

**Zホールディングス株式会社 決算説明会**

**2021年度 第1四半期**

**2021年8月3日**

**Z HOLDINGS**

LINEとの統合等による広告・コマース事業の成長がけん引し、  
**売上収益は第1四半期で過去最高となる 3,733 億円 (YoY 36.3%増)**  
**調整後EBITDAは 863 億円 (YoY 11.2%増) と増収増益を達成**

連結業績

- LINEとの統合に加え、広告主の需要回復、広告・販促予算のデジタルシフト等により広告事業が大幅に伸長し、**全社広告関連売上収益 YoY 68.4%増**
- コマース事業はLINEとの統合やリユース事業の成長により、**eコマース取扱高がYoY 15.5%増**
- LINEの連結業績は一時損益を除いても、2020年度第3四半期から**3四半期連続で営業黒字達成**

トピックス

- **PMIが着実に進捗**  
シナジー発現に向け、メディア・コマース・戦略事業すべてのセグメントでサービス連携開始
- 2021年後半に国内での**Yahoo!関連の商標権・技術ライセンス等を取得予定**  
ロイヤルティの支払いがなく、ブランド使用や技術開発の自由度が高まり機動的な事業展開が可能に

**1 全社トピックス・連結業績**

**2 セグメント別トピックス・業績**

**3 海外における事業展開**

**4 2021年度 業績予想**

**1** 全社トピックス・連結業績

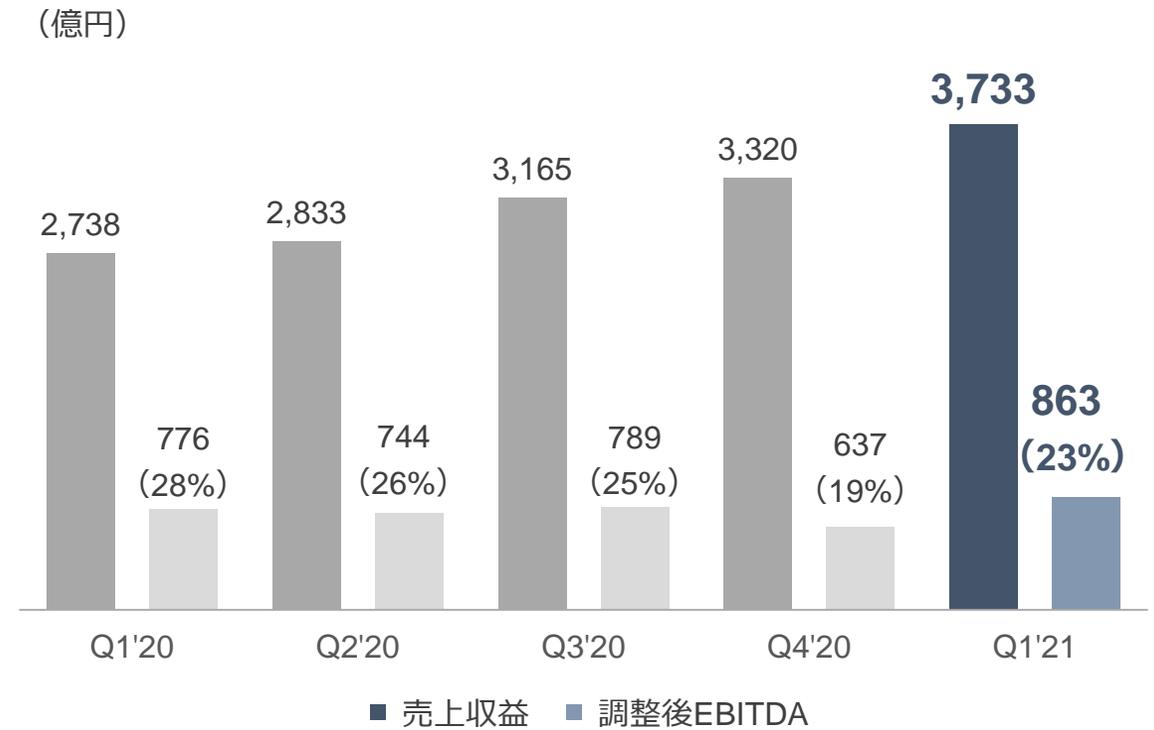
2 セグメント別トピックス・業績

3 海外における事業展開

4 2021年度 業績予想

- LINEとの統合効果等により、**増収・調整後EBITDA増を達成**

項目	FY2020 Q1	FY2021 Q1	YoY
売上収益	2,738 億円	<b>3,733 億円</b>	<b>+36.3%</b>
調整後EBITDA <sup>1</sup>	776 億円	<b>863 億円</b>	<b>+11.2%</b>
調整後EPS <sup>2</sup>	5.11 円	<b>3.56 円</b>	<b>-30.3%</b>

売上収益・調整後EBITDA<sup>1</sup>（調整後EBITDAマージン）

1. 営業利益+減価償却費・及び償却費±EBITDA調整項目

2. 調整後当期利益／普通株式の期中平均株式数（四半期累計）

EBITDA調整項目：営業収益・費用の内、非経常かつ非現金の取引損益（固定資産除却損、減損損失、株式報酬費用、段階取得差損益、その他現金の流出が未確定な取引（一時的な引当金等）等）

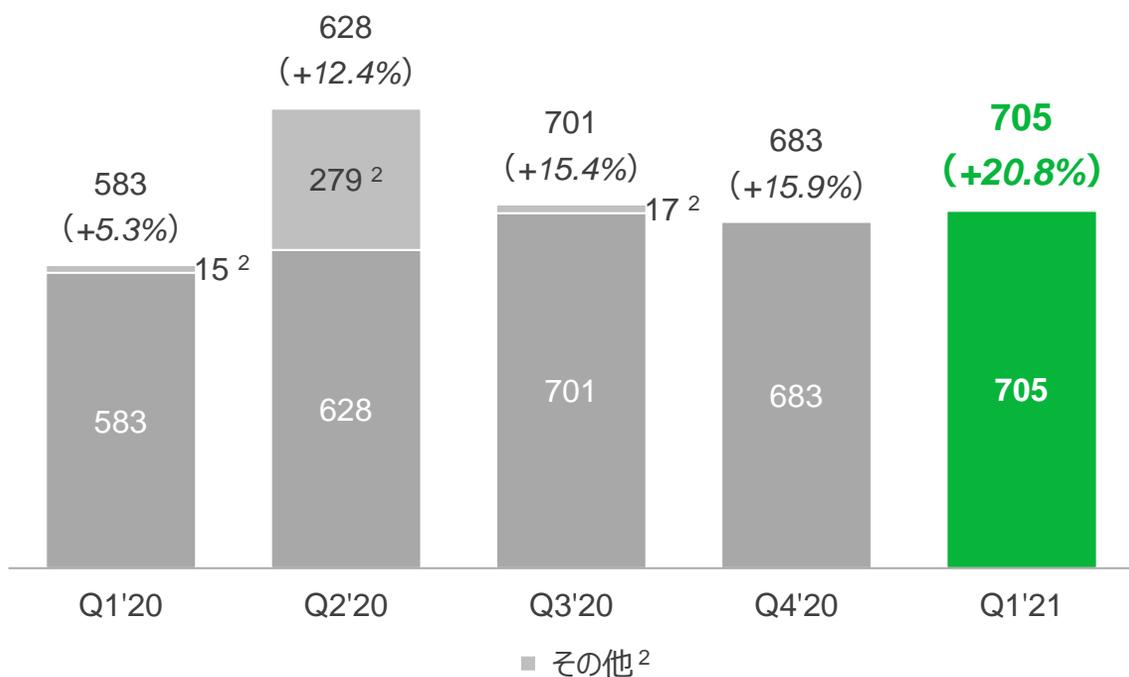
調整後当期利益：親会社の所有者に帰属する当期利益±EBITDA調整項目±調整項目の一部に係る税金相当額

- 広告事業の成長やマーケティング費用の効率化等により、**一時損益を除いても営業黒字を達成**
- 引続き、広告事業の成長と規律ある投資を両立し、**通期での営業黒字を目指す**

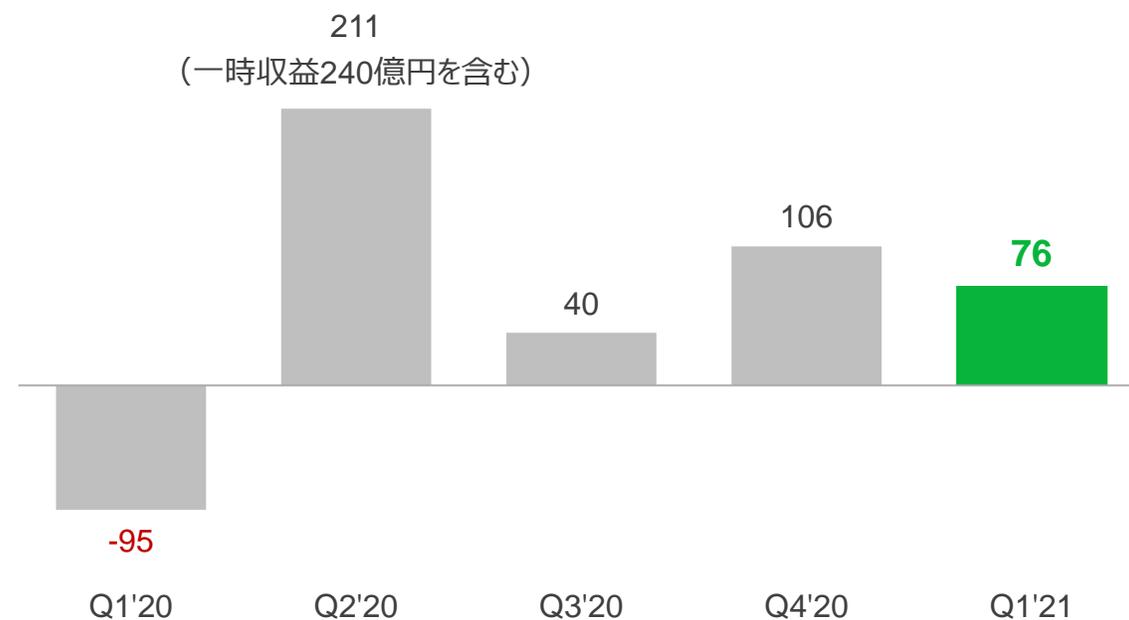
売上収益 (YoY)

営業利益

(億円)



(億円)



1. Zホールディングス(株)の会計期間(3月期)に準ずる。Zホールディングスによる連結調整前の実績であり、経営統合に伴うPPA(識別可能無形資産)の償却費等は含まない。

2021年3月より、会計処理上の定義を変更しており、過去数値は遡及修正していない

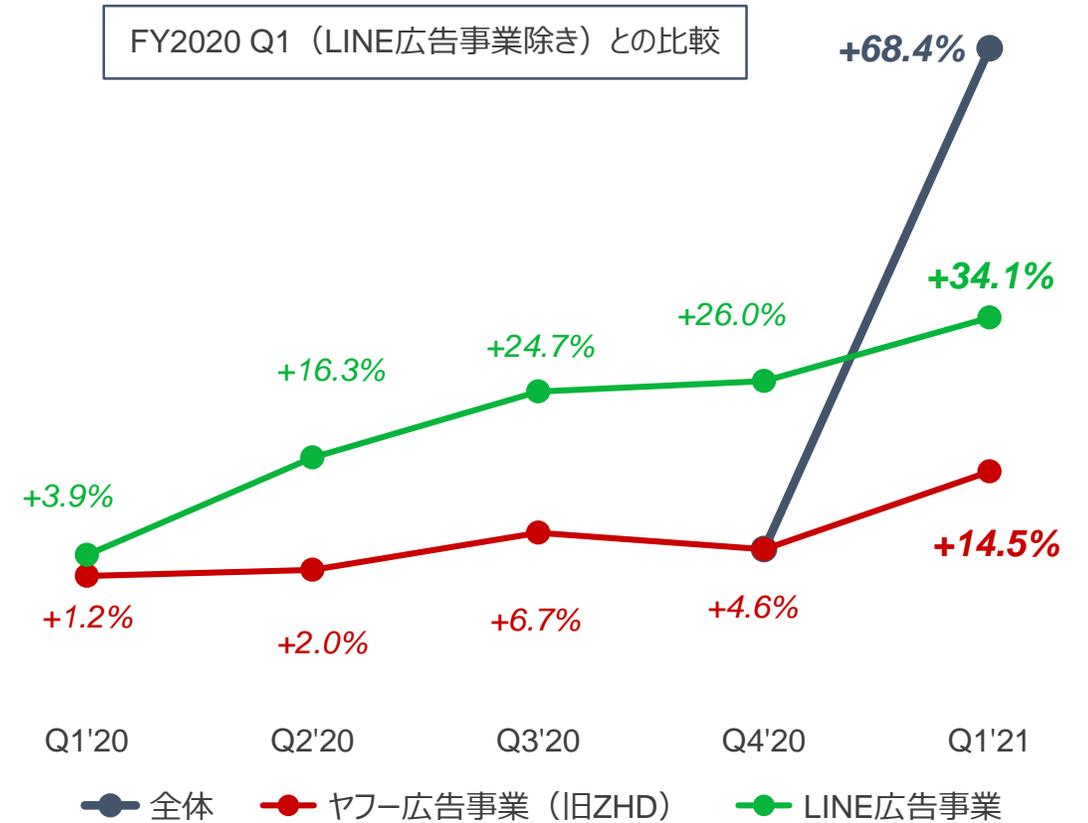
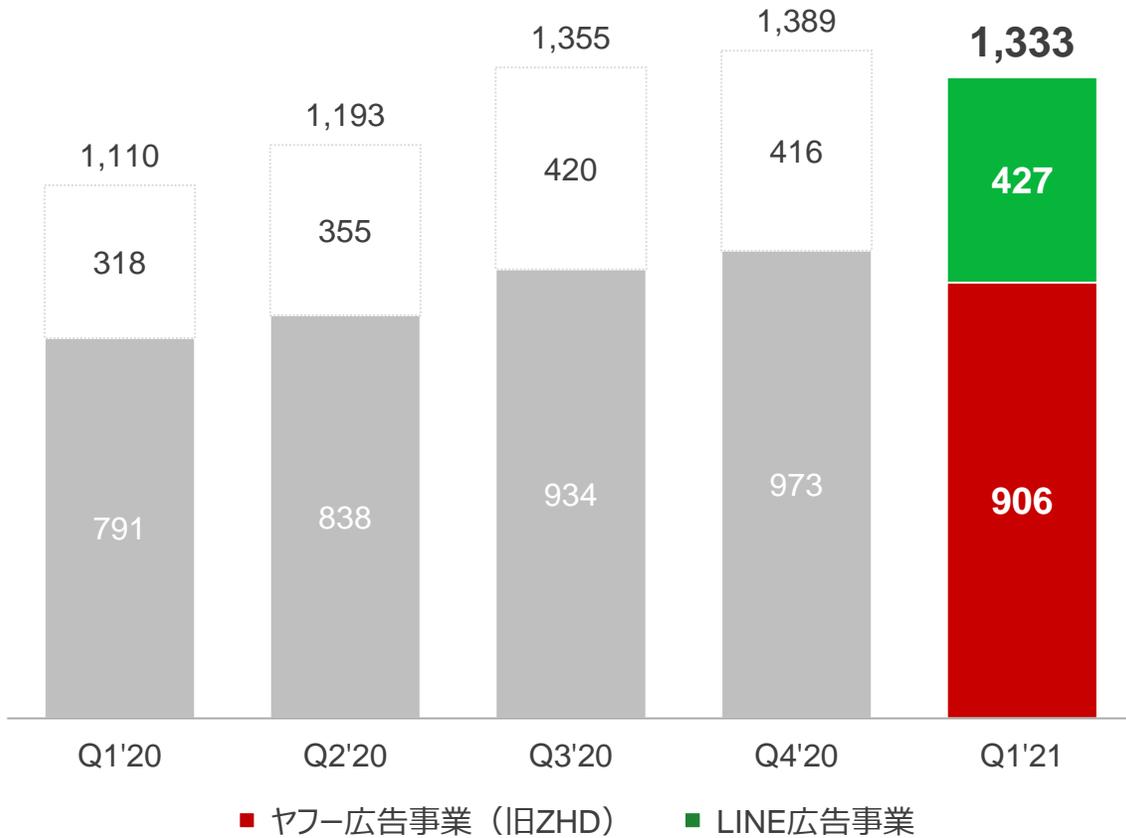
2. 主にその他の営業収益(主に子会社の支配喪失に伴う一時利益等)を含む

- LINEとの統合に加え、広告主の需要回復、広告・販促予算のデジタルシフト等により、**1,333億円 (YoY+68.4%) の着地**

全社 広告関連売上収益

全社 広告関連売上収益 成長率 (YoY)

