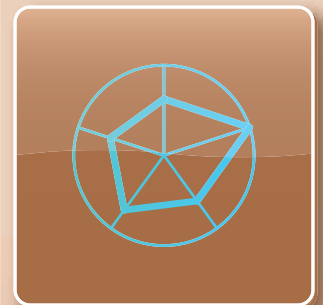
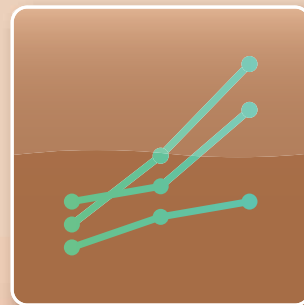
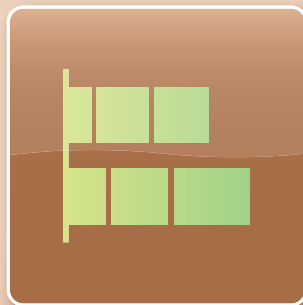
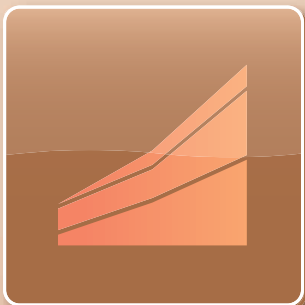


ヤフー株式会社

株主
通信

'07 4/1~9/30

VOL.15





【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。

ヤフー株式会社

株 主 通 信

'07 4/1~9/30

VOL.15

目 次

- 02 株主の皆様へ
- 08 CSR (企業の社会的責任)活動報告
- 10 中間期および第2四半期ハイライト
- 12 連結貸借対照表
- 14 連結損益計算書
- 16 連結キャッシュ・フロー計算書
- 17 連結株主資本等変動計算書
- 18 使ってみよう
- 20 社員インタビュー
- 22 アンケート結果のご報告
- 24 Yahoo! JAPAN おすすめ情報
- 26 株式情報
- 27 会社沿革
- 28 会社概要
- 29 株主メモ



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で第15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。

さらに進化し、成長するインターネット広告

—最初に、2007年度中間期の業績について、どのように評価していますか？

井上：まずまずの内容だと評価しています。上半期は広告や「Yahoo!オークション」などで季節的に伸びが弱まる傾向にありますが、結果として広告売上と広告以外の法人向けのビジネスサービス売上が前年同期に比べて好調に推移し、増収増益となりました。

—インターネット広告市場では、検索連動型広告は好調ですが、バナー広告などディスプレイ広告の伸びが弱いようです。インターネット広告自体の成長性についてはどのように分析していますか？

井上：検索連動型広告は、今やインターネット広告の手法の

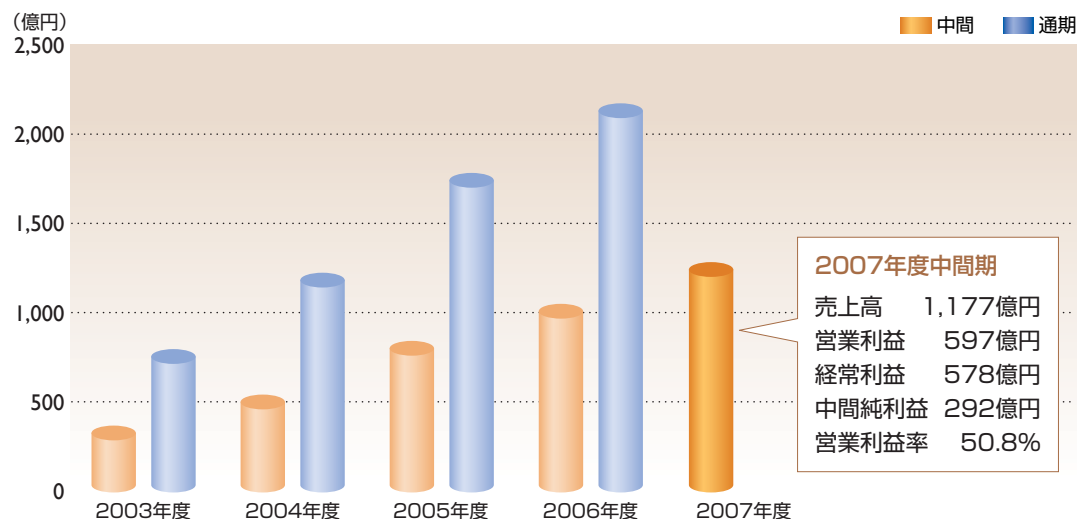


ヤフー株式会社 代表取締役社長
井上 雅博

一つとして確実に浸透してきています。当グループにおいては広告売上の約半分を検索連動型広告が占めるほどです。一方、ディスプレイ広告は、年度初めの4月、5月頃はまだ年間の広告予算を確定していない企業も多く、当グループの広告売上もそうした季節的な影響を少なからず受けたものと見ていますが、今後も検索連動型広告とディスプレイ広告の両方を重視するという基本方針は変わりません。日本の広告市場全体の約6兆円のうち、販促に直結する検索連動型広告はセールスプロモーション広告が占める約2兆円の市場を対象としているのに対し、ディスプレイ広告は約2倍の4兆円ほ

どの大きなマス広告市場を対象としている訳ですから、今後もさらに伸びる可能性があります。同じマス広告である新聞広告は約100年、テレビ広告は約50年の歴史がありますが、インターネット広告は約10年で、見せ方や伝え方など広告としてはまだ進化の途中段階です。最近ではインターネット、特にヤフーならでの強みを最大限発揮できるターゲティング広告に力を入れており、多くの広告主に利用していただいています。このような他のマスメディアにはない付加価値の高い広告を今後も開発し提供していきます。

連結売上高の推移



今後大きな相乗効果が期待できる オーバーチュア(株)の完全子会社化

— オーバーチュアを完全子会社化しましたが、今後どのような展開を考えていますか？

井上：日本におけるオーバーチュアの検索連動型広告のシェアは6~7割を占め、Yahoo! JAPAN以外の多くのパートナーサイトにも検索連動型広告を提供しています。本格的な連結は下半期からとなりますが、子会社化した大きな狙いは、

Yahoo! JAPANでの広告売上の拡大はもちろん、Yahoo! JAPAN以外のパートナーサイトを通じた事業機会をさらに拡大していくことにあります。これまではディスプレイ広告と検索連動型広告を別々の広告商品として取り扱ってきましたが、今後は両方の広告商品を連携し、付加価値を高めて販売していきます。ヤフーのリソースをフルに活用してオーバーチュアの優位性をさらに高め、グループとして広告事業の拡大を目指していきます。

Yahoo! JAPANの優位性とさらなる成長に向けた課題

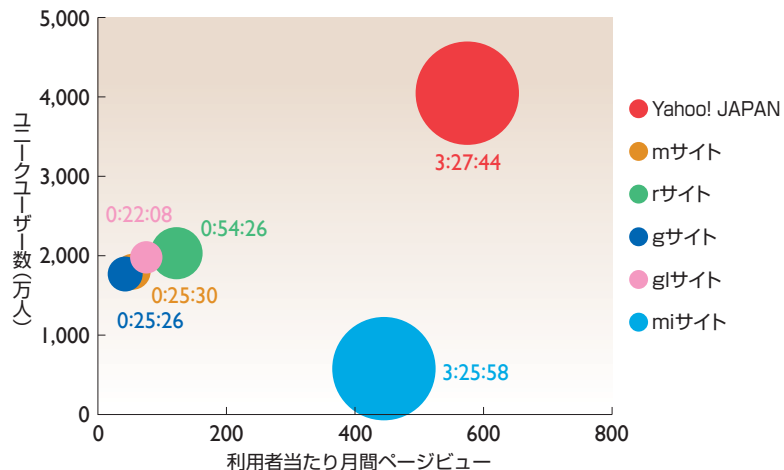
—最近ではGoogleなどのシェアが伸びているといった報道をよく見ますが、他社と比較してYahoo! JAPANの利用状況はどうなのですか？

井上：報道では米国におけるヤフーとGoogleの比較を伝えるものがよくありますが、米国と日本の状況は異なっています。現在、日本のインターネット利用者の約9割の方に、月に一度以上Yahoo! JAPANをご利用いただき、1日16億ページビューを誇るなど、利用状況ではおかげさまで他を圧倒しています。ヤフーはこの10年間、いつでもどこでもお客様の役に立つサービスを提供し続けることを使命とし、一步一步着実に前進してきました。その結果として、多くのお客様に支持をいただいていると思います。もちろん今後も競争は続いていきますが、Yahoo! JAPANの優位性をさらに高めていきますので、ご安心いただき、ご支援をいただきたいと思います。

