

Zホールディングス株式会社 決算説明会

2022年度 第3四半期 補足資料

2023年2月2日

Z HOLDINGS

2022年度第3四半期 連結業績

- 第3四半期よりPayPay連結化。厳しいマクロ環境が続く中、**四半期として過去最高の売上収益を達成**
- コスト最適化と選択と集中を進めるも、市況変化とPayPay連結化影響で調整後EBITDAは減益**

セグメント	項目	FY2021 Q3	FY2022 Q3	YoY
全社	売上収益	4,091 億円	4,536 億円	+10.9 %
	調整後EBITDA	979 億円	935 億円	▲4.5 %
	調整後EPS	1.98 円	0.09 円	▲95.3 %
メディア	広告売上収益 (LINE) ¹	510 億円	510 億円	▲0.0 %
	広告売上収益 (ヤフー) ²	1,024 億円	1,005 億円	▲1.9 %
	調整後EBITDA ¹	713 億円	697 億円	▲2.3 %
コマース	eコマース取扱高 ³	10,513 億円	11,182 億円	+6.4 %
	調整後EBITDA ¹	395 億円	423 億円	+7.2 %
戦略	Fintech 売上収益 ¹	260 億円	648 億円	+148.6 %
	調整後EBITDA ¹	▲61 億円	▲83 億円	-
その他・調整額	調整後EBITDA ¹	▲68 億円	▲101 億円	-

1. FY22Q1より、戦略事業に区分されていたヤフー（株）の金融サービスをメディア事業に移管。また、LINE（株）において、調整額に区分されていたサービスを各セグメントに移管したことに伴い、FY21Q1より遡及修正

2. 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、コマース事業に計上

3. 国内物販系取扱高 + 国内サービス系取扱高 + 国内デジタル系取扱高 + 海外EC取扱高。FY21Q3実績値は、海外EC取扱高を含めた数値に遡及修正。海外EC取扱高の定義は補足資料P.27参照

(億円)		FY2022 Q3	前年同四半期差	YoY	主な増減要因 ¹	
売上収益		4,536	+445	+10.9 %	<ul style="list-style-type: none"> PayPay +333 LINE +79 	<ul style="list-style-type: none"> ZOZO +51 アスクルグループ +48
売上原価		1,321	+57	+4.6 %	<ul style="list-style-type: none"> LINE +45 アスクルグループ +43 	<ul style="list-style-type: none"> イーブックイニシアティブジャパン -44
販売費及び一般管理費		2,824	+607	+27.4 %	<ul style="list-style-type: none"> PayPay +369 LINE +126 	<ul style="list-style-type: none"> 一休 +38
以下主な内訳	人件費	692	+125	+22.1 %	<ul style="list-style-type: none"> LINE +58 ヤフー +14 	
	販売促進費	406	+74	+22.5 %	<ul style="list-style-type: none"> LINE -23 ヤフー -40 	
	減価償却費及び償却費	376	+45	+13.6 %	<ul style="list-style-type: none"> ヤフー +13 LINE +11 	
	業務委託費	360	+83	+30.1 %	<ul style="list-style-type: none"> LINE +25 PayPayカード +10 	
その他収益及び費用		1,517	+1,517	N/A	<ul style="list-style-type: none"> PayPay連結化による企業結合に伴う再測定益 +1,473 	
営業利益		1,907	+1,297	+212.5 %		

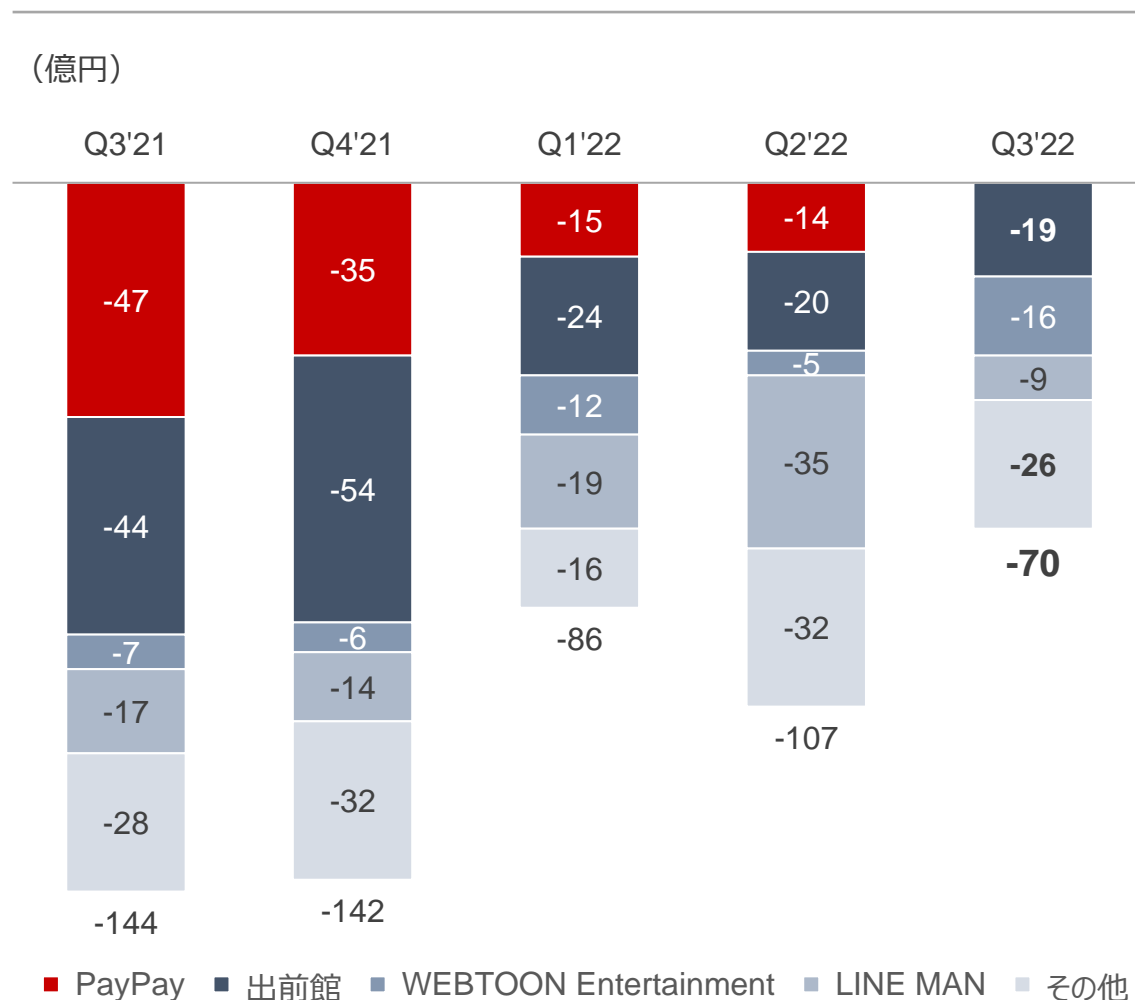
1. 主な増減要因は、連結修正仕訳後の数値

(億円)	FY2022 Q3	前年同四半期差	YoY	主な増減要因
営業利益	1,907	+1,297	+212.5 %	
その他の営業外収益	8	-37	-82.1 %	
その他の営業外費用	116	+89	+339.9 %	
持分法による投資損益	-70	+74	N/A	<ul style="list-style-type: none"> • PayPay +47 • LINE連結 +31 (出前館 +25)
持分法による投資の減損損失	313	+129	+70.3 %	<ul style="list-style-type: none"> • 出前館 +129
税引前四半期利益	1,416	+1,114	+369.6 %	
法人所得税	-16	-140	-113.6 %	
四半期利益	1,432	+1,255	+705.9 %	
非支配持分	34	-17	-33.5 %	
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,398	+1,272	+1,010.2 %	

- 事業のマネタイズの進捗やコスト最適化などにより、**持分法投資損益は改善傾向**

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	32.3%	・ 電子マンガサービスの運営
コマース			
出前館	日本	38.4%	・ 宅配・デリバリー専門サイトの運営
LINE MAN	タイ	43.3%	・ 宅配・郵便・タクシー配車サービス等の展開
決済・金融			
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



1. 2022年12月末時点

- 持分法適用関連会社の多くが**2023年度からマネタイズフェーズへ**
- LINE海外・金融事業も、**2023年度から2025年度を目途に黒字化を目指す**



(22年10月連結子会社化)

(台湾)

(タイ)

(インドネシア)

市場シェア	<ul style="list-style-type: none"> • QR・バーコード決済¹: 67% 	<ul style="list-style-type: none"> • アプリダウンロード数²: 1位 	<ul style="list-style-type: none"> • 縦読みマンガ(世界)³: 1位 	-	-	-	-
-------	--	---	---	---	---	---	---

KPI	<ul style="list-style-type: none"> • FY21取扱高: 5.4兆円 (YoY+67%) 	<ul style="list-style-type: none"> • FY22取扱高: 2,201億円 (YoY+35%) 	<ul style="list-style-type: none"> • 月間利用者数³: 8,200万人 • 累計ダウンロード数³: 2億超 	<ul style="list-style-type: none"> • 2021年取扱高: YoY 3.6倍 	<ul style="list-style-type: none"> • ユーザー数⁴: 139万 	<ul style="list-style-type: none"> • ユーザー数⁴: 525万 • ローン残高⁴: 約703億円 	<ul style="list-style-type: none"> • ユーザー数⁴: 51万
-----	---	---	---	---	--	--	---

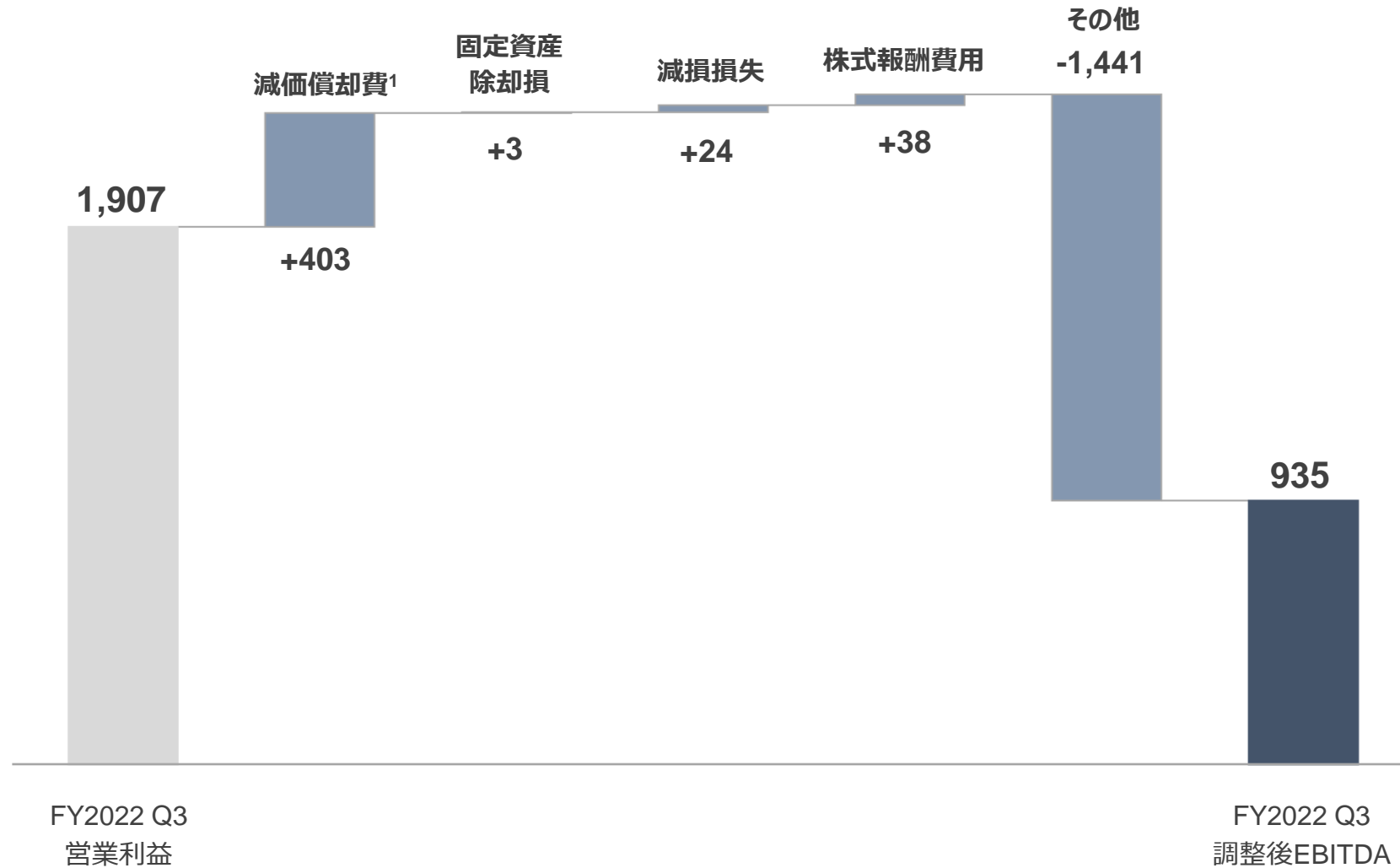
1. 2022年6月5日 一般社団法人キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」。2021年の国内QR・バーコード決済市場の店舗利用総額（7.3兆円）とPayPay取扱高（4.9兆円）をもとに算出

2. data.ai調べ。2021年9月～2022年8月累計「フード&ドリンク」および「フードデリバリー／テイクアウト」カテゴリにおけるアプリダウンロード数（iOSおよびGoogle Play合計）

3. WEBTOON Worldwide Service（全世界に向け10カ国語でサービス展開する、電子コミックを中心としたプラットフォームの連合体）の数値。代表的なプラットフォームは、「LINEマンガ」、「WEBTOON」、「NAVER WEBTOON」、「LINE WEBTOON」

4. 2022年12月末時点

(億円)



調整後EBITDA²

営業利益 + 減価償却費及び償却費¹ ± 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

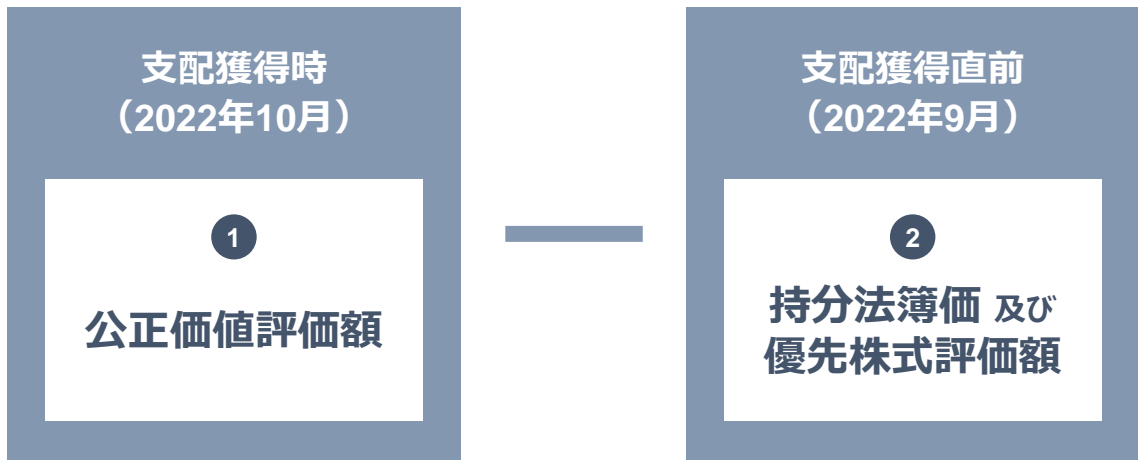
一部ファンドの保有株式の売却損益

1. 減価償却費及び償却費：減価償却費、使用权資産減価償却費、一部の賃借料

2. FY22Q3より定義を変更。減価償却費及び償却費に一部の賃借料を、EBITDA調整項目に一部ファンドの保有株式の売却損益を追加。FY22Q1、Q2の当該収益・費用をFY22Q3に一括で調整

- 企業結合に伴う再測定益として1,473億円をFY2022Q3決算で計上（調整後EBITDAの調整項目）

企業結合に伴う再測定益計上のメカニズム



**企業結合に伴う再測定益
約1,473 億円**

PPA計上額

項目	金額	年間償却額	償却期間（定額法）
取得原価配分 (PPA)	513 億円	51 億円	-

顧客関係 (加盟店等)	513 億円	51 億円	10年
-------------	--------	-------	-----

LINE

項目	金額	年間償却額	償却期間 (定額法)
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

ZOZO

項目	金額	年間償却額	償却期間 (定額法)
取得原価配分 (PPA) 1	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 ²	1,787 億円	-	非償却
その他	14 億円	-	4年

