

2017 年度第 3 四半期決算説明会(2018 年 2 月 2 日開催)質疑応答要旨

内容につきましては、ご理解いただきやすいよう加筆・修正および順序の入れ替えを行っています。

本サイトに掲載されている情報には、過去や現在の事実のほか、将来に対する見通しに関する記述が含まれています。将来の見通しに関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づく予想または推測にすぎず、さまざまなリスクや不確定要因を伴うものであるため、実際の業績や財務内容と大きく異なる場合があります。

- Q. 第 3 四半期の営業利益が 528 億円と想像以上に多かった印象を受けた。追加投資が計画通りに進んでいないように見えるが、要因は何か。今年度の追加投資の進捗についても教えてほしい。
- A. 一時的な要因として、アスクル(株)の有形固定資産売却益が営業利益を押し上げた。e コマース取扱高最大化への投資は通期で 250 億円という計画に沿って進捗している。データドリブン化への投資については、投資内容の精査や効率化を行いながら進めており、通期で 150 億円の計画に対して 8 割程度の額を投資する見通しである。以上の前提の元、通期の営業利益は 1,850 億円前後になると見込んでいる。
- Q. メディア事業の営業利益率が約 60%と高くなった要因は何か。
- A. ヤフー・インクとの検索連動型広告関連のサービス提供契約における支払いが終了したことに伴い、売上原価が減少した。これは 2017 年度第 2 四半期から第 4 四半期の期間における限定的な要因である。
- Q. 検索連動型広告の売上高が好調だった要因は何か。また、その要因は持続的なものか。
- A. パートナーサイトにおける UI(ユーザー・インターフェース)の改善が奏功した。2018 年度第 2 四半期までは成長率の押し上げ効果が持続すると見込んでいる。
- Q. 動画広告の導入により広告関連売上高はどの程度増加する見込みか。
- A. 2018 年度中の導入を予定しているスマートフォントップページ(アプリ)プレミアム動画広告は、年間で数 10 億円規模の売上高を目指している。新しい広告枠を設けて配信を行うこととなるため、売上高の押し上げ効果は大きくなると期待している。インフィード型動画広告については、静止画広告を配信している枠に動画広告を配信することとなるため、静止画と動画の売上高の差分だけ売上高が増加することになる。
- Q. 動画視聴時間が前四半期比で減少しているのはなぜか。
- A. メディアサービスの一般的な傾向として、スポーツイベントや台風の多い第 2 四半期よりも第 3

四半期はトラフィックが減少する。トラフィックの減少に伴い動画視聴時間も減少したが、自然な傾向であるため不安視はしていない。

Q. 2018 年度もショッピング事業取扱高の前年度比 30%増の成長を達成できるか。また、その達成に向けて新たな施策を行う予定はあるか。

A. プレミアム会員やソフトバンク会員(スマートログイン連携設定者)の「Yahoo!ショッピング」利用割合にはまだ拡大の余地が大いにあるため、引き続き取扱高を成長させることができると考えている。一方で、e コマース国内流通総額で国内 No.1 を目指すという目標を達成するには、2018 年度以降も新しい施策に積極的に取り組んでいく必要がある。

Q. 「Yahoo!ショッピング」取扱高におけるポイント費用比率は、出店ストアの負担するポイント費用を含めた場合、どのように推移しているか。

A. 出店ストアが負担するポイント費用比率は変動していない。ポイント施策を効率化したことにより、ポイント費用比率が前年同四半期よりも抑えられた。

Q. スマートフォンペイメントなどのフィンテック領域における 2018 年度の戦略や投資計画について教えて欲しい。

A. 約 4,000 万の口座数を持つ「Yahoo!ウォレット」などによるオンラインの決済体験を、オフラインにも移行することが重要だと考えている。スマートフォンペイメントで先行する企業の事例も参考にしていきたい。また、決済の先に広がるフィンテック事業についても着々と戦略を進めている。2018 年 2 月 1 日に(株)ジャパンネット銀行を連結子会社化した。また、持分法適用会社のアストマックス投信投資顧問(株)が提供している投資信託の「Yjam プラス!」は地方銀行に加えて「YJFX!」でも販売を開始した。フィンテック領域での取組みは来年度も継続する予定である。

Q. データドリブン化への投資の成果として、何か KPI に変化を及ぼしている事例はあるか。また、収益に貢献し始めるのはいつ頃になる見通しか。

A. 広告売上高や「Yahoo!ショッピング」の取扱高など、既に様々な KPI がデータの活用によって成長している。中でも分かりやすい事例として、「Yahoo! JAPAN」トップページの利用時間の増加がある。「Yahoo! JAPAN」トップページのデザインは大きく変化していないが、データを活用し提案するコンテンツの質を改善することにより利用時間を増やしている。

データ活用によりサービスの質が改善すればより多くの利用者が集まるようになり、さらに多くのデータが集まる。そうして集まったデータを使ってサービスを改善すれば、さらに多くの利用者が集まるという循環を起こすことで、持続的に収益を伸ばしていきたい。

Q. 新経営陣は利益成長を目標とするのか。あるいは、積極的な投資を継続するのか。

A. 来年度以降の経営計画については現在検討している段階である。