

YAHOO!
JAPAN



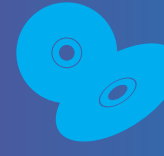
Yahoo! Beauty



Yahoo! Weather



Yahoo! Movies



Yahoo! Tickets



Yahoo! Sports

Yahoo! JAPANのサービスの一部を
シンボルイラスト化しています。



Yahoo! Gourmet



Yahoo! Shopping



Yahoo! Computers



Yahoo! Books



Yahoo! Travel



Yahoo! Auctions



Yahoo! Sports



Yahoo! Mobile



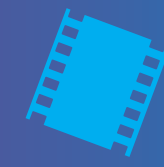
Yahoo! Beauty



Yahoo! Games



Yahoo! Weather



Yahoo! Music



Yahoo! Wedding



Yahoo! Tickets



Yahoo! Auctions



Yahoo! Blogs



Yahoo! Chat



Yahoo! Gourmet



Yahoo! Shopping



Yahoo! Computers



Yahoo! BB



Yahoo! Books



Yahoo! Autos



Yahoo! Travel



Yahoo! Mobile



Yahoo! Personals



Yahoo! Games



Yahoo! Weather



Yahoo! Movies



Yahoo! Music



Yahoo! Wedding



Yahoo! Auctions



Yahoo! Sports



Yahoo! Chat



Yahoo! Gourmet



Yahoo! Computers



Yahoo! Computers



Yahoo! Sports



Yahoo! Personals



Yahoo! Personals



Yahoo! Beauty



Yahoo! Games



Yahoo! Blogs



Yahoo! Blogs



Yahoo! Gourmet



Yahoo! Gourmet



Yahoo! Shopping

VOL.11

ヤフー株式会社

'05 4/1~9/30
株主
通信



株主通信 VOL.11

2005年 4月1日~9月30日

目次

株主の皆様へ	2
CSR(企業の社会的責任)活動報告	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
社員インタビュー	22
株式情報	24
アンケート結果のご報告	26
会社沿革	27
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

株主の皆様には、平素から格別のご高配を賜り、厚く御礼を申し上げます。皆様にお届けしております株主通信も今回が第11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。

2005年度上半期の業績について

この上半期の連結ベースの売上高は800億円（前年同期比57.0%増）、営業利益は374億円（前年同期比37.6%増）、経常利益は363億円（前年同期比33.0%増）、中間純利益は214億円（前年同期比26.5%増）とおかげさまで売上、利益とも半期ベースで過去最高となりました。リスティング事業部の広告売上とビジネスサービス売上¹が大きく伸びたほか、メディア事業部の広告売上やオークション事業部のパーソナルサービス売上²も好調に推移いたしました。

創業10周年を迎えるにあたって

2006年1月に当社は創業から10周年を迎えます。この10年をひと言でいえば、まさに“激動の10年”でした。ヤフーが船出した1996年当時、日本におけるインターネットの



普及率はまだほとんどゼロに近いような状況であり、インターネット広告を使ったビジネスモデルすらも確立していませんでした。いわば海図のない大海原への船出、それがヤフーだったのです。それだけに当初、不安がなかったといえは嘘になりますが、サービス開始後、早い段階から多くのお客様のご支持と評価をいただくことができ、また株主の皆様からの力強いご支援もあって、ヤフーはここまで成長することができたと思います。創業の頃と比べて、現在のインターネットを取り巻く環境は大きく変化しました。当初は、パソコンの普及率の低さ、キーボードに対する不慣れ、そして接続費用が高いことから、日本でのインターネットの普及を疑問視する声が多量にありました。ところが、2001年の

「Yahoo! BB」のサービス開始によって加速したブロードバンドの普及が、いわゆる低コストでの「常時接続」を可能にし、同時にインターネット利用者層の大幅な拡大と利用時間の増加をもたらしました。つまり、この10年は、利用者の数、利用時間、サイトの数、サービスの数などインターネットの世界を構成するあらゆる要素が量的に大きく拡大した10年だったといえます。

今後の新しい10年の飛躍を誓う

これからは質を高める10年であると考えます。大きく分けるとひとつはインターネットの利用度を高めること、もうひとつはインターネットの信頼を高めることです。日常的にはメールしか使っていないなど、インターネットのサービスを十分に活用されていない方も多いと思います。インターネットのサービスは押しつけでは通用せず、実際に使っていただくかなければなりません。お客様に選んでいただける便利なサービス、お客様が望んで使うサービス、そして他社に負けな

いサービスを今後も提供し続けたいと思います。また、安全な取引、信頼のセキュリティ、品質の確保、リスクへの備えなど、インターネットの信頼性を高めることが、さらなる成長、飛躍のための重要な鍵を握っていると考えています。これは同時に今後ヤフーが果たすべき重要な社会的責任でもあります。安全で安心、そして快適なインターネットサービスの開発・提供を通じて、インターネット社会の健全な発展のために貢献したいと思います。

これまでインターネットは量的な拡大を続けてきましたが、それでもまだ日本のインターネット利用者は総人口からみると半分程度であり、インターネット市場の成長は各種サービスの“深化および進化”を含めてこれからが本番です。拡大する市場の中でさらなる成長に向けて、役員・社員一丸となって全力で取り組んでまいります。

2005年11月

代表取締役社長 井上 雅博

進化する検索サービス 今後は個人の最適化を目指す

— 1996年の創業当初から提供している検索サービスは、この10年間でどのように進化しましたか？

井上：検索サービス開始当初からの大きな特長は、カテゴリ検索です。これは、サーファーと呼ばれる担当者がウェブサイトをチェックして利用者にとって有用なサイトを登録した検索エンジンを使ったもので、特に初心者の方には使いやすいものです。その後、検索する対象であるウェブサイト数自体が爆発的に増加し、インターネット利用者の中にも上級者の方が増えてきましたので、現在ではロボット検索によるウェブ検索結果を中心に表示し、お客様のニーズに合わせて、登録サイト、画像、音声、動画、エリア、商品などの検索に簡単に切り替えることができるようにしています。インターネット上で販売されている商品の価格や情報を一覧で比較できたり、検索結果の英文のサイトを瞬時に和訳することなどもできるようになりました。

— 今後は、どのような検索サービスを開発・提供したいと考えていますか？

井上：ひとつの検索結果が、すべてのお客様にとってベスト

の結果になる、ということは難しくなっています。今後はお客様1人ひとりにとっての最適化を実現する検索手法を開発・提供していきたいと考えています。お客様がどのようなことに興味を持っているのか、検索結果などのデータを蓄積することにより、その方が望む検索結果を優先して導き出す技術の開発や、検索を自由にパーソナライズ³できる機能の強化を図っていきます。

