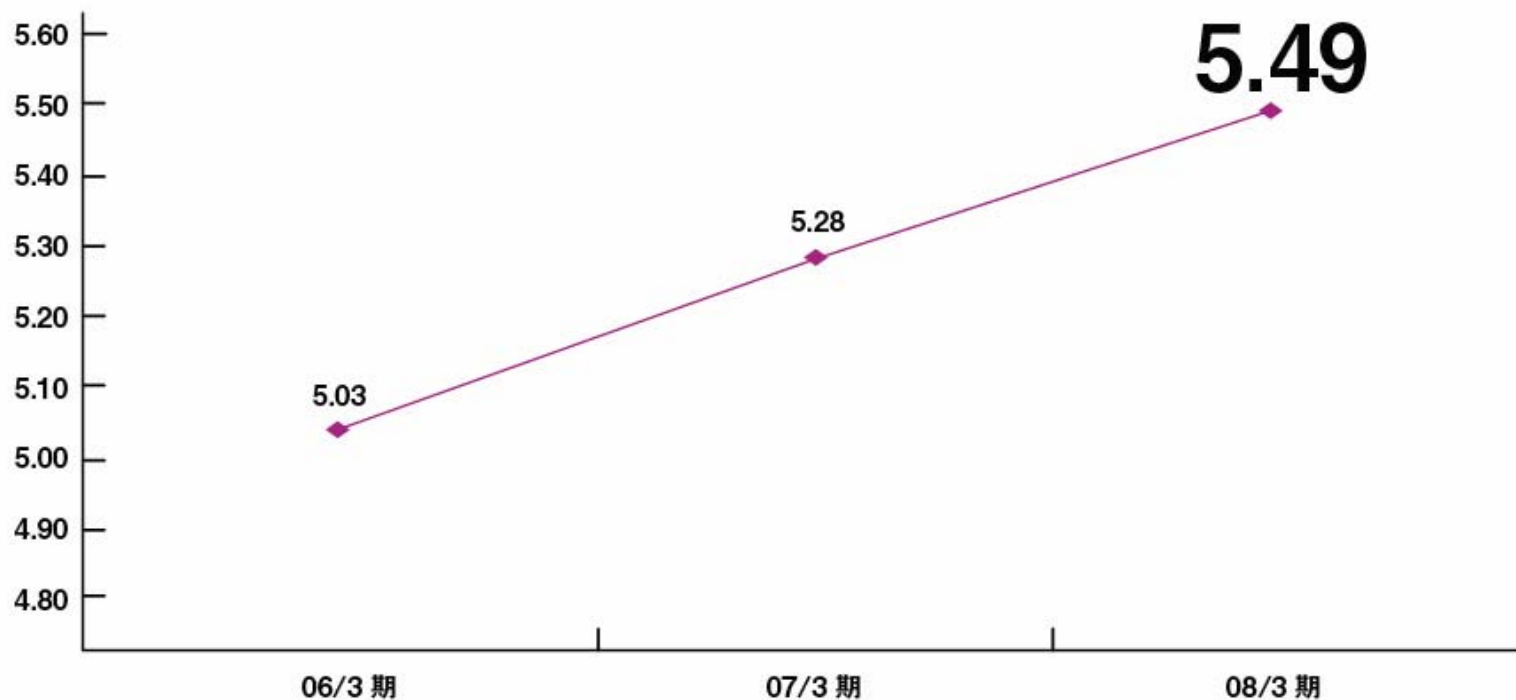


4. ファクトデータ分析

Fact data analysis



購入会員 1 人当たりの年間購入ピース数

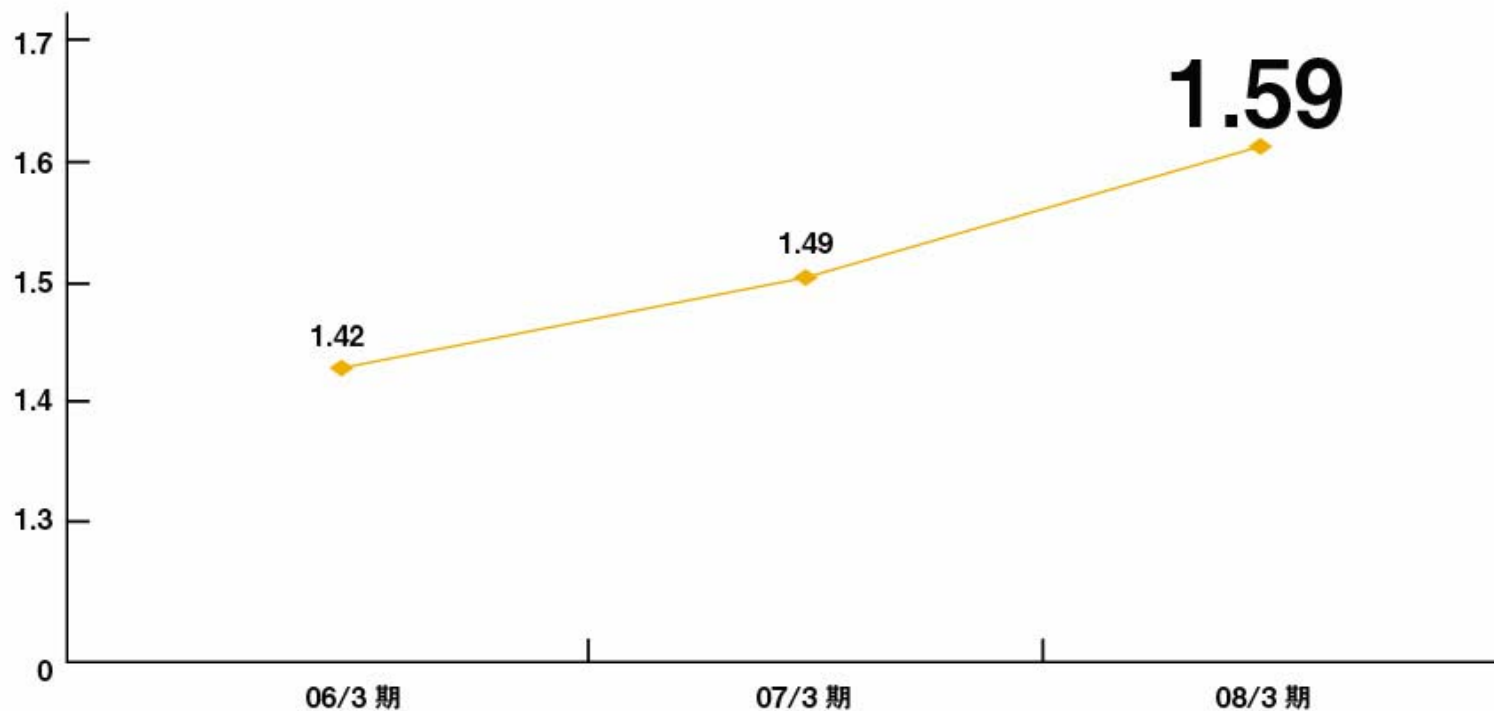


4. ファクトデータ分析

Fact data analysis



1 注文当たりの平均ピース数

