

LINEヤフー株式会社 決算説明会

2023年度 第2四半期

2023年11月7日

証券コード：4689

LINEヤフー

売上収益 4,412億円 (YoY+11.9%)、調整後EBITDAは1,033億円(同+28.1%) ともにQ2として過去最高を更新



連結業績

- メディア事業: 広告が緩やかに回復し、増収増益。料金プラン改定でアカウント広告の成長率は20%超
- コマース事業: eコマース取扱高の改善により、増収増益。ショッピングは改善傾向が継続、トラベルは2桁成長
- 戦略事業: 選択と集中により、調整後EBITDAが初の黒字化

トピックス

- 10月にアカウント連携を開始。11月のLYPプレミアムで、クロスユースを促進
- LINEリニューアルで一層の成長を目指す

目次

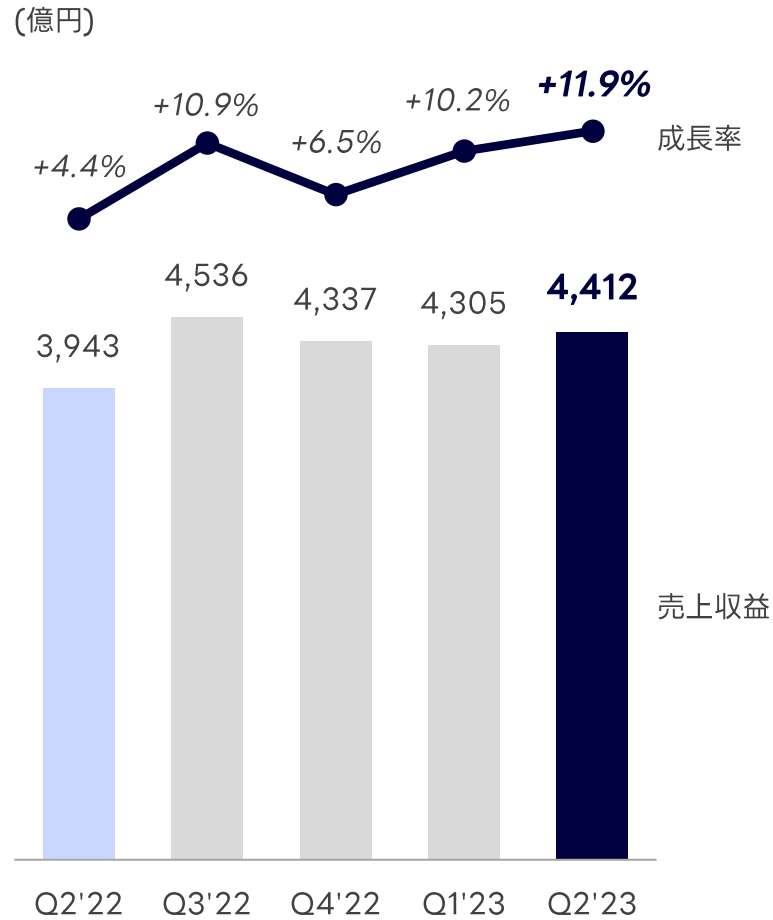
- 1 全社連結業績**
- 2 セグメント別業績・トピックス**
- 3 今後の取組み**

目次

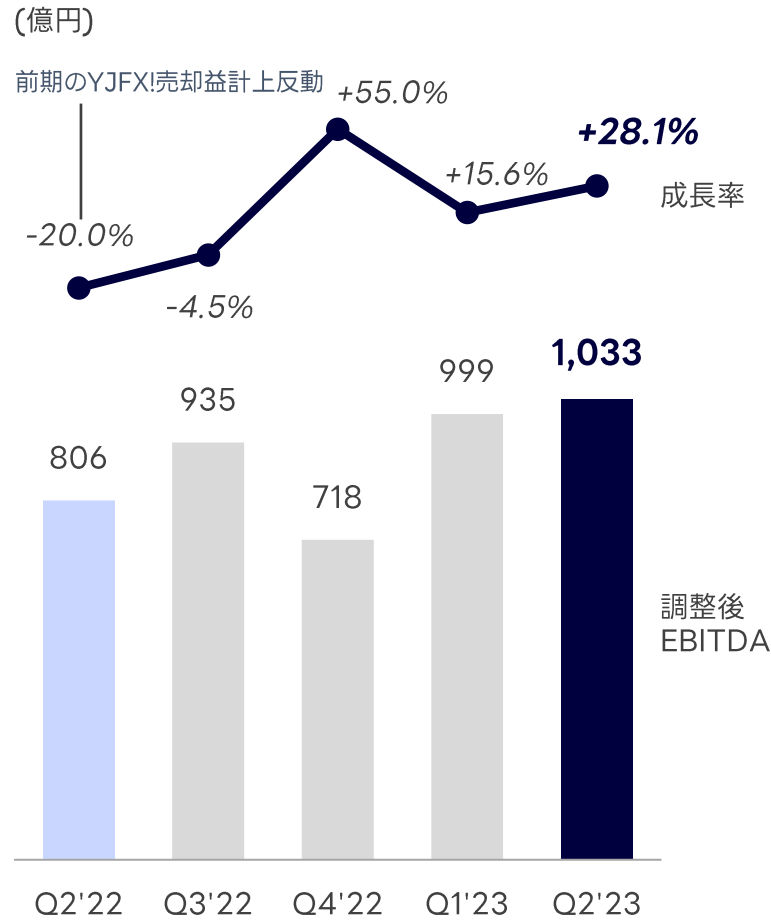
- 1 全社連結業績**
- 2 セグメント別業績・トピックス
- 3 今後の取組み

PayPay連結化により増収、コスト最適化や選択と集中で25%超の増益

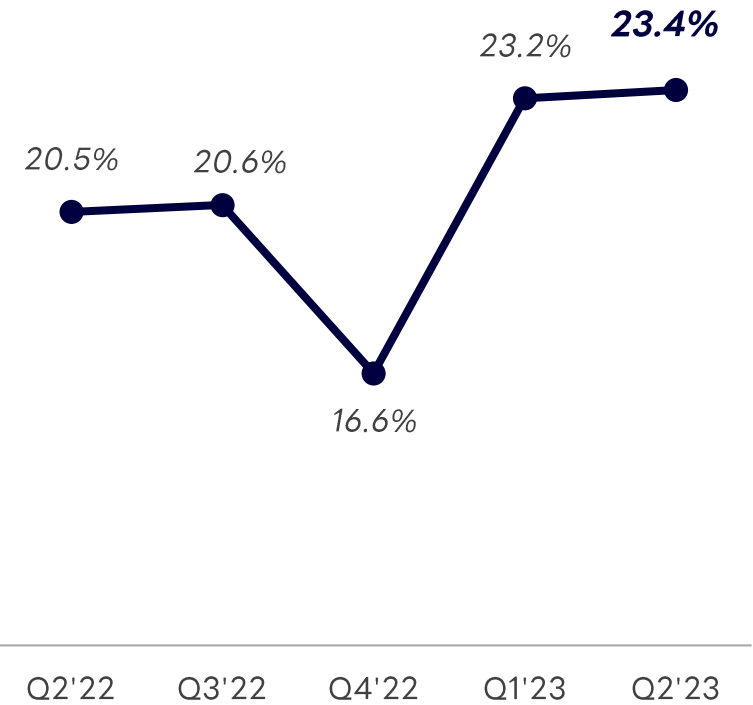
売上収益・成長率 (YoY)



調整後EBITDA・成長率 (YoY)



調整後EBITDAマージン



LINEヤフーでの粗利が回復基調、固定費削減が計画以上に進捗

調整後EBITDA 増減要因

(億円)



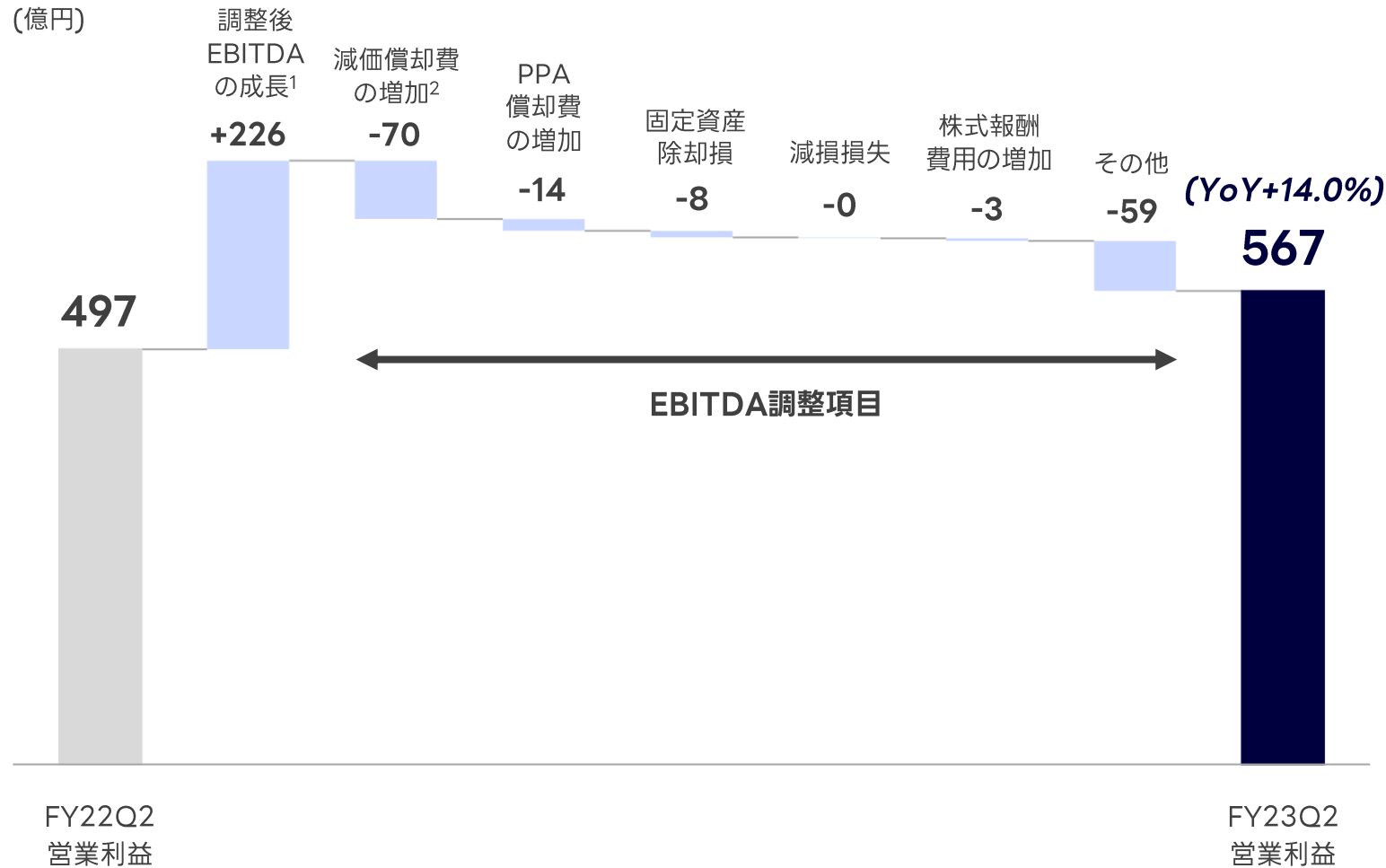
FY23Q2販管費・調整後EBITDA改善項目



1. (株) ZOZO、アスクル(株)、バリューコマース(株)、PayPay連結を除く
2. (株) ZOZO、アスクル(株)、バリューコマース(株)
3. PayPay(株)およびPayPayカード(株)を含む。両社間の内部取引消去後の数値。当社にて関連するIFRS調整を行い独自に算出
4. 財務会計上の販管費の改善金額
5. 財務会計上のEBITDAの改善金額

営業利益の増減分析

前年発生した一時評価益を含むその他が減少したが、14%の増益



(億円)

	FY22Q2	FY23Q2	YoY
調整後 EBITDA ¹	806	1,033	+226
減価償却費 ²	271	341	+70
PPA 償却費	79	94	+14
固定資産除却損	4	12	+8
減損損失	-0	0	+0
株式報酬費用	42	45	+3
その他	-88	-28	+59
営業利益	497	567	+69

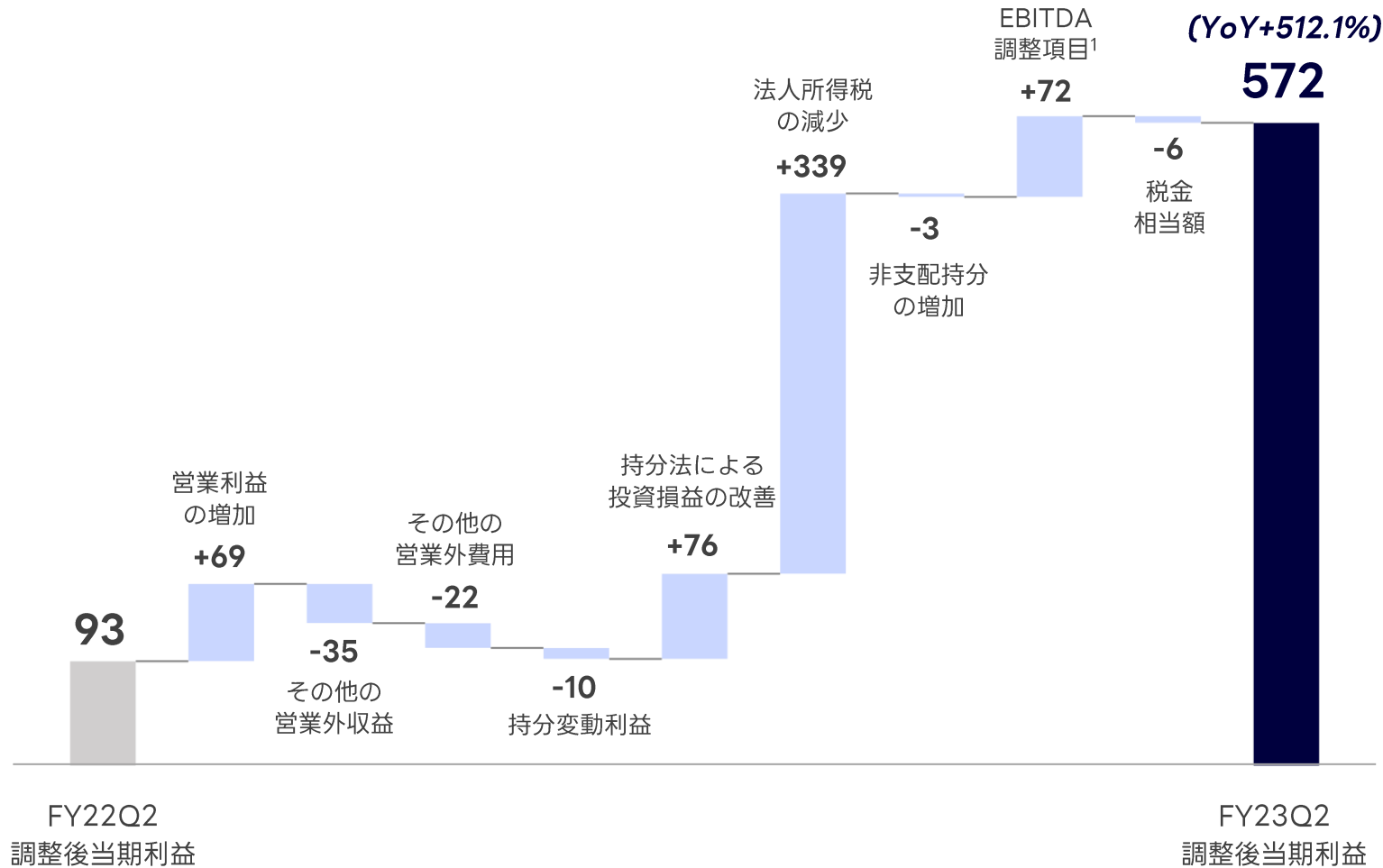
1. 調整後 EBITDA: 営業利益 + 減価償却費及び償却費 ± EBITDA 調整項目。EBITDA 調整項目: 営業収益・費用の内、非経常かつ非現金の取引損益 (固定資産除却損、減損損失、株式報酬費用、段階取得差損益、その他現金の流出が未確定な取引 (一時的な引当金等) 等)。また、一部ファンドの保有株式の売却損益。2022 年度第 3 四半期より定義を変更。減価償却費及び償却費に一部の賃借料を、EBITDA 調整項目に一部ファンドの保有株式の売却損益を追加

