

**2013年3月期
決算短信補足資料**
(2012年4月1日~2013年3月31日)



スタイライフ株式会社
<http://www.stylife.co.jp>
(大証JASDAQ : 3037)

I. 2013年3月期決算の概要

2013年3月期決算の概要

売上高はLook!s部門（雑誌を使った通信販売部門）の廃止により前期比減収となったものの、ネット部門は下半期における楽天(株)との連動施策等により、前期比5.3%の増収。また、営業利益は事業の見直しにより改善。

■ 通期（4月1日～翌3月31日）

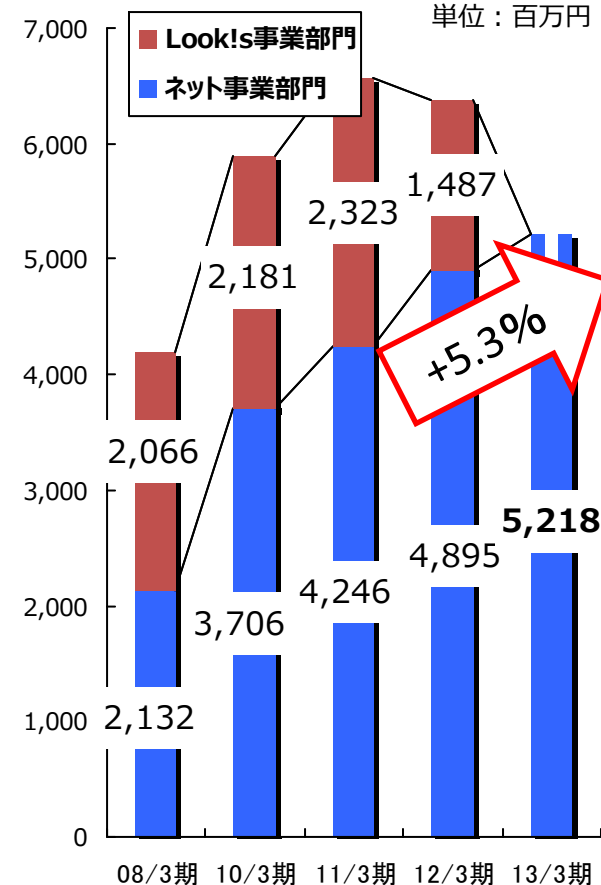
単位：百万円

	2012年3月期		2013年3月期		前年 同期比
	通期	構成比	通期	構成比	
売上高	6,383	100.0%	5,218	100.0%	△18.3%
売上総利益	1,762	27.6%	1,583	30.3%	△10.2%
営業損失 (△)	△322	△5.1%	△205	△3.9%	—
経常損失 (△)	△322	△5.1%	△232	△4.5%	—
当期純損失 (△)	△672	△10.5%	△871	△16.7%	—