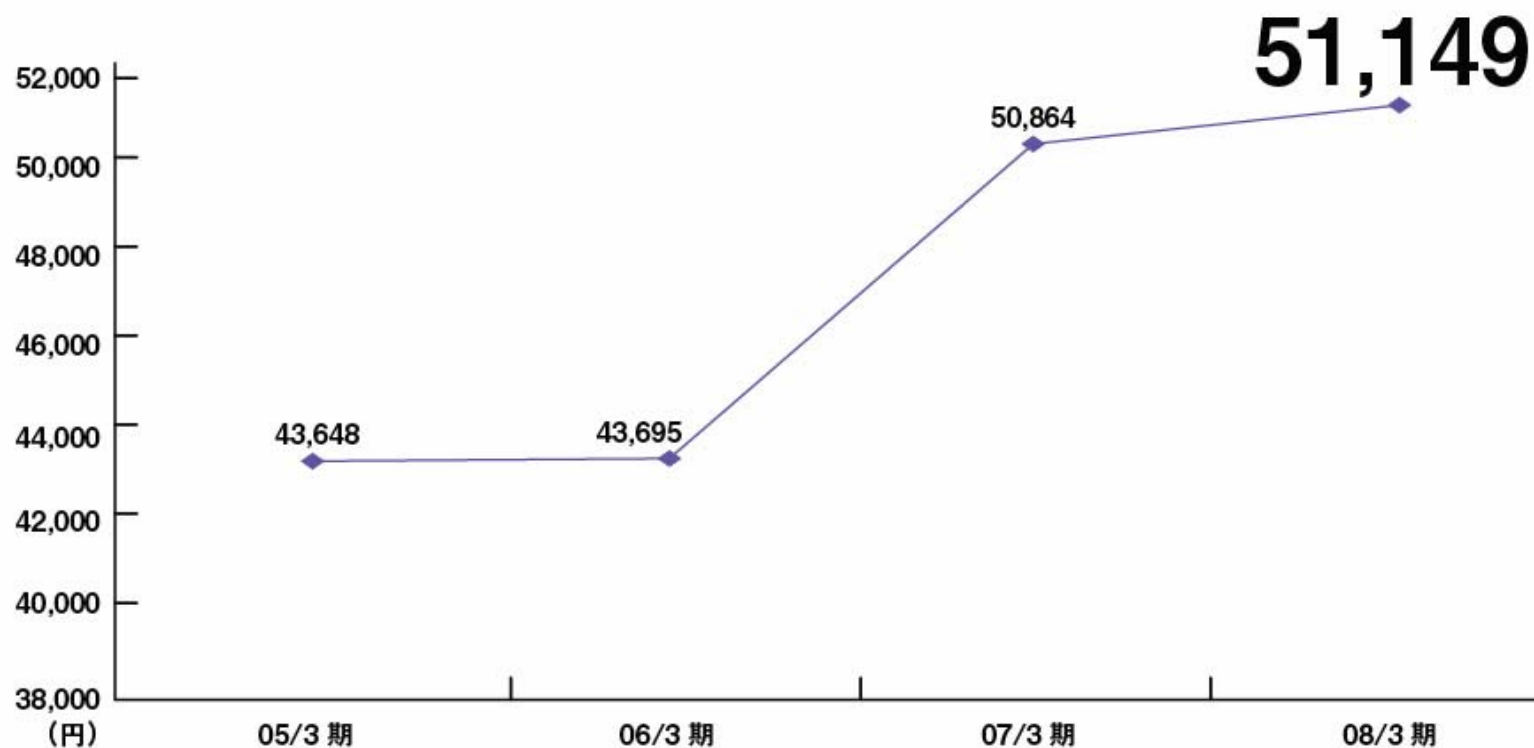


4. ファクトデータ分析

Fact data analysis



購入会員の1人当たり年間平均購入金額

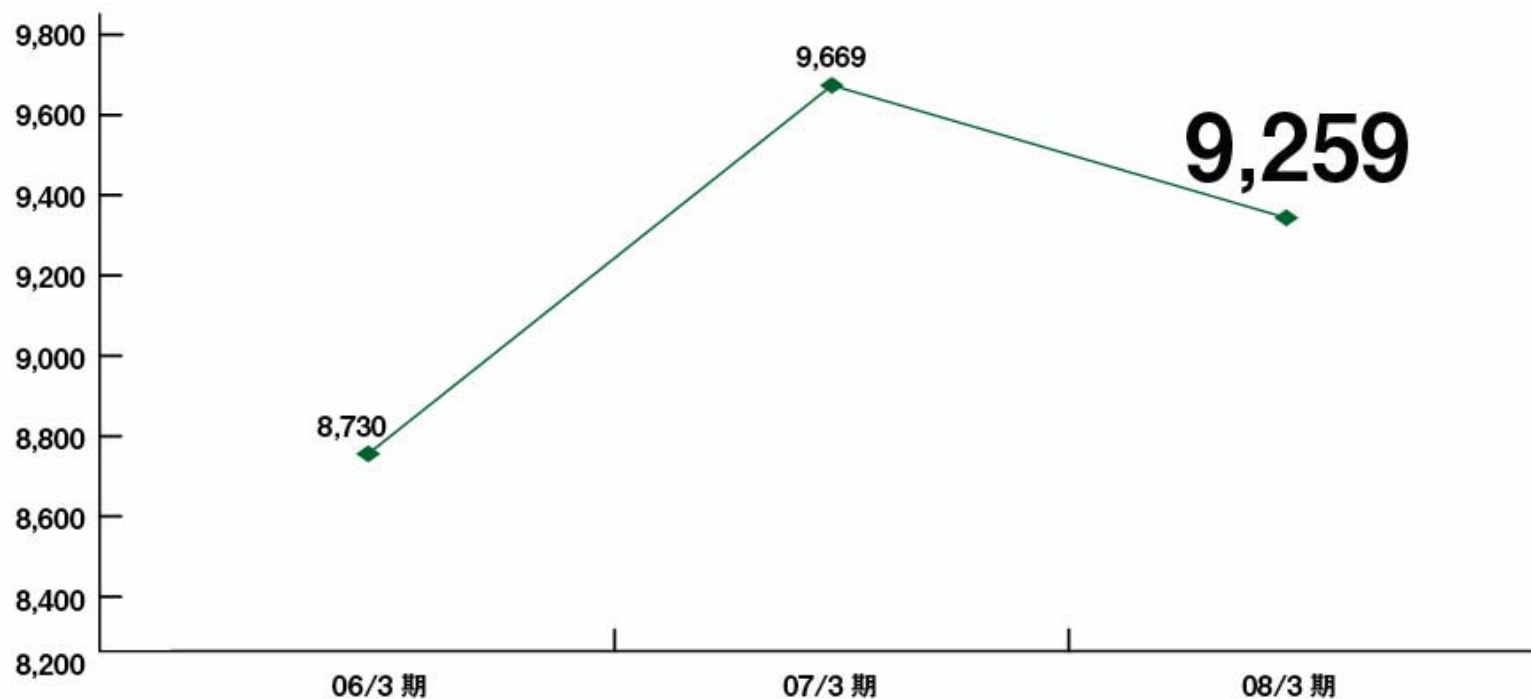


4. ファクトデータ分析

Fact data analysis



1ピース当たり単価（円）

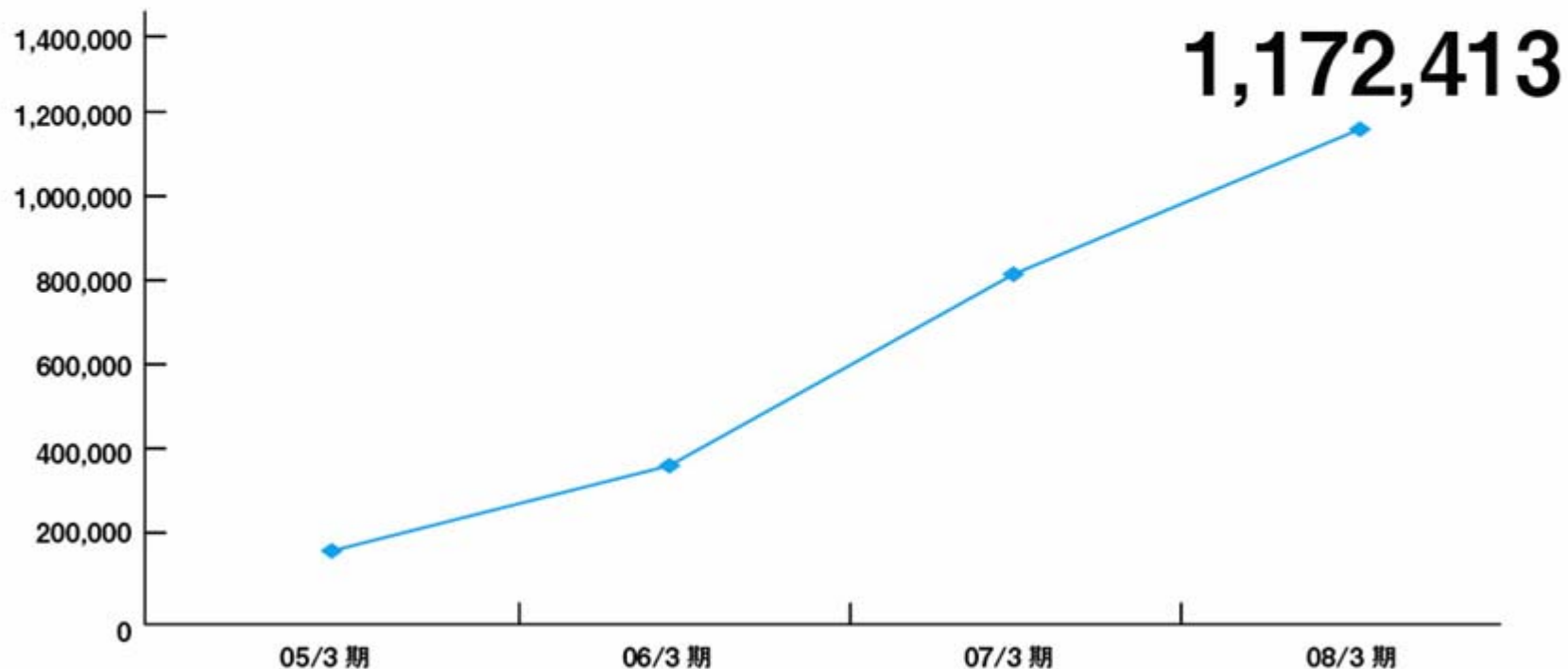


4. ファクトデータ分析

Fact data analysis



出荷件数推移



5.09/3 期業績予想



09/3期業績予想・配当金

| | | 成長率 (%) |
|---------------|------------|---------|
| 売上高 | 103.0 億円 | 20.0 |
| 営業利益 | 20.6 億円 | 16.8 |
| 経常利益 | 20.6 億円 | 19.4 |
| 当期純利益 | 11.5 億円 | 10.6 |
| 1株当たり当期純利益 | 9,647.65 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) | 34.3 億円 | 28.1 |
| その他 | | 2.6 億円 | 108.4 |
| 合計 | | 103.0 億円 | 20.0 |

