

Zホールディングス株式会社 決算説明会

2022年度 第1四半期

2022年8月3日

Z HOLDINGS

**売上収益は3,905億円 (YoY +4.6%)、
調整後EBITDAは865億円 (YoY +0.2%) と増収増益
いずれも第1四半期としては過去最高**

連結業績

- LINE広告は2桁成長を維持。アカウント広告は、新規顧客獲得等により、YoY +20%を超える成長
- トラベル事業の回復と海外ECの高い成長等により、eコマース取扱高は、9,895億円 (YoY +15.1%)

トピックス

- 10月に、新生「Yahoo!ショッピング」へリニューアル。分かりやすいユーザー体験、優良店の訴求、送客の一本化により取扱高の最大化を目指す
- PayPayを連結子会社化。引き続き、QRコード決済連携、ポイント統合、ID連携等によりユーザー基盤を最大化しながら、グループ連携を加速、経済圏の拡大を推進

1 全社連結業績

2 セグメント別トピックス・業績

3 2022年度 業績予想

4 PayPay連結子会社化

1 全社連結業績

2 セグメント別トピックス・業績

3 2022年度 業績予想

4 PayPay連結子会社化

- LINE広告の堅調な成長等により、**増収・調整後EBITDA増を達成**

セグメント	項目	FY2021 Q1	FY2022 Q1	YoY
全社	売上収益	3,733 億円	3,905 億円	+4.6 %
	調整後EBITDA	863 億円	865 億円	+0.2 %
	調整後EPS	3.56 円	3.57 円	+0.2 %
メディア	広告売上収益 (LINE) ¹	427 億円	488 億円	+14.3 %
	広告売上収益 (ヤフー) ²	906 億円	942 億円	+4.0 %
	調整後EBITDA ¹	613 億円	652 億円	+6.4 %
コマース	eコマース取扱高 ³	8,599 億円	9,895 億円	+15.1 %
	調整後EBITDA ¹	355 億円	373 億円	+5.3 %
戦略	Fintech 売上収益 ¹	272 億円	305 億円	+11.8 %
	調整後EBITDA ¹	▲50 億円	▲71 億円	-
その他・調整額	調整後EBITDA ¹	▲54 億円	▲89 億円	-

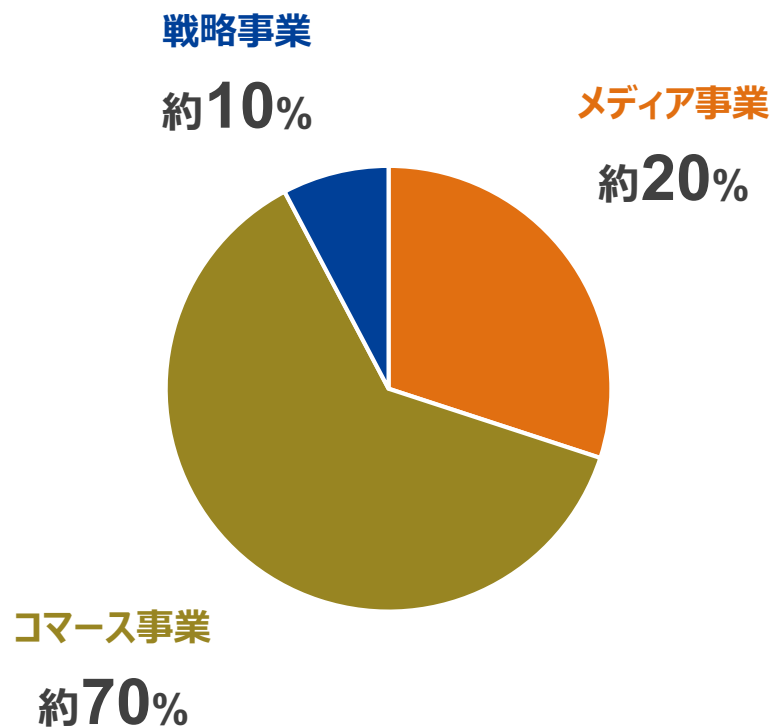
1. FY2022Q1より、戦略事業に区分されていたヤフー(株)の金融サービスをメディア事業に移管。また、LINE(株)において、調整額に区分されていたサービスを各セグメントに移管したことに伴い、FY2021Q1より遡及修正

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。FY2021Q1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.26参照

- 第1四半期は、コマース事業を中心に**約100億円の戦略投資を執行**。PayPay連結子会社化により、販促効率が高まるPayPayカードへの戦略投資は未執行
- 第2四半期以降も、事業環境・市況などを勘案し、**柔軟な意思決定の下、中長期成長に資する投資を実行予定**

Q1セグメント別内訳



Q1投資項目・投資効果

セグメント	主な投資項目		投資効果
メディア	広告機能改善・販促	LINE広告売上収益	488億円 (YoY+14%)
	Yahoo!ココ 販促	Yahoo!ココ 取扱高	YoY+210%
コマース	LINE海外EC 販促	取扱高	809億円 (YoY+89%)
	LINEギフト 販促	取扱高	YoY+82%
	Yahoo!ショッピング・PayPayモール 物流強化	優良配送取扱高比率	YoY+45%

▶ その他投資項目: パーティカル検索、Yahoo!ショッピング・PayPayモール 販促、Yahoo!マート、LINE NFT

1 全社連結業績

2 セグメント別トピックス・業績

3 2022年度 業績予想

4 PayPay連結子会社化

メディア事業

1. 豊富なタッチポイント・コンバージョンポイントから得られる**ファーストパーティーデータ**
2. タッチポイントとしてディスプレイに加え、**検索サービス**を保有
3. 当社のユニークなアセットであり、ストック型の商材である**LINE公式アカウント**

ユーザーID・ビジネスID連携、データアセットによるファーストパーティーデータの最大活用

配信精度の向上

ファーストパーティーデータ拡充

タッチポイント

コンバージョンポイント

送客

検索

独自優位性

YAHOO!
JAPAN

LINE

YAHOO! 広告

LINE 広告

圧倒的なリーチ

メディア



NEWS

ソーシャルディスカバリー

LINE VOOM™

LINE 公式アカウント

CRMによるLTV最大化

EC



MySmartStore



LINE GIFT

来店予約

PayPay グルメ

休.com LINEで予約

決済/Fintech



PayPay カード



PayPay 証券

LINE 公式アカウントとのサービス連携施策

- 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
- 今後は、PayPayや飲食予約など、他のサービスに横展開し、決済取扱高・来店予約数の最大化を目指す

これまでの成果

LINE公式アカウント×Yahoo!ショッピング

1 アカウント開設数の増加

- 開設ストア数 **30,975**件（2022年6月末時点）
- 取扱高に占める割合¹ **73%**

2 友だち登録者数の増加

- 累計友だち登録者数² **8,037,229**人

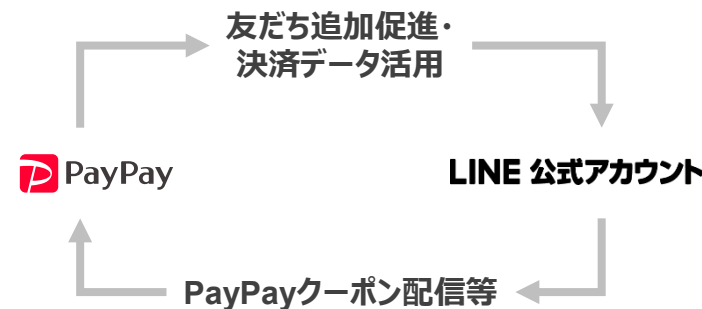
3 成功事例の創出

- 開封率³ **約5倍**
- CTR³ **約3倍**

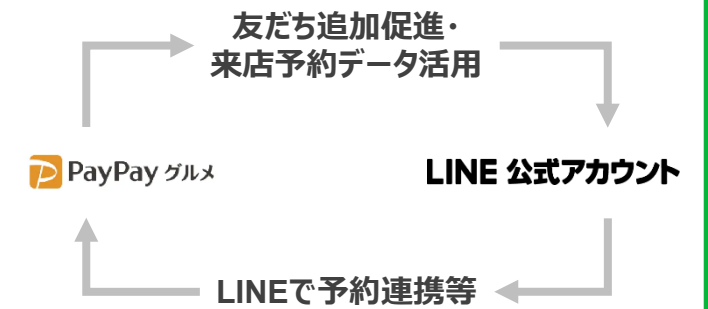
今後の施策

LINE公式アカウント×PayPay
(テストマーケティング実施中)

決済取扱高 最大化
(加盟店送客 最大化)

LINE公式アカウント×Yahoo!来店予約
(セールス/ソリューション連携開始)

来店予約数 最大化
(加盟店送客 最大化)



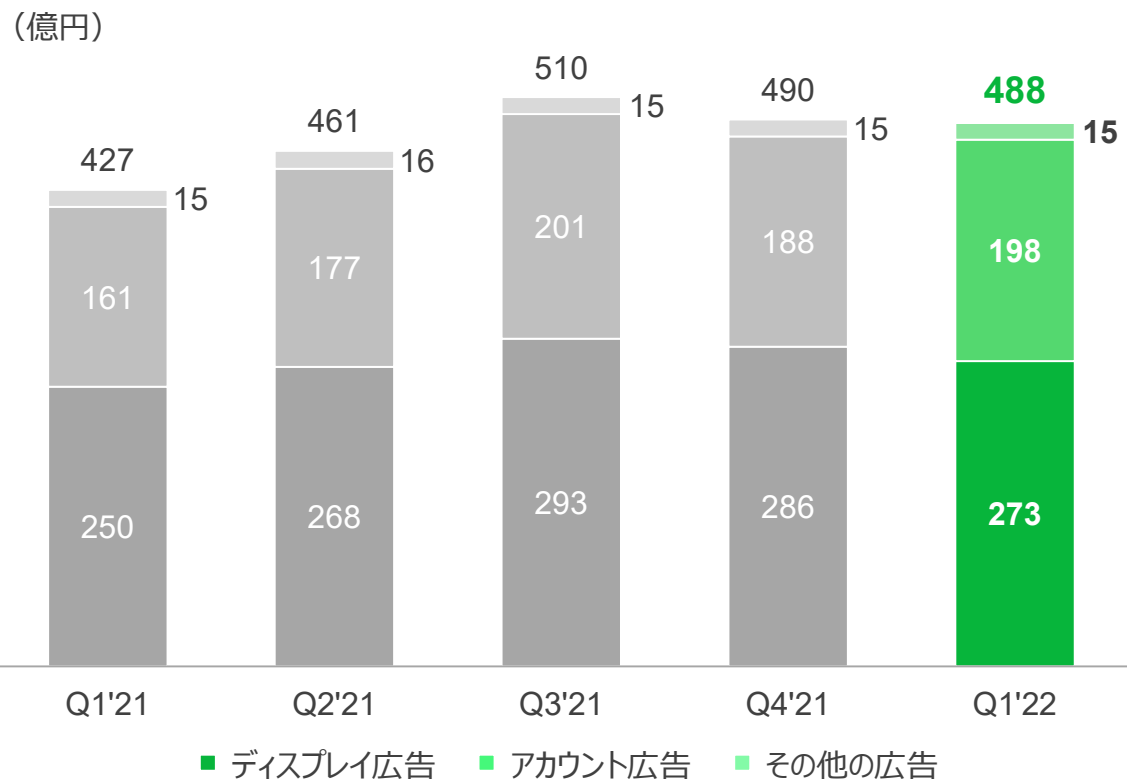
1. FY2022Q1の「Yahoo!ショッピング」「PayPayモール」の合算取扱高に対する割合

