



ヤフー株式会社

2017年度通期および第4四半期

決算説明会

2018年4月27日

目次

- P. 4 2017年度 通期 連結業績**
- P. 15 サービス利用動向**
- P. 31 2018年度以降の取り組み**
- P. 53 補足資料**
- P. 54 2017年度 第4四半期 連結業績**

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「2018年3月期 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。

2017年度 通期 連結業績

2017年度 通期 業績ハイライト①

	実績	前年度比
売上収益	8,971 億円	+5.1%
営業利益	1,858 億円	-3.2%
EBITDA	2,280 億円	-6.2%
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,311 億円	-4.0%
希薄化後 1株当たり当期利益	23.0 円	-4.0%
2017年度 期末配当(1株当たり)	8.86 円	同額

2017年度 通期 業績ハイライト②

	実績	前年度比	スマートフォン経由比率
広告関連売上収益	3,034 億円	+5.9%	55.7%
eコマース国内流通総額*1	2.10 兆円	+13.7%	52.9%*2
月間アクティブユーザーID数*3	4,392 万	+12.7%	
「Yahoo!プレミアム」会員ID数*4	1,979 万	+56.9%	
クレジットカード有効会員数*5	468 万	+29.8%	

*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)におけるBtoB事業インターネット経由売上収益(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事業の取扱高(20日締め)、トラベル関連、有料デジタルコンテンツ等を含んでいます。

*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。

*3 2018年3月中にログインしたYahoo! JAPAN ID数です。

*4 2018年3月末時点の実績です。「Yahoo!プレミアム」会員には、「Yahoo!プレミアム」特典の対象となるソフトバンク会員およびY!モバイル会員等を含んでいます。IDの重複を除いています。

*5 商品の購入ができ、役務の提供等が受けられるカード会員数です。「KCカード」、「Yahoo! JAPANカード」、「ソフトバンクカード(おまかせチャージ)」会員を含んでいます。

メディア事業

- 広告関連売上収益が、3,000億円を初めて突破
- 動画コンテンツの拡充が、順調に進捗
- スマートフォンアプリの総合ダウンロードランキング*1 で2年連続No.1

コマース事業

- eコマース国内流通総額が、2兆円を初めて突破
- ショッピング事業取扱高*2が、前年度比30%超の成長を達成
- ショッピング広告売上収益が、250億円超に拡大
- 「Yahoo!プレミアム」会員ID数が、約2,000万に拡大

*1 出典：App Annie『2017年アプリ市場総括レポート』(iOSとGoogle Playの合計)

*2 「Yahoo!ショッピング」、「LOHACO」、(株)チャームの取扱高を含んでいます。「LOHACO」は、アスクル(株)におけるLOHACO事業の取扱高(20日締め)です。

通期 売上収益

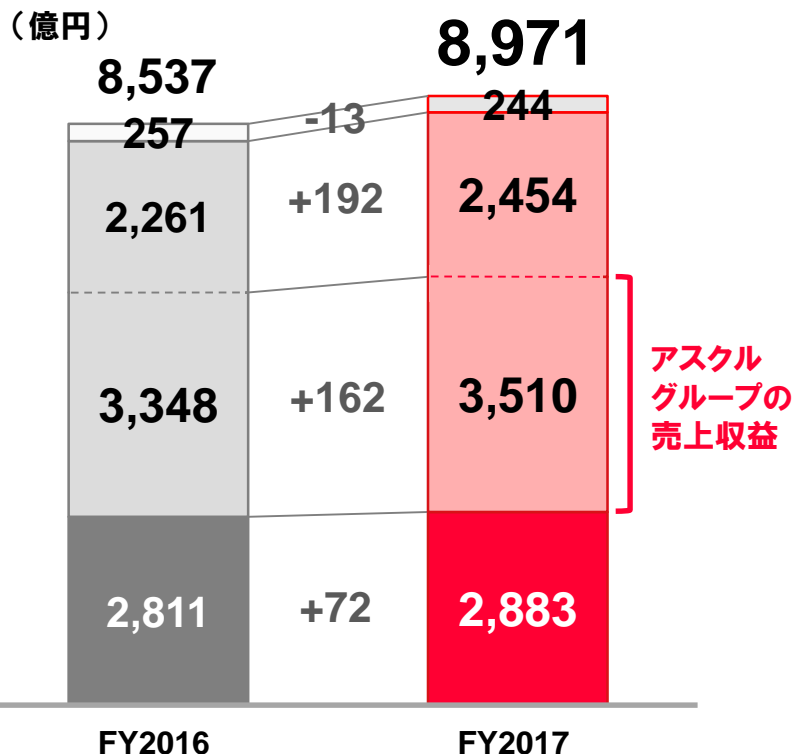


注: 2008年度から2012年度まで、売上原価および販管費の一部の科目を差し引いた売上収益のネット表示を行っています。

アスクルグループには、アスクル(株)に加え、(株)アルファバーチェス、(株)チャームなどが含まれます。

アスクルグループの売上収益は、弊社決算期間で集計しており、かつアスクルグループ内の連結消去を考慮したものです。

通期 売上収益構成



メディア事業

前年度比 2.6%増
検索連動型広告売上収益の増加

コマース事業

前年度比 6.3%増
アスクルグループを除く前年度比 8.5%増
ショッピング広告売上収益の増加

その他

前年度比 5.4%減

注1: 調整額を表示していません。

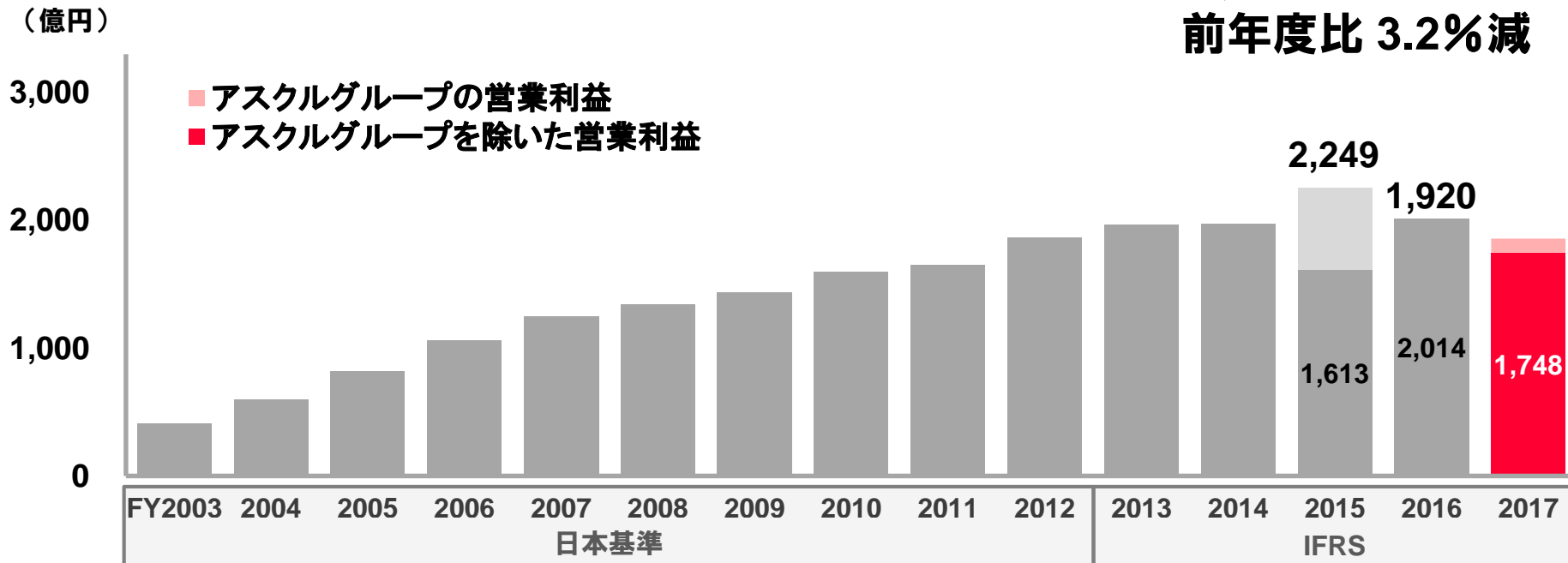
9 注2: 過去の業績および比較は現在のセグメントに合わせて遡及修正しています。

注3: アスクルグループには、アスクル(株)に加え、(株)アルファバーチェス、(株)チャームなどが含まれます。

通期 営業利益

積極的な販売促進活動等により減益での着地

1,858億円
前年度比 3.2%減



注: 企業結合日時点に認識された識別無形資産の償却費を含んでいます。

アスクルグループには、アスクル(株)に加え、(株)アルファパーチェス、(株)チャームなどが含まれます。

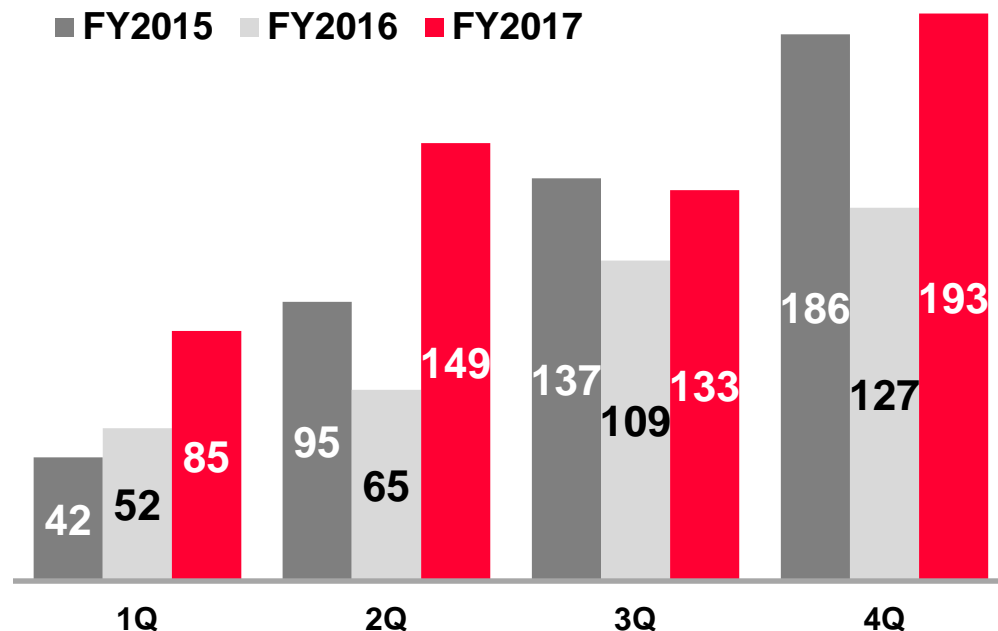
2015年度にはアスクル(株)の企業結合に伴う再測定益596億円、2016年度にはアスクル(株)の物流センター火災による損害額130億円、

2017年度にはアスクル(株)の物流センター火災による保険金の受取額等66億円、アスクル(株)の有形固定資産売却益35億円が含まれます。

販売促進活動

2017年度は560億円を投下

(億円)