※ 連結子会社株式の譲渡により、平成25年3月期より非連結での業績を開示しております。
 ※ 売上総利益は、返品調整後の金額です。

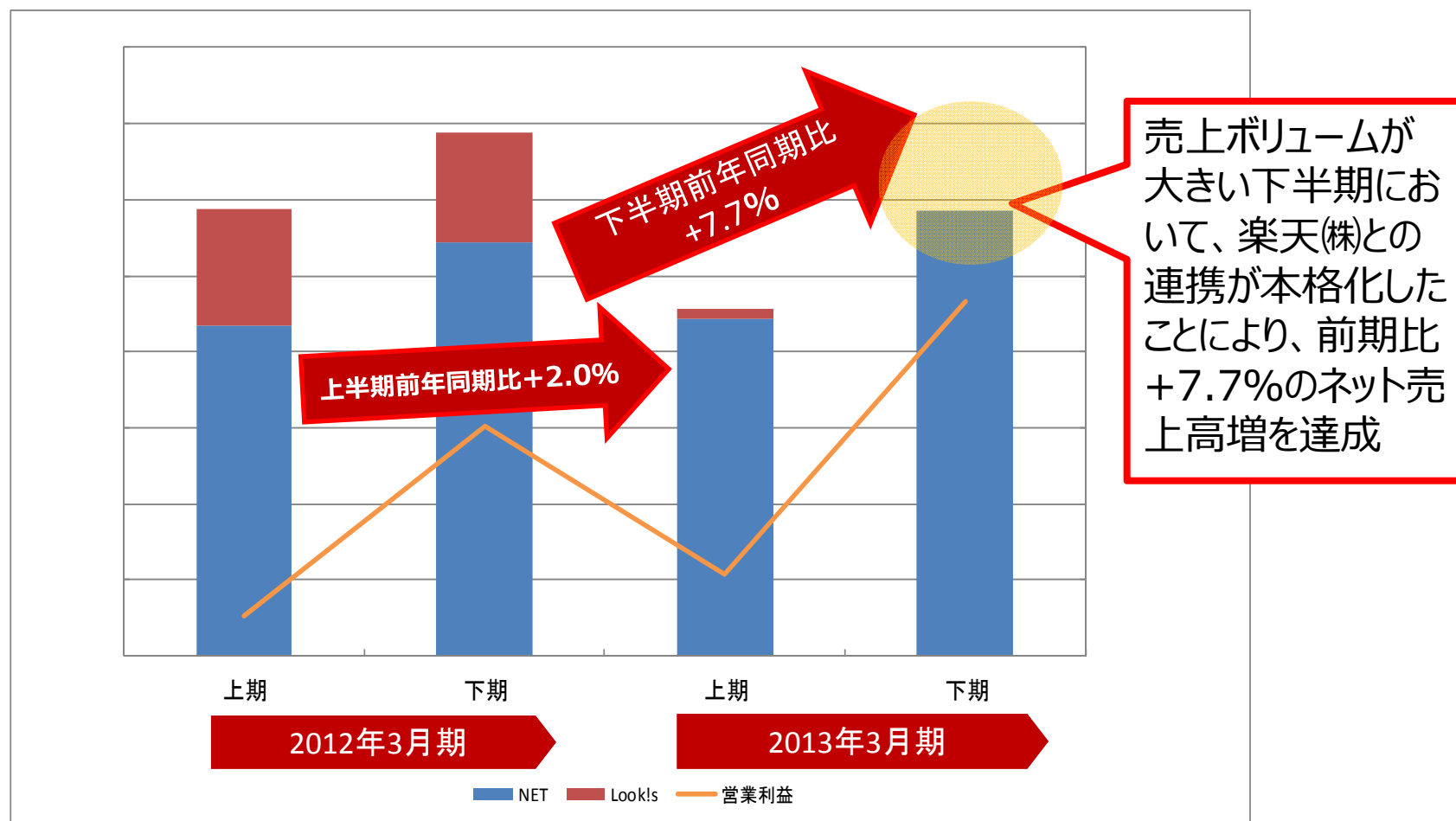
■ ファッションコマース事業売上構成

単位：百万円



2013年3月期 ファッションコマース事業 売上高半期比較

ネット部門では、楽天(株)の運営ノウハウの導入やブランド開発等の連携が本格化し、下半期が前年同期比**+7.7%**と大幅に伸びる。



2013年3月期 事業基盤の強化について

事業見直しにより、経営資源をネット部門へ集中し、楽天流のノウハウ導入や戦略的な営業組織変更により、事業基盤の強化を図る。