—ヤフーが今後も引き続き成長を図る上で、課題は何だと考えていますか？

井上：そもそもインターネット利用者の一日当たりの平均利

Yahoo! JAPAN利用状況



※円の大きさは1人当たりの月間利用時間を表しています。

※Nielsen//NetRatingsの「NetView AMS JP」における2007年6月時点の家庭からの視聴率データを元に算出。

※本資料・データの無断転用はご遠慮ください。

用時間を調べてみると、まだ40分程度なのです。利用状況では他社のサイトを圧倒しているものの、この40分程度の利用時間の中でYahoo! JAPANをご利用いただいている時間は、約2割です。つまり、日常生活におけるインターネット自体の一日当たりの利用時間と、その内のYahoo! JAPANの利用時間は、両方ともさらに拡大の余地があるということです。インターネットの利用者をさらに増やすとともに、個々の利用者の利用時間をより増やすことで、インタ

ーネット市場全体を拡大させることができます。今後の課題は、このインターネット利用時間をどう増大・拡大していくかということで、具体的にやらなければいけないことは、Yahoo! JAPANそのものの利用をさらに活性化していくことと、もうひとつは、Yahoo! JAPAN以外のサイトを通じた事業機会の拡大を図ることです。

最重要の経営戦略その1 「Yahoo! JAPANの利用活性化」に向けた戦略

ーヤフーでは、重要な経営戦略としてソーシャルメディア化、Everywhere化、地域情報の充実を掲げ、現在注力して取り組んでいると聞いていますが、これらはやはり利用時間の拡大につながる戦略と位置付けてよいのですか？

井上：そうです。Yahoo! JAPANの利用時間を拡大させ、利用を活性化させるのが、このソーシャルメディア化、Everywhere化、地域情報の充実です。まず、ソーシャルメディア化は、インターネットの使われ方がここに来て大きく変わってきたことへの対応といえます。従来は、ニュースを見るなどインターネット利用者がただ単に情報を閲覧するだけでしたが、最近では利用者自らが情報を発信し、利用者間で一つのネットワークを形成するような使われ方が目立って増えてきてい

ます。こうしたニーズに適切に応えることがソーシャルメディア化であり、さらなる利用活性化につながる重要な戦略です。

ーEverywhere化、地域情報の充実はそれぞれ、「Yahoo! JAPANの利用活性化」にどのように結び付くのでしょうか？

井上：Everywhere化は、「いつでもどこでもヤフーのサービスを利用できる」環境の実現を目指す取り組みで、パソコン以外でもインターネットに接触していただく機会を増やそうというものです。現在は特に携帯電話向けサービスの拡充に全力をあげているほか、テレビ、ゲーム機、カーナビなど他の機器を使ったサービスの開発・提供にも積極的に取り組んでいます。

新たなインターネット接続機器が続々登場



iPod touch

Wii

(C)ソニー株式会社
BRAVIA™ アプリキャスト™

AQUOS

日産カーウイングス

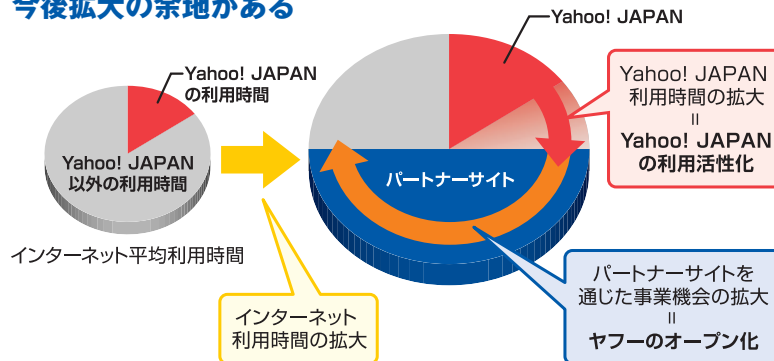
地域情報は生活圏情報と言い換えることもできると思います。お客様に役立つサービスという視点では、より生活に密着した情報の充実を図ることが欠かせません。そのような情報をインターネットから利用できるようにすることで、より多くご利用いただけるようになると思います。

最重要の経営戦略その2 「ヤフーのオープン化」戦略

— それでは、もうひとつの、Yahoo! JAPAN以外のサイトを通じた事業機会の拡大とはどのようなことですか？

井上： 他社のサイトとパートナーを組み、そのパートナーサイトを通じて事業機会を拡大するというものです。ヤフーが過去10年間一貫して取り組んできたのは、一番使われるサイトを提供することです。自分たちがユーザーとして、どういったサービスがあれば使いたくなるかを考え、様々なサービスを提供してきました。その結果、日本の約9割の方が月に一度は使うサイトになった。これは一つの成功といえますが、一方で、インターネットの一日当たりの平均利用時間の中でYahoo! JAPANが占める割合は約2割、つまり、残りの8割はヤフー以外のサービスが使われているわけです。ヤフーでは100以上のサービスを提供していますが、それでもインタ

インターネット利用時間・Yahoo! JAPAN利用時間ともに今後拡大の余地がある



ーネット利用者のすべてのニーズに答えているとはいえません。市場にはもっと細分化され特化されたニーズがあり、それに答えている企業やサイトがあります。そこで、Yahoo! JAPANのサービスの利用を活性化しつつ、ヤフーにはないサービスを提供する事業者とパートナーシップを結ぶことで、残りの8割にもヤフーの事業領域を拡大したいと思います。

— どのようなパートナーシップを結ぶのですか？

井上： 具体的にはYahoo! JAPANからパートナーサイトへの誘導、Yahoo! JAPAN IDや「Yahoo!ウォレット」等の課金システム、「Yahoo!ポイント」等の付加価値サービスの提供、パートナーサイトへの広告配信などを行います。ヤフーがこれまで蓄積してきた多種多様なツール、インフラをパ

ートナーサイトに提供することで、パートナーサイトでは顧客の誘導を受けるだけでなく、広告配信や課金のシステムを自ら用意する必要が省け、サービスの充実に集中することができます。また、Yahoo! JAPAN IDをパートナーサイトでも利用できればお客様の利便性も高まります。そして、ヤフーとしてもパートナーサイトを通して収益化を図ることができるわけです。こうした、Win Winの関係をパートナーサイトと築こうというのが、「ヤフーのオープン化」です。既に多くの他社サイトとパートナーシップを結んでいるほか、まだパートナーにはなっていない他社サイトからも前向きな反応が多数あり、大きな手応えを感じています。今回子会社化したオーバーチュアは、このオープン化を先行して行ってきました。既にYahoo! JAPAN以外の多くのパートナーサイトに検索連動型広告を提供し、パートナーサイトと大変良好な関係を築いていますが、今後はパートナーサイトに対して検索連動型広告だけではなく、ディスプレイ広告の配信も、「Yahoo!ウォレット」などの課金システムも、「Yahoo!ポイント」などの付加価値サービスも提供し、活用いただけるようにしていきたいです。

—この「ヤフーのオープン化」は、これまでの基本方針の大転換と言ってもいい取り組みですね？

井上： その通りです。これまでの10年間はすべてのサービスをNo.1にするためまっしぐらにやってきました。もちろん、これは成功してきましたし今後も続けていきますが、これに加えて「オープン化」によって、あらゆるお客様のニーズに応え、これによりインターネット全体の価値が高まり、市場のパイの拡大が期待され、その中でヤフーの事業領域も広がっていきます。「オープン化」は今後5年から10年の中長期的な戦略であり、インターネットサービス全体におけるヤフーの存在感をさらに高めていきます。

—最後に、Yahoo! JAPANトップページのリニューアルを予定されているようですね？

井上： 来年1月からトップページのリニューアルを予定しています。お客様にとって、さらに使いやすく、見やすいYahoo! JAPANに進化します。どうぞご期待ください。

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



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安全で健全な発展を目指して、インターネットを活用した社会貢献活動を積極的に行っています。



当グループの社会貢献活動は、下記URLにてご覧いただけます。

アクセス方法：

Yahoo! JAPANトップページの

一番下にある「社会的な取り組み」から

➡ <http://forgood.yahoo.co.jp/>

2007年4月～9月のトピックス

インターネットでいつでも募金

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、ライフポート友の会による「捨てられた犬や猫たちを救おう募金」、日本ユニセフ協会による「ユニセフ募金」などを継続して実施しています。壁紙購入で募金する方法に加え、2007年6月よりお客様が貯めた「Yahoo!ポイント」を1ポイント1円に換算し募金できるようになりました。