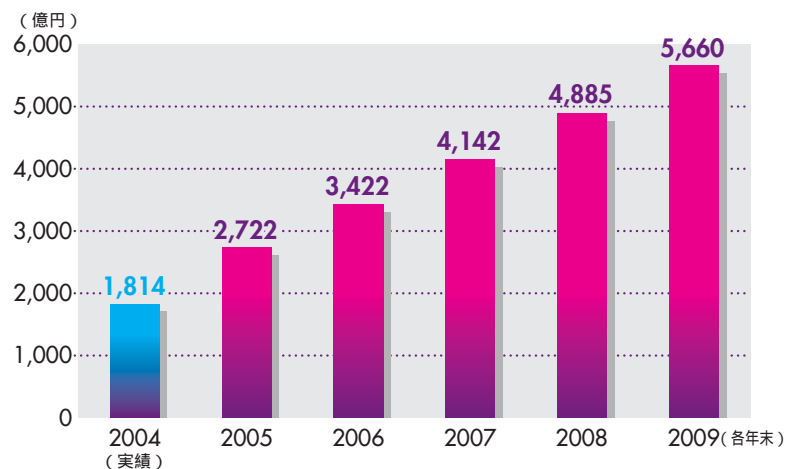
インターネット広告市場の 高い成長性に大きな手応え

— インターネット広告は、今後5年間で3倍以上に成長するとの試算がありますが、実感としてはいかがですか？

井上：インターネット広告市場の伸びには、確かな手応えを感じており、今後の成長性にも大きく期待しているところです。5年ほど前からヤフーでは、インターネット広告をブランディング⁴目的で使っていただくことに力を入れてきました。広告主の理解を促し、広告代理店との関係を強化するとともに、動画でインパクトのある表現ができる広告技術の向上も図ってきました。その結果、現在では、インターネット上でテレビなど既存の広告メディアと同じようなブランディング広告が展開されるようになり、広告主によるインターネット広告への評価もますます高まっています。

インターネット広告の市場予測

(株)電通「2004年日本の広告費」および
(株)電通総研「2005年～2009年のインターネット広告費に関する試算」より



— アフィリエイト広告と呼ばれる新手法の広告が展開されていますが、これはどのような仕組みですか？

井上：インターネット広告市場の成長とともに、さまざまな広告手法が生まれています。ヤフーにおいても検索結果ページなどに表示されるスポンサーサイト⁵が大きく伸びていますし、携帯電話からのインターネット利用者に向けたモバイル広告にも注力しています。今回本格的に取り組むことになったアフィリエイト広告とは、成果報酬型広告ともいわれるタイプのもので、例えば、個人の方が自分で作成したホ

ームページ等に、広告リンク⁶を設定し、その広告リンクから広告主のサイトへ移動した閲覧者が商品を購入したりすると、報酬を受け取ることができるという仕組みです。ヤフーにおいても、すでに「Yahoo!ショッピング」への誘導の効果が高まるなど、今後の大きな伸びが期待できると思います。

eコマース市場の成長の鍵は 安全対策強化による信頼性の向上に

— eコマース分野における今後の拡大策としては、どのようなことを考えていますか？

井上：「Yahoo!ショッピング」と「Yahoo!オークション」という2つのコマースサービスにおいて共通した課題は、購入されるお客様にとって取り扱う商品がより多く、比較検討ができて、しかも簡単に買えるようにするということです。「Yahoo!ショッピング」では取り扱い商品数の拡大を目的にストア数を増やしていますが、2005年9月末でストア数が5,099店舗となり、前年同期比で2,683店舗の増加、約2.1倍になりました。「Yahoo!オークション」の成長に向けた課題としては、信頼性の向上が大きな鍵を握っており、そのために安全対策の一層の整備・強化が不可欠であると考えています。

— eコマース分野での決済業務を目的に、銀行業務への取り組みを進めていますが、お客様にとってのメリットは？

井上：物の売買のサービスと決済のサービス、この両方をヤフーが提供することができるようになれば、例えばオークションの取引において落札者に振込先の銀行口座番号といった個人情報を教える必要がなくなるなど、お客様はもっと使いやすく、安心感のある決済手段が利用できるようになると思います。



インターネットを軸に 拡大、深化するヤフーの事業

— ここ数年、大型の業務提携や企業買収を行っていますが、今後も増えるのでしょうか？

井上：業務提携においては、インターネット利用者の約90%にご利用いただいているヤフーと、提携先企業の専門性や経験を組み合わせることによって、新しいビジネスチャンスを生み出すことができると考えています。また、企業買収は「時間の節約」や「新しいアイデアの獲得」、「人材の獲得・確保」にもつながりますから、いずれもケースバイケースで考え、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事業の拡大を図りたいと思います。

— グループ企業は28社に上りますが、グループとしては今後どのような方向性で事業領域を拡大するのですか？

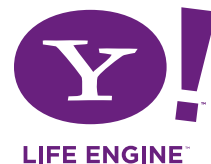
井上：これまでも必要に応じてグループ企業を増やしてきましたが、インターネットから完全に離れた事業は、今のところ考えていません。インターネットのサービス自体が今後もさまざまな分野へ広がっていきますので、インターネットを軸として収益の上がる分野を幅広く、そしてより深く拡大していくことが中・長期的においても、最も有効な事業戦略であ

ると確信しているからです。インターネットサービスにおいて、お客様のあらゆるニーズに応えることで、ヤフーは今後ともさらなる成長と進化を図っていきたくて考えています。

すべてのお客様にとってNo.1のサービス「ライフエンジン」を目指すヤフー

—今後インターネットサービスでNo.1の座を維持していくためには、どのようなことが必要ですか？

井上：提供するひとつひとつのサービス、そのすべてにおいてNo.1の座を常に目指すことが最も大切です。そのためには、すべてのお客様にとって「Yahoo! JAPAN」が1番使いやすく便利なサイトでなければなりません。お客様が自ら進んで利用したくなるような魅力と価値のある独創的なサービスをいかに開発・提供し、それによって利用度をいかに高めることができるか、すべてはそこにかかっています。最



何をするにも、
いつもそこに Yahoo! JAPAN

近、ヤフーでは「ライフエンジンを目指す」と自らいい始めています。これは、“生活や人生をより豊かにするための原動力になりたい”という意味です。人々の生活のあらゆるシーンに貢献するライフエンジン。それを実現するためにも、ヤフーでは私を含めて全社員が利用者としての視点と感覚を失わないように常に心掛けるようにしています。

PROFILE

井上 雅博（いのうえ まさひろ）

1957年 2月12日生まれ
1979年 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

- 1 ビジネスサービス売上とは、広告以外の法人向けビジネスによる売上です。
- 2 パーソナルサービス売上とは、個人向けビジネスによる売上です。
- 3 パーソナライズとは、利用者1人ひとりに合わせた、個別の情報提供や機能提供を行うことです。
- 4 ブランディングとは、商品や企業のブランドイメージを顧客などに浸透させる活動のことです。
- 5 スポンサーサイトとは、インターネットの検索結果の中に広告を埋め込む手法で、検索した単語に近い広告を表示する広告商品です。
- 6 リンクとは、サイト内の一部を別のサイトに関連付けることで、その個所をクリックすると別のサイトに移動することができます。

CSR(企業の社会的責任)活動報告

当グループはインターネット企業として、インターネット社会の健全な発展のためにさまざまな貢献活動をしています。
当グループの社会貢献活動の考え方と実績については、サステナビリティレポートで紹介しています。

