

2021年3月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕(連結)



2020年7月30日

東

上場会社名 株式会社ZOZO 上場取引所
 コード番号 3092 URL https://corp.zozo.com
 代表者 (役職名) 代表取締役社長兼CEO (氏名) 澤田 宏太郎
 問合せ先責任者 (役職名) 取締役副社長兼CFO (氏名) 柳澤 孝旨 (TEL) 043(213)5171
 四半期報告書提出予定日 2020年8月14日 配当支払開始予定日 —
 四半期決算補足説明資料作成の有無 : 有
 四半期決算説明会開催の有無 : 有 (アナリスト・機関投資家向け)

(百万円未満切捨て)

1. 2021年3月期第1四半期の連結業績(2020年4月1日~2020年6月30日)

(1) 連結経営成績(累計)

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2021年3月期第1四半期	33,674	19.4	10,423	33.9	10,473	37.5	7,321	37.5
2020年3月期第1四半期	28,197	6.2	7,786	32.6	7,618	30.0	5,326	27.9

(注) 包括利益 2021年3月期第1四半期 7,340百万円(38.3%) 2020年3月期第1四半期 5,307百万円(27.2%)

	1株当たり 四半期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益
	円 銭	円 銭
2021年3月期第1四半期	23.98	—
2020年3月期第1四半期	17.45	—

(注) 潜在株式調整後1株当たり四半期純利益については、希薄化効果を有している潜在株式が存在しないため、記載しておりません。

(2) 連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
	百万円	百万円	%
2021年3月期第1四半期	92,390	36,380	39.4
2020年3月期	94,186	34,534	36.7

(参考) 自己資本 2021年3月期第1四半期 36,378百万円 2020年3月期 34,533百万円

2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2020年3月期	—	12.00	—	18.00	30.00
2021年3月期	—	—	—	—	—
2021年3月期(予想)	—	15.00	—	22.00	37.00

3. 2021年3月期の連結業績予想(2020年4月1日~2021年3月31日)

(%表示は、対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	143,700	14.5	39,500	41.6	39,500	42.9	27,600	46.8	90.40

※ 注記事項

(1) 当四半期連結累計期間における重要な子会社の異動 : 無
 (連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動)
 新規 一社(社名) 、除外 一社(社名)

(2) 四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用 : 無

(3) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

- ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更 : 無
- ② ①以外の会計方針の変更 : 無
- ③ 会計上の見積りの変更 : 無
- ④ 修正再表示 : 無

(4) 発行済株式数(普通株式)

① 期末発行済株式数(自己株式を含む)	2021年3月期1Q	311,644,285株	2020年3月期	311,644,285株
② 期末自己株式数	2021年3月期1Q	6,349,103株	2020年3月期	6,349,103株
③ 期中平均株式数(四半期累計)	2021年3月期1Q	305,295,182株	2020年3月期1Q	305,295,182株

※ 四半期決算短信は公認会計士又は監査法人の四半期レビューの対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

・本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。業績予想の前提となる条件及び業績予想のご利用に当たっての注意事項等については、添付資料8ページ「1. 当四半期決算に関する定性的情報(3) 業績予想などの将来予測に関する説明」をご覧ください。

・当社は、2020年7月30日に機関投資家及びアナリスト向けの決算説明会を開催する予定です。その模様及び説明内容については、当日使用する決算説明資料とともに、開催後速やかに当社ホームページに掲載する予定です。

○添付資料の目次

1. 当四半期決算に関する定性的情報	2
(1) 経営成績に関する説明	2
(2) 財政状態に関する説明	7
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明	8
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記	10
(1) 四半期連結貸借対照表	10
(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書	12
(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項	14
(継続企業の前提に関する注記)	14
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	14

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

当期の経営成績

[表1] 前年同期比

(単位:百万円)

	前第1四半期連結累計期間 (自 2019年4月1日 至 2019年6月30日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2020年4月1日 至 2020年6月30日)	前年同期比
商品取扱高	79,743 (100.0%)	95,330 (100.0%)	19.5%
売上高	28,197 (35.4%)	33,674 (35.3%)	19.4%
差引売上総利益	26,270 (32.9%)	32,283 (33.9%)	22.9%
営業利益	7,786 (9.8%)	10,423 (10.9%)	33.9%
経常利益	7,618 (9.6%)	10,473 (11.0%)	37.5%
親会社株主に帰属する四半期純利益	5,326 (6.7%)	7,321 (7.7%)	37.5%

