

**Z HOLDINGS**

**Zホールディングス株式会社  
2019年度 第3四半期  
決算説明会**

---

**2020年2月5日**

コマース・広告事業の順調な成長などにより、**純利益 YoY +59%増益**

通期連結営業利益は、**ガイダンス上限1,500億円**の着地見込み

ショッピング事業取扱高 ZOZO連結により

**YoY 約 +37%** 2015年度 第1四半期から**19四半期連続**の**ふた桁成長**を達成

ショッピング事業の成長に伴い、PayPayモールの掲載料などショッピング広告売上収益 **YoY +20%**

広告関連売上収益 **YoY 約 +6%** 成長に回復

「PayPay」

月間決済回数 1月単月で**1億回超**

累計登録者数 順調に継続成長し、**2,400万人突破** (2月2日)

# 2019年度 第3四半期 連結業績

## 2019年度 第3四半期 連結業績サマリー

項目	FY2018 3Q	FY2019 3Q	前年同四半期比
売上収益	2,425 億円	2,754 億円	+13.6 %
営業利益	365 億円	478 億円	+30.9 %
EBITDA*1	502 億円	701 億円	+39.6 %
持分法による投資損益	-91 億円	*2 -62 億円	n.a.
四半期利益	146 億円	269 億円	+84.2 %
親会社の所有者に帰属する四半期利益	150 億円	238 億円	+58.9 %
希薄化後1株当たり四半期利益	2.96 円	5.01 円	+69.7 %

\*1 EBITDAの増減には主にIFRS第16号「リース」適用の影響を含んでおります。

\*2 主にPayPay(株)の影響です。

# 2019年度 第3四半期 連結営業利益の増減要因

## ZOZO連結もあり、営業利益は11四半期ぶりの30%超成長

項目		金額	YoY	主な増減要因	
FY2018 3Q 実績		365 億円			
前年 同四半期 差	売上収益	+328 億円	+13.6 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ZOZO連結による増加+241億円</li> <li>• 広告+41億円</li> <li>• ワイジェイカード+20億円</li> </ul>	
	売上原価	+31 億円	+3.1 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ZOZO連結による増加+21億円</li> <li>• 広告売上収益伸長に伴う増加</li> </ul>	
	販売費及び一般管理費	+184 億円	+17.9 %	ZOZO連結による増加+177億円	
	以下主な内訳	減価償却費	+87 億円	+66.1 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ZOZO連結による増加+33億円</li> <li>• IFRS第16号「リース」適用に伴い使用権資産償却費が増加（一方、賃借料は減少）</li> <li>• ソフトウェアやサーバー等の増加</li> </ul>
		販売促進費	-41 億円	-21.1 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ZOZO連結による増加+14億円</li> <li>• ポイント費用の減少</li> </ul>
		人件費	+36 億円	+15.7 %	ZOZO連結による増加+29億円
		荷造運賃	+33 億円	+53.7 %	ZOZO連結による増加+39億円
		支払手数料	+31 億円	+265.8 %	ZOZO連結による増加+25億円
		業務委託費	+28 億円	+20.0 %	ZOZO連結による増加+19億円
		広告宣伝費	+12 億円	+62.1 %	「PayPayモール」・「PayPayフリマ」関連の増加
FY2019 3Q 実績		478 億円	+30.9 %		

# 2019年度 第3四半期 ZOZO連結の影響

11月より連結取り込み

項目	ZOZO FY2019 3Q (2ヵ月)	ZOZO除き FY2019 3Q	前年同四半期比
売上収益	241 億円	2,513 億円	+3.6 %
営業利益	*1 42 億円	436 億円	+19.3 %
四半期利益	28 億円	241 億円	+64.8 %
親会社の所有者に帰属する四半期利益	14 億円	224 億円	+49.5 %

\*1 取得原価配分 (PPA) を償却後の実績

のれん	合計	• 取得原価の配分は暫定	2,129 億円
取得原価配分 (PPA)	合計	• 取得原価の配分は暫定	5,021 億円
	償却	FY2019 3Q (2ヵ月分)	22 億円
		FY2019 通期 (5ヵ月分)	*2 55 億円

