

Zホールディングス株式会社 決算説明会
2020年度 第1四半期（4-6月期）

2020年7月31日

Z HOLDINGS

1

**2020年度 第1四半期 連結業績
および 新型コロナウイルス感染拡大による影響**

2

事業別トピックス

3

全社的な取り組み

4

補足資料

2020年度 第1四半期 決算説明会 トピックス

第1四半期業績

売上収益 **YoY 14.8%増**、純利益 YoY 16.9%減

- ・ **コマース事業が伸長**し売上収益増、ショッピング事業取扱高 **YoY 85.9%増**
- ・ ヤフー、アスクル、ZOZOなどグループ会社間のシナジー効果および全社的な費用削減により、**コマース事業の営業利益が初めてメディア事業の営業利益を上回る**
- ・ 新型コロナウイルス感染拡大の影響に伴う広告出稿減少により、広告関連売上収益 YoY 1.2%微増
- ・ 2019年度第1四半期に計上したPayPay持分変動益の影響により、純利益減

通期業績

二期連続の増収・営業利益増を目指し、ポートフォリオ経営を推進

事業トピックス

金融サービスを「**PayPay**」ブランドに統一、マルチパートナー戦略を推進

ポートフォリオ経営の推進により、増収・営業利益増を達成

項目	FY2019 Q1	FY2020 Q1	YoY
売上収益	2,386 億円	2,738 億円	+14.8 %
営業利益	361 億円	506 億円	+40.0 %
EBITDA*1	540 億円	753 億円	+39.5 %
その他の営業外収益及び費用	*2 110 億円	-19 億円	n.a.
持分法による投資損益*3	-59 億円	-37 億円	n.a.
親会社の所有者に帰属する四半期利益	273 億円	227 億円	-16.9 %
希薄化後1株当たり四半期利益	5.40 円	4.78 円	-11.5 %
ネットレバレッジレシオ*4	0.56 倍	2.74 倍	n.a.

*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います。

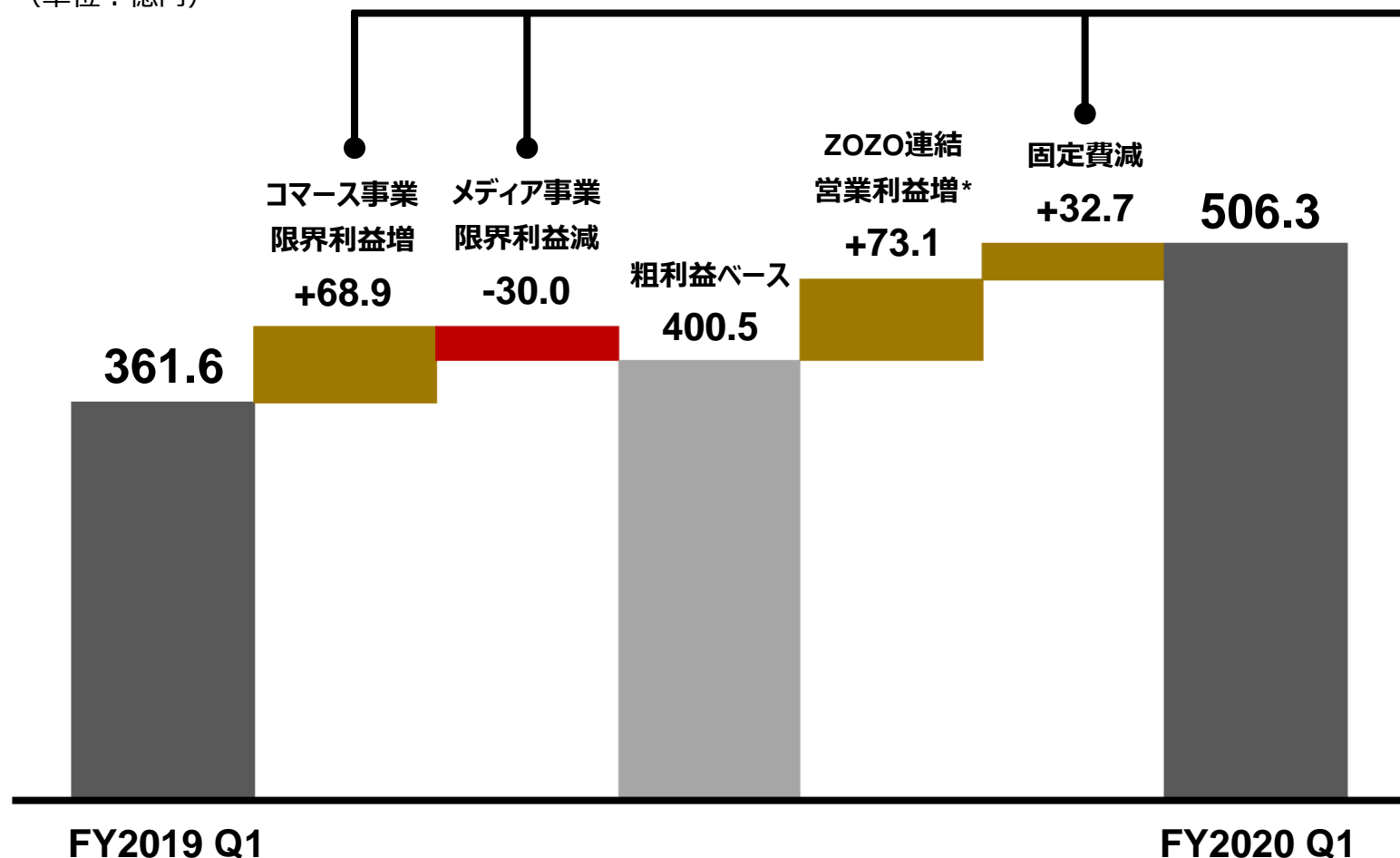
*2 PayPay(株)の持分変動利益108億円を含んでいます。

*3 主にPayPay(株)の影響です。

*4 ネットレバレッジレシオ = 純有利子負債 ÷ EBITDA。銀行業を除いています。EBITDAは直近12ヶ月間の数値を用いています。IFRS第16号の影響を含んでいます。

コマース事業の成長と費用削減等が増益に寄与

(単位：億円)



Q1費用抑制 (変動費・固定費)

予算比 約102億円

「内訳」

- コマース事業：50.8億円
 - ▷ ショッピング、ヤフオク!の販促費等
- メディア事業：38.9億円
 - ▷ アプリの販促費等
- その他：12.6億円
 - ▷ 設備投資 縮減・先送り
 - ▷ 旅費交通費 等

* 取得原価配分 (PPA) を償却後の実績です。

新型コロナウイルス感染拡大による影響

コロナ禍における事業環境認識

国内EC市場の裾野が拡大

インターネットメディアの価値向上

EC物販

メディア・広告

マクロ環境

- ・ 外出自粛に伴う巣ごもり消費増
- ・ 政府によるEC利用の推奨

- ・ 外出自粛に伴うオンラインでの時間消費増

当社の事業環境

- ・ 新規購入者増
▷ Q1 YoY+54%
- ・ 新規出店者増
▷ Q1 YoY+37%

YAHOO! JAPAN ショッピング

PayPay モール

- ・ PC経由利用時間増
▷ Q1 YoY+9.7%

マクロ環境

- ・ 供給過多による物流機能の逼迫

- ・ 広告主のマーケティング予算削減

当社の事業環境

- ・ リモートワークに伴うオフィス用品・BtoB関連商品の需要減少

- ・ 旅行／人材など特定業種からの広告需要減少

↑
副次的な
プラス影響

↓
マイナス影響

広告関連売上収益は微増となった一方、 eコマース（物販）事業の取扱高は力強く成長

項目	FY2020 Q1	YoY
物販取扱高	6,536 億円	+37.4 %
ショッピング事業取扱高	3,793 億円	+85.9 %
リユース事業取扱高	2,020 億円	+0.8 %
クレジットカード取扱高	5,563 億円	+31.3 %
広告関連売上収益	791 億円	+1.2 %

コロナ禍に対応したサービス・機能の提供

コマース



PayPay モール
実店舗の在庫表示



YAHOO! ショッピング
「Stay Home」特集



ジャパンネット銀行
法人・個人事業主向け
ビジネスローン支援

メディア・検索



YAHOO! JAPAN
「新型コロナ」タブの
新設

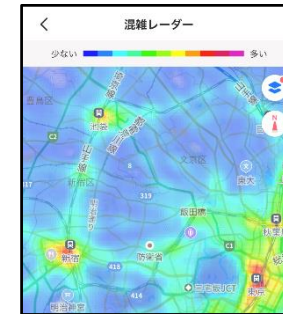


YAHOO! ニュース
「私たちはコロナと
どう暮らす」特集



YAHOO! 検索
市区町村ごとに異なる
特別定額給付金情報

メディア・検索 新機能



YAHOO! 地図
混雑レーダー



YAHOO! 検索
施設の混雑状況



YAHOO! 路線情報
路線の混雑状況

信頼性の高い国産プラットフォームへ

ニールセン・2020年4月
Monthly Total レポート

トータルデジタルで利用者数 1位

ランク	ブランド名	MAU	リーチ
1	Yahoo Japan	7,950万	63.6%
2	Google	7,345万	58.8%
3	LINE	6,689万	53.5%
4	Rakuten	5,770万	46.2%
5	Amazon	5,253万	42.0%

出典：ニールセン・2020年4月 Monthly Total レポート
トータルデジタル利用者数 TOP10

日経BPコンサルティング・Webブランド調査
2020春夏（4月）

Webブランド調査 1位

ランク	サイト名	今回スコア	前回差
1	Yahoo! JAPAN	118.3	+11.7
2	楽天市場	116.2	+1.4
3	Google	99.4	+0.8
4	Amazon.co.jp	98.1	-1.5
5	YouTube	94.9	+6.5

出典：日経BPコンサルティング・Webブランド調査 2020春夏
(4月)

東洋経済 CSR企業ランキング 2020年

【企業統治+社会性】部門 1位

順位	社名	ポイント
1	Zホールディングス	100.0
2	NTTドコモ	99.4
2	オムロン	99.4
4	セイコーエプソン	98.9
4	SOMPOホールディングス	98.9

