

Zホールディングス株式会社 決算説明会

2021年度 通期及び第4四半期 補足資料

2022年4月28日

Z HOLDINGS

2021年度第4四半期 連結業績

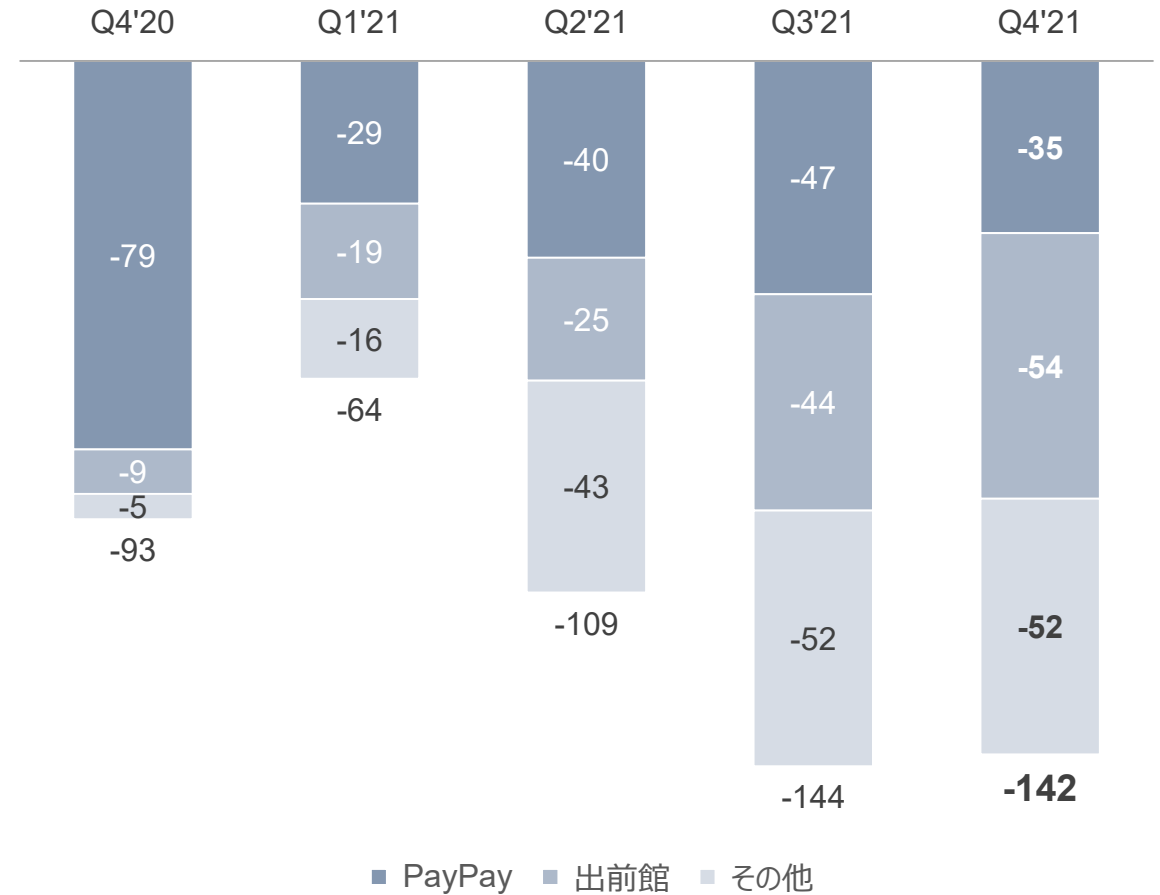
(億円)		FY2021 Q4	前年同四半期差	YoY	主な増減要因
売上収益		4,072	+752	+22.7 %	<ul style="list-style-type: none"> LINE連結 +547 アスクルグループ +71
売上原価		1,306	+171	+15.1 %	<ul style="list-style-type: none"> LINE連結 +62 アスクルグループ +61
販売費及び一般管理費		2,703	+716	+36.1 %	
以下主な内訳	人件費	721	+316	+78.2 %	<ul style="list-style-type: none"> LINE連結 +245 ヤフー +55
	販売促進費	518	+113	+28.1 %	<ul style="list-style-type: none"> ヤフー +77 LINE連結 +33
	減価償却費及び償却費	340	+67	+24.8 %	<ul style="list-style-type: none"> LINE連結 +81
	業務委託費	311	+87	+39.2 %	<ul style="list-style-type: none"> LINE連結 +61
その他収益及び費用		66	+160	N/A	<ul style="list-style-type: none"> イーブックイニシアティブジャパン支配喪失に伴う利益 +60
営業利益		129	-69	-34.7 %	

(億円)	FY2021 Q4	前年同四半期差	YoY	主な増減要因
営業利益	129	-69	-34.7 %	
その他の営業外収益	172	+105	+157.2 %	<ul style="list-style-type: none"> • SREホールディングス株式売却益 +54 • 持分変動によるみなし売却益 +36
その他の営業外費用	25	+3	+17.3 %	
株式交換差益	88	+88	N/A	<ul style="list-style-type: none"> • イーブックイニシアティブジャパンの組織再編 +88
持分法による投資損益	-142	-48	N/A	<ul style="list-style-type: none"> • LINE連結 -93 (出前館 -45) • PayPay +43
税引前四半期利益	223	+72	+48.3 %	
法人所得税	109	+28	+35.6 %	
四半期利益	113	+43	+63.1 %	
非支配持分	8	-28	-76.4 %	
親会社の所有者に帰属する当期利益	104	+72	+220.4 %	

主要持分法 適用関連会社	拠点	持分 比率 ¹	事業内容
コンテンツ			
WEBTOON Entertainment	米国	33.4%	• 電子マンガサービスの運営
コマース			
出前館	日本	38.6%	• 宅配・デリバリー専門サイトの 運営
LINE MAN	タイ	45.9%	• 宅配・郵便・タクシー配車 サービス等の展開
決済・金融			
PayPay	日本	25.0%	• モバイルペイメント等電子決済 サービスの開発・提供
Kashikorn LINE Company	タイ	49.9%	• インターネット専門銀行
LINE Bank Taiwan	台湾	49.9%	• インターネット専門銀行
PT. Bank KEB Hana Indonesia	インド ネシア	20.0%	• インターネット専門銀行

持分法投資損益²

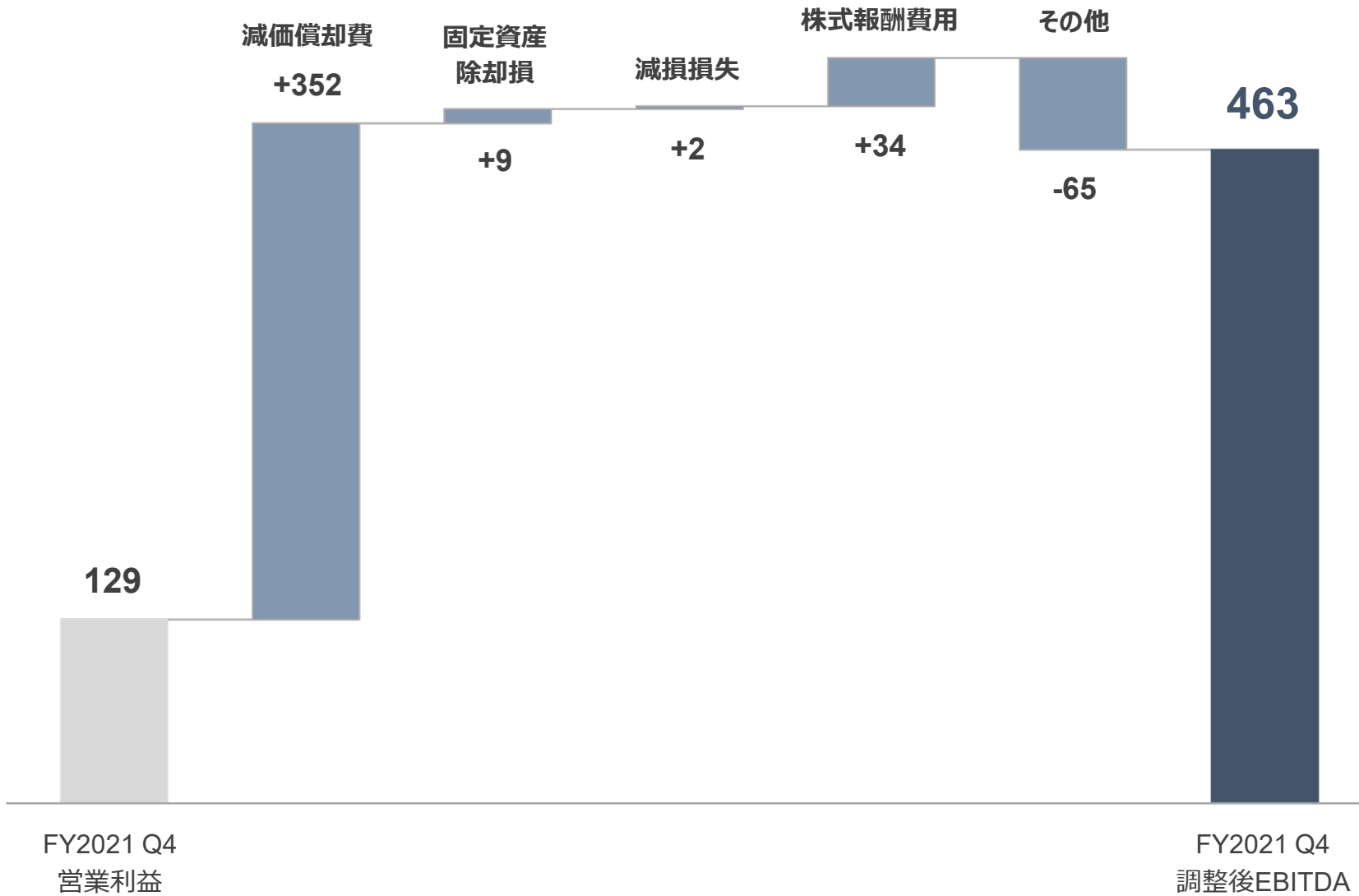
(億円)



1. 2022年3月末時点

2. 2021年3月より、LINE(株)の持分法適用関連会社の投資損益を計上

(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、非經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 Q4	LINE除き FY2021 Q4	YoY
売上収益	799 億円	3,273 億円	+6.7 %
営業利益	-82 億円	211 億円	-26.5 %
当期利益	-115 億円	229 億円	+72.0 %
親会社の所有者に帰属する当期利益	-115 億円	220 億円	+128.9 %

- 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 Q4 45億円)

項目	金額	年間償却額	償却期間 (定額法)
のれん	13,849 億円	-	-
取得原価配分 (PPA) ¹	3,944 億円	137 億円	-
技術	22 億円	-	8年
顧客基盤	176 億円	-	12年
顧客関係 (広告主)	2,144 億円	-	18年
商標権 ²	1,601 億円	-	非償却

1. 確定値

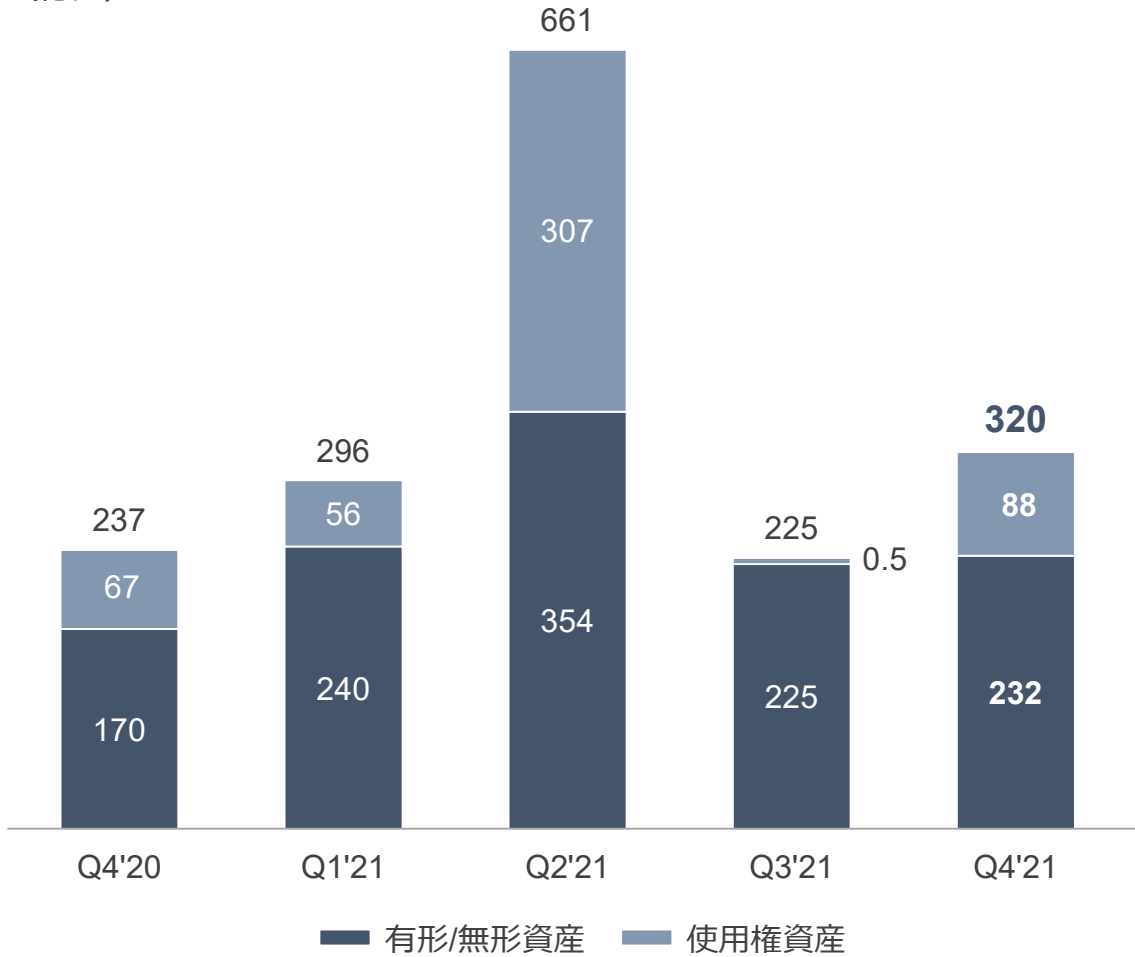
2. 耐用年数を確定できない無形資産

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 ¹	1,787 億円	-	非償却
その他	14 億円	-	4年

