

2022年3月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕(連結)



2022年1月28日

東

上場会社名 株式会社ZOZO 上場取引所
 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 2022年2月14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3四半期の連結業績(2021年4月1日~2021年12月31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3四半期	123,778	14.1	38,779	14.8	38,756	14.4	26,653	12.3
2021年3月期第3四半期	108,480	18.1	33,785	74.3	33,891	76.3	23,725	94.9

(注) 包括利益 2022年3月期第3四半期 26,762百万円(12.6%) 2021年3月期第3四半期 23,764百万円(95.2%)

	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3四半期	88.87	88.87
2021年3月期第3四半期	77.70	—

(注) 2021年3月期第3四半期(連結累計期間)の潜在株式調整後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3四半期	119,713	47,255	39.3
2021年3月期	125,656	55,507	44.1

(参考) 自己資本 2022年3月期第3四半期 47,100百万円 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	—	22.00	—	—	—
2022年3月期(予想)	—	—	—	33.00	55.00

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無 : 無

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

(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3Q	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3Q	11,833,667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3Q	299,918,547株	2021年3月期3Q	305,336,554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の注意事項等については、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) 連結業績予想などの将来予測に関する説明」をご覧ください。

・当社は、2022年1月28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3四半期連結累計期間 (自 2020年4月1日 至 2020年12月31日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2021年4月1日 至 2021年12月31日)	前年同期比
商品取扱高	304,243 (101.2%)	375,506 (109.9%)	23.4%
商品取扱高 (その他商品取扱高除く)	300,774 (100.0%)	341,587 (100.0%)	13.6%
売上高	108,480 (36.1%)	123,778 (36.2%)	14.1%
差引売上総利益	102,960 (34.2%)	116,620 (34.1%)	13.3%
営業利益	33,785 (11.2%)	38,779 (11.4%)	14.8%
経常利益	33,891 (11.3%)	38,756 (11.3%)	14.4%
親会社株主に帰属する四半期純利益	23,725 (7.9%)	26,653 (7.8%)	12.3%

()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」、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3四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の向上を目指し、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・9月・11月にセールイベント「ZOZOWEEK」の実施(2021年5月14日～23日の10日間、同年9月15日～20日及び23日～26日の10日間、同年11月5日～14日及び17日～23日の17日間)ならびに夏・冬の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4,185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2021年12月時点において国内外の600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しております。ZOZOVILLAは国内外の120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想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当第3四半期連結累計期間も続き、順調に売上を伸ばしております。当第3四半期連結累計期間における具体的な販促活動として「夏のPayPay祭」(2021年7月1日～25日の25日間)ならびに「超PayPay祭」(2021年10月18日～11月28日の42日間)を実施しております。

BtoB事業については、コロナ禍の影響の中、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3四半期連結累計期間における商品取扱高は375,506百万円（前年同期比23.4%増）、その他商品取扱高を除いた商品取扱高は341,587百万円（同13.6%増）となりました。売上高は123,778百万円（同14.1%増）、差引売上総利益は116,620百万円（同13.3%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34.1%となり、前年同期と比較して0.1ポイント低下いたしました。

売上高については、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、第1四半期連結会計期間の期首より「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。

粗利率低下の主な要因は、広告事業の成長及びその他売上の増加による粗利率の改善があったものの、収益認識会計基準等の適用に伴う粗利率の押し下げ影響が上回った為になります。

販売費及び一般管理費は77,841百万円（前年同期比12.5%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0.2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・WEB広告等、積極的に集客施策を実施したこと、「ZOZOGLASS」の無料配布により広告宣伝費（対商品取扱高）が0.9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、ポイント関連費（対商品取扱高）が0.5ポイント低下。
- ② 物流拠点内の作業効率の向上により、人件費のうち物流関連費（対商品取扱高）が0.3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 梱包資材（消耗品）の変更等により、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3四半期連結累計期間の営業利益は38,779百万円（前年同期比14.8%増）、営業利益率は対商品取扱高（その他商品取扱高除く）比11.4%と前年同期と比較して0.2ポイント上昇しております。また、経常利益は38,756百万円（同14.4%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益は26,653百万円（同12.3%増）となりました。

なお、当第3四半期連結累計期間において、越境ECモデルでサービスを展開している中国におけるZOZOTOWN事業について見直しを行った結果、撤退することといたしました。これに伴い、固定資産に係る減損損失として55百万円、事業整理損失として184百万円を計上しております。

