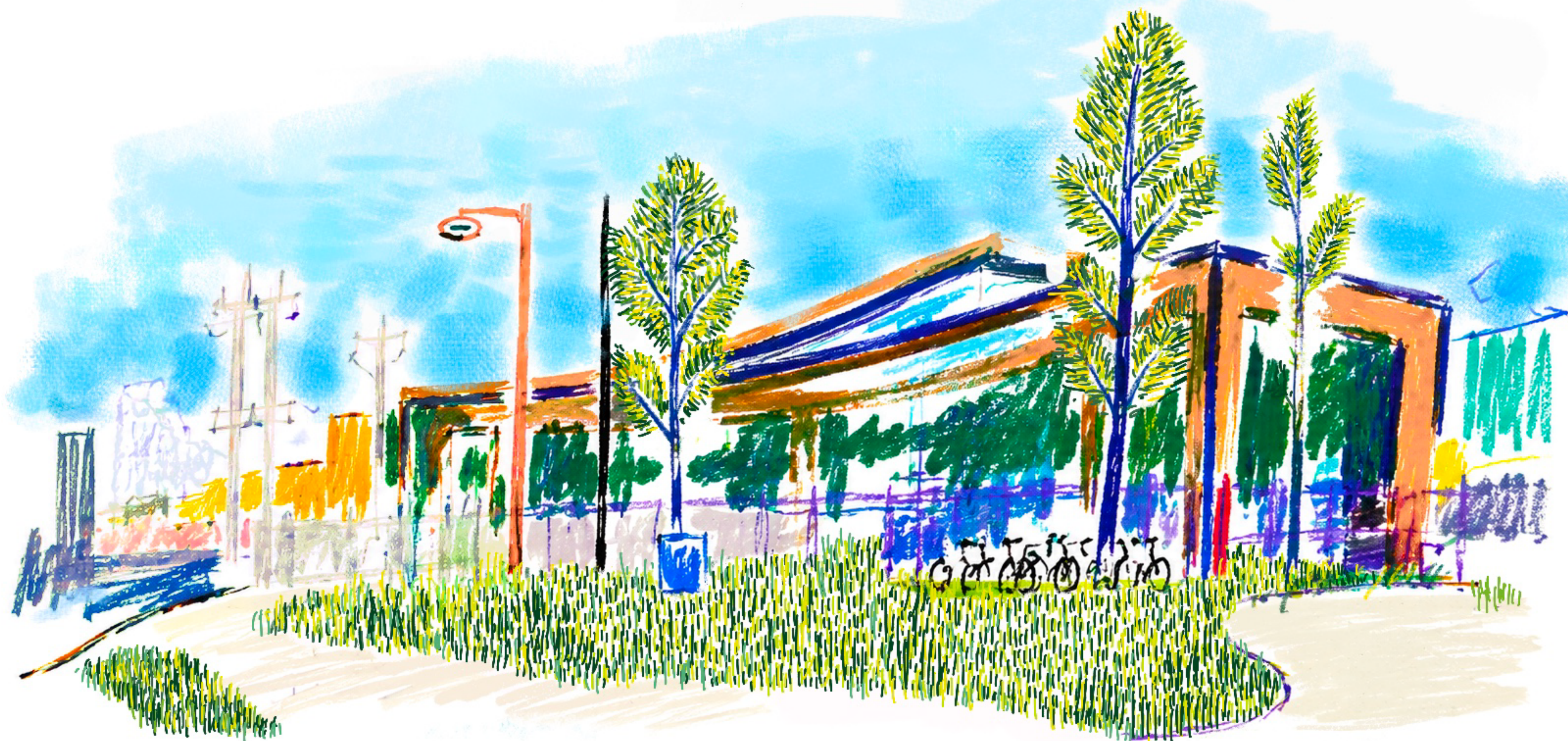




1Q FY2026 ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS

株式会社ZOZO 2027年3月期 第1四半期 決算説明会資料

P.03 - P.05

HIGHLIGHTS

2027年3月期 第1四半期
ハイライト

1Q FY2026 ZOZO, Inc.
CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



27/03期 1Q ハイライト

商品取扱高（その他商品取扱高を除く）・調整後EBITAともに第1四半期における過去最高実績を更新。

業績概況

- 商品取扱高 1,567.5億円(前年同期比1.6%減)
商品取扱高（その他商品取扱高を除く）1,566.9億円（同5.1%増）
概ね計画どおりの進捗。一方で、ZOZOTOWN事業及びLINEヤフーコマースにおいて、6月は前年同月と比べ気温が低く推移し、夏物需要の盛り上がりが想定を下回った。
- 調整後EBITA 187.4億円（同3.6%増）
計画を若干上回る。主な要因は、配送効率や倉庫内作業効率の改善による荷造運賃・物流関連費の抑制及び施策投下時期の後ろ倒しに伴う実質プロモーション費用の未消化。

※調整後EBITAは営業利益＋のれん等償却額（PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む）＋M&A関連費用（仲介費用及びDD費用等）で算出しております。

事業別内訳

- ZOZOTOWN事業 商品取扱高：1,260.1億円（前年同期比3.6%増）
受託販売／1,203.8億円（同3.6%増） 買取・製造販売／5.6億円（同32.1%減）
USED販売／50.5億円（同10.0%増）
- LINEヤフーコマース^{*} 商品取扱高：189.5億円（同7.6%増）
- うち、コスメ（ZOZOTOWN事業＋LINEヤフーコマース） 商品取扱高：44.4億円（同17.5%増）
- LYST 商品取扱高：100.8億円（同33.3%増）
- BtoB事業 商品取扱高：16.4億円（同27.1%減）
- その他^{*} 商品取扱高：0.5億円
- 平均出荷単価 8,506円（同0.4%減）、平均商品単価 3,682円（同1.7%減）
- 広告事業 売上高：29.7億円（同2.4%増）

※「LINEヤフーコマース」は「Yahoo!ショッピング」と「Yahoo!オークション」の合算値となります。

※「その他商品取扱高」は21/03期2Qより計上開始。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（26/03期2Qをもって計上終了） / ZOZOMO経由の商品取扱高 / ZOZOSUIT（有料販売分）の商品取扱高 / High Link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（26/03期2Qをもって計上終了）
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
High Link：商品取扱高はPB商品および小分け単品商品のオンライン販売分のみを計上、売上高は香りの総合プラットフォーム「カラリア」を含むHigh Link経由の全事業売上を計上（「その他売上高」を含む）

27/03期 1Q ハイライト

収益性

- 調整後EBITAマージン（対商品取扱高）12.0%（前年同期実績 12.1%）
 - ・利益率改善要因：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されたことに伴う荷造運賃比率の低下、倉庫内作業効率上昇に伴う物流関連人件費率の低下
 - ・利益率悪化要因：LYSTの連結期間が前年同期比で1ヶ月増加したことによる事業構成比の変化及び売上控除項目を含む実質プロモーション費用比率の上昇による粗利率の低下、既存物流拠点における出荷用マテハン機器の償却開始に伴う減価償却費比率の上昇
- ※調整後EBITAマージンは調整後EBITA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

- 販売予定商品の紹介機能を出店ブランド向けに提供開始（2026年5月）
- ESG投資指標「Dow Jones Best-in-Class Asia Pacific Index」の構成銘柄に3年連続で選定（2026年5月）
- ZOZO研究所、情報検索・推薦システム分野のトップカンファレンス「SIGIR 2026」にて論文採択（2026年5月）
- ZOZOTOWNとWEARの「ノウハウ動画」が連携開始。ZOZOTOWNアプリ上でファッション・メイクの新たな学びや出会いを提供（2026年6月）
- 総還元性向80%超（2024年3月期以降5年平均）の達成に向け、自己株式の取得・消却を決定（2026年6月）
- 「ZOZOマリンスタジアム」のネーミングライツ契約を更新（2026年6月）
- ESG投資指数「FTSE4Good Index Series」「FTSE JPX Blossom Japan Index」「FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に4年連続で選定（2026年7月）
- ZOZO研究所、コンピュータービジョン分野のトップカンファレンス「ECCV 2026」にて論文採択。
バーチャル試着画像の品質を人間の感覚に近い形で評価するための手法とデータセットを提案（2026年7月）

中期経営計画達成に向けた領域別トピックス

中期経営計画：2030年3月期における調整後EBITA[※]900億円を目指す

策定背景：ZOZOTOWNに加えて、異なる市場への進出

More Fashion 領域
(ZOZOTOWN)

800億円

1Qトピックス

- プロモーションの積極投下により新規会員の獲得が好調に推移。
- 4月～LINE公式アカウント「ZOZOの似合うコーデAI ラボくん」を提供開始。サービス改善ならびに今後のトラフィック増に期待。

Near Fashion 領域

50億円

1Qトピックス

- 5月から連結が始まったHigh LinkのPMIは順調に進捗。
- シナジー創出に向けてHigh Linkの主要サービス「カラリア」へのZOZOTOWNユーザーの送客を開始。

Global 領域

50億円

1Qトピックス

- LYSTにおける今年度の重点施策「チェックアウト機能」実装パートナーの拡大が計画どおりに進行。

※調整後EBITA：営業利益+のれん等償却額（PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む）+M&A関連費用（仲介費用及びDD費用等）

自己株式の取得及び消却に関する決定について (2026年6月16日公表)

【目的】株主還元のさらなる強化・資本効率（ROE）の改善による企業価値向上

株主還元方針	・2024年3月期以降の5年平均で総還元性向80%超を目指す方針（2023年10月31日公表） ・配当性向70%をベースとしつつ、キャッシュポジションや株価水準を勘案し、機動的な自己株式の取得を実施
①自己株式の取得	取得上限： 300億円 または 4,300万株 (市場買付) 取得期間：2026年6月17日 ～ 2026年12月30日（予定）
②自己株式の消却	消却総数：上記①により取得する自己株式の全数 消却予定日：2027年1月29日
本施策による効果	27/03期ROEは50%超となる見込み ※26/03期実績：46.6%

(ご参考) 2026年6月30日時点の取得状況 取得株数：2,528,300株 取得総額：2,841百万円

P.08 - P.32

BUSINESS RESULTS

2027年3月期 第1四半期
業績

1Q FY2026 ZOZO, Inc.

CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



27/03期 1Q 連結業績の概要

(単位：百万円)

	26/03期 1Q 実績	27/03期 1Q 実績	前年同期比	期初計画	達成率
商品取扱高	159,263	156,750	-1.6%	679,600	23.1%
商品取扱高 (その他商品取扱高を除く)	149,100	156,694	5.1%	678,600	23.1%
売上高	54,028	56,132	3.9%	241,900	23.2%
売上総利益	50,765	52,471	3.4%	-	-
対商品取扱高比	34.0%	33.5%	-0.5%	-	-
販管費	33,845	34,587	2.2%	-	-
対商品取扱高比	22.7%	22.1%	-0.6%	-	-
営業利益	16,920	17,883	5.7%	74,400	24.0%
対商品取扱高比	11.3%	11.4%	0.1%	11.0%	-
調整後EBITA	18,093	18,746	3.6%	77,900	24.1%
対商品取扱高比	12.1%	12.0%	-0.1%	11.5%	-
経常利益	16,638	17,866	7.4%	74,400	24.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	11,376	11,895	4.6%	49,700	23.9%

※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。

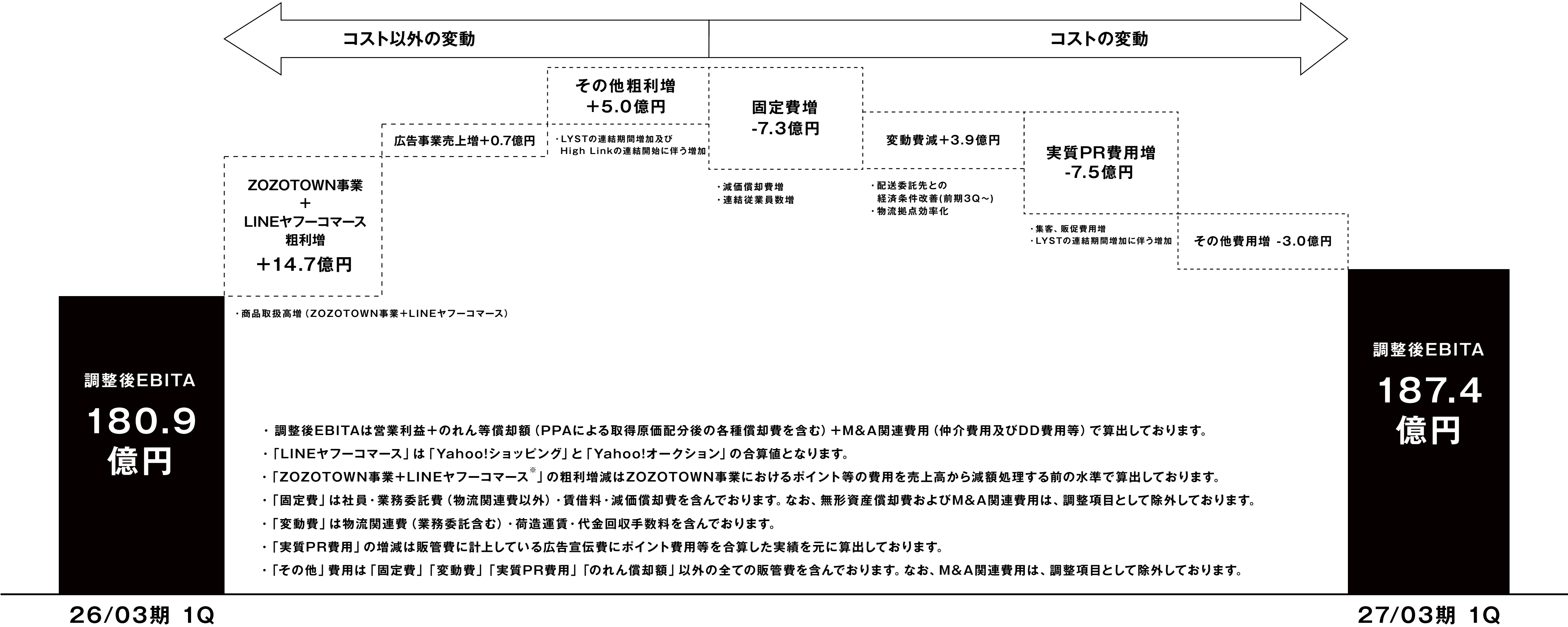
連結業績の概要（四半期毎）

（単位：百万円）

	26/03期				27/03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	159,263	153,210	190,499	163,062	156,750
商品取扱高 （その他商品取扱高を除く）	149,100	143,587	190,451	163,024	156,694
前年同期比	12.4%	12.0%	11.3%	14.2%	5.1%
売上高	54,028	51,220	66,556	56,567	56,132
販管費	33,845	33,529	38,081	38,178	34,587
前年同期比	9.0%	10.0%	3.6%	8.3%	2.2%
対商品取扱高比	22.7%	23.4%	20.0%	23.4%	22.1%
営業利益	16,920	14,153	23,847	14,444	17,883
前年同期比	6.4%	-2.9%	12.0%	11.2%	5.7%
対商品取扱高比	11.3%	9.9%	12.5%	8.9%	11.4%
調整後EBITA	18,093	14,827	24,543	15,232	18,746
前年同期比	13.4%	1.3%	15.0%	13.3%	3.6%
対商品取扱高比	12.1%	10.3%	12.9%	9.3%	12.0%

※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。

調整後EBITAの増減分析（対前年同期比）



連結財政状態

(単位: 百万円)

