

2022年3月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕(連結)



2021年7月29日

上場会社名 株式会社ZOZO 上場取引所 東  
 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 2021年8月13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. 2022年3月期第1四半期の連結業績(2021年4月1日~2021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	%
2022年3月期第1四半期	38,866	15.4	12,591	20.8	12,534	19.7	8,731	19.3
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

(注) 包括利益 2022年3月期第1四半期 8,790百万円(19.7%) 2021年3月期第1四半期 7,340百万円(38.3%)

	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
2022年3月期第1四半期	28.91	—
2021年3月期第1四半期	23.98	—

(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	%
2022年3月期第1四半期	85,726	24,392	28.3
2021年3月期	125,656	55,507	44.1

(参考) 自己資本 2022年3月期第1四半期 24,287百万円 2021年3月期 55,433百万円

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
2021年3月期	—	15.00	—	26.00	41.00
2022年3月期	—	—	—	—	—
2022年3月期(予想)	—	22.00	—	33.00	55.00

3. 2022年3月期の連結業績予想(2021年4月1日~2022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	162,600	10.3	47,800	8.3	47,800	7.7	33,300	7.7	109.05

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 無

※ 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 : 有
  - 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

(注) 詳細は添付資料13ページ2. 四半期連結財務諸表及び主な注記(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項(会計方針の変更)をご覧ください。

(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)	2022年3月期1Q	311,644,285株	2021年3月期	311,644,285株
② 期末自己株式数	2022年3月期1Q	14,823,939株	2021年3月期	6,279,914株
③ 期中平均株式数(四半期累計)	2022年3月期1Q	302,021,058株	2021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情報に関する説明」をご覧ください。

・当社は、2021年7月29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	8
(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	9
(1) 四半期連結貸借対照表	9
(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	11
(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項	13
(継続企業の前提に関する注記)	13
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	13
(会計方針の変更)	13

## 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 2020年4月1日 至 2020年6月30日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2021年4月1日 至 2021年6月30日)	前年同期比
商品取扱高	95,330 (100.0%)	116,812 (109.5%)	22.5%
商品取扱高(その他商品取扱高除く)	95,330 (100.0%)	106,700 (100.0%)	11.9%
売上高	33,674 (35.3%)	38,866 (36.4%)	15.4%
差引売上総利益	32,283 (33.9%)	36,924 (34.6%)	14.4%
営業利益	10,423 (10.9%)	12,591 (11.8%)	20.8%
経常利益	10,473 (11.0%)	12,534 (11.7%)	19.7%
親会社株主に帰属する四半期純利益	7,321 (7.7%)	8,731 (8.2%)	19.3%

( )内は商品取扱高(その他商品取扱高除く)に対する割合です。

当社グループは、「世界中をカッコよく、世界中に笑顔を。」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、昨年度に引き続き期初より新型コロナウイルス感染拡大が継続し、一部の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一層注力してまいりました。具体的には、2021年5月にセールイベント「ZOZOWEEK」(2021年5月14日～23日の10日間)ならびに夏本セール開始期間にはTVCMを放送し集客を強化する等、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。

また、前連結会計年度より展開をしておりますD2C事業やカテゴリ強化を積極的に進めております。才能やセンス溢れる“個人”とともにファッションブランドをつくるD2C事業「YOUR BRAND PROJECT Powered by ZOZO」は、2020年10月22日より当社がインフルエンサーと立ち上げたブランドのアイテムを販売開始しており、2021年度の春夏向け新アイテムの展開においては新たな著名インフルエンサーも加わっております。なお、2021年3月期通期決算短信においてご説明のとおり、当連結会計年度より事業区分を変更しております。当変更に伴い、D2C事業における流通総額は主に買取・製造販売に計上しております。カテゴリ強化の取り組みとしては、「ZOZOMAT」を用いてZOZOTOWNでの靴カテゴリの商品取扱高拡大を進めております。現在までにZOZOTOWNで販売している靴のうち、ZOZOMAT対応型数は3,000型超まで拡大しており、靴カテゴリは順調に売上を伸ばしております。加えて、前連結会計年度末の2021年3月18日のZOZOTOWNのリニューアルに際して、コスメカテゴリ強化を図る「ZOZOCOSME」及び国内外のラグジュアリーブランドを取り揃えた「ZOZOVILLA」を開始しております。ZOZOCOSMEはローンチ時より国内外の500以上のコスメブランドを取り扱い、女性アクティブ会員比率が7割を占め、コスメとの親和性の高いユーザーを既に抱えているZOZOTOWNにおいて、コスメカテゴリの商品取扱高拡大を目指しています。また、高精度で肌の色を計測できるツール「ZOZOGLASS」を用いて、計測した肌の色に最も近いファンデーションの色を提案する購入アシスト機能を実装しており、ユーザーに新しい購入体験を提供いたします。ZOZOVILLAは国内外の90以上のラグジュアリーブランドを集めたZOZOTOWN内のラグジュアリー&デザイナーズゾーンで、創業以来ファッションと共に成長してきた当社が、改めて「服好き」の方へファッションを楽しむ場を提供し続けたいという思いを込め開始いたしました。ZOZOTOWNのブランドイメージ向上に期待しております。