Yahoo! JAPAN サステナビリティレポート2005 <http://csr.yahoo.co.jp/>

このサステナビリティレポートでは、「社会への関わり」「インターネット社会への関わり」、そして「企業としてのあり方」の3つの観点から、Q&A形式でさまざまな取り組みを紹介しています。

CSRとはCorporate Social Responsibilityの略で、企業の社会的責任を指すものです。

サステナビリティとは持続可能性と訳され、企業は社会的責任を果たすことで、サステナビリティを向上させることが可能になります。

2005年度上半期のトピックス

1 災害表示機能の強化

Yahoo! JAPANでは、地震発生の際、「日本国内で震度3以上の地震が発生した」という気象庁からの情報を受けて、通常はバナー広告が表示されているスペースなどを利用して、地震に関する速報（発生時刻、震源地、最大震度など）を表示しています。2005年6月より、この災害表示機能において、地震に加えて津波情報の表示を追加し、災害時の情報提供を強化しました。

また2005年9月に、地震、火災、台風、大雨などの災害について防災知識や情報を提供し、インターネットを通じて防災意識を高めることを目的に「Yahoo!災害情報」を公開しました。



2 インターネット募金

いつでもインターネット上で募金ができる「インターネット募金」を2005年6月より常設しています。台風14号被災者や米国のハリケーン・カトリーナ被災者救援のための募金、日本対がん協会の「乳がんをなくす「ほほえみ基金」」への募金など、上半期で計7件のインターネット募金を実施しました。



3 スポーツ文化の振興・発展への貢献

スポーツの素晴らしさを考え確認しあう機会を提供し、日本のスポーツ文化の振興・発展に貢献するため、2005年8月に財団法人日本オリンピック委員会(JOC)とオフィシャルパートナー契約を更新、2006年トリノ冬季オリンピック、2008年北京オリンピックにおいてもオフィシャルパートナーとして支援していきます。同時に2006年トリノパラリンピック冬季競技大会、2008年北京パラリンピック競技大会に出場する日本人選手団のオフィシャルパートナー契約も締結しました。今後も当グループは、インターネットサービスを通じて日本の障害者スポーツの発展にも貢献したいと考えています。



4 チャリティー活動

1999年9月に第1回を開催したチャリティーオークションは、6周年を迎えた現在も著名人やスポーツ選手の方々に多数のご協力をいただきながら常時開催しています。2005年度においても、福岡県西方沖地震被災地への義援金として福岡ソフトバンクホークスの選手によるオークションや、スマトラ沖地震被災者への寄付を目的にリアル・マドリッド所属選手のサイン入りアイテムなどのオークションが開催されました。2005年のチャリティーオークションによる寄付金額の累計は2005年8月末で既に1億円を超えています。(2004年に行われたチャリティーオークション1年間の寄付金額の合計は7,769万5,890円でした)



5 地球環境保護

2005年6月には、政府が推進する国民的プロジェクト「チーム・マイナス6%」に参画しました。地球温暖化防止を啓発する特設サイトを公開し、広く温暖化防止を呼びかけました。

また、メイナーズジャパン(株)と共同で、愛・地球博の外国館の展示物や備品などを販売する「愛・地球博公式参加国オークション」を開催し、ベルギー、アメリカ、オーストラリアなど各国のパビリオンで実際に展示・使用されたものが出品されました。これまで、万博の展示物や備品などは、大部分が廃棄処分となり、各国の文化や芸術の集大成が「廃棄物」となることを憂慮する声が多くありました。そこで、万博の廃棄物を有効利用することは、環境を主なテーマとした愛・地球博の趣旨に合致すると考え、「Yahoo!オークション」で販売のお手伝いをしました。



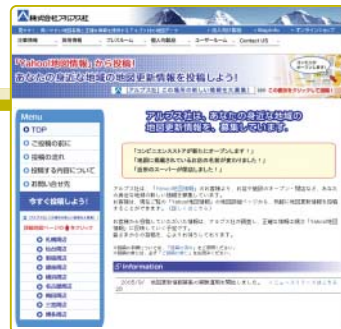
事業部別概況 ①

リスティング事業部

検索サービスでは、サイトの検索、マルチメディアの検索、商品検索などの検索機能の強化を進め、さらに2005年10月には「Yahoo!検索」の検索結果表示を刷新し、YST(ワイエスティー)によるロボット検索の結果を優先表示するほか、利用者の幅広いニーズに応えられるよう検索サービスのさらなる機能強化を図りました。情報掲載サービスでは、「Yahoo!不動産」のコンテンツをさらに充実させるため、(株)クラシ

ファイドと提携し、同社が販売代理店となって不動産の新築物件情報の販売を強化することとしました。

地域情報サービスでは、新しい試みとして、「Yahoo!地図情報」において新規施設のオープンや既存店舗の閉店といった最新情報を、インターネットを通じて利用者から投稿してもらう地図更新情報募集の実験運用を開始しました。



リスティングとは、例えばお店や転職先などの情報を集めてリスト化することです。YSTとは米Yahoo!が開発した検索エンジン「Yahoo! Search Technology」の略で、米国やオーストラリアなど世界20か国以上で利用されており、お客様から高い評価を得ています。

オークション事業部

利用者に「Yahoo!ポイント」や自動車、液晶テレビなどをプレゼントする6周年記念キャンペーンを実施したり、TBS系列のテレビ番組「世界バリバリ バリュー」と連動したオークションを開催するなど、利用の拡大に努めました。また、東京都に加え新たに、香川県、広島県、喜多方市、大阪府、北海道を含めた6自治体に

よるインターネット公売を実施したほか、財務省が公開オークション方式およびインターネットオークション方式で実施する近代金貨の売却について、インターネットオークション方式の分野を受注するなど、インターネットの公共利用の拡大に努めました。

さらに、他のインターネットオークション事業



者とも連携して、知的財産権侵害品排除のための「インターネットオークション自主ガイドライン」を策定したほか、詐欺の疑いのあるオークションの早期検知スキームの実施や違法出

品物等の削除チームの強化・増員など、お客様が安心して「Yahoo!オークション」を利用できるよう引き続き対策を強化しました。

公売とは、各行政機関が税金などの滞納者から差し押さえた財産を公に売却してそれを財源に充てることを指します。「Yahoo!オークション」は2004年7月に東京都主税局と日本で初めてインターネット上の公売を実施しました。

Yahoo! BB事業部

新規会員獲得においては、「Yahoo! BB」から「Yahoo! BB 光」への乗り換えを促進する「光にしよう！キャンペーン」などを実施し、会員数の増加に努めました。

また、平井堅さんのデビュー10周年記念シークレットライブに協賛しYahoo! BB会員向けにライブ映像を生中継で配信したり、ペ・ヨンジュンさん主演の映画「四月の雪」のメイキング映像を会員限定で配信するなど、既存会員向けサービスを拡充しました。

さらに、2005年7月末に利用ID数が国内で初めて1,000万を超えた国内最大のメールサービス「Yahoo!メール」において、迷惑メール送信者にメールアドレスが流出することを防ぐ「イメージブロック」や、フィッシング詐欺などへの「Yahoo!メール」の悪用を防止する目的で、メール送信元のドメインを認証する機能を導入するなど、セキュリティ対策を強化しました。