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3四半期連結累計期間 (自 2020年4月1日 至 2020年12月31日)			当第3四半期連結累計期間 (自 2021年4月1日 至 2021年12月31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	268,015	88.1	85,639	289,572	77.1	91,461	8.0	6.8
(買取・製造販売)	1,398	0.5	1,398	2,147	0.6	2,112	53.6	51.1
(受託販売)	258,067	84.8	75,724	277,644	73.9	79,731	7.6	5.3
(USED販売)	8,549	2.8	8,517	9,779	2.6	9,616	14.4	12.9
PayPayモール	16,129	5.3	4,717	31,568	8.5	9,199	95.7	95.0
BtoB事業	16,629	5.5	3,172	20,447	5.4	3,805	23.0	20.0
広告事業	—	—	2,890	—	—	4,636	—	60.4
その他除く 小計	300,774	98.9	96,419	341,587	91.0	109,102	13.6	13.2
その他	3,469	1.1	12,060	33,919	9.0	14,675	877.6	21.7
合計	304,243	100.0	108,480	375,506	100.0	123,778	23.4	14.1

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	1,502	1,516	—
内) 買取・製造販売	5	5	6	18	20	24	24	—
受託販売	1,343	1,399	1,427	1,450	1,468	1,478	1,492	—
ブランド数(注)1、2	7,989	7,953	8,109	8,227	8,490	8,451	8,481	—

(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3四半期連結会計期間に新規出店したショップ数は30ショップ（純増14ショップ）となりました。主な新規出店ショップは自然の原料をベースにしたイギリス生まれの自然派化粧品を取り扱う「THE BODY SHOP」、同じくイギリス発の総合アウトドアブランド「karrimor」、日本ならではの繊細な技術と唯一無二のデザインで表現されたジュエリーで注目を集めている「AMBUSH」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	9,890,784	10,103,351	—
(前年同期比)	540,897	578,767	983,540	1,212,066	1,067,602	1,085,629	963,555	—
(前四半期比)	388,957	142,595	334,641	345,873	244,493	160,622	212,567	—
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	8,507,997	8,711,879	—
(前年同期比)	666,609	685,517	973,505	1,298,063	1,143,320	1,073,468	937,939	—
(前四半期比)	384,087	210,776	339,411	363,789	229,344	140,924	203,882	—
ゲスト購入者数	1,438,807	1,370,626	1,365,856	1,347,940	1,363,089	1,382,787	1,391,472	—
(前年同期比)	△125,712	△106,750	10,035	△85,997	△75,718	12,161	25,616	—
(前四半期比)	4,870	△68,181	△4,770	△17,916	15,149	19,698	8,685	—

(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3四半期連結会計期間において、アクティブ会員数、ゲスト購入者数ともに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・9月・11月に実施したZOWEEEK開催期間ならびに同年6月開始の「夏本セール」期間のTVCM放送ならびにWEB上の広告により、集客を強化したことが要因です。

(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	42,343	42,549	—
(前年同期比)	△3.8%	△6.7%	△8.0%	△7.9%	△6.1%	△4.5%	△2.9%	—
(前四半期比)	△3.0%	△1.7%	△1.2%	△2.2%	△1.1%	△0.0%	0.5%	—
年間購入点数(全体) (注)1、2、3	11.8	11.8	11.7	11.6	11.4	11.5	11.6	—
(前年同期比)	4.9%	1.4%	0.1%	△1.8%	△3.6%	△2.0%	△0.7%	—
(前四半期比)	0.4%	△0.6%	△0.5%	△1.2%	△1.3%	1.0%	0.9%	—
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	49,037	49,064	—
(前年同期比)	△5.2%	△5.9%	△5.6%	△5.4%	△5.6%	△4.8%	△3.9%	—
(前四半期比)	△1.6%	△1.2%	△0.9%	△1.8%	△1.8%	△0.4%	0.1%	—
年間購入点数(既存会員) (注)1、2、3	13.6	13.6	13.6	13.5	13.2	13.3	13.4	—
(前年同期比)	2.4%	1.5%	2.1%	1.0%	△2.8%	△2.2%	△1.7%	—
(前四半期比)	1.6%	△0.3%	0.3%	△0.7%	△2.2%	0.3%	0.8%	—

(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3四半期連結会計期間において、全体ならびに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おりますが、新型コロナウイルス感染拡大以降、新規会員獲得が良好であることにより全アクティブ会員ならびに既存アクティブ会員において会員歴の浅い会員の構成比が上昇している事(会員歴の長さに応じて年間購入金額、年間購入点数が高くなる傾向)に加え、商品単価の下落が続いている事が主な要因です。全体ならびに既存会

