

Zホールディングス株式会社 決算説明会
2020年度 第2四半期（7-9月期）

2020年10月30日

Z HOLDINGS

2020年度 第2四半期 決算説明会 トピックス

第2四半期 業績

売上収益 YoY 15.4% 増、営業利益 YoY 20.5% 増

- 様々なグループ会社、サービス群を持つ強みを活かしたポートフォリオ経営が奏功
- 上半期業績は、売上収益 YoY 15.1% 増、営業利益 YoY 29.8% 増

事業 トピックス

- 「Go To キャンペーン」事業開始により、
eコマース取扱高のうちサービス・デジタル取扱高 **YoY 51.2% 増**
- メディアサービスのトラフィック増などにより、広告関連売上収益 **YoY 2.0% 増**

通期業績 ガイダンス

下半期はコマース事業を中心に積極投資を実行しながら
売上収益 1.14兆円 (YoY8.3% 増)、営業利益 1,600億円 (YoY5.1% 増) を目指す

1 | 2020年度 第2四半期 連結業績

2 | 事業別トピックス

3 | 下半期の投資方針と取り組み

連結業績

増収・営業利益増を達成

項目	FY2019 Q2	FY2020 Q2	YoY
売上収益	2,455 億円	2,833 億円	+15.4 %
営業利益	394 億円	476 億円	+20.5 %
EBITDA	578 億円	717 億円	+24.0 %
持分法による投資損益*1	-50 億円	-34 億円	n.a.
親会社の所有者に帰属する四半期利益	237 億円	230 億円	-3.0 %
希薄化後1株当たり四半期利益	5.00 円	4.85 円	-3.0 %
ネットレバレッジレシオ*2	0.59 倍	1.98 倍	n.a.

*1 主にPayPay(株)の影響

*2 ネットレバレッジレシオ = 純有利子負債 ÷ EBITDA。銀行業を除く。EBITDAは直近12ヶ月間の数値を使用

半期でも増収・営業利益増を達成

項目	FY2019 H1	FY2020 H1	YoY
売上収益	4,841 億円	5,572 億円	+15.1 %
営業利益	756 億円	982 億円	+29.8 %
EBITDA	1,119 億円	1,471 億円	+31.5 %
持分法による投資損益*	-109 億円	-72 億円	n.a.
親会社の所有者に帰属する四半期利益	511 億円	458 億円	-10.4 %
希薄化後1株当たり四半期利益	10.41 円	9.62 円	-7.6 %

* 主にPayPay(株)の影響

コロナ禍における影響を各サービスで相互補完

上半期の市況感・世の中の変化

eコマース

- eコマースの裾野拡大
- 旅行関連の需要減 → 急回復

決済・金融

- コロナ禍における
キャッシュレスの一層の浸透

メディア・広告

- オンラインメディアの利用増
- 広告の出稿意欲減

当社グループの状況

- ↑ Yahoo!ショッピング・PayPayモールでの
新規購入者・出店者
- ↘ O2O事業取扱高減 → 急回復
- ↑ PayPayの決済回数
- ↓ Yahoo! JAPANカードオフライン利用
- ↑ メディアサービスのトラフィック
- ↓ 広告売上収益

2020年度 上半期の総括

 ワイズ・インシュアランス株式会社

 dely

 Magne-Max Capital Management

 ebook
japan

 ジャパンネット銀行

 carview™

 Sportsnavi

 ZOZO

 YAHOO!
JAPAN

 PayPay

様々なグループ会社とサービスを持つ強みを活かした
ポートフォリオ経営が奏功

 ASKUL

Z financial

 体.com

ワイジェイカード株式会社

 VALUE
COMMERCE

 GYAO
Entertainment Company

 YJ Capital

 スタンプバム

 アストマックス投信投資顧問株式会社

 YJFX!
from YAHOO!
JAPAN

mybest

ヤフー(株) 10月1日より「オンライン前提の新しい働き方」に完全移行

新しい働き方で業務生産性のさらなる向上を目指す

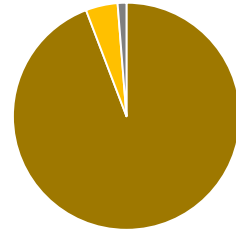


約90%が在宅勤務*1

業務生産性*2

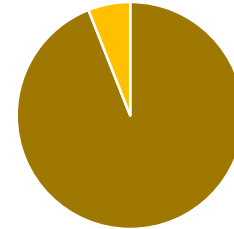
従業員に対する調査結果

生産性



■ ~100%
■ ~69%
■ ~50%

パフォーマンス



■ 同等以上
■ 同等未満

平常時や過去と比較して

同等以上と回答

リモート環境に適した新セキュリティ対策を順次導入

*1 *2 2020年9月に実施したヤフー(株)の従業員に対する調査 (n=6,796人)

*2 生産性：健康面での平常時に発揮できる業務上の生産性を100%とした場合の「直近1ヶ月の生産性」/パフォーマンス：直近1ヶ月とその前の期間を比較したパフォーマンス

事業別トピックス

Ⅰ コマース事業

2020年度 第2四半期 コマース事業 主要指標

項目	Q2実績	YoY	主な施策、主な増減要因
eコマース取扱高	7,849 億円	+29.8 %	
物販取扱高	5,999 億円	+24.4 %	
ショッピング事業取扱高	3,203 億円	+51.3 %	<ul style="list-style-type: none"> • ZOZO連結子会社化による拡大 (ZOZOTOWN本店除き：YoY+12.0%) • 急増していた巣ごもり消費の一服 • FY19Q2における消費税増税前駆け込み需要の剥落
リユース事業取扱高	2,018 億円	+5.0 %	<ul style="list-style-type: none"> • 「PayPayフリマ」の拡大 • 例年閑散期である8月に巣ごもり消費が拡大
サービス・デジタル取扱高	1,849 億円	+51.2 %	<ul style="list-style-type: none"> • 緊急事態宣言解除や「Go To Travelキャンペーン」の影響でO2O事業が急速に回復
クレジットカード取扱高	5,833 億円	+26.6 %	<ul style="list-style-type: none"> • 「PayPay」とのシナジー効果による増加 • 外出自粛によるオフラインでの利用減 (コロナ禍での消費低迷による減少)

YAHOO!
JAPAN

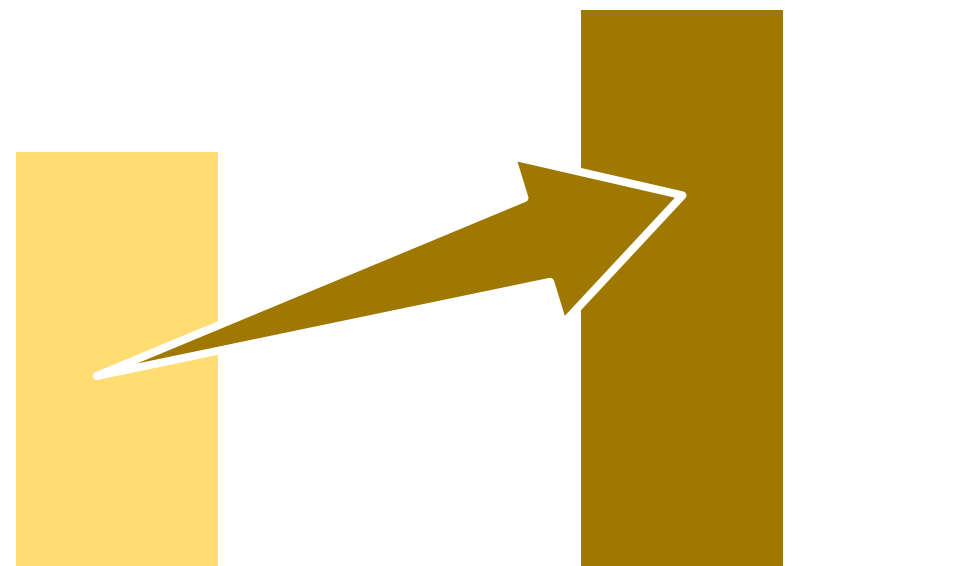
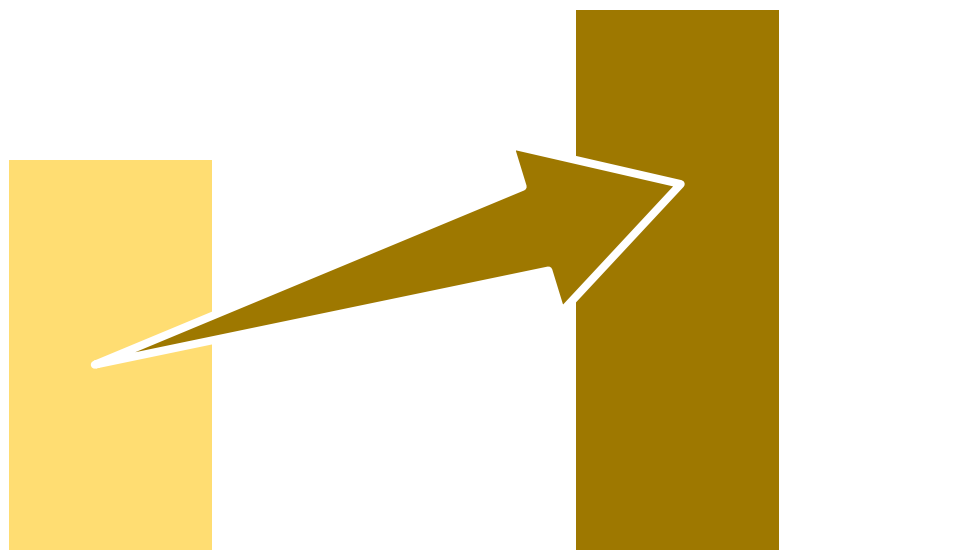
コロナ禍において新規購入者数、新規出店数は大幅に成長