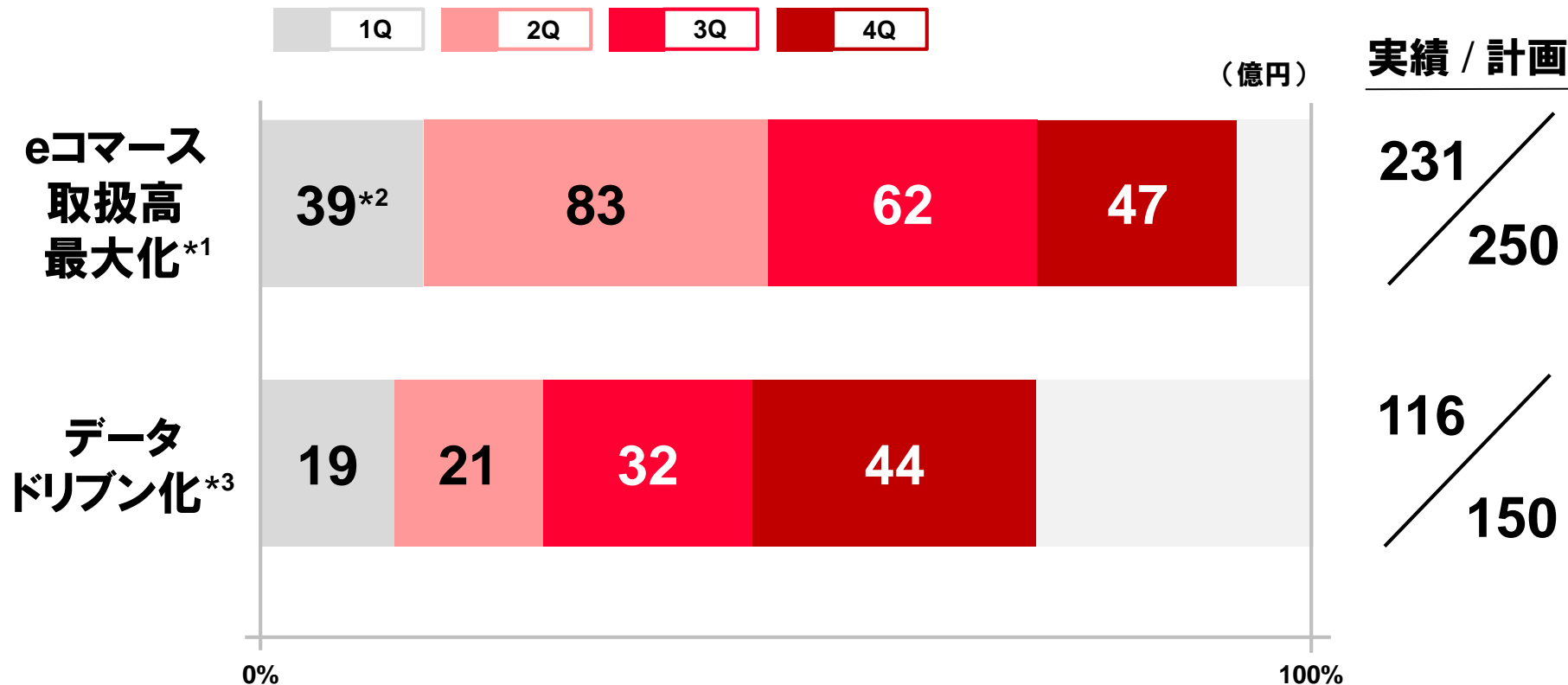


2017年度 通期 内訳

ショッピング	約40%
オークション	約20%
会員サービス*	約15%
決済金融	約15%
メディア	約10%

11 注: 販売促進費、広告宣伝費の合計額です。アスクルグループと(株)一休を含んでいません。
* 動画サービス等の費用を含んでいます。

2017年度 追加投資実績



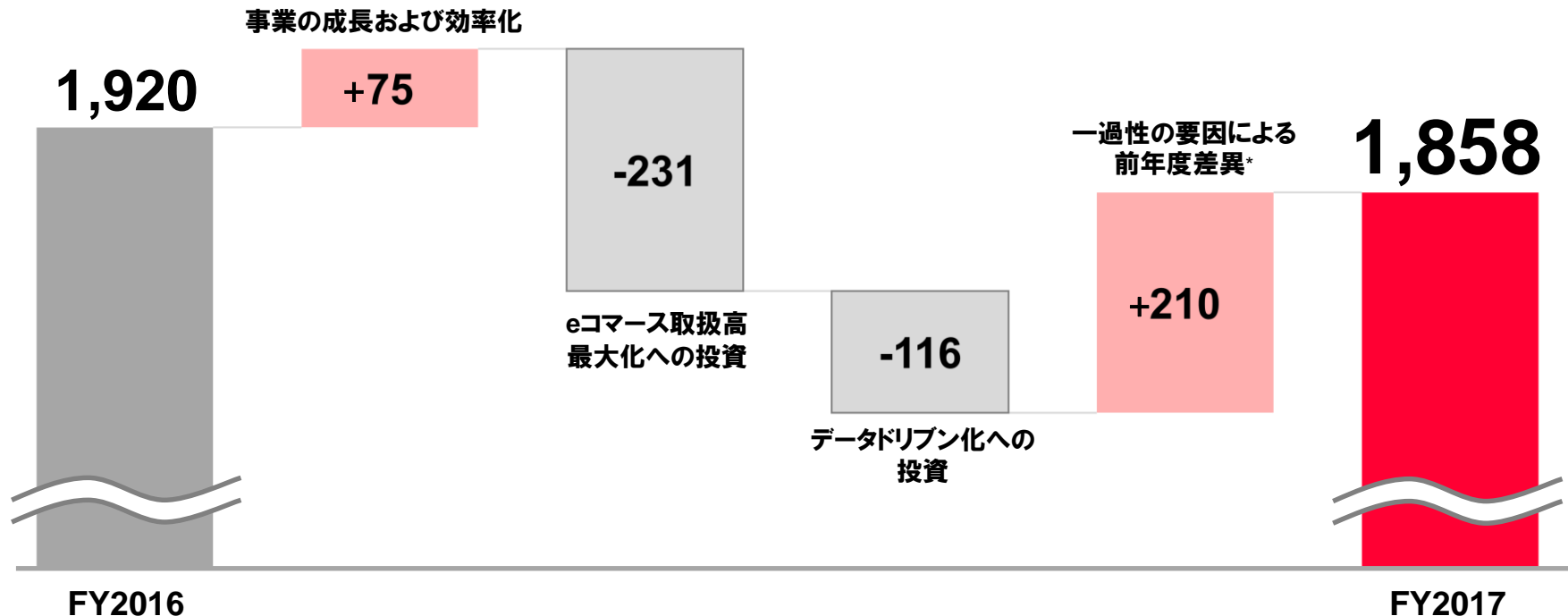
*1 オークション関連事業およびクレジットカード事業の売上収益と販売促進費を相殺することによる売上収益減少に伴う利益の減少を含んでいます。

*2 2017年度第1四半期の決算プレゼンテーション資料11ページに記載している数値は営業利益の増減要因のため、追加投資実績の数値とは異なります。

*3 設備投資額ではなく、減価償却費などの費用面での影響です。

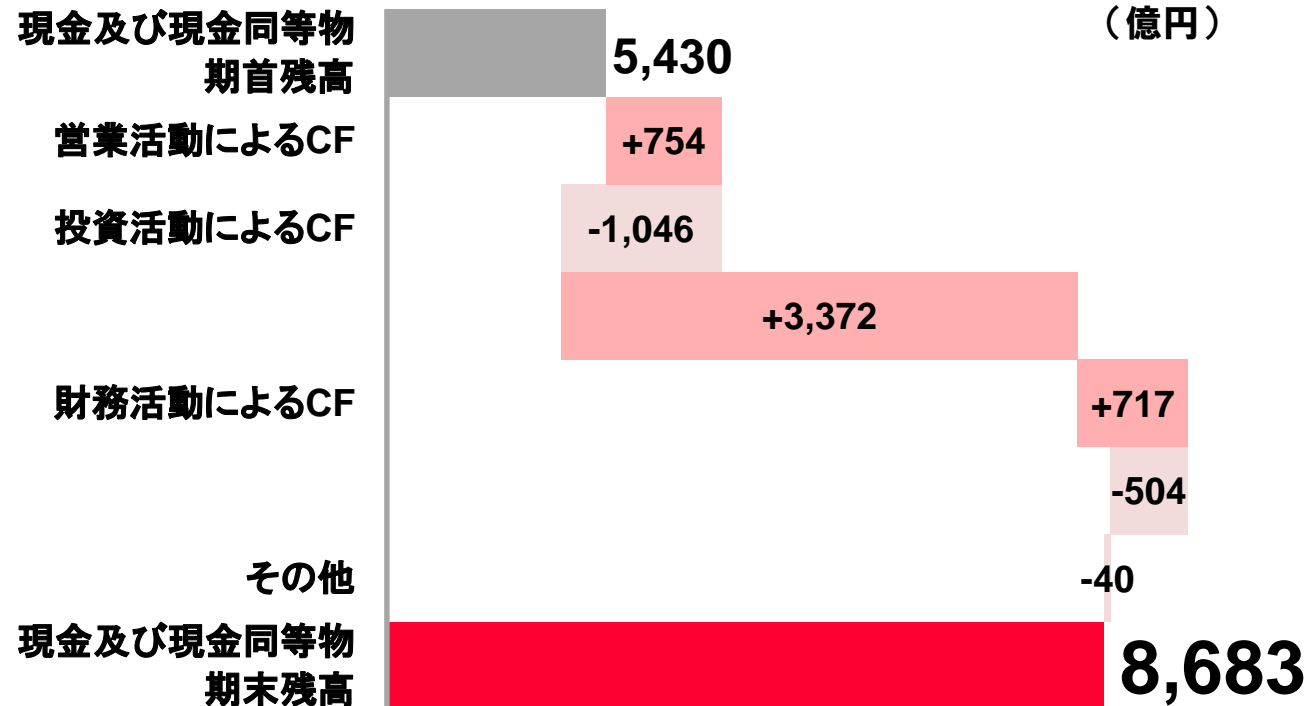
通期 営業利益の増減要因

(億円)



通期 連結キャッシュフロー

FY2017



主な増減要因

- 税引前利益
- カード事業の貸付金の増加
- 法人税等の納付
- 設備投資等
- 子会社の支配獲得による収入*
(一過性要因)
- 社債の発行、借入金等
- 配当金の支払(FY2016分)
(1株当たり期末配当8.86円)

サービス利用動向

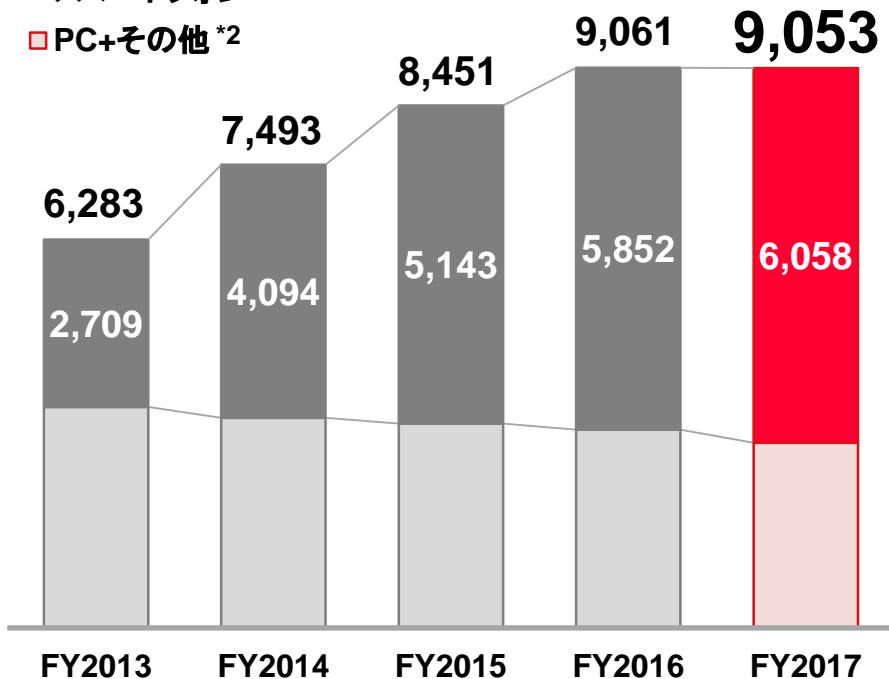
メディア事業

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



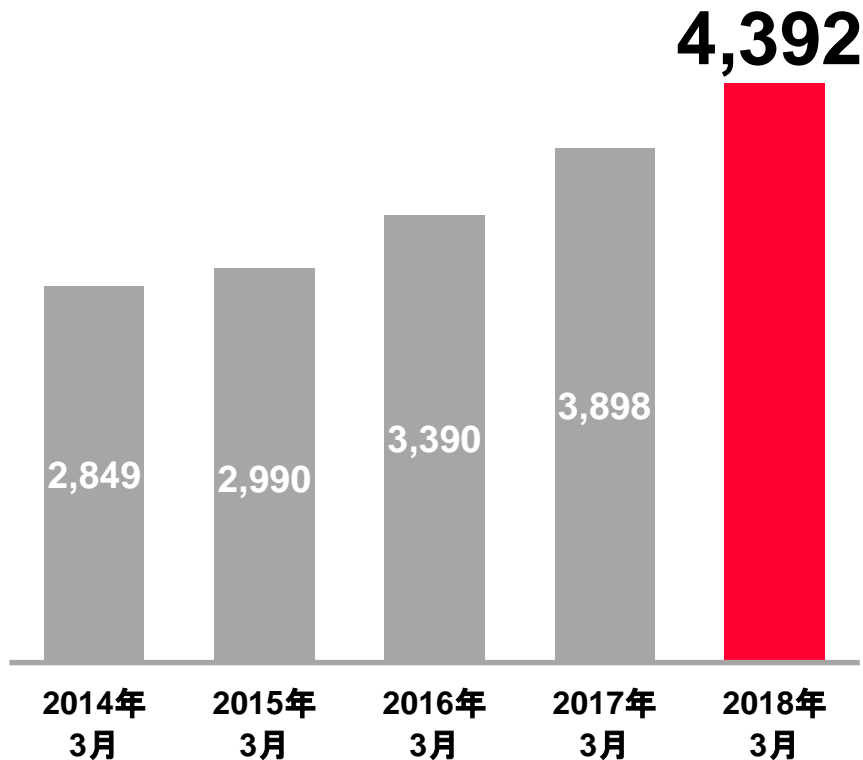
スマートフォン経由が
**6,000万を
初めて突破**

17 *1 アプリ、ブラウザーからの閲覧を含んだ年度平均です。アプリ、ブラウザーの両方から閲覧した場合は、重複カウントしています。

*2 PC、タブレット、フィーチャーフォンからの閲覧を含んだ年度平均です。

月間アクティブユーザーID数

(万)



前年同月比
13%増

1. Yahoo! JAPAN

2. Google

3. LINE

4. NTT

5. Facebook

2017年 日本トップパブリッシャー
総合ダウンロード ランキング*

2年連続

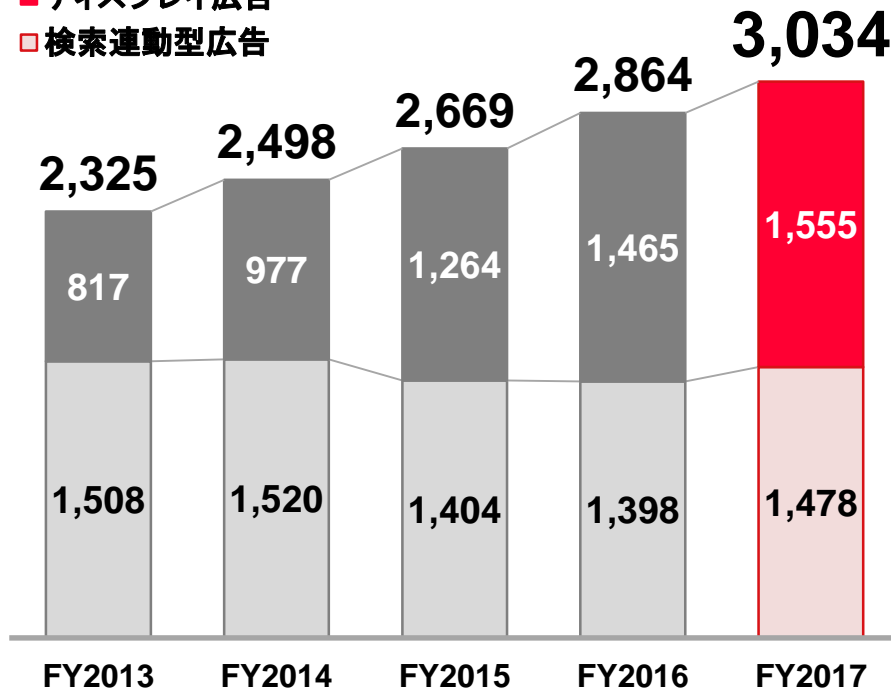
No.1

広告関連売上収益

(億円)

