

FY2021 1Q ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS

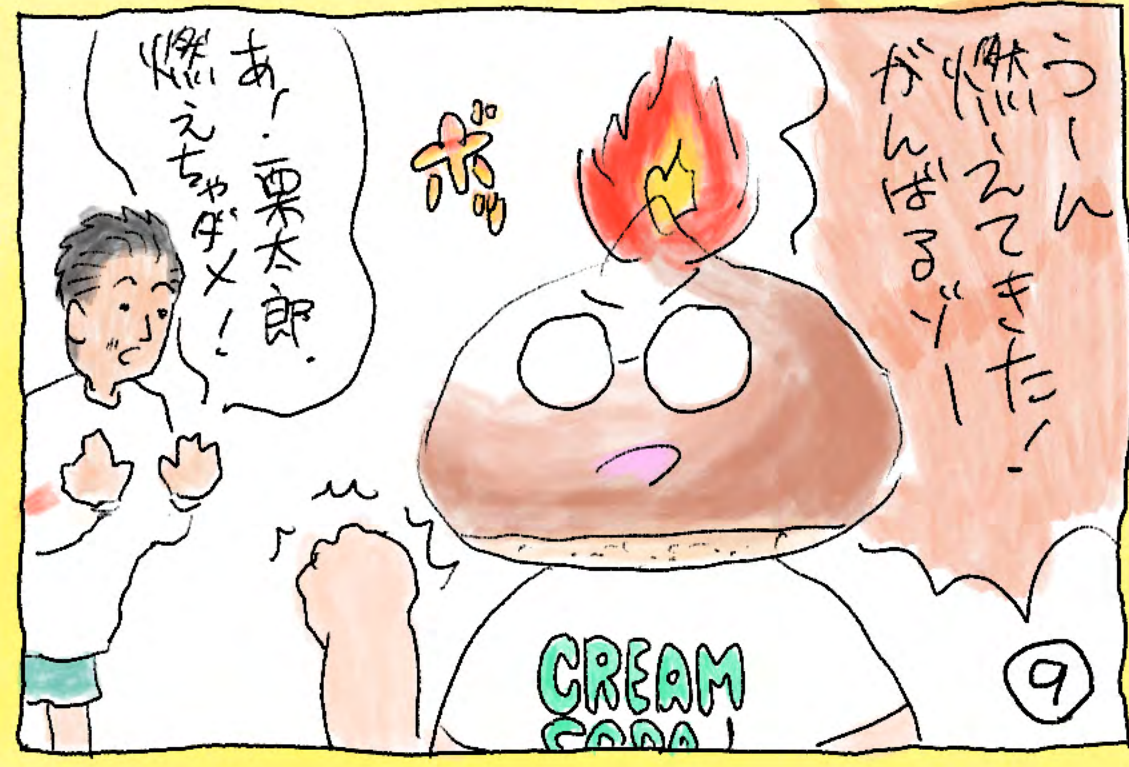
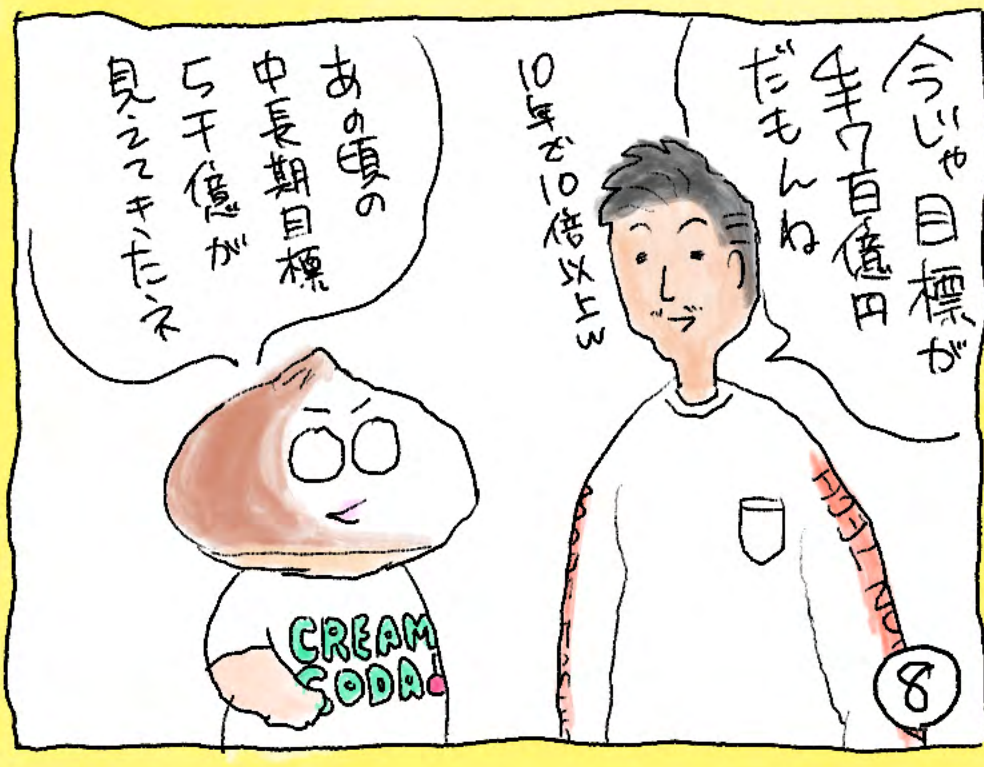
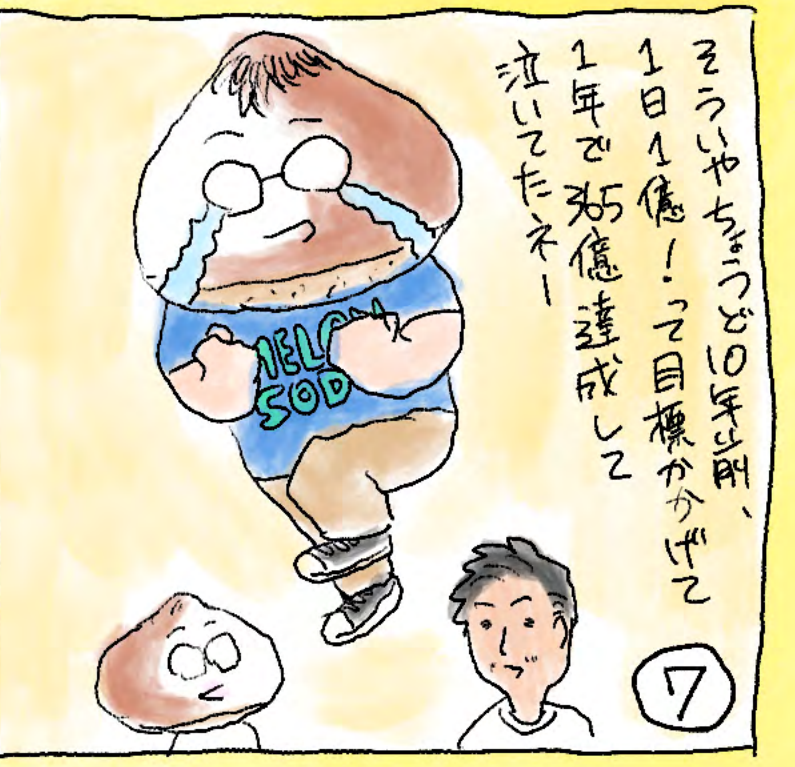
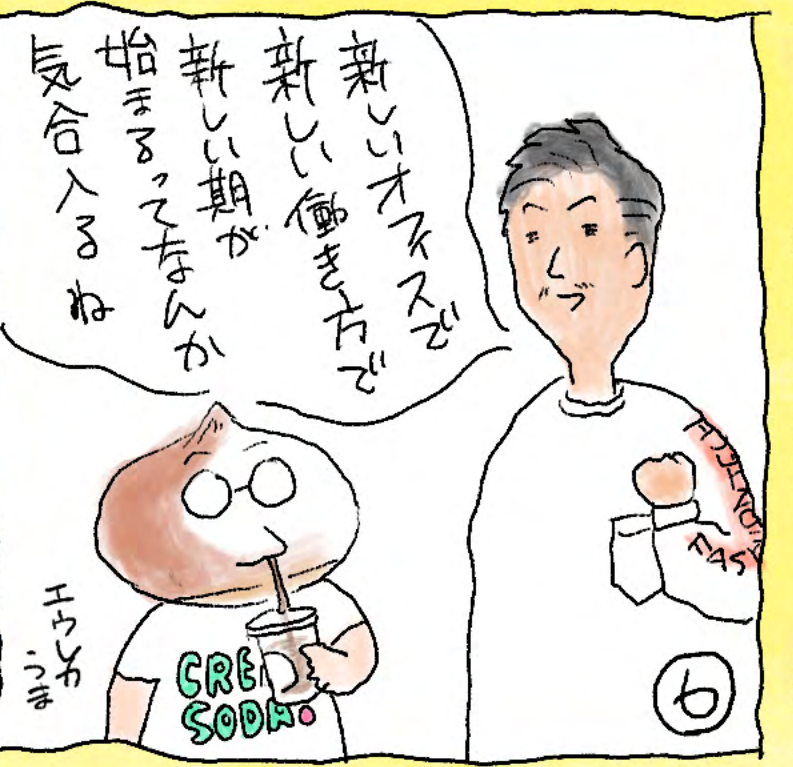
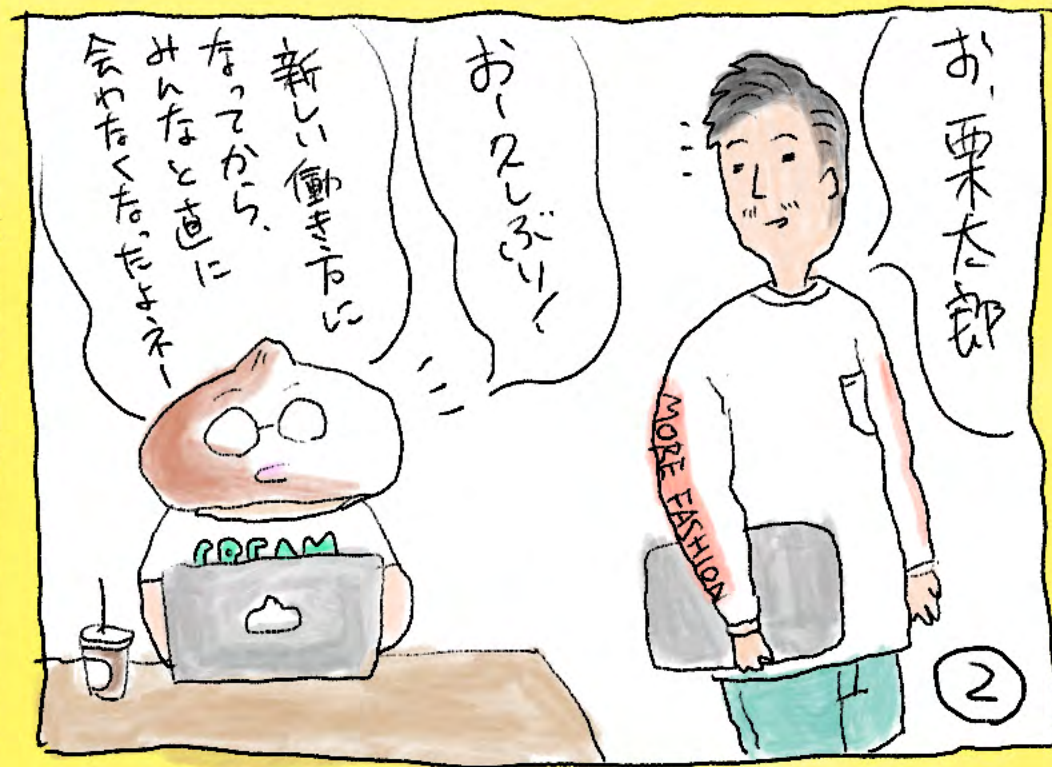
株式会社ZOZO 2022年 3月期 第1四半期 決算説明会資料



