

Zホールディングス株式会社 決算説明会

2023年度 第1四半期

2023年8月3日

Z HOLDINGS

売上収益4,305億円(YoY+10.2%)、調整後EBITDA999億円(同+15.6%)
ともにQ1として**過去最高を更新**

PayPay連結の調整後EBITDA¹が当四半期に初めて黒字化

連結業績

- **アカウント広告**の売上収益は**2桁成長を継続**。検索広告の売上収益はYoY+5.2%と堅調
- **コマース事業**は子会社成長と収益性改善で**調整後EBITDAマージンが20%超え**

トピックス

- グループシナジーの拡大と持続的な利益成長のため、**国内金融事業を再編**

1 全社連結業績

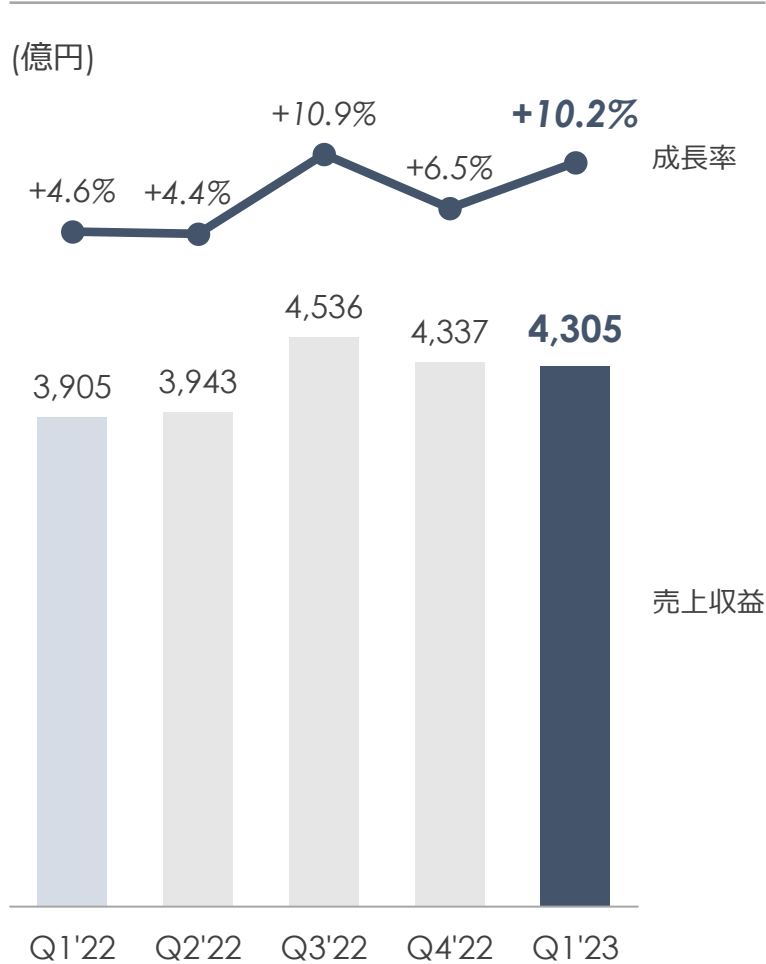
2 セグメント別業績・トピックス

1 全社連結業績

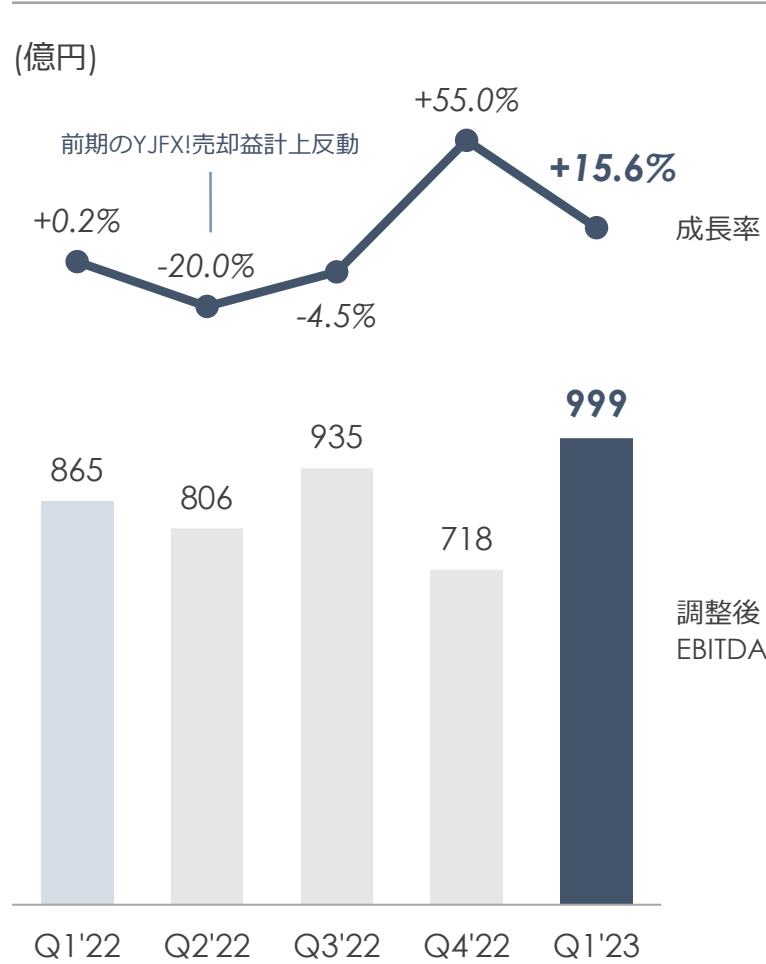
2 セグメント別業績・トピックス

売上収益、調整後EBITDAともに2桁成長

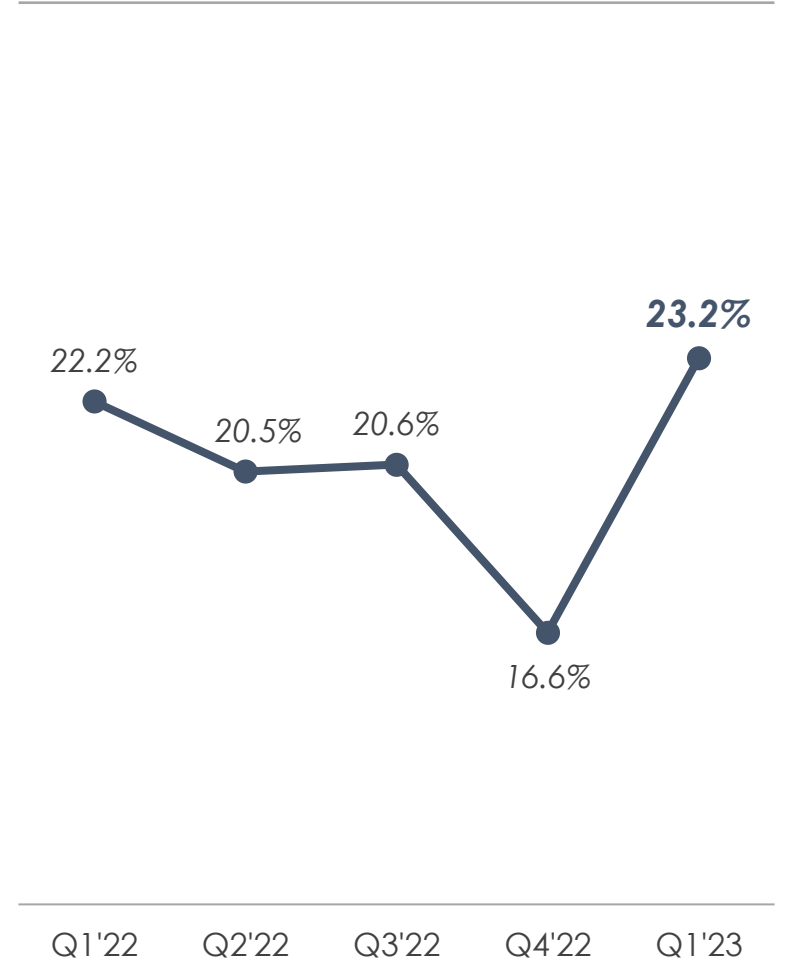
売上収益・成長率 (YoY)



調整後EBITDA・成長率 (YoY)



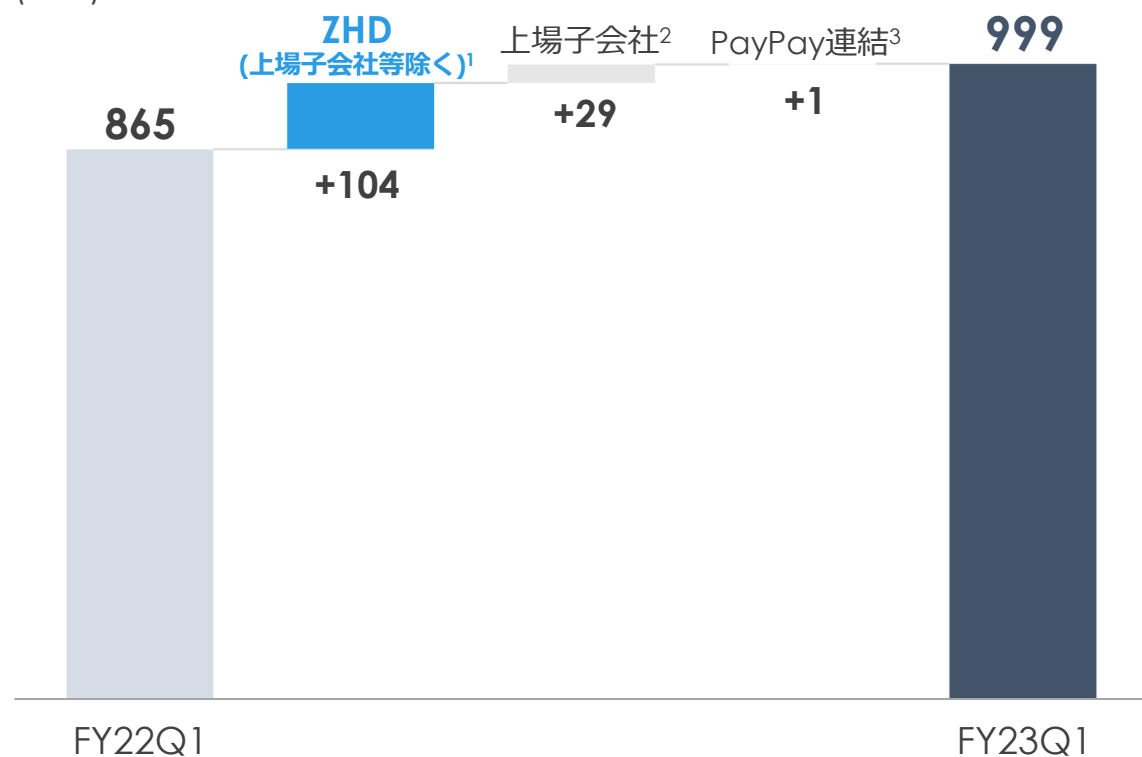
調整後EBITDAマージン



コスト最適化、選択と集中により増益

調整後EBITDA 増減要因

(億円)



FY23Q1の主なYoY販管費・EBITDA改善項目

業務委託費の削減⁴**+17 億円**

(上場子会社、PayPay連結を除く)

販促費の効率化⁴**+88 億円**

(上場子会社、PayPay連結を除く)

