

Z HOLDINGS

**Zホールディングス株式会社
2019年度 第2四半期
決算説明会**

2019年11月1日

1 Zホールディングス(株) について

2 2019年度 第2四半期 連結業績

3 事業別トピックス

4 補足資料

Zホールディングス(株) について

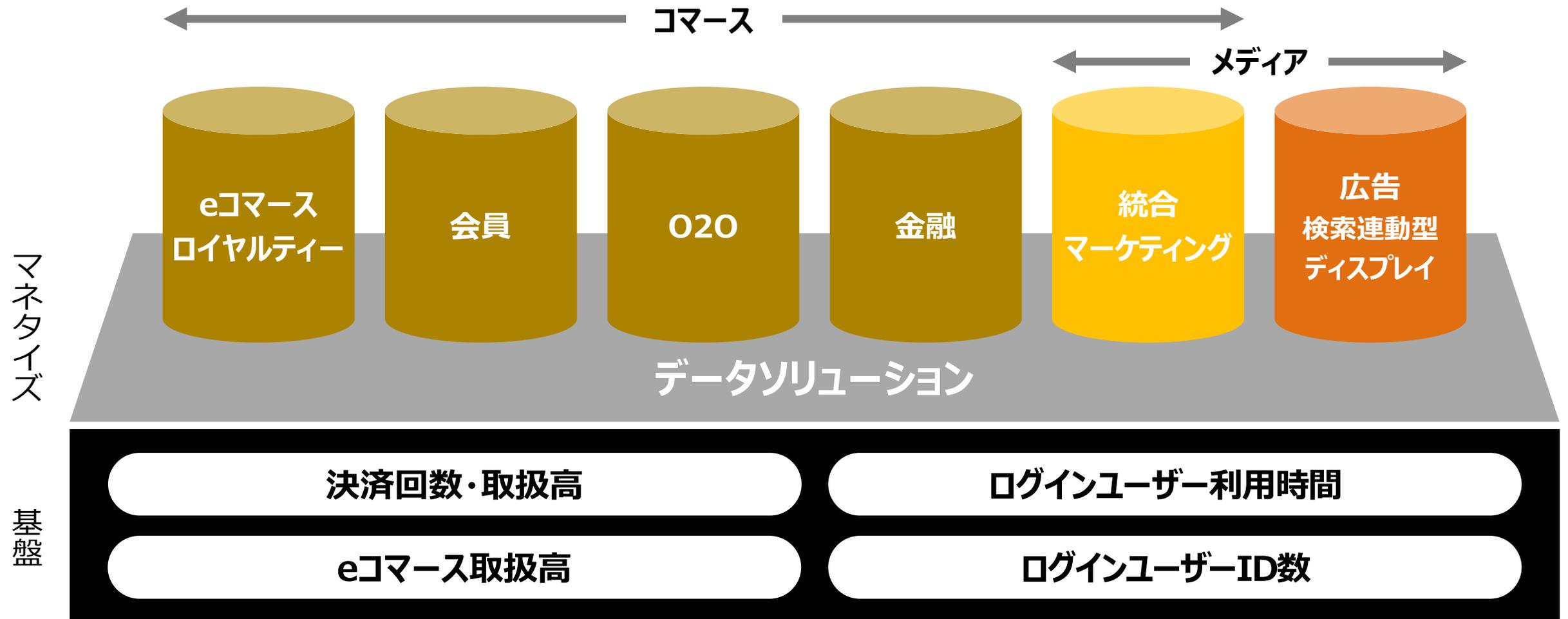
YからZへ、より大きな未来を創造できる体制

Z HOLDINGS 代表取締役社長
川邊 健太郎



注：開示セグメントに変更はありません。

多様性と拡張性があるビジネスモデル



未来は予測するものから、創るものへ

オンラインに加えオフラインにも事業を拡大し、4つの分野で収益を拡大させる

eコマース

Fintech

統合マーケティング
ソリューション

データソリューション

- グループ間のシナジーを高め圧倒的に便利な利用者体験を提供
- 柔軟かつ機動的な意思決定と経営資源の最適配分
- より迅速な事業戦略の推進

日本の利用者を最も理解する国産プラットフォーム

2019年度 第2四半期 連結業績

2019年度 第2四半期 連結業績サマリー

項目	FY2018 2Q	FY2019 2Q	前年同四半期比
売上収益	2,331 億円	2,455 億円	+5.3 %
営業利益	355 億円	394 億円	+11.2 %
EBITDA*1	482 億円	578 億円	+20.1 %
持分法による投資損益	-11 億円	*2 -50 億円	n.a.
四半期利益	227 億円	247 億円	+8.6 %
親会社の所有者に帰属する四半期利益	224 億円	237 億円	+5.9 %
希薄化後1株当たり四半期利益	4.09 円	5.00 円	+22.1 %

*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2四半期 連結営業利益の増減要因

固定費の増加等があったものの、費用および施策実施の精査等により増益を達成

項目		金額 (億円)	主な増減要因
FY2018 2Q 実績		355	
前年 同四半期 差	売上収益	+123	アスクル+70億円（一部は消費税増税前の特需）、広告+27億円
	売上原価	-41	
	販売費及び一般管理費	-41	
	以下主な内訳 減価償却費	-58	<ul style="list-style-type: none"> 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） ソフトウェアやサーバー等の増加
	販売促進費	-17	コマース事業ポイント還元費用の増加
	支払手数料	-10	事業拡大による手数料の増加
	広告宣伝費	-8	メディア関連のプロモーション費用の増加
	人件費	-8	1Q 新卒採用による増加（ヤフー(株)単体約450名）
FY2019 2Q 実績		394	

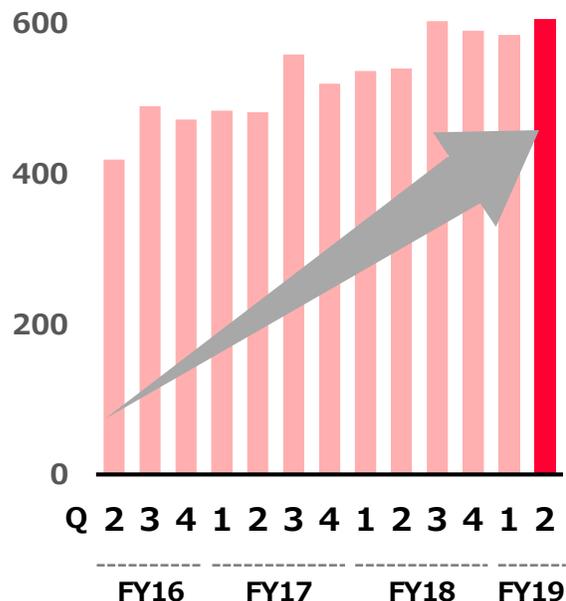
注：費用の増加（対前年同四半期比）はマイナス表記しております。

各事業の基盤が順調に拡大

eコマース取扱高

(単位：十億円)

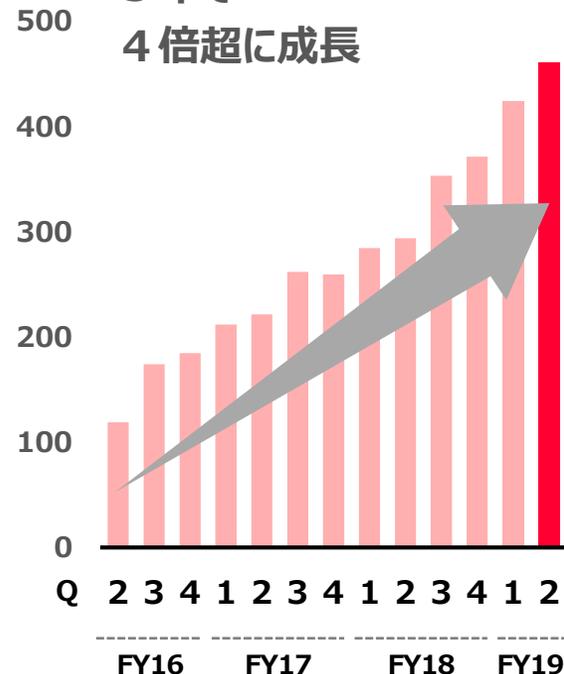
eコマース新戦略*から
2倍以上に成長



クレジットカード取扱高

(単位：十億円)