HIGHLIGHTS

22/03期 1Q ハイライト

FY2021 1Q ZOZO Inc.
CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



22/03期 1Q ハイライト

商品取扱高

1,168 億円

(前年同期比+22.5% / 進捗率 24.7%)

商品取扱高

(その他商品取扱高を除く)

1,067 億円

(前年同期比+11.9% / 達成率23.7%)

営業利益

125 億円

(前年同期比+20.8% / 達成率26.3%)

営業利益率

11.8%

(前年同期比+0.9ポイント)

※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

連結業績の概要(四半期毎)

(単位:百万円)

	21/03期				22/03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	95,330	90,301	118,611	115,194	116,812
商品取扱高 (その他商品取扱高を除く)	95,330	90,195	115,247	106,999	106,700
前年同期比	19.5%	13.0%	22.2%	17.3%	11.9%
売上高	33,674	32,818	41,987	38,922	38,866
販管費	21,860	21,571	25,742	26,714	24,333
前年同期比	18.3%	4.3%	1.4%	25.5%	11.3%
対取扱高比	22.9%	23.9%	22.3%	25.0%	22.8%
営業利益	10,423	9,482	13,880	10,358	12,591
前年同期比	33.9%	73.4%	126.4%	21.8%	20.8%
対取扱高比	10.9%	10.5%	12.0%	9.7%	11.8%

※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月期より事業区分を変更して商品取扱高・売上高を開示しております。詳細はP.34「事業区分の変更について」をご参照ください。

※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。

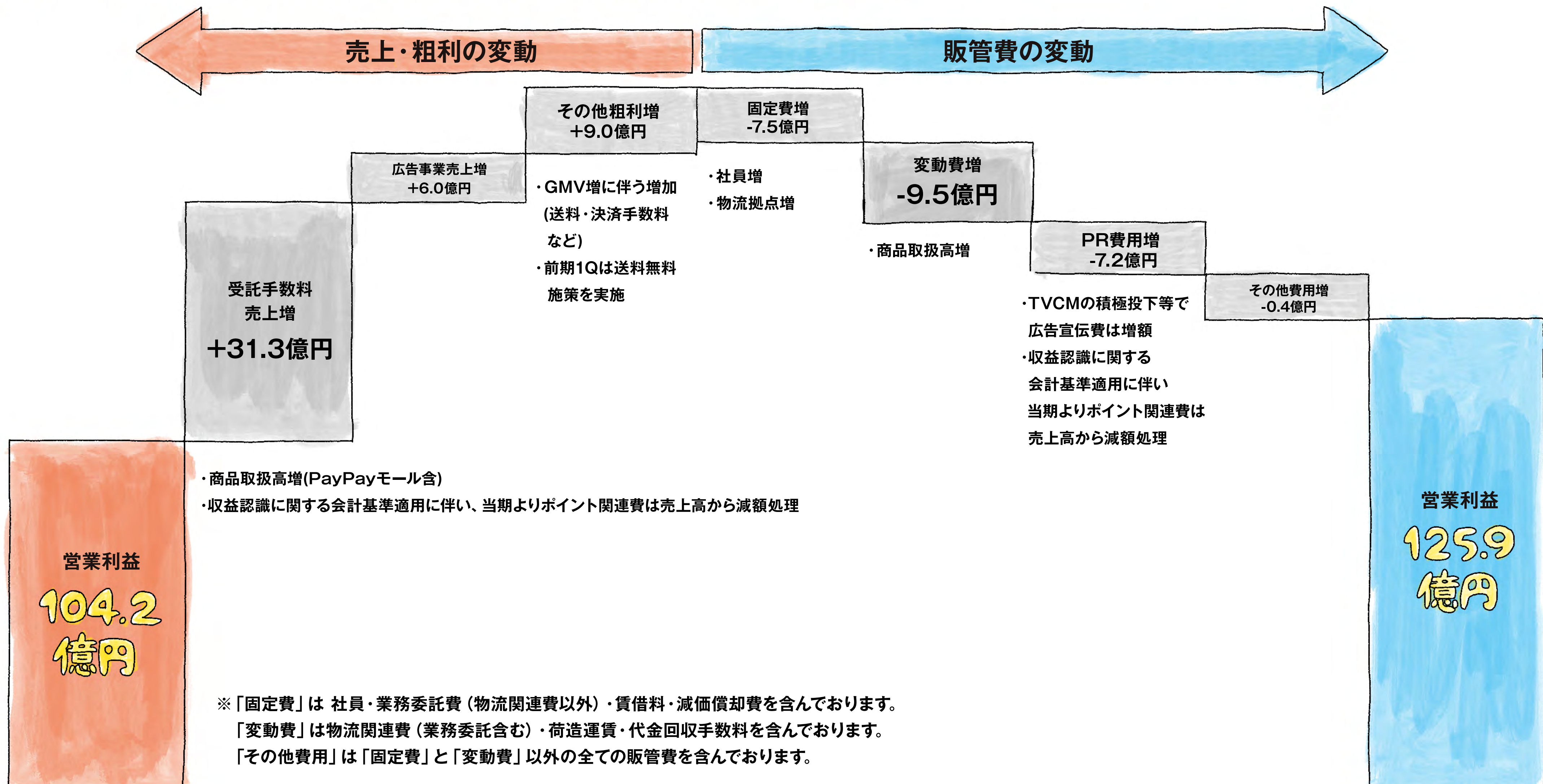
BUSINESS RESULTS

業績

FY2021 1Q ZOZO Inc.
CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



営業利益の増減分析(対前年同期比)



