

# 2020

## 3Q FY2019

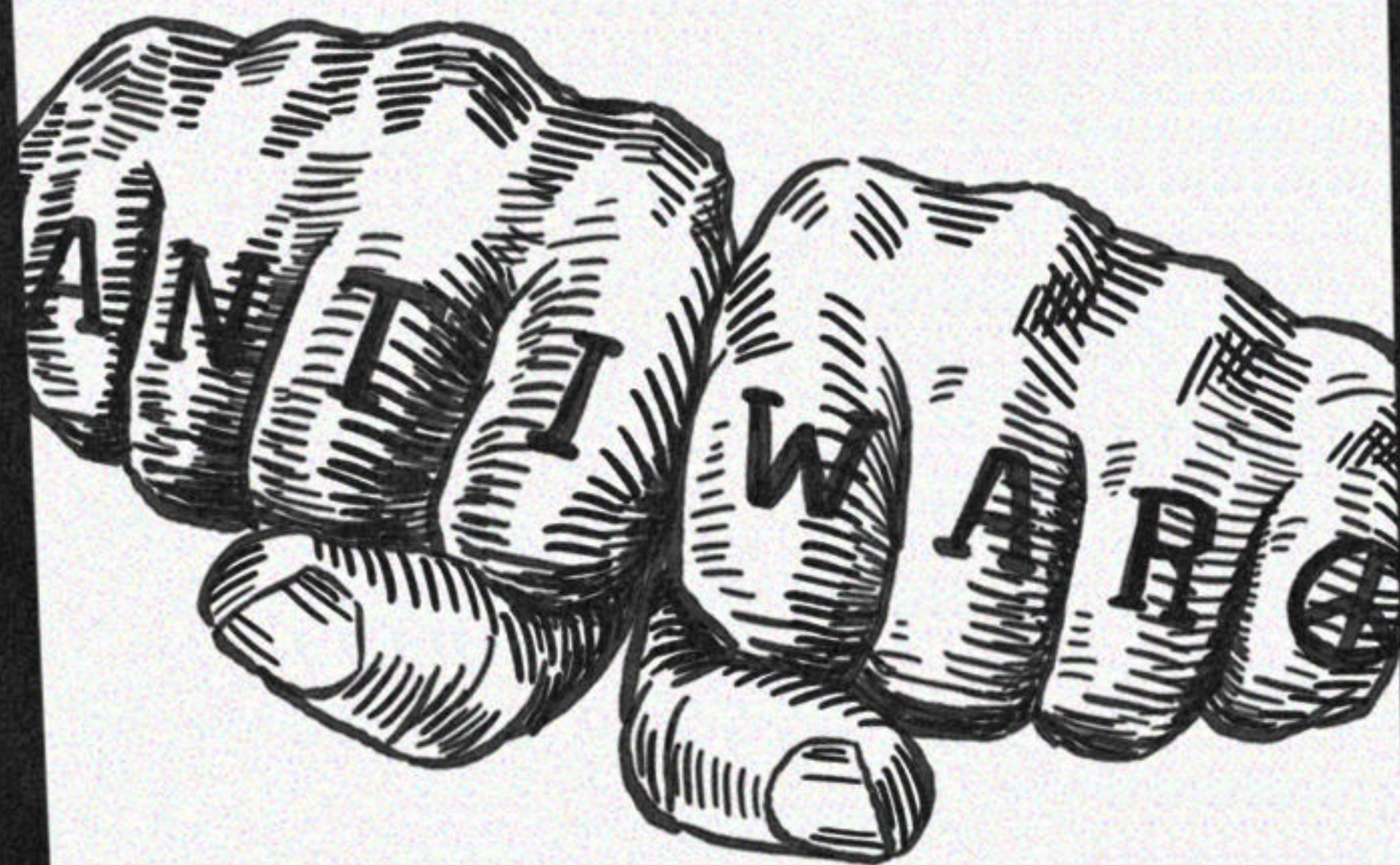
CONSOLIDATED

BUSINESS RESULTS

株式会社ZOZO

2020年3月期第3四半期

決算説明会資料



KNEW A

ハイライト

3Q FY2019 ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS

# 20/03期 3Qハイライト

商品取扱高

**2,538 億円**

(前年同期比 +7.8% / 達成率 69.2%)

営業利益

**193 億円**

(前年同期比 -6.0% / 達成率 60.6%)

営業利益率

**7.6%**

(前年同期比 -1.2ポイント)

# 連結業績の概要（四半期毎）

（単位：百万円）

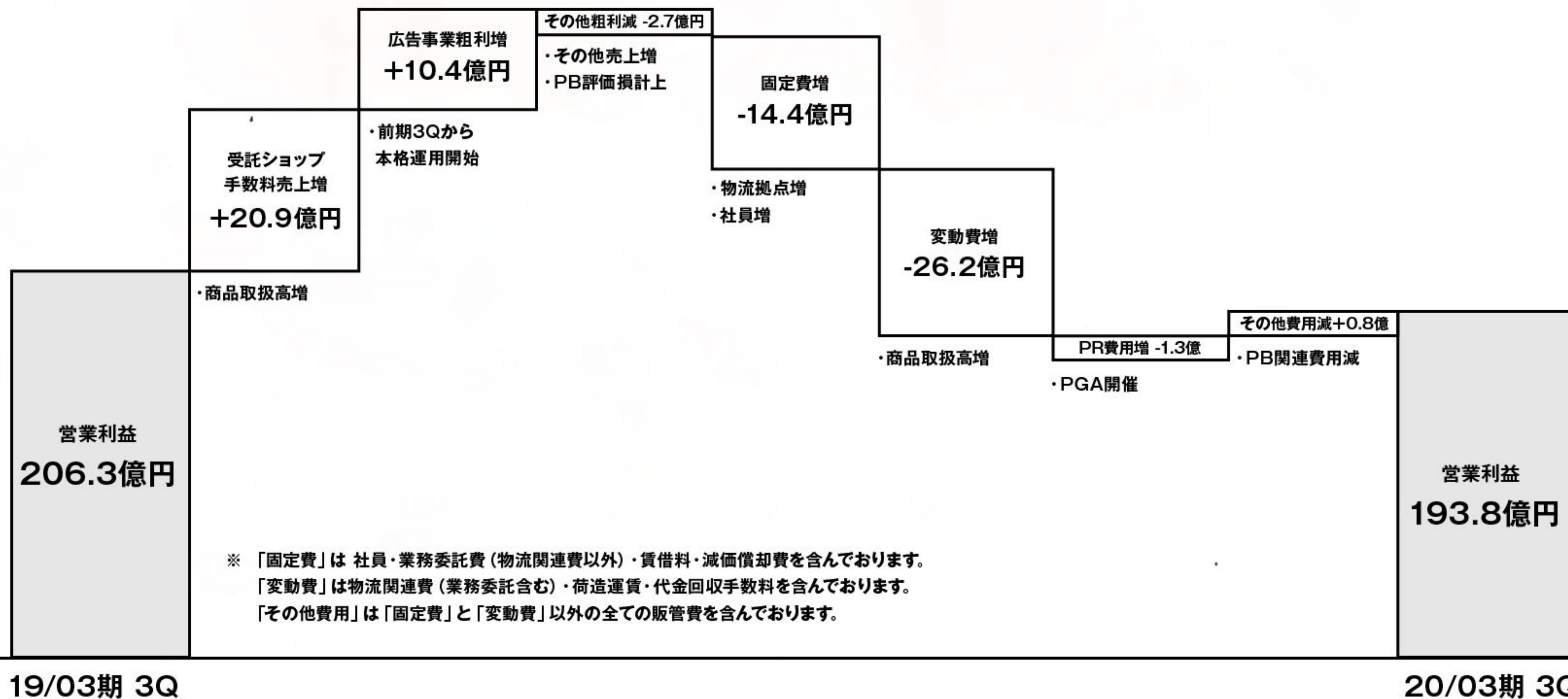
	19/03期				20/03期		
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期	第2四半期	第3四半期
商品取扱高	70,506	70,906	94,005	88,400	79,743	79,845	94,278
前年同期比	18.0%	16.8%	21.0%	20.1%	13.1%	12.6%	0.3%
売上高	26,552	27,212	36,010	28,630	28,197	29,045	34,645
販管費	18,376	20,559	21,490	18,882	18,483	20,683	25,382
前年同期比	54.9%	50.2%	30.4%	19.7%	0.6%	0.6%	18.1%
対取扱高比	26.1%	29.0%	22.9%	21.4%	23.2%	25.9%	26.9%
営業利益	5,874	4,178	10,577	5,023	7,786	5,467	6,131
前年同期比	-26.4%	-28.6%	8.8%	-44.9%	32.6%	30.8%	-42.0%
対取扱高比	8.3%	5.9%	11.3%	5.7%	9.8%	6.8%	6.5%