PayPay

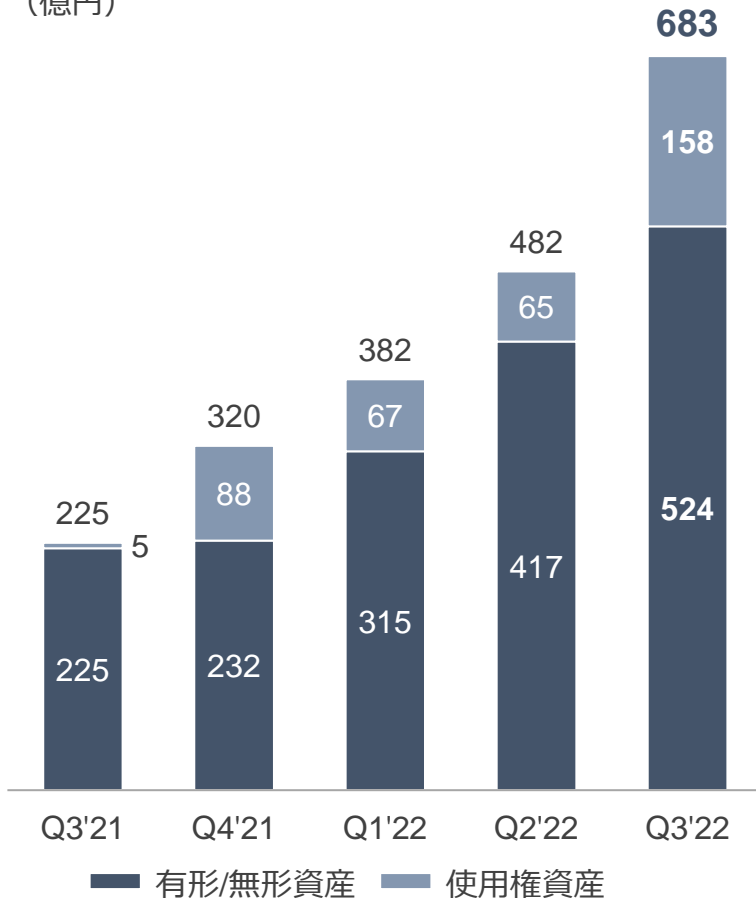
項目	金額	年間償却額	償却期間 (定額法)
取得原価配分 (PPA) 1	513 億円	51 億円	-
顧客関係 (加盟店等)	513 億円	51 億円	10年

1. 確定値
2. 耐用年数を確定できない無形資産

(億円)	FY2022 Q2	FY2022 Q3	差額
資産	75,147	85,738	+10,591
現金・現金同等物	13,590	18,602	+5,012
営業債権・その他債権	3,429	6,533	+3,103
カード事業の貸付金	4,752	5,695	+943
銀行事業の有価証券	3,990	3,638	-352
有形固定資産	1,923	1,994	+70
無形資産	12,179	12,740	+560
負債	44,444	52,569	+8,124
営業債務・その他債務	5,216	13,496	+8,279
銀行事業の預金	14,839	14,735	-103
有利子負債	18,617	18,358	-258
資本	30,702	33,169	+2,466

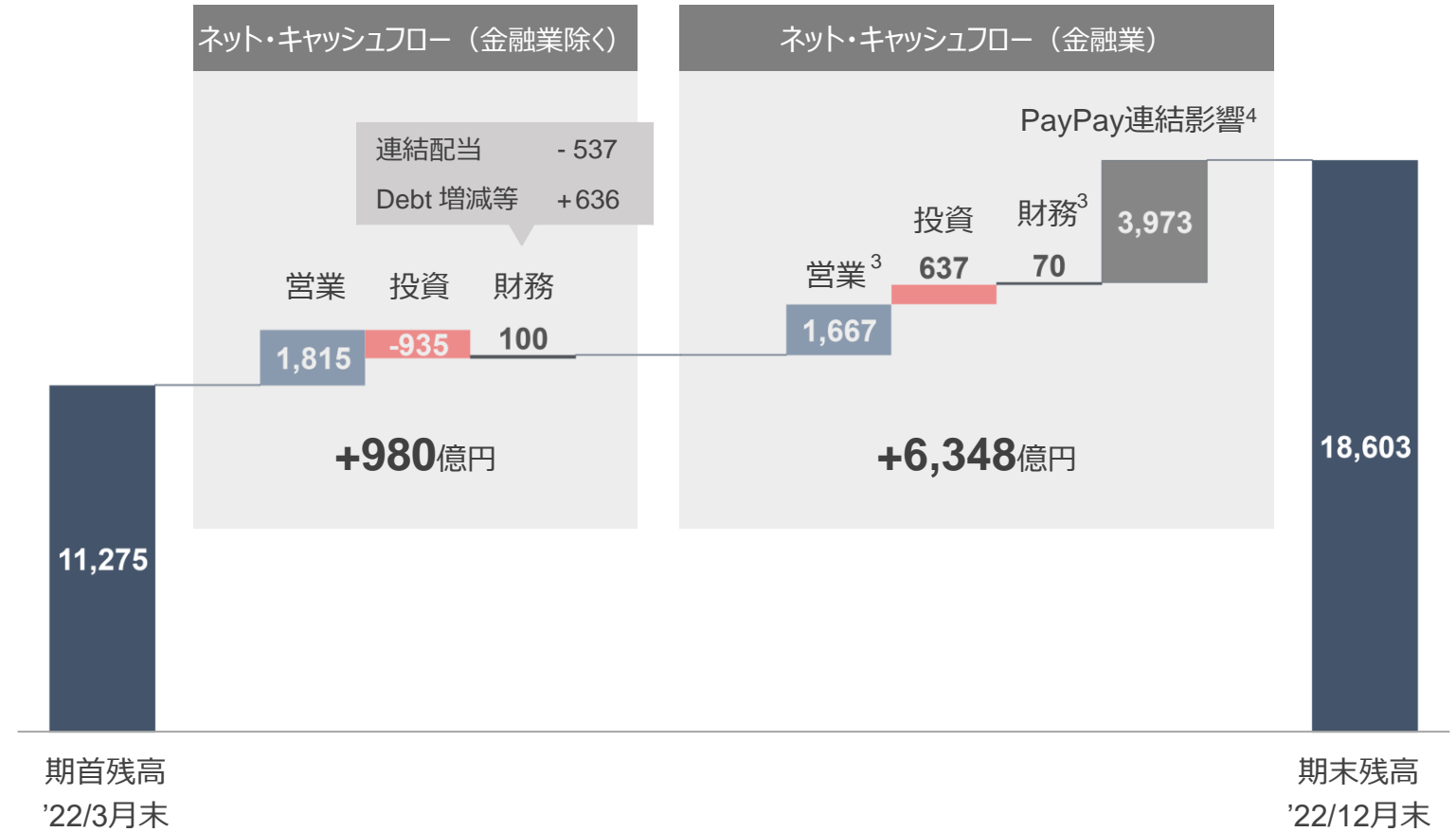
設備投資¹

(億円)



ネット・キャッシュフロー（金融業²除く・金融業）¹

(億円)

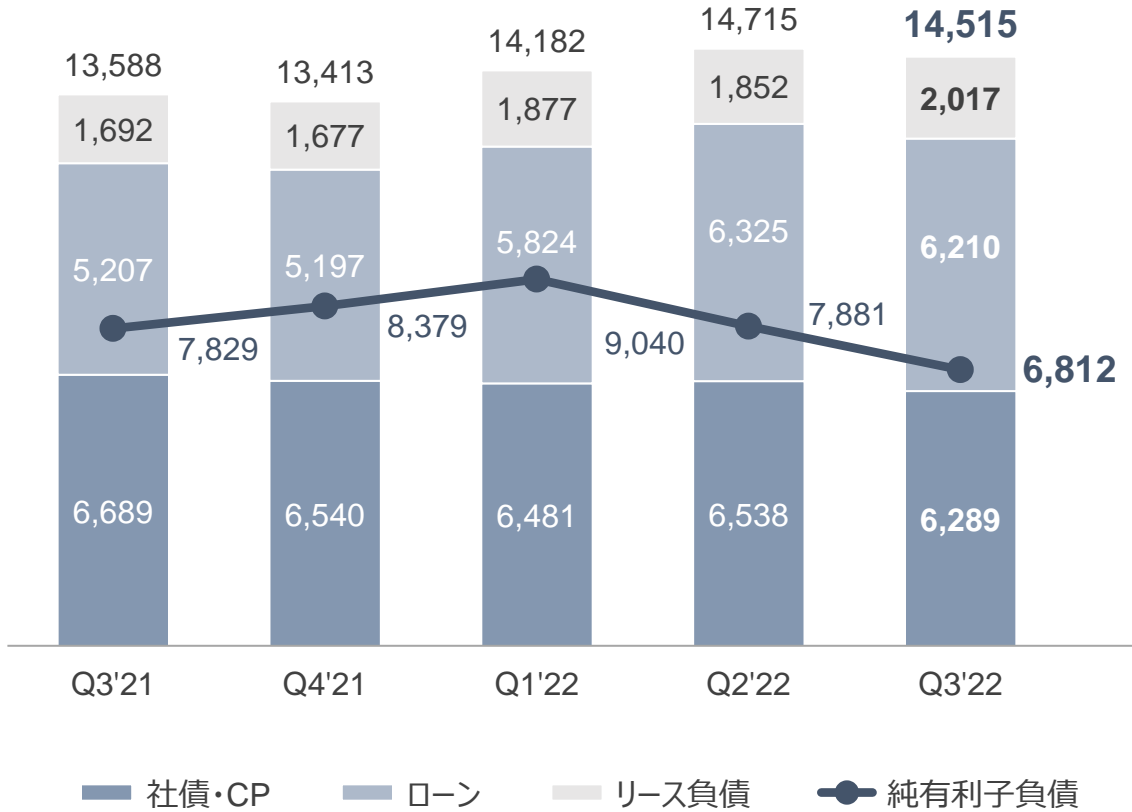


1. 値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入
2. 金融業には、PayPay（株）、PayPayカード（株）、PayPay銀行（株）の他、LINE（株）傘下の金融業の子会社も含む
3. カード債権流動化の調整(財務CFから営業CFへの振替)、およびグループ内取引調整を含む
4. 2022年9月末時点のPayPay（株）単体の現金・預金の取り込み額

有利子負債、純有利子負債¹

(金融業²除く)

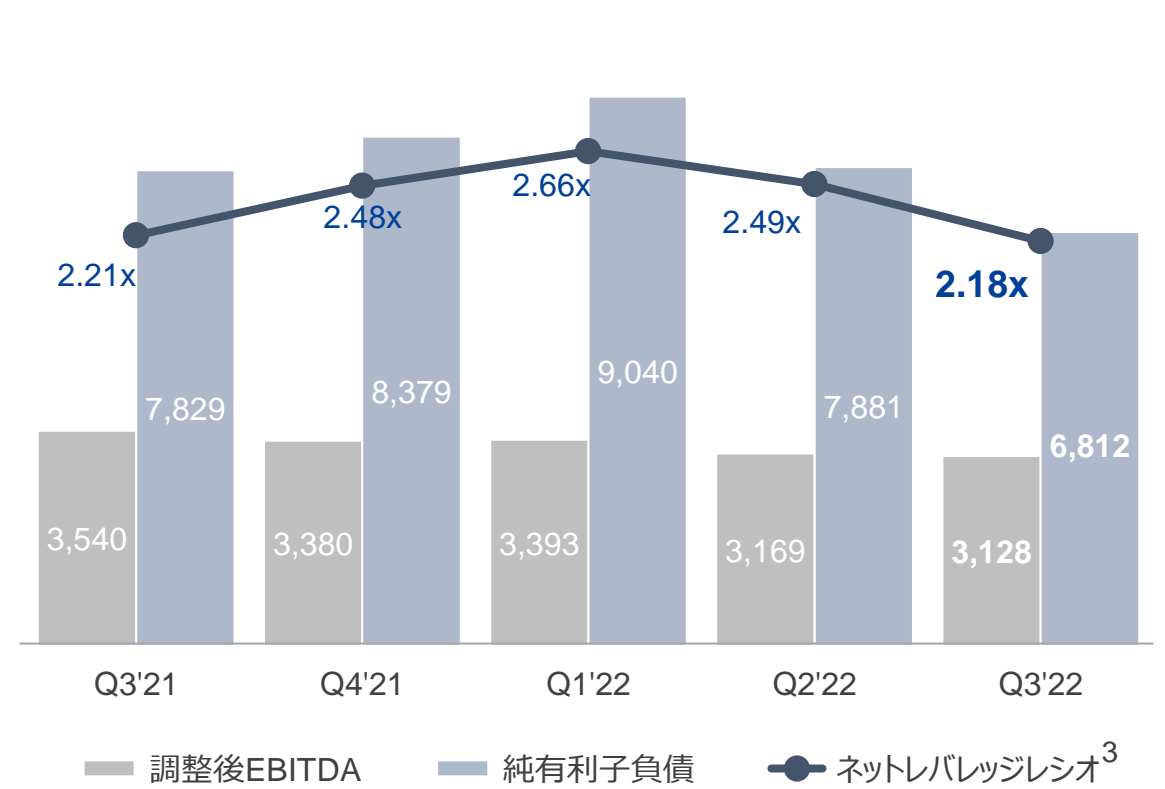
(億円)



ネットレバレッジレシオ³

(金融業²除く)

(億円)

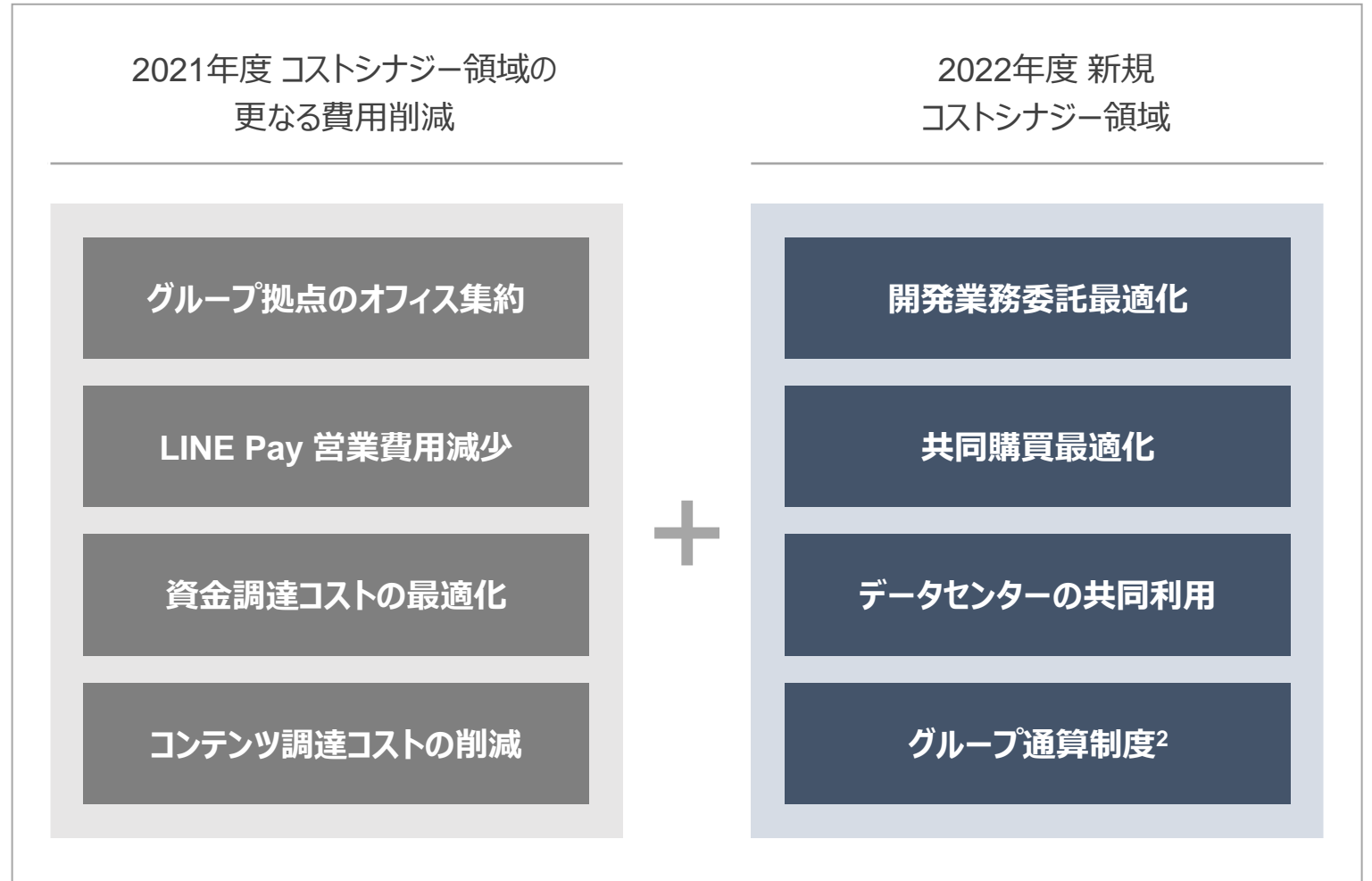
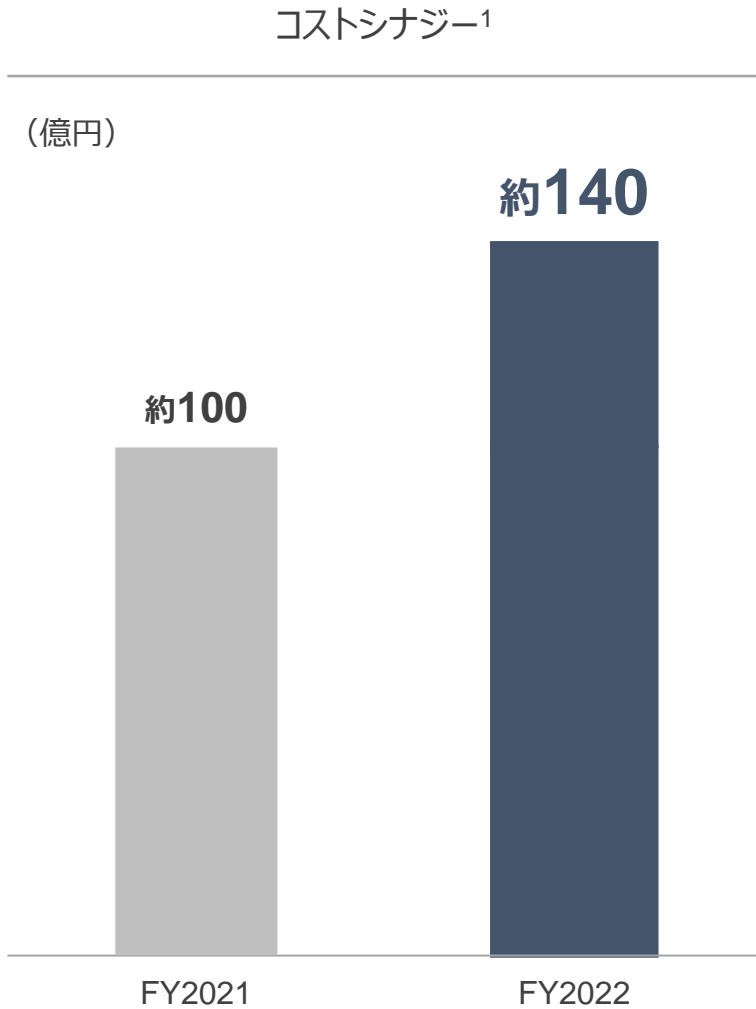


