



平成20年3月期 第3四半期財務・業績の概況

平成20年1月30日

上場会社名 ヤフー株式会社
コード番号 4689

上場取引所 東証一部・ジャスダック
URL <http://www.yahoo.co.jp>

代表者 代表取締役社長 井上 雅博
問合せ先責任者 取締役最高財務責任者 梶川 朗

TEL (03)6440-6000

(百万円未満切捨て)

1. 平成20年3月期第3四半期の連結業績 (平成19年10月1日～平成19年12月31日)

(1) 連結経営成績

(%表示は対前年同四半期(同期)増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		四半期(当期)純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
20年3月期第3四半期	70,067	(28.5)	31,290	(13.0)	30,828	(15.8)	17,177	(13.2)
19年3月期第3四半期	54,522	(16.9)	27,699	(31.1)	26,630	(29.5)	15,172	(20.0)
20年3月期9ヶ月間累計	187,802	(21.2)	91,045	(18.7)	88,660	(19.3)	46,443	(10.6)
19年3月期9ヶ月間累計	154,992	(22.4)	76,699	(31.0)	74,337	(30.6)	41,979	(23.1)
19年3月期	212,552		106,232		102,824		57,963	

	1株当たり四半期(当期)純利益		潜在株式調整後1株当たり四半期(当期)純利益	
	円	銭	円	銭
20年3月期第3四半期	283	99	283	55
19年3月期第3四半期	250	93	250	51
20年3月期9ヶ月間累計	767	90	766	78
19年3月期9ヶ月間累計	694	34	693	04
19年3月期	958	66	956	70

(2) 連結財政状態

	総資産		純資産		自己資本比率		1株当たり純資産	
	百万円		百万円		%	円	銭	
20年3月期第3四半期	337,010		233,700		68.6	3,824	38	
19年3月期第3四半期	287,547		177,547		61.2	2,910	57	
19年3月期	318,428		192,385		59.9	3,153	24	

(3) 連結キャッシュ・フローの状況

	営業活動による キャッシュ・フロー	投資活動による キャッシュ・フロー	財務活動による キャッシュ・フロー	現金及び現金同等物 期末残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
20年3月期第3四半期	9,577	15,565	△10,132	81,907
19年3月期第3四半期	13,485	△2,679	△10,142	51,461
20年3月期9ヶ月間累計	46,230	△12,867	△26,163	81,907
19年3月期9ヶ月間累計	41,282	△152,676	64,982	51,461
19年3月期	72,710	△160,403	65,033	75,212

2. 配当の状況

(基準日)	1株当たり配当金		
	中間期末	期末	年間
19年3月期	円 銭 —	円 銭 96 00	円 銭 96 00
20年3月期	—	—	107円00銭 ～110円00銭
20年3月期(予想)	—	107円00銭 ～110円00銭	

3. 平成20年3月期 第4四半期（平成20年1月1日～平成20年3月31日）および通期の連結業績予想

	売上高	営業利益	経常利益	四半期(当期)純利益	1株当たり四半期(当期)純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	
第4四半期	72,800～76,600	31,750～34,550	31,600～34,400	18,400～20,050	304円17銭～331円44銭
通 期	260,602～264,402	122,795～125,595	120,260～123,060	64,843～66,493	1,071円91銭～1,099円18銭

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

(将来に関する記述等についてのご注意)

本資料に記載されている業績予想については、当社および当社グループが現時点で入手可能な情報から得られた判断に基づいて作成しておりますが、リスクや不確実性を含んでおります。

業績予想に関連する事項については、4ページ【定性的情報・財務諸表等】3. 連結業績予想に関する定性的情報を参照して下さい。

4. その他

- (1) 期中における重要な子会社の異動（連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動）：有
新規 1社(社名 オーバーチュア株式会社)
- (2) 会計処理の方法における簡便な方法の採用の有無：無
- (3) 最近連結会計年度からの会計処理の方法の変更の有無：有

[（注）詳細は、4ページ【定性的情報・財務諸表等】4. その他を参照して下さい。]

(参考) 個別業績の概要

1. 平成20年3月期第3四半期の個別業績（平成19年10月1日～平成19年12月31日）

(1) 個別経営成績

(%表示は対前年同四半期（同期）増減率)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期(当期)純利益
	百万円 %	百万円 %	百万円 %	百万円 %
20年3月期第3四半期	56,080 (11.0)	30,430 (11.3)	30,346 (11.4)	17,913 (11.2)
19年3月期第3四半期	50,528 (25.3)	27,343 (30.8)	27,233 (29.6)	16,103 (21.1)
20年3月期9ヶ月間累計	161,910 (12.6)	89,507 (17.9)	89,243 (16.9)	47,761 (7.0)
19年3月期9ヶ月間累計	143,737 (29.9)	75,897 (30.4)	76,339 (30.2)	44,635 (24.3)
19年3月期	197,230	105,121	105,412	61,592

	1株当たり四半期(当期)純利益	潜在株式調整後1株当たり四半期(当期)純利益
	円 銭	円 銭
20年3月期第3四半期	296 16	295 70
19年3月期第3四半期	266 33	265 88
20年3月期9ヶ月間累計	789 69	788 54
19年3月期9ヶ月間累計	738 27	736 89
19年3月期	1,018 69	1,016 60

(2) 個別財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率	1株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
20年3月期第3四半期	323,007	239,735	74.2	3,961 53
19年3月期第3四半期	284,380	181,995	64.0	3,009 34
19年3月期	315,506	197,677	62.6	3,268 24

2. 平成20年3月期 第4四半期（平成20年1月1日～平成20年3月31日）および通期の個別業績予想

	売上高	営業利益	経常利益	四半期(当期)純利益	1株当たり四半期(当期)純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	
第4四半期	57,800～61,100	30,650～33,350	30,500～33,200	18,100～19,700	299円21銭～325円66銭
通 期	219,710～223,010	120,157～122,857	119,743～122,443	65,861～67,461	1,088円74銭～1,115円19銭

【定性的情報・財務諸表等】

1. 連結経営成績に関する定性的情報

平成20年3月期 第3四半期ハイライト

- 当四半期の売上高は700億円（前年同四半期比28.5%増、前四半期比14.8%増）、営業利益は312億円（前年同四半期比13.0%増、前四半期比4.0%増）、経常利益は308億円（前年同四半期比15.8%増、前四半期比5.2%増）、四半期純利益は171億円（前年同四半期比13.2%増、前四半期比31.5%増）となった。
- 広告事業においては、行動ターゲティングの販売が好調であることや、10月から主力商品として販売を開始した「プライムディスプレイ」が売上を伸ばしたことなどにより、ディスプレイ広告の売上は前年同四半期と比べて順調に推移した。検索連動広告の売上は、検索連動広告市場の更なる拡大および検索サービスの利用の増加が見られたことや、前四半期より開始した品質インデックスと入札単価を考慮した広告掲載が引き続き好調だったことに加えて、9月より連結子会社化したオーバーチュア(株)の業績が四半期を通して連結されたことにより、前年同四半期と比べて大きく増加した。当四半期の広告事業の売上高は367億円（前年同四半期比69.0%増、前四半期比24.4%増）となった。
- ビジネスサービス事業では、「Yahoo!不動産」が掲載件数の拡大により大きく売上を伸ばしたほか、「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!オークション」のテナント料および手数料収入も好調に推移した。「Yahoo!ショッピング」では、パソコン版、モバイル版共に全面リニューアルを実施、デザインや操作性を一新し、ストア向けの機能も向上させた。リニューアルの結果、特にモバイル版「Yahoo!ショッピング」の利用が拡大した。平成19年12月末の「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!オークション」のストア数は合計で30,223店舗と前年同四半期末と比べて5,162店舗（20.6%増）増加、リサーチ関連の売上も前年同四半期に比べて大きく増加した。当四半期のビジネスサービス事業の売上高は147億円（前年同四半期比14.5%増、前四半期比4.5%増）となった。
- パーソナルサービス事業では、「Yahoo!オークション」のシステム利用料収入が、年末商戦に合わせた様々な販促企画を行った結果、前四半期に比べて順調に推移したが、ビジネスサービス事業の売上に計上されるB to Cオークションの割合が高まったことに加えて、特定のカテゴリの取扱高において不振が見られたことや詐欺対策を一層強化したことなどにより前年同四半期比では伸び悩んだ。「Yahoo!プレミアム」においては、平成19年6月より開始した「年内無料キャンペーン」の無料期間終了に伴う解約の影響があったものの、平成19年12月末のYahoo!プレミアム会員ID数が674万IDとなり、前年同四半期末と比べて43万ID（6.9%増）増加した。「Yahoo!BB」のISP料金収入は、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四半期と比べて大きく減少した。当四半期のパーソナルサービス事業の売上高は186億円（前年同四半期比6.7%減、前四半期比6.8%増）となった。
- 米国最大のインターネットオークション会社であるeBay Inc.と、新たなインターネットオークション市場の創出・拡大を目指して、相互の市場進出支援および誘導の強化などの業務提携に向けた検討を開始した。
- 1月1日にYahoo! JAPANトップページの全面的なリニューアルを実施した。新トップページへのスムーズな移行が成功し、ページビュー数が順調に増加しているほか、新トップページの広告商品に対して、広告主、広告会社からも高い評価を得ている。

2. 連結財政状態に関する定性的情報

7ページ<当四半期の連結貸借対照表のポイント>および11ページ<当四半期および9ヶ月間累計の連結キャッシュ・フロー計算書のポイント>をご参照下さい。

3. 連結業績予想に関する定性的情報

当社および当グループの収益・費用の予想にあたっては、経営上の指標としている利用者の各種サービス利用状況等が重要な前提条件となっておりますが、インターネットを取り巻く環境の変化は激しく、それら指標の伸び率・変動率について一定の条件を設けることが困難であるため、四半期ごとに行っている業績発表に併せて次四半期の業績見通しのみを業績予想の範囲をもって公表いたします。なお、実際の業績が、公表された業績予想の範囲に対し大きく異なる可能性があります、その場合には、速やかに業績予想の修正を公表することといたします。

下記の「平成20年3月期 通期業績見通し」は、平成20年3月期9ヶ月間累計の実績に第4四半期の業績見通しを加算したものとなっております。

平成20年3月期 第4四半期連結業績見通し(平成20年1月1日～平成20年3月31日)

連結売上高	72,800百万円	～	76,600百万円
連結営業利益	31,750百万円	～	34,550百万円
連結経常利益	31,600百万円	～	34,400百万円
連結四半期純利益	18,400百万円	～	20,050百万円

平成20年3月期 通期連結業績見通し(平成19年4月1日～平成20年3月31日)

連結売上高	260,602百万円	～	264,402百万円
連結営業利益	122,795百万円	～	125,595百万円
連結経常利益	120,260百万円	～	123,060百万円
連結当期純利益	64,843百万円	～	66,493百万円

平成20年3月期 第4四半期個別業績見通し(平成20年1月1日～平成20年3月31日)

売上高	57,800百万円	～	61,100百万円
営業利益	30,650百万円	～	33,350百万円
経常利益	30,500百万円	～	33,200百万円
四半期純利益	18,100百万円	～	19,700百万円

平成20年3月期 通期個別業績見通し(平成19年4月1日～平成20年3月31日)

売上高	219,710百万円	～	223,010百万円
営業利益	120,157百万円	～	122,857百万円
経常利益	119,743百万円	～	122,443百万円
当期純利益	65,861百万円	～	67,461百万円

4. その他

(1) 期中における重要な子会社の異動(連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動)

平成19年8月31日付でオーバーチュア株式会社の株式100%を取得し、同日付で当社の連結子会社としております。

(2) 会計処理の方法における簡便な方法の採用

該当事項はありません。

(3) 最近連結会計年度からの会計処理の方法の変更

当連結会計年度より、法人税法の改正に伴い、平成19年4月1日以降に取得した有形固定資産については、改正法人税法に規定する償却方法により減価償却費を計上しております。なお、この変更による営業利益、経常利益および当期純利益に与える影響は軽微であります。

5. (要約) 四半期連結財務諸表

(1) (要約) 四半期連結貸借対照表

(単位：百万円)

科 目	前年同四半期末 (平成19年3月期 第3四半期末)	当四半期末 (平成20年3月期 第3四半期末)	増 減		前四半期末 (平成20年3月期 第2四半期末)
	金額	金額	金額	増減率(%)	金額
【資産の部】					
流動資産					
現金及び預金 ※1	51,461	81,907	30,446	59.2	86,897
受取手形及び売掛金 ※2	27,842	34,535	6,692	24.0	30,003
繰延税金資産	2,901	3,215	314	10.8	3,735
その他 ※3	8,004	12,666	4,661	58.2	11,852
貸倒引当金	△ 2,188	△ 2,341	△ 152	7.0	△ 2,430
流動資産合計	88,020	129,983	41,962	47.7	130,058
固定資産					
有形固定資産					
建物附属設備 ※4	1,490	3,415	1,924	129.2	3,451
工具器具備品	12,687	12,822	135	1.1	12,930
その他	390	49	△ 340	△ 87.4	36
有形固定資産合計	14,568	16,287	1,719	11.8	16,418
無形固定資産					
ソフトウェア ※5	9,779	11,339	1,560	16.0	11,130
のれん ※6	3,695	4,765	1,070	29.0	5,238
その他	32	31	△ 0	△ 2.9	32
無形固定資産合計	13,507	16,137	2,629	19.5	16,401
投資その他の資産					
投資有価証券 ※7	165,304	163,807	△ 1,496	△ 0.9	161,301
繰延税金資産	1,853	3,755	1,902	102.6	3,858
その他 ※8	4,316	7,041	2,725	63.1	7,064
貸倒引当金	△ 22	△ 2	19	△ 88.7	△ 2
投資その他の資産合計	171,451	174,602	3,150	1.8	172,222
固定資産合計	199,527	207,026	7,499	3.8	205,041
資産合計	287,547	337,010	49,462	17.2	335,100

(単位：百万円)

科 目	前年同四半期末 (平成19年3月期 第3四半期末)	当四半期末 (平成20年3月期 第3四半期末)	増 減		前四半期末 (平成20年3月期 第2四半期末)
	金額	金額	金額	増減率(%)	金額
【負債の部】					
流動負債					
買掛金 ※9	840	6,308	5,468	650.7	3,713
短期借入金	20,120	20,120	—	—	20,120
未払金 ※10	11,648	12,873	1,225	10.5	16,162
未払法人税等 ※11	14,874	14,026	△ 848	△ 5.7	24,756
ポイント引当金	1,796	2,210	414	23.1	2,148
その他 ※12	10,710	17,759	7,048	65.8	12,697
流動負債合計	59,990	73,299	13,308	22.2	79,598
固定負債					
長期借入金 ※13	50,000	30,000	△ 20,000	△ 40.0	40,000
その他	10	10	0	3.0	9
固定負債合計	50,010	30,010	△ 19,999	△ 40.0	40,009
負債合計	110,000	103,309	△ 6,691	△ 6.1	119,608
【純資産の部】					
株主資本					
資本金 ※14	7,163	7,317	154	2.2	7,227
資本剰余金 ※14	2,244	2,398	154	6.9	2,308
利益剰余金	163,913	220,519	56,605	34.5	203,342
自己株式	△ 28	△ 28	△ 0	0.1	△ 28
株主資本合計	173,293	230,208	56,914	32.8	212,851
評価・換算差額等 ※15	2,711	1,140	△ 1,571	△ 57.9	514
新株予約権	17	90	73	429.8	65
少数株主持分	1,524	2,261	737	48.4	2,060
純資産合計	177,547	233,700	56,153	31.6	215,491
負債純資産合計	287,547	337,010	49,462	17.2	335,100

<当四半期の連結貸借対照表のポイント>

資産の部

- ※1. 現金及び預金が前年同四半期末と比べて増加しているのは、主に営業活動による収入の増加によるものです。
- ※2. 受取手形及び売掛金が前年同四半期末と比べて増加しているのは、オーバーチュア(株)の連結子会社化に伴い、広告事業にかかわる債権が増加したことによるものです。
- ※3. 流動資産のその他が前年同四半期末と比べて増加しているのは、主にカード事業にかかわる債権の増加および「Yahoo!かんたん決済」の未収入金の増加によるものです。
- ※4. 建物付属設備が前年同四半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・増床に伴うものです。
- ※5. ソフトウェアが前年同四半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。
- ※6. のれんが前年同四半期末と比べて増加しているのは、主にオーバーチュア(株)株式の取得によるものです。
- ※7. 投資有価証券が前年同四半期末と比べて減少しているのは、バリューコマース(株)株式の評価損の計上、および(株)インターネット総合研究所の上場廃止によるものです。
- ※8. 投資その他の資産のその他が前年同四半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。

負債の部

- ※9. 買掛金が前年同四半期末と比べて増加しているのは、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。
- ※10. 未払金が前年同四半期末と比べて増加しているのは、主に株式の取得代金、およびオーバーチュア(株)を連結子会社にしたことによるものです。
- ※11. 未払法人税等が前年同四半期末と比べて減少しているのは、主に法人税等の中間納付額の増加によるものです。
- ※12. 流動負債のその他が前年同四半期末と比べて増加しているのは、オーバーチュア(株)の連結子会社化、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。
- ※13. 長期借入金が前年同四半期末と比べて減少しているのは、返済によるものです。

純資産の部

- ※14. 資本金および資本剰余金が前年同四半期末と比べて増加しているのは、ストックオプションの行使によるものです。
- ※15. 評価・換算差額等が前年同四半期末と比べて減少しているのは、(株)インターネット総合研究所の上場廃止等によるものです。

(2) (要約) 四半期連結損益計算書

(単位：百万円)

科 目	前年同四半期 (平成19年3月期 第3四半期)	当四半期 (平成20年3月期 第3四半期)	増 減		前四半期 (平成20年3月期 第2四半期)
	金額	金額	金額	増減率(%)	金額
売上高	54,522	70,067	15,544	28.5	61,047
売上原価	2,098	9,971	7,873	375.2	4,795
売上総利益	52,423	60,095	7,671	14.6	56,252
販売費及び一般管理費	24,724	28,805	4,080	16.5	26,167
人件費 ※1	4,867	6,070	1,202	24.7	5,263
業務委託費 ※2	3,411	4,053	641	18.8	4,050
販売手数料	2,491	2,859	367	14.8	2,807
減価償却費 ※3	2,080	2,488	408	19.7	2,256
通信費	2,028	2,109	80	4.0	2,020
賃借料・水道光熱費 ※4	1,186	1,990	804	67.8	1,667
ロイヤルティ	1,559	1,983	424	27.2	1,748
支払手数料 ※5	1,012	1,454	442	43.7	1,128
情報提供料	1,156	1,386	230	19.9	1,291
販売促進費 ※6	1,982	1,153	△ 828	△ 41.8	1,033
維持管理費	478	492	14	3.0	472
のれん償却額	339	472	132	39.1	400
貸倒引当金繰入額	606	421	△ 184	△ 30.5	481
広告宣伝費	263	399	135	51.5	296
租税公課	248	307	59	24.0	280
その他 ※7	1,012	1,161	149	14.8	968
営業利益	27,699	31,290	3,591	13.0	30,085
営業外損益(純額)	△ 1,069	△ 461	607	—	△ 780
経常利益	26,630	30,828	4,198	15.8	29,304
特別損益(純額)	△ 52	△ 807	△ 755	—	△ 3,722
税金等調整前四半期純利益	26,577	30,020	3,442	13.0	25,582
法人税・住民税及び事業税	11,356	12,410	1,053	9.3	12,835
法人税等調整額	△ 66	231	298	—	△ 468
少数株主利益	115	201	85	73.9	154
四半期純利益	15,172	17,177	2,004	13.2	13,060

