

2021年3月期 第2四半期決算短信〔日本基準〕(連結)



2020年10月29日

上場会社名 株式会社ZOZO 上場取引所 東
 コード番号 3092 URL https://corp.zozo.com
 代表者(役職名) 代表取締役社長兼CEO(氏名) 澤田 宏太郎
 問合せ先責任者(役職名) 取締役副社長兼CFO(氏名) 柳澤 孝旨 (TEL) 043(213)5171
 四半期報告書提出予定日 2020年11月13日 配当支払開始予定日 2020年11月30日
 四半期決算補足説明資料作成の有無 : 有
 四半期決算説明会開催の有無 : 有 (アナリスト・機関投資家向け)
 (百万円未満切捨て)

1. 2021年3月期第2四半期の連結業績(2020年4月1日~2020年9月30日)

(1) 連結経営成績(累計) (%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2021年3月期第2四半期	66,492	16.2	19,905	50.2	19,957	52.9	13,943	76.1
2020年3月期第2四半期	57,242	6.5	13,254	31.8	13,052	30.4	7,919	25.9

(注) 包括利益 2021年3月期第2四半期 13,975百万円(77.3%) 2020年3月期第2四半期 7,882百万円(24.4%)

	1株当たり 四半期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益
	円 銭	円 銭
2021年3月期第2四半期	45.67	—
2020年3月期第2四半期	25.94	—

(注) 潜在株式調整後1株当たり四半期純利益については、希薄化効果を有している潜在株式が存在しないため、記載しておりません。

(2) 連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
	百万円	百万円	%
2021年3月期第2四半期	101,143	43,258	42.7
2020年3月期	94,186	34,534	36.7

(参考) 自己資本 2021年3月期第2四半期 43,185百万円 2020年3月期 34,533百万円

2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2020年3月期	—	12.00	—	18.00	30.00
2021年3月期	—	15.00			
2021年3月期(予想)			—	22.00	37.00

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無 : 無

3. 2021年3月期の連結業績予想(2020年4月1日~2021年3月31日)

(%表示は、対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	143,700	14.5	39,500	41.6	39,500	42.9	27,600	46.8	90.40

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 無

※ 注記事項

- (1) 当四半期連結累計期間における重要な子会社の異動 : 無
 (連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動)
 新規 一社(社名) 、除外 一社(社名)
- (2) 四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用 : 無
- (3) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示
- ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更 : 無
- ② ①以外の会計方針の変更 : 無
- ③ 会計上の見積りの変更 : 無
- ④ 修正再表示 : 無

(4) 発行済株式数(普通株式)

① 期末発行済株式数(自己株式を含む)	2021年3月期2Q	311,644,285株	2020年3月期	311,644,285株
② 期末自己株式数	2021年3月期2Q	6,279,913株	2020年3月期	6,349,103株
③ 期中平均株式数(四半期累計)	2021年3月期2Q	305,322,646株	2020年3月期2Q	305,295,182株

※ 四半期決算短信は公認会計士又は監査法人の四半期レビューの対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

・本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。業績予想の前提となる条件及び業績予想のご利用に当たっての注意事項等については、添付資料8ページ「1. 当四半期決算に関する定性的情報(3) 業績予想などの将来予測に関する説明」をご覧ください。

・当社は、2020年10月29日に機関投資家及びアナリスト向けの決算説明会を開催する予定です。その模様及び説明内容については、当日使用する決算説明資料とともに、開催後速やかに当社ホームページに掲載する予定です。

○添付資料の目次

1. 当四半期決算に関する定性的情報	2
(1) 経営成績に関する説明	2
(2) 財政状態に関する説明	7
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明	8
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記	9
(1) 四半期連結貸借対照表	9
(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書	11
(3) 四半期連結キャッシュ・フロー計算書	13
(4) 四半期連結財務諸表に関する注記事項	15
(継続企業の前提に関する注記)	15
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	15

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

(当期の経営成績)

[表1] 前年同期比

(単位:百万円)

	前第2四半期連結累計期間 (自 2019年4月1日 至 2019年9月30日)	当第2四半期連結累計期間 (自 2020年4月1日 至 2020年9月30日)	前年同期比
商品取扱高	159,589 (100.0%)	185,631 (100.0%)	16.3%
売上高	57,242 (35.9%)	66,492 (35.8%)	16.2%
差引売上総利益	52,421 (32.8%)	63,337 (34.1%)	20.8%
営業利益	13,254 (8.3%)	19,905 (10.7%)	50.2%
経常利益	13,052 (8.2%)	19,957 (10.8%)	52.9%
親会社株主に帰属する四半期純利益	7,919 (5.0%)	13,943 (7.5%)	76.1%

