

Zホールディングス株式会社 決算説明会

2020年度 第3四半期（10-12月期）

2021年2月3日

Z HOLDINGS

2020年度 第3四半期 決算説明会 トピックス

第4四半期はeコマース・決済事業を中心に、さらなる積極投資を実行しながら、通期で
売上収益 1.14兆円 (YoY8.3% 増)、営業利益 1,600億円 (YoY5.1% 増) での着地見込み

第3四半期
連結業績

売上収益 YoY 14.9% 増、営業利益 YoY 8.1% 減

- コマース事業の取扱高拡大に伴い売上収益増
- 積極的な投資に加え、クレジットカード事業の既存システム刷新に伴う除却損等により、営業利益減

事業
トピックス

- 「超PayPay祭」の開催等により、ショッピング事業取扱高 **YoY 33.7% 増**
- 運用型広告等の需要増に伴い、広告関連売上収益 **YoY 6.7% 増**

1 | 2020年度 第3四半期 連結業績

2 | 事業別業績／トピックス

3 | LINEとの経営統合

連結業績

2020年度 第3四半期 連結業績

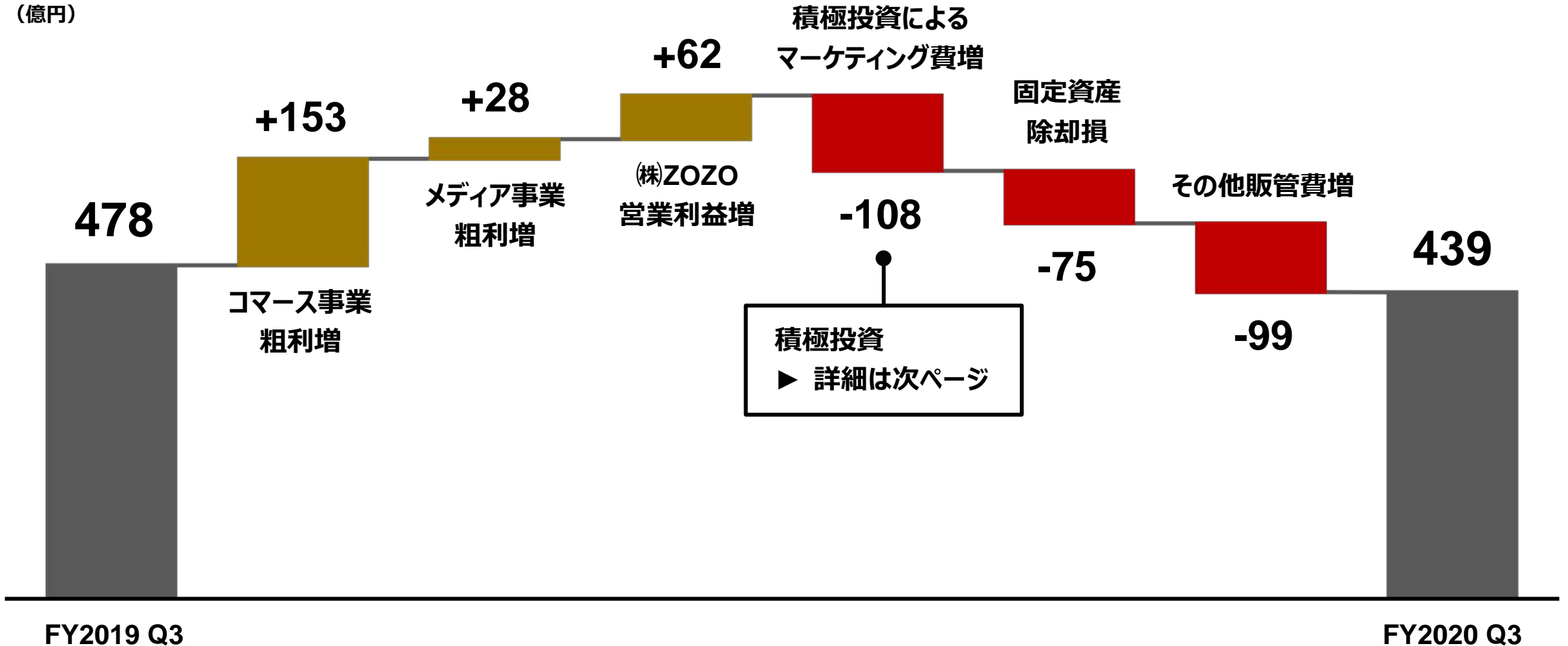
項目	FY2019 Q3	FY2020 Q3	YoY
売上収益	2,754 億円	3,165 億円	+14.9 %
営業利益	478 億円	439 億円	-8.1 %
EBITDA	701 億円	795 億円	+13.4 %
持分法による投資損益*1	-62 億円	-27 億円	n.a.
親会社の所有者に帰属する四半期利益	238 億円	210 億円	-11.9 %
希薄化後1株当たり四半期利益	5.01 円	4.41 円	-11.9 %
ネットレバレッジレシオ*2	2.56 倍	2.08 倍	n.a.

*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

積極投資、カード事業の既存システム刷新に伴う除却損等により減益

(億円)



コマース中心に事業拡大機会と捉え、Q4はより攻めの姿勢へ

		Q3
領域	販促活動費* (YoY/億円)	投資内容/投資効果
合計	+108	
eコマース物販	+73	<ul style="list-style-type: none"> 「超PayPay祭」等の販促施策 <ul style="list-style-type: none"> ▶ ショッピング事業取扱高 YoY+33.7% ▶ リユース事業取扱高 YoY+7.4% (18四半期ぶりに1桁後半%の成長)
クレジットカード	+4	<ul style="list-style-type: none"> 新サービス/機能開始予定を踏まえ販促を抑制
その他 (O2O、会員、金融)	+24	<ul style="list-style-type: none"> 新規顧客獲得にむけた販促施策等 <ul style="list-style-type: none"> ▶ サービス系取扱高 YoY+101.9%
メディア・検索	+8	<ul style="list-style-type: none"> アプリインストール促進のプロモーション等 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 広告関連売上収益 YoY+6.7%

		Q4
	販促活動費* (YoY/億円)	投資予定
	+約210	
		<ul style="list-style-type: none"> 年度内における大型キャンペーンの実施 ストア向け配送キャンペーンの実施 その他、取扱高拡大にむけた販促施策等
		<ul style="list-style-type: none"> 新サービス/機能開始に伴う会員数拡大にむけた販促施策等
		<ul style="list-style-type: none"> 銀行口座数拡大にむけた販促施策 LINE統合に伴うブランディング等
		<ul style="list-style-type: none"> 統合マーケティングソリューションの拡販施策 アプリインストール促進の販促施策等

* 販売促進活動費（販売促進費、広告宣伝費、ポイント費用）の合計

通期営業利益1,600億円を目指す

FY2020通期 業績ガイダンス

ガイダンスは変更なし

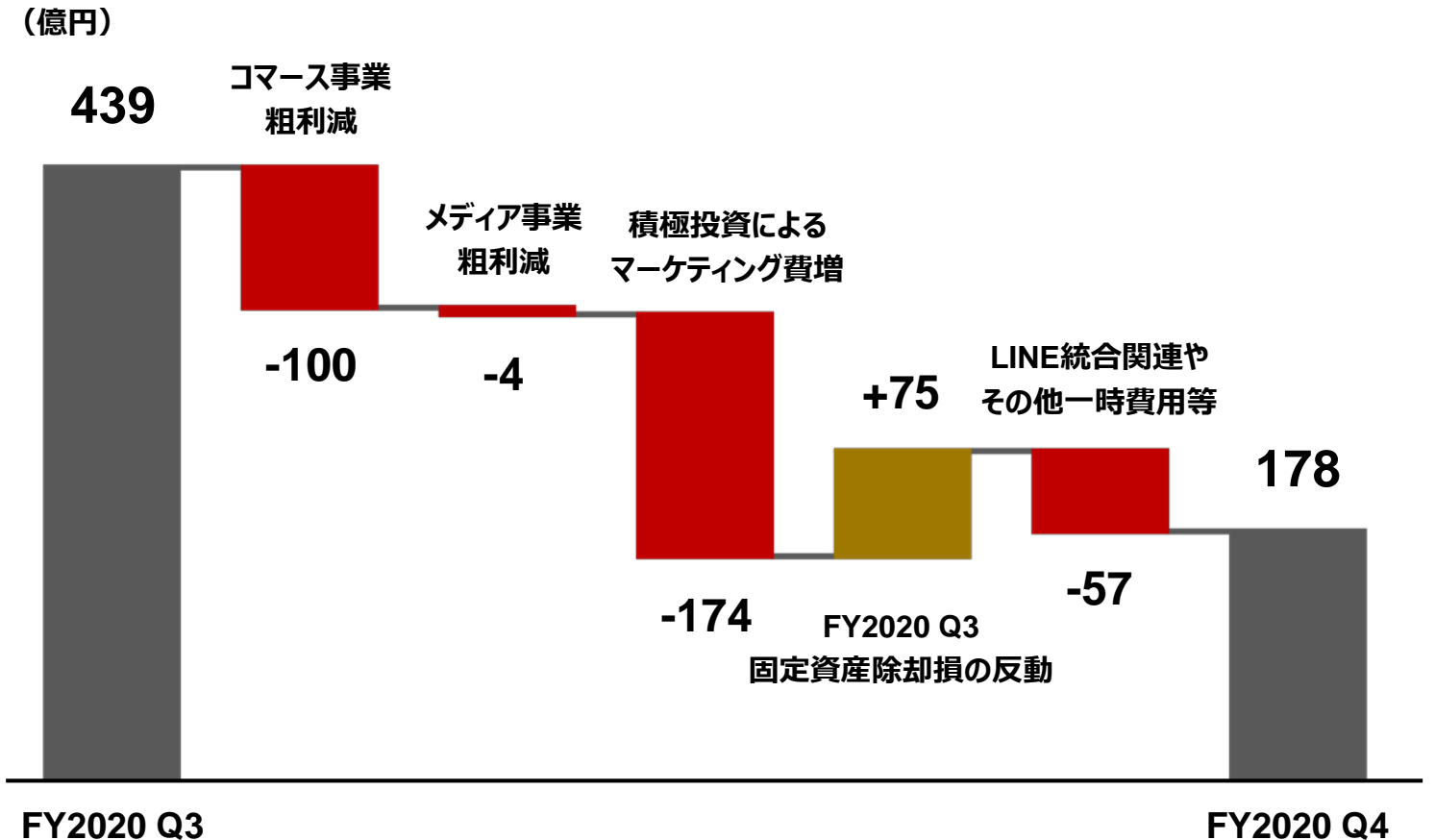
売上収益

1.14兆円
(YoY+8.3%)