(要約) 9ヶ月間累計連結損益計算書

(単位：百万円)

科 目	前年同期 (自 平成18年4月1日 至 平成18年12月31日)	9ヶ月間累計 (自 平成19年4月1日 至 平成19年12月31日)	増 減	
	金額	金額	金額	増減率(%)
売上高	154,992	187,802	32,810	21.2
売上原価	6,281	17,173	10,892	173.4
売上総利益	148,710	170,629	21,918	14.7
販売費及び一般管理費	72,011	79,583	7,572	10.5
人件費	13,985	16,400	2,414	17.3
業務委託費	10,252	11,842	1,589	15.5
販売手数料	7,414	8,332	917	12.4
減価償却費	5,692	6,807	1,114	19.6
通信費	5,944	6,197	252	4.3
賃借料・水道光熱費	3,714	4,577	862	23.2
ロイヤルティ	4,402	5,341	939	21.3
支払手数料	2,626	3,687	1,060	40.4
情報提供料	3,362	3,926	563	16.8
販売促進費	5,428	3,237	△ 2,191	△ 40.4
維持管理費	1,280	1,570	289	22.6
のれん償却額	1,044	1,245	200	19.2
貸倒引当金繰入額	1,681	1,449	△ 232	△ 13.8
広告宣伝費	1,443	950	△ 492	△ 34.1
租税公課	691	844	153	22.2
その他	3,043	3,172	129	4.3
営業利益	76,699	91,045	14,346	18.7
営業外損益(純額)	△ 2,361	△ 2,384	△ 23	—
経常利益	74,337	88,660	14,323	19.3
特別損益(純額)	△ 304	△ 4,531	△ 4,226	—
税金等調整前当期純利益	74,032	84,129	10,097	13.6
法人税・住民税及び事業税	31,902	36,460	4,558	14.3
法人税等調整額	△ 147	733	880	—
少数株主利益	299	492	193	64.5
当期純利益	41,979	46,443	4,464	10.6

<当四半期の連結損益計算書のポイント>

売上高

当四半期の売上高が前年同四半期と比べて増加したのは、主に広告事業、ビジネスサービス事業の売上の増加、およびオーバーチュア(株)を連結子会社にしたことによるものです。

売上原価

当四半期の売上原価が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。

販売費及び一般管理費

※1. 人件費

当四半期末における当グループの役職員数(重複者除く)は、3,717名と前年同四半期末と比べて756名増加(25.5%増)しました。

※2. 業務委託費

当四半期の業務委託費の主なものは、派遣・常駐社員にかかわる費用、パーソナルサービス売上の決済業務にかかわる費用ならびにカード事業の運営委託費用です。

また、当四半期の業務委託費が前年同四半期と比べて増加したのは、派遣・常駐社員にかかわる費用、カード事業の運営委託費用の増加、およびオーバーチュア(株)を連結子会社にしたことによるものです。

※3. 減価償却費

当四半期の減価償却費が前年同四半期と比べて増加したのは、主にソフトウェアの取得とオフィスの一部移転・増床に伴う取得により固定資産の減価償却費が発生したためです。

※4. 賃借料・水道光熱費

当四半期の賃借料・水道光熱費が前年同四半期と比べて増加したのは、主にオフィスの一部移転・増床、およびオーバーチュア(株)を連結子会社にしたことによるものです。

※5. 支払手数料

当四半期の支払手数料が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」の取引高の増加、およびオーバーチュア(株)を連結子会社にしたことによるものです。

※6. 販売促進費

当四半期の販売促進費が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がなくなったためです。

※7. その他

当四半期のその他の主なものは、支払報酬、採用費および什器備品費です。

営業外損益

当四半期の営業外費用の主なものは、持分法による投資損失、借入金に対する支払利息です。

特別損益

当四半期の特別損失の主なものは子会社の事務所移転費用です。

法人税等

当四半期の法人税の負担率は、42.1%となりました。

四半期純利益

当四半期の1株当たり四半期純利益は283円99銭です。

(3) (要約) 四半期および9ヶ月間累計連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	前年同四半期 (平成19年3月期 第3四半期)	当四半期 (平成20年3月期 第3四半期)	9ヶ月間累計 (自平成19年4月1日 至平成19年12月31日)
区 分	金額	金額	金額
I. 営業活動によるキャッシュ・フロー			
1 税金等調整前四半期(当期)純利益	26,577	30,020	84,129
2 減価償却費	2,198	2,638	7,227
3 売上債権の増加額	△ 856	△ 3,522	△ 1,539
4 仕入債務の増加額	39	2,595	5,271
5 法人税等の支払額	△ 17,472	△ 23,106	△ 50,984
6 その他営業活動によるキャッシュ・フロー	2,998	951	2,126
営業活動によるキャッシュ・フロー	13,485	9,577	46,230
II. 投資活動によるキャッシュ・フロー			
1 定期預金の預入れによる支出	—	—	△ 20,000
2 定期預金の減少による収入	—	20,000	20,000
3 有形固定資産の取得による支出	△ 1,734	△ 1,534	△ 5,317
4 無形固定資産の取得による支出	△ 1,251	△ 1,002	△ 2,979
5 投資有価証券の取得による支出	△ 880	△ 2,083	△ 8,009
6 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
7 その他投資活動によるキャッシュ・フロー	1,187	185	409
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,679	15,565	△ 12,867
III. 財務活動によるキャッシュ・フロー			
1 長期借入金の返済による支出	△ 10,000	△ 10,000	△ 20,000
2 配当金の支払額	—	—	△ 5,805
3 その他財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 142	△ 132	△ 357
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 10,142	△ 10,132	△ 26,163
IV. 現金及び現金同等物の増加額	663	15,009	7,200
V. 現金及び現金同等物の期首残高	50,797	66,897	75,212
VI. 連結除外に伴う現金及び現金同等物の減少額	—	—	△ 504
VII. 現金及び現金同等物の期末残高	51,461	81,907	81,907

<当四半期および9ヶ月間累計の連結キャッシュ・フロー計算書のポイント>

営業活動によるキャッシュ・フロー

当四半期の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、主に利益の増加により、9,577百万円の増加となりました。なお、9ヶ月間累計では46,230百万円の増加となりました。

投資活動によるキャッシュ・フロー

当四半期の投資活動においては、投資有価証券や固定資産の取得があったものの、主に定期預金の満期による収入により、15,565百万円の収入となりました。なお、9ヶ月間累計では12,867百万円の支出となりました。

財務活動によるキャッシュ・フロー

当四半期の財務活動においては、主に長期借入金の返済による支出により、10,132百万円の支出となりました。なお、9ヶ月間累計では26,163百万円の支出となりました。

(4) セグメント情報

セグメント別の概況

事業区分の内容

項目	売上項目の内容
広告事業	インターネット広告による売上、またはそれに付随する売上。 ・ ディスプレイ広告（バナー広告、テキスト広告、メール広告）、企画広告制作費 ・ 検索連動広告 等
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。 ・ 「Yahoo!リクナビ」、「Yahoo!不動産」、「Yahoo!自動車」等の情報掲載料 ・ 「Yahoo!オークション」、「Yahoo!ショッピング」のテナント料・手数料 ・ 「Yahoo! BB」新規獲得インセンティブ・継続インセンティブ ・ 「Yahoo!リサーチ」、ビジネスエクスプレス、「Yahoo!ウェブホスティング」等の売上
パーソナルサービス事業	個人向けビジネスによる売上。 ・ 「Yahoo!オークション」のシステム利用料 ・ 「Yahoo!プレミアム」の売上 ・ 「Yahoo! BB」のISP料金、コンテンツ料金 等

四半期の状況

当四半期（自 平成19年10月1日 至 平成19年12月31日）

（単位：百万円）

	広告事業	ビジネスサービス事業	パーソナルサービス事業	計	消去又は全社	連結
売上高 (構成比)	36,708 (52.4%)	14,766 (21.1%)	18,613 (26.6%)	70,089 —	△ 22 (△ 0.1%)	70,067 (100.0%)
営業費用	20,681	8,702	6,220	35,605	3,172	38,777
営業利益 (構成比)	16,027 (51.2%)	6,064 (19.4%)	12,393 (39.6%)	34,484 —	△ 3,194 (△ 10.2%)	31,290 (100.0%)

前年同四半期（自 平成18年10月1日 至 平成18年12月31日）

（単位：百万円）

	広告事業	ビジネスサービス事業	パーソナルサービス事業	計	消去又は全社	連結
売上高 (構成比)	21,720 (39.8%)	12,897 (23.7%)	19,953 (36.6%)	54,570 —	△ 48 (△ 0.1%)	54,522 (100.0%)
営業費用	9,635	7,550	7,042	24,229	2,594	26,823
営業利益 (構成比)	12,084 (43.6%)	5,346 (19.3%)	12,910 (46.6%)	30,341 —	△ 2,642 (△ 9.5%)	27,699 (100.0%)

前四半期（自 平成19年7月1日 至 平成19年9月30日）

（単位：百万円）

	広告事業	ビジネスサービス事業	パーソナルサービス事業	計	消去又は全社	連結
売上高 (構成比)	29,518 (48.4%)	14,129 (23.1%)	17,422 (28.5%)	61,070 —	△ 22 (△ 0.0%)	61,047 (100.0%)
営業費用	13,783	8,438	5,852	28,074	2,888	30,962
営業利益 (構成比)	15,734 (52.3%)	5,691 (18.9%)	11,570 (38.5%)	32,996 —	△ 2,910 (△ 9.7%)	30,085 (100.0%)

9ヶ月間累計の状況

当9ヶ月間累計(自 平成19年4月1日 至 平成19年12月31日)

(単位:百万円)

	広告事業	ビジネス サービス事業	パーソナル サービス事業	計	消去又は全社	連結
売上高 (構成比)	90,746 (48.3%)	42,963 (22.9%)	54,158 (28.8%)	187,868 —	△ 65 (△ 0.0%)	187,802 (100.0%)
営業費用	44,257	25,361	18,169	87,787	8,969	96,757
営業利益 (構成比)	46,489 (51.1%)	17,602 (19.3%)	35,989 (39.5%)	100,081 —	△ 9,035 (△ 9.9%)	91,045 (100.0%)

前年同期(自 平成18年4月1日 至 平成18年12月31日)

(単位:百万円)

	広告事業	ビジネス サービス事業	パーソナル サービス事業	計	消去又は全社	連結
売上高 (構成比)	64,258 (41.5%)	35,091 (22.6%)	55,766 (36.0%)	155,115 —	△ 123 (△ 0.1%)	154,992 (100.0%)
営業費用	28,720	21,193	20,468	70,381	7,910	78,292
営業利益 (構成比)	35,537 (46.3%)	13,897 (18.1%)	35,298 (46.0%)	84,733 —	△ 8,034 (△ 10.4%)	76,699 (100.0%)

< 広告事業の四半期の概況 >

当四半期における広告事業は、広告市況全般に不透明感が漂うもののインターネット広告市場は底堅く拡大するなか、広告会社との連携をより強め広告主のニーズに沿った提案を行い広告出稿の獲得に努めました。

当四半期より広告の主力商品として「プライムディスプレイ」の販売を開始しました。目に留まり易くなるようサイズを横300ピクセル×縦250ピクセルに拡大することで、自由度の高い広告表現が可能となることがナショナルクライアントを中心とする広告主からも高く評価されました。また「ブランドパネル」の売上也堅調に推移し、広告サイズの拡大に伴い高度なフラッシュ技術により広告配信を行うメガバナーの採用も増加するなど、ブランディング効果を目的とするナショナルクライアントからの出稿を多く獲得しました。利用者の行動履歴を基にした配信を行う行動ターゲティングにおいては、エリア情報を掛け合わせたエリア行動ターゲティングの浸透により不動産関連企業の利用が拡大したほか、金融、各種人材サービス、自動車、交通・レジャー関連の企業における利用も増加しました。更に、利用者の属性を基にした配信を行うデモグラフィックターゲティングについても女性をターゲットとする化粧品・トイレタリー関連の広告主からの出稿が増加しました。

検索連動広告の売上は、検索連動広告市場の更なる拡大および検索サービスの利用の増加が見られたことや、前四半期より開始した品質インデックスと入札単価を考慮した広告掲載が引き続き好調だったことに加えて、9月より連結子会社化したオーバーチュア(株)の業績が四半期を通して連結されたことにより、前年同四半期と比べて大きく増加しました。また、モバイル広告に関しても検索連動広告の利用増加により大きく伸びました。

以上の結果、当四半期の広告事業の売上高は367億円となりました。

(当四半期の広告商品の概要)

当四半期は、ディスプレイ広告の新商品である「プライムディスプレイ」の売上が好調な滑り出しを見せたほか、「ブランドパネル」や「レクタングルボックス」についても前年同四半期を上回りました。また、企画特集における特定のスポンサーによる広告展開も需要が高まっており、東洋水産(株)とタイアップしたラーメン特集が注目を集めるなど、積極的に展開しました。

なお、広告配信サービスなどの面でホームページやブログの運営者を支援するポータルサイト「Yahoo!ウェブオーナーセンター」と「アドパートナー」の提供を開始しました。

当四半期のインプレッション単価は、大量露出型広告商品で0.21円～1.68円、ターゲティング型広告商品で0.16円～6.50円、大型広告「プライムディスプレイ」で0.21円～5.00円の範囲となっています。また、属性指定型メール広告「Yahoo!デリバー」は1通当たり3.50円～8.00円、ナショナルクライアント向けの商品「ネットワークプライムディスプレイ」は、0.18円～1.44円となっています。

<ビジネスサービス事業の四半期の概況>

当四半期におけるビジネスサービス事業は、「Yahoo!不動産」の売上が掲載件数の拡大により前年同四半期と比べて大きく伸びたほか、「Yahoo!リクナビ」は伸び悩んだものの、短期・単発アルバイト専門の「ショットワークス」ではサービス対象エリアを全国に広げるなど、大幅に売上を拡大しました。「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!オークション」のテナント料および手数料収入も前年同四半期と比べ好調に推移しました。「Yahoo!ショッピング」では、12月にパソコン版、モバイル版共に全面リニューアルを行い、機能性を重視したデザインに一新したほか、各ストアが「Yahoo!ポイント」の進呈倍率を自由に設定できるようにするなど利用者ストア双方の利便性を向上させた結果、特にモバイル版「Yahoo!ショッピング」の利用が拡大しました。また、リニューアル記念の「Yahoo!ポイント」10倍キャンペーンや特別バーゲンセールを開催したほか、クリスマスや年末年始といった季節の販促特集なども多数展開して利用の拡大に努めました。「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!オークション」の新規ストアの獲得にも注力し、平成19年12月末現在の合計ストア数は30,223店舗と前年同四半期末と比べて5,162店舗（20.6%増）増加しました。なお、平成19年1月から12月までの年間コマース取扱総額は9,348億円（前年比6.9%増）となりました。リサーチ関連の売上は、(株)インタースコープの子会社化により前年同四半期と比べ大きく増加しました。

以上の結果、当四半期のビジネスサービス事業の売上高は147億円となりました。

(当四半期のコマース関連データ)

・「Yahoo!ショッピング」ストア数等

	平成18年12月	平成19年12月
ショッピング・ユニークブラウザ数	1,670 万ブラウザ	1,467 万ブラウザ
ショッピングストア・ユニークブラウザ数	1,687 万ブラウザ	1,872 万ブラウザ
ストア数(月末)	13,535 店舗	15,881 店舗

(注) ショッピング・ユニークブラウザ数は各月中に「Yahoo!ショッピング」(shoppingドメイン以下のサイト)にアクセスしたブラウザ数、ショッピングストア・ユニークブラウザ数は各月中に「Yahoo!ショッピングストア」(storeドメイン以下のサイト)にアクセスしたブラウザ数です。

・ショッピング関連取扱高

	平成18年10月～平成18年12月	平成19年10月～平成19年12月
1日平均取扱高	510 百万円	587 百万円

(注) 上記金額は、「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!トラベル」、「Yahoo!チケット」の取扱高合計となります。上記金額は不正注文によるものおよびキャンセル分を除いています。

・「Yahoo!オークション」出品数等

	平成18年12月	平成19年12月
オークション・ユニークブラウザ数	3,021 万ブラウザ	3,130 万ブラウザ
平均総出品数	1,276 万件	1,650 万件
ストア数(月末)	11,526 店舗	14,342 店舗

・「Yahoo!オークション」取扱高等

	平成18年10月～平成18年12月	平成19年10月～平成19年12月
1日平均新規出品数	91.4 万件	89.1 万件
1日平均取扱高	2,187 百万円	2,112 百万円
1件当たりの平均落札額	5,884 円	5,378 円
1日当たりの平均落札率	28 %	23 %

(注) 1日平均取扱高はキャンセル等発生前の数字です。

＜パーソナルサービス事業の四半期の概況＞

当四半期におけるパーソナルサービス事業は、「Yahoo!オークション」において、「歳末ヤフオクの市」などの季節に合わせた販促企画や出品無料キャンペーン、入札や落札に対し「Yahoo!ポイント」が当たる企画を実施するなど取引機会の拡大に努めた結果、システム利用料収入は前四半期と比べ順調に推移しましたが、B to Cオークションの割合が高まったことや、自動車車体の取扱高が不調であったこと、おもちゃ・ゲームに前年同四半期ほどの活況が見られなかったことに加え、ブランド品に対する詐欺対策および違反商品削除の強化の影響もあり、前年同四半期比では伸び悩みました。なお、「Yahoo!オークション」を利用するYahoo! JAPAN ID数は出品・入札・落札とも堅調に推移しました。「Yahoo!プレミアム」においては、「Yahoo!オークション」入札経験者を対象にプレミアム会員費を3ヶ月分無料にする企画を実施するなど新規会員の獲得に努めたことにより、平成19年6月より開始した「Yahoo!プレミアム年内無料キャンペーン」の無料期間終了に伴う解約の影響があったものの、平成19年12月末のYahoo!プレミアムID会員数は674万IDとなり、前年同四半期末と比べて43万ID(6.9%増)増加しました。「Yahoo!BB」のISP料金収入はソフトバンクBB(株)との業務提携契約を平成20年3月期第1四半期に見直した影響もあり、前年同四半期と比べて大きく減少しました。有料コンテンツの売上については、前年同四半期と比べ「Yahoo!パートナー」、「Yahoo!コミック」が大きく伸びたほか、「Yahoo!メール」、「Yahoo!占い」なども順調に推移しました。更に、米国最大のインターネットオークション会社であるeBay Inc.と、新たなインターネットオークション市場の創出・拡大を目指して、相互の市場進出支援および誘導の強化などの業務提携に向けた検討を開始しました。