【抜本的な事業構造の見直しを実行】

- 事業の見直しをすすめ、収益が悪化していたLook!s部門（雑誌を使った通信販売部門）の廃止や、生活雑貨事業を展開する当社子会社の全株式の譲渡を実施。経営資源をネット部門へ集中した。

【楽天流運営ノウハウの導入】

- 下半期より、楽天から副社長兼営業部長が派遣され、詳細な重要KPI検証（設定・実行・検証・仕組み化）などの楽天流ノウハウに基づいたオペレーションを開始。

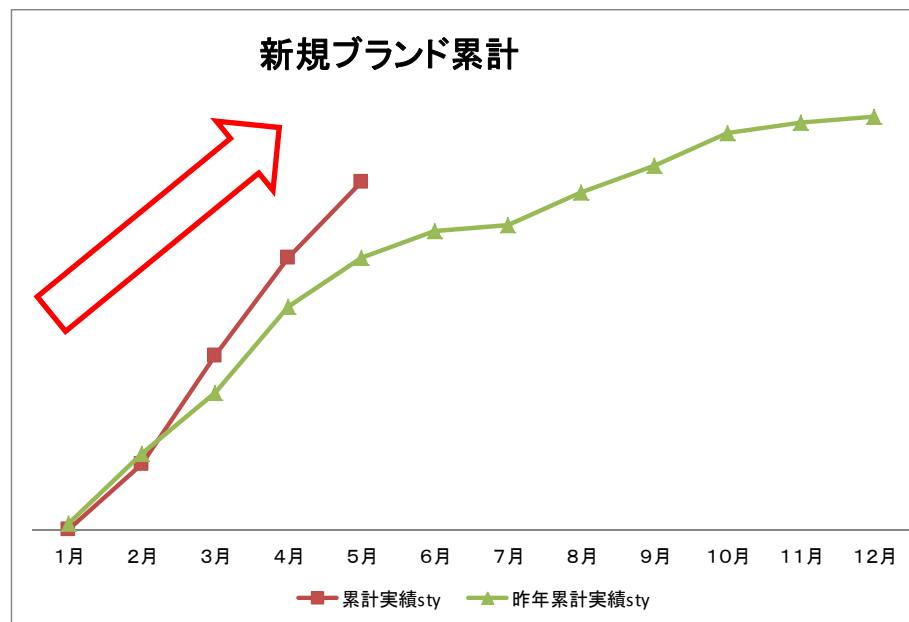
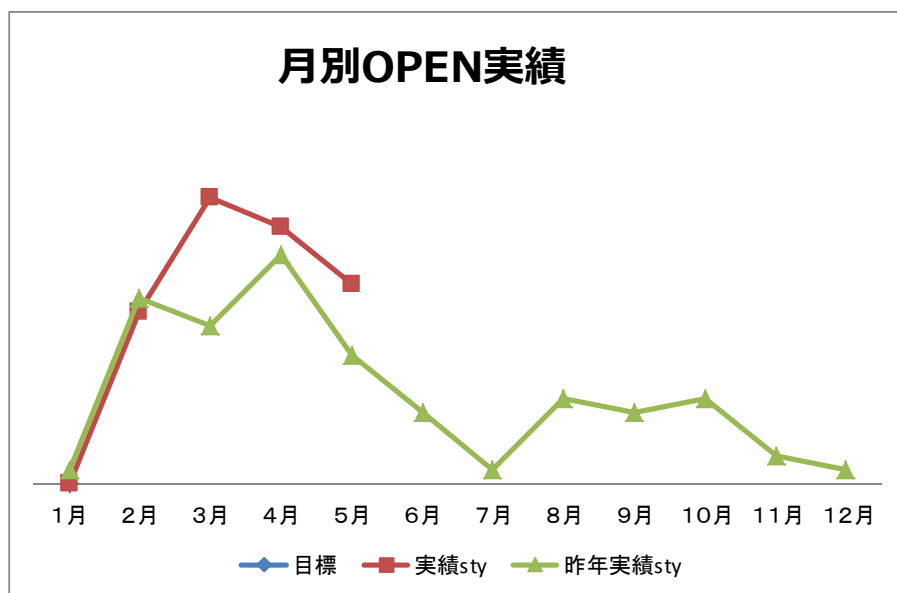
【営業部門の組織力強化】

