

Topics

「Yahoo!ポイント」サービスを開始

- ▶ Yahoo! JAPANの各種サービスを利用することで「Yahoo!ショッピング」の支払いに使える「Yahoo!ポイント」サービスを開始

「インターネット公売」を実施

- ▶ 東京都主税局とともに全国で初めてインターネットを活用した「インターネット公売」を実施

ISMSの認証を取得

- ▶ 情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS) の認証を取得



CONTENTS

株主通信 VOL.9

2004年 4/1~9/30

目次

株主の皆様へ	2
企業の社会的責任(CSR)への積極的な取り組み	8
事業部別概況	10
使ってみよう	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
プロジェクトY!	22
株主優待のご案内	24
Q&A	25
株式情報	26
会社沿革・会社概要	28
株主メモ	29

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サービス。利用者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、インターネットの利用者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。

皆様にお届けしております株主通信も今回が第9号となりました。

株主の皆様の当社に対するご理解を深めていただく一助となれば幸いです。

ブロードバンドの普及がもたらすインターネット市場の成長性

――日本のインターネット、ブロードバンドの普及はどのような状況ですか？

井上：日本のGDPは世界で2位、インターネット利用者は中国に続き3位ですが、インターネット普及率は52%で世界8位と、まだまだ成長の余力はあります。ブロードバンドについては、2001年に「Yahoo! BB」のサービスを開始したあたりから急速に普及し、現在は世界でも先進的な状況にあります。今後は光回線による接続の伸びが予想され、「Yahoo! BB」でも10月に光サービスを始めました。



ヤフー株式会社 代表取締役社長 井上雅博

日本におけるインターネットの普及

GDP(百万ドル)		インターネット利用者(百万人)		インターネット普及率	
1. 米国	10,702	1. 米国	172	1. ノルウェー	73%
2. 日本	3,980	2. 中国	76	2. デンマーク	63%
3. ドイツ	1,998	3. 日本	64	3. スウェーデン	60%
4. イギリス	1,582	4. ドイツ	37	4. 米国	58%
5. フランス	1,437	5. イギリス	35	5. オランダ	55%
6. 中国	1,336	6. 韓国	29	6. イギリス	54%
7. イタリア	1,193	7. フランス	24	7. 韓国	54%
8. カナダ	753	8. イタリア	23	8. 日本	52%
9. スペイン	668	9. ブラジル	20	9. フィンランド	49%
10. メキシコ	635	10. インド	18	10. カナダ	45%

(2003年)

出典:Street Morgan Stanley Global TMT

――ブロードバンドの普及により、インターネット利用はどのように変化してきているのでしょうか？

井上：ブロードバンドというと映画や音楽など大容量のコンテンツを思い浮かべることが多いようですが、ブロードバンドになると、まずは頻繁に長時間にわたってインターネットを使うようになることが大きな特徴です。調査機関によると、ダイヤルアップ接続などのナローバンド利用者に比べ、表示する速度が速いためページビューは3.3倍、何回利用しても料金は定額なのでアクセス回数は2.2倍、電話代もかからないので月間利用時間は2.4倍となるなど、ブロードバンド利用者のインターネット利用状況は大きく変化しています。インターネット上でいろいろなサービスを提供しているヤフーにとって、今後もブロードバンドの普及は大きなプラスになっていくでしょう。

――ネットショッピングをはじめとする消費者向けeコマース市場の見通しは？

井上：2003年の国内家庭消費は全体で224.6兆円。そのうちeコマース（電子商取引）は4.7兆円とまだ全体の2%程度です。今後はブロードバンドの普及により、家庭での消費の主役となる主婦層、加えてシニア層のインターネット利用が本格化しますので、成長はおおいに期待できると思います。

ブロードバンド利用者のインターネット利用状況

利用者1人当たり月間ページビュー



インターネットへのアクセス回数



月間利用時間(分)



出典：Nielsen//NetRatings

転換期を迎えるインターネット広告

――インターネット広告市場の今後の伸びについては、どのようにお考えですか？

井上：インターネット広告市場は年間1,183億円とラジオの市場に近づく規模になってきましたが、広告市場全体のうちの2%に過ぎません。どのような業界でも市場シェアが3%を超えると急速に伸びていく傾向があると聞きますし、新しいメディアへの接触世帯数がある一定の水準に達すると、その時点から急速に広告費が増加する事例も報告されています。インターネットへの接触世帯数がさらに増加していくことを考えると、インターネット広告費も同様に、これから転換期を迎えて大きく伸びると思います。

――ヤフーの広告事業の具体的な戦略は？

井上：インターネット広告は、マス広告とセールスプロモーションの両方に対応するものですが、大手広告主を対象とするマス広告においてはブランディングや販促効果の測定、ターゲットを絞って広告を打つ手法などを開発しながら、マス広告媒体の中でのインターネットの割合を高めるようにしたいと思います。一方、セールスプロモーションにおいては、街の店舗やレストランなど数百万とも言われる潜在的な広告主層をターゲットに、検索に連動したスポンサーサイトなどの広告商品の販売に力を入れています。

選ばれてNo.1 複数の成功モデルを持つヤフー

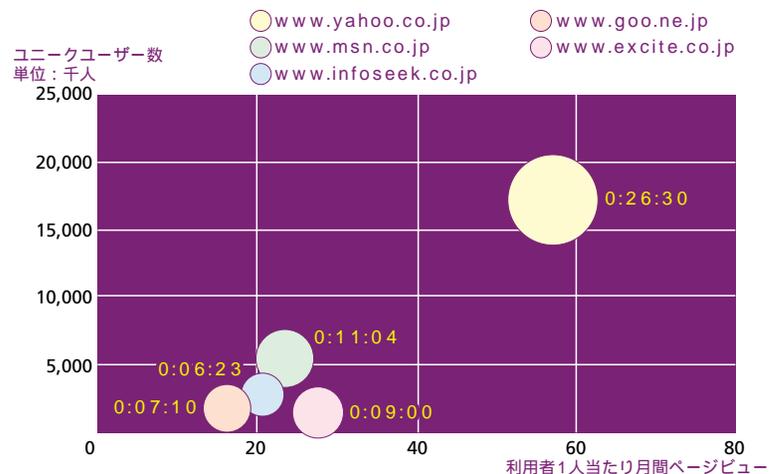
――変化の激しいインターネット業界ですが、ヤフーの強みをどのように分析されていますか？

井上：まずインターネット利用者への圧倒的なリーチの高さです。家庭からは84.3%、オフィスからは91.1%という利用率の高さは世界的にも珍しく、ヤフーを必ず使っている方が多いということです。そして、ポータルサイト、eコマースのプラットフォーム、アクセス事業など、インターネットにおける成功モデルを複数持っていることです。