() 内は商品取扱高に対する割合です。

当社グループは、「世界中をカッコよく、世界中に笑顔。Be unique. Be equal.」という企業理念のもと、日本最大級のファッションECサイト「ZOZOTOWN」の運営、及びファッションメディア「WEAR」の運営を中心に事業活動を行っております。

当第2四半期連結累計期間は、新型コロナウイルス感染拡大が継続し、新しい生活様式が徐々に定着をしてきた一方で、アパレル業界にとって引き続き厳しい市況となりました。この状況下で当社グループは、ZOZOTOWNにおいてはユニークユーザー数拡大及びコンバージョンレート(ユニークユーザーの購買率)向上を目指し、ユーザーとブランド双方にとって魅力的なサイト作りにより一層注力してまいりました。具体的には、2020年5月・9月にセールイベント「ZOWEEK」の実施(2020年5月15日～24日の10日間、同9月9日～13日及び18日～22日の10日間)や、同9月の秋冬商品立ち上がりのタイミングでトレンド商品のレコメンド企画を実施する等、ZOZOTOWNにおける販売力の最大化に取り組みました。加えて、引き続き多様化するユーザーニーズに対応できるよう積極的に幅広いジャンルの新規ブランドの出店も進めてまいりました。商材拡張の一環としては、才能やセンス溢れる“個人”とともにファッションブランドをつくるD2C事業「YOUR BRAND PROJECT Powered by ZOZO」の準備を進めており、2020年10月22日より18ブランドを順次販売開始いたしました。

また、ZOZOTOWNの新たな決済方法として、PayPay㈱が提供するキャッシュレス決済サービス「PayPay」を2020年8月20日より導入いたしました。PayPayはオフラインを中心に3,000万人以上のユーザーに利用されている決済手段であり、導入により既存ユーザーの利便性向上や新規ユーザー獲得に期待しております。同9月にはPayPay㈱が主催するPayPayのオンラインキャンペーンにも参加し、ユーザー周知を積極的に行ってまいりました。

2019年12月17日よりヤフー㈱が運営するオンラインショッピングモール「PayPayモール」へZOZOTOWN出店を開始しております。ZOZOTOWNに出店している約9割のショップがPayPayモールでも販売し、徐々に売上を拡大しております。出店以来、PayPayモールの大幅なポイント還元による価格優位性を強みに、従来のZOZOTOWNユーザーとは属性の異なる幅広いユーザーとの接点を増やすことで、新たな顧客層の拡大を進めてまいりました。今後も親会社グループとの連携深化を促進し、シナジー効果を最大化できるよう、最大限の取り組みを推進してまいります。

2019年秋より開始したMSP(マルチサイズプラットフォーム)事業については、参加ブランド及びアイテム数を拡大し春夏商品を中心に販売を行ってまいりました。体型計測デバイスとしては、2020年2月27日より足型の3Dデータ化を行い靴選びに必要な複数部位の計測を可能とする「ZOZOMAT」の配布を開始し、既に多くのユーザーに活用いただいております。本施策により、ZOZOTOWNでの靴カテゴリーの商品取扱高拡大を目指すとともに、ユーザーにとって快適で便利な靴選びを可能とする新しい購買体験を提供できると期待しております。現在までにZOZOTOWNで販売している靴のうち、ZOZOMAT対応型数は1,000型超まで拡大しており、靴カテゴリーは順調に売上を伸ばしております。

BtoB事業においては、2019年10月より、ZOZOTOWNの出店ブランドを対象にZOZOTOWNと自社ECの在庫一元化を図ることで両者における機会損失の最小化を目指す、フルフィルメント支援に特化したサービス「Fulfillment by ZOZO」を開始し、引き続き注力しております。デジタルシフトが進むことで、今後ブランド各社が自社ECの活用を

より積極化することが見込まれており、当期の事業拡大にも期待しております。

これらの結果、当第2四半期連結累計期間における商品取扱高は185,631百万円（前年同期比16.3%増）、売上高は66,492百万円（同16.2%増）、差引売上総利益は63,337百万円（同20.8%増）となりました。

