



ヤフー株式会社

成長戦略

2016年6月21日

宮坂 学

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28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。

**当社は2014年度第1四半期より国際会計基準(IFRS)を適用しています。(移行日:2013年4月1日)
2013年度についてもIFRSに準拠して表示しています。**

皆様のご支援を賜り、創業20周年



国内インターネット利用者へのリーチ（視聴率）

パソコン: 80.5 %^{*1}

スマートフォン: 91.4 %^{*2}



*1 出典: Nielsen NetView 2016年4月データ、ブランドレベル、家庭と職場からのPCによるアクセス（インターネットアプリは含まない）

*2 出典: Nielsen MobileNetView 2016年4月データ、ブランドレベル（アプリを含む）

多くのNo.1サービスを創出



注: Nielsen NetView, Nielsen MobileNetView 2016年4月データにおいて、パソコン・スマートフォン・アプリの各サブカテゴリレポートのいずれかで利用者数がNo.1である主なサービス

本資料・データの無断転用はご遠慮ください

20年間の主な軌跡

広告	プレミアム 広告	検索連動型 広告	Yahoo!ディスプレイ アドネットワーク (YDN)	インフィード 広告
eコマース	Yahoo!ショッピング Yahoo!オークション		LOHACO eコマース新戦略導入	
決済 金融		Yahoo!ウォレット		ワイジェイカード
会員		Yahoo! BB Yahoo!プレミアム		プレミアムGYAO!