1. 純有利子負債 = 有利子負債 - 現金及び現金同等物。値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

2. 金融業には、PayPay(株)、PayPayカード(株)、PayPay銀行(株)の他、LINE(株)傘下の金融業の子会社も含む

3. ネットレバレッジレシオ = 純有利子負債 ÷ 調整後EBITDA (直近12か月間の数値を使用)。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

- 2022年度は、**開発業務委託・共同購買の最適化**などを通じ、**約140億円のコストシナジー¹**を追求

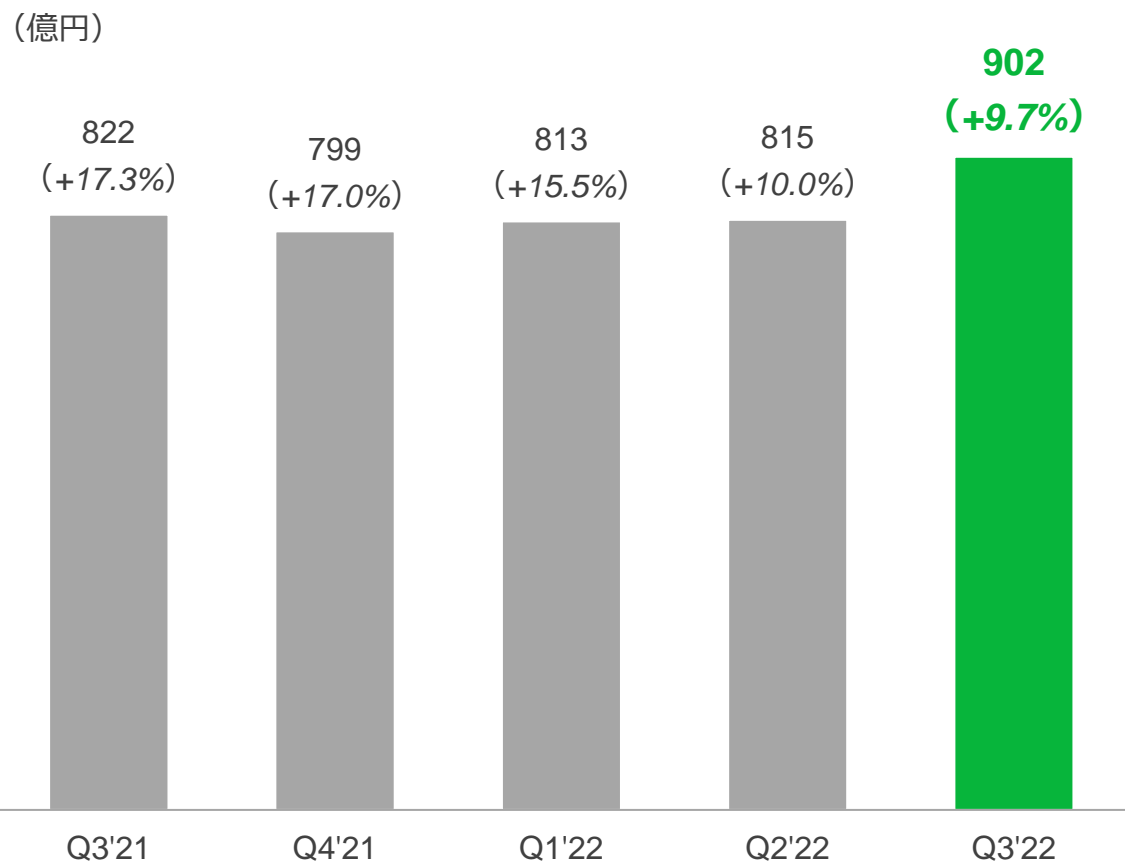


1. FY20との通期比較

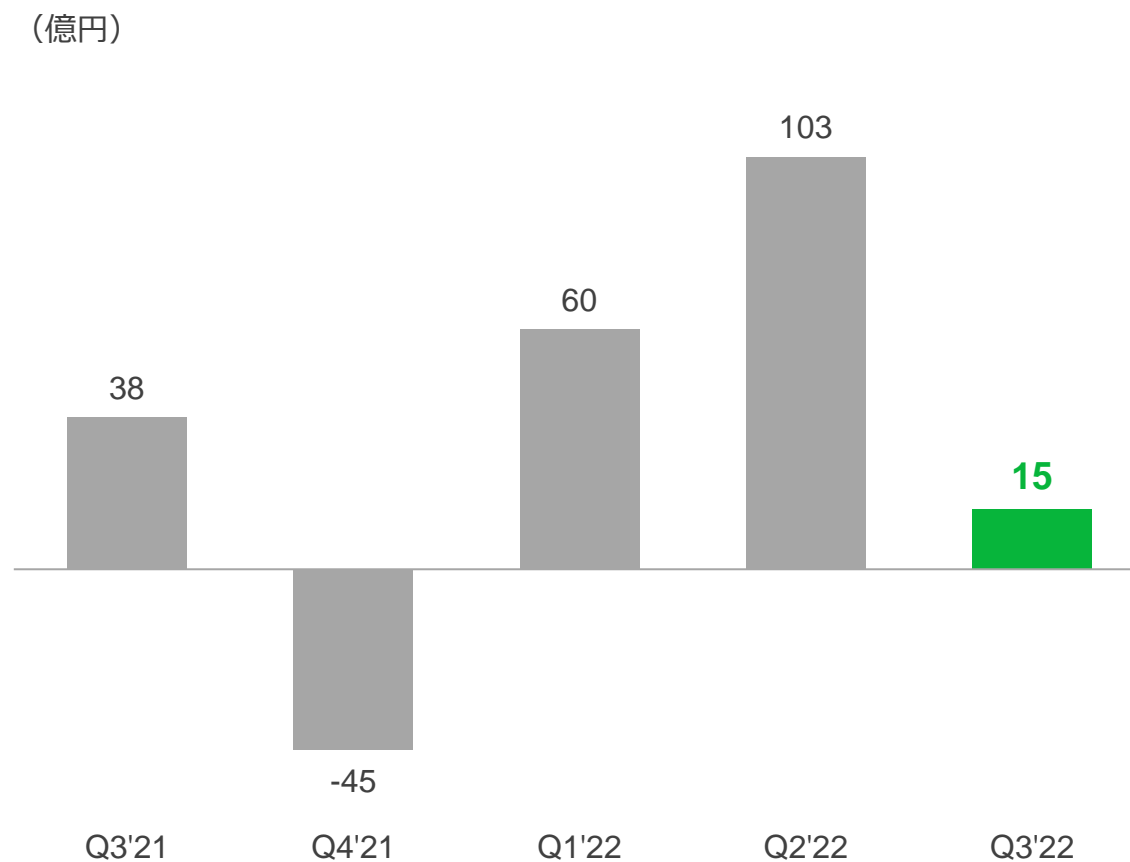
2. Zホールディングスグループ全体での損益計算による納付税額の減少

- 売上収益は、LINE MUSIC連結化影響等で増収。営業利益は、ディスプレイ広告の減収等が影響し減益

売上収益 (YoY)



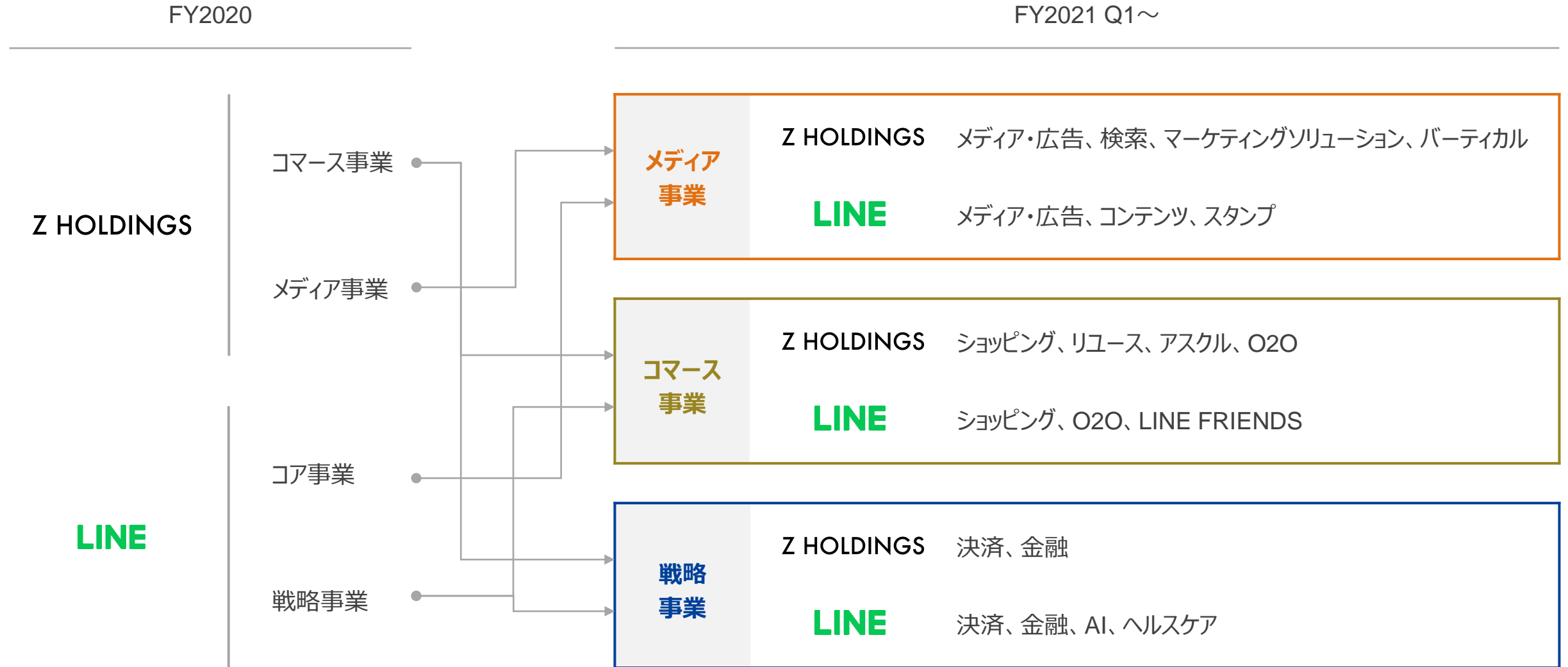
営業利益



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. FY22Q1より、Z Entertainment（株）との取引（外注費）を消去した数値に変更。過去数値は遡及修正していない

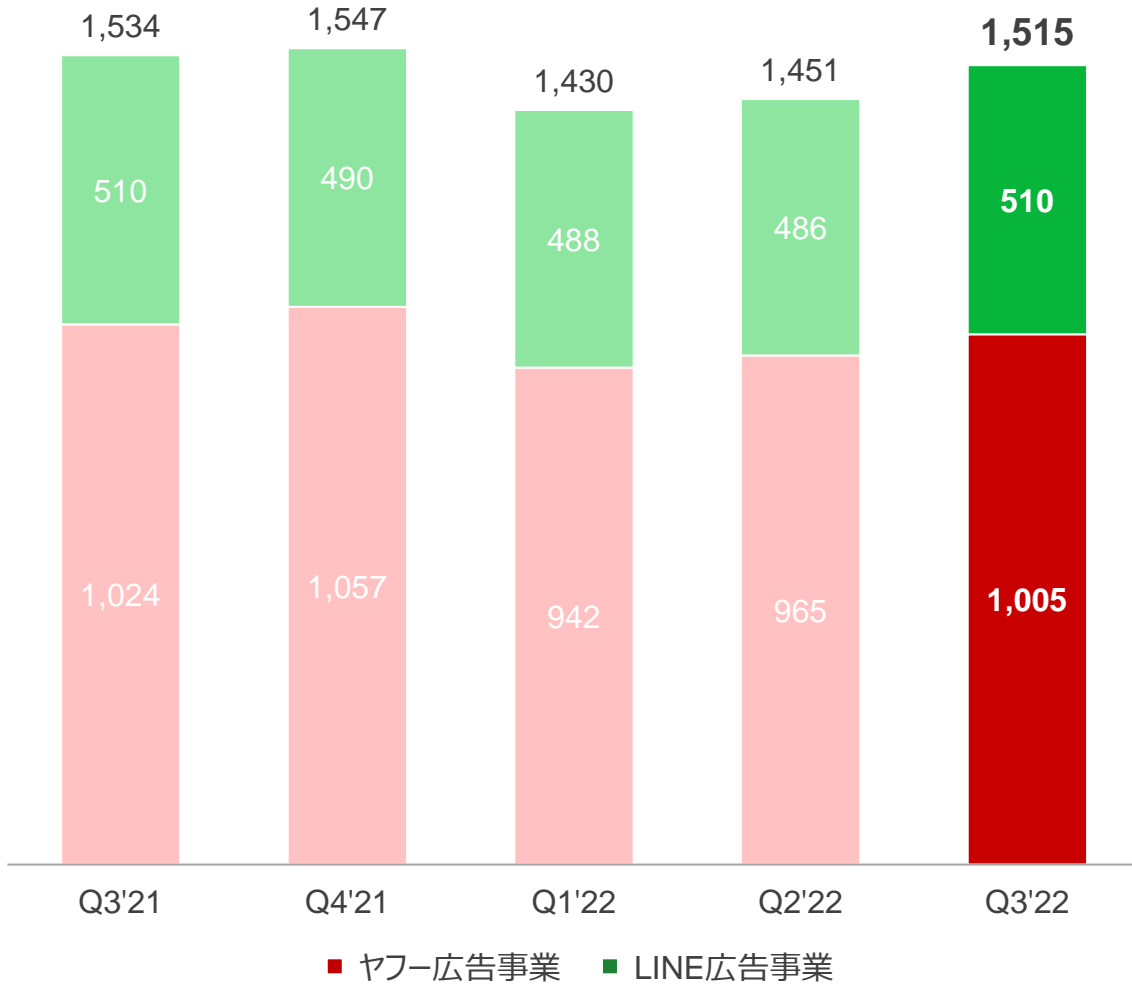
- 各事業の成長フェーズに合わせ、2021年度より「メディア」、「コマース」、「戦略」の3事業に区分



