

2024年8月2日

各位

会社名 アスクル株式会社
代表者名 代表取締役社長 CEO 吉岡 晃
(コード番号:2678 東証プライム)
問合せ先
役職・氏名 取締役 CFO 玉井 継尋
TEL 03-4330-5130

その他の関係会社の決算に関するお知らせ

本日、当社のその他の関係会社である LINE ヤフー株式会社（本店所在地：東京都千代田区紀尾井町1-3、代表者：代表取締役社長 CEO 出澤 剛）より、2024年度第1四半期 決算説明会 プレゼンテーション資料が発表されましたが、その資料に当社に関する記載がありましたので、該当ページに関し別添のとおりお知らせいたします。

添付資料中、当社の業績に関する記載がございますが、以下のとおり LINE ヤフー株式会社と当社の各連結会計期間は異なり、また、両社の会計基準等の違い※により当社が公表する決算数値とは合致いたしません。

※当社は日本基準、LINE ヤフー株式会社は IFRS を会計基準に適用

連結会計期間	LINE ヤフー株式会社	当社
第1四半期	2024年4月1日～2024年6月30日	2024年5月21日 ～2024年8月20日
	・添付資料中1ページ目および3ページ目に記載の調整後 EBITDA 増減額 ・添付資料中2ページ目に記載のアスクル BtoB 事業（インターネット経由）の四半期売上高 ・添付資料中4ページ目に記載のアスクル連結四半期売上高	

別添 LINE ヤフー株式会社 2024年第1四半期 決算説明会プレゼンテーション資料（抜粋）

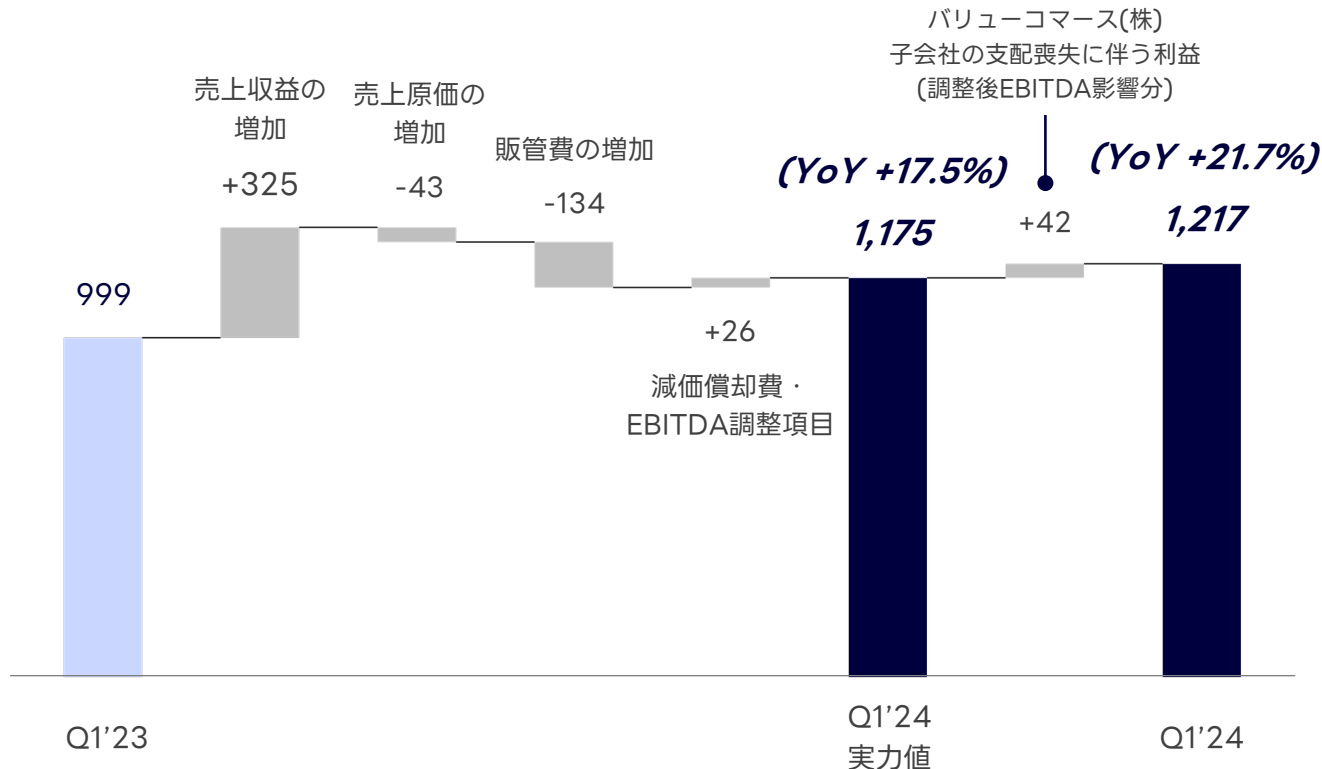
(注)2024年5月20日時点で LINE ヤフー株式会社は当社発行済株式総数の44.90%を所有しております。