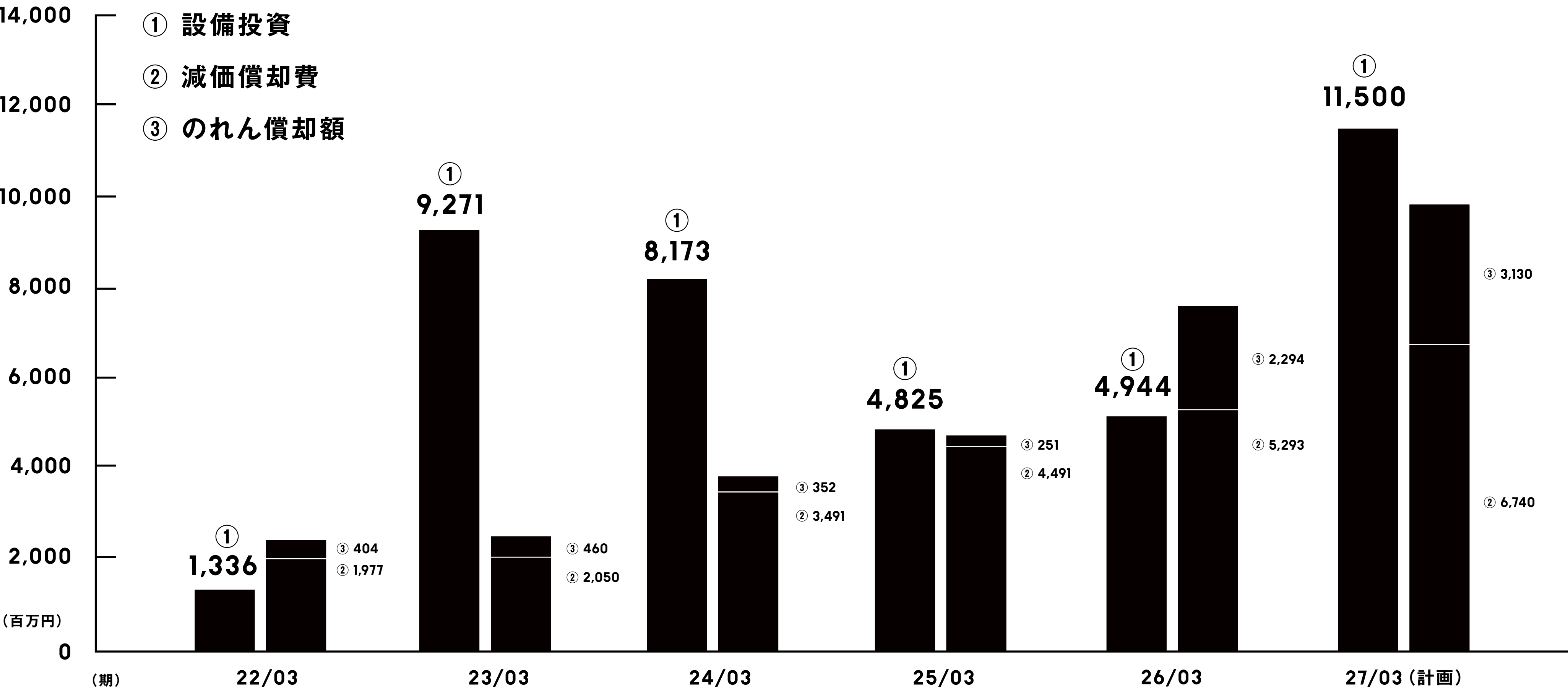
	前連結会計年度 (2026年3月31日)	当第1四半期 連結会計期間 (2026年6月30日)		前連結会計年度 (2026年3月31日)	当第1四半期 連結会計期間 (2026年6月30日)
流動資産	130,314	105,640	流動負債	80,672	68,801
うち、現預金	69,416	37,197	うち、短期借入金	20,000	20,073
うち、商品	3,496	4,126	固定負債	10,797	11,457
固定資産	67,946	73,229	負債合計	91,470	80,258
有形固定資産	26,930	28,206	株主資本	103,042	94,424
無形固定資産	28,589	33,424	うち、自己株式	-11,039	-13,881
投資等	12,425	11,597	純資産合計	106,789	98,610
資産合計	198,260	178,869	負債・純資産合計	198,260	178,869

前期末比では、自己株式の取得に向けた証券口座への出金や税金納付等により
現預金が減少した一方、High Linkの完全子会社化に伴いのれんが増加しました。



POINT
01

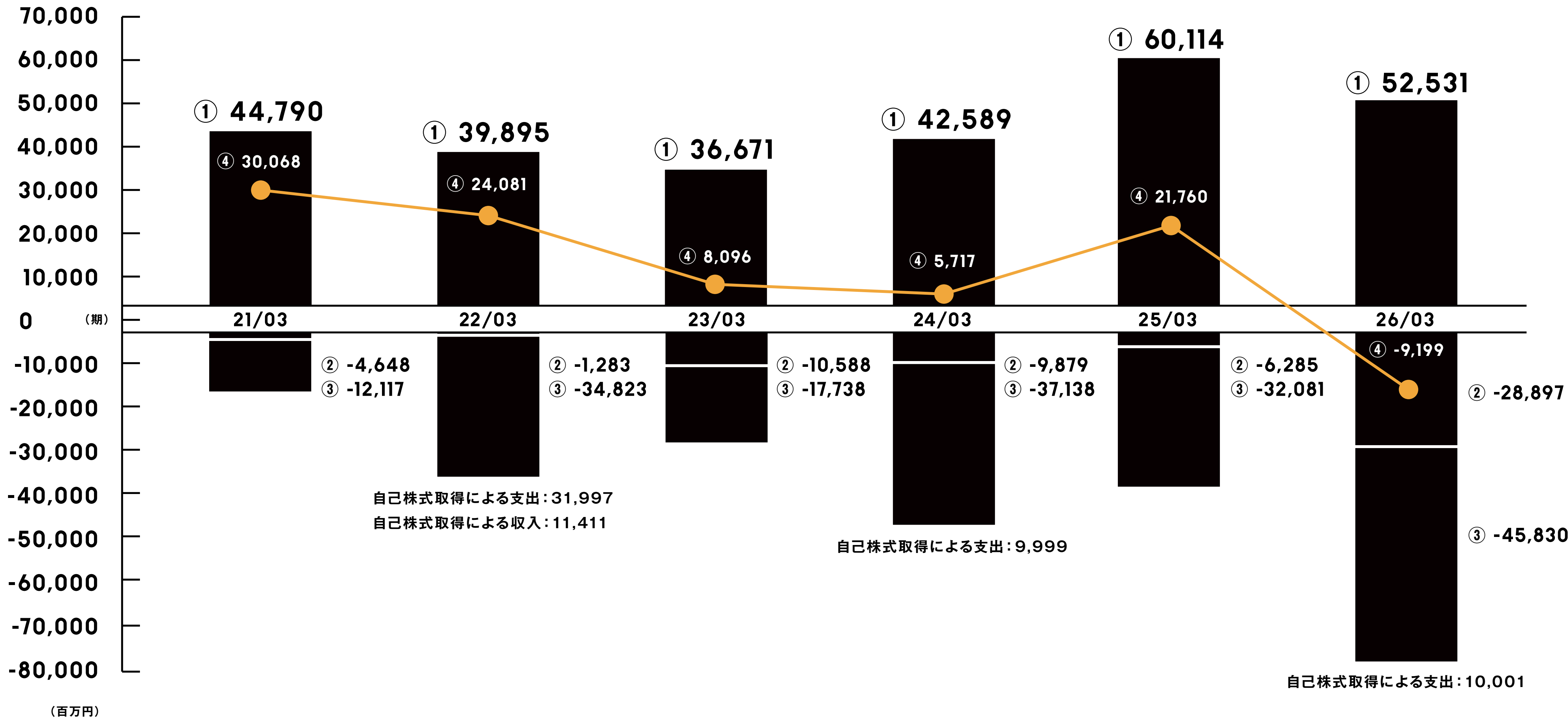
設備投資の推移



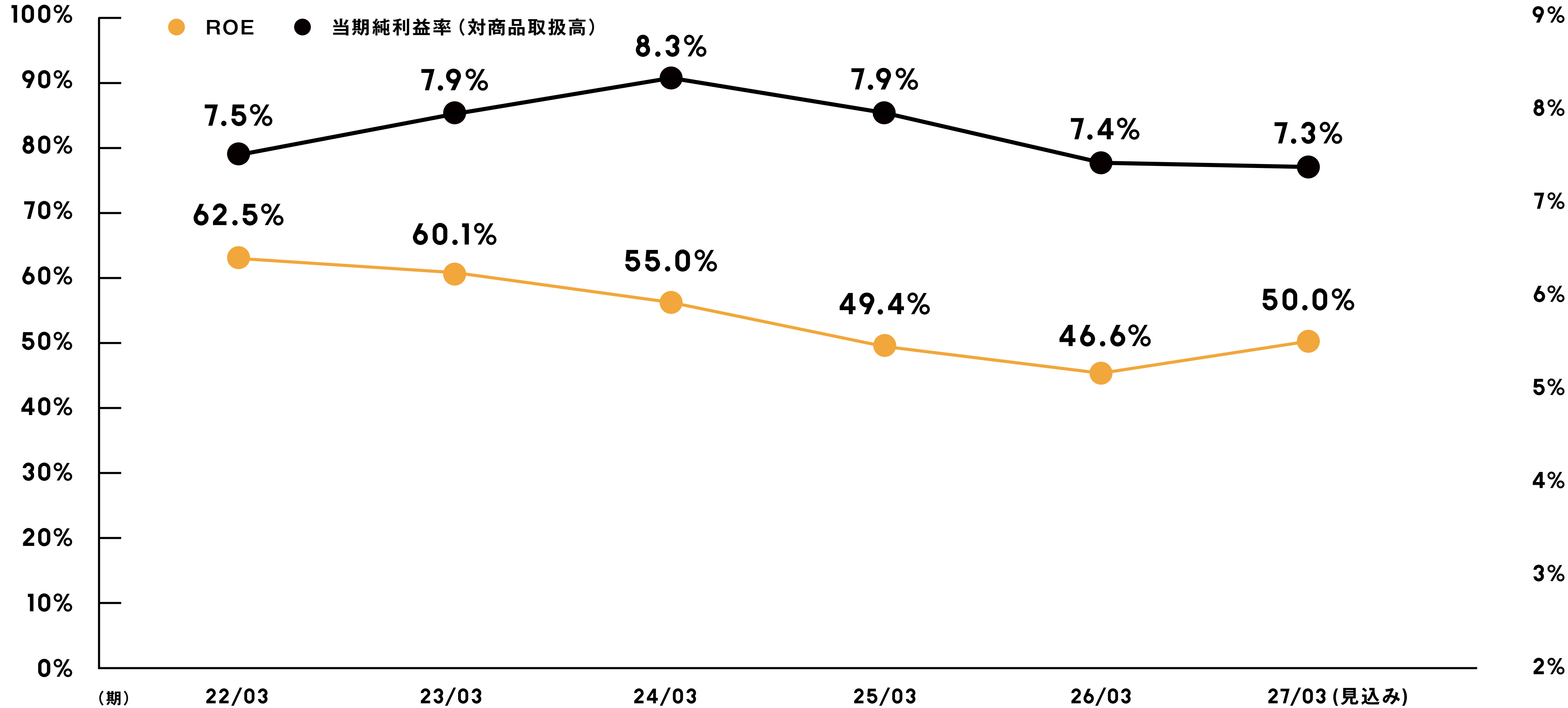
※ 設備投資には自社制作ソフトウェアの制作に関連する費用（人件費等）は含めておりません。

連結キャッシュ・フローの推移

- ① 営業活動によるキャッシュフロー
② 投資活動によるキャッシュフロー
- ③ 財務活動によるキャッシュフロー
④ 実質フリーキャッシュフロー
- (① + ② - 配当金による支出)



ROEの推移・当期純利益率（対商品取扱高）



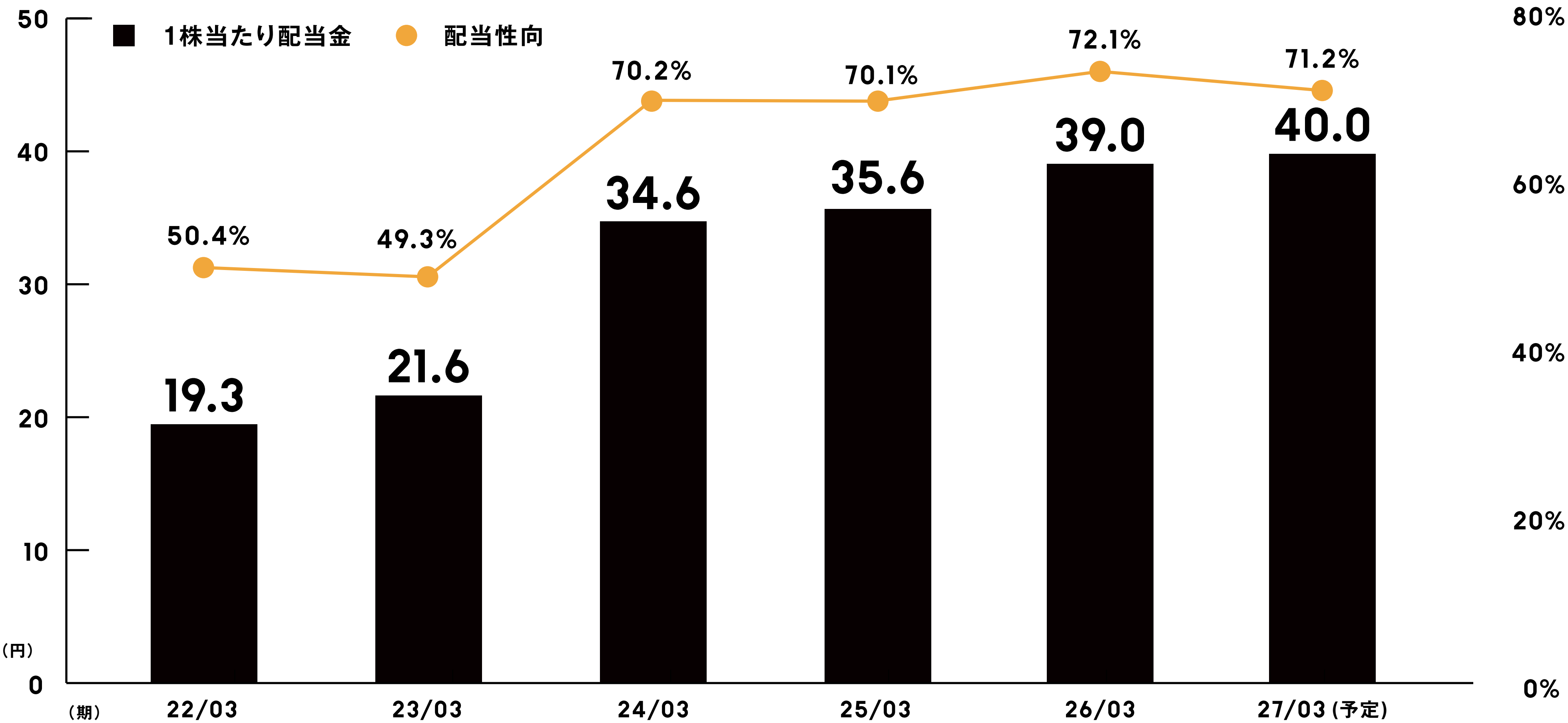
※当期純利益率は当期純利益を商品取扱高（その他商品取扱高を除く）で除して算出しております。
※2026年6月16日付で「自己株式取得に係る事項の決定及び自己株式の消却に関するお知らせ」を開示しております。上記は反映後の数値となります。