  新規購入者数*

  新規出店申込数

YoY +38.0%

YoY +34.0%



H1

H1

FY2019

FY2020

H1

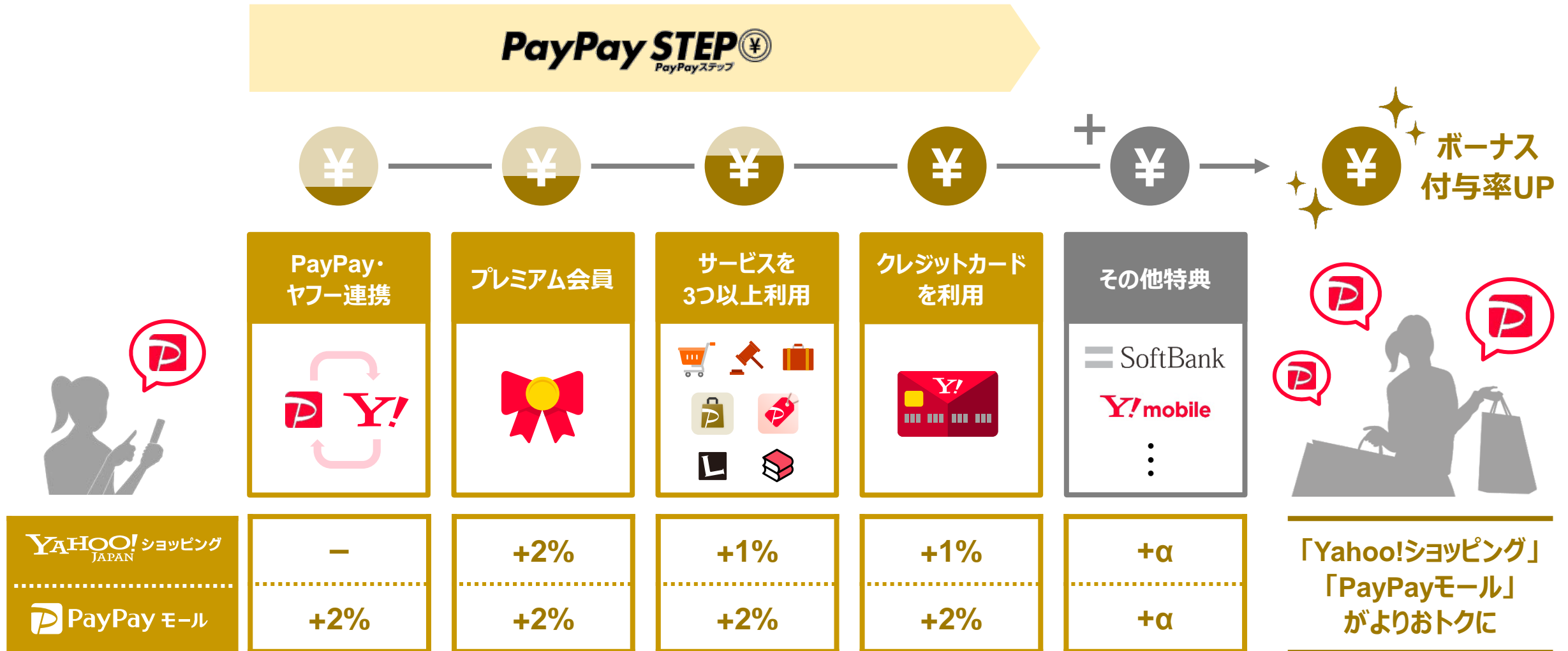
H1

FY2019

FY2020

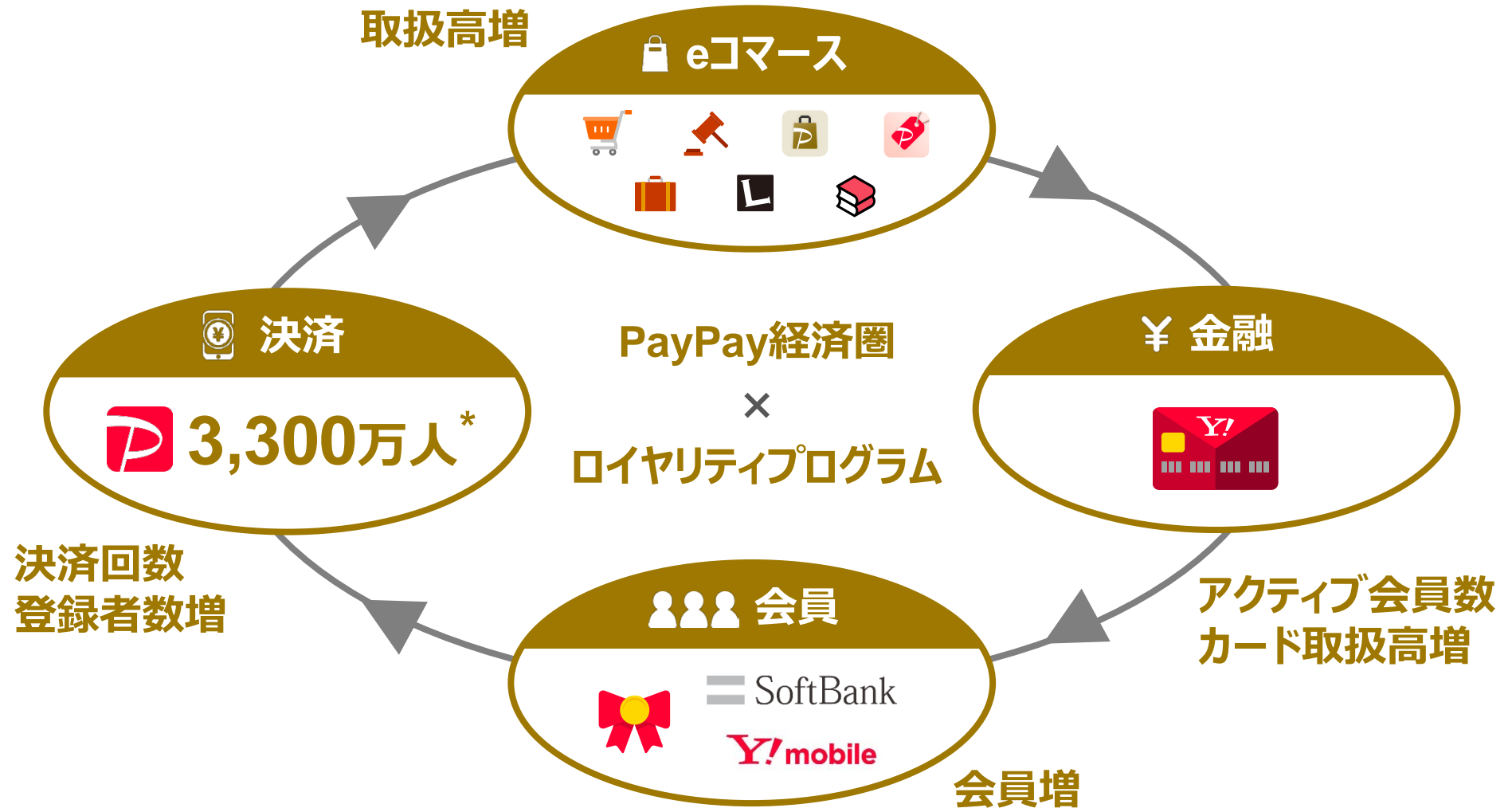
* 過去12ヶ月間で「Yahoo!ショッピング」または「PayPayモール」で購入実績がないユーザー

サービスの利用実績に応じて、最大20%を付与



* プログラムの詳細は右記URLを参照 (<https://paypaystep.yahoo.co.jp>)

複数サービスのユーザーに対して販促強化し、経済圏を拡大



* 2020年10月19日時点の実績

「PayPayモール」上で実店舗在庫の購入が可能に (11月)



導入済み・導入予定企業 (9月末時点)

8,622店舗

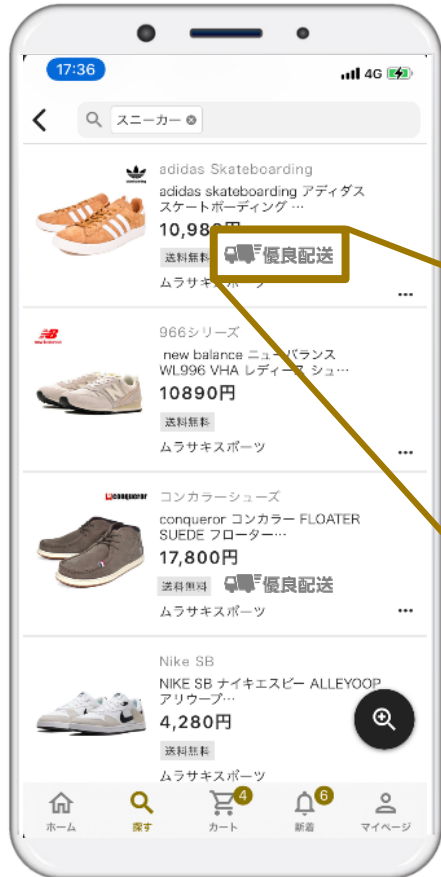
66ストア

導入済み企業一例 (50音順)*



*一部、実店舗の在庫表示のみのクライアントを含む

拡充した物流機能を活かして 「優良配送」を定義し、UI/UX上でわかりやすく表示



YAHOO! ショッピング
JAPAN

PayPay モール

優良配送

NEW

FY2020中にリリース予定

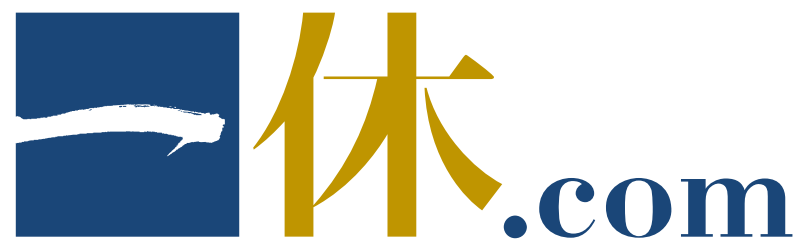
優良配送の定義

ユーザーにとって利便性の高い配送

- ▶ 早く受け取れる
- ▶ 様々な受け取り方法が選べる

etc...

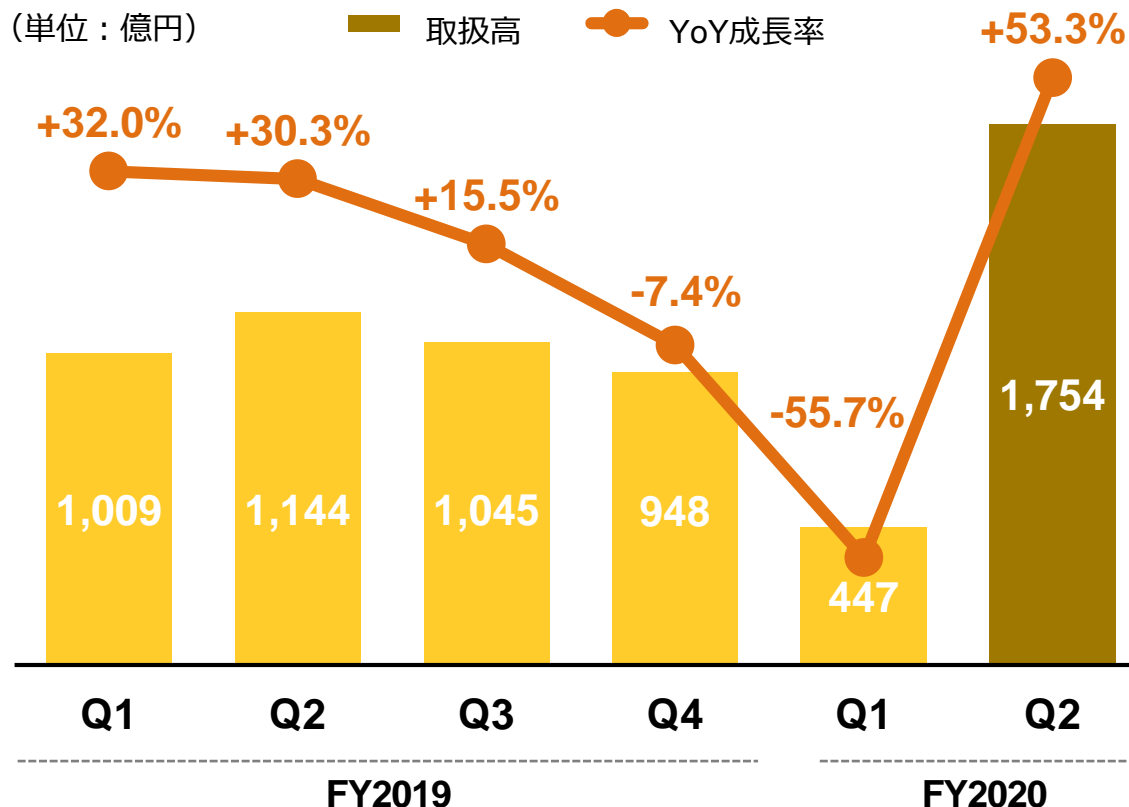
* 「優良配送」アイコンはイメージ



「Go To Travelキャンペーン」を追い風に、急速に回復トレンドへ

O2O事業取扱高

(「一休.com」、「Yahoo!トラベル」、「Yahoo!ココ」、「PassMarket」)



FY2020 Q2 取扱高

YoY +53.3%

FY2020 上半期でもプラス成長を達成 (YoY+2.2%)

- ▶ 「Go To Travelキャンペーン」へ、いち早く参画
- ▶ 一休.comは高級ホテル・旅館のカバレッジが広く、当該キャンペーンのユーザーニーズに合致
- ▶ 「Go To Eatキャンペーン」によりさらに成長加速へ



PayPay

Z financial

シナリオ型保険サービス開始以後、利用は順調に拡大

ヤフオク!