PayPayモールについては、前連結会計年度下期に実施された大型施策「超PayPay祭」等で獲得した顧客の定着や、モールを運営するヤフー(株)による積極的な販促費用投下が続く、順調に売上を伸ばしております。

BtoB事業については、コロナ渦の影響の中、ブランド各社が自社ECの活用の積極化が続いている状況です。

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116,812百万円(前年同期比22.5%増)、その他商品取扱高を除いた商品取扱高は106,700百万円(同11.9%増)となりました。売上高は38,866百万円(同15.4%増)、差引売上総利益は36,924百万円(同14.4%増)となりました。差引売上総利益の商品取扱高(その他商品取

扱高除く)に対する割合(粗利率)は34.6%となり、前年同期と比較して0.7ポイント改善いたしました。

売上高については、前年同期において送料無料施策を実施したことに対し、当第1四半期連結累計期間は未実施であったこと、買取・製造販売とUSED販売、広告事業の成長が主な要因となり前年同期比で商品取扱高(その他商品取扱高除く)の成長率を上回る伸び率となりました。なお、当第1四半期連結累計期間の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日。以下「収益認識会計基準」という。)等を適用しております。詳細につきましては、2. 四半期連結財務諸表及び主な注記(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項(会計方針の変更)をご参照ください。

粗利率改善の主な要因は、前述の通り、送料無料施策の未実施や粗利率の高いUSED事業や広告事業の成長及びその他売上の増加等になります。

販売費及び一般管理費は24,333百万円(前年同期比11.3%増)、商品取扱高(その他商品取扱高除く)に対する割合は22.8%と前年同期と比較して0.1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ている主な理由は以下のとおりです。なお、以下の対商品取扱高比は、各販管費項目を商品取扱高(その他商品取扱高除く)で除した結果となります。

・上昇(悪化)要因

- ① TVCM等、積極的に集客施策を実施したこと、「ZOZOGLOSS」の無料配布により広告宣伝費(対商品取扱高)が1.0ポイント上昇。
- ② 前年同期は新型コロナウイルス感染拡大の影響で受付を停止していた即日配送サービスを当第1四半期連結累計期間は再開したことにより、荷造運賃(対商品取扱高比)が0.1ポイント上昇。

・低下(改善)要因

- ① 収益認識会計基準等の適用に伴う会計処理の変更(前年同期は販管費で計上していたポイント関連費を売上高科目内にて減額処理)により、プロモーション関連費(対商品取扱高)が0.6ポイント低下。
- ② 物流拠点内の作業効率の向上により、人件費うち物流関連費(対商品取扱高)が0.5ポイント低下。
- ③ クレジットカード決済に係る代金回収業者変更に伴う経済条件改善により、代金回収手数料(対商品取扱高)が0.3ポイント低下。
- ④ 主に梱包資材(消耗品)の変更により、その他(対商品取扱高)が0.2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12,591百万円(前年同期比20.8%増)、営業利益率は対商品取扱高(その他商品取扱高除く)比11.8%と前年同期と比較して0.9ポイント上昇しております。また、経常利益は12,534百万円(同19.7%増)、親会社株主に帰属する四半期純利益は8,731百万円(同19.3%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 2020年4月1日 至 2020年6月30日)			当第1四半期連結累計期間 (自 2021年4月1日 至 2021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	84,999	89.1	26,686	90,648	77.6	28,812	6.6	8.0
(買取・製造販売)	516	0.5	515	720	0.6	716	39.7	38.8
(受託販売)	82,390	86.4	24,077	87,346	74.8	25,549	6.0	6.1
(USED販売)	2,093	2.2	2,093	2,581	2.2	2,546	23.3	21.7
PayPayモール	4,371	4.6	1,270	9,805	8.4	2,872	124.3	126.2
BtoB事業	5,959	6.3	1,161	6,246	5.3	1,190	4.8	2.5
広告事業	—	—	776	—	—	1,382	—	77.9
その他除く 小計	95,330	100.0	29,894	106,700	91.3	34,258	11.9	14.6
その他	—	—	3,779	10,111	8.7	4,608	—	21.9
合計	95,330	100.0	33,674	116,812	100.0	38,866	22.5	15.4