2. 減価償却費及び償却費: 減価償却費、使用権資産減価償却費、一部の賃借料

調整後当期利益の増減分析

合併による税効果を認識したため、約6.1倍に増益

(億円)



(億円)

	FY22Q2	FY23Q2	YoY
営業利益	497	567	+69
その他の営業外収益	53	17	-35
その他の営業外費用	30	52	+22
持分変動利益	11	1	-10
持分法による投資損益	-107	-30	+76
法人所得税	233	-105	-339
非支配持分	39	43	+3
親会社の所有者に 帰属する当期利益	150	564	+413
EBITDA調整項目 ¹	-42	30	+72
税金相当額	15	22	+6
調整後当期利益	93	572	+478

1. EBITDA調整項目:営業収益・費用の内、非経常かつ非現金の取引損益(固定資産除却損、減損損失、株式報酬費用、段階取得差損益、その他現金の流出が未確定な取引(一時的な引当金等)等)。また、一部ファンドの保有株式の売却損益

全社 調整後EBITDAの進捗率は55%だが、ガイダンスは維持
 なお、合併に伴いFY23Q3から全社コストの配賦を見直し予定

セグメント	項目	FY2022 実績	FY2023 ガイダンス	YoY	全社コスト配賦 見直後の 配賦イメージ ²
全社	売上収益	約1.67 兆円	約1.90 兆円	約+14 %	
	調整後EBITDA	3,326 億円	3,560~3,660 億円	約+10 %	
メディア	広告売上収益 ¹	5,424 億円	-	+1桁前半 %	
	調整後EBITDA	2,580 億円	2,650 億円	+2.7 %	約70 % ←
コマース	売上収益	8,364 億円	-	+1桁半ば~後半 %	
	調整後EBITDA	1,541 億円	1,720 億円	+11.6 %	約40 % ←
戦略	調整後EBITDA	-461 億円	-255 億円	-	約-10 % ←
その他・調整額	調整後EBITDA	-333 億円	-515 億円	-	

1. メディア事業の売上収益から、メディア事業の「その他」を除いた数値

2. 未監査の数値を前提とした配賦イメージであり、今後変更される可能性あり

目次

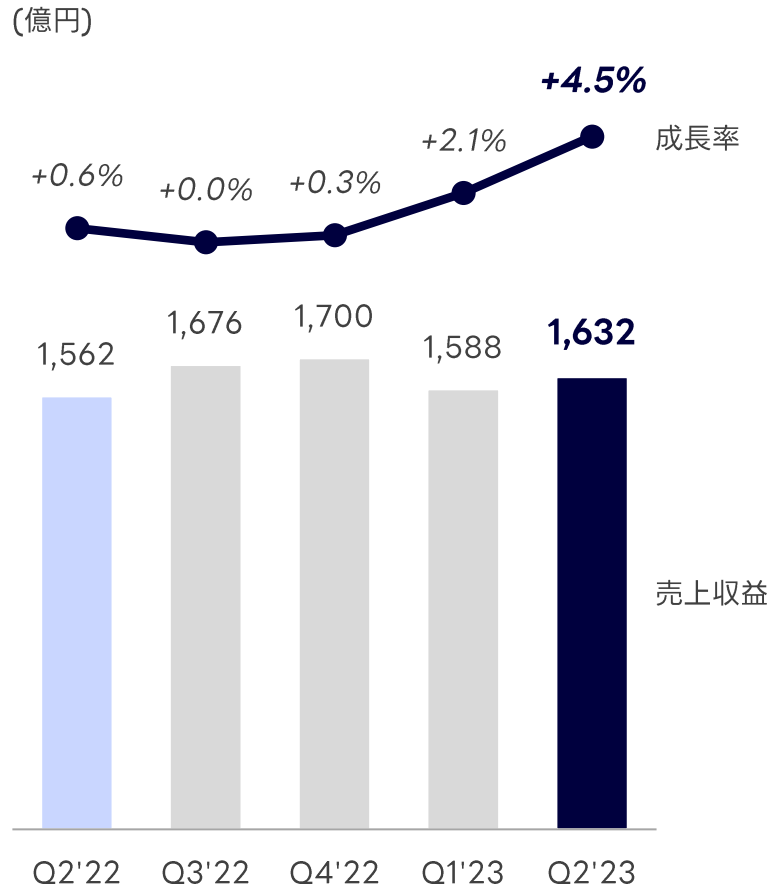
1 全社連結業績

2 セグメント別業績・トピックス

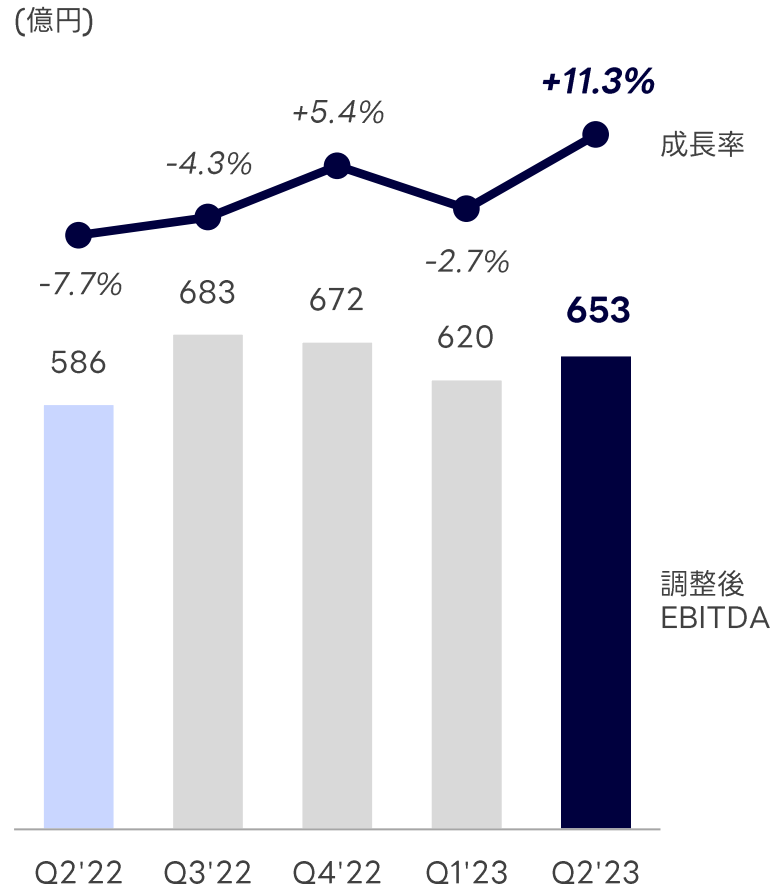
3 今後の取組み

広告が緩やかに回復し、増収増益

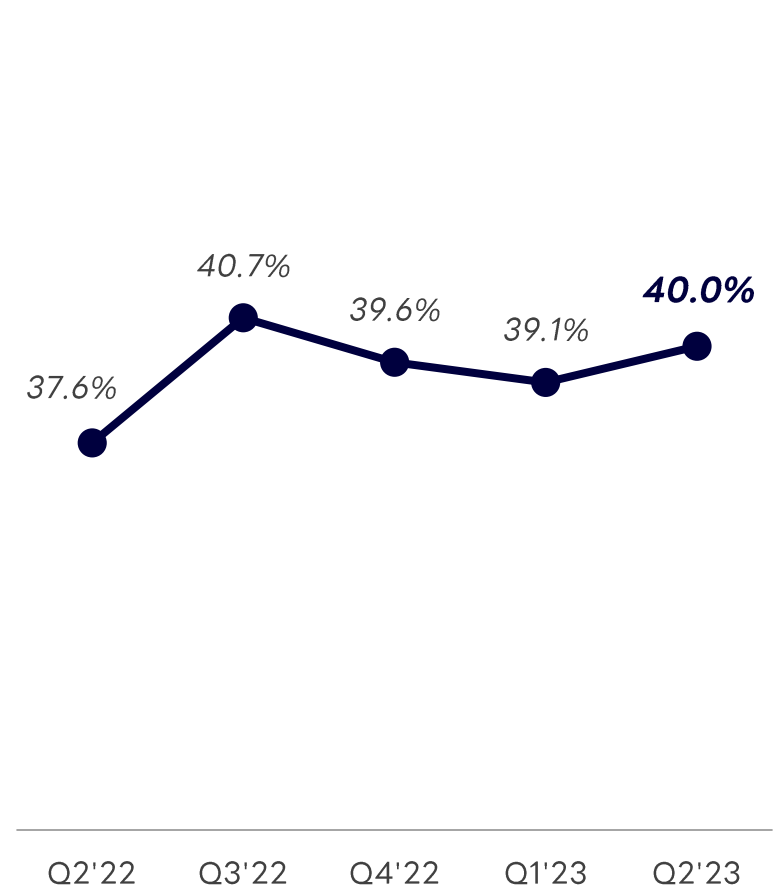
売上収益・成長率¹ (YoY)



調整後EBITDA・成長率¹ (YoY)



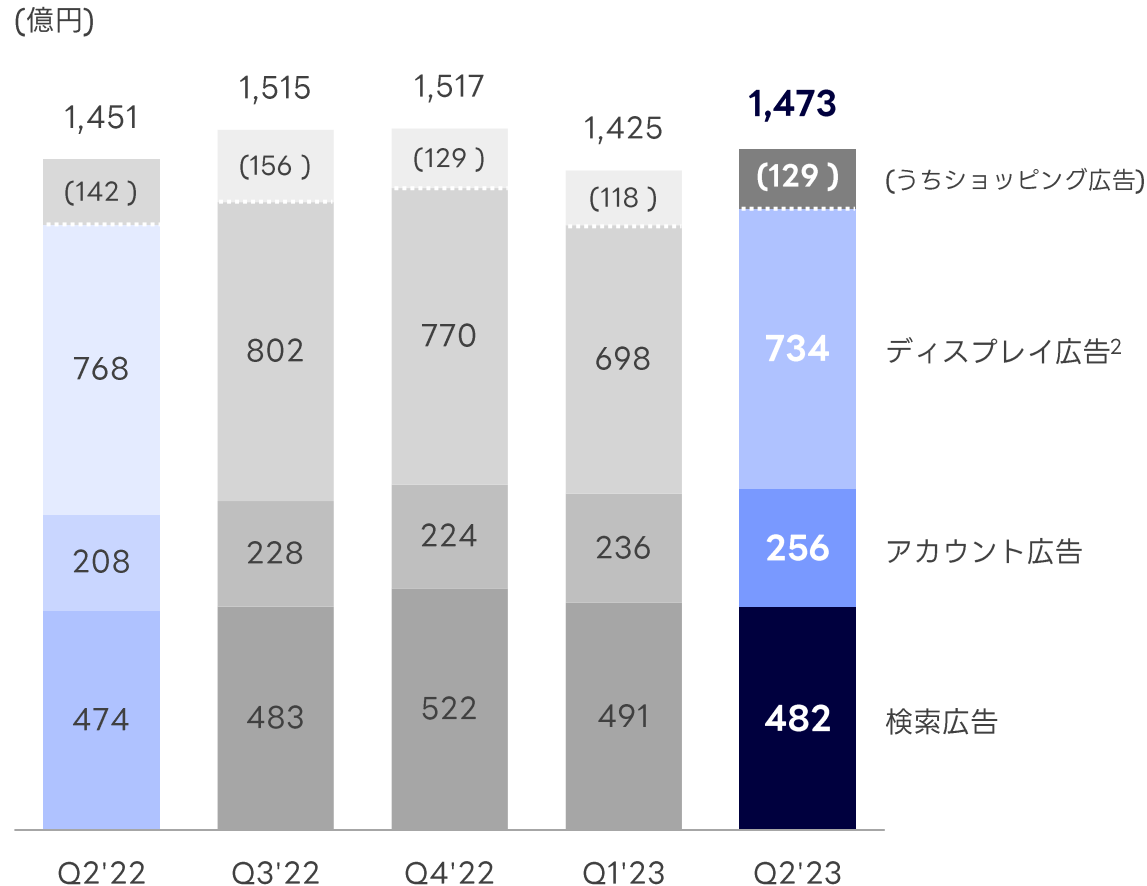
調整後EBITDAマージン



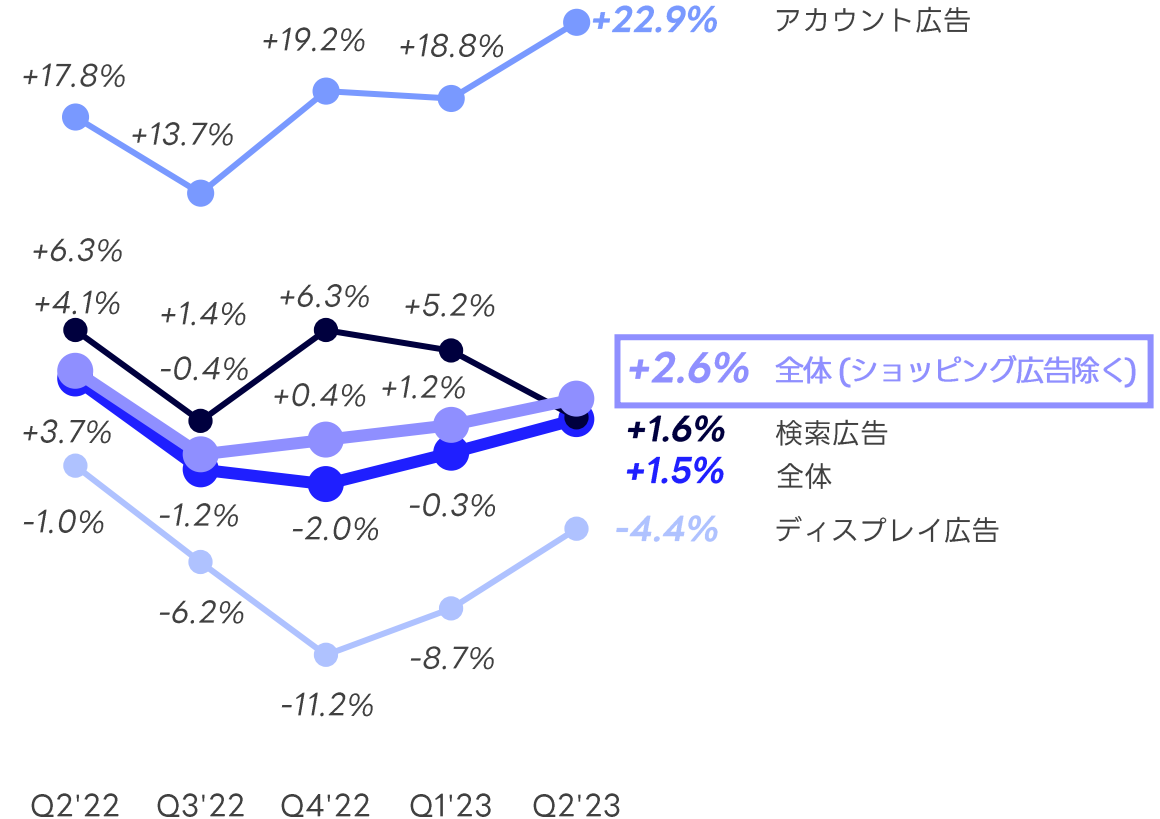
1. FY23Q1より、その他に区分されていたヤフー (株) のデータソリューションサービスおよびdely (株) のサービスをメディア事業に移管し、その他および調整額に配賦していたLINE (株) およびその子会社に関する費用の一部をメディア事業に配賦。これによりFY22のセグメント情報を修正

検索広告の成長率は鈍化も、ディスプレイ広告が緩やかに改善傾向

全社 広告関連売上収益¹



全社 広告関連売上収益 成長率¹ (YoY)



