

あんな栗、拾うんじゃなかった。

栗拾いの 口づけ

決して計算できない物語

FY2022 ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS

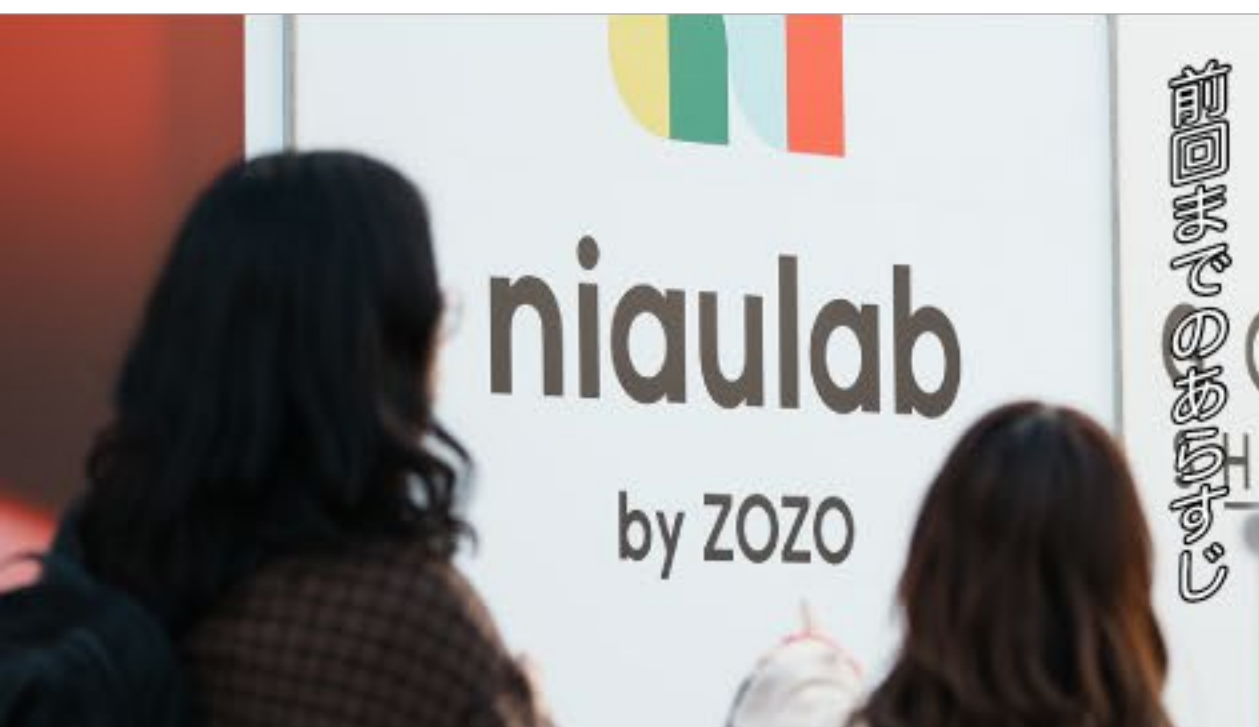
株式会社ZOZO 2023年 3月期 決算説明会資料

決算資料ドラマ

※このドラマはフィクションです。実在の人物や団体などとは関係ありません。撮影中は新型コロナウイルス感染症対策をしたうえで撮影を行っております。

HIGHLIGHTS 23/03期 ハイライト

FY2022 ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



23/03期 ハイライト

商品取扱高

5,443億円

(前年同期比+7.0% / 達成率100.1%)

商品取扱高

5,011億円

(その他商品取扱高を除く)

(前年同期比+8.4% / 達成率101.1%)

営業利益

564億円

(前年同期比+13.6% / 達成率102.6%)

営業利益率

11.3%

(前年同期比+0.6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

※達成率は2023年1月31日開示の修正後計画対比

連結業績の概要 (四半期毎)



(単位:百万円)

	22/03期				23/03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	第4四半期
商品取扱高	116,812	112,695	145,999	133,369	127,928	123,210	155,358	137,820
商品取扱高 (その他商品取扱高を除く)	106,700	102,367	132,519	120,587	115,948	111,533	144,540	129,085
前年同期比	11.9%	13.5%	15.0%	12.7%	8.7%	9.0%	9.1%	7.0%
売上高	38,866	37,346	47,565	42,420	42,590	41,176	52,699	46,956
販管費	24,333	23,851	29,656	28,675	26,028	25,667	31,328	31,895
前年同期比	11.3%	10.6%	15.2%	7.3%	7.0%	7.6%	5.6%	11.2%
対取扱高比	22.8%	23.3%	22.4%	23.8%	22.4%	23.0%	21.7%	24.7%
営業利益	12,591	11,200	14,987	10,876	14,312	12,897	17,425	11,785
前年同期比	20.8%	18.1%	8.0%	5.0%	13.7%	15.2%	16.3%	8.4%
対取扱高比	11.8%	10.9%	11.3%	9.0%	12.3%	11.6%	12.1%	9.1%

※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月期より収益認識に関する会計基準を適用しております。

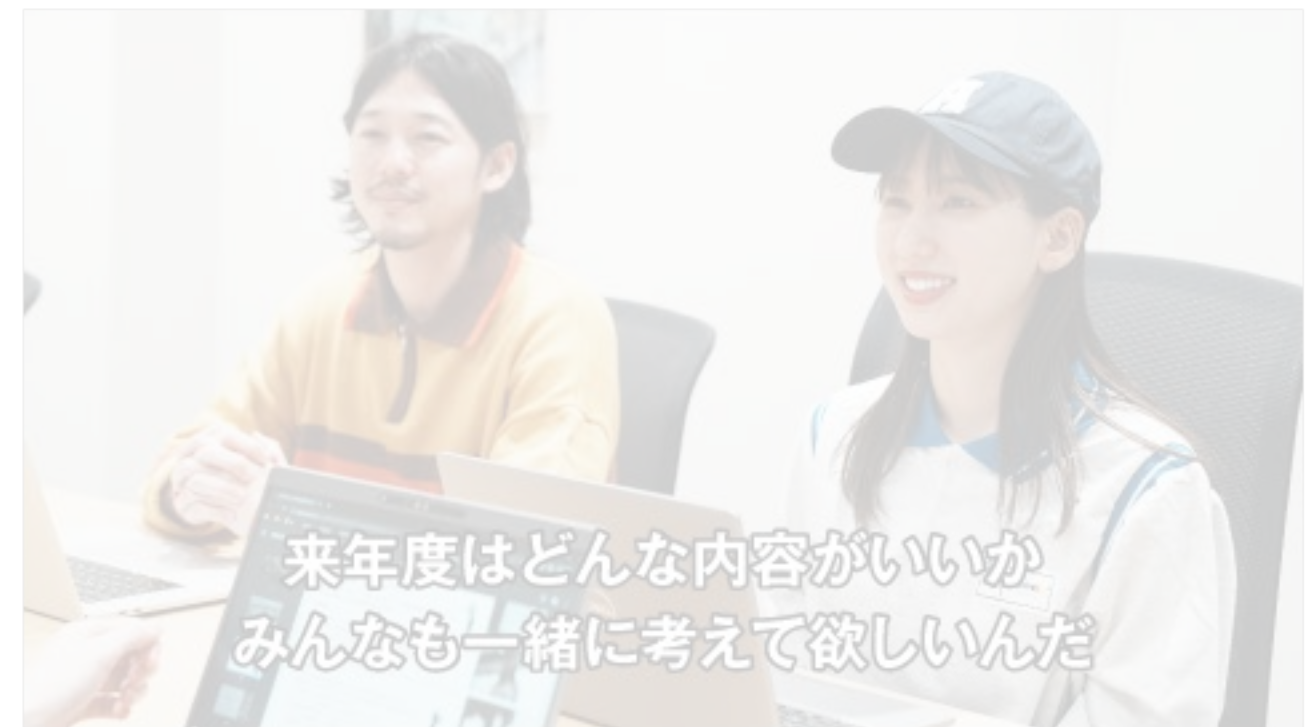
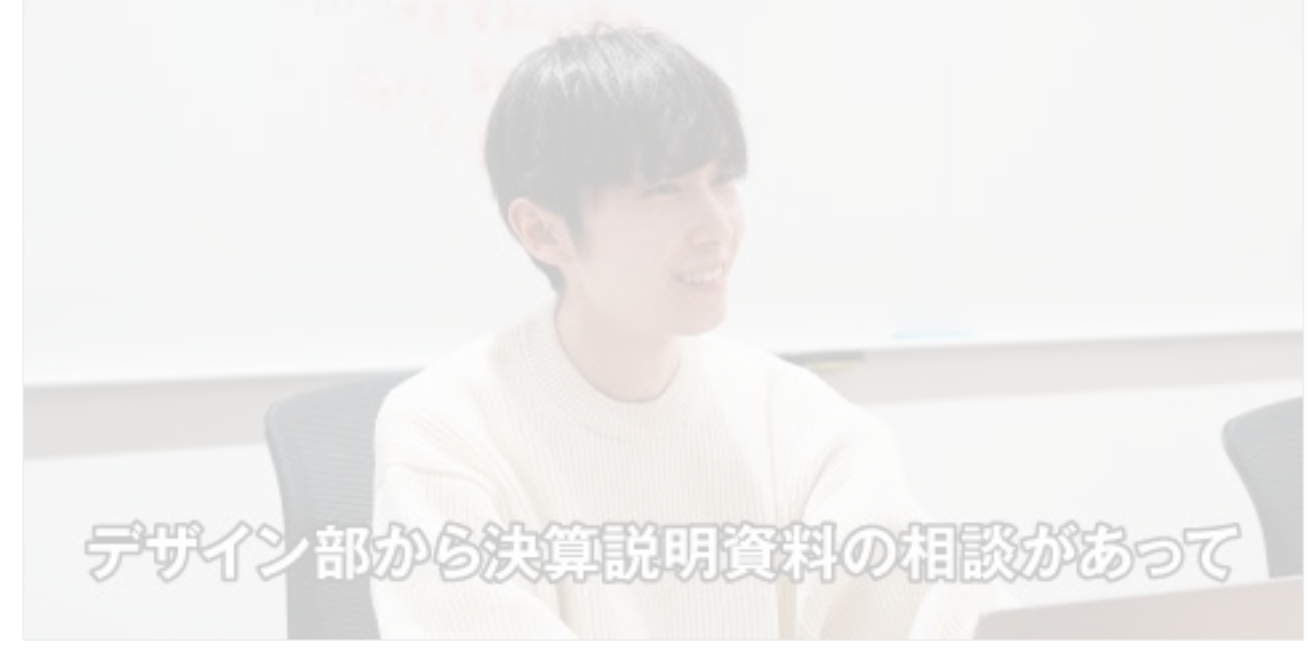
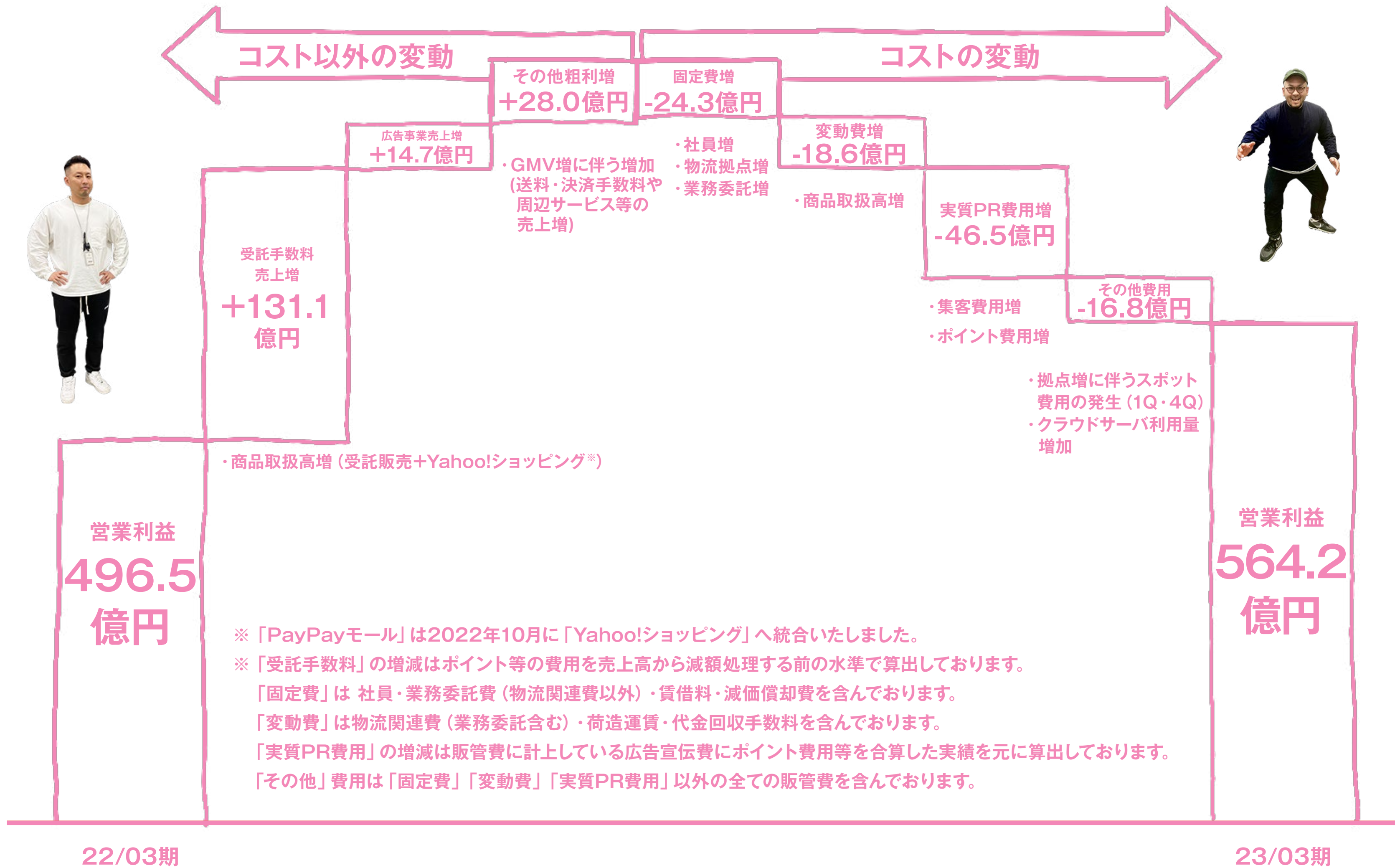