- ・商品取扱高 成長鈍化要因：消費増税や暖冬等による市況悪化の影響を受けたため
- ・営業利益 成長鈍化要因：上記要因による粗利の未達、PGA・バスキア展等による販管費増加

# 業績

3Q FY2019 ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS

# 営業利益の増減分析（対前年同期比）



19/03期 3Q

20/03期 3Q

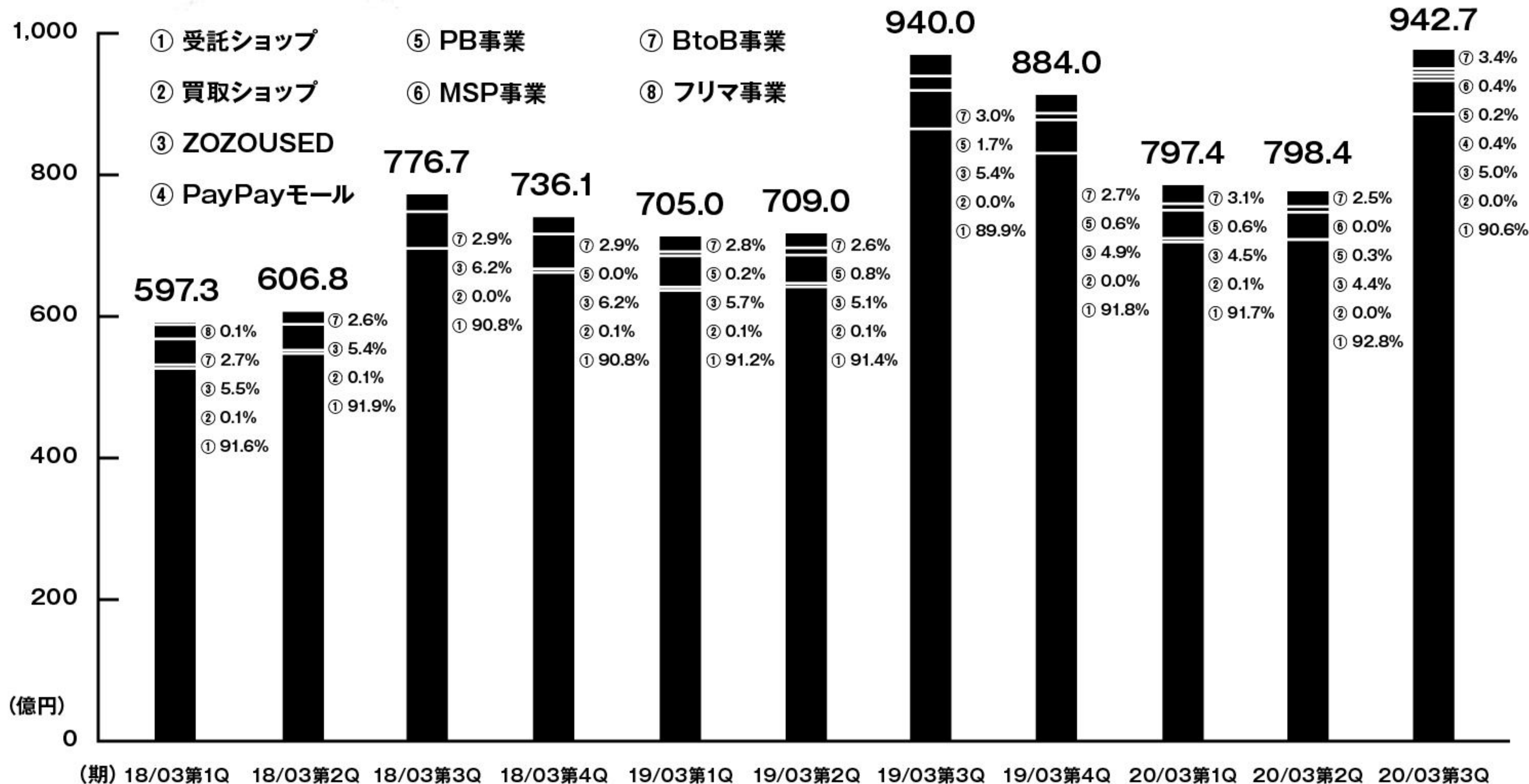
# 連結財政状態

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2019年3月31日)	当第3四半期 連結会計期間 (2019年12月31日)		前連結会計年度 (2019年3月31日)	当第3四半期 連結会計期間 (2019年12月31日)
流動資産	57,904	64,421	流動負債	52,245	54,355
うち、現預金	21,560	20,210	うち、短期借入金	22,000	22,000
うち、商品及び製品	4,533	3,476	固定負債	4,059	4,112
固定資産	21,056	22,051	負債合計	56,304	58,468
有形固定資産	6,318	8,990	株主資本	22,528	27,983
無形固定資産	3,112	3,081	うち、自己株式	-24,412	-24,412
投資等	11,626	9,978	純資産合計	22,656	28,005
資産合計	78,961	86,473	負債・純資産合計	78,961	86,473

# 商品取扱高の推移（四半期）

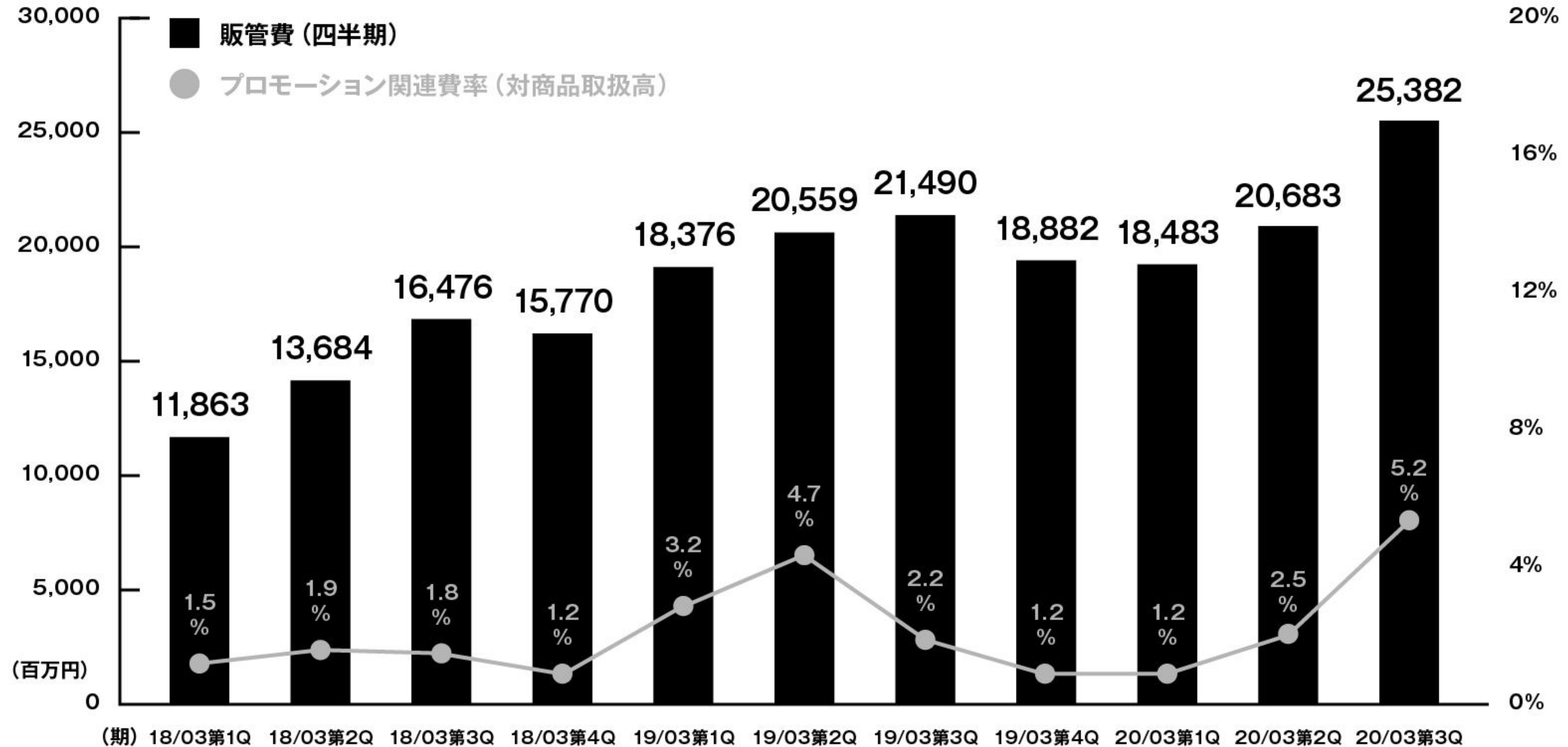
前年同期比  
+0.3%



※フリマ事業は2017年6月30日をもってサービスを終了いたしました。



# 販管費の推移（四半期）



# 販管費の内訳

(単位:百万円)