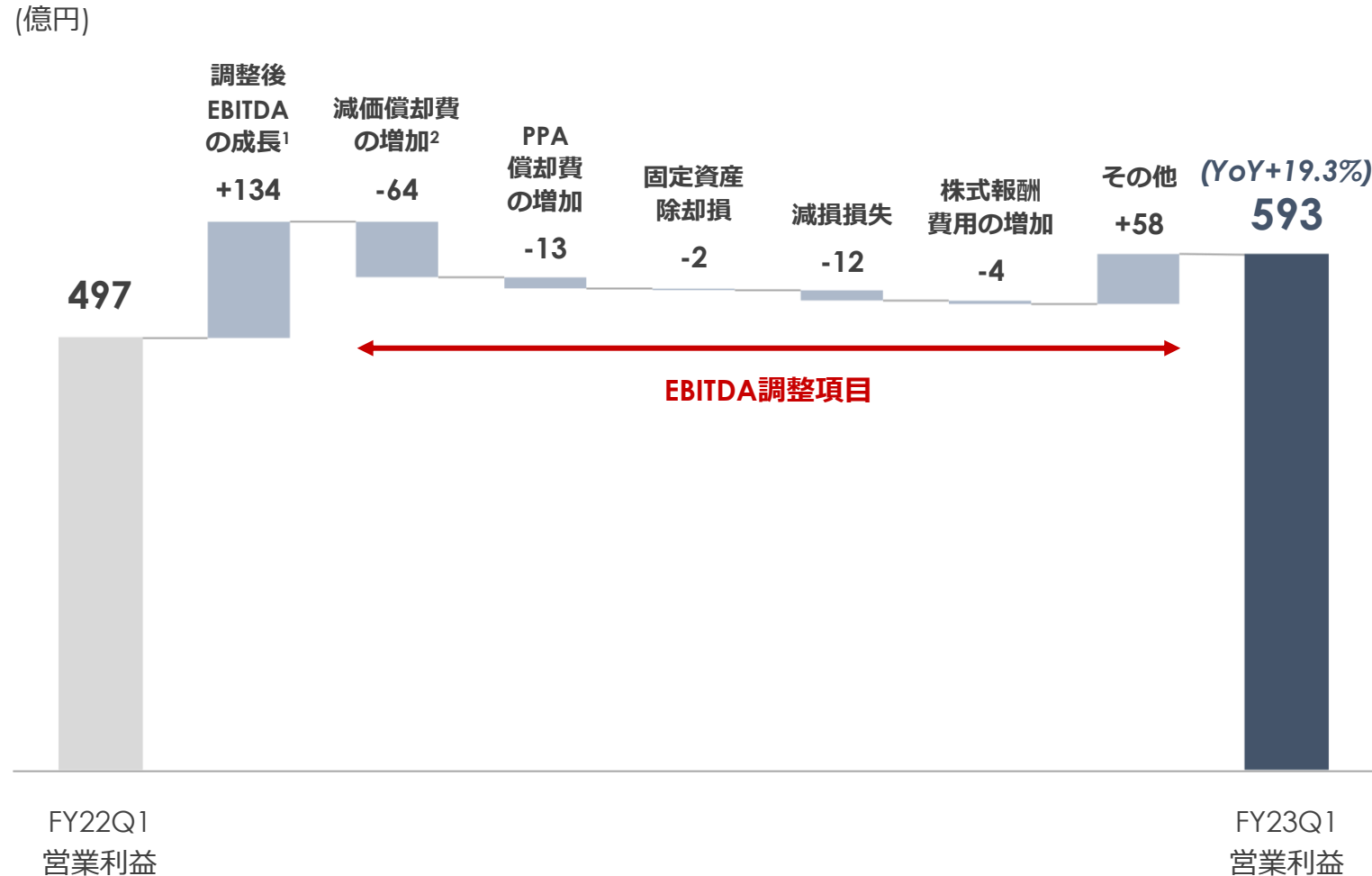
選択と集中⁵

(LINE証券など)

+66 億円

1. (株) ZOZO、アスクル (株)、バリューコマース (株)、PayPay連結を除く
2. (株) ZOZO、アスクル (株)、バリューコマース (株)
3. 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。当社にて関連するIFRS調整を行い独自に算出
4. 財務会計上の販管費の改善金額
5. 財務会計上のEBITDAの改善金額

償却費は増加したが、調整後EBITDAの成長により、営業利益はYoY+19.3%



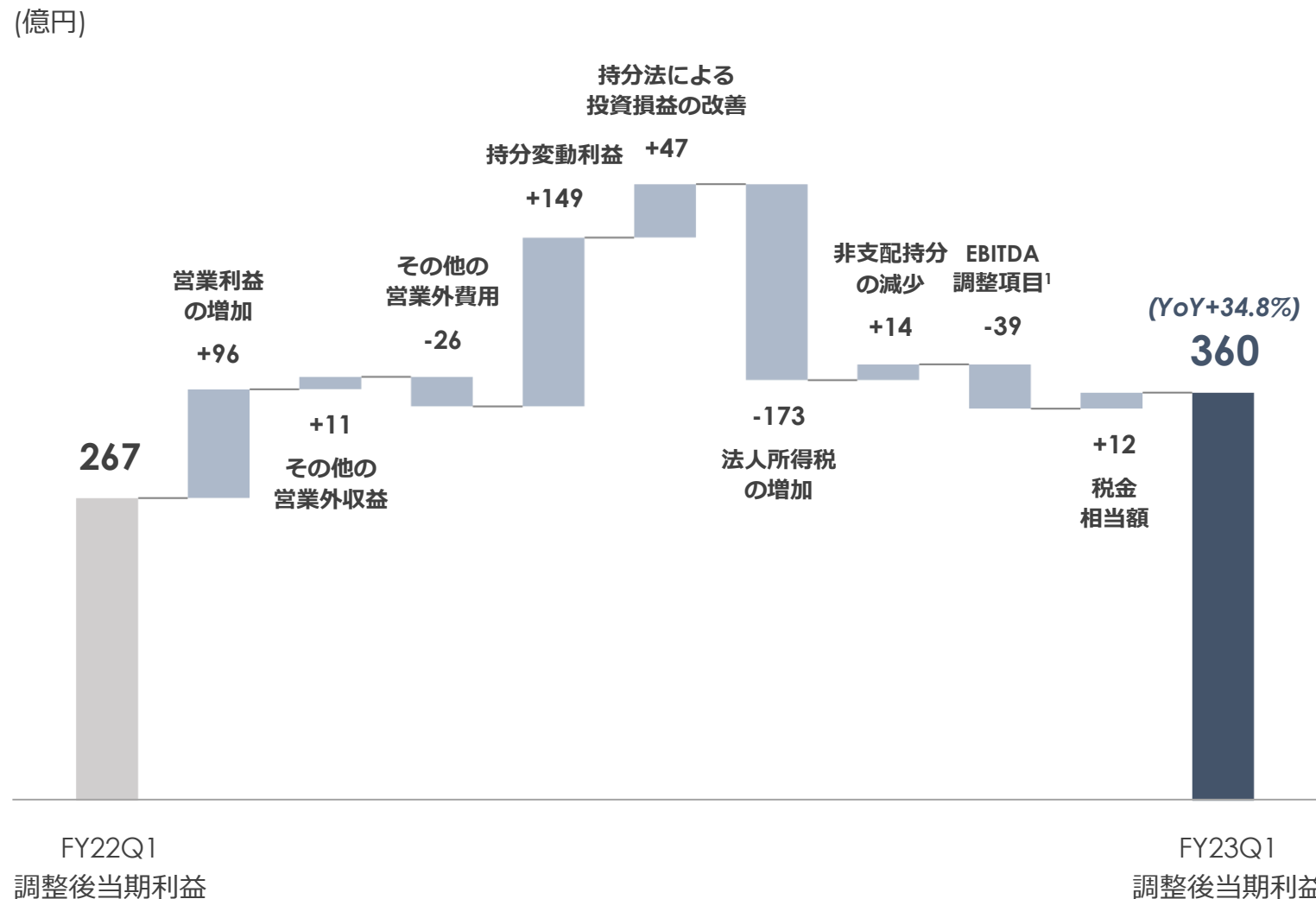
(億円)

	FY22Q1	FY23Q1	YoY
調整後 EBITDA ¹	865	999	+134
減価償却費 ²	266	330	+64
PPA 償却費	79	93	+13
固定資産除却損	2	5	+2
減損損失	2	15	+12
株式報酬費用	34	38	+4
その他	-18	-76	-58
営業利益	497	593	+96

1. 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) 等)。また、一部ファンドの保有株式の売却損益。2022年度第3四半期より定義を変更。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

2. 減価償却費及び償却費: 減価償却費、使用権資産減価償却費、一部の賃借料

Webtoon Entertainmentの持分変動利益により、調整後当期利益はYoY+34.8%



(億円)

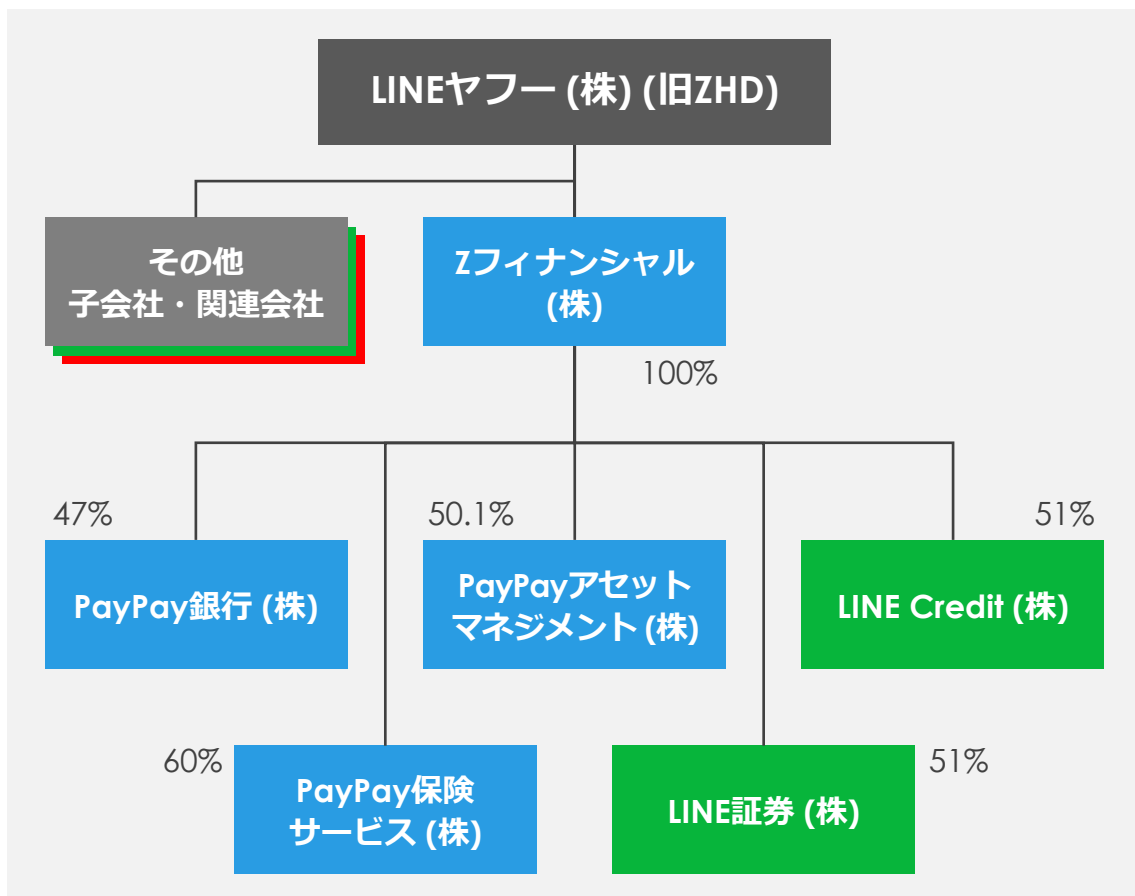
	FY22Q1	FY23Q1	YoY
営業利益	497	593	+96
その他の営業外収益	35	46	+11
その他の営業外費用	35	61	+26
持分変動利益	41	191	+149
持分法による投資損益	-86	-39	+47
法人所得税	153	326	+173
非支配持分	46	31	-14
親会社の所有者に 帰属する当期利益	252	373	+120
EBITDA調整項目 ¹	21	-17	-39
税金相当額	6	-5	-12
調整後当期利益	267	360	+93

1. 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)等)。また、一部ファンドの保有株式の売却損益

グループシナジー拡大に向け、金融事業を再編

再編後のストラクチャー¹

国内金融事業の再編



1 LINE証券

証券事業を移管し、黒字のFX事業にフォーカス

2 LINE Bank (日本)

プロジェクト中止

3 金融持株会社の統合

- LINE証券・LINE CreditをZフィナンシャル傘下へ移管
- LINE Financialの機能をZフィナンシャルに集約

1. 2023年10月1日以降

生成AIを活用し、サービスの改善と業務効率化に取り組む中

サービスへの活用

PayPayフリマ¹



- OpenAIの生成AIを活用し、**出品時の説明文作成サポート機能**を2023年8月提供開始。ヤフオク!²への導入も検討中

PayPayグルメ



- **OpenAIのChatGPTプラグイン**を2023年7月提供開始³
- 好みや条件に基づき、おすすめの飲食店を提案

LINEプロフィールスタジオ



- **AIがビジュアルイメージを自動生成**するサービスを2023年5月提供開始

顔写真を登録すると様々なスタイルの画像を自動で生成



業務効率化

GitHub Copilot⁴の導入

- **エンジニアの生産性向上を目的として導入**
- LINE、ヤフー合計で約550名のエンジニアがテストを実施
- 評価・準備を経て、2023年10月以降、全社導入を検討中

