

Zホールディングス株式会社 決算説明会

2022年度 通期及び第4四半期 補足資料

2023年4月28日

Z HOLDINGS

2022年度第4四半期 連結業績

(億円)		FY2022 Q4	前年同四半期差	YoY	主な増減要因 ¹
売上収益		4,337	+264	+6.5 %	<ul style="list-style-type: none"> PayPay連結² +300 LINE +68 <ul style="list-style-type: none"> イーブックイニシアティブ ジャパン -79
売上原価		1,330	+24	+1.9 %	<ul style="list-style-type: none"> LINE +35 アスクルグループ +32 <ul style="list-style-type: none"> イーブックイニシアティブ ジャパン -46
販売費及び一般管理費		2,764	+61	+2.3 %	<ul style="list-style-type: none"> PayPay連結² +458 ZOZO +29 <ul style="list-style-type: none"> ヤフー -324 LINE -32
以下主な内訳	人件費	739	+18	+2.6 %	<ul style="list-style-type: none"> ヤフー -38 LINE -32
	減価償却費及び償却費	400	+60	+17.7 %	<ul style="list-style-type: none"> ヤフー +28
	業務委託費	355	+43	+14.1 %	
	販売促進費	281	-237	-45.7 %	<ul style="list-style-type: none"> ヤフー -289
その他収益及び費用		-	-66	N/A	
営業利益		242	+112	+86.9 %	

1. 主な増減要因は、連結修正仕訳後の数値

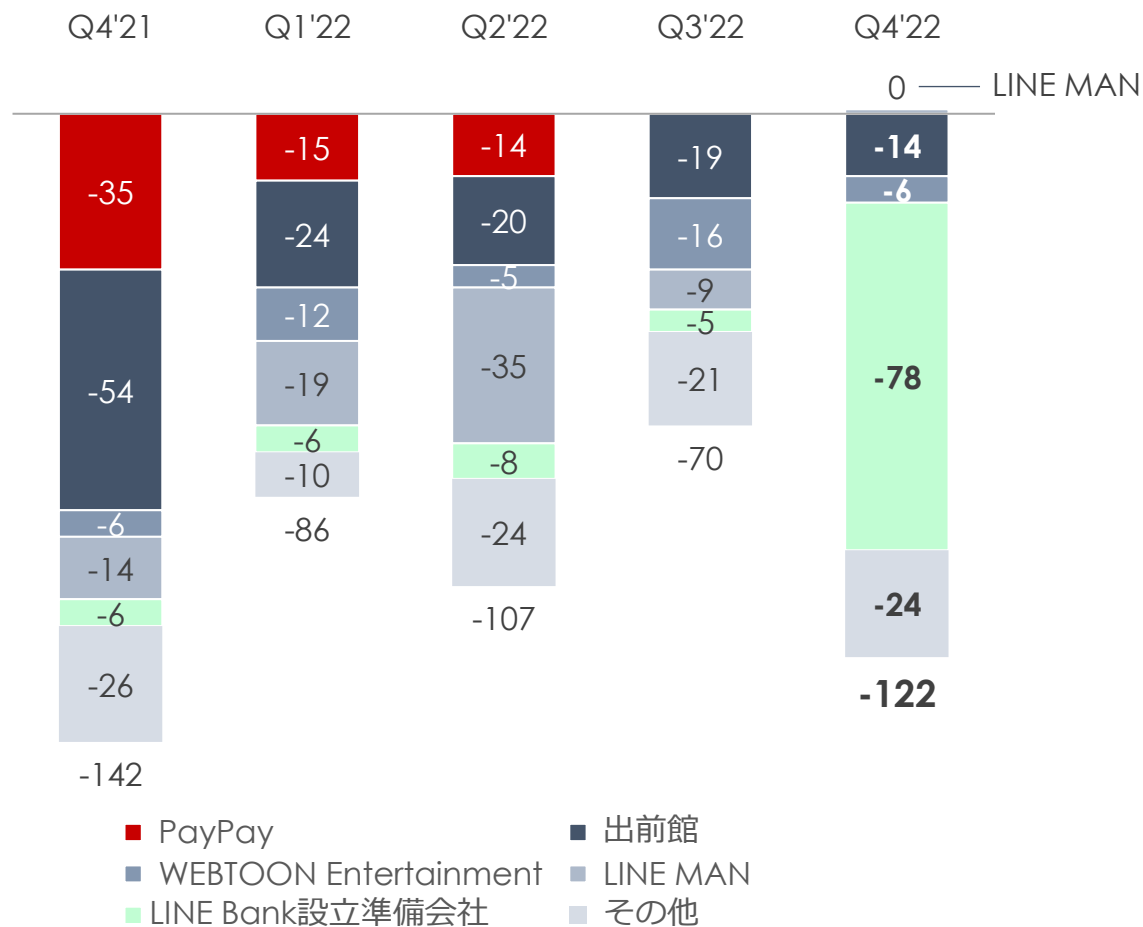
2. FY21Q4のPayPayカード(株)と、FY22Q4のPayPay(株)連結の数値(PayPay(株)、PayPayカード(株)含む、両社間の内部取引消去後)を比較

(億円)	FY2022 Q4	前年同四半期差	YoY	主な増減要因
営業利益	242	+112	+86.9 %	
その他の営業外収益	74	-186	-71.6 %	・ SREホールディングス株式売却反動減 -54
その他の営業外費用	135	+110	+436.9 %	
持分法による投資損益	-122	+20	-14.3 %	・ PayPay +35 ・ LINE連結 +13 (LINE Bank設立準備会社 -71、LINE MAN +15、出前館 +39)
税引前四半期利益	59	-164	-73.4 %	
法人所得税	89	-19	-18.0 %	
四半期利益	-30	-144	-127.0 %	
非支配持分	-17	-26	-304.0 %	・ PayPay連結子会社化による影響
親会社の所有者に帰属する当期利益	-12	-117	-112.2 %	

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	38.4%	・ 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

(億円)



1. 2023年3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






(台湾)



(タイ)



(インドネシア)

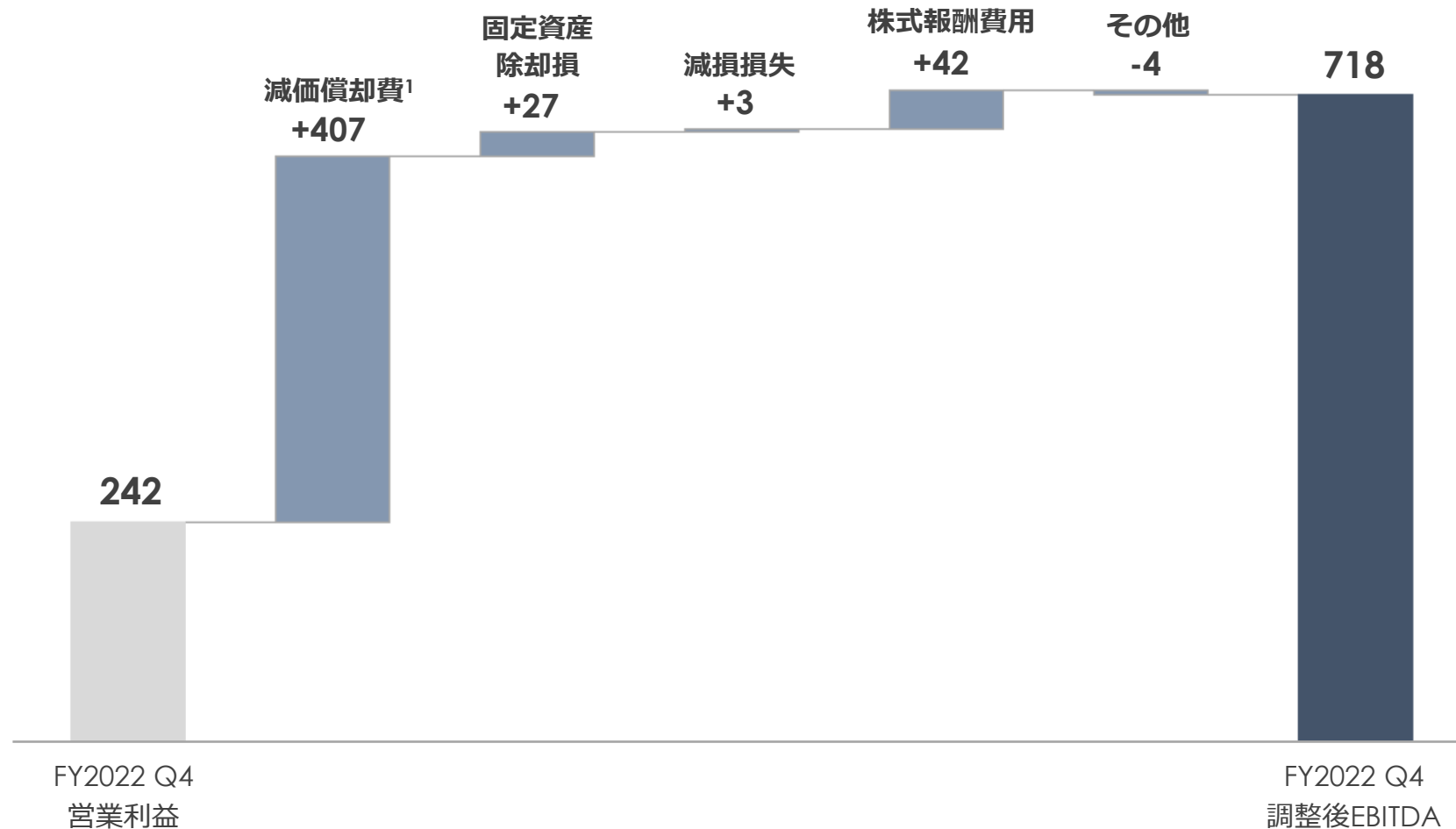
市場シェア	<ul style="list-style-type: none"> アプリダウンロード数¹: 1位 	<ul style="list-style-type: none"> 縦読みマンガ(世界)²: 1位 	-	-	-	-	
KPI	<ul style="list-style-type: none"> FY22取扱高: 2,201億円 (YoY+35%) 	<ul style="list-style-type: none"> 月間利用者数³: 8,900万人 累計ダウンロード数²: 2億超 	<ul style="list-style-type: none"> FY22取扱高: YoY+30% 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザー数⁴: 148万 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザー数³: 544万 ローン残高³: 約693億円 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザー数³: 55万 	

1. 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)