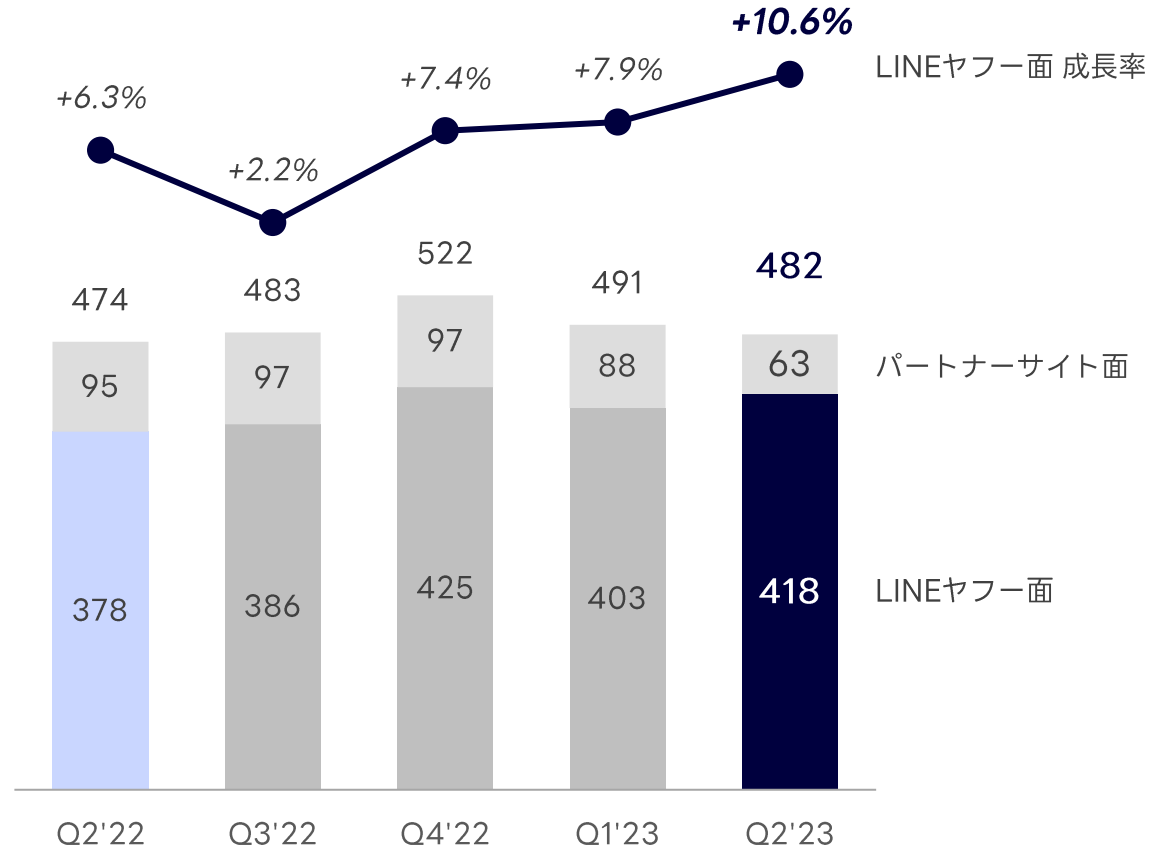
1. FY22Q1より、LINE (株) において、調整額に区分されていたサービスを各セグメントに移管したことに伴い、FY21Q1より、LINE広告事業の売上収益を遡及修正

2. ディスプレイ広告には、その他LINE広告およびショッピング広告の売上収益を含む。ショッピング広告の売上収益はコマース事業に計上

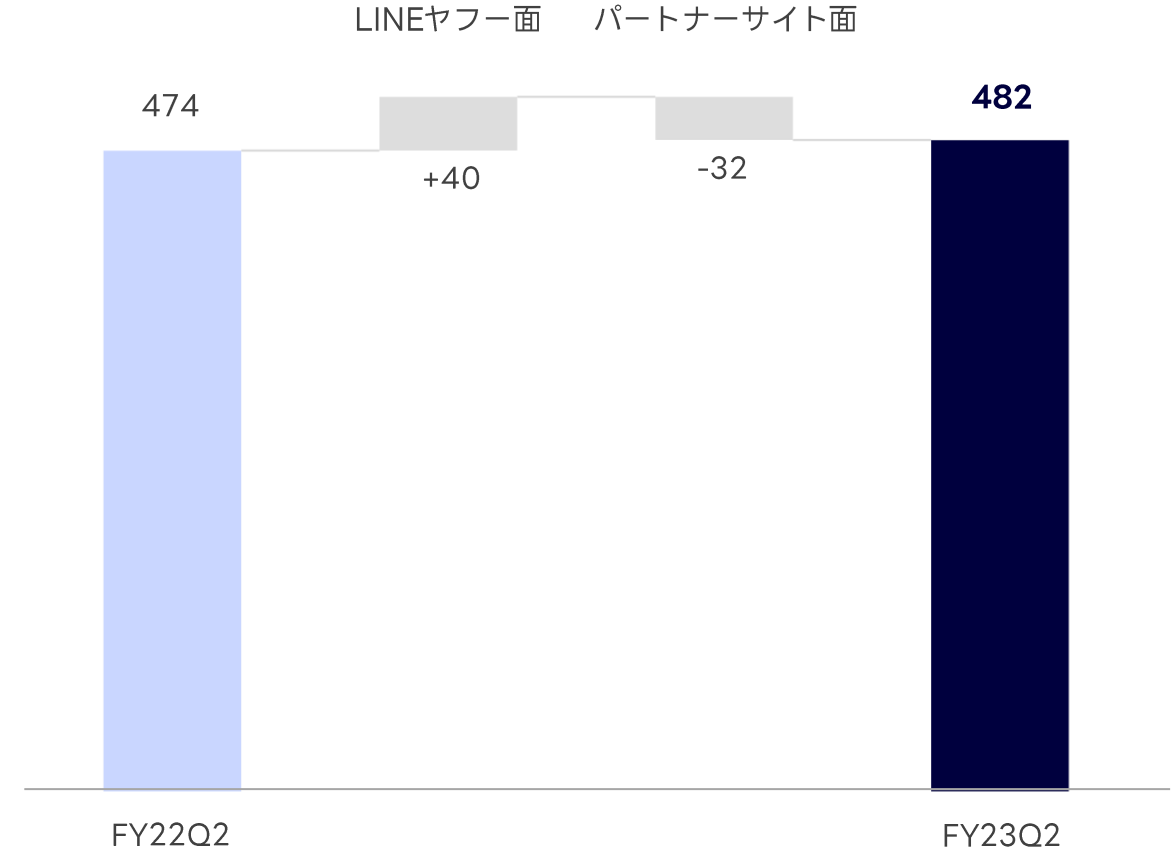
収益性が低いパートナーサイト面が減収だが、LINEヤフー面はUI/UX改善で増収

検索広告売上収益・成長率 (YoY)

(億円)



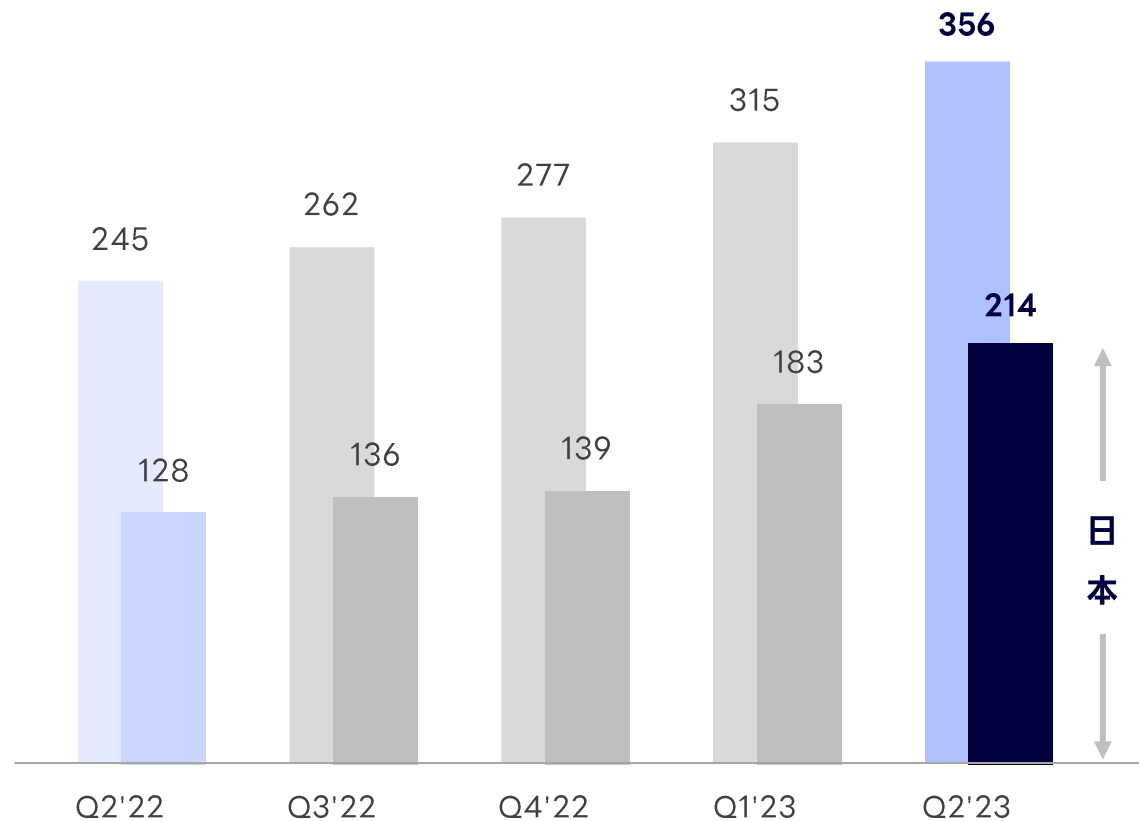
検索広告売上収益 増減要因



本年6月の料金プラン改定、各種の機能強化により成長が加速

有償LINE公式アカウント (グローバル・日本) の推移¹

(千件)



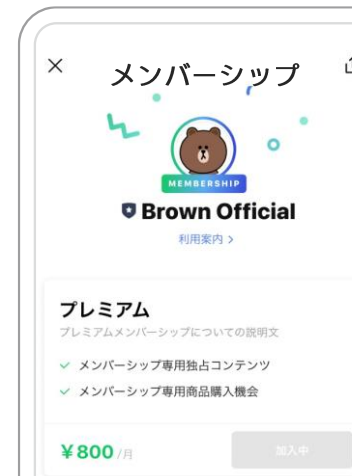
1. 各四半期末時点の有償アカウント数を記載
2. 画像は開発中のものであり、今後変更の可能性あり

施策

マネタイズ機能の強化

- ・ サブスクリプションに加入した友だちへ限定コンテンツを配信
- ・ サブスクリプション課金が可能

メンバーシップ



生成AI等を活用した運用効率化

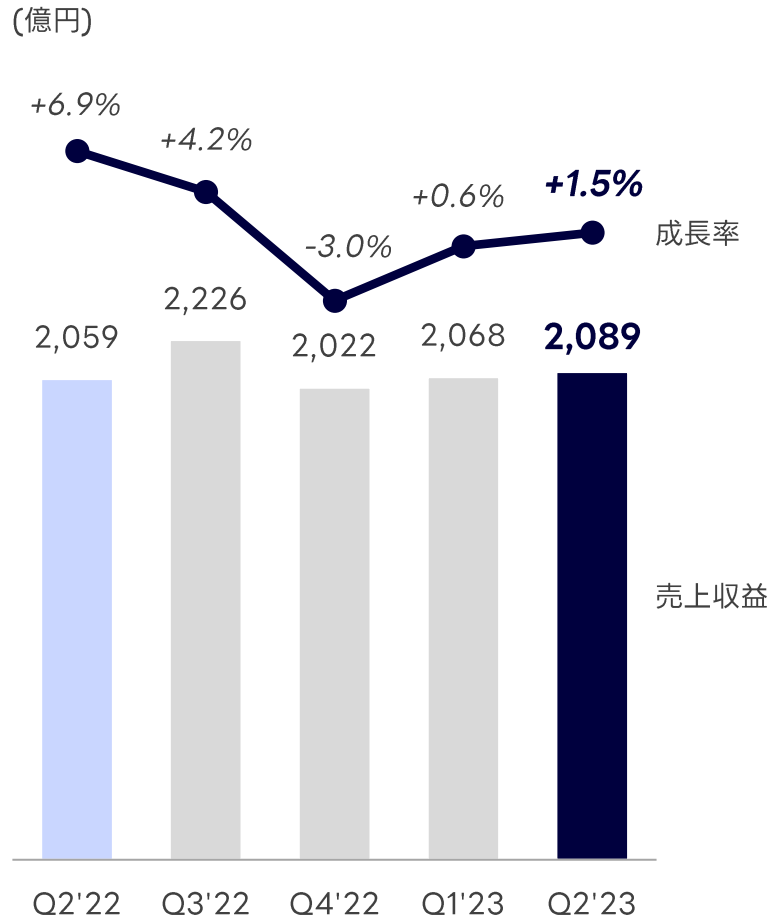
- ・ 生成AIがチャットの返答文案を提案
- ・ LINE公式アカウント運用コスト低減

AI Prompt Manager²

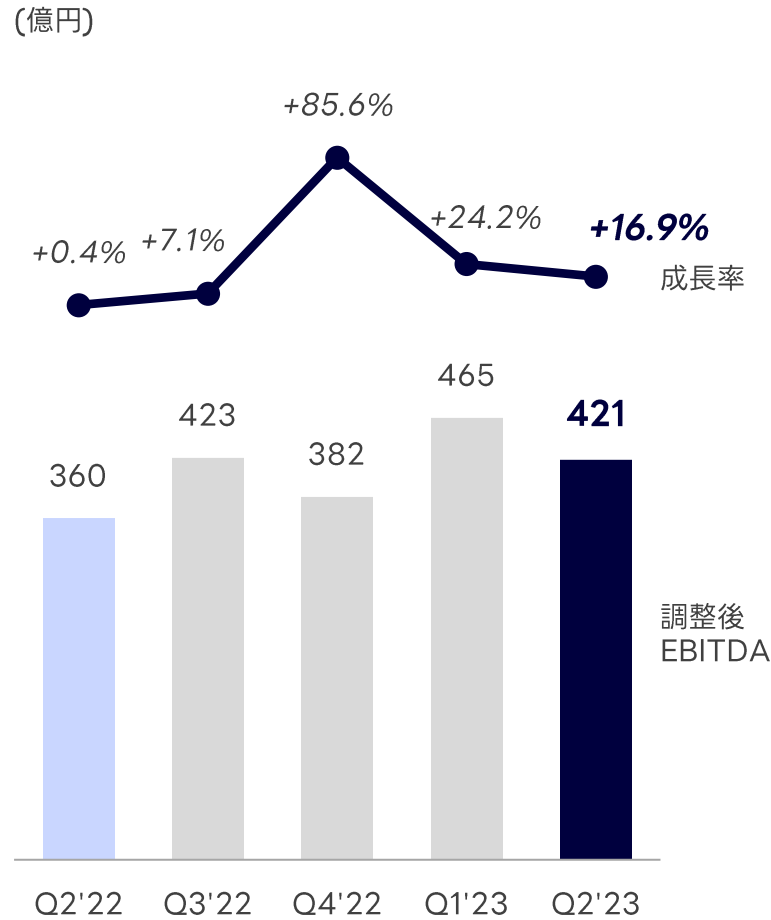


eコマース取扱高の改善により、増収増益

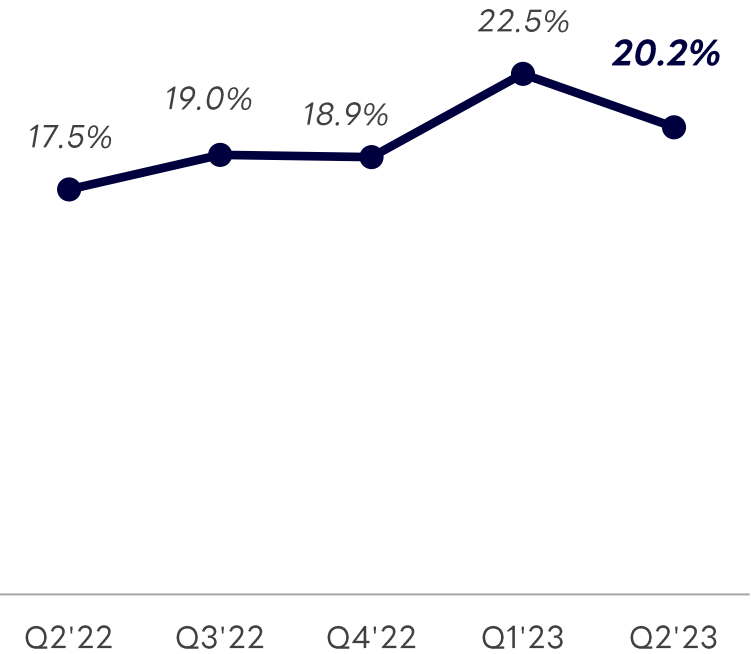
売上収益・成長率¹ (YoY)