OpenAIとのAPI利用契約

- OpenAIが提供する全APIの利用契約を締結
- 独自アシスタントサービスをLINEグループ、ヤフーの約2万人に導入
- **テンプレート作成、文案の修正、調査、文章の分類分け、翻訳、アイデア出し等に活用**
- 生産性の向上、サービス品質向上や新サービスの創出を図る

1. 「PayPayフリマ」は、2023年秋に「Yahoo!フリマ」にサービス名称を変更予定
2. 「ヤフオク!」は、2023年秋に「Yahoo!オークション」にサービス名称を変更予定
3. ChatGPTの有料版であるChatGPT Plusが対象
4. GitHub社が提供するAIを活用したコード補完ツール

プロダクト創出力・収益力を向上させる体制へ¹

狙い

取締役体制

組織体制

意思決定のスピードアップ

取締役体制のスリム化

権限委譲の推進

カンパニーCEOが事業領域の経営に
権限と責任を持つ

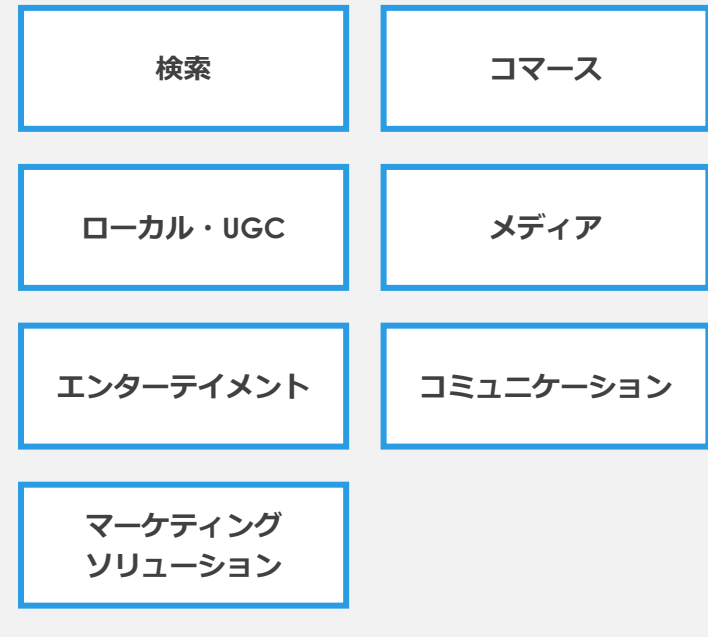
プロダクト別評価の推進

KPI、売上、利益、生産性などの
達成度を評価

新役職名	氏名
代表取締役会長	川邊 健太郎
代表取締役社長 CEO (最高経営責任者)	出澤 剛
代表取締役 CPO (Chief Product Officer)	慎 ジュンホ
取締役 CSO (Chief Strategy Officer)	桶谷 拓
社外取締役 (独立役員) 常勤監査等委員	臼見 好生
社外取締役 (独立役員) 監査等委員	蓮見 麻衣子
社外取締役 (独立役員) 監査等委員	國廣 正

現取締役の小澤隆生氏、舛田淳氏、鳩山玲人氏は、
本年9月30日に辞任
本年10月1日以降は、舛田淳氏はエンターテインメント
カンパニーCEO、小澤隆生氏は当社顧問に就任予定

7つのカンパニー



横断技術

コーポレート

広告売上収益およびコマース事業の売上収益を新たに開示

セグメント	項目	FY2022 実績	FY2023 ガイダンス	YoY
全社	売上収益	1.67 兆円	約1.90 兆円	約+14 %
	調整後EBITDA	3,326 億円	3,560~3,660 億円	約+10 %
メディア	広告売上収益 ¹	5,424 億円		+1桁前半 %
	調整後EBITDA	2,580 億円	2,650 億円	+2.7 %
コマース	売上収益	8,364 億円		+1桁半ば~後半 %
	調整後EBITDA	1,541 億円	1,720 億円	+11.6 %
戦略	調整後EBITDA	-461 億円	-255 億円	-
その他・調整額	調整後EBITDA	-333 億円	-515 億円	-

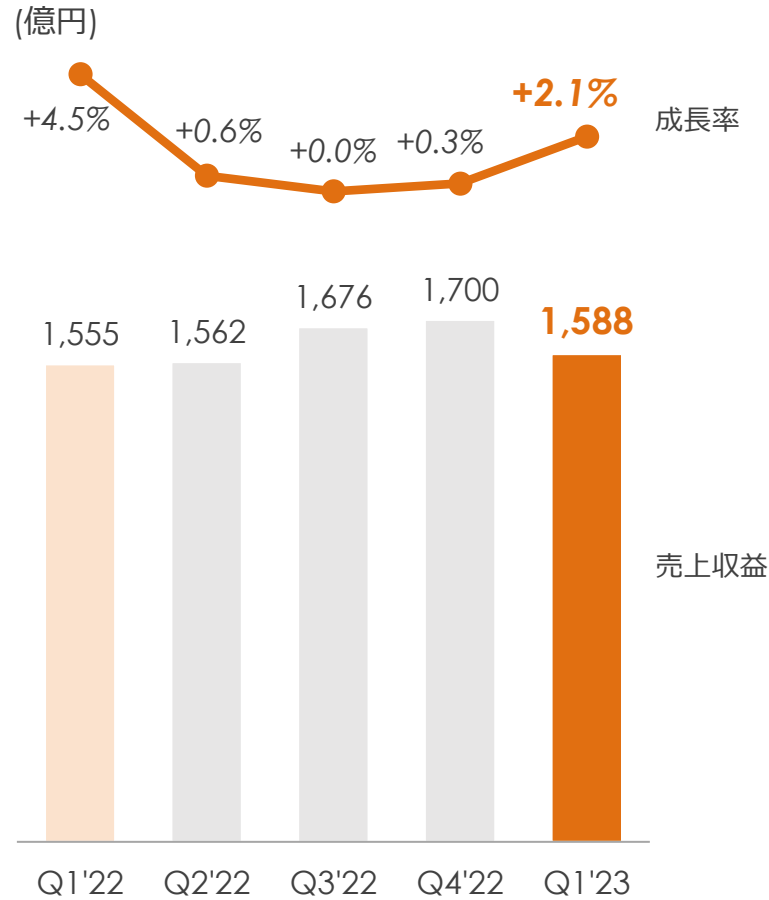
1. メディア事業の売上収益から、メディア事業の「その他」を除いた数値

1 全社連結業績

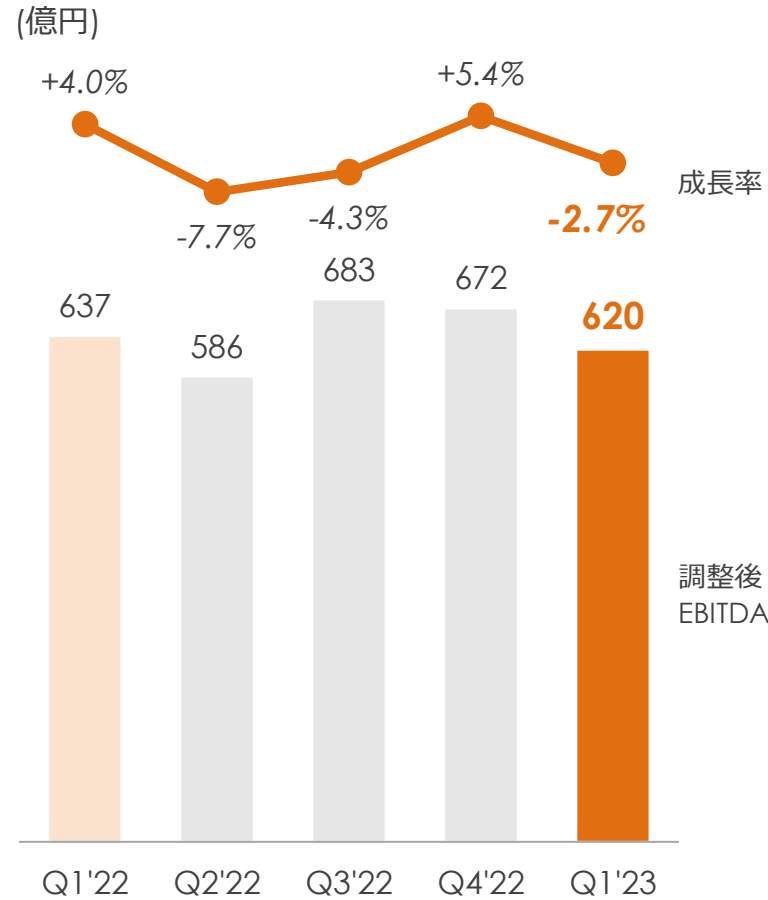
2 セグメント別業績・トピックス

メディア面の広告回復で増収、人件費等の増加により減益

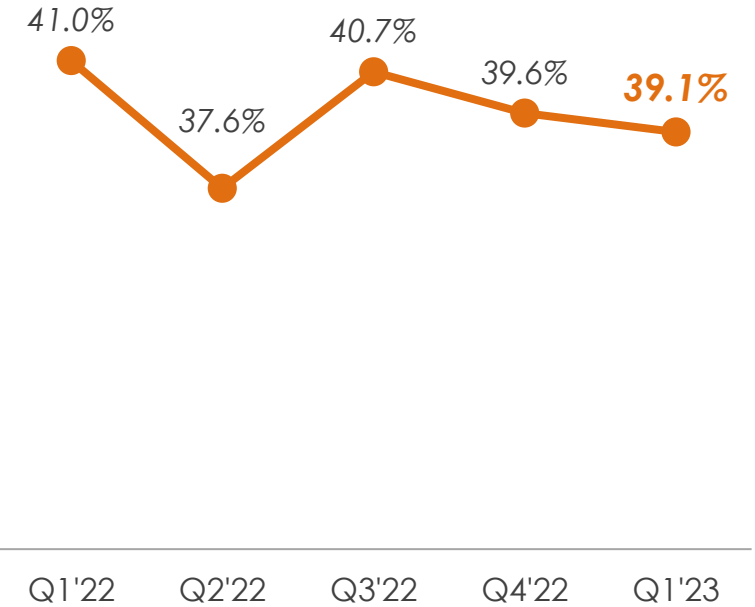
売上収益・成長率¹ (YoY)



調整後EBITDA・成長率¹ (YoY)



