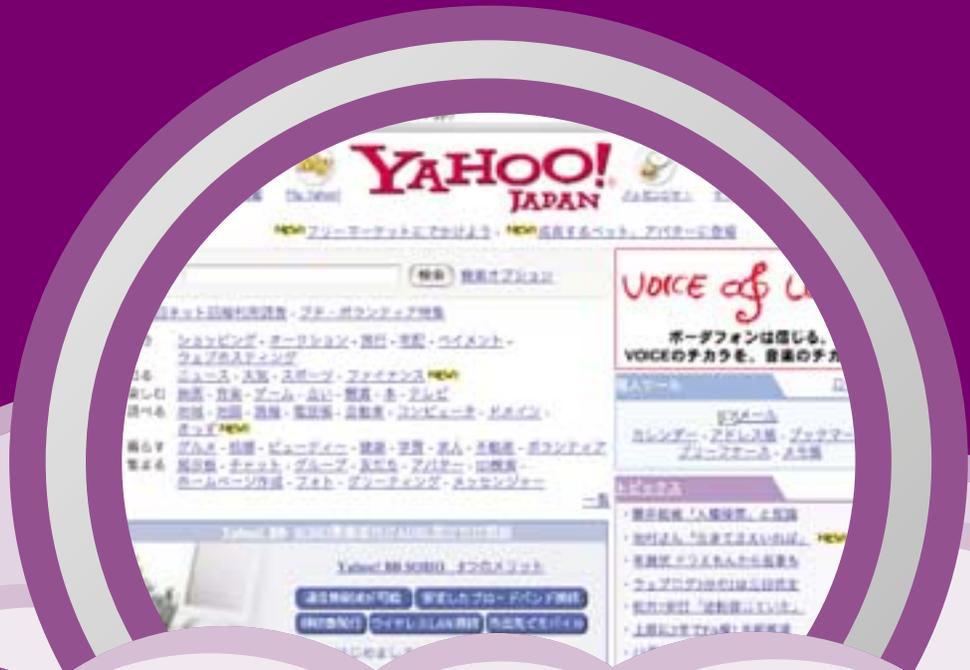


YAHOO!  
JAPAN



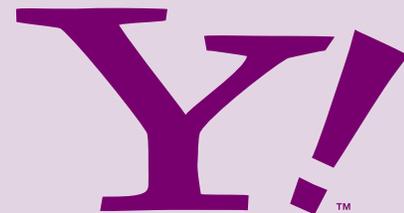
Y!<sup>TM</sup>

ヤフー株式会社  
株主通信  
'03 4/1 - 9/30  
VOL. 7

# YAHOO!

【名:ヤフー】米国スタンフォード大学の学生だったジェリー・ヤン( Jerry Yang )とデビッド・ファイロ( David Filo )が始めたインターネット検索サービス。ユーザーからの大きな支持を得て1995年に法人化。現在は、検索サービスにとどまらずインターネット上であらゆるサービスを提供しており、ユーザーにとってはなくてはならない存在に。Yahoo!という名前は、“ Yet Another Hierarchical Officious Oracle ”(もう一つの階層的で非公式な神託)の略だといわれていますが、ジェリーとデビッドの二人は自らを「ならず者」( yahoo )と称し、この名前を選んだと主張しています。

【語源】Yahooの語源は、スウィフトの「ガリバー旅行記」に登場する野蛮人の名前から。Yahooは、理性を持った馬に飼われる、人の形をした「野蛮の象徴」として風刺的に描かれています。



# 株主通信 VOL.7

2003年4/1~9/30

## 目次

株主の皆様へ	2
YAHOO! JAPANの事業部紹介	8
注目のサービス紹介	10
注目のサービス紹介	12
最新トピックス	14
連結貸借対照表	16
連結損益計算書	18
事業部別損益	20
連結キャッシュ・フロー計算書	21
社員インタビュー	22
YAHOO! 株主優待のご案内	24
YAHOO! Q&A	25
株式情報	26
会社沿革・会社概要	28
株主メモ	29
VOL.6アンケート結果のご報告	29



# 株主の皆様へ

## はじめに

株主の皆様には、平素から格別のご高配を賜り、誠にありがとうございます。  
ヤフー株式会社は2003年10月28日に東京証券取引所市場第一部に上場いたしました。これもひとえに皆様のご支援の賜物と厚く御礼申し上げます。  
当社は今後もグループ会社と共に、広告事業、オークション事業、コマース事業、Yahoo! BB事業等の既存事業を拡大していくだけではなく、新たな事業の柱を育成し、インターネット市場の拡大と共に成長し続けていく所存であります。  
株主の皆様には今後ともより一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

## 東証一部上場!

— 東証一部への上場を果たされましたが、現在のお気持ちは？

**井上** おかげさまで、東証一部への上場を果たすことができました。ありがとうございます。東証一部に上場するための審査基準はとても厳しいわけですから、その審査を通るまでに会社が成長できたということで、たいへんうれしく思っています。

— 東証一部上場をめざした理由とは、なんだったのですか？

**井上** 1997年11月に株式を公開した当時から「次は東証へ」という気持ちはありました。また、JASDAQ市場の中でヤフー株の占めるウェイトが高くなり過ぎたことも理由の一つです。JASDAQ市場全体の動きが小さい時にヤフーの株価が大



ヤフー株式会社 代表取締役社長 井上雅博

きく上昇したりすると、投資家によっては、組み入れ比率を一定の範囲に保つため、ヤフー株を売らざるを得なくなることもあるようでした。東証一部上場によってこのような弊害はなくなるのではないのでしょうか。株主の皆様からも様々な意見を頂戴しておりまして、中にはJASDAQ市場の方がヤフーらしいというご意見もありましたが、東証一部上場銘柄として、より幅広い投資家の皆様から注目していただけるようになるのではないかと期待しています。

— 東証一部上場により、どのようなメリットが考えられますか？

**井上** まず、事業を拡大していくうえで、東証一部のほうが企業としての信頼度が増すという面があると思います。また、

人材確保の面では、優秀な人がより安心感を持ってヤフーに応募できるようになるのではないのでしょうか。社員の士気も高まり、よりよいサービスが提供できるようになっていくと期待しています。

## ブロードバンドの普及、 「Yahoo! BB」300万人突破!

——ページビューが1日6億、月間165億を達成したそうですが、伸びている理由は何ですか？

**井上** 一つは、単純にインターネットユーザー数が増えていること、また、ブロードバンドの普及によって一人あたりのインターネットの利用時間が長くなり、さらに、高速になったことで一定時間に見ることのできるページ数も多くなったことだと思います。

——ブロードバンドの普及が進んだことで、インターネットはどのように変化してきているのでしょうか？

**井上** まず、ユーザー層の変化が挙げられます。初めは、研究所や学校でしか使えなかったインターネットがオフィスに入ってきてビジネスマンが使い始め、それが、今度はブロードバンドによって家庭に入ってきた。それで、ユーザーも主婦や、子供、ご年配の方までというふうに拡大してきています。

それから、利用目的も変わってきます。ブロードバンド以前は、メールだけとか検索だけといったように使い道が限定

## ページビュー数推移

(単位：億ページビュー)