――ポータルサイトとしての強みはどんな点にありますか？

井上：利用者数と利用者一人当たりの月間ページビュー、それに利用者一人当たりの滞在時間について、他のポータルサイトと比較したグラフをご覧くださいとよくわかりいただけます。利用者数・ページビュー・滞在時間すべてにおいて、突出しているところが大きな強みです。ヤフーだけですべてをまかなえる、用が足りるという利便性が、これほど多くの利用者選ばれている理由だと思います。

No.1ポータルサイト



(注)円の大きさは1人当たりの利用時間を表しています
出典:ビデオリサーチ(2004年9月)

――オークションサイトがNo.1である理由は？

井上：圧倒的な参加者数と商品数により、好循環ができています。参加者数の多いところに商品が集まり、商品数の多いところに参加者が集まるということですね。現在は、中長期的にも成長を継続していくために、取り締まり強化と安全対策に力を入れ、より一層安心して利用できるオークションサイトを目指しています。



満足度の高いサービスを開発し さらなる利用促進へ

――「Yahoo!ショッピング」の状況はいかがですか？

井上：ショッピングはライバル社に比較して、まだ「No.1」にはなっていません。しかしながら、一店舗当たりの取扱高が高く、効率的なオンラインショッピングモールであると言えます。今後も新規店舗の獲得に力を入れると同時に、オンライン上での店舗運営をきめ細やかにサポートすることで、利用者とストア双方の満足度をバランスよく伸ばしていきたいと思えます。また、新たに「Yahoo!ポイント」を開始しましたが、これは、「Yahoo!ショッピング」や「Yahoo!オークション」などヤフーの様々なサービスの利用に際してポイントを付与し、ポイント獲得を楽しんでもらうことで顧客満足度を高め、顧客との長期的かつ安定した関係の構築を目指すものです。

――「Yahoo! BB」や「Yahoo!プレミアム」など、 有料会員の獲得状況はいかがですか？

井上：Yahoo! BB会員とYahoo!プレミアム会員で約900万ID以上の有料会員がいます。有料会員になると他のサービスもたくさん使っていただけるようになりますから、今後も魅力的なサービスを開発し、有料会員を増やして利用者当たりの収益を伸ばしたいですね。

各事業でNo.1プレイヤーを目指して

――ヤフーの今後の成長戦略を教えてください。

井上: ヤフーは既に情報提供の分野で、さまざまな業種にわたって事業を展開してきましたが、各業種におけるサービスの仲介や販売などへさらに深化させつつあります。今後もヤフーブランド、インターネット利用者への高いリーチと利用者のロイヤリティ、3,810万人の利用者を支える技術力を土台に事業の柱をどんどん増やしていきたいと思っています。

また、収益別売上構造を見ると、2000年度までは広告売上だけでしたが、法人顧客に対するビジネスサービス売上、個人顧客に対するパーソナルサービス売上が大きく伸びてきました。今後も売上をバランスよく継続的に伸ばしながら事

一層広く深いサービスの提供

より多くの業種を広くカバーする

	旅行	就職	チケット	保険	決済	物販	その他の業種
情報提供	様々な業種において、既に事業を展開中						
仲介	JTB	リクルート	ぴあ	Insweb		Y!オークション Y!ショッピング	
販売				AON		イー・ショッピング・ボックス	
その他のサービス					Y!かんたん決済		

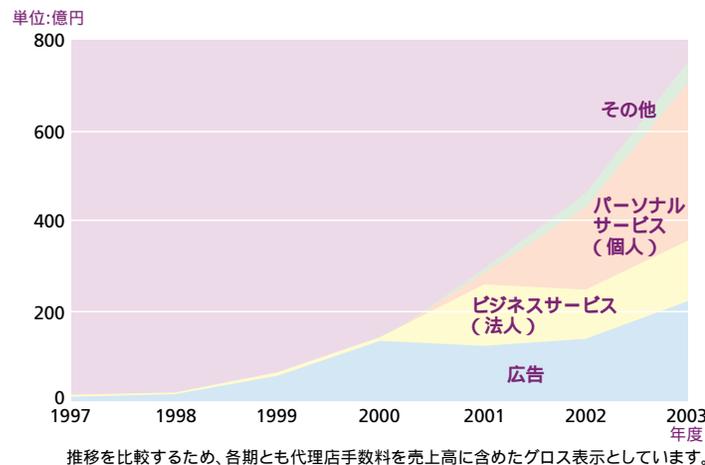
各業種における提供サービスを深化させる

業の多様化を進め、経営の安定を図りたいと思います。

――新規事業に対する戦略は？

井上: より早く大きくインターネットにシフトしていく業種から順番に参入し、収益機会を捕えたいと思います。参入方法には、Build（自社構築）、Buy（買収）、Partner（業務提携）の3つがありますがケースバイケースで考え、インターネット利用者の約90%をおさえているヤフーと各業種で専門性の高い企業を組み合わせることで、ビジネスチャンスを広げていきたいと考えます。eコマースの拡大に伴い、今までインターネットとは関わりがなかった業種にもチャンスはあると思います。

収益別売上構造



ONLY ONEのサービスで No.1の地位を不動のものに

――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509億円と前年同期比1.5倍、営業利益は271億円と前年同期比1.5倍、中間純利益は169億円と前年同期比1.6倍となりました。

――リスティング事業部が大きく伸びていますか？

井上：株式会社リクルートと提携する「Yahoo!リクナビ」が堅調でしたし、オーバーチュア株式会社と提携しているスポンサーサイトは、より緊密な協力体制をとったことにより好調に推移しました。

――情報管理の規格であるISMSの認証を取得されましたが、なぜ取得をお考えになったのですか？

井上：ヤフーでは毎月900万ID以上の有料サービスの利用者がいるので、管理する個人情報膨大なものになります。これまでも継続的に情報セキュリティ対策を行ってききましたが、その一環として第三者の視点からチェックを受けようと、ISMS認証を取得しました。ISMS認証の特徴は、技術的なセキュリティ対策と組織全体のマネジメントの両面を考慮し

て、情報管理システムの構築と維持、および継続的な改善に重点をおいていることです。したがって認証を一度取得した後も定期的に審査され、常に高度な情報管理システムが機能するようになります。

――当面の目標や課題についてはどのように考えていますか？

井上：変化の激しい業界ですから、どのような変化にも強い多様性・備えを確保し、経営基盤をより強固なものにしたいですね。これからも「No.1インターネット・サービス・カンパニー」の地位を不動のものにするために、他にはできない「ONLY ONE」のサービスを提供し、常にインターネット利用者に圧倒的な支持を受ける会社でありたいと考えています。