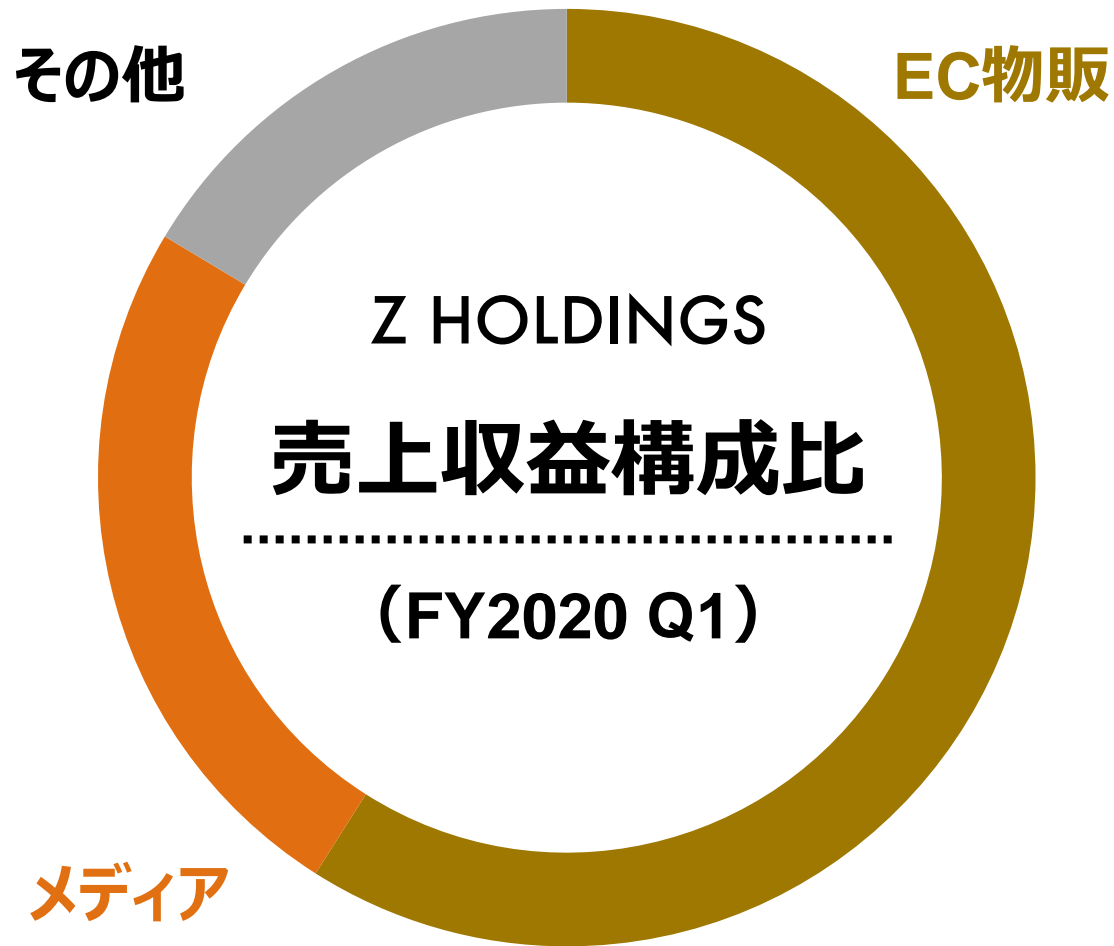
出典：東洋経済・コロナ下で信頼される「CSR企業」トップ500社
(7月)

情報技術を駆使した新しい働き方へ移行（2020年10月～）

	Before		After
(1) リモートワーク	月5回(上限)	▶	回数制限を解除
(2) フレックス勤務	コアタイム制(10:00-15:00)	▶	コアタイム制を廃止
(3) 費用補助	月3,000円(通信費補助)	▶	最大月7,000円 (通信費補助・在宅勤務の手当)
(4) 交通費補助	通勤定期券代の支給	▶	通勤定期券代の支給停止 (交通費は実費支給)
(5) 副業人材	社員の副業許可 外部人材の副業先としての受け入れは無し	▶	外部人材の副業先としての受け入れ 『ギグパートナー』制度の開始

全国紙へ新聞広告を掲出（7月16日）





ワイズ・インシュアランス株式会社

Magne-Max Capital Management

ebook
Japan

ジャパンネット銀行

carview

dely

Sportsnavi

ZOZO

YAHOO!
JAPAN

PayPay

ポートフォリオ経営で
安定的な収益を創出し
不要不急の費用を抑制しながら
通期で増収・営業利益増を目指す

ASKUL

Z financial

体.com

ワイジェイカード株式会社

VALUE
COMMERCE

GYAO
Entertainment Company

YJCapital

スタンバイ

アストマックス投信投資顧問株式会社

YJFX!
from YAHOO!
JAPAN

事業別トピックス

Ⅰ コマース事業

2020年度 第1四半期 コマース事業 主要指標

項目	Q1実績	YoY	主な施策、主な増減要因
eコマース取扱高	7,073 億円	+21.1 %	
物販取扱高	6,536 億円	+37.4 %	
ショッピング事業取扱高	3,793 億円	+85.9 %	<ul style="list-style-type: none"> ・ ZOZO連結子会社化による拡大 (ZOZOTOWN本店除き：YoY+42.4%) ・ 「PayPayモール」の拡大 ・ 外出自粛に伴う巣ごもり消費増
リユース事業取扱高	2,020 億円	+0.8 %	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「PayPayフリマ」の拡大 ・ 訪問者数増により「ヤフオク!」がQoQで拡大
サービス・デジタル取扱高	537 億円	-50.5 %	<ul style="list-style-type: none"> ・ O2Oサービスが外出自粛により大幅に減少 6月より徐々に回復の兆し
クレジットカード取扱高	5,563 億円	+31.3 %	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外出自粛によるオフラインでの利用減 (主に旅行・外食など) となった一方、 「PayPay」とのシナジー効果による増加

YAHOO!
JAPAN

小売企業の販路拡大を担い、売上最大化を支援

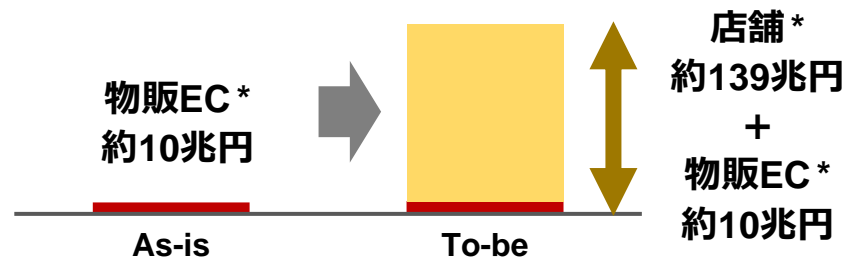
Xショッピング

導入済み・導入予定企業 (6月末時点)



対象とする市場が拡大

Xショッピング 約149兆円



32ストア (6,666店舗)

..... 導入済み企業一例 (50音順)

1964
THE CLOCK HOUSE

いつもそばに、ずっと
コメリ

島村楽器

MURAUCHI

YAMADA



様々な分野でシナジーを創出

短期



中期

項目	期待効果
リユース事業の連携	<ul style="list-style-type: none">・ ショッピング事業とのエコシステム構築・ ZOZOTOWNでの購入商品が簡単に、「PayPayフリマ」で出品可能に
PayPayの導入	<ul style="list-style-type: none">・ 「PayPay」利用者の取り込み・ 決済手数料のインハウス化・コスト削減
ソフトバンクとの連携	<ul style="list-style-type: none">・ 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
メディア・広告事業	<ul style="list-style-type: none">・ 「ZOZOTOWN」、「WEAR」を活用した広告事業をやフーと共同展開
エンジニアの共働	<ul style="list-style-type: none">・ データサイエンス活用・ 商品レコメンデーションの改善
物流の連携	<ul style="list-style-type: none">・ 「ZOZOBASE」の活用