以上

プロダクト強化に伴う販促費増加はあったものの、事業成長による増収により増益

調整後EBITDA¹増減分析

(億円)



売上収益: +325億円

- メディア (+75億円): アカウント広告が成長
- コマース (+112億円): ZOZO、アスクル、Yahoo!ショッピングが成長
- 戦略 (+136億円): PayPay連結が成長

売上原価: +43億円

- メディア (+1億円): 増収するも売上ミックス改善によりフラット
- コマース (+41億円): 増収により増加
- 戦略 (+0億円): 増収するも売上原価はフラット

販管費: +134億円

- 販売促進・広告宣伝費 (+77億円): 主にYahoo!ショッピングやPayPay連結が増加
- その他販管費 (+56億円): 主にLINE Pay 国内サービスの撤退に伴う費用計上や、PayPay連結の決済関連費用が増加。セキュリティ対策費用は約30億円

減価償却費及びEBITDA調整項目: +26億円

下記、一時要因をFY24Q1に計上。営業利益には含まれるが、調整後EBITDAには含まないため、EBITDA調整項目(その他調整)で相殺

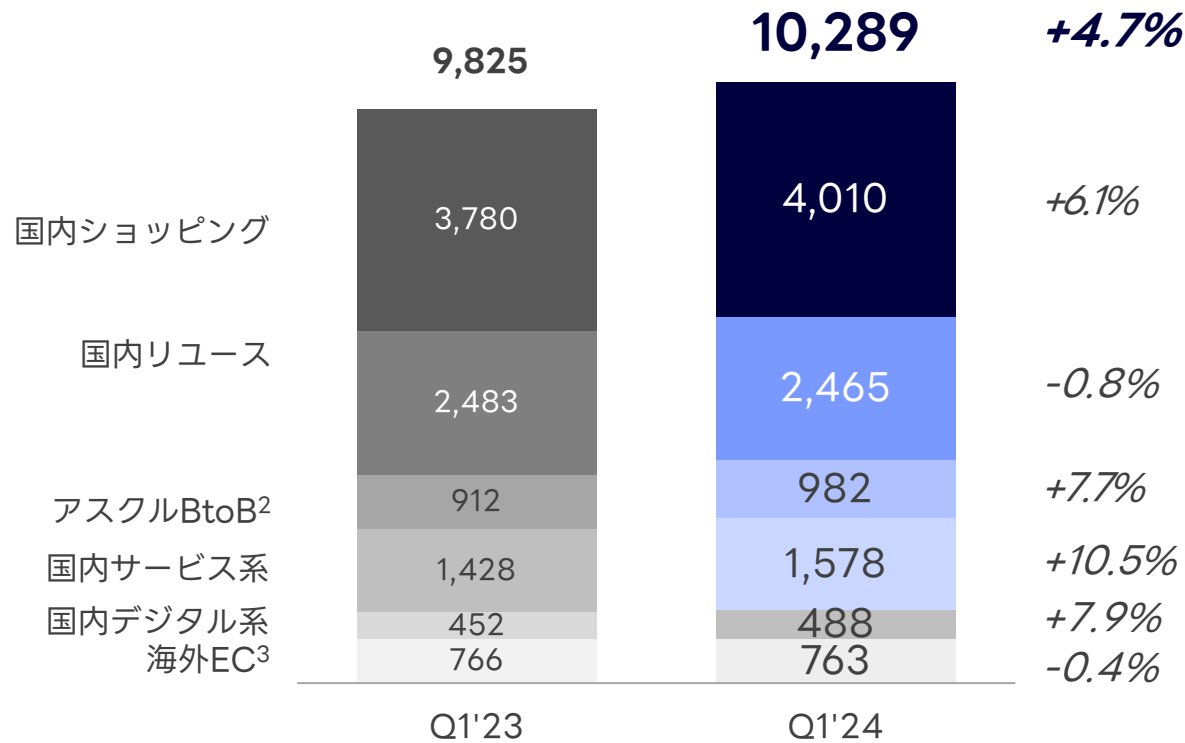
- IPX 子会社の支配喪失に伴う利益: 227億円
- LINE NEXT 子会社の支配喪失に伴う利益: 133億円
- バリューコマース(株) 子会社の支配喪失に伴う利益: 69億円 (うち、42億円は調整後EBITDAに計上)