- ブランド開発の専門グループを新設し、また楽天メンバーと合同で活動を開始。ブランド開発を強化した。
- バイヤーグループをテイストによるチームに再編成し、営業活動を支援するグループを新設。より、営業活動に専念できる体制を構築。
- 楽天が運営する『RAKUTEN BRAND AVENUE』において、スタイライフからの出店ブランドが約80%を超える。

2013年3月期 ブランド開発について

新設されたブランド開発の専門グループにより、昨年を大幅に上回るブランドの獲得を目指す。

【2013年度ブランド開発 月別OPEN実績と新規ブランド累計】



Ⅱ. 楽天(株)との提携・連携について

楽天との業務・資本提携について

2013年2月の当社への公開買付け実施により、94.88%の株式を保有し、当社の親会社となる。一連の手続きを経て当社は、楽天(株)の完全子会社となり、上場廃止の予定。



【楽天(株)との業務・資本提携の経緯】

2012年5月：

両社の連携により魅力的なマーケットプレイスを構築することを目的として、当社と業務・資本提携契約を締結し、議決権所有割合32.5%の株式を取得

2013年2月～3月：

- ①機動性・柔軟性を高める経営体制の構築
- ②『楽天市場』をプラットフォームとした各事業の連携力をこれまで以上に発揮し、各商材及びサービスをシームレスかつタイムリーに提供するグループ連携体制の確立
- ③コスト構造の改善・経営の効率化

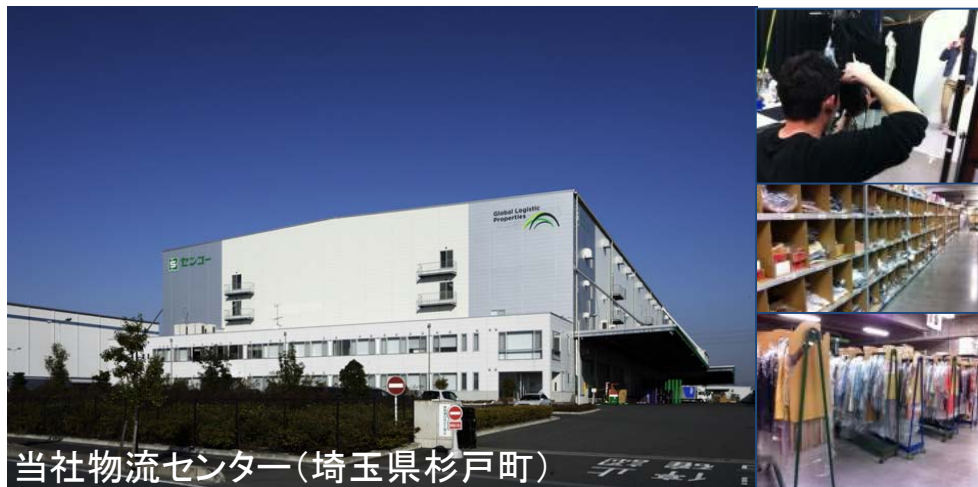
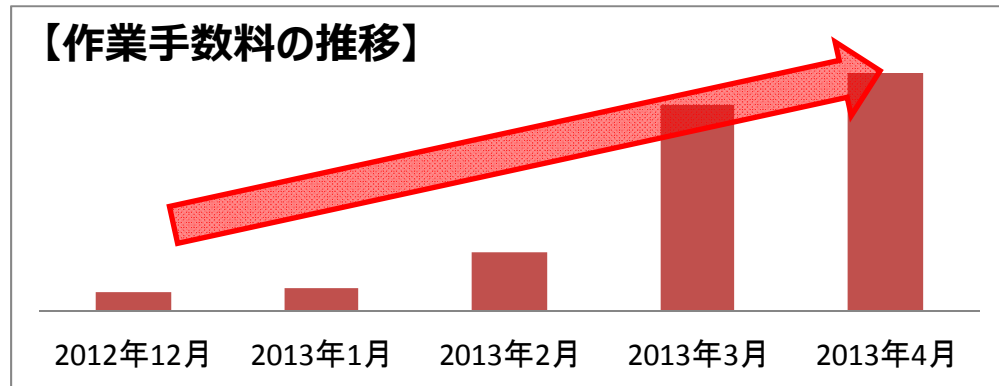
以上をおこなうためには、完全子会社となることが必要と判断し、当社への公開買付けを実施し、その結果、議決権所有割合94.88%の株式を保有し、当社の親会社となる。