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



企業の社会的責任(CSR)への積極的な取り組み

当グループは社会の一員としての企業が果たすべき役割の重要性を強く認識し、既にその取り組みを開始しています。今後も、株主の皆様、お客様、従業員、そして社会に対する中長期的な企業価値の増大を図るため、積極的に取り組んでまいります。

コーポレートガバナンスへの取り組み

- 取締役(5名、内3名常勤)と事業部長との役割分担の明確化(監督と業務執行の分離)
- 監査役会(4名、全員社外監査役)による監査の徹底
- 情報管理対策本部による個人情報その他の重要な経営情報の保護
- 業務監査室(5名)による内部監査の充実
- 監査法人(中央青山監査法人)による会計監査
- 積極的な情報開示
月次開示および四半期決算等における詳細な資料の提供
インターネット上での情報開示の徹底
株主総会後の経営近況報告会の開催 等

情報管理体制

情報管理基本方針

- サービスの提供上必要な情報以外は、顧客から預からない
- 預かった個人情報は物理的に隔離する
- 個人情報データベースへのアクセス権限の付与を絞り込む
- 上記アクセス権限を保有するスタッフはセキュリティエリアにデスクを分離・限定する



ISMS認証マーク

ISMS 認証の取得

当社および子会社9社は、全10社が行なうすべての業務を対象に、英国規格協会が発行した情報セキュリティマネジメントシステム(Information Security Management Systems:以下、ISMS)の国際規格である「BS 7799-2:2002」および日本国内規格である「ISMS認証基準(Ver.2.0)」の認証を取得しました。これにより、グローバルスタンダ

ードな第三者視点を取り入れた情報セキュリティ対策を継続的に強化していきます。

ISMS認証は、技術的なセキュリティ対策と組織全体のマネジメントの両面を考慮して、ISMSの構築と維持および継続的な改善に着目しています。一度認証を取得した後も継続審査(維持審査)および更新審査が実施され、第三者の視点で定期的にチェックされるようになっています。

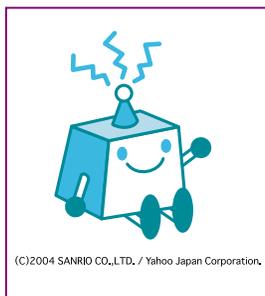
Yahoo! JAPANの社会貢献

サービス・事業を通じた貢献

- 「Yahoo!きっず」 ----- 青少年のネット利用に関する配慮
- 「Yahoo!ボランティア」 ----- ボランティア情報のハブの提供
- 「Yahoo!オークション」 ----- チャリティーオークションを通じた寄付活動への貢献

この上半期のチャリティーオークションの寄付金総額は2,912万円になりました。

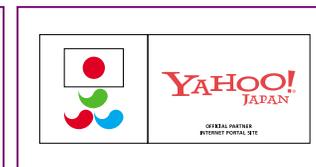
- オリンピック、パラリンピック、スペシャルオリンピックスのオフィシャルパートナー



ちょぼっと:
(株)サンリオとインターネットリテラシー向上を目指して、「Yahoo!きっず」初のオリジナルキャラクター「ちょぼっと」を共同開発



オークションフリーマーケット: 大規模なリアルイベントを開催し、ネットオークションの楽しさをアピールするとともに、資源の有効活用を呼びかけた



オリンピック、パラリンピックのオフィシャルパートナー

インターネットメディアとして社会メッセージを発信

- 「ピンクリボンキャンペーン」 --- 乳がん早期発見の呼びかけ
- 「電池が切れるまで」特集 ----- 「生きることの大切さを考える」ことを呼びかけ

インターネットの安全性・健全性の向上を目指して

- 「セキュリティ強化特集」 ----- インターネットをより安全で快適に利用するための呼びかけ
- 「Yahoo!オークション」 ----- 詐欺・不正出品等の悪用対策
- 「Yahoo!ファイナンス」 ----- 銘柄別掲示板へのSEC通報ボタンの設置



ピンクリボン...それは、乳がんの早期発見・早期診断・早期治療の大切さを伝えるシンボルマークです。

ピンクリボンキャンペーン:
乳がんの早期発見、早期診断、早期治療の大切さを啓発する活動をインターネット上で展開

事業部別概況

当グループは、2002年1月より事業部制を導入しています。また、各事業部には帰属しない全社共通の売上を「全社共通事業」としています。

当上半期における6事業部および「全社共通事業」の概況は以下のとおりです。事業部別の売上は、下記のとおり4種類に分かれています。

広告	バナー広告、メール広告等による売上、またはそれに付随する売上 有料リスティングサービス(スポンサーサイト)による売上
ビジネスサービス	広告以外の対法人向けビジネスによる売上
パーソナルサービス	対個人向けビジネスによる売上
その他	イー・ショッピング・ブックス(株)による物販売上

事業部別売上高(2004.4.1 ~ 2004.9.30)

(単位:百万円)

	オークション 事業部	リスティング 事業部	Yahoo! BB 事業部	ショッピング 事業部	メディア 事業部	ビジネス ソリューション 事業部	全社共通事業 ・本社	合計
広告	480	8,401	658	326	3,637	24	2,375	15,905
ビジネスサービス	1,320	3,639	2,891	1,183	265	720	118	10,140
パーソナルサービス	10,398	110	4,418	—	372	3	6,839	22,143
その他	—	—	—	2,782	—	—	—	2,782
合計	12,199	12,151	7,967	4,293	4,276	749	9,333	50,972

事業部別概況

オークション事業部

「Yahoo!オークション」において個人間の商品の売買および法人による商品の競売等の場を提供し、また、法人向けにオークションストア(法人店舗)のサポートを行っています。

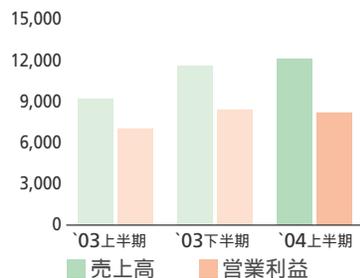
主なサービス

「Yahoo!オークション」「Yahoo!宅配」「Yahoo!かんたん決済」

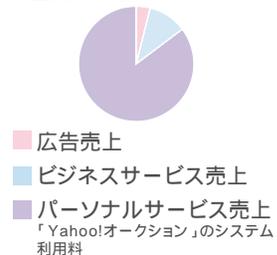
上半期の状況

- より安心して利用できるオークションサイトを運営していくための対策を継続的に行いました。
 - ・郵便物による出品者の住所確認
 - ・肖像権・知的財産権の侵害対策
- 東京都主税局と共同で、全国で初めてインターネットによる公売を実施しました。