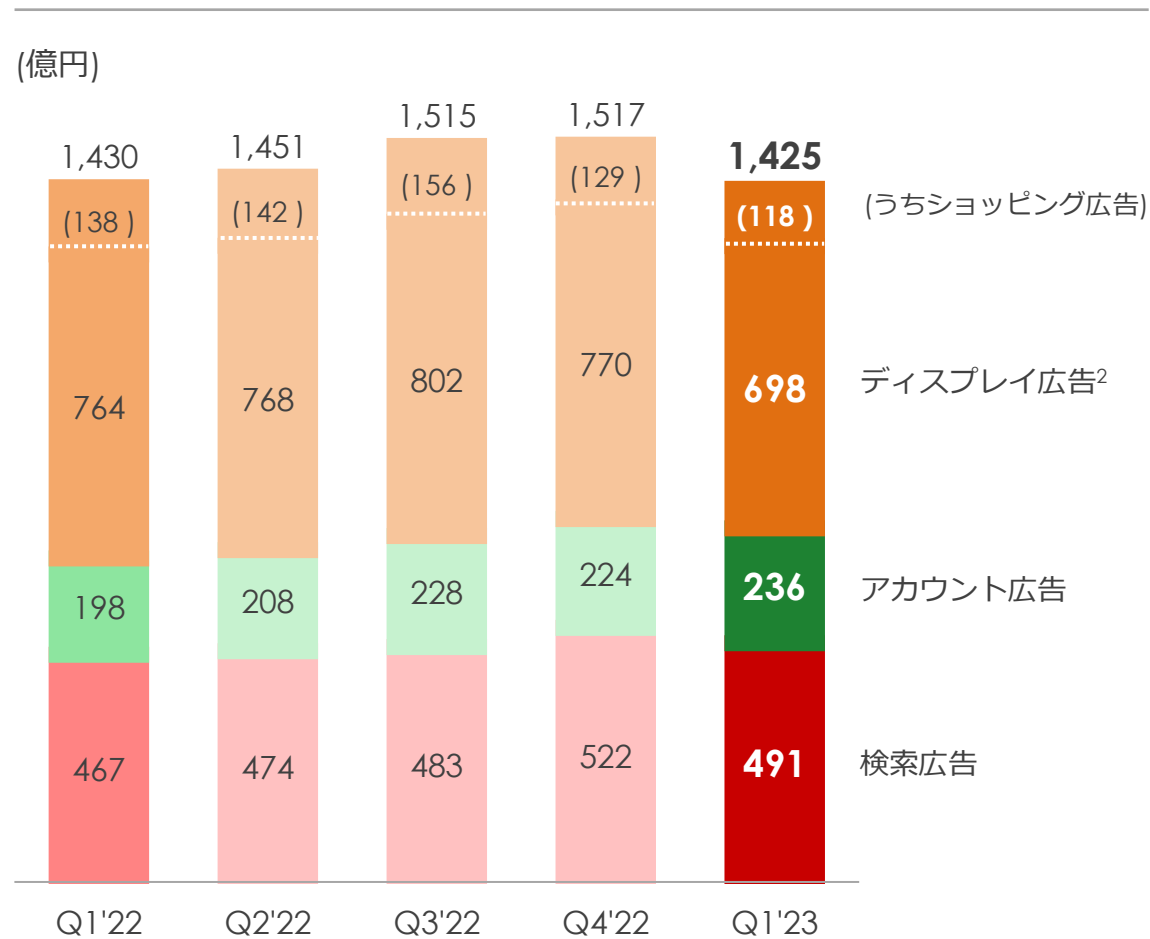
調整後EBITDAマージン



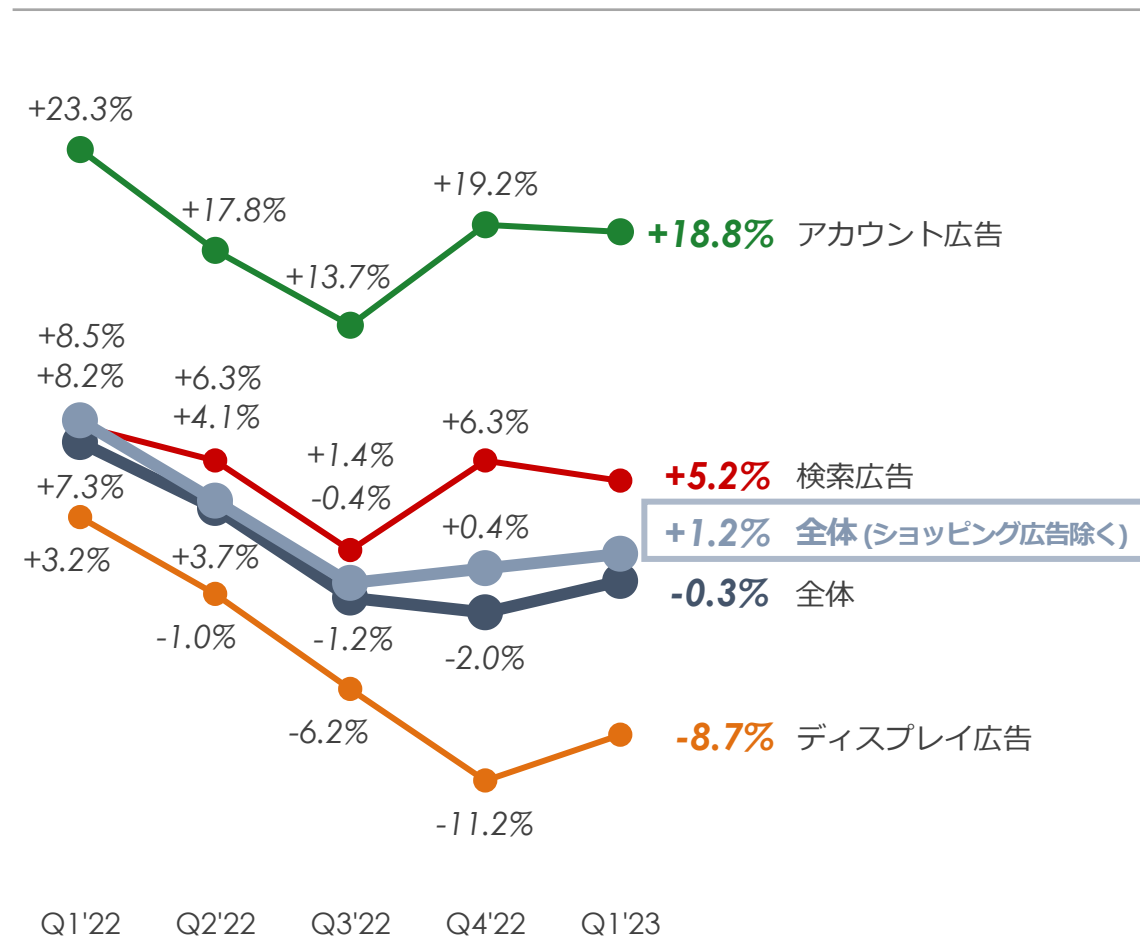
1. FY23Q1より、その他に区分されていたヤフー(株)のデータソリューションサービスおよびdely(株)のサービスをメディア事業に移管し、その他および調整額に配賦していたLINE(株)およびその子会社に関する費用の一部をメディア事業に配賦。これによりFY22のセグメント情報を修正

ショッピング広告を除く広告関連売上収益はYoY+1.2%と、底打ちの兆し

全社 広告関連売上収益¹



全社 広告関連売上収益 成長率¹ (YoY)

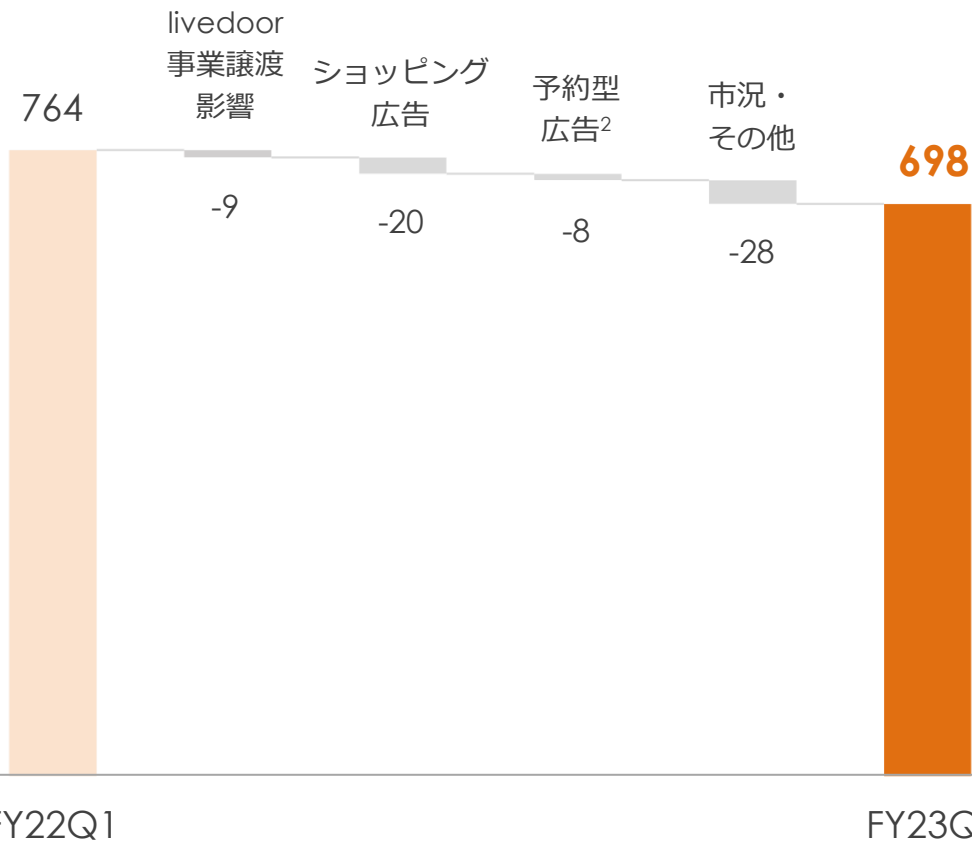


1. FY22Q1より、LINE (株) において、調整額に区分されていたサービスを各セグメントに移管したことに伴い、FY21Q1より、LINE広告事業の売上収益を遡及修正
 2. ディスプレイ広告には、その他LINE広告およびショッピング広告の売上収益を含む。ショッピング広告の売上収益はコマース事業に計上

ショッピング広告・予約型広告・市況影響により減収

ディスプレイ広告¹ 売上収益増減要因

(億円)



今後の打ち手

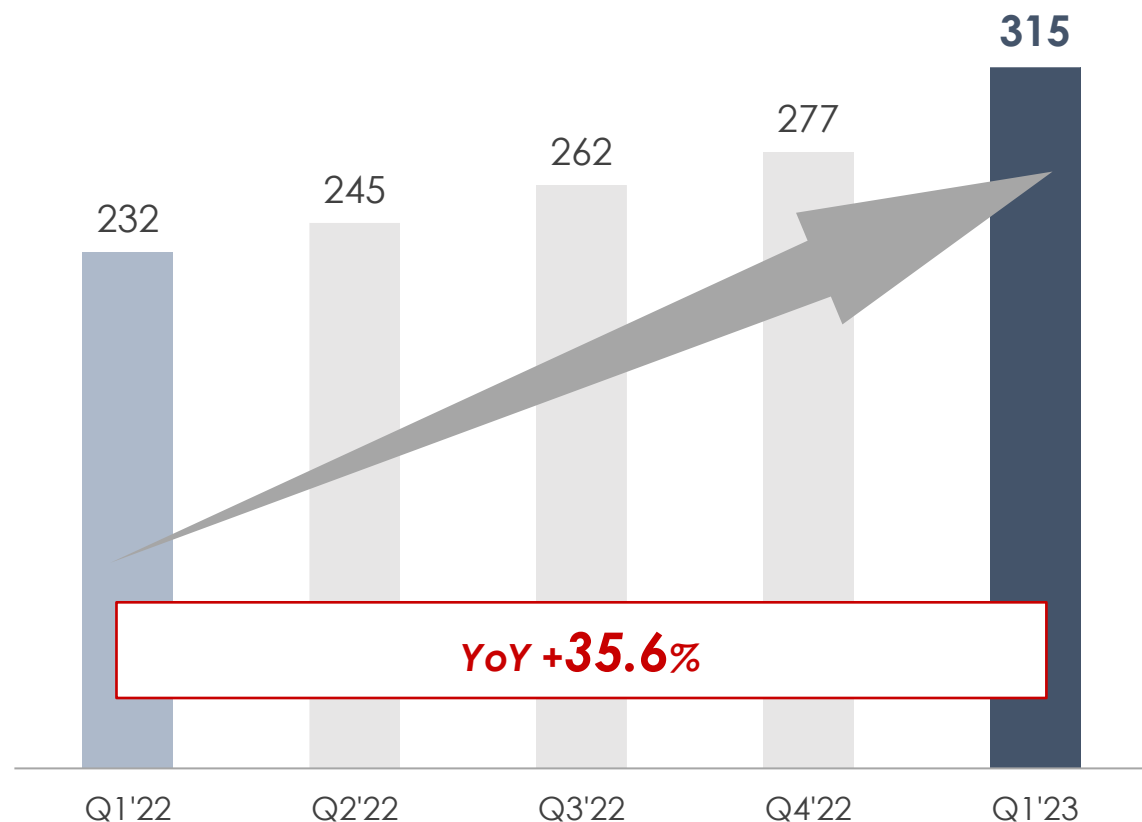
短期	ID連携・営業統合	<ul style="list-style-type: none"> 両社プラットフォームのターゲティングや配信最適化の強化 両社プラットフォーム横断の分析やレポートによる統合ソリューション提案
		<ul style="list-style-type: none"> 膨大なユーザーへのワンストップリーチ 両社の膨大かつユニークなデータを用い、最適化機能・ターゲティングメニューを高精度化
中長期	広告プラットフォーム統合	<ul style="list-style-type: none"> 膨大なユーザーへのワンストップリーチ 両社の膨大かつユニークなデータを用い、最適化機能・ターゲティングメニューを高精度化
	動画広告市場の取込み	<ul style="list-style-type: none"> 各メディアの動画広告対応 LINE VOOMの機能強化とサービス成長

1. ディ스플레이広告には、その他LINE広告およびショッピング広告の売上収益を含む。ショッピング広告の売上収益はコマース事業に計上
 2. ショッピング広告分を除く

料金プラン改定により、解約を抑えながらも、有償アカウント数が増加

有償LINE公式アカウント (グローバル) の推移¹

(千件)



1. 有償アカウント数は、日本および海外の合算値。各四半期末時点の有償アカウント数を記載
2. 2023年5月末と6月末時点の日本の有償アカウント数を比較
3. 当月解約数÷前月有償アカウント数

料金プラン改定 (2023年6月1日改定)