員の年間購入点数は前年同期比で減少しておりますが、前述の年間購入金額に関する記載と同様に、会員歴の浅いアクティブ会員の構成比が上昇している事が主な要因です。その一方、同指標は前四半期比で増加しておりますが、第2四半期連結会計期間と当第3四半期連結会計期間において1注文あたり購入点数が増加した事が要因です。

(平均商品単価等)

[表6] 平均商品単価、平均出荷単価、1注文あたり購入点数、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 (前年同期比)	3,443 △11.8%	3,381 △3.8%	4,301 △4.5%	3,748 △4.1%	3,490 1.4%	3,264 △3.5%	4,167 △3.1%	— —
平均出荷単価 (注)1、2、3 (前年同期比)	7,409 △11.7%	7,370 △2.1%	8,516 △5.1%	7,991 △3.8%	7,501 1.2%	7,346 △0.3%	8,592 0.9%	— —
1注文あたり購入点数 (注)1、3 (前年同期比)	2.15 0.1%	2.18 1.8%	1.98 △0.7%	2.13 0.4%	2.15 △0.1%	2.25 3.2%	2.06 4.1%	— —
出荷件数(注)1、3 (前年同期比)	11,472,548 24.6%	11,011,990 6.4%	11,960,223 18.4%	11,162,186 14.4%	12,085,053 5.3%	11,816,663 7.3%	13,049,762 9.1%	— —

(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3四半期連結会計期間の平均商品単価につきましては、前年同期比で減少いたしました。セール比率に大きな変動は無かったものの、価格の低い商品を好むユーザーが増えた結果、セール価格商品の商品単価が減少した事が主な要因です。平均出荷単価については1注文当たりの購入点数の増加があった影響を受けて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3四半期連結累計期間の商品取扱高は2,147百万円(前年同期比53.6%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2,112百万円(前年同期比51.1%増)となりました。2021年12月末現在、買取・製造販売のZOZOTOWN出店ショップは24ショップ(2021年9月末24ショップ)を運営しております。

ii. 受託販売

当第3四半期連結累計期間の商品取扱高は277,644百万円(前年同期比7.6%増)、商品取扱高に占める割合は73.9%(前年同期実績84.8%)となりました。売上高(受託販売手数料)は79,731百万円(前年同期比5.3%増)となりました。2021年12月末現在、受託販売のZOZOTOWN出店ショップは1,492ショップ(2021年9月末1,478ショップ)を運営しております。

iii. USED販売

当第3四半期連結累計期間の商品取扱高は9,779百万円(前年同期比14.4%増)、商品取扱高に占める割合は2.6%(前年同期実績2.8%)となりました。売上高は9,616百万円(前年同期比12.9%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3四半期連結累計期間の商品取扱高は31,568百万円(前年同期比95.7%増)、商品取扱高に占める割合は8.5%(前年同期実績5.3%)となりました。売上高(受託販売手数料)は9,199百万円(前年同期比95.0%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3四半期連結累計期間の商品取扱高は20,447百万円（前年同期比23.0%増）、商品取扱高に占める割合は5.4%（前年同期実績5.5%）となりました。売上高（受託販売手数料）は3,805百万円（前年同期比20.0%増）となりました。2021年12月末現在、受託サイト数は48サイト（2021年9月末48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3四半期連結累計期間の売上高は4,636百万円（前年同期比60.4%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12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3四半期連結累計期間のその他商品取扱高は33,919百万円、商品取扱高に占める割合は9.0%（前年同期実績1.1%）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3四半期連結累計期間のその他売上高は14,675百万円（前年同期比21.7%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3四半期連結会計期間	増減率
総資産	125,656	119,713	△4.7%
負債	70,149	72,457	3.3%
純資産	55,507	47,255	△14.9%

(総資産)