ページビュー数とは当グループの提供する各種サービスにおいてページが表示された回数をいいます。2002年6月以降のページビュー数は連結子会社の分を含んでいます。



的でしたが、ブロードバンドによって接続時間や料金を気にせず長い時間使えるようになりましたから、さまざまな商品やサービスの予約・購入、オークションへの参加、そして決済と、いろいろなことにインターネットが利用されるようになりました。インターネットは、今や生活必需品になりつつあると思います。

——ブロードバンドの普及は、ヤフーにとってどのようなメリットがあるのでしょうか？

**井上** ヤフーはいろいろなサービスを行っていて、全部で60以上のサービスがありますが、ユーザー一人ひとりがその中

からより多くのサービスを利用してくれるようになるでしょう。ブロードバンドの普及によってユーザー数が増え、ユーザー当たりの利用時間が長くなることは、インターネットを事業領域とするヤフーにとっていろんな面でメリットになってくると思います。

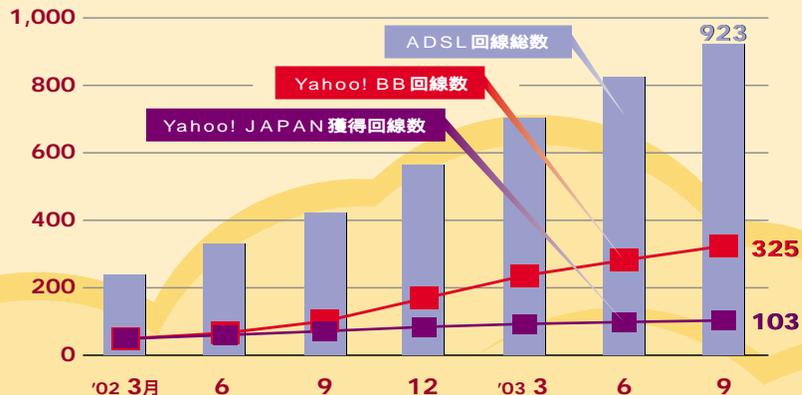
——「Yahoo! BB」の接続回線数が300万回線を突破したそうですが、今後の見通しはいかがですか？

**井上** 日本の総世帯数、つまり潜在的な市場は約4,700万世帯。それに対して、「Yahoo! BB」を含めたブロードバンドの普及は現在約1,200万世帯。ということは、まだ普及率は25%ぐらい。将来的な普及率が6～8割だと仮定すると、まだまだ市場は大きくなるはず。現在の「Yahoo! BB」のシェアは全体の1/3ぐらいですが、今後の本格的な普及期に向かってさらにシェアを拡大していきたいと思っています。

## DSL・「Yahoo! BB」加入回線数の推移

(単位：万回線)

総務省、当社資料による



## 成長の可能性にあふれる インターネット広告市場

——この上半期の広告売上はいかがでしたか？ また、今後の広告市場の見通しは？

**井上** 広告市場は依然厳しい状況が続きましたが、当グループの上半期の広告関連売上は前年同期比で54.7%増加し、四半期ベースでは、7四半期連続で増加しました。

日本の広告市場全体は約6兆円の市場ですが、その中でインターネット広告はまだ1千億円以下、2%にも満たない小さい市場です。まだまだ成長過程にあるこの市場を、大きくしていかなければなりません。

広告市場は、マス広告市場とセールスプロモーション市場の大きく2つに分類されます。インターネット広告はその両方に対応するものですが、後者の新しい手段として、去年の

秋から、スポンサーサイトという、広告料を払ったサイトが検索結果の上位に表示されるサービスが登場し、インターネット広告市場の成長をサポートするようになってきています。こうした新しい手法の登場で、今年はインターネット広告市場が1千億円を突破するのではないかと思います。

— その中でヤフーが広告売上を伸ばすためには？

**井上** 今の時代、広告費をあまり使っていない企業に新しく広告費を出していただくというのは大変難しいことです。それよりも、すでに他メディアに広告を出している企業にインターネット広告を出していただくほうが現実的でしょう。2兆円に上るテレビ広告市場を支えているのはナショナルクライアントが大半ですから、そうした企業にマス広告媒体としてのインターネットを認知していただく、また、高い効果が期待できるインターネット広告商品の開発も必要だと思います。これらがヤフーの広告戦略の基本であり、少しずつその成果が出てきたところだと思います。

## オークションも順調に拡大!

— オークションの出品数や取扱高はどのような状況ですか？

**井上** 出品数が初めて500万件を超えるなど、取扱高も含めて順調に伸びており、ひとつの大きなマーケットになっています。好調の理由として、ひとつは、買い手の大勢いるところに売り手が集まり、売り手の大勢いるところに買い手が



集まるという循環をうまく作れたということ。もうひとつは、オークションを通じてコミュニティ的な要素が生まれてそれがうまく機能し、売り手と買い手が仲良く楽しみながら市場を形成しているということがあると思います。

— 「Yahoo! オークション」でのトラブル対策は？

**井上** オークションでのトラブルは、事前に100%備えをしておくことがなかなか難しいですが、やはり悪いことをする人が確実に迅速に捕まると言うふうにしたいと思っています。そのために、関係当局と緊密に情報交換をしているほか、取引の安全性を確保すべく、違法な商品が販売されないように、パトロールチームを充実させたり、トラブルの事例なども公開し、ユーザーに注意を呼びかけています。

——「Yahoo!オークション」の今後の戦略は？

**井上** ユーザー数と出品数を増やし、取扱高を伸ばして市場規模の拡大をめざすというのが基本です。出品数、ユーザー数の急激な増加に対応したシステムの改編を行ったところですが、これからも規模の拡大に応じて常にそうしたシステム面の整備を行っていくことが大切だと思います。

また、個人間の取引だけでは、買う側からすれば必ずしも欲しい商品があるとは限りません。そこで、今後は安定的な商品供給能力を持った法人ストアを増やしていくことで、ユーザーにとってますます魅力あるオークションにしていきたいですね。

## 商品数拡大で ショッピングでもNo.1をめざす

——この上半期にショッピング事業の戦略を大きく変更されたそうですが？

**井上** 大きなくくりでいうと、ショッピングはヤフーの中で唯一「No.1」でないサービスなので、なんとかして一番になりたいと思っています。店舗数が少ないことにより、商品数が少ないことや、モール内での値段の競争が起こらないため値段が下がりにくいことなどが買い手側の不満点になっていたと思います。これは、店舗の数を増やすことを最優先にしていけば改善できるはずですよ。

従来、ユーザーが安心して「Yahoo!ショッピング」を利用できるように出品の際の条件を厳しくして知名度と規模のある店舗に限定してきたわけですが、ユーザーの求めているものは、必ずしも信頼性のみではなく、むしろ、取扱商品数が多いことの方が重要である、ということがわかってきました。そこで、今までどおりの条件のセレクトストアと、新しい条件の一般ストアという2つの異なったカテゴリを設けて店舗の数を増やすことにしました。