BUSINESS RESULTS 業績

FY2022 ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



営業利益の増減分析 (対前年同期比)

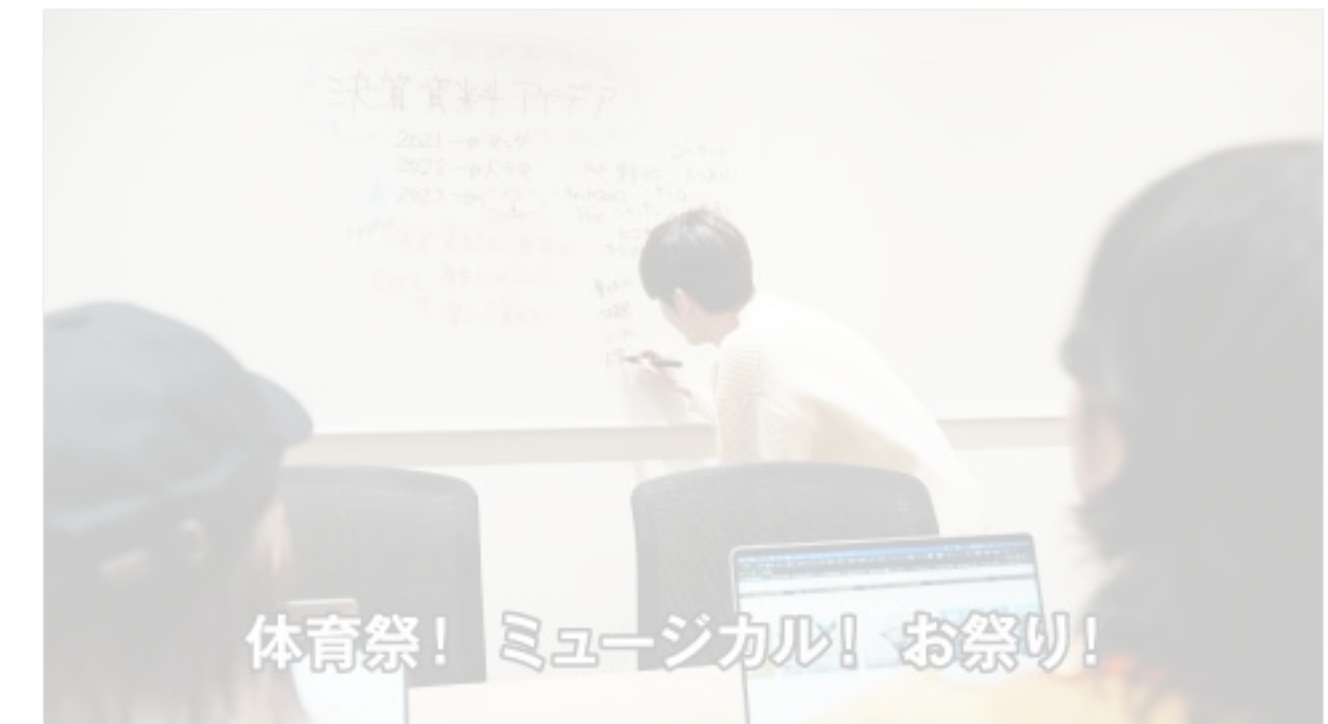
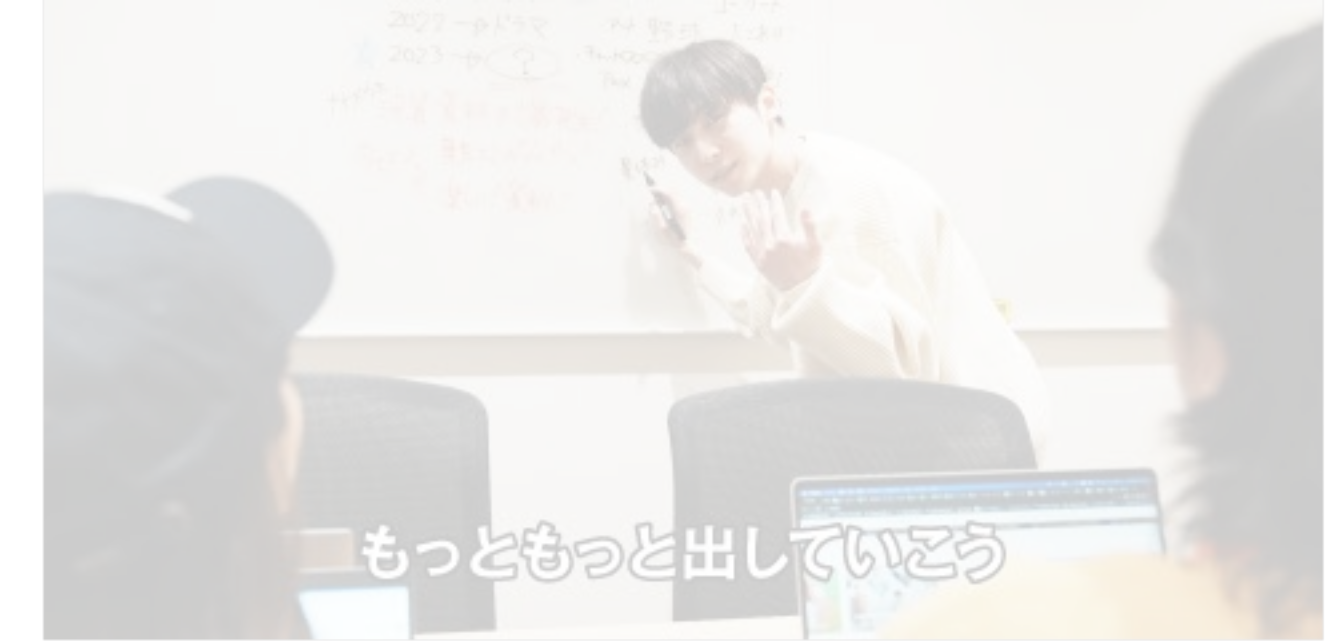


連結キャッシュ・フローの推移



(単位:百万円)

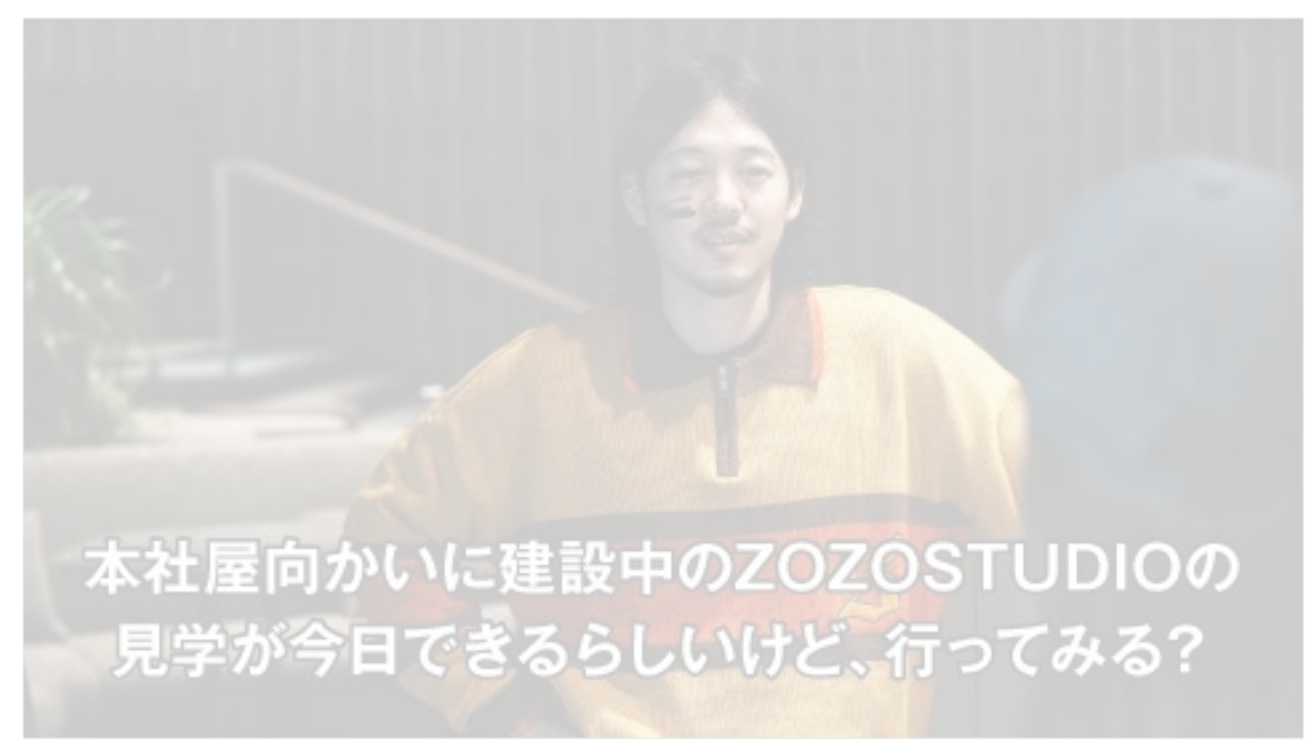
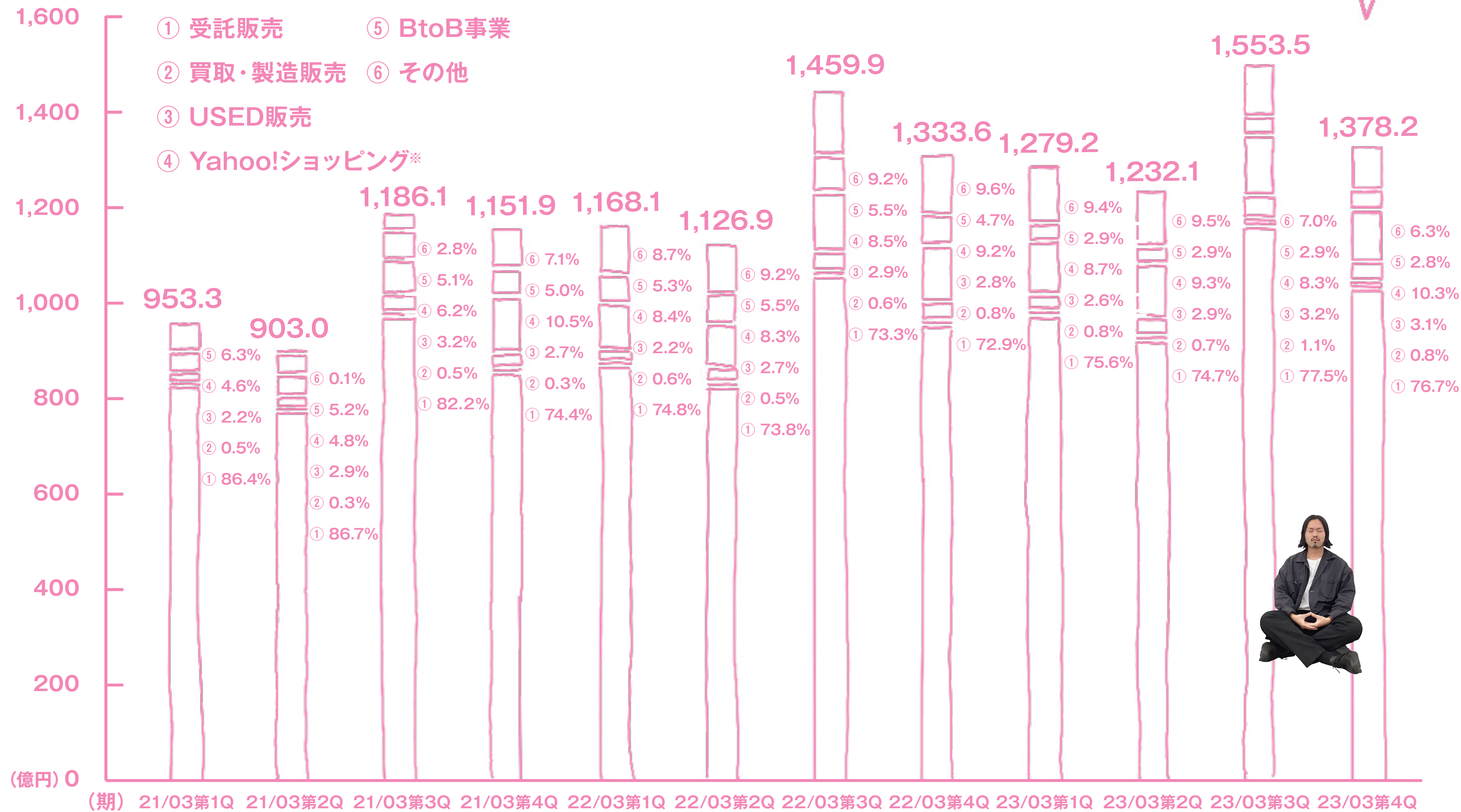
項目	22/03期	23/03期	前期比	増減要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	39,895	36,671	-3,224	
投資活動によるキャッシュ・フロー	-1,283	-10,588	-9,305	(今期) 物流倉庫拡張に向けた支出
財務活動によるキャッシュ・フロー	-34,823	-17,738	17,084	(前期) 自己株式の取得・処分による支出・収入
現金及び現金同等物の期末残高	65,520	74,145	8,624	



商品取扱高の推移 (四半期)



前年同期比*
+7.0%



* 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。
* 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。

販管費の内訳 (期初累計)



(単位:百万円)

