
2011年3月期
第1四半期決算説明資料

(2010年4月1日～2010年6月30日)

スタイライフ株式会社

(大証ヘラクレス3037)

<http://www.stylife.co.jp>

Contents

I. 2011年3月期 第1四半期決算の概要	P.2
■2011年3月期 第1四半期連結決算の概要	P.3
■2011年3月期 第1四半期連結業績推移(四半期毎)	P.4
■2011年3月期 第1四半期連結決算:事業別セグメントの状況	P.5
■連結貸借対照表	P.6
■連結キャッシュ・フロー	P.7
II. ファッションコマース事業における顧客動向に関する指標	P.8 ~12
III. 2011年3月期 連結業績の見通し	P.13
■2011年3月期 連結業績予想	P.14
■2011年3月期 事業別の施策	P.15 ~20
■中期目標について	P.21
IV. 主な財務指標の推移	P.22
■連結財務指標の推移	P.23
■個別財務指標の推移	P.24
V. (ご参考)スタイライフグループの主要サービス	P.25~30

I . 2011年3月期 第1四半期決算の概要

2011年3月期 第1四半期連結決算の概要

■ 第1四半期会計期間(4月1日～6月30日)

単位:百万円

	2010年3月期		2011年3月期		前年 同期比
	1Q	構成比	1Q	構成比	
売上高	1,654	100.0%	2,017	100.0%	121.9%
売上総利益	703	42.5%	772	38.3%	109.8%
営業利益	△81	—	△52	—	—
経常利益	△74	—	△55	—	—
四半期純利益及び純損失(△)	△87	—	△37	—	—

※ 売上総利益は、返品調整後の金額です。

■ (ご参考)個別:第1四半期会計期間(4月1日～6月30日)

単位:百万円

	2010年3月期		2011年3月期		前年 同期比
	1Q	構成比	1Q	構成比	
売上高	1,212	100.0%	1,578	100.0%	130.2%
売上総利益	453	37.4%	525	33.3%	115.8%
営業利益	△80	—	△44	—	—
経常利益	△77	—	△44	—	—
四半期純利益及び純損失(△)	△79	—	△28	—	—

※ 売上総利益は、返品調整後の金額です。

◇ 業績に関するポイント

【売上】前年同期比121.9%

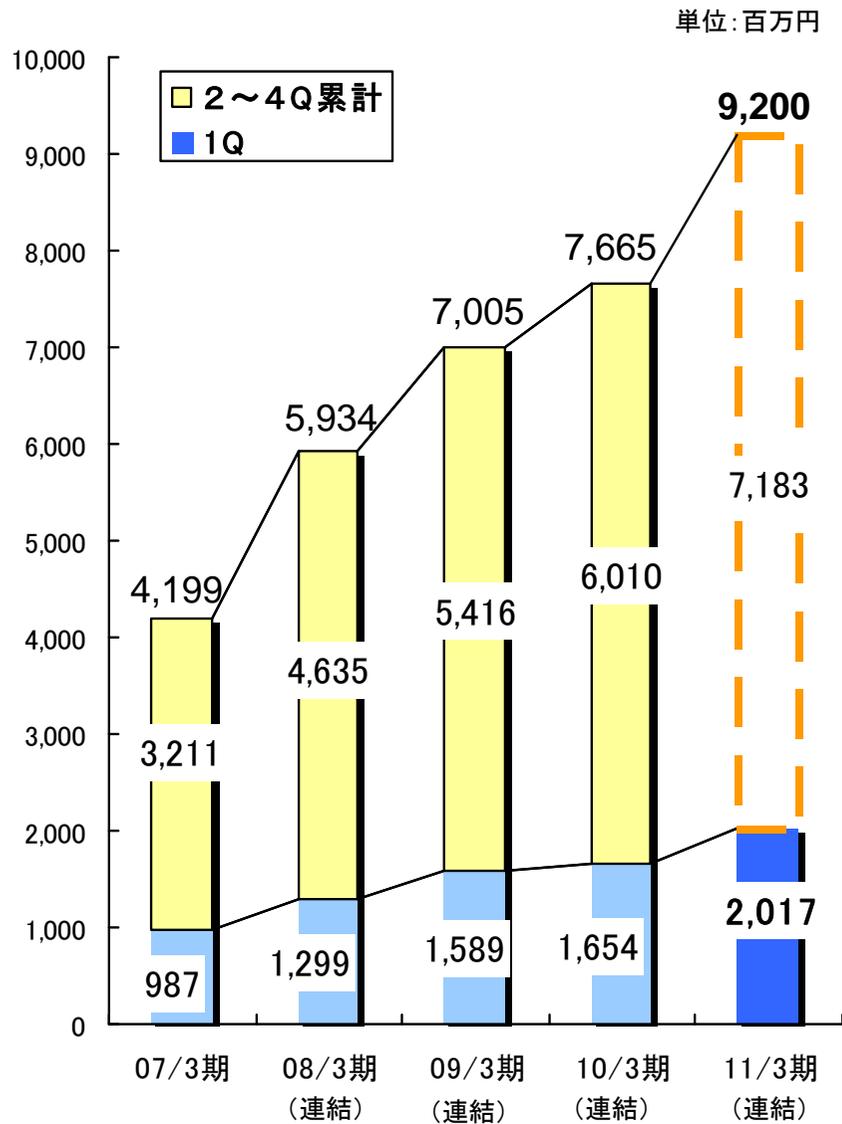
- ①ファッションECサイト『au one Brand Garden』の期初より業績に寄与。
- ②ファッション通販雑誌『大人Look!s』本年5月に発行による収益機会の拡大。
- ③コスメ『豆腐の盛田屋』シリーズのプロモーション強化による新規顧客獲得による売上増収。

