



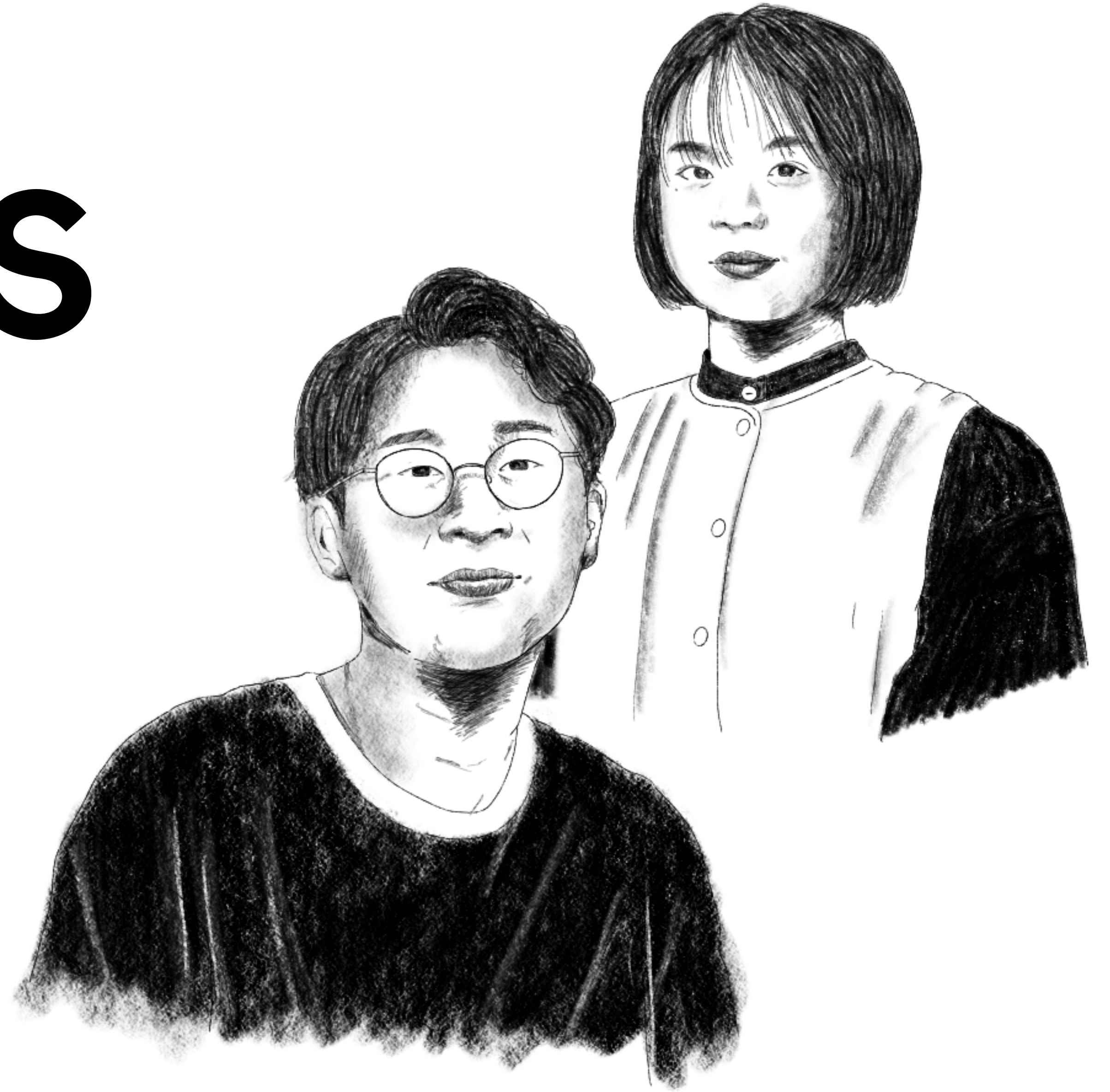
3Q FY2025 ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS

株式会社ZOZO 2026年3月期 第3四半期 決算説明会資料

HIGHLIGHTS

2026年3月期 第3四半期
ハイライト

3Q FY2025 ZOZO, Inc.
CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



26/03期 3Qハイライト

商品取扱高

5,029億円

(前年同期比+9.1% / 進捗率 74.6%)

商品取扱高

(その他商品取扱高を除く)

4,831億円

(前年同期比+11.9% / 進捗率 73.9%)

EBITDA

606億円

(前年同期比+9.5% / 進捗率 79.1%)