2. 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」

3. 2023年3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

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

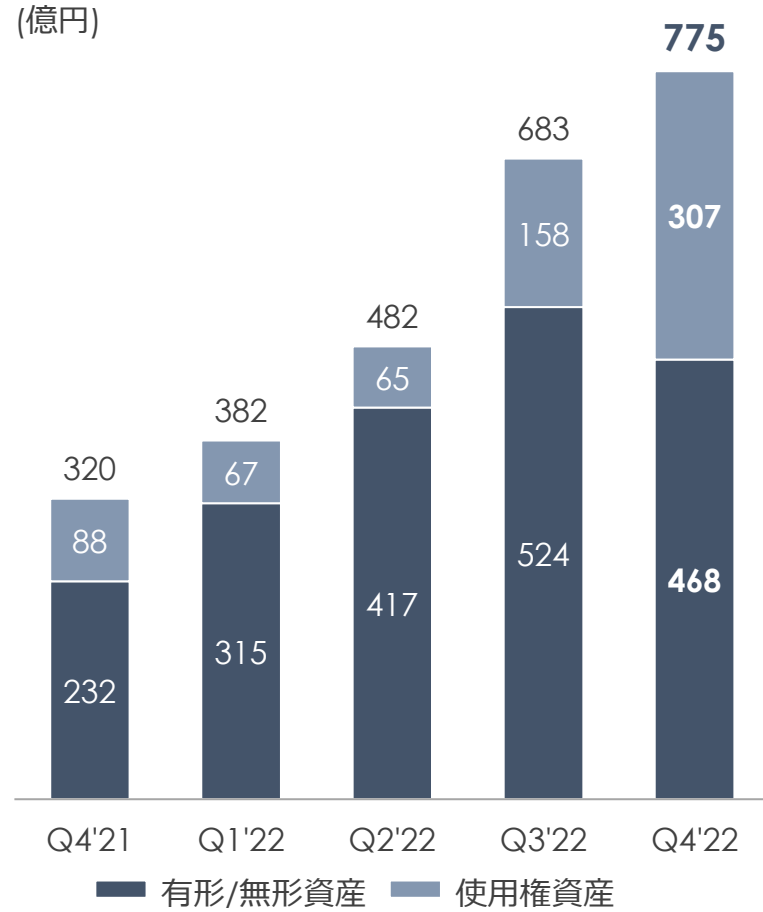
PayPay

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

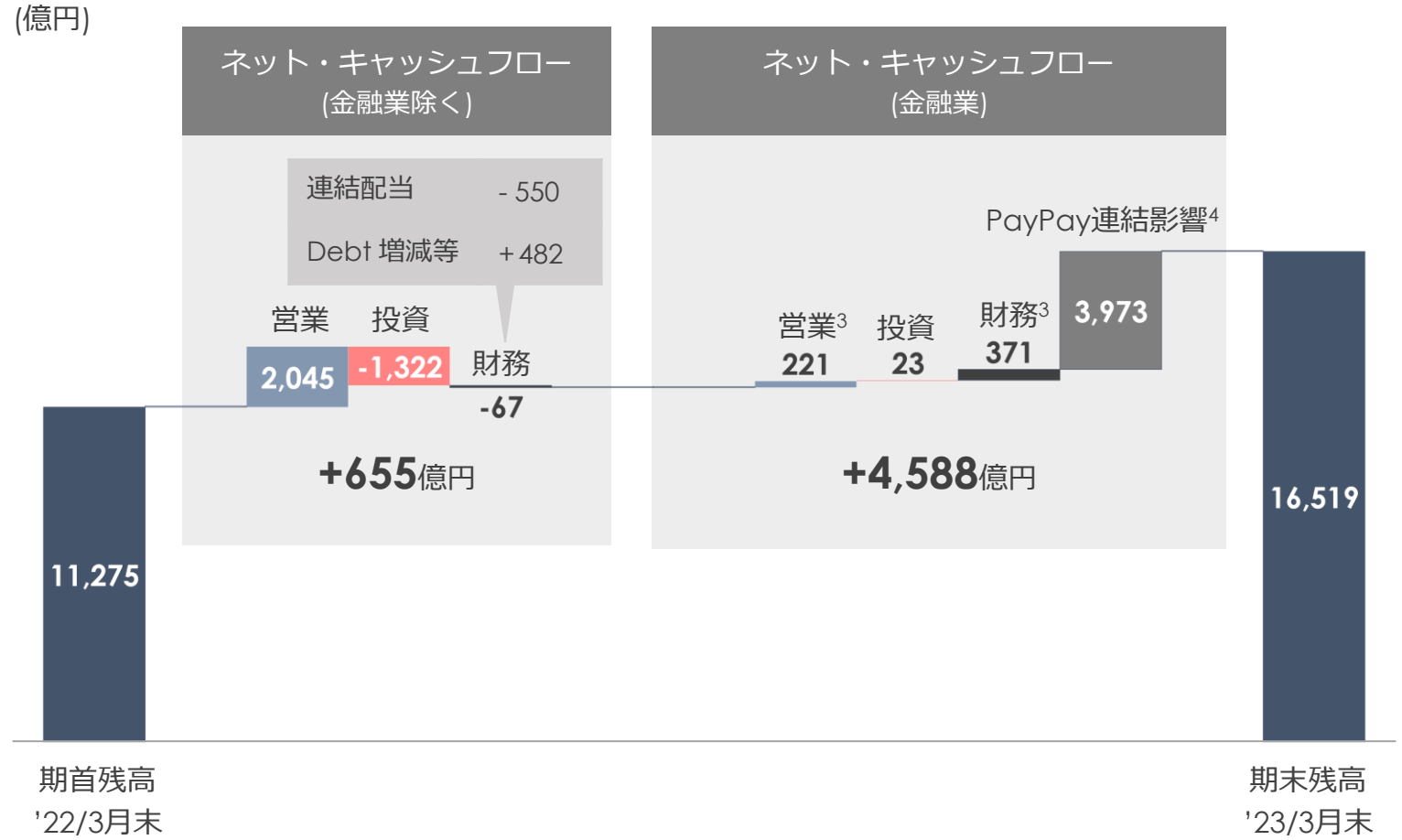
1. 耐用年数を確定できない無形資産

(億円)	FY2022 Q3	FY2022 Q4	差額
資産	85,738	85,887	+149
現金・現金同等物	18,602	16,518	-2,084
営業債権・その他債権	6,533	6,233	-300
カード事業の貸付金	5,695	5,930	+234
銀行事業の有価証券	3,638	4,147	+508
有形固定資産	1,994	2,138	+144
無形資産	12,740	12,677	-62
負債	52,569	52,708	+139
営業債務・その他債務	13,496	13,517	+21
銀行事業の預金	14,735	14,956	+220
有利子負債	18,358	19,137	+779
資本	33,169	33,179	+9

設備投資¹



ネット・キャッシュフロー (金融業²除く・金融業)¹



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

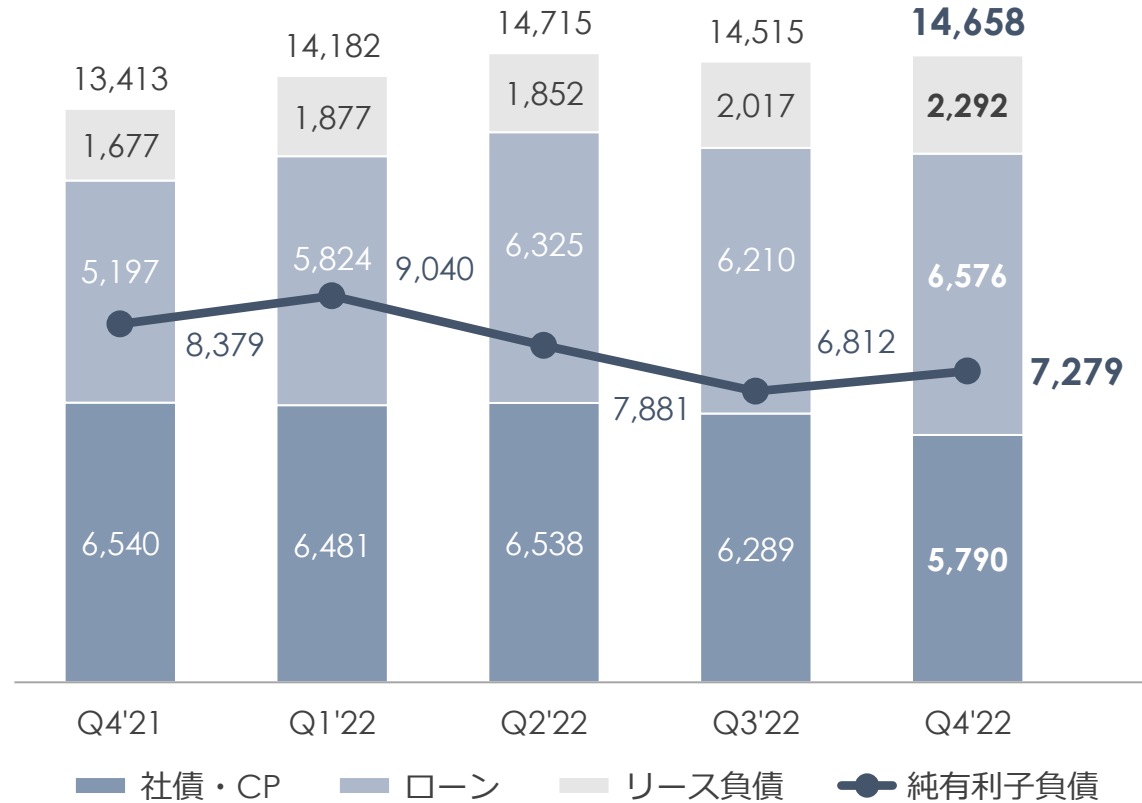
3. カード債権流動化の調整(財務CFから営業CFへの振替)、およびグループ内取引調整を含む

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)

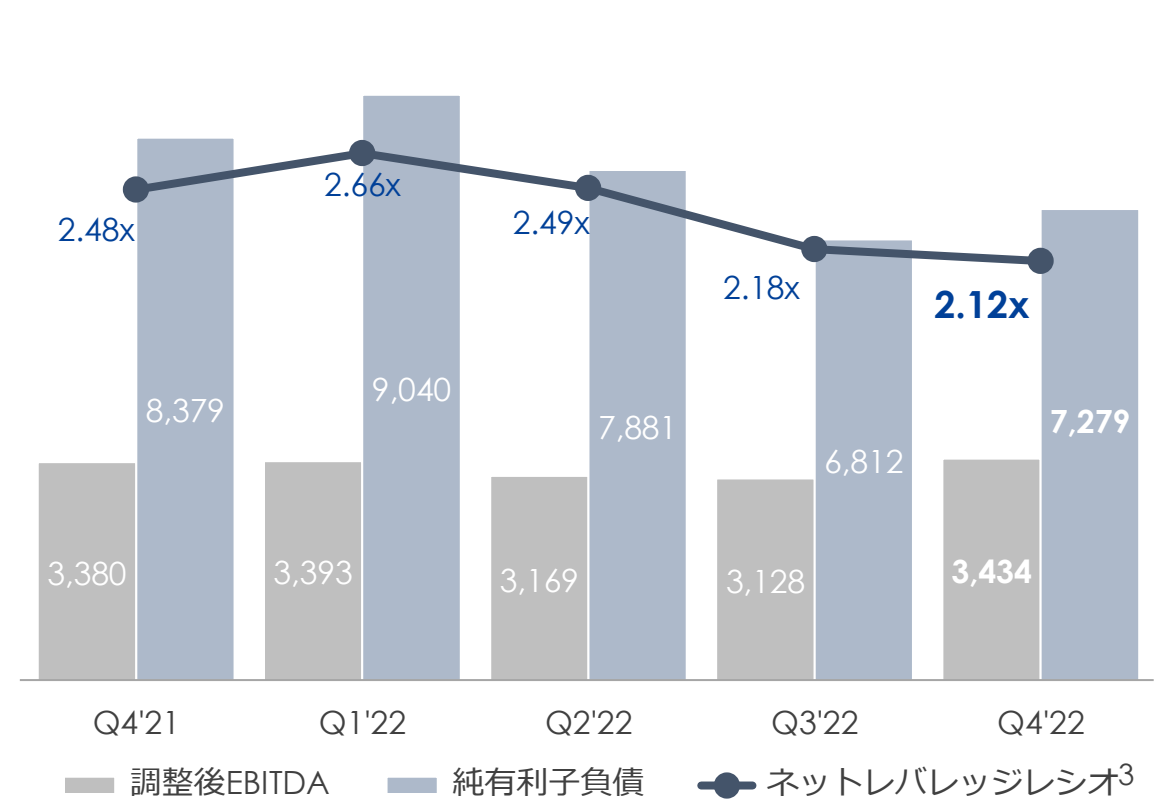
(億円)



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

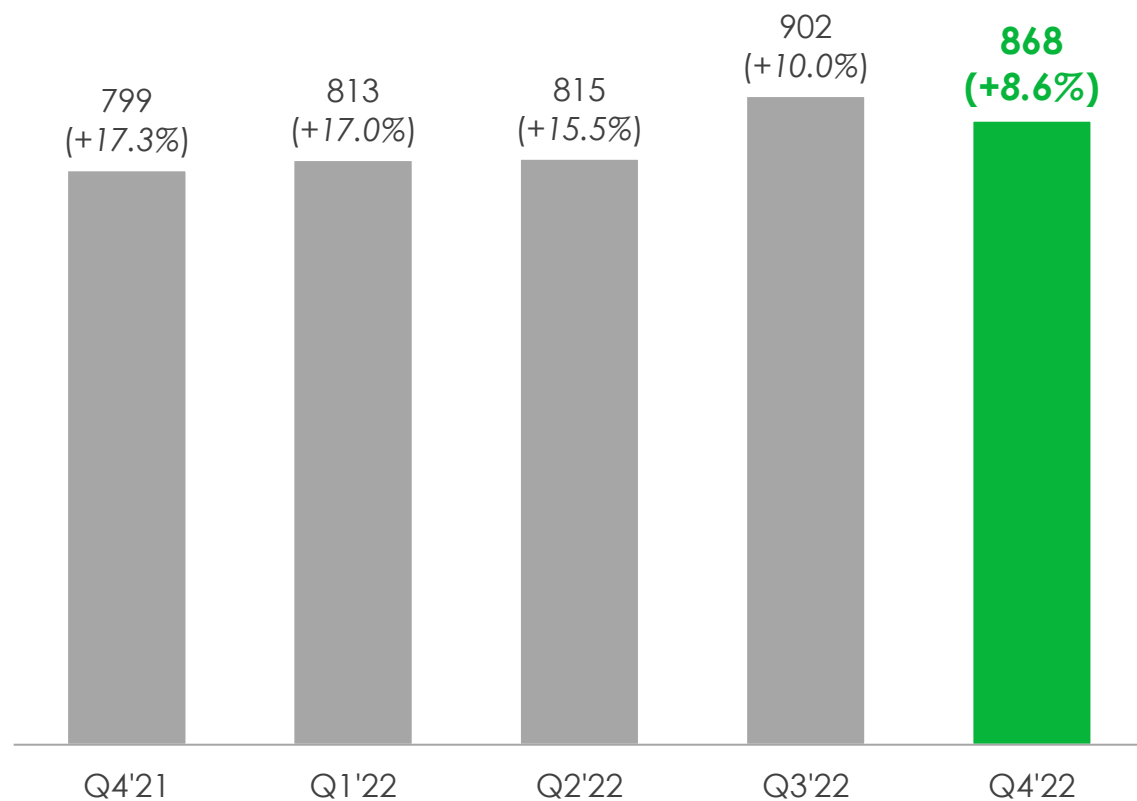
2. 金融業には、PayPay (株)、PayPayカード (株)、PayPay銀行 (株)の他、LINE (株)傘下の金融業の子会社も含む