	19/03期 3Q		20/03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	15,549	6.6%	17,228	6.8%	0.2%	
社員	6,066	2.6%	6,265	2.5%	-0.1%	連結従業員数推移:18年12月末1,077名 → 19年12月末1,161名
物流関連費(業務委託含む)	9,482	4.0%	10,962	4.3%	0.3%	商品単価の下落に伴う比率増加 / 拠点増加に伴う横持ち便費用増加 / アルバイト改革に伴う時給増
業務委託費(物流関連費以外)	3,270	1.4%	3,318	1.3%	-0.1%	
荷造運賃	15,373	6.5%	16,184	6.4%	-0.1%	
代金回収手数料	6,741	2.9%	7,080	2.8%	-0.1%	
プロモーション関連費用	7,651	3.3%	7,788	3.1%	-0.2%	
うち広告宣伝費	5,530	2.3%	4,288	1.7%	-0.6%	ZOZOSUIT配布数減少
うちポイント関連費	2,120	0.9%	3,499	1.4%	0.5%	ポイント施策の増加
賃借料	2,864	1.2%	3,709	1.5%	0.3%	拠点増加に伴う増加
減価償却費	1,054	0.4%	1,410	0.6%	0.2%	拠点増加に伴う増加
のれん償却額	358	0.2%	362	0.1%	-0.1%	
株式報酬費用	80	0.0%	-103	0.0%	0.0%	
その他	7,481	3.2%	7,572	3.0%	-0.2%	前期は高額のスポンサー費用が発生
販管費	60,426	25.7%	64,549	25.4%	-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。

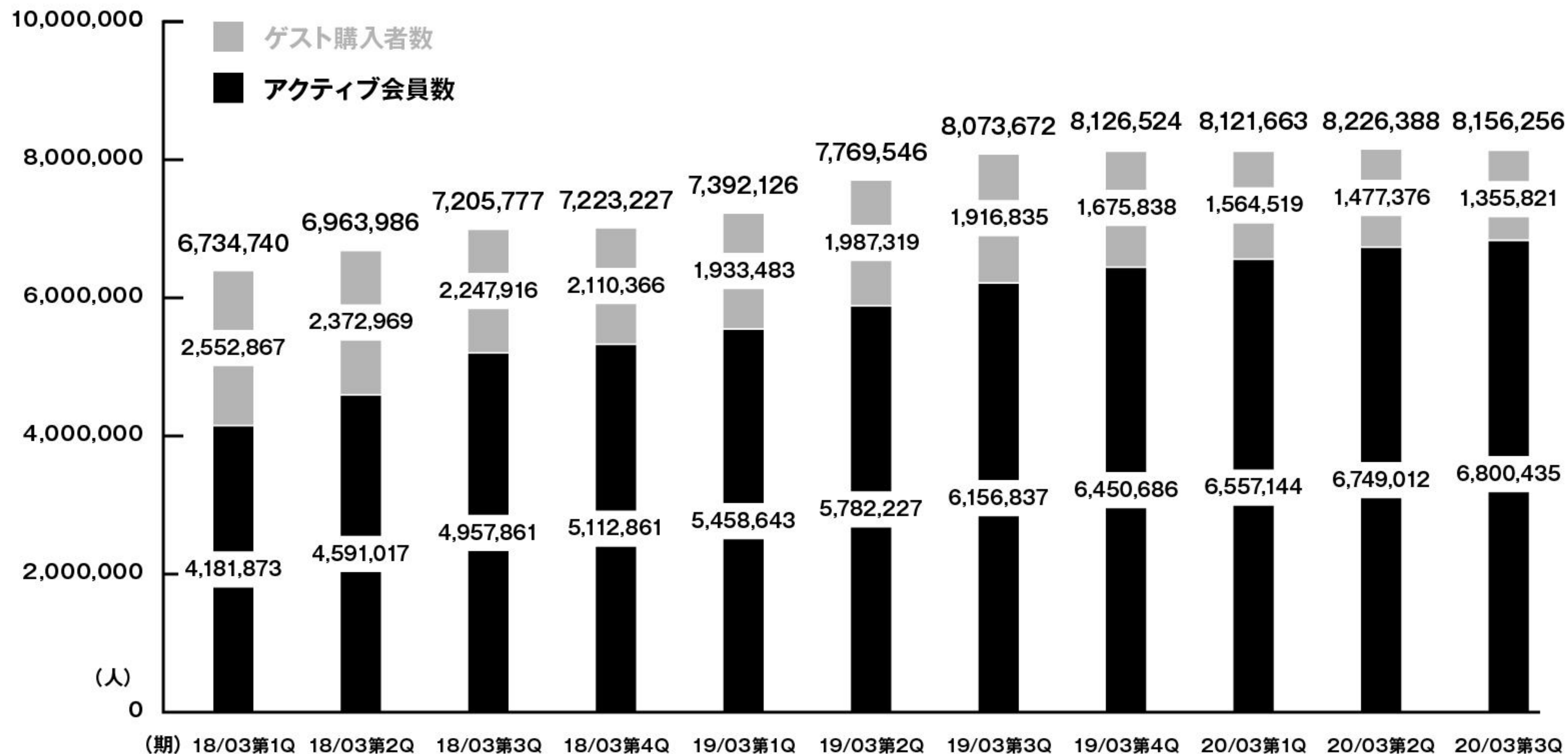
なお、項目内の「社員」は役員および正社員、「物流関連費」はアルバイト・派遣(外注人件費)および業務委託費のうち物流業務に従事する人員の人件費相当額となります。