EBITDAマージン

12.6%

(前年同期比-0.2ポイント)

※EBITDA マージンはEBITDAを商品取扱高(その他商品取扱高を除く)で除して算出
※進捗率は2025年7月31日開示の修正後計画対比

連結業績の概要（四半期）

（単位：百万円）

	25/03期				26/03期		
	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
商品取扱高	141,885	137,267	182,018	153,190	159,263	153,210	190,499
商品取扱高 <small>（その他商品取扱高を除く）</small>	132,631	128,193	171,089	142,752	149,100	143,587	190,451
前年同期比	7.5%	8.3%	8.4%	3.9%	12.4%	12.0%	11.3%
売上高	50,387	48,414	62,274	52,054	54,028	51,220	66,556
販管費	31,060	30,477	36,763	35,254	33,845	33,529	38,081
前年同期比	14.3%	8.5%	1.2%	12.1%	9.0%	10.0%	3.6%
対商品取扱高比	23.4%	23.8%	21.5%	24.7%	22.7%	23.4%	20.0%
営業利益	15,895	14,580	21,285	12,994	16,920	14,153	23,847
前年同期比	0.2%	11.6%	26.9%	-9.6%	6.4%	-2.9%	12.0%
対商品取扱高比	12.0%	11.4%	12.4%	9.1%	11.3%	9.9%	12.5%
EBITDA	17,060	15,797	22,562	14,367	18,577	16,175	25,923
前年同期比	3.3%	13.9%	25.3%	-9.0%	8.9%	2.4%	14.9%
対商品取扱高比	12.9%	12.3%	13.2%	10.1%	12.5%	11.3%	13.6%

※対商品取扱高比は各指標を商品取扱高（その他商品取扱高を除く）で除した結果を記載しております。

生産事業の終了に関するお知らせ

生産事業（マルチサイズ、Made by ZOZO、キヤスク with ZOZO）につきまして、今後の事業性を総合的に検討した結果、当該事業の終了を決定いたしました。

事業清算に伴い、2026 年3 月期 第3 四半期会計期間において、特別損失として7.0 億円を計上しております。

なお、2025 年10 月20 日をもって新規受注を停止しております。
在庫商品につきましては引き続き販売を継続し、
在庫消化次第、販売を終了する予定です。

当社は、生産事業で培った知見やノウハウを活かし、
今後も積極的に新規事業への挑戦を継続してまいります。

・MUSINSAの出品状況 (2025 年 12 月末時点)