売上高・利益の推移(百万円)



売上高の内訳



リスティング事業部

情報掲載サービスおよび地域情報サービスならびに検索サービスを提供しており、情報提供元から得る情報掲載料およびスポンサーサイトによる収益の拡大を図っています。

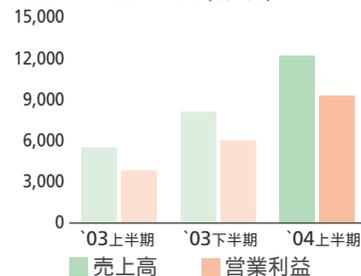
主なサービス

「Yahoo!リクナビ」「Yahoo!自動車」「Yahoo!電話帳」

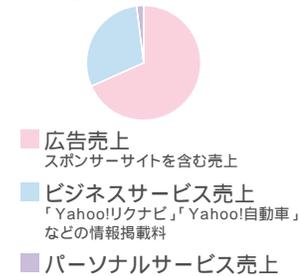
上半期の状況

- (株)リクルートが運営する求人サイトを、Yahoo! JAPANの求人情報サイトに展開する「Yahoo!リクナビ」を公開しました。
- 有料リスティングサービス「スポンサーサイト」による広告売上の拡大を目指しました。

売上高・利益の推移(百万円)



売上高の内訳



事業部別概況

Yahoo! BB事業部

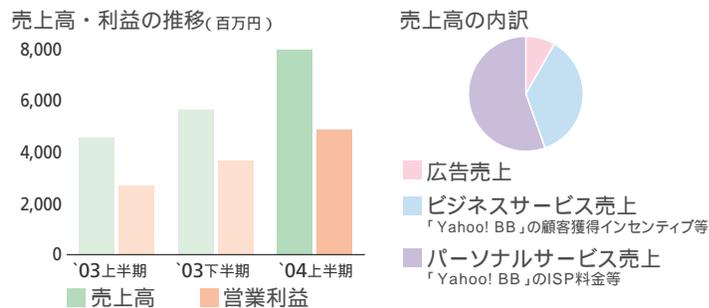
ブロードバンド関連の総合サービス「Yahoo! BB」において、主にWeb上での会員獲得およびISPサービスの一部であるメール、ホームページ作成などの提供を行っています。

主なサービス

「Yahoo! BB」「Yahoo!メール」「Yahoo!ジオシティーズ」

上半期の状況

- 「Yahoo! BB」新規会員獲得のため、さまざまなキャンペーンを実施しました。
- 「Yahoo! BB」会員限定のコンテンツ提供や、機能の向上など、サービス内容をより充実させました。



ショッピング事業部

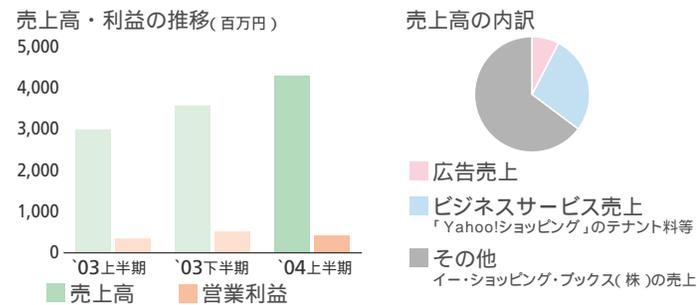
信頼と実績の有名店から個性豊かな専門店まで、品揃えを充実させたオンラインショッピングサイトを提供しています。また、国内外の宿泊、航空券等旅行にかかわる商品や旅行の準備をサポートする情報などの提供を行っています。

主なサービス

「Yahoo!ショッピング」「Yahoo!トラベル」「Yahoo!ブックス」

上半期の状況

- 出店プランの変更等を行い、「Yahoo!ショッピング」のストア数は大幅に増加しました。
- 「Yahoo!ポイント」が公開され、Yahoo! JAPANのサービスを利用してためたポイントを「Yahoo!ショッピング」の支払いに使えるようになりました。



事業部別概況

メディア事業部

利用者が欲する多様なコンテンツやサービスを提供することによりページビューを増やし、広告売上を拡大することを目指しています。また同時に、コンテンツやサービスを有料で提供することを推進しています。

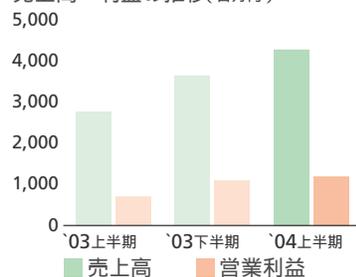
主なサービス

「Yahoo!ファイナンス」「Yahoo!動画」「Yahoo!アバター」

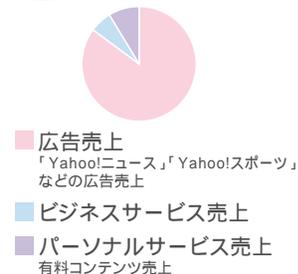
上半期の状況

- (財)日本オリンピック委員会、日本パラリンピック委員会のオフィシャルパートナーとなり、「アテネオリンピック特集」「アテネパラリンピック特集」を公開しました。
- 「Yahoo!占い」「Yahoo!コミック」など魅力ある有料・無料のコンテンツを提供しました。

売上高・利益の推移(百万円)



売上高の内訳



ビジネスソリューション(BS)事業部

ヤフーが培ってきたノウハウや技術を、個人事業主を含む企業や地方公共団体に対してソリューションとして提供しています。

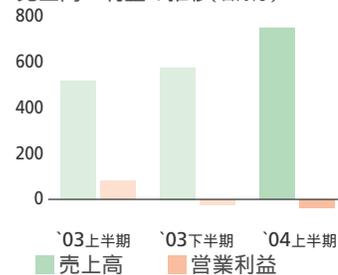
主なサービス

「Yahoo!リサーチ」「Yahoo!ウェブホスティング」「Yahoo!ドメイン」

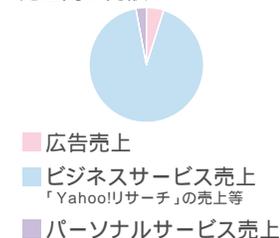
上半期の状況

- 「Yahoo!リサーチコンパクト」等の新商品を発表するなど「Yahoo!リサーチ」の受注活動を積極的に行いました。登録モニター数も大幅に増加しました。
- 「Yahoo!ポータルソリューション」による市川市等の自治体・企業のホームページが公開されました。

売上高・利益の推移(百万円)



売上高の内訳



使ってみよう 1ポイント=1円で使える! ためて使っておトクな Yahoo!ポイント



2004年9月より、「Yahoo! JAPAN」の各種サービスを利用することで「Yahoo!ショッピング」の支払いに使えるポイントが自動的にたまる「Yahoo!ポイント」サービスを開始しました。「Yahoo!ポイント」は、Yahoo! JAPANが提供するサービスをより多く、継続的に利用していただくため、ポイント獲得を楽しんでもらうことで顧客満足度を高め、利用者との長期的な関係作りと安定した収益基盤の構築を目指します。

お米や水など、日常購入する毎日のお買い物に、海産物、食肉など、産地直送お取り寄せに、これからのお歳暮シーズンに.....