21/03期 1Q

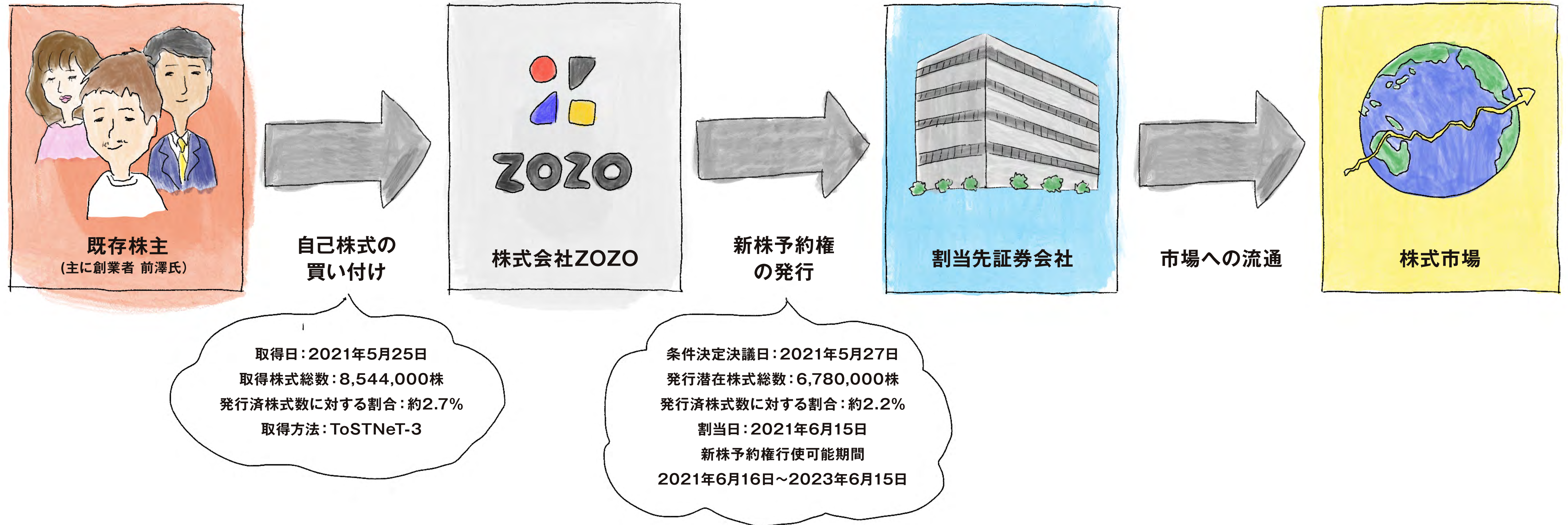
22/03期 1Q

連結財政状態

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2021年3月31日)	当第1四半期 連結会計期間 (2021年6月30日)		前連結会計年度 (2021年3月31日)	当第1四半期 連結会計期間 (2021年6月30日)
流動資産	99,796	60,877	流動負債	65,180	56,207
うち、現預金	61,648	27,034	うち、短期借入金	20,000	20,000
うち、商品及び製品	1,792	2,223	固定負債	4,968	5,126
固定資産	25,860	24,848	負債合計	70,149	61,333
有形固定資産	12,019	12,010	株主資本	55,651	24,445
無形固定資産	2,915	2,790	うち、自己株式	-24,146	-56,143
投資等	10,925	10,048	純資産合計	55,507	24,392
資産合計	125,656	85,726	負債・純資産合計	125,656	85,726

東証新市場区分(プライム市場)への適合に向けた取り組み概要



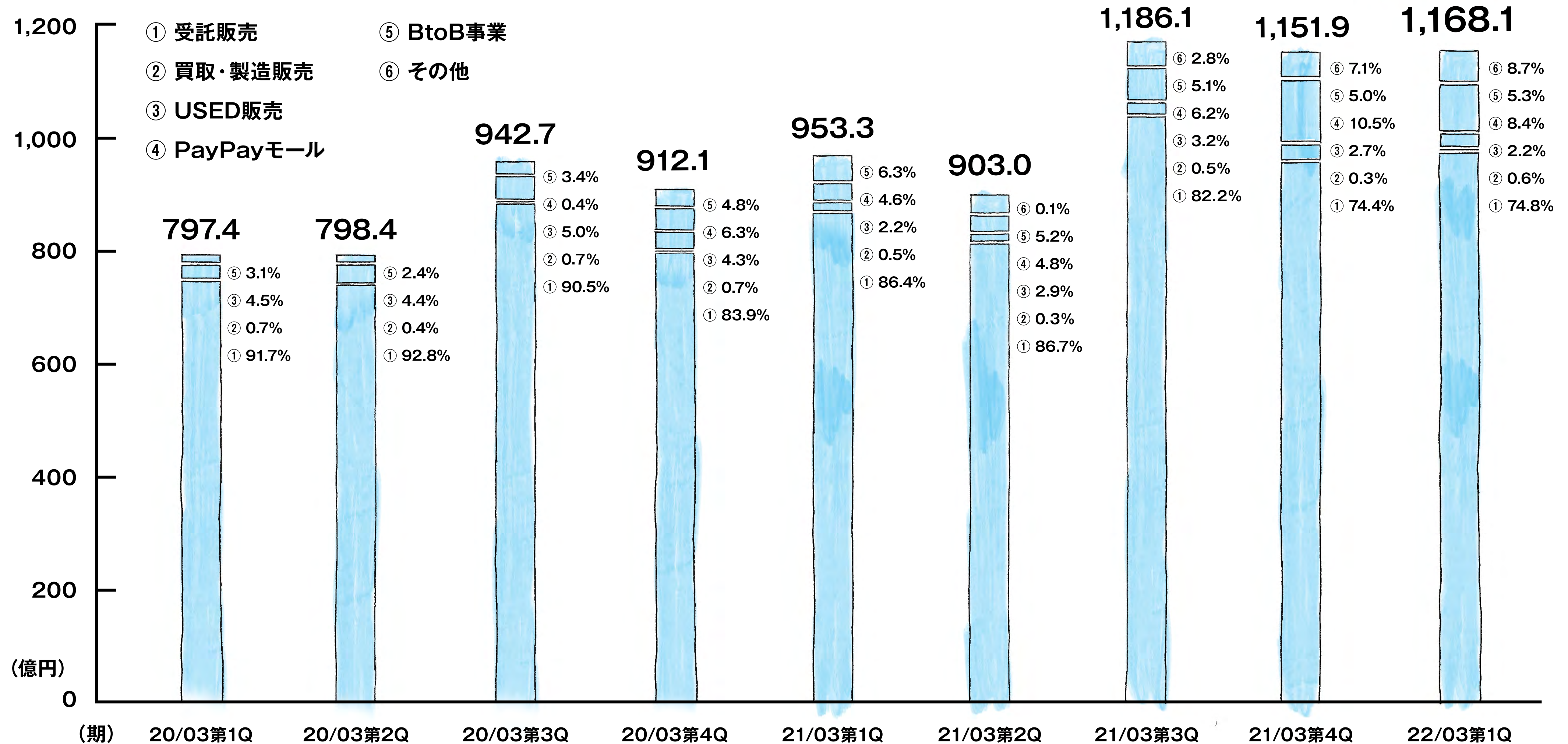
当社は、2022年4月に予定されている東京証券取引所の新市場区分「プライム市場」への移行を検討しております。

「プライム市場」の適合要件の一つである、「流通株式比率35%以上」を満たすために上記取り組みを実施しております。

市場への流通が完了した場合、流通株式比率は35%を上回る見込です。

商品取扱高の推移 (四半期)

