



**ヤフー株式会社**  
**2016年度第3四半期**  
**決算説明会**

**2017年2月3日**

# 目次

- P. 4 2016年度 第3四半期 連結業績**
- P. 13 サービス利用動向**
- P. 16 基幹事業（広告関連／オークション関連／会員サービス）**
- P. 26 先行投資事業（ショッピング／クレジットカード）**
- P. 35 eコマース戦略 3年間の振り返り**
- P. 53 補足資料**

**本説明会および参考資料の内容には、将来に対する見通しが含まれている場合がありますが、実際の業績は様々な要素により、これら見通しと大きく異なる結果となりうることをご了承ください。会社の業績に影響を与えうる事項の詳細な記載は「平成29年3月期 第3四半期決算短信」の「事業等のリスク」にありますので、ご参照ください。ただし、業績に影響を与えうる要素は「事業等のリスク」に記載されている事項に限定されるものではないことをご留意ください。本資料・データの無断転用はご遠慮ください。**

# 2016年度 第3四半期 連結業績

# 2016年度 第3四半期 業績ハイライト



売上高	2,213 億円	前年同四半期比 +12.7%	
営業利益	517 億円	前年同四半期比 +20.0%	
EBITDA	611 億円	前年同四半期比 +17.7%	
親会社の所有者に帰属する四半期利益	356 億円	前年同四半期比 +24.0%	
希薄化後 1株当たり四半期利益	6.2 円	前年同四半期比 +24.0%	
広告関連売上高	729 億円	前年同四半期比 +10.4%	スマートフォン経由比率 51.2%
ディスプレイ広告 売上高	375 億円	前年同四半期比 +15.0%	
検索連動型広告 売上高	354 億円	前年同四半期比 +5.9%	
eコマース国内流通総額 <sup>*1</sup>	5,039 億円	前年同四半期比 +17.4%	スマートフォン経由比率 <sup>*2</sup> 47.4%
内、アスクル(株)単体におけるBtoB事業 インターネット経由売上高(取扱高)	551 億円		

\*1 ショッピング関連取扱高、オークション関連取扱高、アスクル(株)単体におけるBtoB事業インターネット経由売上高(取扱高、20日締め)です。

ショッピング関連取扱高には、アスクル(株)におけるLOHACO事業の売上高(取扱高、20日締め)および(株)一休の取扱高を含んでいます。

\*2 ショッピング関連取扱高とオークション関連取扱高におけるスマートフォン経由の取扱高比率です。

## 広告関連事業

- 広告関連売上高が、前年同四半期比で2桁成長を達成
- 検索連動型広告売上高が、前年同四半期比で増加
- 売上高に占めるスマートフォン経由比率が、初めて50%超

## eコマース関連事業

- ショッピング事業の取扱高<sup>(\*1)</sup>が、過去最高を更新
- ショッピング広告売上高が、大幅増加

## クレジットカード事業

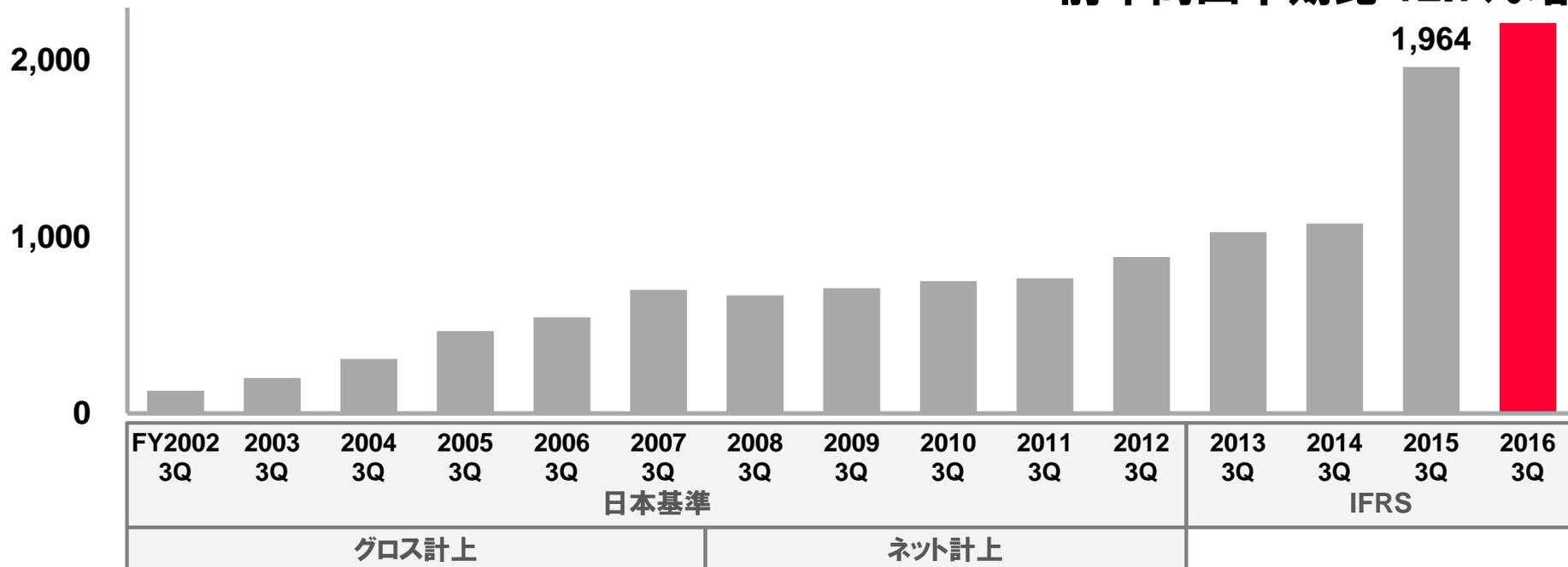
- 取扱高<sup>(\*2)</sup>が、大幅増加

# 売上高

(億円)

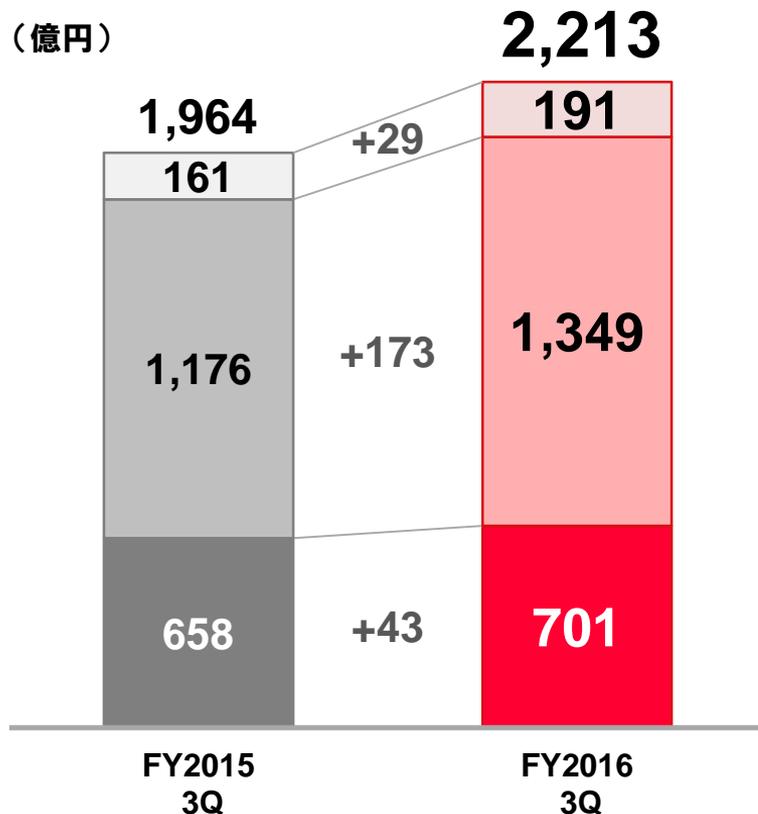
## 2,213億円

前年同四半期比 12.7%増



# 売上高構成

(億円)



## マーケティングソリューション事業

**前年同四半期比 6.6%増**  
広告関連売上高の成長率が回復

## コンシューマ事業\*

**前年同四半期比 14.7%増**  
子会社売上高、ショッピング広告売上高の増加

## その他

**前年同四半期比 18.2%増**  
決済関連売上高の増加

注1: 調整額を表示していません。

注2: 過去の業績および比較は現在のセグメントに合わせて遡及修正しています。

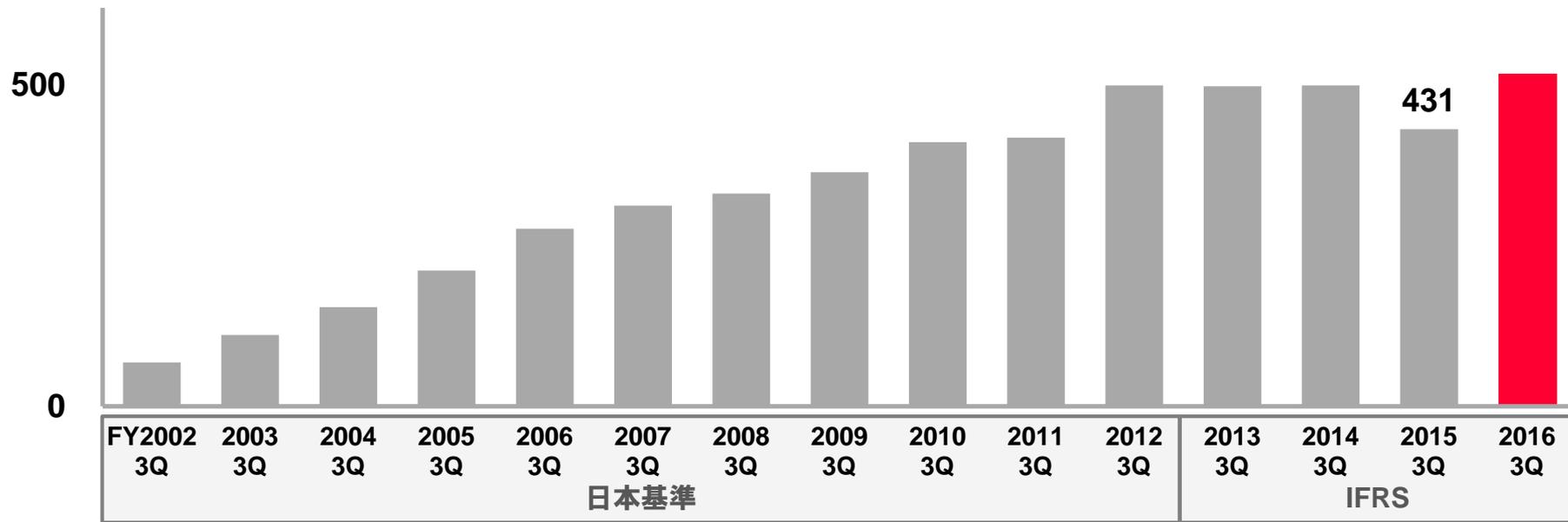
\* アスクル(株)の売上高は、FY2015 3Qが799億円、FY2016 3Qが864億円(いずれもアスクルグループ内の内部取引消去後の金額)です。

# 営業利益

(億円)

## 517億円

前年同四半期比 20.0%増

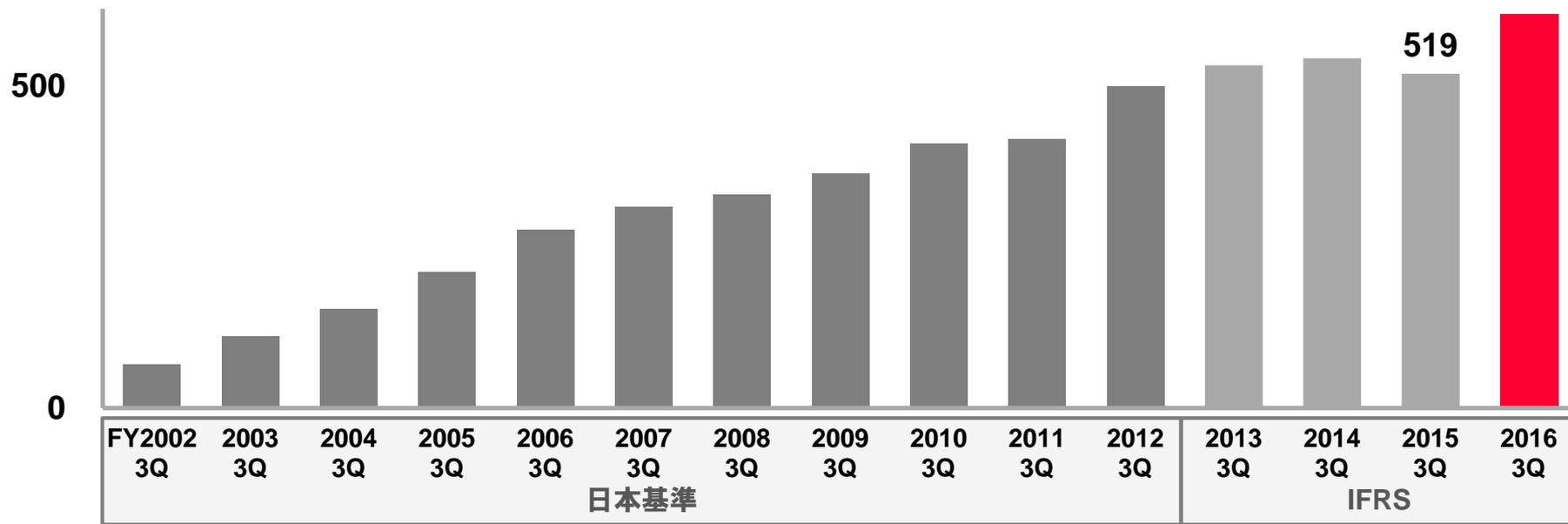


# EBITDA

(億円)