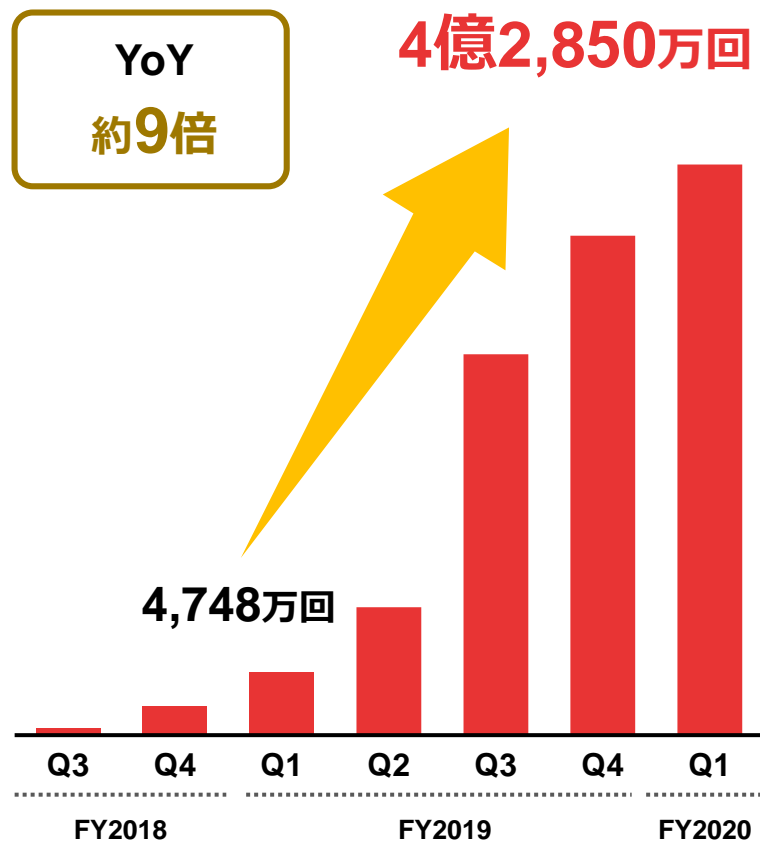
7月
実施済

Q2
実施予定

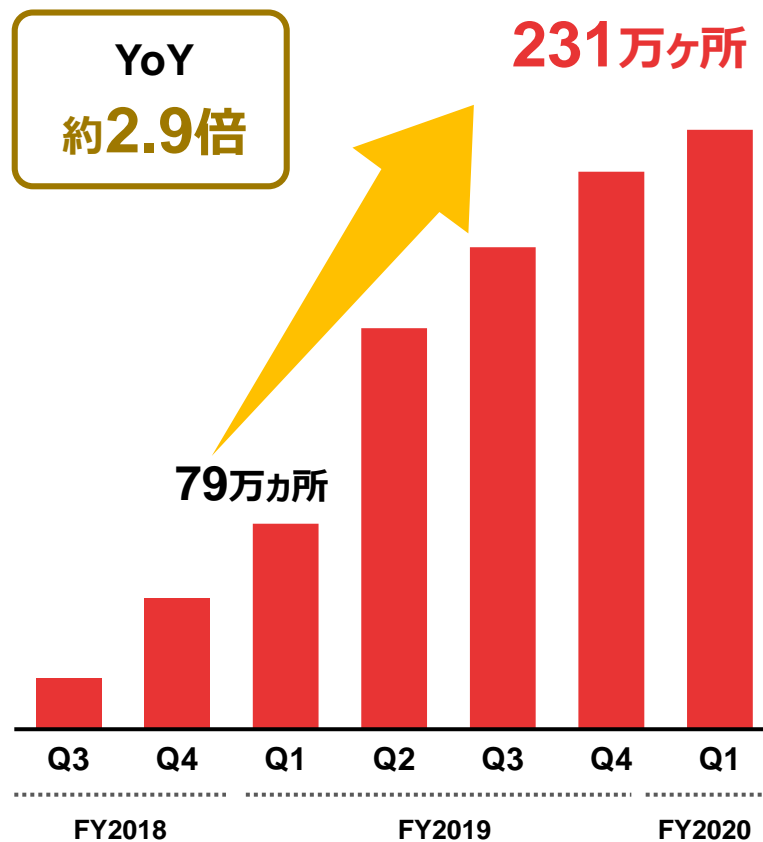


コロナ禍でオフライン利用が減少傾向も、各KPIは堅調に成長

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)



* 店舗やタクシーなど、PayPayへの加盟契約申込数です。

「PayPay」マネタイズサービスの展開

2020年度

4月15日

金融

ボーナス運用

PayPayあと払い

(一括のみ)



今秋
全ユーザーへ
提供予定

※現在は一部対象者のみ

5月28日

金融

個人向けローン



6月1日

O2O

PayPayピックアップ



今年度中

金融



投資



保険



ビジネスローン


O2O



情報配信
クーポン掲載

Z financial

金融サービスを「PayPay」ブランドに統一。ポートフォリオ経営を推進

	現状		2020年秋以降順次
 クレジット カード		▶	
 銀行		▶	
 証券		▶	
 保険		▶	
 FX・ 外国為替		▶	
 資産運用		▶	

注：社名変更は、各社株主総会による承認可決後および所管官公庁の許認可等の取得後に実施予定です。

他社金融サービスとも連携することでサービス拡充を図り ユーザーへ多様な選択肢を提供



ブランド統一キャンペーンを
順次実施予定

(詳細は追って発表)

第1弾

2020年秋

 PayPay カード

⋮

各サービスの性質に沿った金融商品を提供開始

ヤマダデンキ!



修理保険

FY2019 Q4 提供開始済

スマホ、家電製品の落札に対して
落札金額相当の修理サービスを提供

提供元会社：
三井住友海上火災保険(株)

PayPay



ローン

FY2020 Q1 提供開始済

カードローンの申し込み・借入れ
提供元会社：
(株)ジャパンネット銀行

YAHOO! JAPAN トラベル



キャンセル保険

FY2020 Q2 提供開始済

(株)一休が提供する「ヤフー
プラン」予約者に対してキャンセル
料を補償

提供元会社：Mysurance(株)

PayPay モール



分割払い

Q3以降提供開始予定

YAHOO! JAPAN カーナビ

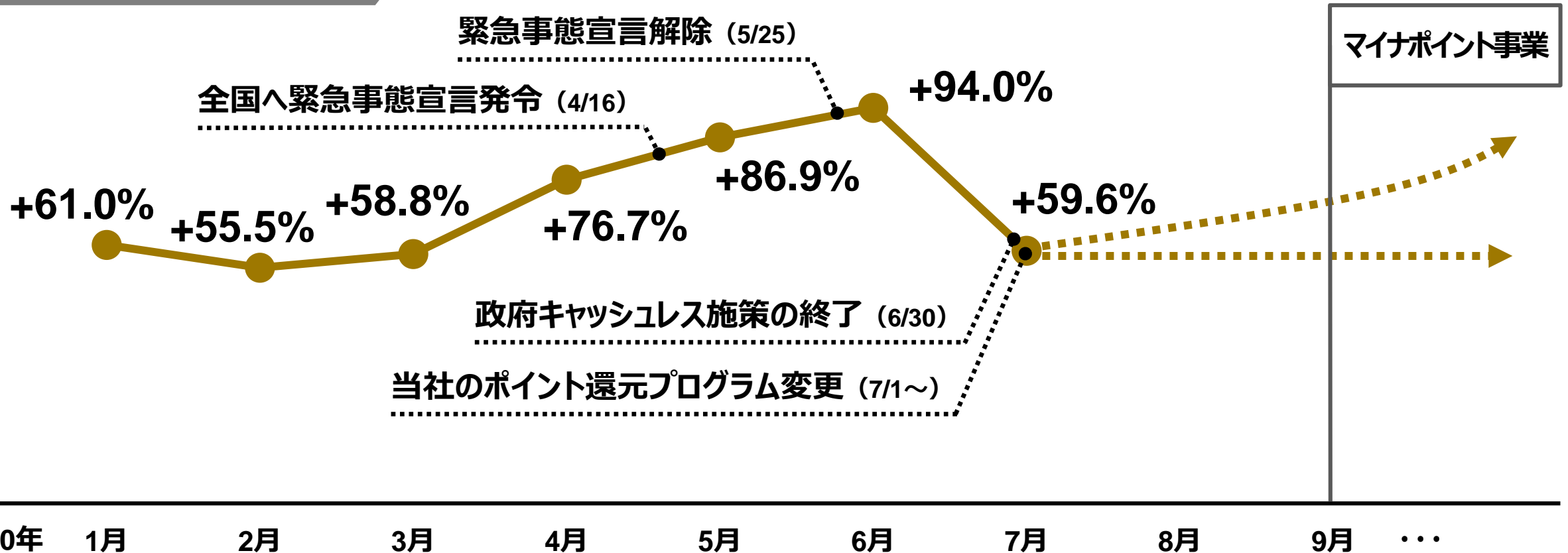


自動車保険

足元の状況と見通し（コマース事業）

巣ごもり消費の緩和、政府キャッシュレス施策の終了、 当社ポイント還元プログラムの変更に伴い、成長率は減速の見通し

ショッピング事業取扱高 YoY成長率



2020年 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 …

注：7月は2020年7月1日～7月26日までの累計値と前年同期間との比較です。

Ⅰ メディア事業

広告プラットフォームの統合（7月より順次広告主へ提供開始）

複数に分かれていたディスプレイ広告・サービスを統合

これまで

別々の広告プラットフォーム

Yahoo!プレミアム広告

予約型

Yahoo!プロモーション広告

Yahoo!ディスプレイ
アドネットワーク

運用型

2020年7月より順次案内

「Yahoo!広告」に統合

ディスプレイ広告

予約型広告

運用型広告

1. 目的に応じた柔軟な広告出稿が可能に

認知から獲得、継続までの課題や目的に応じた柔軟な広告出稿をワンストップで提供

2. 広告管理ツールが使いやすく

より直感的で操作しやすく、運用しやすいツールに刷新

3. 目的に合う最適な配信アルゴリズムに

サイト誘導中心の配信アルゴリズムから、広告目的に合わせた最適な配信アルゴリズムに刷新

広告プラットフォームの統合：商品のリブランディングに伴い開示区分を変更

変更前

開示区分		主な内訳
検索連動型広告		スポンサードサーチ
ディスプレイ 広告	YDN等	YDN、Criteo等
	プレミアム 広告	プレミアム広告
		ショッピング広告

変更後

開示区分		主な内訳
検索広告		Yahoo!広告「検索広告」
ディスプレイ 広告	運用型 広告	Yahoo!広告 「ディスプレイ広告」(運用型) 旧YDN等
		ショッピング広告 (運用型)
	予約型 広告	Yahoo!広告 「ディスプレイ広告」(予約型) 旧プレミアム広告
		ショッピング広告 (予約型)



2020年度 第1四半期 広告関連売上収益 実績

項目	Q1実績	YoY	主な施策、主な増減要因
広告関連売上収益	791 億円	+1.2 %	
検索広告	354 億円	-11.6 %	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス影響による出稿減 (Q1 -97億円)
ディスプレイ広告	436 億円	+14.7 %	
運用型広告	381 億円	+21.5 %	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス影響によるメディアサービスのトラフィック増 ヘッダービディングの追加などプロダクト施策が奏功 ショッピング事業の成長に伴うショッピング広告売上の拡大
予約型広告	55 億円	-17.1 %	<ul style="list-style-type: none"> 官公庁等による出稿増があった一方、新型コロナウイルス影響により出稿減

