

**Zホールディングス株式会社 決算説明会**

**2022年度 第2四半期 補足資料**

**2022年11月2日**

**Z HOLDINGS**

## 2022年度第2四半期 連結業績

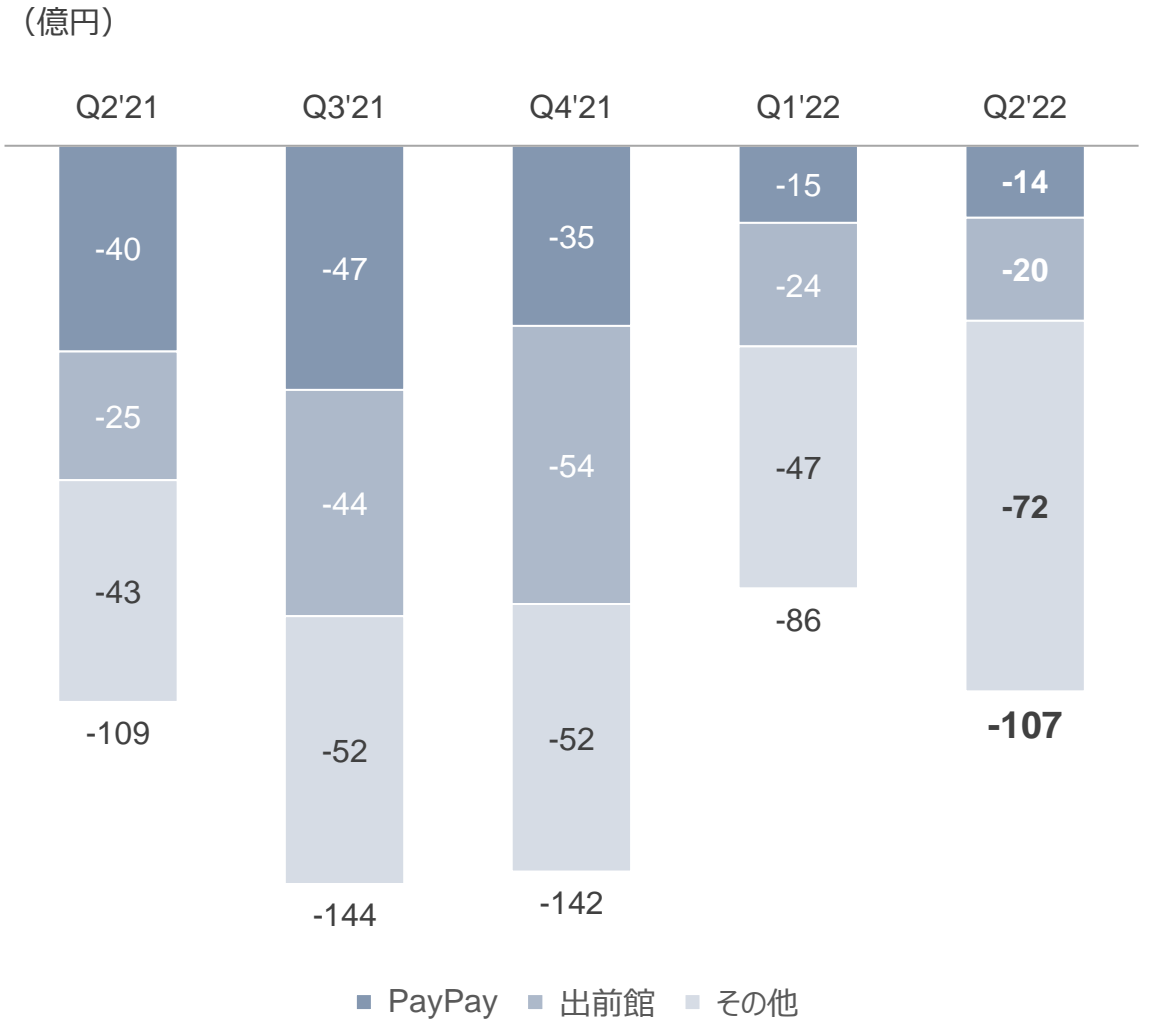
---

(億円)		FY2022 Q2	前年同四半期差	YoY	主な増減要因
<b>売上収益</b>		<b>3,943</b>	<b>+167</b>	<b>+4.4 %</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LINE +73</li> <li>• アスクルグループ +62</li> <li>• ZOZO +41</li> </ul>
<b>売上原価</b>		<b>1,236</b>	<b>+32</b>	<b>+2.7 %</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• アスクルグループ +42</li> </ul>
<b>販売費及び一般管理費</b>		<b>2,300</b>	<b>+219</b>	<b>+10.6 %</b>	
以下主な内訳	人件費	<b>610</b>	<b>+64</b>	<b>+11.8 %</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LINE +57</li> <li>• アスクルグループ +4</li> </ul>
	減価償却費及び償却費	<b>340</b>	<b>+18</b>	<b>+5.6 %</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LINE +13</li> </ul>
	販売促進費	<b>308</b>	<b>+34</b>	<b>+12.6 %</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ヤフー +45</li> <li>• LINE -7</li> </ul>
	業務委託費	<b>301</b>	<b>+14</b>	<b>+5.2 %</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ヤフー +5</li> <li>• アスクルグループ +5</li> <li>• PayPayカード +5</li> </ul>
<b>その他収益及び費用</b>		<b>91</b>	<b>-58</b>	<b>-38.9 %</b>	
<b>営業利益</b>		<b>497</b>	<b>-143</b>	<b>-22.4 %</b>	

(億円)	FY2022 Q2	前年同四半期差	YoY	主な増減要因
営業利益	497	-143	-22.4 %	
その他の営業外収益	53	+5	+11.8 %	
その他の営業外費用	30	-6	-16.8 %	
持分変動利益	11	+11	2,389.4%	
持分法による投資損益	-107	+2	N/A	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LINE連結 -23 (出前館 +5)</li> <li>• PayPay +25</li> </ul>
税引前四半期利益	424	-118	-21.8 %	
法人所得税	233	+6	+3.0 %	
四半期利益	190	-124	-39.6 %	
非支配持分	39	+0.4	+1.0 %	
親会社の所有者に帰属する当期利益	150	-125	-45.4 %	

主要持分法 適用関連会社	拠点	持分 比率 <sup>1</sup>	事業内容
<b>コンテンツ</b>			
WEBTOON Entertainment	米国	32.3%	・ 電子マンガサービスの運営
<b>コマース</b>			
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	43.3%	・ 宅配・郵便・タクシー配車 サービス等の展開
<b>決済・金融</b>			
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



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

KPI	<ul style="list-style-type: none"> <li>FY21取扱高: <b>5.4兆円</b> (YoY+67%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>FY22取扱高: <b>2,201億円</b> (YoY+35%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>月間利用者数<sup>3</sup>: <b>8,200万人</b></li> <li>累計ダウンロード数<sup>3</sup>: <b>2億超</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2021年取扱高: <b>YoY 3.6倍</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザー数<sup>4</sup>: <b>132万</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザー数<sup>4</sup>: <b>499万</b></li> <li>ローン残高<sup>4</sup>: <b>約708億円</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザー数<sup>4</sup>: <b>46万</b></li> </ul>
-----	---	---	---	---	--	--	---

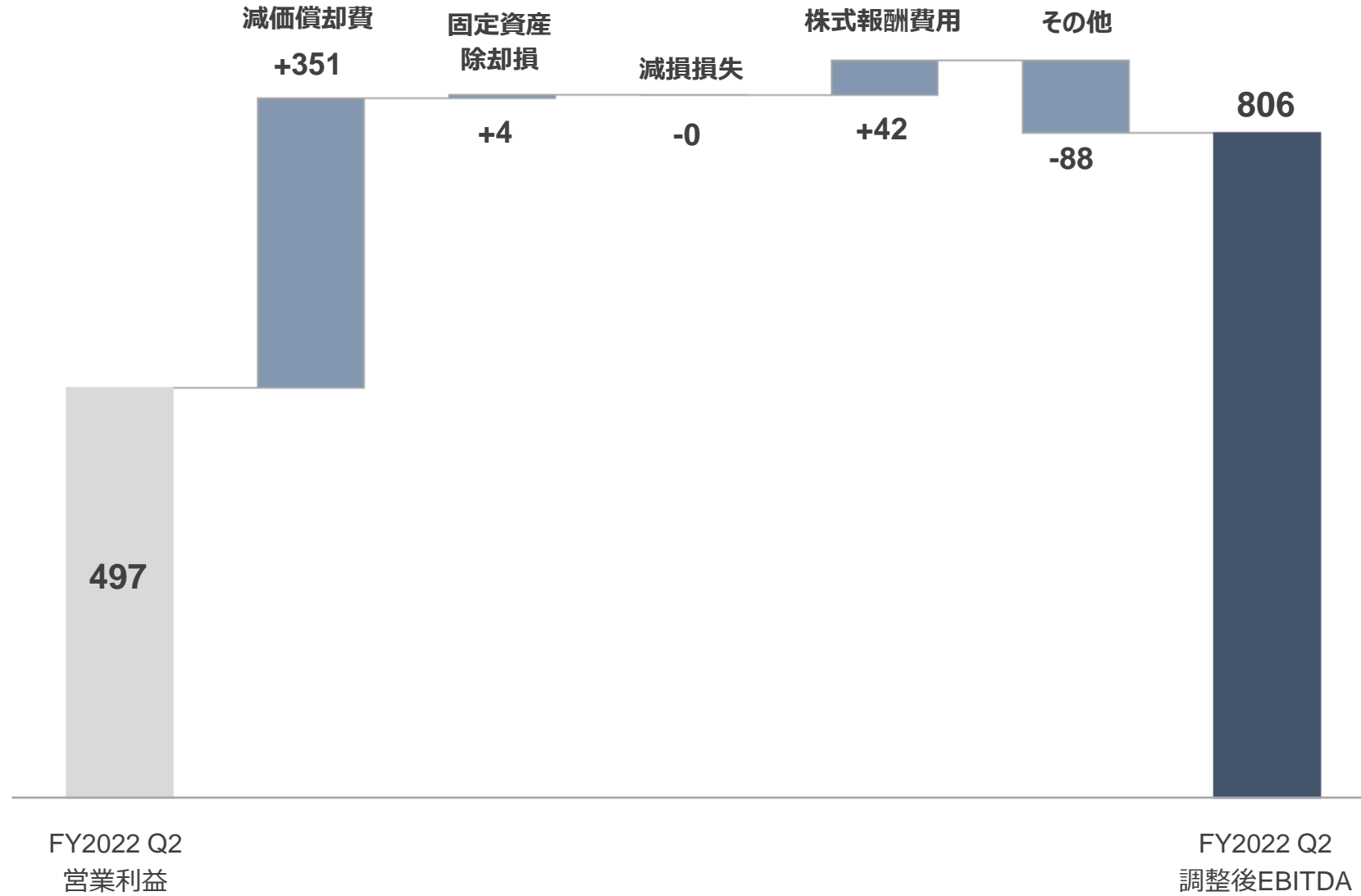
1. 2022年6月5日 一般社団法人キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」。2021年の国内QR・バーコード決済市場の店舗利用総額（7.3兆円）とPayPay取扱高（4.9兆円）をもとに算出

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9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

# 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)
<b>取得原価配分 (PPA) <sup>1</sup></b>	<b>3,944 億円</b>	<b>137 億円</b>	<b>-</b>
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 <sup>2</sup>	1,601 億円	-	非償却

## ZOZO

項目	金額	年間償却額	償却期間 (定額法)
<b>取得原価配分 (PPA) <sup>1</sup></b>	<b>5,021 億円</b>	<b>132 億円</b>	<b>-</b>
顧客基盤 (ショップ・ユーザー)	3,220 億円	-	18~25年
商標権 <sup>2</sup>	1,787 億円	-	非償却
その他	14 億円	-	4年

1. 確定値

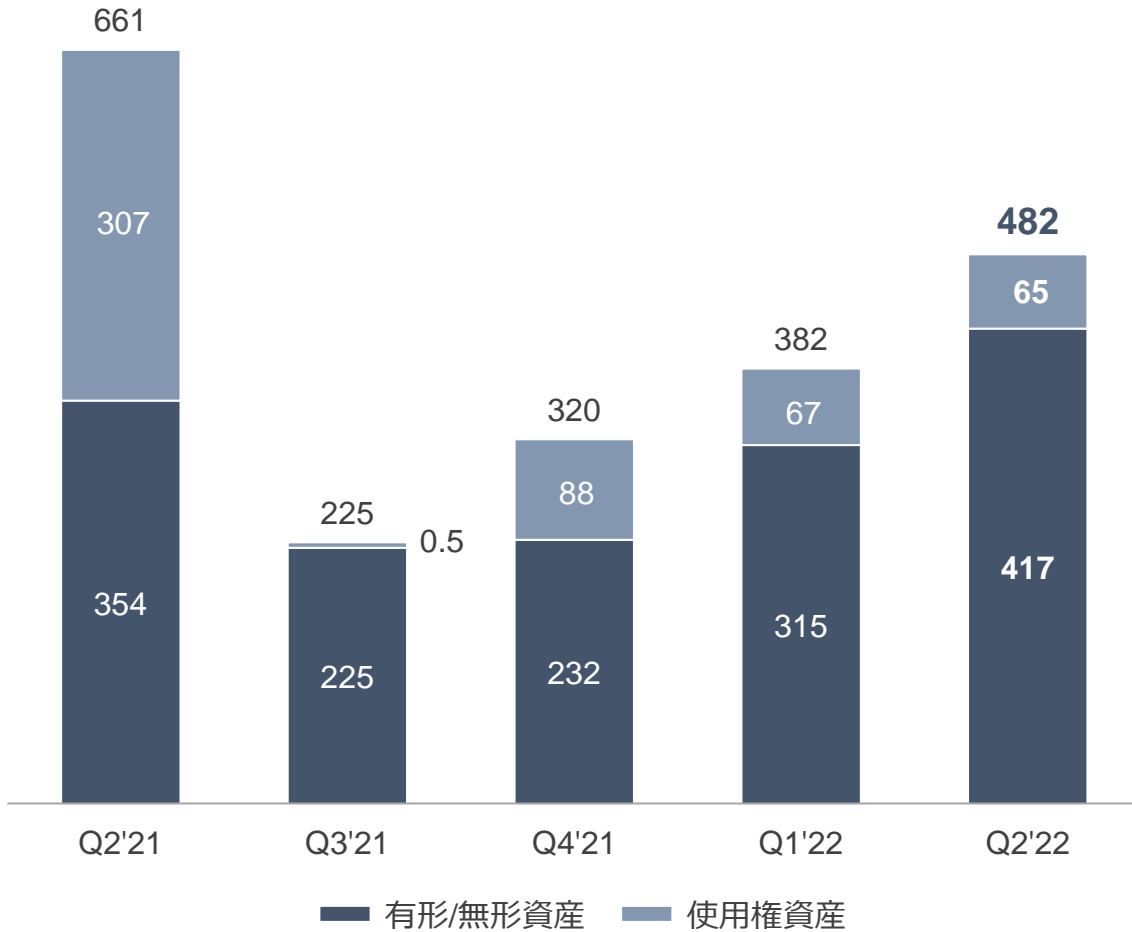
2. 耐用年数を確定できない無形資産



(億円)	FY2022 Q1	FY2022 Q2	差額
<b>資産</b>	<b>72,470</b>	<b>75,147</b>	<b>+2,676</b>
現金・現金同等物	11,792	13,590	+1,797
営業債権・その他債権	3,245	3,429	+184
カード事業の貸付金	4,651	4,752	+101
銀行事業の有価証券	4,341	3,990	-350
有形固定資産	1,741	1,923	+182
無形資産	12,135	12,179	+44
<b>負債</b>	<b>42,592</b>	<b>44,444</b>	<b>+1,852</b>
営業債務・その他債務	4,964	5,216	+252
銀行事業の預金	15,078	14,839	-239
有利子負債	17,919	18,617	+697
<b>資本</b>	<b>29,878</b>	<b>30,702</b>	<b>+823</b>