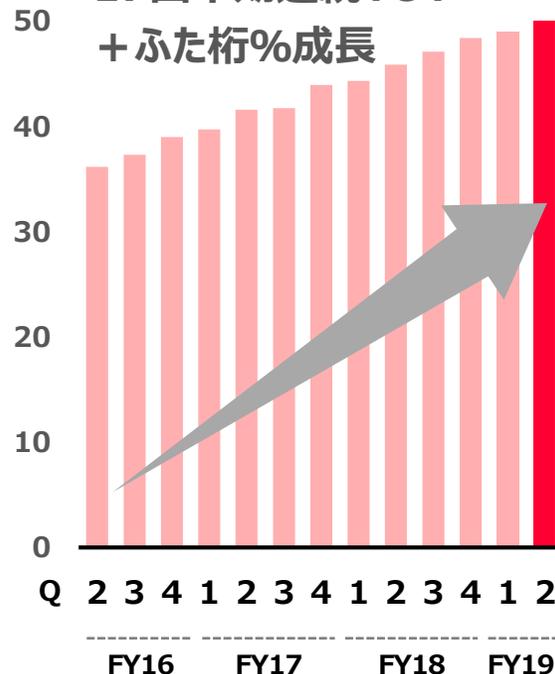
3年で
4倍超に成長



月間ログインユーザーID数

(単位：百万ID)

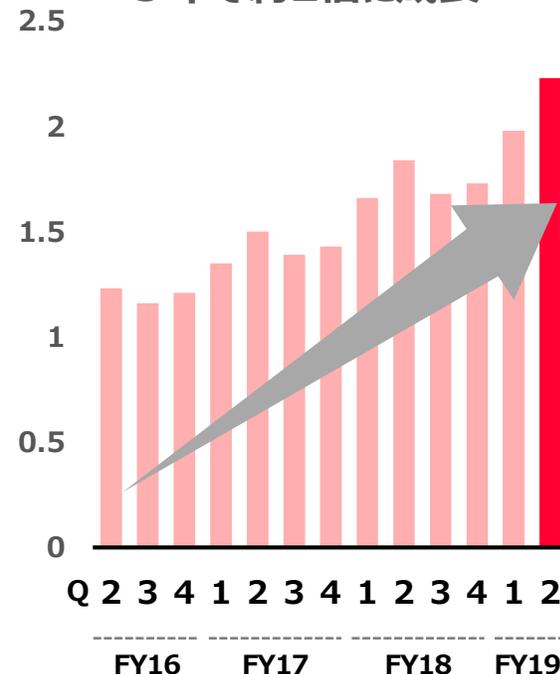
17四半期連続YOY
+ふた桁%成長



ログインユーザー利用時間*

(単位：十億時間)

3年で約2倍に成長



* 2013年10月～

* スマートフォン経由

ZOZO社分抜きで、営業利益ガイダンス下限以上を達成する

項目	FY2019 通期 (予想)	前年度比	進捗率
売上収益	1 兆円超	+5~7 %	48 %
営業利益	1,406~1,500 億円	±0~+7 %	50~54 %
親会社の所有者に帰属する 当期利益	790~850 億円	±0~+8 %	60~65 %
希薄化後1株当たり 当期利益	14.8~15.9 円	±0~+8 %	65~70 %
1株当たり配当金	8.86 円	同額	n.a.

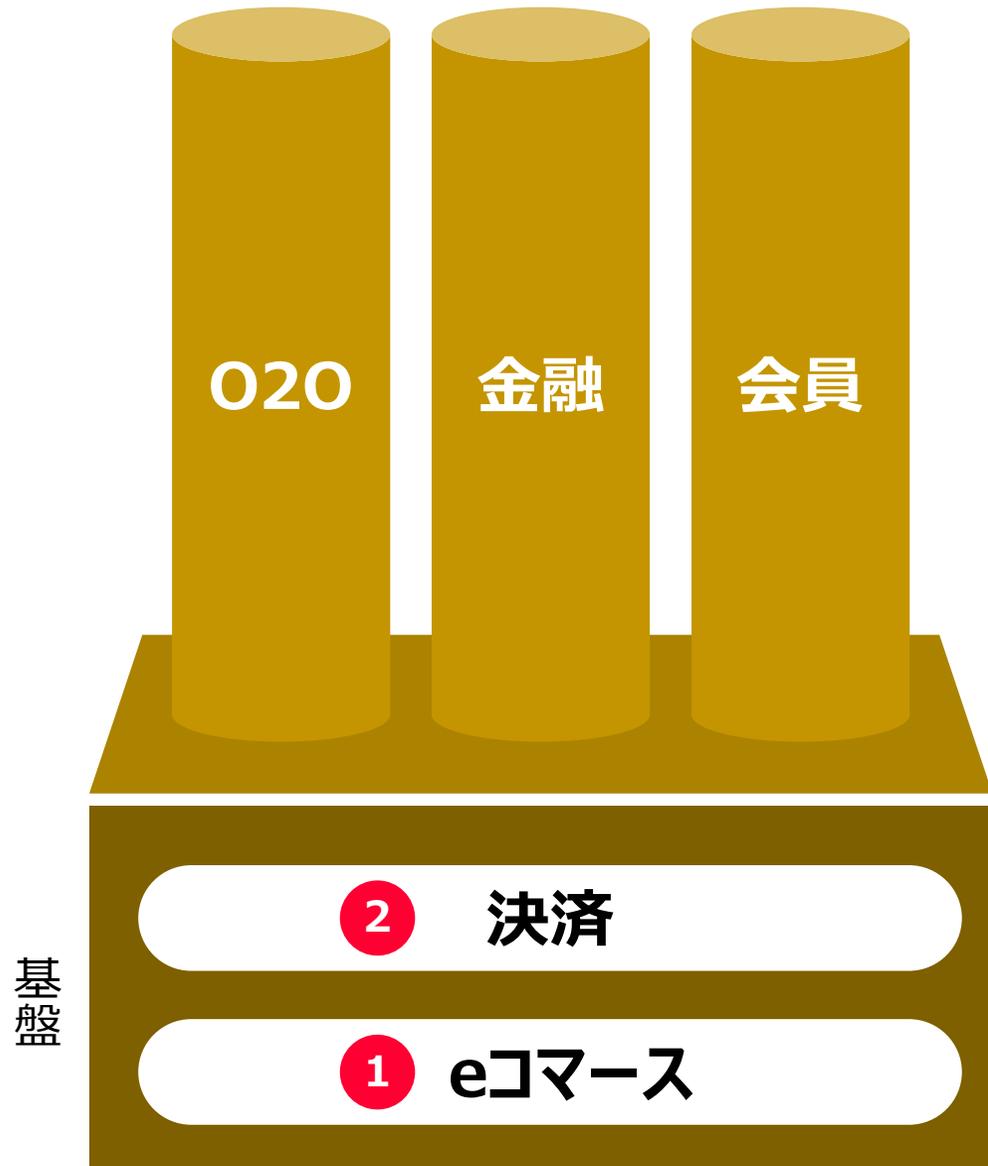
事業別トピックス

コマース事業

YAHOO!
JAPAN

 **ASKUL**

 **休.com**



コマースの事業基盤が 順調に成長

項目	内容
2 決済	クレジットカード取扱高が 4,600億円超 前年同四半期比 +57%
1 eコマース	ショッピング事業取扱高が 前年同四半期比 +22% の高成長を維持

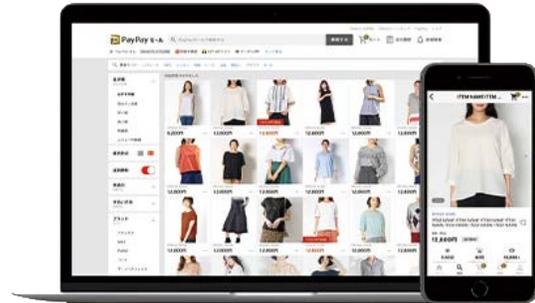
2019年度 第2四半期 コマース事業 主要指標の実績

項目	金額	前年同四半期比	主な施策、主な増減要因
eコマース取扱高	6,047 億円	+12.0 %	
物販取扱高	4,824 億円	+8.8 %	
ショッピング事業取扱高	2,116 億円	+22.0 %	「Yahoo!ショッピング」は約+25%成長 (一部は消費増税前の特需による)
「ヤフオク!」取扱高	1,922 億円	-0.9 %	下半期に向け、販促費を抑制したことなどが影響
物販以外取扱高 (O2O、デジタルコンテンツなど)	1,223 億円	+26.5 %	<ul style="list-style-type: none"> • トラベル事業 約+30%成長 一休の取扱高拡大、「Yahoo!トラベル」の会員向け施策が寄与 • 飲食予約事業 約+25%成長 一休の取扱高拡大
クレジットカード取扱高	4,606 億円	+56.9 %	<ul style="list-style-type: none"> • 一部は消費増税前の特需による • 「PayPay」利用の増加に伴う成長効果

コマース事業

YAHOO!
JAPAN

新サービス「PayPayモール」



2019年10月 リリース

プレミアムな
オンラインショッピングモール

掲載料
3%

 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。

メリット

出店者	プレミアムなモールでの ブランディング	リアル在庫との 連携	Yahoo!ショッピング との連携
	探す・比べるが 簡単	PayPayで お得に買える	14日間まで 交換・返品可能

+ 期間限定
キャンペーン

「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
(2019年11月1日～2020年1月31日)

