

あんな栗、拾うんじゃなかった。

栗拾いの物語

決して計算できない物語

FY2022 ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS

株式会社ZOZO 2023年 3月期 決算説明会資料

決算資料ドラマ

※このドラマはフィクションです。実在の人物や団体などとは関係ありません。撮影中は新型コロナウイルス感染症対策をしたうえで撮影を行っております。

HIGHLIGHTS 23/03期 ハイライト

FY2022 ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



23/03期 ハイライト

商品取扱高・営業利益ともに修正計画を上回り過去最高実績を更新

業績概況

○ 商品取扱高 5,443.1億円 (前期比7.0%増)

商品取扱高 (その他商品取扱高を除く) 5,011.0億円 (同8.4%増)

ZOZOTOWN事業が好調に推移。

ブランド各社の実店舗の売上が好調な中、ZOZOへの在庫供給は増加。

集客施策・販促施策が効果を発揮し、アクティブ会員の増加に貢献。

○ 営業利益 564億円 (同13.6%増)

通期で10%以上の成長をして着地。集客費用・販促費用が前年同期と比較して増加したものの、商品取扱高の成長に伴う粗利の増加ならびに変動費を中心とした一部のコストの低減により増益。

事業別内訳

○ ZOZOTOWN事業 商品取扱高：4,355.4億円 (前年同期比11.2%増)

受託販売／4,147.6億円 (同10.6%増) 買取・製造販売／47.2億円 (同46.2%増)

USED販売／160.4億円 (同19.3%増)

○ Yahoo!ショッピング※ 商品取扱高：498.8億円 (同13.8%増)

○ BtoB事業 商品取扱高：156.8億円 (同41.2%減)

○ その他※ 商品取扱高：432.0億円

○ 平均出荷単価 8,300円 (同4.1%増)、平均商品単価 3,987円 (同6.3%増)

※ 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。

※ 21/03期2Qより計上開始。連結子会社yutoriの自社ECサイトにおける商品取扱高・Yahoo!ショッピングにおけるZOZOオプション契約ストアの商品取扱高・ZOZOMO経由の商品取扱高・ZOZOSUIT (有料販売分) の商品取扱高の合算値 / ZOZOオプション: Yahoo!ショッピングにおけるZOZOTOWN以外のファッションカテゴリストアのうち、当社提案をもとにYahoo!ショッピング内で実施する特集企画への参加等の営業支援の恩恵を受ける事が出来るオプション契約 / ZOZOMO: ZOZOTOWN上で一部のオフライン店舗の在庫を取り置き出来る仕組み



カイ、お久しぶり



青井 海 (カイ)

コーヒーでも買いに行きませんか?



レナさんどうぞ



ありがとう

23/03期 ハイライト



収益性

○ 営業利益率（対商品取扱高） 11.3%（前期実績 10.7%）

- ・利益率改善要因：商品取扱高に対して粗利率の高いビジネスの構成比上昇に伴う粗利率の改善、物流拠点内の作業効率改善等による物流関連費率の低減、出荷単価上昇に伴う荷造運賃費率の低減
- ・利益率悪化要因：集客費用の増加・ポイント等を利用した販促施策費用の増加

※営業利益率は営業利益を商品取扱高（その他商品取扱高を除く）で除して算出しております。

トピック

- 「D&I Award2022」において「ベストワークプレイス」認定を取得（2023年2月）
- ZOZO最大規模の物流拠点「ZOZOBASEつくば3」が竣工（2023年2月）
- トルコ・シリア地震への災害支援として、2,822万3,177円を寄付（2023年3月）
- 茨城県つくば市と包括連携協力に関する協定を締結（2023年3月）
- ZOZOTOWNカスタマーサポートセンター、「HDI 五つ星認証」を4回連続で取得（2023年3月）
- 人事制度や手当、働き方をアップデートした新たな「ZOZO WORKSTYLE」を始動（2023年4月）



BUSINESS RESULTS 業績

FY2022 ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



23/03期 連結業績の概要



(単位:百万円)

	22/03期 実績	23/03期 実績	前期比	修正後計画 (2023年1月31日付)	達成率
商品取扱高	508,876	544,317	7.0%	543,800	100.1%
商品取扱高 (その他商品取扱高を除く)	462,175	501,108	8.4%	495,800	101.1%
売上高	166,199	183,423	10.4%	181,300	101.2%
売上総利益	156,172	171,341	9.7%	-	-
対商品取扱高比	33.8%	34.2%	0.4%	-	-
販管費	106,516	114,920	7.9%	-	-
対商品取扱高比	23.0%	22.9%	-0.1%	-	-
営業利益	49,656	56,421	13.6%	55,000	102.6%
対商品取扱高比	10.7%	11.3%	0.6%	11.1%	-
経常利益	49,655	56,716	14.2%	55,200	102.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	34,492	39,526	14.6%	38,400	102.9%



※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。

※2022年3月期より収益認識に関する会計基準を適用しております。

※2023年1月31日付で「2023年3月期通期連結業績予想及び配当予想の修正に関するお知らせ」を開示しております。上記は反映後の数値となります。

連結業績の概要 (四半期毎)



(単位:百万円)

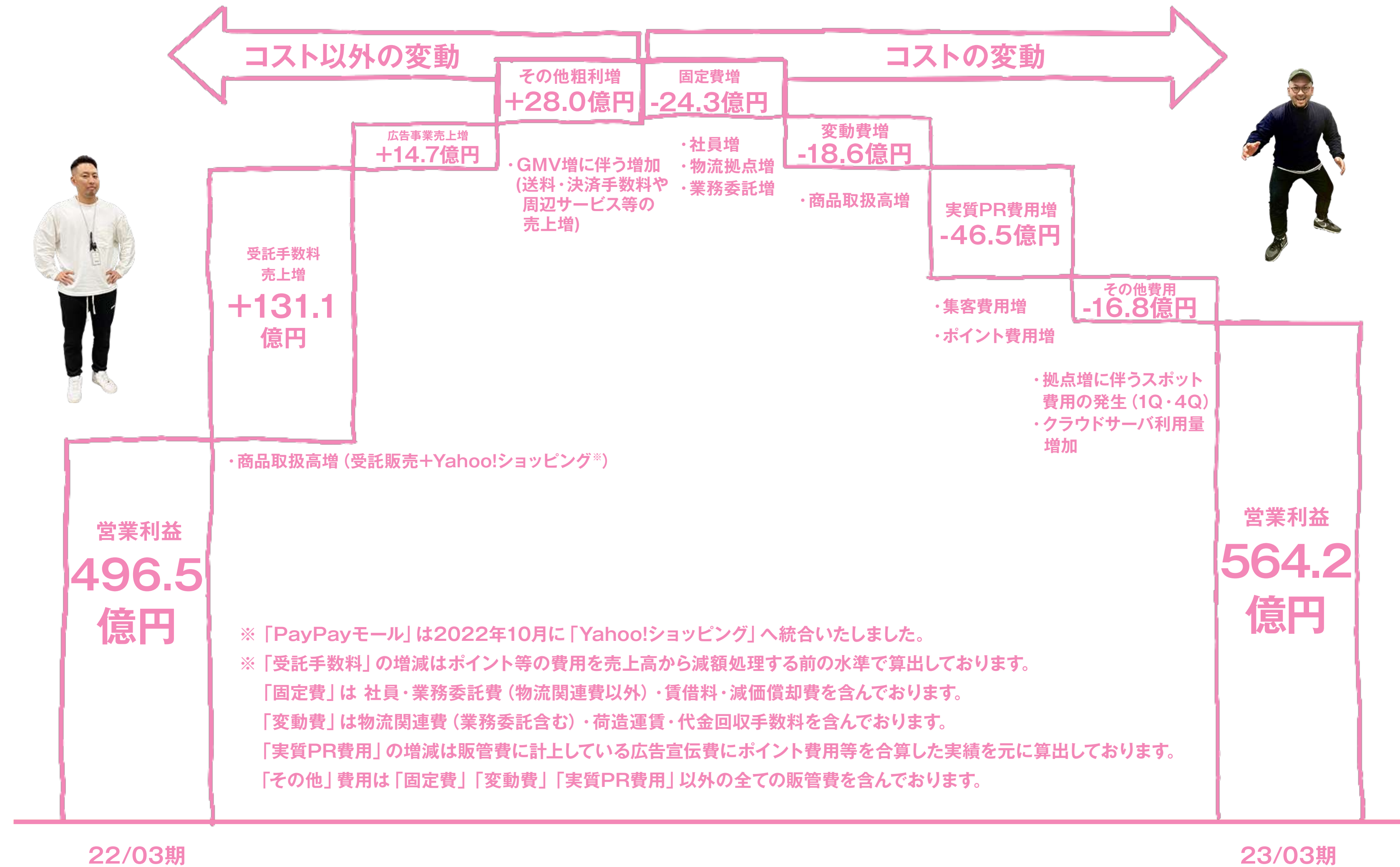
	22/03期				23/03期			
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
商品取扱高	116,812	112,695	145,999	133,369	127,928	123,210	155,358	137,820
商品取扱高 (その他商品取扱高を除く)	106,700	102,367	132,519	120,587	115,948	111,533	144,540	129,085
前年同期比	11.9%	13.5%	15.0%	12.7%	8.7%	9.0%	9.1%	7.0%
売上高	38,866	37,346	47,565	42,420	42,590	41,176	52,699	46,956
販管費	24,333	23,851	29,656	28,675	26,028	25,667	31,328	31,895
前年同期比	11.3%	10.6%	15.2%	7.3%	7.0%	7.6%	5.6%	11.2%
対取扱高比	22.8%	23.3%	22.4%	23.8%	22.4%	23.0%	21.7%	24.7%
営業利益	12,591	11,200	14,987	10,876	14,312	12,897	17,425	11,785
前年同期比	20.8%	18.1%	8.0%	5.0%	13.7%	15.2%	16.3%	8.4%
対取扱高比	11.8%	10.9%	11.3%	9.0%	12.3%	11.6%	12.1%	9.1%

※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。

※2022年3月期より収益認識に関する会計基準を適用しております。



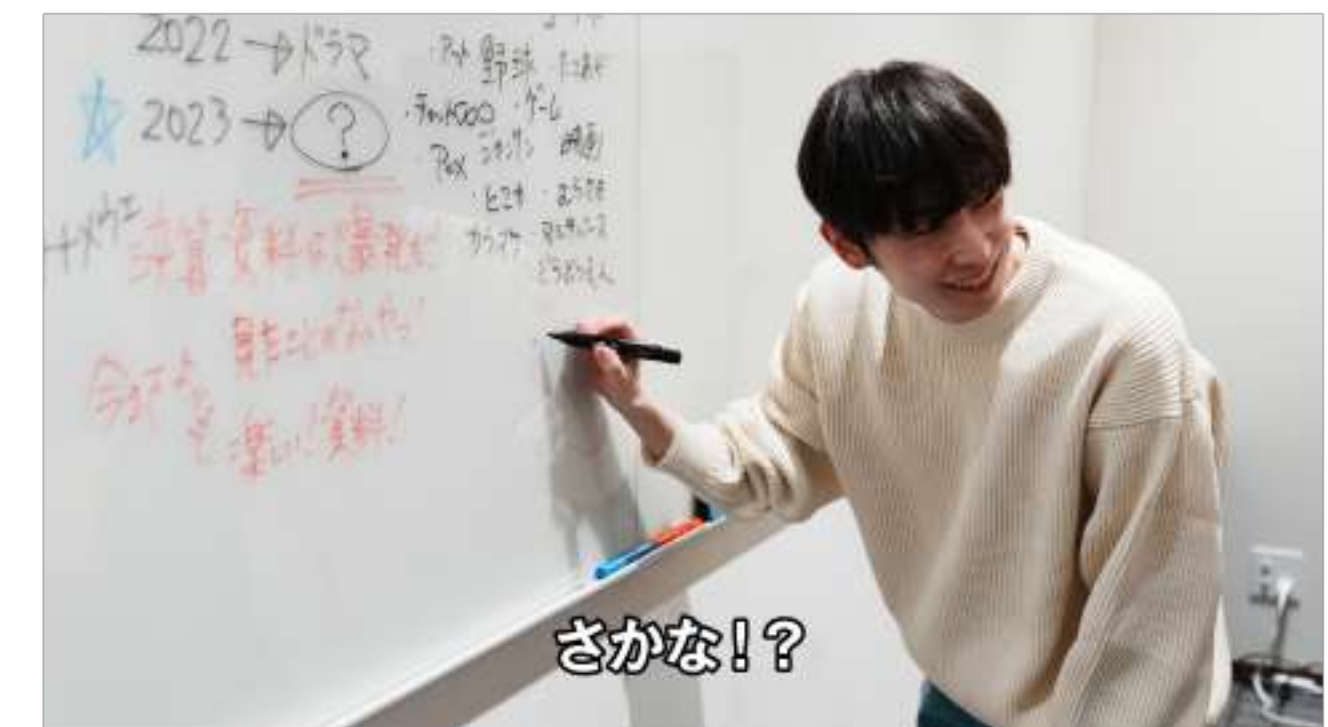
営業利益の増減分析 (対前年同期比)



連結財政状態

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2022年3月31日)	当連結会計年度 (2023年3月31日)		前連結会計年度 (2022年3月31日)	当連結会計年度 (2023年3月31日)
流動資産	102,305	123,493	流動負債	66,172	72,204
うち、現預金	65,520	69,126	うち、短期借入金	20,200	20,400
うち、商品 及び製品	2,060	3,155	固定負債	6,005	6,844
固定資産	24,971	32,248	負債合計	72,177	79,048
有形固定資産	11,284	18,796	株主資本	55,100	76,771
無形固定資産	2,621	2,381	うち、自己株式	-44,784	-44,558
投資等	11,065	11,070	純資産合計	55,099	76,693
資産合計	127,276	155,742	負債・純資産合計	127,276	155,742



連結キャッシュ・フローの推移

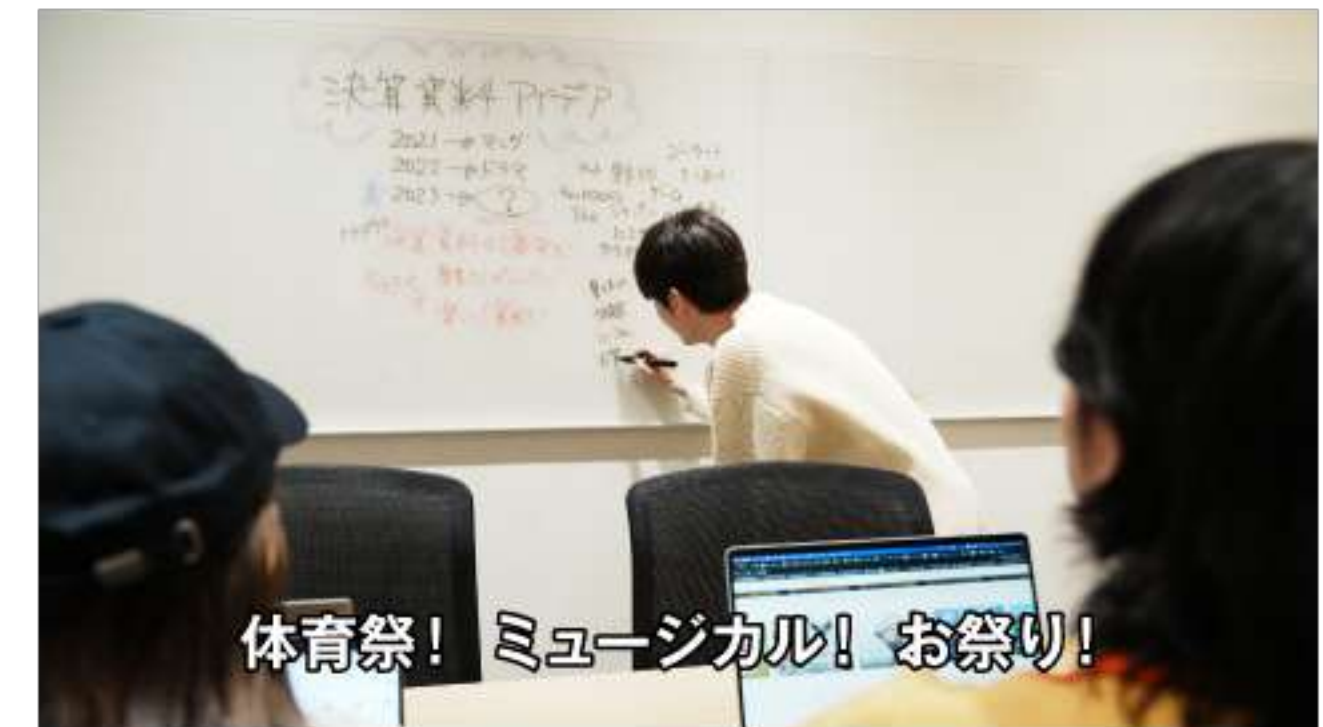


(単位:百万円)

項目	22/03期	23/03期	前期比	増減要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	39,895	36,671	-3,224	
投資活動によるキャッシュ・フロー	-1,283	-10,588	-9,305	(今期) 物流倉庫拡張に向けた支出
財務活動によるキャッシュ・フロー	-34,823	-17,738	17,084	(前期) 自己株式の取得・処分による支出・収入
現金及び現金同等物の期末残高	65,520	74,145	8,624	



もっともっと出していこう



体育祭! ミュージカル! お祭り!

