

HIGHLIGHTS

21/03期 1Qハイライト

1Q FY2020 ZOZO, Inc.
CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



21/03期 1Qハイライト

商品取扱高

953 億円

(前年同期比+19.5% / 進捗率24.6%)

営業利益

104 億円

(前年同期比+33.9% / 進捗率26.4%)

営業利益率

10.9%

(前年同期比+1.1ポイント)

連結業績の概要（四半期毎）



（単位：百万円）

	20/03期				21/03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
商品取扱高	79,743	79,845	94,278	91,218	95,330
前年同期比	13.1%	12.6%	0.3%	3.2%	19.5%
売上高	28,197	29,045	34,645	33,629	33,674
販管費	18,483	20,683	25,382	21,283	21,860
前年同期比	0.6%	0.6%	18.1%	12.7%	18.3%
対取扱高比	23.2%	25.9%	26.9%	23.3%	22.9%
営業利益	7,786	5,467	6,131	8,503	10,423
前年同期比	32.6%	30.8%	-42.0%	69.3%	33.9%
対取扱高比	9.8%	6.8%	6.5%	9.3%	10.9%

- ・商品取扱高 成長加速要因：新型コロナウイルスの影響のうち、ポジティブ要素（デジタルシフト）がネガティブ要素（需要減）を上回る
- ・営業利益 改善要因：商品取扱高成長に伴う粗利の増加・ARIGATO施策の値引き費用発生無し