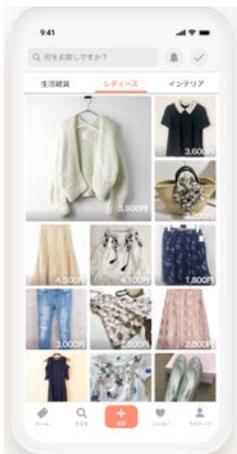
厳選された出店ストア数

約600
(順次拡大)



今後出店予定を含む（順不同）

新サービス「PayPayフリマ」



2019年10月 リリース

「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

販売手数料
10%

 PayPay フリマ

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。

メリット

出品者

簡単な
配送業者2社選択

シンプルな
価格交渉

安心な
匿名配送

+ 期間限定
キャンペーン

「PayPayフリマ」が出品者の送料を全額負担
(2019年10月7日～11月30日)

購入者

PayPay支払い
可能

ヤフオク! (固定価格)
商品も購入可

手厚い
サポート

+ 期間限定
キャンペーン

最大20%相当のPayPayボーナス等付与
(2019年11月1日～12月25日)

初速好調



無料アプリランキング

ショッピングカテゴリで1位

(iOS版のApp Storeにて/10月25日時点)

コマース事業



さらなる企業価値向上に向けて共に取り組み中

ガバナンスの強化

- (暫定) 指名・報酬委員会の運営方針について決定
- アスクルの企業価値向上のために適切な経営判断を行い得る能力を備えた独立社外取締役候補者を指名へ
- アスクルの適切なガバナンス体制再構築に向けて最大限協力

シナジーの強化



出店

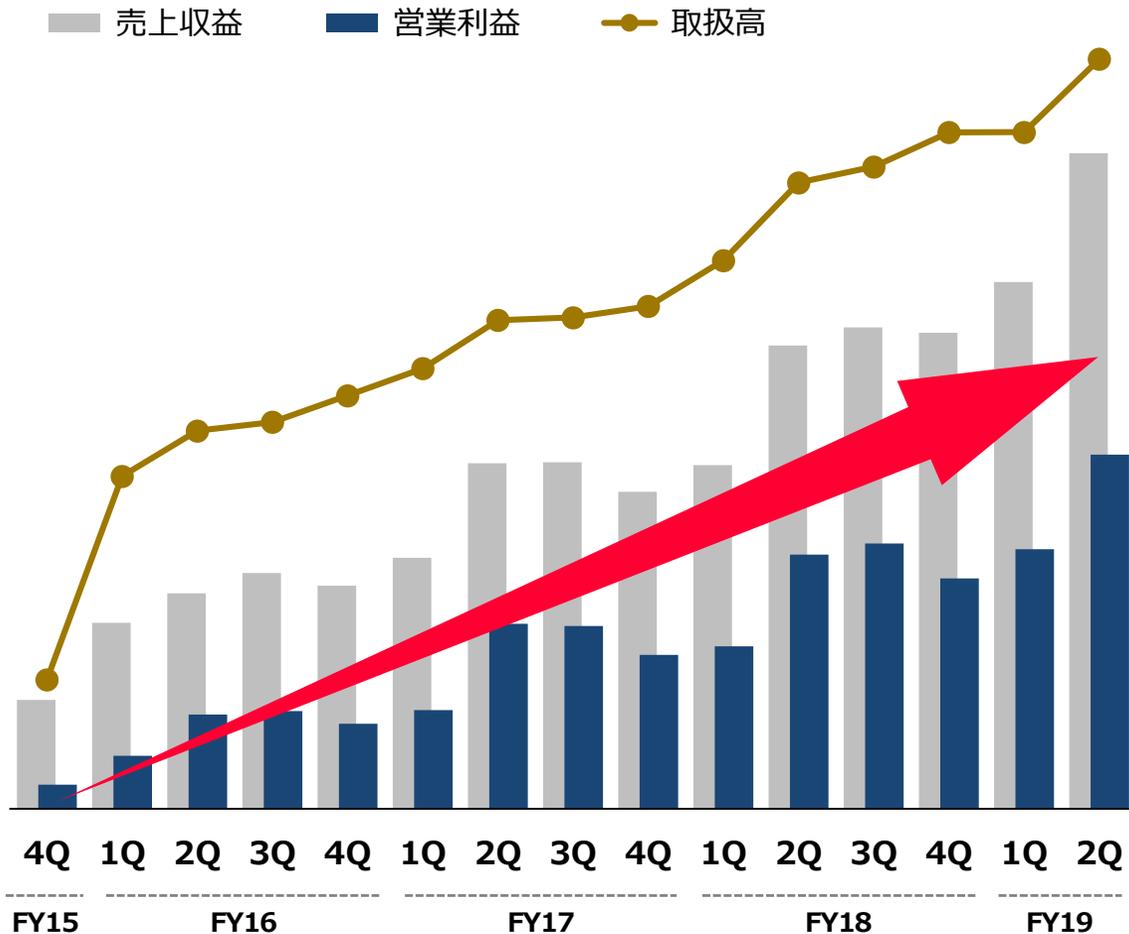
LOHACO

- 新規顧客の獲得
- LOHACOの独自価値商品の認知拡大・拡販
- 販促キャンペーンによる売上高拡大

コマース事業



買収後、順調に事業が拡大中



取扱高

前年同四半期比 約 **+20%** 成長

買収後 **約6倍** に伸長

営業利益

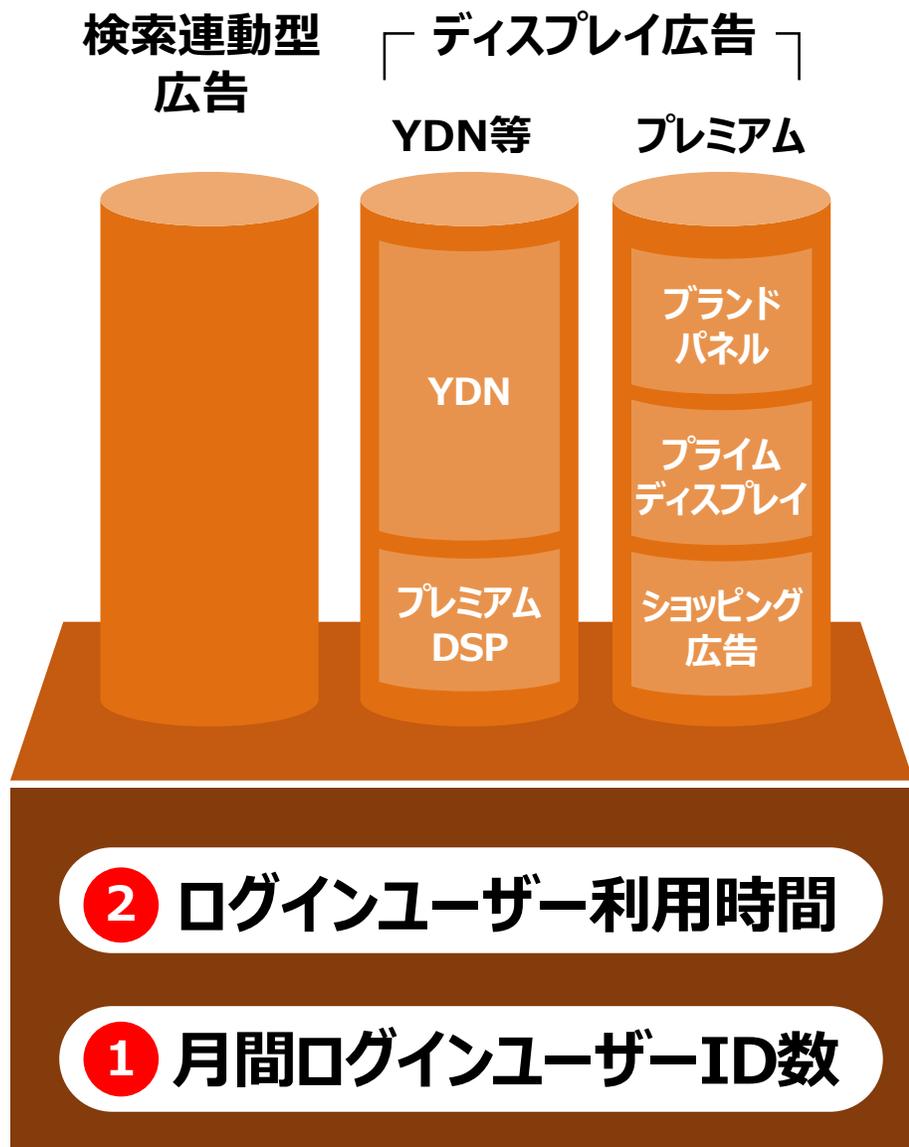
前年同四半期比 約 **+40%** 成長

買収後 **約15倍** に伸長

- ▶ 交通機関および宿泊施設への台風19号の影響により、3Qは成長鈍化の見通し

メディア事業

YAHOO!
JAPAN



メディアの顧客基盤は スマートフォンを中心に順調に成長

項目	内容
<p>2</p> <p>スマートフォン経由 ログインユーザー 利用時間</p>	<p>前年同四半期比 +22%の成長を達成</p>
<p>1</p> <p>月間ログイン ユーザーID数</p>	<p>前年同四半期比+10% 17四半期連続ふた桁%成長</p>