取扱ブランド数：2,015

出品点数：約 20 万品番

今後も順次拡大予定

・MUSINSAの販売状況

期初想定並の順調なスタート

20代前半の女性ユーザーを中心に支持を集める

特にトレンド感が強い韓国ブランドが好調



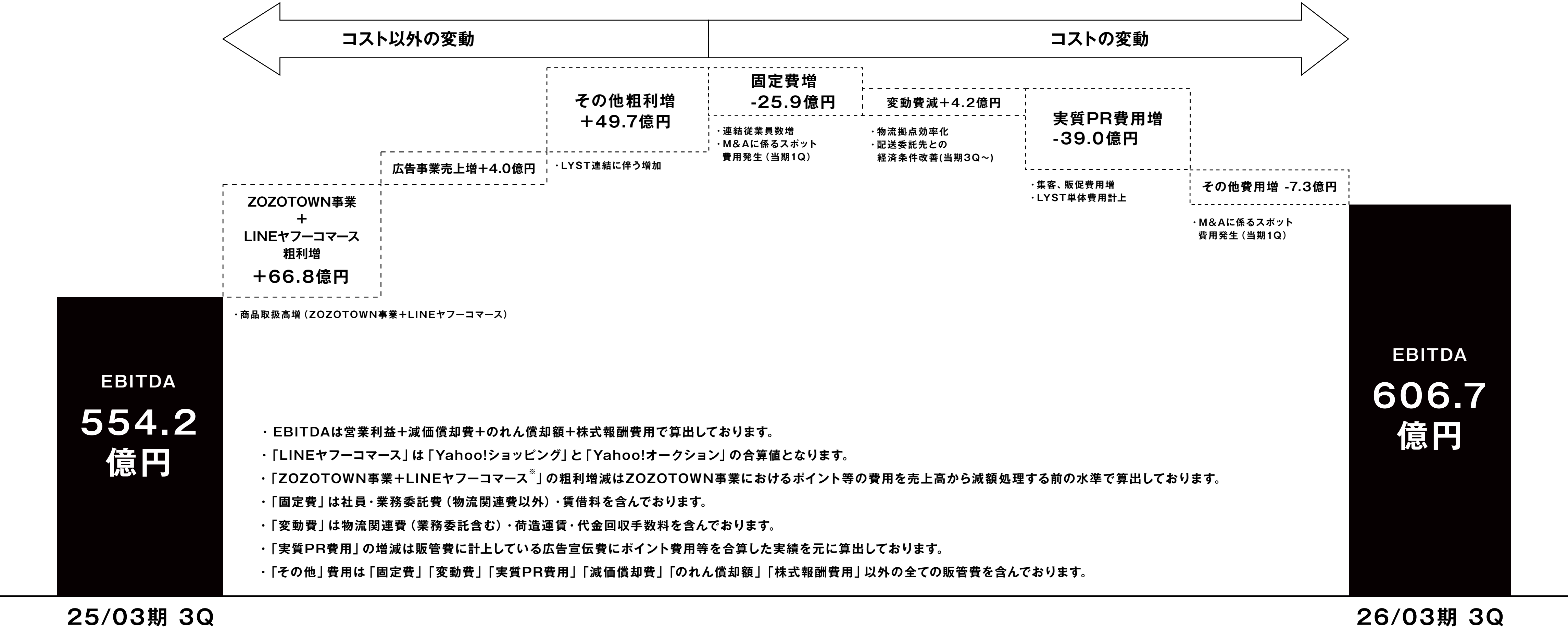
BUSINESS RESULTS

2026年3月期 第3四半期
業績

3Q FY2025 ZOZO, Inc.
CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



EBITDAの増減分析（対前年同期比）



販管費の内訳（期初累計）

- LYST連結に伴う商品取扱高の拡大により、LYST単体では計上額が限定的な販管費項目でコスト比率（対商品取扱高）が低下。
- 主に、荷造運賃・物流関連費・代金回収手数料・賃借料のコスト比率低下に影響。