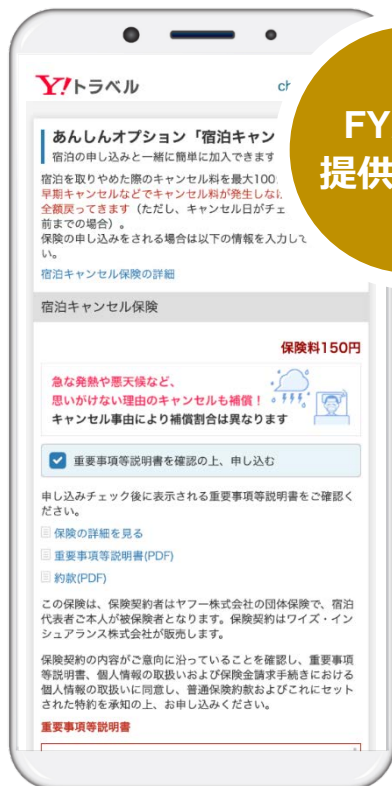
スマホ・家電修理保険



FY20Q1
提供開始済

YAHOO! JAPAN トラベル

宿泊キャンセル保険



FY20Q2
提供開始済

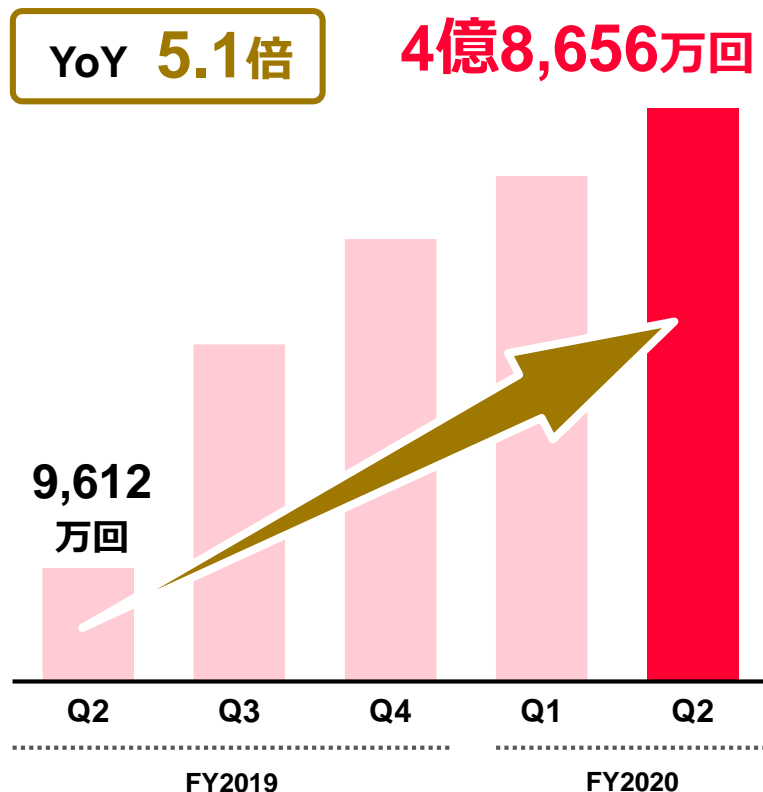
付保率* 10%

2商品あわせて
今年度20万契約を
目指す

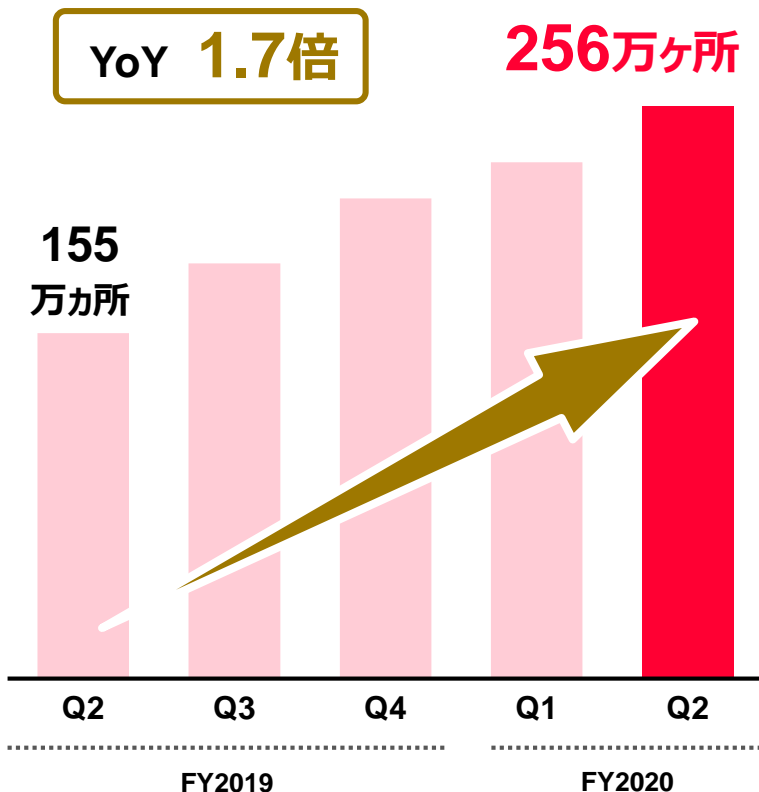
* 当該サービスのユーザー（予約者、落札者）のうち、保険加入の対象者

コロナ禍におけるキャッシュレス浸透の結果、成長が加速

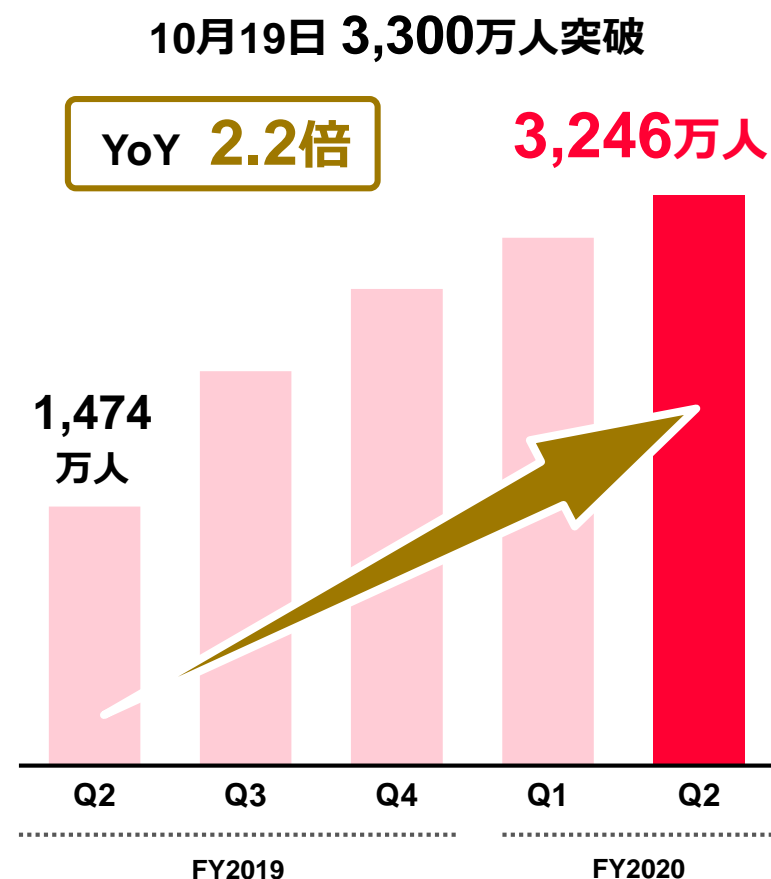
決済回数 (四半期)



加盟店数* (四半期末時点)



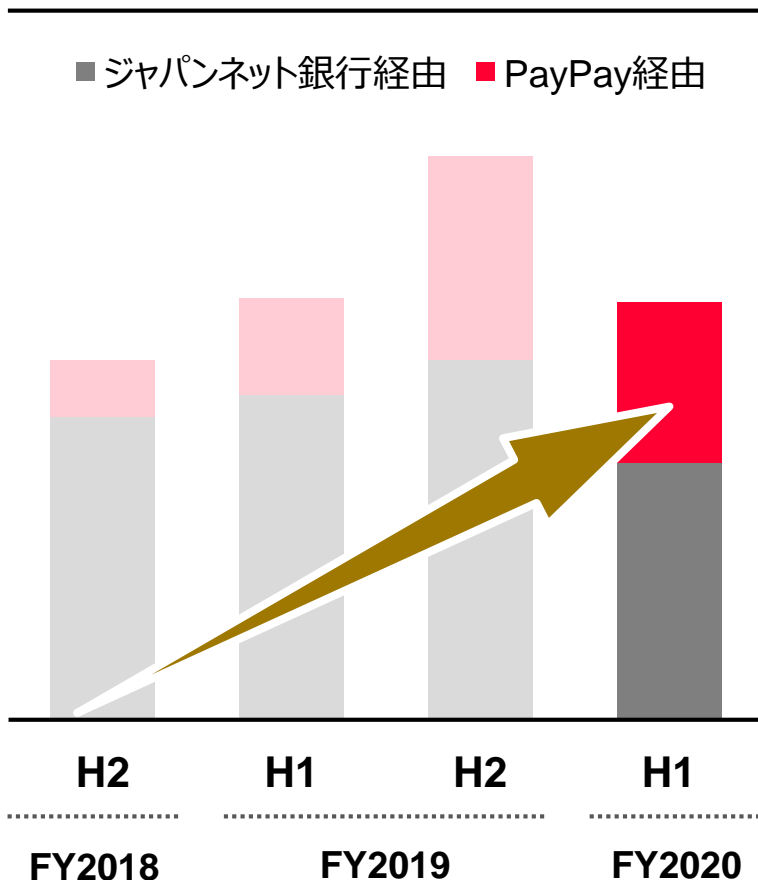
登録者数 (四半期末時点)



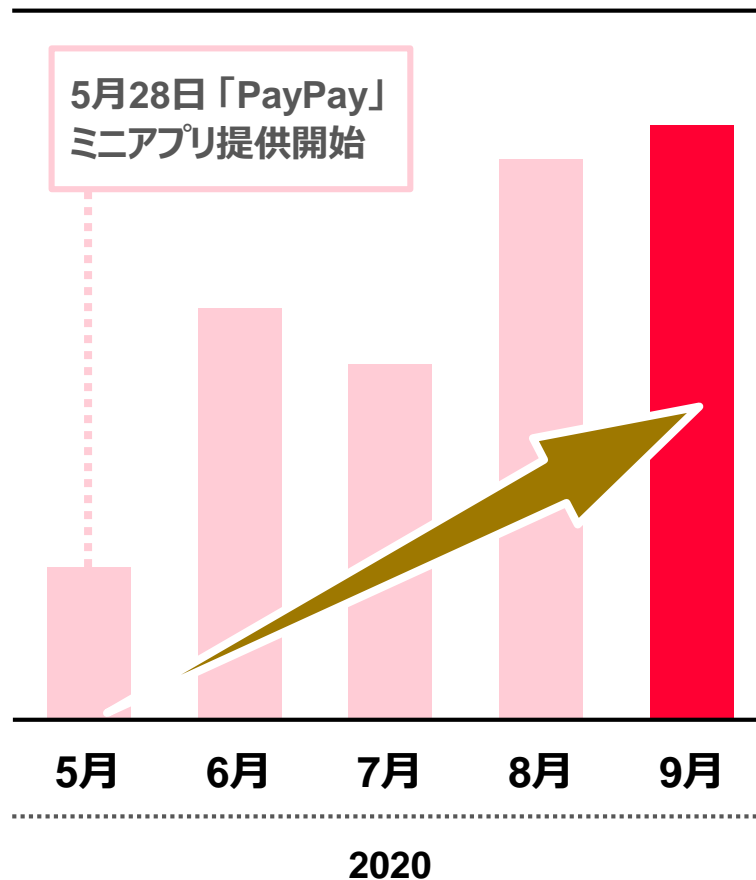
* 店舗やタクシーなど、PayPayへの加盟契約申込数

新規口座開設やサービス利用は着実に拡大

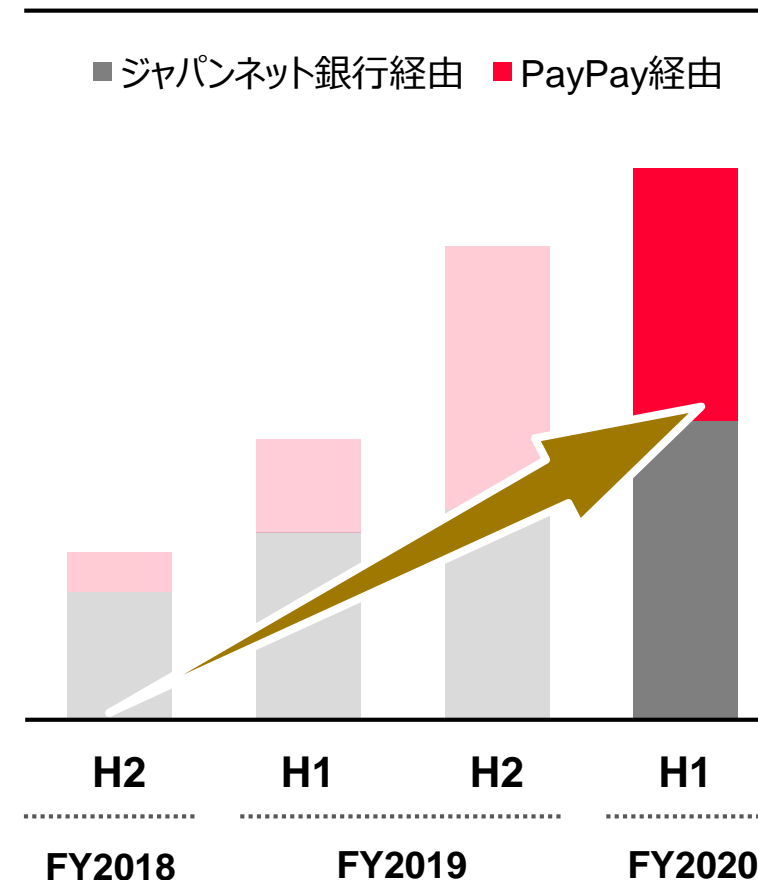
個人口座 新規開設数



PayPay経由
個人ローン申し込み件数



法人口座 新規開設数



注：PayPay銀行への商号変更は2021年4月予定

他社金融サービスとも連携することでサービス拡充を図り ユーザーへ多様な選択肢を提供



Ⅰ メディア事業

2020年度 第2四半期 広告関連売上収益 実績

項目	Q2実績	YoY	主な施策、主な増減要因
広告関連売上収益	838 億円	+2.0 %	
検索広告	398 億円	-3.1 %	<ul style="list-style-type: none"> • コロナ影響による広告主の出稿減 (FY20Q2 YoY-63億円) • 特定業種からの出稿は回復基調も、需要は依然低迷 <ul style="list-style-type: none"> - 旅行：「Go To Travelキャンペーン」によるユーザーの旅行意欲回復 - 人材：介護／看護、エンジニア職等の求人は回復傾向も、アルバイト等は依然需要低迷
ディスプレイ広告	439 億円	+7.2 %	
運用型広告 (YDN、ショッピング広告等)	386 億円	+19.6 %	<ul style="list-style-type: none"> • コロナ影響によるメディアサービスのトラフィック増 • 外部配信パートナーの配信増加など複数施策が奏功 • ショッピング事業の成長に伴うショッピング広告売上の拡大
予約型広告	53 億円	-38.9 %	<ul style="list-style-type: none"> • コロナ影響による広告主の出稿減 • FY19Q2における大型出稿影響の剥落