営業利益

1,600億円
(YoY+5.1%)

FY2020 Q4 営業利益見通し (QoQ)



事業別業績／トピックス

Ⅰ コマース事業

2020年度 第3四半期 コマース事業取扱高 実績

項目	Q3実績	YoY	主な施策、増減要因
eコマース取扱高	9,182 億円	+33.0 %	
物販系	6,978 億円	+20.7 %	
ショッピング事業	3,947 億円	+33.7 %	<ul style="list-style-type: none"> 「超PayPay祭」等の販促活動強化 (株)ZOZO連結子会社化の影響
リユース事業	2,192 億円	+7.4 %	<ul style="list-style-type: none"> 「超PayPay祭」・年末商戦期の販促施策の結果、特に「ヤフオク!」の利用者数・客単価が好調に推移 巣ごもり需要による年未年始での利用増
サービス系*1	2,111 億円	+101.9 %	<ul style="list-style-type: none"> 「Go To キャンペーン」の影響
デジタル系*2	92 億円	+20.2 %	<ul style="list-style-type: none"> 「超PayPay祭」等により、ebookjapan（電子書籍）取扱高が成長
クレジットカード	6,571 億円	+15.6 %	<ul style="list-style-type: none"> 新サービス／機能開始予定を踏まえた販促費用の抑制 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）

*1 「Yahoo!ロコ」、「Yahoo!トラベル」、(株)一休、PassMarket（パスマーケット）の取扱高を含む。「サービス・デジタル取扱高（O2O事業）」からの名称変更

*2 有料デジタルコンテンツの取扱高。「サービス・デジタル取扱高（その他（サービス・デジタル））」からの名称変更。FY2020 Q3より、デジタルコンテンツ事業はメディア事業に移管

YAHOO!
JAPAN

投資効果により、新規購入者数や客単価は着実に拡大



新規購入者数*



新規+既存顧客 平均客単価

YoY +40.7 %



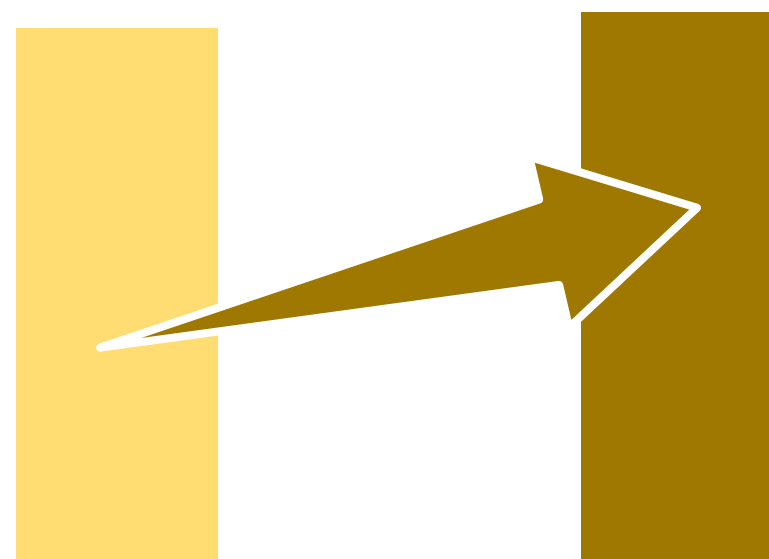
Q3

Q3

FY2019

FY2020

YoY +3.1 %



Q3

Q3

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

「Yahoo!ショッピング」と「PayPayモール」の状況

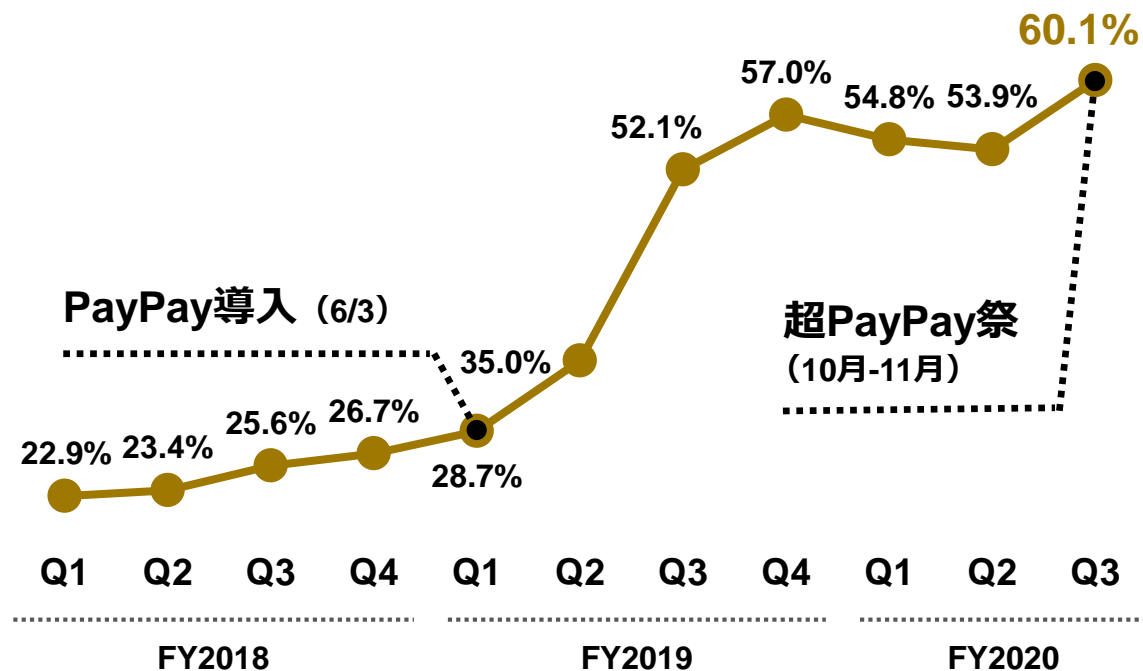
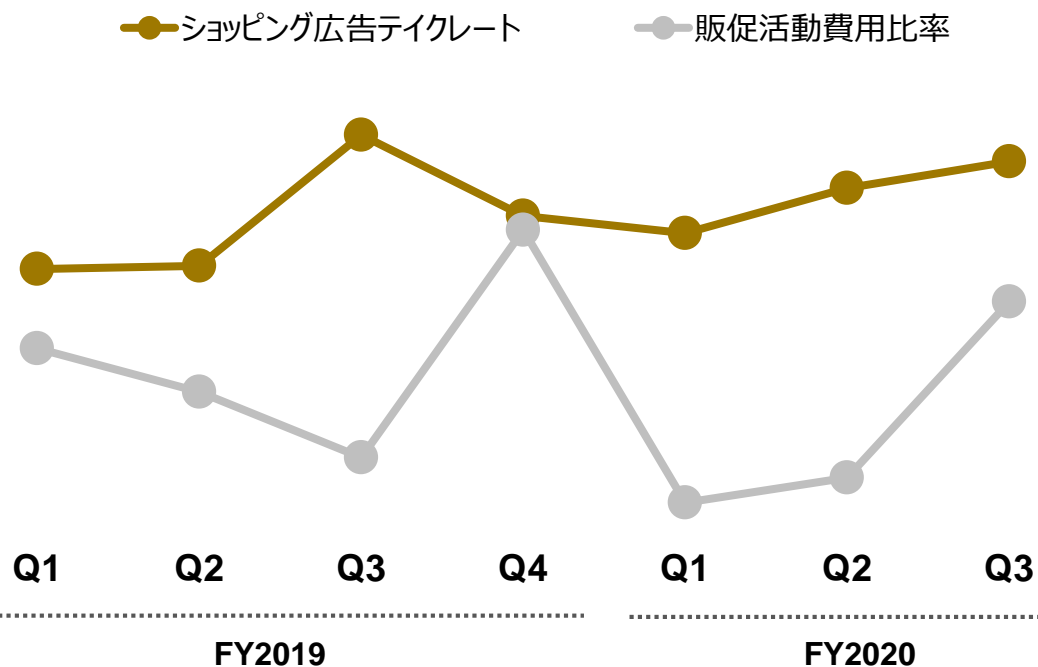
規律を持った投資をしつつ、インハウス決済比率は過去最高へ



**ショッピング広告テイクレート*1
& 販促活動費比率*2**



インハウス決済比率*3



*1 ショッピング広告売上収益 ÷ (「Yahoo!ショッピング」+「PayPayモール」取扱高)