YAHOO!
JAPAN

Yahoo!広告による送客効果を可視化

ユーザーアクション

出会う

ディスプレイ
広告

調べる

検索
広告

来店

来店計測

FY20 Q1

買う（支払う）

PayPay
コンシューマー
ギフト

FY19 Q3
提供開始済

PayPay
リテールギフト

FY19 Q4
提供開始済



デジタル（オンライン）

Yahoo!広告



リアル（オフライン）

Yahoo!セールスプロモーション

統合マーケティングソリューション

一部業種での来店の計測検証を開始

広告接触



来店



注：計測の仕組みはソフトバンク(株)のサービスです。

個人のお客様向けの来店計測の仕組みやデータの取り扱い（計測利用停止の方法を含む）について説明準備が整い次第、本格展開する予定です。

ソフトバンクとの連携

新規顧客の獲得 既存顧客の出稿拡大



主なクライアント

- 大手クライアント（ソフトバンク顧客）
- 中小クライアント（ヤフー顧客）



主な提案内容

- ソフトバンク顧客向け
 - ▶ 「データ活用」を軸にした提案
- ヤフー既存顧客向け
 - ▶ 運用サポート体制の構築、出稿の新規提案・プランニング



トピックス

- 5月に横断的な営業組織を両社内に設置
- Q1シナジー売上：約30億円*（FY2019下期は44億円）

* インセンティブ控除前のグロス売上です。

ジョイント・ビジネス・プラン

クライアントと明確な目的を設定し、 ビジネスパートナーとして協業する年間契約

- 大手クライアント

- 「データ活用」を軸にした提案
- クライアントのマーケティング設計における上流から中長期の協業



事業課題
可視化

マーケプラン
策定

最適広告配信
決定

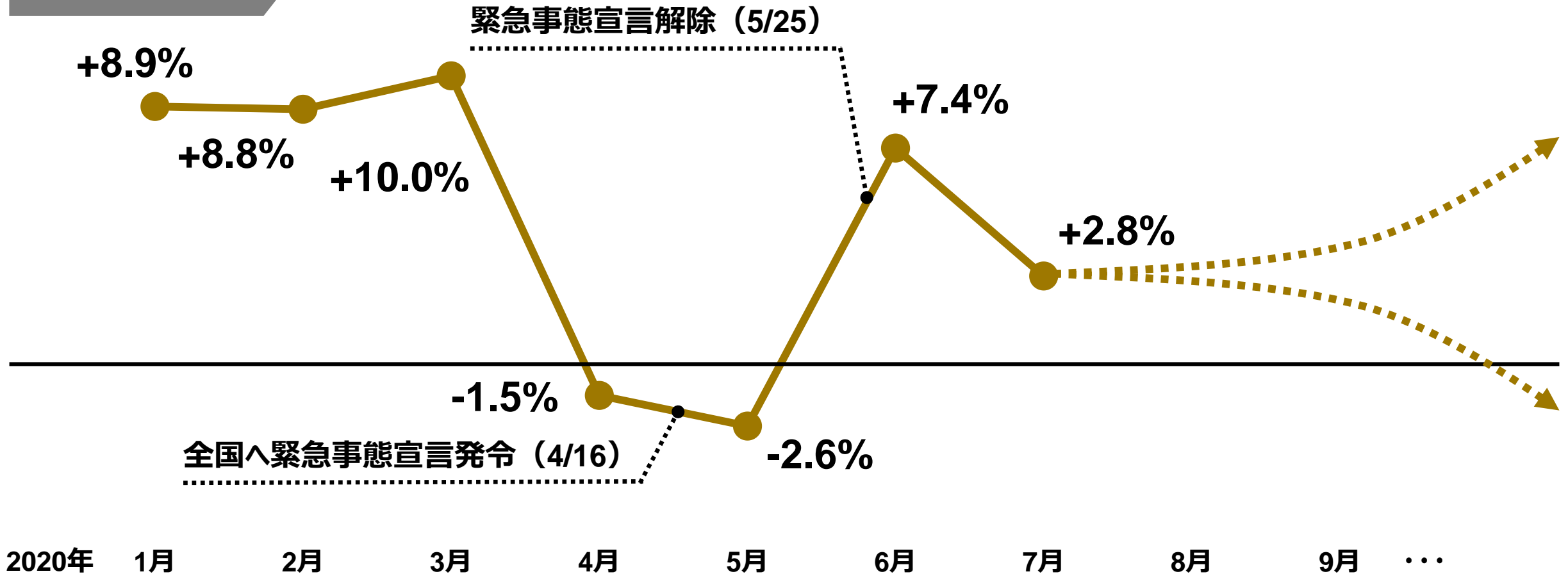
- 契約社数*：YoY+133%
- 契約金額*：YoY+54%

* 2020年7月9日時点の実績です。

足元の状況と見通し（メディア事業）

コロナ禍における広告需要の見通しは依然不透明

広告関連売上収益
YoY成長率



注：7月の数値の一部は見込み値を含んでいます。

全社的な取り組み

Z HOLDINGS LINE

- **新型コロナウイルスの世界的な感染拡大による影響等により、一部の国で競争法に基づく手続きおよび対応が未完了***
- **現時点で手続き等に重大な問題は認識していない**
- **本経営統合の完了時期は当初の予定（2020年10月）より遅れる見込み**
- **最新のスケジュールは確定次第速やかに発表**

**Zホールディングスにしか創れない
大きな未来を創る**

Z HOLDINGS

情報技術のチカラで、すべての人に無限の可能性を

補足資料

2020年度 第1四半期 連結営業利益の増減要因

項目		Q1	YoY	主な増減要因	
FY2019 Q1 実績		361 億円			
前年度差	売上収益	+352 億円	+14.8 %	<ul style="list-style-type: none"> ・ZOZO連結による増加 +336億円 ・イーブック +23億円 ・ワイジェイカード +22億円 ・一休 -35億円 	
	売上原価	-16 億円	-1.6 %	<ul style="list-style-type: none"> ・ZOZO連結による増加 +15億円 ・ショッピング広告以外の広告売上減収に伴う広告原価の減少 ・アスクルグループ -18億円 	
	販売費及び一般管理費	+224 億円	+22.3 %	ZOZO連結による増加 +248億円	
	以下主な内訳	減価償却費	+70 億円	+40.0 %	<ul style="list-style-type: none"> ・ZOZO連結による増加 +51億円 ・ソフトウェアやサーバー等の増加
		荷造運賃	+67 億円	+113.8 %	ZOZO連結による増加 +66億円
		人件費	+49 億円	+20.4 %	ZOZO連結による増加 +46億円
		支払手数料	+26 億円	+193.0 %	ZOZO連結による増加 +24億円
		業務委託費	+23 億円	+16.6 %	<ul style="list-style-type: none"> ・ZOZO連結による増加 +32億円 ・ヤフー -8億円
	販売促進費	-46 億円	-27.4 %	<ul style="list-style-type: none"> ・費用削減による影響 ・取扱高の伸長によるポイント費用の増加 	
FY2020 Q1 実績		506 億円	+40.0 %		

2020年度 第1四半期 ZOZO連結の影響

2019年11月より連結取り込み

項目	ZOZO FY2020 Q1	ZOZO除き FY2020 Q1	YoY
売上収益	336 億円	2,402 億円	+0.7 %
営業利益	*1 73 億円	433 億円	+19.8 %
四半期利益	49 億円	225 億円	-19.0 %
親会社の所有者に帰属する当期利益	24 億円	202 億円	-26.0 %

*1 取得原価配分（PPA）を償却後の実績です。

のれん	合計	2,129 億円
取得原価配分 (PPA)	合計	5,021 億円
	償却 (FY2020 Q1)	33 億円

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*2	1,787 億円	-
その他	14 億円	4年

*2 耐用年数を確定できない無形資産です。

2020年度 第1四半期 財政状態計算書

連結 (IFRS)

(億円)	FY2019 Q4	FY2020 Q1	差額
資産	39,339	39,803	464
現金・現金同等物	8,801	9,025	224
営業債権・その他債権	3,867	3,994	126
カード事業の貸付金	3,422	3,429	7
銀行事業の有価証券	4,158	4,229	71
有形固定資産	1,312	1,311	-0
無形資産	6,793	6,774	-19
負債	28,860	29,483	622
営業債務・その他債務	4,872	4,740	-131
銀行事業の預金	9,031	10,094	1,063
有利子負債	10,864	11,949	1,084
資本	10,478	10,319	-158

ジャパンネット銀行 (日本基準)

(億円)	FY2019 Q4	FY2020 Q1	差額
資産	9,955	11,093	1,138
現金・現金同等物	3,233	4,256	1,022
営業債権・その他債権	205	218	12
カード事業の貸付金	-	-	-
銀行事業の有価証券	4,258	4,329	71
有形固定資産	6	6	-0
無形資産	70	69	-0
負債	9,410	10,536	1,126
営業債務・その他債務	155	158	3
銀行事業の預金	9,203	10,336	1,132
有利子負債	-	-	-
資本	545	556	11

ワイジェイカード (日本基準)

(億円)	FY2019 Q4	FY2020 Q1	差額
資産	5,542	5,664	121
現金・現金同等物	1,274	1,267	-7
営業債権・その他債権	148	262	113
カード事業の貸付金	3,374	3,374	0
銀行事業の有価証券	-	-	-
有形固定資産	48	47	-1
無形資産	294	295	1
負債	5,232	5,337	104
営業債務・その他債務	2,655	2,729	74
銀行事業の預金	-	-	-
有利子負債	2,453	2,493	39
資本	309	326	16