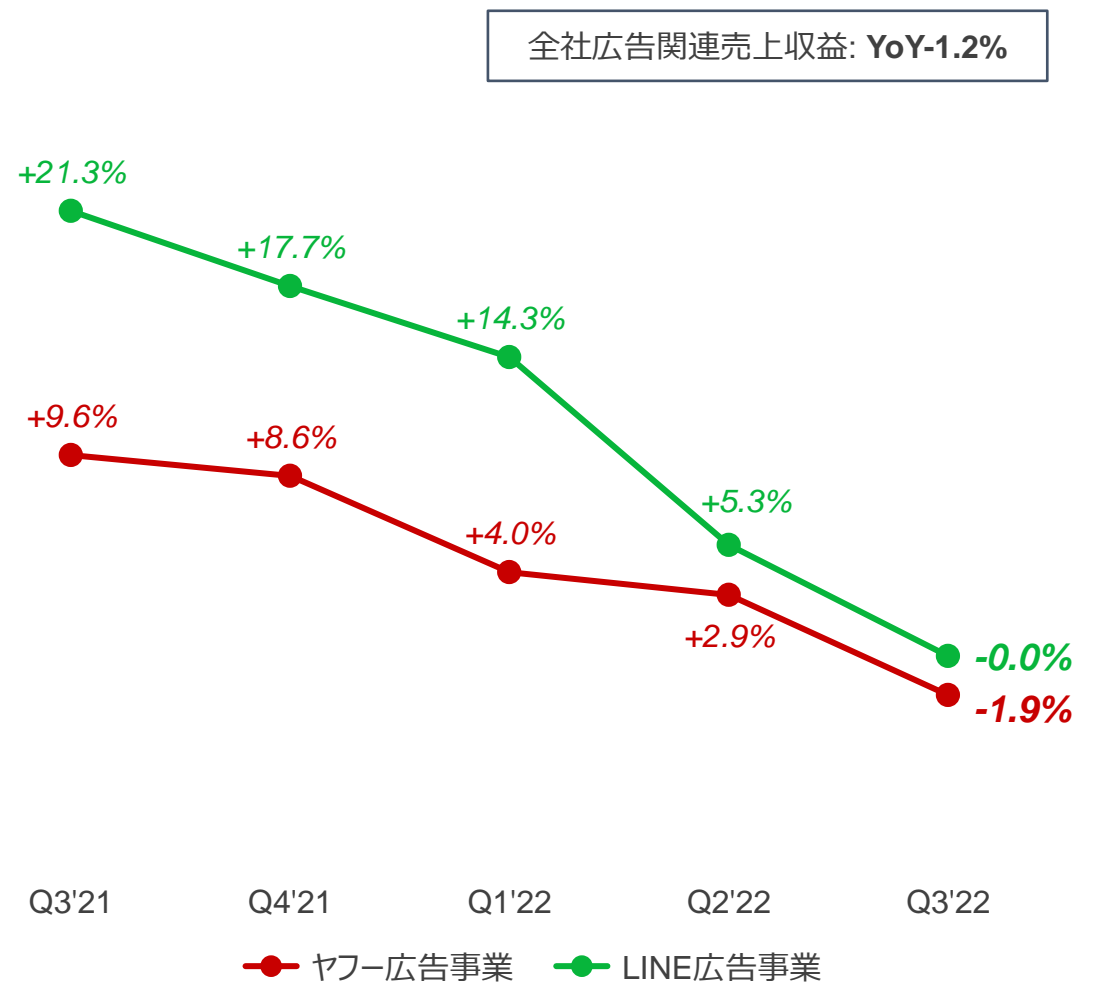
メディア事業

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. FY22Q1より、LINE（株）において、調整額に区分されていたサービスを各セグメントに移管したことに伴い、FY21Q1より、LINE広告事業の売上収益を遡及修正

(百万円)	FY2021 Q3 ¹	FY2022 Q3 ¹	YoY
売上収益	167,574	165,640	-1.2%
LINE 広告売上収益	51,047	51,042	-0.0%
ディスプレイ広告	29,360	26,660	-9.2%
アカウント広告	20,139	22,898	+13.7%
その他LINE広告	1,547	1,482	-4.2%
ヤフー広告売上収益	86,283	85,660	-0.7%
検索広告	47,904	48,786	+1.8%
ディスプレイ広告（運用型） ²	32,045	32,297	+0.8%
ディスプレイ広告（予約型） ²	6,334	4,575	-27.8%
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）	30,243	28,938	-4.3%
売上原価	35,790	35,330	-1.3%
販管費	65,846	70,664	+7.3%
販売促進費・広告宣伝費	8,392	6,777	-19.2%
その他販管費	57,454	63,886	+11.2%
その他収益及び費用	-	4,392	N/A
調整後EBITDA / マージン³	71,347 (42.6%)	69,739 (42.1%)	-2.3%
LINE 調整後EBITDA / マージン³	29,014 (41.8%)	28,048 (37.7%)	-3.3%
ヤフー 調整後EBITDA / マージン³	42,332 (43.1%)	41,691 (45.7%)	-1.5%

1. FY22Q1より、戦略事業に区分されていたヤフー（株）の金融サービスをメディア事業に移管。また、LINE（株）において、調整額に区分されていたサービスを各セグメントに移管したことに伴い、FY21Q1より遡及修正

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. 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
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	「LINEバイト」、その他
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
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
ヤフー	「ebookjapan」、不動産関連、「Yahoo!ココ」、その他

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

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」	「Yahoo!ショッピング」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」	「Yahoo!ショッピング」出店ストア

コマース事業

- 本格展開にあたり「Yahoo!マート by ASKUL」に名称変更。店舗数は22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確立予定

項目	進捗	今後の取組み
対象エリア (配達拠点)	22店舗 ¹ 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 	▶ ローカル・デジタル双方からの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3,300種類（大型店） <ul style="list-style-type: none"> • 精肉・鮮魚取り扱い開始 	▶ アスクルの商品調達力を活用したブランド・品揃え、ユニーク商材の拡大



(百万円)	FY2021 Q3 ¹	FY2022 Q3 ¹	YoY
売上収益	213,706	222,659	+4.2%
物販EC	174,266	180,748	+3.7%
ショッピング事業	87,380	87,683	+0.3%
リユース事業	15,130	15,427	+2.0%
アスクル BtoB事業（インターネット経由）	71,755	77,638	+8.2%
サービスEC	5,526	7,113	+28.7%
その他	33,913	34,797	+2.6%
売上原価	88,882	94,162	+5.9%
販管費	98,403	103,934	+5.6%
販売促進費・広告宣伝費	31,036	29,439	-5.1%
その他販管費	67,366	74,495	+10.6%
その他収益及び費用	-	-	N/A
調整後EBITDA / マージン	39,524 (18.5%)	42,351 (19.0%)	+7.2%

1. FY22Q1より、LINE（株）において、調整額に区分されていたサービスを各セグメントに移管したことに伴い、FY21Q1より遡及修正

	既存EC	クイックコマース			ソーシャルコマース	
	 (2022年10月リニューアル)	ZOZOTOWN	LOHACO		LINE GIFT	
形態・種別	モール型 (商品数：約6億)	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3,300)	モール型 (商品数：約17万)	ECストア作成 (店舗数：非開示)
特徴・差別化要素	<ul style="list-style-type: none"> 整理されたシンプルなデザイン カテゴリごとに商品を探しやすいUI/UX 優良ストアの訴求と配送強化 	<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
フォーカス領域・ポイント	<ul style="list-style-type: none"> UIの改善 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
テイクレート	<ul style="list-style-type: none"> 販売促進支援策における手数料（取扱高の3%） ショッピング内での販促活動（広告出稿等） ユーザー向けキャンペーン参加費用 	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%
市場規模	13.3兆円 ² (BtoC EC市場 物販系分野)	7.6兆円 ³ (2021年アパレル小売市場)	13.3兆円 ² (BtoC EC市場 物販系分野)	2.6兆円 ⁴ (2022年度食品宅配市場予測)	10.5兆円 ⁵ (2022年ギフト市場予測)	4兆円 ⁶ (自社EC市場)

1. 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

2. 経済産業省「電子商取引に関する市場調査 2021年国内BtoC-EC市場規模」

3.~5. 矢野経済研究所 3:「国内アパレル市場に関する調査（2022年）2022年11月4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（2022年）2023年1月20日発表」

6. 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」、「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」、「LIVEBUY」、海外EC ¹
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」、「SOLOELARENA」等
サービスEC	「Yahoo!トラベル」、「一休トラベル」、「LINEトラベル（台湾）」、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

1. 海外ECの定義は補足資料P27参照

項目	主なサービス・商品
eコマース取扱高	-
国内物販系取扱高	-
ショッピング事業	「Yahoo!ショッピング」、「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」、「LIVEBUY」
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」、「SOLOELARENA」等
国内サービス系取扱高	「一休.com」、「Yahoo!トラベル」、「Yahoo!ココ ¹ 」、「出前館」、「LINE PLACE」
国内デジタル系取扱高	「ebookjapan」、「LINEマンガ」、「LINE MUSIC」、「LINEスタンプ」、「LINE GAME」、「LINE LIVE」、「LINE 占い」、「LINE NFT ² 」、その他有料デジタルコンテンツ
海外EC取扱高	「LINE SHOPPING（台湾・タイ）」、「GIFTSHOP」、「EZ STORE」、「QUICK EC」、「MyShop」、「LINE FRIENDS」、「LINEトラベル（台湾）」、「LINE MAN」、「LINEスタンプ ¹ 」、「LINE GAME ¹ 」、「DOSI ³ 」

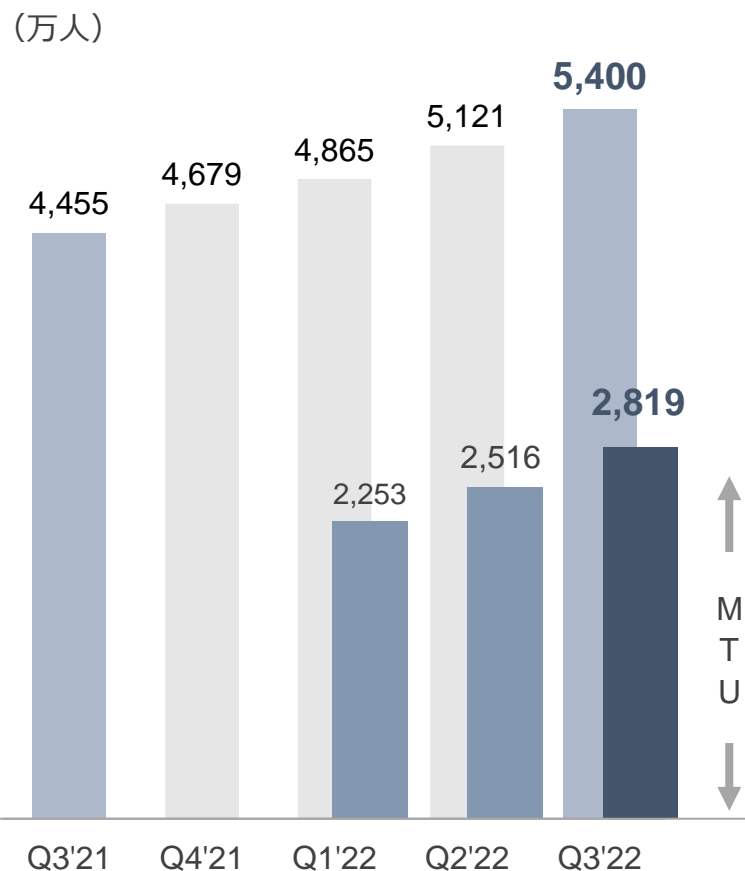
1. 当該サービスの収益は、メディア事業セグメントに計上

2. 当該サービスの収益は、戦略事業セグメントに計上

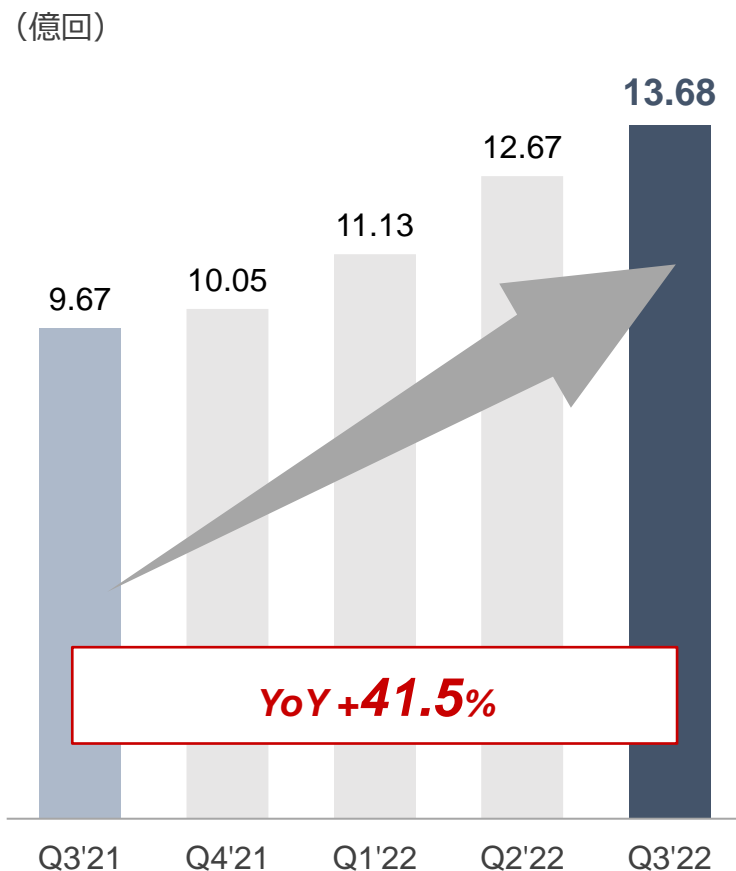
3. グローバルNFTプラットフォーム。当該サービスの収益は、戦略事業セグメントに計上

戰略事業

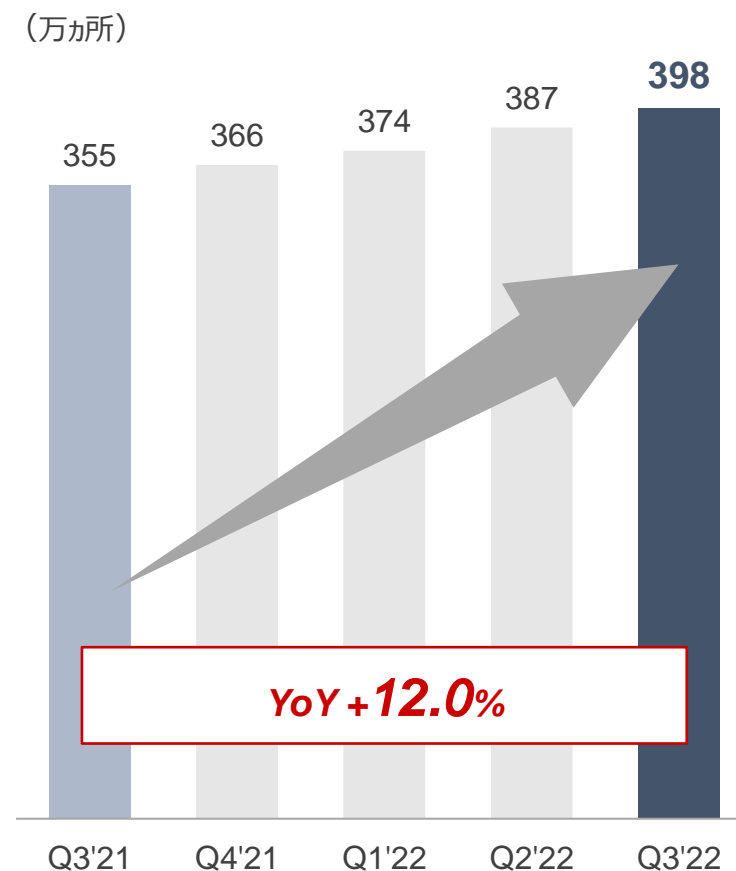
登録ユーザー数¹・MTU²



決済回数³



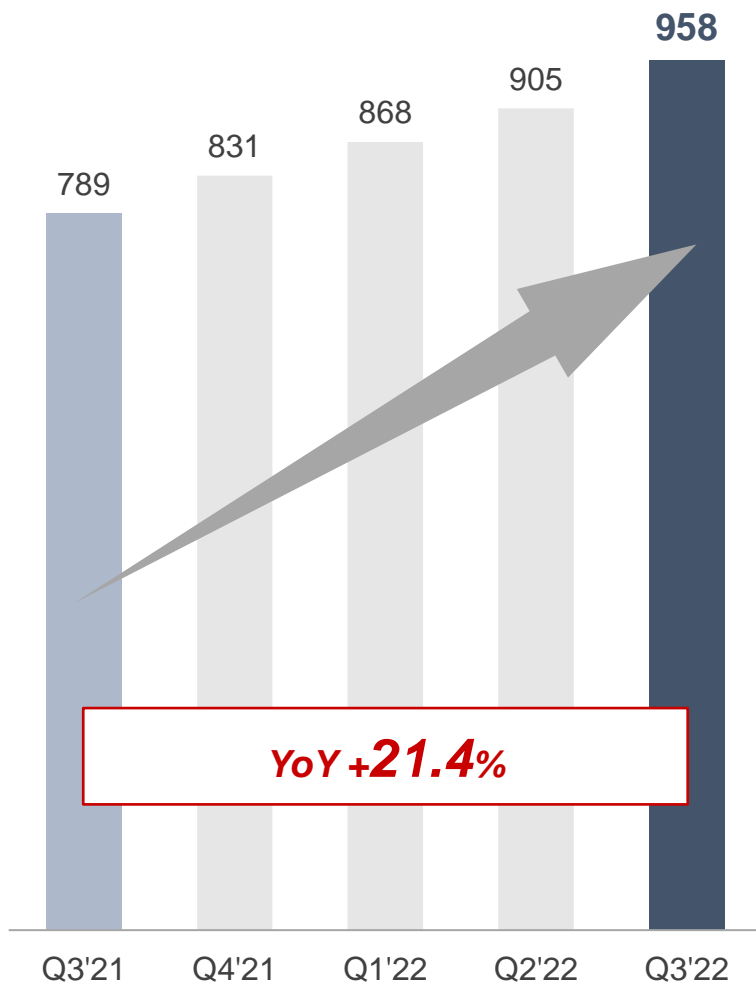
加盟店数⁴



1. 各四半期末月時点のPayPayのアカウント登録済みユーザー数
2. MTU (Monthly Transaction Users) : 1か月に1回以上、決済を行ったユニークユーザー数。ユーザー間での「PayPay残高」の「送る・受け取る」機能の利用は含まず。「Alipay」、「LINE Pay」等経由の決済を含む。各四半期末の実績値
3. ユーザー間での「PayPay残高」の「送る・受け取る」機能の利用は含まず。FY21Q4以降、「Alipay」、「LINE Pay」等経由の決済を含む。また、2022年2月より提供開始した「PayPayあと払い」による決済を含む
4. 店舗やタクシーなど、PayPayへの登録箇所数の累計