今後の予定：

一連の手続きを経て楽天(株)の完全子会社ならびに上場廃止になる予定です。

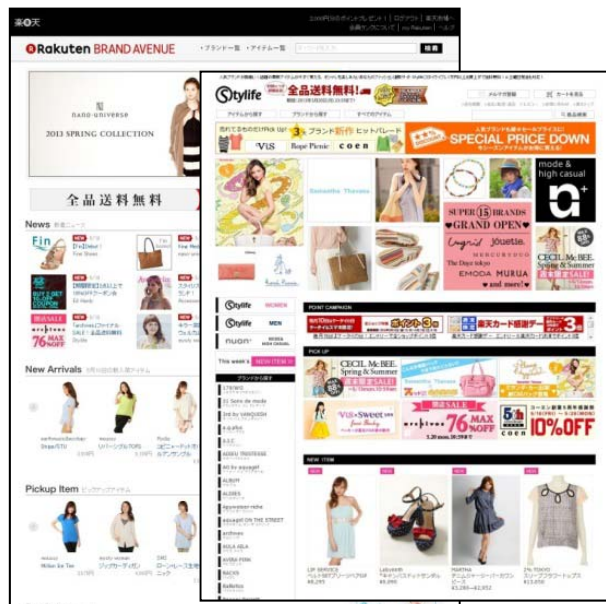
『RAKUTEN BRAND AVENUE』フルフィルメント事業の請け負い

2012年12月より楽天(株)の100%子会社(株)ファイントレーディングが運営する『RAKUTEN BRAND AVENUE』のフルフィルメント業務の請け負いを開始し、2013年5月には当社物流倉庫への完全移管を完了。作業手数料として売上拡大に寄与している。



楽天(株)との連携について

下半期より、『RAKUTEN BRAND AVENUE』出店や楽天流ノウハウ導入が本格化し、事業基盤を強化。今後は、グループ資産を活かした国際販売の開始など、楽天グループにおけるファッションジャンルの一翼を担う。



『RAKUTEN BRAND AVENUE』

【2013年3月期の主な連携施策】

- ・『RAKUTEN BRAND AVENUE』への出店
- ・両社合同メンバーによるブランド開発
(ブランド数前期比+20%)
- ・『RAKUTEN BRAND AVENUE』のフルフィルメント業務請負開始
- ・楽天流の運営ノウハウ導入やマネジメント派遣