## ① ZOZOTOWN事業

ZOZOTOWN事業は、「買取・製造販売」「受託販売」「USED販売」の3つの事業形態で構成されております。「買取・製造販売」は当社グループが仕入れを行い、在庫リスクを負担し販売を行う事業形態になります。各ブランドからファッション商材を仕入れる形態と、MSP（マルチサイズプラットフォーム）等、当社グループが商材を発注する形態がこちらに該当します。「受託販売」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。「USED販売」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	1,348	1,404	1,433	1,468	1,488	—	—	—
内) 買取・製造販売	5	5	6	18	20	—	—	—
受託販売	1,343	1,399	1,427	1,450	1,468	—	—	—
ブランド数(注)1、2	7,989	7,953	8,109	8,227	8,490	—	—	—

(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1四半期連結累計期間に新規出店したショップ数は36ショップ（純増20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「DIOR」ならびに「GUERLAIN」、イタリアのラグジュアリーブランド「Salvatore Ferragamo」、インフルエンサーブランド「eim」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)2	8,662,560	8,805,155	9,139,796	9,485,669	9,730,162	—	—	—
(前年同期比)	540,897	578,767	983,540	1,212,066	1,067,602	—	—	—
(前四半期比)	388,957	142,595	334,641	345,873	244,493	—	—	—
アクティブ会員数(注)3	7,223,753	7,434,529	7,773,940	8,137,729	8,367,073	—	—	—
(前年同期比)	666,609	685,517	973,505	1,298,063	1,143,320	—	—	—
(前四半期比)	384,087	210,776	339,411	363,789	229,344	—	—	—
ゲスト購入者数	1,438,807	1,370,626	1,365,856	1,347,940	1,363,089	—	—	—
(前年同期比)	△125,712	△106,750	10,035	△85,997	△75,718	—	—	—
(前四半期比)	4,870	△68,181	△4,770	△17,916	15,149	—	—	—

(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1四半期連結累計期間において、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。アクティブ会員数の順調な増加は、昨年度に新規獲得した会員の定着に加え、2021年5月に実施した「ZOZOWEEK」開催期間ならびに2021年6月開始の「夏本セール」開始期間のTVCM放映により、集客を強化したことが要因です。ゲスト購入者数は、ブランドクーポンの充実等の会員向けサービスを強化していることで前年同期比では減少しておりますが、前四半期比では増加しております。

(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	45,128	44,341	43,809	42,845	42,363	—	—	—
(前年同期比)	△3.8%	△6.7%	△8.0%	△7.9%	△6.1%	—	—	—
(前四半期比)	△3.0%	△1.7%	△1.2%	△2.2%	△1.1%	—	—	—
年間購入点数(全体) (注)1、2、3	11.8	11.8	11.7	11.6	11.4	—	—	—
(前年同期比)	4.9%	1.4%	0.1%	△1.8%	△3.6%	—	—	—
(前四半期比)	0.4%	△0.6%	△0.5%	△1.2%	△1.3%	—	—	—
年間購入金額(既存会員) (注)1、2、3、4	52,175	51,523	51,066	50,139	49,257	—	—	—
(前年同期比)	△5.2%	△5.9%	△5.6%	△5.4%	△5.6%	—	—	—
(前四半期比)	△1.6%	△1.2%	△0.9%	△1.8%	△1.8%	—	—	—
年間購入点数(既存会員) (注)1、2、3	13.6	13.6	13.6	13.5	13.2	—	—	—
(前年同期比)	2.4%	1.5%	2.1%	1.0%	△2.8%	—	—	—
(前四半期比)	1.6%	△0.3%	0.3%	△0.7%	△2.2%	—	—	—