【利益】先行投資の回収を進め、利益改善を促進

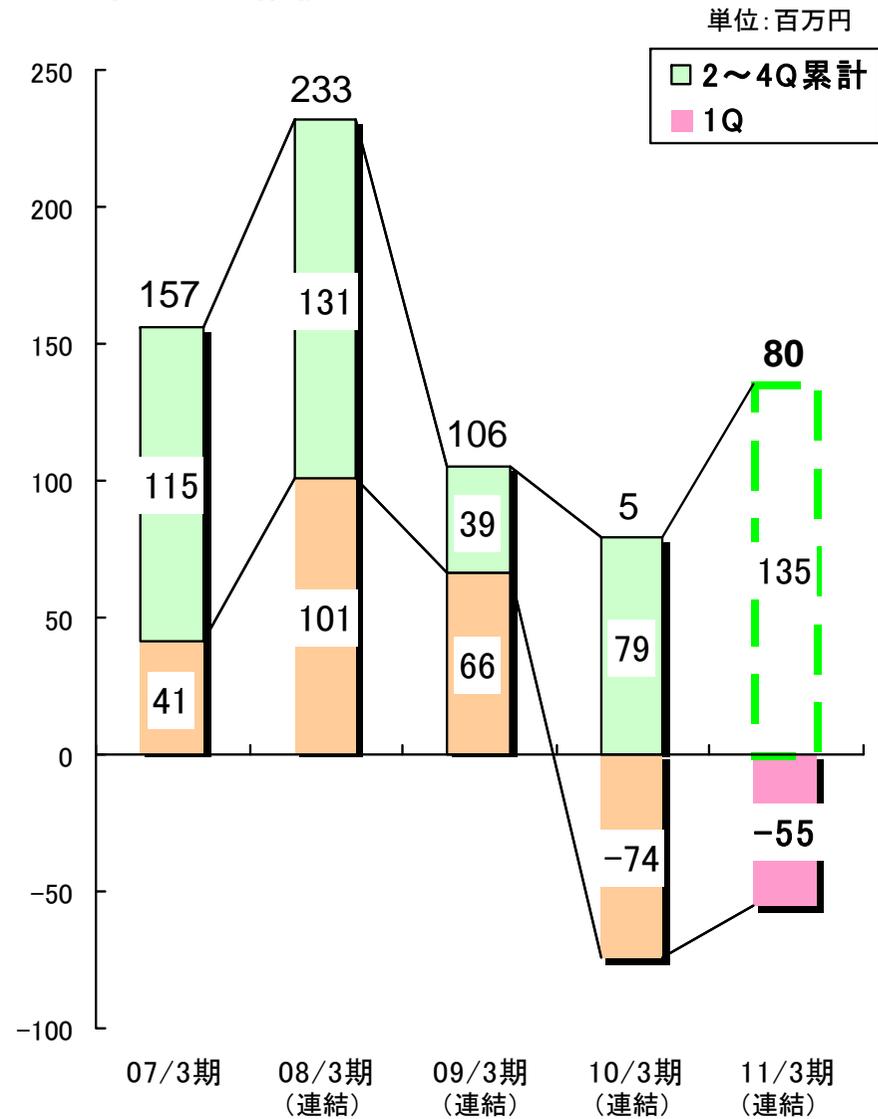
- ①『au one Brand Garden』などに対するシステム関連費用(減価償却費・保守費用)が20百万円増加。
- ②物流部門の内製化等により、人件費が15百万円増加。

2011年3月期 第1四半期連結業績推移

■ 売上高推移



■ 経常利益推移



2011年3月期 第1四半期連結決算:事業別セグメントの状況

■ 第1四半期会計期間(4月1日～6月30日)

単位:百万円

		ファッション コマー ス	コ ス メ	生 活 雑 貨	そ の 他	連 結
2010年3月期 1Q	売上高	1,202	221	216	14	1,654
	営業利益	△80	△23	22	0	△81
2011年3月期 1Q	売上高	1,572	250	189	5	2,017
	営業利益	△48	△7	4	△1	△52
前年同期比	売上高	130.8%	113.0%	87.3%	39.5%	121.9%
	営業利益	—	—	21.6%	—	—

(注) 売上高は外部顧客に対する売上高で、セグメント間の内部売上高又は振替高を相殺消去しております。

なお、生活雑貨事業には、ノーマディック株式会社の連結子会社化に伴い発生したのれんの償却費3百万円を計上しております。

コスメ事業には、株式会社ハイマックスの連結子会社化に伴い発生したのれんの償却費3百万円を計上しております。

◇ 業績に関するポイント

●ファッションコマース事業(売上: ↑増収、利益: ↑改善)

『大人Look!s 夏号』(5月発行)、『au one Brand Garden』による業績寄与。

●コスメ事業(売上: ↑増収、利益: ↑改善)

プロモーション強化で新規顧客の獲得が順調に進む。

●生活雑貨事業(売上: ↓減収、利益: ↓減益)

個人消費低迷の影響から既存卸先への売上が伸び悩むも、新規取引先の開拓促進、EC事業強化により概ね計画どおり推移。

●その他(売上: ↓減収、利益: ↓減益)

通信販売支援事業の受託が減少。

2011年3月期 第1四半期連結貸借対照表

単位:百万円

	2010年3月末	2011年6月末	増減
流動資産合計	2,742	2,555	△187
固定資産合計	2,159	2,163	3
有形固定資産	213	221	7
無形固定資産	860	850	△9
投資その他の資産	1,085	1,091	5
繰延資産	—	—	—
資産合計	4,902	4,718	△183
流動負債	2,128	2,048	△79
固定負債	418	384	△34
負債合計	2,547	2,432	△114
純資産	2,355	2,286	△69
負債・純資産合計	4,902	4,718	△183
自己資本比率	48.0%	48.5%	0.4 ポイント

◇ 増減ポイント

<流動資産の減少>

借入金の返済及び商品仕入等により、現金及び預金が226百万円減少。

<純資産の減少>

四半期順損失:37百万円

配当金:24百万円

2011年3月期 第1四半期連結キャッシュ・フロー計算書

単位:百万円

	2010年3月期 第1四半期	2011年3月期 第1四半期
現金等の期首残高	652	775
現金等の増減額	121	△226
営業活動によるCF	△83	△29
投資活動によるCF	△40	△31
財務活動によるCF	246	△165
現金等の期末残高	773	548