\*2 4Q分は見込み

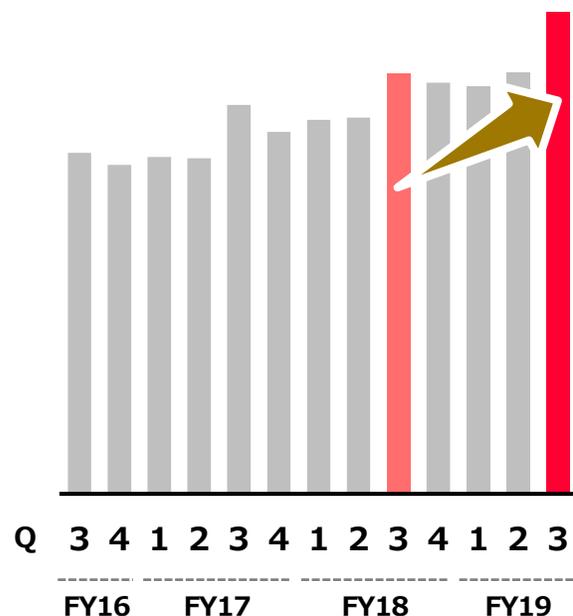
\*3 耐用年数を確定できない無形資産

項目	金額	償却期間 (定額法)
顧客基盤 (ショップ・ユーザー)	3,220 億円	18~25年
商標権*3	1,787 億円	-
その他	14 億円	4年

# 各事業の基盤が対前年同四半期比で伸長

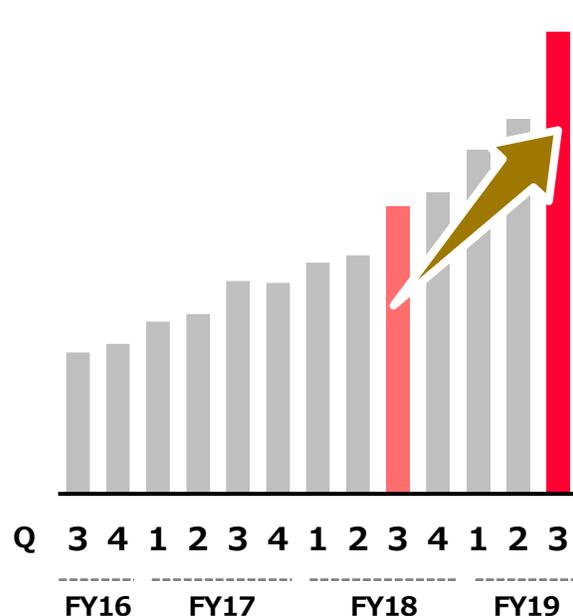
eコマース取扱高

6,904億円  
YoY +15%



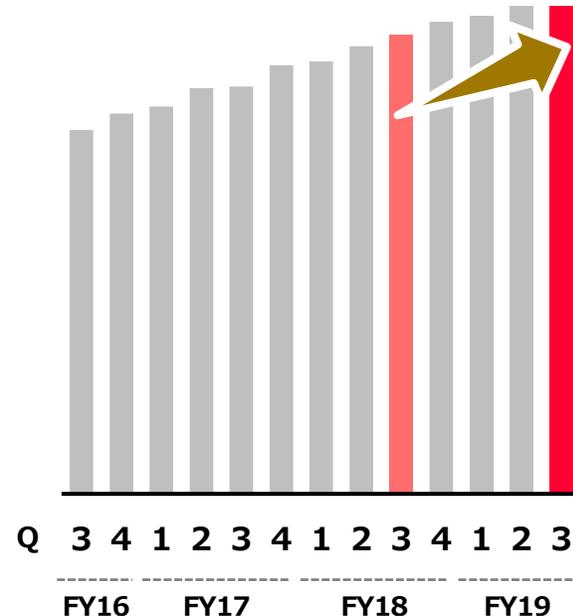
クレジットカード取扱高

5,687億円  
YoY +61%



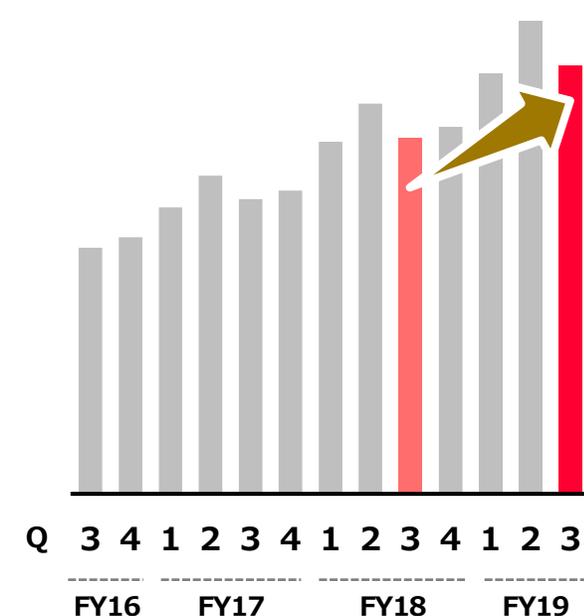
月間ログインユーザーID数

5,011万ID  
YoY +6%



スマートフォン経由  
ログインユーザー利用時間

20億時間  
YoY +20%

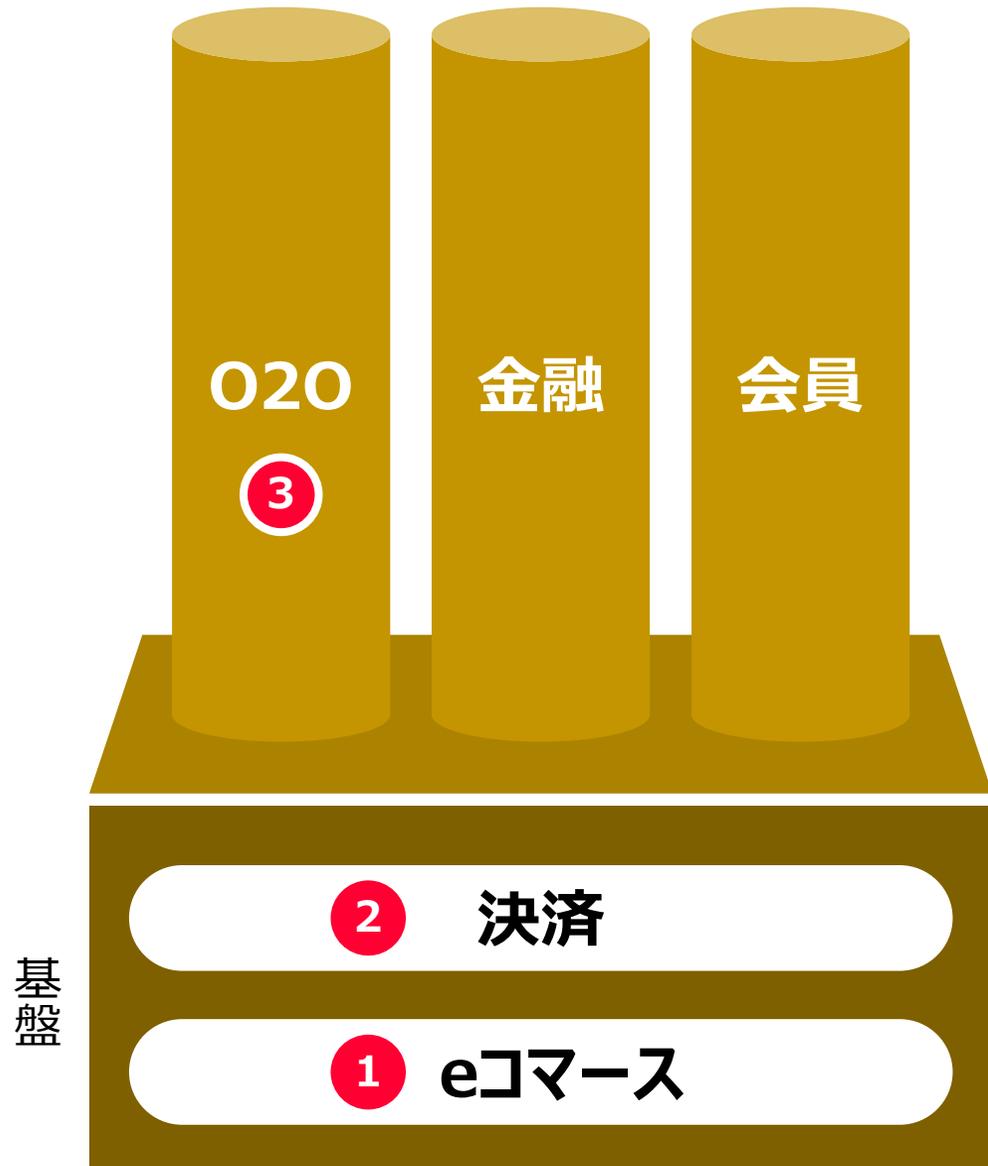


**営業利益はZOZO連結によりガイダンス上限着地見込み**  
**当期利益はPayPayの積極投資（4Q）により下限前後の見込み**

項目	FY2019 通期ガイダンス	FY2019 通期着地見込み	前年度比
売上収益	1兆 円超	1兆400 億円	+9 %
営業利益	1,406~1,500 億円	1,500 億円	+7 %
親会社の所有者に帰属する 当期利益	790~850 億円	770~800 億円	-2~+2 %
基本的1株当たり当期利益	14.8~15.9 円	15.8~16.4 円	+7~12 %
1株当たり配当金	8.86 円	8.86 円	同額

# 事業別トピックス

# コマース事業



## 事業基盤が順調に成長

項目	内容
3 O2O	台風および増税による影響があったもののO2O取扱高が前年同四半期比 <b>+16%</b>
2 決済	キャッシュレス還元によりクレジットカード取扱高が前年同四半期比 <b>+61%</b>
1 eコマース	ZOZO連結によりショッピング事業取扱高が前年同四半期比 <b>+37%</b>