(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1四半期連結累計期間において、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、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。全体の年間購入点数ならびに既存会員の年間購入点数は前年同期比及び前四半期比で減少しておりますが、その要因は年間購入金額の減少要因と同様です。

(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	3,443	3,381	4,301	3,748	3,490	—	—	—
(前年同期比)	△11.8%	△3.8%	△4.5%	△4.1%	1.4%	—	—	—
平均出荷単価 (注)1、2、3	7,409	7,370	8,516	7,991	7,501	—	—	—
(前年同期比)	△11.7%	△2.1%	△5.1%	△3.8%	1.2%	—	—	—
1注文あたり購入点数 (注)1、3	2.15	2.18	1.98	2.13	2.15	—	—	—
(前年同期比)	0.1%	1.8%	△0.7%	0.4%	△0.1%	—	—	—
出荷件数(注)1、3	11,472,548	11,011,990	11,960,223	11,162,186	12,085,053	—	—	—
(前年同期比)	24.6%	6.4%	18.4%	14.4%	5.3%	—	—	—

(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。

当第1四半期連結累計期間の平均商品単価につきましては、前年同期比で増加いたしました。前年同期において、ブランド各社が新型コロナウイルス感染拡大の影響で例年には無いタイミングで積極的な値下げをしたことに対し、当第1四半期連結累計期間はほぼ例年通りの値下げ状況であったことによるセール比率の低下が主な要因です。同様に平均出荷単価についても前年同期比で増加しております。

ZOZOTOWN事業（買取・製造販売、受託販売及びUSED販売）の実績は以下のとおりです。

#### i. 買取・製造販売

当第1四半期連結累計期間の商品取扱高は720百万円（前年同期比39.7%増）、商品取扱高に占める割合は0.6%（前年同期実績0.5%）となりました。売上高は716百万円（前年同期比38.8%増）となりました。2021年6月末現在、買取・製造販売のZOZOTOWN出店ショップは20ショップ（2021年3月末18ショップ）を運営しております。

#### ii. 受託販売

当第1四半期連結累計期間の商品取扱高は87,346百万円（前年同期比6.0%増）、商品取扱高に占める割合は74.8%（前年同期実績86.4%）となりました。売上高（受託販売手数料）は25,549百万円（前年同期比6.1%増）となりました。2021年6月末現在、受託販売のZOZOTOWN出店ショップは1,468ショップ（2021年3月末1,450ショップ）を運営しております。

#### iii. USED販売

当第1四半期連結累計期間の商品取扱高は2,581百万円（前年同期比23.3%増）、商品取扱高に占める割合は2.2%（前年同期実績2.2%）となりました。売上高は2,546百万円（前年同期比21.7%増）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9,805百万円（前年同期比124.3%増）、商品取扱高に占める割合は8.4%（前年同期実績4.6%）となりました。売上高（受託販売手数料）は2,872百万円（前年同期比126.2%増）となりました。

#### ③ 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・物流業務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6,246百万円（前年同期比4.8%増）、商品取扱高に占める割合は5.3%（前年同期実績6.3%）となりました。売上高（受託販売手数料）は1,190百万円（前年同期比2.5%増）となりました。2021年6月末現在、受託サイト数は49サイト（2021年3月末53サイト）となっております。

#### ④ 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、主に取引先ブランド各社に広告枠を提供し、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1,382百万円（前年同期比77.9%増）となりました。

WEARについては、引き続きユーザーの拡大及びコンテンツの拡充に注力しており、2021年6月末時点のアプリダウンロード数は1,500万件を超え、月間利用者数ともに堅調に推移しております。

#### ⑤ その他

その他商品取扱高には、PayPayモールにおけるZOZOTOWN店を除いたファッションカテゴリーストアのうち、ZOZOオプション（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サービス）の契約を結んだストアの流通総額（前第3四半期連結会計期間より計上）及び当社連結子会社の自社ECサイトにおける流通総額（前第2四半期連結会計期間より計上）を計上しております。当第1四半期連結累計期間のその他商品取扱高は10,111百万円、商品取扱高に占める割合は8.7%となりました。その他売上高には、