YAHOO!
JAPAN

“商品比較メディア”の強化により、多方面でのシナジー創出へ

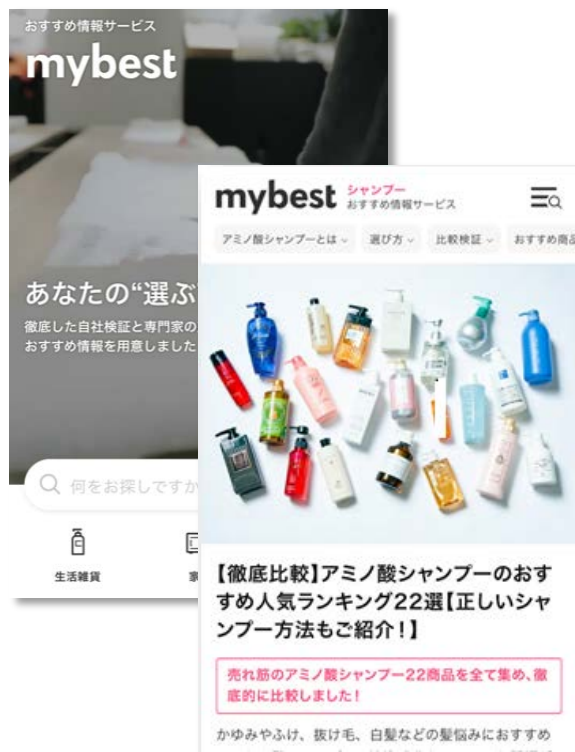
mybest

連結子会社化

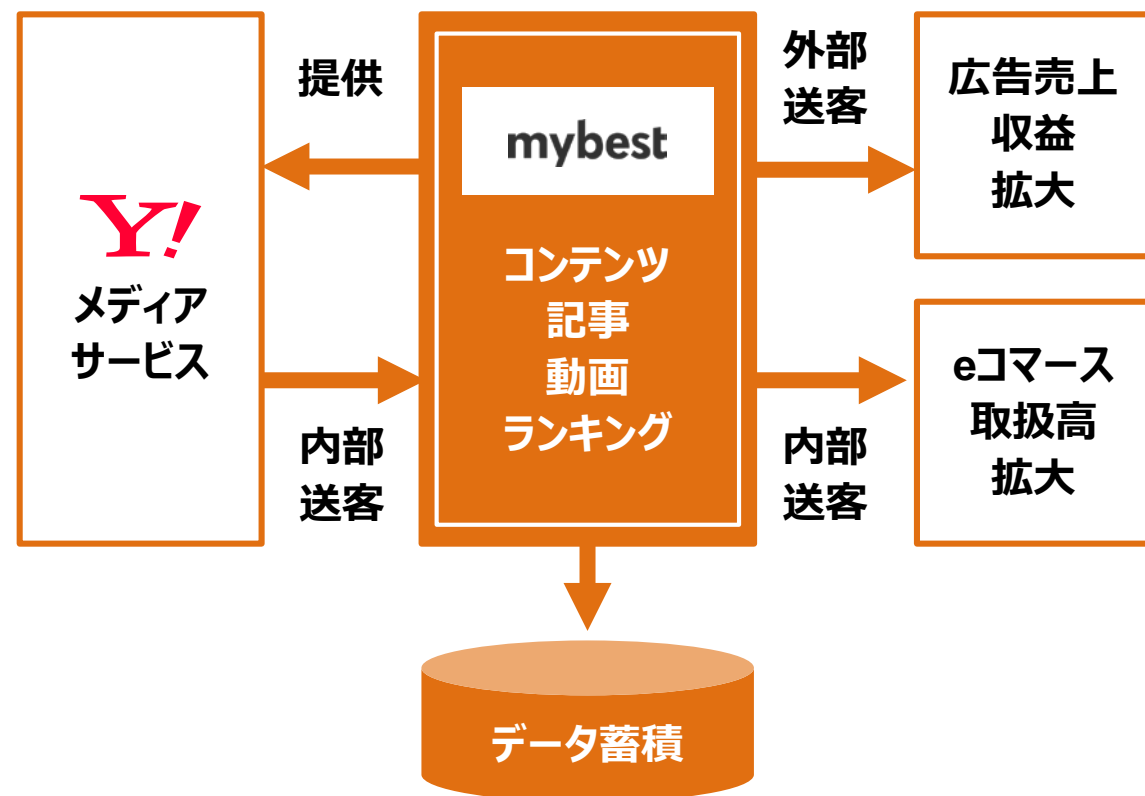
2020年6月

会社概要	
設立	2016年10月
代表者	吉川 徹
従業員数	141名

事業内容	
•	商品やサービスの選択を支援する記事の提供
•	広告やアフィリエイト収益



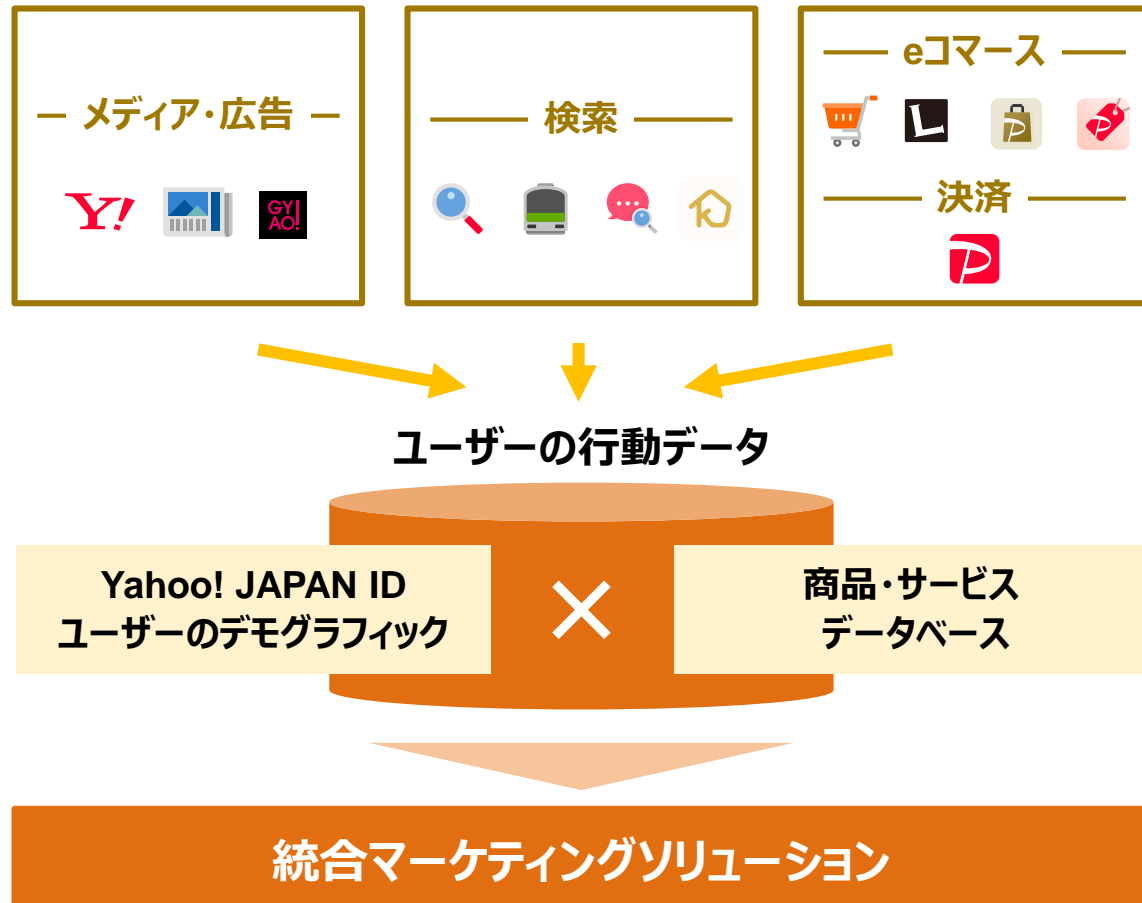
シナジー領域



他サービスでのデータ利活用

「誰が、何に関心があるか」を踏まえた新たなマーケティング

統合マーケティングソリューションの全体像



販促ソリューション

実店舗への購買誘導を目的とし、広告による告知から店頭販促までを一気通貫した、広告と販促が融合した新サービス

PayPayコンシューマーギフト
(FY19Q3開始済)

PayPayリテールギフト
(FY19Q4開始済)

NEW 購買者ターゲティング*
(FY20Q3開始予定)

バーティカルメディアサービス

蓄積したデータを活用することで特定したユーザーニーズに対して、ひとつの領域に特化したメディアサービスを提供

(サービス検討中)

メーカーの販促費予算デジタルシフトの受け皿へ

メーカー

商品の販促

広告効果の可視化

ヤフー

広告売上収益増

ユーザー還元コストの軽減

ユーザー

商品の購入

PayPayボーナス付与

PayPayコンシューマーギフト

FY19Q3より好評展開中

FY20H1広告売上収益

2.6倍* (前年下半期対比)

広告出稿

販促費の拠出



PayPayボーナス付与



* Yahoo!セールスプロモーション (PayPayコンシューマーギフト、PayPayリテールギフト) 経由の広告売上収益

PayPayリテールギフトに「**購買者ターゲティング**」を追加 商品購入者を特定し、リピート購入を促すソリューション

購入

1回目のキャンペーン

PayPayリテールギフト
Yahoo!広告



特定の店舗でキャンペーン対象商品を購入
(PayPay決済)

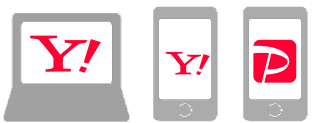


リピート

NEW

2回目以降のキャンペーン **FY20Q3 購買者ターゲティング***

PayPayリテールギフト
Yahoo!広告



自社商品購入者に
しぼった効率的な
アプローチが可能

* サービス名称は未定

両社における営業連携効果はますます拡大

FY2020 Q2の主な取り組み



ソフトバンク(株)の上位顧客に対する
提案拡大



ヤフーがアプローチできていない
顧客に対する新規提案拡大



コロナ禍におけるオンラインベースの
提案営業強化

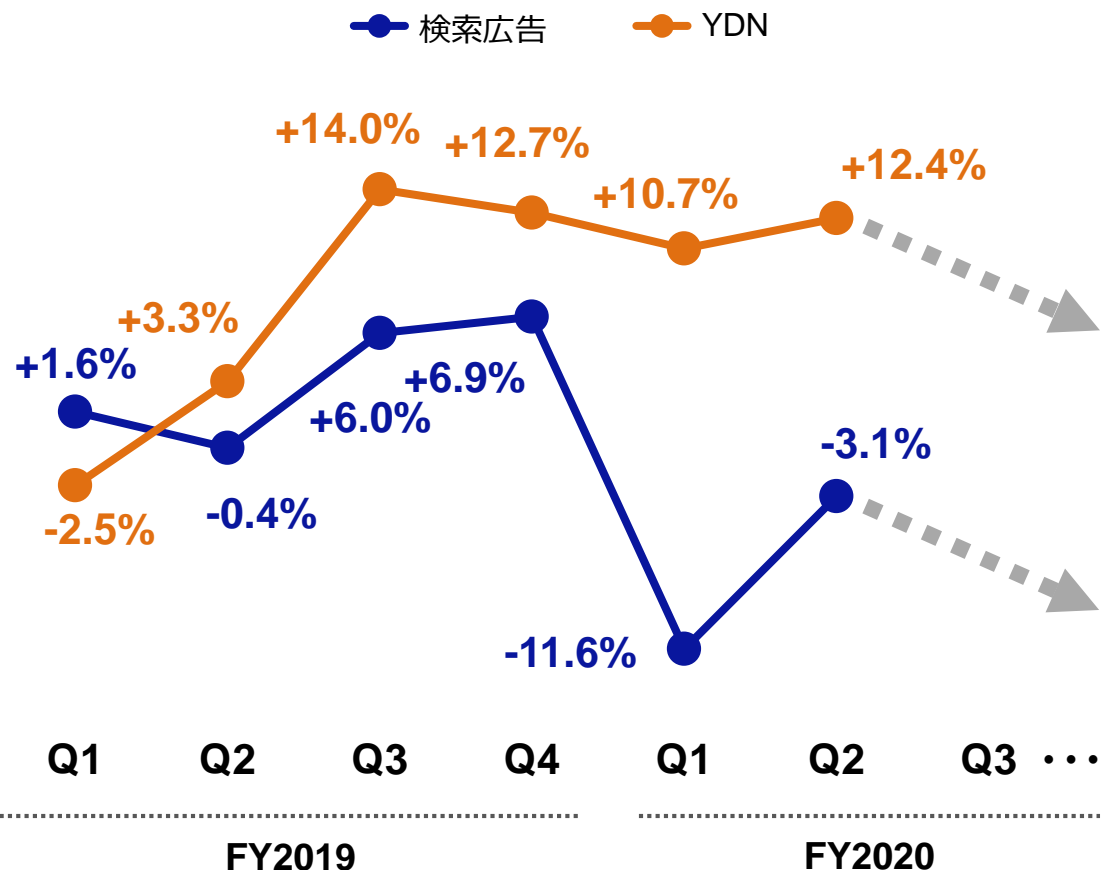
FY2020 H1 シナジー売上

68億円*

(FY2020 Q2 37億円)

市況は回復基調も、当面厳しい状況が続く見込み

プロダクト別 広告売上収益 (YoY成長率)



下期の見通し

YDN

- プロダクト改善によるアップリフト効果
- iOS14 によるリターゲティング広告減
- コロナ影響によるトラフィック増の一服
- コロナ影響による特定業種からの出稿減

検索広告

- UI施策によるアップリフト効果
- コロナ影響による特定業種からの出稿減
- FY19Q3に実施したUI施策効果の一巡

下半期の投資方針と取り組み

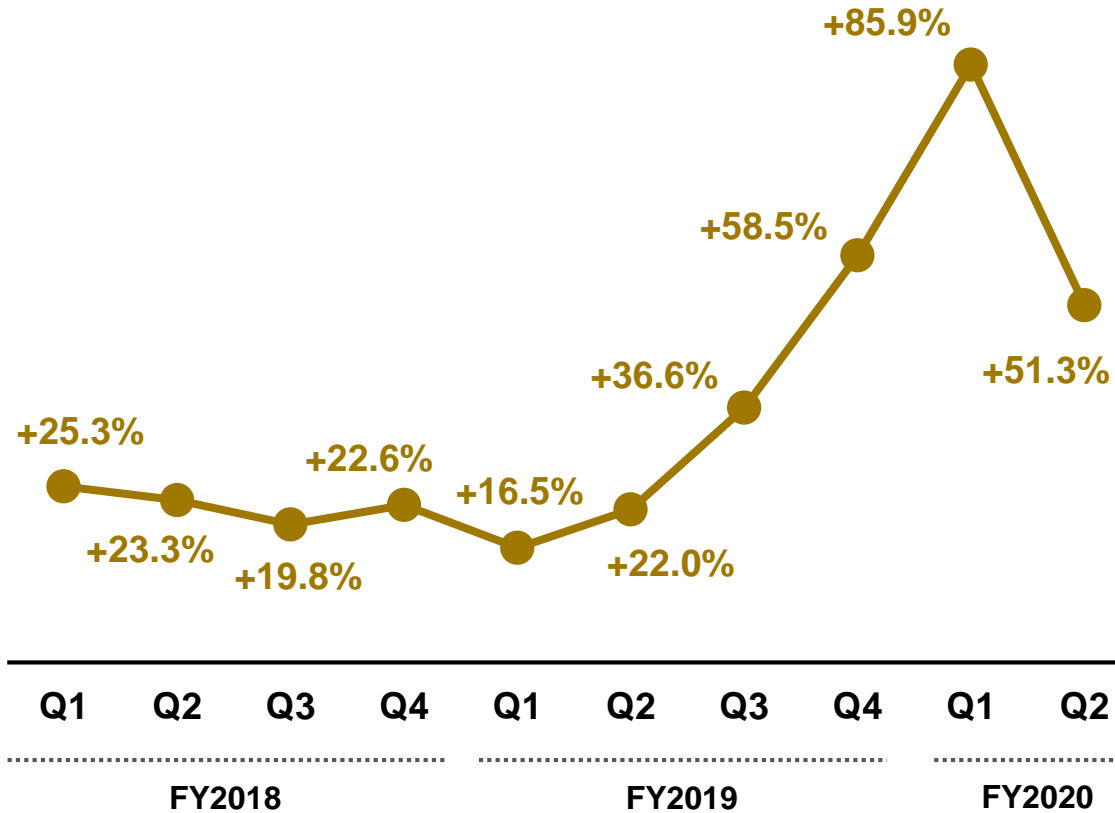
**コロナ禍や政府・官公庁のDX推進等により
企業活動、消費者行動のデジタル化がこれまで以上に加速**