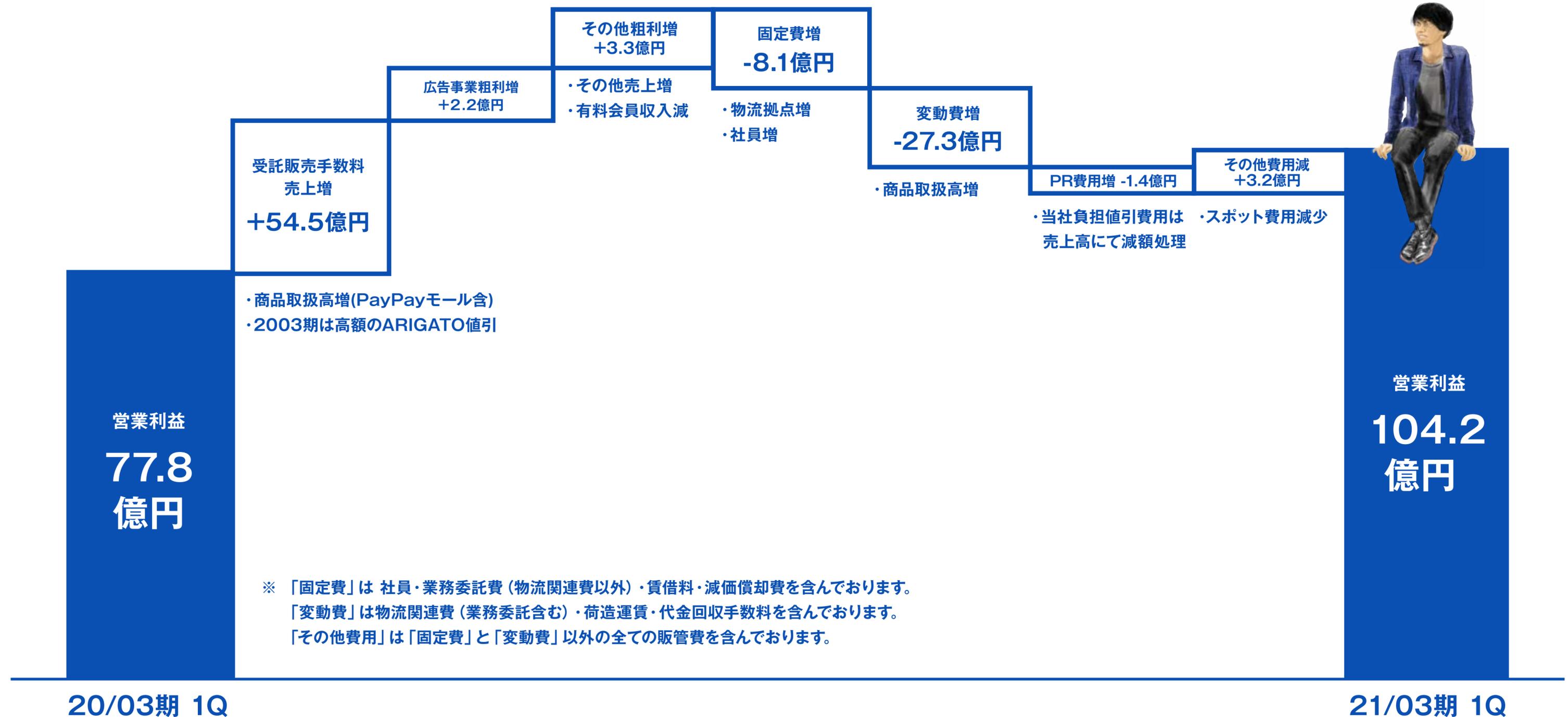
BUSINESS RESULTS

業績

1Q FY2020 ZOZO, Inc.
CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



営業利益の増減分析（対前年同期比）

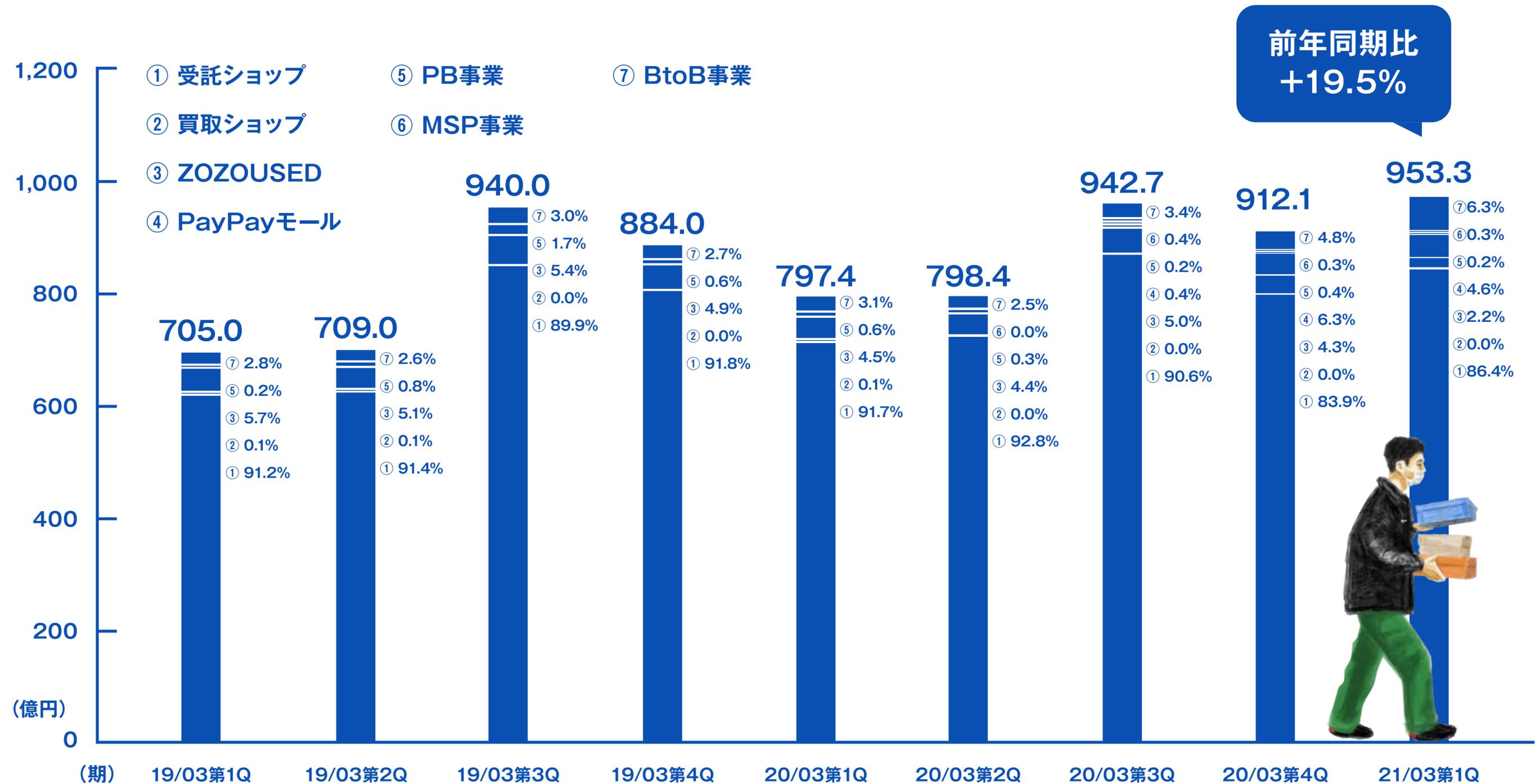


連結財政状態

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2020年3月31日)	当第1四半期 連結会計期間 (2020年6月30日)		前連結会計年度 (2020年3月31日)	当第1四半期 連結会計期間 (2020年6月30日)
流動資産	70,429	68,974	流動負債	56,126	52,227
うち、現預金	33,602	27,629	うち、短期借入金	22,000	20,000
うち、商品及び製品	1,664	1,898	固定負債	3,525	3,783
固定資産	23,756	23,416	負債合計	59,651	56,010
有形固定資産	10,493	10,445	株主資本	34,616	36,442
無形固定資産	2,968	2,877	うち、自己株式	-24,412	-24,412
投資等	10,295	10,093	純資産合計	34,534	36,380
資産合計	94,186	92,390	負債・純資産合計	94,186	92,390

商品取扱高の推移（四半期）



販管費の内訳

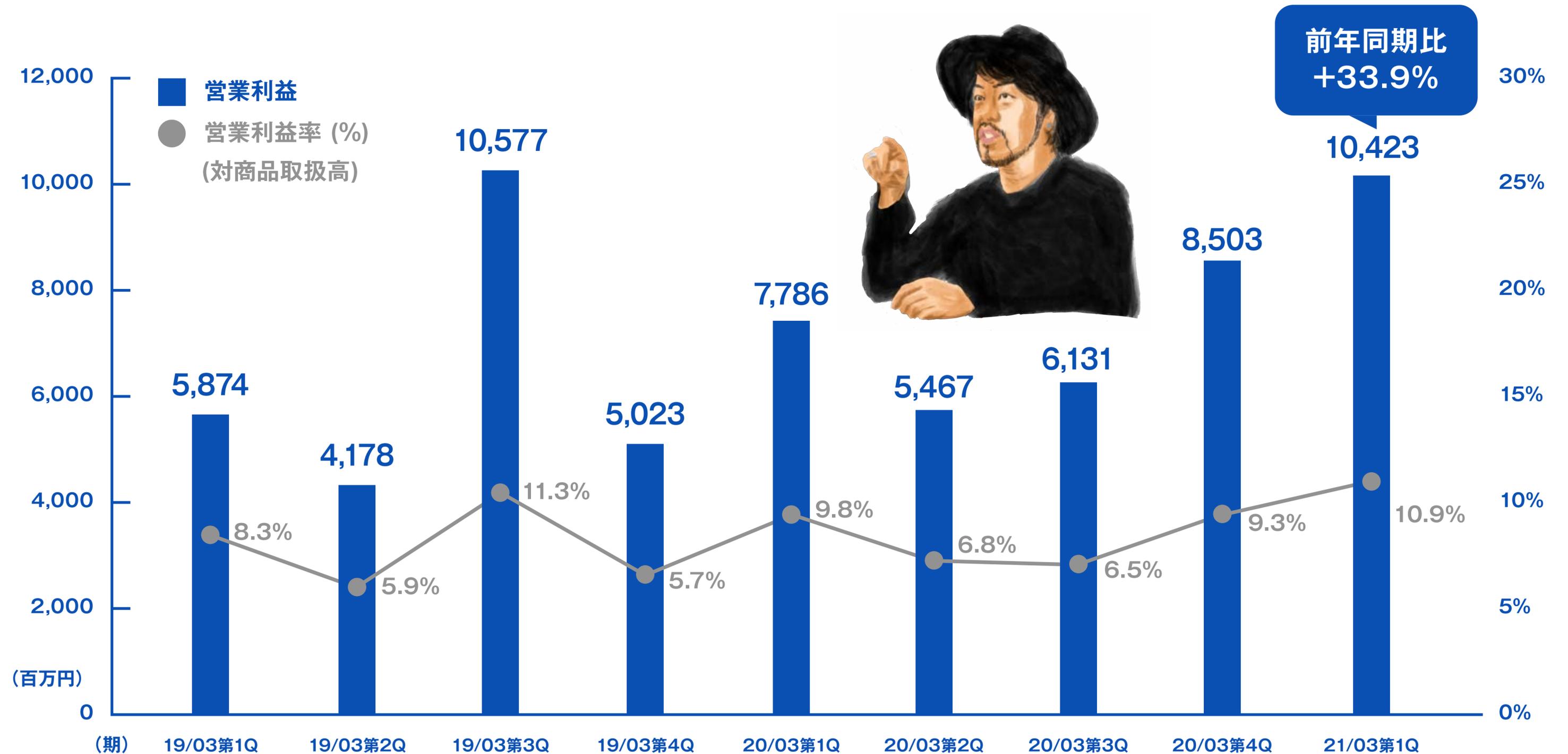
(単位:百万円)