ZOZOTOWN事業に付随した事業の売上（送料収入、決済手数料収入等）及び前述のその他商品取扱高に関連した売上等が計上されており、当第1四半期連結累計期間のその他売上高は4,608百万円（前年同期比21.9%増）となりました。

## (2) 財政状態に関する説明

資産、負債及び純資産の状況

(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	125,656	85,726	△31.8%
負債	70,149	61,333	△12.6%
純資産	55,507	24,392	△56.1%

## (総資産)

総資産については、前連結会計年度末に比べ39,930百万円減少（前連結会計年度末比31.8%減）し、85,726百万円となりました。流動資産は、前連結会計年度末に比べ38,918百万円減少（同39.0%減）し、60,877百万円となりました。主な増減要因としては、自己株式の取得等による現金及び預金の減少34,613百万円、売掛金の減少5,114百万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1,011百万円減少（同3.9%減）し、24,848百万円となりました。主な増減要因としては、有形固定資産の減少9百万円、のれんの減少101百万円、投資その他の資産の減少877百万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8,815百万円減少（前連結会計年度末比12.6%減）し、61,333百万円となりました。流動負債は、前連結会計年度末に比べ8,973百万円減少（同13.8%減）し、56,207百万円となりました。主な増減要因としては、受託販売預り金の減少518百万円、未払法人税等の減少7,395百万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158百万円増加（同3.2%増）し、5,126百万円となりました。主な増減要因としては、退職給付に係る負債の増加142百万円、資産除去債務の増加16百万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31,114百万円減少（前連結会計年度末比56.1%減）し、24,392百万円となりました。主な増減要因としては、自己株式の取得による減少31,997百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益の計上による増加8,731百万円、剰余金の配当による減少7,939百万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

2021年4月27日に発表いたしました通期の連結業績予想数値に変更はありません。

## 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 (2021年3月31日)	当第1四半期連結会計期間 (2021年6月30日)
<b>資産の部</b>		
流動資産		
現金及び預金	61,648	27,034
売掛金	32,781	27,667
商品及び製品	1,792	2,223
原材料及び貯蔵品	79	41
その他	3,494	3,910
流動資産合計	99,796	60,877
固定資産		
有形固定資産	12,019	12,010
無形固定資産		
のれん	2,190	2,089
その他	724	700
無形固定資産合計	2,915	2,790
投資その他の資産	10,925	10,048
固定資産合計	25,860	24,848
資産合計	125,656	85,726
<b>負債の部</b>		
流動負債		
買掛金	147	227
受託販売預り金	21,535	21,017
短期借入金	20,000	20,000
未払法人税等	9,980	2,585
賞与引当金	1,622	772
役員賞与引当金	81	20
ポイント引当金	361	—
返品調整引当金	139	—
その他	11,313	11,584
流動負債合計	65,180	56,207
固定負債		
退職給付に係る負債	2,686	2,828
資産除去債務	2,237	2,253
その他	44	43
固定負債合計	4,968	5,126
負債合計	70,149	61,333

(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)
<b>純資産の部</b>		
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	77,109	77,901
自己株式	△24,146	△56,143
株主資本合計	55,651	24,445
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	4	1
為替換算調整勘定	△9	45
退職給付に係る調整累計額	△213	△205
その他の包括利益累計額合計	△217	△158
新株予約権	3	35
非支配株主持分	70	69
純資産合計	55,507	24,392
負債純資産合計	125,656	85,726