■ ディスプレイ広告

□ 検索連動型広告

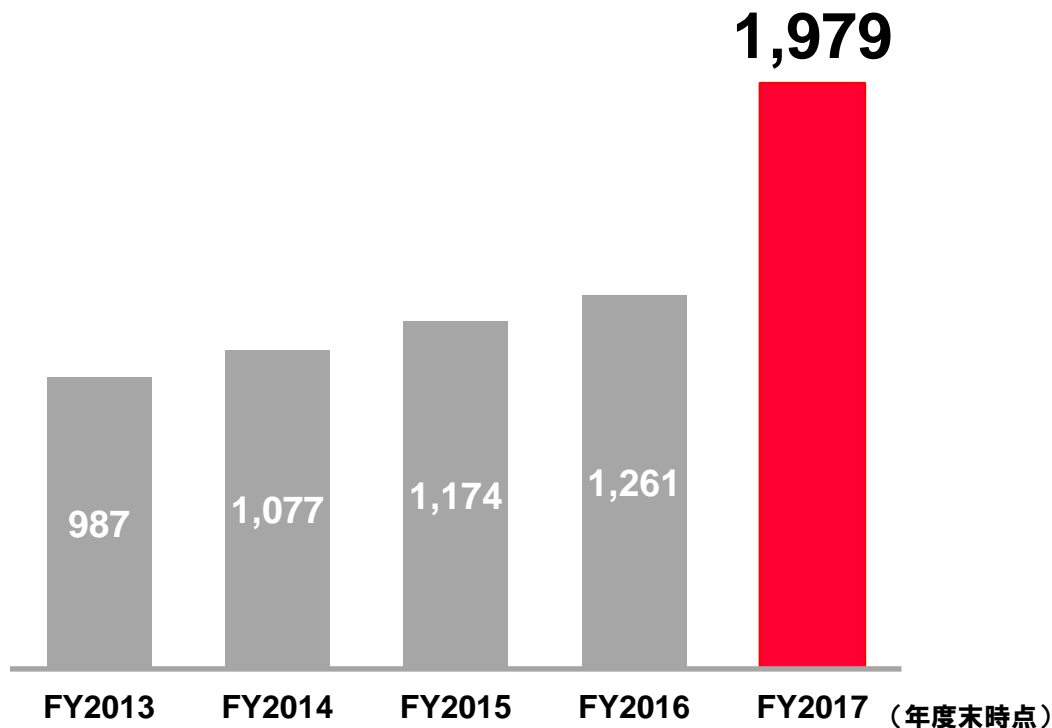


3,000億円を
初めて突破

コマース事業

「Yahoo!プレミアム」会員ID数

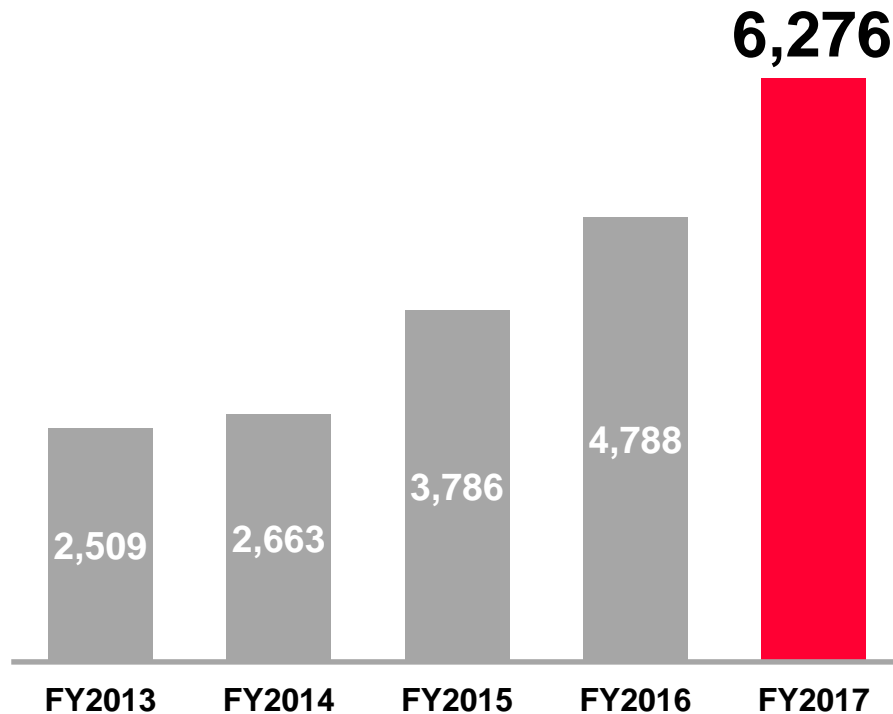
(万)



前年度末比
1.6倍

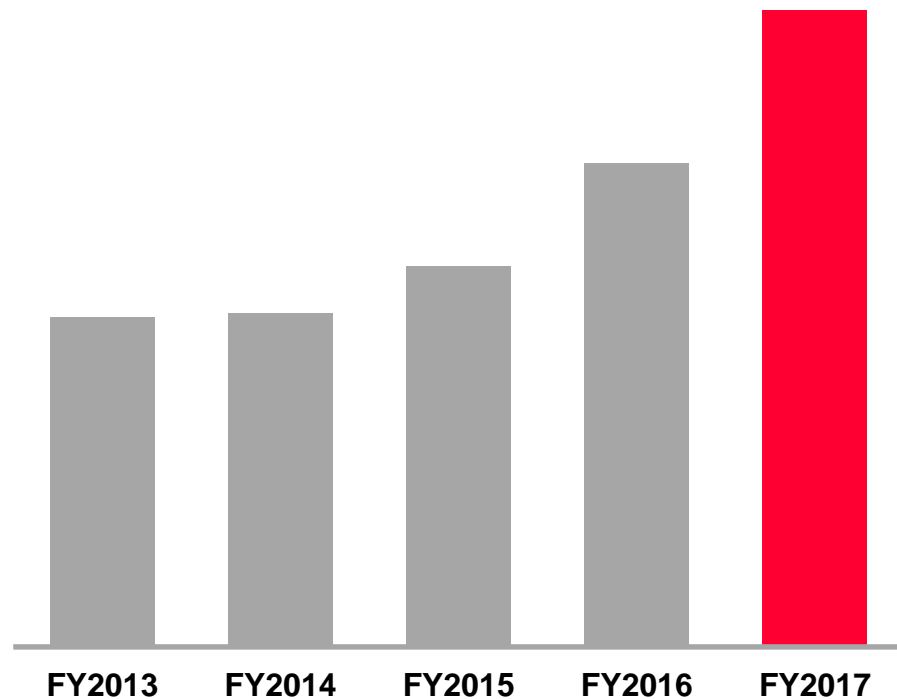
ショッピング事業取扱高

(億円)



前年度比
31%増

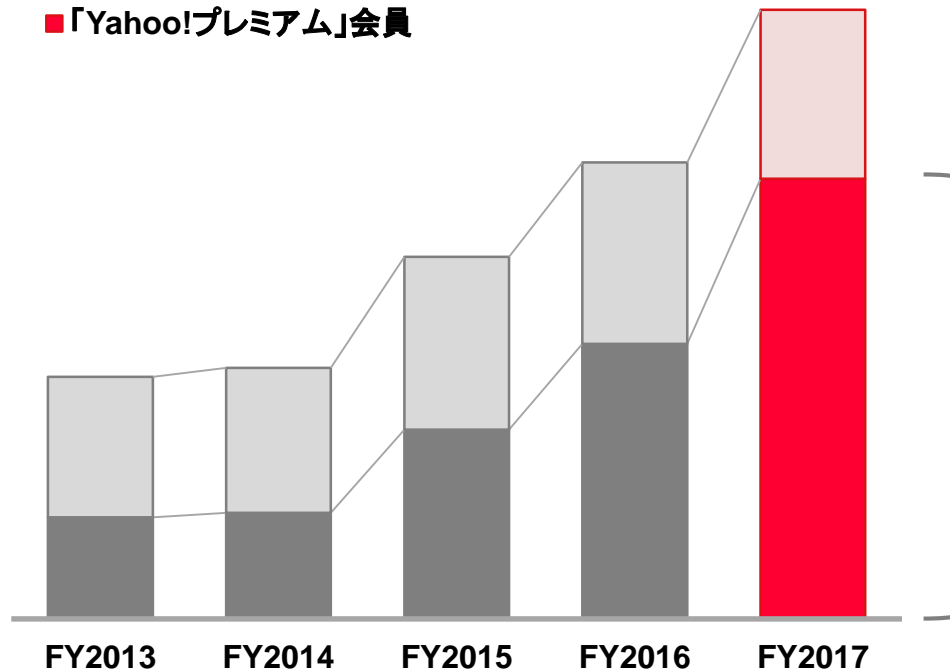
「Yahoo!ショッピング」年間購入者数



飛躍的に
増加

「Yahoo!ショッピング」取扱高

- 「Yahoo!プレミアム」会員以外
- 「Yahoo!プレミアム」会員

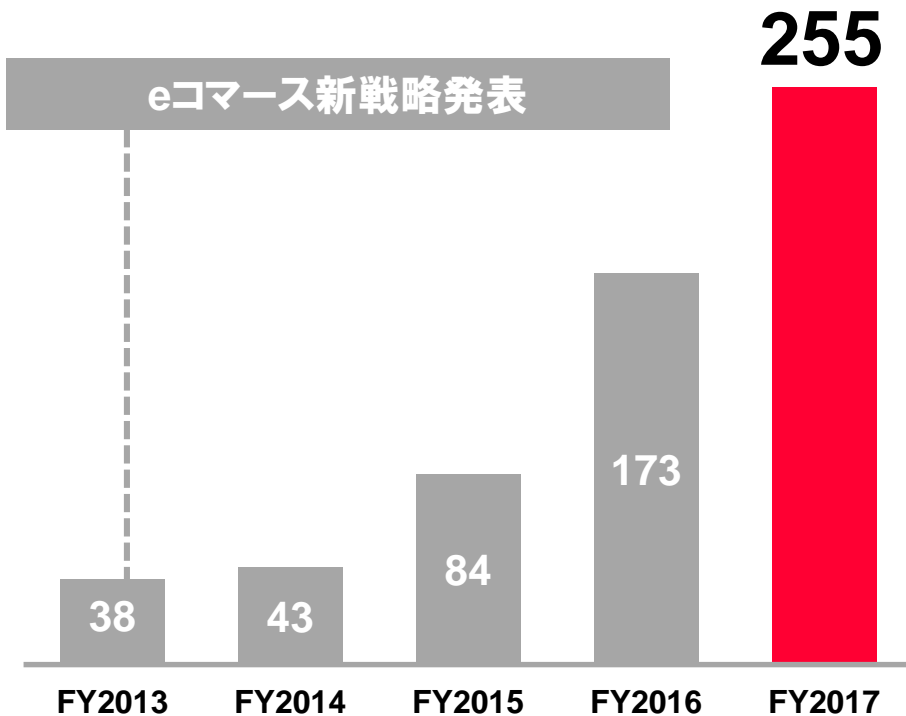


「Yahoo!プレミアム」会員
による取扱高比率

72%

ショッピング広告売上収益

(億円)



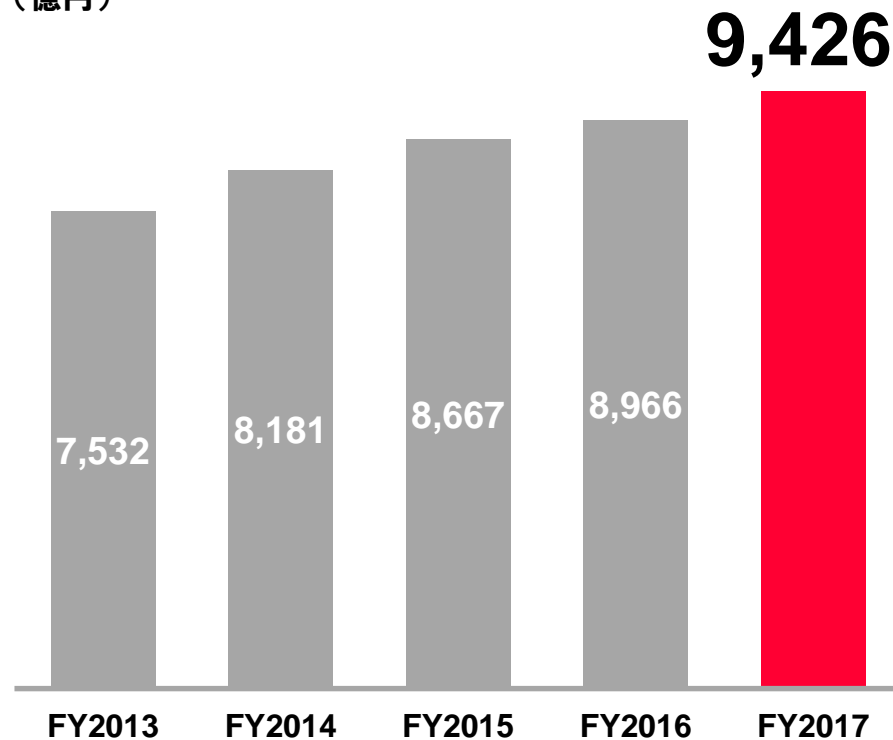
2013年度比

7倍

注: ヤフー(株)単体におけるショッピング広告売上収益、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」等の売上収益、「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等の売上収益の合計値です。
「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等の売上収益はメディア事業セグメントの広告売上収益に計上しています。

オークション関連取扱高

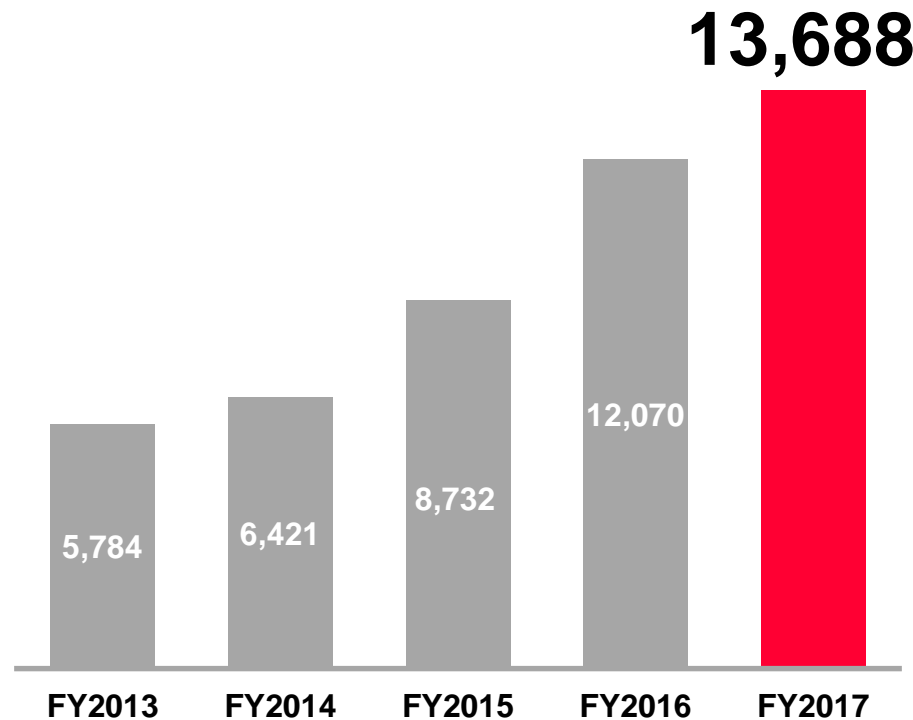
(億円)