——ショッピング事業の今後の見通しは？

**井上** 消費者向け電子商取引の市場は、ブロードバンドの普及もあり、今後もまだまだ拡大基調にある分野だと思います。

## 消費者向け電子商取引市場の拡大予測

(単位：兆円)

経済産業省の資料による



経済産業省では2007年に12兆円の市場になると予測していますが、「Yahoo! ショッピング」も同じように成長していきたいと思います。

## No. 1 インターネット・サービス・カンパニー

— この上半期の業績はいかがでしたか？

**井上** おかげさまで売上、利益とも半期ベースで過去最高となりました。上半期の連結ベースの売上高は331億円と前年同期比1.7倍、営業利益は176億円と前年同期比1.9倍、当期純利益は104億円と前年同期比2.1倍となりました。オークション事業部が堅調だったほか、リスティング事業部とメディア事業部も広告売上中心に伸びており、6事業部すべてが黒字となりました。

— 現在、特に力を入れている事業部はありますか？

**井上** すべての事業部に力を入れていますし、すべての事業部がこれから大きく成長していくと思います。なかでも、まだ「No.1」になれていないショッピング事業部や、法人向けサービスを手掛けるビジネスソリューション事業部については成長を期待しています。

— プレミアム会員が300万人を突破されたそうですが？

**井上** 今年7月にスタートした「Yahoo! プレミアム」は、有料会員向けに特別限定サービスの提供を行うものですが、この会員の方というのはヤフーのサービスをたくさん使って

いる方ですから、会員を増やすことはより多くの方にヤフーの提供するサービスを利用していただくことにつながります。今後もさらに多くの方に会員になっていただけるよう、サービスを充実させていきたいと思っています。

— 現在の事業部以外に、新しく事業部にする分野をお考えですか？

**井上** いろいろと検討していますが、いずれにしても今の事業部でカバーしきれない事業分野が出てくれば事業部を増やしていきたいと思っています。将来性のある事業分野を逃すことなくやっていきたいですね。

— 当面の目標は？ それを示すキーワードは？

**井上** 手掛けるすべての分野で「No.1」になることです。個々の分野で一番になれば、総合でも一番になれるでしょう。変化の激しい業界ですが、常に「No.1インターネット・サービス・カンパニー」であり続けられるようがんばってきたいと思います。

### Profile

井上 雅博（いのうえ まさひろ）

1957年 2月12日生まれ  
 1979年 3月 東京理科大学理学部数学科卒業  
 1979年 4月 (株)ソード電算機システム入社  
 1987年 11月 (株)ソフトバンク総合研究所入社  
 1992年 6月 ソフトバンク(株)入社  
 1994年 1月 同社社長室・秘書室長  
 1996年 1月 ヤフー(株)設立、取締役就任  
 1996年 7月 ヤフー(株)代表取締役社長就任



### オークション事業部

・・・買いたい物、売りたい物を手軽にオークション

国内最大のオークションサイト「Yahoo!オークション」  
を運営。個人間の商品の売買や法人  
による商品の競売等の場の提供。  
法人店舗のサポートなど



オークション事業部

### Yahoo! BB事業部

・・・高速・常時接続で楽しむブロードバンド

Web上でのYahoo! BBユーザー獲得のための  
プロモーション活動  
ユーザーの登録および受付業務  
「Yahoo!メール」やホームページ作成などのISP  
(インターネット・サービス・プロバイダー)  
付加サービスの提供



Yahoo! BB事業部

### リスティング事業部

・・・有益で魅力ある情報が満載

検索分野: 「カテゴリ・検索」など  
情報掲載分野: 「求人情報」、「自動車」、「不動産」、「ヘルスケア」  
「学習情報」、「懸賞」、「ウェディング」など  
地域情報分野: 「電話帳」、「地図情報」、「グルメ」など



リスティング事業部

## ショッピング事業部

## ショッピング事業部

信頼と実績の有名店から個性豊かな専門店まで  
さらに品ぞろえ充実のオンラインショッピング  
サイト「Yahoo!ショッピング」を運営  
国内外の宿泊、航空券等旅行にかかわる商品の  
販売や旅行の準備をサポートする情報の提供

・・・欲しいモノがきっと見つかる



## メディア事業部

## メディア事業部

情報提供サービス:「ニュース」  
「ファイナンス」、「スポーツ」など  
エンターテインメントサービス:「映画」  
「音楽」、「コミック」など  
コミュニティーサービス:「掲示板」  
「チャット」、「メッセージャー」など

・・・多種多様なコンテンツ、サービスを有料・無料で提供



## BS事業部

## ビジネスソリューション( BS )事業部

企業や自治体などのポータルサイト構築支援サービス  
Webデザインコンサルティングサービス  
ネットロードショー( オンラインプレゼンテーション )サービス  
Yahoo!リサーチ( インターネット上のアンケート調査 )  
Yahoo!ウェブホスティング  
( 個人事業主や法人向けウェブ管理サービス )

・・・ヤフーのノウハウを企業や自治体に提供



## 注目のサービス紹介

**YAHOO! SHOPPING**  
JAPAN 

Yahoo!ショッピングに新規ストア、続々オープン。  
日本最大のショッピングモールをめざします!

### 国内No.1ショッピングサイトをめざす

おかげさまで、Yahoo!ショッピングは1999年9月のサービス開始から、今年で4周年を迎えました。「もっと商品の種類を増やしてほしい」というユーザーの皆様からの声にお応えして、2003年8月より新ストアを多数オープン。実績のある有名店を中心とした「セレクトストア」に加えてバラエティー豊かな魅力あふれる商品を扱う「一般ストア」が新たに開店し、さらに幅広い商品の提供をスタートしました。これからもさらに新ストアの開店に努め、取扱いアイテム数で日本最大規模のショッピングサイトになることをめざします。



### 個性豊かな専門店が続々オープン

Yahoo!ショッピングには新ストアが続々オープン、ますます品揃えが豊富になりました。将来の災害に備える防災グッズの専門店や、スキーとスノーボードの専門店、かわいい赤ちゃん用品の専門店もオープンしました。欲しくてもなかなか買えなかったものや、見つからなかったものも、Yahoo!ショッピングでは見つかるかもしれません。



## ほかのショッピングサイトとどこが違うの？

圧倒的な知名度と信頼を誇るYahoo!ショッピング。だからこそ出店している大手百貨店、大手カタログ通販、CD・DVD販売店などの大型ストアも数多くあります。数あるショッピングモールのうちYahoo!ショッピングにしか出店していない大型店も、少なくありません。

## ギフトにもYahoo!ショッピング

Yahoo!ショッピングには、贈答用のラッピング対応が可能なストアもたくさんあります。自分用だけでなく、大切なあの人へ、お世話になったあの人へ、季節の便りをあの人へ、そんなときにも是非ご利用ください。お届け先がたくさんあっても入力も簡単。一度のご注文で、2ヶ所以上のお届け先を指定することも可能です。Yahoo!アドレスブックにすでに登録してある住所を利用することもでき、便利にお使いいただけます。

## さまざまな企画でショッピングがさらに楽しく

Yahoo!ショッピングでは、お買い得商品を集めたバーゲンセールや季節ごとのキャンペーンなど、お買い物ますます楽しくなる企画を数多く用意しています。

- バーゲンセール
- プレゼントセール
- 福袋セール
- 季節に応じた特集

（バレンタインデー、父の日・母の日、ボーナス  
年末年始特集:お歳暮・クリスマス・お正月など）



何を探しても、お手頃な価格で欲しいモノがきっと見つかるショッピングサイトになっていきます。これからも、Yahoo!ショッピングにご期待ください！

# 注目のサービス紹介



## 7月1日よりスタートしました 「Yahoo!プレミアム」とは ...

登録ユーザー(=Yahoo!プレミアム会員)に特典を用意してプレミアム性を高めた会員制サービスのことで...