差引売上総利益の商品取扱高に対する割合（粗利率）は34.1%となり、前年同期と比較して1.3ポイント改善いたしました。

商品取扱高については、新型コロナウイルス感染拡大を契機としたデジタルシフトによるプラス影響が、第1四半期連結会計期間から継続し、今期計画に対して好調に推移しました。当第2四半期連結会計期間は、プラス影響が前四半期比で多少弱まったものの、コロナ禍での消費活動の減速によるマイナス影響を跳ね返して着地しております。

売上高については、前年同期において有料会員サービス「ZOZOARIGATO」（～2019年5月末）の実施や、会員向けパーソナライズド値引の積極投下等、当社が原資負担をする値引施策を行っていたことが影響し、主に受託ショップにおいて前年同期比で商品取扱高の成長率を上回りましたが、ZOZOUSEDやPB事業の事業規模縮小等がマイナスに影響し、全体では前年同期比で商品取扱高同等の成長率となりました。なお、商品取扱高は商品販売価格から同有料会員サービス及びその他値引施策に起因する値引額を控除する前の金額を以て表示しております。一方で、売上高については、いずれの場合も当該値引控除後の金額となっております。

粗利率改善の主な要因は、前述の通り、当第2四半期連結累計期間において当社原資負担値引施策の投下量が前年同期比で減少したことにより、受託販売手数料率（対商品取扱高）が改善したためです。

販売費及び一般管理費は43,431百万円（前年同期比10.9%増）、商品取扱高に対する割合は23.4%と前年同期と比較して1.1ポイント低下しております。前年同期比で販管費率が低下している主な理由は以下のとおりです。

・上昇（悪化）要因

- ① 商品単価下落に伴い、荷造運賃（対商品取扱高比）が0.5ポイント上昇。
- ② 前期：PGA TOURトーナメント「ZOZO CHAMPIONSHIP」関連のスポンサー収入をマイナス計上
当期：2020年10月開催「ZOZO CHAMPIONSHIP」の開催国変更の影響で費用発生及びPayPayモール出店に伴う手数料を当該科目にて計上（手数料は、代金回収手数料及び広告宣伝費に分割して計上）
上記要因で、広告宣伝費（対商品取扱高）が0.4ポイント上昇。
- ③ 社員数増により、社員人件費（対商品取扱高）が0.1ポイント上昇。

・低下（改善）要因

- ① ZOZOTOWN本店において、2020年4月1日より会員に向けた商品代金1%分のZOZOポイント付与を終了したこと及びポイント施策の減少により、ポイント関連費（対商品取扱高）が0.9ポイント低下。
- ② 商品取扱高成長及び物流拠点集約に向けた一部拠点満了に伴い、賃借料（対商品取扱高）が0.3ポイント低下。
- ③ 前年同期に発生したスポット費用の減少等により、その他費用（対商品取扱高）が0.8ポイント低下。

以上の結果、当第2四半期連結累計期間の営業利益は19,905百万円（前年同期比50.2%増）、営業利益率は対商品取扱高対比10.7%と前年同期と比較して2.4ポイント上昇しております。また、経常利益は19,957百万円（同52.9%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益は13,943百万円（同76.1%増）となりました。

なお、当社グループはEC事業の単一セグメントであるため、セグメント別の記載は省略しておりますが、単一セグメント内の各事業区分の業績を以下のとおり示しております。

各事業別の業績は、以下のとおりです。

[表2] 事業別前年同期比

事業別	前第2四半期連結累計期間 (自 2019年4月1日 至 2019年9月30日)			当第2四半期連結累計期間 (自 2020年4月1日 至 2020年9月30日)			取扱高 前年同期比 (%)	売上高 前年同期比 (%)
	取扱高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	取扱高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)		
ZOZOTOWN事業 (受託ショップ)	147,222	92.3	40,729	160,652	86.6	47,067	9.1	15.6
(買取ショップ)	142	0.1	138	44	0.0	44	△68.7	△67.8
(ZOZOUSUED)	7,080	4.4	6,648	4,714	2.5	4,704	△33.4	△29.2
小計	154,444	96.8	47,516	165,411	89.1	51,816	7.1	9.0
PayPayモール	—	—	—	8,744	4.7	2,554	—	—
PB事業	698	0.4	689	184	0.1	184	△73.6	△73.3
MSP事業	35	0.0	35	560	0.3	560	—	—
BtoB事業	4,411	2.8	976	10,625	5.7	2,098	140.9	114.8
広告事業	—	—	1,131	—	—	1,652	—	46.1
その他	—	—	6,894	105	0.1	7,626	—	10.6
合計	159,589	100.0	57,242	185,631	100.0	66,492	16.3	16.2