総資産については、前連結会計年度末に比べ5,943百万円減少（前連結会計年度末比4.7%減）し、119,713百万円となりました。流動資産は、前連結会計年度末に比べ4,760百万円減少（同4.8%減）し、95,035百万円となりました。主な減少要因としては、現金及び預金の減少10,710百万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1,182百万円減少（同4.6%減）し、24,677百万円となりました。主な増減要因としては、有形固定資産の減少345百万円、のれんの減少300百万円、投資その他の資産の減少481百万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2,308百万円増加（前連結会計年度末比3.3%増）し、72,457百万円となりました。流動負債は、前連結会計年度末に比べ1,544百万円増加（同2.4%増）し、66,725百万円となりました。主な増加要因としては、受託販売預り金の増加7,558百万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764百万円増加（同15.4%増）し、5,732百万円となりました。主な増減要因としては、退職給付に係る負債の増加684百万円、資産除去債務の増加19百万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8,252百万円減少（前連結会計年度末比14.9%減）し、47,255百万円となりました。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、自己株式の処分による増加11,359百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益の計上による増加26,653百万円、剰余金の配当による減少14,533百万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測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3四半期連結会計期間 (2021年12月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	61,648	50,937
売掛金	32,781	37,922
商品及び製品	1,792	2,050
原材料及び貯蔵品	79	37
その他	3,494	4,086
流動資産合計	99,796	95,035
固定資産		
有形固定資産	12,019	11,673
無形固定資産		
のれん	2,190	1,890
その他	724	670
無形固定資産合計	2,915	2,560
投資その他の資産	10,925	10,443
固定資産合計	25,860	24,677
資産合計	125,656	119,713
負債の部		
流動負債		
買掛金	147	371
受託販売預り金	21,535	29,093
短期借入金	20,000	20,100
未払法人税等	9,980	4,742
賞与引当金	1,622	293
役員賞与引当金	81	61
ポイント引当金	361	—
返品調整引当金	139	—
事業整理損失引当金	—	190
その他	11,313	11,872
流動負債合計	65,180	66,725
固定負債		
退職給付に係る負債	2,686	3,370
資産除去債務	2,237	2,256
その他	44	104
固定負債合計	4,968	5,732
負債合計	70,149	72,457

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2021年3月31日)	当第3四半期連結会計期間 (2021年12月31日)
純資産の部		
株主資本		
資本金	1,359	1,359
資本剰余金	1,328	1,463
利益剰余金	77,109	89,229
自己株式	△24,146	△44,784
株主資本合計	55,651	47,268
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	4	7
為替換算調整勘定	△9	16
退職給付に係る調整累計額	△213	△191
その他の包括利益累計額合計	△217	△167
新株予約権	3	25
非支配株主持分	70	130
純資産合計	55,507	47,255
負債純資産合計	125,656	119,713

(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3四半期連結累計期間

(単位：百万円)

	前第3四半期連結累計期間 (自2020年4月1日 至2020年12月31日)	当第3四半期連結累計期間 (自2021年4月1日 至2021年12月31日)
売上高	108,480	123,778
売上原価	5,439	7,158
売上総利益	103,041	116,620
返品調整引当金戻入額	107	—
返品調整引当金繰入額	188	—
差引売上総利益	102,960	116,620
販売費及び一般管理費	69,174	77,841
営業利益	33,785	38,779
営業外収益		
受取利息	4	8
受取賃借料	191	214
為替差益	18	—
業務支援料	6	14
リサイクル収入	28	27
補助金収入	83	20
ポイント失効益	42	33
その他	19	22
営業外収益合計	395	341
営業外費用		
支払利息	53	55
貸倒引当金繰入額	22	5
支払賃借料	182	205
支払手数料	7	17
為替差損	—	3
投資事業組合運用損	21	77
営業外費用合計	288	364
経常利益	33,891	38,756
特別利益		
固定資産売却益	—	0
為替換算調整勘定取崩益	22	—
特別利益合計	22	0
特別損失		
固定資産除売却損	20	10
減損損失	—	55
事業整理損失	—	184
特別損失合計	20	250
税金等調整前四半期純利益	33,893	38,505
法人税、住民税及び事業税	10,022	11,162
法人税等調整額	119	630
法人税等合計	10,142	11,792
四半期純利益	23,751	26,713
非支配株主に帰属する四半期純利益	25	59
親会社株主に帰属する四半期純利益	23,725	26,653

四半期連結包括利益計算書
第3四半期連結累計期間

(単位：百万円)

	前第3四半期連結累計期間 (自 2020年4月1日 至 2020年12月31日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2021年4月1日 至 2021年12月31日)
四半期純利益	23,751	26,713
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△1	2
為替換算調整勘定	5	25
退職給付に係る調整額	8	21
その他の包括利益合計	13	49
四半期包括利益	23,764	26,762
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	23,738	26,703
非支配株主に係る四半期包括利益	25	59

(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)

(1) 自己株式の取得

当社は、2021年5月25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株の取得を行い、自己株式が31,997百万円増加しております。

(2) 自己株式の処分

当社は、2021年5月24日の取締役会決議に基づき、2021年6月15日に発行した第三者割当による行使価額修正条項付第10回新株予約権の行使による自己株式の処分により、その他資本剰余金が226百万円増加し、自己株式が11,198百万円減少しました。

(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と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いましたが、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いましたが、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、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、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3四半期連結累計期間の売上高は2,036百万円減少、売上原価は576百万円増加し、販売費及び一般管理費は2,524百万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3四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。