以上の結果、当四半期のパーソナルサービス事業の売上高は186億円となりました。

(5) 事業部別活動報告

<検索事業部>

・主なサービス

「Yahoo!検索」「Yahoo!ブログ検索」「Yahoo!商品検索」「Yahoo!検索ランキング」「Yahoo!辞書」
「Yahoo!翻訳」「Yahoo!知恵袋」「Yahoo!カテゴリ」「Yahoo!ブックマーク」

検索事業部では、当四半期において、引き続き検索サービスのソーシャルメディア化、Everywhere化の推進に注力するとともに、検索結果表示の更なる機能向上に努めました。検索キーワードに対して、ニュース記事をダイレクトに表示する機能を追加したほか、Yahoo! JAPANの豊富な検索データを基に、今関心を集めている話題のキーワードをランキングやグラフで紹介する「Yahoo!検索ランキング」のサービスを開始しました。また、任天堂Wii(R)向けに画面上でのキーボード入力を可能にしたほか、ソニーPSP(R)向けに専用検索画面を公開するなど、Everywhere化の推進を図りました。

<オークション事業部>

・主なサービス

「Yahoo!オークション」「Yahoo!宅配」「Yahoo!なんでも交換」

オークション事業部では、当四半期において、「Yahoo!オークション」サービス開始8周年を記念したキャンペーンや、鍋セットやおせち料理、家電などを揃えた「歳末ヤフオクの市」などの季節に合わせた販促企画を実施したほか、出品システム利用料が無料になるキャンペーン、入札や落札に対し「Yahoo!ポイント」が当たる企画を展開するなど、取引機会の拡大に努めました。また、お客様サービスの向上と新たなインターネットオークション市場の創出・拡大を目指し、米国最大のインターネットオークション会社であるeBay Inc.と、業務提携に向け検討を開始しました。更に、商品未着トラブル撲滅に向けた抜本的な詐欺対策の一環として、詐欺被害報告が多い一部の商品カテゴリについて「受け取り後決済サービス」か「代金引換」のいずれかの取引方法の利用を必須とするとともに、Yahoo! JAPAN IDの不正な売買防止に関する啓発活動などを実施しました。参加35団体のうち20の自治体が初めての参加となる「公有財産売却」オークションを実施するなど、インターネットの更なる公共利用の促進にも努めました。

<会員サービス事業部>

・主なサービス

「Yahoo!プレミアム」「Yahoo! BB」「Yahoo!保険」「Yahoo!証券窓口」「Yahoo!チケット」「Yahoo!ライブトーク」「Yahoo!パートナー」「Yahoo!縁結び」「Yahoo!デリバー」「Yahoo!携帯ショップ」「Yahoo!新着ナビ」

会員サービス事業部では、当四半期において、「Yahoo!プレミアム」をはじめとする会員登録制サービスの会員の獲得および顧客満足度の向上に努めました。「Yahoo!プレミアム」では、「Yahoo!オークション」入札経験者を対象とした「Yahoo!プレミアム年内無料キャンペーン」の継続や「3ヶ月分無料キャンペーン」を実施し、新規会員獲得に努めました。また「Yahoo!保険」では、月額40円から加入でき保険料を「Yahoo!ウォレット」で支払える、Yahoo!プレミアム会員専用団体傷害保険「ちょこっと保険」の募集を開始したほか、「Yahoo!ライブトーク」等においてYahoo!プレミアム会員限定で今井美樹さんやBlue Man Groupのイベントへ抽選で招待するなど、顧客満足度の向上を図りました。更に、オリコンDD(株)と共に、著名人とファンをダイレクトに結ぶ会員制サービス「Yahoo!ファンクラブ」の開始を決定しました。

・Yahoo!プレミアム会員ID数

平成18年12月	平成19年12月
630 万ID	674 万ID

・「Yahoo! BB」累計接続回線数

平成18年12月末	平成19年12月末
約516.1万回線 (内当社獲得回線数 約113.9万回線)	約494.3万回線 (内当社獲得回線数 約101.8万回線)

(注) 各月末時点の累計ジャンパー工事終了回線数(解約を除いたネットの数。「Yahoo! BB 光」を除く)です。

<地域サービス事業部>

・主なサービス

「Yahoo!リクナビ」「Yahoo!不動産」「Yahoo!地図情報」「Yahoo!地域情報」「Yahoo!路線情報」「Yahoo!道路交通情報」「Yahoo!電話帳」「Yahoo!グルメ」「Yahoo!クーポン」「Yahoo!ステップアップ」「Yahoo!インターネット検定」「Yahoo!ヘルスケア」

地域サービス事業部では、当四半期において、地域生活に関連した情報の網羅性の向上、投稿情報の活用による豊富なサービスの提供と利用者の行動に合わせた情報の充実、携帯電話等モバイル向けのサービスの充実に注力しました。「Yahoo!地図情報」では、「ワイワイマップ」(ベータ版)において、作成したマップの公開範囲やマップへの参加者の設定を可能にするなど、ソーシャルメディア機能を強化するとともに、スクロール地図・航空写真についても世界地図に対応するなど、利便性の向上に努めました。また、地域密着型コミュニティーサービス「Yahoo!地域情報」(ベータ版)では、地域情報にコメントが投稿できる機能を追加しました。短期・単発アルバイト専門の求人求職サービス「ショットワークス」では、サービス対象地域を全国に拡大するなど、利用の拡大に努めました。

<メディア事業部>

・主なサービス

「Yahoo!ニュース」「Yahoo!ファイナンス」「Yahoo!スポーツ」「Yahoo!天気情報」「Yahoo!テレビ」「Yahoo!動画」「Yahoo!災害情報」「Yahoo!みんなの政治」「Yahoo!みんなのトピックス」「Yahoo!トレンドワード」「Yahoo!ズバリ予想」

メディア事業部では、当四半期において、引き続き利用者・広告主の双方に支持されるコンテンツやサービスの企画・開発に注力しました。「Yahoo!ニュース」ではトピックスのバックナンバーの閲覧を可能にするるとともにアーカイブとして見出しの掲載を開始したほか、「この記事を読んでいる人はこんな記事も読んでいます」等の利用者の興味、利用状況に合わせた推奨記事が表示される機能を追加するなど、パーソナライズ機能の強化に注力しました。また、「Yahoo!動画」では、毎月定額料金でコース内の動画が見放題の「月額コース」を開始したほか、お気に入りのテーマで作品をリスト化できる「かんたん!プレイリスト」の提供を開始しました。更に「Yahoo!みんなの政治」において国会中継の動画配信を開始するなど、サービスの拡充に努めました。「Yahoo!スポーツ」では、シーズン到来に合わせ、携帯電話から全国のスキー場の情報を調べられるようにするなど、Everywhere化を推進しました。

<ショッピング事業部>

・主なサービス

「Yahoo!ショッピング」「Yahoo!共同購入」「Yahoo!ブックス」「Yahoo!懸賞」

ショッピング事業部では、当四半期において、パソコン版、モバイル版共に「Yahoo!ショッピング」の全面リニューアルを行い、利用者とストア双方の利便性の向上に努めました。リニューアルに合わせて、「Yahoo!ポイント」のプレゼントや特別バーゲンセールなどの記念キャンペーンを行ったほか、冬のボーナスセールやお歳暮特集など、季節の販促企画も多数実施した結果、四半期では過去最高の取扱高を記録しました。また「Yahoo!ショッピング」内に三井物産(株)と共同で、国内では初めてとなる海外ブランド正規品のアウトレットショッピングサイト「PREMIUM BRAND AVENUE(プレミアム・ブランド・アヴェニュー)」を展開したほか、銀座三越において「Yahoo!ショッピング」で好評のお取り寄せグルメを販売するイベントを開催するなど、更なる利用の促進と新規顧客の獲得に努めました。引き続きストア数の増加を図り、平成19年12月末現在のストア数は15,881店舗と、前年同四半期末に比べて2,346店舗(17.3%増)増加しました。

<ソーシャルネット事業部>

・主なサービス

「Yahoo!メール」「Yahoo!カレンダー」「Yahoo!ブリーフケース」「Yahoo!フォト」「Yahoo!グループ」「Yahoo!メッセージャー」「Yahoo!アバター」「Yahoo!プロフィール」「Yahoo!ブログ」「Yahoo!Days」「Yahoo!ジオシティーズ」「Yahoo!掲示板」「Yahoo!投票」「Yahoo!ポッドキャスト」「Yahoo!ビデオキャスト」

ソーシャルネット事業部では、当四半期においても、Yahoo! JAPANのソーシャルメディア化を牽引するべく、引き続き関連サービスの付加価値向上と各サービスの連携に注力しました。「Yahoo!メール」では、全国の大学などの教育機関に向け、特別なサーバーやシステムを必要とせず容易に導入できる「Yahoo!メール Academic Edition」の無償提供を決定しました。また、送信アドレスを偽造した「なりすましメール」の受信拒否機能を追加するなど、迷惑メール対策を強化しました。更に「Yahoo!ブログ」では、不適切な投稿をメールで知らせる「Yahoo!あんしんねっと コメントチェッカー」を開始するなど、機能の向上に努めました。動画投稿サービス「Yahoo!ビデオキャスト」においては、モバイル版を開始し携帯電話でも動画の視聴や投稿を可能とするなどEverywhere化を推進しました。

<ライフスタイル事業部>

・主なサービス

「Yahoo!自動車」「Yahoo!ミュージック」「Yahoo!映画」「Yahoo!レンタルDVD」「Yahoo! FASHION」「Yahoo!ビューティー」「Yahoo!ウェディング」「Yahoo!家電ナビ」「Yahoo!ボックス」「Yahoo!コミック」「Yahoo!ゲーム」「Yahoo!占い」「Yahoo!着メロ」「Yahoo!ペット」「Yahoo!セカンドライフ」

ライフスタイル事業部では、当四半期において、生活に密着した専門性・趣味性の高いサービス分野における更なるソーシャルメディア化を推進しました。「Yahoo!映画」では、好きなきに自宅などで映画を鑑賞できる有料コンテンツ「オンラインシアター」において、新たな配給会社として東映(株)が加わり、人気の邦画作品を充実させました。また、ペットライフ全般の情報を提供するサービスとして「Yahoo!ペット」を公開し、犬、猫を中心としたコンテンツを充実させるとともに、飼い主やペットのプロフィールを登録後、写真や成長記録などを投稿・閲覧し、利用者同士でコミュニケーションを楽しむことができるようにするなど、サービスの拡充を図りました。

<モバイル事業部>

・主なサービス

「モバイル版Yahoo! JAPAN」「Yahoo!コンテンツストア」「Yahoo!投稿アプリ」

モバイル事業部では、当四半期において、「Yahoo!ケータイ」ならびに、iモード/EZweb向け「モバイル版Yahoo! JAPAN」について、引き続き顧客満足度の向上とサービスの充実に努めました。利用者の意図を理解し最も適した検索結果を提供することを目指した新しいモバイル検索のコンセプト「oneSearch」を発表、第一段階として「Yahoo!ケータイ」の検索サービスであるモバイル版「Yahoo!検索」の大幅な機能拡充を行いました。また、「Yahoo!ケータイ」向けに、検索や天気などのウィジェットを携帯電話の画面上に置いて利用できる「Yahoo!デスクトップ」(ベータ版)を公開しました。更に、携帯電話から国語・英和・和英辞典が無料で利用できるモバイル版「Yahoo!辞書」の提供を開始したほか、動画投稿サービス「Yahoo!ビデオキャスト」でもモバイル版の提供を開始し、Everywhere化の推進を図りました。モバイル版「Yahoo!メール」ではデザインを一新、迷惑メール対策機能などを充実し、利便性の向上に努めました。

・ページビューの推移

	平成18年12月	平成19年12月
Yahoo!モバイルページビュー数	2,110 百万PV	3,393 百万PV
1日平均Yahoo!モバイルページビュー数	68 百万PV	109 百万PV

<事業推進本部>

・主なサービス

「Yahoo!かんたん決済」「Yahoo!ネットバンキング」「Yahoo!ポイント」「Yahoo!カード」「Yahoo!公金支払い」「Yahoo!トラベル」「Yahoo!ビジネストラベル」「Yahoo!リサーチ」「ビジネスエクスプレス」「Yahoo!ウェブホスティング」「Yahoo!福利厚生」

(決済関連)

(株)ジャパンネット銀行に口座を持つYahoo! JAPAN ID利用者が「Yahoo!ポイント」を現金に交換できるサービスを開始したほか、「Yahoo!ポイント」の対応商品を「Yahoo!グルメ」、「Yahoo!ゲーム」、「Yahoo!動画」に拡大するなど、サービスの拡充と利便性の向上を図りました。また、「Yahoo!公金支払い」で地方公共団体への寄付金の取り扱いを開始し、全国で初めて寄付金のクレジットカード収納を可能にしました。

(トラベル関連)

「Yahoo!トラベル」において、国内宿泊予約のサービスを全面リニューアルしたほか、高級ホテル・高級旅館の予約サイト「一休.com」の商品の掲載を開始するなど、利便性の向上と利用の拡大を図りました。また、顧客数および客室在庫数の拡大と利用者増加を目的として、インターネットホテル予約サイト「ベストリザーブ」を運営する(株)ベストリザーブと資本提携を行いました。

(リサーチ関連)

ヤフーバリューインサイト(株)との連携による新商品の開発に注力し、「Yahoo!リサーチ」の売上の拡大に努めました。引き続きモニター数の拡大と属性の多様化に努めた結果、平成19年12月末現在の登録モニター数は161万人となり、リサーチ専門のモニターとして国内最大の規模を維持しています。

(その他)

アジア最大規模の映像・情報・通信の国際展示会「CEATEC JAPAN 2007」において、Everywhere化についてのプレゼンテーションとデモンストレーションを行いました。また、シャープ(株)と同社の液晶テレビ「AQUOS」上で専用のインターネットサービスを共同開発することを発表しました。更に、ビジネスに関する問題解決を全方位的に支援する事業者向けポータルサイト「Yahoo!オンビジネス」を公開しました。

<サービス統括部>

・主なサービス

「Yahoo! JAPANトップページ」「Yahoo!ツールバー」「My Yahoo!」「Yahoo!ウィジェット」「Yahoo!ボランティア」「Yahoo!きつず」「Yahoo!あんしんねっと」「Yahoo!デベロッパネットワーク」「Yahoo!ニュースレター」「Yahoo!メルマガ」「Yahoo! JAPANヘルプセンター」

サービス統括部では、当四半期において、Yahoo! JAPANトップページの全面リニューアルに先立ち、概要を説明したプロモーションサイトを公開しました。また、「Yahoo!きつず」においては、人気キャラクターの最新映画やゲーム等を紹介した「シナモロール特集 2007」や、クリスマスや年末年始に合わせ各種特集を公開するなど、子どもや家族が楽しくインターネットを使えるサービスの提供に努めました。更に、携帯電話全キャリア向けに、ゲーム、図鑑などのコンテンツや子どもが安全に携帯電話を利用するための「安全ガイド」を掲載したモバイル版「Yahoo!きつず」の提供を開始するなど、Everywhere化を推進しました。

(ご参考)

<Yahoo! JAPAN全体のページビュー等の推移>

	平成18年12月	平成19年12月
月間総ページビュー数	36,265 百万PV	40,071 百万PV
1日平均月間総ページビュー数	1,169 百万PV	1,292 百万PV
Yahoo! JAPANユニークブラウザ数	12,571 万ブラウザ	15,506 万ブラウザ
Yahoo! JAPANアクティブユーザーID数	1,828 万ID	2,136 万ID

(注) 1 Yahoo! JAPANユニークブラウザ数は各月中に当社サービスにアクセスしたブラウザ数です。

2 Yahoo! JAPANアクティブユーザーID数は各月中にログインしたYahoo! JAPAN ID数です。

<当四半期に公開・拡充したサービスの内容>

月 日	サービスの公開・拡充の内容
10月1日	・「Yahoo!保険」において、Yahoo!プレミアム会員専用団体傷害保険「ちょこっと保険」の募集を開始。
10月10日	・「Yahoo!ポイント」において1,000ポイントから現金への交換が可能に。
11月1日	・ペットライフを応援する情報サービス「Yahoo!ペット」を公開。
11月12日	・検索データを基に、関心を集めている話題を紹介する「Yahoo!検索ランキング」の提供を開始。
11月29日	・「Yahoo!ショッピング」をフルリニューアル。
12月3日	・事業者向けポータルサイト「Yahoo!オンビジネス」を公開。
12月4日	・米国最大のインターネットオークション会社eBay Inc. と業務提携に向け検討を開始。
12月10日	・教育機関に向け「Yahoo!メール Academic Edition」の無償提供を決定。
12月12日	・「Yahoo!地図情報」の対応エリアを、国内から世界に拡大。
12月13日	・ホームページやブログ運営者を支援するポータルサイト「Yahoo!ウェブオーナーセンター」と広告配信サービス「アドパートナー」を開始。

<当四半期の社会貢献活動>

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のご報告は、

<http://forgood.yahoo.co.jp/>からご覧いただけます。また、上記サイトからご覧いただける

「Yahoo! JAPANサステナビリティレポート 2007」(<http://csr.yahoo.co.jp/>)では、当グループの社会的責任について「企業として」「お客さまのために」「社会に貢献するために」の3つの観点からさまざまな取り組みを紹介しています。

当社は、平成19年9月より、代表的な社会的責任投資の指数として有名な「FTSE4Good Index」に組み入れられることになりました。

なお、当四半期における当グループの主な社会貢献活動は以下のとおりです。

[ボランティア活動]

- ・「Yahoo!ボランティア」で実施している「インターネット募金」において、「Yahoo!ウォレット」(壁紙購入)と「Yahoo!ポイント」の2通りの募金方法の実施状況を募金テーマの一覧が表示されるページからも探すことができるようになりました。
- ・当四半期に新たに実施した主なインターネット募金は以下のとおりです。(順不同)
 - －国連WFP協会の“「地球のハラペコを救え。」WFPの学校給食プログラム”
 - －ピース ウィンズ・ジャパンの“「いのちの水」をすべての人に ～ピースウォーターキャンペーンにご支援を～”
 - －中央共同募金会の“「歳末たすけあい」募金”
 - －ワールド・ビジョン・ジャパンの“クリスマス募金キャンペーン”
 - －日本赤十字社の“海外たすけあい義援金”

[チャリティー活動]