① ZOZOTOWN事業

ZOZOTOWN事業は、「受託ショップ」「買取ショップ」「ZOZOUSUED」の3つの事業形態で構成されております。「受託ショップ」は各ブランドの商品を受託在庫として預かり、受託販売を行っております。「買取ショップ」は各ブランドからファッション商材を仕入れ、自社在庫を持ちながら販売を行っております。「ZOZOUSUED」は主に個人ユーザー等から中古ファッション商材を買取り、販売を行っております。新品商品購入促進のための付加価値サービスと位置付けております。

当社では、ZOZOTOWN事業を持続的に成長させていくためには「購入者数の拡大」及び「ファッション消費におけるZOZOTOWN利用率上昇」が重要なファクターであると認識しております。そのために、ユーザーとブランド双方にとって魅力的なサイト作りに取り組んでおります。

なお、ZOZOTOWN事業に係る主なKPIの推移は以下のとおりです。

(ショップ数等)

[表3] ショップ数、ブランド数の推移

	前連結会計年度				当連結会計年度			
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
ZOZOTOWN出店ショップ数(注)1	1,297	1,312	1,345	1,337	1,348	1,404	—	—
内) 買取ショップ(注)3	5	5	5	5	5	5	—	—
受託ショップ	1,292	1,307	1,340	1,332	1,343	1,399	—	—
ブランド数(注)1、2	7,349	7,305	7,462	7,643	7,989	7,953	—	—

(注) 1 四半期会計期間末日時点の数値を使用しております。

2 プライベートブランド「ZOZO」及び「マルチサイズ」は含んでおりません。

当第2四半期連結会計期間に新規出店したショップ数は71ショップ(前四半期比純増56ショップ)となりました。主な新規出店ショップは、イタリアの高級ジュエリーブランド「BVLGARI」(期間限定出店)、同じくイタリア・ミラノ発のラグジュアリーブランド「MARNI」、アメリカ発のアウトドアブランド「L.L.Bean」、再出店となる(株)オンワードホールディングスが運営する「any SiS」等の11ショップです。

(年間購入者数)

[表4] 年間購入者数の推移

	前連結会計年度				当連結会計年度			
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
年間購入者数(注)2	8,121,663	8,226,388	8,156,256	8,273,603	8,662,560	8,805,155	—	—
(前年同期比)	729,537	456,842	82,584	147,079	540,897	578,767	—	—
(前四半期比)	△4,861	104,725	△70,132	117,347	388,957	142,595	—	—
アクティブ会員数(注)3	6,557,144	6,749,012	6,800,435	6,839,666	7,223,753	7,434,529	—	—
(前年同期比)	1,098,501	966,785	643,598	388,980	666,609	685,517	—	—
(前四半期比)	106,458	191,868	51,423	39,231	384,087	210,776	—	—
ゲスト会員数	1,564,519	1,477,376	1,355,821	1,433,937	1,438,807	1,370,626	—	—
(前年同期比)	△368,964	△509,943	△561,014	△241,901	△125,712	△106,750	—	—
(前四半期比)	△111,319	△87,143	△121,555	78,116	4,870	△68,181	—	—

(注) 1 集計期間は会計期間末日以前の直近1年間としております。

2 年間購入者数は過去1年以内に1回以上購入したアクティブ会員数とゲスト購入者数の合計です。

3 アクティブ会員数は過去1年以内に1回以上購入した会員数になります。

4 「PayPayモール」の購入者は含んでおりません。

当第2四半期連結会計期間において、アクティブ会員数が前年同期比及び前四半期比でそれぞれ増加したことにより、年間購入者数も増加いたしました。アクティブ会員数の順調な増加は、新型コロナウイルス感染拡大に伴うデジタルシフトにより新規アクティブ会員の獲得が好調であることが要因です。ゲスト会員数は、前年同期比及び前四半期比でそれぞれ減少に転じております。ゲスト会員数の減少は、直近数年に渡って会員向けサービスを強化していることが影響しており、今後も減少トレンドが続く見込みです。

(年間購入金額及び年間購入点数)