	22/03期		23/03期		前期比	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	30,173	6.5%	31,372	6.3%	-0.2%	
社員	13,052	2.8%	14,326	2.9%	0.1%	連結従業員数推移: 22年3月末1,411名 → 23年3月末1,538名
物流関連費(業務委託含む)	17,121	3.7%	17,046	3.4%	-0.3%	効率的な運営を継続 千葉3の再賃借による在庫保管キャパシティの増加
業務委託費(物流関連費以外)	6,037	1.3%	6,774	1.4%	0.1%	システム開発・保守等の外部委託の増加
荷造運賃	31,380	6.8%	32,421	6.5%	-0.3%	商品配送に係る段ボール等のサイズ適正化ならびに出荷単価上昇によるコスト低減影響が燃油サーチャージ適用によるコスト増加影響を上回り、対商品取扱高比率は低下
代金回収手数料	10,978	2.4%	11,877	2.4%	0.0%	
広告宣伝費	9,876	2.1%	12,314	2.5%	0.4%	ZOZOGLASS費用減少 TVCM・WEB広告を中心とした集客施策の増加
賃借料	5,728	1.2%	6,076	1.2%	0.0%	物流拠点増加(2022年4月より千葉3を賃借再開)
減価償却費	1,977	0.4%	2,050	0.4%	0.0%	
のれん償却額	404	0.1%	460	0.1%	0.0%	
株式報酬費用	86	0.0%	114	0.0%	0.0%	
その他	9,873	2.1%	11,457	2.3%	0.2%	システムリプレイスに伴うクラウドサーバ利用量増加 物流拠点増に伴う備品の購入(1Q・4Q)
販管費	106,516	23.0%	114,920	22.9%	-0.1%	



※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。



販管費の内訳 (四半期)

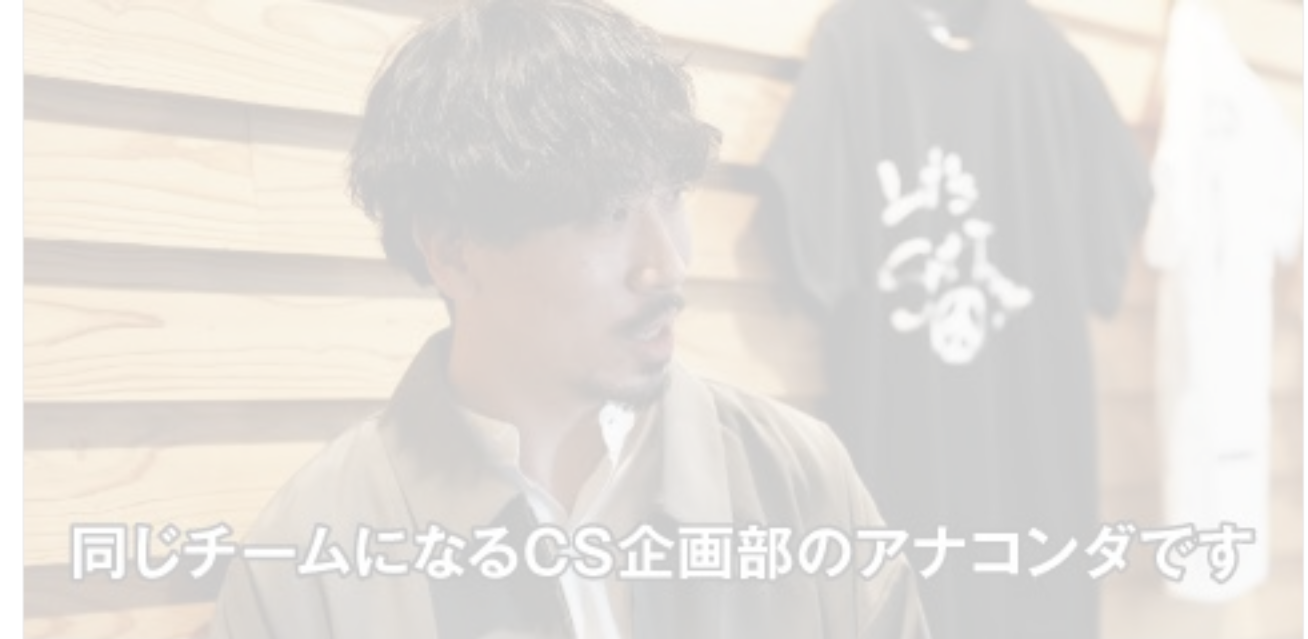


(単位:百万円)

	22/03期								23/03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		第4四半期	
	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	金額	対取扱高比	金額	対取扱高比	金額	対取扱高比
人件費	6,883	6.5%	6,887	6.7%	7,860	5.9%	8,542	7.1%	7,132	6.2%	6,955	6.2%	7,771	5.4%	9,513	7.4%
社員	2,831	2.7%	2,774	2.7%	3,300	2.5%	4,146	3.4%	3,115	2.7%	3,111	2.8%	3,295	2.3%	4,804	3.7%
物流関連費 (業務委託含む)	4,051	3.8%	4,112	4.0%	4,559	3.4%	4,396	3.6%	4,016	3.5%	3,844	3.4%	4,476	3.1%	4,709	3.6%
業務委託費 (物流関連費以外)	1,429	1.3%	1,499	1.5%	1,458	1.1%	1,649	1.4%	1,646	1.4%	1,657	1.5%	1,720	1.2%	1,750	1.4%
荷造運賃	7,597	7.1%	7,486	7.3%	8,275	6.2%	8,021	6.7%	7,996	6.9%	7,708	6.9%	8,577	5.9%	8,139	6.3%
代金回収手数料	2,580	2.4%	2,478	2.4%	3,146	2.4%	2,771	2.3%	2,733	2.4%	2,710	2.4%	3,428	2.4%	3,004	2.3%
広告宣伝費	1,796	1.7%	1,212	1.2%	4,118	3.1%	2,747	2.3%	1,721	1.5%	1,791	1.6%	4,973	3.4%	3,827	3.0%
賃借料	1,431	1.3%	1,432	1.4%	1,432	1.1%	1,432	1.2%	1,514	1.3%	1,513	1.4%	1,517	1.0%	1,530	1.2%
減価償却費	454	0.4%	478	0.5%	503	0.4%	541	0.4%	465	0.4%	473	0.4%	515	0.4%	595	0.5%
のれん償却額	101	0.1%	100	0.1%	101	0.1%	101	0.1%	106	0.1%	106	0.1%	124	0.1%	123	0.1%
株式報酬費用	13	0.0%	38	0.0%	25	0.0%	9	0.0%	10	0.0%	35	0.0%	35	0.0%	33	0.0%
その他	2,043	1.9%	2,237	2.2%	2,733	2.1%	2,858	2.4%	2,702	2.3%	2,714	2.4%	2,663	1.8%	3,377	2.6%
販管費	24,333	22.8%	23,851	23.3%	29,656	22.4%	28,675	23.8%	26,028	22.4%	25,667	23.0%	31,328	21.7%	31,895	24.7%

※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。

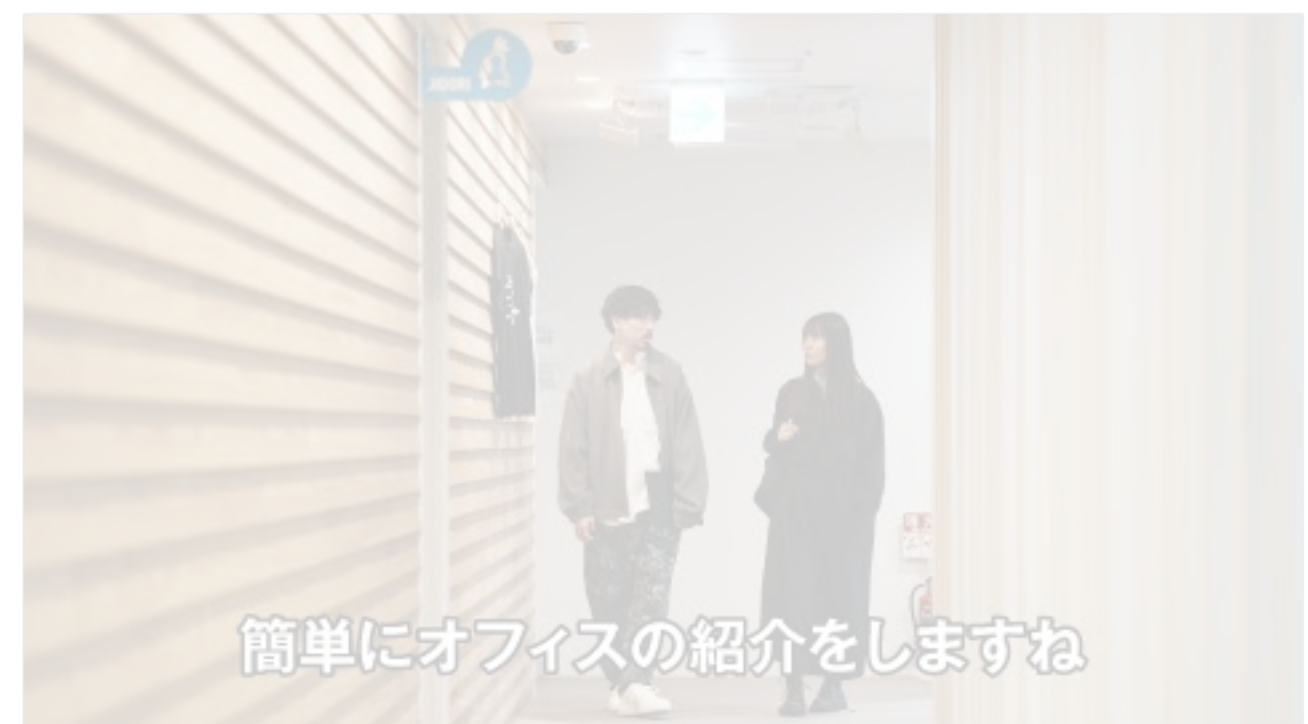
※対取扱高比は各費用を商品取扱高(その他商品取扱高を除く)で除して算出しております。 ※2022年3月期より収益認識に関する会計基準を適用しております。



