



絵:モリ(在歴15年) 原案:社内の日常から採録

FY2021 2Q ZOZO, Inc. CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS

株式会社ZOZO 2022年 3月期 第2四半期 決算説明会資料



22/03期 2Q ハイライト

業績概況

- **商品取扱高 2,295.0億円 (前年同期比23.6%増) / 商品取扱高 (その他商品取扱高を除く) 2,090.6億円 (同12.7%増)**
前年同期比10%以上の成長を維持。
- **営業利益 237億円 (同 19.5%増)**
TVCMをはじめとした積極的な広告投下を実施したものの、商品取扱高・広告事業の成長に伴う粗利の増加、コストの低減 (主に物流関連費・代金回収手数料) もあり増益。

事業別内訳

- **ZOZOTOWN事業 商品取扱高 : 1,774.5億円 (前年同期比6.8%増)**
受託販売 / 1,705.5億円 (同6.2%増) 買取・製造販売 / 12.9億円 (同64.1%増)
USED販売 / 56.0億円 (同18.8%増)
- **PayPayモール 商品取扱高 : 191.5億円 (同119.1%増)**
- **BtoB事業 商品取扱高 : 124.5億円 (同17.3%増)**
- **その他^{※1} 商品取扱高 : 204.3億円**
- **平均出荷単価 7,346円 (同0.3%減)、平均商品単価 3,264円 (同3.5%減)**

※1 21/03期3QよりPayPayモールにおけるZOZOオプション契約ストアの商品取扱高計上を開始

ZOZOオプション: PayPayモールにおけるZOZOTOWN以外のファッションカテゴリストアのうち、当社提案をもとにPayPayモール内で実施する特集企画への参加等の営業支援の恩恵を受ける事が出来るオプション契約

※2 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.36「事業区分の変更について」をご参照ください。

22/03期 2Q ハイライト

収益性

○ 営業利益率（対商品取扱高） 11.4%（前年同期実績 10.7%）

- ・利益率改善要因：広告事業等の成長に伴う粗利率の改善、物流拠点内作業効率の改善による物流関連費率の低減、委託業者変更に伴う代金回収手数料率の低減
- ・利益率悪化要因：TVCM等の集客施策ならびにポイントプロモーションの増加

※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。

トピック

- ZOZOの新拠点、西千葉のZOZO本社屋が第34回日経ニューオフィス賞「クリエイティブ・オフィス賞」を受賞（2021年9月）
- PGA TOUR「ZOZO CHAMPIONSHIP」有観客にて開催。
日程：10月21日(木)～24日(日) 開催場所：アコーディア・ゴルフ 習志野カントリークラブ（2021年10月）
- ZOZOとZOZOテクノロジーズが10月1日付けで組織再編（2021年10月）
- 先端テクノロジーを活用し新たな価値をソウゾウする新会社「株式会社ZOZO NEXT」を発足（2021年10月）
- ZOZOTOWNとブランド実店舗をつなぐOMOプラットフォーム「ZOZOMO」始動（2021年10月）
- 「ZOZOMAT for Hands」ブルガリ・ジャパンにて11月9日(火)より期間限定で配布開始（2021年10月）
- サステナビリティレポートを発行（2021年10月）

BUSINESS RESULTS

業績

FY2021 2Q ZOZO Inc.
CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS



22/03期 2Q 連結業績の概要

(単位:百万円)

	21/03期 2Q実績	22/03期 2Q実績	前年同期比	期初計画	達成率
商品取扱高	185,631	229,507	23.6%	472,800	48.5%
商品取扱高 (その他商品取扱高を除く)	185,526	209,067	12.7%	450,400	46.4%
売上高	66,492	76,212	14.6%	162,600	46.9%
売上総利益	63,337	71,976	13.6%	-	-
対商品取扱高比	34.1%	34.4%	0.3%	-	-
販管費	43,431	48,184	10.9%	-	-
対商品取扱高比	23.4%	23.0%	-0.4%	-	-
営業利益	19,905	23,791	19.5%	47,800	49.8%
対商品取扱高比	10.7%	11.4%	0.7%	10.6%	-
経常利益	19,957	23,759	19.1%	47,800	49.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	13,943	16,541	18.6%	33,300	49.7%

※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.36「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。

連結業績の概要 (四半期毎)

(単位:百万円)

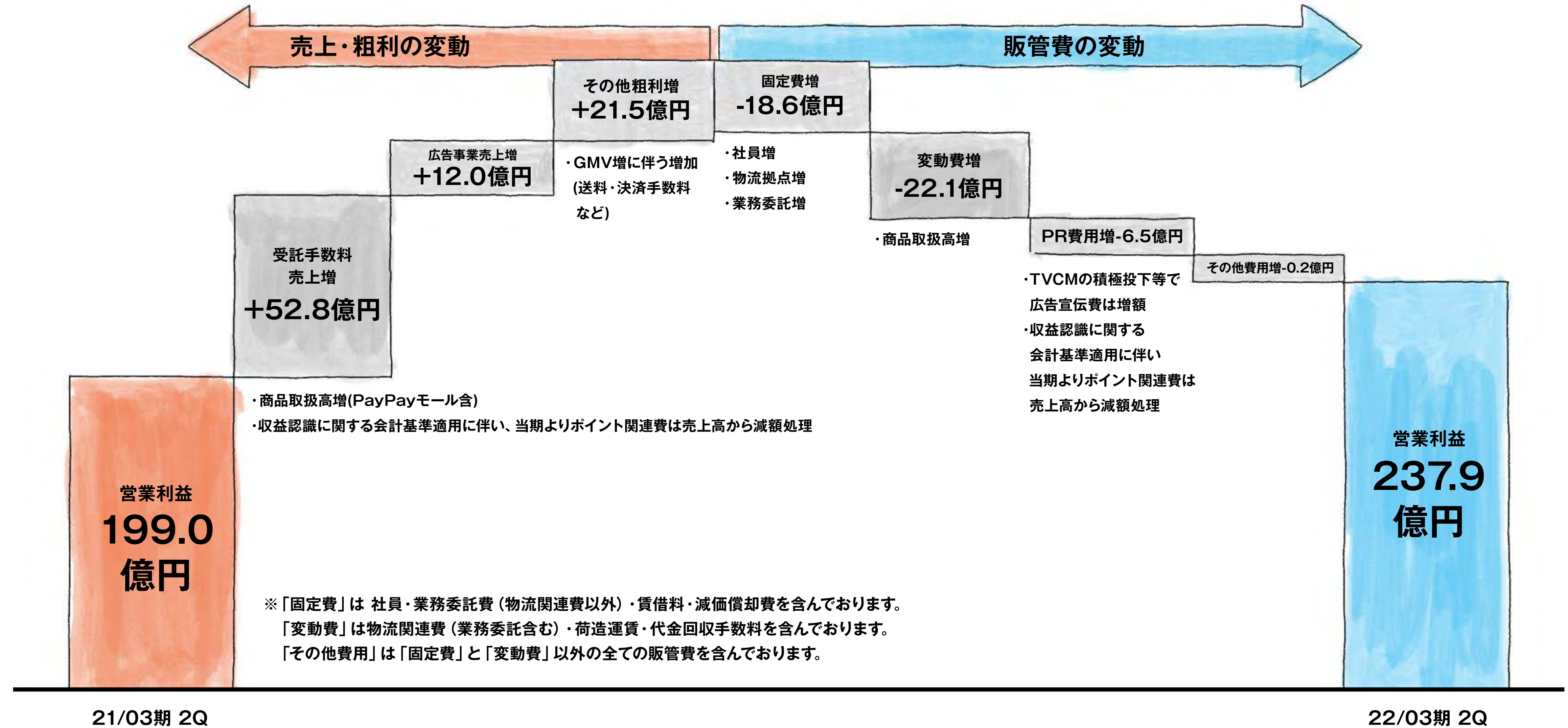
	21/03期				22/03期	
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期	第2四半期
商品取扱高	95,330	90,301	118,611	115,194	116,812	112,695
商品取扱高 (その他商品取扱高を除く)	95,330	90,195	115,247	106,999	106,700	102,367
前年同期比	19.5%	13.0%	22.2%	17.3%	11.9%	13.5%
売上高	33,674	32,818	41,987	38,922	38,866	37,346
販管費	21,860	21,571	25,742	26,714	24,333	23,851
前年同期比	18.3%	4.3%	1.4%	25.5%	11.3%	10.6%
対商品取扱高比	22.9%	23.9%	22.3%	25.0%	22.8%	23.3%
営業利益	10,423	9,482	13,880	10,358	12,591	11,200
前年同期比	33.9%	73.4%	126.4%	21.8%	20.8%	18.1%
対商品取扱高比	10.9%	10.5%	12.0%	9.7%	11.8%	10.9%

※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.36「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。

営業利益の増減分析(対前年同期比)



連結財政状態

(単位:百万円)

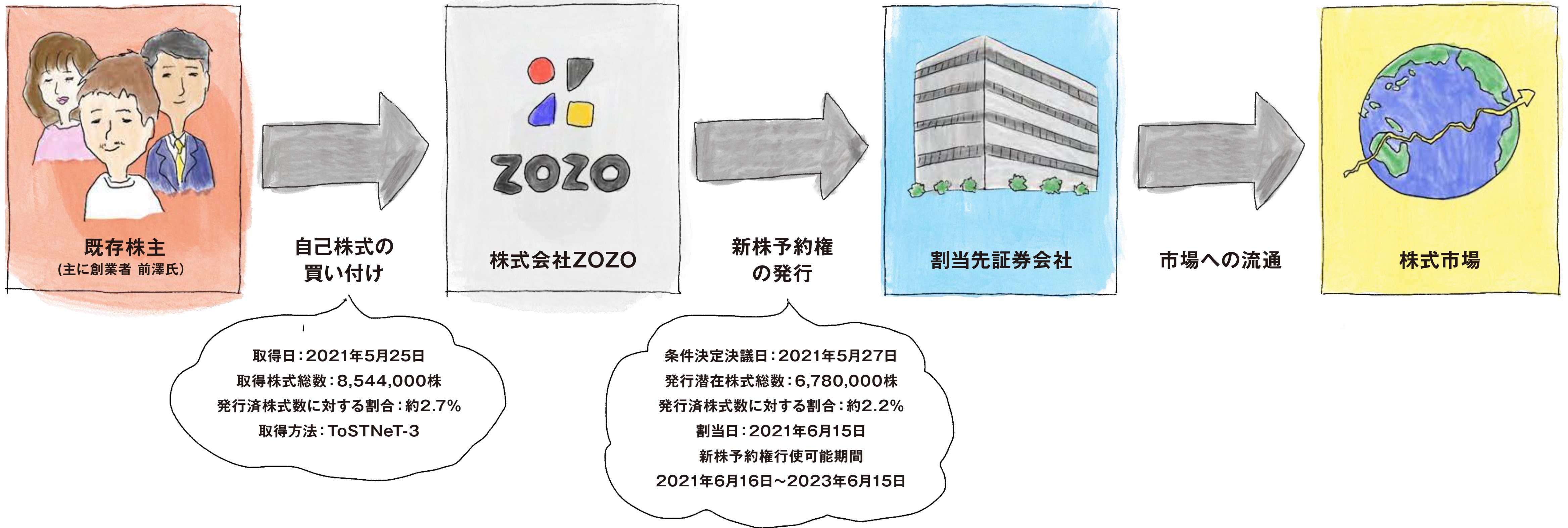
	前連結会計年度 (2021年3月31日)	当第2四半期 連結会計期間 (2021年9月30日)		前連結会計年度 (2021年3月31日)	当第2四半期 連結会計期間 (2021年9月30日)
流動資産	99,796	80,390	流動負債	65,180	56,334
うち、現預金	61,648	47,810	うち、短期借入金	20,000	20,119
うち、商品及び製品	1,792	2,132	固定負債	4,968	5,315
固定資産	25,860	24,685	負債合計	70,149	61,650
有形固定資産	12,019	11,769	株主資本	55,651	43,471
無形固定資産	2,915	2,657	うち、自己株式	-24,146	-45,048
投資等	10,925	10,258	純資産合計	55,507	43,425
資産合計	125,656	105,076	負債・純資産合計	125,656	105,076

連結キャッシュ・フローの推移

(単位:百万円)