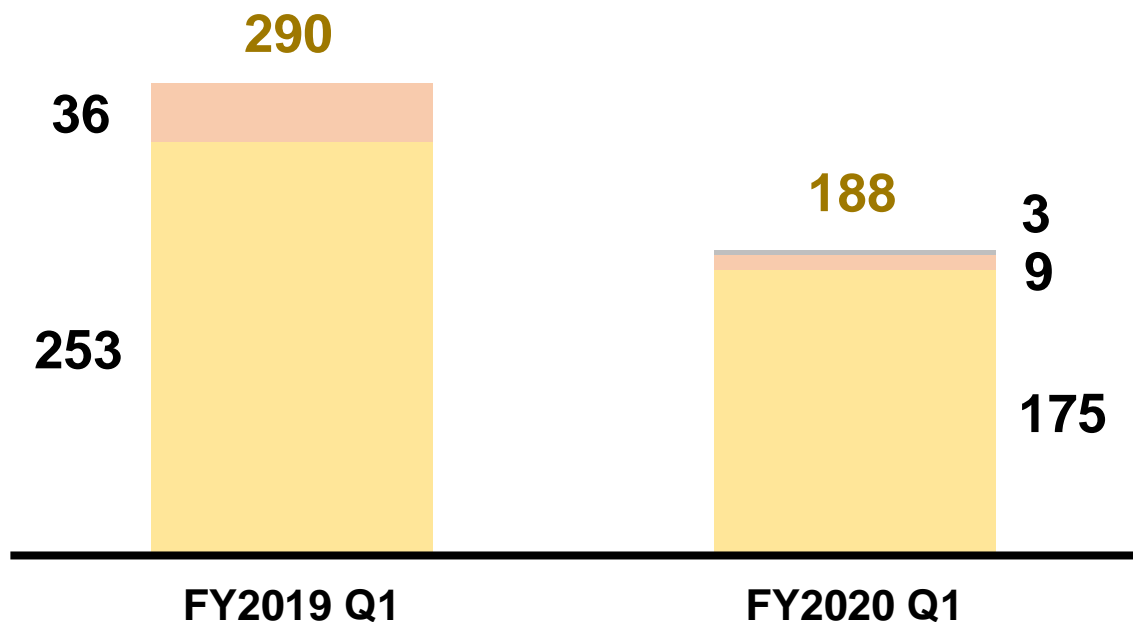
注: 弊社グループ内の内部取引消去前の数値です。

注: 弊社グループ内の内部取引消去前の数値です。

設備投資

(単位：億円)

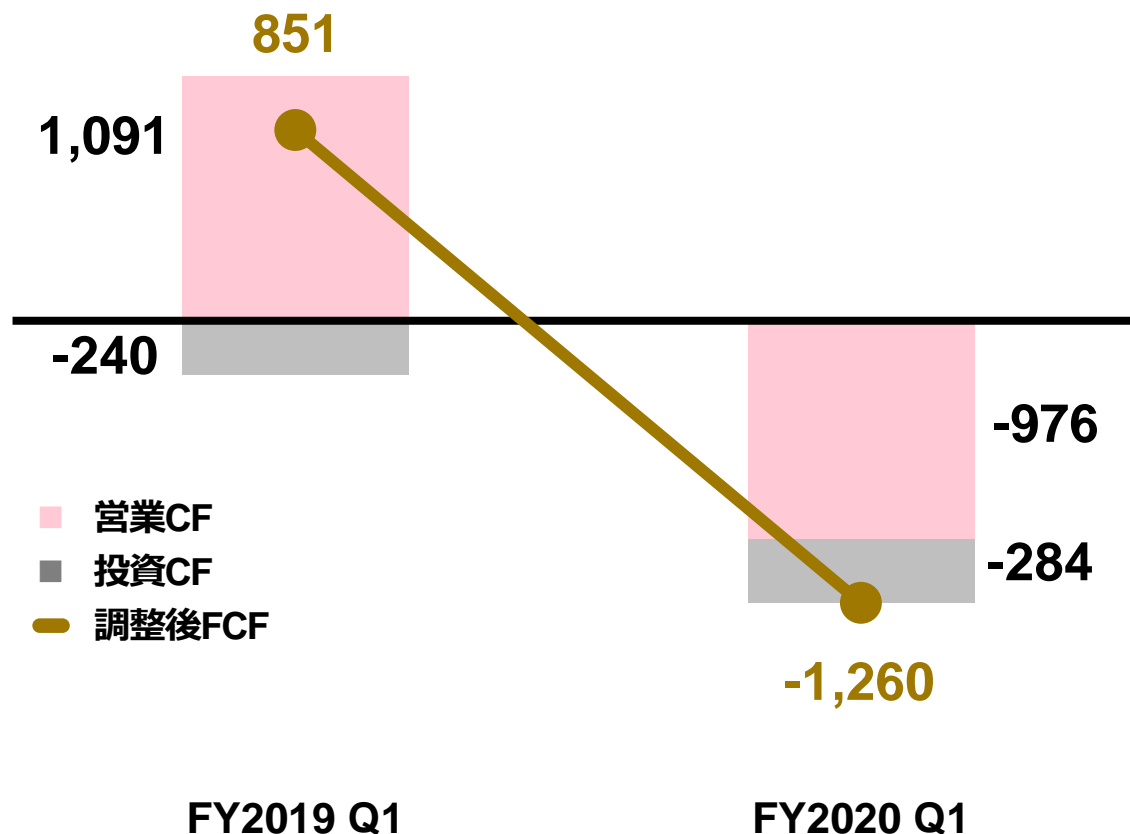
- ZOZO連結影響*
- 使用权資産
- 有形・無形資産



* (株)ZOZOの使用权資産を含んでいます。

調整後FCF

(単位：億円)



注：銀行業を除いています。

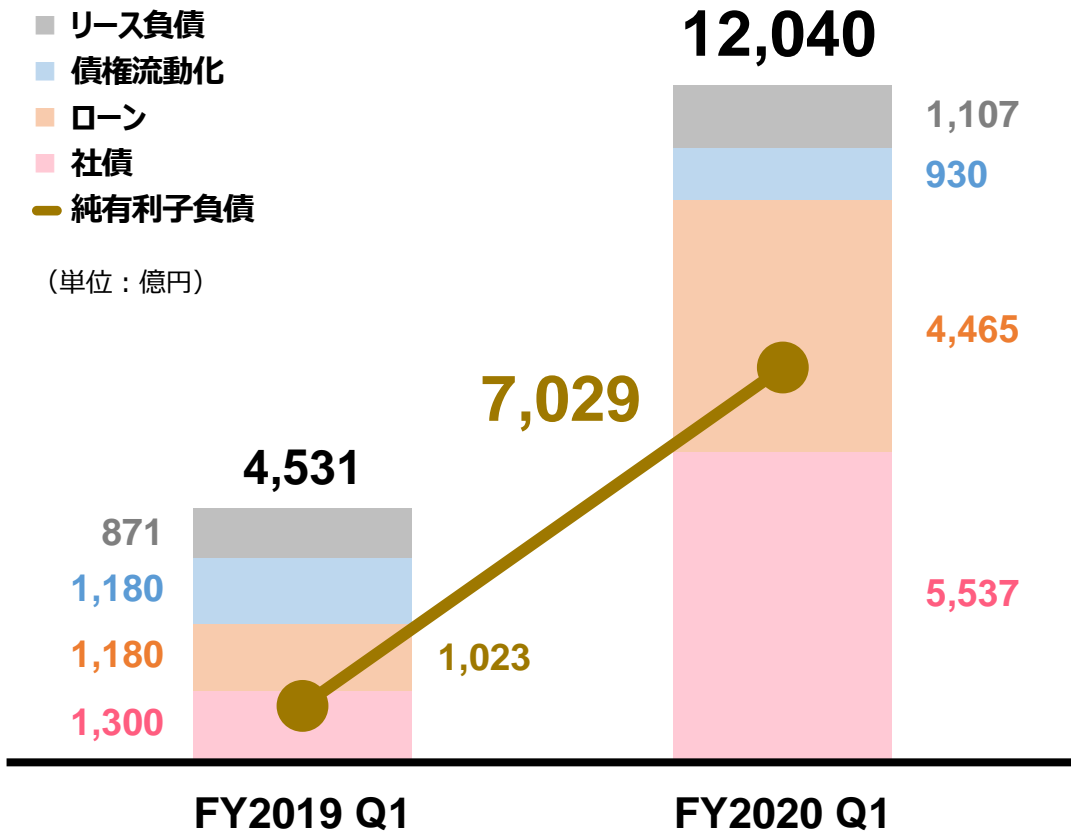
カード債権の流動化を営業CFに加算しています。

有利子負債・純有利子負債

(銀行業除く)

- リース負債
- 債権流動化
- ローン
- 社債
- 純有利子負債

(単位：億円)



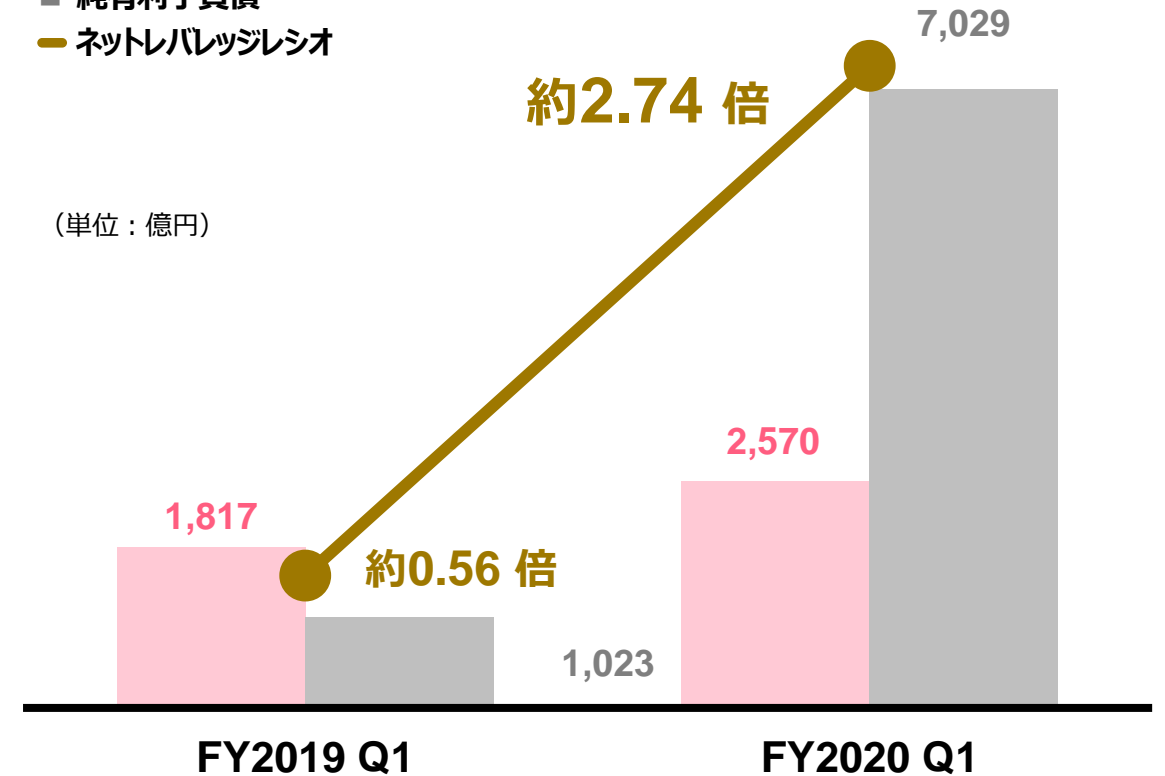
注：純有利子負債 = 有利子負債 - 現金及び現金同等物
IFRS第16号の影響を含んでいます。