1996年
サービス開始

2000

2005

2010

2015年

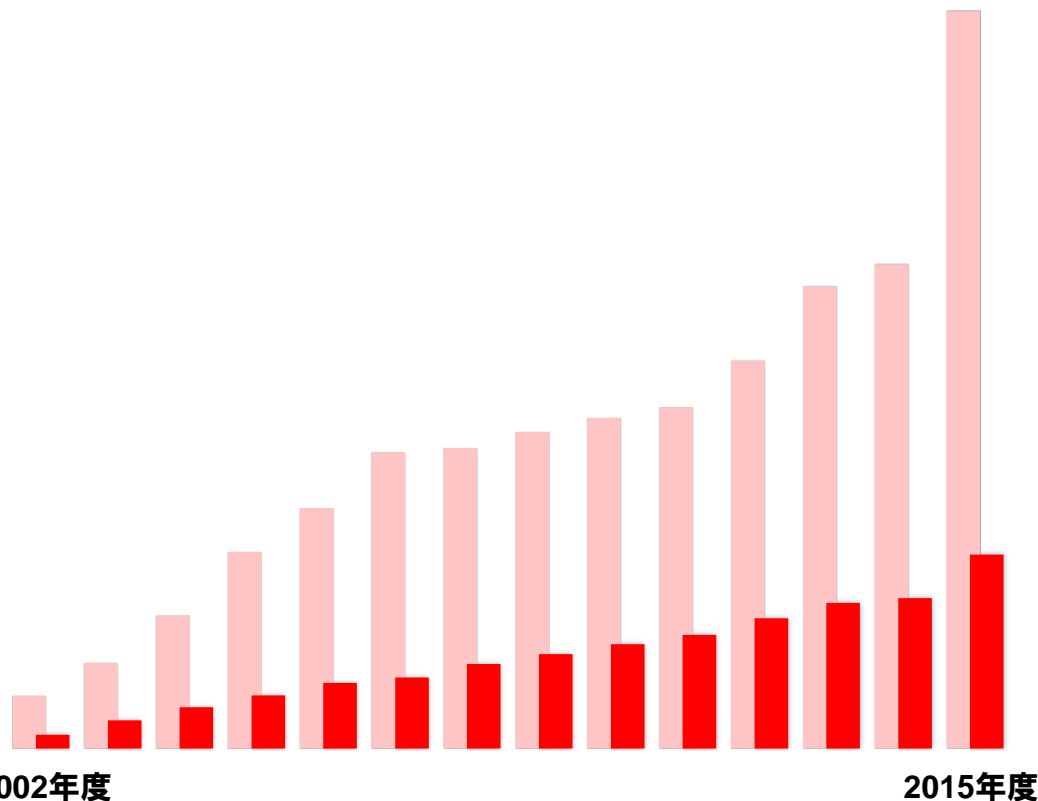
ミッション

情報技術で人々や社会の課題を解決する



業績報告

サービス開始以来、19期連続 増収増益を達成

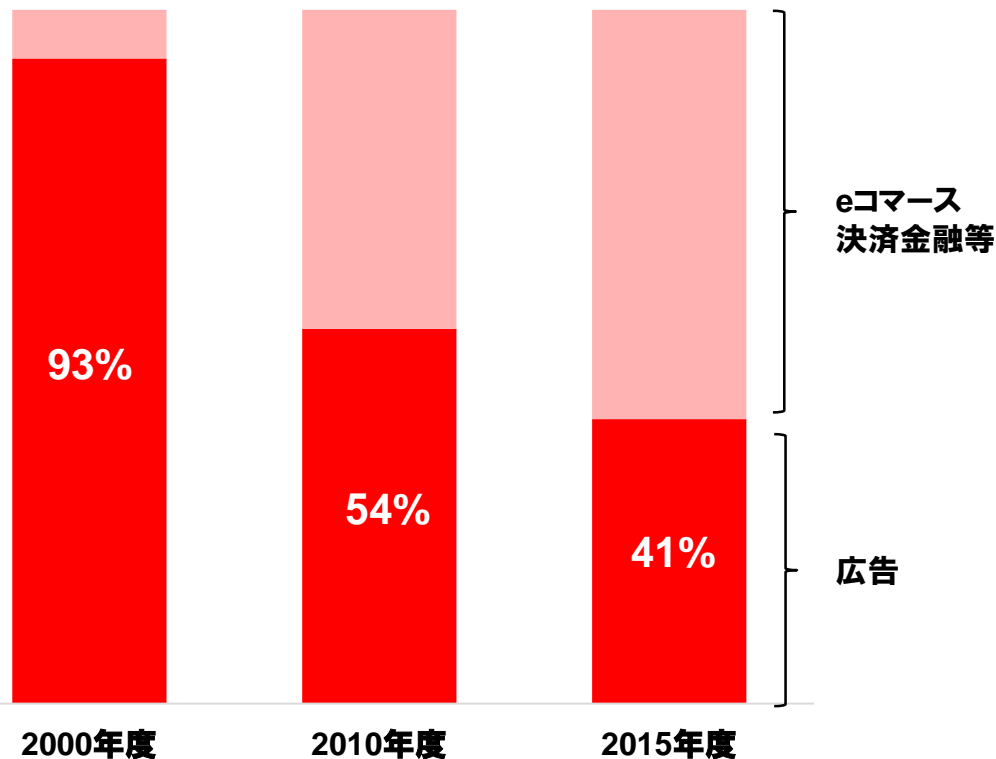


売上高
6,523億円

当期利益*
1,716億円

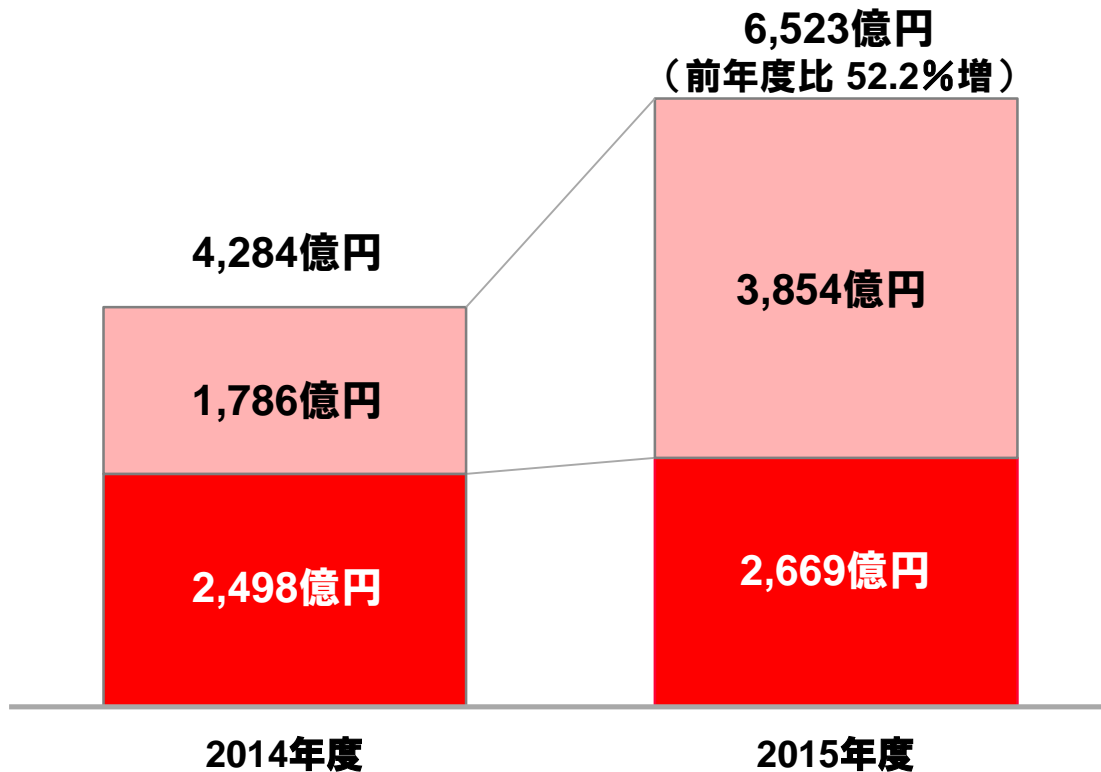
* 親会社の所有者に帰属する当期利益

売上高構成比の変化



広告中心の
事業モデルから、
事業を多角化

通期売上高 前年度比



eコマース関連、決済金融等

前年度比 2.2倍

広告関連

前年度比 6.8%増

事業環境の変化

インターネット利用環境の変化

利用端末・利用シーンの多様化



パソコン中心の利用



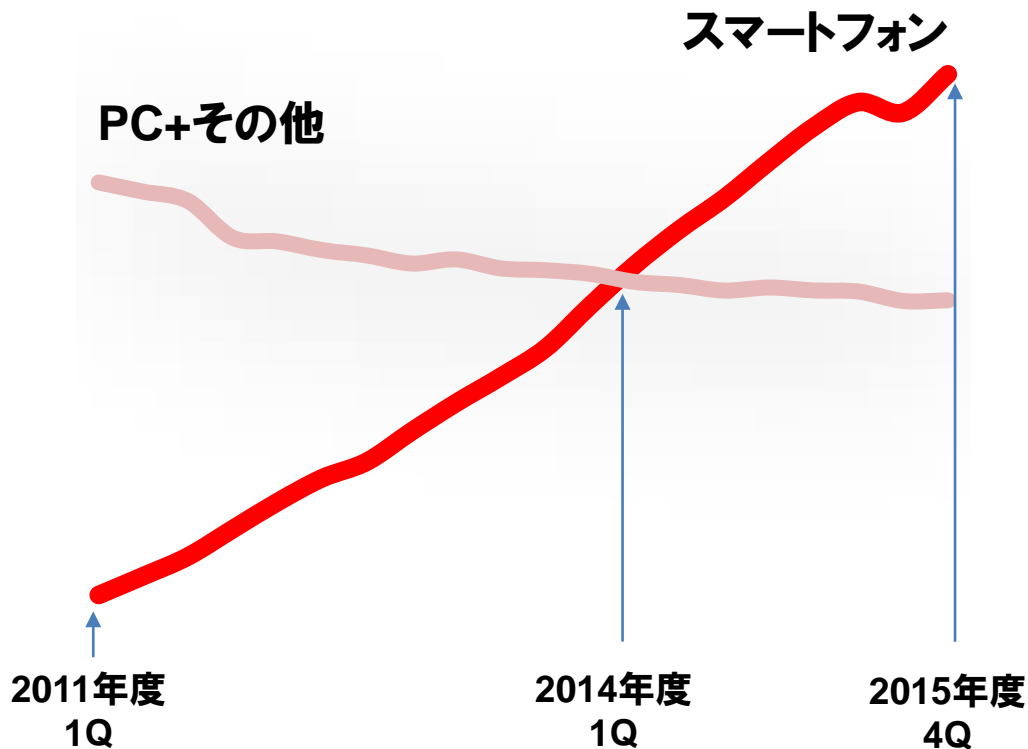
マルチデバイスによる利用

競合環境の変化

一強時代から、多種アプリ乱立時代へ



スマートフォンシフト



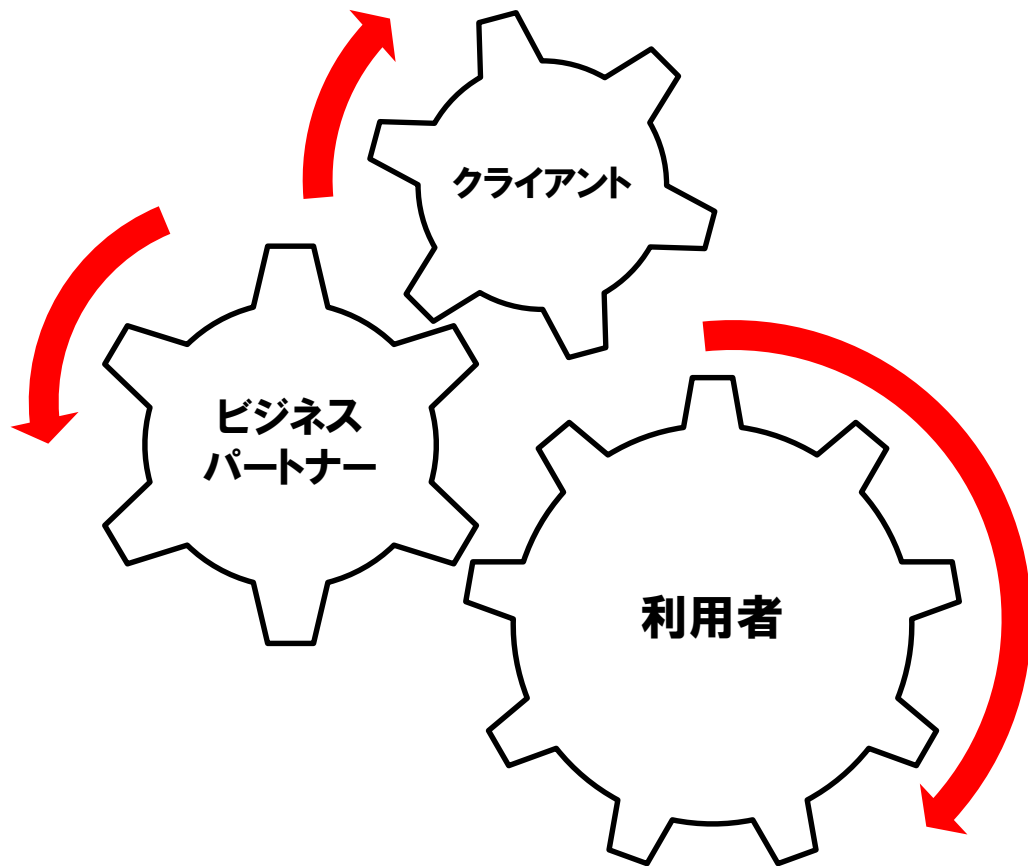
スマートフォンからの
利用割合*が
継続的に上昇
2015年度第4四半期

60% 以上

* Yahoo! JAPANサービスを閲覧するために利用されたブラウザ総数におけるスマートフォン経由比率。
スマートフォンにおいてはブラウザとアプリの両方を通じて閲覧した場合は重複カウントしています。