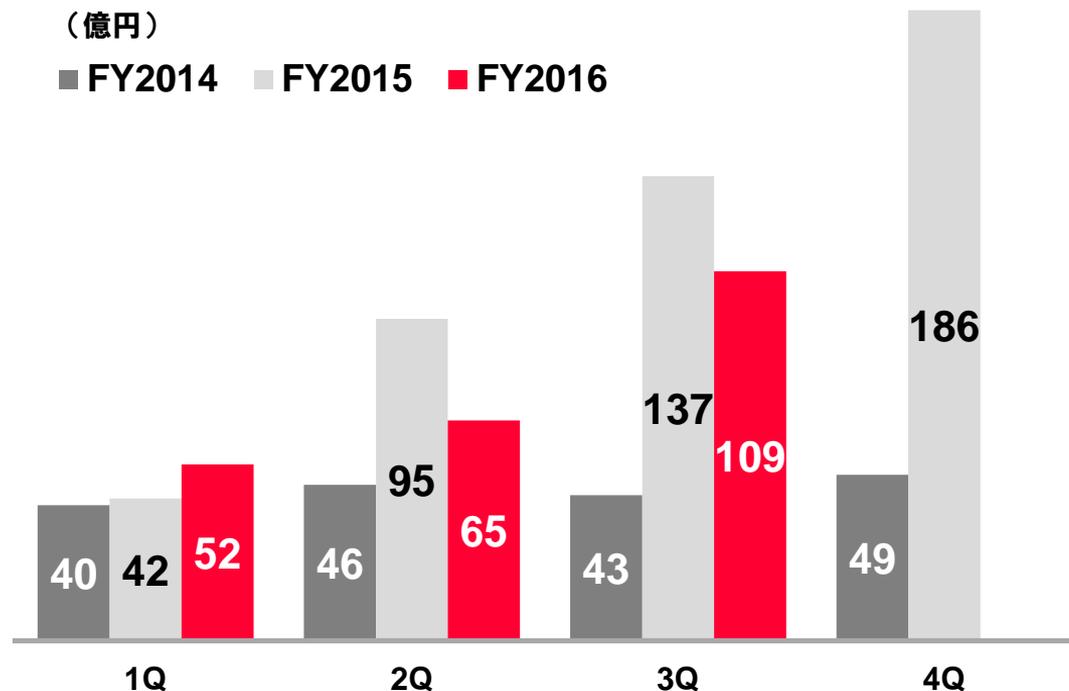
## 611億円

前年同四半期比 17.7%増



# 販売促進活動

## 効率化により、前年同四半期を下回る規模に



2016年度第3四半期<sup>(\*)</sup>内訳

ショッピング	約6割
ヤフオク!	約2割
決済金融事業	約1割
動画サービス等 <sup>(**)</sup>	約1割

11 \*1 販売促進費、広告宣伝費の合計額です。アスクル(株)と(株)一休の連結に伴う影響額を含んでいません。

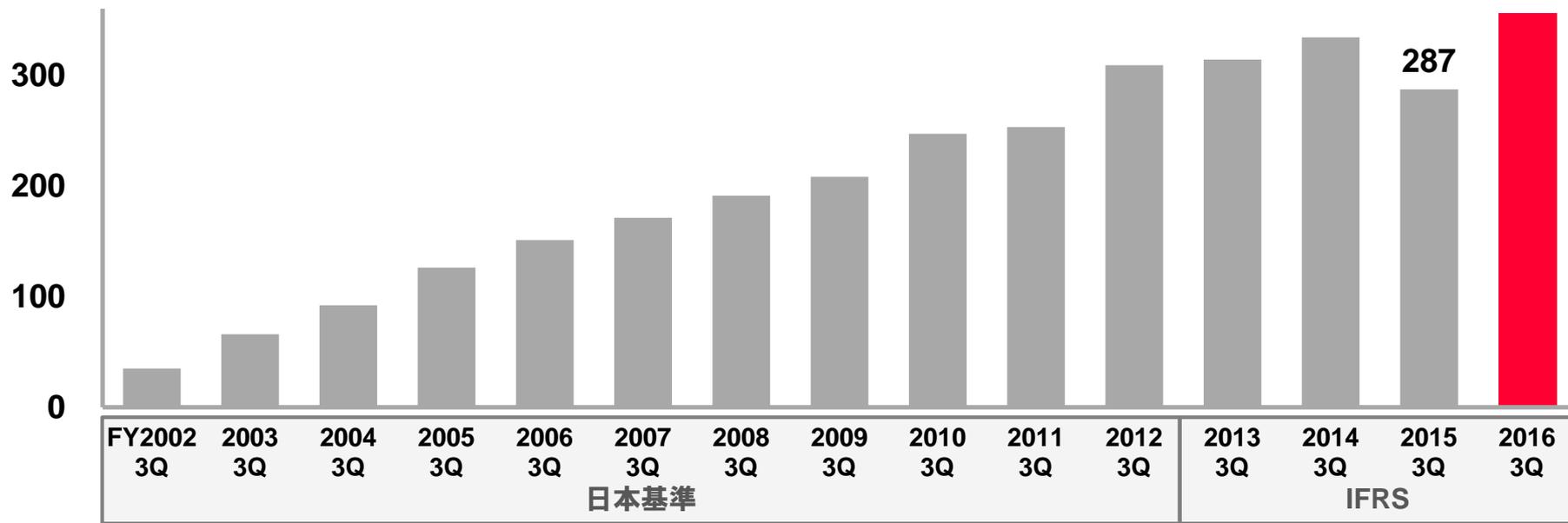
\*2 動画サービスおよびその他メディアサービス等の費用を含んでいます。

# 親会社の所有者に帰属する四半期利益

(億円)

## 356億円

前年同四半期比 24.0%増



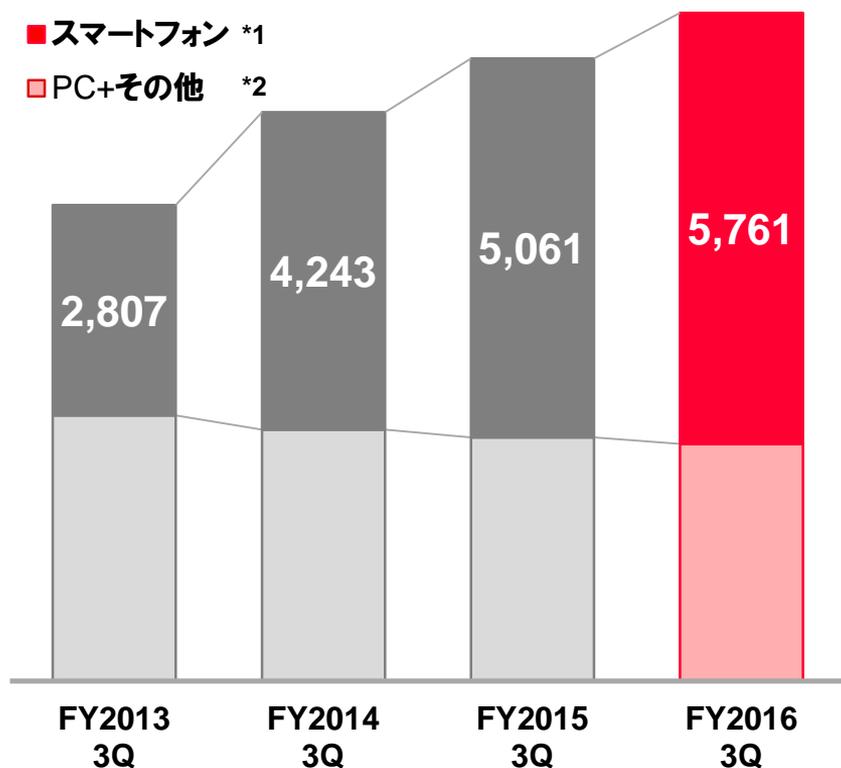
# サービス利用動向

# Daily UB(デイリーユニークブラウザー)数

(万)

■スマートフォン \*1

□PC+その他 \*2

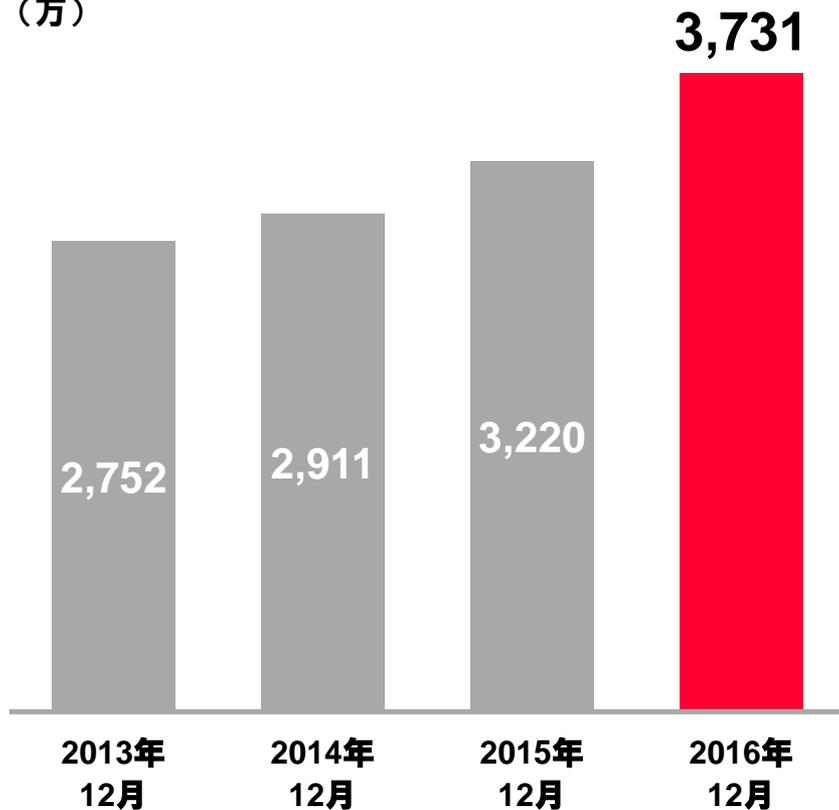


スマートフォン経由

64.5%

# 月間アクティブユーザーID数

(万)