調整後EBITDA・成長率¹ (YoY)



調整後EBITDAマージン

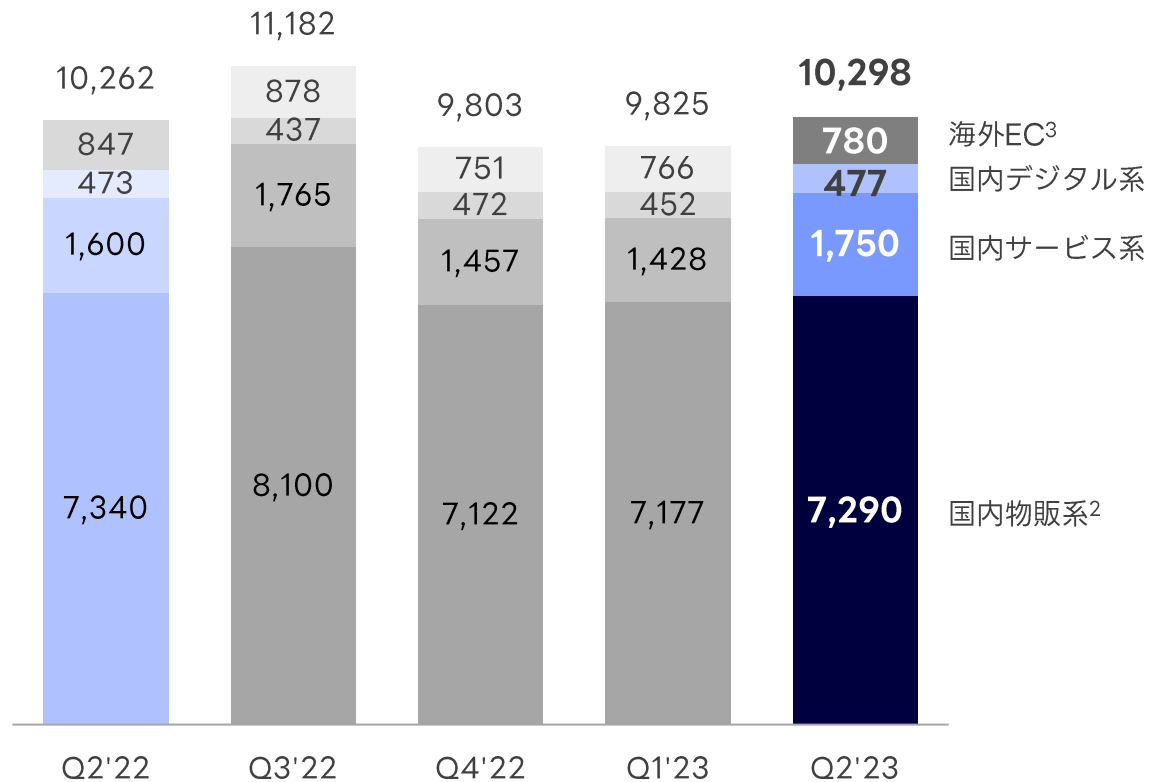


1. FY23Q1より、その他および調整額に配賦していたLINE (株) およびその子会社に関する費用の一部をコマース事業に配賦。これによりFY22のセグメント情報を修正

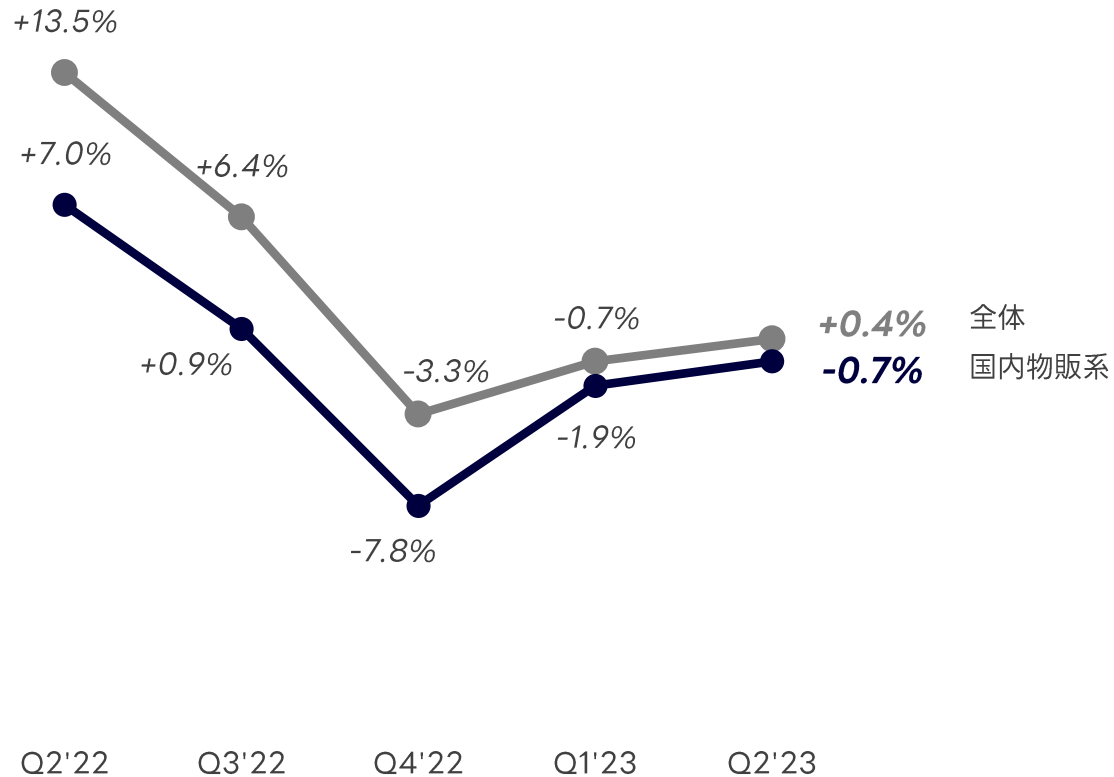
eコマース取扱高が前年プラス成長に転換

全社 eコマース取扱高¹

(億円)



全社 eコマース取扱高¹ 成長率 (YoY)



1. 取扱高の定義は補足資料P20参照

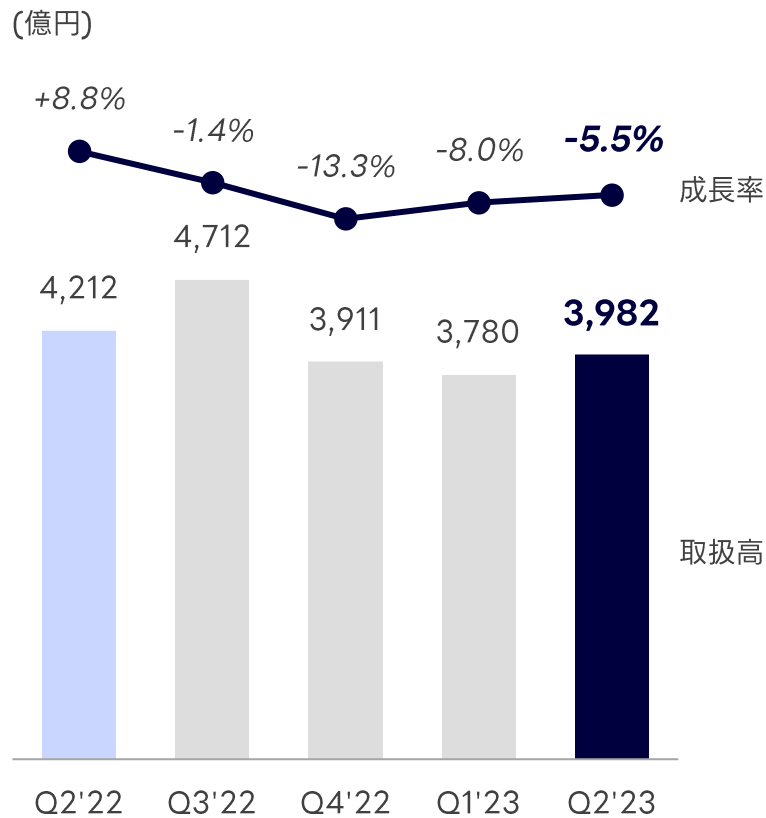
2. FY23Q1より定義変更し、アスクルBtoB事業 (インターネット経由) に「APMRO」、「FEEDデンタル」の取扱高を含む

3. FY23Q1より「ZOZOFIT」の取扱高を含む

ショッピングは改善傾向が継続、トラベルは2桁成長

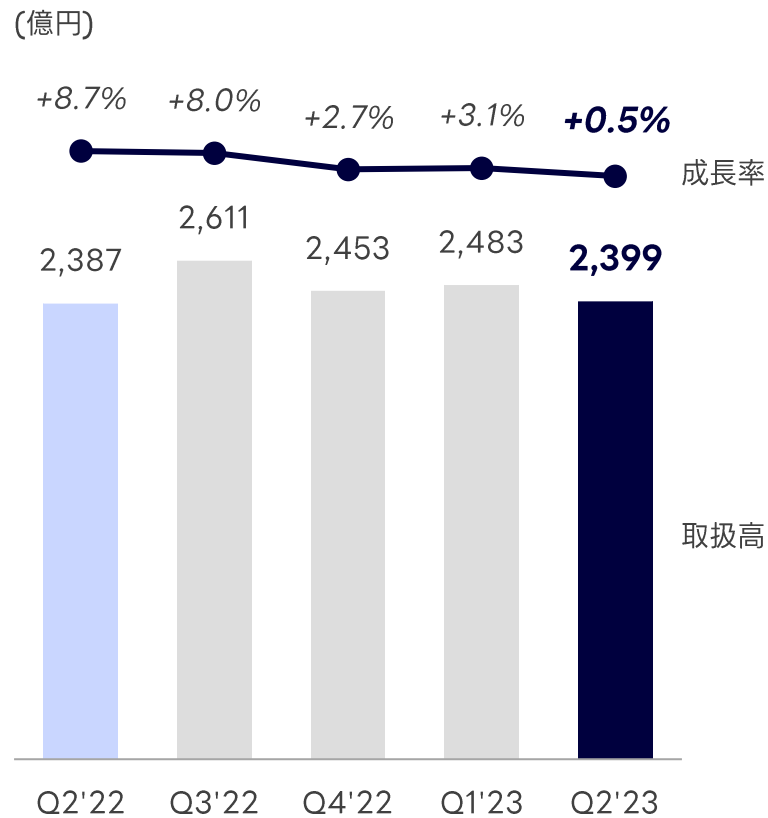
国内ショッピング取扱高¹・成長率 (YoY)

Yahoo!ショッピング、LINEギフト、ZOZOTOWN、LOHACO 等



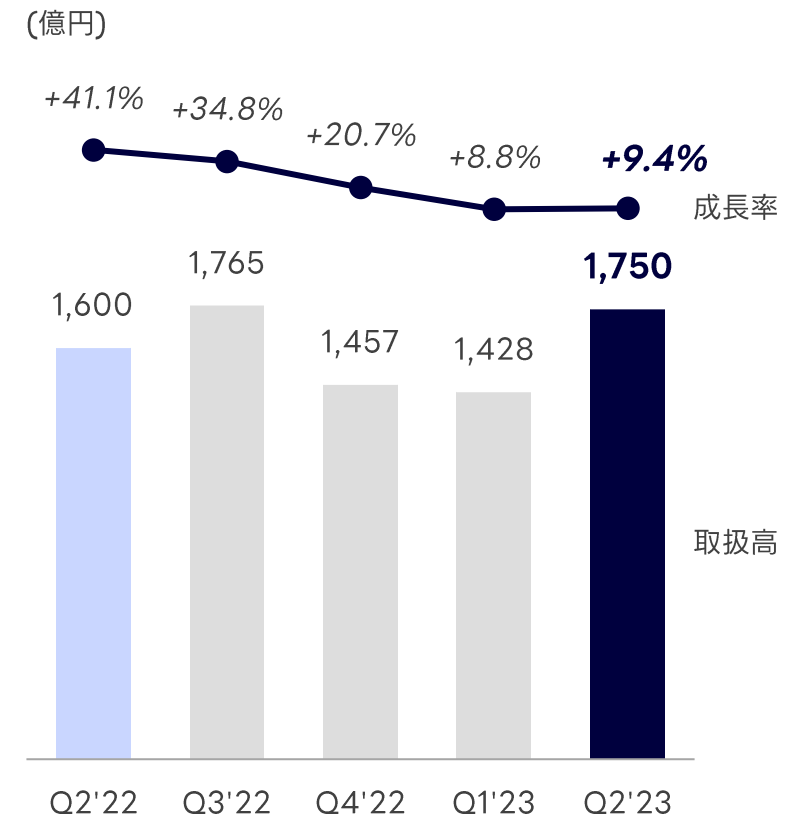
国内リユース取扱高¹・成長率 (YoY)

ヤフオク!²、PayPayフリマ³、ZOZOUSED



国内サービス取扱高¹・成長率 (YoY)

一休.com、Yahoo!トラベル、Yahoo!ロコ、出前館 等



1. 取扱高の定義は補足資料P20参照

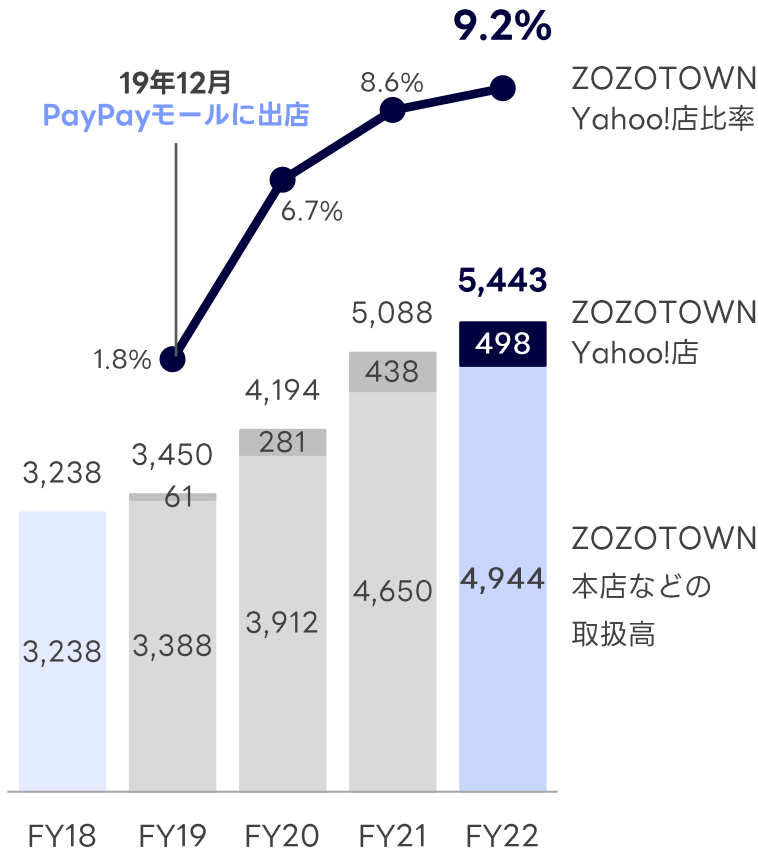
2. 「ヤフオク!」は、2023年11月1日に「Yahoo!オークション」にサービス名称を変更

