

2018年3月期連結決算の詳細は以下の通りです。

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (実績)		当連結会計年度		前年同期比	期初計画比
商品取扱高	212,090	(100.0%)	270,543	(100.0%)	27.6%	0.2%
売上高	76,393	(36.0%)	98,432	(36.4%)	28.8%	△1.6%
差引売上総利益	69,213	(32.6%)	90,464	(33.4%)	30.7%	—
営業利益	26,284	(12.4%)	32,669	(12.1%)	24.3%	2.1%
経常利益	26,442	(12.5%)	32,740	(12.1%)	23.8%	2.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	17,035	(8.0%)	20,156	(7.5%)	18.3%	△9.2%

() 内は商品取扱高に対する割合です。

商品取扱高は270,543百万円(前年同期比27.6%増)、売上高は98,432百万円(同28.8%増)、差引売上総利益は90,464百万円(同30.7%増)となりました。

差引売上総利益率は(対商品取扱高)33.4%となり、前年同期の32.6%から0.8ポイント上昇しております。上昇の要因は、その他売上高のうち、運賃収入と決済手数料収入の増加があった一方で有料会員向けサービスの終了に伴う減少があったこととなります。

販売費及び一般管理費は、57,794百万円(前年同期比34.6%増)、販管費率(対商品取扱高)が21.4%となり、前年同期の20.2%から1.2ポイント上昇いたしました。主な要因は、2017年9月より運送会社へ支払う運賃価格の改定があったことから、荷造運賃(対商品取扱高)が5.2%と前年同期と比較して1.0ポイント上昇、プライベートブランドにかかる業務委託費及び物流拠点増加に伴う庫内オペレーションにかかる業務委託費が増加したことにより業務委託手数料(対商品取扱高)が2.8%と前年同期と比較して1.0ポイント上昇、一方でプロモーション関連費用(対商品取扱高)は1.6%と前年同期と比較して1.1ポイント低下したこと等によるものとなります。

以上より、営業利益は32,669百万円(前年同期比24.3%増)、営業利益率(対商品取扱高)は12.1%となり、前年同期の12.4%と比較して0.3ポイント低下しております。経常利益は32,740百万円(同23.8%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は20,156百万円(同18.3%増)となりました。

なお、特別損失として4,260百万円を計上しております。主な内訳としては、採寸用ボディースーツの仕様変更に伴い、今後の利用が見込まれない固定資産の減損損失として1,486百万円、同様の理由によるたな卸資産の評価損として263百万円、同ボディースーツの製造委託先であり当社の関係会社であるStretchSense Limited社の業績が当初策定した計画を下回って推移していることによる投資有価証券評価損として1,848百万円、ならびに同社に仕様変更前のボディースーツの相当数の生産を見込んで支払済みであった前渡金につき貸倒引当金繰入額として663百万円を計上しております。上記に関連して、当社は、2017年11月22日付「StretchSense Limited社とのコールオプション契約締結に関するお知らせ」において、将来的に当社によるStretchSense Limited社の100%子会社化を選択的に可能とするコールオプション契約を締結する予定である旨を開示しておりましたが、ボディースーツの仕様変更等の事情により当該子会社化の必要性が著しく低下したことを受けて、2018年4月27日開催の当社臨時取締役会において、同契約の締結を中止する旨を決議しております。

平成29年4月28日に開示いたしました期初計画に対して、商品取扱高は0.2%上回ることができました。売

上高は同計画比で 1.6% 下回りましたが、これは ZOZOTOWN 事業における ZOZOUSED の計画が未達であったことが主な要因となります。営業利益は 2.1%、経常利益は 2.3%それぞれ同計画比で上回ることができましたが、上述の特別損失計上の影響により、親会社株主に帰属する当期純利益は 9.2% 下回ることとなりました。

当連結会計年度で実施した内容は以下の通りです。

(プライベートブランド事業*の開始) *以下、PB 事業といたします。

2017 年 11 月に新規事業として採寸用ボディースーツ「ZOZOSUIT」やプライベートブランド「ZOZO」をリリースし、「ZOZOSUIT」の無料配布の予約受付を開始いたしました。また、2018 年 1 月 31 日よりプライベートブランド「ZOZO」の販売を開始いたしました。PB 事業のビジネスモデルは、「ZOZOSUIT」によりユーザーの体型を採寸し、商品あたり数千パターンのサイズ幅の中でユーザーの体型にフィットする商品を提供していくというものになります。需要が見込まれるサイズについては予め一定量の在庫を仕入れることで、受注次第の配送サービスを可能とし、在庫を仕入れていないサイズであっても、2 週間以内の短納期でユーザーへ配送する体制を構築しております。