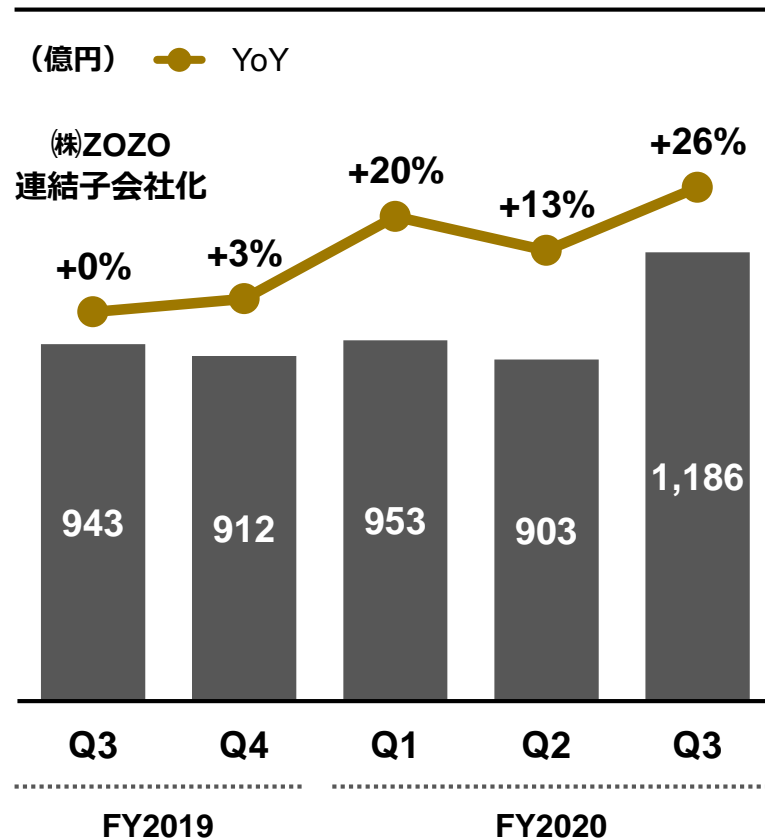
*2 (「Yahoo!ショッピング」+「PayPayモール」のポイント費用、PayPayボーナス費、販売促進費、広告宣伝費) ÷ (「Yahoo!ショッピング」+「PayPayモール」取扱高)

*3 「Yahoo!ショッピング」「PayPayモール」決済額のうち、「Yahoo! JAPANカード」、「PayPay」、「PayPayボーナス」等の自社決済手段による決済比率

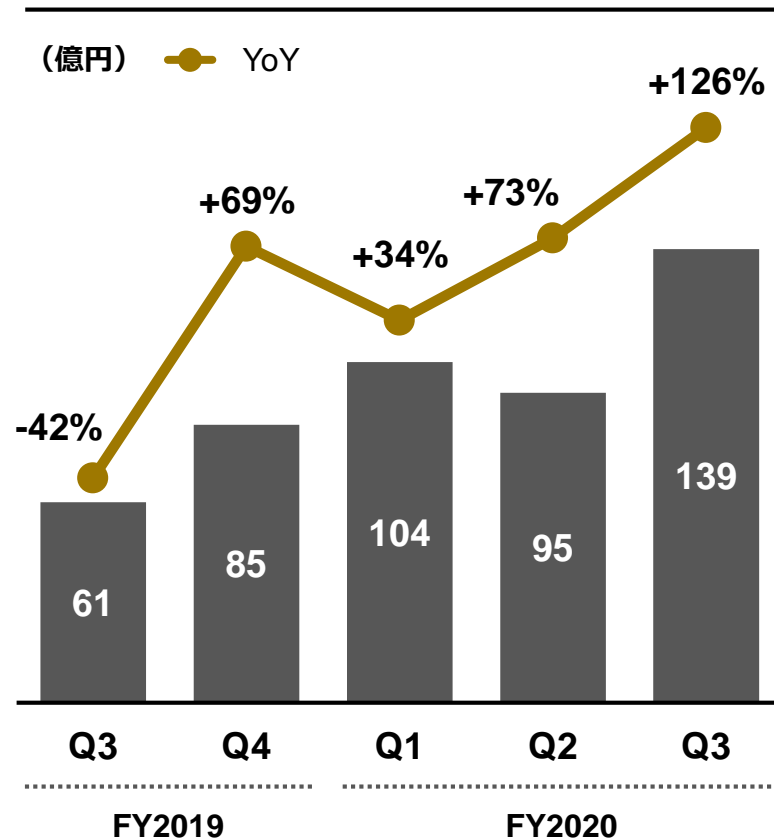


当社グループへ参画以後、成長が加速

商品取扱高*1



営業利益*2



テクノロジー × ファッションの新サービス

ZOZOCOSME

2021年3月18日開始予定



- ▶ 顔の計測
- ▶ 肌の色の計測からパーソナルカラー診断
- ▶ ファンデーション購入のアシスト機能

ZOZOの強みである

Z・ミレニアル世代*3へアプローチを拡大

*1 (株)ZOZOが運営するeコマースの商品取扱高 (「PayPayモール」ZOZOTOWN店も含む)

*2 (株)ZOZO 連結業績 (日本基準)

*3 Z世代 (16-24歳) / ミレニアル世代 (28-38歳)

