

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 補足資料

2022年8月3日

Z HOLDINGS

2022年度第1四半期 連結業績

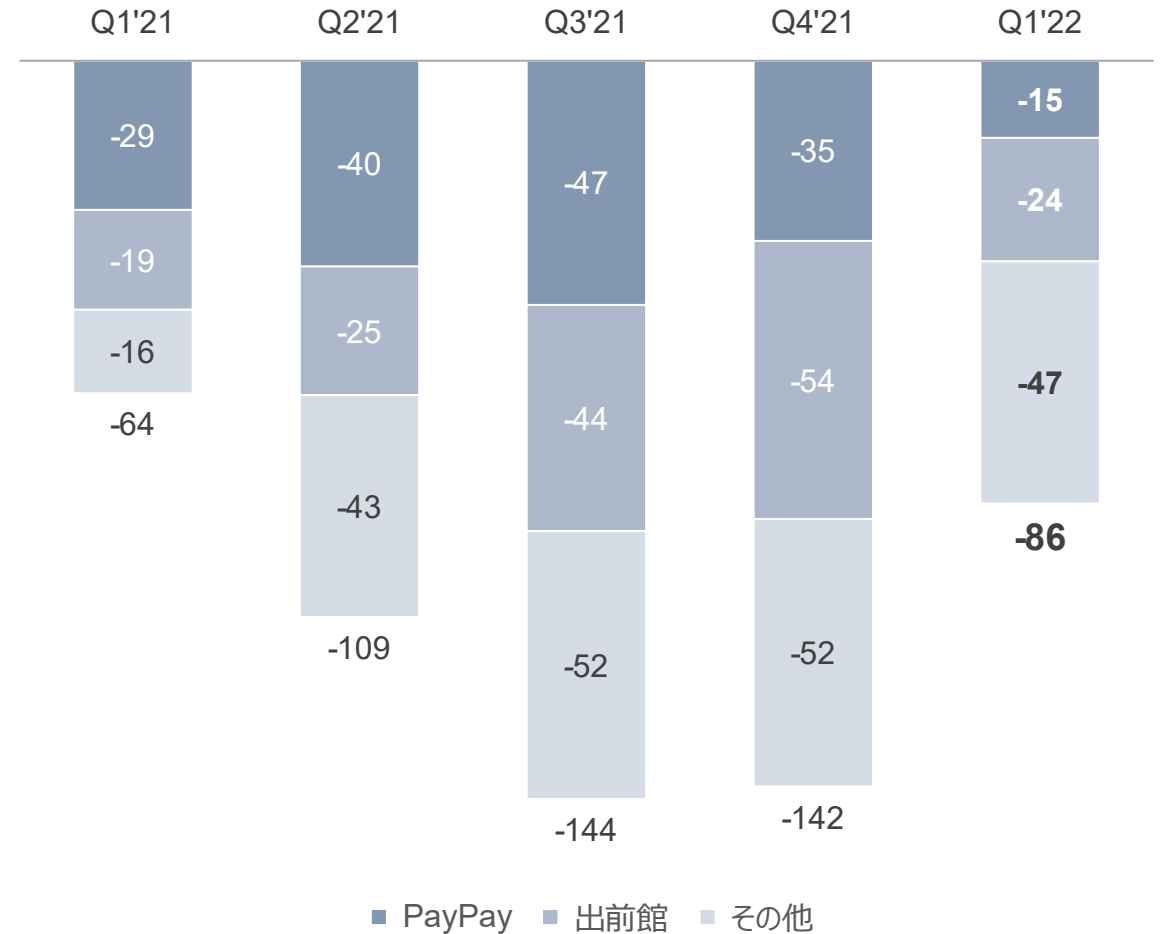
(億円)		FY2022 Q1	前年同四半期差	YoY	主な増減要因
売上収益		3,905	+172	+4.6 %	<ul style="list-style-type: none"> • LINE +109 • アスクルグループ +39 • ZOZO +37
売上原価		1,222	+26	+2.2 %	<ul style="list-style-type: none"> • アスクルグループ +27
販売費及び一般管理費		2,185	+161	+8.0 %	
以下主な内訳	人件費	603	+68	+12.8 %	<ul style="list-style-type: none"> • LINE +44 • ヤフー +13
	減価償却費及び償却費	343	+5	+1.7 %	<ul style="list-style-type: none"> • ヤフー +8
	業務委託費	299	+38	+14.7 %	<ul style="list-style-type: none"> • LINE +15 • ヤフー +10
	販売促進費	299	+10	+3.6 %	<ul style="list-style-type: none"> • LINE +14 • PayPayカード +13
その他収益及び費用		0	0	N/A	
営業利益		497	-16	-3.2 %	

(億円)	FY2022 Q1	前年同四半期差	YoY	主な増減要因
営業利益	497	-16	-3.2 %	
その他の営業外収益	35	-42	-54.4 %	
その他の営業外費用	35	+2	+6.3 %	
持分変動利益	41	+17	+73.4 %	
持分法による投資損益	-86	-22	N/A	<ul style="list-style-type: none"> • LINE連結 -34 (出前館 -5) • PayPay +13
税引前四半期利益	452	-65	-12.7 %	
法人所得税	153	-55	-26.4 %	
四半期利益	298	-10	-3.4 %	
非支配持分	46	+3	+7.7 %	
親会社の所有者に帰属する当期利益	252	-13	-5.2 %	

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	38.5%	• 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

(億円)



- 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月連結子会社化予定)



(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"> FY21取扱高: 1,627億円 (YoY+58%) 	<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: 123万 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザー数⁴: 471万 ローン残高⁴: 約689億円 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザー数⁴: 39万

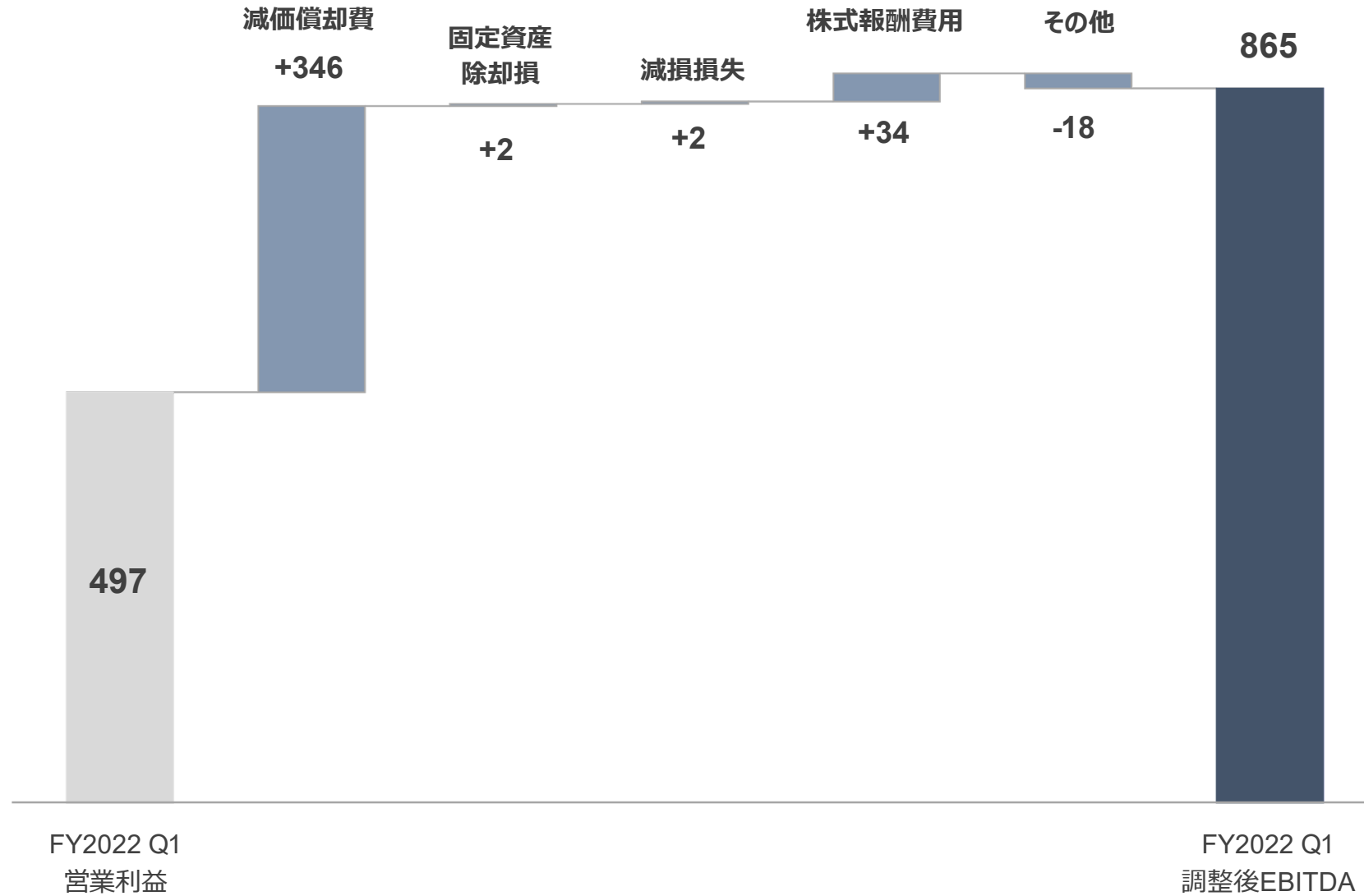
1. 2022年6月5日 一般社団法人キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」。2021年の国内QR・バーコード決済市場の店舗利用総額（7.3兆円）とPayPay取扱高（4.9兆円）をもとに算出

2. data.ai調べ。2022年3月～2022年5月累計「フード&ドリンク」及び「フードデリバリー／テイクアウト」カテゴリーにおけるアプリダウンロード数（iOS及び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6月末時点

(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

子会社の連結影響（PPA）

全社

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

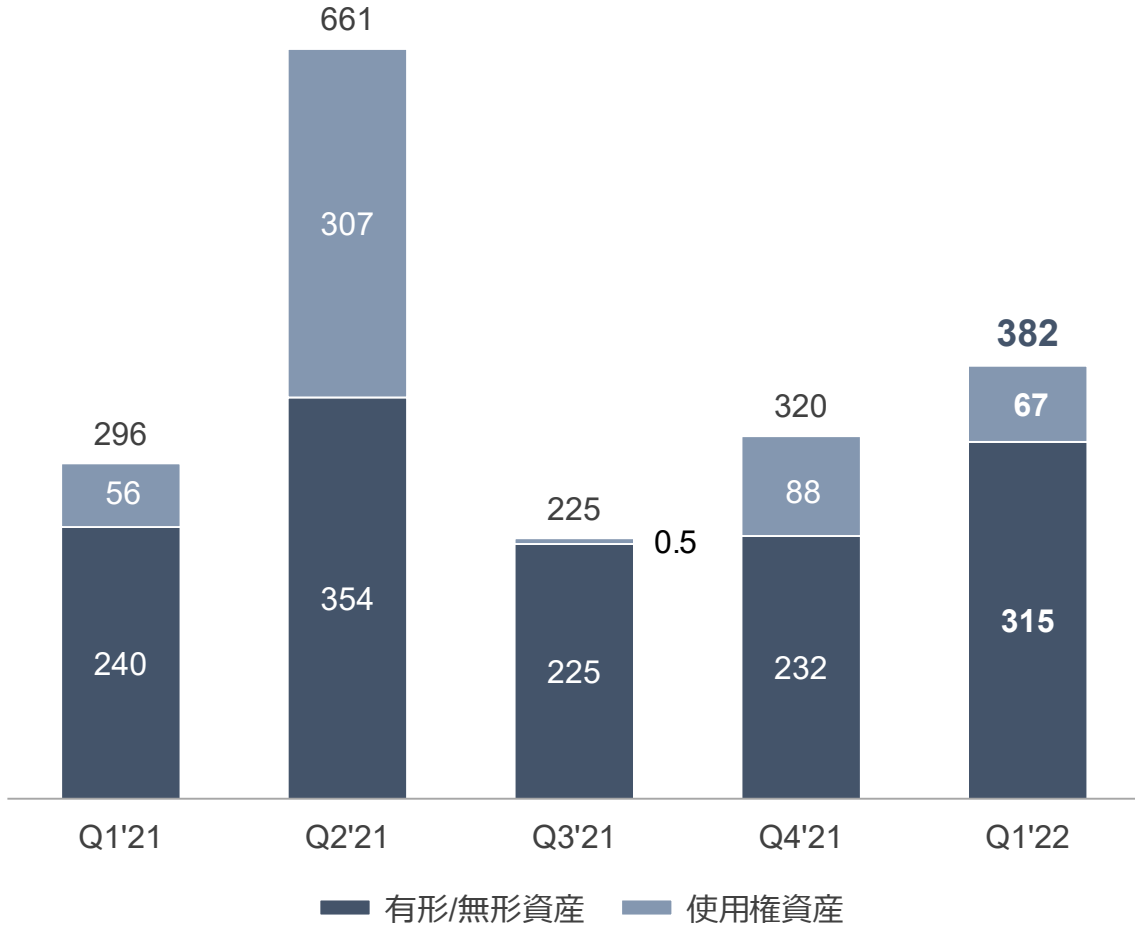
1. 確定値

2. 耐用年数を確定できない無形資産

(億円)	FY2021 Q4	FY2022 Q1	差額
資産	71,103	72,470	+1,366
現金・現金同等物	11,275	11,792	+517
営業債権・その他債権	3,686	3,245	-440
カード事業の貸付金	4,755	4,651	-104
銀行事業の有価証券	4,641	4,341	-300
有形固定資産	1,647	1,741	+93
無形資産	12,163	12,135	-28
負債	41,281	42,592	+1,310
営業債務・その他債務	5,249	4,964	-285
銀行事業の預金	14,311	15,078	+766
有利子負債	16,665	17,919	+1,254
資本	29,821	29,878	+56