**Yahoo!ショッピングで
お買い物をして
さらにポイントで得をしましょう!**



Yahoo!ポイントとは

ポイントは「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!オークション」などYahoo! JAPANの様々なサービスの利用で付与されます。対象サービスは順次拡大していきます。

様々なキャンペーンも随時実施していきます。

たまったポイントは、1ポイント=1円として「Yahoo!ショッピング」でのお買い物に使うことができます。

ショッピングはこちらから!

Yahoo! JAPAN
トップページ▶

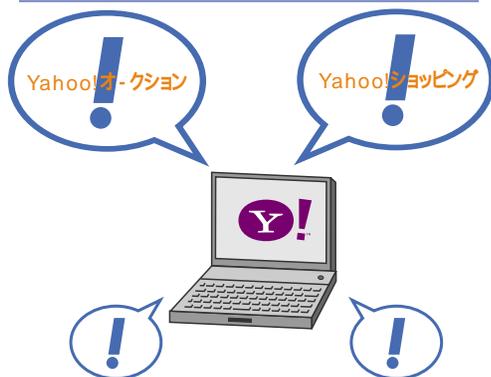
秋のお出かけオススメ情報
買う ショッピング - オ
知る ニュース - 天気 N
楽しむ 映画 - 音楽 -



▶ ポイントをためる

Yahoo! JAPAN IDでログインしてYahoo!ポイントに対応しているサービスをご利用いただくと、ポイントが自動的にたまります。

Yahoo! JAPANのサービスを利用



ポイントを獲得!



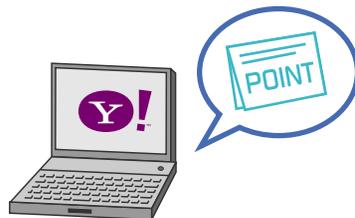
またも、.....さんにご購得ありがとうございます!

Yahoo!ショッピング

すべてのショッピング

▶ ポイント通帳で確認

たまったポイントはポイント通帳でも確認できます。ポイント通帳では、いつポイントを獲得したか、どのサービスを利用してポイントがたまったかなど、ポイントに関する詳しい情報が見られます。



▶ ポイントを使う

たまったポイントはYahoo!ショッピングでお買い物の際に1ポイント=1円として使えます。使ったポイントは自動的にあなたのポイント通帳から引き落とされます。なお、ポイントを使ったお買い物に対しても、ポイントはたまります。



1,000ポイント

1ポイント=1円として、Yahoo!ショッピングでのお買い物に利用できます。

連結貸借対照表

ポイント1 POINT 1
 現預金の増加は、営業活動による収入の増加によるものです。

ポイント2 POINT 2
 売掛金の増加は、主にスポンサーサイトの売上高増加によるものです。

ポイント3 POINT 3
 貸倒引当金の増加は、個人向け、法人向け売上債権の増加によるものです。

ポイント4 POINT 4
 有形固定資産の増加は、主にサーバー等の設備の増加によるものです。

ポイント5 POINT 5
 投資その他の資産の増加は、投資先の株式公開や関連会社株式の取得によるものです。

資産の部			
主な科目	前中間期 [2003年9月30日現在]	前期 [2004年3月31日現在]	当中間期 [2004年9月30日現在]
流動資産	35,277	55,726	68,308
現預金	24,291	39,643	50,730
売掛金	9,576	12,847	15,718
貸倒引当金	372	733	999
固定資産	23,033	26,683	31,978
有形固定資産	7,140	8,075	10,442
無形固定資産	927	1,646	2,792
投資その他の資産	14,965	16,962	18,743
資産合計	58,311	82,410	100,287

今年10月20日におこなった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/20041020.html>

(単位:百万円)

負債の部			
主な科目	前中間期 [2003年9月30日現在]	前期 [2004年3月31日現在]	当中間期 [2004年9月30日現在]
流動負債	12,587	19,563	21,142
買掛金	515	636	834
未払金	3,573	4,181	7,087
未払法人税等	6,709	11,688	10,663
その他	1,789	3,055	2,558
固定負債	1,760	2,772	2,500
負債合計	14,348	22,335	23,643
少数株主持分			
少数株主持分	113	267	315
資本の部			
資本金	6,181	6,399	6,503
資本剰余金	1,262	1,480	1,584
利益剰余金	32,691	47,066	63,892
その他有価証券 評価差額金	3,733	4,880	4,374
自己株式	20	21	26
資本合計	43,849	59,806	76,328
負債・少数株主持分 及び資本合計	58,311	82,410	100,287

ポイント6 POINT

未払金の増加は、営業費用およびサーバー等の購入によるものです。

ポイント7 POINT

資本金の増加は、ストックオプションの行使によるものです。

ポイント8 POINT

利益剰余金の増加は、利益の増加によるものです。

ポイント9 POINT

その他有価証券評価差額金の減少は、投資有価証券の時価評価によるものです。

連結損益計算書

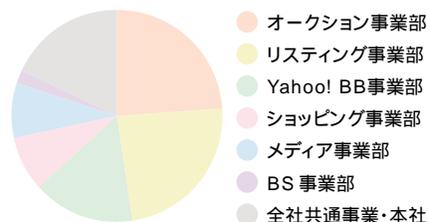
ポイント1

POINT 1

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	12,199	23.9%
リスティング事業部	12,151	23.8%
Yahoo! BB事業部	7,967	15.6%
ショッピング事業部	4,293	8.4%
メディア事業部	4,276	8.4%
BS事業部	749	1.5%
全社共通事業・本社	9,333	18.4%
合計	50,972	100.0%

売上高構成比率



(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。

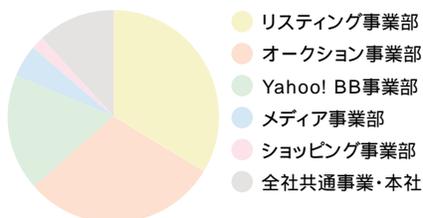
ポイント2

POINT 2

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
リスティング事業部	9,282	34.1%
オークション事業部	8,248	30.3%
Yahoo! BB事業部	4,857	17.9%
メディア事業部	1,190	4.4%
ショッピング事業部	413	1.5%
BS事業部	31	0.1%
全社共通事業・本社	3,228	11.9%
合計	27,189	100.0%