従来の本人確認登録ユーザーは、自動的に「Yahoo!プレミアム会員」へ移行されています。Yahoo! JAPANは、本人確認登録ユーザーに対しより楽しいサービスを提供していきたいと考え、Yahoo!プレミアムの開始と同時に名称を「Yahoo!プレミアム会員」と変更しました。これにより、Yahoo!オークション、Yahoo!パーソナルズに加えて、Yahoo!プレミアム対応サービスの利用が可能となりました。

会員費として月額280円(税別)が、必要となります。

## 「Yahoo!プレミアム」の開始目的とは ...

より多くのユーザーにYahoo! JAPANのサービスを使いこなしていただき、ロイヤルでARPU(ユーザー一人当たりの平均売上)の高いユーザーの創出を目指すためです。

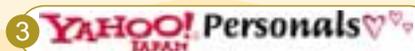
## Yahoo!プレミアム対応サービス



どのパソコンからでも自分のアカウントでメールのやりとりができるサービス。  
プレミアム会員には、通常6.0MBのメールボックスの容量が12MBに増量する等の特典を提供。



レアアイテムをお得な値段で落札したり、不要なものを出品していくらで落札されるか、いろいろな楽しみ方があるオークション。



インターネットを通じて新しい出会いを探したり募集したりできるサービス。  
プレミアム会員になると、実際に自分のプロフィールを投稿できたり、気になる相手と連絡を取り合ったりすることが可能。



Yahoo! JAPAN IDごとに、髪型や服、小物などのアイテムでコーディネートし、ユーザーの分身となるオリジナルのキャラクター(アバター)を設定できるサービス。  
プレミアム会員には限定アイテムを600点以上提供。



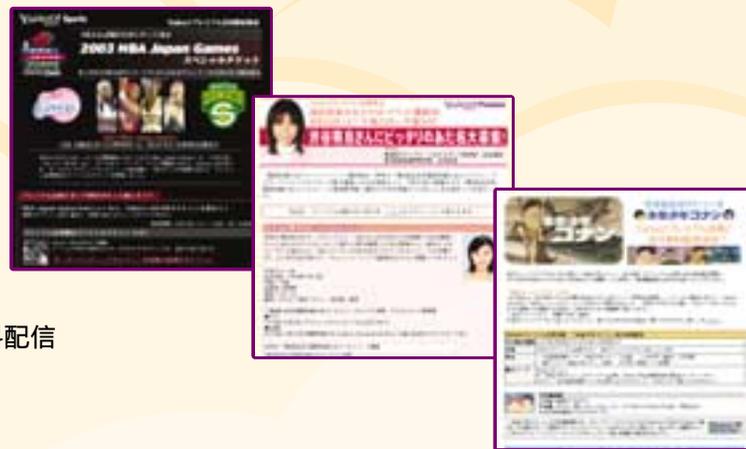
## Yahoo!プレミアム会員特典サービス

### プレミアム会員限定チャット

7月から上戸彩さん、佐藤藍子さん、石川亜沙美さん等人気タレントをゲストに迎え、毎回好評のYahoo!プレミアム会員限定チャットを開催中。

### その他

- 宮崎駿 監督デビュー作「未来少年コナン」をYahoo!プレミアム会員に先行有料配信
- NBA公式開幕戦スペシャルチケットをプレミアム会員に限定販売
- 「サマーバーゲンセール」先行販売 等



引き続き、様々なイベント・サービスの追加を予定していますので楽しみに！

# 最新トピックス

## → 進化するインターネット広告

Yahoo! JAPANでは、収益の多様化に取り組んでいますが、インターネット広告による売上は引き続き当社における収入の大きな柱となっています。

ここで、インターネット広告の最近の動向について、ご紹介します。

### インターネットの利用状況

サービスが始まってまだ日が浅いように思われるインターネットですが、総務省の発表では、2002年末には国民の2人に1人がインターネットを利用しており、そのうち約3割がブロードバンドを利用しているとのことです。利用者数は年々着実に伸びてきています。

### インターネット広告の拡大

このような環境の中、日本のインターネット広告市場は順調に拡大してきました。市場規模はテレビや広告等に比べるとまだまだ小さいですが、それだけにこれからの成長が見込まれる分野であるとも言えます。日本の総広告費が2年連続縮小する中、インターネット広告費は逆に前年を上回っており、広告主である企業にとってインターネット広告への注目が高まっていることがわかります。

### ナショナルクライアントの獲得

最近の傾向として、大手広告主「ナショナルクライアント」がインターネット広告の有用性を認め、既存のマスメディアと並行して利用していこう、という動きが出てきていることが挙げられます。

ブロードバンドの普及、利用者数の継続的な増加に加え、インターネット広告独自の表現、機能も魅力となり、特に飲料、自動車などの大手メーカーでのキャンペーンに利用されるなど、これからますますインターネット広告の利用は増えていくと思われます。

日本のインターネット広告費と総広告費に占める割合

(株)電通「日本の広告費」より



## Yahoo! JAPANにおける広告事例

### 企画 アサヒビール トップページ型全面広告

Yahoo! JAPANのトップページからライトボックスのアクアブルーのテキスト広告をクリックすると、背景が新商品のイメージカラー（水面をイメージした青）である全面広告に切り替わるものです。ページのレイアウトはYahoo! JAPANのトップページと同様であり、トップページが青く変わったかのような広告となりました。Yahoo! JAPANでは初めての全面広告で、2003年6月16日～6月30日に期間限定で掲載しました。

### 商品 ブランドパネル

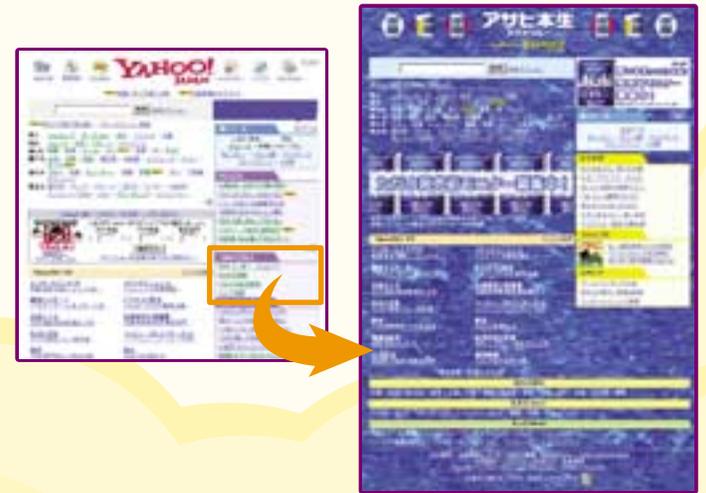
2003年4月にリニューアルしたトップページの右上に掲載される新商品。従来の「パイロットシート」に比べると面積は1.5～3倍になっており、高い広告効果が得られることから、人気の商品となっています。