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カ月間の数値を使用)。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

アカウント広告が堅調に推移したほか、マーケティング費用の抑制により前年同四半期比で増収増益

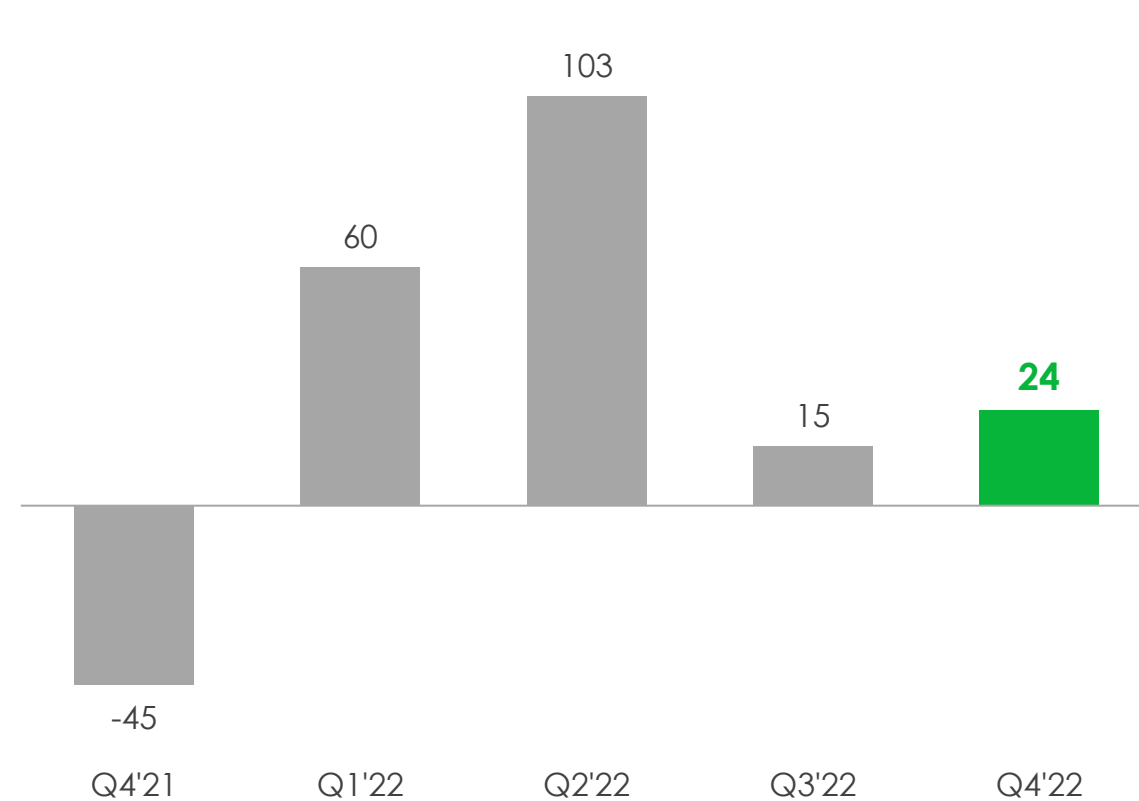
売上収益 (YoY)

(億円)



営業利益

(億円)



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

合併と各事業の成長フェーズに合わせ、2023年度よりサブセグメントを変更

~FY2022 Q4

メディア事業	LINE広告	ディスプレイ広告 その他LINE広告	アカウント広告
	ヤフー広告	検索広告 ディスプレイ広告 (予約型)	ディスプレイ広告 (運用型)
	その他	「LINEスタンプ」、「LINE GAME」、「LINE MUSIC」、 「ebookjapan」、「Yahoo!ココ」、その他	

コマース事業	物販	ショッピング事業 アスクル BtoB事業	リユース事業
	サービスEC	—	
	その他	—	

戦略事業	フィンテック	PayPay PayPay銀行	PayPayカード その他金融
	その他	—	

FY2023 Q1~

メディア事業	検索広告	—	
	アカウント 広告	—	
	ディスプレイ 広告	ディスプレイ広告 (運用型) ディスプレイ広告 (予約型)	
	その他	「LINEスタンプ」、「LINE GAME」、「LINE MUSIC」、 「ebookjapan」、「Yahoo!ココ」、その他	

コマース事業	LINEヤフー	ショッピング事業 サービスEC事業	リユース事業 その他
	ZOZO/ アスクル	ZOZO バリューコマース	アスクル その他

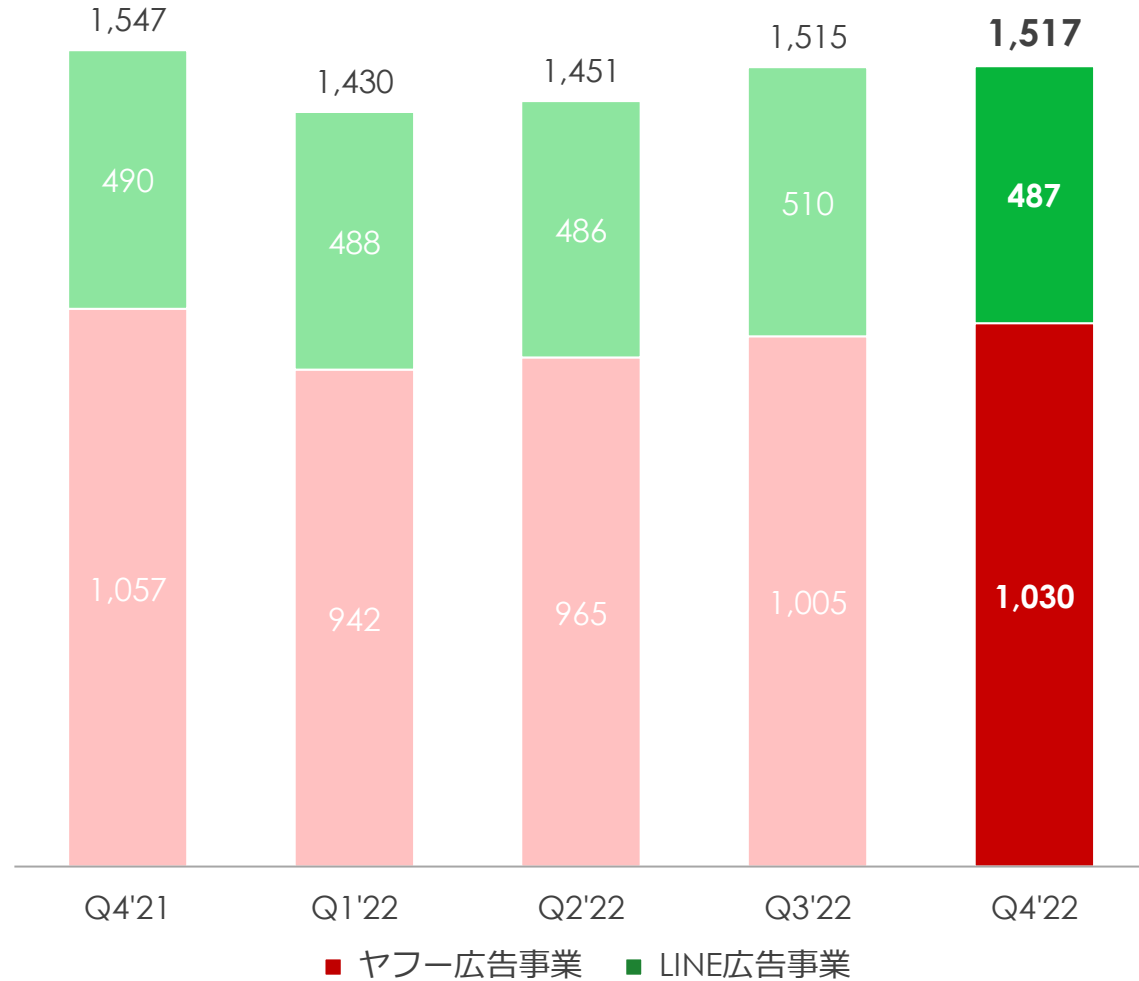
戦略事業	フィンテック	PayPay連結 ¹ その他金融	PayPay銀行
	その他	—	

1. PayPay (株) 及びPayPayカード (株)

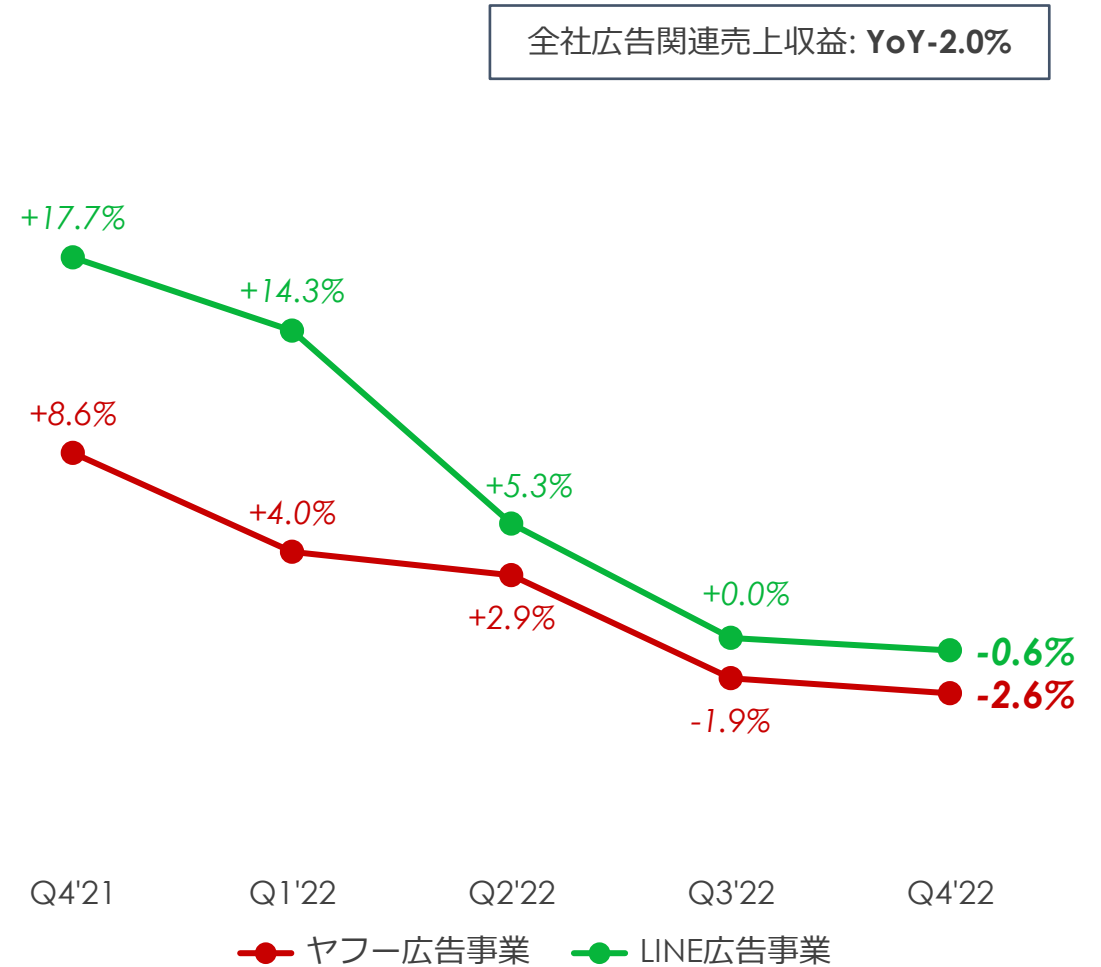
メディア事業

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 Q4 ¹	FY2022 Q4 ¹	YoY
売上収益	169,495	168,252	-0.7%
LINE 広告売上収益	49,000	48,713	-0.6%
ディスプレイ広告	28,614	25,647	-10.4%
アカウント広告	18,812	22,429	+19.2%
その他LINE広告	1,574	636	-59.6%
ヤフー広告売上収益	90,087	90,777	+0.8%
検索広告	49,383	52,755	+6.8%
ディスプレイ広告 (運用型) ²	34,033	32,823	-3.6%
ディスプレイ広告 (予約型) ²	6,670	5,198	-22.1%
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)	30,407	28,761	-5.4%
売上原価	37,026	35,730	-3.5%
販管費	75,421	72,398	-4.0%
販売促進費・広告宣伝費	14,540	7,615	-47.6%
その他販管費	60,881	64,783	+6.4%
その他収益及び費用	6,667	-	N/A
調整後EBITDA / マージン³	63,831 (37.7%)	66,946 (39.8%)	+4.9%
LINE 調整後EBITDA / マージン³	22,754 (33.7%)	21,939 (30.4%)	-3.6%
ヤフー 調整後EBITDA / マージン³	41,077 (40.3%)	45,007 (46.9%)	+9.6%