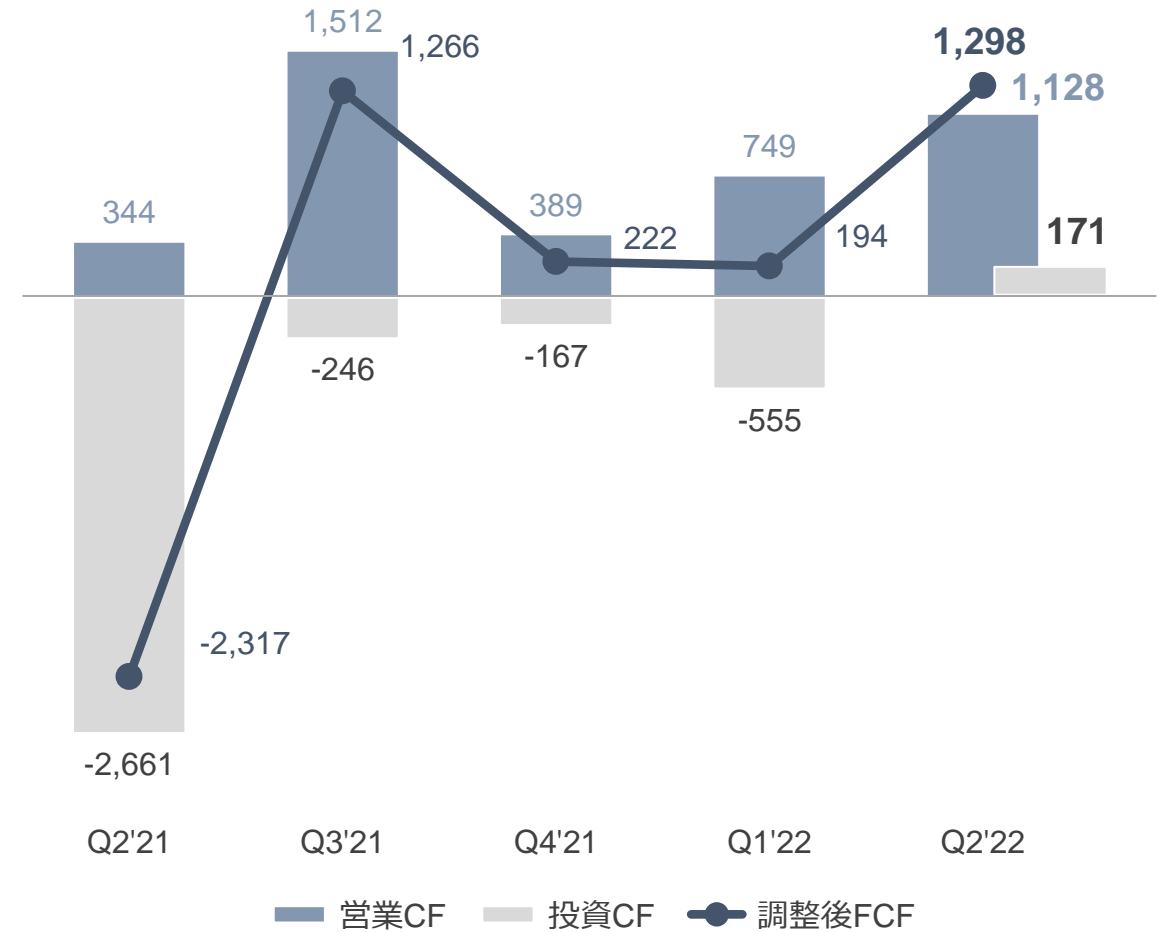
設備投資<sup>1</sup>

(億円)



調整後FCF<sup>2</sup>

(億円)



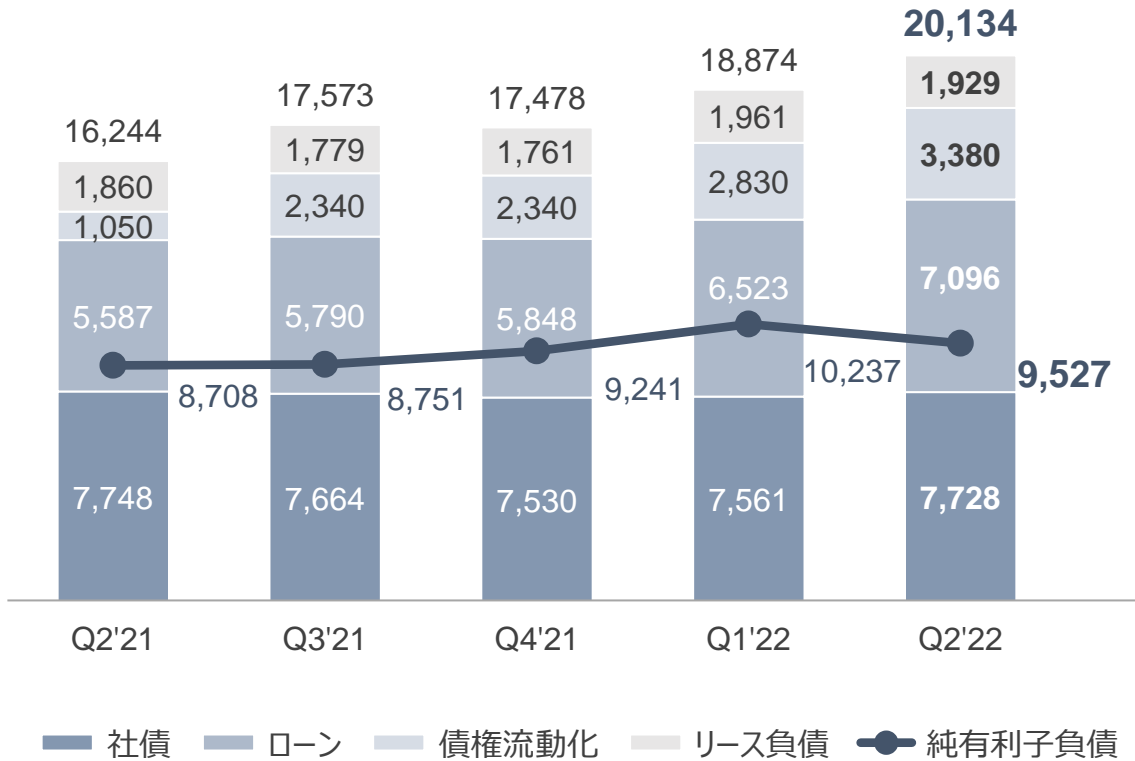
1. 値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

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<sup>1</sup>

(銀行業除く)

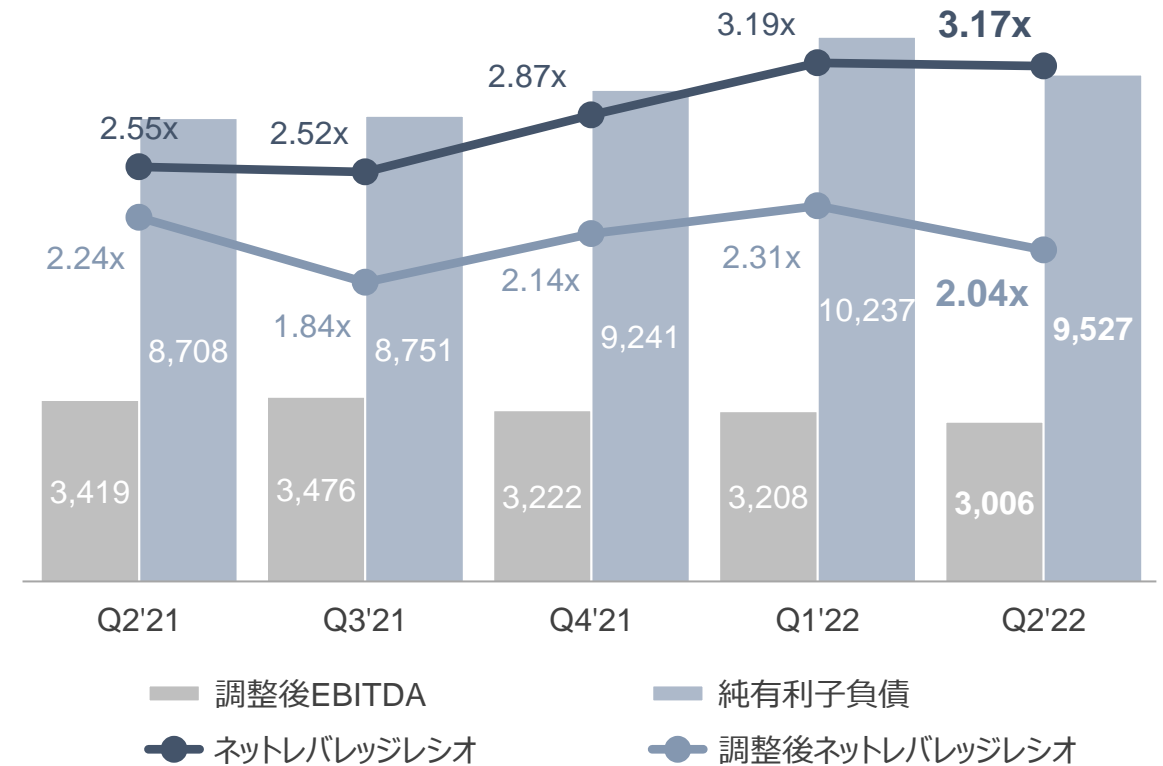
(億円)



ネットレバレッジレシオ<sup>2</sup>、調整後ネットレバレッジレシオ<sup>3</sup>

(銀行業除く)

(億円)

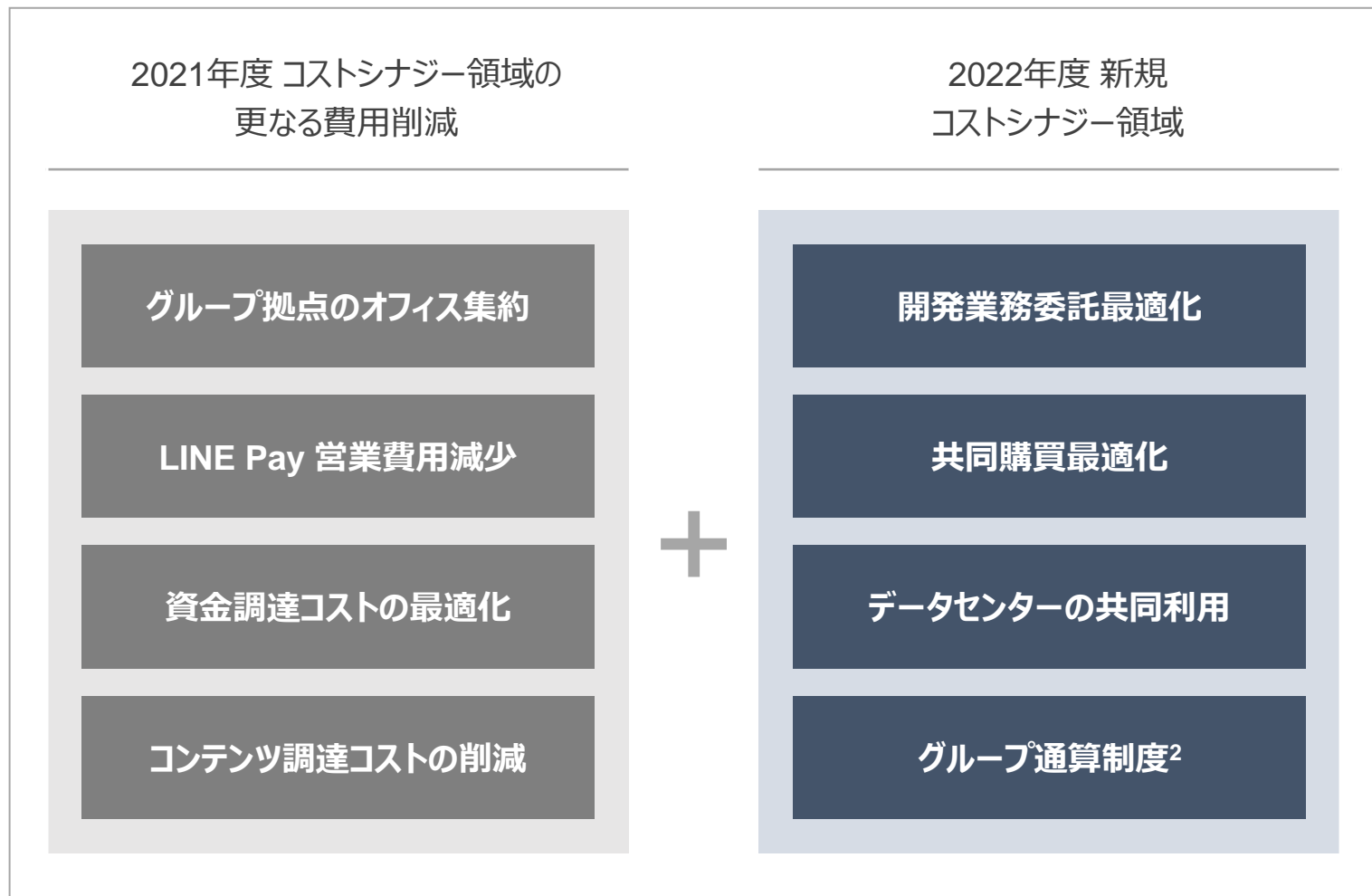
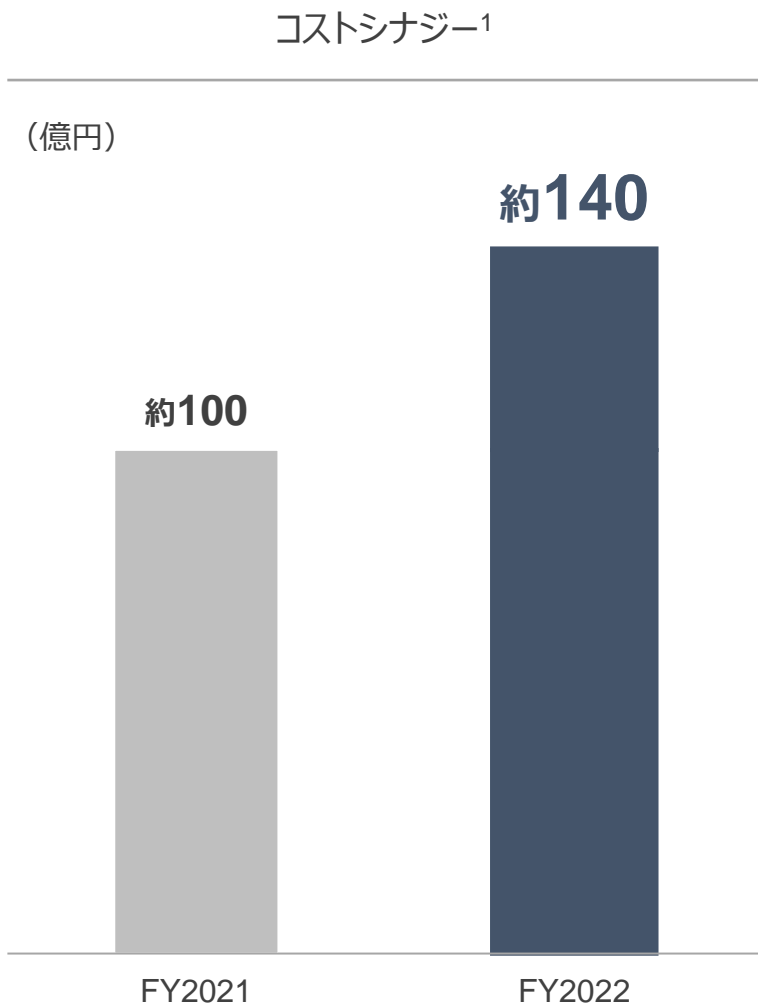


1. 純有利子負債 = 有利子負債 - 現金及び現金同等物。値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

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ヵ月間の数値を使用)。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<sup>1</sup>**を追求