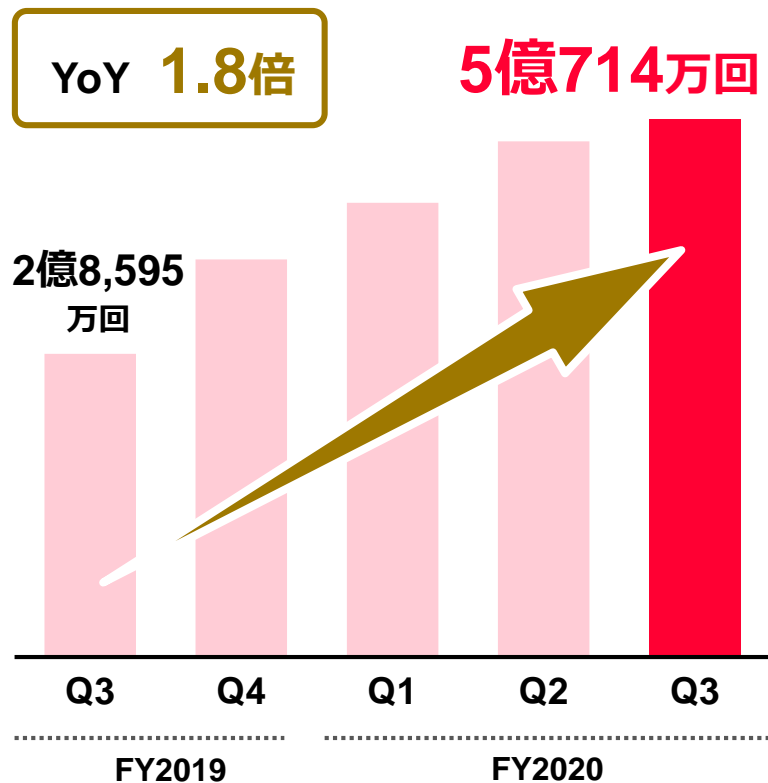


PayPay

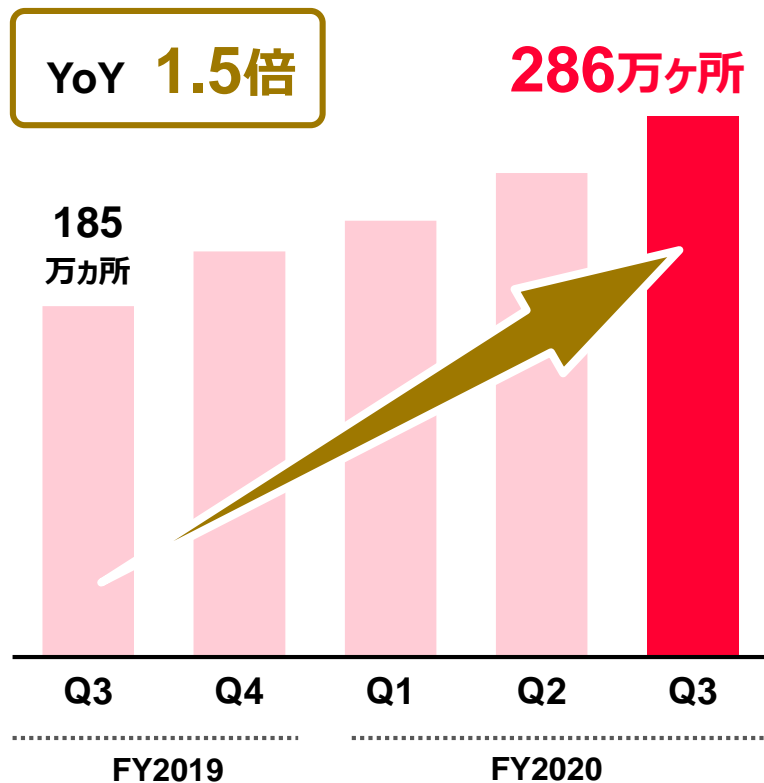
Z financial

利用者基盤、加盟店数ともに堅調に成長

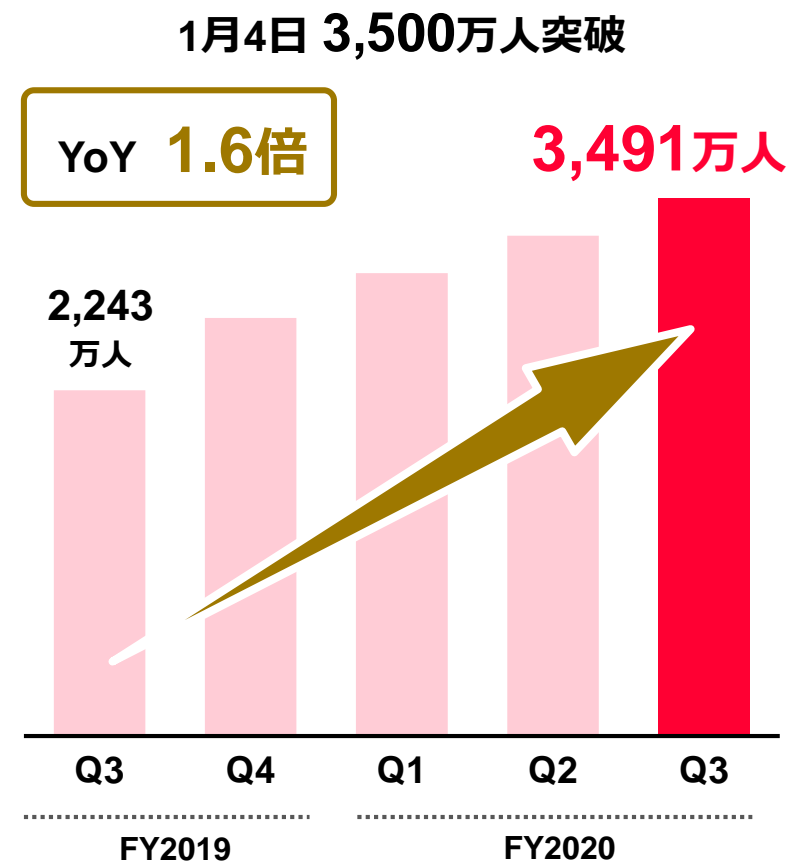
決済回数 (四半期)



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

PayPay証券（旧 One Tap BUY ※2月1日に商号変更）の取り組み

「PayPay」ブランドへ変更し、金融サービスを一層拡充へ



 PayPay 証券



新規口座開設
キャンペーン実施中



PayPayミニアプリ「ボーナス運用」

累計利用者数 **190**万人突破

「長期・分散・つみたて」等
投資信託を軸とした新サービス拡充予定

Ⅰ メディア事業

2020年度 第3四半期 広告関連売上収益 実績

項目	Q3実績	YoY	主な施策、増減要因
広告関連売上収益	934 億円	+6.7 %	
検索広告	426 億円	-2.8 %	<ul style="list-style-type: none"> • 特定業種（総合通販／不動産／自動車）の需要復調 • コロナ影響による特定業種（旅行／人材／金融）の需要減継続 <ul style="list-style-type: none"> - 旅行：「Go To Travelキャンペーン」に伴い、一時需要回復も、当該キャンペーンの一時停止やコロナ第3波の影響を受け、再び需要減
ディスプレイ広告	508 億円	+16.1 %	
運用型広告 (YDN、ショッピング広告等)	430 億円	+21.1 %	<p>【メディア】</p> <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 • 複数のプロダクト改善施策によるアップリフト効果 <p>【ショッピング】</p> <ul style="list-style-type: none"> • ショッピング事業の取扱高成長に伴うショッピング広告売上収益の拡大
予約型広告	78 億円	-5.2 %	<ul style="list-style-type: none"> • コロナ影響で出稿を控えていた大手クライアントからの需要復調 • ふるさと納税など、季節要因のプロモーション取り込み

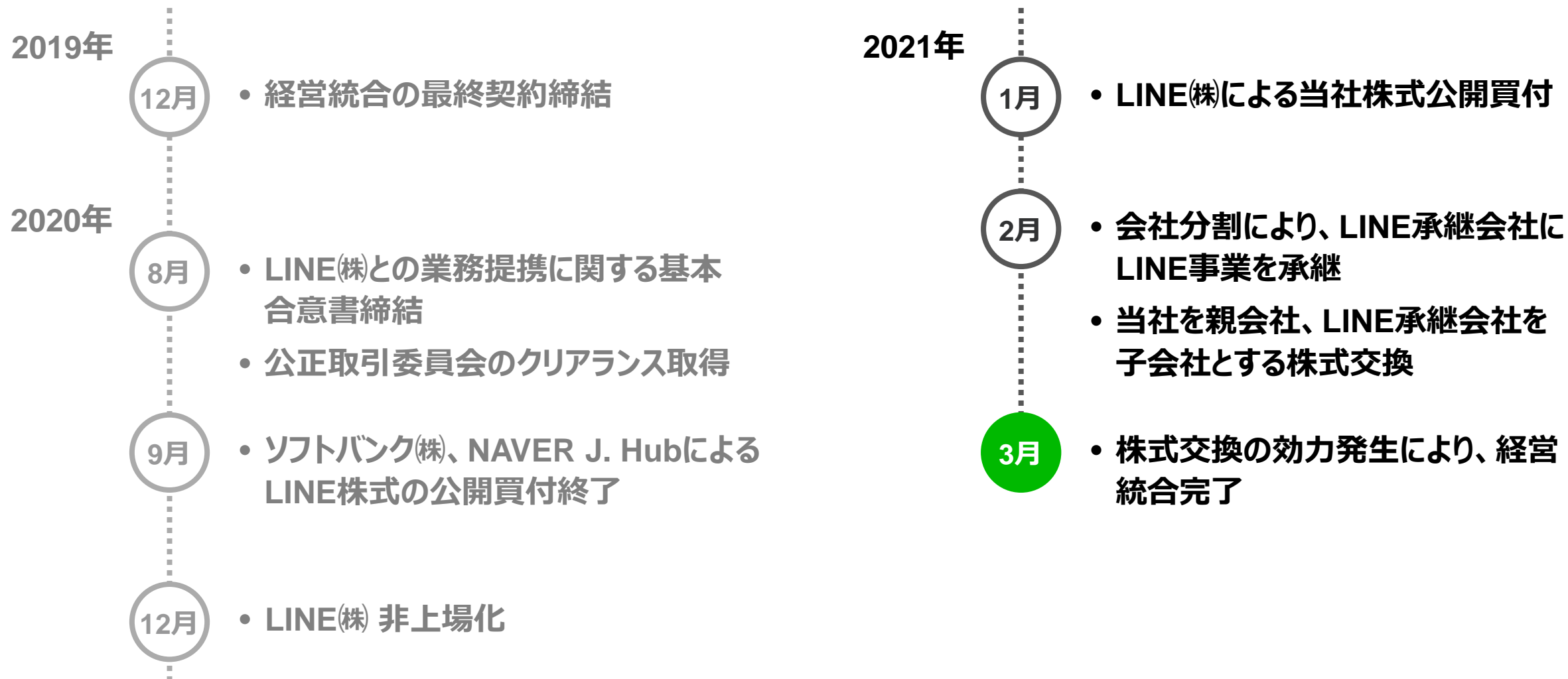
第4四半期 事業別業績見通し

2020年度 第4四半期 事業別見通し

項目	YoY	主な施策、増減要因
eコマース取扱高（物販）	+約10%	
ショッピング事業	+20%台半ば	<ul style="list-style-type: none"> 追加的な販促施策の強化、ロイヤリティプログラム「PayPay STEP」の拡大 (株)ZOZO連結影響の一巡 FY2019 Q4に実施した大規模キャンペーン効果の一巡
リユース事業	+ひと桁前半%	<ul style="list-style-type: none"> 追加的な販促施策の強化 「PayPayフリマ」販売手数料引き下げによる新規出品者数拡大（2021年1月より10%→5%）
広告関連売上収益	ほぼ横ばい	
検索広告	-ひと桁前半%	<ul style="list-style-type: none"> コロナ影響が一部一巡するも、特定業種における需要低迷が続く見込み FY2019 Q4に実施したUI施策効果の一巡
ディスプレイ広告	+ひと桁前半%	<p>【メディア】</p> <ul style="list-style-type: none"> 複数のプロダクト改善によるアップリフト効果 コロナ影響による出稿減（主に予約型広告） FY2019 Q4における年度末需要の一部剥落 iOS14によるリターゲティング広告減 <p>【ショッピング】</p> <ul style="list-style-type: none"> ショッピング事業の取扱高成長に伴うショッピング広告売上収益の拡大