## 2019年度 第3四半期 コマース事業 主要指標の実績

項目	金額	前年同四半期比	主な施策、主な増減要因
<b>eコマース取扱高</b>	<b>6,904 億円</b>	<b>+14.6 %</b>	
<b>物販取扱高</b>	<b>5,781 億円</b>	<b>+14.9 %</b>	
<b>ショッピング事業取扱高</b>	<b>2,952 億円</b>	<b>+36.6 %</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ZOZO連結子会社化（2ヵ月分）による影響 影響を除くと 約+7%成長</li> <li>• 「PayPayモール」オープンによる拡大</li> </ul>
<b>リユース事業*<sup>1</sup>取扱高</b>	<b>2,041 億円</b>	<b>-5.8 %</b>	「ヤフオク!」における販促費削減の影響
<b>サービス・デジタル*<sup>2</sup>取扱高</b>	<b>1,122 億円</b>	<b>+12.7 %</b>	台風および増税による影響があったものの <ul style="list-style-type: none"> <li>• トラベル事業 約+15%成長</li> <li>• 飲食予約事業 約+18%成長</li> </ul>
<b>クレジットカード取扱高</b>	<b>5,687 億円</b>	<b>+61.0 %</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• キャッシュレス還元による新規会員数増加</li> <li>• 「PayPay」とのシナジー効果による増加</li> </ul>

\*1 「ヤフオク!」から名称を変更しました。

\*2 物販以外取扱高から名称を変更しました。

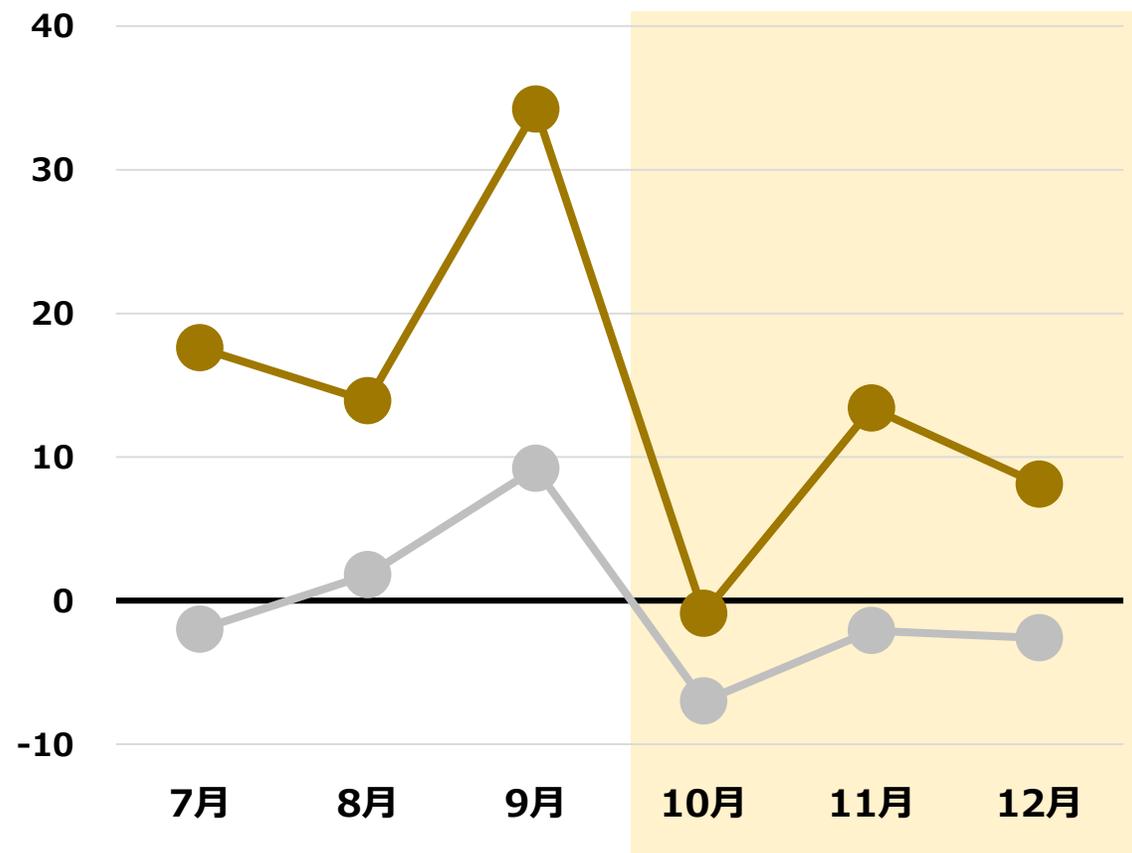
# 消費増税の影響があったものの、市場を上回る成長

項目	金額	前年同四半期比
ショッピング事業 取扱高 ZOZOTOWN本店除く	2,320 億円	+7.4 %

項目	前年同四半期比
小売業販売額*	-3.8 %

\*出典：経済産業省商業動態統計速報

(単位：%)



● ショッピング事業 (ZOZOTOWN本店除く)