2019年度 第2四半期 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
広告関連売上収益	821 億円	+3.5% (+27億円)	1Qの前年同四半期比+2.4%からQOQで改善
検索連動型広告	411 億円	-0.4% (-1億円)	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーインターフェース変更、掲載本数の増加等の施策効果 昨年度の施策効果の一巡によるスマホ売上収益の伸び率鈍化 PC利用の減少継続による影響
ディスプレイ広告	409 億円	+7.8% (+29億円)	
YDN等	256 億円	-2.5% (-6億円)	<ul style="list-style-type: none"> アド Fraud対策による売上収益減少 (約-10億円) アンチトラッキングの影響による売上収益減少 (約-6億円)
プレミアム広告 (ショッピング広告含む)	153 億円	+30.8% (+36億円)	<ul style="list-style-type: none"> 営業強化による大型受注 ショッピング広告の成長

統合マーケティングソリューション

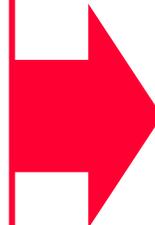
..... オフラインコマース広告

「PayPay」とのクーポン、サンプリングソリューションを大手ドラッグストア、コンビニと実施予定

主に
メーカー向け



商品売上の拡大目的を重視



..... オンラインコマース広告

テストマーケティング継続中

ヤフーグループの
eコマース
出店者向け

取扱高の拡大目的を重視

YAHOO! JAPAN セールスプロモーション

3Q
リリース

PayPayコンシューマーギフト

特定の小売チェーンでの購買を条件とせず、PayPayボーナスをインセンティブとしたキャンペーン告知をYahoo! JAPANで行い購買等を促す

次ページで事例紹介

4Q
リリース (予定)