(送料ポリシーの変更)

お客様にお支払い頂く配送料に関しては、2017 年 10 月より 1 か月間、送料自由（お客様にお支払い頂く送料を決めて頂く）の施策を実施し、同 11 月からは送料一律 200 円（税込）と、送料ポリシーを変更いたしました（2017 年 10 月以前の送料ポリシーは、注文金額（税込）が 4,999 円以上で送料無料、4,999 円未満は 399 円（税込）でした）。

(物流倉庫の拡張)

2017 年 7 月に千葉県内に物流倉庫を新たに追加し、これにより倉庫面積は約 20 万㎡となりました。なお、物流倉庫については、今後の商品取扱高の拡大を見込み、2018 年 10 月及び 2019 年秋に茨城県つくば市に、新しい物流倉庫を賃借する予定となっており、これにより 2019 年秋の物流倉庫の総延床面積は約 33 万㎡となる見込みです。

当第 4 四半期連結会計期間（2018 年 1 月 - 3 月）における商品取扱高は 73,555 百万円（前年同期比 14.9%増）となりました。2016 年 11 月より開始した後払い決済サービス「ツケ払い」の効果が一巡したこと、及びプロモーション関連費用を抑制した結果、成長率が巡航速度となりました。販売費及び一般管理費は 15,770 百万円（同 16.3%増）、販売費及び一般管理率（対商品取扱高）が 21.4%となり。結果、営業利益は 9,118 百万円（同 30.4%増）、営業利益率（対商品取扱高）は 12.4%となりました。

各事業別の業績は、以下の通りです。

事業別	前連結会計年度 (自 2016年4月1日 至 2017年3月31日)			当連結会計年度 (自 2017年4月1日 至 2018年3月31日)			商品取扱高 前年同期比 (%)	売上高 前年同期比 (%)
	商品取扱高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	商品取扱高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)		
ZOZOTOWN事業 (受託ショップ)	191,903	90.5	55,253	246,803	91.2	71,192	28.6	28.8
(買取ショップ)	193	0.1	193	166	0.1	166	△14.0	△14.0
(ZOZOUSED)	12,875	6.1	12,875	15,951	5.9	15,931	23.9	23.7
小計	204,972	96.6	68,322	262,920	97.2	87,290	28.3	27.8
BtoB事業	6,220	2.9	1,338	7,536	2.8	1,642	21.2	22.7
フリマ事業	898	0.4	△0	86	0.0	-	△90.4	△100.0
その他	-	-	6,731	-	-	9,498	-	41.1
合計	212,090	100.0	76,393	270,543	100.0	98,432	27.6	28.8

(ZOZOTOWN 事業)

ZOZOTOWN 事業の商品取扱高は、262,920 百万円（前年同期比 28.3%増）となりました。

ZOZOTOWN 事業の内訳は、受託ショップ 246,803 百万円（同 28.6%増）、買取ショップ 166 百万円（同 14.0%減）、ZOZOUSED 15,951 百万円（同 23.9%増）となりました。ZOZOTOWN 事業が高成長を維持することができた背景としては、以下の通りとなっております。

- 前期に数多く新規出店したショップの売上貢献に加え、今期も積極的に幅広いジャンルの新規ブランドが出店
- ブランドクーポンを効率的かつ効果が最大になるよう実施
(2017年4月より合同クーポンの回数を増加させ、また11月からは利用期間を1日とした手法に変更しております)
- CRMシステムを活用し、ユーザーに対して多様なコミュニケーションとアプローチを実施
- ユーザーの利便性を高められるよう多様な決済手段を提供