狙い

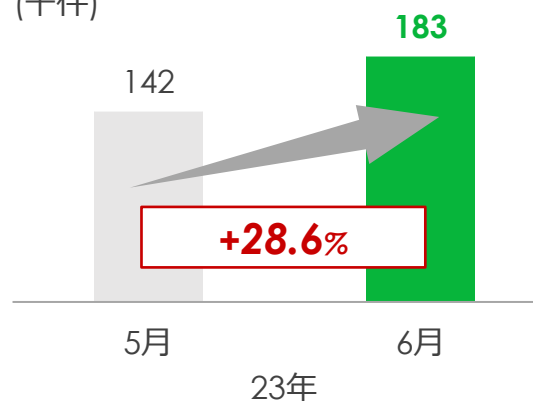
- さらなる機能強化やZHD各社サービスとの連携強化
- 有償アカウント数の拡大

効果

- 改定直後から有償アカウント数は増加
- 解約率は悪化しなかったことから、売上寄与を見込む

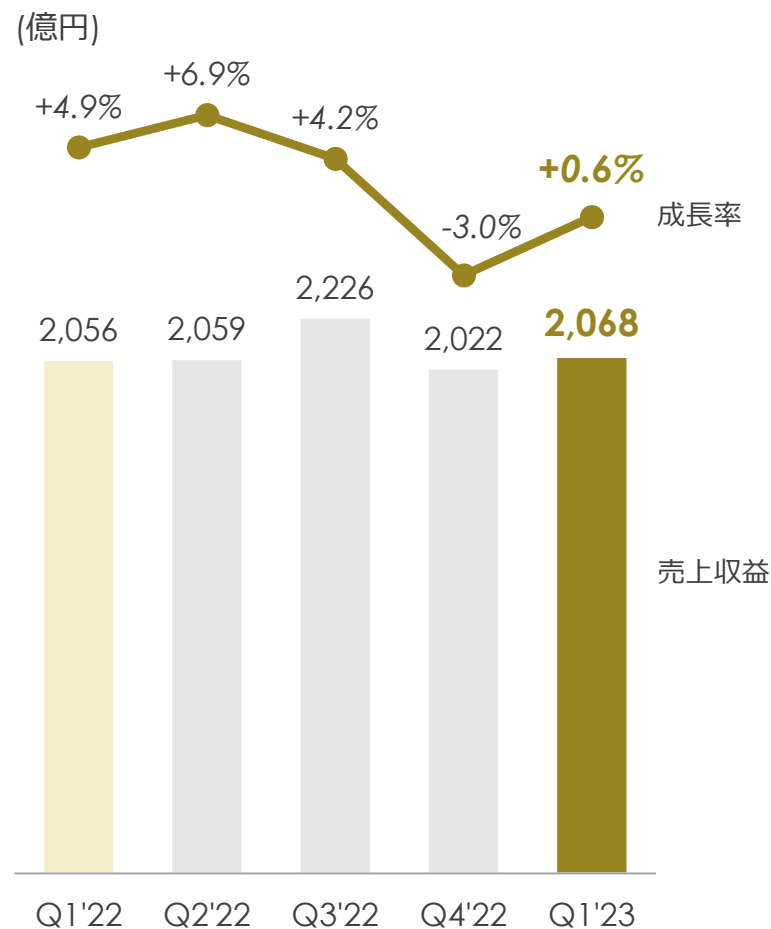
有償アカウント数 (日本)²

(千件)

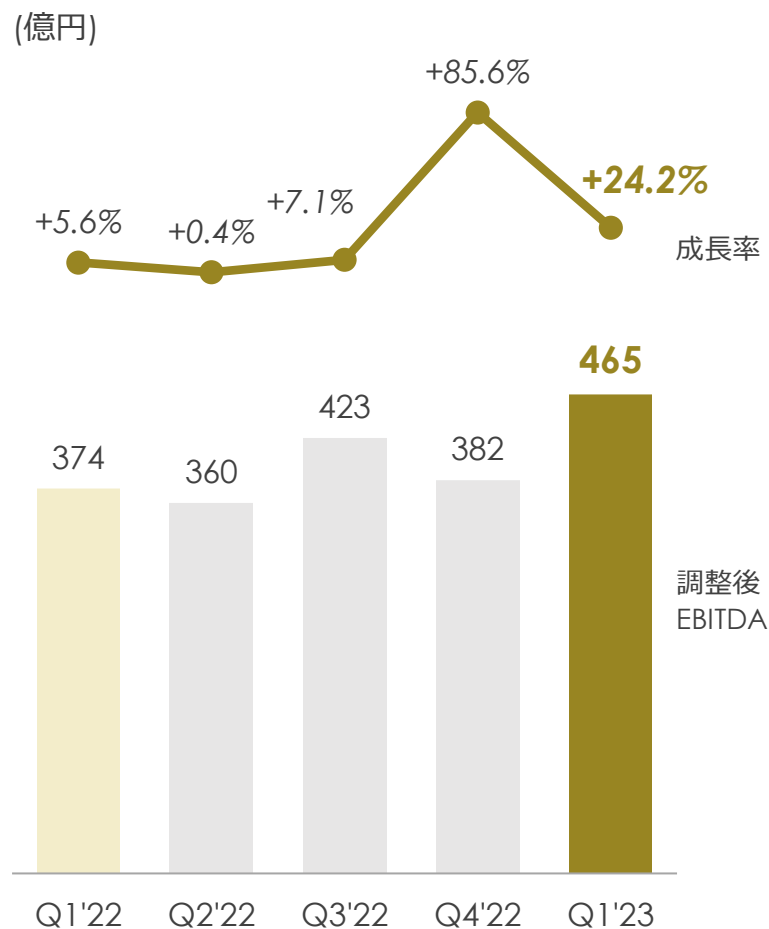
解約率 (日本)³

収益性改善で調整後EBITDAマージンは20%超え

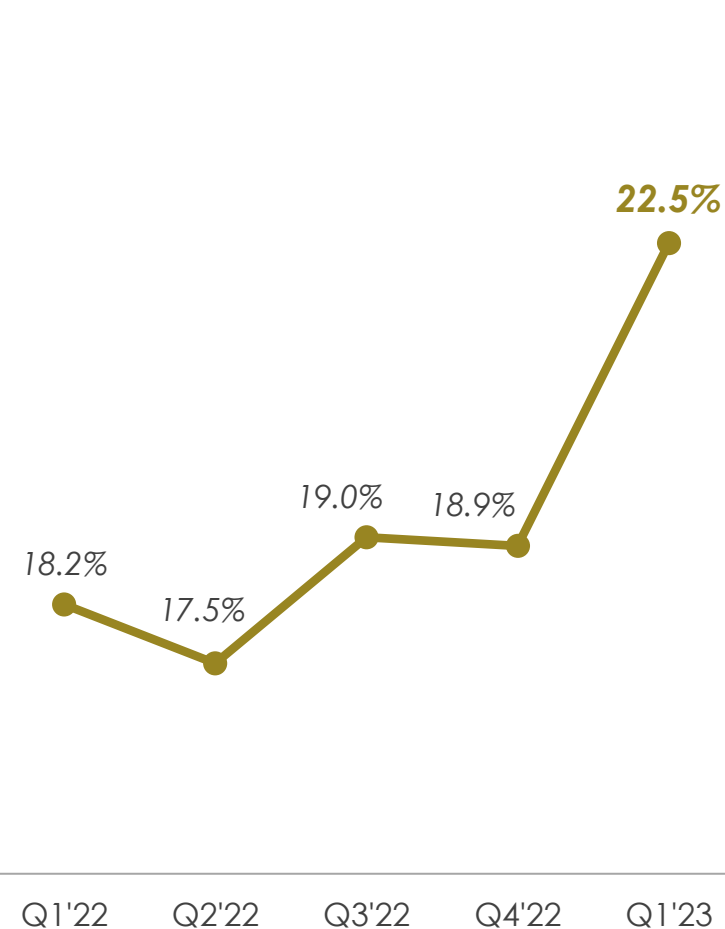
売上収益・成長率¹ (YoY)



調整後EBITDA・成長率¹ (YoY)