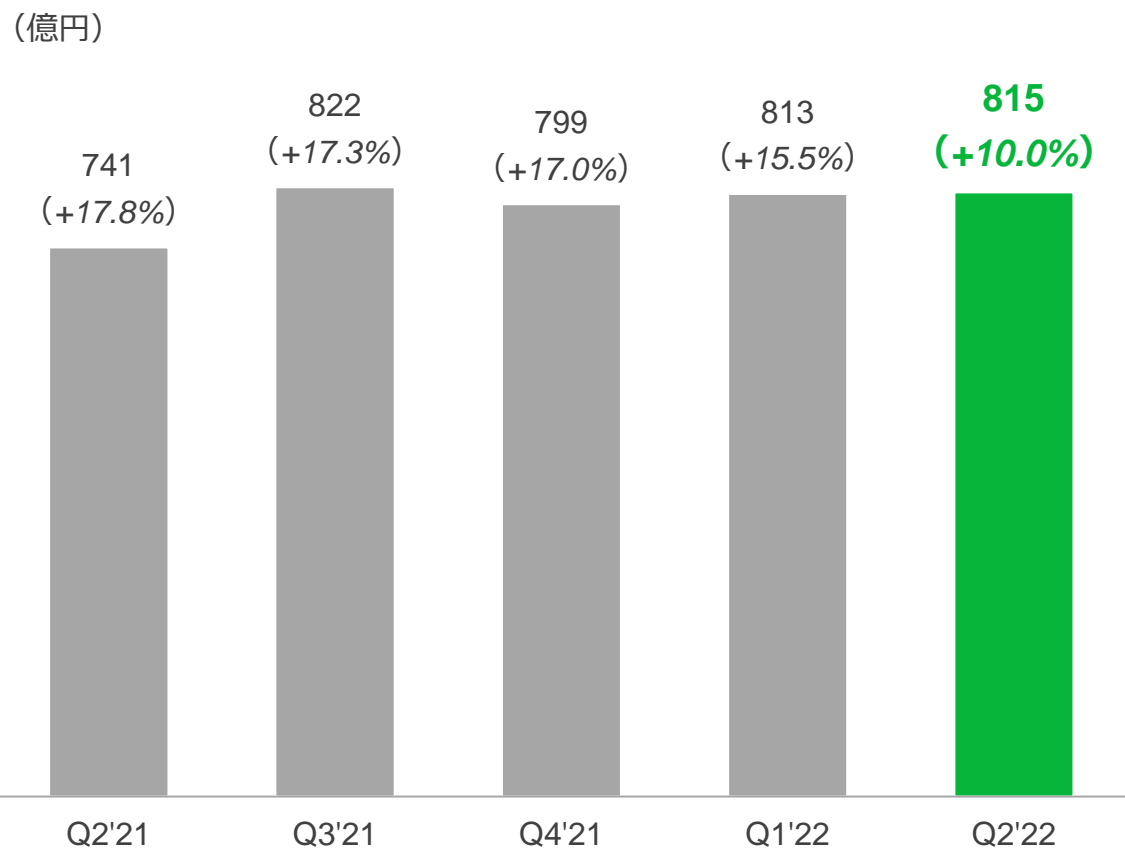


1. FY20との通期比較

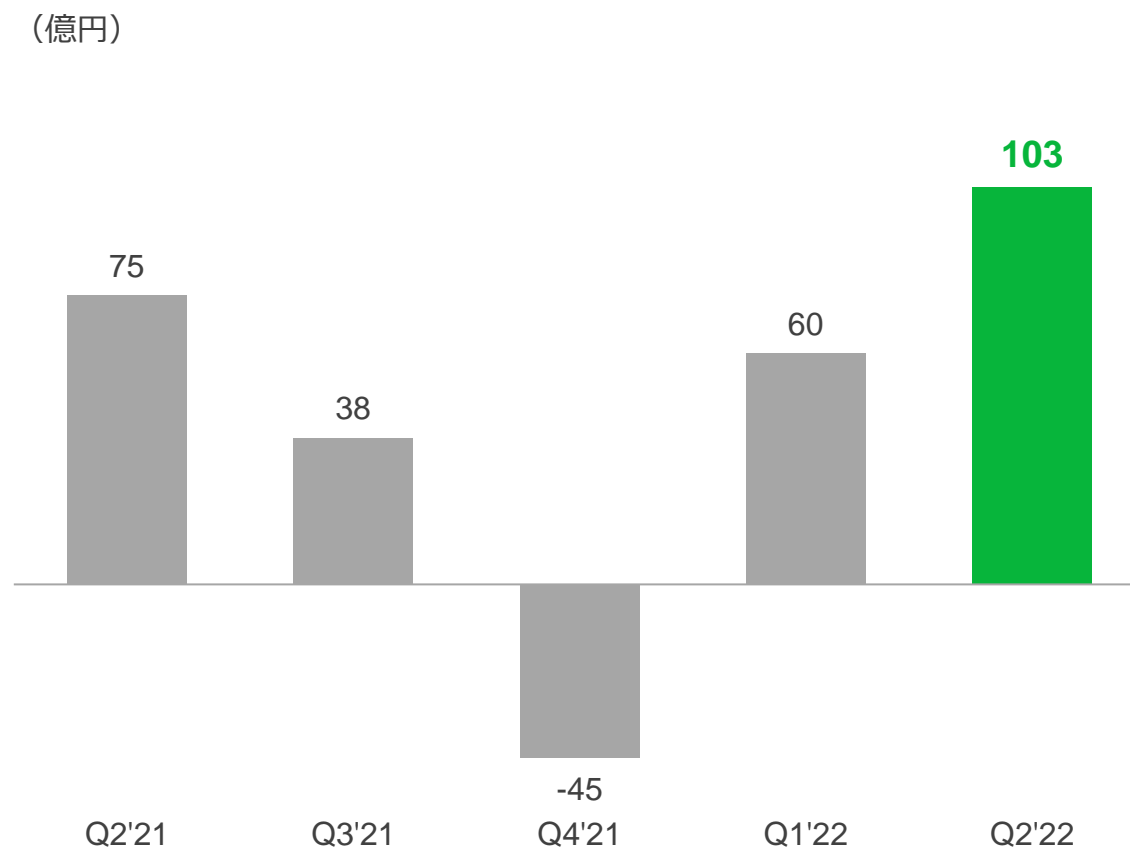
2. Zホールディングスグループ全体での損益計算による納付税額の減少

- 売上収益は、アカウント広告が成長をけん引。営業利益は、LINE MUSIC連結化に伴う一時益により増益

売上収益 (YoY)



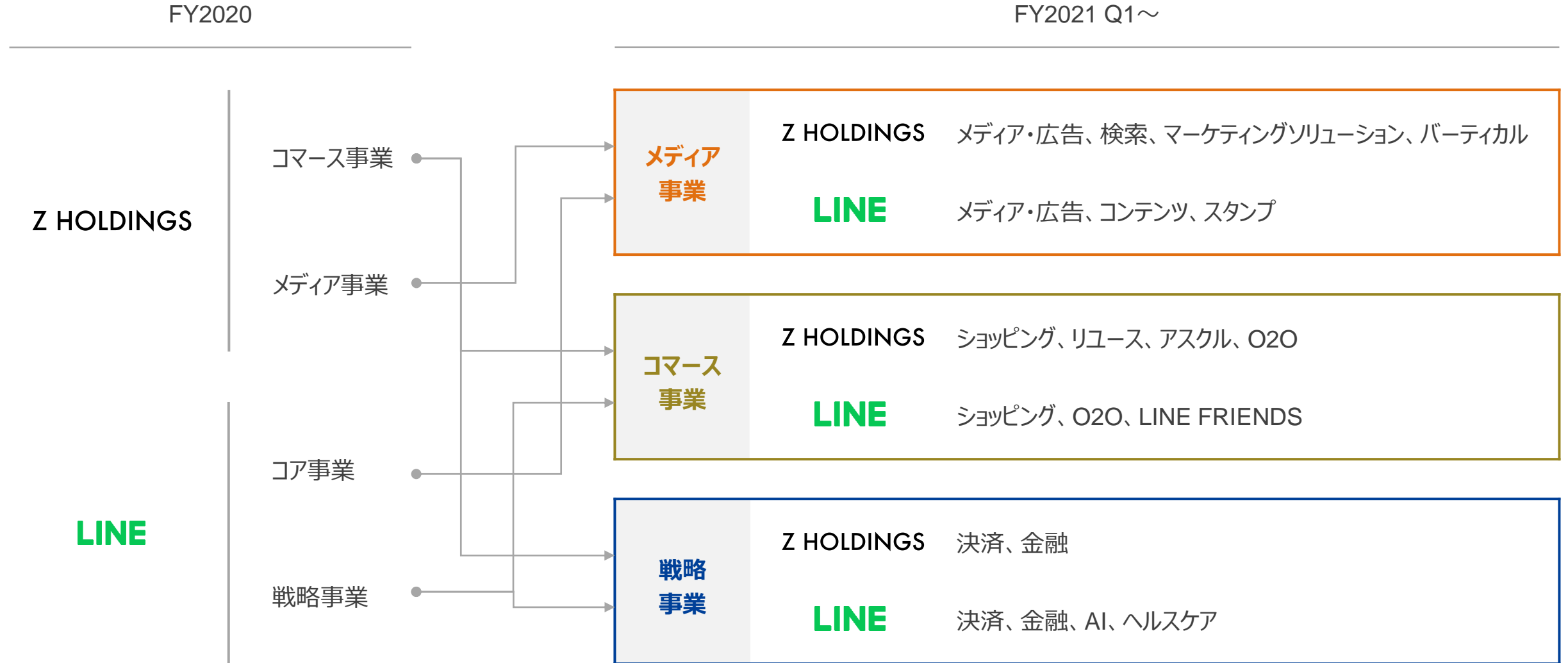
営業利益



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

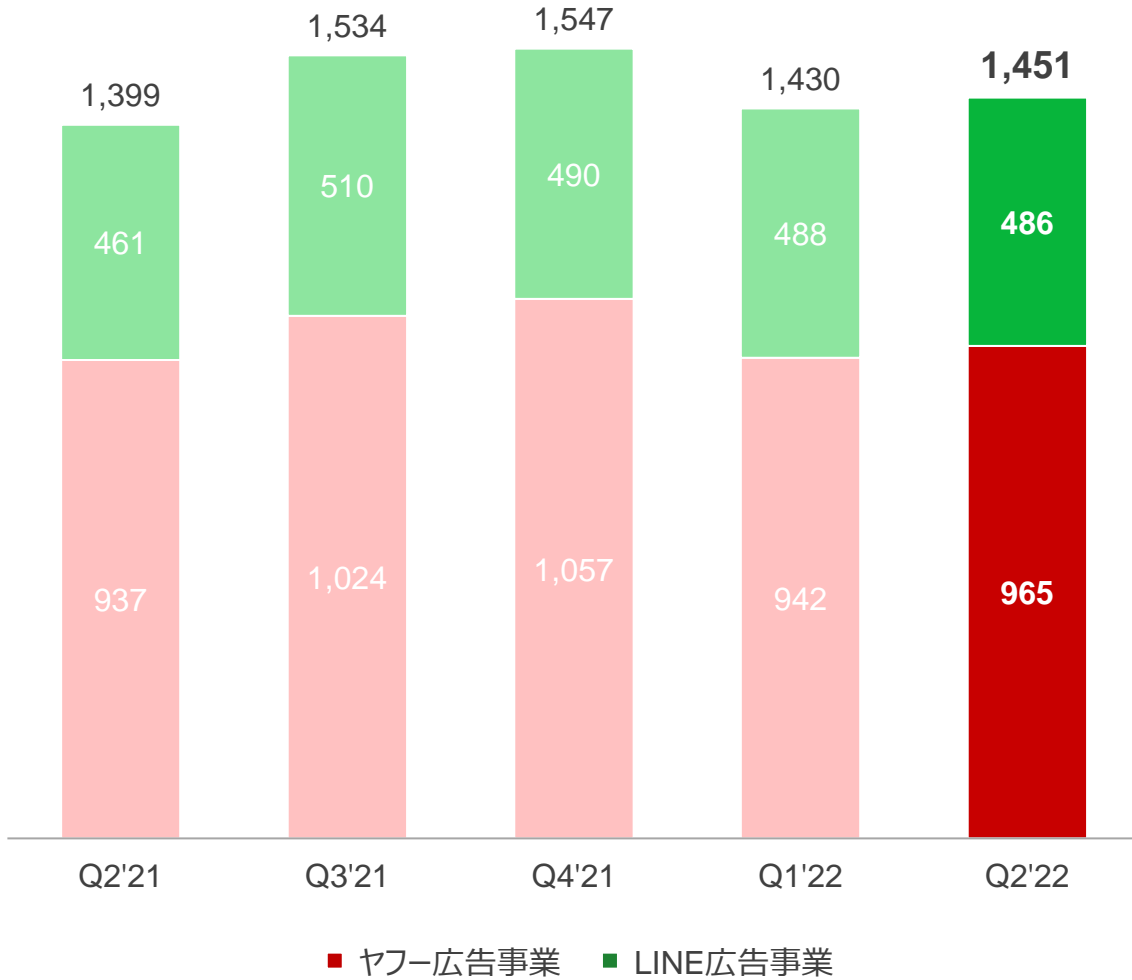


# メディア事業

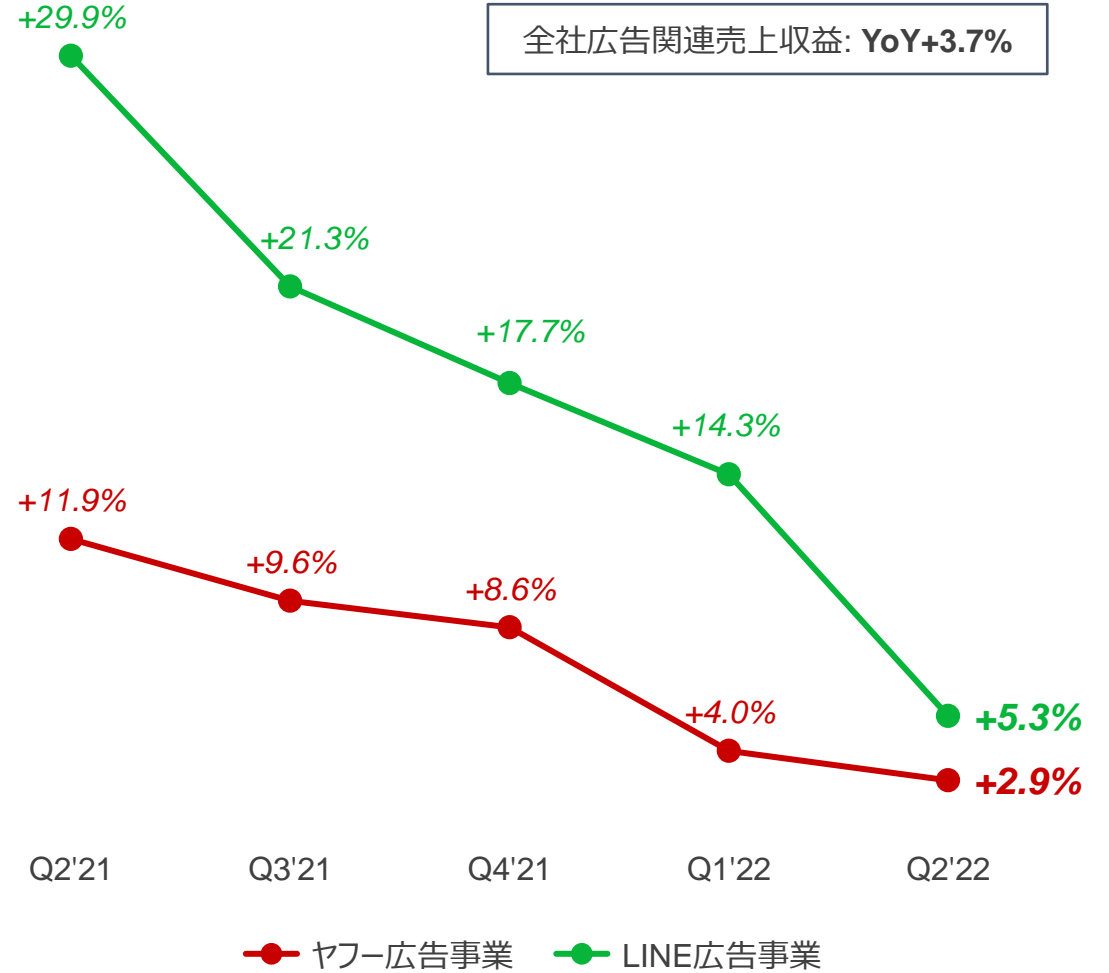
---

全社 広告関連売上収益<sup>1</sup>

(億円)



全社 広告関連売上収益 成長率<sup>1</sup> (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 Q2 <sup>1</sup>	FY2022 Q2 <sup>1</sup>	YoY
<b>売上収益</b>	<b>155,356</b>	<b>154,389</b>	<b>-0.6%</b>
<b>LINE 広告売上収益</b>	<b>46,167</b>	<b>48,607</b>	<b>+5.3%</b>
ディスプレイ広告	26,853	26,215	-2.4%
アカウント広告	17,713	20,858	+17.8%
その他LINE広告	1,600	1,534	-4.1%
<b>ヤフー広告売上収益</b>	<b>80,203</b>	<b>82,920</b>	<b>+3.4%</b>
検索広告	44,776	47,676	+6.5%
ディスプレイ広告（運用型） <sup>2</sup>	30,740	30,858	+0.4%
ディスプレイ広告（予約型） <sup>2</sup>	4,685	4,384	-6.4%
<b>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）</b>	<b>28,985</b>	<b>22,860</b>	<b>-21.1%</b>
<b>売上原価</b>	<b>34,060</b>	<b>31,423</b>	<b>-7.7%</b>
<b>販管費</b>	<b>62,941</b>	<b>68,477</b>	<b>+8.8%</b>
販売促進費・広告宣伝費	6,486	7,221	+11.3%
その他販管費	56,455	61,256	+8.5%
<b>その他収益及び費用</b>	<b>-</b>	<b>9,180</b>	<b>N/A</b>
<b>調整後EBITDA / マージン<sup>3</sup></b>	<b>63,548 (40.9%)</b>	<b>60,101 (38.9%)</b>	<b>-5.4%</b>
<b>LINE 調整後EBITDA / マージン<sup>3</sup></b>	<b>24,905 (38.9%)</b>	<b>23,312 (35.2%)</b>	<b>-6.4%</b>
<b>ヤフー 調整後EBITDA / マージン<sup>3</sup></b>	<b>38,643 (42.3%)</b>	<b>36,788 (41.8%)</b>	<b>-4.8%</b>