Yahoo! JAPANの強み

成長を支える利用者・顧客基盤



**Yahoo! JAPANの
磐石な基盤**

利用者

圧倒的な利用者数によるサービス利用

月間利用ブラウザ数:	約8,800万	*1
月間アクティブユーザーID数:	約3,300万	*2
プレミアム会員数:	約1,100万	

*1 Yahoo! JAPANを閲覧するために利用されたブラウザ数。スマートフォンにおいてブラウザとアプリの両方を通じて閲覧した場合は重複カウントしています。

*2 ログインしたYahoo! JAPAN ID数

ビジネスパートナー

ビジネスパートナーとの強固な関係によるサービス提供

ニュース提供社数: **約 200社**

広告正規代理店数: **約 1,000社**

クライアント

大手から中小・個人まで裾野の広い顧客層

出店者数： 約 120万 ^{*1}

広告主数： 約 10万

宿泊・飲食予約施設数： 約 4万 ^{*2}

*1 Yahoo! ショッピングの個人出店者、ヤフオク!の個人出品者を含む。

*2 Yahoo!トラベル、Yahoo!飲食予約、(株)一休を含む。

Yahoo! JAPANの事業領域

3本の事業の柱

今後成長が望める肥沃な土壌



広告関連



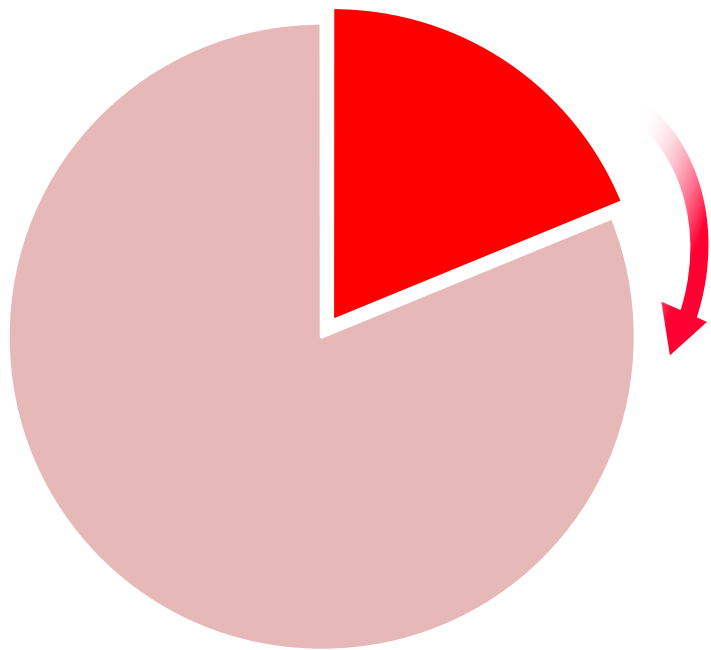
eコマース
関連



決済金融
関連

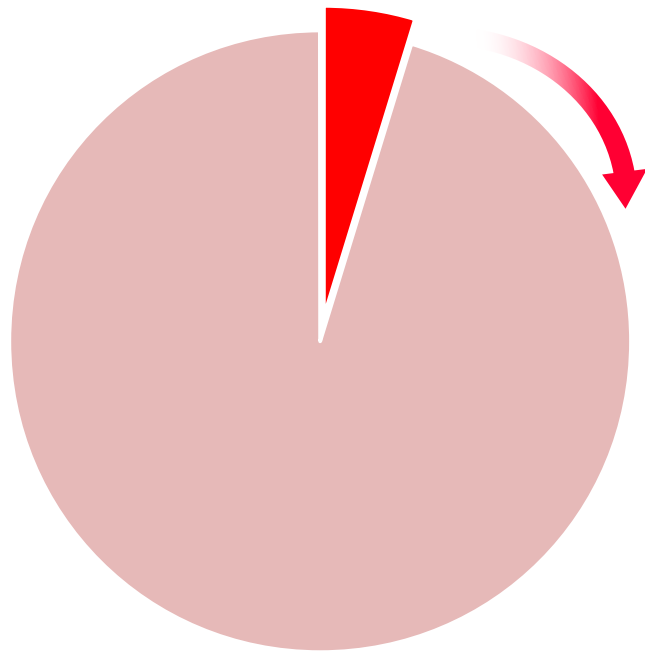
プレミアム会員

インターネット広告市場の成長ポテンシャル



広告市場における
インターネット広告費
構成比率
19%

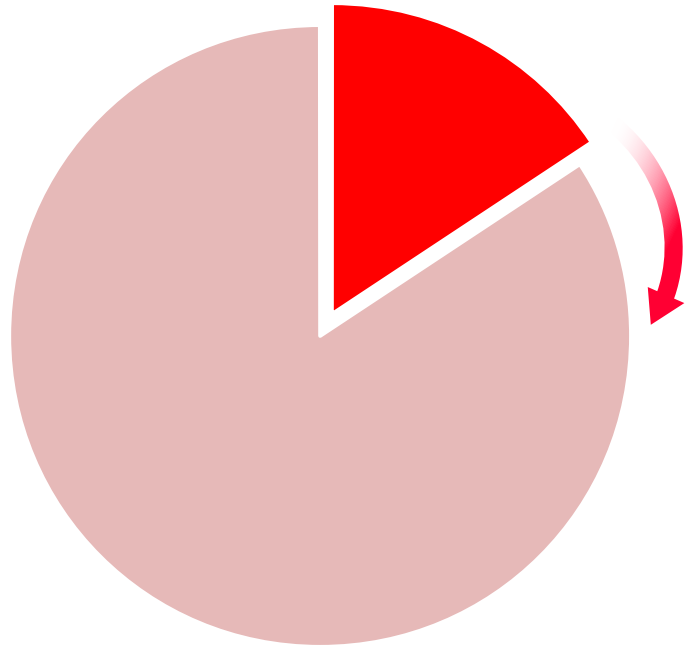
eコマース市場の成長ポテンシャル



小売市場(物販)における
eコマース化率

5%

電子決済の成長ポテンシャル



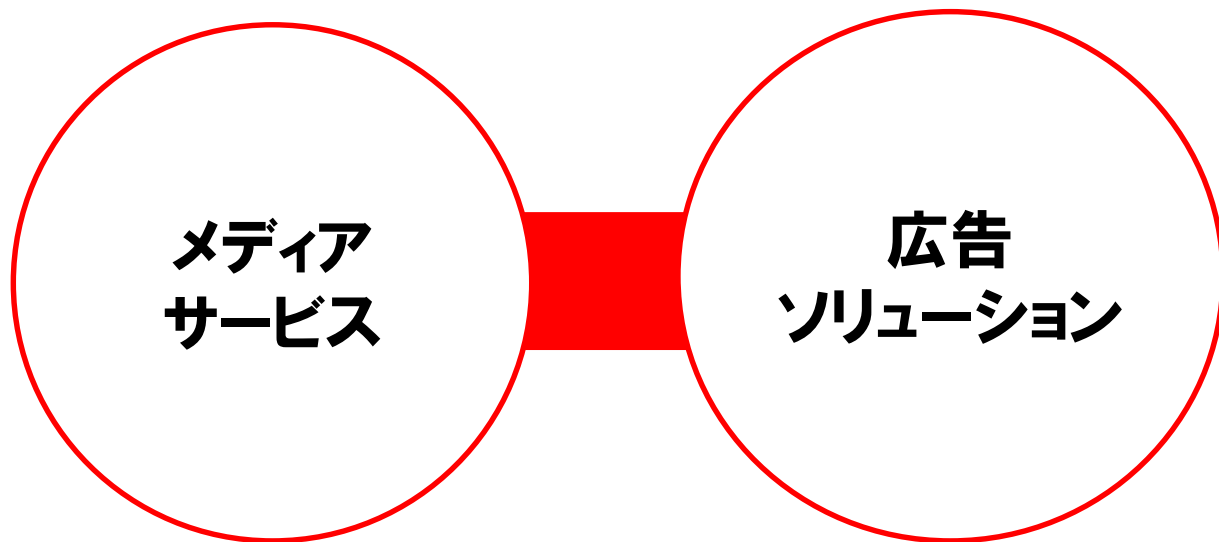
家計支出における
クレジットカード
利用率

16%

主要事業の取り組み

広告関連事業 成長戦略

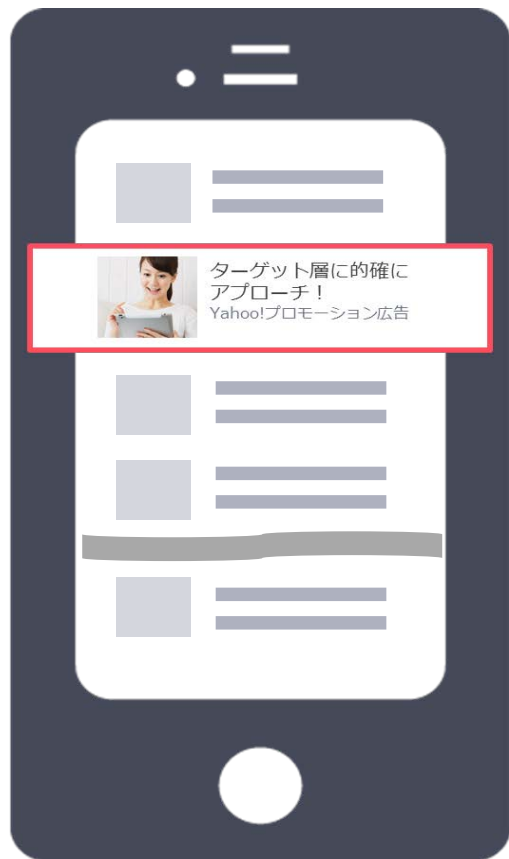
スマートフォンに最適化した
メディアサービスと広告ソリューションの融合により
利用者体験と収益力を向上