前年同期比*
+11.9%



*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。

*2022年3月期より事業区分を変更しております。詳細はP.34「事業区分の変更について」をご参照ください。上記は変更後の数値となります。

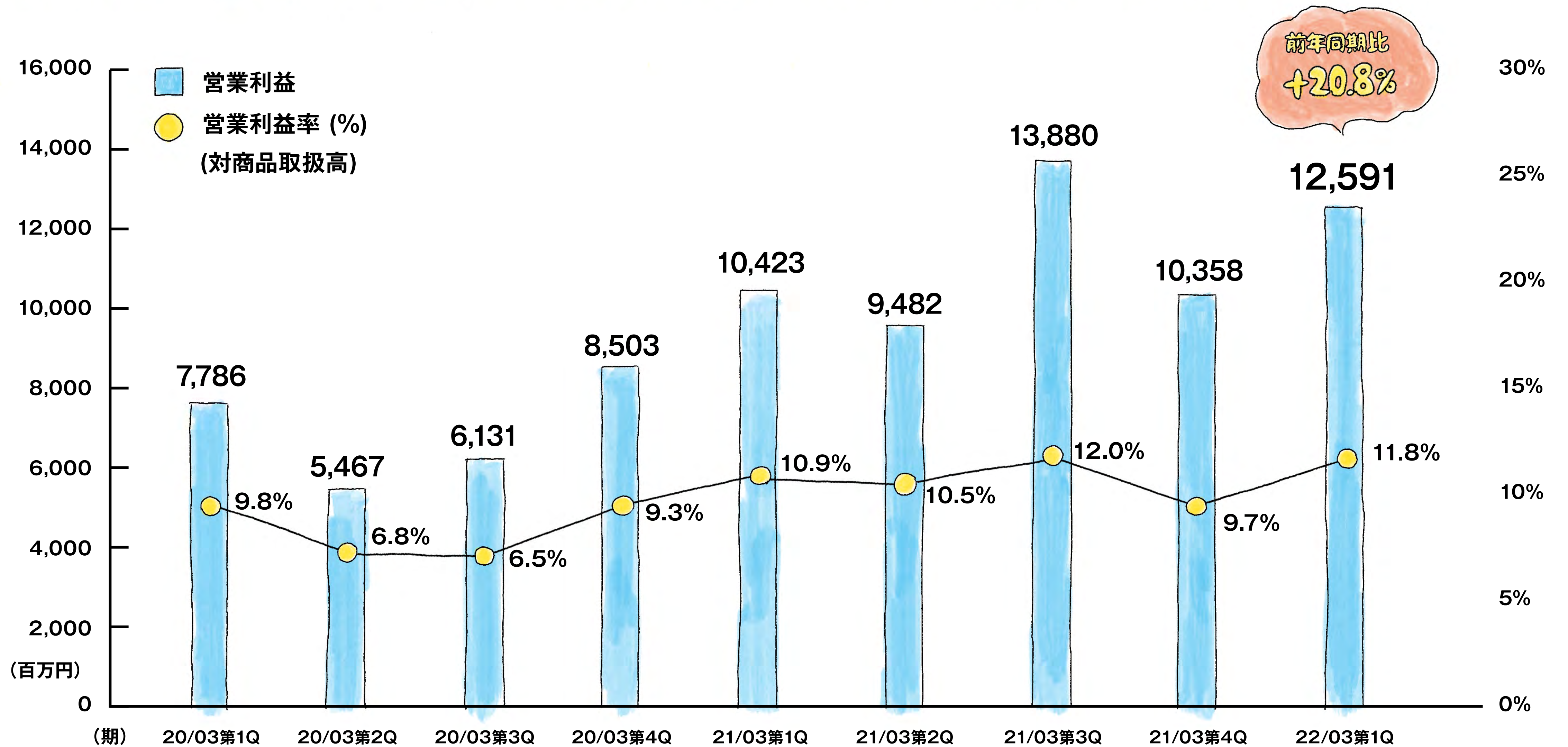
販管費の内訳

(単位:百万円)

	21/03期 1Q		22/03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	6,465	6.8%	6,883	6.5%	-0.3%	
社員	2,409	2.5%	2,831	2.7%	0.2%	連結従業員数推移: 20年6月末1,209名 → 21年6月末1,331名
物流関連費(業務委託含む)	4,056	4.3%	4,051	3.8%	-0.5%	前期:新型コロナウイルスの影響で商品の大量入荷に伴う混乱が発生 今期:大きな混乱は無く、効率的に運営
業務委託費(物流関連費以外)	1,197	1.3%	1,429	1.3%	0.0%	
荷造運賃	6,655	7.0%	7,597	7.1%	0.1%	前期は受付を停止していた即日配送サービスを今期は再開
代金回収手数料	2,561	2.7%	2,580	2.4%	-0.3%	委託業者の変更に伴い費用負担減少
プロモーション関連費用	1,075	1.1%	1,796	1.7%	0.6%	
うち広告宣伝費	619	0.7%	1,796	1.7%	1.0%	TVCM等積極的な集客施策を投下 ZOZOGLASSの無料配布
うちポイント関連費	455	0.5%	-	-	-	今期から収益認識に関する会計基準適用に伴い、販管費における計上をせず売上高から控除
賃借料	1,232	1.3%	1,431	1.3%	0.0%	
減価償却費	553	0.6%	454	0.4%	-0.2%	旧オフィスにおける未償却費用は前期4Qに特別損失で一括計上
のれん償却額	81	0.1%	101	0.1%	0.0%	
株式報酬費用	0	0.0%	13	0.0%	0.0%	
その他	2,035	2.1%	2,043	1.9%	-0.2%	梱包資材(配送用の段ボール) 変更に伴う費用低減
販管費	21,860	22.9%	24,333	22.8%	-0.1%	

※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。 ※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)