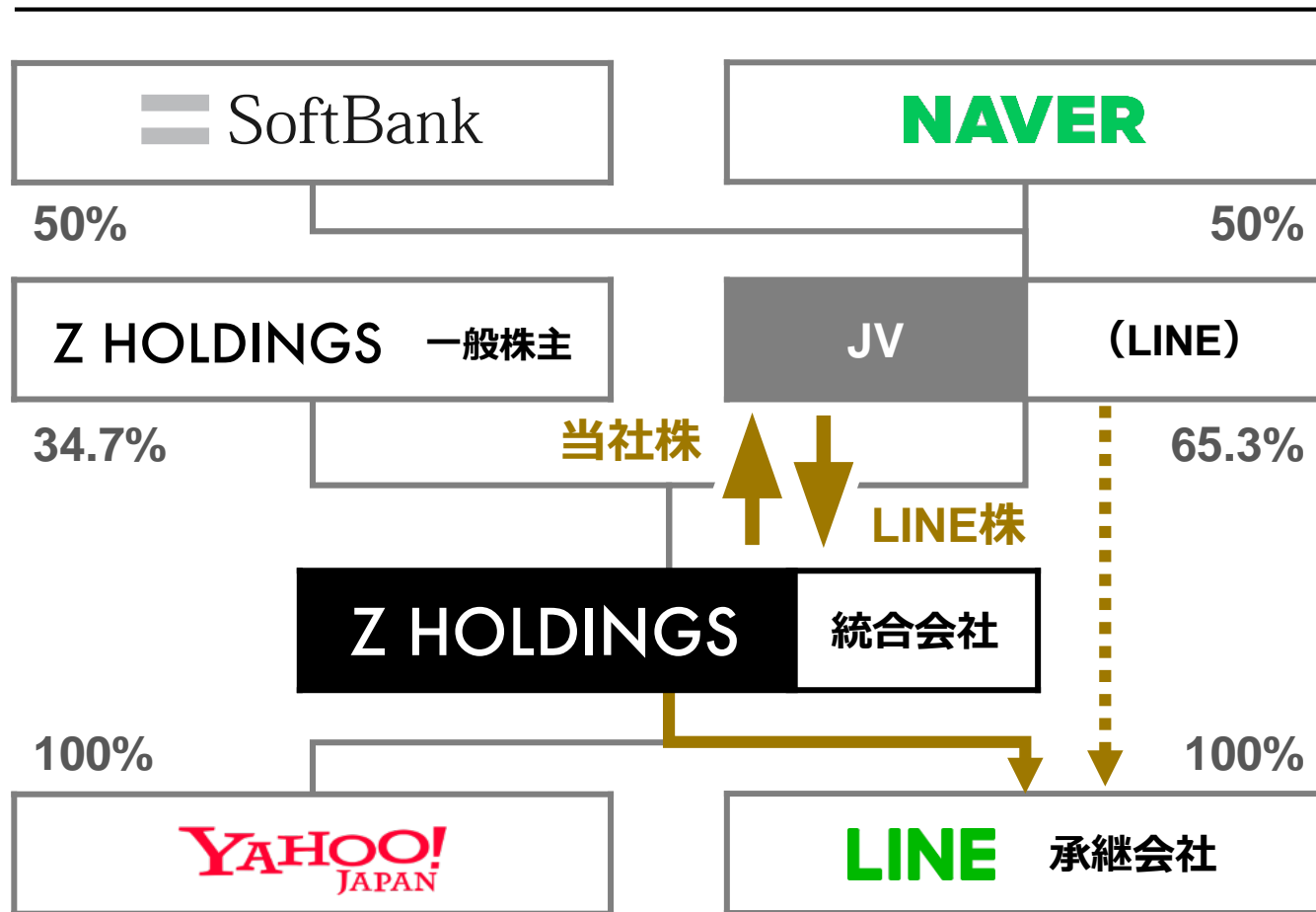
LINEとの経営統合

2021年3月の経営統合完了を目指して進捗中



取引スキームやストラクチャーは当初予定から変更なし

株式交換による経営統合完了後のストラクチャー



株式交換比率

Z HOLDINGS

LINE

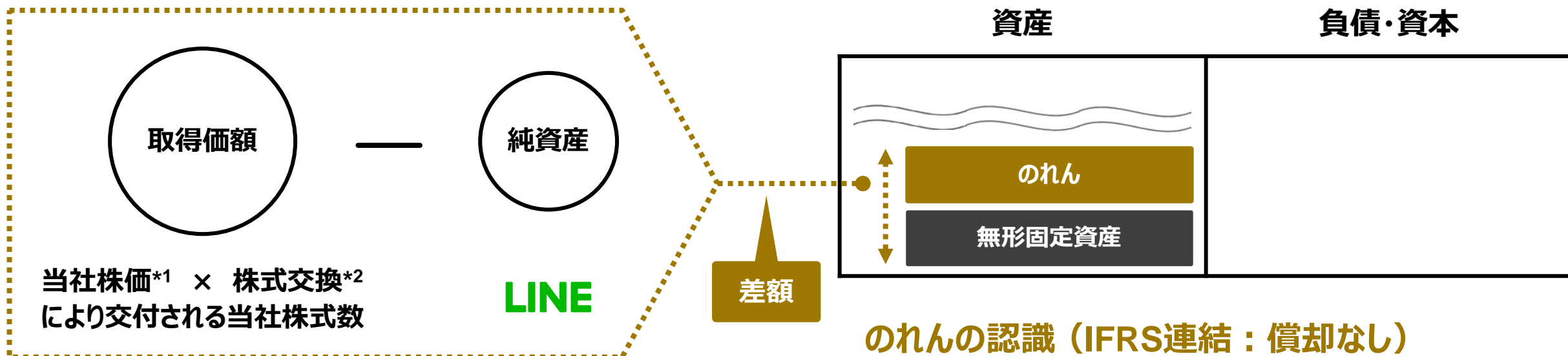
1 : 11.75

株式交換前後における当社の発行済株式数

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

LINE承継会社の取得価額等により、のれん計上額は変動



のれんの認識 (IFRS連結：償却なし)

- ▶ 取得価額等により変動
- ▶ 統合後のCGUグループ単位で帳簿価額と回収可能価額を比較し、のれんの減損テストを実施

PPAの認識 (IFRS連結：償却あり)

- ▶ 取得価額等による影響なし

*1 2021年3月 株式交換効力発生日前営業日の終値

*2 株式交換比率 (Zホールディングス) 1 : 11.75 (LINE)

Z HOLDINGS

情報技術のチカラで、すべての人に無限の可能性を

補足資料

営業利益の増減要因

項目		Q3	YoY	主な増減要因
FY2019 Q3 実績		478 億円		
前年度差	売上収益	+411 億円	+14.9 %	<ul style="list-style-type: none"> • ZOZO +181億円 (2019年11月から連結) • アスクルグループ +95億円 • 広告 +31億円 • 一休 +23億円 • イーブック +21億円
	売上原価	+71 億円	+6.8 %	<ul style="list-style-type: none"> • アスクルグループ +60億円 • イーブック +10億円 • 広告 +10億円
	販売費及び一般管理費	+302 億円	+25.0 %	<ul style="list-style-type: none"> • ZOZO連結による増加 +109億円
	以下主な内訳 人件費	+96 億円	+35.4 %	<ul style="list-style-type: none"> • ZOZO連結による増加 +23億円 • ヤフー、Zホールディングス単体の従業員数増 等
	販売促進費	+99 億円	+64.2 %	<ul style="list-style-type: none"> • 取扱高の伸長に伴う費用増加、及び販促施策等による増加
	減価償却費	+34 億円	+15.7 %	<ul style="list-style-type: none"> • ZOZO連結による増加 +17億円 • ソフトウェアやサーバー等の増加
	荷造運賃	+36 億円	+38.7 %	<ul style="list-style-type: none"> • ZOZO連結による増加 +33億円
その他収益及び費用	-75 億円	-	<ul style="list-style-type: none"> • クレジットカード事業の既存システム刷新に伴う除却損 等 	
FY2020 Q3 実績		439 億円	-8.1 %	

(株)ZOZO連結の影響 (のれん、PPA)

項目	金額	償却額
のれん	2,129 億円	—
取得原価 配分 (PPA)	5,021 億円	33 億円 (FY2020 Q3)



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*	1,787 億円	—
その他	14 億円	4年

* 耐用年数を確定できない無形資産

2020年度 第3四半期 財政状態計算書

連結 (IFRS)

(億円)	FY2020 Q2	FY2020 Q3	差額
資産	41,122	42,994	1,872
現金・現金同等物	10,674	9,984	-689
営業債権・その他債権	3,784	4,495	711
カード事業の貸付金	3,377	3,793	416
銀行事業の有価証券	4,685	4,848	163
有形固定資産	1,291	1,304	12
無形資産	6,784	6,692	-91
負債	30,516	31,852	1,335
営業債務・その他債務	4,662	5,112	450
銀行事業の預金	10,914	11,697	782
有利子負債	12,046	12,054	7
資本	10,605	11,142	536

ジャパネット銀行 (日本基準)

(億円)	FY2020 Q2	FY2020 Q3	差額
資産	12,302	13,151	848
現金・現金同等物	4,381	3,965	-416
営業債権・その他債権	211	215	4
カード事業の貸付金	-	-	-
銀行事業の有価証券	4,785	4,948	163
有形固定資産	6	5	-0
無形資産	72	72	-0
負債	11,734	12,570	835
営業債務・その他債務	160	182	21
銀行事業の預金	11,157	11,967	810
有利子負債	370	370	-
資本	567	580	13

ワイジェイカード (日本基準)

(億円)	FY2020 Q2	FY2020 Q3	差額
資産	4,484	5,004	520
現金・現金同等物	208	365	157
営業債権・その他債権	159	215	56
カード事業の貸付金	3,337	3,759	422
銀行事業の有価証券	-	-	-
有形固定資産	46	41	-4
無形資産	319	254	-64
負債	4,134	4,708	573
営業債務・その他債務	1,487	1,812	325
銀行事業の預金	-	-	-
有利子負債	2,533	2,785	252
資本	349	296	-52