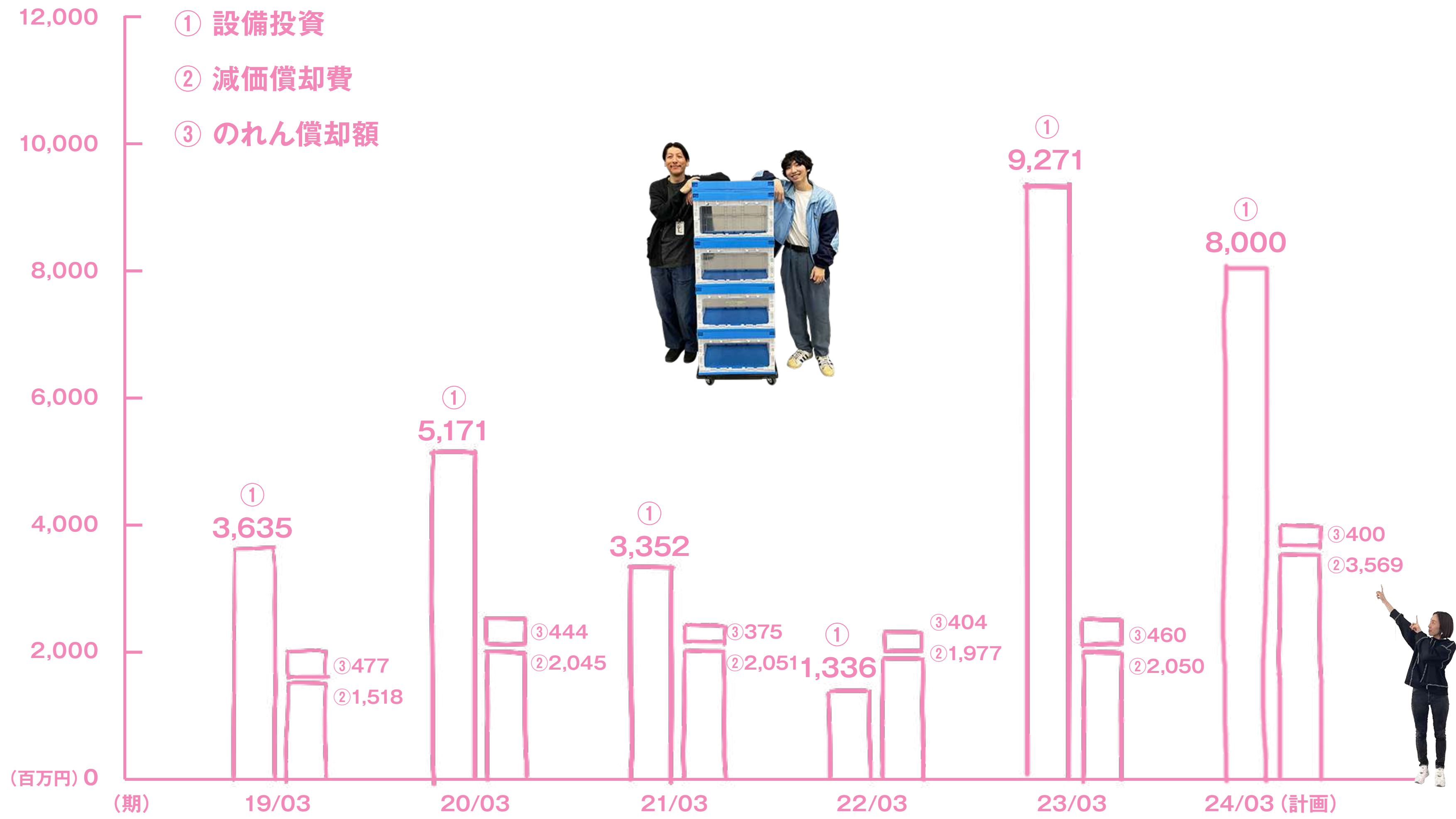


◎△\$▷×¥●&%#!

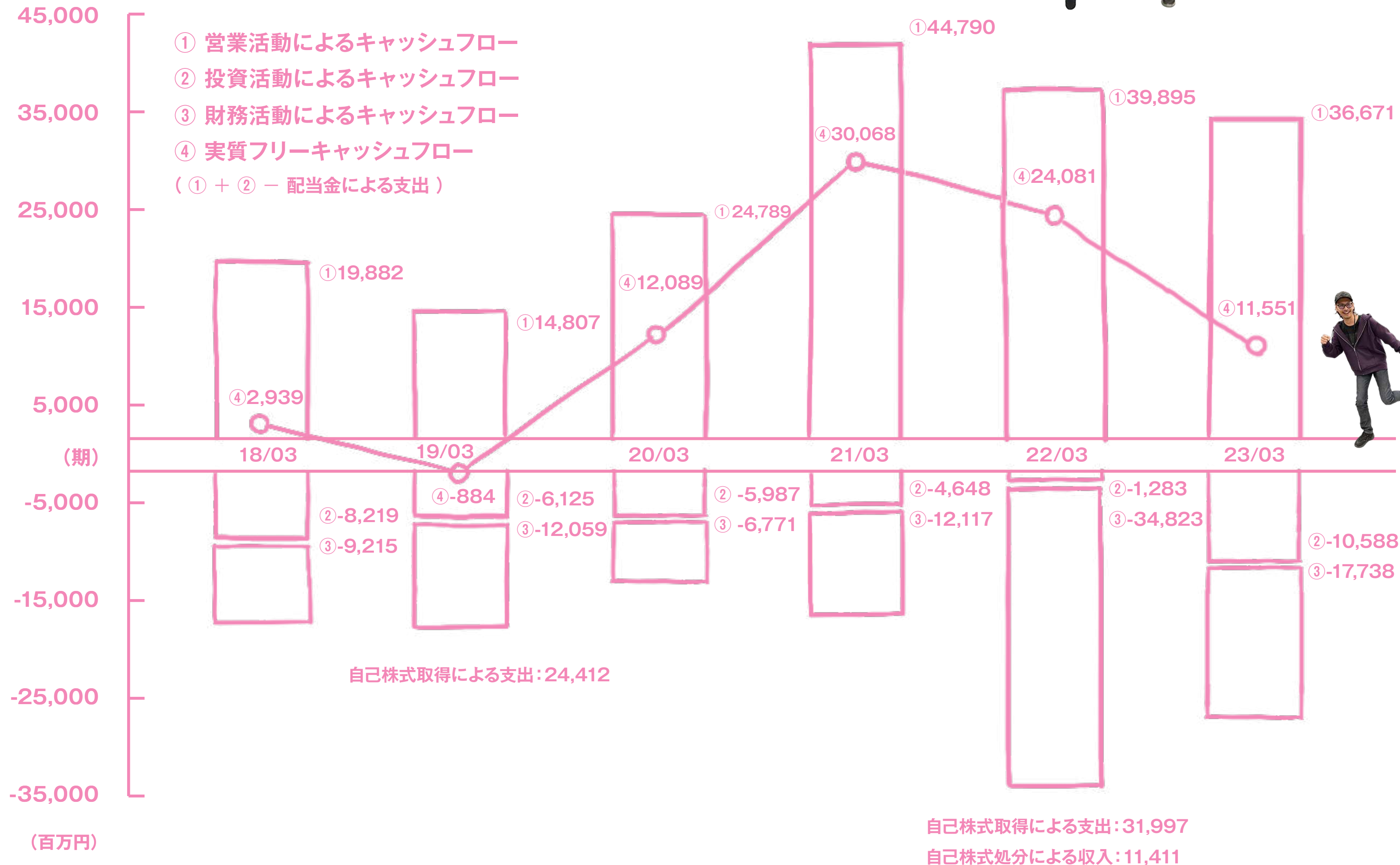


それだ!