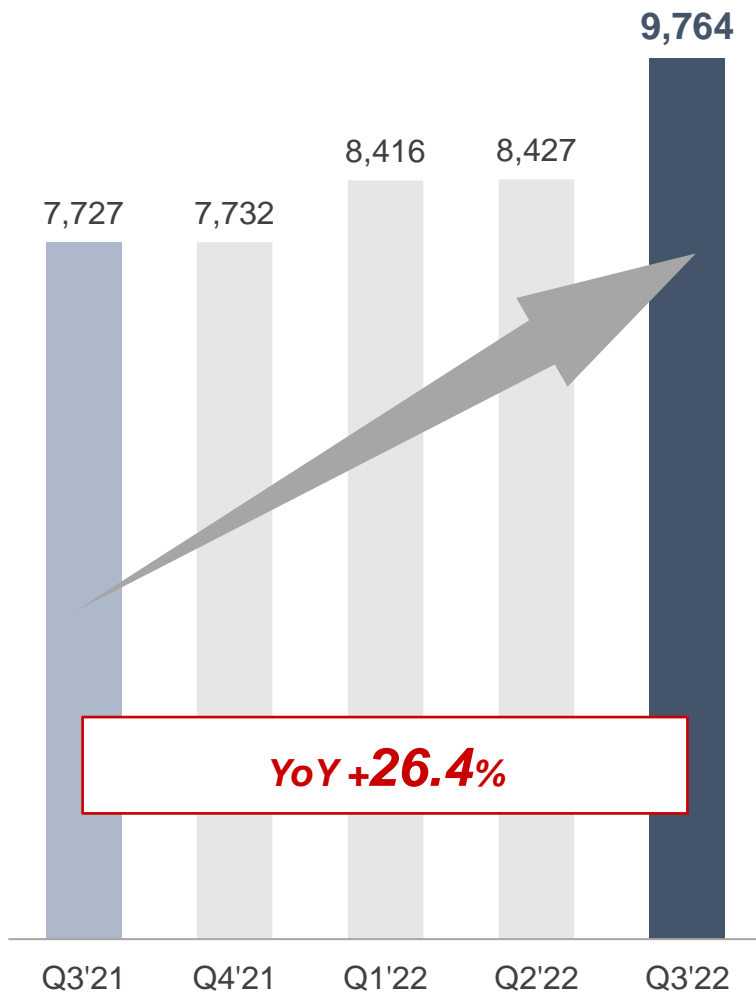
有効会員数¹

(万人)



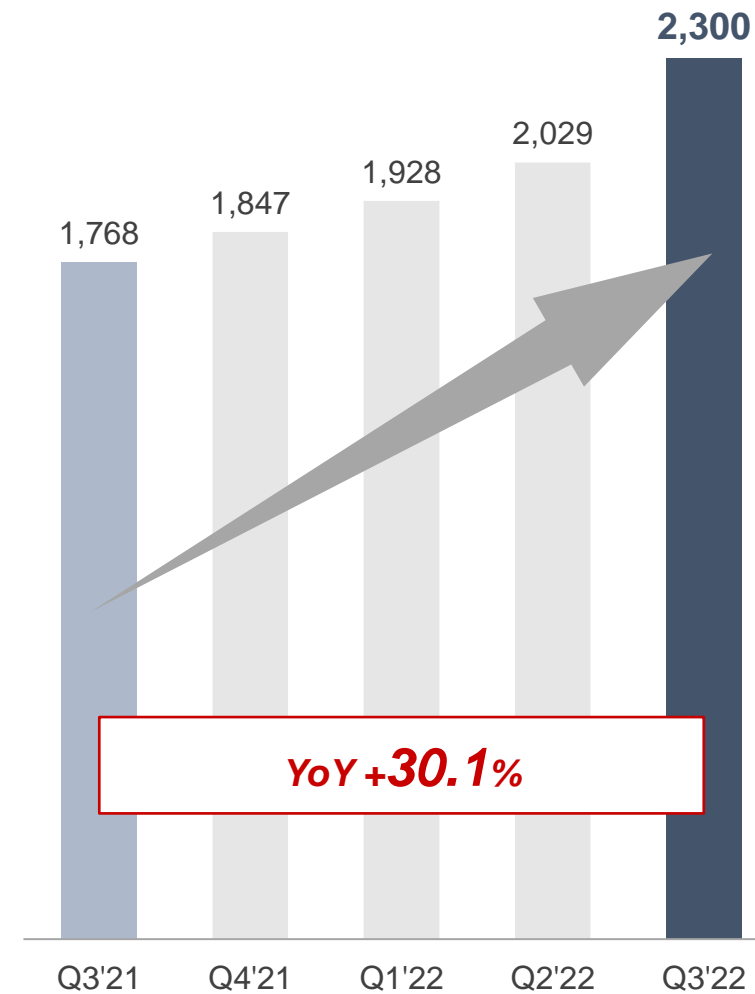
取扱高¹

(億円)



リボ残高¹

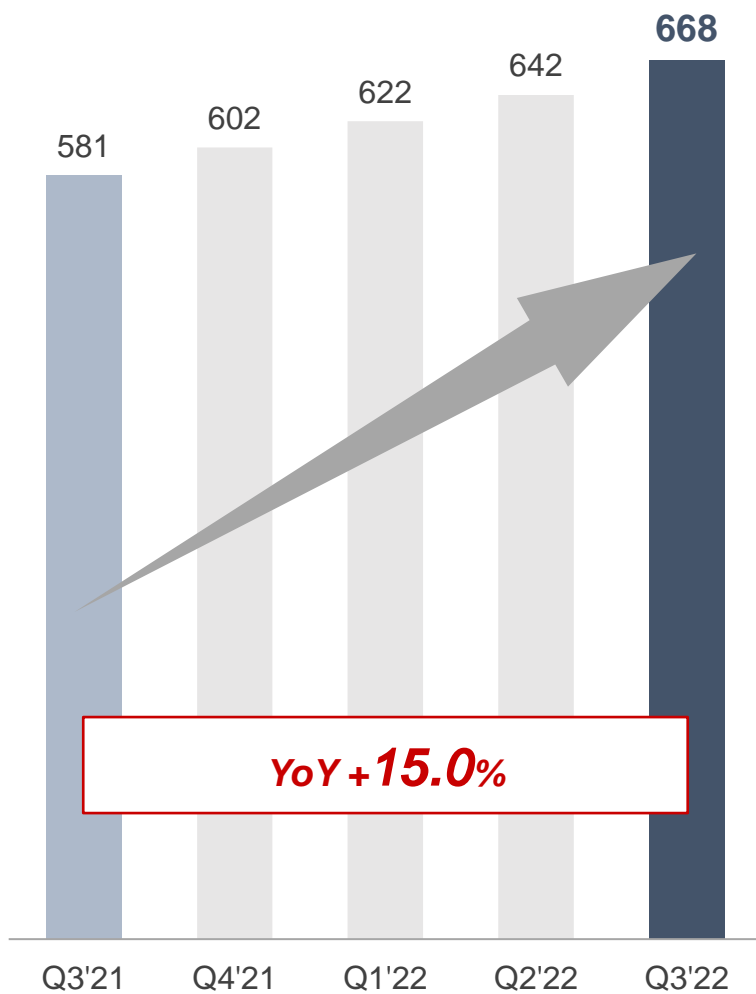
(億円)



1. 2022年2月より提供開始した「PayPayあと払い」を含む

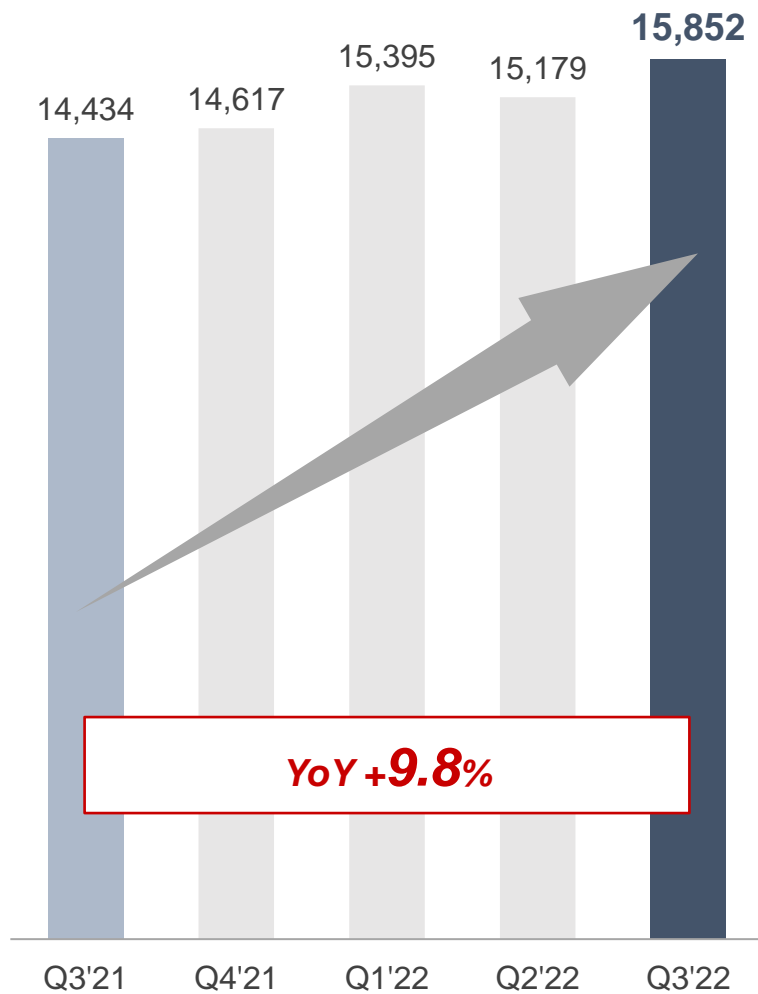
口座数

(万)



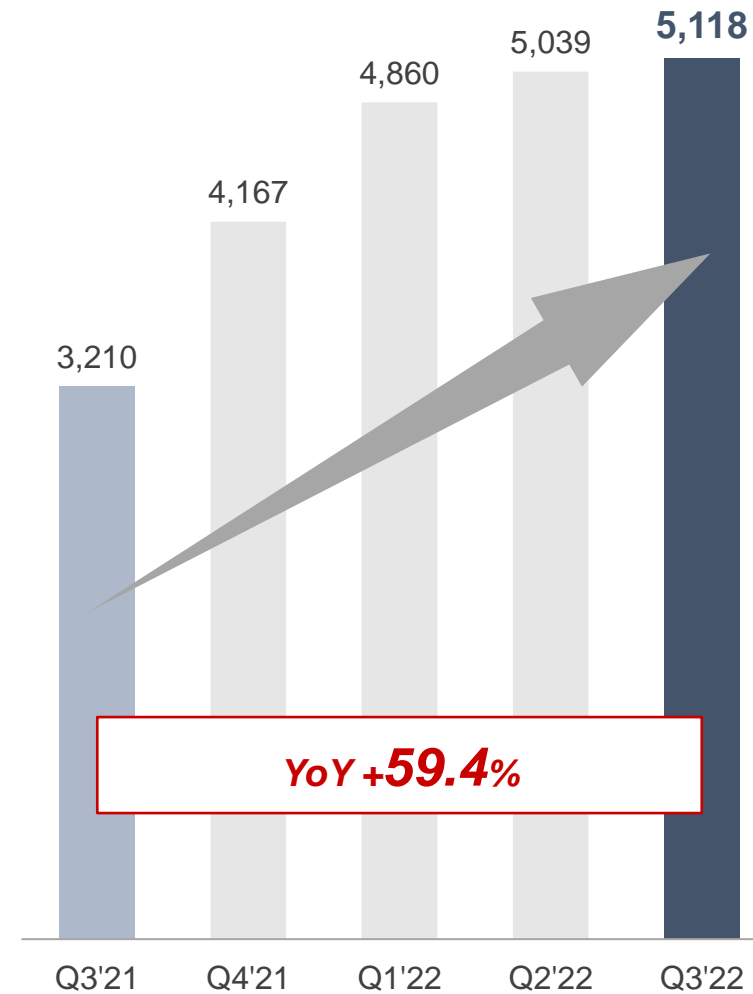
預金残高

(億円)



貸出金残高

(億円)



• 2022年10月より、PayPayを連結子会社化

	2018年5月 (設立当初)	2019年 5月末時点	2020年 3月末時点	2022年 3月末時点	2022年 9月末時点
普通 株式	ヤフー	50 %	25 %	25 %	25 %
	Zホールディングス	-	-	-	-
	ソフトバンク	50 %	25 %	25 %	25 %
	ソフトバンクグループ ²	-	50 %	50 %	50 %
	Paytm ³	-	-	-	-
	合計	100 %	100 %	100 %	100 %
優先 株式 ¹	ヤフー	-	-	50 %	41.5 %
	ソフトバンク	-	-	50 %	41.5 %
	ソフトバンクグループ ²	-	-	-	17.0 %
	合計	-	-	100 %	100 %

取引完了後の資本構成 ^{4,5} （2022年10月～）	
Bホールディングス⁶	54.8 %
ソフトバンク・ビジョン・ファンド ²	28.5 %
Zホールディングス	5.6 %
ソフトバンク	5.6 %
Paytm	5.5 %
合計	100 %

Z HOLDINGS 議決権比率 | **25.0%**

Z HOLDINGS 持分比率 | **33.0%**

(Bホールディングスを通じて保有する持分27.4%を含む)