前年同月比

15.9%増

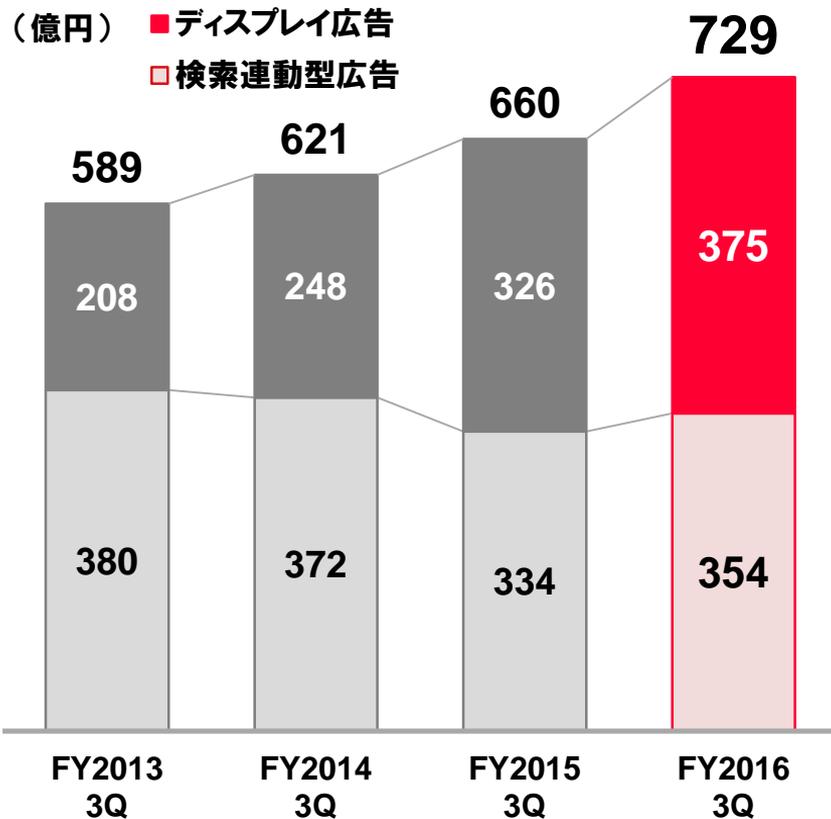
# 基幹事業

## 広告関連事業

オークション関連事業

会員サービス事業

# 広告関連売上高

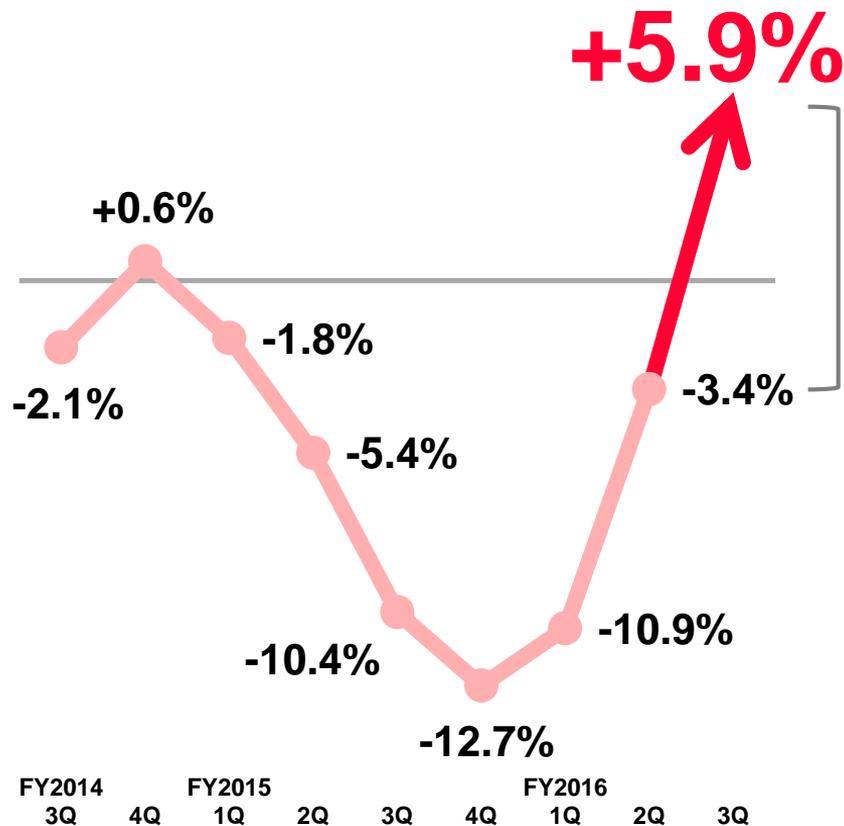


前年同四半期比  
**10.4%増**

# 検索連動型広告売上高

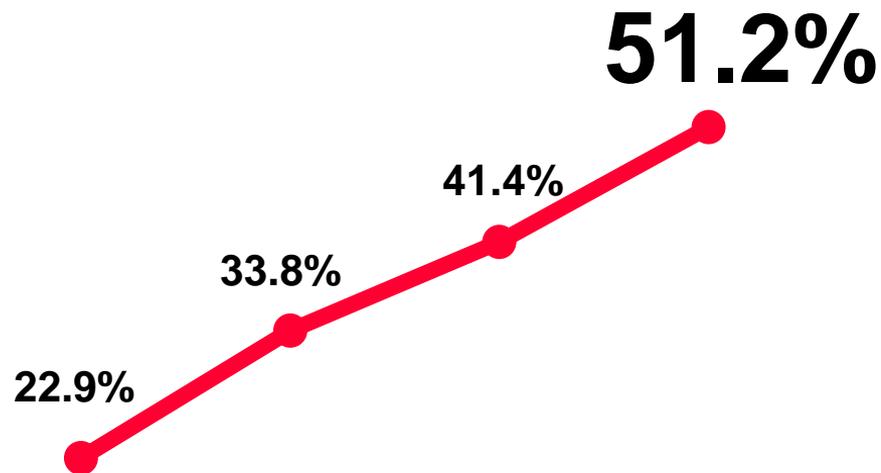
—前年同四半期比 成長率

YAHOO!  
JAPAN



継続的な機能改善  
一部広告出稿主の需要増

# スマートフォン広告売上高比率



## 初の50%超

FY2013  
3Q

FY2014  
3Q

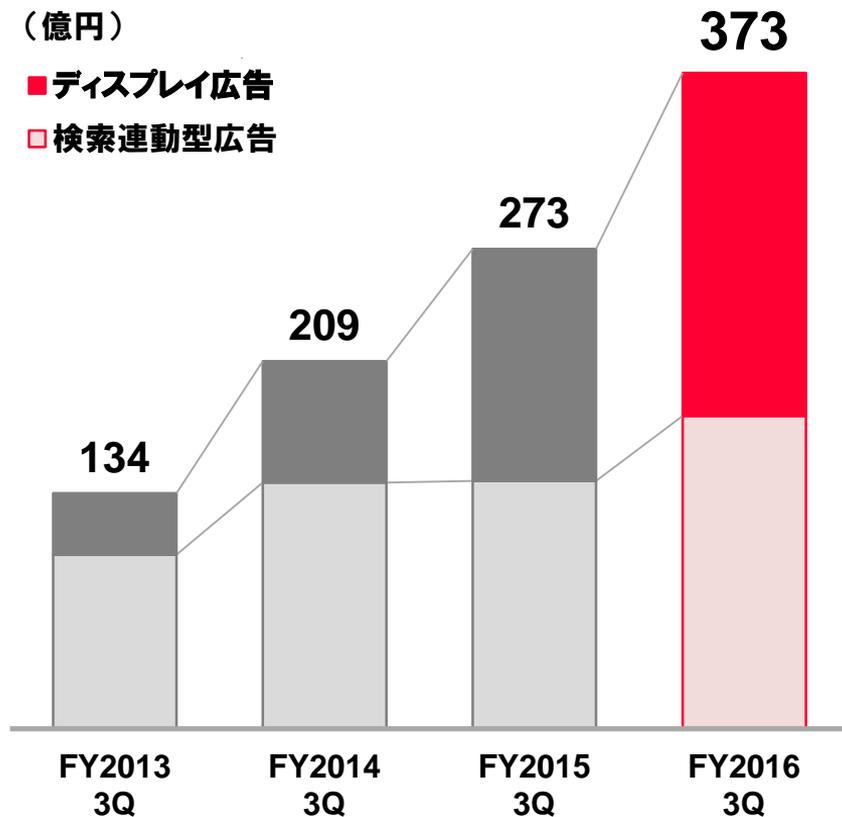
FY2015  
3Q

FY2016  
3Q

# スマートフォン広告売上高

(億円)

- ディスプレイ広告
- 検索連動型広告



前年同四半期比

**36.4%増**



## アプリ版サービスで1月11日より テスト配信開始

# 基幹事業

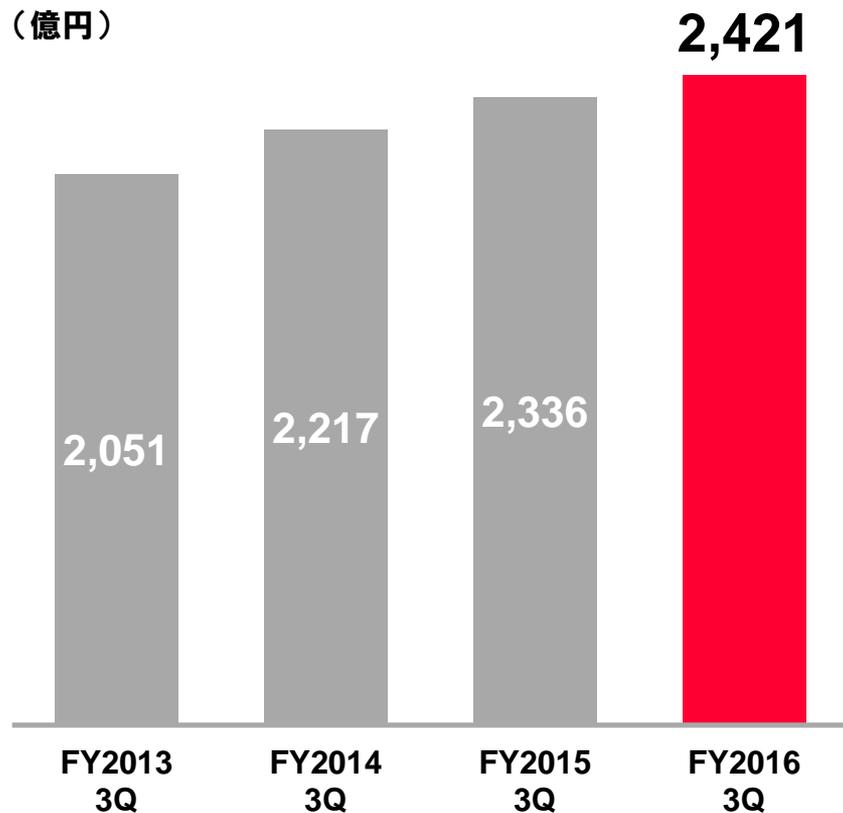
広告関連事業

**オークション関連事業**

会員サービス事業

# オークション関連取扱高\*

(億円)



過去最高

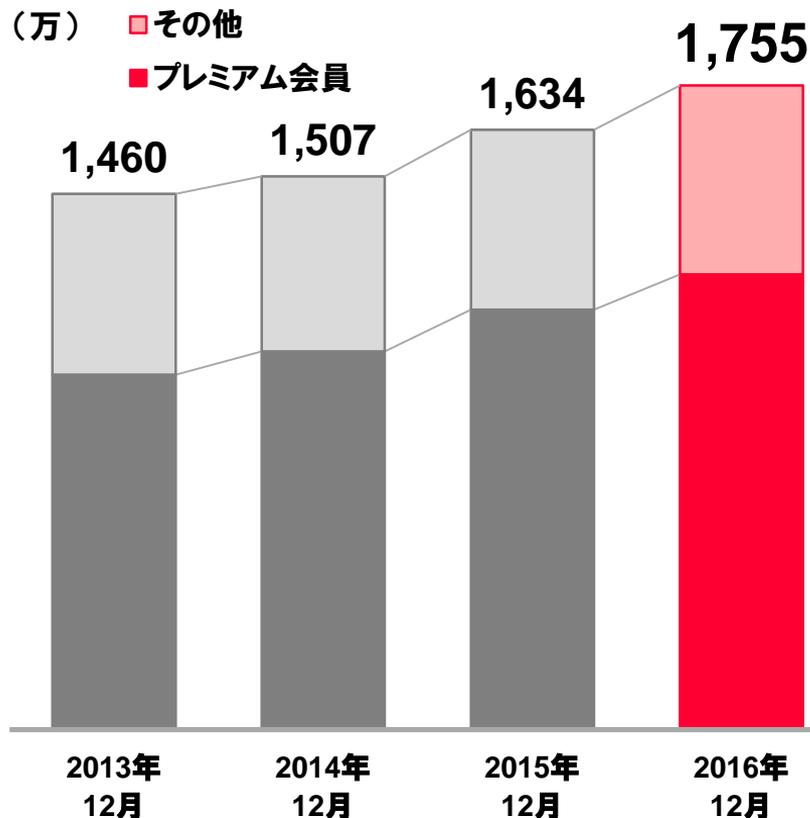
# 基幹事業

広告関連事業

オークション関連事業

会員サービス事業

# 月額有料会員ID数



「Yahoo!プレミアム」会員  
前年同月比

8.4%増

注: 月末時点の実績です。

「Yahoo!プレミアム」会員、「Yahoo! BB」利用者、Yahoo! JAPANおよび提携企業(「Yahoo!ウォレット」を通じた決済分のみ)が提供するデジタルコンテンツ・サービス等の月額有料会員の合計値です。1IDで複数のサービスを利用した場合は、重複カウントしています。