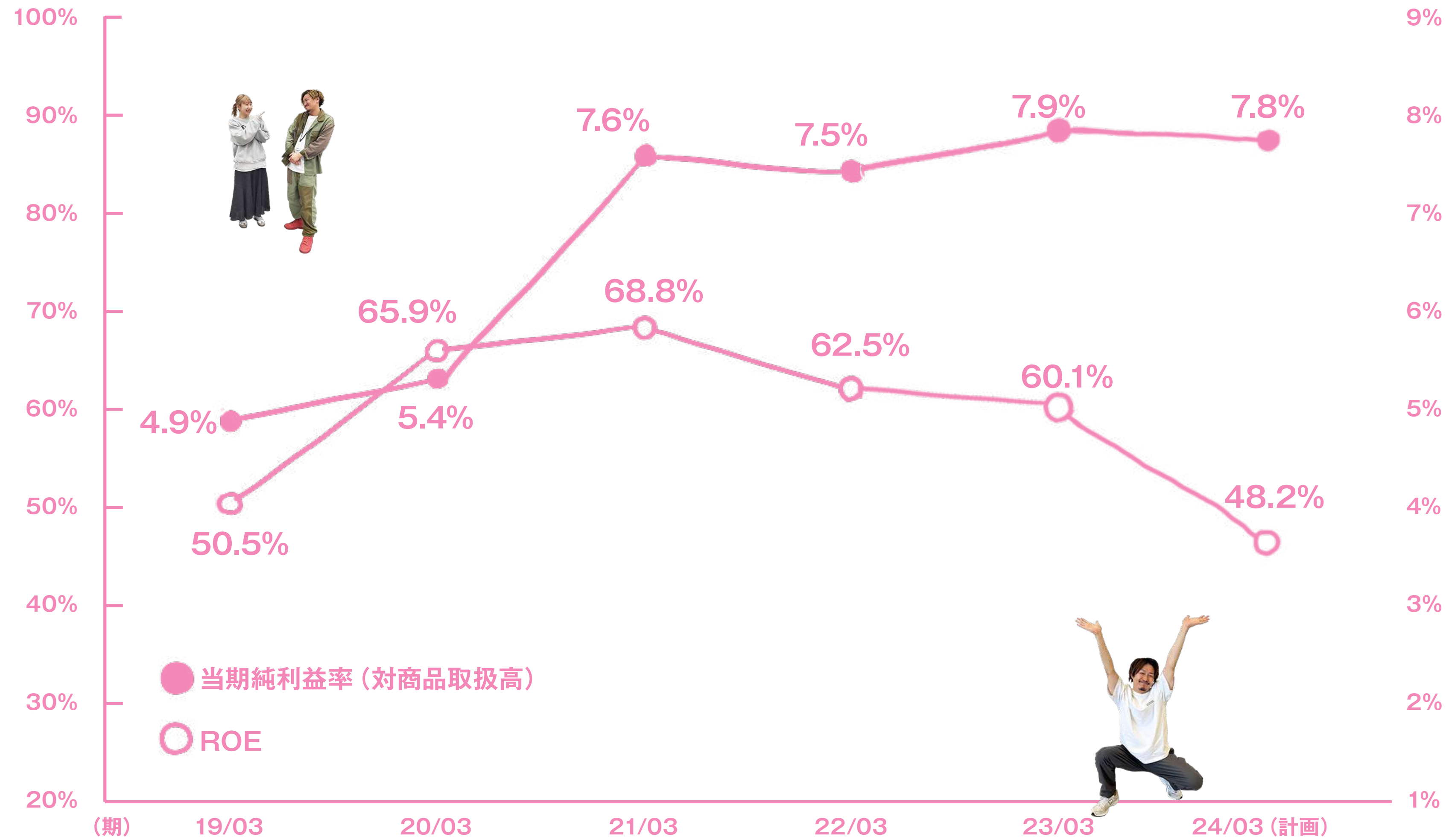
設備投資の推移



連結キャッシュ・フローの推移



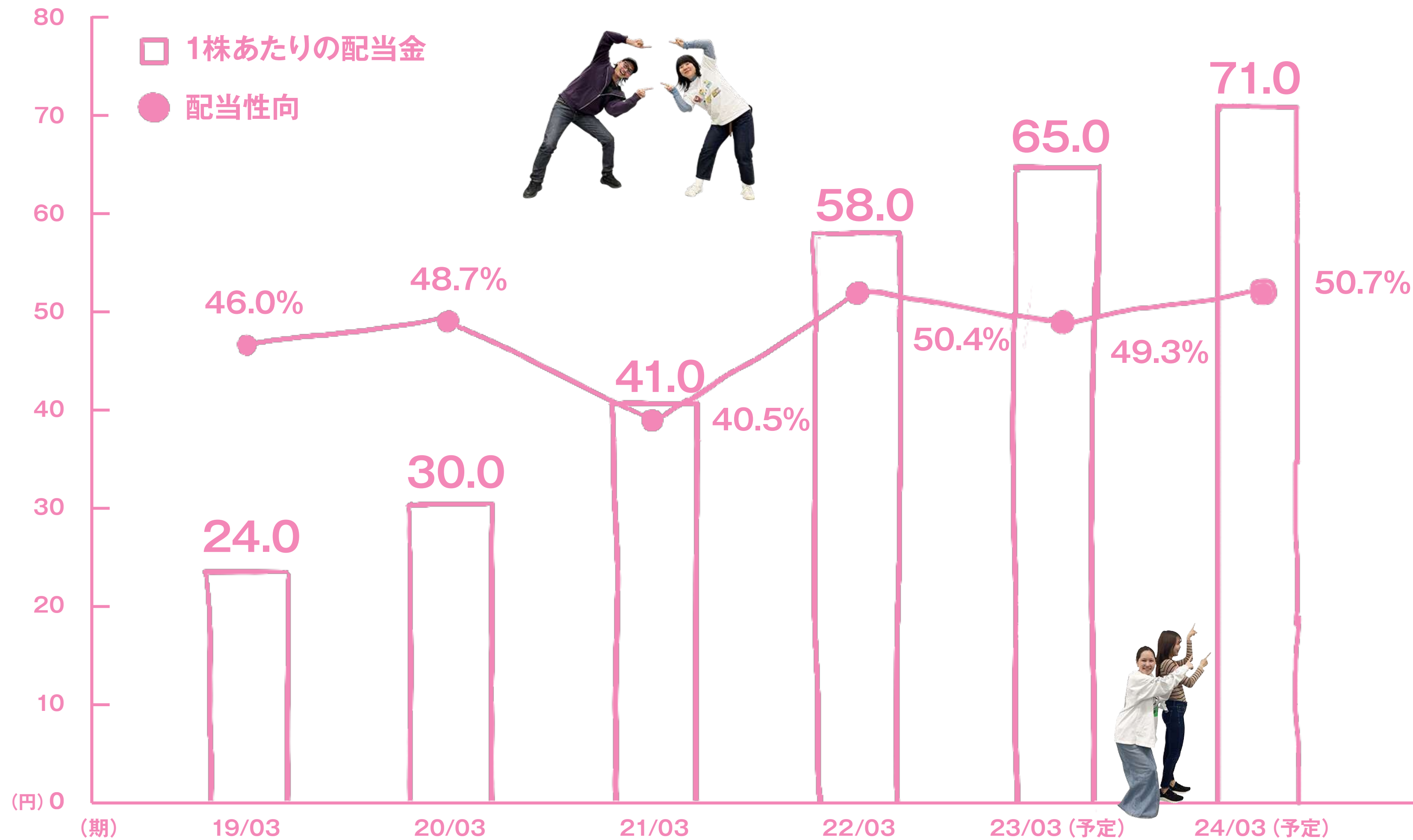
ROEの推移・当期純利益率（対商品取扱高）



※当期純利益率は当期純利益を商品取扱高（その他商品取扱高を除く）で除して算出しております。

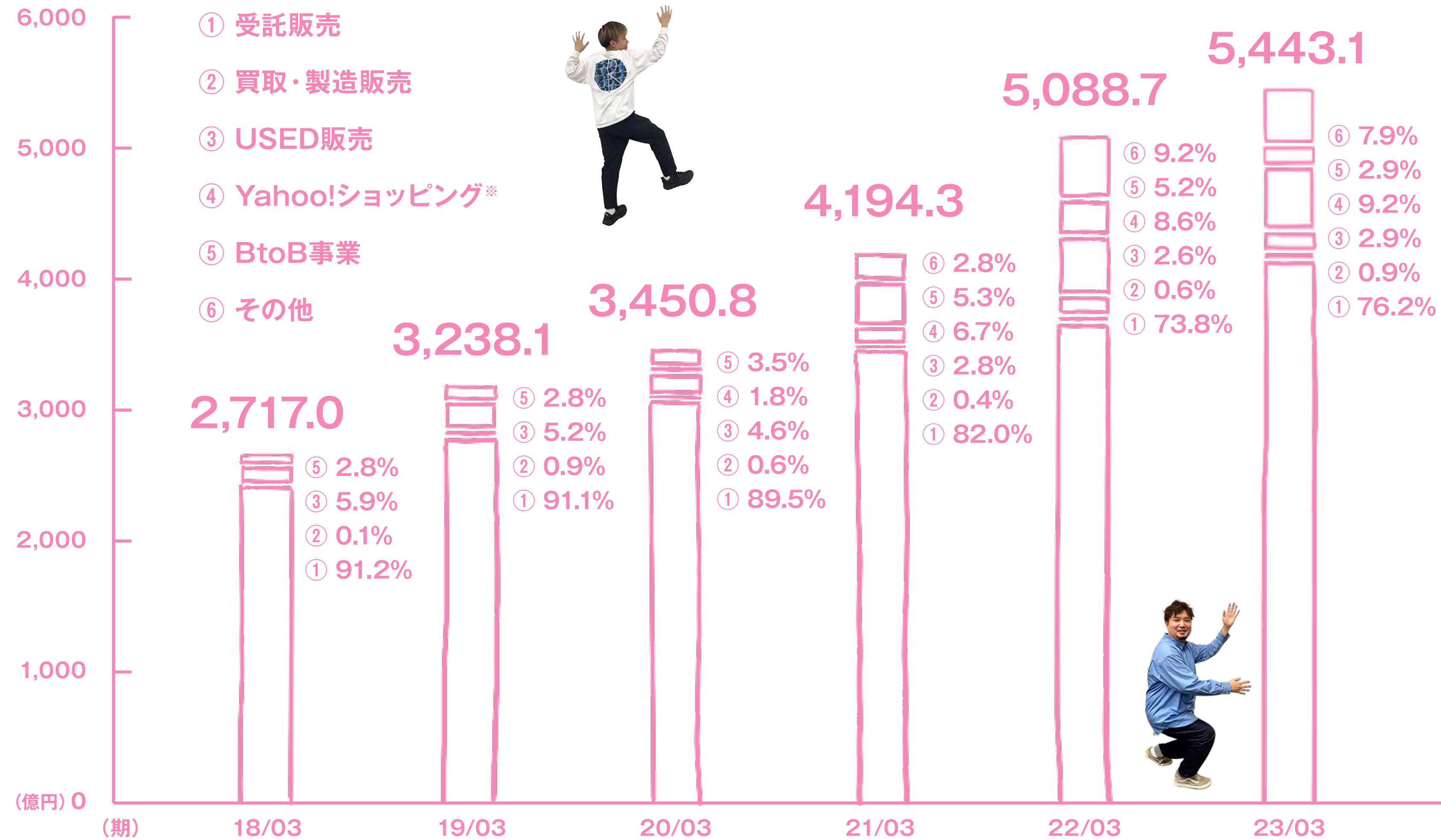


1株あたり配当金及び配当性向の推移



商品取扱高の推移

当期新規出店合計商品取扱高(ZOZOTOWN事業)
 通期累計: 36.7億円 商品取扱高に占める割合: 0.8%

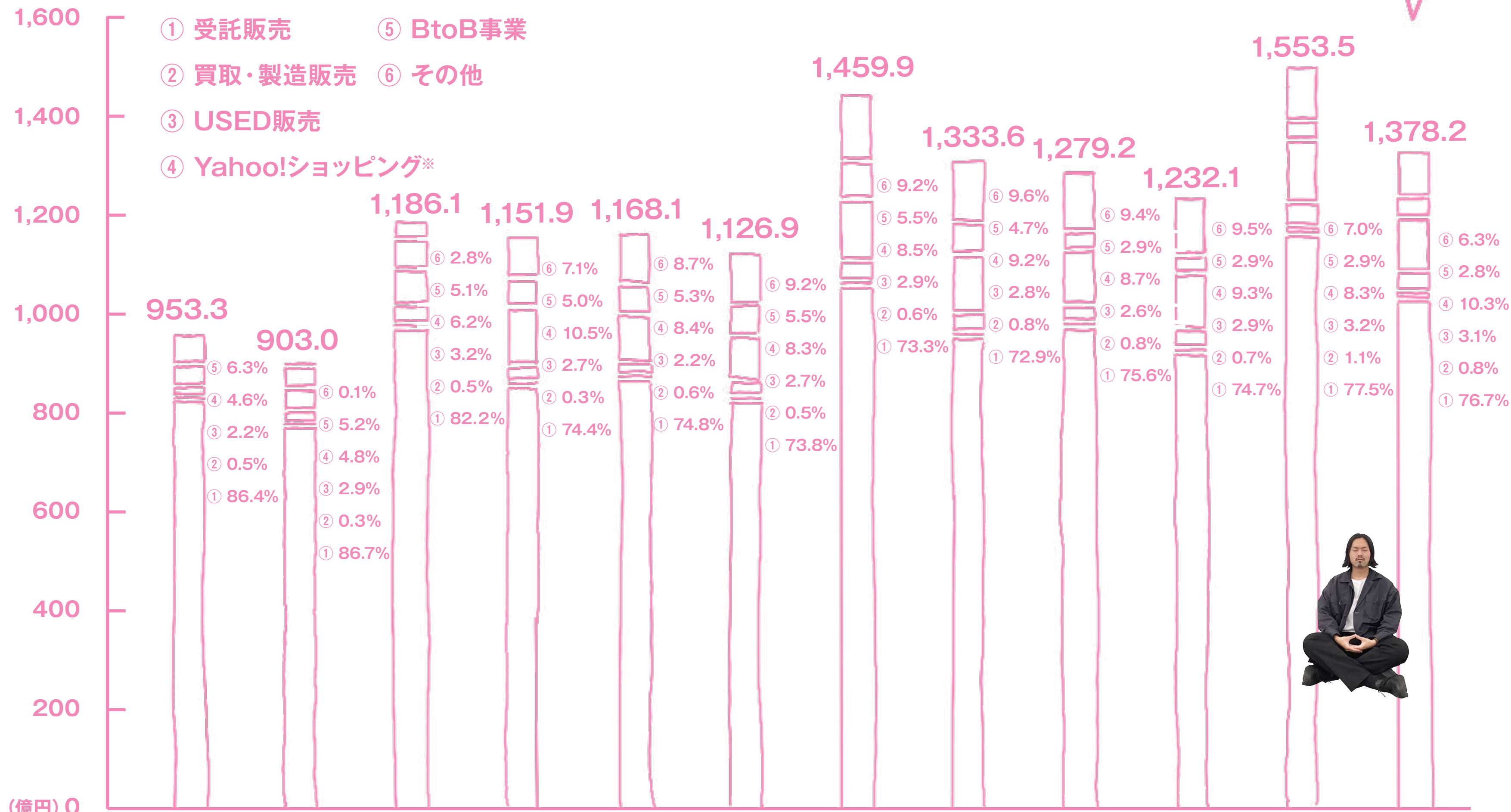


*「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。

商品取扱高の推移 (四半期)

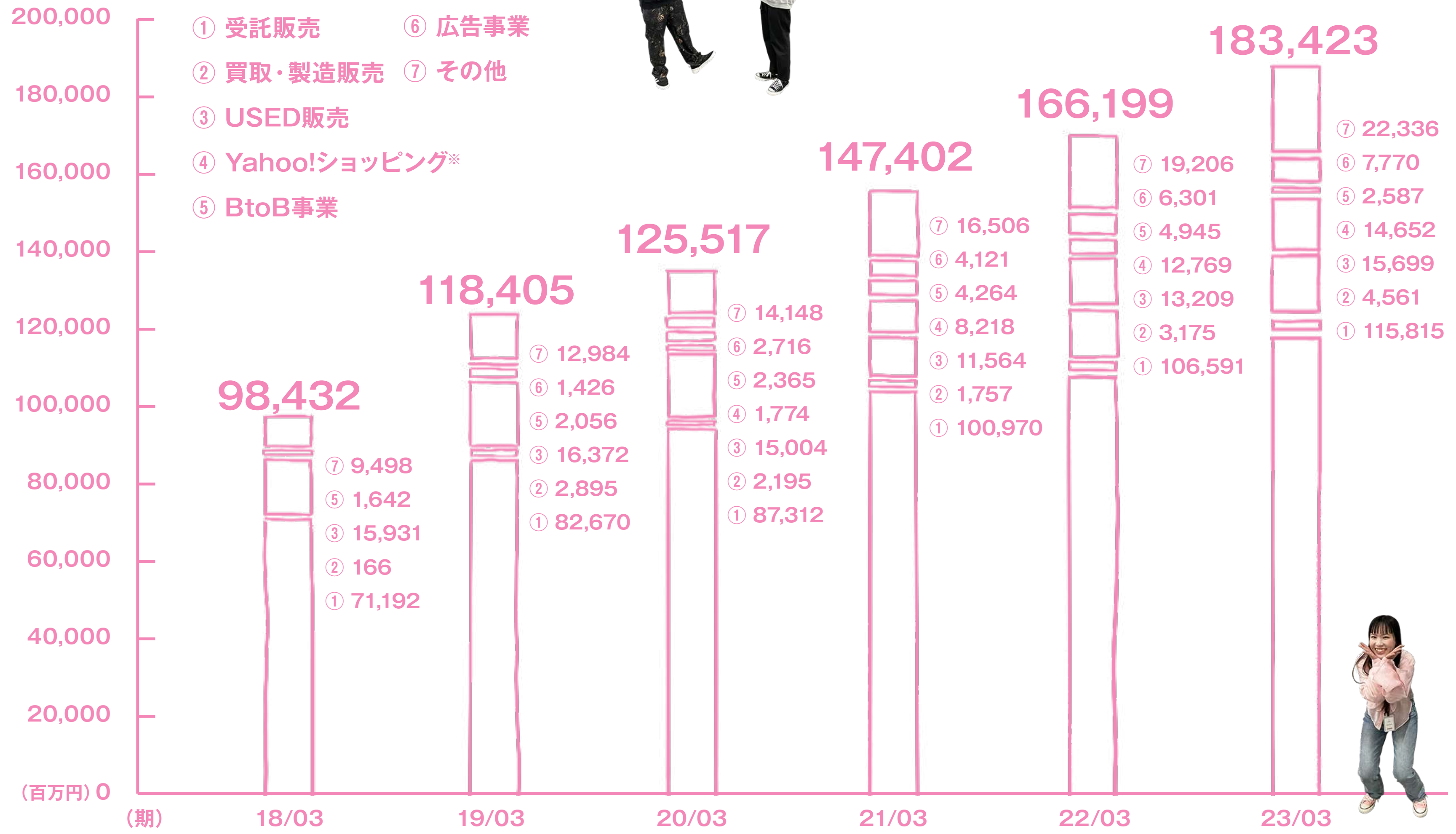


前年同期比*
+7.0%



* 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。
* 前年同期比は「⑥その他」を除いた商品取扱高にて算出しております。

売上高の推移

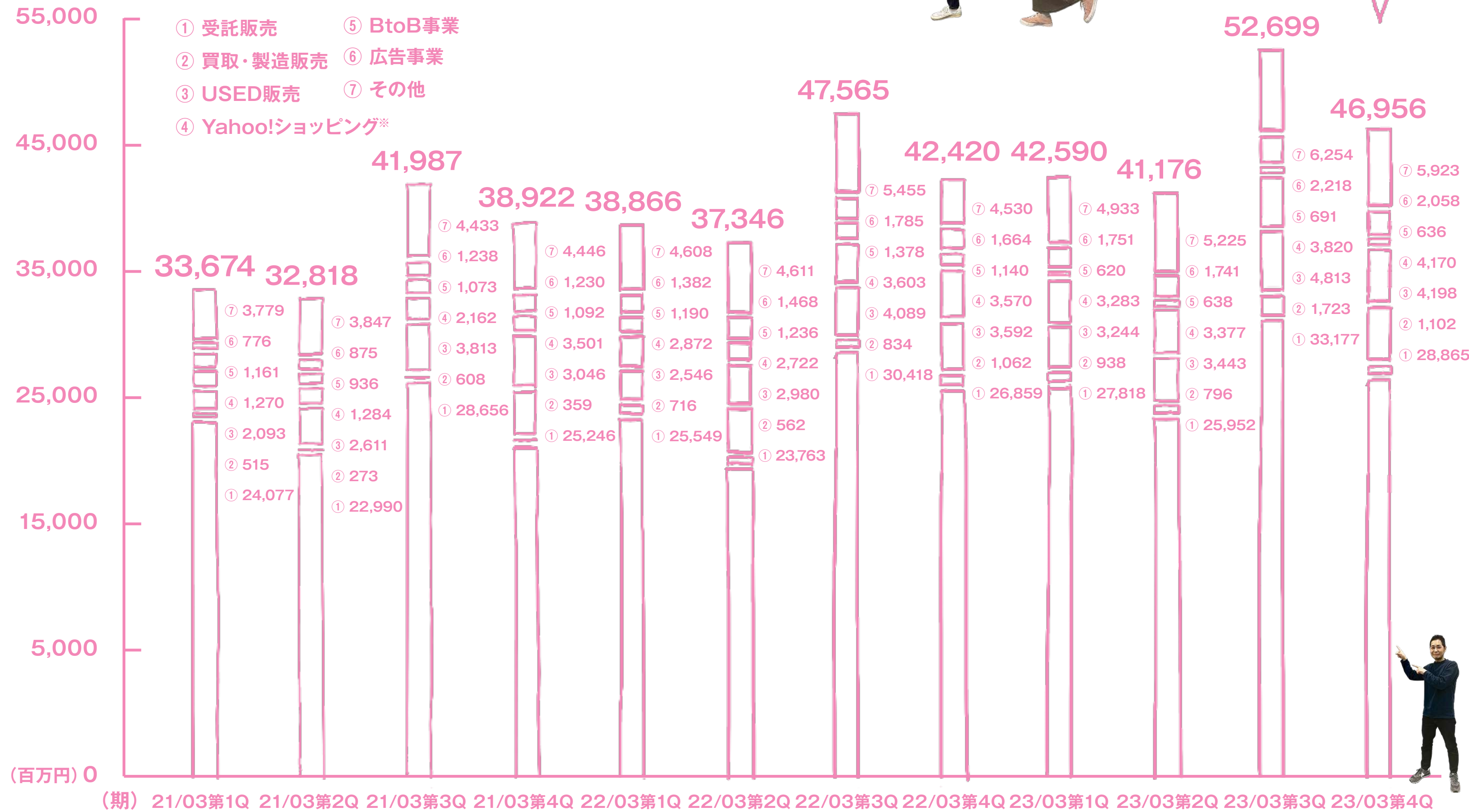


※ 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。
 ※ 2022年3月期より収益認識に関する会計基準を適用しております。2021年3月期までは販売費及び一般管理費に計上しておりましたポイント関連費等を各事業の売上から減額した結果を売上高として開示しております。