営業利益構成比率



科目

売上高

売上原価

販売費及び一般管理費

営業利益

営業外損益

経常利益

特別損益

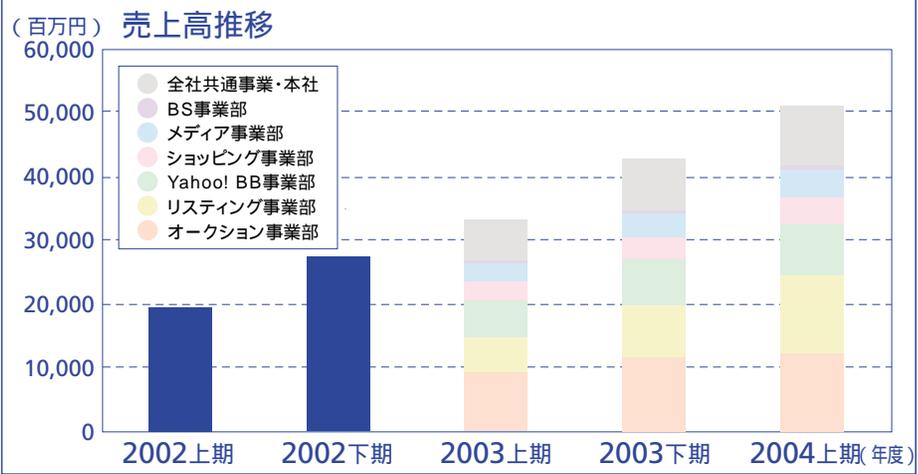
法人税等・その他

中間(当期)純利益

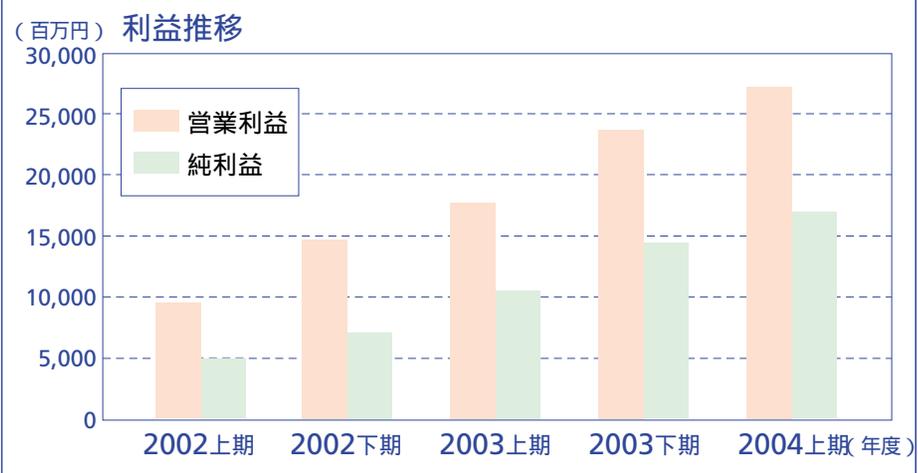
(単位:百万円)

前中間期 [2003年4月1日~ 2003年9月30日]	前期 [2003年4月1日~ 2004年3月31日]	当中間期 [2004年4月1日~ 2004年9月30日]
33,114	75,776	50,972
2,459	5,292	3,442
12,993	29,272	20,340
17,661	41,211	27,189
118	97	154
17,542	41,308	27,343
332	259	546
6,757	16,222	10,936
10,452	24,826	16,952

POINT 3 POINT 3



POINT 4 POINT 4



(注) 2003年度より売上等の計上方法を変更しています。2002年度以前の数字は、2003年度より導入された計上方法に従って遡及修正して表示していますのでご注意ください。



事業部別損益

当中間期(2004年4月1日～2004年9月30日)

(単位:百万円)

	売上高	売上原価	売上総利益	販売費及び 一般管理費	営業利益	売上高 営業利益率
オークション事業部	12,199	10	12,189	3,940	8,248	(67.6%)
リスティング事業部	12,151	25	12,126	2,843	9,282	(76.4%)
Yahoo! BB事業部	7,967	435	7,532	2,675	4,857	(61.0%)
ショッピング事業部	4,293	2,186	2,107	1,693	413	(9.6%)
メディア事業部	4,276	152	4,124	2,934	1,190	(27.8%)
ビジネスソリューション(BS)事業部	749	519	229	260	31	(4.2%)
全社共通事業・本社	9,333	112	9,221	5,992	3,228	(34.6%)
合計	50,972	3,442	47,529	20,340	27,189	(53.3%)

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・基本手数料・手数料
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
Yahoo! BB事業部	「Yahoo! BB」の顧客獲得インセンティブ、ISP料金
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)による物販売上
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」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 [2003年4月1日~ 2003年9月30日]	前期 [2003年4月1日~ 2004年3月31日]	当中間期 [2004年4月1日~ 2004年9月30日]
営業活動によるキャッシュ・フロー	8,564	26,147	17,206
投資活動によるキャッシュ・フロー	7,749	10,913	6,076
財務活動によるキャッシュ・フロー	260	1,194	42
現金及び現金同等物の増加額	1,075	16,427	11,087

ポイント1

POINT 1

税金等調整前中間純利益が27,889百万円。
法人税等の支払により11,605百万円減。
売掛金の増加により2,769百万円減。

ポイント2

POINT 2

サーバー等の購入およびオフィス増床に伴う設備の取得により4,298百万円減。

プロジェクトY!

日本初の『インターネット公売』成功へのプロセス!