() 内は商品取扱高に対する割合です。

当社グループは、「世界中をカッコよく、世界中に笑顔。Be unique. Be equal.」という企業理念のもと、日本最大級のファッションECサイト「ZOZOTOWN」の運営、及びファッションメディア「WEAR」の運営を中心に事業活動を行っております。

当第1四半期連結累計期間は、新型コロナウイルス感染拡大の影響でブランドの実店舗が営業自粛となる等、アパレル業界にとって非常に厳しい市況となりました。この状況下で当社グループは、ZOZOTOWNにおいてはユニークユーザー数拡大及びコンバージョンレートを(ユニークユーザーの購買率)向上を目指し、ユーザーとブランド双方にとって魅力的なサイト作りにより一層注力してまいりました。具体的には、実店舗休業により販売チャネルが限定されてしまったブランドの下支えとなるべく、ZOZOTOWN本店において2020年4月の土日計6日間、当社負担による送料無料キャンペーンを実施いたしました。また、同5月にはセールイベント「ZOZOWEEK」を実施(2020年5月15日~24日の10日間)、同6月5日からは例年よりも早期に夏の本セールを開始する等、ZOZOTOWNにおける販売力の最大化に取り組みました。加えて、引き続き多様化するユーザーニーズに対応できるよう積極的に幅広いジャンルの新規ブランドの出店も進めてまいりました。

当社グループは2019年12月17日よりヤフー(株)が運営するオンラインショッピングモール「PayPayモール」へZOZOTOWNを出店いたしました。ZOZOTOWNに出店している約9割のショップがPayPayモールでも販売をしており、徐々に売上を拡大しております。出店以来、PayPayモールの大幅なポイント還元による価格優位性を強みに、従来のZOZOTOWNユーザーとは属性の異なる幅広いユーザーとの接点を増やすことで、新たな顧客層の拡大を進めてまいりました。今後も親会社との連携深化を促進し、シナジー効果を最大化できるよう、最大限の取り組みを推進してまいります。

2019年秋より開始したMSP(マルチサイズプラットフォーム)事業については、参加ブランド及びアイテム数を拡大し春夏商品を中心に販売を行ってまいりました。体型計測デバイスとしては、2020年2月27日より足型の3Dデータ化を行い靴選びに必要な複数部位の計測を可能とする「ZOZOMAT」の配布を開始し、同6月11日には計測者数が100万人を突破するなど既に多くのユーザーに活用いただいております。本施策により、ZOZOTOWNでの靴カテゴリーの商品取扱高拡大を目指すとともに、ユーザーにとって快適で便利な靴選びを可能とする新しい購買体験を提供できると期待しております。当第1四半期連結累計期間は外出自粛ムードが高かった中でも、同3月4日にオープンした靴の専門モール「ZOZOSHORES」の貢献もあり、靴カテゴリーは順調に売上を伸ばしております。

BtoB事業においては、2019年10月より、ZOZOTOWNの出店ブランドを対象にZOZOTOWNと自社ECの在庫一元化を図ることで両者における機会損失の最小化を目指す、フルフィルメント支援に特化したサービス「Fulfillment by ZOZO」を開始し、引き続き注力しております。デジタルシフトが進むことで、今後ブランド各社が自社ECの活用をより積極化することが見込まれており、当期の事業拡大にも期待しております。

これらの結果、当第1四半期連結累計期間における商品取扱高は95,330百万円(前年同期比19.5%増)、売上高は33,674百万円(同19.4%増)、差引売上総利益は32,283百万円(同22.9%増)となりました。差引売上総利益の商品取扱高に対する割合(粗利率)は33.9%となり、前年同期と比較して1.0ポイント改善いたしました。

商品取扱高については、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、前年同期比で直近数四半期の水準を大きく

上回る成長率となりました。国内では5月下旬頃までの緊急事態宣言発令に伴う外出自粛に伴い、当社の取り扱うファッション商材においては消費活動の減速によるマイナス影響が見られたものの、主力事業であるZOZOTOWNの販売力を強みに実店舗休業となったブランドの販路となるべく尽力した結果、デジタルシフトによるプラス影響が大きく、マイナス影響を相殺して高い成長率での着地となりました。