調整後EBITDAマージン

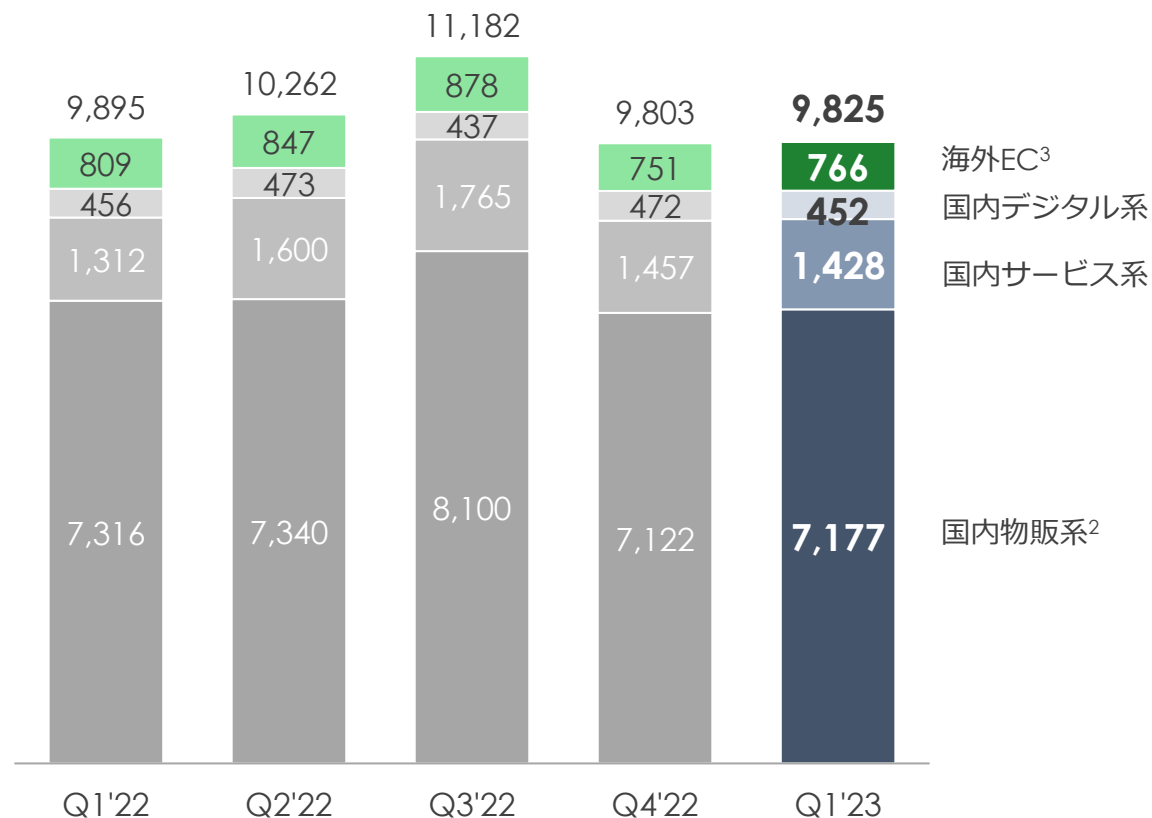


1. FY23Q1より、その他および調整額に配賦していたLINE (株) およびその子会社に関する費用の一部をコマース事業に配賦。これによりFY22のセグメント情報を修正

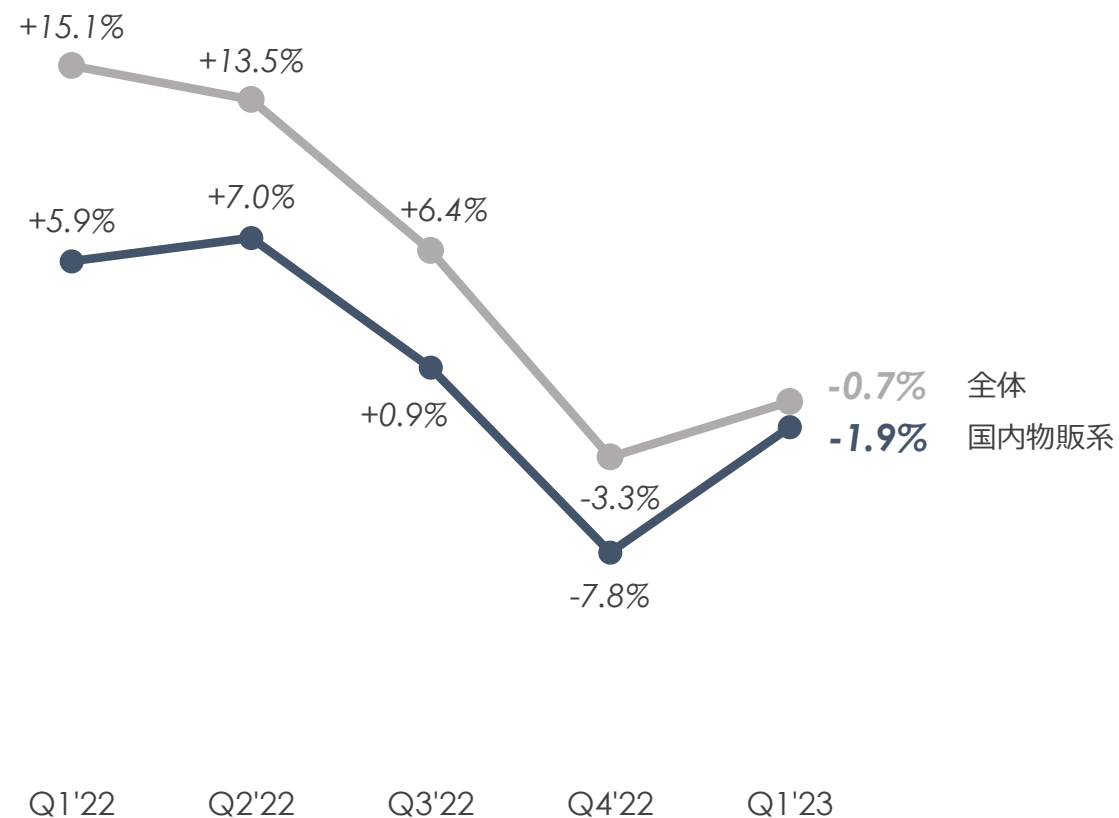
国内物販系取扱高は底打ち

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P19参照

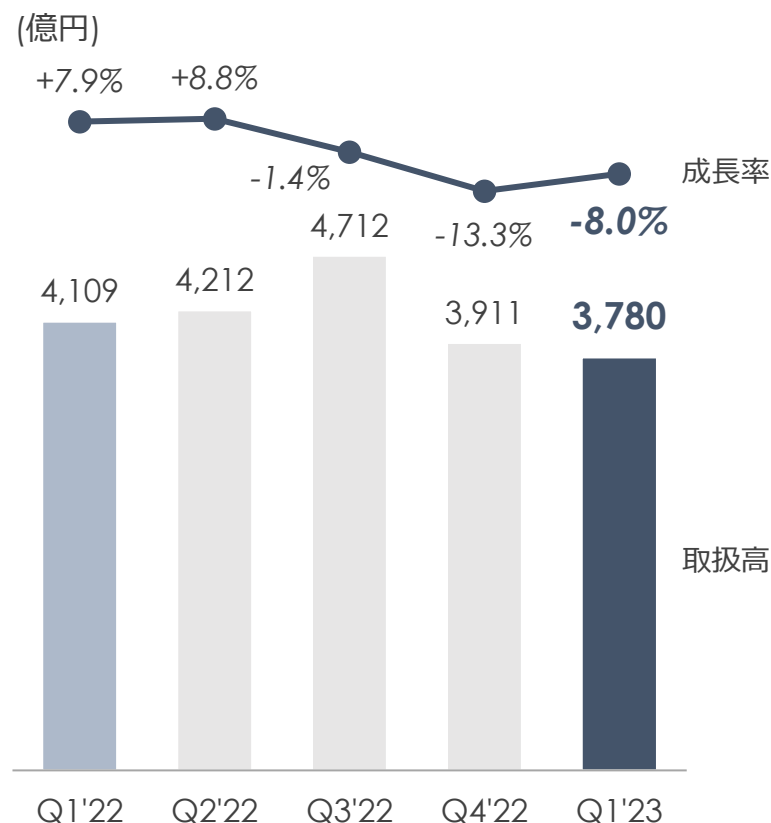
2. FY23Q1より定義変更し、アスクルBtoB事業 (インターネット経由) に「APMRO」、「FEEDデンタル」の取扱高を含む

3. FY23Q1より「ZOZO FIT」の取扱高を含む

ショッピングは想定内での着地、トラベルは好調を維持

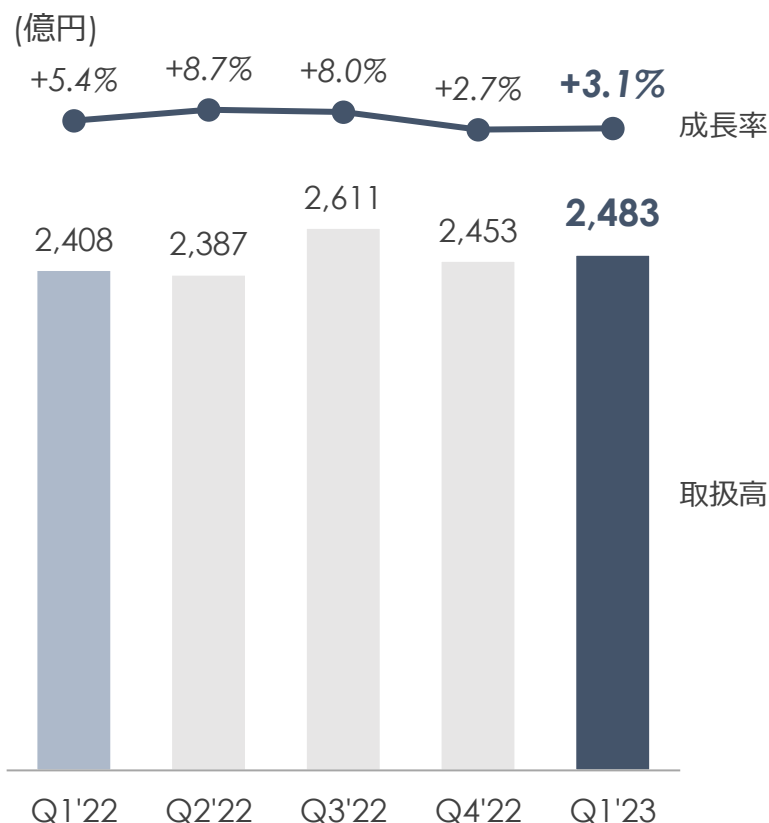
国内ショッピング取扱高¹・成長率 (YoY)

Yahoo!ショッピング、LINEギフト、ZOZOTOWN、LOHACO 等



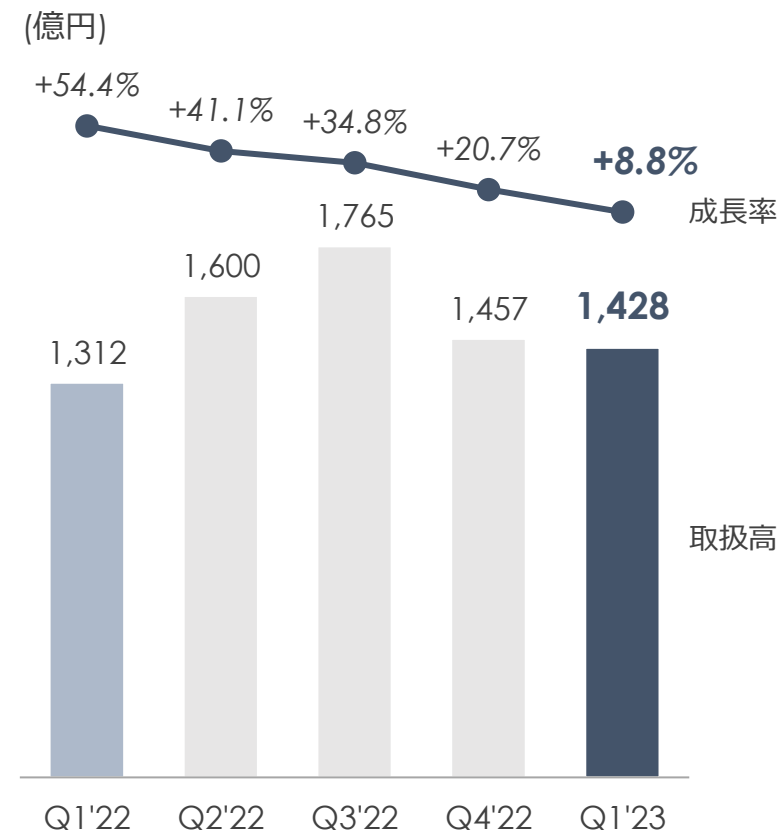
国内リユース取扱高¹・成長率 (YoY)

ヤフオク!²、PayPayフリマ³、ZOZOUSED



国内サービス取扱高¹・成長率 (YoY)

一休.com、Yahoo!トラベル、Yahoo!ロコ、出前館 等



1. 取扱高の定義は補足資料P19参照

2. 「ヤフオク!」は、2023年秋に「Yahoo!オークション」にサービス名称を変更予定

3. 「PayPayフリマ」は、2023年秋に「Yahoo!フリマ」にサービス名称を変更予定

収益性は大幅に改善し、サービスの本質的な強化は着実に進捗

継続率・収益性の改善やプロダクト強化

コスト最適化による収益性改善

サービスの本質強化

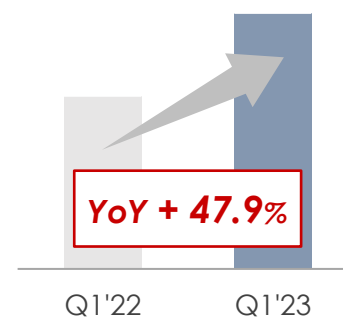
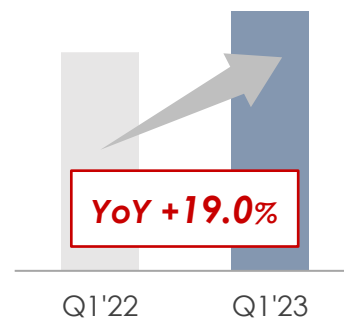
Yahoo!ショッピングの粗利率¹