[表5] 年間購入金額、年間購入点数の推移

	前連結会計年度				当連結会計年度			
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
年間購入金額(全体) (注)1、2、3、4	46,934	47,506	47,593	46,519	45,128	44,341	—	—
(前年同期比)	0.1%	3.0%	3.4%	0.4%	△3.8%	△6.7%	—	—
(前四半期比)	1.3%	1.2%	0.2%	△2.3%	△3.0%	△1.7%	—	—
年間購入点数(全体) (注)1、2、3	11.3	11.6	11.7	11.8	11.8	11.8	—	—
(前年同期比)	△0.4%	3.5%	5.1%	6.5%	4.9%	1.4%	—	—
(前四半期比)	2.0%	2.9%	0.8%	0.7%	0.4%	△0.6%	—	—
年間購入金額(既存会員) (注)1、2、3、4	55,048	54,750	54,092	53,027	52,175	51,523	—	—
(前年同期比)	△7.6%	△4.9%	△3.9%	△5.0%	△5.2%	△5.9%	—	—
(前四半期比)	△1.3%	△0.5%	△1.2%	△2.0%	△1.6%	△1.2%	—	—
年間購入点数(既存会員) (注)1、2、3	13.3	13.4	13.4	13.4	13.6	13.6	—	—
(前年同期比)	△6.2%	△2.7%	△1.6%	△0.1%	2.4%	1.5%	—	—
(前四半期比)	△0.8%	0.6%	△0.3%	0.4%	1.6%	△0.3%	—	—

(注) 1 集計期間は会計期間末日以前の直近1年間としております。

2 アクティブ会員1人当たりの指標となっております。

3 「PayPayモール」の購入者は含んでおりません。

4 円単位となっております。

当第2四半期連結会計期間において、全体の年間購入金額が前年同期比及び前四半期比で減少しておりますが、

新型コロナウイルス感染拡大に伴うデジタルシフトにより新規会員の獲得が好調であったため、会員全体に占める新規会員の構成比が上昇したことが要因です。また、既存会員の年間購入金額が前年同期比及び前四半期比で減少している要因は、会員歴の浅い既存アクティブ会員の構成割合が上昇したことによるもの（会員歴の長さに応じて年間購入金額が高くなる傾向）です。年間購入点数は、平均商品単価下落の影響を受け、前年同期比でいずれも増加しております。一方で、いずれも前四半期比で減少しておりますが、その要因は年間購入金額の減少要因と同様です。

(平均商品単価等)

[表6] 平均商品単価、平均出荷単価、出荷件数の推移

	前連結会計年度				当連結会計年度			
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
平均商品単価 (注)1、2、3 (前年同期比)	3,903 △1.4%	3,516 △3.9%	4,501 △5.6%	3,909 △10.7%	3,443 △11.8%	3,381 △3.8%	— —	— —
平均出荷単価 (注)1、2、3 (前年同期比)	8,390 3.2%	7,529 △3.3%	8,973 △6.3%	8,304 △12.5%	7,409 △11.7%	7,370 △2.1%	— —	— —
1注文あたり購入点数 (注)1、3 (前年同期比)	2.15 4.6%	2.14 0.6%	1.99 △0.8%	2.12 △1.9%	2.15 0.1%	2.18 1.8%	— —	— —
出荷件数(注)1、3 (前年同期比)	9,209,344 9.3%	10,347,938 16.7%	10,101,875 6.2%	9,757,344 7.6%	11,472,548 24.6%	11,011,990 6.4%	— —	— —

(注) 1 四半期会計期間の数値を使用しております。

2 円単位となっております。

3 「PayPayモール」は含んでおりません。

平均商品単価につきましては、前年同期比で減少いたしました。セールイベントの積極実施等により、商品取扱高におけるセール比率が上昇したことが主な要因です。前第1四半期連結会計期間までの「ZOZOARIGATO」による商品単価上昇の影響も一巡したため、当第1四半期連結会計期間のような2桁%の大幅な下落基調からは改善いたしました。当第2四半期連結会計期間における1注文当たりの購入点数は前年同期比で増加しておりますが、平均商品単価下落の影響を受け、平均出荷単価は前年同期比で減少しております。