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 MUSIC」、「LINEマンガ」、その他
ヤフー	「ebookjapan」、不動産関連、「Yahoo!ココ」、その他

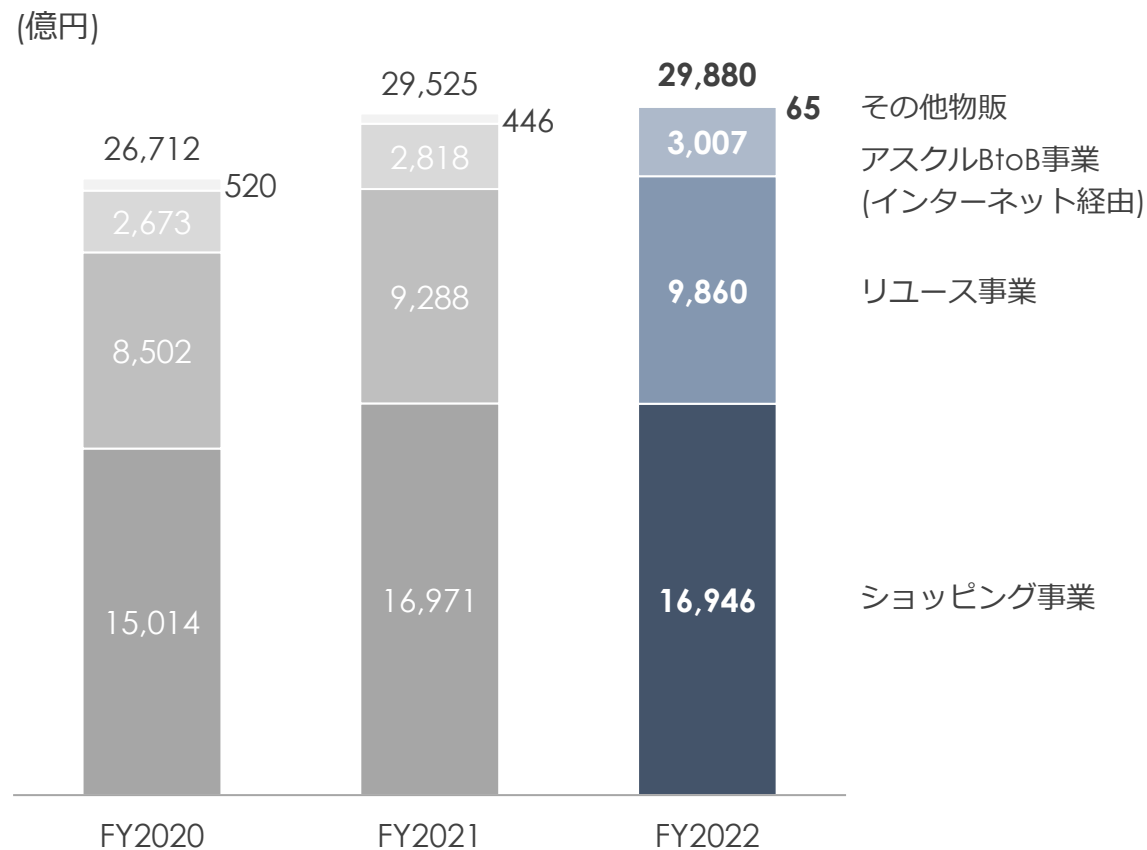
項目	主な課金方法	掲載場所／商品概要	広告主タイプ
ディスプレイ広告			
LINE VOOM	クリック課金・表示課金	「LINE VOOM」タブ	大手・中小企業
LINE NEWS	クリック課金・表示課金	「ニュース」タブ	大手・中小企業
トークリスト	クリック課金・表示課金	「トークリスト」最上部	大手・中小企業
Talk Head View (予約型)	期間保証型課金	「トークリスト」最上部に動画広告を配信	大手企業、自治体
Talk Head View Custom (運用型)	表示課金	「トークリスト」最上部に動画広告を配信	大手企業、自治体
アカウント広告			
LINE公式アカウント	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

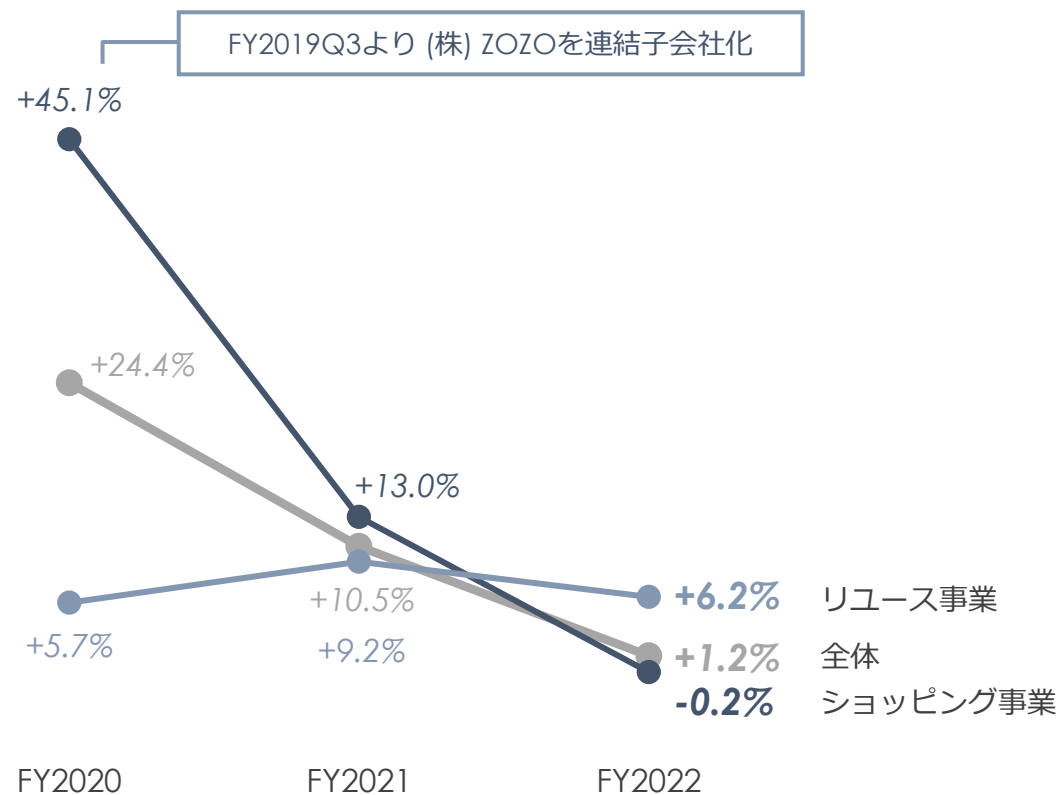
コマース事業

ショッピング事業は収益性を改善させながら前年水準を維持 ユニークネスであるリユース事業は順調に拡大

国内物販系取扱高¹



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P24参照

(百万円)	FY2021 Q4 ¹	FY2022 Q4 ¹	YoY
売上収益	208,611	202,253	-3.0%
物販EC	165,594	161,752	-2.3%
ショッピング事業	80,445	71,580	-11.0%
リユース事業	13,714	14,485	+5.6%
アスクル BtoB事業 (インターネット経由)	71,434	75,685	+6.0%
サービスEC	4,565	5,783	+26.7%
その他	38,452	34,717	-9.7%
売上原価	91,496	93,915	+2.6%
販管費	110,425	85,692	-22.4%
販売促進費・広告宣伝費	40,971	12,704	-69.0%
その他販管費	69,453	72,988	+5.1%
その他収益及び費用	-	-	N/A
調整後EBITDA / マージン	20,621 (9.9%)	37,964 (18.8%)	+84.1%

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		
		ZOZOTOWN	LOHACO			
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20万)	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"> コスト最適化とサービス品質の向上 クイックコマース市場の創出 	<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. 2023年9月末までに開設したストアは販売手数料が2024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」、「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P24参照

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」、「ZOZOUSED」
アスクル単体 BtoB事業 (インターネット経由)	「ASKUL」、「SOLOEL ARENA」等
国内サービス系取扱高	「一休.com」、「Yahoo!トラベル」、「Yahoo!ロコ 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⁾ 」

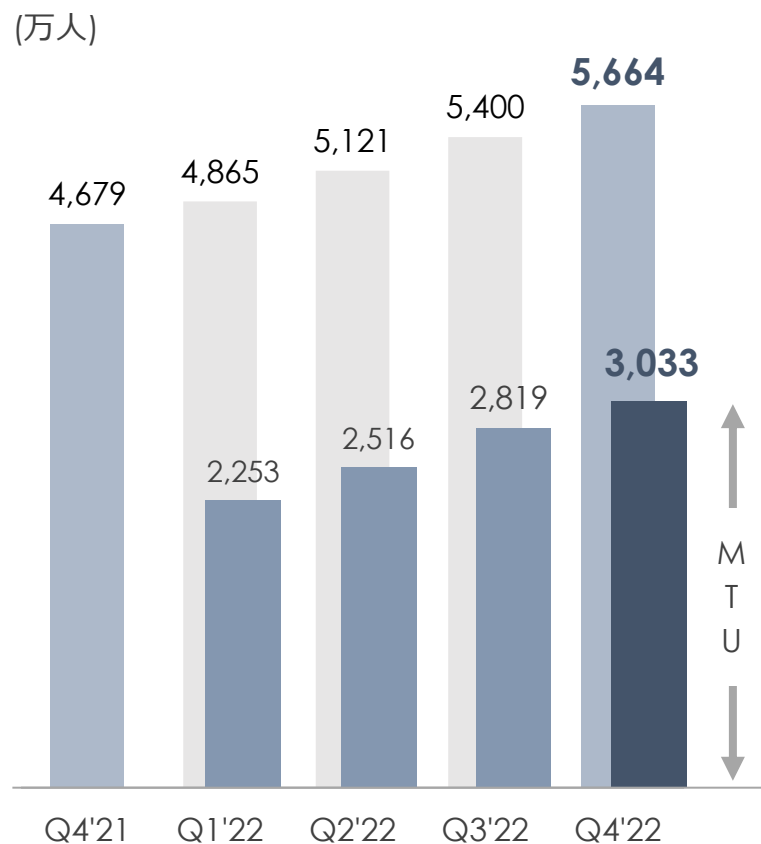
1. 当該サービスの収益は、メディア事業セグメントに計上

2. 当該サービスの収益は、戦略事業セグメントに計上

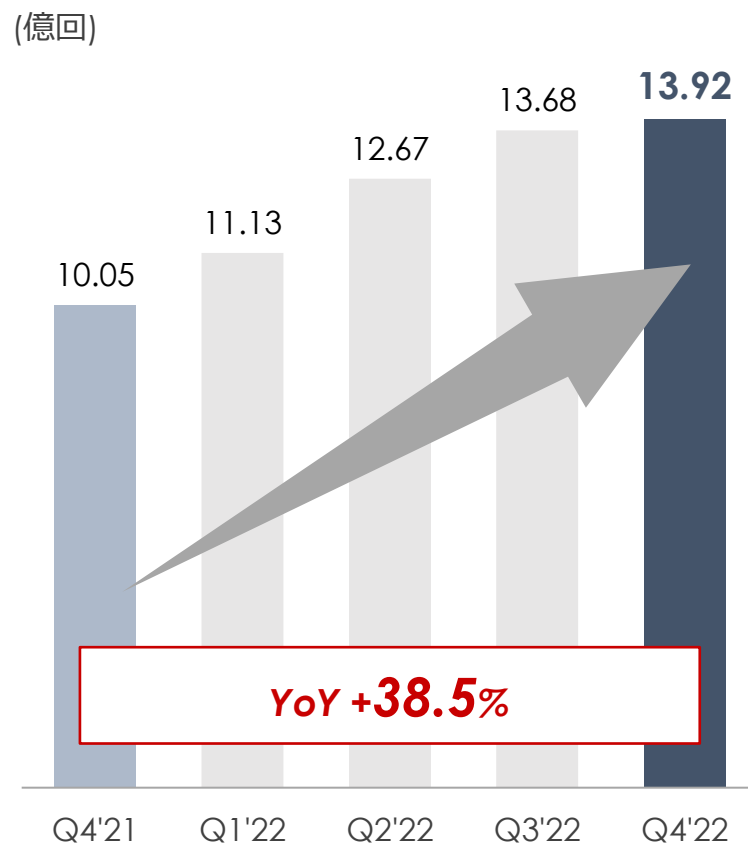
3. グローバルNFTプラットフォーム。当該サービスの収益は、戦略事業セグメントに計上