売上高については、前年同期において2019年5月末まで有料会員サービス「ZOZOARIGATO」による当社負担の値引施策を行っていたことが影響し、主に受託ショップにおいて前年同期比で商品取扱高の成長率を上回りましたが、ZOZUSEDやPB事業等の規模縮小、同有料会員サービスからの会員収入減及び2020年4月に実施した当社負担の送料無料キャンペーンによる送料収入減等が影響し、全体では前年同期比で商品取扱高同等の成長率となりました。なお、商品取扱高は商品販売価格から同有料会員サービス及びその他当社負担値引施策に起因する値引額を控除する前の金額を以て表示しております。一方で、売上高については、いずれの場合も当該値引控除後の金額となっております。

粗利率改善の主な要因としては、前述の「ZOZOARIGATO」等による反動で受託販売手数料率（対商品取扱高）が改善したこと及びPB事業の規模縮小がございました。

販売費及び一般管理費は21,860百万円（前年同期比18.3%増）、商品取扱高に対する割合は22.9%と前年同期と比較して0.3ポイント低下しております。前年同期比で販管費率が低下した主な理由は以下の通りです。

・上昇（悪化）要因

- ① 出荷単価下落に伴い、荷造運賃（対商品取扱高比）が0.7ポイント上昇。
- ② 商品単価下落に伴う比率増加、アルバイト時給増加及び派遣会社との契約条件の見直しにより、物流関連費（対商品取扱高比）が0.2ポイント上昇。
- ③ 社員数増により、社員人件費（対商品取扱高）が0.1ポイント上昇。

・低下（改善）要因

- ① ZOZOTOWN本店において、2020年4月1日より会員に向けた商品代金1%分のZOZOポイント付与を終了したことにより、ポイント関連費（対商品取扱高）が0.2ポイント低下。
- ② 商品取扱高成長に伴い、賃借料（対商品取扱高）が0.2ポイント低下。
- ③ ㈱ヤッパ（現㈱ZOZOテクノロジーズ）に係るのれん償却完了により、のれん償却額（対商品取扱高）が0.1ポイント低下。
- ④ 前年同期に発生したスポット費用の減少等により、その他費用（対商品取扱高）が0.8ポイント低下

以上の結果、当第1四半期連結累計期間の営業利益は10,423百万円（前年同期比33.9%増）、営業利益率は商品取扱高対比10.9%と前年同期と比較して1.1ポイント上昇いたしました。また、経常利益は10,473百万円（同37.5%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益は7,321百万円（同37.5%増）となりました。

なお、当社グループはEC事業の単一セグメントであるため、セグメント別の記載は省略しておりますが、単一セグメント内の各事業区分の業績を以下のとおり示しております。

各事業別の業績は、以下のとおりです。

[表2] 事業別前年同期比

事業別	前第1四半期連結累計期間 (自 2019年4月1日 至 2019年6月30日)			当第1四半期連結累計期間 (自 2020年4月1日 至 2020年6月30日)			取扱高 前年同期比 (%)	売上高 前年同期比 (%)
	取扱高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	取扱高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)		
ZOZOTOWN事業 (受託ショップ)	73,129	91.7	19,892	82,390	86.4	24,077	12.7	21.0
(買取ショップ)	103	0.1	99	15	0.0	15	△85.2	△84.6
(ZOZOUSED)	3,574	4.5	3,294	2,093	2.2	2,093	△41.4	△36.5
小計	76,807	96.3	23,286	84,499	88.6	26,185	10.0	12.5
PayPayモール	—	—	—	4,371	4.6	1,270	—	—
PB事業	462	0.6	452	178	0.2	178	△61.4	△60.6
MSP事業	—	—	—	322	0.3	322	—	—
BtoB事業	2,474	3.1	533	5,959	6.3	1,161	140.8	117.6
広告事業	—	—	584	—	—	776	—	32.9
その他	—	—	3,340	—	—	3,779	—	13.1
合計	79,743	100.0	28,197	95,330	100.0	33,674	19.5	19.4