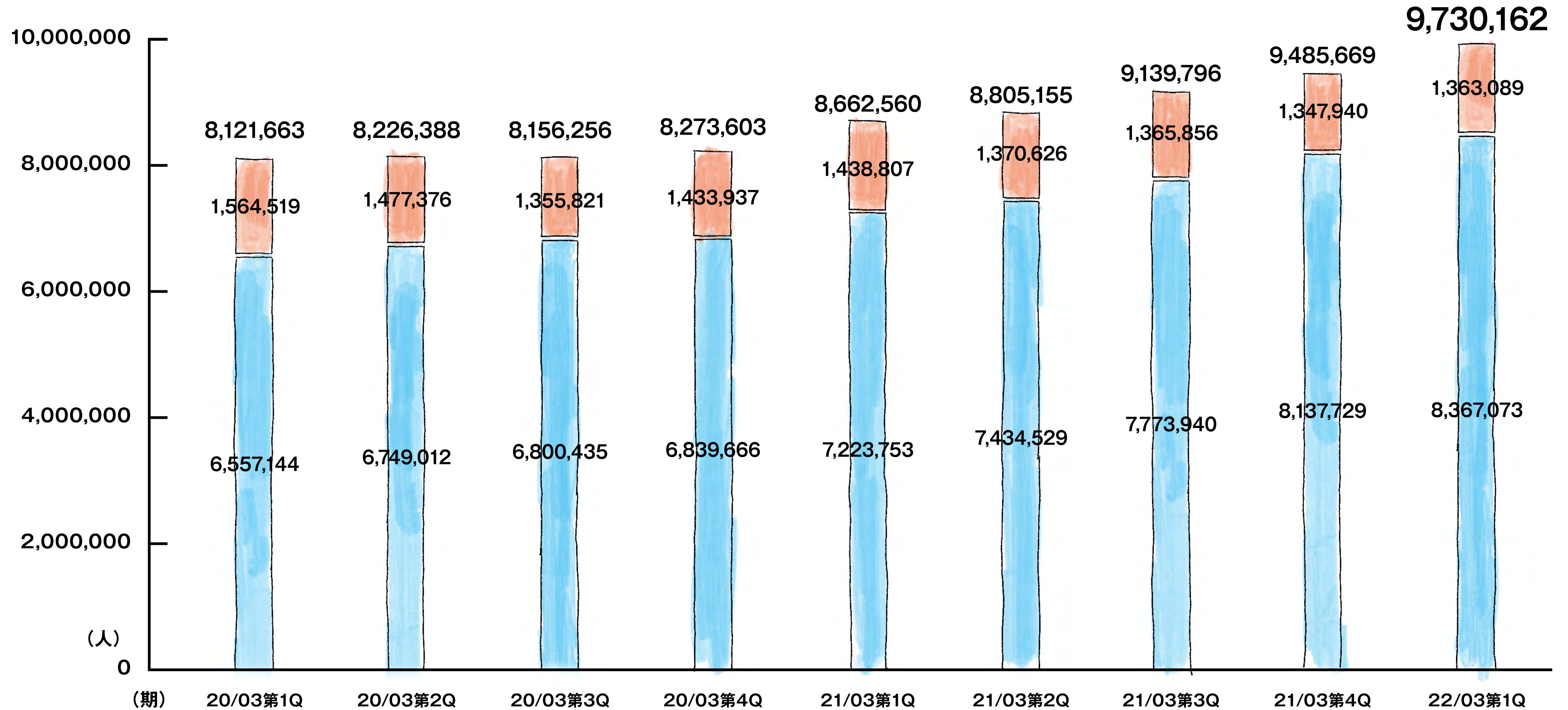


※ 営業利益率は営業利益を商品取扱高(その他商品取扱高を除く)で除して算出しております。

年間購入者数

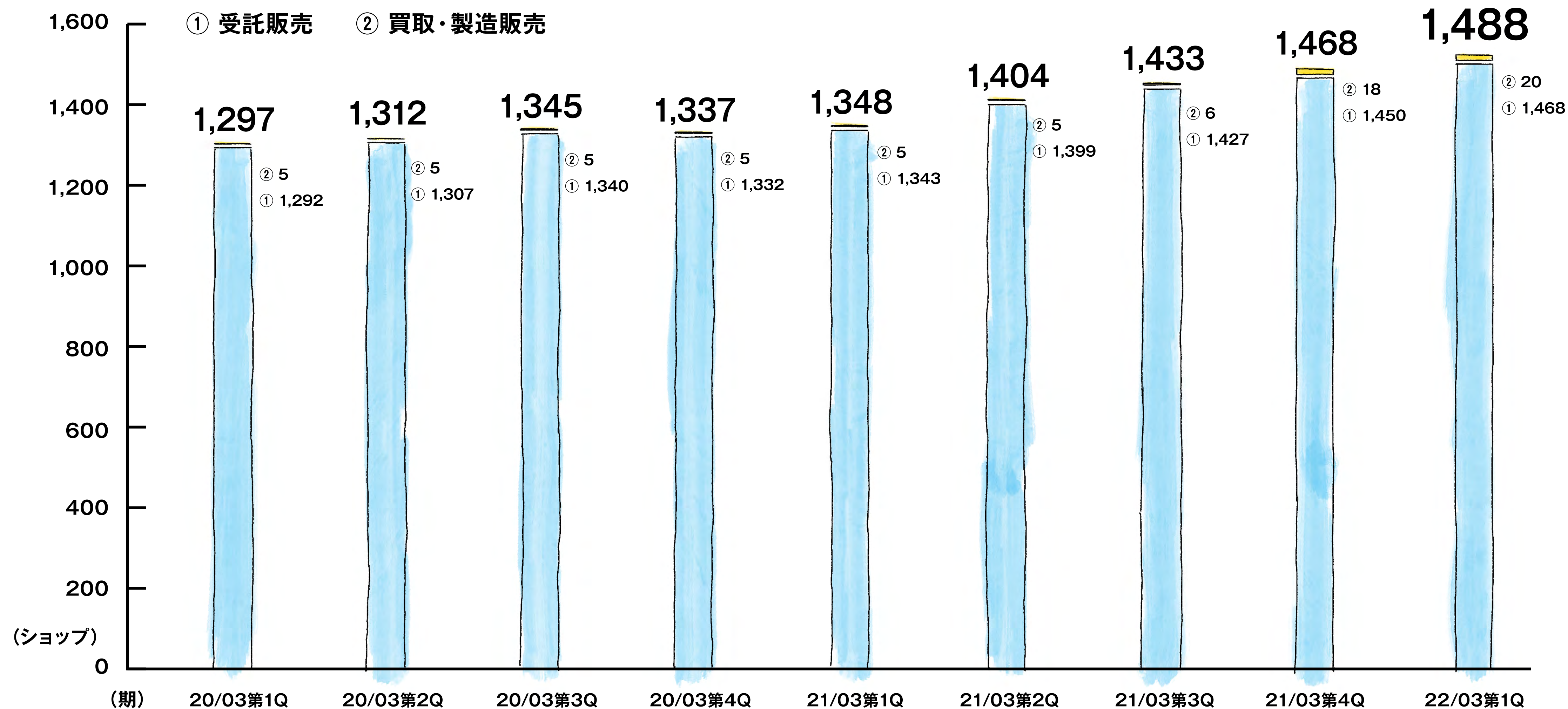
年間購入者数=過去1年以内に1回以上購入したアクティブ会員数とゲスト購入者数の合計

■ 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)」 「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。 ※「PayPayモール」の購入者は含んでおりません。