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6月末の友だち登録者数

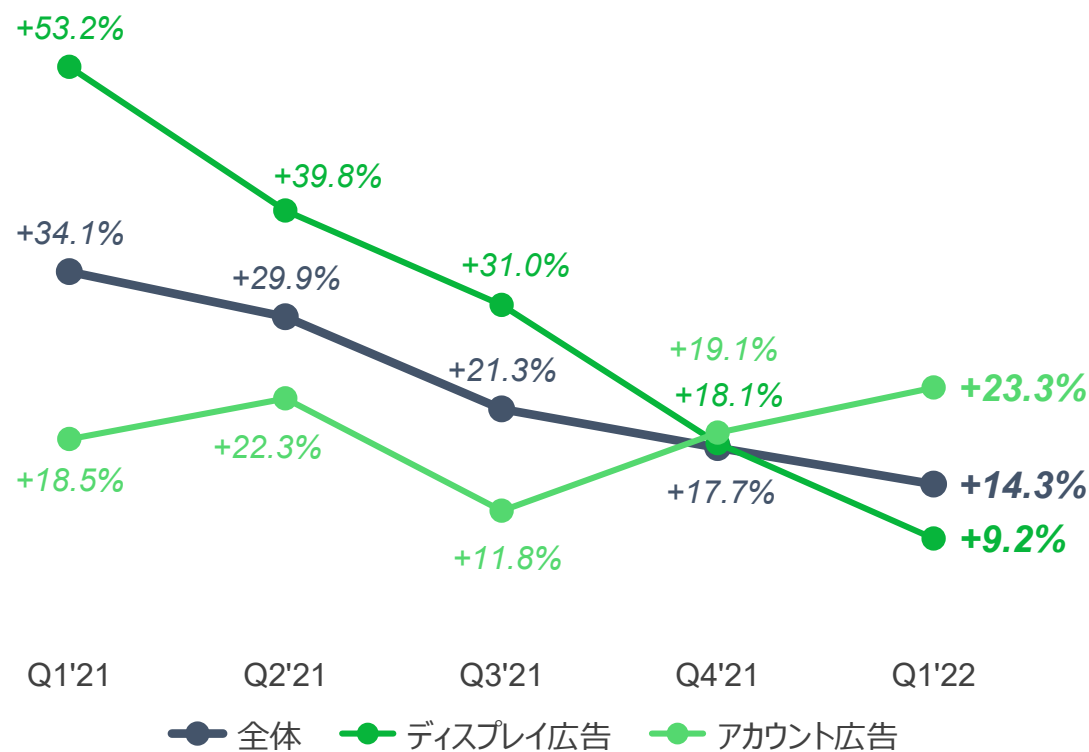
3. 「Yahoo!ショッピング」「PayPayモール」出店ストアが開設しているLINE公式アカウントの平均値とストアニュースレターの平均値を比較。2021年11月～2022年6月の数値を集計

- アカウント広告は、LINE公式アカウントの新規顧客獲得と大手顧客の配信数増により、20%を超える成長を達成
- ディスプレイ広告は、一部業種で景況感の影響を受けたものの、273億円 (YoY+9.2%) の着地

広告関連売上収益^{1,2}



広告関連売上収益 成長率^{1,2} (YoY)



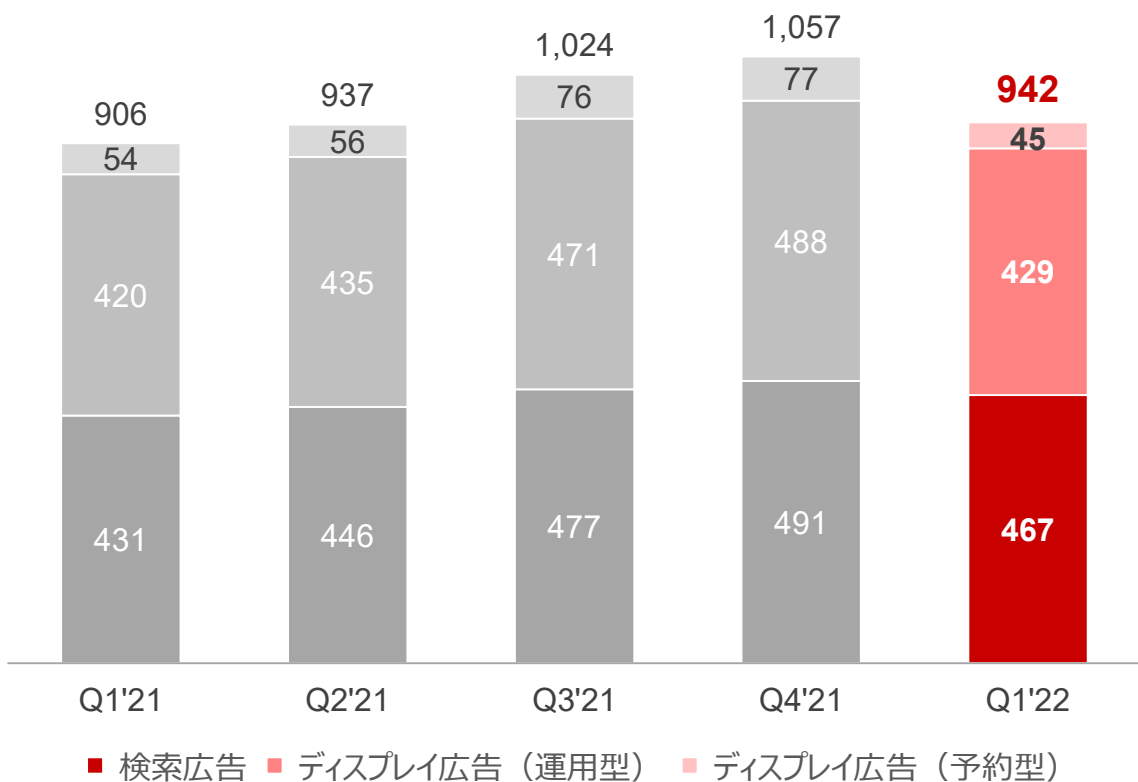
1. Zホールディングス(株)の会計期間 (3月期) に準ずる

2. 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

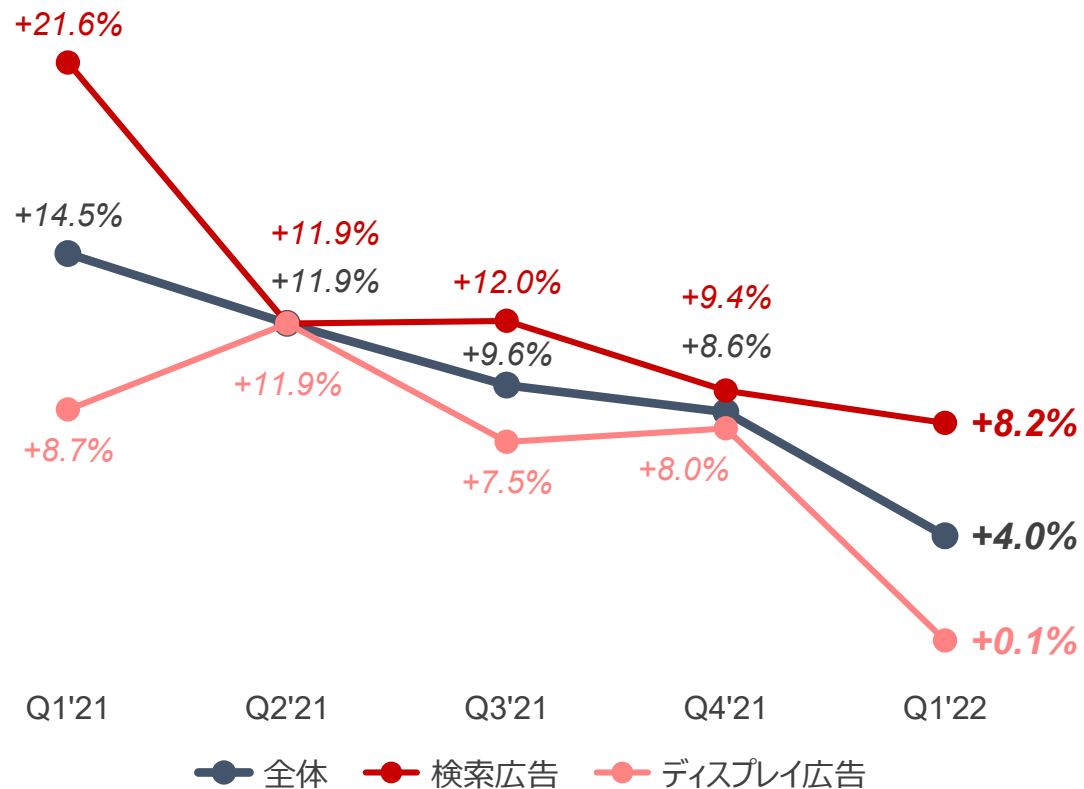
- 検索広告は、**旅行業を中心とした需要回復の取込み等により、堅調に推移**
- ディスプレイ広告は、**不透明なマクロ環境により、予約型広告の需要が弱含み、昨年度と同水準に着地**

広告関連売上収益

(億円)



広告関連売上収益 成長率 (YoY)