戰略事業

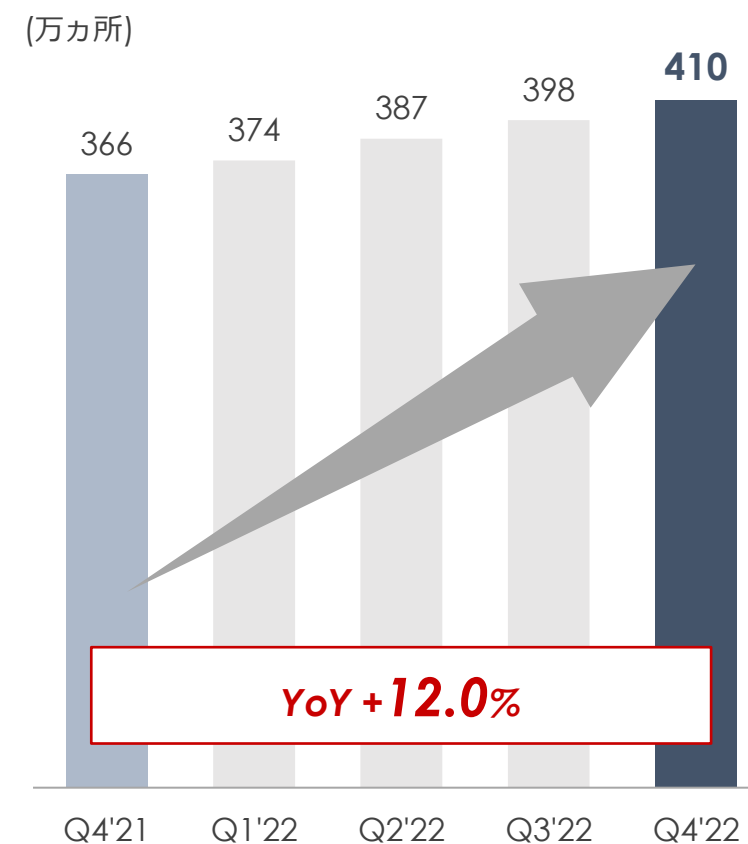
登録ユーザー数¹・MTU²(単体)



決済回数³(単体)



登録箇所数⁴(単体)



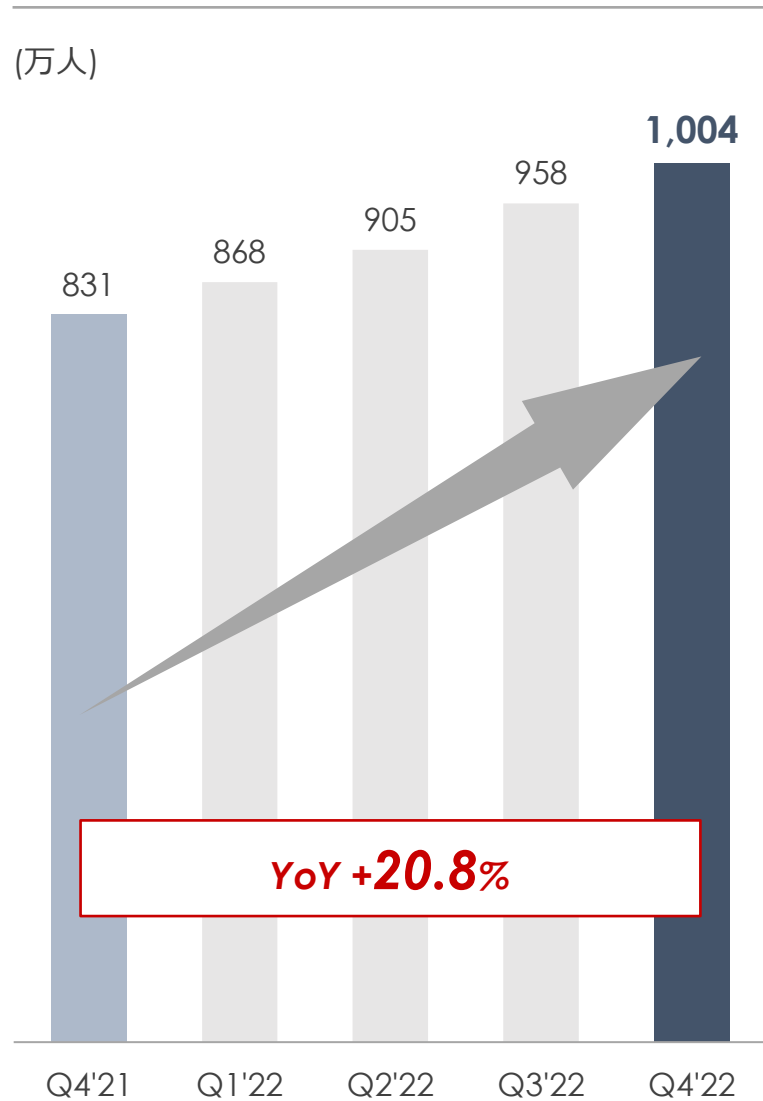
1. 各四半期末月時点のPayPayのアカウント登録済みユーザー数

2. MTU (Monthly Transaction Users) : 1カ月に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

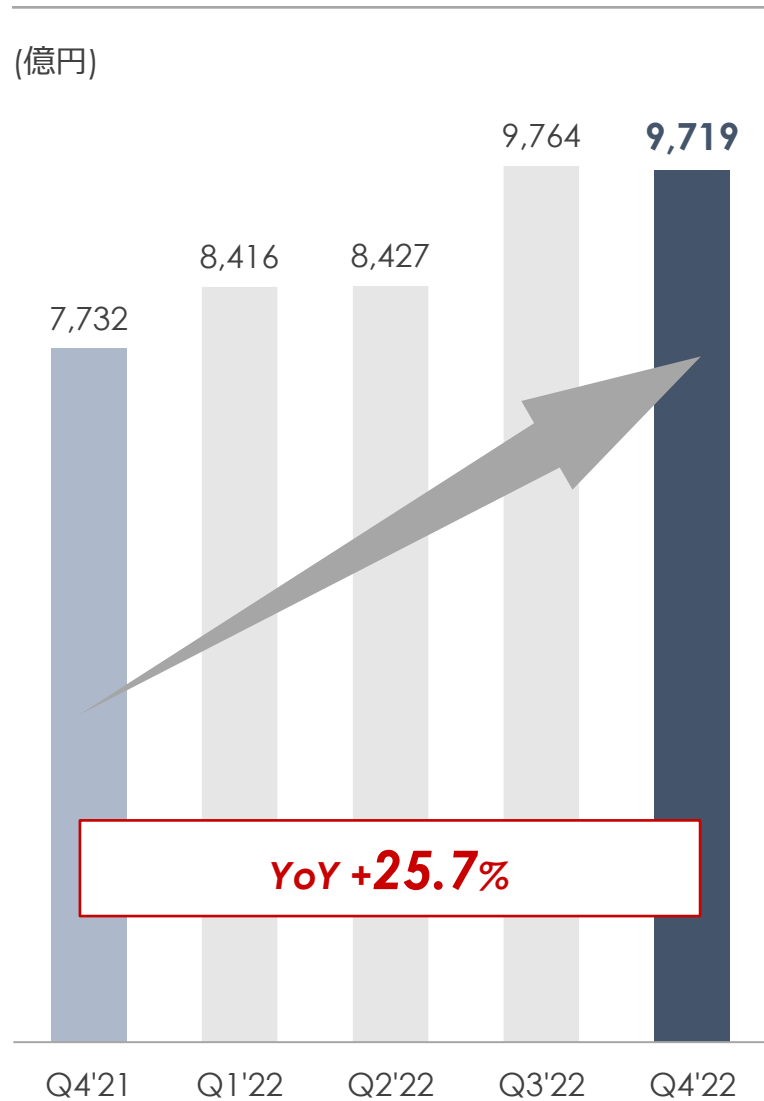
3. ユーザー間での「PayPay残高」の「送る・受け取る」機能の利用は含まず。FY21Q4以降、「Alipay」、「LINE Pay」等経由の決済を含む。また、2022年2月より提供開始した「PayPayあと払い」による決済を含む