◇ キャッシュフローの状況

<営業活動によるキャッシュ・フロー>

税金等調整前四半期純損失 △56百万円

たな卸し資産の増減額 △132百万円

減価償却費 36百万円

返品調整引当金繰入額 44百万円

未収入金の減少 54百万円

<投資活動によるキャッシュ・フロー>

無形固定資産の取得による支出 △19百万円

<財務活動によるキャッシュ・フロー>

短期借入金の純減額 △100百万円

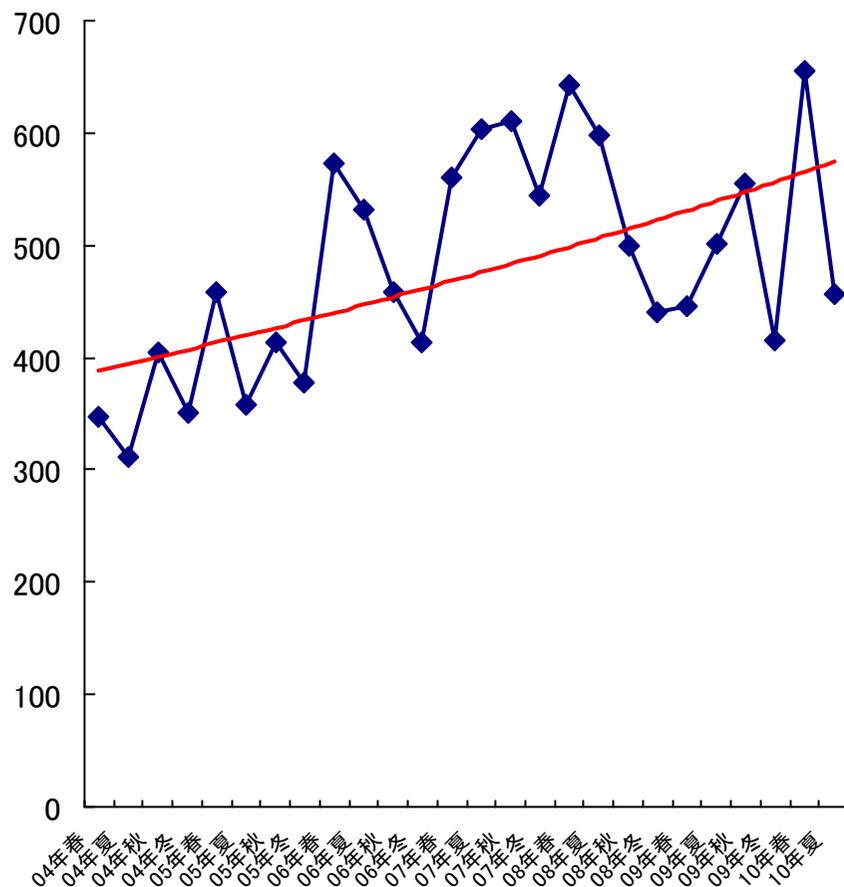
長期借入金の返済による支出 △34百万円

配当金の支払額 △24百万円

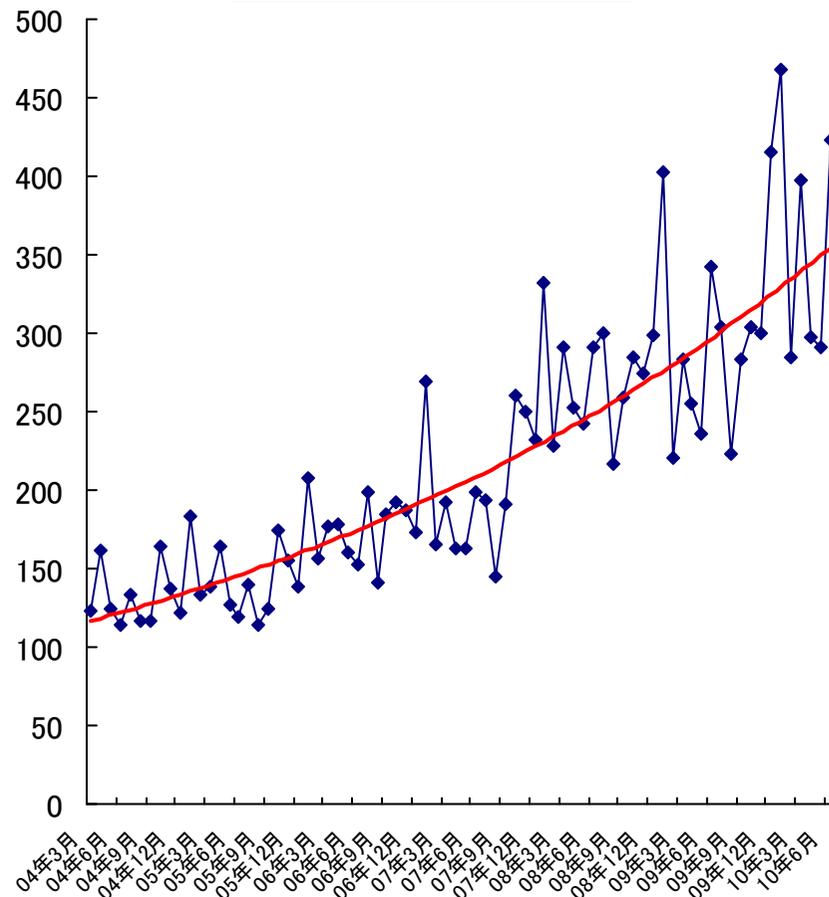
Ⅱ. ファッションコマース事業における顧客動向に関する指標

受注実績の推移(ファッションコマース事業)

Look!s事業部季刊別受注実績 単位:百万円



ネット事業部月間受注実績 単位:百万円



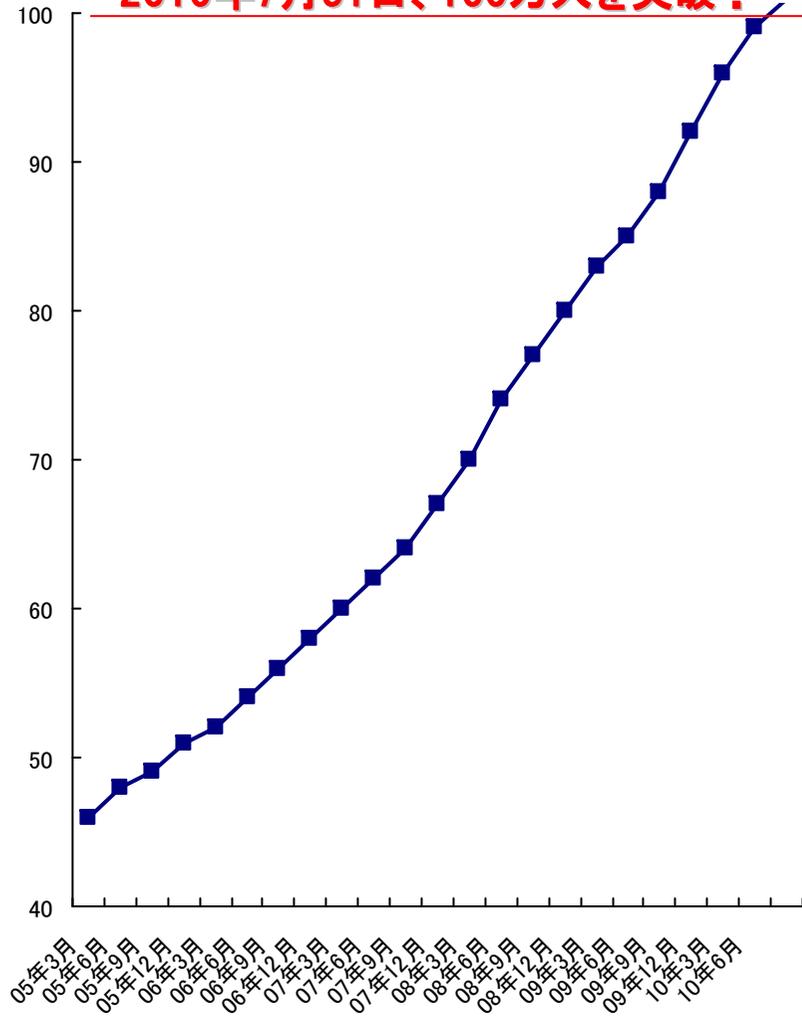
- (注) 1. Look!s受注実績は、各号発売後、90日間の受注実績です。但し、2010年夏の50号については、60日間の受注実績です。
 2. Pari book(2006年2月発行号)、大人Look!s(2007年2月以降、2月及び10月発行号)は、それぞれ折半して対象季節に合算しております。
 なお、2010年春より、大人Look!sを年4回発行の季刊誌としたことに伴い、対象の季節に合算しております。
 3. ブランドブックは、対象季節に調整して合算しております。

顧客会員数の推移(ファッションコマース事業)