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
<b>LINE広告</b>	
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」 <sup>1</sup> 、「LINEバイト」、その他
<b>ヤフー 広告</b>	
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
<b>その他</b>	
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

1. livedoor事業は2022年12月28日付で（株）ミンカブ・ジ・インフォノイドへ譲渡予定

項目	主な課金方法	掲載場所／商品概要	広告主タイプ
<b>ディスプレイ広告</b>			
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
<b>アカウント広告</b>			
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」 <sup>1</sup>	「Yahoo!ショッピング」、「PayPayモール」 <sup>1</sup> 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」、「PayPayモール」 <sup>1</sup> 出店ストア

1. 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合

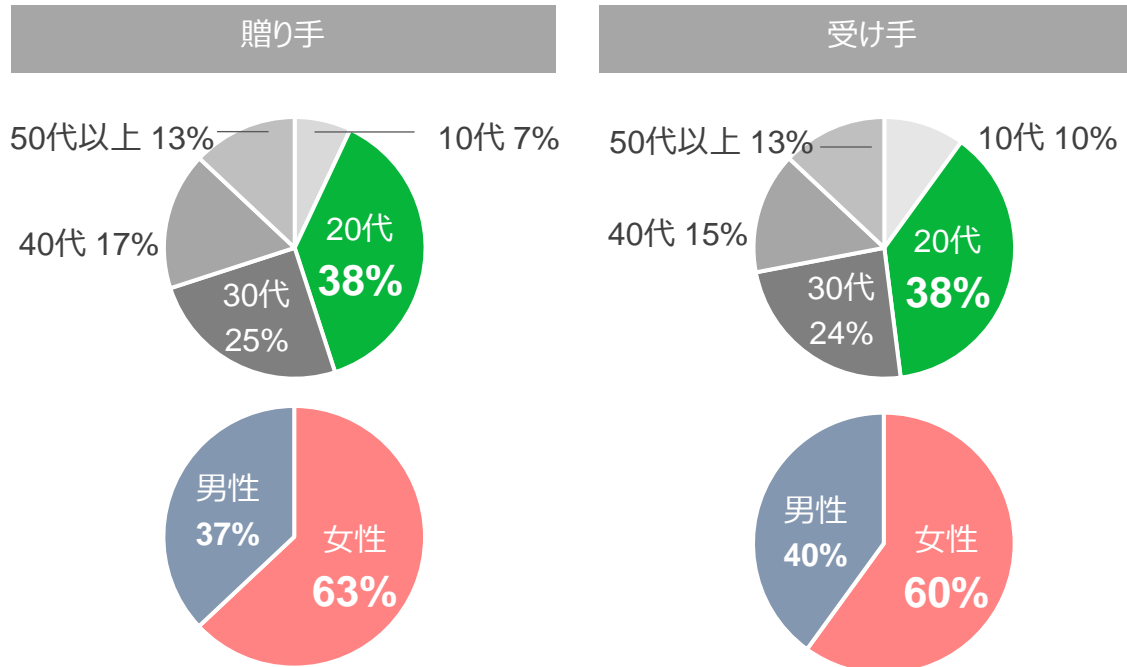
コマース事業

---

- 「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

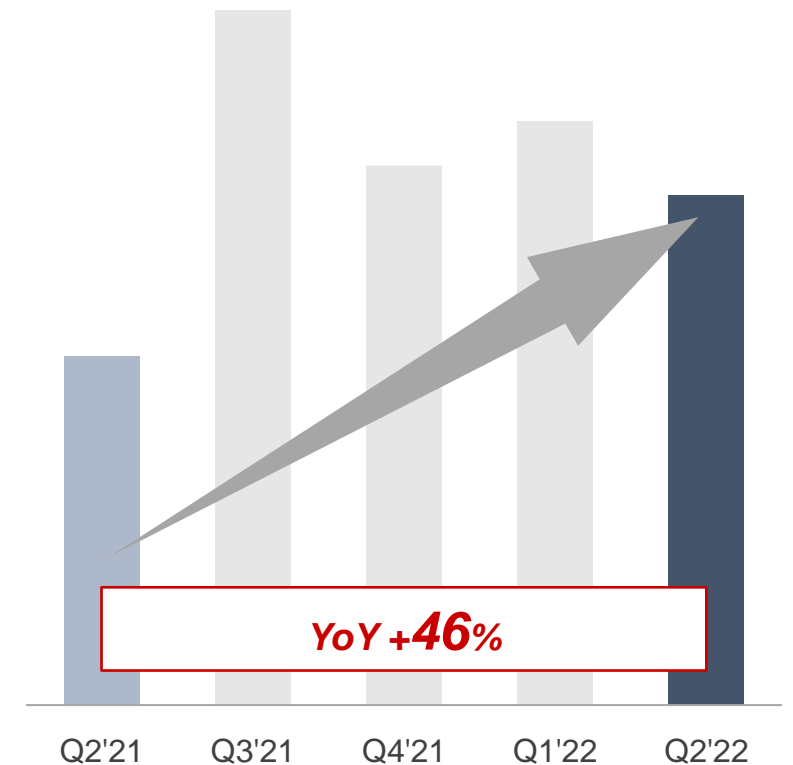


ユーザー属性<sup>1</sup>



累計利用者数<sup>2</sup> **2,600万人** (2022年10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21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)	21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"> <li>• 男性：20代半ば～40代前半</li> <li>• 女性：20代半ば～30代</li> </ul>	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 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 青果品の取扱開始</li> </ul>	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11月2日時点

2. 世帯数ベース

(百万円)	FY2021 Q2 <sup>1</sup>	FY2022 Q2 <sup>1</sup>	YoY
<b>売上収益</b>	<b>192,622</b>	<b>205,911</b>	<b>+6.9%</b>
<b>物販EC</b>	<b>154,878</b>	<b>164,856</b>	<b>+6.4%</b>
ショッピング事業	73,771	77,136	+4.6%
リユース事業	13,608	13,632	+0.2%
アスクル BtoB事業（インターネット経由）	67,498	74,087	+9.8%
<b>サービスEC</b>	<b>4,740</b>	<b>7,998</b>	<b>+68.7%</b>
<b>その他</b>	<b>33,004</b>	<b>33,056</b>	<b>+0.2%</b>
<b>売上原価</b>	<b>84,072</b>	<b>88,853</b>	<b>+5.7%</b>
<b>販管費</b>	<b>85,159</b>	<b>94,475</b>	<b>+10.9%</b>
販売促進費・広告宣伝費	22,696	27,775	+22.4%
その他販管費	62,462	66,699	+6.8%
<b>その他収益及び費用</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>N/A</b>
<b>調整後EBITDA / マージン</b>	<b>35,878 (18.6%)</b>	<b>35,932 (17.5%)</b>	<b>+0.1%</b>

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		LIVEBUY
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2,000)	モール型 (商品数：約17万)	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"> <li>整理されたシンプルなデザイン</li> <li>カテゴリごとに商品を探しやすいUI/UX</li> <li>優良ストアの訴求と配送強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>カテゴリキラー</li> <li>優れたUI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>オリジナル商品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループアセットの活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LINEを基盤としたサービス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LINEを基盤としたサービス</li> <li>NAVERの韓国市場でのノウハウ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LINEを基盤としたサービス</li> <li>インタラクティブ性</li> </ul>
フォーカス領域・ポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>UIの改善</li> <li>配送品質向上</li> <li>マーケティング効率の改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>注力分野の強化</li> <li>グループ間連携の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ間連携の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗数の拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>品揃えの拡充</li> <li>利用ユーザーの拡大</li> <li>新しいギフト文化と新市場の創出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>出店ストアの拡大</li> <li>国内自社EC市場での認知向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>本格提供開始に向けたサービスの磨き込み</li> </ul>
テイクレート	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売促進支援策における手数料(取扱高の3%)</li> <li>ショッピング内での販促活動(広告出稿等)</li> <li>ユーザー向けキャンペーン参加費用</li> </ul>	約30% (受託販売)	非開示	非開示	非開示	販売手数料：2.5% <sup>1</sup> 決済手数料：3.5%	非開示
市場規模	13.3兆円 <sup>2</sup> (BtoC EC市場 物販系分野)	7.5兆円 <sup>3</sup> (2020年アパレル小売市場)	13.3兆円 <sup>2</sup> (BtoC EC市場 物販系分野)	2.5兆円 <sup>4</sup> (2021年度食品宅配市場予測)	10.1兆円 <sup>5</sup> (2021年ギフト市場)	4兆円 <sup>6</sup> (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(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」

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」、「PayPayモール」 <sup>1</sup> 、「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 <sup>2</sup>
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. 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合

2. 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」 <sup>1</sup> 、「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」、「ZOZOUSÉD」
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」 <sup>2</sup> 、「出前館」、「LINE PLACE」
国内デジタル系取扱高 <sup>2</sup>	「ebookjapan」、「LINEマンガ」、「LINE MUSIC」、「LINEスタンプ」、「LINE GAME」、「LINE LIVE」、「LINE占い」、「LINE NFT」 <sup>3</sup> 、 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」 <sup>2</sup> 、「LINE GAME」 <sup>2</sup> 、「DOSI」 <sup>4</sup>

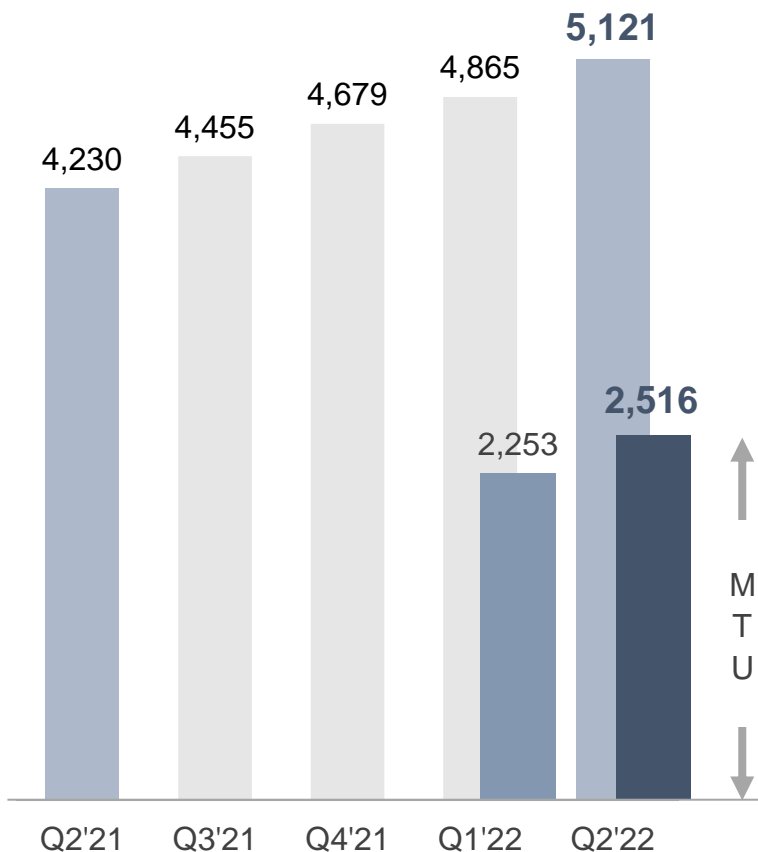
1. 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合
2. 当該サービスの収益は、メディア事業セグメントに計上
3. 当該サービスの収益は、戦略事業セグメントに計上
4. グローバルNFTプラットフォーム。当該サービスの収益は、戦略事業セグメントに計上

**戰略事業**

---

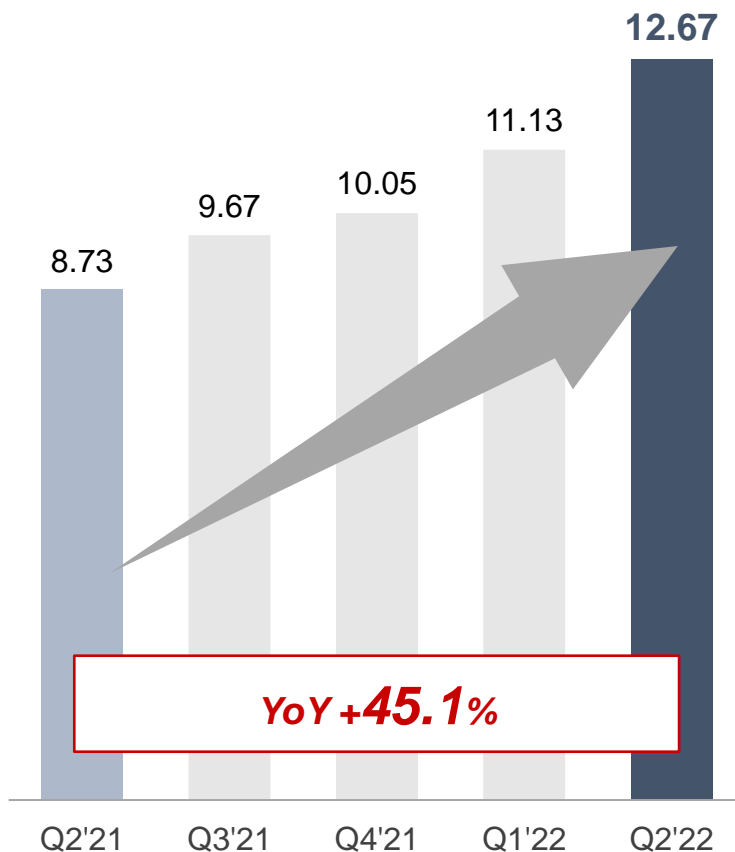
登録ユーザー数<sup>1</sup>・MTU<sup>2</sup>

(万人)



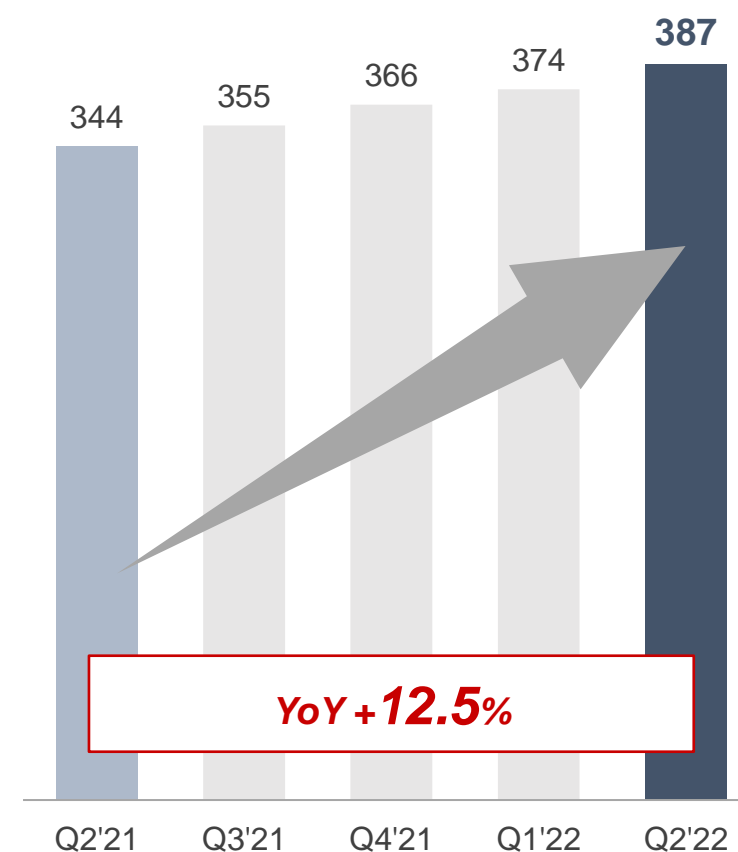
決済回数<sup>3</sup>

(億回)



加盟店数<sup>4</sup>

(万カ所)



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。「Alipay」、「LINE Pay」等経由の決済を含む。P2P送金は含まない。各四半期末月の実績値