### リスティング広告 スポンサーサイト

Yahoo! JAPANでは、2002年11月よりOverture、Googleと提携して両社が提供する有料リスティングサービスをYahoo! JAPANの検索結果ページ上に表示する「スポンサーサイト」を掲載しています。これは、掲載料を支払った企業（スポンサー）のサイトを、Yahoo! JAPANの検索結果の目立つ部分に表示して広告効果を持たせるものです。

### 機能強化 「Visual(ビジュアル)」

最大210Kバイトと大容量の広告配信が可能となった新商品「Visual(ビジュアル)」は、ブロードバンド時代に対応すべく新たに開発されました。ユーザーの通信環境に合わせ、帯域判別により一定以上の帯域と認定された場合に大容量のバナー広告を配信するもので、通常のフラッシュ広告に比べて、より高いクリエイティブ性を持つことのできるインプレッション効果の高い商品です。



ブランドパネル

# 連結貸借対照表

**Point** ポイント①  
 現預金の増加は主に利益の増加によるものです。

**Point** ポイント②  
 売掛金が前期と比べて減少したのは、主にYahoo! BB事業におけるISP料金の売上計上方法変更によるものです。

**Point** ポイント③  
 有形固定資産の増加は、主にサーバー等の設備の増加および本社移転によるものです。

**Point** ポイント④  
 投資その他の資産の増加は、投資有価証券の時価評価およびYahoo! BB事業に関するファイナンススキーム参加に伴い長期貸付金が発生したためです。

資産の部			
科目	前中間期 [2002年9月30日現在]	前期 [2003年3月31日現在]	当中間期 [2003年9月30日現在]
<b>流動資産</b>	<b>22,447</b>	<b>35,485</b>	<b>35,277</b>
現預金	14,535	23,215	24,291
売掛金	7,043	11,034	9,576
繰延税金資産	468	1,004	832
未収入金	130	153	153
貸倒引当金	169	290	372
<b>固定資産</b>	<b>11,876</b>	<b>12,288</b>	<b>23,033</b>
有形固定資産	3,709	5,816	7,140
無形固定資産	1,399	811	927
投資その他の資産	6,766	5,660	14,965
<b>資産合計</b>	<b>34,323</b>	<b>47,774</b>	<b>58,311</b>

今年10月21日におこなった中間決算説明会の模様を下記URLにてオンデマンドでご覧になることができます。  
 (<http://docs.yahoo.co.jp/info/investor/jp/event/meeting/20031021.html>)

(単位:百万円)

負債の部			
科目	前中間期 [2002年9月30日現在]	前期 [2003年3月31日現在]	当中間期 [2003年9月30日現在]
流動負債	9,246	17,167	12,587
買掛金	1,812	3,697	515
未払金	2,062	3,405	3,573
未払法人税等	4,251	8,505	6,709
その他	1,119	1,558	1,789
固定負債	886	54	1,760
負債合計	10,133	17,222	14,348
少数株主持分			
少数株主持分	101	69	113
資本の部			
資本金	6,073	6,073	6,181
資本剰余金	1,154	1,154	1,262
利益剰余金	15,182	22,301	32,691
その他有価証券 評価差額金	1,694	970	3,733
自己株式	15	17	20
資本合計	24,088	30,482	43,849
負債・少数株主持分 及び資本合計	34,323	47,774	58,311

## Point

ポイント⑤

買掛金の減少は、主にYahoo! BB事業におけるISP料金の売上計上方法変更によるものです。

## Point

ポイント⑥

固定負債の増加は、主に投資有価証券の時価評価により繰延税金負債が増加したことによるものです。

## Point

ポイント⑦

利益剰余金の増加は、利益の増加によるものです。

## Point

ポイント⑧

その他有価証券評価差額金の増加は、主に投資有価証券の時価評価によるものです。

(注) 勘定科目は主な科目を記載しています。

# 連結損益計算書

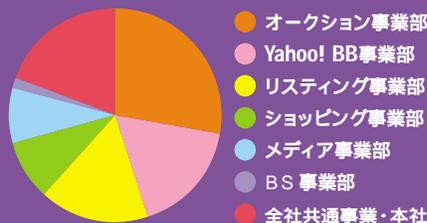
## Point

当中間期の連結ベースの売上高の内訳は以下の通りです。

売上高の内訳	金額(百万円)	全売上高に占める割合
オークション事業部	9,201	27.8%
Yahoo! BB事業部	5,707	17.2%
リスティング事業部	5,516	16.7%
ショッピング事業部	3,001	9.1%
メディア事業部	2,776	8.4%
BS事業部	517	1.6%
全社共通事業・本社	6,393	19.2%
合計	33,114	100.0%

## ポイント①

### 売上構成比率



(注) 全社共通事業の売上とは、「Yahoo! JAPAN トップページ」等への広告掲載売上や、「Yahoo!プレミアム」の売上など、各事業部に帰属しない売上のことです。

科目	前中間期 [2002年4月1日-] [2002年9月30日]
売上高	19,375
売上原価	1,500
販売費及び一般管理費	8,397
営業利益	9,476
営業外損益	117
経常利益	9,358
特別損益	552
法人税等・その他	3,828
当期純利益	4,977

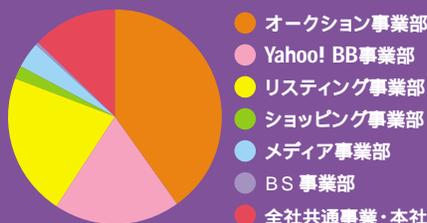
## Point

当中間期の連結ベースの営業利益の内訳は以下の通りです。

営業利益の内訳	金額(百万円)	全営業利益に占める割合
オークション事業部	7,096	40.0%
Yahoo! BB事業部	3,378	19.1%
リスティング事業部	3,812	21.6%
ショッピング事業部	351	2.0%
メディア事業部	695	3.9%
BS事業部	82	0.5%
全社共通事業・本社	2,270	12.9%
合計	17,661	100.0%

