



2023年1月31日

2023年3月期 第3四半期決算説明会
質疑応答集

この質疑応答集は、2023年1月31日に開催した機関投資家向け質疑応答セッションにて、ご出席の皆様からいただいたご質問をまとめたものです。一部内容の加筆修正を行っております。

【当社出席者】

代表取締役社長兼 CEO	澤田 宏太郎
取締役副社長兼 CFO	柳澤 孝旨
取締役兼 COO	廣瀬 文慎
経営推進部 ディレクター	小林 優作

【第3四半期業績全般について】

Q. 全体的に好決算で、特に利益がしっかり出た印象。ただし、実質プロモーション費用はかなり膨れていると感じた。目に見えたコスト増加がある中で営業利益がしっかりと出た要因は、商品取扱高の成長による粗利増加以外では、主に物流関連費と荷造運賃のコスト低減が大きかったからという理解で問題ないか。

A. (回答：澤田) ご認識の通りです。物流周りがあらゆる面でうまく回っています。社内努力によるコスト低減に追加して、出荷単価の上昇といった外的要因も売上に対するコスト比率の低減につながっています。

Q. PGA ゴルフトーナメントの収支は昨年度と比較して悪化したのか。

A. (回答：柳澤) 具体的な収支についてはお話し出来ません。為替の影響もありコストは昨年よりも増加しました。

Q. この第3四半期は実質プロモーション費用が高額となった。新しい取り組みや、費用対効果が非常に高くなったような施策があれば教えて欲しい。

A. (回答：澤田) 目新しいものや効率が劇的に上がったものはありません。全体的に多めに投下はしました。ただし、同じ施策を投下するにしても、どのタイミングで投下したら一番費用対効果が高くなるのかを意識して、施策を実施しています。また、新規顧客の獲得を目的とした販促を重点的に行っています。

Q. 第3四半期の販管費の内、「その他」が商品取扱高比で昨年度実績に対して0.3%改善した理由を教えてください。

A. (回答：柳澤) 様々な費用の増加を抑えられた事でこの実績になりました。特にこれが要因というものはありません。



Q. 商品単価と1注文当たりの購入点数の関係性について質問したい。商品単価が上昇基調にあるのに対して、1注文当たりの購入点数が下がっている。単価の上昇影響が大きいので特に問題視はしていないのか。

A. (回答：澤田) 商品単価と1注文当たりの点数は、片方が上がれば片方が下がるという関係性にあります。私達はどちらの方が大事というわけではなく、お客様の購入金額が下がっていなければ良いと考えています。

Q. 第3四半期の3か月だけ見ると、買取・製造販売の成長率が非常に高く見える。背景を教えてください。

A. (回答：廣瀬) 買取・製造販売には色々な要素が混在しています。ラグジュアリーブランドの一部商品やインフルエンサーブランド、Made by ZOZOの商品も含まれます。この第3四半期は一過性ではあるものの、インフルエンサーブランドの企画商品の売上が大きく寄与しました。

【業績の修正開示・通期業績着地の見通しについて】

Q. 修正計画の前提を確認したい。商品取扱高は据え置きとなっているが、第3四半期累計実績を修正後の開示内容と照らし合わせて見ると成長率が低く見える。内訳としてはYahoo!ショッピングが計画値を下回り、その部分をZOZOTOWN本店が補うという考えで間違いないか。

A. (回答：柳澤) 個別の中身の詳細はお伝え出来ませんが、その考えで合っています。営業利益に関しては販管費の効率化の効果が大きく、上方修正をさせていただきました。

Q. 修正後のガイダンスを見て逆算をすると、第4四半期は昨年度の第4四半期と比較して若干の減益になると思われる。一過性の特大のコストが発生するのか。

A. (回答：澤田) 販促費用の追加投下ならびに従業員に対する賞与の支払いは考えていますが、それ以外に特別な費用の発生は想定していません。

Q. 第4四半期において、物流周りで大幅なコスト増を予定しているのか。

A. (回答：澤田) 来年度の8月から稼働開始予定の物流拠点オープンに向けて、人員採用ならびに教育をしていくため、新しいコストは発生します。ただし、今年度の第4四半期に限定するとそれほど大きなインパクトは出ないと想定しています。

Q. 実質プロモーション費用について、期初のガイダンス発表時には商品取扱高（その他除く）に対して通期で3.5%を上限に使っていくと言っていたが、今回の説明会において3.5%以上で着地する可能性があるとの話があった。第4四半期においては商品取扱高（その他除く）に対して5%以上使うと考えるべきなのか。