災害時の迅速な支援

「Yahoo!基金」

2006年6月にYahoo! JAPANサービス開始10周年を記念した社会貢献活動の一環として「Yahoo!基金」を設立しました。当社からの資金拠出やYahoo! JAPANをご利用くださるお客様からの寄付をもとに、インターネット社会の安全で健全な発展のために活動を行っています。2007年7月に発生した熊本大雨災害や新潟県中越沖地震において、それぞれ義援金を寄付しました。



大きな夢、応援します！

スポーツ応援プロジェクト

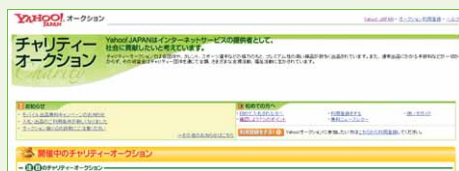
日本のスポーツ文化の振興、発展に貢献することを目的に、スポーツ応援プロジェクト2007を実施しました。4回目となる今回は(株)ベースボール・マガジン社との共催で「みんなでいっしょに夢へチャレンジ！」をテーマにしたメッセージを募集し、「鹿兒島鴨池FCアサヒナ」(鹿兒島県・サッカー)、「岡山桃太郎チーム」(岡山県・軟式野球)等の受賞団体に、有名スポーツ選手による講習会や100万円相当のスポーツグッズなどをプレゼントしました。



オークションで社会に貢献する

チャリティーオークション

「Yahoo!オークション」において1999年から実施しています。慈善事業の支援を目的とし、落札代金は全額、チャリティー団体を通して、国内外のさまざまな支援活動、福祉活動に生かされています。2007年4月～9月においても、元「モーニング娘。」の吉澤ひとみさんの“卒業記念グッズ3点セット”や、プロ野球選手の高橋由伸さんの直筆サイン入りユニフォームなど、著名人による多数のオークションを開催しました。なお、2007年1月～6月に実施されたチャリティーオークションの総額は6,606万3,309円となりました。



子どもが安心して楽しめるサービスを目指して

「Yahoo!きっず」

子どもにとって安全なポータルサイトを目指し、1997年にサービスを開始した「Yahoo!きっず」において、安心して遊べるコミュニティサービスの第一弾として、子ども同士で会話やゲームを楽しめる「Yahoo!きっずポケモン」を2007年8月より開始しました。これらを利用するために子どもが取得したYahoo! JAPAN IDは、年齢によりアクセス制限が自動設定されるため有料サービスなどにログインすることを防ぎ、安心な環境でご利用いただけます。



早期発見・早期診断・早期治療の大切さを伝えたい

ピンクリボンキャンペーン2007

日本の女性の20人に1人が乳ガンになるといわれています。Yahoo! JAPANは乳ガンの早期発見・早期診断・早期治療の大切さを伝える「ピンクリボン運動」を応援しています。東京・神戸・仙台で開催された「ピンクリボンフェスティバル」の一環である「ピンクリボンデザイン大賞」において「Yahoo! JAPAN賞」を設置、キャンペーンサイトを運営したほか、10月1日にはYahoo! JAPANトップページをピンクリボン運動のシンボルカラーであるピンク色にするなど、さまざまな啓発活動を行いました。



中間期および第2四半期ハイライト

2007年度

中間期	前年同期	当中間期	前年同期比
連結売上高	1,004億円	⇒ 1,177億円	17.2%増
連結営業利益	490億円	⇒ 597億円	21.9%増
連結経常利益	477億円	⇒ 578億円	21.2%増
連結純利益	268億円	⇒ 292億円	9.2%増

2007年度

第2四半期	前年同四半期	当四半期	前年同四半期比	前四半期比
連結売上高	512億円	⇒ 610億円	19.2%増	7.7%増
連結営業利益	250億円	⇒ 300億円	20.3%増	1.4%増
連結経常利益	247億円	⇒ 293億円	18.3%増	2.7%増
連結純利益	136億円	⇒ 130億円	4.0%減	19.4%減

広告事業 売上高：中間期・・・540億円 前年同期比27.0%増 第2四半期・・・295億円 前年同四半期比38.6%増 前四半期比20.4%増

広告事業においては、各企業が広告宣伝費の支出を抑えていることによる全般的な停滞感が続くなか、ブランディング効果の高い商品や行動ターゲティング^{※1}広告など広告主のニーズに応える商品の販売に注力し、当四半期のディスプレイ広告^{※2}は前年同四半期と比べて順調に売上を伸ばしました。検索連動型広告による売上は、オーバーチュア(株)を連結子会社化した影響を除いても、品質インデックスと入札単価を考慮した広告掲載を開始したことなどにより大幅に売上を拡大しました。

ビジネスサービス事業 売上高：中間期・・・281億円 前年同期比27.0%増 第2四半期・・・141億円 前年同四半期比23.5%増 前四半期比0.4%増

ビジネスサービス事業では、「Yahoo!不動産」の売上が、商品ラインナップの充実と掲載件数の大幅な伸長により大きく伸びました。「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!オークション」では、より多くのストア獲得に努め、平成19年9月末のストア数は合計で29,436店舗と前年同期末と比べて7,132店舗(32.0%増)増加、テナント料および手数料収入も大きく増加しました。連結子会社2社が合併して誕生したヤフーバリューインサイト(株)^{※3}において新商品を積極的に販売したことなどにより、リサーチ関連の売上も大きく拡大しました。

パーソナルサービス事業 売上高：中間期・・・355億円 前年同期比0.7%減 第2四半期・・・174億円 前年同四半期比5.9%減 前四半期比3.9%減

パーソナルサービス事業では、「Yahoo!オークション」において、取扱高が伸び悩んだことに加え、ストア数の増加によってB to Cオークション^{※4}の割合が高まったことなどにより、システム利用料収入は横ばいとなりました。Yahoo!プレミアム会員ID数は、「Yahoo!オークション」の利用条件の変更に伴い、入札経験者を対象にした新規入会キャンペーンなどを実施し、会員獲得に努めたため、純増に転じました。「Yahoo! BB」のISP料金収入がソフトバンクBB(株)との業務提携契約の見直しによる影響で前年同期と比べて大きく減少しました。

※1 行動ターゲティング

インターネット広告の手法の一つ。過去に閲覧したサイトの履歴などを基に、インターネット利用者個々の好みや関心に合った広告を配信する。

※2 ディスプレイ広告

画像を用いて視覚的に表現されるバナー広告などをさす。ブロードバンドの普及に伴い、テレビCMの様な高度で滑らかな動きを持つ広告も可能となっており、企業の自社ブランドや自社商品イメージの浸透を狙った広告として拡大してきている。当グループでは検索連動型広告を除いた広告全般をいう。

- オーバーチュア(株)を9月より連結子会社化しました。当中間期においては9月単月のみの連結となり、その影響額は、連結売上高が約30億円の増加、利益への影響は軽微でした。

オーバーチュア(株)の連結子会社化による影響

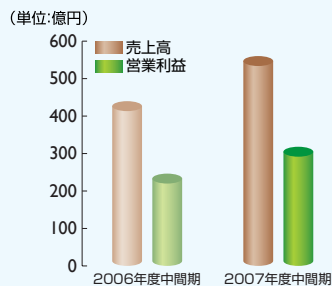
オーバーチュア(株)は、広告主から依頼を受けた広告を、Yahoo! JAPANをはじめとした多数のパートナーサイトへ配信し、パートナーサイトにおいて検索連動型広告等を掲載しています。また、オーバーチュア(株)はパートナーサイトに対して、TAC^{※5}を支払っています。

オーバーチュア(株)を連結子会社化したことにより、売上高においては、オーバーチュア(株)を通じてYahoo! JAPANに掲載された広告売上高の総額からYahoo! JAPANに対して支払うTACを除いた(このTACは連結消去される)部分と、オーバーチュア(株)を通じてYahoo! JAPAN以外のパートナーサイトに掲載された広告の売上高の総額の両方が、新たに連結売上高に加わりました。また、売上原価においては、オーバーチュア(株)がパートナーサイトに支払うTACと、オーバーチュア(株)がヤフー・インクの子会社であるオーバーチュア・サーチ・サービス・(アイルランド)・リミテッドに対して支払う広告配信システム利用料が新たに発生しました。

- パートナーサイトを通じた事業機会の拡大を図るべく、8月よりオンライン決済代行サービス「Yahoo!ウォレット」の外部企業への提供を開始したほか、パートナーサイトへ広告配信を行うアド・ネットワークの拡大に努めました。10月1日付けでパートナーソリューション本部を新設し、パートナーサイトの更なる拡充を推進します。
- バリューコマース(株)株式会社について時価下落により評価損を計上したため特別損失が発生しました。