2014年3月期以降は、既存施策の連携強化や楽天グループのグローバルネットワークを活かした国際販売の開始を計画中。

楽天グループにおける
ファッションジャンルの一翼を担っていく。

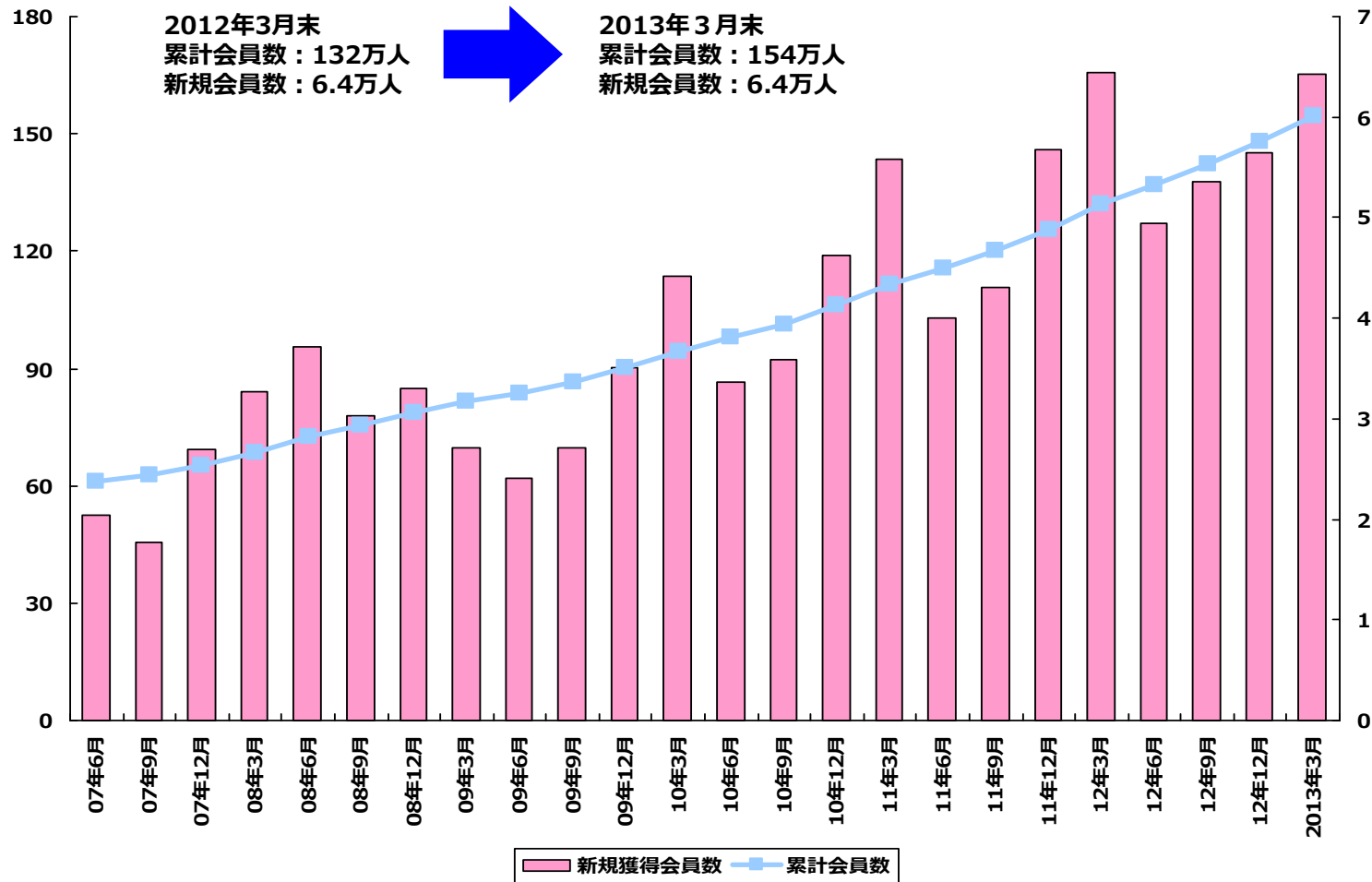


Ⅲ. 顧客動向に関する指標

顧客会員数の推移

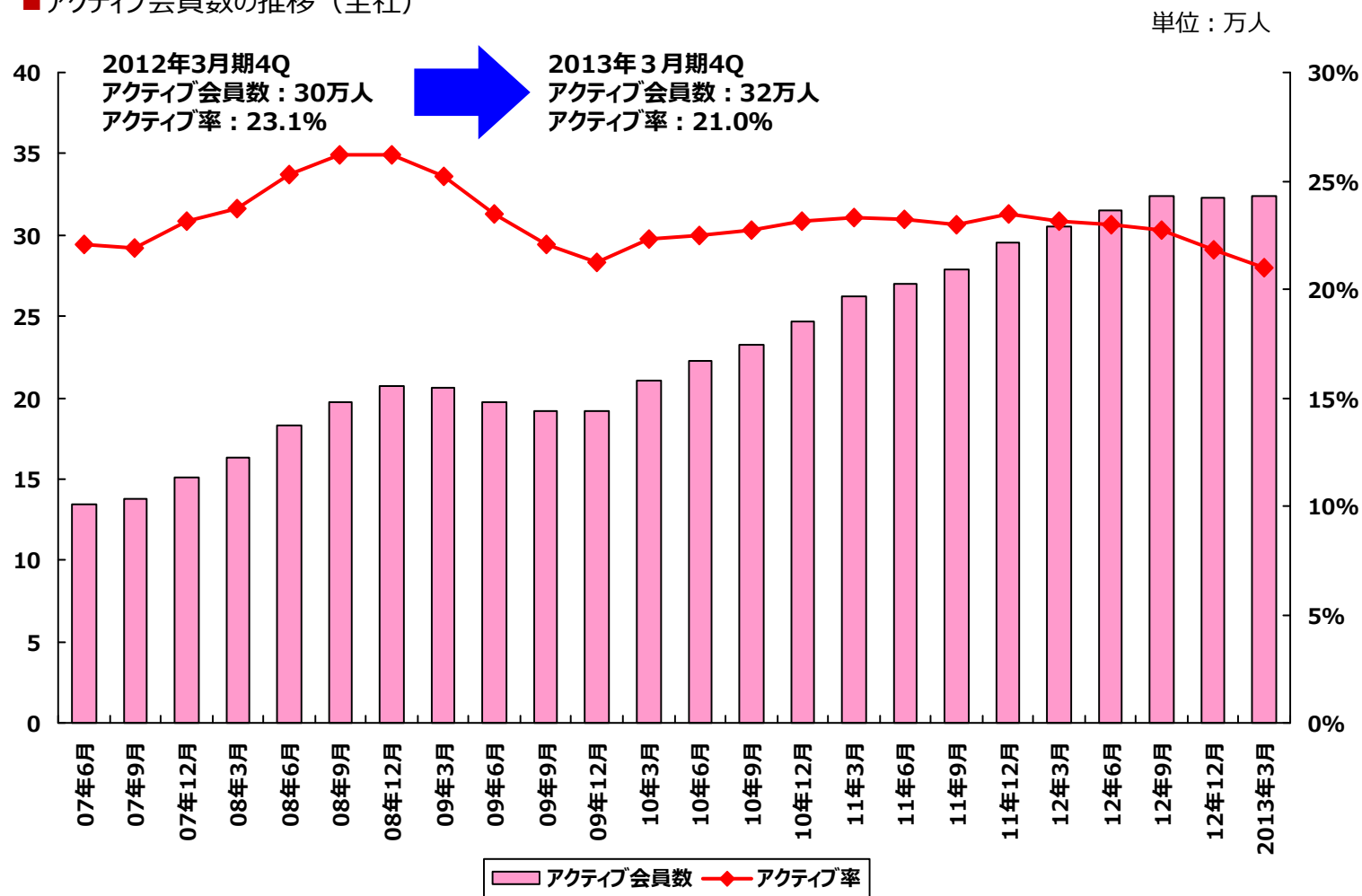