POINT
02

株主還元のさらなる強化、ならびに資本効率の改善を通じた企業価値向上を
目的として、2026年6月16日付で自己株式の取得及び消却を決定しました。
本施策の実施により、進行期のROEは50%を上回る水準となる見込みです。

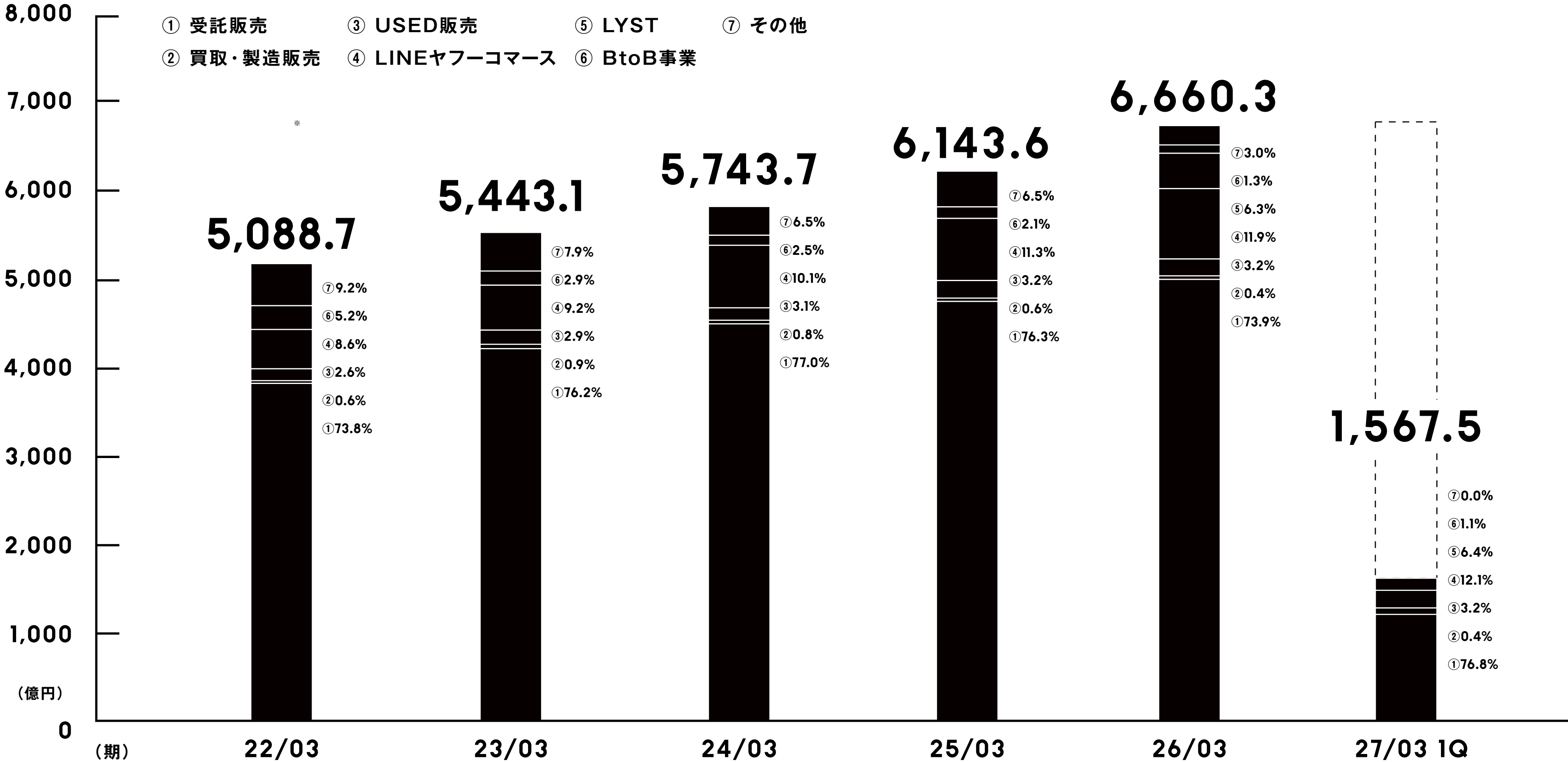


1株当たり配当金及び配当性向の推移



商品取扱高の推移

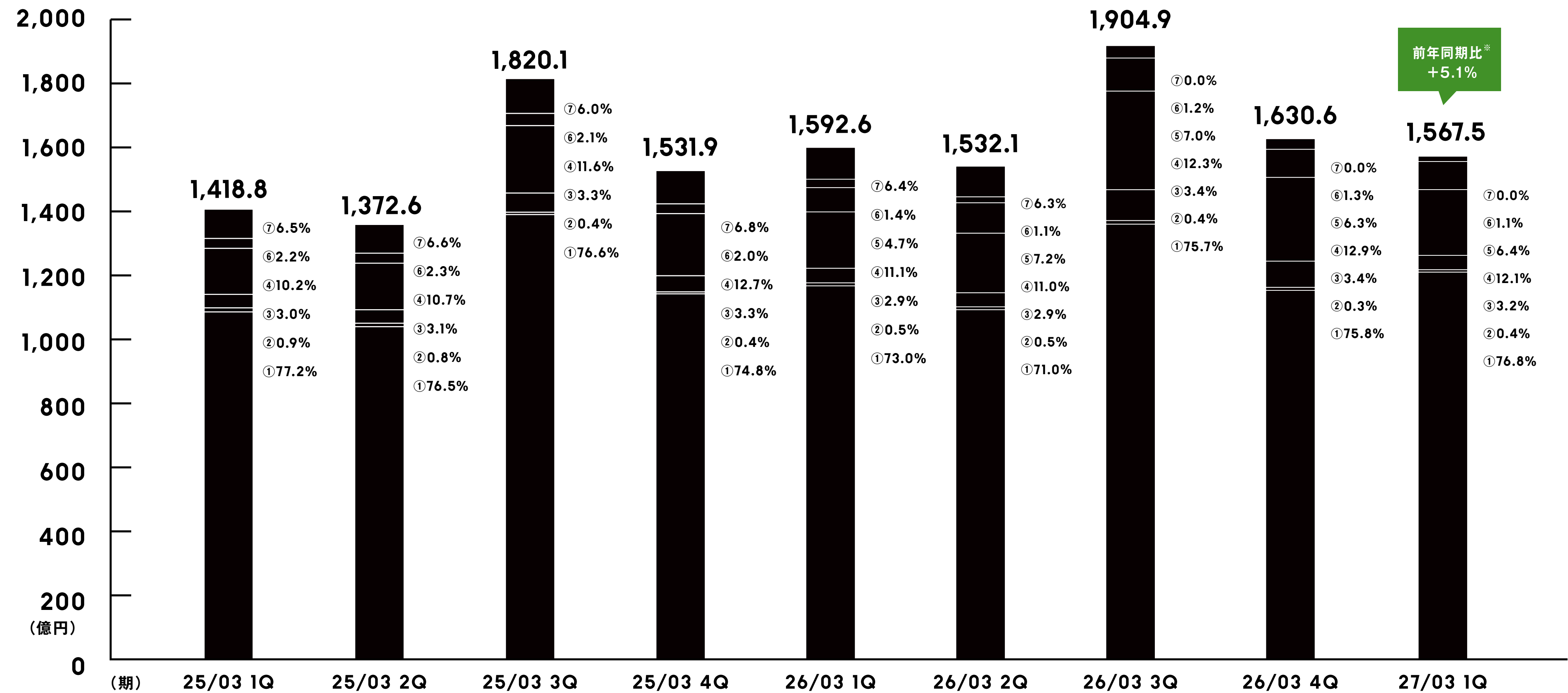
当期新規出店合計商品取扱高(ZOZOTOWN事業)
第1四半期累計：2.6億円 商品取扱高に占める割合:0.2%



※「LINEヤフーコマース」は「Yahoo!ショッピング」と「Yahoo!オークション」の合算値となります。

商品取扱高の推移（四半期）

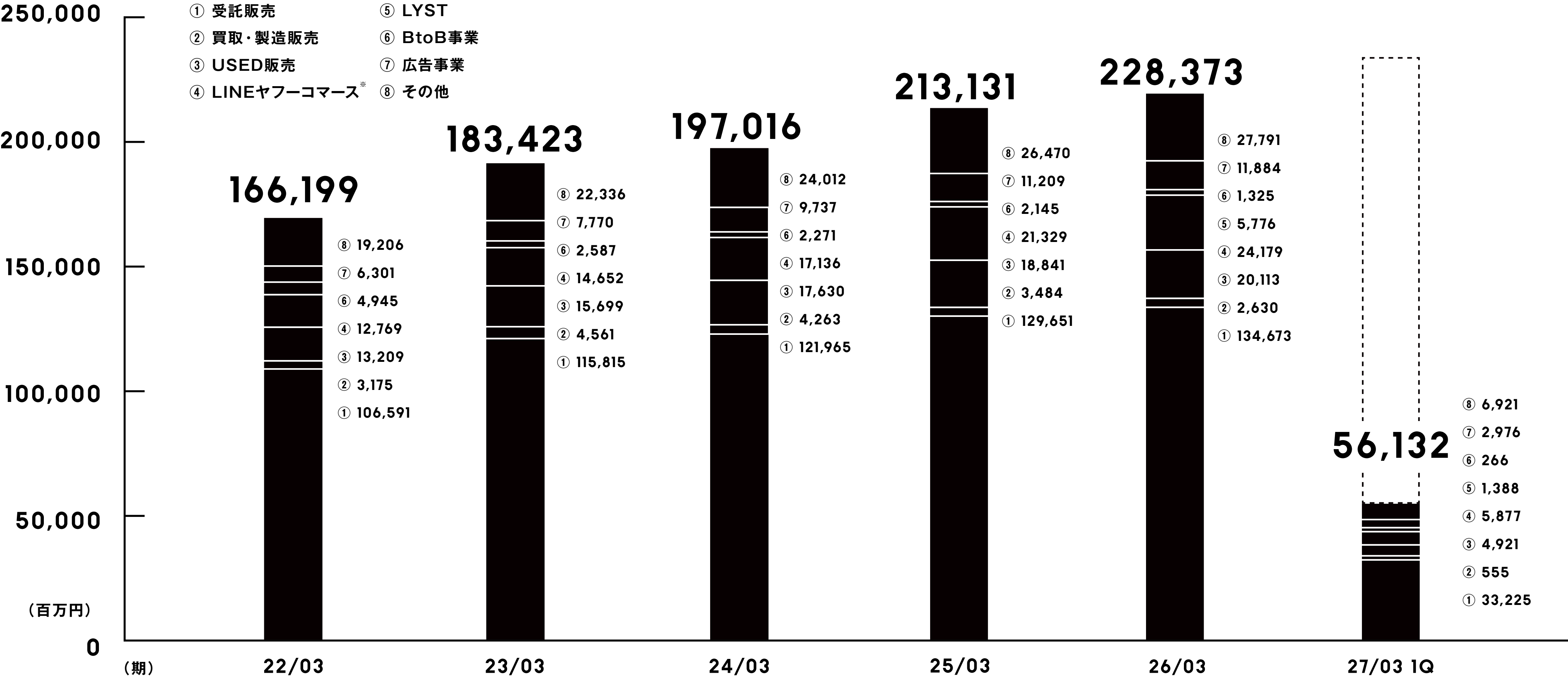
- ① 受託販売
- ② 買取・製造販売
- ③ USED販売
- ④ LINEヤフーコマース*
- ⑤ LYST
- ⑥ BtoB事業
- ⑦ その他