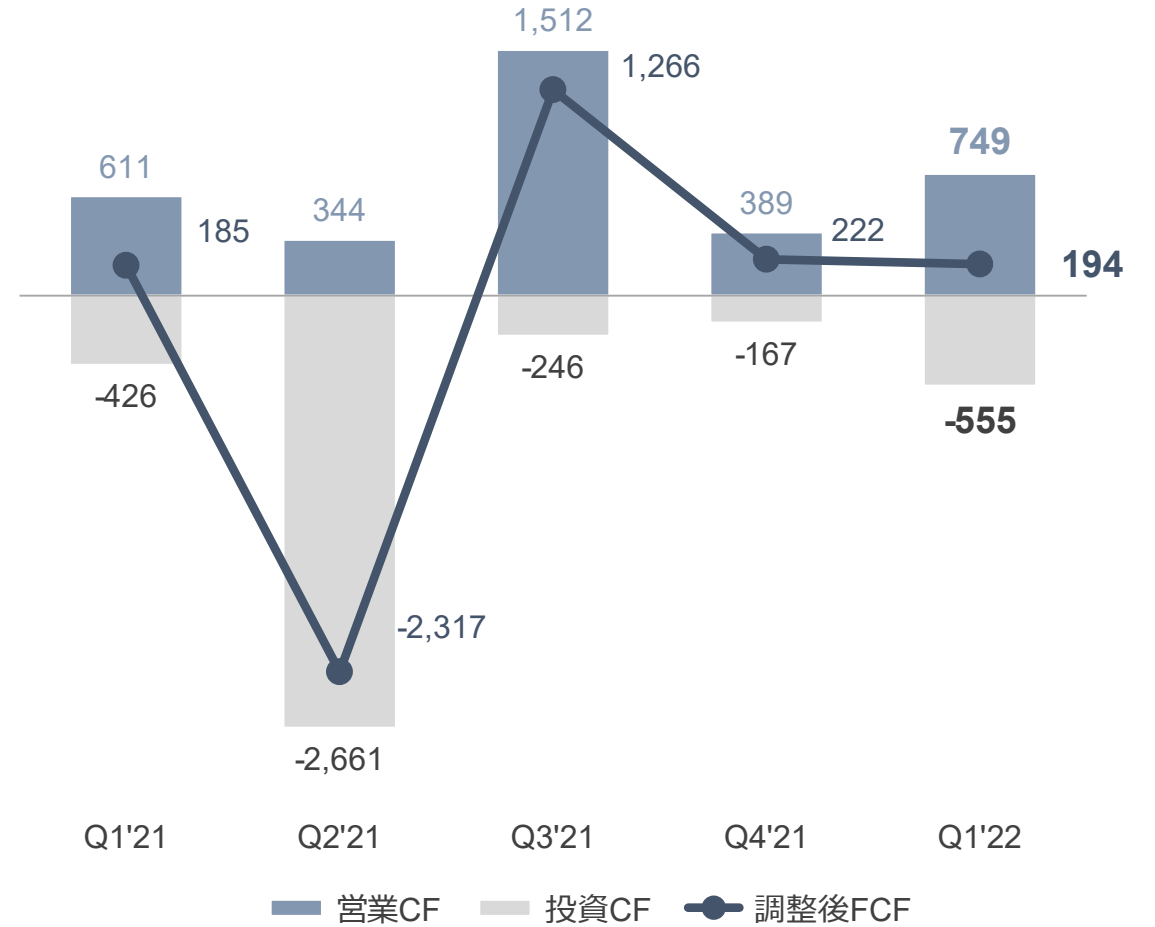
設備投資¹

(億円)



調整後FCF²

(億円)



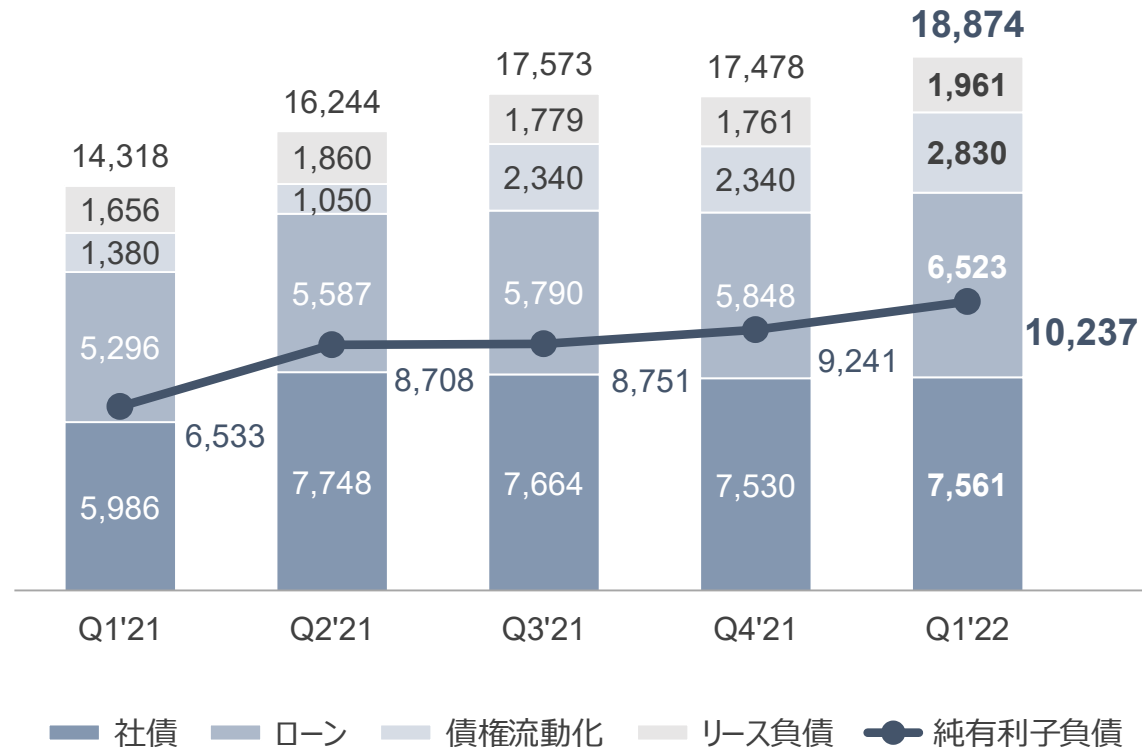
1. 値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

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)

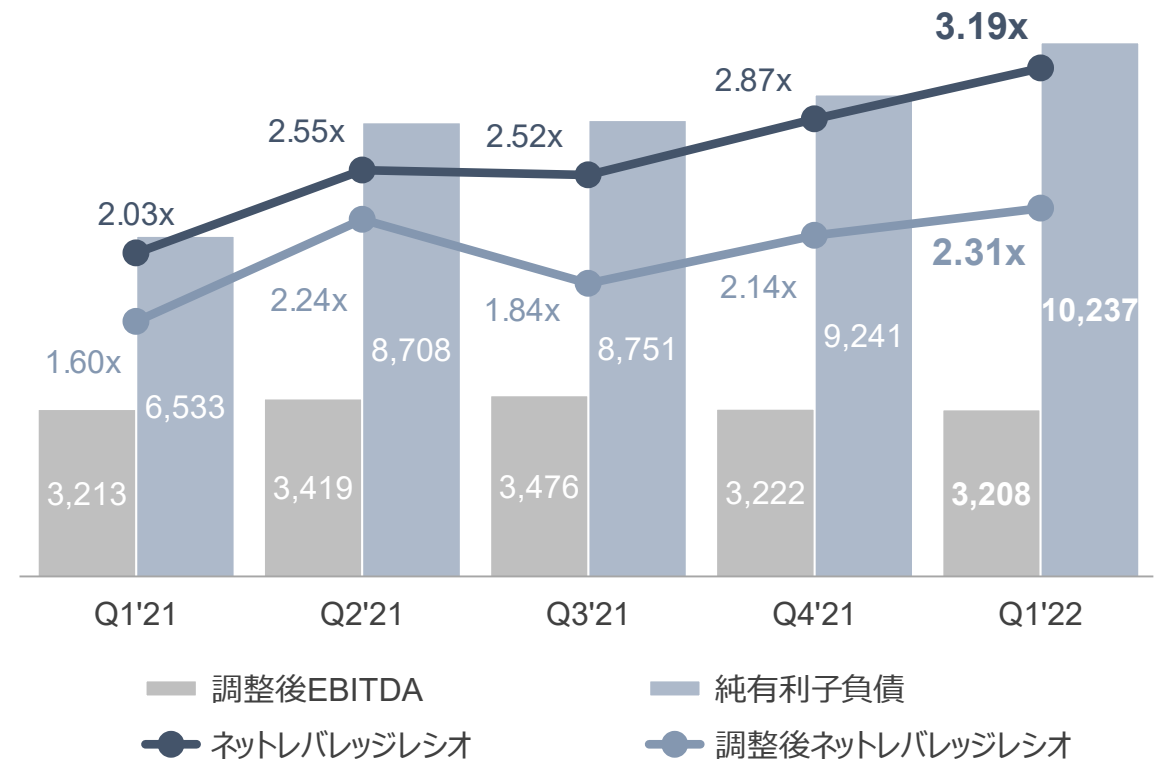
(億円)



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)

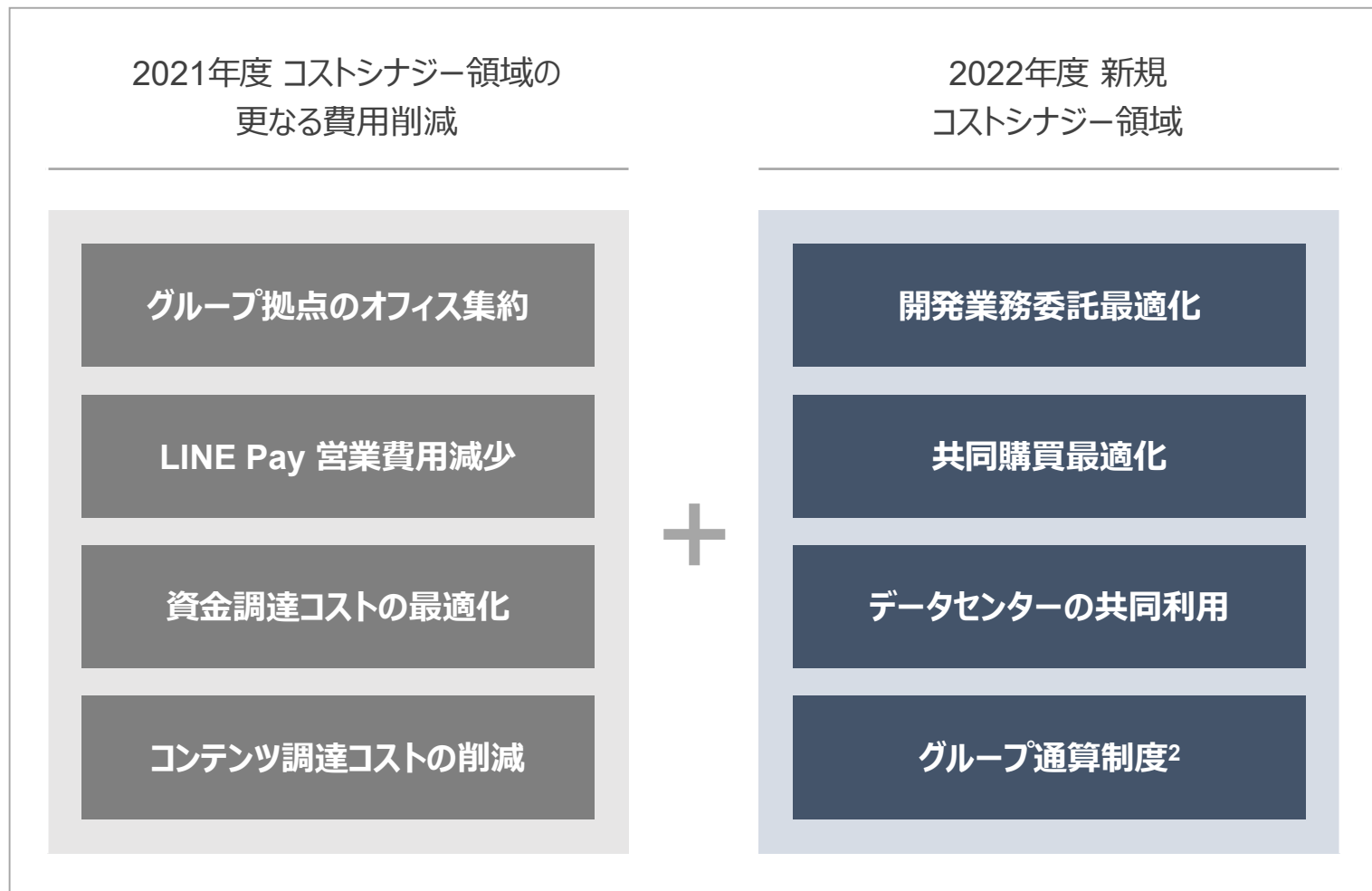
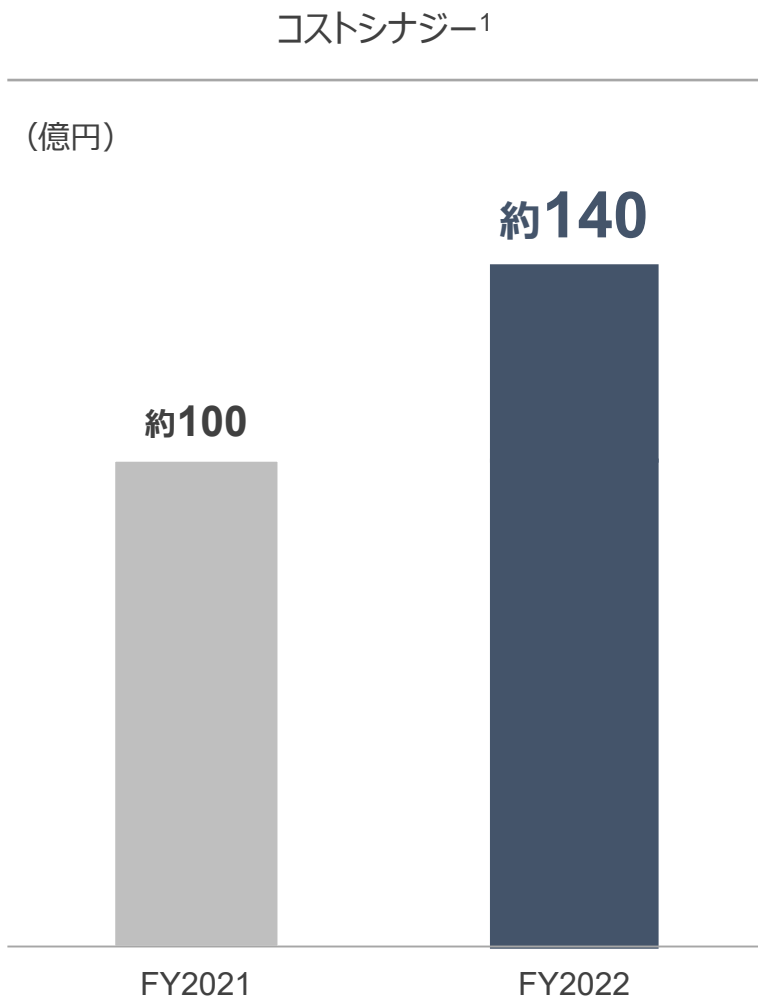