1. 2022年4月以降、普通株式に転換可能（転換比率1:1）。PayPay連結化にあたり、2022年10月1日に優先株式の全てを普通株式に転換

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

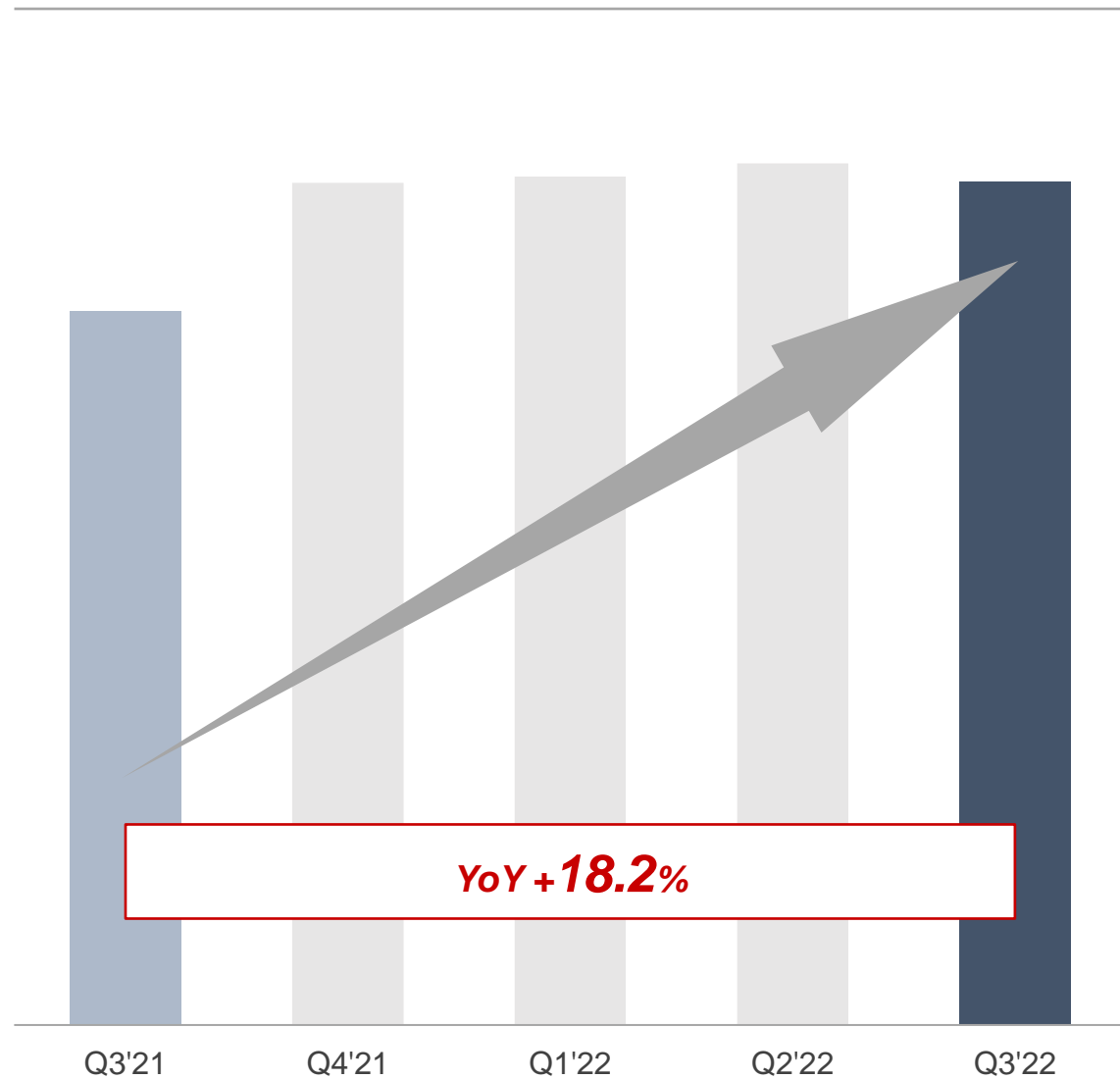
3. 2020年9月末にPaytmへ新株予約権を発行。同月末より権利行使可能

4. Paytmが保有する新株予約権行使後の数値

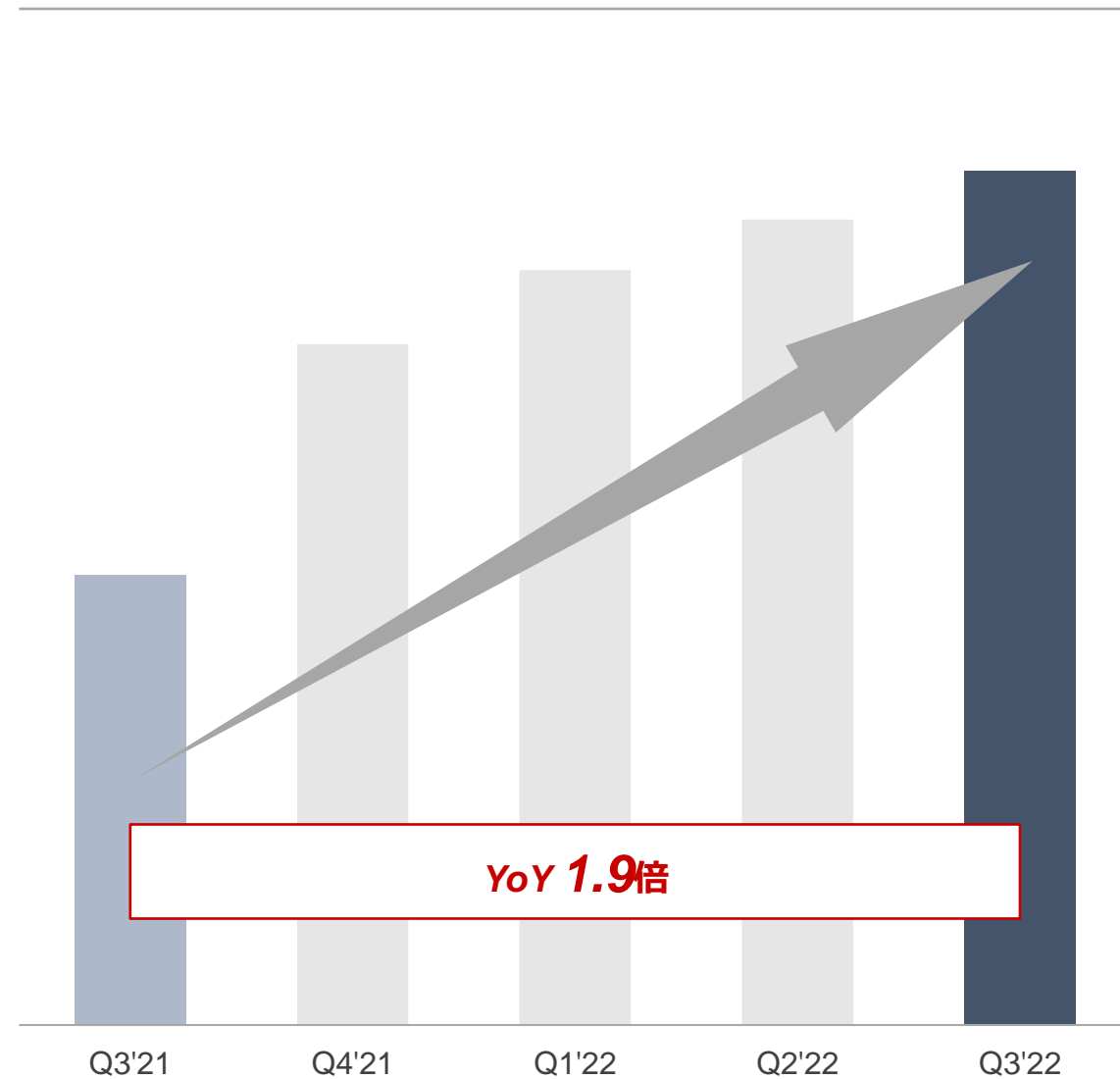
5. 適時開示URL：https://www.z-holdings.co.jp/ja/ir/news/auto_20220727505479/pdfFile.pdf / https://www.z-holdings.co.jp/ja/ir/news/auto_20221002539425/pdfFile.pdf

6. 2022年9月設立。ソフトバンク（株）の出資により、当社とソフトバンク（株）の中間持株会社

LINE BK (タイ) ローン残高

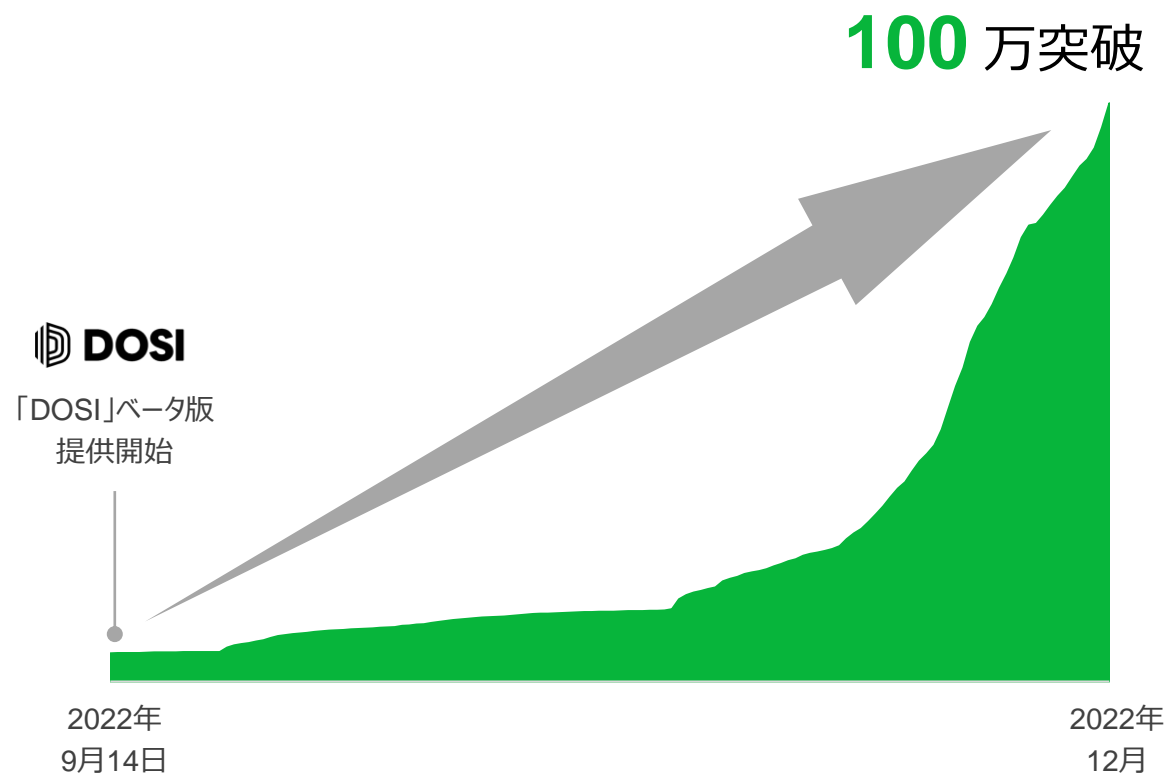


LINE Bank (台湾) ユーザー数

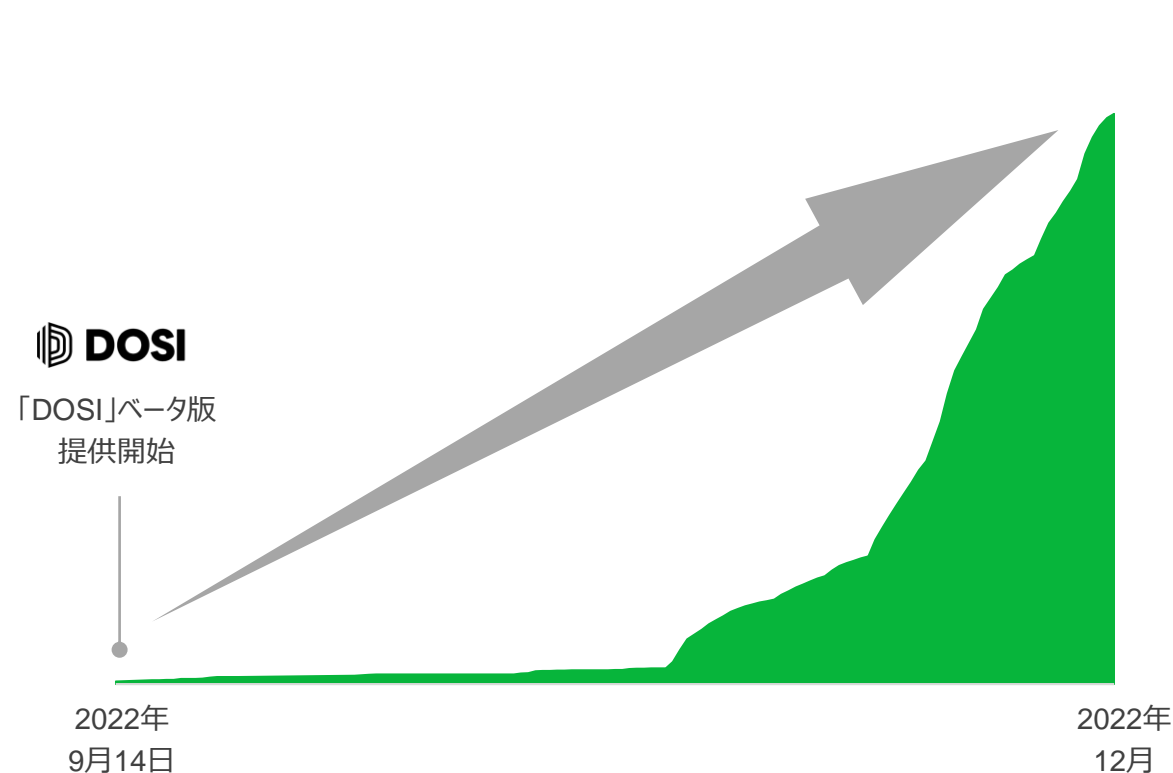


- 「DOSI」ベータ版のリリース後、「LINE Blockchain」を基盤としたウォレットのユーザー数は100万¹を突破
- 取引件数も順調に拡大し、分散型アプリケーションの取引成立数ランキングで2位を獲得²

累計ウォレットユーザー数

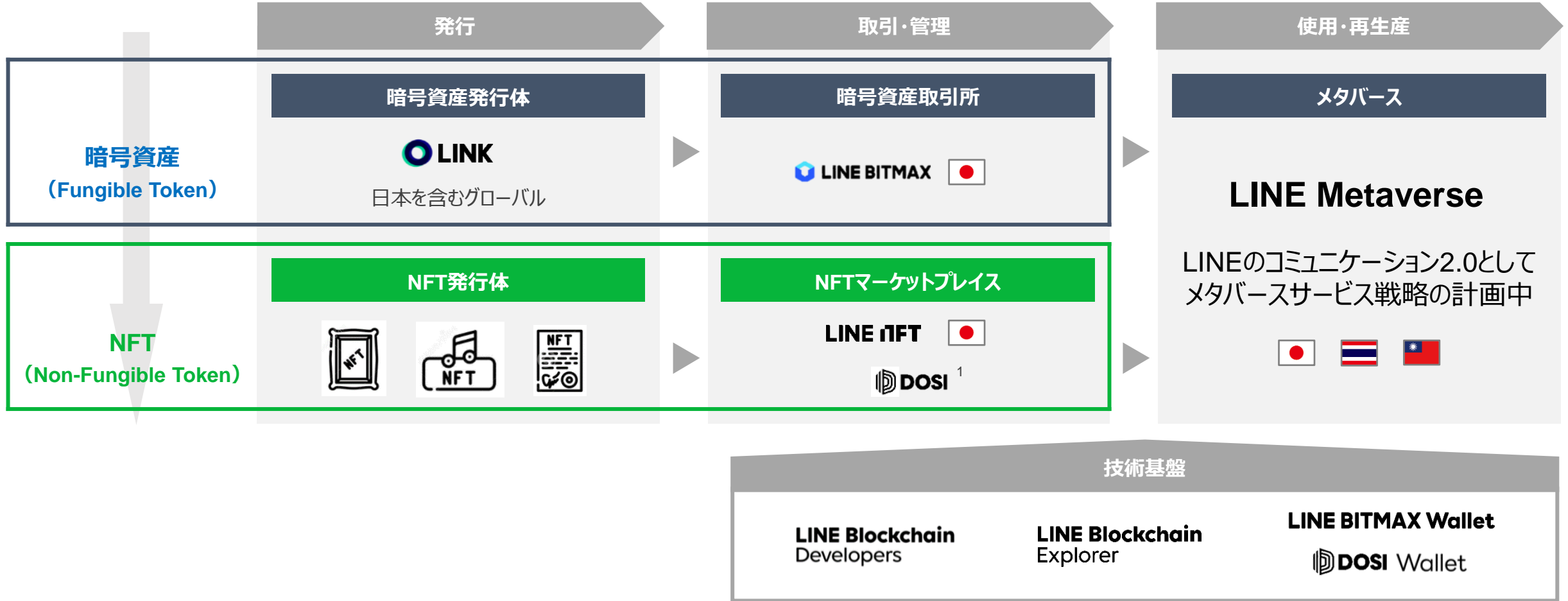


累計取引件数



1. 2022年12月時点、DOSI WalletおよびLINE BITMAX Walletにおけるユーザー数の合計
 2. ブロックチェーン市場調査会社「DappRadar」の2023年1月8日時点のランキング

- 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



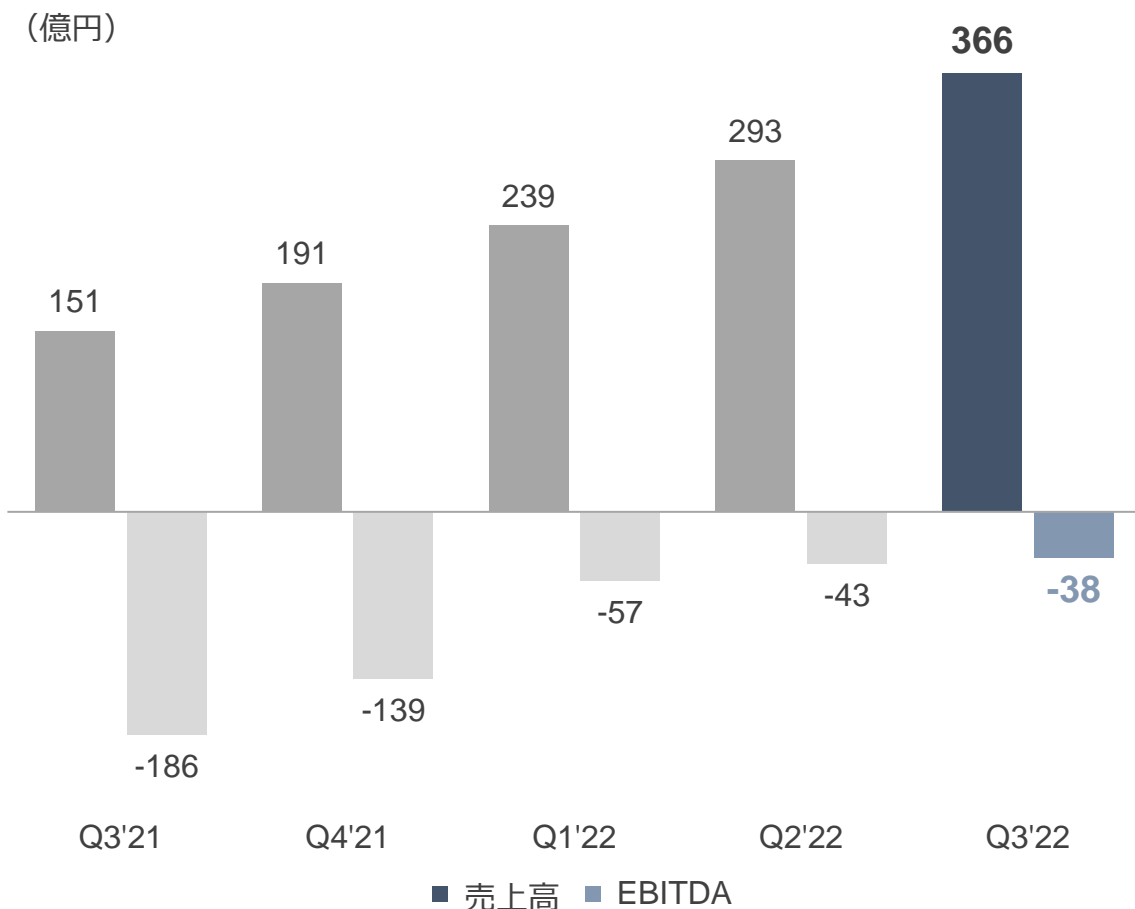
1. 2022年9月より、ベータ版の提供開始

(百万円)	FY2021 Q3 ¹	FY2022 Q3 ¹	YoY
売上収益	26,668	65,173	+144.4%
Fintech	26,088	64,868	+148.6%
PayPay ²	-	33,809	N/A
PayPayカード ²	13,618	16,629	+22.1%
PayPay銀行 ²	8,548	10,437	+26.1%
その他Fintech（LINE Fintech等）	4,191	3,991	-4.8%
その他戦略事業（AI、LINE Search、LINEヘルスケア等）	579	304	-47.4%
売上原価	3,398	4,209	+23.9%
販管費	31,528	75,081	+138.1%
販売促進費・広告宣伝費	3,179	18,895	+494.3%
その他販管費	28,349	56,186	+98.2%
その他収益及び費用	-	147,321	N/A
調整後EBITDA / マージン	-6,141 (-23.0%)	-8,374 (-12.8%)	N/A