顧客会員数の推移

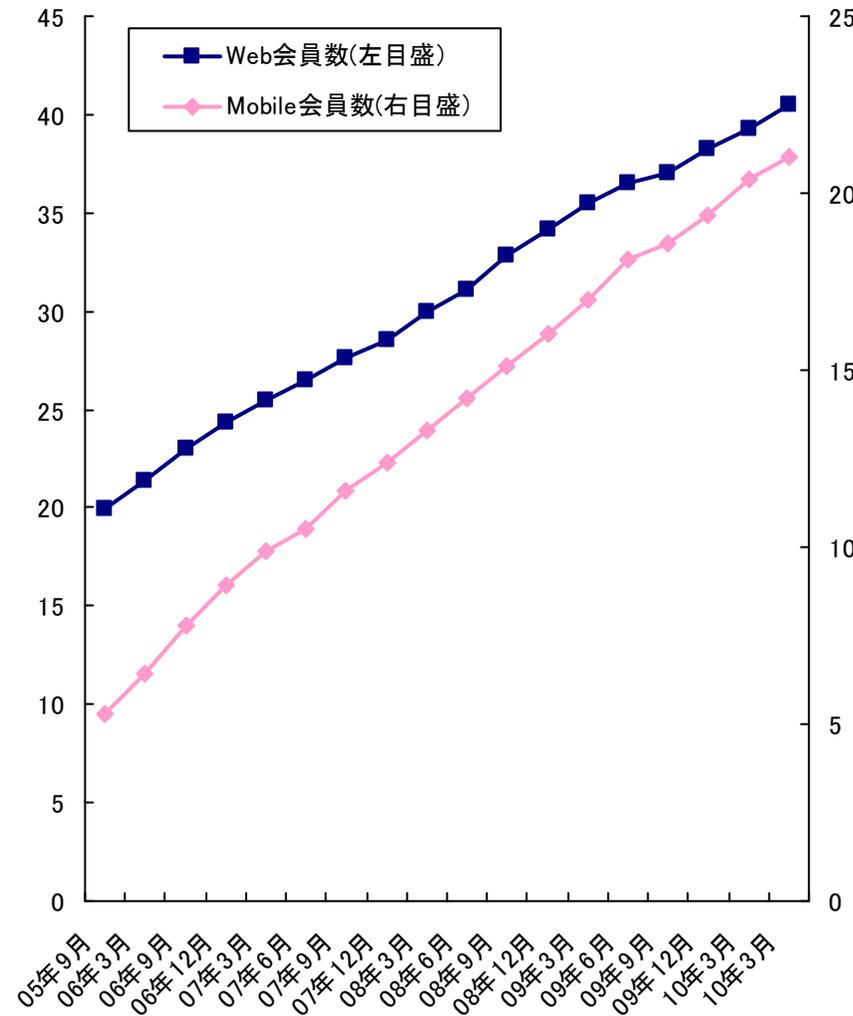
単位: 万人

2010年7月31日、100万人を突破!



ネット顧客会員数の推移

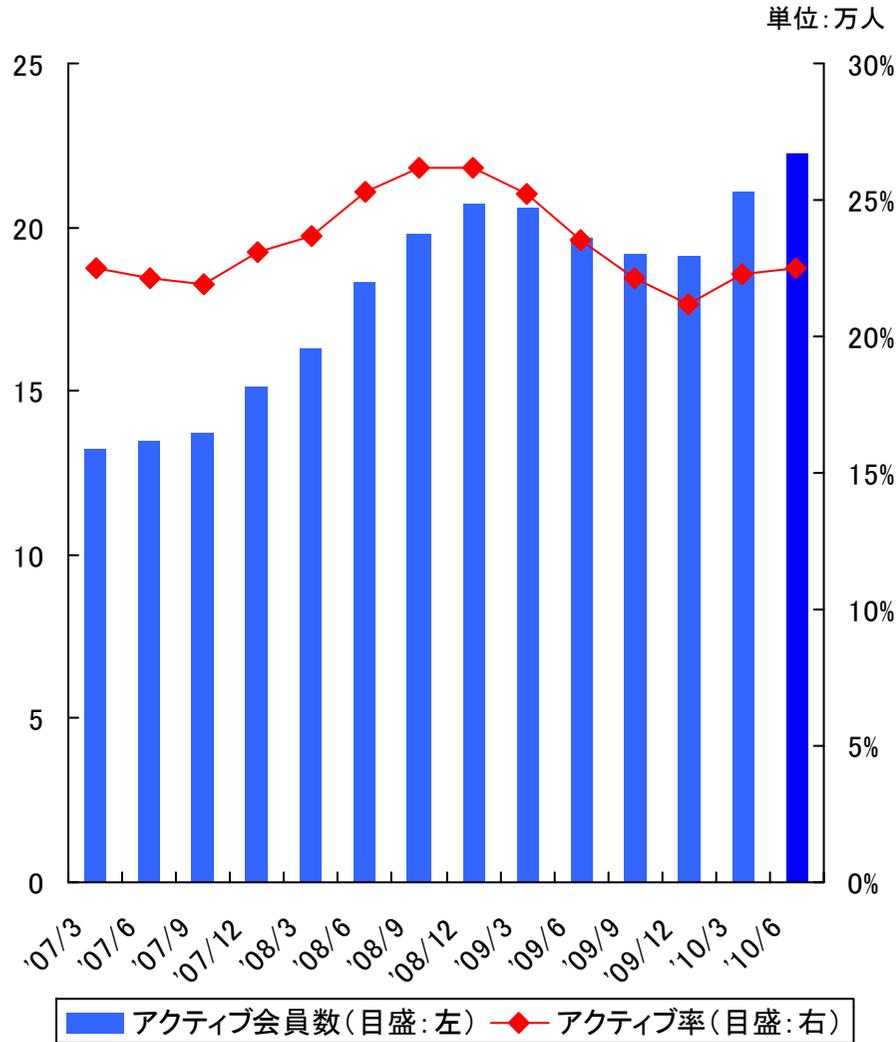
単位: 万人



顧客会員数の推移(ファッションコマース事業)

■ アクティブ会員数の推移 (過去1年以内に1回以上、購入)