ネットレバレッジレシオ

(銀行業除く)

- EBITDA
- 純有利子負債
- ネットレバレッジレシオ

(単位：億円)



注：ネットレバレッジレシオ = 純有利子負債 ÷ EBITDA
EBITDAは直近12ヶ月間の数値を用いています。IFRS第16号の影響を含んでいます。

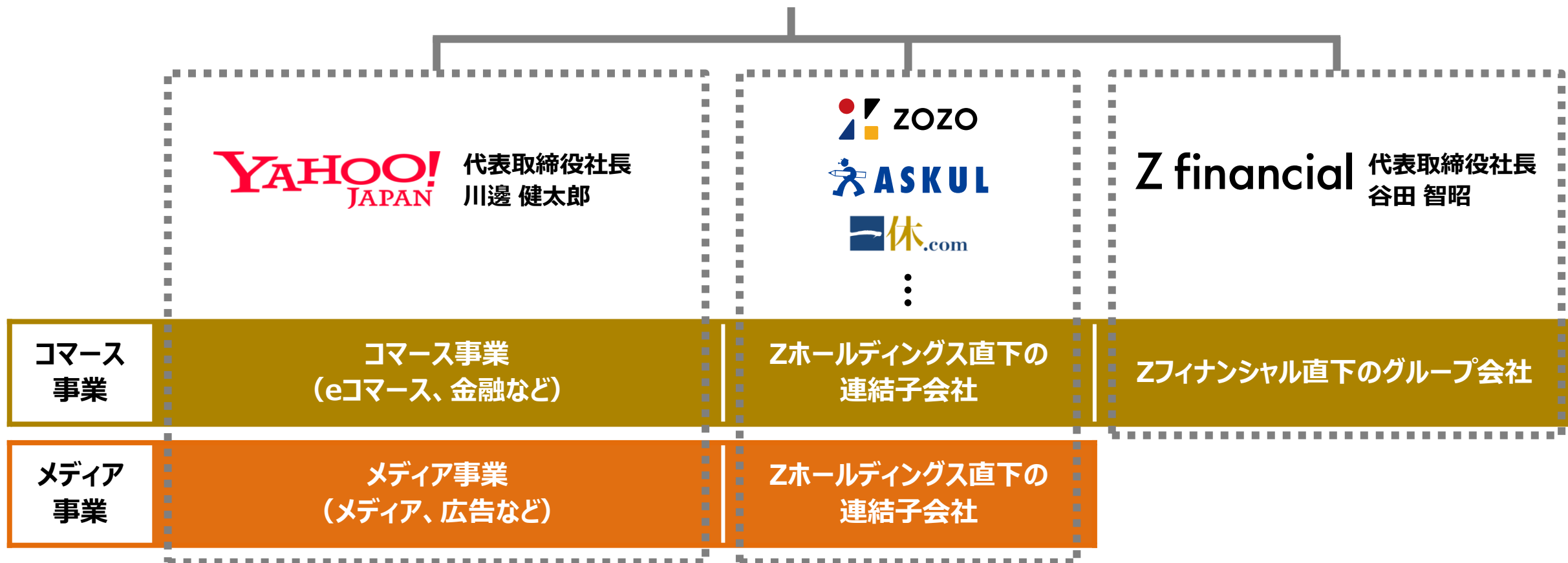
コロナ禍で市場混乱の中、2,000億円の大規模起債を実現

..... ZOZO買収資金のリファイナンスに充当し、安定資金を確保

回号	発行金額	利率	償還日
第14回無担保社債（1.5年債）	250 億円	0.20 %	2021年12月
第15回無担保社債（3年債）	800 億円	0.35 %	2023年6月
第16回無担保社債（5年債）	700 億円	0.60 %	2025年6月
第17回無担保社債（7年債）	150 億円	0.79 %	2027年6月
第18回無担保社債（10年債）	100 億円	0.90 %	2030年6月