1. FY22Q1より、戦略事業に区分されていたヤフー（株）の金融サービスをメディア事業に移管。また、LINE（株）において、調整額に区分されていたサービスを各セグメントに移管したことに伴い、FY21Q1より遡及修正

2. 日本基準の単体数値から、当社にて関連するIFRS調整を行い独自に算出。PayPay（株）とPayPayカード（株）間の連結消去額考慮前。係る連結消去額及びZHD（株）とPayPay（株）の連結消去は「その他Fintech（LINE Fintech等）」に含まれる。未監査。FY2021Q3のPayPayカード（株）は2022年10月にヤフー（株）から承継したアクワイアリング事業の売上収益を含まない。

売上高¹・EBITDA²



財政状態計算書 (日本基準)³

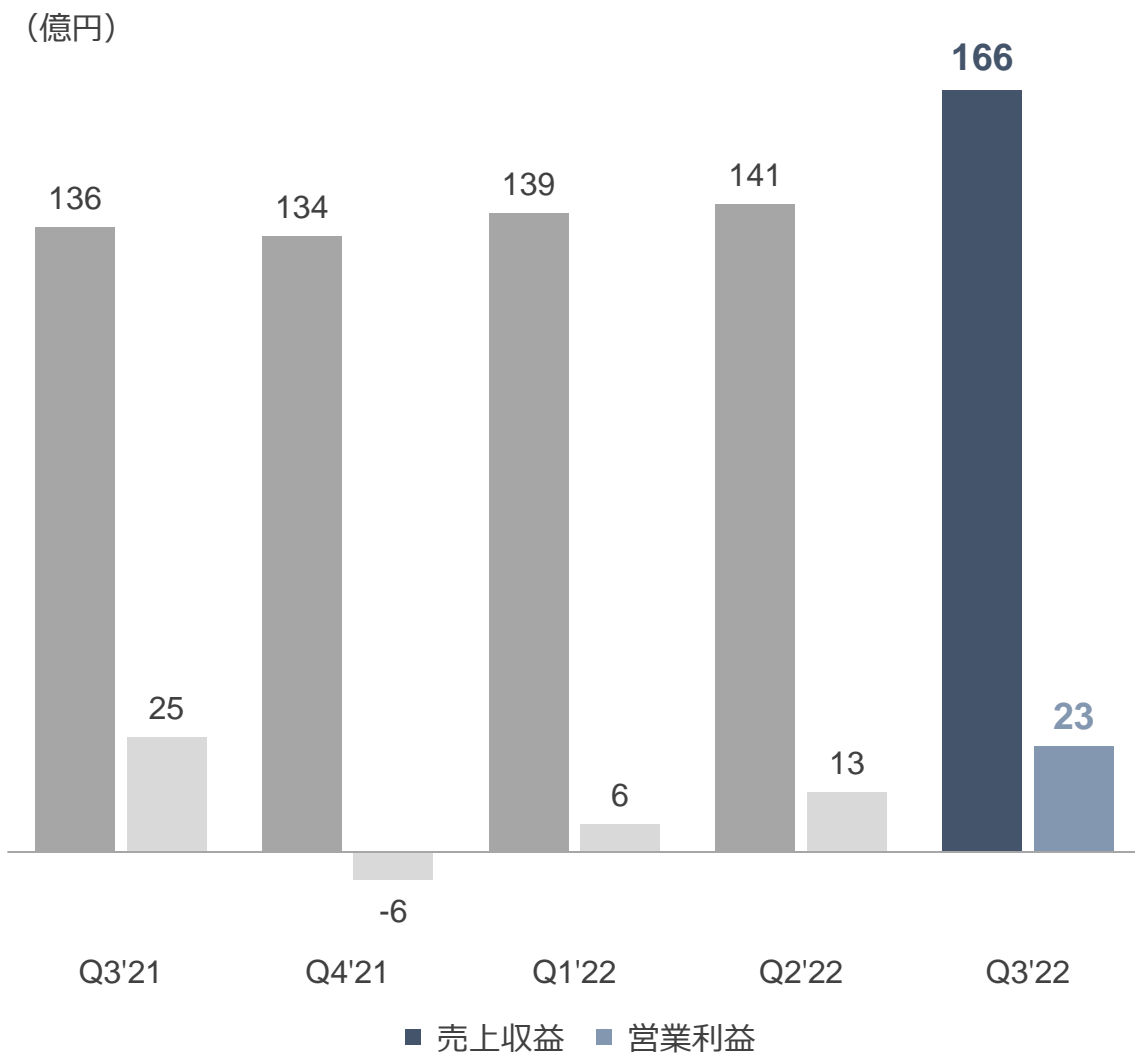
(億円)

	FY2022 Q2	FY2022 Q3	差額
資産	6,973	10,573	+3,600
現金及び預金	3,973	4,704	+730
未収入金	1,067	3,337	+2,270
有形固定資産	5	6	+1
無形固定資産	88	100	+11
供託金	1,156	1,350	+194
負債	5,905	9,551	+3,646
未払金	3,476	6,076	+2,600
預り金	2,214	3,128	+914
引当金	86	201	+114
純資産	1,067	1,021	-45

1. PayPay (株) 単体の売上高。FY21Q4において、キャッシュバック等に係る会計処理の変更を実施。キャッシュバック等が売上を上回る場合の超過分の会計処理を、費用計上から売上控除に変更。FY21Q1-Q4の数値は、FY21Q1に当該会計処理変更を行ったと仮定して算出 (FY21通期の売上高への影響なし)。FY22の売上高は未監査

2. PayPay (株) 単体のEBITDA。営業利益に償却費を足し戻したもの。未監査の数値

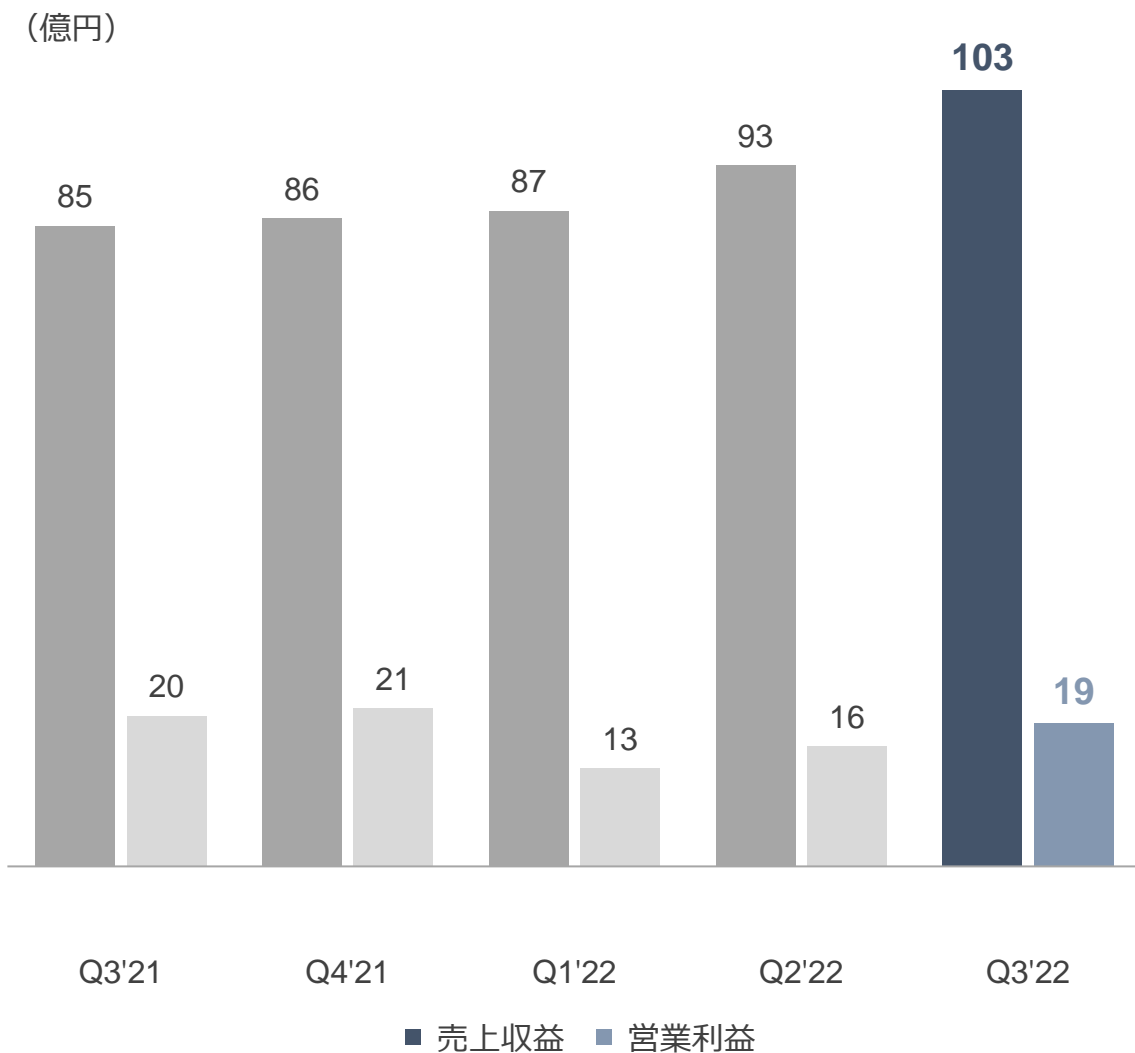
3. 未監査の数値

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)

	FY2022 Q2	FY2022 Q3	差額
資産	8,391	9,764	+1,373
現金・現金同等物	631	2,034	+1,403
営業債権・その他債権	2,369	1,260	-1,109
カード事業の貸付金	4,614	5,638	+1,024
銀行事業の有価証券	-	-	-
有形固定資産	53	50	-2
無形資産	300	318	+17
負債	8,364	9,336	+972
営業債務・その他債務	2,324	3,266	+942
銀行事業の預金	-	-	-
有利子負債	5,990	6,018	+28
資本	26	427	+400

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)

	FY2022 Q2	FY2022 Q3	差額
資産	16,049	17,369	+1,319
現金・現金同等物	3,323	4,460	+1,136
営業債権・その他債権	250	241	-8
カード事業の貸付金	-	-	-
銀行事業の有価証券	5,519	5,315	-203
有形固定資産	14	16	+1
無形資産	94	98	+3
負債	15,462	16,080	+617
営業債務・その他債務	216	167	-49
銀行事業の預金	15,179	15,852	+673
有利子負債	-	-	-
資本	586	1,288	+701

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	-
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」 ¹ 、その他

1. 「LINEヘルスケア」は2023年2月2日にサービス終了

	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 2022年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

台湾



2,200万 MAU¹

(人口：2,326万人²)



LINE TODAY

市場シェアNo.1⁴

タイ



5,300万 MAU¹

(人口：6,617万人²)



LINE BK LINE TODAY

市場シェアNo.1⁴

インドネシア



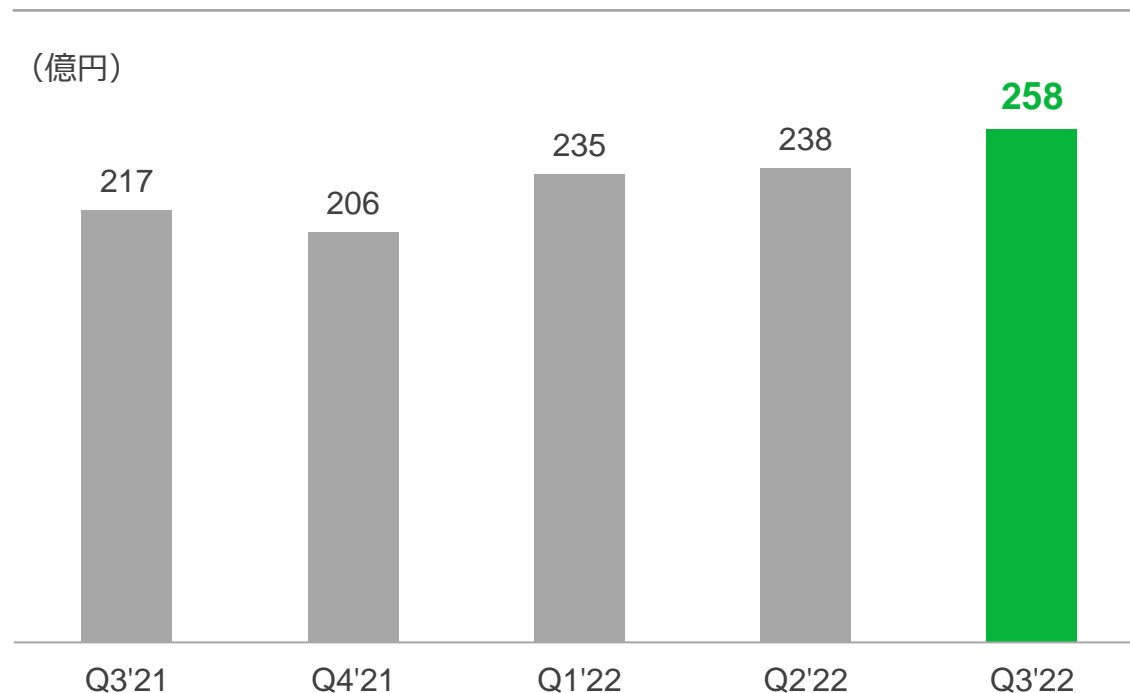
700万 MAU¹

(人口：2億7,577万人³)



LINE SPLITBILL

海外事業売上収益⁵



1. 2022年12月末時点

2. 2021年の人口。内務省の公表データより引用

3. 2021年の人口。中央統計庁の公表データより引用

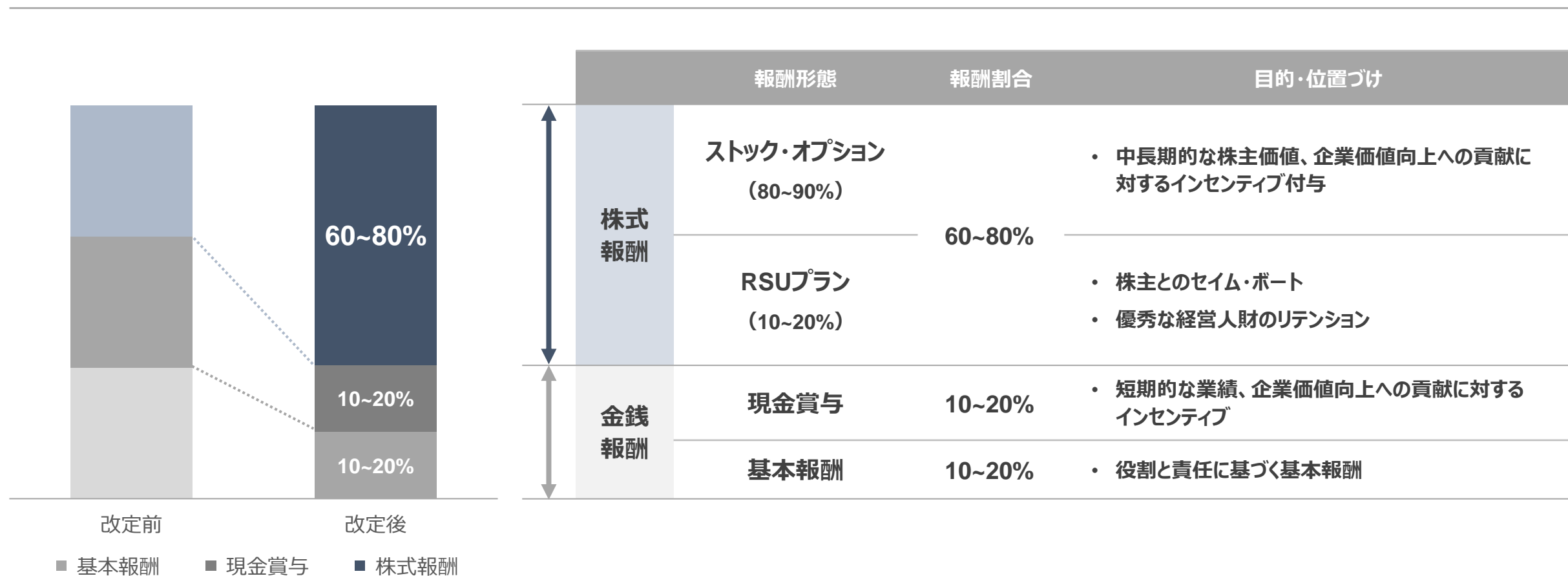
4. 台湾、タイのデータは各国および地域における2022年の市場調査データに基づく