注: 弊社グループ内の内部取引消去前の数値

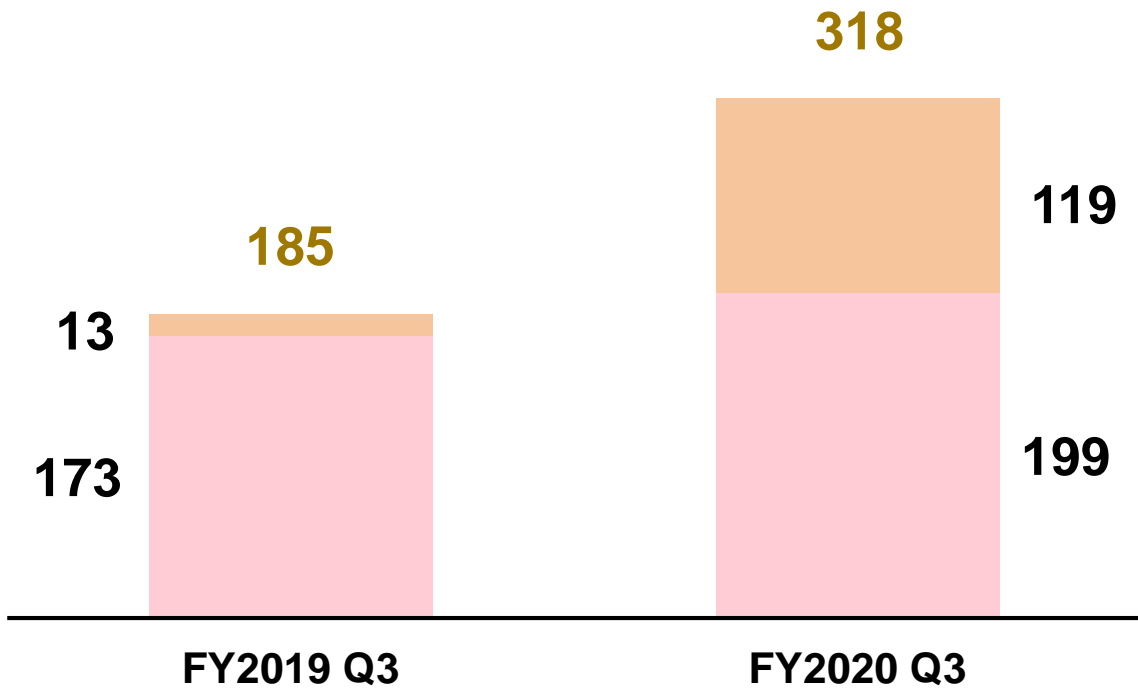
注: 弊社グループ内の内部取引消去前の数値

財務データ

設備投資

(単位：億円)

- 使用権資産
- 有形・無形資産

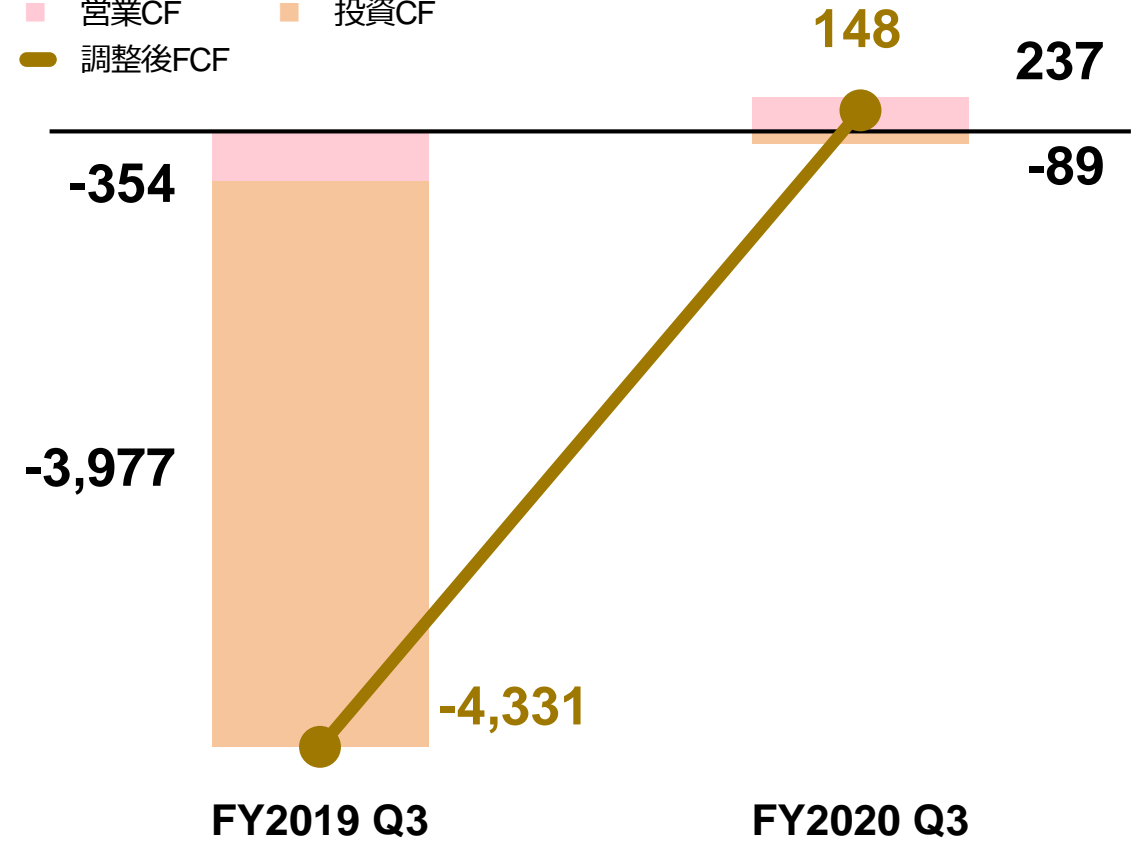


注：値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

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

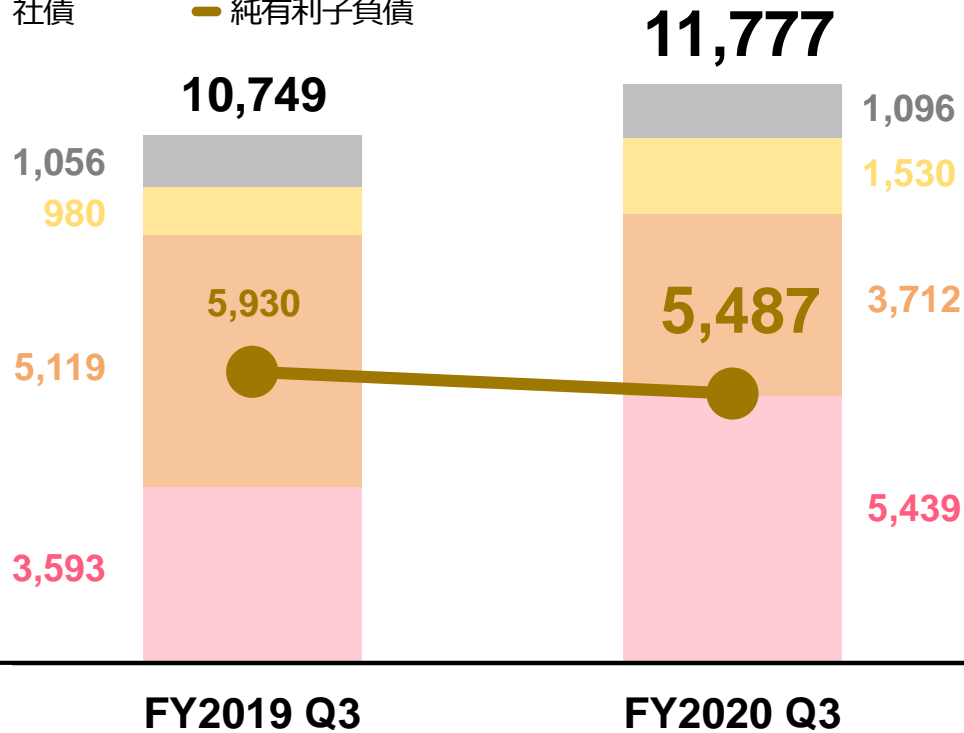
財務データ

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



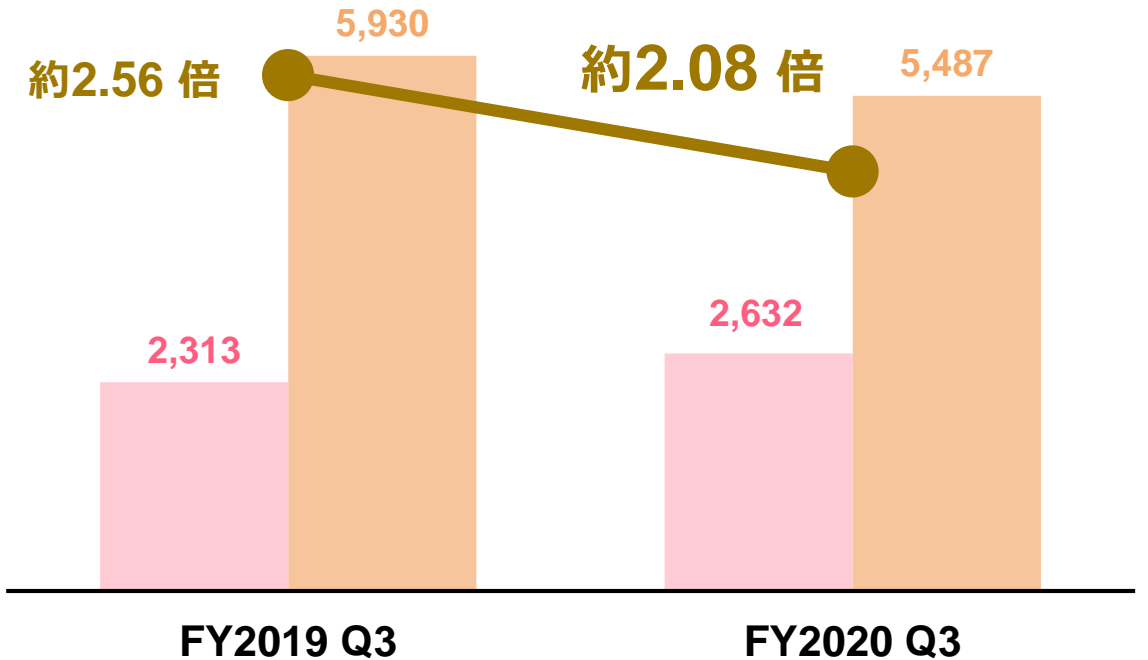
注：純有利子負債 = 有利子負債 - 現金及び現金同等物
値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