同じチームになるCS企画部のアナコンダです



アナ...よろしくお願ひします



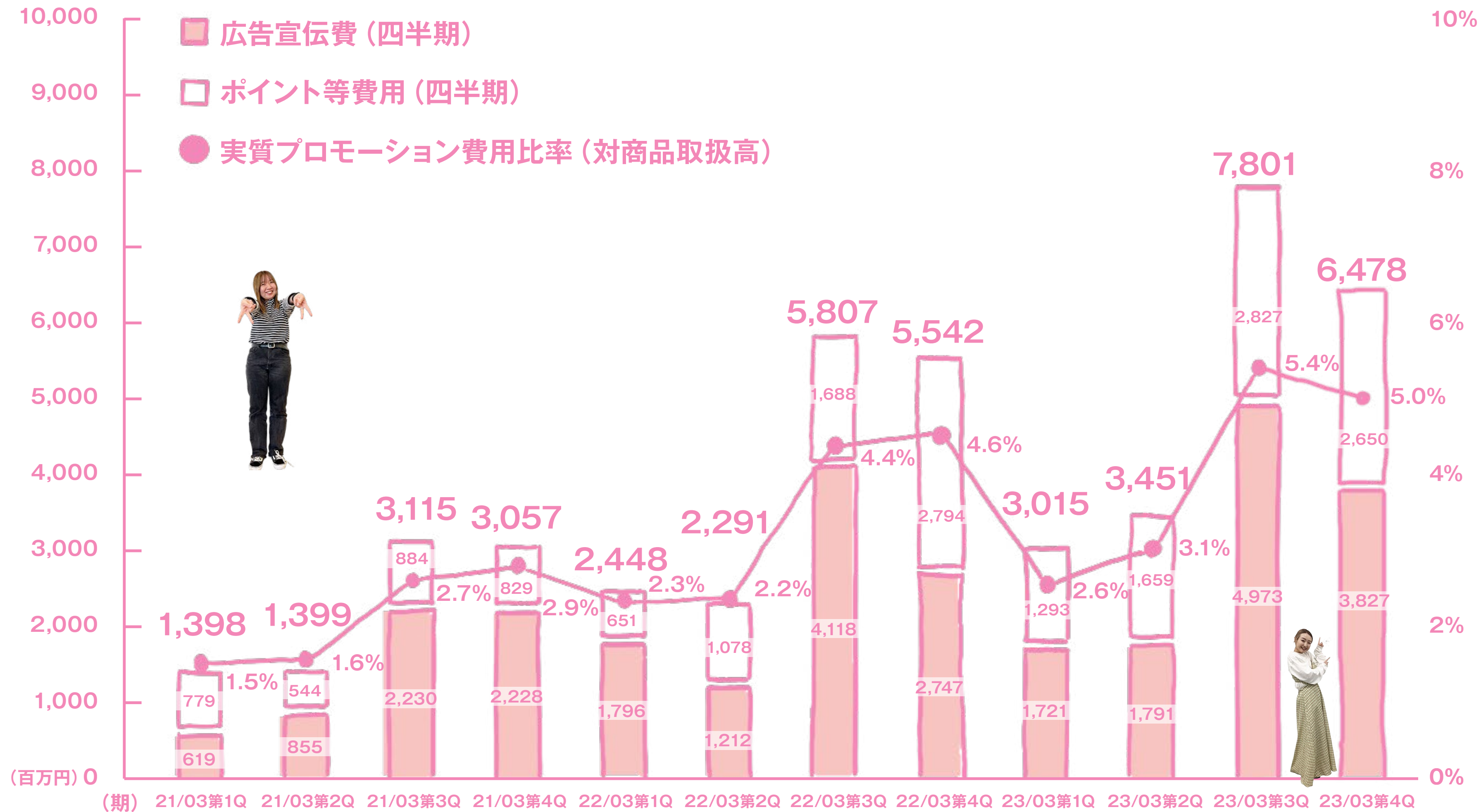
簡単にオフィスの紹介をしますね



宮崎オフィスは1つの街をイメージして作られています

実質プロモーション費用の推移

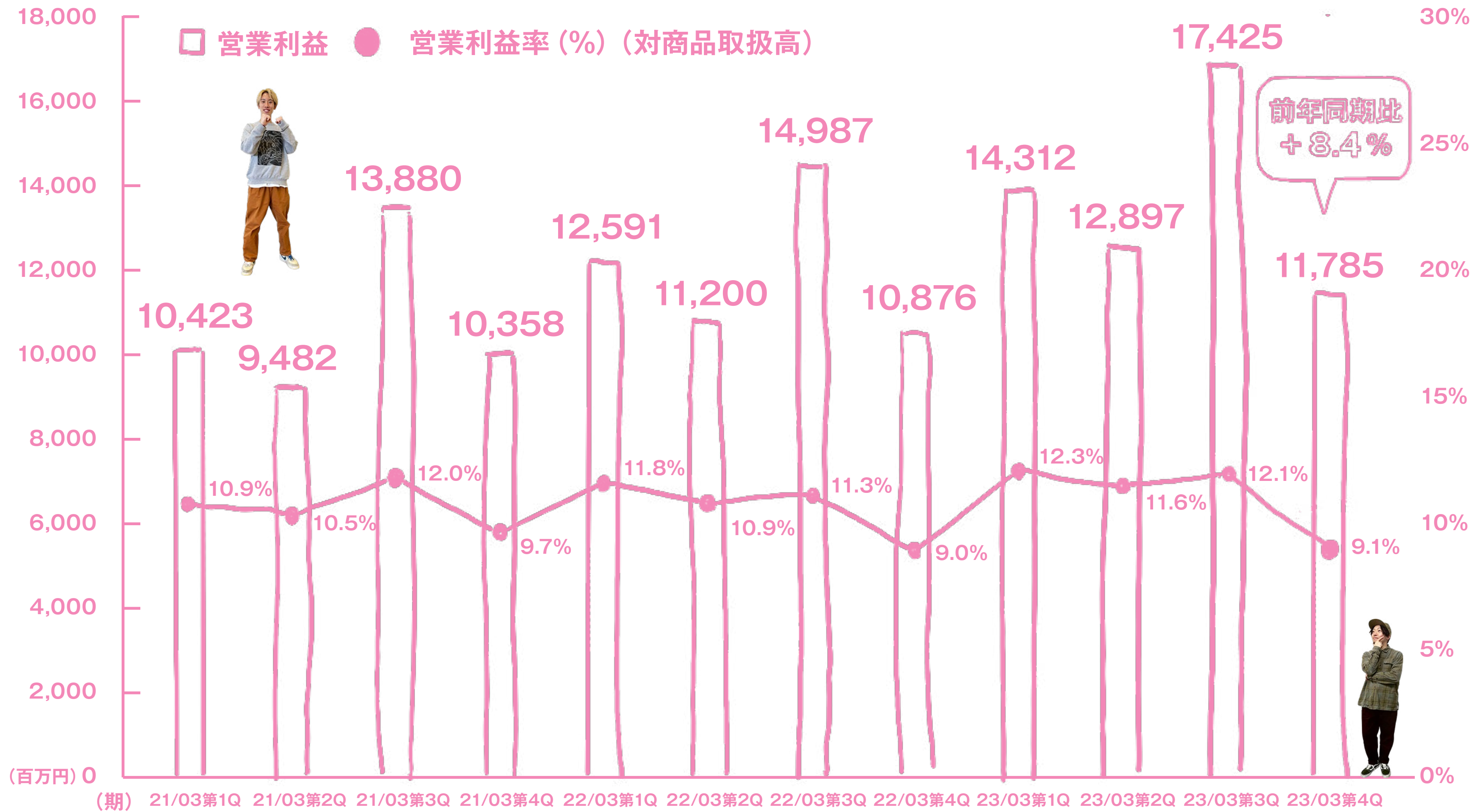
実質プロモーション費用：広告宣伝費とポイント等費用の合計



※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。



営業利益・営業利益率(対商品取扱高)の推移(四半期)



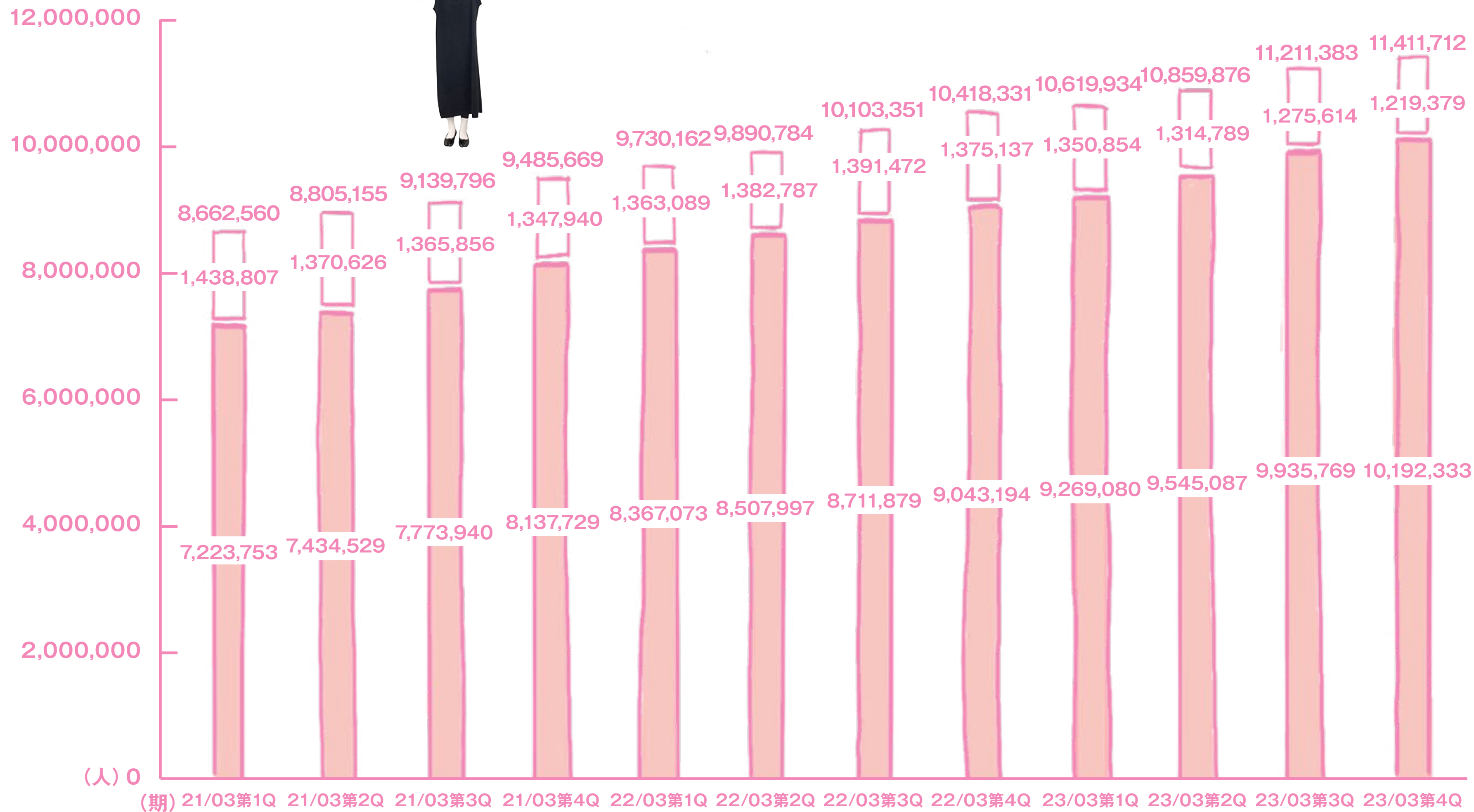
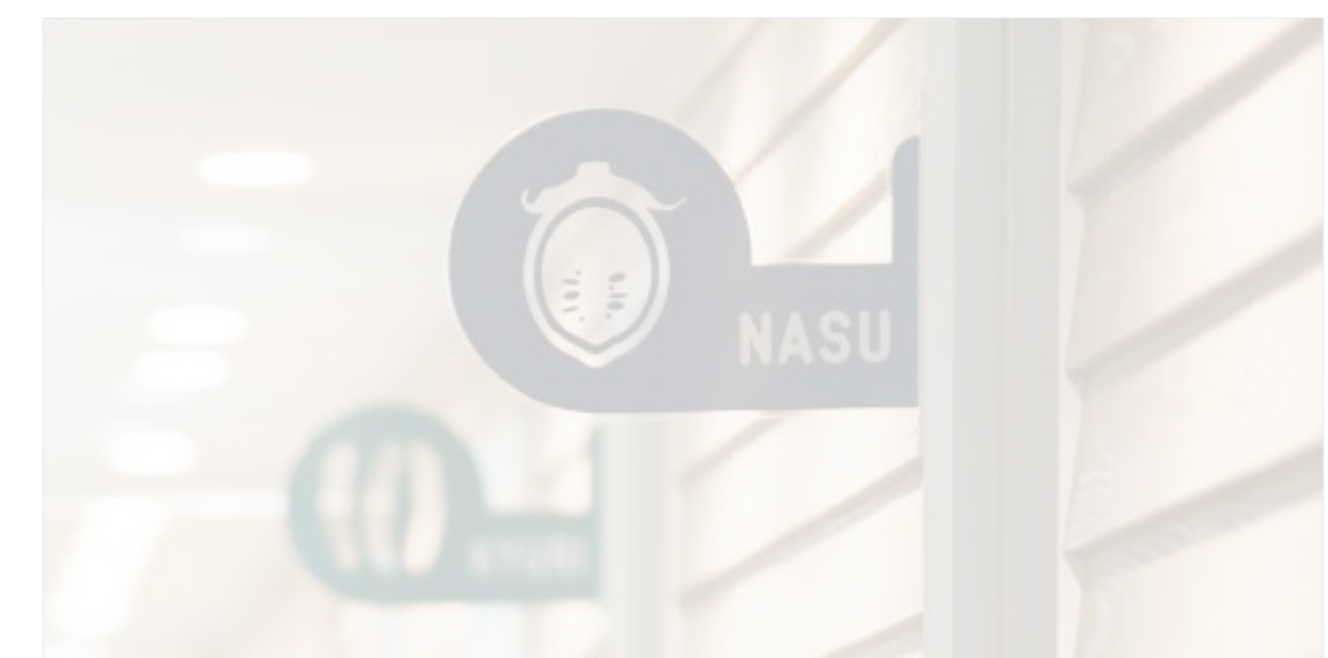
※営業利益率は営業利益を商品取扱高(その他商品取扱高を除く)で除して算出しております。



年間購入者数

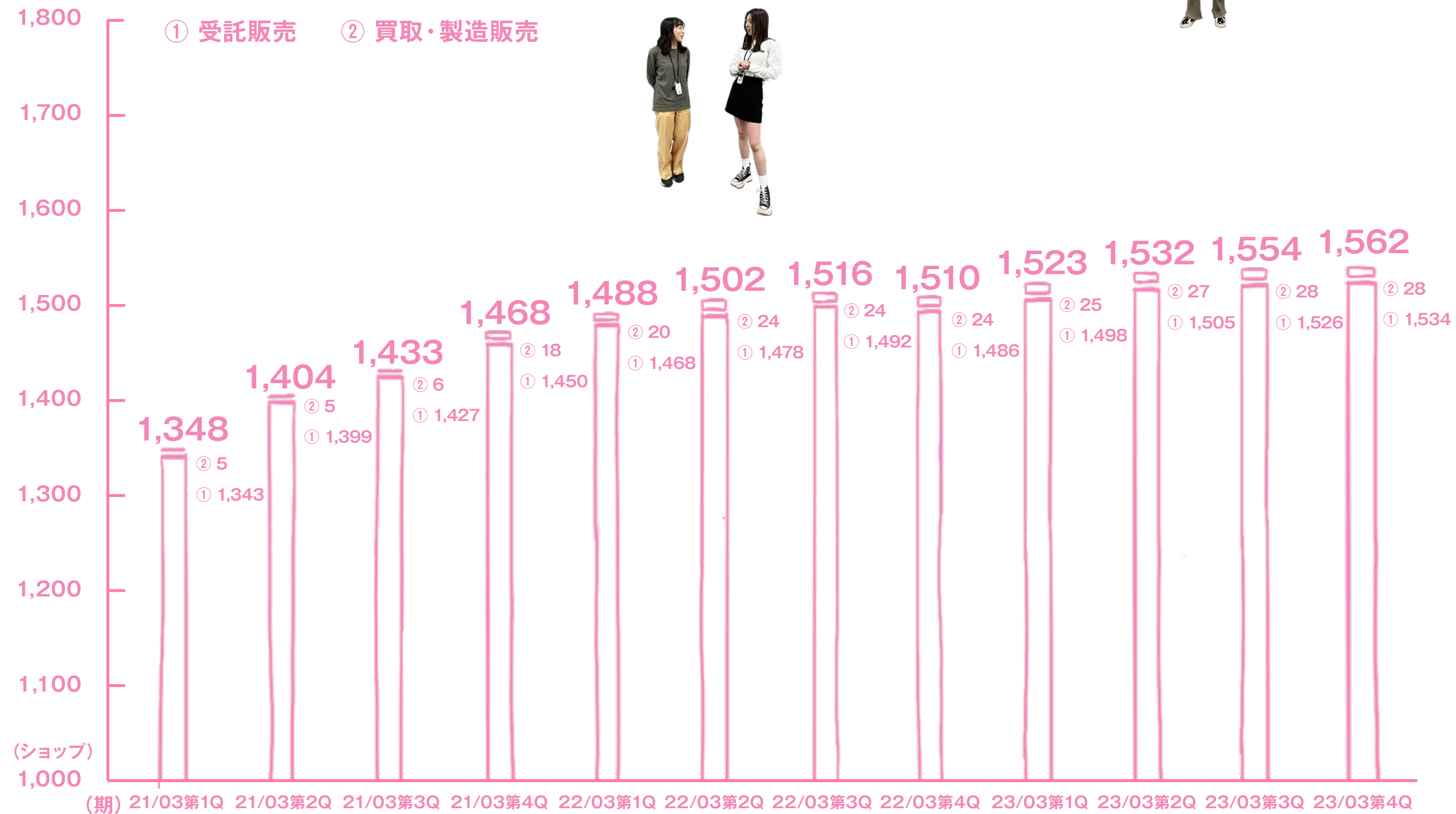
年間購入者数=過去1年以内に1回以上購入したアクティブ会員数とゲスト購入者数の合計