売上高の推移 (四半期)

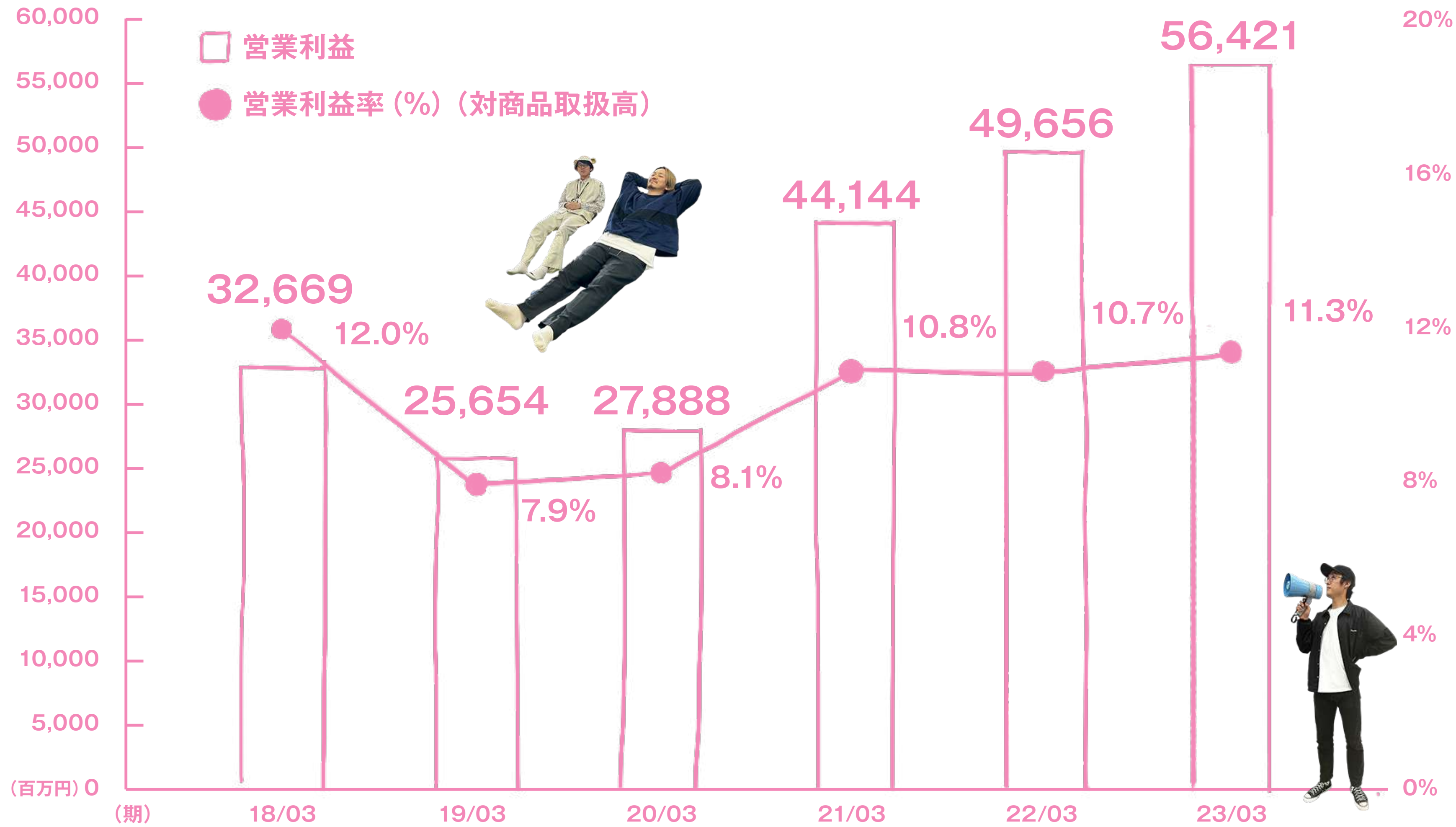


前年同期比
+10.7%



※ 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。
 ※ 2022年3月期より収益認識に関する会計基準を適用しております。2021年3月期までは販売費及び一般管理費に計上しておりましたポイント関連費等を各事業の売上から減額した結果を売上高として開示しております。

営業利益・営業利益率（対商品取扱高）の推移



※営業利益率は営業利益を商品取扱高（その他商品取扱高を除く）で除して算出しております。



販管費の内訳 (期初累計)



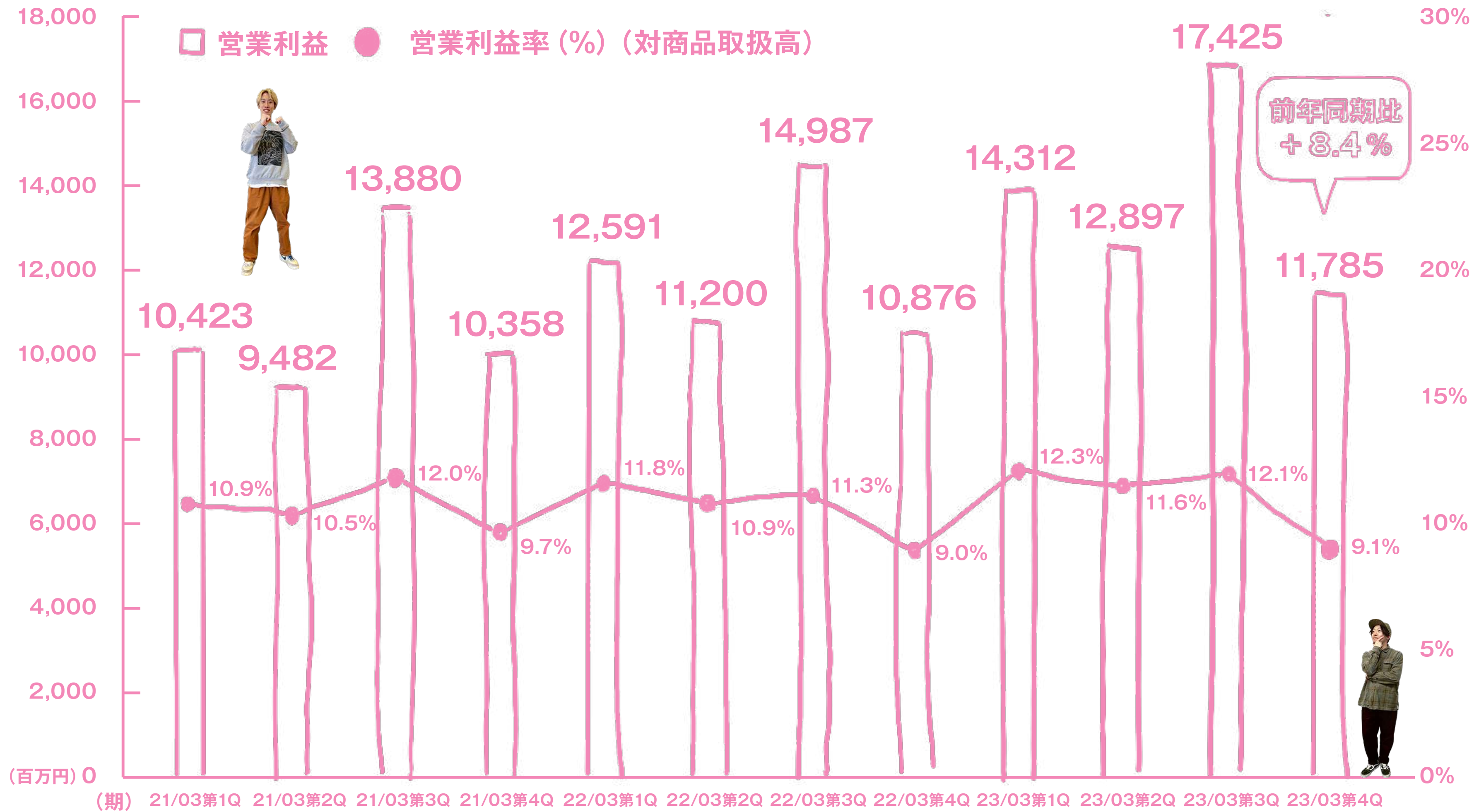
(単位:百万円)

	22/03期		23/03期		前期比	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	30,173	6.5%	31,372	6.3%	-0.2%	
社員	13,052	2.8%	14,326	2.9%	0.1%	連結従業員数推移: 22年3月末1,411名 → 23年3月末1,538名
物流関連費(業務委託含む)	17,121	3.7%	17,046	3.4%	-0.3%	効率的な運営を継続 千葉3の再賃借による在庫保管キャパシティの増加
業務委託費(物流関連費以外)	6,037	1.3%	6,774	1.4%	0.1%	システム開発・保守等の外部委託の増加
荷造運賃	31,380	6.8%	32,421	6.5%	-0.3%	商品配送に係る段ボール等のサイズ適正化ならびに出荷単価上昇によるコスト低減影響が燃油サーチャージ適用によるコスト増加影響を上回り、対商品取扱高比率は低下
代金回収手数料	10,978	2.4%	11,877	2.4%	0.0%	
広告宣伝費	9,876	2.1%	12,314	2.5%	0.4%	ZOZOGLASS費用減少 TVCM・WEB広告を中心とした集客施策の増加
賃借料	5,728	1.2%	6,076	1.2%	0.0%	物流拠点増加(2022年4月より千葉3を賃借再開)
減価償却費	1,977	0.4%	2,050	0.4%	0.0%	
のれん償却額	404	0.1%	460	0.1%	0.0%	
株式報酬費用	86	0.0%	114	0.0%	0.0%	
その他	9,873	2.1%	11,457	2.3%	0.2%	システムリプレイスに伴うクラウドサーバ利用量増加 物流拠点増に伴う備品の購入(1Q・4Q)
販管費	106,516	23.0%	114,920	22.9%	-0.1%	



※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。

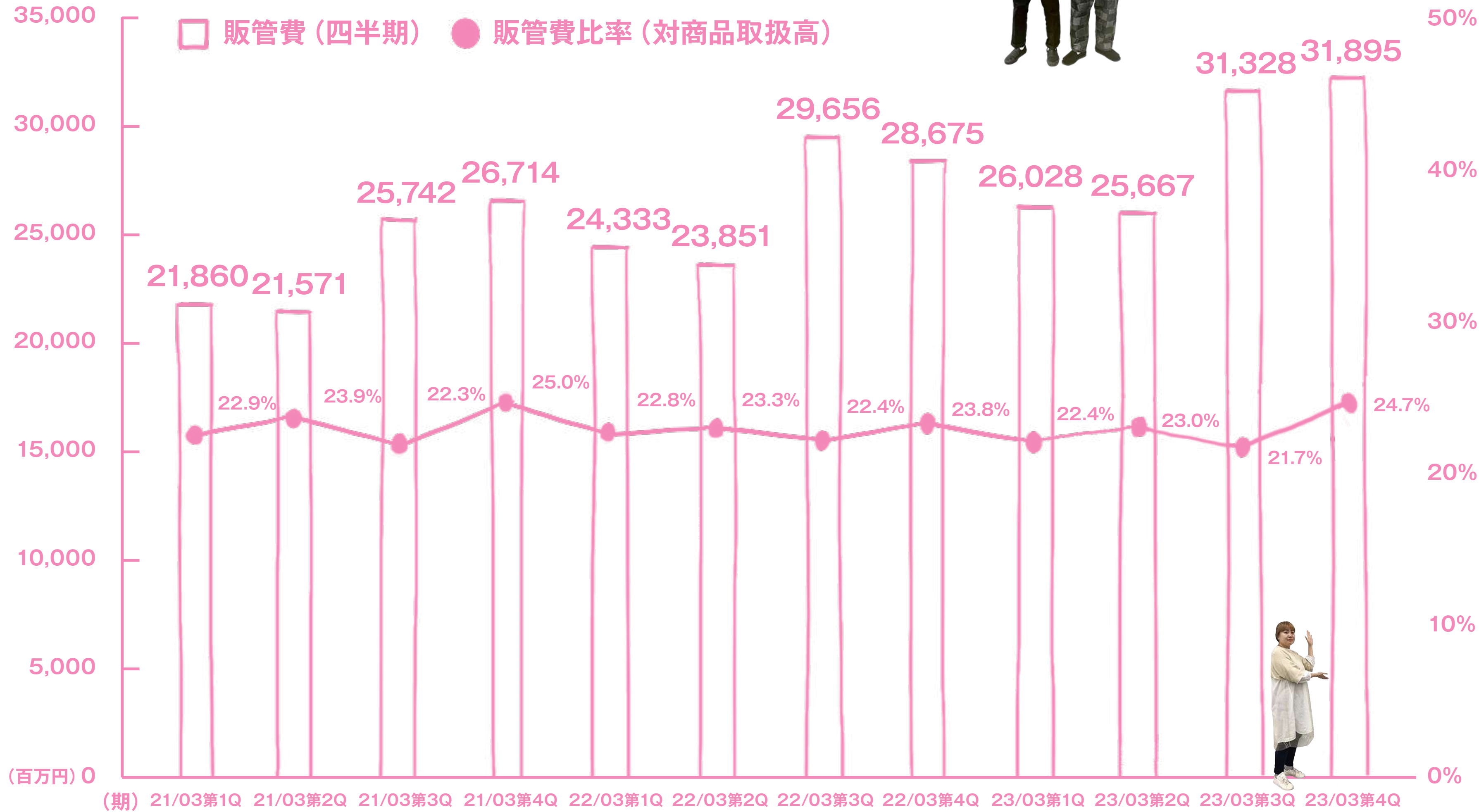
営業利益・営業利益率(対商品取扱高)の推移(四半期)



※営業利益率は営業利益を商品取扱高(その他商品取扱高を除く)で除して算出しております。



販管費の推移 (四半期)