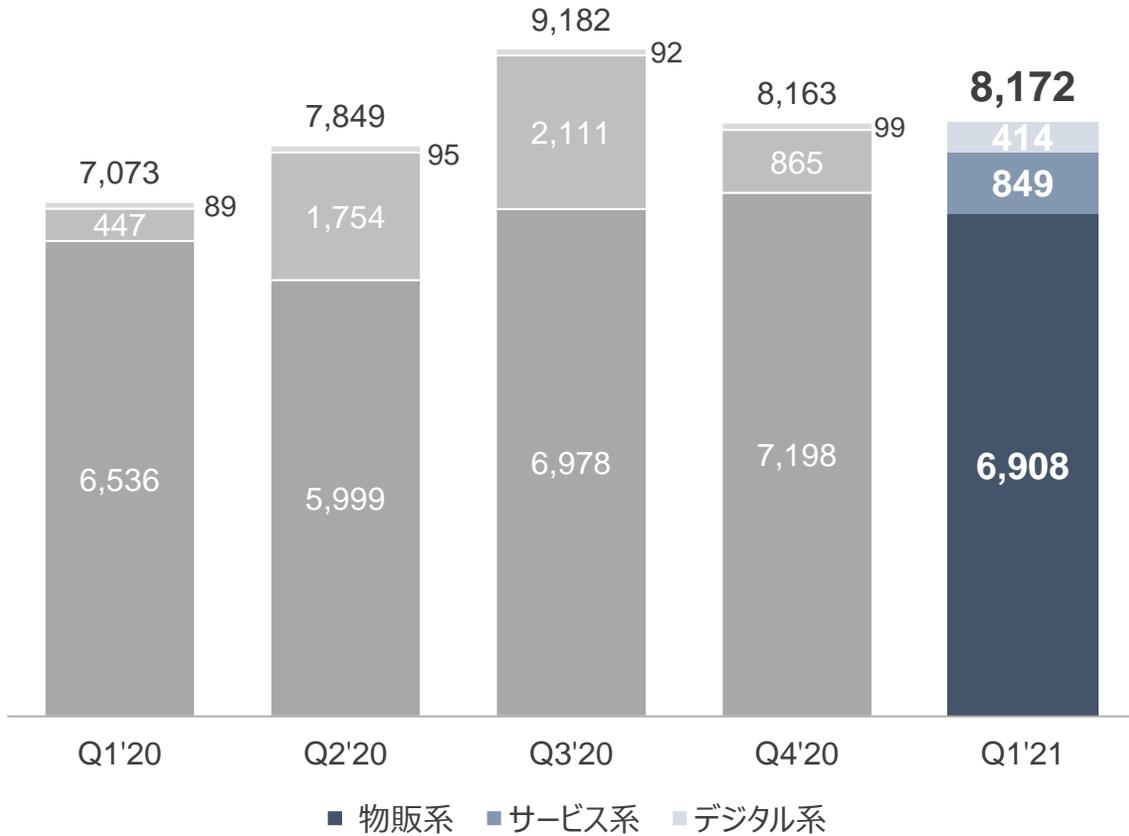
(億円)



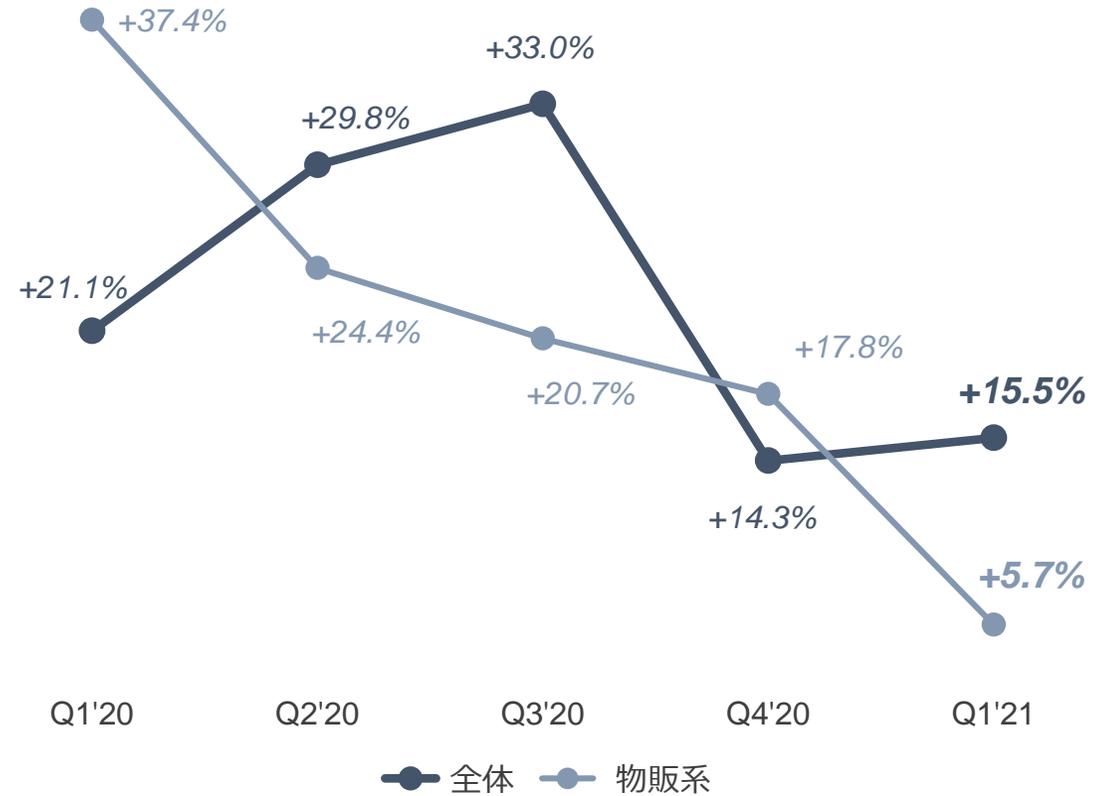
- LINEとの統合等による各取扱高の拡大により、**8,172億円 (YoY+15.5%) の着地**

eコマース取扱高<sup>1</sup>

(億円)



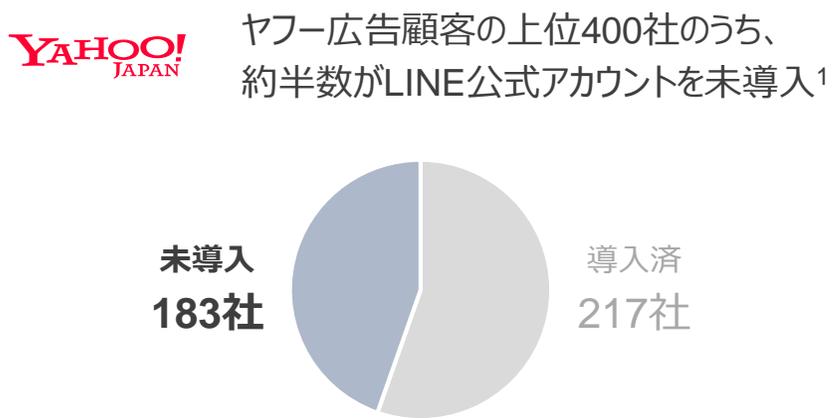
eコマース取扱高 成長率 (YoY)



1. 取扱高の定義は本資料P.58参照

- 「LINE公式アカウント」をZホールディングスのBtoCコミュニケーションインフラとして全面的に導入開始
- アカウント数の拡大により、各事業におけるトップライン成長の加速を目指す

ヤフー広告顧客に対するクロスセル



ショッピング事業、PayPay加盟店への導入

YAHOO! JAPAN ショッピング	2021年7月8日 申込開始
PayPay モール	申込ストア数 13,773件 (7/28時点) (取扱高に占める割合 <sup>2</sup> 約50%)
PayPay	加盟店への導入拡大を計画



メディア事業

- ▶ フルファネルにおける「1:1」マーケティングソリューションの確立
- ▶ アカウント広告売上の拡大

コマース事業

- ▶ ショッピング事業取扱高の拡大

1. 2020年度の実績

2. 2020年度における「Yahoo!ショッピング」「PayPayモール」の合算取扱高に対する割合

- Verizon Mediaの売却完了（2021年後半予定）等を前提に、従来の「ヤフージャパン ライセンス契約」を終了へ
- **ブランド使用や技術開発の自由度が向上し、機動的な事業展開が可能に**

本契約の概要

財務への影響

- Yahoo!、Yahoo! JAPANに関連する日本での商標権の取得
- 従来の技術ライセンスの対象一式を永久に利用する権利と関連するサポートの取得
- 「ヤフージャパン ライセンス契約」の終了  
※事業や技術面におけるVerizonとの協力関係は継続

B/S

**左記の取得対価 1,785億円**

- ▶ 大部分は「商標権」（IFRS：非償却）
- ▶ 一部、技術に係る資産（IFRS：償却）
- ▶ 取得原資は未定  
（手元資金からの充当、資金調達 等）

P/L

**販管費における「ロイヤルティ」費用の減少  
技術に係る資産の償却**

1

全社トピックス・連結業績

2

セグメント別トピックス・業績

3

海外における事業展開

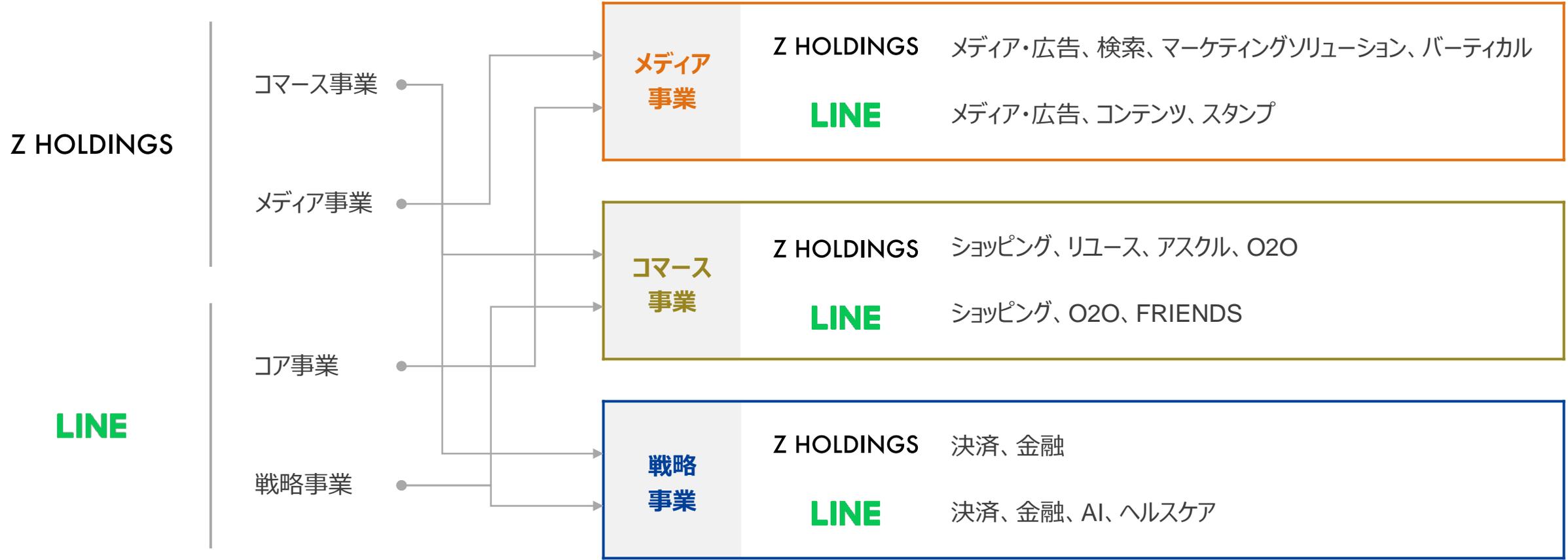
4

2021年度 業績予想

- 各事業の成長フェーズに合わせ、新たに「メディア」、「コマース」、「戦略」の3事業に区分

FY2020

FY2021 Q1～



# メディア事業

---

事業目標

---

## フルファネルにおける「1:1」マーケティングの実現

- 販促商材も含む広告売上収益の2桁成長
- 調整後EBITDAマージン40-50%目安

事業目標達成のための主な戦略・注力領域

---

## 広告・販促商材の新規開発&展開による新たな収益源の創出

- グループアセットを活用した、集客～購買・CRMまで一気通貫するマーケティングソリューションの提供

## ヤフーとLINEのアセット連携・統合による既存広告の価値向上

- 広告の相互配信、両社データ連携による広告配信精度の向上
- 広告配信プラットフォームの統合によるリーチ・効率の最大化、及びコストシナジーの発現

- フルファンネルにおける「1:1」マーケティングの確立に向け、**LINE公式アカウント数の拡大を加速**

メディア事業で目指す姿

LINE公式アカウント拡大施策

ユーザー一人一人に、効率的・継続的にアプローチする「1:1」のマーケティング



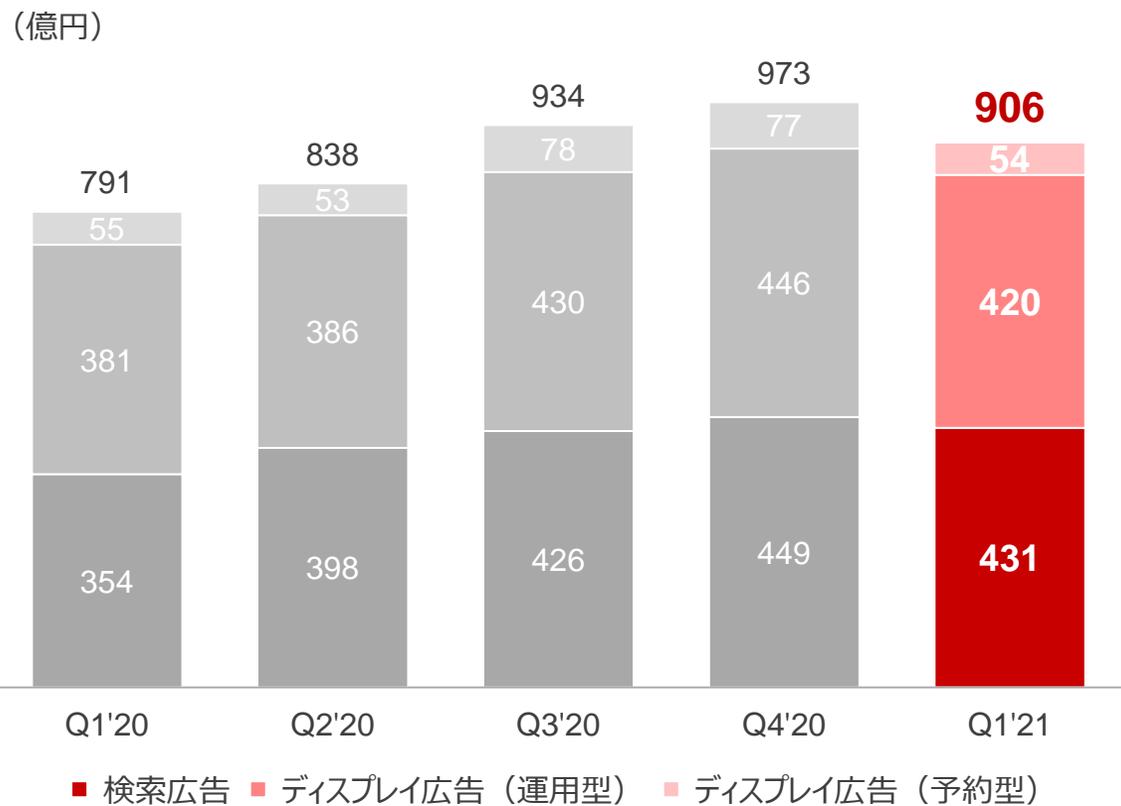
- 1 ショッピング事業のストアに対して LINE公式アカウントの導入を促進**

  - 2021年7月8日 申し込み開始
  - LINEでの問い合わせや、プッシュ通知の実装
    - ✓ 従来のストアニュースレター対比で約4倍の開封率
    - ✓ チャットコマース機能も順次開始予定
    - ✓ PayPayの加盟店にも導入拡大を計画
- 2 ヤフー広告顧客に対して LINE公式アカウントのクロスセルを実施**

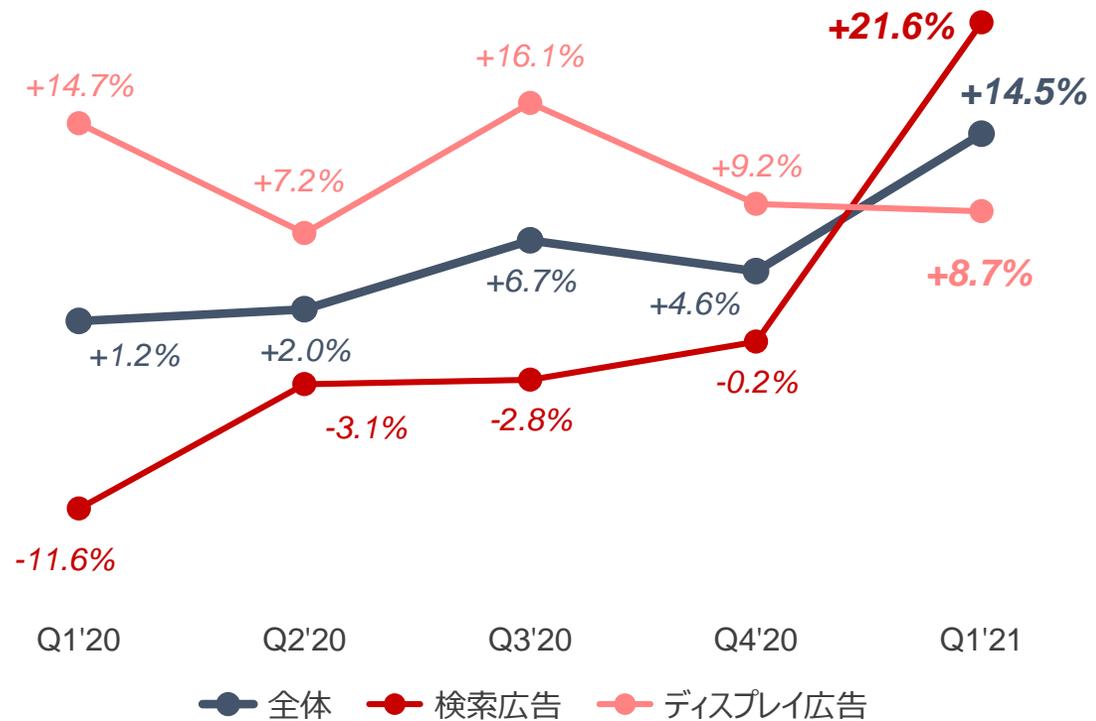
  - ヤフー広告顧客の上位400社のうち、約半数がLINE公式アカウントを未導入

- 特定業種でコロナ影響が続くも、市場全体における需要回復の取込みや、プロダクト改善等により好調に推移
- コロナ禍以前であるFY2019Q1 (782億円) の水準も大きく上回る