（単位：百万円）

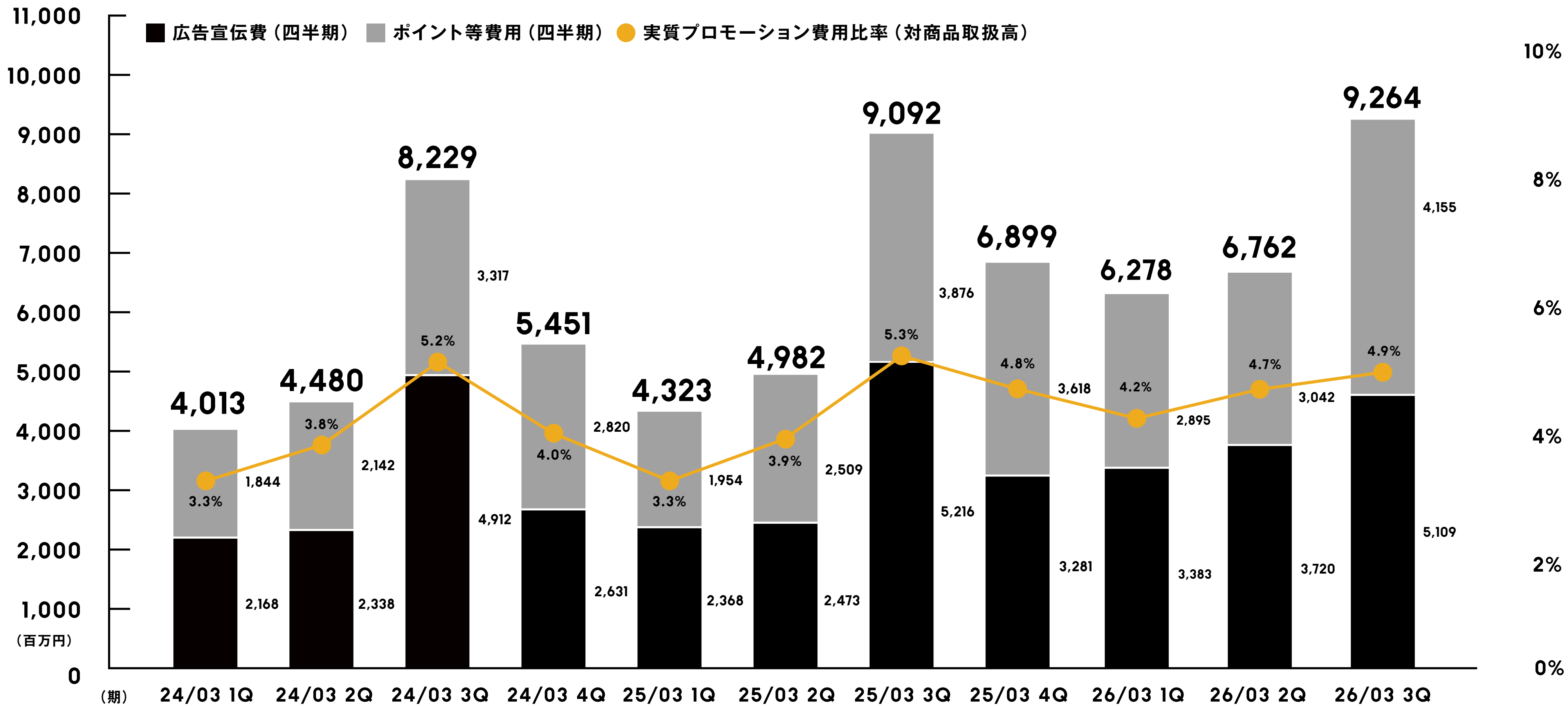
	25/03期 3Q		26/03期 3Q		前年同期比	増減要因
	金額	対取扱高比	金額	対取扱高比	対取扱高比	
人件費	24,514	5.7%	25,172	5.2%	-0.5%	
社員	10,975	2.5%	12,561	2.6%	0.1%	連結従業員数推移：24年12月末1,740名 → 25年12月末1,894名 2025年5月よりLYST連結に伴う増員
物流関連費（業務委託含む）	13,538	3.1%	12,611	2.6%	-0.5%	在庫保管状況の改善に伴う作業効率の改善・省人化を目的とした設備の導入効果によるコスト比率減
業務委託費（物流関連費以外）	5,314	1.2%	6,206	1.3%	0.1%	M&Aに係る費用をスポットで計上（当期1Q）
荷造運賃	28,359	6.6%	28,685	5.9%	-0.7%	配送効率改善の取り組みの結果、2025年10月より配送委託先との経済条件が改善しコスト比率減
代金回収手数料	9,955	2.3%	10,127	2.1%	-0.2%	
広告宣伝費	10,058	2.3%	12,212	2.5%	0.2%	（前期）PGA TOURのスポンサー費用を計上 （当期）ZozotownにおけるWEB広告費用等の増加・LYSTの費用計上
賃借料	6,354	1.5%	6,476	1.3%	-0.2%	
減価償却費	3,253	0.8%	3,912	0.8%	0.0%	LYST連結に伴う増加
のれん償却額	188	0.0%	1,625	0.3%	0.3%	LYST買収に伴う増加
株式報酬費用	217	0.1%	218	0.0%	-0.1%	
その他	10,083	2.3%	10,819	2.2%	-0.1%	M&Aに係る費用をスポットで計上（当期1Q）
販管費	98,301	22.8%	105,455	21.8%	-1.0%	

※人件費は役員報酬、賞与、法定福利費、福利厚生費、退職給付費用、賞与引当金繰入額、企業年金掛金費用、外注人件費、倉庫作業の一部費用を含んでおります。なお、項目内の「社員」は役員および社員、「物流関連費」はアルバイト、派遣（外注人件費）および業務委託費のうち物流業務に従事する人員の人件費相当額となります。