1. 純有利子負債 = 有利子負債 - 現金及び現金同等物。値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

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

- 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**を追求

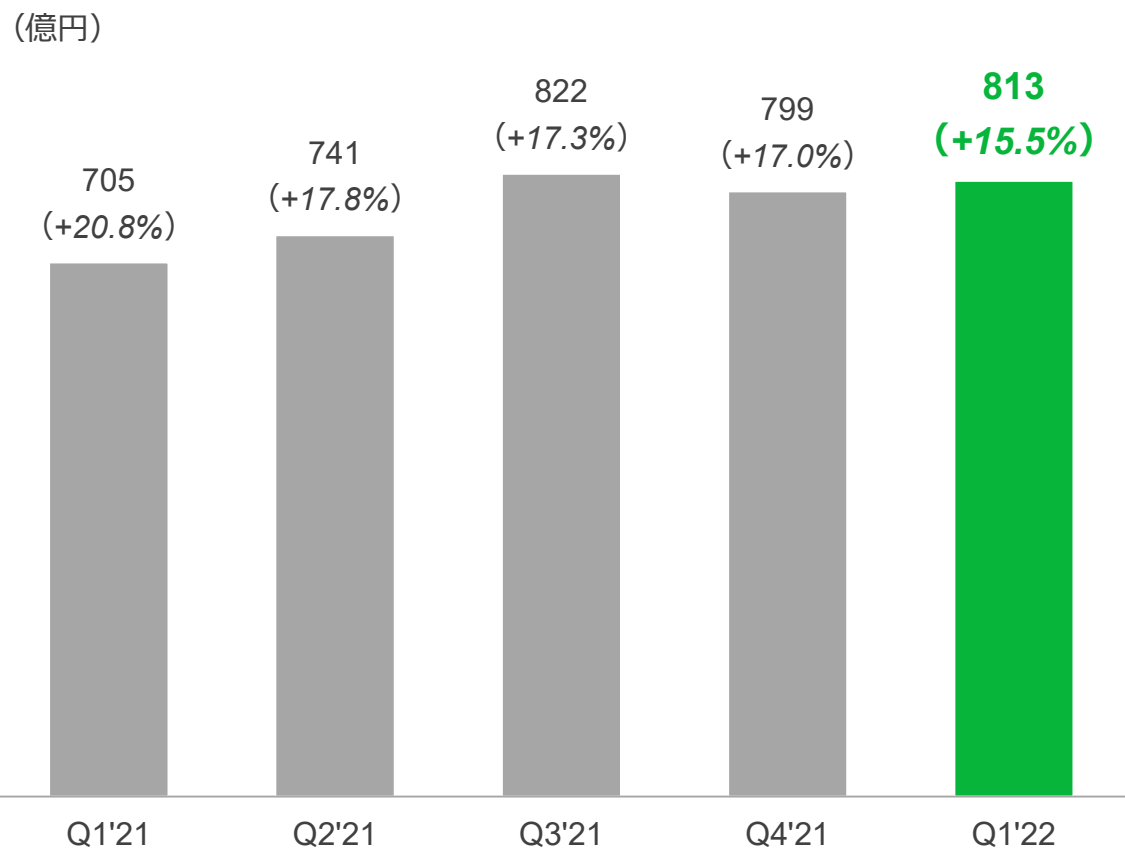


1. FY2020との通期比較

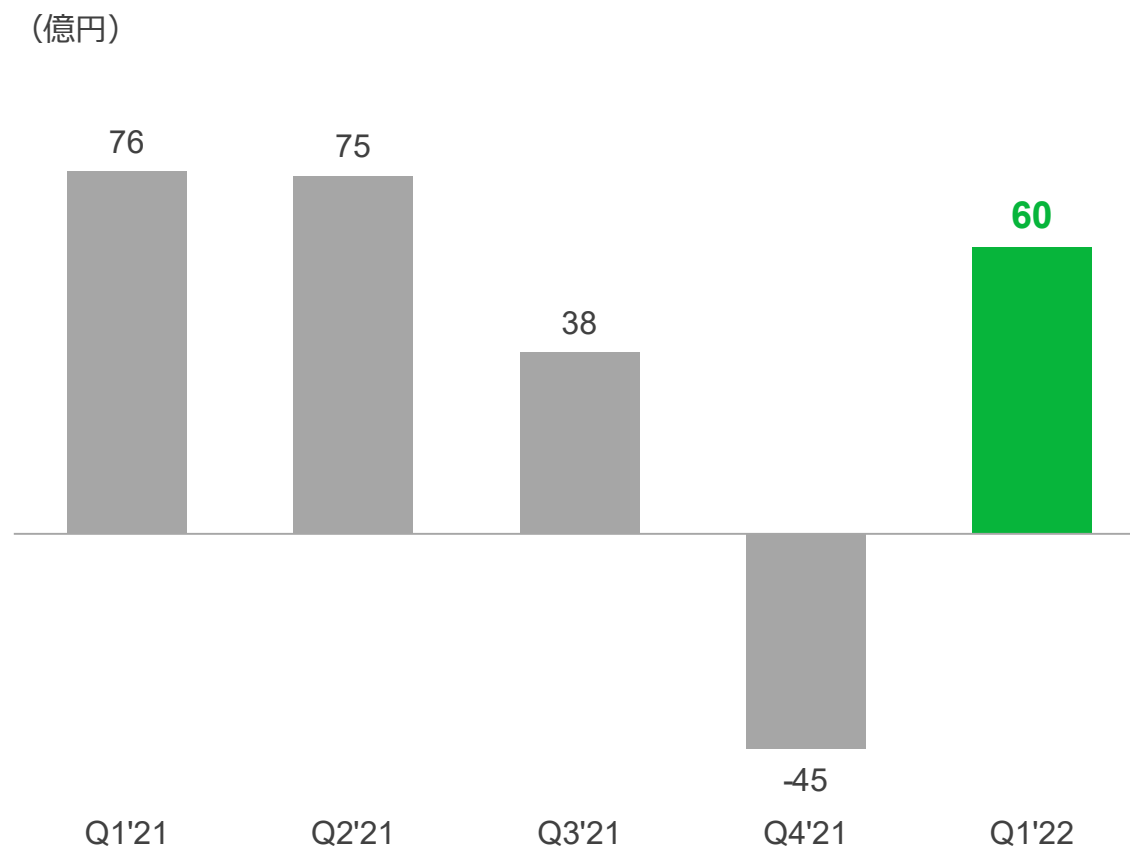
2. Zホールディングスグループ全体での損益計算による納付税額の減少

- 売上収益は、広告事業が成長をけん引し、2桁成長。営業利益は、海外EC・LINEギフトの販促強化により減益

売上収益 (YoY)



営業利益

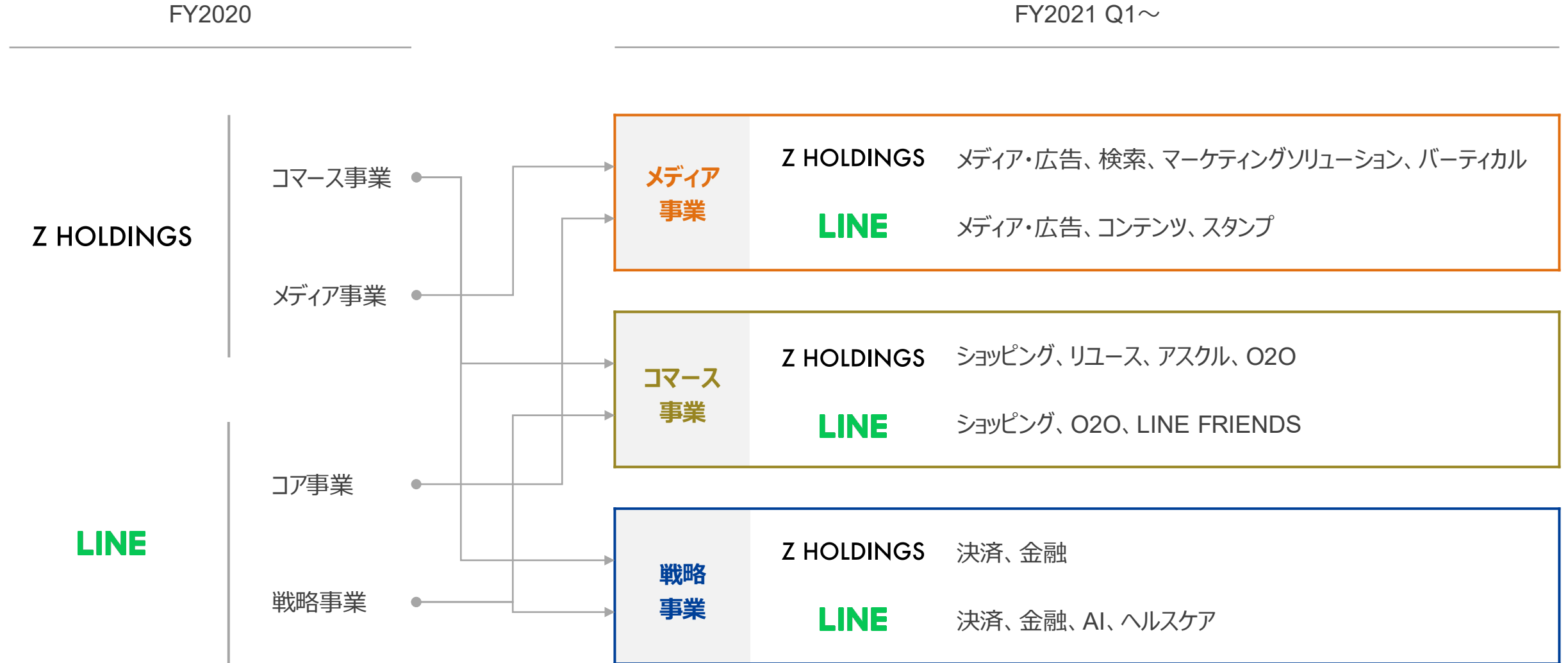


1. Zホールディングス(株)の会計期間（3月期）に準ずる。Zホールディングスによる連結調整前の実績であり、経営統合に伴うPPA（識別可能無形資産）の償却費等は含まない。

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

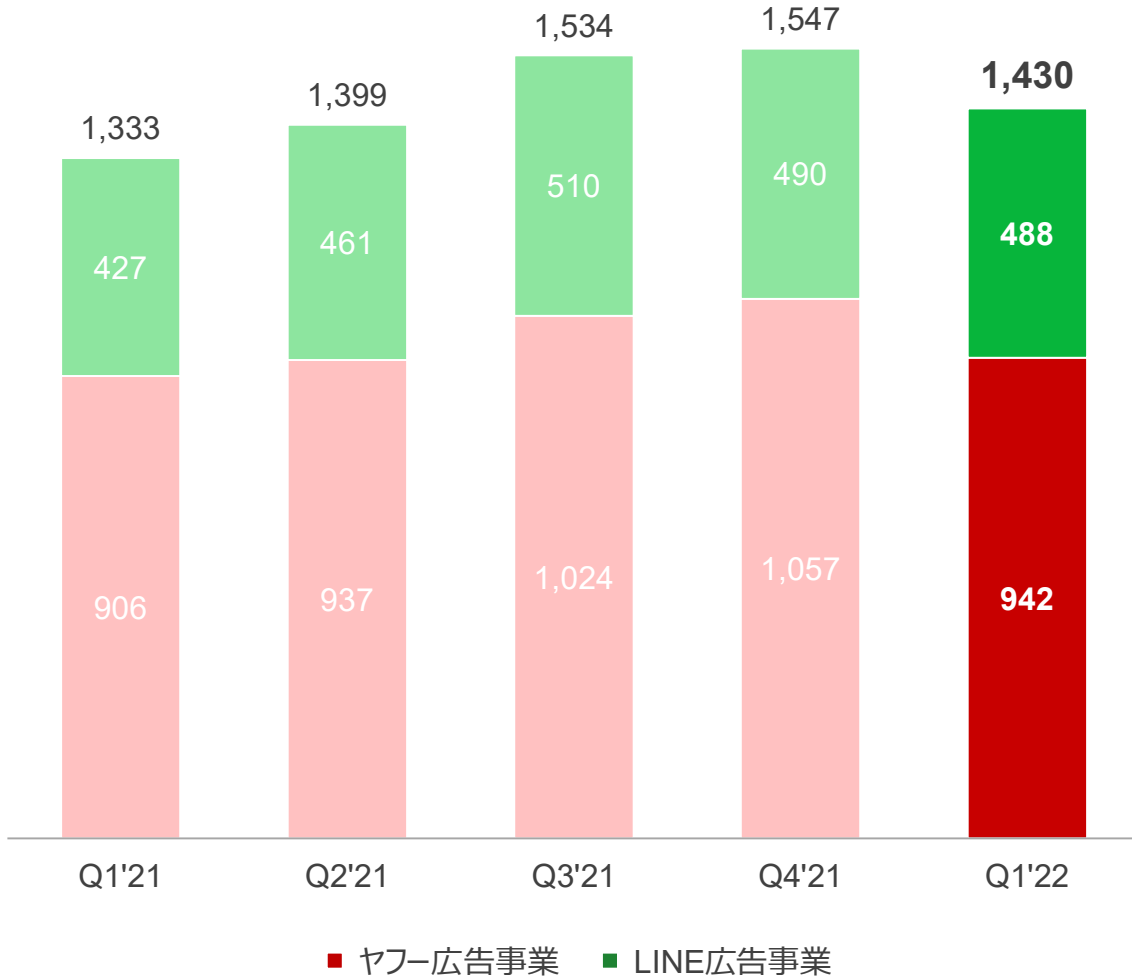
- 各事業の成長フェーズに合わせ、2021年度より「メディア」、「コマース」、「戦略」の3事業に区分