5. 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

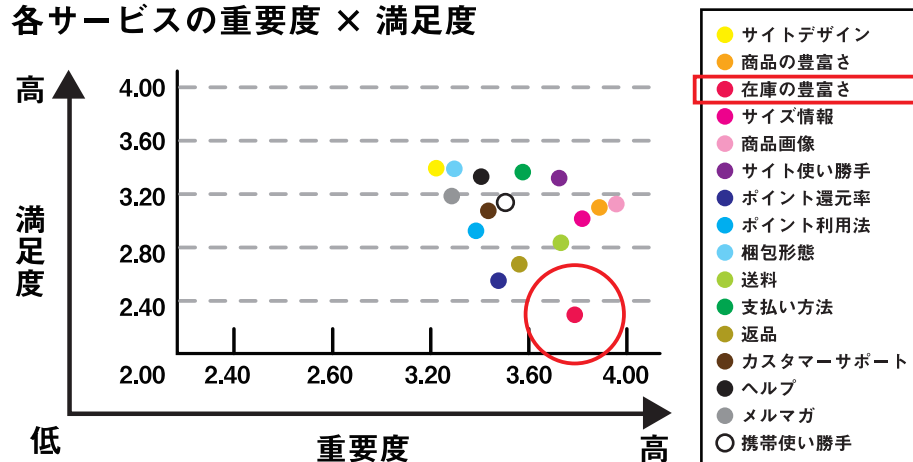
- ・ ZOZOTOWN における取扱ブランドの拡大にはショッピングモール
としての ZOZO ブランドとの適合性の観点から制約あり。



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



6. 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

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. 収益モデルの多角化 (BtoB型事業)