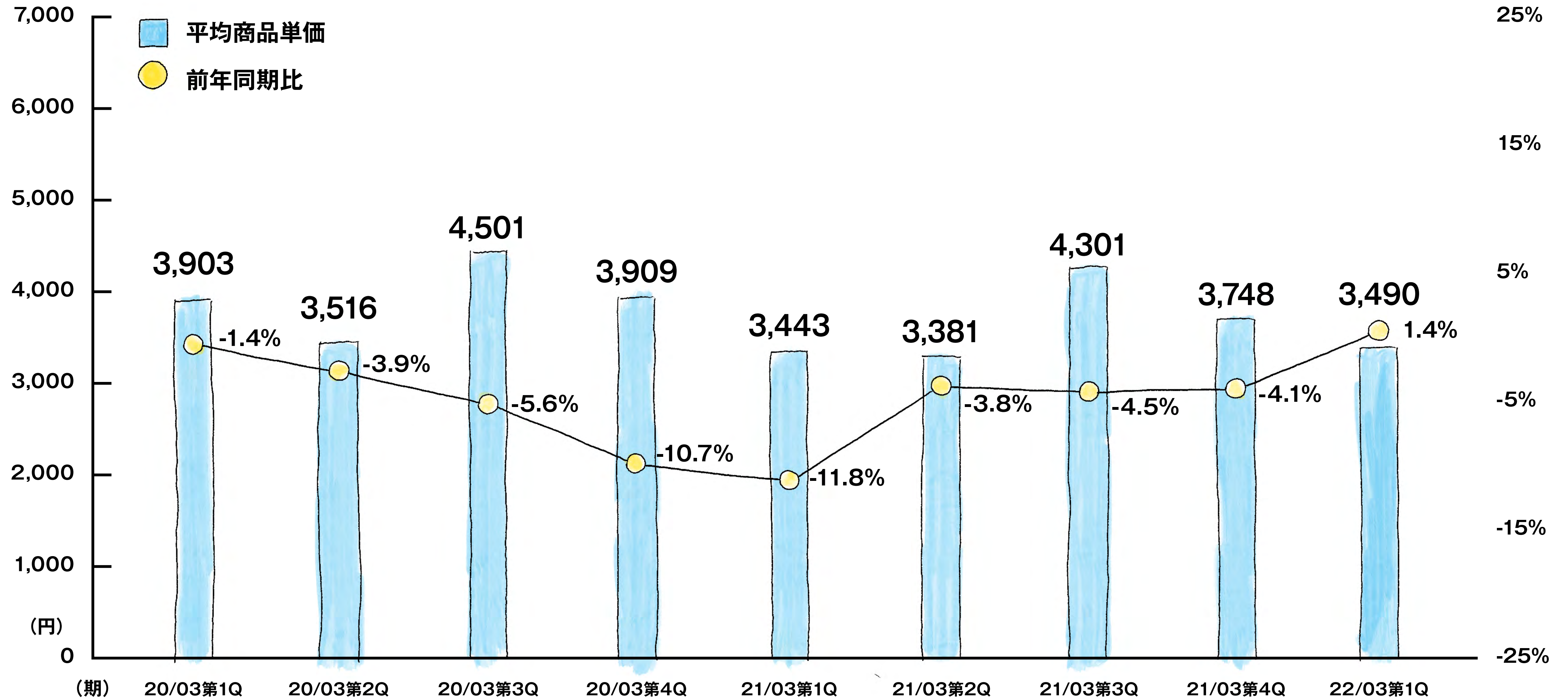
ZOZOTOWN出店ショップ数の推移



※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

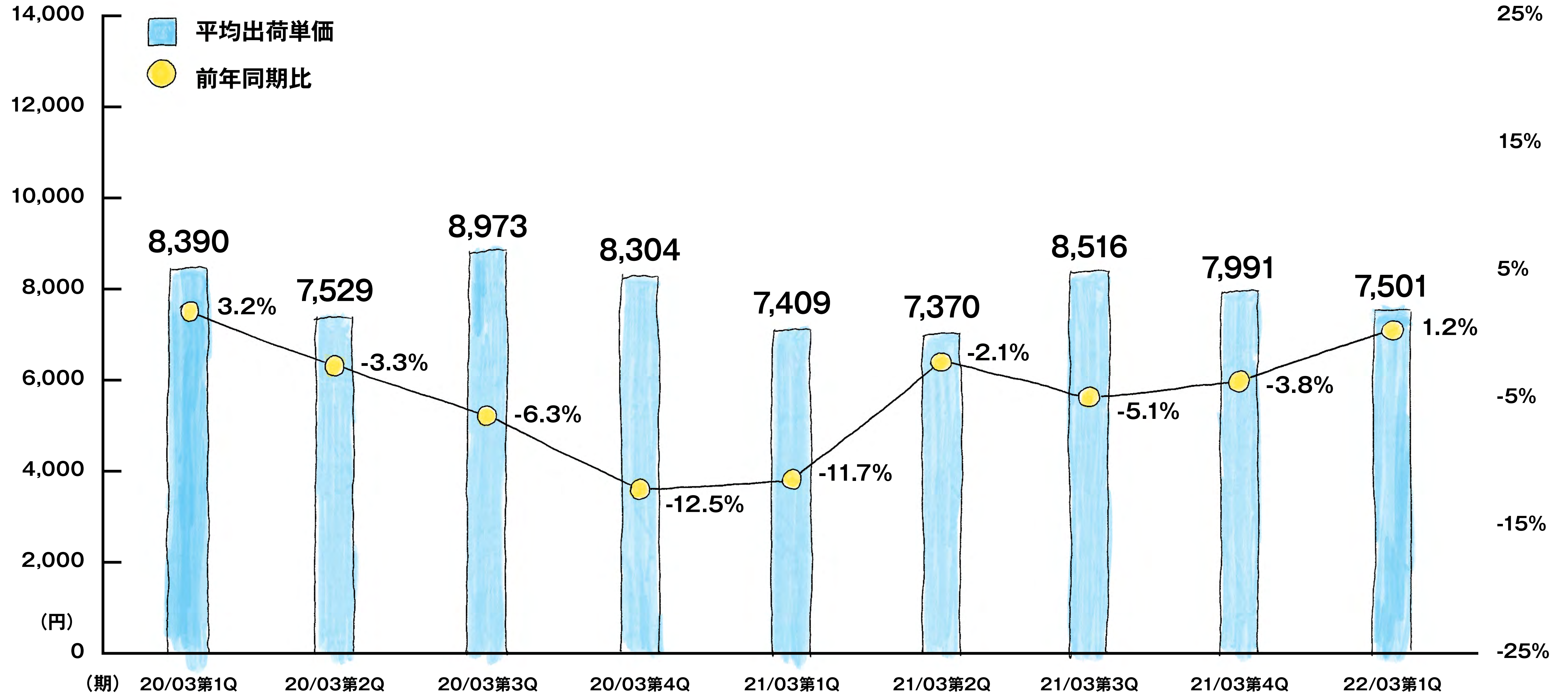
平均商品単価はZOZOTOWNの商品取扱高を同期間の出荷枚数で除すことにより算出



※ZOZOTOWN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



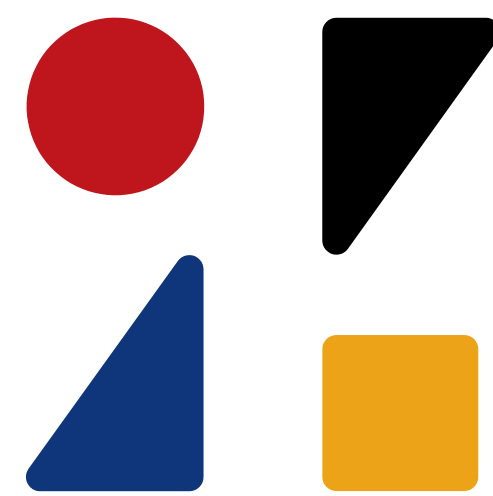
※ZOZOTOWN事業の平均出荷単価となります。
※「PayPayモール」は含んでおりません。

22/03期 通期連結業績予想・配当金

	22/03期計画	成長率(%)
商品取扱高	4,728億円	12.7%
商品取扱高 (その他商品取扱高を除く)	4,504億円	10.5%
売上高	1,626億円	10.3%
営業利益	478億円	8.3%
営業利益率	10.6%	—
経常利益	478億円	7.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	333億円	7.7%
1株当たり当期純利益	109円5銭	—
1株当たり配当金 (予定)	55円	—

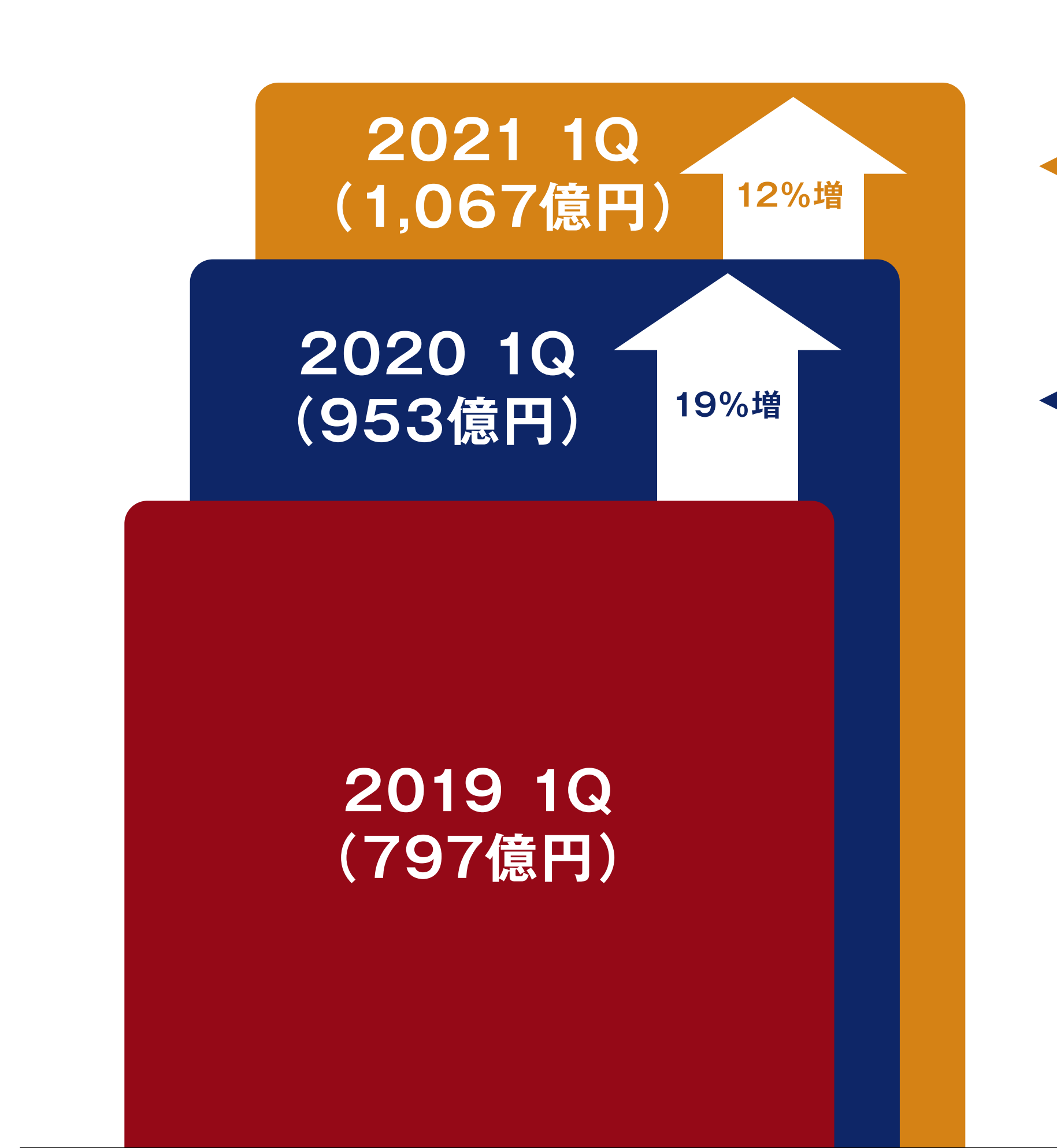
※営業利益率は営業利益を商品取扱高 (その他商品取扱高を除く) で除して算出しております。

※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。



ZOZO

昨年と比較した状況



商品取扱高(その他商品取扱高を除く)