	20/03期 1Q		21/03期 1Q		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	5,219	6.5%	6,465	6.8%	0.3%	
社員	1,940	2.4%	2,409	2.5%	0.1%	連結従業員数推移:19年6月末1,130名 → 20年6月末1,209名 前期:賞与引当金の戻し発生
物流関連費(業務委託含む)	3,278	4.1%	4,056	4.3%	0.2%	商品単価の下落に伴う比率増/アルバイト改革に伴う時給増(2019/6~) 派遣従業員時給増(2020/4~)
業務委託費(物流関連費以外)	1,023	1.3%	1,197	1.3%	0.0%	
荷造運賃	5,011	6.3%	6,655	7.0%	0.7%	出荷単価の下落に伴う比率増加 (前期実施のZOZOARIGATOの反動・セール比率上昇)
代金回収手数料	2,243	2.8%	2,561	2.7%	-0.1%	
プロモーション関連費用	927	1.2%	1,075	1.1%	-0.1%	
うち広告宣伝費	378	0.5%	619	0.7%	0.2%	
うちポイント関連費	548	0.7%	455	0.5%	-0.2%	1%ポイント還元廃止(2020/4~) ZOZOカード保有者に対するポイント費用増加
賃借料	1,169	1.5%	1,232	1.3%	-0.2%	物流拠点の解約・増加
減価償却費	442	0.6%	553	0.6%	0.0%	物流拠点増加に伴う増加
のれん償却額	140	0.2%	81	0.1%	-0.1%	
株式報酬費用	-6	0.0%	0	0.0%	0.0%	
その他	2,312	2.9%	2,035	2.1%	-0.8%	スポット費用減少
販管費	18,483	23.2%	21,860	22.9%	-0.3%	

※人件費は役員報酬、給与手当、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」は役員および正社員、「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。