次に、ZOZOTOWN 事業の各種 KPI の実績は以下の通りです。

	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、6	842	872	934	954	987	1,016	1,094	1,111
内) 買取ショップ	10	7	7	7	8	7	6	6
受託ショップ	832	865	927	947	979	1,009	1,088	1,105
ブランド数(注)1、6	5,148	5,333	5,655	5,683	5,859	6,032	6,346	6,443
年間購入者数(注)2	4,832,558	5,252,541	5,783,381	6,324,033	6,734,740	6,963,986	7,205,777	7,223,227
内) アクティブ会員数	2,844,171	3,059,991	3,421,440	3,893,156	4,181,873	4,591,017	4,957,861	5,112,861
ゲスト購入者数	1,988,387	2,192,550	2,361,941	2,430,877	2,552,867	2,372,969	2,247,916	2,110,366
年間購入金額(注)2、4、5	48,644	48,556	48,275	46,417	47,119	46,818	46,707	47,661
年間購入点数(注)2、4	9.9	10.4	10.5	10.3	10.7	10.9	11.0	11.4
出荷件数(注)3	4,652,101	5,391,093	5,886,580	6,931,318	6,787,599	7,148,647	8,303,595	8,293,761
平均商品単価(注)3、5	4,468	3,855	5,236	4,474	4,099	3,664	4,858	4,203
平均出荷単価(注)3、5	8,680	7,941	10,143	8,955	8,530	8,186	9,043	8,611
デバイス別出荷比率(注)3								
PC	29.7%	28.1%	24.6%	22.3%	20.5%	19.5%	17.8%	16.7%
スマートフォン	69.9%	71.6%	75.2%	77.5%	79.4%	80.4%	82.1%	83.3%
モバイル	0.4%	0.3%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%

- (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 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。
 3 四半期会計期間の数値を使用しております。
 4 アクティブ会員 1 人あたりの指標となっております。
 5 円単位となっております。
 6 ショップ数、ブランド数にはプライベートブランド「ZOZO」は含んでおりません。

<出店ショップ数>

2018 年 3 月末時点のショップ数は 1,111 ショップ、ブランド数は 6,443 ブランドと順調に増加させることができました (2017 年 12 月末実績 1,094 ショップ、6,346 ブランド)。当第 4 四半期連結会計期間に新規出店したショップは、36 ショップ (純増 17 ショップ) となり、当連結会計年度にオープンした新規ショップは 219 ショップ (純増 157 ショップ) となりました。2018 年 3 月期は 150 ショップの新規出店を計画しておりましたが、これを上回りました。当期の主な新規出店のショップとしては、数年来出店誘致をしていたドメスティックのストリートブランド「N.HOOLYWOOD」、「BEDWIN & THE HEARTBREAKERS」、「ATTACHMENT」、グローバルスポーツブランドの「NIKE」の直営店、「UNDER ARMOUR」、キッズの百貨店ブランドの「MIKI HOUSE」等となっております。

<年間購入者数>

	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	4,832,558	5,252,541	5,783,381	6,324,033	6,734,740	6,963,986	7,205,777	7,223,227
(前年同期比)	1,229,362	1,554,287	1,748,639	1,846,683	1,902,182	1,711,445	1,422,396	899,194
(前四半期比)	355,208	419,983	530,840	540,652	410,707	229,246	241,791	17,450
アクティブ会員数	2,844,171	3,059,991	3,421,440	3,893,156	4,181,873	4,591,017	4,957,861	5,112,861
(前年同期比)	442,750	658,674	898,940	1,206,230	1,337,702	1,531,026	1,536,421	1,219,705
(前四半期比)	157,245	215,820	361,449	471,716	288,717	409,144	366,844	155,000
ゲスト会員数	1,988,387	2,192,550	2,361,941	2,430,877	2,552,867	2,372,969	2,247,916	2,110,366
(前年同期比)	786,612	895,613	849,699	640,453	564,480	180,419	△114,025	△320,511
(前四半期比)	191,963	204,163	169,391	68,936	121,990	△179,898	△125,053	△137,550

新規アクティブ会員は前四半期比で増加しましたが、プロモーションの抑制により増加数は巡航速度になっております。また、ゲスト会員は引き続き前四半期比で減少となりました。これは、当第3四半期会計期間において、会員登録したユーザーのみが利用可能なブランドクーポンの配布手法を変更したことにより、ゲスト利用者がアクティブ会員へシフトしたことが要因となります。