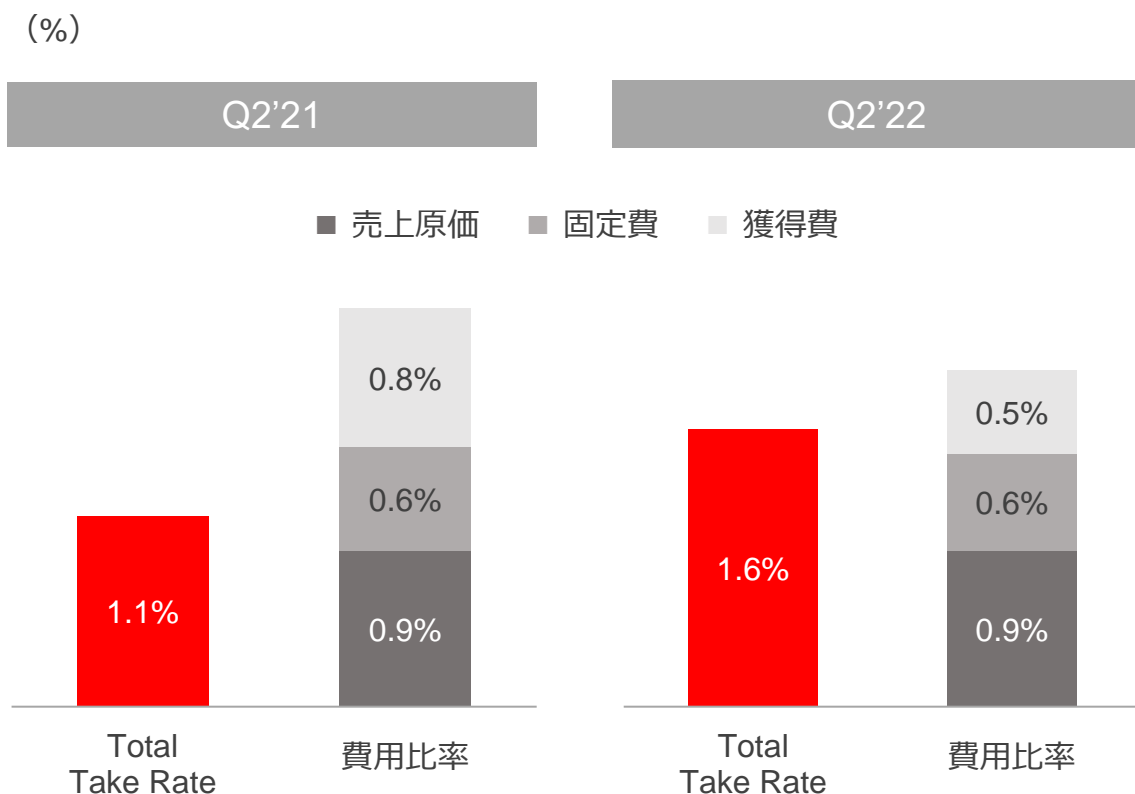
3. FY21Q4以降、「Alipay」、「LINE Pay」等経由の決済を含む。また、2022年2月より提供開始した「PayPayあと払い」による決済を含む

4. 店舗やタクシーなど、PayPayへの登録箇所数の累計

- Total Take Rate<sup>1</sup>の向上と費用改善<sup>2</sup>により、収支構造は改善傾向
- Total Take Rateのさらなる向上と規律あるコストコントロールで収支構造をさらに改善

収支構造 (GMV比率)

今後の施策



### 1 Total Take Rateのさらなる向上

- PayPayカードとの連携・シナジー
- 金融事業の拡大
- 加盟店事業の拡大

### 2 規律あるコストコントロール

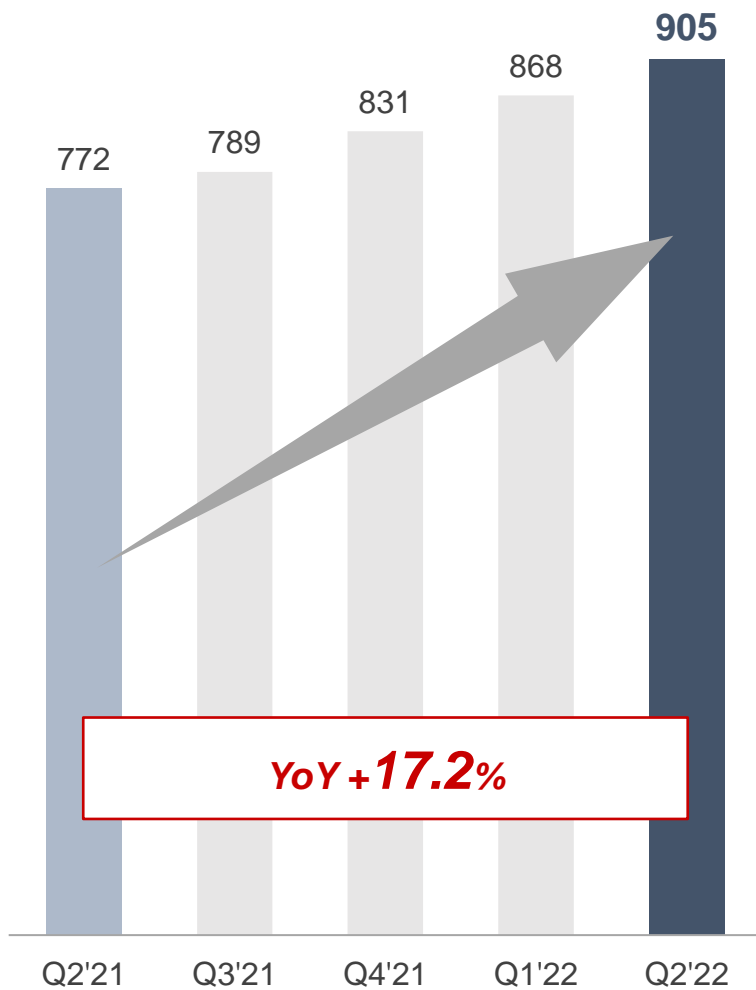
- 獲得費の効率化
- ファンドソースコストの低減

1. PayPay単体の売上高（決済手数料売上、加盟店事業、金融事業売上（会計基準上、売上高から控除している加盟店に対する販促費等を加算後）） ÷ PayPay単体のGMV

2. 売上原価（ファンドソースコスト、ユーザー向けの定常的なポイント還元費用など）、固定費（人件費、カスタマーサービス費用、システム費用など）、獲得費（広告宣伝費、販促費、業務委託費など）

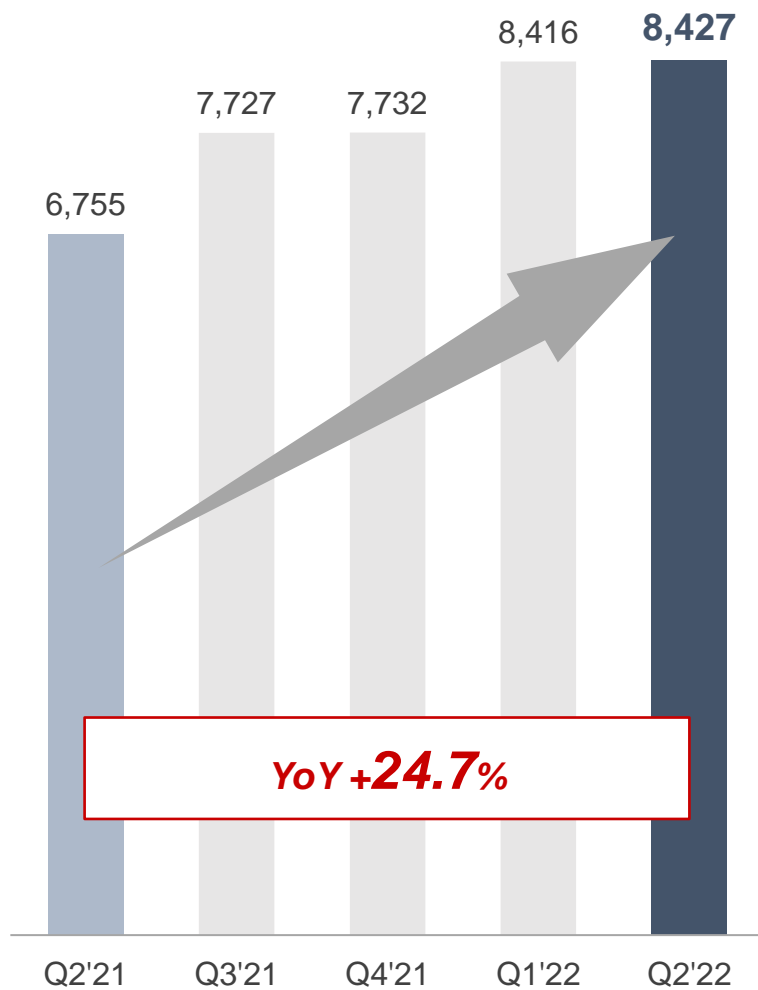
有効会員数<sup>1</sup>

(万人)



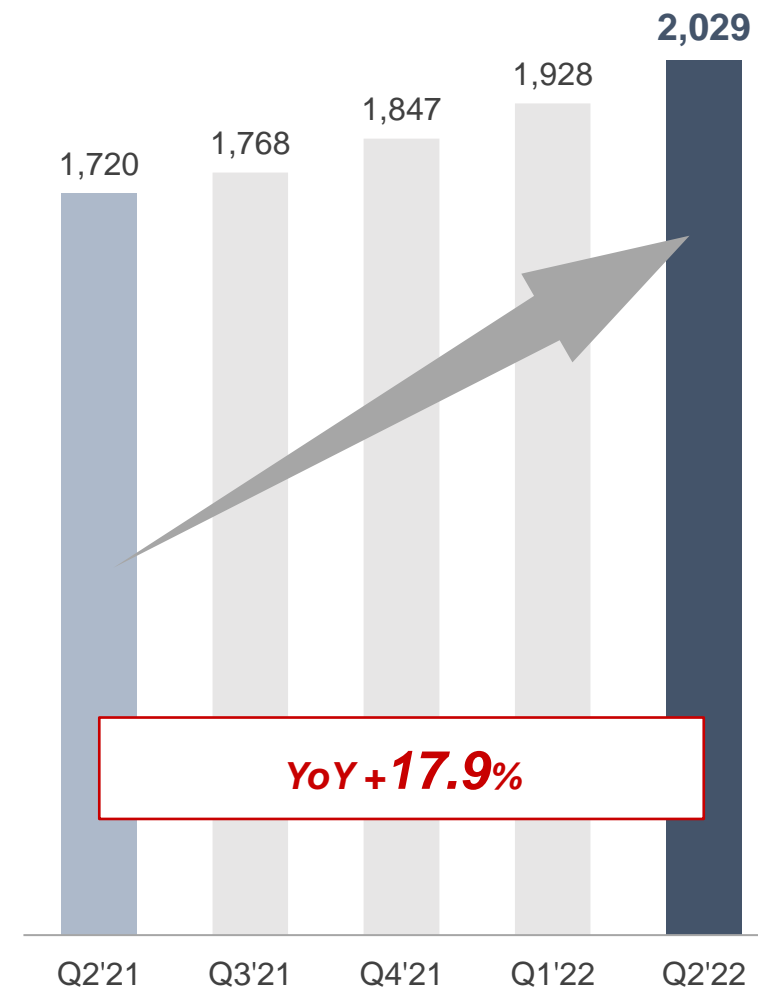
取扱高<sup>1</sup>

(億円)



リボ残高<sup>1</sup>

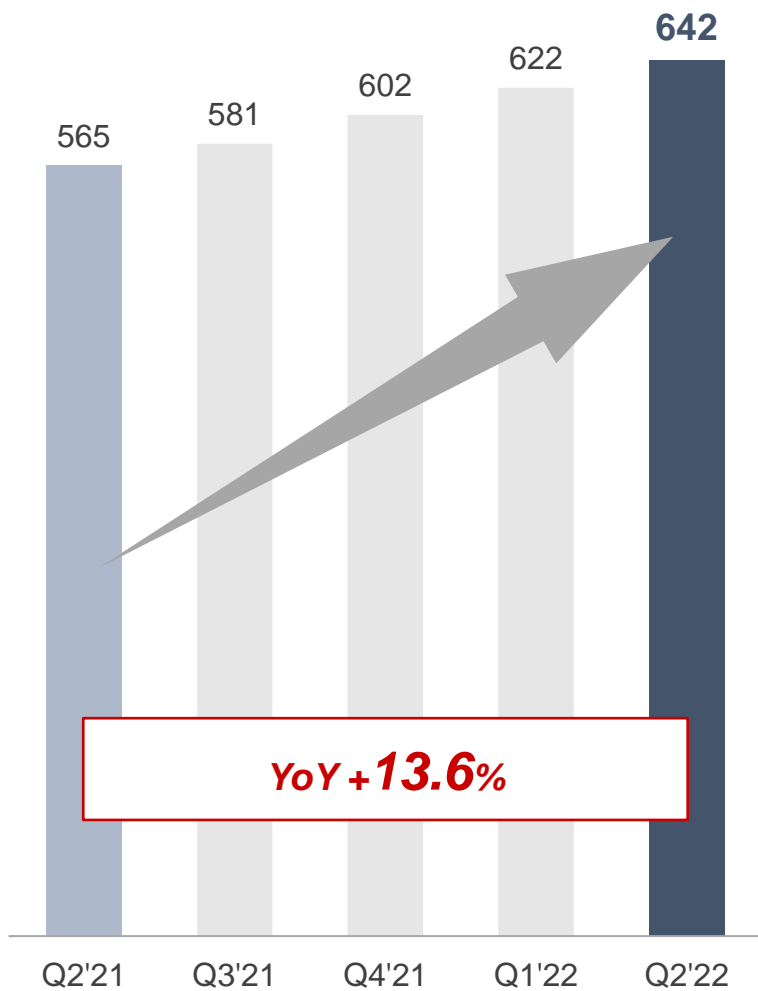
(億円)



1. 2022年2月より提供開始した「PayPayあと払い」を含む

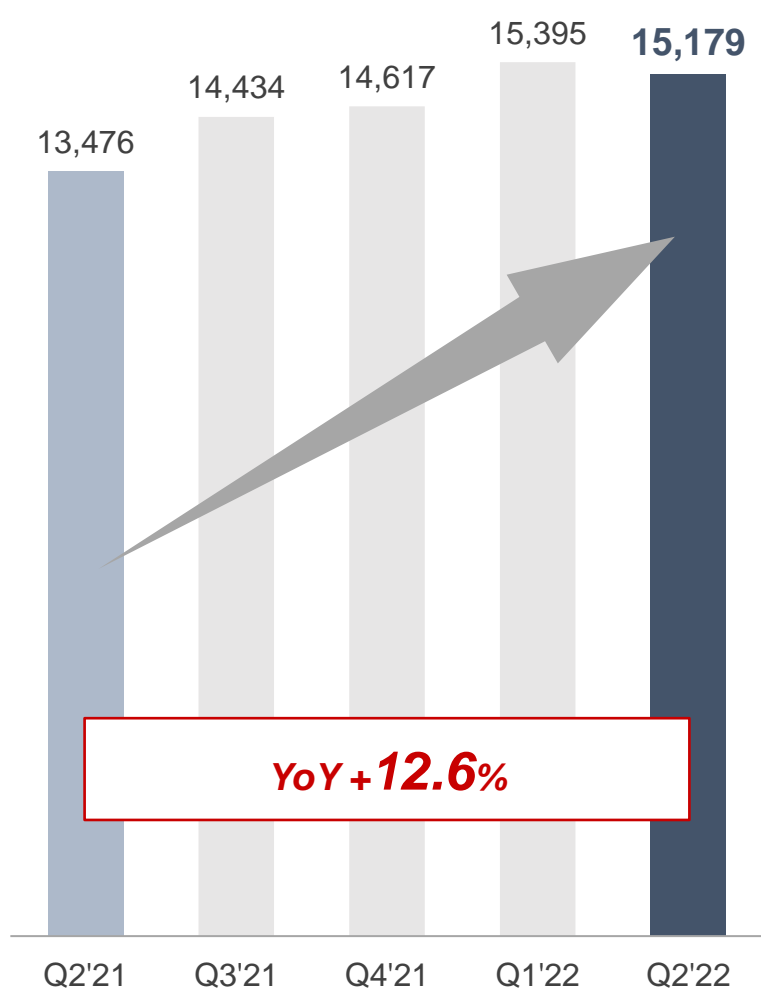
口座数

(万)