今年7月、東京都主税局とともに全国初の「インターネット公売」を実施したYahoo! JAPAN。「Yahoo!オークション」のシステムを利用した公売オークションについて、プロジェクトメンバーに聞きました。



スピードへの高い評価が、すべてのはじまり。

営業：「Yahoo!オークション」は、常時600万件以上の出品数と年間5,000億円を超える取扱高を誇る日本最大のオークションサイトです。楽しく安心してご利用いただけるようシステムの安定性を常に確保し、これまで個人の利用者と出店ストア向けに多彩なサービスを提供してきました。

「インターネットによる公売ができないか」と東京都から突然の打診をいただいたのは2003年11月のこと。公売とは、差し押さえた税金滞納者の財産を国税徴収法にのっとり売却することですが、一般に公売の存在自体が知られていません。そこで私はすぐにインターネットによる認知度アップを考えたいと都との交渉に動きました。

こうしたヤフーのスピードある対応が評価され、都とヤフーによる日本初のインターネット公売への挑戦がはじまりました。

法律の壁に挑む、システム開発の苦闘。

技術：公売オークションのシステム開発にあたって最も苦労したのは、国税徴収法にのっとりした仕組みが「Yahoo!オークション」でできるのかという点でした。特に問題となったのは、公売保証金の取り扱いです。公売では最初に入札参加者が公売保証金を納付し落札できなければ返還するというルールがありますが、実際行うとなると大変な手間と時間がかかります。企画担当者はこうした問題をクリアするために都と話をつめ、社内の調整に駆け回る日々が続きました。

こうした調整を経て、ようやくプロジェクトの立ち上げとなったのが2004年4月のことです。ところが、初回のオークション実施が7月に迫る中、システム開発は通常のオークションシステムの単純な修正では済まないものになり、夜を徹して作業をしたことも少なくありません。



プロジェクトのメンバー達

反響は予想以上、初の公売オークションは大成功！

企画：納期的にはかなりハードでしたが、都の担当者が「都での成功が全国自治体の試金石になる」と全力で各方面に働きかけてくださり、こちらもその熱意に応えようと必死でした。企画や開発、営業など約20名のプロジェクトメンバーは自分の部署の仕事と掛け持ちで全力を尽くし、ついに7月、初の公売オークションにこぎつけたわけです。

ただ、何しろ日本初の公売オークションですから、ふたを開けてみないと成功するかどうかはわかりません。ところが初

日、公売オークションは予想を遙かに超えるページビューを記録し、入札回数は3,800回以上と一般の人々の関心の高さが浮き彫りになりました。そして、落札額の合計は都の見積価額の約4倍に達し、これには都の方々も大変喜ばれていました。一方、都が出品したことで、今まで以上に「Yahoo!オークション」のブランドイメージも向上したと思います。

自治体の認知度は100%。不動産公売の準備も着々。

営業：初回の終了後、全国の自治体へインターネット公売について営業活動を展開していますが、自治体の担当者がインターネット公売を知らない人はなく認知度は100%です。地方での報道は少なかったと思いますが、いかに今回の成功が全国の自治体に影響を与えたかがわかります。積極的に導入を考えてくださる自治体も多く、具体的な動きも始まっています。

技術：東京都では動産だけではなく、不動産のインターネット公売の実施も決まりました。不動産の場合は動産と違い一回の入札で落札者が決まる入札方式になりますので、法律に適したシステムを作るべく、一からシステム開発に全力をあげているところです。

企画：初回のインターネット公売は試行であって、不動産も含めたこれからが本番です。それが成功すれば、他の自治体や国にも汎用性の高いシステムを提供できることになり、インターネット公売の可能性はさらに広がると思います。

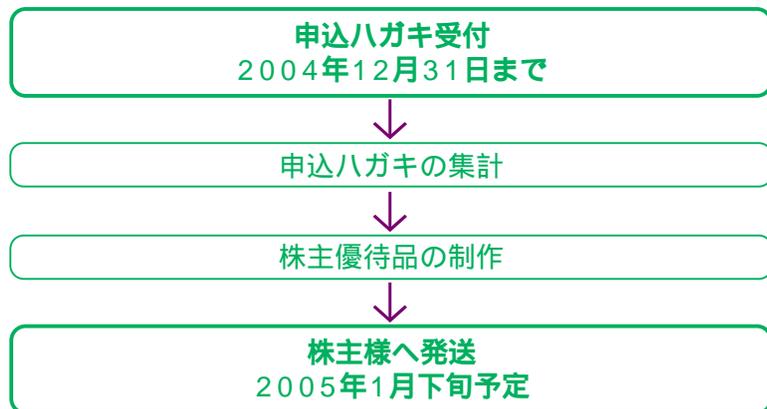
株主優待のご案内

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、いずれか1品お選びいただき、同封の株主優待申込ハガキに必要事項をご記入の上、2004年12月31日までにご返送ください。

発送までのフロー



お申し込みは、2004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。ハガキを返送された方にもれなく贈呈いたします。



写真とは一部デザイン・色等が異なる場合がございます。

Q&A

2004年3月31日現在の株主様を対象とした前回の株主優待では、多数のお申し込みをいただき誠にありがとうございました。株主優待申込ハガキにてご協力をお願いしたアンケートには、数多くのご質問、ご意見をお寄せいただきました。なかでも多く寄せられたご質問について回答を申し上げます。

Q1. 配当は実施しないのですか？

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。配当金については、当社の経営成績を見ながら、一方で企業体質の一層の強化と今後の事業展開に備えるための内部留保充実の必要性も勘案しながら決定することを基本方針としています。今後も「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、維持するために必要な内部留保の充実や業績の推移等を勘案し、検討してまいります。

Q2. 今後も株式分割を行うのですか？

今後の株式分割については、現時点では未定です。当社は、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10回実施しています。投資単位の引き下げについては、広範な投資家層の参加を促すための有効な施策であると考えており、今後も業績の推移やマーケットの状況等を総合的に勘案し、検討していきたいと考えています。