- 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

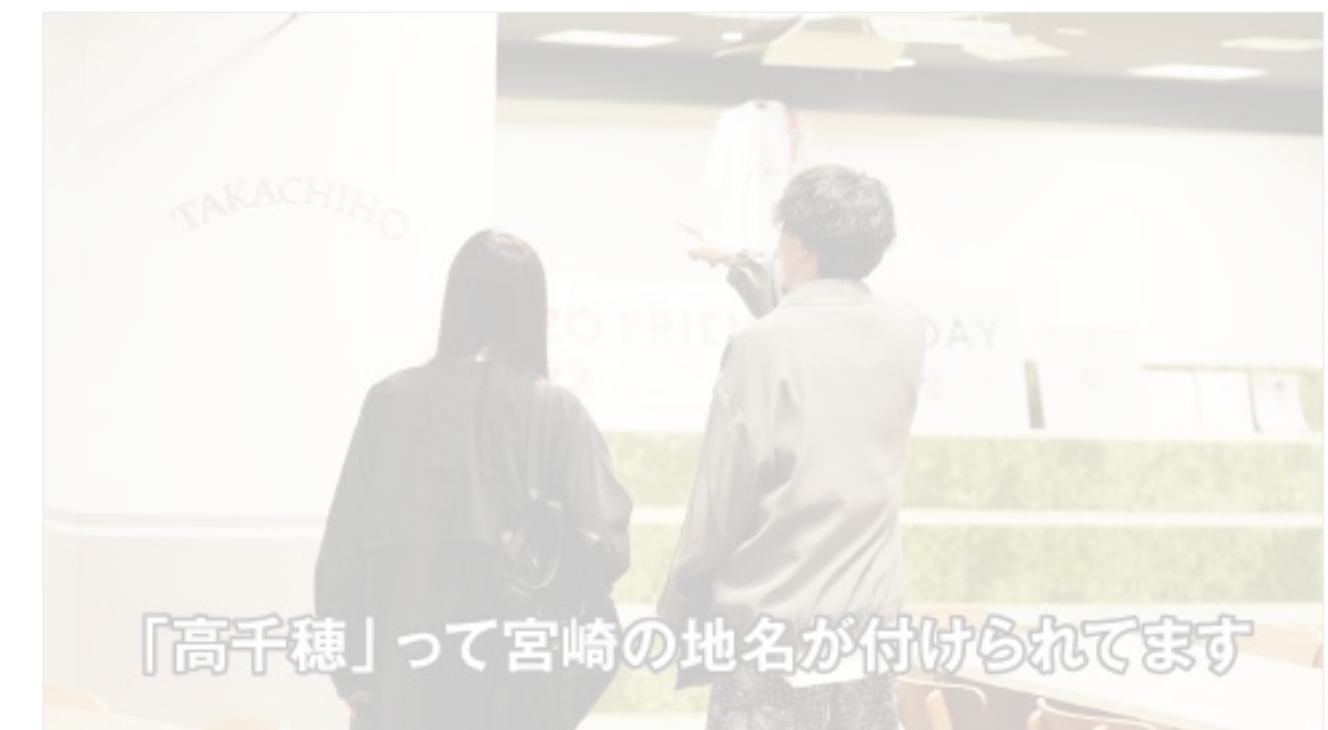


※ ZOZOTOWN事業 (<https://zozo.jp>) に限定した実績となります。「Yahoo!ショッピング」は含んでおりません。
 ※ 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。
 ※ 体型計測デバイス「ZOSUIT (ゾズスーツ)」「ZOSOMAT (ゾゾマット)」および「ZOZOGLASS (ゾゾグラス)」のみを購入したユーザーは含んでおりません。

ZOZOTOWN出店ショップ数の推移

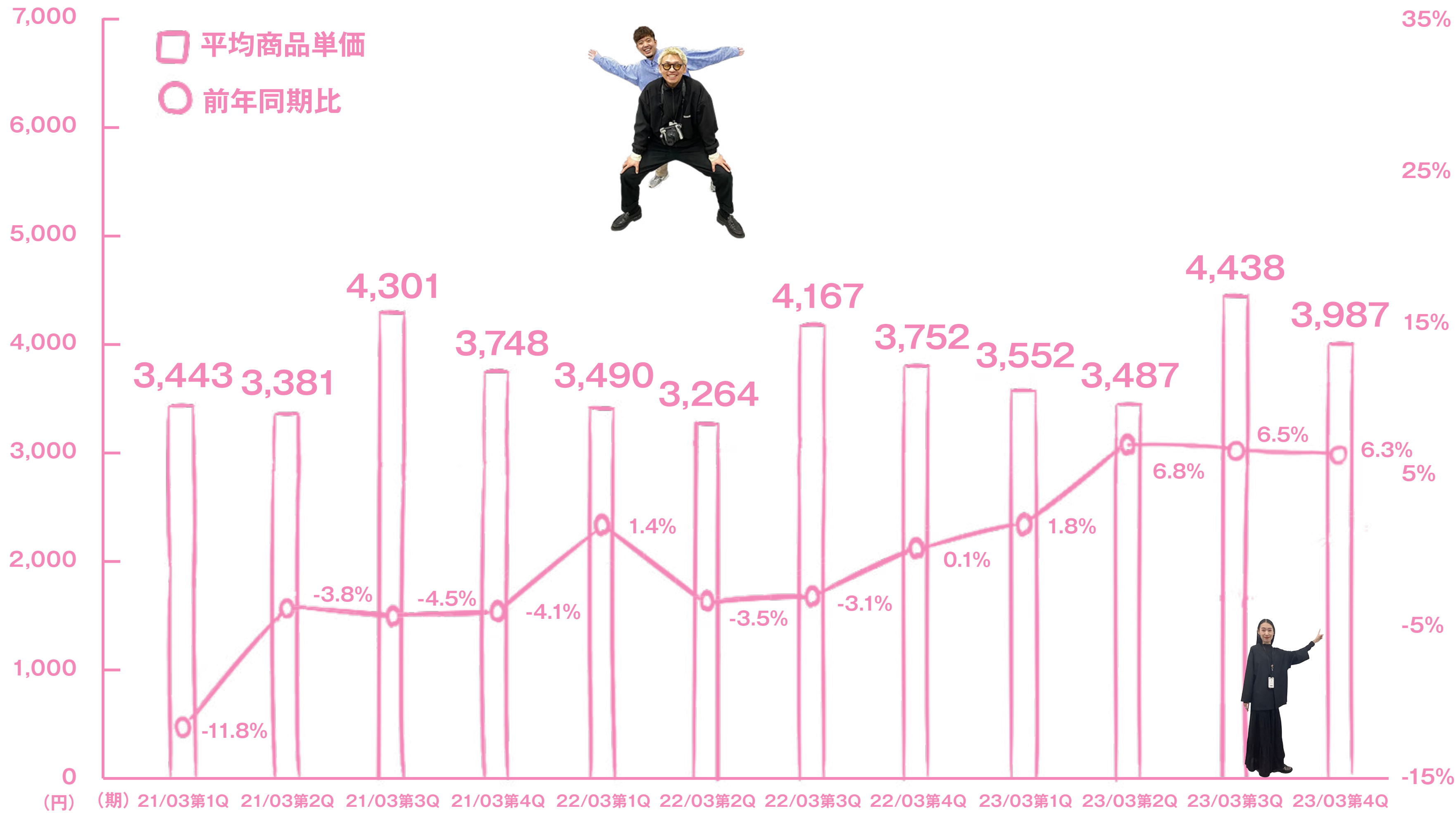


※プライベートブランド「ZOZO (ゾゾ)」 「マルチサイズ」はショップ数に含んでおりません。



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



35%



25%



15%

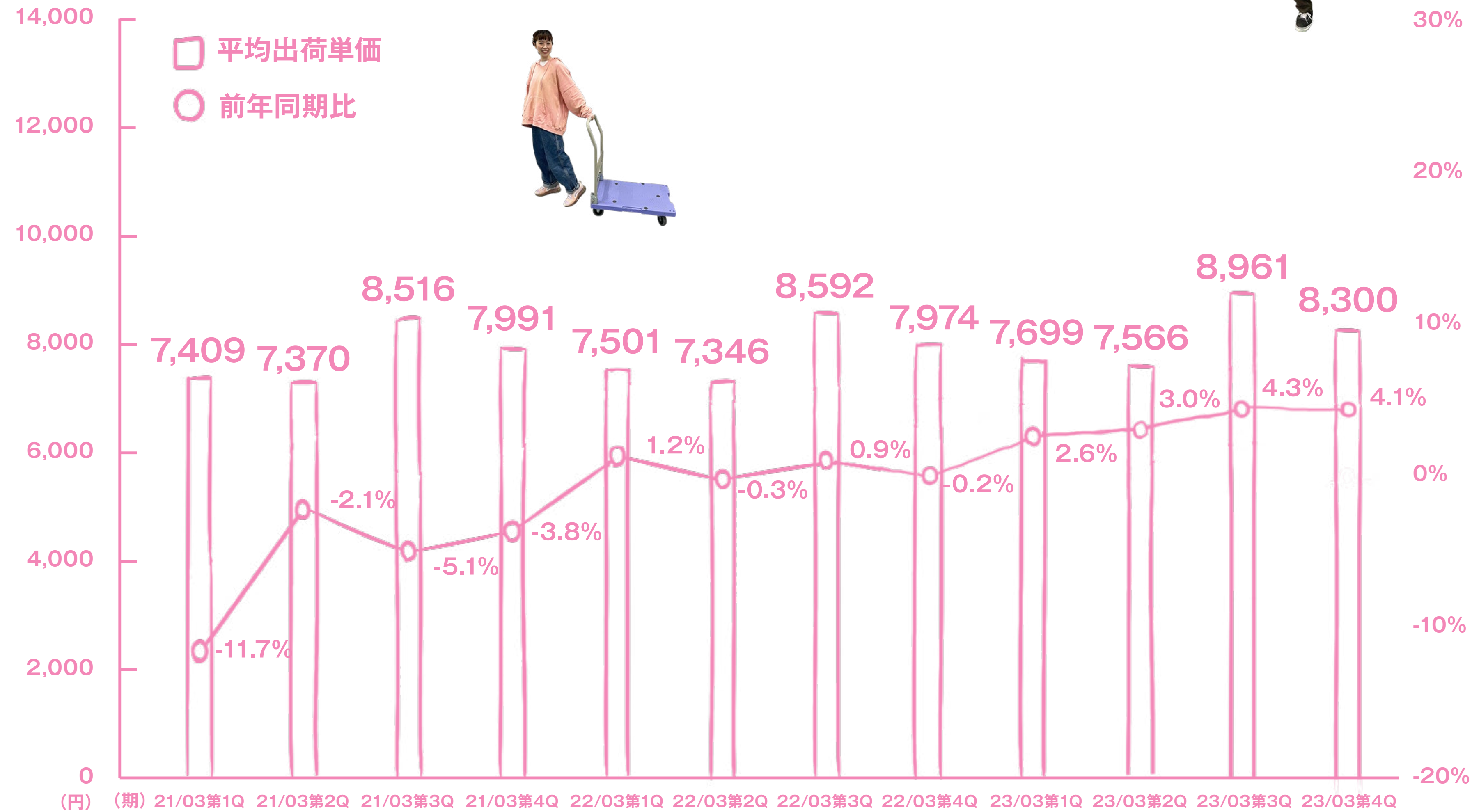


15

※ ZOZOTOWN事業 (<https://zozo.jp>) に限定した実績となります。「Yahoo!ショッピング」は含んでおりません。
 ※ 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。
 ※ 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 (<https://zozo.jp>) に限定した実績となります。「Yahoo!ショッピング」は含んでおりません。
 ※ 「PayPayモール」は2022年10月に「Yahoo!ショッピング」へ統合いたしました。
 ※ 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。

BUSINESS PLAN FOR FY2023 会社計画

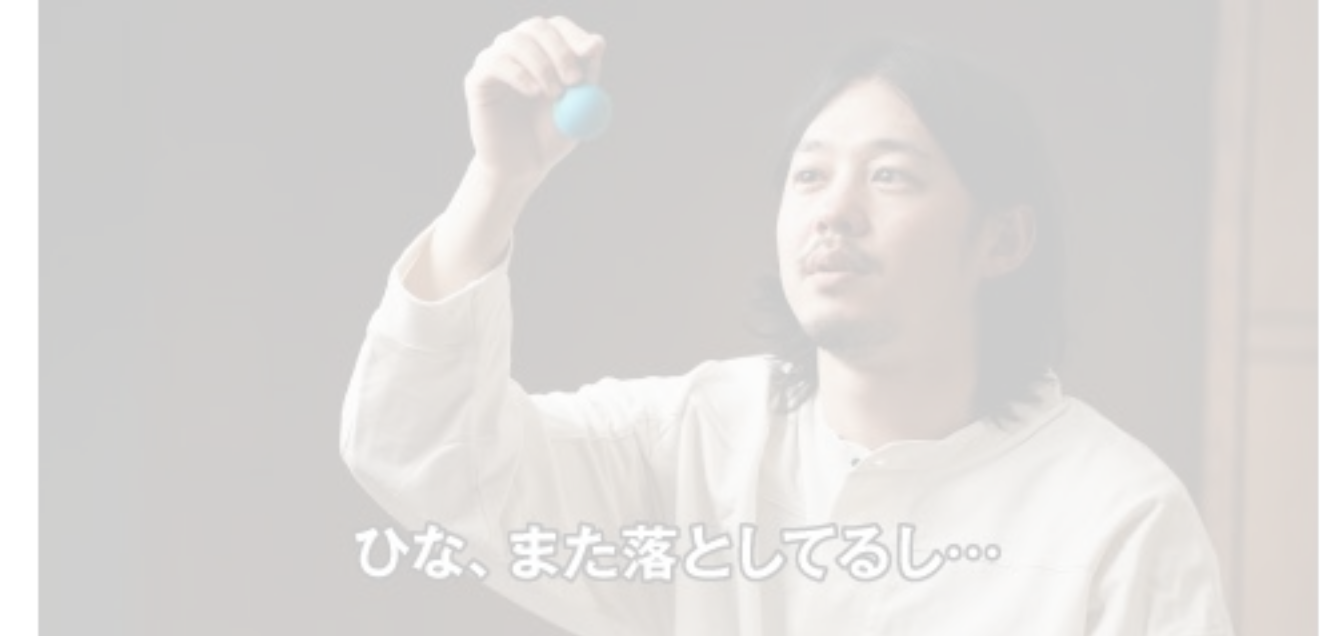
FY2022 ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