広告関連事業における取り組み

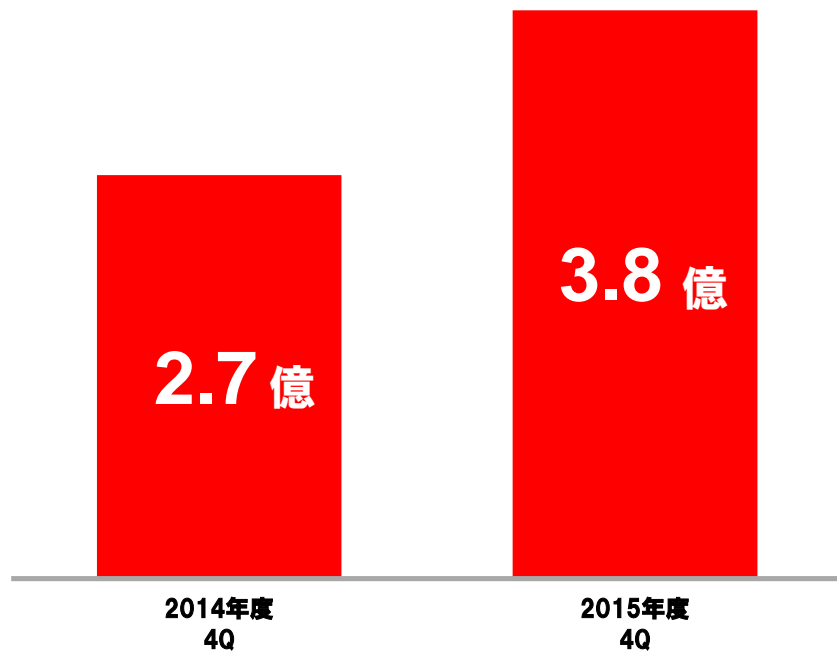
1. スマートフォン版トップページの刷新
タイムライン化とインフィード広告の配信
2. スマートフォンアプリの利用促進
3. 映像配信サービスの利用促進

1. スマートフォン版トップページの刷新



- スマートフォン版トップページ等
タイムライン化
- YDN等(インフィード広告)
売上高の拡大

2. スマートフォンアプリの利用促進



アプリ累計ダウンロード数^{*}
(ゲームアプリケーションを除く)

2年連続

No.1

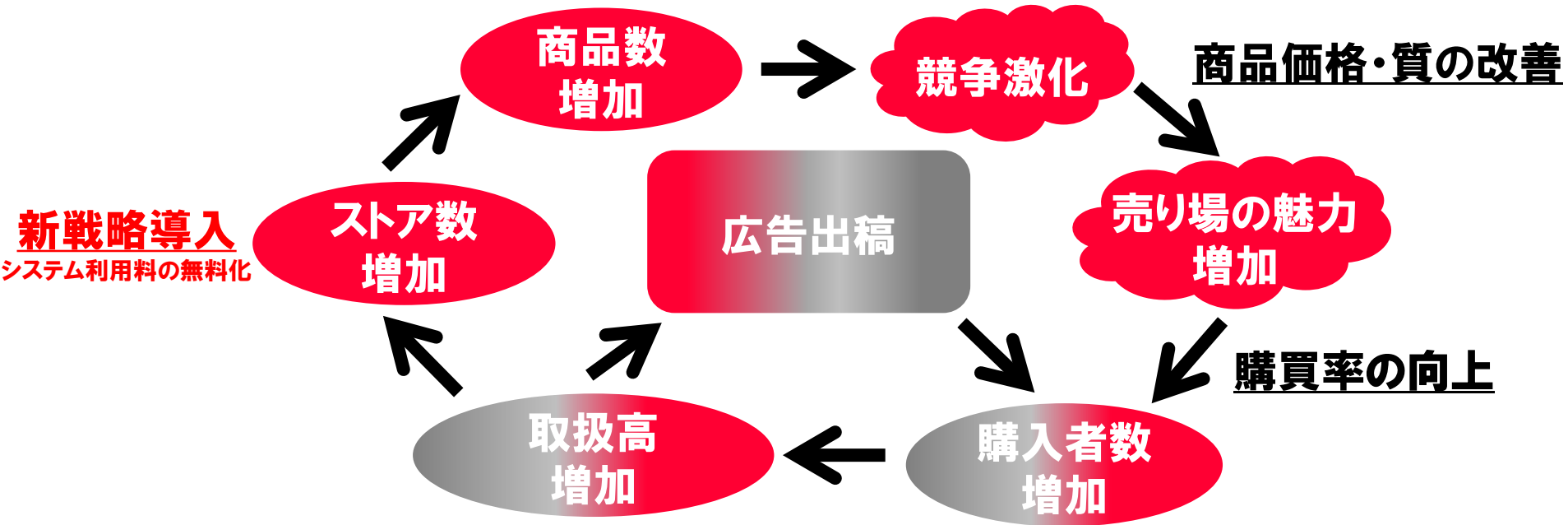
* Yahoo! JAPANが提供するiOSとAndroidアプリケーションの合計
出典: App Annie 2015年アプリ市場総括レポート