ZOZOTOWN事業（受託ショップ、買取ショップ及びZOZOUSED）の実績は以下のとおりです。

a. 受託ショップ

当第2四半期連結累計期間の商品取扱高は160,652百万円（前年同期比9.1%増）商品取扱高に占める割合は86.6%（前年同期実績92.3%）となりました。売上高は47,067百万円（前年同期比15.6%増）となりました。2020年9月末現在、受託ショップは1,399ショップ（2020年6月末1,343ショップ）を運営しております。

b. 買取ショップ

当第2四半期連結累計期間の商品取扱高は44百万円（前年同期比68.7%減）、商品取扱高に占める割合は0.0%（前年同期実績0.1%）となりました。売上高は44百万円（前年同期比67.8%減）となりました。2020年9月末現在、買取ショップでは5ショップ（2020年6月末5ショップ）を運営しております。

c. ZOZOUSED

当第2四半期連結累計期間の商品取扱高は4,714百万円（前年同期比33.4%減）、商品取扱高に占める割合は2.5%（前年同期実績4.4%）となりました。売上高は4,704百万円（前年同期比29.2%減）となりました。

② PayPayモール

ヤフー株式が運営するオンラインショッピングモール「PayPayモール」へZOZOTOWNを出店しております。当第2四半期連結累計期間の商品取扱高は8,744百万円、商品取扱高に占める割合は4.7%となりました。売上高は2,554百万

円となりました。

③ PB事業

PB事業では、ユーザー個人の体型に合わせた当社の自社企画アパレル商品を販売する事業を行っております。当第2四半期連結累計期間の商品取扱高は184百万円（前年同期比73.6%減）、商品取扱高に占める割合は0.1%（前年同期実績0.4%）となりました。売上高は184百万円（前年同期比73.3%減）となりました。

④ MSP事業

MSP事業では、当社がPB事業で培った多サイズ展開のノウハウ・販売力、及びZOZOTOWN出店ショップの企画力を融合させることで、ユーザーが求める当該ショップ商品の一部についてマルチサイズ展開を行い、ZOZOTOWN上で販売を行う事業を行っております。ユーザーからは身長・体重情報を入力頂くことで、推奨サイズの商品提供が可能となります。当第2半期連結累計期間の商品取扱高は560百万円となりました。売上高は560百万円となりました。

⑤ BtoB事業

BtoB事業では、ブランドの自社ECサイトの構築及び運営を受託しております。当第2四半期連結累計期間の商品取扱高は10,625百万円（前年同期比140.9%増）、商品取扱高に占める割合は5.7%（前年同期実績2.8%）となりました。売上高（受託販売手数料）は2,098百万円（前年同期比114.8%増）となりました。2020年9月末現在、受託サイト数は54サイト（2020年6月末51サイト）となっております。

⑥ 広告事業

広告事業は、ZOZOTOWNのユーザーリーチ基盤を活用し、取引先ブランドや当社グループも属するソフトバンクグループ各社に広告枠を提供し、広告収入を得る事業形態となります。当第2四半期連結累計期間の売上高は1,652百万円（前年同期比46.1%増）となりました。WEARについては、現在広告による収益化は縮小し、ユーザーの拡大及びコンテンツの拡充に注力しております。WEARの2020年9月末時点のアプリダウンロード数は1,500万ダウンロードを超えており、月間利用者数ともに堅調に推移しております。

⑦ その他

その他商品取扱高には、当社連結子会社の自社ECサイトにおける流通総額が計上されており、当第2四半期連結累計期間のその他商品取扱高は105百万円、商品取扱高に占める割合は0.1%となりました。その他売上高には、ZOZOTOWN事業に付随した事業の売上（送料収入、決済手数料収入、有料会員収入等）、当社連結子会社の売上高等が計上されており、当第2四半期連結累計期間のその他売上高は7,626百万円（前年同期比10.6%増）となりました。

(2) 財政状態に関する説明

① 資産、負債及び純資産の状況

(単位：百万円)

	前連結会計年度	当第2四半期連結会計期間	増減率
総資産	94,186	101,143	7.4%
負債	59,651	57,885	△3.0%
純資産	34,534	43,258	25.3%

(総資産)

総資産については、前連結会計年度末に比べ6,957百万円増加（前連結会計年度末比7.4%増）し、101,143百万円となりました。流動資産は、前連結会計年度末に比べ5,939百万円増加（同8.4%増）し、76,368百万円となりました。主な増減要因としては、現金及び預金の増加6,667百万円、売掛金の減少1,818百万円などによるものであります。固定資産は、前連結会計年度末に比べ1,017百万円増加（同4.3%増）し、24,774百万円となりました。主な増減要因としては、のれんの増加222百万円、投資その他の資産の増加894百万円、有形固定資産の減少41百万円などによるものであります。