3. 「PayPayフリマ」は、2023年11月1日に「Yahoo!フリマ」にサービス名称を変更

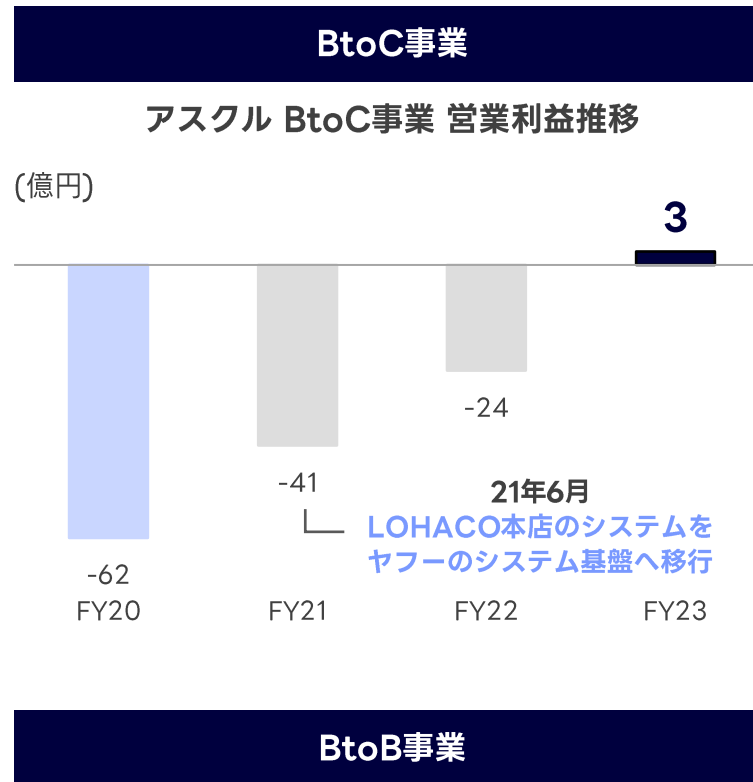
LINEヤフーの強みであるユーザー基盤や技術力が、ZOZO、アスクルの成長に貢献

ZOZO : 購入者層が拡大

(億円)



アスクル : BtoC事業が黒字化



- ASKULサイトとソロエルアリーナサイトの統合に向けたプロジェクトの支援

LINEヤフー経済圏への貢献

月間平均注文回数
(Yahoo!ショッピングのみの利用者との比較)

ZOZOTOWN Yahoo!店 併用者

約3倍¹

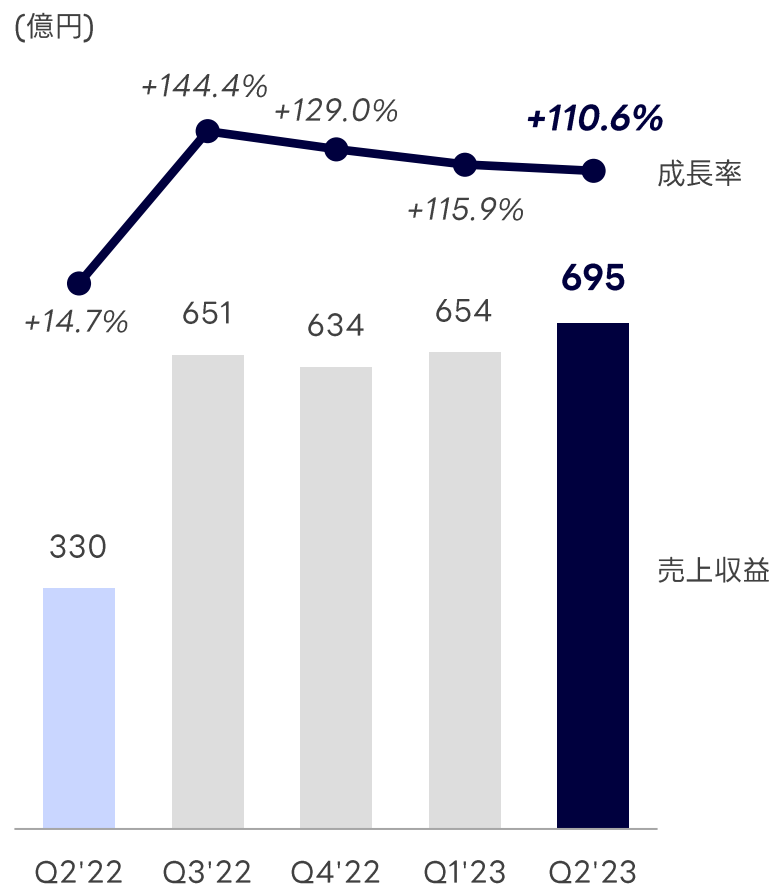
LOHACO Yahoo!店 併用者

約4倍¹

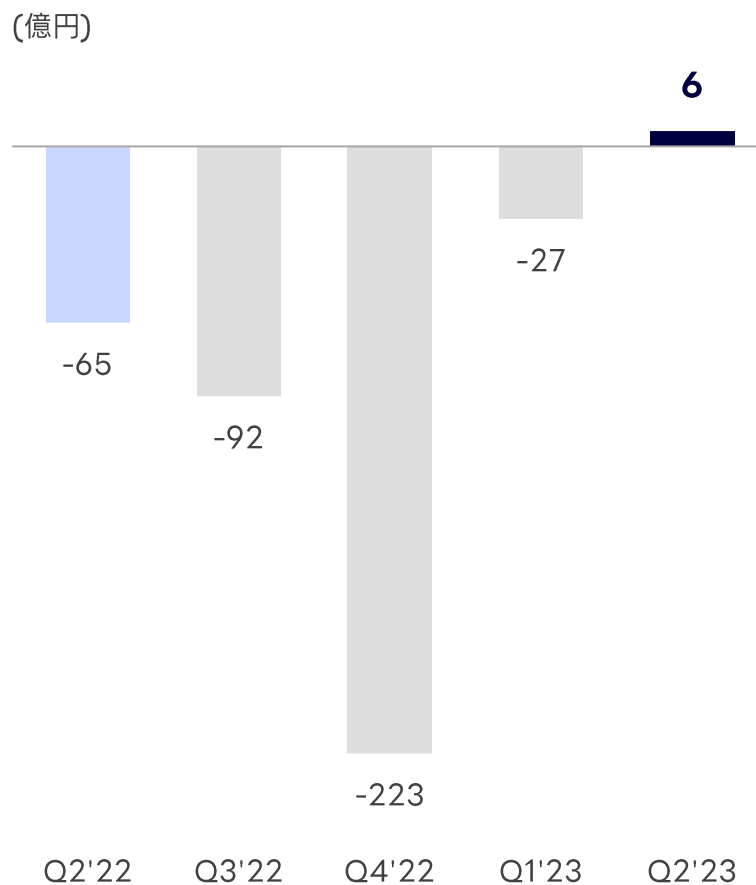
1. FY22にYahoo!ショッピングとZOZOTOWN Yahoo!店、またはLOHACO Yahoo!店を併用したユーザーの注文回数を、Yahoo!ショッピング利用者の平均注文回数と比較

選択と集中の効果で初の黒字化

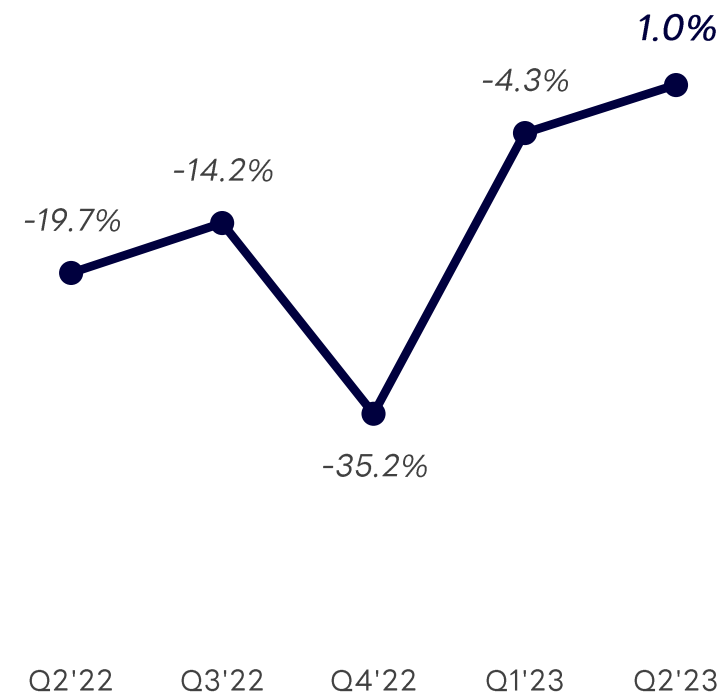
売上収益・成長率² (YoY)



調整後EBITDA²



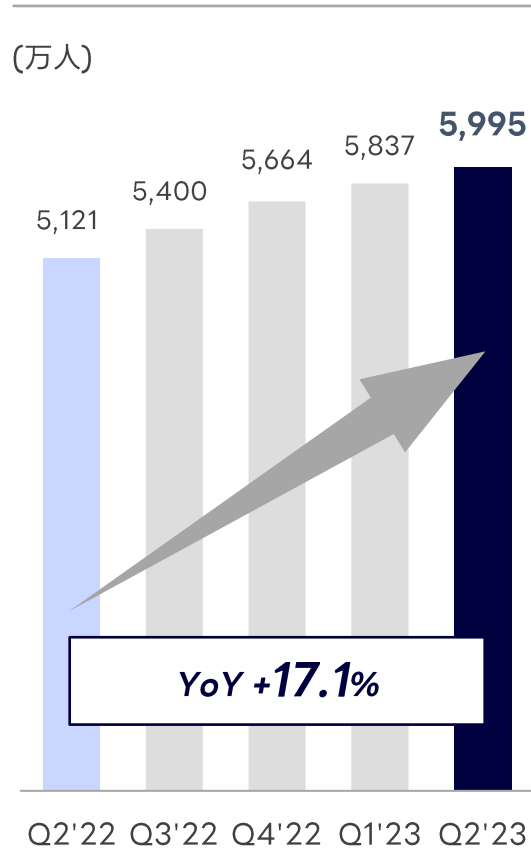
調整後EBITDAマージン



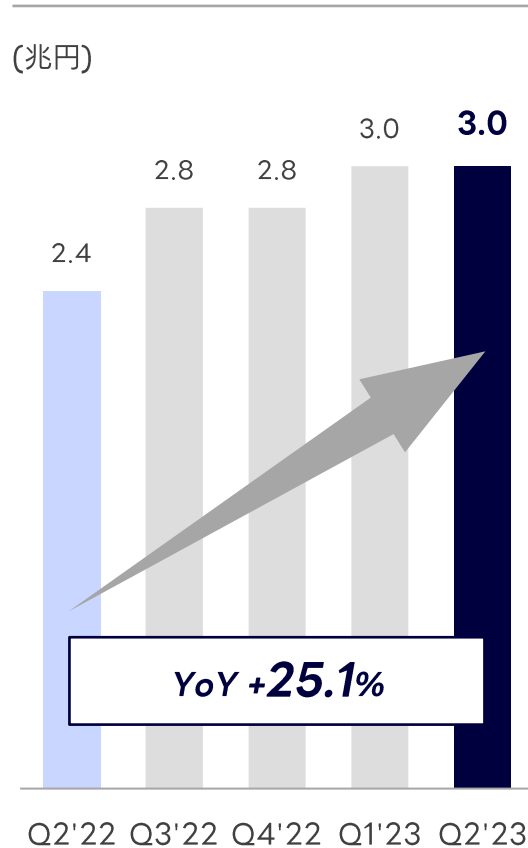
1. PayPay (株) およびPayPayカード (株) を含む。両社間の内部取引消去後の数値。当社にて関連するIFRS調整を行い独自に算出
 2. FY23Q1より、その他および調整額に配賦していたLINE (株) およびその子会社に関する費用の一部を戦略事業に配賦。これによりFY22のセグメント情報を修正

連結取扱高はQoQではフラットだが、連結売上高・EBITDAは引続き成長

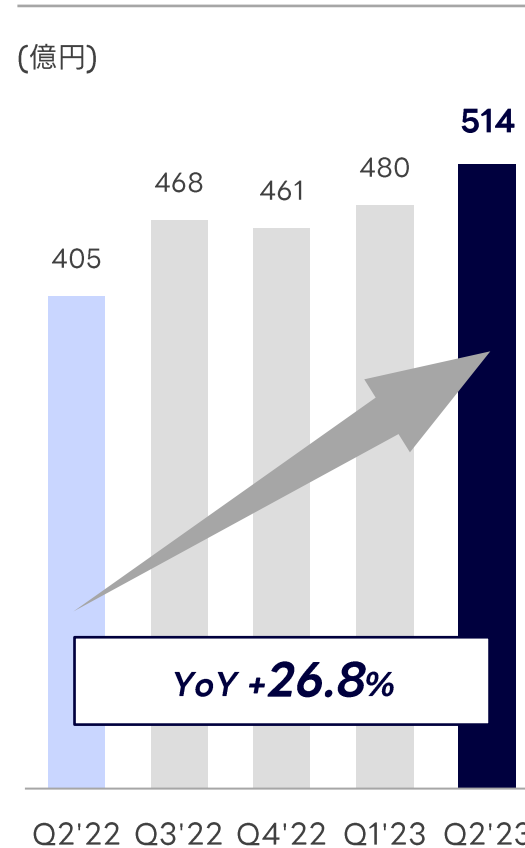
登録ユーザー数



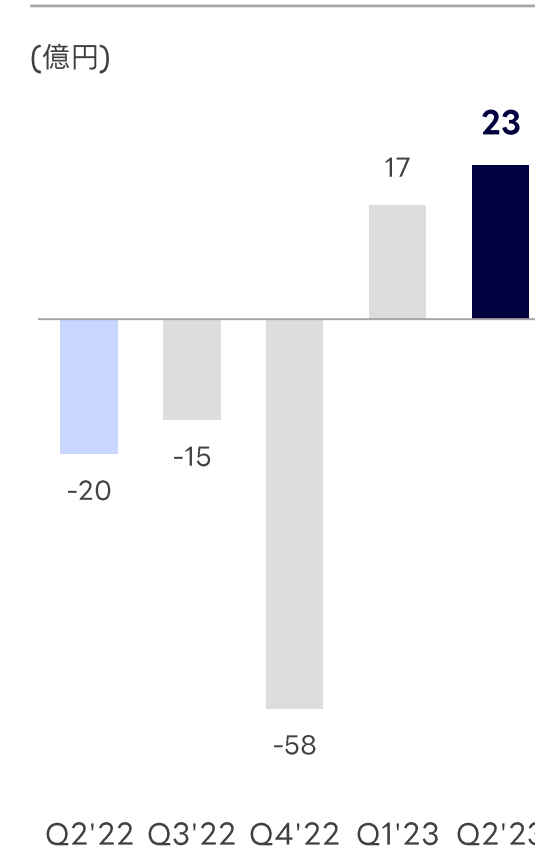
連結取扱高^{1,2}



連結売上高³



連結EBITDA⁴

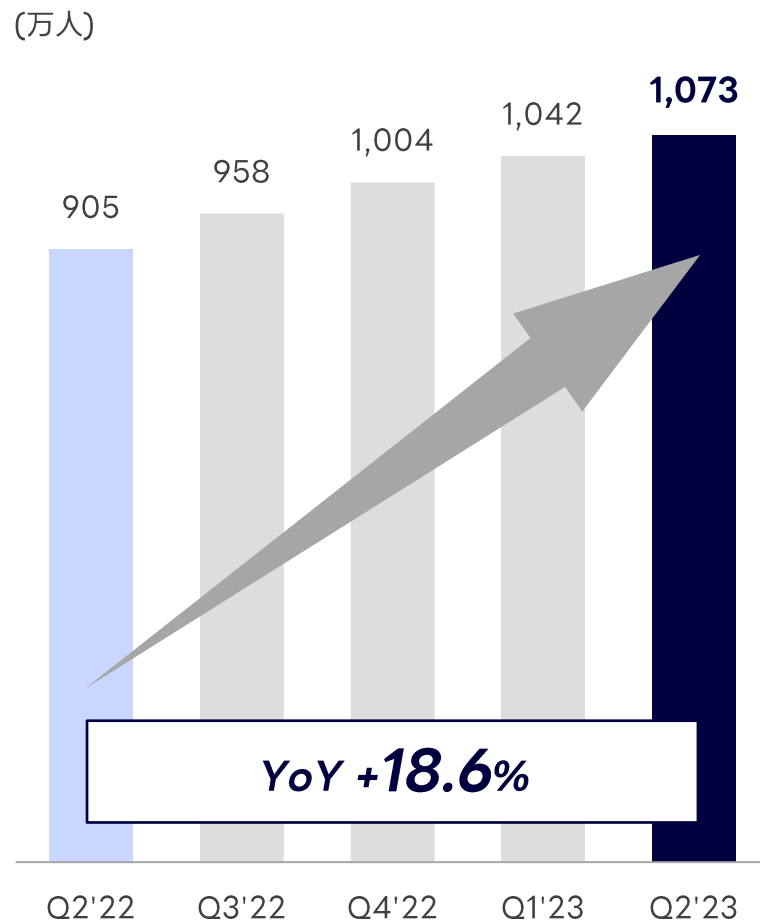


1. ユーザー間での「PayPay残高」の「送る・受け取る」機能の利用は含まず。2021年度Q4以降は「Alipay」、「LINE Pay」等経由の決済を含む。2022年2月より提供開始した「クレジット(旧あと払い)」による決済を含む
 2. 値は10億円単位で端数切り捨ての上、1,000億円単位で四捨五入
 3. PayPay(株)連結の売上高。持分プーリング法の適用により、PayPayカード(株)の財務諸表をFY21期初から連結。両社間の内部取引消去後。非監査の数値
 4. PayPay(株)連結のEBITDA。営業利益に償却費を足し戻したもの。持分プーリング法の適用により、PayPayカード(株)の財務諸表をFY21期初から連結。両社間の内部取引消去後。非監査の数値