社会貢献の一環として「Yahoo!オークション」において、継続的にチャリティーオークションを開催し、その落札金額を全額寄付しています。当四半期も、布袋寅泰さんのギター“Fernandes TE-HT”や、日比野克彦さんがアートを施した自動車“ART CAR”などのほか、著名人やスポーツ選手による多数のオークションを開催し、実施総数は704件、落札額は合計で24,691,452円となりました。なお、平成19年1月～12月に実施されたチャリティーオークションは2,733件、落札額は合計で130,271,273円となりました。チャリティーオークションの主な寄付先は以下のとおりです。(順不同)

- －北海道厚生年金会館の存続のため、活動を行っている「LIFE&LIVE Projectチャリティー実行委員会」
- －世界的な地球環境保全団体グリーンクロスインターナショナルの日本支部「(財)グリーンクロスジャパン」
- －障がい者スポーツを支援するNPO法人「日本パラリンピック支援機構」
- －難病の子どもたちの夢をかなえるボランティア団体「メイク・ア・ウィッシュ オブ ジャパン」
- －赤い羽根をシンボルとする共同募金運動を行っている「中央共同募金会」

[その他]

- ・「第3回 Yahoo! JAPAN文学賞」の応募を受付。受賞作は(株)小学館「きらら」にて掲載されるほか、「Timebook Town」で電子書籍化し公開を予定。(平成19年10月10日～12月3日)
- ・オリンピック招致計画や過去のオリンピックメダリストのインタビューなどを紹介した「あの感動を再び! 2016年オリンピックを東京に呼ぼう!」を公開。(平成19年10月30日～)
- ・全国の都道府県警察と連携し、指名手配犯に関する有力な情報を広く収集して検挙率の向上につなげることを目指し、指名手配犯の情報掲載を開始。(平成19年11月1日～)
- ・自殺関連ワードの検索が増えている状況を踏まえ、検索窓に関連ワードを入力した場合に、検索結果ページ上部に自殺防止のための啓発メッセージや相談サイトなどへのリンクの表示を開始。(平成19年12月1日～)
- ・日本のスポーツ文化の振興、発展に貢献することを目的とした「スポーツ応援プロジェクト 2007」の受賞団体へのプレゼントとして実施された、有名スポーツ選手による講習会の模様を掲載。(平成19年12月20日～)

(6) 事業等のリスク

当グループの業績は、今後起こり得るさまざまな要因により大きな影響を受ける可能性があります。

以下には、本書提出日時点での当グループの事業展開上のリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項を記載してあります。また当グループでは、当グループでコントロールできない外部要因や事業上のリスクとして具体化する可能性は必ずしも高くないとみられる事項を含め、投資家の投資判断上重要と考えられる事項については積極的に開示しています。当グループは、これらのリスク発生の可能性を認識したうえで、その発生の予防および発生時の対応に努力する方針ですが、当グループの経営状況および将来の事業についての判断は、以下の記載事項を慎重に検討したうえで行われる必要があると考えています。また、以下の記載は当社株式への投資に関連するリスク全てを網羅するものではありません。

I 市場・競合による影響について

(1) インターネット市場・環境からの影響について

① インターネットの普及への依存について

日本におけるインターネットの普及は平成7年頃から本格化し、ブロードバンドの進展によりインターネット利用者は急速に増加しました。当グループの事業は直接間接にインターネットに関連しているため、インターネット上の情報通信または商業利用が今後も広く普及し、また、インターネット利用者にとって快適な利用環境が実現・維持されることが、当グループの事業にとっての基本的な条件となります。

しかし、将来的に必要なインフラストラクチャー(信頼性を備えたバックボーン、高速モデムへの対応等)の整備の有無、インターネット利用者の増加や利用水準の高度化に対応した新しいプロトコル、技術標準の開発・応用の有無、インターネット利用を制約する規制や課金の有無等、インターネット普及の将来性に関しては、不透明な面があります。

② インターネットの接続環境への依存について

当グループのサービスのほとんどがインターネット上で提供されているため、当グループの事業はサーバー等の自社設備や第三者が所有し運営する通信設備等のインターネット接続環境が良好に稼動することに依存する面があります。

何らかの事由により接続環境が悪化し、利用者が快適にインターネットを利用できなくなった場合には、インターネット利用者による当グループのサービスの利用度が低下し、ひいては当グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

③ インターネット接続端末への依存について

近年、インターネットにアクセスできる情報端末の種類は増え、パソコンをはじめ、携帯電話、ゲーム機、テレビ、カーナビ、PDAなど、パソコン以外の情報端末によるインターネットへの接続環境が整いつつあります。それに伴い当社では、Yahoo! JAPANのサービスへの接触機会を増やし、サービスの利用度を高めていく施策として、パソコンのみならず携帯電話やゲーム機、テレビ、カーナビなどさまざまなデバイスからのインターネット利用を促進する「Yahoo! Everywhere」構想を推進しており、これらを推進するにあたり、以下のようなリスクが存在すると考えられます。

- ・さまざまなデバイスへYahoo! JAPANのサービスを提供する為には、それらのデバイスを開発している企業との協力のもと、デバイスへの情報伝達の規格に当社が参入できる必要があります。よって、その規格への参入が出来なかった場合には、そのデバイスに対してのサービス提供ができなくなる可能性があります。
- ・各デバイスから当社サービスへの接続の容易さは競争力の重要な要素の一つです。例えば、ソフトバンクモバイル株式会社の携帯電話では「ヤフーボタン」を設置することにより、当社サービスへの接続を容易にしております。携帯電話だけでなく、他のさまざまなデバイスにおいてもこのような接続性を確保できるよう各社と協力していく所存ですが、各デバイスにおいてこのような接続性を確保できない場合、当社の競争力が低下する可能性があります。また、接続性の確保において予想以上の費用がかかることにより、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。
- ・それぞれのデバイスには固有の特徴、例えば画面表示の大きさや入力装置の違いなどがあります。「Yahoo! Everywhere」構想においては、それらに応じて当社のサービスを最適化し、情報提供を行う所存ではありますが、最適化に予想以上の時間を要する可能性や、各デバイス専用に構築された他社のサービスに比べ見劣りし、競争力が低下する可能性があります。また、

その最適化に予想以上の費用がかかることにより、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。

(2) インターネット市場におけるパートナーシップ構築について

当グループでは当社サイトへのアクセスだけでなく、他のサイトとパートナーシップを組むことで当社以外のサイトの利用者との接点を増やし、パートナーサイトを含めたネットワーク全体としての利用度を拡大するために、法人および個人のインターネットメディアとのパートナーシップ(提携)の構築を積極的に進めております。

広告においては他のインターネットサイトとの広告掲載スペースの提携により、「アド・ネットワーク」や「アドパートナー」等の広告ネットワークの拡大に努めています。ネットワーク化することで、リーチの少ない他のインターネットサイトの媒体価値を高めることができ、また広告主にとっても、広告ネットワーク全体を通じて、自社のターゲットとなる顧客層により広くアプローチすることが可能となります。検索においてはオーバーチュア株式会社の提供する検索連動広告サービスを、当社のみならず他の提携パートナーサイトとも共同で広告主に対し提供し、高い実績を上げるとともに、圧倒的なシェアを獲得しています。オークションにおいてはeBayと相互の市場進出支援および誘導の強化などで合意しました。そのほかにも、オンライン決済代行サービス「Yahoo!ウォレット」など各種サービスのパートナーサイトへの提供をはじめております。これらのパートナーシップ構築を進めることで、パートナーサイトの利便性や安全性、効率性、集客、収益を向上させ、利用者の求める多様なインターネットサービスを、当グループ並びにパートナー全体で提供することを目指しております。

これらを推進するにあたり、以下のようなリスクが存在すると考えられます。

- ・パートナーシップ(提携)においては双方ともにメリットのある関係となることを目指し各種取り決めをしておりますが、パートナーの売上およびトラフィックが期待値に満たない、もしくは他社との競合の結果、パートナーシップの構築が遅滞する可能性や、パートナー獲得における費用の増加を余儀なくされる可能性、また、パートナーシップ契約を解除される可能性があります。
- ・パートナーへのサービスは、当社ないしは当社の関連会社、提携会社のシステムにより提供しております。これらシステムの障害などによりパートナーが損害を被った場合、当グループのブランドイメージが低下したり、損害賠償を求められる可能性があり、当社の業績に影響を及ぼす場合があります。
- ・パートナーのサービスの品質や評判が、当グループの評判や信用に影響し、当グループのブランドイメージに影響を及ぼす可能性があります。
- ・「アドパートナー」は、主に個人のホームページやブログにディスプレイ広告や、コンテンツ連動型のテキスト広告などを配信するサービスです。当サービスにおいては、審査を通過したパートナーサイトのみをネットワーク化することにより、広告主に対してはブランドイメージと広告効果の向上を、サイトオーナーに対しては高水準の報酬を目指しております。しかしながら、広告主が期待する広告効果等を得られない、または、サイトオーナーが期待する報酬を得られない場合には、広告出稿の獲得やパートナーサイトの登録が期待通りに進まず、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。

(3) ソーシャルメディア型サービスの市場について

これまでのインターネットは、特定の情報提供者が公開する情報(＝ヘッドコンテンツ)を利用者が視聴するという、いわゆるマスメディア的な使われ方が中心でした。しかし最近では、利用者自身が発信者となってさまざまな情報(＝テールコンテンツ)を提供し、さらには利用者間のコミュニケーションツールとしてインターネットを積極的に活用するという、新たな使われ方が広がり始めています。当グループでは、このような利用者発信型のサービスの拡充に努めており、「Yahoo! ブログ」や、SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)の「Yahoo! Days」、動画投稿サービス「Yahoo!ビデオキャスト」などの提供を行っております。さらに、当グループでは、こうしたソーシャルメディア型と呼ばれるサービスの提供にとどまらず、当グループが有する100を超えるヘッドコンテンツに対して利用者がテールコンテンツを発信する場を提供することで、利用者の満足度の向上と利用時間の拡大を図っていく所存です。

しかしながら、ソーシャルメディア型サービスにおいては、利用者の増加が利用者の増加を呼ぶという好循環(＝ネットワークの外部性)が顕著であり、すでに多数の利用者を獲得している先行サービスに対して、当グループのサービスが一定の地位を確保できるか否かについては不確実な面があります。また、それらの地位を確保する為に、開発費や広告宣伝費等の増加を余儀なくされる可能性があります。

(4) セグメント別の市場について

① インターネット広告事業について

(イ) インターネット広告市場の将来性について

当グループは平成8年の事業開始以来、検索サービスや情報サービスを提供し、広告収入を主な収入源とする総合情報サイトを運営し、現在では日本を代表するインターネット・サービス・カンパニーとして、インターネット利用者の圧倒的支持を受け成長してまいりました。

インターネットを利用した広告事業は、日本国内においては当グループの事業開始とともに本格化したとも考えられ、株式会社電通の発表によると、平成18年における年間のインターネット広告費は広告市場全体の6.0%を占め、同期間のラジオ広告費を超え雑誌広告費に肩を並べる程度までに成長しています。しかしながら、主要メディアであるテレビ、新聞の市場規模には達しておらず、今後市場が期待以上に成長しない可能性や、成長のスピードが遅くなる可能性があり、期待した広告収入を得ることができず、当グループの業績に影響を与える可能性があります。

インターネットのメディアとしての価値は、市場の成長とともに高まっており、各業界におけるインターネット広告への出稿意欲もますます高くなってきています。しかしながら、広告主、広告利用者(一般消費者)および広告会社等の関係者による広告メディアとしてのインターネットの評価は未だ十分に確立されたとは言えず、企業におけるインターネット広告の利用状況は、概して利用経験は短く、試験的な利用方針にとどまっていたり、予算配分が限定的になっている場合も少なくありません。当グループにおきましては、広告主や広告会社等各種関係者のインターネット広告に関する理解・評価を高められるよう、定例的にセミナーを開催する等の方法により啓発活動を実施するとともに、広告営業体制を強化し、広告会社との協力関係を密にすることにより、広告主層の拡大・安定化に努めてまいります。しかしながら、今後インターネットが他の主要メディアと伍して事業性のある広告媒体として定着するかどうかは不明確であります。また、比較的大きな広告費予算を持ち全国的に営業活動を行っている大手企業(ナショナルクライアント)についても、今後他の主要メディアと比較して十分な出稿額を継続的に得られるかどうかは不明確な部分があり、当グループ広告収入の安定化を十分に図ることができなくなる可能性があります。

今後は携帯電話等のモバイル端末への広告配信が活発化するものと見込まれます。当グループとしても従来のパソコンを介したサービスに加え、モバイル端末からもサービスが利用できるように対応していますが、インターネット利用者の動向がパソコン中心からモバイル端末中心へシフトした場合、パソコンからのサービス利用と同様の視聴率が獲得できず、全体として当グループの利用者のシェアが低下する可能性があります。その場合、広告主からの出稿額の伸びが鈍化し、当グループの業績に影響を与える可能性があります。

(ロ) インターネット広告の性格について

広告事業は一般的に景気動向の影響を非常に受けやすく、特に不景気になった場合、各企業は広告にかかわる支出を優先的に削減する傾向があります。また、インターネット広告事業は歴史が短く、米国など日本に先行する海外の市場の影響を受けやすい面があります。

また、広告主との契約による広告掲載期間は通常比較的短期間であること、インターネットの利用および広告主の広告支出需要には季節的な変動があること等により、当グループの広告売上は潜在的に短期変動する要素があります。その一方で当グループの費用は人件費、賃借料等の固定的な支出が多く、売上の変動に応じた支出の調整が困難であるため、当グループの収益には潜在的な変動性があります。

(ハ) 広告商品の多様化について

インターネットメディアにおいては、様々な広告手法による新たな広告商品が出現しています。

当グループでは、掲載期間や掲出インプレッションを保証した広告商品や、オーバーチュア株式会社との提携により運営するスポンサーサイト(検索連動広告)、バリューコマース株式会社との提携により運営するアフィリエイト広告(成果報酬広告)など、広告主のニーズに合わせた各種広告商品を開発し販売しております。

最近では、利用者の行動履歴を基に広告配信を行う「行動ターゲティング広告」(注)や、行動履歴に加え検索履歴やYahoo! JAPAN内の特定ページの閲覧履歴、広告主サイトの訪問履歴、利用者の属性(年齢、性別)、エリア情報などの掛け合わせにより、さらにきめ細かな広告配信を行う「カスタム行動ターゲティング広告」、各媒体の広告スペースを合わせて配信し各媒体単体では到達できない広いリーチをもった広告商品である「アド・ネットワーク」、広告掲載場所のペ

ージの内容を解析し、ページの内容に応じた広告を配信する「コンテンツマッチ広告」など新たな広告手法による商品を開発し、リリースしておりますが、今後の更なるインターネット広告手法の進化に対応できない場合、広告収入の減少が見込まれるほか、新たな広告商品の開発費用の負担や、新しい手法による広告商品を取扱っている企業との提携によるコストが嵩み、当グループの業績に影響を与える可能性があります。

(注) 当社における「行動ターゲティング広告」の行動履歴は、興味・関心の近い利用者（ブラウザ）をグループ化するためだけに使用しており、特定の利用者の興味・関心を分析しているわけではありません。取得されたすべての情報は、Yahoo! JAPANのプライバシーポリシーに従って運用されています。

② ビジネスサービス事業について

(イ) 法人のインターネット利用動向に伴う市場の変化について

当グループのビジネスサービス事業の主な収入としては、「Yahoo!リクナビ」「Yahoo!不動産」「Yahoo!自動車」などの情報掲載ビジネスによる収入や、「Yahoo!オークション」「Yahoo!ショッピング」におけるストア(法人店舗)のテナント料、手数料などのコマース収入が挙げられます。

情報掲載ビジネスにおいては、株式会社リクルートとの共同展開による求人情報サイト「Yahoo!リクナビ」を筆頭に、当社サイトのユーザビリティと圧倒的な集客力やブランド力等を背景に市場を拡大させてまいりました。また、営業体制を整備し「Yahoo!オークション」「Yahoo!ショッピング」へのストア誘致を積極的に行っており、今後も出店数を増加させコマース収入の拡大に努めてまいります。当グループのこうした取り組みにもかかわらず、企業によるインターネットの商業利用が期待通りに普及せず、情報掲載ビジネスにおける旧来のメディア(新聞、雑誌、折込広告などの紙媒体等)からのインターネットへのシフトが進展しなかったり、オークション、ショッピングサイトの利用者が増加せず取扱高が期待通りに拡大しなかったり、出店店舗が期待通り獲得できないなどの理由により、市場が拡大しない可能性があり、当グループの業績に影響を与える可能性があります。

(ロ) ブロードバンド市場の変化による影響について

ビジネスサービス事業の収入としては、「Yahoo! BB」における新規会員獲得に伴うソフトバンクBB株式会社(注)からのインセンティブフィーも挙げられます。

当グループは、「Yahoo! BB」をブロードバンド関連の総合サービスとして、ソフトバンクBB株式会社と共同で提供しています。

ブロードバンドの進展は、当グループの「Yahoo! BB」の開始とともに本格化したものと考えられ、平成19年版の情報通信白書(総務省)によると、日本のブロードバンド環境は世界で最も低廉かつ高速であります。このような市場環境の中、当グループの「Yahoo! BB」はADSLサービスを中心に日本国内でナンバーワンの顧客シェアを誇っております。

しかしながら、最近では通信技術の進歩により、市場はADSLサービスからさらに高速伝送が可能な光ファイバーを用いたFTTHサービスへのシフトが進んでいます。当グループにおいても、既存サービスに加えて、FTTHを利用した新ブロードバンド総合サービス「Yahoo! BB 光」の提供を開始するなど、今後もインターネット上での圧倒的なブランド力を背景に、十分な価格競争力や各種キャンペーンを以ってプロモーションに注力することにより、新たな会員の獲得を図ってまいります。結果として期待通りの会員数を獲得できなかったり、既存顧客が他社サービスへシフトするなど、当初に期待した通りの売上が得られない、または予想以上の費用負担が発生する等の理由により、当グループ収益に影響を与える可能性があります。

(注) ソフトバンクBB株式会社は、ブロードバンド事業の一層の強化のため事業再編を行い、平成17年11月1日にモデムレンタル事業を分割し、モデムレンタル事業専門会社としてBBモデムレンタル有限会社を設立(現在は当該事業を有限会社ジェミニBBへ売却済)。平成17年12月1日にFTTH事業、流通事業などADSL事業以外の事業を行うソフトバンクBB株式会社と、ADSL事業を専門に行うBBテクノロジー株式会社(存続会社)に会社分割しておりましたが、平成19年3月31日BBテクノロジー株式会社を存続会社とする吸収合併方式で、BBテクノロジー株式会社は合併後、商号をソフトバンクBB株式会社に変更しました。