- 新規ユーザー向け販促やアプリ利用の促進
- 優良配送ストア優先表示施策の継続実施



新規顧客翌月継続率

優良配送比率²



LYPプレミアム会員
開始による
ユーザー基盤の拡大

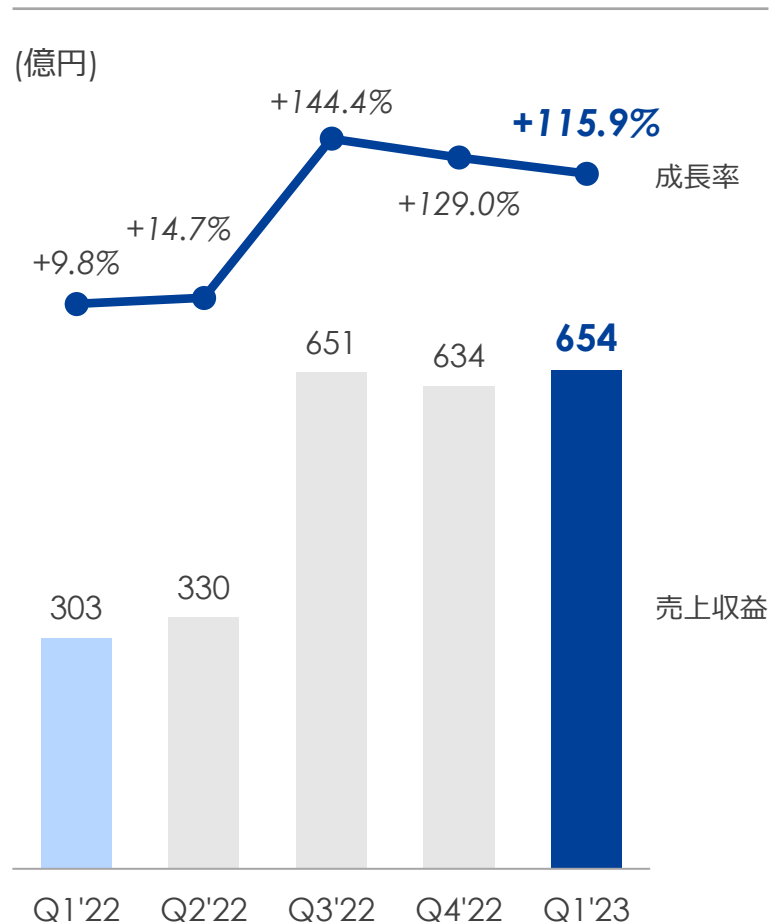
現在

1. 「Yahoo!ショッピング」と「PayPayモール」の管理会計値の粗利率。「Yahoo!ショッピング」と「PayPayモール」は2022年10月に統合

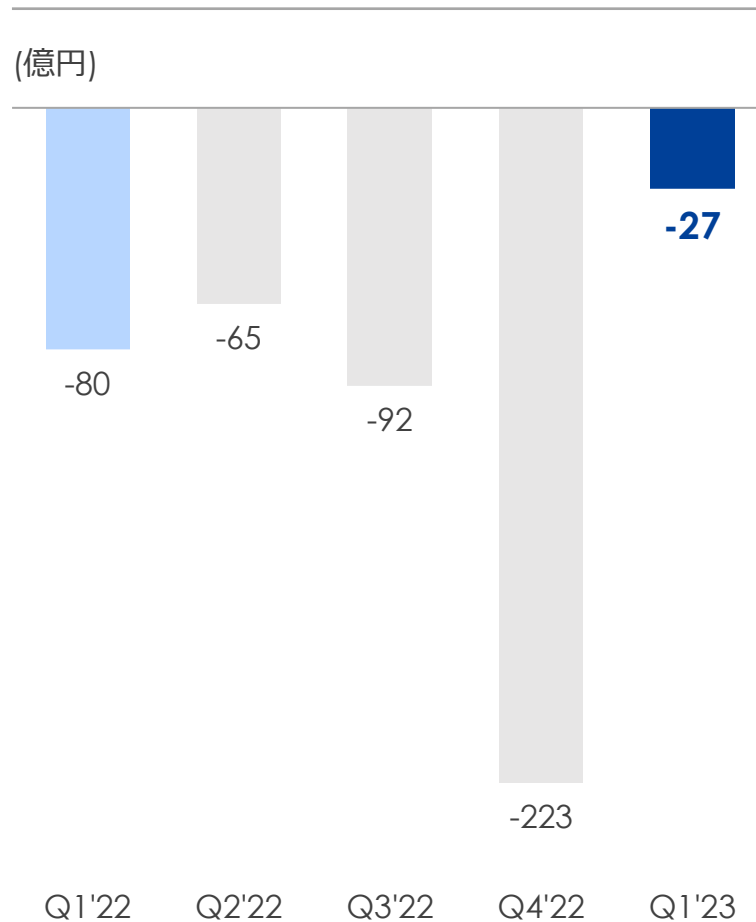
2. FY22Q1とFY23Q1の取扱高に占める優良配送比率を比較

PayPay連結の調整後EBITDA¹黒字化、事業の選択と集中も進み、収益性は大幅に改善

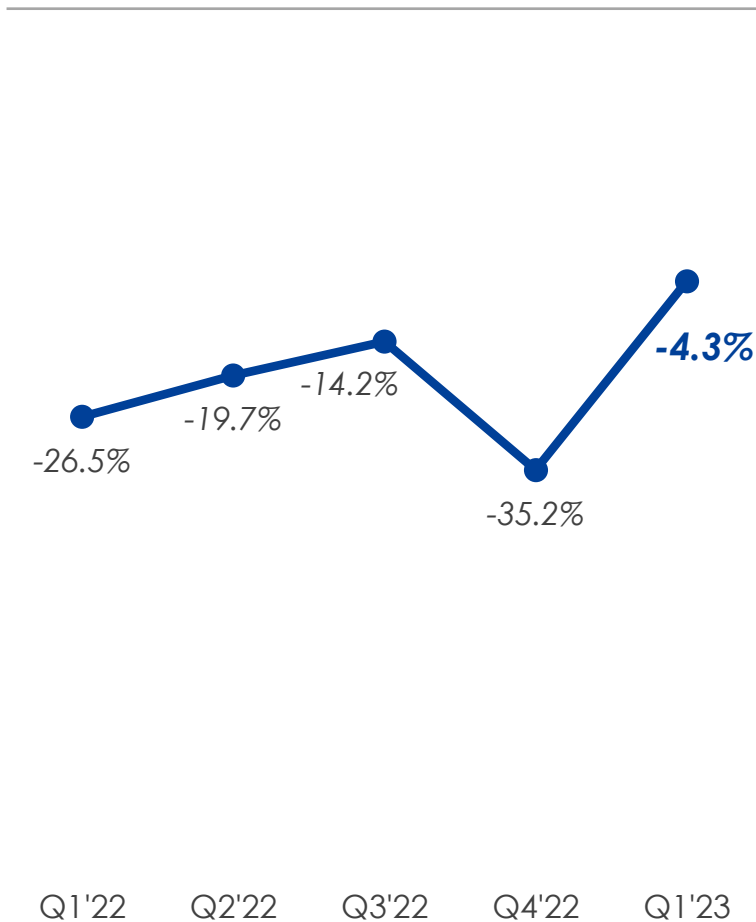
売上収益・成長率² (YoY)



調整後EBITDA²



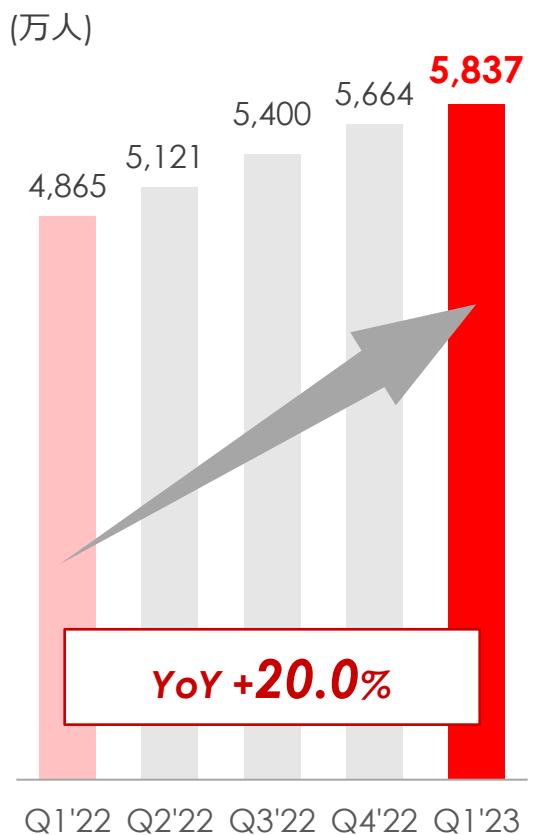
調整後EBITDAマージン



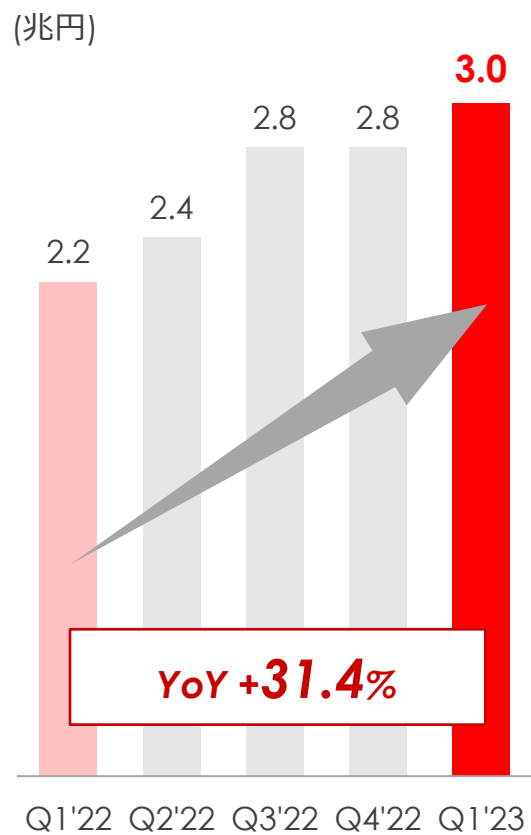
1. PayPay (株) およびPayPayカード (株) を含む。両社間の内部取引消去後の数値。当社にて関連するIFRS調整を行い独自に算出
 2. FY23Q1より、その他および調整額に配賦していたLINE (株) およびその子会社に関する費用の一部を戦略事業に配賦。これによりFY22のセグメント情報を修正

YoY+40%超の連結売上高成長が継続した結果、連結EBITDAが初めて黒字化

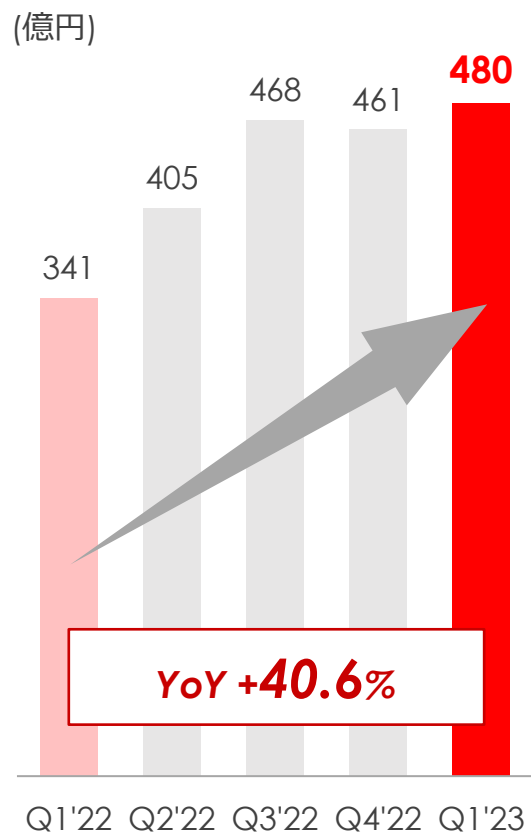
登録ユーザー数・成長率 (YoY)



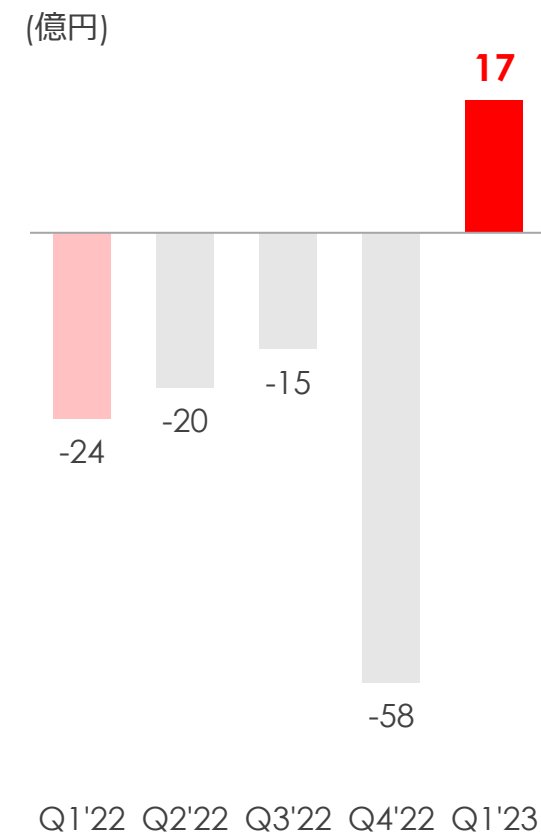
連結取扱高^{1,2}・成長率 (YoY)



連結売上高³・成長率 (YoY)