フィッシングとは、金融機関などからの正規のメールやウェブサイトを装い、暗証番号やクレジットカード番号などの個人情報を搾取する行為です。

事業部別概況 ②

ショッピング事業部

ストア数の一層の増加を図るため、営業体制の確立などに注力した結果、2005年9月末現在のストア数は5,099店舗となり、2005年3月末に比べて1,801店舗(54.6%増)増加しました。また、「Yahoo!ショッピング」の販売促進策としてアフィリエイトプログラムの提供を開始したほか、ディズニーグッズのお買い物を楽しめるディズニー公式ショッピングサイト「ディズニー・モール」の出店、母の日、父の日ギフト特集やお中元特集などの季節に合わせた販促企画、「Yahoo!ポイント」を活用したキャンペーンを

多数実施するなど、利用の拡大に努めました。従来、携帯電話から購入できる商品は、セブンアンドワイ(株)が取り扱う書籍、CD、DVDのみでしたが、2005年7月に約2,000店舗、200万点の商品が購入できる「モバイル版 Yahoo!ショッピング」を公開するなど、利便性の向上を図りました。さらに、(株)リクルートとの協業体制を強化し、インターネットにおける旅行関連サービスを共同で展開することに基本合意するなど、事業の拡大に努めました。



アフィリエイトとは、例えば個人が開設しているサイトの閲覧者を商品販売のページに誘導し、商品を購入してもらうことにより、サイト開設者が商品販売者から報酬を得ることなどを言います。セブンアンドワイ(株)とは、インターネット上で書籍等の電子商取引を行う当社子会社で、ほかに(株)セブン-イレブン・ジャパンなどが出資しています。

メディア事業部

他の既存メディアと連携した企画への取り組みを強化し、NHK放送80周年記念ドラマ「ハルとナツ」の特集サイトや、東宝(株)と共同で映画「タッチ」の公式サイトを開設しました。また、「Yahoo!保険」をリニューアルしたり、

「Yahoo!コミック」の内容の充実に努めたことなどにより、ページビューが大きく伸びたほか、「Yahoo!ミュージック」において、約10万曲の音楽をいつでも無料で聴ける日本初のサービス「Yahoo!ミュージック サウンドステ



ーション」を公開しました。さらに、「Yahoo! 占い」において著名な占い師による占いなどのメニューを増やしたほか、「Yahoo! 動画」

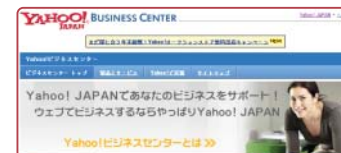
では季節に合わせたコンテンツを提供し、有料コンテンツの売上拡大に努めました。

ページビューとは、当社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示す指標です。

ビジネスソリューション(BS)事業部

ドメイン・ホスティングサービスにおけるファーストサーバ(株)との協業体制の確立に注力し、汎用JPドメインサービスを新たに開始しました。また、「Yahoo!リサーチ」における大規模モニターの需要に対応するべく、新たに「リサーチ・モニター・ライト」の募集を開始し

ました。2005年9月末の登録モニター数は合計で約75万モニターとなりました。さらに、インターネット調査事業における顧客基盤を拡大し、多様化する顧客ニーズに対応できる事業体制を構築するべく、(株)インフォプラントの株式を取得し子会社化しました。



ドメインとは、インターネット上の住所のようなものです。ファーストサーバ(株)とは、レンタルサーバ事業、ドメイン登録事業などを行う当社子会社です。



「Yahoo!ブログ」とは、日付入りのページ(記事)を簡単に作成、更新できる、インターネット上の情報発信ツールです。個人が作成した記事に対し、第三者がコメントを付けたり、作者に通知をしながらほかの記事へリンクすることで、インターネット上のコミュニティがより一層広がります。

全社共通事業

Yahoo!プレミアム会員に新規登録してアンケートに回答すると抽選で「Yahoo!ポイント」が当たるキャンペーンを実施するなど、引き続きYahoo!プレミアム会員数の増加に努めました。「Yahoo!ブログ」においては、ブログ開設数が

サービス開始からわずか2か月で10万件を突破しました。

さらに、インターネットを通じて証券会社の口座開設の申し込み手続きができる、「Yahoo!証券窓口」を公開しました。

使ってみよう Yahoo!証券窓口

当グループは、2005年9月に個人投資家向けに金融商品を紹介する証券仲介サービス「Yahoo!証券窓口」を公開しました。「Yahoo!証券窓口」とは、インターネットを通じて証券会社の口座開設の申し込み手続きができるサービスで、「Yahoo!証券窓口」の公開にあたり、日興コーディアル証券(株)、イー・トレード証券(株)の2社と提携し、両社が提供する金融商品をご紹介します。

当グループでは、今後もさまざまなサービスを提供し、利用者の利便性を高めることで、より一層の収益拡大を目指していきます。

「Yahoo!証券窓口」へのアクセス

普段お使いいただいているYahoo! JAPANから証券口座の開設ができます。

STEP 1 Yahoo! JAPANトップページの
ファイナンスをクリック



STEP 2 ページ下部の
口座開設、証券取引をクリック



こんな方法でもアクセスできます。
Yahoo! JAPANの検索で「証券窓口!」と入力し、検索
アドレスバーに以下のURLを入力し、実行
<http://tradings.yahoo.co.jp/>

「Yahoo!証券窓口」を使って口座を開くと...

下記の「Yahoo!証券窓口」向け商品の取引のほか、通常の株式の取引を行うこともできます。

日興コーディアル証券で口座開設した場合には、

①「Yahoo!証券窓口」向け商品の取引ができます!

「Yahoo!証券窓口」で口座開設したお客様向けの商品として、以下の商品を提供しています。

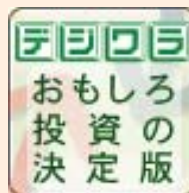


金額・株数指定取引(愛称:キンカフ)

金額、株数を自由に指定できるので、少額の資金でも複数の銘柄へ分散して投資できます。

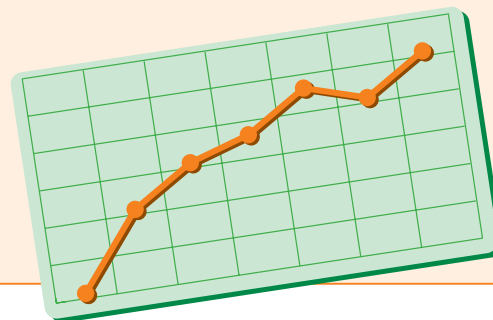
毎月A社株を1万円ずつなど、定期的に同一の銘柄を一定金額ずつ買い付けられます。株価が低いときは多くの株を買い付け、逆に高いときは少ししか買い付けないので、株式の平均取得単価を低く抑えられます。

「単元株化注文」を行うと保有数が単元株になるような買い付けができます。



デジタル・カバードワラント(愛称:デジワラ)

約1か月先の日経平均株価の値上がり、値下がり予想して、楽しみながら投資できる新しいタイプの商品です。デジワラの取引単位(1ワラント)は、5,000円。別途手数料はかかりません。少額から投資できます。



②「Yahoo!ポイント」がもらえます!