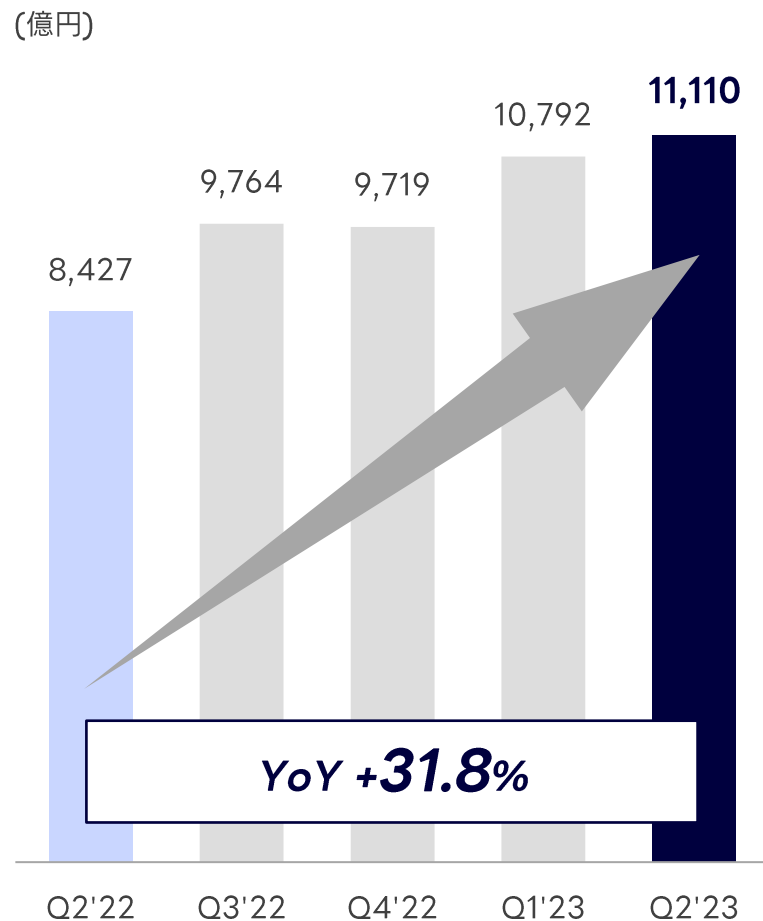
PayPayカード 主要KPI

PayPayとのシナジーで、取扱高は30%の成長

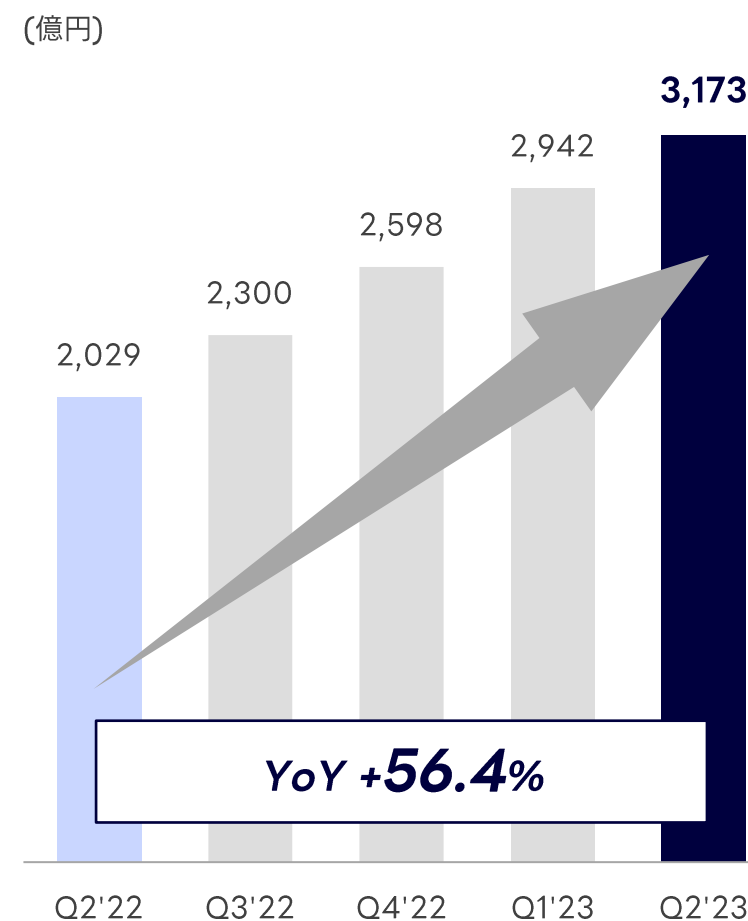
有効会員数



取扱高¹



リボ残高



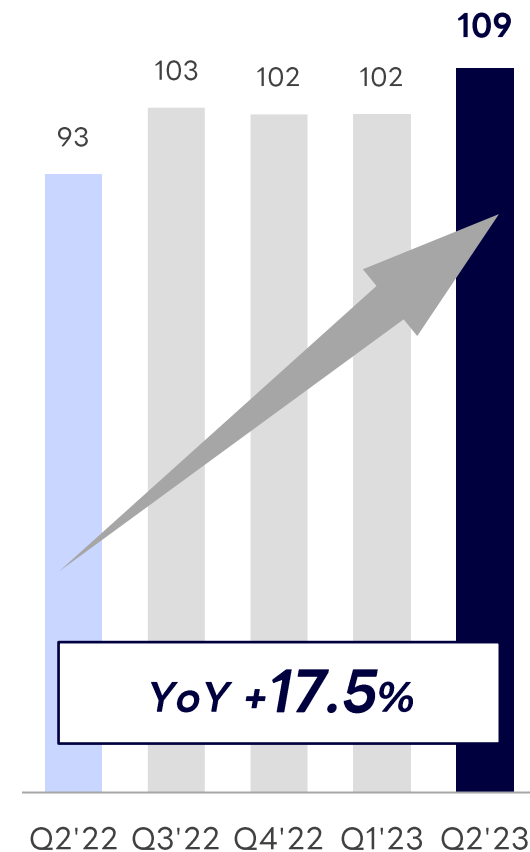
1. 2022年2月より提供開始した「クレジット(旧あと払い)」による決済を含む

PayPay銀行 主要KPI

事業は順調に拡大し、各指標は2桁成長

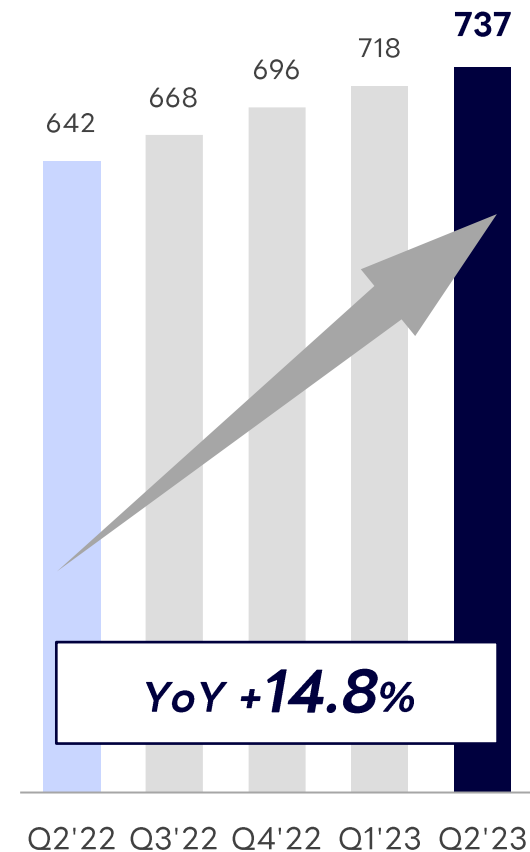
売上収益

(億円)



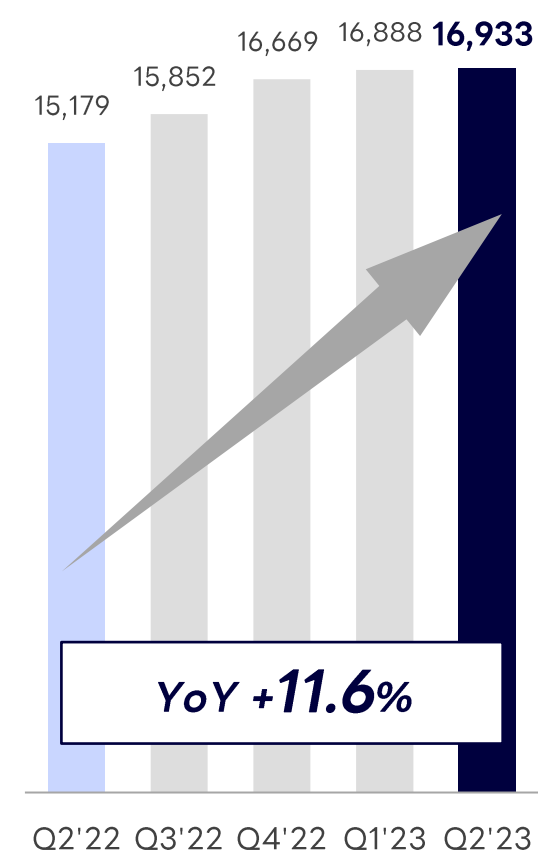
口座数

(万)



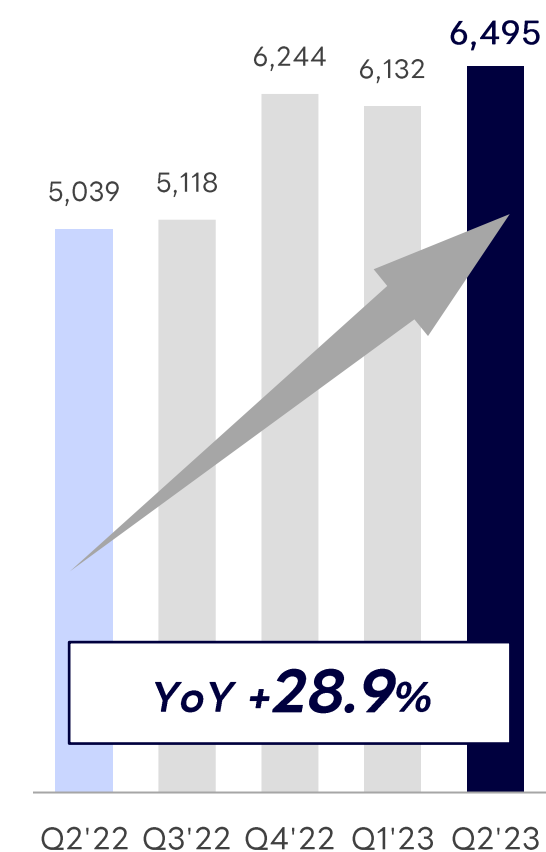
預金残高

(億円)



貸出金残高

(億円)