※ 「LINEヤフーコマース」は「Yahoo!ショッピング」と「Yahoo!オークション」の合算値となります。

※ 前年同期比は「⑦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



※「LINEヤフーコマース」は「Yahoo!ショッピング」と「Yahoo!オークション」の合算値となります。

売上高の推移（四半期）

- ① 受託販売

② 買取・製造販売

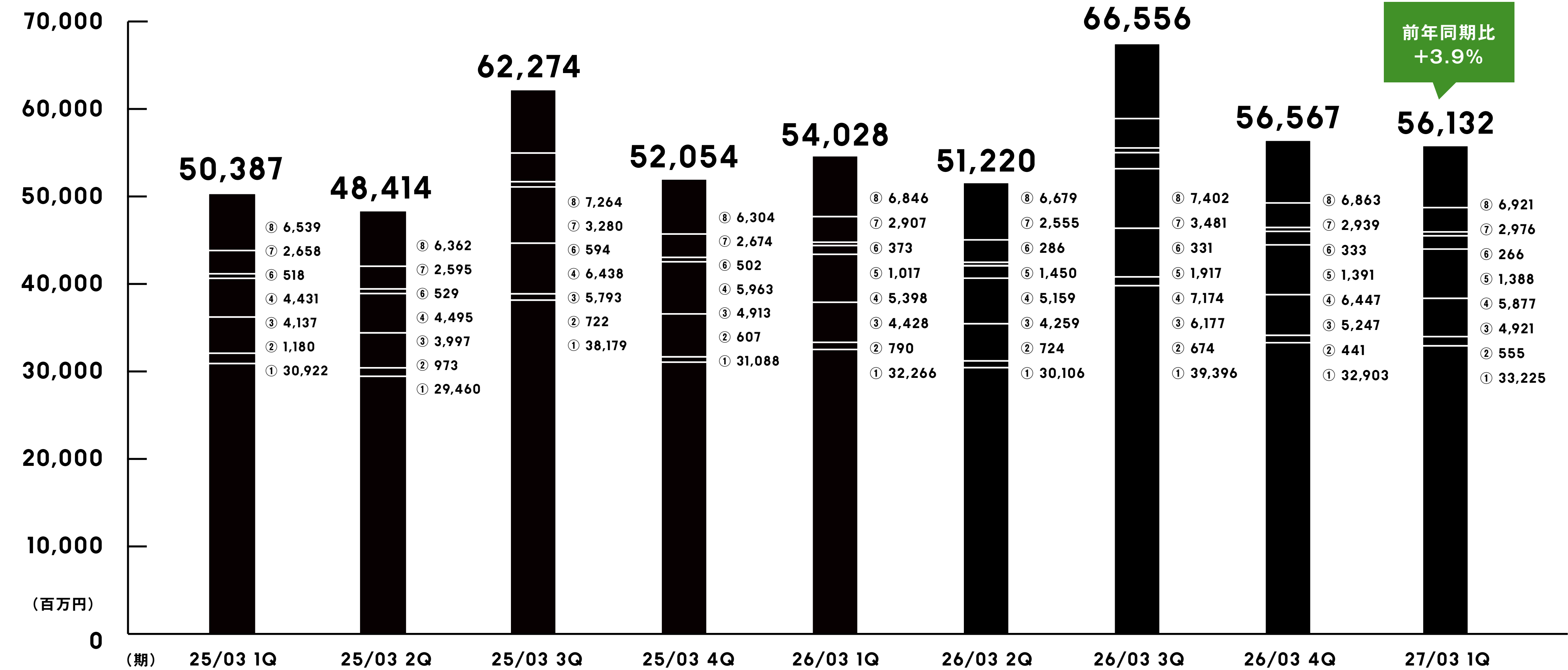
③ USED販売

④ LINEヤフーコマース※
- ⑤ LYST

⑥ BtoB事業

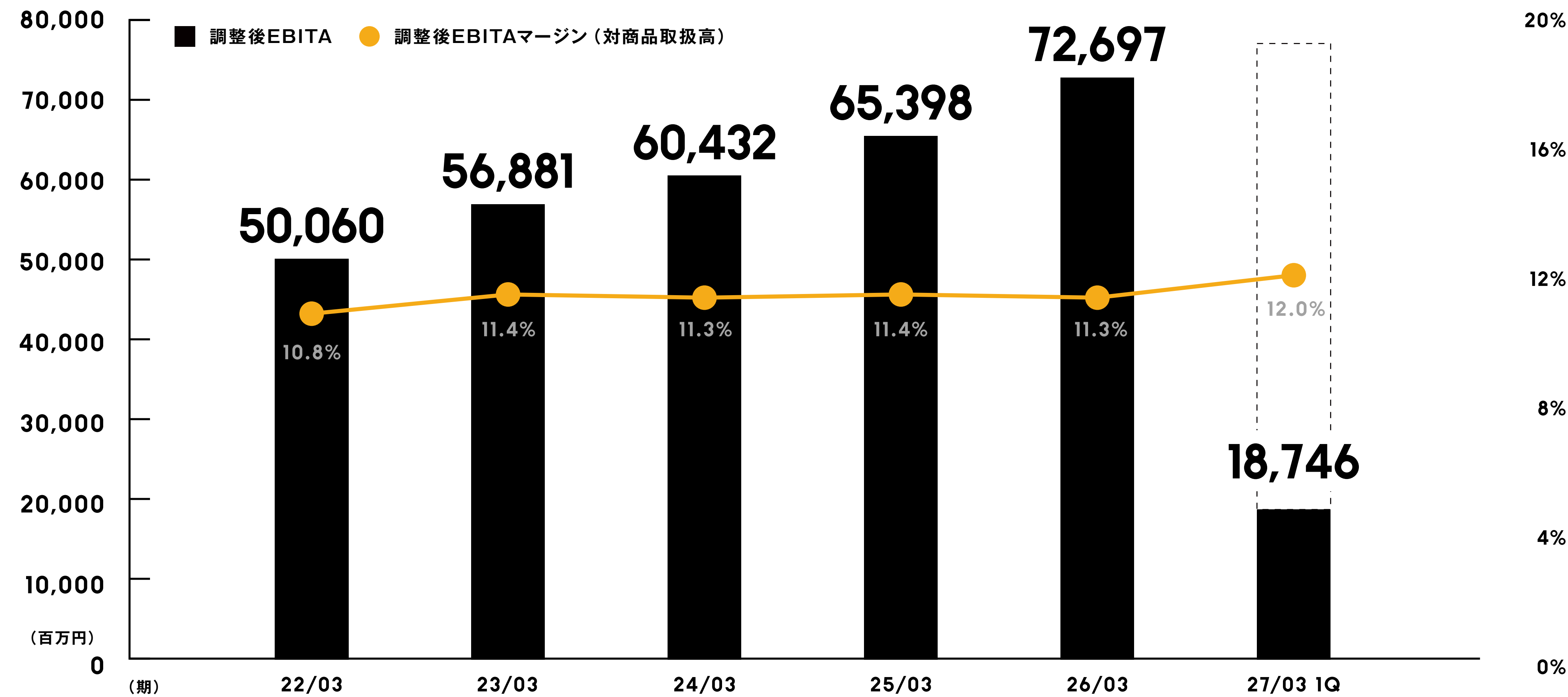
⑦ 広告事業

⑧ その他



※「LINEヤフーコマース」は「Yahoo!ショッピング」と「Yahoo!オークション」の合算値となります。

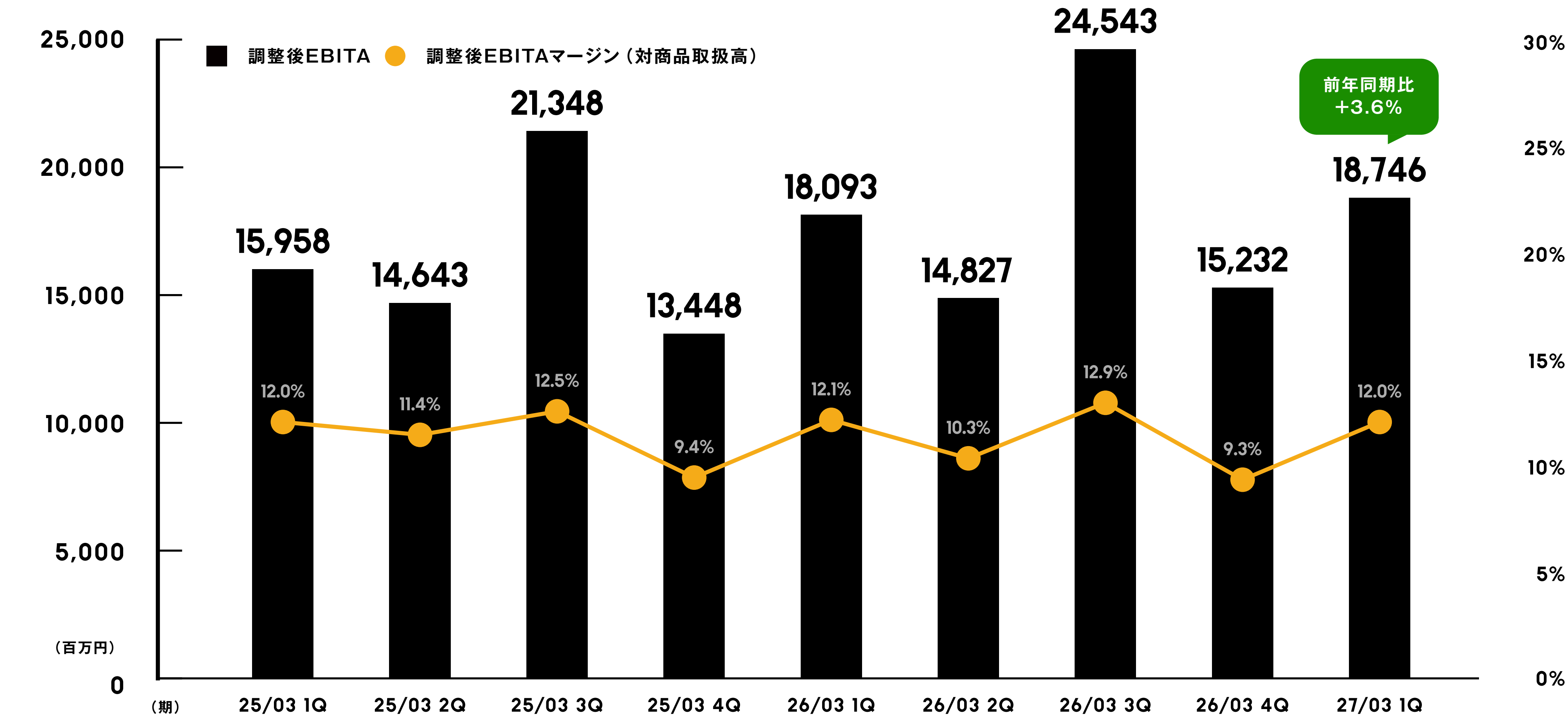
調整後EBITA・調整後EBITAマージン（対商品取扱高）の推移



※調整後EBITAは営業利益+のれん等償却額（PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む）+M&A関連費用（仲介費用及びDD費用等）で算出しております。

※調整後EBITAマージンは調整後EBITA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。

調整後EBITA・調整後EBITAマージン（対商品取扱高）の推移（四半期）



※調整後EBITAは営業利益+のれん等償却額（PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む）+M&A関連費用（仲介費用及びDD費用等）で算出しております。
※調整後EBITAマージンは調整後EBITA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）

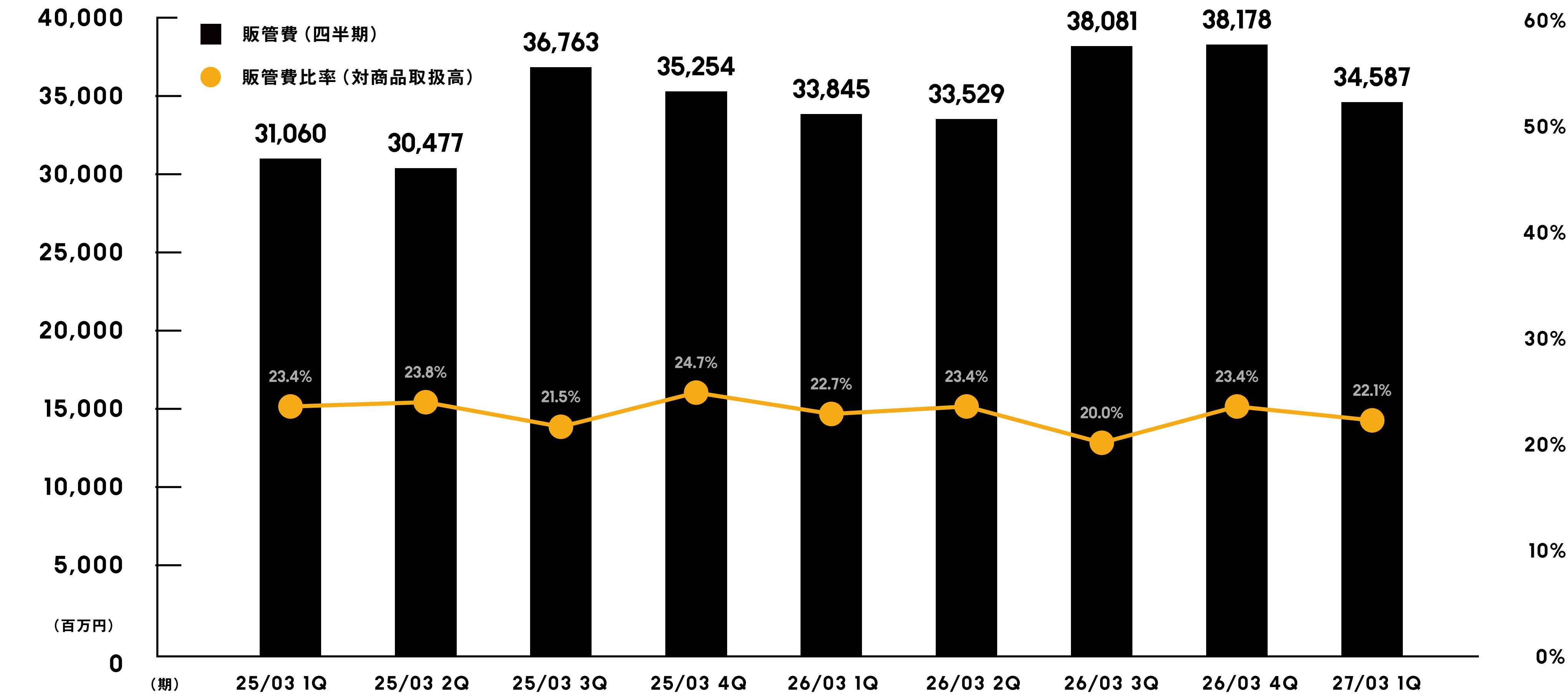
（単位：百万円）

		26/03期 1Q		27/03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	8,224	5.5%	8,487	5.4%	-0.1%	
	社員	4,119	2.8%	4,492	2.9%	0.1%	連結従業員数推移：25年6月末1,900名 → 26年6月末1,941名 新卒入社及び2026年5月よりHigh Linkの連結に伴う増員
	物流関連費（業務委託含む）	4,105	2.8%	3,994	2.5%	-0.3%	在庫保管状況の改善に伴う作業効率の改善によるコスト比率減
業務委託費（物流関連費以外）		2,106	1.4%	2,074	1.3%	-0.1%	（前期1Q）LYST買収に係る費用をスポットで計上
荷造運賃		9,336	6.3%	8,977	5.7%	-0.6%	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		3,210	2.2%	3,284	2.1%	-0.1%	
広告宣伝費		3,383	2.3%	3,788	2.4%	0.1%	ZOZOTOWNにおけるWEB広告費用等の増加 LYSTの連結期間増加に伴う増加
賃借料		2,156	1.4%	2,162	1.4%	0.0%	
減価償却費		1,194	0.8%	1,520	1.0%	0.2%	既存物流拠点における出荷用マテハン機器の償却開始に伴う増加
のれん償却額		391	0.3%	760	0.5%	0.2%	LYSTの連結期間増加及びHigh Linkの連結開始に伴う増加
株式報酬費用		71	0.0%	25	0.0%	0.0%	
その他		3,770	2.5%	3,505	2.2%	-0.3%	（前期1Q）LYST買収に係る費用をスポットで計上
販管費		33,845	22.7%	34,587	22.1%	-0.6%	