3. 映像配信サービスの利用促進

ビデオ広告の需要拡大を見据え、GYAO!のサービスを拡張

サービス名称	サービスの特徴	
GYAO!	無料	広告モデル
GYAO!ストア	都度課金	作品ごとに 都度購入
プレミアムGYAO!	月額	限定動画が 見放題

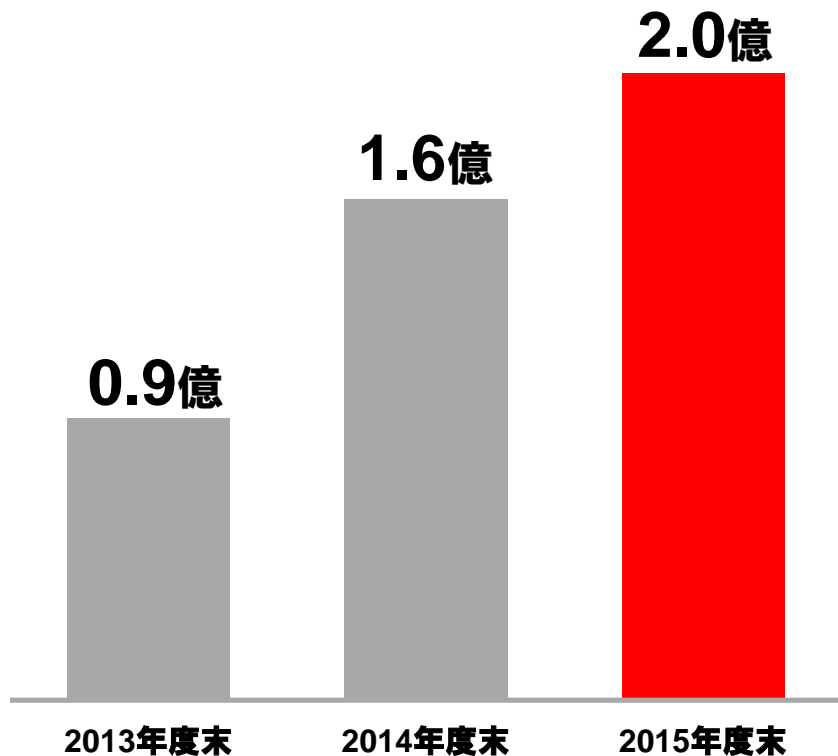
ショッピング事業 成長戦略



eコマース関連事業における取り組み

1. ショッピング商品数の増加
2. ショッピング事業取扱高の伸長
3. ショッピング広告売上高の拡大
4. プレミアム会員との連携

1. ショッピング商品数の増加



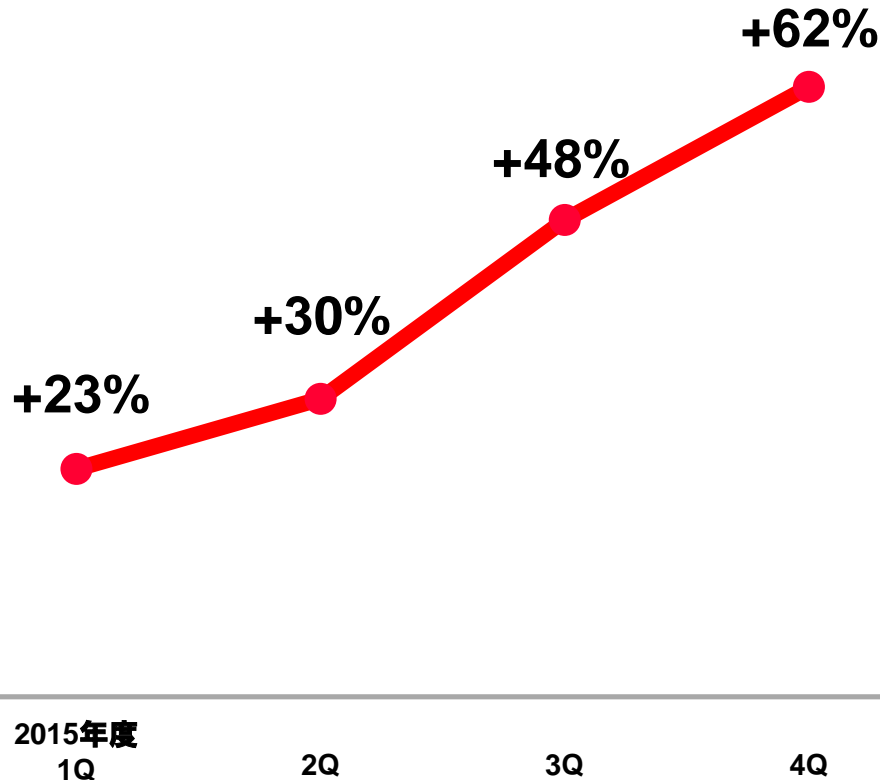
ストア数に続き

**国内
最大級***

注: 「Yahoo!ショッピング」の商品数です。

* Yahoo! JAPAN調べ

2. ショッピング事業取扱高の伸長



市場を上回る成長率

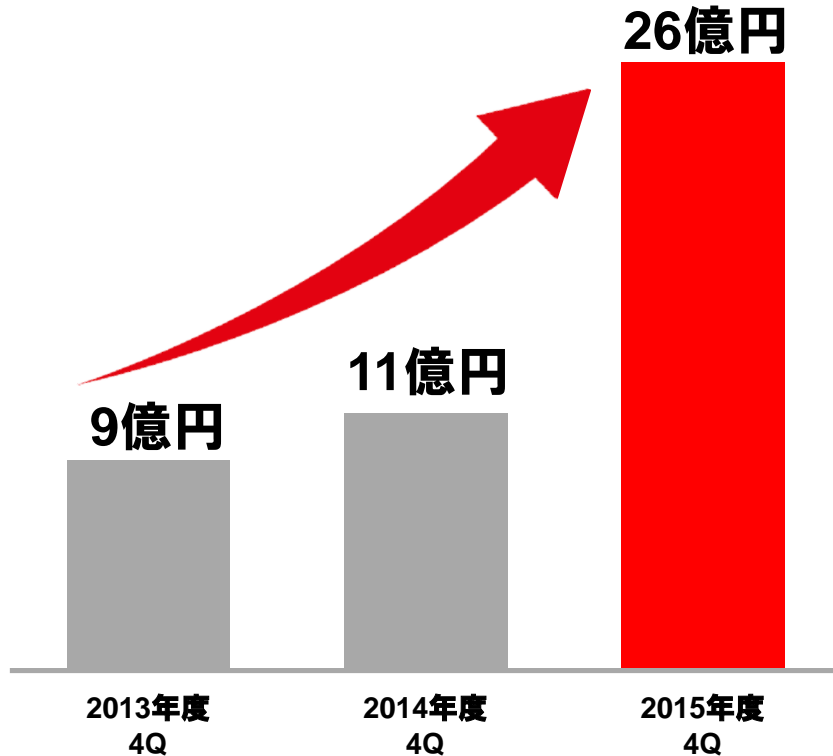
前年同四半期比

62%増

注:「Yahoo!ショッピング」、「LOHACO」の取扱高です。

「LOHACO」は、アスクル(株)におけるLOHACO事業の売上高(取扱高、20日締め)です。

3. ショッピング広告売上高の拡大



前年同四半期比

2.3倍

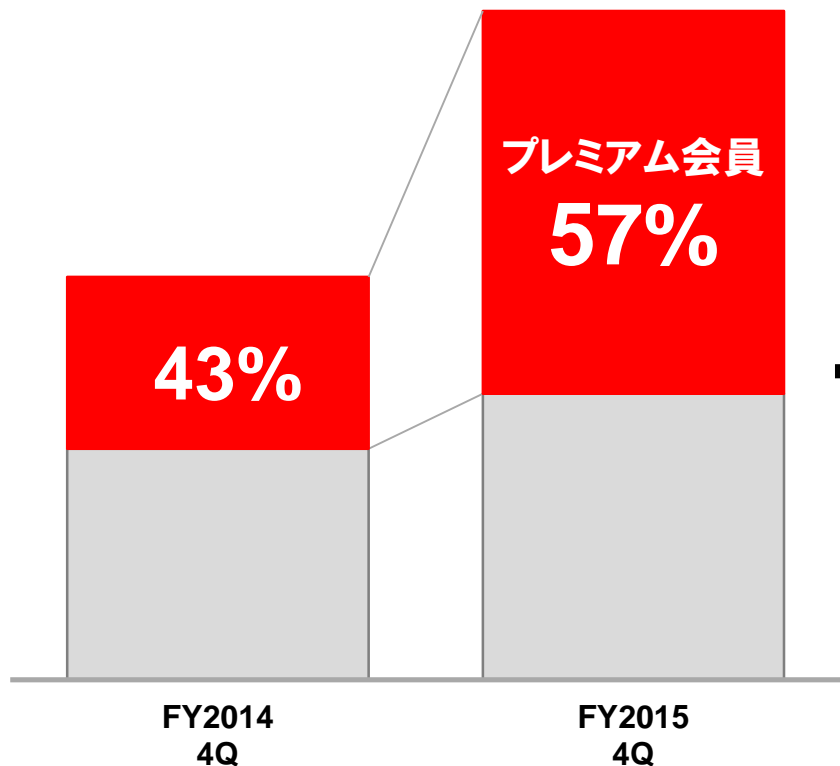
注: ヤフー(株)単体におけるショッピング広告売上高、バリューコマース(株)が「Yahoo!ショッピング」出店ストアに販売している「Yahoo!ショッピング」の広告商品「ストアマッチ」等の売上高、「Yahoo!ショッピング」出店ストアが出稿している検索連動型広告、YDN等の売上高の合計値です。