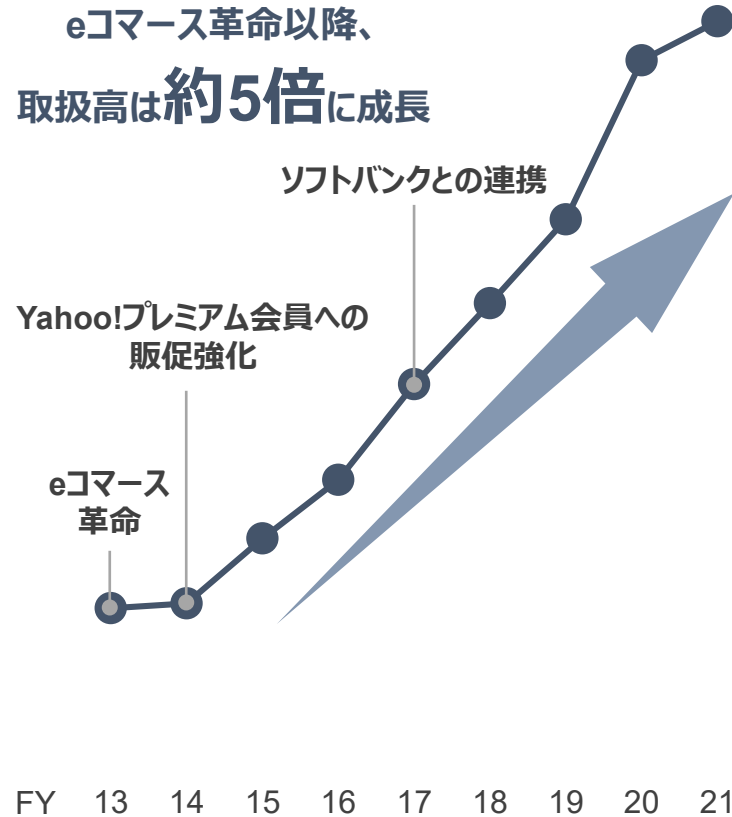


コマース事業

売り場を統合し、新生「Yahoo!ショッピング」へのリニューアル（2022年10月予定）

- シンプルで探しやすい、安全・安心で便利なお買い物体験を提供
- 分かりやすいユーザー体験、優良ストアの訴求、グループ送客の一本化により、取扱高を一層拡大

Yahoo!ショッピング・PayPayモール取扱高¹



1. 「PayPayモール」は、2019年10月にサービス開始。FY19以降、「PayPayモール」の取扱高を含む

YAHOO! JAPAN ショッピング

- 豊富な品揃え
- 出店手数料無料

PayPay モール

- 商品を探しやすいUI
- 厳選されたストアの出店
- 安全・安心なお買い物体験の提供

豊富な品揃えで高品質な購買体験を実現

新生「Yahoo!ショッピング」(2022年10月予定)



1 本質的なサービス品質改善

- 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

2 集客

- グループ送客の一本化による集客最大化

3 販促

- よりシンプルで、分かりやすい還元(予定)

新生「Yahoo!ショッピング」のビジネスモデル

- 追加オプションからの手数料収入と広告出稿。プロモーションパッケージでは**3%の売上収益を確保**。
優良店に限定した**追加特典の提供により、優良配送比率が高まる設計**
- 優良配送導入効果も高く、追加特典等を通じ、**優良配送ストアがより売れる仕組みを構築**

新ストア向けプラン

	出店プラン	プロモーションパッケージプラン
手数料	無料	3.0%
検索結果のアクセスアップ ¹	-	含む
「Yahoo!ショッピング」データの閲覧	-	
「Yahoo!ショッピング」内出面優遇	-	優良店 ¹ に限定した追加特典
販促活動支援	-	
専用ヘルプデスク	-	

優良配送導入効果²

非優良配送ストアと、優良配送導入ストアの比較



1. 優良配送注文数シェア50%以上、総合評価12点以上、優良店評価項目の点数が一定水準を超えている店舗を優良店と定義

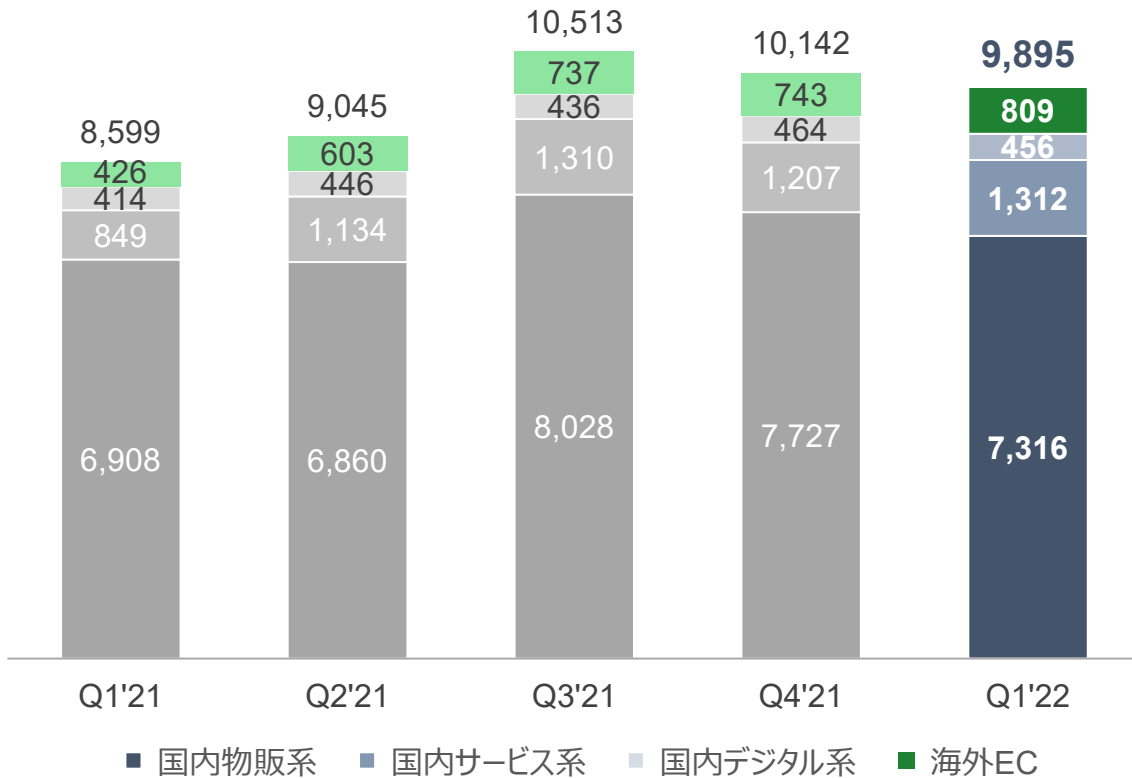
2. 2022年4月実績。対象は、「Yahoo!ショッピング」と「PayPayモール」の出店ストア

事業概況（eコマース取扱高）

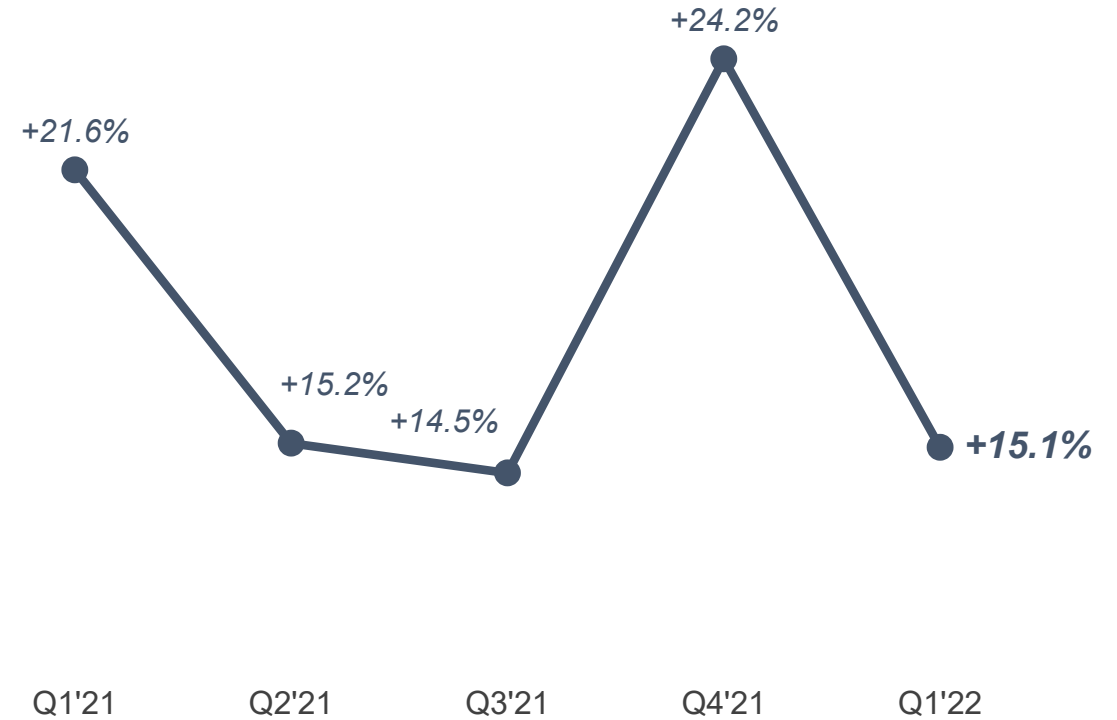
- 22年度第1四半期より、海外ECの取扱高を追加（21年度は遡及修正）
- 経済再開によるトラベルの回復と、海外ECの高い成長等により、**9,895億円（YoY+15.1%）の着地**

全社 eコマース取扱高¹

(億円)



全社 eコマース取扱高¹ 成長率 (YoY)