※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。

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。

販管費の内訳（四半期）

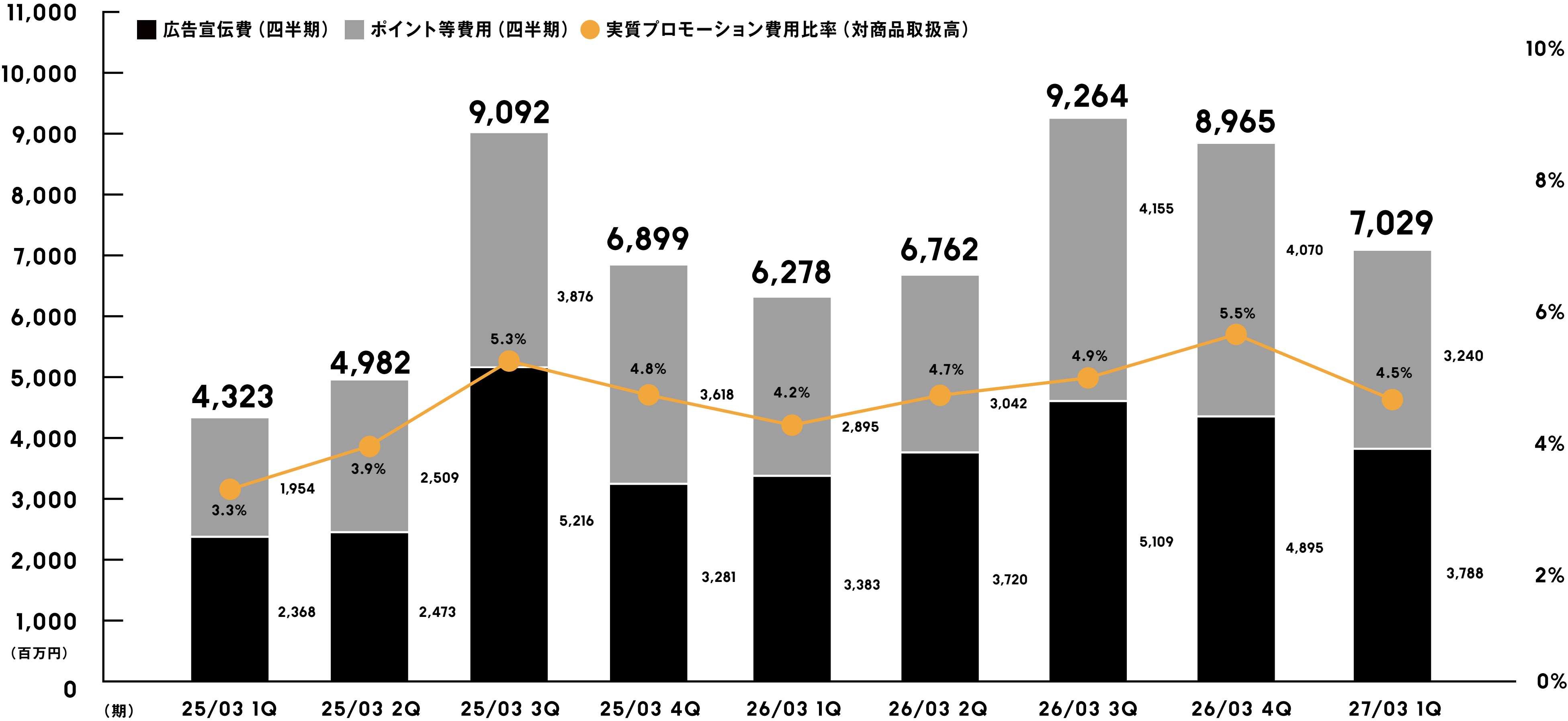
（単位：百万円）

		26/03期								27/03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	
		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	8,224	5.5%	8,213	5.7%	8,734	4.6%	10,664	6.5%	8,487	5.4%
	社員	4,119	2.8%	4,252	3.0%	4,189	2.2%	6,093	3.7%	4,492	2.9%
	物流関連費（業務委託含む）	4,105	2.8%	3,960	2.8%	4,545	2.4%	4,571	2.8%	3,994	2.5%
業務委託費（物流関連費以外）		2,106	1.4%	2,012	1.4%	2,087	1.1%	2,360	1.4%	2,074	1.3%
荷造運賃		9,336	6.3%	9,118	6.4%	10,231	5.4%	9,175	5.6%	8,977	5.7%
代金回収手数料		3,210	2.2%	2,991	2.1%	3,925	2.1%	3,330	2.0%	3,284	2.1%
広告宣伝費		3,383	2.3%	3,720	2.6%	5,109	2.7%	4,895	3.0%	3,788	2.4%
賃借料		2,156	1.4%	2,165	1.5%	2,153	1.1%	2,151	1.3%	2,162	1.4%
減価償却費		1,194	0.8%	1,333	0.9%	1,383	0.7%	1,381	0.8%	1,520	1.0%
のれん償却額		391	0.3%	615	0.4%	619	0.3%	668	0.4%	760	0.5%
株式報酬費用		71	0.0%	73	0.1%	73	0.0%	-247	-0.2%	25	0.0%
その他		3,770	2.5%	3,285	2.3%	3,762	2.0%	3,797	2.3%	3,505	2.2%
販管費		33,845	22.7%	33,529	23.4%	38,081	20.0%	38,178	23.4%	34,587	22.1%

※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。

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。

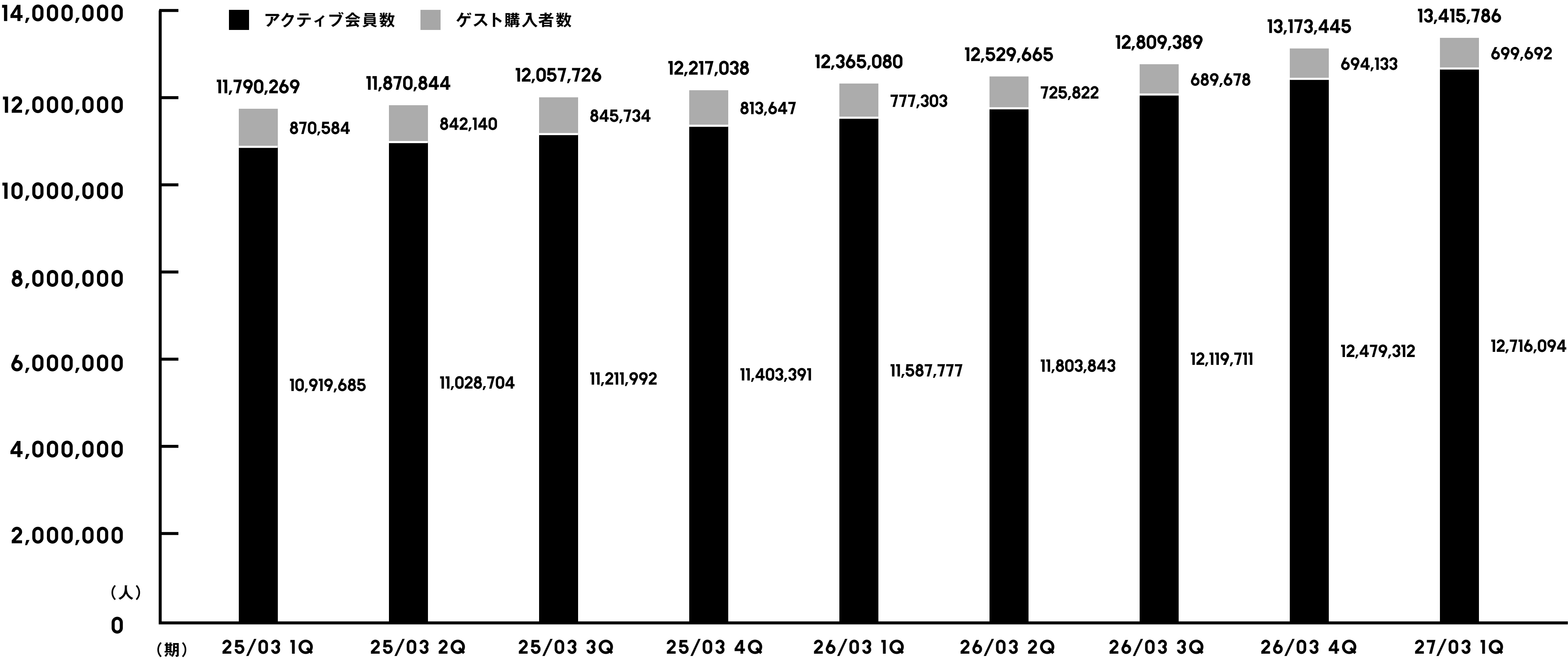
POINT
03

1Qの実質プロモーション費用比率は4.5%と前年同期比で上昇したものの、期初計画を若干下回る水準です。前年同期比での主な上昇要因は、ZOZOTOWNにおけるWEB広告及び送料無料施策の強化、ならびにLYSTの連結期間が前年同期比で1ヶ月増加したことです。なお、通期では前年同期水準の4.8%を計画しています。