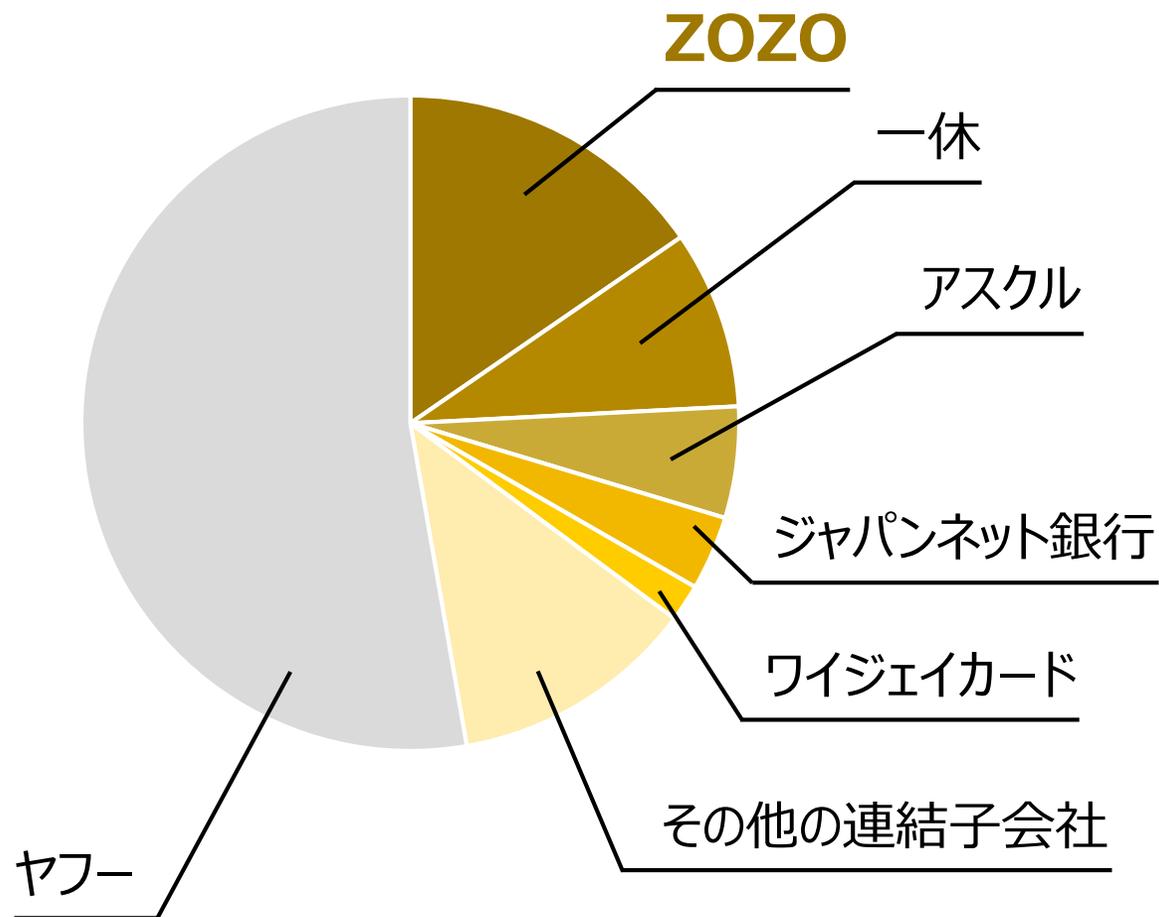
● 小売業

# ZOZO連結もあり、期初の高い目標を上回る見込み

項目	通期目標（期初時点）	通期着地見込み
eコマース取扱高（物販）	+ふた桁 %	+13~15 %
ショッピング事業取扱高	+20 %	+30 %
リユース事業*取扱高	+ひと桁半ば %	-ひと桁前半 %

\*「ヤフオク!」から名称を変更しました。

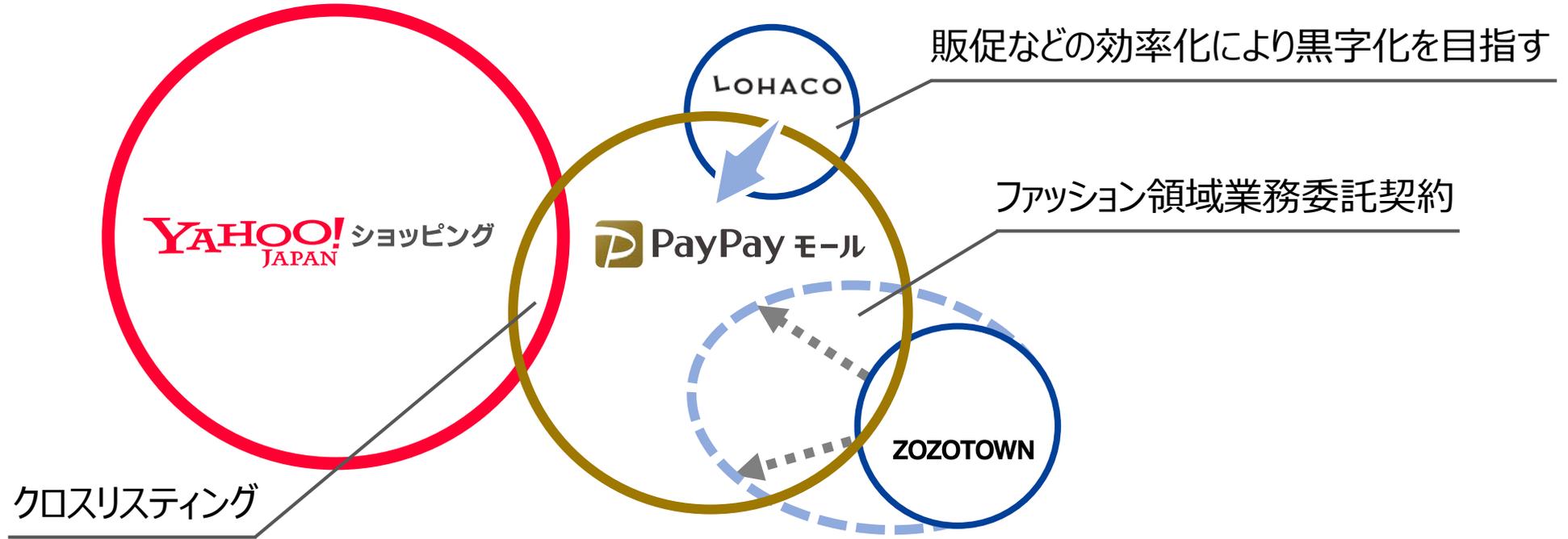
## ZOZO連結により、ヤフー以外の事業会社の構成比が増加 グループシナジーを最大化し、営業利益を盤石に



コマース事業の営業利益内訳	
ZOZO (11月からの2か月分)	42 億円
一休	24 億円
アスクル	15 億円
ジャパネット銀行	10 億円
ワイジェイカード	5 億円
その他の連結子会社	33 億円
ヤフー	144 億円
<b>コマース事業の営業利益合計</b>	<b>275 億円</b>

注：連結消去後。各社の営業利益は切り捨てのため合計に差異が生じます。

# 多様なニーズに応えるeコマースのエコシステム



## バリュープロポジション

あらゆる商品を揃えた売場

ワンランク上のお買い物体験\*1

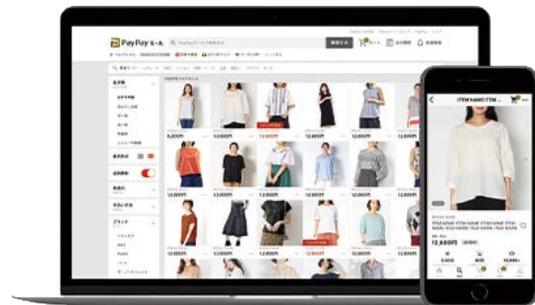
カテゴリ特化型の売場\*2

\*1 安全なストアと商品 + 探す・比べるが簡単 + お得に買える + 14日間まで返品OKです。

\*2 「ZOZOTOWN」や「LOHACO」は独自の品揃えや高品質な配送サービスを提供するカテゴリ特化型の売り場です。

YAHOO!  
JAPAN

# 「PayPayモール」



掲載料  
3%

プレミアムな  
オンラインショッピングモール

 PayPay モール

注：「PayPayモール」は、ヤフー(株)の事業です。「PayPay」は、ヤフー(株)の登録商標です。

より多くのユーザーに楽しさ、お得を体感いただくべく

★★★ 期間限定キャンペーン中 ★★★

PayPayモールで100億円あげちゃうキャンペーン

+9%のPayPayボーナスライト付与

(~3/31)

## 厳選された出店ストア数



Yahoo!ショッピングに出店・出品していなかった企業も  
続々と参加

acer

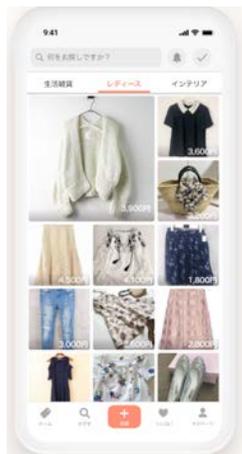
P&G

KOKUYO



(上記は一例)

# 「PayPayフリマ」



「PayPay」でお得に使えて、  
誰でも手軽に売買できるフリマアプリ

 PayPay フリマ

販売手数料  
10%

累計ダウンロード数

200万超

日本国内 無料アプリDLランキング  
ショッピングカテゴリで1位

出典：アップアニー(iOS&Android合計、2019年11月-2020年1月累計)

注：「PayPayフリマ」は、ヤフー(株)の事業です。「PayPay」は、ヤフー(株)の登録商標です。

- 「PayPayフリマ」と「ヤフオク!」のユーザー重複率は**5%**程度と低く、新しいユーザー層を獲得
- アプリに加えWebでも購入可能になり、リーチが更に拡大(1/29リリース)
- 販売手数料が業界最安の**実質3%**となる**出品キャンペーン**で利用促進を加速(～3/31)