「Yahoo!証券窓口」から口座を開設し、国内株式(現物)の取引を行った場合、株式委託手数料(税抜)の10%の「Yahoo!ポイント」が獲得できます。

口座開設までの流れ

Yahoo! JAPANでのお手続き

(Yahoo! JAPAN IDをお持ちでない方は、Yahoo! JAPAN IDを取得してください)
その他注意事項をご確認下さい



日興コーディアル証券 E*トレード証券

の口座開設ページに進み、手順に従い口座開設をお申し込みください

連結貸借対照表

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。

POINT.....②

売掛金の増加は、広告売上および個人向け売上の増加によるものです。

POINT.....③

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。

POINT.....④

投資その他の資産の増加は、主に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	前期	当中間期
	[2004年9月30日現在]	[2005年3月31日現在]	[2005年9月30日現在]
流動資産	68,308	92,410	99,476
現預金	50,730	68,992	71,542
売掛金	15,718	18,293	19,665
短期貸付金	104	2,263	4,517
その他	2,755	4,226	5,327
貸倒引当金	999	1,364	1,577
固定資産	31,978	37,833	51,838
有形固定資産	10,442	11,875	12,525
無形固定資産	2,792	5,563	6,675
投資その他の資産	18,743	20,393	32,637
資産合計	100,287	130,244	151,314

今年10月21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://ir.yahoo.co.jp/jp/event/meeting/20051021.html>

(単位:百万円)

負債の部			
主な科目	前中間期 [2004年9月30日現在]	前期 [2005年3月31日現在]	当中間期 [2005年9月30日現在]
流動負債	21,142	31,564	33,865
買掛金	834	1,228	1,146
未払金	7,087	7,618	10,216
未払法人税等	10,663	16,676	16,242
その他	2,558	6,041	6,261
固定負債	2,500	2,158	2,173
負債合計	23,643	33,723	36,039
少数株主持分			
少数株主持分	315	461	626
資本の部			
資本金	6,503	6,692	6,803
資本剰余金	1,584	1,773	1,884
利益剰余金	63,892	83,461	101,100
その他有価証券 評価差額金	4,374	4,161	4,887
自己株式	26	27	27
資本合計	76,328	96,059	114,648
負債・少数株主持分 及び資本合計	100,287	130,244	151,314

POINT.....⑤

未払金の増加は、主に営業費用の増加によるものです。

POINT.....⑥

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。

POINT.....⑦

利益剰余金の増加は、利益の増加によるものです。

POINT.....⑧

その他有価証券評価差額金の増加は、投資有価証券の時価評価によるものです。

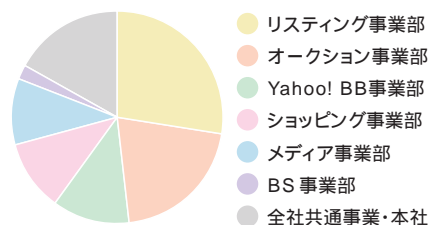
連結損益計算書

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
リスティング事業部	22,006	27.5%
オークション事業部	16,549	20.7%
Yahoo! BB事業部	9,429	11.8%
ショッピング事業部	8,606	10.8%
メディア事業部	8,060	10.1%
ビジネスソリューション(BS)事業部	1,721	2.2%
全社共通事業・本社	13,641	16.9%
合計	80,016	100.0%

売上高構成比率



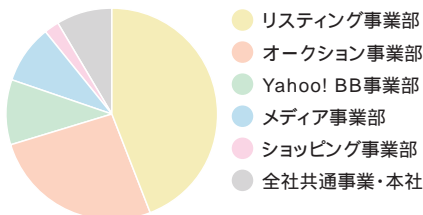
(注) 全社共通事業の売上とは、Yahoo! JAPAN トップページ等への広告掲載売上や、「Yahoo!プレミアム」の売上など、各事業部に帰属しない売上のことです。

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	16,610	44.4%
オークション事業部	9,879	26.4%
Yahoo! BB事業部	3,735	10.0%
メディア事業部	3,365	9.0%
ショッピング事業部	862	2.3%
ビジネスソリューション(BS)事業部	272	0.7%
全社共通事業・本社	3,240	8.6%
合計	37,421	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

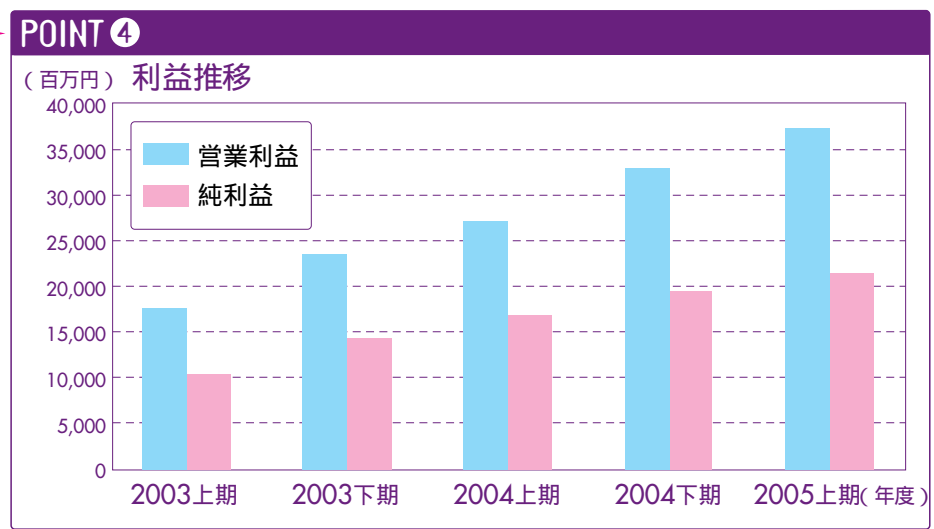
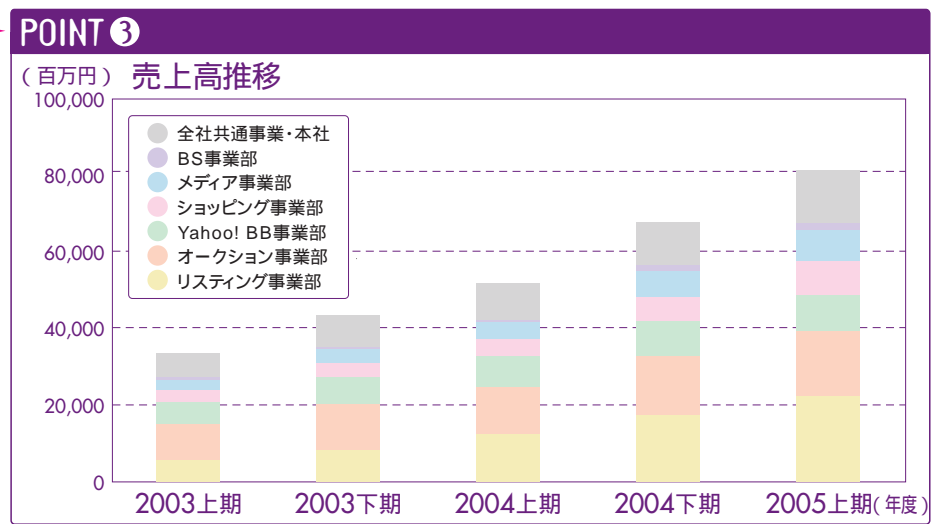
特別損益