■ 四半期毎(3ヶ月間)の新規顧客会員の推移



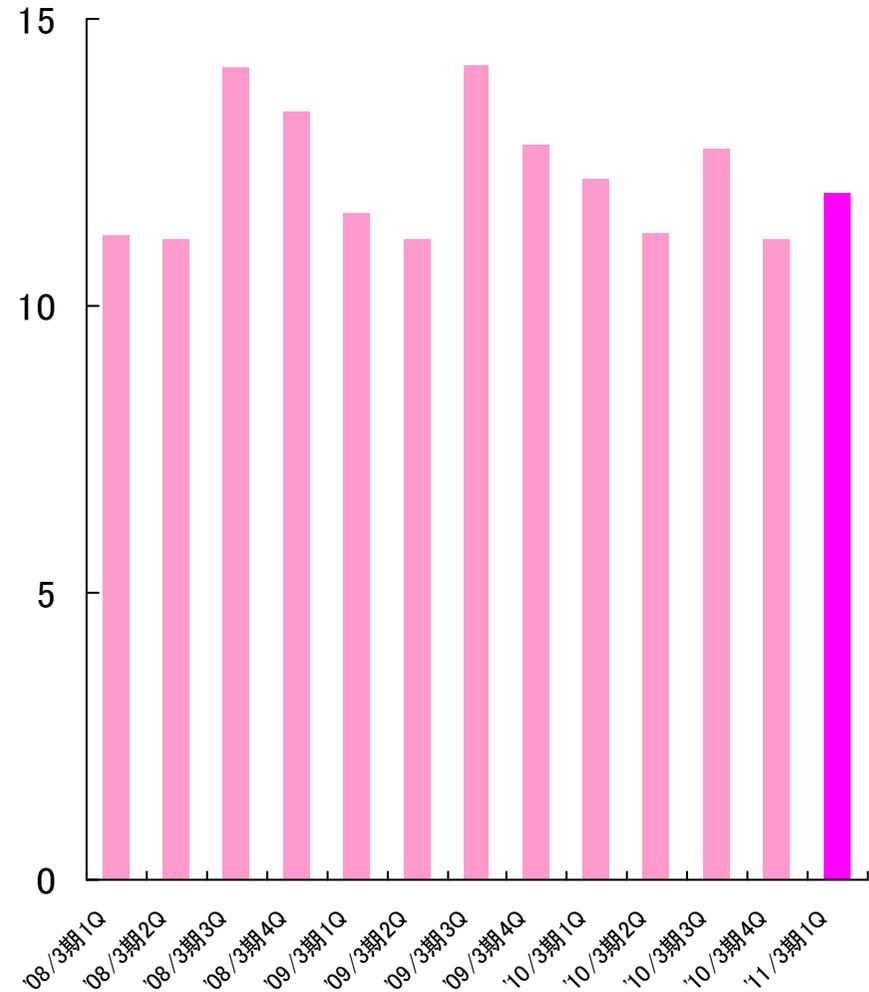
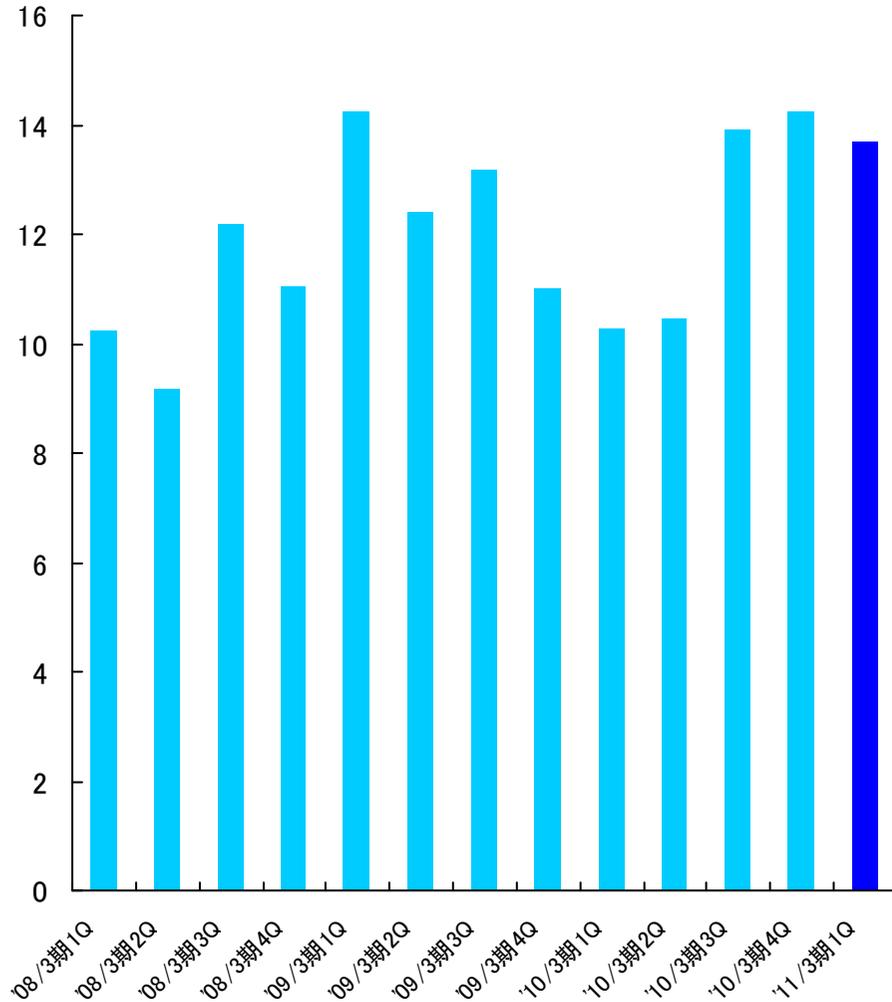
出荷状況(ファッションコマース事業)

■ 四半期毎(3ヶ月間)出荷件数の推移(分納出荷を含む)