## ポイント②

### 営業利益構成比率

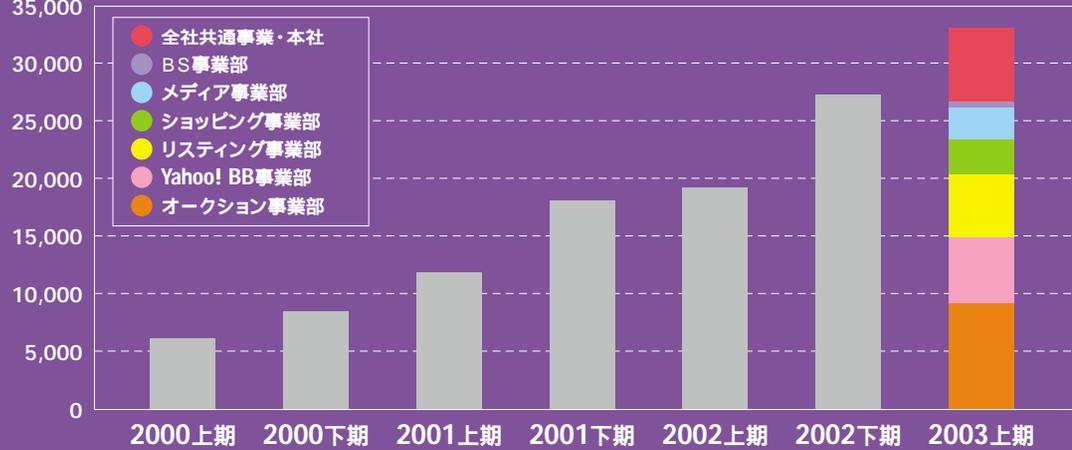


(注) 当中間期より、Yahoo! BB事業のISP料金の売上計上方法を、従来の「接続回線当たり月額1,290円を売上として計上し、1,090円を売上原価とするグロス計上」から、「接続回線当たり月額200円のみを売上に計上するネット計上」に変更しています。  
また全ての事業部において、従来は無料キャンペーン期間中の料金を売上と販売促進費の両方に計上していましたが、当中間期よりキャンペーン期間中の売上を一切計上しないこととしました。  
このため、過去の実績との比較上、過去の数字もすべて同様の方式によるものに修正して比較しています。

Point

ポイント③

売上高推移



(単位:百万円)

前期 [2002年4月1日~ 2003年3月31日]	当中間期 [2003年4月1日~ 2003年9月30日]
46,693	33,114
3,599	2,459
19,021	12,993
24,072	17,661
548	118
23,524	17,542
1,796	332
9,631	6,757
12,096	10,452

Point

ポイント④

(百万円)

利益推移



(注) 推移を比較するため、各期とも代理店手数料を売上高・販売費及び一般管理費に含めています。

# 事業部別損益

当中間期( 2003年4月1日～2003年9月30日 )

(単位:百万円)

	売上高	売上原価	売上総利益	販管費	営業利益	全営業利益に占める割合
オークション事業部	9,201	10	9,190	2,120	7,069	(40.0%)
Yahoo! BB事業部	5,707	353	5,354	1,975	3,378	(19.1%)
リスティング事業部	5,516	15	5,501	1,688	3,812	(21.6%)
ショッピング事業部	3,001	1,693	1,308	956	351	(2.0%)
メディア事業部	2,776	80	2,696	2,001	695	(3.9%)
ビジネスソリューション( BS )事業部	517	282	234	152	82	(0.5%)
全社共通事業・本社	6,393	24	6,368	4,098	2,270	(12.9%)
合計	33,114	2,459	30,654	12,993	17,661	(100.0%)

## 各事業部の主な売上

オークション事業部	「Yahoo!オークション」のシステム利用料、ストアの登録料・基本料金・手数料
Yahoo! BB事業部	「Yahoo! BB」の顧客獲得・継続インセンティブ、ISP料金
リスティング事業部	広告売上、「ビジネスエクスプレス」、中古自動車情報や不動産情報、求人情報等の情報掲載料
ショッピング事業部	「Yahoo!ショッピング」のテナント料・手数料、イー・ショッピング・ブックス(株)の売上
メディア事業部	広告売上、有料コンテンツ売上
ビジネスソリューション( BS )事業部	「Yahoo!リサーチ」、「Yahoo!ポータルソリューション」、「Yahoo!ネットロードショー」等による売上
全社共通事業・本社	「Yahoo! JAPAN トップページ」等への広告掲載売上、「Yahoo!プレミアム」の売上

## 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目	前中間期 [2002年4月1日~ 2002年9月30日]	前期 [2002年4月1日~ 2003年3月31日]	当中間期 [2003年4月1日~ 2003年9月30日]
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,440	19,666	8,564
投資活動によるキャッシュ・フロー	240	3,778	7,749
財務活動によるキャッシュ・フロー	43	51	260
現金及び現金同等物の増加額	7,156	15,836	1,075

## Point

ポイント①

税金等調整前当期純利益が17,209百万円。  
法人税等の支払いにより8,420百万円減。

## Point

ポイント②

Yahoo! BB事業に関するファイナンススキームへの参加により5,700百万円減。サーバー等の購入により2,909百万円減。

## 社員インタビュー



今回ご紹介するのは、リスティング事業部の志立事業部長。  
ユーザーと情報提供元の双方にとって魅力的なサイトの提供をめざし、  
新たなビジネスモデルの開拓・拡充に取り組んでいます。

### Q リスティング事業部の仕事の内容は？

**志立：**リスティング事業部の仕事には、大きく3つの分野があります。1つめは、ヤフーの原点である検索サービスをユーザーに提供すること。2つめは「情報掲載系」。求人、自動車、学習、不動産など、有料で情報を掲載する“情報誌のインターネット版”的な分野です。3つめが「地域情報系」で、電話帳、路線、地図、グルメなど、エリア内情報を提供するものです。これら3つの分野のサービスにおいて、情報提供元から情報掲載料を得ることにより収益の拡大を図っています。

情報掲載系はコンテンツ自体と広告の両方がビジネスになる収益性の高い事業ですし、地域情報系はこれから大きな成長が期待される分野です。

### Q この上半期はどんなことに力を入れてきたのですか？

**志立：**3つの分野をバランスよく育てていくという方針でやってきました。なかでも特に検索サービスにおいては、「スポンサーサイト」という新しい広告商品に取り組んできました。これは、スポンサー企業のサイトを検索結果の目立つ部分に表示して広告効果を持たせるもので、アメリカでは大きく成長しているビジネスです。

## profile

### 志立 正嗣 リスティング事業部 事業部長

1968年生まれ、兵庫県出身。大学卒業後、印刷会社でハイビジョンや電子出版などの仕事に携わった後、広告代理店を経て、1998年にヤフー入社。プロデューサーとして求人、トラベル、テレビなどの各サービスを担当し、リスティング事業部へ。2002年10月より事業部長。

また、検索結果ページにおいて、ユーザーがよりわかりやすく直感的にクリックできるように、Yahoo! JAPAN始まって以来初めて、サイトのデザインや機能の大規模なリニューアルを行いました。

そのほか、情報掲載系では不動産や求人などの情報提供元の入れ替えや追加を行うなど、情報の拡充と使いやすさの向上に努め、利用者にとってだけでなく、有料で情報を掲載する情報提供元にとっても、より魅力あるサイトの提供に努めました。地域情報系はまだ公開している大きなサービスは少ないのですが、今後、検索結果がリンクによって地域の情報に引き継がれていくように連動性を高めていきます。検索サービスに対するユーザーの支持を、地域情報へもつなげていきたいですね。

#### Q (株)リクルートとの提携の成果は？

**志立：**提携スタートから1年が経過して、いろいろな成果が上がってきています。現在、「Yahoo!学習」のスクール情報、「Yahoo!自動車」の各情報、「Yahoo!不動産」の賃貸情報などで提携が進んでいます。特に「Yahoo!自動車」では、車種別でカタログ・中古車情報・「Yahoo!オークション」の相互リンクも実現し、ユーザーがより便利に使えるようになりました。