PayPayリテールギフト

特定の小売チェーンでの購買を条件とし、PayPayボーナスライト*をインセンティブとしたキャンペーン告知をYahoo! JAPANで行い購買等を促す

* お客様がメーカーの商品を「PayPay」で決済された際に付与

PayPayコンシューマーギフトの事例：株式会社伊藤園

Yahoo! JAPANで広告に接触



キャンペーンコードを
スマートフォンでスキャン



キャンペーンサイトで
メールアドレスを入力



その場で当落確認可能
当選した場合にボーナス獲得



画像はイメージです

キャンペーン告知

商品購入

応募／抽選

PayPayボーナス付与

←…………… 広告主：ブランド認知向上、売上向上、広告効果の可視化 ……………→

←…………… ヤフー：広告売上収益などのマネタイズ ……………→

ソフトバンクとのシナジー強化に向けて

1

ソフトバンク(株) 専務執行役員 久木田 修一が
ヤフー(株) 取締役専務執行役員に就任

+

2

メディア事業、営業強化のための
混合チームを
ソフトバンク(株)内に新設

YAHOO!
JAPAN

= SoftBank

▼
▼
ヤフービジネス推進部

メディア

セッション数を増やす

検索連動型広告

- 検索数を増やす
- RPS向上

ディスプレイ広告

販売強化

映像サービス

DAU成長

← ソフトバンクとのシナジーの強化 →

戦略的取り組み

金融事業



戦略的取り組み

金融事業

2019年10月、各社の強みやノウハウ等を活かす業務提携に合意

証券 事業

YAHOO! JAPAN ファイナンス **SBI証券**

シームレスな証券の取引体験を提供

- 「Yahoo!ファイナンス」における口座開設、取引機能の連携の実現へ
- 「Yahoo!ファイナンス」のポートフォリオを活用した機能の提供へ

FX 事業

YJFX! from YAHOO! **SBI Liquidity Market**

最良価格での取引を提供

- SBIリクイディティ・マーケット(株)が、ワイジェイFXのカバー取引先に参加へ
- 両社の流動性とデータ分析ノウハウを活かしフロー管理を最適化へ

銀行 事業

 **ジャパンネット銀行**  **住信SBIネット銀行**

新たなローンの選択肢を提供

- 住信SBIネット銀行(株)の住宅ローン「フラット35」を
ジャパンネット銀行で販売開始へ

SBIホールディングス(株)
代表取締役副社長 高村 正人氏

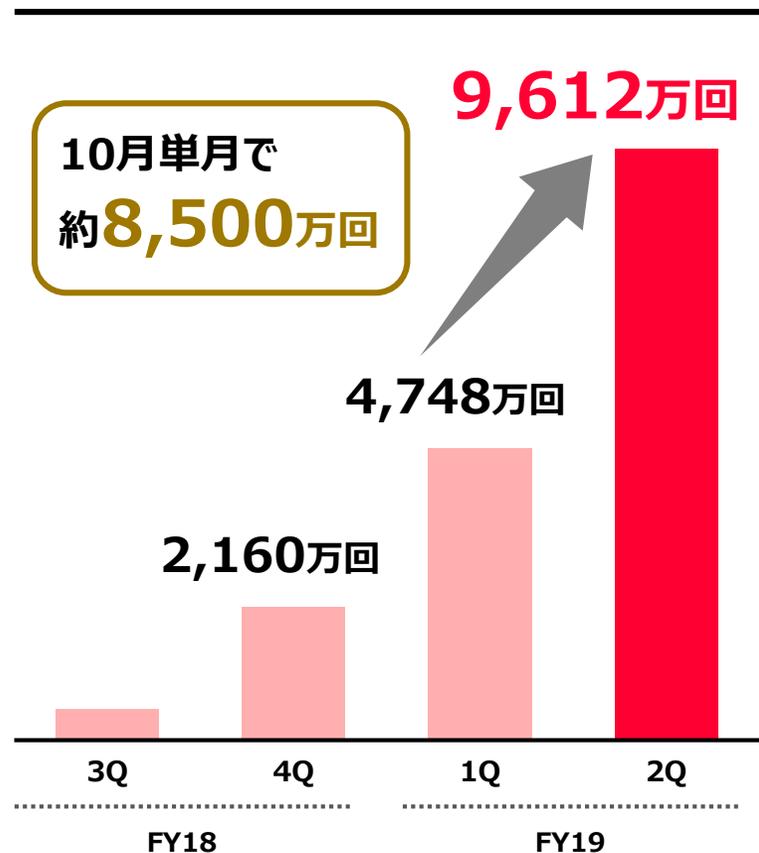


戦略的取り組み

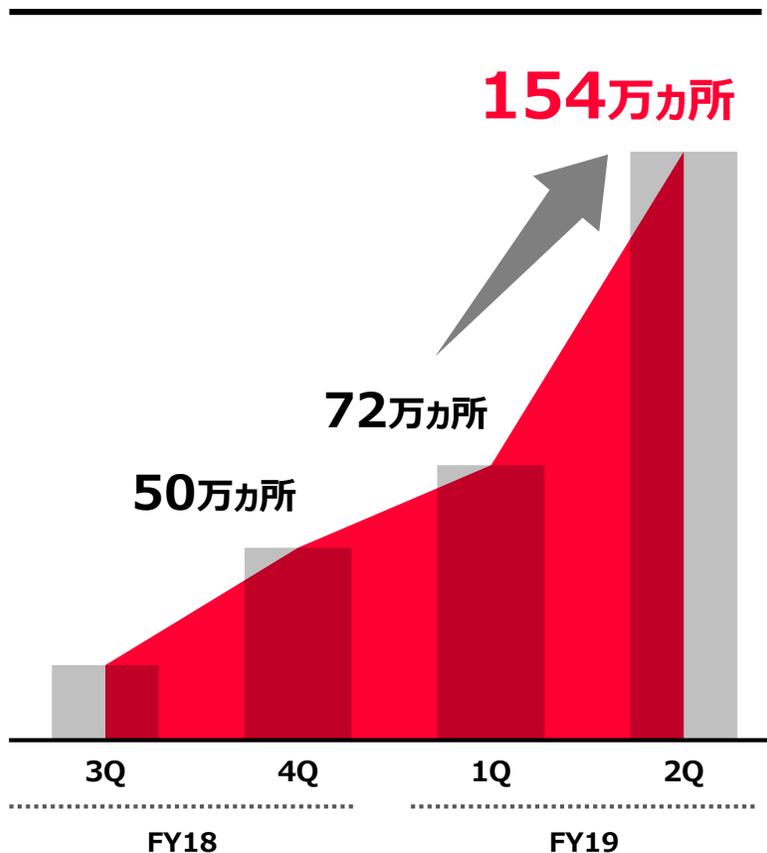


サービス開始1年、基盤が順調に拡大

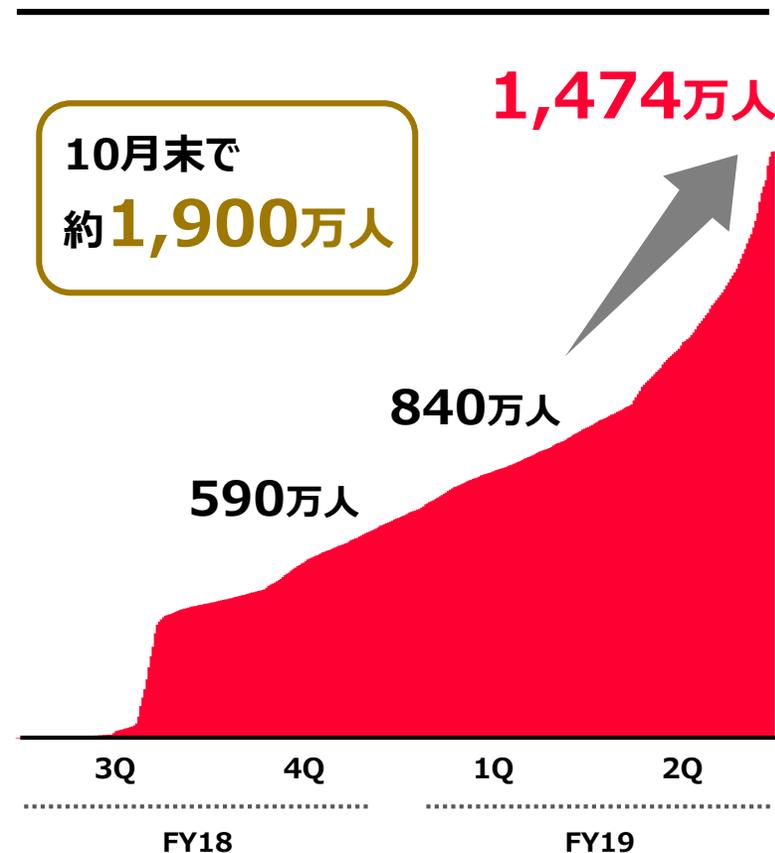
決済回数 (四半期)



加盟店数 (四半期末時点)

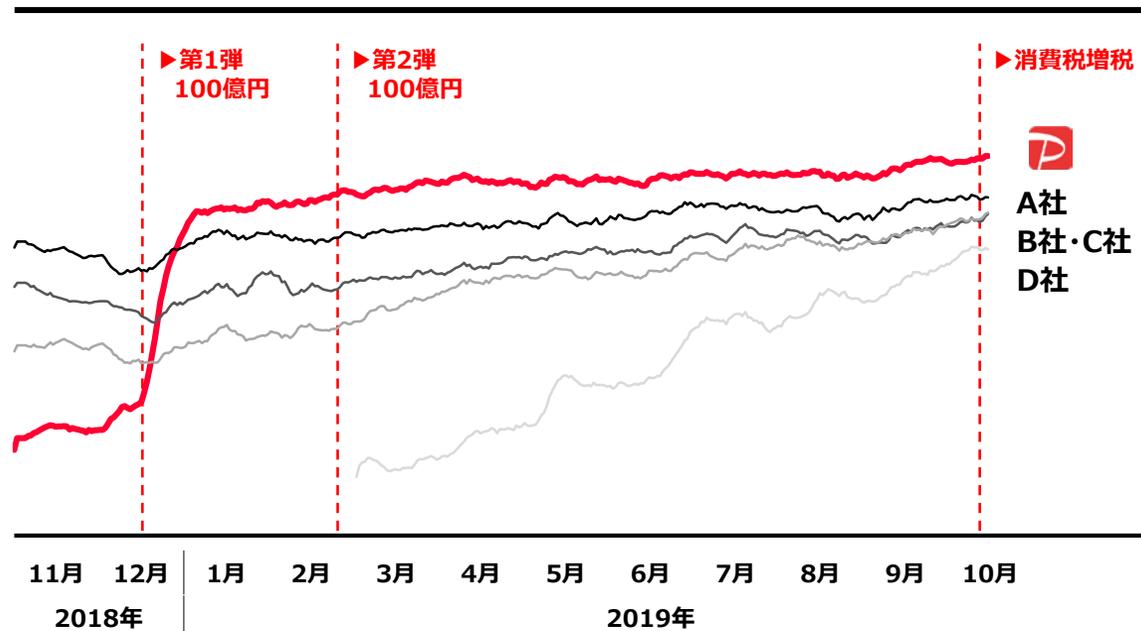


登録者数 (四半期末時点)



消費者還元事業 + 「まちかどペイペイ」の効果で利用意向が急伸

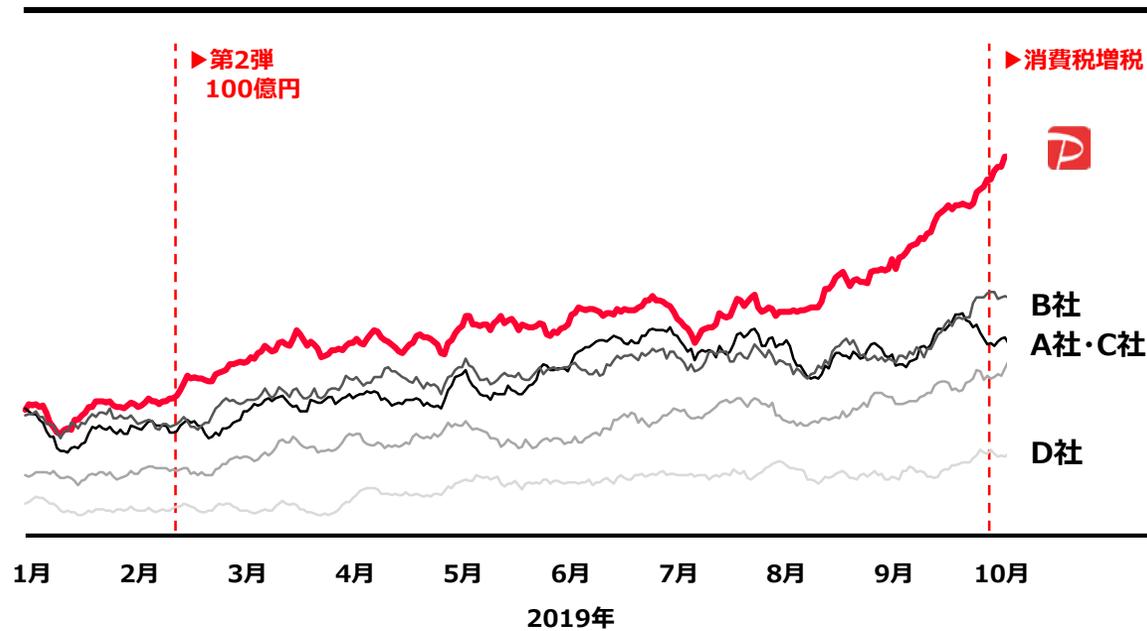
認知度



出典：PayPay(株)調べ

キャンペーン開始以降
No.1を維持

利用意向



出典：PayPay(株)調べ

FY2019 2Qに
大幅伸長

便利と安心を両立させる施策を次々実施

全国のセブン銀行ATMで現金チャージ可能に (7月11日)

全国25,000台以上あるセブン銀行ATMで、現金チャージが可能に。

福岡ヤフオク!ドーム内にオリジナルデザインのセブン銀行ATM設置。



「PayPay for Business」アプリ版リリース (7月26日)

決済情報や売上を加盟店が管理するアプリ版。

返金対応や売上確認などがスマートフォンでより簡単かつ便利に管理可能に。



「ソフトバンク・ワイモバイルまとめて支払い」で チャージ可能に (7月31日)

「PayPay」へのチャージ料をソフトバンクおよびワイモバイルのスマホ利用料金とまとめて支払い可能に。



不正利用による被害を補償する制度の導入 (8月28日)

スマホ決済サービスを利用しない理由の一つである不正利用に対する不安を払拭すべく、補償制度を導入。

不正利用による被害を全額補償する内容を規定。



「PayPay請求書払い」を提供開始 (9月2日)

公共料金請求書に記載のバーコードを、アプリで読み取り支払える機能追加。

支払額0.5%のPayPayボーナスを付与する施策も実施。



現金へ出金可能な「PayPayマネー」提供開始 (9月30日)

資金移動業の登録完了。

「PayPay」において本人確認手続きを完了した利用者の指定銀行口座への振り込みによる払い出し、および本人確認手続きが完了した利用者同士の送金が可能に。



決済回数や認知度アップに向けた施策を次々実施

2Q実施

ワクワクペイペイ (毎月1日～末日)

お得にお買い物が楽しめる
加盟店、カテゴリー、地域
などを毎月設定し開催中!