A. (回答：澤田) 具体的な費用感や比率はお話することは出来ませんが、将来的にお客様のLTVが伸びるプロモーションに特化して多くの費用を投下する方針です。



Q. ZOZOCOSMEは通期で100億を目指すとの事だったが、どういう進捗なのか教えて欲しい。

A. (回答：廣瀬) ブランド様も随時獲得出来ており、順調に進捗しています。3月に2周年を迎えるタイミングでTVCMの投下も検討しており、売上の最大化を目指しています。

Q. 第4四半期の商品取扱高の成長は、今年の冬の寒さによってさらに伸びる可能性はあるか。

A. (回答：澤田) この冬は寒くなるのが遅くなった。直近では冷え込みが激しくなっているものの、それによって成長率に対する追い風は特に大きくは無いと思っている。

【市場環境について】

Q. ZOZOTOWN本店における10%以上の商品取扱高の成長が続いている。商品取扱高の伸びの変化について、定性的な要素を含め、把握している事や見解を教えて欲しい。

A. (回答：澤田) 以前は衣服に多く金銭を割くお客様は減っていくものと考えていました。つまり、商品取扱高の成長に貢献できるお客様が少なくなると考えていたという事です。しかし、近いタイミングでその傾向は見られません。コロナによるきっかけかもしれませんが、ここ数年でZOZOTOWNで服を買い始めたお客様が、ZOZOTOWNを気に入って継続して利用いただけていると認識しています。

【ZOZOTOWN Yahoo!ショッピング店の今後の見通しについて】

Q. この第3四半期で、ZOZOTOWN Yahoo!ショッピング店の商品取扱高成長率が大幅に下がった。この背景を説明してほしい。

A. (回答：廣瀬) 昨年10月のモール統合以降、ポイント還元レートに変更がありました。以前は日曜日に特大の還元をしていたが、平日にも均したというのが変更の概要です。それによって平日の売上が上昇した一方、日曜日の売上が減少し、第3四半期の成長率の減速につながったと認識しています。今後の商品取扱高の成長はYahoo!ショッピング上のプロモーション次第だと考えています。今年度の第4四半期はスポットでポイント還元レートの優遇施策を投下していただいているものの、第2四半期以前の様に強い成長を望むのは難しい状況だと考えています。

Q. Zホールディングスの販促に関する方針転換の影響はどう考えるべきか。

A. (回答：澤田) 数字を見れば分かる通り、商品取扱高の伸びは減速基調にあるのは事実です。その一方でZOZOTOWN本店の好調で補っているのが現状です。しかし、過去を遡るとZOZOTOWN本店の不調をYahoo!ショッピングの好調で補っていた時期があったのも事実です。今まで同様に両モール合算で前期比10%以上の成長を達成するという考えには変わりはありません。



Q. ZOZOTOWN Yahoo!ショッピング店は今後こういった位置づけの売り場になるのか。元はファッション感が低めのお客様を獲得する売り場であったと記憶している。

A. (回答：廣瀬)：ZOZOTOWN 本店だけでは獲得出来ないお客様がいるのは事実です。ZOZOTOWN 本店で取り切れないお客様を獲得する売り場として考えています。

Q. Yahoo!ショッピングはウェブサイトとしてどのような問題を抱えているのか。色々な点があると思うが見解を教えて欲しい。

A. (回答：澤田)：私たちが ZOZOTOWN 本店で得た売上アップの知見を伝えさせて頂いています。ただしそれはファッション領域に特化したものです。Yahoo!ショッピングは総合モールでもありますのでファッションの売上だけが伸ばせれば良いわけではありません。両社のノウハウを生かしてより良い売り場にしていきたいと考えています。

【その他】

Q. 物流拠点の稼働開始によってブランド各社からの在庫投入量が増えると想定しているのか。

A. (回答：澤田) 保管キャパシティが増えたからといって、在庫投入量を増やして欲しいといった営業をするつもりはありません。商品取扱高の成長に応じてブランド様からの在庫投入量は増えるものだと考えています。

Q. PayPay アプリ上で、ZOZOTOWN の宣伝をもっと実施する予定はあるのか。

A. (回答：澤田) 可能性はあると思います。両社で話している最中です。ただし、宣伝投下量が多くなったからといって、加速度的に商品取扱高の成長率が高くなるとは考えていません。

Q. 来年度において、今見えている大幅なコスト増はあるのか。世間一般では人件費の高騰や配送費用の値上げが騒がれているが、御社としてはどうなると想定しているか。

A. (回答：澤田) 様々な費用で取引先様からの値上げの打診があるのは事実ですが、出来る限り自社努力でコスト増を吸収したいと考えています。この費用が特に増加する、というのではありません。

Q. つくば3の稼働にむけてのスケジュールは予定通りに進んでいるのか。

A. (回答：澤田) 賃借開始はコンクリートの調達遅れが影響して1か月遅れる見通しですが、稼働開始時期に関しては当初の想定から変更ありません。