<年間購入金額・年間購入点数>

	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)	48,644	48,556	48,275	46,417	47,119	46,818	46,707	47,661
(前年同期比)	9.9%	5.2%	2.4%	△3.2%	△3.1%	△3.6%	△3.2%	2.7%
(前四半期比)	1.5%	△0.2%	△0.6%	△3.8%	1.5%	△0.6%	△0.2%	2.0%
年間購入点数	9.9	10.4	10.5	10.3	10.7	10.9	11.0	11.4
(前年同期比)	22.9%	21.6%	17.0%	9.2%	8.2%	4.5%	4.9%	10.8%
(前四半期比)	5.1%	5.3%	0.5%	△1.8%	4.1%	1.7%	0.9%	3.7%
年間購入金額(既存会員)	58,953	60,106	60,929	61,770	63,004	64,290	62,761	61,098
(前年同期比)	7.5%	7.5%	7.7%	6.7%	6.9%	7.0%	3.0%	△1.1%
(前四半期比)	1.9%	2.0%	1.4%	1.4%	2.0%	2.0%	△2.4%	△2.7%
年間購入点数	11.8	12.6	13.1	13.6	14.1	14.6	14.5	14.4
(前年同期比)	19.0%	22.1%	22.3%	20.2%	19.2%	15.7%	10.5%	6.1%
(前四半期比)	4.9%	6.3%	4.0%	3.7%	4.0%	3.2%	△0.7%	△0.4%

年間購入金額が前年同期比および前四半期比で増加している理由は、アクティブ会員のうち、新規のアクティブ会員の割合が減少したことにより、全体平均が押しあがったこととなります。

年間購入金額(既存会員)の減少の要因は、昨年11月のツケ払い導入、12月及び冬セール時の新規会員3,000ポイント付与施策で獲得した多くのアクティブ会員が、購入から1年経ち既存会員となり、既存会員内で会員歴が短いユーザーの割合が増加したこととなります。

<平均商品単価・平均出荷単価、出荷件数>

	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	4,468	3,855	5,236	4,474	4,099	3,664	4,858	4,203
(前年同期比)	△11.4%	△14.7%	△11.8%	△9.1%	△8.3%	△5.0%	△7.2%	△6.1%
(前四半期比)	△9.2%	△13.7%	35.8%	△14.5%	△8.4%	△10.6%	32.6%	△13.5%
平均出荷単価	8,680	7,941	10,143	8,955	8,530	8,186	9,043	8,611
(前年同期比)	△9.6%	△14.4%	△4.8%	△2.5%	△1.7%	3.1%	△10.9%	△3.8%
(前四半期比)	△5.5%	△8.5%	27.7%	△11.7%	△4.7%	△4.0%	10.5%	△4.8%
1注文あたり購入点数	1.94	2.06	1.94	2.00	2.08	2.23	1.86	2.05
(前年同期比)	2.0%	0.4%	8.0%	7.2%	7.1%	8.5%	△3.9%	2.4%
(前四半期比)	4.0%	6.0%	△5.9%	3.3%	4.0%	7.3%	△16.7%	10.1%
出荷件数	4,652,101	5,391,093	5,886,580	6,931,318	6,787,599	7,148,647	8,303,595	8,293,761
(前年同期比)	54.7%	61.9%	50.9%	42.3%	45.9%	32.6%	41.1%	19.7%
(前四半期比)	△4.5%	15.9%	9.2%	17.7%	△2.1%	5.3%	16.2%	△0.1%

平均商品単価は、引き続き低単価ショップの商品取扱高構成比が上昇したことにより下落しております。

平均出荷単価は、当第3四半期会計期間において前年同期比 10.9%の低下でしたが、当第4四半期会計期間では3.8%の低下にとどまっております。これは2017年11月からの送料ポリシー変更がユーザーに浸透したことで、1注文当たりの購入点数が前年同期間と比較し、増加したことが要因となります。

<ZOZOUSED 事業>

ZOZOTOWN 事業に含まれる ZOZOUSED は、商品取扱高 15,951 百万円（前年同期比 23.9%増）、商品取扱高に占める割合は 5.9%（前年同期実績 6.1%）となりました。売上高は 15,931 百万円（前年同期比 23.7%増）となりました。なお、ZOZOUSED は当第4四半期連結会計期間よりマーケットプレイス事業を開始しており、当該事業は出店者から受け取る商品取扱高に対する手数料を売上高として計上していることから、商品取扱高と売上高が同額ではなくっております。ZOZOUSED は、通期計画値の商品取扱高及び売上高 18,000 百万円に対しては未達となりました。

未達の背景としては、上半期に買い替え割強化のためのオペレーションを再構築していたこと、下半期は買い替え割の強化により買取点数を増加させることができましたが、販売単価が想定より下回ったこととなります。

(BtoB 事業)