健全な成長

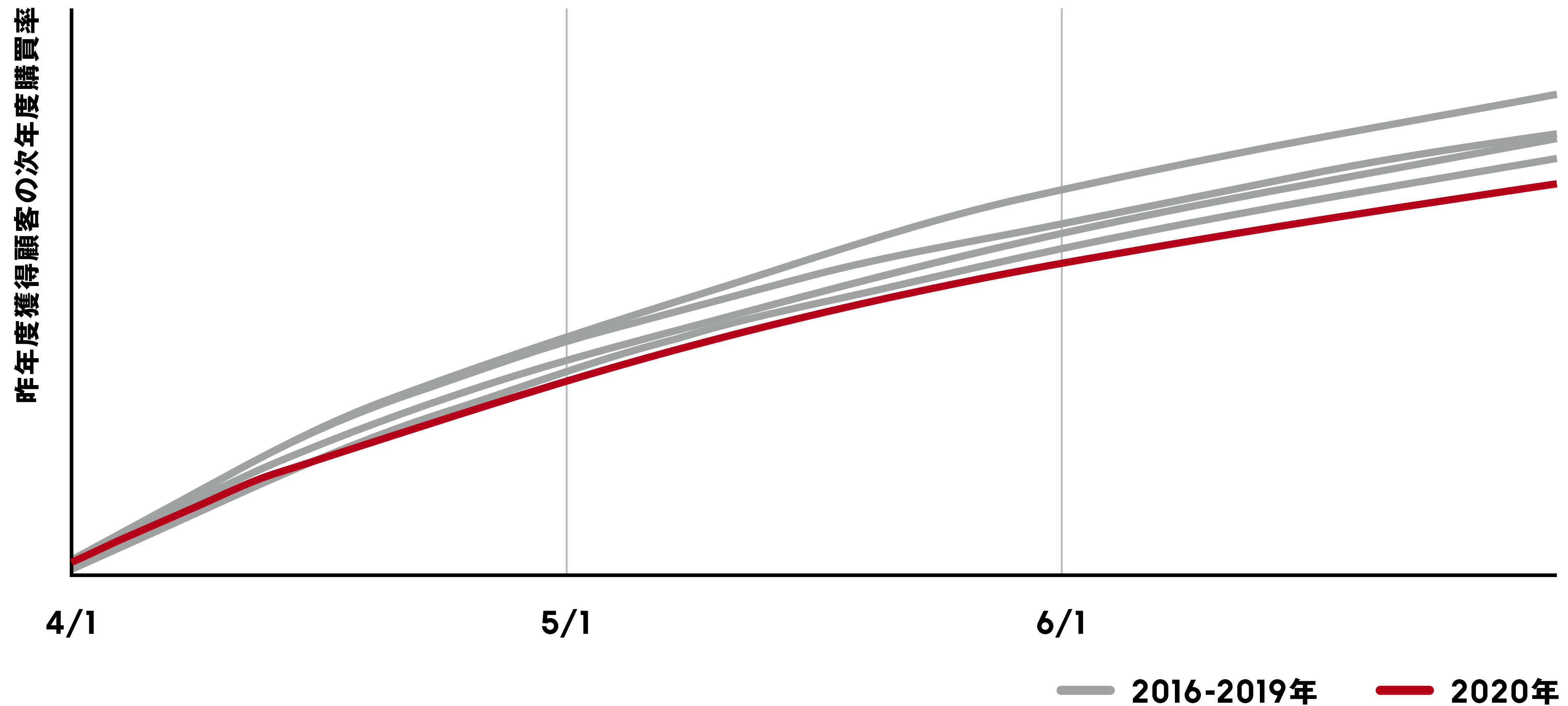
- ・ 顧客の定着化・ブランドのデジタルシフト積極化
- ・ PayPayモール店好調継続・ZOZOコスメ順調