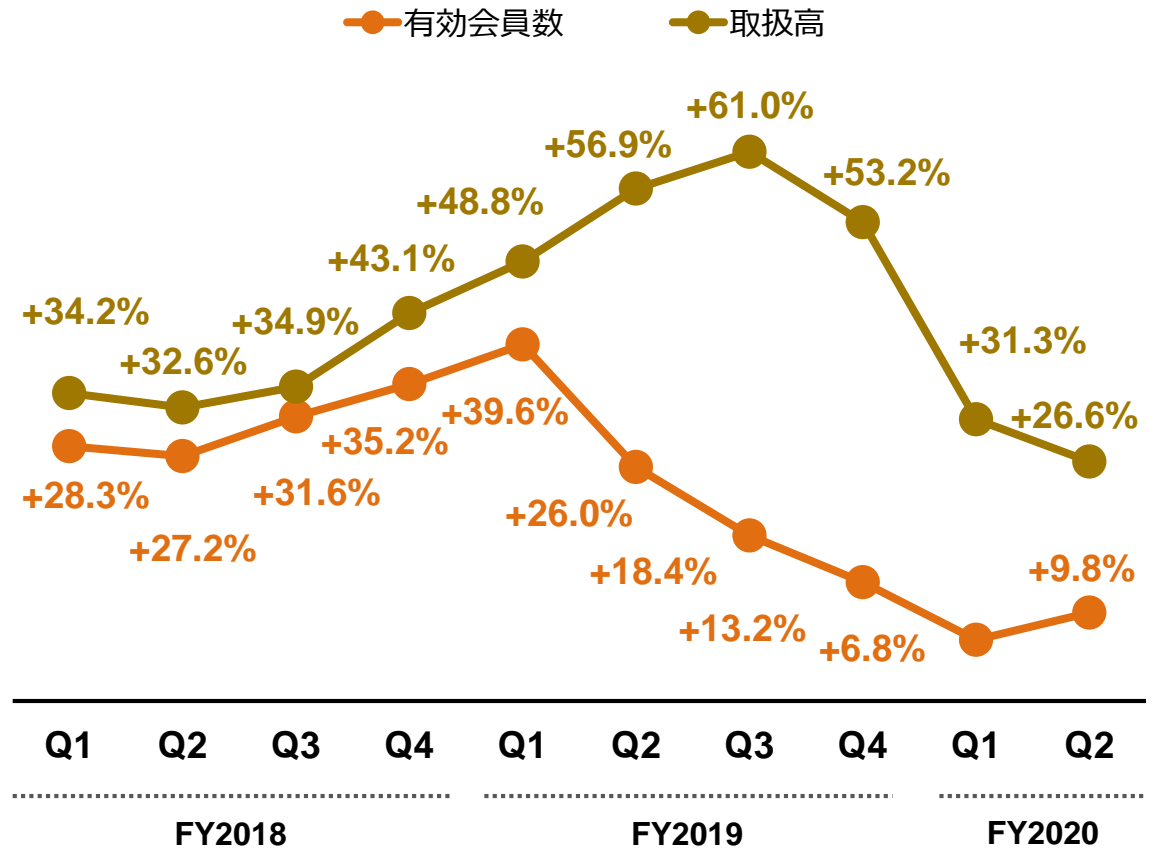
**中長期的な事業成長のために
“攻め”の姿勢で注力領域を伸ばしていく**

中長期的な事業成長のためには、一定の継続投資が不可欠

ショッピング事業取扱高 (YoY成長率)



クレジットカード有効会員数／取扱高 (YoY成長率)



コマース事業を中心とする注力領域へ積極的に投資



eコマース物販



優良顧客化、周期的購入の習慣化



クレジットカード



アクティブ会員数の拡大



その他、創るべき未来に対して大胆に投資

下半期における投資の具体例

ショッピング

特典付与変更 (10/1 -)

ソフトバンク以外の
キャリアユーザーにも日曜日のみ

+5%

PayPayボーナス付与

詳細は

<https://topics.shopping.yahoo.co.jp/notice/archives/20201001campaign.html>

超PayPay祭 (10/17 - 11/15)

PayPayを軸にしたオンライン/
オフラインでお得なキャンペーン



11月15日は
ソフトバンクユーザーなら

YAHOO! JAPAN ショッピング

最大23%

PayPay モール

最大25%

さらに条件を満たすと最大44%

詳細は

<https://shopping.yahoo.co.jp/promotion/sale/ppf/>

決済・金融領域

新サービス・機能開始
に伴う販促強化

その他領域



上半期

不要不急の費用は抑制し、
業績動向を見ながら機動的に投下

下半期

注力領域への積極投資で
中長期的な成長を再加速

通期業績ガイダンス

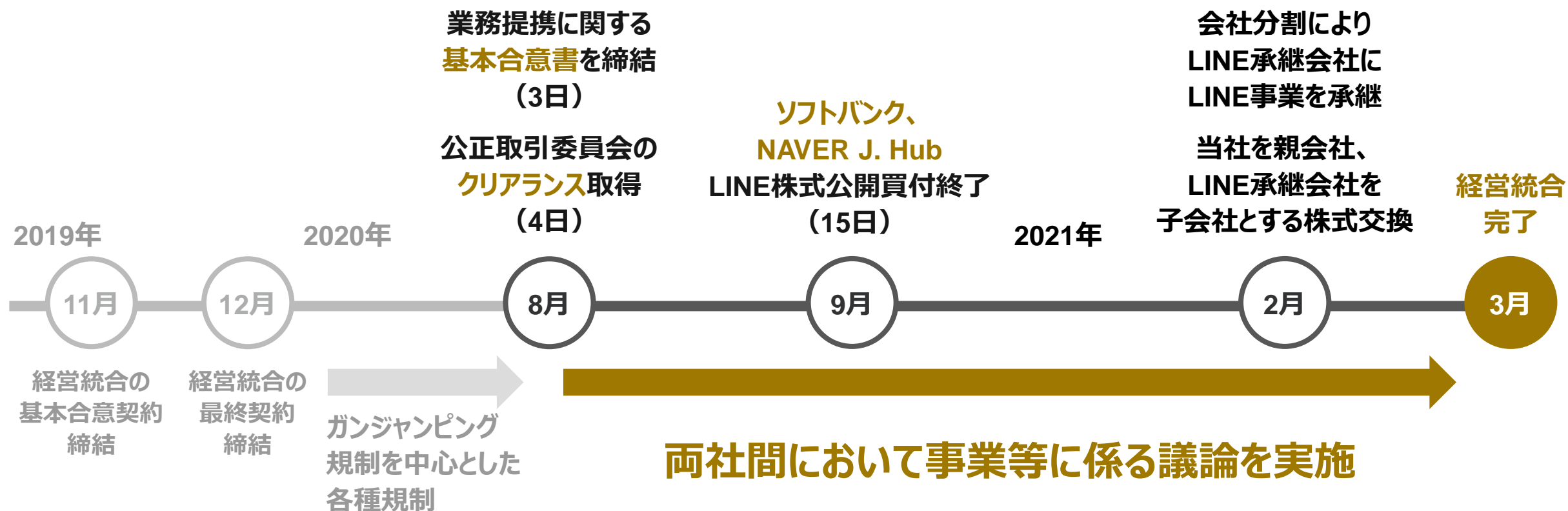
売上収益 1.14兆円

(YoY +8.3%)

営業利益 1,600億円

(YoY +5.1%)

2021年3月頃の経営統合完了を目指して進捗中



統合完了にあわせて、新戦略説明会を実施予定

** 詳細は決定次第ご案内 **

Zホールディングスにしか創れない 大きな未来を創る

2020年度に必ずやり遂げたいこと

「シナリオ金融」の
本格展開

LINEとの
経営統合
実現

統合マーケティング
ソリューションの
拡大展開

補足資料

営業利益の増減要因

項目		Q2	YoY	主な増減要因
FY2019 Q2 実績		394 億円		
前年度差	売上収益	+378 億円	+15.4 %	<ul style="list-style-type: none"> • ZOZO連結による増加 +327億円 • ワイジェイカード +22億円 • イーブック +21億円
	売上原価	+19 億円	+1.9 %	ZOZO連結による増加 +17億円
	販売費及び一般管理費	+278 億円	+27.0 %	ZOZO連結による増加 +248億円
	以下主な内訳 人件費	+69 億円	+29.4 %	<ul style="list-style-type: none"> • ZOZO連結による増加 +48億円 • ヤフー & Zホールディングス単体の従業員数増
	減価償却費	+58 億円	+32.3 %	<ul style="list-style-type: none"> • ZOZO連結による増加 +48億円 • ソフトウェアやサーバー等の増加
	業務委託費	+30 億円	+22.0 %	ZOZO連結による増加 +29億円
	販売促進費	-6 億円	-4.0 %	<ul style="list-style-type: none"> • ワイジェイカード -13億円 • ZOZO連結による増加 +4億円
	荷造運賃	+66 億円	+114.5 %	ZOZO連結による増加 +65億円
支払手数料	+23 億円	+130.8 %	ZOZO連結による増加 +23億円	
FY2020 Q2 実績		476 億円	+20.5 %	

2020年度 第2四半期 ZOZO連結の影響

2019年11月より連結取り込み

項目	ZOZO FY2020 Q2	ZOZO除き FY2020 Q2	YoY
売上収益	327 億円	2,506 億円	+2.1 %
営業利益	*1 61 億円	414 億円	+4.9 %
四半期利益	41 億円	228 億円	-7.7 %
親会社の所有者に帰属する当期利益	20 億円	209 億円	-11.8 %

*1 取得原価配分（PPA）を償却後の実績

のれん	合計	2,129 億円
取得原価配分 (PPA)	合計	5,021 億円
	償却 (FY2020 Q2)	33 億円

項目	金額	償却期間 (定額法)
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	-
その他	14 億円	4年

*2 耐用年数を確定できない無形資産

2020年度 第2四半期 財政状態計算書

連結 (IFRS)

(億円)	FY2020 Q1	FY2020 Q2	差額
資産	39,803	41,122	1,318
現金・現金同等物	9,025	10,674	1,648
営業債権・その他債権	3,994	3,784	-209
カード事業の貸付金	3,429	3,377	-51
銀行事業の有価証券	4,229	4,685	456
有形固定資産	1,311	1,291	-20
無形資産	6,774	6,784	9
負債	29,483	30,516	1,032
営業債務・その他債務	4,740	4,662	-78
銀行事業の預金	10,094	10,914	820
有利子負債	11,949	12,046	97
資本	10,319	10,605	286

ジャパンネット銀行 (日本基準)

(億円)	FY2020 Q1	FY2020 Q2	差額
資産	11,093	12,302	1,208
現金・現金同等物	4,256	4,381	125
営業債権・その他債権	218	211	-6
カード事業の貸付金	-	-	-
銀行事業の有価証券	4,329	4,785	456
有形固定資産	6	6	-0
無形資産	69	72	3
負債	10,536	11,734	1,197
営業債務・その他債務	158	160	1
銀行事業の預金	10,336	11,157	821
有利子負債	-	370	370
資本	556	567	10

ワイジェイカード (日本基準)

(億円)	FY2020 Q1	FY2020 Q2	差額
資産	5,664	4,484	-1,180
現金・現金同等物	1,267	208	-1,058
営業債権・その他債権	262	159	-102
カード事業の貸付金	3,374	3,337	-36
銀行事業の有価証券	-	-	-
有形固定資産	47	46	-1
無形資産	295	319	23
負債	5,337	4,134	-1,203
営業債務・その他債務	2,729	1,487	-1,242
銀行事業の預金	-	-	-
有利子負債	2,493	2,533	39
資本	326	349	22

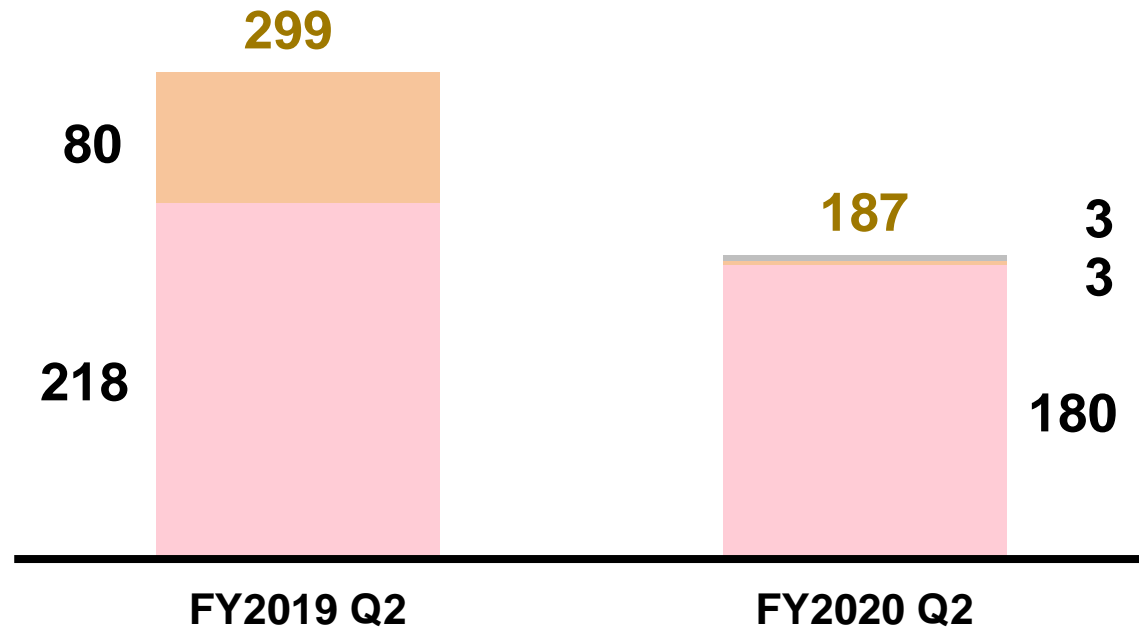
注: 弊社グループ内の内部取引消去前の数値

注: 弊社グループ内の内部取引消去前の数値

設備投資

(単位：億円)