① ZOZOTOWN事業

ZOZOTOWN事業は、「受託ショップ」「買取ショップ」「ZOZOUSED」の3つの事業形態で構成されております。「受託ショップ」は各ブランドの商品を受託在庫として預かり、受託販売を行っております。「買取ショップ」は各ブランドからファッション商材を仕入れ、自社在庫を持ちながら販売を行っております。「ZOZOUSED」は主に個人ユーザー等から中古ファッション商材を買取り、販売を行っております。新品商品購入促進のための付加価値サービスと位置付けております。

当社では、ZOZOTOWN事業を持続的に成長させていくためには「購入者数の拡大」及び「ファッション消費におけるZOZOTOWN利用率上昇」が重要なファクターであると認識しております。そのために、ユーザーとブランド双方にとって魅力的なサイト作りに取り組んでおります。

なお、ZOZOTOWN事業に係る主なKPIの推移は以下のとおりです。

(ショップ数等)

[表3] ショップ数、ブランド数の推移

	前連結会計年度				当連結会計年度			
	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
ZOZOTOWN出店ショップ数(注)1	1,297	1,312	1,345	1,337	1,348	—	—	—
内) 買取ショップ(注)2	5	5	5	5	5	—	—	—
受託ショップ	1,292	1,307	1,340	1,332	1,343	—	—	—
ブランド数(注)1、2	7,349	7,305	7,462	7,643	7,989	—	—	—

(注) 1 四半期会計期間末日時点の数値を使用しております。

2 プライベートブランド「ZOZO」及び「マルチサイズ」は含んでおりません。

当第1四半期連結会計期間に新規出店したショップ数は28ショップ(前四半期比純増11ショップ)となりました。主な新規出店ショップは、LVMHグループに属するスペイン発のラグジュアリーブランド「LOEWE」(期間限定出店)、サステイナブルなコレクションを追及するブランド「STELLA McCARTNEY」、再出店となるカジュアルウェアのセレクトショップ「Right-on」です。

(年間購入者数)

[表4] 年間購入者数の推移

	前連結会計年度				当連結会計年度			
	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
年間購入者数(注)1、2、4	8,121,663	8,226,388	8,156,256	8,273,603	8,662,560	—	—	—
(前年同期比)	729,537	456,842	82,584	147,079	540,897	—	—	—
(前四半期比)	△4,861	104,725	△70,132	117,347	388,957	—	—	—
アクティブ会員数(注)1、3、4	6,557,144	6,749,012	6,800,435	6,839,666	7,223,753	—	—	—
(前年同期比)	1,098,501	966,785	643,598	388,980	666,609	—	—	—
(前四半期比)	106,458	191,868	51,423	39,231	384,087	—	—	—
ゲスト会員数(注)1、4	1,564,519	1,477,376	1,355,821	1,433,937	1,438,807	—	—	—
(前年同期比)	△368,964	△509,943	△561,014	△241,901	△125,712	—	—	—
(前四半期比)	△111,319	△87,143	△121,555	78,116	4,870	—	—	—

(注) 1 集計期間は会計期間末日以前の直近1年間としております。

2 年間購入者数は過去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です。

3 アクティブ会員数は過去1年以内に1回以上購入した会員数になります。

4 「PayPayモール」の購入者は含んでおりません。

当第1四半期連結会計期間において、アクティブ会員数が前年同期比及び前四半期比でそれぞれ増加したことにより、年間購入者数も増加いたしました。アクティブ会員数については、新型コロナウイルス感染拡大に伴うデジタルシフトにより新規アクティブ会員の獲得が好調で、久しぶりに前四半期比で大幅な増加となりました。ゲスト会員数も前四半期比で微増しておりますが、「ZOZOARIGATO」の実施により一時的にゲスト会員のアクティブ会員化が進んでいたため、ゲスト会員数が大幅な減少傾向にありましたが、一巡して平準化したことによるものです。

(年間購入金額及び年間購入点数)