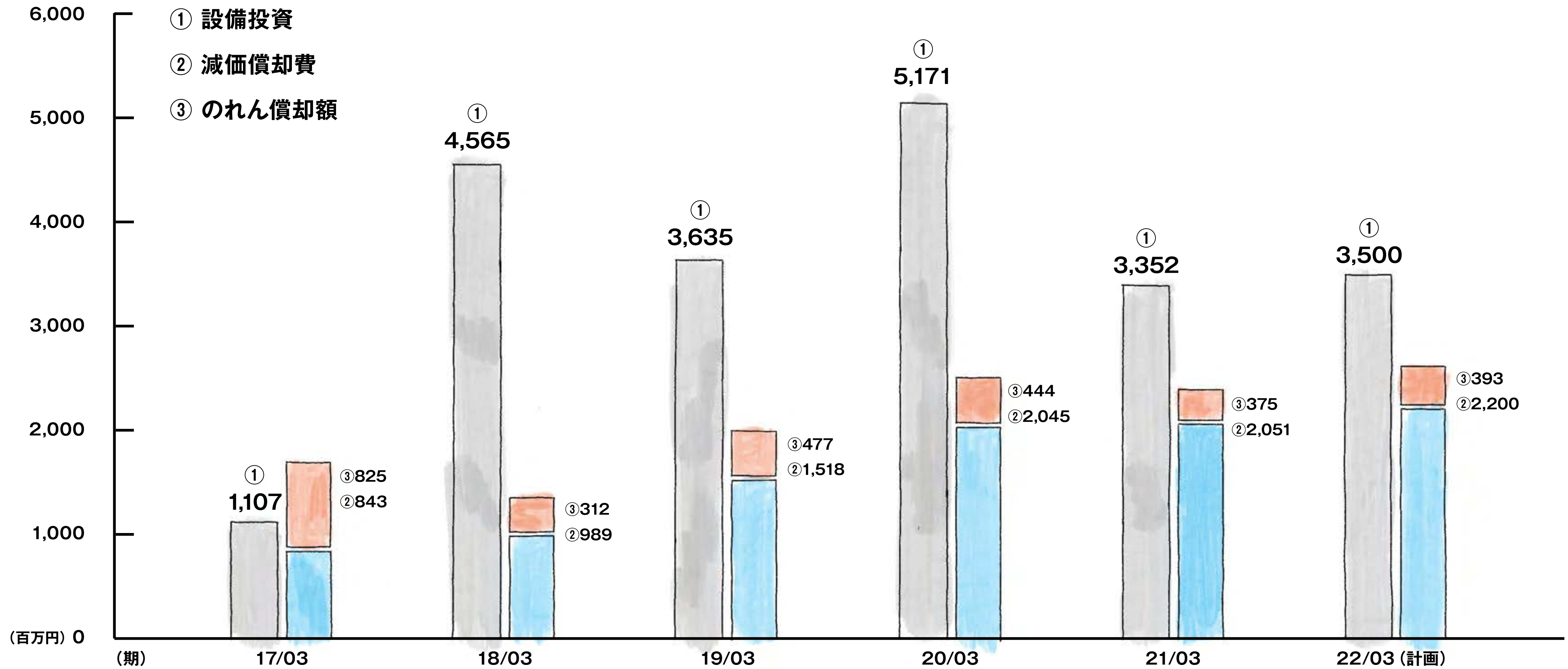
項目	21/03期 第2四半期	22/03期 第2四半期	前年同期比	増減要因
営業活動によるキャッシュフロー	15,663	15,278	-384	法人税等の支払額の増加
投資活動によるキャッシュフロー	-1,463	-558	905	新オフィス・新物流倉庫拡張に伴う支出
財務活動によるキャッシュフロー	-7,530	-28,571	-21,040	自己株式の取得・処分による支出・収入
現金及び現金同等物の期末残高	40,270	47,810	7,540	

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

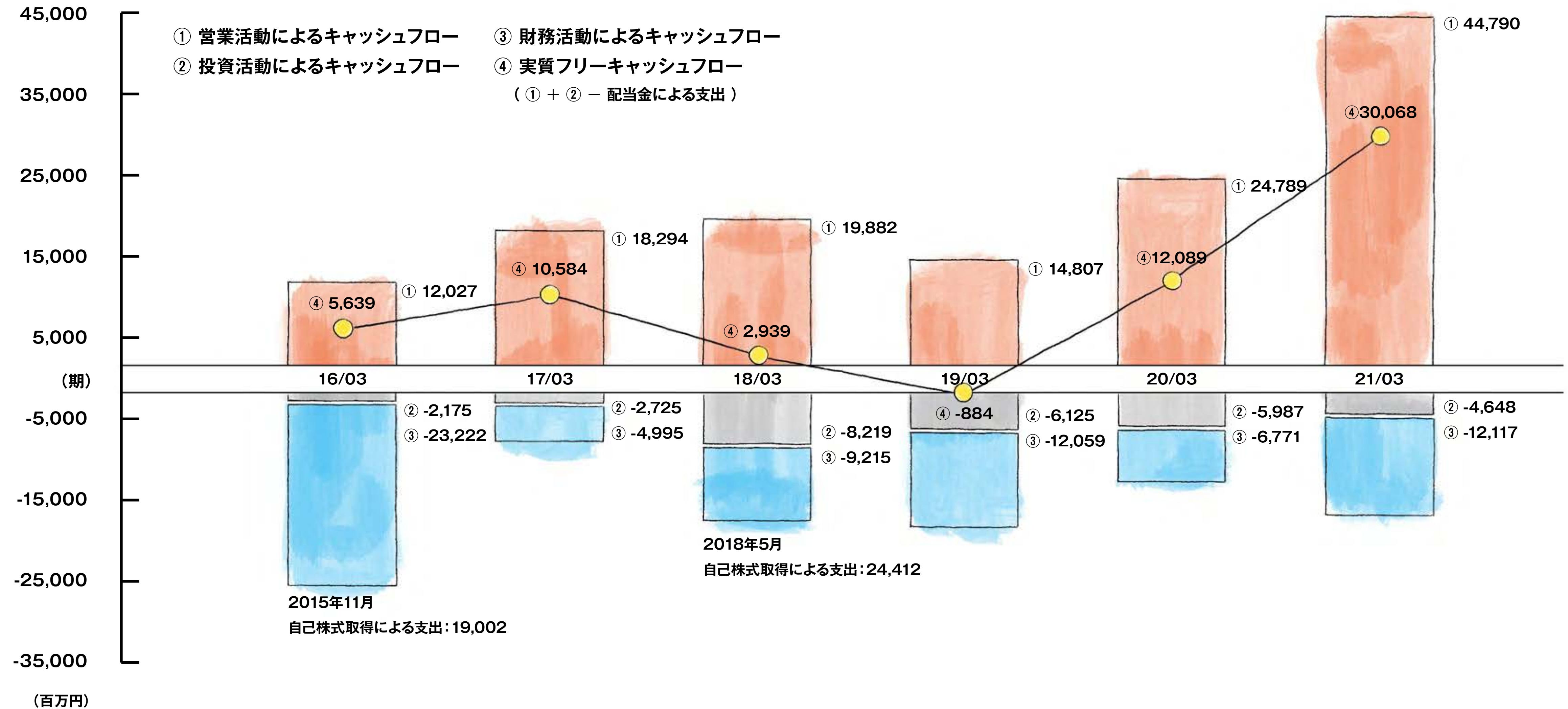


当社は、2022年4月に予定されている東京証券取引所の新市場区分「プライム市場」への移行を検討しております。
「プライム市場」の適合要件の一つである、「流通株式比率35%以上」を満たすために上記取り組みを実施しております。
市場への流通が完了した場合、流通株式比率は35%を上回る見込です。

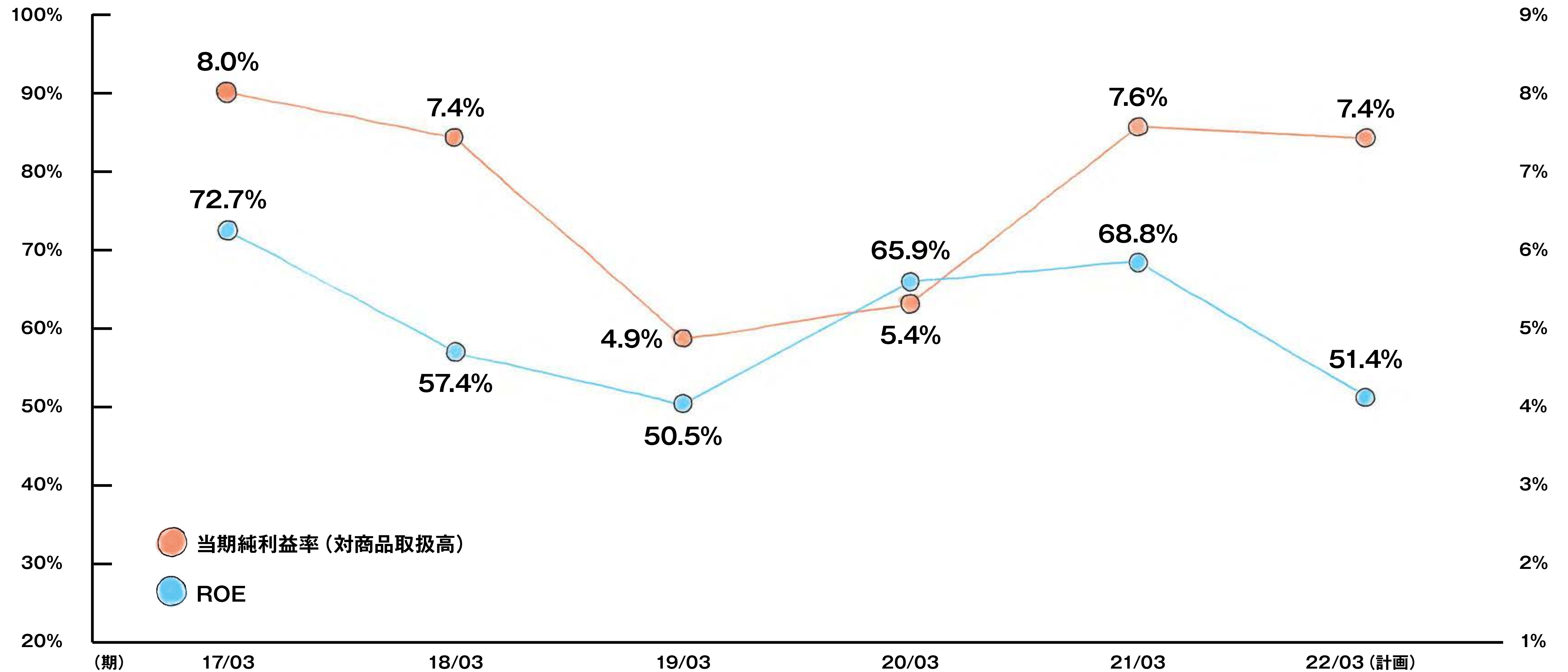
設備投資の推移



連結キャッシュ・フローの推移

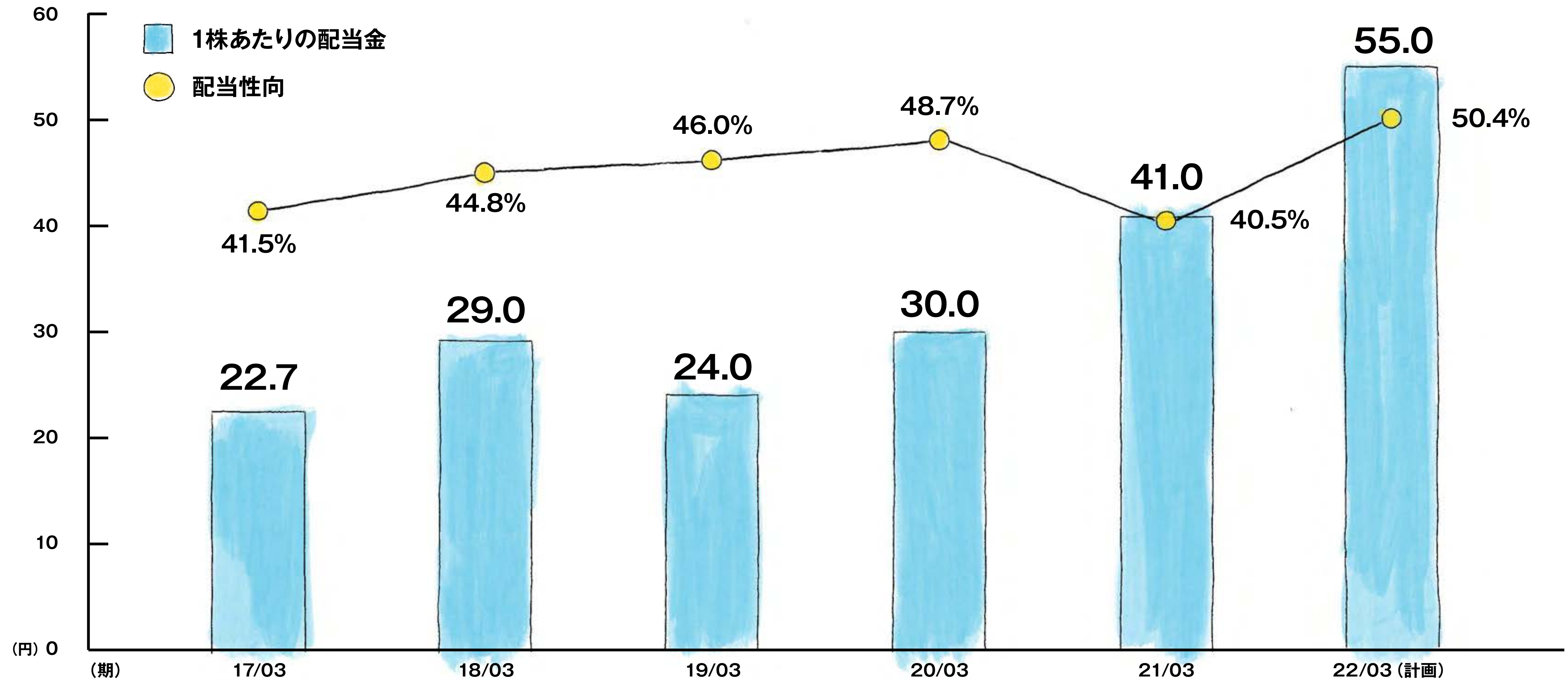


ROEの推移・当期純利益率(対商品取扱高)