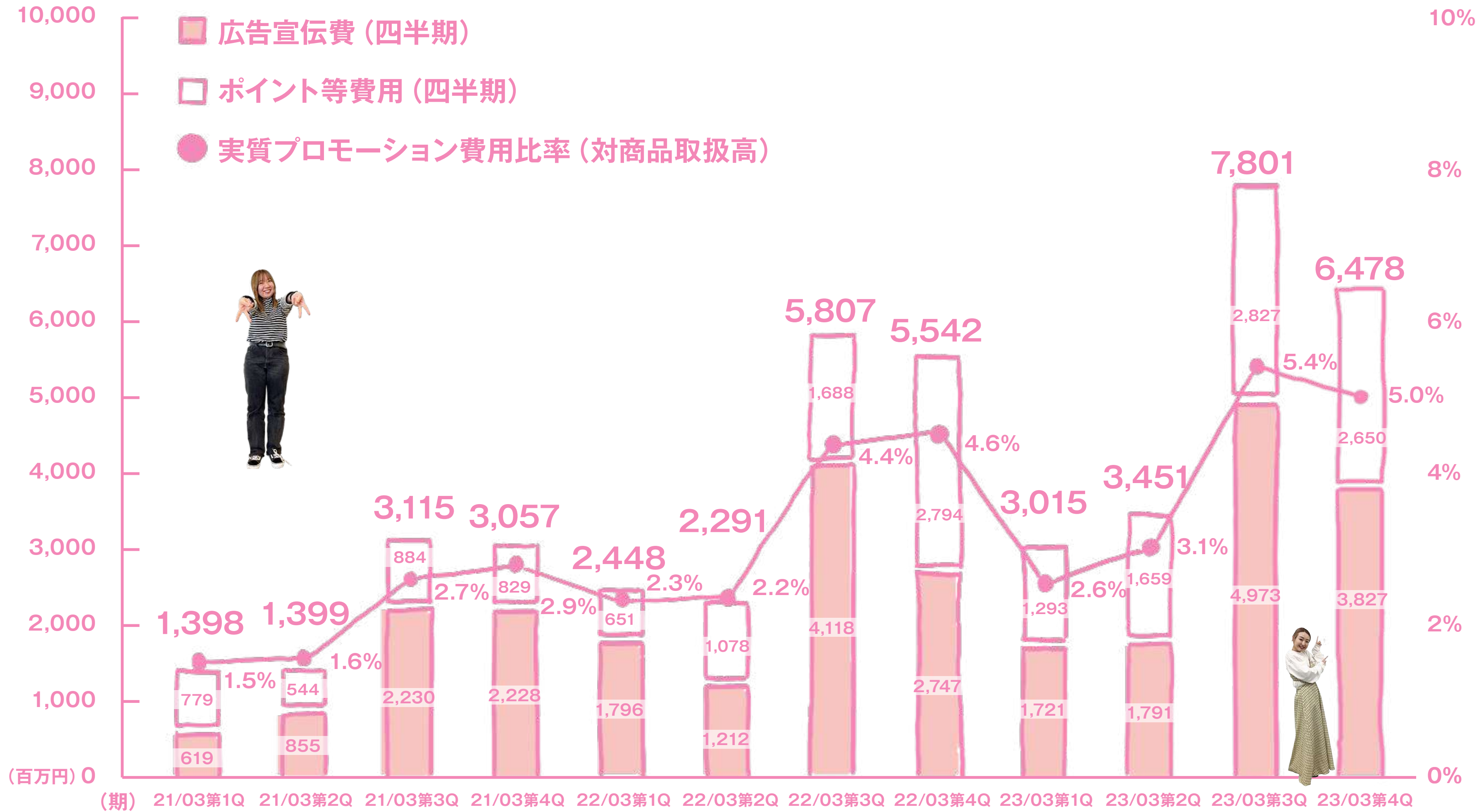


※販管費比率は販管費を商品取扱高（その他商品取扱高を除く）で除して算出しております。

※2022年3月期より収益認識に関する会計基準を適用しております。2021年3月期までは販売費及び一般管理費に計上しておりましたポイント関連費等を各事業の売上から減額した結果を売上高として開示しております。

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。



販管費の内訳 (四半期)



(単位:百万円)

	22/03期								23/03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		第4四半期	
	金額	対取扱高比	金額	対取扱高比	金額	対取扱高比	金額	対取扱高比	金額	対取扱高比	金額	対取扱高比	金額	対取扱高比	金額	対取扱高比
人件費	6,883	6.5%	6,887	6.7%	7,860	5.9%	8,542	7.1%	7,132	6.2%	6,955	6.2%	7,771	5.4%	9,513	7.4%
社員	2,831	2.7%	2,774	2.7%	3,300	2.5%	4,146	3.4%	3,115	2.7%	3,111	2.8%	3,295	2.3%	4,804	3.7%
物流関連費 (業務委託含む)	4,051	3.8%	4,112	4.0%	4,559	3.4%	4,396	3.6%	4,016	3.5%	3,844	3.4%	4,476	3.1%	4,709	3.6%
業務委託費 (物流関連費以外)	1,429	1.3%	1,499	1.5%	1,458	1.1%	1,649	1.4%	1,646	1.4%	1,657	1.5%	1,720	1.2%	1,750	1.4%
荷造運賃	7,597	7.1%	7,486	7.3%	8,275	6.2%	8,021	6.7%	7,996	6.9%	7,708	6.9%	8,577	5.9%	8,139	6.3%
代金回収手数料	2,580	2.4%	2,478	2.4%	3,146	2.4%	2,771	2.3%	2,733	2.4%	2,710	2.4%	3,428	2.4%	3,004	2.3%
広告宣伝費	1,796	1.7%	1,212	1.2%	4,118	3.1%	2,747	2.3%	1,721	1.5%	1,791	1.6%	4,973	3.4%	3,827	3.0%
賃借料	1,431	1.3%	1,432	1.4%	1,432	1.1%	1,432	1.2%	1,514	1.3%	1,513	1.4%	1,517	1.0%	1,530	1.2%
減価償却費	454	0.4%	478	0.5%	503	0.4%	541	0.4%	465	0.4%	473	0.4%	515	0.4%	595	0.5%
のれん償却額	101	0.1%	100	0.1%	101	0.1%	101	0.1%	106	0.1%	106	0.1%	124	0.1%	123	0.1%
株式報酬費用	13	0.0%	38	0.0%	25	0.0%	9	0.0%	10	0.0%	35	0.0%	35	0.0%	33	0.0%
その他	2,043	1.9%	2,237	2.2%	2,733	2.1%	2,858	2.4%	2,702	2.3%	2,714	2.4%	2,663	1.8%	3,377	2.6%
販管費	24,333	22.8%	23,851	23.3%	29,656	22.4%	28,675	23.8%	26,028	22.4%	25,667	23.0%	31,328	21.7%	31,895	24.7%

※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」は役員および社員ならびに物流業務以外の業務に従事する人員、「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。 ※2022年3月期より収益認識に関する会計基準を適用しております。



同じチームになるCS企画部のアナコンダです



アナ...よろしくお願ひします



簡単にオフィスの紹介をしますね

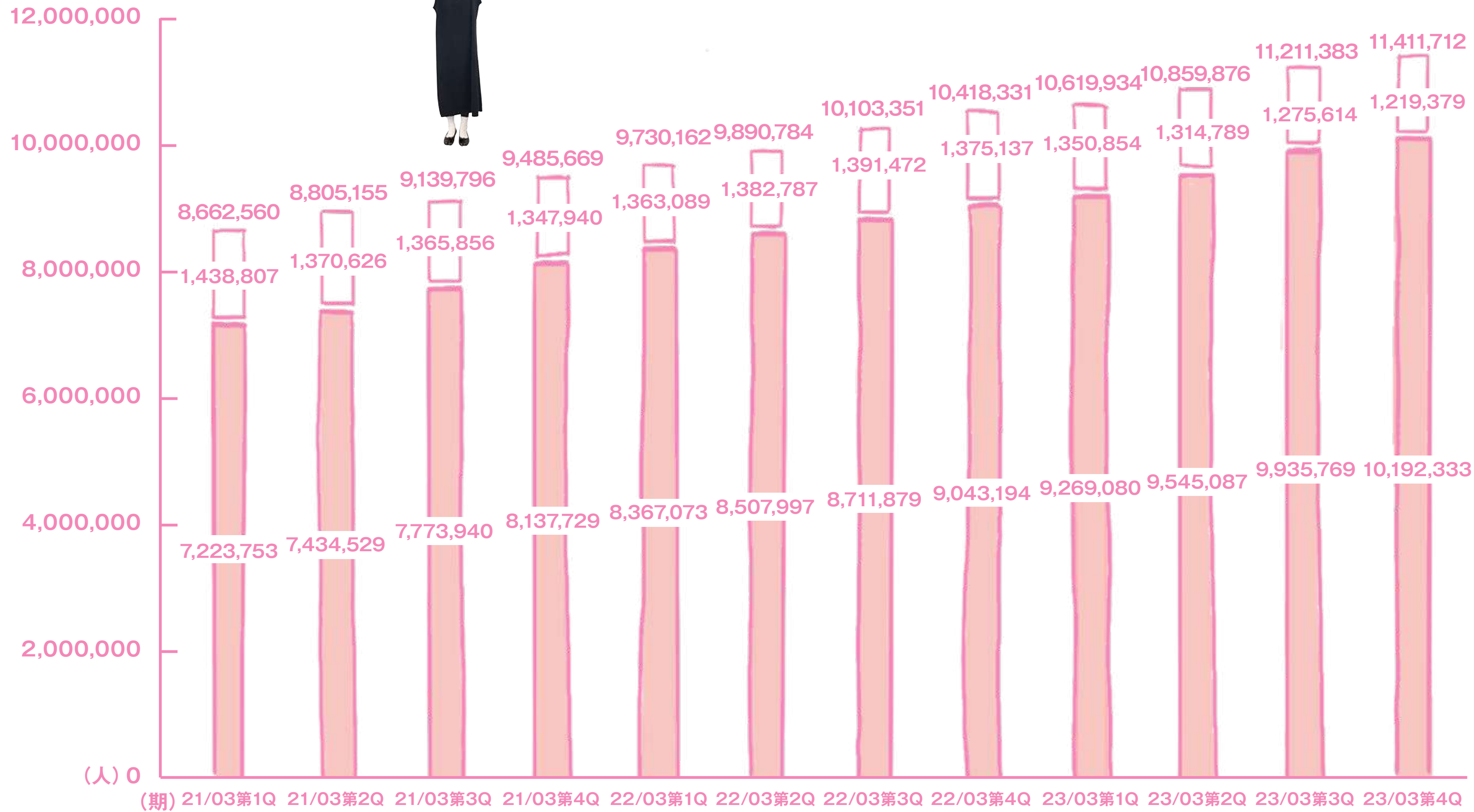


宮崎オフィスは1つの街をイメージして作られていて

年間購入者数

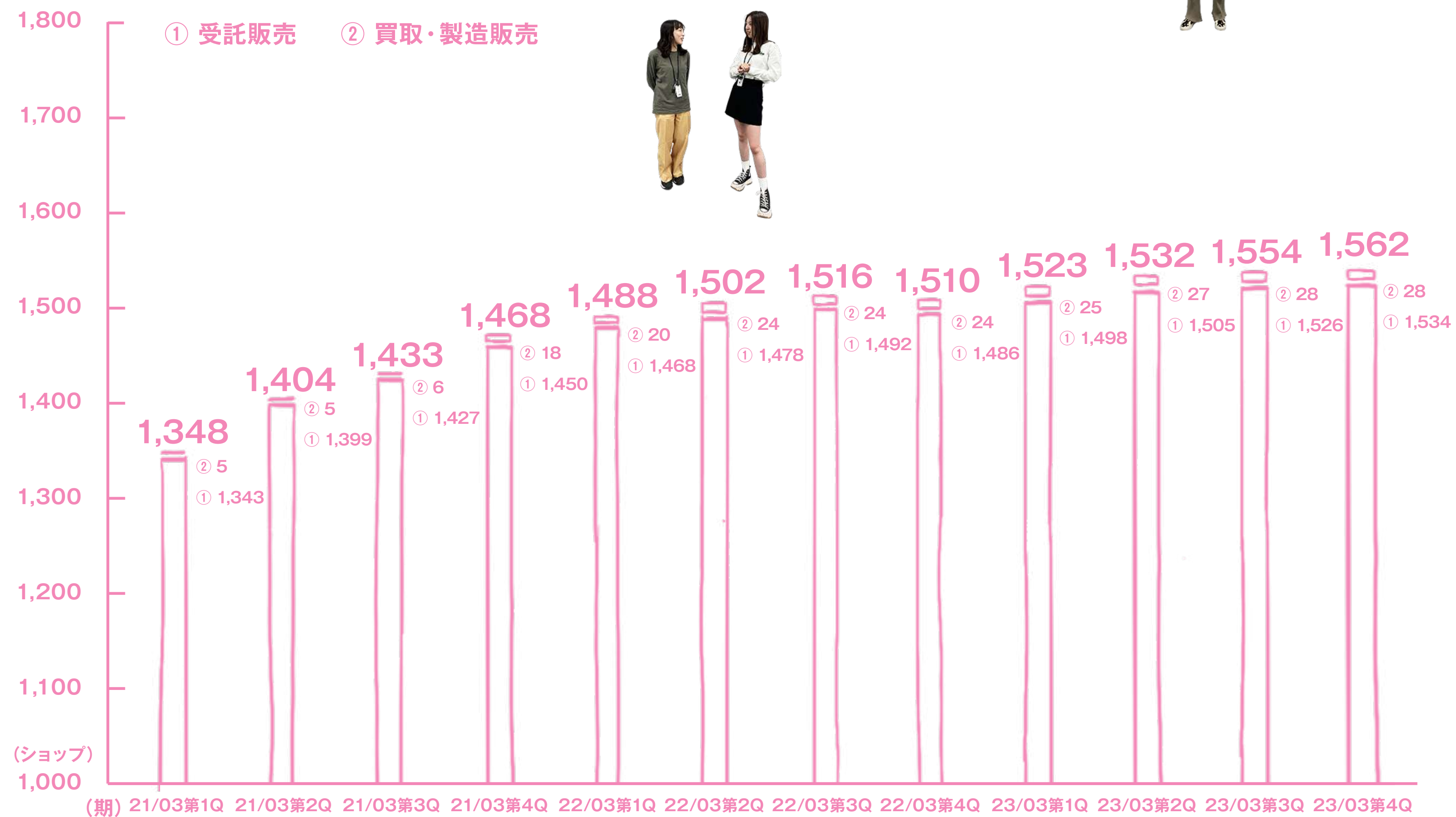
年間購入者数=過去1年以内に1回以上購入したアクティブ会員数とゲスト購入者数の合計

- 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 (<https://zozo.jp>) に限定した実績となります。「Yahoo!ショッピング」は含んでおりません。
 ※ 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。
 ※ 体型計測デバイス「ZOSUIT (ゾズスーツ)」「ZOMAT (ゾゾマット)」および「ZOZGLASS (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。