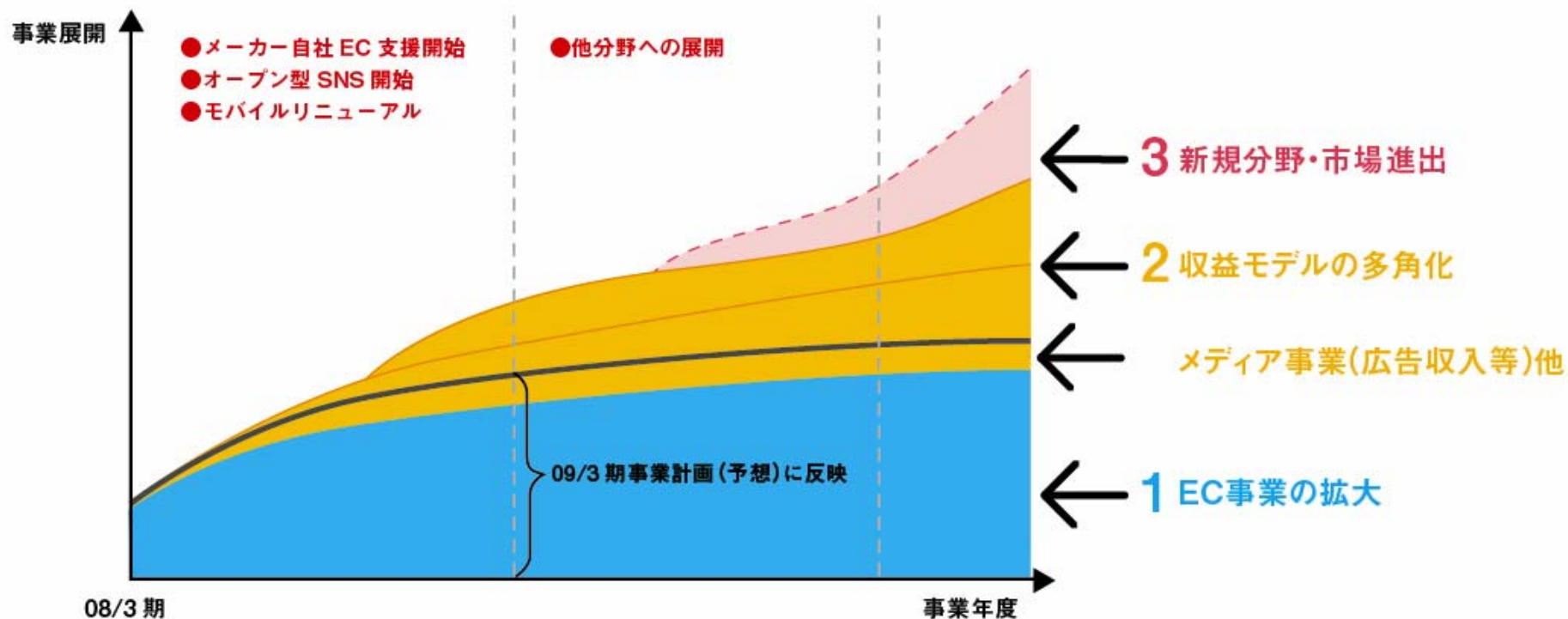


3. 新規分野・市場進出



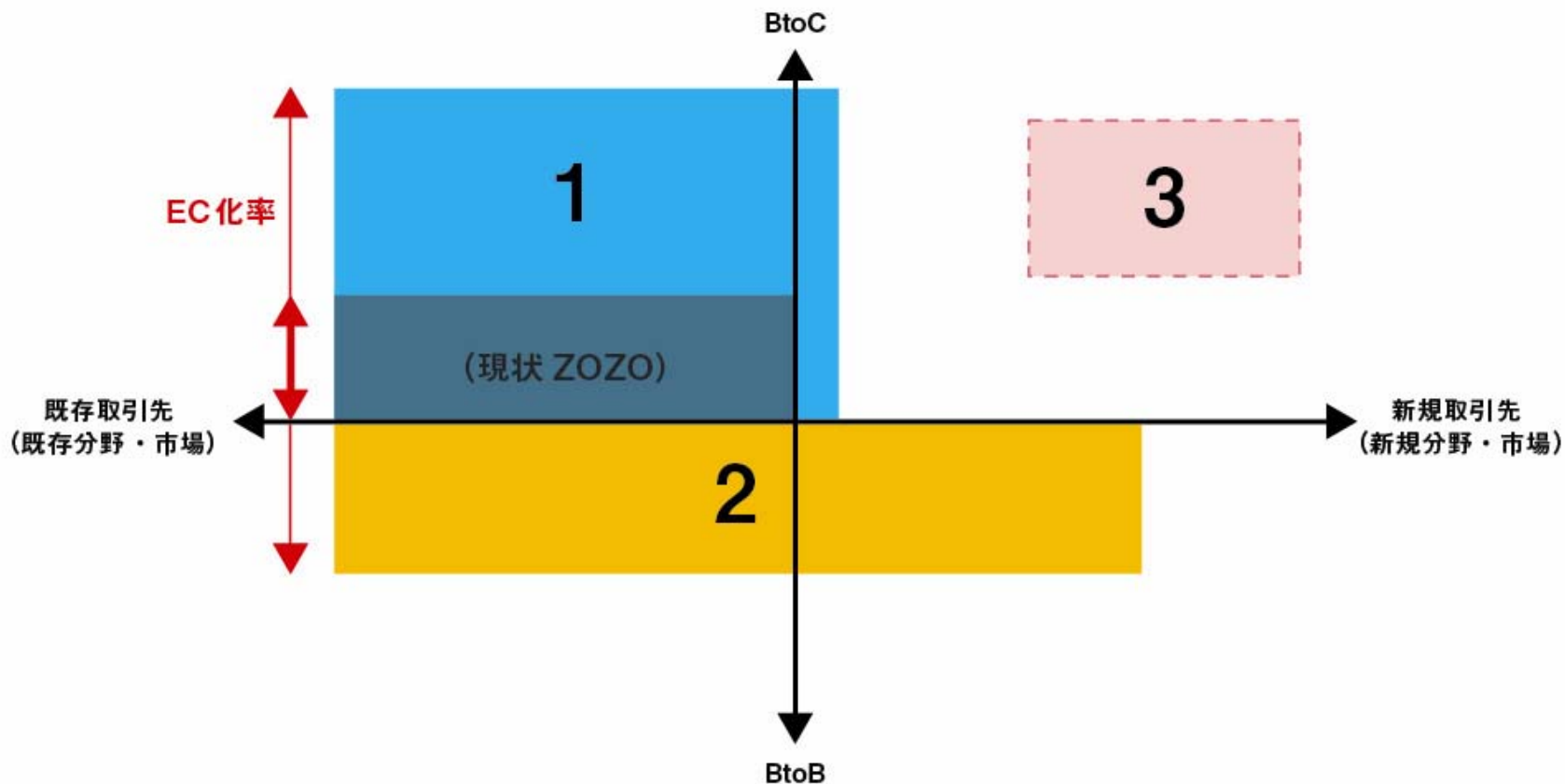
6. 今後の戦略

A future strategy



6. 今後の戦略

A future strategy



6. 今後の戦略