# 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

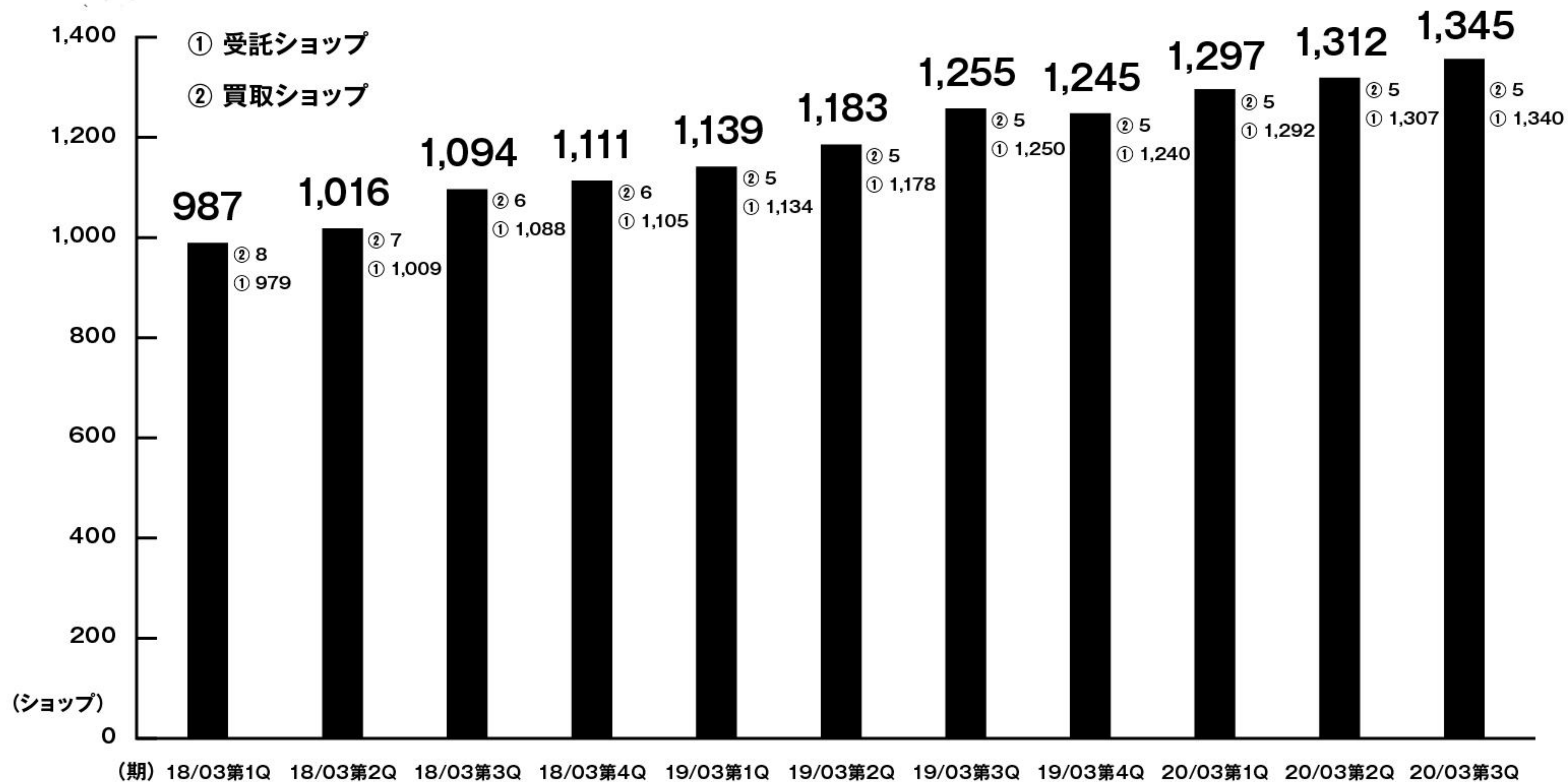
ゲスト購入者数=過去1年間のゲスト購入件数の合計

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)」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。

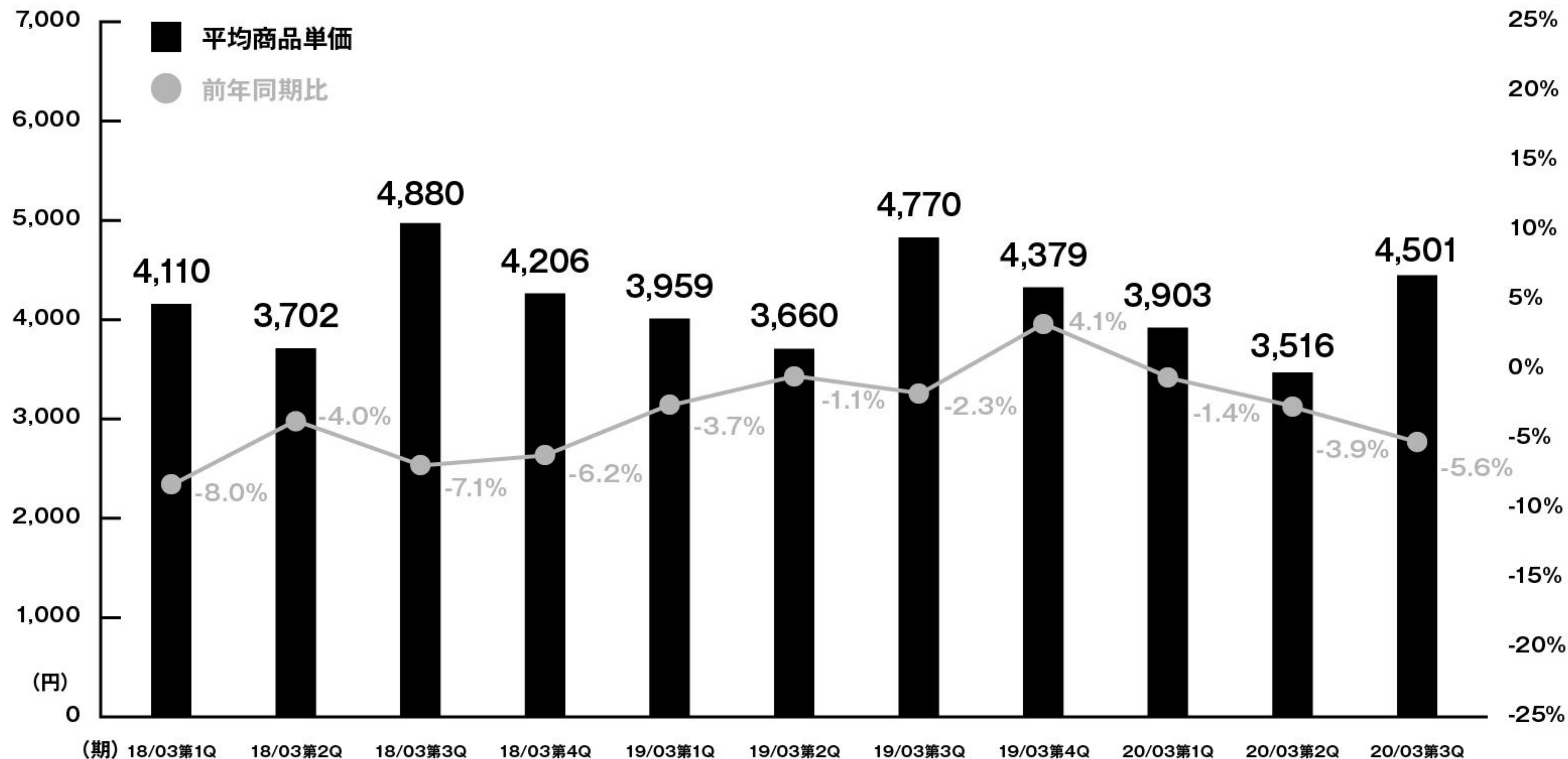
# ZOZOTOWN出店ショップ数の推移



※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

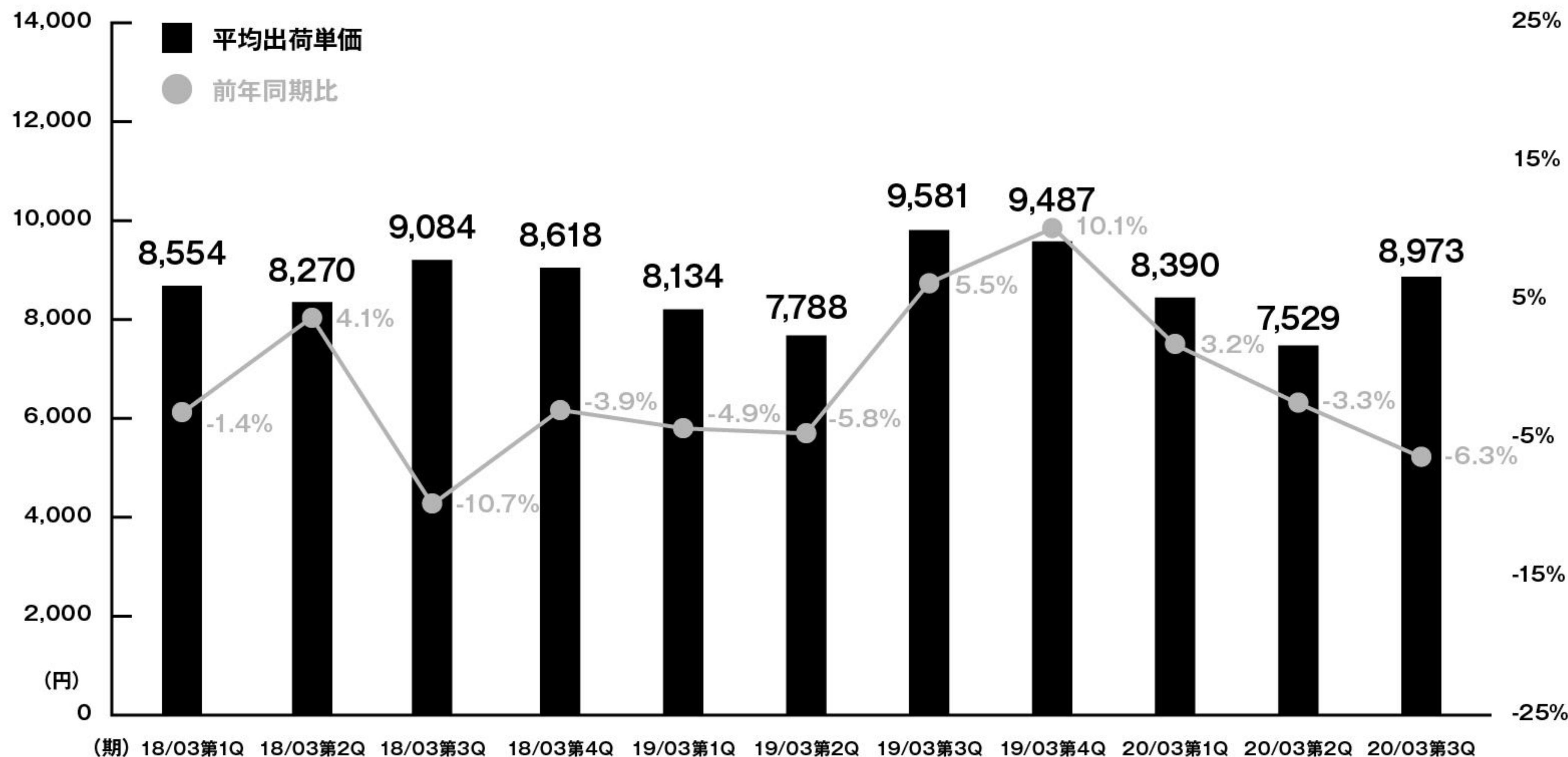
平均商品単価はZOZOTOWNの商品取扱高を同期間の出荷枚数で除すことにより算出(PB・MSPを含む)