■ 出荷1件あたりの出荷額の推移

単位: 万件

単位: 千円



Ⅲ. 2011年3月期連結業績の見通し

2011年3月期 連結業績予想

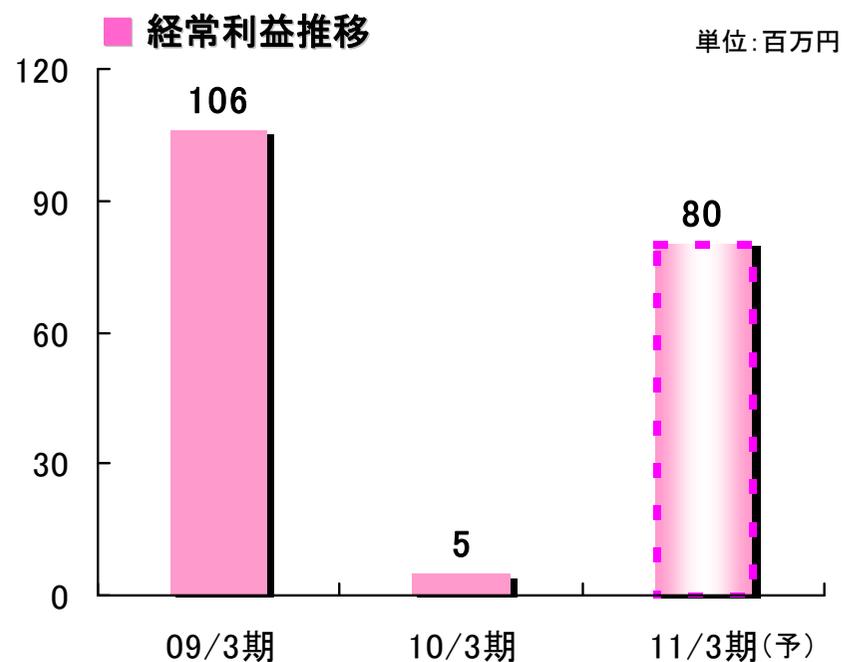
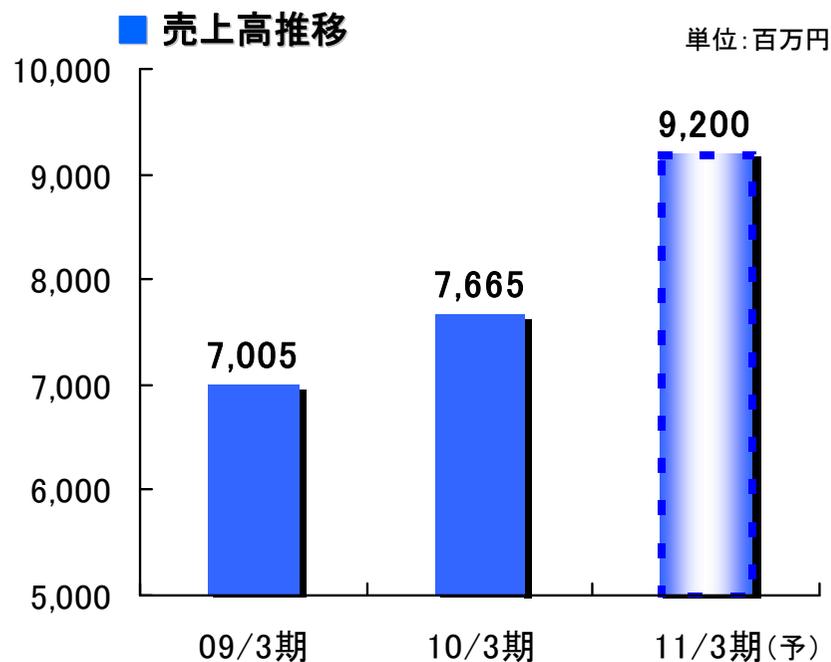
単位:百万円

	2010年3月期		2011年3月期		前期比
	実績	構成比	予想	構成比	
売上高	7,665	100.0%	9,200	100.0%	120.0%
営業利益	4	0.1%	100	1.1%	2,088.2%
経常利益	5	0.1%	80	0.9%	1,502.1%
当期純利益	215	2.8%	30	0.3%	13.9%

◇ 業績に関するポイント

<当期純利益予想>

2010年3月期には特別利益と繰延税金資産の追加計上など、特殊要因がありましたが、2011年3月期では特殊要因を見込んでおりません。



2011年3月期 事業別の施策

■ ファッションコマース事業

◇ネット事業部：インターネット(PC)・モバイル(携帯電話)

- ①KDDI(株)、沖縄セルラー電話(株)との共同運営によるECサイト『au one Brand Garden』(2009年9月1日開設)の通期業績寄与。
さらに、KDDIグループのプロモーション力と当社のECノウハウを最大限に活用し成長スピード加速。
- ②有力ブランドの開拓を強化するとともに、取り扱いブランドの適正な改廃を促進。
- ③プロモーション強化による集客力の向上。
 - ・『100万人突破キャンペーンの展開
 - ・『Stylife』開設10周年キャンペーンの展開
 - ・Twitterなどを活用したプロモーションの実施
 - ・リスティングなどWeb広告を強化
 - ・他社メディアとの連動なども積極的に検討、実施
- ④「送料の見直し(減額)」「新ポイント制度」、「VIPサービス」などお客様にとって付加価値の高いサービスの拡充。
- ⑤お客様のニーズへの対応、掘り起こしに向けたWeb技術の導入、システムの増強を継続実施。



2011年3月期 事業別の施策

■ ファッションコマース事業

◇ Look!s事業部:雑誌

- ①『大人Look!s』を年4回発行による収益機会を拡大。(前期は年2回)
 - ・5月(夏号)、8月(秋号)を新たに発行。
- ②お客様の世代別嗜好に併せた編集力、商品調達力のより一層強化。
 - ・お客様との座談会の設定やカスタマーセンターからのフィードバックなど
- ③有カブランドとのタイアップによる付録添付や「VIPサービス」、
「送料の見直し(減額)」など付加価値の高いサービスの拡充。

◇ システムの増強

経営資源を投下し、競争力のあるシステム構築を促進。

◇ 物流機能のより一層の強化

2009年2月より配送を除く物流機能を内製化しており、改善をスピーディに反映できる体制としており、より一層の改善で顧客満足度を高めるとともに、業務効率を高めコスト低減を促進。

◇ カスタマーセンターからのフィードバック強化

カスタマーセンターに届くお客様の声を財産とし、社内共有の体制強化とお客様の声に対する対応スピードを加速。

◇ 海外展開による新たな収益基盤の育成

現地における消費動向等にスピーディーかつ適切に対応できる事業基盤の構築を促進。

- ・中国において雑誌メディアによる展開を検討。(本年4月よりトライアルを開始)



『2010 大人Look!s Vol.3 秋号』

2011年3月期 事業別の施策

■ ファッションコマース事業

中国における雑誌メディア展開に向け、トライアルを開始

Look!sのダイジェスト版



中国で出版されている 日本の人気ファッション誌



Book in Book

2011年3月期 事業別の施策

■ コスメ事業

① お客様のリピート率向上

- ・電話によるカウンセリングなど、お客様との接点を増やすことで、リピート化を促進。

② プロモーション強化による新規顧客の獲得

- ・テレビCM等に女優の“紺野美沙子”さんを起用し、認知度向上を促進。
- ・「SOYS CAFE by 豆腐の盛田屋」(東京・麻布十番)の展開など、メインブランド「豆腐の盛田屋シリーズ」の認知度向上を促進。
- ・その他、広告、販促活動などプロモーションを継続的に実施。

③ スタイライフのeコマースに関するノウハウを投入し、ショッピングサイト「豆腐の盛田屋」の売上を拡大。

④ 中期的な成長を見据え、基幹システムのリニューアルを実施。



『豆腐の盛田屋』TOPページ
(<http://www.tofu-moritaya.com/>)



■ コスメ事業

女優、紺野美沙子さんをCMキャラクターに起用

自然体で透明感あふれる“紺野 美沙子”さんのイメージ



植物由来の無添加・自然派の製品展開をおこなう「豆腐の盛田屋」

ブランドのイメージ向上と認知度UP



2011年3月期 事業別の施策

■ 生活雑貨事業

- ①イオングループをはじめとする大手GMSとの取引拡大をはじめ、引き続き販路拡大を促進。
- ②製品開発・企画力を強化し、商品ラインアップを拡充。
- ③モノマガジン(ワールドフォトプレス社)とのコラボ商品の開発、提供など、ブランド力の向上を促進。
- ④自社ショッピングサイトの開設をはじめ、スタイライフのeコマースに関するノウハウを投入し、直販事業を強化。
- ⑤在庫管理システムの導入など、物流機能の強化、業務効率の改善を促進。
- ⑥生産体制の強化(品質、期間、コストなど)。
- ⑦米国など展示会への出展など、海外販路の構築。