③ パーソナルサービス事業について

当グループのパーソナルサービス事業の主な収入としては、「Yahoo!オークション」におけるシステム利用料、「Yahoo!オークション」への参加やその他様々なサービスを利用できる「Yahoo!プレミアム」の売上、「Yahoo! BB」におけるISP料金、ならびに有料コンテンツの販売による売上などが挙げられます。

インターネット利用者は、ブロードバンドの進展により急速に増加し、それに伴いパーソナルサービス事業の市場も拡大し、今後も引き続き成長していくものと考えられます。しかしながら、将来的には日本におけるブロードバンドの普及が飽和し、利用者の増加が頭打ちになることが予想されます。当グループとしてはそのような状況に備えるべく、日頃より各種サービスの顧客満足度を向上させ、利用度を高めるような様々な施策を実施していますが、将来的には「Yahoo!オークション」への参加者や、「Yahoo!プレミアム」「Yahoo! BB」の会員数が従来通り伸びないおそれがあり、当グループの業績に多大な影響を与える可能性があります。

「Yahoo!オークション」においては、利用者の増加に伴いその市場規模も拡大してきましたが、最近ではサービス開始当初には想定していなかった詐欺や違法出品などの行為が報告されており、安全なオークションサイトを目指し、法的規制や社会的要請に対応するよう様々な施策を継続的に実施していく所存ですが、これらの施策が効を奏さず、インターネットにおけるオークション取引が利用者から敬遠されるなどの理由により、市場が縮小する可能性があります。そのような場合には、「Yahoo!オークション」への参加者の減少によるシステム利用料収入の減少や、「Yahoo!プレミアム」への登録数が減少し、当グループの経営成績に多大な影響を及ぼす可能性があります。

当グループではブロードバンドの普及に伴い可能となった大容量の動画や音楽など、インターネット利用者のニーズに合った様々なコンテンツを配信しています。今後も利用者の増加とともに、インターネットによるコンテンツの利用が増加していくものと思われませんが、インターネット上でのコンテンツ配信が利用者の生活に浸透しなかったり、パソコン以外のデバイスによるコンテンツの利用が一般的になり、それらに当グループが参入できない場合などは、期待通りの収益を上げられない可能性があります。

(5) 競合他社について

当グループのサービスはポータルサイトとしての位置づけを主軸に、サイトなどの検索を始め、ニュースなど各種情報提供、メールなどのツールの提供、ショッピングなどのEC(eコマース)、決済関連など、インターネットを通じ多数のサービスを提供しており、これらのサービスにおける競合は多数存在しております。同時に、当グループでは前述の「Yahoo! Everywhere構想」「パートナーシップの構築」「ソーシャルメディア型サービスの提供」を推進しており、それらの競合他社とパートナー関係であることが多々あります。

このような状況において、主な競合といたしましては、米国や欧州においてシェアの高い「Google」(グーグル株式会社)などが考えられます。

このような環境のもと、当グループが当業界において優位性を発揮し、一定の地位を確保できるか否かについては不確実な面があります。また、競合の結果、価格競争や、顧客獲得に係わる費用の増大に伴う利益の低下の可能性があるほか、広告会社や情報提供者に対して支出する販売手数料や情報提供料等の増加を余儀なくされる可能性があり、当グループの業績に影響を及ぼすことも考えられます。

また、当業界においては、設立間もない企業による新興サービスが利用者の支持を集め急速に広まる事があります。当グループといたしましても、利用者の意見や動向を捉え、利用者の支持を集めることができるサービスを開発していく所存ですが、新興の企業やサービスが当グループのサービスに対する競合となる可能性や、競争優位性を発揮する為の新規サービスの開発に費用がかかり、当グループの業績に影響を与える可能性があります。

(6) 業績の変動について

当グループの属するインターネット業界は技術や市場の変化が激しく、またインターネット広告売上についても、景気変動等の影響を受けやすい状況にあります。

当グループでは、将来の収益・費用を予想するに当たって、各種サービスの利用状況など一定の前提条件を置いて行っていますが、当グループを取り巻く事業環境の変化は激しく、実際の業績が、公表した業績見通しとは大きく異なる可能性があります。

なお、その場合には、速やかに業績予想の修正を公表することとしています。

II 法的規制・制度動向による影響について

(1) 法的規制の適用の可能性について

① インターネットに関連する法的規制について

現在、日本国内においてはインターネット上の情報流通やECのあり方については議論がなされている状態であり、当グループが営むインターネット広告関連事業そのものを規制する法令はありませんが、諸外国においてはインターネット利用のルール化が検討されたり、何らかの法的判断が示されているケースもあります。

また、平成14年5月から「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律」(プロバイダ責任法)が施行されました。この法律は従来の民法上の不法行為責任の範囲を明確にしたものに過ぎず、インターネット上で情報の流通を仲介する事業者の責任を加重するものではありません。しかしながら、この法律の成立をきっかけにして、情報の仲介者に対してより積極的に責任を追究すべきだという社会的な動きが生ずる可能性があり、新たな法律の制定やあるいは何らかの自主的なルール化が行われることにより、当グループの事業が制約される可能性があります。

また、「Yahoo! BB」の運営のため、当社は電気通信事業法および関連する省令等を遵守する義務を負いますが、これらの法および省令が変更された場合には当グループの経営に影響を与える可能性があります。

② 「Yahoo!オークション」における法的規制の可能性について

現在「Yahoo!オークション」においては、違法な物の出品や詐欺等が報告されています。

平成15年9月1日より、インターネットオークションを悪用した犯罪防止を目的として、改正古物営業法が施行されました。当該法律については、インターネットオークション事業者を届出制とするほか、利用者の本人確認や記録の保存を努力義務とすること、捜査機関から盗品等の疑いがあるとして出品の削除命令が出された場合には削除を行うことなどを内容とするものであり、既に当社が対応を行っている内容が法制化されたものに留まっており、また、オークションの利用者に直接規制が及ぶものでないことから、当社のオークションサービスに大きな影響を与えるものではありません。

また、平成18年6月8日に発表された「知的財産権戦略推進計画2006」において、インターネットを利用した知的財産権侵害の対策を総合的に推進し、権利者ならびに消費者の被害を防止するべく、特定商取引法上の事業者表示義務の徹底や権利者およびオークション事業者による「インターネット知的財産権侵害品流出防止協議会」を通じた取り組みの強化などの対策が記載され、「知的財産権戦略推進計画2007」においてそれらの取組みはさらに強化されました。当グループは、既にブランド品出品者に対し、特定商取引法上の事業者に該当すると判断した出品者に対しては、事業者としての表示義務を順守するよう誘導し、順守状況が芳しくない場合には、IDの削除措置を取っています。また同じインターネットオークション事業者である株式会社ディー・エヌ・エー、および楽天株式会社と協働で「インターネットオークション自主ガイドライン」を策定し実施しているほか、「インターネット知的財産権侵害品流出防止協議会」の幹事会社として対策を積極的に行っています。また利用者向けの啓発ページとして「知的財産権保護ガイド」を設置し、著作権、肖像権、商標権などを解説することで、出品者だけでなく落札者への啓発活動も行っております。

しかしながら、これらの施策が効を奏さず、今後も違法出品や詐欺等が報告されるようであれば、インターネット上の取引そのものを規制するような法律が制定される可能性があり、その内容によっては、当社のオークションサービスに多大な影響を与える可能性があります。

③ ソーシャルメディア型サービスに対する法的規制の可能性について

ソーシャルメディア型サービスは、利用者からの投稿によって、コンテンツの掲載やコミュニケーションが図られるため、他人の所有権、知的財産権、名誉、プライバシーその他の権利等の侵害が生じる可能性があります。当社では、これらの権利等の侵害に係わる投稿を禁止しており、著作権保護の観点からパトロールによる違法コンテンツのチェックや、利用者からの違法コンテンツの報告、権利者からの削除依頼などを速やかに受け付け、対応を行っております。

しかしながら、これらの施策が効を奏さず、今後違法投稿が多数報告され、社会問題等になるようであれば、インターネット上の利用者投稿サービスを規制するような法律が制定される可能性があり、その内容によっては、当社のソーシャルメディア型サービスに悪影響を与える可能性があります。

④ その他のサービスにおける法的規制の可能性について

当グループにおいては、決済関連サービスとして「Yahoo! JAPANカード」、ならびに会員向けサービスとして「Yahoo!証券窓口」(金融商品仲介)を提供しております。

「Yahoo! JAPANカード」においては、クレジットカードの自社発行を行いキャッシングなどの融資機能を提供することから、「貸金業の規制等に関する法律」(貸金業規制法)、ならびに「利息制限法」の適用を受けています。このため当社は貸金業規制法に基づき、関東財務局に貸金業登録を行っています。貸金業規制法の上限金利を利息制限法の上限金利まで引き下げる法改正が決定したため、利息制限法に定められた利息の上限金利を超過する部分に対して、不当利得として返還を請求される場合があります。そのため、当社は将来における当該返還請求に備え、返還請求の可能性のある全額を保守的に費用として計上するとともに、法律施行前に金利を引き下げることを予定しております。これらによる当社の受ける影響は軽微なものと考えております。

「Yahoo!証券窓口」(金融商品仲介)においては、金融庁の監督のもと、金融商品取引法や日本証券業協会の規則等の規制を受けています。このため当社は金融商品取引法に基づき、内閣総理大臣に金融商品仲介業の登録を行っています。これらの法律や規制を遵守し業務を運営していく所存ですが、当グループの自主努力にもかかわらず法律や規制に違反していると認定された場合、登録取消等の行政処分が課される可能性があります。またこれらの規制については、将来強化される可能性があり、その場合にはコンプライアンス体制やシステム対応の強化、再整備等によりコストが増加し、当社の収益に影響を与える可能性があります。

(2) 訴訟の可能性について

① オークション利用者の違法行為による当グループへの訴訟の可能性について

当グループでは、より健全なオークションサイトを目指し、安全性の向上を目的とした対応として、平成12年9月からのエスクローサービス(注1)の導入、平成13年5月からの有償での本人確認制度の導入、平成16年7月からの郵便物の送付による出品者の住所確認の導入、平成17年11月から不正利用検知モデルの導入、平成19年7月から匿名決済・匿名配送(注2)を実施しました。今後も日本初の仮想口座を活用した「受け取り後決済サービス」等の対策を実施する予定です。また、違法出品の排除を行うパトロールチームの設置や、警察関係機関・著作権関係団体との提携を通じて、常に犯罪に関わる情報の提供やサービスの改善を図り、リスクの軽減に努めています。しかしながら、これらの諸施策の実施にもかかわらず、今後も違法行為が発生する可能性があり、当グループの責任の有無にかかわらず、当グループに対して訴訟を起こされる可能性があります。実際に集団訴訟により損害賠償請求が提起されており、その動向によっては当グループのブランドイメージが損なわれ、業績に影響を及ぼす可能性があります。さらに、違法行為防止のためのシステム開発や管理体制を整えるためのコストが増大し利益に影響が出る可能性もあります。

なお、利用者が違法行為等により損害を被った場合には、一定金額までの補償金を、当グループが被害を受けた利用者に支払う補償制度を実施しています。これにより、当グループの費用支出が増加する可能性があります。

(注1) エスクローサービスとは、出品者と落札者の間に業者が入り、「落札代金」と「商品」の流れを取り持つサービスです。当該サービスは、当社でない第三者企業が提供するサービスであるため、業者によってそのサービス内容は異なりますが、一般的には、エスクロー業者が落札者から代金を預かって商品の内容や到着を確認してから出品者へ代金を振込んだり、商品の受け渡しが簡単にできるように出品者から落札者への物流サービスを提供したりします。取引当事者は当該サービスを利用することで、たとえば振込後に商品が届かない不安や振込がなされない心配などが解消されます。

(注2) 「匿名決済」とは、出品者が代金の受け取りの際に、1回の取引ごとに割り当てられるジャパンネット銀行の「受け取り後決済口座」を利用できるため、落札者に口座番号、口座名義を知らせずに代金の受け取りが可能となるサービスです。「匿名配送」とは、出品者・落札者双方が、配送に関わる個人情報(氏名、住所、電話番号など)を相手に知らせることなく、商品の発送、受け取りが可能になるサービスです。配送に必要な個人情報に関しては、当社および当社と提携して匿名配送サービスを提供している配送会社が、出品者・落札者双方の情報を管理しており、オークションにおける商品未配送などの詐欺防止にも効果が期待されます。

② 金融商品取引の勧誘における訴訟の可能性について

当社は、「Yahoo!証券窓口」(金融商品仲介)において、所属金融商品取引業者(注)の管理のもと、当社が作成する「勧誘方針」や「勧誘ガイドライン」に沿って口座開設や金融商品取引の勧

誘を行います。当社は、勧誘行為を行うにあたっては所属金融商品取引業者に十分な事前確認を求めますが、当社が勧誘を行った結果、その内容が顧客に誤解を与えて損失を被らせた場合は、その内容や状況によっては顧客への補償等を一時的に行った所属金融商品取引業者から損害賠償を求められる可能性があります。

(注) 所属金融商品取引業者とは、当社と金融商品仲介業における業務委託契約を締結した金融商品取引業者のことで。

③ インターネット上の情報流通に関する訴訟の可能性について

現在、インターネット上の情報流通に関して、違法または有害な情報の流通禁止やプライバシー保護の観点から規制を求める動きがあります。

当グループは、広告内容および広告バナーのリンク先ホームページに関して、独自の掲載基準である「広告審査基準」を設定し、日本国内の法令に抵触しないよう自主的な規制を行っています。また、広告主との間の約款によって、広告内容に関する責任の所在が広告主にあることを確認しています。さらに当グループの検索サービスに登録するホームページについては、登録や削除の権利を当グループで有し、ホームページの内容については全責任がホームページ作成者に帰属することを明示する等、登録ホームページ作成者との間の約款において、法令遵守に関して周知徹底を図っています。また、利用者が自由に情報発信できる掲示板やブログ、オークション等のサービスについては、違法または有害な情報の発信の禁止と全責任が利用者に帰属する旨を約款に明記するとともに、削除の権利を当グループで保有し、約款に違反した情報を発見した場合には削除をしています。

以上のように、当グループは自主的な規制によって違法または有害な情報の流通禁止やプライバシー保護について配慮しており、また、当グループのサービスの利用者に対して、インターネットの閲覧やインターネット上への情報発信は利用者の責任において行うべきものであり、ホームページ等の閲覧や利用に伴う損害に関して当グループは責任を負わない旨を掲示しています。また、未成年者を有害情報から保護する目的で、「Yahoo!きつず」の運営や「Yahoo!あんしんねっと」の提供等の対策を講じています。しかし、これらの対応が十分であるとの保証はなく、当グループが掲載する広告、リンク先の登録ホームページの内容、掲示板への投稿内容、オークションへの出品に関して、サービスの利用者もしくはその他の関係者、行政機関等から、クレームや勧告を受けたり、損害賠償を請求される可能性があります。その場合、利用者からの信頼が低下してページビューが減少したり、サービスの停止を余儀なくされる可能性があります。

④ 第三者の責任に帰すべき領域に関する訴訟の可能性について

顧客との関係においては、「当グループと提携する第三者の提供するサービス領域」と「当グループの提供するサービス領域」とについて顧客が錯誤・混同することのないよう、利用規約や約款等を当グループのサイト上に掲載することにより、顧客の理解と同意を求める等の方策をとっています。しかしながら、これらの方策が効を奏さず、本来第三者の責任に帰すべき領域について当グループが顧客より損害賠償等を求められる可能性があります。その場合には当グループに相応のコストが発生したりブランドイメージが損なわれる等により、当グループの業績に悪影響を与える可能性があります。

「Yahoo!オークション」においては、出品される商品・サービスの選択、掲載の可否、入札の可否、売買契約の成立および履行等についてはすべて利用者の責任で行われ、当社が責任を負わない旨を記載しています。また同様に「Yahoo!ショッピング」においても、各店舗の活動内容、各店舗の取扱商品・サービスおよび各店舗ページ上の記載内容、各利用者の各店舗取扱商品・サービスの購入の可否ならびに配送に関する損害、損失、障害については当グループが責任を負わない旨を掲載しています。これらのサービスの内容に関して、サービスの利用者および関係者からのクレームや損害賠償等の訴訟を起こされる可能性があります。その結果として、金銭的負担の発生や当グループのブランドイメージが損なわれる等の理由により、当グループの事業に悪影響を及ぼす可能性があります。さらに、国際裁判管轄に関する条約により、国外の利用者との関係で、国外での法的紛争に巻き込まれる可能性があります。

(3) 他社の保有する特許権・著作権等の知的財産権について

近年、インターネット業界において、インターネットの技術やビジネスプランそのものに対して特許を出願する動きが出てきています。特にECを実現するためのコンピュータ技術や通信技術を基盤とするインターネット技術は数多く開発され特許出願されています。また、最近では商取引の仕組みそのものに特徴を有する特許出願もあります。当社では知的財産を重要な経営資源と考えてお

り、専門のチームを設置し特許の調査や出願、社内への啓蒙活動などを行っております。しかしながら、これらの特許を出願したり取得した企業等から、クレームを受けたり損害賠償等の訴訟を起こされる可能性があり、多額のロイヤルティの支払いを余儀なくされたり、サービスの一部を提供できなくなる可能性があります。

さらに、特許権の範囲が不明確であることから特許紛争の回避のために行う当グループ自身の特許管理のコストが膨大となり、当グループの利益に影響が出る可能性があります。また、インターネット技術に関する特許権の地域的な適用範囲については不明確であり、国内の特許のみならず、海外の特許が問題となる可能性は否定できません。

また、当グループでは、当グループが提供するサービスが他社の著作権等の知的財産権を侵害したり、当グループ内において業務で使用するソフトウェア等が他社の権利を侵害したりすることについて、社内規則や社内教育などにより防止に努めています。しかしながら、結果的にこうした問題が起きてしまう可能性が皆無ではありません。その場合、損害賠償等の訴訟を起こされたり、多額のロイヤルティの支払いを余儀なくされたり、サービスの一部を提供できなくなる可能性があります。

(4) 会計基準の変更について

近年、会計基準に関する国際的なルール整備の流れがある中で、当グループは、退職給付会計、金融商品会計などの各種会計基準の変更に対して適切かつ速やかな対応を行ってきました。しかしながら、将来において会計基準の大きな変更があった場合には、当グループの損益に影響が出る可能性があります。

III 情報セキュリティ管理について

(1) 情報セキュリティに対する当グループの取り組み

インターネットの急速な普及により、最近では様々な情報が容易に広まりやすい社会になってきています。このような技術の発展はインターネット利用者の裾野を広げ利便性が増した反面、個人情報をはじめとした情報セキュリティ管理の重要性が社会的課題として示唆される形となりました。当グループでも様々なサービスを提供していく上で、より一層慎重な対応が求められています。