営業利益・営業利益率（対商品取扱高）の推移（四半期）

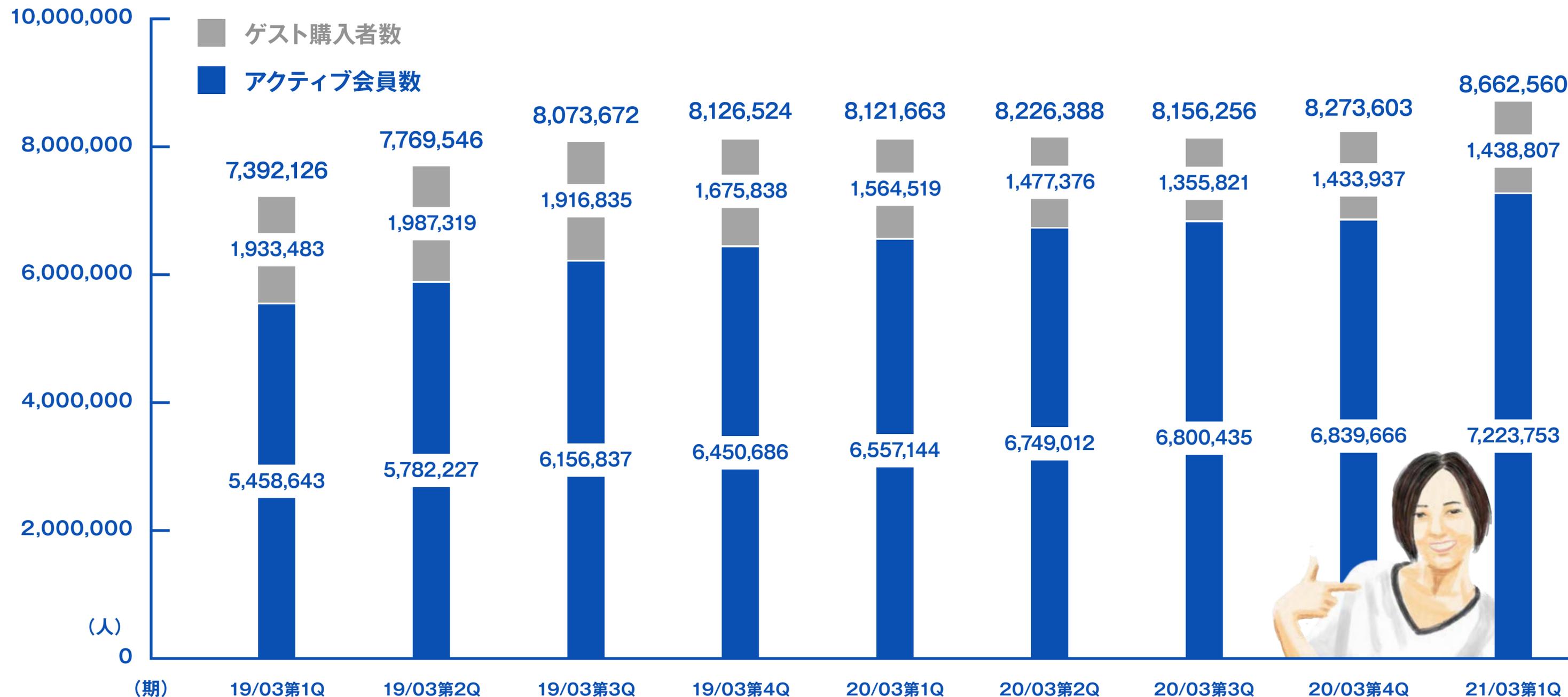


年間購入者数

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

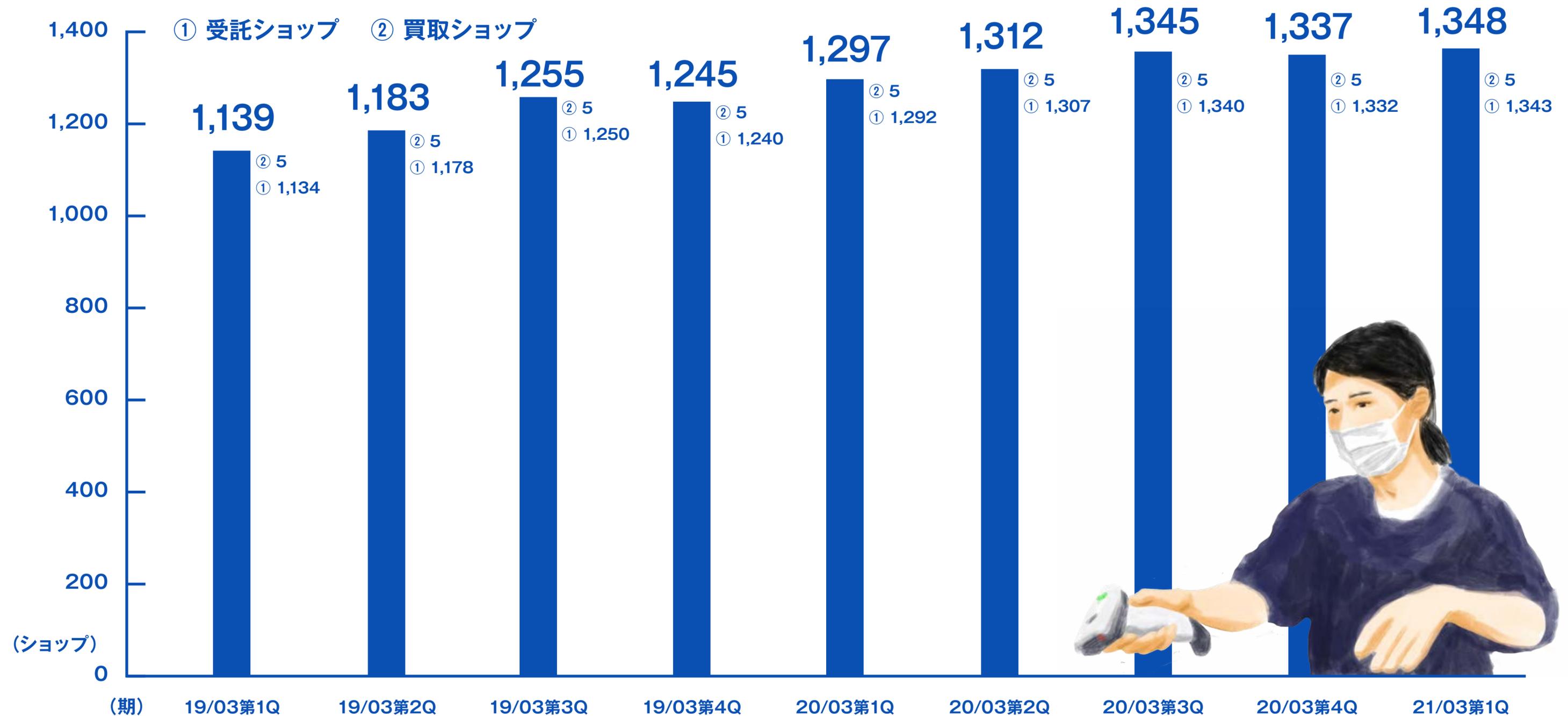
ゲスト購入者数=過去1年間のゲスト購入件数の合計

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



※体型計測デバイス「ZOZOSUIT (ゾゾスーツ)」および「ZOZOMAT (ゾゾマット)」のみを購入したユーザーは含んでおりません。 ※「PayPayモール」の購入者は含んでおりません。

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。

平均商品単価の推移

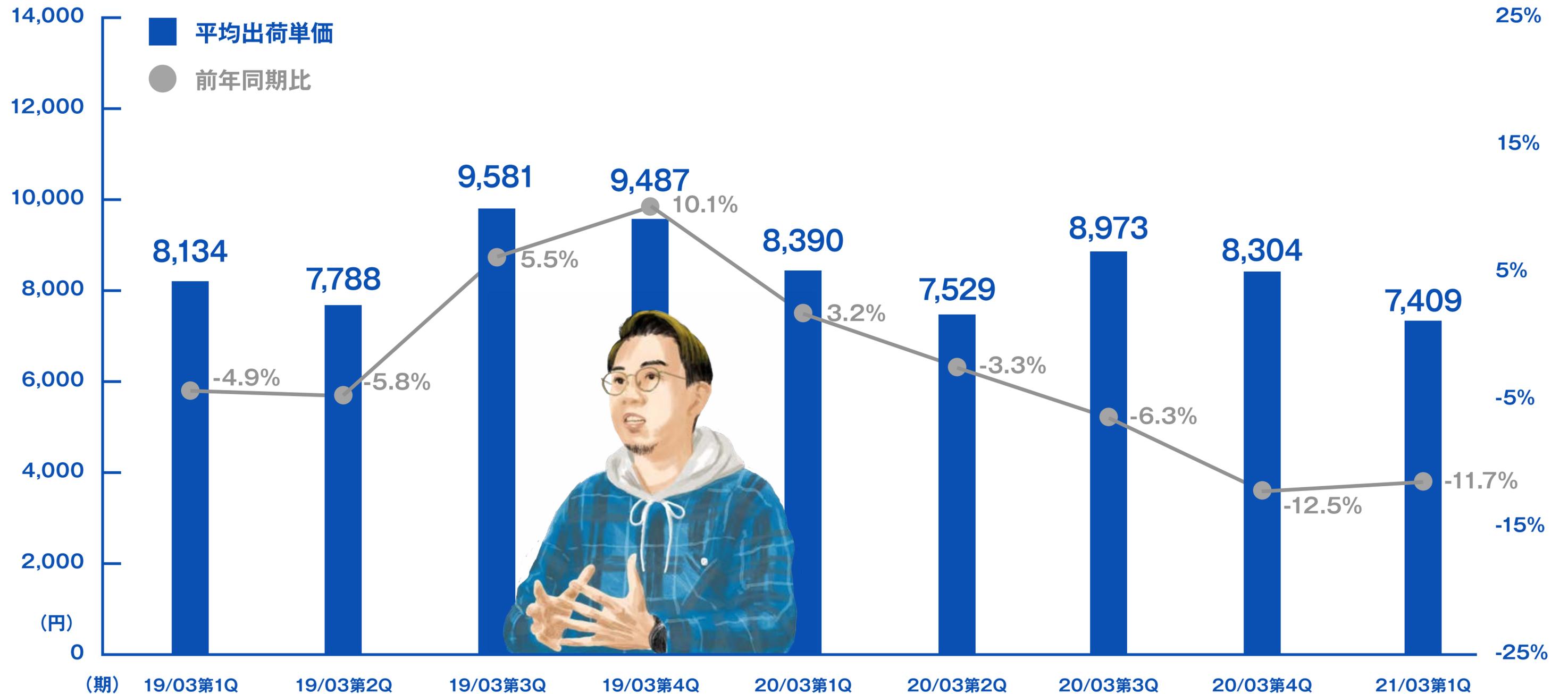
平均商品単価はZOZOTOWNの商品取扱高を同期間の出荷枚数で除すことにより算出(PB・MSPを含む)