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。

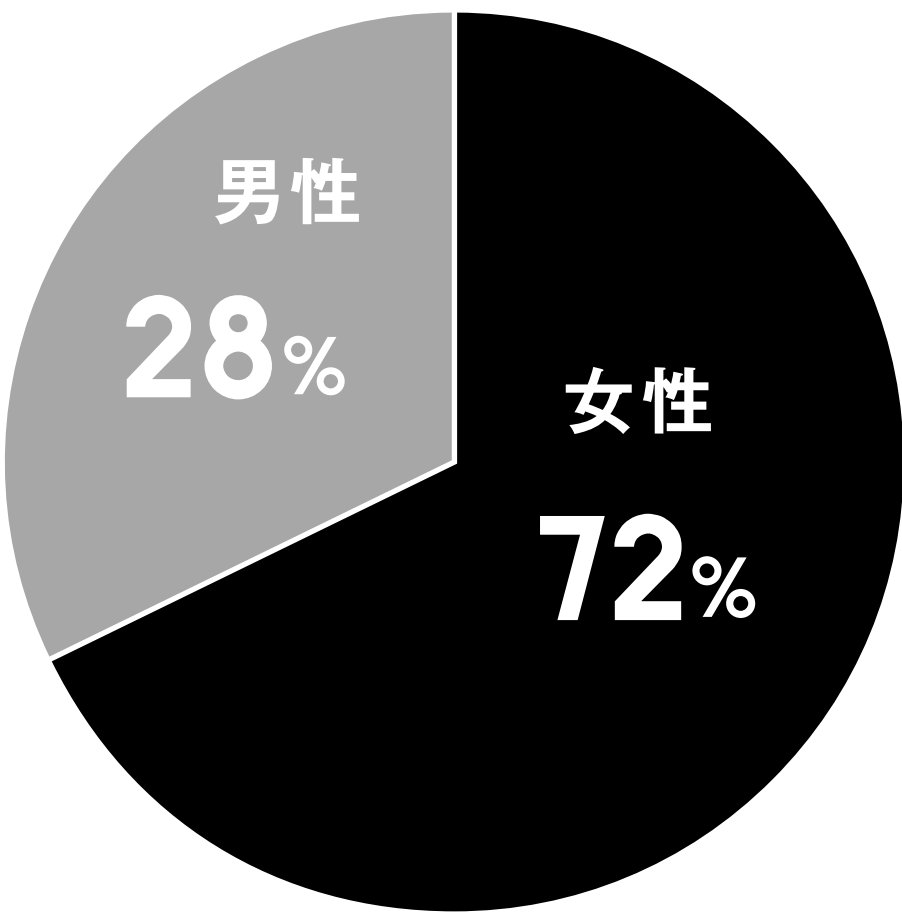
POINT
04

WEB広告及びZOZOTOWN内施策を通じた新規会員の獲得が順調に推移しました。
前年同期比でWEB広告の投下量を増やし、集客を強化したことが寄与しました。

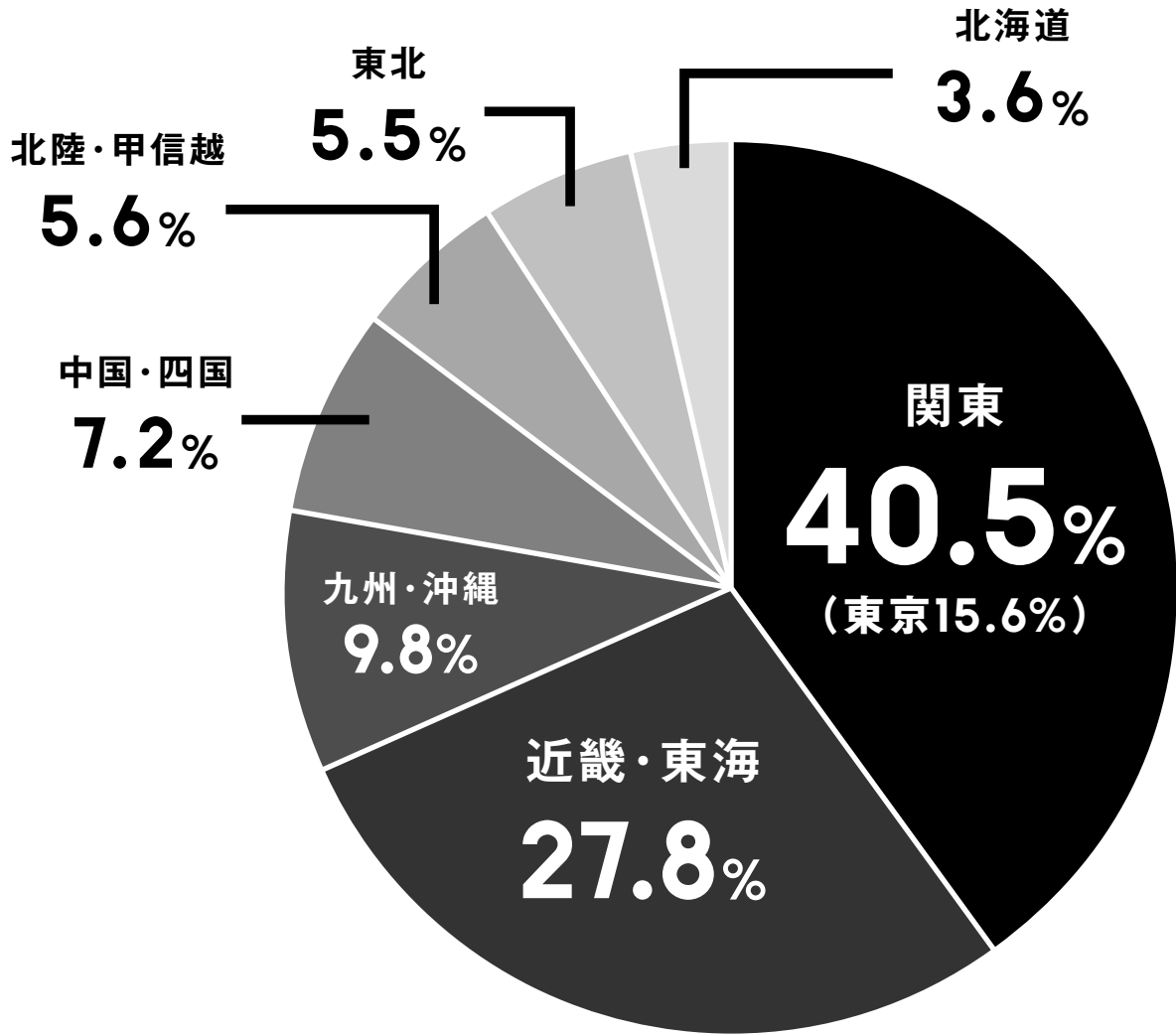


アクティブ会員属性

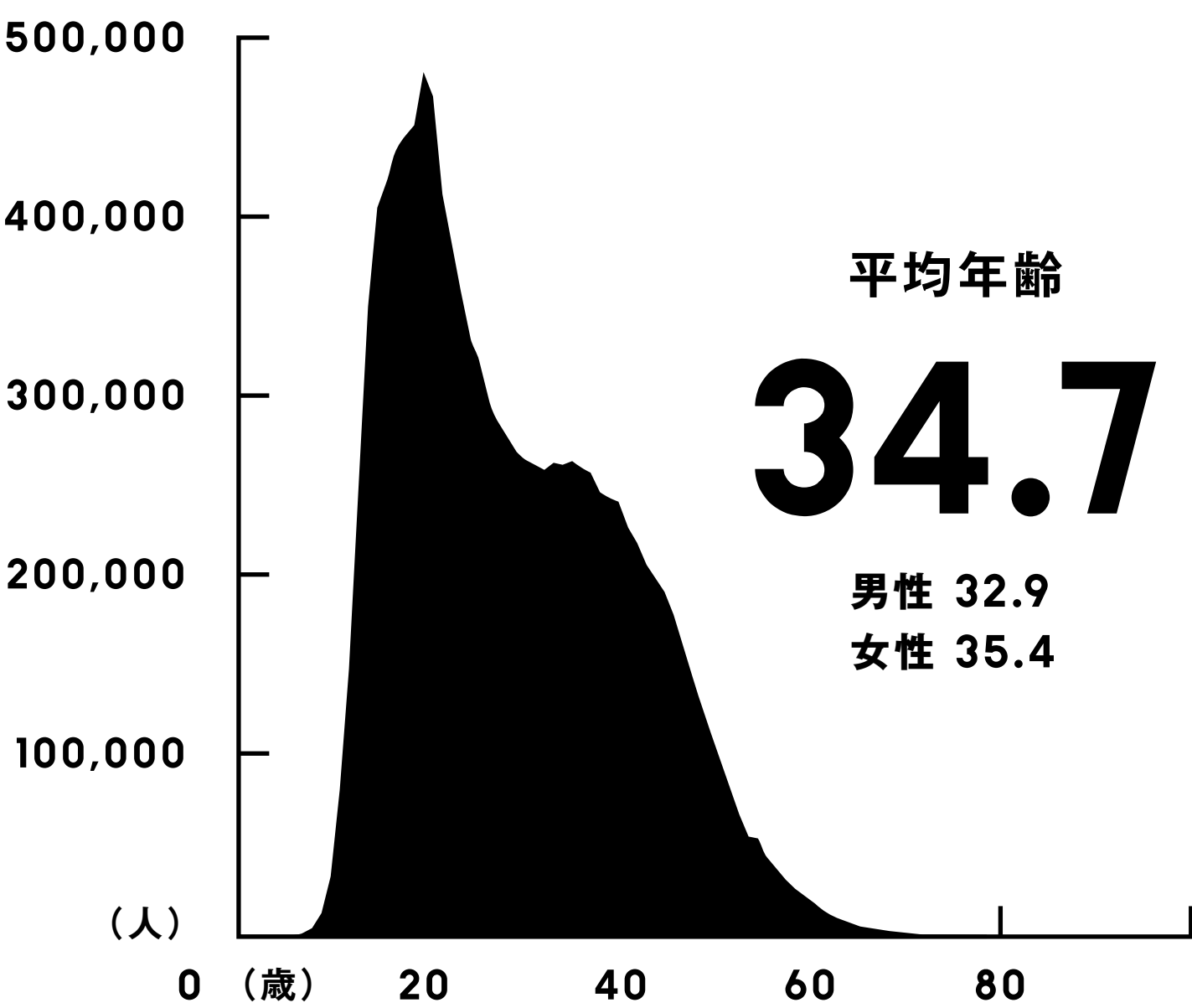
会員男女比



会員地域分布

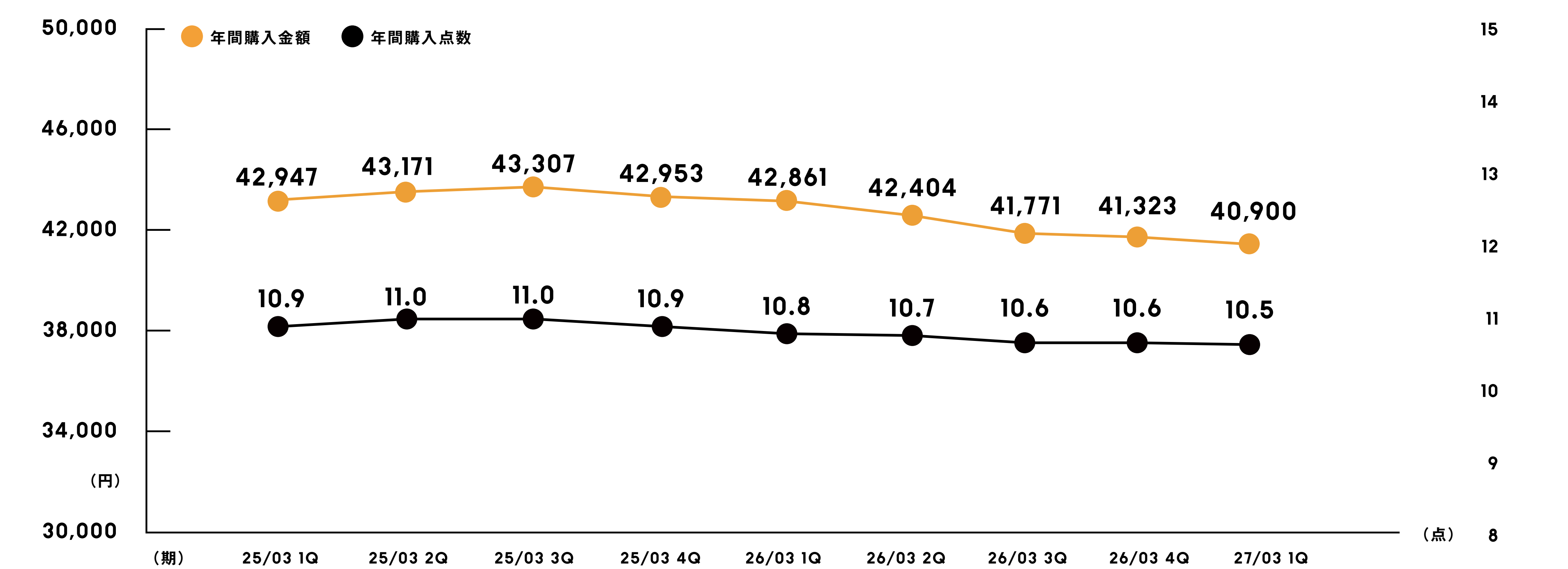


会員年齢分布



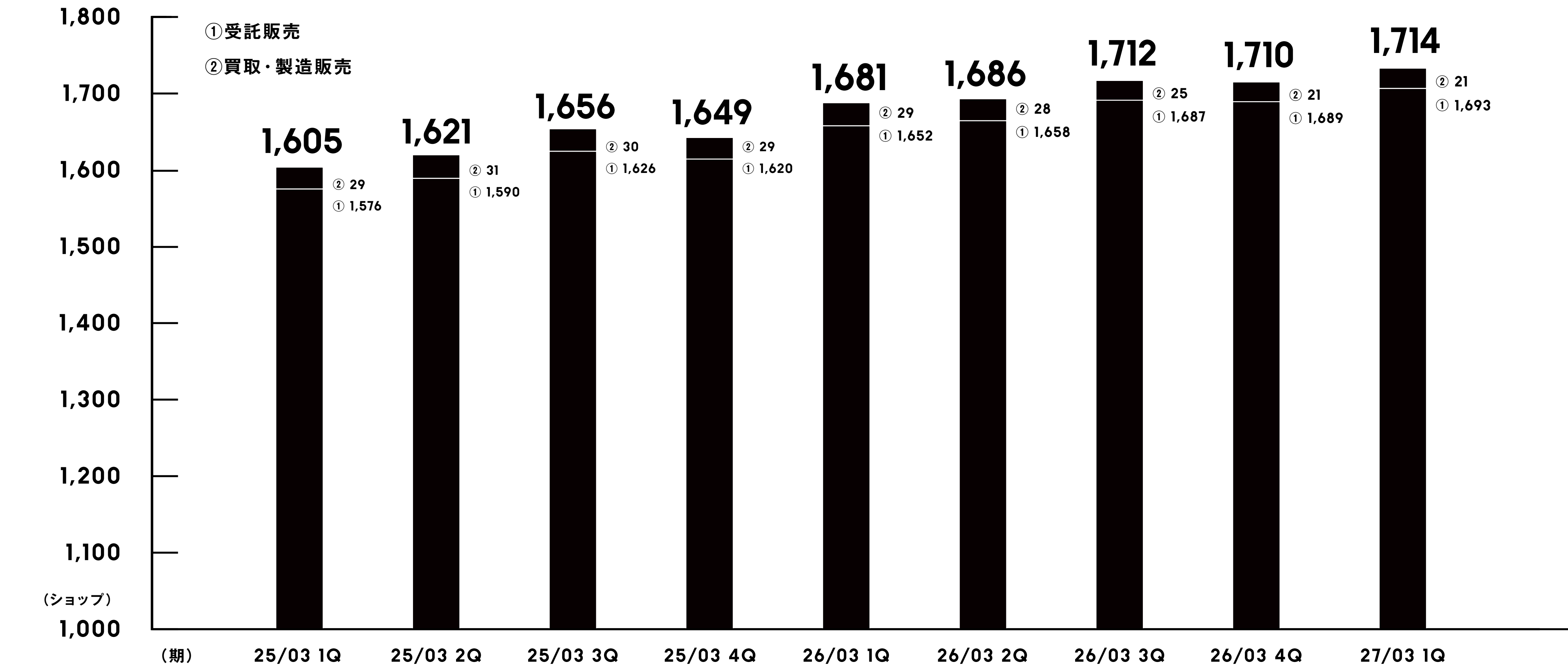
※ ZOZOTOWN事業に限定したアクティブ会員属性となります。「LINEヤフーコマース」「LYST」「BtoB事業」は含んでおりません。

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

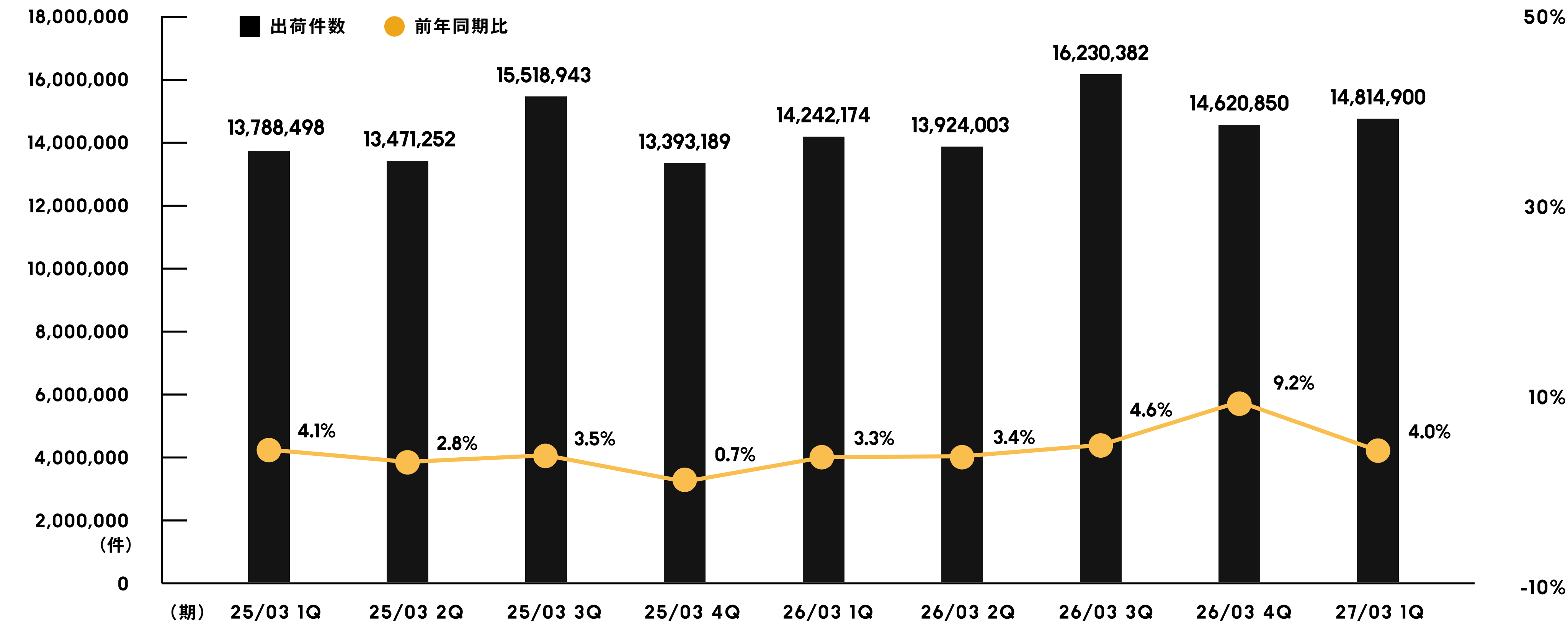


※ ZOZOTOWN事業に限定した実績となります。「LINEヤフーコマース」「LYST」「BtoB事業」は含んでおりません。
※ 体型計測デバイス「ZOZOSUIT (ゾゾスーツ)」「ZOZOMAT (ゾゾマット)」および「ZOZOGLASS (ゾゾグラス)」のみを購入したユーザーは含んでおりません。