広告関連売上収益

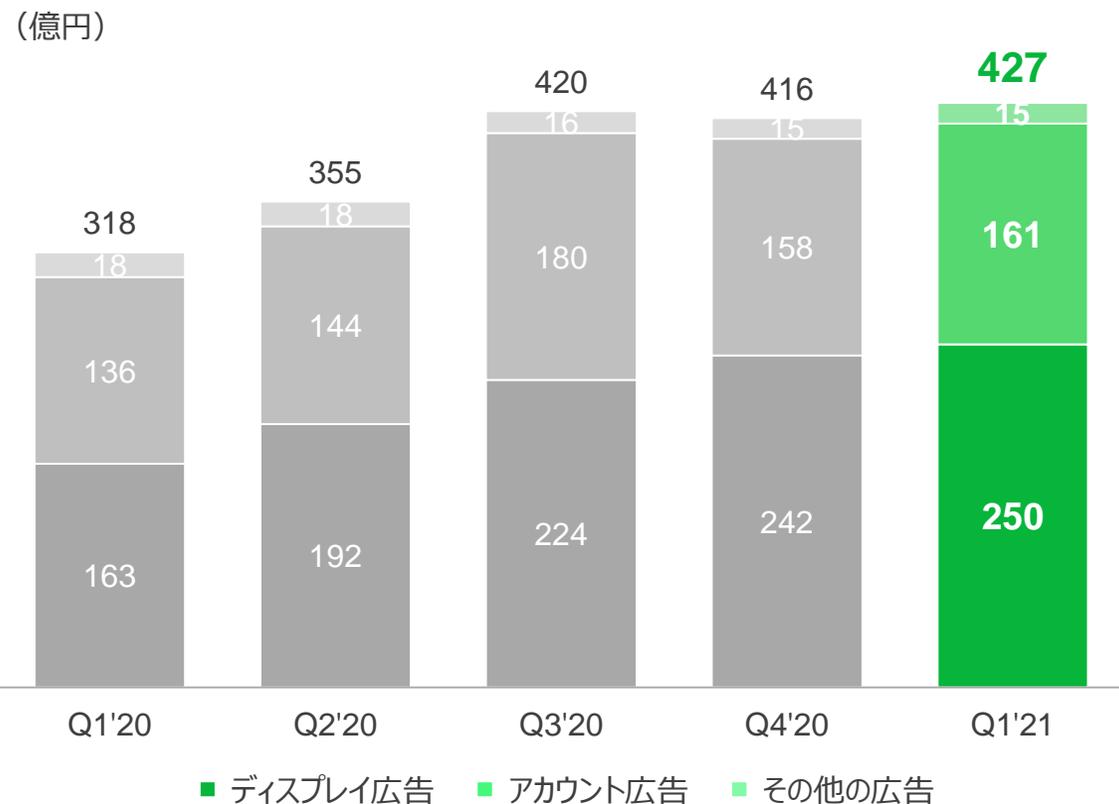


広告関連売上収益 成長率 (YoY)

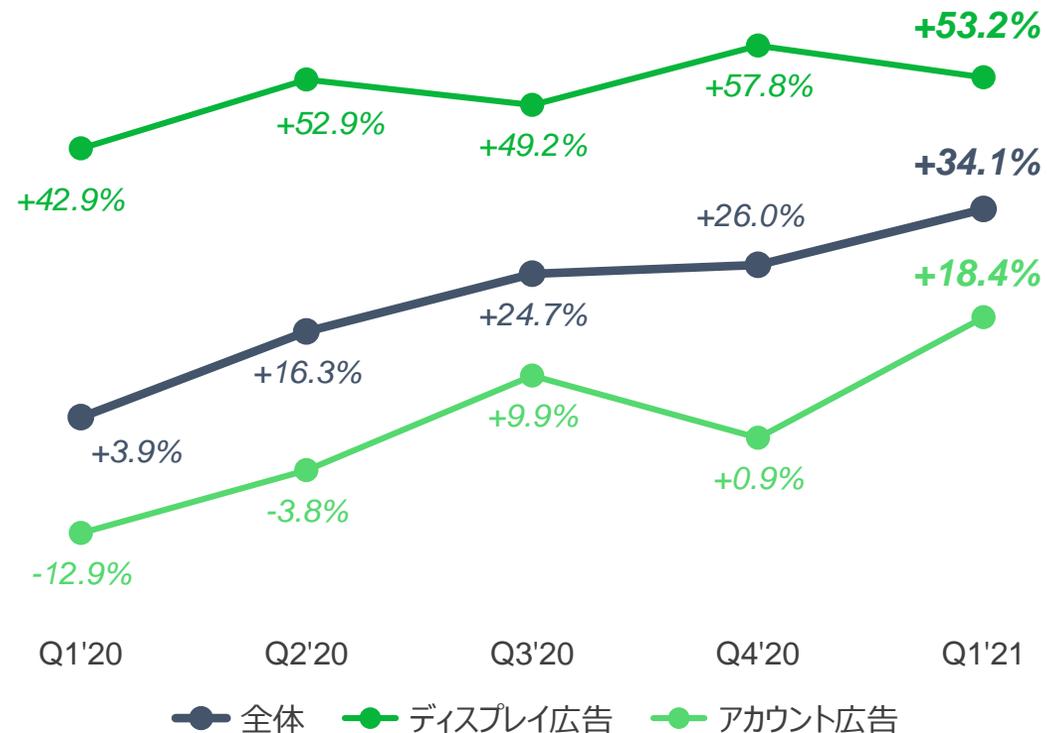


- プロダクトや配信ロジック改善施策等により、好調に推移
- ディ스플레이広告は単価向上、アカウント広告は課金アカウント数の拡大等により、さらなる成長を目指す

広告関連売上収益<sup>1</sup>



広告関連売上収益 成長率<sup>1</sup> (YoY)



1. Zホールディングス株の会計期間 (3月期) に準ずる

(百万円)	FY2020 Q1	FY2021 Q1	YoY
<b>売上収益</b>	<b>75,694</b>	<b>148,424</b>	<b>+96.1%</b>
ヤフー（旧ZHD）広告売上収益	65,988	76,763	+16.3%
検索広告	35,568	43,331	+21.8%
ディスプレイ広告（運用型） <sup>1</sup>	26,139	28,909	+10.6%
ディスプレイ広告（予約型） <sup>1</sup>	4,280	4,522	+5.7%
<b>LINE 広告売上収益</b>	<b>N/A</b>	<b>42,718</b>	<b>N/A</b>
ディスプレイ広告	N/A	25,071	N/A
アカウント広告	N/A	16,116	N/A
その他LINE広告	N/A	1,530	N/A
<b>その他売上収益（バーティカル/エンタメ/デジコン/コミュニケーション等）</b>	<b>9,706</b>	<b>28,941</b>	<b>+198.2%</b>
<b>売上原価</b>	<b>20,231</b>	<b>32,641</b>	<b>+61.3%</b>
<b>販管費</b>	<b>22,207</b>	<b>58,708</b>	<b>+164.4%</b>
販売促進費・広告宣伝費	1,702	5,442	+219.6%
その他販管費	20,504	53,265	+159.8%
<b>その他収益及び費用</b>	<b>-27</b>	<b>-</b>	<b>N/A</b>
<b>調整後EBITDA / マージン</b>	<b>35,285 (46.6%)</b>	<b>62,409 (42.0%)</b>	<b>+76.9%</b>
ヤフー 調整後EBITDA / マージン	35,285 (46.6%)	37,906 (43.3%)	+7.4%
LINE 調整後EBITDA / マージン	N/A	24,502 (40.3%)	N/A

1. ショッピング関連広告売上収益、(株)ZOZOの広告売上収益は除く（当該の広告売上収益はコマース事業セグメントに計上）

コマース事業

---

## 事業目標

**本質的な価値を磨き込みながら、取扱高最大化を目指す**

- 2020年代前半にEC物販取扱高 国内No.1
- LINEを活用したソーシャルコマースを将来的な成長ドライバーへ

## 事業目標達成のための主な戦略・注力領域

**本質的なサービス品質改善によるユーザー体験の向上**

- ヤマトホールディングスとの連携を通じた、物流・配送品質の向上
- 出前館のラストワンマイルにおける物流網を活用した新たな取組みの推進
- ポイントシステムの統一、グループ横断的なロイヤリティプログラムの統合

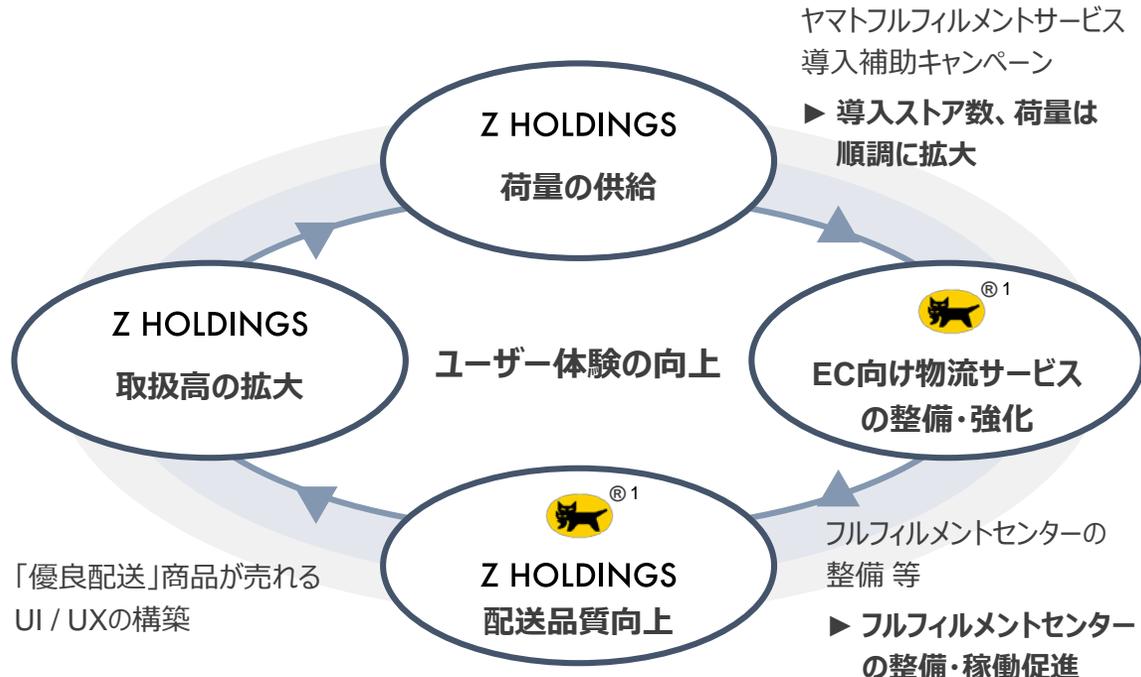
**LINEを活用したソーシャルコマース等の展開による競合との差別化**

- LINEギフト、共同購買、ライブコマース などの新たなeコマース体験の創出
- Smart Store Projectによる、独自ドメインEC市場の開拓

事業戦略の進捗：本質的なサービス品質改善によるユーザー体験の向上

- ヤマトホールディングス(株)との連携を通じて配送品質を改善し、ユーザー体験の持続的向上を目指す
- 本連携を皮切りに、取扱高に占める「優良配送」比率は好調に推移

ヤマトホールディングス(株)との連携 全体像



取扱高に占める「優良配送<sup>3</sup>」比率



1. ヤマトホールディングス(株)の登録商標です

2. 「優良配送」の取組み開始時である2021年2月と、同年6月との比較

3. 出荷遅延率や受注から出荷までの速さなど、ヤフーの定める一定基準を満たした商品に「優良配送」ラベルを付与（商品お届け日が最短当日～2日以内、出荷遅延率が5%未満のストア）

事業戦略の進捗：本質的なサービス品質改善によるユーザー体験の向上

- アスクル、出前館と協働し、日用品等の**即配サービス「PayPayダイレクト by ASKUL」の実証実験<sup>1</sup>を開始**
- ラストワンマイルの即時配達ニーズを把握し、**取扱商品の拡大や他地域・他サービスでの展開を検討**

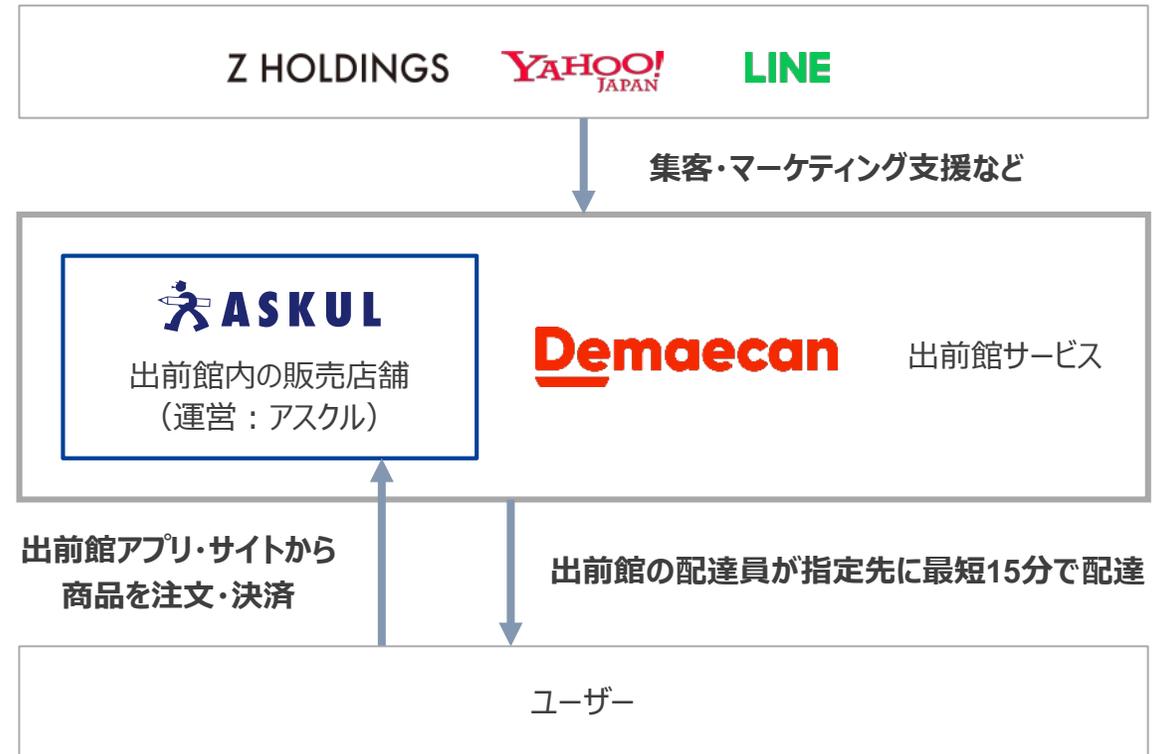
実証実験の概要



実施期間	2021年7月28日～
対象エリア	東京都板橋区を含む一部エリア
取扱商品	<p>約300種類（予定）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>洗濯用品、掃除用品、電池、ベビー用品、衛生用品、ペット用品などの日用品</li> <li>チルド食品（予定）、冷凍食品、カップ麺、レトルト食品、パン、ジュース、酒類等の食料品や飲料</li> </ul>



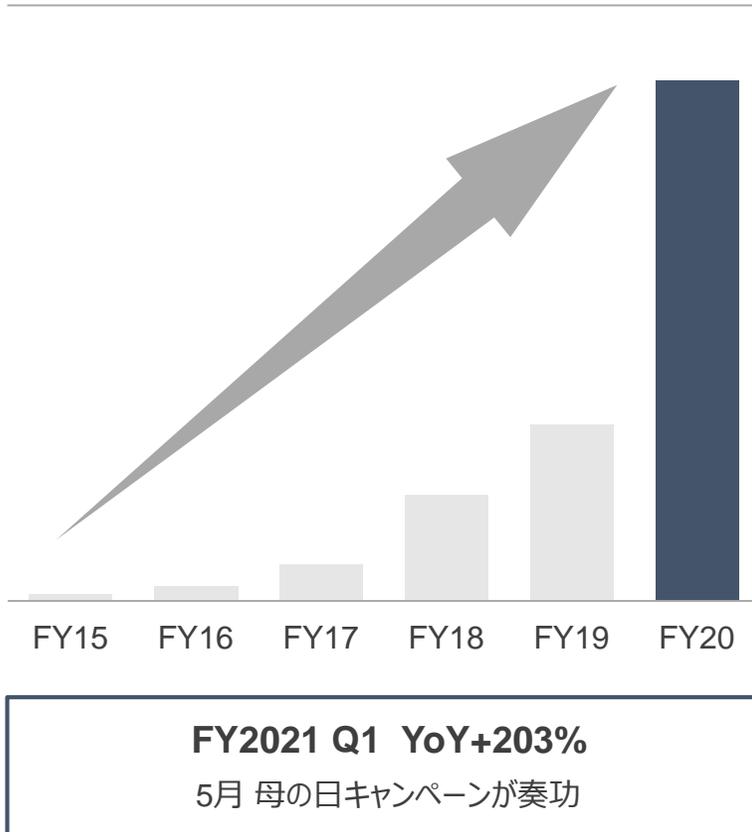
配送サービスの流れ



1. 実証実験のため、早期に終了する場合あり

- 「LINEギフト<sup>1</sup>」サービス開始以来、取扱高が急速に拡大。マーケティング活動を段階的に本格化へ
- 「ZOZOTOWN」や「Yahoo!ショッピング」ストアの出店等、グループシナジー創出により品揃え拡大を目指す

LINEギフト 取扱高



今後の取組み (施策イメージ)