※ZOZOTOWN事業・PB事業・MSP事業の平均商品単価となります。 ※「PayPayモール」は含んでおりません。

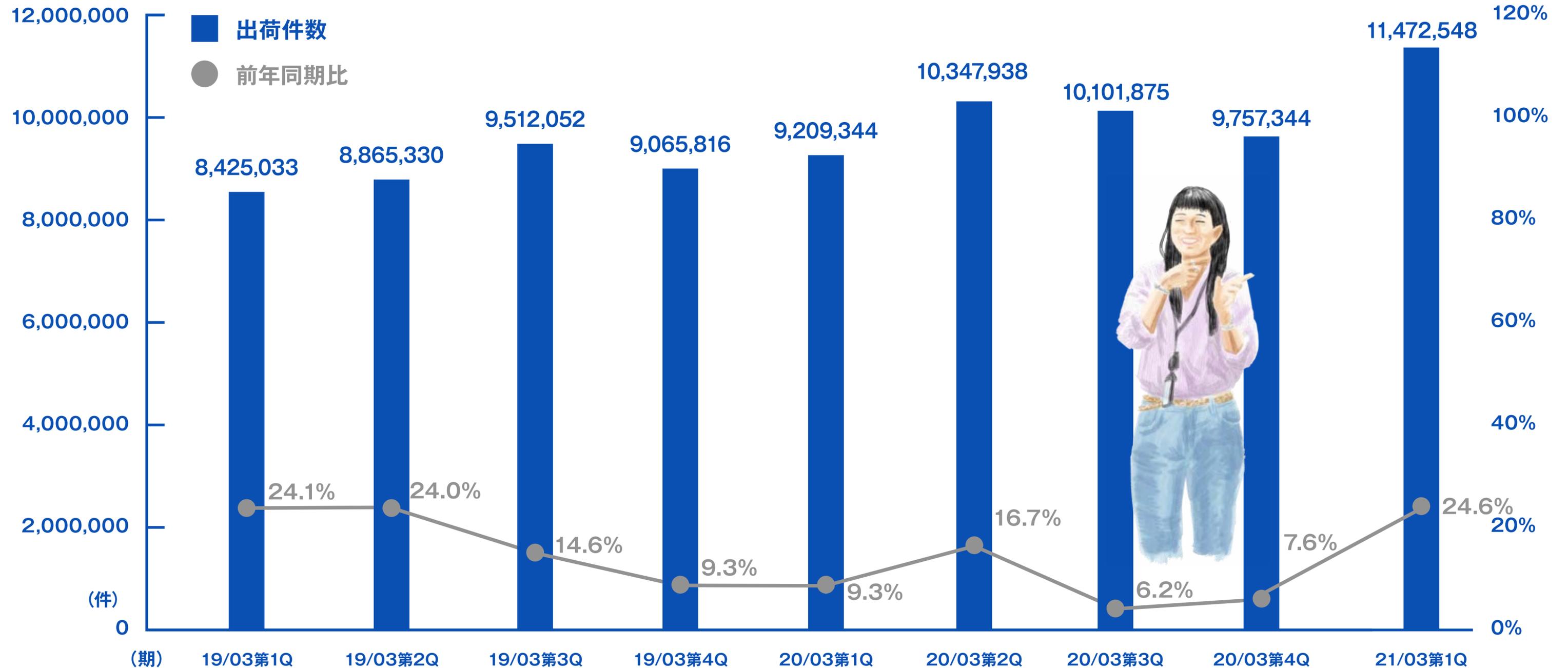
平均出荷単価の推移

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ことにより算出(PB・MSPを含む)



※ZOZOTOWN事業・PB事業・MSP事業の平均出荷単価となります。 ※「PayPayモール」は含んでおりません。

出荷件数の推移



※体型計測デバイス「ZOZOSUIT (ゾゾスーツ)」および「ZOZOMAT (ゾゾマット)」のみを購入したユーザーは含んでおりません。 ※「PayPayモール」は含んでおりません。

※ZOZOTOWN事業・PB事業・MSP事業の出荷件数となります。

BUSINESS PLAN FOR FY2020

21/03期 会社計画

1Q FY2020 ZOZO, Inc.
CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



21/03期 通期連結業績予想・配当金

	21/03期計画	成長率(%)
商品取扱高	3,873億円	12.2%
売上高	1,437億円	14.5%
営業利益	395億円	41.6%
営業利益率	10.2%	—
経常利益	395億円	42.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	276億円	46.8%
1株当たり当期純利益	90.4円	—
1株当たり配当金(予定)	37円	—

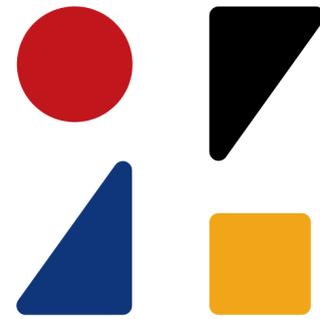


21/03期 事業別目標

	商品取扱高目標	前期比
ZOZOグループ全体	3,873億円	+12.2%
受託ショップ	3,310億円	+7.2%
ZOZOUSUED	149億円	-5.4%
PayPayモール	200億円	+222.6%
BtoB事業	200億円	+66.2%
PB事業	2億円	-84.1%
MSP事業	12億円	+59.6%



	売上高目標	前期比
広告事業	42億円	+54.6%



ZOZO

新型コロナウイルス感染症に対する取り組み状況（事業運営面）

- オフィスワークは在宅をメインとした勤務を継続
- 物流倉庫、カスタマーセンターは引き続き十分な感染対策の上、運営継続
- 現段階で事業運営上大きな支障はなく、今後も感染拡大状況に応じて迅速・柔軟に対応
- リモートワークを取り入れた新しい働き方を検討中