販売手数料  
実質 **3%**  
※2 期間中 何回でも  
※2 条件あり

業界最安 ※1

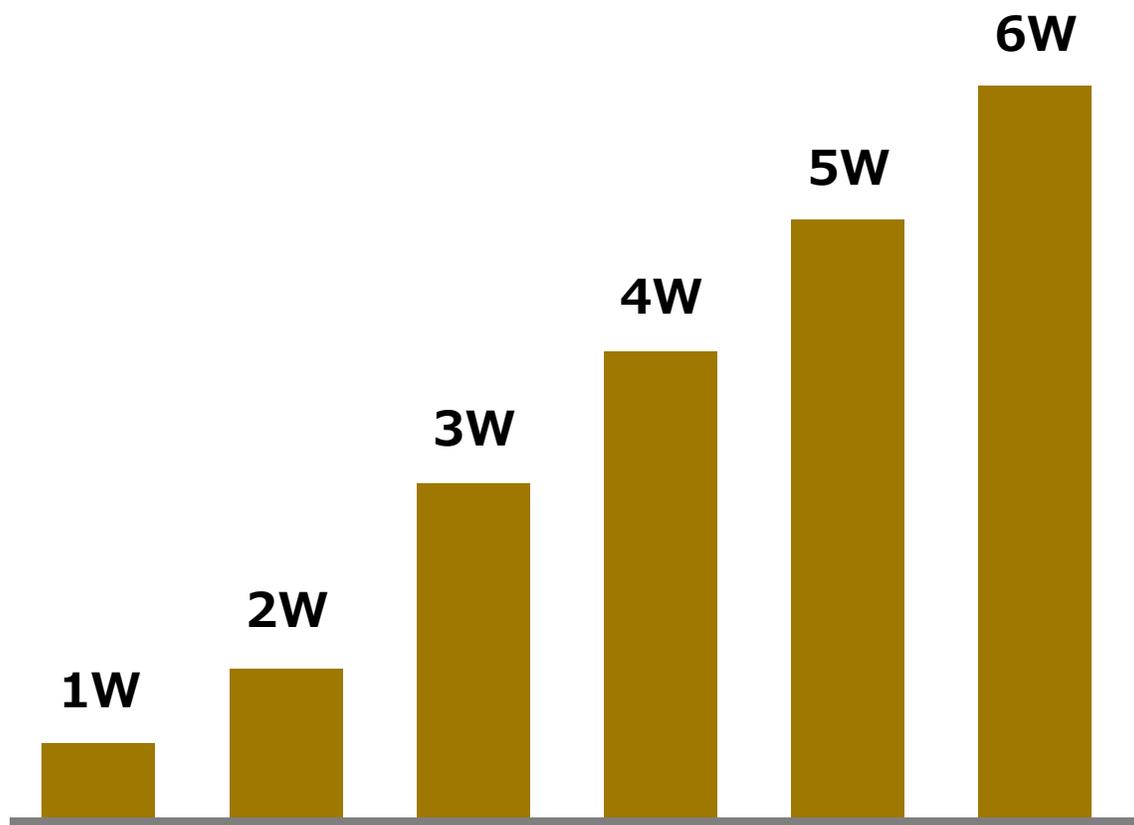
まずはインストール!

※1 フリマアプリ(総合プラットフォーム)2社と比較(2020年01月10日時点)  
※2 条件あり

PayPay フリマ



# グランドオープン（12/17）後、取扱高は順調に拡大



注：「PayPayモール」+「Yahoo!ショッピング」実績（2019/12/17～2020/1/26）

# 投資目論見通り、新たな利用者を獲得

## 購入者の内訳



PayPayモール店  
購入者の約 **6** 割は  
ZOZO新規顧客

# 両社の顧客・事業基盤を活かし、両輪で成長



戦略的にユーザー拡大

# 高いシナジー創出ポテンシャルを活かし、様々な分野で連携

短期



中期

項目	期待効果
PayPayの導入	<ul style="list-style-type: none"><li>「PayPay」利用者の取り込み</li><li>決済手数料のインハウス化・コスト削減</li></ul>
ソフトバンクとの連携	<ul style="list-style-type: none"><li>店頭プロモーションや特典付与による、ソフトバンクユーザーの利用促進</li></ul>
メディア・広告事業	<ul style="list-style-type: none"><li>「ZOZOTOWN」、「WEAR」を活用した広告事業をヤフーと共同展開</li></ul>
リユース事業の連携	<ul style="list-style-type: none"><li>「ヤフオク!」、「PayPayフリマ」、「ZOZOUSUED」の連携</li><li>ショッピング事業とのエコシステム構築</li></ul>
エンジニアの共働	<ul style="list-style-type: none"><li>データサイエンス活用</li><li>商品レコメンデーションの改善</li></ul>
物流の連携	「ZOZOBASE」の活用