これからも、(株)リクルートとはより深くいい関係を維持してさまざまな可能性を探り、よりよいサービスの展開につなげていきたいと思います。

#### Q 今後いちばん力を入れていきたいことは？

**志立：**やはり、いちばん大切なのは検索サービスだと思います。検索サービスがその他のさまざまなサービスへの入口になっているわけですから、常にナンバーワンの検索サービスを提供することが非常に重要です。

そこに、スポンサーサイトという可能性を秘めた新しいビジネスをプラスしていくことで、従来バナー広告が主力商品だった広告ビジネスにもうひとつの大きな柱を育てていきたいと考えています。



毎年3月31日および9月30日現在の株主名簿および実質株主名簿に記載または記録された株主様のうち、ヤフー株式を1株以上保有されている株主様は、株主優待として、以下の当社オリジナルグッズ1品をお選びいただくことができます。

### 今回の株主優待のご案内

当社オリジナルグッズをご希望の方は、以下のグッズから1品お選びいただき、同封の株主優待お申し込みハガキに必要事項をご記入の上、2003年12月31日までにご返送ください。

(写真とは一部デザイン・色等が異なる場合がございます。)

#### オリジナル ウォッチ (イヤーウォッチ 2004 WINTER)



#### オリジナル ワイングラス (イヤーグラス 2004 WINTER)



RIEDEL社製

お申し込みは、2003年9月30日現在の株主様ご本人に限らせていただきます。  
商品は2004年2月上旬以降、順次発送させていただきます。

Q. 配当は実施しないのですか？

A. 当社は創業以来、株主の皆様への利益還元を経営の重要な課題の一つとして認識しています。現時点におきましては、激変を続けるインターネットの世界で、「NO.1インターネット・サービス・カンパニー」としての地位を確立し、維持することがなによりも重要であり、そのためにも引き続き、内部留保の充実に努めたいと考えています。なお、配当を行う具体的時期につきましては、今後の業績の推移等を見ながら、引き続き検討していきたいと考えています。

Q. 今までに株式分割は何回行っているのですか？

A. 1997年11月に株式を公開して以来、1株を2株に分割する株式分割を合計8回実施しています。Yahoo! JAPANは投資家の皆様が当社株式を買いやすい水準となるよう、また流動性の向上を目指して、今後も業績の推移やマーケットの状況を見ながら、投資単位の引き下げに努めていきたいと考えています。

Q. どのようなIR活動(投資家向け広報)を行っているのですか？

A. 当社では、1997年の株式公開以来、会社の業績、財務内容、事業戦略等を投資家の皆様に正しく理解し、評価していただくために、四半期決算を行っております。さらに昨年5月からは、重要な経営指標を月次で開示するなど、投資家の皆様への情報開示に積極的に努めています。当社のホームページ上では、決算説明会の模様をライブ中継またはオンデマンド配信でご覧いただけるほか、プレスリリース、財務情報、株主情報などの情報を満載しています。

(注) 当社のIR関連情報は、Yahoo! JAPANのトップページの一番下にある「会社概要」からご覧いただけます。

URL : <http://docs.yahoo.co.jp/info/investor/jp/>

# 株式情報

2003年9月30日現在

## 株価チャート(月足)・出来高



● 発行済株式の総数: 942,410株

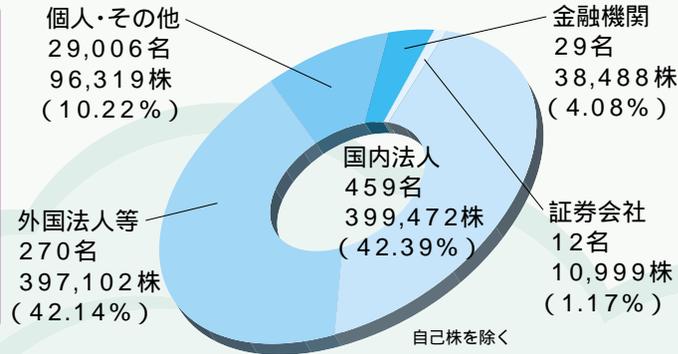
2003年9月30日割当て1:2の株式分割を実施したため、11月20日に942,410株増加しています。

● 株 主 数: 29,777名

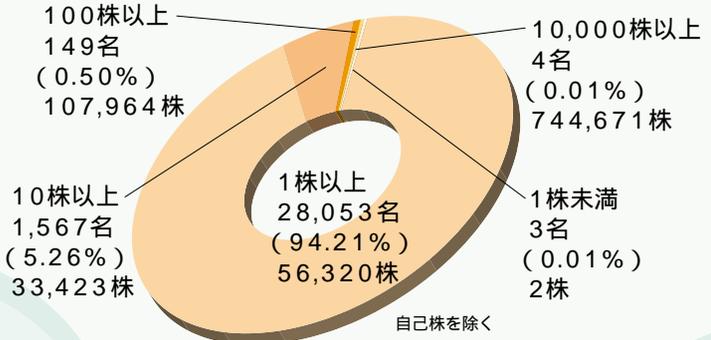
### 主要株主一覧

株 主 名	当社株の保有状況 持株数(株) 持株比率(%)	
ソフトバンク株式会社	395,216	41.93
ヤフーインク	315,616	33.49
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口)	19,528	2.07
ザチェースマンハッタンバンク エヌエイロンドン	14,311	1.51
ステートストリートバンクアンド トラストカンパニー	6,899	0.73
日本マスタートラスト 信託銀行株式会社(信託口)	5,077	0.53
野村信託銀行 株式会社(投信口)	4,814	0.51
モルガンスタンレーアンド カンパニーインク	4,774	0.50
ジェービーモルガンチェースオープンハイマー ファンズジャスデックアカウント	4,761	0.50
日興シティグループ証券会社	4,542	0.48

## 所有者別分布状況



## 所有株数別分布状況



年月	資本金(百万円)	資本剰余金(百万円)	発行済株式数(株)	摘要	資本金・株式数の推移
1996年 1月	200	0	4,000	会社設立	
1997年 9月	290	0	5,800	有償株主割当 (1:0.45)	
1997年 11月	434	500	6,775	新規公開時公募	
1999年 3月	1,442	1,507	6,900	公募	
1999年 5月	1,471	1,538	13,822	第1回株式分割 (1:2)	
1999年 11月	1,501	1,566	27,826	第2回株式分割 (1:2)	
2000年 3月	1,556	5,137	28,954	ジオシティーズ(株) プロードキャスト・コム(株)合併	
2000年 5月	2,897	3,798	57,940	第3回株式分割 (1:2)	
2000年 9月	2,959	3,913	58,167	ピー・アイ・エム(株)合併	
2000年 11月	5,964	1,067	116,917	第4回株式分割 (1:2)	
2002年 5月	6,072	1,154	235,095	第5回株式分割 (1:2)	
2002年 11月	6,073	1,154	471,059	第6回株式分割 (1:2)	
2003年 5月	6,073	1,154	942,118	第7回株式分割 (1:2)	
2003年 11月			942,410 <sup>増加予定</sup>	第8回株式分割 (1:2)	