広告事業

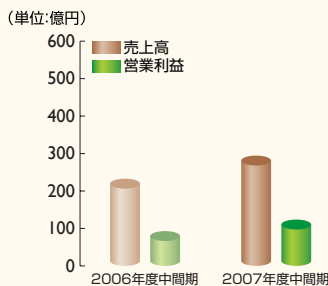
インターネット広告による売上



売上高	425	540
営業利益	234	304

ビジネスサービス事業

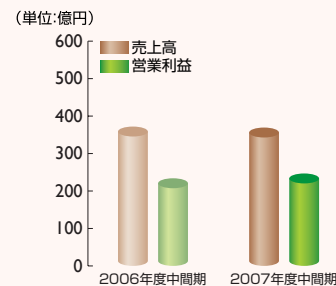
広告以外の法人向けビジネスによる売上



売上高	221	281
営業利益	85	115

パーソナルサービス事業

個人向けビジネスによる売上



売上高	358	355
営業利益	223	235

※3 ヤフーバリューインサイト(株)

(株)インフォプラントと(株)インタースコープが合併し、2007年7月1日に誕生したインターネット・リサーチの会社。リサーチ専門のモニター数としては国内最大規模。

※4 B to Cオークション

B to Cとは、企業(business)と一般消費者(consumer)の取引のこと。これに対して、一般消費者同士の取引をC to Cという。ここでは、出品者が「Yahoo!オークションストア」(企業)のオークションをさす。

※5 TAC

Traffic Acquisition Costの略。オーバーチュア(株)がパートナーサイトに対して支払う、広告を掲載するページの利用料。

連結貸借対照表

(単位:百万円)

POINT 1
流動資産のその他が前中間期末と比べて増加しているのは、主にカード事業にかかる債権の増加によるものです。

POINT 2
有形固定資産が前中間期末と比べて増加しているのは、主にオフィスの一部移転・増床によるものです。

POINT 3
ソフトウェアが前中間期末と比べて増加しているのは、主にシステムの委託開発の増加によるものです。

POINT 4
投資有価証券が前中間期末と比べて減少しているのは、主に投資有価証券の時価の下落およびバリューコマース(株)株式の評価損計上によるものです。

POINT 5
投資その他の資産のその他が前中間期末と比べて増加しているのは、主にオフィスの一部移転・増床による敷金の増加によるものです。

科目	前中間期末 2006年 9月30日現在	当中間期末 2007年 9月30日現在	増減	
			金額	増減率(%)
資産の部				
流動資産				
現金及び預金	50,801	86,897	36,096	71.1
受取手形及び売掛金	27,014	30,003	2,988	11.1
短期貸付金	1,344	—	▲ 1,344	▲ 100.0
繰延税金資産	3,113	3,735	622	20.0
その他 POINT 1	6,448	11,852	5,403	83.8
貸倒引当金	▲ 2,382	▲ 2,430	▲ 47	2.0
流動資産合計	86,340	130,058	43,718	50.6
固定資産				
有形固定資産 POINT 2				
建物附属設備	1,560	3,451	1,890	121.2
工具器具備品	12,769	12,930	161	1.3
その他	152	36	▲ 116	▲ 76.2
有形固定資産合計	14,482	16,418	1,935	13.4
無形固定資産				
ソフトウェア POINT 3	9,119	11,130	2,011	22.1
のれん	4,035	5,238	1,203	29.8
その他	27	32	4	18.2
無形固定資産合計	13,181	16,401	3,219	24.4
投資その他の資産				
投資有価証券 POINT 4	166,505	161,301	▲ 5,204	▲ 3.1
繰延税金資産	1,173	3,858	2,685	228.9
その他 POINT 5	4,260	7,064	2,804	65.8
貸倒引当金	▲ 22	▲ 2	20	▲ 89.2
投資その他の資産合計	171,917	172,222	304	0.2
固定資産合計	199,581	205,041	5,460	2.7
資産合計	285,922	335,100	49,178	17.2

(単位:百万円)

科目	前中間期末	当中間期末	増減	
	2006年 9月30日現在	2007年 9月30日現在	金額	増減率(%)
負債の部				
流動負債				
買掛金 POINT 6	802	3,713	2,910	362.8
短期借入金	20,199	20,120	▲ 79	▲ 0.4
未払金 POINT 6	11,222	16,162	4,940	44.0
未払法人税等 POINT 7	21,070	24,756	3,686	17.5
ポイント引当金	1,536	2,148	612	39.8
その他 POINT 8	8,322	12,697	4,375	52.6
流動負債合計	63,152	79,598	16,446	26.0
固定負債				
長期借入金 POINT 9	60,070	40,000	▲ 20,070	▲ 33.4
その他	9	9	0	4.1
固定負債合計	60,079	40,009	▲ 20,070	▲ 33.4
負債合計	123,232	119,608	▲ 3,624	▲ 2.9
純資産の部				
株主資本				
資本金	7,100	7,227	127	1.8
資本剰余金	2,181	2,308	127	5.9
利益剰余金	148,734	203,342	54,608	36.7
自己株式	▲ 28	▲ 28	—	—
株主資本合計	157,987	212,851	54,863	34.7
評価・換算差額等 POINT 10	3,295	514	▲ 2,781	▲ 84.4
新株予約権	4	65	61	—
少数株主持分	1,402	2,060	658	46.9
純資産合計	162,689	215,491	52,802	32.5
負債純資産合計	285,922	335,100	49,178	17.2

POINT 6

買掛金および未払金が前中間期末と比べて増加しているのは、主に当中間期よりオーバーチュア(株)を連結子会社にしたことによるものです。

POINT 7

未払法人税等が前中間期末と比べて増加しているのは、主に利益の増加に伴うものです。

POINT 8

流動負債のその他が前中間期末と比べて増加しているのは、オーバーチュア(株)を連結子会社にしたこと、および「Yahoo!かんたん決済」の預り金が増加したことによるものです。

POINT 9

長期借入金が前中間期末と比べて減少しているのは、返済によるものです。

POINT 10

評価・換算差額等が前中間期末と比べて減少しているのは、投資有価証券の時価の下落によるものです。

連結損益計算書

中間期連結損益計算書

(単位:百万円)

科目	前中間期 2006年4月1日～ 2006年9月30日	当中間期 2007年4月1日～ 2007年9月30日	増減	
			金額	増減率(%)
売上高	100,469	117,735	17,265	17.2
売上原価 POINT 1	4,182	7,201	3,019	72.2
売上総利益	96,286	110,533	14,246	14.8
販売費及び一般管理費	47,286	50,777	3,491	7.4
人件費 POINT 2	9,118	10,330	1,212	13.3
業務委託費	6,841	7,789	948	13.9
販売手数料	4,923	5,472	549	11.2
減価償却費	3,612	4,318	706	19.5
通信費	3,916	4,088	171	4.4
ロイヤルティ	2,842	3,358	515	18.1
賃借料・水道光熱費	2,528	2,586	57	2.3
情報提供料	2,206	2,539	333	15.1
支払手数料 POINT 3	1,614	2,232	618	38.3
販売促進費 POINT 4	3,445	2,083	▲ 1,362	▲ 39.5
維持管理費	802	1,077	274	34.3
貸倒引当金繰入額	1,075	1,027	▲ 47	▲ 4.4
のれん償却額	705	773	68	9.6
広告宣伝費 POINT 5	1,179	551	▲ 628	▲ 53.3
租税公課	443	537	93	21.2
その他	2,030	2,010	▲ 19	▲ 1.0
営業利益	49,000	59,755	10,755	21.9
営業外損益(純額)	▲ 1,292	▲ 1,922	▲ 630	—
経常利益	47,707	57,832	10,125	21.2
特別損益(純額) POINT 6	▲ 252	▲ 3,723	▲ 3,470	—
税金等調整前中間純利益	47,454	54,109	6,654	14.0
法人税・住民税及び事業税	20,545	24,050	3,505	17.1
法人税等調整額	▲ 80	501	582	—
少数株主利益	183	291	107	58.6
中間純利益	26,806	29,265	2,459	9.2

四半期連結損益計算書

(単位:百万円)