特殊要因込みの成長

- ・ 店舗休業による急激なデジタルシフト
- ・ 積極的在庫消化
 - － 大幅マークダウン
 - － プロモーション費用投下
 - － 夏セールの前倒し

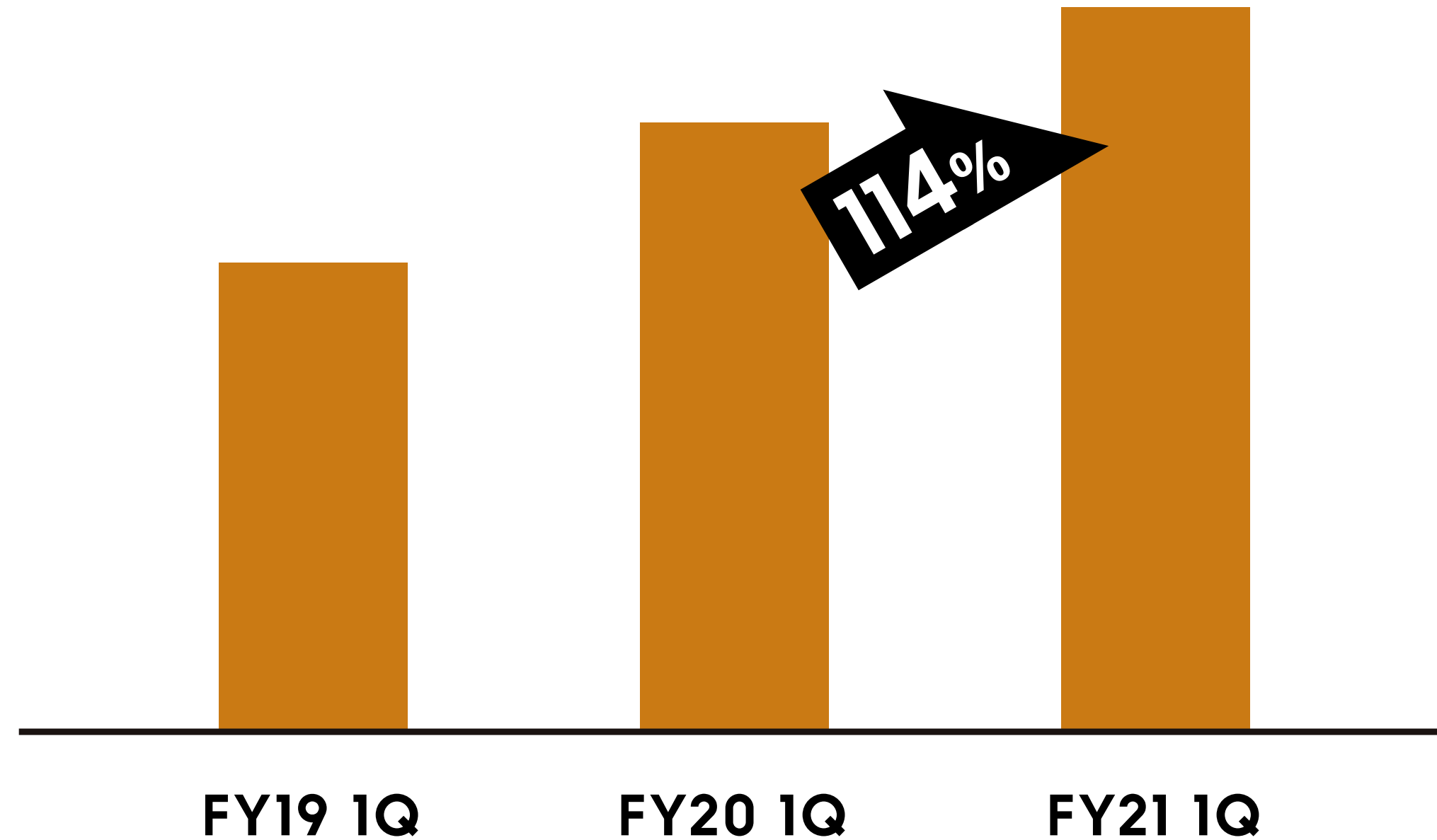
顧客の定着化

2020年度獲得顧客の2021年度のアクティブ率は、過年度と同様な推移を辿っている。



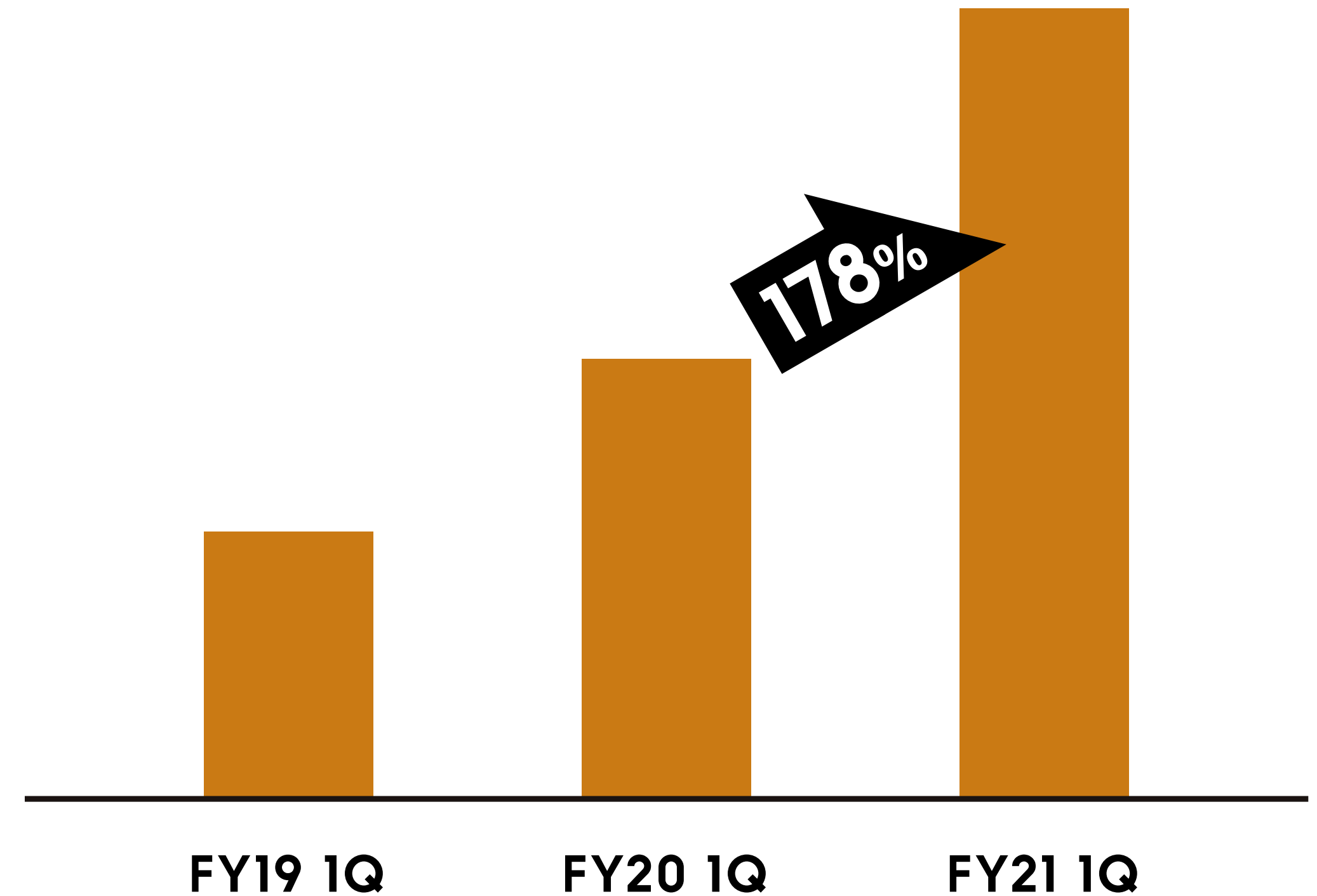
ブランドのデジタルシフト積極化

ZOZO在庫入荷金額の推移(1Q)



在庫投入量拡大

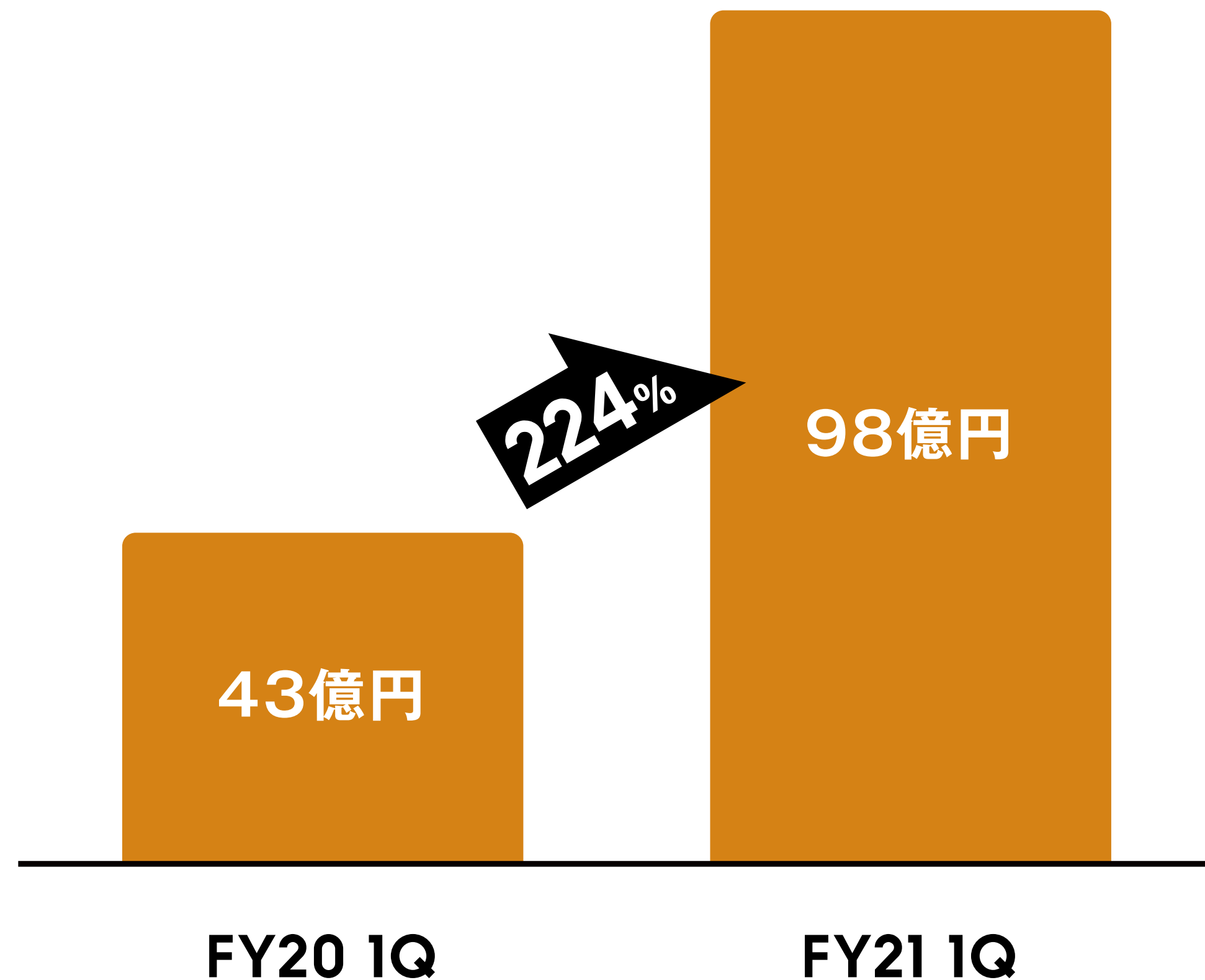
ZOZO広告売上金額の推移(1Q)



ZOZO内でのプロモーション積極化

PayPayモール店 好調継続

ZOZO PayPayモール店のGMV推移(1Q)



昨年後半の勢いを継続しており、
昨対倍増以上の成長。

- ・ 夏のPayPay祭に加えてファッション祭を開催
- ・ これにより多くの新規顧客が獲得でき、リピーターにもなっている。

ZOZOCOSME

900万人の既存顧客へのアプローチ



900万人のアクティブ
ユーザーへの積極的誘導



COSMEWEEKなど
キャンペーンの実施

- ・ コスメ商品注文のうち、約6割が
アパレル商品との併せ買い注文によるもの
- ・ メイクアップ商品の売れ行きが
良いのが特徴的

ZOZOCOSME ZOZOGLASS



増産によるお届け早期化
SNS等による拡散効果



対応ファンデーション
の増加

- ・ 累計111万件の受注
- ・ 肌の色計測者のファンデーション購入率は、
未計測者の2倍

ZOZOCOSME

人気ブランドオープン

CHANEL

2021.7.15 NEW OPEN

YOUR BRAND PROJECT



ENOF

SHEER CAMISOLE ONE PIECE

¥16,500



Femma

ボリューム袖ロングワンピース

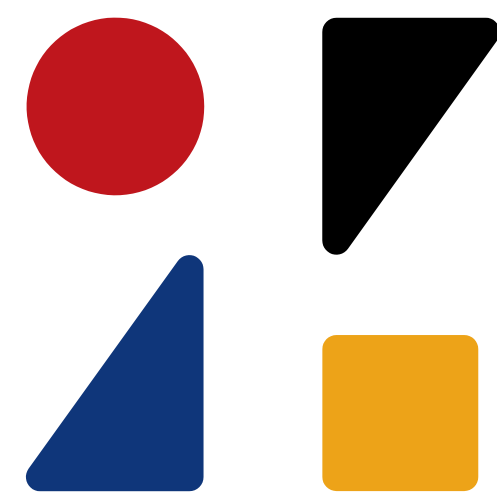
¥15,070

- ・ 短納期受注生産モデル(在庫ゼロ)、マルチサイズを採用し、受注好調
- ・ 生産背景は、ZOZO生産プラットフォームを利用

ZOZOBASE つくば3

2023年2月竣工予定。同年秋から稼働開始予定。これによりGMV5,000~6,000億円規模の対応が可能に。





ZOZO