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

(株)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

		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	2020年 12月末時点
普通 株式	ヤフー	50 %	25 %	25 %	25 %	25 %
	ソフトバンク	50 %	25 %	25 %	25 %	25 %
	ソフトバンクグループ [°]	-	50 %	50 %	50 %	50 %
	Paytm	-	-	-	-	-
	合計	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
優先 株式 ^{*1}	ヤフー	-	-	50 %	50 %	50 %
	ソフトバンク	-	-	50 %	50 %	50 %
	ソフトバンクグループ [°]	-	-	-	-	-
	合計	-	-	100 %	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 %



議決権
比率

25%



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

ソフトバンク(株)との広告営業連携

FY2020 Q3 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(株)がアプローチできていない
顧客に対する新規提案拡大

自治体連携/
企業のDX推進のためのパッケージ設計

FY2020 Q3 シナジー売上

44億円*

(FY2020 Q2 37億円)

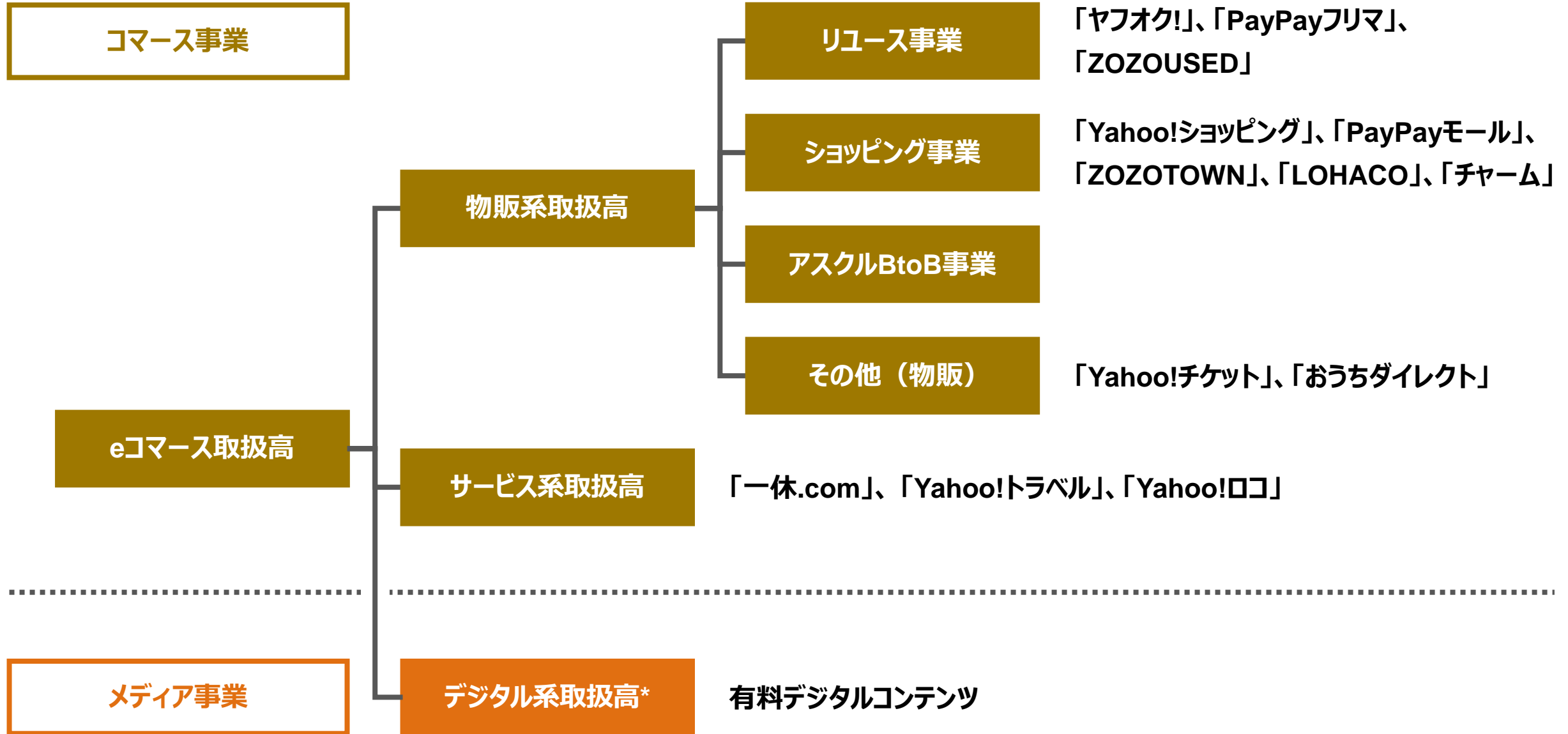
* インセンティブ控除前のグロス売上収益

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、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、電子書籍関連等
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けて実績を計上

eコマース取扱高の定義



* 有料デジタルコンテンツの取扱高。FY2018 Q4までは「Yahoo!ブックストア」の取扱高を含む。FY2020 Q3より、デジタルコンテンツ事業はメディア事業に移管

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

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 (商品・サービス比較)

ローカル情報

路線情報

地図

カーナビ

コマース

ショッピング
 ヤフオク!
 不動産

PayPayモール
 PayPayプリマ

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

O2O

トラベル
 ロコ

チケット
 PassMarket (チケット販売)

一休.com
 一休.com レストラン

検索

検索
 リアルタイム検索
 ビューティー

しごとカタログ
 スタンバイ (仕事検索)
 音声アシスト

デジコン

占い
 ゲーム

ebookjapan (電子書籍)

金融/決済/Fintech

カード
 ウォレット
 PayPay (スマホ決済)