BtoB 事業の商品取扱高は、7,536 百万円（前年同期比 21.2%増）、商品取扱高に占める割合は 2.8%（前年同期実績 2.9%）となりました。売上高は 1,642 百万円（前年同期比 22.7%増）となりました。

(その他)

<WEAR>

ファッション市場全体の活性化を狙ったファッションプラットフォーム「WEAR」については、引き続きユーザー数の拡大及びコンテンツの拡充を目指した事業運営を行っております。なお、アプリダウンロード数は 1,100 万ダウンロードを超え、月間利用者数ともに堅調に推移しております。

(2019年3月期会社計画)

2019年3月期会社計画は、以下の通りとなります。

(単位：百万円)

	当連結会計年度 (実績)		翌連結会計年度 (業績予想)		当期実績比
商品取扱高	270,543	(100.0%)	360,000	(100.0%)	33.1%
売上高	98,432	(36.4%)	147,000	(40.8%)	49.3%
営業利益	32,669	(12.1%)	40,000	(11.1%)	22.4%
経常利益	32,740	(12.1%)	40,000	(11.1%)	22.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	20,156	(7.5%)	28,000	(7.8%)	38.9%

() 内は商品取扱高に対する割合です。

当社グループが軸足を置く日本国内のファッション EC 市場は、欧米諸国のファッション EC 化率と比して未だ低位にあり、且つ近年ブランドが EC 事業を強化している背景もあり、今後も全体的には拡大基調が持続していくと考えられております。そのような環境下、「ZOZOTOWN」をユーザーとブランド双方にとってより一層魅力的なサイトにするべく引続きサイト作りに注力することに加えて、翌連結会計年度から PB 事業を本格的に開始すること、及び「ZOZOTOWN」、「WEAR」上にて広告を掲載する広告事業を開始することにより、高い成長を目指してまいります。

販売費及び一般管理費率（対商品取扱高）は上昇を見込んでおります。主な要因としては「ZOZOSUIT」の配布コストをプロモーション関連費用とすること、及び荷造運賃の増加が翌連結会計年度では通年で影響を受けることとなります。また、商品取扱高の拡大に対応するために、2018年10月より物流センターの拡張を予定しております。結果、営業利益率（対商品取扱高）は前年同期比 1.0 ポイント低下の 11.1%となる見込みです。

翌連結会計年度の商品取扱高会社計画の各事業別内訳は、以下のとおりです。

事業別	当連結会計年度 (実績)		翌連結会計年度 (業績予想)		当期実績比
	商品取扱高 (百万円)	構成比 (%)	商品取扱高 (百万円)	構成比 (%)	
ZOZOTOWN事業					
(受託ショップ)	246,803	91.2	309,000	85.9	25.2
(買取ショップ)	166	0.1	-	-	-
(ZOZOUSED)	15,951	5.9	21,000	5.8	31.7
小計	262,920	97.2	330,000	91.7	25.5
PB事業	0	0	20,000	5.5	-
BtoB事業	7,536	2.8	10,000	2.8	32.7
フリマ事業	86	0	-	-	-
合計	270,543	100.0	360,000	100.0	33.1

(注) 買取ショップについては金額的重要性がなくなったため、フリマ事業については事業を終了しているため、それぞれ業績予想の対象から除外しております。

ZOZOTOWN 事業のうち、受託ショップにおいては、引き続き「購入者数の拡大」及び「ファッション消費における ZOZOTOWN 利用率向上」を図ることで、商品取扱高の成長を維持させることを目指します。具体的には、ユーザーニーズに対応した新規ブランドの出店、及び採寸用ボディースーツ「ZOZOSUIT」を普及させることで、ユーザーの受託ショップでの商品購入に際して、サイズ選択が容易にできる環境を整えることにより、購入促進を図ってまいります。

ZOZOUSED につきましては、引き続き商品の買い替え割による買取りを強化していくと共に、当連結会計年度より取り組みを開始した第三者のリユースショップ事業者を出店させるマーケットプレイス事業の拡大により、規模の拡大を図ってまいります。

PB 事業に関しては、翌連結会計年度が実質的な事業の開始となり、採寸用ボディースーツ「ZOZOSUIT」を安定生産し、配布をすること、及びプライベートブランド「ZOZO」についても展開アイテム数を増やすこと等により、事業の垂直立ち上げを図ってまいります。加えて、従前に発表した通り、翌連結会計年度より海外展開も開始する予定です。