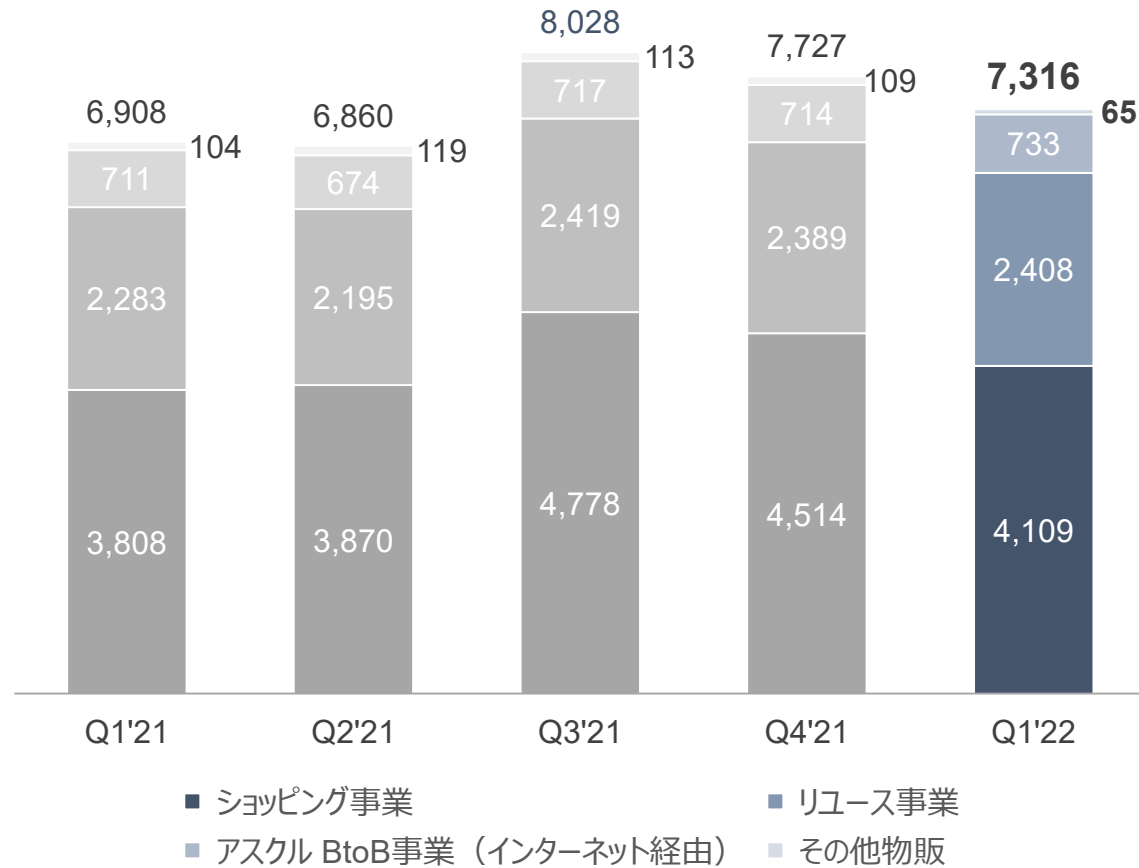


1. 取扱高の定義は補足資料P.26参照

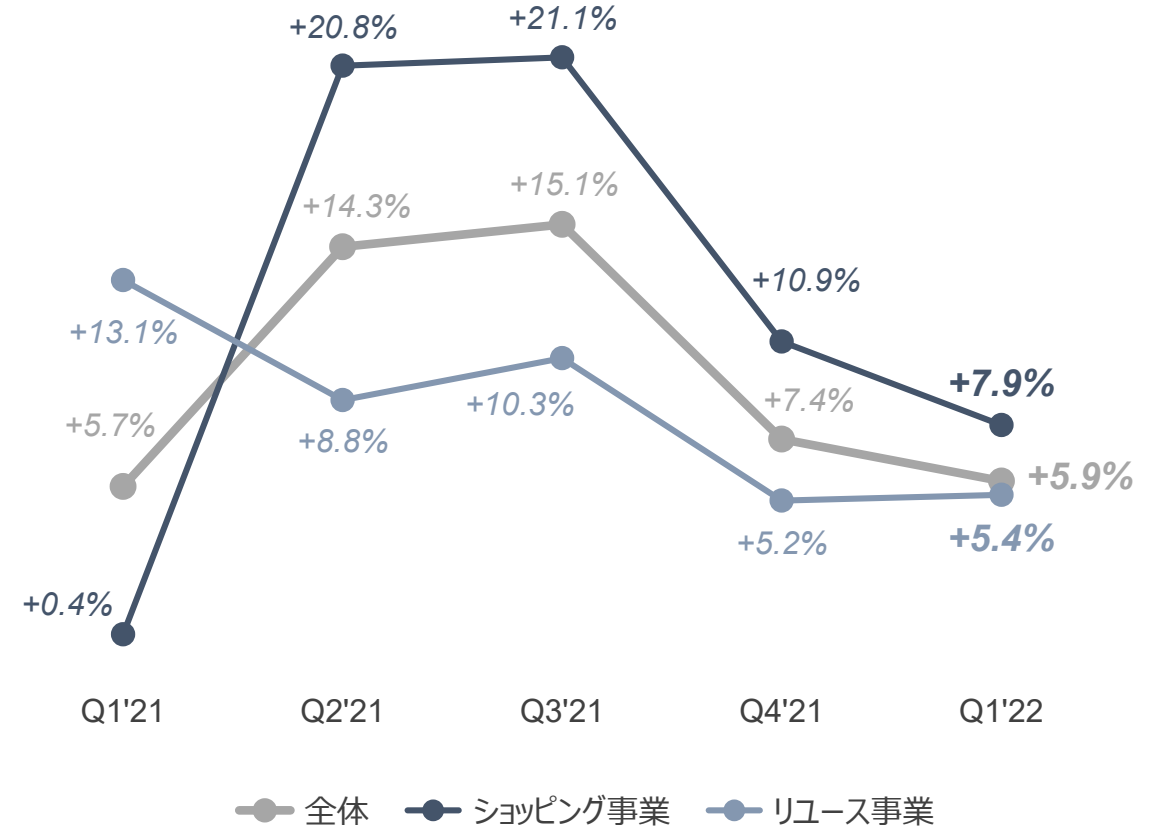
- ショッピング・リユース事業が堅調に成長し、国内物販系取扱高は、**7,316億円（YoY+5.9%）の着地**

国内物販系取扱高¹

（億円）



国内物販系取扱高¹ 成長率（YoY）

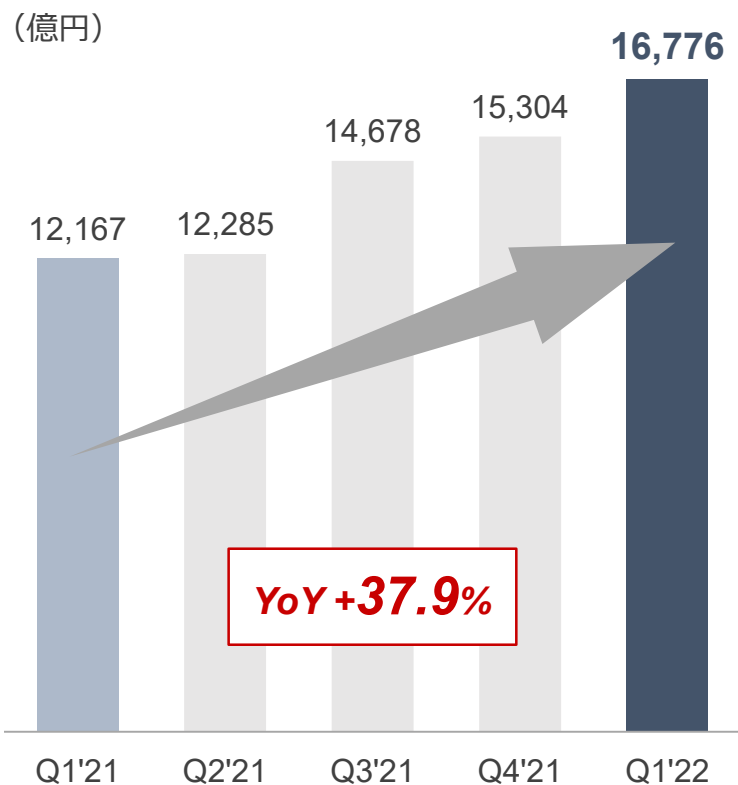


1. 取扱高の定義は補足資料P.26参照

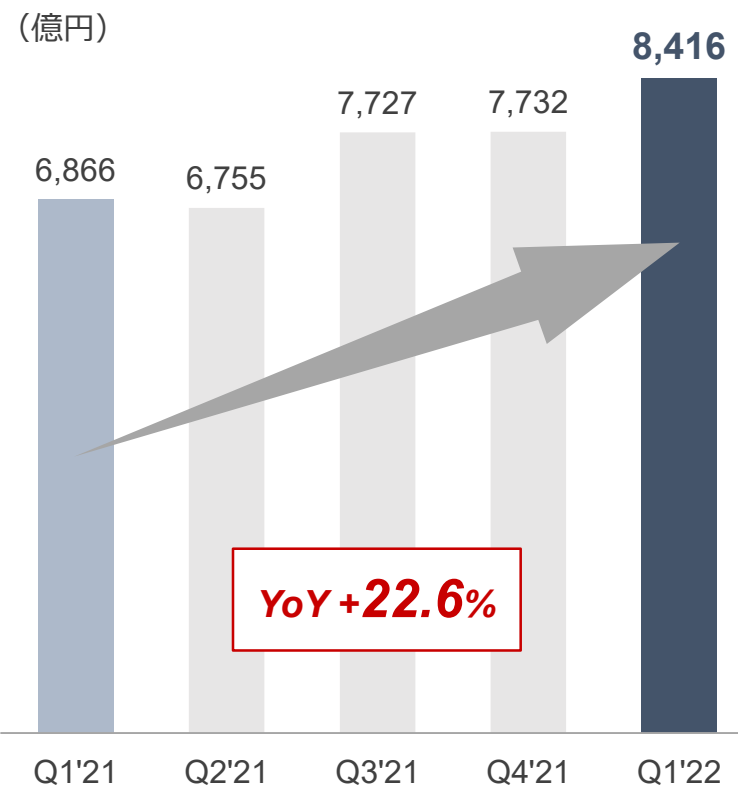
戰略事業

- 「PayPayあと払い」導入により、PayPay決済取扱高は引続き高成長
- PayPayとの連携強化により、PayPayユーザーの獲得が進み、各種KPIは堅調に推移