(注)ストックオプション等の行使による変動については、少額であるため表示しておりません。

# 会社沿革・会社概要

1996年 1月	インターネット上の情報検索サービスの提供を行うことを目的として、ヤフー株式会社設立
1996年 4月	日本語での情報検索サービス(サービス名:Yahoo! JAPAN)の提供を開始
1997年 11月	店頭登録銘柄として株式を公開
1999年 9月	オンライン・ショッピングサービス「Yahoo!ショッピング」および、オンライン・オークションサービス「Yahoo!オークション」を開始
2000年 3月	ジオシティーズ(株)およびブロードキャスト・コム(株)を合併
2000年 6月	iモード対応携帯電話向けのサービス「Yahoo!モバイル」を開始
2000年 9月	ピー・アイ・エム(株)を合併
2000年 9月	「Yahoo!オークション」にエスクローサービスを導入
2001年 3月	ブロードバンド無料体験スペース「Yahoo! Cafe」を原宿にオープン
2001年 5月	「Yahoo!オークション」の本人確認(有料化)開始
2001年 9月	ブロードバンド関連の総合サービス「Yahoo! BB」の商用サービス開始
2001年 9月	イー・グループ(株)を子会社化
2001年 12月	イー・ショッピング・ブックス(株)を子会社化
2002年 3月	「Yahoo!ウォレット」を開始
2002年 4月	「Yahoo!オークション」のシステム利用料導入開始
2002年 4月	ブロードバンド電話サービス「BBフォン」の商用サービス開始
2002年 8月	(株)スポーツ・ナビゲーションを傘下に
2002年 8月	(株)ネットラストを子会社化
2002年 8月	ユニセプト(株)を設立
2002年 10月	月間100億ページビュー突破
2002年 10月	インターネットリサーチ事業の新会社、(株)インテージ・インタラクティブを設立
2002年 11月	Overture、Googleと提携し、スポンサーサイトの掲載を開始
2002年 12月	初の女性向けコンテンツ「Yahoo!ビューティー」を公開
2003年 1月	国内初の個人間支払いサービス「Yahoo!ペイメント」を開始
2003年 4月	本社を六本木ヒルズへ移転
2003年 4月	インターネットでユーザーの分身となるオリジナルキャラクター(アバター)を作成できる「Yahoo!アバター」を公開
2003年 5月	リアルタイム株価情報と金融・経済の最新マーケットニュースを提供する有料サービス「Yahoo!ファイナンスVIP倶楽部」を公開
2003年 6月	登録ユーザーに特典を用意してプレミアム性を高めた「Yahoo!プレミアム」を開始
2003年 6月	日本ユニシス(株)と企業情報ポータル構築事業で提携

2003年 7月	「Yahoo! BB 26M」サービスの提供を開始
2003年 7月	「Yahoo!ショッピング」で品揃え拡充に向けた新規出店枠の拡大を開始
2003年 8月	「Yahoo!ウェブホスティング」を開始
2003年 8月	「Yahoo!プレミアム」の会員(Yahoo!プレミアム会員)の登録ID数が300万人を突破
2003年 8月	「Yahoo! BB」加入者が300万人を突破
2003年 10月	(株)プライダルネットを子会社化
2003年 10月	東京証券取引所 市場第一部へ上場

(2003年9月30日現在)

商 号	ヤフー株式会社
証券コード	4689
ホームページ	www.yahoo.co.jp
本社所在地	〒106-6182 東京都港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー
設 立	1996年1月31日
資 本 金	6,181百万円
事 業 内 容	インターネット上の広告事業 ブロードバンド関連事業 オークション事業等
従 業 員 数	776名
役 員	代表取締役社長 井上 雅博 取締役会長 孫 正義 取締役 ジェリー・ヤン 取締役 梶川 朗 取締役 喜多埜 裕明 常勤監査役 須江 澄夫 監査役 桐淵 利博 監査役 佐野 光生 監査役 轟 幸夫

## 株主メモ

決算期：3月31日

定時株主総会：6月

名義書換代理人：UFJ信託銀行株式会社

同事務取扱所：UFJ信託銀行株式会社

証券代行部

東京都江東区東砂7丁目10番11号

〒137-8081 ☎03-5683-5111(代)

同取次所：UFJ信託銀行株式会社

全国各支店

野村證券株式会社

全国本支店

公告掲載新聞：日本経済新聞

(注)当社は2003年3月期より決算公告に代えて、貸借対照表ならびに損益計算書を  
当社のホームページ《<http://docs.yahoo.co.jp/info/investor/jp/koukoku/>》  
に掲載しております。

## 「株主総会招集ご通知」の電子メールによる受信のご案内

当社では、株主総会当日ご出席いただけない株主様に、従来の郵送による議決権の行使に加えてインターネットでも議決権行使が行える制度や、事前にご承諾いただいた株主様が「株主総会招集ご通知」を電子メールで受信できる制度を導入しています。

次回2004年6月に予定しております定時株主総会におきましても、事前にご承諾いただいた株主様は「株主総会招集ご通知」を電子メールにて受信することができますので、ご希望の方はお手続き下さいますようご案内いたします。

## お手続きの概要

UFJ信託銀行のインターネット議決権行使専用サイト(<http://www.koushi.ufjtrustbank.co.jp/>)にアクセスしていただき、「お届出コード」の発行をお申し込みになった後、発行されたお届出コードをご利用になり「各種お届出」の画面で招集通知の電子受信ご承諾の手続をお取りください。

## 上記お手続きに関するお問い合わせ先

UFJ信託銀行株式会社 証券代行部(ヘルプデスク)

電話によるお問い合わせ ☎0120-663-166(通話料無料) 受付時間 9:00~21:00

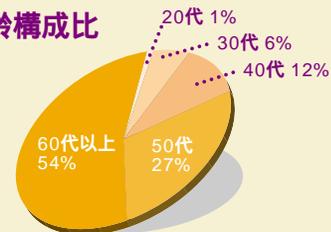
電子メールによるお問い合わせ [dai kohelp@ufjtrustbank.co.jp](mailto:dai kohelp@ufjtrustbank.co.jp)

## アンケート結果のご報告

「ヤフー株主通信VOL.6」で実施したアンケートに9,337名もの、大勢の皆様にお答えいただきました。ありがとうございました。アンケートの結果を一部、ここにご紹介いたします。

## 株主属性について

## 年齢構成比



## 男女比



## 「興味を持った記事」・ベスト5

- 1 .株主の皆様へ
- 2 .株式情報
- 3 .注目のサービス紹介
- 4 .Yahoo! の事業部紹介
- 5 .財務諸表

## 「ヤフー株購入時重視項目」・ベスト5

- 1 .成長性
- 2 .株式分割
- 3 .収益性
- 4 .長期的値上り
- 5 .業界シェア

## 株式保有期間





〒106-6182 東京都港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー  
電話 03-6440-6170 電子メール [ir@mail.yahoo.co.jp](mailto:ir@mail.yahoo.co.jp)