## (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2020年4月1日 至2020年6月30日)	当第1四半期連結累計期間 (自2021年4月1日 至2021年6月30日)
売上高	33,674	38,866
売上原価	1,377	1,942
売上総利益	32,296	36,924
返品調整引当金戻入額	107	—
返品調整引当金繰入額	120	—
差引売上総利益	32,283	36,924
販売費及び一般管理費	21,860	24,333
営業利益	10,423	12,591
営業外収益		
受取利息	1	1
受取賃借料	47	71
為替差益	7	1
業務支援料	—	3
リサイクル収入	8	8
補助金収入	33	6
ポイント失効益	26	11
その他	3	12
営業外収益合計	129	115
営業外費用		
支払利息	19	18
貸倒引当金繰入額	10	0
支払賃借料	45	68
支払手数料	2	10
投資事業組合運用損	—	76
営業外費用合計	78	173
経常利益	10,473	12,534
特別損失		
固定資産除売却損	0	1
特別損失合計	0	1
税金等調整前四半期純利益	10,473	12,532
法人税、住民税及び事業税	2,938	3,011
法人税等調整額	213	790
法人税等合計	3,151	3,802
四半期純利益	7,321	8,730
非支配株主に帰属する四半期純利益	—	△1
親会社株主に帰属する四半期純利益	7,321	8,731

## 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2020年4月1日 至2020年6月30日)	当第1四半期連結累計期間 (自2021年4月1日 至2021年6月30日)
四半期純利益	7,321	8,730
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△0	△2
為替換算調整勘定	15	54
退職給付に係る調整額	2	7
その他の包括利益合計	18	59
四半期包括利益	7,340	8,790
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	7,340	8,791
非支配株主に係る四半期包括利益	—	△1

## (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)

当社は、2021年5月26日に、東京証券取引所における自己株式立会外買付取引（ToSTNeT-3）により、自己株式8,544,000株を取得しております。この結果、当第1四半期連結累計期間において、自己株式が31,997百万円増加しております。

(会計方針の変更)

(収益認識に関する会計基準等の適用)

収益認識会計基準等を当第1四半期連結会計期間の期首から適用し、約束した財又はサービスの支配が顧客に移転した時点で、当該財又はサービスと交換に受け取る見込まれる金額で収益を認識することとしております。

これにより、当社ECサイトZOZOTOWNにおいてユーザーの商品購入時に発行されるZOZOポイントについて、従来は、将来にポイントとの交換に要すると見込まれる費用を引当金として計上する方法を採用しておりましたが、当該ポイントが重要な権利を顧客に提供する場合、履行義務（契約負債）として識別し、収益の計上を繰り延べる方法に変更しております。また、新規顧客獲得目的の販促ポイント等の当社原資負担のクーポンポイントについては、顧客に支払われる対価に関する定めに従って、商品の購入の際に充当されたポイント相当額を取引価格から減額しております。その他、返品権付きの販売について、従来は、売上総利益相当額に基づき返品調整引当金を計上しておりましたが、返品されると見込まれる商品又は製品については、変動対価に関する定めに従って、販売時に収益を認識せず、当該商品又は製品について受け取った又は受け取る対価の額で返金負債を認識する方法に変更しております。

収益認識会計基準等の適用については、収益認識会計基準第84項ただし書きに定める経過的な取扱いに従っており、当第1四半期連結会計期間の期首より前に新たな会計方針を遡及適用した場合の累積的影響額を、当第1四半期連結会計期間の期首の利益剰余金に加減し、当該期首残高から新たな会計方針を適用しております。

この結果、従前の会計処理と比較して、当第1四半期連結累計期間の売上高は419百万円減少、売上原価は164百万円増加し、販売費及び一般管理費は622百万円減少しておりますが、営業利益、経常利益及び親会社株主に帰属する四半期純利益には影響はありません。また、利益剰余金期首残高に与える影響もありません。

なお、収益認識会計基準第89-2項に定める経過的な取扱いに従って、前連結会計年度について新たな表示方法により組替えを行っておりません。さらに、「四半期財務諸表に関する会計基準」（企業会計基準第12号 2020年3月31日）第28-15項に定める経過的な取扱いに従って、前第1四半期連結累計期間に係る顧客との契約から生じる収益を分解した情報を記載しておりません。

(時価の算定に関する会計基準等の適用)

「時価の算定に関する会計基準」（企業会計基準第30号 2019年7月4日。以下「時価算定会計基準」という。）等を当第1四半期連結会計期間の期首から適用し、時価算定会計基準第19項及び「金融商品に関する会計基準」（企業会計基準第10号 2019年7月4日）第44-2項に定める経過的な取扱いに従って、時価算定会計基準等が定める新たな会計方針を、将来にわたって適用することとしております。なお、四半期連結財務諸表への影響はありません。