新型コロナウイルス感染症に対する取り組み状況（社会支援活動）

SAVE
FASHION,
SAVE
THE TOWN TEE

チャリティーTシャツ販売

販売枚数：5,528枚

販売価格：2,020円

8月以降、全国のリアル店舗約2万店
に消毒用ハンドジェルを配布予定



新型コロナウイルス感染症に対する取り組み状況（社会支援活動）



ヤマト運輸

EASY

**非対面受け取りが可能な
ヤマト運輸の「EASY」を国内初導入。
対象者の17%が能動的に利用。**

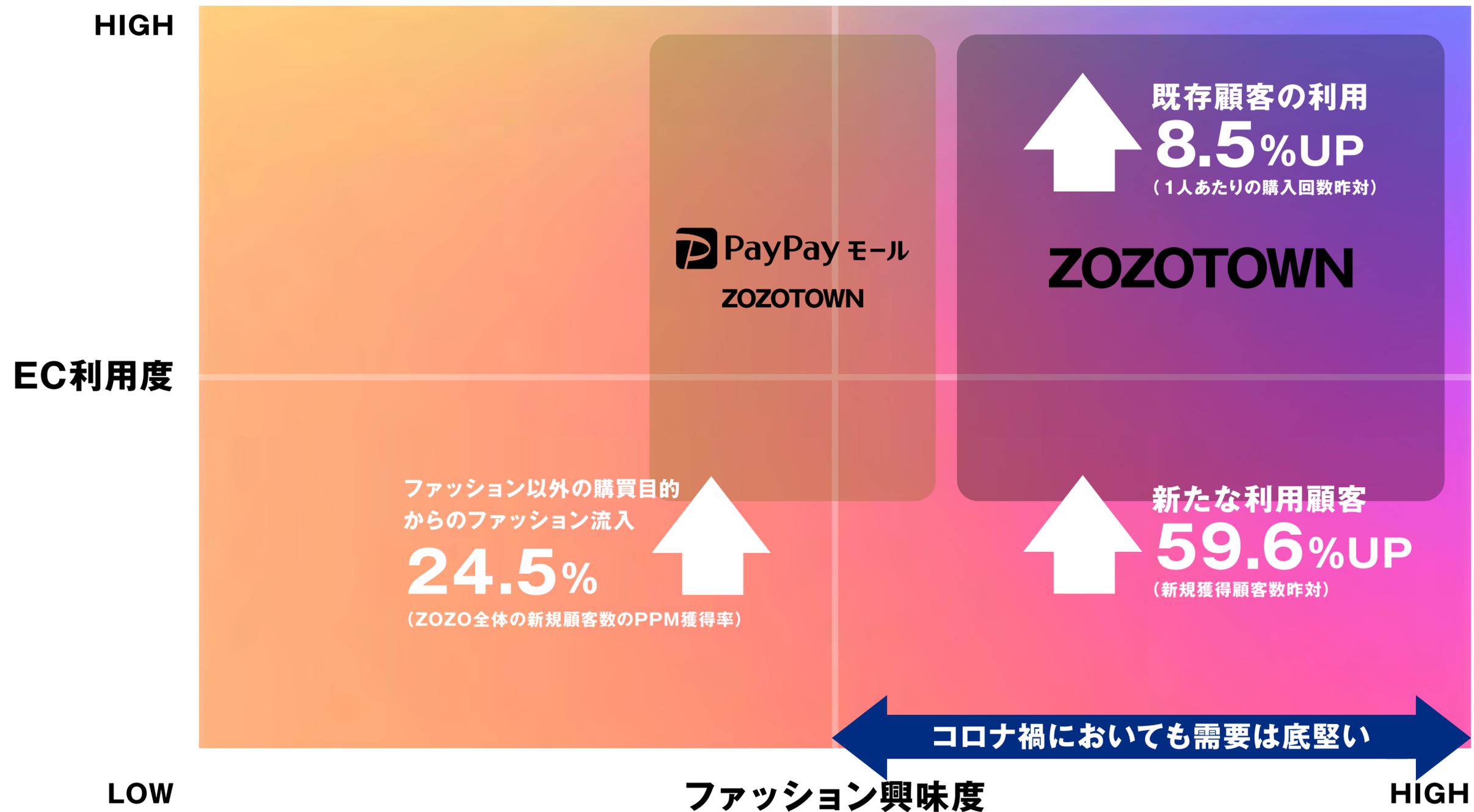
新型コロナウイルス感染症の影響

デジタルシフト > 外出機会減少
などによる需要減

ZOZOTOWNの主要顧客層



ZOZOTOWNの主要顧客層



デジタルシフトへの対応

ファッション
テクノロジー、
ZHDノウハウ・
リソース
を活用

今後の動き



Customer

- ・ 購買チャネルの
ECシフトが加速



Brand

- ・ EC強化と店舗運営
の在り方の再定義
- ・ 今後の生産量の抑制



Competitor

- ・ ファッションECの
益々の強化

対応方針

- ・ 売場拡張、商材拡張により
ユーザー接触機会増加
- ・ 最大ECモール、強固なブランドコネクション
を強みとした早期の在庫確保
- ・ D2C、ラグジュアリーブランド出店などによる
商品差別化
- ・ 店舗ソリューション提供により、今後の店舗の
あり方を先導