(億円)	FY2021 Q3	FY2021 Q4	差額
資産	71,198	71,103	-95
現金・現金同等物	12,356	11,275	-1,081
営業債権・その他債権	3,623	3,686	+62
カード事業の貸付金	4,604	4,755	+150
銀行事業の有価証券	4,955	4,641	-313
有形固定資産	1,629	1,647	+18
無形資産	12,243	12,163	-80
負債	40,909	41,281	+372
営業債務・その他債務	5,213	5,249	+36
銀行事業の預金	14,098	14,311	+213
有利子負債	16,743	16,665	-78
資本	30,289	29,821	-467

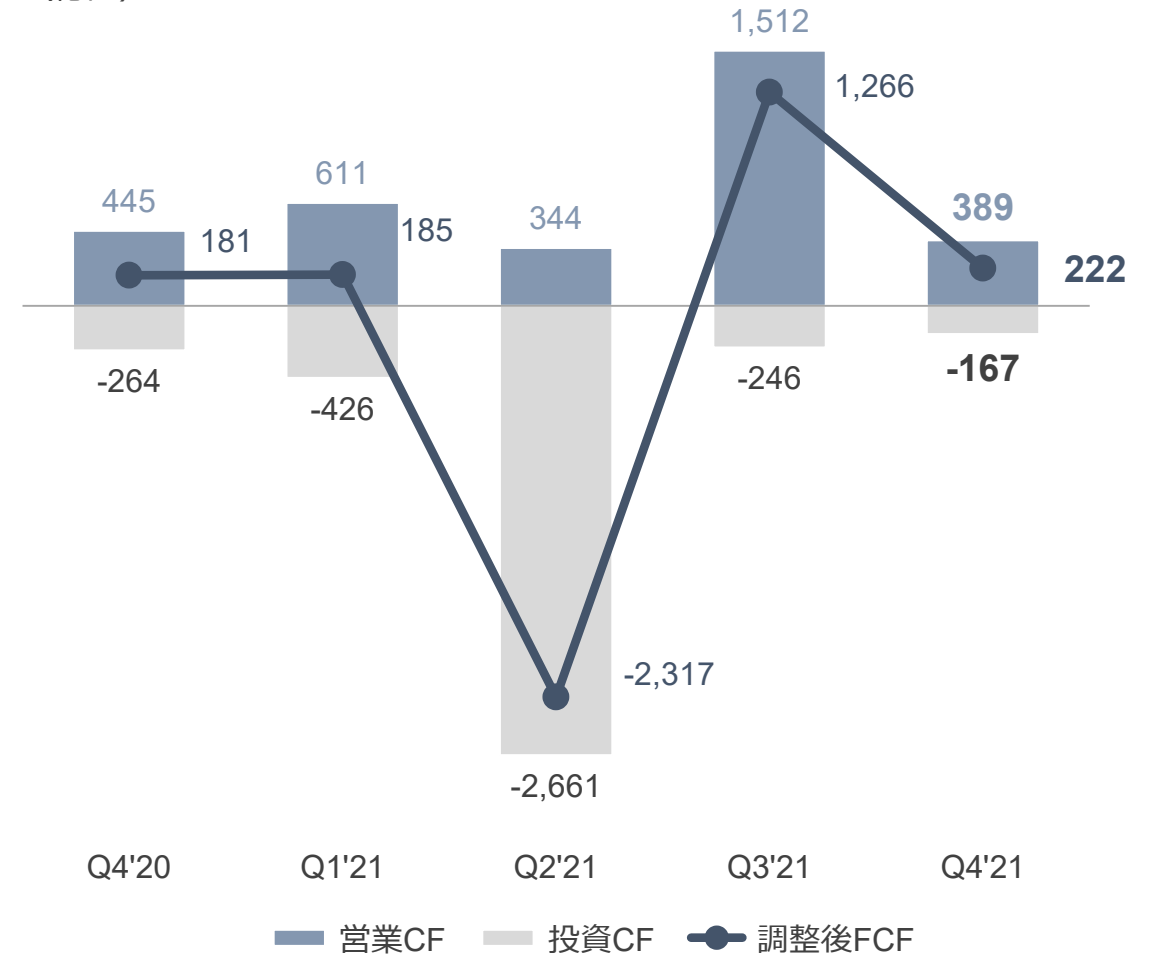
設備投資¹

(億円)



調整後FCF²

(億円)



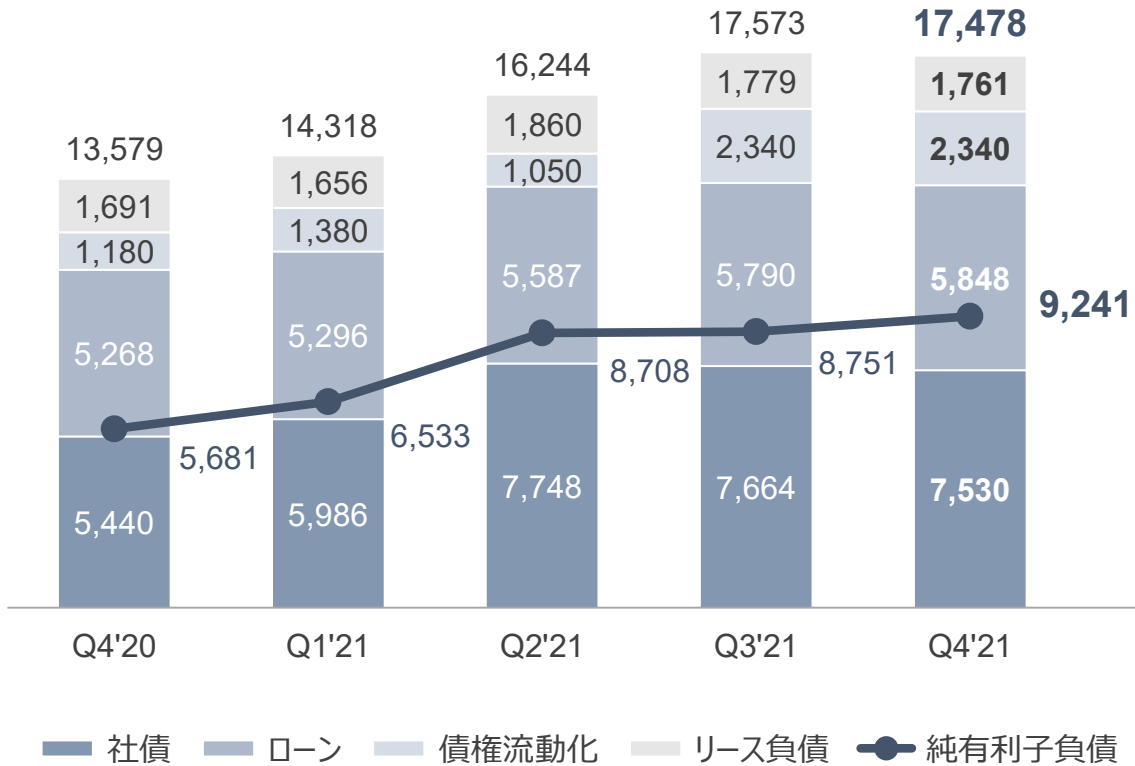
1. 値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

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¹

(銀行業除く)

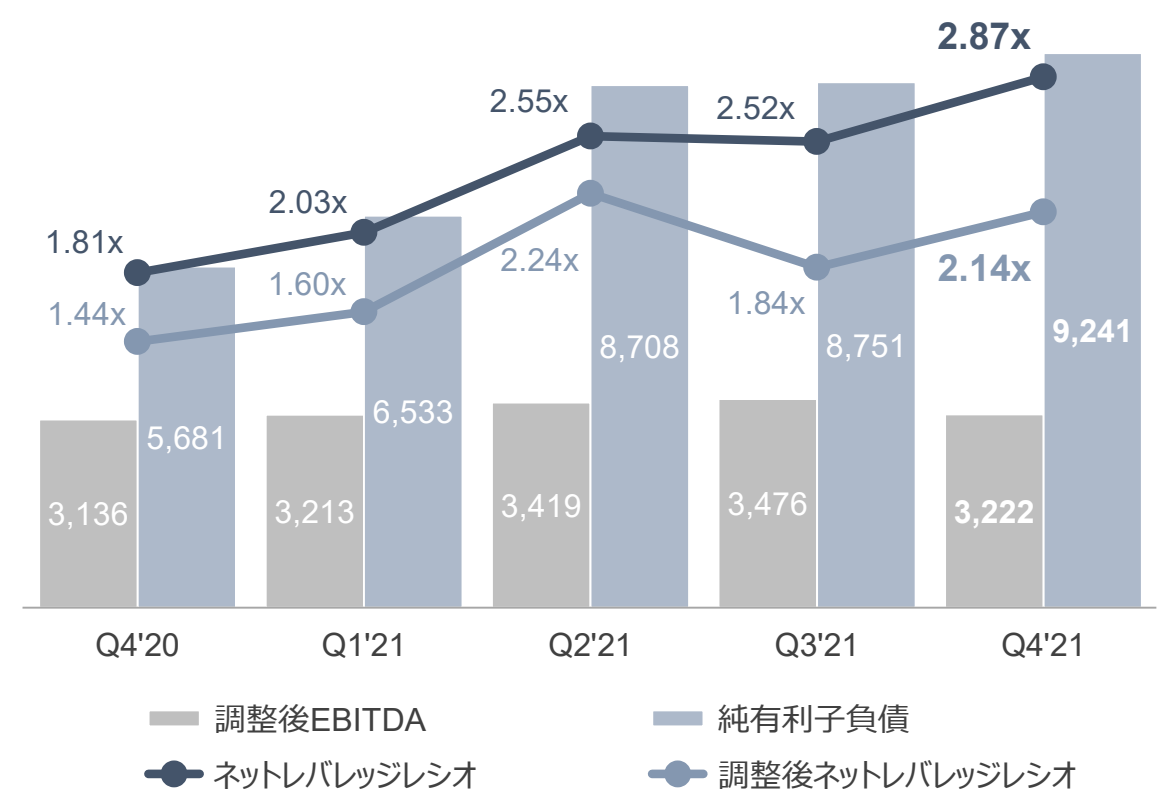
(億円)



ネットレバレッジレシオ²、調整後ネットレバレッジレシオ³

(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

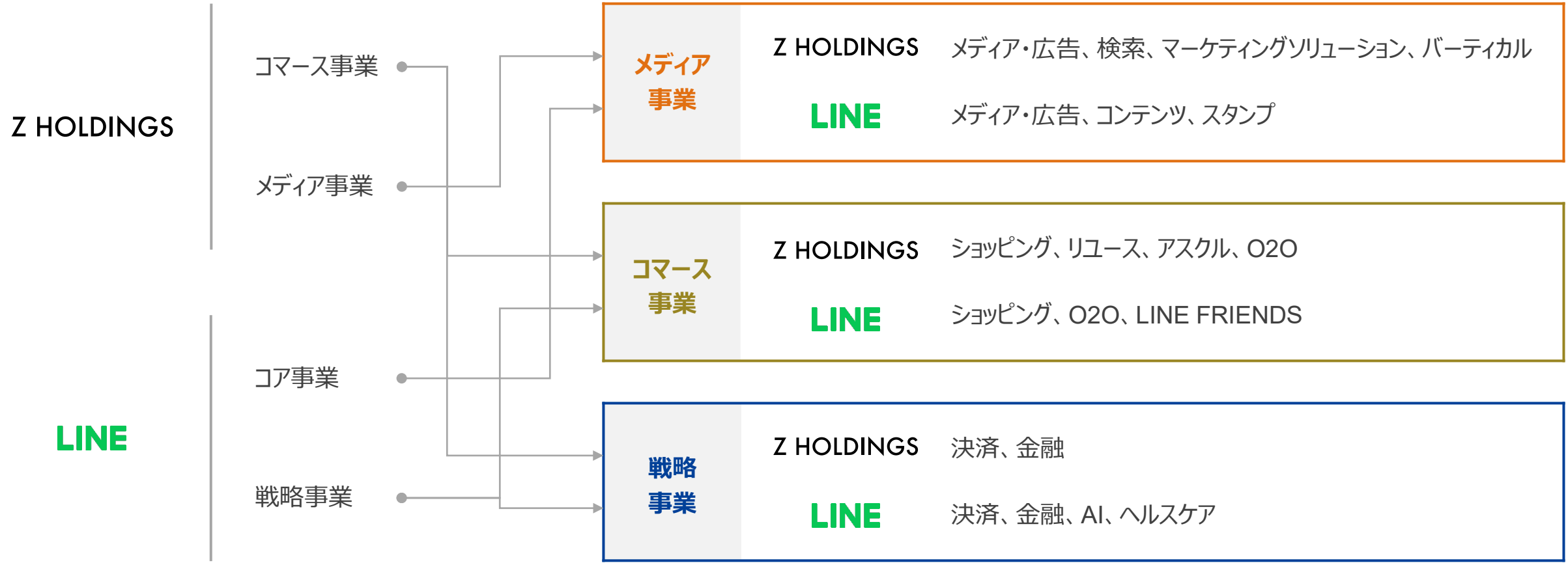
2. ネットレバレッジレシオ = 純有利子負債 ÷ 調整後EBITDA (直近12ヶ月間の数値を使用)。値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