ZOZOTOWN出店ショップ数の推移



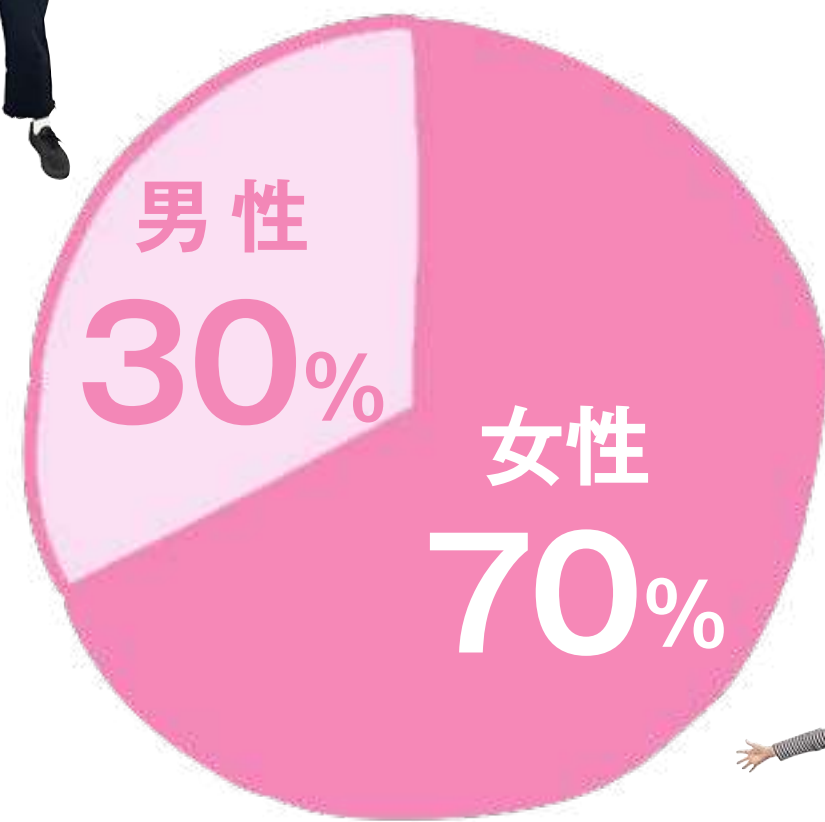
※プライベートブランド「ZOZO (ゾゾ)」 「マルチサイズ」はショップ数に含んでおりません。



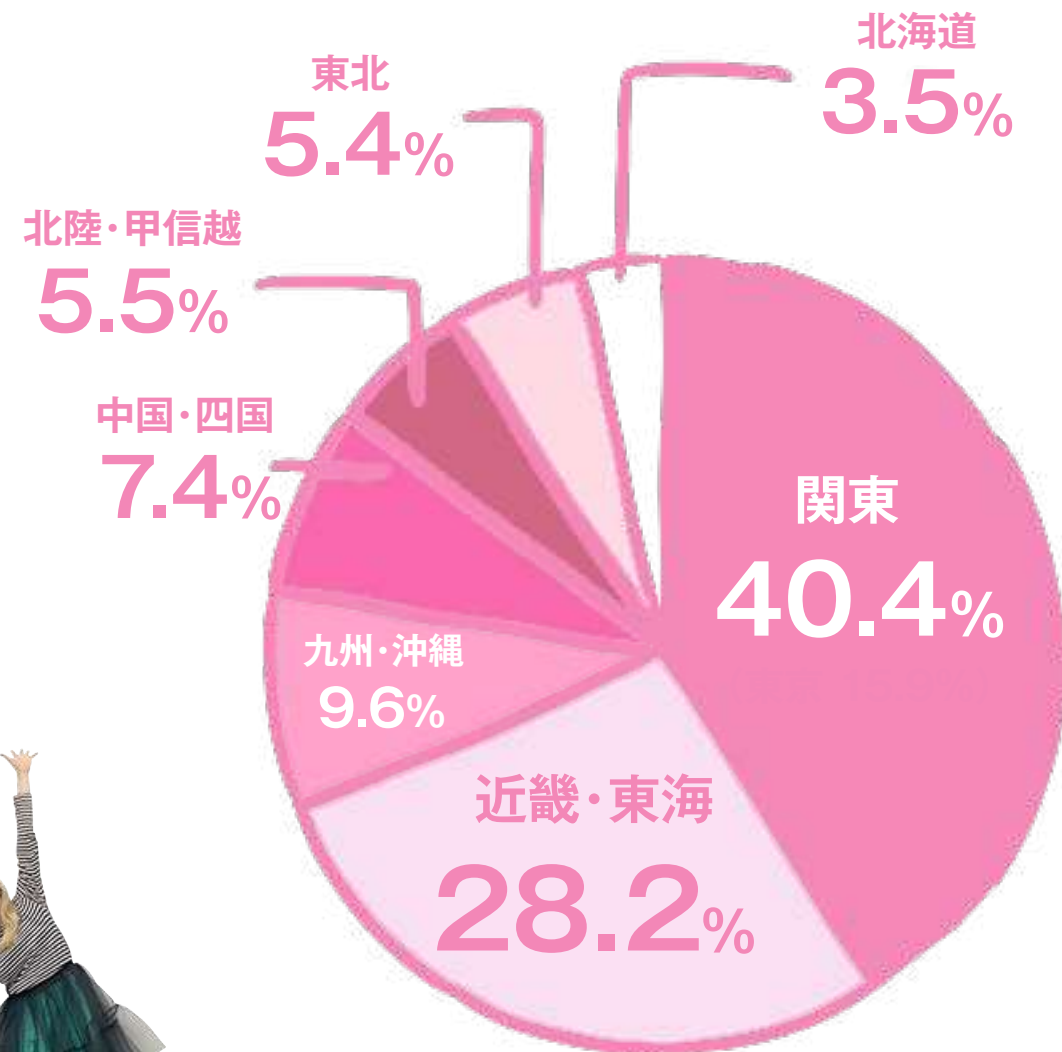
※当社は、「人事」のことを「人自」、仕事のことを「自事」と表記しております。「人事(ひとごと)」ではなく、「スタッフ」人ひとりが他人の事も自分の事として考えようという意味と、「仕事(仕えること)」「ではなく」「自事(自然なこと)」「であること」の意味が込められています。

アクティブ会員属性

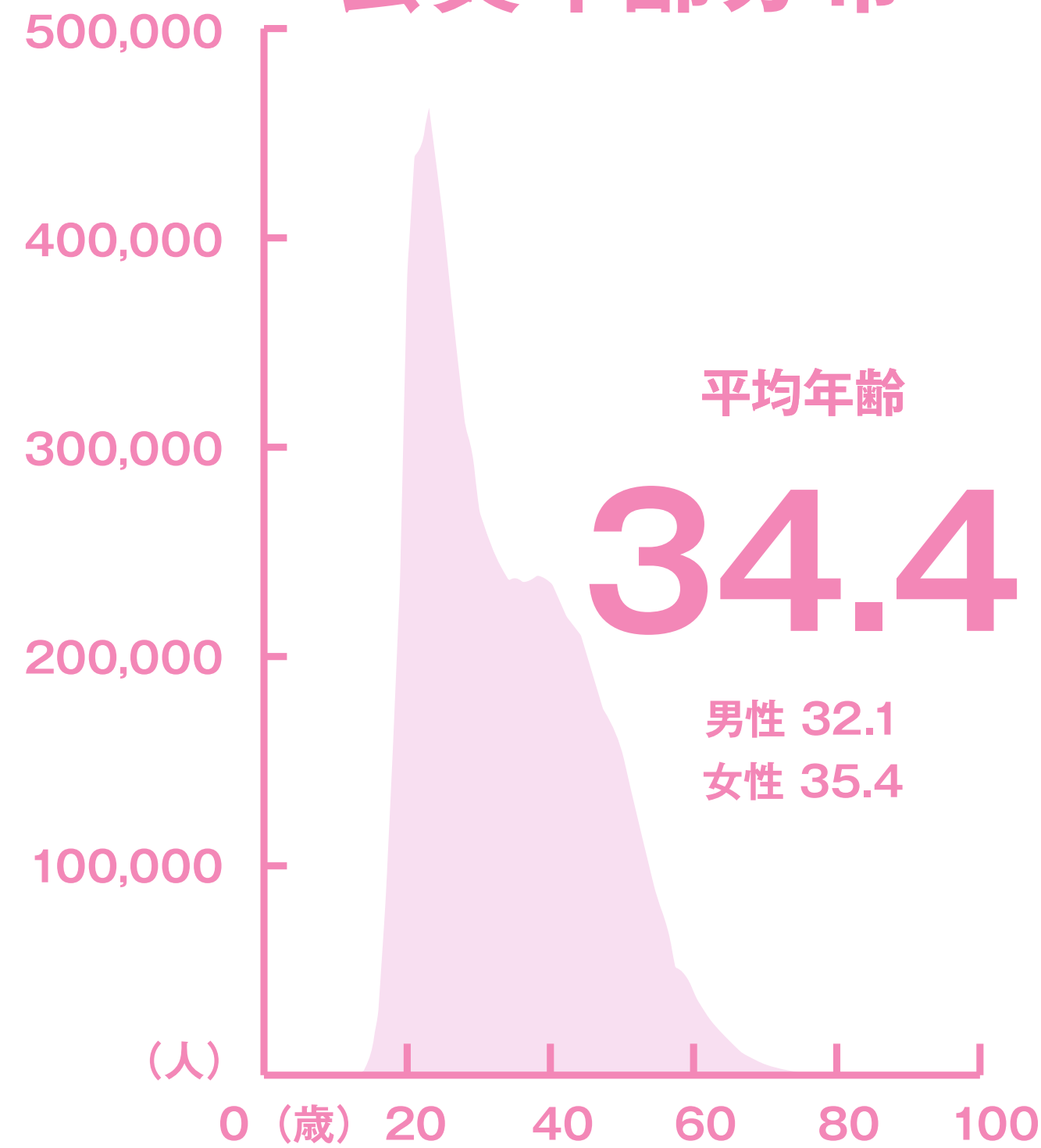
会員男女比



会員地域分布



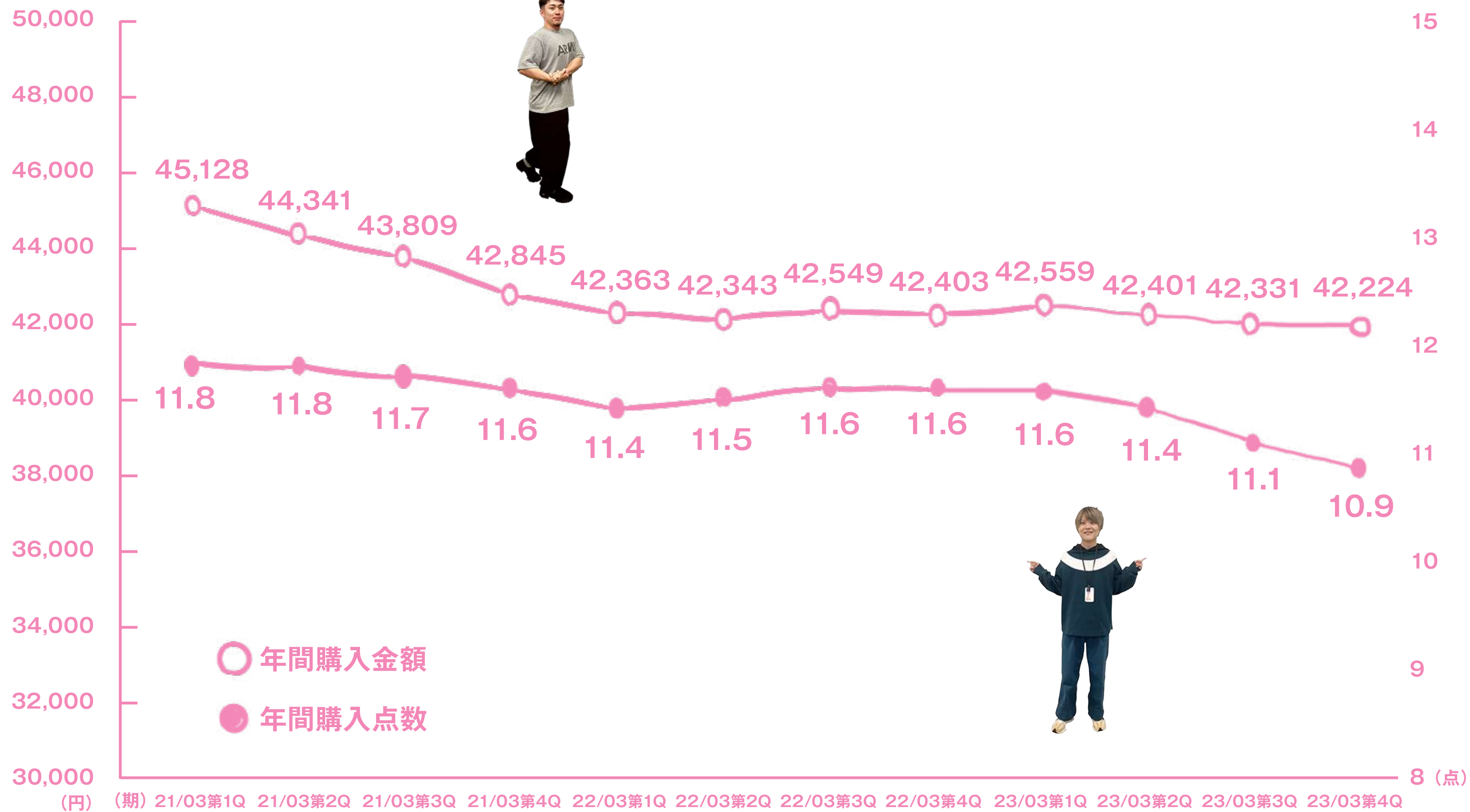
会員年齢分布



※ ZOZOTOWN事業 (<https://zozo.jp>) に限定したアクティブ会員属性となります。「Yahoo!ショッピング」は含んでおりません。

※ 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。

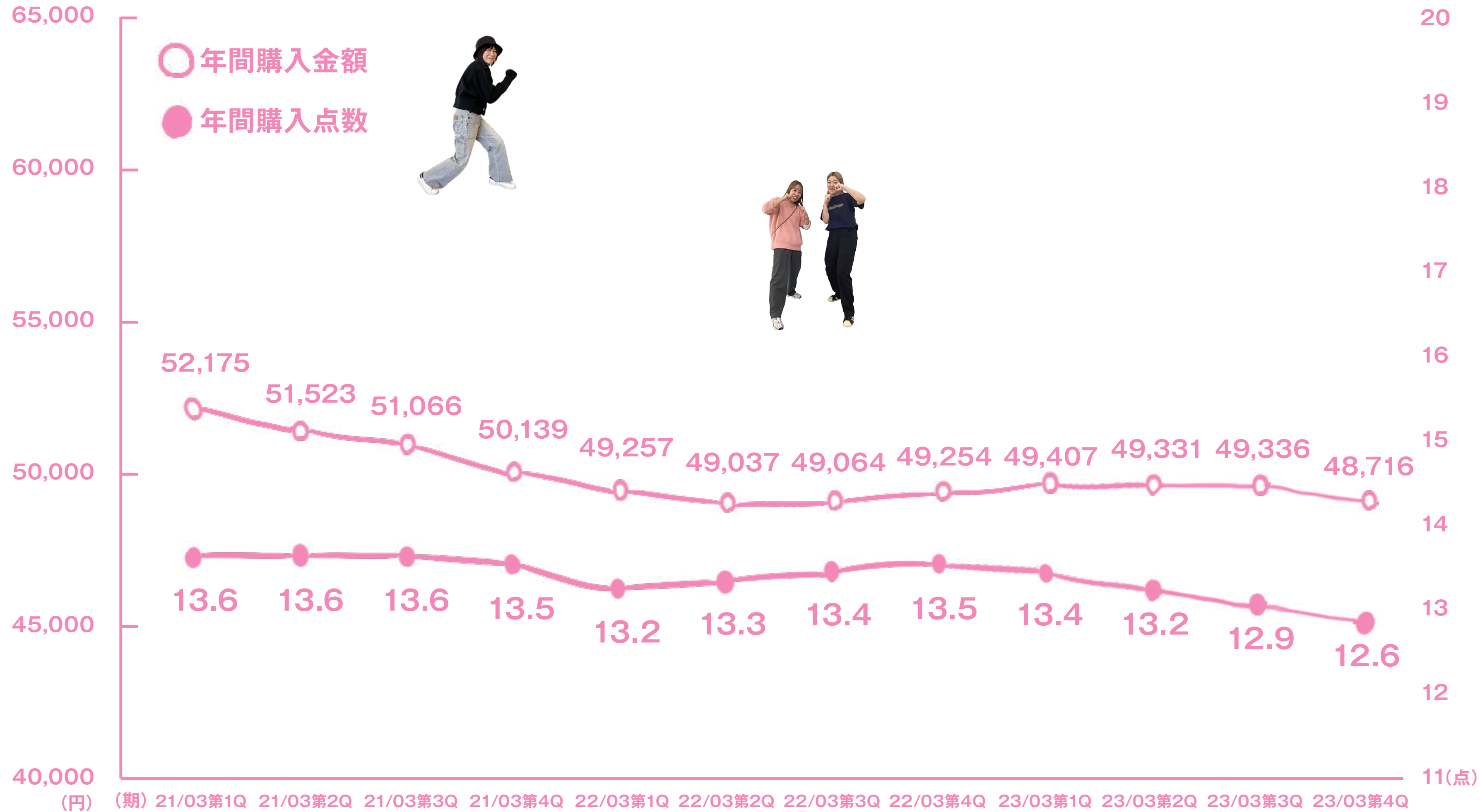
アクティブ会員1人あたりの年間購入金額・年間購入点数



※ ZOZOTOWN事業 (<https://zozo.jp>) に限定した実績となります。「Yahoo!ショッピング」は含んでおりません。
 ※ 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。
 ※ 体型計測デバイス「ZOSUIT (ゾズスーツ)」「ZOSUMAT (ゾズマット)」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。