- ZOZO連結影響
- 使用権資産
- 有形・無形資産

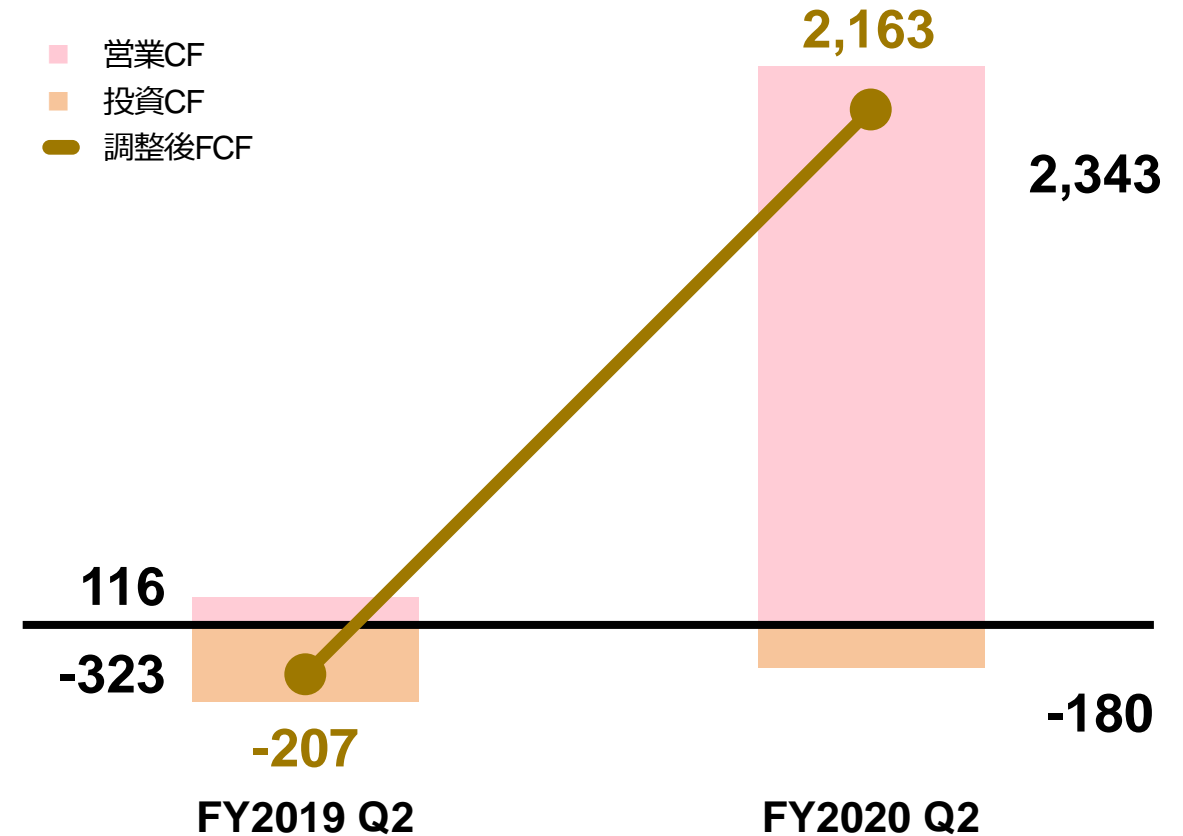


注：値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

調整後FCF

(単位：億円)

- 営業CF
- 投資CF
- 調整後FCF



注：銀行業を除く

カード債権の流動化を営業CFに加算

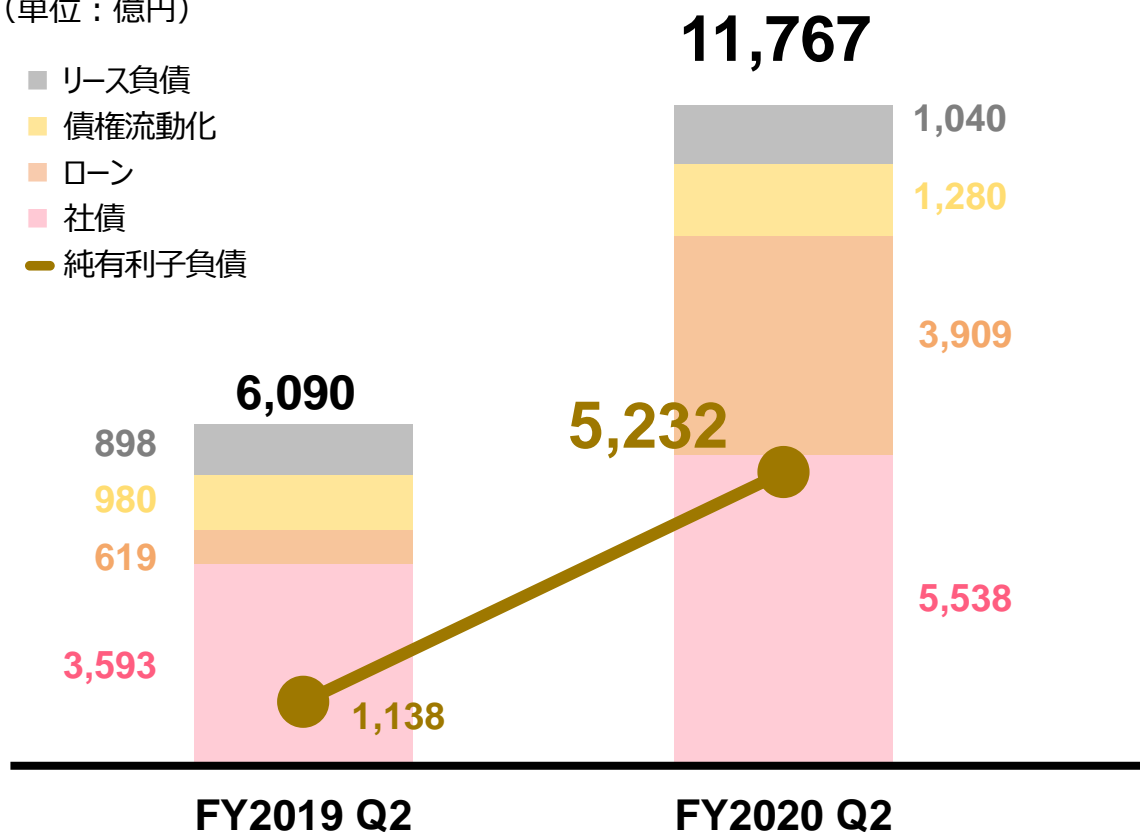
値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

有利子負債・純有利子負債

(銀行業除く)

(単位：億円)

- リース負債
- 債権流動化
- ローン
- 社債
- 純有利子負債



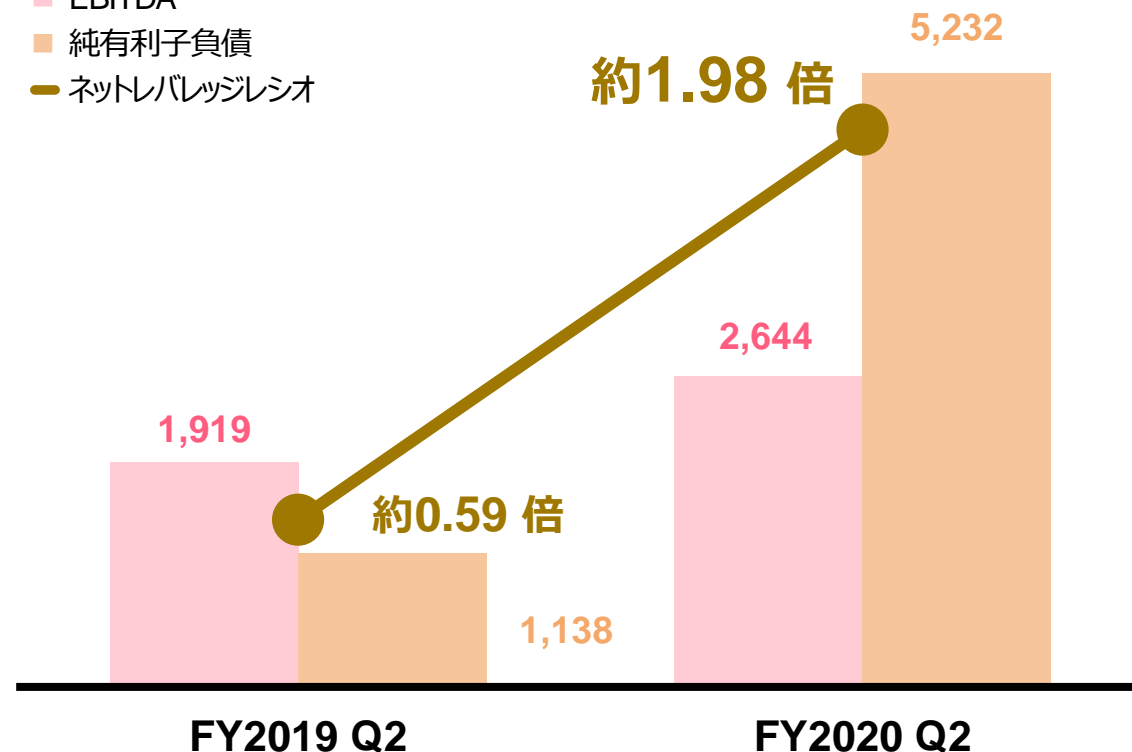
注：純有利子負債 = 有利子負債 - 現金及び現金同等物
 値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

ネットレバレッジレシオ

(銀行業除く)

(単位：億円)

- EBITDA
- 純有利子負債
- ネットレバレッジレシオ



注：ネットレバレッジレシオ = 純有利子負債 ÷ 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

コロナ禍で市場混乱の中、2,000億円の大規模起債を実現

..... ZOZO買収資金のリファイナンスに充当し、安定資金を確保

回号	発行金額	利率	償還日
第14回無担保社債 (1.5年債)	250 億円	0.20 %	2021年12月
第15回無担保社債 (3年債)	800 億円	0.35 %	2023年6月
第16回無担保社債 (5年債)	700 億円	0.60 %	2025年6月
第17回無担保社債 (7年債)	150 億円	0.79 %	2027年6月
第18回無担保社債 (10年債)	100 億円	0.90 %	2030年6月

PayPay(株) 資本構成（持分比率）

		2018年5月 (設立当初)	2019年5月末 時点	2020年3月末 時点	2020年9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 [°]	-	50 %	50 %	50 %
	Paytm	-	-	-	-
	合計	100 %	100 %	100 %	100 %

優先 ^{*1} 株式	ヤフー	-	-	50 %	50 %
	ソフトバンク	-	-	50 %	50 %
	ソフトバンクグループ [°]	-	-	-	-
	合計	-	-	100 %	100 %

優先株式転換後 & Paytm新株予約権行使後 ^{*2}	
ヤフー	32 %
ソフトバンク	32 %
ソフトバンクグループ [°]	28 %
Paytm	8 %
合計	100 %