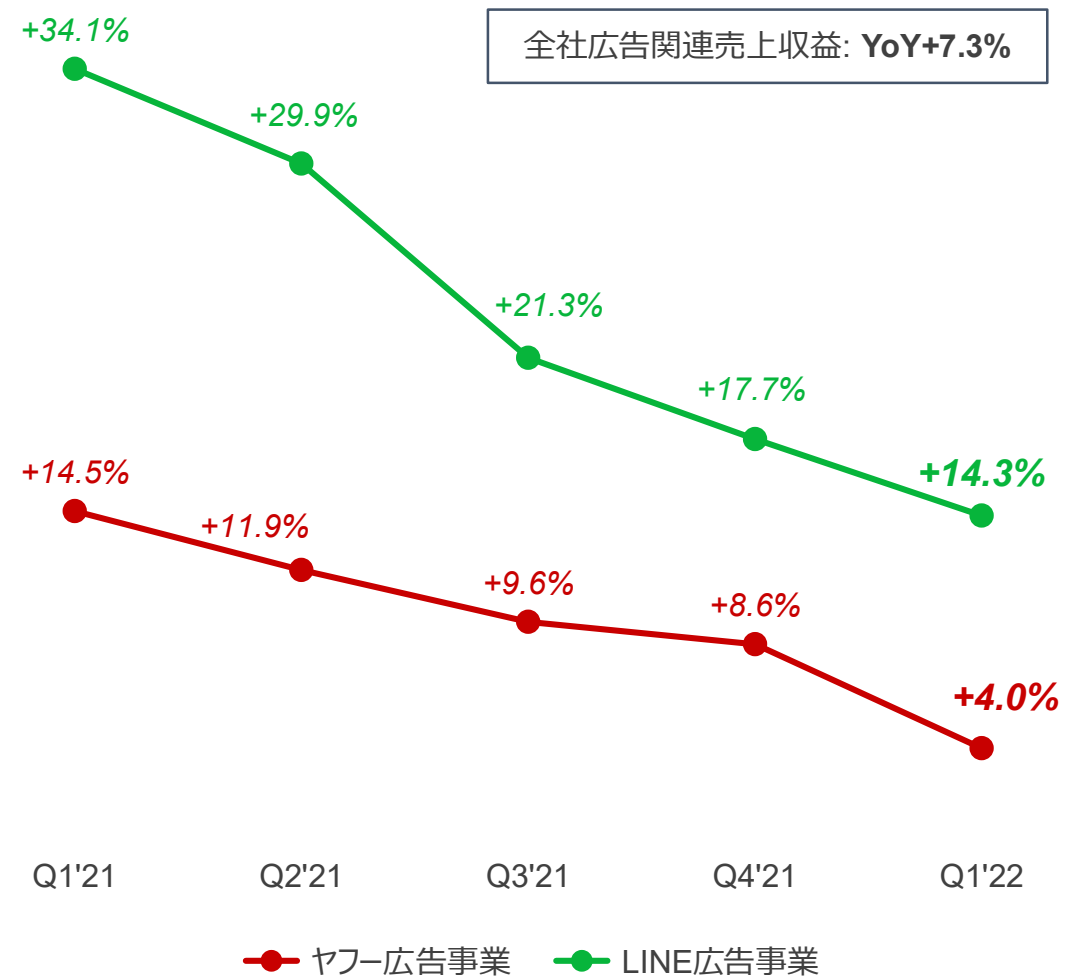
メディア事業

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 Q1'	FY2022 Q1'	YoY
売上収益	148,776	153,718	+3.3%
LINE 広告売上収益	42,722	48,817	+14.3%
ディスプレイ広告	25,071	27,369	+9.2%
アカウント広告	16,120	19,883	+23.3%
その他LINE広告	1,530	1,565	+2.3%
ヤフー広告売上収益	76,763	80,960	+5.5%
検索広告	43,331	46,995	+8.5%
ディスプレイ広告（運用型） ²	28,909	30,213	+4.5%
ディスプレイ広告（予約型） ²	4,522	3,752	-17.0%
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）	29,289	23,939	-18.3%
売上原価	32,234	30,235	-6.2%
販管費	60,608	63,904	+5.4%
販売促進費・広告宣伝費	6,038	6,106	+1.1%
その他販管費	54,570	57,798	+5.9%
その他収益及び費用	-	-	N/A
調整後EBITDA / マージン³	61,307 (41.2%)	65,254 (42.5%)	+6.4%
LINE 調整後EBITDA / マージン³	23,281 (38.2%)	26,218 (38.9%)	+12.6%
ヤフー 調整後EBITDA / マージン³	38,025 (43.3%)	39,035 (45.2%)	+2.7%

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

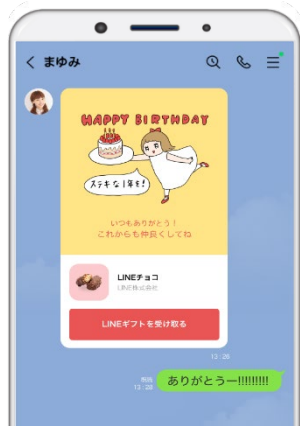
項目	内訳
LINE広告	
ディスプレイ広告	「LINE VOOM」、「LINE NEWS」、「トークリスト」、「Talk Head View」、「Talk Head View Custom」、その他
アカウント広告	「LINE公式アカウント」、「LINEプロモーションスタンプ」、「LINEで応募」、「LINEチラシ」、その他
その他広告	「ライブドアブログ」、「LINEバイト」、その他
ヤフー 広告	
検索広告	Yahoo!広告「検索広告」
ディスプレイ広告	
運用型広告	Yahoo!広告「ディスプレイ広告」（運用型） 等
予約型広告	Yahoo!広告「ディスプレイ広告」（予約型） 等
その他	
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	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

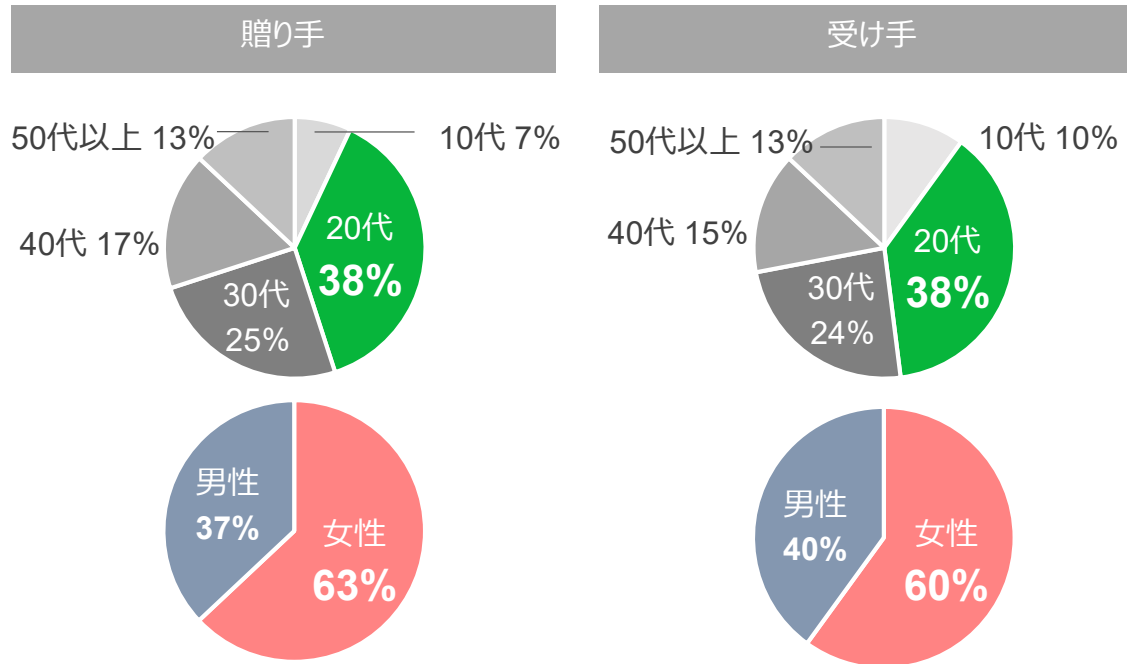
項目	主な課金方法	掲載場所	広告主タイプ
検索広告	クリック課金	検索結果ページ	大手・中小企業
ディスプレイ広告			
運用型			
Yahoo!広告 「ディスプレイ広告」(運用型)	クリック課金 視聴課金	トップページ コンテンツページ パートナーサイト	大手・中小企業
ショッピング広告 (運用型)	コンバージョン課金	「Yahoo!ショッピング」 「PayPayモール」	「Yahoo!ショッピング」、「PayPayモール」 出店ストア
予約型			
Yahoo!広告 「ディスプレイ広告」(予約型)	ビューアブルインプレッション課金 期間保証型課金等	トップページ コンテンツページ	大手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

コマース事業

- 「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

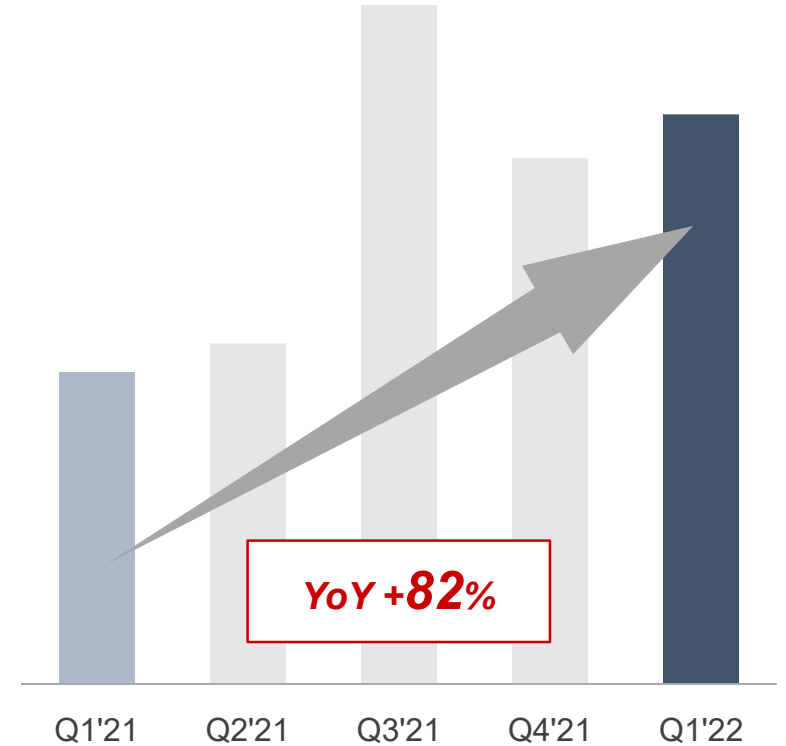


ユーザー属性¹



累計利用者数² **2,500万人** (2022年6月時点)

LINEギフト取扱高



1. 集計期間：2021年6月1日～2022年5月31日。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20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)	20店舗に拡大 • 新たに千葉県に出店	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 • 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2,000種類 • 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8月3日時点

2. 世帯数ベース

(百万円)	FY2021 Q1 ¹	FY2022 Q1 ¹	YoY
売上収益	195,979	205,629	+4.9%
物販EC	160,006	166,824	+4.3%
ショッピング事業	74,810	79,392	+6.1%
リユース事業	14,034	14,052	+0.1%
アスクル BtoB事業（インターネット経由）	71,161	73,379	+3.1%
サービスEC	2,837	5,357	+88.8%
その他	33,134	33,447	+0.9%
売上原価	85,223	88,961	+4.4%
販管費	88,023	92,322	+4.9%
販売促進費・広告宣伝費	25,380	25,054	-1.3%
その他販管費	62,643	67,268	+7.4%
その他収益及び費用	-	-	N/A
調整後EBITDA / マージン	35,514 (18.1%)	37,396 (18.2%)	+5.3%

1. FY2022Q1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、FY2021Q1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月リニューアル予定)	ZOZOTOWN	LOHACO		LINE GIFT		LIVEBUY
形態・種別	モール型 (商品数：約4億)	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2,000)	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"> 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 	<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"> 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 	<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	<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%	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」、「LIVEBUY」、海外EC ¹
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
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P26参照

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」、「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」、「LIVEBUY」
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)	「おうちダイレクト ¹ 」
国内サービス系取扱高	「一休.com」、「Yahoo!トラベル」、「Yahoo!ココ ² 」、「出前館」、「LINE PLACE」
国内デジタル系取扱高 ²	「ebookjapan」、「LINEマンガ」、「LINE MUSIC」、「LINEスタンプ」、「LINE GAME」、「LINE LIVE」、「LINE 占い」、「LINE NFT ³ 」、 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 ² 」、「LINE GAME ² 」、「DOSI ⁴ 」