[表5] 年間購入金額、年間購入点数の推移

	前連結会計年度				当連結会計年度			
	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
年間購入金額(全体) (注)1、2、3、4	46,934	47,506	47,593	46,519	45,128	—	—	—
(前年同期比)	0.1%	3.0%	3.4%	0.4%	△3.8%	—	—	—
(前四半期比)	1.3%	1.2%	0.2%	△2.3%	△3.0%	—	—	—
年間購入点数(全体) (注)1、2、3	11.3	11.6	11.7	11.8	11.8	—	—	—
(前年同期比)	△0.4%	3.5%	5.1%	6.5%	4.9%	—	—	—
(前四半期比)	2.0%	2.9%	0.8%	0.7%	0.4%	—	—	—
年間購入金額(既存会員) (注)1、2、3、4	55,048	54,750	54,092	53,027	52,175	—	—	—
(前年同期比)	△7.6%	△4.9%	△3.9%	△5.0%	△5.2%	—	—	—
(前四半期比)	△1.3%	△0.5%	△1.2%	△2.0%	△1.6%	—	—	—
年間購入点数(既存会員) (注)1、2、3	13.3	13.4	13.4	13.4	13.6	—	—	—
(前年同期比)	△6.2%	△2.7%	△1.6%	△0.1%	2.4%	—	—	—
(前四半期比)	△0.8%	0.6%	△0.3%	0.4%	1.6%	—	—	—

(注) 1 集計期間は会計期間末日以前の直近1年間としております。

2 アクティブ会員1人当たりの指標となっております。

3 「PayPayモール」の購入者は含んでおりません。

4 円単位となっております。

当第1四半期連結会計期間において全体の年間購入金額が前年同期比及び前四半期比で減少しておりますが、こちらは新型コロナウイルス感染拡大に伴うデジタルシフトにより新規会員の獲得が好調であったため、会員全体に

占める新規会員の構成比が上昇したことが要因です。また、既存会員の年間購入金額が前年同期比及び前四半期比で減少している要因は、会員歴の浅い既存アクティブ会員の構成割合が上昇したことによるもの（会員歴の長さに応じて年間購入金額が高くなる傾向）です。一方で、商品単価下落の影響を受け、年間購入点数は前年同期比及び前四半期比でいずれも増加しております。

(平均商品単価等)

[表6] 平均商品単価、平均出荷単価、出荷件数の推移

	前連結会計年度				当連結会計年度			
	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
平均商品単価 (注)1、2、3 (前年同期比)	3,903 △1.4%	3,516 △3.9%	4,501 △5.6%	3,909 △10.7%	3,443 △11.8%	— —	— —	— —
平均出荷単価 (注)1、2、3 (前年同期比)	8,390 3.2%	7,529 △3.3%	8,973 △6.3%	8,304 △12.5%	7,409 △11.7%	— —	— —	— —
1注文あたり購入点数 (注)1、3 (前年同期比)	2.15 4.6%	2.14 0.6%	1.99 △0.8%	2.12 △1.9%	2.15 0.1%	— —	— —	— —
出荷件数(注)1、3 (前年同期比)	9,209,344 9.3%	10,347,938 16.7%	10,101,875 6.2%	9,757,344 7.6%	11,472,548 24.6%	— —	— —	— —

(注) 1 四半期会計期間の数値を使用しております。

2 円単位となっております。

3 「PayPayモール」は含んでおりません。

平均商品単価につきましては、前年同期比で減少いたしました。夏の本セールやZOZOWEEK、タイムセール等のセールイベントを積極的に行ったことやブランド各社が在庫消化のため早期にセール価格に変更したこと等により、商品取扱高におけるセール比率が上昇したことが主な要因です。加えて、前年同期では前述した「ZOZOARIGATO」による当社負担の値引施策を行っていたため、同有料会員においては値引による恩恵を享受できることから、通常よりも高価格帯の商品を購入する傾向が見られていたことも影響しております。同様に平均出荷単価についても前年同期比で減少しております。

ZOZOTOWN事業（受託ショップ、買取ショップ及びZOZOUSED）の実績は以下のとおりです。

a. 受託ショップ

当第1四半期連結累計期間の商品取扱高は82,390百万円（前年同期比12.7%増）、商品取扱高に占める割合は86.4%（前年同期実績91.7%）となりました。売上高は24,077百万円（前年同期比21.0%増）となりました。2020年6月末現在、受託ショップは1,343ショップ（2020年3月末1,332ショップ）を運営しております。

b. 買取ショップ

当第1四半期連結累計期間の商品取扱高は15百万円（前年同期比85.2%減）、商品取扱高に占める割合は0.0%（前年同期実績0.1%）となりました。売上高は15百万円（前年同期比84.6%減）となりました。2020年6月末現在、買取ショップでは5ショップ（2020年3月末5ショップ）を運営しております。

c. ZOZOUSED

当第1四半期連結累計期間の商品取扱高は2,093百万円（前年同期比41.4%減）、商品取扱高に占める割合は2.2%（前年同期実績4.5%）となりました。売上高は2,093百万円（前年同期比36.5%減）となりました。