※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。

## 20/03期 通期連結業績予想・配当金

	20/03期計画	成長率(%)
商品取扱高	3,670億円	13.3%
売上高	1,360億円	14.9%
営業利益	320億円	24.7%
営業利益率	8.7%	—
経常利益	320億円	24.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	225億円	40.8%
1株当たり当期純利益	73.7円	—
1株当たり配当金(予定)	30円	—



**ZOZO**





**ZOZO**

想像と創造の一年。  
2020年、



今後、さらに磨いていくもの。



# MORE FASHION

もっとファッションの会社らしく。

ファッション好きが集まる会社だからこそ、できることをどんどんやる。



# FASHION TECH

圧倒的なファッション関連データをもっともっと使い倒す。  
創造力と技術力で革新を起こす。

3つの、やるべきこと。

# 3つの、やるべきこと。

Fashion apparel

Fashion 000

B  
2  
C

1

ターゲット  
明確化

2

カテゴリー  
強化

B  
2  
B

3

メニュー  
強化

事業領域

商品領域

# 3つの、やるべきこと。

Fashion apparel

Fashion 000

B  
2  
C

1

ターゲット  
明確化

2

カテゴリー  
強化

B  
2  
B

3

メニュー  
強化

事業領域

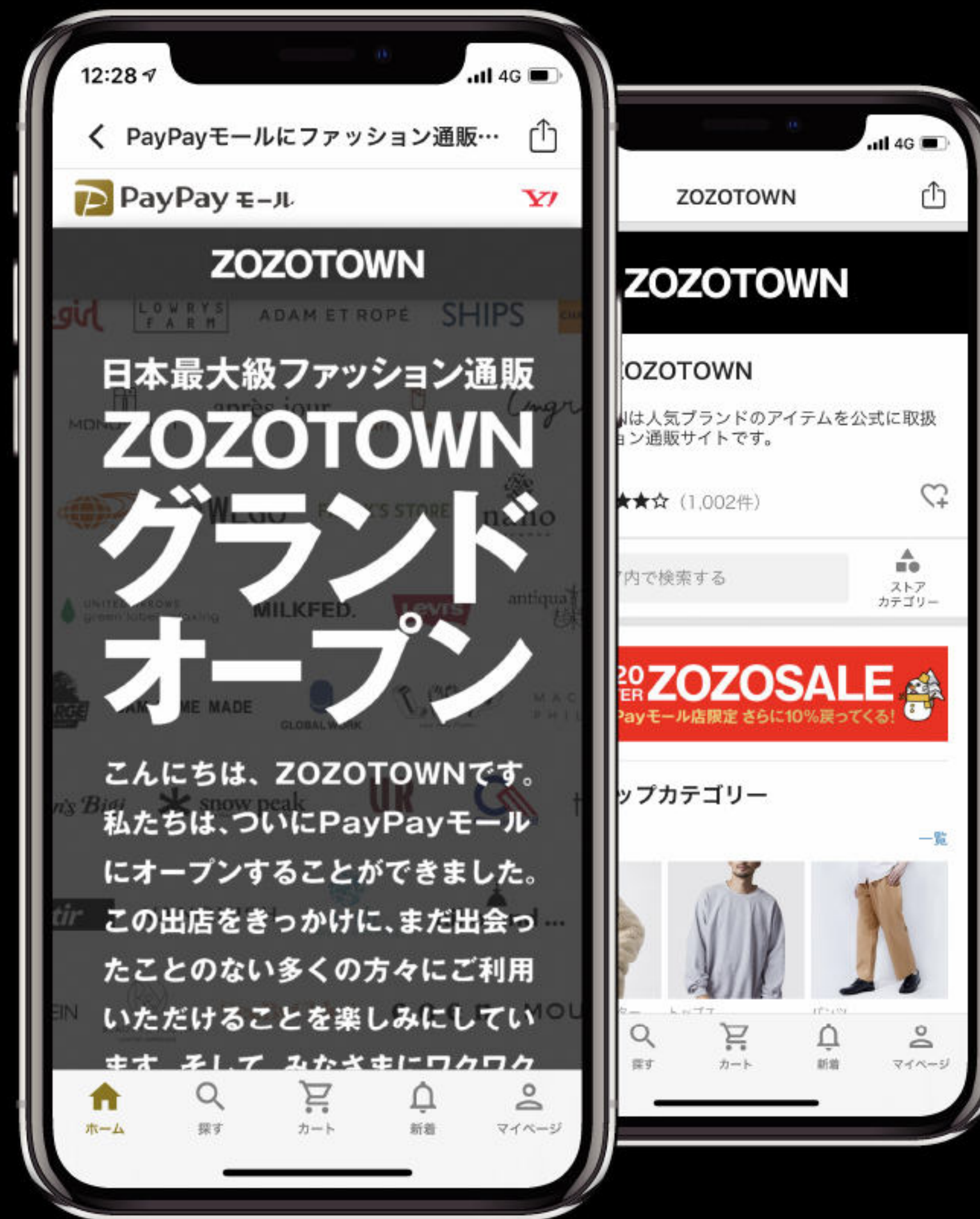
商品領域



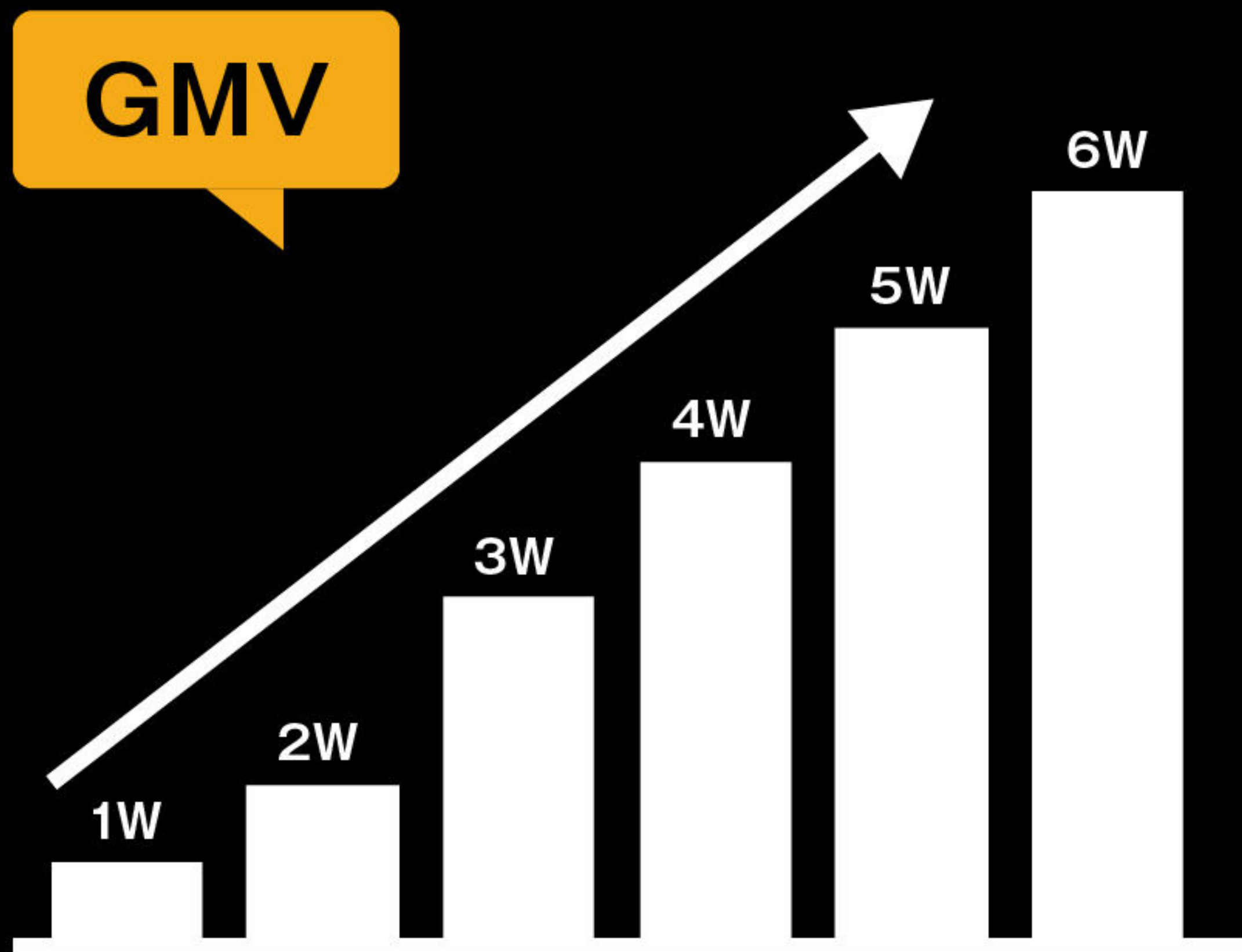
# ZOZO TOWN

PayPayモール店

2019.12.17グランドオープン

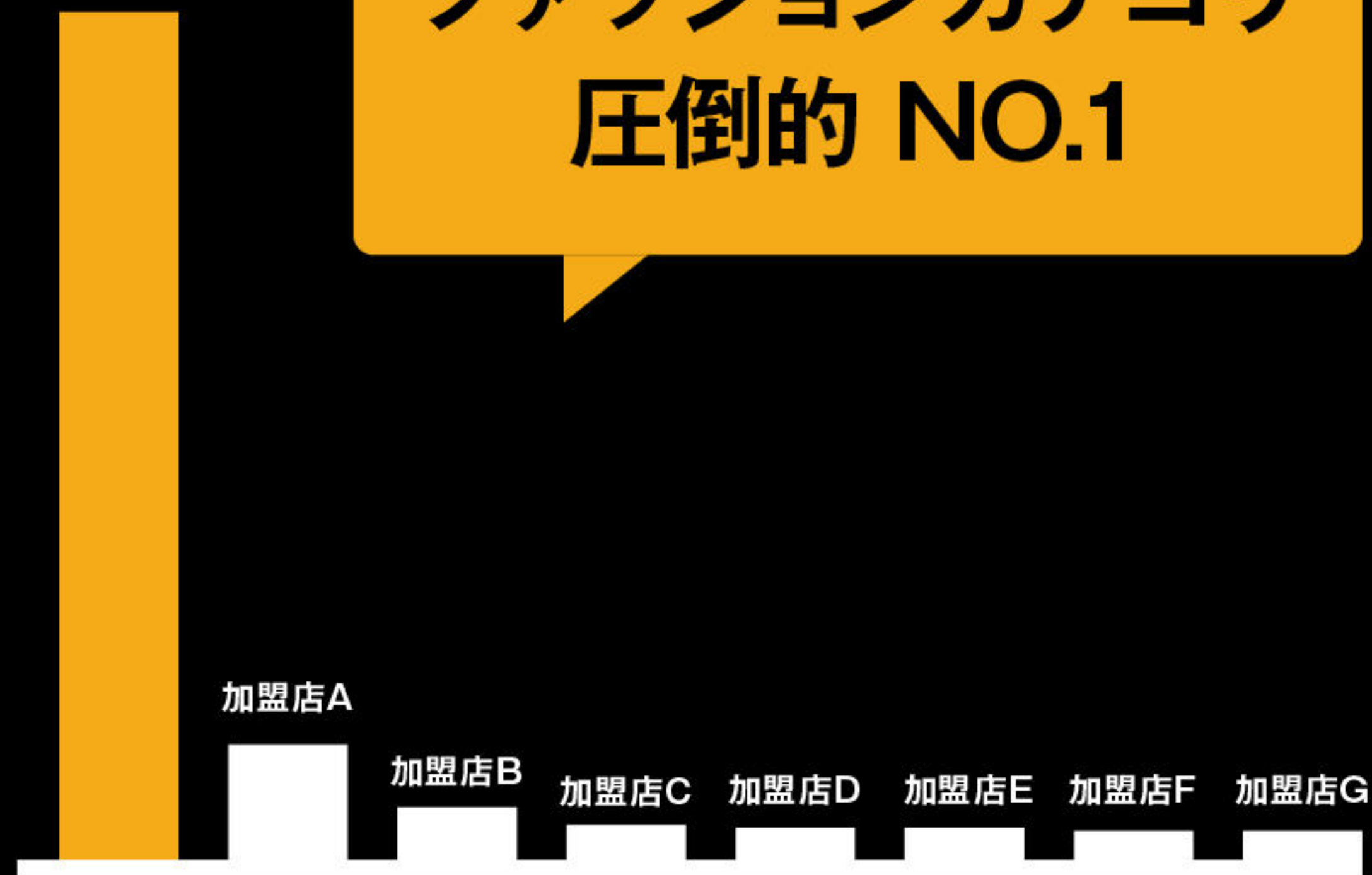


# オープン後、GMVは順調に拡大



ZOZO

ファッションカテゴリ  
圧倒的 NO.1



※ PayPayモール + YSHP 実績 ※ 2019/12/17 ~ 2020/1/26 実績

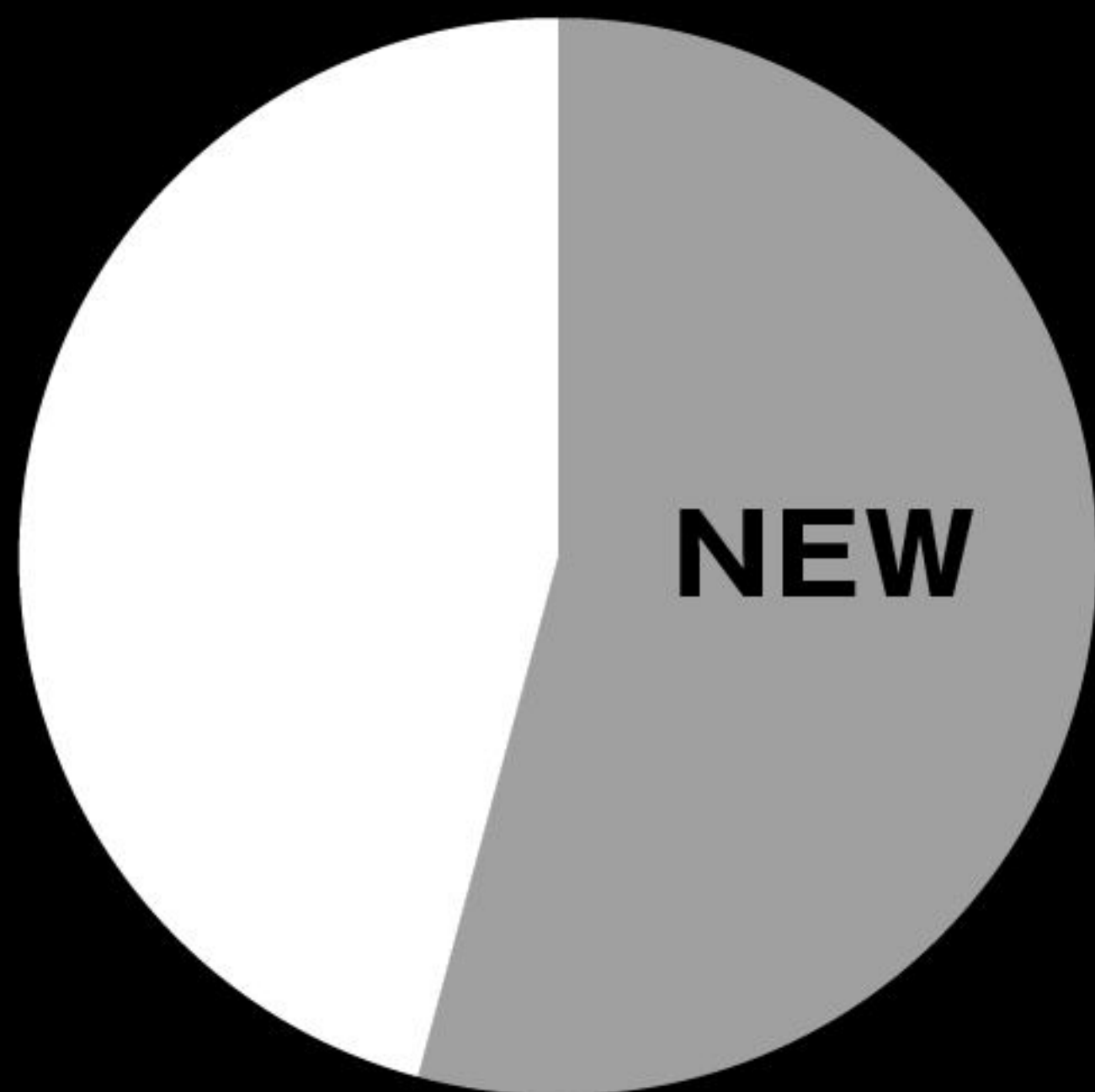
1/1 元旦セール 初日

ZOZOTOWN

PayPayモール内の全ストアで