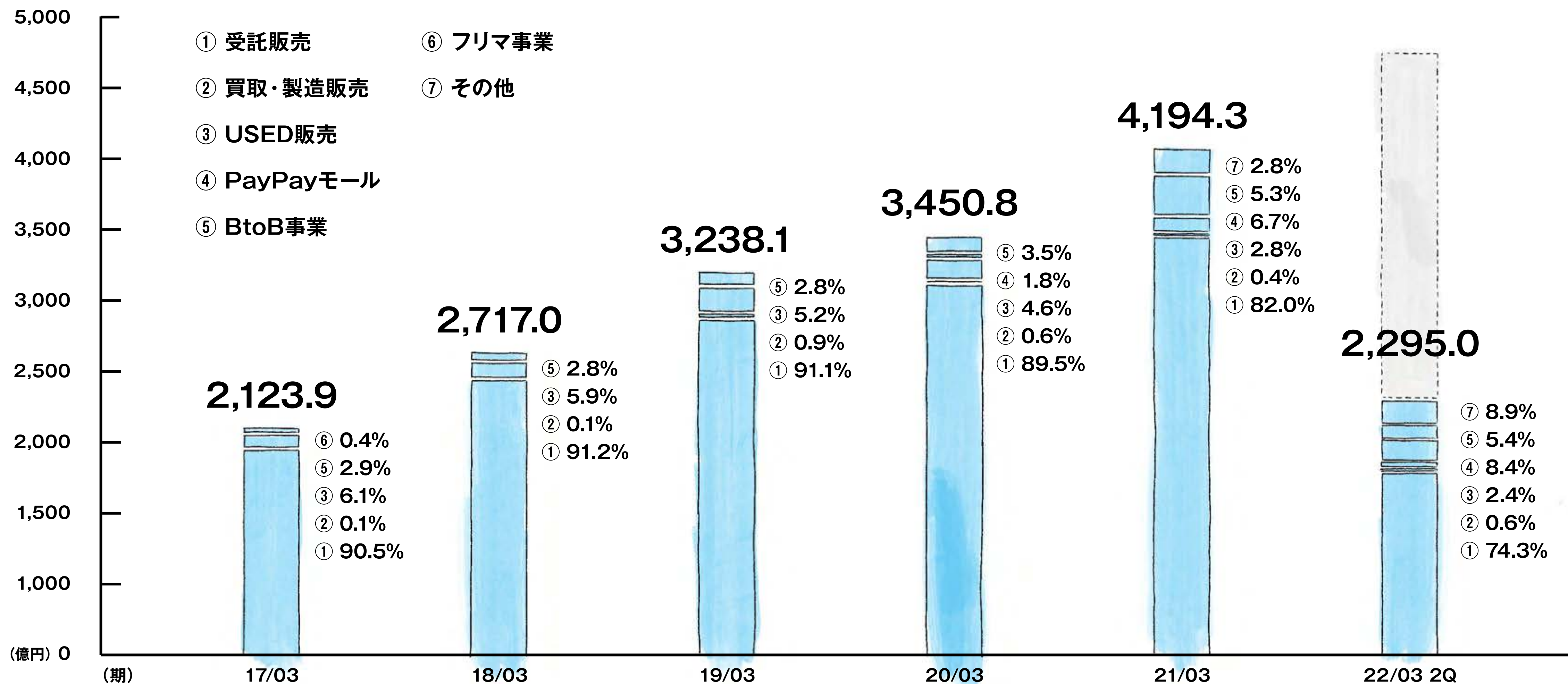
※当期純利益率は当期純利益を商品取扱高(その他商品取扱高を除く)で除して算出しております。

1株あたり配当金及び配当性向の推移



商品取扱高の推移

当期新規出店合計商品取扱高(ZOZOTOWN事業)
第2四半期:22.9億円 商品取扱高に占める割合: 1.3%

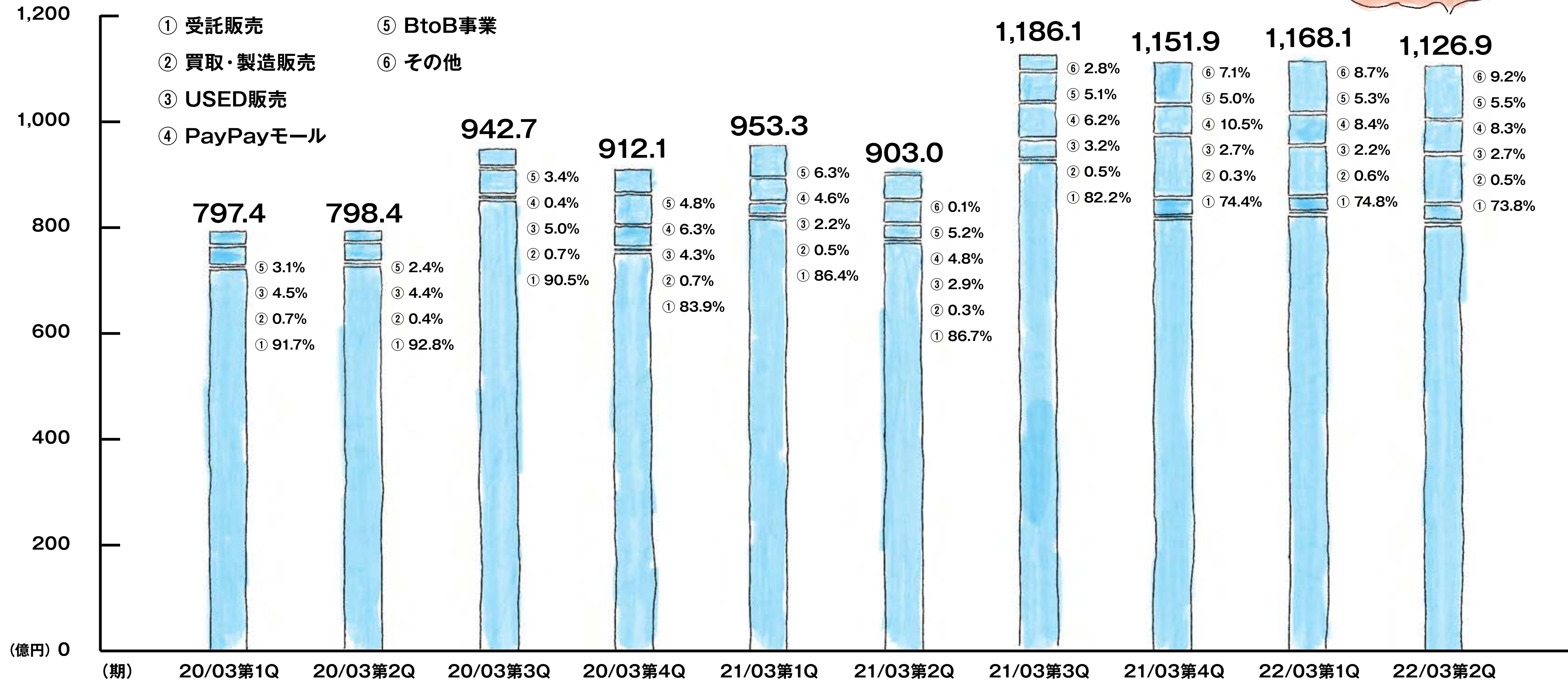


※フリマ事業は2017年6月30日をもってサービスを終了いたしました。

※2022年3月期より事業区分を変更しております。詳細はP.36「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。

商品取扱高の推移 (四半期)

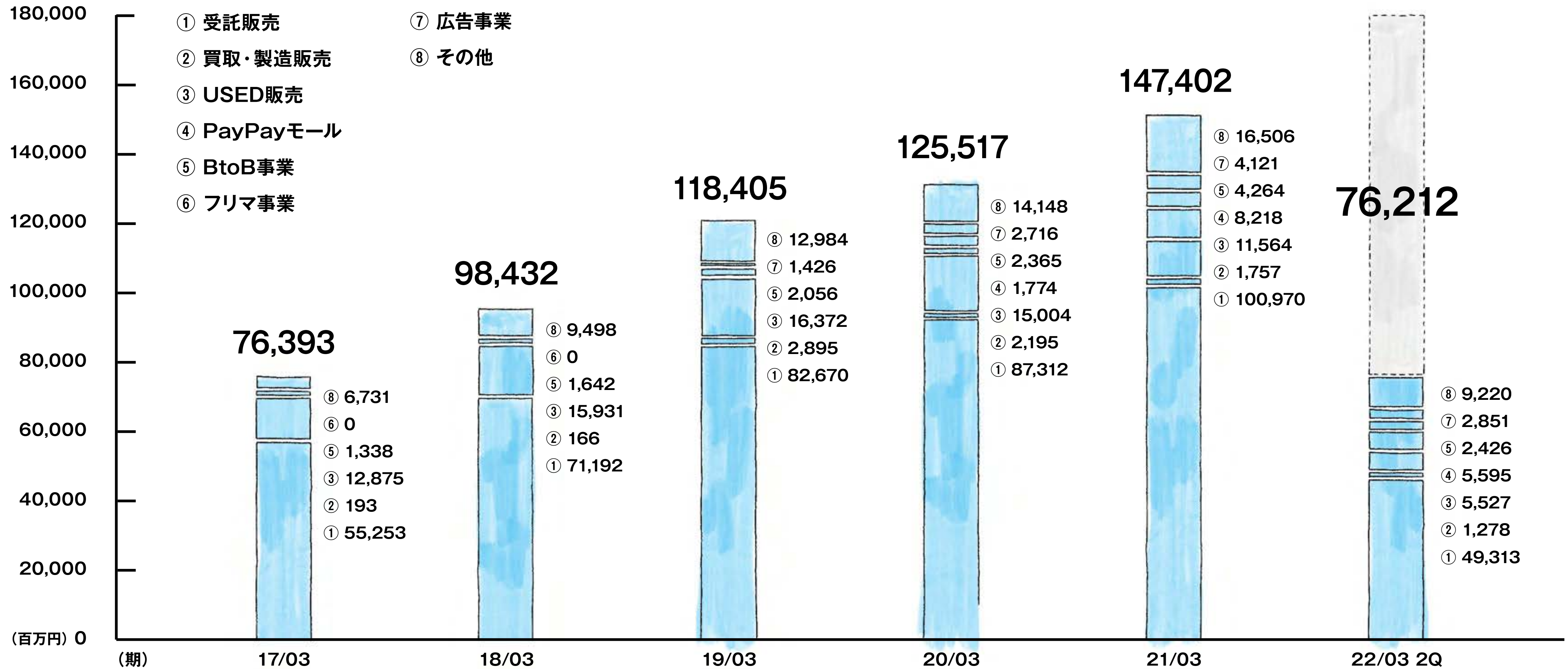
前年同期比*
+13.5%



*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.36「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。

売上高の推移



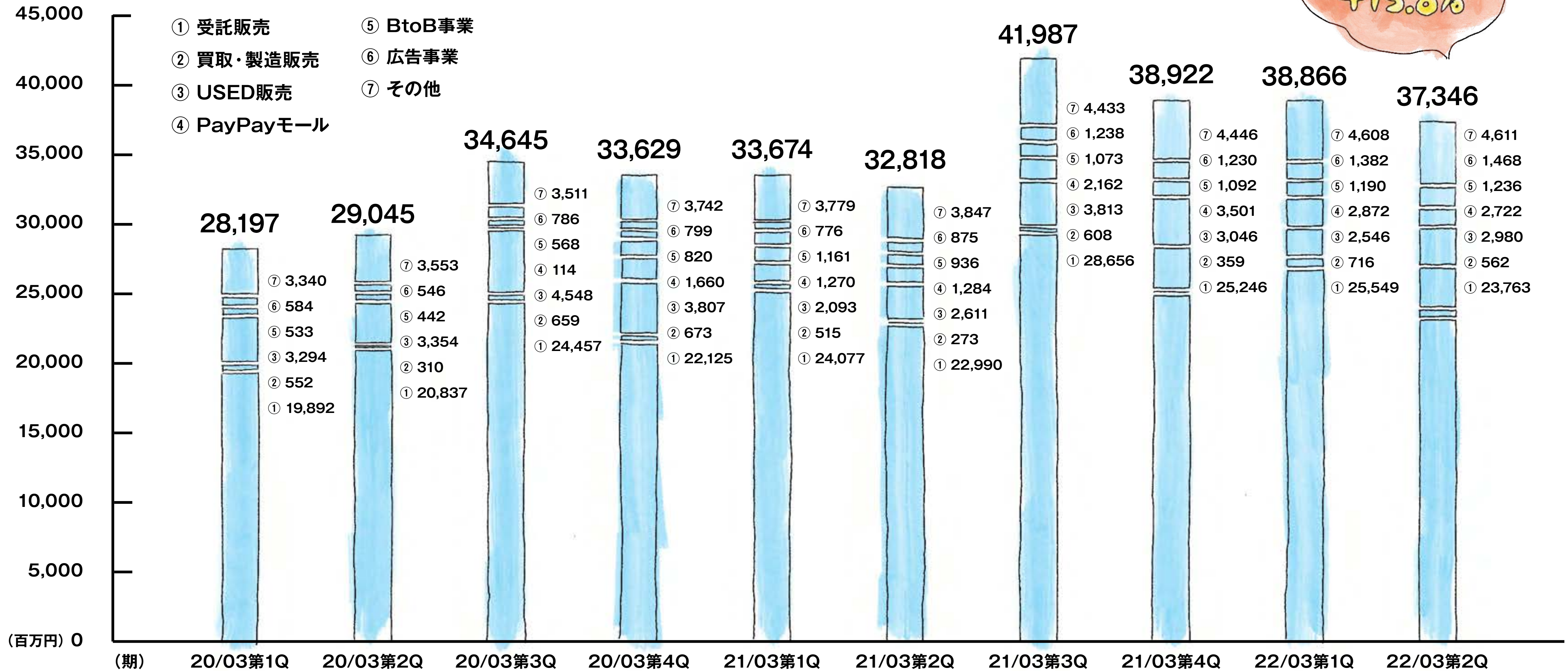
※フリマ事業は2017年6月30日をもってサービスを終了いたしました。

※2022年3月期より事業区分を変更しております。詳細はP.36「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。