このような環境認識のもと、当グループではこれまでも情報セキュリティ対策を積極的に行ってきました。現在では、最高セキュリティ責任者(CSO)、ならびに「情報セキュリティ本部」を設置し、これらに広範な権限を集中させることにより、個人情報その他の重要な経営情報の保護のために全社規模で必要となる施策を迅速かつ効果的に行えるようにしております。また、社長自らが「情報セキュリティ宣言」(注1)を行い、当グループ全体で情報セキュリティに取り組むことを表明いたしました。それに基づき「情報セキュリティ基本規程」などの社内規程を整備し、個人情報等の取扱ルールを明確化するとともに、これらを推進する機関として各部門から選出されたセキュリティ委員で構成される「情報セキュリティ委員会」を設置し、情報管理体制を構築しております。また、これら一連のセキュリティ対策の一環として、個人情報については、お客様の住所情報などを取得する際の暗号化(SSL)対策を行うとともに、蓄積されたデータへのアクセス制限を徹底し、平成14年4月には非営利のプライバシー保護方針の認定機関である「TRUSTe認証機構」から「TRUSTeマーク」(注2)を取得しました。平成16年8月には、当グループにて情報セキュリティマネジメントシステム(Information Security Management System: 以下ISMS)(注3)の認証を取得しました。平成19年11月にはデータベースの情報漏えい監視システムの技術開発において、国内初となるISO15408(注4)の認証を取得しました。これら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、社会的責任を果たすべく情報セキュリティ対策を継続的に強化していきます。

しかしながら、これらの施策によっても情報セキュリティが完全に機能する保証はなく、万が一情報漏洩等の諸問題が発生した場合、業績に影響を与えるだけでなく、当グループの信用失墜につながる可能性があります。

(注1) 「情報セキュリティ宣言」の内容

当社は、広く社会に向けて当社の情報セキュリティマネジメントに対する方針を下記のとおり宣言する。

「ヤフー株式会社(子会社等のグループ会社を含む。以下総称して「当社」という)が保有している顧客情報をはじめとする様々な情報は、当社にとって最も重要な財産であり、これらを保護することは、当社のみならず、顧客、取引先、パートナー企業にとっても極めて重要となっています。

そこで、当社は、当社が保有する情報およびコンピュータやネットワークといった情報システムを情報資産と位置付け、これら情報資産を保護・管理するために情報セキュリティ規程を策定し、情報資産の保護・管理策を情報セキュリティ規則の形で提供するものとなりました。

当社および当社子会社の従業員等、当社の情報資産に接したまたは利用する者は、当社の資産、顧客および取引先からの信頼、当社のブランドを守るために、情報セキュリティが重要であることを十分に認知し、情報セキュリティ規程を遵守し、情報資産を安全に取り扱うものとします。」

(注2) 「TRUSTe認証機構」の「TRUSTeマーク」について

TRUSTeは米国で平成9年に設立された独立系の非営利組織で、Webサイトの個人情報保護の取り組みについて、第三者による監督の証として「TRUSTeマーク」を制定し証明を行っています。日本国内では平成13年4月より、日本におけるTRUSTe普及のため特定非営利活動法人日本技術者連盟内に「TRUSTe認証機構」が設立され活動をしています。「TRUSTeマーク」はTRUSTeの規定するプライバシー保護方針を支持するとともにライセンス契約基準を満たし、TRUSTeの指導監督およびサイト利用者からの苦情処理手順に同意するサイトにのみ使用を許可されるものです。

(注3) 「ISMS」について

ISMS制度は、国際的に整合性のとれた情報セキュリティマネジメントシステムに対する第三者適合性評価制度であり、情報セキュリティの向上とともに、諸外国からも信頼を得られる情報セキュリティレベルを達成することを目的としています。当社では平成16年8月に英国規格である「BS 7799-2:2002」、および日本国内規格である「ISMS認証基準(Ver. 2.0)」の認証を取得した後、認証基準の移行に伴い、平成19年4月に国際基準である「ISO/IEC 27001:2005」、および日本国内規格である「JIS Q 27001:2006」の認証を取得しました。なお、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きます。平成19年12月末現在では、当社および当社の子会社9社の計10社が認証を取得しております。

(注4) 「ISO15408」について

情報技術セキュリティの観点から、情報技術に関連した製品及びシステムが適切に設計され、その設計が正しく実装されていることを評価するための国際標準規格で、正式名は「ISO/IEC15408 情報技術セキュリティ評価基準」です。

(2) 個人情報について

① 個人情報保護に対する当グループの取り組みについて

当グループでは、様々なサービスや電子商取引領域への事業展開を通じ、利用者本人を識別することができる個人情報を保有しています。

これらの情報の管理については、利用者一人ひとりのプライバシー、個人情報の保護について最大限の注意を払い、各サービスのセキュリティについても留意しています。同時に、当社サイト内に「Yahoo!セキュリティセンター」を開設し、個人情報の不正取得事例等を公開したり、効果的なセキュリティ対策などを掲載することで、利用者への注意を喚起しています。また、当グループ内における情報アクセス権などの運用面についても、特定の担当者による管理を行い、慎重を期しています。

しかしながら、これらの情報が当グループ関係者や業務提携・委託先などの故意または過失により外部に流出したり、悪用されたりする可能性が皆無ではありません。最近では、ファイル交換ソフト「ウィニー(Winny)」利用者のパソコンがウイルス感染することにより、パソコンに保管された個人情報などが流出する事態が多発しています。また、第三者によるパスワードハッキング等による不正アクセスや「なりすまし」「フィッシング(Phishing)」(注1)等の行為が発生し、利用者の個人情報が不正に取得されたり利用者に損害が発生する可能性もあります。当社では「フィッシング」の被害を防止するために、平成19年3月より、利用者がIDやパスワードを入力するログイン画面に「ログインシール」(注2)を設置、平成19年12月より「Yahoo!メール」に、送信元アドレスを偽装した「なりすましメール」を受信拒否する機能(注3)を追加するなど、悪意ある利用者からの被害を無くすよう引き続き対策を進めていく所存ですが、これらの対策が万全であるという保証はなく、このようなことが起こった場合、当グループのサービスが何らかの悪影響を受けたり、ブランドイメージが低下したり、法的紛争に巻き込まれる可能性があります。

当社としては、法的義務の有無に関わらず、提携先などに対するセキュリティ対策の管理・監督についても、必要に応じて強化していく方針です。現在当社は、経済産業省、総務省、警察庁がそれぞれ主催するフィッシング・メール対策に関する会議に参加し、関連省庁ならびに業界団体等と情報を共有し、効果的な対応策等についての検討を行っています。

また、平成17年4月から「個人情報の保護に関する法律」(個人情報保護法)ならびに総務省の定める「電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン」が施行されましたが、当グ

グループにおける個人情報の取扱方法においては、当該法律の規定に則った内容となっております。

(注1) 「フィッシング(Phishing)」について

金融機関や企業からのメールを装い、メールの受信者に偽のホームページにアクセスするように仕向け、そのページにおいて個人情報(クレジットカード番号、ID、パスワード等)を入力させるなどして、不正に情報を入手する行為です。その情報を元に金銭をだまし取られる被害が欧米を中心に広がり、最近では日本国内でも数多く見られるようになってきました。警察庁のホームページでも注意を喚起しています。

(注2) 「ログインシール」について

「ログインシール」とは、Yahoo! JAPANのログイン画面において目印となる画像や文字列のことです。お気に入りの写真やキーワードを「ログインシール」として設定することで、自分が使うパソコン(ブラウザ)専用のログイン画面を無料で簡単に作れます。Yahoo! JAPANにログインするときに、「ログインシール」を確認する習慣をつけることで、そのシールが表示されない場合に偽ログイン画面(フィッシングサイト)である可能性に気づきやすくなります。

(注3) 「なりすましメール」の受信拒否について

迷惑メールのなかには送信メールアドレスを実在するほかの人物や企業に偽装して送られてくる「なりすましメール」が多く含まれます。なりすましの判定には送信ドメイン認証技術(「DomainKeys」「SPF」)を用い、なりすましメールと判定されたメールを受信拒否することができます。「Yahoo!メール」では、平成17年7月より「DomainKeys(ドメインキーズ)」を、平成18年12月より「SPF」を導入しており、送信元をなりすました迷惑メールに「Yahoo!メール」が悪用されることを防止する対策を行ってきました。今回、受信サーバー側でも対応することで、「yahoo.co.jp」になりすましたメールや「DomainKeys」「SPF」を導入しているプロバイダのメールになりすましたメールを受信拒否できます。なお、「SPF」は大手プロバイダや携帯電話会社各社などで数多く導入されています。

② クレジットカードの不正使用によるリスクについて

「Yahoo!ウォレット」「Yahoo!かんたん決済」などのサービスの運営にあたり、当グループでは、クレジットカードの不正使用やオンライン上での個人情報漏洩等の諸問題に対しては、前述の通り可能な限り万全の体制をとるよう努めていますが、これによりすべての不正行為が回避できるとの保証はなく、悪意ある利用者により不正に当該サービスが利用されたことにより当グループに損害賠償が求められたり、結果として「Yahoo!かんたん決済」における立替金の回収に支障をきたす等の理由により、当グループの事業および経営成績に重大な影響を及ぼす可能性があります。またこれらの問題が当グループの他のサービスに影響を与える可能性も否定できません。

一方、「Yahoo! JAPANカード」によるクレジットカードの自社発行を開始しましたが、クレジットカードの偽造や盗難等の不正利用について一定のリスクは見込んでいるものの、想定以上の不正利用が発生した場合には、予測を超える損害が発生する可能性があります。また、不正利用の抑制のための手段として生体認証等のセキュリティ対策が求められ、想定以上の費用が発生する可能性があります。

③ 業務提携先、ならびに「Yahoo!ショッピング」「Yahoo!オークション」の出店店舗の個人情報管理について

当グループがサービス等を通じて取得する個人情報の管理については、基本的に当グループ内で保有し、前述の通り可能な限り万全の体制をとるよう努めていますが、一部専門分野における業務提携先や、「Yahoo!ショッピング」「Yahoo!オークション」の店舗との関係においては、提携先や店舗の個人情報の管理体制に左右されることがあります。

「Yahoo! JAPANカード」においては、業務の大部分を業務提携先へ委託することで、個人情報管理等の専門的ノウハウの活用とコストの変動費化を最大限に進めていく所存です。業務提携先の選定には細心の注意を払っておりますが、業務提携先から個人情報が漏洩した場合には、当グループが損害賠償を求められる可能性があります。

「Yahoo!証券窓口」(金融商品仲介)においては、口座申込書に記載された個人情報ならびに日々蓄積される取引情報などは、業務委託先である金融商品取引業者が取得または収集しますが、その情報の一部を個人情報保護法の趣旨に沿った方法で、当社が受け取ることになっています。同データの授受および管理については細心の注意を払っておりますが、当社または所属金融商品取引業者から個人情報が漏洩した場合には、当社に対して損害賠償を求められる可能性があります。

「Yahoo!オークション」の匿名配送サービスは、配送業務の委託先において適切に匿名処理を行うことにより実現しておりますが、匿名処理が適切に行われなかった場合、出品者ないしは落札者の匿名性が失われる可能性があります。その場合、当社に対して損害賠償を求められたり、当社のブランドイメージが低下することにより、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。

「Yahoo!ショッピング」「Yahoo!オークション」におけるクレジットカード決済は、クレジットカード会社と独自契約を持つ店舗では、クレジットカード情報の閲覧が可能となっていました。今後は店舗側でクレジットカード番号に接触する必要をなくし、店舗が独自にクレジットカード会社に認証する手間を省略するサービスの提供や、店舗管理ツールへのログイン認証強化、顧客情報を含む注文情報のダウンロード制限、ならびに出店店舗との情報セキュリティ意識の共有化等を図り、店舗からの個人情報漏洩を回避していく所存です。しかしながら、これらの諸施策の実施にもかかわらず、情報漏洩等の諸問題が発生する可能性は皆無とは言えず、当グループの責任の有無にかかわらず、当グループの信用失墜につながる可能性があります。

(3) 行動履歴情報について

利用者の行動履歴情報を活用した「行動ターゲティング広告」は、広告したい商品やサービスに興味・関心をもつグループのみに対して、閲覧中のページ内のコンテンツとは無関係に広告を配信することにより、広告主・利用者・インターネットメディア全てにとって効果的な広告を目指す広告商品です。最近では、行動履歴情報に加え広告主が出稿している広告のクリック履歴、広告主サイトの訪問履歴、属性（年齢、性別）、エリア情報との掛け合わせにより、さらにきめ細かにターゲティングすることが可能となっております。

当社における行動履歴情報の収集や活用においては、利用者のプライバシー保護を重視しております。「行動ターゲティング広告」においては、利用者（厳密にはその利用者が使用するブラウザ）がYahoo! JAPANのどのようなサービスを閲覧したか、「Yahoo!検索」においてどんなキーワードで検索したかという行動履歴情報を活用し、興味・関心の近い利用者（ブラウザ）をグループ化するためだけに使用しており、特定の利用者の興味・関心を分析しているわけではありません。また、Yahoo! JAPANは提携先企業のサイト内における行動履歴情報を取得することがあります。その際にはその提携先企業に対して、その企業のプライバシーの考え方のなかで、行動履歴情報を取得する為にウェブビーコンを使用することを開示することと共に、利用者からウェブビーコンによる行動履歴情報の取得をYahoo! JAPAN上での設定により停止することができるようにしております。

しかしながら、このように当社では利用者のプライバシーを保護する為の現在考える十分な施策を講じていますが、行動履歴情報活用に対しての利用者からの反対などが起こる可能性は皆無ではなく、その際には当グループのブランドイメージが低下したり、「行動ターゲティング広告」商品を販売できなくなる等により、当グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(4) ネットワークセキュリティについて

当グループでは、社外・社内を問わずネットワークに対し適切なセキュリティを施していますが、コンピュータウイルス等の進入やハッカー等による妨害の可能性が全くないわけではなく、当グループはこれらの事態による損失を填補するような保険にも加入していません。特に最近では、特定のサイトやネットワークを標的として大量のデータを短時間に送信するなどの方法により、当該サイト・ネットワークの機能を麻痺させることを目的とするような事件が数度発生しており、当グループとしてはこれらの攻撃に対して有効なセキュリティプログラム等の導入や監視体制の強化により対応していますが、すべての攻撃を回避できるとの保証はなく、これらの妨害行為により当グループの事業、業績および財政状態が重大な悪影響を被る可能性があります。

IV 自然災害・事故に関するリスク

通常の間際政治状況・経済環境の枠組みを大きく変えるような国際紛争・テロ事件等の勃発や、地震や津波など大規模自然災害等の有事の際には、当グループ事業にも大きな影響があるものと考えられます。

具体的には、これら有事の影響により、当グループサイトの運営が一時的に制限されてその結果広告配信が予定通り行えない状況となったり、広告主の事情による広告出稿の取止め・出稿量減少・出稿期間の延長が発生した場合や、「Yahoo! BB」のアクセスインフラが断絶状態に陥ったり、利用者が当社有料サービスを利用できなくなった場合等により、当グループ売上が減少する可能性があり、また特別の費用負担を強いられる可能性があります。また、米国やその他の国・地域との通信や交通に障害が発生した場合には、ヤフー・インクからの当グループへのサポート体制や業務提携先との連携に支障が生じる等の理由により、当グループ事業運営ならびに収益に影響を与えるリスクがあります。最悪の場合、当グループ事業所が物理的に機能不全に陥るような事態となったり、当グループ事

業に極めて関連の強い企業（ヤフー・インクとその関連企業、ソフトバンク株式会社とその関連企業、その他のアクセスサービスプロバイダ）が同様の状況に陥るようなことがあれば、当グループ事業そのものの継続が不可能となる可能性も皆無ではありません。

加えて、当グループの事業は、火災、停電、電話線故障等の事故の影響を受けやすく、また当グループのネットワークのインフラは地震等の影響を受けやすい東京に集中しています。当グループでは、事故の発生やアクセスの集中にも耐えうるようにシステムの冗長化やデータセンターの二重化、分散化などの環境整備を継続的に行っていく所存です。

こうした事故等の発生時には、速やかにかつ適切に全社的対応を行うよう努めていますが、事前に想定していなかった原因・内容の事故である等何らかの理由により、事故発生後の業務継続、立ち直りがうまく行かず、当グループの事業、業績、ブランドイメージ等に影響が出る可能性もあります。

V 関連当事者との取引について

(1) ソフトバンク・グループとの関係

① ソフトバンク・グループにおける位置付け

当社の親会社であるソフトバンク株式会社は、純粋持株会社として傘下に多数の関係会社を擁し、インターネット・カルチャー事業、ブロードバンド・インフラ事業、イーコマース事業、移動体通信事業、固定通信事業、その他事業(放送メディア事業、テクノロジー・サービス事業、メディア・マーケティング事業、海外ファンド事業・その他事業)など、様々な分野・地域で事業活動を行っています。その中で当グループは、インターネット・カルチャー事業においてその中心的な役割を果たすとともに、ブロードバンド・インフラ事業において、ソフトバンクBB株式会社とともに、ブロードバンド総合サービスである「Yahoo! BB」を提供しております。また、その他事業においてソフトバンク株式会社と当社の共同出資により、TVバンク株式会社を設立し、動画コンテンツサービスである「Yahoo! 動画」を提供しております。

② ソフトバンクBB株式会社との業務提携契約等について

当社は、ソフトバンク株式会社の子会社であるソフトバンクBB株式会社との間で、「Yahoo! BB」に関して以下の内容の契約を締結しています。

契約の名称	業務提携契約
契約締結日	平成19年3月31日(当初契約日平成13年6月20日)
契約期間	平成13年6月20日～(期限の定めなし)
契約相手先	ソフトバンクBB株式会社
主な内容	<p>① 当社とソフトバンクBB株式会社は共同して光回線技術ならびにDSL技術を利用したインターネット接続サービスを提供する。</p> <p>② 当社の主要な業務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ Yahoo! BBサービスに関するプロモーションの実施 ・ Yahoo! BBサービスに関する申込受付業務 ・ Yahoo! BBポータルサイトの運営 ・ メールサービス、ホームページサービスの提供 ・ Yahoo! BBサービスにかかる料金の集金業務 <p>③ ソフトバンクBB株式会社の主要な業務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者と電話局間の光回線ならびにADSLサービス、電話局ビル間のネットワークの設置およびインターネット網への接続サービスの提供 ・ 利用者に対する問い合わせ対応、テクニカルサポート ・ ISP料金のうち1回線あたり以下の金額を当社が提供するサービスの対価とする。 <ul style="list-style-type: none"> - 平成17年3月31日までに申し込みをした利用者について、毎月100円 - 平成17年4月1日から平成19年3月31日までに申し込みをした利用者について、申し込みをした月を1ヶ月目として36ヶ月目までの間は毎月200円、37ヶ月目以降は毎月100円 - 平成19年4月1日以降申し込みをした利用者について、毎月100円