② PayPayモール

ヤフー(株)が運営するオンラインショッピングモール「PayPayモール」へZOZOTOWNを出店しております。当第1四半期連結累計期間の商品取扱高は4,371百万円、商品取扱高に占める割合は4.6%となりました。売上高は1,270百万円となりました。

③ PB事業

PB事業では、ユーザー個人の体型に合わせた当社の自社企画アパレル商品を販売する事業を行っております。当第1四半期連結累計期間の商品取扱高は178百万円（前年同期比61.4%減）、商品取扱高に占める割合は0.2%（前年同期実績0.6%）となりました。売上高は178百万円（前年同期比60.6%減）となりました。

④ MSP事業

MSP事業では、当社がPB事業で培った多サイズ展開のノウハウ・販売力、及びZOZOTOWN出店ショップの企画力を融合させることで、ユーザーが求める当該ショップ商品の一部についてマルチサイズ展開を行い、ZOZOTOWN上で販売を行う事業を行っております。ユーザーからは身長・体重情報を入力頂くことで、推奨サイズの商品提供が可能となります。当第1四半期連結累計期間の商品取扱高は322百万円、商品取扱高に占める割合は0.3%となりました。売上高は322百万円となりました。

⑤ BtoB事業

BtoB事業では、ブランドの自社ECサイトの構築及び運営を受託しております。当第1四半期連結累計期間の商品取扱高は5,959百万円（前年同期比140.8%増）、商品取扱高に占める割合は6.3%（前年同期実績3.1%）となりました。売上高（受託販売手数料）は1,161百万円（前年同期比117.6%増）となりました。2020年6月末現在、受託サイト数は51サイト（2020年3月末50サイト）となっております。

⑥ 広告事業

広告事業は、ZOZOTOWN及びWEARのユーザーリーチ基盤を活用し、取引先ブランドや広告代理業者に広告枠を提供し、広告収入を得る事業形態となります。当第1四半期連結累計期間の売上高は776百万円（前年同期比32.9%増）となりました。WEARについては、現在広告による収益化は縮小し、ユーザーの拡大及びコンテンツの拡充に注力しております。WEARの2020年6月末時点のアプリダウンロード数は1,400万ダウンロードを超えており、月間利用者数ともに堅調に推移しております。

⑦ その他

その他には、ZOZOTOWN事業に付随した事業の売上（送料収入、決済手数料収入、有料会員収入等）、連結子会社のその他売上高などが計上されております。当第1四半期連結累計期間のその他売上高は3,779百万円（前年同期比13.1%増）となりました。

(2) 財政状態に関する説明

(単位：百万円)

	前連結会計年度	当第1四半期連結会計期間	増減率
総資産	94,186	92,390	△1.9%
負債	59,651	56,010	△6.1%
純資産	34,534	36,380	5.3%

(総資産)

総資産については、前連結会計年度末に比べ1,795百万円減少（前連結会計年度末比1.9%減）し、92,390百万円となりました。流動資産は、前連結会計年度末に比べ1,454百万円減少（同2.1%減）し、68,974百万円となりました。主な増減要因としては、現金及び預金の減少5,973百万円、売掛金の増加4,143百万円などによるものであります。固定資産は、前連結会計年度末に比べ340百万円減少（同1.4%減）し、23,416百万円となりました。主な増減要因としては、のれんの減少67百万円、投資その他の資産の減少201百万円などによるものであります。

(負債)

負債については、前連結会計年度末に比べ3,640百万円減少（前連結会計年度末比6.1%減）し、56,010百万円となりました。流動負債は、前連結会計年度末に比べ3,899百万円減少（同6.9%減）し、52,227百万円となりました。主な増減要因としては、受託販売預り金の減少974百万円、未払法人税の減少735百万円、短期借入金金の減少2,000百万円などによるものであります。固定負債は、前連結会計年度末に比べ258百万円増加（同7.3%増）し、