■ 新規会員獲得数と累計会員数の推移

単位：万人



アクティブ会員数の推移

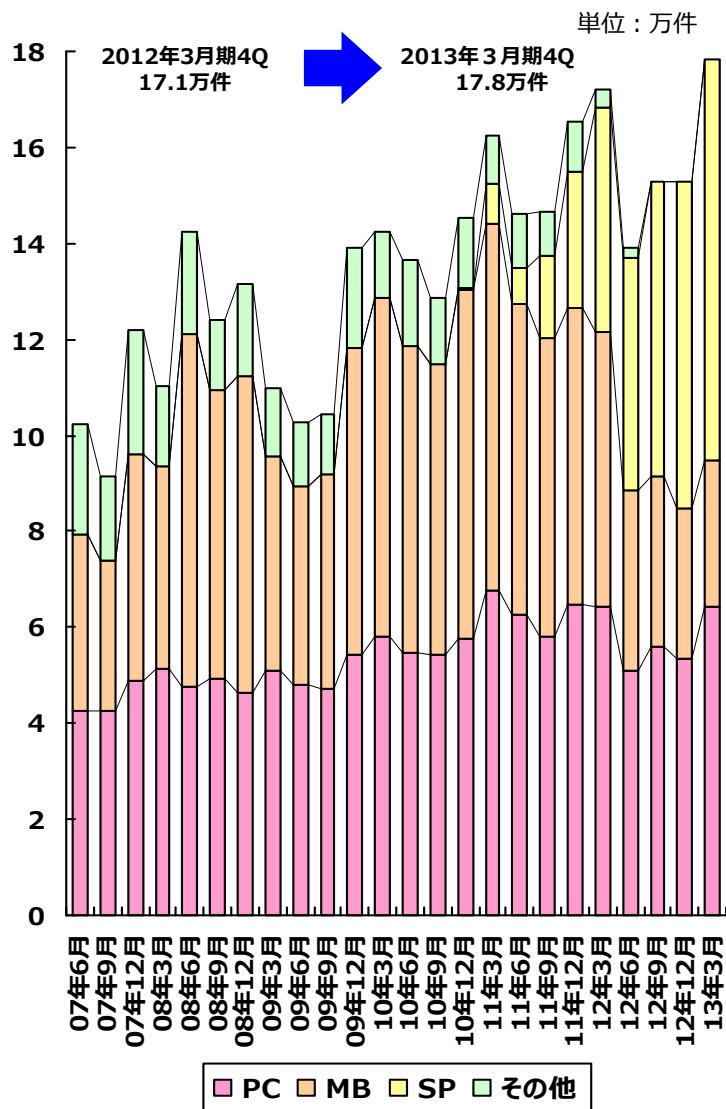
■ アクティブ会員数の推移（全社）



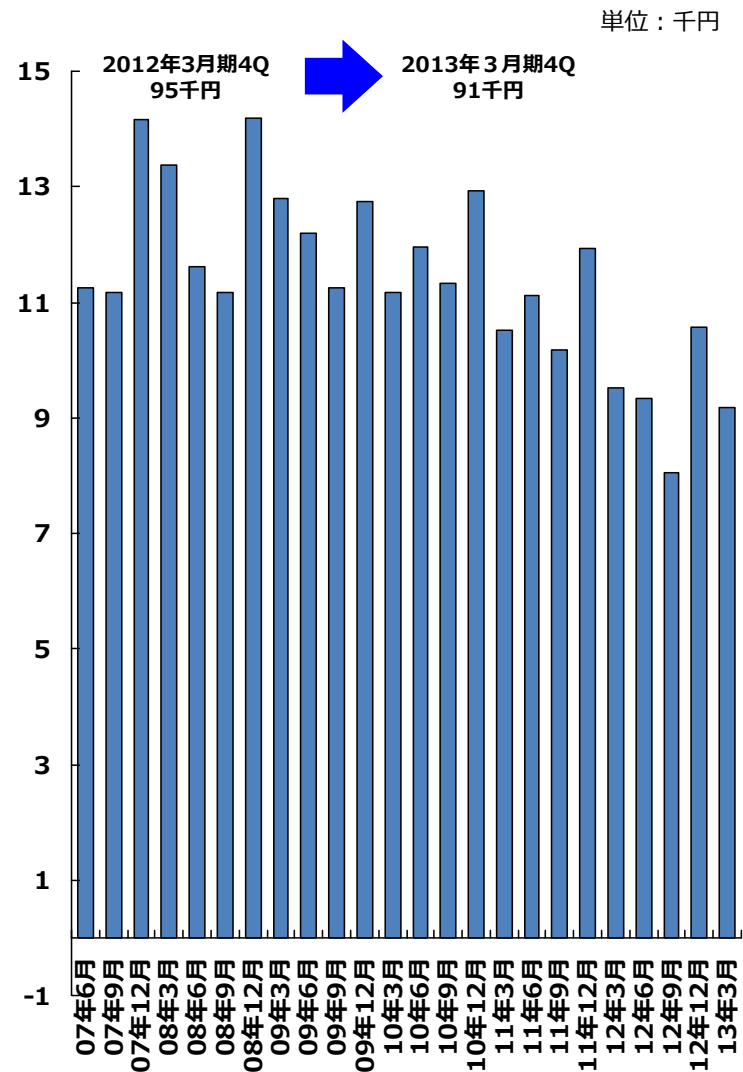
※アクティブ会員：過去1年以内に1回以上購入された会員

出荷状況の推移 (全社)

■ 四半期毎出荷件数の推移 (分納出荷含む)