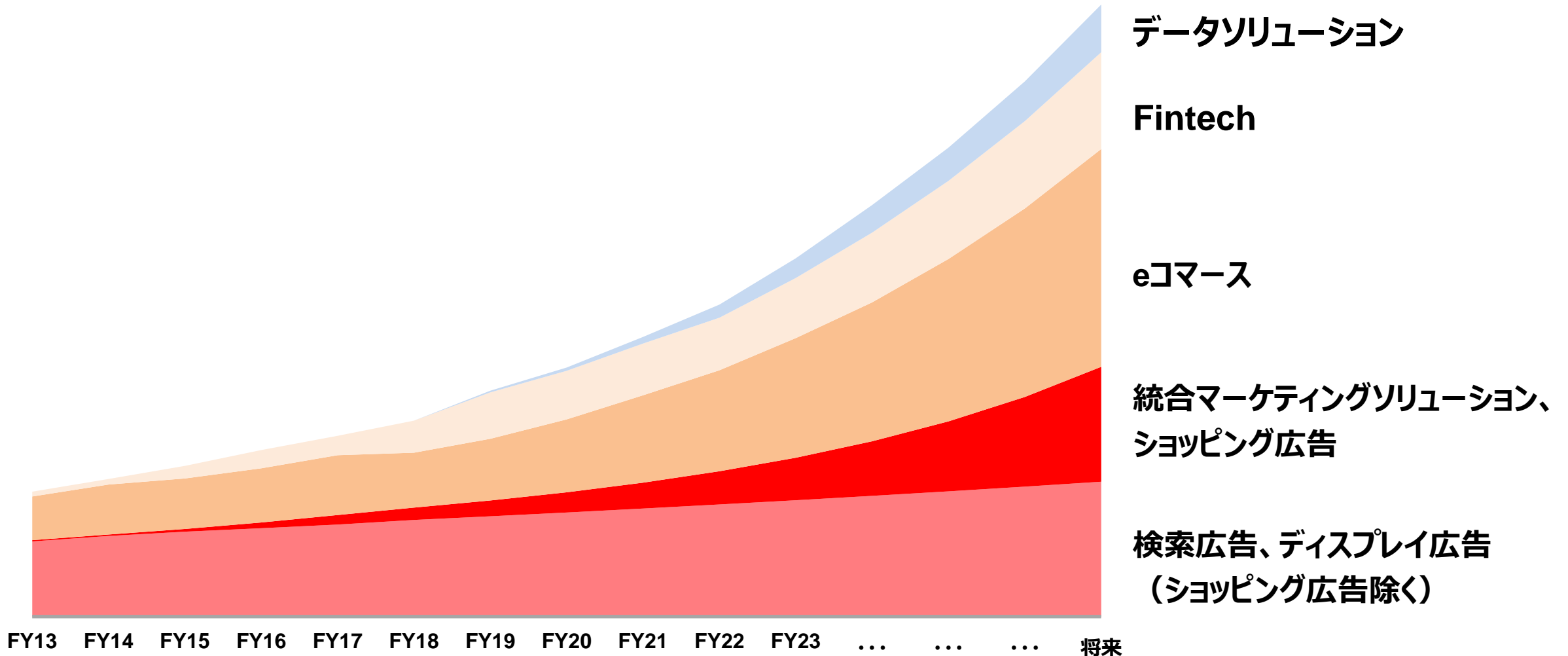
YからZへ、より大きな未来を創造できる体制

Z HOLDINGS 代表取締役社長
川邊 健太郎



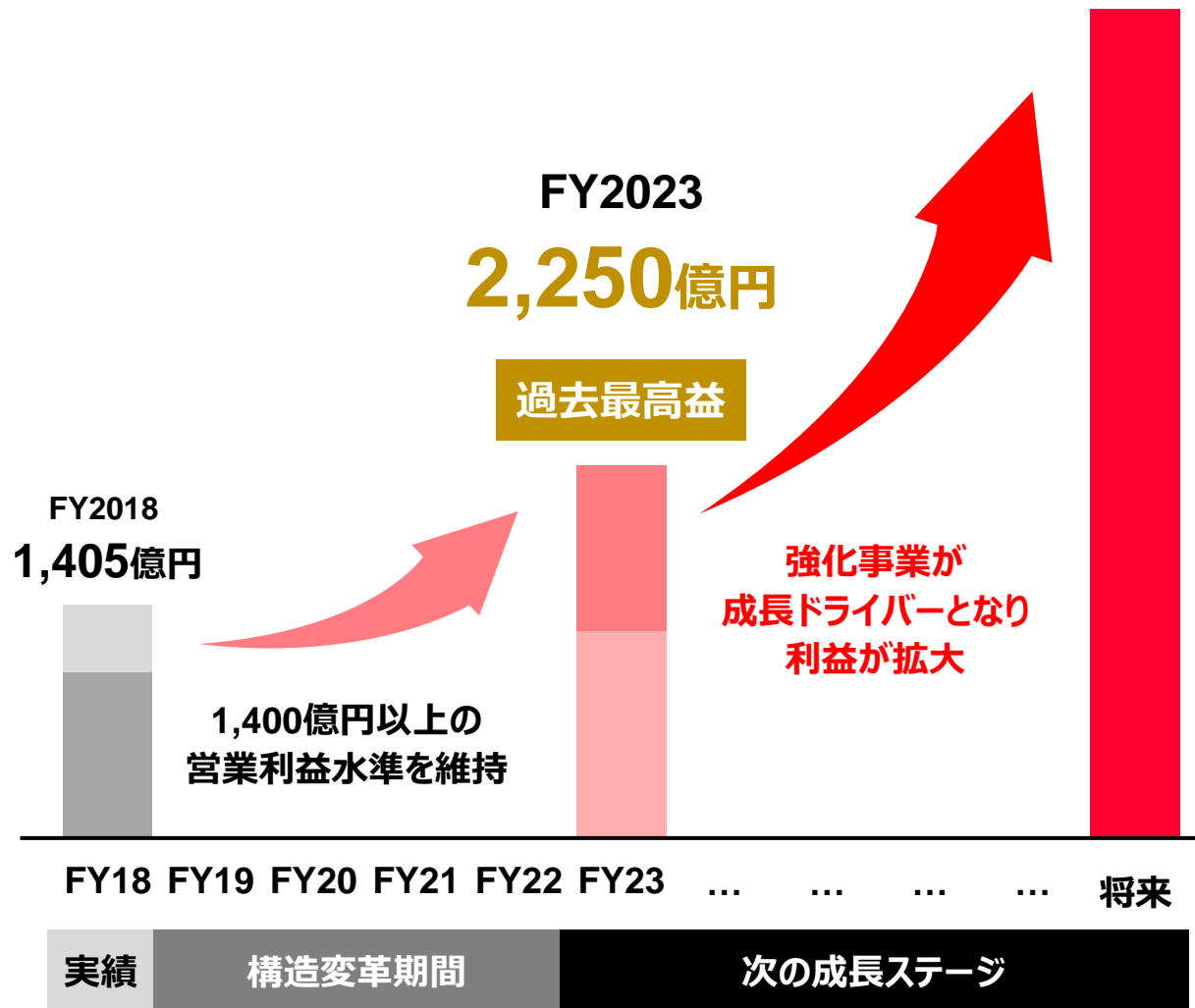
長期的な売上収益構成のイメージ

ビジネス環境の変化を捉え、売上収益構成を大きく変えながら成長し続ける



長期的な営業利益見通し

- 強化事業（ショッピング広告、統合マーケティングソリューション、決済金融、会員、リユース事業）
- ベース広告利益（検索広告、ディスプレイ広告）



注：その他事業および調整額は強化事業およびベース広告利益の構成比率に応じて按分しています。

～FY2022

利用者数やeコマース取扱高の拡大、
新規事業立ち上げ等に投資を行うことで

▶ 売上収益を二桁成長へ



FY2023～将来

活発化した利用者の経済活動を
マネタイズに結びつけることで

▶ 利益を拡大フェーズに

Zホールディングスのサービスマップ

メディア

Y! トップ 天気・災害 ニュース ファイナンス

知恵袋 スポーツナビ (スポーツ総合サイト) GYAO! (動画配信)

Retty (グルメサービス) kurashiru (料理・レシピ動画サービス)

ローカル情報

路線情報 地図

カーナビ

検索

検索 リアルタイム検索 ビューティー

音声アシスト しごと検索

コマース

ショッピング ヤフオク!

PayPayモール PayPayフリマ

ZOZO (ファッション通販) ASKUL (事業者向け通販) LOHACO (個人向け通販)

デジコン

占い ゲーム ebookjapan (電子書籍)

O2O

不動産 トラベル ロコ

一休.com 一休.com レストラン

金融/決済/Fintech

カード ウォレット PayPay (スマホ決済) TAOTAO (仮想通貨取引) ブロックチェーン

YJFX! YJFX! (FX・外国為替) ジャパンネット銀行 ジャパンネット銀行 (インターネット銀行)

法人向け

YAHOO! JAPAN マーケティングソリューション リサーチ クラウドソーシング

データ/AI

DATA SOLUTION

PIM

メール カレンダー

CSR

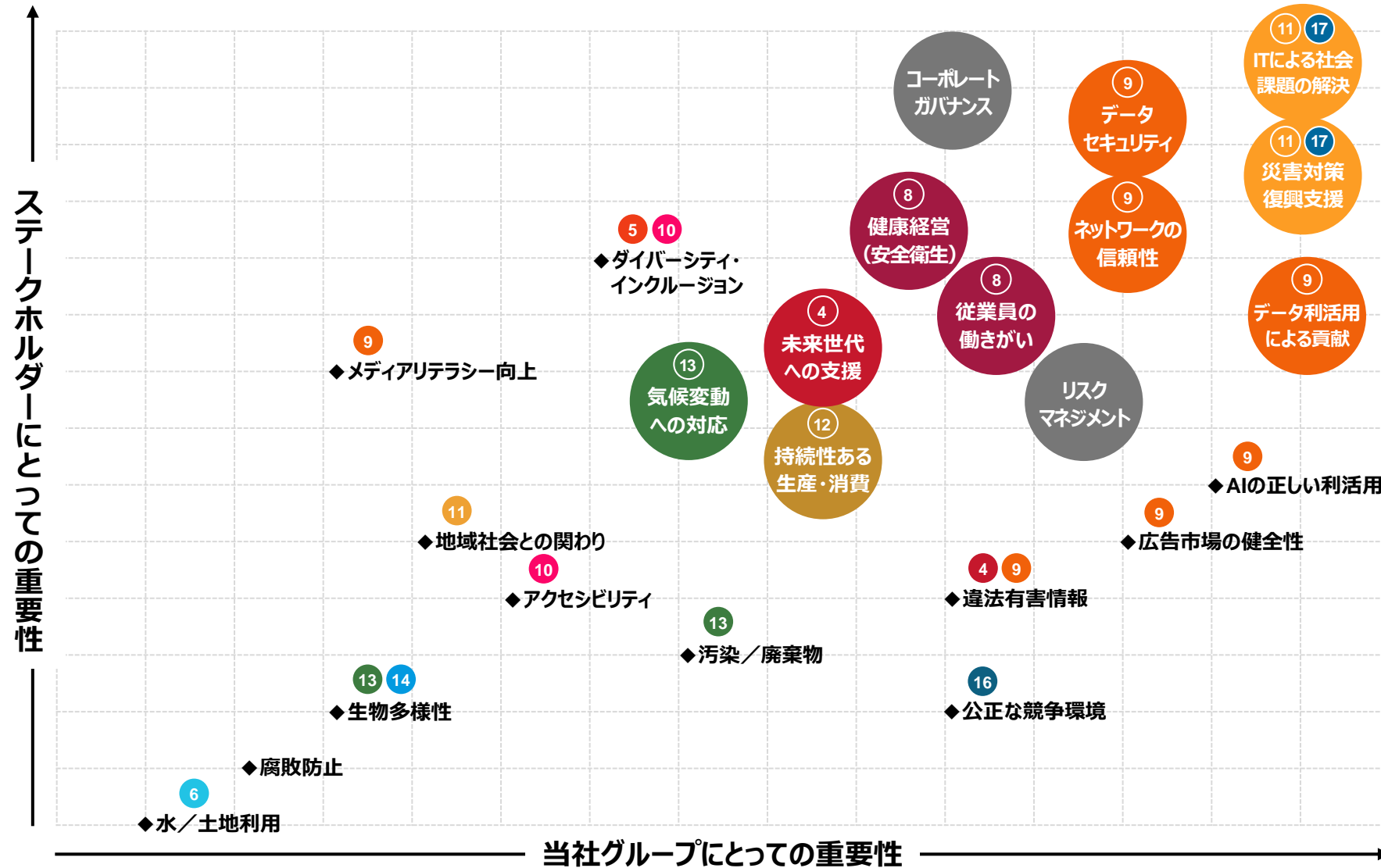
きつず ネット募金

Z HOLDINGS 顧客基盤

利用者数：約8,000万人*

* 年間ログインユーザーID数です。

Zホールディングスグループの重点課題（マテリアリティ）



数字は持続可能な開発目標（SDGs）の番号ならびにアイコン色に対応

- 4 質の高い教育をみんなに
- 5 ジェンダー平等を実現しよう
- 6 安全な水とトイレを世界中に
- 8 働きがいも経済成長も
- 9 産業と技術革新の基盤をつくろう
- 10 人や国の不平等をなくそう
- 11 住み続けられるまちづくりを
- 12 つくる責任、つかう責任
- 13 気候変動に具体的な対策を
- 14 海の豊かさを守ろう
- 16 平和と公正をすべての人に
- 17 パートナースhipで目標を達成しよう