9,000億円を
初めて突破

「Yahoo!ウォレット」取扱高

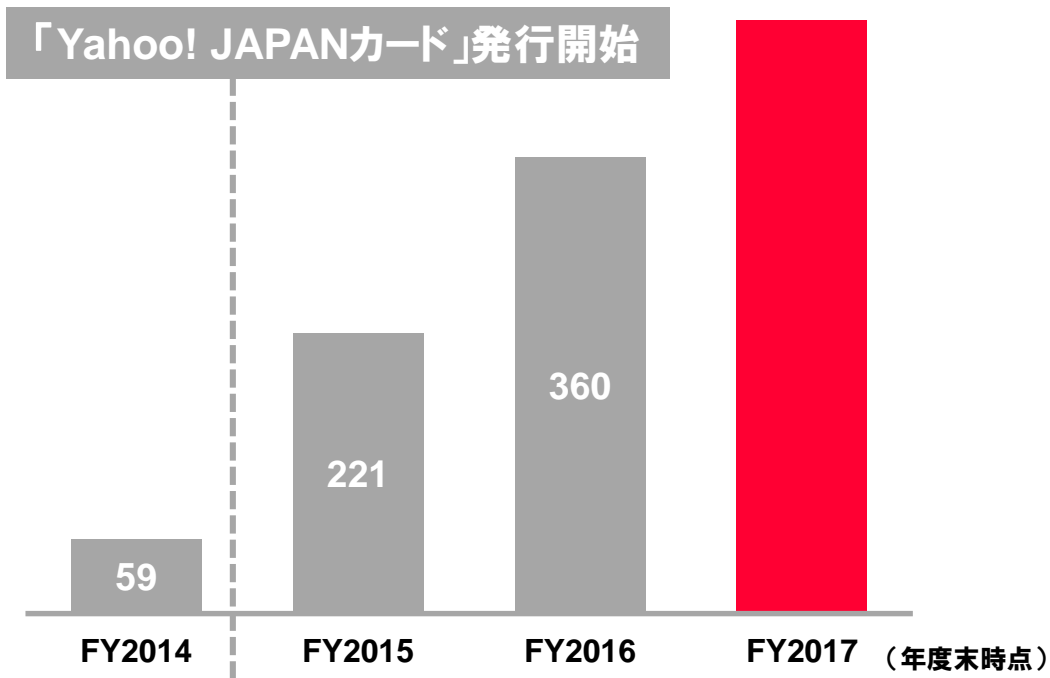
(億円)



約1.4兆円に
拡大

クレジットカード有効会員数

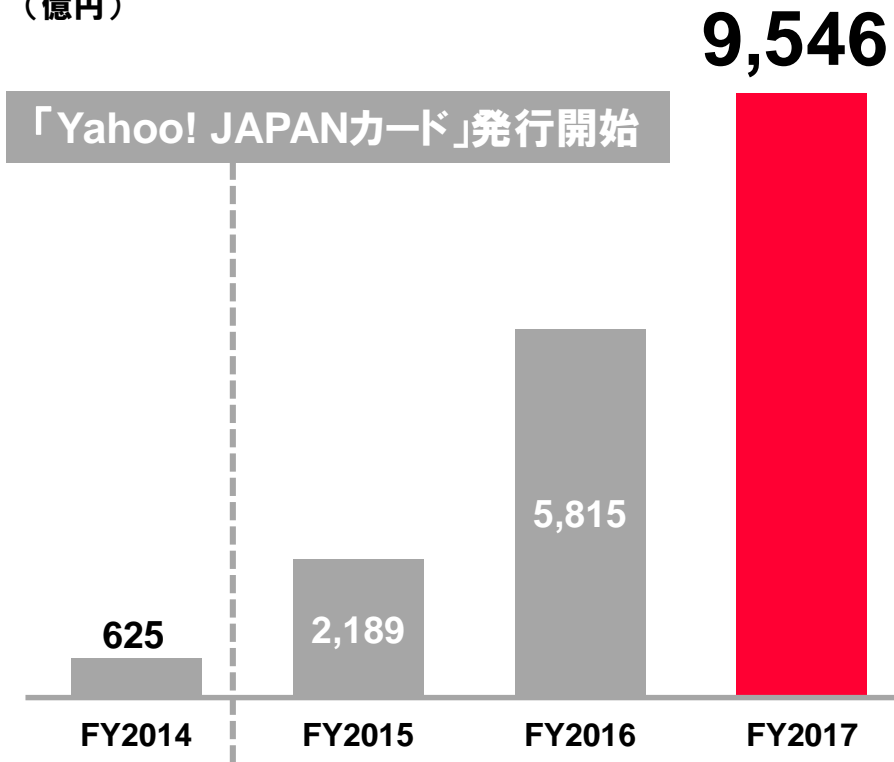
(万人)



2014年度比
8倍

クレジットカード取扱高

(億円)



2014年度比

15倍

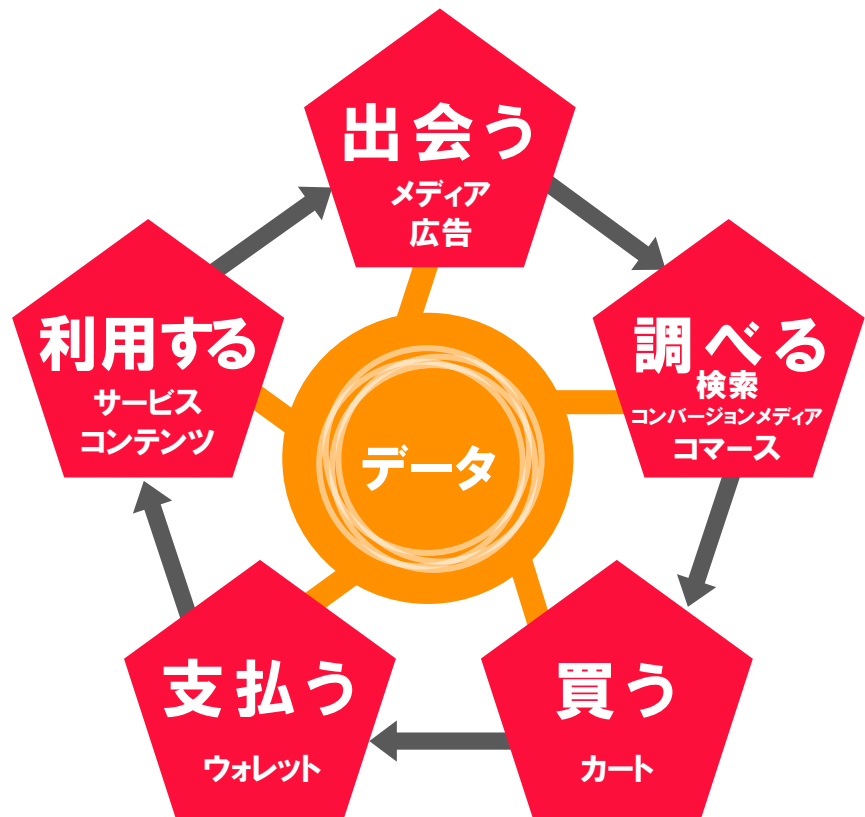
2018年度以降の 取り組み

**インターネットには
無限の伸びしろがある**

ヤフーにしか創れない未来を創る

強みは利用者の行動を一気通貫で押さえていること

YAHOO!
JAPAN



サービス連携を強め
さらなる成長へ

3つの領域でNo.1を目指す

中長期的な視点で大胆に経営資源を投下

eコマース
(物販)

取扱高No.1



インターネット
広告

売上収益No.1



モバイル
ペイメント

取扱高No.1



3つの領域でNo.1を目指す

中長期的な視点で大胆に経営資源を投下

eコマース
(物販)

取扱高No.1



インターネット
広告

売上収益No.1



モバイル
ペイメント

取扱高No.1

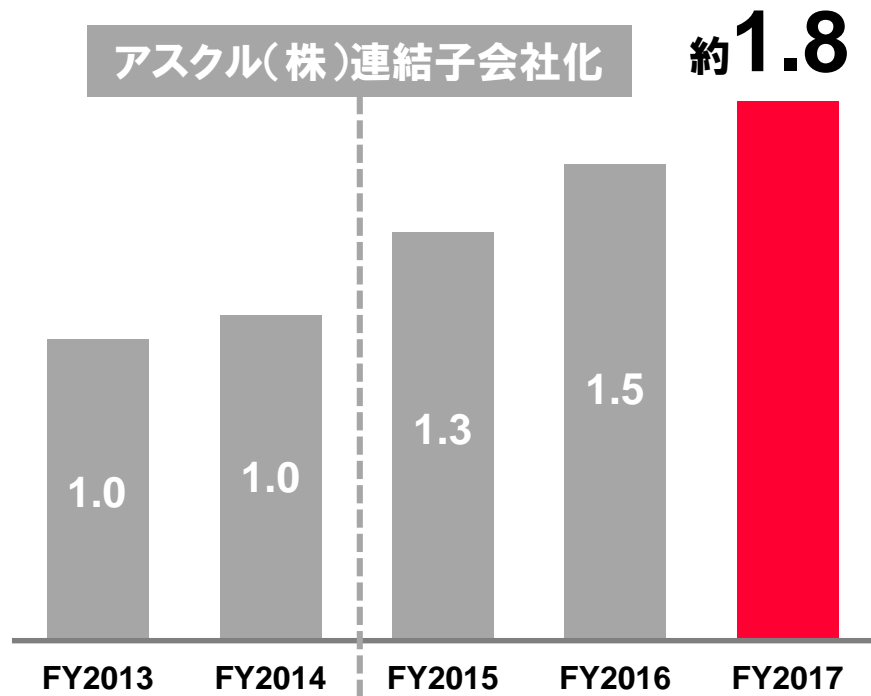


eコマース(物販)取扱高の定義

取扱高項目	内訳
オークション関連	「ヤフオク!」、「トレードカービュー」、 「ブックオフオンライン」、「Yahoo!チケット」など
ショッピング事業	「Yahoo!ショッピング」、「LOHACO」、(株)チャーム
アスクルBtoB事業	アスクル(株)におけるBtoB事業 (インターネット経由分のみ)

eコマース(物販)取扱高推移

(兆円)



物販ECで
No.1を目指す

ショッピング事業取扱高拡大に向けた戦略

現在の施策

ソフトバンク会員
を含む
プレミアム
会員の
客単価向上

+

マーケットプレイスとしての質の向上

品揃え

UI・UXの
改善

オフライン
との連携

決済

3つの領域でNo.1を目指す

中長期的な視点で大胆に経営資源を投下

eコマース
(物販)

取扱高No.1



インターネット
広告

売上収益No.1



モバイル
ペイメント

取扱高No.1



インターネット広告売上収益No.1への全体像



良質なコンテンツの強化
パーソナライゼーション

DAU(デイリーアクティブユーザー)数・
滞在時間の最大化



UI・UXの再発明

広告接触機会の
最適・最大化

広告プロダクトの改善

広告効果の
最大化



コンバージョン機会の最大化



動画コンテンツの拡充をさらに推進



DAU数および 滞在時間を最大化

動画広告の拡大が成長ドライバー



広告効果を 最大化

3つの領域でNo.1を目指す

中長期的な視点で大胆に経営資源を投下

eコマース
(物販)
取扱高No.1



インターネット
広告
売上収益No.1

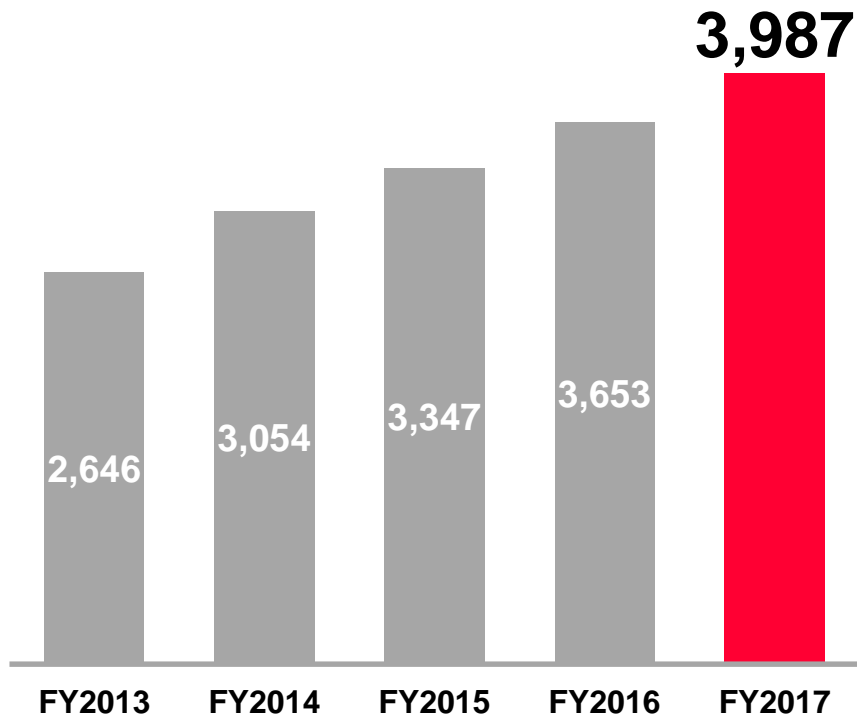


モバイル
ペイメント
取扱高No.1



「Yahoo!ウォレット」口座数

(万)



(年度末時点)