※対取扱高比は各費用を商品取扱高（その他商品取扱高を除く）で除して算出しております。

実質プロモーション費用の推移

実質プロモーション費用：広告宣伝費とポイント等費用の合計



※実質プロモーション費用比率は対象の費用を商品取扱高（その他商品取扱高を除く）で除して算出しております。

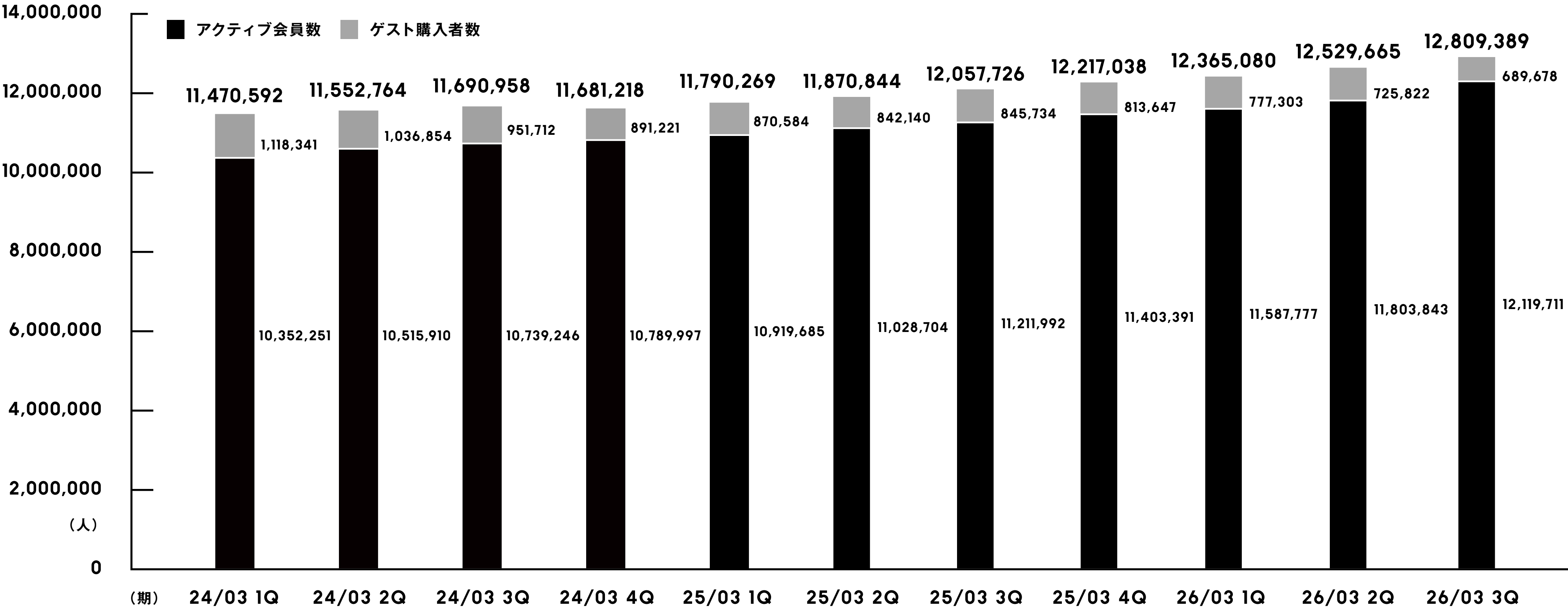
POINT
03

3Qは概ね計画どおりに予算を消化いたしました。前年度まで発生したPGA TOURのスポンサー費用は解消された一方、前年同期比ではWEB広告の積極投下やLYSTの連結影響により広告宣伝費が増加したほか、休眠会員の掘り起こし施策の強化に伴いポイント等費用が増加しました。なお、3Q累計では、予算の未消化が生じております。



年間購入者数

年間購入者数＝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
ゲスト購入者数＝過去1年間のゲスト購入件数の合計
アクティブ会員数＝過去1年以内に1回以上購入した会員数