3,783百万円となりました。主な増減要因としては、退職給付に係る負債の増加110百万円、資産除去債務の増加146百万円などによるものであります。

(純資産)

純資産については、前連結会計年度末に比べ1,845百万円増加（前連結会計年度末比5.3%増）し、36,380百万円となりました。主な増減要因としては、親会社株主に帰属する四半期純利益の計上による増加1,995百万円増加、剰余金の配当による減少5,495百万円などによるものであります。

(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明

[表7] 連結業績予想

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2019年4月1日 至 2020年3月31日)		当連結会計年度 (自 2020年4月1日 至 2021年3月31日)		前期実績比
商品取扱高	345,085	(100.0%)	387,300	(100.0%)	12.2%
売上高	125,517	(36.4%)	143,700	(37.1%)	14.5%
営業利益	27,888	(8.1%)	39,500	(10.2%)	41.6%
経常利益	27,644	(8.0%)	39,500	(10.2%)	42.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	18,804	(5.4%)	27,600	(7.1%)	46.8%

() 内は商品取扱高に対する割合です。

2021年3月期の業績予想につきましては、新型コロナウイルス感染拡大が当社業績へ与える影響を適性かつ合理的に算出することが困難なことから未定としておりましたが、現時点で入手可能な情報や予測を元に算定した業績予想を公表いたします。

当社グループが軸足を置く日本国内のファッションEC市場は、欧米諸国や中国のファッションEC化率と比較して未だ低位にあり、ブランドの自社EC事業強化の動きも相まって、今後も全体的には拡大基調が持続していくと考えられております。加えて、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、ブランドのデジタルシフトがより一層進んでおり、ファッションEC市場拡大への追い風となっております。このような環境下において当社は、ユーザーとブランド双方にとってより一層魅力的なサイト作りを引き続き注力することに加え、2019年12月17日よりヤフー(株)が運営するオンラインショッピングモール「PayPayモール」へZOZOTOWNを出店いたしましたので、当連結会計年度からは、ZOZOTOWN本店、ZOZOTOWN PayPayモール店の2つのモールを柱に、売場を使い分けながら、2モール合算の商品取扱高及び売上高を拡大していく方針です。

当連結会計年度の事業別商品取扱高計画内訳は、以下のとおりです。

[表8] 事業別商品取扱高計画

事業別	前連結会計年度 (自 2019年4月1日 至 2020年3月31日)		当連結会計年度 (自 2020年4月1日 至 2021年3月31日)		前期実績比 (%)
	取扱高 (百万円)	構成比 (%)	取扱高 (百万円)	構成比 (%)	
受託ショップ	308,888	89.4	331,000	85.4	7.2
買取ショップ	204	0.1	-	-	-
ZOZOUSED	15,753	4.6	14,900	3.8	△5.4
PayPayモール	6,199	1.8	20,000	5.2	222.6
PB事業	1,255	0.4	200	0.1	△84.1
MSP事業	752	0.2	1,200	0.3	59.6
BtoB事業	12,032	3.5	20,000	5.2	66.2
合計	345,085	100.0	387,300	100.0	12.2

受託ショップにおいては、「購入者数の拡大」及び「ファッション消費におけるZOZOTOWN利用率上昇」を図るこ

とで、商品取扱高の成長を目指します。具体的には、新規アクティブ会員の獲得、多様化するユーザーニーズに対応した取扱アイテム・ブランド・カテゴリーの拡充、当社ならではの付加価値提供サービスの拡充を促進してまいります。PayPayモールにおいても、受託ショップ同様の試みに加えて、PayPayモール上のプロモーションとも連動しながら、ZZOZOTOWN本店とは異なる属性の新たな顧客層獲得に注力してまいります。ZOZOUSEDにつきましては、引き続き新品商品購入促進のための付加価値サービスとしてユーザビリティの改善を重ねてまいります。PB事業につきましては、新規商品の企画等を行わず、現状抱えている在庫を売り切り次第事業を終了する方針です。今後はPB事業で培ったノウハウを活かし、ZOZOTOWN出店ショップが企画する商品をユーザーの体型に応じてマルチサイズ展開するMSP事業にシフトしてまいります。BtoB事業については、既存受託サイトの運営支援に取り組むと共に、「Fulfillment by ZOZO」の新規受託営業を一層強化してまいります。加えて、広告事業の拡大に向け注力いたします。なお、広告事業の売上高については、4,200百万円（前年同期比54.6%増）を計画しております。