ワンチームで  
eコマースの  
未来を創る

SoftBank

Z HOLDINGS





# さらなる企業価値向上に向けて共に取り組み中

## 経営体制

- 2月5日開催の取締役会において  
新独立社外取締役案を決定



3月13日に臨時株主総会を開催

- Zホールディングスとの業務・資本提携  
関係は維持・継続

## 業績

アスクルグループ  
3Q営業利益

**15 億円 (YoY +175%)**

注：連結消去後

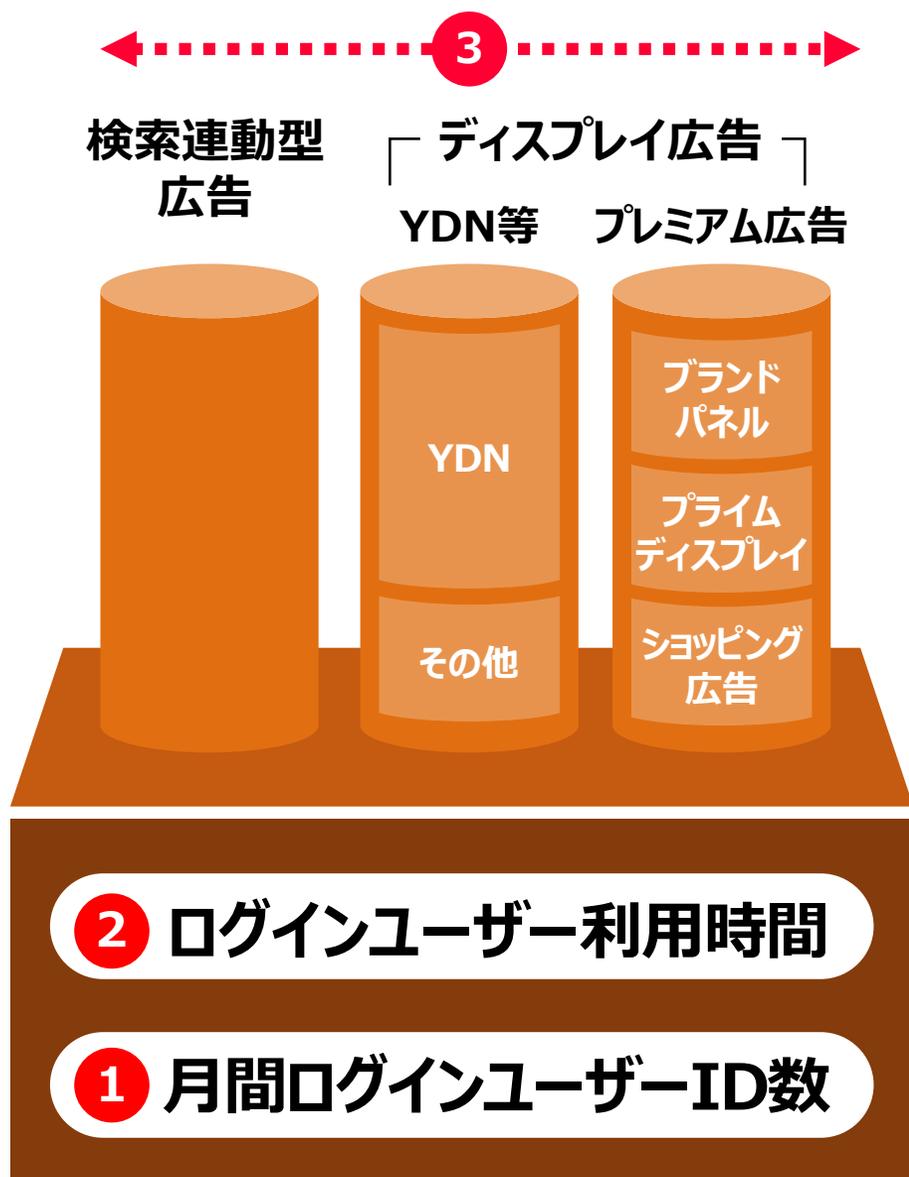
## LOHACO

- 利益率の向上
- 物流コスト低減と配送品質向上の両立
- ヤフーとの連携をさらに強化  
(PayPayモール店での売上拡大)



2023年5月期までに黒字化実現へ

# メディア事業



基盤

## スマートフォンを中心に成長

項目	内容
3 広告関連 売上収益	前年同四半期比 +6%
2 スマートフォン経由 ログインユーザー 利用時間	前年同四半期比 +20%
1 月間ログイン ユーザーID数	前年同四半期比 +6%

## 2019年度 第3四半期 広告関連売上収益の実績

項目	金額	前年同四半期比 (前年同四半期差)	主な施策、主な増減要因
<b>広告関連売上収益</b>	<b>876 億円</b>	<b>+5.7 %</b> (+46億円)	
<b>検索連動型広告</b>	<b>438 億円</b>	<b>+6.0 %</b> (+24億円)	表示オプションの改善が奏功
<b>ディスプレイ広告</b>	<b>438 億円</b>	<b>+5.3 %</b> (+22億円)	
<b>YDN等</b>	<b>261 億円</b>	<b>+1.5 %</b> (+3億円)	<ul style="list-style-type: none"> <li>PCブランドパネル枠への運用型配信など、複数プロダクト施策が奏功</li> <li>一部商品の提供終了による減収</li> <li>アンチトラッキングの影響（約マイナス4億円）</li> </ul>
<b>プレミアム広告</b> (ショッピング広告含む)	<b>176 億円</b>	<b>+11.6 %</b> (+18億円)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ショッピング広告の成長</li> <li>高単価商材（動画広告など）が好調</li> </ul>

# 上期出遅れたものの、下期キャッチアップし 広告全体では目標内を目指す

(新型コロナウイルスに伴う出稿減を一定織り込み)

項目	通期目標 (期初時点)	通期着地見込み
広告関連売上収益	+ひと桁半ば～ふた桁 %	+3～6 %
検索連動型広告	+ひと桁後半 %	+ひと桁前半～半ば %
ディスプレイ広告	+ひと桁半ば～ひと桁後半 %	+ひと桁半ば %

YAHOO!  
JAPAN

「統合マーケティングソリューション」とは

# 広告効果を可視化できるプロダクトをリリース



統合 マーケティング ソリューション	 デジタル (オンライン)	広告	 ディスプレイ 広告	 検索 連動型 広告		
	 リアル (オフライン)	セールス プロモーション		 Coming Soon	 来店計測 (仮称) 2月予定	 PayPay コンシューマー ギフト 3Qリリース

# オンラインとオフラインを融合し効果を可視化するマーケティング



# 新商品「PayPayリテールギフト」

**YAHOO!** JAPAN セールスプロモーション

第2弾  
1月14日リリース

PayPayリテールギフト

- ヤフーのサービス内に掲載されるオンライン広告でキャンペーンを告知し、対象の店舗での商品購入を訴求
- ユーザーは、キャンペーンサイトで応募・抽選し、キャンペーン対象の店舗に来店
- 対象商品購入時に「PayPay」で決済すると、PayPayボーナスライトが付与