既存アクティブ会員1人あたりの年間購入金額・年間購入点数

※既存アクティブ会員：会員登録から1年以上経過しているアクティブ会員



※ ZOZOTOWN事業 (<https://zozo.jp>) に限定した実績となります。「Yahoo!ショッピング」は含んでおりません。

※ 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。

※ 体型計測デバイス「ZOSUIT (ゾズスーツ)」「ZOSMAT (ゾズマット)」および「ZOZGLASS (ゾズグラス)」のみを購入したユーザーは含んでおりません。

出荷件数の推移



100%



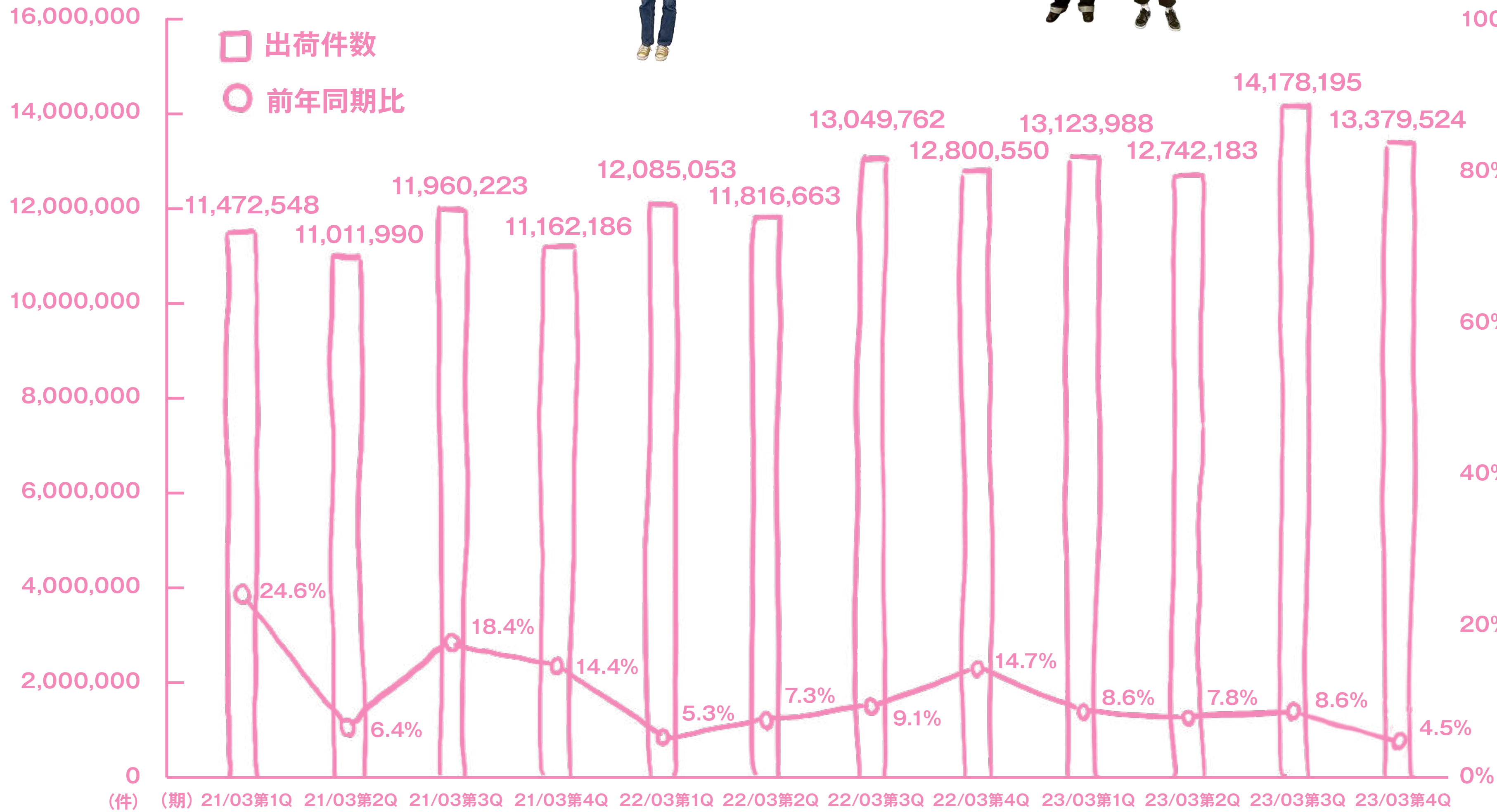
60%



20%



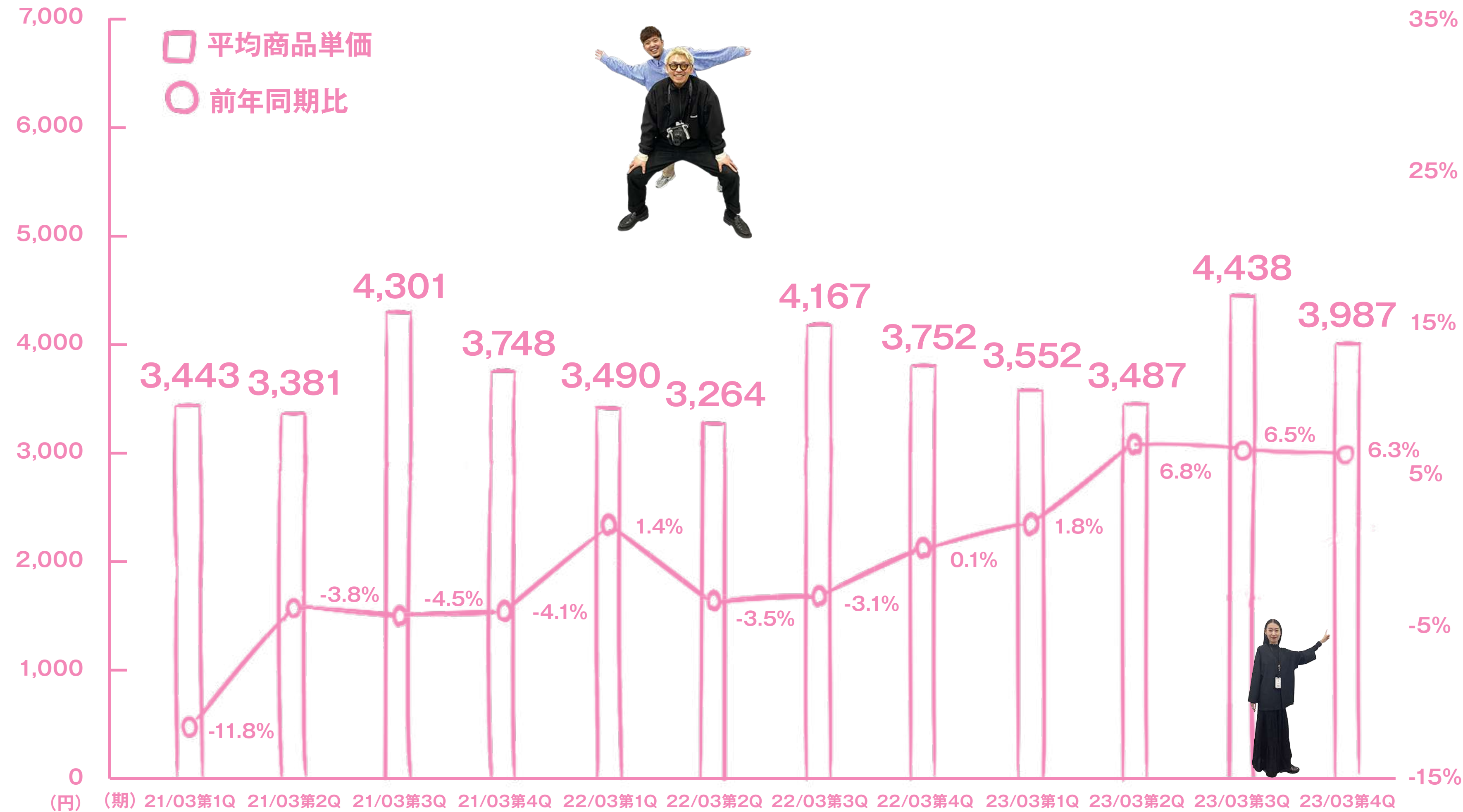
30



※ ZOZOTOWN事業 (<https://zozo.jp>) に限定した実績となります。「Yahoo!ショッピング」は含んでおりません。
 ※ 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。
 ※ 体型計測デバイス「ZOSUIT (ゾズスーツ)」「ZOSUMAT (ゾズマット)」および「ZOZGLASS (ゾズグラス)」のみを購入したユーザーは含んでおりません。

平均商品単価の推移

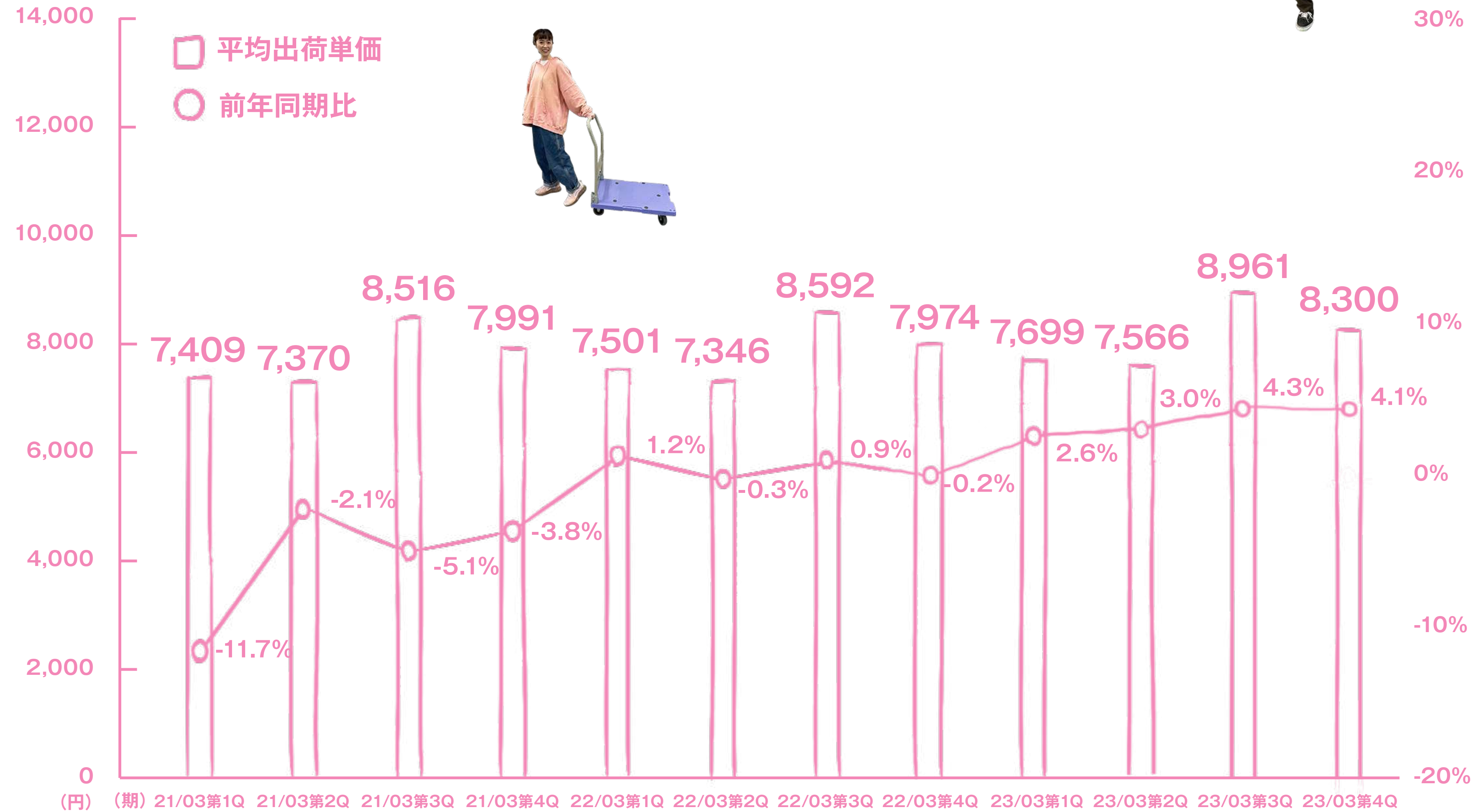
平均商品単価はZOZOTOWNの商品取扱高を
同期間の出荷枚数で除すことにより算出



※ ZOZOTOWN事業 (<https://zozo.jp>) に限定した実績となります。「Yahoo!ショッピング」は含んでおりません。
 ※ 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。
 ※ 体型計測デバイス「ZOSUIT (ゾズスーツ)」「ZOSMAT (ゾズマット)」および「ZOZGLASS (ゾズグラス)」のみを購入したユーザー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



※ ZOZOTOWN事業 (<https://zozo.jp>) に限定した実績となります。「Yahoo!ショッピング」は含んでおりません。
 ※ 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。
 ※ 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。

BUSINESS PLAN FOR FY2023 会社計画

FY2022 ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



24/03期 通期連結業績予想



	24/03期計画	成長率(%)
商品取扱高	5,808億円	6.7%
商品取扱高 (その他商品取扱高を除く)	5,352億円	6.8%
売上高	2,007億円	9.4%
営業利益	600億円	6.3%
営業利益率	11.2%	—
経常利益	600億円	5.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	420億円	6.3%
1株当たり当期純利益	140円07銭	—
1株当たり配当金 (予定)	71円	—