『Nomadic Online Store』TOPページ
(<http://www.ec-nomadic.com/>)



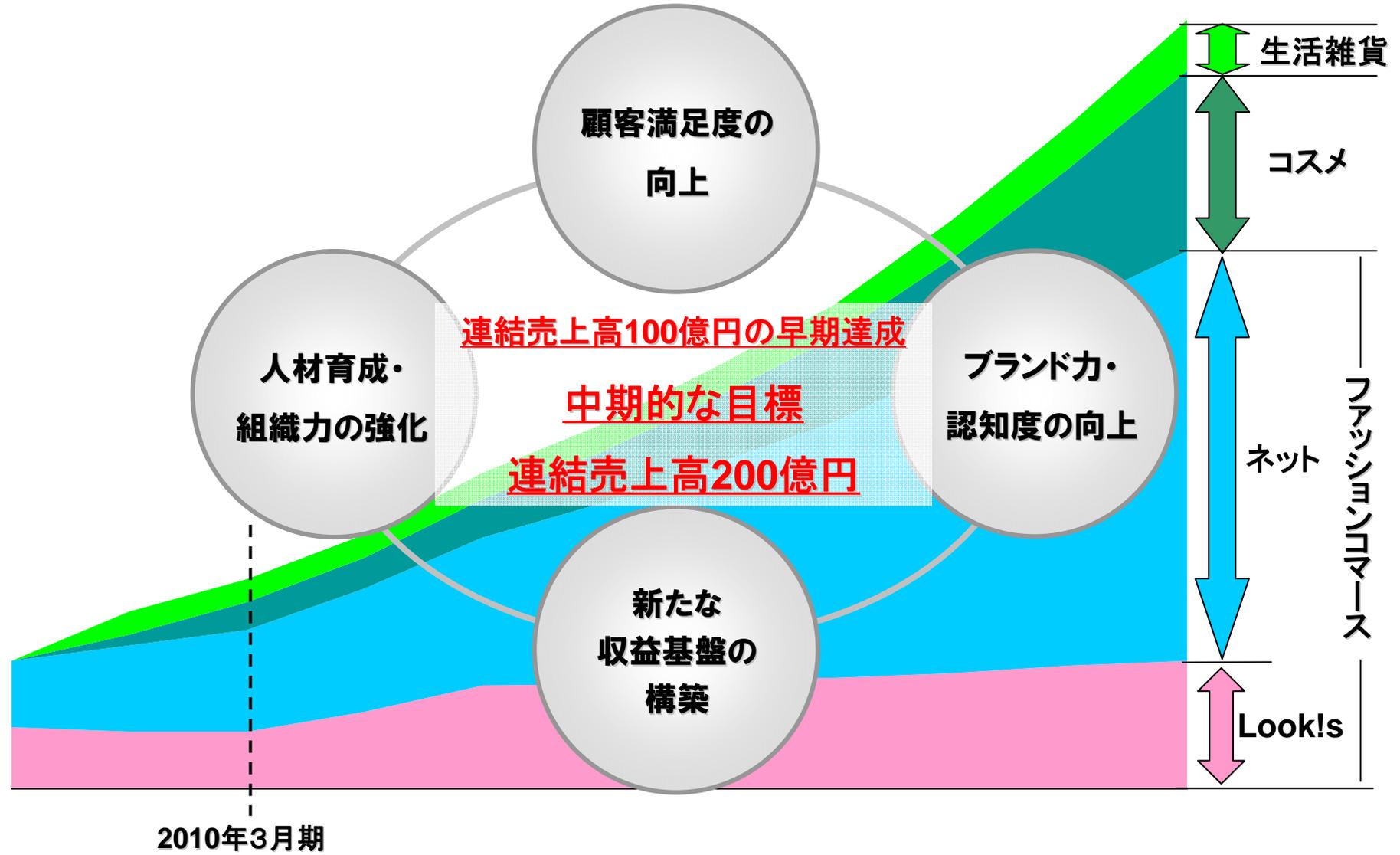
モノマガジンとのコラボ商品に関する掲載例

■ その他事業

フルフィルメント事業において、各事業と連携し規模拡大を目指す。

中期目標について

■ スタイライフグループの中期的な成長イメージ



IV. 主要な財務指標の推移

主要な財務指標の推移(連結)

		2007年3月期	2008年3月期	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期 予想
売上高	百万円	—	5,934	7,005	7,665	9,200
売上総利益	百万円	—	2,176	2,777	3,096	—
営業利益	百万円	—	192	91	4	100
経常利益	百万円	—	233	106	5	80
当期純利益(△損失)	百万円	—	148	△329	215	30
1株当たり当期純利益(△損失)	円	—	7,289.80	△16,375.32	10,820.02	1,507.01
純資産	百万円	2,482	2,615	2,181	2,355	—
総資産	百万円	3,405	3,671	4,884	4,902	—
1株当たり純資産	円	121,660.18	128,172.32	109,576.96	118,315.83	—
自己資本比率	%	72.9	71.2	44.7	48.0	—
営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	—	83	△414	31	—
投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	—	△526	△416	△76	—
財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	—	△56	899	167	—
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	—	583	652	775	—
期末従業員数(外、臨時従業員数)	人	83(28)	100(41)	166(63)	165(108)	—

- ※ 1. 売上総利益は、返品調整後の金額です。
2. 臨時従業員数は会計期間の期中平均人員です。

主要な財務指標の推移(個別)

		2007年3月期	2008年3月期	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期 予想
売上高	百万円	4,199	5,177	5,694	5,888	7,000
売上総利益	百万円	1,581	1,946	2,111	2,021	—
営業利益(△損失)	百万円	160	166	△16	△83	50
経常利益	百万円	157	214	82	△1	80
当期純利益(△損失)	百万円	154	153	△295	236	50
1株当たり当期純利益(△損失)	円	7,783.86	7,544.13	△14,667.64	11,881.84	2,511.68
資本金	百万円	1,456	1,456	1,456	1,456	1,456
発行済株式数	株	20,407	20,407	20,407	20,407	20,407
純資産	百万円	2,488	2,626	2,229	2,421	—
総資産	百万円	3,312	3,590	4,856	4,532	—
1株当たり純資産	円	121,929.69	128,696.18	112,009.98	121,651.61	—
自己資本比率	%	75.1	73.1	45.9	53.4	—
期末従業員数(外、臨時従業員数)	人	70(18)	83(29)	99(30)	100(73)	—

※臨時従業員数は平均人員(1日8時間換算)です。

V. (ご参考)スタイライフグループの主要サービス

スタイライフグループの主要サービス

雑誌

Look!s



ファッション誌(定価480円)でありながら、掲載商品が全て買える新しい通販のモデルとして1998年3月に創刊。2008年3月に創刊10周年。

旬なスタイルを追求する全国の女性たちへ、「全国どこでも、青山、原宿、代官山などのおしゃれな流行」を提案。地域差がない常にタイムリーな情報や商品を提供し、流行に敏感な全国の女性に『おしゃれな流行通販マガジン』として絶大な支持を獲得しております。