科目	前年同四半期 2006年7月1日～ 2006年9月30日	当四半期 2007年7月1日～ 2007年9月30日	増減	
			金額	増減率(%)
売上高	51,202	61,047	9,844	19.2
売上原価 POINT 1	2,146	4,795	2,648	123.4
売上総利益	49,056	56,252	7,196	14.7
販売費及び一般管理費	24,046	26,167	2,121	8.8
人件費 POINT 2	4,679	5,263	583	12.5
業務委託費	3,442	4,050	608	17.7
販売手数料	2,408	2,807	398	16.5
減価償却費	1,906	2,256	350	18.4
通信費	1,942	2,020	77	4.0
ロイヤルティ	1,455	1,748	292	20.1
賃借料・水道光熱費	1,241	1,667	425	34.3
情報提供料	1,159	1,291	132	11.4
支払手数料 POINT 3	803	1,128	324	40.4
販売促進費 POINT 4	1,802	1,033	▲ 769	▲ 42.7
維持管理費	463	472	9	2.0
貸倒引当金繰入額	466	481	14	3.2
のれん償却額	353	400	47	13.3
広告宣伝費 POINT 5	729	296	▲ 433	▲ 59.4
租税公課	233	280	46	20.1
その他	956	968	12	1.3
営業利益	25,009	30,085	5,075	20.3
営業外損益(純額)	▲ 244	▲ 780	▲ 535	—
経常利益	24,765	29,304	4,539	18.3
特別損益(純額) POINT 6	▲ 676	▲ 3,722	▲ 3,046	—
税金等調整前四半期純利益	24,089	25,582	1,493	6.2
法人税・住民税及び事業税	11,584	12,835	1,251	10.8
法人税等調整額	▲ 1,183	▲ 468	715	—
少数株主利益	85	154	69	81.4
四半期純利益	13,603	13,060	▲ 542	▲ 4.0

POINT 1

売上原価：当中間期および当四半期の売上原価が前中間期および前年同四半期と比べて増加したのは、主にオーバーチュア（株）を連結子会社にしたことによるものです。

POINT 2

人件費：当中間期末における当グループの役職員数（重複者除く）は、3,690名と前中間期末と比べて691名増加（23.0%増）しました。

POINT 3

支払手数料：支払手数料が前中間期および前年同四半期と比べて増加したのは、主に「Yahoo!かんたん決済」の取引高が増加したことによるものです。

POINT 4

販売促進費：販売促進費が前中間期および前年同四半期と比べて減少したのは、主にソフトバンクBB（株）との業務提携契約の見直しにより、Yahoo!BB事業における会員獲得費用の負担がなくなったことによるものです。

POINT 5

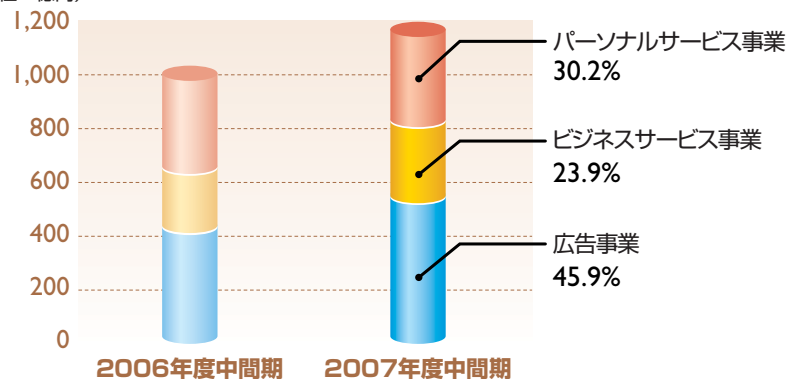
広告宣伝費：広告宣伝費が前中間期および前年同四半期と比べて減少したのは、主に前年同四半期においてテレビCMなどの宣伝活動を行ったことによるものです。

POINT 6

特別損益：当中間期および当四半期の特別利益の主なものは貸倒引当金戻入益、特別損失の主なものはパリュウコマース（株）株式の評価損です。

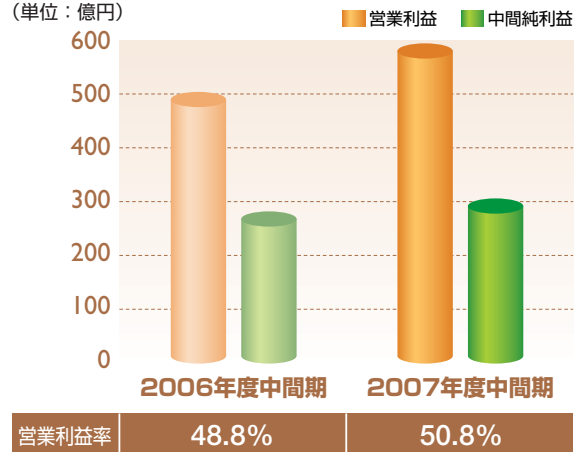
売上高推移

(単位：億円)



利益の推移

(単位：億円)



連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

区分	前年同四半期 2006年7月1日～ 2006年9月30日	当四半期 2007年7月1日～ 2007年9月30日	当中間期 2007年4月1日～ 2007年9月30日
営業活動によるキャッシュ・フロー POINT 1	27,787	31,798	36,653
税金等調整前四半期(中間)純利益	24,089	25,582	54,109
減価償却費	2,019	2,396	4,588
売上債権の増減額	▲ 654	69	1,982
仕入債務の増加額	23	2,782	2,676
法人税等の支払額	▲ 37	▲ 21	▲ 27,877
その他営業活動によるキャッシュ・フロー	2,347	989	1,174
投資活動によるキャッシュ・フロー POINT 2	▲ 25,940	▲ 297	▲ 28,432
定期預金の預入れによる支出	—	—	▲ 20,000
有形固定資産の取得による支出	▲ 1,602	▲ 1,214	▲ 3,783
無形固定資産の取得による支出	▲ 1,299	▲ 661	▲ 1,977
投資有価証券の取得による支出	▲ 25,750	▲ 924	▲ 5,925
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入	—	3,030	3,030
貸付金の回収による収入	1,169	0	0
その他投資活動によるキャッシュ・フロー	1,542	▲ 527	223
財務活動によるキャッシュ・フロー POINT 3	53	22	▲ 16,030
長期借入金の返済による支出	▲ 35	—	▲ 10,000
配当金の支払額	—	—	▲ 5,805
その他財務活動によるキャッシュ・フロー	88	22	▲ 225
現金及び現金同等物の増減額	1,900	31,524	▲ 7,809
現金及び現金同等物の期首残高	48,896	35,373	75,212
連結除外に伴う現金及び現金同等物の減少額	—	—	▲ 504
現金及び現金同等物の期末残高	50,797	66,897	66,897

POINT 1

営業活動による資金の増加は、法人税等の支払があったものの、利益の増加等により、当中間期では36,653百万円、当四半期は31,798百万円となりました。

POINT 2

当中間期の投資活動においては、オーバーチュア(株)取得に伴う資金の増加があったものの、固定資産の取得や定期預金の預入れによる支出があったこと等により当中間期では28,432百万円の支出となりました。なお、当四半期は297百万円の支出となりました。

POINT 3

当中間期の財務活動においては、長期借入金の返済による支出および配当金の支払等により、当中間期では16,030百万円の支出となりました。なお、当四半期は22百万円の収入となりました。

連結株主資本等変動計算書 2007年4月1日～2007年9月30日

	株主資本					評価・換算差額等		新株予約権	少数株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券 評価差額金	評価・換算 差額等合計			
2007年3月31日残高(百万円)	7,187	2,268	179,897	▲ 28	189,324	1,368	1,368	30	1,662	192,385
中間連結会計期間中の変動額										
新株の発行	40	40			81					81
剰余金の配当			▲ 5,805		▲ 5,805					▲ 5,805
連結子会社の減少に伴う減少高			▲ 15		▲ 15					▲ 15
中間純利益			29,265		29,265					29,265
株主資本以外の項目の中間連結 会計期間中の変動額(純額)						▲ 853	▲ 853	35	398	▲ 419
中間連結会計期間中の 変動額合計(百万円)	40	40	23,445	—	23,526	▲ 853	▲ 853	35	398	23,106
2007年9月30日残高(百万円)	7,227	2,308	203,342	▲ 28	212,851	514	514	65	2,060	215,491

決算説明会が動画でご覧いただけます

2007年10月24日に行いました決算説明会の模様を下記URLにてご覧いただけます。

当社代表取締役社長 井上雅博による業績説明のほか、質疑応答もご覧いただけます。(日本語／英語 対応)

<http://irstreaming.yahoo.co.jp/20072q/>

アクセス方法:

Yahoo! JAPAN トップページ
一番下にある**投資家情報**から
IRイベントスケジュール

➡ 2007年度 第2四半期および上半期

➡ 決算説明会へのリンク



使ってみよう Yahoo! ポッドキャスト

ポッドキャストとは、インターネットを使って配信されているラジオ番組のようなさまざまな音声ファイルを、誰でも気軽に好きなときに聴くことができるしくみです。


「Yahoo!ポッドキャスト」では、いつでも無料でいろいろなジャンルの番組を楽しめるほかポッドキャストを手軽に楽しむための便利な機能を提供しています。

当グループでは、今後も各種サービスをさらに便利なものにし、顧客満足度を高めることで、より一層の収益拡大を目指していきます。



「Yahoo!ポッドキャスト」で人気のこんな番組、ちょっと聴いてみませんか？

番組名: クラシック名曲サウンドライブラリー



◆◆バッハ、モーツァルト、ベートーヴェン…
大作曲家たちの名曲を高音質mp3でダウンロードできる無料音楽配信サービスです
最新デジタル技術で制作したリアルでクリアなサウンドをお楽しみください！
Classical Music Free MP3 Downloads


詳細情報

- ・エントリー数: 264件
- ・番組サイト:
- ・RSS: <http://>
- ・作成者: ク
- ・言語: 日本
- ・Copyright:
- ・公開日: 20
- ・はり付け用
- HTMLソ

聴く 登録

クラシック名曲サウンドライブラリー
バッハ、モーツァルト、ベートーヴェン…
大作曲家たちの名曲を、高音質の最新デジタル技術で制作したリアルでクリアなサウンドでお楽しみください！

番組名: ほっどきやすていんぐ落語



人気・実力ともに折り紙付きの若手落語家による寄席を、あなたのiPodにお届けします！iPodで聞きながら思わず吹き出さないようにご注意ください！


詳細情報

- ・エントリー数: 74件
- ・番組サイト: <http://www.podcastvice.jp/akuzo/>

聴く 登録

ほっどきやすていんぐ落語
人気・実力ともに折り紙付きの若手落語家による寄席で、古典落語をお楽しみいただけます！

番組名: 日本経済新聞<総合版>



日本経済新聞ならではのビジネス情報をまとめてお届け。しっかり30分、あなたの朝が変わります。

詳細情報

- ・エントリー数: 320件
- ・番組サイト: <http://www.nikkei.com/kyu/>
- ・RS
- ・作
- ・言
- ・Co
- ・公
- ・は
- HT

聴く 登録

日本経済新聞 <総合版>
平日の朝6:50更新で、日本経済新聞ならではの最新のビジネス情報をまとめてお届けしています！

「Yahoo!ポッドキャスト」では、クラシック音楽やニュース、落語や英会話など、魅力的な番組を手軽に楽しむことができます。

ではさっそく聴いてみましょう!!

STEP 1

Yahoo! JAPAN
トップページから



「Yahoo!ポッドキャスト」トップページへ



STEP 2

聴いてみたい番組を見つけて、**聴く** ボタンをクリック!



STEP 3

別ウィンドウで専用プレーヤーが立ち上がり、再生が始まります。

※お使いのパソコンの環境により再生できない場合がございます。



さらには...



プレイリストでは過去に配信された番組を聴くことができます。

このように、とても簡単に楽しめる「Yahoo!ポッドキャスト」。

Yahoo! JAPAN IDがあれば、お気に入りの番組をMyポッドキャストに登録したり、ユーザーレビューを書いてみたり・・・楽しみ方はさまざまに広がっていきます。

社員インタビュー “真に必要な役立つ災害情報を!” をモットーに取り組む「災害情報提供チーム」

Yahoo! JAPANでは、地震などの災害発生時の「震度速報」や「津波警報」をはじめ、「Yahoo!災害情報」、「Yahoo!ボランティア」、「インターネット募金」、「Yahoo!基金」などの社会貢献活動に意欲的に取り組んでいます。そこで今回は、主に災害情報の提供のシステム開発・運用に当たる「災害情報プロジェクト」のメンバーに話を聞きました。



地震や津波の最新情報をいち早く提供

Q: 最初にYahoo! JAPANの災害情報表示機能について教えてください。

A: 気象協会の情報に基づいて、震度3以上の地震が発生した際にはYahoo! JAPANの全ページに、津波警報が発令された際には100以上ある全サービスのトップページの上部に情報が表示されます。

震度速報デモ画面

The screenshot shows the Yahoo! JAPAN homepage with a prominent disaster alert banner. The banner text reads: "地震情報【発表時刻】2007年10月1日 19時50分 気象庁発表" and "10月1日19時47分ごろ地震がありました。【震源地】茨城県北部【最大震度】5強 今後の情報を警戒してください。詳細" and "NEW! 全国の絶景紅葉スポット情報 - あなたが好きなラズンの具材はどれ?". Below the banner is a search bar and navigation menu.

Q: 大きな地震の速報は全ページに出るのですね。一方で、災害に関する常設のサービスはどんなものがあるのでしょうか。

A: 「Yahoo!災害情報」では、災害の最新情報に加え、日ごとの備えとして防災知識などの紹介、他の災害・防災関連サイトへのリンク集などを掲載しています。また、「インターネット募金」や「Yahoo!基金」を通じて、被災地への災害支援も行っています。

Yahoo! JAPANの社会的使命として

Q: Yahoo! JAPANでは、なぜ災害情報を掲載することになったのでしょうか。

A: 災害が起こったときにテレビでは情報がわかるのに、インターネットではわからないというようなメディアによる情報格差を解消する必要性を感じたからであり、また今まさに必要な情報を提供することは「ライフエンジン」をビジョン

とするYahoo! JAPANの社会的使命であり、責任だと考えるからです。具体的には、2004年10月に新潟で発生した中越地震が最初のきっかけとなり、「震度速報」と「インターネット募金」を開始しました。

情報の速報性と正確性の両立などに尽力

Q：自然災害の最新情報を正確かつ効果的に提供するには、さまざまな苦労があるのではないですか。

A：「災害情報プロジェクト」のメンバーは、震度5強以上の地震が発生したときや大型台風の上陸が予想されるときなどには、たとえ休日でも出社して対応にあたります。システム開発や運用では、できるだけ早期に開発すること、情報の速報性・正確性を高レベルで両立させること、お客様の声を

できる限り反映することを重視しています。率直に言って大変ですが（笑）、それ以上に災害情報提供の必要性・重要性を感じながら取り組んでいます。

Q：確かに災害はいつ起こるか分からないですし、大変そうですね。



A：ただ、こうした取り組みも徐々にお客様に受け入れられ、2007年9月の大型台風上陸の際は、Yahoo! JAPANのページビュー数が過去最高を記録するほど、数多くの方にYahoo! JAPANの情報をご覧いただきましたし、2007年7月の新潟

県中越沖地震の際は「インターネット募金」に数日間で約2,500万円もの募金のご協力をいただきました。これは全国ネットのテレビ局が1局で集める募金額に等しく、大きな手応えを感じた瞬間でした。

インターネットの無限の可能性を信じて

Q：最後に、Yahoo! JAPANの災害情報プロジェクトの今後の目標を聞かせてください。

A：情報の質・量ともにさらに充実させることはもちろん、携帯電話への情報提供の拡充や、災害が起こった後の生活に必要な支援活動に関する情報提供など、いつでも本当に必要な役に立つ情報の提供を目指して、災害時におけるインターネットの可能性を追求していきたいと考えています。

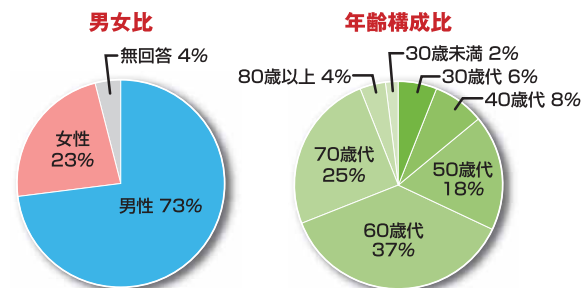


株主通信VOL.14アンケート結果のご報告

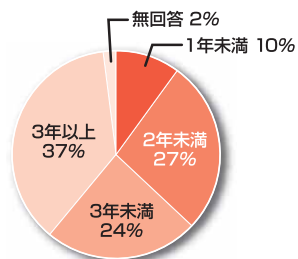
前回、株主通信VOL.14にてお願いいたしましたアンケートでは、多くの株主の皆様からご協力をいただき、誠にありがとうございました。アンケートの結果および数多くお寄せいただいたご意見、ご要望などについてご報告申し上げます。