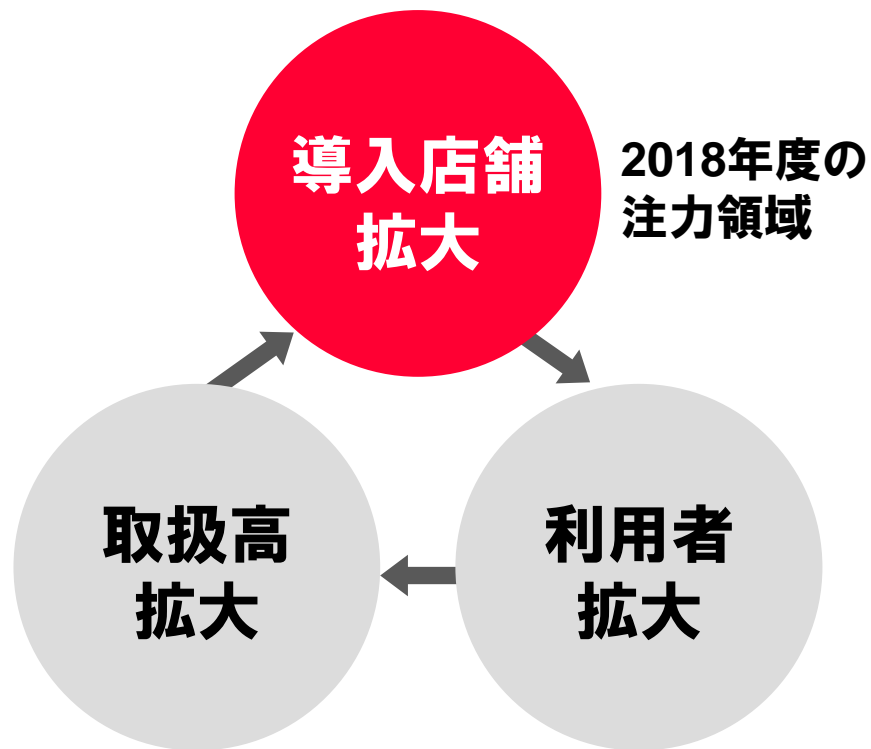
オンライン決済における
強固な利用者基盤

オフライン決済へ進出しさらなる成長へ

YAHOO!
JAPAN



2018年度 予定	提供機能
4月	「税金・公共料金のバーコード決済」
6月	「Yahoo! JAPAN」アプリ上に表示したバーコードを、 店舗の端末やレジに提示する 「みせる」決済
秋頃	店舗側の表示するバーコードを、 「Yahoo! JAPAN」アプリでスキャンする 「よみとる」決済



オンライン+オフライン
決済サービスで
取扱高No.1
を目指す

2018年度 営業利益見込み

2018年度 新たな挑戦への費用

概算(億円)

メディア関連

100

コンテンツ調達関連費用等

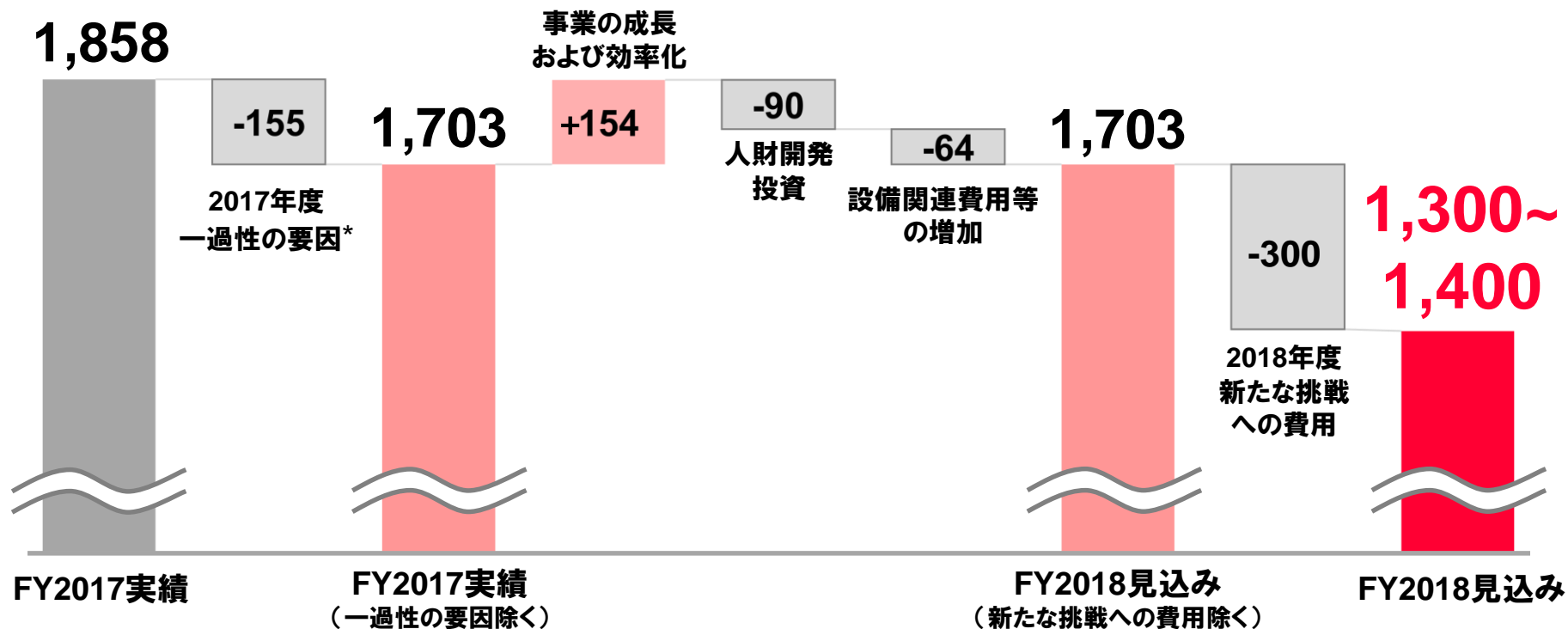
コマース関連

200

モバイルペイメントの立ち上げ費用等

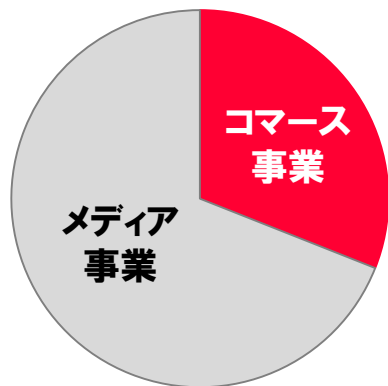
2018年度 営業利益の増減要因

(億円)

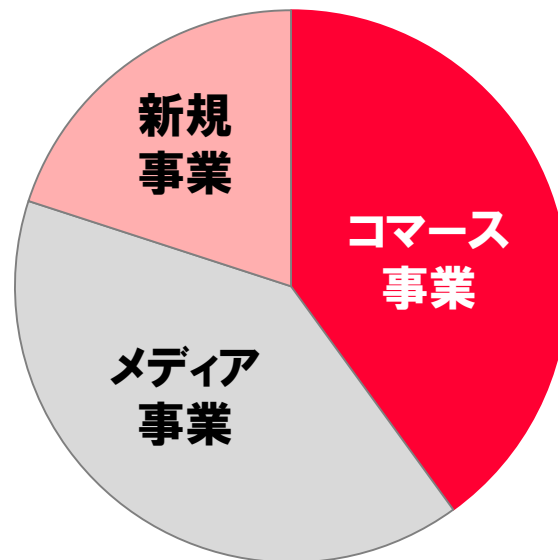
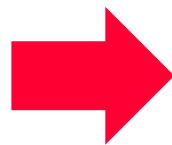


セグメント別営業利益 構成比イメージ

- ・ コマース事業とメディア事業の営業利益を同水準へ
- ・ 新規事業による利益貢献が拡大



FY2017



FY202x

**“未来を創る企業”
になる**

IR Dayを5月23日(水)に開催予定

登壇者

最高経営責任者	川邊 健太郎
メディアカンパニー長	宮澤 弦
コマースカンパニー長	小澤 隆生
CTO・テクノロジーグループ長	藤門 千明

詳細はIR情報ページにも掲載

<https://about.yahoo.co.jp/ir/>

補足資料

2017年度 第4四半期 連結業績

2017年度 第4四半期 業績ハイライト

	実績	前年同四半期比	スマートフォン経由比率
売上収益	2,383 億円	+7.0%	
営業利益	380 億円	-4.7%	
EBITDA	484 億円	-23.2%	
親会社の所有者に帰属する四半期利益	280 億円	-11.9%	
希薄化後 1株当たり四半期利益	4.9 円	-11.9%	
広告関連売上収益	807 億円	+2.7%	57.1%
ディスプレイ広告 売上収益	416 億円	+1.0%	
検索連動型広告 売上収益	390 億円	+4.7%	
eコマース国内流通総額*1	5,370 億円	+10.4%	54.1%*2

*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)におけるBtoB事業インターネット経由売上収益(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事業の取扱高(20日締め)、トラベル関連、有料デジタルコンテンツ等を含んでいます。

*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。

メディア事業

- ・ 検索連動型広告売上収益が、前年同四半期比で約5%の成長

コマース事業

- ・ ショッピング事業取扱高*¹が、前年同四半期比で22%の成長
- ・ 月額有料会員ID数が、2,600万を突破
- ・ クレジットカード取扱高*²が、前年同四半期比で41%の成長

56 *1 「Yahoo!ショッピング」、「LOHACO」、(株)チャームの取扱高を含んでいます。「LOHACO」は、アスクル(株)におけるLOHACO事業の取扱高(20日締め)です。
*2 キャッシングを除きます。「KCカード」、「Yahoo! JAPANカード」、「ソフトバンクカード(おまかせチャージ)」会員を含んでいます。

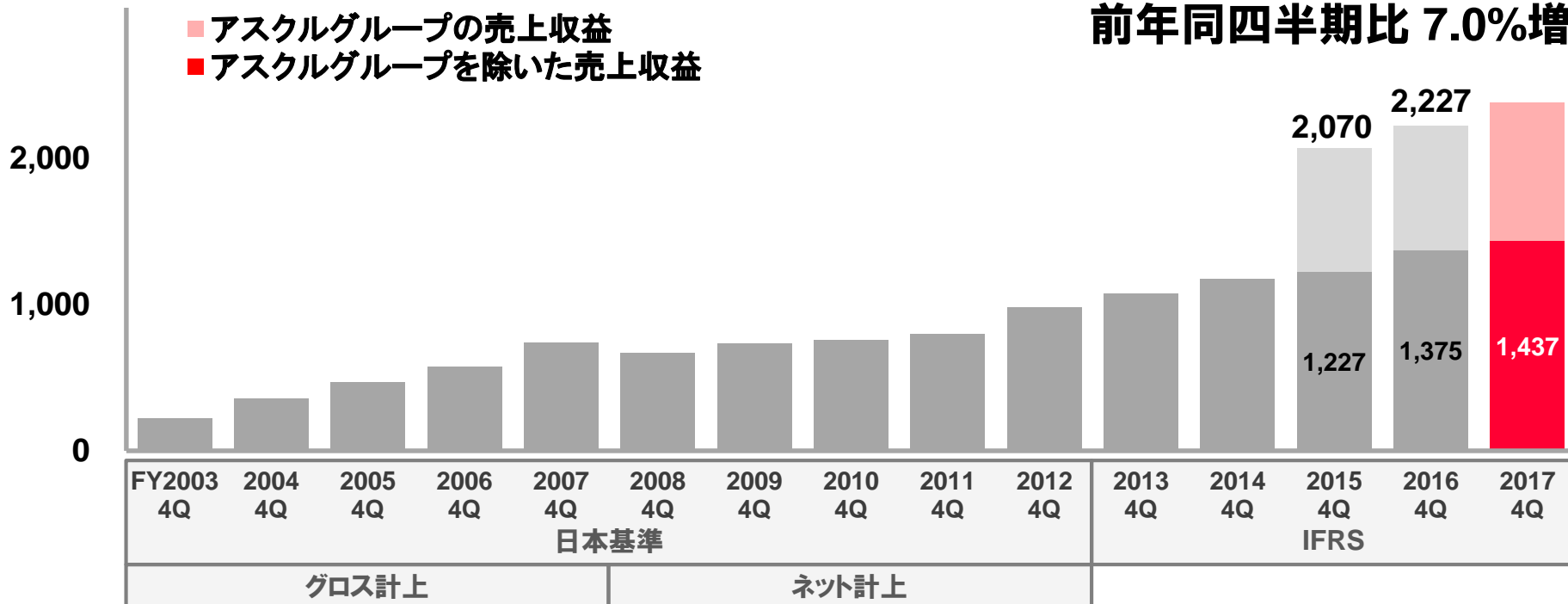
四半期 売上収益

(億円)

2,383億円

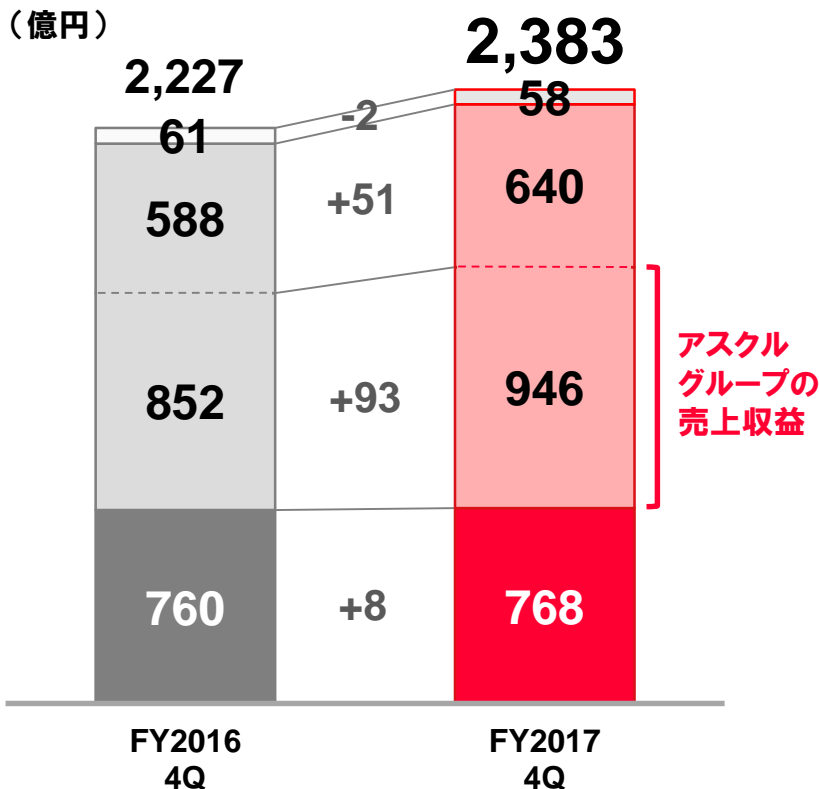
前年同四半期比 7.0%増

- アスクルグループの売上収益
- アスクルグループを除いた売上収益



注: 2008年度から2012年度まで、売上原価および販管費の一部の科目を差し引いた売上収益のネット表示を行っています。
 アスクルグループには、アスクル(株)に加え、(株)アルファパーチェス、(株)チャームなどが含まれます。
 アスクルグループの売上収益は、弊社決算期間で集計しており、かつアスクルグループ内の連結消去を考慮したものです。