法人税等・その他

中間(当期)純利益

(単位:百万円)

前中間期 [2004年4月1日~ 2004年9月30日]	前期 [2004年4月1日~ 2005年3月31日]	当中間期 [2005年4月1日~ 2005年9月30日]
50,972	117,779	80,016
3,442	8,931	6,928
20,340	48,660	35,666
27,189	60,187	37,421
154	108	1,057
27,343	60,295	36,364
546	435	314
10,936	24,209	15,225
16,952	36,521	21,453



事業部別損益

当中間期(2005年4月1日～2005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
リスティング事業部	22,006	563	21,442	4,831	16,610	(75.5%)
オークション事業部	16,549	18	16,530	6,651	9,879	(59.7%)
Yahoo! BB事業部	9,429	524	8,904	5,169	3,735	(39.6%)
ショッピング事業部	8,606	4,618	3,988	3,126	862	(10.0%)
メディア事業部	8,060	233	7,827	4,461	3,365	(41.8%)
ビジネスソリューション(BS)事業部	1,721	699	1,021	1,294	272	(15.9%)
全社共通事業・本社	13,641	269	13,371	10,131	3,240	(23.8%)
合計	80,016	6,928	73,087	35,666	37,421	(46.8%)

各事業部の主な売上

リスティング事業部	広告売上、「ビジネスエクスプレス」、「Yahoo!リクナビ」、「Yahoo!自動車」等の情報掲載料
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
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、セブンアンドワイ(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!ウェブホスティング」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 [2004年4月1日~ 2004年9月30日]	前期 [2004年4月1日~ 2005年3月31日]	当中間期 [2005年4月1日~ 2005年9月30日]
営業活動によるキャッシュ・フロー	17,206	46,083	24,886
投資活動によるキャッシュ・フロー	6,076	17,119	18,949
財務活動によるキャッシュ・フロー	42	384	3,390
現金及び現金同等物の増加額	11,087	29,348	2,546

POINT.....①

税金等調整前中間純利益が、36,679百万円。
法人税等の支払により、16,259百万円減。
営業費用の増加などにより、未払金が2,939百万円増。
売掛金の増加により、1,303百万円減。

POINT.....②

関連会社株式の取得により、13,574百万円減。
サーバー等の設備の取得により、4,999百万円減。

社員インタビュー

音楽との新たな“出逢いの場”を創造・提供する
「Yahoo!ミュージック サウンドステーション」

約10万曲の音楽を、PCでいつでも無料で聴ける日本初のサービス「Yahoo!ミュージック サウンドステーション」。今回は、音楽との新しい素敵な“出逢いの場”を創造・提供するサウンドステーションのチームメンバーに話を聞きました。

サービススタート以来、大きな反響と評価

Yahoo! JAPANが提供する日本最大級の総合音楽ポータルサイト「Yahoo!ミュージック」では、今年8月22日から、約10万曲の音楽を、インターネットを通じていつでも無料で聴ける日本初のサービス「Yahoo!ミュージック サウンドステーション」を新たにスタートさせました。

全国のインターネット利用者と音楽産業とをつなぐインターネットメディアとしての役割と機能を担う「Yahoo!ミュージック」では、今回の「Yahoo!ミュージック サウンドステーション」により、インターネット利用者に対して音楽との新しい素敵な“出逢いの場”を創造・提供するとともに、CD販売の増加など日本の音楽業界の活性化と発展に一層貢献できるものと確信しています。実際、スタート以来、利用者や各方面から予想を上回る大きな反響と評価を得ています。

簡単な操作で自分の好きなジャンルの音楽を

「Yahoo!ミュージック サウンドステーション」は、特別な設定など必要なく誰もが簡単な操作でお楽しみいただけるよう



利用者の利便性を最大限に図っています。

「Yahoo!ミュージック

サウンドステーション」のトップ画面に表示されている、ジャンル別やアーティスト別などの全35チャンネル・72番組(公開時)のなかから自分の好きなチャンネル・番組を選択すると、各番組に用意された約100~300曲のなかから10曲がランダムに自動選択されて流れるという仕組みです。最初の楽曲の開始前および5曲目と6曲目の間には30秒の映像付き広告が流れ、また楽曲再生中の専用プレーヤー画面には、CD購入へのリンクとダウンロード購入へのリンクが貼られています。さらに、CD情報、アーティスト情報のページへもリンクが貼られており、そこから関連ニュース、歌詞のページへも行くことができます。

やりがいと苦勞をともなった日本初のモデル開発

「Yahoo!ミュージック サウンドステーション」の開発に当たり、結成されたサウンドステーションのチームでは、約1年前



サウンドステーション専用プレイヤー

から準備を進めてきました。インターネット利用者の約6割が今や日常的にPCで音楽を聴いているという当社のリサーチ結果を踏まえ、インターネット利用者にとっての理想的な音楽環境を創造・提供したい。すなわち、レーベル各社の垣根をまたいでより多くの音楽を、無料で提供したい。そしてその結果として、レーベル各社のCD販売の増加など日本の音楽業界の活性化・発展に寄与したい。これがチーム全員の当初からの思いでした。

日本初のビジネスモデル開発となるだけに、もちろんやりがいは大きかった半面、苦勞をともなう場面も少なくありませんでした。とくに技術面においては、約10万曲という膨大なデータベースの構築を含めたプログラムの開発に多大な労力と時間を要しました。国内の全ラジオ局で流れる総楽曲数が年間約4万曲であることを考えると、この10万曲という数字がいかに膨大なものであるかがご理解いただけるものと思います。ただ、レーベル各社の協力を得る点では、思った以上にスムーズに事を運ぶことができました。これは一重に、当社がすべてのレーベルとフラットで良好な関係を構築する

ことに努めてきた成果といえます。

音楽文化を育む“インフラ”づくりに今後も挑戦!