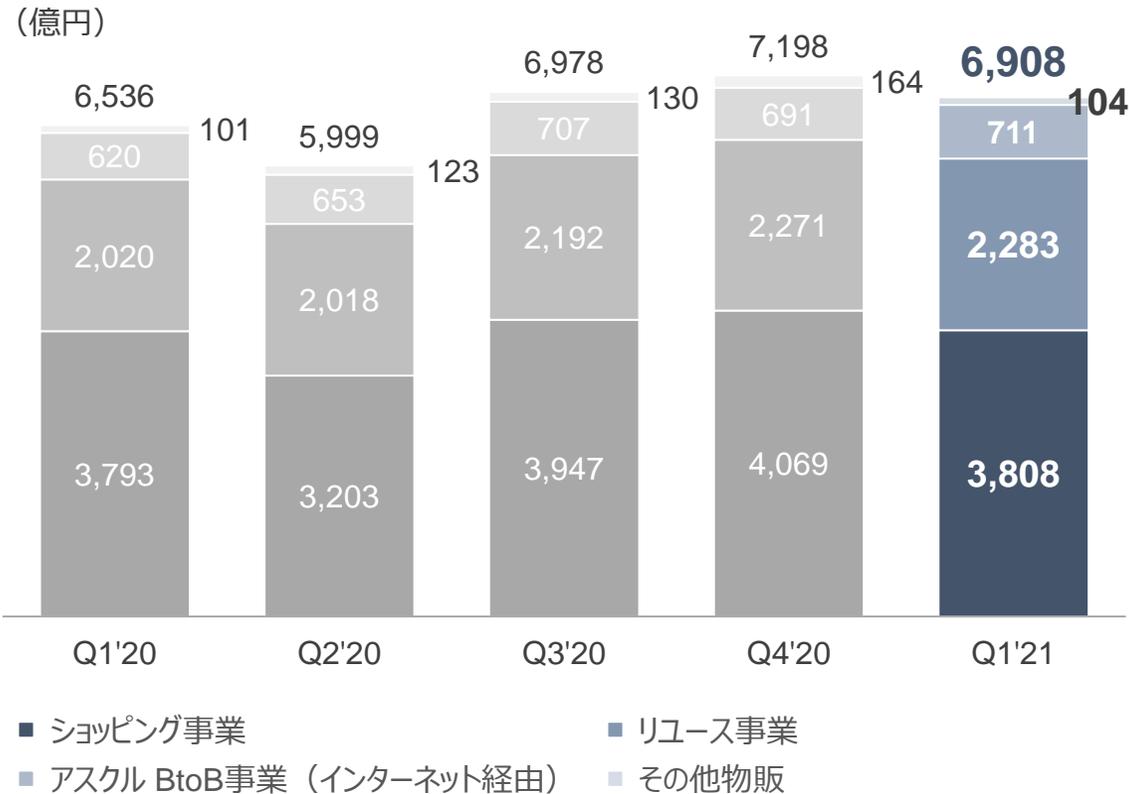


1. 「LINE」を通じて友だちに様々なプレゼントを贈ることができるサービス。カジュアルなプレゼントに適した価格帯の「eギフト」と、目的に合わせて幅広い価格帯から選べる「配送ギフト」の2種類

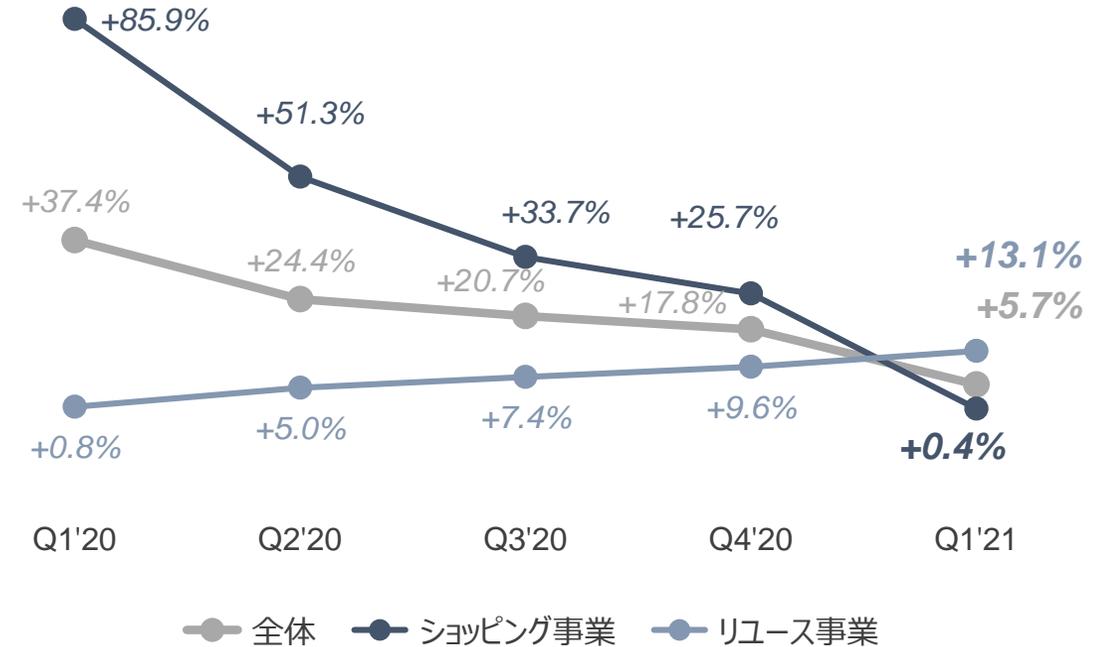
事業概況（物販系取扱高）

- ショッピング事業取扱高は、前年同四半期比のハードルが高かった一方、**プラス成長を堅持**
- リユース事業取扱高は、「ヤフオク!」の客単価向上や、「PayPayフリマ」の堅調な拡大により、**2桁成長を達成**

物販系取扱高<sup>1</sup>



物販系取扱高<sup>1</sup> 成長率 (YoY)



1. 取扱高の定義は本資料P.58参照

(百万円)	FY2020 Q1	FY2021 Q1	YoY
<b>売上収益</b>	<b>175,327</b>	<b>195,979</b>	<b>+11.8%</b>
<b>物販EC</b>	<b>140,168</b>	<b>160,006</b>	<b>+14.2%</b>
ショッピング事業	65,293	74,810	+14.6%
リユース事業	12,842	14,034	+9.3%
アスクル BtoB事業（インターネット経由）	62,033	71,161	+14.7%
<b>サービスEC</b>	<b>956</b>	<b>2,837</b>	<b>+196.7%</b>
<b>その他</b>	<b>34,201</b>	<b>33,134</b>	<b>-3.1%</b>
<b>売上原価</b>	<b>78,068</b>	<b>85,223</b>	<b>+9.2%</b>
<b>販管費</b>	<b>65,869</b>	<b>88,118</b>	<b>+33.8%</b>
販売促進費・広告宣伝費	11,567	25,216	+118.0%
その他販管費	54,302	62,902	+15.8%
<b>その他収益及び費用</b>	<b>-7</b>	<b>-</b>	<b>N/A</b>
<b>調整後EBITDA / マージン</b>	<b>41,459 (23.6%)</b>	<b>35,420 (18.1%)</b>	<b>-14.6%</b>

**戰略事業**

---

事業目標

---

## Fintechを中心に新たな収益の柱を創出

- 売上収益 YoY+20%以上の成長
- 将来的に調整後EBITDA1,000億円規模を創出へ

事業目標達成のための主な戦略・注力領域

---

## PayPayの利用者基盤拡大によるマネタイズ素地の確立

- 国内QR・バーコード決済事業の統合による利用者基盤の拡大、コストシナジーの創出
- 事業フェーズにあわせた効率的なマーケティングの実行

## PayPay経済圏における各種金融サービスのマネタイズ

- 「PayPay」ブランドを軸とした金融サービスの展開、及びマルチパートナーシップ戦略による多様な金融商品の提供

事業戦略の進捗：PayPayの利用者基盤拡大によるマネタイズ素地の確立

- 8月17日より、ユーザースキャン方式のPayPay加盟店で「LINE Pay」の支払いが可能に
- 利用可能箇所の拡大を通じて、ユーザーの利便性向上とグループ全体の決済取扱高最大化を図る



LINE Pay

国内ユーザー数  
約4,000万



メリット

ユーザー

- 利用可能箇所の拡大

加盟店

- システム導入やオペレーション負担なく、LINE Payユーザーを集客可能
  - ▶ 加盟店向け決済管理ツール「PayPay for Business」で一括管理

Zホールディングス

- 決済取扱高の拡大
- 国内QR・バーコード決済事業の統合（協議中）に向け、ユーザー数の一層拡大

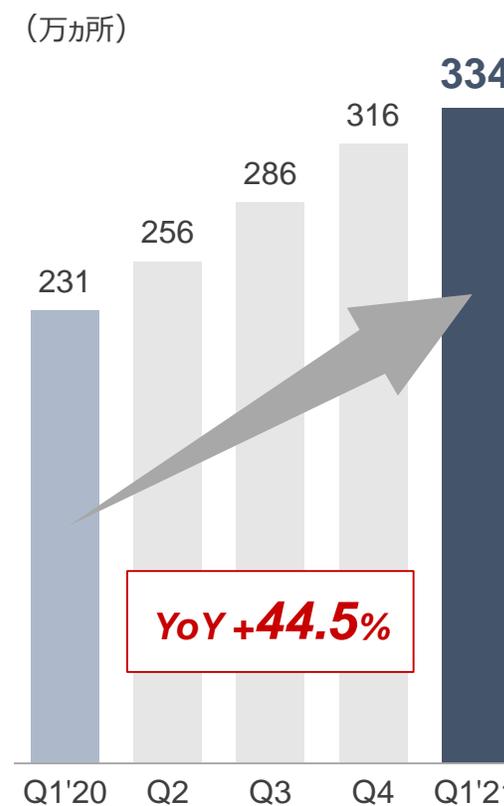
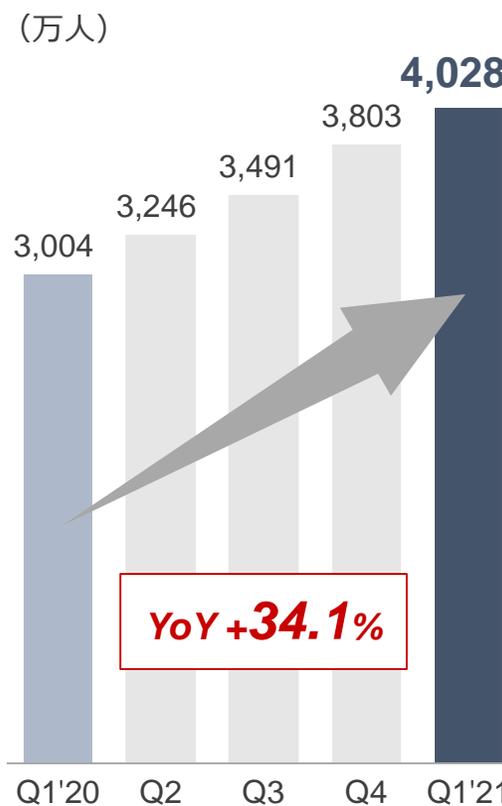
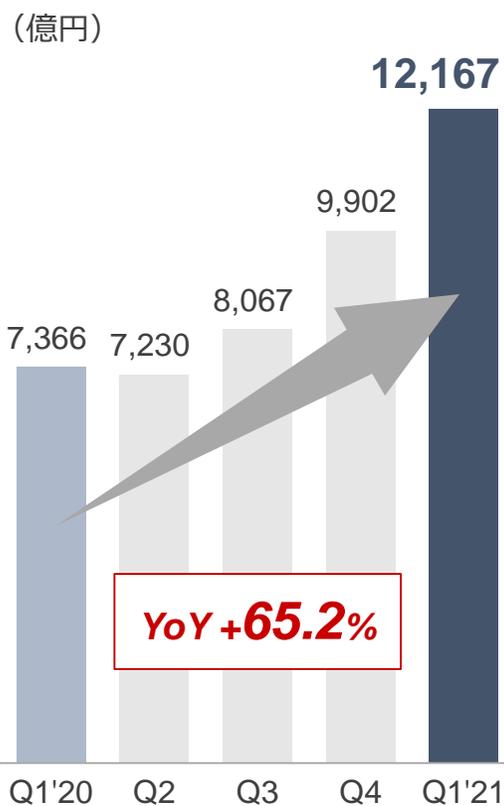
- 各種KPIは引続き好調に推移。**キャッシュレス市場の成長をけん引**
- **ユーザーや利用頻度増加による決済回数の伸びがけん引し、取扱高は四半期で1.2兆円規模に成長**

取扱高 (四半期)

決済回数 (四半期)

累計登録者数 (四半期末)

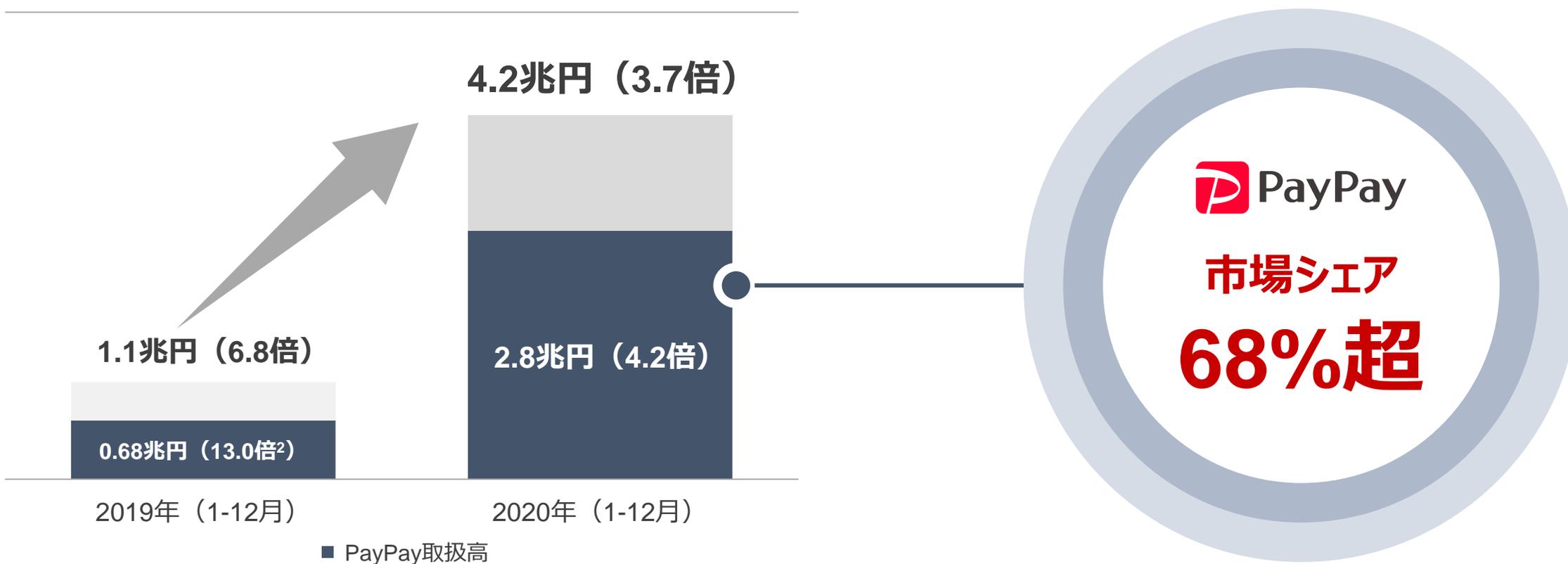
加盟店数<sup>1</sup> (四半期末)



1. 店舗やタクシーなど、PayPayへの加盟契約申込数

- 国内QR・バーコード決済市場は急速に成長、キャッシュレスの裾野が拡大
- PayPayは市場成長率を上回る成長を実現し、市場シェアは68%超に。今後も一層拡大へ

国内QR・バーコード決済市場 決済取扱高<sup>1</sup> (YoY)