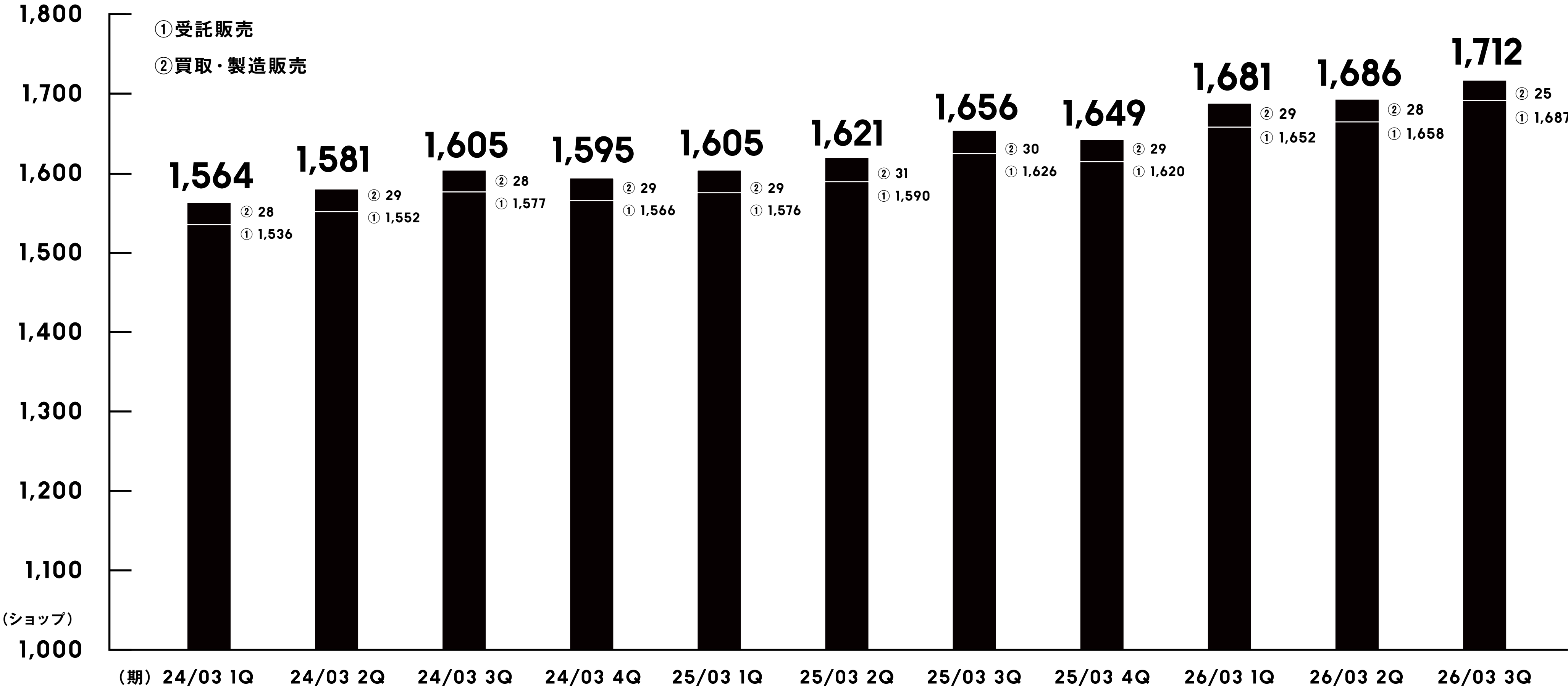
※ ZOZOTOWN事業に限定した実績となります。「LINEヤフーコマース」「LYST」「BtoB事業」は含んでおりません。
※ 体型計測デバイス「ZOZOSUIT (ゾゾスーツ)」「ZOZOMAT (ゾゾマット)」および「ZOZOGLASS (ゾゾグラス)」のみを購入したユーザーは含んでおりません。

POINT
04