1. 調整後EBITDA:営業利益+減価償却費及び償却費±EBITDA調整項目。EBITDA調整項目:営業収益・費用の内、非経常かつ非現金の取引損益(固定資産除却損、減損損失、株式報酬費用、企業結合に伴う再測定益、その他現金の流出が未確定な取引(一時的な引当金等)等)。また、一部ファンドの保有株式の売却損益。2022年度第3四半期より定義を変更。減価償却費及び償却費に一部の賃借料を、EBITDA調整項目に一部ファンドの保有株式の売却損益を追加

国内ショッピングとアスクルが成長、国内サービスはトラベルが好調で2桁成長

全社 eコマース取扱高¹

(億円)



国内ショッピング: +229億円

- ZOZO、アスクルは堅調に取扱高を拡大
- Yahoo!ショッピングは、LYPプレミアムによるクロスユース促進やLYPプレミアム会員向けの販促施策、プロダクト改善により、取扱高はYoY+8.3%成長

国内リユース: -18億円

- Yahoo!オークションは市場要因から一部商材が伸び悩んだものの、Yahoo!フリマは購入者数の増加により堅調に推移

国内サービス: +149億円

- Yahoo!トラベルは、誰でも10%お得になる販促施策を継続し、一休は販促施策やパーソナライズプライシングにより取扱高が拡大

1. 取扱高の定義は補足資料P22参照

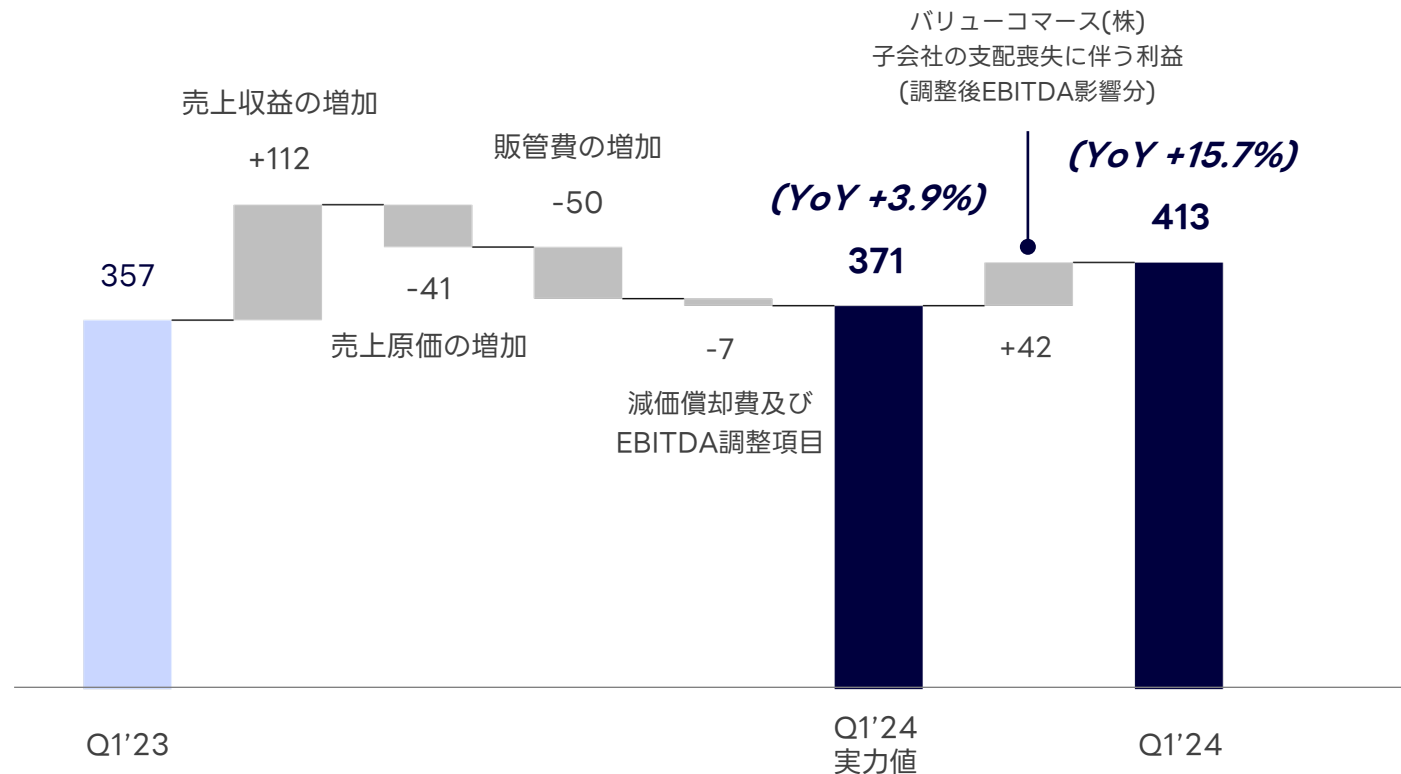
2. FY23Q1より定義変更し、アスクルBtoB事業(インターネット経由)に「APMRO」、「FEEDデンタル」の取扱高を含む