YAHOO!
JAPAN

議決権
比率

25%

YAHOO!
JAPAN

議決権
比率

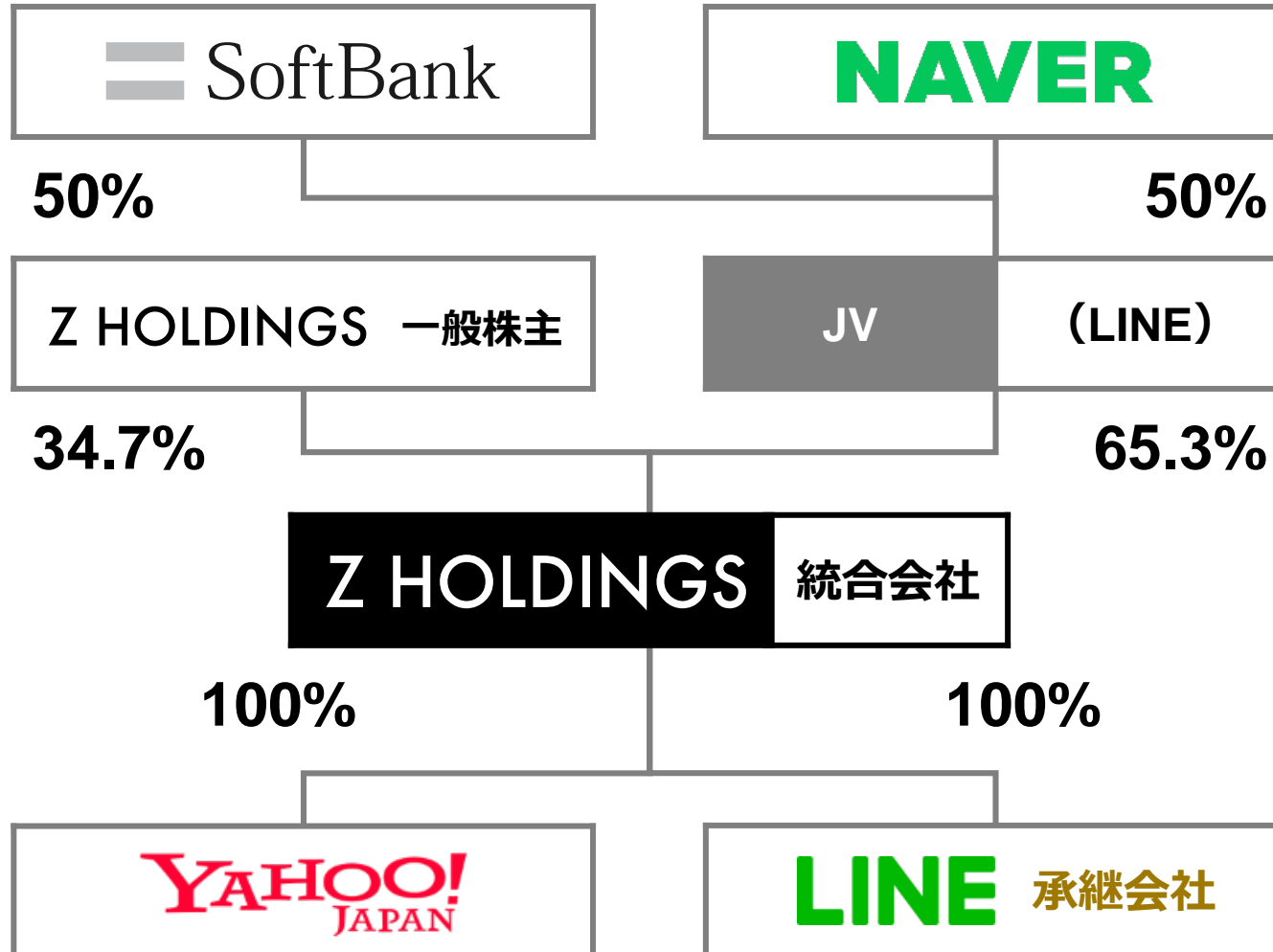
32%

*1 2022年4月以降、普通株式に転換可能（転換比率1:1）

*2 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

LINEとの経営統合

経営統合後のストラクチャ



株式交換比率

Z HOLDINGS

LINE

1 : 11.75

株式交換によるZホールディングス株式数

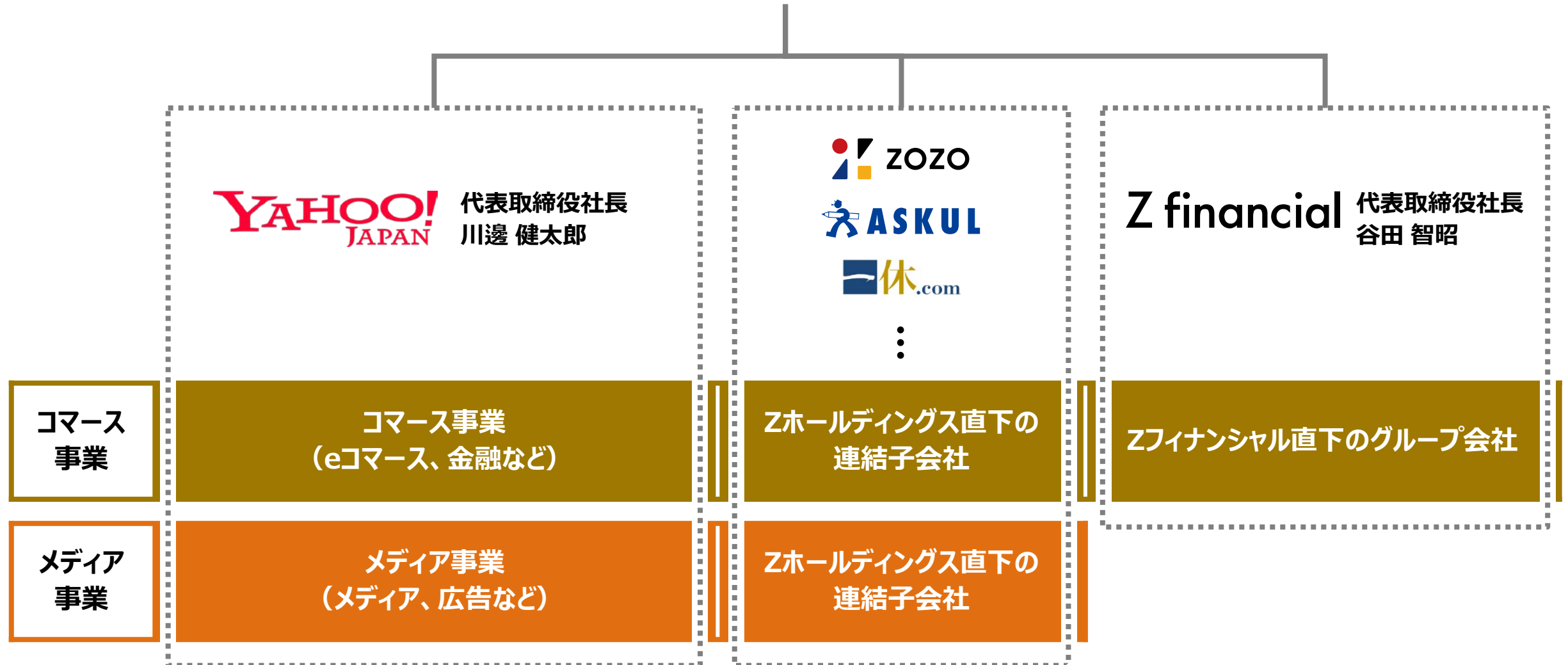
48億株 ▶ 77億株

- 増加分はすべてJVに割り当て
- 自己株式の交付数は未定

Zホールディングスのグループストラクチャー

Z HOLDINGS

代表取締役社長
川邊 健太郎

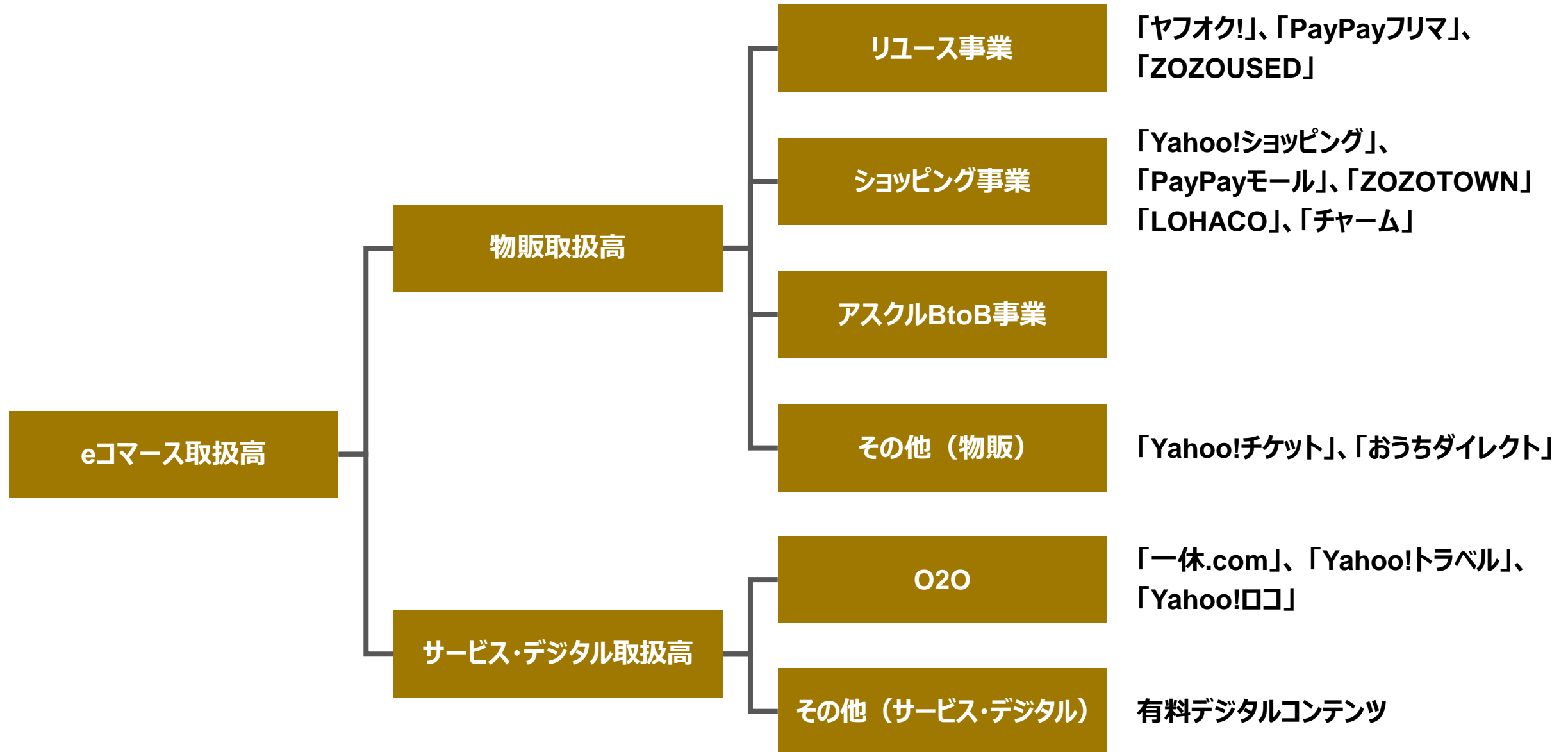


各セグメントの主な商品

コマース 事業	広告	ディスプレイ広告（「運用型」、「予約型」）、「ZOZO」
	ビジネス（法人向け）	「ASKUL」、「ZOZO」、アフィリエイト関連、予約関連、「ヤフオク!」法人向けシステム利用料、決済関連、銀行業関連、クレジットカード関連等、不動産関連
	パーソナル（個人向け）	「LOHACO」、「ZOZO」、「Yahoo!プレミアム」、「ヤフオク!」個人向けシステム利用料、「PayPayフリマ」販売手数料、クレジットカード関連、ペット用品関連、通信キャリア関連、銀行業関連、電子書籍関連、FX関連等、決済関連
	その他	銀行業関連
メディア 事業	広告	検索広告、ディスプレイ広告（「運用型」、「予約型」）
	ビジネス（法人向け）	メディア関連、CRM関連等
	パーソナル（個人向け）	動画関連等
その他	広告	
	ビジネス（法人向け）	公金決済関連等
	パーソナル（個人向け）	「Yahoo!メール」、公金決済関連等

注：ビジネス、パーソナルの区分けは契約者が法人の場合はビジネス、個人の場合にはパーソナルに分類。商品項目によっては、ビジネスとパーソナルに分かれて実績を計上

eコマース取扱高の定義



主な広告商品

主な広告商品		主なフォーマット	主な課金方法	掲載場所	広告主タイプ	
検索広告	Yahoo!広告「検索広告」		テキスト	検索結果ページ		
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)	テキスト バナー	クリック課金	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
			ビデオ			
		ショッピング広告(運用型)	テキストバナー	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
	予約型広告	Yahoo!広告 「ディスプレイ広告」(予約型)	リッチ(ビデオ含) バナー	インプレッション課金 (予約型)	トップページ コンテンツページ	大手企業
			テキスト バナー	期間保証型課金等 (予約型)	「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
		ショッピング広告(予約型)	テキストバナー	期間保証型課金等		

Zホールディングスのサービスマップ

メディア

Y! トップ
 天気・災害
 ニュース
 ファイナンス

知恵袋
 スポーツナビ (スポーツ総合サイト)
 GYAO! (動画配信)

Retty (グルメ)
 kurashiru (料理・レシピ動画)
 mybest mybest (商品・サービス比較)

コマース

ショッピング
 ヤフオク!

PayPayモール
 PayPayフリマ

ZOZO (ファッション通販)
 ASKUL (事業者向け通販)
 LOHACO (個人向け通販)

デジコン

占い
 ゲーム
 ebookjapan (電子書籍)

O2O

不動産
 トラベル
 ロコ

一休.com
 一休.com レストラン

ローカル情報

路線情報
 地図

カーナビ

検索

検索
 リアルタイム検索
 ビューティー

音声アシスト
 しごと検索

金融/決済/Fintech

カード
 ウォレット
 PayPay (スマホ決済)
 ブロックチェーン

YJFX! (FX・外国為替)
 ジャパンネット銀行 (インターネット銀行)