ZOZOTOWN出店ショップ数の推移



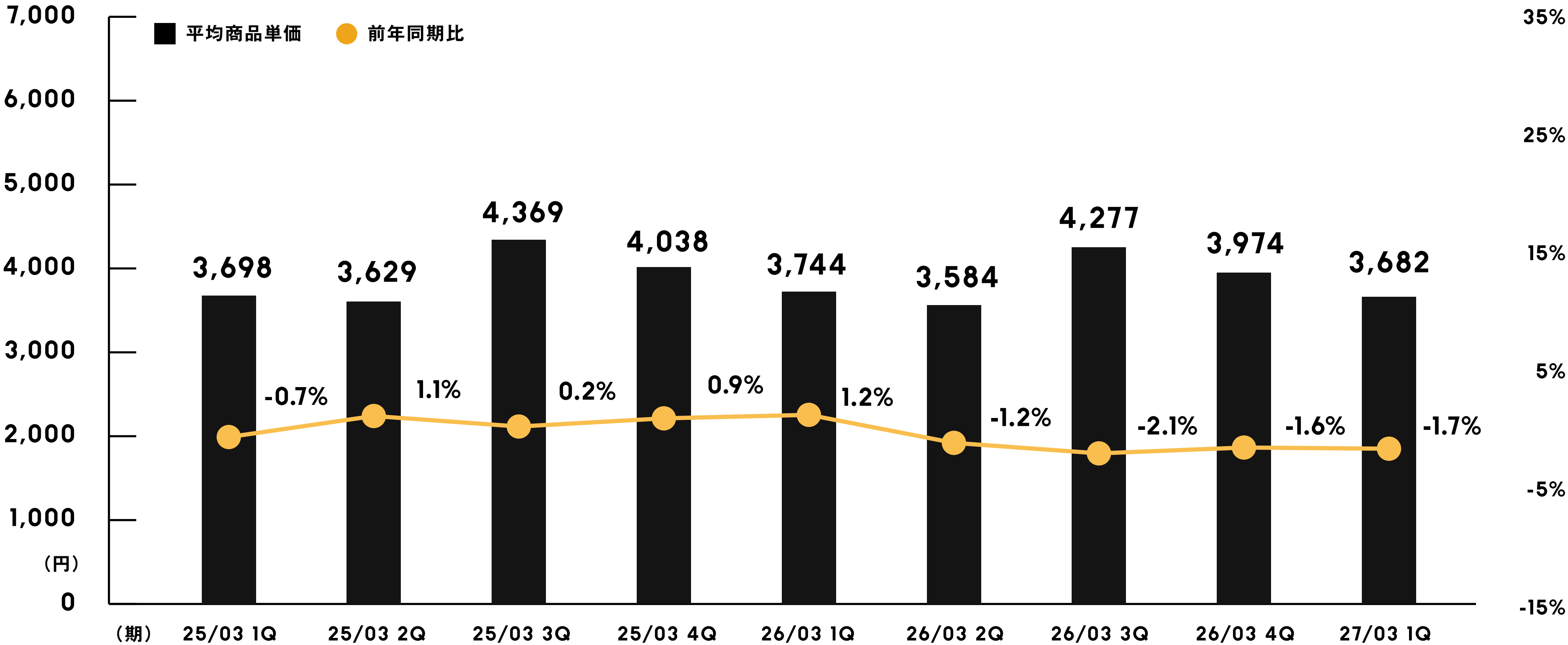
出荷件数の推移



※ 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。

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。

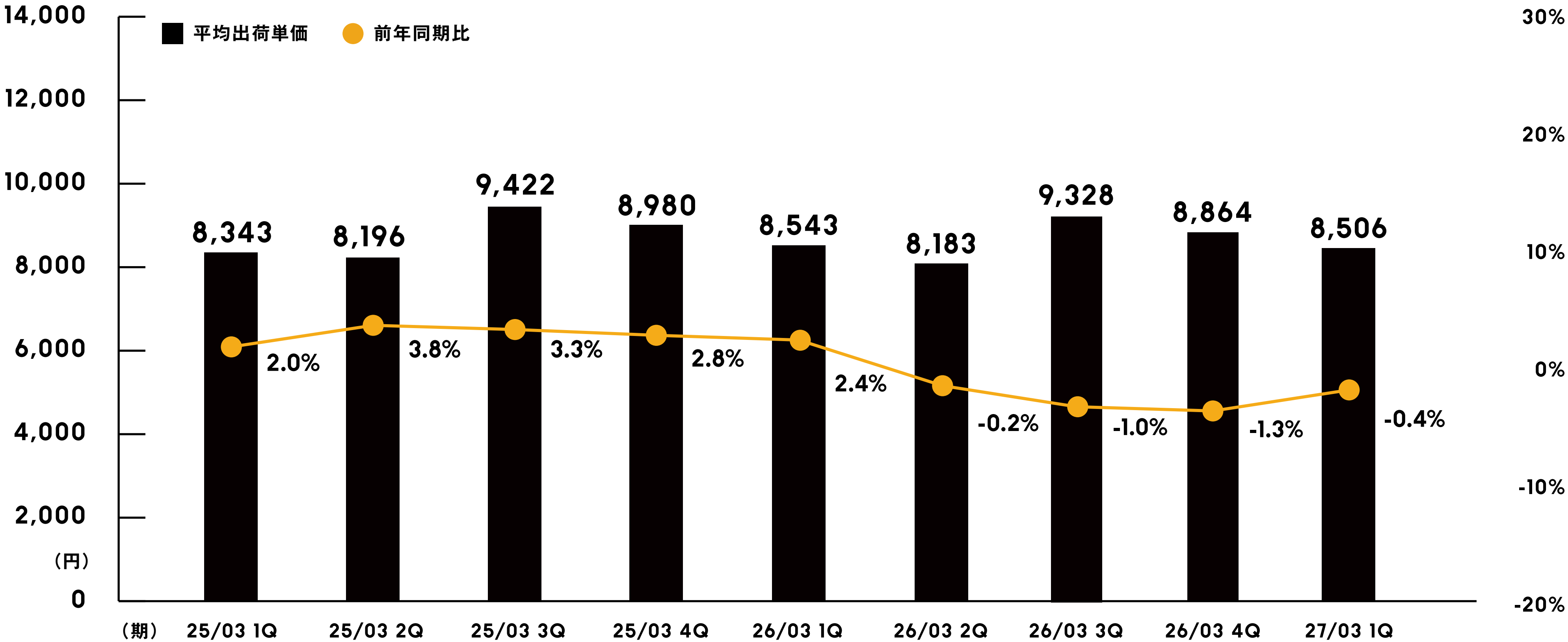
POINT
05

定価ベースの価格水準は概ね前年同期並みで推移した一方、セールの販売比率及び平均値引き率が前年同期比で上昇したことに伴い、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。

送料無料施策の実施頻度を前年同期より高めたことに加え、セールの販売比率の上昇に伴い併売率が上昇したことから、1注文あたりの購入点数は増加しました。
一方で、平均商品単価の減少影響が購入点数増加による効果を上回った結果、平均出荷単価は減少しました。



POINT
06

P.34 - P.37

BUSINESS PLAN FOR FY2026

2027年3月期
会社計画

1Q FY2026 ZOZO, Inc.
CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



開示重要指標の変更について

当社グループは、正常な収益力を示す観点から、M&Aに伴うのれん等の償却費の影響を排除した経営指標としてEBITDAを採用してまいりました。

一方で、当社グループは物流拠点への継続的な設備投資や自社制作ソフトウェアへの投資を恒常的に行っており、これらに係る減価償却費は、事業運営に不可欠なコストであると認識しております。

そのため、当社グループの実態に即した正常な収益力をより適切に示すため、
今後はM&Aに起因するのれん及び無形資産の償却費ならびに取得関連費用の影響のみを調整対象とし、それ以外の償却費は反映する指標として「調整後EBITA」を採用することといたしました。

27/03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5.0%増、調整後EBITAは同7.2%増を見込む。
- 2026年5月よりHigh Linkを連結開始。連結に伴う影響額を本計画に織り込み済み。
- 同社の商品取扱高および売上高は「その他」区分に計上。
- 27/03期においては、商品取扱高（その他商品取扱高を除く）の開示を継続。
※2025年9月末まで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影響が残るため。
- 28/03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。

	27/03期計画	前期比
商品取扱高	6,796億円	2.0%
商品取扱高（その他商品取扱高を除く）	6,786億円	5.0%
売上高	2,419億円	5.9%
営業利益	744億円	7.3%
営業利益率	11.0%	-
調整後EBITA	779億円	7.2%
調整後EBITAマージン	11.5%	-
経常利益	744億円	7.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	497億円	3.7%
1株当たり当期純利益	56円20銭	-
1株当たり配当金（予定）	40円	-

※調整後EBITAは営業利益＋のれん等償却額（PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む）＋M&A関連費用（仲介費用及びDD費用等）で算出しております。
※営業利益率・調整後EBITAマージンは営業利益・調整後EBITA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。

27/03期 事業別目標

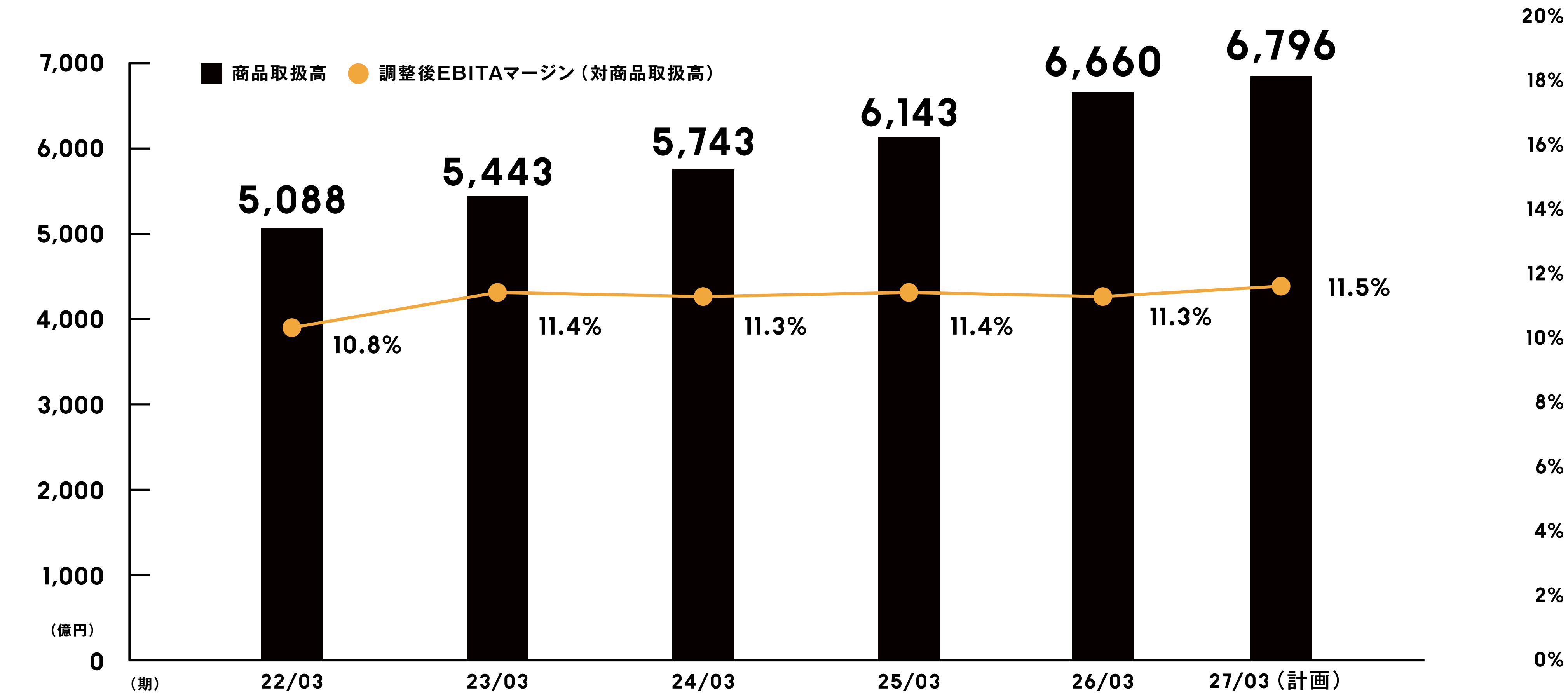
- 2026年5月よりHigh Linkを連結開始。連結に伴う影響額を本計画に織り込み済み。
- 同社の商品取扱高および売上高は「その他」区分に計上。

	商品取扱高目標	前期比
ZOZOTOWN事業	5,384億円	4.2%
買取・製造販売	32億円	14.5%
受託販売	5,127億円	4.1%
USED販売	225億円	6.8%
LINEヤフーコマース※	866億円	9.7%
LYST	465億円	10.1%
BtoB事業	71億円	-15.3%
商品取扱高（その他商品取扱高を除く）	6,786億円	5.0%
その他	10億円	-95.0%
商品取扱高	6,796億円	2.0%

	売上高目標	前期比
広告事業	119億円	0.1%

※「LINEヤフーコマース」は「Yahoo!ショッピング」と「Yahoo!オークション」の合算値となります。

商品取扱高・調整後EBITAマージンの推移



※調整後EBITAは営業利益+のれん等償却額 (PPAによる取得原価配分後の各種償却費を含む) +M&A関連費用 (仲介費用及びDD費用等) で算出しております。
※調整後EBITAマージンは調整後EBITA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。

P.39 - P.44

REFERENCE DATA

2027年3月期 第1四半期
参考資料

1Q FY2026 ZOZO, Inc.
CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



数字で見る株式会社ZOZO

スタッフ数

1,941 名

(平均年齢 34.7歳)

※スタッフ数は連結従業員数、平均年齢はZOZO及びZOZO NEXT所属スタッフを対象に算出。

ZOZOTOWNの取扱いブランド数

11,548 ブランド

株主数

19,816 名

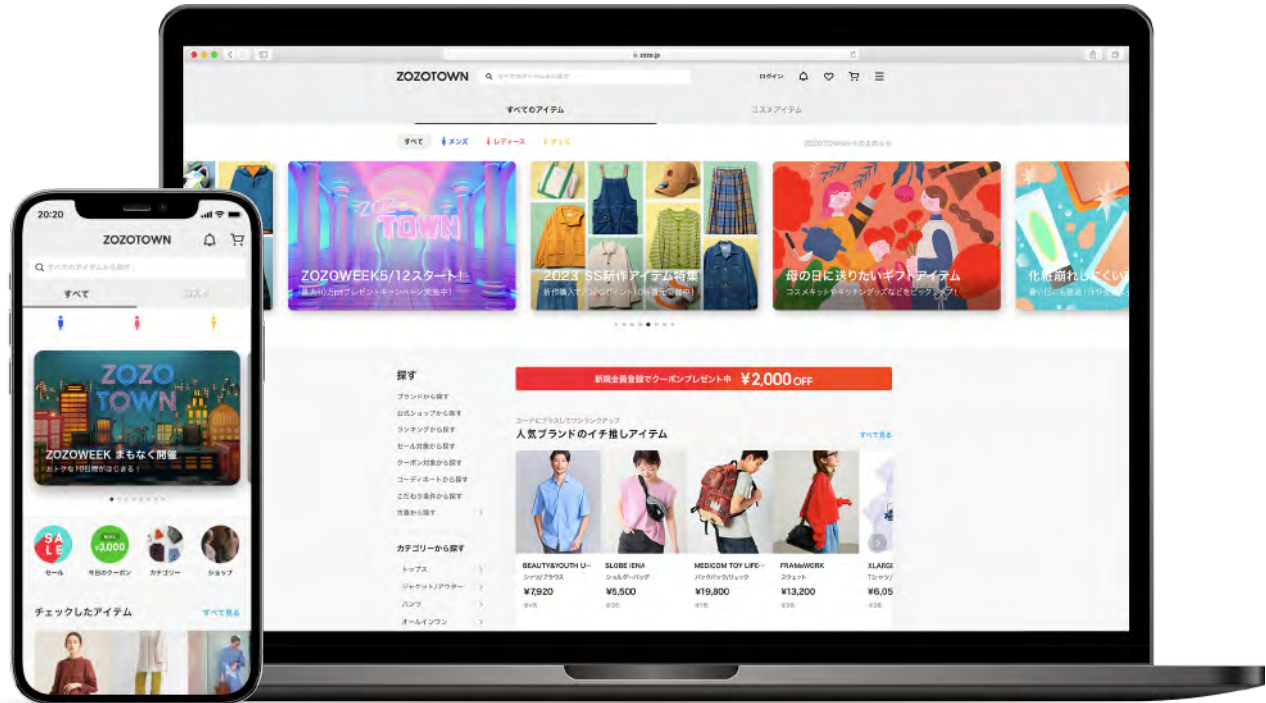
ZOZOTOWNの年間購入者数

1,341 万人

主要サービス

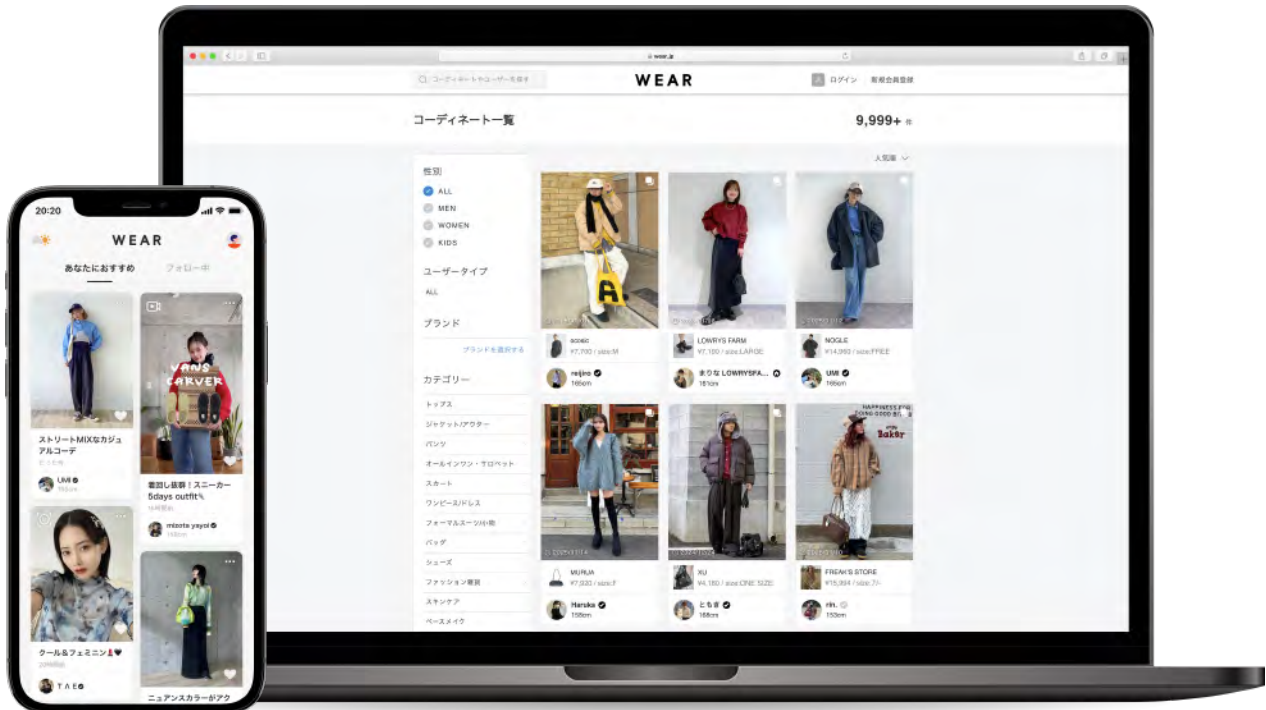
日本最大級のファッション通販サイト「ZOZOTOWN」

- 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。
- 1,714ショップ、11,548ブランドの取扱い。商品数は常時138万点以上、平均新着商品数は1日3,100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
- LINEヤフー株式会社が運営するYahoo!ショッピングにZOZOTOWNを出店。
2024年3月よりYahoo!オークションにZOZOUSEDが出店