契約の名称	インセンティブ契約
契約締結日	平成17年10月7日
契約期間	平成16年10月1日から1年間(1年ごとに自動更新)
契約相手先	ソフトバンクBB株式会社
主な内容	<p>インセンティブフィー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新規獲得インセンティブ <ul style="list-style-type: none"> Yahoo! BB基本サービス 1申込につき、15,000円程度 Yahoo! BB+無線LANパック 1申込につき、20,000円程度 ・ 継続インセンティブ <ul style="list-style-type: none"> Yahoo! BB基本サービス 利用継続1会員あたり、月200円程度 Yahoo! BB+無線LANパック 利用継続1会員あたり、月250円程度

※ 「業務提携契約」および「インセンティブ契約」の相手先は、いずれもソフトバンクBB株式会社及びBBテクノロジー株式会社でしたが、平成19年3月31日BBテクノロジー株式会社を存続会社とする吸収合併方式で、BBテクノロジー株式会社は合併後、商号をソフトバンクBB株式会社に変更となりました。

※ 「業務提携契約」については、ソフトバンクBB株式会社との間で当社が提供するサービスの対価の見直しを行い、平成19年3月31日付にて、上記内容に変更しました。また、これまでソフトバンクBB株式会社が獲得するYahoo! BB会員の獲得費用の一部として、1回線当たり2,400円を課金開始後に支払っておりましたが、同日付でこの契約を解除しました。

③ ソフトバンクBB株式会社への依存について

「Yahoo! BB」においては、ソフトバンクBB株式会社が業務を担当する部分が、間接的に当グループ業績に大きく影響する可能性があります。ソフトバンクBB株式会社による工事期間が遅延

することにより、申込者へのサービスが提供できず、結果として売上の計上が遅れたりキャンセルにより売上機会を逸失する可能性があります。また、インフラ構築の失敗やサービス品質の問題により不具合があった場合に、一度獲得した会員が短期にサービスを解約してしまい当グループ収益に悪影響を与える可能性もあります。

④ 動画コンテンツサービスにおける合弁事業について

当社とソフトバンク株式会社は、前述の通りソフトバンク・グループとしての動画コンテンツサービス事業を強化するため、TVバンク株式会社を共同出資にて設立し事業運営を開始しております。TVバンク株式会社に動画コンテンツサービス事業に関わる人材とノウハウを集約するとともに、動画コンテンツの調達、動画配信および動画検索システムの開発・運用、サービス画面の制作・運用等を行っています。これにより、コンテンツパートナーや広告会社の協力を得ながら、「Yahoo!動画」をはじめとする動画コンテンツサービスを次世代の主力事業の一つとして発展させていく所存です。

しかしながら、コンテンツの調達が期待通りに確保できなかつたり、その確保に想定以上のコストがかかつたりした場合や、動画配信等の構築に予想以上の期間がかかつた場合、当グループの業績に重大な影響を与える可能性があります。

⑤ 携帯電話事業への出資について

ソフトバンク株式会社が平成18年4月27日付にて子会社であるモバイルテック株式会社の子会社BBモバイル株式会社を通じボーダフォン株式会社(現ソフトバンクモバイル株式会社)を買収するにあたり、当社は平成18年4月27日付にてBBモバイル株式会社宛に120,000百万円の出資(優先株式の引受および新株予約権の取得)を実施いたしました。この出資にあたっては、十分な事前審査と社内手続きを経て当該出資に付帯するリスクを吟味の上で行っております。

当グループにおけるモバイルインターネットサービスは、ソフトバンクモバイル以外の通信会社へのサービス提供を継続しながら、ソフトバンクモバイルのポータルサイトとしてより充実したサービスを提供していく方針です。ソフトバンクモバイルの利用者に対して、携帯電話を通じてより簡単にインターネット上の多様なサービスを利用できる環境を提供することを足がかりに、将来的には通信会社の専用サービスにとらわれないオープンなモバイルインターネットサービスの実現を目指しております。

しかしながら、ソフトバンク株式会社の携帯電話事業が当初計画していた水準の利益を獲得できなかつたり、最悪の場合には出資金の回収が滞るなどして、将来的に当グループの業績や財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

⑥ ソフトバンク・グループ内における競合の可能性について

前述のように、当グループはソフトバンク株式会社と協働で「Yahoo! BB」や動画コンテンツサービス、携帯電話事業などを戦略的に進めておりますが、ソフトバンク株式会社が当グループのサービスと競合する会社に出資、提携した場合には、将来ソフトバンク・グループ内において事業が競合することも考えられます。当グループとしては、それらの会社との連携を検討するなどの対応を行なっていく所存ですが、当グループの事業に何らかの影響を及ぼす可能性があります。

⑦ 取締役の兼務状況について

平成19年12月末現在、当社取締役5名のうち2名は、当社の親会社であるソフトバンク株式会社の取締役を兼務しています。その者の氏名ならびにソフトバンク株式会社における役職は下記の通りです。

当社代表取締役社長 井上雅博(ソフトバンク株式会社 非常勤取締役)

当社取締役会長 孫 正義(ソフトバンク株式会社 代表取締役社長)

当社代表取締役社長井上雅博は、平成13年6月より、親会社であるソフトバンク株式会社の非常勤取締役に就任しています。また、ソフトバンク・グループ1社(当社子会社・関連会社を除く)の非常勤取締役も兼務しています。これは、それぞれの会社での戦略的な方向性について、助言を行うために招聘されたものであり、兼務先の業務を遂行するために招聘されたものではなく、従って当社の経営執行に与える影響は限定的であると認識しています。

当社取締役会長孫正義については、当社設立時の代表取締役社長であり、当社の創業者としての見地および親会社の見地から当社の業務遂行に必要な総合的な助言を行うために現職に就いています。

⑧ 監査役の兼務状況について

当社非常勤監査役である佐野光生は、平成8年12月より当社監査役として就任し、親会社であるソフトバンク株式会社の常勤監査役を兼務しておりますが、これは当社における監査業務強化のために招聘したものであります。

(2) ヤフー・インクグループとの関係

① ヤフー・インクとのライセンス契約について

当社は、当社の設立母体のひとつであるヤフー・インクとの間に次の内容の契約を締結しています。当グループが提供する情報検索サービス等に関連する商標、ソフトウェア、ツール等(以下、商標等)のほとんどは同社が所有するものであり、当グループは同社より当該商標等の利用等の許諾を得て事業を展開しています。従って、当該契約は当グループ事業の根幹にかかわる重要な契約と考えられます。

契約の名称	ヤフー・ジャパン ライセンス契約 (YAHOO! JAPAN LICENSE AGREEMENT)
契約締結日	平成8年4月1日
契約期間	平成8年4月1日～(期限の定めなし) 但し、当事者の合意による場合、一方当事者の債務不履行、もしくは破産等を原因として本契約が解除される場合、ヤフー・インクが競合するとみなす企業等により当社株式の3分の1以上が買収された場合、または合併、買収等によりヤフー・インクおよびソフトバンク株式会社が存続会社において議決権の過半数を維持できない場合(但し、ヤフー・インクの同意がある場合を除く)においては本契約は終了する。
契約相手先	ヤフー・インク
主な内容	① ヤフー・インクの当社に対する下記のライセンスの許諾 ・日本市場のためにカスタマイズされローカライズされたヤフー・インクの情報検索サービス等(以下、日本版情報検索サービス等という)の使用複製等にかかる非独占的権利 ・ヤフー・インクの商標等の日本における利用等にかかる非独占的権利 ・ヤフー・インクの商標等の日本における出版に関する利用等にかかる独占的権利 ・日本版情報検索サービス等の開発、商業利用、プロモーション等にかかる全世界における独占的権利 ② 当社が追加する日本固有のコンテンツのヤフー・インクに対する全世界における利用にかかる非独占的権利の許諾(無償) ③ 当社のヤフー・インクに対するロイヤルティの支払い (注) ロイヤルティの計算方法 $\{(\text{連結売上高}) - (\text{広告販売手数料}^*) - (\text{取引形態の異なる連結子会社における売上原価等})\} \times 3\%$ * 広告販売手数料は連結ベース

② 「ヤフー」ブランドおよび海外との協調について

当グループでは「ヤフー」ブランドの確立と普及が、利用者と広告主をひきつけ当グループの拡大を図る上で極めて重要であると考えています。インターネットサイトの爆発的な増加および参入障壁の低さから、ブランド認知度の重要性は今後一層増加していくと思われれます。特に他社との間で競争が激しくなってきた場合、「ヤフー」ブランドを確立し認知度を高めるための支出をより増やすことが必要となる可能性があります。

ブランド確立のための努力は海外のYahoo!グループ各社と協調し全世界的に進めている部分がありますが、当グループでは海外グループ各社の努力の成否について保証することはできません。海外グループ会社がブランドの確立・普及に失敗した場合、それに影響を受け当グループのブランド力が弱まる可能性もあります。また、当グループは海外グループ会社との契約の中で、排他的条項を認めているものがあります。その有効期間中、当グループが特定の広告等を掲載できないことがあります。またブランドに関する権利の中核となる商標については全世界的にヤフ

ー・インクが出願、登録、維持を行っており、当グループが日本で独自に必要とする分野において商標登録がなされていない可能性があります。

また、ドメイン名についても当グループが必要とするドメイン名が第三者に取得され、希望するドメイン名が使用できない可能性や、「ヤフー」もしくは当グループの提供しているサービス名に類似するドメイン名を第三者に取得され不正競争や嫌がらせ目的で使用される可能性があります、その結果、当グループのブランド戦略に影響を受けたり、ブランドイメージが損なわれる可能性もあります。

③ 取締役の兼務状況について

当社の非常勤取締役であるジェリー・ヤンは、ヤフー・インクの取締役を兼ねています。これは、前述のように、ヤフー・インクは当社の設立母体のひとつであると同時に当社事業の根幹にかかわる重要な契約の相手先であることから、当社が招聘したものです。

(3) ソフトバンク株式会社、およびヤフー・インクの株主間契約について

ソフトバンク株式会社とヤフー・インクは、当社の設立にあたり株主間契約を締結しております。主な内容は以下の通りです。

- ・取締役、監査役の選任は、法令及び定款に従って行う。但し、両当事者は5%以上の当社株式を保有している限り、それぞれがその代表する1名ずつの取締役候補に投票するものとする。また、取締役人数は5名とし、両社の合意なく変更しないものとする。
- ・当社の運営は法令及び定款に従って行う。但し、両社が保有する株式が過半数を割るような合併もしくは重要な資産の譲渡を行う際には、ヤフー・インクの了解を得るものとする。
- ・当社の増資、借入等は法令及び定款に従って行う。両社はヤフー・インクの了解なく新株発行決議に同意しないこととする。(但し、従業員に対するストックオプションの発行を除く。)また、両社は本契約発効前に従業員に対するストックオプション発行枠を定めるものとする。
- ・株主としての帳簿閲覧権等は法令及び定款に従うものとする。
- ・その他合意事項
 - －両社は互いに相手方に不利益となる定款変更案には賛成しないものとする。
 - －当社株式の売却を希望する場合には相手方に対して20日前までに通知するものとする。
 - －当社の株式を市場等から購入する場合には相手方の承諾を得るものとする。
 - －当社の株式を市場等で売却する場合には相手方に対して第一次拒否権を与えなければならない。相手方が株式購入を希望しない場合、売却希望側は第三者に株式を売却することになるが、この場合、相手方も売主として第三者との間の取引に参加し、株式保有割合に応じて、自己の保有する株式を当該第三者に売却できるものとする。

当該株主間契約は、契約の当事者が当社ではないこと、また、法令および定款に従うことを原則としており、当社の運営あるいは事業の遂行において著しい拘束を受けるものではないことから、当社としては他の株主の権利を侵すものではないと考えております。

VI 特定の取引先等への依存について

(1) 特定の販売先等への依存について

当グループにおきましては、関連当事者との取引以外にも各事業において特定の販売先等に依存している部分があります。

広告売上においては、広告会社を用いた営業活動を行っている関係上、特定の広告代理店やメディアレップからの売上の割合が高くなっています。また、その他広告以外の事業においても、販売先等の中には取引規模の大きな特定の事業会社もあり、これらとの取引が当社売上に占める割合も高くなってきています。

これらの販売先等との取引関係や売上に変動があった場合や、相手先の経営状況の悪化やシステム不良等のトラブルが起こった場合には、当グループの業績やサービスの継続自体に影響を与える可能性があります。

(2) 外部の第三者への依存について

当グループはいくつかのプロバイダにサーバーの接続を依存しています。これらプロバイダからのアクセスが何らかの事情により中断・破壊されたり、あるいはプロバイダが現在より多量のアクセスを取り扱うことができなくなった場合、当グループの事業、業績に重要かつ悪影響を与える可能性があります。加えて、当グループはサービスを供給するために必要なサーバーや他の機器に関し、その速やかな供給、インストールおよびサービスをハードウェアの供給会社に依存していま

す。これら第三者からの供給が失敗あるいは遅延した場合には、利用者との関係、ブランドイメージおよび事業に悪影響を及ぼす可能性があります。

また、当グループのサービスのいくつかにおいては、その運営に不可欠なシステムの開発・運営を特定の第三者に委託している例、もしくはサービスの運営にあたって第三者との連携が前提となっている例があります。これらの第三者の選定に関しましては、過去の業績等から判断して相応水準の技術力・運営力を有していることをその選定基準としており、また当グループの関連各部署との連携を密にする等により、当グループのサービス運営に支障をきたさないよう常に注意を払っています。しかしながら、当グループにおいては管理不能な当該委託先の事情によりシステムの開発に遅延が発生したり、運営に支障をきたす事態となったり、連携先のシステムの停止等が発生する可能性は否定できません。その場合には販売機会の亡失、システム競争力の低下等により当グループの業績に悪影響を及ぼす可能性があります、最悪の場合にはサービス運営そのものの継続ができなくなる可能性もあります。また、商品の配送関連サービスやコンビニエンスストアを通じたサービスの提供など、第三者が顧客との接点を担っている場合があり、それらのサービスにおける不手際により、当グループのブランドイメージの低下に繋がる可能性があります。

当グループにおいては、上記に限らず、外部の第三者に業務を委託したり、また第三者からの情報や役務の提供に依存して、サービスを運営する面が多々あります。これら第三者の経営状況が悪化する等の理由により、当グループの事業運営上支障が生じ、結果として業績に悪影響を与える可能性があります。

(3) 他社製プラグインソフトウェアなどへの依存について

当グループのサービスにおいては、広告表示や動画表示などにおいて豊かな表現を可能とする為に、他社が開発し無料で配布している機能拡張ソフトウェア（＝プラグイン）に依存しています。一般的にこれらの機能拡張ソフトウェアは、初期状態でインストールされており使用可能な状態、ないしは自動的にインストールを誘導される状態となっておりますが、サービスの利用者がこれらの機能拡張ソフトウェアを削除、もしくは使用不可状態に設定をしたり、または、機能拡張ソフトウェア配布元企業がこれらのソフトウェアを有料化ないしは、使用不可とする可能性があります、その場合、表現力が低下したり機能などに制限が出る可能性があります、またはサービスによってはサービスの提供自体が不可能になる可能性があります。

また、近年、広告の表示を阻止するような機能を有する機能拡張ソフトウェアも存在し、それを利用者が使用することにより、ディスプレイ広告や検索結果などに対する広告の表示が制限される可能性があります。

これらの状況によっては、当グループの広告ビジネスおよびサービスに多大な影響を及ぼす可能性があります。

VII 技術革新・研究開発への対応について

(1) 技術革新への対応について

コンピュータ関連技術の変革は著しく、インターネット関連分野においてもマルチメディア対応の新言語、新技術等が逐次開発されています。当グループが提供するサービスはこれらのインターネット関連技術を基盤としています。技術革新の速さ、業界標準および顧客ニーズの変化、新技術・新サービスの相次ぐ登場等がインターネット関連業界の特徴となっています。

これらに対応し競争力を維持するために、当グループはインターネット先進国である米国で当グループと同様の事業を営んでいるヤフー・インクと緊密に協調し、これらの技術を自社のサービスに活用すべく技術開発を進めています。当グループおよびヤフー・インクの新技术への対応が遅れた場合、当グループの提供するサービスが陳腐化し、競合他社に対する競争力が低下する可能性があります。また、ローカライズにかかわる作業による支出の増加や、米国よりも日本の技術が先行した場合などに備えた体制への対応等、当グループ独自の開発負担も今後ますます増加していくものと思われます。

(2) 研究開発への取り組みについて

当グループは、インターネット利用者の増加・多様化に対応するため、新たな戦略やビジネスを開発し、顧客のニーズを満たすコンテンツやサービスを提供することで、当グループの競争優位性を維持していきたいと考えています。その一環として平成19年4月1日に「Yahoo! JAPAN研究所」を設立いたしました。これらに必要な研究開発費用については相応の支出を見込んでおりますが、開発までに要する時間等の面で競争力の低下を招く可能性や、予想以上に費用が発生してしまう可能性があります。

この業界は参入者も多く競争の激しい市場であると共に、技術革新が常態である、変化のスピードが速い、提供するサービスのライフサイクルが短い等の特性を有しています。そのため、当グループとしては、専門知識・技術を有する複数のスタッフの採用や、実績のある外部業者との協業により、業務の効率化を図り、常に市場ニーズの変化に迅速に対応可能となるようサービス企画・システム開発体制を整備していく所存であります。しかしながら、システム構築に予定以上の期間がかかってしまったり、開発コストが多くかかる等により、期待通りの収益を得られない可能性や、これらの開発に当グループの資源が集中することにより、当グループの他サービスの開発・運営に支障をきたす可能性があります。また、技術上・運営上の問題を原因として、当グループに対し損害賠償が求められる可能性も皆無ではありません。

さらに、前述の通り携帯電話等のモバイル端末を通じたインターネット利用への対応を実施していますが、そのための開発費等の支出により当グループの収益を圧迫する可能性があります。