(負債)

負債については、前連結会計年度末に比べ1,766百万円減少（前連結会計年度末比3.0%減）し、57,885百万円となりました。流動負債は、前連結会計年度末に比べ2,200百万円減少（同3.9%減）し、53,925百万円となりました。主な増減要因としては、受託販売預り金の減少1,473百万円、未払法人税の増加2,826百万円、ポイント引当金の減少546百万円、短期借入金の減少2,000百万円などによるものであります。固定負債は、前連結会計年度末に比べ434百万円増加（同12.3%増）し、3,959百万円となりました。主な増減要因としては、退職給付に係る負債の増加192百万円、資産除去債務の増加216百万円などによるものであります。

(純資産)

純資産については、前連結会計年度末に比べ8,723百万円増加（前連結会計年度末比25.3%増）し、43,258百万円となりました。主な増減要因としては、親会社株主に帰属する四半期純利益の計上による増加13,943百万円、剰余金の配当による減少5,495百万円などによるものであります。

② キャッシュ・フローの状況

当第2四半期連結会計期間末における現金及び現金同等物（以下、「資金」という。）は、前連結会計年度末から6,667百万円増加し、40,270百万円となりました。

各キャッシュ・フローの状況とその要因は、以下のとおりです。

	(単位：百万円)		
	前第2四半期連結累計期間	当第2四半期連結累計期間	増減率
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,947	15,663	125.4%
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,055	△1,463	△52.1%
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,053	△7,530	146.6%

(営業活動によるキャッシュ・フロー)

営業活動により得られた資金は15,663百万円となりました。主な増加要因としては、税金等調整前四半期純利益19,955百万円の計上などによるものであります。一方、主な減少要因としては前払費用の増加額1,331百万円、法人税等の支払額3,515百万円があったことなどによるものであります。

(投資活動によるキャッシュ・フロー)

投資活動により使用した資金は1,463百万円となりました。これは有形固定資産の取得による支出768百万円の計上に加え、敷金及び保証金の差入による支出627百万円があったことなどによるものであります。

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

財務活動により使用した資金は7,530百万円となりました。これは配当金の支払額5,493百万円があったことなどによるものであります。

(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明

2020年7月30日に発表いたしました通期の連結業績予測数値に変更はありません。

2. 四半期連結財務諸表及び主な注記

(1) 四半期連結貸借対照表

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2020年3月31日)	当第2四半期連結会計期間 (2020年9月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	33,602	40,270
売掛金	31,547	29,728
商品及び製品	1,664	1,951
原材料及び貯蔵品	106	45
その他	3,508	4,372
流動資産合計	70,429	76,368
固定資産		
有形固定資産	10,493	10,451
無形固定資産		
のれん	2,148	2,370
その他	820	762
無形固定資産合計	2,968	3,133
投資その他の資産	10,295	11,189
固定資産合計	23,756	24,774
資産合計	94,186	101,143
負債の部		
流動負債		
買掛金	60	224
受託販売預り金	18,998	17,524
短期借入金	22,000	20,000
未払法人税等	3,812	6,639
賞与引当金	459	489
役員賞与引当金	—	36
ポイント引当金	1,387	840
返品調整引当金	107	82
その他	9,300	8,087
流動負債合計	56,126	53,925
固定負債		
退職給付に係る負債	2,007	2,200
資産除去債務	1,497	1,713
その他	20	45
固定負債合計	3,525	3,959
負債合計	59,651	57,885

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2020年3月31日)	当第2四半期連結会計期間 (2020年9月30日)
純資産の部		
株主資本		
資本金	1,359	1,359
資本剰余金	1,328	1,328
利益剰余金	56,340	64,701
自己株式	△24,412	△24,146
株主資本合計	34,616	43,243
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	0	△0
為替換算調整勘定	△11	8
退職給付に係る調整累計額	△71	△65
その他の包括利益累計額合計	△83	△57
新株予約権	1	4
非支配株主持分	—	67
純資産合計	34,534	43,258
負債純資産合計	94,186	101,143

(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書

四半期連結損益計算書

第2四半期連結累計期間

(単位:百万円)