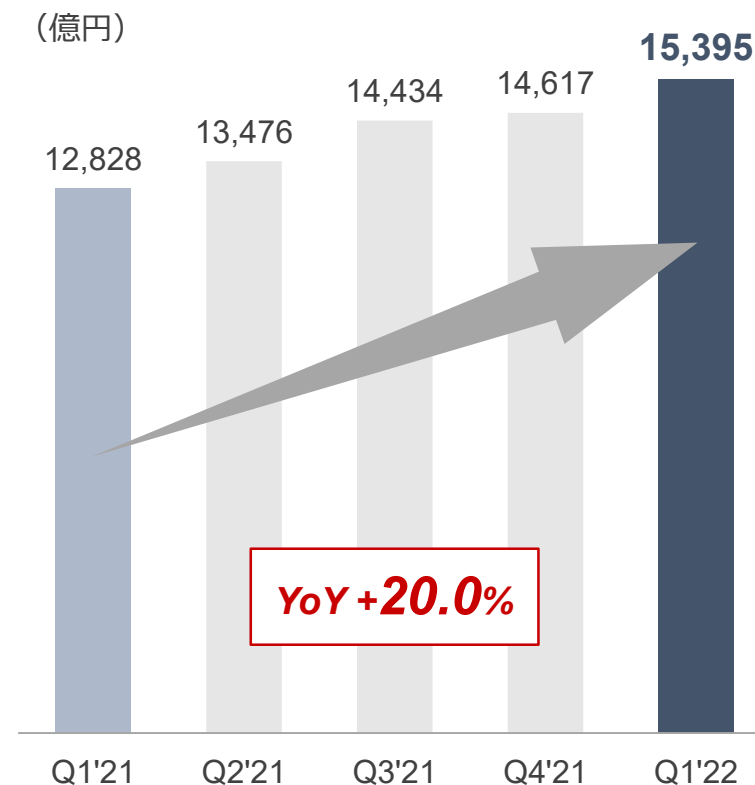
PayPay 取扱高^{1,2}



PayPayカード 取扱高²



PayPay銀行 預金残高

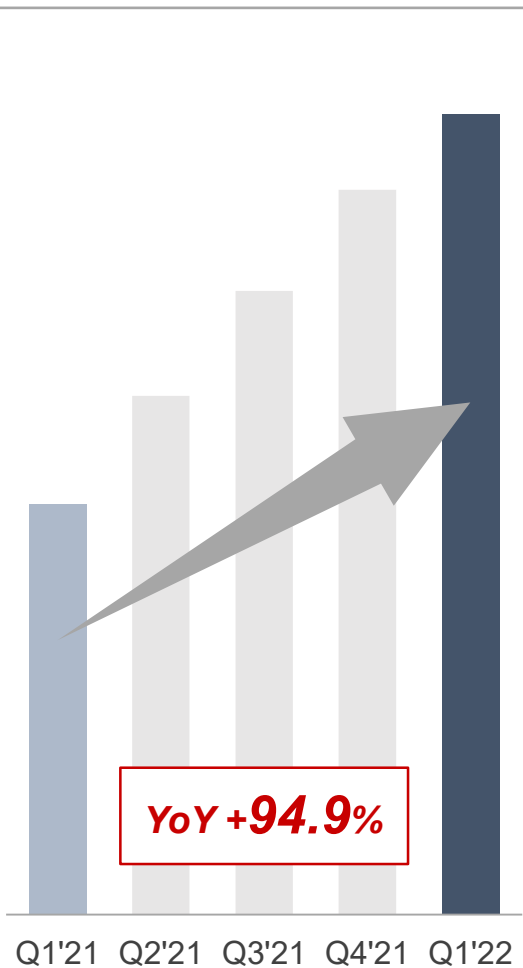


1. FY21Q4以降、Alipay、LINE Pay経由の取扱高を含む

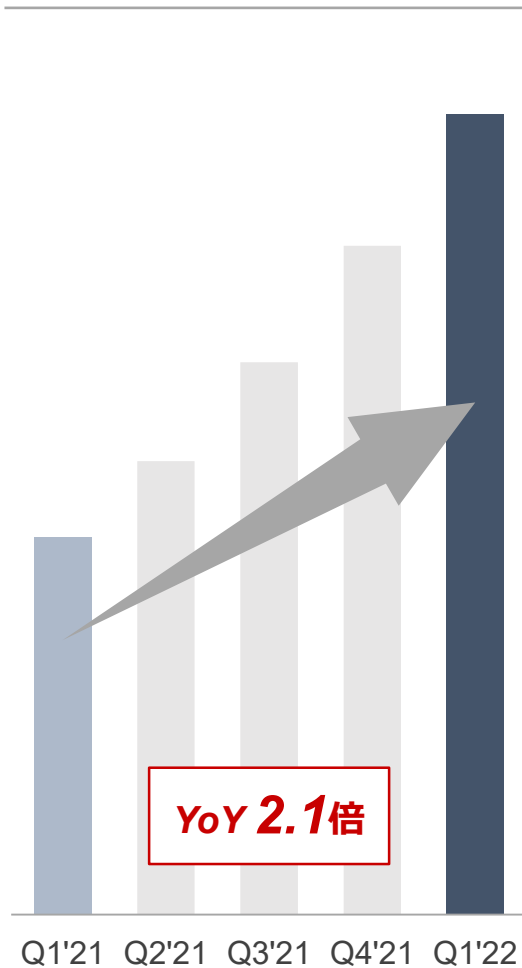
2. 2022年2月より提供開始した「PayPayあと払い」による決済取扱高を含む

- LINEを通じて潜在的な金融ニーズを取り込み、国内・海外金融事業ともに大きく成長

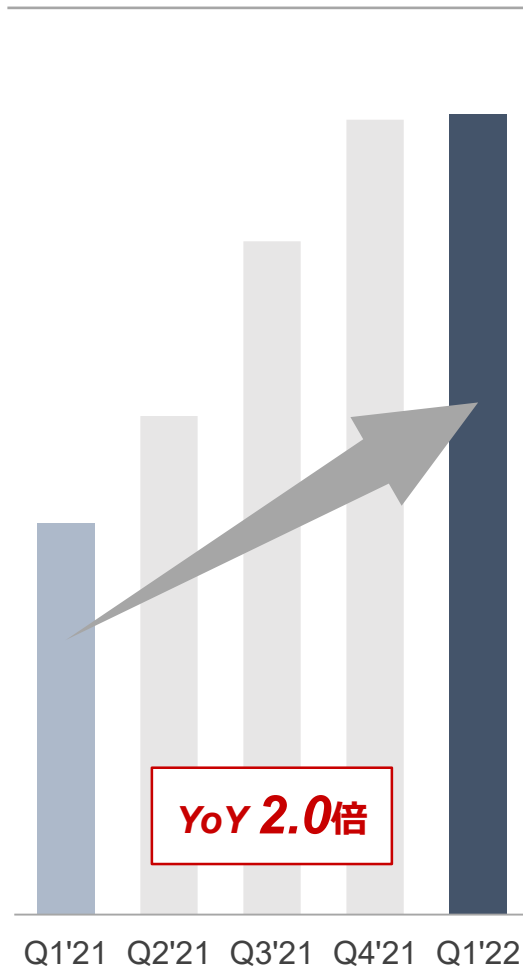
LINE証券 口座数



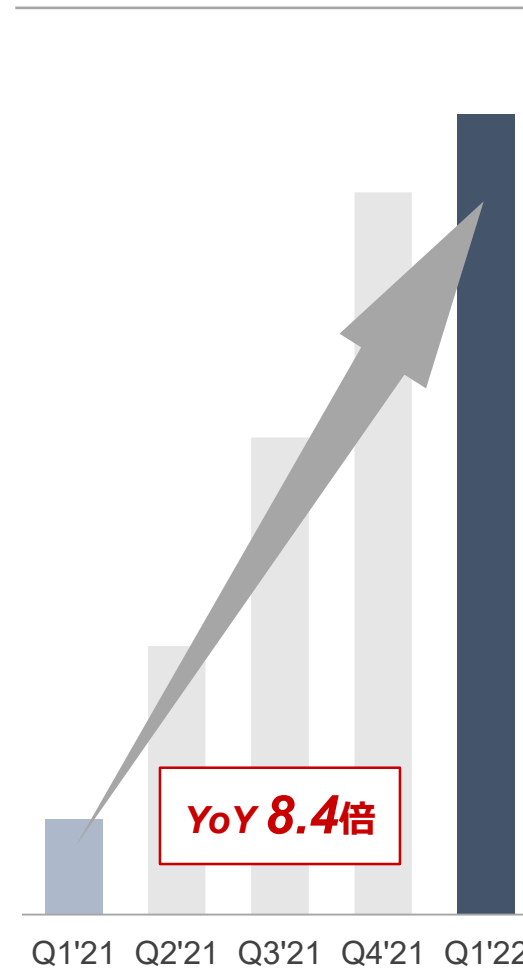
LINEポケットマネー ローン残高



LINE BK (タイ) ローン残高



LINE Bank (台湾) ユーザー数



1 全社連結業績

2 セグメント別トピックス・業績

3 2022年度 業績予想

4 PayPay連結子会社化

- PayPay連結子会社化は、期初に織り込んでいなかった減益要因だが、**通期調整後EBITDAは3,315~3,400億円を目指す**
- 本件による調整後EBITDA以外の業績影響は精査中。確定次第、適時適切に開示

セグメント	項目	FY2021 実績	FY2022 見込み	YoY
全社	売上収益	1.56 兆円	約1.72 兆円	約+10 %
	調整後EBITDA	3,314 億円	3,315~3,400 億円	+0.0~2.6 %
メディア	広告売上収益 (LINE) ¹	1,889 億円	2,040~2,153 億円	+8.0~14.0 %
	広告売上収益 (ヤフー) ²	3,926 億円	4,038~4,273 億円	+3.0~9.0 %
	調整後EBITDA ¹	2,661 億円	2,776 億円	+4.3 %
コマース	eコマース取扱高 ³	3.83 兆円	4.02~4.40 兆円	+5.0~15.0 %
	調整後EBITDA ¹	1,315 億円	1,361 億円	+3.5 %
戦略	Fintech 売上収益 ¹	1,142 億円	1,256~1,485 億円	+10.0~30.0 %
	調整後EBITDA ¹	▲128 億円	▲417 億円	-
その他・調整額	調整後EBITDA ¹	▲532 億円	▲405 億円	-

1. FY2021実績値は、遡及修正前の数値

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。FY2021より、海外EC取扱高を含む。海外EC取扱高の定義は補足資料P.26参照