※営業利益率は営業利益を商品取扱高(その他商品取扱高を除く)で除して算出しております。

24/03期 事業別目標



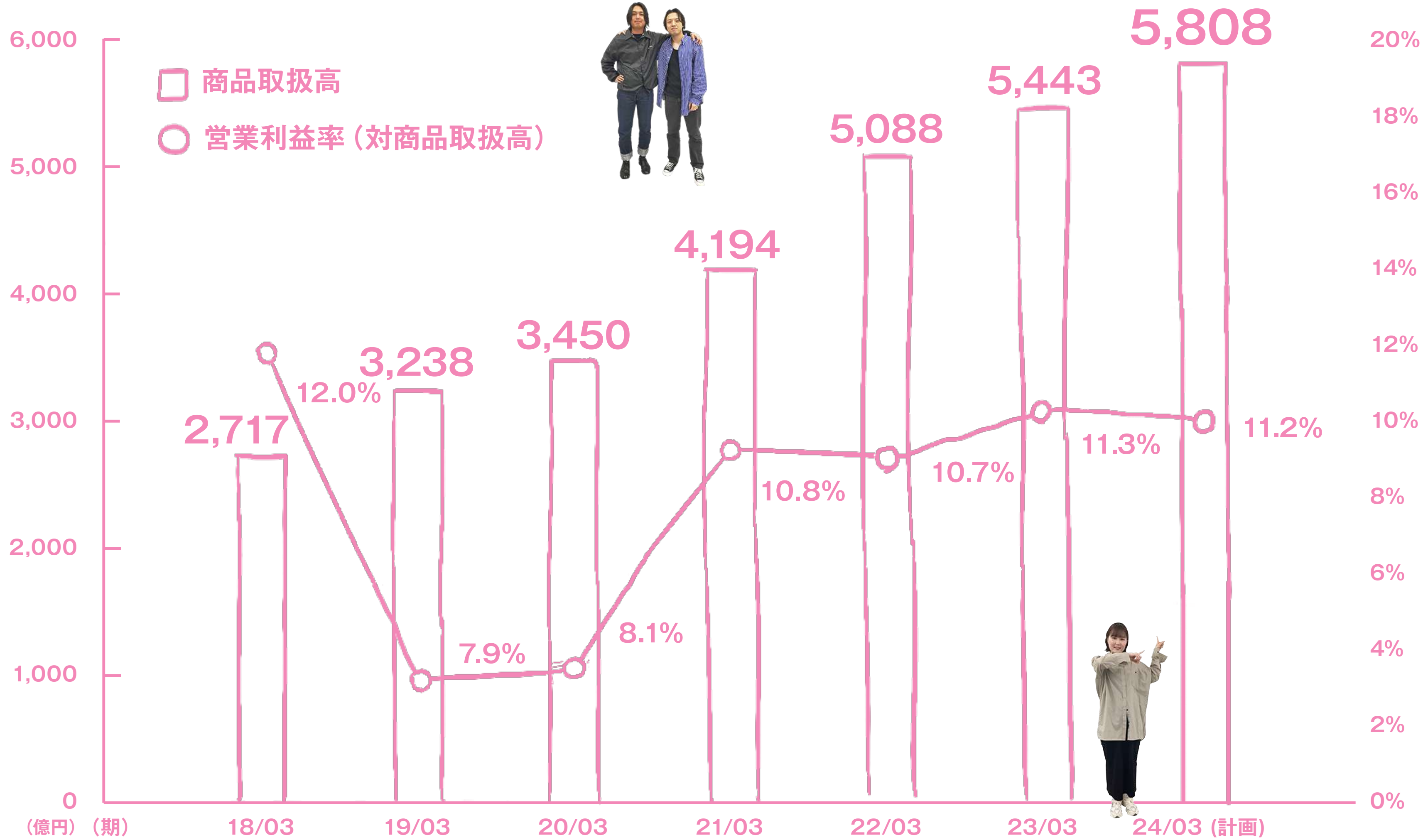
	商品取扱高目標	前期比
ZOZOTOWN事業	4,704億円	+8.0%
買取・製造販売	37億円	-21.7%
受託販売	4,491億円	+8.3%
USED販売	176億円	+9.7%
Yahoo!ショッピング	498億円	0.0%
BtoB事業	150億円	-4.4%
商品取扱高 (その他商品取扱高を除く)	5,352億円	+6.8%
その他	456億円	+5.5%
商品取扱高	5,808億円	+6.7%



	売上高目標	前期比
広告事業	94億円	+21.0%



商品取扱高・営業利益率の推移



※営業利益率は営業利益を商品取扱高（その他商品取扱高を除く）で除して算出しております。



REFERENCE DATA 参考資料

FY2022 ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



数字で見る株式会社ZOZO



スタッフ数

株主数

1,538名

12,895名

(平均年齢 33.3歳)



ZOZOTOWN
取り扱いブランド数

ZOZOTOWN
年間購入者数



8,455ブランド

1,141万人



主要サービス



日本最大級のファッション通販サイト「ZOZOTOWN」

- ファッションを中心とした日本最大級のインターネットショッピングサイト。
- 1,562ショップ、8,455ブランドの取扱い。
商品数は常時95万点以上、平均新着商品数は1日2,900点以上
- システム、デザイン、物流など、ECに関わる機能を自前で保持。
- 即日配送サービス / ギフトラッピングサービス / ツケ払い など
- ヤフー株式会社が運営するYahoo!ショッピング※にZOZOTOWNを出店



日本最大級のファッションコーディネートアプリ「WEAR」

- 日本最大級のファッションコーディネートアプリ
- コーディネートを投稿したり、着用アイテムなど多彩な条件から検索できるアプリ。
- オフィシャルユーザー（WEARISTA）として、高橋愛、浅野忠信、くみっきーなど著名人が多数参加。
- アプリダウンロード数1,600万超。世界中で展開中。



※「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。



ZOZOTOWN本店とYahoo!ショッピング店の違い

	ZOZOTOWN	ZOZOTOWN Yahoo!ショッピング店*
概要	ファッションに特化した独自のサービスを提供する日本最大級のファッションECサイト	ファッションカテゴリ以外からの買い回りにも期待した幅広いユーザー層に対応するECサイト
出店ショップ数	1,562(2023年3月末時点)	1,435(2023年3月末時点)
販売アイテム	フルラインナップ	各ショップが自由に選択
受託内容	撮影、採寸、物流、カスタマーサポート、運用サポート等ECに必要なすべての業務	左記と同様
独自の提供サービス	ツケ払い、買い替え割、即日配送、予約商品、ZOZOCARDブランドクーポン、ギフトラッピングサービス画像検索機能、ZOZOMAT、ZOZOGLASS等	ブランドクーポン、即日配送、予約商品
決済手法	クレジットカード、代金引換、コンビニ払い、ツケ払い、LINE Pay、PayPay	PayPay、クレジットカード、代金引換
ポイント還元	なし ZOZOCARDのみZOZOポイント付与 商品代金(税抜)の5%	PayPayキャンペーンに準じたPayPayポイントの付与
収入	ブランド様からいただく受託販売手数料	左記と同様 (手数料率も同一)
	お客様からいただく送料	左記と同様
当社負担コスト	出店手数料	あり(手数料率は非開示)
	代金回収手数料	なし(代金引換の場合のみ発生)
	集客コスト	なし
	ポイントコスト	なし

*「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。



ビジネスモデル



ZOZOTOWN事業

○ 買取・製造販売

ZOZOTOWN上にて、28店舗を展開。ブランドメーカーより在庫を買い取り販売する方式ならびに、ブランドメーカー・芸能人等のインフルエンサーの企画力を活用し、商品の生産をして販売する方式。売上高 = 各ショップの商品取扱高*

○ 受託販売

ZOZOTOWNに出店する1,534店のオンラインショップの運営管理を受託。ある一定量の在庫を委託形式で預かる在庫リスクの発生しない事業。売上高 = 各ショップの商品取扱高 × 受託手数料率*

○ USED販売

ユーザー等から中古ファッション商材を買い取り、販売を行う二次流通事業を展開。売上高 = 買取在庫の商品取扱高*

* 収益認識会計基準等の適用による減額等の調整があります。

* 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。

Yahoo!ショッピング*

ヤフー株式会社が運営するYahoo!ショッピング*にZOZOTOWNを出店。売上高 = 各ショップの商品取扱高 × 受託手数料率

BtoB事業

ZOZOTOWNに出店している一部のブランドメーカーの自社ECサイトの開発・運用・物流業務等を受託。受託数36件

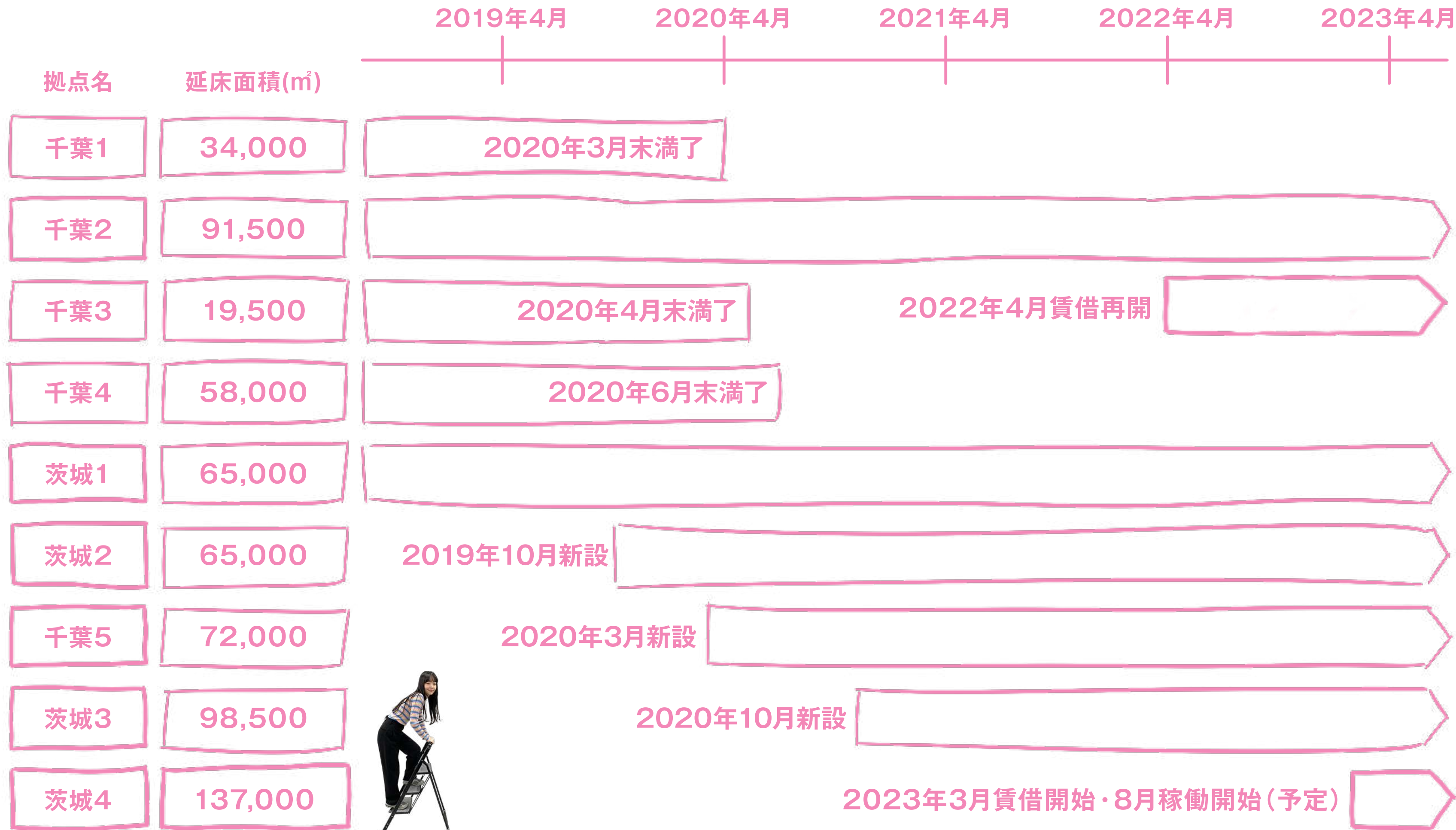
- ・サイト開発・運用から物流業務等全てを受託する場合
売上高 = 各メーカー自社ECサイトの商品取扱高 × 受託手数料率
- ・サイト開発・運用は受託せず、物流業務を受託する場合
売上高 = 出荷件数・点数に対する業務手数料
ともに、売上高には上記売上高のほか、その他収入（初期出店手数料、配送手数料等）を含みます。

広告事業

ZOZOTOWN及びWEARのユーザー基盤を活用し、取引先ブランドをはじめとしたクライアント企業に広告枠を提供し、広告収入を得る事業形態。売上高 = 広告収入



物流拠点拡張計画



※千葉2・茨城1は出荷機能付、茨城4も出荷機能を有する予定



参考情報

コーポレートサイトのご紹介 <https://corp.zozo.com/>

当社コーポレートサイトにて、下記情報を掲載しております。ぜひご覧ください。



IRニュース ... IR最新情報を随時掲載しております。

<https://corp.zozo.com/ir-info/>

業績ハイライト ... 過去の当社業績データを掲載しております。エクセルでダウンロードも可能です。

<https://corp.zozo.com/ir-info/financial-highlights/>

統合報告ポータル ... 財務・非財務情報を統合的にまとめた「統合報告ポータル」を公開しております。

<https://corp.zozo.com/integratedreport/>

ESG/CSRの取り組み ... 当社のESG/CSRの取り組みについて紹介しております。

<https://corp.zozo.com/sustainability/>



IRメールのご紹介

当社IRメールにメールアドレスをご登録いただくと、

最新のニュースリリースなど、当社IRに関する情報を随時お知らせいたします。

ご登録は下記URLよりお願いいたします。

なお、IRメールニュースは、株式会社マジカルポケットが提供するメール配信サービスを通じて配信しています。

IRメールご登録はこちら <https://corp.zozo.com/ir-info/mail-magazine/>





本資料は、会社内容をご理解いただくための資料であり、
投資勧誘を目的とするものではありません。



本資料に記載されている業績予想及び将来予測につきましては、
現時点で入手可能な情報に基づき当社で判断したものであります。



予想にはさまざまな不確定要素が内在しており、
実際の業績はこれらの将来見通しと異なる場合があります。



あともがき

いつもZOZOを応援してくださる皆さまへ
決算資料ドラマ、「西千葉マロンチック」いかがでしたか？

この決算資料ドラマを作るにあたり、
応援してくださった皆さま、西千葉の地域の皆さま、
4Q出演してくださったエキストラの皆さま、
そしてZOZOのスタッフ、本当にありがとうございました！
これからもZOZOを応援していただけると嬉しいです。

実は、ドラマのキャッチコピーとなっている
「あんな栗、拾うんじゃなかった」は
ドラマを始めることになった時の私の気持ちでした。
大変でしたが、今になっては拾ってよかったと思っています。笑

株式会社ZOZO CI室 れな



ドラマオリジナルミュージック
「マロンチック」フル音源を
YouTubeにて配信中！
え、聴かないって？俺はゆいけど、
YANAGISAWAが何て言うかな？





喫茶マロン



ヒロちゃん来てたんだ!



おー!



いつもの?



ヒロちゃん、何飲んでる?



栗のリキュールを使用した「マロンチック」だよ



最近、若者の中で人気らしいよ



サワちゃん、自分もそれで!



やなちゃん、聞いてよ!



ゾゾタウンってところで服買おうと思うんだよ



Ohhん?、そのtownってどこにあるわけ?



どこにあるんだろうね。。。調べてみようか