※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。

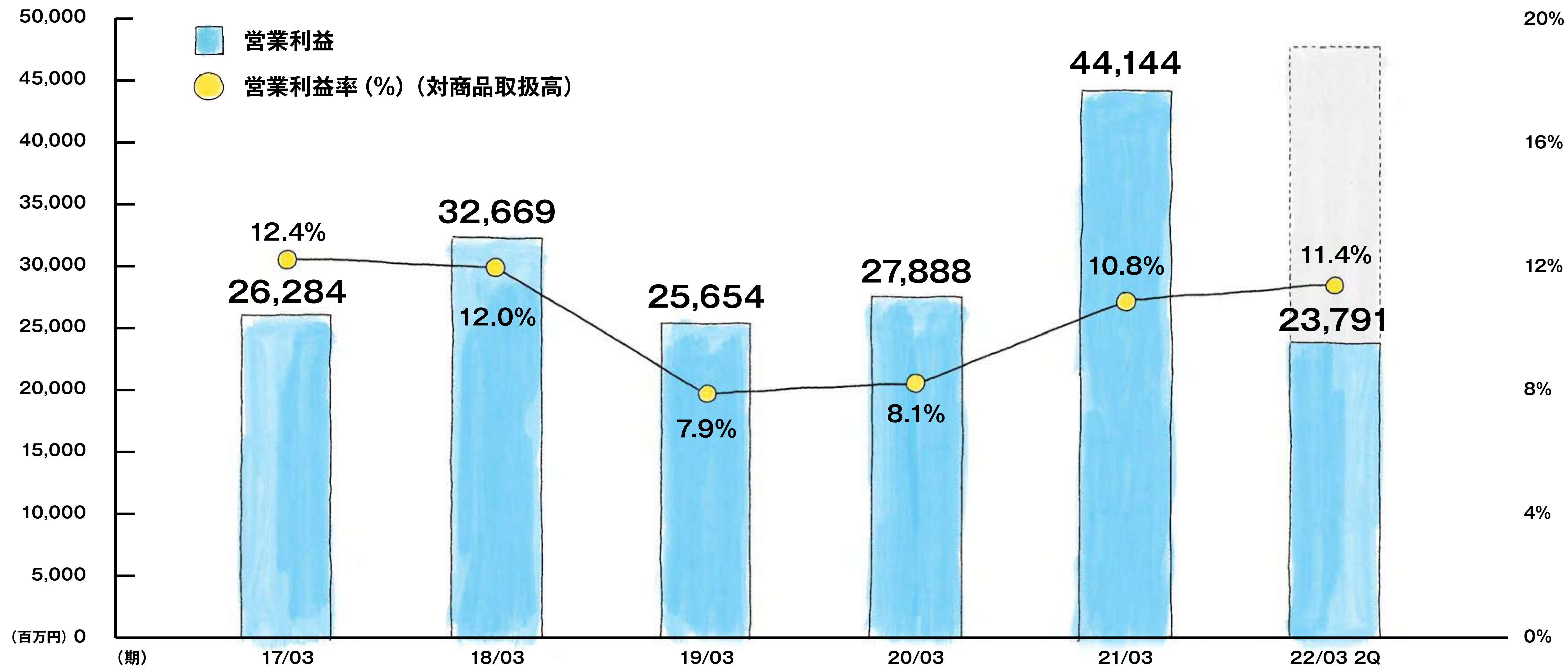
売上高の推移 (四半期)

前年同期比
+13.8%



※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。

営業利益・営業利益率(対商品取扱高)の推移



※ 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。

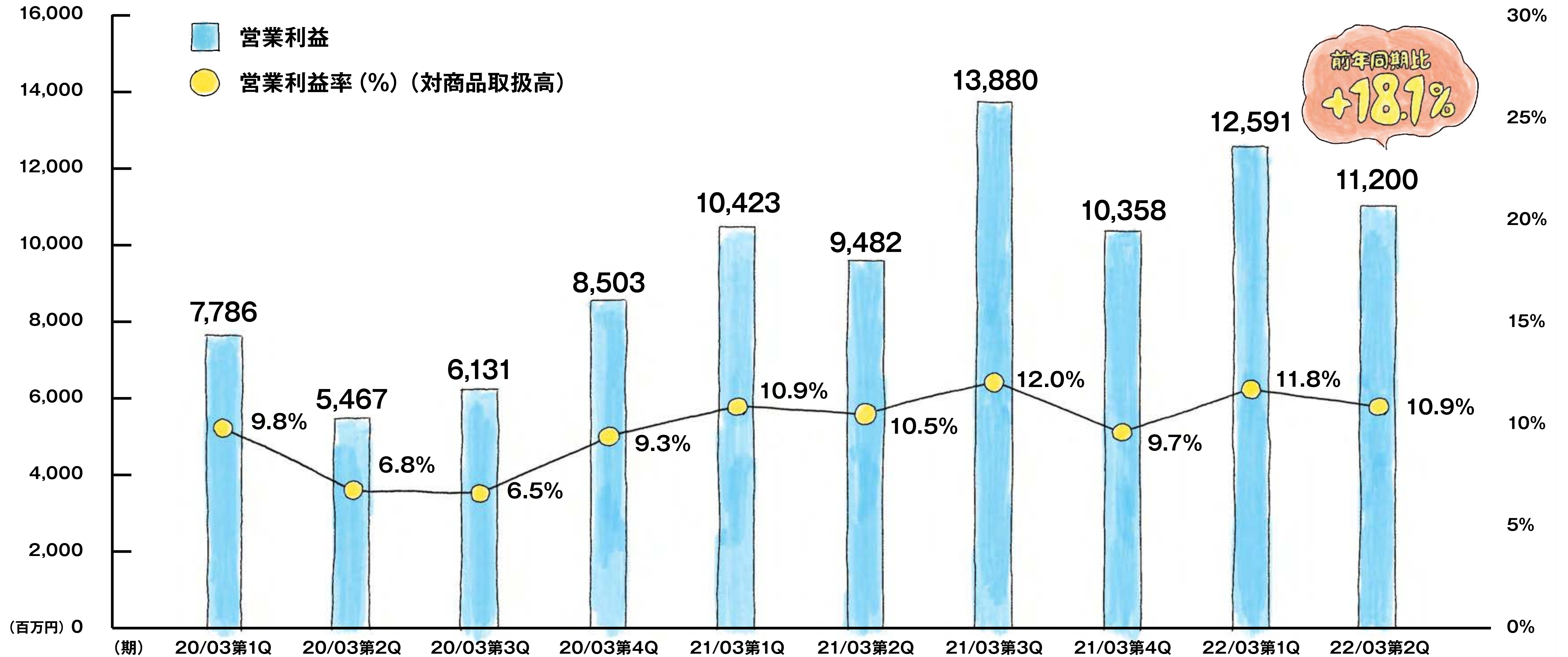
販管費の内訳

(単位:百万円)

	21/03期 2Q		22/03期 2Q		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	12,760	6.9%	13,770	6.6%	-0.3%	
社員	4,894	2.6%	5,606	2.7%	0.1%	連結従業員数推移:20年9月末1,265名 → 21年9月末1,359名
物流関連費(業務委託含む)	7,866	4.2%	8,164	3.9%	-0.3%	前期:(1Q)商品の大量入荷に伴う混乱発生 (2Q)在庫保管スペースが逼迫し効率性が低下 今期:大きな混乱は無く、効率的に運営 ※ 前期3Qに物流拠点を拡張
業務委託費(物流関連費以外)	2,347	1.3%	2,929	1.4%	0.1%	
荷造運賃	13,197	7.1%	15,084	7.2%	0.1%	出荷単価の大幅な下落が発生しなかったため、対取扱高比は前期と同水準で推移
代金回収手数料	5,026	2.7%	5,059	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	2,355	1.3%	3,009	1.4%	0.1%	
うち広告宣伝費	1,475	0.8%	3,009	1.4%	0.6%	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	880	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	2,224	1.2%	2,863	1.4%	0.2%	物流拠点増加
減価償却費	1,004	0.5%	932	0.4%	-0.1%	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	175	0.1%	201	0.1%	0.0%	
株式報酬費用	18	0.0%	51	0.0%	0.0%	
その他	4,321	2.3%	4,281	2.0%	-0.3%	梱包資材(配送用の段ボール)変更に伴う費用低減
販管費	43,431	23.4%	48,184	23.0%	-0.4%	

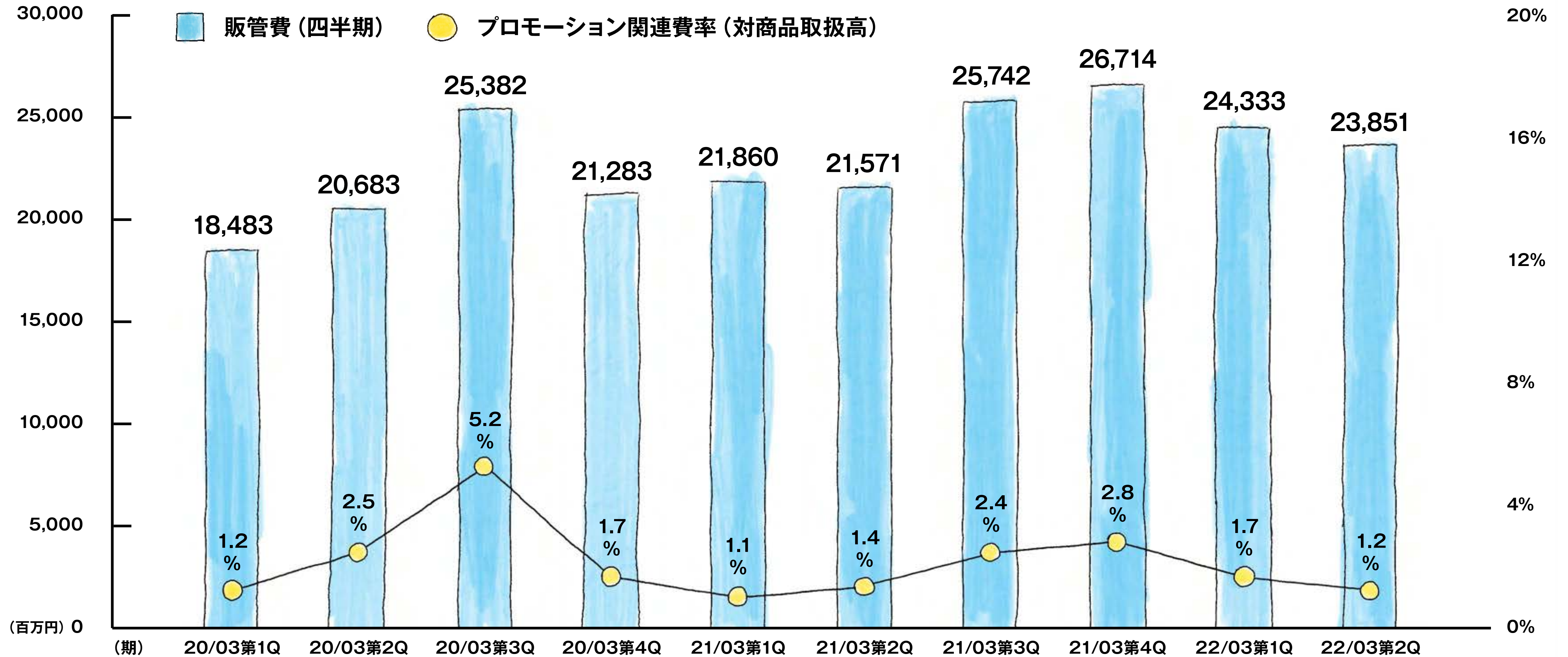
※人件費は役員報酬、給与手当、賞与、法定福利費、福利厚生費、退職給付費用、賞与引当金繰入額、企業年金掛金費用、外注人件費、倉庫作業の一部費用を含んでおります。なお、項目内の「社員」は役員および正社員ならびに物流業務以外の業務に従事する人員、「物流関連費」はアルバイト・派遣(外注人件費)および業務委託費のうち物流業務に従事する人員の人件費相当額となります。 ※対取扱高比は各費用を商品取扱高(その他商品取扱高を除く)で除して算出しております。

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。

販管費の推移 (四半期)



※プロモーション関連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。

※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。

販管費の内訳(四半期)

(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		第2四半期	
	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
人件費	6,465	6.8%	6,294	7.0%	6,639	5.8%	7,844	7.3%	6,883	6.5%	6,887	6.7%
社員	2,409	2.5%	2,484	2.8%	2,497	2.2%	3,666	3.4%	2,831	2.7%	2,774	2.7%
物流関連費(業務委託含む)	4,056	4.3%	3,809	4.2%	4,141	3.6%	4,177	3.9%	4,051	3.8%	4,112	4.0%
業務委託費(物流関連費以外)	1,197	1.3%	1,149	1.3%	1,320	1.1%	1,418	1.3%	1,429	1.3%	1,499	1.5%
荷造運賃	6,655	7.0%	6,542	7.3%	7,195	6.2%	7,185	6.7%	7,597	7.1%	7,486	7.3%
代金回収手数料	2,561	2.7%	2,464	2.7%	3,078	2.7%	2,734	2.6%	2,580	2.4%	2,478	2.4%
プロモーション関連費用	1,075	1.1%	1,279	1.4%	2,779	2.4%	2,967	2.8%	1,796	1.7%	1,212	1.2%
うち広告宣伝費	619	0.7%	855	0.9%	2,230	1.9%	2,228	2.1%	1,796	1.7%	1,212	1.2%
うちポイント関連費	455	0.5%	424	0.5%	548	0.5%	739	0.7%	-	-	-	-
賃借料	1,232	1.3%	992	1.1%	1,515	1.3%	1,484	1.4%	1,431	1.3%	1,432	1.4%
減価償却費	553	0.6%	450	0.5%	497	0.4%	548	0.5%	454	0.4%	478	0.5%
のれん償却額	81	0.1%	93	0.1%	99	0.1%	100	0.1%	101	0.1%	100	0.1%
株式報酬費用	0	0.0%	17	0.0%	13	0.0%	15	0.0%	13	0.0%	38	0.0%
その他	2,035	2.1%	2,285	2.5%	2,602	2.3%	2,414	2.3%	2,043	1.9%	2,237	2.2%
販管費	21,860	22.9%	21,571	23.9%	25,742	22.3%	26,714	25.0%	24,333	22.8%	23,851	23.3%