1. 2022年6月30日終了

2. 当該サービスの収益は、メディア事業セグメントに計上

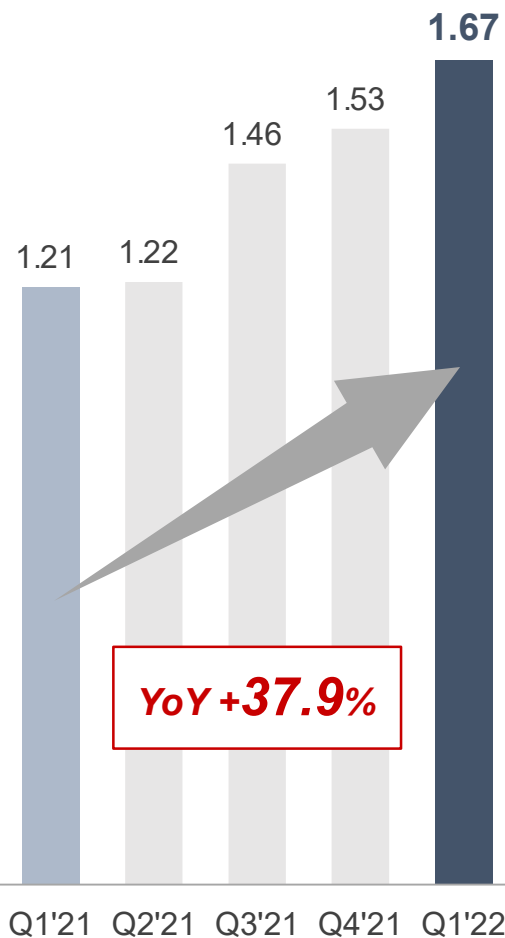
3. 当該サービスの収益は、戦略事業セグメントに計上

4. グローバルNFTプラットフォーム。当該サービスの取扱高は、サービスリリース後に計上予定。また、当該サービスの収益は、戦略事業セグメントに計上予定

戰略事業

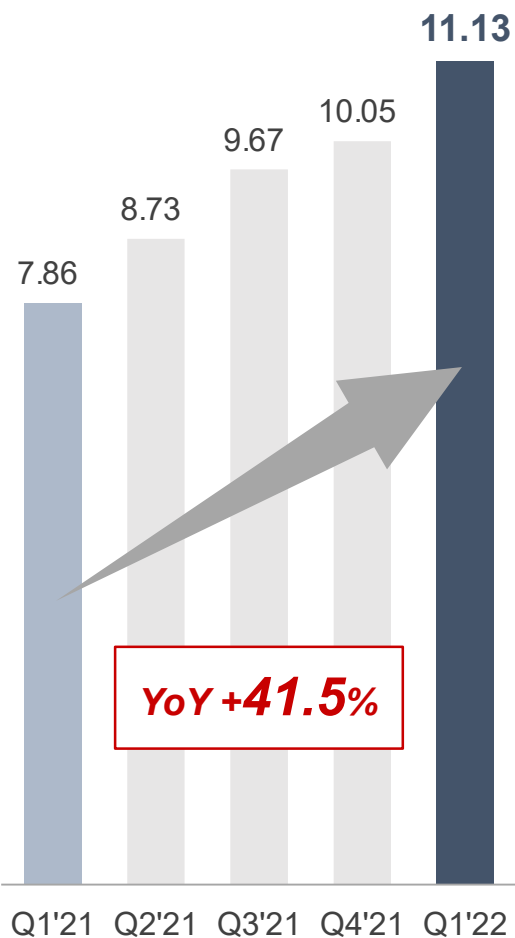
取扱高¹

(兆円)



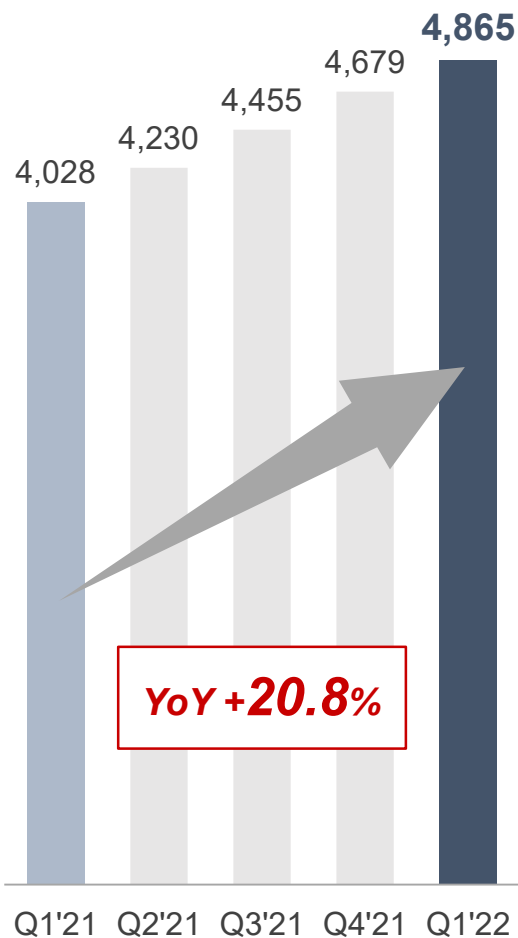
決済回数¹

(億回)



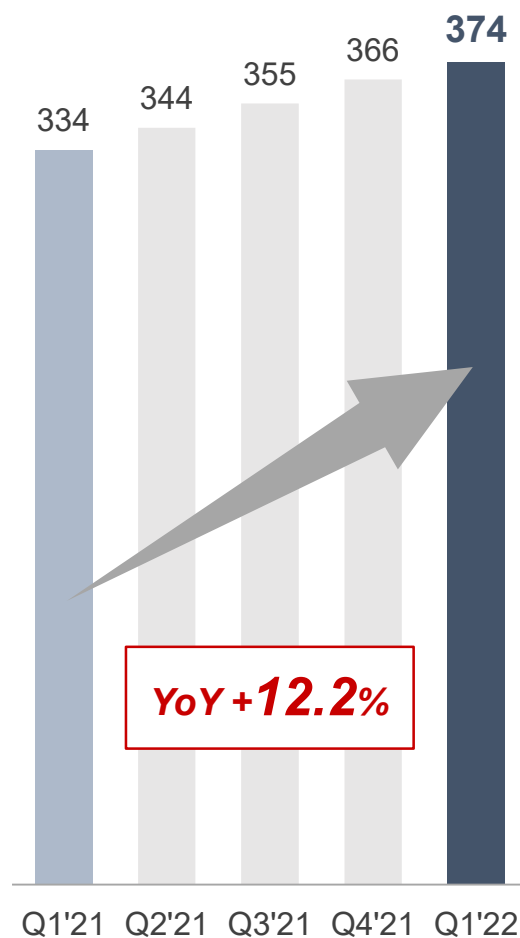
累計登録者数

(万人)



加盟店数²

(万カ所)

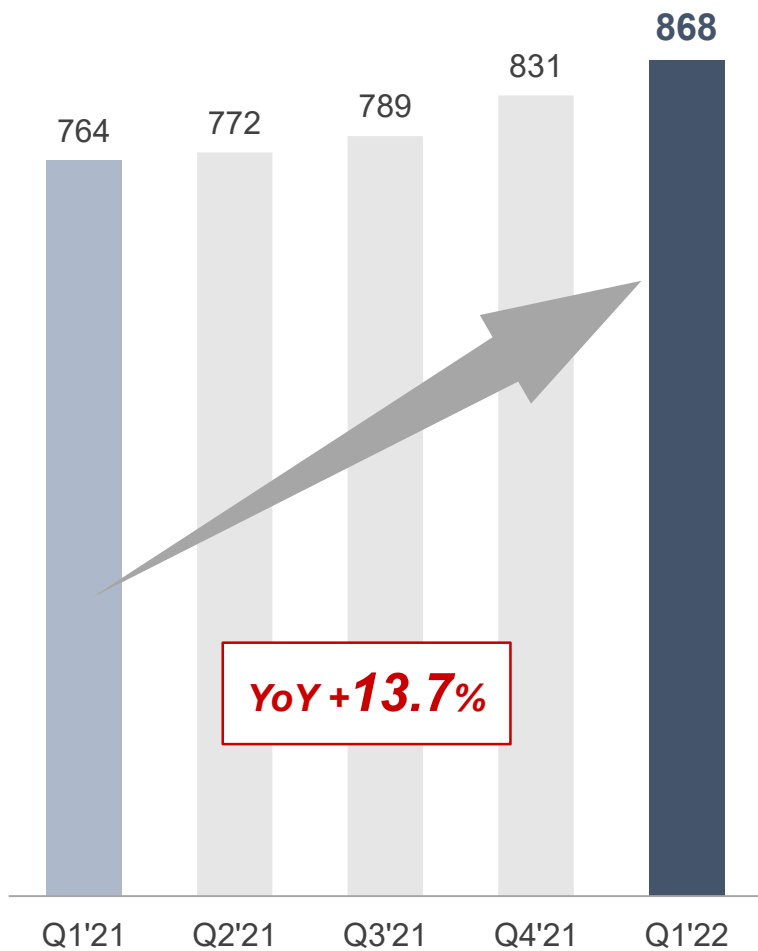


1. FY21Q4以降、Alipay、LINE Pay経由の決済を含む。また、2022年2月より提供開始した「PayPayあと払い」による決済を含む

2. 店舗やタクシーなど、PayPayへの登録箇所数の累計

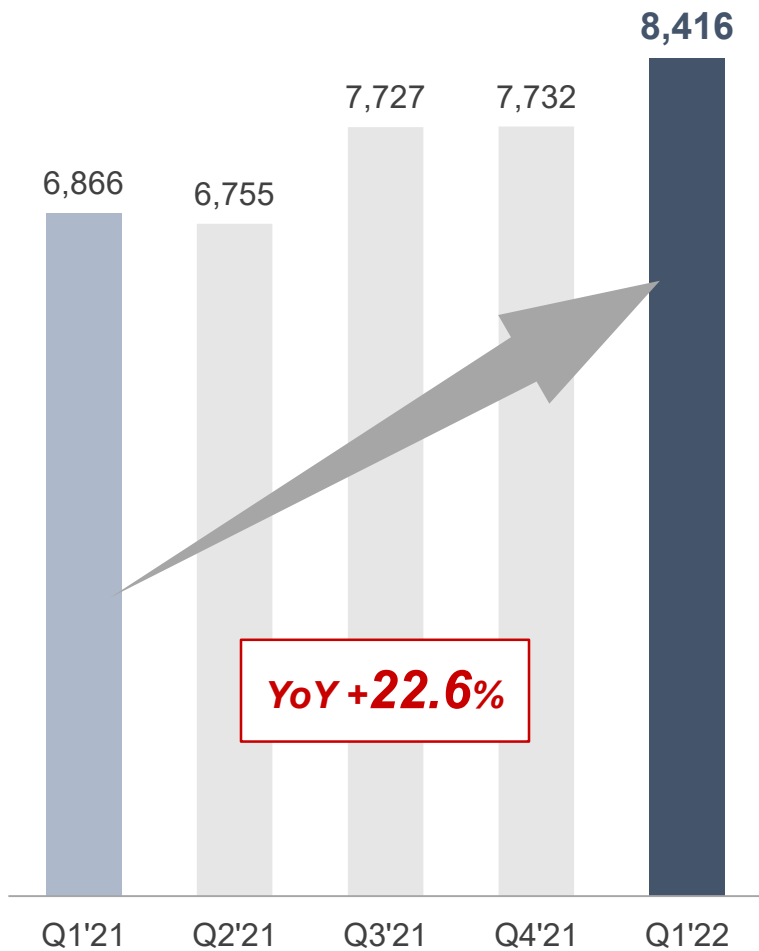
有効会員数¹

(万人)



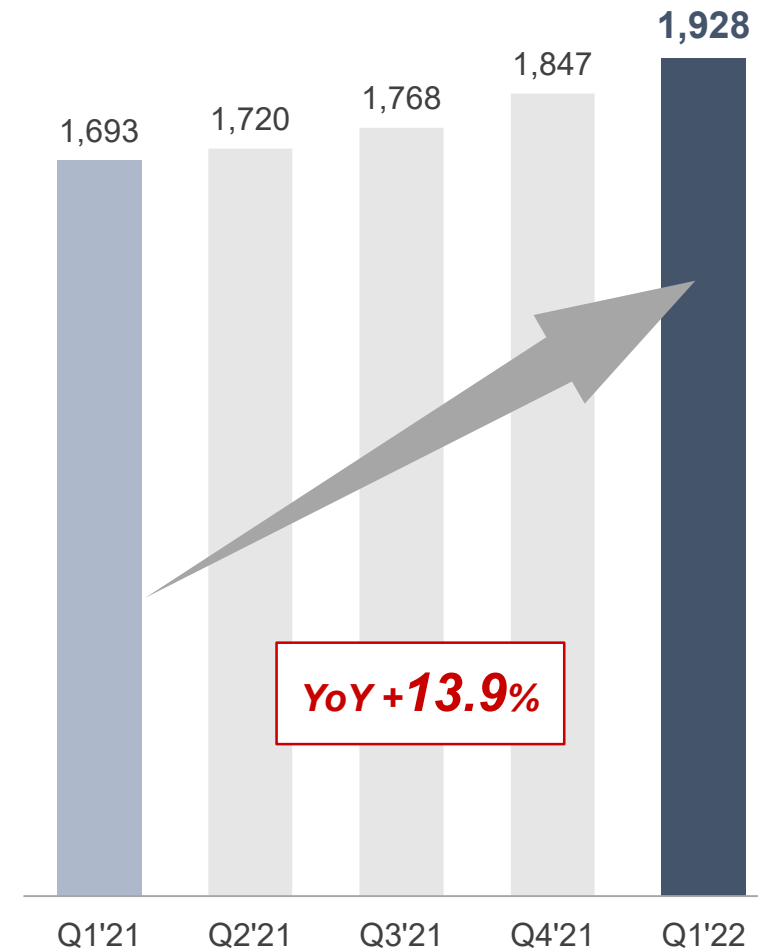
取扱高¹

(億円)



リボ残高¹

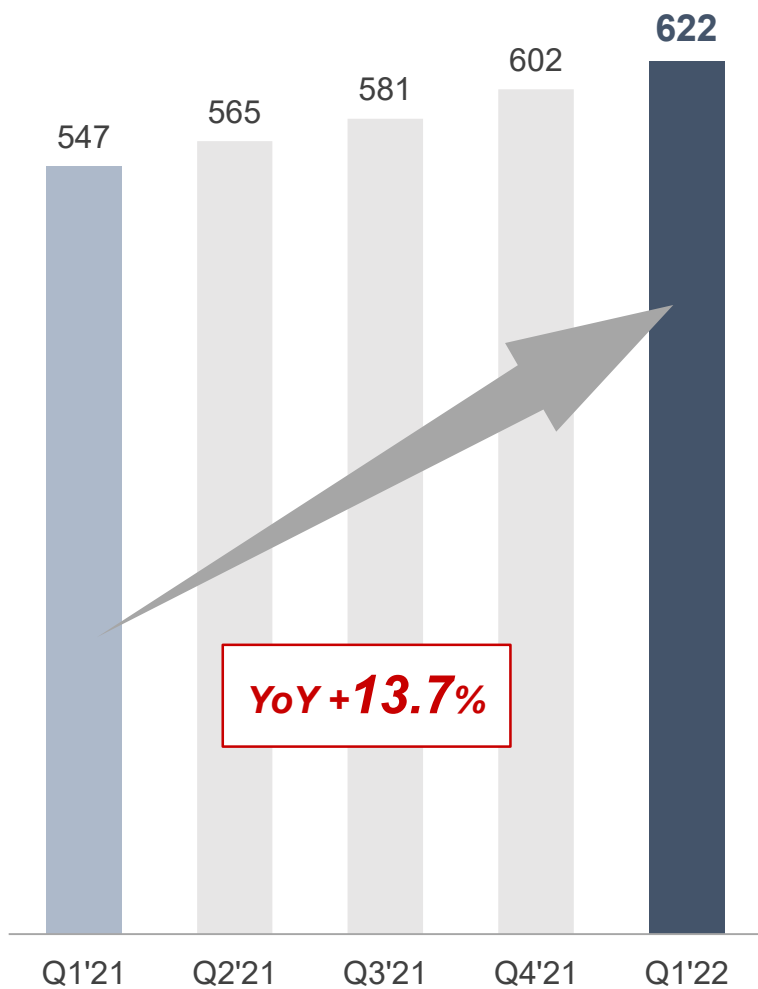
(億円)