4-1. プレミアム会員との連携

プレミアム会員が橋渡し役となり、
メディアサービス利用者をベースにeコマース利用者を拡大



4-2. プレミアム会員のショッピング利用



ショッピング取扱高
に占める
プレミアム会員購買額
が増加

注:「Yahoo!ショッピング」における取扱高です。

決済金融関連事業 成長戦略

eコマース関連取扱高

Yahoo!ウォレット等
自社グループ決済サービス

ワイジェイカード等
インハウス決済*

eコマース事業の
成長に連動し、
決済のインハウス
利用を推進

*ワイジェイカード(株)、(株)ジャパンネット銀行、Tポイント等の利用を含んでいます。

決済金融関連事業における取り組み

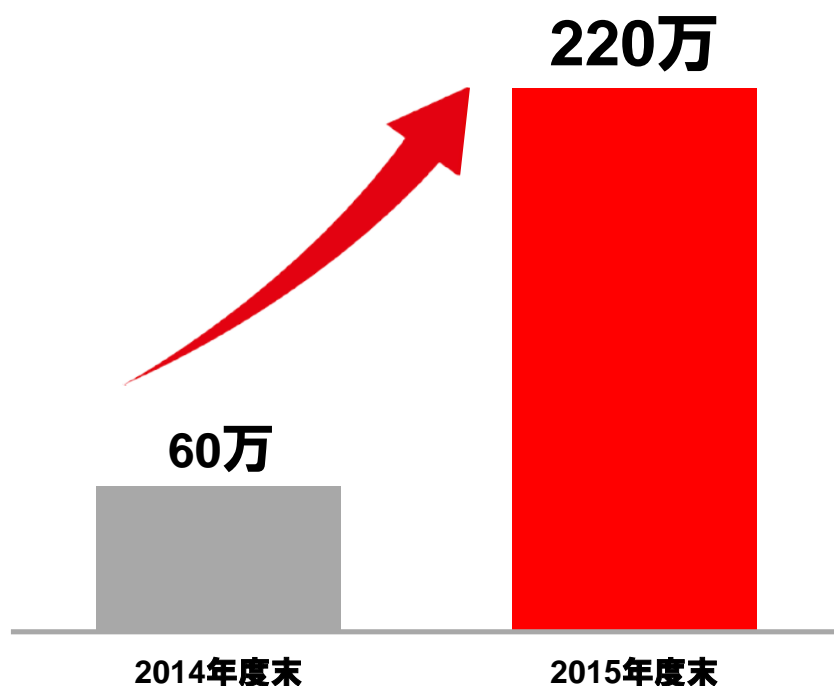
1. クレジットカード会員数の増加

2. クレジットカード取扱高の拡大

3. 決済機能の拡大

電子マネー「Yahoo!マネー」の提供

1. クレジットカード会員数の増加

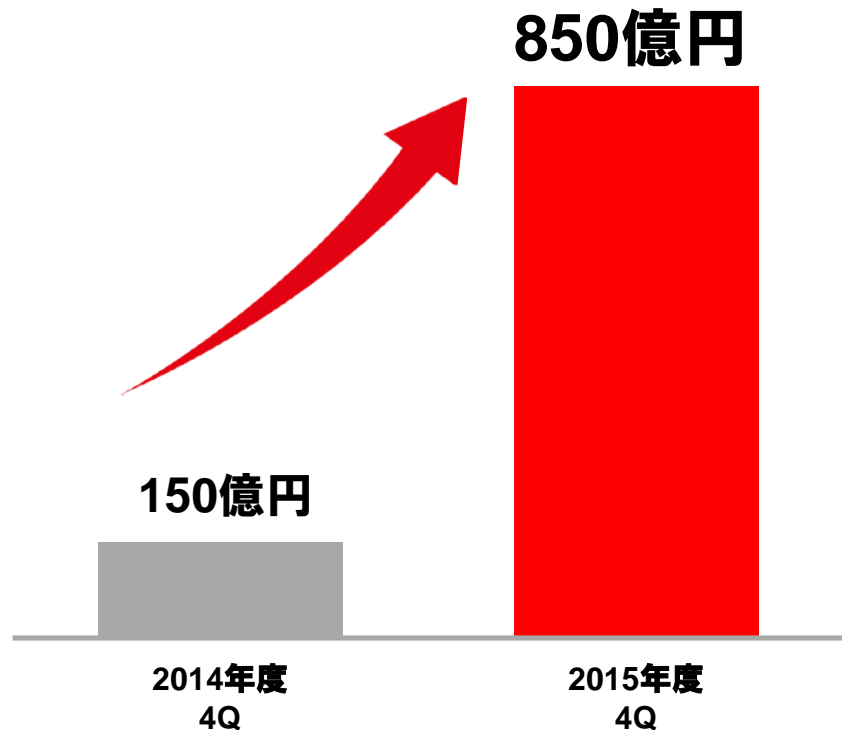


稼働率を重視しながら
会員数を拡大

前年度比

3.7倍

2. クレジットカード取扱高の拡大



会員数の増加にともない
取扱高が増加

前年同四半期比

5.7倍

注: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)」会員の取扱高を含んでいます。

3. 決済機能の拡大



電子マネーサービス
「Yahoo!マネー」

提供開始

(2016年5月)

**中長期的な
収益成長に向けて**

目指す姿

1. **日本のインターネット利用者を最も良く理解する会社**
2. **ビッグデータを活用して社会の課題を解決する会社**
3. **安全・安心なインターネット利用環境を提供する会社**

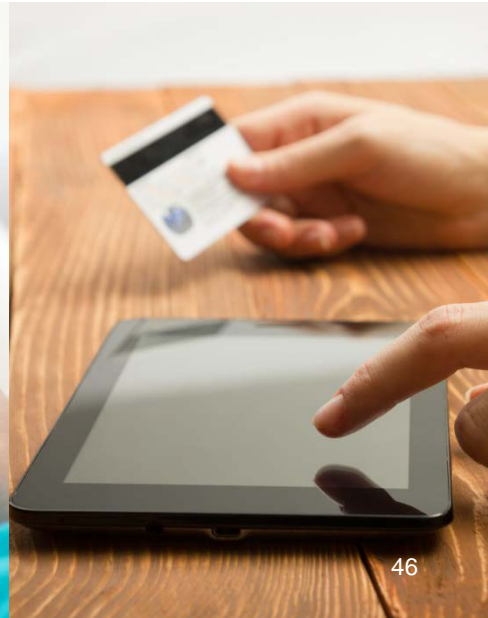
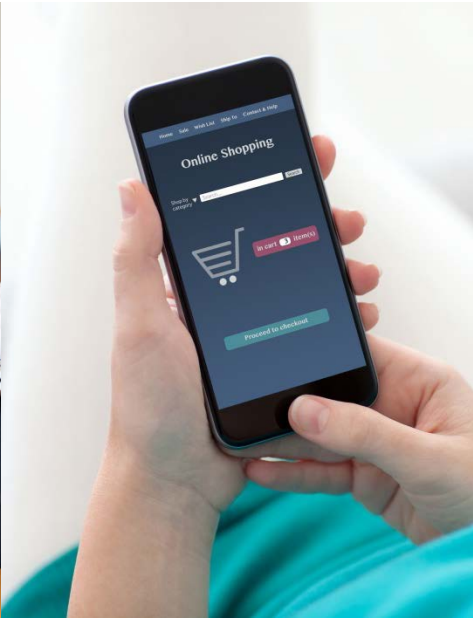
1. 日本のインターネット利用者を最も良く理解する会社