主要顧客層:20歳代前半の女性。

大人Look!s



『Look!s』のお姉さん版として、2007年2月に増刊号として発行。

2010年より年4回(2月、5月、8月、10月)の季刊誌へ。

Look!sの『まるごと買えるファッション誌』として掲載商品を全て買える機能をそのまま残した『大人Look!s』は、30歳前後のおしゃれな大人が着れる高感度なブランドと着こなしで、Look!sテイストでの『大人服』を提案しています。

主要顧客層:20歳代後半～30歳代前半の女性。

その他



『ブランドBook』
人気ファッションブランドとの通販連動Book

『書籍』

人気タレントなどの“写真集”や“フォトエッセイ”などを出版。



スタイライフグループの主要サービス

インターネット(PC)

Stylife



<http://www.stylife.co.jp/>

お洒落マインドを刺激するリアルファッションサイト。
ファッショントレンドをリードする25歳～30歳前後のアラウンド30(通称:アラサー)をメインターゲットに、最旬のトレンドから、洗練ベーシック、話題のインポートまで人気ブランドが集結！
自分らしいお洒落を確立したすべての大人の女性のために、ファッション雑誌さながらに魅せる充実のコンテンツとともにお届けします。

主要顧客層: 20歳代後半～30歳代の女性。

nuan+



<http://www.nuan.gr.jp/>

人気セレクトショップやデザイナーズブランド、東京コレクションなどに参加されるコレクションブランドの取扱いなど、よりファッション性の高い商品を提供。一部、男性向け商品も提供。

主要顧客: 20歳代～30歳代の女性。

OUTLET CHU:SE



<http://chuse.jp/>

『Stylife』のアウトレット版。

主要顧客層: 20歳代後半～30歳代前半の女性。

スタイライフグループの主要サービス

インターネット(PC)

WWCITY
&COMMUNICATIONS

<http://www.wwcity.co.jp>



ファッションテイストごとの仮想都市を3Dで再現、演出する新感覚のモール型ショッピングサイトとして展開しております。

- ①Anhelo(アネーロ):「キャリアスタイル」
- ②Mignon(ミニョン):「キュートでスイートなスタイル」
- ③Edge(エッジ):「こだわりのあるモノ作り&セレクト」
- ④Bonito(ボニート):「“美くなる”ためのブランドやサロン」
- ⑤SPECIAL AREA:「コラボレーションイベントなどプロモーションエリア」

モバイル

スタイライフ☆Look!s

主要3キャリアの公式サイト
又は<http://syf.jp>



『Stylife』及び『Look!s』と連動し、「原宿」、「青山」、「代官山」などといった最新ファッションエリアにリアル店舗を持っている数多くの人気ブランドの商品を豊富に取り揃えております。

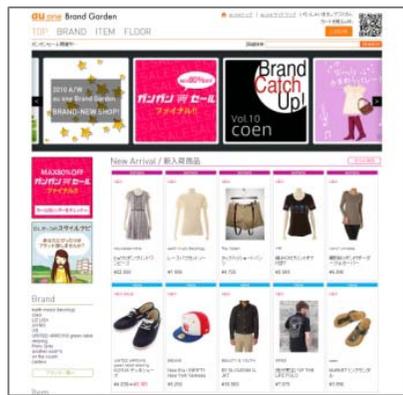
主要顧客:20歳代の女性。

スタイライフグループの主要サービス

au one Brand Garden



モバイル版サイトTOPイメージ



PC版サイトTOPイメージ

KDDI(株)の
プロモーションカ × スタイライフの
ECサイトオペレーションカ

「au one Brand Garden」は、スタイライフ(株)とKDDI(株)、沖縄セルラー電話(株)が協業し、au携帯電話とPCが一体化したポータルサイト「au one」上で、人気ブランドのメンズ・レディース・キッズの洋服や小物、アクセサリが、ご購入できるファッション通販サイトです。

本サイトは、au携帯電話やPCのほか、ドコモ、ソフトバンクの携帯電話でも「au one Brand Garden」のサイトに直接アクセスしてご利用いただくことができます。

本サイトの運営においては、国内3000万人超のauユーザーを誇るKDDIが各種メディアを最大限に活用したプロモーションを行うことで、お客さまにショッピングに役立つ有益な情報をリアルタイムで提供するとともに、スタイライフがこれまでに培ったファッション通販のノウハウを活かすことで、より便利で、質の高いネットショッピングの提供を目指しております。

<アクセス>

auケータイ: EZトップメニューまたはau onetopp → 買う → ファッション

他社ケータイ及びPC: <http://aubg.jp>

スタイライフグループの主要サービス

スタイライフグループ主要子会社

ノーマディック株式会社



ノーマディックは、「街歩き」をコンセプトにしたバッグブランド「WISE-WALKER」をコアブランドに据え、バッグの中身を整理するためのポーチや収納アイテム、文具、化粧品小分け容器などの生活雑貨メーカーとして、20歳~50歳をメインターゲットに性別を問わず幅広いお客様に商品を提供しております。

株式会社ハイマックス



「豆腐の盛田屋」シリーズ

ハイマックスは、「豆腐の盛田屋」というブランドで豆乳をベースとしたせっけんや化粧水など自然派基礎化粧品を中心に通販ビジネスを展開しており、幅広い世代のお客様に提供しております。また、宮崎県椎葉村という自然豊かな環境の中で、ミネラルを多く含んだきれいな水と国産大豆を使って豆腐の製造・販売を行っており、この製造過程の中で従業員の手が白くツルツルになることから、豆乳に美肌の素となる成分が含まれていることを発見し、化粧品事業をスタート、現在、多くのリピーター客を獲得しております。



「ロミュラン」「マチュリタ」シリーズ

また、皮膚専門医や化粧品原料研究者と共に開発した高機能スキンケア・プロダクト「ロミュラン」、「マチュリタ」の2つのブランドを提供しております。ロミュランはヤングエイジの初期老化に着目し、お肌の抗酸化に欠かせない各種ビタミン成分をデイリースキンケアで補うシリーズ。マチュリタは本格的なエイジングケアをフラーレンなど、今注目を集める最新抗酸化成分とともにシンプルなステップで取り入れるシリーズです。またドクターズコスメのインターナショナル・ブランド「ゼレンズ」を日本市場でご紹介しております。

この資料に掲載しております当社の計画および業績の見通し、戦略などは発表日時点において把握できる情報から得られた当社の経営者の判断に基づいています。

あくまでも将来の予測であり、下記にあげております様々なリスクや不確定要素により、実際の業績と異なる可能性がございますことを、予めご承知おきくださいますようお願い申し上げます。

- ・市場における価格競争の激化
- ・事業環境を取り巻く経済動向の変動
- ・資本市場における相場的大幅な変動
- ・上記以外の様々な不確定要素

問い合わせ先

スタイライフ(株) 管理部 IR担当

- TEL 03-5785-7017
- FAX 03-5412-2530
- E-mail ir@stylife.co.jp