法人向け

YAHOO! JAPAN マーケティングソリューション
 リサーチ
 クラウドソーシング

データ/AI

DATA SOLUTION

PIM

メール
 カレンダー

CSR

きつず
 ネット募金

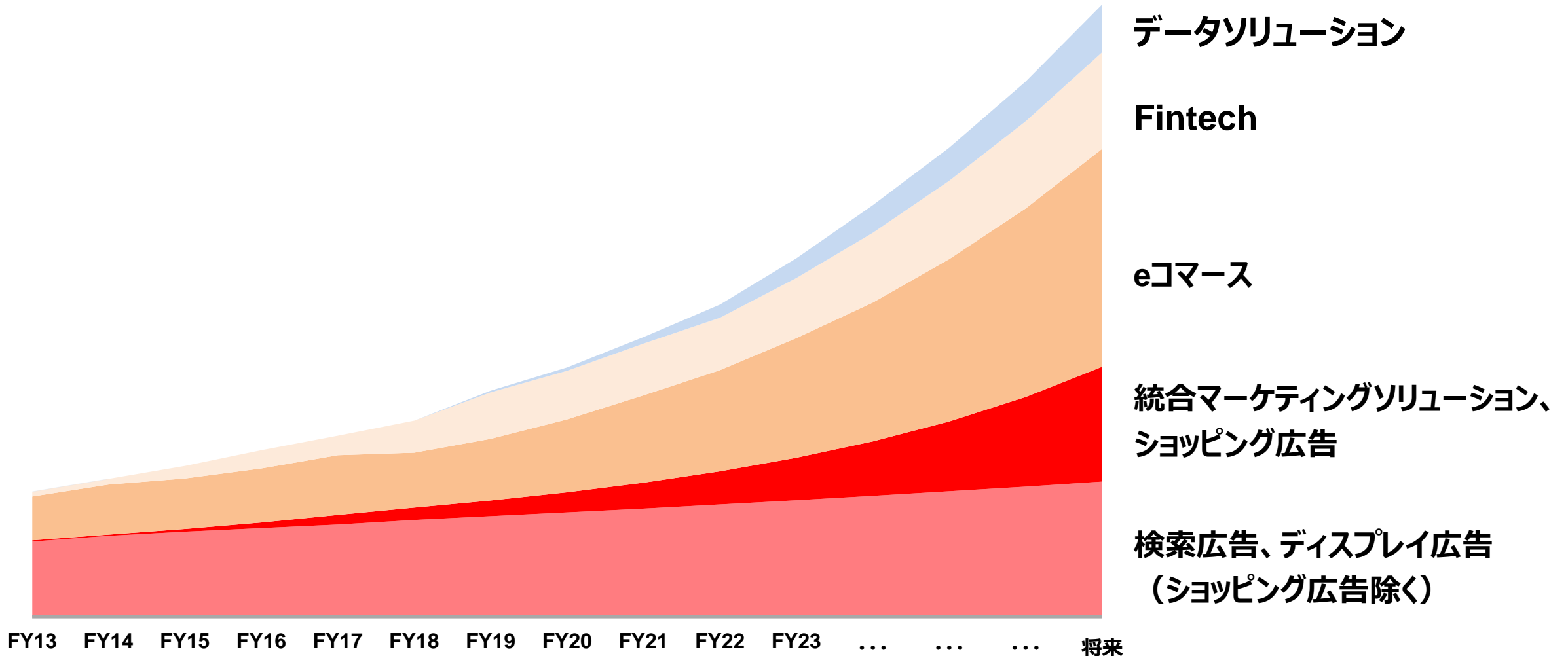
Z HOLDINGS 顧客基盤

ユーザー数：約8,000万人*

* 年間ログインユーザーID数

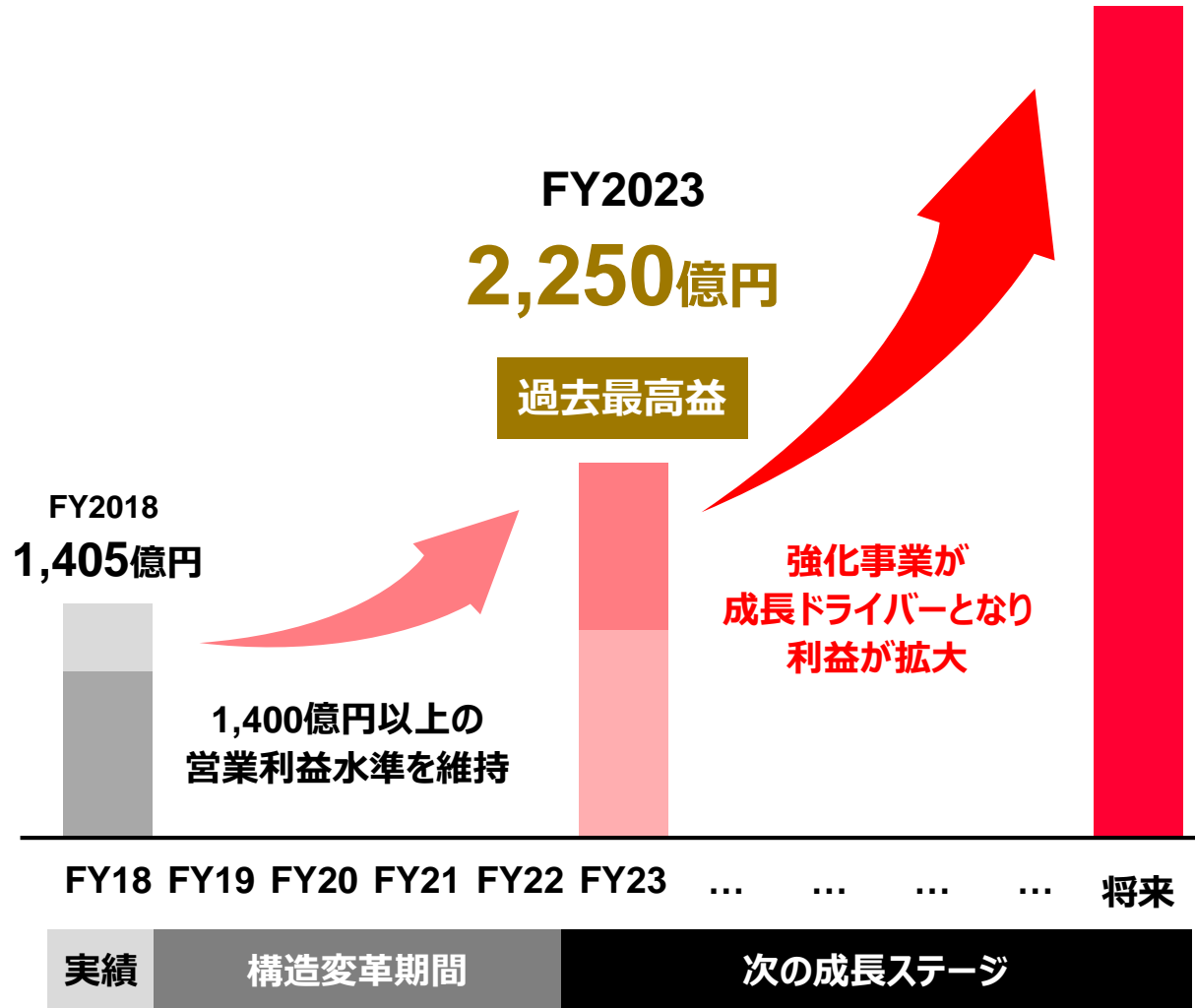
長期的な売上収益構成のイメージ

ビジネス環境の変化を捉え、売上収益構成を大きく変えながら成長し続ける



長期的な営業利益見通し

- 強化事業（ショッピング広告、統合マーケティングソリューション、決済金融、会員、リユース事業）
- ベース広告利益（検索広告、ディスプレイ広告）



注：その他事業および調整額は、強化事業およびベース広告利益の構成比率に応じて按分

～FY2022

ユーザー数やeコマース取扱高の拡大、
新規事業立ち上げ等に投資を行うことで

▶ 売上収益を二桁成長へ



FY2023～将来

活発化したユーザーの経済活動を
マネタイズに結びつけることで

▶ 利益を拡大フェーズに

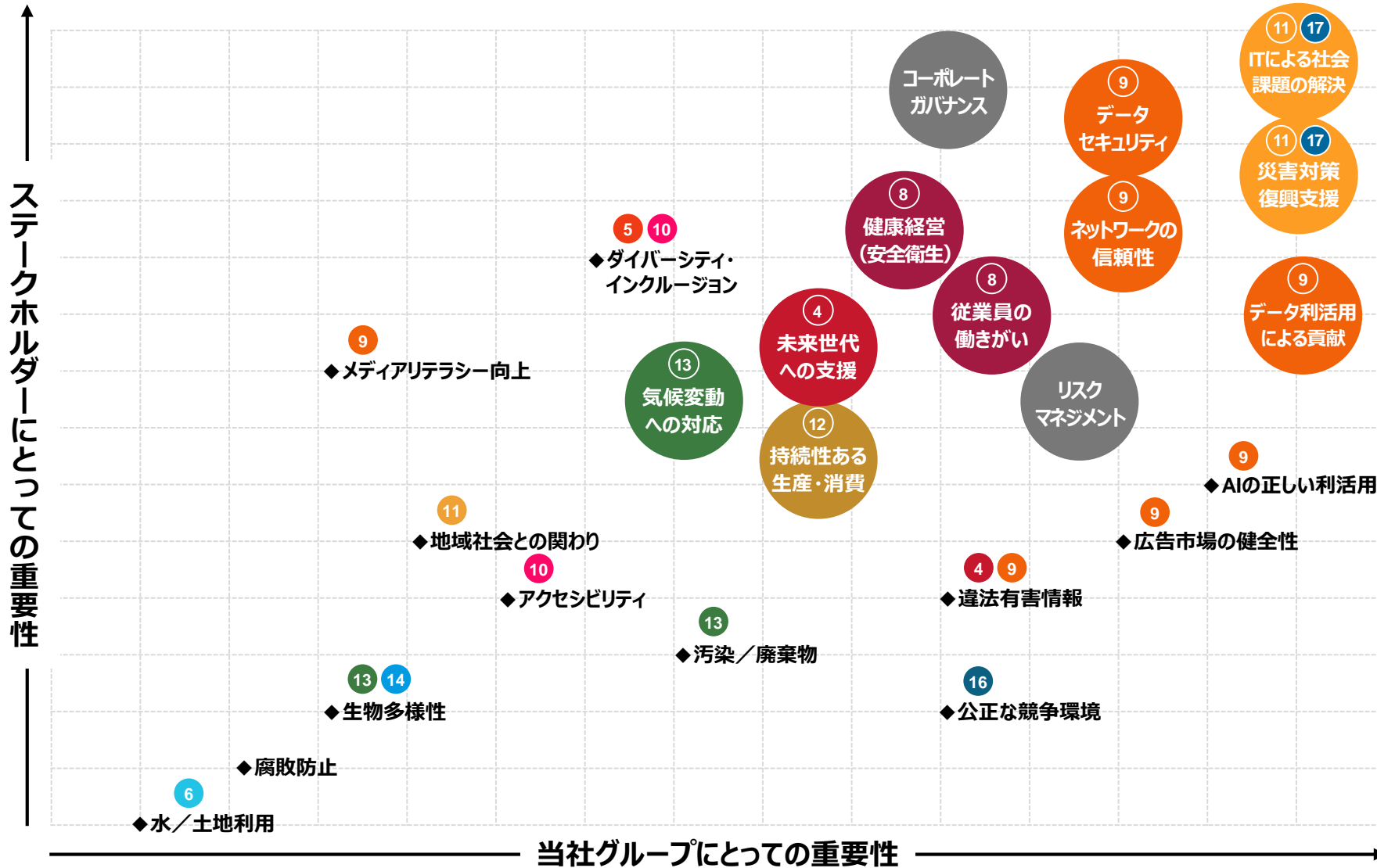
投資判断に有用な財務・非財務情報を随時更新



URL : (日本語) <https://www.z-holdings.co.jp/integrated-report/>
(英語) <https://www.z-holdings.co.jp/integrated-report/en/>



Zホールディングスグループの重点課題（マテリアリティ）

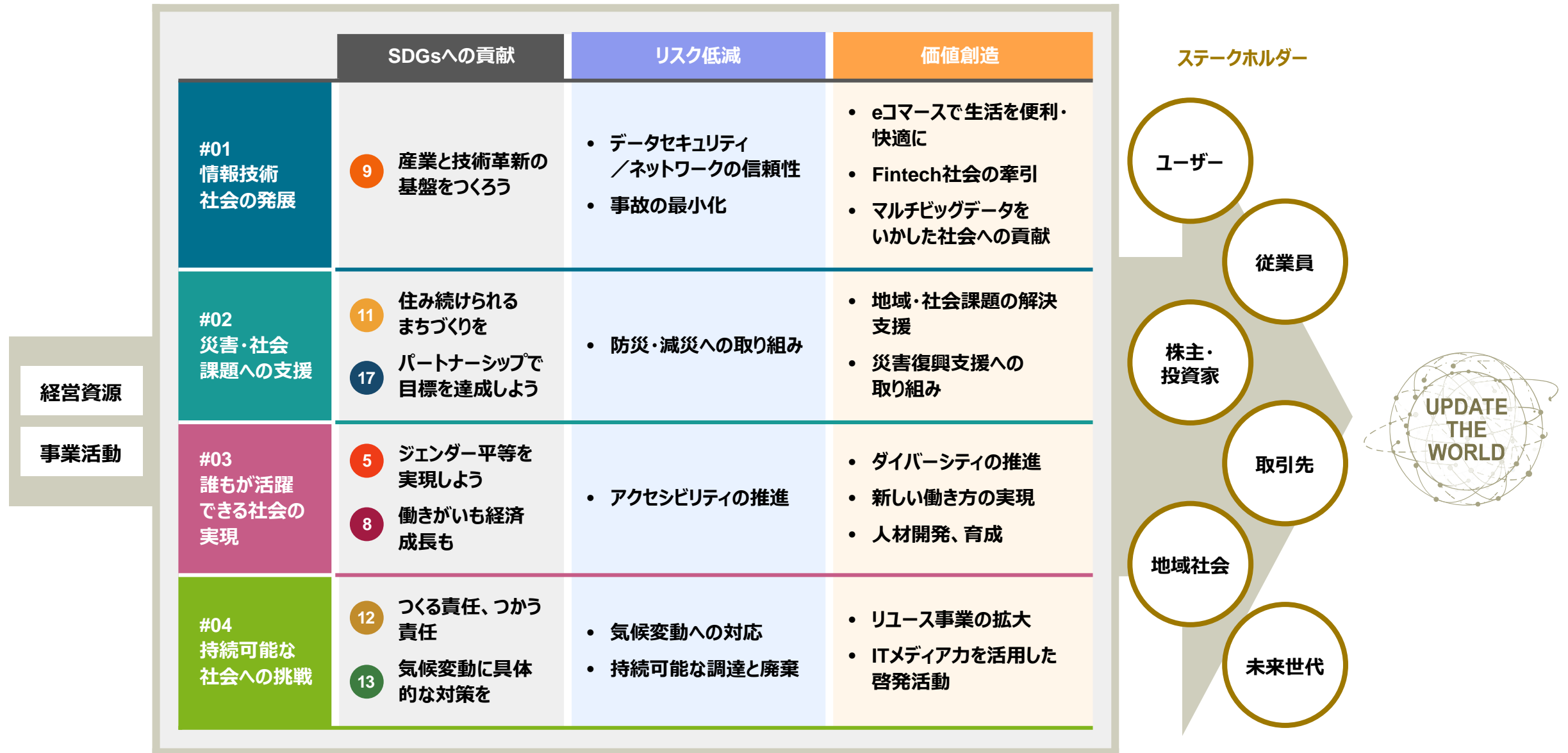


数字は持続可能な開発目標（SDGs）の番号ならびにアイコン色に対応

- 4 質の高い教育をみんなに
- 5 ジェンダー平等を実現しよう
- 6 安全な水とトイレを世界中に
- 8 働きがいも経済成長も
- 9 産業と技術革新の基盤をつくろう
- 10 人や国の不平等をなくそう
- 11 住み続けられるまちづくりを
- 12 つくる責任、つかう責任
- 13 気候変動に具体的な対策を
- 14 海の豊かさを守ろう
- 16 平和と公正をすべての人に
- 17 パートナースhipで目標を達成しよう

注：大きい丸は当社グループとステークホルダー両者にとって特に重要であり注力して取り組むべき領域であると認識されるもの

CSRの全体イメージ・重点課題（マテリアリティ）と4つのUPDATE



注：各UPDATEの数字は、SDGsの番号ならびにアイコン色に対応

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