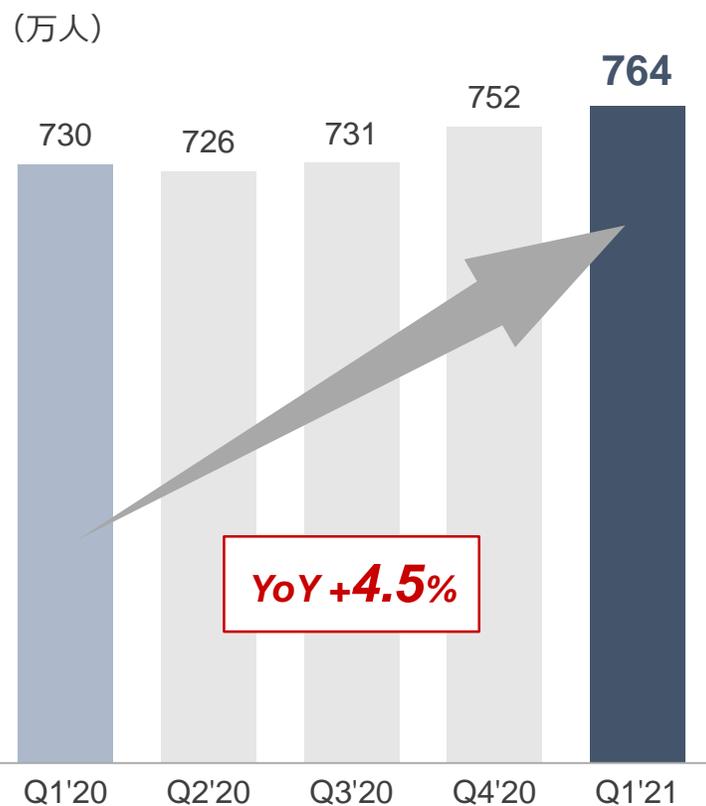


1. 2021年5月31日 キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」

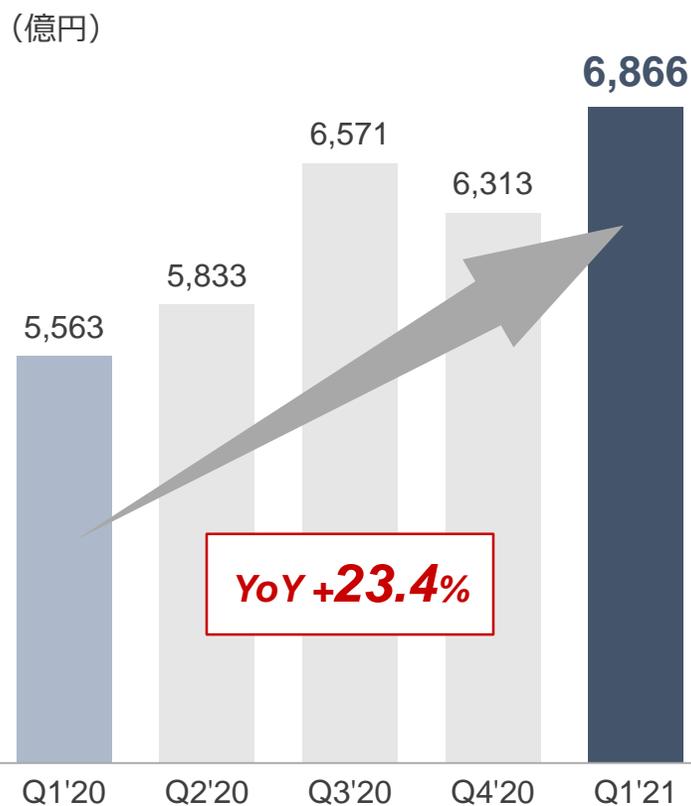
2. 2018年はサービス開始の10月から12月までの実績値を基に算出

- 利用者基盤は堅調に成長。主たる収益源であるリボ残高も着実に増加
- 今後予定している新サービスの開始に伴い、販促活動も強化しながら会員数の成長加速を目指す

クレジットカード有効会員数



クレジットカード取扱高



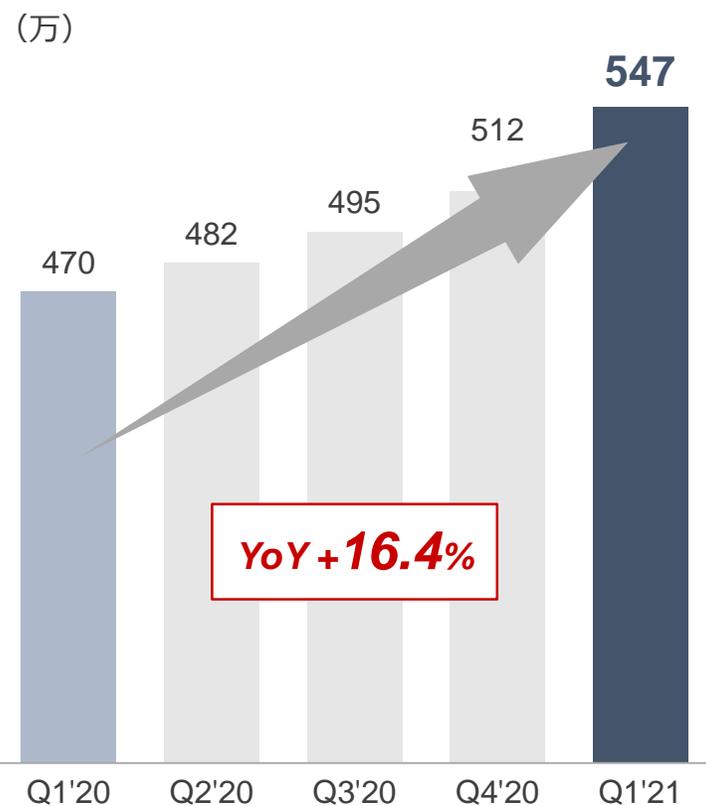
リボ残高



1. ワイジェイカード(株)は、2021年10月1日にPayPayカード(株)へ商号変更予定

- 2021年4月5日に、ジャパンネット銀行(株)からPayPay銀行(株)へ商号変更
- **PayPayユーザーの獲得が奏功し**、口座数や預金残高、貸出金残高は好調に増加

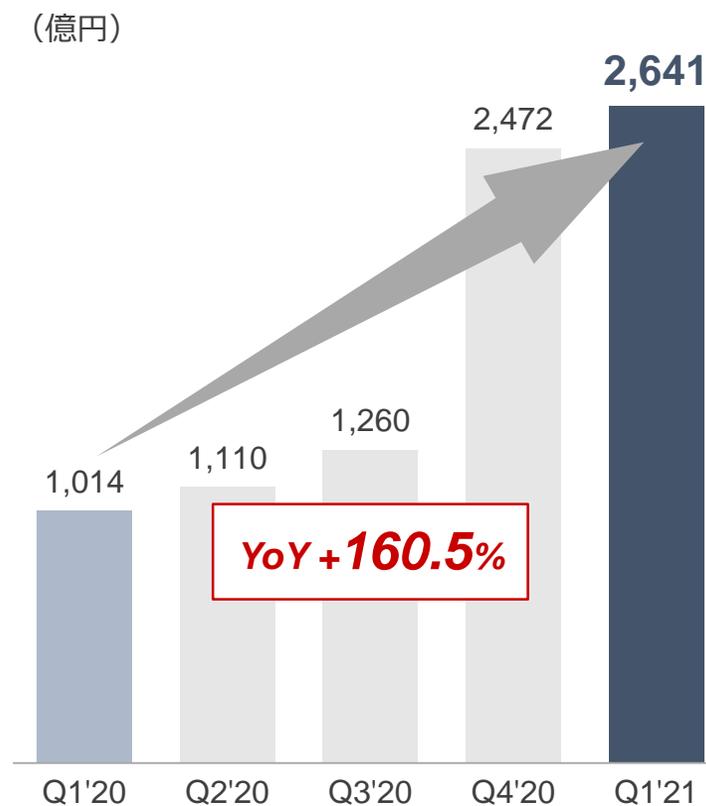
口座数



預金残高



貸出金残高



(百万円)	FY2020 Q1	FY2021 Q1	YoY
<b>売上収益</b>	<b>20,990</b>	<b>28,354</b>	<b>+35.1%</b>
<b>Fintech</b>	<b>20,990</b>	<b>28,049</b>	<b>+33.6%</b>
ワイジエイカード <sup>1,2</sup>	10,211	11,450	+12.1%
PayPay銀行 <sup>2</sup>	7,637	8,023	+5.1%
その他Fintech (LINE Fintech等)	3,141	8,575	+172.9%
<b>その他戦略事業 (AI、LINE Search、LINEヘルスケア 等)</b>	<b>N/A</b>	<b>305</b>	<b>N/A</b>
<b>売上原価</b>	<b>3,018</b>	<b>3,733</b>	<b>+23.7%</b>
<b>販管費</b>	<b>14,491</b>	<b>31,836</b>	<b>+119.7%</b>
販売促進費・広告宣伝費	821	3,648	+334.0%
その他販管費	13,670	28,187	+106.2%
<b>その他収益及び費用</b>	<b>-531</b>	<b>-</b>	<b>N/A</b>
<b>調整後EBITDA / マージン</b>	<b>5,385 (25.7%)</b>	<b>-6,366 (-22.5%)</b>	<b>-</b>

1. ワイジエイカード(株)は、2021年10月1日にPayPayカード(株)へ商号変更予定

2. 日本基準の単体数値から、関連するIFRS調整を行い独自に算出

1

全社トピックス・連結業績

2

セグメント別トピックス・業績

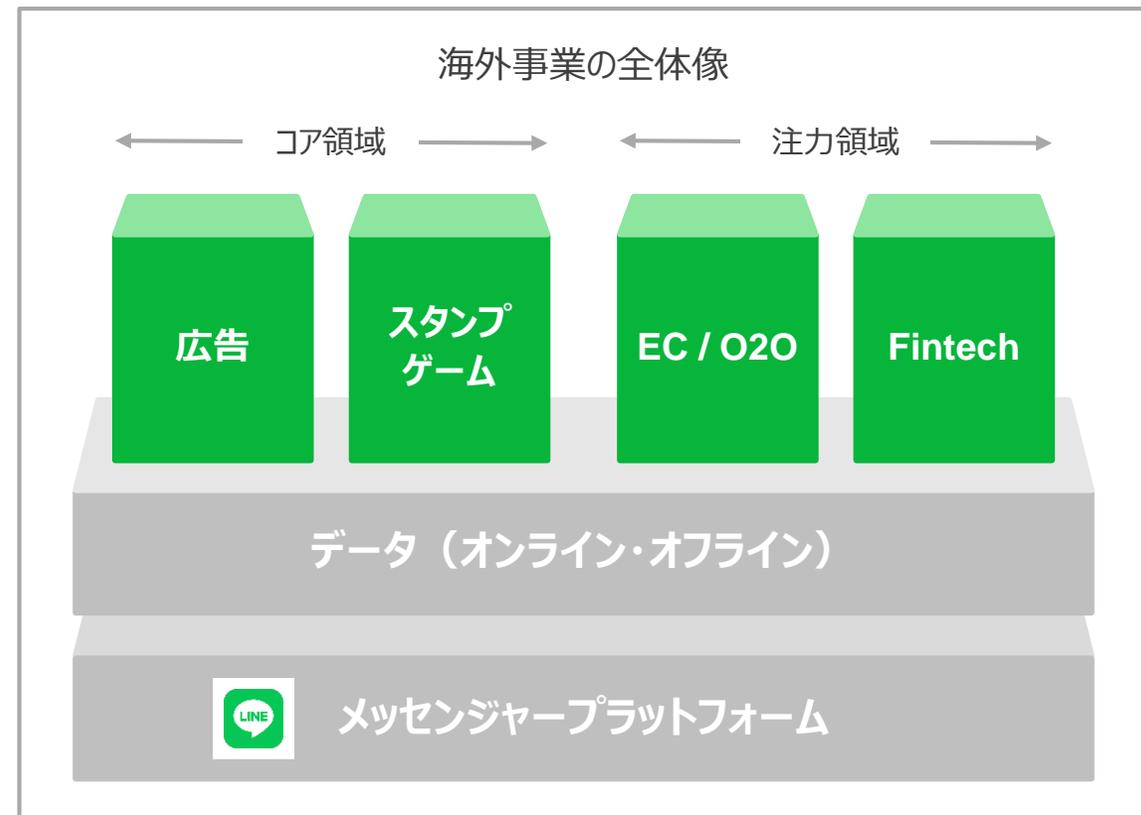
3

海外における事業展開

4

2021年度 業績予想

- 台湾、タイ、インドネシアを中心としたアジア諸国・地域において、圧倒的なリーチとシェア
- メッセージャーを基盤とした広告、スタンプ、ゲーム事業を中心に収益を創出



1. 2021年6月末時点  
 2. 2020年の人口。台湾、タイは内務省の公表データ、インドネシアは中央統計庁の公表データより引用  
 3. 台湾、タイのデータは各国及び地域における2020年の市場調査データに基づく

- 新たな収益の創出に向け、メッセージャーや決済を基盤とするEC / O2O、Fintechサービスの拡大に注力

	Fintech	O2O
台湾 	<p>インターネット専門銀行</p> <p><b>LINE Bank</b></p> <p>2021年4月 サービス開始</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>モバイルBanking、Lendingサービスを提供</li> <li>サービス開始から、わずか約3ヵ月で <b>約22万ユーザー、預金残高243億円</b> ローン残高31億円を突破 (2021年7月末)</li> </ul>	<p>タクシー配車サービス</p> <p><b>T LINE TAXI</b></p> <p>2019年10月 サービス開始</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>公式アカウント <b>フォロワー数554万人</b> (2021年7月末)</li> <li>登録運転者数 1万人超、<b>ユーザー数 185万人</b> (2021年7月末)</li> </ul>
タイ 	<p>インターネット専門銀行 (カシコン銀行との合併会社)</p> <p><b>LINE BK</b></p> <p>2020年10月 サービス開始</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>モバイルBanking、Lendingサービスを提供</li> <li>サービス開始から約9ヵ月で<b>291万ユーザー突破</b></li> <li><b>ローン残高 327億円</b> (2021年7月末)</li> <li>デビットカード発行数 140万枚 (2021年7月末)</li> </ul>	<p>フードデリバリー、飲食店レビューサービス等</p> <p><b>M LINEMAN wongnai</b></p> <p>2020年9月 サービス開始</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>17万店以上の飲食店と提携</b> (2021年7月末)</li> <li><b>取扱高 YoY 2.2倍以上の成長</b> (2020年7月-2021年7月)</li> <li>デリバリープラットフォーム国内No.1を目指す</li> </ul>
インドネシア 	<p>インターネット専門銀行 (KEB Hana Bankとの合併会社)</p> <p><b>LINE Bank</b> by KEB Hana Bank</p> <p>2021年6月 サービス開始</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>モバイルBanking、Lendingサービスを提供</li> <li>2022年 P2P Lendingサービスを開始予定</li> </ul>	

1

全社トピックス・連結業績

2

セグメント別トピックス・業績

3

海外における事業展開

4

2021年度 業績予想

- 2020年度通期及び第4四半期決算説明会（2021年4月28日開催）での公表内容から変更なし

セグメント	項目	見込み	YoY
全社	売上収益	1.52 ~ 1.57 兆円	+26.1 ~ 30.2 %
	調整後EBITDA	3,030 ~ 3,130 億円	+2.8% ~ 6.2%
メディア事業	広告売上収益（統合前ZHD） <sup>1</sup>	3,750 ~ 3,892 億円	+6 ~ 10 %
	広告売上収益（LINE）	1,662 ~ 1,714 億円	+10 ~ 13 % <sup>2</sup>
	調整後EBITDA	約 2,350 億円	+44.5 %
コマース事業	ショッピング事業取扱高	1.69 ~ 1.89 兆円	+12 ~ 25 %
	調整後EBITDA	約 1,250 億円	-17.9 %
戦略事業	Fintech 売上収益	1,174 ~ 1,265 億円	+30 ~ 40 %
	調整後EBITDA	約 ▲250 億円	-
調整額	調整後EBITDA	約 ▲320 億円	-

1. ショッピング広告売上収益を含む。但し、ショッピング広告売上収益は、2021年度の新事業区分では「コマース事業」に計上

2. 2020年4月～2021年3月までの12カ月間の実績に対する成長率

# Z HOLDINGS

情報技術のチカラで、すべての人に無限の可能性を

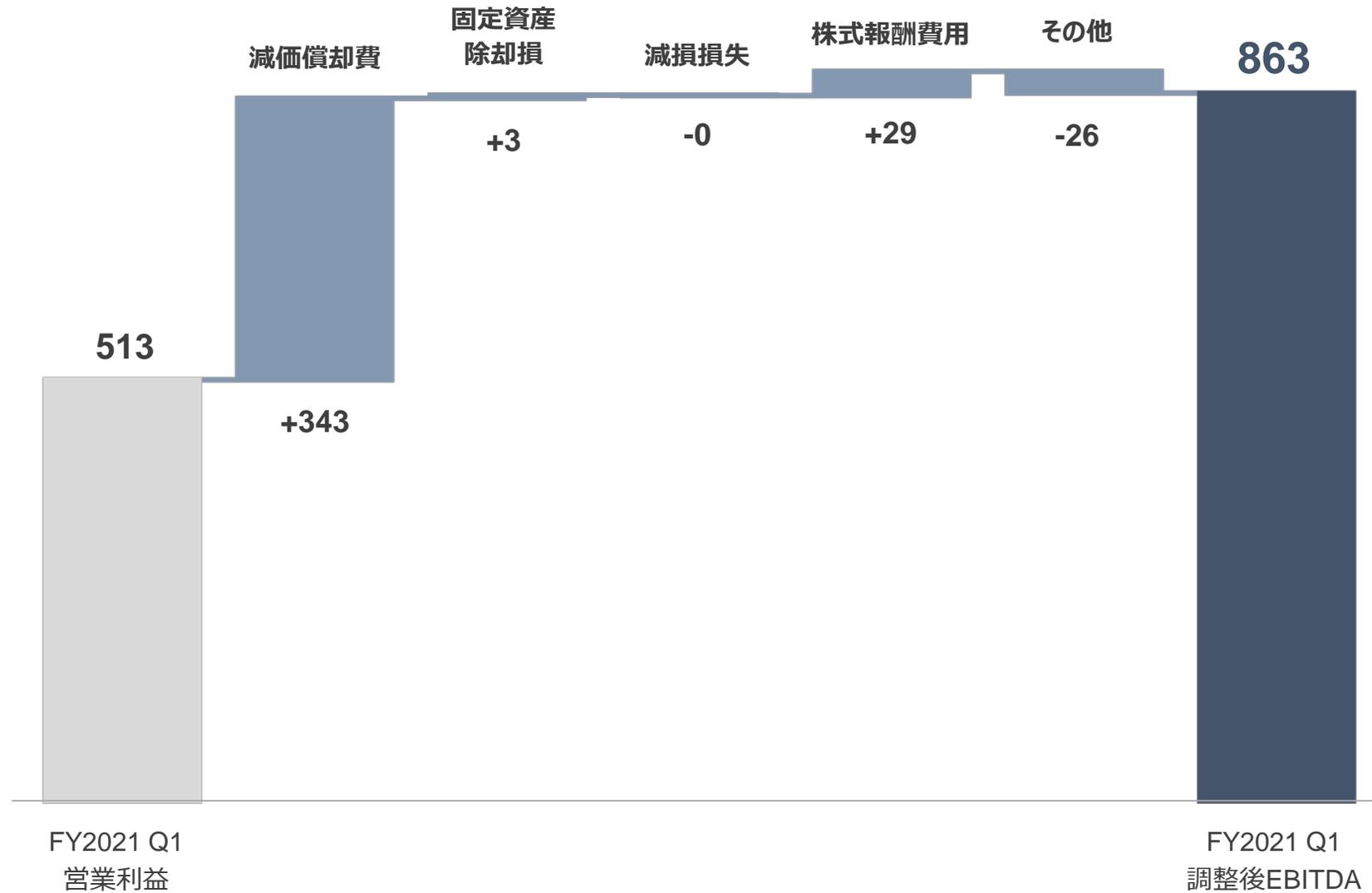
# Appendix

**全社・財務**

---

(億円)		Q1	前年同四半期差	YoY	主な増減要因
<b>売上収益</b>		<b>3,733</b>	<b>+994</b>	<b>+36.3 %</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LINE連結による増加 +704</li> <li>• ヤフー +122</li> <li>• アスクルグループ +73</li> <li>• ZOZO +54</li> </ul>
<b>売上原価</b>		<b>1,195</b>	<b>+191</b>	<b>+19.0 %</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LINE連結による増加 +79</li> <li>• アスクルグループ +57</li> </ul>
<b>販売費及び一般管理費</b>		<b>2,023</b>	<b>+805</b>	<b>+66.1 %</b>	-
以下主な内訳	人件費	535	+241	+82.2 %	• LINE連結による増加 +212
	減価償却費及び償却費	338	+92	+37.6 %	• LINE連結による増加 +82
	販売促進費	288	+166	+136.0 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 前年同四半期における費用削減による反動</li> <li>• 取扱高の伸長によるポイント費用の増加</li> <li>• LINE連結による増加 +16</li> </ul>
	業務委託費	261	+95	+57.4 %	• LINE連結による増加 +77
<b>その他収益及び費用</b>		<b>-</b>	<b>+9</b>	<b>N/A</b>	-
<b>営業利益</b>		<b>513</b>	<b>+7</b>	<b>+1.5 %</b>	-