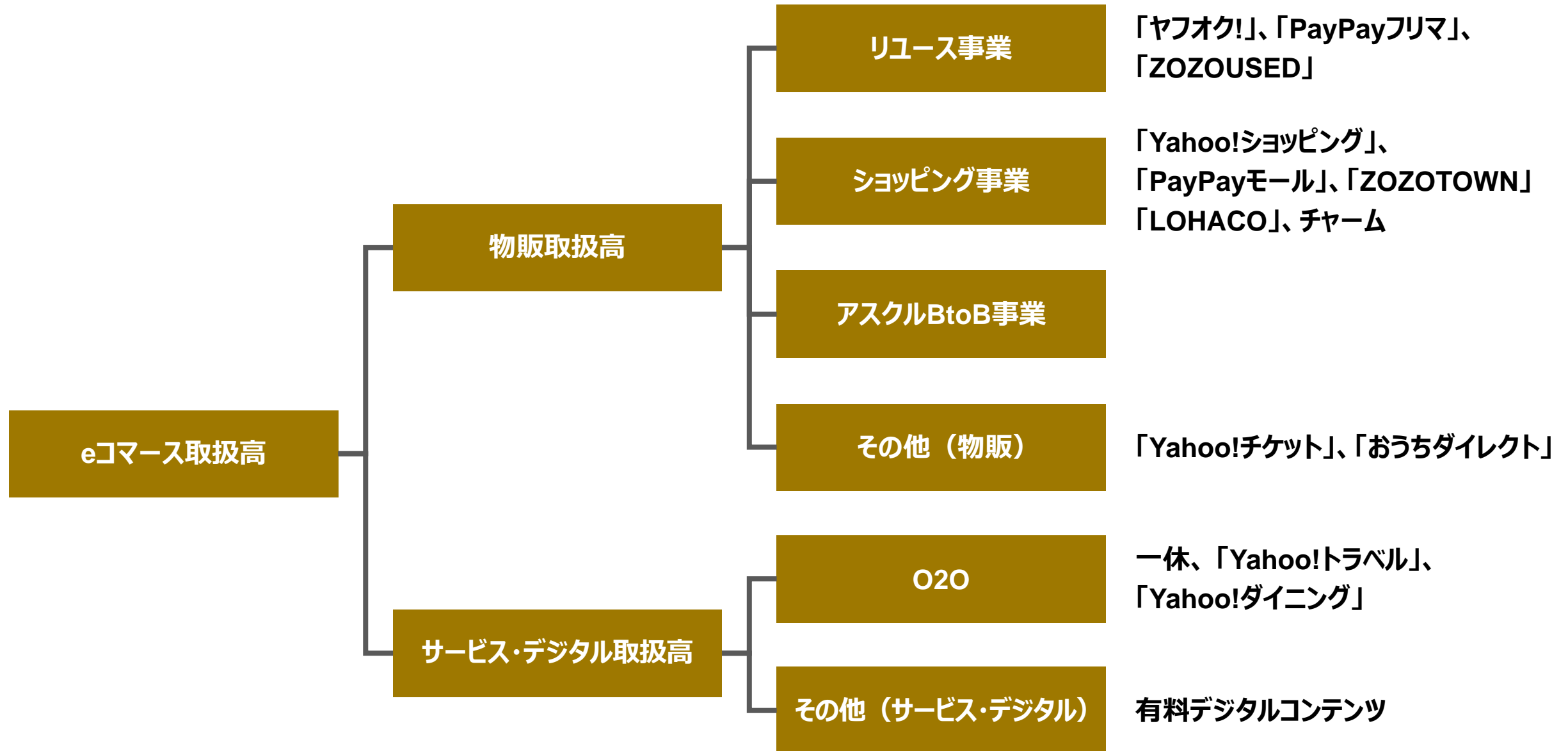
注：大きい丸は当社グループとステークホルダー両者にとって特に重要であり注力して取り組むべき領域であると認識されるものです。

各セグメントの主な商品

コマース 事業	広告	ディスプレイ広告（「運用型」、「予約型」）、「ZOZO」
	ビジネス（法人向け）	「ASKUL」、「ZOZO」、アフィリエイト関連、予約関連、「ヤフオク!」法人向けシステム利用料、決済関連、銀行業関連、クレジットカード関連等、不動産関連
	パーソナル（個人向け）	「LOHACO」、「ZOZO」、「Yahoo!プレミアム」、「ヤフオク!」個人向けシステム利用料、「PayPayフリマ」販売手数料、クレジットカード関連、ペット用品関連、通信キャリア関連、銀行業関連、電子書籍関連、FX関連等、決済関連
	その他	銀行業関連
メディア 事業	広告	検索広告、ディスプレイ広告（「運用型」、「予約型」）
	ビジネス（法人向け）	メディア関連、CRM関連等
	パーソナル（個人向け）	動画関連等
その他	広告	
	ビジネス（法人向け）	公金決済関連等
	パーソナル（個人向け）	「Yahoo!メール」、「Yahoo!アドレスブック」、公金決済関連等

注：ビジネス、パーソナルの区分けは契約者が法人の場合はビジネス、個人の場合にはパーソナルに分類されます。商品項目によっては、ビジネスとパーソナルに分かれて実績が計上されます。

eコマース取扱高の定義



主な広告商品

主な広告商品		主なフォーマット	主な課金方法	掲載場所	広告主タイプ	
検索広告	Yahoo!広告「検索広告」		テキスト	検索結果ページ		
ディスプレイ 広告	運用型広告	Yahoo!広告 「ディスプレイ広告」(運用型)	テキスト バナー	トップページ コンテンツページ パートナーサイト	大手・中小企業	
			ビデオ			視聴課金
		ショッピング広告(運用型)	テキストバナー	コンバージョン課金	「Yahoo!ショッピング」 「PayPayモール」	「Yahoo!ショッピング」 「PayPayモール」 出店ストア
	予約型広告	Yahoo!広告 「ディスプレイ広告」(予約型)	リッチ(ビデオ含) バナー	インプレッション課金 (予約型)	トップページ コンテンツページ	大手企業
			テキスト バナー	期間保証型課金等 (予約型)	「Yahoo!ショッピング」 「PayPayモール」	「Yahoo!ショッピング」 「PayPayモール」 出店ストア
		ショッピング広告(予約型)	テキストバナー	期間保証型課金等		

PayPay株式会社 資本構成

		持分比率			
		2018年5月（設立当初）	2019年5月	2020年3月末時点	2020年6月末時点
普通 株式	ヤフー	50 %	25 %	25 %	25 %
	ソフトバンク	50 %	25 %	25 %	25 %
	ソフトバンクグループ [°]	-	50 %	50 %	50 %
	合計	100 %	100 %	100 %	100 %
優先* 株式	ヤフー	-	-	50 %	50 %
	ソフトバンク	-	-	50 %	50 %
	ソフトバンクグループ [°]	-	-	-	-
	合計	-	-	100 %	100 %

- 2022年4月以降、普通株式に転換可能（転換比率1:1）
- 転換後の議決権比率は36%

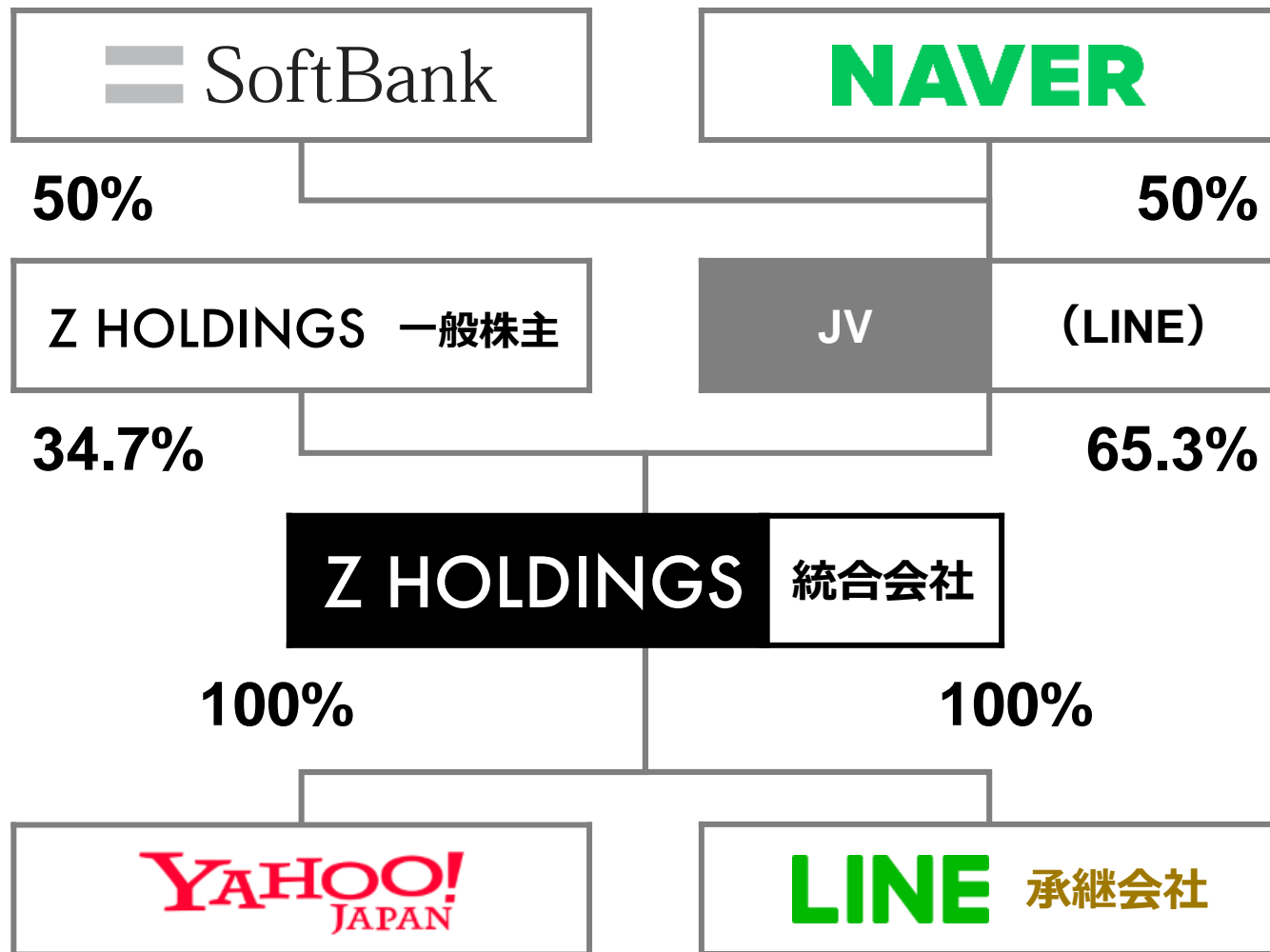
YAHOO!
JAPAN

議決権比率
2020年6月末時点

25.0%

LINEとの経営統合

経営統合後のストラクチャ



株式交換比率

Z HOLDINGS

LINE

1 : 11.75

株式交換によるZホールディングス株式数

48億株 ▶ 77億株

- 増加分はすべてJVに割り当て
- 自己株式の交付数は未定

免責事項

本説明会および参考資料の内容には、将来に対する見通しが含まれている場合がありますが、実際の業績は様々な要素により、これら見通しと大きく異なる結果となりうることをご了承ください。会社の業績に影響を与えうる事項の詳細な記載は「有価証券報告書」の「事業等のリスク」にありますので、ご参照ください。ただし、業績に影響を与えうる要素は「事業等のリスク」に記載されている事項に限定されるものではないことをご留意ください。本資料・データの無断転用はご遠慮ください。

Z HOLDINGS

情報技術のチカラで、すべての人に無限の可能性を