1. 2022年2月より提供開始した「PayPayあと払い」を含む

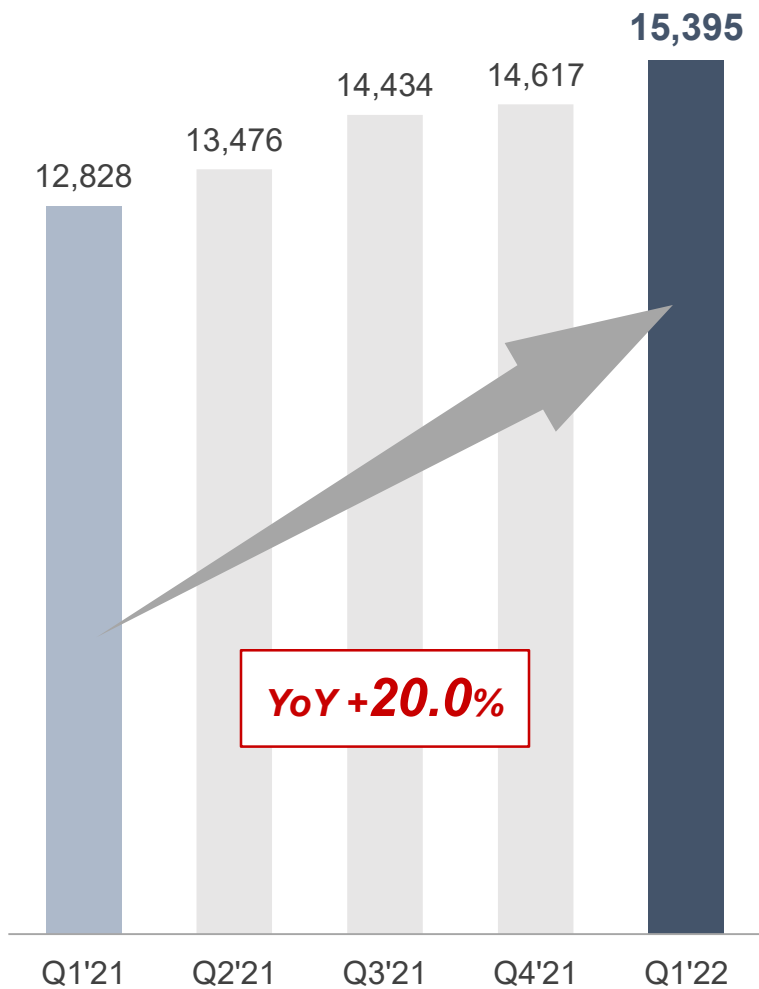
口座数

(万)



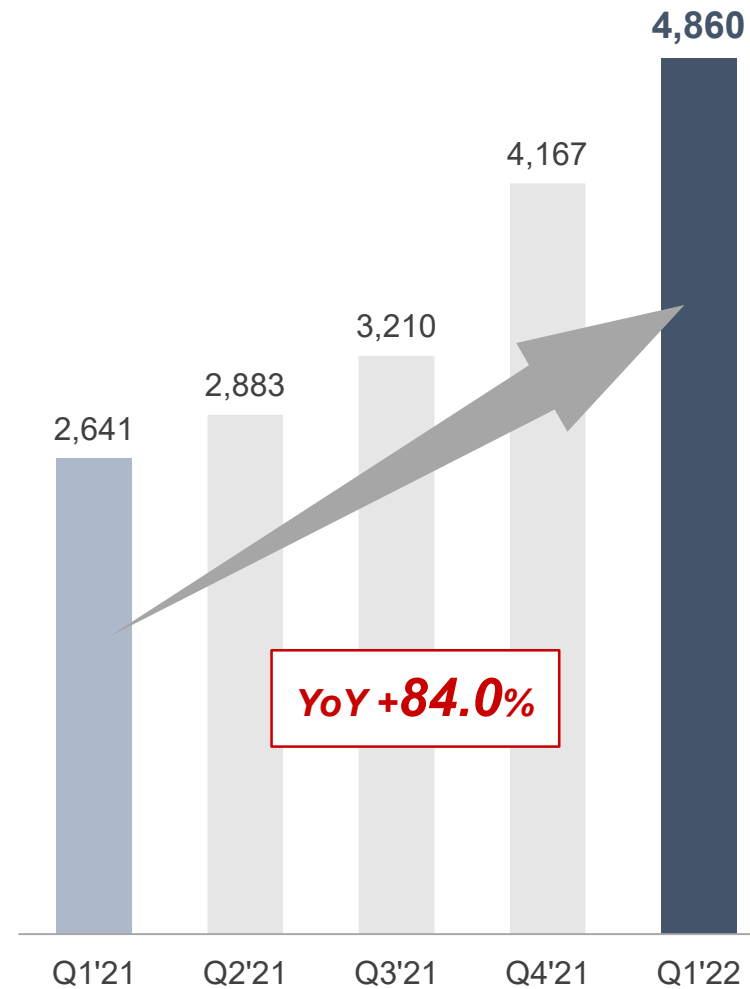
預金残高

(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 6月末時点
普通 株式	ヤフー	50 %	25 %	25 %	25 %
	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 %



議決権比率 | **25.0%**

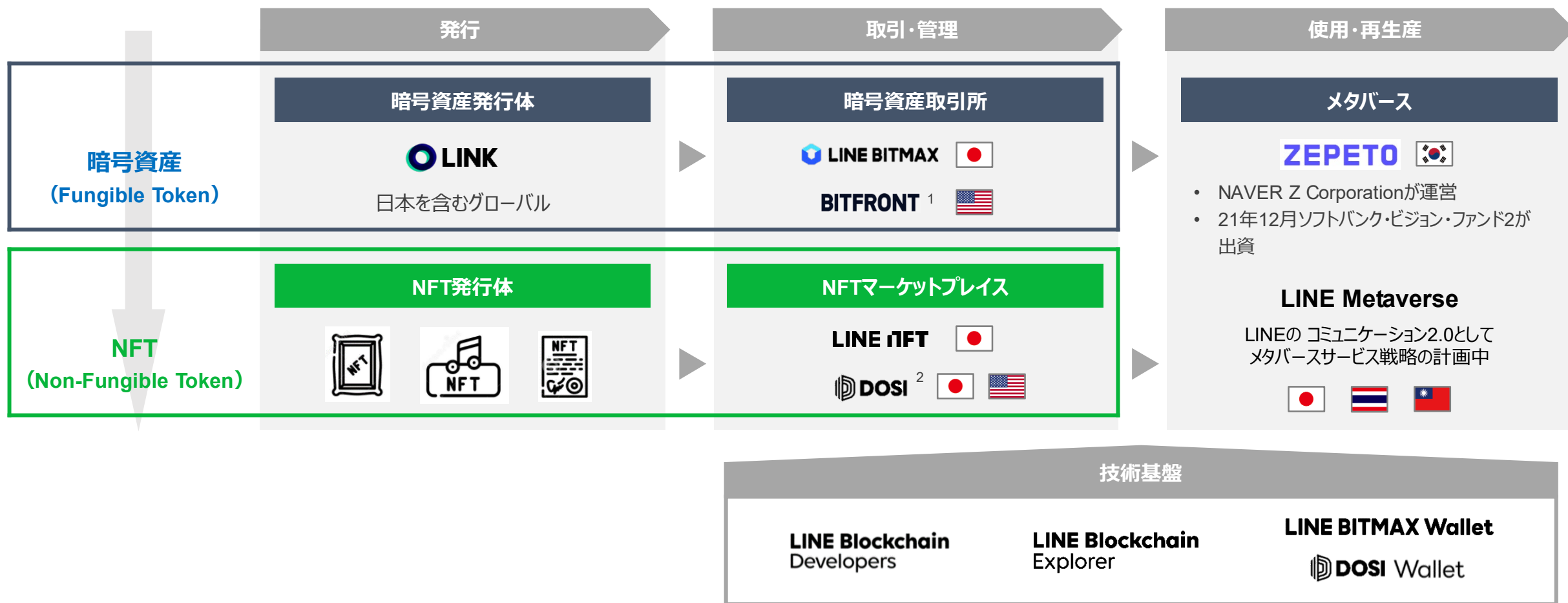
取引完了後の資本構成 ^{4,5} (2022年10月予定)	
Bホールディングス⁶	54.8 %
ソフトバンク・ビジョン・ファンド2	28.5 %
Zホールディングス	5.6 %
ソフトバンク	5.6 %
Paytm	5.5 %
合計	100 %

Z HOLDINGS 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)

- 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、優先株式の全てを普通株式に転換予定
- 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
- 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
- Paytmが保有する新株予約権行使後の数値
- 適時開示URL：https://www.z-holdings.co.jp/ja/ir/news/auto_20220727505479/pdfFile.pdf
- 2022年9月設立予定の当社連結子会社。ソフトバンク(株)の出資により、当社とソフトバンク(株)の中間持株会社になる予定

- 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
 2. 利用可能ユーザーを、日本を含めた世界中の主要国に広げるため準備中

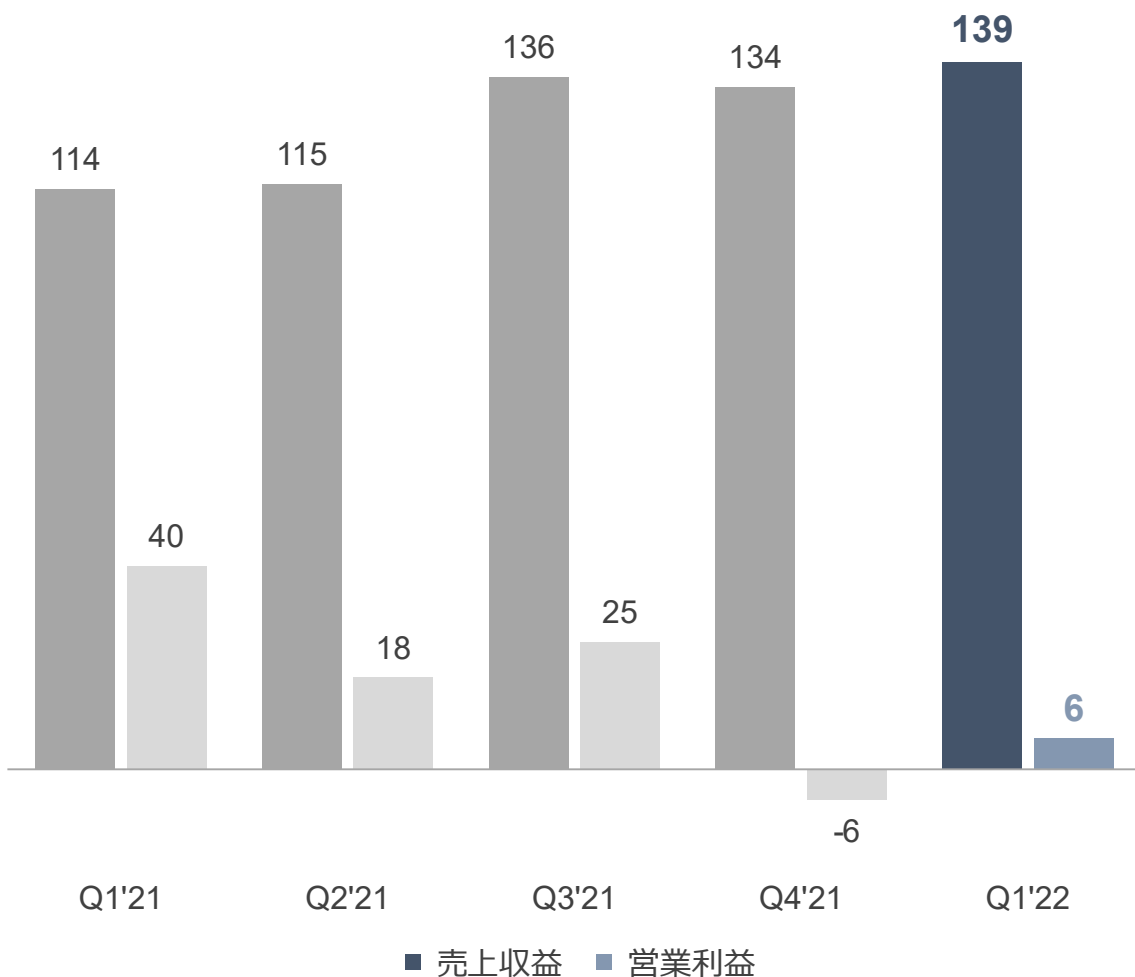
(百万円)	FY2021 Q1 ¹	FY2022 Q1 ¹	YoY
売上収益	27,599	30,316	+9.8%
Fintech	27,293	30,507	+11.8%
PayPayカード ²	11,450	13,901	+21.4%
PayPay銀行 ²	8,023	8,435	+5.1%
その他Fintech（LINE Fintech等）	7,819	8,170	+4.5%
その他戦略事業（AI、LINE Search、LINEヘルスケア等）	305	-191	-162.9%
売上原価	3,479	4,374	+25.7%
販管費	29,956	34,476	+15.1%
販売促進費・広告宣伝費	3,172	4,770	+50.4%
その他販管費	26,783	29,706	+10.9%
その他収益及び費用	-	-	N/A
調整後EBITDA / マージン	-5,025 (-18.2%)	-7,189 (-23.7%)	-