売場拡張

PayPay関連のシナジー



第一弾

PayPayモールに ZOZOTOWN出店

第二弾

PayPayフリマ連携

7月1日より開始。

Yahoo! JAPAN IDと
ZOZO IDを連携するだけで
ZOZOTOWN購入アイテムが
かんたんに出品可能に！





第三弾

PayPay決済導入

8月中旬導入予定。

ZOZOTOWNへ

「PayPay」利用者の取り込み

ZOZO × Z HOLDINGS

シナジーをフル活用

短期

ソフトバンクとの連携

店頭プロモーションや特典付与による、
ソフトバンクユーザーの利用促進

メディア・広告事業

「ZOZOTOWN」、「WEAR」を活用した
広告事業をヤフーと共同展開

エンジニアの共働

データサイエンス活用
商品レコメンデーションの改善

物流の連携

「ZOZOBASE」の活用

中期

商材拡張

ラグジュアリーブランド出店



- **LOEWE (LVMHグループ)
STELLA McCARTNEY
MARNI (OTBグループ)が出店**



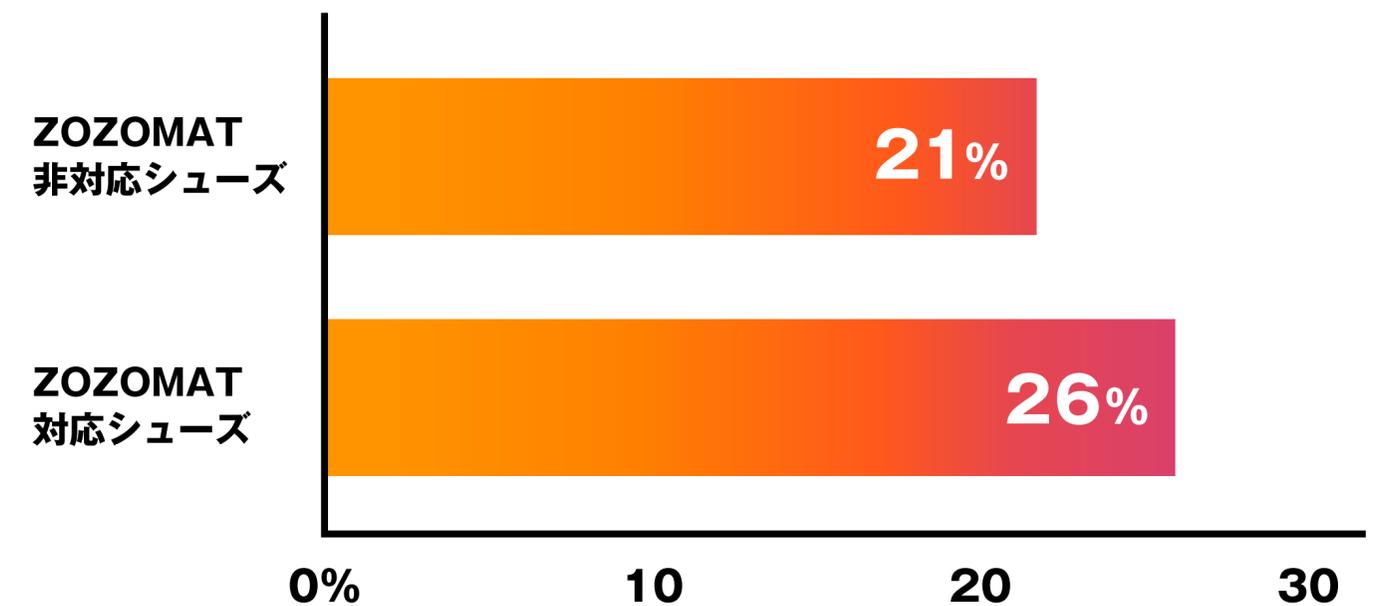
- **その他にも多くのブランドが
出店に前向き**

商材拡張

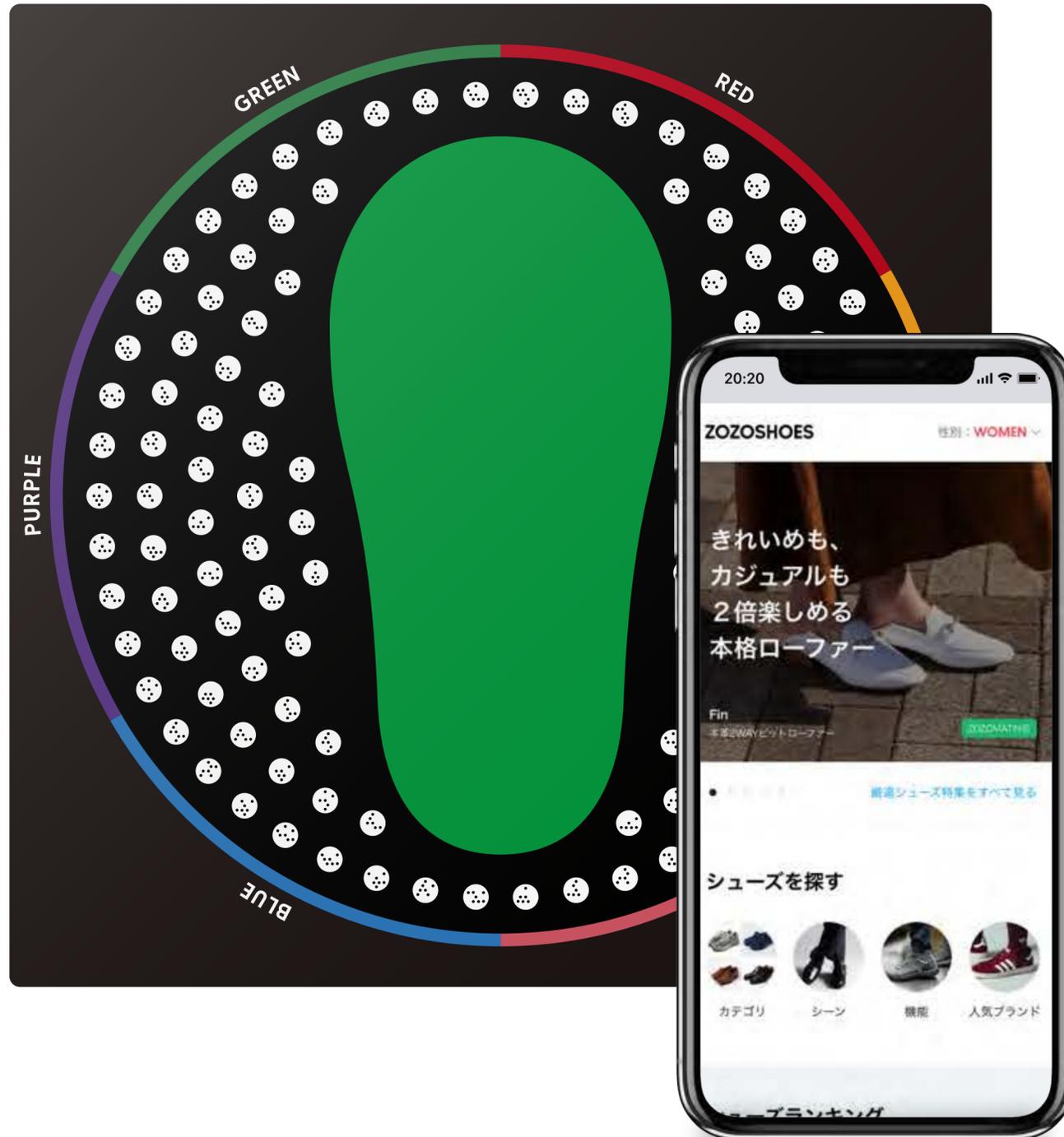
SHOES売上拡大

- **ZOZOMAT**
配布数: 1,285,449枚
計測者数: 1,130,195人
シューズ取扱高昨対18%増

新規購入者割合



- **ZOZOMATに次ぐ、
 新たな商品カテゴリーにおける
 新技術の実現に目途**



商材拡張

YOUR
BRAND
PROJECT
2020

Powered by ZOZO

インフルエンサー企画商品をZOZOで生産し、 ZOZOTOWNと自社ECで販売



INFLUENCER



INFLUENCER



INFLUENCER

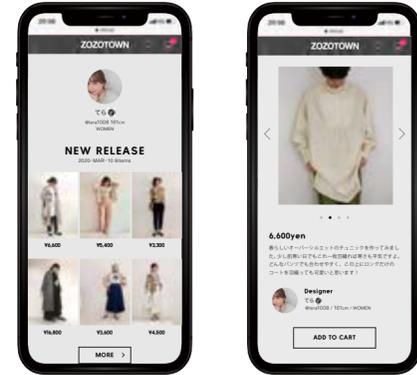
← 委託販売契約
+
生産業務委託 →



ZOZO



ブランド



ZOZOTOWN
自社ECサイト

ZOZOTOWN
自社ECサイト



INFLUENCER



- **7,000人のオーディションや積極営業により、
20名程度が決定**

- WEARで人気に火がつき、Instagramでも20万人以上のフォロワーを持つママファッションista
- 総再生回数4億以上を誇るスポーツ系YouTuber
- SNSでのお笑いというスタイルを確率し、テレビだけではなく、YouTube、Twitter、Instagramなどマルチに活躍する人気女性芸人など

- **10月販売開始予定**

- **別枠として大物インフルエンサーも参画予定**

yutori

社名：株式会社yutori

**所在地：東京都渋谷区円山町24-3
TTKフラット301「beach」**

設立：2018年4月4日

**取締役：片石 貴展
瀬之口 和磨**

**事業：ファッションコミュニティ事業
IP事業**



**代表取締役CEO
片石 貴展**

1993年生まれ。明治大学商学部卒業。2016年、株式会社アカツキに新卒入社。個人的にInstagramアカウント『古着女子』を立ち上げ、開設から5カ月でフォロワー10万人を突破。2018年4月に初期投資0円“インスタ起業”として株式会社yutoriを創業。



**取締役COO
瀬之口 和磨**

1992年生まれ。鹿児島県出身。2016年、明治大学経営学部会計学科在学中に広告代理店にて新規事業として訪日外国人向けwebメディアの立ち上げに従事。2017年、大学卒業と同時にwebマーケティング支援を行うkomilogを設立。2018年6月、株式会社yutori取締役就任。