## テストマーケティング事例：株式会社ローソン X キリンビール株式会社

キャンペーン告知



Yahoo! JAPANで  
広告に接触

応募／抽選



Yahoo!ズバトクで  
クジをひく

来店



お店に行く

購入



PayPayで支払う

特典付与



PayPayボーナスライト獲得

画像はイメージです

# 戦略的取り組み

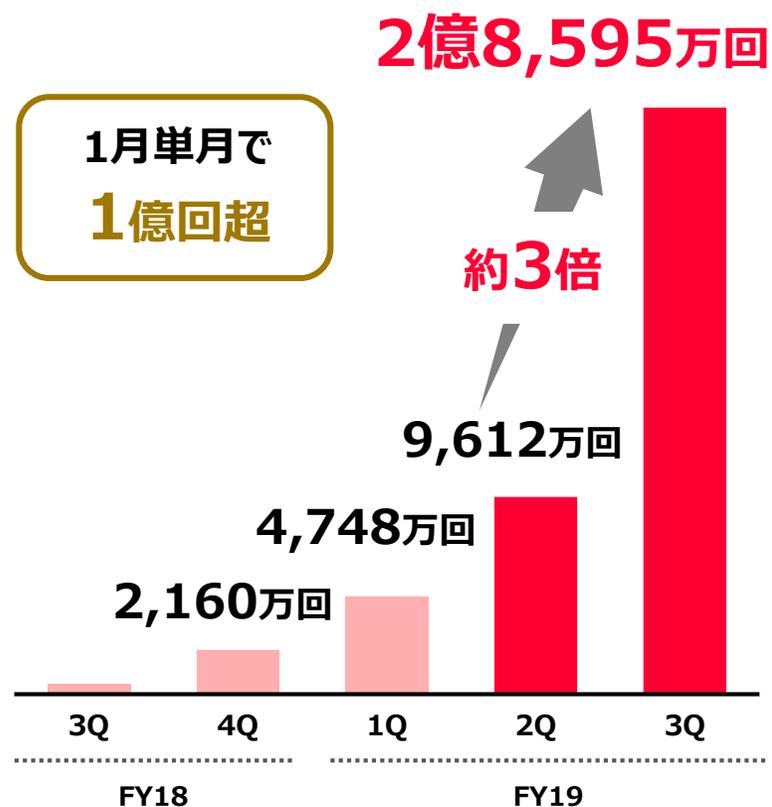
# 戦略的取り組み

---



## キャッシュレス推進を追い風にサービス基盤が順調に拡大

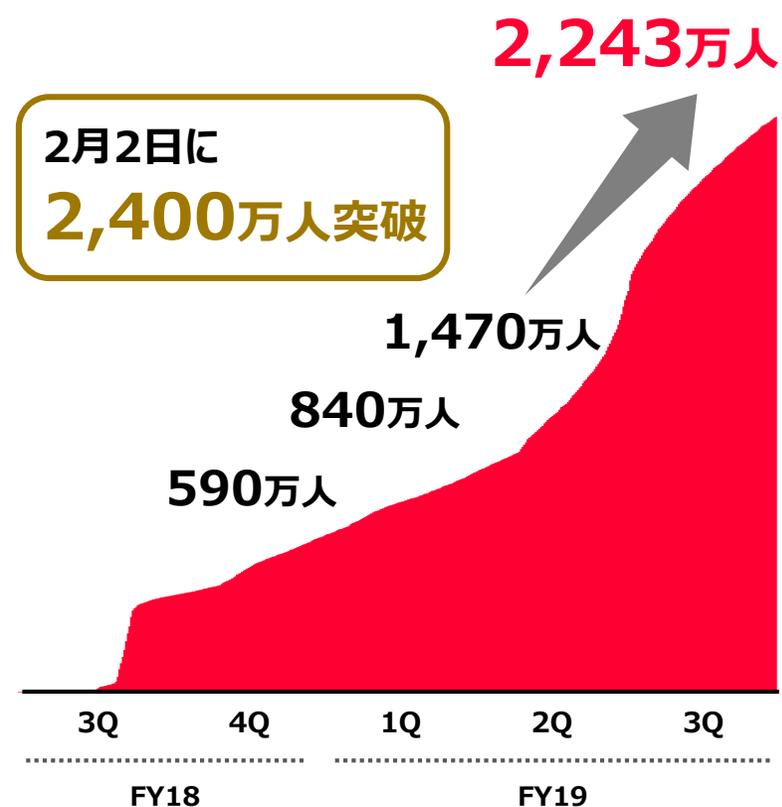
### 決済回数 (四半期)



### 加盟店数 (四半期末時点)



### 登録者数 (四半期末時点)



# 各種ランキングで上位を獲得

## アプリランキング

App Store  
BEST OF 2019  
トップ<sup>o</sup>無料Appランキング

Google Play  
ベスト オブ2019  
ユーザー投票部門アプリカテゴリ

  
**第1位**

  
**最優秀**

## キャッシュレス利用率ランキング

順位	種類	利用率
1	クレジットカード	84.8%
2	PayPay	37.2%
3	WAON	34.7%
4	nanaco	32.7%
5	プリペイドカード	32.6%
6	Suica	30.7%
7	楽天Edy	23.6%
8	楽天ペイ	19.0%
9	LINE Pay	18.1%
10	PASMO	15.4%