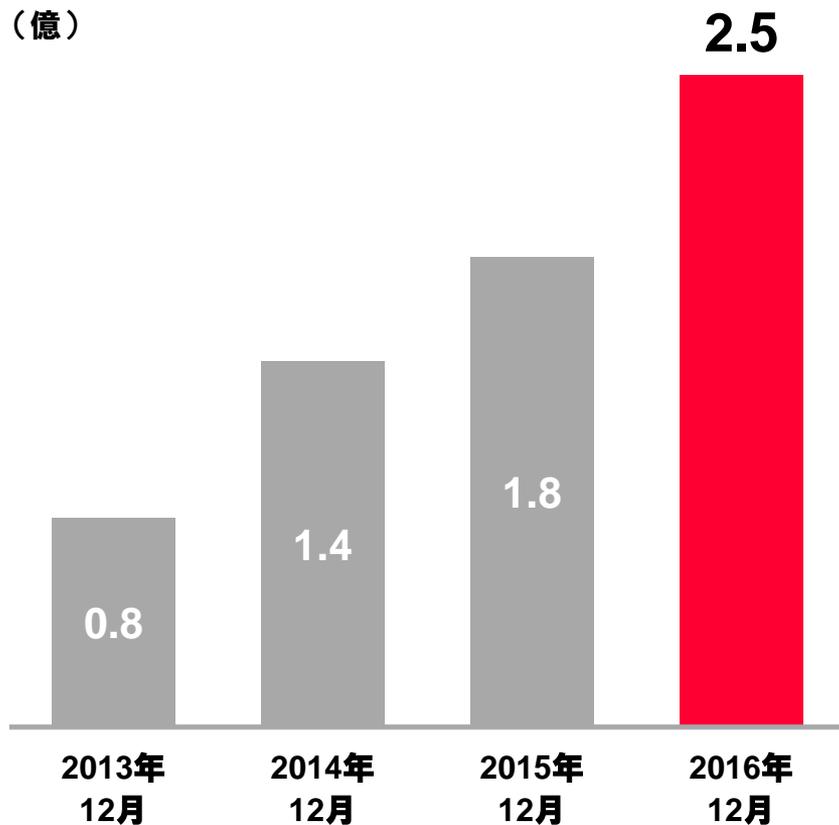
# 先行投資事業

ショッピング事業

クレジットカード事業

# ショッピング商品数

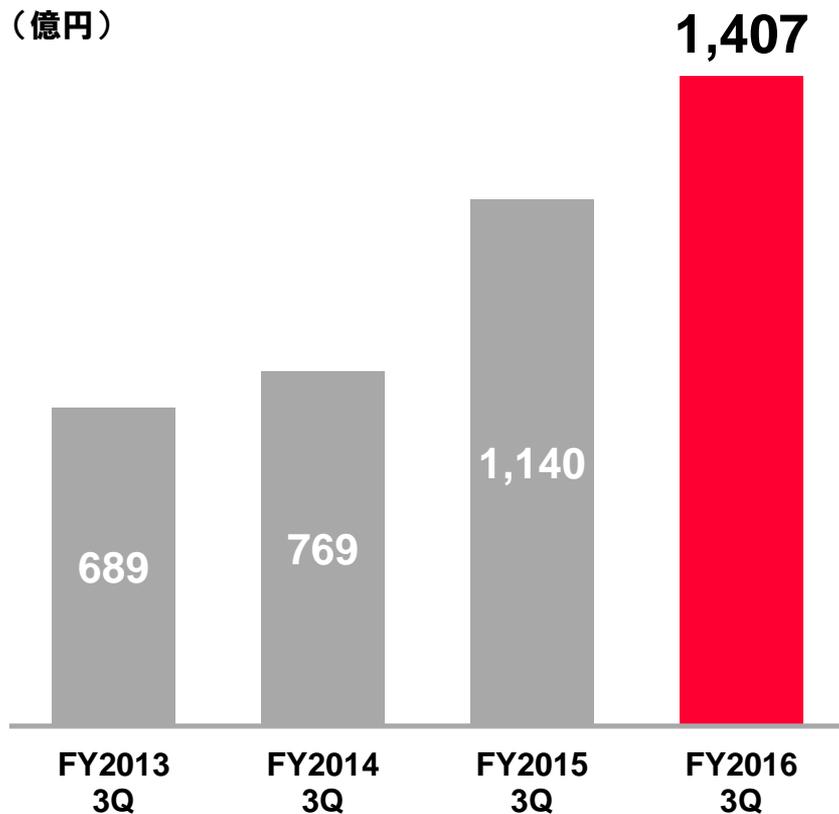
(億)



国内最多\*

# ショッピング事業取扱高

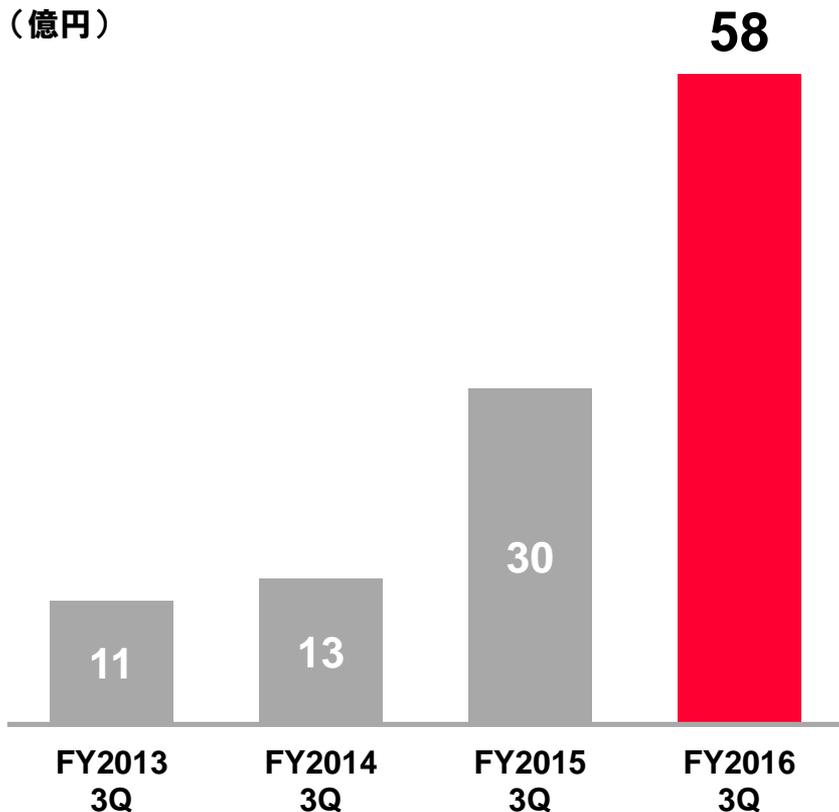
(億円)



## 過去最高

# ショッピング広告売上高

(億円)



## 過去最高

注: ヤフー(株)単体におけるショッピング広告売上高、バリューコマース(株)が「Yahoo!ショッピング」出店ストアに販売している「Yahoo!ショッピング」の広告商品「ストアマッチ」等の売上高、「Yahoo!ショッピング」出店ストアが出稿している検索連動型広告、YDN等の売上高の合計値です。

「Yahoo!ショッピング」出店ストアが出稿している検索連動型広告、YDN等の売上高はマーケティングソリューション事業セグメントの広告売上高に計上しています。

# 先行投資事業

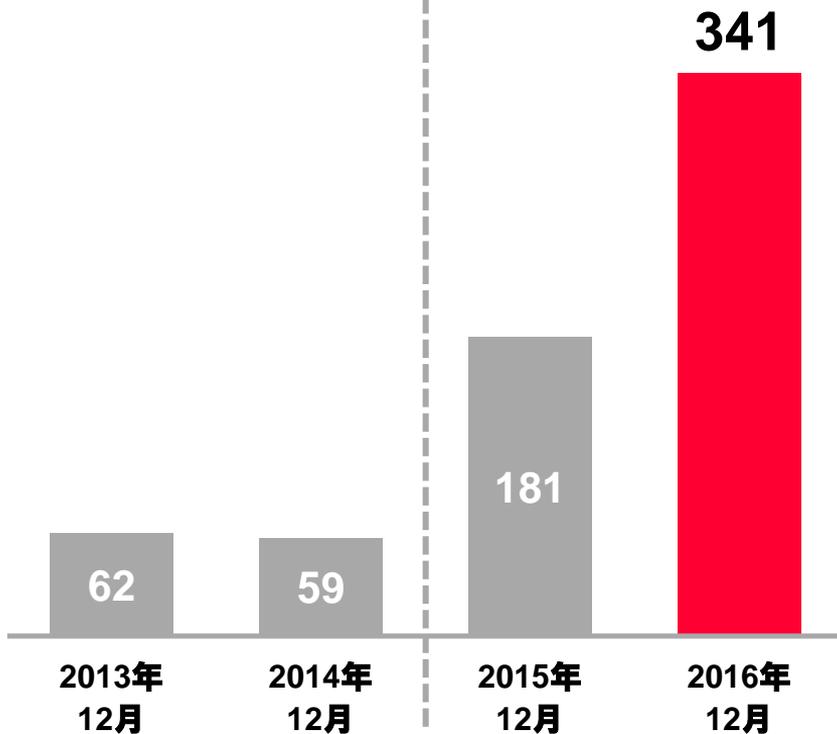
ショッピング事業

クレジットカード事業

# クレジットカード有効会員数

(万)

「Yahoo! JAPANカード」発行開始

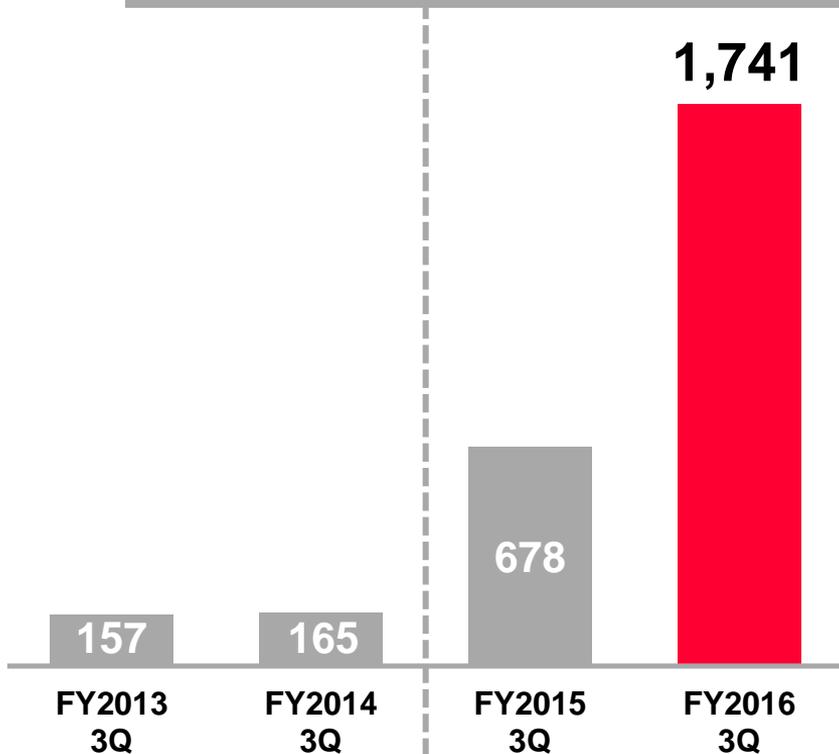


前年同月比

1.9倍

# クレジットカード取扱高

(億円) 「Yahoo! JAPANカード」発行開始



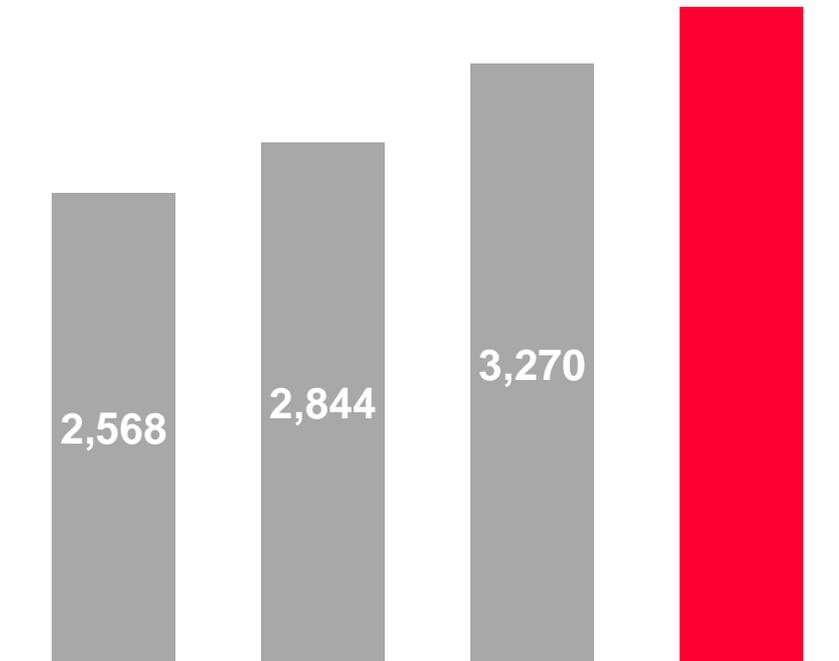
前年同四半期比

2.6倍

# 「Yahoo!ウォレット」口座数

(万)