日本最大級のファッションコーディネートアプリ「WEAR by ZOZO」

- 日本最大級のファッションコーディネートアプリ
- 幅広いジャンルのユーザーによる投稿から、AIによる診断をもとにあなたに「似合う」コーディネートや最新トレンドを探ことができ、ノウハウ動画やメイク投稿、フルメイクAR機能で、メイクを含む豊富なファッション情報が手に入る。
- WEAR公認のファッションニスタ「WEARISTA (ウェアリスタ)」は、参考にしやすい着こなしを提案し、ファッション業界を盛り上げるインフルエンサーとして活躍中。
- アプリダウンロード数2,000万超。世界中で展開中。



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		1,714(2026年6月末時点)	1,600(2026年6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、買い替え割、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、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	ブランド毎の契約に準じた手数料率分をいただく	左記と同様 (手数料率も同一)
	お客様からいただく送料	330円（税込）	左記と同様
当社負担 コスト	出店手数料	なし	あり（手数料率は非開示）
	代金回収手数料	あり	なし（代金引換の場合のみ発生）
	集客コスト	あり	なし
	ポイントコスト	あり	なし

ビジネスモデル

ZOZOTOWN事業

買取・製造販売

ZOZOTOWN上にて、21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1,693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

LINEヤフーコマース※

LINEヤフー株式会社が運営するYahoo!ショッピングにZOZOTOWNを出店。
2024年3月よりYahoo!オークションにZOZOUSUEDが出店。
○ 受託販売商材の場合
売上高=各ショップの商品取扱高×受託手数料率
○ ZOZOUSUED商材の場合
売上高 = 買取在庫の商品取扱高

※「LINEヤフーコマース」は「Yahoo!ショッピング」と「Yahoo!オークション」の合算値となります。

LYST

ファッションショッピングプラットフォームLystに商品を掲載いただいている提携パートナーから成果報酬型の手数料を得る事業形態。
売上高 = Lyst経由の商品取扱高 × 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29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。

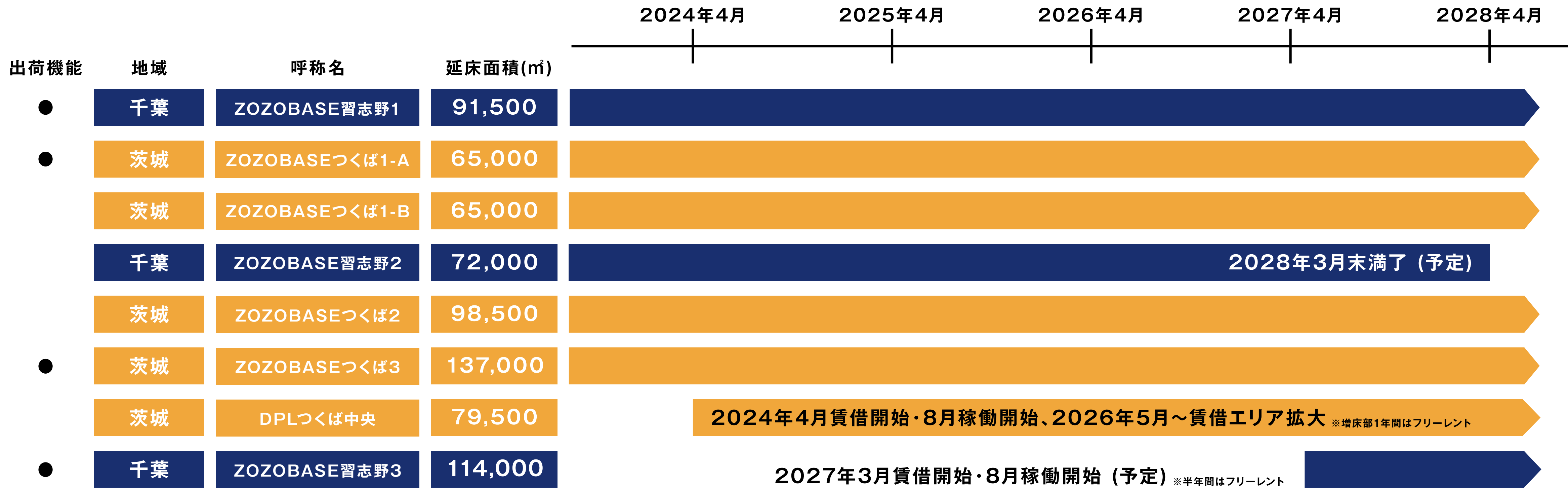
広告事業

ZOZOTOWN及びWEAR by ZOZO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

その他

商品取扱高= Yahoo!ショッピングにおけるZOZOオブション契約ストアの商品取扱高（26/03期2Qをもって計上終了） / ZOZOMO経由の商品取扱高 / ZOZOSUIT（有料販売分）の商品取扱高 / High Linkの商品取扱高の合算値
売上高= ZOZOTOWN事業に付随した事業の売上（送料収入、決済手数料収入等） / 前述のその他商品取扱高に関連した売上等の合算値
※High Link：商品取扱高はPB商品および小分け単品商品のオンライン販売分のみを計上、
売上高は香りの総合プラットフォーム「カラリア」を含むHigh Link経由の全事業売上を計上。

物流拠点拡張計画



参考情報

コーポレートサイトのご紹介

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。

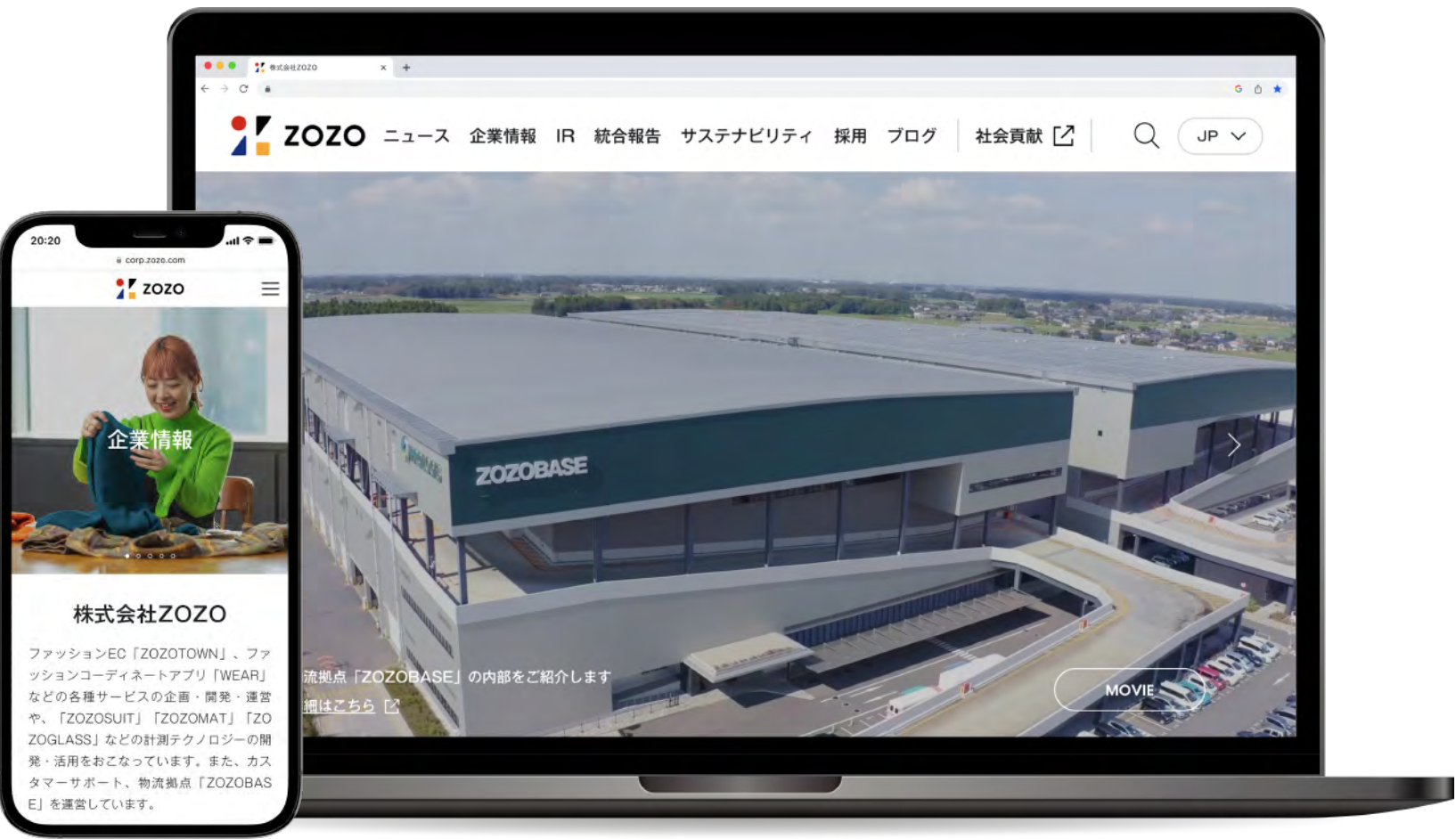
統合報告ポータル

... 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。

ESG/CSR 関連情報

... 当社のESG/CSRの取り組みについて紹介しております。

- ・ ESGデータ
- ・ 外部評価



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。

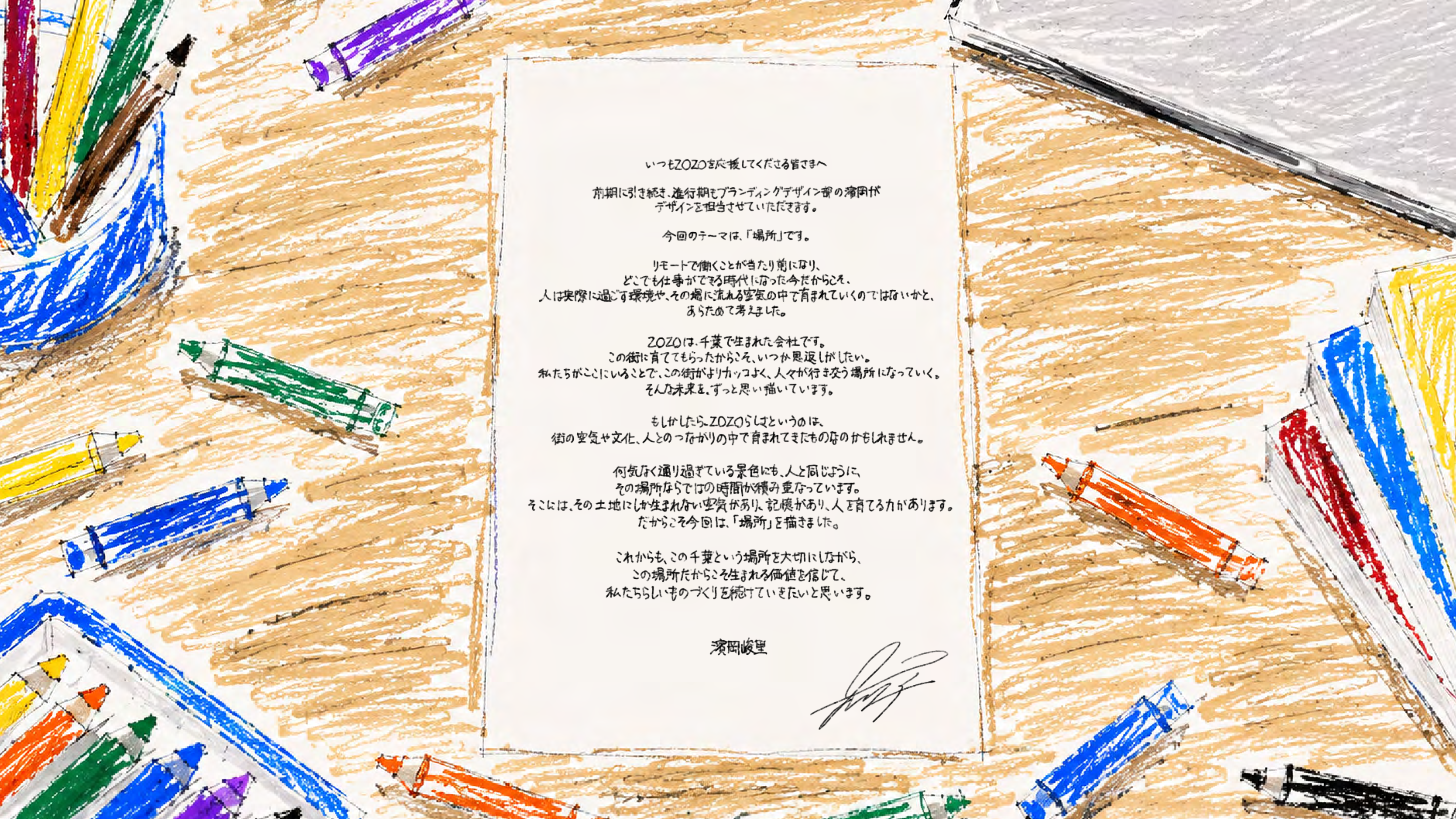
ご登録は下記URLよりお願いいたします。なお、IRメールニュースは、株式会社マジカルポケットが提供するメール配信サービスを通じて配信しています。

IRメールご登録はこちら

**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。**



いつもZOZOを応援してくださる皆さまへ

前期に引き続き、進行期もブランディングデザイン部の濱岡が
デザインを担当させていただきます。

今回のテーマは、「場所」です。

リモートで働くことが当たり前になり、
どこでも仕事ができる時代になった今だからこそ、
人は実際に過ごす環境や、その場に流れる空気の中で育まれていくのではないかと、
あらためて考えました。

ZOZOは、千葉で生まれた会社です。
この街に育ってもらったからこそ、いつか恩返しをしたい。
私たちがここにいて、この街がよりカッコよく、人々が行き交う場所になっていく。
そんな未来を、ずっと思い描いています。

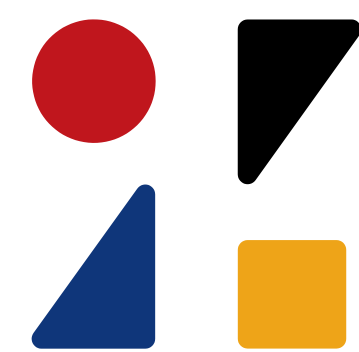
もしかしたらZOZOらしさというのは、
街の空気や文化、人とのつながりの中で育まれてきたもののなのかもしれません。

何気なく通り過ぎている景色にも、人と同じように、
その場所ならではの時間が積み重なっています。
そこには、その土地にしか生まれない空気があり、記憶があり、人を育てる力があります。
だからこそ今回は、「場所」を描きました。

これからも、この千葉という場所を大切にしながら、
この場所だからこそ生まれる価値を信じて、
私たちらしいものづくりを続けていきたいと思っています。

濱岡峻聖





ZOZO