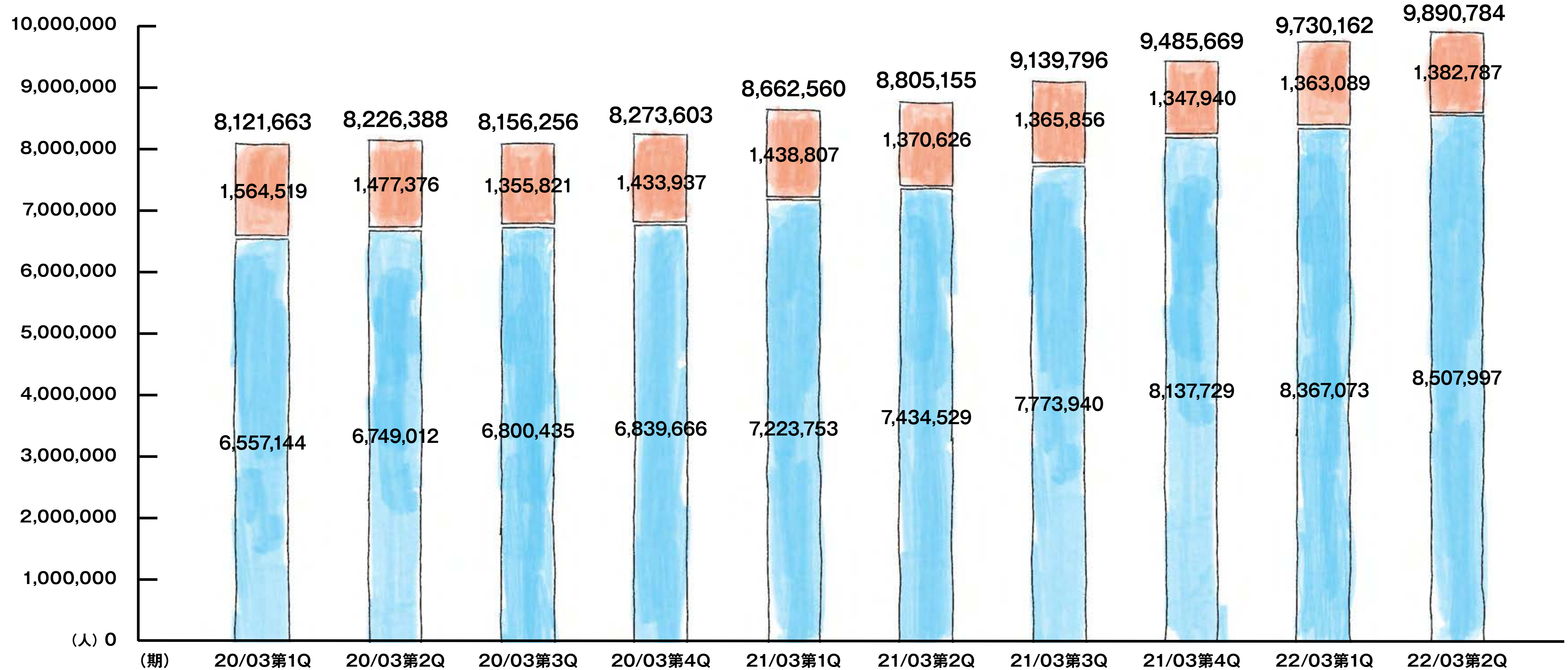
※人件費は役員報酬、給与手当、賞与、法定福利費、福利厚生費、退職給付費用、賞与引当金繰入額、企業年金掛金費用、外注人件費、倉庫作業の一部費用を含んでおります。なお、項目内の「社員」は役員および正社員ならびに物流業務以外の業務に従事する人員、「物流関連費」はアルバイト・派遣(外注人件費)および業務委託費のうち物流業務に従事する人員の人件費相当額となります。 ※対取扱高比は各費用を商品取扱高(その他商品取扱高を除く)で除して算出しております。

※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。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。

年間購入者数

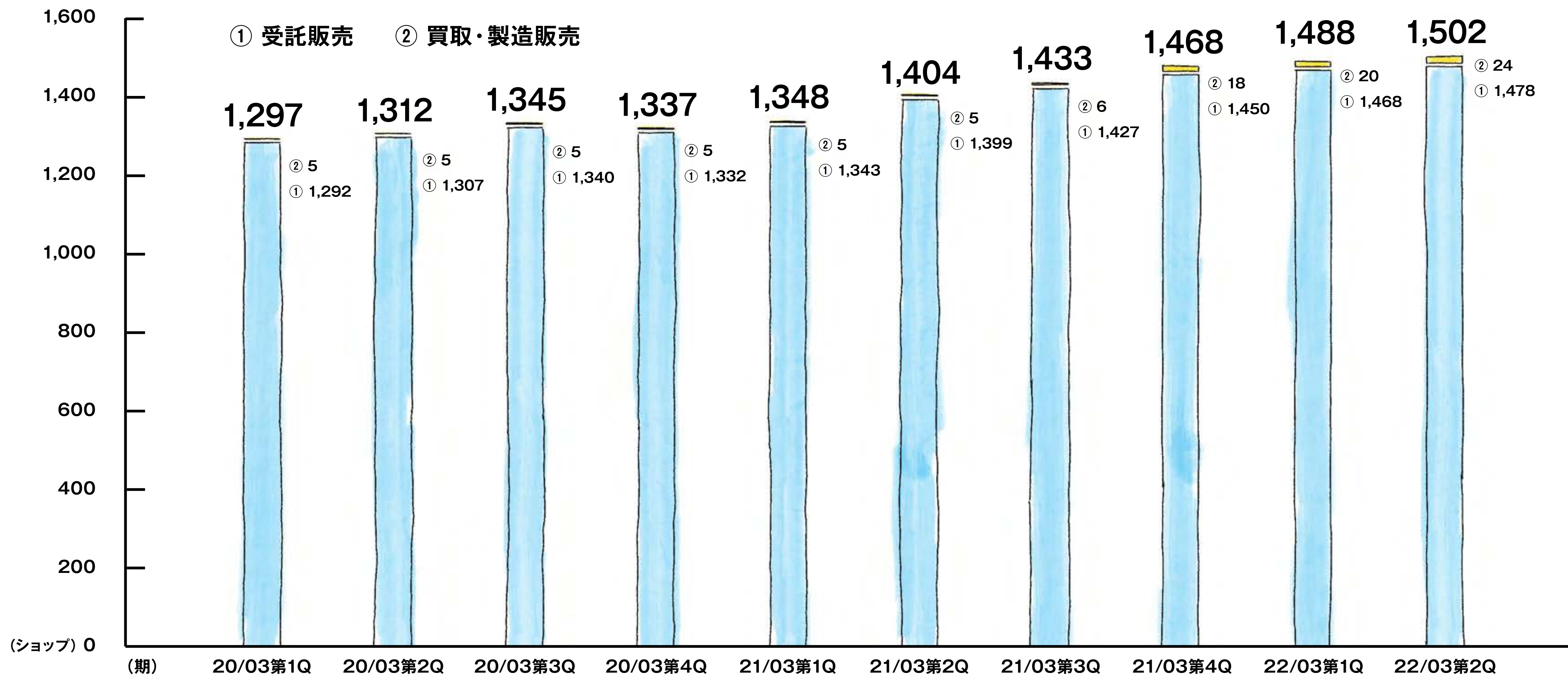
年間購入者数=過去1年以内に1回以上購入したアクティブ会員数とゲスト購入者数の合計

■ 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。

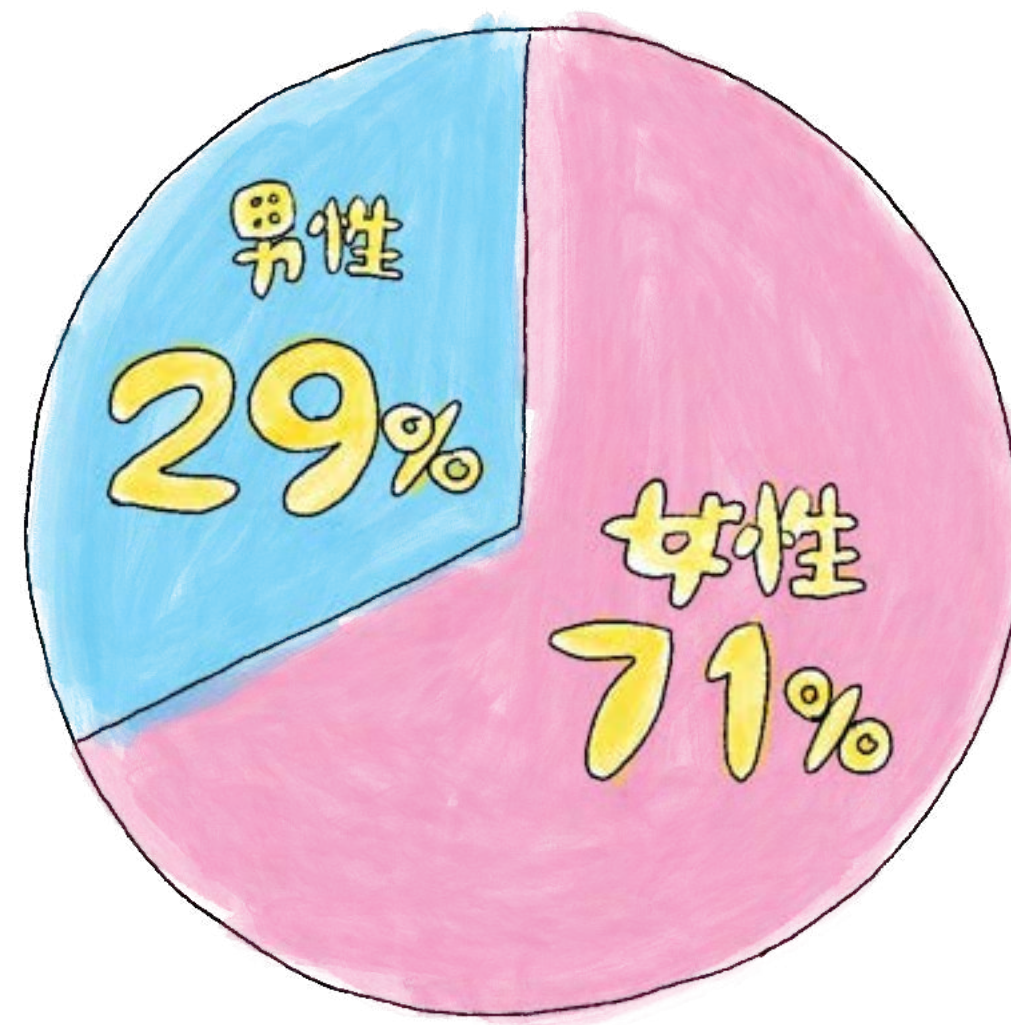
ZOZOTOWN出店ショップ数の推移



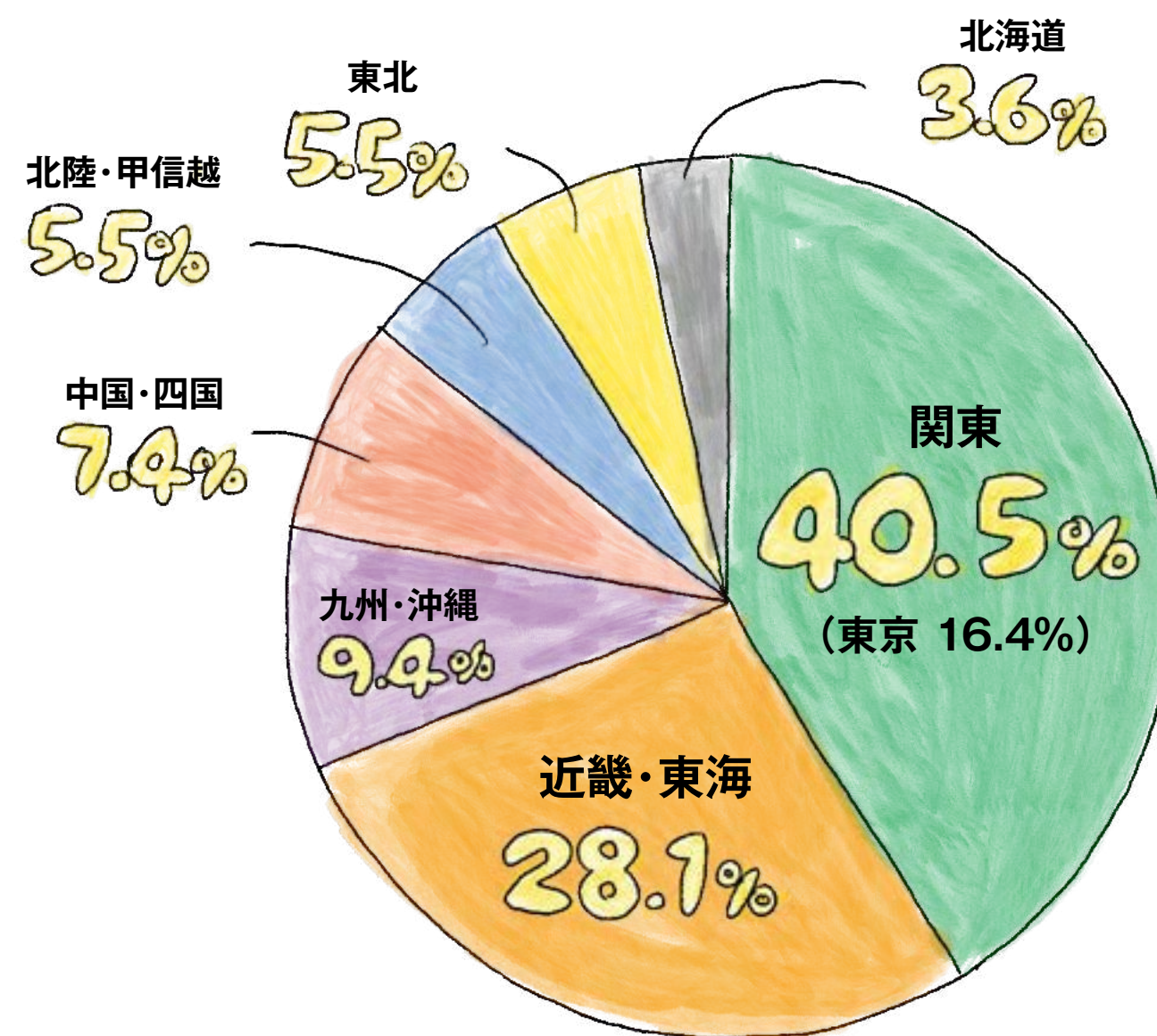
※プライベートブランド「ZOZO (ゾゾ)」 「マルチサイズ」はショップ数に含んでおりません。