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. 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

(億円)

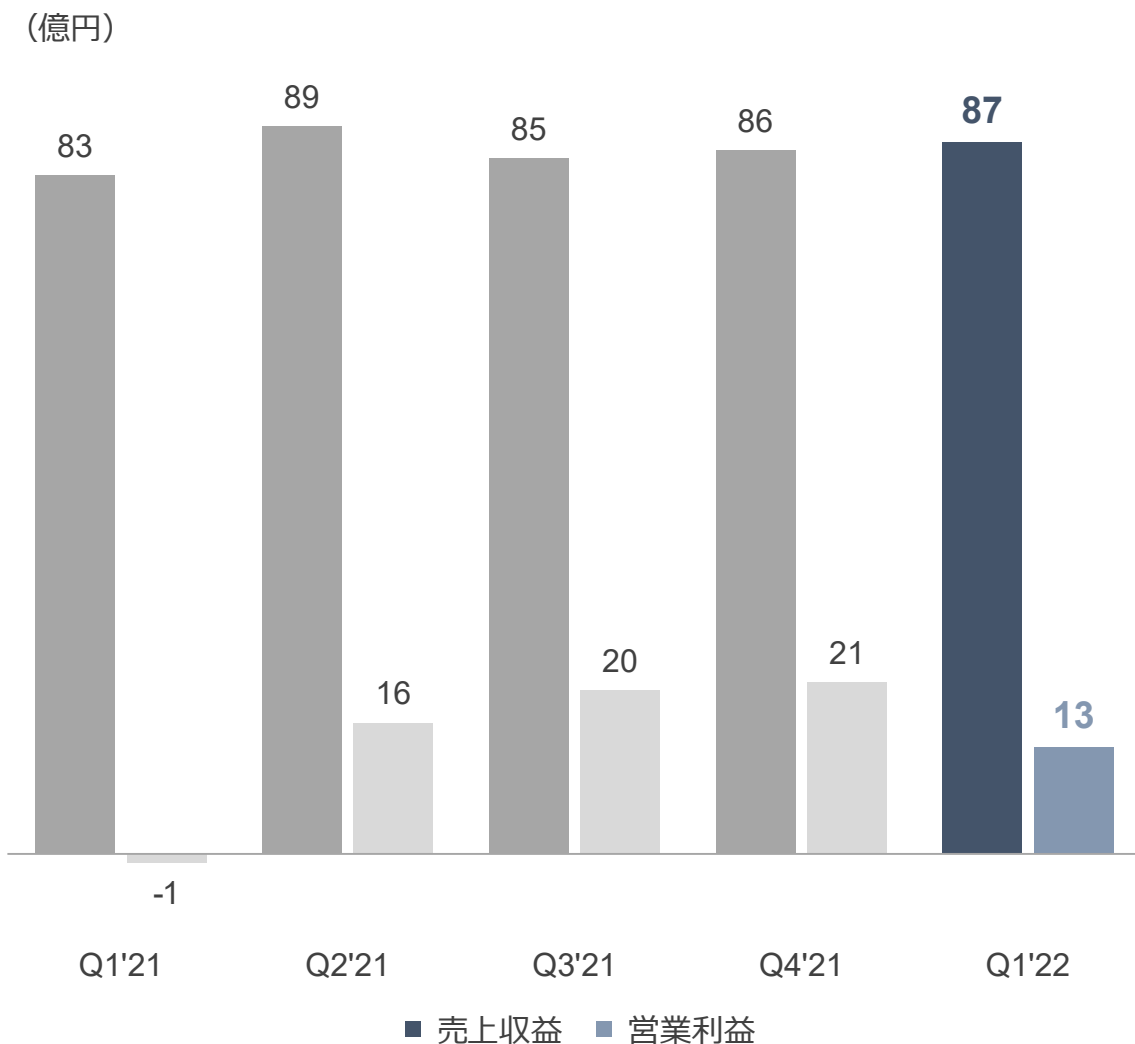
財政状態計算書（日本基準）¹

(億円)

	FY2021 Q4	FY2022 Q1	差額
資産	7,762	8,048	+285
現金・現金同等物	633	540	-92
営業債権・その他債権	1,787	2,229	+442
カード事業の貸付金	4,638	4,538	-100
銀行事業の有価証券	-	-	-
有形固定資産	45	54	+8
無形資産	273	284	+11
負債	7,378	7,669	+291
営業債務・その他債務	2,557	2,314	-242
銀行事業の預金	-	-	-
有利子負債	4,710	5,307	+597
資本	384	378	-6

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 Q4	FY2022 Q1	差額
資産	15,839	16,596	+757
現金・現金同等物	3,343	3,471	+127
営業債権・その他債権	252	238	-13
カード事業の貸付金	-	-	-
銀行事業の有価証券	5,881	5,719	-162
有形固定資産	12	13	+1
無形資産	88	88	+0
負債	15,249	16,020	+770
営業債務・その他債務	155	156	+1
銀行事業の預金	14,617	15,395	+777
有利子負債	410	410	+0
資本	589	576	-12

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

台湾



2,200万 MAU¹

(人口：2,338万人²)



LINE TODAY

市場シェアNo.1⁴

タイ



5,300万 MAU¹

(人口：6,617万人²)



LINE TODAY

市場シェアNo.1⁴

インドネシア



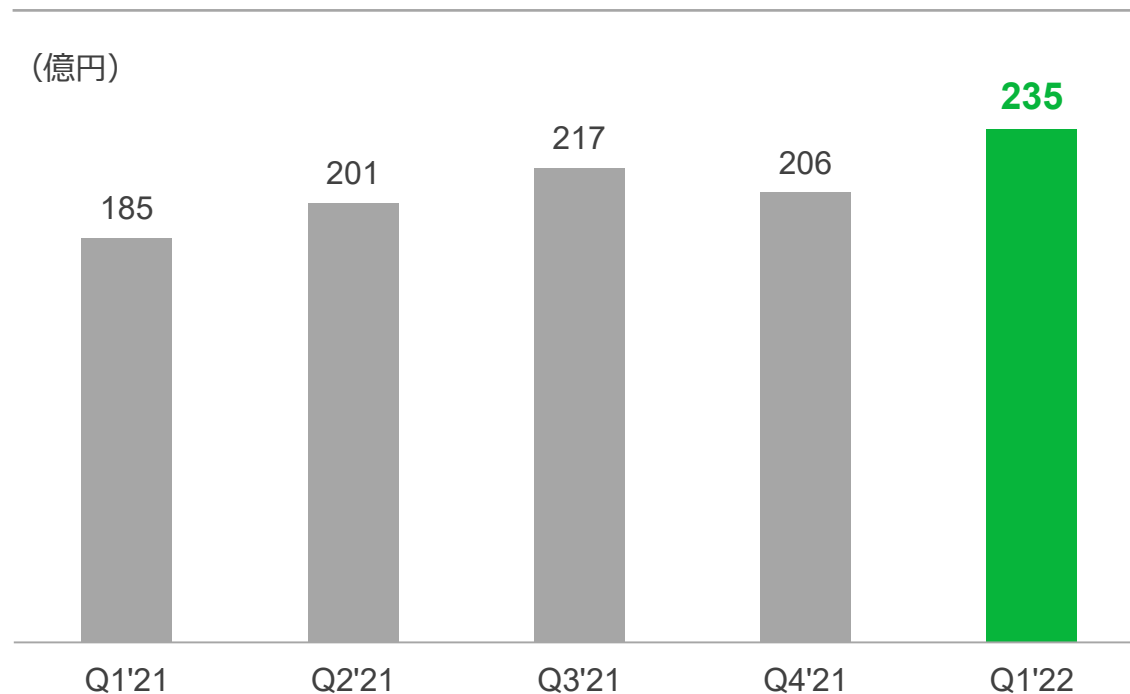
900万 MAU¹

(人口：2億7,224万人³)



LINE Bank
by KEB Hana Bank

海外事業売上収益⁵



1. 2022年6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

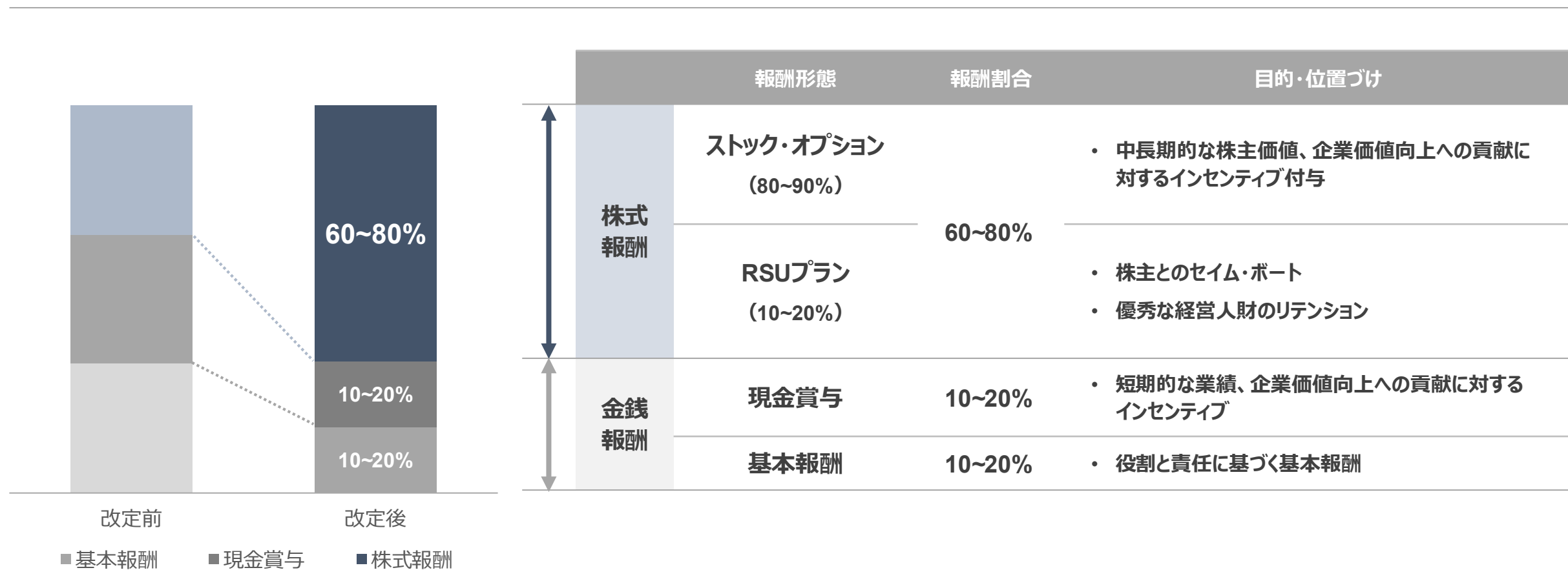
4. 台湾、タイのデータは各国及び地域における2020年の市場調査データに基づく

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**

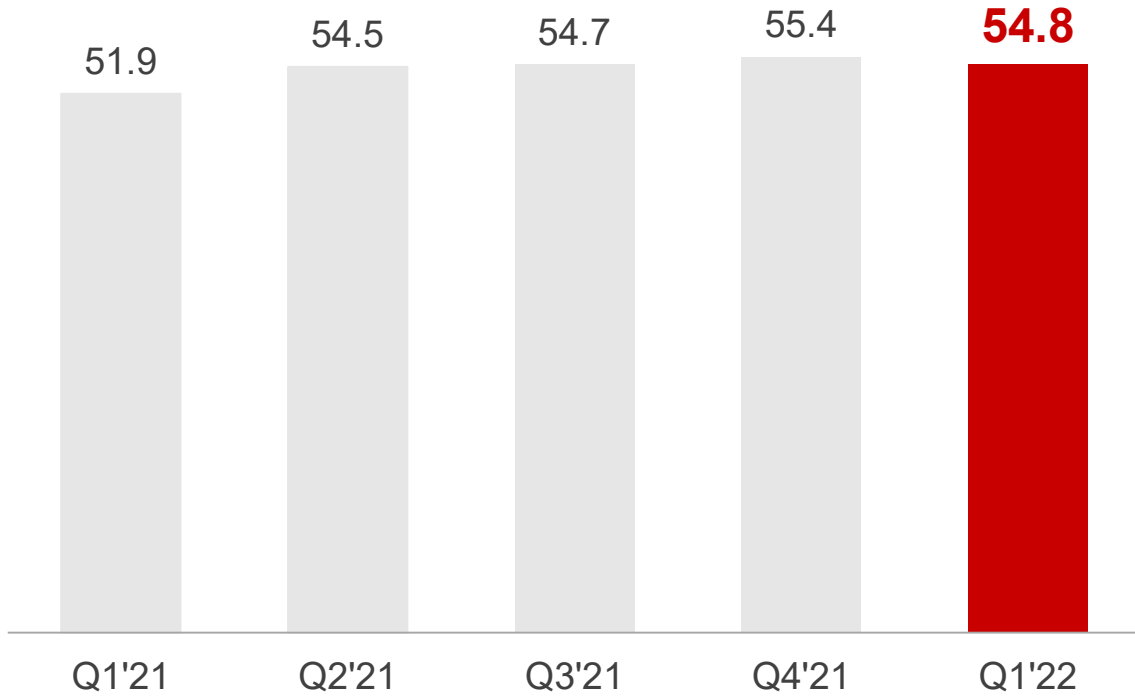
取締役報酬制度の改定¹



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

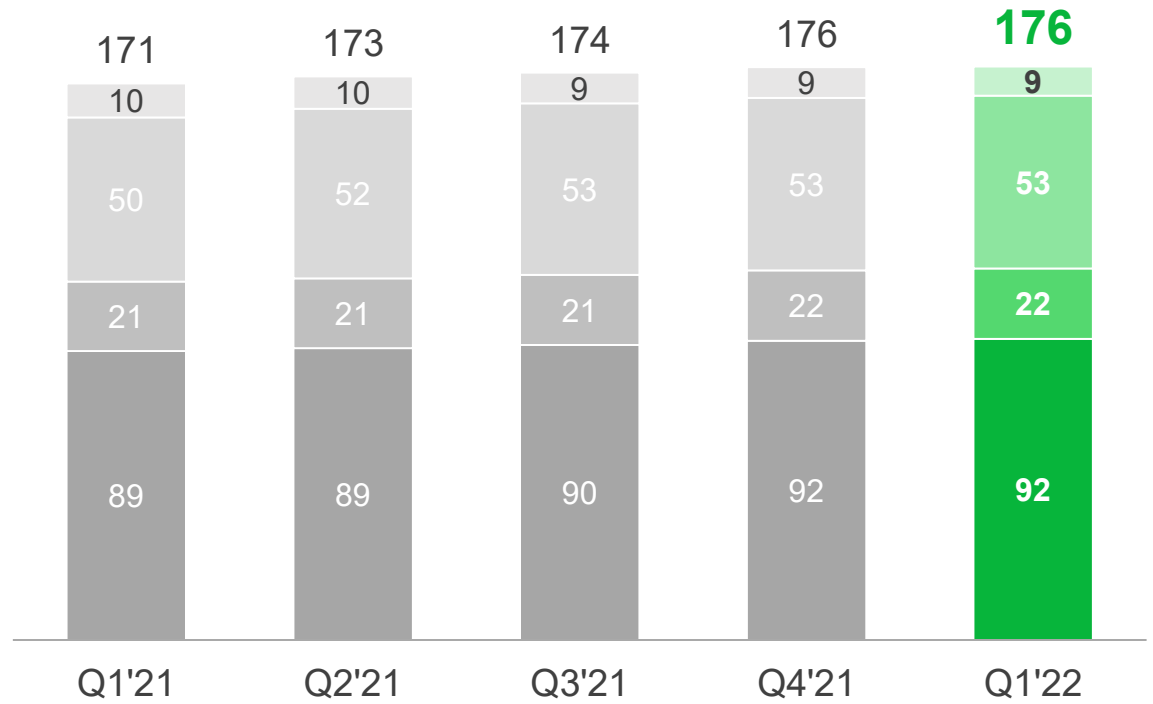
(百万)