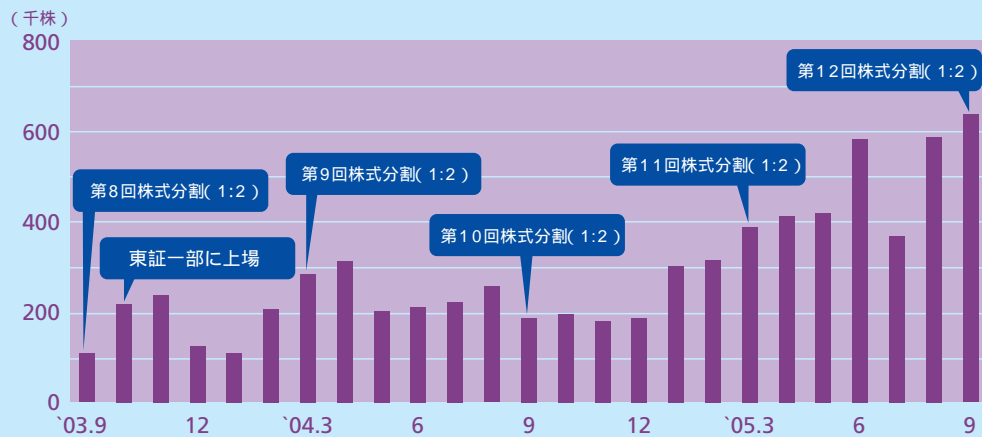
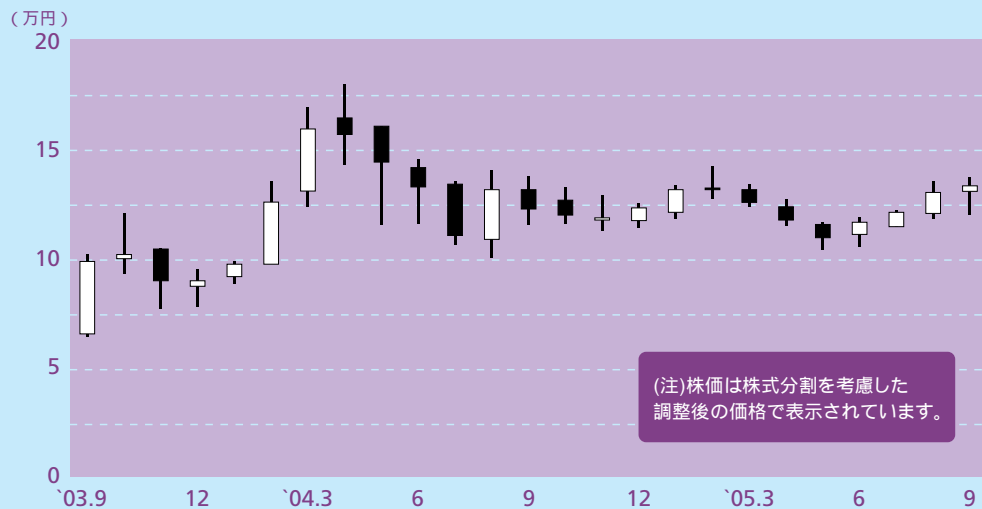
「Yahoo!ミュージック サウンドステーション」は、サービス開始以来、当初の予想を上回る利用者数があり、また広告出稿やCD販売などについても、日を追うごとに大きな手応えを感じています。

今回の「Yahoo!ミュージック サウンドステーション」を含めて「Yahoo!ミュージック」が開発・提供するすべてのものは、音楽を愛するインターネット利用者と音楽産業をつなぎ、音楽文化を育む“インフラ”にほかなりません。インフラの開発・整備においては、利用者と音楽業界のニーズを踏まえて、地道にひとつひとつ取り組み積み重ねていくことが何より大切であると考えています。国内はもとより、世界中の音楽をもっと身近なものに。そうした環境を創造・提供できるよう、今後とも全力で取り組んでいきたいと思っています。



株式情報 (2005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

15,104,854株

2005年9月30日割当て1:2の株式分割を実施したため、11月18日に15,104,854株増加しています。

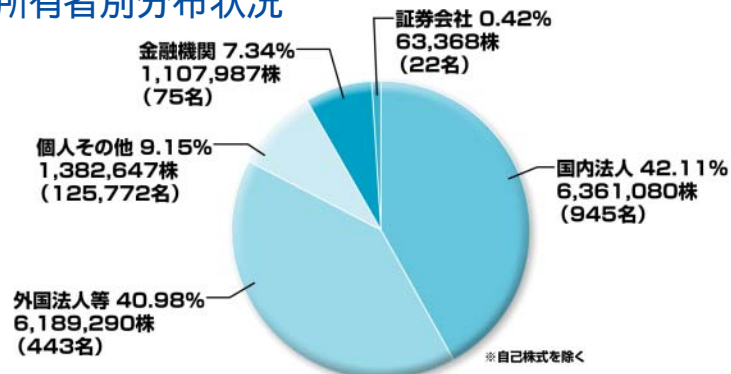
株主数

127,258名

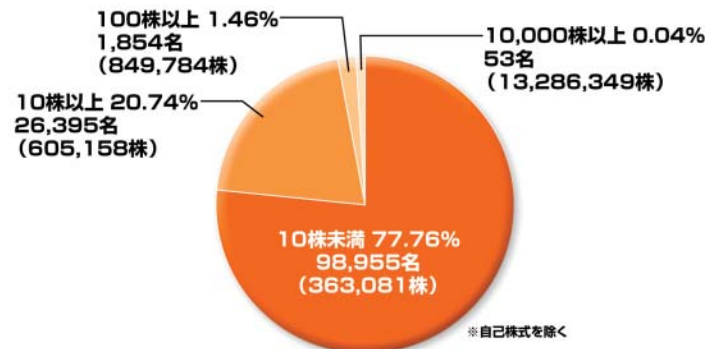
主要株主一覧

株主名	持株数(株)	持株比率
ソフトバンク株式会社	6,323,456	41.9%
ヤフーインク	5,049,856	33.4%
日本マスタートラスト 信託銀行株式会社(信託口)	328,289	2.2%
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口)	257,343	1.7%
ザチエスマンハッタン バンク385036	132,182	0.9%
ビービーエイチフォーファイデ リテイーキャピタルアプリーシ エーションファンド	110,673	0.7%
みずほ信託銀行株式会社 (信託Z口)	58,244	0.4%
三菱信託銀行株式会社 (信託口)	56,666	0.4%
ザチエスマンハッタン バンクエヌエイロンドン	53,876	0.4%
UFJ信託銀行株式会社 (信託勘定A口)	47,669	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)、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	6,523	1,604	7,546,778	第10回株式分割(1:2)	割当基準日2004年9月30日
2005年 5月	6,715	1,796	15,101,061	第11回株式分割(1:2)	割当基準日2005年3月31日
2005年 11月			15,104,854	第12回株式分割(1:2)	割当基準日2005年9月30日

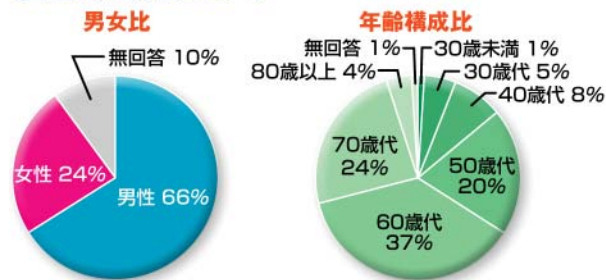
(注) ストックオプション等の行使による変動については、少額であるため表示しておりません。

株主通信VOL.10アンケート結果のご報告

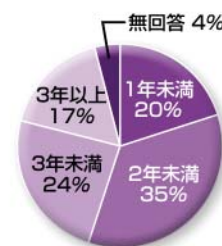
前回、株主通信VOL.10にてお願いいたしましたアンケートでは、多くの株主の皆様からご協力をいただき、誠にありがとうございました。アンケートの結果および数多く寄せいただいたご意見、ご要望などについてご報告申し上げます。