3,579



月間アクティブユーザーID数と

# 同規模

2013年

2014年

2015年

2016年

12月

12月

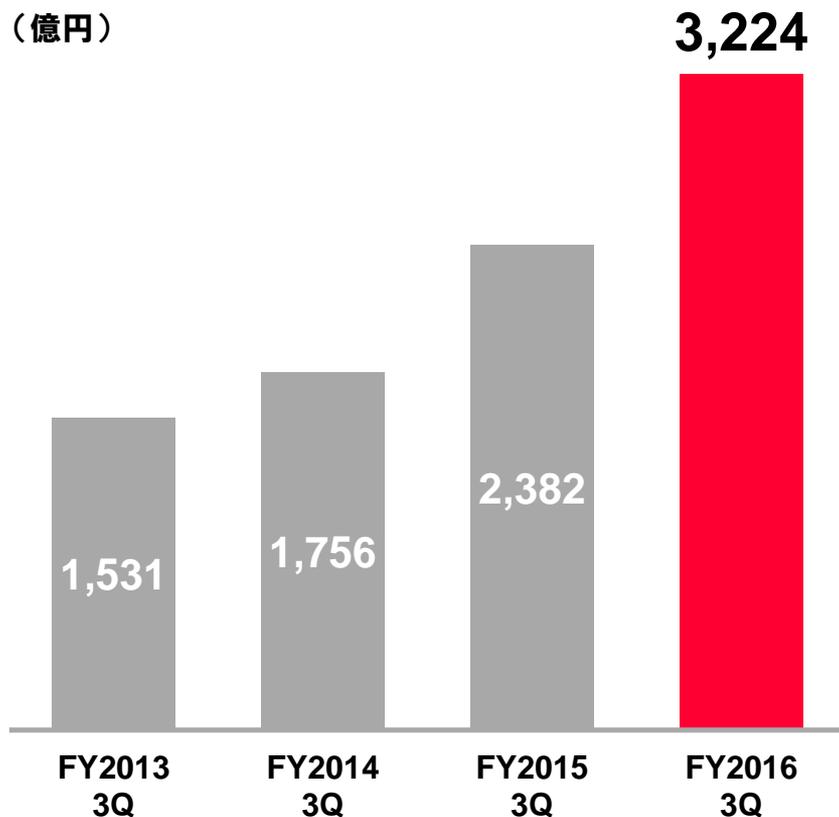
12月

12月

注: 「Yahoo!ウォレット」とは、Yahoo! JAPAN IDとパスワードで認証することにより、登録したクレジットカードや銀行口座からの引き落としによって、サービスや商品などの代金を支払うことができる決済手段です。  
月末時点の実績です。

# 「Yahoo!ウォレット」取扱高

(億円)



前年同四半期比

35.4%増

注: 「Yahoo!ウォレット」とは、Yahoo! JAPAN IDとパスワードで認証することにより、登録したクレジットカードや銀行口座からの引き落としによって、サービスや商品などの代金を支払うことができる決済手段です。「Tポイント」による支払い、「Yahoo!マネー」の利用を含んでいます。

# **eコマース戦略 3年間の振り返り**

# 「Yahoo!ショッピング」戦略

2013年10月、新たなビジネスモデルを発表

毎月の出店料

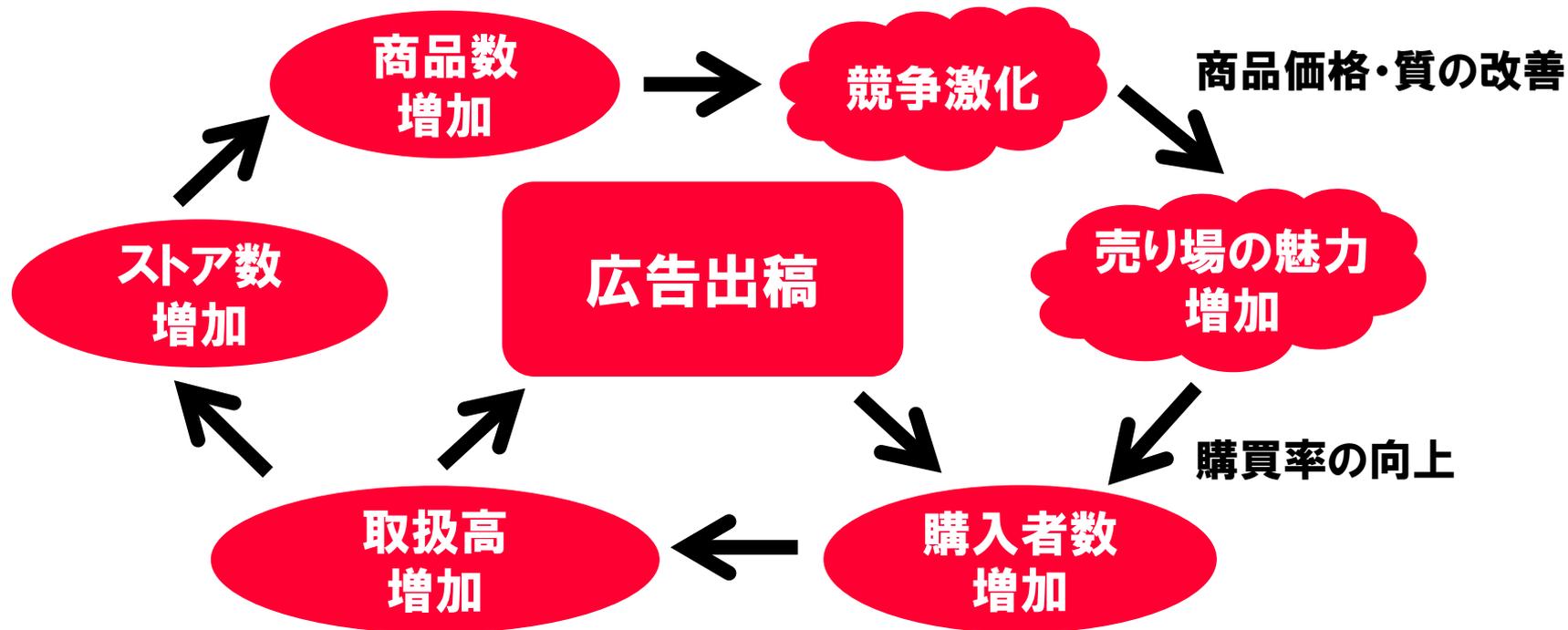
**無料**

売上ロイヤルティ  
(システム手数料)

**無料**

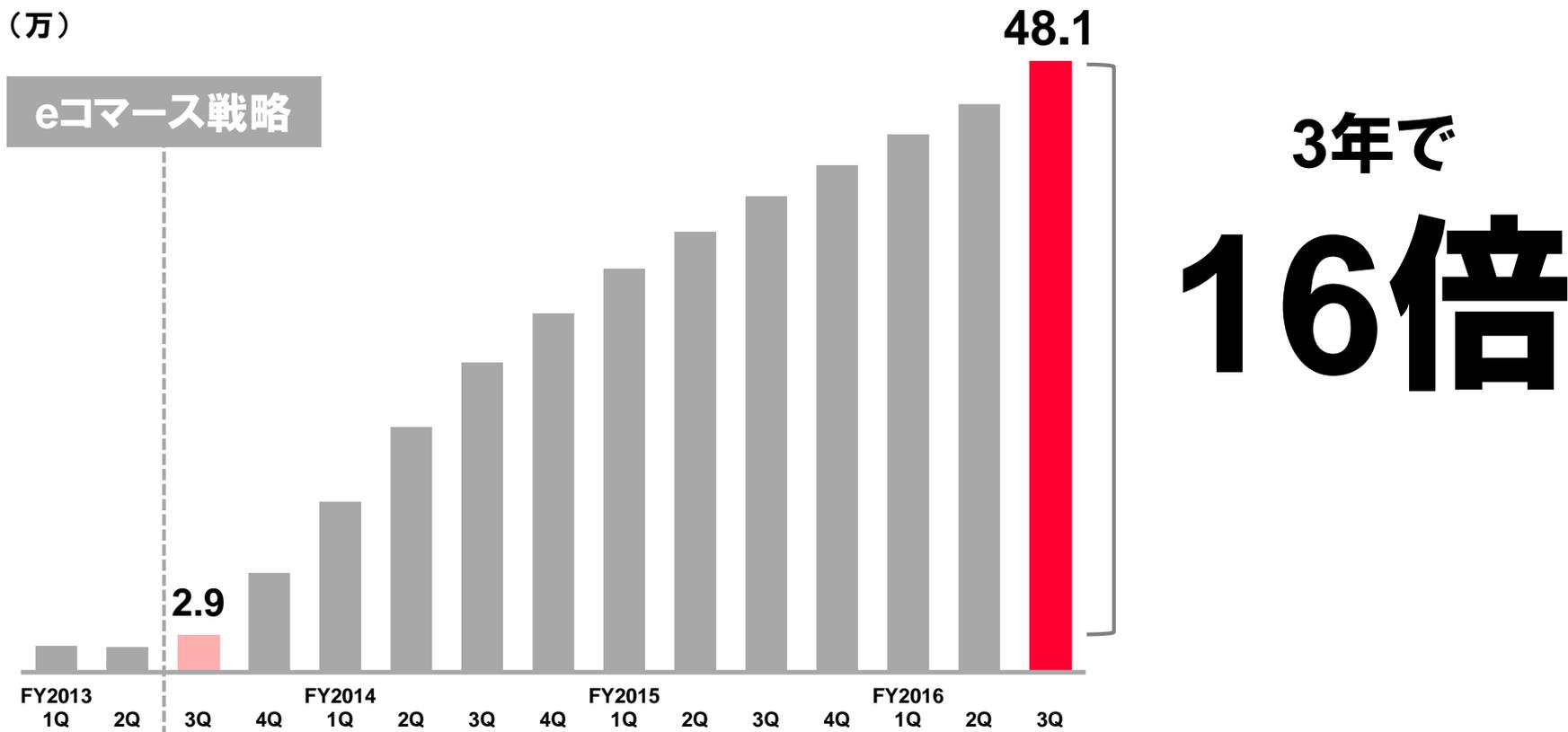
# 「Yahoo!ショッピング」戦略

広告によるマネタイズを目指すビジネスモデル導入から3年が経過



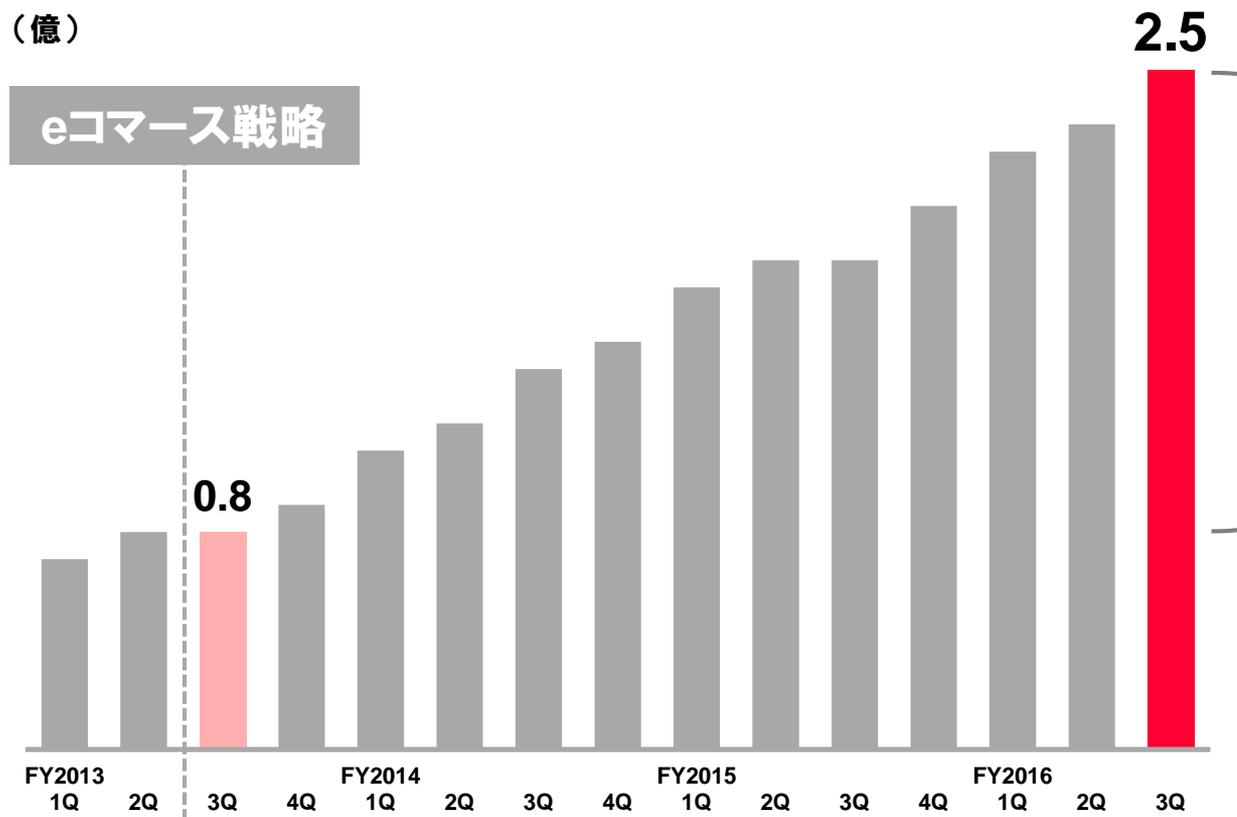
# ショッピングストア数

(万)