(億円)



**調整後EBITDA**

営業利益 + 減価償却費及び償却費 ± EBITDA調整項目

**EBITDA調整項目**

営業収益・費用の内、非経常かつ非現金の取引損益

- 固定資産除却損
- 減損損失
- 株式報酬費用
- 段階取得差損益
- その他、現金の流出が未確定な取引（一時的な引当金等）

など

項目	LINE FY2021 Q1	LINE除き FY2021 Q1	YoY
売上収益	704 億円	3,028 億円	+10.6 %
営業利益	46 億円	467 億円	-7.6 %
当期利益	0.8 億円	308 億円	+12.0 %
親会社の所有者に帰属する当期利益	0.8 億円	265 億円	+16.6 %

- 見積将来キャッシュ・フロー、割引率、既存顧客の逓減率、対象商標権から生み出される将来売上収益、ロイヤルティレート等の仮定に基づいて測定
- FY2021 Q1より、PPAを償却（FY2021 Q1 34億円）

項目	金額	年間償却額	償却期間（定額法）
のれん	13,579 億円	-	-
取得原価配分（PPA） <sup>1</sup>	4,069 億円	136 億円	-
顧客基盤	178 億円	-	12年
顧客関係（広告主）	2,190 億円	-	18年
商標権 <sup>2</sup>	1,700 億円	-	非償却

1. FY2021Q1においても引続き暫定評価

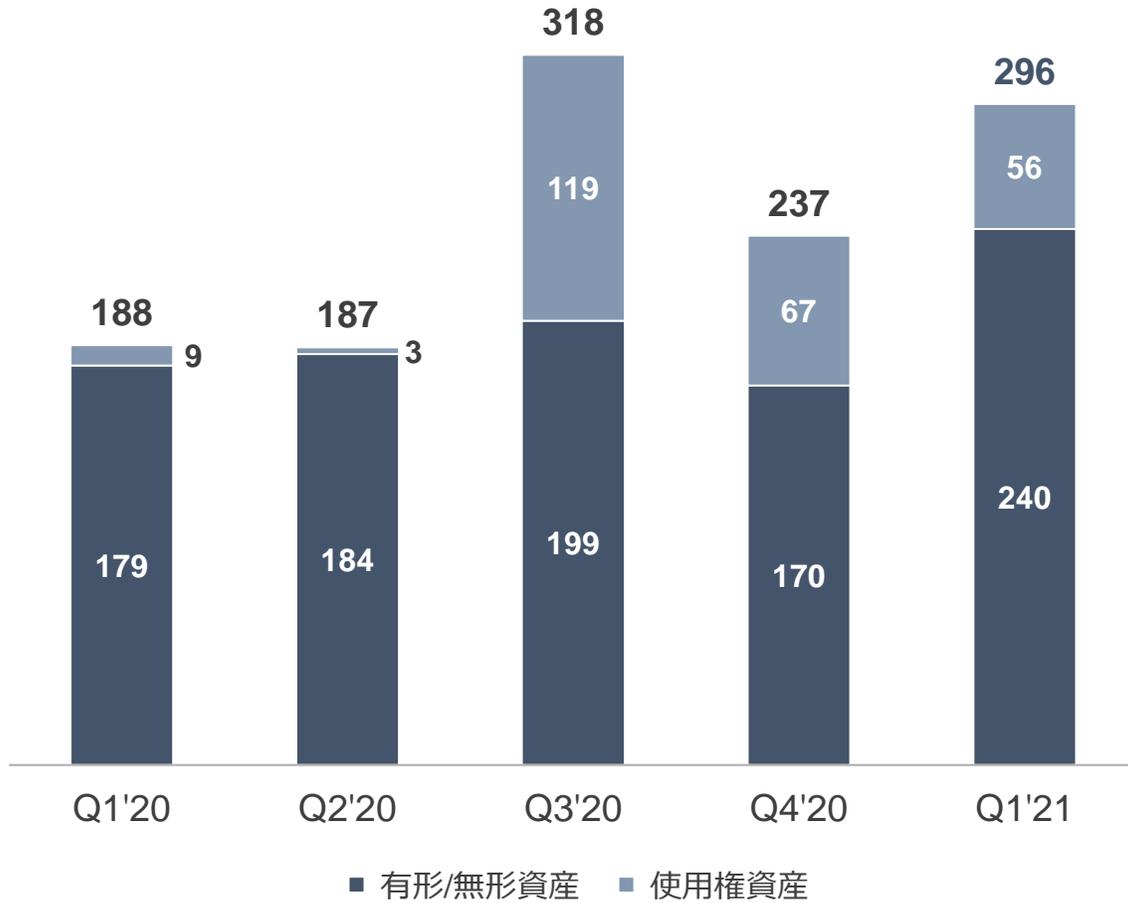
2. 耐用年数を確定できない無形資産

項目	金額	年間償却額	償却期間 (定額法)
のれん	2,129 億円	-	-
取得原価配分 (PPA)	5,021 億円	132 億円	-
顧客基盤 (ショップ・ユーザー)	3,220 億円	-	18~25年
商標権 <sup>1</sup>	1,787 億円	-	非償却
その他	14 億円	-	4年

(億円)	FY2020 Q4	FY2021 Q1	差額
<b>資産</b>	<b>66,966</b>	<b>66,933</b>	<b>-33</b>
現金・現金同等物	10,657	10,780	+123
営業債権・その他債権	4,801	4,129	-672
カード事業の貸付金	4,079	3,921	-158
銀行事業の有価証券	5,179	5,049	-130
有形固定資産	1,532	1,535	+2
無形資産	10,758	10,563	-195
<b>負債</b>	<b>37,070</b>	<b>37,392</b>	<b>+321</b>
営業債務・その他債務	6,166	5,459	-707
銀行事業の預金	11,862	12,519	+657
有利子負債	13,895	14,632	+736
<b>資本</b>	<b>29,895</b>	<b>29,541</b>	<b>-354</b>

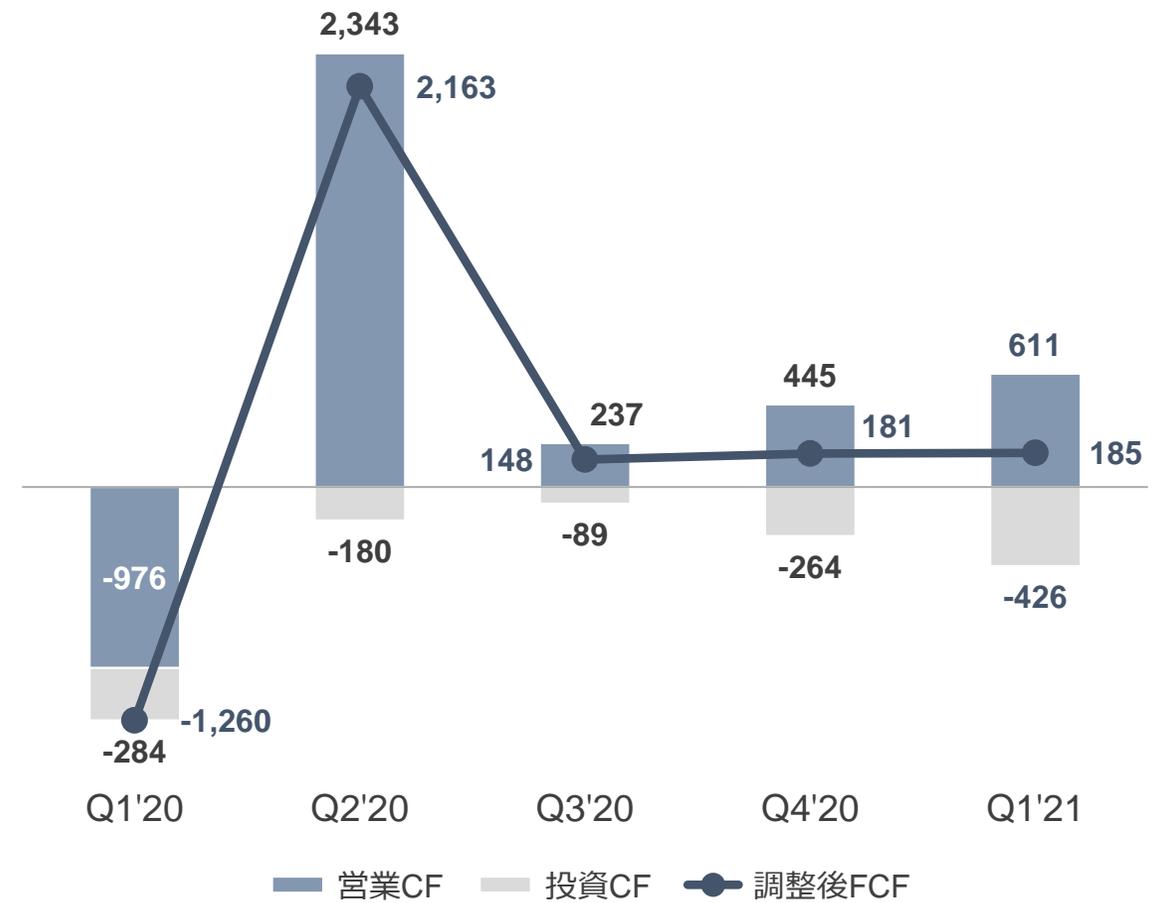
設備投資<sup>1</sup>

(億円)



調整後FCF<sup>2</sup>

(億円)



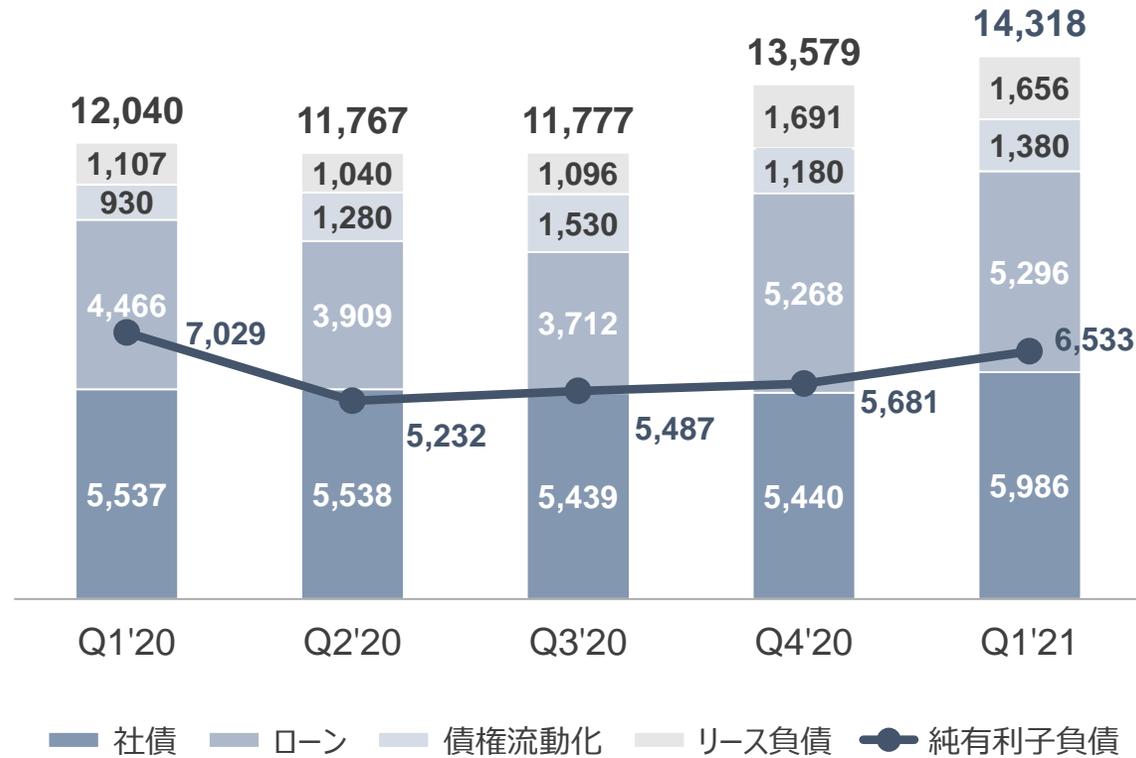
1. 値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

2. 銀行業を除く。カード債権の流動化を営業CFに加算。値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

有利子負債、純有利子負債<sup>1</sup>

(銀行業除く)

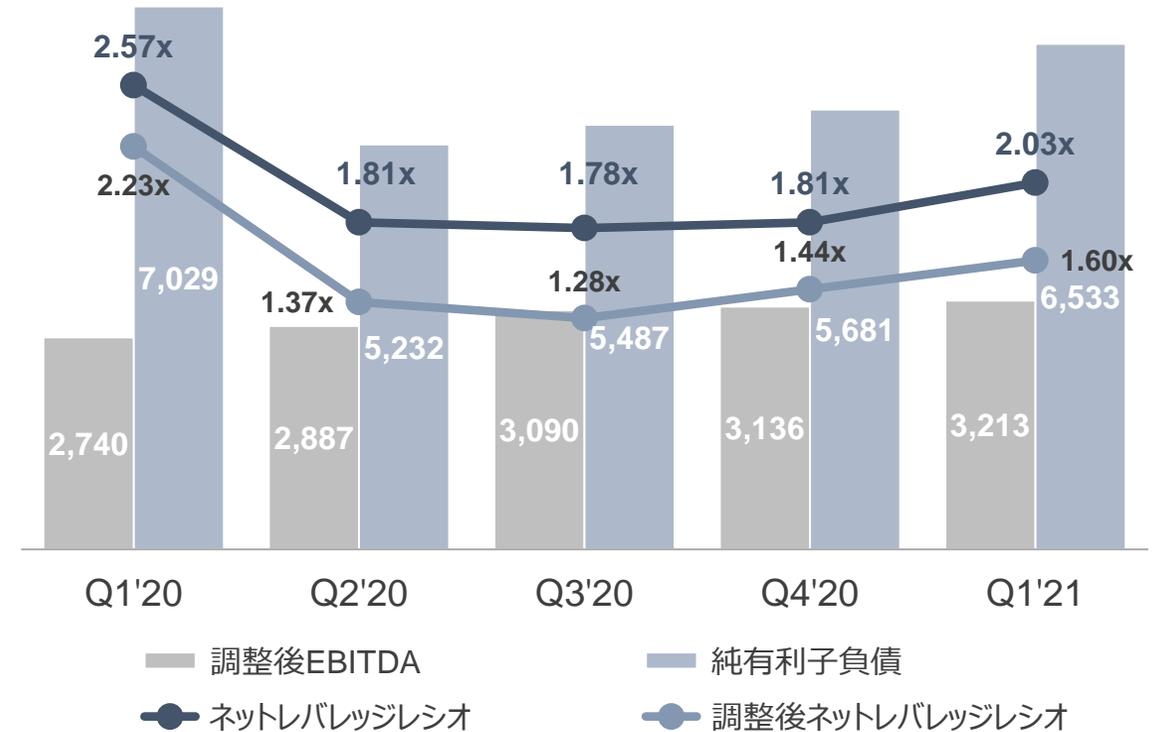
(億円)



ネットレバレッジレシオ<sup>2</sup>、調整後ネットレバレッジレシオ<sup>3</sup>

(銀行業除く)

(億円)



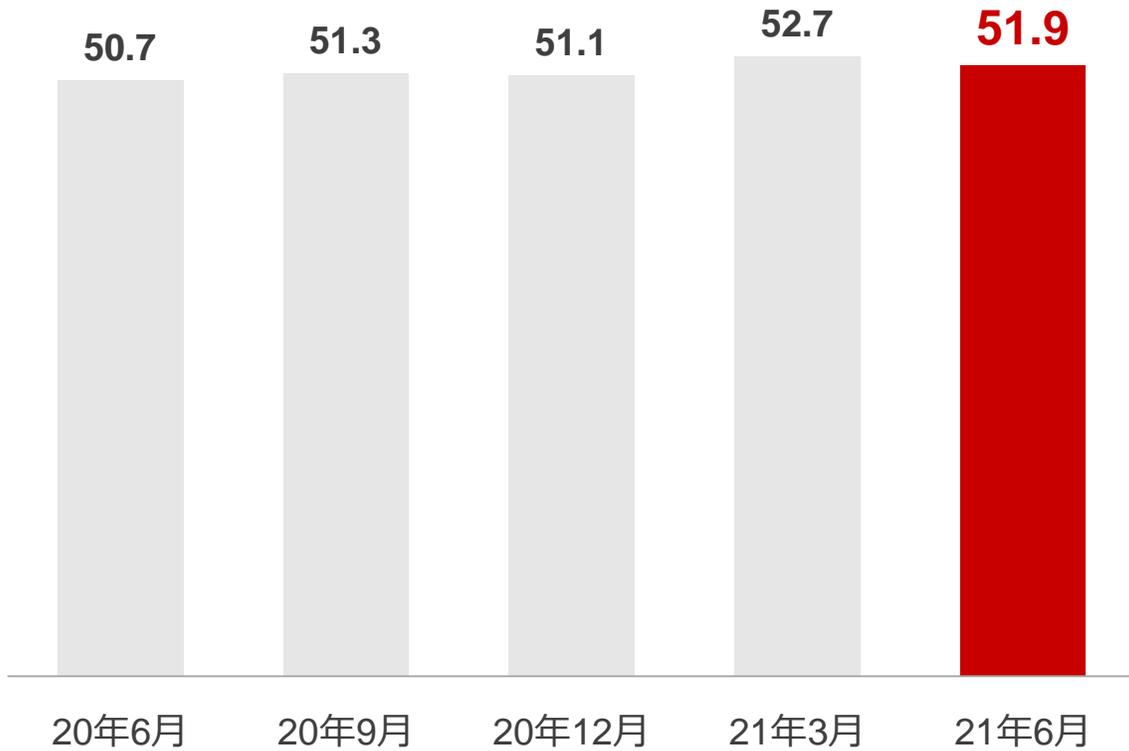
1. 純有利子負債 = 有利子負債 - 現金及び現金同等物値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