24/03期 通期連結業績予想



	24/03期計画	成長率(%)
商品取扱高	5,808億円	6.7%
商品取扱高 (その他商品取扱高を除く)	5,352億円	6.8%
売上高	2,007億円	9.4%
営業利益	600億円	6.3%
営業利益率	11.2%	—
経常利益	600億円	5.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	420億円	6.3%
1株当たり当期純利益	140円07銭	—
1株当たり配当金 (予定)	71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。

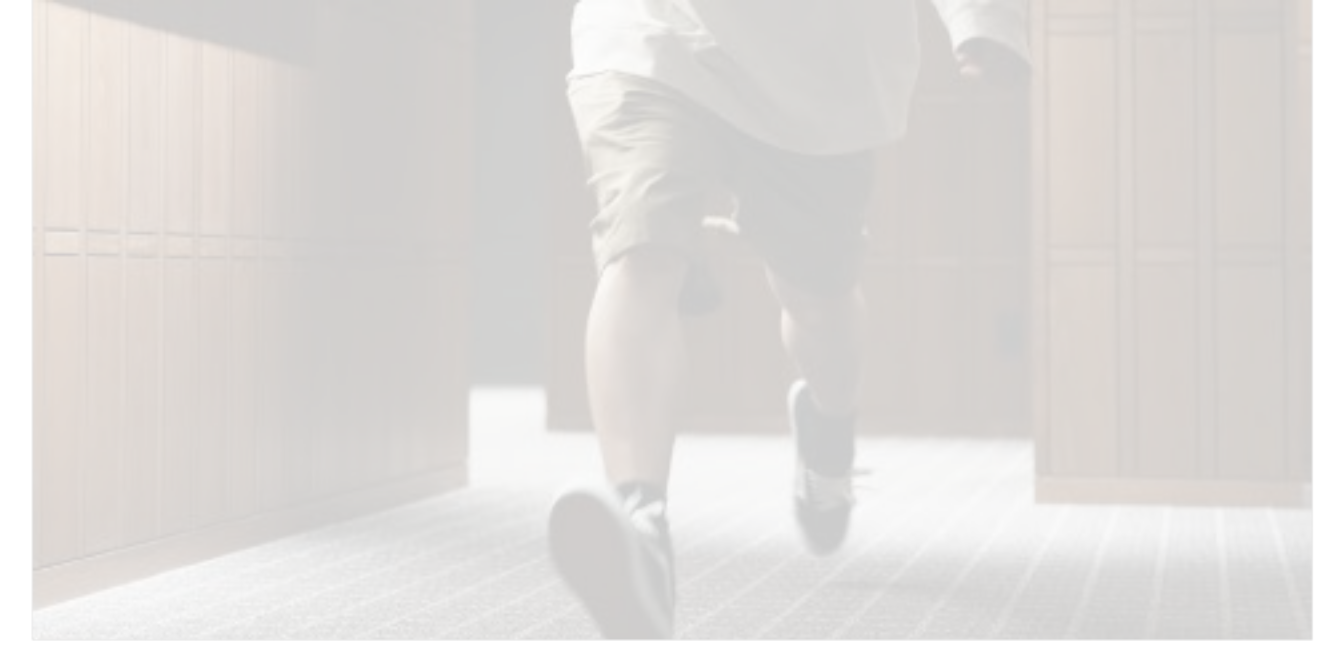
24/03期 事業別目標



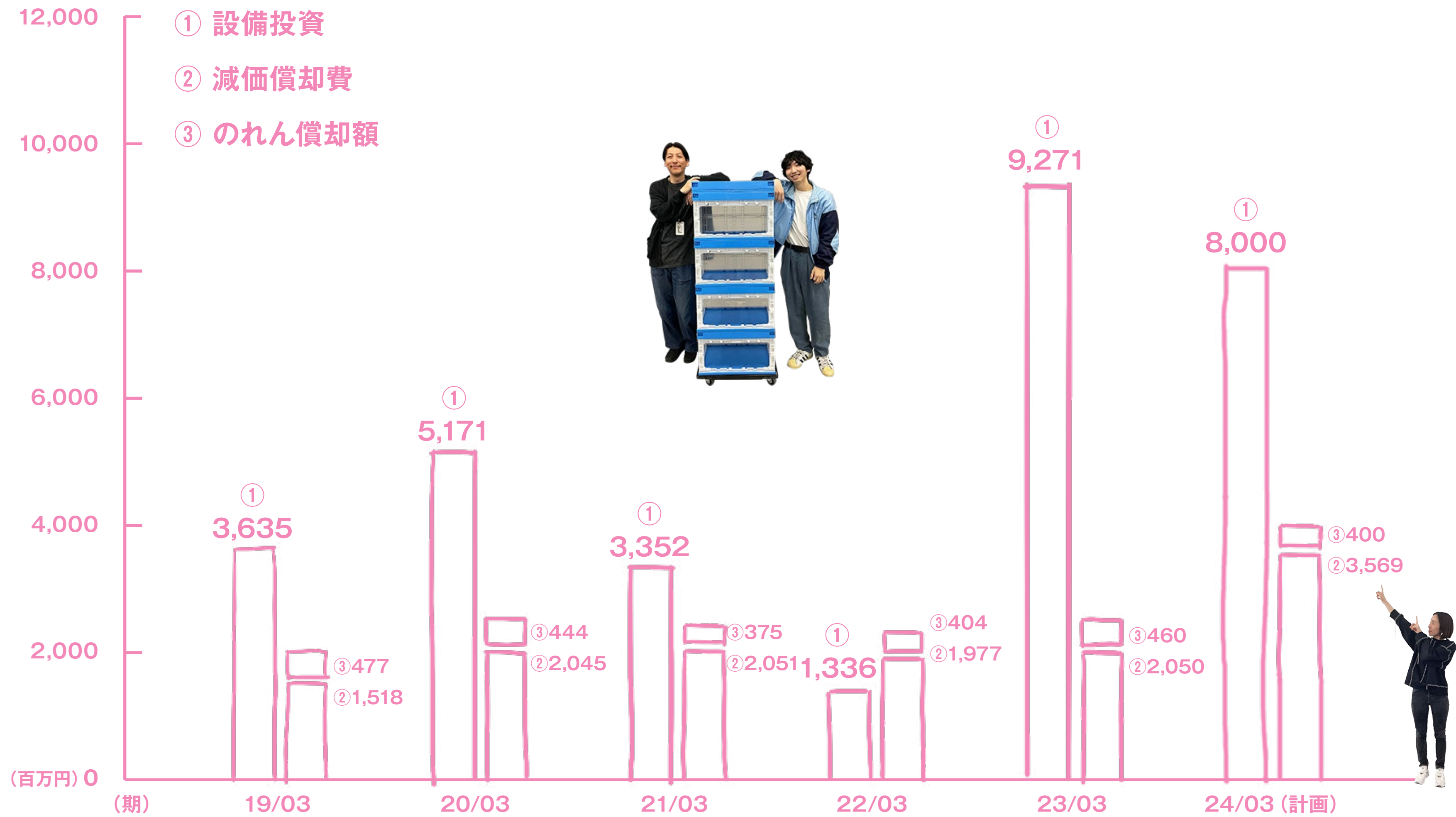
	商品取扱高目標	前期比
ZOZOTOWN事業	4,704億円	+8.0%
買取・製造販売	37億円	-21.7%
受託販売	4,491億円	+8.3%
USED販売	176億円	+9.7%
Yahoo!ショッピング	498億円	0.0%
BtoB事業	150億円	-4.4%
商品取扱高 (その他商品取扱高を除く)	5,352億円	+6.8%
その他	456億円	+5.5%
商品取扱高	5,808億円	+6.7%