# ショッピング商品数

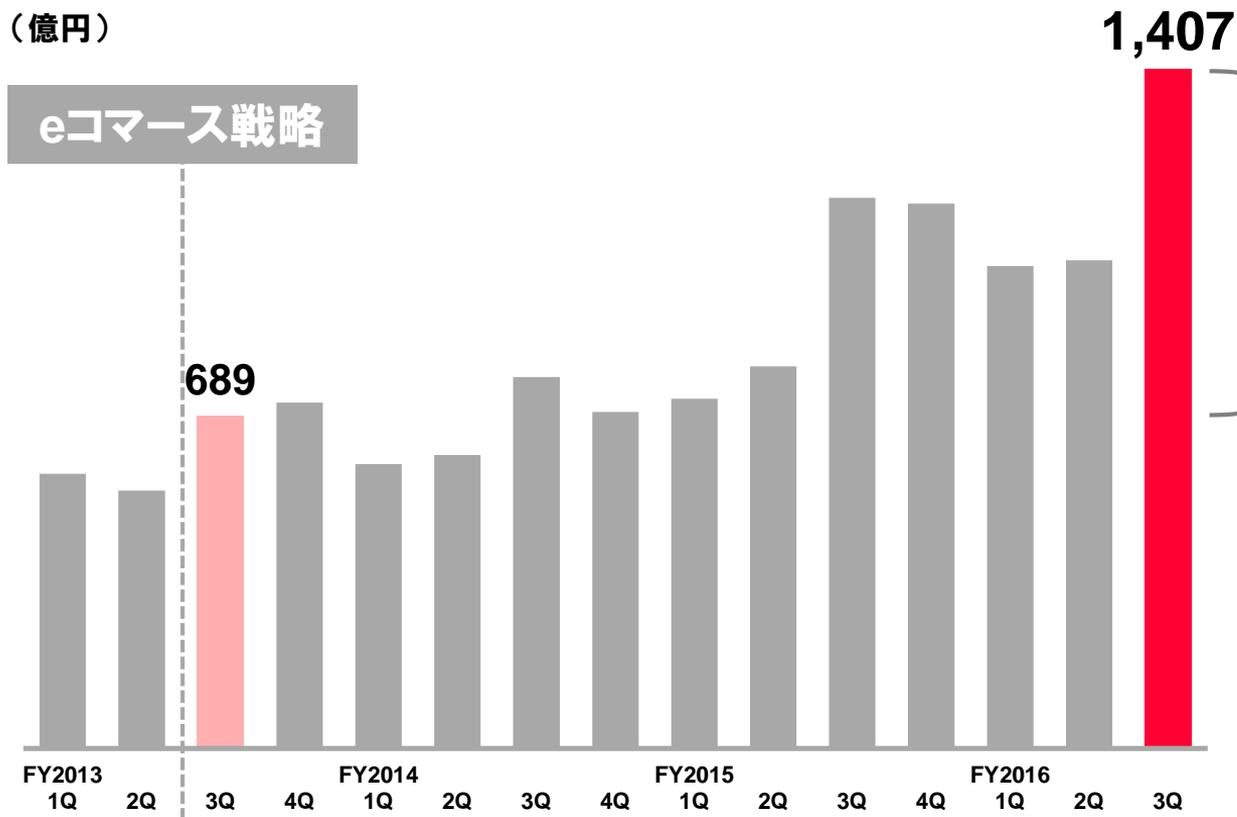
(億)



3年で  
**3倍**

# ショッピング事業取扱高

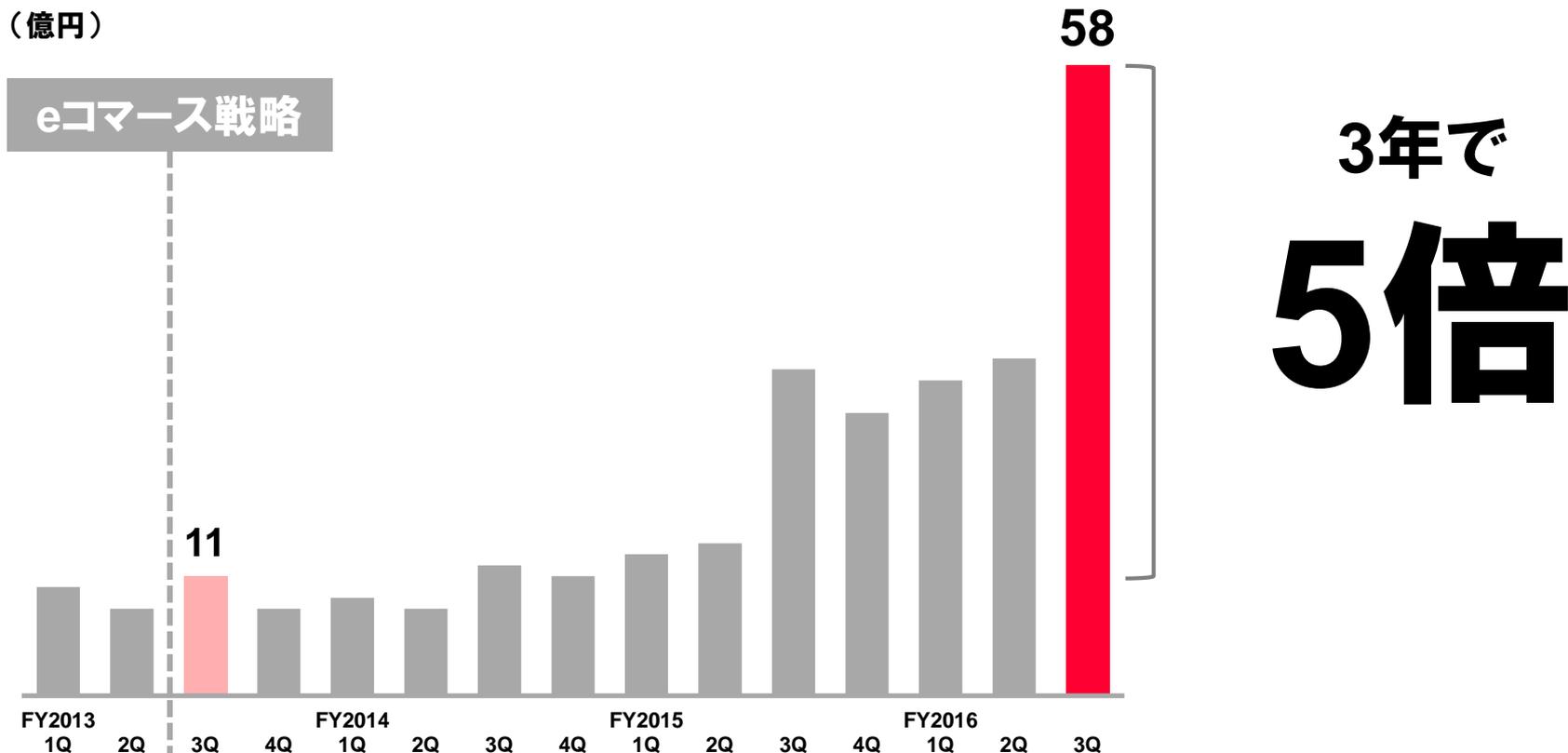
(億円)



3年で  
**2倍**

# ショッピング広告売上高

(億円)

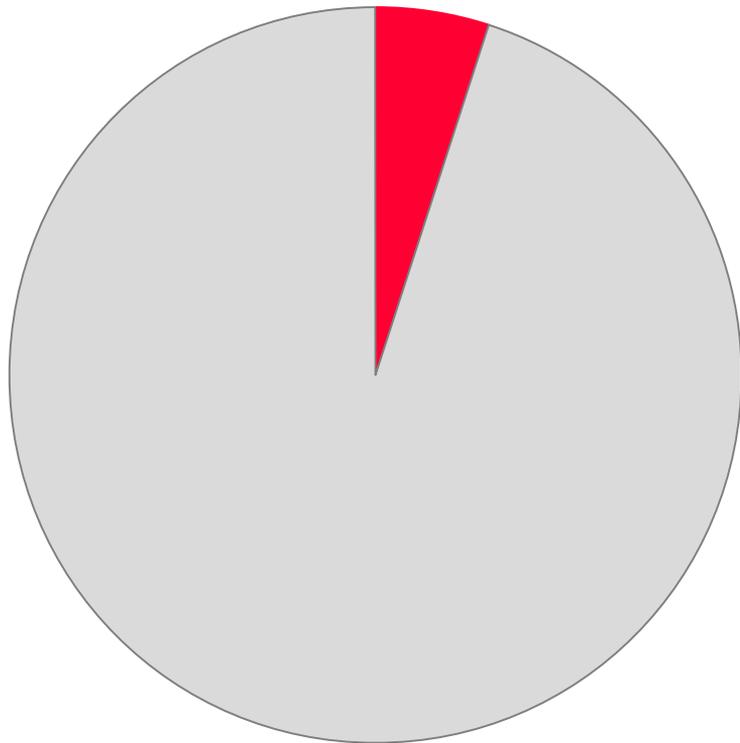


注: ヤフー(株)単体におけるショッピング広告売上高、パルビューコマース(株)が「Yahoo!ショッピング」出店ストアに販売している「Yahoo!ショッピング」の広告商品「ストアマッチ」等の売上高、「Yahoo!ショッピング」出店ストアが掲載している検索連動型広告、YDN等の売上高の合計値です。