1 全社連結業績

2 セグメント別トピックス・業績

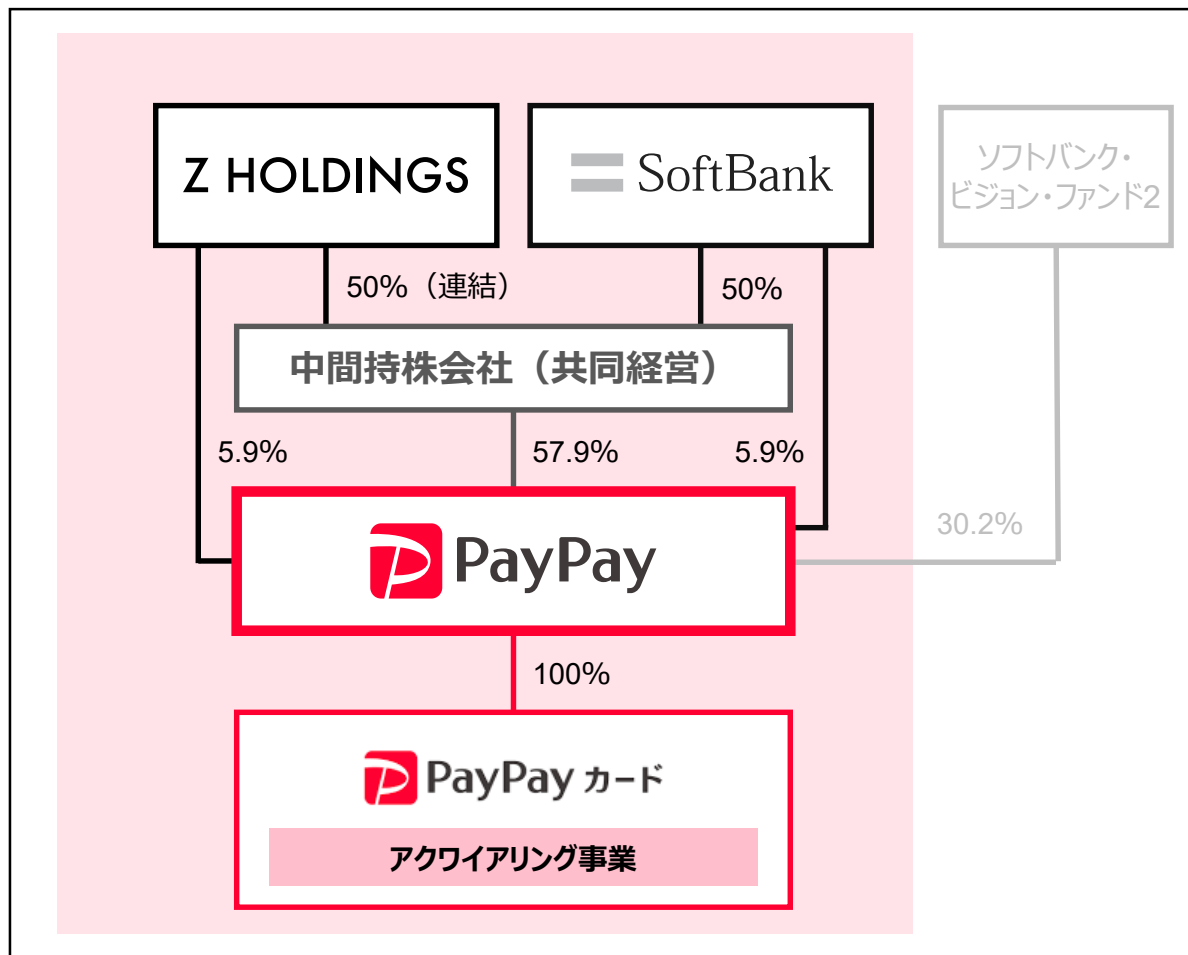
3 2022年度 業績予想

4 PayPay連結子会社化

本件の概要

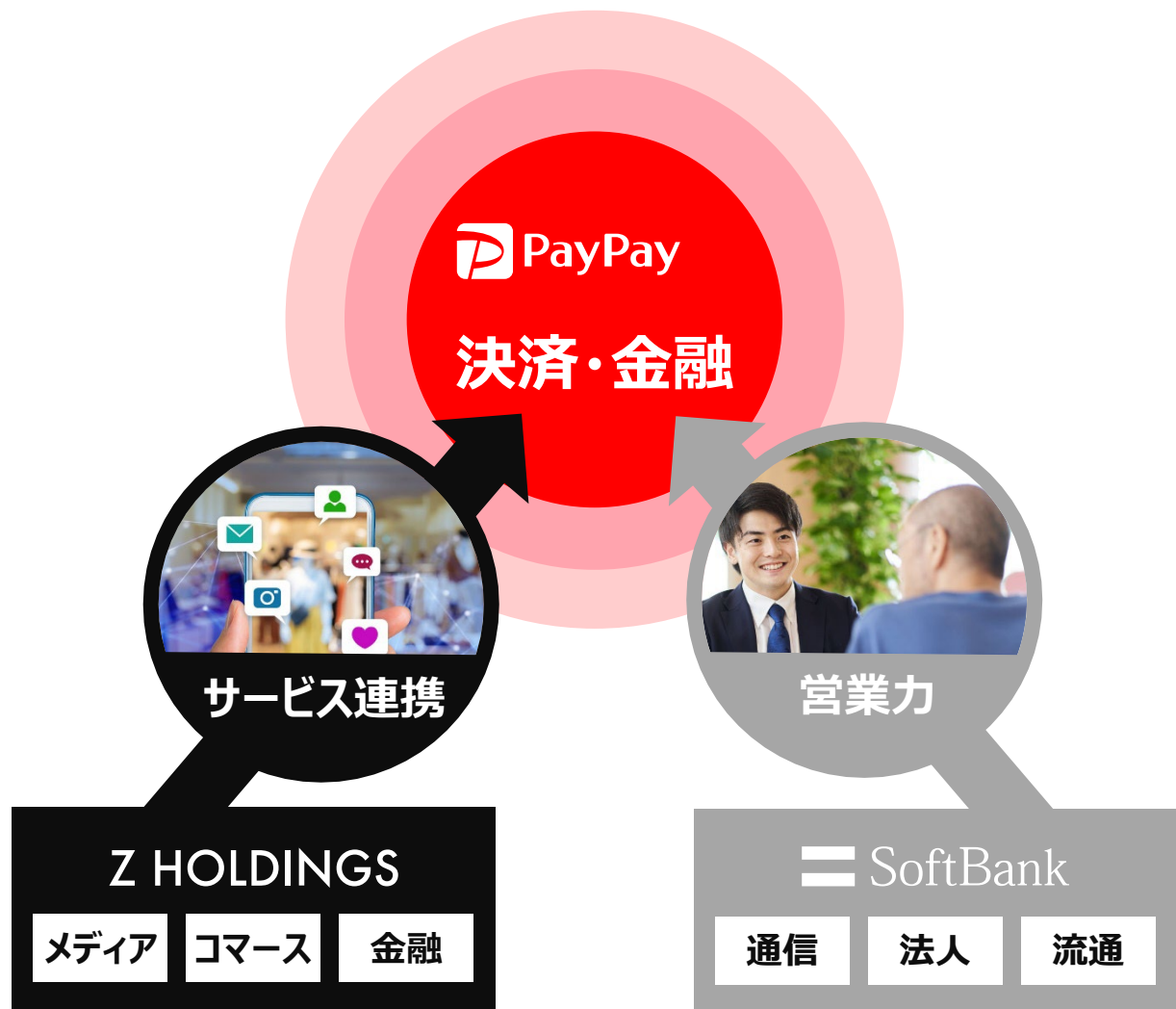
2022年10月より、PayPayを連結子会社化

連結後の資本構成（予定）¹



- 1 ZHDとソフトバンク(株)が
中間持株会社を設立
PayPay社を連結子会社化
- 2 ヤフーからPayPayカードに
アクワイアリング事業を移管
- 3 ヤフー直下からPayPay直下に
PayPayカード社を移管²

ソフトバンク(株)共同で、決済・金融事業の成長を最大化



＜従来＞

強みを持ち寄り、各々投資



＜今後＞

シナジー最大化の構えを構築

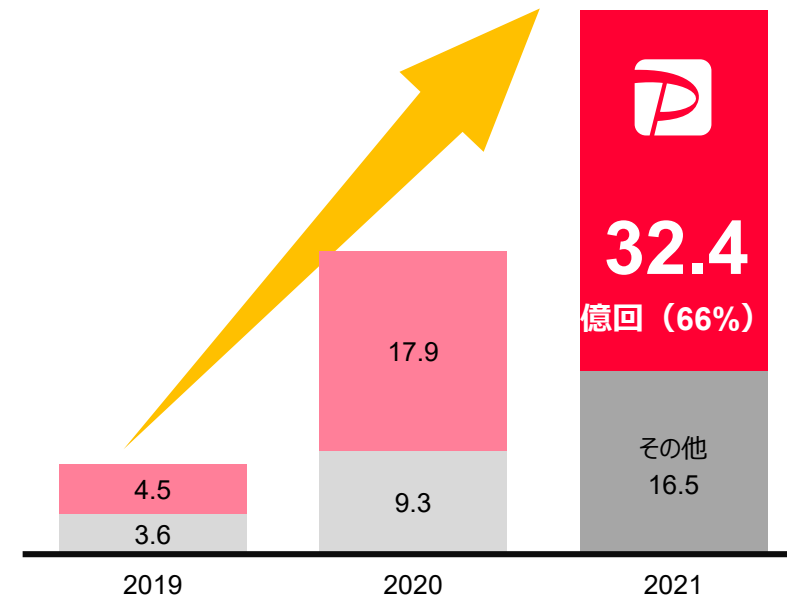
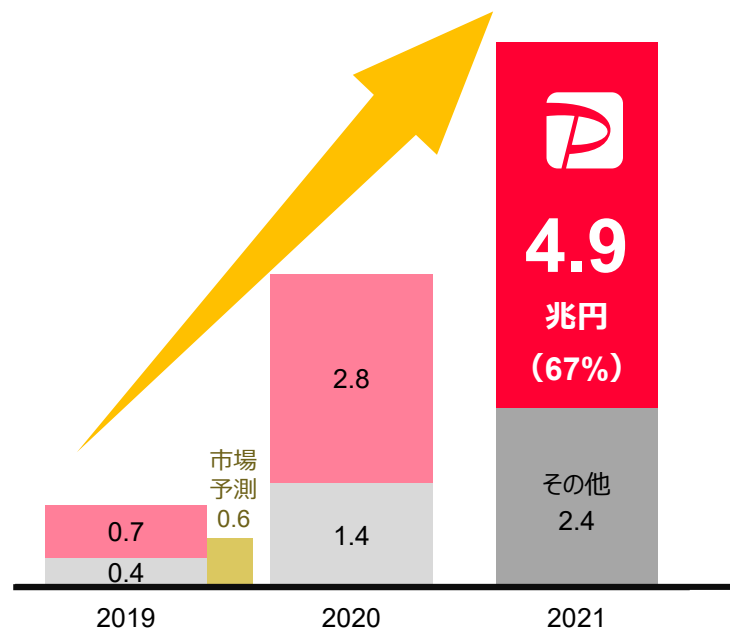
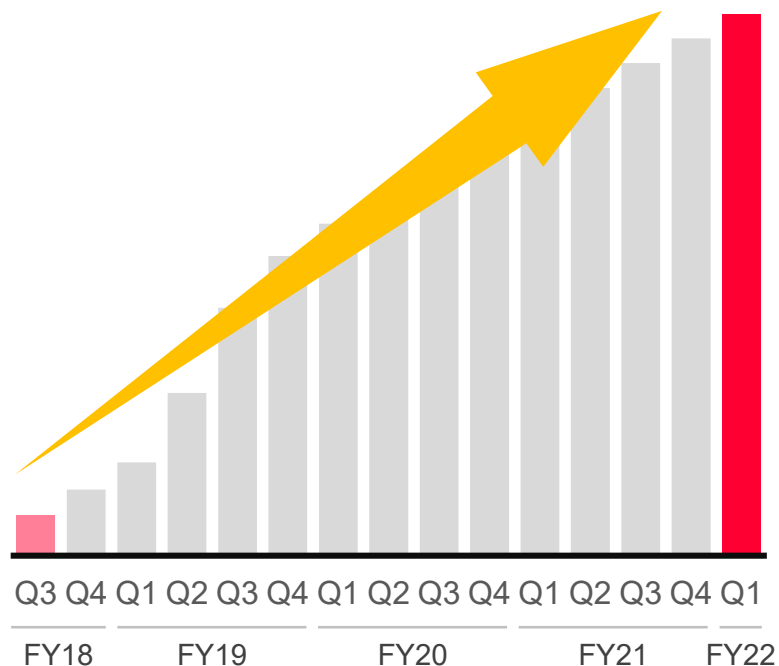
PayPayの成長の軌跡と マネタイズの加速へ