四半期 売上収益構成



メディア事業

前年同四半期比 1.1%増

検索連動型広告売上収益の増加

コマース事業

前年同四半期比 10.1%増

アスクルグループを除く前年同四半期比 8.8%増

ショッピング広告売上収益の増加
(株)ジャパンネット銀行の連結による増加

その他

前年同四半期比 4.7%減

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。

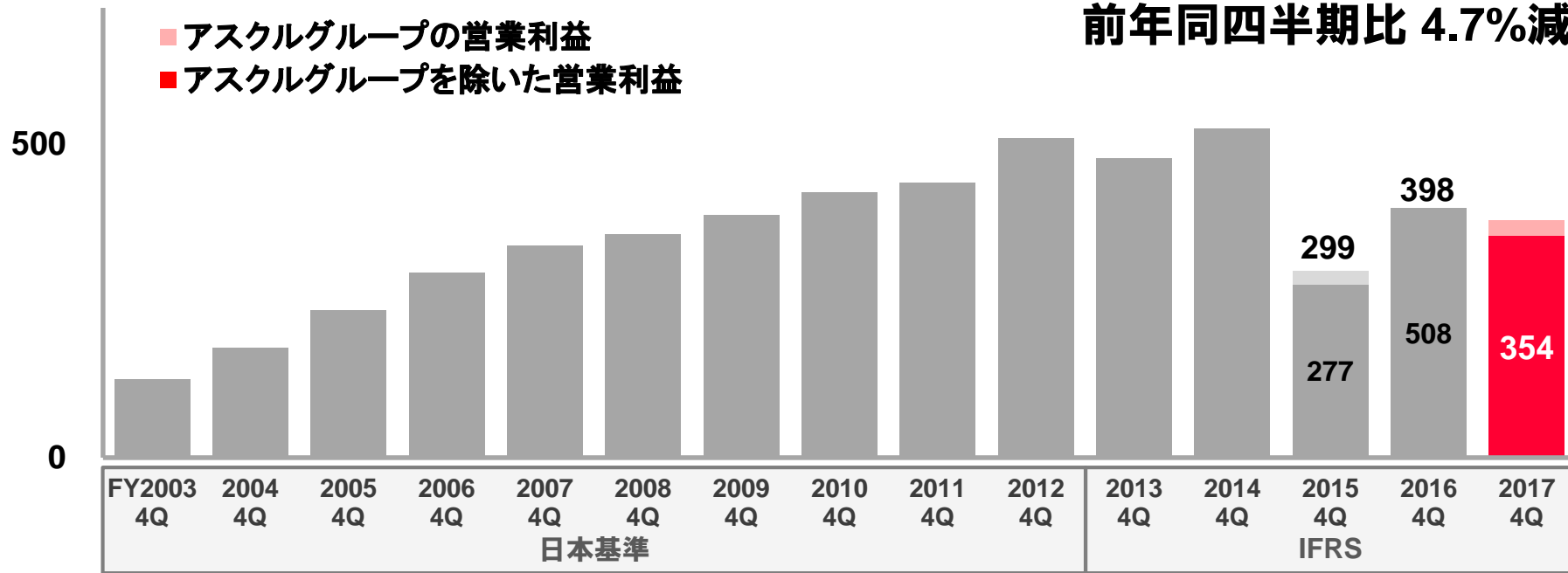
注3: アスクルグループには、アスクル(株)に加え、(株)アルファバーチェス、(株)チャームなどが含まれます。

四半期 営業利益

(億円)

380億円

前年同四半期比 4.7%減



注: 企業結合日時点に認識された識別無形資産の償却費を含んでいます。

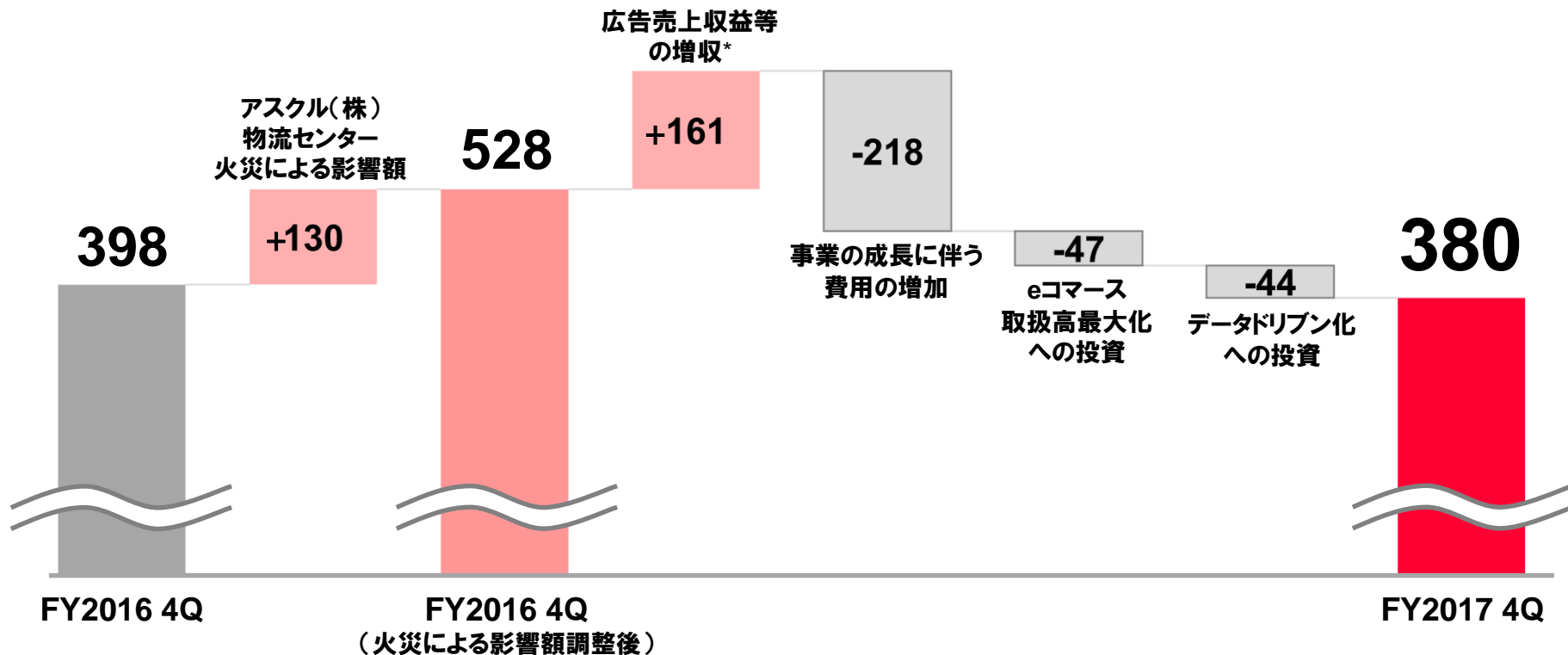
アスクルグループには、アスクル(株)に加え、(株)アルファバーチェス、(株)チャームなどが含まれます。

2016年度第4四半期のアスクルグループの営業利益には、アスクル(株)の物流センター火災による損害額130億円を含んでいます。

2017年度第4四半期のアスクルグループの営業利益には、アスクル(株)の物流センター火災に伴う債務免除益17億円を含んでいます。

四半期 営業利益の増減要因

(億円)



メディア事業

広告

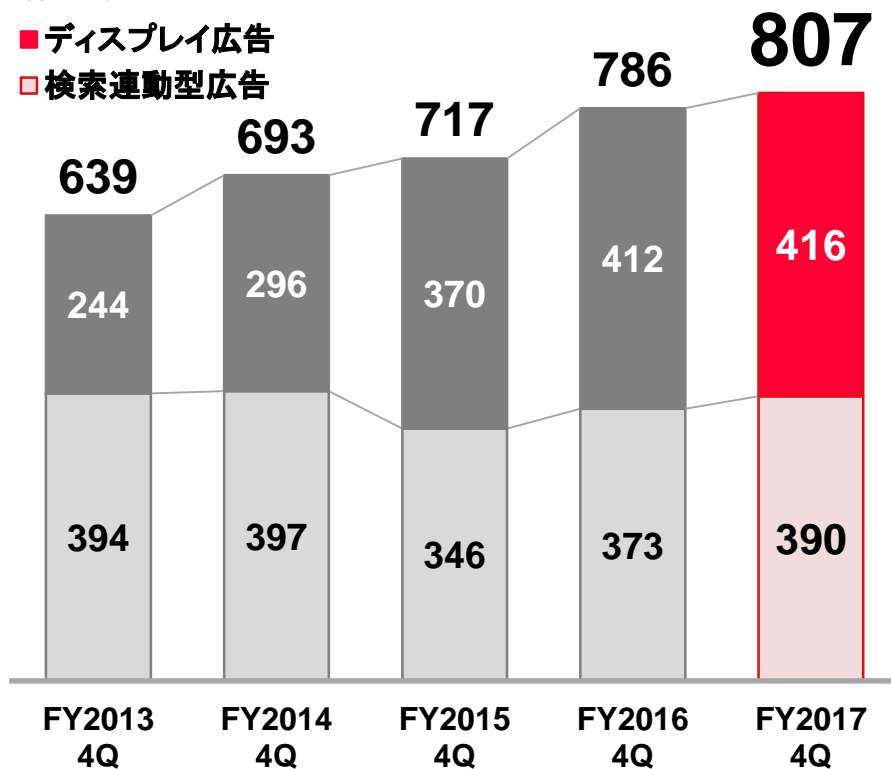
メディア

広告関連売上収益

(億円)

■ ディスプレイ広告

□ 検索連動型広告



前年同四半期比

3%増

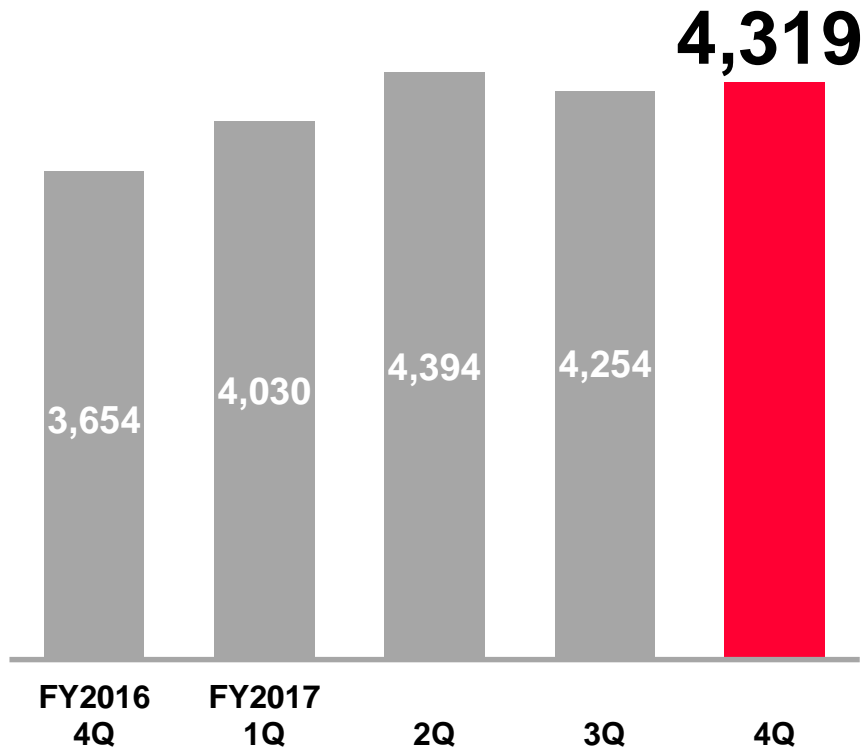
メディア事業

広告

メディア

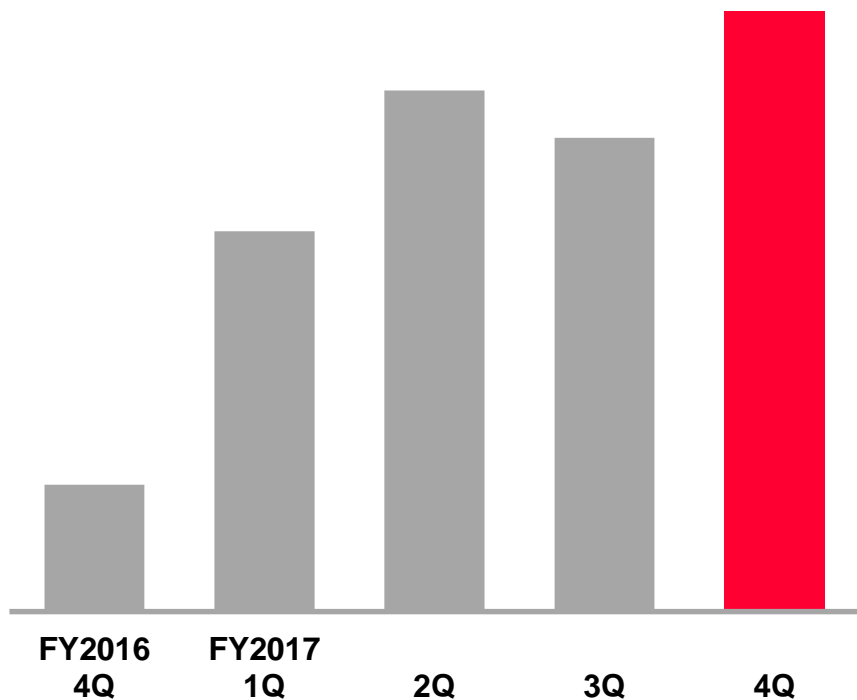
アプリ合算DAU(デイリーアクティブユーザー)数

(万)