A future strategy



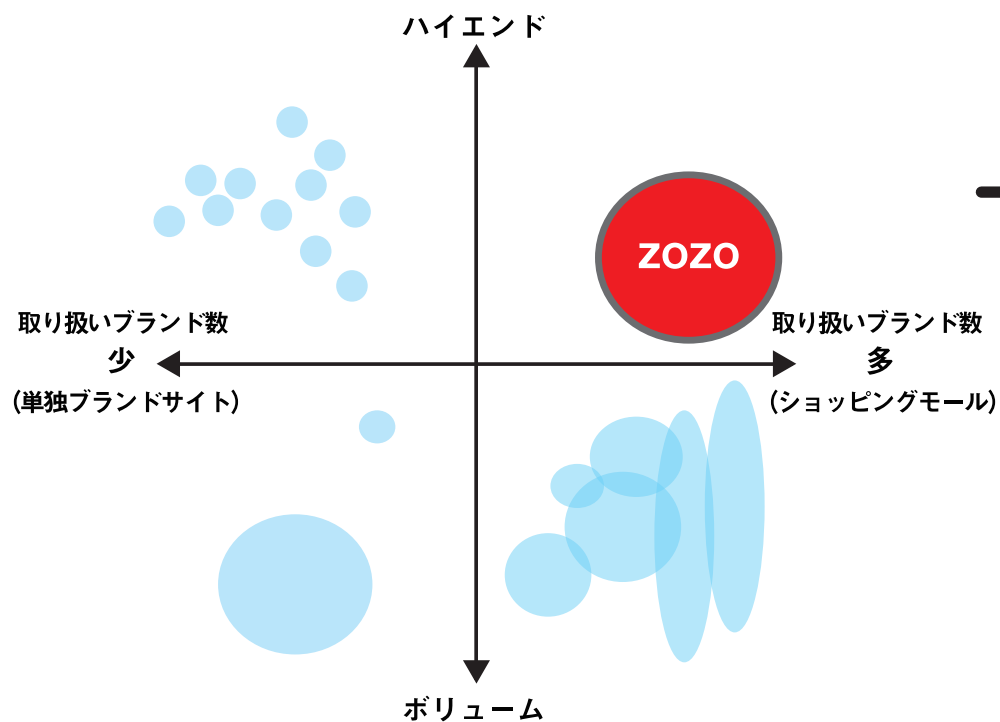
アパレルEC市場における当社のポジショニング

縦軸：ブランド軸

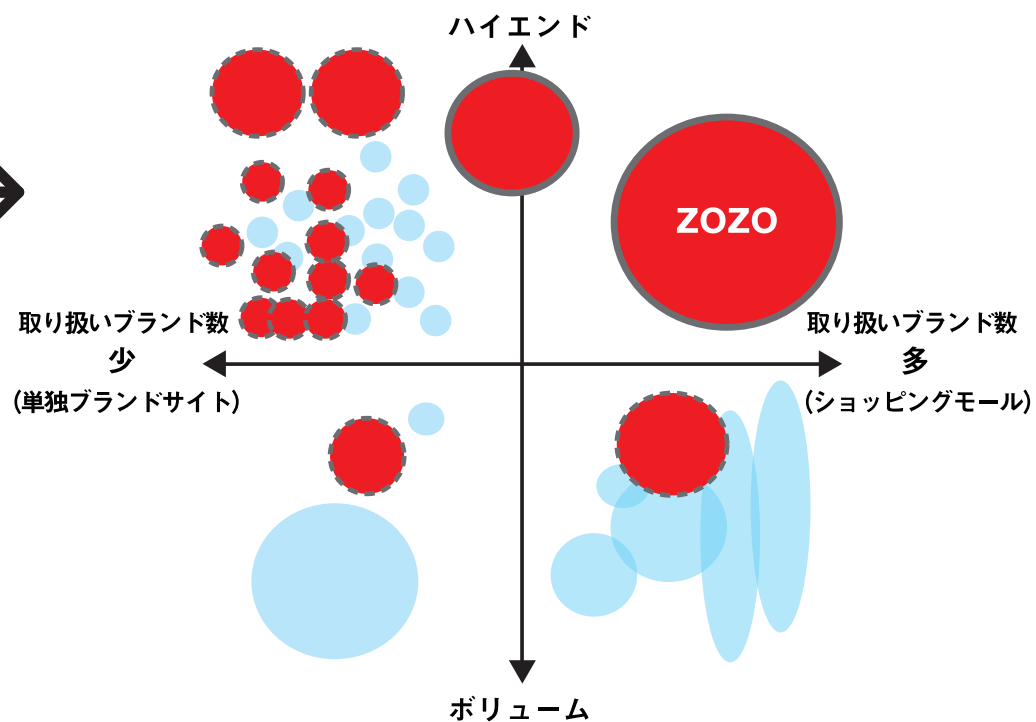
横軸：ECサイトの特性（取扱ブランド数）

○ BtoC ○ BtoB

アパレル EC 市場（現状）