3. 債権流動化の影響を除く

- 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

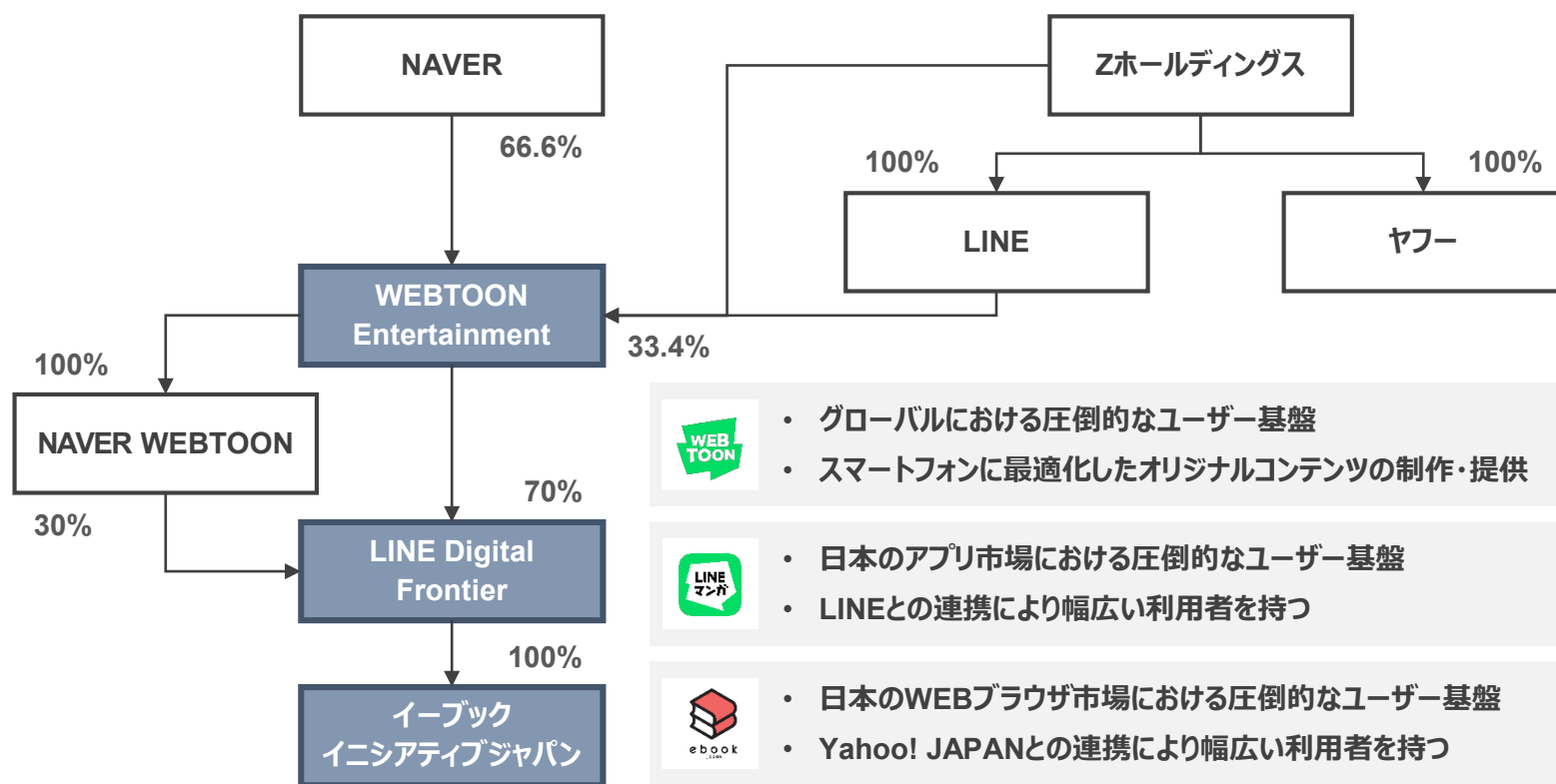
FY2021 Q1～



メディア事業

- グループ内で併存する**電子書籍事業を集約**。一連の取引を経て、当社はWEBTOON Entertainment Inc.を33.4%保有。国内市場での競争力強化に加え、NAVERとともに**グローバル市場への展開を強化**

取引完了後の資本構成



- グローバルにおける圧倒的なユーザー基盤
 - スマートフォンに最適化したオリジナルコンテンツの制作・提供
- 日本のアプリ市場における圧倒的なユーザー基盤
 - LINEとの連携により幅広い利用者を持つ
- 日本のWEBブラウザ市場における圧倒的なユーザー基盤
 - Yahoo! JAPANとの連携により幅広い利用者を持つ

2021年度の成果

日本国内で展開する
電子コミックプラットフォームNo.1

2021年度国内流通総額¹ **765**億円超

月間利用者数¹ **2,000**万人超



今後の取組み

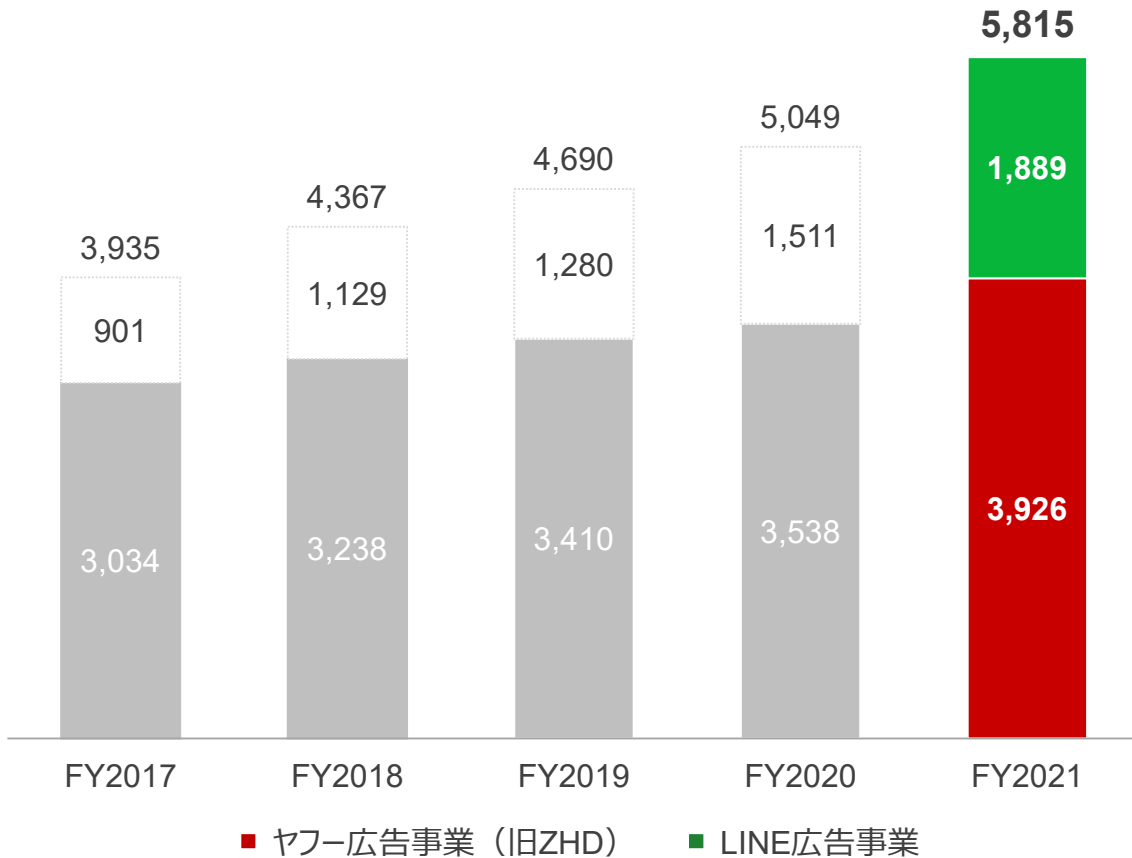
- 国内市場における競争力強化
- グローバル市場への積極的な展開

1. 「LINEマンガ」、「ebookjapan」の合算値

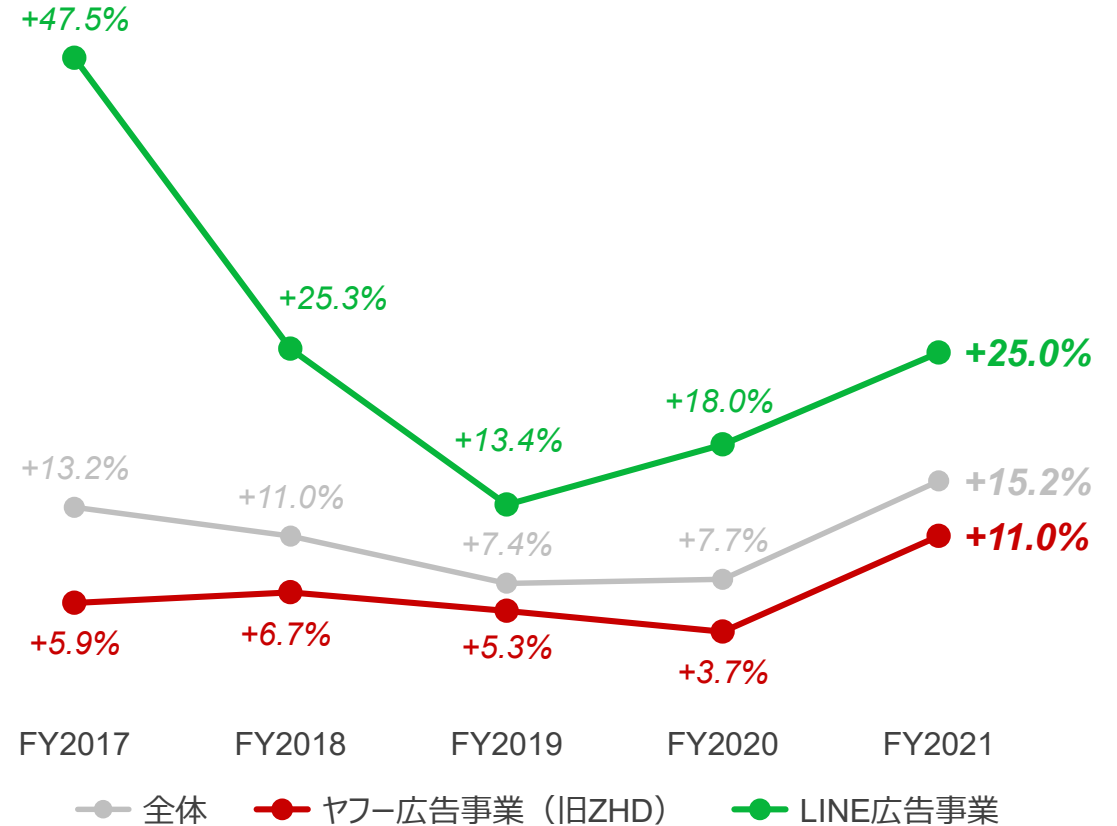
- 広告主の需要回復に加え、プロダクト改善や新広告商材の投入により、**5,815億円の着地**

全社 広告関連売上収益¹

(億円)



全社 広告関連売上収益 成長率¹ (YoY)



1. LINE広告売上収益は、FY2017Q4以降、IFRS15「顧客との契約から生じる収益」の適用により、会計処理を変更。FY2017Q3以前は、遡及修正後の数値を使用

(百万円)	FY2020 Q4 ¹	FY2021 Q4	YoY
売上収益	117,517	169,101	+43.9%
ヤフー（旧ZHD）広告売上収益	83,202	90,087	+8.3%
検索広告	45,134	49,383	+9.4%
ディスプレイ広告（運用型） ²	31,394	34,033	+8.4%
ディスプレイ広告（予約型） ²	6,673	6,670	-0.1%
LINE 広告売上収益³	15,998	48,997	+206.3%
ディスプレイ広告 ³	9,343	28,614	+206.3%
アカウント広告 ³	6,077	18,809	+209.5%
その他LINE広告 ³	578	1,574	+172.3%
その他売上収益（パーティカル/エンタメ/デジコン/コミュニケーション等）	18,316	30,017	+63.9%
売上原価	28,982	37,211	+28.4%
販管費	40,772	72,629	+78.1%
販売促進費・広告宣伝費	7,441	13,262	+78.2%
その他販管費	33,330	59,336	+78.1%
その他収益及び費用	-550	6,667	N/A
調整後EBITDA / マージン⁴	49,790 (42.4%)	65,996 (39.0%)	+32.5%
ヤフー 調整後EBITDA / マージン⁴	40,323 (42.4%)	41,818 (41.2%)	+3.7%
LINE 調整後EBITDA / マージン⁴	9,466 (42.2%)	24,177 (35.8%)	+155.4%

1. 2021年3月よりLINE(株)の業績を含む

2. 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）

3. FY2020Q4は、2021年3月単月の数値

4. 広告事業以外のその他メディア事業の売上収益を含む

項目	内訳
ヤフー 広告	
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) 等
予約型広告	Yahoo!広告「ディスプレイ広告」(予約型) 等
LINE広告	
ディスプレイ広告	「LINE VOOM」、「LINE NEWS」、「トークリスト」、「Talk Head View」、「Talk Head View Custom」、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	「ライブドアブログ」、「LINEバイト」、その他
その他	
ヤフー	「ebookjapan」、不動産関連、「Yahoo!ロコ」、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、自治体
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
ディスプレイ広告			
LINE VOOM	クリック課金・表示課金	「LINE VOOM」タブ	大手・中小企業
LINE NEWS	クリック課金・表示課金	「ニュース」タブ	大手・中小企業
トークリスト	クリック課金・表示課金	「トークリスト」最上部	大手・中小企業
Talk Head View (予約型)	期間保証型課金	「トークリスト」最上部に動画広告を配信	大手企業、自治体
Talk Head View Custom (運用型)	表示課金	「トークリスト」最上部に動画広告を配信	大手企業、自治体
アカウント広告			
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、自治体
LINEプロモーションスタンプ	定額料金・従量課金	企業のプロモーションとして利用可能なユーザー向けの無料スタンプ	大手・中小企業、自治体
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・中小企業

コマース事業

- Yahoo!ショッピング、PayPayモール出店ストアへのクロスセルは順調に進捗
- 2022年度は、ユーザーエクスペリエンスを高めることで、メッセージ配信数増によるLINE公式アカウントの売上増、ショッピング事業取扱高の拡大を目指す