前年同四半期比
18%増

動画視聴時間



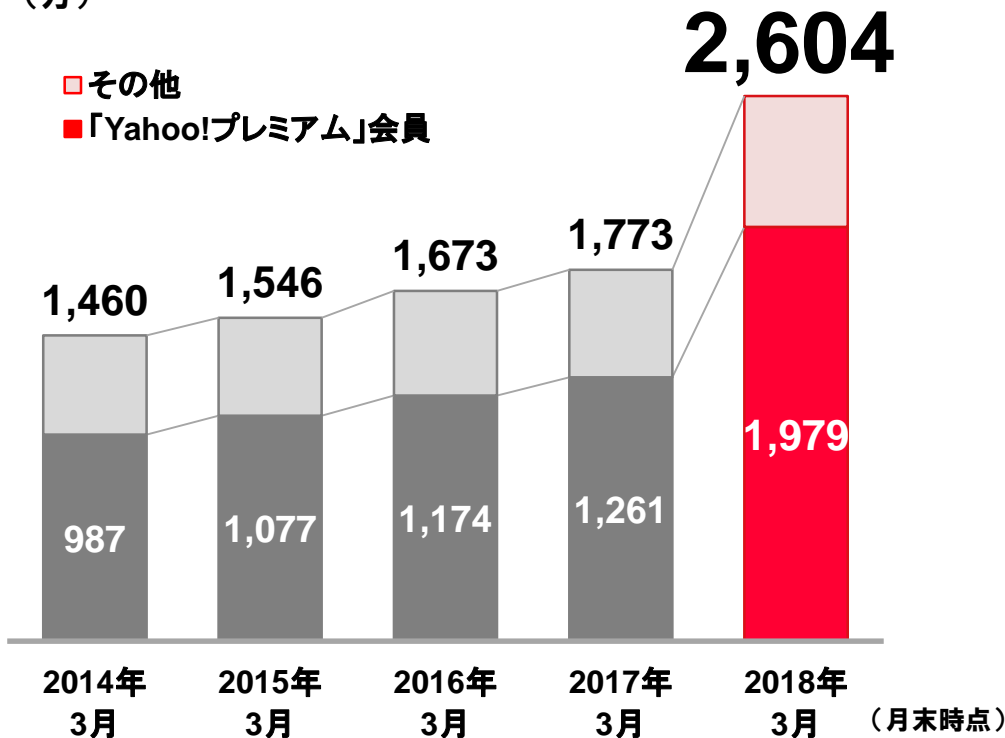
前年同四半期比
4.7倍

コマース事業

会員 ショッピング オークション 決済金融

月額有料会員ID数

(万)



前年同月末比
47%増

注: 月額有料会員ID数は、「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。「Yahoo!プレミアム」会員には、「Yahoo!プレミアム」特典の対象となるソフトバンク会員およびY!モバイル会員等を含んでいます。IDの重複を除いています。

コマース事業

会員

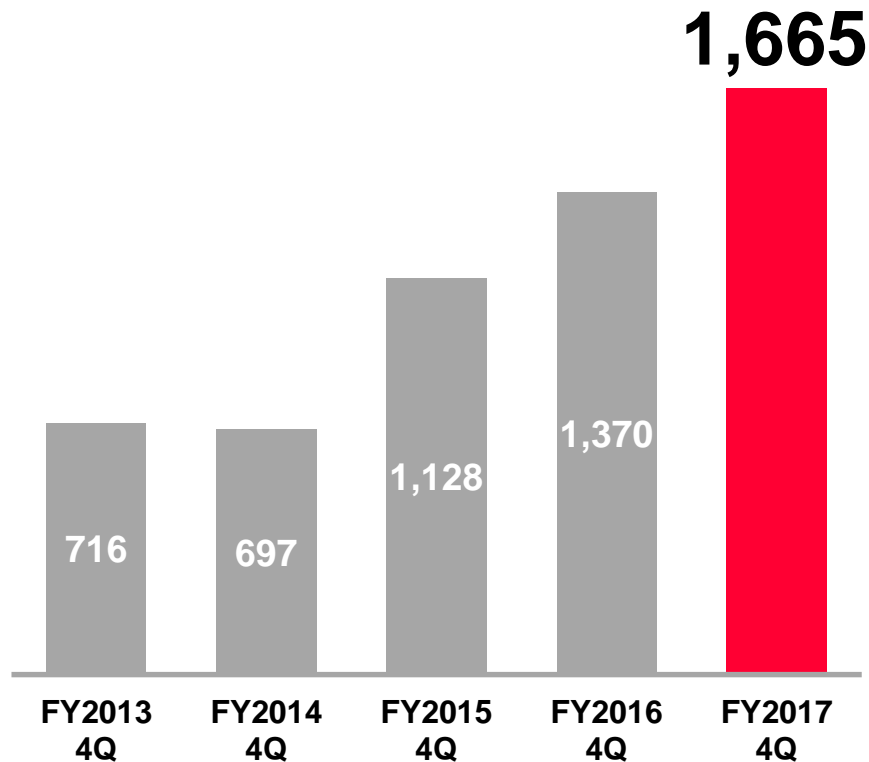
ショッピング

オークション

決済金融

ショッピング事業取扱高

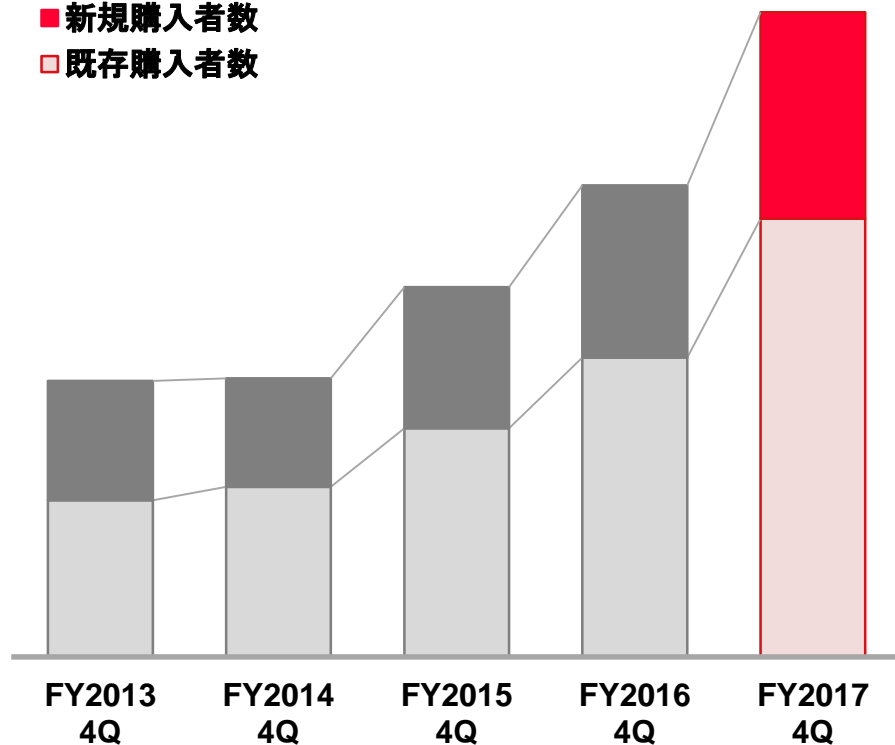
(億円)



前年同四半期比
22%増

「Yahoo!ショッピング」購入者数

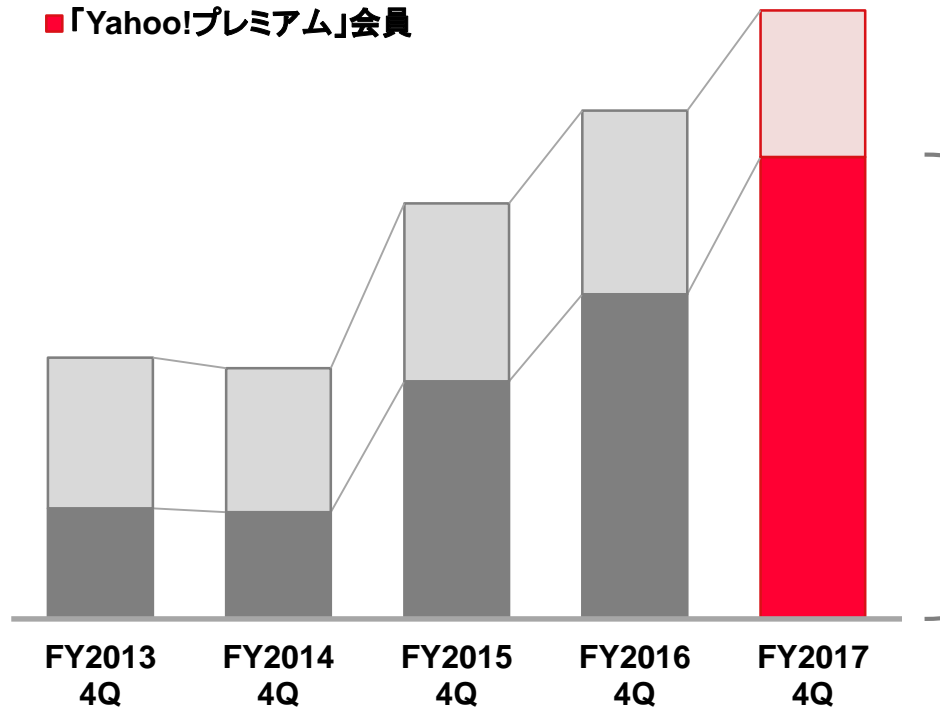
- 新規購入者数
- 既存購入者数



前年同四半期比
約40%増

「Yahoo!ショッピング」取扱高

- 「Yahoo!プレミアム」会員以外
- 「Yahoo!プレミアム」会員

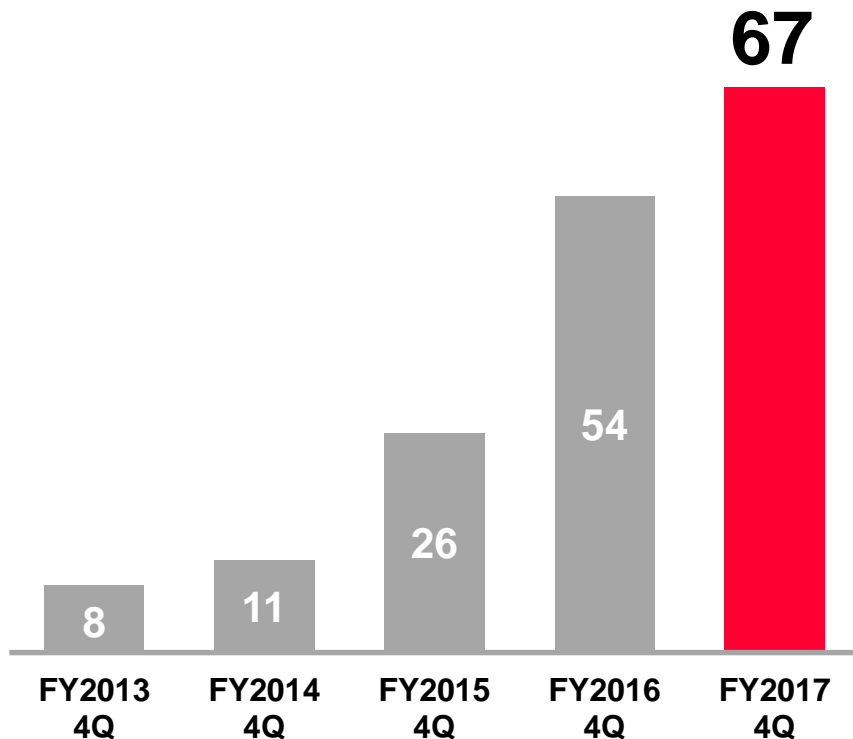


「Yahoo!プレミアム」会員
による取扱高比率

76%

ショッピング広告売上収益

(億円)

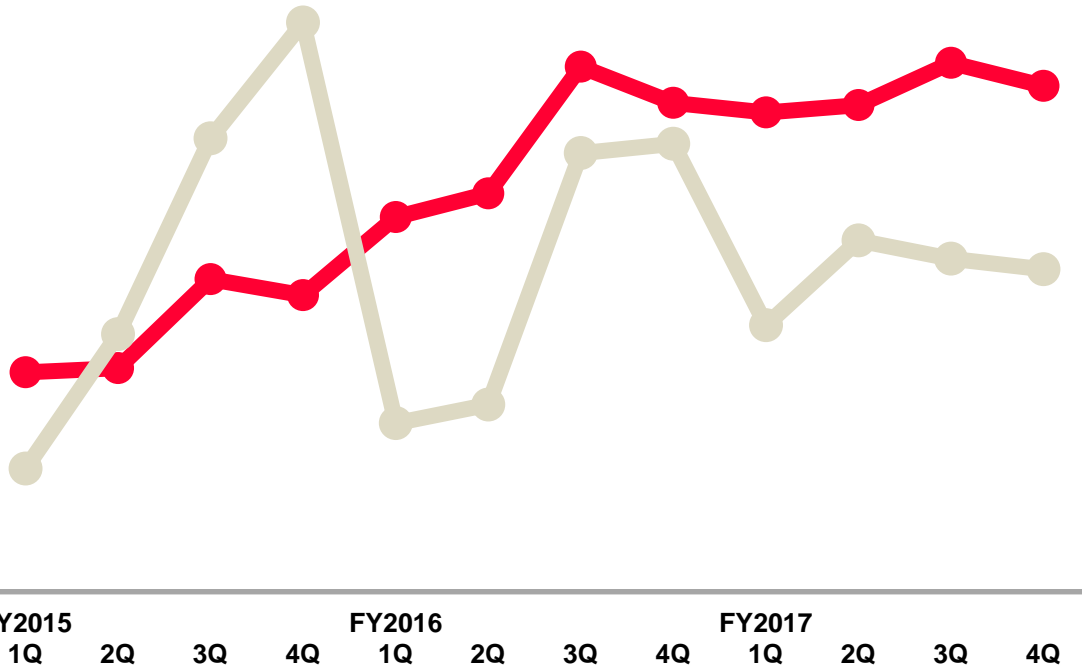


前年同四半期比
24%増

注: ヤフー(株)単体におけるショッピング広告売上収益、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」等の売上収益、「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等の売上収益の合計値です。
「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等の売上収益はメディア事業セグメントの広告売上収益に計上しています。