アパレル EC 市場（将来）



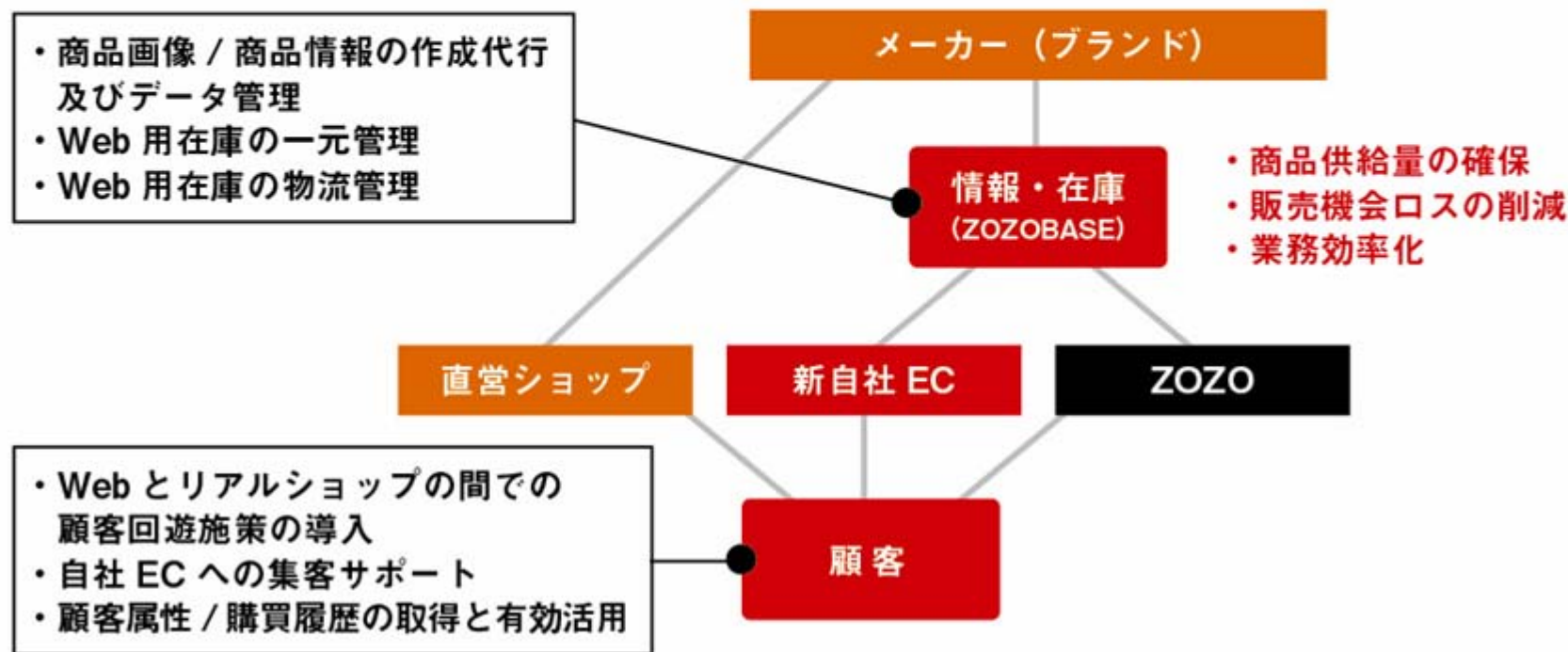
6. 今後の戦略

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…



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。