2021年度の成果

2022年度の戦略

1 アカウント開設数の増加

- 開設ストア数 **26,062**件（2022年3月末時点）
- 取扱高に占める割合¹ **66%**

2 友だち登録者数の増加

- 累計友だち登録者数² **4,854,500**人

3 成功事例の創出

- 開封率³ **約5倍**
- CTR³ **約4倍**

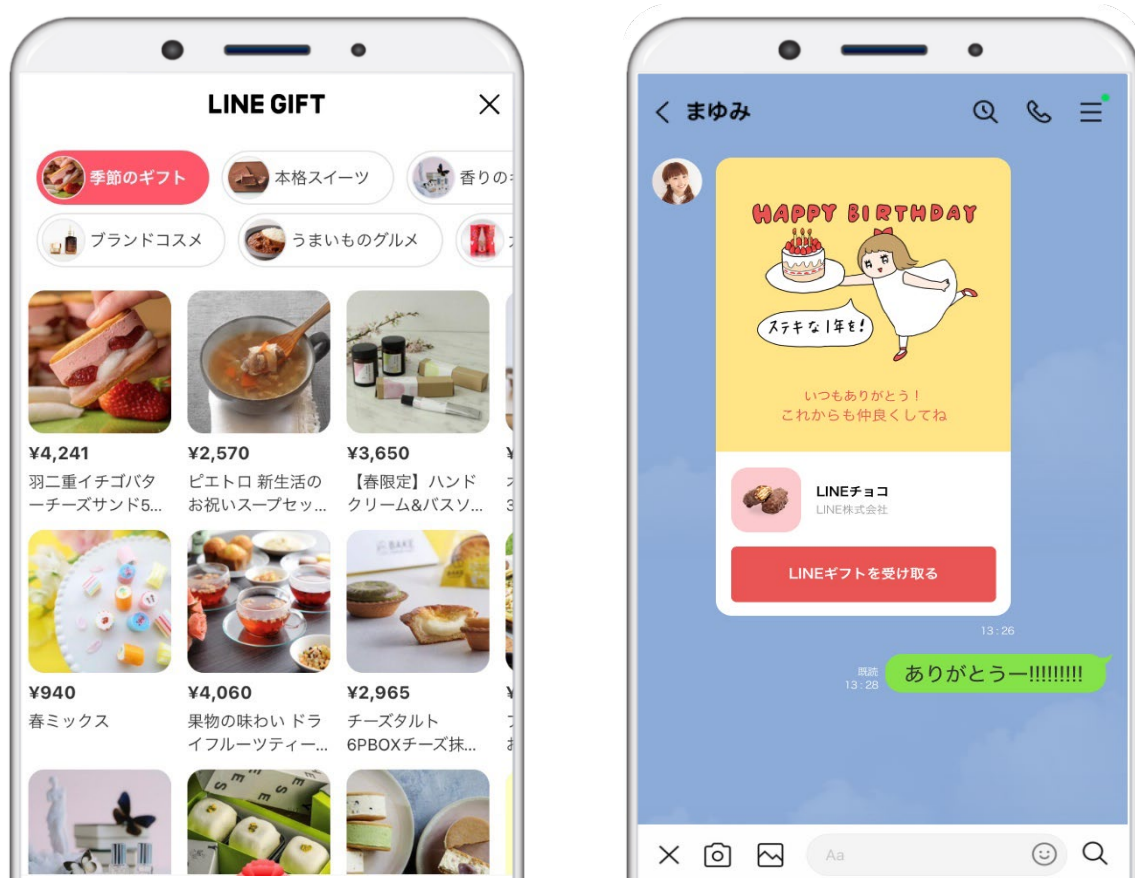
	認知	購入	再購入
期待効果	友だち登録者数増	メッセージ配信数増によるLINE公式アカウント売上増 / ショッピング事業取扱高増	
目指す体験	お店/ブランドとつながる	チャットでのスムーズな問合せ / 1to1コミュニケーション	最適な販促 / シームレスな購入体験
主な施策	デフォルトオプトイン (商品購入時に公式アカウント登録)	問い合わせ機能追加	ショッピングデータ活用による ターゲティング配信
ユーザーメリット	最新情報の入手	手軽な問合せ	パーソナライズされた情報の獲得 / LINE上でシームレスに購入
ストアメリット	顧客の資産化	自動応答の活用等による対応コスト減	購買データ等を活用した効果の高い ターゲティングによるCVR向上
LINE公式アカウントを通じ、ユーザー、ストアにとって価値のある体験を提供			

1. 2021年度「Yahoo!ショッピング」「PayPayモール」の合算取扱高に対する割合

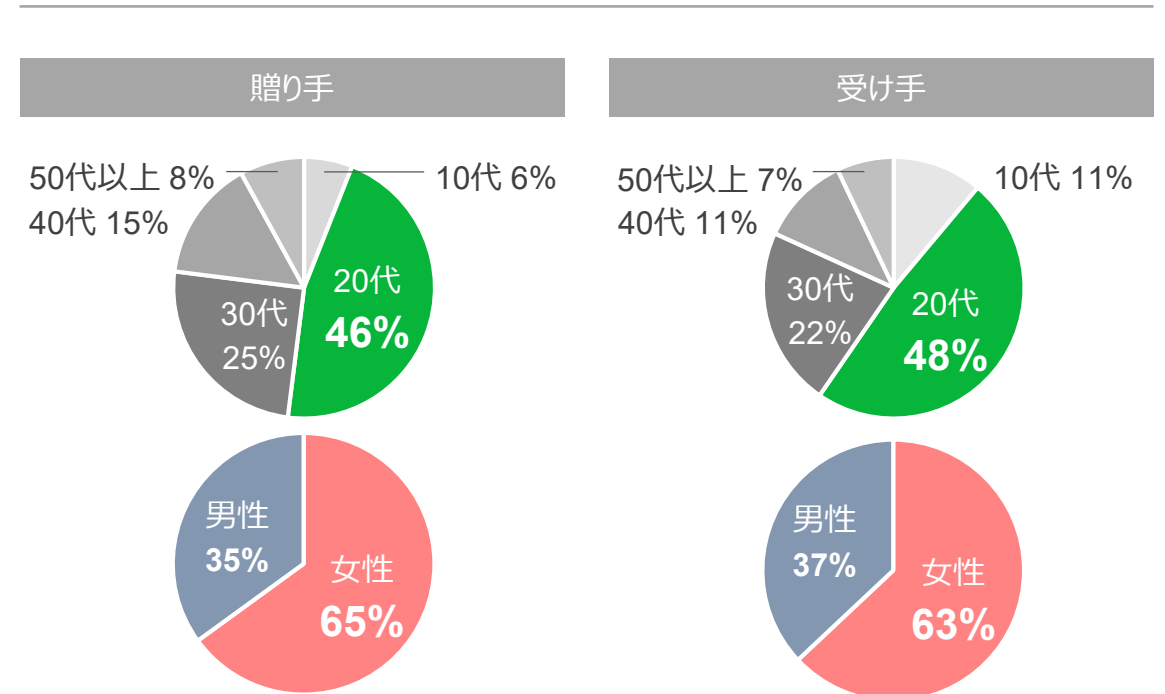
2. LINE公式アカウントを開設している「Yahoo!ショッピング」「PayPayモール」出店ストアの3月末の友だち登録者数

3. 「Yahoo!ショッピング」「PayPayモール」出店ストアが開設しているLINE公式アカウントの平均値とストアニューズレターの平均値を比較。2021年11月～2022年3月の数値を集計

- 「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¹



累計利用者数² **2,300万人** (2022年3月時点)

1. 2021年9月時点。LINE社サーバー調べ

2. 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

- 本格展開にあたり「Yahoo!マート by ASKUL」に名称変更。**店舗数は19店舗に拡大**
- **今年度中に、東京都23区内をカバーできる体制を早期に確立**

項目	進捗	今後の取組み
対象エリア (配達拠点)	19店舗に拡大	FY22中に東京都23区内をカバーできる体制を早期に確立
ユーザー	主な顧客層 <ul style="list-style-type: none"> • 男性： 20代半ば～40代前半 • 女性： 20代半ば～30代 	認知拡大施策やユーザーインセンティブの実施による利用者の拡大
取扱商品数	約1,500種類 <ul style="list-style-type: none"> • 青果品の取扱開始 	アスクルの商品調達力を活用したブランド・品揃えの拡大



1. 2022年4月28日時点

2. 世帯数ベース

(百万円)	FY2020 Q4 ¹	FY2021 Q4	YoY
売上収益	190,649	208,657	+9.4%
物販EC	152,968	165,639	+8.3%
ショッピング事業	70,918	80,491	+13.5%
リユース事業	12,871	13,714	+6.6%
アスクル BtoB事業（インターネット経由）	69,178	71,434	+3.3%
サービスEC	2,816	4,565	+62.1%
その他	34,864	38,452	+10.3%
売上原価	83,718	91,496	+9.3%
販管費	93,321	110,529	+18.4%
販売促進費・広告宣伝費	33,366	40,971	+22.8%
その他販管費	59,955	69,557	+16.0%
その他収益及び費用	-2,397	-	N/A
調整後EBITDA / マージン	25,999 (13.6%)	20,563 (9.9%)	-20.9%

	既存EC				クイックコマース	ソーシャルコマース		
	YAHOO! JAPAN ショッピング	PayPay モール	ZOZOTOWN	LOHACO	YAHOO! JAPAN マート	LINE GIFT	MySmartStore	LIVEBUY
形態・種別	モール型 (商品数：約3.9億)	モール型 (店舗数：約1,700)	直販 (商品数：約90万)	直販 (商品数：非開示)	即配サービス (商品数：約1,500)	モール型 (商品数：約10万)	ECストア作成 (店舗数：非開示)	ライブコマース (店舗数：非開示)
特徴・差別化要素	<ul style="list-style-type: none"> 出店手数料無料 豊富な品揃え 	<ul style="list-style-type: none"> 厳選されたストアの出店 	<ul style="list-style-type: none"> カテゴリキラー 優れたUI 	<ul style="list-style-type: none"> オリジナル商品 	<ul style="list-style-type: none"> グループアセットの活用 	<ul style="list-style-type: none"> LINEを基盤としたサービス 	<ul style="list-style-type: none"> LINEを基盤としたサービス NAVERの韓国市場でのノウハウ 	<ul style="list-style-type: none"> LINEを基盤としたサービス インタラクティブ性
フォーカス領域・ポイント	<ul style="list-style-type: none"> 配送品質向上 マーケティング効率の改善 UIの改善 	<ul style="list-style-type: none"> 配送品質向上 マーケティング効率の改善 	<ul style="list-style-type: none"> 注力分野の強化 グループ間連携の強化 	<ul style="list-style-type: none"> グループ間連携の強化 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗数の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 品揃えの拡充 利用ユーザーの拡大 新しいギフト文化と新市場の創出 	<ul style="list-style-type: none"> 出店ストアの拡大 国内自社EC市場での認知向上 	<ul style="list-style-type: none"> 本格提供開始に向けたサービスの磨き込み
テイクレート	広告：約5%半ば 決済手数料：約3%/ポイント原資：2.5%		約30% (受託販売)	非開示	非開示	非開示	販売手数料：2.5% ¹ 決済手数料：3.5%	非開示
市場規模	12.2兆円 ² (BtoC EC市場 物販系分野)		7.5兆円 ³ (2020年アパレル小売市場)	12.2兆円 ² (BtoC EC市場 物販系分野)	2.5兆円 ⁴ (2021年度食品宅配市場予測)	10.1兆円 ⁵ (2021年ギフト市場)	4兆円 ⁶ (自社EC市場)	-

- 2022年3月末までに開設したストアは販売手数料が2023年3月末まで無料
- 経済産業省「電子商取引に関する市場調査 2020年国内BtoC-EC市場規模」
- ～5. 矢野経済研究所 3:「国内アパレル市場に関する調査（2021年）2021年10月12日発表」、4:「食品宅配市場に関する調査（2021年）2021年9月15日発表。①在宅配食サービス、②食材（惣菜）宅配、③宅配ピザ、④宅配寿司、⑤外食チェーン・ファストフード宅配、⑥牛乳宅配、⑦生協（個配）、⑧ネットスーパーの主要8分野（業態）を対象とし算出」、5:「ギフト市場に関する調査（2021年）2022年1月28日発表」
- 当社調べ「2020年国内自社EC市場規模」

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」、「MySmartStore」、「Yahoo!マート by ASKUL」
リユース事業	「ヤフオク!」、「PayPayフリマ」、「ZOZOUSUED」
アスクル単体 BtoB事業 (インターネット経由)	「ASKUL」、「SOLOEL ARENA」等
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」、「MySmartStore」、「Yahoo!マート by ASKUL」
リユース事業	「ヤフオク!」、「PayPayフリマ」、「ZOZOUSED」
アスクル単体 BtoB事業 (インターネット経由)	「ASKUL」、「SOLOEL ARENA」等
その他（物販）	「Yahoo!チケット」 ¹ 、「おうちダイレクト」 ²
サービス系取扱高	「一休.com」、「Yahoo!トラベル」、「Yahoo!ココ」 ³ 、「出前館」
デジタル系取扱高 ³	「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. 2022年3月31日終了

2. 2022年6月30日終了予定

3. 当該サービスの収益は、メディア事業セグメントに計上

戰略事業

- 「Yahoo!ショッピング」、「PayPayモール」で「PayPayあと払い」の提供開始
- **2022年度は、eコマースと決済・金融のクロスユース促進に注力**

eコマースと決済・金融のクロスユース

「Yahoo!ショッピング」、「PayPayモール」で「PayPayあと払い」
提供開始（2022年2月28日）

支払い方法 [支払い方法を変更する](#)

適用中 PayPayあと払い

PayPay ✔ 認証済み

利用しない

PayPayあと払い

PayPay残高利用（9,510円保有）

Tポイント

利用しない

利用する（2,470ポイント保有）

PayPayあと払い

超PayPay祭ランドフィナーレ期間中¹の利用

平均決済単価

PayPayあと払い

PayPayカード・
Yahoo! JAPANカード

- PayPay残高へのチャージ不要で利用可能。残高不足によるユーザー離脱の抑制
- 決済単価はクレジットカードと同水準。初速は順調

- ユーザーに安心して「PayPay」をご利用いただくため、KYC（本人確認）の強化と不正利用対策に注力
- PayPayの不正利用発生率は、クレジットカードより低く、全額補償制度も付与

不正利用対策

1 KYCの強化とユーザーの安全性・利便性の向上

- マイナンバーカードの公的個人認証サービスを利用した手続きの導入（2021年11月～）
- キャッシュレス業界初 - 運転免許証のICチップを利用した手続きの導入（2022年4月～）

2 万全な不正利用対策

- 最新の不正手口を研究し、ユーザーの被害を防止するセキュリティシステムの構築
- 24時間365日のシステムおよび専任スタッフによる監視
- 2020年11月以降、第三者による銀行口座からの不正チャージの被害はなし