セブンイレブンでの様々な施策 (7月11日～31日/8月12日～9月15日)

支払額の最大20%分のPayPay
ボーナスを付与する企画などを全国の
セブンイレブンで複数回実施。



史上初のQRコード決済3社合同での
開催も。

まちかどペイペイ第1弾 (10月1日～11月30日)

キャッシュレス・消費者還元事
業の5%還元対象店舗での
買い物時に、さらに5%を
上乗せ(通常還元率1.5%
分含む)し、合計10%還元。



キャッシュレス・消費者還元事業 (10月1日～2020年6月30日)

期間中「PayPay」で決済した利用者
に対し、5%もしくは2%のPayPayボ
ーナスを還元。

- ・中小・小規模事業者が経営する対象店舗：5%
- ・中小・小規模事業者が経営する
フランチャイズチェーンの対象店舗：2%



3Q施策

ヒートテックを1枚買うともう1枚無料キャンペーン (10月4日～10月22日)

ユニクロの店頭で、「PayPay」を利用
してヒートテックインナーを購入すると、
もう1枚が無料に。



サービス開始1周年「PayPay感謝デー」キャンペーン (10月5日)

1,000円相当を上限とし、支払額の
20%をPayPayボーナスで付与。

あわせて10万円相当を上限に、1/50
回の確率で支払額全額をPayPay
ボーナスで付与。



戦略的取り組み



(TOB中)

50.1%の株式取得で連結子会社化を目指す

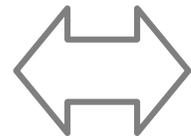
業務提携の主な内容

- ヤフーから、「ZOZOTOWN」へのユーザー送客
- PayPay決済を「ZOZOTOWN」に導入
- 「PayPayモール」へ「ZOZOTOWN」年内出店準備中

YAHOO!
JAPAN

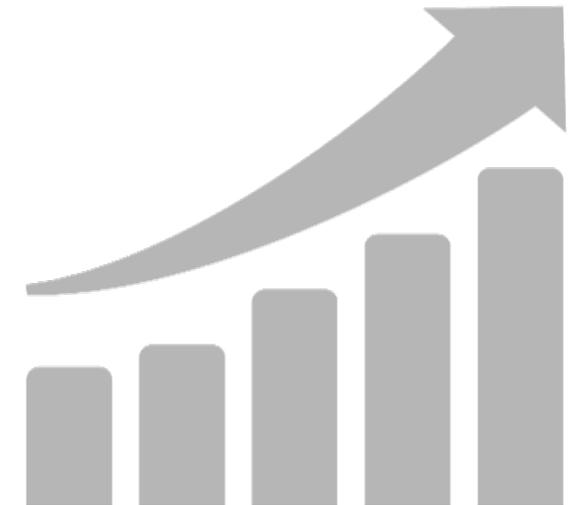
PayPay

PayPay モール



ZOZOTOWN

コマース事業増益および
eコマース取扱高増加に
大きく寄与



注：TOBの詳細は、2019年9月27日「(株)ZOZO株式（証券コード 3092）に対する公開買い付けの開始に関するお知らせ」をご参照ください。

Z HOLDINGS

情報技術のチカラで、すべての人に無限の可能性を

補足資料

2019年度 上半期 連結業績サマリー

項目	FY2018 2Q累計	FY2019 2Q累計	前年同期比
売上収益	4,650 億円	4,841 億円	+4.1 %
営業利益	831 億円	756 億円	-9.0 %
EBITDA*1	1,082 億円	1,119 億円	+3.4 %
その他の営業外収益及び費用	12 億円	*2 108 億円	+775.8 %
持分法による投資損益	-9 億円	*3 -109 億円	n.a.
四半期利益	554 億円	525 億円	-5.1 %
親会社の所有者に帰属する四半期利益	551 億円	511 億円	-7.2 %
希薄化後1株当たり四半期利益	9.86 円	10.41 円	+5.6 %

*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 PayPay(株)の持分変動利益108億円を含んでおります。

*3 主にPayPay(株)の影響です。

2019年度 第2四半期 財政状態計算書

連結 (IFRS)

(億円)	FY2018 4Q	FY2019 2Q	差額
資産	24,296	27,958	3,662
現金・現金同等物	5,467	7,433	1,965
営業債権・その他債権	3,282	3,248	△34
カード事業の貸付金	2,533	2,965	431
銀行事業の有価証券	4,195	4,057	△138
有形固定資産	1,338	1,248	△89
無形資産	1,652	1,796	143
負債	15,190	19,556	4,365
営業債務・その他債務	3,945	3,993	48
銀行事業の預金	7,686	8,200	514
有利子負債	2,152	6,102	3,950
資本	9,105	8,402	△702

ジャパンネット銀行 (日本基準)

(億円)	FY2018 4Q	FY2019 2Q	差額
資産	8,787	9,274	487
現金・現金同等物	2,495	2,781	285
営業債権・その他債権	226	189	△36
カード事業の貸付金	-	-	-
銀行事業の有価証券	4,195	4,057	△138
有形固定資産	5	6	0
無形資産	61	61	0
負債	8,234	8,712	478
営業債務・その他債務	153	162	9
銀行事業の預金	8,038	8,499	460
有利子負債	-	-	-
資本	552	562	9

ワイジェイカード (日本基準)

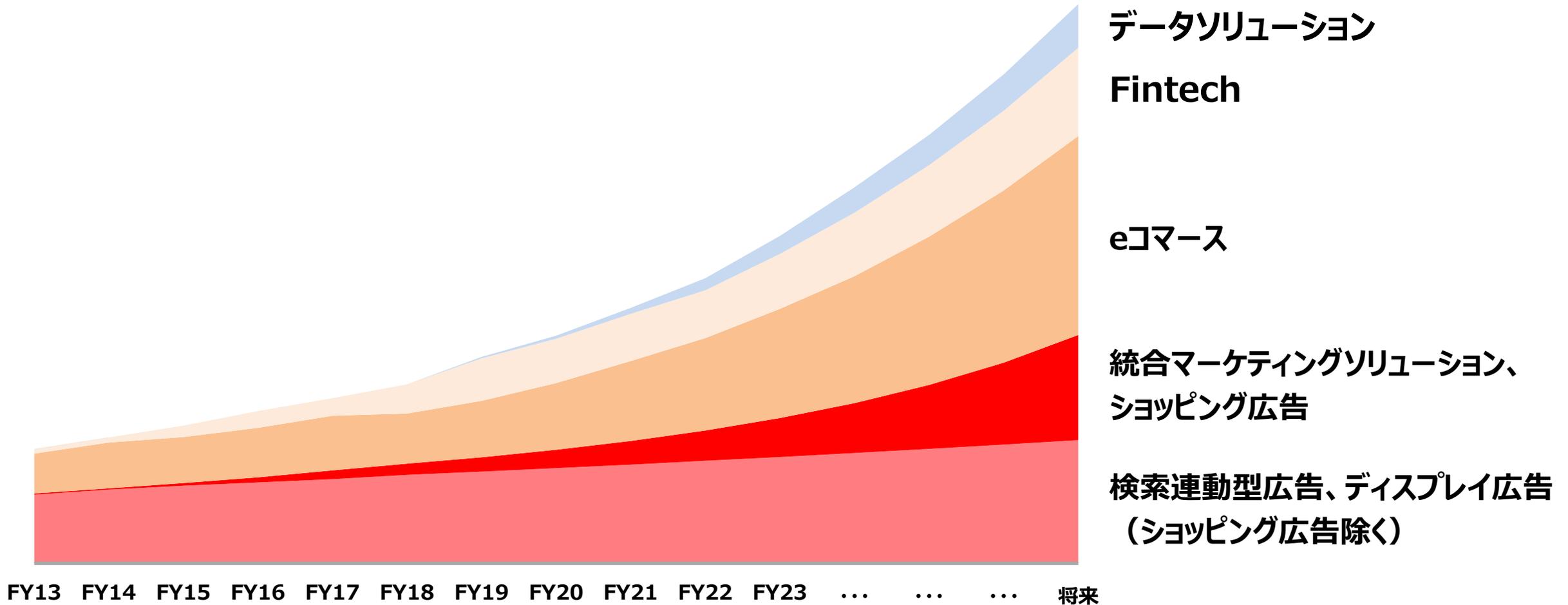
(億円)	FY2018 4Q	FY2019 2Q	差額
資産	3,530	4,892	1,361
現金・現金同等物	300	1,020	720
営業債権・その他債権	126	216	90
カード事業の貸付金	2,525	2,950	424
銀行事業の有価証券	-	-	-
有形固定資産	57	51	△5
無形資産	204	275	71
負債	3,260	4,607	1,346
営業債務・その他債務	1,666	2,124	458
銀行事業の預金	-	-	-
有利子負債	1,448	2,350	902
資本	269	284	15