2. ネットレバレッジレシオ = 純有利子負債 ÷ 調整後EBITDA (直近12ヶ月間の数値を使用) 値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

3. 債権流動化の影響を除く

ヤフー 月間ログインユーザーID数

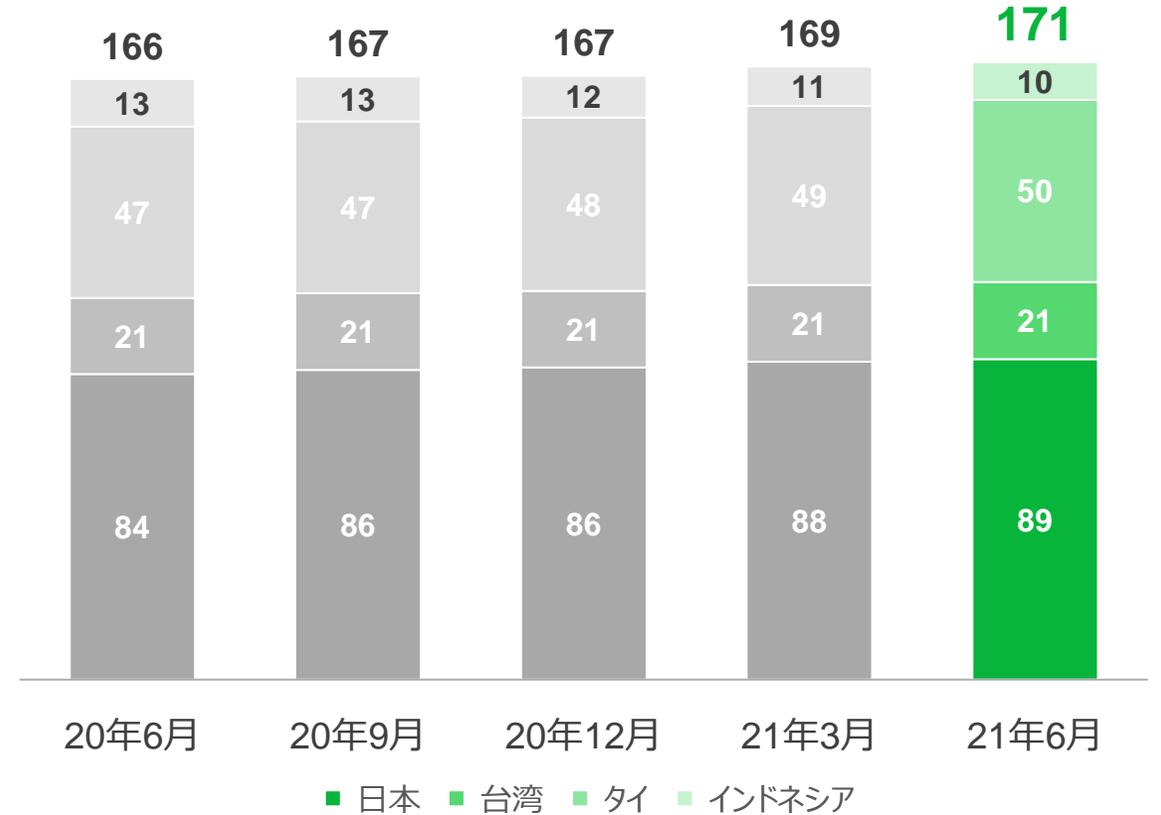
(百万)



LINE 月間アクティブユーザー数

(百万)

21年6月 Global MAU<sup>1</sup> : 188



1. 主要4カ国・地域を含む世界におけるユーザー数の合計

国	事業別	会社名	区分
台湾	-	LINE Taiwan Limited	連結子会社
	Fintech	LINE Pay Taiwan Limited	連結子会社
	Fintech	LINE Bank Taiwan Limited	持分法適用関連会社
	O2O	JDW Co., Ltd.	連結子会社
タイ	-	LINE Company (Thailand) Limited	連結子会社
	Fintech	RABBIT-LINE PAY COMPANY LIMITED	持分法適用関連会社
	Fintech	Kasikorn LINE Company Limited	持分法適用関連会社
	O2O	LINE MAN Corporation	持分法適用関連会社
インドネシア	-	PT. LINE PLUS INDONESIA	連結子会社
	Fintech	PT. Bank KEB Hana Indonesia	持分法適用関連会社

# メディア事業

---

項目	内訳
<b>ヤフー 広告</b>	
検索広告	Yahoo!広告「検索広告」
<b>ディスプレイ広告</b>	
運用型広告	Yahoo!広告「ディスプレイ広告」(運用型) 等
予約型広告	Yahoo!広告「ディスプレイ広告」(予約型) 等
<b>LINE 広告</b>	
ディスプレイ広告	「タイムライン」、「LINE NEWS」、「トークリスト」、その他
アカウント広告	「LINE公式アカウント」、「LINEプロモーションスタンプ」、「LINEで応募」、「LINEチラシ」、その他
その他広告	「livedoor Blog」、「LINEバイト」、その他
<b>その他</b>	
ヤフー	「ebookjapan」、不動産関連、「Yahoo!ココ」、その他
LINE	「LINEスタンプ」、「LINE GAME」、「LINE占い」、「LINE LIVE」、「LINE MUSIC」、「LINEマンガ」、その他

項目	主な課金方法	掲載場所	広告主タイプ
検索広告	クリック課金	検索結果ページ	大手・中小企業
ディスプレイ広告			
運用型			
Yahoo!広告 「ディスプレイ広告」(運用型)	クリック課金 視聴課金	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
ショッピング広告 (運用型)	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			
Yahoo!広告 「ディスプレイ広告」(予約型)	ビューアブルインプレッション課金 期間保証型課金等	トップページ コンテンツページ	大手企業
ショッピング広告 (予約型)	期間保証型課金等	「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

項目	主な課金方法	掲載場所／商品概要	広告主タイプ
<b>ディスプレイ広告</b>			
タイムライン	クリック課金 視聴課金	「タイムライン」タブ	大手・中小企業
LINE NEWS	クリック課金 視聴課金	「ニュース」タブ	大手・中小企業
トークリスト	クリック課金 視聴課金	「トークリスト」最上部	大手・中小企業
<b>アカウント広告</b>			
LINE公式アカウント	月額固定費用 従量課金	友だち追加したユーザーへの メッセージ配信	大手・中小企業
LINEプロモーションスタンプ	定額料金 従量課金	ユーザーのコミュニケーションに利用される 企業向けスタンプ	大手企業
LINEで応募	基本費用 追加オプション費用	LINEを活用した店頭販促ソリューション	大手企業

- ディ스플레이広告（予約型・運用型）について、広告プラットフォームの統合が完了

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

2021年4月1日 統合完了

「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

コマース事業

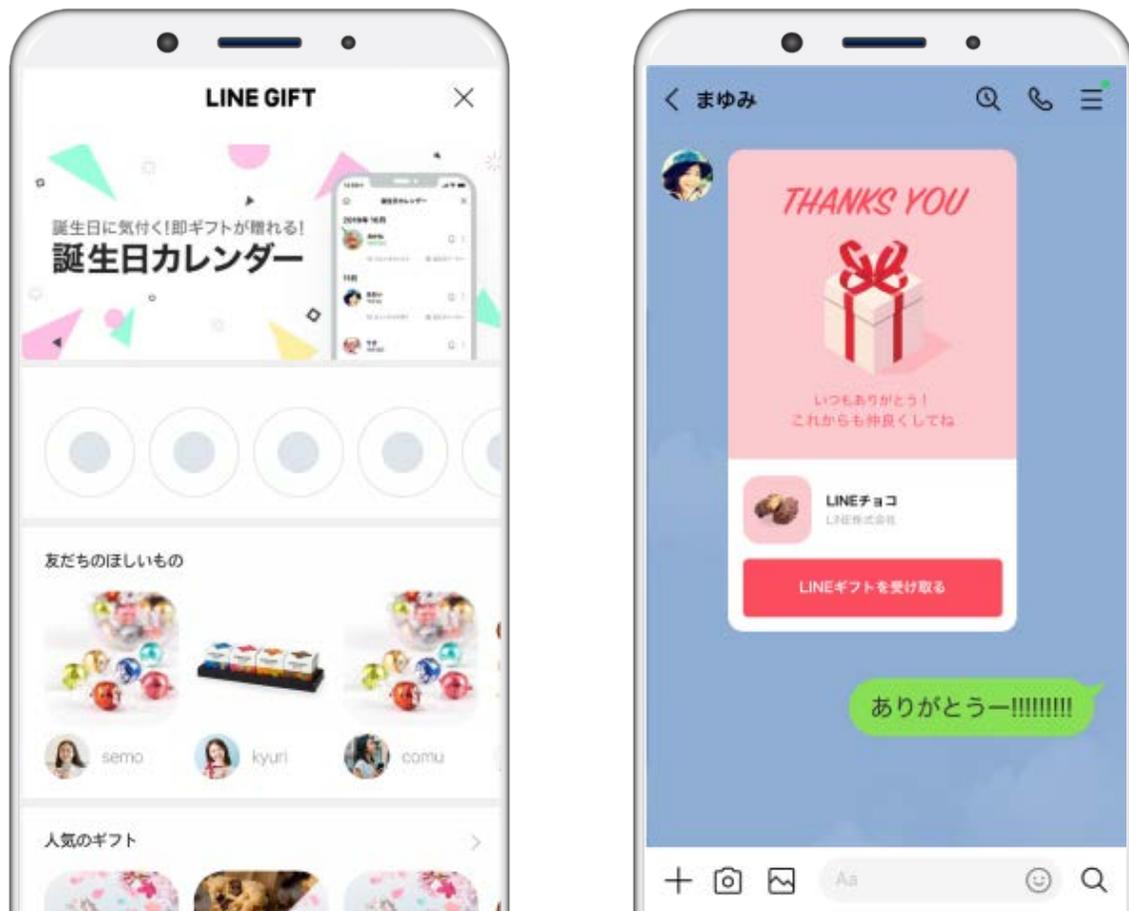
---

項目	内訳
物販EC	—
ショッピング事業	「Yahoo!ショッピング」、「PayPayモール」、「ZOZOTOWN」、「LOHACO」、「チャーム」、「LINE ショッピング」、「LINE FRIENDS」、「LINEギフト」
リユース事業	「ヤフオク!」、「PayPayフリマ」、「ZOZOUSED」
アスクル BtoB事業 (インターネット経由)	—
サービスEC	「Yahoo!トラベル」、「一休トラベル」、「LINEトラベル（海外）」、その他
その他	プレミアム会員、アスクル BtoB事業（インターネット経由以外）、バリューコマース、その他

項目	主なサービス
eコマース取扱高	—
物販系取扱高	—
ショッピング事業	「Yahoo!ショッピング」、「PayPayモール」、「ZOZOTOWN」、「LOHACO」、「チャーム」、「LINE ショッピング」、「LINEギフト」、「LINE FRIENDS」
リユース事業	「ヤフオク!」、「PayPayフリマ」、「ZOZOUSÉD」
アスクル BtoB事業 (インターネット経由)	—
その他（物販）	「Yahoo!チケット」、「おうちダイレクト」
サービス系取扱高	「一休.com」、「Yahoo!トラベル」、「Yahoo!ココ <sup>1</sup> 」、「出前館」
デジタル系取扱高 <sup>1</sup>	「ebookjapan」、「LINEマンガ」、「LINE MUSIC」、「LINEスタンプ」、「LINE GAME」、「LINE LIVE」、「LINE占い」、その他有料デジタルコンテンツ

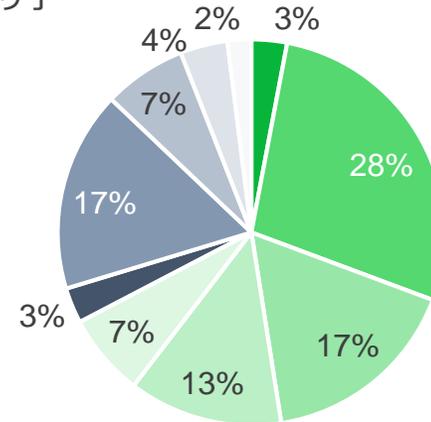
1. 当該サービスの収益は、メディア事業セグメントに計上

- 「LINE」を通じて友だちに様々なプレゼントを贈ることができるサービス
- カジュアルなプレゼントに適した価格帯の「eギフト」と、目的に合わせて幅広い価格帯から選べる「配送ギフト」の2種類

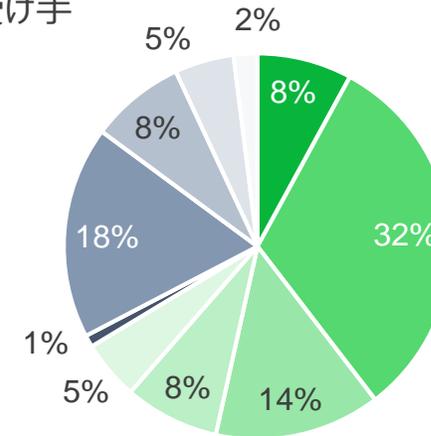


ユーザー属性

贈り手



受け手



※ FY2020 Q4時点  
自社サーバー調べ

- 女性10代
- 女性20代
- 女性30代
- 女性40代
- 女性50代以上
- 男性10代
- 男性20代
- 男性30代
- 男性40代
- 男性50代以上

累計利用者数<sup>1</sup> **1,500万人** (2021年5月31日時点)

1. LINEギフトを贈ったことがある、もらったことがあるユニークユーザー数の合算値

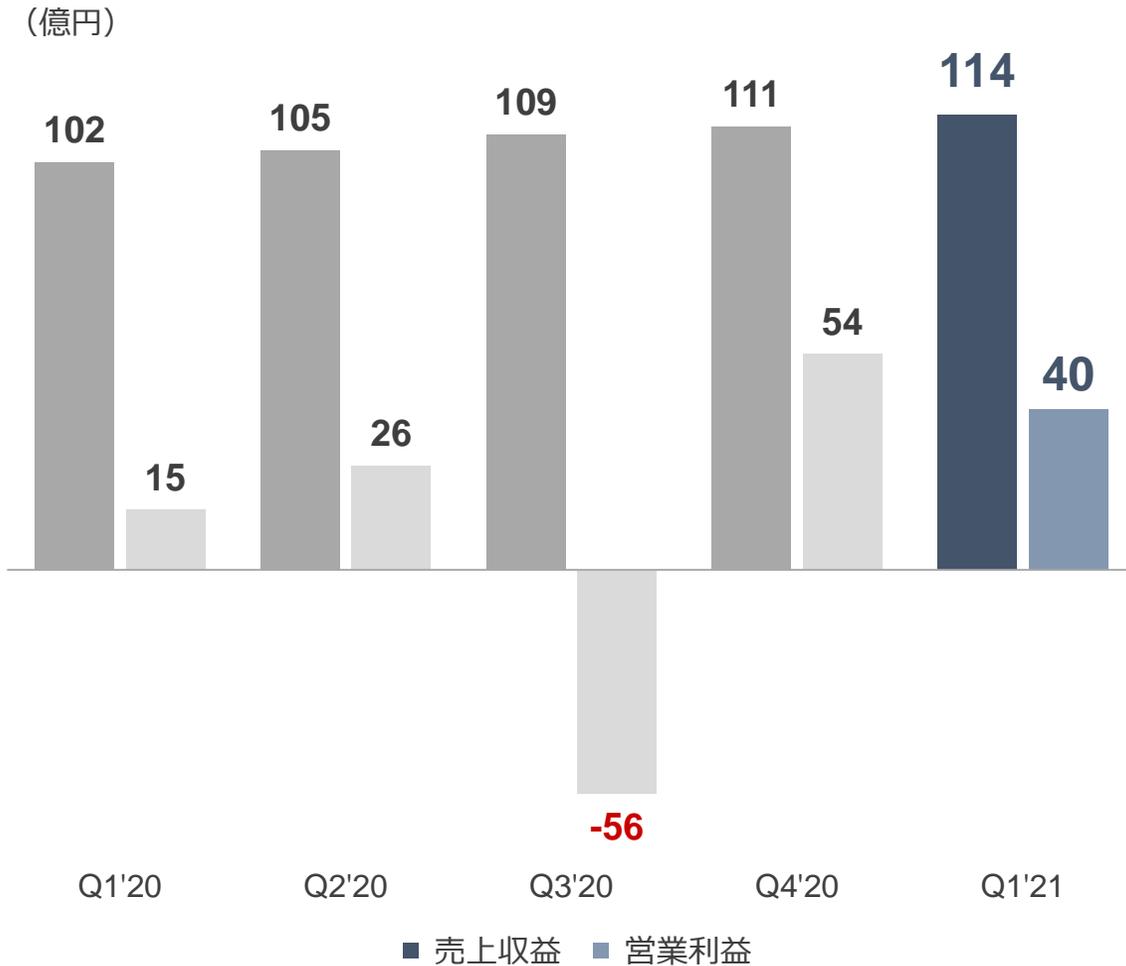
**戰略事業**

---

項目	内訳
Fintech	-
ワイジェイカード <sup>1</sup>	-
PayPay銀行	-
その他金融	PayPayアセットマネジメント、「PayPayほけん」、マグネマックス、「YJFX!」、 「LINE Pay」、「LINE証券」、「LINEスコア」、「LINEポケットマネー」、「LINE BITMAX」、その他
その他	AI、「LINE Search」、「LINEヘルスケア」、その他