5. 現地決算数値を期首からの平均為替レートにて円換算

非財務

- 2022年度以降の新役員報酬制度では、**中長期インセンティブとしての株式報酬比率を高く設定**
- **株主との利害共有意識（セიმ・ボート）を醸成し、持続的な成長を通じた企業価値の向上を目指す**

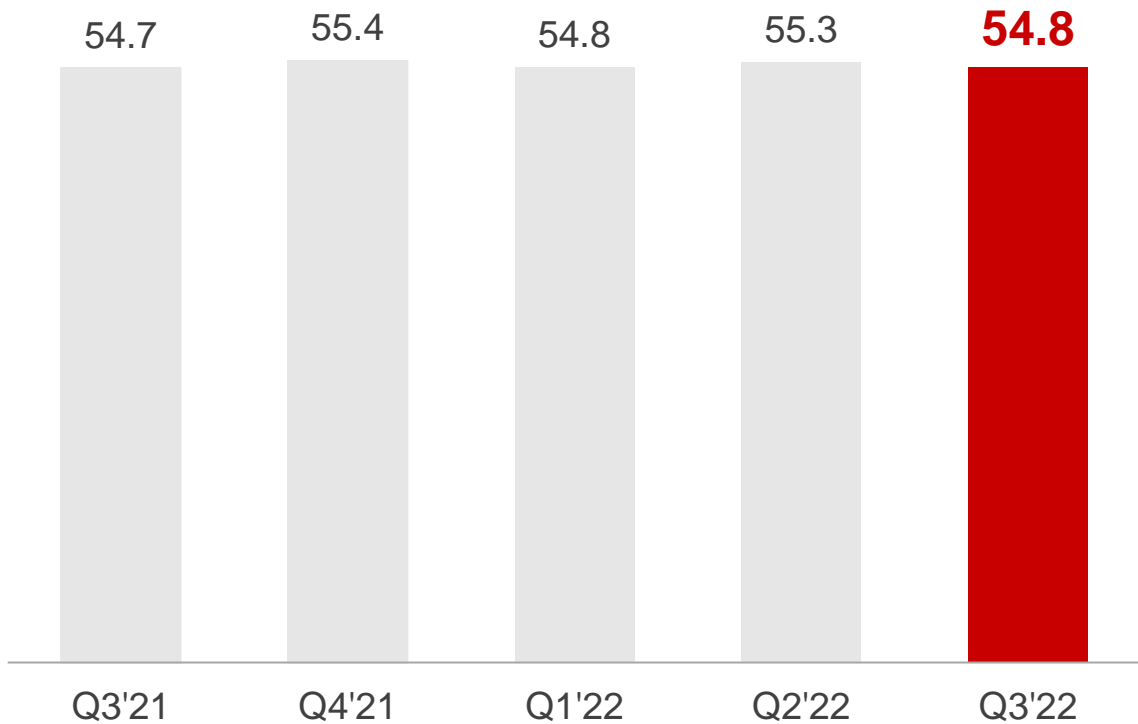
取締役報酬制度の改定¹



1. 監査等委員である取締役を除く

ヤフー 月間ログインユーザーID数

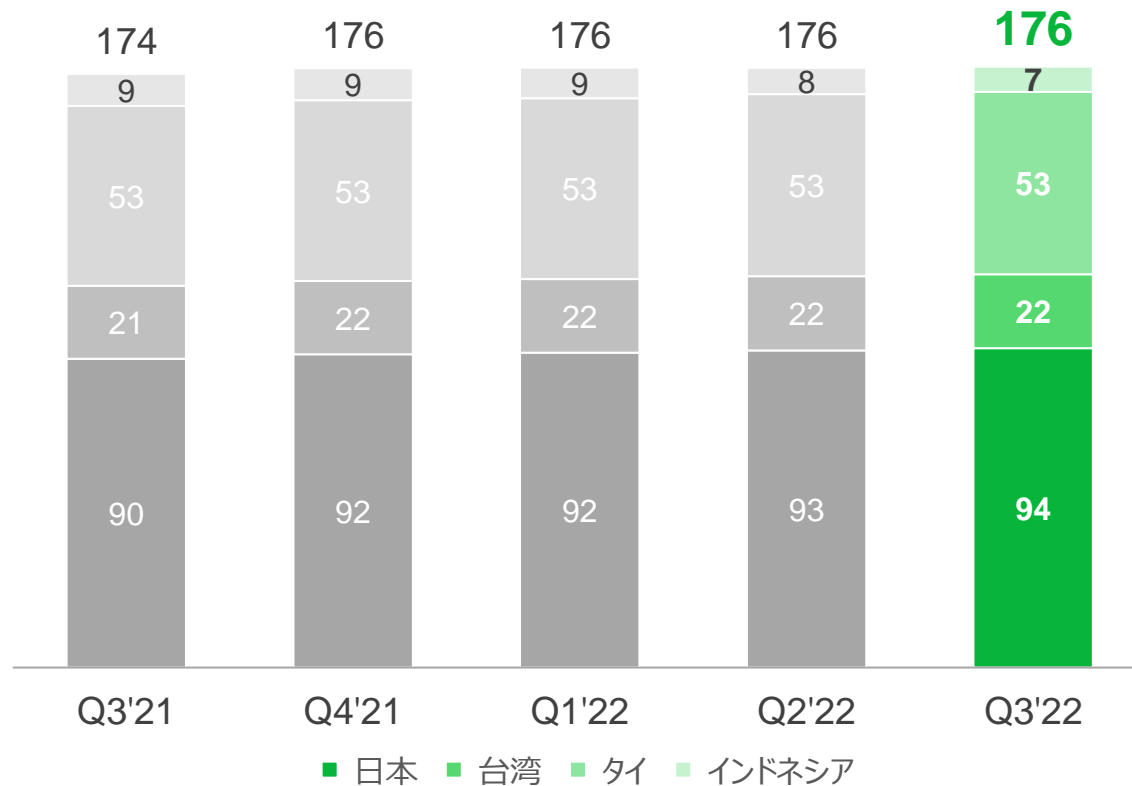
(百万)



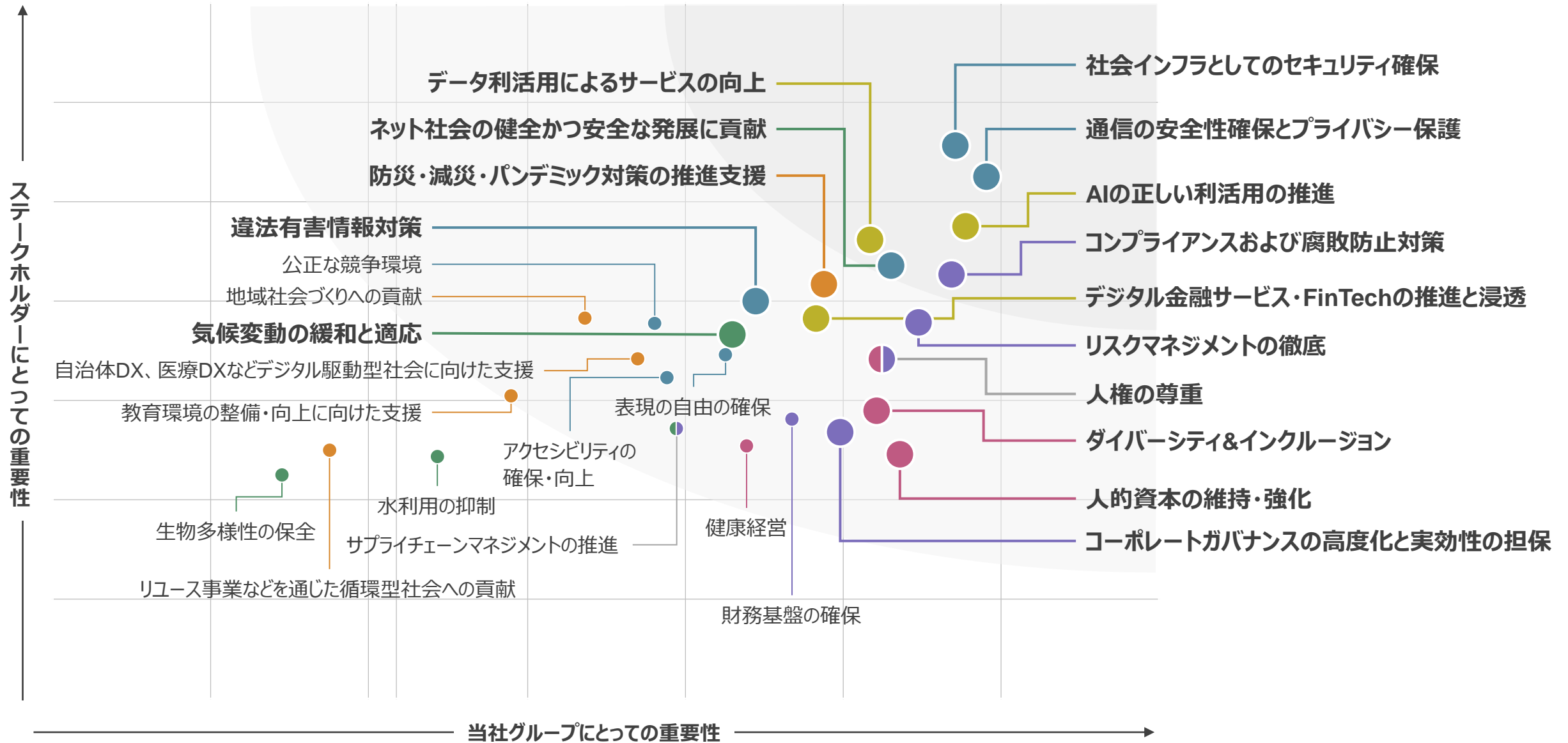
LINE 月間アクティブユーザー数

(百万)

22年12月 Global MAU¹ : 193



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





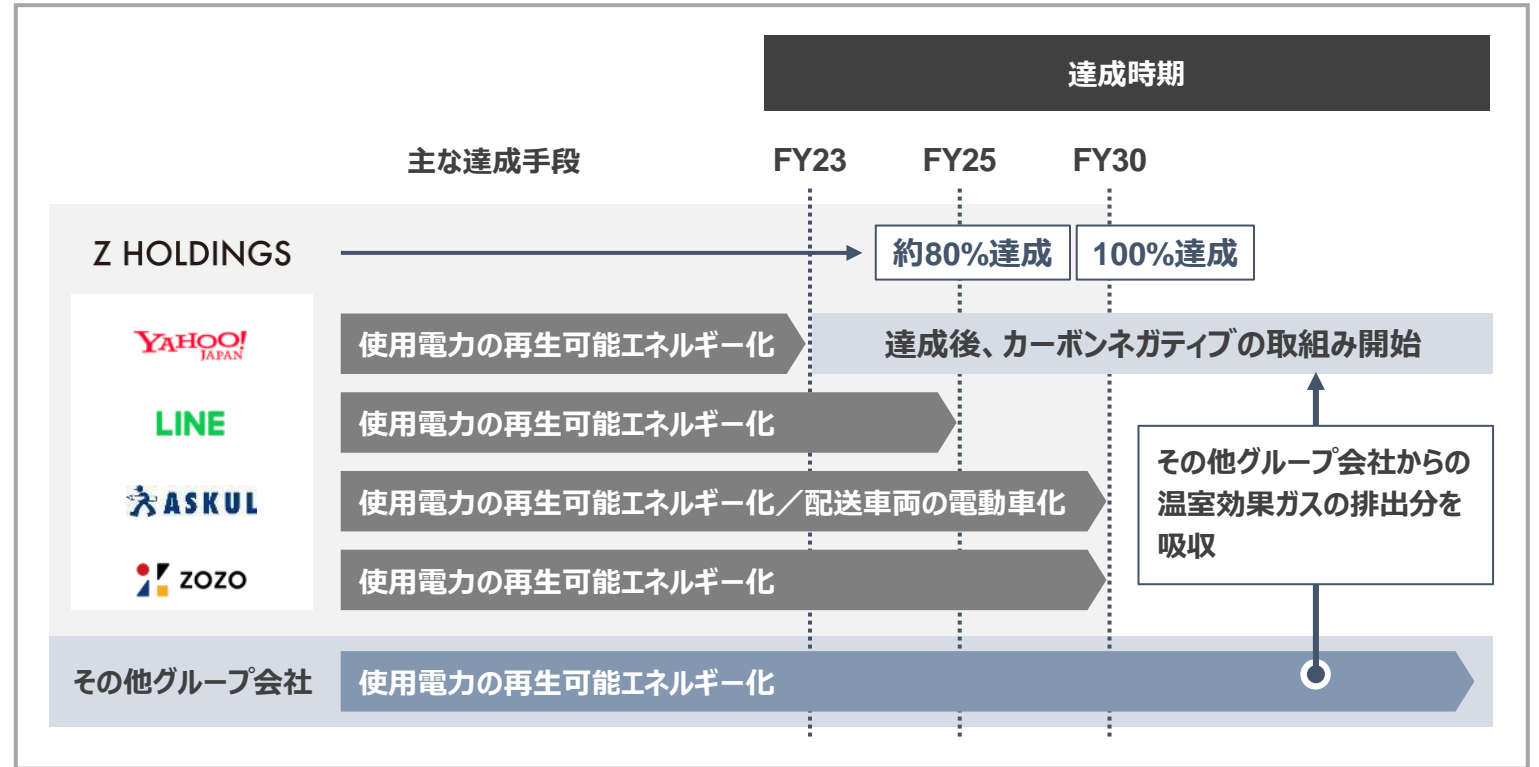
UPDATE THE WORLD

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**
- **国際イニシアチブ「RE100」に参加し、「2030カーボンニュートラル宣言」を着実に推進**

「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およびスコープ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）

社外からの主な評価¹

- 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. 2022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330社が選定

「DJSI World」の構成銘柄に
3年連続で選定

主な評価

「Environmental Dimension」で
業界最高評価²

Member of
**Dow Jones
Sustainability Indices**

Powered by the S&P Global CSA

MSCI
ESG RATINGS



CCC B BB BBB A AA AAA

2022 CONSTITUENT MSCIジャパン
ESGセレクト・リーダーズ指数

2022 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2年連続で選定（2022年12月）

4つの重点課題

Privacy & Data Security

Human Capital Development

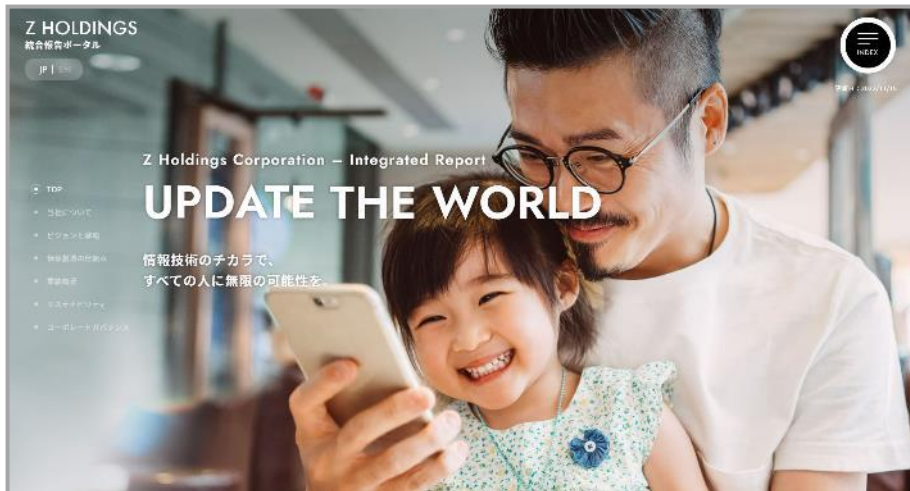
Carbon Emission

Governance

1. 2022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。

2. 2021年時点

- 投資判断に有用な財務・非財務情報を随時更新



ビジョンと戦略



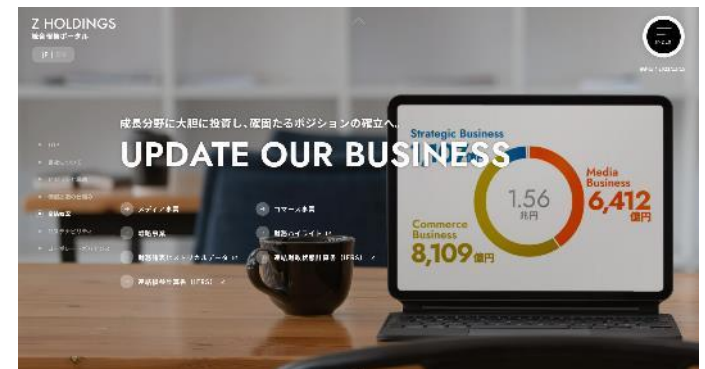
価値創造のしくみ



サステナビリティ



業績概況



URL : (日本語) <https://www.z-holdings.co.jp/integrated-report/>
(英語) <https://www.z-holdings.co.jp/integrated-report/en/>

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