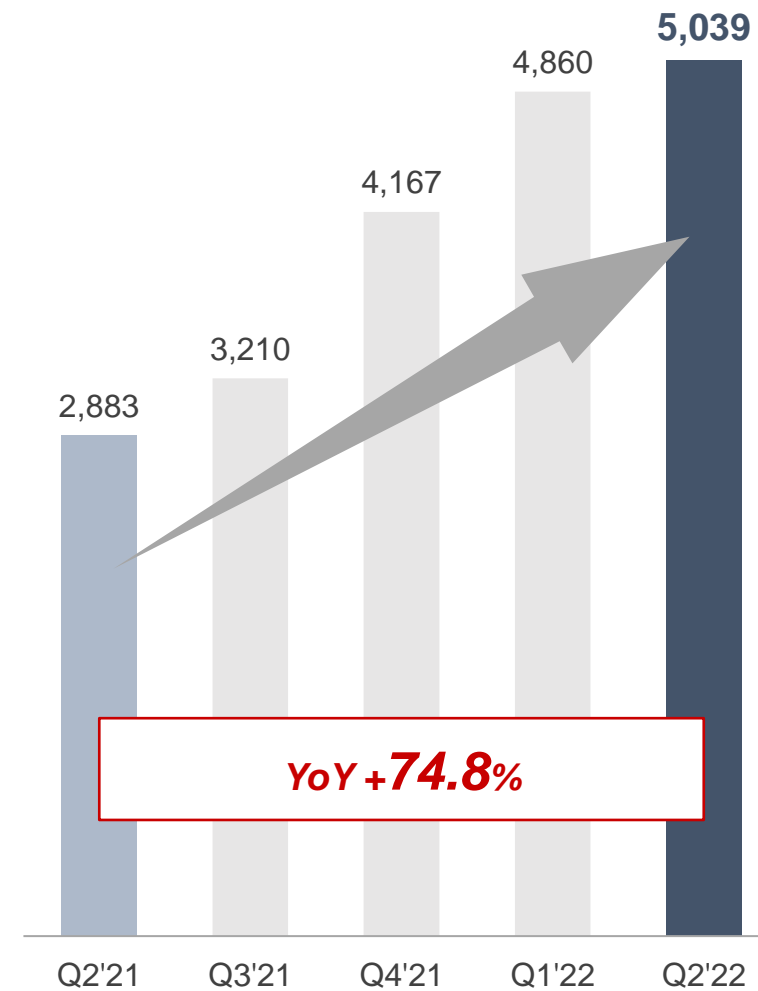
預金残高

(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 <sup>2</sup>	-	50 %	50 %	50 %
	Paytm <sup>3</sup>	-	-	-	-
	合計	100 %	100 %	100 %	100 %
優先 株式 <sup>1</sup>	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 <sup>2</sup>	-	-	-	17.0 %
	合計	-	-	100 %	100 %

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

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

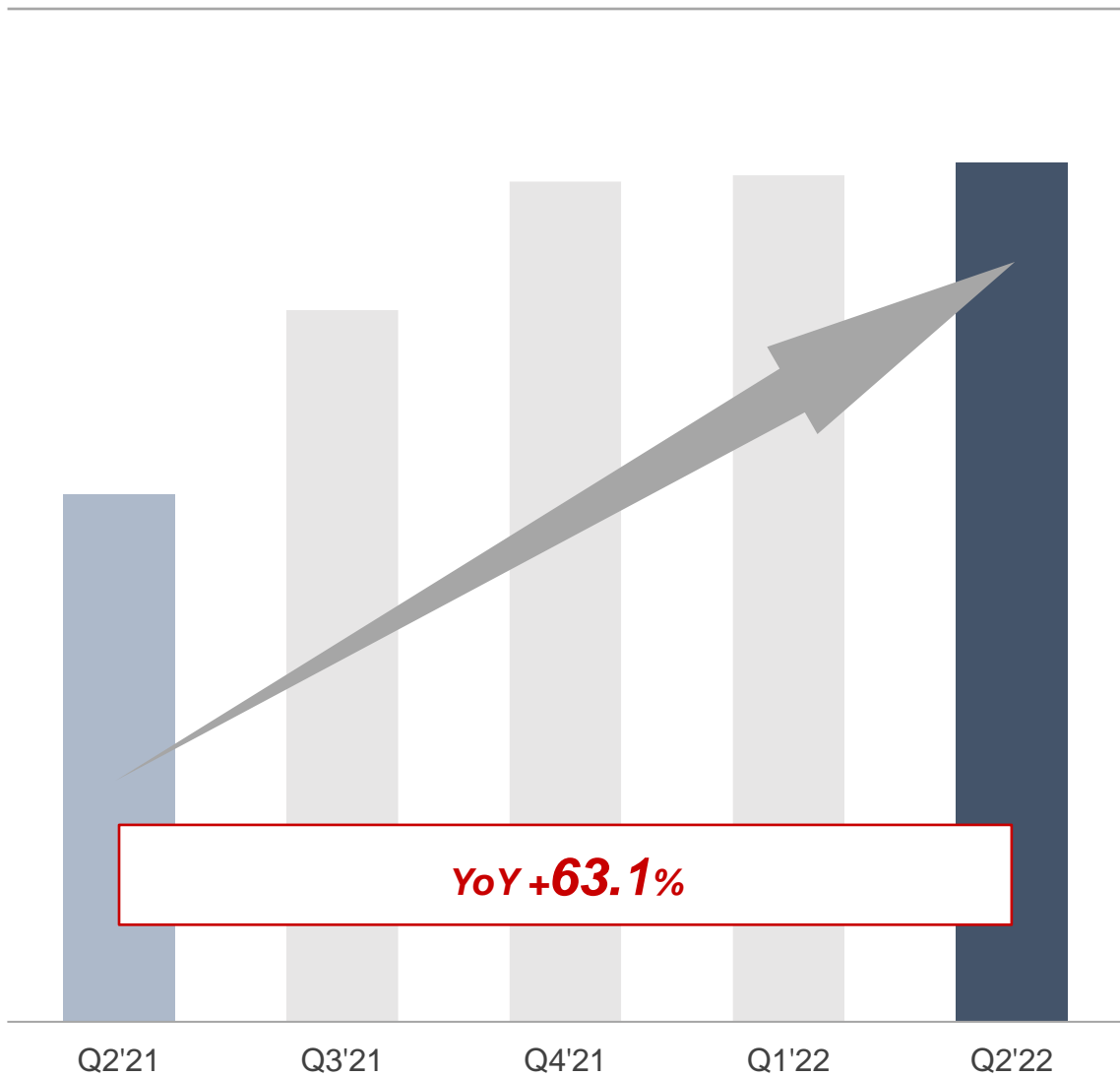
3. 2020年9月末にPaytmへ新株予約権を発行。同月末より権利行使可能

4. Paytmが保有する新株予約権行使後の数値

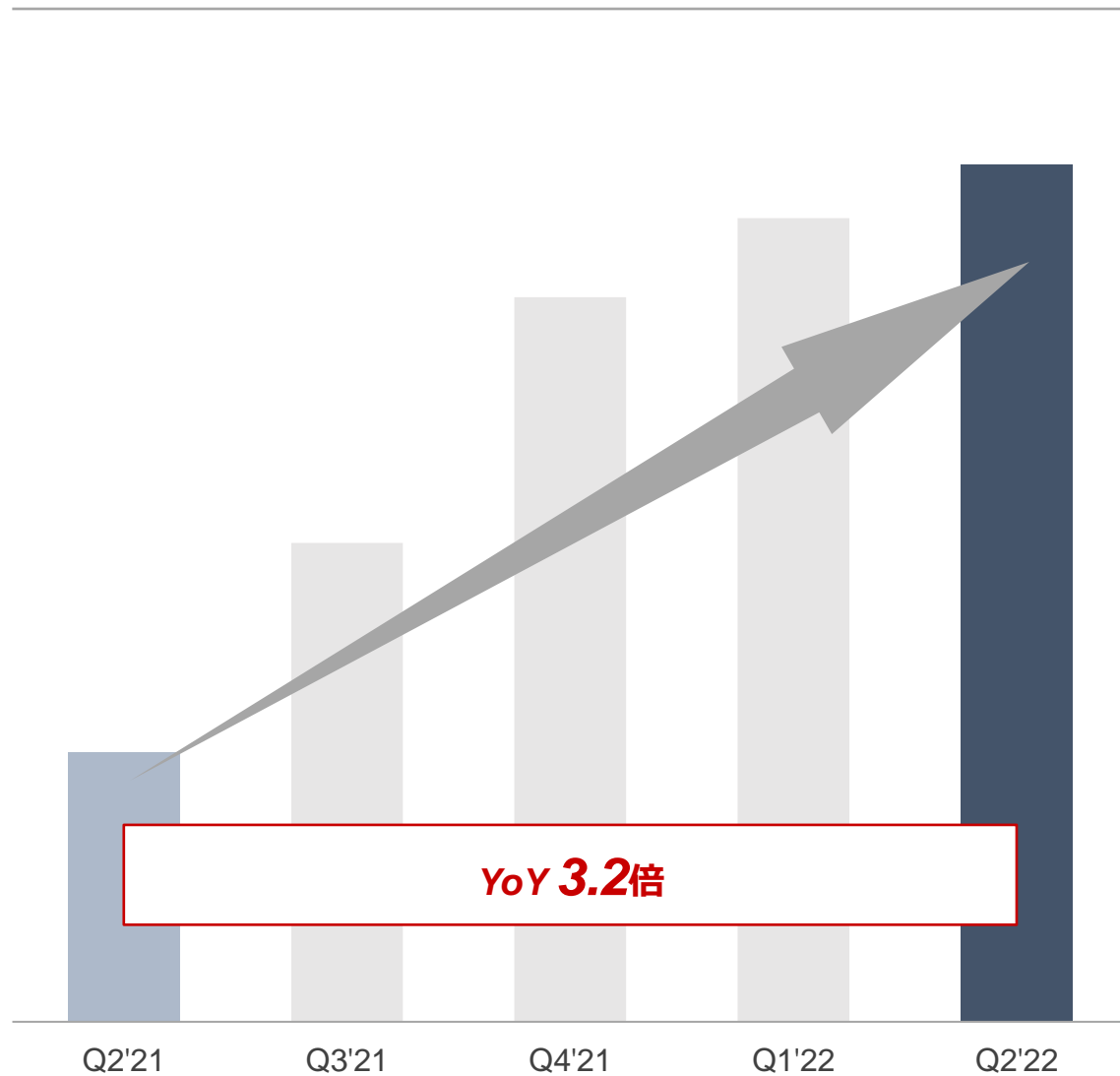
5. 適時開示URL：[https://www.z-holdings.co.jp/ja/ir/news/auto\\_20220727505479/pdfFile.pdf](https://www.z-holdings.co.jp/ja/ir/news/auto_20220727505479/pdfFile.pdf) / [https://www.z-holdings.co.jp/ja/ir/news/auto\\_20221002539425/pdfFile.pdf](https://www.z-holdings.co.jp/ja/ir/news/auto_20221002539425/pdfFile.pdf)

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



- 世界180カ国<sup>1</sup>で9カ国語に対応したグローバルNFTプラットフォーム「DOSI」のベータ版を9月14日から提供開始

グローバルNFTプラットフォーム「DOSI」



1 「DOSI」の主なサービス内容

- ブランドストア（DOSI Store）や、マーケティング/コミュニティ構築支援の提供
- ソーシャルログインと、Naver Payやクレジットカード、暗号資産等の決済手段に対応した「DOSI Wallet」
- 様々な特典を提供する会員制プログラム「DOSI Citizen」

2 今後の事業拡大・機能強化

- 販売地域の拡大とNFT発行機能の提供
- 暗号資産決済の導入やローカル決済サービスとの連携
- 「DOSI Citizen」の機能強化とIPエコシステムの構築
- グローバルIPコンテンツやロングテールプロジェクトの拡充

様々なジャンルに対応したグローバルNFTサービス



AlphaCrewz

Avatar x NFT

- NFTと連携したHDアバタープロジェクト
- ユーザーが所有し、相互利用可能なアバター/メタバースエコシステムの構築



GAME DOSI

Game x NFT

- NFTベースのゲーム提供が可能な専用プラットフォーム
- NFTゲーム開発者・ユーザー向けプラットフォームの提供



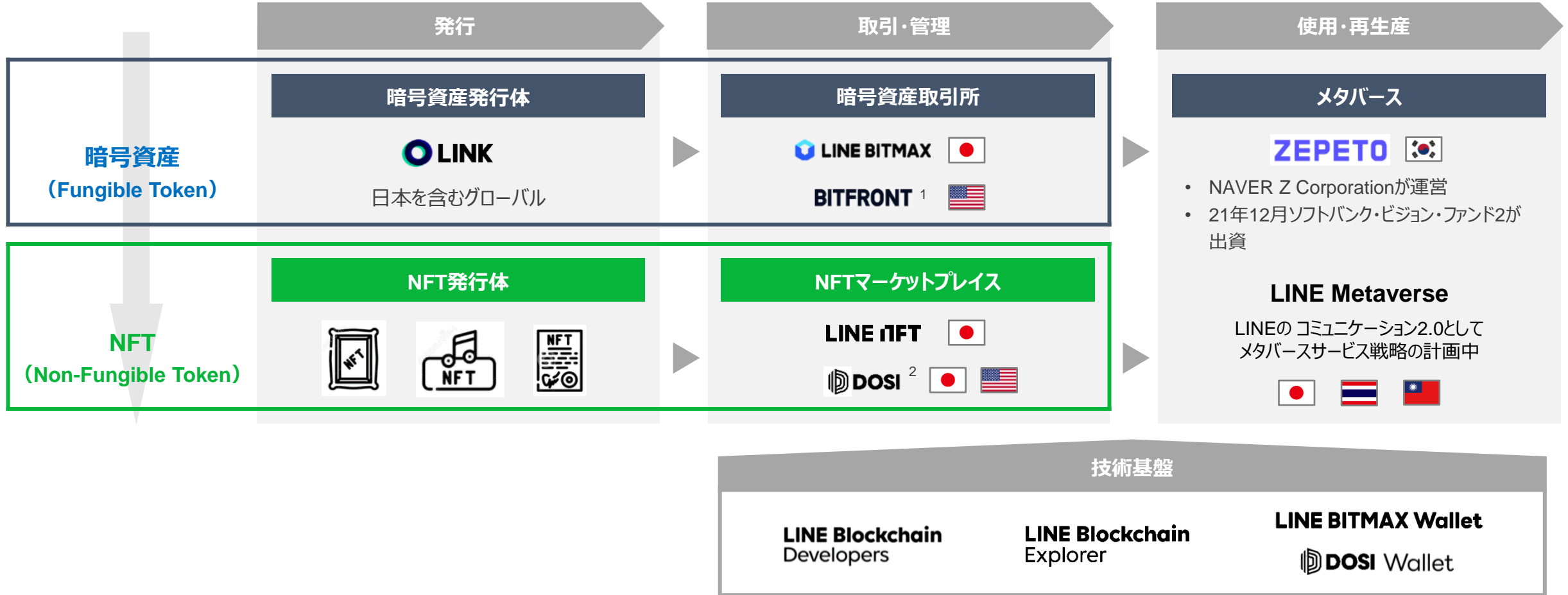
AVA

Fandom x NFT

- アーティストのファンが直接NFTを制作し、アーティストの応援ができるファンダムNFTサービス

1. 日本を除く世界180カ国

- 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



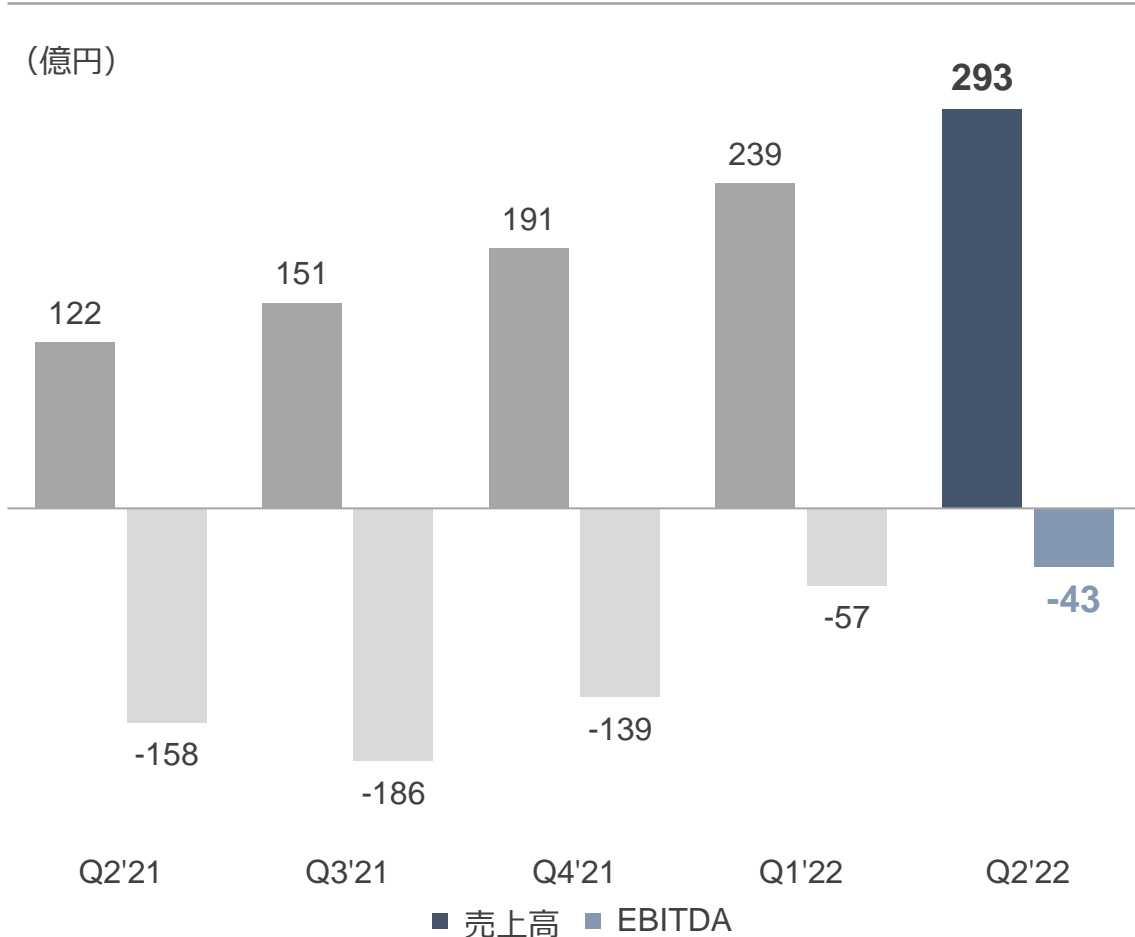
1. 米国を拠点に日本を除くグローバルで運営  
 2. 2022年9月より、ベータ版の提供開始