目次

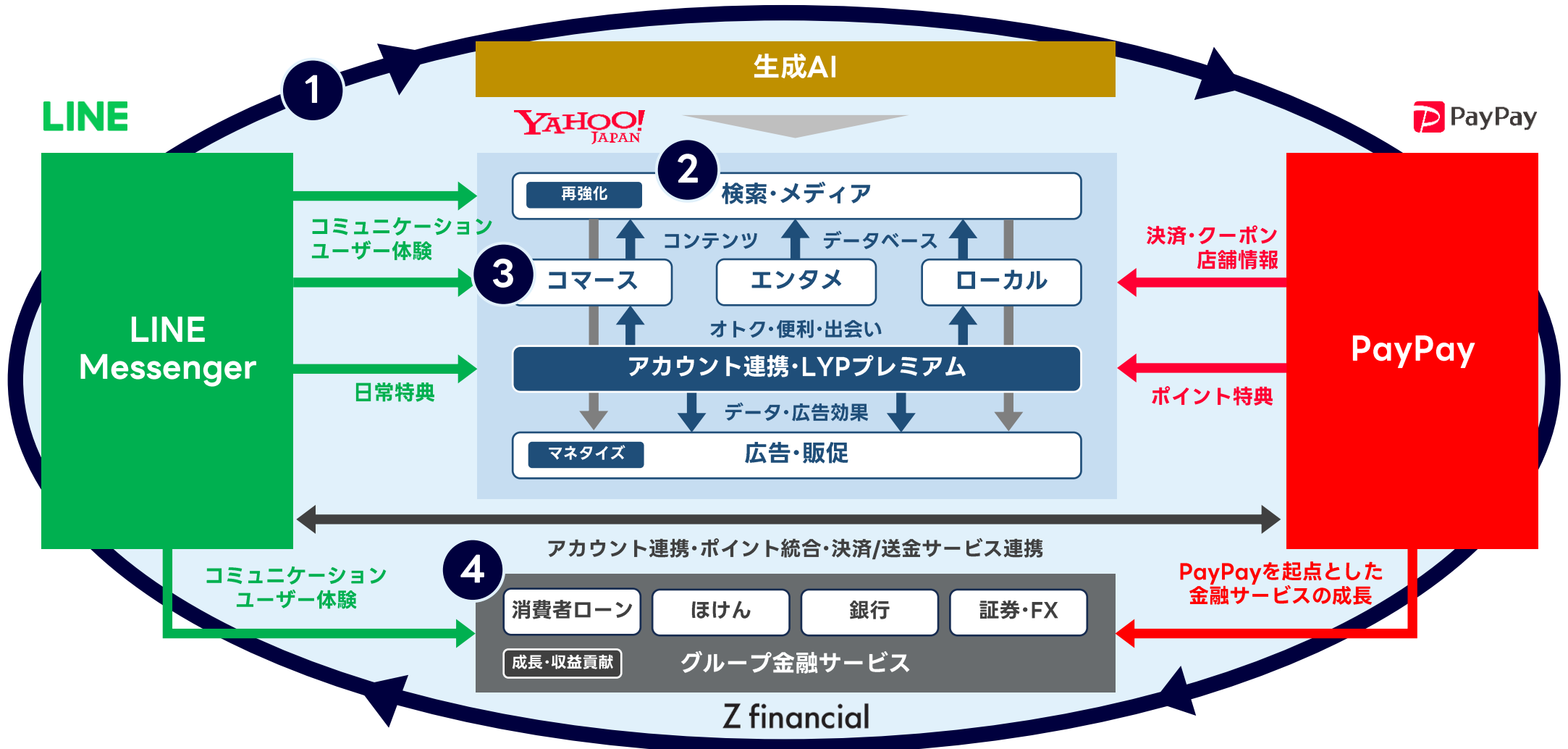
1 全社連結業績

2 セグメント別業績・トピックス

3 今後の取組み

今後の取組み

①クロスユース ②検索 ③コマース ④金融



今後の取り組み

① クロスユース

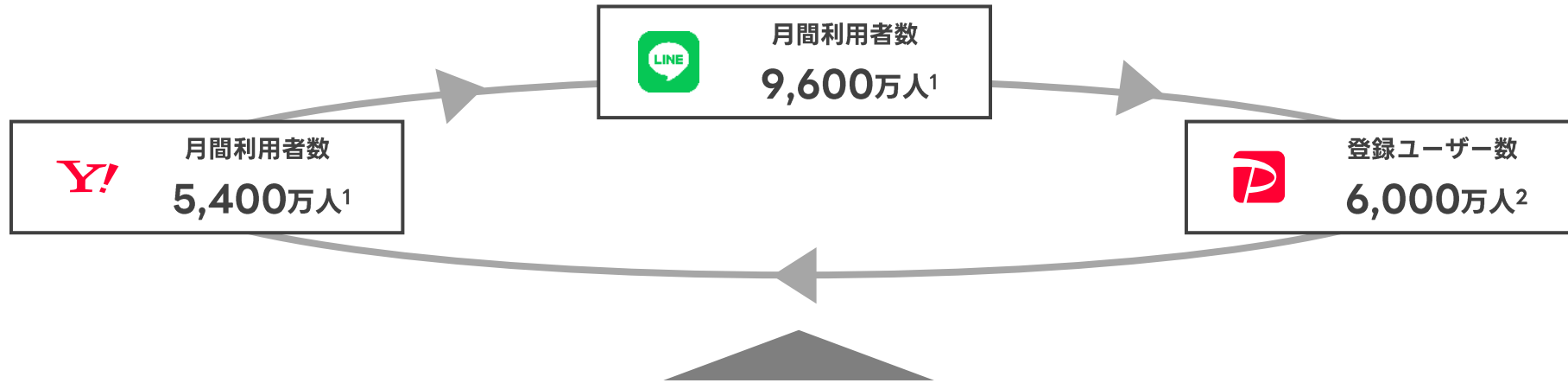
② 検索

③ コマース

④ 金融

1. 今後のクロスユース

LINE、ヤフー、PayPay間の連携を強化し、クロスユースをさらに促進



クロスユースを促進する施策を順次実行

アカウント連携

LYPプレミアム

LINE リニューアル

1. 2023年9月末時点

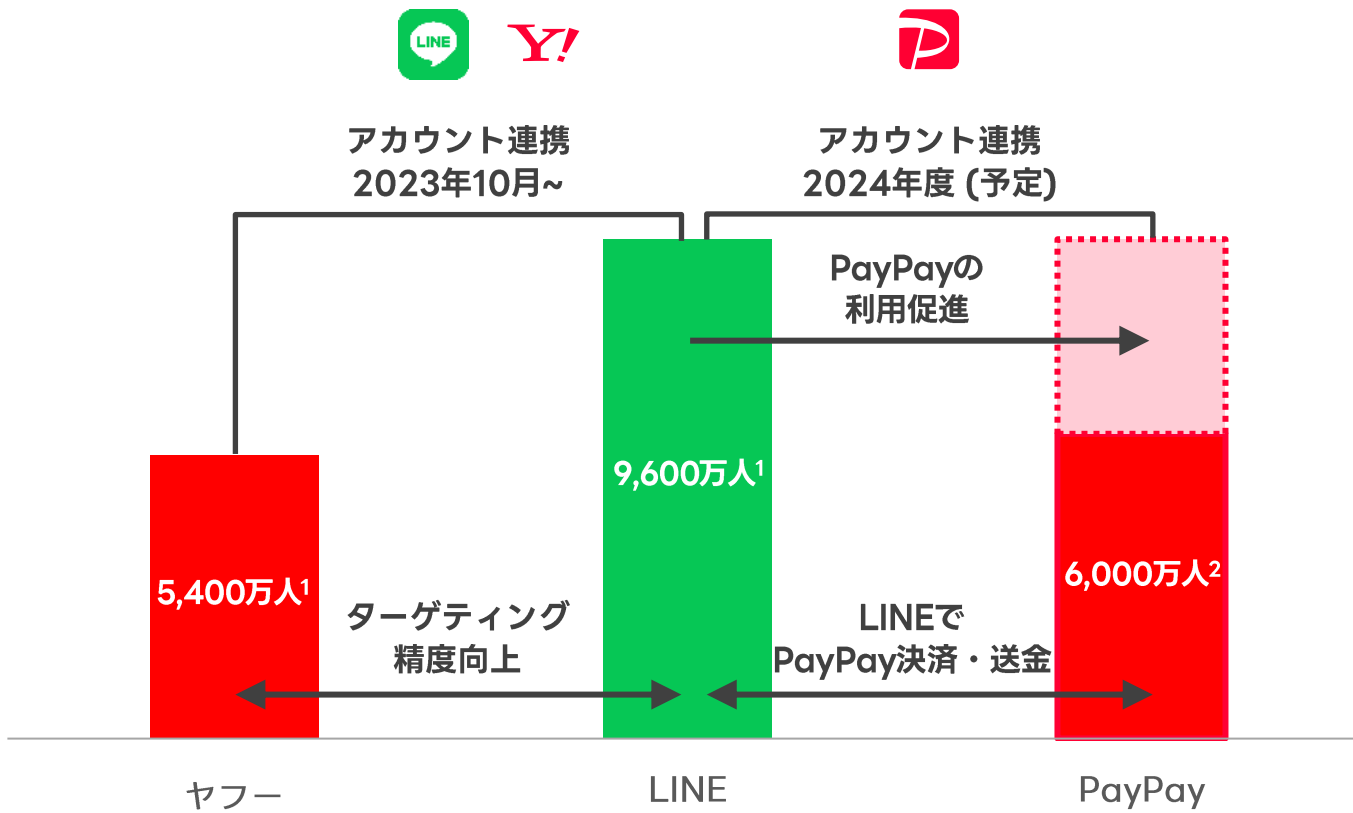
2. 2023年10月4日時点

1. クロスユース施策 | アカウント連携

LINEとYahoo! JAPANのアカウント連携を開始、連携数は順調に拡大

アカウント連携イメージ

実績・効果



実績 (23年11月6日時点)

LINEとYahoo! JAPANの
アカウント連携数 **1,948万³**

期待効果

1. サービスのクロスユースの拡大
2. 広告売上の上昇
(連携率上昇に伴い、FY24以降に発現)
3. PayPay利用者の拡大

1. 2023年9月末時点

2. 2023年10月4日時点

3. LINEとYahoo! JAPANのアカウント連携。アカウント連携はサーバー負荷の状況に応じて、2023年10月4日から順次ユーザーへの提供を開始

1. クロスユース施策 | LYPプレミアム¹

11月29日にリリース予定。LINEの特典を新たに追加し新規会員を獲得



現状の特典 (一部抜粋)

Yahoo!ショッピングの買い物がおトク ²	会員限定 PayPayクーポン ²	Yahoo!オークションの出品がおトク
漫画や雑誌がおトク ²	宿泊予約・旅行がおトク ²	グルメ予約がおトク ²



LINEの新特典

1,200万種類以上の対象スタンプが使い放題	アルバムに動画とオリジナル画質の写真追加
会員限定のフォントを選択	好きな音楽を着信音・呼出音に設定

1. 月額料金 508円

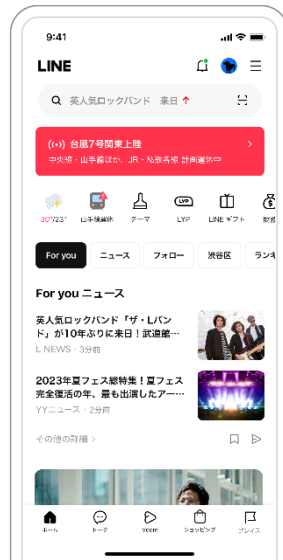
2. 指定支払い方法での決済額対象、条件・上限あり。PayPayポイント（PayPay/PayPayカード公式ストアでも利用可能。出金・譲渡不可。）を付与

1. クロスユース施策 | LINEリニューアル

LINEをリニューアル(予定)し、LINEユーザーのクロスユースを促進



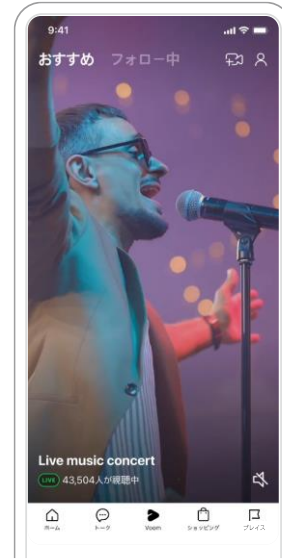
ニュース・コンテンツが
集まる新ポータル



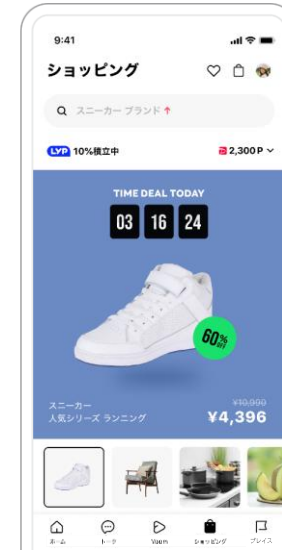
検索
サービス



動画力強化



LINE起点の
ショッピング体験



ショッピング
サービス



ガイドマップメディアで
新たな発見



ローカル
サービス

1. 画像は開発中のものであり、今後変更の可能性あり

今後の取り組み

① クロスユース

② 検索

③ コマース

④ 金融

2. 検索 | 強化ポイント

検索流入の強化と重要クエリ領域の強化を実施

検索流入の強化

重要なクエリ領域 (コマース・ローカル・ナレッジ) の割合¹

Yahoo!検索ユーザーの約8割がYahoo! JAPANトップページ経由

Yahoo! JAPANトップページ強化施策を継続的に実施

FY23上期 Yahoo! JAPANアプリの主な施策

天気機能の強化

- ・ レーダー機能の強化
- ・ 通知による天気情報の接点強化



スポーツ情報の提供・盛り上がり

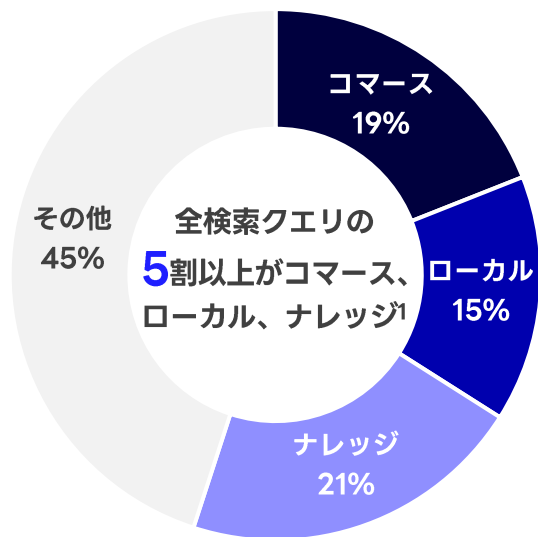
- ・ スポーツ特設タブのUX強化
- ・ Yahoo! JAPANアプリ全体での演出



FY23Q2 Yahoo! JAPANアプリDAU

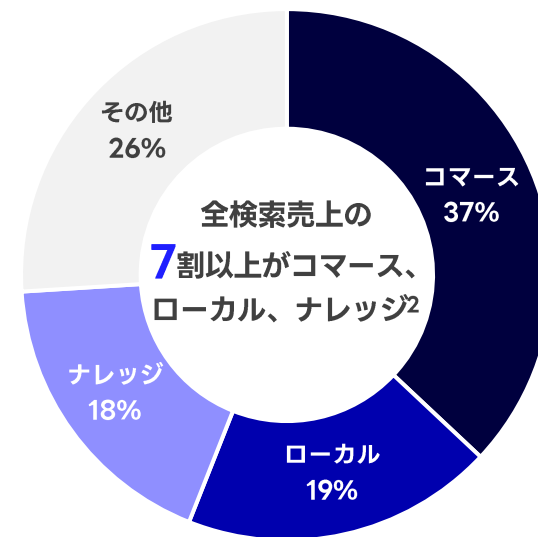
YoY +5.6%

検索数別



売上別

(広告主の業種別売上)



1. FY22の検索クエリを基に分類を推計

2. FY22の検索広告売上収益における広告主業種を基に分類を推計

2. 検索 | 施策

各種施策を実施中。新広告商品をFY23下期より提供開始予定

FY23上期の取組み

FY23下期の取組み

LINE検索

LINEアプリから
Yahoo!検索が可能に



ローカル

飲食店検索の
UI/UX改善



ナレッジ

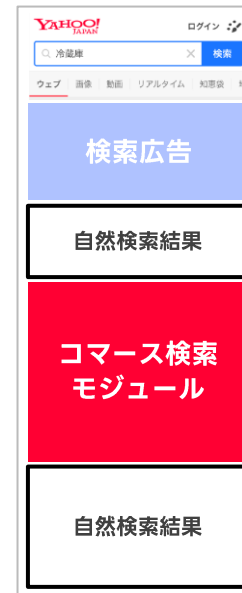
有名人プロフィールの
リッチ化を推進



コマース¹

検索連動型ショッピング広告を提供開始予定

スマートフォンでの
検索結果イメージ



NEW
検索連動型ショッピング広告

- クリック課金型 (CPC課金)
- モジュール最上部に表示²

商品情報の掲載

- 成果報酬型 (CPA課金)
- 広告運用の必要なし

1. 画像は開発中のものであり、今後変更の可能性あり

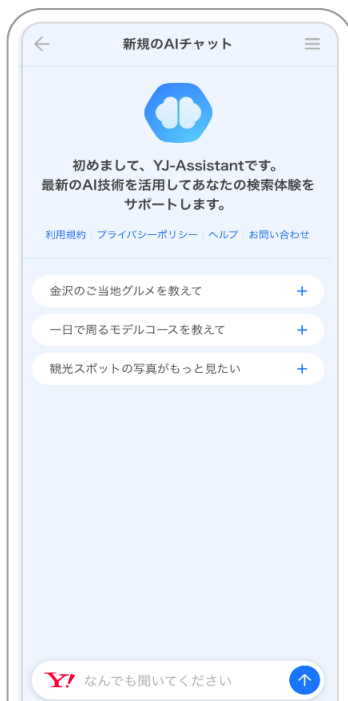
2. スマートフォンのみ

2. 検索 | 生成AI

生成AIを活用した新たな検索体験の提供に向け準備中

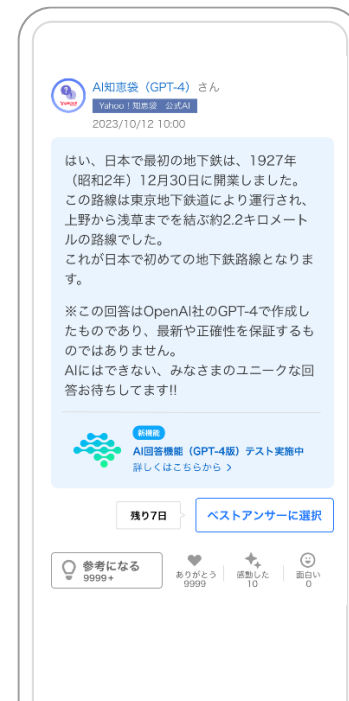
検索への活用¹

- Chat型UIを含む新たな検索体験を提供
- 23年10月より段階的にテスト開始



知恵袋への活用¹

- 人とAIの両方が答える・良質な質問をAIで生成し回答を募る
- 23年11月提供開始予定



1. 画像は開発中のものであり、今後変更の可能性あり

今後の取り組み

① クロスユース

② 検索

③ コマース

④ 金融

3. コマース

LINEでもYahoo!検索でも、おトクで便利なコマース体験を提供

多様な
コマース体験



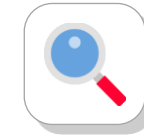
NEW

LYPプレミアム会員¹



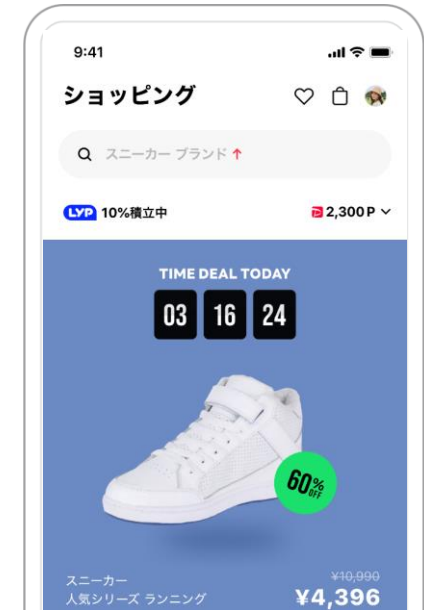
NEW

統合コマース検索¹



NEW

ショッピングタブ¹



1. 画像は開発中のものであり、今後変更の可能性あり

今後の取り組み

① クロスユース

② 検索

③ コマース

④ 金融

4. 金融

金融事業を再編、重複していた事業領域は一本化

カード	銀行	証券/FX	保険	消費者ローン
 PayPayカード 子会社化 ▼ シナジー加速	LINE Bank (日本) 開業中止 人員再配置 ▼ PayPay銀行に 一本化	 PayPay LINE証券 証券事業を再編 ▼ PayPay証券: PayPayが資本参加 LINE証券: FXに注力	LINEほけん サービス終了 ▼ PayPayほけんに 一本化	 J.Score LINE Creditへ 事業承継 ▼ LINE Creditに 一本化
 PayPayカード 100% ¹ (子会社)	 PayPay銀行 47% ¹ (子会社)	 PayPay証券 35% ¹ (持分法適用会社) LINE証券 51% ¹ (持分法適用会社)	 PayPayほけん 60% ¹ (子会社)	LINE Credit 51% ¹ (子会社)