LINE 月間アクティブユーザー数

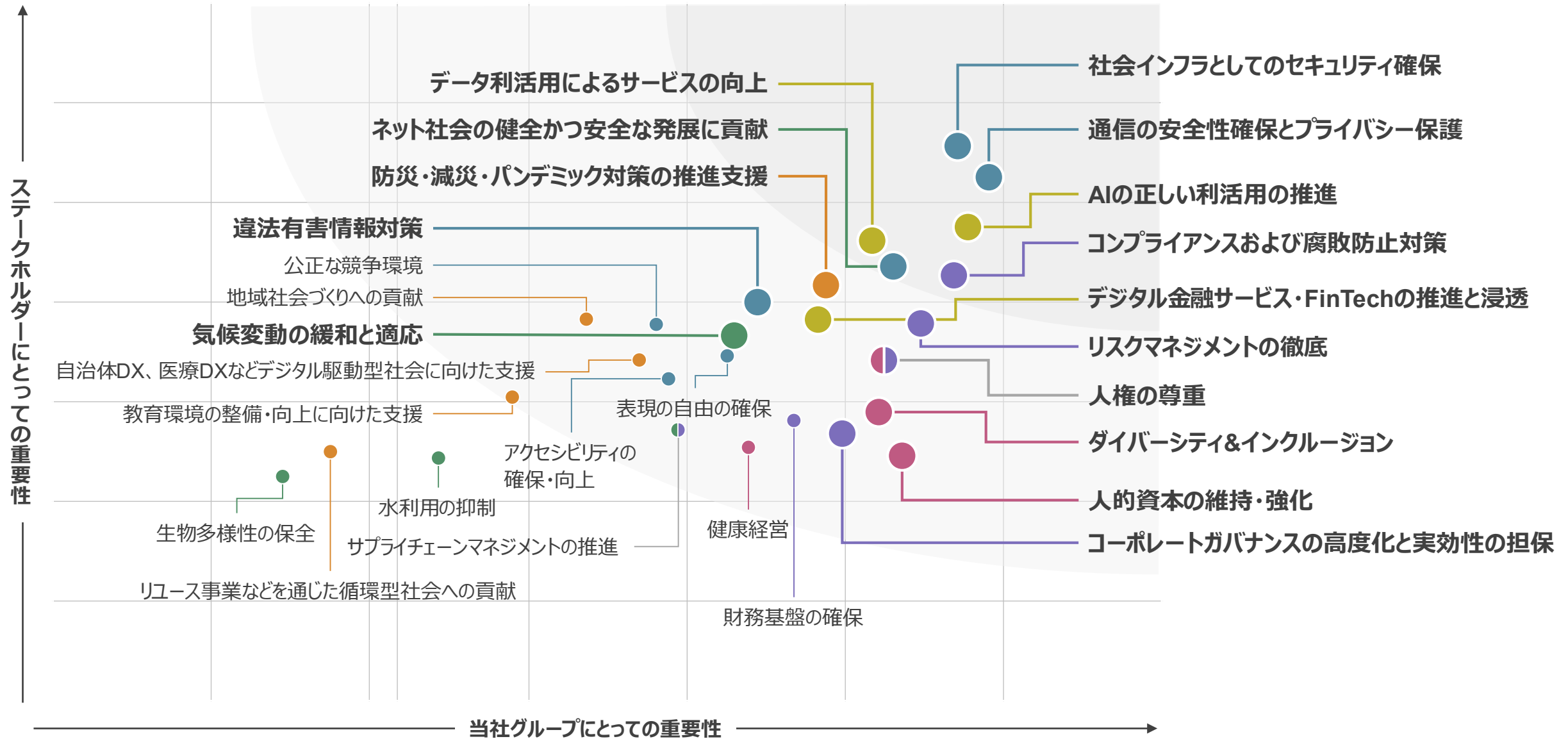
(百万)

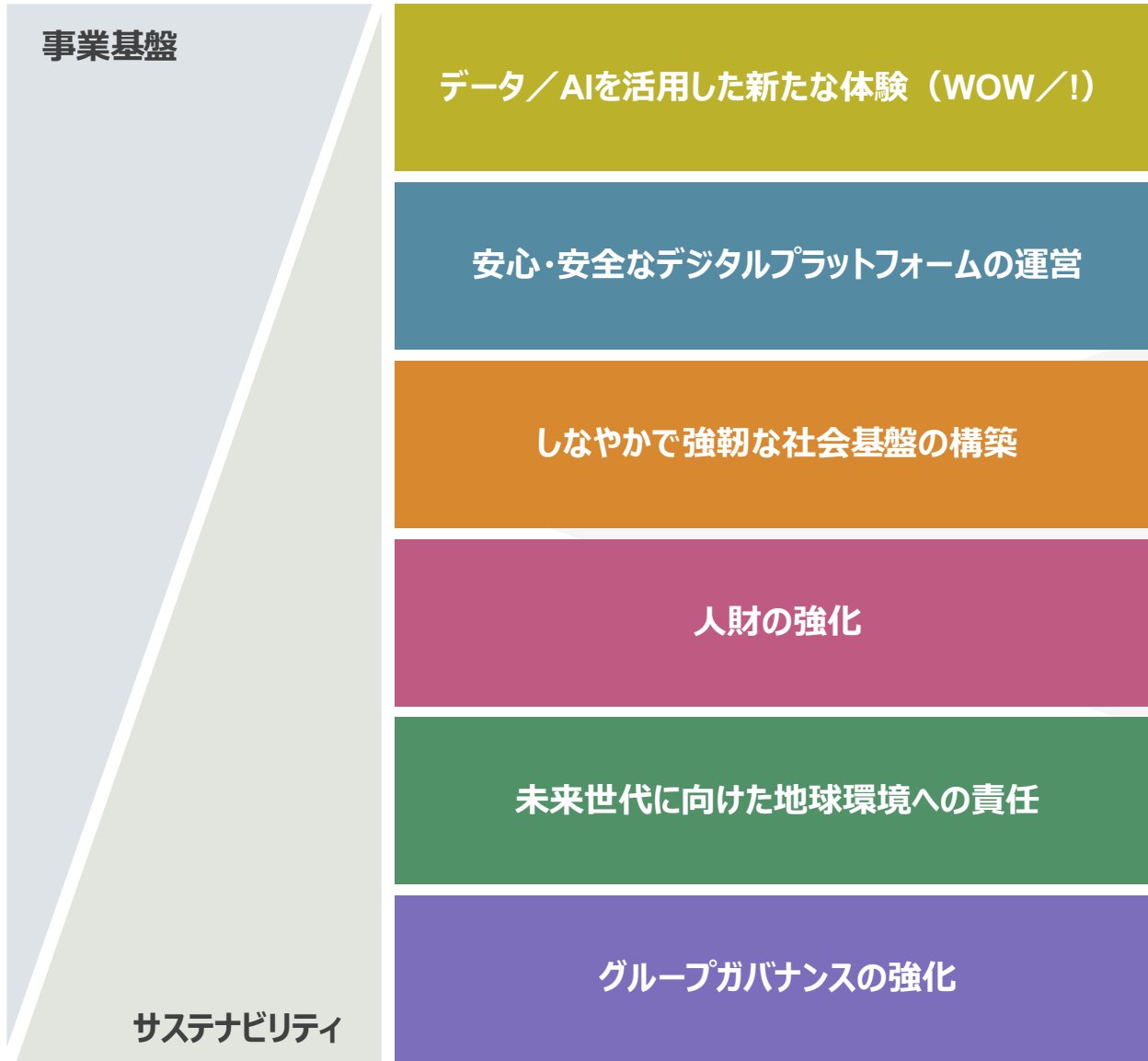
22年6月 Global MAU¹ : 193



■ 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





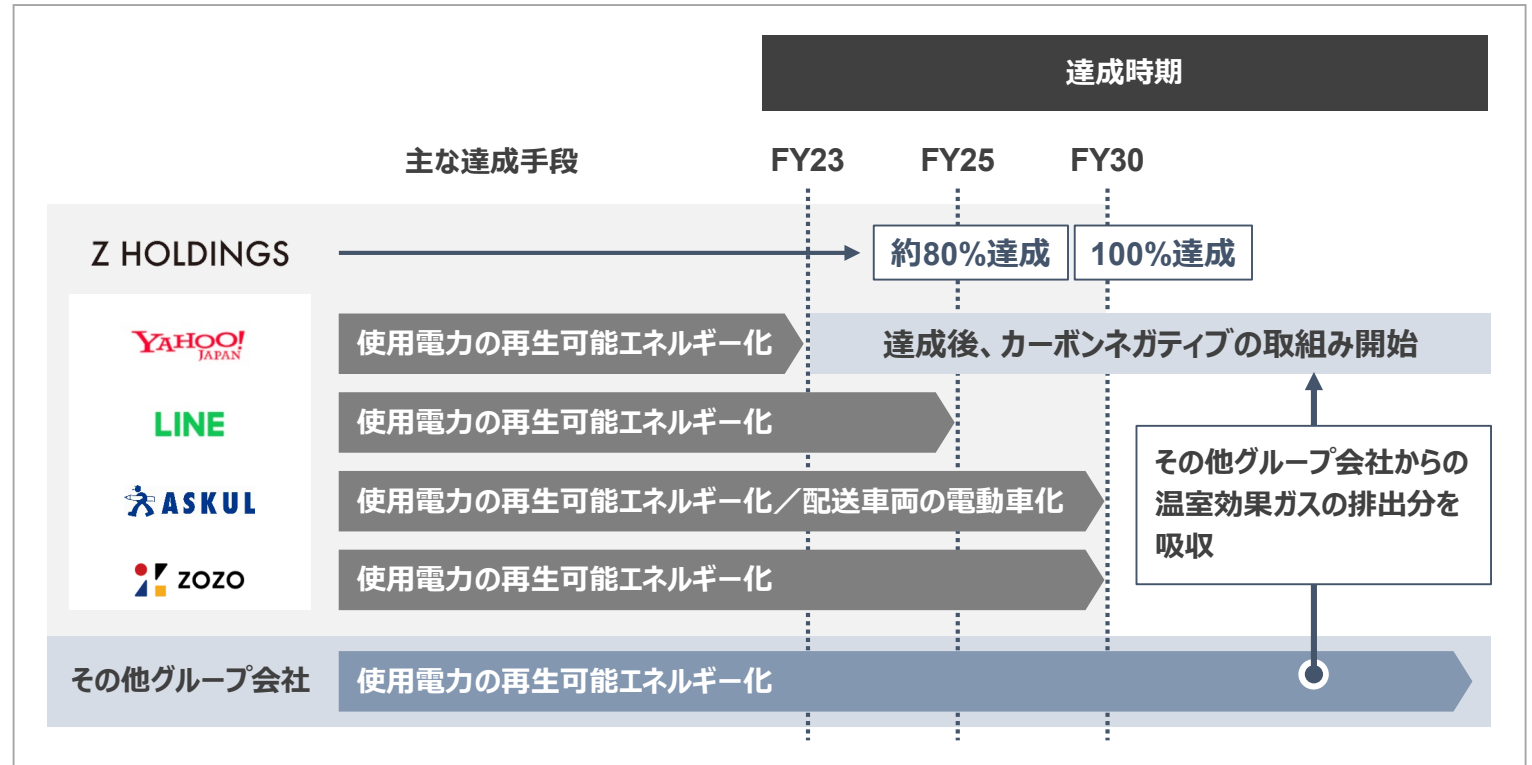
UPDATE THE WORLD

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）

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. 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。

Member of
Dow Jones
Sustainability Indices
 Powered by the S&P Global CSA

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



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

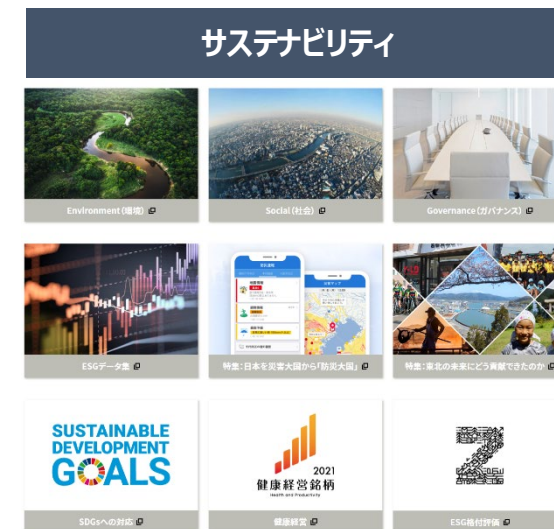
Governance

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



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