WEB広告及びZOZOTOWN内施策を通じた新規会員の獲得が順調です。前年同期比で投下量を増やしたWEB広告や友達紹介キャンペーンが新規会員の増加に寄与したほか、休眠会員の掘り起こし施策も奏功しており、休眠会員のアクティブ化に効果が表れています。



ZOZOTOWN出店ショップ数の推移



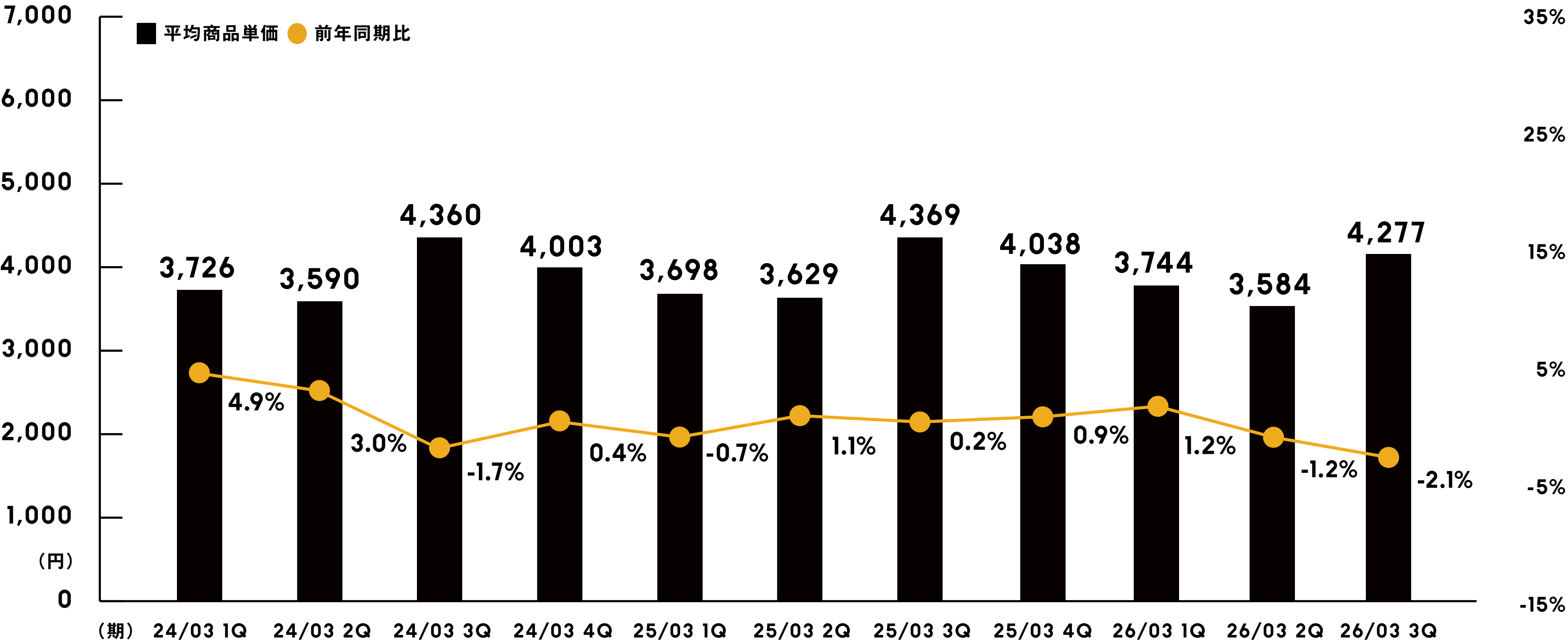
※プライベートブランド「ZOZO (ゾゾ)」 「マルチサイズ」はショップ数に含んでおりません。