(百万円)	FY2021 Q2 <sup>1</sup>	FY2022 Q2 <sup>1</sup>	YoY
<b>売上収益</b>	<b>28,799</b>	<b>33,044</b>	<b>+14.7%</b>
<b>Fintech</b>	<b>28,330</b>	<b>33,349</b>	<b>+17.7%</b>
PayPayカード <sup>2</sup>	11,535	14,154	+22.7%
PayPay銀行 <sup>2</sup>	8,548	9,652	+12.9%
その他Fintech（LINE Fintech等）	8,246	9,542	+15.7%
<b>その他戦略事業（AI、LINE Search、LINEヘルスケア等）</b>	<b>468</b>	<b>-304</b>	<b>-165.1%</b>
<b>売上原価</b>	<b>3,589</b>	<b>5,025</b>	<b>+40.0%</b>
<b>販管費</b>	<b>32,526</b>	<b>36,693</b>	<b>+12.8%</b>
販売促進費・広告宣伝費	4,161	3,319	-20.2%
その他販管費	28,364	33,374	+17.7%
<b>その他収益及び費用</b>	<b>15,022</b>	<b>-</b>	<b>N/A</b>
<b>調整後EBITDA / マージン</b>	<b>9,546（33.2%）</b>	<b>-5,679（-17.2%）</b>	<b>-159.5%</b>

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、関連するIFRS調整を行い独自に算出

売上高<sup>1</sup>・EBITDA<sup>2</sup>



財政状態計算書 (日本基準)<sup>3</sup>

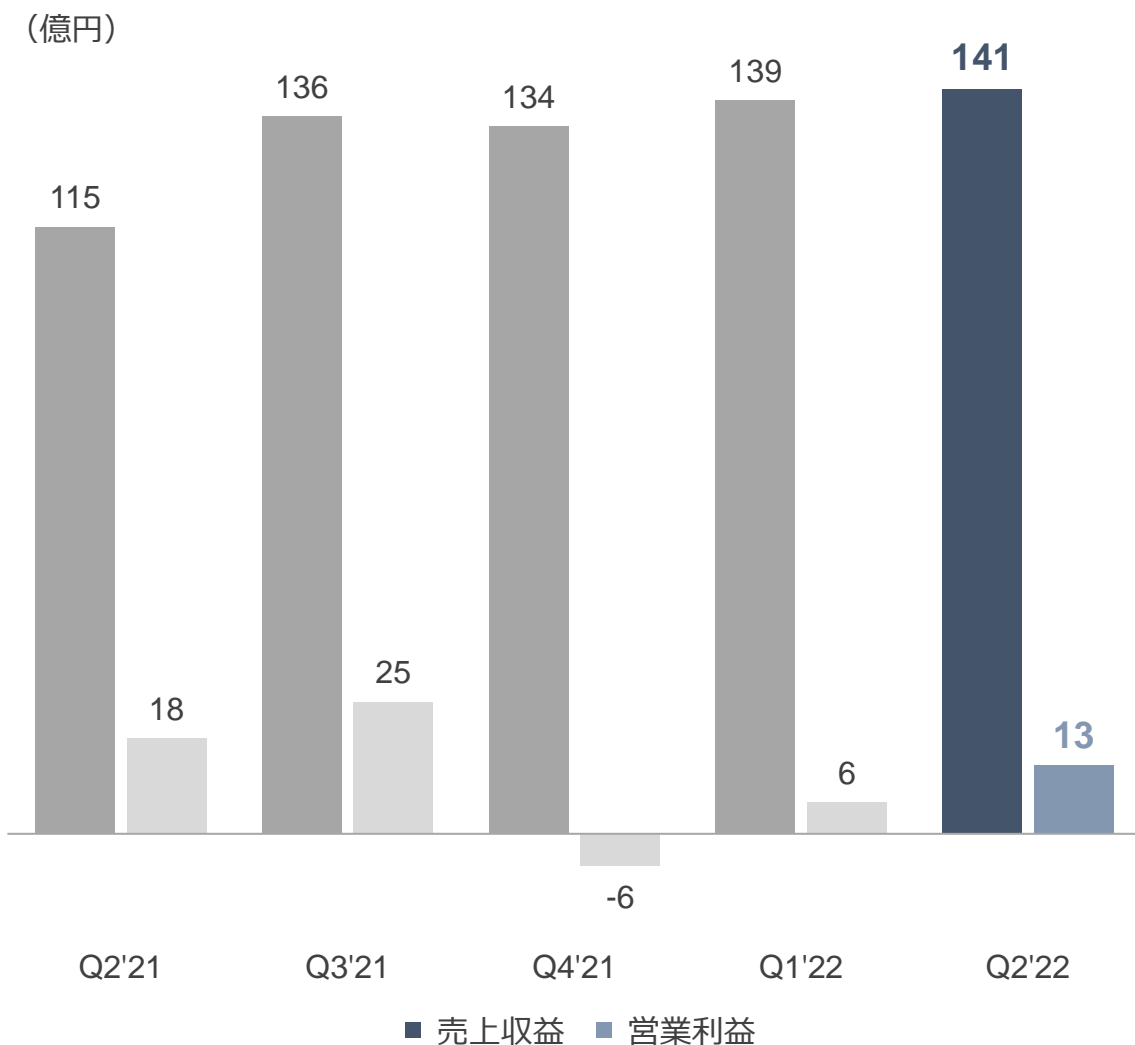
(億円)

	FY2022 Q1	FY2022 Q2	差額
<b>資産</b>	<b>6,046</b>	<b>6,973</b>	<b>+926</b>
現金及び預金	3,389	3,973	+584
未収入金	746	1,067	+320
有形固定資産	5	5	-0
無形固定資産	72	88	+16
供託金	1,076	1,156	+80
<b>負債</b>	<b>4,940</b>	<b>5,905</b>	<b>+964</b>
未払金	2,989	3,476	+486
預り金	1,811	2,214	+403
引当金	63	86	+23
<b>純資産</b>	<b>1,105</b>	<b>1,067</b>	<b>-38</b>

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. 営業利益に償却費を足し戻したもの。未監査の数値

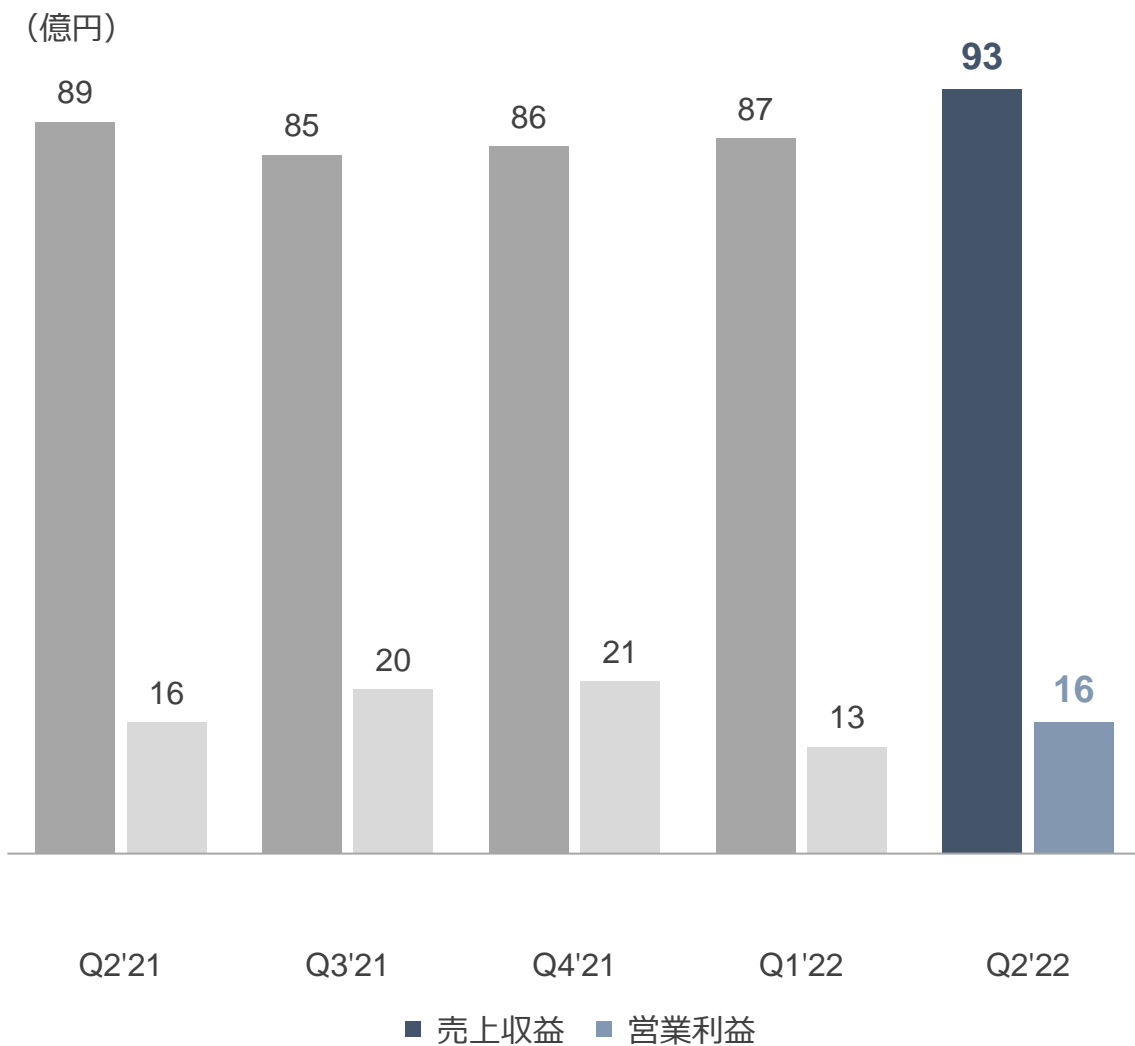
3. 未監査の数値

売上収益・営業利益（IFRS単体）<sup>1</sup>財政状態計算書（日本基準）<sup>1</sup>

(億円)

	FY2022 Q1	FY2022 Q2	差額
<b>資産</b>	<b>8,048</b>	<b>8,391</b>	<b>+343</b>
現金・現金同等物	540	631	+91
営業債権・その他債権	2,229	2,369	+140
カード事業の貸付金	4,538	4,614	+75
銀行事業の有価証券	-	-	-
有形固定資産	54	53	-1
無形資産	284	300	+15
<b>負債</b>	<b>7,669</b>	<b>8,364</b>	<b>+694</b>
営業債務・その他債務	2,314	2,324	+9
銀行事業の預金	-	-	-
有利子負債	5,307	5,990	+682
<b>資本</b>	<b>378</b>	<b>26</b>	<b>-351</b>

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）<sup>1</sup>財政状態計算書（日本基準）<sup>1</sup>

(億円)

	FY2022 Q1	FY2022 Q2	差額
<b>資産</b>	<b>16,596</b>	<b>16,049</b>	<b>-547</b>
現金・現金同等物	3,471	3,323	-148
営業債権・その他債権	238	250	+11
カード事業の貸付金	-	-	-
銀行事業の有価証券	5,719	5,519	-199
有形固定資産	13	14	+1
無形資産	88	94	+5
<b>負債</b>	<b>16,020</b>	<b>15,462</b>	<b>-557</b>
営業債務・その他債務	156	216	+60
銀行事業の預金	15,395	15,179	-215
有利子負債	410	-	-410
<b>資本</b>	<b>576</b>	<b>586</b>	<b>9</b>

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
<b>チャージ払い</b>						
<b>PayPay残高支払い</b>	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)
<b>後払い</b>						
<b>PayPayカード (Yahoo! JAPANカード)</b>	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)
<b>PayPayあと払い</b>	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 MAU<sup>1</sup>

(人口 : 2,338万人<sup>2</sup>)



LINE TODAY

市場シェアNo.1<sup>4</sup>

タイ



5,300万 MAU<sup>1</sup>

(人口 : 6,617万人<sup>2</sup>)



LINE BK LINE TODAY

市場シェアNo.1<sup>4</sup>

インドネシア



800万 MAU<sup>1</sup>

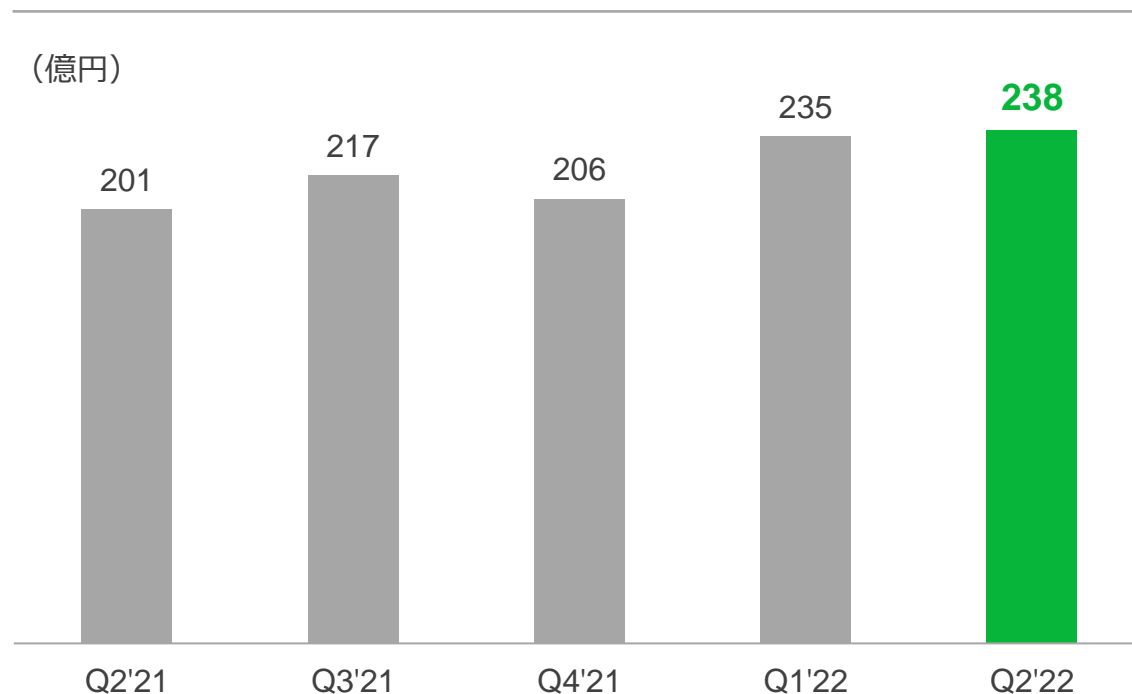
(人口 : 2億7,224万人<sup>3</sup>)