注：弊社グループ内の内部取引消去前の数値となります。

注：弊社グループ内の内部取引消去前の数値となります。

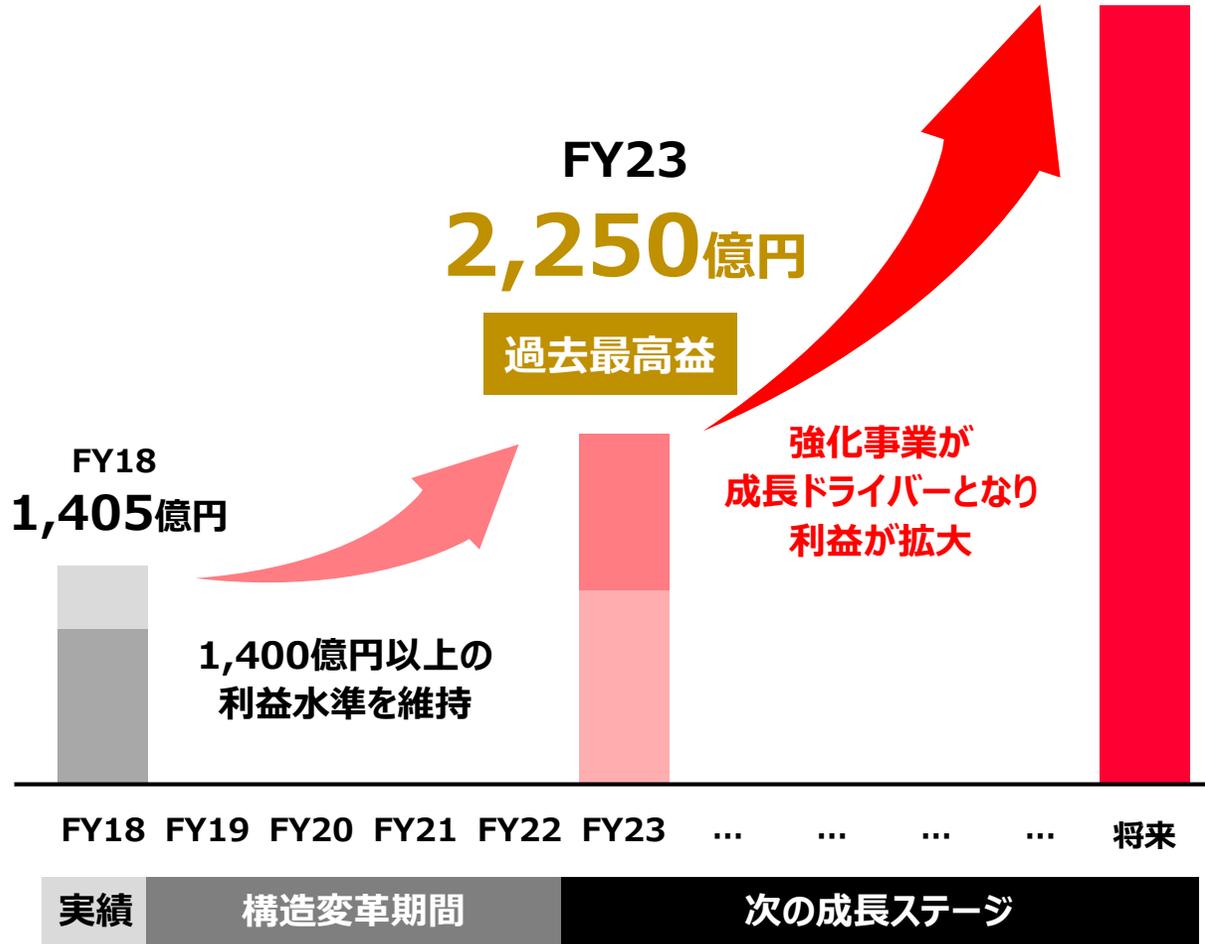
長期的な売上収益構成のイメージ

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、ヤフオク!）
- ベース広告利益（検索連動型広告、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。

FY19～FY22

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

▶ 売上を二桁成長へ

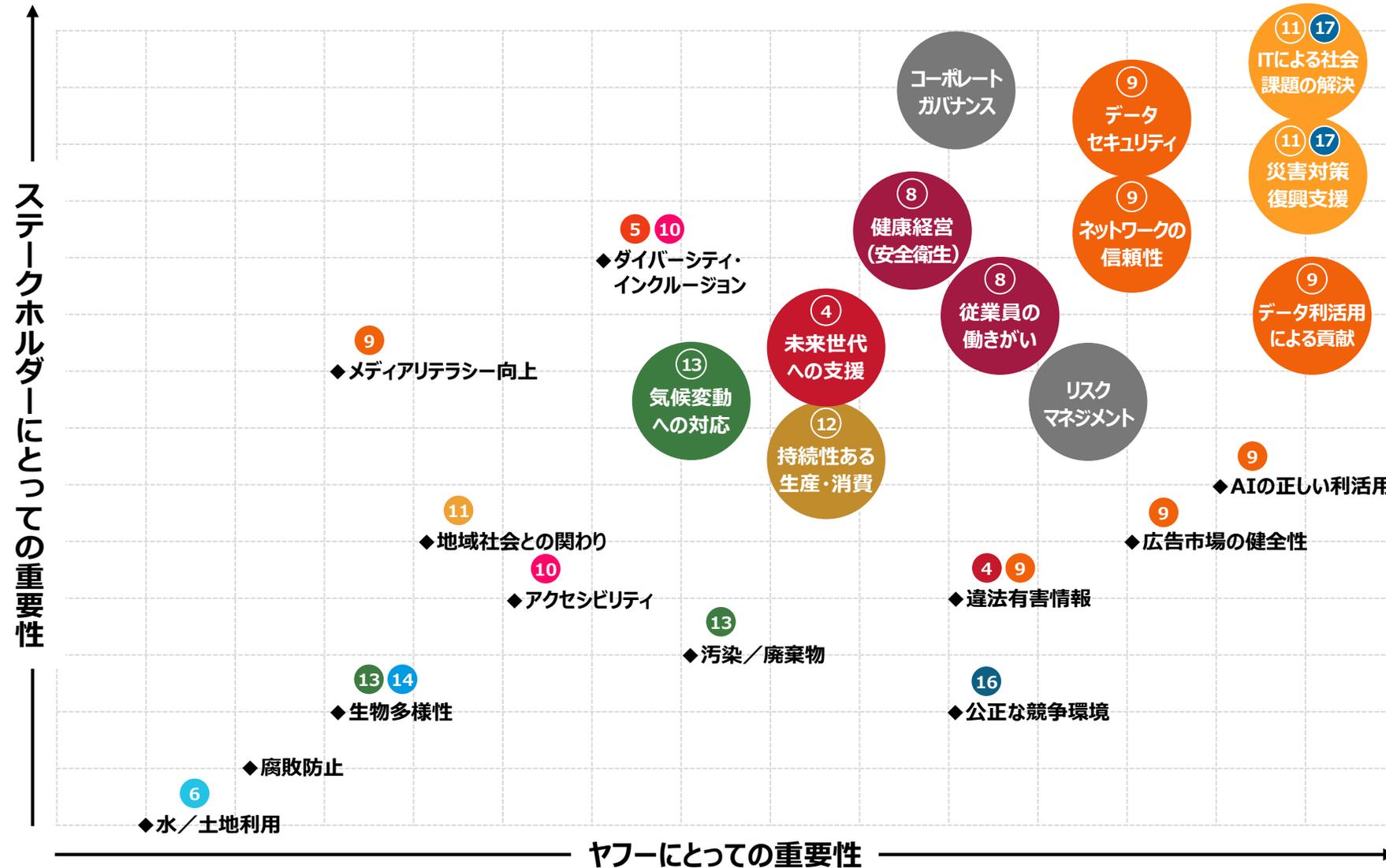


FY23～将来

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

ヤフーの重点課題（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 パートナリーシップで目標を達成しよう

注：大きい丸はヤフー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。

Zホールディングスのサービスマップ



Z HOLDINGS 顧客基盤 | 月間ログインユーザーID数 : 5,049万ID
 Yahoo!プレミアム会員ID数 : 2,235万ID
 注 : 2019年9月末時点

法人向け (Corporate)

YAHOO! JAPAN マーケティングソリューション

- SS
- YDN
- プレミアム
- リサーチ
- クラウドソーシング

ビッグデータ/AI

- DATA SOLUTION
- スコアリング

PIM

- メール
- カレンダー

CSR

- きつず
- ネット募金

事業ポートフォリオ

円の大きさは売上収益規模のイメージ。赤い円はヤフーの事業、青い円は連結子会社の事業、点線は3Q以降リリースの事業

開示 セグメント 内訳	コマース事業				メディア事業			
	eコマース		金融	その他	メディア			
	物販	サービス						
広告	 ヤフーショッピング	 PayPayモール			 ディスプレイ	 検索連動型	 統合 マーケティング	
ビジネス (法人向け)	 ヤフオク!	 アスクル	 一休	 ワイジェイカード	 ジャパンネット銀行	 バリューコマース		
パーソナル (個人向け)	 ヤフオク!	 LOHACO	 PayPayフリマ	 イーブックジャパン	 ワイジェイカード	 ジャパンネット銀行	 ワイジェイFX	 プレミアム会員