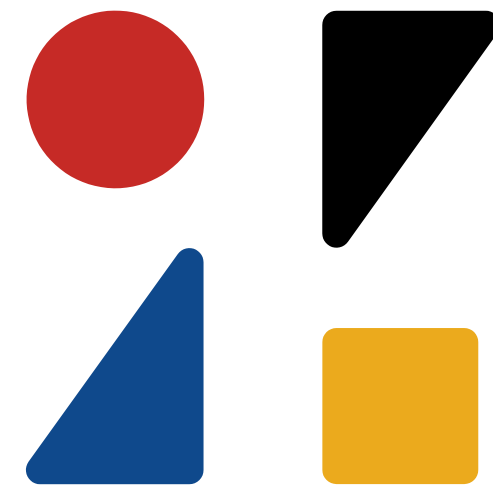


	売上高目標	前期比
広告事業	94億円	+21.0%



設備投資の推移



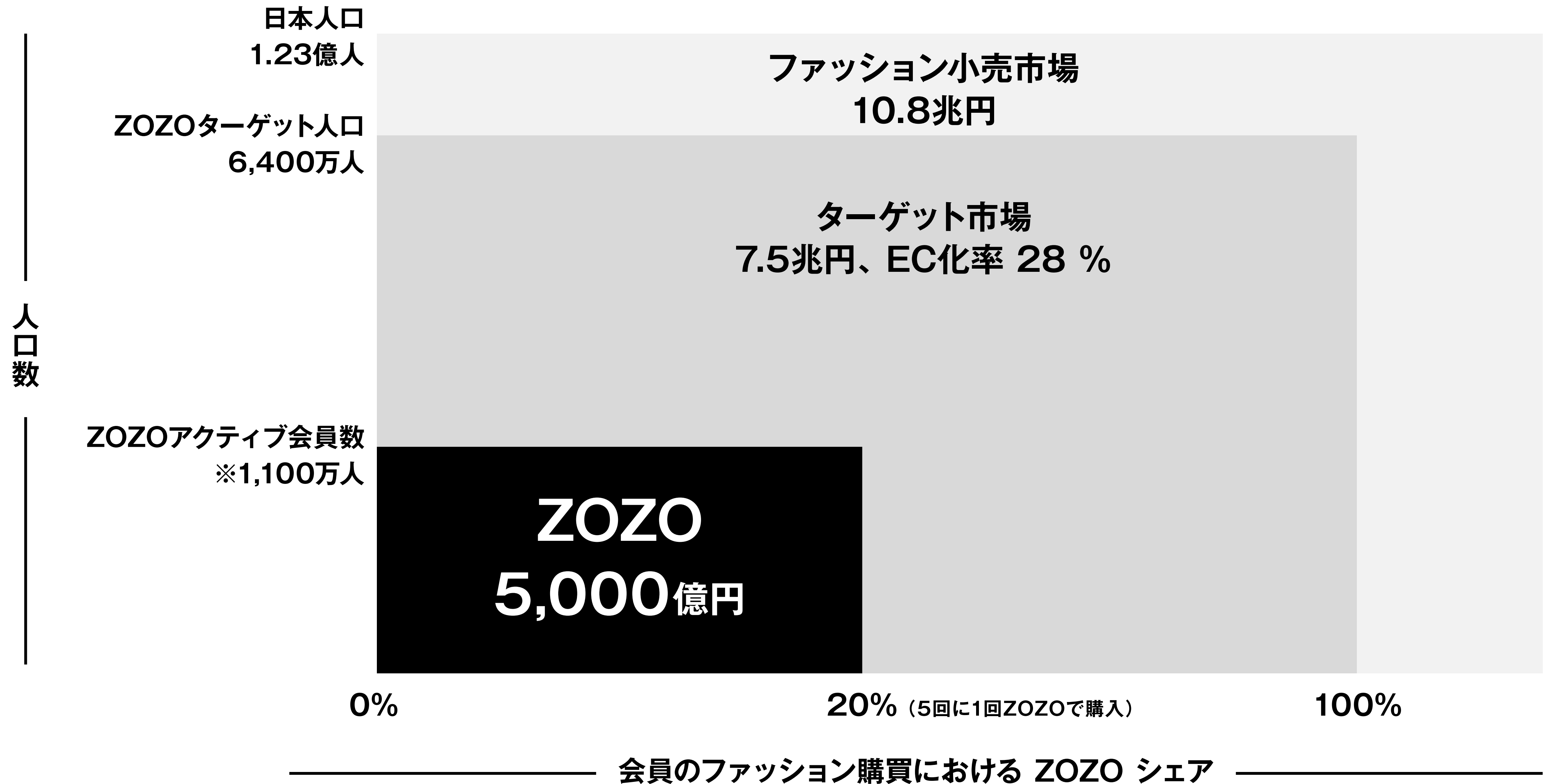


ZOZO

今後の戦略方針

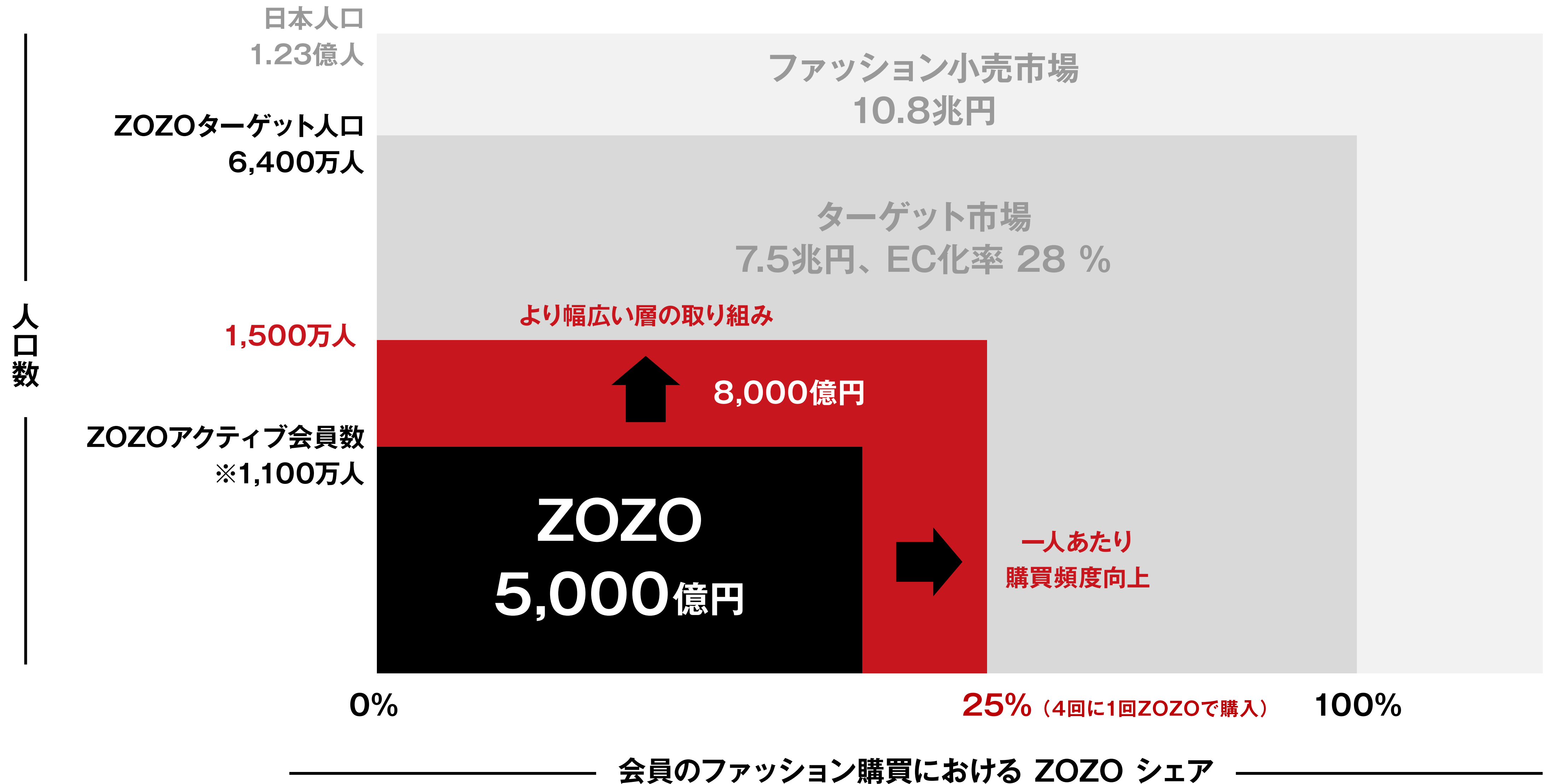
ファッション小売市場における現状シェア

「総務省家計調査データ、電子商取引に関する市場調査報告書、
国勢調査及びZOZO独自消費者アンケートより推計」



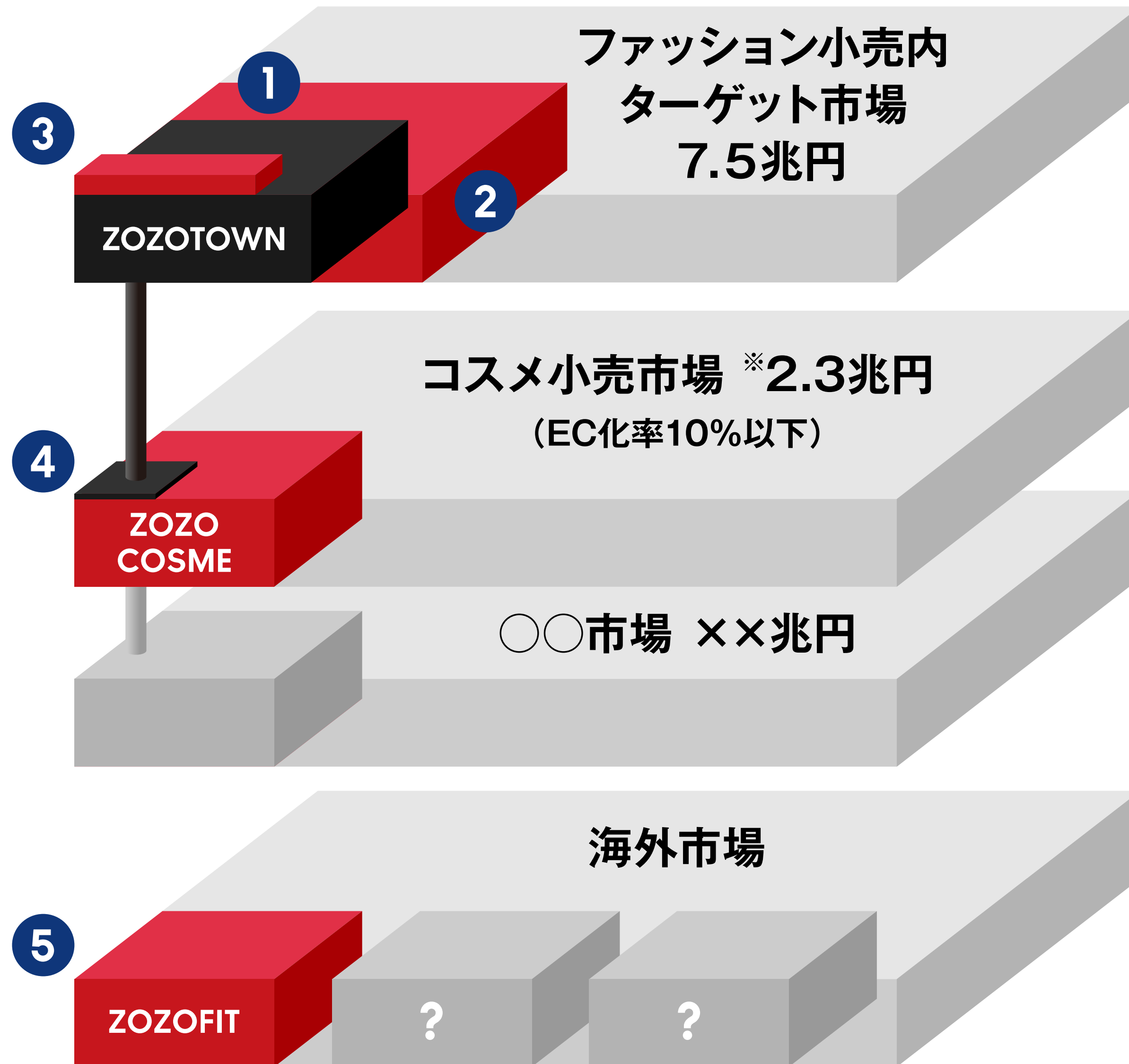
※ZOZOTOWN本店と Y!SHP 店の合計値(重複登録会員は1人としてカウント)

今後のポテンシャル



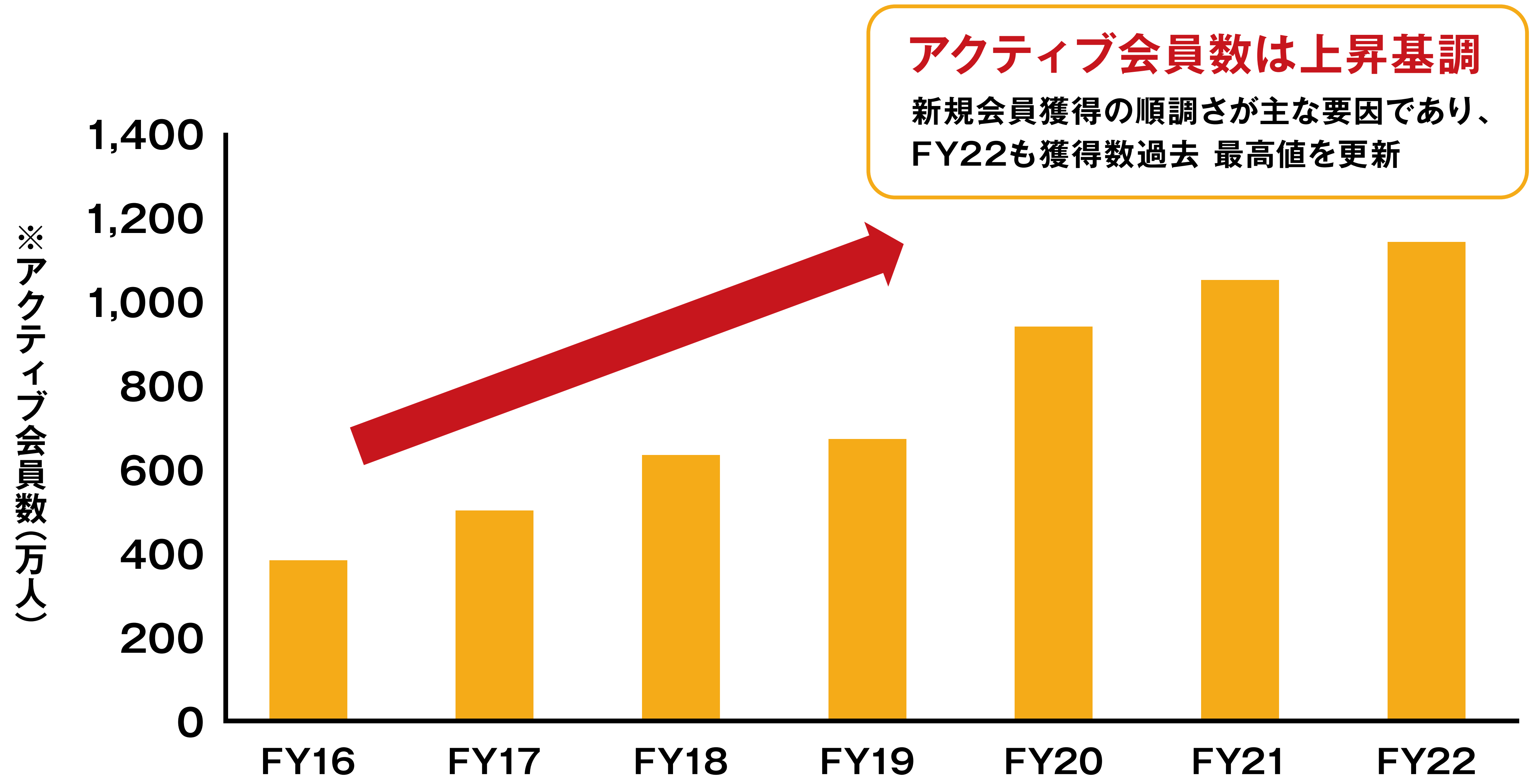
※ZOZOTOWN本店と Y!SHP 店の合計値(重複登録会員は1人としてカウント)

今後の拡大方針



- ① より幅広い層の取り込み
- ② 一人あたり購買頻度向上
- ③ 生産支援
- ④ コスメ拡大とその次
- ⑤ テクノロジーの収益化

①より幅広い層の取り込み (1/2)

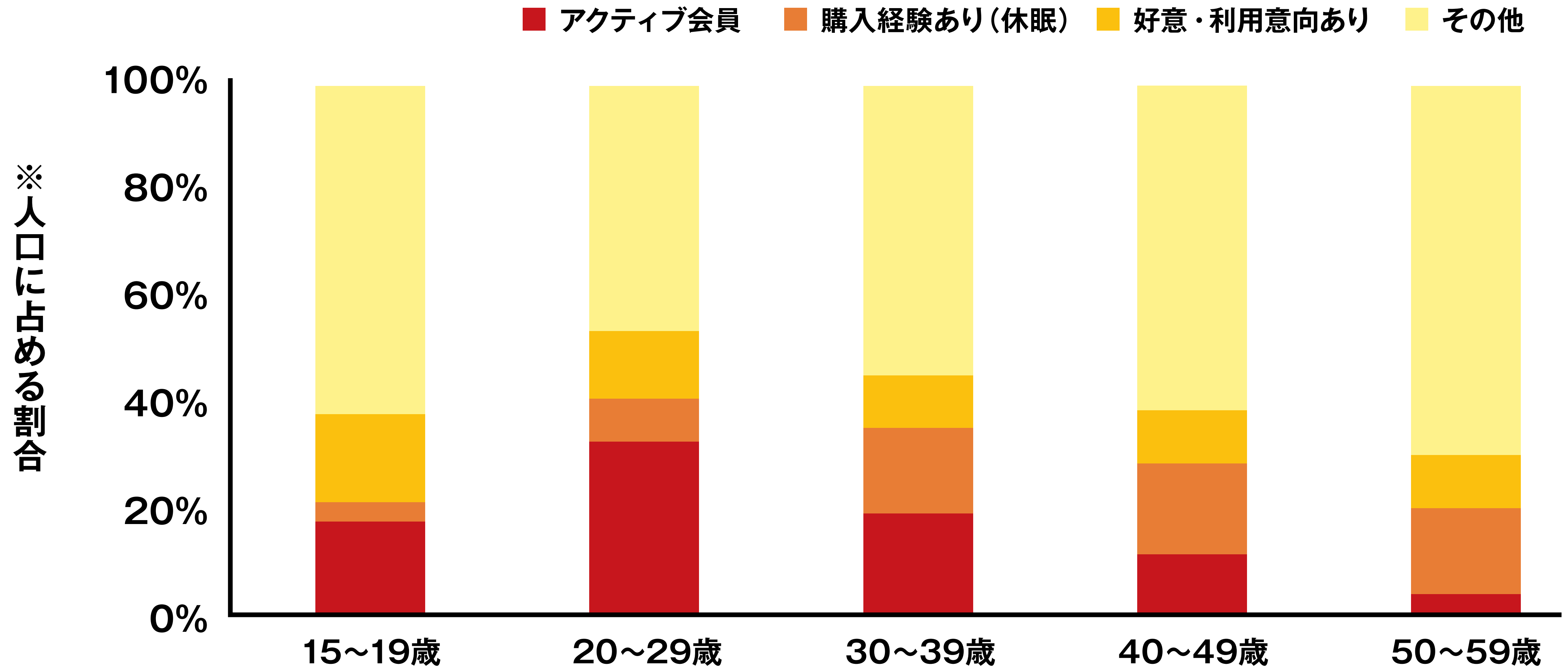


※ZOZOTOWN本店と Y!SHP 店の合計値(重複登録会員は1人としてカウント)

①より幅広い層の取り込み (2/2)