BtoB 事業につきましては、事業規模の拡大が可能な体制が整ったことから、翌連結会計年度以降、積極的に受託サイトの拡大を図る方針です。

(中期経営計画について)

2018年4月27日付で、2019年3月期から2021年3月期までの中期経営計画を発表いたしました。

概要については、以下の通りとなります。

	2019年3月期		2020年3月期		2021年3月期	
	金額 (百万円)	成長率 (%)	金額 (百万円)	成長率 (%)	金額 (百万円)	成長率 (%)
商品取扱高	360,000	33.1	508,000	41.1	715,000	40.7
売上高	147,000	49.3	241,000	63.9	393,000	63.1
営業利益	40,000	22.4	580,00	45.0	90,000	55.2

その他詳細につきましては、下記 URL よりご確認頂けます。

https://image-contents.s3.amazonaws.com/wp/wp-content/uploads/2018/04/20180427_CEO_MT.pdf

(自己株式取得及び株価条件付株式報酬型ストックオプションの導入について)

2018年4月27日付で、自己株式取得及び株価条件付株式報酬型ストックオプションの導入について発表いたしました。

内容は、以下の通りです。

(自己株式の取得)

中長期的視点に立った成長投資に必要となる内部留保の確保と利益還元の充実をバランスよく実行し、企業価値の最大化を図りつつ、株価水準を勘案しながら、機動的に自己株式の取得を行うことが株主利益に資するとの判断のもと、自己株式の取得を決定いたしました。

なお、当社の筆頭株主であり代表取締役社長である前澤友作氏（平成30年3月31日現在の当社発行済株式総数に対する保有割合 37.9%）に対して、その保有する当社普通株式の一部の当社への売却を打診したと

ころ、同氏より当社普通株式の一部売却に応じるとの回答を得ております。

また、自己株式取得に要する資金については、自己資金及び借入金により充当する予定ですが、当社の平成 30 年 3 月 31 日現在における連結貸借対照表上の現金及び預金残高は 24,571 百万円であり、また取引銀行との当座貸越枠も十分にあることから、本自己株式取得後も当社の手元流動性は十分確保できること、及び今後も安定的に事業から生み出されるキャッシュ・フローにより現金及び預金の蓄積が見込まれることから、当社の財務健全性並びに安全性は今後も担保できるものと考えております。

本自己株式取得に係る諸条件については、下記のとおりであります。

- (1) 取得する株式の種類 当社普通株式
- (2) 取得し得る株式の総数 10,000,000 株 (上限)
(発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合 3.21%)
- (3) 株式の取得価額の総額 25,000 百万円 (上限)
- (4) 取得期間 平成 30 年 5 月 1 日～平成 30 年 6 月 30 日 (予定)
- (5) 取得方法 東京証券取引所の ToSTNeT 市場における取得を予定

(株価条件付株式報酬型ストックオプションの導入)

当社の取締役に対して、株価条件を付した株式報酬型ストックオプションとしての新株予約権を付与する旨の検討を開始し、平成 30 年 6 月 26 日開催予定の当社第 20 回定時株主総会にて関連する取締役報酬議案を付議するべく、平成 30 年 5 月 31 日に開催予定の当社臨時取締役会において、本件議案について審議を行う予定であります。

中期経営計画の業績達成意欲を高め、中期経営計画の期間以降も継続的に当社の業績拡大及び企業価値の増大を目指すにあたり、株主価値の増大と取締役の報酬を連動させることにより、取締役と株主の利益意識の共有を図ると共に、業績向上への意欲や士気を高めることが、企業価値の増大に資するため、本ストックオプションを導入したいと考えております。

本ストックオプションは行使条件及び在職要件 (3 年、6 年及び 10 年) の異なる 3 種類のストックオプションの導入する予定であり、在職要件を 3 年とする本ストックオプションについては、売上高 3,930 億円と時価総額 2 兆円を達成すること、在職要件を 6 年及び 10 年とする本ストックオプションについては時価総額がそれぞれ 3 兆円及び 5 兆円を達成することを権利行使の条件としております。

なお、本ストックオプションが全て行使された場合、本日現在の発行済株式総数の 311,644,285 株に対し最大で 31,000,000 株が発行されることとなり、9.95%の希薄化が生じますが、本ストックオプションに設定された権利行使条件が達成されることは、当社グループの企業価値及び株主価値の向上に資するものであり、既存株主の利益にも貢献できるものと認識しており、当該発行規模は合理的なものであると考えております。