注：セグメント別およびセグメント内識別の売上収益は連結損益計算書推移表に記載しています。

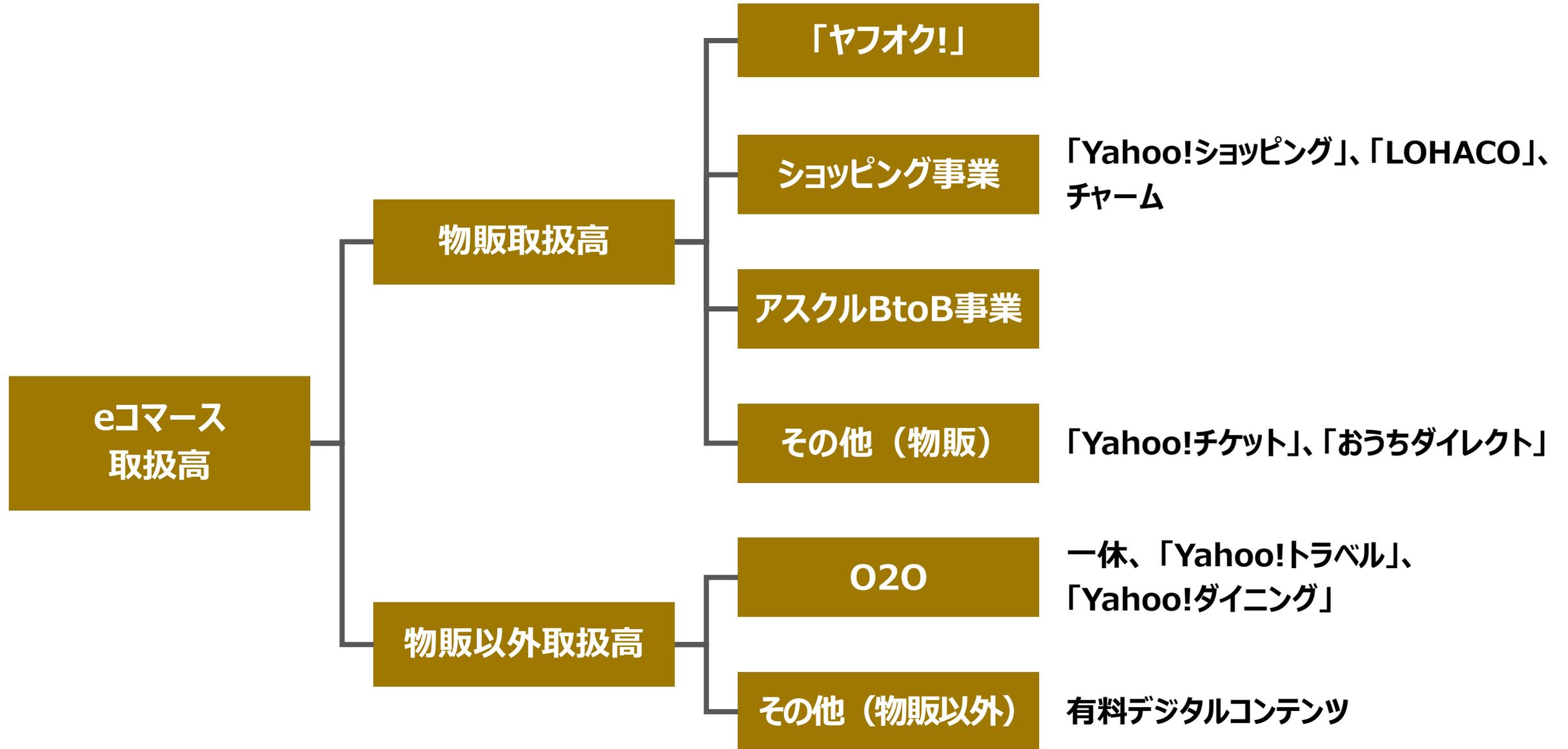
ビジネス、パーソナルの区分けは契約者が法人の場合はビジネス、個人の場合にはパーソナルに分類されます。

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（「プレミアム広告」）
	ビジネス（法人向け）	「ASKUL」、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」、「Yahoo!プレミアム」、「ヤフオク!」個人向けシステム利用料、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	検索連動型広告「スポンサードサーチ」、 ディスプレイ広告（「Yahoo!ディスプレイアドネットワーク（YDN）」、「プレミアム広告」）
	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

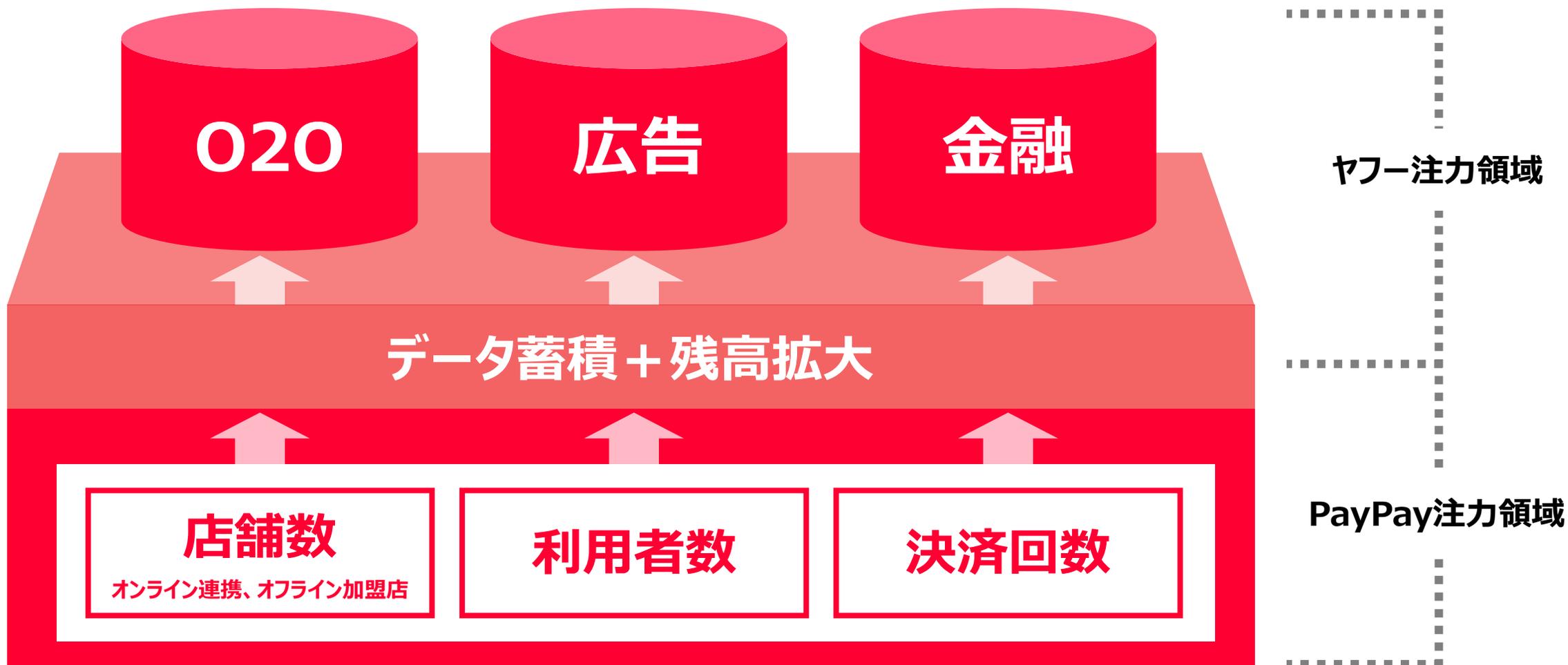
広告商品		主なフォーマット	課金方法	掲載場所	広告主タイプ
検索連動型 広告	「スポンサードサーチ®」		テキスト	検索結果ページ	大手・中小 企業
ディスプレイ 広告	YDN等	「Yahoo!ディスプレイ アドネットワーク (YDN)」*1	テキスト バナー	クリック課金 (運用型) *2	
			ビデオ		視聴課金 (運用型) *2
	「Yahoo!プレミアムDSP」	バナー	インプレッション課金 (運用型) *2	トップページ*1 コンテンツページ*1	
	「プレミアム広告」	「ブランドパネル」 「プライムディスプレイ」等	リッチ (ビデオ含) バナー	インプレッション課金 (予約型) *3	大手企業
		バナー テキスト広告等	テキスト バナー	期間保証型課金等 (予約型) *3	「Yahoo! ショッピング」
「PRオプション」	コンバージョン課金	「Yahoo! ショッピング」 出店ストア			

*1 タイムライン型のページに配信される「インフィード広告」を含んでいます。

*2 広告出稿を最適化するため自動もしくは手動で即時的に運用しています。

*3 事前に広告枠を指定し掲載を予約するものです。

基盤を極大化し多様な収益事業へと成長させる



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「2019年3月期 決算短信」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