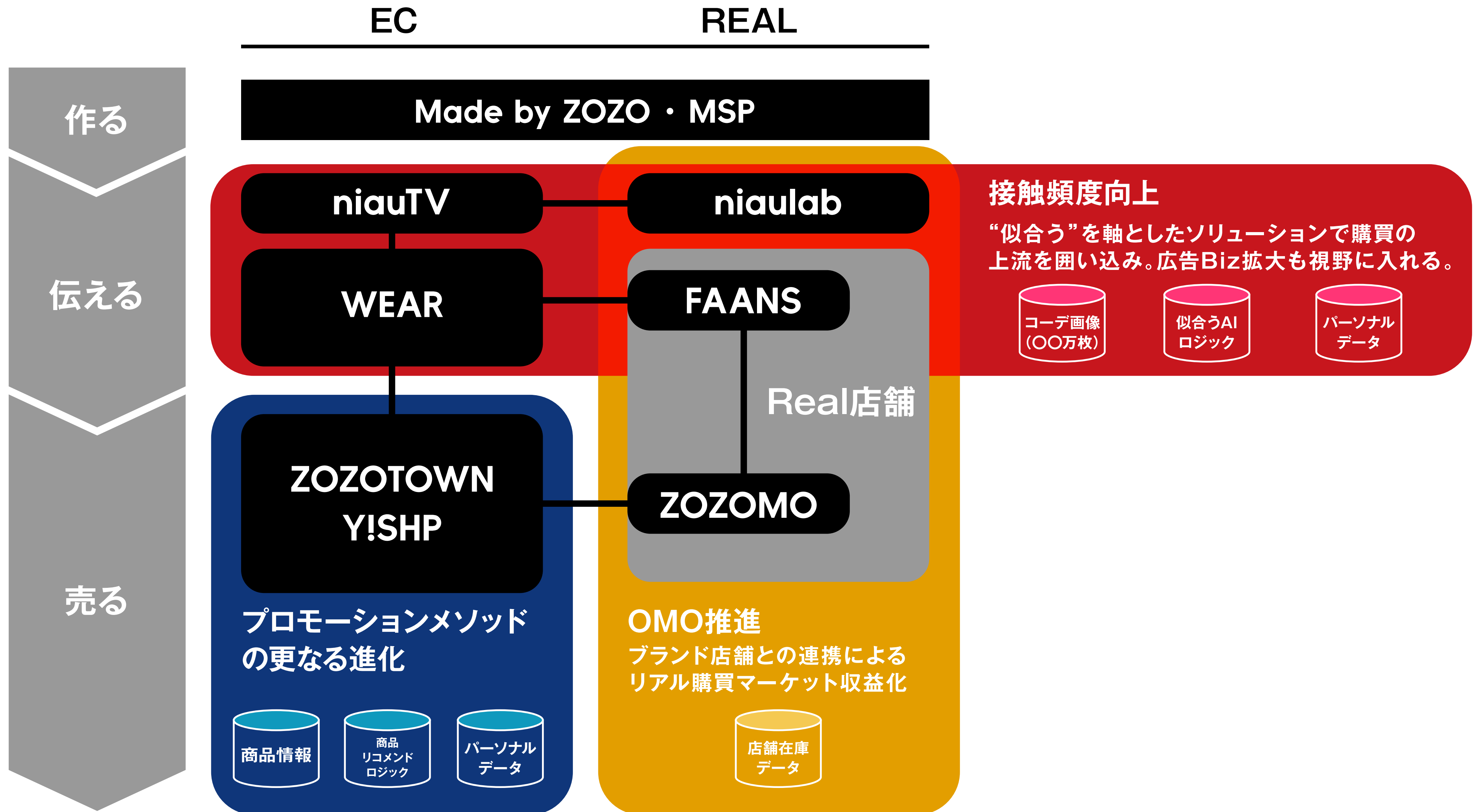
それぞれの世代にまだ伸びしろは存在する。

細かいターゲットセグメントに分解し、伸びしろを意識した獲得施策を実行

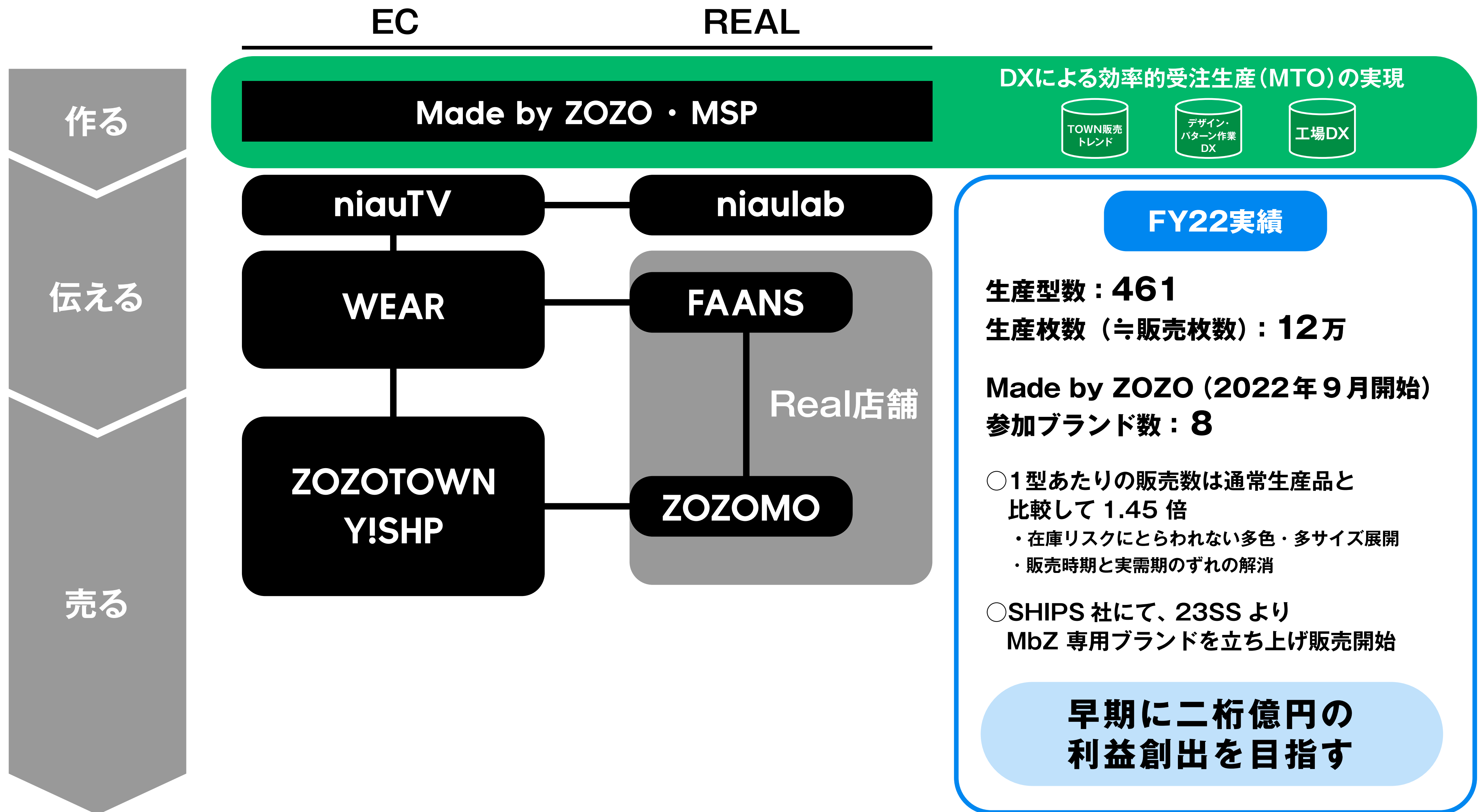


※人口数、及びZOZO独自消費者アンケートにより推計

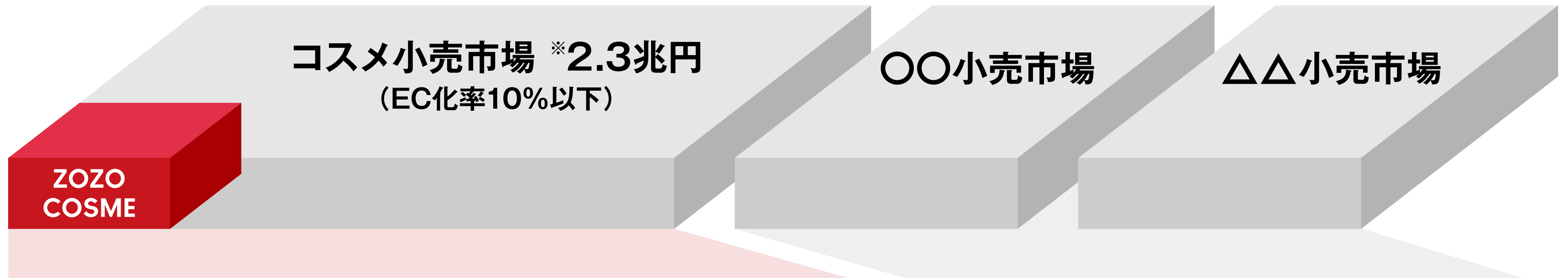
②一人あたり購買頻度向上



③生産支援



④ コスメ拡大とその次



FY22実績

GMV : **91** 億円 (Y!SHP 含む)

アクティブ会員に占めるコスメ購買者の割合 : **19%**

EC 最大手クラスの規模に成長

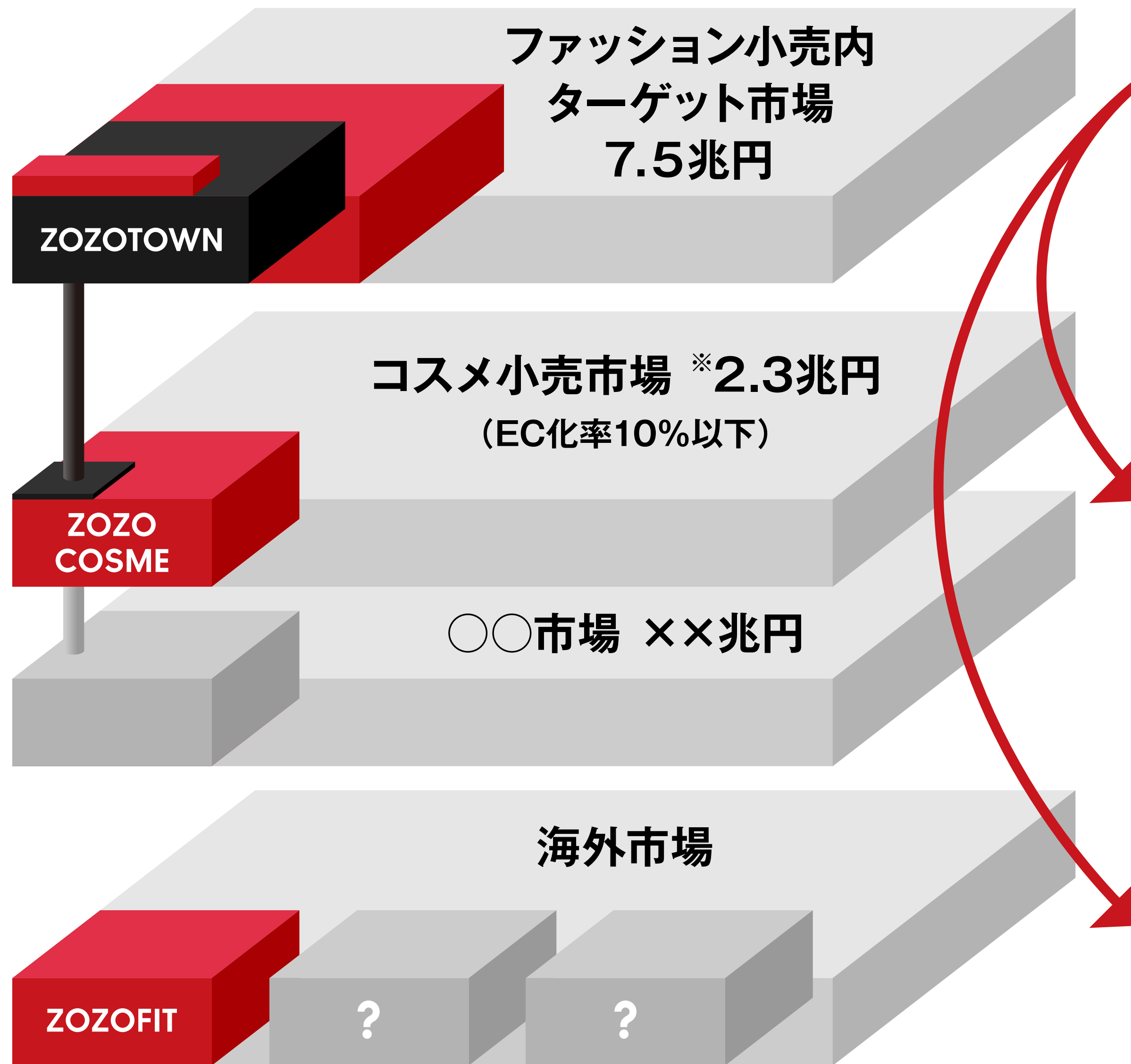
- アパレル販売ノウハウを注入しつつ、売場として最低限のことに集中してきた2年
- 展開ブランド数の増大に加え、売場としての特徴、情報量の充実により、更なる差別化を図る。

コスメで得たカテゴリー
展開ノウハウを利用して、
次なるカテゴリーを探索

⑤テクノロジーの収益化



今後の拡大方針まとめ



顧客規模・コンタクト頻度拡大を継続

“ファッションのことなら ZOZO” (消費者目線)

“ファッションのインフラになる” (業界目線)

**顧客規模を活かした
カテゴリー横展開を推進**

**技術を活かした
新市場展開を推進**

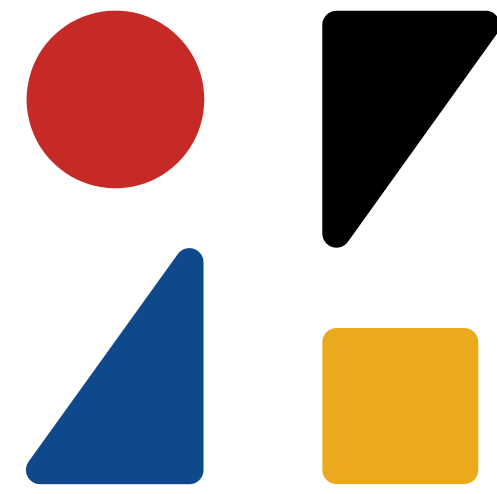
Sustainability

プラットフォーム企業のサステナビリティ



ESG 情報開示とサステナビリティ施策





ZOZO