アンケート結果

① 株主様の属性について



② 当社株式保有期間



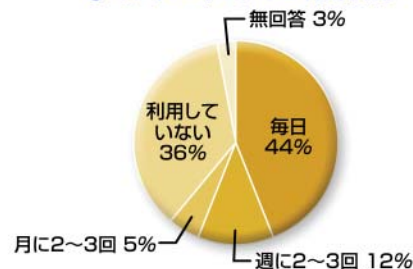
③ 当社株式購入の際に重視されたことベスト5

- 1位 —— 成長性
- 2位 —— 株式分割
- 3位 —— 長期的な値上がり
- 4位 —— 収益性
- 5位 —— 業界シェア

④ 興味を持たれた記事ベスト5

- 1位 —— 株式情報
- 2位 —— 株主の皆様へ
- 3位 —— 財務諸表
- 4位 —— 事業部別概況
- 5位 —— CSR活動報告

⑤ インターネットのご利用状況



⑥ 当社のIR (投資家情報) サイトをご覧いただいたことが



数多くいただいたご意見、ご要望などの中からその一部をご紹介します。貴重なご意見をいただきありがとうございました。

今後の事業拡大の計画など、もう少し将来的なビジョンをしっかりとアピールしてほしい。

IR活動は株主にとって大切なものなので、さらに熱心に行ってほしい。

業績の良さが株価に反映されていない。

株主への利益還元、配当をもっと重視するべきである。

株主がヤフー株式を保有することが誇りに思えるように努力してほしい。

No.1企業としての信頼性は高くなったが、面白みに欠けるようになったことが気がかり。

モバイルはこれから伸びが期待できるので、全力で取り組んでほしい。

株主通信の紙が上等すぎる。経費の無駄だと思し、環境にも良くないから改善すべき。

会社沿革

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
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)現セブンアンドワイ(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	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	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	(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「ショットワークス」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!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	10月	1日当たりのアクセス数が10億ページビュー突破
2004年	10月	「Yahoo! BB 光」を開始
2004年	11月	ファーストサーバ(株)を子会社化
2005年	1月	(株)アルプス社の事業を継承
2005年	1月	「Yahoo!保険」を開始
2005年	1月	「Yahoo!翻訳」を開始
2005年	2月	有料ダウンロード型音楽配信サービス「Yahoo!ミュージックダウンロード」をスタート
2005年	2月	福岡ドームのネーミング・ライツを取得
2005年	3月	「Yahoo!縁結び」を公開
2005年	3月	Yahoo!プレミアム会員ID数が500万IDを突破
2005年	4月	(株)あおぞら銀行とのインターネットバンキング業務に関する契約を締結
2005年	5月	ブロードバンド向けオンラインイベント「Yahoo!ライブトーク」を開始
2005年	5月	政府の地球温暖化対策推進本部が推進する国民的プロジェクト「チーム・マイナス6%」に参画
2005年	6月	(株)インデックス、(株)コネクトテクノロジーズと共同でモバイルコマース専門の合併会社を設立することを発表
2005年	7月	(株)インフォプラントの子会社化に関する基本合意書を締結
2005年	8月	フルサイズの音楽をいつでも無料で聴ける日本初のサービス「Yahoo!ミュージック サウンドステーション」を公開
2005年	9月	災害時に備えた知識を提供する「Yahoo!災害情報」を公開
2005年	9月	証券仲介サービス「Yahoo!証券窓口」を公開

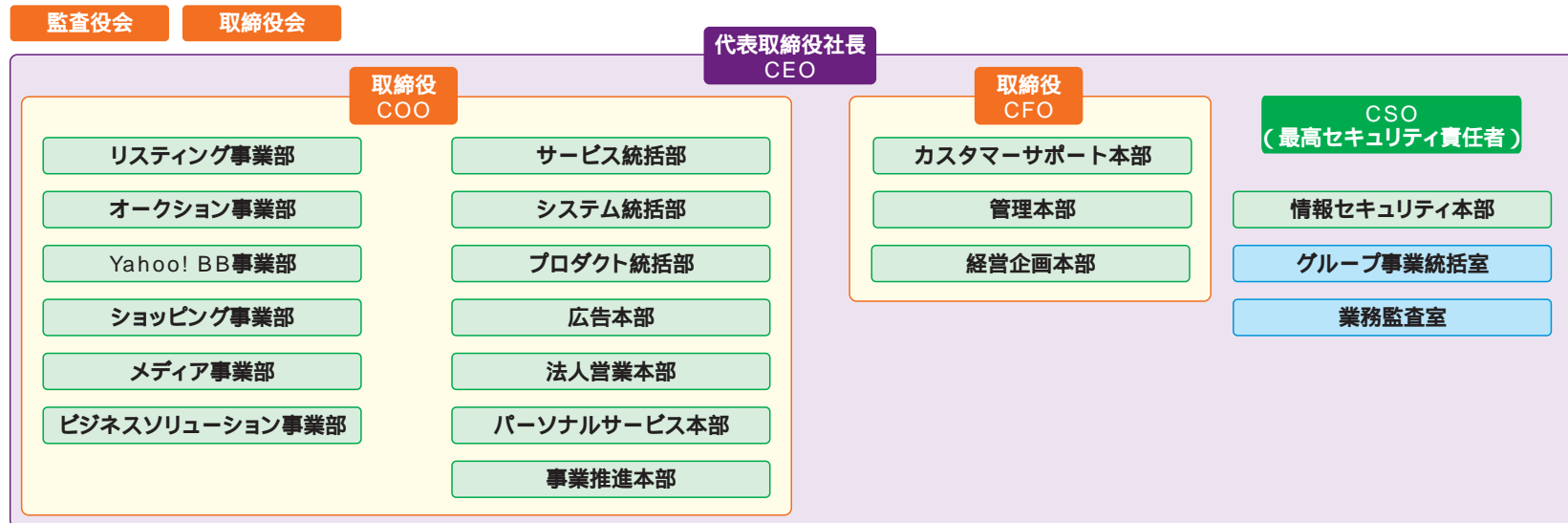
会社概要

(2005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 <http://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 6,803百万円
 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 1,740名

代表取締役社長・CEO	井上 雅博
取締役会長	孫 正義
取締役	ジェリー・ヤン
取締役・CFO	梶川 朗
取締役・COO	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	金野 志保

組織図(2005年10月1日現在)



株主メモ

決算期	: 毎年3月31日
定時株主総会	: 毎年6月
配当金支払株主確定日	
利益配当金	: 毎年3月31日
中間配当金	: 毎年9月30日
名義書換代理人	: 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社
同事務取扱場所	: 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
(同連絡先)	: 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 ☎0120-232-711(通話料無料)
同取次所	: 三菱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://ir.yahoo.co.jp/jp/koukoku/>) に掲載しております。

名義書換代理人の変更のお知らせ

当社の名義書換代理人「UFJ信託銀行株式会社」は、合併により、平成17年10月1日(土)から上記のとおり変更となっておりますのでご注意ください。

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時間受付けておりますので、ご利用ください。

三菱UFJ信託銀行株式会社

☎0120-244-479 (本店証券代行部)

☎0120-684-479 (大阪証券代行部)

インターネットアドレス <http://www.tr.mufg.jp/daikou/>

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



表紙を除く本文用紙に古紙/パルプ配合率100%再生紙を使用