「Yahoo!ショッピング」出店ストアが掲載している検索連動型広告、YDN等の売上高はマーケティングソリューション事業セグメントの広告売上高に計上しています。

# eコマース戦略の成功に 強い手ごたえ

5%



**eコマースは  
成長領域**

# eコマース市場拡大に向けた独自施策

1 優位性の強化  
**国内最多の商品数をさらに充実**

2 新規購入者の拡大  
**自社およびグループ会員への優待**

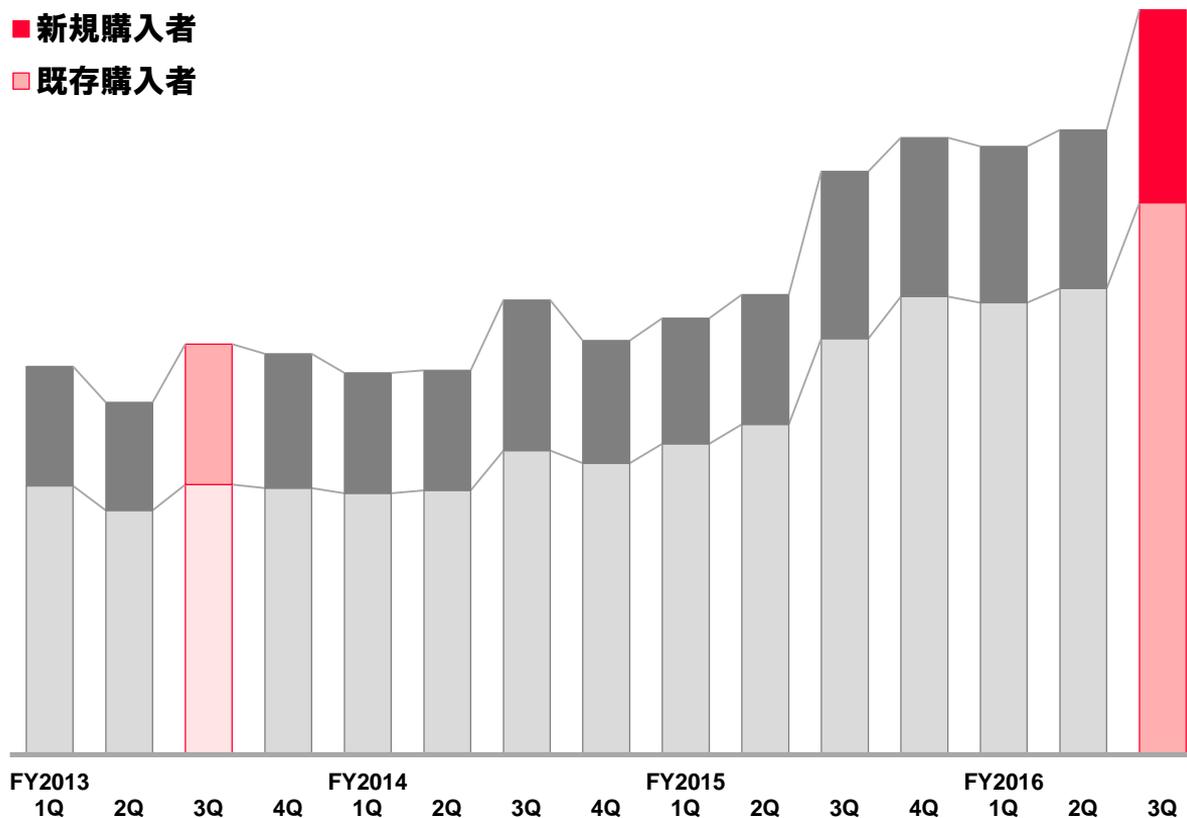
3 新規購入者の拡大  
**自社メディアサービスからの送客**

4 商品購入率・リピート購入率の向上  
**マルチ・ビッグデータの横断的な活用**

**販売促進活動は、実現スピードを向上させる取組みのひとつ**

# 「Yahoo!ショッピング」購入者数

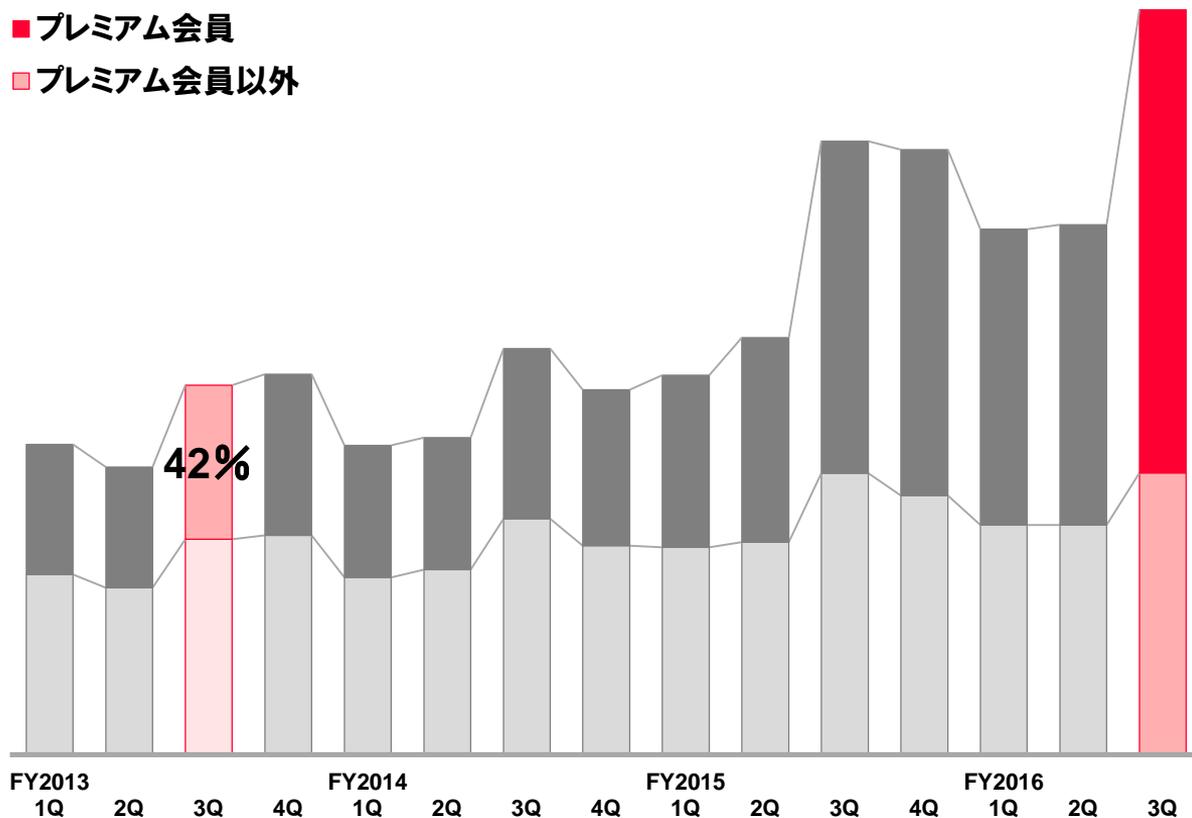
- 新規購入者
- 既存購入者



リピート購入が  
成長に貢献

# 「Yahoo!ショッピング」取扱高

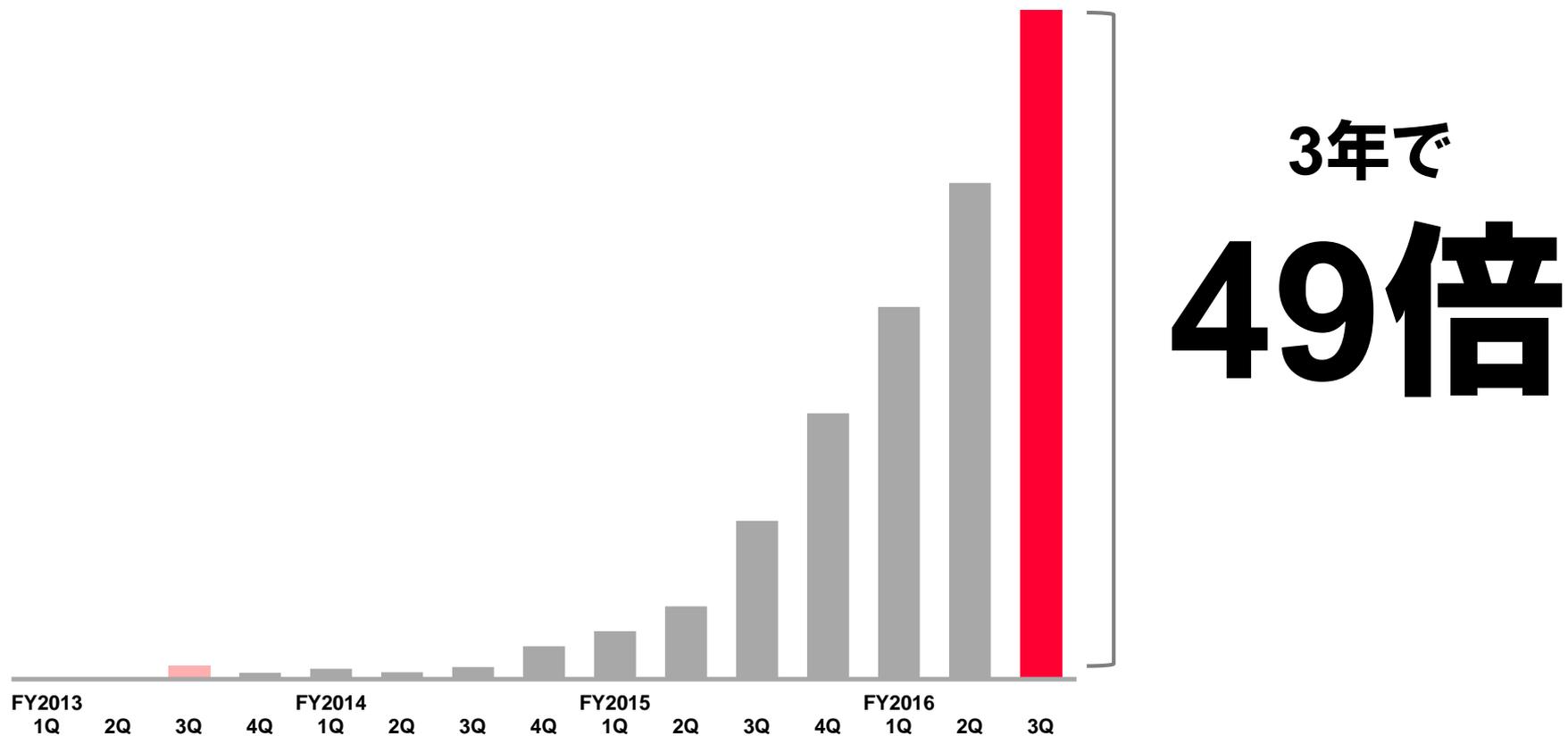
- プレミアム会員
- プレミアム会員以外



「Yahoo!プレミアム」会員  
による取扱高比率

62%

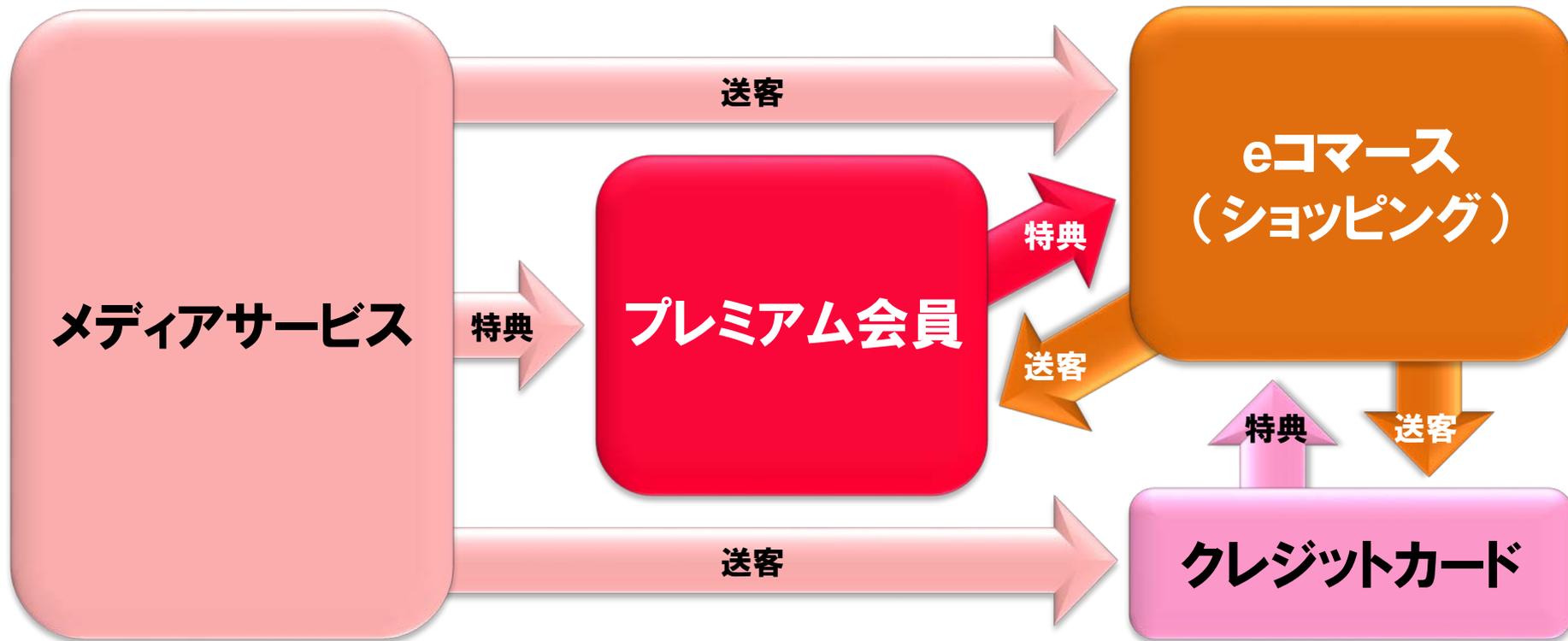
# 「Yahoo!ショッピング」経由で入会した「Yahoo!プレミアム」会員 **YAHOO!** JAPAN