アンケート結果

株主様の属性について



当社株式保有期間



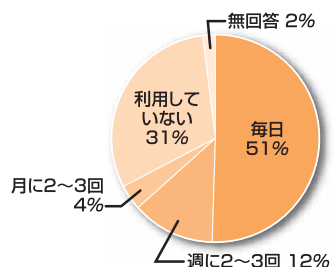
当社株式購入の際に重視されたことベスト5

- 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 配当

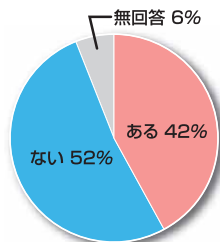
興味を持たれた記事ベスト5

- 1位 **株式情報**
- 2位 株主の皆様へ
- 3位 財務諸表
- 4位 事業別の概況
- 5位 アンケート結果

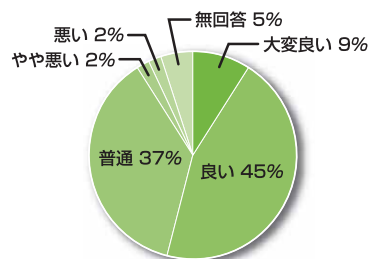
インターネットのご利用状況



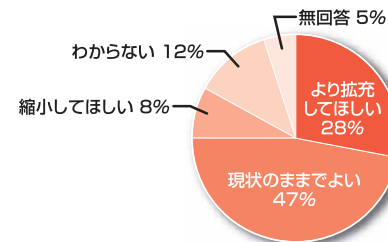
当社のIR(投資家向け広報)サイトをご覧いただいたことが



当社のIRサイトについて



当社の紙媒体でのIR活動(株主通信や四半期レポートなど)について



アンケートの中で数多くいただいたご意見、ご要望の中からその一部をご紹介します。

- 株価が上昇するような企業努力を続けて。(30代 女性)
- 企業価値をあげる努力を行い、株主に還元をはかって。(60代 男性)
- IR活動は大変良いことだが、株価対策もしっかり行ってほしい。
(80代 男性)
- 株主だけではなく一般の人にも当社の良さをもっとPRしてほしい。
(70代 男性)
- IRサイトの拡充と新規事業展開に期待。競合に負けるな。(60代 女性)
- リーディングカンパニーとしてこれからも業界をリードしてほしい。
(60代 男性)
- 当社の将来の展望や方向性をもっと具体的に示してほしい。(60代 男性)
- 利益の割に配当が少ないのでは。(70代 男性)
- 配当を増やしてほしい。現在の株価は安すぎるように思う。(30代 男性)
- 株主優待制度が導入されれば、長期保有を検討する。(50代 女性)
- 「Yahoo!基金」のような社会貢献事業をさらに進めて。(60代 男性)
- 財務諸表の解説は丁寧で良いが、当社の方針や戦略も交えた説明がほしい。
(30代 女性)
- 新しいサービスなどは速やかに株主に知らせてほしい。(40代 女性)
- 「使ってみよう」を読んで「Yahoo!知恵袋」の便利さがわかった。
(40代 男性)
- 難解な専門用語が多いので、用語集のページを入れてほしい。
(40代 男性)
- 競合とのシェアの比較がわかるような図の掲載を検討して。
(50代 男性)
- 株主通信は文字が大きく高齢の株主にも読みやすくて良い。(70代 男性)

貴重なご意見をいただきありがとうございました。

株主様向けIR情報誌に関するお知らせ

当社ではこれまで、「四半期レポート」と「株主通信」を発行してまいりましたが、来年から四半期開示が法定化されることを見据え、より充実した内容を株主の皆様にご提供すべく、今後は四半期レポートと株主通信を組み合わせ、株主通信を年4回（四半期毎）発行してまいりたいと思います。当社では、今後もIR活動を重視し、株主の皆様への情報の開示をより充実させてまいります。

株主通信・四半期レポート バックナンバーのご案内

これまで発行いたしました「株主通信」と「四半期レポート」は、下記URLでもご覧いただけます。

アクセス方法：

Yahoo! JAPAN トップページの一番下にある**投資家情報**から
株主情報

➡ 株主通信

<http://ir.yahoo.co.jp/jp/irreport/>

➡ 四半期レポート

<http://ir.yahoo.co.jp/jp/holder/report/>

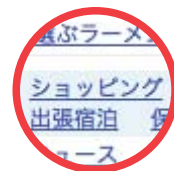
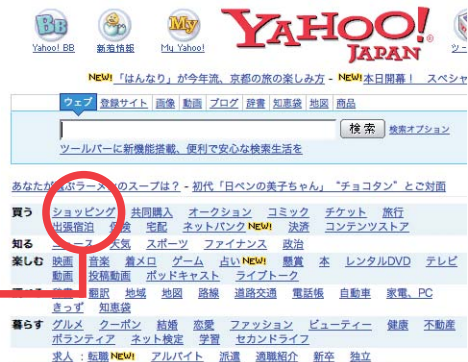
Yahoo! JAPAN おすすめ情報

特選おとりよせスイーツ特集

今、Yahoo!ショッピングで人気の特選スイーツをご紹介します!

Yahoo!ショッピングならご自宅からの注文もかんたん!

Yahoo! JAPAN限定の商品もございます。ぜひお試しください。



水と緑とお日様と

果子乃季

純白のガトーショコラ

3,900円(税込)

果子乃季 Yahoo!店

<http://store.yahoo.co.jp/kasinoki/w-gateau.html/>

Yahoo! JAPANと果子乃季がお客様の意見をもとにコラボレーションして作ったオリジナルケーキ。常識をくつつがえす濃厚な生クリームをまとったガトーショコラの中身は、何層にも重なる複雑な味わいです。

栗のテリーヌ「天」

10,000円(税込)

仏蘭西焼菓子調進所 足立音衛門

<http://store.yahoo.co.jp/otoemon/681938.html/>

粒よりの丹波産の栗と伊太利産カスターニュ種の蒸し栗、フランスノルマンディ産ラヴィエットのAOC発酵バター、創業文化元年讃岐三谷家の手造り和三盆糖、沖縄栗国の塩など、厳選素材だけを使って焼き上げた夢の焼き菓子。フランス菓子ですが、上品な和菓子の味わいとなりました。



本わらび餅・京都の和菓子

1,044円(税込)

京みずは

<http://store.yahoo.co.jp/kyogashi/cbdca4efa4-2.html>

京都ならではのあっさりとした甘さで、いくらでも食べられてしまう、Yahoo!ショッピングお取り寄せランキング和菓子部門1位に輝いたわらびもちです。



宇治抹茶NYチーズケーキ ～パパジョンズバージョン～

2,625円(税込)

京都・宇治 伊藤久右衛門

<http://store.yahoo.co.jp/itohkyuemon/93222.html>

宇治茶

伊藤久右衛門

京都

京都が誇るチーズケーキ専門店の【パパジョンズ】と共同開発。パパジョンズといえばニューヨークチーズケーキが有名。濃厚でクリーミーだけど、あっさりとした今までに味わったことのない美味しさ。全国の皆様から絶大な支持を受けている逸品でやみつきになる美味しさです。

タマゴ型アイス「プリンたまごアイス12ヶ入」

5,250円(税込)

お菓子だいすきどっとこむYahoo!店

<http://store.yahoo.co.jp/okashidaisuki/lm-5.html>

たまごの形をした容器の底部分にはキャラメルソース・その上にプリン風味のアイスクリーム・黄身に見せかけたキャラメル入りの卵黄分が高いアイスはまるで本物の卵のような見た目です。可愛い上にインパクトもあり、贈り物としても最適です。