営業利益率（対商品取扱高）については、前期実績比で改善する見込みです。通常ポイント付与終了によるポイント関連費の減少、当社負担値引施策の抑制等プロモーション関連費の更なる効率化及び前期発生していたPB事業関連費用の削減等でのコストカットを見込んでいるためです。

上記の業績予想の算定においては、新型コロナウイルス感染症の再燃による大規模な消費活動の停滞については想定しておりません。今後の動向によっては、実際の業績等は大きく異なる可能性があります。

2. 四半期連結財務諸表及び主な注記

(1) 四半期連結貸借対照表

(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)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	33,602	27,629
売掛金	31,547	35,691
商品及び製品	1,664	1,898
原材料及び貯蔵品	106	101
その他	3,508	3,654
流動資産合計	70,429	68,974
固定資産		
有形固定資産	10,493	10,445
無形固定資産		
のれん	2,148	2,080
その他	820	797
無形固定資産合計	2,968	2,877
投資その他の資産	10,295	10,093
固定資産合計	23,756	23,416
資産合計	94,186	92,390
負債の部		
流動負債		
買掛金	60	33
受託販売預り金	18,998	18,023
短期借入金	22,000	20,000
未払法人税等	3,812	3,077
賞与引当金	459	700
ポイント引当金	1,387	1,073
返品調整引当金	107	120
その他	9,300	9,199
流動負債合計	56,126	52,227
固定負債		
退職給付に係る負債	2,007	2,118
資産除去債務	1,497	1,643
その他	20	21
固定負債合計	3,525	3,783
負債合計	59,651	56,010

(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)
純資産の部		
株主資本		
資本金	1,359	1,359
資本剰余金	1,328	1,328
利益剰余金	56,340	58,167
自己株式	△24,412	△24,412
株主資本合計	34,616	36,442
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	0	△0
為替換算調整勘定	△11	4
退職給付に係る調整累計額	△71	△68
その他の包括利益累計額合計	△83	△64
新株予約権	1	1
純資産合計	34,534	36,380
負債純資産合計	94,186	92,390

(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書

四半期連結損益計算書

第1四半期連結累計期間

(単位：百万円)

	前第1四半期連結累計期間 (自2019年4月1日 至2019年6月30日)	当第1四半期連結累計期間 (自2020年4月1日 至2020年6月30日)
売上高	28,197	33,674
売上原価	1,953	1,377
売上総利益	26,244	32,296
返品調整引当金戻入額	92	107
返品調整引当金繰入額	66	120
差引売上総利益	26,270	32,283
販売費及び一般管理費	18,483	21,860
営業利益	7,786	10,423
営業外収益		
受取利息	0	1
受取賃借料	—	47
為替差益	—	7
業務支援料	34	—
リサイクル収入	10	8
補助金収入	0	33
ポイント失効益	13	26
その他	15	3
営業外収益合計	74	129
営業外費用		
支払利息	23	19
貸倒引当金繰入額	183	10
支払賃借料	—	45
支払手数料	1	2
為替差損	33	—
営業外費用合計	242	78
経常利益	7,618	10,473
特別損失		
固定資産除売却損	0	0
特別損失合計	0	0
税金等調整前四半期純利益	7,618	10,473
法人税、住民税及び事業税	1,975	2,938
法人税等調整額	315	213
法人税等合計	2,291	3,151
四半期純利益	5,326	7,321
親会社株主に帰属する四半期純利益	5,326	7,321

四半期連結包括利益計算書

第1四半期連結累計期間

(単位：百万円)

	前第1四半期連結累計期間 (自 2019年4月1日 至 2019年6月30日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2020年4月1日 至 2020年6月30日)
四半期純利益	5,326	7,321
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△22	△0
為替換算調整勘定	△0	15
退職給付に係る調整額	4	2
その他の包括利益合計	△18	18
四半期包括利益	5,307	7,340
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	5,307	7,340

(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。