Ⅷ 当グループの運営について

(1) オーバーチュア株式会社の提供するサービスについて

① オーバーチュア株式会社に係わるサービス提供契約について

契約会社名	ヤフー株式会社(当社)、オーバーチュア株式会社(連結子会社)
契約相手先	オーバーチュア・サーチ・サービズ・(アイルランド)・リミテッド(以下、「OSSIL」という)、ヤフー・インク
締結年月日	平成19年8月31日
契約期間	平成19年8月31日から平成29年8月30日まで(10年間)
主な内容	<p>サービス提供契約(ADVERTISER AND PUBLISHER SERVICES AGREEMENT)</p> <p>① 当事者の基本的役割</p> <p>OSSILはOSSILの提供する対象サービスが競争力を持つよう開発努力を行い、また、オーバーチュア株式会社は顧客が対象サービスを利用することにより対象サービスの売上が拡大するようマーケティング努力を行う。日本マーケット向けに最適なサービスを開発するため、OSSILおよびオーバーチュア株式会社は協議体を通じて日本マーケット特有のカスタマイズ等の開発スケジュールを策定する。</p> <p>② OSSILによる対象サービスの独占的提供</p> <p>対象サービス(契約締結時は、検索連動広告とコンテンツマッチ広告に関する広告関連プラットフォームの提供が対象サービスとなり、爾後、検索・広告関連サービス等のうち、本契約上で定められた手続きを経て対象サービスとして追加されたものが含まれる)についてオーバーチュア株式会社、当社および当社が50%超の議決権を有する当社の子会社が日本国内において独占的に提供を受ける。</p> <p>③ オーバーチュア株式会社のOSSILに対するサービスフィーの支払い</p> <p>オーバーチュア株式会社はOSSILに対し、対象サービスもしくはOSSILの技術やシステムを利用することでオーバーチュア株式会社もしくはオーバーチュア株式会社が20%以上の議決権を有する関連会社に発生したグロス売上に、年次毎に定められたレートを乗じた金額を支払う。</p> <p>④ オーバーチュア株式会社の独占権</p> <p>OSSIL、ヤフー・インクまたはヤフー・インクの子会社が保有する検索・広告関連サービス等について、オーバーチュア株式会社は日本国内において独占的に提供する権利がある。</p> <p>⑤ 対象サービスについての排他義務</p> <p>オーバーチュア株式会社、当社および当社が50%超の議決権を有する当社の子会社は、対象サービスと同種のサービスについて、OSSIL以外が提供するものを提供してはならない。なお、契約上定められたサービスレベルに対する重大な違反などによりOSSILの提供するサービスのパフォーマンスが上がり、オーバーチュア株式会社のビジネスに深刻な影響を与える場合は、協議体を通じて解決する事となっている。また、契約時点で当社の保有している技術及びサービスについては当該義務の限りでない。</p>

② 検索連動広告サービスについて

当グループにおきましては、当社の子会社であるオーバーチュア株式会社(注)との提携により運営する検索連動広告の売上が堅調に拡大しており、広告売上全体に対する割合が高くなってきています。検索連動広告の広告配信プラットフォームはヤフー・インク及びヤフー・インクの子会社であるOSSILで開発・運用・保守されており、オーバーチュア株式会社はそのプラットフォームを利用した広告商品(検索連動広告およびコンテンツ連動広告)の日本における営業・販売活動を行っております。そのため、当社とヤフー・インクとの関係の変動やヤフー・インクの運営に何らかの支障が生じた場合、当グループの業績やサービスの継続自体に重大な影響を与える可能性があります。

また、最近では検索連動広告がそのクリック数で報酬が決定されることを悪用し、不正にクリック数を増やし、広告主に過剰な広告料金を負担させるという詐欺行為が問題になっています。米国では、その被害に遭った広告主が、集団でこのような広告商品を提供している企業に対して訴訟を提起するという事態が実際に発生しています。今後、当グループならびにオーバーチュア株式会社に対し同様の訴訟を起こされる可能性は皆無とは言えず、その場合ブランドイメージが損なわれ、業績に影響を及ぼす可能性があります。

(注) 平成19年8月31日に前述の契約を締結し、平成19年9月1日よりオーバーチュア株式会社は当社の子会社となりました。

③ 検索連動広告におけるパートナーシップについて

オーバーチュア株式会社の提供する検索連動広告は、当社だけでなく国内の各ポータルサイトなどパートナー各社とも提携を行っており、同広告市場の中でナンバーワンのシェアを誇っております。当グループとしては引き続き提携パートナーの拡充や、新しいサービスの創出に努力をしていく所存ですが、これらのパートナーとの提携の解消などがあった場合、当グループの収益に多大な影響を及ぼす可能性があります。

(2) サービス等の品質維持・管理について

① 良質の情報やコンテンツの確保について

当グループでは、時事ニュース、気象情報、株価等の情報サービスや、映像、音楽等のコンテンツをインターネット利用者に提供しています。今後も、利用者が有用と考えるような良質の情報やコンテンツを継続的に確保していく所存ですが、予定通り情報やコンテンツが集まらなかったり、その確保に想定以上のコストがかかったりした場合、インターネット利用者による当グループのサービスの利用度が低下し、期待通りの収益を上げられない可能性があります。

② 広告の掲載保証について

当グループの広告商品には、前述の通り掲載期間と掲出インプレッション数を保証しているものが多く、その期間の長さや掲出頻度などにより広告料金を設定しております。しかしながら、インターネットとの接続環境に問題が生じたような場合や、システムに支障が生じた場合などの理由により、広告を掲載するのに必要なインプレッション数を確保できない場合は、掲載期間延長や広告掲載補填等の措置を講じなければならない等、当グループの広告売上に影響を及ぼす可能性があります。

また、広告主の出稿ニーズはあるもののそれに合わせたサービスを提供できない場合、当グループの収益獲得機会の損失につながると同時に広告主の出稿意欲の減退を招くことになり、当グループの広告売上に影響を与える可能性があります。

③ サービスの継続的な改善について

当グループの属するインターネット業界は技術や市場の変化が激しく、新しいサービスも次々と誕生してきています。そのような状況の中、当グループのサービスが競争優位性を維持向上していくためには、ユーザーエクスペリエンス(=利用における経験感)を絶えず向上することが重要と考えています。ユーザーエクスペリエンスの向上には、利用者とのサービスの接点である表示や操作に係わる視認性やデザイン、操作性の向上に始まり、検索などの応答結果が利用者の求めている情報や好みにどれだけ近いかという情報のマッチング精度の向上、結果の応答速度やフィードバックの向上など多義に渡る継続的な改善を必要とします。

当グループではこれらのサービスの改善に対する投資を継続的に行う必要があり、これらの投資が適切に行われなかった場合には、当グループのサービスの競争優位性やブランドイメージの低下につながる可能性や、サービス改善への費用の増加に伴い、業績に影響を及ぼす可能性があります。また、サービスの改善やリニューアルにあたっては、それによる効果について事前に十分な

調査やテストを行っておりますが、期待していた効果とは逆に利用者の減少やページビューの低下を引き起こす可能性もあり、広告販売等への影響から業績に影響を及ぼす可能性があります。

④ 良質なサービスを提供するための設備投資について

当グループでは、今後予想される事業規模の拡大に伴い、顧客ニーズに合った良質なサービスを継続的に提供していくために、現在の事業規模と比較して多額となる設備計画を有しています。インターネットの利用者層がさらに拡大し、そのブロードバンド化・ユビキタス化が促進されることによって、今後当グループにおいては、より多くのアクセスの集中や短時間での大量のデータ送受信に十分に対応可能なネットワーク関連設備を逐次整備充実していく必要があります。また大量の通信トラフィックをスムーズにコントロールするためのシステムやネットワークの構築や、決済機能や顧客情報の管理のためのセキュリティ面の強化、利用者からの問い合わせの増加・多様化に適切に対応するためのシステムの強化充実等、今後は従来にも増して大規模な設備投資をタイミングよく実施していく必要性がより高まるものと予想されます。加えて、当グループの業容拡大に必要なオフィススペースの確保・拡充のための設備投資も継続的に必要となるものと勘案されます。

これらの設備投資の実行に関しては、費用対効果の検証を十分に行い、システム開発ならびに機器購入にかかるコストの適正化に注力することにより、必要以上の資金支出を発生させないよう留意しています。

当グループは今後の業績拡大により、かかる費用ならびに資金支出の増加を吸収するのに十分な利益を計上し営業キャッシュフローを獲得できるものと考えていますが、設備投資の効果が十分でなかったり、効果が遅れて現れたりした場合には、当グループの利益ならびにキャッシュフローに影響を及ぼす可能性があります。また前述のようにインターネット関連業界では技術革新や顧客ニーズの変化が著しいことから、投資した設備の利用可能期間も当初想定より短くなってしまいう可能性があり、その結果、会計方針の変更により償却期間が短縮され、当グループの年度当たりの減価償却費負担が現状よりも高水準で推移することや、既存設備の除却等により通常の水準を超える一時的な損失が発生する可能性があります。

⑤ 事業内容の多様化と新規事業への取り組みについて

当グループにおきましては、その事業基盤をより強固なものとし、良質なサービスを提供することを目的として、今後も事業内容の多様化や新規事業への取り組みをさらに進めていく予定ですが、これらを実現するためには、人材の採用・設備の増強・研究開発費の発生等の追加的な支出が発生する可能性があります。

また、これらの事業が安定して収益を生み出すにはしばらく時間がかかることが予想されるため、結果として当グループ全体の利益率が一時的に低下する可能性があります。

同様に、これらの事業が必ずしも当グループの目論見通りに推移する保証はなく、その場合には追加的な支出分についての回収が行えず、当グループの業績に大きな影響を与える可能性があります。

⑥ 当グループの保有する特許権・著作権等の知的財産権について

当グループの保有している知的財産権は競争優位性を発揮する為の重要な要素の一つであると考えており、これら著作権や特許、商標やデザイン、ドメインネームなどを生み出し、所有し、保護していく必要があると考えております。当グループのサービスの多くは、これら著作権等の権利を含むコンテンツ情報を利用者へ提供し、利用者はそれらのコンテンツ情報を利用規約の範囲内にて活用することが可能となっております。

これらのコンテンツに付随する権利は法律により保護されておりますが、利用者が利用規約の範囲を超えてそれらのコンテンツデータを再利用等する場合があります。当グループはそれによりブランドイメージの低下などの不利益を被る可能性や、それらの行為から当社の権利を保護する為の費用の増加により当グループの業績に影響を与える可能性があります。また、これらの権利を有効活用する為には費用が発生する場合があります、その費用対効果が十分でないために、これらの権利が十分に活用できない可能性があります。

(3) 内部管理体制について

① 内部管理・運用体制について

当グループでは、業務上の人為的ミスやその再発、内部関係者の不正行為等による不具合の発生などが起きることのないよう、より一層厳格な内部管理・運用の基準を作成し行動に移すなどの対策をとっています。また、平成18年4月から当社における業務の有効性や効率性、財務報告

の信頼性を高め法令順守を徹底し、適法かつ適正なコーポレートガバナンスをより一層強化するために、社長直属の独立した組織である内部統制室を設置しました。しかしながら、将来的に業務運営、管理体制上の問題が発生する可能性は皆無ではありません。

② 業容拡大に伴う人的資源管理について

当グループにおきましては、今後の業容拡大による広告営業や技術開発のための人員増強・体制強化に加えて、インターネット利用者増加に伴うホームページ登録作業の増加、コミュニティーサービスやショッピングサービスの運用・管理のためのサポート、ならびに有料サービスについての課金管理・カスタマーサポート等、業務の多様化に対応するための増員も必要になります。

このような業務の拡大に対して適切かつ十分な人的・組織的な対応ができない場合は、当グループのサービスの競争力の低下ならびに利用者やショッピング各店舗等とのトラブルや事業の効率性等に支障が生じる可能性があります。

また、人員の増強については業績等を勘案し注意深く行っていますが、これに伴い、人件費や賃借料等固定費が増加し、利益率の低下を招く可能性があります。

③ 役職員の継続勤務について

当グループは、役職員、特にキーパーソンの継続的な勤務に依存している部分があります。キーパーソンには、代表取締役、取締役を始め、各部署の代表者からなる経営会議メンバーが含まれており、それぞれが当グループおよび当グループの業務に関して専門的な知識・技術を有しています。これらのキーパーソンが当グループを退職し、当グループが適確な後任者の採用に失敗した場合、事業の継続、発展に悪影響が生じる可能性があります。

また、当社人事施策の一環として採用しているストックオプションは、一部の役職員に付与されていますが、株式市場の状況によっては有効に作用せず、役職員のモチベーション低下、さらには人材の流出を招く可能性が皆無ではありません。

④ 不特定多数の個人顧客との取引増加への対応について

当社における事業規模の拡大や、子会社・関連会社を通じた電子商取引ビジネスなどへの取り組みの強化により、当グループにおいては、不特定多数の個人顧客からの直接収益の当グループ全体収益に占める割合が徐々に大きくなってきています。当グループにおきましては、これら不特定多数の顧客への対応として、専門の担当チームを組成することにより管理体制の強化を図ったり、新たなシステムの導入により業務の効率化を図る等の手段をとっています。しかしながら、これらの施策にもかかわらず、小口債権の増加とこれに伴う未回収債権の増加、クレジットカード決済に伴うトラブルの増加、債権回収コストの増加等、決済ならびに債権回収に関するリスクが増加する可能性があります。

また、顧客からの問い合わせも、従来のサービス利用に関するものがその中心であったものから、代金支払に関するもの、サービスや商品の返品・交換に関するもの、当グループから第三者に委託している内容(物流・決済等)に関するもの等へと、質的・量的に拡大する可能性があります。当グループにおきましては、これら顧客からの問い合わせに適切に対応できるよう、スタッフの増強、組織管理体制の強化充実、業務の標準化・システム化の推進による効率化等を常に進めています。しかしながら、これらの施策充実に伴うコストの増大により、当グループの収益に影響を与える可能性があります。加えて、これらの施策にもかかわらず顧客の満足度が十分に得られない可能性も否定できず、その場合にはブランドイメージが損なわれる等の理由により、当グループの収益に悪影響を与える可能性があります。

⑤ 取引先の信用に関するリスク

当グループにおきましては、広告商品その他の販売にあたっては、社内規程に則って販売先の与信状況等を十分に吟味しています。また、販売代理店を経由したりクレジットカード等の決済方法をとることにより、売上債権の回収に支障をきたさないよう十分な注意を払っています。しかしながら、景気の変動などによる取引先の経営状況の悪化等の影響により、今後売上債権の回収が滞ったり、回収不能が発生する可能性が高まっていくことも考えられます。

また、「Yahoo! JAPANカード」においては、個人会員の与信判断の厳格化や利用状況のモニタリング等により貸倒れの発生を抑制していく所存ですが、クレジットカード会員の信用状況の悪化に伴う貸倒れ等により、立替金が回収できない可能性があります。

(4) 連結グループ運営について

当社の子会社・関連会社については、その規模は様々で、内部管理体制の水準もその規模に応じて様々なものとなっています。各社ともに、現状の業容の拡大に応じて適宜必要な人員の確保・組織体制の強化を図っていく方針ですが、これが適時に実現できない場合、グループの業績に支障をきたす可能性があります。

また、各社サービスの運営にあたっては、当社サービスならびにネットワークシステムとの連携、当社からの人的支援等が不可欠となっており、現在は当社の関連する部門が各社との連携を密にしてその支援を実施していますが、当社ならびに子会社・関連会社各社の業容拡大等によりこれらの連携・支援を十分に行うことが困難な状況となる可能性もあり、その場合には各社の業務運営に悪影響を及ぼす可能性があります。

子会社・関連会社のいくつかについては、第三者との間で合弁事業として設立・運営しているものがあり、これらの会社においては、特に販売・仕入・物流・システム面において、その業務運営を合弁パートナーである当該第三者に大きく依存しています。現時点においては、各合弁パートナーとの関係は良好であり、パートナーとの協力関係は各社の業務運営上極めて効果的に機能していますが、将来的にこれらパートナーとの間で何らかの理由により協業・提携関係に支障をきたすような事態が発生した場合、各社の業績に悪影響を与える可能性があり、最悪の場合会社によってはその事業運営の継続が不可能になることも皆無ではありません。

IX 資金調達・金利変動に関わるリスク

(1) 携帯電話事業への出資に伴う資金調達について

前述の通り、ソフトバンク株式会社が携帯電話事業を行うため、ボーダフォン株式会社(現ソフトバンクモバイル株式会社)を買収するにあたり、当社は120,000百万円の出資(優先株式の引受および新株予約権の取得)を実施いたしました。また、この出資金につき株式会社みずほコーポレート銀行をアレンジャーとするシンジケートを借入先として、同日付にて借入金額80,000百万円の資金調達を実施いたしました。

借入検討時において、借入金額の妥当性ならびにキャッシュフローでの返済余力、および借入条件などを十分に吟味のうえ調達しておりますが、金利上昇に伴う金融機関への支払利息額の増加が発生する可能性があり、その場合当社の業績に影響を与える可能性があります。

(2) 「Yahoo!かんたん決済」における資金調達について

「Yahoo!かんたん決済」は、「Yahoo!オークション」における商品売買取引後の当事者間での決済を、出品者(販売者)および落札者(購入者)の委託に基づき、当社子会社である株式会社ネットラストが代行して行うものです。

当サービスにおいては、落札者がクレジットカードないしネットバンクでの支払を行った翌営業日～3営業日後に株式会社ネットラストから出品者へ立替払いを実施するため、カード会社を束ねる取りまとめ金融機関との精算により当該立替分を回収するまでの間の資金調達が必要となります。現在、取りまとめ金融機関からの精算サイクルの短期化による立替資金の縮小化、調達方法の多様化について検討を進めていますが、サービスの拡大ペースが現在想定しているペースを大幅に上回る場合、必要資金を適切なコストで調達できない可能性があります。また、立替総額が相応の規模となった場合、金利上昇に伴う金融機関等への支払利息額の増加が発生し、当グループの事業および経営成績に重大な影響を及ぼす可能性があります。

(3) 「Yahoo! JAPANカード」における資金調達について

「Yahoo! JAPANカード」は、これまでの提携カードと異なり、当社がクレジットカードの発行主体となるサービスで、クレジットカード申込者に対し信用供与を行うものです。クレジットカード会員がカード決済した代金について、クレジットカード加盟店に対し立替払いを行います。クレジットカード会員からの資金回収が月1回であるのに対し、クレジットカード加盟店に対しては月3回程程度の立替払いを行うため、立替資金が必要となります。また事業拡大に伴い、調達方法の多様化等について検討を進めますが、立替払いに必要な資金を適切なコストで調達できない可能性があります。

X 投融資に関わるリスクについて

当グループにおいては、事業上の結びつきを持って、もしくは将来的な提携を視野に入れて投資を実行しておりますが、これらの投資による出資金等が回収できなくなる可能性が高まっていくことも考えられます。

また、投資先のうちすでに株式公開をしており評価益が発生している企業がありますが、これらの評価益が減少したり、評価損が発生する可能性があります。

さらに、当グループにおきましては、一般的な会計基準に即した社内ルールを適切に運営して当グループ保有有価証券の減損処理等必要な措置を適宜とることにより、投資先企業の事業成績が当グループの業績に適切に反映されるよう最大限の注意を払っています。しかしながら、投資先企業の今後の業績の如何によっては、将来的に当グループの損益に追加的な悪影響を及ぼす可能性もあります。

今後も当グループにおきましては、事業上のシナジー効果の追求や業容の拡大を目的として、第三者企業への資本参加、合併事業への抛出、新会社設立等の形での新規投資の実行や、子会社・関連会社の資金ニーズに適切に対応するための当社による融資の実行等が予想されます。その実施にあたっては、十分な事前審査と社内手続きを経て当該投融資に付帯するリスクを吟味の上で行っていきますが、これらの新規の投融資により当初計画していた水準の利益が獲得できなかつたり、最悪の場合にはその回収が滞るなどして、将来的に当グループの財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。