3. FY23Q1より「ZOZOFIT」の取扱高を含む

子会社とYahoo!ショッピングの売上成長が販管費の増加を吸収し増益

調整後EBITDA¹増減分析

(億円)



売上原価: +41億円

- ZOZO、アスクル、Yahoo!ショッピングの売上成長により増加

販管費: +50億円

- 販売促進・広告宣伝費 (+45億円): 主にYahoo!ショッピングでのLYPプレミアム会員や新規ユーザー向け販促施策実施等により増加

減価償却費及びEBITDA調整項目: -7億円

下記、一時的要因をFY24Q1に計上。営業利益には含まれるが、調整後EBITDAには含めないため、EBITDA調整項目(その他調整)で相殺

- IPX 子会社の支配喪失に伴う利益: 227億円
- バリューコマース(株) 子会社の支配喪失に伴う利益: 69億円 (うち、42億円は調整後EBITDAに計上)

1. 調整後EBITDA:営業利益 + 減価償却費及び償却費 ± EBITDA調整項目。EBITDA調整項目:営業収益・費用の内、非経常かつ非現金の取引損益(固定資産除却損、減損損失、株式報酬費用、企業結合に伴う再測定益、その他現金の流出が未確定な取引(一時的な引当金等)等)。また、一部ファンドの保有株式の売却損益。2022年度第3四半期より定義を変更。減価償却費及び償却費に一部の賃借料を、EBITDA調整項目に一部ファンドの保有株式の売却損益を追加

業績概況(P/L) : コマース事業

(百万円)

	FY2023 Q1 ^{1,2,3}	FY2024 Q1 ^{1,2,3}	YoY
売上収益	196,072	207,359	+5.8%
LINEヤフー	34,371	37,879	+10.2%
ショッピング事業	17,438	19,415	+11.3%
リユース事業	10,621	10,873	+2.4%
サービスEC事業	6,066	7,252	+19.5%
その他	244	337	+38.2%
ZOZO、アスクル^{4,5}	161,701	169,480	+4.8%
売上原価	91,467	95,609	+4.5%
販管費	86,822	91,833	+5.8%
販売促進費・広告宣伝費	11,370	15,945	+40.2%
その他販管費	75,452	75,888	+0.6%
その他収益及び費用	-	29,718	N/A
調整後EBITDA/マージン	35,786 (18.3%)	41,399 (20.0%)	+15.7%