売上 No.1

事業基盤も盤石、視界良好



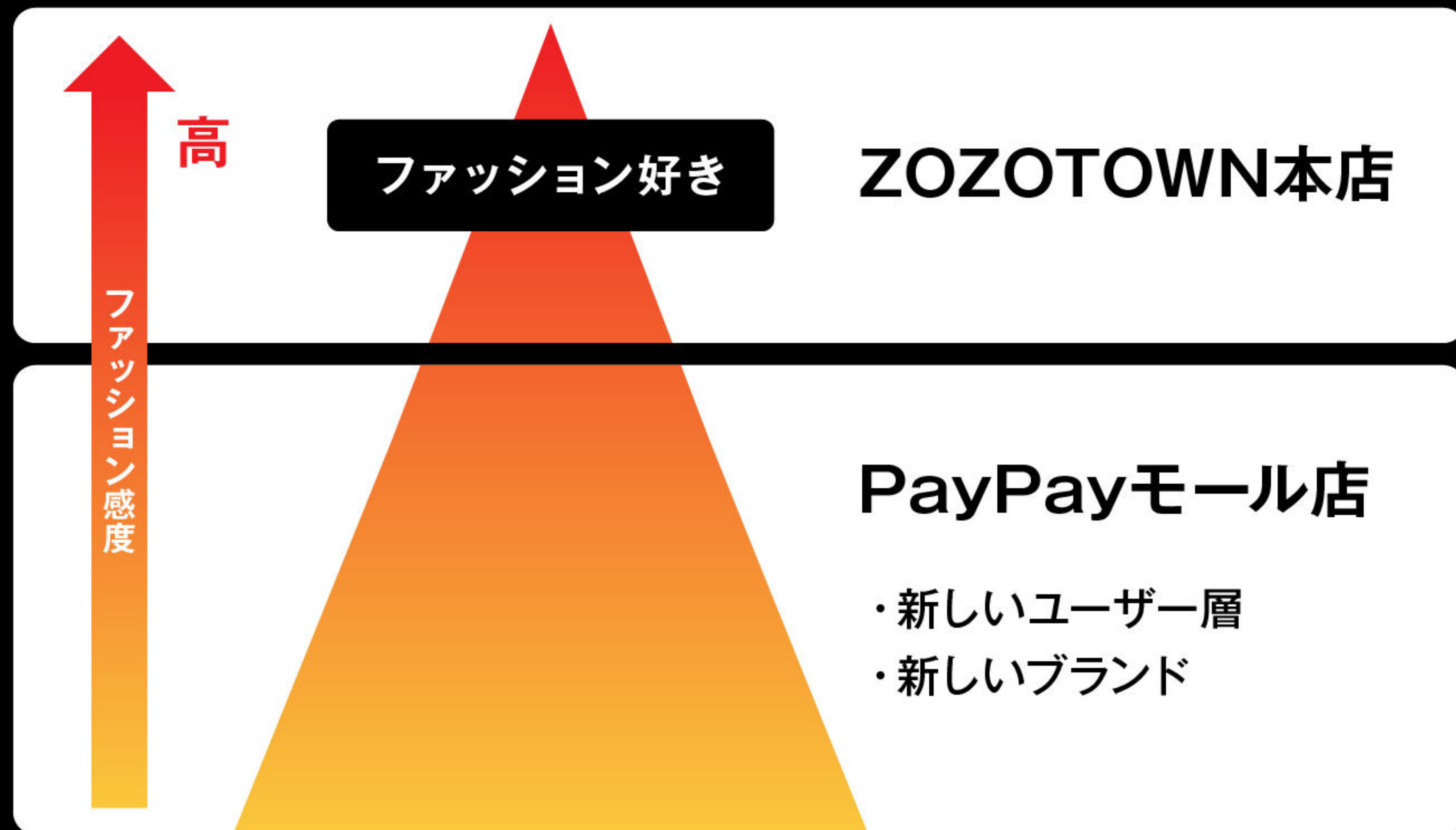
注文者の  
約6割が新規客



ZOZOTOWN出店ショップのうち、  
約9割のショップが参加

※2020年1月8日時点

# 本店とPayPayモール店のすみ分け



戦略的に  
ユーザー  
拡大を狙う

# 本店とPayPayモール店の戦略

ZOZOTOWN本店

- ・ZOZOMAT
- ・CHINA
- ・WEAR

両軸で  
成長

PayPayモール店

- ・UI/UXの改善
- ・プロモーション
- ・ZOZOによる運営

今後もZOZOとZHDで色々な施策をやっていきます



Payment  
USED  
Logi  
Media  
PayPayモール  
エンジニアリング支援

Z HOLDINGS

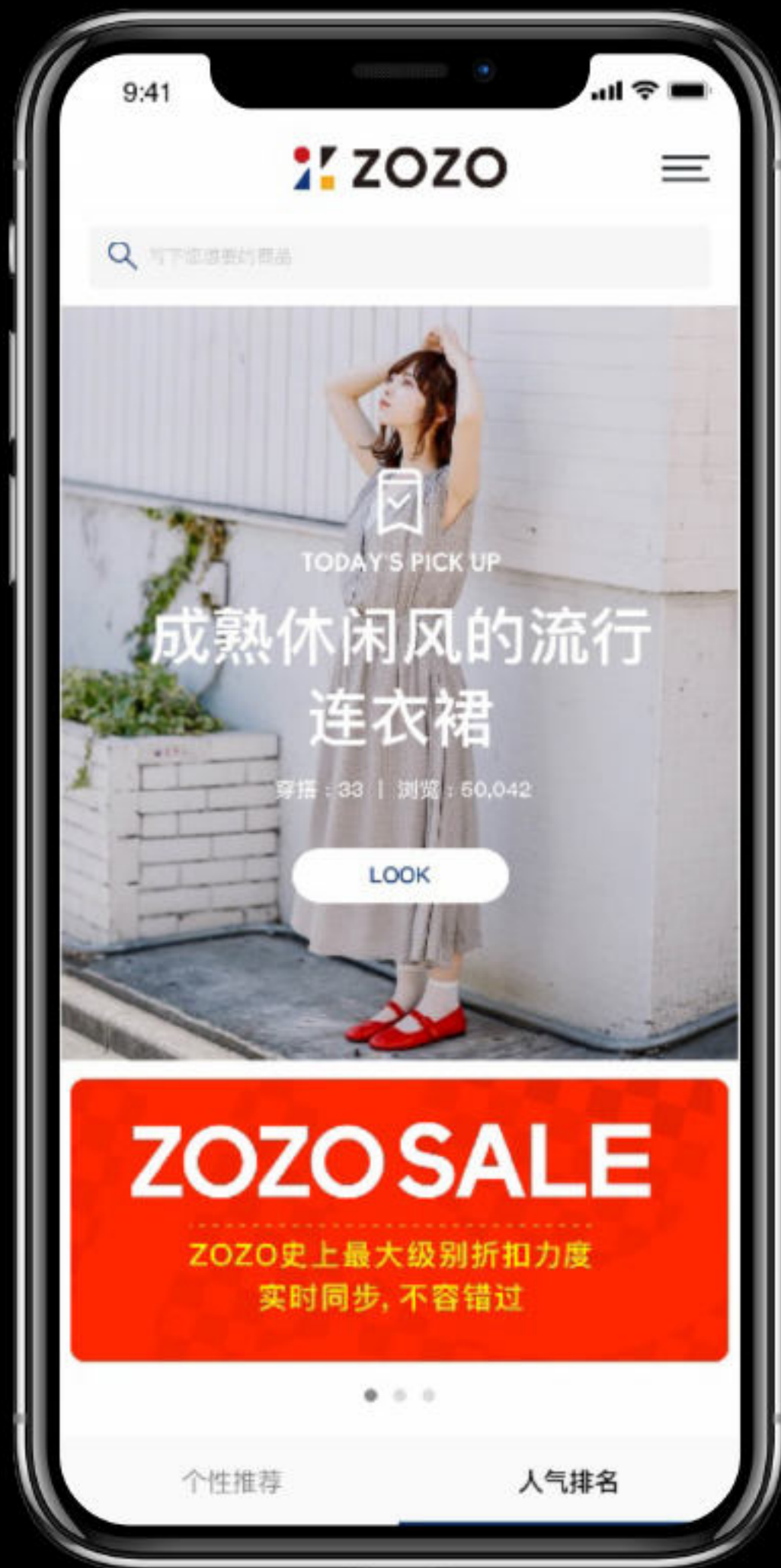


# 中国版 ZOZOTOWN 2019.12.10 OPEN

<https://zozo.cn/>







## ユーザーレビュー



日本からの直送で物流も早い。



质量好, 折扣大, 价值高.