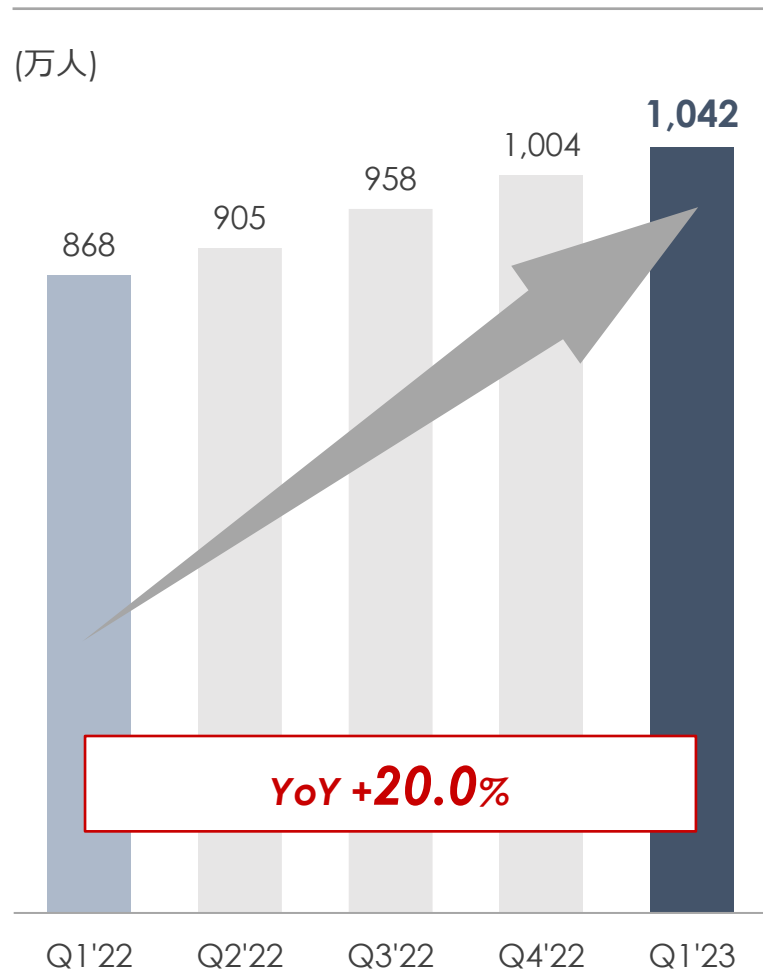
連結EBITDA⁴



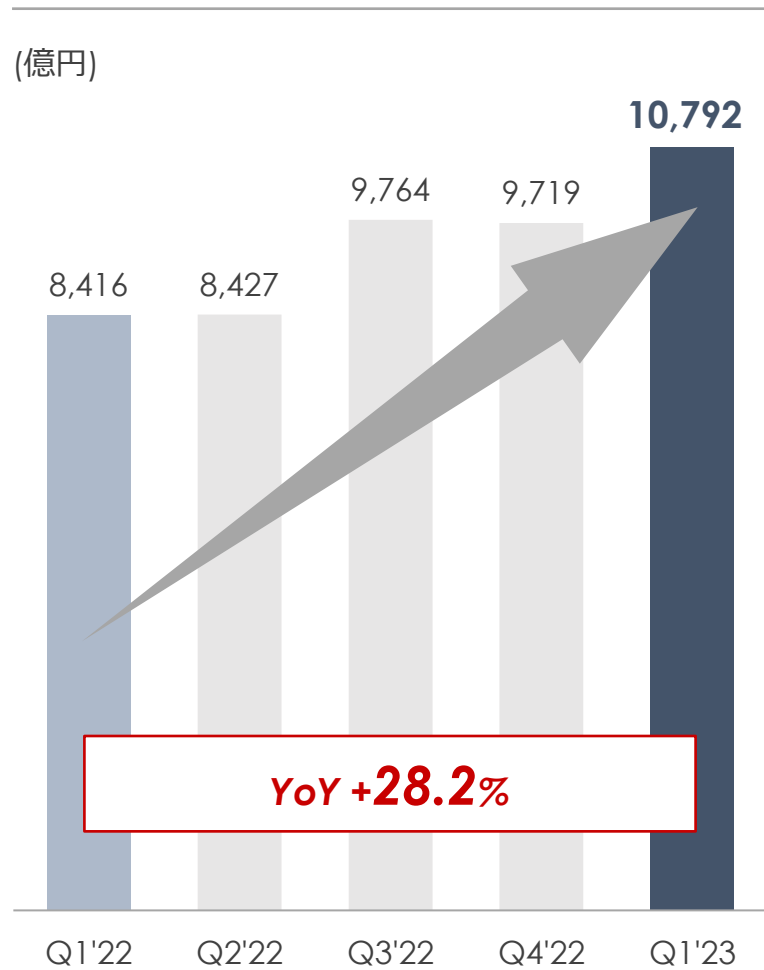
1. ユーザー間での「PayPay残高」の「送る・受け取る」機能の利用は含まず。2021年度Q4以降は「Alipay」、「LINE Pay」等経由の決済を含む。2022年2月より提供開始した「クレジット(旧あと払い)」による決済を含む
 2. 値は10億円単位で端数切り捨ての上、1,000億円単位で四捨五入
 3. PayPay (株) 連結の売上高。持分ブーリング法の適用により、PayPayカード (株) の財務諸表をFY21期初から連結。両社間の内部取引消去後。非監査の数値
 4. PayPay (株) 連結のEBITDA。営業利益に償却費を足し戻したものの。持分ブーリング法の適用により、PayPayカード (株) の財務諸表をFY21期初から連結。両社間の内部取引消去後。非監査の数値

PayPayとのシナジーなどにより、会員数、取扱高がYoY+20%を超える成長が継続

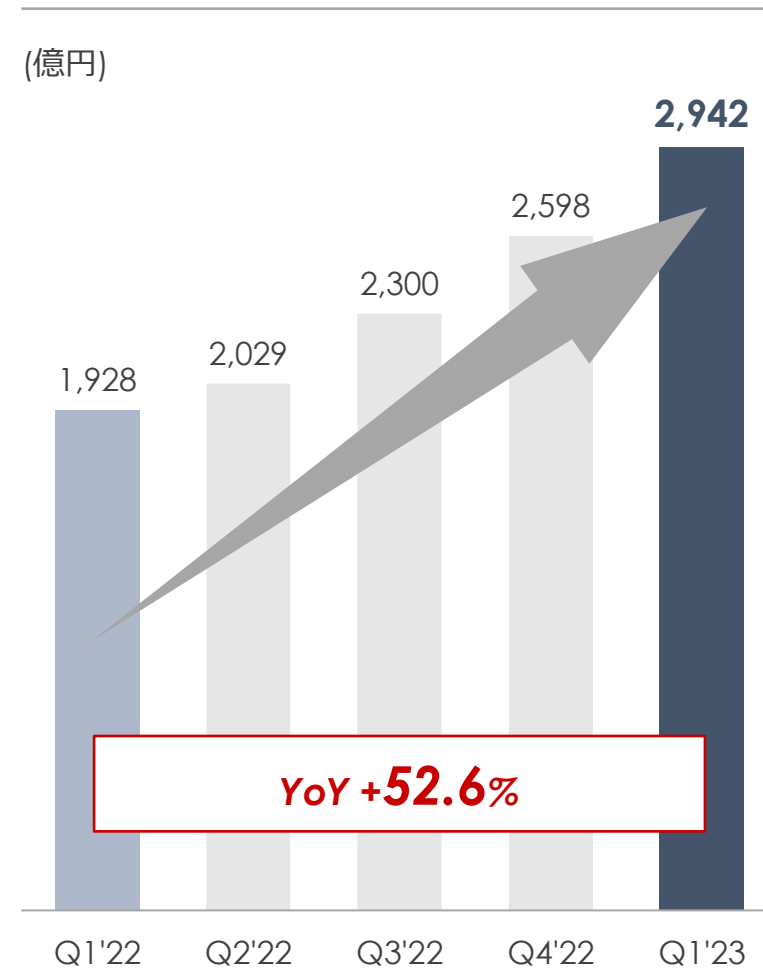
有効会員数・成長率 (YoY)



取扱高¹・成長率 (YoY)



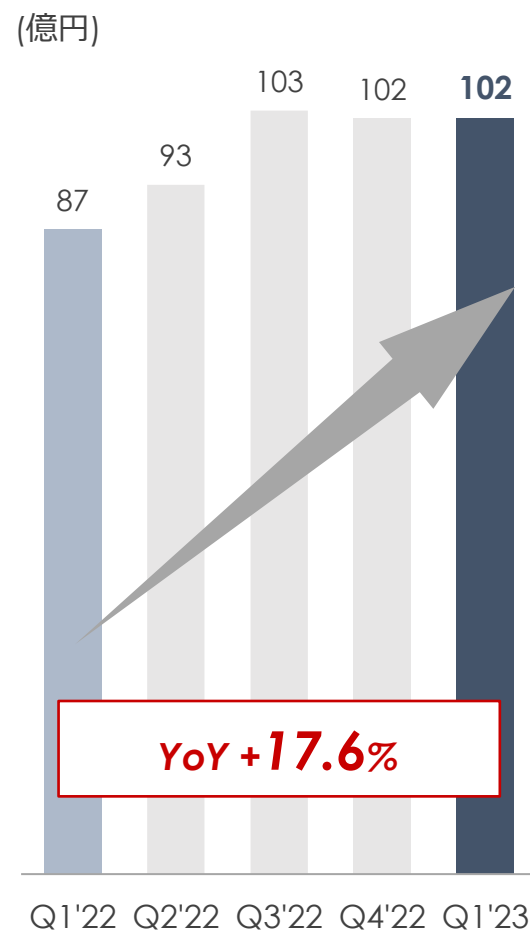
リボ残高・成長率 (YoY)



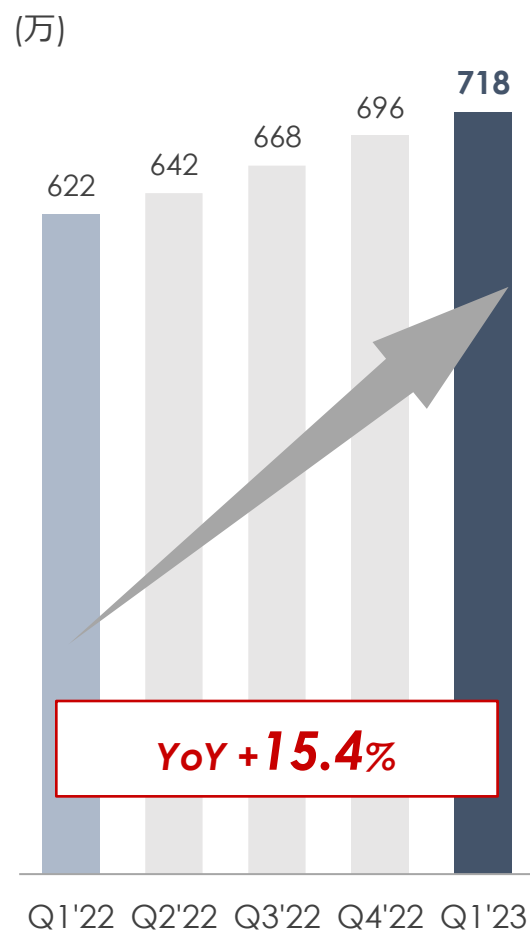
1. 2022年2月より提供開始した「クレジット(旧あと払い)」による決済を含む

各指標はYoYで堅調に拡大

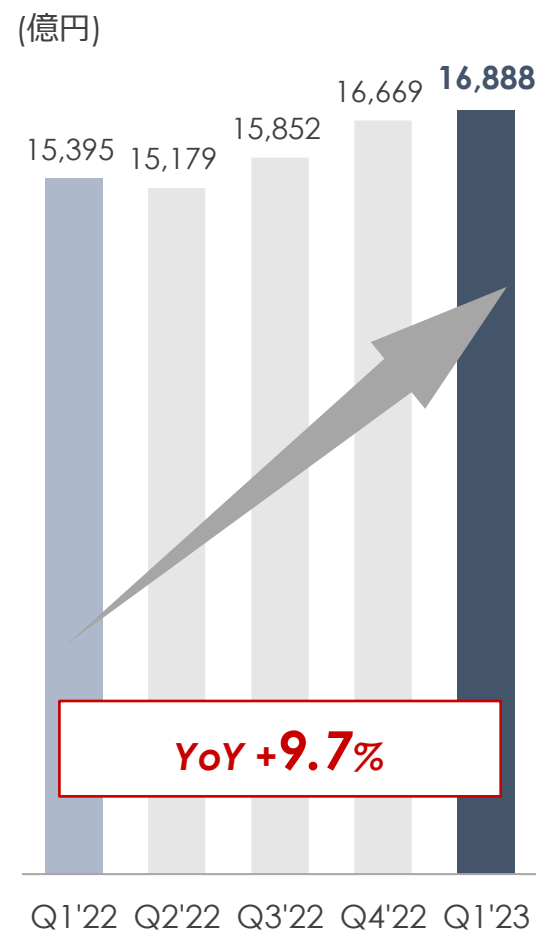
売上収益・成長率 (YoY)



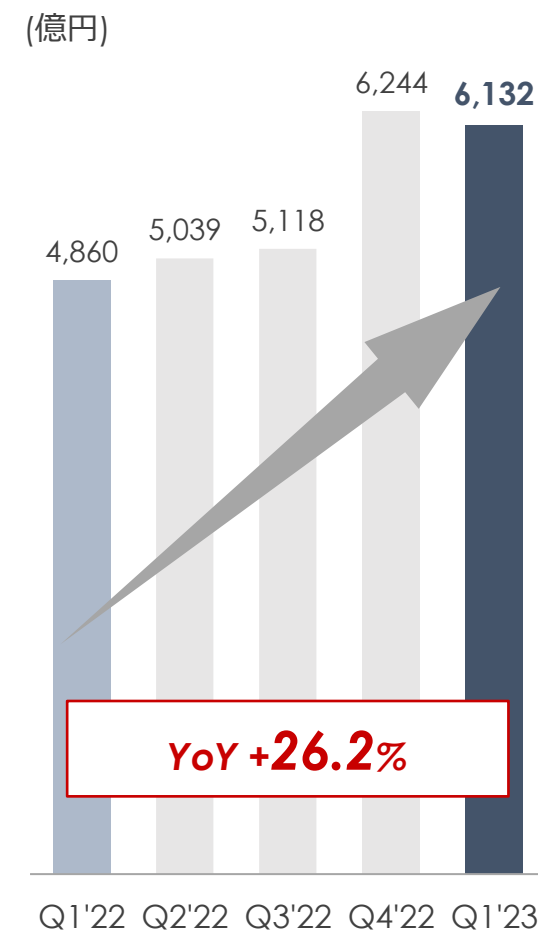
口座数・成長率 (YoY)



預金残高・成長率 (YoY)



貸出金残高・成長率 (YoY)



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