メディア
サービス

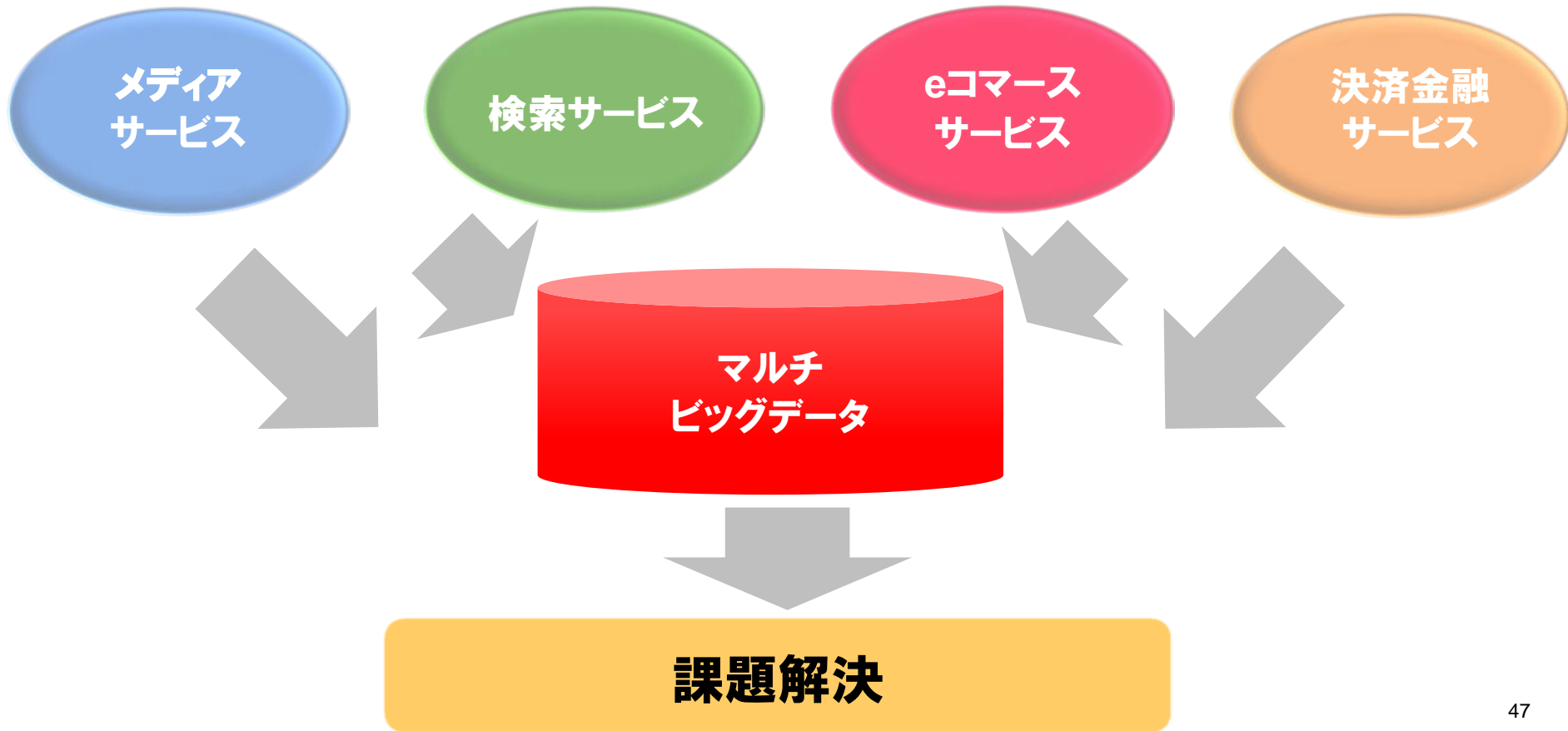
検索サービス

eコマース
サービス

決済金融
サービス



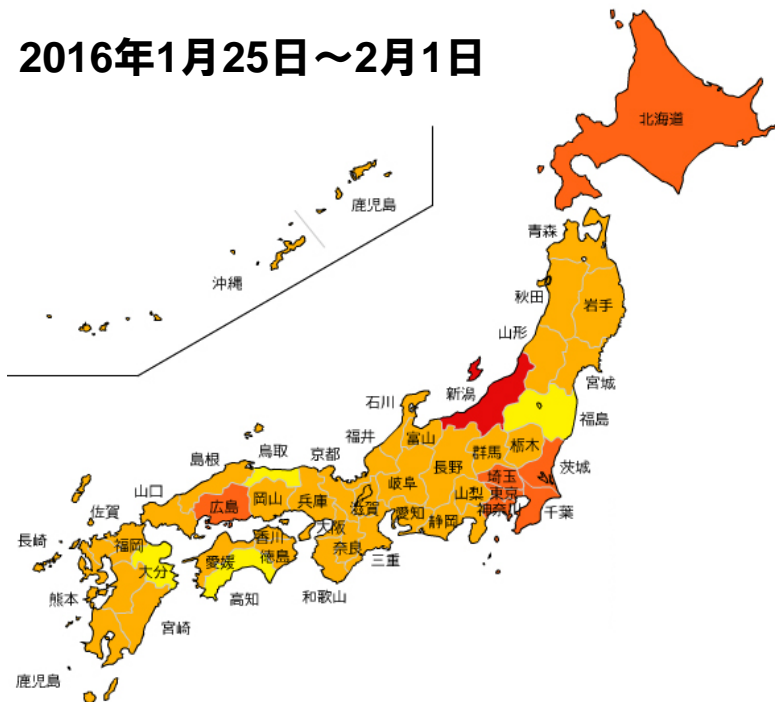
2-1. ビッグデータを活用して社会の課題を解決する会社



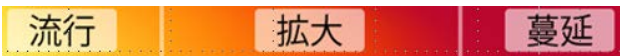
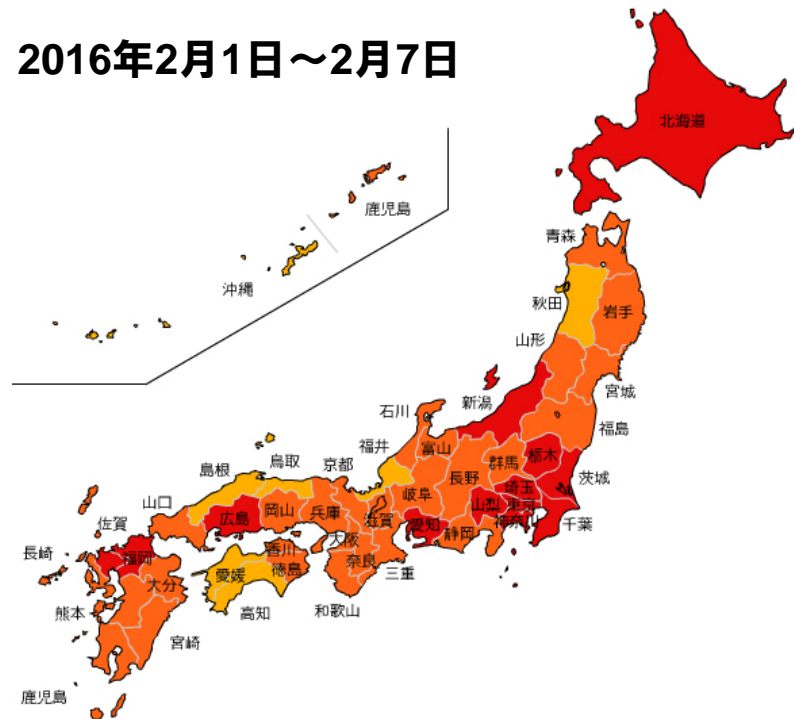
2-2. ビッグデータレポート（例）

検索データからインフルエンザの流行を予測

2016年1月25日～2月1日



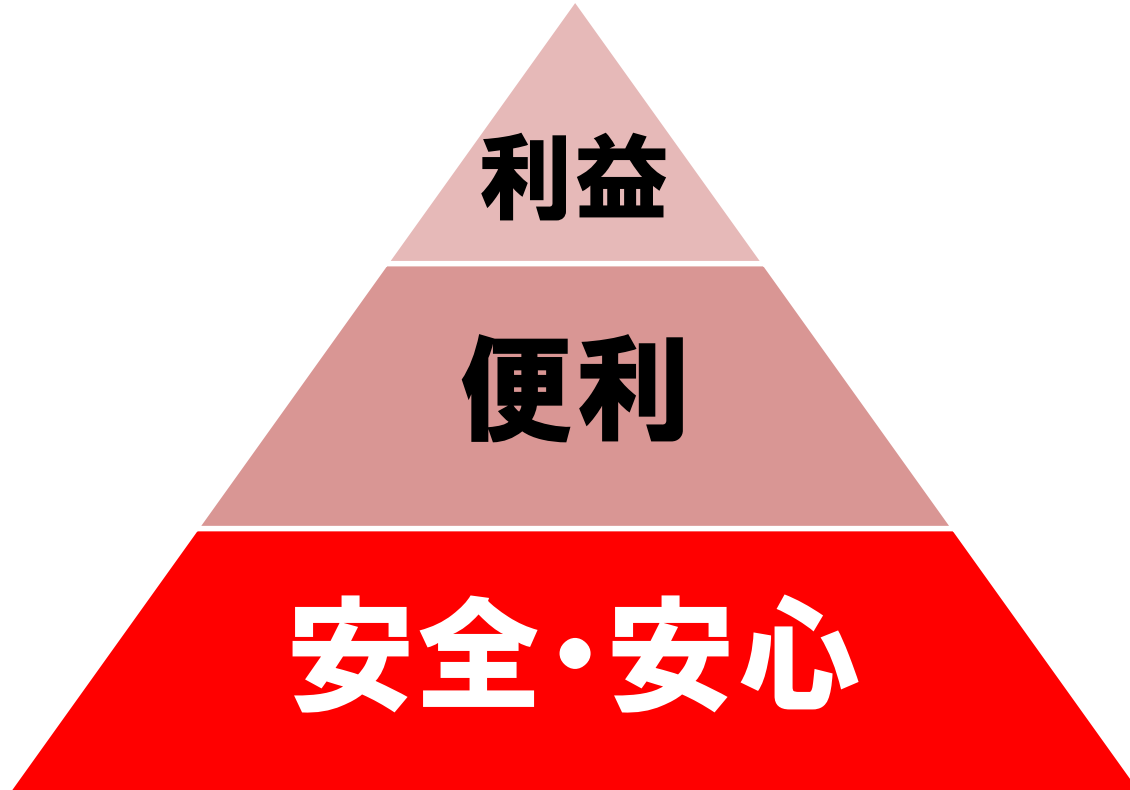
2016年2月1日～2月7日



3-1. 安全・安心なインターネット利用環境を提供する会社

- **利用者・顧客の情報を保護**
- **厳格な広告審査基準・体制**
- **インターネットに関する政府や公的機関との協働**
- **出店時の審査と不正出品のパトロール**

3-2. 安全・安心が基盤



社会貢献を通じた 課題解決

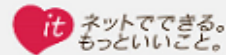
熊本地震災害への貢献



熊本地震災害緊急支援募金 Emergency Fund Raising for the 2016 Kumamoto Earthquakes

あなたの寄付と同額をYahoo! JAPANが寄付します
マッチング寄付には上限がございます(上限金額2,000万円)

Yahoo! JAPAN will make a donation equal to the amount you donate
(Upper limit for Yahoo! JAPAN's donation matching your donation is 20 million yen)