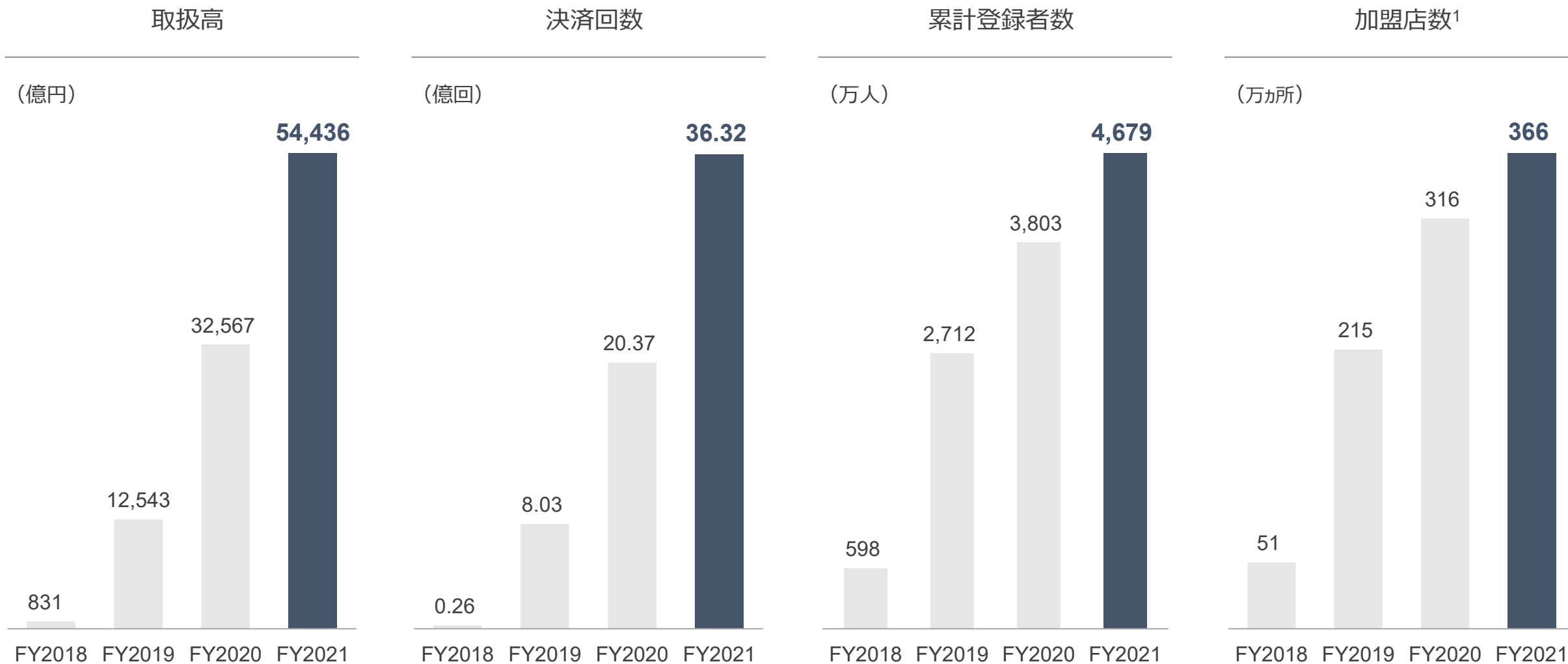
不正利用発生状況

	PayPay	クレジットカード
不正利用発生率	0.001% ¹	0.047% ²
金額	クレジットカードの500分の1以下	約330億円

1. PayPay決済金額のうち、不正と申請された金額の割合。対象期間は2021年1月から2021年12月

2. 一般社団法人日本クレジット協会、クレジット関連統計「3. 日本クレジット協会の調査結果に基づく統計」のうち、「クレジットカード動態調査結果一覧（信用供与額・契約件数）」、「クレジットカード不正利用被害額の発生状況」より算出。対象期間は2021年1月から2021年12月

- 中小個店への決済手数料有料化後も**各種KPIは好調に推移**

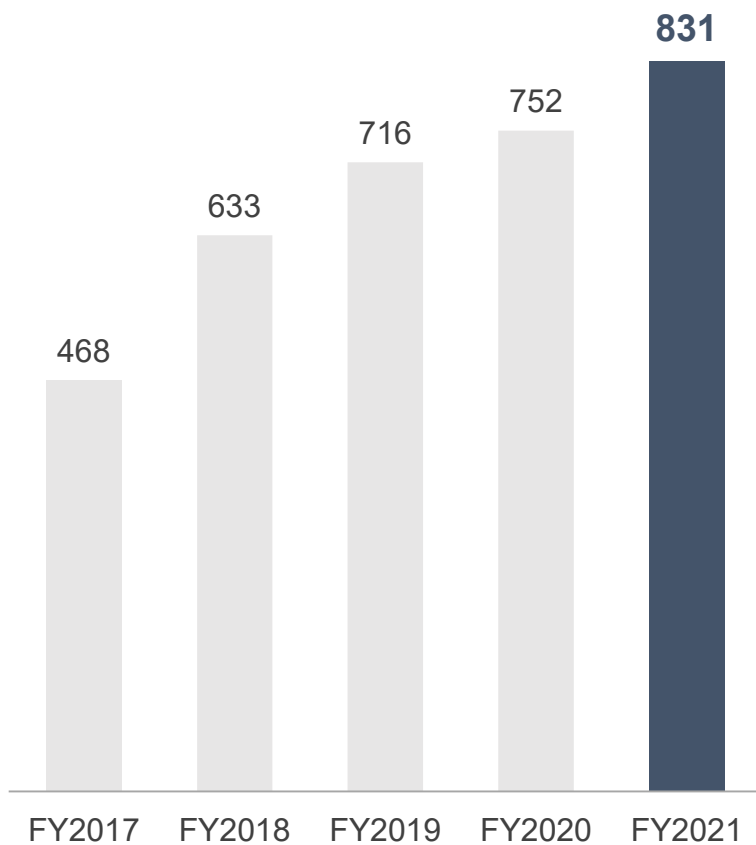


1. 店舗やタクシーなど、PayPayへの加盟契約申込数

- PayPayカード・PayPayあと払いの提供開始。**販促を強化しながら会員数の成長加速を目指す**

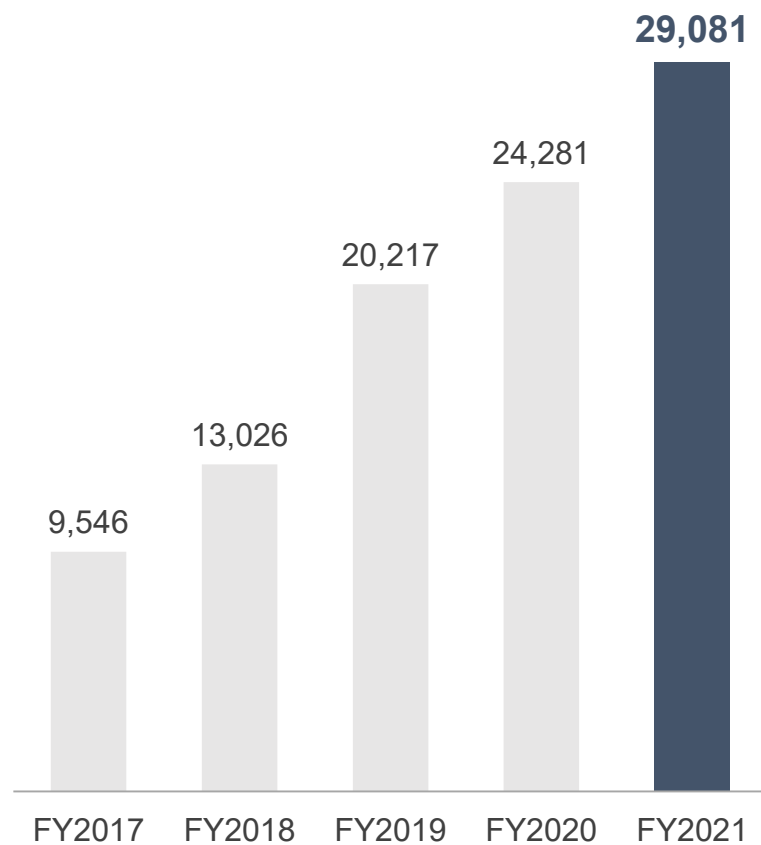
有効会員数

(万人)



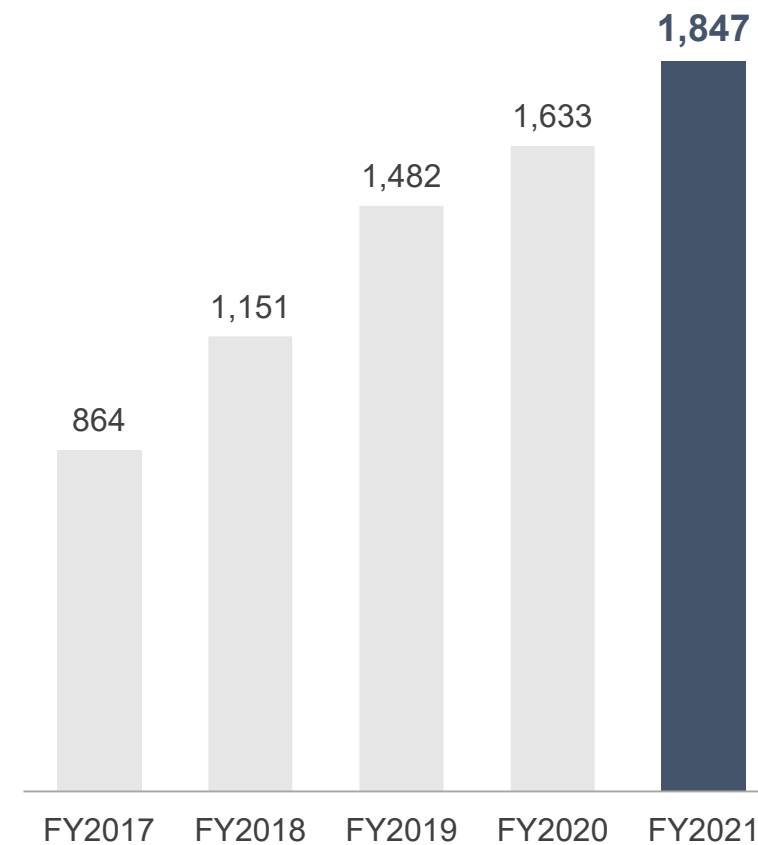
取扱高

(億円)



リボ残高

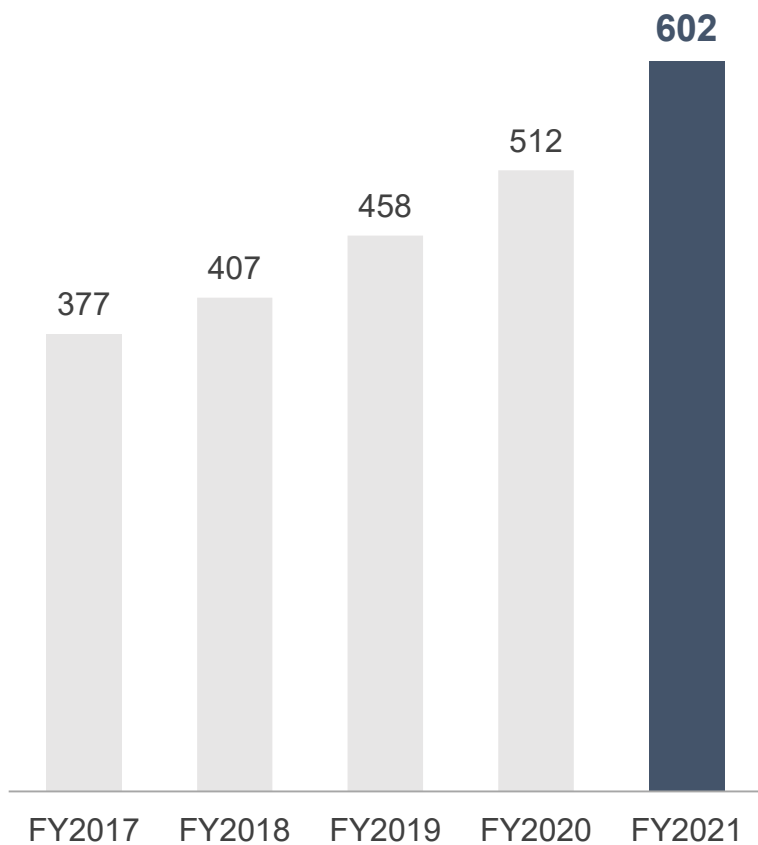
(億円)



• PayPayとの連携強化により、各種KPIは堅調に推移

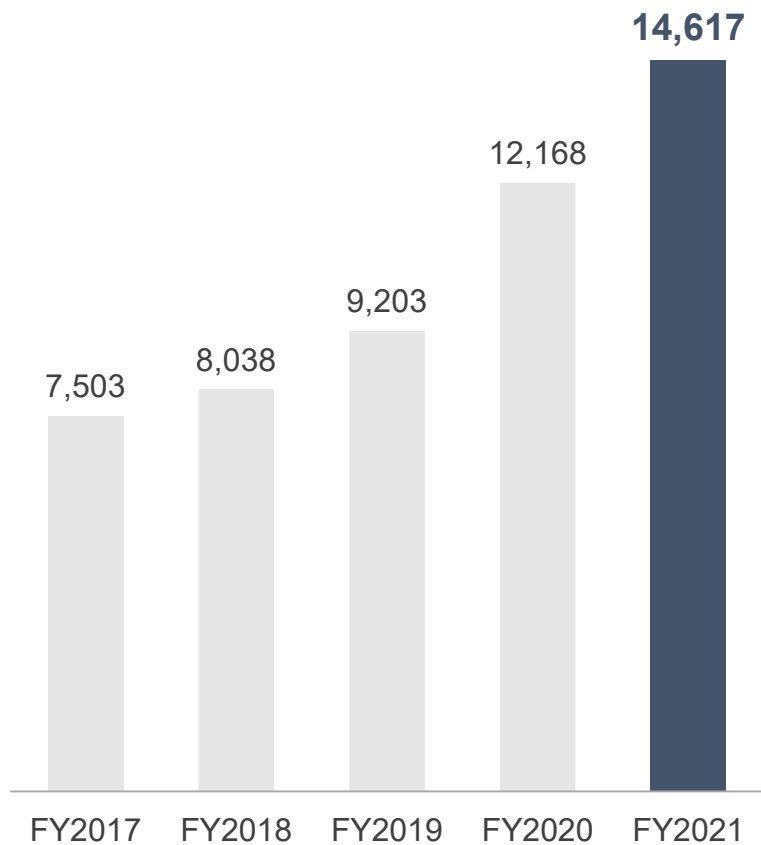
口座数

(万)



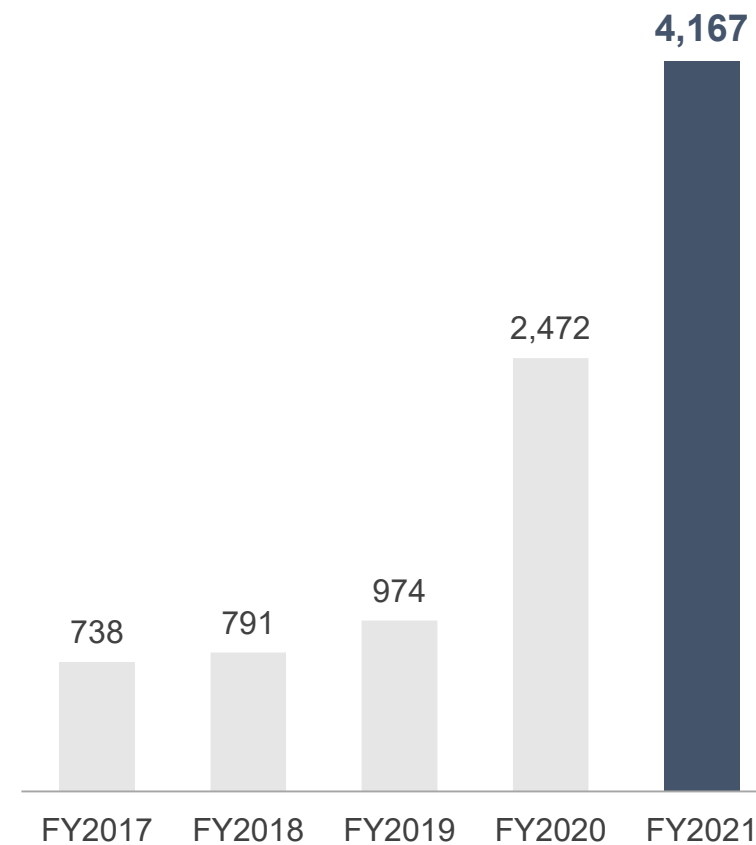
預金残高

(億円)