# 先行投資事業が 基幹事業の成長にも寄与

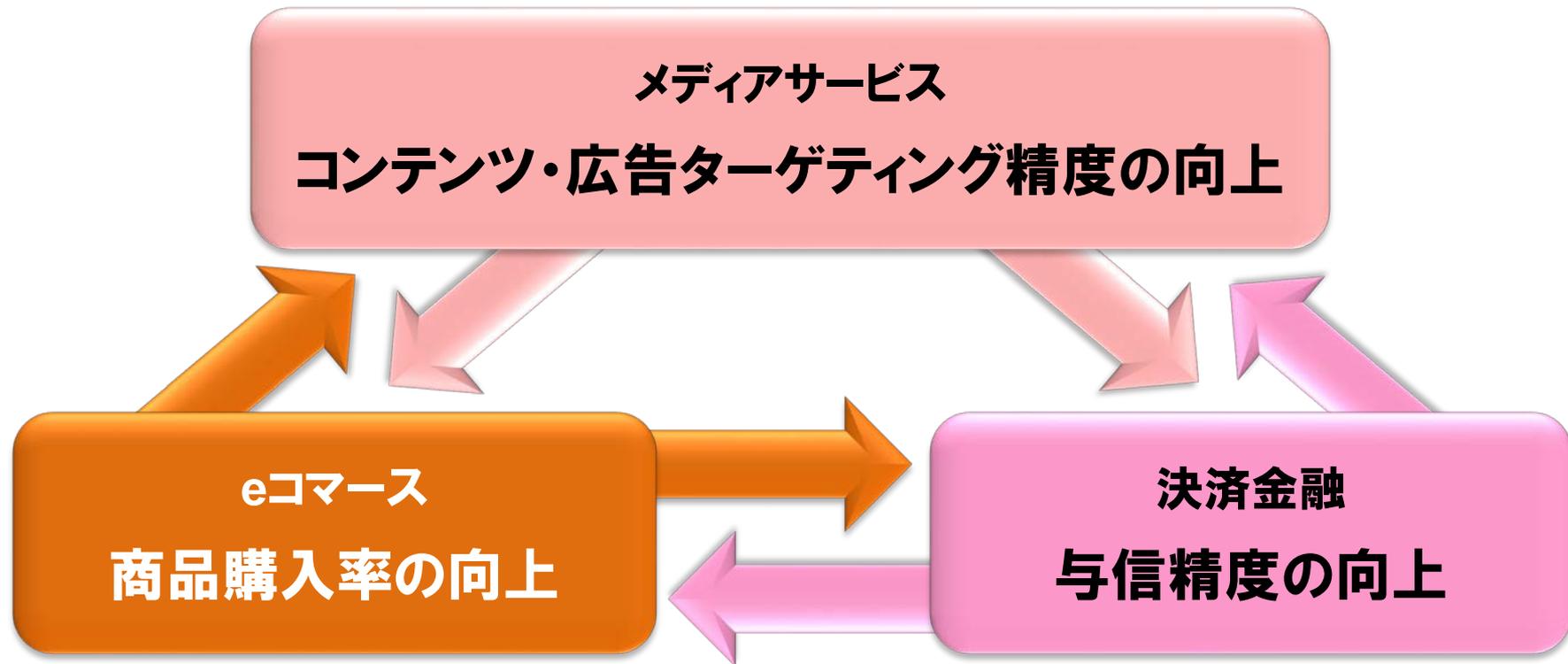
# 自社サービスにおける相互送客の強化

## 基幹事業と先行投資事業の連携が加速



# マルチ・ビッグデータの横断的な活用強化

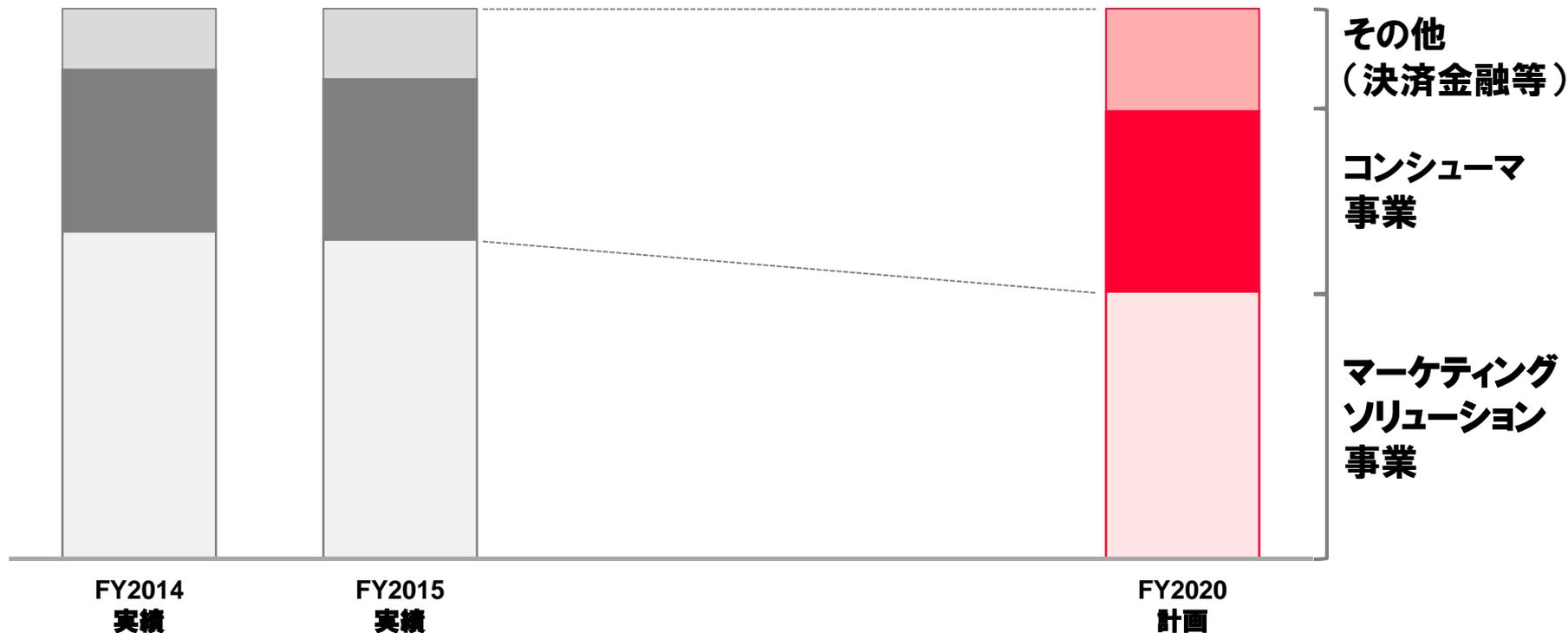
ログイン利用により取得したビッグデータをサービス間で相互活用



**強い事業が  
新たな強い事業を創る**

# セグメント別 売上高構成比イメージ\*

バランスの良い収益構造を目指す



# 補足資料

# 2016年度 第3四半期 各セグメントの主な商品項目

## マーケティングソリューション事業

広告	ディスプレイ広告(「Yahoo!ディスプレイアドネットワーク(YDN)」・「プレミアム広告」) 検索連動型広告「スポンサードサーチ」
ビジネスサービス	CRM関連、メディア関連、求人関連等
パーソナルサービス	サイト制作関連等

## コンシューマ事業

広告	ディスプレイ広告
ビジネスサービス	「ASKUL」、アフィリエイト関連、「ヤフオク!」法人向けシステム利用料、予約関連、「Yahoo!不動産」、 自動車関連等
パーソナルサービス	「Yahoo!プレミアム」、「LOHACO」、「ヤフオク!」個人向けシステム利用料、電子書籍関連、映像関連、 「Yahoo! BB」ISP料金、ゲーム関連等

## その他

広告	ディスプレイ広告
ビジネスサービス	決済関連、データセンター関連、クレジットカード関連、「Yahoo!ウェブホスティング」等
パーソナルサービス	決済関連、FX関連、クレジットカード関連等

# 主な広告商品

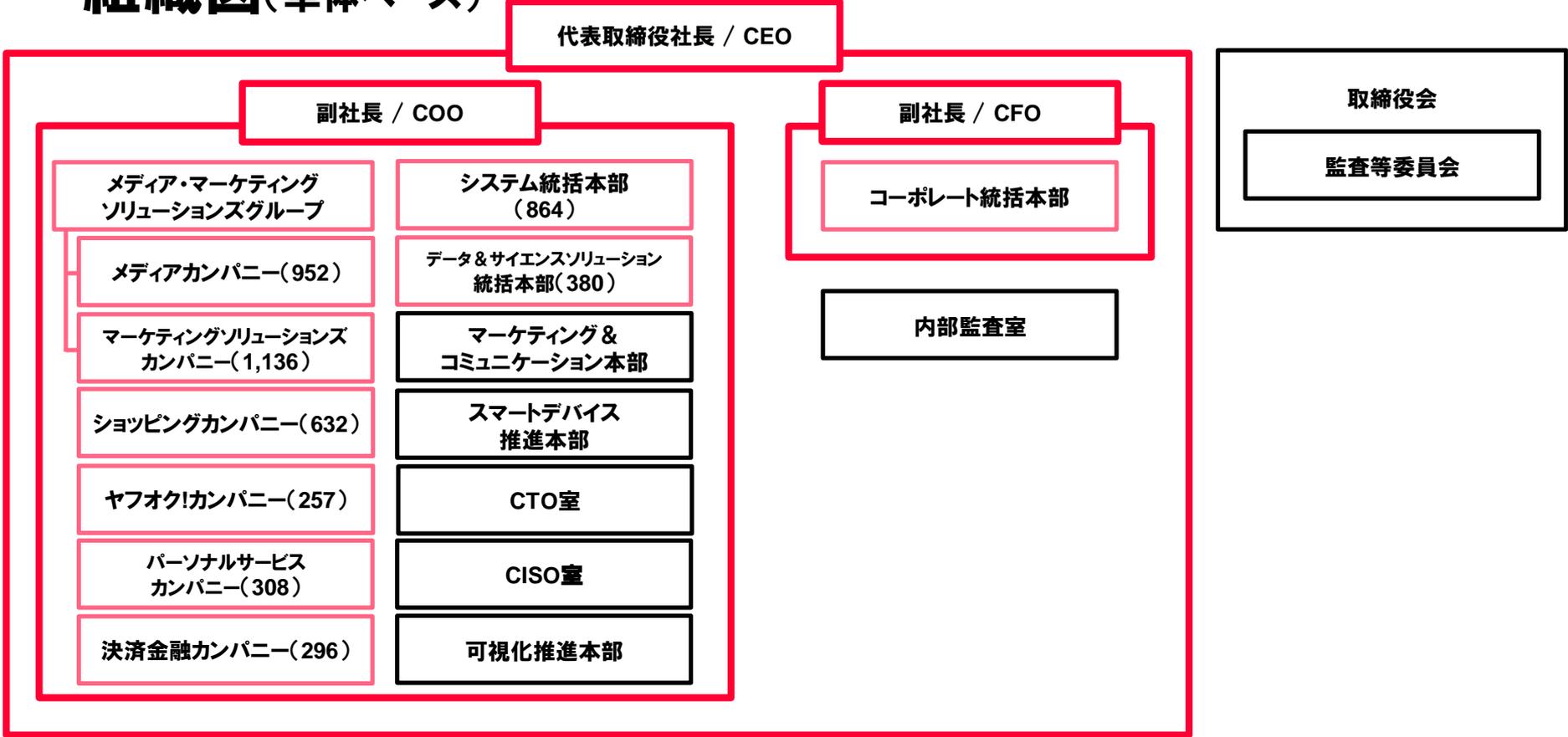
広告商品		主なフォーマット	課金方法	掲載場所	広告主タイプ	
検索連動型 広告	「スポンサードサーチ®」		テキスト	クリック課金 (運用型)*2	検索結果ページ	大手・中小 企業
ディスプレイ 広告	YDN等	「Yahoo!ディスプレイ アドネットワーク(YDN)」*1			テキスト バナー	
		「Yahoo!プレミアムDSP」	バナー	インプレッション課金 (運用型)*2	コンテンツページ *1	大手企業
	「プレミアム広告」	「ブランドパネル」 「プライムディスプレイ」等	リッチ(ビデオ含) バナー	インプレッション課金 (予約型)*3		
		バナー テキスト広告等	テキスト バナー	期間保証型課金等 (予約型)*3	「Yahoo! ショッピング」	
		「PRオプション」		コンバージョン課金		

\*1 タイムライン型のページに配信される「インフィード広告」を含んでいます。

\*2 広告出稿を最適化するため自動もしくは手動で即時的に運用しています。

\*3 事前に広告枠を指定し掲載を予約するものです。

# 組織図(単体ベース)



# 主な連結子会社および持分法適用会社（2016年12月末時点）

## ● 主な連結子会社

- ◆ (株)IDCフロンティア
- ◆ (株)イーブックイニシアティブジャパン
- ◆ (株)エコ配
- ◆ (株)GYAO
- ◆ ダイナテック(株)
- ◆ パスレボ(株)
- ◆ ファーストサーバ(株)
- ◆ ワイジェイカード(株)
- ◆ ワイズ・インシュアランス(株)
- ◆ アスクル(株)
- ◆ (株)一休
- ◆ (株)カービュー
- ◆ シナジーマーケティング(株)
- ◆ (株)ネットラスト
- ◆ バリューコマース(株)
- ◆ ワイジェイFX(株)
- ◆ YJキャピタル(株)
- ◆ ワイズ・スポーツ(株)

## ● 主な持分法適用会社

- ◆ アストマックス投信投資顧問(株) **NEW!**
- ◆ (株)ジャパンネット銀行
- ◆ BuzzFeed Japan(株)
- ◆ GameBank(株)
- ◆ ソニー不動産(株)
- ◆ ブックオフコーポレーション(株)

# コーポレート・ガバナンス体制