■ Yahoo!基金 熊本地震災害緊急支援募金

寄付総額
寄付人数

493,473,859円
551,047人

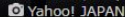
※6月16日時点

震災直後の被災地での活動を初めて実施

キーワードを入力 ニュース

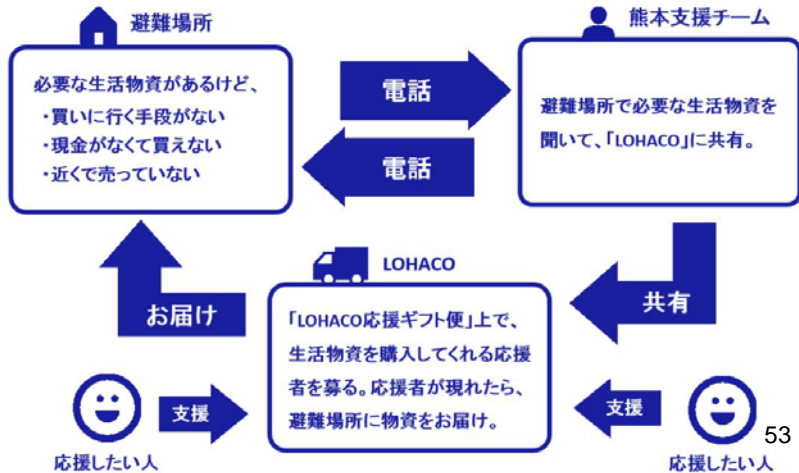
トップ 速報 写真 映像 雑誌 個人 ビジネス 特集 意識調査 ランキング

【熊本地震】震度7の益城町、把握しにくい「避難場所」を歩く

最終更新時間：5/2 0:35


▼ キーポイント

- 現地では避難所以外で、自治体が把握できない「避難場所」が多い
- そのため必要とする人に支援物資を届けるのが困難になっている
- 「避難場所データベース」の作成など避難場所を把握する新たな取り組みが始まっている



本社移転

東京ガーデンテラス紀尾井町



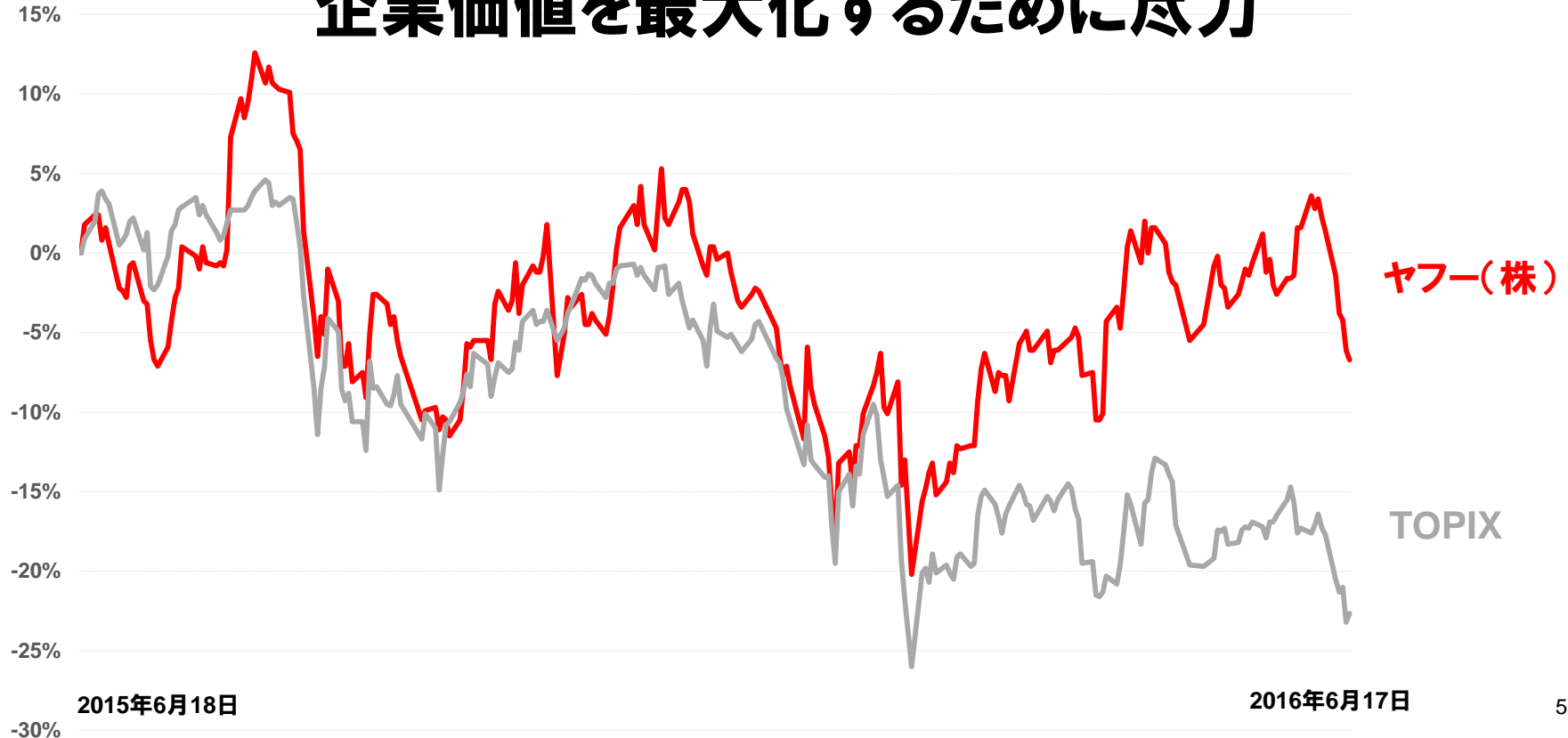
**東京都千代田区
紀尾井町**

2016年9月移転完了予定

株主還元

1年間の株価推移

企業価値を最大化するために尽力

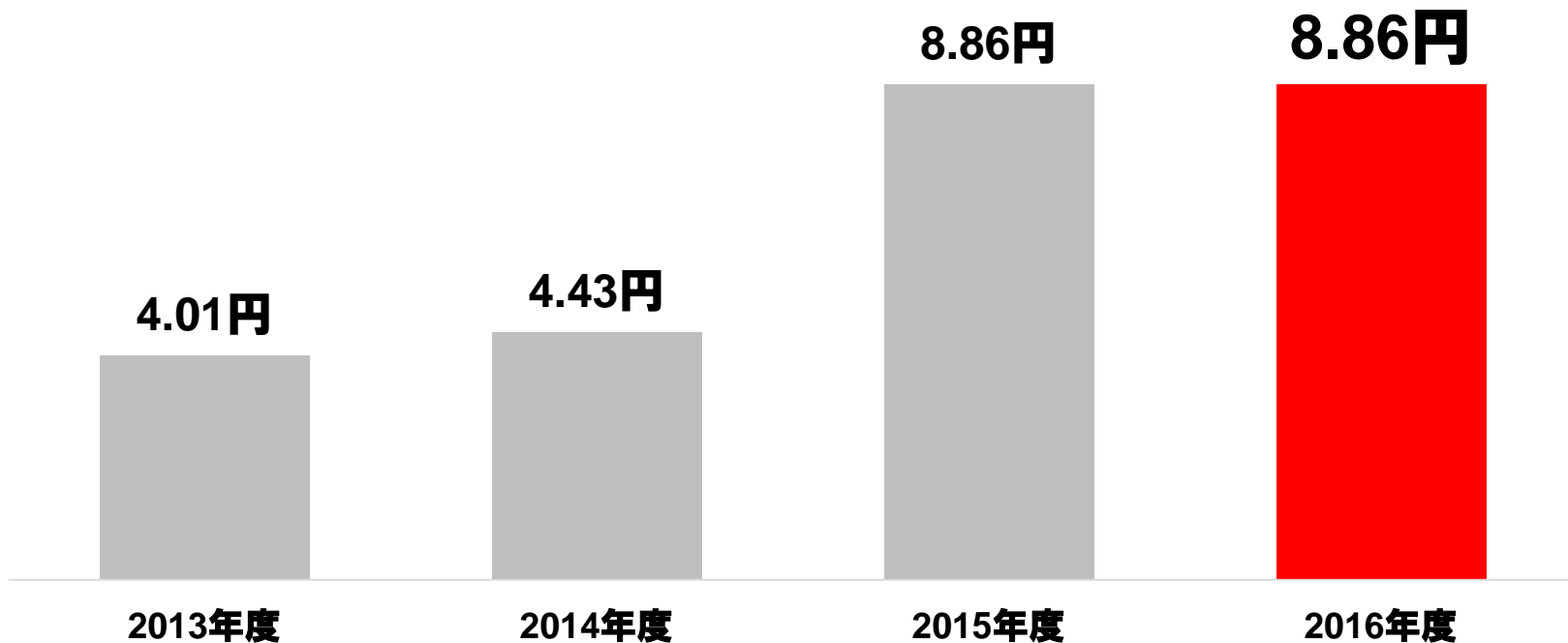


2015年6月18日

2016年6月17日

期末配当金

将来の成長のための投資を継続しながら、利益を還元



これからの20年に向けて

UPDATE



UPDATE

JAPAN

引き続きご支援をお願い申し上げます。