「Yahoo!ショッピング」取扱高における ショッピング広告テイクレート*1およびポイント費用比率*2の推移

● ショッピング広告テイクレート
● ポイント費用比率



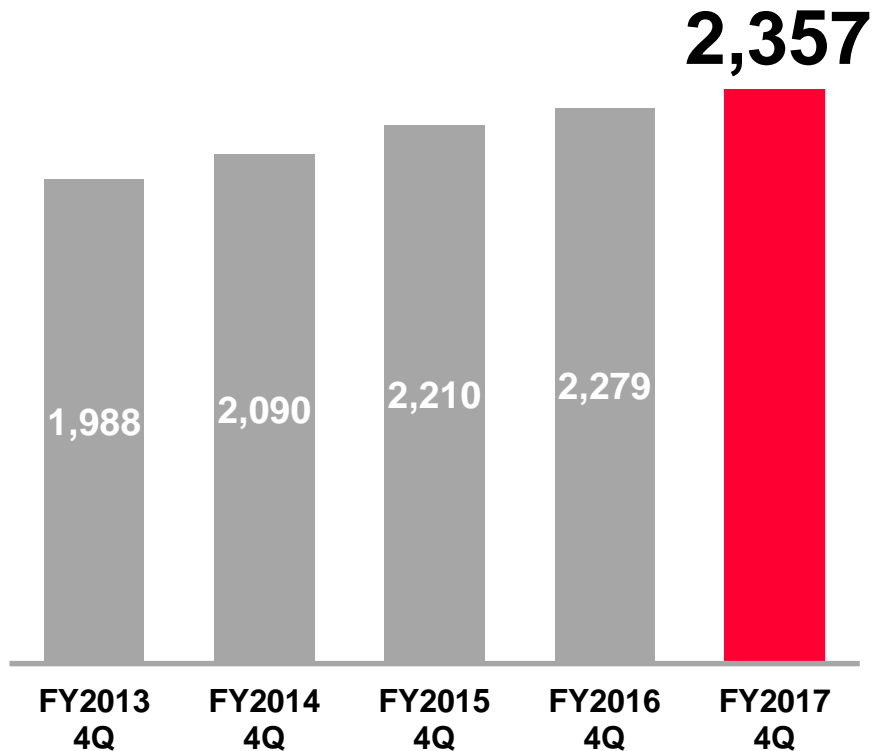
費用を抑えつつ
収益性を維持

コマース事業

会員 ショッピング **オークション** 決済金融

オークション関連取扱高

(億円)



引き続き
拡大

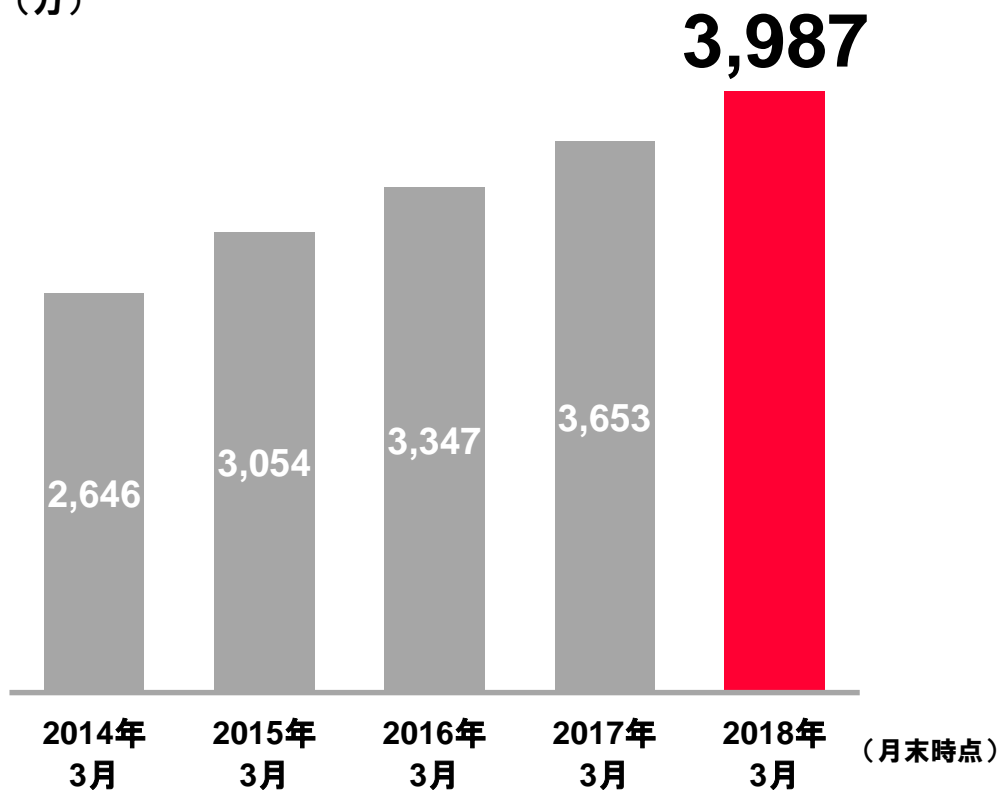
コマース事業

会員 ショッピング オークション

決済金融

「Yahoo!ウォレット」口座数

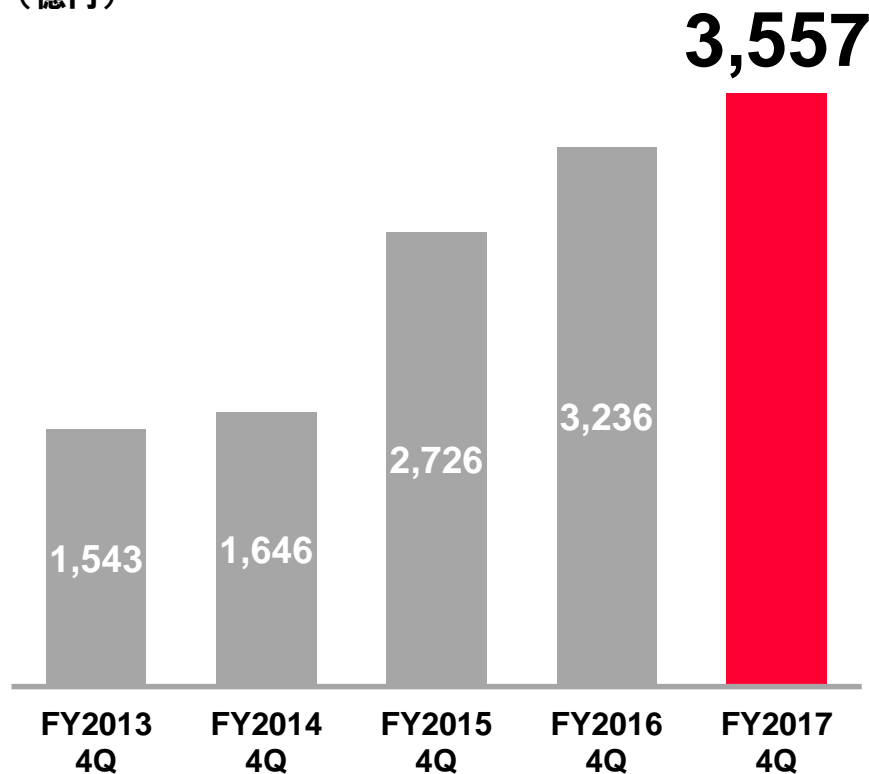
(万)



4,000万口座
目前

「Yahoo!ウォレット」取扱高

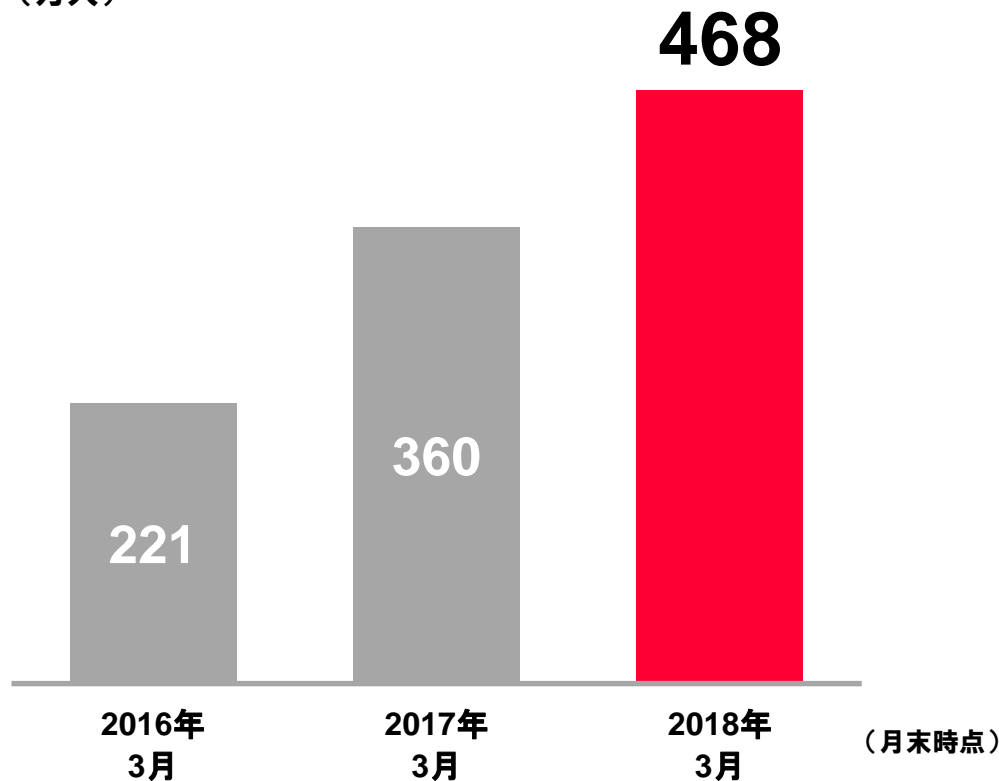
(億円)



前年同四半期比
10%増

クレジットカード有効会員数

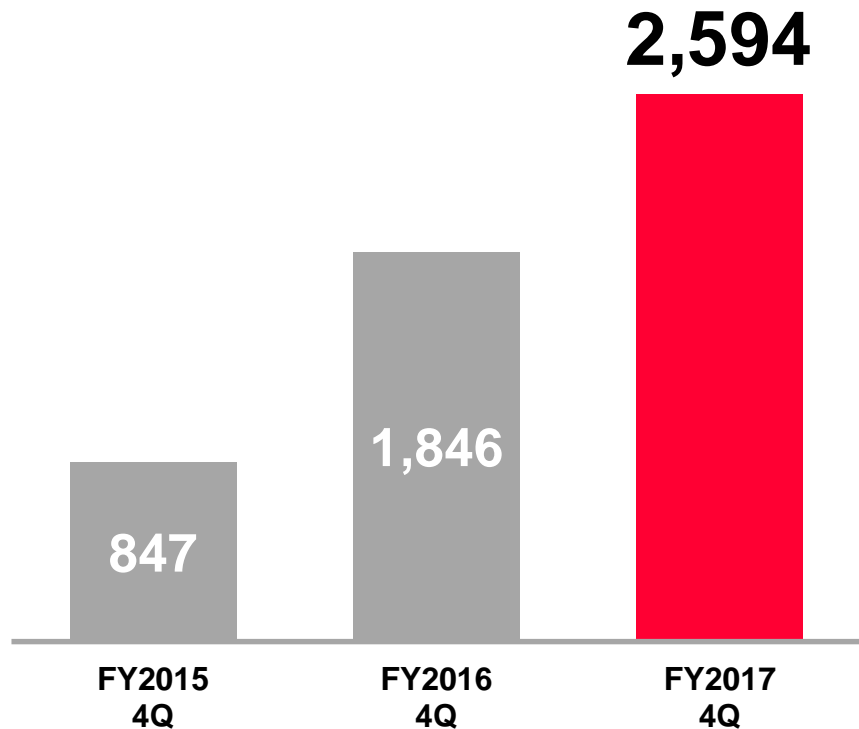
(万人)



前年同月末比
30%増

クレジットカード取扱高

(億円)



前年同四半期比
41%増

各セグメントの主な商品項目

メディア事業

広告	検索連動型広告「スポンサードサーチ」 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」)
ビジネスサービス	CRM関連、メディア関連等
パーソナルサービス	サイト制作関連等

コマース事業

広告	ディスプレイ広告(「プレミアム広告」)
ビジネスサービス	「ASKUL」、決済関連、アフィリエイト関連、予約関連、「ヤフオク!」法人向けシステム利用料、 「Yahoo!不動産」、不動産関連、銀行業関連、クレジットカード関連等
パーソナルサービス	「LOHACO」、「Yahoo!プレミアム」、「ヤフオク!」個人向けシステム利用料、クレジットカード関連、 電子書籍関連、通信キャリア関連、決済関連、ペット用品関連、銀行業関連、FX関連等
その他	銀行業関連

その他

広告	ディスプレイ広告(「プレミアム広告」)
ビジネスサービス	データセンター関連、「Yahoo!ウェブホスティング」、公金決済関連等
パーソナルサービス	「Yahoo!メール」、「Yahoo!アドレスブック」、公金決済関連等

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	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	トップページ *1		
			ビデオ		視聴課金 (運用型)*2	
		「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」	「Yahoo! ショッピング」 出店ストア	
「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)

2018年3月末時点

代表取締役社長 / CEO

副社長 / COO

マーケティング &
コミュニケーション本部

IDサービス統括本部(515)

メディア
グループ

メディアカンパニー(786)

マーケティングソリューションズ
カンパニー(1,225)

コマース
グループ

ショッピングカンパニー
(718)

ヤフオク!カンパニー(298)

パーソナルサービス
カンパニー(185)

決済金融カンパニー(290)

CTO
(Chief Technology Officer)

クリエイター人財戦略室

システム統括本部
(592)

データ&サイエンスソリューション
統括本部(397)

社長室

CDO
(Chief Data Officer)

内部監査室

副社長 / CFO

コーポレートグループ

SR推進統括本部

CISO (Chief Information
Security Officer)

CSO
(Chief Strategy Officer)

取締役会

監査等委員会

注:()内は従業員数

主な連結子会社および持分法適用会社

2018年3月末時点

● 主な連結子会社

- ◆ アスクル(株)
- ◆ (株)一休
- ◆ (株)カービュー
- ◆ (株)クラシファイド
- ◆ (株)ジャパンネット銀行 **NEW!**
- ◆ ダイナテック(株)
- ◆ パスレボ(株)
- ◆ ワイジェイFX(株)
- ◆ YJキャピタル(株)
- ◆ ワイズ・スポーツ(株)
- ◆ (株)イーブックイニシアティブジャパン
- ◆ (株)エコ配
- ◆ (株)GYAO
- ◆ シナジーマーケティング(株)
- ◆ Zコーポレーション(株) **NEW!**
- ◆ (株)ネットラスト
- ◆ バリューコマース(株)
- ◆ ワイジェイカード(株)
- ◆ ワイズ・インシュアランス(株)

● 主な持分法適用会社

- ◆ アストマックス投信投資顧問(株)
- ◆ ソニー不動産(株)
- ◆ ブックオフコーポレーション(株)
- ◆ CRITEO(株)
- ◆ BuzzFeed Japan(株)

Y!