1. ワイジェイカード(株)は、2021年10月1日にPayPayカード(株)へ商号変更予定

売上収益・営業利益 (IFRS単体)<sup>2</sup>



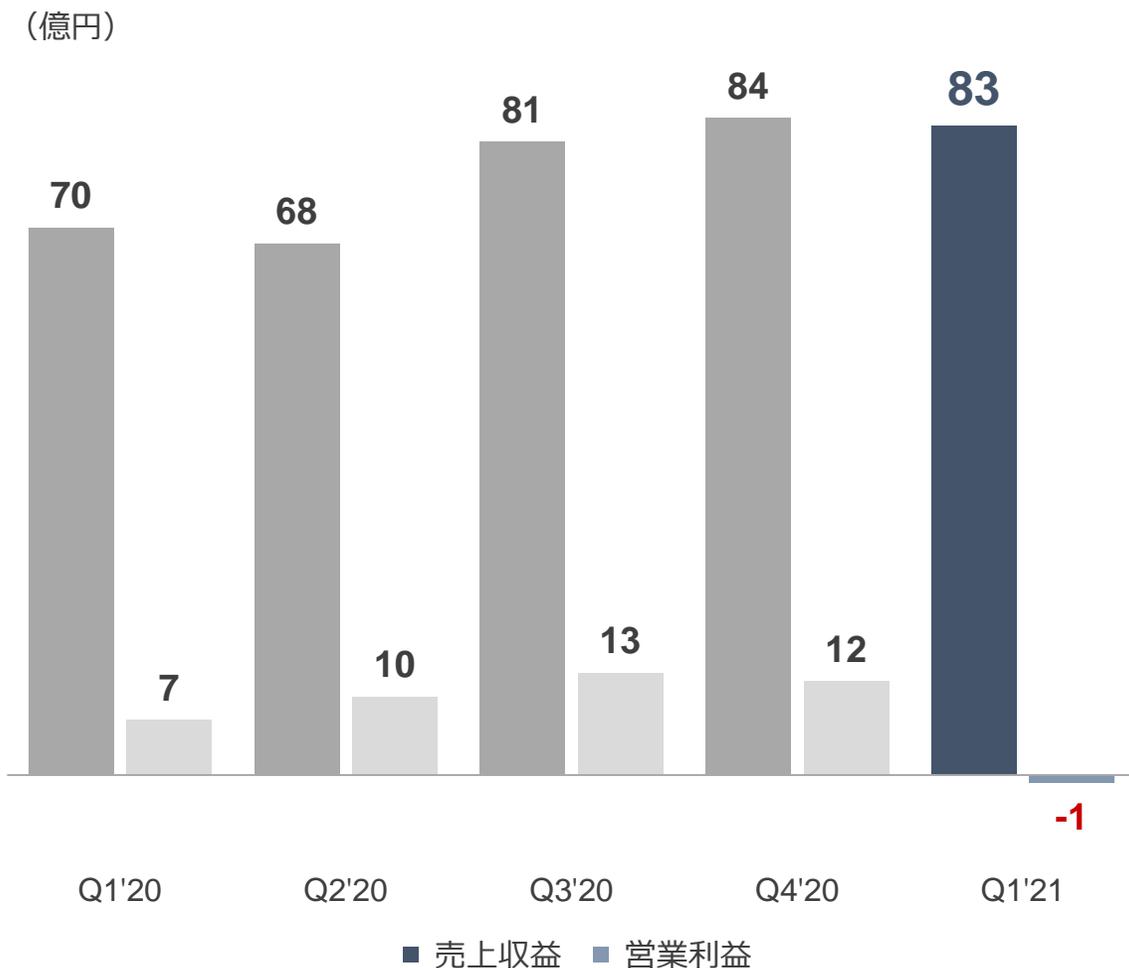
財政状態計算書 (日本基準)<sup>2</sup>

(億円)

	FY2020 Q4	FY2021 Q1	差額
<b>資産</b>	<b>4,895</b>	<b>5,006</b>	<b>111</b>
現金・現金同等物	177	351	173
営業債権・その他債権	156	177	21
カード事業の貸付金	3,917	3,825	-92
銀行事業の有価証券	-	-	-
有形固定資産	19	20	0
無形資産	255	257	1
<b>負債</b>	<b>4,546</b>	<b>4,635</b>	<b>89</b>
営業債務・その他債務	1,951	1,773	-177
銀行事業の預金	-	-	-
有利子負債	2,482	2,767	285
<b>資本</b>	<b>349</b>	<b>370</b>	<b>21</b>

1. ワイジェイカード(株)は、2021年10月1日にPayPayカード(株)へ商号変更予定

2. Zホールディングスグループ内の内部取引消去前の数値。売上収益・営業利益は、日本基準の単体数値から、関連するIFRS調整を行い独自に算出

売上収益・営業利益（IFRS単体）<sup>1</sup>財政状態計算書（日本基準）<sup>1</sup>

(億円)

	FY2020 Q4	FY2021 Q1	差額
<b>資産</b>	<b>13,387</b>	<b>14,011</b>	<b>623</b>
現金・現金同等物	3,065	3,304	238
営業債権・その他債権	250	247	-2
カード事業の貸付金	-	-	-
銀行事業の有価証券	5,279	5,149	-130
有形固定資産	5	5	-0
無形資産	75	74	-0
<b>負債</b>	<b>12,804</b>	<b>13,439</b>	<b>634</b>
営業債務・その他債務	169	158	-11
銀行事業の預金	12,168	12,828	659
有利子負債	410	410	-
<b>資本</b>	<b>583</b>	<b>572</b>	<b>-10</b>

1. Zホールディングスグループ内の内部取引消去前の数値。売上収益・営業利益は、日本基準の単体数値から、関連するIFRS調整を行い独自に算出

		2018年5月 (設立当初)	2019年 5月末時点	2020年 3月末時点	2020年 12月末時点	2021年 7月末時点
普通 株式	ヤフー	50 %	25 %	25 %	25 %	25 %
	ソフトバンク	50 %	25 %	25 %	25 %	25 %
	ソフトバンクグループ	-	50 %	50 %	50 %	50 %
	Paytm	-	-	-	-	-
	合計	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
優先 株式 <sup>1</sup>	ヤフー	-	-	50 %	50 %	41.5 %
	ソフトバンク	-	-	50 %	50 %	41.5 %
	ソフトバンクグループ	-	-	-	-	17.0 %
	合計	-	-	100 %	100 %	100 %



優先株式転換後 & Paytm新株予約権行使後 <sup>2</sup>	
ヤフー	33.0 %
ソフトバンク	33.0 %
ソフトバンクグループ	28.5 %
Paytm	5.5 %
合計	100 %

YAHOO! JAPAN 議決権比率 | 25%

YAHOO! JAPAN 議決権比率 | 33%

1. 2022年4月以降、普通株式に転換可能（転換比率1:1）  
 2. 2020年9月末にPaytmへ新株予約権を発行。同月末より権利行使可能

**非財務**

---

## 社外からの主な評価

- 様々な外部評価を取得
- 統合後も高い外部評価を維持・伸長させセクターを代表するESG銘柄としてのポジションを確固たるものに



注：2021年の時点で、Zホールディングス(株)は、MSCI ESG 格付けの「AA」を獲得しています。Zホールディングス(株)によるMSCI ESG Research LLCまたはその関連会社（MSCI）のデータの使用や、MSCIのロゴ、証憑、サービスマークやインデックス名の使用は、MSCIによるZホールディングスの後援、宣伝、販売促進を行うものではありません。MSCIのサービスとデータは、MSCIまたはその情報プロバイダーの資産であり、現状を提示するものであり、保証するものではありません。MSCIの名称とロゴは、MSCIの商標またはトレードマークです。

## S&amp;P Global - DJSI

“インタラクティブ・メディア、サービス及び  
ホーム・エンタテインメント”セクター

最高評価である

業界別リーダーに選定

Member of  
Dow Jones  
Sustainability Indices

Powered by the S&P Global CSA

MSCI  
ESG RATINGS



CCC B BB BBB A AA AAA

2021 CONSTITUENT MSCIジャパン  
ESGセレクト・リーダーズ指数

2021 CONSTITUENT MSCI日本株  
女性活躍指数 (WIN)

MSCI ESG Rating<sup>1</sup>

2018年から毎年スコアが上昇

AA格付けを獲得

「MSCIジャパン ESGセレクト・リーダーズ指数」  
の構成銘柄に初選定（2021年6月）

## 最も高い評価を獲得した項目

Governance & Economic Dimension

情報セキュリティ/  
サイバーセキュリティ&システム可用性

Environmental Dimension

環境レポート

Social Dimension

企業市民活動/社会貢献活動

## 4つの重点課題

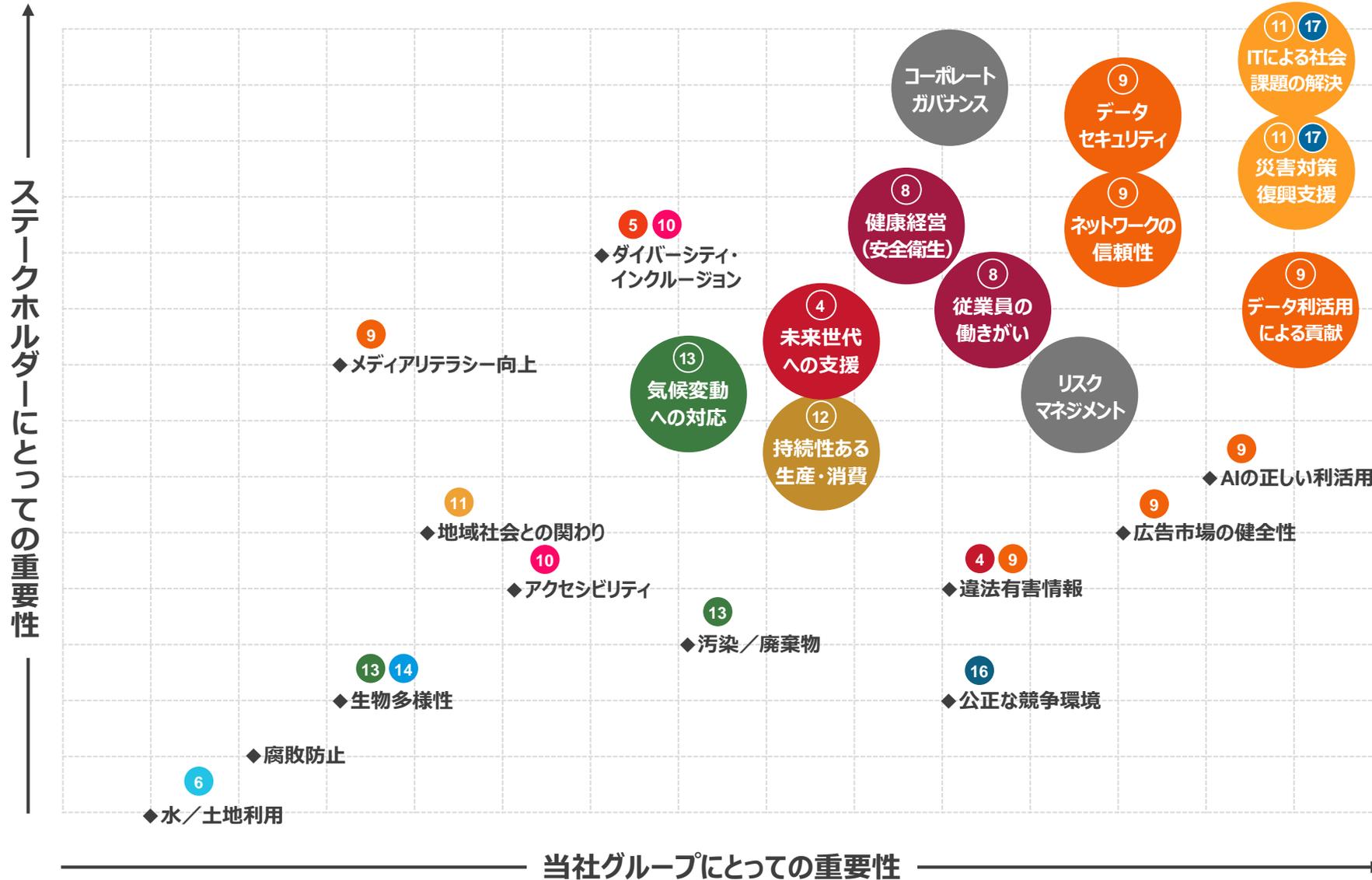
Privacy & Data Security

Human Capital Development

Carbon Emission

Governance

1. 2021年の時点で、Zホールディングス(株)は、MSCI ESG 格付けの「AA」を獲得しています。Zホールディングス(株)によるMSCI ESG Research LLCまたはその関連会社（MSCI）のデータの使用や、MSCIのロゴ、証憑、サービスマークやインデックス名の使用は、MSCIによるZホールディングスの後援、宣伝、販売促進を行うものではありません。MSCIのサービスとデータは、MSCIまたはその情報プロバイダーの資産であり、現状を提示するものであり、保証するものではありません。MSCIの名称とロゴは、MSCIの商標またはトレードマークです。



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 パートナーシップで目標を達成しよう

1. 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



1. 各UPDATEの数字は、SDGsの番号ならびにアイコン色に対応

- 政府目標「2050年カーボンニュートラル」に対して、大幅な前倒しで達成を目指す

Z HOLDINGS

国際イニシアティブ「RE100」<sup>1</sup>の  
早期加盟を目指す

Zホールディングスグループとして  
2021年度内に中長期の環境目標を発表

YAHOO!  
JAPAN

「2023年度 100%再エネチャレンジ」を宣言

ヤフー(株)における  
電力消費割合<sup>2</sup>

データセンター 95.0%

オフィス  
5.0%

2023年度までに達成を目指す

- ▶ データセンターにおける消費電力の再エネへの切り替え
- ▶ テナントにおけるグリーン電力証書の購入

1. 企業の自然エネルギー100%を推進する国際イニシアティブ

2. ヤフー(株)および、紀尾井町オフィスに同居する一部のグループ企業

- 国内市場において公募形式による200億円のグリーンボンド（無担保普通社債）を2021年7月に発行
- エネルギー効率の高いデータセンターの建設など、カーボンニュートラルに向けた取組みを加速

項目	内容
発行体	Zホールディングス株式会社
発行年限	7年
発行額	200億円
利率	0.46%
払込期日（発行日）	2021年7月28日
主幹事証券会社	三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社、みずほ証券株式会社、野村證券株式会社、SMBC日興証券株式会社、株式会社SBI証券、大和証券株式会社
ストラクチャリング・エージェント	三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社、みずほ証券株式会社

- **Sustainalytics（第三者評価機関）より、「グリーンボンド原則2018（ICMA）」及び「環境省グリーンボンドガイドライン2020年版」との適合性評価を取得**

◆ 調達資金の使途

クライテリア 1	クライテリア 2
データセンター	再生可能エネルギー
PUE（Power Usage Effectiveness）1.5 未滿を滿たすデータセンターへの建設、 改修、取得、運営への資金に充當	データセンター運営に必要な電力の再生可 能エネルギーからの調達

◆ プロジェクトの評価と選定のプロセス

当社の財務部がESG推進室、ヤフー株式会社システム統括本部の助言を受けながら、適格プロジェクトを選定し、選定された適格プロジェクトの最終決定は当社の専務執行役員が最終承認を行います。また、事業実施にあたっては、関係法令の遵守を徹底し、社会倫理に適合した誠実な行動を取るために遵守すべき事項を定めたコンプライアンス憲章に従います。

◆ 調達資金の管理

当社ではグリーンボンドの発行による手取り金について、グリーンボンドが償還されるまで、当社の財務部が年次で内部管理システムを用いて調達資金の充當状況を管理します。調達資金はグリーンボンドの調達手取の全額が充當されるまでの間は、現金又は現金同等物にて管理されます。

◆ レポーティング

資金充當状況レポーティング

適格クライテリアに適合するプロジェクトに調達資金が全額充當されるまで、年次で実務上可能な範囲でウェブサイト上に公表します。

- 調達資金の状況（プロジェクトカテゴリー、進捗状況を含むプロジェクトの概要、充當額および未充當額）
  - 未充當資金が生じる場合、充當予定時期および運用方法
  - 長期にわたり維持が必要である資産について、複数回のグリーンボンド発行を通じてリファイナンスを行う場合、グリーンボンド発行時点における当該資産の経過年数、残存耐用年数およびリファイナンス額
- ※ 調達資金の全額充當後、大きな変更が生じる等の重要な事象が生じた場合は適時に開示

インパクト・レポーティング

上記資金充當状況レポーティングに加えて、環境改善効果を示す以下の定量的な指標を実務上可能な範囲で当社ウェブサイトにてレポーティングします。なお、当該事業が稼働開始するまでは指標の推定値を開示予定です。

<データセンター> PUE値

<再生可能エネルギー> 調達電力量（kWh）

- 2021年1月にヤフー(株)が宣言した「2023年度 100%再エネチャレンジ」と関連したプロジェクトを資金使途とすることでESG/SDGsへの取組みを強化

大項目	データセンター	再生可能エネルギー
プロジェクト	PUE (Power Usage Effectiveness) <sup>1</sup> 1.5未満を満たすデータセンターへの建設、改修、取得、運営	データセンター運営に必要な電力の再生可能エネルギーからの調達
プロジェクトカテゴリ	省エネルギー	再生可能エネルギー
マテリアリティ・4つのUPDATEとの整合性	#04 持続可能な社会への挑戦	#04 持続可能な社会への挑戦
SDGsとの整合性	7.エネルギーをみんなに そしてクリーンに	7.エネルギーをみんなに そしてクリーンに



1. データセンターの電力使用効率を表す指標で、1.0に近いほど電気効率が良いとされている

● 投資判断に有用な財務・非財務情報を随時更新

Z HOLDINGS  
統合報告ポータル

ビジョンと戦略 価値創造のしくみ 業績概況 サステナビリティ 会社基本情報 EN

Integrated Report Portal

更新日:2021/06/11

CEOメッセージ

日本・アジアのユーザーに、  
新しいインターネット体験を。

代表取締役社長Co-CEO 川邊 健太郎  
代表取締役Co-CEO 出澤 剛

2021年3月1日、LINEとの経営統合によって「新生・Zホールディングス」が誕生しました。統合後の国内サービス利用者数はのべ3億人。世界と戦える国内最大規模のインターネット企業として、何をめざし、社会にどんな価値を提供していくのか。ZホールディングスのCo-CEOが思いを語ります。

READ MORE

ビジョンと戦略

CEOメッセージ

経営戦略の継承と変容

CEOメッセージ

特集:LINE統合

特集:加藤有憲とM&Aの実践

ミッション・ビジョン

サステナビリティ

Empowerment (人材)

Social (社会)

Governance (ガバナンス)

ESGデータ

サプライチェーン関係 (SASS, CSR)

特集:新型コロナウイルス感染症への対応

価値創造のしくみ

価値創造のしくみ

価値創造プロセス

業績概況

財務ハイライト

コマース事業

メディア事業

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