4. 「PayPay」への登録箇所数の累計。2023年3月時点

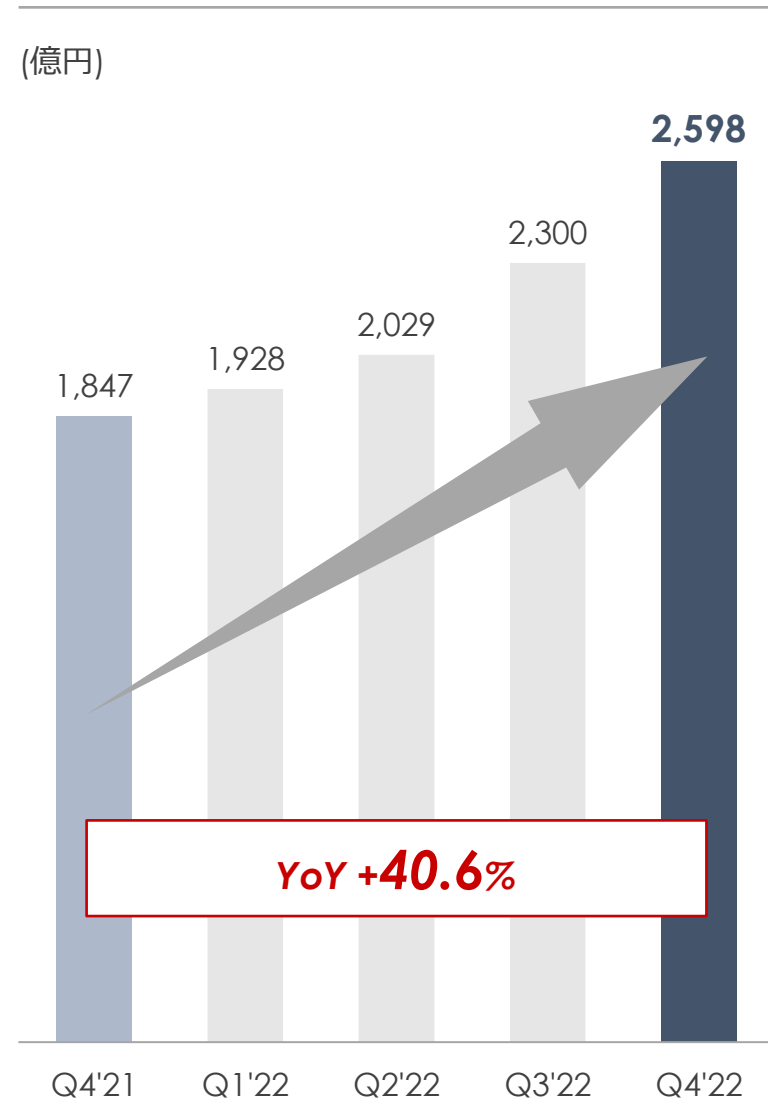
有効会員数



取扱高¹



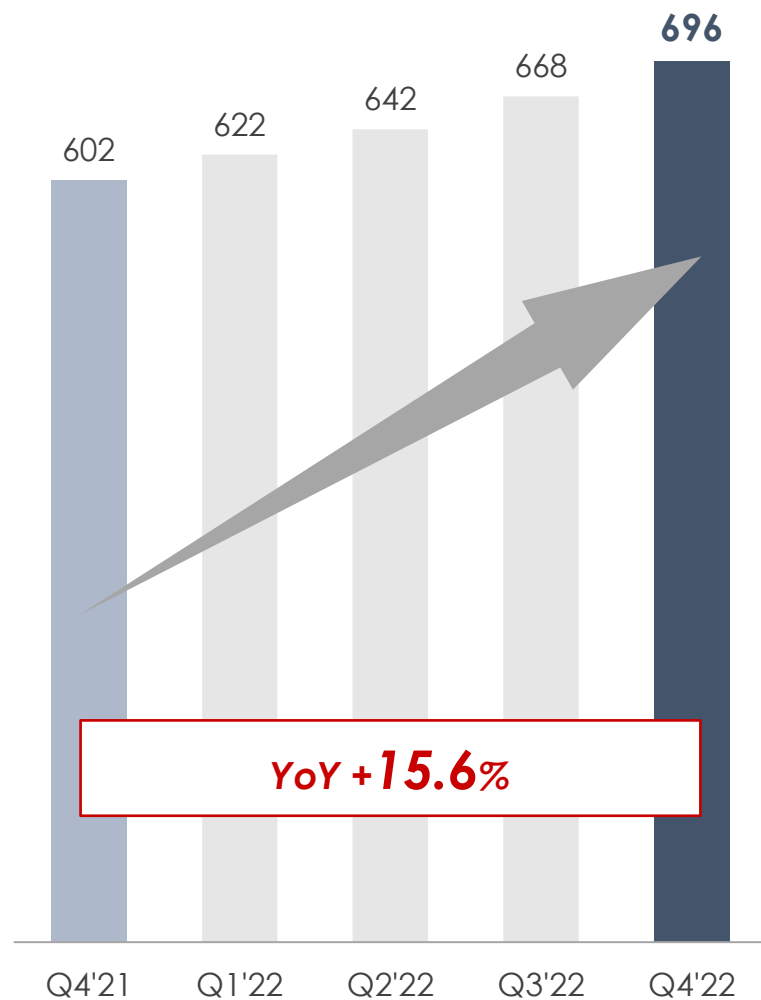
リボ残高



1. 2022年2月より提供開始した「PayPayあと払い」を含む

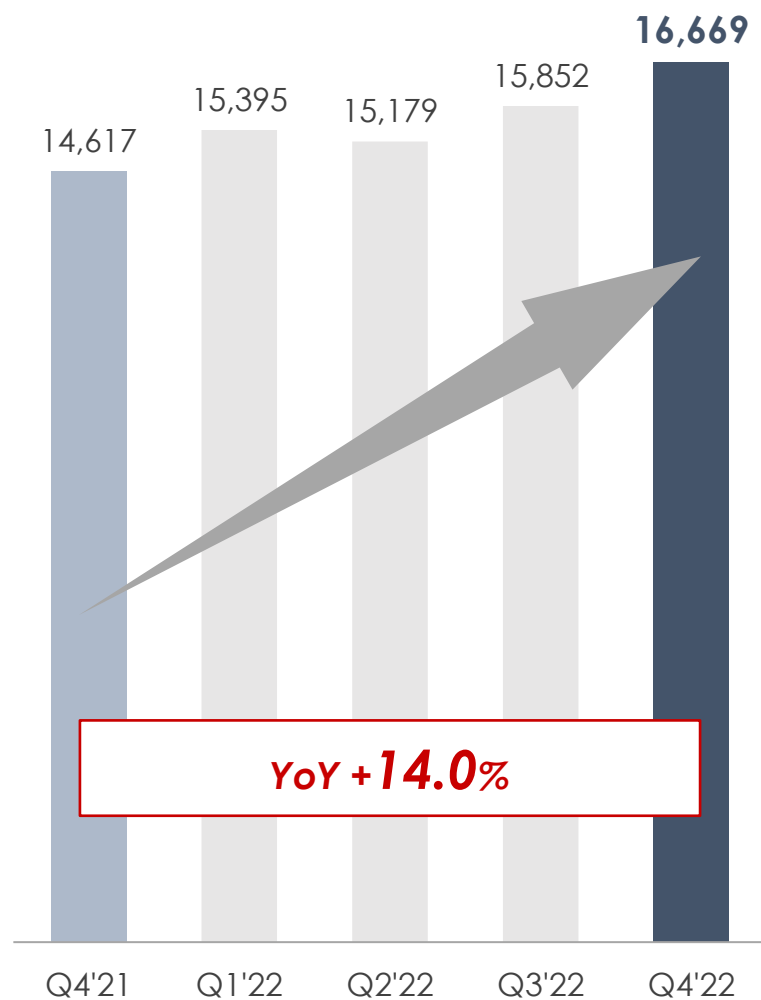
口座数

(万)



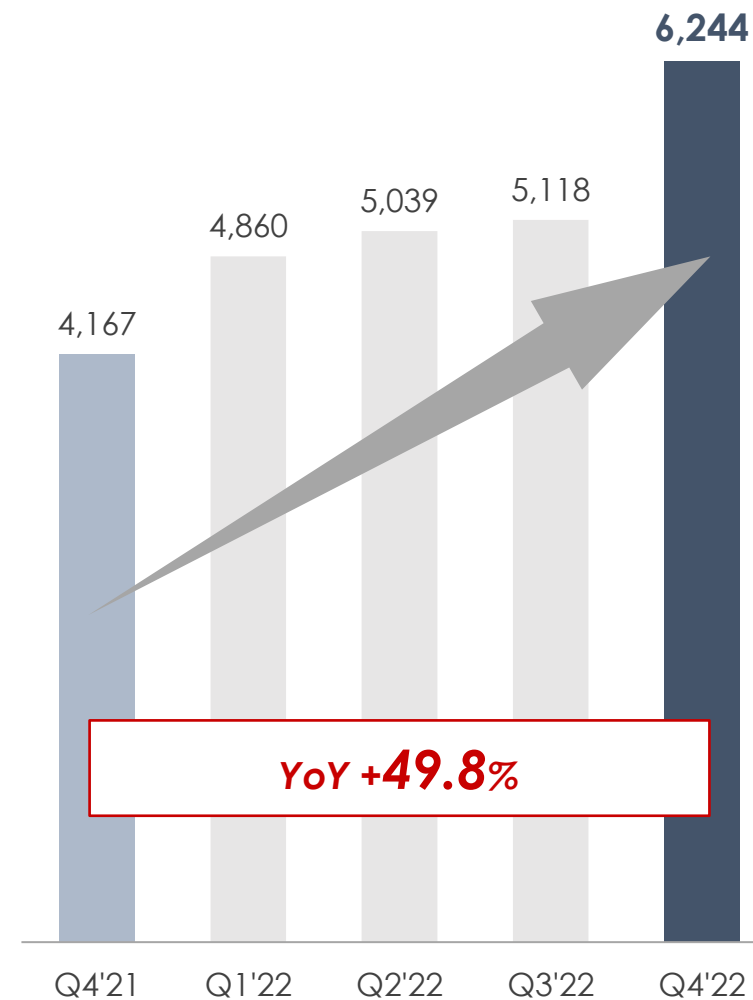
預金残高

(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 %

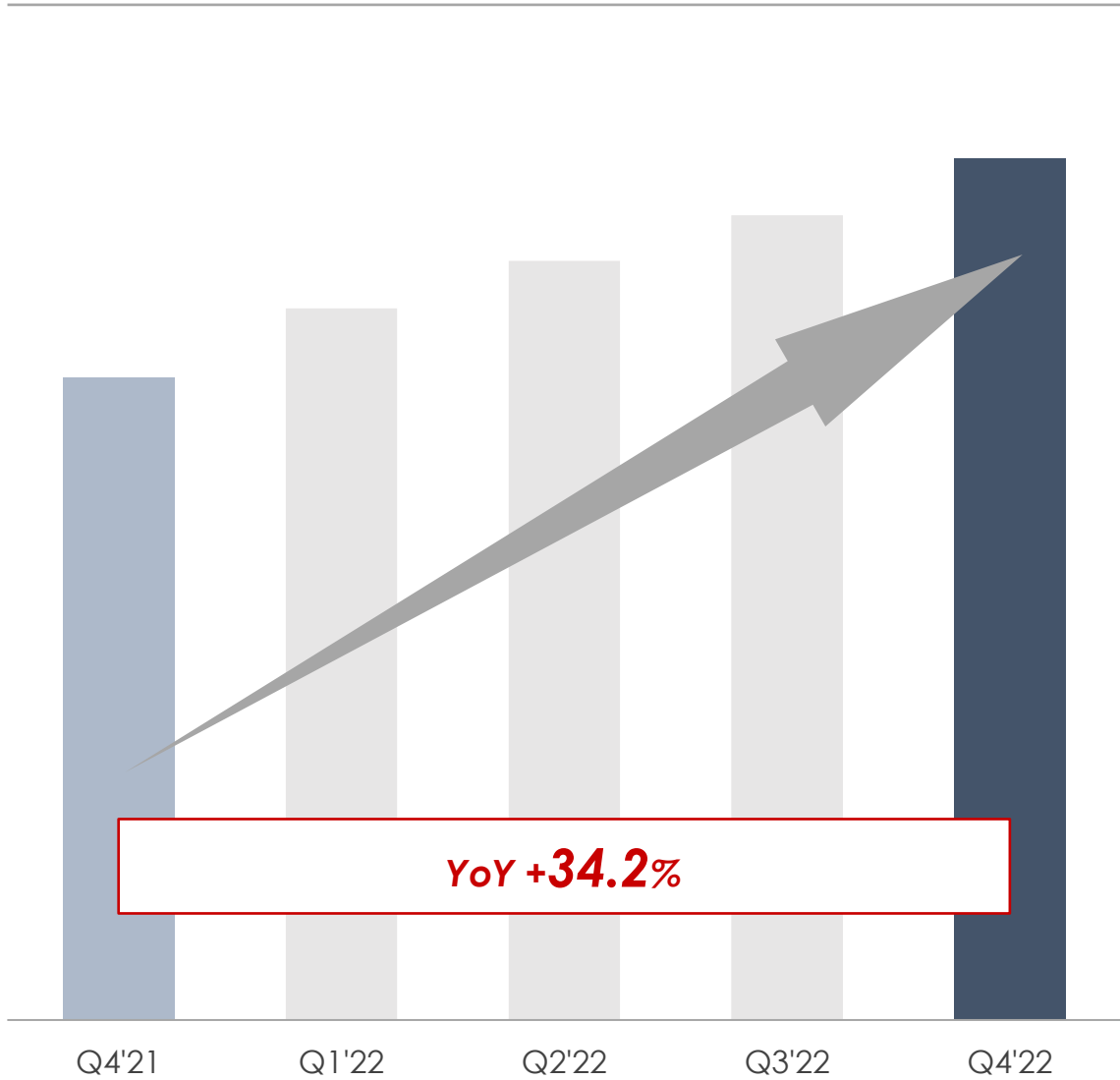
取引完了後の資本構成 ^{4,5} (2022年10月～)	
Bホールディングス⁶	54.8 %
ソフトバンク・ビジョン・ファンド ²	28.5 %
Zホールディングス	5.6 %
ソフトバンク	5.6 %
Paytm	5.5 %
合計	100 %

Z HOLDINGS 持分比率 | **33.0%**

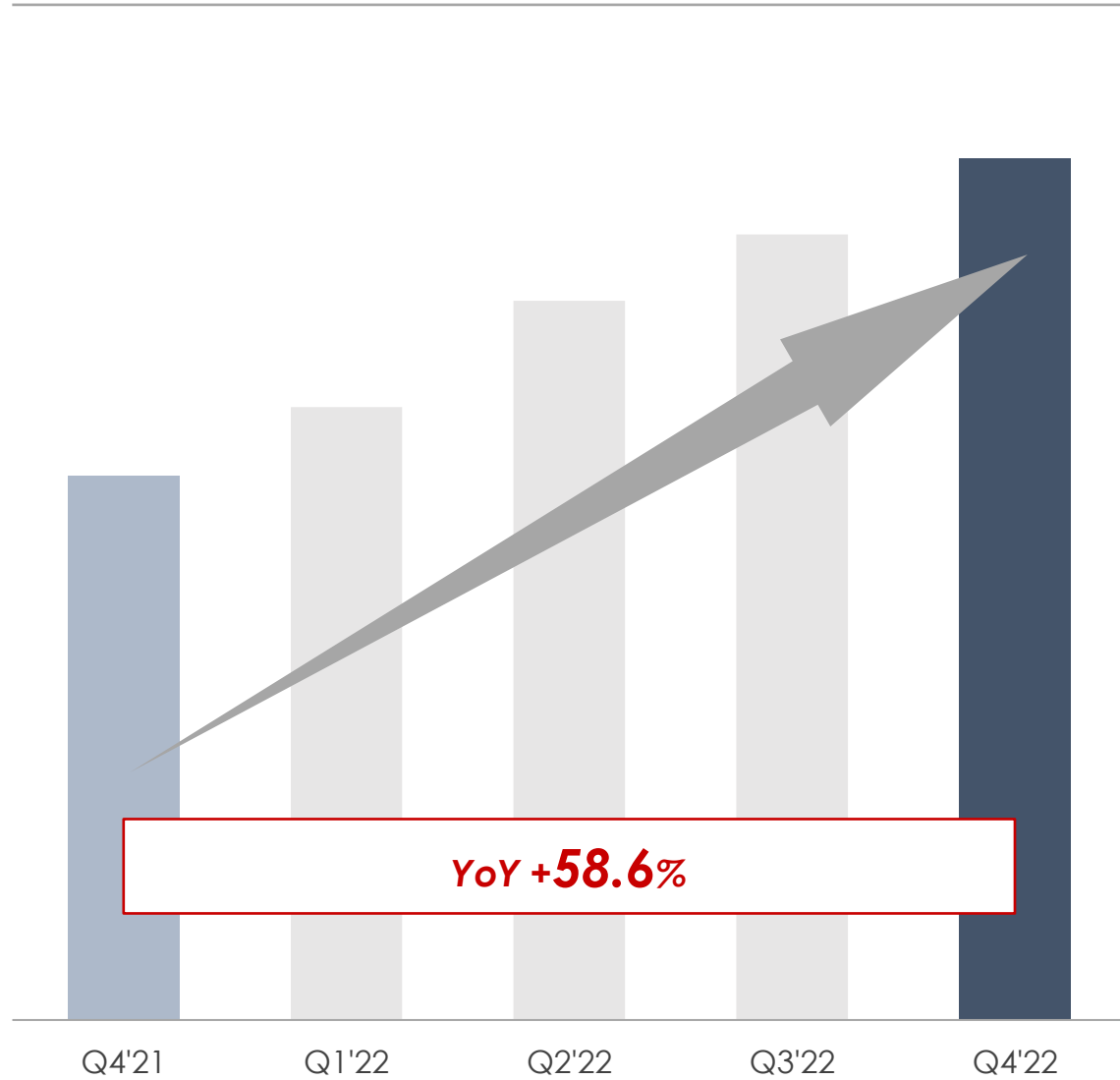
(Bホールディングスを通じて保有する持分27.4%を含む)