株主通信VOL.8 アンケート結果のご報告

株主属性について

年齢構成比



男女比



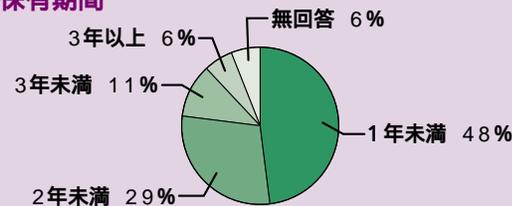
「興味を持った記事」・ベスト5

1. 株式情報
2. 株主の皆様へ
3. 財務諸表
4. 最新トピックス
5. 事業部別概況

「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



株式情報 (2004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

3,773,192株

2004年9月30日割当てで1:2の株式分割を実施したため、11月19日に3,773,192株増加しています。

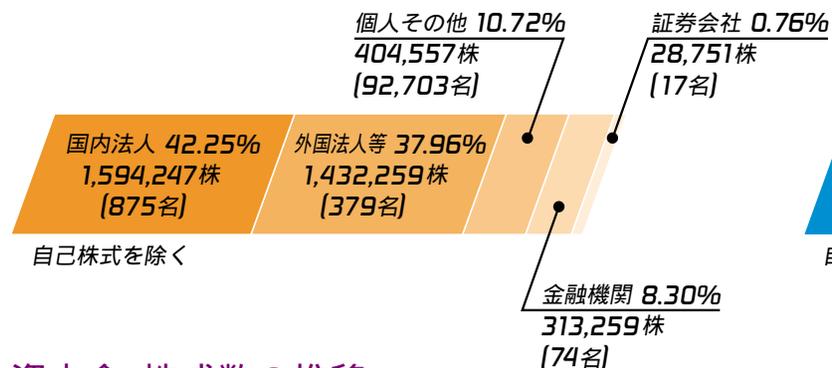
株主数

94,049名

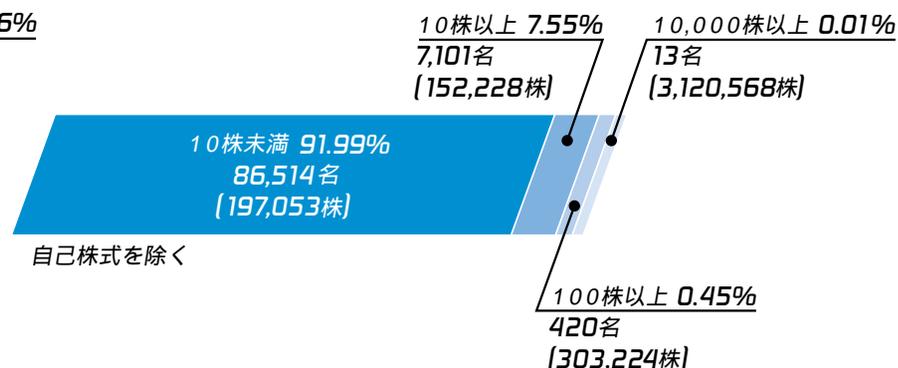
主要株主一覧

株主名	持株数(株)	持株比率
ソフトバンク株式会社	1,580,864	41.9%
ヤフーインク	1,262,464	33.5%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	77,597	2.1%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	73,884	2.0%
日本証券金融株式会社	24,425	0.6%
資産管理サービス信託銀行株式会社(信託B口)	15,510	0.4%
三菱信託銀行株式会社(信託口)	15,223	0.4%
みずほ信託銀行株式会社(信託Z口)	14,422	0.4%
UFJ信託銀行株式会社(信託勘定A口)	13,078	0.3%
バンクオブニューヨークフォーゴールドマンサックスインターナショナルエクイティ	11,135	0.3%

所有者別分布状況



所有株数別分布状況



資本金・株式数の推移

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	
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	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)	割当基準日1999年3月31日
1999年11月	1,501	1,556	27,826	第2回株式分割(1:2)	割当基準日1999年9月30日
2000年 3月	1,556	5,137	28,954	ジオシティーズ(株)とブロードキャスト・コム(株)合併	
2000年 5月	2,897	3,798	57,940	第3回株式分割(1:2)	割当基準日2000年3月31日
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)	割当基準日2000年9月30日
2002年 5月	6,072	1,154	235,095	第5回株式分割(1:2)	割当基準日2002年3月31日
2002年11月	6,073	1,154	471,059	第6回株式分割(1:2)	割当基準日2002年9月30日
2003年 5月	6,073	1,154	942,118	第7回株式分割(1:2)	割当基準日2003年3月31日
2003年11月	6,217	1,298	1,884,964	第8回株式分割(1:2)	割当基準日2003年9月30日
2004年 5月	6,429	1,510	3,772,372	第9回株式分割(1:2)	割当基準日2004年3月31日
2004年11月			3,773,192	第10回株式分割(1:2)	割当基準日2004年9月30日

(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 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 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 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 10月	月間100億ページビュー突破
2002年 11月	スポンサーサイトの掲載を開始
2003年 1月	国内初の個人間支払いサービス「Yahoo!ペイメント」(現「Yahoo!かんたん決済」)を開始
2003年 4月	本社を六本木ヒルズへ移転
2003年 4月	オリジナルキャラクターを作成できる「Yahoo!アバター」を公開
2003年 8月	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	東京証券取引所 市場第一部へ上場
2003年 12月	動画コンテンツの総合サービス「Yahoo!動画」を公開
2004年 2月	(株)リクルートと合併で(株)インディバルを設立
2004年 3月	パソコンで検索、試聴できる「Yahoo!着メロ」を公開
2004年 3月	月間200億ページビュー突破
2004年 3月	「Yahoo! BB」加入者が400万人を突破
2004年 4月	求人情報サイト「Yahoo!リクナビ」を公開
2004年 5月	Yahoo!プレミアム会員の登録ID数が400万人を突破

2004年 5月	(財)日本オリンピック委員会、日本パラリンピック委員会および「2005年スペシャルオリンピックス冬季世界大会」のオフィシャルパートナーを務めることを決定
2004年 7月	東京都主税局とともに全国で初めての「インターネット公売」を実施
2004年 7月	「Yahoo!クーポン」を公開
2004年 8月	短期単発アルバイト専門の求人求職マッチングサービス「シヨットワークス」をスタート
2004年 8月	情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)の認証を取得
2004年 9月	Yahoo! JAPANの各種サービスを利用することで「Yahoo!ショッピング」の支払いに使える「Yahoo!ポイント」サービスを開始
2004年 9月	オンラインチケット販売サービス「Yahoo!チケット」を公開

(2004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	6,503百万円
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	1,083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 枝 美江

株主メモ

決算日 : 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
 〒137-8081
 東京都江東区東砂七丁目10番11号
同取次所 : UFJ信託銀行株式会社
 全国各支店
 野村証券株式会社
 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を採用しております。また、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せ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サイト (<http://www.evotep.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きをお取りください。

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 ☎0120-173-027 (通話料無料)
 受付時間9:00 ~ 21:00

IRサイトのご案内

当社では、Web上で「IR関連情報」として以下のような情報を公開しています。今後も、株主の皆様への情報開示の内容を充実し、迅速に開示を行っていく所存です。

Web上でご覧いただけるIR関連情報

トップメッセージ
 企業情報
 財務情報
 株主情報
 IRイベントスケジュール
 アナリスト・カバレッジ一覧
 最新プレゼンテーション資料
 月次開示情報
 よくあるご質問 (FAQ)



<http://www.yahoo.co.jp/>

当社のIR関連情報は、Yahoo! JAPANトップページの一番下にある「投資家情報」からご覧いただけます。

ご住所変更等のお手続きはお済みでしょうか？

株式の事務手続き(届出住所・印鑑・姓名等の変更届、端株買取請求書、名義書換請求書等)書類のご請求につきましては、名義書換代理人にてお電話ならびにインターネットにより24時間受付しておりますので、ご利用ください。

UFJ信託銀行株式会社

☎0120-232-711 (オペレータ対応)

☎0120-244-479 (音声自動応答 用紙のご請求用)

インターネットアドレス<http://www.ufjtrustbank.co.jp/>

なお、株券保管振替制度をご利用の株主様は、お取引口座のある証券会社にご照会ください。



〒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