サービス開始から約3年9カ月の投資で爆発的成長を実現 決済取扱高・決済回数は、市場全体の約3分の2に

累計登録者数
4,865万人

決済取扱高^{1,2}
4.9兆円

決済回数¹
32.4億回



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」

2. 市場予測出所: 2018年11月9日 日本能率協会総合研究所「日本国内のQRコード決済市場調査結果」。市場予測0.6兆円は、2019年度の数値

PayPayはマネタイズフェーズへ 連結化により、2階・3階のマネタイズを一層加速

3階 金融サービス

 PayPay カード

あと払い累計登録者数
173万人¹

 PayPay 銀行

口座数
622万口座¹

 PayPay 証券

ポイント運用者
600万人²

 PayPay ほけん

ミニアプリ 累計加入件数
71万件¹

2階 加盟店サービス

PayPayマイストア
ライトプラン

加盟店数
374万箇所^{1,3}



PayPayクーポン
累計利用者数
1,000万人超



PayPayスタンプカード

1階 決済手数料

 PayPay

決済取扱高・決済回数

市場全体の約3分の2を達成

1. 2022年6月末時点

2. 2022年3月時点

3. 加盟店数は店舗やタクシーなど、「PayPay」への登録箇所の累計

PayPay連結化による

シナジー

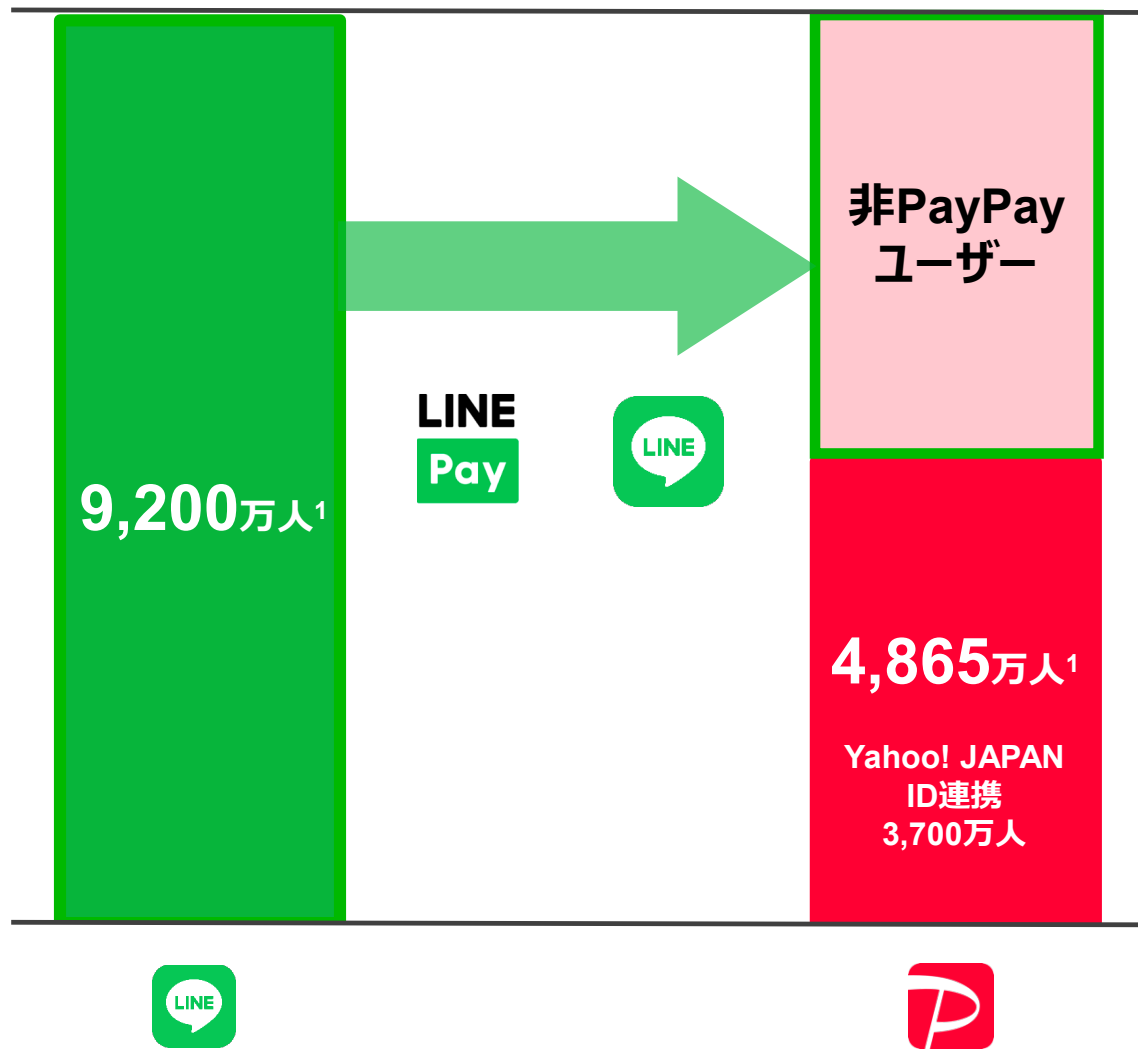
Zホールディングスグループ全体戦略

圧倒的ユーザー基盤で、To C / To B向けの経済圏を拡大



1. 2022年6月末時点。LINE：月間アクティブユーザー数。ヤフー：月間ログインユーザーID数。PayPay：累計登録者数

PayPayを国民の誰もが使う決済サービスへ



LINE連携でユーザー基盤を最大化

1 LINE Pay連携
(QRコード決済連携)

2 ポイント統合

3 ID連携

LINE、ヤフー、PayPayの3つのIDを連携¹し

日本のネットユーザーのほぼすべてをPayPay経済圏へ

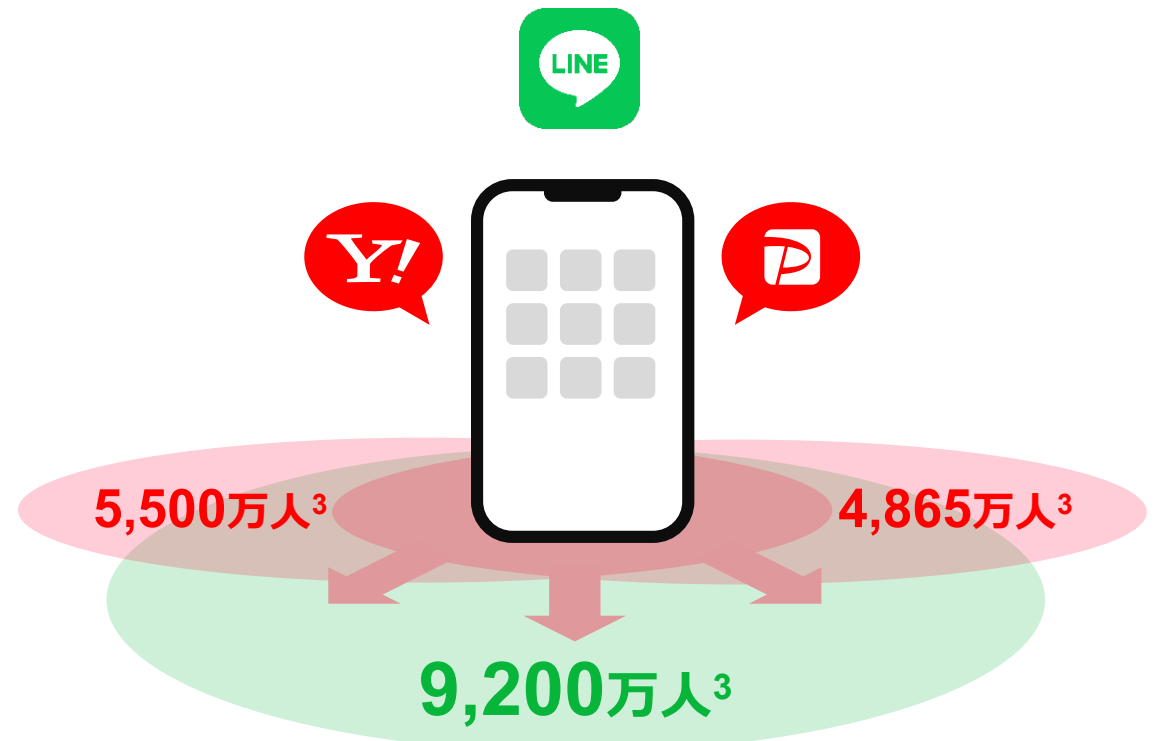
<現在>

Y-Pで77%²連携済



<今後の目標>

L-Y-Pで80%²連携へ



PayPayユーザー・加盟店基盤にグループサービスを掛け合わせ 新たな市場を開拓、収益機会を最大化

To Cへのアプローチ

- 1 コマース
- 2 金融 (銀行・カード・証券・保険)
- 3 暗号資産

To Bへのアプローチ

- 4 販促
- 5 EC化
- 6 金融 (ファクタリング・ローン等)
- 7 求人 (給与デジタル払い)