- 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、2022年10月1日に優先株式の全てを普通株式に転換
- 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 / https://www.z-holdings.co.jp/ja/ir/news/auto_20221002539425/pdfFile.pdf
- 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 Bank (台湾) ユーザー数



LINE Bank (インドネシア) ユーザー数



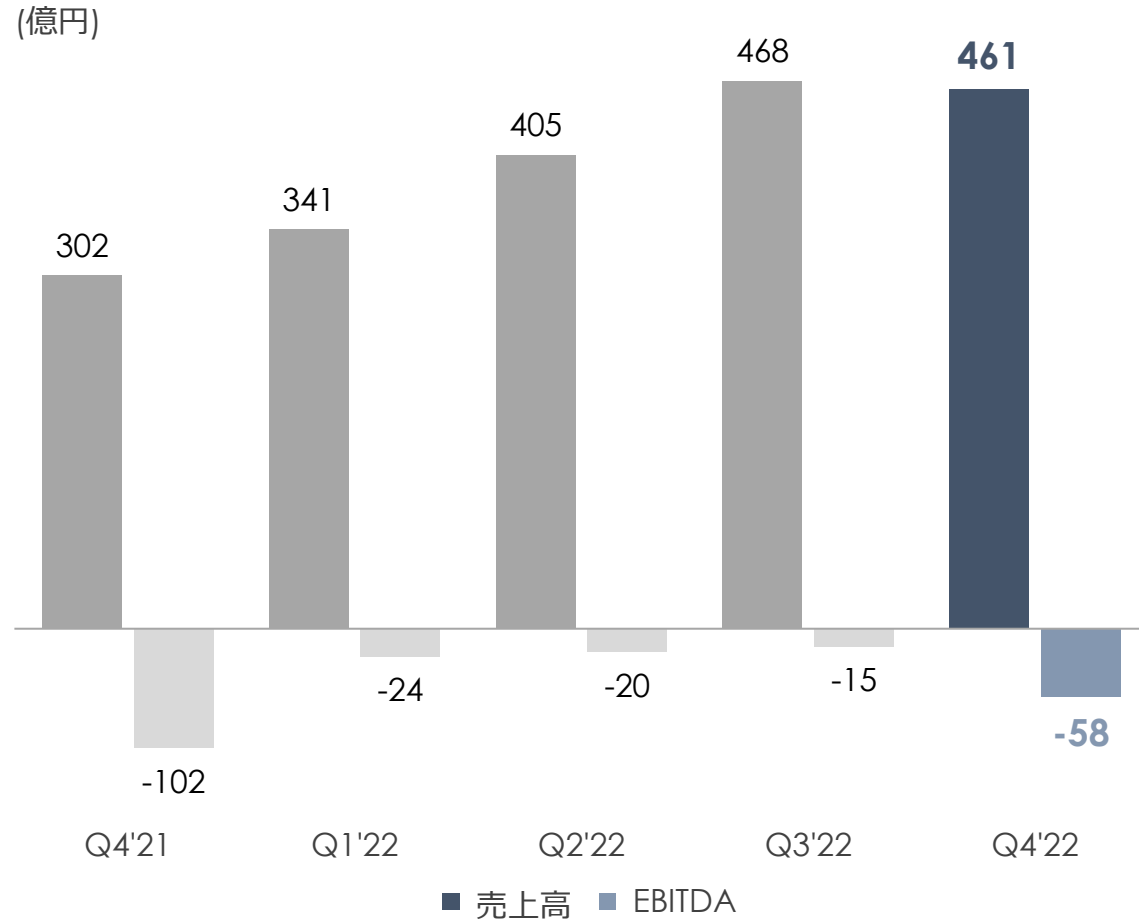
(百万円)	FY2021 Q4 ¹	FY2022 Q4 ¹	YoY
売上収益	27,730	63,492	+129.0%
Fintech	27,126	61,351	+126.2%
PayPay連結 ^{2,3}	-	43,065	N/A
PayPayカード ³	13,464	-	N/A
PayPay銀行 ³	7,596	9,757	+28.5%
その他Fintech (LINE Fintech等)	6,065	8,527	+40.6%
その他戦略事業 (AI、LINE Search、LINEヘルスケア等)	604	2,141	+254.4%
売上原価	3,570	5,265	+47.5%
販管費	38,744	85,514	+120.7%
販売促進費・広告宣伝費	6,926	13,693	+97.7%
その他販管費	31,817	71,821	+125.7%
その他収益及び費用	-	-	N/A
調整後EBITDA / マージン	-9,771 (-35.2%)	-22,209 (-35.0%)	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. PayPay (株) およびPayPayカード (株) を含む。両社間の内部取引消去後の数値。未監査の数値

3. 当社にて日本基準単体数値から関連するIFRS調整を行い独自に算出

連結売上高¹・EBITDA² (IFRS基準)

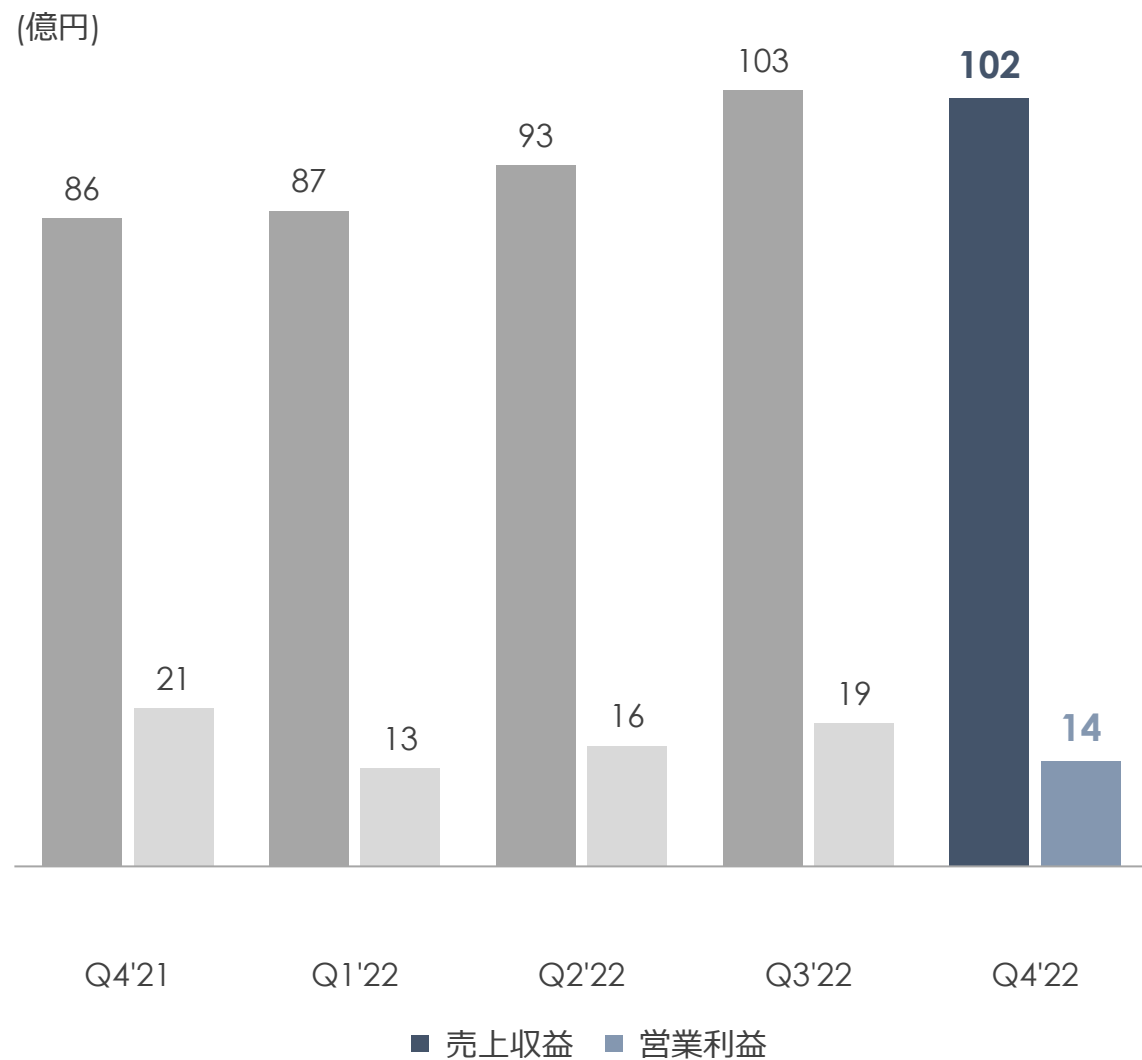


連結財政状態計算 (IFRS基準)³

(億円)

	FY2022 Q3	FY2022 Q4	差額
資産	17,421	17,018	-403
現金及び預金	6,739	6,412	-327
その他資産	10,681	10,605	-75
負債	16,760	16,439	-320
有利子負債	6,091	6,484	+393
その他負債	10,669	9,955	-713
純資産	660	578	-82

1. PayPay (株) 連結の売上高。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からPayPayカード (株) の数値を連結。FY22の売上高は未監査
2. PayPay (株) 連結のEBITDA。営業利益に償却費を足し戻したものの。FY21期初からPayPayカード (株) の数値を連結。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 Q3	FY2022 Q4	差額
資産	17,369	18,443	+1,074
現金・現金同等物	4,460	3,698	-762
営業債権・その他債権	241	270	+28
カード事業の貸付金	-	-	-
銀行事業の有価証券	5,315	5,827	+511
有形固定資産	16	17	+1
無形資産	98	99	+0
負債	16,080	17,127	+1,047
営業債務・その他債務	167	166	-0
銀行事業の預金	15,852	16,669	+816
有利子負債	-	218	+218
資本	1,288	1,316	+27

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連結 ¹	—
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 ² 、「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」、その他

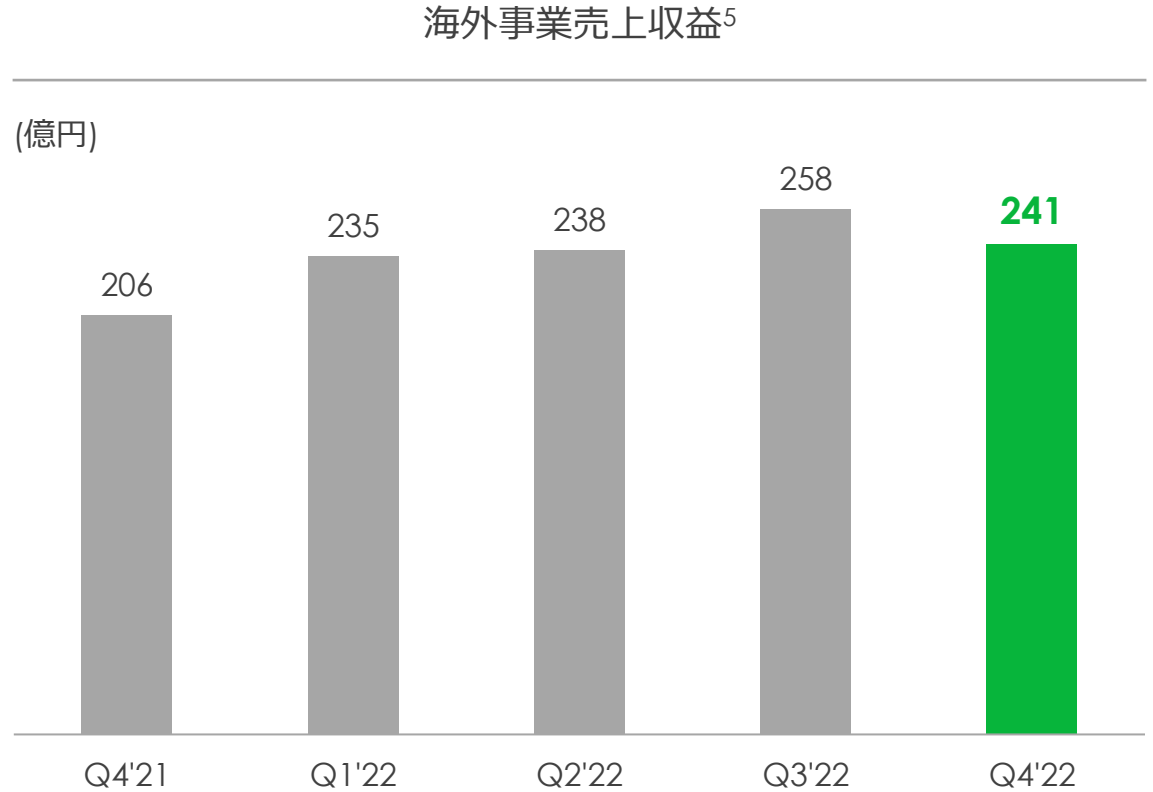
1. PayPay、PayPayカード

2. FY22Q4に (株) Magne-Max Capital Managementの全株式を売却

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
 メッセンジャーを基盤とした広告、スタンプ、ゲーム事業を中心に収益を創出