アクティブ会員属性

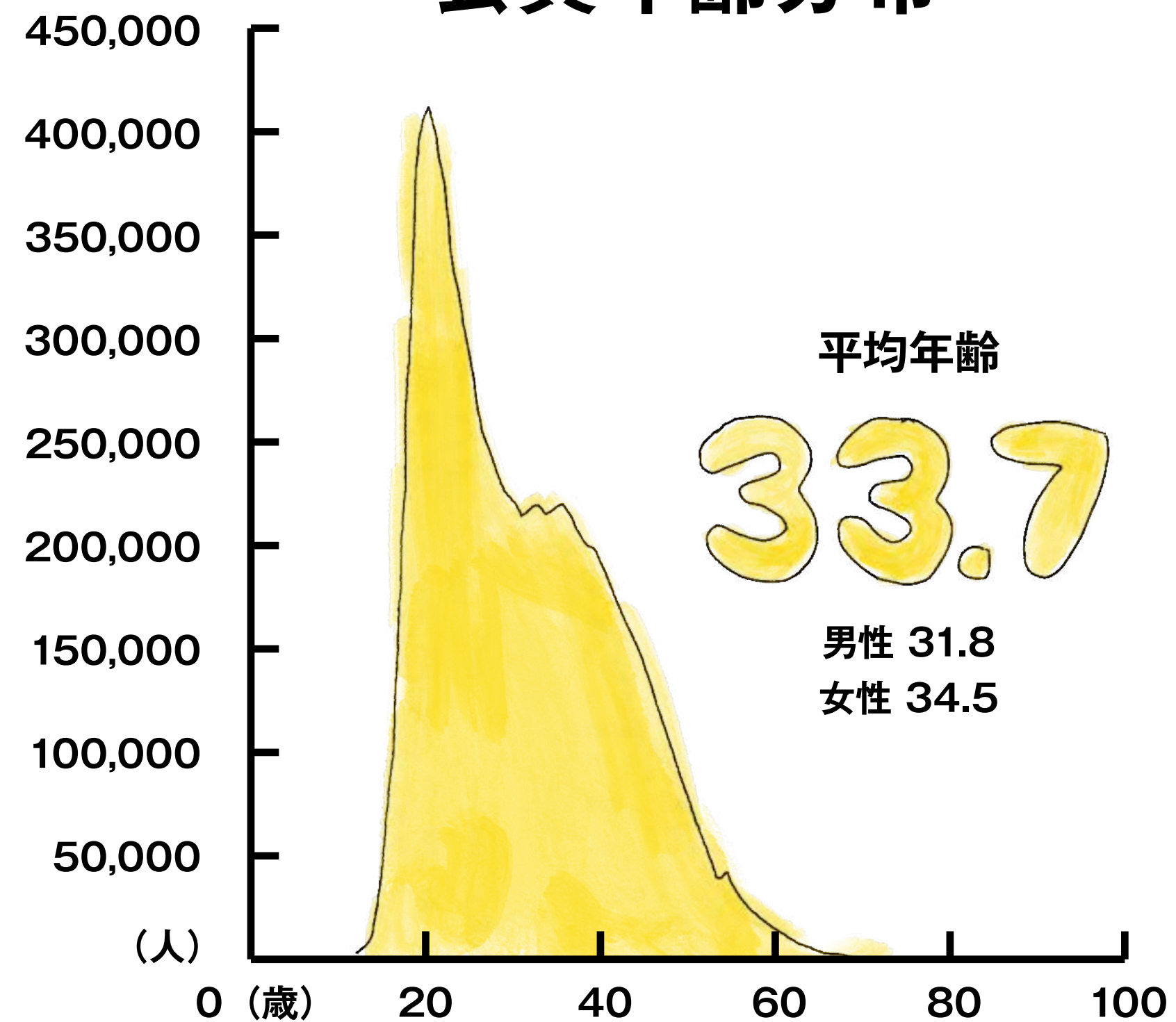
会員男女比



会員地域分布

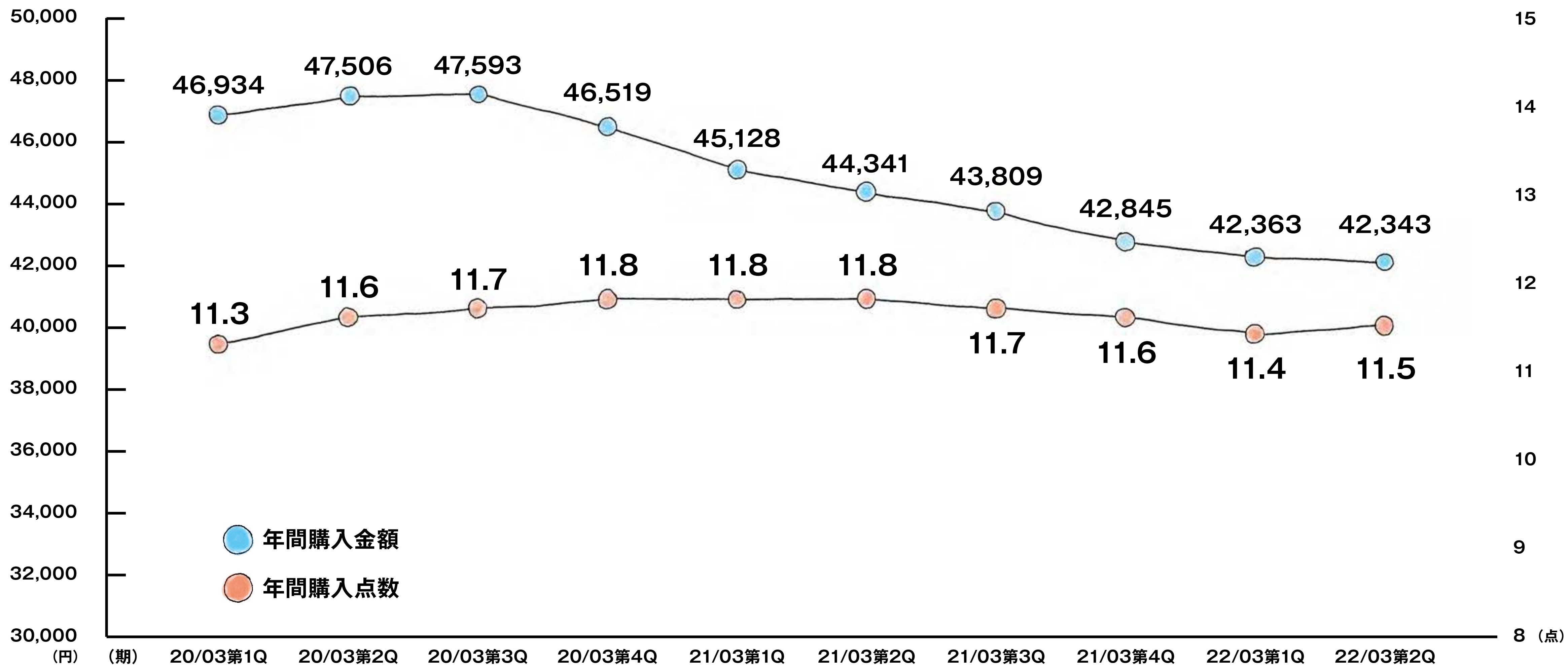


会員年齢分布



※「PayPayモール」は含んでおりません。

アクティブ会員1人あたりの年間購入金額・年間購入点数



※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」は含んでおりません。

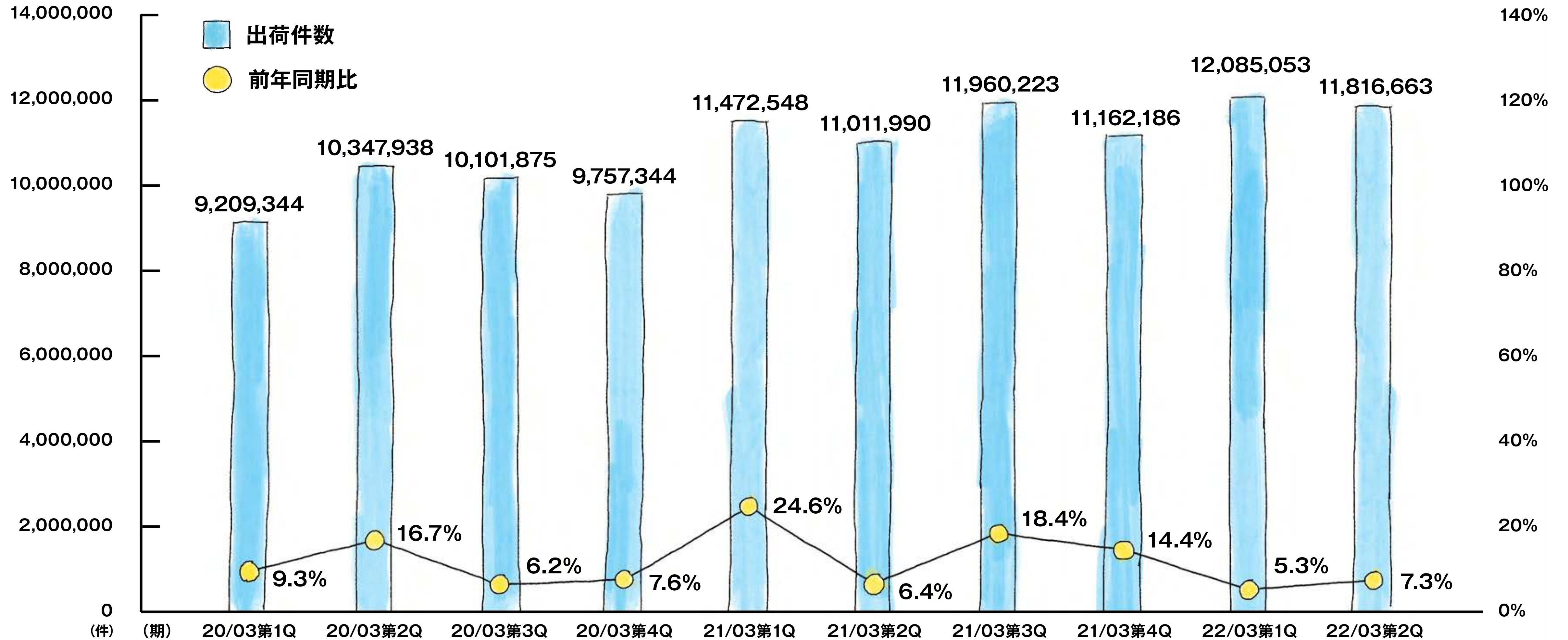
既存アクティブ会員1人あたりの年間購入金額・年間購入点数

※既存アクティブ会員：会員登録から1年以上経過しているアクティブ会員



※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」は含んでおりません。

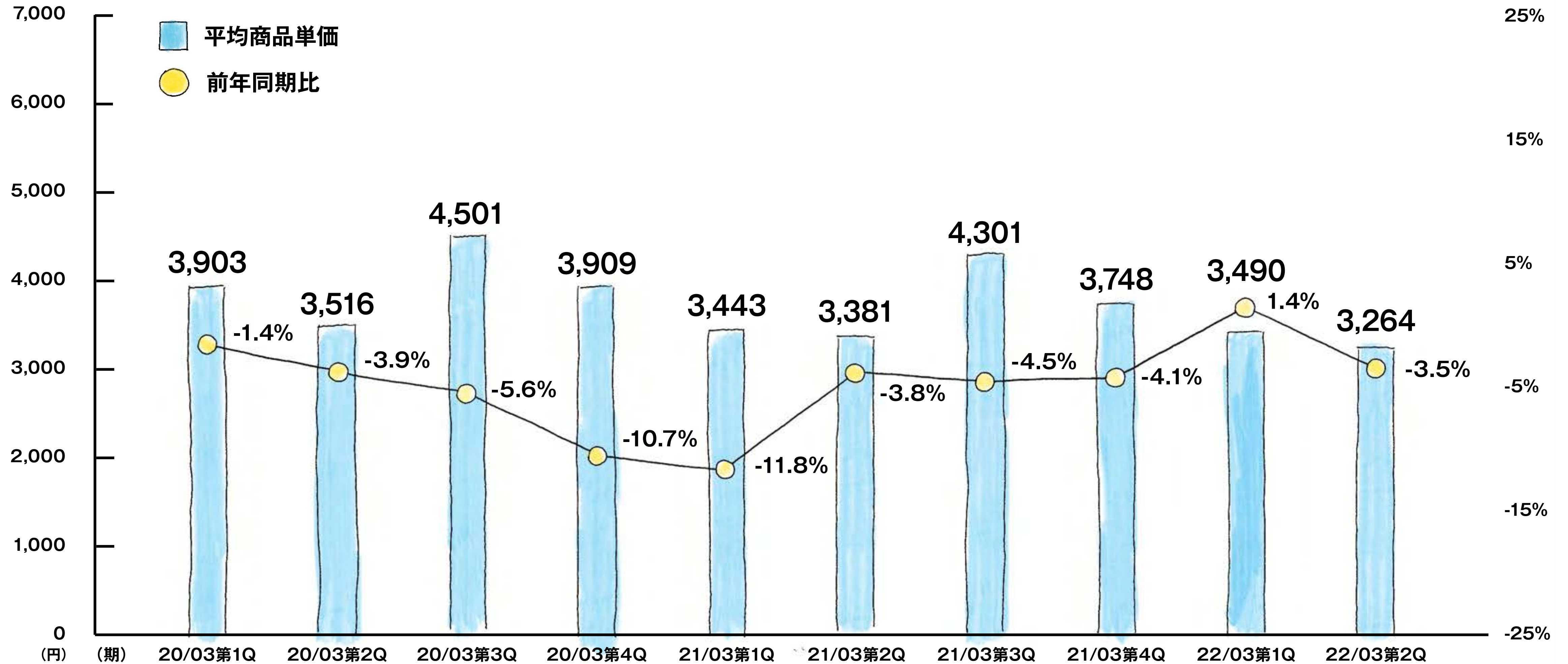
出荷件数の推移



※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」は含んでおりません。
 ※ZOZOTOWN事業の出荷件数となります。

平均商品単価の推移

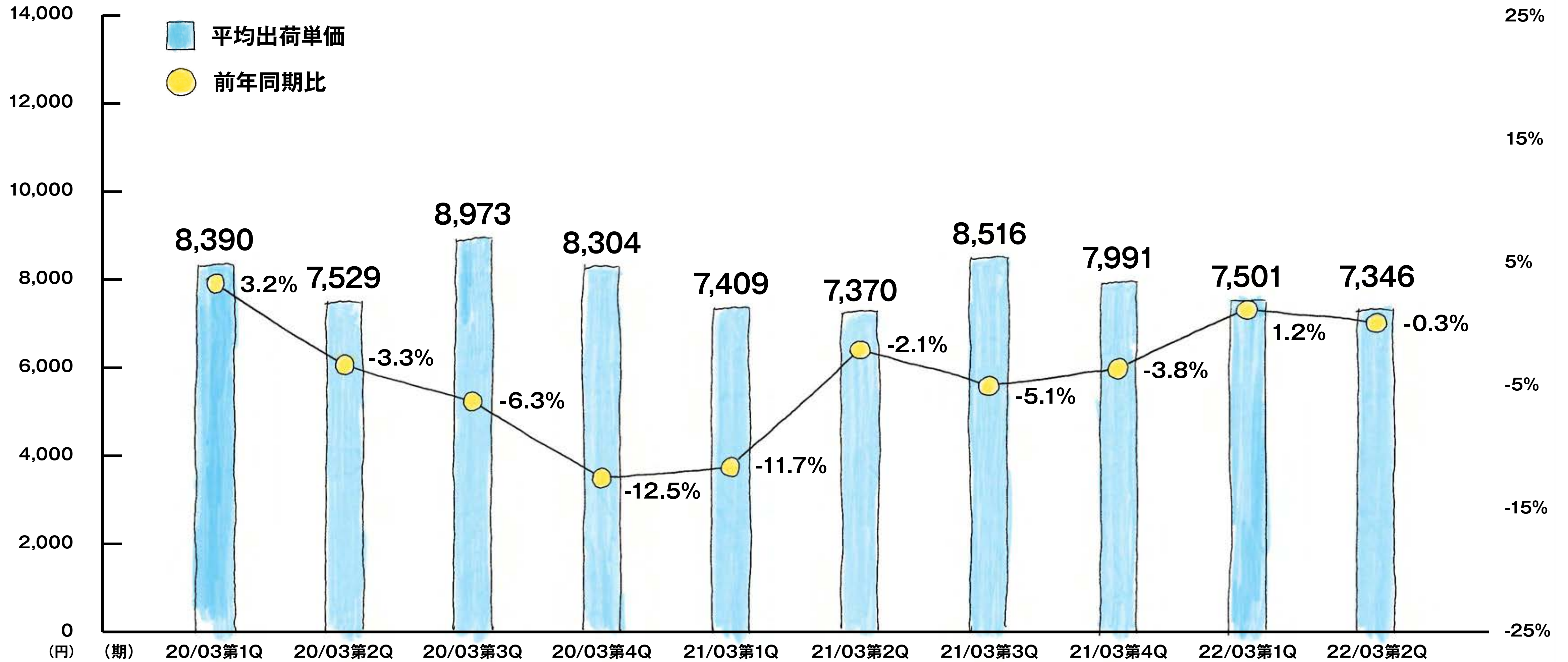
平均商品単価はZOZOTOWNの商品取扱高を同期間の出荷枚数で除すことにより算出



※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