1. FY23Q1より、その他および調整額に配賦していたLINE (株) およびその子会社に関する費用の一部をコマース事業に配賦。これによりFY22のセグメント情報を修正
2. FY23Q3に、コマース事業に区分されていた会員サービス事業をメディア事業に移管。また、その他事業に区分されていた、メールサービスをメディア事業に移管。これに伴い、FY22、FY23Q1、Q2の業績を遡及修正
3. FY23Q3に、調整額に計上されていた、スタッフ部門、テクノロジー部門の人員費、データセンターおよび社内インフラに関わる費用を各セグメントに配賦。加えて合併に伴う、計上科目の変更を反映。これに伴い、FY22、FY23Q1、Q2の業績を遡及修正
4. FY23Q1より定義変更し、「APMRO」、「FEEDデンタル」を含む
5. 当社子会社であるZホールディングス中間 (株) は、バリューコマース (株) が2024年3月12日~4月9日まで実施した自己株式の公開買付けに応募し、当該公開買付けが成立。バリューコマース (株) は2024年5月2日に当社の持分法適用関連会社へ移行したことから、以降、バリューコマース (株) のサービスを含まない

項目	内訳
LINEヤフー	—
ショッピング事業	「Yahoo!ショッピング」、「LINE ショッピング」、「LINE FRIENDS」、「LINEギフト」、「MySmartStore ¹ 」、「Yahoo!マート by ASKUL」、「LIVEBUY ² 」、海外EC（「LINE SHOPPING (台湾・タイ)」、「GIFTSHOP」、「EZ STORE」、「QUICK EC」、「MyShop」、その他）
リユース事業	「Yahoo!オークション」、「Yahoo!フリマ」
サービスEC事業	「Yahoo!トラベル」、「一休トラベル」、「LINEトラベル (台湾)」、その他
その他	その他
ZOZO、アスクル	—
ZOZO	「ZOZOTOWN」、「ZOZOUSED」、その他
アスクル³	アスクルBtoB事業（「ASKUL」、「SOLOEL ARENA」、「APMRO」、「FEEDデンタル」、その他）、「LOHACO」、「チャーム」、その他
その他⁴	「バリューコマース アフィリエイト」、「バリューポイントクラブ」、「ストアーズ・アールエイト」、「ストアマッチ」、「ビースペース」、その他

1. 「MySmartStore」は2024年7月31日にサービス終了

2. 「LIVEBUY」は2024年7月31日にサービス終了

3. FY23Q1より定義変更し、「APMRO」、「FEEDデンタル」を含む

4. 当社子会社であるZホールディングス中間(株)は、バリューコマース(株)が2024年3月12日~4月9日まで実施した自己株式の公開買付けに応募し、当該公開買付けが成立。バリューコマース(株)は2024年5月2日に当社の持分法適用関連会社へ移行したことから、以降、バリューコマース(株)のサービスを含まない

項目	主なサービス・商品
eコマース取扱高	—
国内物販系取扱高	—
ショッピング事業	「Yahoo!ショッピング」、「ZOZOTOWN」、「LOHACO」、「チャーム」、「LINEショッピング」、「LINEギフト」、「LINE FRIENDS」、「MySmartStore ² 」、「Yahoo!マート by ASKUL」、「LIVEBUY ³ 」
リユース事業	「Yahoo!オークション」、「Yahoo!フリマ」、「ZOZOUSÉD」
アスクルBtoB事業 (インターネット経由) ¹	「ASKUL」、「SOLOEL ARENA」、「APMRO」、「FEEDデンタル」等
国内サービス系取扱高	「一休.com」、「Yahoo!トラベル」、「出前館」、「LINE PLACE」
国内デジタル系取扱高	「ebookjapan」、「LINEマンガ」、「LINE MUSIC」、「LINEスタンプ」、「LINE GAME」、「LINE占い」、その他有料デジタルコンテンツ
海外EC取扱高	「LINE SHOPPING (台湾・タイ)」、「GIFTSHOP」、「EZ STORE」、「QUICK EC」、「MyShop」、「ZOZOFIT ⁵ 」、「LINE FRIENDS」、「LINEトラベル」、「LINE MAN」、「LINEスタンプ ⁴ 」、「LINE GAME ⁴ 」、「DOSI ⁶ 」

1. FY23Q1より定義変更し、「APMRO」、「FEEDデンタル」を含む

2. 「MySmartStore」は2024年7月31日にサービス終了

3. 「LIVEBUY」は2024年7月31日にサービス終了

4. 当該サービスの収益は、メディア事業セグメントに計上

5. FY23Q1より「ZOZOFIT」の取扱高を含む

6. グローバルNFTプラットフォーム。当該サービスの収益は、戦略事業セグメントに計上