<p>台湾 </p>	<p>2,200万 MAU¹ (人口：2,326万人²)</p>	<p>  LINE TODAY 市場シェアNo.1⁴</p>
<p>タイ </p>	<p>5,400万 MAU¹ (人口：6,609万人²)</p>	<p>  LINE TODAY 市場シェアNo.1⁴</p>
<p>インドネシア </p>	<p>700万 MAU¹ (人口：2億7,224万人³)</p>	<p>  LINE SPLITBILL <small>by Hana Bank</small></p>

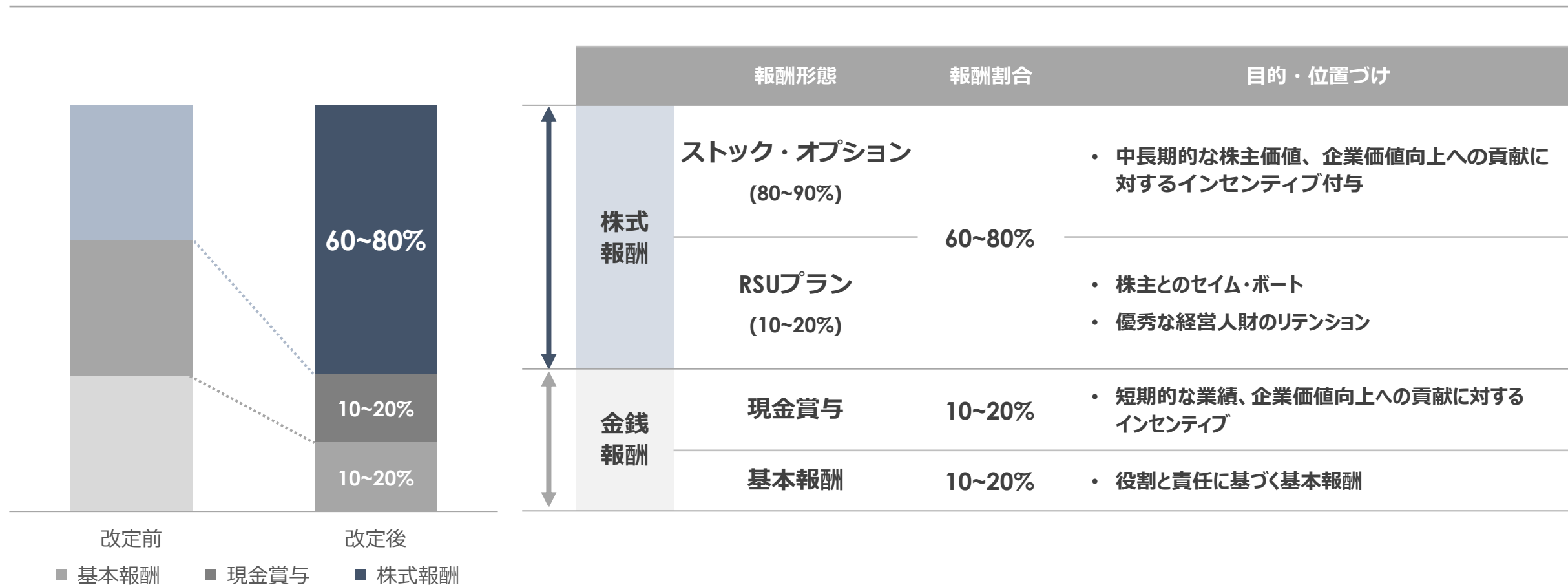


1. 2023年3月末時点
2. 2022年の人口。内務省の公表データより引用
3. 2021年の人口。中央統計庁の公表データより引用
4. 台湾、タイのデータは各国および地域における2022年の市場調査データに基づく
5. 現地決算数値を期首からの平均為替レートにて円換算

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 (セイム・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

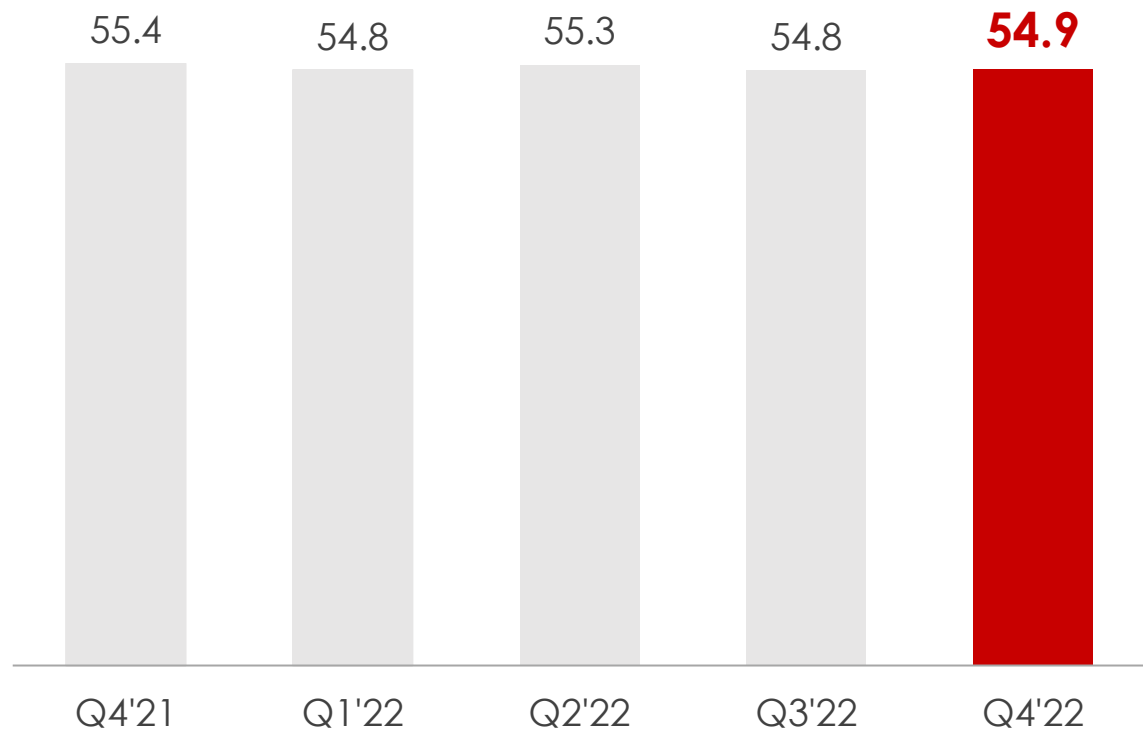
取締役報酬制度の改定¹



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

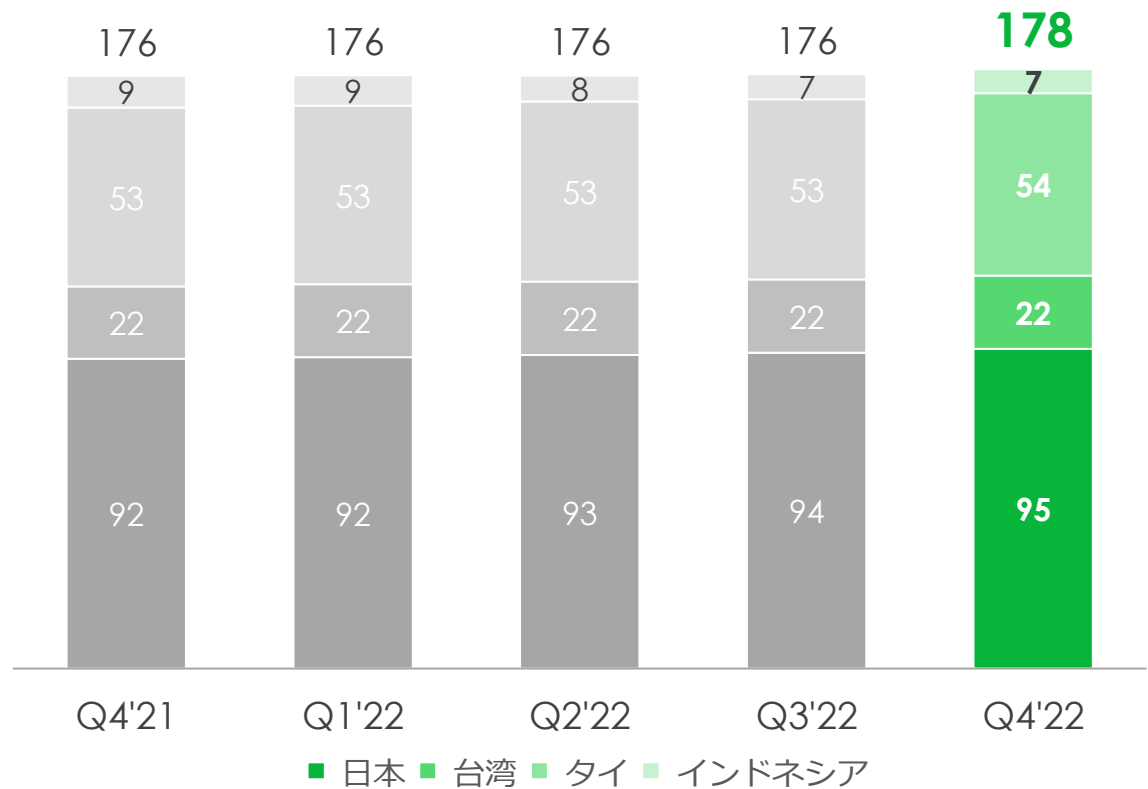
(百万)



LINE 月間アクティブユーザー数

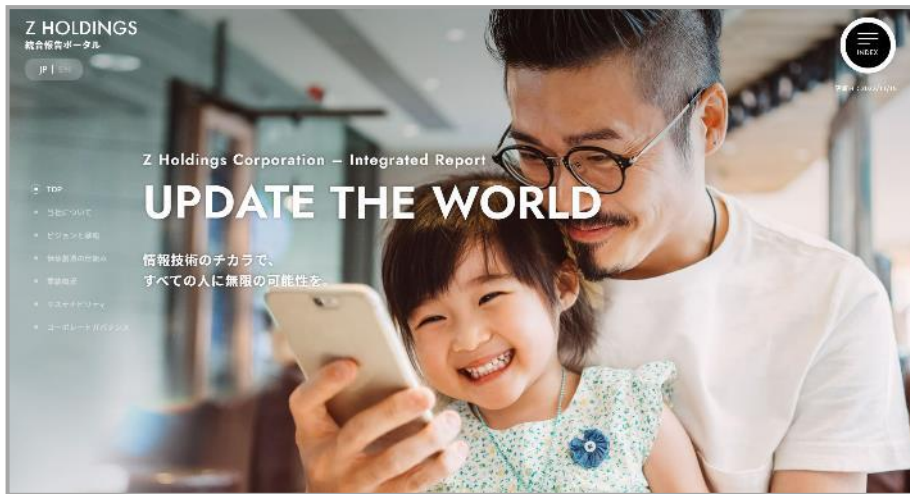
(百万)

23年3月 Global MAU¹ : 198



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

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



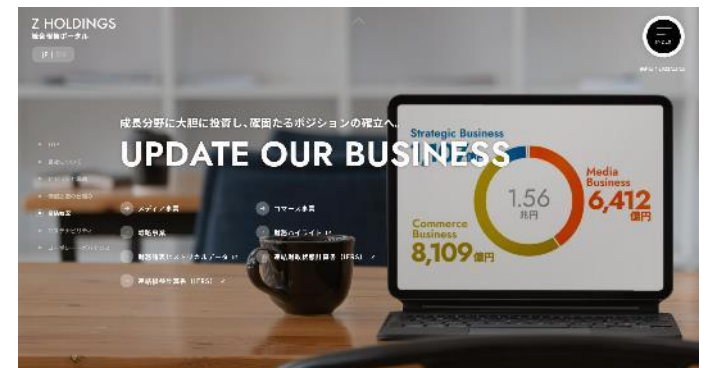
サステナビリティ



価値創造のしくみ



業績概況



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