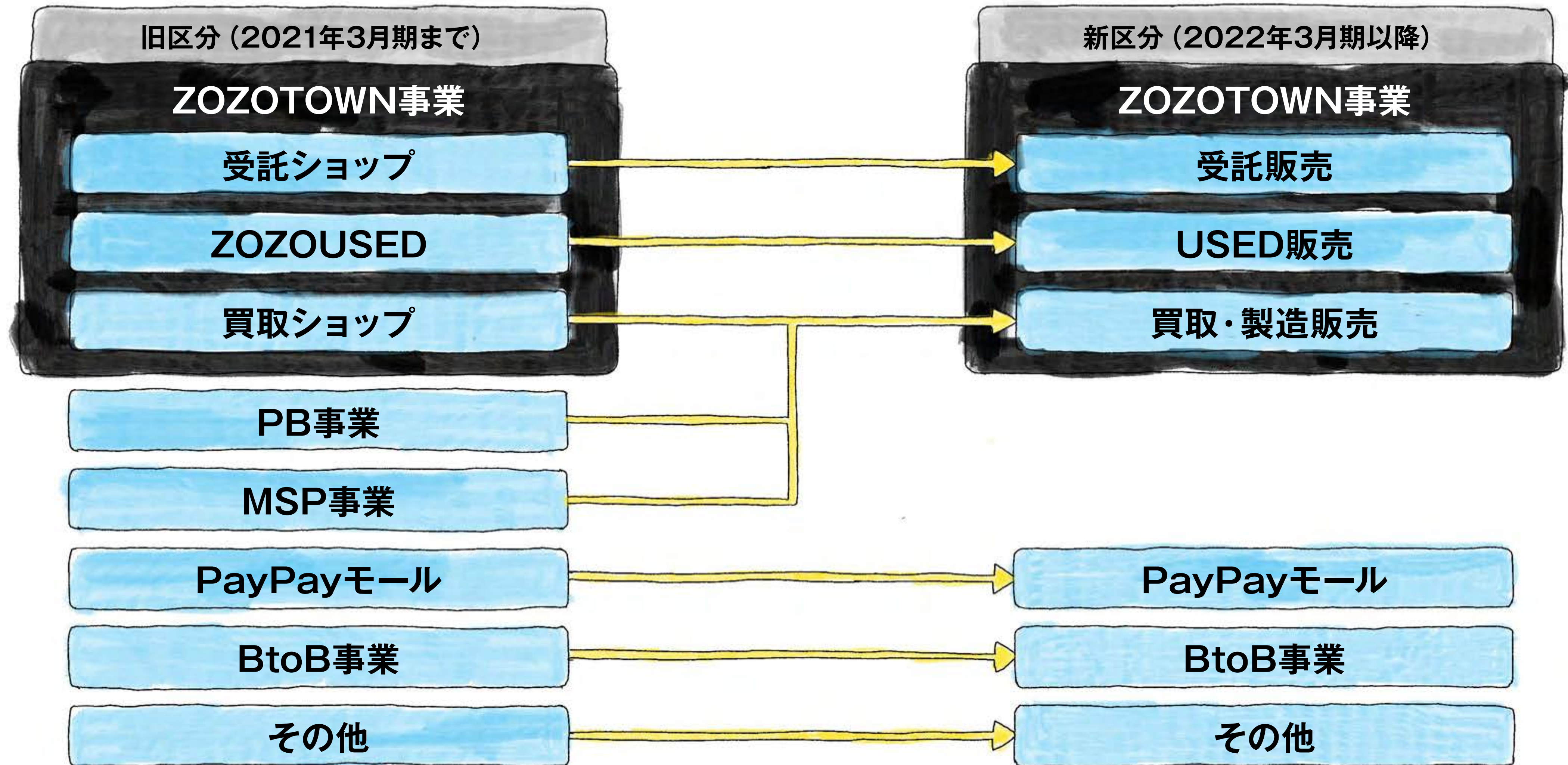
	22/03期計画	成長率(%)
商品取扱高	4,728億円	12.7%
商品取扱高 (その他商品取扱高を除く)	4,504億円	10.5%
売上高	1,626億円	10.3%
営業利益	478億円	8.3%
営業利益率	10.6%	—
経常利益	478億円	7.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	333億円	7.7%
1株当たり当期純利益	109円5銭	—
1株当たり配当金 (予定)	55円	—

※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。

事業区分の変更について

2022年3月期より以下の通り事業区分を変更して、商品取扱高・売上高を開示いたします。
併せて、2021年3月期以前の実績につきましては、遡及的に組替表示をして開示いたします。

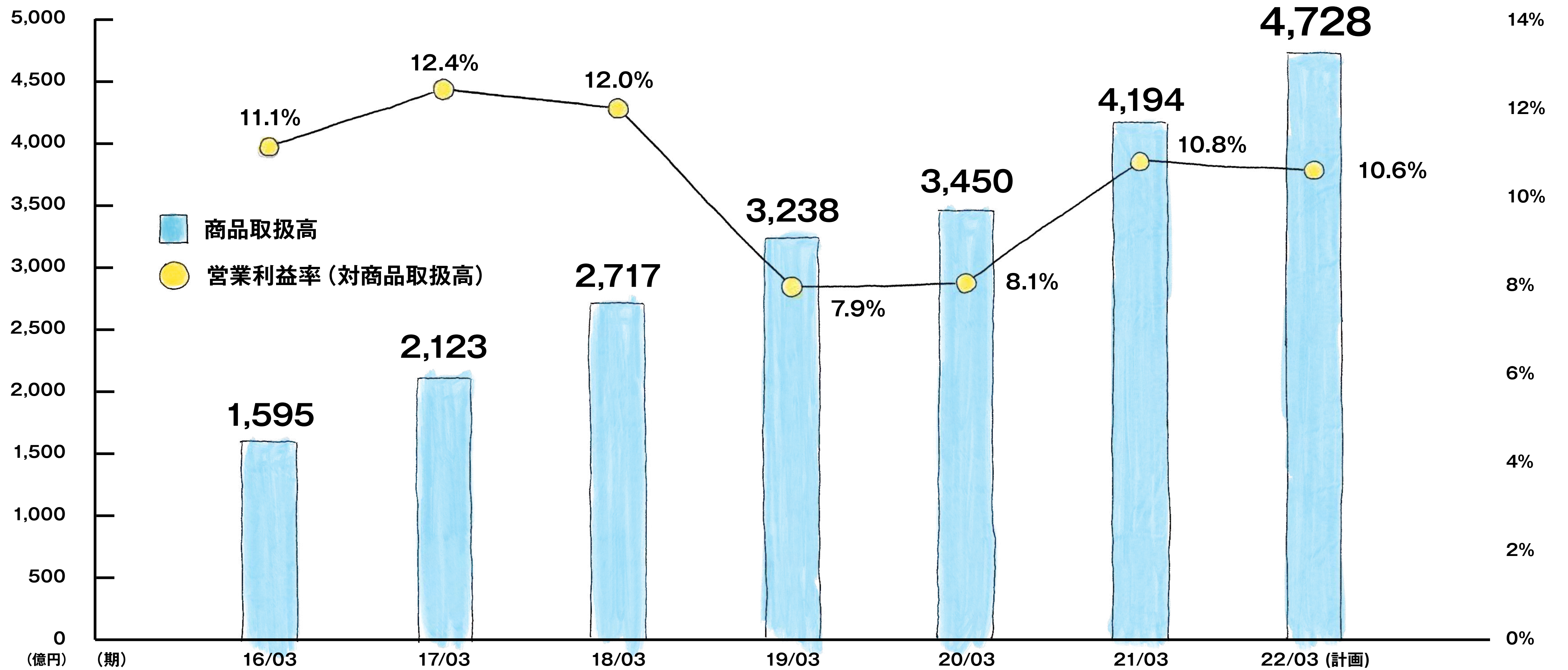


22/03期 事業別目標

	商品取扱高目標	前期比
ZOZOTOWN事業	3,934億円	+10.1%
買取・製造販売	36億円	+104.7%
受託販売	3,780億円	+9.9%
USED販売	118億円	+1.5%
PayPayモール	330億円	+17.0%
BtoB事業	240億円	+7.3%
商品取扱高 (その他商品取扱高を除く)	4,504億円	+10.5%
その他	224億円	+92.0%
商品取扱高	4,728億円	+12.7%