品質が良い、値引幅が大きく、  
お得感がある。



支持ZOZO. 我想要更多日本品牌.

ZOZOを応援する。  
日本のブランドをどんどん  
増やして欲しい。



物流很早, 包装考究, 性价比高.

物流は早い、梱包も丁寧、  
コスパが良い。



盒子很牢固, 商家很用心.

箱もしっかりしていて、  
丁寧さを感じる。

# 3つの、やるべきこと。

Fashion apparel

Fashion 000

B  
2  
C

1

ターゲット  
明確化

2

カテゴリー  
強化

B  
2  
B

3

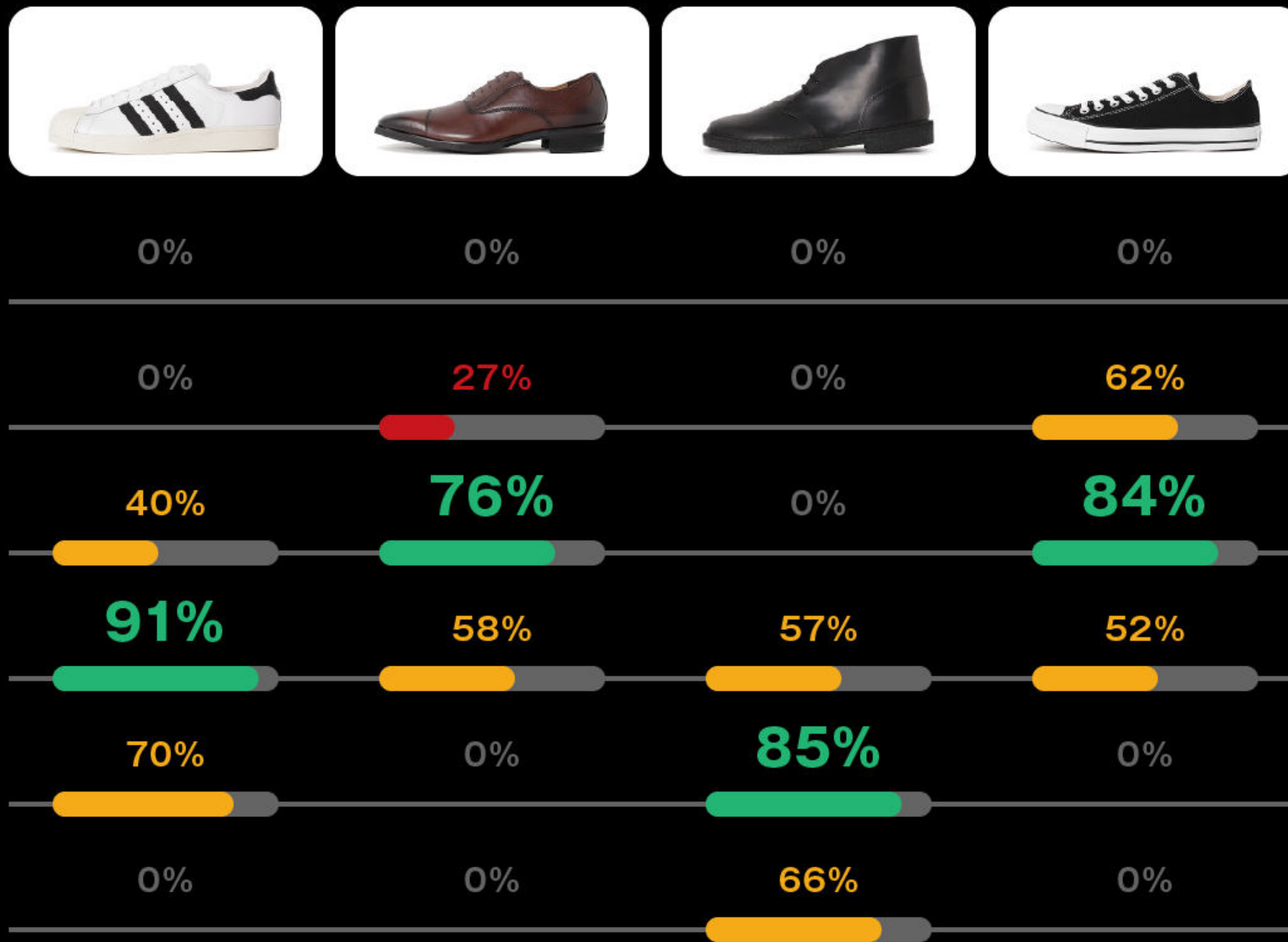
メニュー  
強化

事業領域

商品領域



# サイズマッチング(相性度)



2月下旬

サービス開始

# 3つの、やるべきこと。

Fashion apparel

Fashion 000

B  
2  
C

1

ターゲット  
明確化

2

カテゴリー  
強化

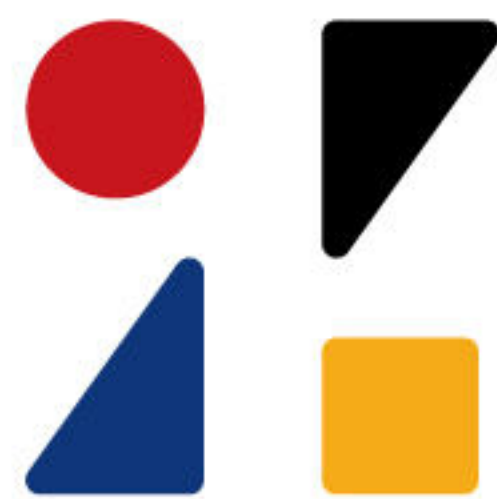
B  
2  
B

3

メニュー  
強化

事業領域

商品領域



**ZOZO**