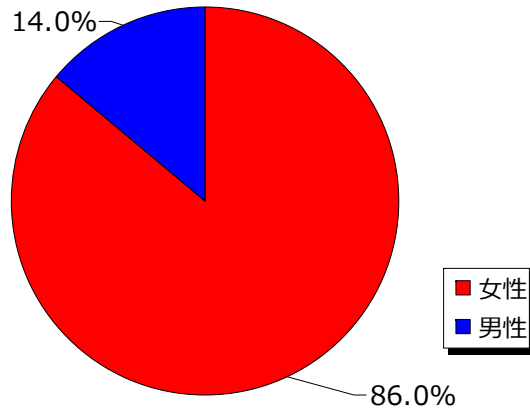


■ 四半期毎出荷1件あたりの金額の推移

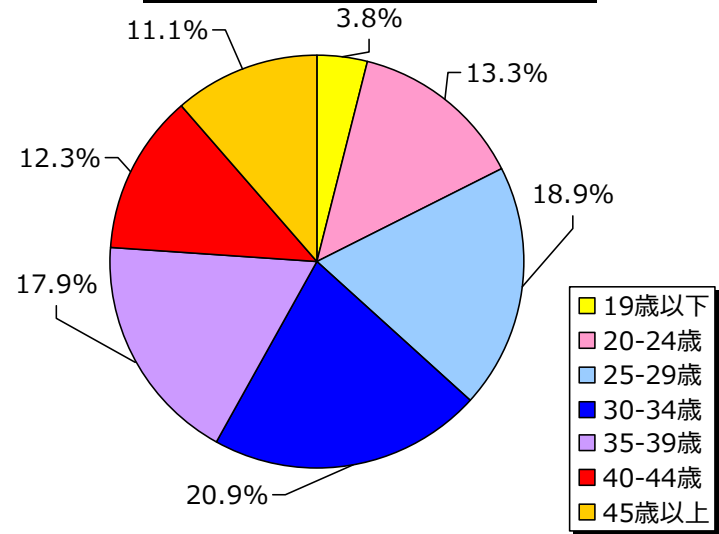


アクティブ顧客会員数の属性

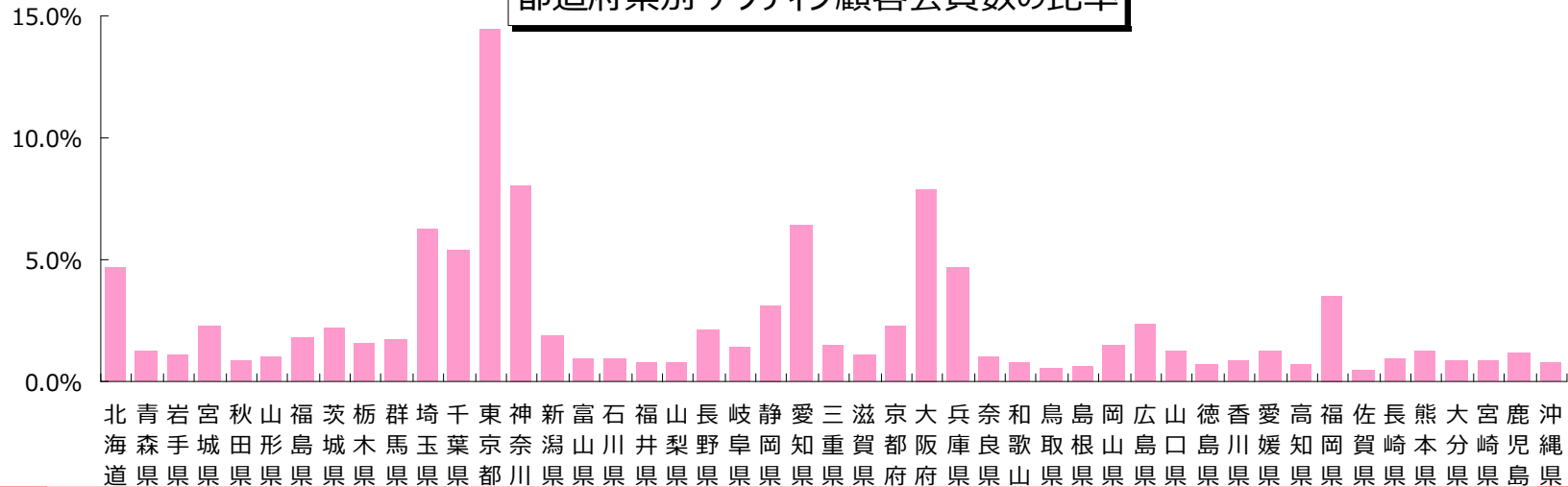
男女別 アクティブ顧客会員数の比率



年齢別 アクティブ顧客会員数の比率



都道府県別 アクティブ顧客会員数の比率



IV. (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

インターネット (PC)



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

コーディネートで提案する& 人が見えるリアルファッションECサイト

25歳～30歳前後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。着用したときの感じやコーディネート方法が分かりやすいスタイリングスナップ画像や、スタッフの生の声とともに最新アイテムをお届けいたします。

今期はメンズブランドの拡大にも注力しており、女性のみでなく、男性のお客様に喜んでいただけるECサイトを目指しております。

主要顧客層：20歳代後半～30歳代の女性・男性



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)



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

人気セレクトショップやデザイナーズブランド、東京コレクション参加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。コレクションレポートなど情報コンテンツも充実しています。

主要顧客層：20歳代後半～30歳代の女性・男性



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

「Stylife」「nuan+」の商品はもちろん、独自のラインナップの充実したアウトレットサイト。人気ブランドのアイテムが特別価格で購入できます。

主要顧客層：20歳代後半～30歳代の女性



スタイライフグループの主要サービス

スマートフォン



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

「Stylife」のスマートフォン対応サイト。
PCサイト同様に「nuan+」、「OUTLET
CHU:SE」と連動し、数多くの人気ブランドの
商品を取り揃えております。

主要顧客層：20歳代～30歳代の女性・男性



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

モバイルECサイト「LOVE EX バーゲン」のスマー
トフォン対応サイト。

主要顧客層：10歳代後半～20歳代の女性



スタイライフグループの主要サービス

モバイル

スタイライフ  Look!s

i-mode, EZweb, Yahoo!ケータイ の各公式サイト
<http://syf.jp>

「Stylife」のモバイルEC
 サイト

「nuan+」、「OUTLET
 CHU:SE」とも連動し、
 数多くの人気ブランドの
 商品を取り揃えておりま
 す。

主要顧客層：
 20歳代後半～
 30歳代の女性・男性



i-mode, EZweb, Yahoo!ケータイ の各公式サイト
<http://ilovebargain.channel.or.jp>

(株)バンダイナムコゲームス
 とスタイライフの共同運営
 サイト。

“1年中バーゲン”をテーマ
 に、モバイル世代の10～
 20代をターゲットとするモ
 バイル・ファッションECサイ
 トです。

また、月額315円の有料
 会員サービスも展開。
 若い世代に人気の渋谷
 系カジュアルブランドを中
 心に提供しております。

主要顧客層：
 10歳代後半～20歳代の女性



スタイライフグループの主要サービス

au Brand Garden

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 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、スマートフォンとPCが一体化したポータルサイト「auポータル」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、アクセサリなどが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、スマートフォンやPCのほか、docomo、Softbankの携帯電話、スマートフォンでも「au 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3,000万人超の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、お客様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。

< ACCESS >

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

他社ケータイ及びPC：
<http://aubg.jp>

スマートフォン：
<http://aubgis.auone.jp>



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
- ・資本市場における相場の大幅な変動
- ・事業環境を取り巻く経済動向の変動
- ・上記以外の様々な不確定要素



本資料に関してご不明な点等がございましたら、下記までお問合せ下さい。

スタイライフ株式会社 経営管理部 IR担当

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