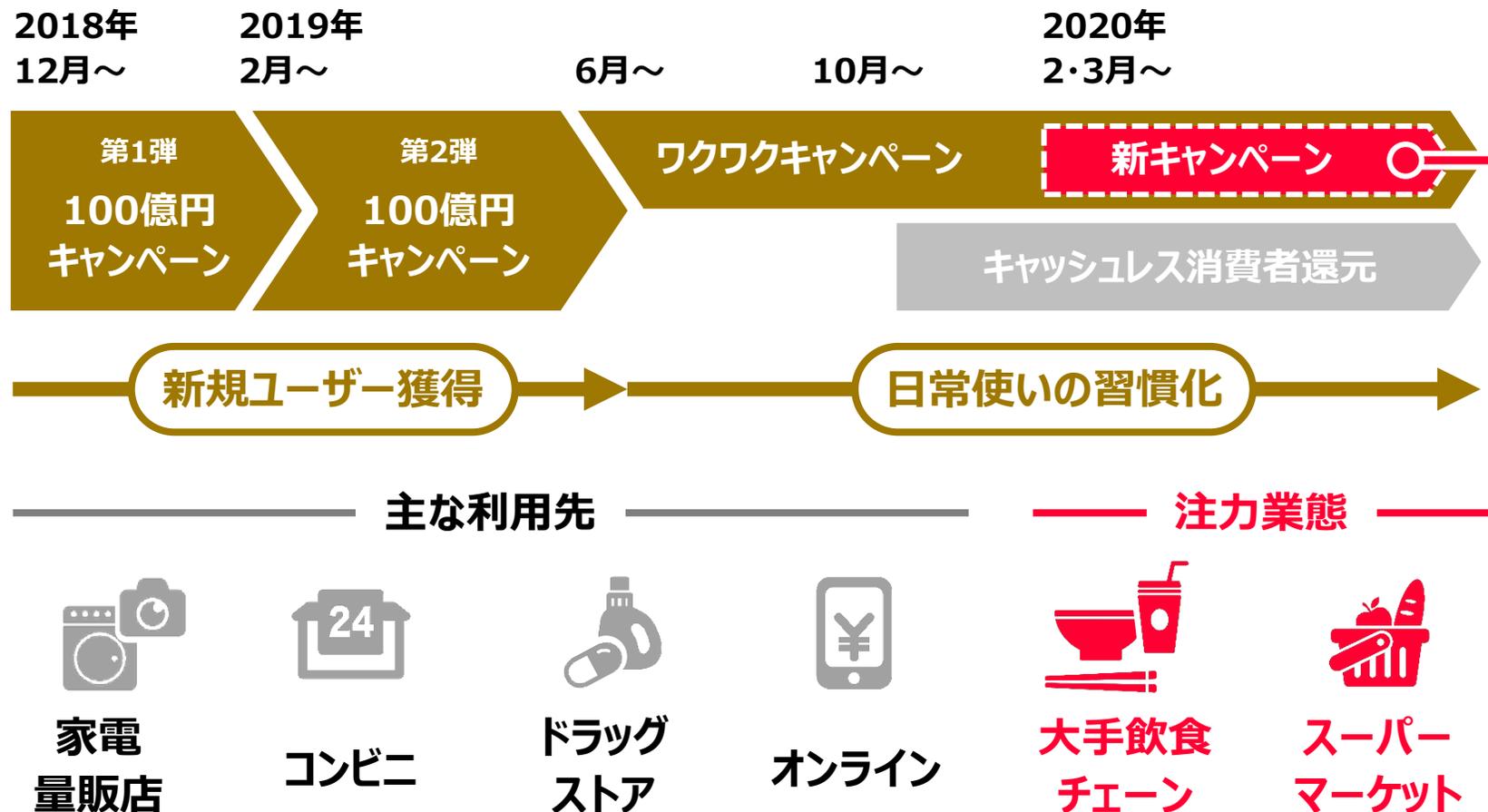
クレジットカードに次ぎ  
**利用率 2位**

47都道府県キャッシュレス決済普及率  
ランキング2020調査概要

- 調査期間：2019年10月10～14日
- 調査企画：日経BP（日経クロストレンド、日経ビジネス）
- 調査委託先：マクロミル

## 戦略的にキャンペーンを展開

### 新キャンペーンの狙いは「キャッシュレスを身近に」



対象の飲食店でPayPay残高でのお支払いなら  
**40%戻ってくる**  
Yahoo!プレミアム会員なら50%戻ってくる  
期間：2/1～2/29

全国6,500店舗以上  
+  
Coke ON Pay対応自販機約21万台



注：付与上限500円/回、1,500円/期間  
クレジットカード（ヤフーカード含む）は対象外

3月はスーパーマーケット対象のキャンペーンを実施予定

# 2020年に注力する金融サービスは「マルチパートナー」で推進

## オフライン

コンビニ 理容室 小売店  
飲食店 薬局

## 公共料金+税金

水道光熱費 税金  
携帯料金

## オンライン/O2O

EC タクシー ホテル 航空券  
チケット 映画予約

## 2020年 注力領域

## 金融サービス

ローン 投資  
後払い 保険

自社他社問わず各金融機関と連携

スーパーアプリを目指して



## P2P/ソーシャル

個人間送金 割り勘  
募金

# LINEとの経営統合

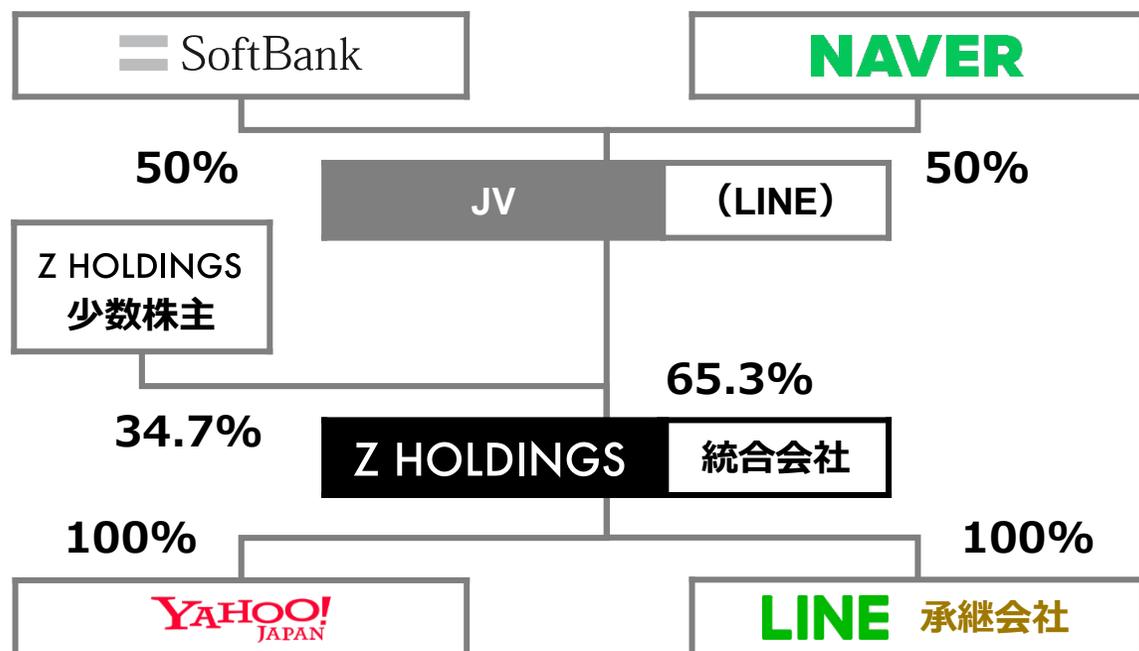
---

**LINE**

---

## 経営統合に向けて進捗中

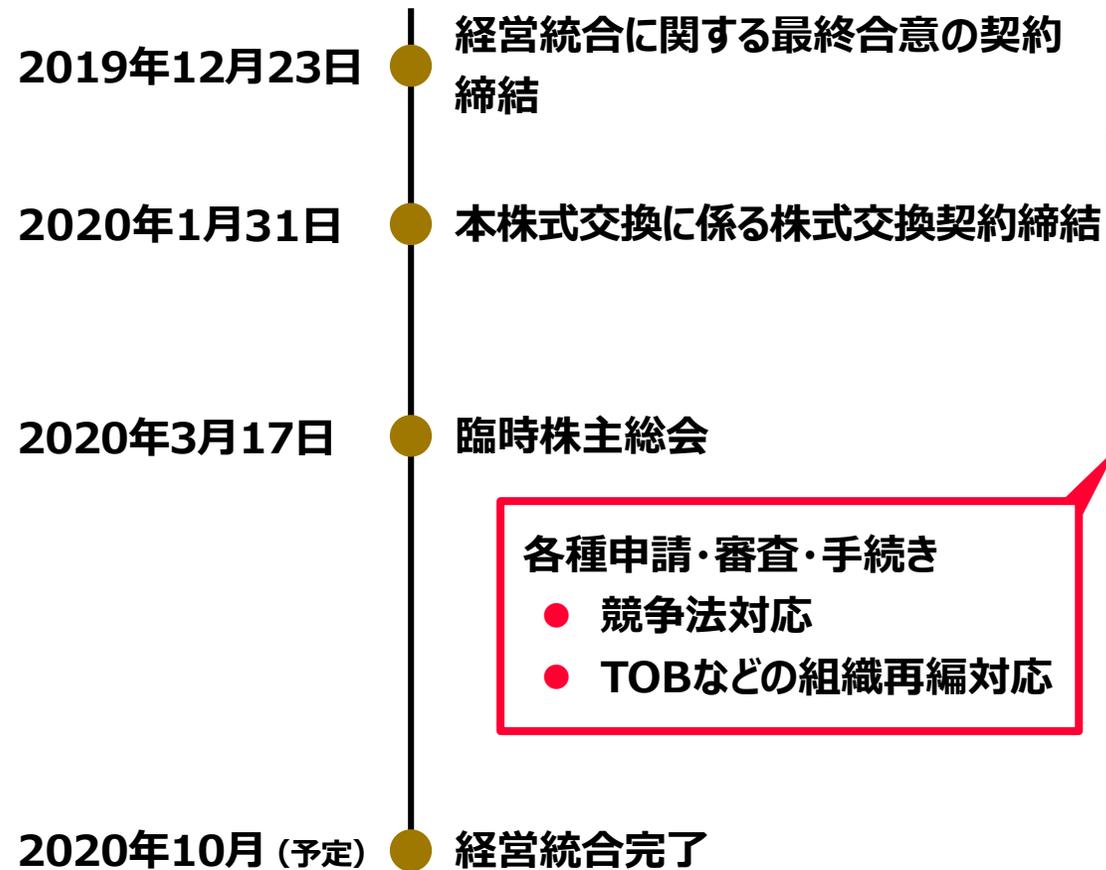
### 経営統合後のストラクチャ



#### 取引条件

- 株式交換比率 (ZHD) 1 : 11.75 (LINE)
- 株式交換により、Zホールディングス株式数は48億株から77億株へ増加
  - 増加分はすべてJVに割り当て
  - 自己株式の交付数は未定

### スケジュール



# Z HOLDINGS

**情報技術のチカラで、すべての人に無限の可能性を**

..... **質疑応答中** .....

# Z HOLDINGS

**情報技術のチカラで、すべての人に無限の可能性を**

# Z HOLDINGS

**情報技術のチカラで、すべての人に無限の可能性を**

# Z HOLDINGS

**情報技術のチカラで、すべての人に無限の可能性を**