貸出金残高

(億円)



		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	2022年 3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 ²	-	50 %	50 %	50 %	50 %
	Paytm	-	-	-	-	-
	合計	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
優先 株式 ¹	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 ²	-	-	-	-	17.0 %
	合計	-	-	100 %	100 %	100 %



優先株式転換後 & Paytm新株予約権行使後 ³	
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%

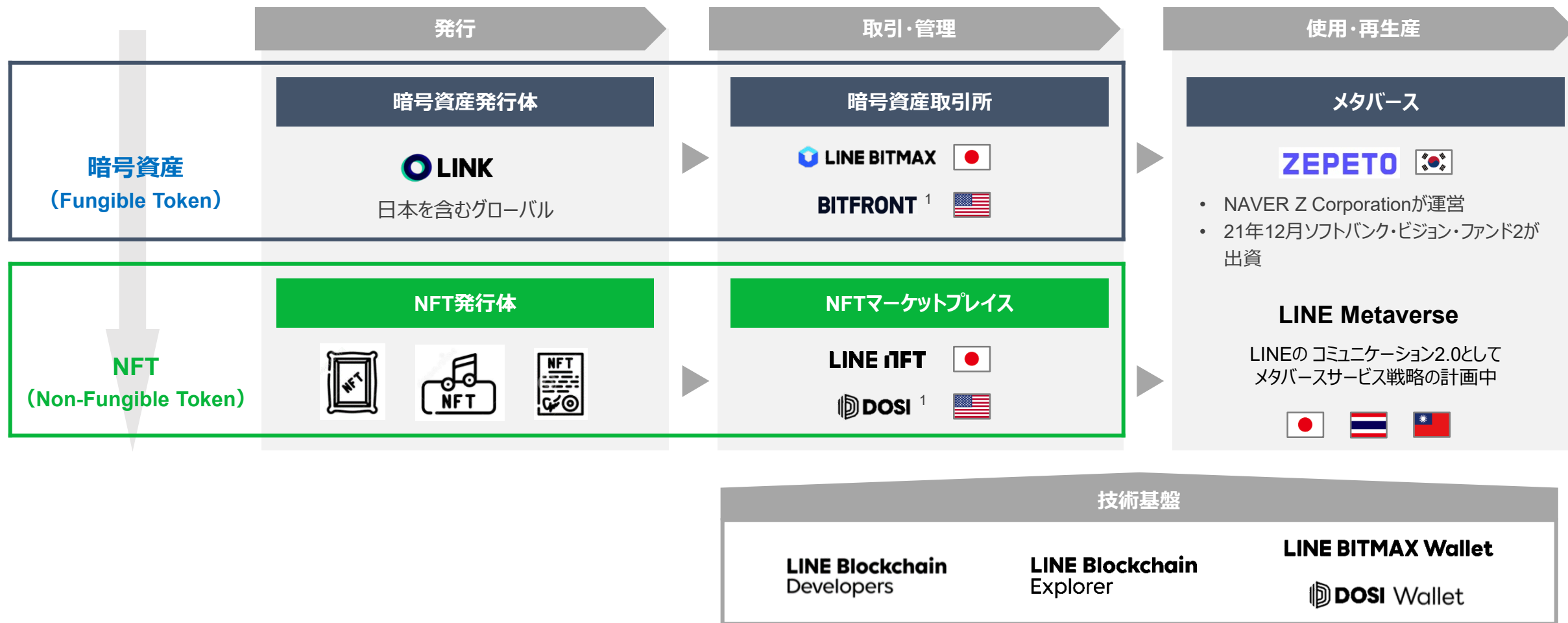
YAHOO! JAPAN 議決権比率 | 33%

1. 2022年4月以降、普通株式に転換可能（転換比率1:1）。なお、当該転換権の行使には、PayPay(株)の株主間で合意が成立することが前提

2. 2021年12月に、ソフトバンクグループ傘下の「ソフトバンク・ビジョン・ファンド2」へ移管

3. 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

- 暗号資産として拡散したブロックチェーンは、NFTとしてデジタルコンテンツやゲームアイテム、メタバース領域を含むあらゆる産業に急激に拡大

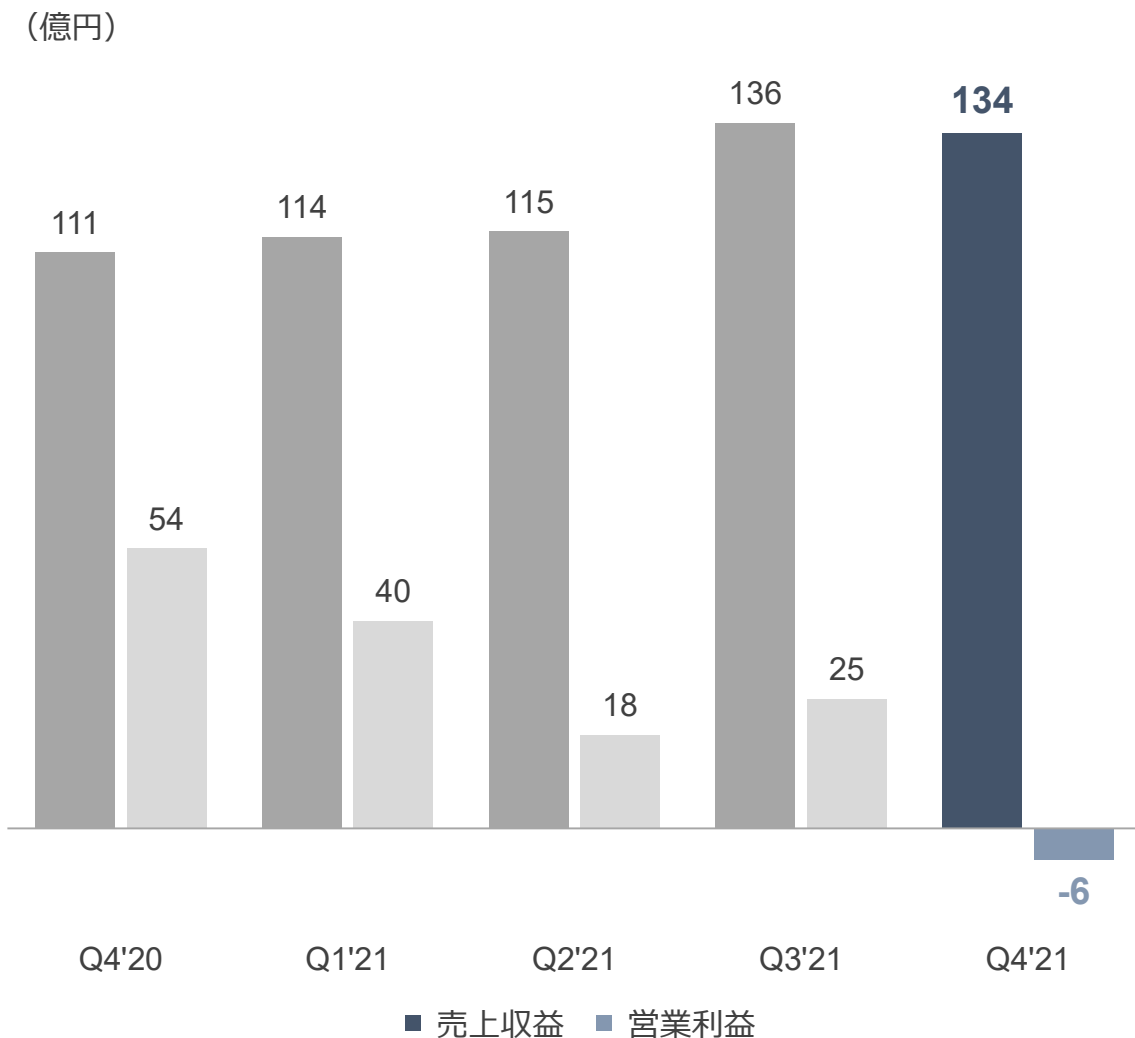


1. 米国を拠点に日本を除くグローバルで運営

(百万円)	FY2020 Q4 ¹	FY2021 Q4	YoY
売上収益	23,304	29,233	+25.4%
Fintech	23,134	28,629	+23.8%
PayPayカード ²	11,134	13,464	+20.9%
PayPay銀行 ²	7,905	7,596	-3.9%
その他Fintech（LINE Fintech等）	4,094	7,568	+84.8%
その他戦略事業（AI、LINE Search、LINEヘルスケア等）	170	604	+255.0%
売上原価	2,481	3,861	+55.6%
販管費	24,848	40,608	+63.4%
販売促進費・広告宣伝費	3,407	7,989	+134.5%
その他販管費	21,441	32,619	+52.1%
その他収益及び費用	5,389	-	N/A
調整後EBITDA / マージン	4,828 (20.7%)	-10,388 (-35.5%)	-315.2%

1. 2021年3月よりLINE(株)の業績を含む

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

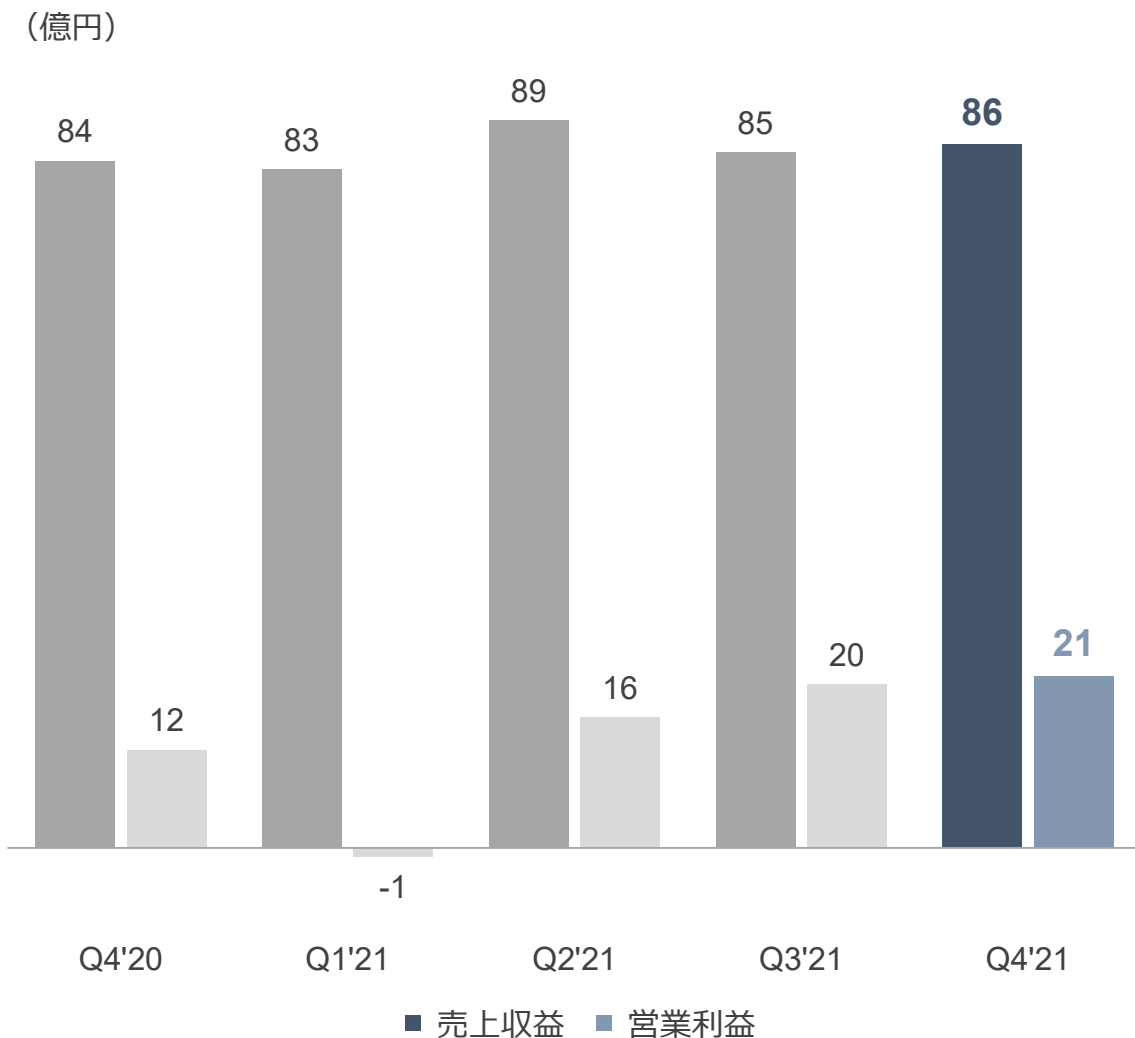
売上収益・営業利益 (IFRS単体) ¹財政状態計算書 (日本基準) ¹

(億円)

	FY2021 Q3	FY2021 Q4	差額
資産	7,573	7,762	+189
現金・現金同等物	727	633	-94
営業債権・その他債権	1,613	1,787	+173
カード事業の貸付金	4,482	4,638	+156
銀行事業の有価証券	-	-	-
有形固定資産	64	45	-19
無形資産	266	273	+6
負債	7,135	7,378	+243
営業債務・その他債務	2,330	2,557	+226
銀行事業の預金	-	-	-
有利子負債	4,677	4,710	+32
資本	438	384	-53

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

売上収益・営業利益 (IFRS単体) ¹



財政状態計算書 (日本基準) ¹

(億円)

	FY2021 Q3	FY2021 Q4	差額
資産	15,678	15,839	+160
現金・現金同等物	3,869	3,343	-525
営業債権・その他債権	226	252	+26
カード事業の貸付金	-	-	-
銀行事業の有価証券	6,195	5,881	-313
有形固定資産	9	12	+2
無形資産	79	88	+8
負債	15,083	15,249	+165
営業債務・その他債務	188	155	-33
銀行事業の預金	14,434	14,617	+183
有利子負債	410	410	-
資本	594	589	-5