WHY
yutoriの存在価値

臆病な秀才の最初のキッカケを創る

yutoriは「なぜかわからないけど古着が好き」という

1人のピュアな好きから生まれた。

アパレル経験のあるメンバーは少ない。

ただ、古着や洋服がピュアに好きで、

何かを好きだという強烈な熱量で1から事業を創ってきた。

自分の好きを表現し、そこに客観的な結果が伴えば、

自分のこともちょっぴり好きになれる。

僕らはブランドを通して人のプロデュースをしている。



古着女子を軸にしたブランド事業 と バーチャルモデルのプロデュース

メディアである古着女子を軸に9090、spoonなど複数のD2Cブランドを展開。
また、2体のバーチャルモデルをプロデュース。

古着女子

フォロワー：34.2万人

国内最大級の古着コミュニティ。古着コーデをリポストで紹介するInstagramアカウント「古着女子」 (@furuzyo) は、2017年12月にアカウント開設から約1年でフォロワー21万人を突破。現在は34万2千人（2020年6月現在）を超え、ユーザー参加型のエンパワーメントメディアへ成長し独自の世界観と経済圏を形成中。



D2Cブランド

合計フォロワー：36.6万人

90年代ストリートテイスト「9090」 (@9090s_)、ほっこりカフェガラー「spoon」 (@spoon_store)、ピンテージストア「centimeter」 (@centimeter_store)など、のブランドを展開。



バーチャルモデル事務所『VIM』

所属モデル：葵プリズム（右）・uca（左）

世界初となるバーチャルモデルのみが所属するエージェント。ミレニアル世代の様々なクリエイターと共にバーチャルインフルエンサーをプロデュース。



ブランド事業

完全オンラインでの販売にこだわったデジタルストリートブランドをD2C系の方式で運営。



9090

フォロワー：17.2万人

90年代のストリートブランドを2020年にリバイバル！ヒップホップやスケートなどストリートには欠かせないカルチャーをミックスさせながら独自の世界観を展開。Tシャツやパーカーなどのカットソーだけでなく、オリジナルのセットアップやワークシャツなども展開。

Instagram投稿



spoon

フォロワー：10.4万人

ずっと変わらない私の好きが好き。コンセプトは”レトロ×ほっこり”中でも”ふたりでひとつ”をテーマにした男女で着られるほっこりベアアイテムが人気。”喫茶スプーン”の企画では、どこか懐かしさを感じるレトロな喫茶店/カフェとコラボしたオリジナルアイテムを展開。

Instagram投稿



centimeter

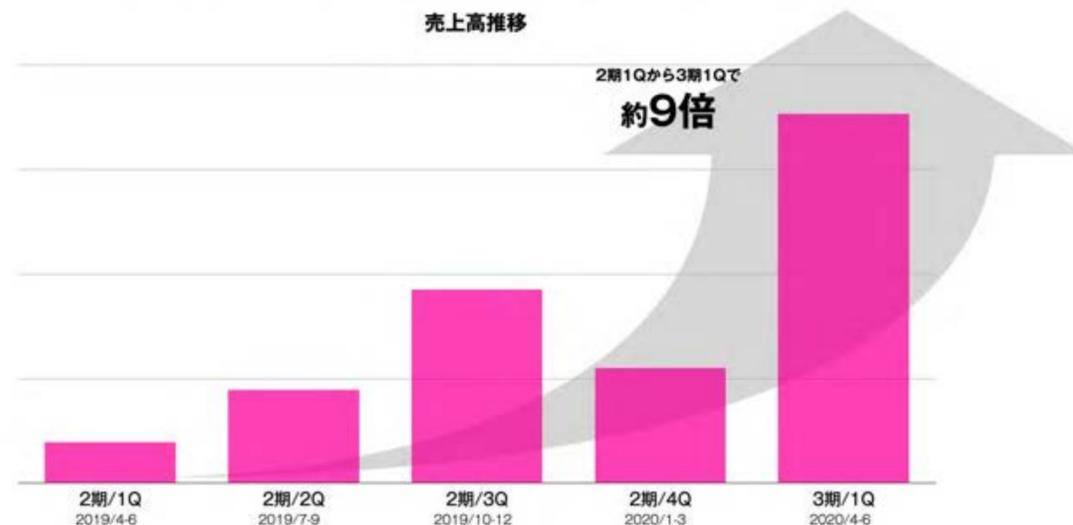
フォロワー：3万人

2020年3月にオープン。テーマは”for 下北city boy。ちょっぴりおセンチなボーイ&ガールのための古着セレクトストア。20代の古着好きの古着男子をターゲットとした古着商品とオリジナル商品を展開。新進気鋭のスケーターやモデルとコラボを行う。

Instagram投稿

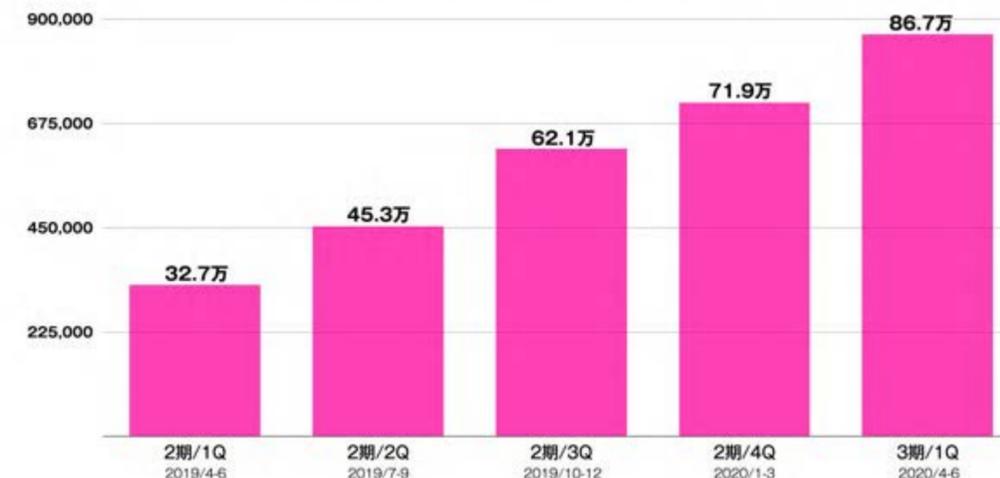


2期1Qから3期1Qで売上高は**9倍**に成長



アパレル事業部のInstagram合計フォロワー数は**86万人**を超える

古着女子のフォロワー数は34万人を超え、古着男子のフォロワー数は13万人を超える。



ZOZO TOWN

ZOZOTO

WE WEAR

Spoon



TW LINE



PRODUCE A WINPY GENIUS

VIMS

CTI P

ZOZOMARINE STADIUM



FAITH IS THE KEY

pool

ZOZO

ZOZOTO

Spoon SKOOL

ZOZOUSE

PRODUCE A WINPY GENIUS



centimeter

yutori

ZOZOTOWN

090

ZOZO TOWN

ZOZOUSED



centimeter

MISTER WHISK

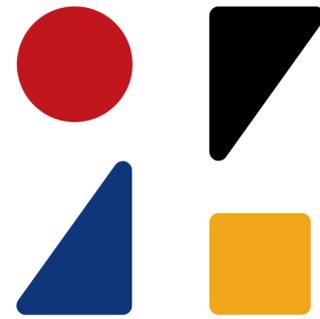
ool

MS

FAITH IS THE KEY

STAR LINE

DIVAN



ZOZO