LINE Bank

by Hana Bank

海外事業売上収益<sup>5</sup>



1. 2022年9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

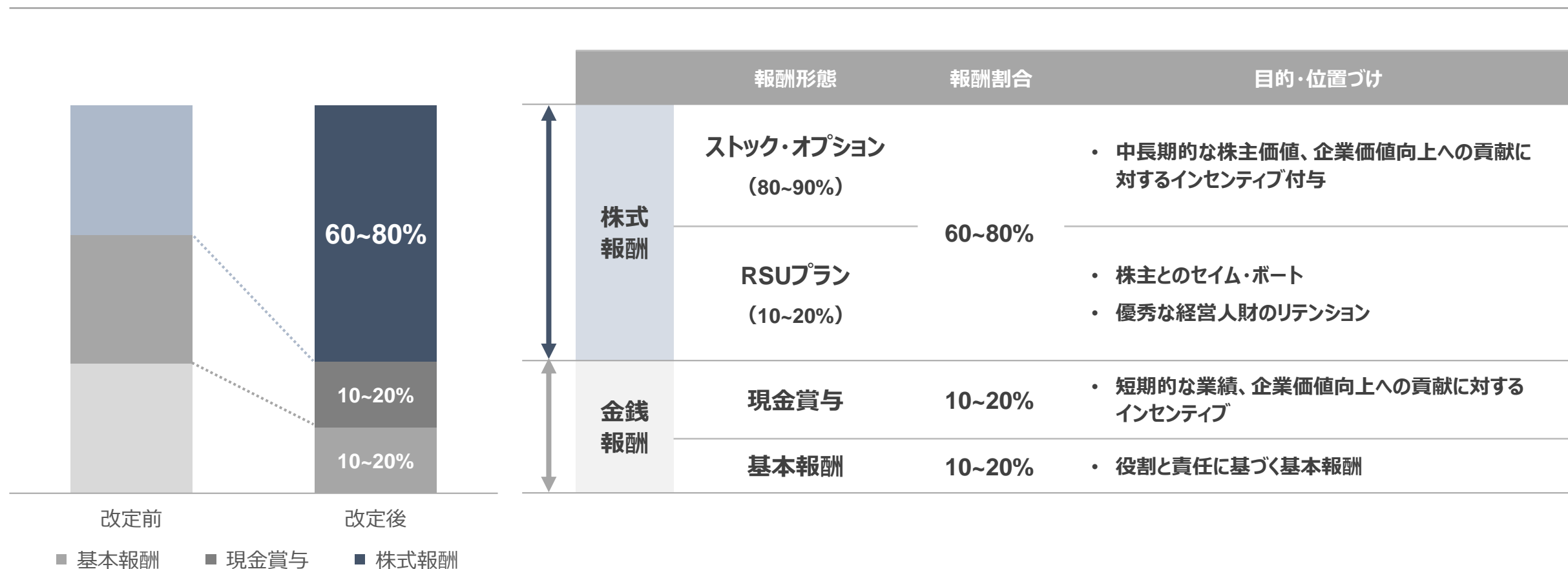
5. 現地決算数値を期首からの平均為替レートにて円換算

**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**

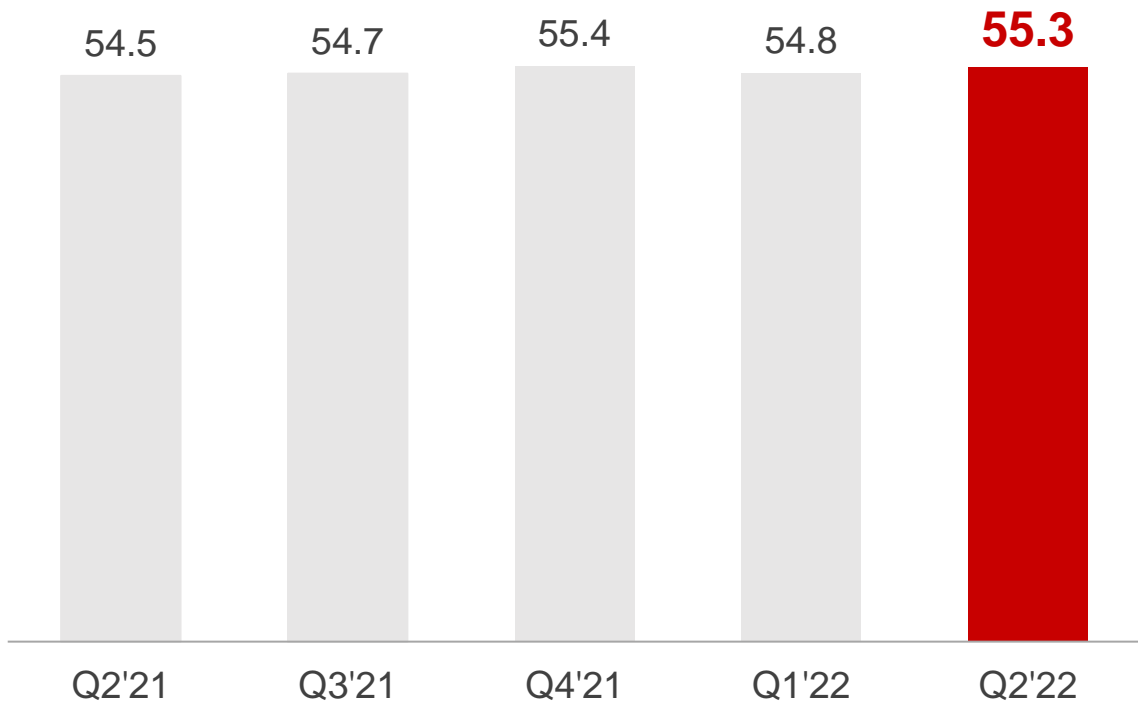
取締役報酬制度の改定<sup>1</sup>



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

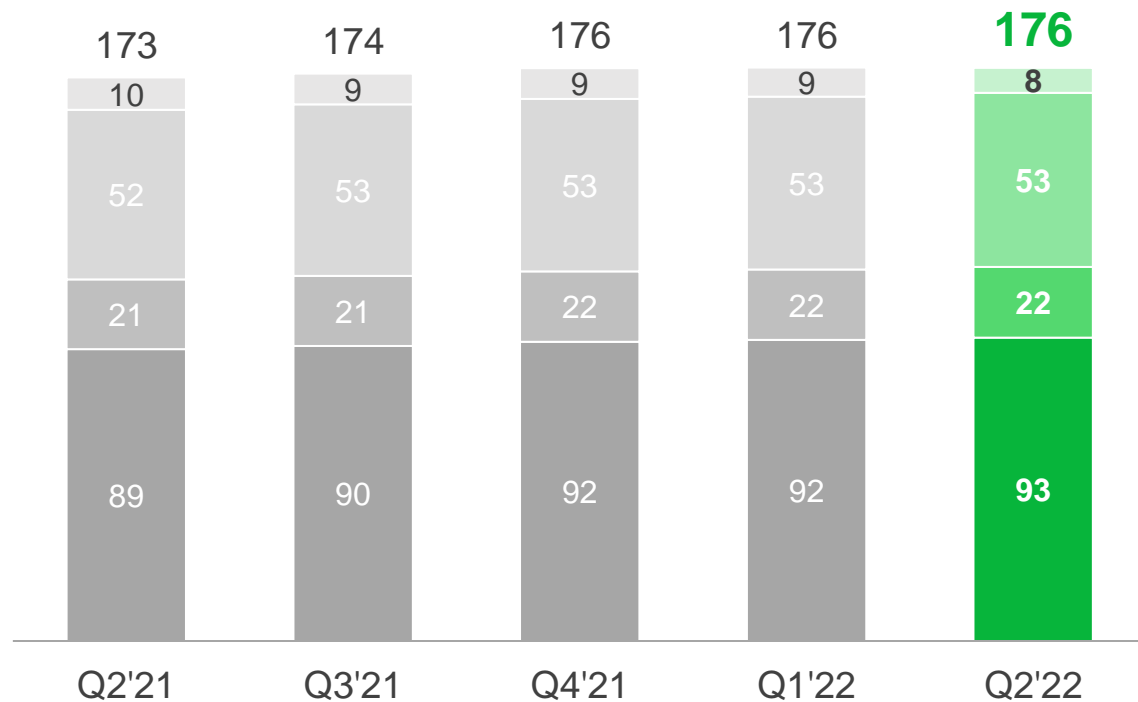
(百万)



LINE 月間アクティブユーザー数

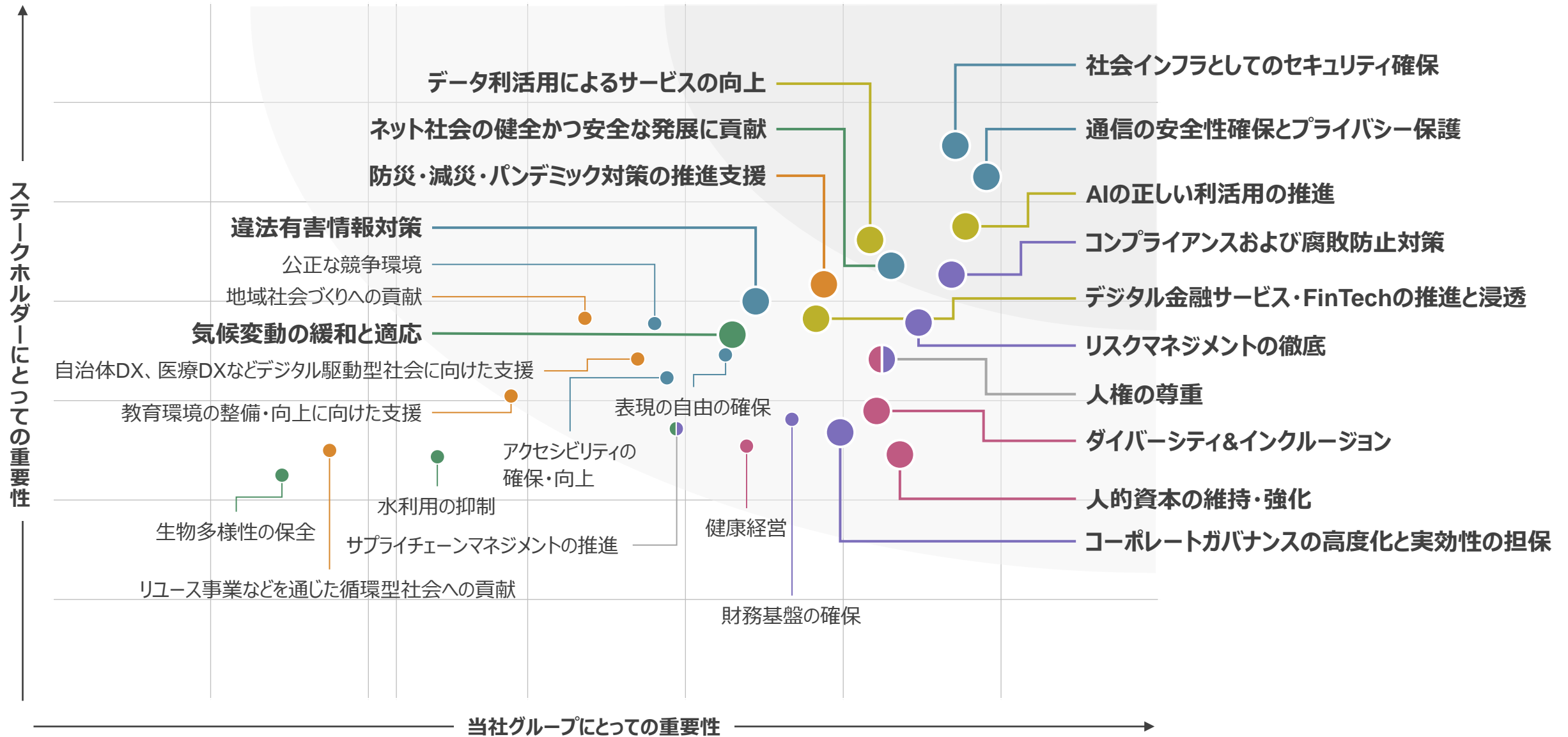
(百万)

22年9月 Global MAU<sup>1</sup> : 194



■ 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







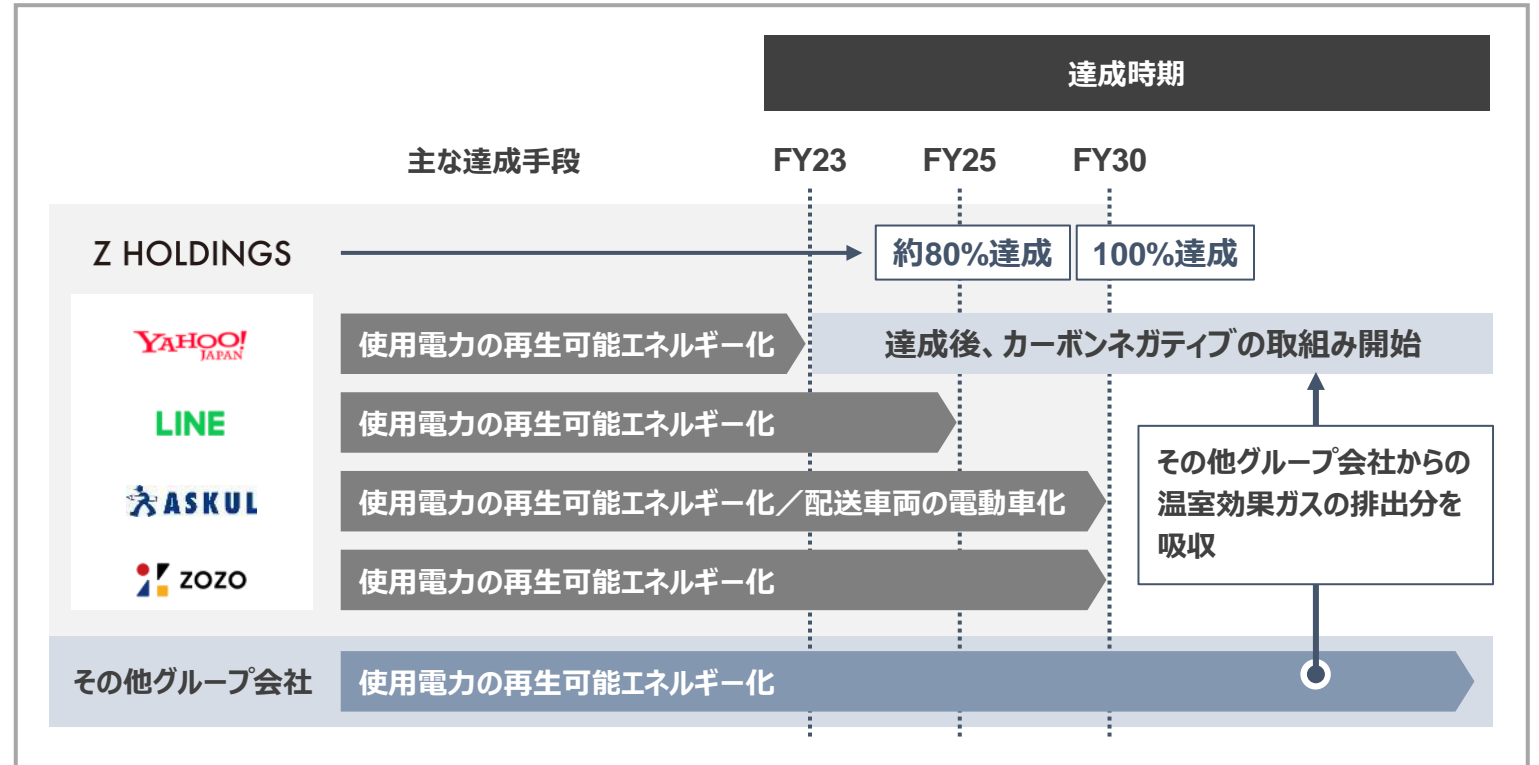
# UPDATE THE WORLD

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<sup>1、2</sup>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<sup>1</sup>

- 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<sup>2</sup>



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 Rating<sup>1</sup>

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

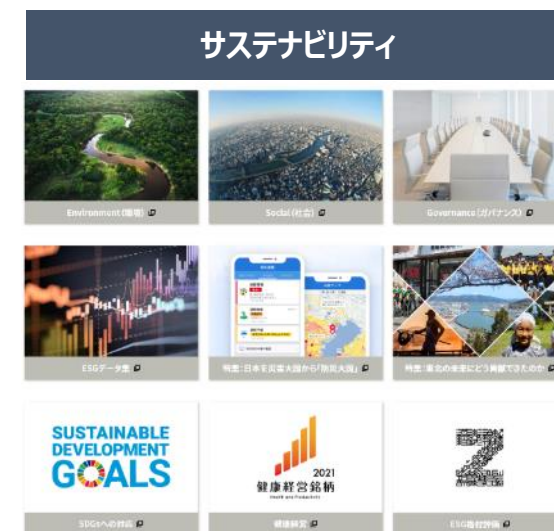
Carbon Emission

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。

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



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