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
 クラウドソーシング

データ

DATA SOLUTION

PIM

メール
 カレンダー

CSR

きっず
 ネット募金

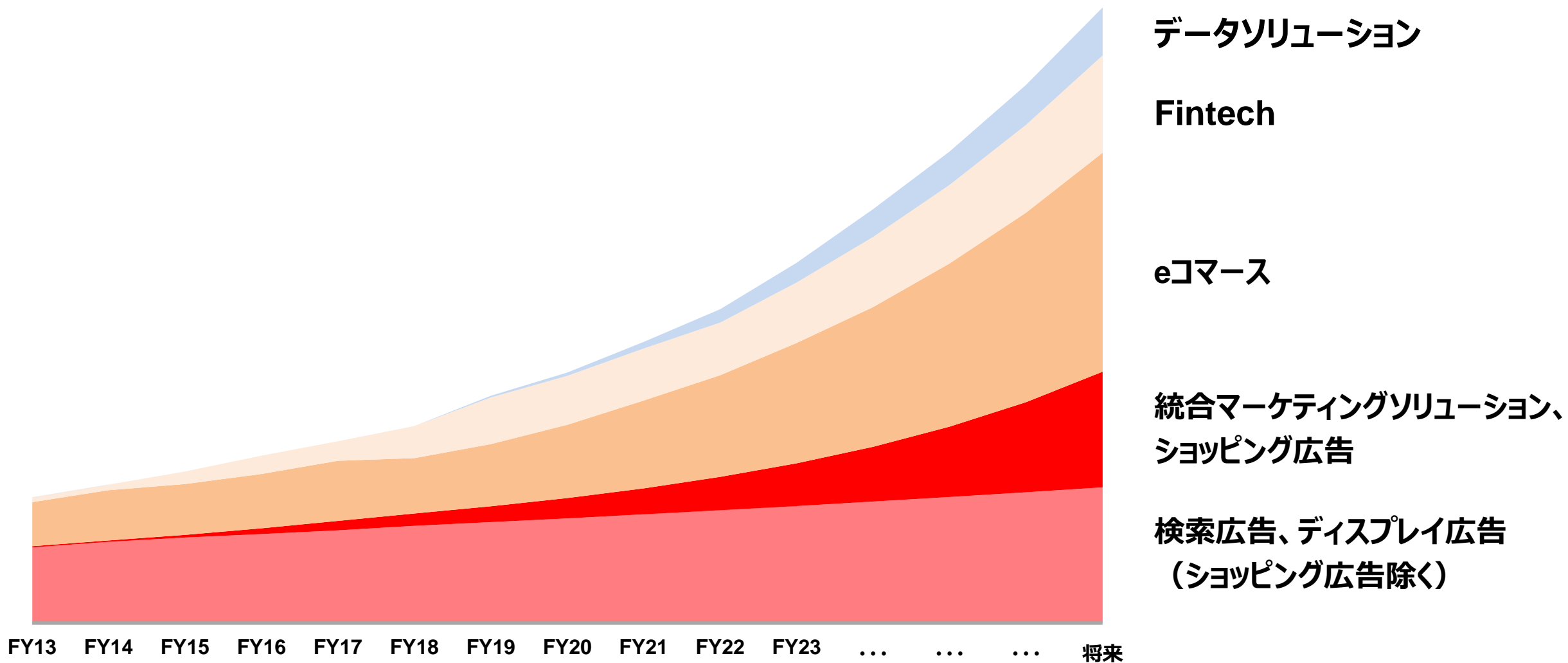
Z HOLDINGS 顧客基盤

ユーザー数：約8,000万人*

* 年間ログインユーザーID数

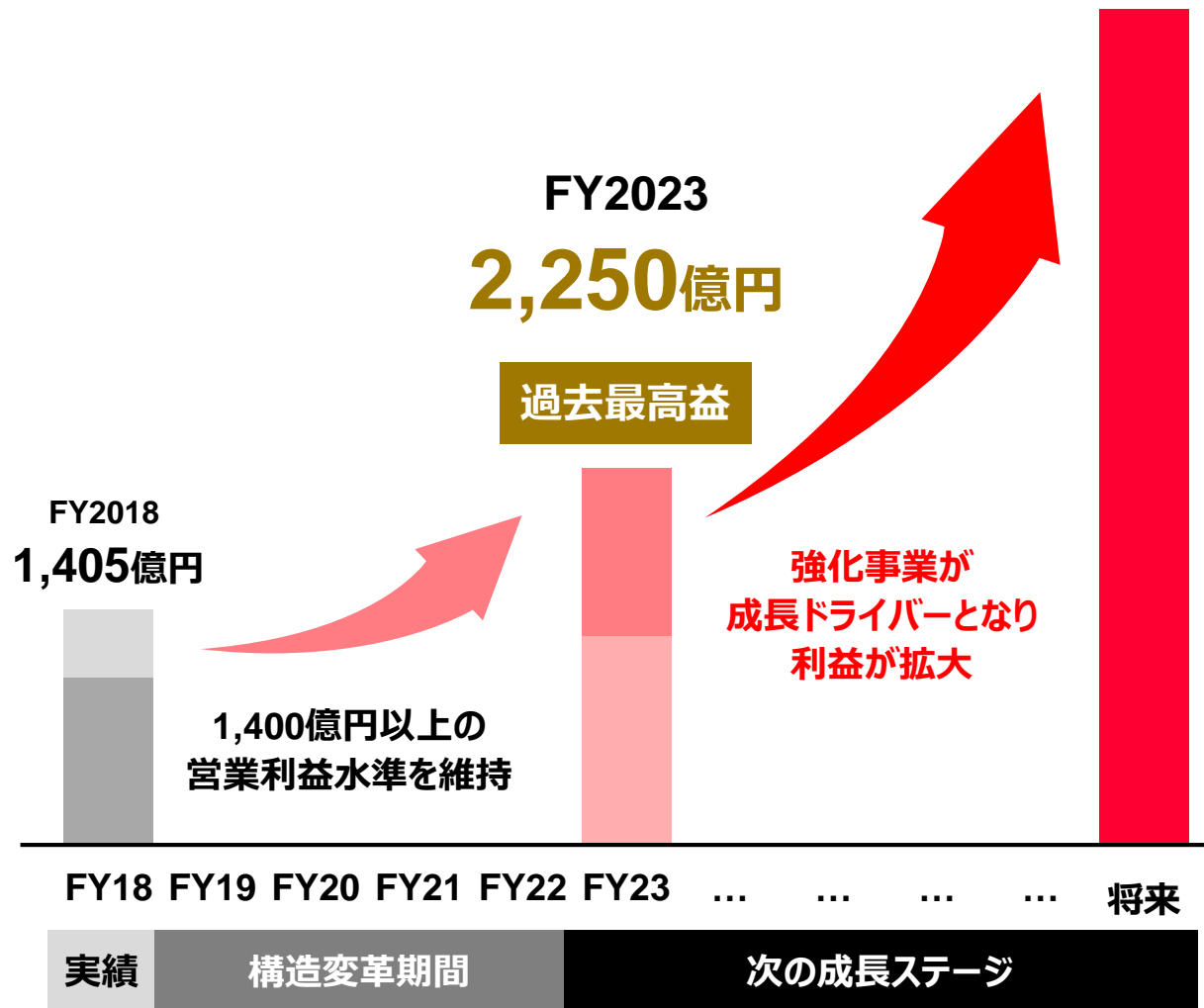
長期的な売上収益構成のイメージ

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

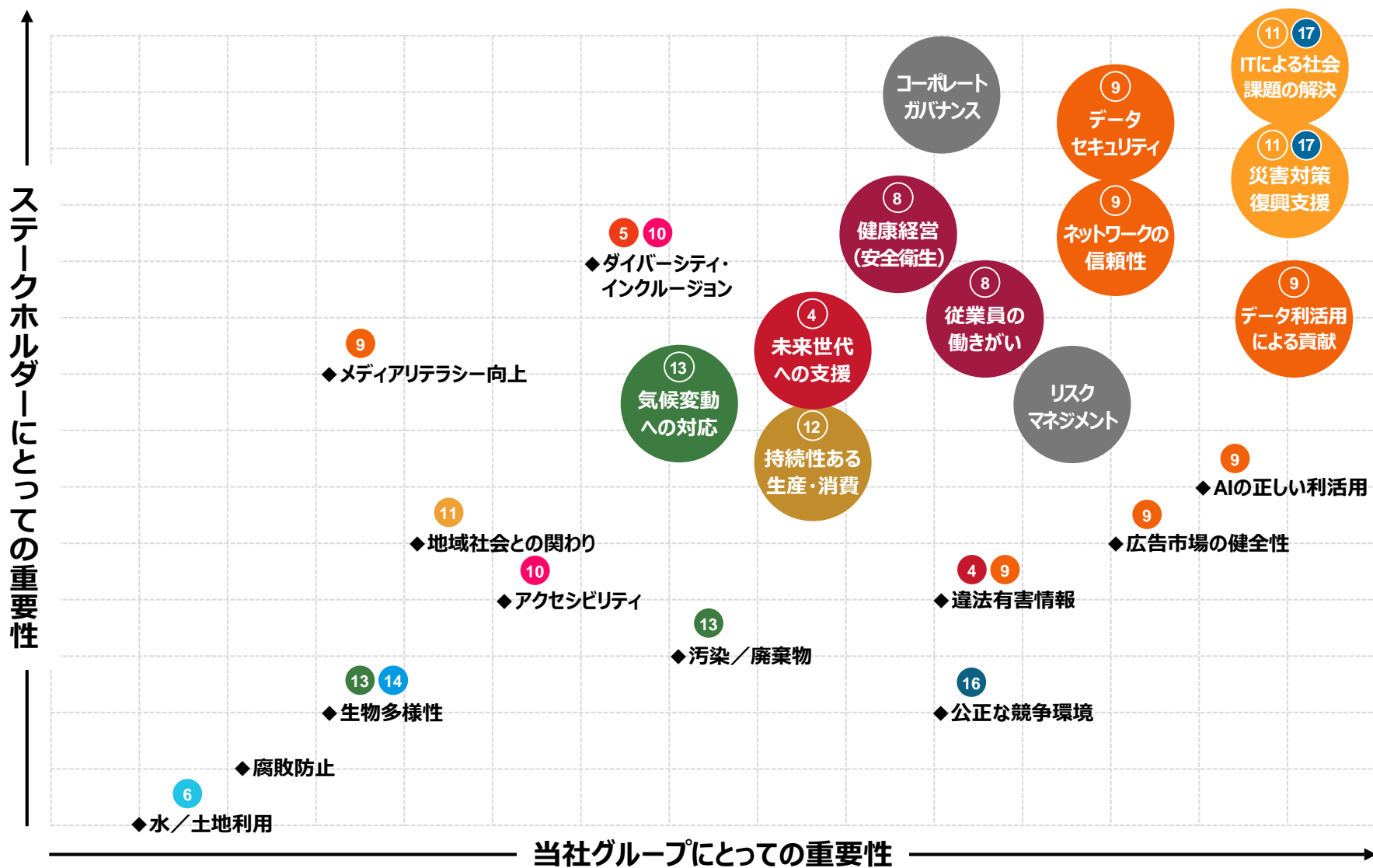
投資判断に有用な財務・非財務情報を随時更新



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

政府目標「2050年カーボンニュートラル」に対して、 大幅な前倒しで達成を目指す

Z HOLDINGS

国際イニシアティブ「RE100」*1の
早期加盟を目指す

Zホールディングスグループとして
2021年度内に中長期の環境目標を発表

YAHOO!
JAPAN

「2023年度 100%再エネチャレンジ」を宣言

ヤフー(株)における
電力消費割合*2

データセンター 95.0%

オフィス
5.0%

2023年度までに達成を目指す

- ▶ データセンターにおける消費電力の再エネへの切り替え
- ▶ テナントにおけるグリーン電力証書の購入

*1 企業の自然エネルギー100%を推進する国際イニシアティブ

*2 ヤフー(株)および、紀尾井町オフィスに同居する一部のグループ企業

ESG投資指標「DJSI World」の構成銘柄に初選定

◆◆◆ Interactive Media, Services & Home Entertainmentセクター ◆◆◆

最高評価である業界別リーダーにも選定

Member of

Dow Jones Sustainability Indices

Powered by the S&P Global CSA

最も高い評価を獲得した項目

Governance & Economic Dimension

情報セキュリティ／サイバーセキュリティシステム可用性

Environment

環境レポート

Social

企業市民活動／社会貢献活動

社外からの主な評価



FTSE4Good

FTSE4Good Index Series



FTSE Blossom
Japan

FTSE Blossom Japan Index

2020 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)

MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)



ISS ESG Corporate Rating



Sompo Sustainability Index

SNAMサステナビリティ・インデックス



「健康経営銘柄2020」
および
「健康経営優良法人2020（大規模法人部門）」



デジタルトランスフォーメーション (DX)
銘柄2020

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