YAHOO! ショッピング
JAPAN

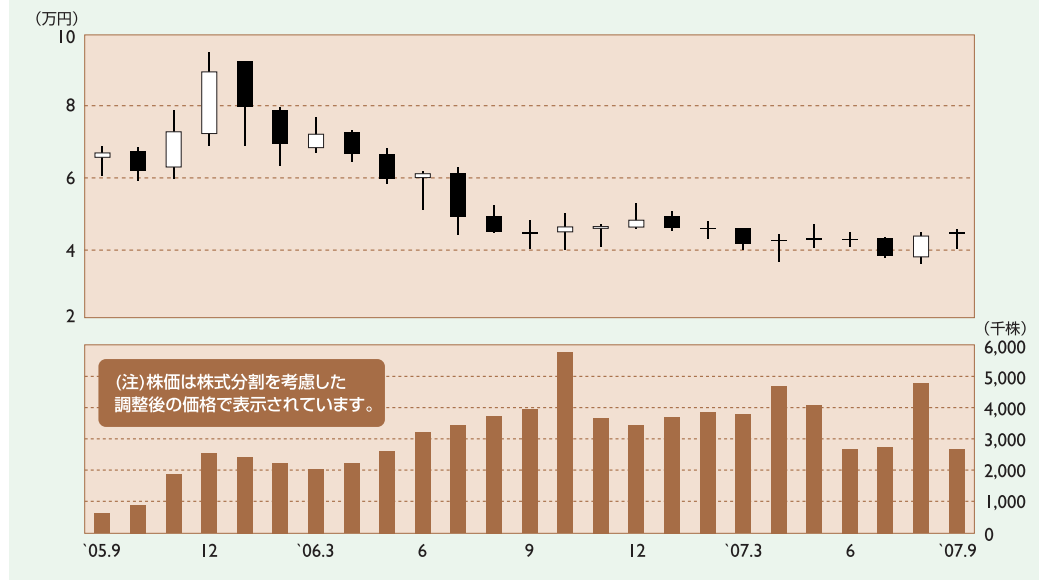
<http://shopping.yahoo.co.jp/>

いずれも人気商品のため、売り切れの場合はご容赦ください。

株式情報

(2007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

60,482,671株

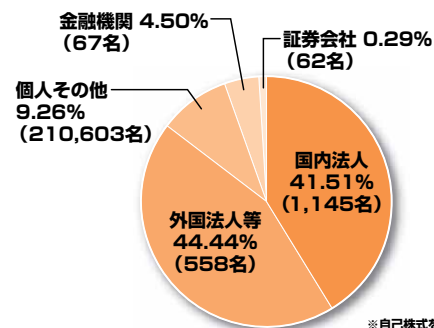
株主数

212,436名

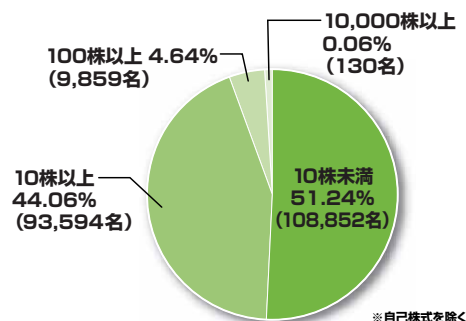
主要株主一覧

株主名	持株数(株)	持株比率
ソフトバンク株式会社	24,853,824	41.1%
ヤフーインク	20,215,408	33.4%
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口)	882,212	1.5%
チェースマンハッタンバンク ジーティーエスクライアント アカウントエスクロウ	819,097	1.4%
日本マスタートラスト 信託銀行株式会社(信託口)	723,983	1.2%
バンクオブニューヨークジー シーエムクライアントアカウ ンツイーアイエスジー	663,104	1.1%
モルガンスタンレーアンドカ ンパニーインク	483,213	0.8%
ゴールドマンサックスアンドカ ンパニーレギュラーアカウント	371,244	0.6%
ジェーピーエムシービーオムニ バスユーエスペンショントリ ティージャスデック380052	368,179	0.6%
ジェーピーエムシービーユー エスエーレジデンツペンション ジャスデックレンド385051	229,418	0.4%

所有者別分布状況



所有株数別分布状況



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
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	「Yahoo!ショッピング」および「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
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
2002年 3月	「Yahoo!ウォレット」を開始
4月	「Yahoo!オークション」のシステム利用料導入開始
11月	スポンサーサイトの掲載を開始
2003年 10月	東京証券取引所 市場第一部へ上場
12月	動画コンテンツの総合サービス「Yahoo!動画」を公開
2004年 4月	求人情報サイト「Yahoo!リクナビ」を公開
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
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
9月	「Yahoo!ポイント」サービスを開始

2005年 2月	福岡ドームのネーミング・ライツを取得
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
9月	災害時に備えた知識を提供する「Yahoo!災害情報」を公開
2006年 3月	ソフトバンク(株)と携帯電話事業に関する業務提携について合意
4月	Yahoo! JAPAN、サービス開始から10周年
6月	家庭用フィルタリングサービス「Yahoo!あんしんねっと」の提供を開始
6月	Yahoo! JAPANの10周年を記念し「Yahoo!基金」を設立
9月	決済、金融サービスを提供する「Yahoo!ネットバンキング」を公開
10月	「Yahoo!ケータイ」を開始
2007年 2月	ジャスダック証券取引所に重複上場
4月	「Yahoo! JAPAN研究所」を設立
4月	「Yahoo!公金支払い」を開始
6月	(株)テレウェイヴと資本・業務提携
6月	オリコンDD(株)と資本・業務提携
7月	(株)インフォプラントと(株)インタースコープが合併しヤフーパリュウインサイト(株)となる
8月	フォトラベル(株)と資本・業務提携
8月	オーバーチュア(株)を子会社化

トップページの歩み

1996



1998



2001



2003



会社概要

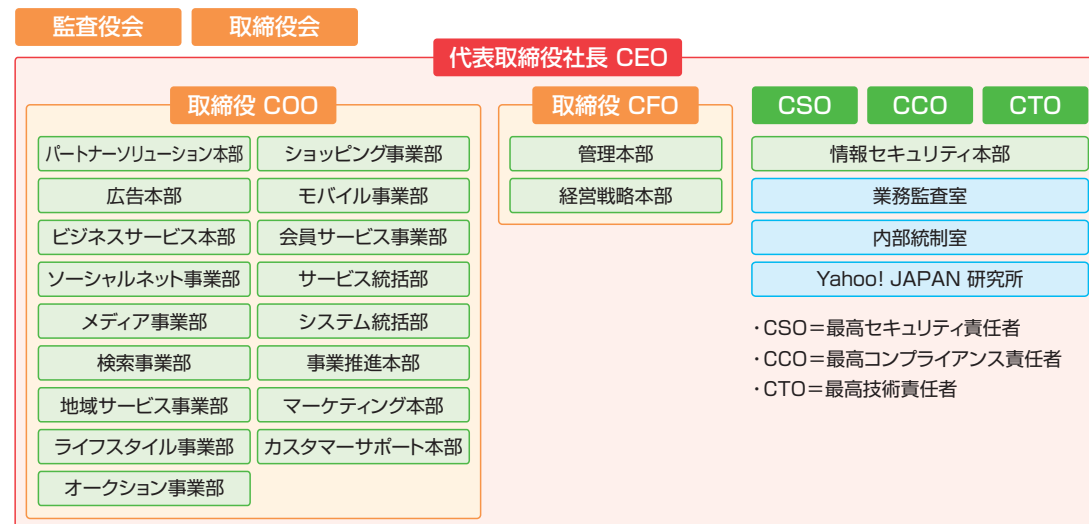
(2007年9月30日現在)

- 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 7,227百万円
- 事 業 内 容 インターネット上の広告事業
イーコマース事業
会員サービス事業
その他事業
- 従 業 員 数 2,666名 (単体)
3,666名 (連結)

- 役 員
- 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
- 常 勤 監 査 役 茶山 幸彦
- 監 査 役 佐野 光生
- 監 査 役 金野 志保

- 主な連結子会社
- 株式会社アルプス社
- 株式会社インディバル
- オーバーチュア株式会社
- トライクル株式会社
- 株式会社ニュースウォッチ
- 株式会社ネットラスト
- ファーストサーバ株式会社
- ヤフーバリューインサイト株式会社
- ワイズ・インシュアランス株式会社
- ワイズ・エージェンシー株式会社
- ワイズ・スポーツ株式会社

組織図(2007年10月1日現在)



- 主な持分法適用会社
- 株式会社インテージ・インタラクティブ
- 株式会社オールアウト
- オリコンDD株式会社
- 株式会社クレオ
- JWord株式会社
- セブンアンドワイ株式会社
- 株式会社たびゲーター
- 株式会社テレウェイヴ
- TVバンク株式会社
- バリューコマース株式会社
- 株式会社ファッションウォーカー
- フォートラベル株式会社
- 夢の街創造委員会株式会社

株主メモ

決算期 : 毎年3月31日
定時株主総会 : 毎年6月
株主名簿管理人 : 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
公告方法 : 電子公告
ただし、事故、その他やむを得ない事由が生じたときは、
日本経済新聞に掲載いたします。

株券の電子化、2009年1月実施で準備中 ～お手続きはお早めに～

法律の改正により、上場会社の株券は2009年1月以降、電子化される見込みです。
電子化に伴い株主様に不利益が生じる恐れもございますので、下記に該当される株主様は、お早めのお手続きをおすすめいたします。

- ・ご自宅に株券をお持ちの方
- ・銀行の貸金庫等に株券をお預けの方
- ・ご親族等から譲り受けた株券の名義書換がお済みでない方

※詳しくはお近くの証券会社等にお問い合わせください。

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、下記の株主名簿管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。

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。

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)
- 電子公告



※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。



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

YAHOO!
JAPAN

〒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