	売上高目標	前期比
広告事業	49億円	+19.0%

商品取扱高・営業利益率の推移

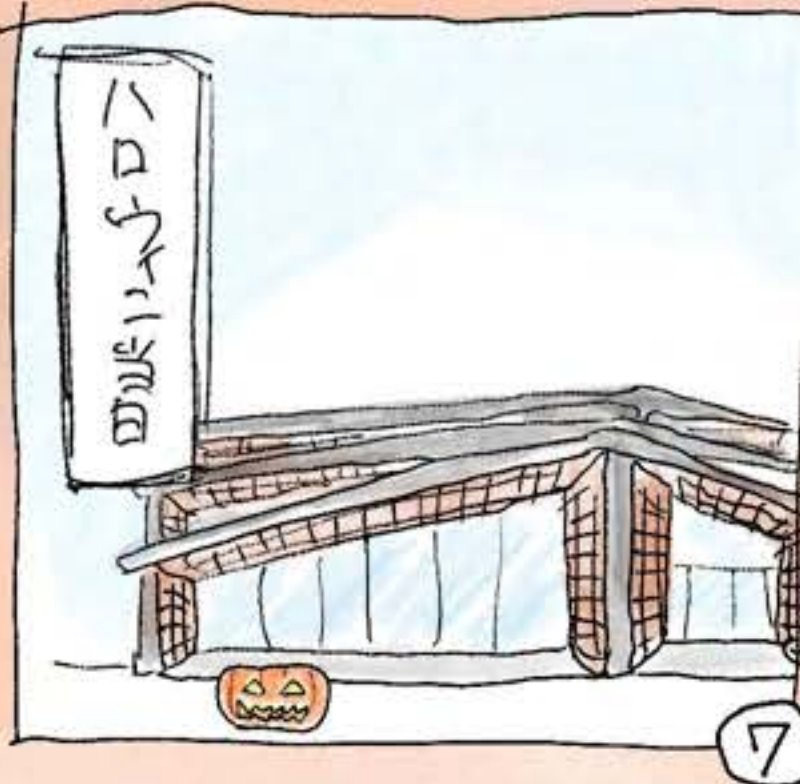


※営業利益率は営業利益を商品取扱高 (その他商品取扱高を除く) で除して算出しております。

REFERENCE DATA

参考資料

FY2021 2Q 2020 Inc.
CONSOLIDATED BUSINESS RESULTS





世界中をカッコよく、世界中に笑顔を。

数字で見る株式会社ZOZO

スタッフ数

1,359名

(平均年齢 33.1歳)

株主数

12,137名

ZOZOTOWNの取り扱いブランド数

8,451ブランド

ZOZOTOWNの年間購入者数

989万人

主要サービス

日本最大級のファッション通販サイト「ZOZOTOWN」

- ファッションを中心とした日本最大級のインターネットショッピングサイト。
- 1,502ショップ、8,451ブランドの取扱い。
商品数は常時83万点以上、平均新着商品数は1日2,900点以上
- システム、デザイン、物流など、ECに関わる機能を自前で保持。
- 即日配送サービス / ギフトラッピングサービス / ツケ払い など
- ヤフー株式会社が運営するPayPayモールにZOZOTOWNを出店

日本最大級のファッションコーディネートアプリ「WEAR」

- 日本最大級のファッションコーディネートアプリ
- コーディネートを投稿したり、着用アイテムなど多彩な条件から検索できるアプリ。
- オフィシャルユーザー（WEARISTA）として、高橋愛、浅野忠信、くみっきーなど著名人が多数参加。
- アプリダウンロード数1,500万超。世界中で展開中。



ZOZOTOWN本店とPayPayモール店の違い

	ZOZOTOWN	ZOZOTOWN PayPayモール店
概要	ファッションに特化した独自のサービスを提供する 日本最大級のファッションECサイト	ファッションカテゴリ以外からの買い回りにも期待した 幅広いユーザー層に対応するECサイト
出店ショップ数	1,502(2021年9月末時点)	1,359(2021年9月末時点)
販売アイテム	フルラインナップ	各ショップが自由に選択
受託内容	撮影、採寸、物流、カスタマーサポート、運用サポート等 ECに必要なすべての業務	左記と同様
独自の提供サービス	ツケ払い、買い替え割、即日配送、予約商品、ZOZOCARD、ブランドクーポン、 ギフトラッピングサービス、画像検索機能、ZOZOMAT、ZOZOGLASS 等	ブランドクーポン、即日配送、予約商品
決済手法	クレジットカード、代金引換、コンビニ払い、ツケ払い、LINE Pay、PayPay	PayPay、クレジットカード、代金引換
ポイント還元	なし ※ZOZOCARDのみZOZOポイント付与 商品代金(税抜)の5%	PayPayキャンペーンに準じた PayPayボーナスおよびTポイントの付与
収入	ブランド様からいただく 受託販売手数料	ブランド毎の契約に準じた手数料率分をいただく
	お客様からいただく送料	210円(税込)
当社負担 コスト	出店手数料	なし
	代金回収手数料	あり
	集客コスト	あり
	ポイントコスト	あり
		左記と同様 (手数料率も同一)
		左記と同様
		あり(手数料率は非開示)
		なし(代金引換の場合のみ発生)
		なし
		なし

ビジネスモデル

ZOZOTOWN事業

○ 買取・製造販売

ZOZOTOWN上にて、24店舗を展開。ブランドメーカーより在庫を買い取り販売する方式ならびに、ブランドメーカー・芸能人等のインフルエンサーの企画力を活用し、商品の生産をして販売する方式。

売上高 = 各ショップの商品取扱高 ※

○ 受託販売

ZOZOTOWNに出店する1,478店のオンラインショップの運営管理を受託。

ある一定量の在庫を委託形式で預かる在庫リスクの発生しない事業。

売上高 = 各ショップの商品取扱高 × 受託手数料率 ※

○ USED販売

ユーザー等から中古ファッション商材を買い取り、販売を行う二次流通事業を展開。

売上高 = 買取在庫の商品取扱高 ※

※収益認識会計基準等の適用による減額等の調整があります。

PayPayモール

ヤフー株式会社が運営するPayPayモールにZOZOTOWNを出店。

売上高 = 各ショップの商品取扱高 × 受託手数料率

BtoB事業

ZOZOTOWNに出店している一部のブランドメーカーの

自社ECサイトの開発・運用・物流業務等を受託。受託数48件

・サイト開発・運用から物流業務等全てを受託する場合

売上高 = 各メーカー自社ECサイトの商品取扱高 × 受託手数料率

・サイト開発・運用は受託せず、物流業務を受託する場合

売上高 = 出荷件数・点数に対する業務手数料

ともに、売上高には上記売上高のほか、その他収入（初期出店手数料、配送手数料等）を含みます。

広告事業

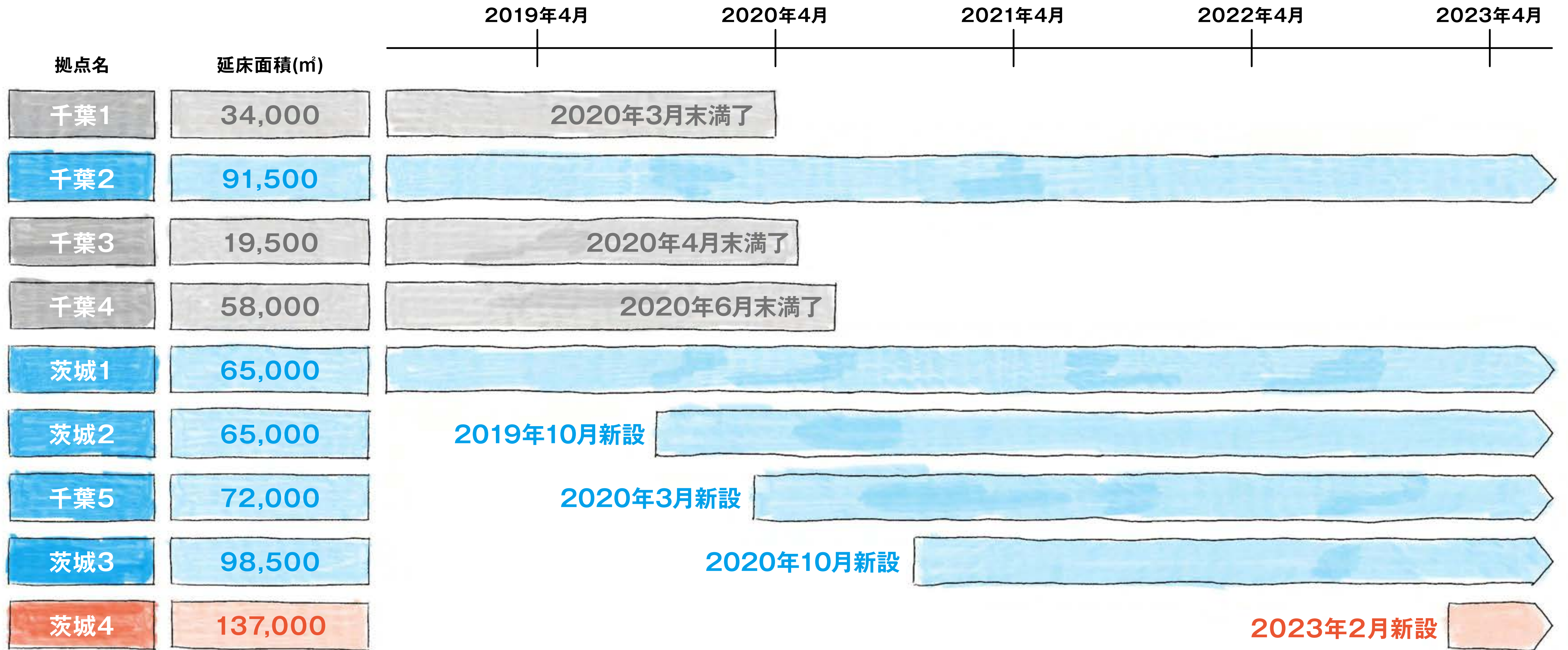
ZOZOTOWN及びWEARのユーザー基盤を活用し、

取引先ブランドをはじめとしたクライアント企業に

広告枠を提供し、広告収入を得る事業形態。

売上高 = 広告収入

物流拠点拡張計画



※千葉2・茨城1は出荷機能付、茨城4も出荷機能を有する予定

参考情報

IRサイトのご紹介 <https://corp.zozo.com/ir-info/>

当社IRサイトにて、下記情報を掲載しております。ぜひご覧ください。

IRニュース ... IR最新情報を随時掲載しております。

<https://corp.zozo.com/ir-info/>

ESG/CSRの取り組み ... 当社のESG/CSRの取り組みについて紹介しております。

<https://corp.zozo.com/sustainability/>

業績ハイライト ... 過去3年分の当社の業績データを掲載しております。PDF・エクセルでダウンロードも可能です。

<https://corp.zozo.com/ir-info/financial-highlights/>

IRメールのご紹介

当社IRメールにメールアドレスをご登録いただくと、

最新のニュースリリースなど、当社IRに関する情報を随時お知らせいたします。

ご登録は下記URLよりお願いいたします。

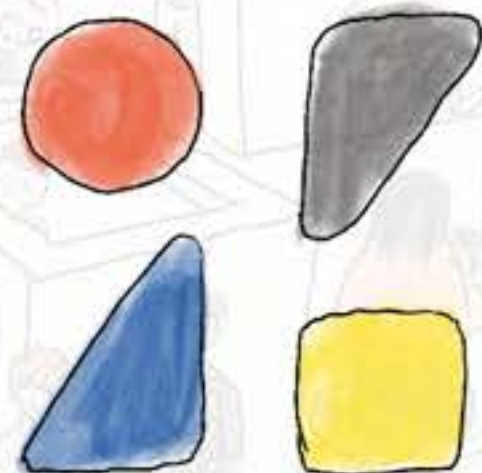
なお、IRメールニュースは、株式会社マジカルポケットが提供するメール配信サービスを通じて配信しています。

IRメールご登録はこちら <https://corp.zozo.com/ir-info/mail-magazine/>

本資料は、会社内容をご理解いただくための資料であり、
投資勧誘を目的とするものではありません。

本資料に記載されている業績予想及び将来予測につきましては、
現時点で入手可能な情報に基づき当社で判断したものであります。

予想にはさまざまな不確定要素が内在しており、
実際の業績はこれらの将来見通しと異なる場合があります。



2020

あとがき

10月で所属していた2020テクノロジーズが2020と合併しました。

そのタイミングで私もチームを離れ、新たな環境になりました。

ここでは久しぶりに一緒に働く人や、はじめましての人がたくさんいて、期待と、ともに不安もありました。

しかしみんな、以前と変わらずいい人だったし、はじめの話し合いも2020、新しい環境がみんなに打ち解けました。

きっと今回の組織再編で、あらゆる場面で私と同じことを感じている人がいると思います。

改めて我々の思ういい人が集まる事の強みを感じました。

そんな私達の日常を前回は引き継ぎマンガにしました。

少しでも親しみや共感を感じ、応援してもらえれば幸いです。



2021.10.28 mozzly

2020と2020テクノロジーズの合併への想いをアニメーションにしました。



奥太郎が
早くもP=×化!