	前第2四半期連結累計期間 (自2019年4月1日 至2019年9月30日)	当第2四半期連結累計期間 (自2020年4月1日 至2020年9月30日)
売上高	57,242	66,492
売上原価	4,780	3,180
売上総利益	52,461	63,312
返品調整引当金戻入額	92	107
返品調整引当金繰入額	133	82
差引売上総利益	52,421	63,337
販売費及び一般管理費	39,167	43,431
営業利益	13,254	19,905
営業外収益		
受取利息	0	2
受取賃借料	—	119
為替差益	—	7
業務支援料	45	2
リサイクル収入	17	18
補助金収入	0	34
ポイント失効益	24	36
その他	21	5
営業外収益合計	109	227
営業外費用		
支払利息	46	36
貸倒引当金繰入額	172	11
支払賃借料	—	114
支払手数料	3	5
為替差損	59	—
投資事業組合運用損	28	7
営業外費用合計	310	175
経常利益	13,052	19,957
特別損失		
固定資産除売却損	3	1
投資有価証券評価損	1,697	—
特別損失合計	1,700	1
税金等調整前四半期純利益	11,351	19,955
法人税、住民税及び事業税	4,014	6,288
法人税等調整額	△581	△282
法人税等合計	3,432	6,005
四半期純利益	7,919	13,950
非支配株主に帰属する四半期純利益	—	6
親会社株主に帰属する四半期純利益	7,919	13,943

四半期連結包括利益計算書
第2四半期連結累計期間

(単位：百万円)

	前第2四半期連結累計期間 (自 2019年4月1日 至 2019年9月30日)	当第2四半期連結累計期間 (自 2020年4月1日 至 2020年9月30日)
四半期純利益	7,919	13,950
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△19	△0
為替換算調整勘定	△26	20
退職給付に係る調整額	9	5
その他の包括利益合計	△37	25
四半期包括利益	7,882	13,975
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	7,882	13,969
非支配株主に係る四半期包括利益	—	6

(3) 四半期連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	前第2四半期連結累計期間 (自2019年4月1日 至2019年9月30日)	当第2四半期連結累計期間 (自2020年4月1日 至2020年9月30日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前四半期純利益	11,351	19,955
減価償却費	854	1,004
のれん償却額	279	175
株式報酬費用	△100	18
投資有価証券評価損	1,697	—
貸倒引当金繰入額	172	11
投資事業組合運用損益(△は益)	28	7
固定資産除売却損益(△は益)	3	1
賞与引当金の増減額(△は減少)	△23	30
役員賞与引当金の増減額(△は減少)	—	36
ポイント引当金の増減額(△は減少)	17	△546
返品調整引当金の増減額(△は減少)	40	△24
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	148	201
受取利息及び受取配当金	△0	△2
支払利息	46	36
支払手数料	3	5
為替差損益(△は益)	19	△13
売上債権の増減額(△は増加)	△906	1,829
たな卸資産の増減額(△は増加)	1,058	△163
前払費用の増減額(△は増加)	△1,570	△1,331
仕入債務の増減額(△は減少)	△1,357	152
受託販売預り金の増減額(△は減少)	30	△1,473
未払金の増減額(△は減少)	△86	△284
未払消費税等の増減額(△は減少)	467	△583
その他	△1,778	161
小計	10,394	19,203
利息及び配当金の受取額	0	2
利息の支払額	△44	△27
法人税等の支払額	△3,403	△3,515
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,947	15,663
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△2,315	△768
無形固定資産の取得による支出	△120	△83
敷金及び保証金の回収による収入	—	607
敷金及び保証金の差入による支出	△492	△627
投資有価証券の取得による支出	△50	△22
関係会社出資金の払込による支出	△76	△22
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	—	△264
その他	△1	△282
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,055	△1,463

(単位:百万円)

	前第2四半期連結累計期間 (自 2019年4月1日 至 2019年9月30日)	当第2四半期連結累計期間 (自 2020年4月1日 至 2020年9月30日)
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入れによる収入	—	17,500
短期借入金の返済による支出	—	△19,530
長期借入金の返済による支出	—	△0
支払手数料の支出	△3	△5
自己株式の取得による支出	—	△0
配当金の支払額	△3,050	△5,493
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,053	△7,530
現金及び現金同等物に係る換算差額	△20	△0
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	817	6,667
現金及び現金同等物の期首残高	21,560	33,602
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	22	—
現金及び現金同等物の四半期末残高	22,400	40,270

(4) 四半期連結財務諸表に関する注記事項

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。