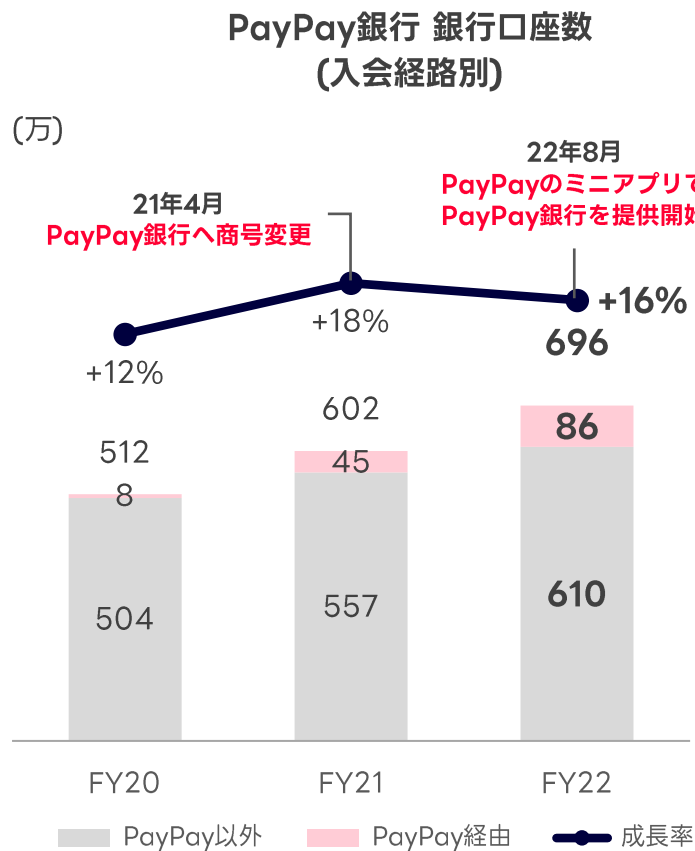
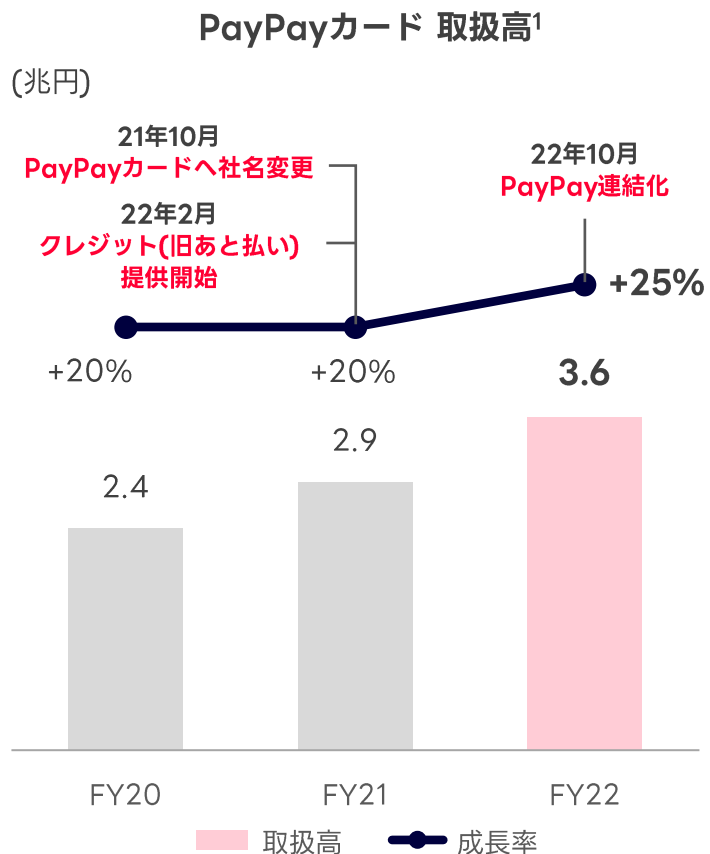
調整後EBITDA改善額
(上期・YoY)

78億円

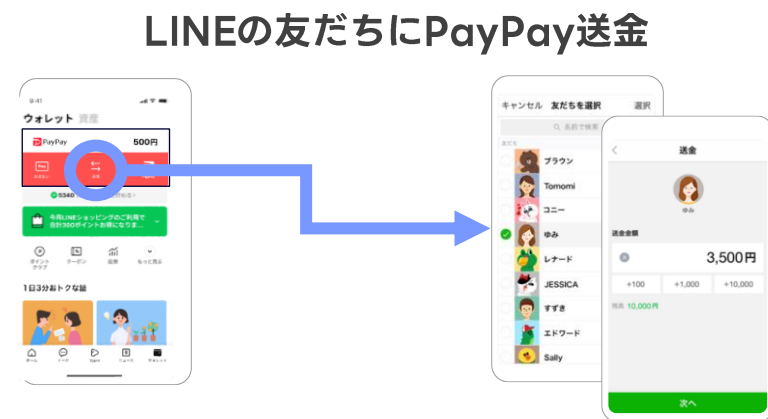
4. 金融 | サービス連携

PayPayを中心にしたサービス連携により、他の金融事業も拡大

PayPayと他の金融サービスの連携



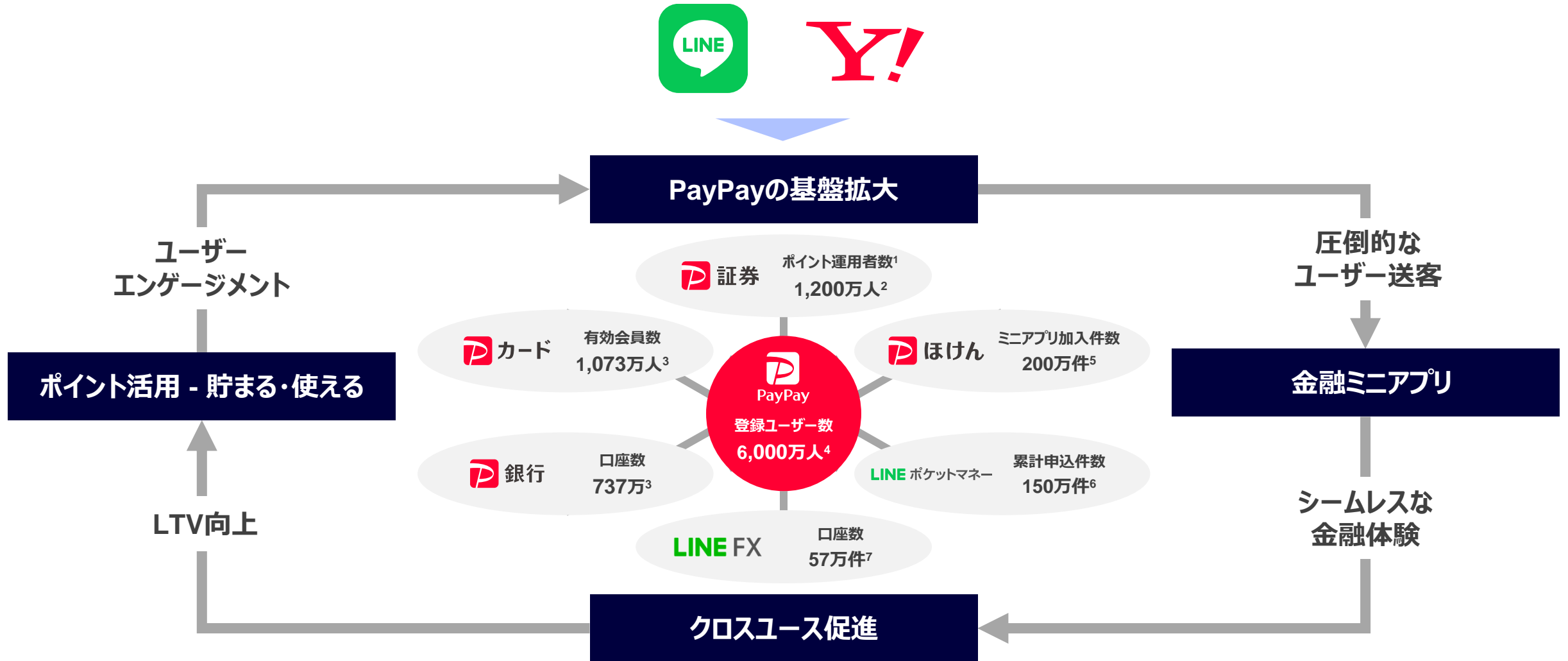
LINEとPayPayの連携 (予定)²



1. 2022年2月より提供開始した「クレジット(旧あと払い)」による決済を含む
2. 画像は開発中のものであり、今後変更の可能性あり

4. 金融 | 成長サイクル

LINE、ヤフーが金融サービスの成長を後押し



1. ポイント運用はPPSCインベストメントサービス(株)が提供

2. 2023年9月22日時点

3. 2023年9月末時点

4. 2023年10月4日時点

5. 2023年7月18日時点

6. 2023年1月31日時点

7. 2022年12月末時点

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて ——

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

「株主資本コスト」を資本コストとし、早期に正のエクイティスプレッド達成を目指す

資本政策上の課題

現状分析と取組み

大規模投資により
資本効率性が
悪化

経営統合前水準の
EPS回復が急務

有利子負債は
適正水準

株主資本
コスト
(直近1年間)

6.5~7.5% 程度

正の
エクイティ
スプレッド
達成に向けた
取組み

調整後EPSを
早期に経営統合前水準 (¥18.7)
に回復させる

資本コストに「株主資本コスト」を採用

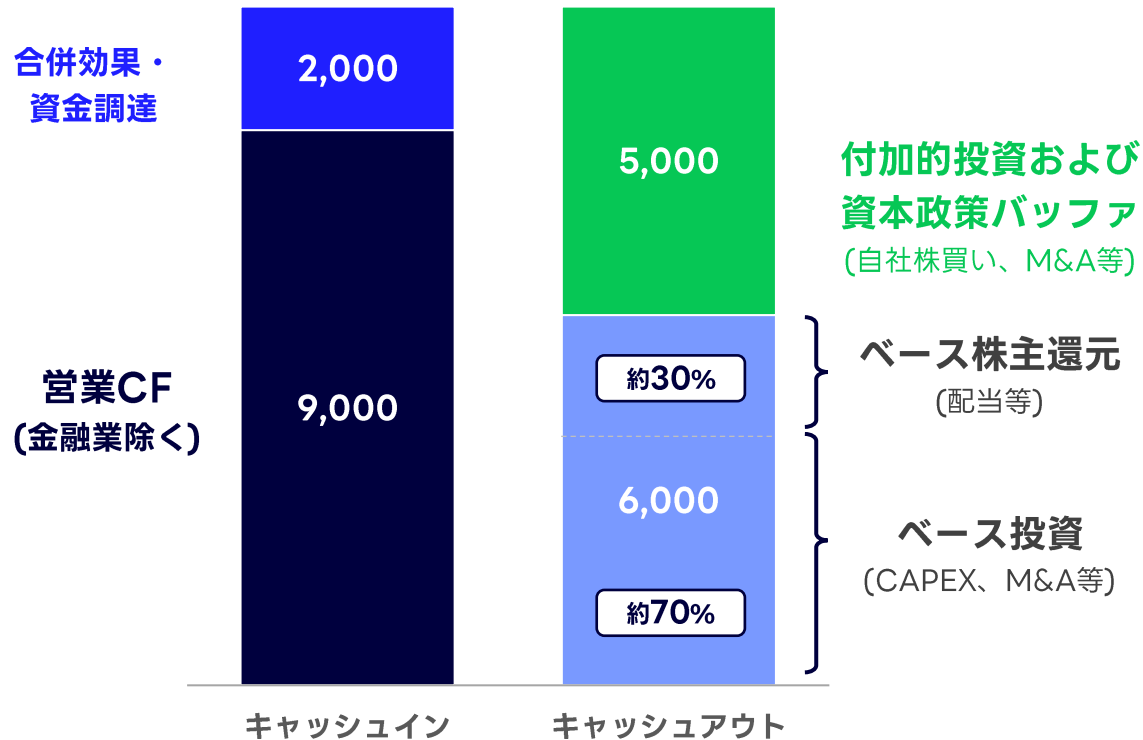
調整後EPS回復に向けた取組み

キャピタルアロケーション方針を明確にし、調整後EPSの分子・分母改善で早期回復を目指す

キャピタル・アロケーション方針¹ (FY23-25累計概算値)

(億円)

営業キャッシュフローでベース投資・株主還元をカバー

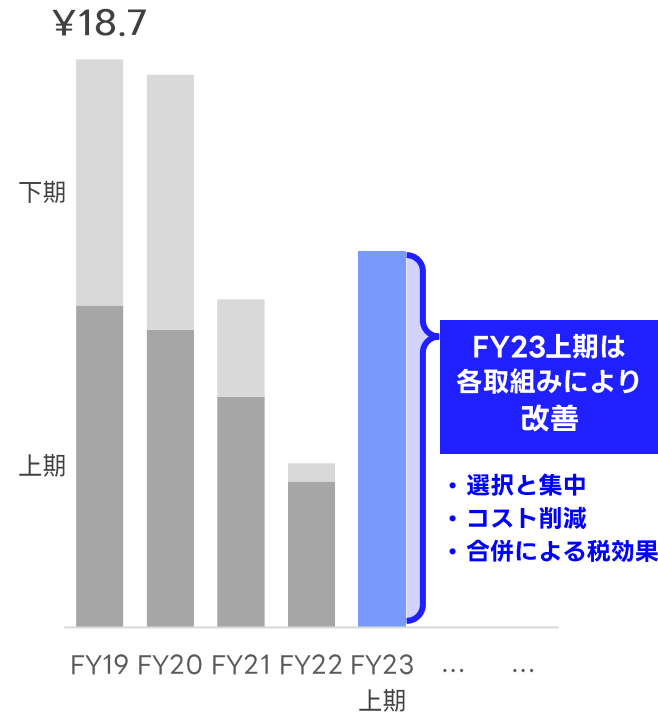


1. 金融業除く

現状と取組み

(調整後EPS、円)

3-4年以内を目途に 経営統合前の水準へ



- 1 役員報酬評価指標に調整後EPSを反映**
 - 株主とセイムポートとなるインセンティブ
- 2 分子となる利益改善**
 - 持分法による投資損益の改善
 - 純利益の増減要因の分析・改善
- 3 分母となる資本最適化**
 - キャピタルアロケーション方針と事業別B/S開示の推進
 - 株主資本の最適化検討

免責事項

本説明会および参考資料の内容には、将来に対する見通しが含まれている場合がありますが、実際の業績は様々な要素により、これら見通しと大きく異なる結果となりうることをご了承ください。会社の業績に影響を与えうる事項の詳細な記載は「有価証券報告書」の「事業等のリスク」にありますのでご参照ください。ただし、業績に影響を与えうる要素は「事業等のリスク」に記載されている事項に限定されるものではないことをご留意ください。本資料・データの無断転用はご遠慮ください。

LINEヤフー

「WOW」なライフプラットフォームを創り、日常に「！」を届ける。