POINT
05

韓国を代表するファッションプラットフォーム「MUSINSA」をはじめ、計画比でも順調なペースで新規出店が続いています。

平均商品単価の推移

平均商品単価はZOZOTOWNの商品取扱高を同期間の出荷枚数で除することにより算出



※ ZOZOTOWN事業に限定した実績となります。「LINEヤフーコマース」「LYST」「BtoB事業」は含んでおりません。
※ 体型計測デバイス「ZOZOSUIT (ゾゾスーツ)」 「ZOZOMAT (ゾゾマット)」 および「ZOZOGLASS (ゾゾグラス)」のみを購入したユーザーは含んでおりません。

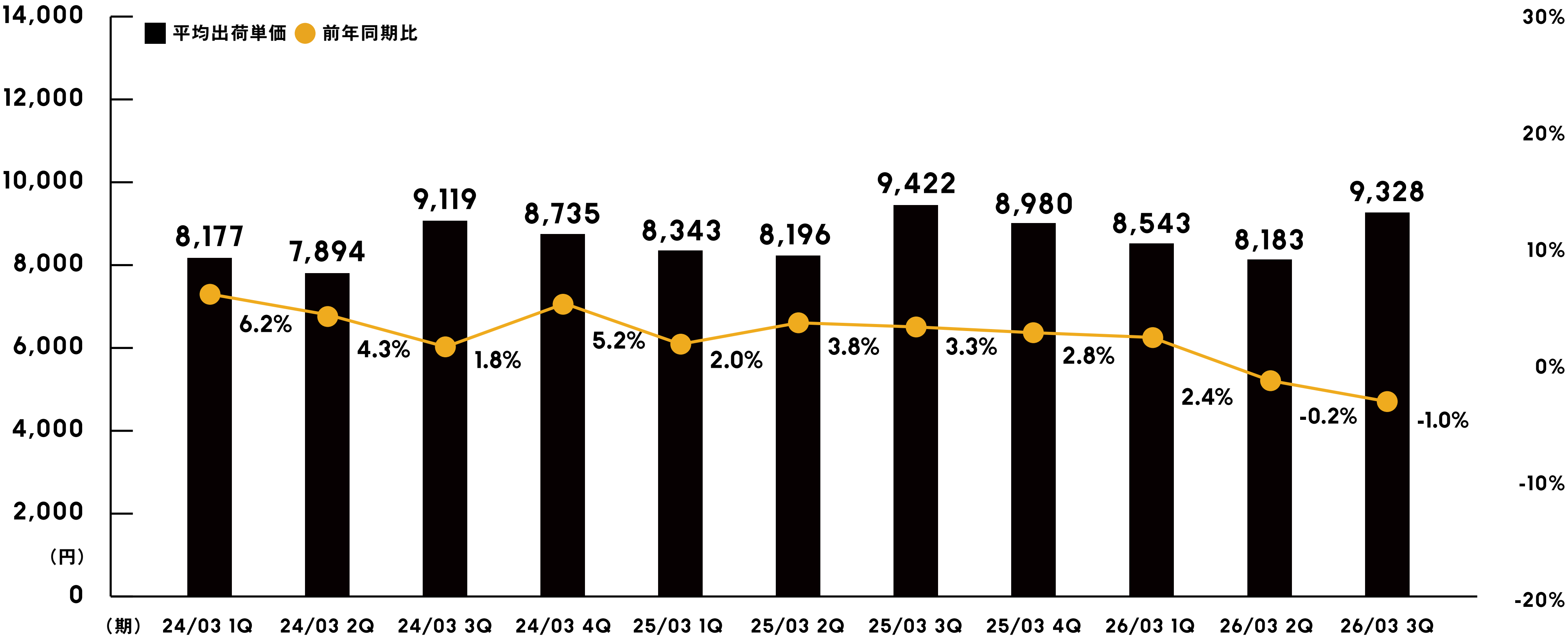
POINT
06

新品商品の単価の引き上げは一服し、価格水準は前年同等となった一方で、前年同期比でセールの販売比率が増加したことにより平均商品単価は減少しました。



平均出荷単価の推移

平均出荷単価はZOZOTOWNの商品取扱高を同期間の出荷件数で除することにより算出



※ ZOZOTOWN事業に限定した実績となります。「LINEヤフーコマース」「LYST」「BtoB事業」は含んでおりません。
※ 体型計測デバイス「ZOZOSUIT (ゾゾスーツ)」 「ZOZOMAT (ゾゾマット)」 および「ZOZOGLASS (ゾゾグラス)」のみを購入したユーザーは含んでおりません。

セールの販売比率の増加に伴い併売率が上昇し、1注文あたりの購入点数は増加したものの、平均商品単価の減少影響がこれを上回った結果、平均出荷単価は減少しました。なお、1万2千円以上の購入で送料無料となる送料無料施策の投下量は前年同等で、同施策による1注文あたりの購入点数の押し上げ効果は限定的となりました。



POINT
07

26/03期 通期連結業績予想

- 商品取扱高（その他商品取扱高を除く）は前期比13.8%増、EBITDAは前期比9.9%増を見込む。
- 2025年5月よりLYSTを連結、2025年7月31日付でLYSTの事業計画の連結・取得原価の配分手続きが進んだことを織り込んだ修正計画を開示。
- LYST連結後の実際の収益力をより明確に示すため、EBITDAならびにEBITDAマージンを重要指標として開示開始。
- 商品取扱高「その他」区分は、Yahoo!ショッピングにおけるZOZOオプション契約ストア分の計上が当期上期をもって終了。
- 上記に伴い、27/03期以降は商品取扱高（その他商品取扱高を除く）を廃止予定。

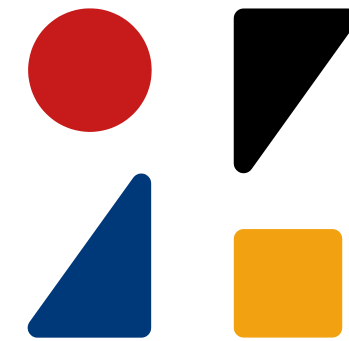
	前回予想（2025年4月30日付）		修正計画（2025年7月31日付）		
	26/03期計画	成長率（%）	26/03期計画	前回予想からの増減	成長率（%）
商品取扱高	6,236億円	1.5%	6,739億円	+503億円	9.7%
商品取扱高（その他商品取扱高を除く）	6,034億円	5.0%	6,537億円	+503億円	13.8%
売上高	2,241億円	5.1%	2,315億円	+74億円	8.6%
営業利益	698億円	7.8%	692億円	-6億円	6.9%
営業利益率	11.6%	-	10.6%	-1.0%	-
EBITDA	769億円	10.2%	767億円	-2億円	9.9%
EBITDAマージン	12.7%	-	11.7%	-1.0%	-
経常利益	698億円	7.6%	691億円	-7億円	6.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	485億円	7.0%	478億円	-7億円	5.4%
1株当たり当期純利益	54円44銭	-	53円66銭	-	-
1株当たり配当金（予定）	39円	-	39円	-	-

※2025年7月31日付で「2026年3月期通期連結業績予想の修正に関するお知らせ」を開示しております。

※EBITDAは営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用で算出しております。

※営業利益率・EBITDAマージンは営業利益・EBITDAを商品取扱高（その他商品取扱高を除く）で除して算出しております。

※当社は2025年4月1日を効力発生日として、1株につき3株の割合で株式分割を実施いたしました。1株当たり配当金につきましては、株式分割後の金額を記載しております。



ZOZO