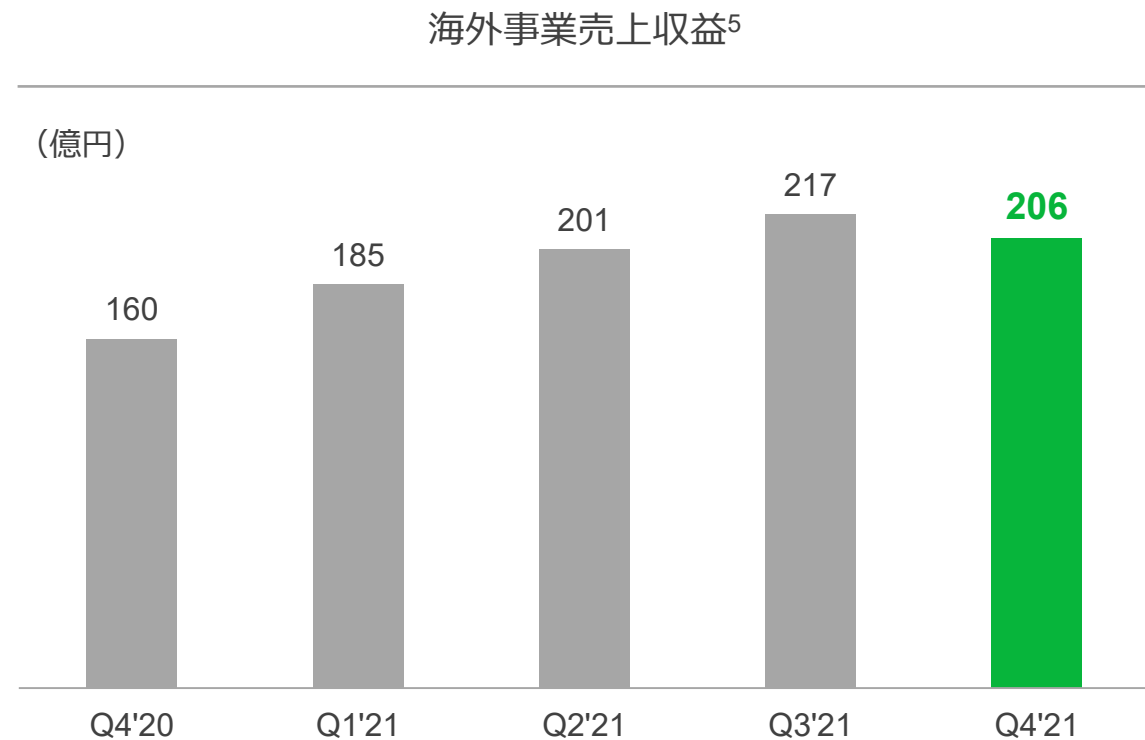
1. Zホールディングスグループ内の内部取引消去前の数値。売上収益・営業利益は、日本基準の単体数値から、関連するIFRS調整を行い独自に算出

項目	内訳
Fintech	-
PayPayカード	-
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、「LINE Pay」、「LINE証券」、「LINEスコア」、「LINEポケットマネー」、「LINE BITMAX」、「LINE NFT」、その他
その他	AI、「LINE Search」、「LINEヘルスケア」、その他

	形式	利用可能箇所	与信枠	リボ・分割	主な収益源	提供主体
チャージ払い						
PayPay残高支払い	PayPayアプリ	PayPay加盟店 (オンライン / オフライン)	-	-	・ 加盟店からの決済手数料	PayPay(株)
後払い						
PayPayカード (Yahoo! JAPANカード)	物理カード	クレジットカード加盟店	高額	可	・ 加盟店からの決済手数料 ・ リボ、分割による金利収益	PayPayカード(株)
PayPayあと払い	PayPayアプリ 2月1日から提供開始	PayPay加盟店 (オンライン / オフライン)	高額	可	・ 加盟店からの決済手数料 ・ リボによる金利収益	PayPayカード(株)
	PayPayアプリ 提供準備中	PayPay加盟店 (オンライン / オフライン)	少額	不可	・ 検討中	PayPayカード(株)

海外事業

- 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



- 2022年3月末時点
- 2021年の人口。内務省の公表データより引用
- 2020年の人口。中央統計庁の公表データより引用
- 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
- 現地決算数値を期首からの平均為替レートにて円換算

- 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Fintech、EC / O2Oサービスの拡大に注力

Fintech

O2O

台湾



LINE Bank

2021年4月
サービス開始

インターネット専門銀行

- サービス開始から、約1年で**110万ユーザー**突破
(2022年3月末)
- 預金残高 **約1,374億円** (2022年3月末)
- ローン残高 **約312億円** (2022年3月末)

LINE TAXI

2019年10月
サービス開始

タクシー配車サービス

- 公式アカウント **フォロワー数 668万人**
(2022年3月末)
- 登録運転者数 1.2万人超、
ユーザー数 200万人 (2022年3月末)

タイ



LINE BK

2020年10月
サービス開始

インターネット専門銀行 (カシコン銀行との合併会社)

- 利用者 **430万ユーザー** (2022年3月末)
- ローン残高 **約629億円** (2022年3月末)
- デビットカード発行数 **239万枚** (2022年3月末)

LINEMAN wongnai

2016年5月
サービス開始

フードデリバリー、飲食店レビューサービス等

- フードデリバリーでは**50万店以上の飲食店と提携** (2022年4月1日)
- 2021年取扱高 YoY 3.6倍の成長**
- デリバリープラットフォーム国内No.1を目指す

インドネシア



LINE Bank

by KEB Hana Bank

2021年6月
サービス開始

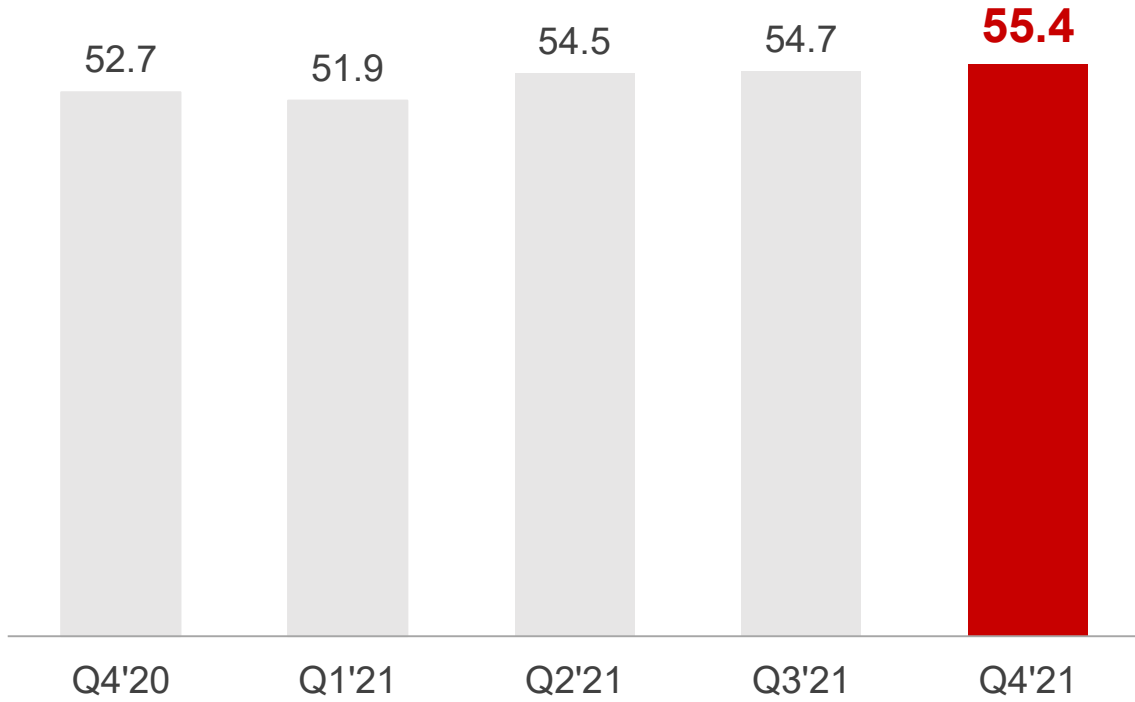
インターネット専門銀行 (KEB Hana Bankとの合併会社)

- サービス開始から、約9カ月で**35万ユーザー**突破

非財務

ヤフー 月間ログインユーザーID数

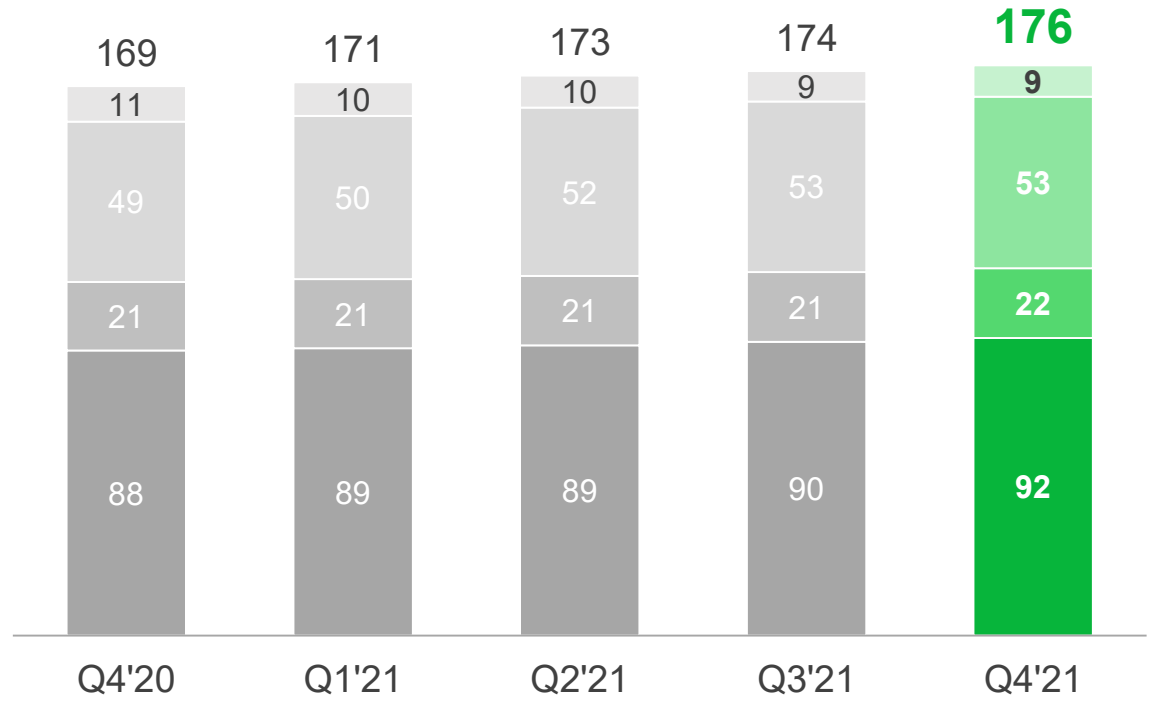
(百万)



LINE 月間アクティブユーザー数

(百万)

22年3月 Global MAU¹ : 193



■ 日本 ■ 台湾 ■ タイ ■ インドネシア

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

- 2022年1月11日に東証が公表した通り、**2022年4月4日からプライム市場へ移行**

プライム市場移行に向けた取組み

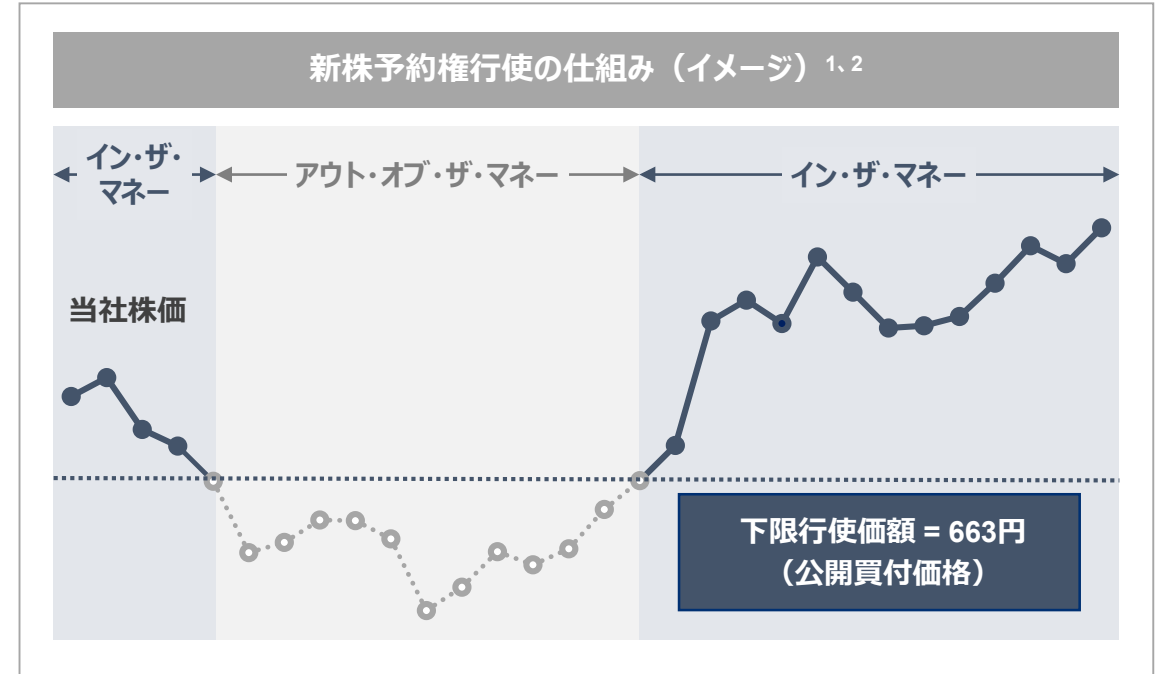
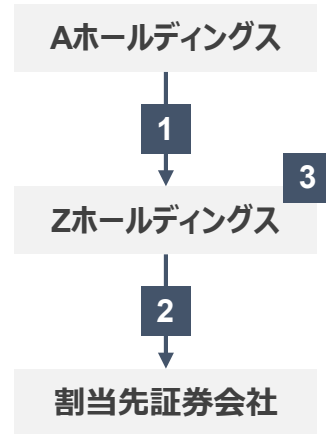
1 自己株式取得

- 取得株式総数：103,000,000株
- 公開買付価格：663円

2 新株予約権発行

- 発行潜在株式総数：103,000,000株
- 行使価額：行使請求前営業日終値の94.5%
- 下限行使価額：663円
- 行使期間：2022/1/17~2024/1/16