連携

LINE

YAHOO!
JAPAN

1. 2022年6月末時点
2. 加盟店数は店舗やタクシーなど、「PayPay」への登録箇所の累計

PayPay経済圏でのYahoo!ショッピングのメインEC化率を推進

「最もポイントが貯まるEC」としての認知拡大

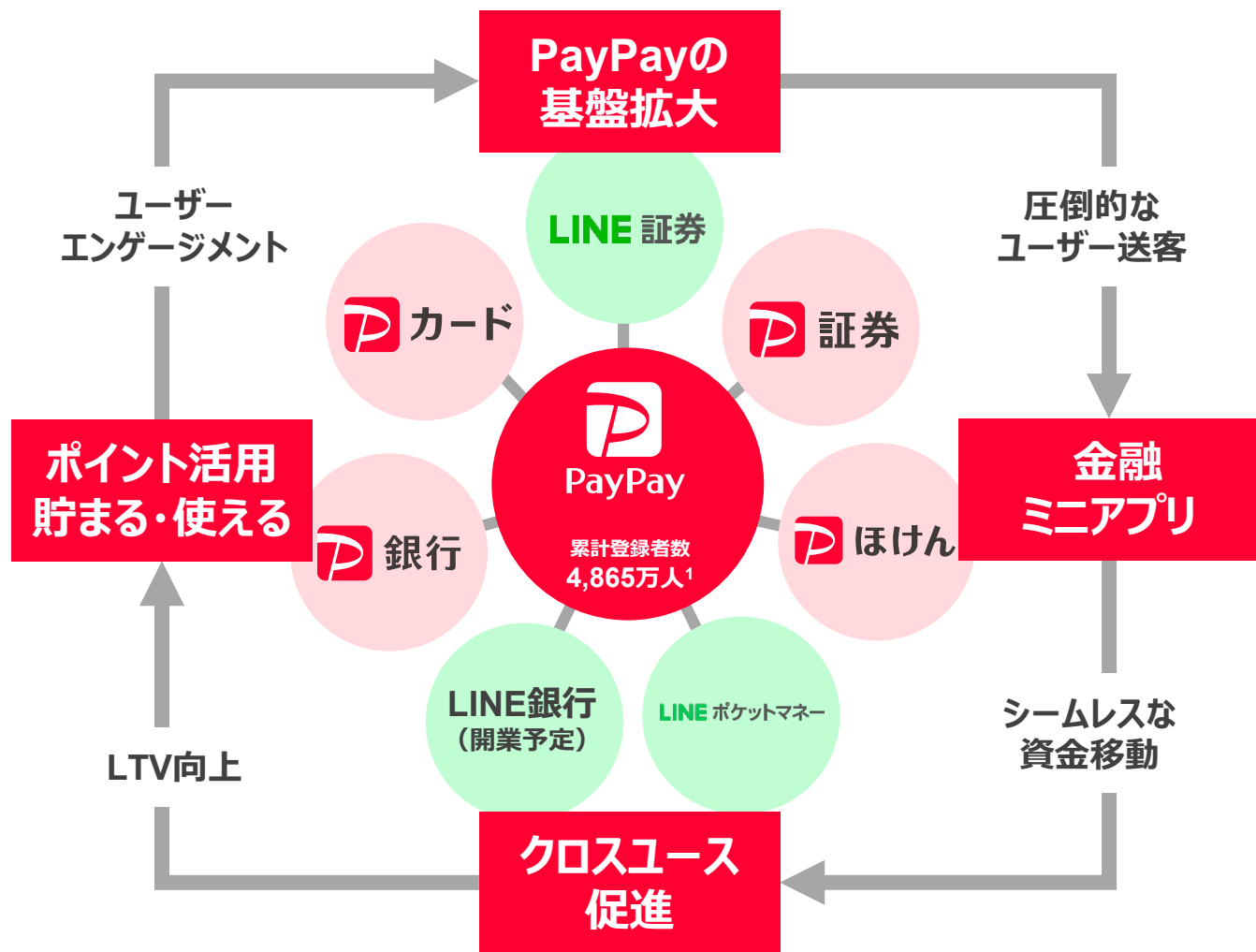


YAHOO! ショッピング
JAPAN

年間購入者
2倍を目指す

ポイント発行額拡大でPayPay経済圏を強化

PayPayを軸にPayPay金融・LINE金融のエコシステムを構築



 PayPay カード

中期目標

カード会員数 3倍

暗号資産・NFT×決済の連携で新市場を開拓

LINE Xenesis



暗号資産

LINE BITMAX

NFT

LINE nFT

PayPayでの暗号資産購入

PayPay加盟店での暗号資産決済

PayPayポイント運用に暗号資産コースの追加を検討

PayPayにNFT Marketミニアプリをローンチ

PayPay



販促のDXにより、将来的に1,000億円規模の売上規模へ

メーカー向け

PayPay加盟店向け

店外・店内でのリーチから購買、再購買まで促進

LINE公式アカウントからの送客で利用者・取扱高最大化

店外認知

店内認知

購買

再購買



YAHOO! JAPAN 広告

LINE 広告

LINE 公式アカウント



LINE POP Media



PayPay



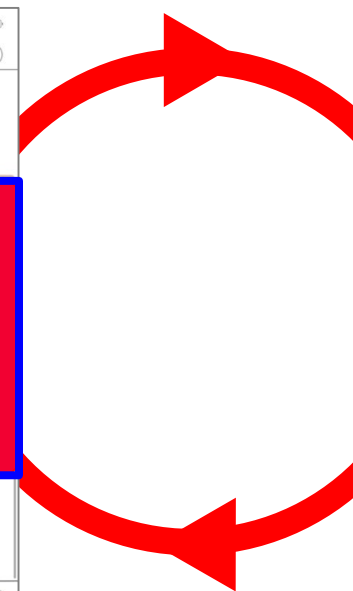
LINE 公式アカウント



LINE 公式アカウント



PayPay



MySmartStoreを付帯し、PayPay加盟店のEC化を推進



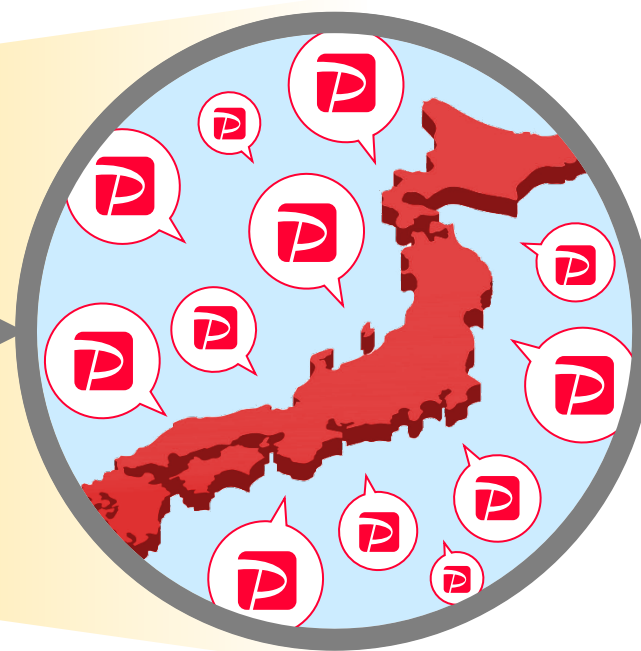
加盟店の
EC化推進



PayPayマイストア
のさらなる利用促進



PayPay加盟店の
さらなる拡大



 MySmartStore

PayPayマイストア
導入店

PayPay加盟店

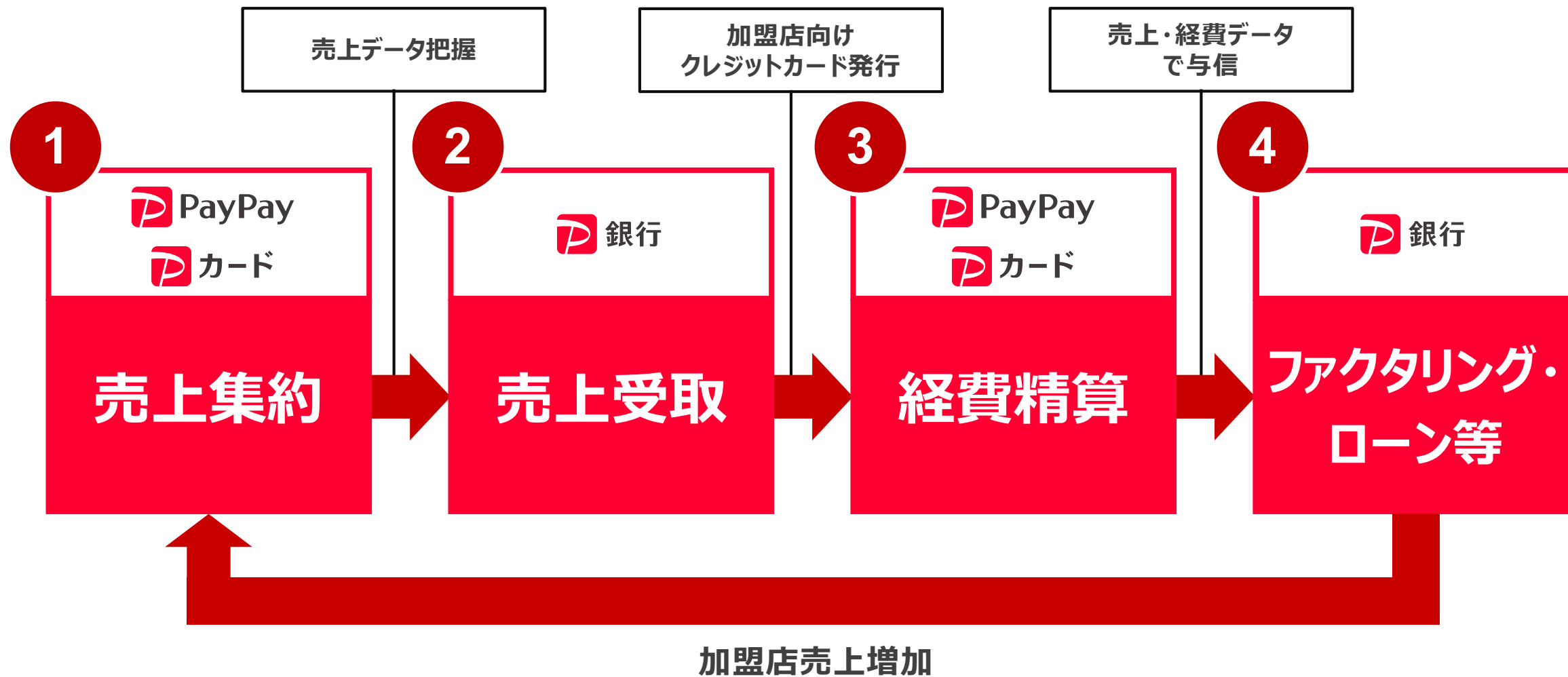
374万店舗^{1,2}

日本全国の
店舗

1. 2022年6月末時点

2. 加盟店数は店舗やタクシーなど、「PayPay」への登録箇所の累計

PayPay加盟店に一気通貫の金融サービスを提供



国内最大級のユーザー基盤を持つZホールディングスの各事業領域の連携により グループシナジーの最大化・収益拡大を図る

メディア

- 中期的にID連携率80%を達成し、
広告単価を+5-15%
- 販促市場のDXで、売上収益
1,000億円のAdd-On

コマース

- PayPayとのクロスユースを促進し、
Yahoo!ショッピングの購入者数を
2倍に

戦略

- PayPay、LINEの金融サービスの
エコシステムを構築
- カード会員数 3倍
- 戦略事業セグメントで数年内に
EBITDAベースで黒字化を目指す



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