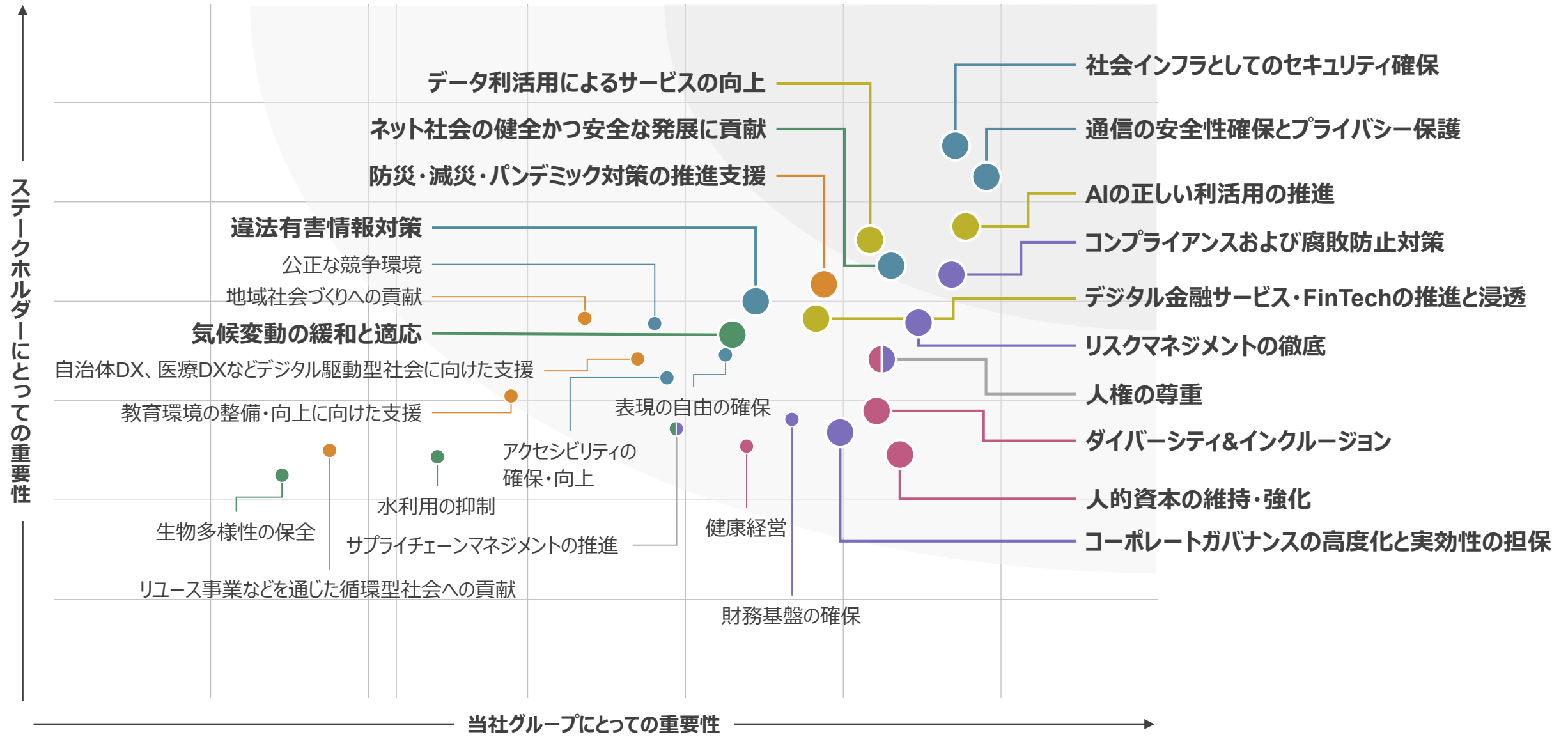
3 自己株式消却

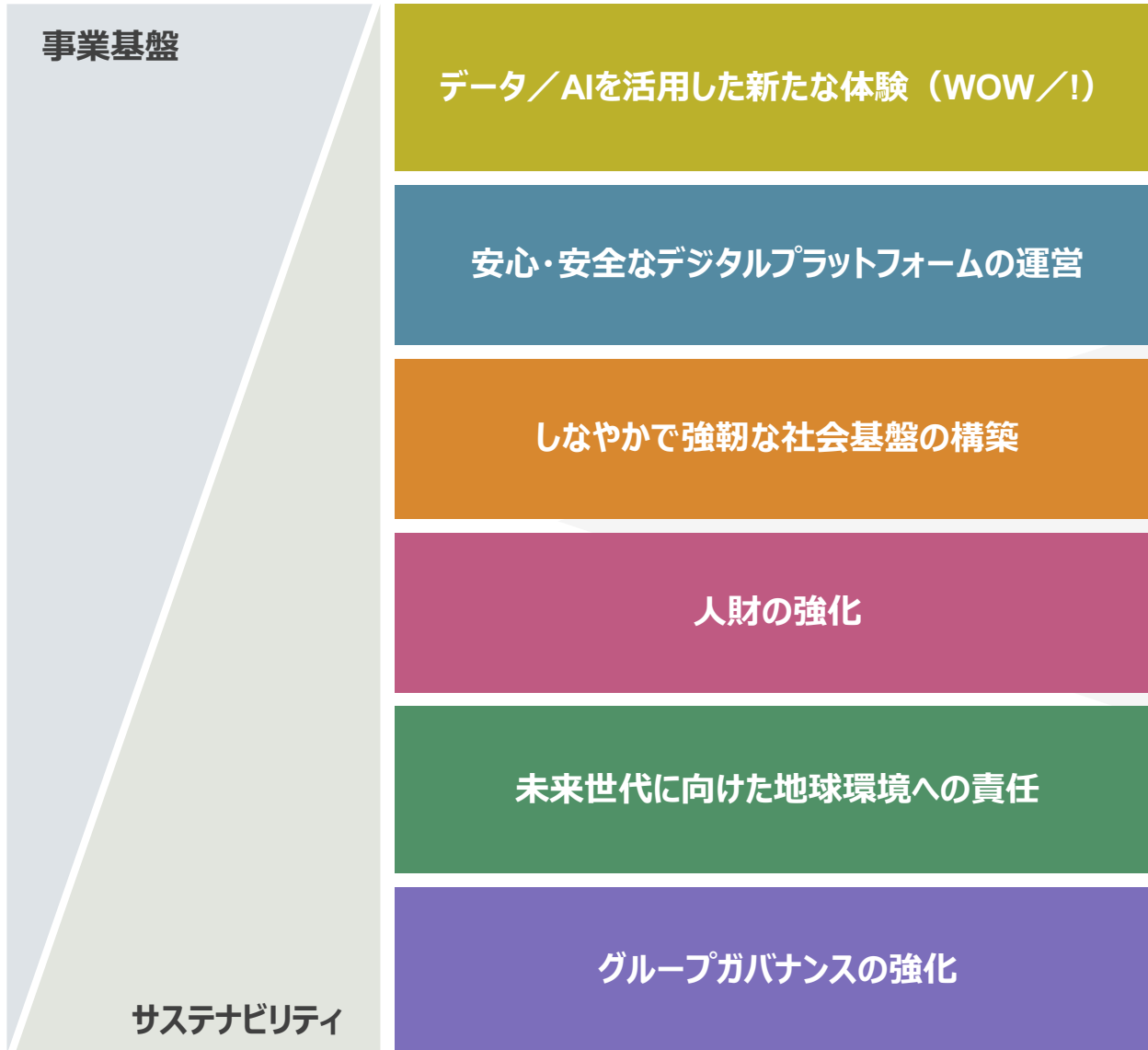


**株式価値の希薄化を回避し、新株予約権が全て行使され、市場への流通が完了した場合、
プライム市場の上場維持に必要な流通株式比率（35%以上）を充たす見通し**

1. 下図はイメージであり、実際の当社株価推移を予想もしくは保証するものではありません

2. 本新株予約権の行使価額は、行使の都度、各行使請求の効力発生日前営業日における当社株価終値の94.5%に修正





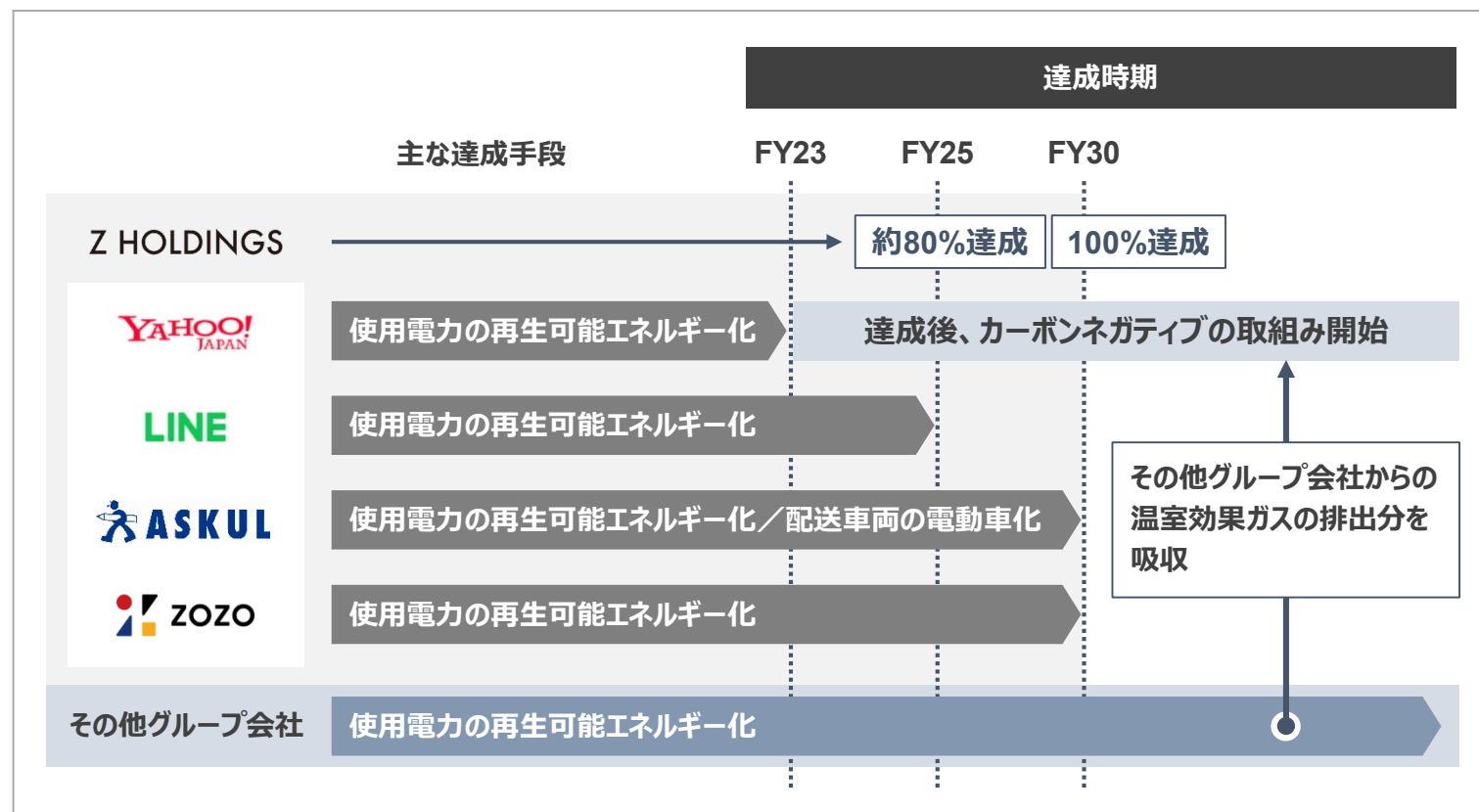
UPDATE THE WORLD

情報技術のチカラで、
すべての人に
無限の可能性を。

- Zホールディングスグループ全体で、**2030年度までに温室効果ガス排出量を実質ゼロにするカーボンニュートラルを目指す**
- **グループ企業以外にもカーボンニュートラルの取組みを働きかけることで、サステナブルな社会の実現に貢献**

「2030カーボンニュートラル」達成に向けた取組み

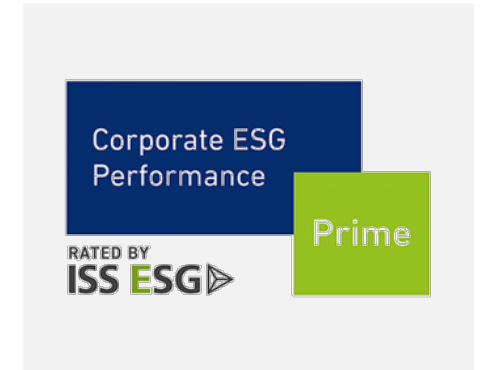
- 1 ヤフーでは、温室効果ガス排出量より吸収量が上回るカーボンネガティブ^{1、2}の取組みを先行開始**
- 2 2025年度頃までに、主要企業が利用する電力の80%以上を再生可能エネルギー化**
- 3 2025年度～2030年度で残りの使用電力の100%再生可能エネルギー化を推進**



1. GHGプロトコルのスコープ1及びスコープ2の温室効果ガス排出量を対象
 スコープ1：事業者自らによる温室効果ガスの直接排出。スコープ2：他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出

2. スコープ3排出削減の取組みも今後進めていく予定。スコープ3：スコープ1、スコープ2以外の間接排出（事業者の活動に関連する他社の排出）

- 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



1. 2021年時点で、Zホールディングス(株)は、MSCI ESG 格付けの「AAA」を獲得しています。Zホールディングス株式会社によるMSCI ESG Research LLCまたはその関連会社（“MSCI”）のデータの使用、およびMSCIのロゴ、商標、サービスマークまたはインデックス名の使用は、MSCIによるZホールディングス株式会社の後援、承認、推薦、または宣伝を意味するものではありません。MSCIのサービスおよびデータはMSCIまたはその情報提供者の所有物であり、「現状のまま」提供され、保証はありません。MSCIの名称およびロゴは、MSCIの商標またはサービスマークです。

S&P Global - DJSI

世界で約320社が選定

「DJSI World」の構成銘柄に
2年連続で選定

主な評価

「Environmental Dimension」で
業界最高評価

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 Rating¹

2018年から毎年スコアが上昇

最上位ランクの
AAA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）

4つの重点課題

Privacy & Data Security

Human Capital Development

Carbon Emission

Governance

1. 2021年時点で、Zホールディングス(株)は、MSCI ESG 格付けの「AAA」を獲得しています。Zホールディングス株式会社によるMSCI ESG Research LLCまたはその関連会社（“MSCI”）のデータの使用、およびMSCIのロゴ、商標、サービスマークまたはインデックス名の使用は、MSCIによるZホールディングス株式会社の後援、承認、推薦、または宣伝を意味するものではありません。MSCIのサービスおよびデータはMSCIまたはその情報提供者の所有物であり、「現状のまま」提供され、保証はありません。MSCIの名称およびロゴは、MSCIの商標またはサービスマークです。

投資判断に有用な財務・非財務情報を随時更新



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